

广州高至影像科技股份有限公司

Guang Zhou Gao Zhi Photography Technology Co.,Ltd.



公开转让说明书 (申报稿)

推荐主办券商

兴业证券股份有限公司



兴业证券股份有限公司
INDUSTRIAL SECURITIES CO.,LTD.

福建省福州市湖东路 268 号

二〇一七年七月

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。

中国证监会、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者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风险及重大事项：

一、摄影行业景气度下行的风险

公司的业务主要集中在专业摄影的媒体传播领域，公司业务的发展与专业摄影行业景气度具有较高的关联性，近年来，传统的专业摄影器材行业受智能拍照手机、gopro 等智能拍照设备的影响和冲击较大，而传统的摄影服务市场，如影楼等也收到互联网 O2O 模式的一定影响。如果出现专业摄影行业的整体环境欠佳，具体的摄影器材、摄影服务企业必然会削减媒体传播方面的预算，专业摄影领域的媒介传播公司其经营状况亦将受到影响。

公司加大业务开拓力度，充分利用丰富的业务经验、稳定的客户群体、成熟的管理机制、创新的公司文化，一方面紧跟摄影领域发展潮流，不断拓展与新型摄影摄像智能载体的合作，另一方便也将寻求合适的机会进行产业链延伸，增加业绩增长点提升抗风险能力，缓解可能的业绩波动的情形。

二、政策调整的风险

广告及媒介传播行业是文化产业的重要组成部分。我国公布的《关于推进广告战略实施的意见》、《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十二五”规划》等纲领性文件均将文化传播产业作为促进国家文化建设，推动文化产业发展的措施，为公司的业务发展提供了良好、稳定的市场环境。如果国家宏观经济政策及相关产业政策发生较大的调整，将对公司的生产经营造成一定的影响。

公司将更加注重核心竞争力的培育，开拓自身发展的新方向，不断打开新的市场领域，完善业务结构，保证公司成长的可持续性。

三、实际控制人控制不当风险

公司实际控制人何志光先生直接持有公司 4,950,000 股股份，占公司股份总数的 61.875%；通过广州新闻图片社有限公司间接控制公司 1,450,000 股股份，占公司总股本的 18.125%；此外，何志光先生通过高坚合伙间接控制公司 17.50%

的股份，作为高坚合伙的普通合伙人，参与高坚合伙的事务管理，构成对高坚合伙的实际控制。何志光共计直接及间接控制公司 97.50%的股份，对公司形成绝对控股。同时何志光先生担任公司董事长兼总经理，对公司经营管理有较大的影响力。若何志光先生利用其控股地位和管理职权对公司的经营决策、人事、财务等进行不当控制，可能给公司经营、独立运作和其他股东利益带来风险。

公司将加强内部审计部门的监督职能，强化外部中介机构对公司财务、法律等方面事务的审查监管，同时公司实际控制人将认真学习并严格按照《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易管理办法》及其他各项规章制度履行股东权利，保证公司其他股东的合法权利不受侵害。

四、公司治理风险

公司于 2017 年 6 月 27 日由广州高至传媒科技有限公司整体变更设立为广州高至影像科技股份有限公司。变更为股份公司后，公司建立健全了法人治理结构，完善了现代化企业发展所需的内部控制体系。但是，由于股份公司成立的时间较短，公司管理层对上述规则的理解和执行尚需要在公司运营过程中不断完善。若公司治理欠佳，将会制约公司快速发展，公司存在公司治理及内部控制制度不能有效执行的风险。

五、期末应收账款余额较大风险

截至 2017 年 3 月 31 日、2016 年 12 月 31 日和 2015 年 12 月 31 日，公司应收账款账面价值分别为 6,590,781.47 元、7,749,916.24 元和 12,933,727.99 元，占公司总资产的比例分别达到 21.36%，25.93%和 55.62%。虽然公司大部分应收账款账龄在 1 年以内，账龄较短，应收账款坏账风险较低，且应收账款占总资产比例逐年下降，但期末应收账款余额依然较大，不能完全排除未来应收账款无法收回而产生坏账损失的风险。

公司加强应收账款的回款管理，对不同的客户进行信用等级划分，提高公司的议价能力，降低应收账款的收回风险。

目 录

声 明	2
重大事项提示.....	3
目 录	5
释 义	8
第一章 公司概况.....	9
一、基本情况.....	9
二、股份挂牌情况.....	10
三、股权结构.....	12
四、股本形成及变化情况.....	19
五、公司子公司基本情况.....	23
六、公司重大资产重组情况.....	25
七、董事、监事及高级管理人员情况.....	25
八、公司主要会计数据及财务指标.....	29
九、与本次挂牌有关的机构.....	30
第二章 公司业务.....	32
一、主营业务、主要产品或服务及其用途.....	32
二、主要生产或服务流程及方式.....	40
三、商业模式.....	46
四、与业务相关的关键资源要素.....	47
五、主营业务相关情况.....	53
六、公司所处行业概况、市场规模及行业基本风险特征.....	61

第三章 公司治理	80
一、公司股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况	80
二、公司董事会对公司治理机制建设及运行情况的评估结果	82
三、公司、控股股东及实际控制人最近两年是否存在违法违规及受处罚的情况	84
四、公司独立性情况	84
五、同业竞争	86
六、公司最近两年关联方资金占用和对关联方的担保情况	89
七、董事、监事、高级管理人员相关情况	93
八、未决重大诉讼及仲裁	97
第四章 公司财务	98
一、最近两年一期的资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表	98
二、最近两年一期财务会计报告的审计意见	105
三、报告期内的会计政策、会计估计及其变更情况	105
四、最近两年一期的主要财务指标分析	129
五、报告期主要会计数据	135
六、关联方、关联方关系及交易	168
七、提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	175
八、报告期内资产评估情况	175
九、股利分配政策和历年分配情况	176
十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况	177
十一、公司持续经营风险因素自我评估及公司应对措施计划	177
第五章 有关声明	179

一、挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明	179
二、主办券商声明	179
三、律师声明	181
四、会计师声明	182
五、资产评估师事务所声明	183
第六节 附件	184
一、备查文件	184
二、信息披露平台	184

释 义

除非本文另有所指，下列词语具有的含义如下：

高至影像、公司、本公司	指	广州高至影像科技股份有限公司及其前身广州高坚广告有限公司、广州高至传媒科技有限公司
有限公司	指	广州高至影像科技股份有限公司前身广州高坚广告有限公司、广州高至传媒科技有限公司
股份公司	指	广州高至影像科技股份有限公司
广图、广州图片社	指	广州新闻图片社有限公司
高坚合伙	指	广州市高坚信息科技企业（有限合伙）
“三会”	指	公司股东（大）会、董事会和监事会的统称
“三会”议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
本次挂牌	指	公司申请在全国中小企业股份转让系统挂牌
证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
主办券商、兴业证券	指	兴业证券股份有限公司
律所	指	广东法制盛邦律师事务所
会计师事务所	指	亚太（集团）会计师事务所
评估机构	指	中水致远资产评估有限公司
说明书、本说明书	指	广州高至影像科技股份有限公司公开转让说明书
《审计报告》	指	亚太（集团）会计师事务所就本次挂牌事宜于 2017 年 6 月 1 日出具的“亚会 B 审自（2017）1717 号”《广州高至传媒科技有限公司 2015 年 1 月 1 日—2017 年 3 月 31 日财务报表审计报告》
《公司章程》	指	《广州高至影像科技股份有限公司章程》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2013 年修订）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（2014 年修订）
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
《管理办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》
工商局	指	工商行政管理局
报告期	指	2015 年度、2016 年度、2017 年度 1-3 月
元	指	人民币元（特指除外）

第一章 公司概况

一、基本情况

公司名称：广州高至影像科技股份有限公司

英文名称：Guang Zhou Gao Zhi Photography Technology Co., Ltd

注册资本：人民币 800.00 万元

法定代表人：何志光

有限公司设立日期：2011 年 1 月 7 日

股份公司设立日期：2017 年 6 月 27 日

统一社会信用代码：914401004567920692N

住所：广州市越秀区东华南路 98 号 801 房自编 A、B 单元

电话：020-85284379

传真：020-87394224

电子邮箱：lisa.meng@syzychina.com

公司网址：<http://fotomen.cn/>

董事会秘书：孟莉

所属行业：根据证监会于 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为租赁和商务服务业中的商务服务业（L72）；根据《国民经济行业分类和代码表》（GB/T4754-2011），公司所属行业为广告业（L7240）；根据全国股份转让系统公司《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“L72 商业服务业”下的“L724 广告业”中的小类“7240 广告业”；根据全国中小企业股份转让系统制定的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为广告（行业代码为 13131010）。

经营范围：图书批发；报刊批发；图书、报刊零售；广告业；会议及展览服务；摄影服务；工艺品批发；美术品批发；收藏品批发（国家专营专控的除外）；照相器材批发；其他文化娱乐用品批发；工艺美术品零售；收藏品零售（国家专营专控的除外）；照相器材零售；软件开发；数据处理和存储服务；游戏软件设计制作；地理信息加工处理；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；物联网技术研究开发。

主营业务：广告代理、杂志发行、主题活动策划和摄影器材代理销售。

二、股份挂牌情况

（一）股票挂牌概况

股票代码：【】

股票简称：【】

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00元

股票总量：800万股

挂牌日期：【】

转让方式：协议转让

（二）股东所持股份的限售安排及规定

1、相关法律法规对股东所持股份的限制性规定

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

根据《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第二章 2.8 规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人挂牌前直接或间接持有的股份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份进行过转让的，该股份的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

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

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股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起 1 年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让所持有的本公司股份。”

2、股东所持股份的限售安排

股份公司于 2017 年 6 月 27 日成立，截至本说明书签署之日，股份公司设立未满一年，根据相关法律法规及公司章程的规定，公司股东没有可进行公开转让股份。

截至本说明书签署之日，公司现有股东持股情况及本次可进入全国中小企业股份转让系统公开转让的股票数量如下：

序号	股东名称/姓名	限售股份数（股）	可流通股份数（股）	全部所持股份数（股）
1	何志光	4,950,000	0.00	4,950,000
2	高坚合伙	1,450,000	0.00	1,450,000
3	广州图片社	1,400,000	0.00	1,400,000
4	张南	200,000	0.00	200,000
合计		8,000,000	0.00	8,000,000

（三）股东所持股份的股东对所持股份自愿锁定的承诺

除上述情况，公司股东未就所持股份作出严于公司章程和相关法律法规规定的自愿锁定的承诺。

（四）挂牌后的股份转让安排

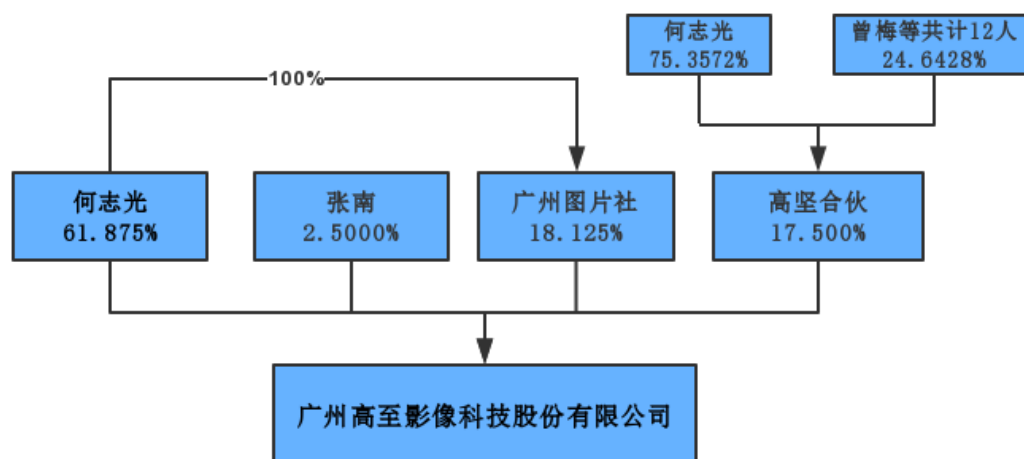
《全国中小企业股份转让系统股票转让方式确定及变更指引（试行）》第二条规定“股票可以采取做市转让方式、协议转让方式或竞价转让方式之一进行转让。挂牌公司提出申请并经全国中小企业股份转让系统有限责任公司同意，可以变更股票转让方式。”

公司于2017年7月13日召开的2017年度公司第一次临时股东大会决议公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌后将采取协议转让的方式。

三、股权结构

（一）公司股权结构图

截止本公开转让说明书签署之日，公司股权结构如下图所示：



（二）控股股东、实际控制人情况

1、公司控股股东

根据《公司法》第二百一十六条第二项规定，控股股东，是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股本总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东。

《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则（试行）》第四十八条的规定，控股股东是指其持有的股份占公司股本总额 50%以上的股东；或者持有股份的比例虽然不足 50%，但依其持有的股份所享有的表决权已足以对股东大会的决议产生重大影响的股东。

截至本说明书签署之日，何志光先生持有公司 61.875%的股份。因此，何志光先生为公司控股股东。

2、实际控制人

公司的实际控制人系何志光先生，理由如下：

（1）截至本说明书签署之日，何志光直接持有公司 4,950,000 股股份，占公司股份总数的 61.875%；通过广州新闻图片社有限公司间接控制公司 1,450,000 股股份，占公司总股本的 18.125%；此外，何志光先生通过高坚合伙间接控制公司 17.50%的股份，作为高坚合伙的普通合伙人，参与高坚合伙的事务管理，构成对高坚合伙的实际控制。何志光共计直接及间接控制公司 97.50%的股份，对公司形成绝对控股。

（2）股份公司成立后何志光先生担任董事长、总经理，实际控制公司的经营管理，能对公司的重大决策、人事任免和经营方针实际产生重大影响。

3、控股股东及实际控制人具体情况

何志光，男，1960 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。

工作经历：1979 年 9 月至 1980 年 5 月于广州东圃公社插队；1980 年 6 月至 1983 年 11 月就职于广州日报社；1983 年 12 月至 1986 年 12 月就职于广东省摄影家协会；1987 年 1 月至 1990 年 7 月就职于广厦摄影器材服务部，担任公司经理；1990 年 8 月至 1996 年 2 月就职于广州市永业贸易有限公司，担任公司经理；1996 年 3 月至 2004 年 6 月就职于广州高坚贸易有限公司，担任公司经理；2004 年 7 月至 2008 年 12 月就职于广州高至文化传播有限公司，担任总经理；2009 年 1 月至 2010 年 12 月就职于广州丰彩高至广告传媒有限公司，担任总经理；2011 年 1 月至 2016 年 7 月就职于广州高坚广告有限公司（公司前身），担任公司执行董事兼总经理；2016 年 8 月至今就职于有限公司，担任

公司执行董事兼总经理；并于 2017 年 6 月 16 日起担任股份公司董事长兼总经理，任期三年。

4、最近两年内，公司实际控制人变化情况

何志光先生在公司 2017 年 6 月完成股份制改制后担任公司董事长和总经理。何志光先生作为公司实际控制人，最近两年未发生变化。

（三）前十名股东或持有公司5%以上股份的主要股东

1、前十名股东或持有5%以上股份的股东的出资情况

序号	股东姓名/名称	持股数量(股)	持股比例(%)	股东性质	是否存在股权质押或其他争议事项
1	何志光	4,950,000	61.875	境内自然人	否
2	广州图片社	1,450,000	18.125	境内法人	否
3	高坚合伙	1,400,000	17.500	境内有限合伙	否
4	张南	200,000	2.500	境内自然人	否
合计		8,000,000	100.000	—	—

2、持有5%以上股份的股东的基本情况

（1）自然人股东

①何志光，男，详见本章之“三、股权结构”之“（二）控股股东、实际控制人情况”介绍。

②张南，女，1974年出生，中国国籍，无境外永久外居留权，毕业于湖北电大财务专业，大专学历。

工作经历：1993年7月至1998年2月，就职于湖北煤矿机械厂，担任会计；1998年3月至1998年7月就职于广州番禺力恒木业制品厂担任会计主管；1998年8月至2002年2月就职于广州乐华电子销售有限公司，担任会计主管；2002年3月至2010年12月就职于摄影之友杂志社，担任财务总监；2011年1月至2016年7月就职于广州高坚广告有限公司（公司前身），担任财务总监，2016年8月起就职于有限公司，担任财务总监；自2017年6月16日起担任股份公司董事兼财务总监，任期三年。

自然人股东为境内自然人，没有在党政机关、事业单位、军队任职；其以往任职单位或现任职单位均没有对担任本公司股东作出任何限制；不存在法律法规、任职单位规定不得担任股东的情形，满足法律法规规定的股东资格条件，不存在主体资格瑕疵问题，股东适格。

（2）非自然人股东

①广州市高坚信息科技企业（有限合伙）

广州市高坚信息科技企业（有限合伙）成立于 2017 年 3 月 9 日，根据广州市越秀区工商行政管理局于 2017 年 3 月 9 日核发的《营业执照》（统一社会信用代码：91440101MA59K6QG6M）、高坚合伙的《合伙协议》及查询全国企业信用信息公示系统（广东），高坚合伙的基本情况如下：

统一社会信用代码	91440101MA59K6QG6M		执行事务合伙人	何志光	
类型	有限合伙企业		成立日期	2017 年 03 月 09 日	
注册资本	420 万元		合伙期限	2037 年 03 月 09 日	
住所	广州市越秀区东华南路 98 号 801 房自编 A 单元				
经营范围	信息技术咨询服务；投资管理服务				
出资情况	序号	合伙人	类别	实缴出资（万元）	出资比例
	1	何志光	普通合伙人	316.50	75.3572%
	2	曾梅	有限合伙人	36.00	8.5714%
	3	张莉华	有限合伙人	21.00	5.0000%
	4	孟莉	有限合伙人	12.00	2.8571%
	5	甄晓辉	有限合伙人	6.00	1.4286%
	6	姬蕊	有限合伙人	6.00	1.4286%
	7	俞蓉	有限合伙人	6.00	1.4286%
	8	乔枫伟	有限合伙人	6.00	1.4286%
	9	潘少扬	有限合伙人	3.00	0.7143%
	10	黄慧婷	有限合伙人	3.00	0.7143%
	11	翟皓俊	有限合伙人	1.50	0.3571%
	12	余文憬	有限合伙人	1.50	0.3571%
	13	周默	有限合伙人	1.50	0.3571%
	合计			420.00	100.00%

根据高坚合伙 2017 年 3 月签订的《合伙协议》、出具的《关于广州市高坚信息科技企业（有限合伙）不属于私募基金管理人（私募基金）之声明与承诺》、《关于广州市高坚信息科技企业（有限合伙）出资份额及不存在代持情况之声明与承诺》以及各合伙人出资银行流水凭证可知，高坚合伙是由公司在职员工

何志光、曾梅、张莉华、孟莉、甄晓辉、姬蕊、俞蓉、乔枫伟、潘少扬、黄慧婷、翟皓俊、余文憬、周默共计 13 名自然人共同设立的员工持股平台。高坚合伙设立的目的是考虑高至传媒吸引与保留优秀管理人才和业务骨干，促进高至传媒长远有效、健康发展，全体合伙人的出资的资金来源均为自有资金，不存在为他人代持，也不存在委托他人持有的情形。

除公司外，高坚合伙不存在对其他企业的投资。自高坚合伙成立至今未进行公开或非公开募集资金，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金、资产由基金管理人管理的情形；不存在担任私募投资基金管理人的情形，也没有担任私募投资基金管理人的计划或安排。高坚合伙不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规范的私募投资基金，无需按规定履行登记备案程序。

②广州新闻图片社有限公司

根据广州市越秀区工商行政管理局于核发的《营业执照》（统一社会信用代码：9144010119043620XJ）、最新有限《公司章程》及查询全国企业信用信息公示系统（广东），广州图片社的基本情况如下：

统一社会信用代码	9144010119043620XJ		法定代表人	何志光	
类型	有限责任公司（自然人独资）		成立日期	1982 年 03 月 20 日	
注册资本	500 万元		营业期限	至长期	
住所	广州市越秀区沿江中路 298 号 A 幢 13 楼 F 房（仅限办公使用）				
经营范围	房屋租赁；贸易代理；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
出资情况	股东姓名/名称	认缴出资 （万元）	实缴出资 （万元）	出资比例	
	何志光	500.00	500.00	100.00%	
	合计	500.00	500.00	100.00%	

广州新闻图片社有限公司前身为广州新闻图片社，系经广州市工商行政管理局批准，由广州市文化局组建成立的国有企业（广州市文化局持有广州新闻图片社 100% 股权），成立于 1982 年 3 月 20 日，注册资本人民币 50 万元，法定代表人为华小聪，住所为广州市越秀区解放北路 863 号二楼 201 房，经营范围包括批发、零售：新闻图片、摄影作品、照相器材、感光胶片、感光纸、摄影洗印用化学品、文化用品。摄影。修理照相机、复印、打印。

2006年6月广州图片社委托广州中天衡资产评估有限公司对其拟转制而涉及之资产和负债进行评估。2006年6月15日，广州中天衡资产评估有限公司出具了编号为“中天衡评字[2006]第073号《广州新闻图片社改制涉及资产之评估项目资产评估报告书》”。报告显示，该评估机构对广州新闻图片社2006年4月30日的市场价值进行了分析估算，得出结论为：广州新闻图片社账面所列示之净资产于2006年4月30日的市场价值为人民币460.54万元，含待处理资产损失人民币29.91万元。

广州市财政局财政征管分局于2006年7月19日出具编号“穗财征管字[2006]155号”《关于广州新闻图片社产权转让的复函》，函复广州市文化局：“一、同意你局将广州新闻图片社的国有产权整体转让；二、请你局按照《企业国有产权转让管理暂行办法》（国务院国资委、财政部令第3号）的要求，到广州市产权交易所办理有关手续，及时收取国有股权转让收入；三、产权转让所涉及的国有资产收益收缴问题，按市政府穗府[2001]9号文的规定办理；四、转让完成后，请及时来我局办理国有其产产权相关登记手续。”

广州新闻图片社通过广州产权交易所公开拍卖转让股份，受让方为何志光，转让价格为570万元，受让方同时负责清偿企业负债和欠缴医疗费公积394.3万元。广州产权交易所2006年10月16日出具《企业产权交易证明》显示，受让方何志光以人民币570万元受让广州新闻图片社100%股权，并在签订《成交确认书》后7个工作日内向广州产权交易所支付全部标的受让价款。

广州市文化局于2007年8月30日出具编号“穗文化[2007]299号”《关于同意办理企业转制变更登记的通知》，函复广州新闻图片社，“根据市委宣传部《关于<广州新闻图片社产权转让方案>、<关于解决广州新闻图片社和广州文化器材公司转制人员安置经费的方案>的批复》（穗宣复[2005]9号、广州市财政局财政征管分局《关于广州新闻图片社产权转让的复函》（穗财征管字[2006]155号）以及市财政局《关于解决广州新闻图片社和广州文化器材公司转制人员安置经费的复函》（穗财教[2006]1号）的意见），你单位转制基准日为2004年7月1日，核准的净资产评估值为4,605,446.89元，资产转让所得全部用于解决你社和广州文化器材公司转制人员安置。请你们严格按照有关政策和程序，规范操作，并及时办理企业转制相关的注销和变更登记手续。”

广州市文化局于 2007 年 11 月 12 日出具编号“穗文化[2007]385 号”《关于广州新闻图片社转制相关问题的通知》，函复广州新闻图片社，“根据中央和省、市委关于文化体制改革的部署，我局同意并经市文化体制改革试点工作联席会议、市委宣传部和市财政局财政征管分局批准，你单位实施整体产权转让改革，转制基准日为 2004 年 7 月 1 日，评估核准企业净资产值为 4,605,446.89 元。按照国务院《企业国有产权转让管理暂行办法》的规定和程序，你单位国有产权于 2006 年 10 月 16 日通过广州产权交易所公开拍卖转让，受让方为何志光，转让价格为 570 万元，受让方同时负责清偿企业负债和欠缴医疗费等共计 394,300 元。你单位转让所得全部用于解决你社和广州文化器材公司转制人员安置。请你们严格按照有关政策和程序，规范操作，并及时办理企业转制相关的注销和变更登记手续。”

何志光先生通过广州产权交易所公开竞价方式以 570 万元竞得广州图片社 100%股权。根据有关协议、章程的规定，广州新闻图片社以截止 2006 年 4 月 30 日的净资产 460.54 万元作为注册资本，出资组建广州新闻图片社有限公司，其中：何志光先生出资人民币 460.54 万元整，占注册资本 100%，出资方式为净资产。

广州新闻图片社改制为有限公司，已履行资产评估及评估项目核准程序等，且广州市文化局已批准广州新闻图片社的国有股权设置方案。国有股权变动合法合规，不存在国有资产流失的情况。

（3）公司股东适格性

公司现有股东不存在法律、法规、规章及规范性文件规定的不适合担任股东的情形，满足法律、法规规定的股东资格条件，不存在主体资格瑕疵问题，全体股东适格。

（4）公司及股东私募投资基金备案情况

公司及现有股东不存在需要根据《证券投资基金法》、《私募监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行 备案登记程序的私募投资基金管理人或私募投资基金。

（四）公司现有股东之间的关联关系

公司股东中，公司自然人股东何志光持有广州新闻图片社有限公司 100%股

权，另持有高坚合伙 75.3572%出资额并担任其普通合伙人。

除此之外，截至本说明书签署日公司其他股东之间不存在关联关系。

（五）公司股份受限制的情况

根据《公司法》第一百四十一条、《业务规则》第二章第八条及《公司章程》第二十四条，股份公司发起人所持有的股份公司的股份，自股份公司成立之日起一年内不得转让。

股份公司成立于 2017 年 6 月 27 日，截至本公开转让说明书签署之日，股份公司成立未满一年，股份公司发起人所持有的股份不可对外转让。

除上述情形外，公司各股东股份不存在质押等转让限制情形、亦不存在股权纠纷与潜在纠纷。

四、股本形成及变化情况

自有限公司设立至本公开转让说明书出具之日，公司经历了 2 次增资和 1 次整体变更，历次出资形式均为货币。整体变更为股份公司时以经审计的净资产折股。公司历次股权变动均经过公司内部决策程序审议，签订了相关协议，并办理了工商登记，出资和股权变动程序合法合规。具体情况如下：

（一）2011 年 1 月，有限公司设立

有限公司设立时名称为广州高坚广告有限公司，系由何志光和张南两位股东于 2011 年 1 月共同出资设立。设立时，公司注册资本为 100 万元，其中，何志光以货币出资 95 万元，占注册资本的 95.00%；张南以货币出资 5 万元，占注册资本的 5.00%。

2010 年 12 月 30 日，广州新穗动会计师事务所有限公司出具“新穗验字[2010]165 号”《验资报告》，验证：截止 2010 年 8 月 19 日，有限公司已经收到股东何志光实际缴纳出资额人民币 95 万元，张南实际缴纳出资额人民币 5 万元，股东缴纳的注册资本合计 100 万元，占注册资本总额的 100%，各股东全部以货币出资。

有限公司于 2011 年 1 月 7 日取得广州市工商行政管理局天河分局出具的

《企业开业通知书》，核发的注册号为 440106000356715，住所为广州市天河区五山路 483 号华南农业大学教学一区 7 号楼 211、212 房，法定代表人是张南，注册资本 100.00 万元。

有限公司设立时的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	持股比例（%）	出资方式
1	何志光	95.00	95.00	95.00	货币
2	张南	5.00	5.00	5.00	货币
合计		100.00	100.00	100.00	-

（二）2014 年 11 月，有限公司第一次增资

2014 年 10 月 20 日，有限公司召开股东会并形成决议，审议通过：同意增资 400 万元，注册资本增加至 500 万元，增资 400 万元均由股东何志光一人出资，出资方式为货币。同意修改公司章程。

本次增资情况具体如下表：

序号	增资人	增资总额 (万元)	认缴出资额 (万元)	增资价格 (元/出资)	增资方式
1	何志光	400.00	400.00	1.00	货币
合计		400.00	400.00	—	—

2014 年 10 月 27 日，广州市新东越会计师事务所有限公司出具了新东越验字（2014）第 044 号的《验资报告》，审验：截至 2014 年 10 月 22 日，有限公司已收到股东何志光实际缴纳新增出资人民币 400 万元，占新增注册资本的 100%，出资方式为货币。变更后的累积注册资本实收金额为人民币 500.00 万元。

2014 年 11 月 14 日，广州市工商行政管理局越秀分局核准了有限公司上述增资事宜。

本次增资后，有限公司股权结构为：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	持股比例（%）	出资方式
1	何志光	495.00	495.00	99.00	货币
2	张南	5.00	5.00	1.00	货币
合计		500.00	500.00	100.00	-

（三）2017 年 3 月，有限公司第二次增资

2017年3月16日，有限公司通过股东会决议：（1）公司原股东为何志光、张南，现增加股东广州新闻图片社有限公司、广州市高坚信息科技企业（有限合伙）；（2）公司原注册资本为人民币500万元，现增加注册资本至800万元。（3）其中：张南新增出资45万元，15万元计入公司注册资本，30万元计入资本公积金，持股比例为2.5%；（4）广州新闻图片社有限公司新增出资435万元，145万元计入公司注册资本，290万元计入资本公积，持股比例为18.12%；（5）广州市高坚信息科技企业（有限合伙）新增出资420万元，140万元计入公司注册资本，280万元计入资本公积，持股比例为17.5%。

本次增资情况具体如下表：

序号	增资人	增资总额 (万元)	认缴出资额 (万元)	实际出资额 (万元)	增资价格 (元/出资)	增资方式
1	张南	15.00	15.00	45.00	3.00	货币
2	广州图片社	145.00	145.00	435.00	3.00	货币
3	高坚合伙	140.00	140.00	420.00	3.00	货币
合计		300.00	300.00	900.00	—	—

2017年3月21日，广州市新东越会计师事务所有限公司出具了“新东越验字（2017）第009号”《验资报告》，经审验：

（1）截至2017年3月21日止，有限公司已收到张南、广州市高坚信息科技企业（有限合伙）、广州新闻图片社有限公司投资款人民币900万元整，其中：注册资本人民币300万元整，计入资本公积600万元整，新增实收资本占新增注册资本100%；（2）股东张南实际缴纳出资额人民币45万元整，均为货币出资，实收资本人民币15万元，资本公积30万元；（3）股东高坚合伙实际缴纳出资额人民币420万元，均为货币出资，实收资本人民币140万元，资本公积280万元；（4）股东广州图片社实际缴纳出资额人民币435万元，均为货币出资，实收资本人民币145万元，资本公积290万元；（5）增资后全体股东累积实缴注册资本人民币800万元整，其中：何志光出资495万元整，占注册资本61.875%；张南出资20万元整，占注册资本2.5%；高坚合伙出资140万元，占注册资本17.5%；广州图片社出资145万元整，占注册资本18.125%。

本次增资完成后，有限公司股东出资及股权结构变更为：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	何志光	495.00	61.875	货币

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
2	广州图片社	145.00	18.125	货币
3	高坚合伙	140.00	17.500	货币
4	张南	20.00	2.500	货币
合计		800.00	100.000	——

说明：公司此次增资定价是预估 2017 年 3 月公司净资产大概在每股 3 元，故与增资各方协商确定增资定价为每股 3 元，实际经评估后公司截至 2017 年 3 月 31 日净资产为 26,007,491.60 元，折合每股 3.2466 元。其中：张南等共计 13 名公司的员工新增认购本公司 5.81% 的股份，共投入 1,394,997.60 元，员工入股部分的 5.81% 股权公允价值为 1,511,682.85 元，因此，确认本期股份支付金额为 116,685.25 元。

（四）2017 年 6 月，有限公司整体变更为股份有限公司

（1）2017 年 5 月 31 日，广州市工商行政管理局出具了《企业名称自主申报告知书》（编号：91201705310123），同意公司名字核准为“广州高至影像科技股份有限公司”。

（2）2017 年 6 月 1 日，亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具了亚会 B 审字（2017）1717 号标准无保留意见的《审计报告》，确认截止 2017 年 3 月 31 日止，有限公司经审计的账面净资产为 2,597.24 万元；

（3）2017 年 6 月 1 日，中水致远资产评估有限公司出具了“中水致远评报字[2017]第 080011 号”《广州高至传媒科技有限公司拟改制为股份公司涉及其账面净资产价值项目资产评估报告》，有限公司在评估基准日 2017 年 3 月 31 日经评估的净资产值为 2,602.57 万元。

（4）2017 年 6 月 1 日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意作为发起人，同意根据亚太（集团）会计师事务所于 2017 年 6 月 1 日出具的以 2017 年 3 月 31 日为基准日的亚会 B 审字（2017）1717 号审计报告审计的净资产折股，折合股份公司的股本总额 800 万股（每股面值人民币一元），其余净资产 17,972,417.16 元计入股份有限公司的资本公积。发起人按与原持有有限公司的相同股权比例，持有股份公司的相应股份，将有限公司整体变更为股份公司。

（5）2017 年 6 月 16 日，有限公司召开职工大会并作出决议，选举潘少扬为股份公司第一届监事会职工代表监事。

(6) 2017年6月16日，股份公司全体发起人依法召开了股份公司创立大会暨第一次股东大会，选举产生了第一届董事会成员及第一届监事会非职工代表监事成员。

(7) 2017年6月16日，亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）出具亚会B验字（2017）0177号《验资报告》，经审验，截至2017年3月31日，有限公司已收到全体股东以其拥有的广州高至传媒科技有限公司的净资产25,972,417.16元（大写：贰仟伍佰玖拾柒万贰仟肆佰壹拾柒圆壹角陆分），全体股东确认将该净资产中的人民币8,000,000.00元折合为贵公司（筹）的股本8,000,000.00股，每股面值为人民币1元，其余净资产人民币17,972,417.16元计入贵公司（筹）的资本公积。整体变更后贵公司（筹）的注册资本为8,000,000.00元，股份总数为8,000,000.00股。

(8) 2017年6月27日，广州市工商行政管理局对股份公司核发了《企业法人营业执照》，统一社会信用代码：914401004567920692N，住所：广州市越秀区东华南路98号801房自编A、B单元。法定代表人为何志光，注册资本为800万元。公司类型为其他股份有限公司（非上市）。经营范围：图书批发；报刊批发；图书、报刊零售；广告业；会议及展览服务；摄影服务；工艺品批发；美术品批发；收藏品批发（国家专营专控的除外）；照相器材批发；其他文化娱乐用品批发；工艺美术品零售；收藏品零售（国家专营专控的除外）；照相器材零售；软件开发；数据处理和存储服务；游戏软件设计制作；地理信息加工处理；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；物联网技术研究开发。

至此，股份公司股权结构如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
1	何志光	4,950,000	61.875	净资产
2	广州图片社	1,450,000	18.125	净资产
3	高坚合伙	1,400,000	17.500	净资产
4	张南	200,000	2.500	净资产
合计		8,000,000	100.000	——

(五) 有限公司从广州股权交易中心摘牌的情况说明

公司股票于 2016 年 12 月 26 日在广州股权交易中心挂牌（股权代码：891421，股权简称：高至传媒），于 2017 年 5 月 23 日终止挂牌。

1、广州股权交易中心系服务于广东全省的区域性股权交易市场，经广东省人民政府批准和工商行政管理部门核准设立，符合法律规定。广州股权交易中心不从事产权交易、文化艺术品交易和大宗商品中远期交易，也没有进行证券期货交易活动，不属于《国务院关于清理整顿各类交易场所切实防范金融风险的决定》（国发[2011]38 号）要求的需要予以清理整顿的交易场所。

广州股权交易中心按照国发[2011]38 号文第一条的要求，建立健全了规章制度，能够严格遵守信息披露、公平交易和风险管理等各项规定，建立起了与风险承受能力、投资知识和经验相适应的投资者管理制度，提高投资者风险意识和辨别能力，能够切实保护投资者合法权益。广州股权交易中心不存在国发[2011]38 号文禁止的“任何交易场所均不得将任何权益拆分为均等份额公开发行，不得采取集中竞价、做市商等集中交易方式进行交易；不得将权益按照标准化交易单位持续挂牌交易”等情形。

综上所述，公司挂牌的广州股权交易中心是符合《国务院关于清理整顿各类交易场所切实防范金融风险的决定》（国发〔2011〕38 号）要求的区域性股权转让市场。

2、公司在广州股权交易中心挂牌期间未进行股份转让和增发行为，不存在公开发行或变相公开发行股份的情形，公司股份不存在纠纷或潜在纠纷。公司不存在“最近 36 个月内未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行过证券”；或者“违法行为虽然发生在 36 个月前，目前仍处于持续状态”的情形，不存在违反国发[2011]38 号的行为，符合《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》规定的“股权明晰，股票发行和转让行为合法合规”挂牌条件。

3、为了本次全国中小企业股份转让系统挂牌，公司在 2017 年 5 月向广州股权交易中心提出了摘牌的申请并得到同意批复。2017 年 5 月 23 日，广州股权交易中心发布《关于广州高至传媒科技有限公司终止挂牌的公告》（广股交发〔2017〕66 号），内容如下：“广州高至传媒科技有限公司（股权代码：891421，股份简称：高至传媒）经公司股东会决议同意，于 2017 年 5 月 23 日向我中心申

请终止挂牌。根据《广州股权交易中心有限责任公司股份转让业务管理暂行办法》第五十四条规定，广州股权交易中心同意即日起，终止广州高至传媒科技有限公司挂牌。”

据此，公司已完成从广州股权交易中心摘牌的工作。

五、公司的子公司、参股公司、分公司的基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在子公司、参股公司，目前拥有一家北京分公司。

1、分公司基本情况

北京分公司基本情况如下：

公司名称	广州高至传媒科技有限公司北京分公司
统一社会信用代码	91110105MA008RMK85
企业类型	有限责任公司分公司
负责人	张莉华
成立日期	2016年10月11日
住所	北京市朝阳区安华里五区21号楼三层3302内320号
经营范围	技术推广服务

公司设立分公司目的在于开拓北京地区业务，自设立至2017年2月并未实际对外开展经营，目前分公司合法、正常运营。

六、公司重大资产重组情况

经核查，公司自设立以来未发生过重大资产重组。

七、董事、监事及高级管理人员情况

（一）公司董事基本情况

公司董事会由何志光、张南、张莉华、孟莉、曾梅五位董事组成，其中何志光为董事长。具体情况如下：

1、何志光，简历详见本节之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东及实际控制人简历情况”的介绍。

2、张南，女，1974 年出生，中国国籍，无境外永久外居留权，毕业于湖北电大财务专业，大专学历。

工作经历：1993 年 7 月至 1998 年 2 月，就职于湖北煤矿机械厂，担任会计；1998 年 3 月至 1998 年 7 月就职于广州番禺力恒木业制品厂担任会计主管；1998 年 8 月至 2002 年 2 月就职于广州乐华电子销售有限公司，担任会计主管；2002 年 3 月至 2010 年 12 月就职于摄影之友杂志社，担任财务总监；2011 年 1 月至 2016 年 7 月就职于广州高坚广告有限公司（公司前身），担任财务总监，2016 年 8 月起就职于有限公司，担任财务总监；自 2017 年 6 月 16 日起担任股份公司董事兼财务总监，任期三年。

3、张莉华，女，1972 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久外居留权，1995 年毕业于山西大学汉语言文学专业，获得文学学士，本科学历。

工作经历：1995 年 7 月至 2000 年 5 月就职于人民摄影报社，担任编辑部编辑；2000 年 5 月至 2004 年 5 月就职于易拍网，担任新闻资讯中心新闻主管；2004 年 5 月至 2006 年 5 月就职于法制晚报社，担任图片中心图片编辑；2006 年 5 月至 2008 年 4 月就职于摄影之友杂志社担任副主编，2008 年 4 月至 2016 年 7 月就职于广州高坚广告有限公司（公司前身）担任内容中心总监，2016 年 8 月起就职于有限公司，担任图片内容中心总监；自 2017 年 6 月 16 日起担任股份公司董事，任期三年。

4、孟莉，女，1978 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1999 年毕业于东北大学会计电算化专业，2008 年获香港大学 SPACE 学院整合营销传播专业研究生文凭，2015 年至 2017 年期间于香港大学中国商业学院企业财务与投资管理研究生班（在职）参加学习。

工作经历：1999 年 9 月至 2000 年 8 月就职于青岛大统纺织开发有限公司；2000 年 9 月至 2003 年 8 月就职于青岛海尔丰彩印刷有限公司，担任办事处经理；2003 年 9 月至 2004 年 12 月就职于青岛海尔文化发展有限公司，担任总经理助理；2004 年 12 月至 2013 年 1 月就职于广州华彩文化咨询有限公司，担任副总经理；2013 年 1 月至 2015 年 5 月就职于江门市新会伟邦服饰制衣有限公司，担任副总经理；2015 年 5 月至 2016 年 8 月就职于广州合悦邑互联网服务有限公司，担任总经理；2016 年 8 月起就职于有限公司，担任总经理助理；自 2017 年 6 月 16 日起担任股份公司董事兼董事会秘书，任期三年。

5、曾梅，女，1970年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1995年毕业于北京工业大学计算机应用专业，大专学历。

工作经历：1994年5月至1997年5月就职于赛迪集团北京天利电子技术公司；1997年5月至2002年5月就职于赛迪集团新天利电子技术公司北京分公司，担任公司经理；2002年5月至2005年5月就职于赛迪集团数字生活杂志，担任市场总监；2005年6月至2008年12月就职于广州高至文化传播有限公司，担任策划营销部副总监；2009年1月至2010年12月就职于广州丰彩高至广告传媒有限公司担任策划营销部副总监；2011年1月至2016年7月就职于广州高坚广告有限公司（公司前身）担任策划营销部总监；2016年8月起就职于有限公司，担任策划营销部总监；自2017年6月16日起担任股份公司董事，任期三年。

（二）公司监事基本情况

监事会由翟皓俊、潘少扬、黄慧婷三名监事组成，其中，潘少扬为职工代表监事，监事会主席为潘少扬。具体情况如下：

1、翟皓俊，男，1985年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历，2017年3月起于上海东华理工大学工商管理专业本科（在职）参与学习。

工作经历：2005年1月至2008年12月就职于广州高坚贸易有限公司，担任业务部销售经理；2009年1月至2016年7月就职于广州新闻图片社有限公司，担任业务部销售经理；2016年8月至今就职于有限公司，担任业务销售经理；自2017年6月16日起担任公司监事，任期三年。

2、潘少扬，男，1964年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。

工作经历：1981年9月至1997年6月从事个体户经营；1997年7月至2008年12月就职于广州市高坚贸易有限公司，担任仓库主管；2009年1月至2016年7月就职于广州新闻图片社有限公司，担任仓库主管；2016年8月至今就职于有限公司，担任仓库主管；自2017年6月16日起担任公司监事，任期三年。

3、黄慧婷，女，1970年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1994年毕业于广州市经济管理干部学院财务会计专业，大专学历。

工作经历：1994年9月至1998年9月就职于广州越星鞋业有限公司，担任财务部成本会计；1998年10月至2001年12月就职于广州保赐利贸易有限公司，担任财务部主办会计；2002年1月至2009年1月就职于广州南边润滑油有限公司担任财务部主办会计；2009年2月至2010年12月就职于广州丰彩高至广告传媒有限公司，担任财务部财务会计；2011年1月至2016年7月就职于广州高坚广告有限公司（公司前身）担任财务部会计；2016年8月至今，就职于有限公司，担任财务部会计；自2017年6月16日起担任公司监事，任期三年。

（三）公司高级管理人员基本情况

公司高级管理人员共计3名，包括：总经理1名，由何志光先生担任；财务总监1名，由张南女士担任；董事会秘书1名，由孟莉女士担任。高级管理人员任期均为三年，自2017年6月16日始。具体情况如下：

1、总经理，何志光，简历详见本节之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东及实际控制人简历情况”的介绍。

2、财务总监，张南，简历详见本节之“六、公司董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）公司董事基本情况”的介绍。

3、董事会秘书，孟莉，简历详见本节之“六、公司董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）公司董事基本情况”的介绍。

（四）公司董事、监事、高级管理人员任职资格

公司现任董事、监事、高级管理人员不存在任职资格方面的瑕疵，最近24个月内不存在以下重大违法违规行为：

1、《公司法》第146条规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形；

2、被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期；

3、最近三年内受到中国证监会的行政处罚，或者最近一年内受到证券交易所公开谴责；

4、因违反国家法律、行政法规、规章、自律规则的行为，受到适用重大违法违规情形的行政处罚；

5、因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

八、公司最近两年一期主要会计数据及财务指标简表

公司最近两年及一期的财务报告已经会计师审计，并出具亚会 B 审字（2017）1717 号标准无保留意见的《审计报告》，公司主要财务数据及财务指标如下：

财务指标	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资产总计（万元）	3,085.85	2,988.82	2,325.33
股东权益合计（万元）	2,597.24	1,720.95	1,485.68
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	2,597.24	1,720.95	1,485.68
每股净资产（元）	3.2466	3.4419	2.9714
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（万元）	3.2466	3.4419	2.9714
资产负债率（母公司）	15.83	42.42	36.11
流动比率（倍）	6.22	2.32	2.74
速动比率（倍）	3.20	1.15	1.93
财务指标	2017 年度 1 至 3 月	2016 年度	2015 年度
营业收入（万元）	672.90	2,316.66	2,406.12
净利润（万元）	-35.38	235.27	244.54
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-35.38	235.27	244.54
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-26.30	223.69	237.51
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）	-26.30	223.69	237.51
毛利率（%）	34.99	48.56	46.52
净资产收益率（%）	-2.08	14.67	17.94
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-1.54	13.95	17.42
基本每股收益（元/股）	-0.07	0.47	0.49
稀释每股收益（元/股）	-0.07	0.47	0.49
应收帐款周转率（次）	0.94	2.24	1.75

存货周转率（次）	1.67	6.86	41.61
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-304.87	285.90	293.06
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.61	0.57	0.59

上述财务指标的计算方法如下：

1、毛利率=（营业收入-营业成本）÷营业收入×100%

2、加权平均净资产收益率=净利润÷加权平均净资产×100%

3、加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益）=（净利润-非经常性净损益）÷加权平均净资产

4、资产负债率=负债总额÷资产总额×100%

5、流动比率=流动资产÷流动负债

6、速动比率=速动资产÷流动负债

7、应收账款周转率=营业收入÷期初期末平均应收账款（扣除坏账准备）

8、存货周转率=营业成本÷期初期末平均存货（扣除存货跌价准备）

9、净资产收益率和每股收益的计算公式均遵循《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的有关规定。股份制改造当年，按照折股后股本数量从期初开始模拟，计算当年的每股收益。

10、公司在有限公司阶段的，计算的每股指标，模拟的股本数为有限公司阶段的实收资本数。

公司不存在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况，稀释每股收益等于每股收益。

九、与本次挂牌有关的机构

（一）主办券商

名称	兴业证券股份有限公司
法定代表人	兰荣
住所	福建省福州市湖东路 268 号
联系电话	0591-38281888
传真	0591-38507766
项目经办人员	项目负责人：华运钰
	项目小组成员：华运钰、周晨曦、龙洁

(二) 律师事务所

名称	广东法制盛邦律师事务所
负责人	吴翔
住所	广州市天河区天河路 385 号太古汇一座第 31 层
联系电话	020-38870111, 020-38870185
传真	020-38870222
经办律师	张锡海、李家伟

(三) 会计师事务所

名称	亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）
法定代表人	王子龙
住所	北京市西城区车公庄大街 9 号院 1 号楼（B2）座 301 室
联系电话	010-88312386
传真	010-88386116
经办会计师	曹代晴、吴平权

(四) 资产评估机构

名称	中水致远资产评估有限公司
法定代表人	蒋建英
住所	北京市海淀区上园村 3 号北京交通大学西门知行大厦七层
联系电话	020-38963239
传真	020-38963399
经办评估师	朱小冰、傅莹

(五) 证券登记结算机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
住所	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦五层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

(六) 证券交易场所

名称	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
法定代表人	谢庚
住所	北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦
联系电话	010-63889512
传真	010-63889514

第二章 公司业务

一、主营业务、主要产品或服务及其用途

（一）主营业务

公司经营范围：图书批发；报刊批发；图书、报刊零售；广告业；会议及展览服务；摄影服务；工艺品批发；美术品批发；收藏品批发（国家专营专控的除外）；照相器材批发；其他文化娱乐用品批发；工艺美术品零售；收藏品零售（国家专营专控的除外）；照相器材零售；软件开发；数据处理和存储服务；游戏软件设计制作；地理信息加工处理；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；物联网技术研究开发。

公司主营业务：公司是一家专注于摄影媒体资源开发与经营、摄影器材代理销售的摄影专业市场第三方综合服务公司，公司主营业务是广告代理、杂志发行、主题活动策划和摄影器材代理销售。公司主要以摄影领域的专业知识、专业技能为核心，通过《摄影之友》杂志和公司自有多个微博账号、微信公众号等新媒体开展广告代理业务，为摄影器材企业与摄影爱好者搭建起沟通交流的平台，并以此促进摄影器材的销售及发展公司其他创新型摄影相关服务。

公司以“享受影像生活”为服务核心目标，构建了一个拥有自营摄影类微博粉丝关注量680万、自营摄影类微信粉丝关注量56万、代理摄影杂志年度销量90万册、服务国内外摄影器材及周边品牌近100家，贯穿了专业影像产业链内的客户端及企业端的媒体传播矩阵。公司围绕摄影爱好者和摄影器材品牌打造线上新媒体、线下杂志和主题活动等多种沟通渠道，提供以满足客户在“品牌”和“产品”为核心延伸出的一站式综合服务。经过多年的发展，公司在全国专业摄影领域中享有一定的声誉。

自成立以来，公司一直从事专业摄影领域的媒介传播服务（广告代理、杂志发行、主题活动策划、摄影器材代理销售），公司2015年度、2016年度、2017年1-3月份的主营业务收入分别为24,061,241.46元，23,166,569.11元、6,728,965.34

元，主营业务收入占营业收入比重均为100%，主营业务明确，公司自设立以来主营业务未发生重大变动。

（二）主要服务及用途

公司所提供的服务主要包括广告代理、杂志发行代理、主题活动策划、摄影器材代理销售这四大类，具体如下：

1、广告代理

报告期内，公司的广告代理服务主要是指独家代理《摄影之友》杂志的广告发布、以及公司自营微博账号、微信公众号上的广告发布。公司已经度过了从传统媒体向新媒体转型的早期阶段，完成了线下杂志与线上移动互联双轮驱动的新时期广告传播渠道部署，公司以全国知名的专业摄影杂志《摄影之友》和“摄影之友”微博、“影像视觉”微博、“摄影之友”微信、“影像讲堂”微信、“鱼眼视频”微信、“视觉博物”等自媒体账号为载体，为有广告投放需求的品牌客户提供媒体投放渠道，进而获取收入、利润和现金流。公司业务人员凭借多年的客户积累，通过拜访面谈和电话沟通等方式明确客户广告投放计划和广告发布需求，形成合同后将信息转交给公司图片中心进行传播策略制定和广告设计制作，最终以企业产品硬广、企业活动发布及其他互动性内容在杂志和新媒体上发布来获得相应的广告代理收益。报告期内，公司的广告代理业务基本覆盖了摄影器材业界的一流企业，如尼康、佳能、奥林巴斯、索尼等，公司与这些广告客户取得了长期稳定的合作关系，这些国际著名的专业摄影器材企业也通过公司的广告投放服务获得了持续的行业影响力。由于摄影功能在新科技产品中的诸多应用，以及整个社会对摄影人群专业消费力的认可，泛影像类数码科技和汽车企业的广告投放也呈上升趋势，比如 OPPO 手机、美图手机、努比亚手机、吉利博瑞汽车、宝马汽车等，一定程度上拓宽了公司的广告客户类别。

公司为客户提供的广告展示案例如下：

杂志硬广案例



微博、微信案例



手机影像案例



特别报道



2、杂志发行代理

公司的杂志发行代理是指推广、批发和销售专业摄影杂志《摄影之友》。

《摄影之友》杂志国内统一连续出版物号：CN44-1074，为全国知名的专业摄影级刊物，由广东岭南美术出版社主办出版，面向全国的摄影爱好者公开发行，每月发行2期，全年共计发行24期，是国内目前订阅用户数量最多的摄影类杂志。

志。该杂志主内容要分为“资讯”、“名家”、“灵感”、“专题”、“专业建议和互动”以及“器材装备体验和测评”等，拥有目前国内摄影杂志中信息量最大的资讯和读者互动版块。公司拥有出版物经营许可证：新出发批字第 4401100510 号，通过采取邮局订阅、报摊零售和网店销售等形式，在全国的邮政报刊亭、机场、高铁站和其他报刊售卖点均有销售，公司借由代理并制作此杂志的广告，广泛接触全国的专业摄影爱好者，通过代理《摄影之友》杂志的发行并持续推广杂志进而获取销售收益，公司每年均会进行专项市场调研，从而帮助杂志社得到读者调查问卷和电话访谈的信息反馈，持续提升内容、印刷和包装质量，保证到货时间，并结合反馈制定每季度的市场促销和推广计划。



3、主题活动策划

公司在多年的摄影专业领域媒介服务开展过程中，逐渐累积起了成百上千万的摄影爱好者的忠实粉丝群；此外，公司在摄影行业的多年深耕，也在行业内建立起了深度的人脉资源，著名的摄影大师和评论家、一线的摄影器材企业和国际性的摄影展会均与公司建立了多年的良好互动及合作关系。为了更好的进行摄影器材品牌与摄影爱好者、摄影爱好者与摄影大师、摄影大师与摄影器材品牌之间良性沟通互动，公司除了在杂志和新媒体（微博、微信、短视频、语音直播等）上宣传互动外，也经常合作推出摄影主题活动，这些活动主要由

相关品牌厂商、政府机构等单位出资，以摄影为主题在创造摄影爱好者群体互动沟通良好氛围的同时，达到为相关品牌厂商、政府机构等单位进行品牌宣传、信息传播的作用。

公司所主要策划的主题活动，主要分为以下几个大类：

（1）摄影讲座沙龙活动

这一类型的活动是公司主题活动组织中最为常规化的一种，历年来公司举办了多次摄影讲座的沙龙活动，如《索尼 A7 II 广州分享会课程》、《路虎车友俱乐部摄影分享会》、《摄影大师 AMOS 大动物摄影讲座分享会》等，这些活动或由专业摄影器材厂商提供赞助、或由拟吸引摄影发烧友这个高净值客户群体的品牌客户提供资金支持。公司集结了国内外的专业摄影家，提供优质的摄影文化和技术讲座体系，通过讲座沙龙中摄影大咖们的经验分享、装备实操以及互动讨论，让摄影爱好者得到最直接的学习体验，增进交流，同时也达到了宣传相关赞助品牌的效果。目前，公司正致力于打造“影像讲堂”这一系列培训品牌，制定了一套适合摄影爱好者的完整学习体系，主要由线下沙龙+视频教程+直播课堂+作业点评+实战考核+授权认证等部分有机组成，跨域地理界限，任何人都可以得到摄影圈金字塔专业导师的教学，随时随地一键开始学习。其中，“鱼眼视频”板块用年轻人喜欢的方式播报摄影圈内趣事，让受众在娱乐之余也能在摄影文化上有所收获。每集时长 4-5 分钟，平均播放量 450 万，覆盖人群 2200 万，是网络热度较高的影像文化科普栏目，获得“千聊”平台颁发的“摄影类知识服务贡献奖”。摄影课程的核心是实践，通过导师多维度的知识介绍和产品展示，摄影爱好者得到新知识、产品得到全方位展示，厂商与终端用户之间直接的信息互通，体现公司在组织资源、媒介促销方面的能力，多方共赢。

摄影讲座沙龙活动案例



(2) 专业摄影比赛活动

摄影是分享的艺术，摄影爱好者总是通过各种途径来展现自己的摄影作品，参加各种级别的摄影比赛及时，既能够切磋技艺、寻求共鸣，一朝得奖又能反哺自己的摄影创作。顺应摄影爱好者的这一诉求，公司也筹办了多次主题专业摄影比赛活动，这些活动有的与当地政府进行合作，如与中山市坦洲镇政府合作的“活力坦洲镇，浪漫金斗湾”摄影大赛，在举办摄影比赛之余也带动了当地旅游行业的发展；有的与高端奢侈品牌进行合作，如浪琴杯马术摄影大赛；公司的这些专业摄影比赛活动与教学沙龙活动有机结合，为广大摄影爱好者提供了实操检验自身水平、切磋互动提高技艺的最佳平台，同时也使得相关赞助品牌通过比赛扩大了自身在高净值人群中的影响力。

专业摄影比赛活动案例



(3) 户外摄影主题活动

摄影作为一项主要以拍摄对象为主要参照物的活动，在室内课堂互动的同时，更多的需要到户外当中，接触更广泛的景别、获得更为实际的拍摄经验，公司根据摄影活动的这一特点，也会联合赞助企业共同举办户外摄影主题活动，这些活动能吸引到相当数量的高净值人士，所对接的活动赞助资源也更加多元化，如中银私享摄影荟活动中对接的金融类企业、北京首届复古骑行大会活动中对接的时尚品牌等等，户外活动所瞄准的人群与相关品牌之间的联系更加紧密，所达到的摄影传播及品牌宣传效果更加直接和有效。

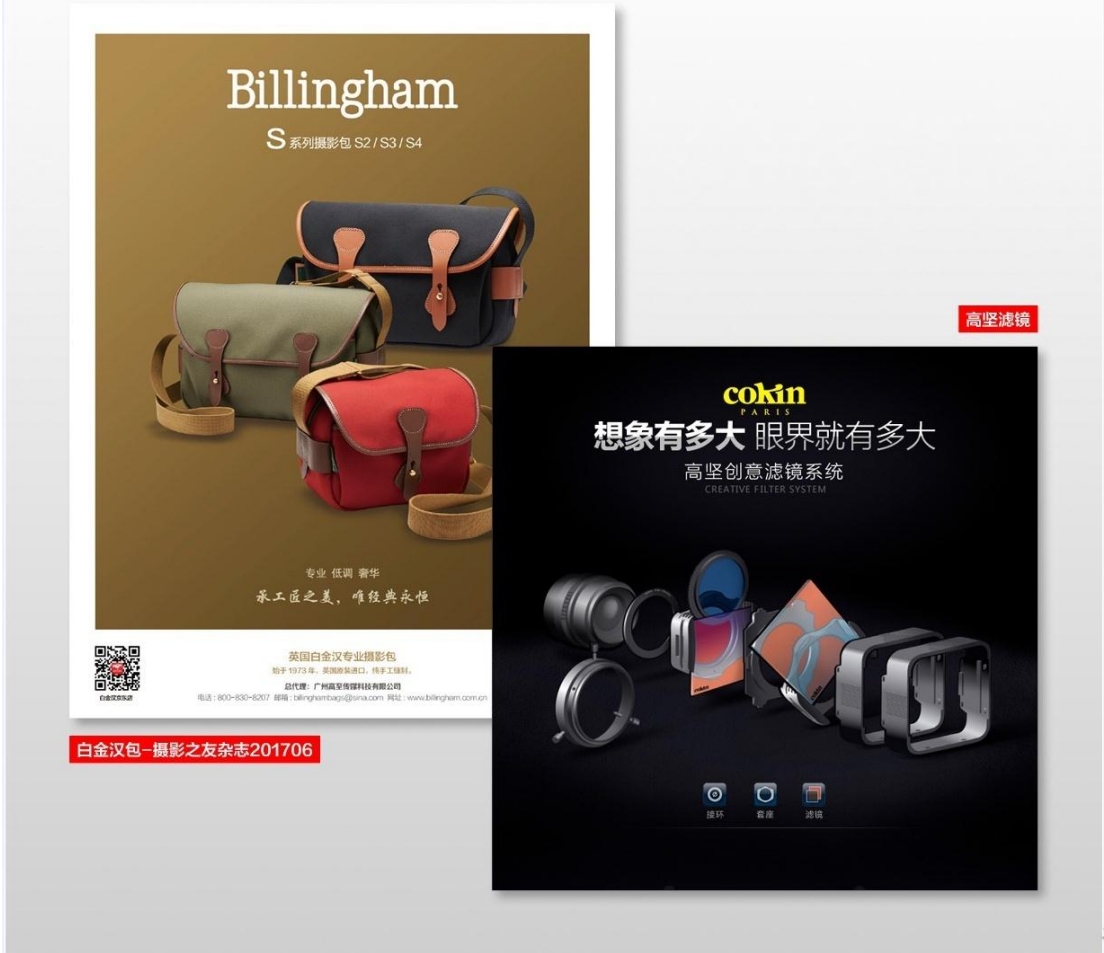
户外摄影主题活动案例



4、摄影器材代理销售

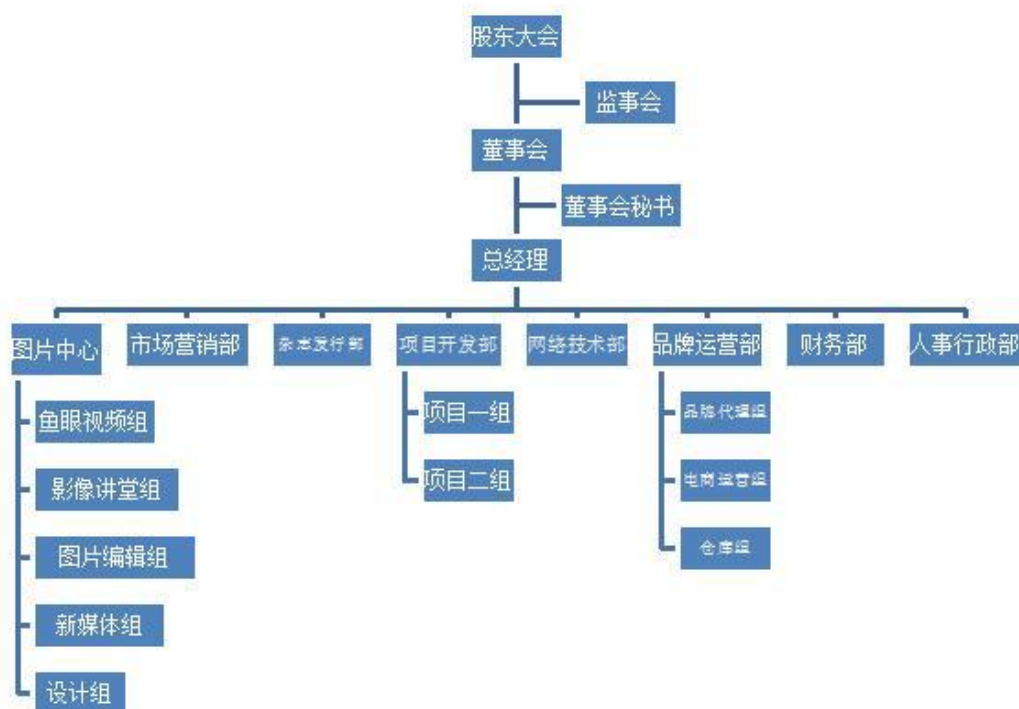
公司在代理摄影专业领域媒体广告及推广销售杂志的业务开展过程中，累积了较为丰富的摄影专业领域传媒运营经验，并由此拥有了一批专业级摄影爱好者粉丝资源。因此，公司将对拥有庞大的摄影爱好者数据库资源这一优势进行延伸，先后与英国白金汉摄影包、法国高坚滤色镜、美国杜马克专业摄影包等品牌达成战略合作，成为这些品牌中国市场唯一总代理，授权在淘宝、天猫、京东等电商平台上独家代理销售白金汉（Billingham）Hadley Pro 经典系列单肩摄影包等型号产品。公司代理销售的专业摄影包、滤色镜等产品均为业界知名品牌产品，在专业级市场的认可度较高，能较好地满足国内摄影爱好者群体的需求。

装备代理



二、公司组织结构与主要服务流程

（一）内部组织结构图及主要部门机构设置



公司根据行业和自身发展阶段，设置了如上的组织架构，以便快速反应，提高运营效率，促进公司快速稳定发展。公司依法建立股东大会、董事会和监事会，部门设置分为图片内容中心、市场营销部、杂志发行部、项目开发部、网络技术部、品牌运营部、财务部、人事行政部。

1、图片中心

图片中心负责公司旗下所有内容产品的出品把控：创意策划、图片编辑、美术设计、版权合作、外约拍摄、联络参展、组织比赛、专家评审、培训直播等；深耕精品内容，积极利用新媒体手段，兼顾品质与效率，创作顶级摄影内容，传播中国影像文化，促进国际影像文化交流。

2、市场营销部

市场营销部负责公司广告和活动业务的市场开拓：分析及分层客户，针对不同级别客户推出定制化内容服务产品，制定客户拜访计划，建立、维护和改善客户服务体系的工作标准和运作模式；留住老客户，开拓新客户；实时更新客户信息收集、处理、交流及保密系统；负责合同项目的跟进及回款。

3、杂志发行部

杂志发行部负责公司代理杂志的发行工作：确保《摄影之友》杂志每年邮局征订数量稳定发展，维护各区域大批发商的客户关系与需求反馈，安排运输与包装管控，确保各地到刊时间；负责公司车辆管理、杂志退货处理，督促发行回款。

4、项目开发部

项目开发部负责公司全新项目的筹划及试运营：整合公司内部外资源，结合用户及市场需求动态，策划设计全新服务产品形态，并在一定范围内试运营，不断调整产品细节，输出成功的运作流程模型，扩大规模，展业运营。

5、网络技术部

网络技术部负责为公司所有部门与互联网的结合进化保驾护航，提供公司整体技术解决方案：根据公司其他部门以及市场客户的需求，设计开发系列IT产品和工具，维护运营；负责外包技术项目的全程监控，审核项目进度计划、评审项目总结并指导所有项目实施及验收，确保项目的顺利完成；建立良好的跨部门协作关系，提供技术支持与沟通。

6、品牌运营部

品牌运营部全面负责公司代理摄影器材品牌的运营管理：负责联络国内外品牌商，洽谈合作，跟进合约，组织销售渠道，策划线上线下推广活动，控制库存，合理促销，完成公司贸易年度经营计划。

7、财务部

财务部负责公司日常财务核算：监督执行公司财务计划，完成公司财务目标，并根据公司中、长期经营计划，组织编制公司年度综合财务计划和控制标准；监督公司业务预算的执行，交纳各种税收，核发员工工资，并对活动费用和公司的行政性费用开支实施控制；监控和预测企业现金流量，确定和监控公司负债和资本的合理结构，统筹管理和运作公司资金并对其进行有效的风险控制；对公司重大的投资、融资、并购等经营活动提供建议和决策支持，参与风险评估、指导、跟踪和控制。

8、人事行政部

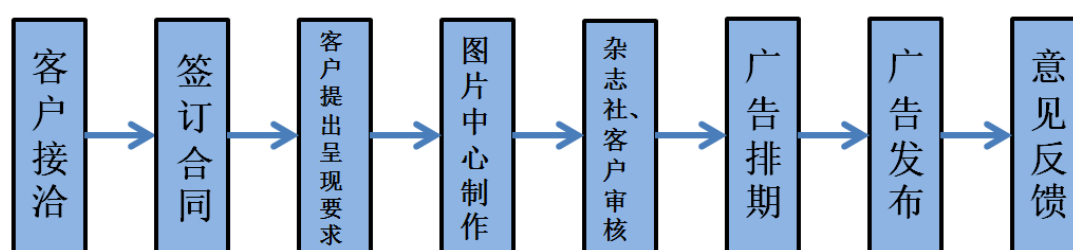
人事行政部统筹公司人力资源和行政管理工作，协调公司各部门的相互关系：全面统筹规划公司的人力资源战略，建立畅通的沟通渠道和有效的绩效

激励机制，负责公司企业文化体系的建设及维护，拟定并完善公司相关人事规章制度，负责人员的招聘、培训、劳动关系管理等；负责公司各种证照的办理、年审、管理工作，负责公司印章管理；负责公司办公设施采购和环境保洁，接待来访客户和参观访问。

（二）主要服务流程及方式

1、广告代理服务流程

广告代理服务的基本流程如下：



（1）业务确定阶段

公司从事面向摄影爱好者这一受众群体的广告代理投放服务，一方面通过为客户所提供的优质服务，长期获得现有客户在新广告发布计划的第一时间参与机会；另一方面凭借行业服务经验，吸引或开拓新的业务机会，主动与对摄影爱好者这一具备较强消费能力感兴趣的客户接洽。公司业务人员就发现的客户广告需求做深入了解，掌握客户的具体投放要求及投放媒介选择，就具体的广告投放项目与客户签订广告代理合同，一般与客户按照广告投放周期签订合同，客户按投放的具体进度支付费用。

（2）具体业务流程

公司在与客户正式签约后，交由图片中心进行具体的广告制作工作，在实际工作中，客户以口头或者邮件的形式向业务人员提出具体要求，业务人员与公司图片中心人员沟通客户需求和时间要求，图片中心在规定的时间内完成广告（杂志、微信、微博等）排期及模拟呈现效果的制作（具体包括广告页面设计、部分软文类广告文章的撰写等）。图片中心的初步效果呈现工作完成后同时提交给杂志社和客户，杂志社对将要刊登在杂志上的广告进行审定、客户对

初步效果呈现提出修改意见，图片中心根据两方的反馈对广告排版及呈现效果进行再次修改直至各方无异议，最后经客户通过邮件或者签字确认后发布广告。公司对于具体广告发布小组严格执行客户满意度和呈现效果的跟踪反馈制度，严格贯彻到每一个项目的实施过程中，各项目组围绕广告发布及后续跟踪反馈流程进行，具体操作程序如下：①公司要求各项目小组每月根据客户的具体项目，汇报广告发布后的关注度信息；②根据汇总的跟踪反馈信息，公司内部对不同项目小组实行奖惩调整机制，并根据项目小组汇总的广告效果反馈信息情况制定相应的媒体营销方式、方法。

（3）收款结算阶段

业务人员根据合同规定，发起开发票等流程，由财务部开具发票快递客户，客户确认后付款。

2、杂志发行代理服务流程

（1）市场调研

公司每年第四季度通过电话、微信微博和现场走访，了解读者的关注热点、一线摄影工作者的实际情况以及销售渠道的售卖情况，向杂志社反馈杂志在市场的表现包括每篇文章阅读数量排序、传阅率、销售数量变化、竞品杂志零售价格变化等等，公司从杂志销售市场一线调研的信息将对杂志新一年度整体形象设计和运营策略构成建议。

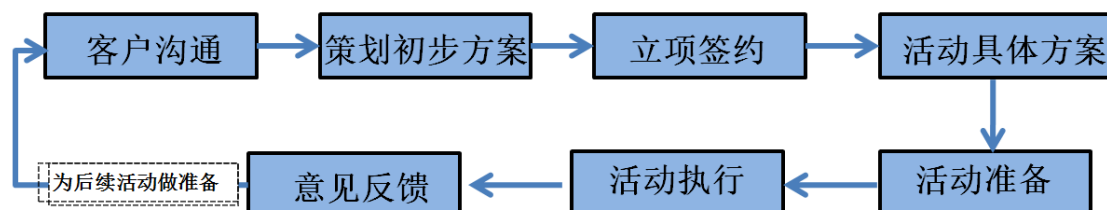
（2）杂志发行

在杂志社完成期刊杂志的内容编辑及最终审核校对后，由杂志社指定印刷公司进行印刷，然后公司将印刷完毕的当期杂志按照计划发往各个销售渠道。公司根据摄影类期刊杂志市场的特点，建立了以邮局为主和其他客户为辅的发行渠道，并根据产品的特点与类别制定相应的市场推广政策，通过个体书报摊、网络新媒体、微信群、淘宝微店等多个平台对杂志进行宣传推广，确保杂志发行工作完成。公司杂志销售对象主要包括订阅客户、零售客户和定制客户三种类型，其中，对于订阅客户全部采取“邮发”方式，即委托全国各省市邮政报刊发行局订阅销售；对于零售客户和定制客户，则基本采用直接向客户销售等方式进行。

（3）售后反馈

公司在销售完当期杂志产品后，会根据各个地区的销售业绩有针对性的进行市场信息回访，将获取的信息反馈给杂志社，对新一期杂志的排版印刷、发货效率等提供参考建议。

3、主题活动策划服务流程



(1) 确认客户需求。通过与客户沟通，了解客户需求，达成初步合作意向。

(2) 形成初步的创意策划方案，形成总体活动创意提案，参加客户招标。提供活动策划建议、媒体建议等。

(3) 签订正式合同。根据公司与客户签订的服务合同，确定活动的举办时间及活动规模，并负责活动举办的场所、设备租赁等工作。

(4) 活动准备。按约定时间、质量完成准备工作，包括各类活动包装、宣传品的设计、制作及发布，以及场地搭建、场地布置、所有物料道具准备、专业摄影师人员到岗等。

(5) 方案执行。根据与客户确认的活动流程组织实施，落实、安排活动参与单位的接待，保证活动的正常进行。

(6) 意见反馈。在活动结束后对客户进行回访，征询反馈意见及建议。

4、摄影器材代理销售服务流程

公司的摄影器材代理销售业务均依赖线上销售完成，公司主要依托第三方电商平台如淘宝、天猫、京东等进行销售和品牌推广，并委托专业的电商代运营商对网店的日常维护、排版设计、促销策划等方面进行运营。根据消费者下单情况，进行订单审核后，通过自有仓库直接发货至客户，销售完成后，通过网络销售平台相关联的应用（如支付宝）由网络销售平台将货款转入公司账户。公司在消费者确认收货且平台关联应用收到货款时确认收入的实现。

三、商业模式

公司是一家专注于摄影媒体资源开发与经营、摄影器材代理销售的摄影专业市场第三方综合服务公司，主要为希望得到摄影爱好者群体关注的品牌客户提供全方位的整合营销传播服务，帮助企业在行业内进行精准客户营销、寻找上下游合作伙伴等。公司主营业务是广告代理、杂志发行、主题活动策划和摄影器材代理销售，以直销的模式获取广告主或广告代理公司客户，并主要凭借与客户形成的长期合作关系，保障广告的顺利投放，并据此实现主要受益。

报告期内，公司的商业模式未发生变化。

（一）营销模式

公司设置专门的营销部门，确立以“客户需求为导向”进行“顾问式营销”，用专业服务客户的先进理念，通过老客户维护及新客户开发两种方式发展客户资源。一方面，公司凭靠自身在现有客户群体中树立的良好口碑，通过老客户推荐开发新客户，许多的新客户都来源于已有客户的推荐；另一方面，公司凭借在行业中的影响力及口碑，通过各种方式推广营销，积极开拓新市场，扩大市场占有率，业绩增长显著。报告期内，公司总体人员规模较小，随着业务量的增长，公司将逐步增加专门销售人员的比例，以更好的维护现有客户渠道、同时拓展新的客户资源。

（二）采购模式

公司从事的是智慧型产业而非加工型产业，人力智慧是关键，故不需要大量对外采购生产原材料。公司的供应商比较固定，都是合作多年的老客户，有资质有信誉，价格公开透明。主要集中在印刷厂（代杂志社支付杂志印刷费用等材料）、网络门店代运营商费用，及会务用的场地、灯光音响租赁等。

（三）盈利模式

公司盈利模式清晰，公司的主营业务为向专业摄影领域内的相关企业及个人客户提供：广告代理及主题活动策划服务，并以广告代理费及活动策划费的形式获得收益；在杂志发行代理、摄影器材代理销售方面，则以赚取商品买卖差价的形式获得收益。

四、与业务相关的关键资源要素

（一）主要无形资产情况

1、注册商标

截至本公开转让说明书签署日，公司共拥有1项注册商标，具体如下：

序号	商标名称/标识	注册号	取得方式	核定使用商品/服务类别	许可期限
1		11575681	转让取得	第 38 类	2014 年 03 月 07 日 至 2024 年 03 月 06 日

说明：公司上述商标系从广州新闻图片社有限公司受让，公司已经与广图就“摄影之友”商标转让达成了协议，公司亦委托由广州新诺专利商标事务所有限公司来办理商标转让代理事宜。目前代理公司已向商标局进行了网上申请，还在变更转让过程中。

上述商标不存在设定质押、冻结等第三者权益，也没有许可给第三方的情形，转让手续完成后公司合法拥有上述商标。

2、计算机软件著作权

截至本转让说明书签署之日，公司已取得6项计算机软件著作权，情况具体如下：

序号	著作权名称	开发完成日期	著作权号码	取得方式
1	高至摄问问答软件	2016 年 3 月 1 日	软著登字第 1504989 号	原始取得
2	高至餐厅电子菜单点餐软件	2015 年 5 月 1 日	软著登字第 1505030 号	原始取得
3	高至电子杂志分享阅读平台 V1.0	2015 年 8 月 1 日	软著登字第 1503425 号	原始取得
4	高至愿愿社交软件 V1.0	2015 年 8 月 1 日	软著登字第 1504937 号	原始取得

5	高至溜溜宠物社交软 V1.0	2016 年 6 月 1 日	软著登字第 1503479 号	原始取得
6	高至明星股票交易软 V1.0	2015 年 9 月 3 日	软著登字第 1505041 号	原始取得

除高至摄问问答软件、高至电子杂志分享阅读平台实际运用到公司经营业务中，另外 4 项计算机软件（高至餐厅电子菜单点餐软件、高至愿愿社交软件、高至明星股票交易软件、高至溜溜宠物社交软 V1.0）与公司实际业务开展无关，公司开发该等软件属于发明人的业务爱好。

公司上述软件著作权不存在设定质押、冻结等第三者权益，也没有许可给第三方的情形，公司合法拥有上述专利。

3、域名

截至本转让说明书签署之日，公司拥有已取得注册证的域名 4 项，具体情况如下：

序号	域名名称	备案/许可证号	审核通过日期
1	fotomen.cn	粤 ICP 备 14005541 号-1 号	2016-04-06
2	dcmagcn.com	粤 ICP 备 14005541 号-3	2016-04-06
3	syzychina.com	粤 ICP 备 14005541 号-2	2016-04-06
4	chuanjiaphoto.com	粤 ICP 备 17079808 号	2017-06-30

公司上述无形资产真实、合法，不存在权利瑕疵、权属争议纠纷、侵犯他人知识产权或权属不明的情形。公司知识产权方面不存在对他方的依赖，未对公司资产、业务独立性构成影响。

（三）取得的业务许可资格或资质情况

根据公司的《营业执照》，公司的经营范围为：经营范围：图书批发；报刊批发；图书、报刊零售；广告业；会议及展览服务；摄影服务；工艺品批发；美术品批发；收藏品批发（国家专营专控的除外）；照相器材批发；其他文化娱乐用品批发；工艺美术品零售；收藏品零售（国家专营专控的除外）；照相

器材零售；软件开发；数据处理和存储服务；游戏软件设计制作；地理信息加工处理；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；物联网技术研究开发。

公司的主营业务为：广告代理、杂志发行、主题活动策划和摄影器材代理销售。

（1）广告代理资质

根据国家工商行政管理总局于 2004 年 11 月 30 日颁布并于 2005 年 1 月 1 日起实施的《广告经营许可证管理办法》第二条之规定，从事广告业务的下列单位，应依照本办法的规定向广告监督管理机关申请，领取《广告经营许可证》后，方可从事相应的广告经营活动：广播电台、电视台、报刊出版单位；事业单位；法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的单位。根据 2007 年国务院下发的《国务院关于第四批取消和调整行政审批项目的决定》（国发〔2007〕33 号），企业广告经营资格审批被取消。

经营广告业务的企业和个体工商户，在取得工商行政管理机关核发的经营范围中包括广告业务的营业执照后，即可从事广告业务。公司从事广告业务已取得了包含广告业务的企业法人营业执照，公司从事该项广告代理业务无需获得任何业务许可资格或资质。

（2）杂志批发零售资质

截至本转让说明书签署之日，公司拥有以下与业务经营相关的资质证书：公司于 2014 年 10 月 9 日获得广州市文化广电新闻出版局颁发的编号为“新出发穗图批字第 4401100510 号”《出版物经营许可证》，许可内容为国内版图书、期刊、报纸批发零售，有效期至 2021 年（公司通过最新年检有效期至 2018 年 3 月 31 日）。

综上，公司已取得经营业务所需的相关资质、许可。

（四）特许经营权

报告期内，公司无相关特许经营权。

（五）主要固定资产使用情况

1、公司租赁的房屋建筑物

公司目前租赁的房屋建筑物包括广州办公地点、北京分公司办公地点以及广州仓库，具体情况如下：

（1）广州办公地点租赁情况

①公司与广州海印实业集团有限公司于 2016 年 12 月 27 日签订《物业租赁合同》，约定承租位于广州市越秀区东华南路 98 号 801 房，物业自编号为 8 楼 A 单元，建筑面积为 336.23 平方米。租期为 3 年（自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日止）。该物业系公司日常办公经营所用，已在广州市越秀区房屋租赁登记机构办理了备案（登记备案号：穗租备 2017B0402500184 号）；

②公司与广州海印实业集团有限公司于 2016 年 12 月 27 日签订《物业租赁合同》，约定承租位于广州市越秀区东华南路 98 号 801 房，物业自编号为 8 楼 B 单元，建筑面积为 324.88 平方米。租期为 3 年（自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日止）。该物业系公司日常办公经营所用，已在广州市越秀区房屋租赁登记机构办理了备案（登记备案号：穗租备 2017B0402500185 号）。

（2）北京办公地点租赁情况

公司与北京信安华艺影视文化有限公司于 2017 年签订《房屋租赁合同》，约定承租北京市朝阳区安华里五区 21 号楼三层 322 号（产权证登记房号为 3320 内），建筑面积为 900 平方米。租期为 2 年（自 2017 年 1 月 15 日至 2019 年 1 月 14 日止）。该物业系公司北京分公司日常办公经营所用，北京信安华艺影视文化有限公司持有房屋所有权证书，编号：X 京房权朝字第 991709 号，租赁用途：商业办公。

（3）广州仓库租赁情况

①公司与广州市森晟物业管理有限责任公司于 2017 年 3 月 1 日签订《房屋租赁合同》，约定承租位于广州市海珠区建基路 98 号二层自编 2-14 房屋作为公司仓库，面积为 94 平方米，租期从 2017 年 3 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日；

②公司与广州市森晟物业管理有限责任公司签订《房屋租赁合同》，约定承租位于广州市海珠区建基路 98 号二层自编 2-1-210 房间作为公司仓库，面积

270 平方米，租期从 2015 年 1 月 17 日至 2017 年 12 月 31 日；

③公司与广州市森晟物业管理有限责任公司签订《房屋租赁合同》，约定承租位于广州市海珠区建基路 98 号 2 楼自编 2-1 房房间作为公司仓库，面积 210 平方米，租期从 2016 年 9 月 1 日至 2019 年 8 月 31 日；

④公司与广州市华翠贸易发展有限公司签订《房屋租赁合同》，约定承租位于广州市海珠区建基路 85-87 号 201 房自编 207A 号房作为公司仓库，面积 33.7225 平方米，租赁期从 2015 年 9 月 1 日至 2017 年 8 月 31 日。

2、其他固定资产的情况

根据公司所处的行业特性，公司为“轻资产”公司，公司拥有的固定资产主要是办公设备，截至 2017 年 3 月 31 日，公司办公设备的情况如下：

单位：元

项目	原值（元）	累计折旧（元）	净值（元）	成新率（%）
办公设备	394,574.11	139,189.24	255,384.87	64.72
合计	394,574.11	139,189.24	255,384.87	64.72

公司固定资产无其他抵押、担保等使用受限情况。

（六）员工情况

1、截至 2017 年 5 月 31 日，公司（包含北京分公司）正式员工总数 69 人，公司员工年龄结构、岗位结构及教育程度分布情况如下表：

（1）按岗位结构划分

工作种类	人数	比例（%）
营销人员	9	13.04
品牌运营人员	8	11.60
图片及内容处理人员	27	39.13
项目开发人员	7	10.14
财务行政部门	11	15.95
网络技术人员	7	10.14
合计	69	100.00

（2）按教育结构划分

学历	人数	比例 (%)
硕士及以上	3	4.34
本科	34	49.28
大专	20	28.99
大专以下	12	17.39
合计	69	100.00

(3) 按年龄结构划分

年龄段	人数	比例 (%)
30 岁及以下	31	44.93
31-40 岁	21	30.43
41-50 岁	12	17.39
51 岁及以上	5	7.25
合计	69	100.00

公司员工的教育背景、学历、职业经历等状况与公司业务具有匹配性、互补。

2、劳动用工、劳动保护和社会保险情况

①公司根据《劳动法》、《劳动合同法》相关的法律法规，建立了完备的劳动用工制度，员工的聘用、劳动合同的签订、职工的考核、考勤制度、员工辞职等设立了规范的审批流程和制度。

②截至 2017 年 5 月 31 日，公司（包括北京分公司）在册员工总人数为 69 人，其中 1 名为退休员工返聘，1 名为香港籍员工，购买社保、公积金人员为 67 人，不存在未与公司签订劳动合同情况。

公司在报告期内一直为全体员工缴纳社保，报告期初存在未按照国家相关法律法规为全体员工缴纳住房公积金的情形，公司自 2017 年 1 月已按照要求为全体员工缴纳住房公积金。公司实际控制人何志光已出具承诺若公司因公积金缴纳问题受到员工个人或当地主管部门的追偿或处罚，控股股东及实际控制人以自身资产承担无条件连带责任，并承担公司因此产生的相关费用及损失。

③公司已经取得广州市人力资源和社会保障局于 2017 年 5 月 25 日出具的《遵守劳动保障法律法规证明》（穗人社证[2017]521 号），证明公司报告期内在广州市参加基本养老、医疗、失业、工伤和生育保险。未发现公司存在违反

劳动保障法律法规的行为。

④公司已经取得广州住房公积金管理中心于 2017 年 5 月 3 日出具的《住房公积金缴存情况证明》（编号：穗公积金中心证字[2017]775 号），证明公司自开办住房公积金缴存业务以来未曾受到过广州住房公积金管理中心的行政处罚。

⑤公司已经取得北京住房公积金管理中心朝阳管理部于 2017 年 5 月 12 日出具的《单位住房公积金缴存情况证明》（编号：2017105351），证明公司自开办住房公积金缴存业务以来，没有因住房公积金缴存违法违规行为受到行政处罚，没有发现单位存在住房公积金违法违规行为。

3、核心技术（业务）人员情况

截至本公开转让说明书出具日，公司未认定核心技术（业务）人员。

经主办券商核查，公司资产权属清晰，不存在纠纷或潜在纠纷。公司现有资产与公司业务类型及业务规模基本匹配，公司主要资产与公司业务、人员具有较高匹配度和较强关联性。

五、主营业务相关情况

（一）主要产品或服务的营业收入情况

1、业务收入的主要构成

报告期内，公司的业务收入全部来源于主营业务收入，主营业务收入按服务分类情况如下：

单位：元

项目	2017 年 1-3 月		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
广告代理	2,581,897.31	38.37	12,680,264.44	54.74	14,144,033.27	58.78
活动策划	1,407,328.78	20.91	3,208,482.12	13.85	2,658,550.32	11.05
杂志销售	1,378,483.51	20.49	6,525,541.92	28.17	7,258,657.87	30.17
其他商品销	1,361,255.74	20.23	752,280.63	3.25		

售						
合计	6,728,965.34	100.00	23,166,569.11	100.00	24,061,241.46	100.00

报告期内，公司形成了广告代理服务、活动策划、杂志代理发行销售和其他商品（摄影器材代理销售）的综合传播配套服务体系，公司整合营销传播服务能力不断增强。

2、主营业务收入按客户所在地区分类

单位：元

项目	2017 年 1-3 月		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
华南区	1,986,840.60	29.53	6,849,986.81	29.57	8,600,489.95	35.74
华北区	1,889,003.05	28.07	7,378,057.71	31.85	10,666,192.93	44.33
华东区	2,340,790.69	34.79	7,429,913.15	32.07	3,810,530.30	15.84
西南区	256,501.13	3.81	871,494.50	3.76	855,698.05	3.56
网 络 销 售	255,829.87	3.80	637,116.94	2.75	128,330.23	0.53
合计	6,728,965.34	100.00	23,166,569.11	100.00	24,061,241.46	100.00

（二）公司产品的客户及前五名客户情况

公司主要客户为企业客户，报告期内各期前五名客户收入与所占营业收入总的比重情况如下：

1、公司 2017 年度 1-3 月前五大客户统计情况如下：

单位：元

客户名称	2017 年 1-3 月销售金额	占当期营业收入比例 (%)
盟博广告（上海）有限公司	1,170,000.00	17.39
广州新闻图片社有限公司	937,042.77	13.93
中国邮政集团公司广东省分公司	755,149.78	11.22
爱普生（中国）有限公司	702,830.19	10.44
北京电通广告有限公司	566,037.74	8.41
合计	4,131,060.48	61.39

2017 年 1-3 月营业收入	6,728,965.33	—
-------------------------	--------------	---

2、公司2016年度前五大客户统计情况如下：

单位：元

客户名称	2016 年度销售额	占当年营业收入比例 (%)
中国邮政集团公司广东省分公司	3,773,116.59	16.29
北京恒美广告有限公司	2,623,018.87	11.32
北京电通广告有限公司	2,054,309.43	8.87
盟博广告（上海）有限公司	1,950,000.00	8.42
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	1,357,075.47	5.86
合计	11,757,520.36	50.76
2016 年营业收入	23,166,569.10	—

3、公司2015年度前五大客户统计情况如下：

单位：元

客户名称	2015 年度销售额	占当年营业收入比例
北京恒美广告有限公司	4,197,735.84	17.45
中国邮政集团公司广东省分公司	3,853,158.67	16.01
北京电通广告有限公司	2,760,852.83	11.47
北京大旗时代文化发展有限公司	943,396.23	3.92
成都邮征天下信息技术有限公司	737,886.81	3.07
合计	12,493,030.38	51.92
2015 年度营业收入	24,061,241.46	—

公司在 2015 年、2016 年与 2017 年 1-3 月的前五大客户占当年的总收入比例分别为 51.92%、50.76%与 61.39%，前五大收入占比较为稳定，超过 50%；前五大客户中，中国邮政集团公司广东省分公司较为稳定，其主要是代销公司的摄影杂志，用户订阅量稳定，在报告期均处于前五。

广告客户中，北京电通广告有限公司、北京恒美广告有限公司较为稳定，

15、16 年均处于公司客户前五之类；2016 年 7 月新增客户盟博广告（上海）有限公司系索尼公司在中国新的广告投放代理商（2016 年 7 月，由以前的北京恒美广告有限公司变为盟博广告（上海）有限公司），届时北京恒美广告有限公司不再代理索尼的广告投放，公司的客户也由北京恒美广告有限公司变成了盟博广告（上海）有限公司（实质上代理广告的内容不变，均为索尼产品），新增客户广州新闻图片社有限公司系公司关联方，主要是公司 2016 年下半年开始从事摄影器材代理销售业务，而京东的供货备案单位为广州新闻图片社有限公司，因而公司将货物销售给广州新闻图片社有限公司，由广州新闻图片社有限公司销售给京东，公司与广州新闻图片社有限公司正在与京东协商，供应商的名字正在由广州新闻图片社有限公司变更为本公司，变更完毕后，将由公司直接供货给京东。

报告期关联交易的必要性及公允性详见“第五节 公司财务”之“六、关联方交易”的分析。

（三）主要产品或服务的成本构成情况

1、公司主营业务成本构成

报告期内，公司主营业务成本构成如下：

项目	2017 年 1-3 月		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
直接人工成本	1,612,874.64	36.87	5,375,311.48	45.11	5,528,186.54	42.96
物业租赁成本	347,877.19	7.95	876,658.83	7.36	797,922.35	6.20
广告发布成本	103,170.49	2.36	804,698.49	6.75	932,484.03	7.25
印刷及包销成本	558,791.96	12.77	2,579,981.58	21.65	4,099,927.63	31.86
活动服务成本	737,548.98	16.86	1,735,893.63	14.57	1,509,520.49	11.73
其他商品销售成本	1,014,158.02	23.18	543,548.33	4.56		-
合计	4,374,421.28	100.00	11,916,092.34	100.00	12,868,041.04	100.00

从上表可知，公司主营业务成本的构成主要是直接人工、物业租赁、广告发布成本、印刷成本、活动服务成本与其他商品销售成本。公司报告期内营业成本的构成较为稳定，直接人工占40%左右，其次是印刷成本，占总成本比例较高。

2、主要供应商情况

公司 2017 年度 1-3 月前五大供应商统计情况如下：

单位：元

客户名称	2017 年 1-3 月采购金额	占当期采购金额比例
广州润演辰贸易有限公司	1,202,304.48	56.99%
上海利丰雅高印刷有限公司	581,650.34	27.57%
深圳市风林网络科技有限公司	85,000.00	4.03%
广东思锐光学股份有限公司	72,780.00	3.45%
FUTURE PUBLISHING LTD	53,641.81	2.54%
合计	1,995,376.63	94.58%

公司 2016 年度前五大供应商统计情况如下：

单位：元

客户名称	2016 年度采购金额	占当年采购金额比例
上海利丰雅高印刷有限公司	2,697,544.61	38.57%
广州新闻图片社有限公司	2,696,817.24	38.56%
FUTURE PUBLISHING LTD	347,866.09	4.97%
广州润演辰贸易有限公司	331,491.51	4.74%
北京腾讯文化传媒有限公司	180,000.00	2.57%
合计	6,253,719.45	89.41%

公司 2015 年度前五大供应商统计情况如下：

单位：元

客户名称	2015 年度采购金额	占当年采购金额比例
上海利丰雅高印刷有限公司	4,327,480.19	78.38%
中国乐凯集团有限公司	350,000.00	6.34%
FUTURE PUBLISHING LTD	296,953.22	5.38%
广东岭南美术出版社有限责任公司	150,000.00	2.72%
北京远景世林图书	100,000.00	1.81%
合计	5,224,433.41	94.63%

2015 年、2016 年、2017 年 1-3 月份公司对前大供应商采购总额分别为 5,224,433.41 元、6,253,719.45 元、1,995,376.63 元，占当期全部采购金额的比例分别为 94.63%、89.41%、94.58%。

公司报告期内供应商相对集中，2017 年 1-3 月份、2016 年度、2015 年度对前五大供应商采购额合计分别占采购总额比例为 94.58%、89.41%、94.63%，公司供应商较少，随着公司研发不断发展，近年来供应商将相应增加，除 2015 年单个供应商占公司总采购额的 70%以上外，2016 年度、2017 年 1-3 月单个供应商对公司的采购金额占总采购金额的比例均已明显降低。公司采购业务主要为印刷或摄影器材产品，而此类业务因门槛较低在市场上处于充分竞争状态，公司较容易找到替代供应商合作，因此公司供应商相对集中不会对公司的持续经营造成实质影响。

（四）报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及其履行情况

1、销售合同

序号	客户对象	销售标的	销售金额（元）	签约时间	履行情况
1	中国邮政集团公司	杂志（摄影之友）	单价按照杂志定价的 30%或 40%比例两档，并根据实际销售数量情况支付总价。	2017 年 1 月	履行中
2	广东省分公司	杂志（摄影之友-影像视觉）	单价按照杂志定价的 37%确定，并根据实际销售数量情况支付总价。	2017 年 1 月	履行中
3	深圳市永诺摄影器材股份有限公司	广告	304,000	2016 年 12 月	履行中
4	盟博广告（上海）有限公司	媒体投放	3,307,200	2016 年 7 月	履行完毕
5			4,356,000	2017 年 3 月	履行中
6	浙江隆仕升服饰有限公司	2015 年户外摄影大赛	987,360	2015 年 3 月	履行完毕
7		2016 年户外摄影大赛	1,504,919	2016 年 4 月	履行中
8	爱普生（中国）有限公司	主题摄影大赛	395,000	2016 年 6 月	履行完毕
9			347,000	2016 年 1 月	履行完毕
10	北京多美马术文化有限公司	浪琴表北京国际马术风尚摄影大赛	632,800	2016 年 1 月	履行完毕
11	浙江吉利汽车销售有限公司	拍摄	381,600	2016 年 6 月	履行完毕

序号	客户对象	销售标的	销售金额（元）	签约时间	履行情况
12	北京瀚汇城国际贸易有限公司	广告	350,000	2016 年 12 月	履行完毕
13	北京大旗时代文化发展有限公司	影赛影展活动策划	500,000	2015 年 2 月	履行完毕
14		影赛影展活动策划	500,000	2015 年 1 月	履行完毕
15	尼康映像仪器销售（中国）有限公司	广告	1,848,000.00	2017 年 3 月	履行中
16	北京电通广告有限公司	广告	400,000.00	2016 年 10 月 21 日	履行完毕
17	北京恒美广告有限公司上海分公司	广告	1,240,200	2016 年 1 月	履行完毕

注：报告期内，针对固定金额合同，公司选取单个合同金额 30 万元及以上的销售合同或者单个合同未列明详细金额但对公司业务密切相关且对公司持续经营产生重大影响的销售合同作为重大业务合同。

2、采购合同

序号	供应商	合同标的	合同金额（元）	签约时间	履行情况
1	广东岭南美术出版社有限责任公司	广告代理合作	框架合同	2014 年 1 月	正在履行
2	广州润演辰贸易有限公司	摄影器材包	1,434,305.98	2017 年 5 月	正在履行
3	Future Publishing Limited	图片授权	Digital Camera Magazine: 1729 英镑/月	2016 年 1 月	正在履行
		图片授权	Professional Photograph Magazine:1425 英镑/月		
4	广州新闻图片社有限公司	白金汉摄影包、滤镜	2,696,817.24	2016 年 9 月	履行完毕

注：报告期内对本公司业务密切相关对公司持续经营有重大影响采购合同作为重大采购合同。

3、借款合同、担保合同

截止报告期末，公司不存在尚未履行完毕的借款及抵押合同。

4、房屋租赁合同

序号	出租人	房屋坐落位置	面积（平方米）	租赁期限	合同金额
----	-----	--------	---------	------	------

1	广州海印实业集团有限公司	广州市越秀区东华南路98号801房A单元	336.23	2017.1.1-2019.12.31	30,260.70/月
2	广州海印实业集团有限公司	广州市越秀区东华南路98号801房B单元	324.88.	2017.1.1-2019.12.31	29,239.20/月
3	北京信安华艺影视文化有限公司	北京市朝阳区安华里五区21号楼三层322号(原318)	900	2017.1.15-2019.1.14	82,125/月
4	广州市森晟物业管理有限责任公司	广州市海珠区建基路98号二层自编2-14	94	2017.3.1-2017.12.31	4,042/月
5	广州市森晟物业管理有限责任公司	广州市海珠区建基路98号二层自编2-1	210	2016.9.1-2019.8.31	2016年9月1日至2017年8月31日,租金8190元/月;2017年9月1日至2018年8月31日,租金8829元/月
6	广州市森晟物业管理有限责任公司	广州市海珠区建基路98号2楼自编2-12房	270	2015.1.17至2017.12.31	2017.1.1至2017.12.31租金12150元/月
7	广州市华翠贸易发展有限公司	广州市海珠区建基路85-87号201房自编207A号	33.7225	2015.9.1至2017.8.31	4383.90元/月

注：以上租赁合同均在履行中。

（五）其他主营业务相关情况

1、环保情况

参照国家环境保护总局《关于对申请上市的企业和申请再融资的上市企业进行环境保护核查的通知》（环发[2003]101号）、《上市公司环保核查行业分类管理名录》（环办函[2008]373号）、《上市公司环境信息披露指南》（征求意见稿）的有关规定，重污染行业包括火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、化工、石化、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业。

公司是一家专注于摄影媒体资源开发与经营、摄影器材代理销售的摄影专业市场第三方综合服务公司，公司主营业务是广告代理、杂志发行、主题活动策划和摄影器材代理销售。生产经营过程中不产生废水、废弃和固体废物，属于绿色环保行业，不属于对环境有重大影响或有重大污染的行业。公司不存在因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而受到环境保护主管部门的行政处罚的情形。

2、公司安全生产情况

根据《安全生产许可证条例》，国家对矿山企业、建筑施工企业和危险化学品、烟花爆竹、民用爆破器材生产企业实行安全生产许可制度。前述企业未取得安全生产许可证的，不得从事生产活动。

公司不属于《安全生产许可证条例》规定的必须取得安全生产许可证的生产企业。

六、公司所处行业概况、市场规模及行业基本风险特征

（一）行业概况

1、公司所处行业介绍

根据证监会于 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为租赁和商务服务业中的商务服务业（L72）；根据《国民经济行业分类和代码表》

（GB/T4754-2011），公司所属行业为广告业（L7240）；根据全国股份转让系统公司《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“L72 商业服务业”下的“L724 广告业”中的小类“7240 广告业”；根据全国中小企业股份转让系统制定的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为广告（行业代码为13131010）。

2、行业主管部门及监管体制

（1）行业监管体制

公司所从事的主营业务属于广告及出版领域的细分行业，我国广告行业及媒体出版领域实行政府监管与行业自律相结合的管理体制，与此同时，由于公司的业务专注于专业摄影领域，在专业摄影领域我国也有多个相应的细分行业协会进行自律管理。

①政府监管

公司的广告代理业务属于广告业，根据自1995年2月1日开始实施的《中华人民共和国广告法》，县级以上人民政府工商行政管理部门是广告监督管理机关。《广告法》中涉及到广告经营者和发布者的资质、对广告内容的审核以及档案管理的相关内容包括：广播电台、电视台、报刊出版单位的广告业务，应当由其专门从事广告业务的机构办理，并依法办理兼营广告的登记；广告经营者、广告发布者依据法律、行政法规查验有关证明文件，核实广告内容。对内容不实或者证明文件不全的广告，广告经营者不得提供设计、制作、代理服务，广告发布者不得发布；广告经营者、广告发布者按照国家有关规定，建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。除国家工商行政管理部门外，国务院有关部门在各自的职责范围内负责广告管理相关工作。比如食品药品监管部门对食品、药品、医疗器械广告的监管，农业行政部门对农药、兽药广告的监管等。

同时，公司的杂志发行代理业务所处行业为新闻和出版业，根据《出版管理条例》、《期刊出版管理规定》等相关规定，本行业的主管机构及其主要职责为：中宣部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门。主要职责之一为引导社会舆论，指导、协调中央各新闻单位的工作；指导宣传文化系统制定政策、法

规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系。

国家新闻出版广电总局是国务院主管新闻出版和广播电影电视事业和著作权管理的直属机构。主要职责是：统筹规划新闻出版广播电影电视事业产业发展，监督管理新闻出版广播影视机构和业务以及出版物、广播影视节目的内容和质量，负责著作权管理等。其对图书、期刊出版主要的管理职能是：制定出版业的发展规划、宏观调控目标和产业政策；制定全国出版、印刷、复制、发行单位总量、结构、布局的规划；指导、推进新闻出版业的改革；审核互联网从事出版信息服务的申请，对互联网出版信息内容实施监督管理；管理著作权工作，查处或组织查处有重大影响的著作权侵权案件和涉外侵权案件；负责管理、协调图书、报纸、期刊和电子出版物的进口贸易等。

地方一级省委宣传部门负责辖区内相关意识形态管理工作。省级新闻出版广电局负责主管本省级行政区域内新闻出版业、著作权、广播、电影、电视管理工作。

②行业自律

中国广告协会成立于1983年12月，是我国广告行业的自律组织，是联系政府广告行政管理机构与广告主、广告经营者、广告发布者的桥梁和纽带。其主要职能是在国家工商行政管理总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务、监督。

此外，公司的几项主营业务均围绕专业摄影领域开展，在该领域有中国人像摄影学会、中国摄影师协会等行业自律组织。中国摄影家协会积极推动和支持摄影家和摄影工作者不断提高文化修养和艺术水平，并以多种形式加强与群众性摄影活动的联系，促进摄影技艺的普及，满足人民群众多方面的精神需求。

(2) 主要法律法规及行业政策

公司的广告代理业务主要涉及的法律法规有：

《中华人民共和国广告法》在广告法规体系中具有最高的法律效力，是广告业行政法规、部门规章和规范性文件等的制定依据。《中华人民共和国广告法》明确了适用范围为广告主、广告经营者、广告发布者在中华人民共和国境内从事的广告活动；对广告内容与广告发布形式提出了原则性要求；规定了广

告的审查制度以及违法广告行为的法律责任等。2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议对《中华人民共和国广告法》进行了修订，修订后的广告法对广告行业加强了约束，对广告行业的规范起到一定促进作用。

《广告管理条例》及《广告管理条例实施细则》规定了广告公司的申请条件，规范了广告经营审批登记流程，对广告公司的经营管理起到明确的指导作用。

广告行业的主要行业政策方面，近年来国家密集出台了多项推动广告行业发展的政策，具体有：2014年8月20日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，2014年2月26日，国务院发布《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，2012年5月29日，国家工商总局印发《广告产业发展“十二五”规划》，2012年2月23日，中华人民共和国文化部发布《“十二五”时期文化产业倍增计划》。

公司的杂志发行代理业务，主要涉及我国出版行业的法律法规，我国出版业相关监管体制主要分为三个层次，分别是资质管理与行业准入、经营过程管理、质量控制与行业标准。行业主要行政法规、部门规章、规范性文件和相关政策如下：

《出版管理条例》：根据《出版管理条例》（国务院令第594号），报纸、期刊、图书、音像制品和电子出版物等均应当由出版单位出版。设立出版单位，由其主办单位持申请书向所在省、自治区、直辖市人民政府出版行政部门提出申请，省、自治区、直辖市人民政府出版行政部门审核同意后，转报国务院出版行政部门审批。

《期刊出版管理规定》：根据《期刊出版管理规定》（新闻出版总署令第31号），期刊由依法设立的期刊出版单位出版。期刊出版单位出版期刊，必须经新闻出版总署批准，持有国内统一连续出版物号，领取《期刊出版许可证》。根据国务院颁布的《国务院关于修改〈出版管理条例〉的决定》，我国实行出版物发行许可制度，未经许可，任何单位和个人不得从事出版物发行活动。从事出版物发行业务的单位和个体工商户经出版行政主管部门批准、取得《出版物经营许可

证》，并向工商行政管理部门依法领取营业执照后，方可从事出版物发行业务。

2、行业发展概况

广告是将相关的信息，进行高度精炼，采用艺术手法，通过各种媒介传播给大众，以加强或改变人们的观念，最终引导人们的行动的事物和活动。而广告产业则是指以提供广告服务为专门职业，接受客户委托，专业从事品牌规划、品牌策划，广告调研、策划、创意、设计、制作和广告代理发布等各种服务并从中获取利润的专门化行业。

专业领域的广告代理及活动策划、专业装备代理销售等业务，是利用行业内的专业信息，通过对信息的整合配对、精准传播，帮助企业解决与专业消费者之间的沟通问题，并有效的实现行业内专业信息向消费者的传递。公司的广告代理、杂志发行、主题活动策划等服务，由具有丰富经营管理知识和经验的专家组成，服务过程中深入专业摄影市场、结合媒体传播与具体消费者活动，向专业级摄影器材企业及专业摄影爱好者双方收集相关信息，并利用所掌握的行业数据与信息，运用各种科学方法，为专业摄影企业提供媒体传播及产品销售等方面的整体产品服务方案。

国际广告业在经过多年发展后已处于成熟期，近年来全球广告行业的增长与全球经济基本持平，全球经济与广告行业发展息息相关。

根据 wind 资讯的数据，2010-2017 年（预计）全球广告行业市场规模情况如下图所示。

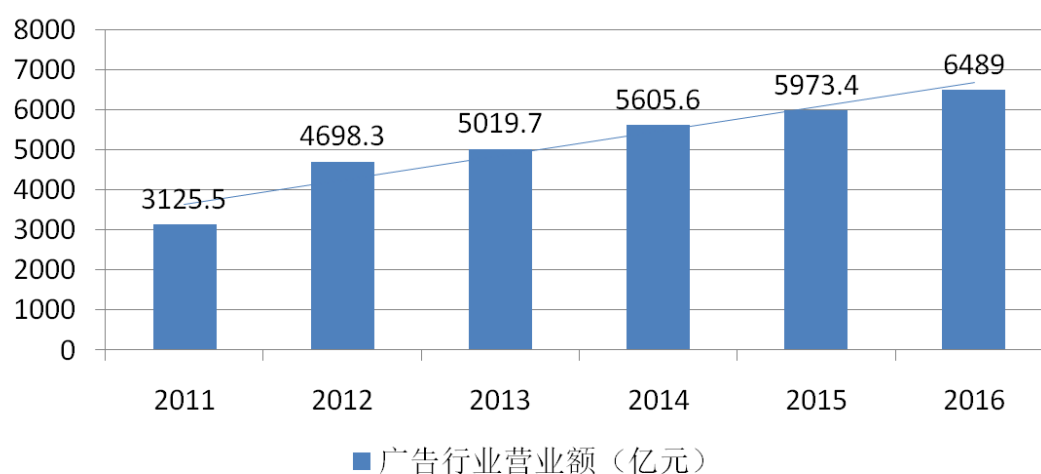


2010-2017 年（预计）全球广告行业市场规模

数据来源：wind 资讯

伴随中国经济的快速发展，中国广告业一直呈现出增长状态。根据国家工商总局发布的数据，从2010年至2014年的五年间，全国广告经营额从2300多亿元猛增至5600多亿元，中国广告市场的规模目前已位居全球第二。随着1979年我国现代广告业市场的重新起步，广告行业显示出强劲的活力。近年来，我国广告市场规模快速稳定增长，2014年已经成为全球第二大广告市场。2001-2016年，我国广告市场规模由794.89亿元增长到6,489亿元，年均复合增长率达到15.70%，远高于同期GDP的增长速度。目前全国广告业从业人员已超过了300万人。

2011年-2016年广告行业营业额（亿元）



公司的杂志销售发行业务还涉及出版行业，出版业按产品分为图书出版、期刊出版、报纸出版、音像制品出版、电子出版物出版、数字出版等。根据中国新闻出版研究院《2015 年新闻出版产业分析报告》，2015 年新闻出版产业营业收入 2.1 万亿，较 2014 年增加 1,688.8 亿元，增长 8.5%。其中带动行业增长的主要驱动力是数字出版的高速发展，2015 年数字出版营业收入达到 4404 亿元，占全产业比重达到 20.34%，年增速达到 30%，反映出新闻出版产业仍继续保持了较强的可持续发展能力。2015 年新闻出版业各主要项目规模如下表：

项目	营业收入（亿元）	行业占比（%）
图书出版	822.55	3.8
期刊出版	200.99	0.93
报纸出版	626.15	2.89
音像制品出版	26.25	0.12
电子出版物	12.41	0.06
数字出版	4,403.85	20.34
印刷复制	12,245.52	56.55
出版物发行	3,234.02	14.93
出版物进出口	84.20	0.39

数据来源：《2015 年新闻出版产业分析报告》

当前，网络媒体、数字媒体正在全面进入媒介传播市场。网络、手机、数字电视、公共空间电子媒介等已得到越来越多受众认可，新媒介和新技术催生了以精准传播、互动营销、分众传播、定位传播等为主要传播形式的媒介传播市场，成为未来行业的重要增长点。随着数字化技术日益成熟，专业摄影领域企业对精准营销的效果评估愈加重视。资金实力雄厚的媒介传播公司纷纷运用数字化技术，建立大型数据库，迅速提高数据的反馈效率和准确性，为客户提供更科学的信息传播发布效果分析。

3、行业与上下游关系

公司下游产业为主要广告客户所处的行业设备生产主要被国外大型企业壟

断，主要包括富士、佳能、柯达等。国内生产企业数量较多，规模普遍偏小，行业集中度低。下游摄影器材企业对公司所处的行业基本是正相关的关系，不会形成单个的负面影响，下游对公司的影响主要体现在业务的周期性特征上，即摄影行业客户的财务预算有年初和年终的特征，即客户选择投放广告和品牌管理和主题策划服务大多数根据公司的财务结算年度而进行预算和安排，

公司上游产业为各供应商所处的行业（例如主题活动场地供应商、印刷制作公司等），上游产业均属于充分竞争领域，市场供应较为充足，行业上游企业之间竞争激烈的格局使得公司可择优采购。

从目前来看，公司下游所处的专业摄影器材行业保持稳定持续的发展，下游行业的稳定发展能够为公司带来持续可靠的发展前景。

4、行业进入主要壁垒

（1）品牌壁垒

品牌认知度是企业综合实力的体现，其重要性在专业级市场领域显得尤为关键。摄影专业级市场的参与方无论是摄影器材专业企业、还是专业的摄影爱好者，均具有较好的知识储备及行业鉴赏能力，因此只有在专业领域累积了一定时间的经验及具备了较长时间的受众认知，才能获得行业内人士的认可。作为摄影行业内的专业传媒服务商，具有一定的品牌知名度才能够更好地为客户提供产品和服务。品牌是为客户提供产品和服务的长期过程中建立起来的，并对新进入者构成一定的壁垒。

（2）客户资源壁垒

在摄影领域的广告代理服务中，和国际知名的摄影器材企业客户建立长期战略合作的门槛较高。摄影专业领域的客户主要为对自身声誉极为看重的摄影器材品牌商、专业摄影服务提供商，选择合作的第三方公司条件苛刻、且在专业领域内对策划文案、广告投放文案的专业型、用词准确性要求很高，要求媒体运营商拥有高效、健全的运营体系、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。而一般媒介传播公司并不具备上述条件，因而很难进入专业摄影广告领域。

（3）人才壁垒

人才是企业生存和发展的关键资源，特别是作为摄影行业专业媒介传播机构，对专业队伍的要求较高。从业人员需对具体摄影行业及行业中的产品方案有深刻理解，在项目所有环节都需要有所涉猎，如：品牌、策划、设计、运营等均对人才的素质要求较高，这些人才需要有业内实践才能积累相应的经验和能力。随着行业的持续发展和技术的深入应用，对人才的创新性、创意水平和信息技术的应用能力要求也越来越高。没有一定数量的复合型人才，摄影专业领域的媒介传播商很难得到持续快速地发展。

（4）经验壁垒

数码冲印及影像行业产品品种繁杂，需要行业专业服务商在供应商管理、库存管理以及物流配送等方面具有丰富的经验；行业服务经验通常是服务商与客户谈判或参与客户招标的前置条件，也是服务商为客户提供优质、高效服务的保障。新进入者由于缺少经验，很难得到客户的认可。

5、影响行业发展的有利和不利因素

（1）有利因素

A、国民经济的健康发展和消费升级

广告传媒行业的发展与宏观经济息息相关，随着我国国民经济的持续增长，广告传媒行业仍然具有较大发展空间，将以高于全球平均水平的增长率持续增长。同时，随着消费观念的转变，我国居民消费结构呈现明显的多元化、升级化趋势，专业摄影曾经由于较高的装备价格和一定的专业知识门槛而被认为是奢侈性的爱好，但是随着我国居民家庭收入的不断增长，中产阶级、高净值家庭的数量不断增加，追求更美好的生活、追求更有品质的影像视觉表达正越来越成为居民消费的新时尚，消费总量的不断提高和消费结构的调整将有利于摄影专业媒介传播产业实现快速增长。

B、国内市场容量和消费增长潜力大

我国经济持续稳定发展是我国摄影行业迅猛增长的有力保证。2010年，我国进入上中等收入阶段，标志着我国国民经济进入了一个新的发展阶段，社会

消费结构向发展型、享受型升级。宏观经济的持续健康稳定增长和居民收入水平的较快增长为数码冲印及影像行业的快速发展提供了良好的外部环境和巨大的市场空间，促进了整个摄影行业的快速发展与效益提升。

C、新媒体的出现拓宽了广告业的发展空间

我国媒介传播行业技术进步日新月异，新兴媒体如手机网站、手机报刊、IP 电视、移动数字电视、网络广播、网络电视等层出不穷，蓬勃发展，媒介传播行业的发展空间被极大拓宽。新科技持续创新不断开发出功能和性能更加完善的新媒体服务模式，以满足客户更加多样化、个性化的需求。新媒体的发展成为了媒介传播行业发展的主要推动力。

(2) 不利因素

A、市场成熟度不高

摄影专业传媒领域属于广告行业中的一个细分领域，目前尚无专门的管理法规、标准，仍然局限于行业内企业的自律及行业内专业人士的传播，市场秩序有待进一步规范。不同企业间产品质量和服务水平存在明显差距，部分中小型的摄影传媒企业存在为影楼夸大宣传、不良竞争、损害消费者权益等行为，降低了消费者的满意度，并对行业整体形象有一定影响。

B、行业企业平均规模偏小，布局分散

总体来看，我国专业摄影传媒行业产业集中度较低、总体产业规模较小，具有国际竞争力的大型企业集团和骨干企业尚未出现，其影响力、带动力有待提高，小企业、弱势企业多，行业规模效益水平低。总体行业较小、行业影响力较低的局面急需改观。

6、行业周期性、区域性和季节性

(1) 周期性

在经济繁荣时期，各商业企业往往有更多的资金投入更多的广告宣传、品牌及企业产品策划中，而当处于经济低迷时期，商业企业往往倾向于削减开支，降低广告、咨询等费用支出。作为消费电子分支之一的摄影器材企业也受此规律的影响，因此传导到专业摄影传媒领域，也受经济周期的影响较为明显。

（2）季节性

根据行业的不同，客户对于广告投放、咨询服务的需求具有一定的季节性。在处于销售旺季时，广告主会相应增加广告的投放量。但就整个行业而言，季节性表现不明显。因为客户会根据重大事件、战略转型、新产品推出等调整计划，对广告的投放量及产品品牌策划投入作相应调整，同时各个行业商业企业的淡季与旺季也不尽相同。

具体到专业摄影传播行业，一般而言一季度受到传统的春节因素影响，专业的摄影传媒机构会出现相对淡季的情况，春节因素消除后，全年中的其他月份行业的经营状况较为平稳。

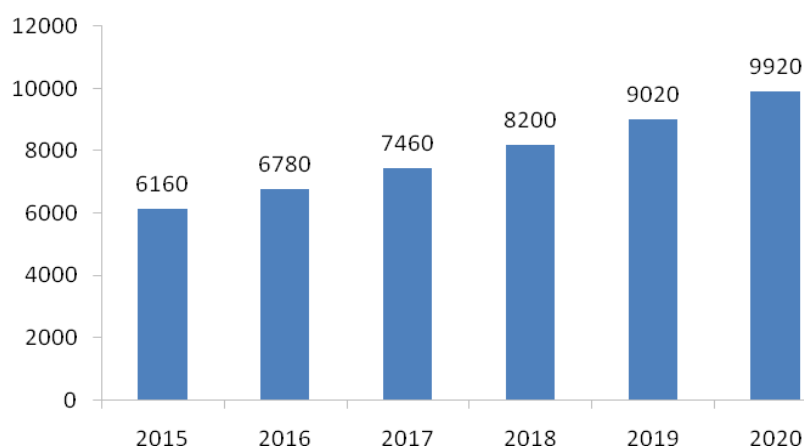
（3）区域性

媒介传播服务行业区域性特征较为明显。北京、上海、广州三大城市占全国媒体服务市场的50.00%以上，其比例和绝对值均远高于二线城市。城市越大，经济越发达的区域，竞争越激烈，对于媒体传播、信息推广的需求也就越大。整体上，无论城市的大小，媒介传播的增长趋势均较为明显。

（二）行业规模

根据前瞻产业研究院预计，从整个广告行业的发展趋势来看，未来五年，仍将保持较快增速，年复合增长率保持在10%左右。预计到2020年，市场规模有望接近10,000亿元。

2017-2020 年我国广告市场规模及增长情况预测



数据来源：前瞻产业研究院、兴业证券整理

具体到公司所处的专业摄影传媒领域，由于该领域较为细分，尚未有专门的权威机构对其发布研究数据。公司的专业摄影传媒领域与摄影行业息息相关，可以说摄影行业的景气度直接影响了公司所处行业的兴衰。摄影行业作为服务性行业，集文化、艺术、科技于一身，是大众“美、爱、幸福”等精神产品的供应商之一，对国民经济发展作出了重要贡献。2014年，摄影行业营业额占全年国内生产总值 636,463 亿元的 0.39%，为第三产业增加值 306,739 亿元的 0.80%，占全年社会消费品零售总额 262394 亿元的 0.94%。摄影行业就业人数占全国总就业人口 77,253 万人的 0.74%。人像摄影业在解决就业、拉动内需、带动相关产业发展方面发挥着不可忽视的作用。

摄影行业市场规模和发展潜力巨大。2014年人像摄影行业市场全年实现总产值 2,465 亿，比去年同期增长 14.1%，与 2013 年增长率 26.4%相比，增速放缓 12.28 个百分点，但仍高于 GDP7.4%的增速。2014年，我国摄影行业经营单位达 38 万家，比上年增长 8.6%，从业人数 575 万人，同比增长 2.7%。行业从业人员自主创业势头良好，专业人员和高素质人才成为行业急需，就业岗位增加使行业从业人员数量保持持续增长。“互联网+”助力人像摄影业进入互联网时代，加速实现传统产业的在线化、数据化，实现产业跨界融合，多元化营销。商务部典型企业调查显示，企业的电子商务交易额约为 210 亿元，同比增长 87.50%，一、二线城市摄影综合体基地建设数量（含改造和再建）同比增长超过 100%。自由摄影师队伍与定制化服务产品需求快速增长。婚礼摄影与以摄影为入口的婚庆产业链加速形成。行业互联网使用正由一、二线城市向三、四线城市快速普及。农村市场增量加速。旅拍、基地、“互联网+”、婚庆、文化、定制、风格等服务方式和业态发展迅猛，正在成为行业发展新亮点。行业规模效益和特色化、多元化局面开始呈现。满足消费者对个性化、专业化、差异化产品和服务的需求，行业组织形式的精品化、特色化、小型化、网络化、快速反应将成为主流，这其中创新空间巨大，新业态同步迅速增长。在互联网思维影响下，企业越发追求回归行业本质，专注产品和服务，强化诚信与素质，积极塑造企业品牌，借助互联网传播企业口碑，在变革过程中实现品牌价值升级。

（三）行业基本风险特征

1、经济下行的风险

广告及摄影相关行业发展与国民经济景气度具有较高的关联性，国内外宏观经济形势变化、国家宏观经济政策调整和经济增长周期性变化等都会对广告及摄影相关行业产生影响。如果出现国内外宏观经济环境持续欠佳，各个摄影产业链企业必然会削减广告及咨询需求预算，整体广告及摄影相关行业的经营状况亦将受到影响。

2、市场充分竞争的风险

广告及摄影相关行业是竞争激烈的行业，企业数量众多，行业门槛低，规范程度相对较低，承受着行业的不断发展，竞争将加剧，对于规模较小，实力不强的公司将逐步被市场淘汰。

3、行业发展变革的风险

2013-2016 年，我国四大传统媒体中电视和报纸媒体的广告投放份额占比较大，期刊和广播媒体的广告投放份额占比较小。2013-2014 年，电视媒体的广告投放份额基本保持稳定，略有下降，所占份额均保持在40%以上；2015年，受电视媒体广告的投资金额下降以及互联网媒体广告投放金额上升的双重影响，电视媒体的广告投放份额下降至 36.34%，2016年该数据进一步下滑至34.31%。报纸的广告投放份额近年来呈现出明显的下降趋势；期刊和广播媒体的广告投放份额均呈现小幅下降，所占份额仍处于较低水平。

互联网媒体近年来的广告投放份额呈现出显著的增长态势，2013 年首次超过报纸媒体份额，并于2015年首次超过电视媒体所占份额，由2013年的25.83%上升到 2015年的 41.55%，而到了2016年互联网媒体及其他新型自媒体的广告投放额度已经上升到接近50%的份额。

综上所述，目前广告传媒行业正在发生剧烈的变革，传统的平面媒体、电视媒体正日益受到互联网、移动互联网等展示场景的冲击，作为行业内的广告传媒业者，如果不能及时把握行业转型风向，将有可能在新媒体时代失去固有的竞争力。

4、政策调整的风险

广告及摄影相关行业是文化产业的重要组成部分。我国公布的《关于推进广告战略实施的意见》、《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十二五”规划》等纲领性文件均将广告及咨询产业作为促进国家文化建设,推动文化产业发展的措施,为公司的业务发展提供了良好、稳定的市场环境。如果国家宏观经济政策及相关产业政策发生较大的调整,将对公司的生产经营造成一定的影响。

(四) 公司在行业中的竞争地位

1、公司的市场地位

媒介传播行业属于人力资源密集型行业,相对进入的资金门槛低,参与市场竞争的企业众多但大多规模较小,行业低端市场竞争比较激烈,从泛行业来说基本处于完全竞争状态。就细分行业的专业摄影领域内专业传媒服务来说,由于整个细分的行业专业性和特殊性,单纯的媒介传播从业家数不多、综合性传媒平台更寥寥无几,处于竞争相对温和的格局。

公司在专业摄影领域行业内专业传播细分市场上具有较强竞争力,公司已经形成集专业摄影广告代理、专业摄影杂志发行、摄影主题活动策划、摄影器材产品代理销售为一体的摄影专业市场第三方综合服务平台,公司盈利能力将不断增强。

2、主要竞争对手

在摄影专业传媒领域,公司面临的主要竞争对手如下:

(1) 蜂鸟网: 由北京蜂鸟映像电子商务有限公司创办,官方微博关注粉丝量66万;是目前国内几大摄影门户网站之一,也从事二手相机交易,网站内容版块较多,以器材评测为主,设计版面清爽,较为受年轻一代欢迎。

(2) 色影无忌网: 由南宁市富图电子网络有限责任公司创办,官方微博关注粉丝量30万;是国内较为老牌的摄影门户网站,在BBS论坛兴盛时期较为活跃,受老一辈摄影人关注较多。

(3) 大众摄影杂志: 由中国摄影家协会主办的摄影月刊,官方微博关注粉丝量2万;创刊于1958年,是国内较早创办的专业摄影杂志,关注技术,参与摄

影赛事较多。

3、公司的竞争优势

(1) 一带多品牌集群优势

公司以“摄影之友”这个创立了三十年的品牌为起点，先后在业界推出“fotomen.cn”、“影像视觉”、“影像讲堂”、“摄问”、“鱼眼视频”、“一分钟学摄影”、“拾壹月影像联盟”等多个针对摄影细分市场的品牌，在行业内深耕细作，对所服务行业领域的最新市场动态和读者需求的理解深刻，在行业内外均有较高的品牌美誉度，具备了差异化竞争优势。

(2) 优质可持续的客户资源优势

公司积累覆盖了多种行业、规模、性质的客户群体，公司目前的客户涉及摄影器材及周边配件、3C数码、户外用品、银行金融、汽车、旅游等领域，使得公司业务除了在摄影器材行业内的优势外在其他行业也有相当多的客户发展空间。泛影像行业客户面对的都是中高端消费群体，对产品与服务的精细化程度与用户体验要求很高，且不同客户往往对于自身业务风格与市场定位构建具有差异化要求，且高端客户的维护与业务深入挖掘非常依赖于公司与客户间长期高水准、深层次的磨合沟通。因此，公司积累的高端客户资源优势构成了公司长期发展的基础。

(3) 专业化人才梯队与行业资源

公司员工平均年龄30岁，本科及以上学历占49.28%，超过75%员工拥有摄影相关领域和市场、传统媒体及互联网媒体从业经历，并有在甲方客户或乙方代理公司的工作经验。公司管理层业务能力强，为多个国家及省级摄影行业协会理事，拥有十年以上的媒介管理工作经历。公司是国内外近百家摄影比赛和展览机构的指定合作单位，并与国内外的一线摄影大师和网红摄影师均保持良好的联系及合作关系，包括胡歌、黄渤、黄觉、安琥、江一燕、林依轮、张震、任达华、周润发、郁可唯在内的影视明星摄影发烧友也参与过公司多种形式的合作互动。公司的专业人才梯队确保了公司能够与摄影行业内的专业人士持续保持深层次的对话及合作，公司自身团队的专业性及外围合作资源的专业性是公司形成的又一竞争壁垒。

(4) 创新及综合运营能力

自2015年以来，公司在保持传统媒体领域优势的基础上，加大了对新媒体业务的投入，积极尝试包括直播、短视频在内的新媒体手段和互动方式，为客户实现高效的整合营销传播。随着业务量及媒体资源的扩大，公司开展自媒体运营业务，整合各类新媒体渠道，打造可控、性价比更高的传播平台；利用流量渠道扩散，最大化地实现精准传播，完成“内容+流量+数据”的产品闭环，形成一个以内容吸引用户、用流量转化用户、让数据促进销售的良性生态圈。公司现有四大业务板块在多年发展的基础上建立起了标准化的运作体系，为突破行业规模发展奠定了坚实基础，是目前行业内较为独特的一站式综合服务商。公司拥有完整的以用户互动体验为核心的品牌服务体系和顾问式服务方式，能够为客户为品牌提供卓有成效的系统化传播服务，打破企业单一服务的业务、数据、价值界限，能够实现业务贯通、信息共享，对于开发新行业客户、提高企业资源利用效率、加强客户粘性具有重要意义。

4、公司竞争劣势

（1）资本规模较小、尚缺乏畅通的资本市场融资渠道

公司致力于持续构建摄影领域的媒体资源开发和运营以及新型摄影服务提供的商业平台，对资金需求较大，而目前公司资本规模较小，完全靠自身历史积累来完成未来规划会贻误战机，需要进一步建立通畅的资本市场融资渠道，利用资本工具不断巩固和提升行业地位。

（2）跨行业人才体系需要进一步建立

公司未来的业务发展要求相当多非媒体行业人士加入，目前的专业化人才体系进一步强化，包括优秀的移动互联网人员、项目运营人员、终端市场人员等，而公司过往在此领域较少涉猎，需要通过猎头公司或员工举荐，人才加入后的磨合以及待遇安排，均要保证与现有团队的融入，避免人才流失对公司经营造成影响。

七、公司经营目标与计划

（一）公司整体发展规划

公司未来仍将秉承成立伊始就确立的核心服务理念——“享受影像生活”，

深化产品结构，拓展服务对象，整合跨领域资源，结合新技术推出系列影像服务产品。具体分为以下几个板块：

1、保持现有客户市场，设计研发影像活动策划的标准化和定制化服务产品：在公司长期为索尼、爱普生、三星等多个国际知名品牌成功提供摄影活动策划服务经验基础上，进行业务切片，梳理业务流程，形成标准化产品，输出给更多企业。目前，稍具规模的企业都愿意以文化和艺术来提升企业形象，“摄影是最容易实现的艺术”，即便如此，由企业来组织一个与影像有关的活动仍不容易，涉及到活动场地、培训指导、素材提供、专家邀约、传播渠道、审核评判等多个专业环节，而上述这些部分全都是公司多年运营累积的资源，短时间内可以迅速实现全国甚至是国际范围的调配，针对客户的特殊需求，公司还可以提供量身定做的特别服务。预计这部分收入对改善整体广告业务结构收入有切实可行的促进作用。

2、“影友”一站式服务：面向大中华地区逾三千万并日益增加的摄影发烧友群体，推出一站式影像全方位服务，包括影像文化全媒体（杂志、微博、微信、视频、直播）传播、“摄问”摄影交流 APP、同城主题摄影沙龙、摄影培训教育、摄影家协会会员资格认证、高端限量摄影器材代订、定制摄影线路旅行、一对一指定大师选片、海外摄影竞赛代理参赛、全球摄影展 VR 实景转播、打造“永不落幕”的个人线上摄影展等。

3、家庭影像服务平台：基于移动互联网技术的、以家谱为展现形式的家庭影像 O2O 服务平台，涵盖高质量家庭上门拍摄服务、人面识别自动照片整理、高精旧照修复、电子及实体相册制作、家族共享相册空间等诸多变现业务。此项目利用公司多年耕耘、具备明显竞争优势的庞大优质摄影师资源，能实现全国范围内的高效执行。通过自身开发的电子家谱进行自发传播，配合公司自身海量粉丝的多媒介矩阵，将打造成为有影响力的家庭影像服务商业平台。正所谓“天下之本在家”，中华民族传统家庭观念是永远不灭的精神星星之火。项目的电子家谱及“全家福”等产品，将唤醒个人对家族历史的重新认识，拉近亲情的距离，这个服务平台不仅符合消费升级的商业大趋势，还迎合了当前倡导的“和谐社会幸福家庭”主流思想。

4、摄影垂直+内容电商：公司正在筹建一个为摄影爱好者提供一切他们所

需的电商 APP，任何商业模式发展到最后，都是为了建立与消费者之间的信任，因为信任是二次消费/复购率的基础。摄影之友杂志和新媒体矩阵下的所有品牌都会接入这个端口，产生在影像领域多个知识层次、多个展示平台和多个年龄阶段粉丝的互动内容，这些文字、图片和视频产生了一手流量，也同时产生了专家级推荐和品质保证的信任关系，在人格化的内容营销和个人浓厚兴趣背景下，这个垂直+内容电商的导流转化率成倍增加。而公司在摄影器材贸易领域十多年来的经营保证了供货渠道和价格优势，更好的购买推荐、更好的商品价格、更好的培训课程，让消费者一步完成消费决策及购买，满足读者和用户的摄影爱好发展全过程。

5、“摄影之友”品牌定制产品：公司多年来一直是摄影之友杂志的独家广告代理，并且拥有“摄影之友”微信、微博等新媒体大号。而随着社交网络的发达和家庭旅游的井喷，摄影爱好者对摄影器材的关注也逐渐延伸到周边配件领域，消费级航拍无人机、水下无人机/潜航器、360 度全景相机云台稳定器、照明灯光、收纳箱包及地垫等销量日益走高，但这些品类鲜有知名品牌，公司正积极筹划以“摄影之友”品牌与装备厂商联合开发限量版摄影周边配件，由影像大师参与研发、限时限量团购、售后使用教程辅导，以此进行一个全新的商业实践。

6、持续强化影像行业资源网络：在现有“拾壹月”影像新媒体联盟基础上，持续联络行业优质媒体资源，把影像行业中有思想、有创造力、勇于实践、乐于分享、志同道合的人聚集在一起进行作品赏析、技巧探讨、业务交流、案例分享、经验沟通、资源共享、联合拓展，实时更新影像资源数据库，积极探索影像行业的创新模式。有意识的发现、培养、宣传、推广、经纪影像新星，帮助“影像新星”打造个人品牌，在业界发声，提升其职业价值。喜新不厌旧，致力于成为影像行业第一媒体社群。

（二）公司具体发展计划

1、人力资源发展规划

现有核心员工的稳定和激励：作为知识传播型企业，公司一直重视员工的培训和长期发展，董监高和相当多比例的员工都是从公司成立伊始就服务至今，稳定性高。此次公司也实行了分批次的员工股权激励，既是对过往成绩的肯定，

也是激发老员工创新能动性，鼓励员工打破旧框架重新组合内部创业。

引进跨行业人才，实行动态股权分配激励：新项目面对的环境是复杂多变的，团队需要不断地调整和补充新鲜血液，股权激励也应该考虑这种变动性，通过设立一套透明、公平并且切实可行的动态股权分配机制，让每个团队成员清晰的知道未来得到与现在付出的密切关系，鼓励每个团队成员为公司带来更多的资源，也帮助团队维持一个开放的架构。

与国内外高校共建产学研基地，用更多新鲜人来做新鲜事：公司已与华南理工大学艺术学院等多家高校签署了产学研共建协议，在大学生市场有着广泛的品牌知名度，未来将探索与这些机构的合作形式，以项目合作和创新业务大赛等形式选拔优秀人才，做好公司的人才发展梯队。

2、财务经营规划

（1）成本费用优化

A、继续坚持“中央厨房”制的内容输出，一个信息源，一次采集成本、多个呈现角度，多个接触用户渠道，多个盈利机会点；

B、重视区域性经营成本优势，将其他地区的 IT 研发和电商等板块人员逐步移至广州总部；

C、公司已通过高新企业入库培育，今年以来加大了对影像与移动互联网结合的技术平台开发力度，未来还将与 VR 技术结合实现网上 360 度观展等融合新技术的开发，这些既有消费者直接买单的技术转化收入实现前景，又能保障下一步的高新企业的认定，利于争取税收优惠政策；

D、公司有计划未来在香港地区设置子公司，负责国外知名摄影器材品牌的国内直邮零售业务，合理利用税金政策优势，降低采购成本。

（2）投融资规划：今后几年除了实现业务层面的进化，也要以此次申请挂牌为契机，将企业经营上升到资源配置和结构聚合与裂变的资本运作层面。在大影像范畴内，一方面自己体系内组织孵化新项目，另一方面也依托在行业内的深厚资源把握兼并收购的商机，参与设立影像产业基金，整合影像产业链资源，促使公司产业经营和资本运营达到良性互补。

第三章 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况

（一）股东大会、董事会、监事会的建立健全情况

有限公司时期，公司治理结构较为简单，未设立董事会，设一名执行董事；未设立监事会，设一名监事。在实际运作过程中，公司管理层能够按照《公司法》、有限公司的《公司章程》的相关规定，就股权转让、增加注册资本、公司住所变更和整体变更等事项召开股东会，履行内部决策程序并执行相关决议。

2017年6月27日股份公司成立后，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的法人治理结构。公司按照《公司法》等相关法律法规的要求，陆续制订了《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》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理办法》等内控管理制度，公司法人治理结构得到了进一步健全与完善。

公司董事会由5名董事组成，均由公司第一次股东大会选举产生。公司监事会由2名股东代表监事、1名职工代表监事组成。公司第一届董事会第一次会议聘任了总经理、财务负责人、董事会秘书，构成公司高级管理人员团队。

公司上述机构和相关人员均符合《公司法》的任职要求，能够按照《公司章程》、“三会”议事规则等内部管理制度履行其职责。

截至本转让说明书签署日，股份公司共召开2次股东大会、2次董事会会议和1次监事会会议，三会运行情况良好。

1、股东大会召开情况

自股份公司设立以来，公司共召开了2次股东大会，就股份公司的成立、公司章程的制定和修改、公司各项内部制度的制定、董事会和监事会人员选举、公司申请股票在全国股份转让系统挂牌并公开转让及转让方式等重要事项进行了审议，并做出相应决议。股东大会的召集、通知、召开方式、表决程序、决议内容及会议记录等方面均严格按照《公司法》《公司章程》及《股东大会议事规则》的要求规范运行。

2、董事会的召开情况

自股份公司成立以来，公司共召开了2次董事会，就公司各项内部制度的制定、选举董事长、聘任总经理、董事会秘书，公司申请股票在全国股份转让系统挂牌并公开转让等重要事项进行了审议，并作出相应决议。公司历次董事会会议的召集、通知、召开方式、表决程序、决议内容及会议记录等方面均严格按照《公司法》、《公司章程》及《董事会议事规则》的要求规范运行。

3、监事会的召开情况

自股份公司成立以来，公司共召开了1次监事会，就选举监事会主席进行了审议并作出决议。公司监事会的召集、通知、召开、表决程序、决议内容及会议记录等方面均严格按照《公司法》、《公司章程》及《监事会议事规则》的要求规范运行。

（二）股东大会、董事会、监事会的运行情况

公司股东大会、董事会、监事会的成员符合《公司法》的任职要求。从已召开的“三会”来看，会议召开程序严格遵守了《公司法》、公司章程和“三会”议事规则的规定，没有发生损害公司、股东、债权人或第三人合法权益的情况，有效保障了股东的知情权、参与权、质询权和表决权等权利的行使。

（三）上述机构和相关人员履行职责情况

公司组织机构的相关人员符合《公司法》及《公司章程》的任职要求，能够按照《公司章程》及三会议事规则独立、勤勉、诚信的履行职责。公司股东大会和董事会能够按期召开，就公司的重大事项作出决议。公司监事会能够较好地履行对公司财务状况及董事、高级管理人员的监管职责，保证公司治理的合法合规。

股份公司虽然建立了完善的公司治理制度，但是设立时间较短，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。

2017年6月16日，公司召开职工代表大会，选举潘少扬为股份公司第一届监事会职工代表监事。公司的职工代表监事自任职后，能按照《公司法》、《公

公司章程》及《监事会议事规则》等规定，积极参与公司事务，行使监事的职责。

二、公司董事会对公司治理机制建设及运行情况的评估结果

（一）公司治理机制情况

有限公司时期，公司设立执行董事、监事，符合公司法要求。

有限公司整体变更为股份公司后，公司建立健全了内部管理制度并严格执行。公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》，并在逐步规范执行。目前，股东公司治理机制的建立情况完善；三会及高级管理人员的构成符合法律法规的规定，职责清晰；公司章程和三会议事规则的内容及通过程序合法合规。由于股份公司和有限公司在公司治理上存在较大的不同，新的制度对公司治理提出了较高的要求，公司管理层将不断在工作中加强对相关制度的理解和运用。

股份公司根据自身的实际情况，严格执行相关法律法规所要求的各项要求。公司股东大会通过的《公司章程》及《关联交易管理制度》，规定了关联股东和董事回避相关制度；公司的股东大会也制定了《对外投资管理管理》、《对外担保管理办法》等风险控制相关的内部制度。

（二）公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司董事会于 2017 年 6 月 28 日召开第一届董事会第二次会议，通过了对公司治理机制评估意见的议案，就公司治理机制的执行情况进行评估并发表如下意见：

“有限公司成立之初能依据《公司法》及相关法规制订了《公司章程》，有限公司设执行董事、监事，执行董事决议聘请了总经理。

公司在有限公司阶段能依据相关的法律法规进行运作，有限公司历次股权转让、住所和经营范围等事项的变更均召开了股东会会议，相关决议均得到公

司全体股东同意。相关决议均履行了工商变更登记程序，符合相关法律、法规、其他规范性文件以及公司章程的规定，合法有效。

公司聘请相关中介机构为公司规范运作提供专业意见，并在中介机构的帮助下进一步加强完善公司治理，具体如下：

(1) 公司设立了股东大会、董事会、监事会(以下简称“三会”)和经营管理层等组织机构；

(2) 公司内控制度的建立。《公司章程》对公司股东、董事、监事、高级管理人员的责任与义务做了规范明确的约定；并且建立《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》，对“三会”召开程序进一步细化，对“三会”运作机制进一步规范。公司还建立了《关联交易管理办法》、《对外投资管理办法》、《对外担保管理办法》等内控制度，从而在制度基础上能够有效地保证公司关联交易、对外投资、对外担保等重大事项履行相应的内部决策程序。

(3) 《公司章程》等制度文件明确规定了股东具有依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会、并行使相应表决权的权利。符合条件的股东有权利按照相关法律法规及公司章程规定的流程提请召开临时股东大会、或向人民法院提起诉讼、寻求法律救济。《公司章程》中对监事会的职权进行了明确规定，保证监事会得以有效发挥监督作用。公司通过上述治理机制使股东的知情权、参与权、质询权和表决权等权利得到有效保障。”

在实际运作中，公司管理层将不断深化公司法人治理理念，加深相关知识的学习，提高规范运作的意识。公司将对管理层在公司治理和规范运作方面进行培训，进一步发挥监事会的作用，督促股东、董事和高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》等相关规定履行职责，以确保有效地实施《关联交易制度》、《对外担保制度》、《对外投资管理制度》、《投资者关系管理制度》等制度，切实有效地保证中小股东的利益。”

三、公司、控股股东及实际控制人最近两年是否存在违法违规及受处罚的情况

（一）公司最近两年存在的违法违规及受处罚的情况

根据公司已获得的工商、国税、地税、社保、质检等政府部门出具的合规证明，公司报告期内不存在其他因违反相关法律、法规及规范性文件而受到行政处罚的情形，公司不存在重大的违法违规行为。

（二）公司控股股东、实际控制人最近两年存在的违法违规及受处罚的情况

公司控股股东、实际控制人最近两年不存在违法违规及受处罚的情况。

四、公司独立性情况

公司由有限公司整体变更而来，变更后严格按照《公司法》等法律和规章制度规范运作，逐步完善公司法人治理结构，在业务、资产、人员、财务、机构等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，具体情况如下：

（一）业务独立

公司拥有独立完整的业务体系，独立签署各项与其生产经营有关的合同，具有独立开展业务和面向市场自主经营的能力，不存在其他需要依赖股东及其他关联方进行生产经营活动的情况，业务具备独立性。

（二）资产独立

公司系由有限责任公司整体变更设立，承继了原有限公司所有的资产、负债及权益。公司拥有与经营相关的固定资产，合法拥有与经营有关的商标、专利。公司未以资产或信用为股东、实际控制人及其他关联方提供担保，也未将公司的借款或授信额度转借给公司股东、实际控制人和其他关联方。

截至本说明书签署日，公司对所有资产有完全的控制支配权，不存在资产、资金被控股股东占用而损害公司利益的情况。

（三）人员独立

公司依法独立聘任员工，与员工签署劳动合同，并独立为员工办理社会保险参保手续。公司员工的劳动关系、行政人事、工资薪酬、劳动社保均由公司独立管理，独立于控股股东、实际控制人或其控制的其他关联企业员工。

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生和任职，不存在控股股东和实际控制人超越公司董事会和股东大会作出人事任免的情形。公司高级管理人员、财务人员、其他核心人员均是公司专职人员，且在本公司领薪，截至本转让说明书签署之日，公司高级管理人员、财务人员和其他核心人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任任何职务或领取薪酬。

（四）财务独立

公司设立了独立的财务部门，建立了独立完整的会计核算体系和财务管理体系；公司财务人员独立；公司独立在银行开设账户；公司独立进行税务登记，依法独立纳税；公司能够独立做出财务决策，自主决定资金使用事项，不存在控股股东、实际控制人干预公司资金使用安排的情况。

（五）机构独立

公司根据经营发展的需要，建立了符合公司实际情况的独立、完整的组织机构，各机构根据《公司章程》和相关规章独立行使职权。公司设有股东大会、董事会、监事会等机构，各机构均独立于控股股东和其他股东。公司的经营和办公场所与股东单位分开，不存在混合经营、合署办公的情形。

综上所述，公司的业务、资产、人员、财务及机构均独立于股份公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立完整的供应、生产、销售系统以及面向市场自主经营的能力，

五、同业竞争

（一）控股股东、实际控制人投资的其他企业

经主办券商核查，截至本说明书签署之日，控股股东、实际控制人投资的企业情况如下：

序号	关联方名称	关联关系	营业执照登记范围	实际经营业务
1	广州新闻图片社有限公司	公司第一大股东；实际控制人投资比例为 100%	房屋租赁；贸易代理；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	仅作为公司白金汉包、高坚滤镜代理销售
2	广州市高坚信息科技企业（有限合伙）	实际控制人占出资份额的 30%并担任其普通合伙人	投资管理，股权投资。（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）	投资于本公司
3	高地摄影器材有限公司	实际控制人何志光投资比例为 100%	摄影器材销售	该公司目前正在办理注销手续，报告期无实际经营。
4	广州丰彩高至广告传媒有限公司	实际控制人何志光担任该公司董事长兼总经理；董事张南担任该公司监事	广告业；会议及展览服务；摄影服务；企业管理咨询服务；商品信息咨询服务；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	该公司已于 2017 年 5 月 27 日办理注销，报告期无实际经营。

说明：广图作为高至白金汉摄影包和高坚滤色镜的销售商系历史原因形成，广图最早向京东商城和天猫商城备案登记作为白金汉摄影包和高坚滤色镜的供货商，实际的销售是高至作为上述两个品牌的中国大陆代理商供货给广图，广图供货给京东商城和在天猫商城开设旗舰店，广图和高至事实上同业不竞争。

现广图与高至就变更上述两个品牌在京东商城和天猫商城的销售主体达成共识，但由于京东商城和天猫商城的政策规定，知名品牌商品的销售主体变更的前提条件要求苛刻多且受理时间较长，故需要过渡时间来保持正常运营。广图亦承诺其将于 2017 年 9 月 30 日之后不再代理高至在京东商城销售白金汉包和高坚滤色镜，销售主体将直接变更为高至；于 2017 年 9 月 30 日之后不再代

理高至在天猫商城旗舰店销售白金汉包和高坚滤色镜，销售主体将直接变更为高至

故公司实际上不存在与控股股东、实际控制人控制的其他企业从事相同、相似业务的情况。

（二）其他关联方

序号	关联方名称	关联关系	营业执照登记范围
1	广州华彩文化咨询有限公司	董事孟莉担任该公司董事	会议及展览服务；文化艺术咨询服务；美术图案设计服务；企业形象策划服务；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

说明：根据公司董事孟莉提供的证明文件，其于 2013 年 1 月 9 日已经办理广州华彩文化咨询有限公司离职手续并不再担任该公司董事职务，但该公司目前仍未办理董事工商登记变更手续。

经主办券商核查，上述企业不存在与公司从事相同、相似业务的情况。

（三）关于避免同业竞争的承诺

1、公司实际控制人出具的《避免同业竞争承诺函》，具体内容如下：

“本人目前除持有高至影像外，未投资其他与高至影像相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织，或从事其他与高至影像相同、类似的经营活动；也未派遣他人在与高至影像经营业务相同、类似或构成竞争的任何企业任职；

本人未来将不以任何方式从事（包括与他人合作直接或间接从事）或投资于任何业务与高至影像相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织；或派遣他人在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、高级管理人员或核心技术人员；

当本人及控制的企业与高至影像之间存在竞争性同类业务时，本人控制的其他企业将以停止生产或经营相竞争的业务或产品，或者将相竞争的业务或产

品纳入到高至传媒经营，或者将相竞争的业务或产品转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争；

本人及控制的企业不向其他在业务上与高至影像相同、类似或构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供资金、技术或提供销售渠道、客户信息等支持；

上述承诺在本人持有高至影像的股份期间有效，如违反上述承诺，本人愿意承担给高至影像造成的全部经济损失。”

2、公司持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员出具的《避免同业竞争承诺函》，具体内容如下：

本人目前除持有高至影像外，未投资其他与高至影像相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织，或从事其他与高至影像相同、类似的经营活动；也未派遣他人在与高至影像经营业务相同、类似或构成竞争的任何企业任职；

本人未来将不以任何方式从事（包括与他人合作直接或间接从事）或投资于任何业务与高至影像相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织；或派遣他人在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、高级管理人员或核心技术人员；

当本人及控制的企业与高至影像之间存在竞争性同类业务时，本人控制的其他企业将以停止生产或经营相竞争的业务或产品，或者将相竞争的业务或产品纳入到高至传媒经营，或者将相竞争的业务或产品转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争；

本人及控制的企业不向其他在业务上与高至影像相同、类似或构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供资金、技术或提供销售渠道、客户信息等支持；上述承诺在本人持有高至影像的股份期间有效，如违反上述承诺，本人愿意承担给高至影像造成的全部经济损失。

综上所述，公司与公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或潜在同业竞争的情形。公司对同业竞争的处理，未损害公司及其他股东的利益，符合国家法律、法规和其他规范性文件以及《公司章程》的规定。

3、广州新闻图片社就其与公司之间关联交易不构成同业竞争的承诺，具体内容如下：

“广图明确其仅作为高至代理的品牌白金汉摄影包和高坚滤色镜在京东商城、天猫商城销售的销售商，采购自高至的产品仅在京东商城、天猫商城销售，未有通过其他渠道对外销售，亦未向高至额外收取运营费、推广费等其他费用。除此之外，未从事与高至影像主营业务任何直接或间接竞争的业务或活动；

广图承诺其将于 2017 年 9 月 30 日之后不再代理高至在京东商城销售白金汉包和高坚滤色镜，销售主体将直接变更为高至；于 2017 年 9 月 30 日之后不再代理高至在天猫商城旗舰店销售白金汉包和高坚滤色镜，销售主体将直接变更为高至；在销售主体变为高至之前，广图与高至之间的关联交易均遵循法律法规及公司章程的规定。

因违反本承诺函的任何条款而导致高至遭受的一切损失、损害和开支，本公司将予以赔偿；该承诺为有效且不可撤销之承诺。”

六、公司最近两年关联方资金占用和对关联方的担保情况

（一）资金占用情况

公司在报告期间存在股东占用公司资金的情形，公司已在《公开转让说明书》“第四章 公司财务”之“六、关联方、关联方关系及交易”之“（二）关联交易”中的“3、关联方资金往来”中披露，资金往来中公司资金被占用的具体情况如下：

单位：元

关联方	关联关系	往来科目	2015 年年初资金拆借余额	2015 年度拆借累计发生额金额（不含利息）	2015 年度拆借资金的利息（如有）	2015 年度偿还累计发生金额	2015 年期末拆借资金余额	形成原因
广州新闻图片社有限公司	股东	其他应付款		700,000.00			700,000.00	借款
何志光	股东	其他应		1,618,388.94			1,618,388.94	借款

		收款						
--	--	----	--	--	--	--	--	--

续：

关联方	往来科目	2016 年期初 资金拆借余额	2016 年度拆 借累计发生 额金额(不含 利息)	2016 年 度拆借 资金的 利息	2016 年度 偿还累计 发生金额	2016 年期末 拆借资金余 额	形成 原因
广州新闻图片社有限公司	其他应付款	700,000.00	5,000,000.00		700,000.00	5,000,000.00	借款
何志光	其他应收款	1,618,388.94	3,894,205.24		717,500.00	4,795,094.18	借款

续：

关联方	关联关系	往来科目	2017 年期初 资金拆借余额	2017 年 1-3 月拆借累 计发生额 金额(不含 利息)	2017 年 1-3 月 拆借资金 的利息	2017 年 1-3 月 偿还累计发 生金额	2017 年 1-3 月 期末拆借资 金余额	形成 原因
广州新闻图片社有限公司	股东	其他应付款	5,000,000.00			5,000,000.00		还款
何志光	股东	其他应收款	4,795,094.18	86,475.77		2,306,400.00	2,575,169.95	还款

根据全国中小企业股份转让系统有关规定，“资金占用”包含如下情形：

(1) 挂牌公司为控股股东、实际控制人及其附属企业（挂牌公司同一控制下的企业）垫付工资、福利、保险、广告等费用和其他支出；

(2) 挂牌公司代控股股东、实际控制人及其附属企业（挂牌公司同一控制下的企业）偿还债务，为控股股东、实际控制人及其附属企业（挂牌公司同一控制下的企业）承担担保而形成的债权；

(3) 挂牌公司有偿或者无偿、直接或者间接拆借给控股股东、实际控制人及其附属企业（挂牌公司同一控制下的企业）的资金；

(4) 董事、监事、高级管理人员有偿或者无偿、直接或者间接从挂牌公司拆借资金。

根据上述规定，报告期内，公司存在控股股东、实际控制人占用公司资金行为。上述资金拆借行为主要发生在股份公司成立以前，有限公司时期的《公司章程》对关联交易的决策和执行没有特别的规定，也未制定规范关联交易的相关制度，公司在报告期内的关联资金往来均为公司正常的经营所需借入的资金，或者公司将资金短暂拆借给关联方，公司在有限公司阶段的资金管理未严格规范。

2、报告期末（2017年3月31日）至本公开转让说明书签署日的资金往来

单位：元

关联方	关联关系	往来科目	2017年3月31日资金拆借余额	2017年1-3月拆借累计发生额 金额(不含利息)	2017年1-3月拆借资金的利息	2017年3-6月偿还累计发生金额	2017年6月末拆借资金余额	形成原因
何志光	股东	其他应收款	2,575,169.95			2,575,169.95		还款

报告期末至本说明书签署之日之间的关联资金往来是股东何志光偿还所欠的款项，公司未对上述股东占用公司资金收取资金占用费。除此之外未发生其他关联的资金往来，截止本说明书签署日，公司因历史形成的关联资金往来已经清理完毕，至此，公司再也未发生关联资金拆借事项。

2017年7月13日，公司2017年第一次临时股东大会审议并通过了《关于2015年1月至2017年3月公司关联交易价格公允性的议案》，经审议，确认公司报告期内的关联交易不存在显失公平的情形，未损害公司及其他股东的权益。且资金往来已于2017年6月9日已经清理完毕，截止本反馈回复提交之日，除上述披露的关联资金往来外，公司再未与关联方发生过资金往来情况。

3. 减少和规范关联交易的具体措施

公司已在《公开转让说明书》“第四章 公司财务”之“六、公司近两年关联方资金占用和对关联方的担保情况”之“（三）防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的制度安排”中完善披露如下：

“为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为

发生，保障公司权益，公司制定和通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《累积投票实施细则》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《总经理工作细则》、《内部审计制度》等内部管理制度，对关联交易、重大对外投资和担保等事项均进行了相应制度性规定。这些制度措施，将对关联方的行为进行合理的限制，以保证关联交易的公允性、重大事项决策程序的合法合规性，确保了公司资产安全，促进公司健康稳定发展。

公司实际控制人何志光以及公司董监高出具了《不存在占用公司资金情形的承诺函》如下，除《公开转让说明书》披露情形外，截止至承诺出具之日，实际控制人何志光以及董监高本人以及本人所控制、控股、参股的其他公司不存在以借款或任何其他方式占用公司资金，也不以任何其他方式损害公司和其他股东的合法权益的情形。如果发生本人以及本人所控制、控股、参股的其他公司占用公司资金事项，或因违反相关法律法规、《公司章程》及全国中小企业股份转让系统的相关规定而给其他股东造成损失的，本人将承担全部赔偿责任及经济损失。

公司亦出具了《关于资金占用及违规提供担保的声明与承诺》如下：“广东高至影像科技股份有限公司不存在为控股股东、实际控制人及其他关联方违规提供担保（包括但不限于保证、承诺函、抵押、质押、保证金）的情形，亦不存在资金、资产及其他资源被控股股东、实际控制人及其他关联方占用，损害公司利益的情形”。

（二）对外担保情况

自 2015 年 1 月 1 日至本转让说明书签署之日，公司不存在为董事、监事、高级管理人员及其控制的其他企业担保的情况。

（三）防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的制度安排

为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，保障公司权益，公司采取了以下措施：

（1）为防范股东及其关联方占用或转移公司资金、资产等行为，公司创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》建立其完善的内控制度。公司今后将严格按照相关制度对关联交易、对外担保、对外投资进行规范，并进一步规范股东及其关联方与公司之间的资金往来，杜绝股东及其关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的情况。

（2）公司管理层做出书面承诺：将严格按照相关制度对关联交易、对外担保、对外投资进行规范，并进一步规范股东及其关联方与公司之间的资金往来，杜绝股东及其关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的情况。

（3）公司控股股东、实际控制人做出书面承诺：将严格遵守《公司章程》及其他内部控制制度中对防止股东及关联方资金占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为做出的制度安排；公司控股股东、实际控制人及其直接或间接控制的其他关联公司不会发生通过借款、代偿债务、代垫款项等方式侵占公司资金等严重损害公司利益的情形；如果违反该承诺，由此给公司带来的一切损失，控股股东、实际控制人共同承担全部责任。

七、董事、监事、高级管理人员相关情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

1、截至本公开转让说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员及直属亲属持股情况如下：

序号	姓名	在公司任职	直接持股数 (股)	直接持股比例 (%)	间接持股比例 (%)	合计持股比例
1	何志光	董事长、总经理	4,950,000	61.875	31.3125	93.1875

2	张南	董事、财务总监	200,000	2.500	-	2.5000
3	孟莉	董事、董事会秘书	-	-	0.5000	0.5000
4	曾梅	董事	-	-	1.5000	1.5000
5	张莉华	董事	-	-	0.8750	0.8750
6	潘少扬	监事会主席	-	-	0.1250	0.1250
7	黄慧婷	监事	-	-	0.1250	0.1250
8	翟皓俊	监事	-	-	0.0625	0.0625

（说明：上述公司董事、监事、高级管理人员持股比例为四舍五入后取小数后 4 位）

除上述持股情况外，报告期内不存在公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属以任何方式直接或间接持有公司股份的情况。

2、公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属或其他关联关系。

（二）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

1、董事、监事、高级管理人员与公司签订的协议情况

在公司任职并领薪的董事、监事、高级管理人员均与公司签有《劳动合同》，合同对双方的权利义务进行了规定。

2、董事、监事、高级管理人员做出的主要承诺

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）公司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；

(3) 公司管理层关于诚信状况的书面声明；

(4) 公司管理层关于公司最近二年内不存在重大违法违规行为的声明；

(5) 根据中国证监会和全国股份转让系统公司关于公司股票在全国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。

(三) 董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员在公司以外的单位兼职的情况如下：

姓名	职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司关系
何志光	董事长、总经理	广州新闻图片社有限公司	执行董事	系公司股东之一
孟莉	董事	广州华彩文化咨询有限公司	董事	董事孟莉于 2013 年 1 月 9 日已办理广州华彩文化咨询有限公司离职手续并不再担任该公司董事职务，但该公司目前仍未办理董事工商登记变更手续。

公司董事、监事、高级管理人员不存在违反关于竞业禁止的约定、法律规定的情形，也不存在有关上述事项的纠纷或潜在纠纷。

(四) 董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

截至本说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员对外投资情况如下：

序号	企业名称	关联关系	营业执照登记范围	实际经营业务
1	广州新闻图片社有限公司	公司董事长、总经理何志光持股比例为 100%	房屋租赁；贸易代理；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	仅作为公司白金汉包、高坚滤镜代理销售

2	广州市高坚信息科技企业(有限合伙)	公司董事长、总经理何志光出资份额 30%并担任其普通合伙人	投资管理,股权投资。(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)	投资于本公司
3	高地摄影器材有限公司	公司董事长何志光持股比例为 100%	摄影器材销售	该公司目前正在办理注销手续,报告期无实际经营。
4	广州丰彩高至广告传媒有限公司	实际控制人何志光担任该公司董事长兼总经理;董事张南担任该公司监事	广告业;会议及展览服务;摄影服务;企业管理咨询服务;商品信息咨询服务;(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	该公司已于 2017 年 5 月 27 日办理注销,报告期无实际经营。

公司董事、监事、高级管理人员的上述投资不存在与公司利益冲突的情况。

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

截至本公开转让说明书签署之日,不存在公司董事、监事、高级管理人员受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

(六) 最近两年内公司董事、监事、高级管理人员变动情况

最近两年公司的董事、监事、高级管理人员基本保持稳定,其变动情况如下:

1、董事变动情况

有限公司阶段,公司未设董事会,设执行董事一名。

股份公司成立后,经股份公司第一次股东大会决议,同意有限公司按照净资产折股方式整体变更为股份有限公司,并同意设董事会,何志光、张南、张莉华、孟莉、曾梅为股份公司董事成员,组成第一届董事会。此后,公司董事未发生变动。

2、监事变动情况

有限公司阶段，公司未设监事会，设监事一名。

股份公司成立后，2017年6月16日，经股份公司职工代表大会决议，同意选举潘少扬为股份公司职工代表监事。2017年6月16日，公司召开创立大会，决议成立监事会，选举翟皓俊、黄慧婷为公司第一届监事会监事，与职工监事潘少扬共同组成股份公司第一届监事会。同日，第一届监事会选举潘少扬为监事会主席。此后，公司监事未发生变动。

3、高级管理人员变动情况

有限公司阶段，张南任公司总经理。

股份公司成立后，2017年6月16日，经股份公司第一届董事会第一次会议决议：同意聘何志光为总经理，聘任张南担任财务负责人，聘任孟莉为董事会秘书，组成股份公司的高级管理人员。

有限公司阶段有限公司未设监事会和董事会，仅设一名监事和一名执行董事。股份公司成立后，公司完善了法人治理结构，建立健全了“三会”制度，形成了由五人构成的董事会以及由总经理、财务总监、董事会秘书构成高级管理人员团队，并设置了包含职工代表监事的监事会。

公司原主要管理人员数目上没有发生变化，特别是实际控制人何志光在公司担任董事长、总经理的重要职务，原管理人员继续参与对公司的生产及经营的管理工作。公司上述董事、监事和高级管理人员变化系根据公司发展需要，为加强公司的治理水平，规范公司法人治理结构进行的调整，且履行了必要的法律程序，符合法律、法规及有关规范性文件和《公司章程》的规定，不会对公司经营管理产生实质影响，不构成本次挂牌的实质性障碍。

八、未决重大诉讼及仲裁

截至本公开转让说明书签署日，公司无未决重大诉讼、仲裁案件。

第四章 公司财务

一、最近两年一期的资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表

1、资产负债表

单位：元

资产	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	6,344,974.91	1,335,341.61	587,397.81
交易性金融资产			
应收票据			
应收账款	6,590,781.47	7,749,916.24	12,933,727.99
预付款项	3,372,708.12	4,014,567.90	89,425.00
应收利息			
应收股利			
其他应收款	2,695,202.30	5,459,673.99	2,706,282.05
存货	2,379,664.88	2,856,560.18	618,527.26
其他流动资产	9,000,000.00	8,000,000.00	6,050,000.00
流动资产合计	30,383,331.68	29,416,059.92	22,985,360.11
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	255,384.87	319,327.23	128,479.24
在建工程			
工程物资			
固定资产清理			
无形资产	26,590.69	36,562.20	76,448.24
开发支出			
商誉			
长期待摊费用			
递延所得税资产	193,187.43	116,298.54	62,992.02
其他非流动资产			

非流动资产合计	475,162.99	472,187.97	267,919.50
资产总计	30,858,494.67	29,888,247.89	23,253,279.61
负债及股东权益			
流动负债：			
短期借款			
交易性金融负债			
应付票据			
应付账款	456,649.27	813,948.19	944,666.42
预收款项			
应付职工薪酬	681,761.66	1,527,372.30	921,793.09
应交税费	3,591,958.71	4,796,733.21	5,069,906.42
应付利息			
应付股利			
其他应付款	155,707.87	5,540,707.98	1,460,118.69
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	4,886,077.51	12,678,761.68	8,396,484.62
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
专项应付款			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计	4,886,077.51	12,678,761.68	8,396,484.62
所有者权益：			
实收资本（或股本）	8,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	6,116,685.25		
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	1,220,948.62	1,220,948.62	985,679.50
未分配利润	10,634,783.29	10,988,537.59	8,871,115.49
所有者权益合计	25,972,417.16	17,209,486.21	14,856,794.99
负债和所有者权益总计	30,858,494.67	29,888,247.89	23,253,279.61

2、利润表

单位：元

项目	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	6,728,965.34	23,166,569.11	24,061,241.46
减：营业成本	4,374,421.28	11,916,092.34	12,868,041.04
营业税金及附加	167,461.41	596,017.88	669,545.50
销售费用	565,166.42	2,032,251.13	1,904,474.02
管理费用	2,135,323.41	5,410,075.86	5,277,085.09
财务费用	753.26	3,186.75	-11,660.31
资产减值损失	-48,998.27	213,226.09	175,767.84
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）	57,341.10	114,779.69	18,009.36
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）	-407,821.07	3,110,498.75	3,195,997.64
加：营业外收入	1,190.38	39,578.22	76,162.51
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出	24,012.50		350.00
其中：非流动资产处置损失	24,012.50		
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	-430,643.19	3,150,076.97	3,271,810.15
减：所得税费用	-76,888.89	797,385.75	826,431.56
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	-353,754.30	2,352,691.22	2,445,378.59
五、其他综合收益的税后净额			
六、综合收益总额	-353,754.30	2,352,691.22	2,445,378.59

3、现金流量表

单位：元

项目	2017 年 1-3 月	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	8,581,066.69	30,143,596.71	27,458,184.16
收到的税费返还			
收到的其他与经营活动有关的现金	2,785,409.55	1,578,723.35	410,693.86
经营活动现金流入小计	11,366,476.24	31,722,320.06	27,868,878.02
购买商品、接受劳务支付的现金	2,507,066.12	13,994,142.84	8,245,145.49
支付给职工以及为职工支付的现金	3,230,237.22	8,784,294.62	8,260,464.13
支付的各项税费	1,721,928.32	2,789,735.55	1,856,937.26
支付的其他与经营活动有关的现金	6,955,952.38	3,295,133.83	6,575,747.34
经营活动现金流出小计	14,415,184.04	28,863,306.84	24,938,294.22
经营活动产生的现金流量净额	-3,048,707.80	2,859,013.22	2,930,583.80
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金			
取得投资收益收到的现金	57,341.10	114,779.69	18,009.36
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,000.00		
投资活动现金流入小计	58,341.10	114,779.69	18,009.36
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金		275,849.11	99,455.00
投资支付的现金	1,000,000.00	1,950,000.00	6,050,000.00
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	1,000,000.00	2,225,849.11	6,149,455.00
投资活动产生的现金流量净额	-941,658.90	-2,111,069.42	-6,131,445.64
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	9,000,000.00		
取得借款收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	9,000,000.00		
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额	9,000,000.00		
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	5,009,633.30	747,943.80	-3,200,861.84
加：期初现金及现金等价物余额	1,335,341.61	587,397.81	3,788,259.65
六、期末现金及现金等价物余额	6,344,974.91	1,335,341.61	587,397.81

4、所有者权益变动表

(1) 2017 年度 1-3 月所有者权益变动表

单位：元

项目	2017 年 1-3 月							
	实收资本	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					1,220,948.62	10,988,537.59	17,209,486.21
加：会计政策变更								
前期差错更正								
二、本年初余额	5,000,000.00					1,220,948.62	10,988,537.59	17,209,486.21
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	3,000,000.00	6,116,685.25					-353,754.30	8,762,930.95
（一）综合收益总额							-353,754.30	-353,754.30
（二）所有者投入和减少资本	3,000,000.00	6,116,685.25						9,116,685.25
1. 所有者投入资本	3,000,000.00	6,000,000.00						9,000,000.00
2. 股份支付计入股东权益的金额		116,685.25						116,685.25
3. 其他								
（三）利润分配								
1. 提取盈余公积								
2. 对所有（或股东）的分配								
3. 其他								
（四）股东权益内部结转								
1. 资本公积转增资本（或股本）								
2. 盈余公积转增资本（或股本）								
3. 盈余公积弥补亏损								
（五）专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用（以负号填列）								
四、本年年末余额	8,000,000.00	6,116,685.25				1,220,948.62	10,634,783.29	25,972,417.16

(2) 2016 年度所有者权益变动表

单位：元

项目	2016 年度							
	实收资本	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					985,679.50	8,871,115.49	14,856,794.99
加：会计政策变更								
前期差错更正								
二、本年年初余额	5,000,000.00					985,679.50	8,871,115.49	14,856,794.99
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）						235,269.12	2,117,422.10	2,352,691.22
（一）综合收益总额							2,352,691.22	2,352,691.22
（二）所有者投入和减少资本								
1. 所有者投入资本								
2. 股份支付计入股东权益的金额								
3. 其他								
（三）利润分配						235,269.12	-235,269.12	
1. 提取盈余公积						235,269.12	-235,269.12	
2. 对所有者（或股东）的分配								
3. 其他								
（四）股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本								
2. 盈余公积转增股本								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
（五）专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用（以负号填列）								
四、本年年末余额	5,000,000.00					1,220,948.62	10,988,537.59	17,209,486.21

(3) 2015 年度所有者权益变动表

单位：元

项目	2015 年度							
	实收资本	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					741,141.64	6,670,274.76	12,411,416.40
加：会计政策变更								
前期差错更正								
二、本年初余额	5,000,000.00					741,141.64	6,670,274.76	12,411,416.40
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）						244,537.86	2,200,840.73	2,445,378.59
（一）综合收益总额							2,445,378.59	2,445,378.59
（二）所有者投入和减少资本								
1. 所有者投入资本								
2. 股份支付计入股东权益的金额								
3. 其他								
（三）利润分配						244,537.86	-244,537.86	
1. 提取盈余公积						244,537.86	-244,537.86	
2. 对所有者（或股东）的分配								
3. 其他								
（四）股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本								
2. 盈余公积转增股本								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
（五）专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用（以负号填列）								
四、本年年末余额	5,000,000.00					985,679.50	8,871,115.49	14,856,794.99

二、最近两年一期财务会计报告的审计意见

公司 2017 年度 1-3 月、2016 年度及 2015 年度财务报告经具有证券期货相关业务资格的亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具了亚会 B 审字（2017）1717 号标准无保留意见的《审计报告》。

三、报告期内的会计政策、会计估计及其变更情况

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2017 年 3 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的财务状况、2017 年 1-3 月、2016 年度、2015 年度的经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

本公司会计年度为公历年度，即每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（三）记账本位币

本公司以人民币为记账本位币。

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

（四）现金及现金等价物的确定标准

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

（五）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

管理层根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将金融资产和金融负债分为不同类别：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（或金融负债）；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

交易性金融资产或金融负债是指满足下列条件之一的金融资产或金融负债：

- 1) 取得该金融资产或金融负债的目的是为了在短期内出售、回购或赎回；
- 2) 属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；
- 3) 属于衍生金融工具，但是被指定为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

只有符合以下条件之一，金融资产或金融负债才可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产或金融负债：

- 1) 该项指定可以消除或明显减少由于金融资产或金融负债的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；
- 2) 风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融资产组合、该金融负债组合、或该金融资产和金融负债组合，以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；
- 3) 包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中分拆；

4) 包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。

本公司对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，在取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）应收款项

本公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款、应收票据、预付账款、长期应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（3）持有至到期投资

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生性金融资产。

本公司对持有至到期投资，在取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

如果持有至到期投资处置或重分类为其他类金融资产的金额，相对于本公司全部持有至到期投资在出售或重分类前的总额较大，在处置或重分类后应立即将其剩余的持有至到期投资重分类为可供出售金融资产；重分类日，该投资的账面价值与其公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。但是，遇到下列情况可以除外：

1) 出售日或重分类日距离该项投资到期日或赎回日较近(如到期前三个月

内)，且市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响。

2) 根据合同约定的偿付方式，企业已收回几乎所有初始本金。

3) 出售或重分类是由于企业无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事件所引起。

(4) 可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除其他金融资产类别以外的金融资产。

本公司对可供出售金融资产，在取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。可供出售金融资产的公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，直接计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

本公司对在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

(5) 其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 所转移金融资产的账面价值；

(2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 终止确认部分的账面价值；

(2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司采用公允价值计量的金融资产和金融负债存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；初始取得或衍生的金融资产或

承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

6、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

金融资产发生减值的客观证据，包括但不限于：

- （1） 发行方或债务人发生严重财务困难；
- （2） 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
- （3） 债权人出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- （4） 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- （5） 因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- （6） 无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等；
- （7） 权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；
- （8） 权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

金融资产的具体减值方法如下：

- （1）可供出售金融资产的减值准备

本公司于资产负债表日对各项可供出售金融资产采用个别认定的方式评估

减值损失，其中：表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，具体量化标准为：若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本时，则表明其发生减值。

上段所述“成本”按照可供出售权益工具投资的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、原已计入损益的减值损失确定；“公允价值”根据证券交易所期末收盘价确定，除非该项可供出售权益工具投资存在限售期。对于存在限售期的可供出售权益工具投资，按照证券交易所期末收盘价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该权益工具的风险而要求获得的补偿金额后确定。

可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，本公司将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失从其他综合收益转出，计入当期损益。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊余金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回计入当期损益；对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时通过权益转回；但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

（2）持有至到期投资的减值准备

对于持有至到期投资，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回，记入当期损益，但该转回的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

(2) 本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

(六) 应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准：期末余额达到20万元（含20万元）以上的应收款项为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明发生了减值，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款：

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）以及未单独测试的单项金额不重大的应收款项，按以下信用风险特征组合计提坏账准备：

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
关联方	合并范围内的关联方应收款项	不计提

A、对账龄组合，采用账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

账龄	应收账款计提比例%	其他应收款计提比例%
1 年以内（含 1 年）	0.50	0.50
1-2 年	10.00	10.00
2-3 年	50.00	50.00
3 年以上	100.00	100.00

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

4、其他计提方法说明

对应收票据、预付款项、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（七）存货

1、存货的分类

本公司存货分主要为库存商品，在产品。

2、存货的计价方法

本公司存货取得时按实际成本计价。库存商品发出时采用加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、

具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

- (1) 低值易耗品采用一次转销法；
- (2) 包装物采用一次转销法。
- (3) 其他周转材料采用一次转销法摊销。

(八) 固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

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

2、固定资产初始计量

本公司固定资产按成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现

值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

(1) 固定资产折旧

固定资产折旧按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

利用专项储备支出形成的固定资产，按照形成固定资产的成本冲减专项储备，并确认相同金额的累计折旧，该固定资产在以后期间不再计提折旧；已提足折旧仍继续使用的固定资产不计提折旧。

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

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率	年折旧率
运输设备	直线法	10	5%	9.50%
办公设备	直线法	3	5%	31.67%

(2) 固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

(3) 固定资产处置

当固定资产被处置、或者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金额计入当期损益。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

(1) 在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

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

(3) 即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

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

(5) 租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

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

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

(九) 借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，在符合资本化条件的情况下开始资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是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者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

(1) 资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的

资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或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必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化金额的计算方法

专门借款的利息费用（扣除尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或者进行暂时性投资取得的投资收益）及其辅助费用在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态前，予以资本化。

根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一

般借款加权平均利率计算确定。

借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十）无形资产与开发支出

无形资产是指本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，包括土地使用权、计算机软件等。

1、无形资产的初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

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

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

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

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

2、无形资产的后续计量

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

（1）使用寿命有限的无形资产

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下：

项目	预计使用寿命	摊销方法	备注
计算机软件	3	直线法	--

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

经复核，本报告期内各期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）使用寿命不确定的无形资产

无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。对于使用寿命不确定的无形资产，在持有期间内不摊销，每期末对无形资产的寿命进行复核。如果期末重新复核后仍为不确定的，在每个会计期间继续进行减值测试。

经复核，本公司在报告期内无使用寿命不确定的无形资产。

3、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

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

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

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

4、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

- （1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- （2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- （3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；
- （4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- （5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

（十一）长期资产减值

本公司在资产负债表日判断长期资产是否存在可能发生减值的迹象。如果长期资产存在减值迹象的，以单项资产为基础估计其可收回金额；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为基础确定资产组的可收回金额。

资产可收回金额的估计，根据其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较高者确定。

可收回金额的计量结果表明，长期资产的可收回金额低于其账面价值的，将长期资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

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

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值

迹象，每年都进行减值测试。

在对商誉进行减值测试时，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。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

（十二）职工薪酬

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

1、短期薪酬

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

2、离职后福利

离职后福利是指本公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。

本公司的离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。

离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等；在职工为本公司提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司按照国家规定的标准和年金计划定期缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。

3、辞退福利

辞退福利是指本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

本公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指，向未达到国家规定的退休年龄、经本公司管理层批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。本公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止，向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利，本公司比照辞退福利进行会计处理，在符合辞退福利相关确认条件时，将自职工停止提供服务日至正常退休日期间拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等，确认为负债，一次性计入当期损益。内退福利的精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

4、其他长期职工福利

其他长期职工福利是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外的其他所有职工福利。

对符合设定提存计划条件的其他长期职工福利，在职工为本公司提供服务的会计期间，将应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（十三）预计负债

1、预计负债的确认标准

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司确认为预计负债：

该义务是本公司承担的现时义务；

履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；

该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

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

最佳估计数分别以下情况处理：

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

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

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

（十四）收入

（1）一般原则

①销售商品

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

②提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司于资产负债表日按完工百分比法确认收入。

劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例确定。

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

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

③让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，本公司确认收入。

（2）收入确认的具体方法

①杂志销售：采取直接销售方式，则公司杂志发出后，经客户验收后确认收入；如附有销售退回条件的代理销售方式，则在售出杂志的退货期满时，经由公司与代理商对已售杂志数量及价格准确核对并结算收款后，确认收入。

②广告代理：公司承接业务后，按照约定与客户签订发布合同，在自有媒体广告发布后，按照合同约定结算方式确认收入。

③活动策划：公司承接业务后，按照合同的约定组织现场活动，活动完成并得到客户确认后，确认收入。

④其他商品销售：商品已发出，并已收取款项或取得收款权利时，确认收入。

（十五）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长

期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

对期末有证据表明公司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的，按应收金额确认政府补助。除此之外，政府补助均在实际收到时确认。

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

3、会计处理方法

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

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

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

（十六）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所

得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

对于与联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

- （1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；
- （2）非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项发生时既不影响会计利润，也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）所形成的暂时性差异；
- （3）对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、同时满足下列条件时，将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示

- （1）企业拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；
- （2）递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（十七）经营租赁、融资租赁

如果租赁条款在实质上将与租赁资产所有权有关的全部风险和报酬转移给承租人，该租赁为融资租赁，其他租赁则为经营租赁。

1、经营租赁会计处理

(1) 公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

(2) 公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

2、融资租赁会计处理

(1) 融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。

公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。

(2) 融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入，公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

(十八) 重要会计政策变更

1、会计政策变更

本报告期重要会计政策未变更。

2、会计估计变更

本报告期主要会计估计未变更。

（十九）财务报表列报项目变更说明

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22 号）。

《增值税会计处理规定》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”科目，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；利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。

《增值税会计处理规定》还明确要求“应交税费”科目下的“应交增值税”、“未交增值税”、“待抵扣进项税额”、“待认证进项税额”、“增值税留抵税额”等明细科目期末借方余额应根据情况，在资产负债表中的“其他流动资产”或“其他非流动资产”项目列示；“应交税费——待转销项税额”等科目期末贷方余额应根据情况，在资产负债表中的“其他流动负债”或“其他非流动负债”项目列示。

本公司已根据《增值税会计处理规定》，对于 2016 年 5 月 1 日至该规定施行之间发生的交易由于该规定而影响的资产、负债和损益等财务报表列报项目金额进行了调整，包括将 2016 年 5 月 1 日之后发生的房产税、土地使用税、车船使用税和印花税从“管理费用”调整至“税金及附加”；对于 2016 年 1 月 1 日至 4 月 30 日期间发生的交易，不予追溯调整；对于 2016 年财务报表中可比期间的财务报表也不予追溯调整。

（二十）税项

（1）主要税种及税率

税种	计税依据	税率（%）
增值税（广告）	应税收入	6
增值税（杂志销售）	应税收入	13
增值税（其他商品）	应税收入	17
城市维护建设税	应纳流转税额	7

税种	计税依据	税率（%）
教育费附加	应纳流转税额	3
地方教育费附加	应纳流转税额	2
文化事业建设费	按广告收入和广告发布收入计征	3
企业所得税	应纳税所得额	25

（2）重要税收优惠及批文

无。

四、最近两年一期的主要财务指标分析

（一）盈利能力分析

财务指标	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
营业收入（万元）	672.90	2,316.66	2,406.12
净利润（万元）	-35.38	235.27	244.54
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-35.38	235.27	244.54
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-26.30	223.69	237.51
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）	-26.30	223.69	237.51
毛利率（%）	34.99	48.56	46.52
净资产收益率（%）	-2.08	14.67	17.94
扣除非经常性损益后的净资产收益率（%）	-1.54	13.95	17.42
基本每股收益（元/股）	-0.07	0.47	0.49
稀释每股收益（元/股）	-0.07	0.47	0.49

公司 2017 年 1-3 月、2016 年度和 2015 年度综合毛利率分别为 34.99%、48.56% 和 46.52%，报告期内 2015 年与 2016 年毛利率较为稳定，2017 年 1-3 月的毛利率下降较快，分产品的毛利率波动见本节五、报告期主要会计数据（一）营业收入、利润及毛利率的主要构成部分的分析。

公司收入 2016 年比 2015 年下降 894,672.36，主要是受广告代理业务收入下降的影响，公司的广告代理主要依托《摄影之友》杂志的广告代理，受互联网等新媒体影响，传统杂志纸质媒体受阅群体数量下降，导致传统的纸质媒体广告投放下降，公司的 2016 年广告代理收入相比 2015 年有所下降，2017 年 1 至 3 月广告代理收入仍然处于下降趋势，2017 年公司积极转型，深耕传统媒体，全面拓展如微博微信等互联网新媒体，提高公司广告代理板块的收入水平。

公司的净利润 2016 年与 2015 年基本相当,虽然公司的广告代理业务收入在 2016 年有所下降,但公司围绕着具有高度粘性及习惯性消费的摄影爱好者的特点,开展了以摄影活动,摄影器材销售新的业务增长点,依托公司杂志媒体广告独家代理及在摄影行业的影响力,公司在 2016 年 9 月开始在互联网销售高端摄影器材包业务,2016 年互联网销售收入 752,280.63 元,基本弥补了广告代理业务的收入下降,而公司的期间费用两年变化不大,故 2016 年与 2015 年的净利润水平相当。

公司 2017 年 1 至 3 月的净利润为负,下降较快,主要原因有:第一,公司业务受季节因素的影响所致,1 至 3 月中,有受中国传统春节的影响,活动策划与互联网的摄影器材包的销售业务收入有所下降,广告代理业务也受季节性影响,一般第一季度为广告需求客户的年初预算审核时期,第一季度的广告投放较为谨慎,第一季度的收入相比其他季节会有所下降;第二,公司的第一季度净利润为负影响最大的是毛利率下降较快,这主要是公司业务的成本主要为固定成本,收入在第一季度有所下降的情况下,成本不会下降,公司的成本构成主要是职工薪酬,物业租赁等,这些固定成本在 2017 年反而会有所上升,公司规模较小,收入的下降对毛利率影响较大;第三,公司第一季度的费用相比其他季节较高,主要是第一节临近或者刚过春节,职工福利,客户拜访等会有所增加,同时公司在第一季度支付 20 万左右的新三板挂牌的审计及咨询服务费。综上因素导致公司第一季度的净利润为负。

公司净资产收益率与每股收益的降低主要是公司净利润下降。

综上,公司的盈利能力在 2015 年剂 2016 年较为稳定,各项盈利能力指标变化较小,2017 年盈利能力有所下降,主要是 2017 年第一季度受季节性影响,公司收入下降所致。

(二) 偿债能力分析

财务指标	2017 年 1-3 月	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资产负债率	15.83	42.42	36.11
流动比率(倍)	6.22	2.32	2.74
速动比率(倍)	3.20	1.15	1.93

公司 2017 年 1-3 月、2016 年和 2015 年的资产负债率分别为:15.83%、42.42%和 36.11%,公司的资产负债率较低,2017 年相比 2016 年下降较大,主要是 2017

年3月公司员工对公司进行增资，引入900万的货币资金所致；流动比率分别为6.22、2.32和2.74，速动比率分别为3.2、1.15和1.92，公司资产流动性较好，2015年与2016年未发生较大变化，2017年上升较大，主要是2017年3月公司进行了900万的货币资金增资；综上，公司的短期偿债能力较强。

（三）营运能力分析

财务指标	2017年度1-3月	2016年度	2015年度
应收账款周转率	0.94	2.24	1.75
应收账款周转天数	388.94	162.94	208.30
存货周转率	1.67	6.86	41.61
总资产周转率	0.22	0.87	2.07

公司2017年3月末、2016年及2015年应收账款周转率分别为0.94次、2.24次和1.75次，应收账款周转天数分别为388.94天、162.94天和208.3天。

公司存在周转率与总资产周转率2016年相比2015年有所下降，主要是公司拓展新业务，增加备货，存货余额增加。

2017年1-3月的周转率计算的分母只有三个月的收入数据，因此无对比参考性。

结合公司当前的业务状况，从营运状况指标看，公司应收账款和总资产周转速度合理，与其经营情况相匹配。

（四）现金流量分析

财务指标	2017年1-3月	2016年度	2015年度
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-304.87	285.90	293.06
投资活动产生的现金流量净额（万元）	-94.17	-211.11	-613.14
筹资活动产生的现金流量净额（万元）	900.00	-	-
现金及现金等价物净增加额（万元）	500.86	74.79	-320.09

2016年度公司经营活动产生的现金流量净额为285.90万元，相较于2015年减少7.16万元，经营活动现金流变化较小，2017年为负304.87万元，主要是受季节性影响，公司2017年收入较小因而经营活动收到现金流较小，而公司的成本支出产生的经营活动现金流支出未随收入的减少而减少，另外公司在2017年偿还关联方500万的经营性借款，导致2017年1至3月相比2016年经营活动现金流下降较快；公司在报告期内的净利润与经营活动产生的现金流净额相差较大，其净利润与经营活动现金流关系如下：

单位：元

项目	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
将净利润调节为经营活动现金流量			
净利润	-353,754.30	2,352,691.22	2,445,378.59
加：资产减值准备	-48,998.27	213,226.09	175,767.84
固定资产折旧、投资性房地产折旧	64,127.86	85,001.12	34,795.47
无形资产摊销	9,971.51	39,886.04	39,886.04
长期待摊费用摊销		-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	24,012.50	-	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）		-	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）		-	-
财务费用（收益以“-”号填列）		-	-
投资损失（收益以“-”号填列）	-57,341.10	-114,779.69	-18,009.36
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-76,888.89	-53,306.52	-43,941.96
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）	476,895.30	-2,238,032.92	-618,527.26
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	4,614,464.51	-1,707,949.18	-840,254.35
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-7,817,882.17	4,282,277.06	1,755,488.79
其他（股份支付影响）	116,685.25	-	-
经营活动产生的现金流量净额	-3,048,707.80	2,859,013.22	2,930,583.80

由上表可知，公司 2015 年与 2016 年的净利润除掉折旧摊销后与经营活动的现金流入相当，公司 2016 年存货及应收项目的大量增加，但其向关联方借入 500 万资金导致其对经营活动的净现金流的影响抵消。

公司 2017 年净利润与经营活动的现金流相差较大，主要是公司在 2016 年向关联方广州新闻图片社有限公司借款 500 万元于 2017 年偿还导致经营性应付项目大幅减少，另外公司在 2017 年 3 月引入员工购买公司股份，股价低于每股净资产价格，导致产生的股份支付 116,685.25 元影响公司净利润所致。

公司在报告期内的投资活动产生的现金流主要是公司利用闲余的资金购买

银行理财产品所致。2017 年公司发生 900 万的筹资活动流入，主要是在 2017 年 3 月进行了一次员工增资，流入公司资金 900 万元。

（五）同行业指标比较分析

公司是一家专注于摄影媒体资源开发与经营、摄影器材代理销售的摄影专业市场第三方综合服务公司，公司主营业务是广告代理、杂志发行、主题活动策划和摄影器材代理销售。公司主要以摄影领域的专业知识、专业技能为核心，通过《摄影之友》杂志和公司自有多个微博账号、微信公众号等新媒体开展广告代理业务，为摄影器材企业与摄影爱好者搭建起沟通交流的平台，并以此促进摄影器材的销售及发展公司其他创新型摄影相关服务。

与公司业务相近的公司有大众摄影杂志、蜂鸟网、色影无忌网等，但都不属于公众公司，财务指标无法进行对比。同行业与公司业务模式相近的新三板公众公司主要有江南传媒（837217）、中山传媒（870787）、海洋风（831772），对主要财务指标进行对比分析如下（选取 2016 年与 2015 年数据进行对比，公众公司数据来自其年报）：

1、盈利能力对比分析

财务指标	2016 年				
	江南传媒	中山传媒	海洋风	平均	本公司
综合毛利率	43.12	36.55	55.53	45.07	48.56
加权平均净资产收益率	40.78	38.24	0.24	26.42	14.67
加权平均净资产收益率 (扣非后)	38.86	24.99	-0.59	21.09	13.95

续

财务指标	2015 年				
	江南传媒	中山传媒	海洋风	平均	本公司
综合毛利率	29.66	31.96	59.18	40.27	46.52
加权平均净资产收益率	33.60	41.61	25.04	33.42	17.94
加权平均净资产收益率 (扣非后)	33.78	39.42	9.76	27.65	17.42

公司 2016 年毛利率为 48.56%，公司毛利率低于海洋风，但高于江南传媒与中山传媒，总体来说，稍高于同行业 45.07% 的平均水平，2015 年毛利率为 46.52%，公司毛利率低于海洋风，高于江南传媒与中山传媒，高于行业 40.27% 的平均水平，公司整体毛利率稳定，净资产收益率远低于同行业的平均水平，主要是公司

的规模较小，收入水平远低于江南传媒与中山传媒，因而净资产收益率低于上述两家；公司的盈利能力处上行业平均之上，但因为公司规模较小，净资产收益率较低。

2、偿债能力对比分析

财务指标	2016 年				
	江南传媒	中山传媒	海洋风	平均	本公司
资产负债率(%)	26.28	31.20	8.17	21.88	42.42
流动比率（倍）	3.67	3.08	9.01	5.26	2.32
速动比率（倍）	3.66	3.08	9.01	5.25	1.15

续

财务指标	2015 年				
	江南传媒	中山传媒	海洋风	平均	本公司
资产负债率(%)	24.42	52.86	7.40	28.23	36.11
流动比率（倍）	4.05	1.55	9.19	4.93	2.74
速动比率（倍）	4.04	1.51	9.19	4.91	1.93

2015 年与 2016 年，公司相比同行业的公众公司，资产负债率均高于同行业公众公司，流动比率与速动比率低于同行业公司；公司在 2017 年引入股权融资，对公司的资本结构做了较大的改善，改善后的公司的资产负债率低于同行业平均水平，公司的偿债能力得到较大的提高。

3、运营能力对比分析

财务指标	2016 年				
	江南传媒	中山传媒	海洋风	平均	本公司
应收帐款周转率（次）	5.64	9.64	2.85	6.04	2.24
存货周转率（次）	153.10	112.98		88.69	6.86

续

财务指标	2015 年				
	江南传媒	中山传媒	海洋风	平均	本公司
应收帐款周转率（次）	7.90	10.76	4.60	7.75	1.75
存货周转率（次）	569.88	55.31		208.40	41.61

2015 年与 2016 年公司的应收账款周转和存货周转率明显低于同行业公司，主要是公司的规模较小，广告代理业务的议价能力较小，公司的应收账款的周转率 2016 年相比 2015 年有所提高，公司将通过新三板挂牌进一步加强公司的收款议价能力，提高公司的应收账款周转速度，公司的存货主要是网络销售摄影器材包等，同行业可比公司没有此类业务，与同行业不具有可比性。

五、报告期主要会计数据

（一）营业收入、利润及毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析

1、营业收入的主要构成

单位：元

项目	2017 年 1-3 月	
	收入	成本
主营业务收入	6,728,965.34	4,374,421.28
其他业务收入		
合计	6,728,965.34	4,374,421.28

续

项目	2016 年	
	收入	成本
主营业务收入	23,166,569.11	11,916,092.34
其他业务收入		
合计	23,166,569.11	11,916,092.34

续

项目	2015 年	
	收入	成本
主营业务收入	24,061,241.46	12,868,041.04
其他业务收入		
合计	24,061,241.46	12,868,041.04

2017 年 1-3 月、2016 年度、2015 年度公司的主营业务收入占比分别为 100.00%、100.00%、100.00%，公司主营业务较为突出。

公司主营业务为广告代理、杂志发行、主题活动策划和摄影器材代理销售。

2、主营业务收入按产品构成

单位：元

项目	2017 年 1-3 月		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
广告代理	2,581,897.31	38.37	12,680,264.44	54.74	14,144,033.27	58.78
活动策划	1,407,328.78	20.91	3,208,482.12	13.85	2,658,550.32	11.05
杂志销售	1,378,483.51	20.49	6,525,541.92	28.17	7,258,657.87	30.17
其他商品销售	1,361,255.74	20.23	752,280.63	3.25		

合计	6,728,965.34	100.00	23,166,569.11	100.00	24,061,241.46	100.00
----	--------------	--------	---------------	--------	---------------	--------

公司的其他商品销售主要是摄影器材代理销售，销售渠道主要为网络销售。公司从事摄影领域的广告代理与杂志的分销，同时近年来拓展的微博、微信公众号等互联网渠道，培养了一批忠实用户，公司从 2016 年下半年开始经营围绕摄影为核心的相关产品，为相关的用户提供国内市场较少或者难以购买的摄影器材等，公司签订高端品牌白金汉摄影包在中国区的独家其代理销售权取得较好的销售业绩。

3、主营业务收入按地区构成

单位：元

项目	2017 年 1-3 月		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
华南区	1,986,840.60	29.53	6,849,986.81	29.57	8,600,489.95	35.74
华北区	1,889,003.05	28.07	7,378,057.71	31.85	10,666,192.93	44.33
华东区	2,340,790.69	34.79	7,429,913.15	32.07	3,810,530.30	15.84
西南区	256,501.13	3.81	871,494.50	3.76	855,698.05	3.56
网络销售	255,829.87	3.80	637,116.94	2.75	128,330.23	0.53
合计	6,728,965.34	100.00	23,166,569.11	100.00	24,061,241.46	100.00

公司的客户主要集中在经济较为发达的广东（华南）、上海（华东）与北京（华北）地区，公司其他商品销售金额 1,361,255.74 元，而网络销售的金额则只有 255,829.87 元，主要差异是公司向广图的销售 100 万左右，销售地区的统计口径为华南地区，公司通过广州广图向京东的销售未统计为网络销售（以直接客户所在地区为口径统计），公司的网络销售包括摄影器材、销售杂志及其他商品（其他商品主要为摄影器材的销售，从 2016 年 9 月开始销售）。

4、报告期收入前五大客户

公司 2017 年度 1-3 月前五大客户统计情况如下：

单位：元

客户名称	2017 年 1-3 月销售金额	占当期营业收入比例 (%)
盟博广告（上海）有限公司	1,170,000.00	17.39

客户名称	2017 年 1-3 月销售金额	占当期营业收入比例 (%)
广州新闻图片社有限公司	937,042.77	13.93
中国邮政集团公司广东省分公司	755,149.78	11.22
爱普生（中国）有限公司	702,830.19	10.44
北京电通广告有限公司	566,037.74	8.41
合计	4,131,060.48	61.39
2017 年 1-3 月营业收入	6,728,965.33	

公司2016年度前五大客户统计情况如下：

单位：元

客户名称	2016 年度销售额	占当年营业收入比例 (%)
中国邮政集团公司广东省分公司	3,773,116.59	16.29
北京恒美广告有限公司	2,623,018.87	11.32
北京电通广告有限公司	2,054,309.43	8.87
盟博广告（上海）有限公司	1,950,000.00	8.42
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	1,357,075.47	5.86
合计	11,757,520.36	50.76
2016 年营业收入	23,166,569.10	

公司2015年度前五大客户统计情况如下：

单位：元

客户名称	2015 年度销售额	占当年营业收入比例 (%)
北京恒美广告有限公司	4,197,735.84	17.45
中国邮政集团公司广东省分公司	3,853,158.67	16.01
北京电通广告有限公司	2,760,852.83	11.47
北京大旗时代文化发展有限公司	943,396.23	3.92
成都邮征天下信息技术有限公司	737,886.81	3.07
合计	12,493,030.38	51.92
2015 年度营业收入	24,061,241.46	

公司在 2015 年、2016 年与 2017 年 1-3 月的前五大客户占当年的总收入比例分别为 51.92%、50.76%与 61.39%，前五大收入占比较为稳定，超过 50%；前五大客户中，中国邮政集团公司广东省分公司较为稳定，其主要是代销公司的摄影杂志，用户订阅量稳定，在报告期均处于前五。广告客户中，北京电通广告有

限公司、北京恒美广告有限公司较为稳定，15、16 年均处于公司客户前五之类；2016 年 7 月新增客户盟博广告（上海）有限公司系索尼公司在中国新的广告投放代理商（2016 年 7 月，由以前的北京恒美广告有限公司变为盟博广告（上海）有限公司），届时北京恒美广告有限公司不再代理索尼的广告投放，公司的客户也由北京恒美广告有限公司变成了盟博广告（上海）有限公司（实质上代理广告的内容不变，均为索尼产品），新增客户广州新闻图片社有限公司系公司关联方，主要是公司 2016 年下半年开始从事摄影器材代理销售业务，而京东的供货备案单位为广州新闻图片社有限公司，因而公司将货物销售给广州新闻图片社有限公司，由广州新闻图片社有限公司销售给京东，公司与广州新闻图片社有限公司正在与京东协商，供应商的名字正在由广州新闻图片社有限公司变更为本公司，变更完毕后，将由公司直接供货给京东。报告期关联交易的必要性及公允性详见本节“六、关联方、关联方关系和关联交易”部分的分析。

5、毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析

（1）按销售产品的毛利率

单位：元

2017 年 1-3 月	收入	成本	毛利	毛利率（%）
广告代理	2,581,897.31	1,016,951.77	1,564,945.54	60.61
活动策划	1,407,328.78	1,235,628.69	171,700.09	12.20
杂志销售	1,378,483.51	1,077,364.65	301,118.85	21.84
其他商品销售	1,361,255.74	1,044,476.17	316,779.57	23.27
合计	6,728,965.34	4,374,421.28	2,354,544.05	34.99

续

2016 年	收入	成本	毛利	毛利率（%）
广告代理	12,680,264.44	4,246,061.40	8,434,203.04	66.51
活动策划	3,208,482.12	2,606,660.28	601,821.84	18.76
杂志销售	6,525,541.91	4,502,369.99	2,023,171.92	31.00
其他商品销售	752,280.63	561,000.67	191,279.96	25.43
合计	23,166,569.10	11,916,092.34	11,250,476.76	48.56

续

2015 年	收入	成本	毛利	毛利率（%）
广告代理	14,144,033.27	4,580,006.67	9,564,026.60	67.62
活动策划	2,658,550.32	2,195,118.60	463,431.72	17.43
杂志销售	7,258,657.87	6,092,915.77	1,165,742.10	16.06
其他商品销售				
合计	24,061,241.46	12,868,041.04	11,193,200.42	46.52

公司 2015 年度、2016 年度、2017 年 1-3 月，公司的综合毛利率分别为 46.52%、

48.56%和 34.99%，2016 年相比 2015 年毛利率略有上升，主要是公司杂志销售的毛利率上升较快，主要原因有：1、公司 2015 年代理销售的杂志有《摄影之友》及其副刊等三本杂志，因《摄影旅游》（《摄影之友》的副刊）销量较差，此杂志一直处于亏损状态，从 2016 年开始决定停止《摄影旅游》的销售，杂志的销售结构发生变化导致毛利的上升；2、从 2016 年开始《摄影之友》及其副刊的杂志的内容进行缩减，公司杂志的印刷成本降低 50%左右；3、从 2016 年开始，《摄影之友》及其副刊杂志的零售价有所提高，而公司的批发价格也随之提高，价格平均提升 15%以上；综上三个原因，公司的毛利率出现了大幅上升。公告的其他产品如活动策划、广告代理在 15 年与 16 年毛利率相对稳定。

2017 年相对 2016 年毛利率出现了大幅下降，公司产品的毛利率均出现了不同程度的下降，其主要原因：1、公司业务受季节因素的影响所致，1 至 3 月，公司有受中国传统春节的影响，活动策划与杂志销售的销售业务收入有所下降，广告代理业务也受季节性影响，一般第一季度为广告需求客户的年初预算审核时期，第一季度的广告投放较为谨慎，所以第一季度的收入相比其他季节会有所下降；2、公司在第一季度收入下降的情况下，公司的成本并未因此而下降，这主要是公司业务的成本主要为固定成本，收入在第一季度有所下降的情况下，成本不会下降，公司的成本构成主要是职工薪酬，物业租赁等，这些固定成本在 2017 年反而会有所上升，公司规模较小，收入的下降对毛利率影响较大；随着业务的开展，公司 2017 年的相应产品的全年毛利率预计与 2016 年不会发生较大变化。

6、营业收入和利润总额的变动趋势及原因

单位：元

项目	2017 年度 1-3 月	2016 年度		2015 年度
	金额	金额	变动（%）	金额
主营业务收入	6,728,965.34	23,166,569.11	-3.72	24,061,241.46
营业成本	4,374,421.28	11,916,092.34	-7.40	12,868,041.04
营业利润	-407,821.07	3,110,498.75	-2.68	3,195,997.64
利润总额	-430,643.19	3,150,076.97	-3.72	3,271,810.15
净利润	-353,754.30	2,352,691.22	-3.79	2,445,378.59

公司所提供的产品盈利直接驱动因素是产品的销售收入，报告期内，公司主营业务收入下降的主要原因是广告代理销售收入的降低，受互联网新媒体广告业的冲击，公司收入下降的同时，公司同时对成本进行了控制，印刷杂志的页数大

幅减少，因而公司的印刷成本得到了大幅度的降低，2016年收入相比2015年下降3.72%，主营成本相应下降7.4%，但公司的期间费用大部分为固定成本，因此期间费用并未减少反而随着物价的上升而上升，公司营业利润和净利润随着收入的下降而下降，其下降速度与收入的下降速度相当。

公司报告期内营业成本主要项目如下：

单位：元

项目	2017年1-3月		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
直接人工成本	1,612,874.64	36.87	5,375,311.48	45.11	5,528,186.54	42.96
物业租赁成本	347,877.19	7.95	876,658.83	7.36	797,922.35	6.20
广告发布成本	103,170.49	2.36	804,698.49	6.75	932,484.03	7.25
印刷及包销成本	558,791.96	12.77	2,579,981.58	21.65	4,099,927.63	31.86
活动服务成本	737,548.98	16.86	1,735,893.63	14.57	1,509,520.49	11.73
其他商品销售成本	1,014,158.02	23.18	543,548.33	4.56		-
合计	4,374,421.28	100.00	11,916,092.34	100.00	12,868,041.04	100.00

从上表可知，公司主营业务成本的构成主要是直接人工、物业租赁、广告发布成本、印刷成本、活动服务成本与其他商品销售成本。公司报告期内营业成本的构成较为稳定，直接人工占40%左右，其次是印刷成本，占总成本比例较高，印刷成本为变动成本，与销售杂志有较大的联动关系，公司印刷成本2016年相比2015年减少较多，主要是2016年由2015年三本杂志代理销售变成两本杂志的销售，另外其他两本代理销售的杂志在2016年的页数进行了大幅削减，因而公司2016年的印刷成本下降较快，其也是公司2016年公司主营业务成本下降、杂志销售的毛利率上升的主要原因。

公司分产品的成本构成如下：

单位：元

项目	2017年1-3月			
	广告代理	活动策划	杂志销售	其他商品销售
直接人工成本	775,801.42	422,870.28	414,202.94	
物业租赁成本	137,979.86	75,209.43	104,369.75	30,318.15
广告发布成本	103,170.49			
印刷及包销成本			558,791.96	

活动服务成本		737,548.98		
其他商品销售成本				1,014,158.02
合计	1,016,951.77	1,235,628.69	1,077,364.65	1,044,476.17

续:

项目	2016 年			
	广告代理	活动策划	杂志销售	其他商品销售
直接人工成本	3,040,933.96	769,446.28	1,564,931.24	
物业租赁成本	400,428.95	101,320.37	357,457.17	17,452.34
广告发布成本	804,698.49			
印刷及包销成本			2,579,981.58	
活动服务成本		1,735,893.63		
其他商品销售成本				543,548.33
合计	4,246,061.40	2,606,660.28	4,502,369.99	561,000.67

续:

项目	2015 年			
	广告代理	活动策划	杂志销售	其他商品销售
直接人工成本	3,249,660.02	610,814.79	1,667,711.73	
物业租赁成本	397,862.62	74,783.32	325,276.41	
广告发布成本	932,484.03			
印刷及包销成本			4,099,927.63	
活动服务成本		1,509,520.49		
其他商品销售成本				
合计	4,580,006.67	2,195,118.60	6,092,915.77	-

公司在 2016 年下半年新拓展其他商品的销售,因而在 2015 年未有相应的收入与成本;其他商品销售的人工成本均计入销售费用,因而在成本里不存在人工成本;广告发布成本、印刷及包销成本、活动服务成本分别为广告代理、杂志销售、活动策划而发生的直接成本;公司产品中成本的构成较为稳定。符合公司实际情况。

(二) 主要费用及变动情况

公司最近两年一期的主要费用及变动情况:

单位: 元

项目	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
----	--------------	---------	---------

	金额	金额	增长率（%）	金额
销售费用	565,166.42	2,032,251.13	6.71	1,904,474.02
管理费用	2,135,323.41	5,410,075.86	2.52	5,277,085.09
财务费用	753.26	3,186.75	-127.33	-11,660.31
期间费用小计	2,701,243.09	7,445,513.74	3.84	7,169,898.80
营业收入	6,728,965.34	23,166,569.11	-3.72	24,061,241.46
销售费用与营业收入之比（%）	8.40	8.77		7.92
管理费用与营业收入之比（%）	31.73	23.35		21.93
财务费用与营业收入之比（%）	0.01	0.01		-0.05
期间费用占营业收入之比（%）	40.14	32.14		29.80

销售费用明细如下：

单位：元

项目	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
职工薪酬	391,750.92	1,609,360.13	1,345,019.69
宣传费	65,332.92	24,937.21	36,760.41
邮寄费	100,533.10	374,111.73	520,135.88
其他	7,549.48	23,842.06	2,558.04
合计	565,166.42	2,032,251.13	1,904,474.02

报告期内，公司销售费用主要为职工薪酬、邮寄费等。2017 年 1-3 月、2016 年度、2015 年度，销售费用占营业收入比例分别为 8.4%、8.77%、7.92%，销售费用占收入比例较为稳定，2016 年稍有增加主要是因为 2016 年的销售人员的职工薪酬有所增加，邮寄费的减少与公司代理销售的杂志减少有关，符合公司实际情况。

管理费用明细如下：

单位：元

项目	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
职工薪酬	429,323.18	1,487,407.91	1,232,814.10
办公费	420,995.34	1,283,404.40	1,720,595.34
差旅费	97,822.30	687,339.80	905,700.47
交通费	95,596.60	723,494.42	609,267.42

项目	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
租赁费	138,179.40	387,875.96	304,082.85
物业管理费	133,112.45	113,884.41	67,375.88
水电费	16,316.29	76,724.42	49,095.17
中介服务费	198,113.20	24,134.46	-
招待费	16,006.00	81,045.05	58,128.50
折旧费	64,127.86	85,001.12	34,795.47
摊销费	9,971.51	39,886.04	39,886.04
技术服务费	334,520.29	392,919.27	209,226.00
税费	7,476.15	4,640.68	16,092.73
其他	173,762.84	22,317.92	30,025.12
合计	2,135,323.41	5,410,075.86	5,277,085.09

报告期内，公司管理费用主要为管理人员的工资、办公费、物业租赁及管理费、技术开发费等。2017 年 1-3 月、2016 年度、2015 年度公司管理费用占营业收入分别为 31.73%、23.35%、21.93%。2016 年相比 2015 年管理费用略有增加，主要是因为职工薪酬、物业租赁费及技术开发服务费的增加。2017 年相比 2016 年管理费用占收入比例上升较快，主要是因为 2017 年一季度销售收入较小，同时公司为新三板挂牌支付了部分中介费用导致管理费用的增加所致。

报告期内，公司财务费用主要是利息收入、手续费支出，2017 年 1-3 月、2016 年度、2015 年度财务费用占营业收入比例均极小，公司的财务费用明细如下：

单位：元

类别	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
利息支出			
减：利息收入	1,975.74	5,281.94	16,650.31
汇兑损益			
手续费及其他	2,729.00	8,468.69	4,990.00
合计	753.26	3,186.75	-11,660.31

公司现金充裕，不存在对外借款，公司的财务费用较小，对公司的净利润影响较小。

（三）重大投资收益、非经常性损益情况和税收政策

1、重大投资收益

公司不存在重大的投资收益情况，只存在较少的购买银行保本型理财产品，其在报告期的收益情况如下：

单位：元

产生投资收益的来源	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
理财产品投资收益	57,341.10	114,779.69	18,009.36
合计	57,341.10	114,779.69	18,009.36

公司购买的理财产品收益较小，对公司的净利润影响有限。

2、非经常性损益情况

单位：元

项目	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
委托他人投资或管理资产的损益	57,341.10	114,779.69	18,009.36
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-22,822.12	39,578.22	75,812.51
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-116,685.25		
减：非经常性损益的所得税影响数	8,629.75	38,589.48	23,542.97
非经常性损益净额	-90,796.02	115,768.43	70,278.90

报告期内，公司非经常性损益主要为公司购买的银行理财产品的收益及废旧物资的处置收益，2017 年发生的其他符合非经常性损益定义的损益项目是因股份支付而产生的非经常损益金额 116,685.25 元。由于该部分损益属于与主业和企业发展战略无关的损益，考虑到非经常性损益的定义与基本特征，将其列入非经常性损益中。经检查，公司非经常性损益金额真实、准确，可以确认相关金额。

（四）主要资产情况及其重大变动分析

1、货币资金

单位：元

项目	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
库存现金	79,212.24	12,793.21	2,895.66
银行存款	5,502,058.82	829,679.39	331,263.72
其他货币资金	763,703.85	492,869.01	253,238.43

项目	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
合计	6,344,974.91	1,335,341.61	587,397.81

公司的其他货币资金为支付宝和有赞的余额构成。

截至 2017 年 3 月 31 日止，本公司不存在质押、冻结，或有潜在收回风险的款项。

2、应收账款

(1) 应收账款按种类披露

单位：元

种类	2017 年 3 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				
按信用风险特征组合计提的应收账款	6,910,946.40	100.00%	320,164.93	4.63%
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
合计	6,910,946.40	100.00%	320,164.93	4.63%

续：

种类	2016 年 12 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				

按信用风险特征组合计提的应收账款	8,100,117.32	100.00%	350,201.08	4.32%
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
合计	8,100,117.32	100.00%	350,201.08	4.32%

续：

种类	2015 年 12 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				
按信用风险特征组合计提的应收账款	13,172,096.66	100.00%	238,368.67	1.81%
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
合计	13,172,096.66	100.00%	238,368.67	1.81%

(2) 应收账款账龄分析

单位：元

种类	2017 年 3 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
1 年以内（含 1 年）	6,113,786.40	88.47%	30,568.93	0.50%
1 至 2 年（含 2 年）	299,960.00	4.34%	29,996.00	10.00%
2 至 3 年（含 3 年）	475,200.00	6.88%	237,600.00	50.00%
3 年以上	22,000.00	0.32%	22,000.00	100.00%
合计	6,910,946.40	100.00%	320,164.93	

续:

种类	2016 年 12 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
1 年以内（含 1 年）	6,920,619.57	85.44%	34,603.10	0.50%
1 至 2 年（含 2 年）	685,377.24	8.46%	68,537.72	10.00%
2 至 3 年（含 3 年）	494,120.51	6.10%	247,060.26	50.00%
3 年以上				100.00%
合计	8,100,117.32	100.00%	350,201.08	

续:

种类	2015 年 12 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
1 年以内（含 1 年）	11,356,220.96	86.21%	56,781.10	0.50%
1 至 2 年（含 2 年）	1,815,875.70	13.79%	181,587.57	10.00%
2 至 3 年（含 3 年）	-		-	50.00%
3 年以上	-		-	100.00%
合计	13,172,096.66	100.00%	238,368.67	

(3) 公司按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：元

2017 年 3 月 31 日

单位名称	期末余额	占应收账款 期末余额的 比例(%)	已计提坏账准备
盟博广告（上海）有限公司	1,653,600.00	23.93	8,268.00

单位名称	期末余额	占应收账款期末余额的比例(%)	已计提坏账准备
浙江隆仕升服饰有限公司	1,378,357.11	19.94	6,891.79
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	648,000.00	9.38	3,240.00
爱普生（中国）有限公司	645,000.00	9.33	3,225.00
北京电通广告有限公司	600,000.00	8.68	3,000.00
合计	4,924,957.11	71.26	24,624.79

2016 年 12 月 31 日

单位名称	期末余额	占应收账款期末余额的比例(%)	已计提坏账准备
盟博广告（上海）有限公司	2,067,000.00	25.52	10,335.00
浙江隆仕升服饰有限公司	781,589.08	9.65	3,907.95
广东百诺影像科技工业有限公司	651,000.00	8.04	45,834.00
北京电通广告有限公司	600,000.00	7.41	3,000.00
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	540,000.00	6.67	2,700.00
合计	4,639,589.08	57.29	65,776.95

2015 年 12 月 31 日

单位名称	期末余额	占应收账款期末余额的比例(%)	已计提坏账准备
北京恒美广告有限公司	4,122,566.63	31.30	20,612.83
北京电通广告有限公司	2,250,000.00	17.08	11,250.00
广东百诺影像科技工业有限公司	903,200.00	6.86	40,682.50
北京嘉合事兴管理咨询有限公司	601,800.00	4.57	51,459.00

单位名称	期末余额	占应收账款期末余额的比例(%)	已计提坏账准备
上海旭通广告有限公司	546,000.00	4.15	2,730.00
合计	8,423,566.63	63.96	126,734.33

公司不存在单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款。

公司无以前年度已全额或大比例计提坏账准备，本报告期又全额或部分收回应收账款的情况。

公司应收账款中无持本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位欠款。

公司报告期内应收账款中与关联方交易情况，详见本公开转让说明书本节“六、关联方、关联方关系及交易”。

公司销售产品中，其他产品的销售业务不存在应收账款的情况；杂志的销售也几乎不存在应收账款的情况，杂志最大的分销商中国邮局广东分公司，一般在月底就会结清与公司的款项；公司的应收账款主要是公司的广告代理与活动策划业务产生，一般账期都在一年以内。

与公司业务相近的同行业公众公司应收账款周转率的比较，具体详见本章节“四、最近两年一期的主要财务指标分析”之“（五）、同行业指标比较分析”，公司应收账款周转率变慢，符合实际的业务情况，回款天数与实际周期相符。

公司应收款项计提坏账准备的比例政策主要参考同行业上市公司省广股份（002400），公司与同行业公司的坏账计提比例对比如下：

账龄	公司应收款项计提比例%	省广股份应收款项计提比例%
1 年以内（含 1 年）	0.50	0.50
1-2 年	10.00	10.00
2-3 年	50.00	20.00
3 年以上	100.00	100.00

公司与同行业上市公司在 1 年以内及 1-2 年的的坏账计提比例一致，公司对在 2-3 年的应收账款进行了 50%的计提，省广股份仅计提 20%，公司整体对坏账

比例的计提政策较为谨慎，公司财务策略较为稳健。

3、预付款项

(1) 预付款项按账龄列示

单位：元

账龄	2017 年 3 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内 (含 1 年)	3,372,708.12	100.00	4,014,567.90	100.00	89,425.00	100.00
1 至 2 年 (含 2 年)						
合计	3,372,708.12	100.00	4,014,567.90	100.00	89,425.00	100.00

(2) 预付款项金额前五名单位情况

单位：元 2017 年 3 月 31 日

单位名称	账面余额	占总额的比例	未结算原因
广州润演辰贸易有限公司	3,276,895.71	97.16	合同尚未履行完毕
北京信安华艺影视文化有限公司	95,812.41	2.84	合同尚未履行完毕
合计	3,372,708.12	100.00	

2016 年 12 月 31 日

单位名称	账面余额	占总额的比例	未结算原因
广州润演辰贸易有限公司	3,924,014.90	97.74	合同尚未履行完毕
北京信安华艺影视文化有限公司	89,425.00	2.23	合同尚未履行完毕
中国国际图书贸易集团有限公司广州分公司	1,128.00	0.03	合同尚未履行完毕
合计	4,014,567.90	100.00	

2015 年 12 月 31 日

单位名称	账面余额	占总额的比例	未结算原因
北京信安华艺影视文化有限公司	89,425.00	100.00	合同尚未履行完毕
合计	89,425.00	100.00	

公司的预付账款均为采购所发生的货款，2016 与 2017 年预付的主要单位为广州润演辰贸易有限公司，占比超过 97%，主要是公司在 2016 年下半年从事以摄影器材的销售业务，公司销售的产品主要为白金汉摄影包，并为白金汉在中国的授权代理销售商，公司无直接进口商品资质，因而委托广州润演辰贸易有限公司进口，进口类货物为先付款后发货，因而代理的产品从供应商收款到货物入库因距离、货运速度等需要一定的时间周期，因而公司产生较大的预付账款。上述预付账款相对应的存货已在 2017 年 5 月 31 日陆续前入库。

公司报告期无预付持本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项，也不存在预付关联方账款。

4、其他应收款

（1）应收账款按种类披露

单位：元

种类	2017 年 3 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				
按信用风险特征组合计提的应收账款	2,791,233.27	100.00%	96,030.97	3.44%
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				

合计	2,791,233.27	100.00%	96,030.97	3.44%
----	--------------	---------	-----------	-------

续:

种类	2016 年 12 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				
按信用风险特征组合计提的应收账款	5,574,667.08	100.00%	114,993.09	2.06%
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
合计	5,574,667.08	100.00%	114,993.09	2.06%

续:

种类	2015 年 12 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				
按信用风险特征组合计提的应收账款	2,719,881.46	100.00%	13,599.41	0.50%
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
合计	2,719,881.46	100.00%	13,599.41	0.50%

(2) 应收账款账龄分析

单位: 元

种类	2017 年 3 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
1 年以内（含 1 年）	2,034,866.87	72.90%	10,174.33	0.50%
1 至 2 年（含 2 年）	730,816.40	26.18%	73,081.64	10.00%
2 至 3 年（含 3 年）	25,550.00	0.92%	12,775.00	50.00%
合计	2,791,233.27	100.00%	96,030.97	

续：

种类	2016 年 12 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
1 年以内（含 1 年）	4,657,617.08	83.55%	23,288.09	0.50%
1 至 2 年（含 2 年）	917,050.00	16.45%	91,705.00	10.00%
合计	5,574,667.08	100.00%	114,993.09	

续：

种类	2015 年 12 月 31 日			
	账面余额	占总额比例	坏账准备	坏账准备比例
1 年以内（含 1 年）	2,719,881.46	100.00%	13,599.41	0.50%
合计	2,719,881.46	100.00%	13,599.41	0.50%

公司不存在单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款；公司在报告期内无以前年度已全额或大比例计提坏账准备，本期又全额或部分收回其他应收款的情况；公司在报告期内无实际核销的其他应收款情况。

（3）其他应收款余额按款项性质分类情况

单位：元

项目	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
借款	2,575,169.95	5,295,094.18	2,618,388.94

项目	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
押金、保证金	185,578.40	176,566.40	39,567.52
代收代付款项	29,395.80	57,244.03	38,325.00
备用金			15,000.00
其他	1,089.12	45,762.47	8,600.00
合计	2,791,233.27	5,574,667.08	2,719,881.46

(4) 公司按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：元

2017 年 3 月 31 日

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占总额的 比例 (%)	坏账准备 期末余额
何志光	借款	2,575,169.95	1 年以内、1 至 2 年	92.26	67,975.85
广州海印实业集团有限公司	押金	150,816.40	1 至 2 年	5.40	15,081.64
北京信安华艺影视文化有限公司	押金	25,550.00	2 至 3 年	0.92	12,775.00
社保	代收代付款	14,995.80	1 年以内	0.54	74.98
公积金	代收代付款	14,400.00	1 年以内	0.52	72.00
合计		2,780,932.15		99.64	95,979.47

2016 年 12 月 31 日

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占总额的 比例 (%)	坏账准备 期末余额
何志光	借款	4,795,094.18	1 年以内、1 至 2 年	86.02	61,167.97
广州市越秀区高盛摄影器材行	借款	500,000.00	1 至 2 年	8.97	2,500.00
广州海印实业集团有限公司	押金	151,016.40	1 年以内	2.71	755.08

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占总额的比例 (%)	坏账准备期末余额
广州尚层装饰设计有限公司	押金	39,727.60	1 年以内	0.71	198.64
公积金	代收代付款	34,975.56	1 年以内	0.63	174.88
合计		5,520,813.74		99.04	64,796.57

2015 年 12 月 31 日

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占总额的比例 (%)	坏账准备期末余额
何志光	借款	1,618,388.94	1 年以内	59.50	8,091.94
广州市越秀区高盛摄影器材	借款	1,000,000.00	1 年以内	36.77	5,000.00
北京信安华艺影视文化有限公司	押金	38,325.00	1 年以内	1.41	191.63
社保费	代收代付款	25,002.52	1 年以内	0.92	125.01
备用金	员工备用金	15,000.00	1 年以内	0.55	75.00
合计		2,696,716.46		99.15	13,483.58

截止 2017 年 3 月 31 日其他应收款中，应收公司股东何志光 2,575,169.95 元已于 2017 年 6 月 9 日全部还清。

公司在报告期存在其他应收款中持本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位欠款情况。公司报告期内其他应收账款中与关联方交易情况，详见本公开转让说明书本节六、关联方、关联方关系及交易。

截止本说明书签署日，公司不存在任何关联方占用公司资金的情况。

5、存货

（1）存货分类

单位：元

项目	2017 年 3 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	2,379,664.88		2,379,664.88
在产品			
合计	2,379,664.88		2,379,664.88

续：

项目	2016 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	2,289,365.22		2,289,365.22
在产品	567,194.96		567,194.96
合计	2,856,560.18		2,856,560.18

续：

项目	2015 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品			
在产品	618,527.26		618,527.26
合计	618,527.26		618,527.26

(1) 报告期内，本公司将已经投入但尚未确认收入部分的活动策划成本确认为存货中的在产品，并在项目验收确认收入时结转成本，以保证收入与成本的配比性。

(2) 公司的库存商品主要是销售的的摄影器材。

(3) 本公司无计入存货成本的借款费用资本化金额。

(4) 报告期末，本公司无低于可变现净值的存货，无需计提跌价准备。

6、其他流动资产

单位：元

项目	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
购买理财产品	9,000,000.00	8,000,000.00	6,050,000.00
合计	9,000,000.00	8,000,000.00	6,050,000.00

7、固定资产

(1) 固定资产情况

单位：元

项目	运输设备	办公设备	合计
一. 账面原值			
1. 2016 年 12 月 31 日	30,000.00	403,889.11	433,889.11
2. 本期增加金额			
购置		25,198.00	25,198.00
3. 本期减少金额			
处置或报废	30,000.00	34,513.00	64,513.00
4. 2017 年 3 月 31 日		394,574.11	394,574.11
二. 累计折旧			
1. 2016 年 12 月 31 日	4,275.00	110,286.88	114,561.88
2. 本期增加金额			
计提	712.50	63,415.36	64,127.86
3. 本期减少金额			
处置或报废	4,987.50	34,513.00	39,500.50
4. 2017 年 3 月 31 日		139,189.24	139,189.24
三. 减值准备			
1. 2016 年 12 月 31 日			
2. 本期增加金额			
计提			

项目	运输设备	办公设备	合计
3. 本期减少金额			
处置或报废			
4. 2017 年 3 月 31 日			
四. 账面价值			
1. 2017 年 3 月 31 日		255,384.87	255,384.87
2. 2016 年 12 月 31 日	25,725.00	293,602.23	319,327.23

续:

项目	运输设备	办公设备	合计
一. 账面原值			
1. 2015 年 12 月 31 日	30,000.00	150,242.00	180,242.00
2. 本期增加金额			
购置		275,849.11	275,849.11
3. 本期减少金额			
处置或报废		22,202.00	22,202.00
4. 2016 年 12 月 31 日	30,000.00	403,889.11	433,889.11
二. 累计折旧			
1. 2015 年 12 月 31 日	1,425.00	50,337.76	51,762.76
2. 本期增加金额			
计提	2,850.00	82,151.12	85,001.12
3. 本期减少金额			
处置或报废		22,202.00	22,202.00
4. 2016 年 12 月 31 日	4,275.00	110,286.88	114,561.88
三. 减值准备			
1. 2015 年 12 月 31 日			
2. 本期增加金额			
计提			
3. 本期减少金额			
处置或报废			
4. 2016 年 12 月 31 日			

项目	运输设备	办公设备	合计
四. 账面价值			
1. 2016 年 12 月 31 日	25,725.00	293,602.23	319,327.23
2. 2015 年 12 月 31 日	28,575.00	99,904.24	128,479.24

续:

项目	运输设备	办公设备	合计
一. 账面原值			
1. 2015 年 1 月 1 日		80,787.00	80,787.00
2. 本期增加金额			
购置	30,000.00	69,455.00	99,455.00
3. 本期减少金额			
处置或报废			
4. 2015 年 12 月 31 日	30,000.00	150,242.00	180,242.00
二. 累计折旧			
1. 2015 年 1 月 1 日		16,911.79	16,911.79
2. 本期增加金额			
计提	1,425.00	33,370.47	34,795.47
3. 本期减少金额			
处置或报废			
4. 2015 年 12 月 31 日	1,425.00	50,282.26	51,707.26
三. 减值准备			
1. 2015 年 1 月 1 日			
2. 本期增加金额			
计提			
3. 本期减少金额			
处置或报废			
4. 2015 年 12 月 31 日			
四. 账面价值			
1. 2015 年 12 月 31 日	28,575.00	99,904.24	128,479.24
2. 2015 年 1 月 1 日		63,875.21	63,875.21

- (2) 公司在本报告期内无融资租赁租入的固定资产；
- (3) 公司在报告期内不存在固定资产用于抵押或担保的情况；
- (4) 本报告期内固定资产不存在未办理权证情况。

8、无形资产情况

(1) 无形资产价值情况

单位：元

项目	计算机软件	合计
一. 账面原值		
1. 2016 年 12 月 31 日	119,658.12	119,658.12
2. 本期增加金额		
购置		
3. 本期减少金额		
处置		
4. 2017 年 3 月 31 日	119,658.12	119,658.12
二. 累计摊销		
1. 2016 年 12 月 31 日	83,095.92	83,095.92
2. 本期增加金额	9,971.51	9,971.51
计提	9,971.51	9,971.51
3. 本期减少金额		
处置		
4. 2017 年 3 月 31 日	93,067.43	93,067.43
三. 减值准备		
1. 2016 年 12 月 31 日		
2. 本期增加金额		
计提		
3. 本期减少金额		
处置		
4. 2017 年 3 月 31 日		

项目	计算机软件	合计
四. 账面价值		
1. 2017 年 3 月 31 日	26,590.69	26,590.69
2. 2016 年 12 月 31 日	36,562.20	36,562.20

续:

项目	计算机软件	合计
一. 账面原值		
1. 2015 年 12 月 31 日	119,658.12	119,658.12
2. 本期增加金额		
购置		
3. 本期减少金额		
处置		
4. 2016 年 12 月 31 日	119,658.12	119,658.12
二. 累计摊销		
1. 2015 年 12 月 31 日	43,209.88	43,209.88
2. 本期增加金额	39,886.04	39,886.04
计提	39,886.04	39,886.04
3. 本期减少金额		
处置		
4. 2016 年 12 月 31 日	83,095.92	83,095.92
三. 减值准备		
1. 2015 年 12 月 31 日		
2. 本期增加金额		
计提		
3. 本期减少金额		
处置		
4. 2016 年 12 月 31 日		
四. 账面价值		
1. 2016 年 12 月 31 日	36,562.20	36,562.20
2. 2015 年 12 月 31 日	76,448.24	76,448.24

续：

项目	计算机软件	合计
一. 账面原值		
1. 2015 年 1 月 1 日	119,658.12	119,658.12
2. 本期增加金额	-	-
购置		
3. 本期减少金额		
处置		
4. 2015 年 12 月 31 日	119,658.12	119,658.12
二. 累计摊销		
1. 2015 年 1 月 1 日	3,323.84	3,323.84
2. 本期增加金额	39,886.04	39,886.04
计提	39,886.04	39,886.04
3. 本期减少金额		
处置		
4. 2015 年 12 月 31 日	43,209.88	43,209.88
三. 减值准备		
1. 2015 年 1 月 1 日		
2. 本期增加金额		
计提		
3. 本期减少金额		
处置		
4. 2015 年 12 月 31 日		
四. 账面价值		
1. 2015 年 12 月 31 日	76,448.24	76,448.24
2. 2015 年 1 月 1 日	116,334.28	116,334.28

公司的无形资产主要为公司办公的软件。

9、递延所得税资产和递延所得税负债

单位：元

项目	2017 年 3 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	416,195.90	104,048.98	465,194.17	116,298.54	251,968.08	62,992.02
可抵扣亏损	356,553.81	89,138.45				
合计	772,749.71	193,187.43	465,194.17	116,298.54	251,968.08	62,992.02

（五）主要负债情况

1、应付账款

（1）应付账款账龄分析

单位：元

种类	2017 年 3 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	账面余额	占总额比例	账面余额	占总额比例	账面余额	占总额比例
1 年以内（含 1 年）	456,649.27	100%	813,948.19	100%	944,666.42	100%
合计	456,649.27	100%	813,948.19	100%	944,666.42	100%

（2）应付账款较大余额单位列示：

单位：元

2017 年 3 月 31 日

单位名称	账面余额	占应付账款总额的比例
上海利丰雅高印刷有限公司	408,802.89	89.52%
广东岭南美术出版社	39,783.75	8.71%
合计	448,586.64	98.23%

2016 年 12 月 31 日

单位名称	账面余额	占应付账款总额的比
------	------	-----------

		例
上海利丰雅高印刷有限公司	450,146.34	55.30%
广州新闻图片社有限公司	318,071.52	39.08%
合计	768,217.86	94.38%

2015 年 12 月 31 日

单位名称	账面余额	占应付账款总额的比例
利丰雅高印刷（深圳）有限公司	657,741.49	69.63%
合计	657,741.49	69.63%

公司在报告期内的应付账款主要为应付印刷公司的印刷及服务费。

（3）公司报告期内应付账款中与关联方交易情况，详见本公开转让说明书本节六、关联方、关联方关系及交易。

2、应付职工薪酬

（1）应付职工薪酬列示

单位：元

项目	2016 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2017 年 3 月 31 日
短期薪酬	1,527,372.30	2,251,571.27	3,097,181.91	681,761.66
离职后福利-设定提存计划		133,055.31	133,055.31	
辞退福利				
一年内到期的其他福利				
合计	1,527,372.30	2,384,626.58	3,230,237.22	681,761.66

续：

项目	2015 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2016 年 12 月 31 日
短期薪酬	921,793.09	8,940,763.84	8,335,184.63	1,527,372.30
离职后福利-设定提存计划		449,109.99	449,109.99	

项目	2015 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2016 年 12 月 31 日
辞退福利				
一年内到期的其他福利				
合计	921,793.09	9,389,873.83	8,784,294.62	1,527,372.30

续:

项目	2015 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2015 年 12 月 31 日
短期薪酬	1,135,574.14	7,539,105.23	7,752,886.28	921,793.09
离职后福利-设定提存计划		507,577.85	507,577.85	
辞退福利				
一年内到期的其他福利				
合计	1,135,574.14	8,046,683.08	8,260,464.13	921,793.09

(2) 短期薪酬列示

项目	2016 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2017 年 3 月 31 日
工资、奖金、津贴和补贴	1,527,372.30	2,059,947.75	2,905,558.39	681,761.66
职工福利费		28,370.00	28,370.00	
社会保险费		103,121.52	103,121.52	
其中: 基本医疗保险费		91,011.81	91,011.81	
工伤保险费		2,082.56	2,082.56	
生育保险费		8,426.43	8,426.43	
重大疾病医疗补助		1,600.72	1,600.72	
住房公积金		60,132.00	60,132.00	
合计	1,527,372.30	2,251,571.27	3,097,181.91	681,761.66

续:

项目	2015 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2016 年 12 月 31 日
工资、奖金、津贴和补贴	921,793.09	8,184,951.70	7,579,372.49	1,527,372.30
职工福利费		228,296.84	228,296.84	
社会保险费		340,711.30	340,711.30	

项目	2015 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2016 年 12 月 31 日
其中：基本医疗保险费		299,875.36	299,875.36	
工伤保险费		8,692.74	8,692.74	
生育保险费		27,063.63	27,063.63	
重大疾病医疗补助		5,079.57	5,079.57	
住房公积金		186,804.00	186,804.00	
合计	921,793.09	8,940,763.84	8,335,184.63	1,527,372.30

续：

项目	2015 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2015 年 12 月 31 日
工资、奖金、津贴和补贴	1,135,574.14	6,812,124.13	7,025,905.18	921,793.09
职工福利费		131,594.12	131,594.12	
社会保险费		340,254.98	340,254.98	
其中：基本医疗保险费		302,732.83	302,732.83	
工伤保险费		10,117.53	10,117.53	
生育保险费		25,531.10	25,531.10	
重大疾病医疗补助		1,873.52	1,873.52	
住房公积金		255,132.00	255,132.00	
合计	1,135,574.14	7,539,105.23	7,752,886.28	921,793.09

(3) 设定提存计划列示

项目	2016 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2017 年 3 月 31 日
基本养老保险		127,558.64	127,558.64	
失业保险费		5,496.67	5,496.67	
合计		133,055.31	133,055.31	

续：

项目	2015 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2016 年 12 月 31 日
基本养老保险		429,172.88	429,172.88	
失业保险费		19,937.11	19,937.11	
合计		449,109.99	449,109.99	

续：

项目	2015 年 1 月 31 日	本期增加	本期减少	2015 年 12 月 31 日
基本养老保险		494,977.85	494,977.85	
失业保险费		12,600.00	12,600.00	
合计		507,577.85	507,577.85	

3、应交税费

单位：元

项目	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
增值税	463,447.50	745,802.64	1,141,823.46
企业所得税	2,750,012.29	3,569,033.60	3,388,174.50
个人所得税	95,579.67	42,346.51	25,199.90
地方教育附加	9,268.95	22,930.07	22,836.47
教育费附加	13,903.43	34,395.11	34,254.70
城市维护建设税	32,441.32	80,255.25	79,927.64
文化事业建设费收入	227,305.55	301,970.03	377,689.75
合计	3,591,958.71	4,796,733.21	5,069,906.42

4、其他应付款

(1) 其他应付款账龄分析

单位：元

项目	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
1 年以内	155,707.87	5,540,707.98	1,460,118.69
合计	155,707.87	5,540,707.98	1,460,118.69

(2) 其他应付款按性质分类

单位：元

款项性质	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
------	-----------------	------------------	------------------

未支付的费用	155,707.87	540,707.98	760,118.69
关联方借款		5,000,000.00	700,000.00
合计	155,707.87	5,540,707.98	1,460,118.69

公司未支付的费用主要是应支付而未支付的如报销款项等，公司其他应付款余额在报告的占比较大的为向关联方的借款，除此之外其他应付的款项单位较为分散，关联方借款是公司报告期内向股东拆入资金用于公司经营，具体情况见本公开转让说明书本节“六、关联方、关联方关系及交易”。

（六）报告期股东权益情况

单位：元

项目	2017 年 3 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
实收资本（或股本）	8,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	6,116,685.25		
其他综合收益			
盈余公积	1,220,948.62	1,220,948.62	985,679.50
未分配利润	10,634,783.29	10,988,537.59	8,871,115.49
股东权益合计	25,972,417.16	17,209,486.21	14,856,794.99

公司实收资本（或股本）的具体变化情况详见本公开转让说明书“第一节、基本情况”之“四、公司股本形成及变化情况”的内容。

公司的资本公积由两部分构成，一是公司 2017 年进行溢价增资，形成资本公积 600 万元，二是由于本次增资的价格为 3 元每股，比实际审计出来的定价基准日的每股净资产低，以每股净资产为定价标准，产生资本公积 116,685.25 元。

六、关联方、关联方关系及交易

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号准则—关联方披露》的相关规定，

结合公司的实际情况，公司主要关联方如下：

1、公司的控股股东和实际控制人

公司控股股东：何志光先生，直接持有公司 61.875%股份。

公司实际控制人：何志光先生。理由如下：截止目前，何志光先生直接持有公司 495 万股股份，占公司股份总数的 61.875%；通过广州新闻图片社有限公司间接持有公司 145 万股股份，占公司总股本的 18.125%；此外，何志光先生通过高坚合伙间接持有公司 13.19%的股份，作为高坚合伙的普通合伙人，参与高坚合伙的事务管理，构成对高坚合伙的实际控制。何志光先生共计直接及间接控制公司 93.19%的股份，对公司形成绝对控股。股份公司成立后何志光先生担任董事长、总经理，实际控制公司的经营管理，能对公司的重大决策、人事任免和经营方针实际产生重大影响。

2、持有公司 5%以上股份的股东

序号	股东姓名/名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)
1	何志光	4,950,000	61.875
2	广州新闻图片社有限公司	1,450,000	18.125
3	广州市高坚信息科技企业（有限合伙）	1,400,000	17.500

3、公司的董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	关联关系
1	何志光	公司董事长、总经理
2	张南	公司董事、财务负责人
3	张莉华	公司董事
4	孟莉	公司董事、董事会秘书
5	曾梅	公司董事
6	翟皓俊	监事
7	潘少扬	监事
8	黄慧婷	监事

4、其他企业

序号	企业名称	关联关系	经营范围	备注
1	广州丰彩高至广告传媒有限公司	实际控制人何志光担任该公司董事长兼总经理；董事张南担任该公司监事	广告业；会议及展览服务；摄影服务；企业管理咨询服务；商品信息咨询；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	该公司已于 2017 年 5 月 27 日注销。

2	高地摄影器材有限公司	实际控制人何志光控制该企业	摄影器材销售	该公司目前证正办理工商注销手续。
3	广州华彩文化咨询有限公司	董事孟莉担任该公司董事	会议及展览服务；文化艺术咨询服务；美术图案设计服务；企业形象策划服务；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	根据董事孟莉提供的证明文件显示，其已从该企业离职并不再担任公司董事职务，董事工商变更手续未办理。

截至本转让说明书签署之日，公司不存在与公司的董事、监事、高级管理人员控制的其他企业从事相同、相似业务的情况。

（二）关联方交易

报告期内，公司与关联方之间发生的关联交易事项如下：

1、偶发性关联交易

（1）购销商品、提供劳务和接受劳务的关联交易

单位：元

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
广州新闻图片社有限公司	采购商品	协商定价		2,304,972.00	

上述交易金额不含税。公司围绕摄影开展摄影领域的广告代理，活动策划与杂志分销，并以互联网为工具累计了一批摄影爱好者用户，为了将微博、微信等关注量转化为公司的实际利润贡献，公司决定从 2016 年下半年开始经营微店、天猫、京东等多互联网销售渠道，主要销售摄影器材包，辅助设备等。而关联公司广州新闻图片社有限公司有从事相关方面的贸易业务，为避免同业竞争，关联公司广州新闻图片社有限公司将存货一次性处理给本公司，因此交易具有偶发性，后续不再发生，因而在 2016 年产生了一笔偶发性的关联采购交易。

上述偶发性关联交易主要为解决同业竞争而产生，具有一定的必要性，其价格基本按存货的账目价值进行清理，未出现损害挂牌公司利益的行为。

2、经常性关联交易

（1）出售商品与提供劳务的关联交易

单位：元

关联方	关联交易	关联交易定价	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度
-----	------	--------	--------------	---------	---------

	内容	方式及决策程序			
广州新闻图片社有限公司	广告服务	协商定价		264,150.94	
广州新闻图片社有限公司	销售商品	协商定价	937,042.77		

上述交易金额均不含税。关联公司广州新闻图片社有限公司有从事贸易类业务，2016 年在《摄影之友》杂志上进行宣传，因而产生广告服务费。

为避免同业竞争，2017 年开始，关联公司广州新闻图片社有限公司将不从事摄影器材辅助设备及摄影包的经营，但由于广州新闻图片社有限公司是天猫注册备案网店的运营主体、也是京东的白金汉摄影包的独家供应商，上述运营主体及供应商的变更需要一定的时间，因此，高至与广州新闻图片社有限公司约定，在天猫运营主体及京东独家供应商备案未变更成功之前，仍然由广州新闻图片社有限公司运营网店，仍然由广州新闻图片社有限公司向京东供货，但所有货源均来自本公司，广州新闻图片社有限公司仅为本公司的独家下游经销商，待天猫注册备案网店的运营主体与京东的供应商备案变更为本公司之后，广州新闻图片社有限公司不再从事此类业务。公司与广州新闻图片社有限公司的销售具有一定的连续性，因而划分为经常性关联交易，天猫网店运营主体、京东供应商备案由广州新闻图片社有限公司变更为本公司预计在 2017 年下半年完成。

（2）关联交易的必要性

关联公司广州新闻图片社有限公司清空存货不再从事摄影辅助设备及设备器材包的经营，白金汉摄影包的中国总代已由广州新闻图片社有限公司变更为本公司，但由于广州新闻图片社有限公司是天猫注册备案的网店的运营主体及京东备案的白金汉包独家供应商，天猫运营主体的及京东供应商名称的变更需要一定的时间才能完成，为了不影响公司的正常业务，公司将采购的白金汉包及其他摄影辅助设备销售给广州新闻图片社有限公司，再由广州新闻图片社有限公司销售给京东及天猫零售用户，天猫注册备案网店的运营主体与京东的供应商备案变更到本公司之后，广州新闻图片社有限公司不再从事此类业务；天猫网店运营主体、京东供应商备案由广州新闻图片社有限公司变更为本公司预计在 2017 年下半年完成。

（3）关联交易的公允性

广州新闻图片社有限公司作为本公司的经销商，未从事除天猫店的网店运营及京东供货外的其他业务，公司将货物销售给广州新闻图片社有限公司，广州新闻图片社有限公司加价不超过 10%再销售给天猫终端客户及京东，广州新闻图片社有限公司赚取差价目的主要是用于广州新闻图片社有限公司的正常运营，赚取的差价除用于天猫网店的正常运营及京东供货所产生的费用外不额外赚取利润。

(4) 关联交易对财务状况和经营成果的影响

上述关联交易金额较小，2016 年关联交易销售额占公司的收入比例仅为 1.14%，2017 年关联销售额占公司总体收入的比例虽然达到了 13.93%，但此关联销售，下游的经销商未赚取额外利润，关联方赚取的差价仅为维持正常运营所需的费用，关联销售不影响公司的利润，此类关联销售是过渡期间（天猫注册备案网店的运营主体与京东的供应商备案由关联方广州新闻图片社有限公司变更到本公司）的安排，过渡期完成后，将由公司 100%对外销售，上述关联交易不再发生，过渡期间与过渡后的财务处理前后未发生重大变化，公司净利润也不会因此而发生较大变化，上述关联交易对财务状况和经营成果影响较小。

(5) 减少和规范关联交易的具体安排

公司业务链条较为完整，公司产生关联交易的主要原因是关联方广州新闻图片社有限公司是天猫网店的注册运营主体，也是京东备案的白金汉产品的独家供应商，因此，公司天猫网店销售与向京东的销售暂时需要通过关联方广州新闻图片社有限公司完成，关联方广州新闻图片社有限公司正在向天猫及京东官方提出变更申请（天猫网店的运营主体由广州新闻图片社有限公司变更为本公司，京东白金汉的独家供应商由广州新闻图片社有限公司变更为本公司），待天猫及京东官方审批变更完成后，不会再产生此类关联交易，公司也制定了相应的《关联交易管理办法》等相关制度以规范关联交易。

3、关联方资金往来

(1) 报告期的资金往来

单位：元

关联方	关联关系	往来科目	2015 年期初资金拆借	2015 年度拆借累计发生额金额（不含	2015 年度拆借资金的利息（如	2015 年度偿还累计发	2015 年期末拆借资金余额	形成原因
-----	------	------	--------------	---------------------	------------------	--------------	----------------	------

			余额	利息)	有)	生金额		
广州新闻图片社有限公司	股东	其他应付款		700,000.00			700,000.00	借款
何志光	股东	其他应收款		1,618,388.94			1,618,388.94	借款

续:

关联方	往来科目	2016 年期初 资金拆借余额	2016 年度拆 借累计发生 额金额(不含 利息)	2016 年度拆借 资金的利息	2016 年度偿 还累计发生 金额	2016 年期末 拆借资金余 额	形成原因
广州新闻图片社有限公司	其他应付款	700,000.00	5,000,000.00		700,000.00	5,000,000.00	借款
何志光	其他应收款	1,618,388.94	3,894,205.24		717,500.00	4,795,094.18	借款

续:

关联方	关联关系	往来科目	2017 年期初 资金拆借余额	2017 年 1-3 月拆借累 计发生额 金额(不含 利息)	2017 年 1-3 月 拆借资金 的利息	2017 年 1-3 月 偿还累计发 生金额	2017 年 1-3 月 期末拆借资 金余额	形成原因
广州新闻图片社有限公司	股东	其他应付款	5,000,000.00			5,000,000.00		还款
何志光	股东	其他应收款	4,795,094.18	86,475.77		2,306,400.00	2,575,169.95	还款

上述资金拆借行为主要发生在股份公司成立以前,有限公司时期的《公司章程》对关联交易的决策和执行没有特别的规定,也未制定规范关联交易的相关制度,公司在报告期内的关联资金往来均为公司正常的经营所需借入的资金,或者,公司将资金短暂拆借给关联方,公司在有限公司阶段的资金管理未严格规范。

(2) 报告期末(2017 年 3 月 31 日)至本说明书签署日的资金往来

单位: 元

关联方	关联关系	往来科目	2017 年 3 月 31 日资金拆 借余额	2017 年 1-3 月拆借累 计发生额 金额(不含 利息)	2017 年 1-3 月 拆借资金 的利息	2017 年 3-6 月 偿还累计发 生金额	2017 年 6 月末 拆借资金余 额	形成原因
何志光	股东	其他应	2,575,169.95			2,575,169.95		还

		收款						款
--	--	----	--	--	--	--	--	---

报告期末至本说明书签署日之间的关联资金往来是股东何志光偿还所欠的款项，除此之外未发生其他关联的资金往来，截止本说明书签署日，公司因历史形成的关联资金往来已经清理完毕，至此，公司再也未发生关联资金拆借事项。

4、关联方应收应付款项

(1) 应收关联方款项

单位：元

项目名称	关联方	2017年3月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
		账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备
其他应收款	何志光	2,575,169.95	67,975.85	4,795,094.18	61,167.97	1,618,388.94	8,091.94

(2) 应付关联方款项

单位：元

项目名称	关联方	2017年3月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
应付账款	广州新闻图片社有限公司		318,071.52	
其他应付款	广州新闻图片社有限公司		5,000,000.00	700,000.00

截止本说明书签署日，公司与关联方的往来余额，已全部结清。

(三) 关联交易决策程序执行情况

有限公司时期的《公司章程》对关联交易的决策和执行没有特别的规定，也未制定规范关联交易的相关制度，公司在报告期内的关联资金往来均为公司正常的经营所需借入的资金，或者公司股东与公司资金混淆不清，公司股东存在随意借出公司资金行为，公司在有限公司阶段的资金管理未严格规范。

2017年7月13日，公司2017年第一次临时股东大会审议并通过了《关于2015年1月至2017年3月公司关联交易的议案》，经审议，确认公司报告期内的关联交易不存在显示公平的情形，未损害公司及其他股东的权益。

股份公司设立以后，在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》中，规定了关联方及关联交易的认定，关联交易定价应遵循的原则，关联方对关联交易的回避制度等，明确了关联交易决策的程序，采取必要的措施对其他股东的利益进行保护。

（四）减小与规范关联交易的具体措施

公司将尽量杜绝不必要的关联交易，对于不可避免的关联交易，公司将严格执行关联交易决策程序及制度，遵循“公开、公平、公正”的交易原则，以保护公司和中、小股东利益不受侵害。

公司通过第一次股东大会制定并修改了《公司章程》、“三会”议事规则及《关联交易决策制度》，明确规定了规范关联交易的相关制度。公司实际控制人、持股 5%以上股东及董事、监事、高级管理人员分别以书面形式向本公司出具了《关于避免资金和其他资产占用以及本人不存在重大诉讼的声明与承诺》、《避免同业竞争承诺函》、《关于规范**和减少**关联交易的承诺函》。

七、提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

截至本公开转让说明书出具日，公司无需披露的期后事项、或有事项和其他重要事项。

八、报告期内资产评估情况

设立股份公司时，公司委托中水致远资产评估有限公司以 2017 年 3 月 31 日为评估基准日对高至有限的净资产价值进行评估。2017 年 6 月 1 日，中水致远资产评估有限公司出具了“中水致远评报字[2017]第 080011 号”《广州高至传媒科技有限公司拟改制为股份公司涉及其账面净资产价值项目资产评估报告》。本次资产评估仅为高至有限变更为股份有限公司的工商登记提供参考，未按上述评估结果调整公司资产、负债的账面价值。

1、资产评估的方法

采用资产基础法评估结果作为本次评估的结论。

2、资产评估的结果

资产评估结果汇总表（资产基础法）

单位：人民币万元

项目	账面净值	评估价值	增减值	增值率%
	A	B	C=B-A	D=C/A×100

流动资产	3,038.33	3,038.33		
非流动资产	47.52	52.84	5.32	11.20
其中：长期股权投资				
固定资产	25.54	26.94	1.40	5.48
无形资产	2.66	6.58	3.92	147.37
递延所得税资产	19.32	19.32		
资产总计	3,085.185	3,091.17	5.32	0.17
流动负债	488.61	488.61		
负债总计	488.61	488.61		
净资产(所有者权益)	2,597.24	2,602.57	5.32	0.20

九、股利分配政策和历年分配情况

（一）股利分配政策

根据《广州高至影像科技股份有限公司公司章程》，公司的股利分配政策如下：

（1）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。

（2）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。

（3）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。

（4）公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

（5）股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

（6）公司持有的本公司股份不参与分配利润。

（二）公司最近两年一期股利分配情况

公司从 2015 年 1 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日不存在股利分配的情况。

（三）公开转让后的股利分配政策

公司股利分配政策在本次公开转让前后保持一致。

十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

无。

十一、公司持续经营风险因素自我评估及公司应对措施计划

（一）摄影行业景气度下行的风险

公司的业务主要集中在专业摄影的媒体传播领域，公司业务的发展与专业摄影行业景气度具有较高的关联性，近年来，传统的专业摄影器材行业受智能拍照手机、gopro 等智能拍照设备的影响和冲击较大，而传统的摄影服务市场，如影楼等也收到互联网 O2O 模式的一定影响。如果出现专业摄影行业的整体环境欠佳，具体的摄影器材、摄影服务企业必然会削减媒体传播方面的预算，专业摄影领域的媒介传播公司其经营状况亦将受到影响。

应对措施：公司加大业务开拓力度，充分利用丰富的业务经验、稳定的客户群体、成熟的管理机制、创新的公司文化，一方面紧跟摄影领域发展潮流，不断拓展与新型摄影摄像智能载体的合作，另一方便也将寻求合适的机会进行产业链延伸，增加业绩增长点提升抗风险能力，缓解可能的业绩波动的情形。

（二）政策调整的风险

广告及媒介传播行业是文化产业的重要组成部分。我国公布的《关于推进广告战略实施的意见》、《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十二五”规划》等纲领性文件均将文化传播产业作为促进国家文化建设，推动文化产业发展的主要措施，为公司的业务发展提供了良好、稳定的市场环境。如果国家宏观经济政策及相关产业政策发生较大的调整，将对公司的生产经营造成一定的影响。

应对措施：公司将更加注重核心竞争力的培育，开拓自身发展的新方向，不断打开新的市场领域，完善业务结构，保证公司成长的可持续性。

（三）实际控制人控制不当风险

公司实际控制人何志光先生直接持有公司 4,950,000 股股份，占公司股份总数的 61.875%；通过广州新闻图片社有限公司间接控制公司 1,450,000 股股份，

占公司总股本的 18.125%；此外，何志光先生通过高坚合伙间接控制公司 17.50% 的股份，作为高坚合伙的普通合伙人，参与高坚合伙的事务管理，构成对高坚合伙的实际控制。何志光共计直接及间接控制公司 97.50% 的股份，对公司形成绝对控股。同时何志光先生担任公司董事长兼总经理，对公司经营管理有较大的影响力。若何志光先生利用其控股地位和管理职权对公司的经营决策、人事、财务等进行不当控制，可能给公司经营、独立运作和其他股东利益带来风险。

应对措施：公司将加强内部审计部门的监督职能，强化外部中介机构对公司财务、法律等方面事务的审查监管，同时公司实际控制人将认真学习并严格按照《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易管理办法》及其他各项规章制度履行股东权利，保证公司其他股东的合法权利不受侵害。

（四）期末应收账款余额较大风险

截至 2017 年 3 月 31 日、2016 年 12 月 31 日和 2015 年 12 月 31 日，公司应收账款账面价值分别为 6,590,781.47 元、7,749,916.24 元和 12,933,727.99 元，占公司总资产的比例分别达到 21.36%，25.93%和 55.62%。虽然公司大部分应收账款账龄在 1 年以内，账龄较短，应收账款坏账风险较低，且应收账款占总资产比例逐年下降，但期末应收账款余额依然较大，不能完全排除未来应收账款无法收回而产生坏账损失的风险。

应对措施：公司加强应收账款的回款管理，对不同的客户进行信用等级划分，提高公司的议价能力，降低应收账款的收回风险。

第五节 挂牌公司及各中介机构声明

一、挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员的声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本公开转让说明书及其摘要不存在虚假记载、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。

公司全体董事：（签字）

何志光： 何志光

张 南： 张南

张莉华： 张莉华

孟 莉： 孟莉

曾 梅： 曾梅

公司全体监事：（签字）

翟皓俊： 翟皓俊

潘少扬： 潘少扬

黄慧婷： 黄慧婷

公司全体高级管理人员：（签字）

何志光： 何志光

张 南： 张南

孟 莉： 孟莉

广州高至影像科技股份有限公司（章）

日 期：2017 年 7 月 24 日



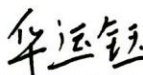
二、主办券商声明

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：


兰荣

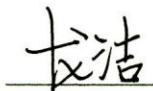
项目负责人：


华运钰

项目小组成员：


华运钰


周晨曦


龙洁

兴业证券股份有限公司（盖章）

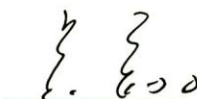
2017 年 7 月 24 日



三、律师事务所声明

本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办人员对在全国中小企业股份转让系统申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：（签字）



吴翔

经办律师：（签字）



张锡海



李家伟

广东法制盛邦律师事务所

2017年7月24日



四、会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具审计报告无矛盾之处。本机构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。

机构负责人：

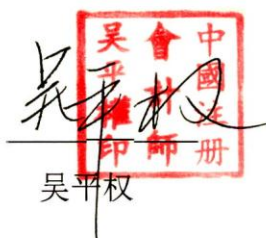


王子龙

签字注册会计师：



曹代晴



吴平权

亚太（集团）会计师事务所
（特殊普通合伙）



2017 年 7 月 24 日

五、资产评估机构声明

本机构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机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构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。

机构负责人：


蒋建英

签字资产评估师：


朱小冰
资产评估师
朱小冰
44120026
傅莹
傅莹
资产评估师
傅莹
44000711

中水致远资产评估有限公司

2017年 7月 24日



第六节 附件

一、备查文件

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

二、信息披露平台

本公司公开转让股票申请已经全国股份转让系统公司核准，本公司的股票将在全国股份转让系统公开转让，公开转让说明书及附件披露于全国股份转让系统指定信息披露平台 www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc，供投资者查阅。