

厦门飞博共创网络科技股份有限公司  
(Xiamen Feibo Gongchuang Network and Technology Co., Ltd.)



公开转让说明书

(反馈稿)

主办券商



**国金证券股份有限公司**  
SINOLINK SECURITIES CO., LTD.

(注册地址：四川省成都市东城根上街 95 号)

## 声明

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

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

全国股份转让系统对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

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

## 重大事项提示

本公司特别提醒投资者关注以下重大事项：

### 一、公司业务方面的风险

#### （一）第三方平台依赖的风险

公司系国内领先的自媒体公司，主要依托微博和微信公众平台这两大第三方社交网络平台开展业务。公司通过在这两大平台上发展自身的网络账号积累用户群，形成自身的影响力从而招揽广告业务和策划业务，公司所拥有账号的商业价值容易受到微博和微信用户规模和用户活跃度的影响，如果出现新的第三方平台超越并取代了微博、微信，公司原有的存在于微博、微信的账号价值将会大打折扣，并且面临现有商业模式是否能顺利延续至新平台的风险。此外，公司所开展的业务及其发展也易受腾讯和新浪的社交媒体平台自身业务规划的约束，若上述平台为了发展自身的广告业务或为了净化平台环境提升用户体验而较大程度的限制平台上营销账号的广告营销活动，公司的业务将会受到较大的影响。

#### （二）账号权属的风险

2010年公司成立后，为规范公司治理，实际控制人伊光旭、股东高楚明将原以个人身份证信息、邮箱或QQ号申请注册的微博账号、微信公众账号交由公司运作、管理。根据《微博社区公约》、《微博使用服务协议》及《微信公众平台服务协议》的规定及对微梦公司、腾讯公司相关负责人的访谈，微博账号、微信公众账号的所有权归微梦公司、腾讯公司所有，使用权归初始注册申请人，平台暂不支持相关权属转让过户至其他单位或个人。公司面临可能存在的账号注册人利用自媒体账号侵占公司利益的风险，以及伊光旭、高楚明作为微博账号、微信公众账号的注册用户可能会受到微梦公司、腾讯公司的处罚或承担相关责任，从而对公司运营或使用相关微博账号、微信公众账号可能间接产生的不利影响或造成任何损失的，虽然伊光旭、高楚明已在向公司出具的承诺函及与公司签订的协议书中明确表示由其本人承担上述风险可能带来的所有损失，但上述事项的发生仍会对公司自媒体平台运营及

用户维护带来不利影响。

### （三）账号安全的风险

鉴于互联网网络环境较为复杂，公司账号所在自媒体平台监管措施尚不完善，存在于各平台上的自媒体账号会因某些因素面临暂时无法使用的情形，主要有以下两种情况：（1）账号被盗取。如账号的密码遭到破解或者泄露，账号被除公司运营人员之外的人所盗用或控制；（2）账号发布内容被举报。在日常经营中，公司按照各平台要求对自身发布内容有完善的审查制度，但仍存在遭遇账号发布内容被举报的情形，第三方平台出于谨慎考虑会自账号被举报日开始暂停被举报账户的活动，再通过双方举证对该举报进行核实。基于上述情况，为保障旗下自媒体账户安全，公司已制定《账号安全及内容监控管理制度》对账号管理及运营进行规范，尽力规避可能发生的账号被盗、账号被禁言等情形，对于突发的账号安全事故，公司亦建立了相关解决预案。但在复杂的网络环境中，公司仍无法绝对避免恶意侵袭，若在公司日常经营过程中发生上述情况使账号遭到禁言，与该账号相关的公司业务会受到一定程度影响并可能引发用户体验下降、信赖用户减少等风险。

### （四）人才流失的风险

移动互联网行业的人力资源分布情况十分不均衡，行业人员流动性比较大，而且行业尚未形成质量标准和技术规范，也没有完整的培训体系，具有丰富经验的高端人才相对匮乏。主要原因如下：一是行业目前处于发展初期，进入门槛较低，集中度不高；二是行业市场化程度较高，竞争较为激烈，行业的竞争在一定程度上演进为人才的竞争。优秀人才对创意和设计的实现效果、植入广告的质量和效果起着决定性的作用。如果优秀创意人才和营销服务人才流失，都将对公司产生不利影响。

### （五）市场竞争的风险

公司主要为客户提供自媒体广告投放服务，其经营载体为第三方社交网络平台账号。与传统广告及营销策划服务相比，自媒体在交互性、传播性、转化率等广告营销效果方面具有独特优势并且参与成本及进入门槛较低，近年来取得了快速的发展。自媒体行业的发展得到了越来越多人的关注，行业参与者将逐渐增多，不仅包

括有一定组织规模的自媒体公司、工作室还包括一些独立撰稿人，明星，网络红人等自媒体人。一些自媒体联盟组织将广大独立分散的自媒体人集中起来共同承接业务，因其涵盖的自媒体数量多范围广对公司而言有较大的竞争力，明星和网络红人等自媒体人有着极强的示范效应，因其强大的群众号召力同样会对公司广告投放业务形成一定影响。

## （六）新业务开拓风险

为抢抓互联网行业快速发展带来的机遇，公司也在全面布局互联网相关产业，公司于 2015 年 7 月 20 日设立控股子公司厦门小喵网络有限公司，大力开发和推广第三方电商导购平台业务，专业从事零食类商品导购服务。子公司小喵网络未来如何将公司旗下自媒体用户成功引导至新业务平台仍存在不确定因素。尽管子公司在人才、技术、市场等方面做了积极准备，目前新业务开展较为顺利，但因进入时间尚短，新业务收入规模尚未体现，未来发展仍存在不确定性。

## 二、公司财务方面的风险

### （一）与关联方关联交易的风险

报告期内，公司与厦门美图移动科技有限公司、厦门美图网科技有限公司等多家关联方发生关联交易。上述关联交易总体发生金额较小，对公司经营情况和盈利水平影响较低，关联交易的价格均按照市场价执行。尽管公司目前已制定了相关的关联交易管理制度，以确保公司关联交易的合理性和公允性，但如果出现公司实际控制人、控股股东利用其控制地位对关联交易价格等进行控制等不公允现象，将对公司的生产经营产生较为重大的影响。

### （二）其他应收款坏账风险

有限公司阶段，公司未建立健全资金管理、关联方资金往来等制度。2015 年公司实际核销其他应收款 33.73 万元，其中 20.00 万元系关联借款。股份公司设立后，公司开始规范各项内部控制制度，完善资金管理的流程，严格执行销售管理制度、收款管理制度等内部控制制度的有关规定，以降低应收款项坏账风险，但未来公司仍存在应收款项不能按期收回或发生坏账，从而对公司偿债能力及经营业绩产生不

利影响的风险。

### 三、公司治理的风险

公司于 2015 年 7 月 3 日由厦门飞博共创网络有限公司整体变更设立。股份公司设立后，建立健全了法人治理结构，完善了现代化企业发展所需的内部控制体系。但是，由于股份公司成立的时间较短，各项管理、控制制度的执行尚未经过较长经营周期的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善；同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

## 目录

声明.....	1
重大事项提示 .....	2
目录.....	6
释义.....	9
第一节 基本情况 .....	11
一、公司概况 .....	11
二、股份挂牌情况 .....	12
三、公司股权结构图 .....	13
四、公司控股股东、实际控制人及主要股东相关情况 .....	14
五、公司股本的形成及其变化 .....	17
六、公司重大资产重组情况 .....	22
七、董事、监事、高级管理人员基本情况 .....	22
八、本公司之控股子公司的基本情况 .....	24
九、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表 .....	25
十、相关机构 .....	26
第二节 公司业务 .....	29
一、公司主要业务、主要产品或服务及其用途 .....	29
二、公司生产或服务的主要流程及方式 .....	44
三、与业务相关的关键资源要素 .....	51
四、主营业务相关情况 .....	59
五、公司商业模式 .....	63
六、公司所处行业基本情况 .....	64
七、公司的未来发展规划 .....	75
第三节 公司治理 .....	76

一、报告期内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况 .....	76
二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果 .....	76
三、公司及其控股股东、实际控制人近两年违法违规情况 .....	78
四、公司的独立性 .....	78
五、同业竞争情况 .....	79
六、公司最近两年内资金占用、担保情形以及相关措施 .....	81
七、会计核算、财务管理、风险控制、重大事项决策等内部管理制度的建立健全情况 .....	82
八、投资者关系管理的相关制度安排 .....	82
九、董事、监事、高级管理人员有关情况说明 .....	83
十、董事、监事、高级管理人员在报告期内的变动情况 .....	86
<b>第四节 公司财务 .....</b>	<b>88</b>
一、公司最近两年一期的财务报表 .....	88
二、公司合并报表范围确定原则、报告期的合并财务报表范围 .....	111
三、审计意见 .....	111
四、报告期内主要会计政策、会计估计 .....	111
五、报告期利润形成的有关情况 .....	125
六、财务状况分析 .....	139
七、关联方、关联关系及关联交易 .....	151
八、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项 .....	162
九、报告期内资产评估情况 .....	162
十、报告期内股利分配政策及利润分配情况 .....	163
十一、控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本情况 .....	164
十二、影响公司持续经营的风险 .....	164
<b>第五节 有关声明 .....</b>	<b>168</b>
一、公司全体董事、监事、高级管理人员声明 .....	168



二、主办券商声明 .....	169
三、律师声明 .....	170
四、审计机构声明 .....	171
五、资产评估机构声明 .....	172
<b>第六节 附件 .....</b>	<b>173</b>

## 释义

本公司、公司、飞博共创、挂牌公司	指	厦门飞博共创网络科技股份有限公司
飞博有限、有限公司	指	厦门飞博共创网络有限公司
隆领投资	指	厦门隆领投资合伙企业（有限合伙），公司股东
飞播投资	指	厦门飞播投资管理合伙企业（有限合伙），公司股东
米林海天	指	米林海天投资有限公司，公司股东
飞博文创	指	厦门飞博文创网络有限公司，全资子公司
小喵网络	指	厦门小喵网络有限公司，控股子公司
金投赏（ROI Festival）	指	全球第一个商业创意奖项。旨在奖赏最具创意的品牌和企业，是鼓励在创意领域中各公司用最小的预算，获得最大市场回报的创意奖项
淘宝联盟	指	一个连接卖家和商品推广者的平台，在这一平台中，卖家发布需要被推广的商品链接，推广者将其推广给消费者获取推广服务的佣金
微任务	指	新浪唯一官方微博任务平台。企业可以授权“微任务”应用 并通过发布任务的形式，选择微博帐号进行商业有偿信息的微博原发或转发
点赞	指	一种网络语言，来源于网络社区的“赞”功能，后引申为表示赞同、喜爱
微信公众号	指	开发者或商家在微信公众平台上申请的应用账号，该帐号与QQ 账号互通，通过公众号，商家可在微信平台上实现和特定群体的文字、图片、语音、视频的全方位沟通、互动 。形成了一种主流的线上线下微信互动营销方式
微梦公司	指	北京微梦创科网络技术有限公司、微梦创科网络科技（中国）有限公司及相关关联企业，合称微梦公司，微博网络平台运营商
腾讯公司	指	深圳市腾讯计算机系统有限公司，微信网络平台运营商
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
APP	指	智能手机的第三方应用程序
股东大会	指	厦门飞博共创网络科技股份有限公司股东大会
股东会	指	厦门飞博共创网络有限公司股东会
董事会	指	厦门飞博共创网络科技股份有限公司董事会

监事会	指	厦门飞博共创网络科技有限公司监事会
《公司章程》	指	经股份公司创立大会暨第一次股东大会批准的章程
《公司章程（草案）》	指	经股份公司2015年第二次临时股东大会审议通过、自公司在全国中小企业股份转让系统挂牌后实施的章程
证监会、中国证监会	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
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统
深交所	指	深圳证券交易所
主办券商、国金证券	指	国金证券股份有限公司
项目小组	指	国金证券项目小组
致同、会计师	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
竞天公诚、律师	指	北京市竞天公诚律师事务所上海分所
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
挂牌	指	厦门飞博共创网络科技有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌之行为
报告期	指	2013年度、2014年度及2015年1-5月
元、万元	指	人民币元、人民币万元

本说明书中部分合计数会出现四舍五入导致的尾差现象。

## 第一节 基本情况

### 一、公司概况

1、中文名称：厦门飞博共创网络科技股份有限公司

2、英文名称：Xiamen Feibo Gongchuang Network and Technology Co., Ltd.

3、法定代表人：伊光旭

4、有限公司设立日期：2010年12月20日

5、股份公司设立日期：2015年7月3日

6、注册资本：1,111.1111万元

7、住所：厦门火炬高新区创业园创业大厦515D室

8、邮编：361000

9、董事会秘书：陈晓静

10、所属行业：根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为信息传输、软件和信息技术服务业（I）中的互联网和相关服务（I64）。

11、经营范围：软件开发；互联网信息服务（不含药品信息服务和网吧）；互联网出版；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；动画、漫画设计、制作；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；互联网销售；计算机、软件及辅助设备零售；通信设备零售；其他电子产品零售；广告的设计、制作、代理、发布；提供企业营销策划服务；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；其他文化用品零售；数字内容服务。

12、组织机构代码：56283491-2

## 二、股份挂牌情况

### （一）股票代码、股票简称、股票种类、挂牌日期等

股票代码：【】

股票简称：【】

股票种类：人民币普通股

每股面值：每股人民币1.00元

股票总量：11,111,111股

挂牌日期：【】年【】月【】日

### （二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

《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、高级管理人员在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定。”

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第二章第八条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

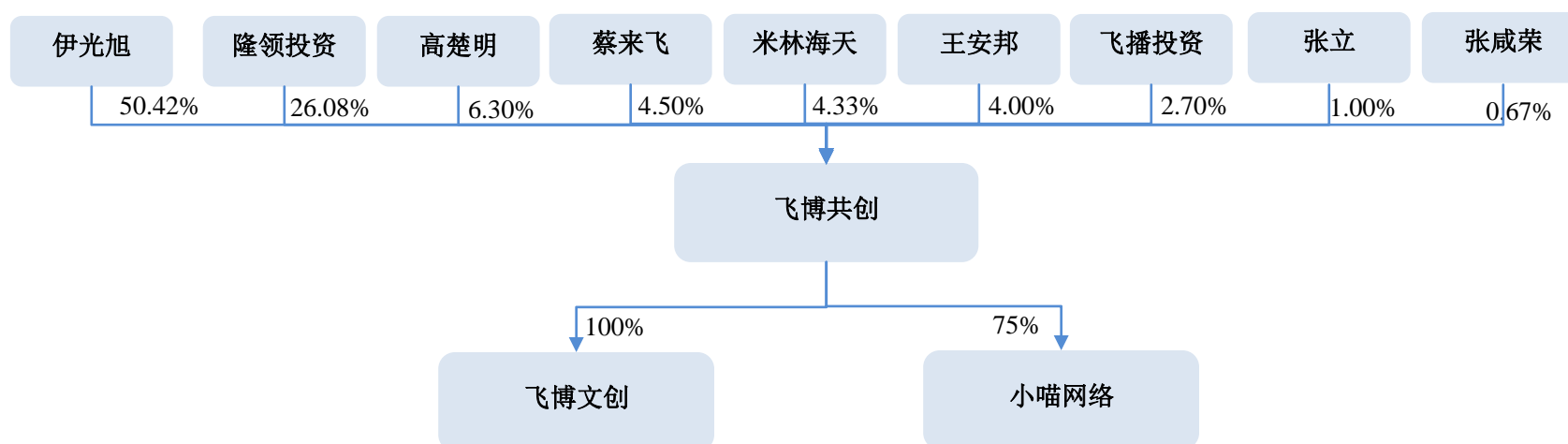
挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。

因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人

应继续执行股票限售规定。”

股份公司成立于 2015 年 7 月 3 日，截至本公开转让说明书签署日，股份公司成立尚未满一年，根据相关法律法规及公司章程的规定，公司股东无可进行公开转让股份。符合条件的股份将于股份公司设立满一年之日起进入全国中小企业股份转让系统进行公开转让。截至本公开转让说明书签署日，公司全体股东所持股份不存在冻结、质押等情形。

### 三、公司股权结构图



## 四、公司控股股东、实际控制人及主要股东相关情况

### （一）控股股东、实际控制人及实际控制人最近两年内变化情况

#### 控股股东、实际控制人基本情况

伊光旭系公司创始人，目前直接持有公司5,602,000股股份，持股比例为50.42%，为飞博共创的控股股东、实际控制人，最近两年内未发生变更。

### （二）公司前十名股东及持股5%以上股东的持股情况及股东之间关联关系

#### 1、公司前十名股东及持股5%以上股东的持股情况

截至本公开转让说明书签署日，公司前十名股东及持股5%以上股东名称、持股数量及比例、股东性质等情况如下表所示：

序号	股东名称	持股数 (股)	持股比 例(%)	股东性质	股份质押 或其他争 议事项	可流通股股 份数量
1	伊光旭	5,602,000	50.42	境内自然人股东	无	-
2	隆领投资	2,898,000	26.08	境内企业非法人 股东	无	-
3	高楚明	700,000	6.30	境内自然人股东	无	-
4	蔡来飞	500,000	4.50	境内自然人股东	无	-
5	米林海天	481,481	4.33	境内非国有企业 法人股东	无	-
6	王安邦	444,445	4.00	境内自然人股东	无	-
7	飞播投资	300,000	2.70	境内企业非法人 股东	无	-
8	张立	111,111	1.00	境内自然人股东	无	-
9	张咸荣	74,074	0.67	境内自然人股东	无	-
合计		11,111,111	100.00	-	-	

#### 2、股东的基本情况

##### （1）自然人股东

姓名	性别	身份证号码	住址
----	----	-------	----

姓名	性别	身份证号码	住址
伊光旭	男	35072419860120****	福建省厦门市湖里区火炬路 11 号
高楚明	男	35072419841130****	福建省厦门市湖里区火炬路 11 号
蔡来飞	男	35072419850925****	福建省松溪县河东乡河东村下畲东一巷 2 号
王安邦	男	35058219620824****	福建省晋江市东石镇金瓯村金瓯北区 191 号
张立	男	42010419750831****	武汉市硚口区汉水新村 5 楼
张咸荣	男	35210119760216****	福建省福州市鼓楼区江厝路 106 号茂林山庄 19 座

## (2) 隆领投资

隆领投资成立于 2011 年 3 月 29 日，注册号为 350298320000028，认缴出资额为 11,300.00 万元，住所为厦门火炬高新区软件园曾厝垵北路 1 号 1-209E 单元，经营范围为：对互联网、文化创意、新能源、新材料、生物科技、光电等产业的投资及艺术品投资；股权投资及相关咨询服务（不含吸收存款、发放贷款、证券、期货及其他金融业务）。隆领投资的主营业务为投资管理，设其立和对外投资的资金均未通过非公开方式募集，不属于私募投资基金管理人或私募投资基金。

截至本公开转让说明书签署日，隆领投资的股权结构如下：

序号	股东名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	厦门隆领资产管理有限公司	普通合伙人	113.00	1.00
2	隆领投资股份有限公司 <sup>注</sup>	有限合伙人	11,187.00	99.00
合计			11,300.00	100.00

注：2015 年 9 月 28 日，隆领投资有限公司更名为隆领投资股份有限公司，并领取了更名后的企业法人营业执照。

隆领投资出具《确认函》：“根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》的相关规定，本公司未曾向公众或特定对象募集资金，亦不存在基金管理人，无需办理私募基金的登记备案。”

## (3) 米林海天



米林海天投资有限公司成立于 2015 年 5 月 27 日，注册号为 542623200000824，注册资本为 10.00 万元，住所为西藏米林县福州东路 8 号（旅游服务中心 2 楼），经营范围为：企业投资咨询、管理；对互联网、文化创意、新能源、新材料、生物科技、光电等产业的投资（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）。米林海天的主营业务为投资管理，设其立和对外投资的资金均未通过非公开方式募集，不属于私募投资基金管理人或私募投资基金。

截至本公开转让说明书签署日，米林海天的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	吴锦凤	5.00	50.00
2	叶钦华	5.00	50.00
合计		10.00	100.00

米林海天出具《确认函》：“根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》的相关规定，本公司未曾向公众或特定对象募集资金，亦不存在基金管理人，无需办理私募基金的登记备案。”

#### （4）飞播投资

飞播投资成立于 2015 年 5 月 20 日，注册号为：350298320001037，认缴出资额为 30 万元，住所为厦门火炬高新园区软件园华讯楼 B 区 B1F-086，经营范围为：投资管理（法律、法规另有规定除外）；企业管理咨询；投资咨询（法律、法规另有规定除外）。飞播投资除持有公司股权外，尚未开展其他业务。

截至本公开转让说明书签署日，飞播投资的股权结构如下：

序号	股东名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	在飞博共创任职情况
1	吕萍萍	普通合伙人	14.00	46.67	监事会主席
2	丁楚庭	有限合伙人	6.00	20.00	董事、副经理
3	林冬冬	有限合伙人	3.00	10.00	监事、项目经理
4	唐凌志	有限合伙人	2.00	6.67	策划部主管

序号	股东名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	在飞博共创任职情况
5	林福炎	有限合伙人	1.50	5.00	客户端开发主管
6	陈晓静	有限合伙人	1.50	5.00	董事、财务负责人、董事会秘书
7	童笃龙	有限合伙人	1.00	3.33	前端开发主管
8	陈礼家	有限合伙人	1.00	3.33	设计部主管
合计			30.00	100.00	-

飞播投资为公司实行员工股权激励方案设立的员工持股公司，并且用于进行股权投资资金均系自有资金，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，亦不存在私募基金管理人，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》规定的私募投资基金，无需按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案登记。

飞播投资出具《确认函》：“根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》的相关规定，本公司未曾向公众或特定对象募集资金，亦不存在基金管理人，无需办理私募基金的登记备案。”

### 3、公司股东之间的关联关系

公司股东之间不存在任何关联关系。

## 五、公司股本的形成及其变化

### （一）2010 年 12 月，有限公司设立

2010 年 11 月，伊光旭和王林密共同出资设立厦门飞博共创网络有限公司，注册资本为 100.00 万元，其中伊光旭出资 70.00 万元，占注册资本 70%；王林密出资 30.00 万元，占注册资本 30%。

2010 年 11 月 26 日，厦门和正会计师事务所有限公司出具“厦和会验字[2010]第 Y964 号”《验资报告》，审验确认截至 2010 年 11 月 25 日，有限公司已收到股东伊光旭和王林密缴纳的注册资本合计人民币 100.00 万元，均以货币出资。

有限公司设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）	实收资本（万元）
1	伊光旭	70.00	70	70.00
2	王林密	30.00	30	30.00
合 计		100.00	100	100.00

2010 年 12 月 20 日，有限公司取得厦门市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，公司注册号：350298200013183。

## （二）2011 年 5 月，第一次股权转让

2011 年 5 月 20 日，有限公司召开股东会，决议王林密将其持有的有限公司 30% 的股权以 30 万元的价格转让给厦门隆领投资有限合伙企业；伊光旭将持有的有限公司 7% 的股权以 7 万元的价格转让给高敦坤；伊光旭将持有的有限公司 5% 的股权以 5 万元的价格转让给蔡来飞。

同日，王林密与隆领投资签订《厦门飞博共创网络有限公司股权转让协议》，约定王林密将其所持有的有限公司 30% 的股权（认缴注册资本 30 万元，实缴注册资本 30 万元）以 30 万元人民币的价格转让给隆领投资，转让价格即为 1 元/单位出资额。此次股权转让是以股东出资时的出资额作为定价依据。

截至本公开转让说明书签署日，隆领投资不存在与公司及其股东签署对赌协议或其他投资安排协议的情形。

2011 年 5 月 20 日，伊光旭分别与高敦坤、蔡来飞签订《厦门飞博共创网络有限公司股权转让协议》，约定伊光旭将其持有的有限公司 7% 的股权（认缴注册资本 7 万元，实缴注册资本 7 万元）和 5% 的股权（认缴注册资本 5 万元，实缴注册资本 5 万元）分别以 7 万元人民币和 5 万元人民币的价格转让给高敦坤和蔡来飞。

2011 年 6 月 9 日，有限公司就本次股权转让办理完毕工商登记变更手续，本次股权转让后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）	实收资本（万元）
----	------	----------	---------	----------

1	伊光旭	58.00	58	58.00
2	隆领投资 <sup>注1</sup>	30.00	30	30.00
3	高楚明 <sup>注2</sup>	7.00	7	7.00
4	蔡来飞	5.00	5	5.00
合 计		100.00	100	100.00

注 1：2013 年 2 月 1 日，厦门隆领投资有限合伙企业更名为厦门隆领投资合伙企业（有限合伙）。2013 年 2 月 17 日，厦门市工商行政管理局出具《情况说明》，证明厦门隆领投资合伙企业（有限合伙）与厦门隆领投资有限合伙企业为同一家合伙企业。

注 2：2013 年 1 月 29 日，高敦坤姓名变更为高楚明。

### （三）2015 年 5 月，第一次增资

2015 年 5 月 21 日，有限公司召开股东会，决议同意引进新股东及有限公司注册资本由 100 万增加至 103.5295 万元，其中高楚明以货币增资 0.2471 万元，蔡来飞以货币增资 0.1765 万元，新股东飞播投资增资 3.1059 万元。飞播投资共出资 37.2708 万元，认购 3.1059 万元注册资本，价格为 12 元/单位出资额，此次增资作价系以公司 2015 年 5 月底每股净资产（11.32 元）为依据，经各方协商后确定。

截至本公开转让说明书签署日，飞播投资除与公司就上述增资事项签署《增资协议》外，不存在与公司及其股东签署对赌协议或其他投资安排协议的情形。

2015 年 5 月 29 日，厦门市工商行政管理局为有限公司换发了《企业法人营业执照》，注册号不变。

2015 年 5 月 29 日，经飞播有限股东会审议通过，股东高楚明、蔡来飞和飞播投资缴足出资额。2015 年 5 月 30 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具“致同验字（2015）第 350ZB0036 号”《验资报告》，审验确认截至 2015 年 5 月 29 日，有限公司已收到高楚明、蔡来飞和飞播投资缴纳的出资额合计人民币 42.354 万元，其中 3.5295 万元计入注册资本，38.8245 万元计入资本公积。

2015 年 6 月 8 日，有限公司就本次实收资本变更办理完毕工商登记手续。本次增资后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）	实收资本（万元）
----	------	----------	---------	----------

1	伊光旭	58.00	56.02	58.00
2	隆领投资	30.00	28.98	30.00
3	高楚明	7.2471	7.00	7.2471
4	蔡来飞	5.1765	5.00	5.1765
5	飞播投资	3.1059	3.00	3.1059
合 计		103.5295	100	103.5295

#### (四) 有限公司整体改制为股份公司

2015 年 6 月 26 日，公司全体股东签署发起人协议。2015 年 6 月 27 日，飞博有限股东会通过决议，同意以 2015 年 5 月 31 日经审计净资产折股的方式整体变更为股份公司。根据致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具“致同审字(2015)第 350ZB0152 号”《审计报告》，公司截至 2015 年 5 月 31 日的净资产值为 11,058,498.98 元。公司股东同意将其中的 1,000.00 万元折合为股份公司的股本总额，每股面值 1 元，共计 1,000 万股，其余 1,058,498.98 元计入资本公积。

2015 年 6 月 27 日，致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具“致同验字(2015)第 350ZB0049 号”《验资报告》，审验确认截至 2015 年 6 月 27 日，验证股份公司注册资本已缴足。2015 年 6 月 27 日，飞博有限召开创立大会。2015 年 7 月 3 日，公司取得厦门市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》，股份公司成立。股份公司成立时的股本结构如下：

序号	股东名称	注册资本(万元)	持股比例(%)	出资方式
1	伊光旭	560.20	56.02	净资产折股
2	隆领投资	289.80	28.98	净资产折股
3	高楚明	70.00	7.00	净资产折股
4	蔡来飞	50.00	5.00	净资产折股
5	飞播投资	30.00	3.00	净资产折股
合 计		1,000.00	100.00	-

### （五）2015 年 7 月，第二次增资

2015 年 7 月 26 日，公司召开 2015 年第二次临时股东大会，审议通过《关于厦门飞博共创网络科技股份有限公司增资及股份认购的议案》，同意引入新股东及公司注册资本由 1,000.00 万增加至 1,111.1111 万元，其中米林海天投资有限公司以货币增资 48.1481 万元，王安邦以货币增资 44.4445 万元，张立增资 11.1111 万元，张咸荣增资 7.4074 万元。

上述增资中，新股东的增资价格为 27 元/股，该价格系经各方在考虑公司盈利能力、未来发展及公司 2015 年 5 月末经审计每股净资产等情况下，充分协商沟通后确定。

截至本公开转让说明书签署日，米林海天、王安邦、张立和张咸荣除与公司就上述增资事项签署《股份认购及增资协议》外，不存在与公司及其股东签署对赌协议或其他投资安排协议的情形。

2015 年 7 月 28 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具“致同验字（2015）第 350ZB0063 号”《验资报告》，审验确认截至 2015 年 7 月 27 日，公司已收到米林海天投资有限公司、王安邦、张立和张咸荣缴纳的出资额合计人民币 3,000.00 万元，其中 111.1111 万元计入注册资本，2,888.8889 万元计入资本公积。

2015 年 8 月 5 日，飞博共创就本次增资办理完毕工商登记变更手续，本次增资完成后，飞博共创的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）	出资方式
1	伊光旭	560.2000	50.42	净资产折股
2	隆领投资	289.8000	26.08	净资产折股
3	高楚明	70.0000	6.30	净资产折股
4	蔡来飞	50.0000	4.50	净资产折股
5	米林海天	48.1481	4.33	货币
6	王安邦	44.4445	4.00	货币
7	飞播投资	30.0000	2.70	净资产折股

8	张立	11.1111	1.00	货币
9	张咸荣	7.4074	0.67	货币
合计		<b>1,111.1111</b>	<b>100.00</b>	-

## 六、公司重大资产重组情况

公司自设立以来未发生重大资产重组。

## 七、董事、监事、高级管理人员基本情况

### （一）董事

公司董事会由伊光旭、蔡文胜、蔡来飞、丁楚庭和陈晓静五名董事组成，其中伊光旭为董事长，任期三年。其成员简历如下：

伊光旭，中国国籍，无境外永久居留权，男，1986年1月出生，国内知名的社会化媒体先驱和思考者。85后互联网年轻创业的典型代表，更是被国内顶尖创业媒体杂志创业邦报道的封面人物，并被选为30岁以下创业新贵。2008年大学在读期间就开始创业，2009年在南京搭建微博自媒体团队，2010年创办飞博有限，3个月内即成功打造草根微博第一的“冷笑话精选”微博。历任飞博有限执行董事，现任公司董事长兼经理、飞博文创执行董事、厦门光氧文创投资有限公司监事、厦门仟象印画文化艺术有限公司监事和厦门意外境界文化传播有限公司监事。

蔡文胜，中国国籍，无境外永久居留权，男，1970年1月出生，高中学历，中国著名天使投资人。2003年创办上网导航网站265.com，先后投资四三九九网络股份有限公司、美图秀秀、暴风影音以及58同城等数十个互联网项目。曾任厦门游家网络有限公司（现更名为四三九九网络股份有限公司）执行董事、总经理，四三九九网络股份有限公司董事长、总经理。现任公司董事、厦门美图移动科技有限公司董事长、厦门美图之家科技有限公司董事长、北京大杰致远信息技术有限公司董事、浙江艺商网络科技有限公司董事、厦门同步网络有限公司董事。

丁楚庭，中国国籍，无境外永久居留权，女，1982年1月出生，本科学历。在飞博有限成功操盘国内著名导演陈可辛的转型之作《中国合伙人》电影的社会化营

销策划，深受客户好评，该项目还获得中国最大的广告创意类大奖“金投赏”金奖。2004年毕业后从事销售和市场工作多年后，奠定了优秀的沟通能力和市场洞察力。2007年进入猎头行业，探索人才在企业经营中的重要作用，曾任富士施乐（中国）优秀公司销售经理，上海骥才管理咨询有限公司猎头顾问、厦门赢在仁才服务有限公司高级顾问。2012年8月加入公司，现任公司董事、副经理。

陈晓静，中国国籍，无境外永久居留权，女，1982年12月出生，本科学历，曾任厦门国际银行柜员、新联商业银行财务人员，有丰富的资金和财务管理的经验。2011年至今任公司财务经理。现任公司董事、财务负责人和董事会秘书、小喵网络财务负责人。

蔡来飞，中国国籍，无境外永久居留权，男，1985年9月出生，本科学历，曾任丽水外国语实验学校教师。自2010年12月起任媒体部负责人，现任公司董事、厦门空白文化创意有限公司执行董事兼总经理、厦门市松商商贸有限公司监事。

## （二）监事

公司监事会由3名成员组成，任期三年，其成员简历如下：

吕萍萍，中国国籍，无境外永久居留权，女，1989年7月出生，大专学历，2012年加入公司，现任公司监事会主席和飞播投资执行事务合伙人。

高楚明，中国国籍，无境外永久居留权，男，1984年11月出生，大专学历，公司联合创始人之一。曾任上海克模塑胶模具有限公司技术员。自2010年12月起任公司项目负责人，现任公司监事、飞博文创监事、小喵网络监事。

林冬冬，中国国籍，无境外永久居留权，男，1986年10月出生，大专学历，曾任福建新星媒体传播有限公司运营总监、福建邮科通信技术有限公司产品经理、厦门灵感方舟信息科技有限公司事业部经理。2013年6月加入公司团队，现任公司项目负责人，职工代表监事。

## （三）高级管理人员

根据《公司章程》，公司高级管理人员包括公司经理、副经理、财务负责人和董



事会秘书。截至本公开转让说明书签署日，公司的高级管理人员基本情况如下：

伊光旭，经理。简历参见“本节/七、董事、监事、高级管理人员基本情况/（一）董事”。

丁楚庭，副经理。简历参见“本节/七、董事、监事、高级管理人员基本情况/（一）董事”。

陈晓静，财务负责人、董事会秘书。简历参见“本节/七、董事、监事、高级管理人员基本情况/（一）董事”。

## 八、本公司之控股子公司的基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司下设两家控股子公司，其基本情况如下：

### （一）厦门飞博文创网络有限公司

名称	厦门飞博文创网络有限公司
注册号	350298200022731
成立日期	2014 年 11 月 5 日
法定代表人	伊光旭
注册资本	1,000 万元
实收资本	0 元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	软件开发；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；动画、漫画设计、制作；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；互联网销售；计算机、软件及辅助设备零售；通信设备零售；文具用品零售；工艺美术品及收藏品零售（不含文物）；其他文化用品零售；互联网接入及相关服务（不含网吧）；其他互联网服务（不含需经许可审批的项目）。
主营业务	目前尚无实际开展业务
股权结构	飞博共创持有 100% 股权。
最近一年及一期主要财务数据	2015 年 5 月 31 日总资产 0.00 元、净资产 0.00 元；2015 年 1-5 月营业收入 0.00 元、净利润 0.00 元；2014 年 12 月 31 日总资产 0.00 元、净资产 0.00 元；2014 年度营业收入 0.00 元、净利润 0.00 元。

## （二）厦门小喵网络有限公司

名称	厦门小喵网络有限公司
注册号	350298200025391
统一社会信用代码	91350200M0000LAG2B
成立日期	2015 年 7 月 20 日
法定代表人	赖智斌
注册资本	100.00 万元
实收资本	0 元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	预包装食品零售；散装食品零售；酒、饮料及茶叶零售；软件开发；信息技术咨询服务；互联网销售；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）
主营业务	第三方电子商务导购
股权结构	飞博共创持股 75%；赖智斌持股 25%。

## 九、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表

公司聘请的具有证券期货相关业务资格的致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司 2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-5 月的财务会计报告实施了审计，并出具了“致同审字（2015）350ZB0152 号”标准无保留意见的审计报告。公司近两年及一期的主要会计数据和财务指标如下：

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计（万元）	1,405.33	1,336.80	638.22
股东权益合计（万元）	1,105.85	966.64	439.90
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	1,105.85	966.64	439.90
每股净资产（元）	10.68	9.67	4.40
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	10.68	9.67	4.40
资产负债率（母公司）	21.31%	27.69%	31.07%
流动比率（倍）	3.36	2.93	3.07

速动比率（倍）	3.36	2.93	3.07
<b>项目</b>	<b>2015年1-5月</b>	<b>2014年度</b>	<b>2013年度</b>
营业收入（万元）	835.36	1,912.29	935.59
净利润（万元）	96.86	526.74	148.37
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	96.86	526.74	148.37
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	95.60	518.59	148.12
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）	95.60	518.59	148.12
毛利率（%）	69.79	69.32	72.44
净资产收益率（%）	9.54	74.90	40.57
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	9.42	73.74	40.50
基本每股收益（元/股）	0.97	5.27	1.48
稀释每股收益（元/股）	0.97	5.27	1.48
应收帐款周转率（次）	3.60	9.30	14.04
存货周转率（次）	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	108.15	253.20	224.42
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	1.08	2.53	2.24

## 十、相关机构

### （一）主办券商

名称：国金证券股份有限公司

法定代表人：冉云

住所：成都市青羊区东城根上街 95 号

联系电话：0592-5350605

传真：0592-5350511

项目小组负责人：杨洪泳

项目小组成员：杨洪泳、李升军、陈莹、吕芸

## （二）律师事务所

名称：北京市竞天公诚律师事务所上海分所

机构负责人：陈毅敏

住所：上海市徐汇区淮海中路 1010 号嘉华中心 1202-1204 室

联系电话：021-54049930

传真：021-54049931

经办律师：傅琴琴、和碧蕾

## （三）会计师事务所

名称：致同会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：徐华

住所：厦门火炬高新区软件园创新大厦 A 区 12-15 楼

联系电话：0592-2218833

传真：0592-2217555

经办注册会计师：刘维、周奕青

## （四）资产评估机构

名称：厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司

法定代表人：王健青

住所：厦门市思明区湖滨南路 609 号厦门海峡农业科技交流中心 9 层 A、B、C、

D 单元

联系电话：0592-5339315

传真：0592-5804760

经办注册评估师：何秀明、彭枫

### **（五）证券交易场所**

名称：全国中小企业股份转让系统

法定代表人：杨晓嘉

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

联系电话：010-63889512

传真：010-63889514

### **（六）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 5 层

联系电话：010-58598980

传真：010-58598977

## 第二节 公司业务

### 一、公司主要业务、主要产品或服务及其用途

#### （一）主要业务情况

公司是国内领先且具有影响力的互联网自媒体公司，通过在微博、微信上精心打造优质的自媒体账号矩阵，为用户提供丰富的信息服务。基于庞大的用户关注人数，报告期内公司收入主要来源于互联网广告业务；此外，自 2015 年起公司正式进军第三方电商平台服务领域以推进战略性布局，全力打造垂直细分领域优质电商平台，为用户提供高品质、低价格的零食电商平台服务。

公司通过在热门社交媒体中提供有趣的内容、有用的资讯以及有价值的服务，引起了用户广泛关注，聚集了一批高质量高粘度的粉丝群体。截至 2015 年 5 月 31 日，公司在新浪/腾讯微博、微信和手机 APP 中拥有的粉丝用户人数合计已超过 1.5 亿。公司运营的自媒体账号众多，内容涉及趣味、旅行、美食、女性、娱乐、创意、星座和影评等各个领域，客户群体涵盖大中品牌企业、IT 互联网公司、游戏公司和影视娱乐公司等。多年来，公司在自媒体领域深耕运作，积攒了丰富的行业经验，善于敏锐捕捉网民资讯需求，感知网民关注热点，从而在客户选择推广渠道时能提供权威的价值判断，以协助客户达到最佳推广效果，同时为自身自媒体用户传播有价值的资讯。

2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-5 月，公司主营业务收入占营业收入比重分别为 100.00%、100.00% 和 99.54%，主营业务突出明确，在报告期内未发生重大变化。

#### （二）主要产品或服务及其用途

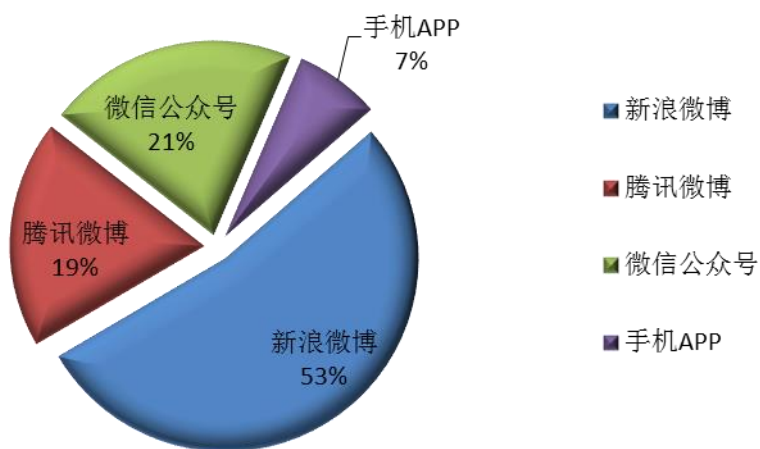
报告期内，公司收入主要来源于互联网广告投放业务，按照是否需公司提供策划方案又可将其细分为纯自媒体广告投放业务和带策划方案自媒体广告投放业务两大类，此外，公司从 2015 年起正式进军第三方电商导购服务，具体如下：

## 1、纯自媒体广告投放业务

纯自媒体广告投放业务是公司目前主要业务，依托新浪/腾讯微博、微信和手机APP 几大主流社会化媒体平台，公司多元化地发展涵盖趣味、娱乐、时尚、美食、女性等板块的专业媒体矩阵，长期以来形成了可为客户提供有效、精准广告投放的媒体渠道。

截至 2015 年 5 月 31 日，公司拥有近 200 个自媒体账号，其中新浪/腾讯微博账号、微信公众平台和手机 APP 粉丝分布情况如下：







飞博共创自媒体粉丝人数分布图













(1) 主要新浪/腾讯微博账号情况

序号	账号	头像	微博粉丝(万)		占比(%)		原创内容占比(%)	账号属性	网址链接	平均阅读次数/条	平均被转发次数/条	平均被评论次数/条	平均被点赞次数/条
			新浪	腾讯	新浪	腾讯							
1	冷笑话精选		1,441	1,103	17.24	36.69	95.82	知名博主 段子、吐槽	<a href="http://weibo.com/lxhjx">http://weibo.com/lxhjx</a> ; <a href="http://t.qq.com/lengxiaohua">http://t.qq.com/lengxiaohua</a>	3,592,742	4,614	1,747	4,584
2	星座秘语		456	34	5.46	1.13	100.00	星座	<a href="http://weibo.com/ixingzuo">http://weibo.com/ixingzuo</a> ; <a href="http://t.qq.com/xingzuoxiaowu">http://t.qq.com/xingzuoxiaowu</a>	937,822	329	145	459
3	精彩语录		435	91	5.21	3.03	21.94	情感、女性	<a href="http://weibo.com/jingcaiyulu">http://weibo.com/jingcaiyulu</a> ; <a href="http://t.qq.com/jingcaiyulu">http://t.qq.com/jingcaiyulu</a>	448,493	439	21	251
4	生活小智慧		428	67	5.12	2.23	79.47	生活百科	<a href="http://weibo.com/oomoo">http://weibo.com/oomoo</a> ; <a href="http://t.qq.com/XiaoZhiHui">http://t.qq.com/XiaoZhiHui</a>	396,372	488	33	166



5	DIY 私房菜		382	-	4.57	-	31.49	生活、美食	<a href="http://weibo.com/u/2156466452">http://weibo.com/u/2156466452</a>	412,584	539	36	228
6	美食工场		347	76	4.15	2.53	63.54	生活、美食	<a href="http://weibo.com/u/1992523932">http://weibo.com/u/1992523932</a> ; <a href="http://t.qq.com/MeiShiVIP">http://t.qq.com/MeiShiVIP</a>	783,804	1,020	109	565
7	口袋英语		321	126	3.84	4.19	87.85	学习、情感	<a href="http://weibo.com/u/1900887504">http://weibo.com/u/1900887504</a> ; <a href="http://t.qq.com/KoudaiEnglish">http://t.qq.com/KoudaiEnglish</a>	357,861	462	25	322
8	一块去旅行		289	-	3.46	-	82.10	旅行、生活	<a href="http://weibo.com/u/1832447572">http://weibo.com/u/1832447572</a>	332,162	333	46	197
9	创意铺子		252	63	3.02	2.10	94.48	创意科技	<a href="http://weibo.com/u/1628951200">http://weibo.com/u/1628951200</a> ; <a href="http://t.qq.com/gongfang">http://t.qq.com/gongfang</a>	269,014	246	42	149
10	私房菜达人		230	49	2.75	1.63	86.54	生活、美食	<a href="http://weibo.com/u/2610898374">http://weibo.com/u/2610898374</a>	395,189	639	43	266

11	环球家居		189	29	2.26	0.96	48.90	时尚、家居、创意、生活	<a href="http://weibo.com/u/1966380590">http://weibo.com/u/1966380590</a> ; <a href="http://t.qq.com/VIP008">http://t.qq.com/VIP008</a>	422,982	115	22	92
12	看书有道		178	31	2.13	1.03	98.28	学习、推荐好书、深度阅读	<a href="http://weibo.com/u/2023791210">http://weibo.com/u/2023791210</a> ; <a href="http://t.qq.com/toutiao">http://t.qq.com/toutiao</a>	242,109	257	23	227
13	经典语录		176	133	2.11	4.42	50.00	情感、女性	<a href="http://weibo.com/atmeme">http://weibo.com/atmeme</a> ; <a href="http://t.qq.com/JingDianYuLu">http://t.qq.com/JingDianYuLu</a>	126,241	193	8	145
14	经典-电影-台词		172	69	2.06	2.30	86.87	电影、影评	<a href="http://weibo.com/idianying">http://weibo.com/idianying</a> ; <a href="http://t.qq.com/jingdian">http://t.qq.com/jingdian</a>	130,342	147	31	93
15	时尚女性		167	61	2.00	2.03	84.26	时尚、女性	<a href="http://weibo.com/ssnx">http://weibo.com/ssnx</a> ; <a href="http://t.qq.com/NvXing">http://t.qq.com/NvXing</a>	173,091	176	21	96

16	电影 集结号		166	-	1.99	-	93.95	电影	<a href="http://weibo.com/u/1854743504">http://weibo.com/u/1854743504</a>	369,031	285	79	167
17	环球 音乐榜		154	162	1.84	5.39	100.00	音乐、时尚	<a href="http://weibo.com/u/1674242970">http://weibo.com/u/1674242970</a> ; <a href="http://t.qq.com/YinYue">http://t.qq.com/YinYue</a>	540,729	461	107	284
18	早安-晚 安-心语		151	73	1.81	2.43	50.00	情感、女性	<a href="http://weibo.com/hi001">http://weibo.com/hi001</a> ; <a href="http://t.qq.com/gooood">http://t.qq.com/gooood</a>	74,933	83	6	72
19	口袋 书屋		130	144	1.56	4.79	73.88	休闲、情感、推荐好书	<a href="http://weibo.com/u/1993350880">http://weibo.com/u/1993350880</a> ; <a href="http://t.qq.com/koudsw">http://t.qq.com/koudsw</a>	242,264	296	35	192
20	测试 达人		128	47	1.53	1.56	97.19	测试、情感、星座	<a href="http://weibo.com/ceshidaren">http://weibo.com/ceshidaren</a> ; <a href="http://t.qq.com/CeShiDaRen">http://t.qq.com/CeShiDaRen</a>	101,978	79	33	71

21	鬼鬼心理学		102	-	1.22		67.20	心灵导师	<a href="http://weibo.com/u/2474841654">http://weibo.com/u/2474841654</a>	261,429	277	21	131
22	iPhone 频道 <sup>注 3</sup>		99	34	1.18	1.13	65.08	手机、数码	<a href="http://weibo.com/u/2003347594">http://weibo.com/u/2003347594</a>	109,101	37	26	34
合 计			6,393	2,392	76.50	79.57	-	-	-	-	-	-	-

注 1：表格中“平均阅读次数、平均被转发次数、平均被评论次数和平均被点赞次数”系各新浪微博账号 2015 年 1-5 月期间发布的微博平均阅读、被转发、被评论和被点赞数。

注 2：原创内容占直发微博（包含原创和转载）的比例，不包括转发微博。

注 3：iPhone 频道于 2015 年 4 月停止发布信息。

(2) 主要微信公众号情况

序号	账号	微信号	粉丝 (万)	粉丝 数占 比 (%)	原创内 容占比 (%)	平均图文 阅读次数	平均分 享转发 次数	平均收 藏次数
1	冷笑话精选	lengi33	398	12.08	94.33	4,140,757	89,213	3,984
2	简易心理学	xinli01	210	6.37	9.84	436,965	24,639	2,398
3	精彩语录	jcyulu	193	5.86	8.32	674,793	52,034	4,086
4	魔鬼心理学	xinlibb	150	4.55	11.63	472,667	26,570	2,345
5	心情签名	ibb666	145	4.40	9.77	582,184	46,966	3,354
6	全球时尚	vvxixi	122	3.70	23.98	339,033	13,060	1,881
7	学做聪明女人	nvrecc	118	3.58	10.89	525,228	28,906	2,520
8	星座秘语	vxingzuo	117	3.55	32.58	207,504	4,759	343
9	生活小智慧	vzhihui	116	3.52	7.33	259,418	18,131	1,814
10	穿衣潮搭配	sschaoliu	113	3.43	26.69	337,223	13,048	2,248
11	精品微小说	weixcc	108	3.28	0.00	313,798	14,707	1,076
合 计			1,790	54.32		-	-	-

热门  
微信  
公众  
号



冷笑话精选



精彩语录



简易心理学



心情签名



生活小智慧



精品微小说



星座秘语



魔鬼心理学

### (3) 手机 APP 情况

公司自主研发的 APP 包括“冷笑话精选”、“零食小喵”等，截至 2015 年 5 月 31 日，累计用户量超过 1,100 万。



自 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 5 月 31 日，“冷笑话精选”APP 周平均活跃用户数为 72,278 人，用户周活跃率为 1.93%；零食小喵 APP 于 2015 年 3 月发表，自 2015 年 3 月 1 日至 2015 年 5 月 31 日，“零食小喵”APP 周平均活跃用户数为 7,311 人，用户周活跃率为 34.12%。

### (4) 账号权属的情况

公司拥有的自媒体账号分别源于新浪、腾讯微博、微信公众平台和自主开发的 APP，其中：

APP 由公司自主开发、运营，其权属归公司所有。

微博诞生初期，实际控制人伊光旭敏锐察觉到其背后蕴涵的商业机遇后，为抢占先机，立即以个人邮箱注册了 100 多个账号。通过不断的摸索和经营，伊光旭成功打造了以“冷笑话精选”为首的众多草根名博。因此，微博账号的注册人为伊光旭。根据《微博社区公约》第二章用户权利的第五条和《微博使用服务协议》4.5 条的约定，注册用户享有微博账号的使用权，该使用权不得以任何方式转让。受微博平台制度约束，微博账号注册信息暂时无法变更为公司。2010 年 12 月，飞博有限成立后，上述微博账号的实际运营由伊光旭团队管理逐步规范为公司制运营，为确保公司拥有这些账号的实际控制权及账户的安全性，公司将所有微博账号的安全邮箱变更为公司邮箱。根据对微梦公司相关负责人的访谈，近年来，平台已逐渐认可个人注册的账号由专业的团队运营打理的情形。同时，公司运营上述公众账号至今，未曾因权属问题受到过平台任何警告或处罚。目前，微博账号由公司进行统一

管理，因账号取得的收益或利益均由飞博共创享有，其实际控制权均归属于飞博共创。

2015年8月10日，实际控制人伊光旭出具的《承诺函》，伊光旭向公司作出如下承诺：

“本人伊光旭为飞博共创的实际控制人，担任法定代表人及董事长、经理。本人以自身身份证信息、邮箱或QQ号等申请注册或认证了腾讯/新浪微博账号（以下简称“微博账号”），由本人控制及管理该等微博账号及其安全信息，现实际由飞博共创使用并运营。

本人承诺，由飞博共创永久性使用及运营该等微博账号，并且因此取得的权益、收益或利益均由飞博共创享有。因该等微博账号引发的一般纠纷以飞博共创名义处理并由飞博共创作为独立主体承担相应责任。

若因本人在新浪微博、腾讯微博平台中注册账号并授权给飞博共创使用的行为违反新浪、腾讯平台公约或相关协议，无论本人是否在飞博任职或持有飞博共创股权，且微梦公司、腾讯公司对飞博共创进行处罚或采取其他法律行为，则本人将承担相应损失及责任。

无论本人是否在飞博共创任职或持有飞博共创股权，本人注销账号、更改账号或密码或其他因本人原因致使飞博共创无法继续使用该等微博账号，则本人应就本人前述行为向飞博共创赔偿因此对飞博共创造成的任何损失。

若微博账号在运营中遭遇第三方恶意入侵，本人应协助飞博共创完成维权、申诉事宜，因本人怠于履行该项义务对飞博共创造成的损失，全部由本人承担。

微梦公司、腾讯公司若未来更改其平台公约或相关协议内容且允许企业注册多个微博账号，则本人同意无条件立即将该等微博账号的注册人全部更改为飞博共创。

本人保证在本承诺函中所作出的承诺均真实、准确，将承担一切因本人作出的承诺引致的损失或损害。”

随着 2011 年微信的兴起,实际控制人伊光旭欲将微博平台成功的草根运营模式复制到微信公众平台。因此,微信公众平台账号中除以公司邮箱进行申请的公众号之外,大部分帐号为实际控制人伊光旭所注册,另有一个账号为股东高楚明所注册。根据现有《微信公众平台服务协议》的约定,平台出于安全性和身份识别的考虑,暂不支持用户修改注册身份信息,初始申请注册人享有的微信公众账号的使用权。受微信平台制度的约束,微信公众账号注册信息暂时无法变更为公司,相关账号权属亦不能转让过户至公司。但在自媒体行业蓬勃发展的今天,微信公众账号背后重大的商业价值越来越受到社会的认可和关注,个人申请注册的账号交由专业的团队运营打理已成较为普遍现象。公司运营上述公众账号至今,未曾因权属问题受到过平台任何警告或处罚。再者,通过对微信公众平台相关负责人的访谈,随着注册用户需求的增长,平台已将开通账号主体变更的功能列入近期规划中。一旦平台开通该功能,公司将尽快完成相关权属的转让过户。

为了切实保障公司的权益及规避可能存在的账号注册人利用微信公众平台的自媒体账号侵占公司利益的风险,实际控制人伊光旭和股东高楚明分别与公司签署了《协议书》,约定如下:

“① 伊光旭、高楚明以自身身份证信息申请注册的微信公众账号(以下简称“公众号”)由其本人拥有使用权;

② 伊光旭、高楚明承诺,将协议书项下的公众号授权公司永久性使用及运营,并且因此取得的权益、收益或利益均由公司享有;

③ 双方同意并确认,因公众号引发的一般争议、纠纷将以公司名义处理并由公司作为独立主体承担相应责任;

④ 若因伊光旭、高楚明在微信平台中注册公众号并授权给公司使用运营的行为而违反《微信公众平台服务协议》,无论伊光旭、高楚明是否在公司任职或持有公司股权,腾讯公司如果对公司进行处罚或采取其他法律行为,则伊光旭、高楚明将承担相应损失及责任;

⑤ 无论伊光旭、高楚明是否在公司任职或持有公司股权,伊光旭、高楚明注



销公众号、更改账号或密码或其他因伊光旭、高楚明原因致使公司无法继续使用该等公众号，则伊光旭、高楚明应向公司赔偿因此对公司造成的任何损失；

⑥ 若协议书项下的公众号在运营中遭遇第三方恶意入侵，伊光旭、高楚明应协助公司完成维权、申诉事宜，因伊光旭、高楚明怠于履行该项义务对公司造成的损失，全部由伊光旭、高楚明承担；

⑦ 腾讯公司若未来更改《微信公众平台服务协议》内容且允许更改注册公众号的用户信息，则伊光旭、高楚明同意公众号注册人无条件更改为公司；

⑧ 公众号的注册用户信息若由伊光旭、高楚明更改为飞博共创，则协议书将自动失效；

⑨ 伊光旭、高楚明保证，其在协议书项下所作出的确认、承诺均真实、准确，将承担一切因其自身作出的确认及承诺引致的损失或损害；

⑩ 任何一方未按协议书的约定履行其义务，违约方应当向守约方承担相应的违约责任。”

#### (5) 账户安全情况

公司已建立了完备的账号安全、账号发送内容复核及监控制度：《账号安全及内容监控管理制度》，该制度就公司账号安全管理、账号内容复核和监控两部分对账号的安全运营进行了规范，此外，对可能产生的账号安全问题提出了解决预案。

##### ① 账号安全管理制度

##### A、账号日常运营规范

a. 由公司专门负责人统一绑定账号安全邮箱、设置密保问题，且安全邮箱及密保问题由该负责人统一保管，产品项目部、媒体部相关运营人员不得参与；专门负责人对董事会负责，其聘任由董事会决定；

b. 产品项目部、媒体部主管作为公司运营部门主管仅对账号和密码进行管理，且仅用于日常运营需要；

c. 运营人员仅获得负责运营的账号相关的账号信息，不得私下进行信息交换；

d. 公司根据运营情况调整运营人员时，同时进行账号密码重置，以防止账号信息泄露；

e. 运营部门每月对所有账号登录检查，若运营人员保持不变则固定每半年进行密码更新；

f. 当运营人员离职时，运营部门主管负责进行相关账号的密码重置。

## B、账号异常、被盗解决预案

a. 若运营人员发现账号异常，应第一时间将该情况告知运营主管，配合运营主管对该账户的安全性进行检测，查找账号产生异常的原因，并立即进行密码重置。

b. 若发现账号已被他人盗取，应第一时间将该情况告知运营主管，配合专门负责人通过安全邮箱重新设置密码。

## ② 账号内容复核和监控制度

### I. 操作原则：

根据《互联网信息服务管理办法》及其他相关法律法规的规定、《新浪微博社区管理规定》和《微信公众平台服务协议》的要求，对账号发送内容的监控审核，公司实行运营主管领导责任制，在内容发布前期及后期进行全面跟踪，运营主管统筹运营人员职前及持续培训，坚决禁止违规内容发布。

### II. 具体实施步骤：

a. 自审：作为运营人员入职要求，公司将《互联网信息服务管理办法》及其他相关法律法规、《新浪微博社区管理规定》和《微信公众平台服务协议》作为职前培训的重要内容，并在试用期对新人进行制度考核，考核合格方能通过试用期成为公司正式员工；同时，作为公司例会的重要内容，运营主管针对上述法律法规及平台规定的修订、更新对公司运营人员进行持续培训。账号运营工作中，运营人员须以相关法律法规及平台制度为原则约束，在发布内容时进行初审；

b. 互审：运营团队组建 2-3 人的合作小组，在内容发布之前，合作小组成员将对拟发布内容进行交叉审核，从源头杜绝违规发布；

c. 抽查：运营主管实时关注公司所有运营账号，监控内容发布；同时运营部门组建 3 人抽查小组，每天对所有账号的发布内容进行定期抽查，每周进行不定期抽查，并对抽查结果进行纪录。

### III. 对于账号发送内容被举报后遭停用的解决预案

账号若在运营中遭举报，相关运营人员及运营主管应在第一时间向平台了解情况，核查遭举报的原因。若失公司员工失职，则按照下述 4 中要求处理，若为恶意举报，应积极向平台申诉并配合相关举证，尽快恢复账号的正常使用。

### IV. 关于内容违规的处理：

a. 因版权问题对公司造成之任何损失或损害，公司账号具体运营人员与本公司承担连带责任；

b. 账号运营人员未严格按照公司相关管理制度操作对公司造成之任何损失或损害，按形成原因进行追责，该员工在该月考核中将被扣除相应比例的绩效。

自媒体账号运营人员存在主观故意或重大过失，形成恶劣影响后果的。公司在承担责任后，有权向具体负责人员追偿。运营主管未充分履行监管职责的，承担相应职责。

《账号安全及内容监控管理制度》规范了账号管理及内容发布审核程序，对公司旗下账号安全及账号发送内容合法合规提供了充分的制度保障。

截至本公开转让说明书签署日，公司曾存在发布内容被举报的情况。2015 年 9 月 21 日冷笑话精选微信公众号因被举报涉嫌内容抄袭收到被禁言的处罚通知。该账号内容均为用户投稿，原作者授权和网上收集素材重新整合的形式发布。收到处罚通知后，公司整理了相关作者授权等证据材料，并进行申诉，账号于 2015 年 9 月 27 日解除禁言。

公司统计了 2015 年 9 月与 2015 年 10 月用户对该公众号的浏览使用信息，根据账号后台信息显示：2015 年 9 月，该账号图文页平均阅读次数为 3,556,017.67 次，平均分享转发次数为 74,941.87 次，平均微信收藏次数为 4,571.23 次；2015 年 10 月，该账号图文页平均阅读次数为 4,110,989.55 次，平均分享转发次数为

65,698.06 次，平均微信收藏次数为 5,080.32 次。通过对该组数据的比较分析，解除禁言后该公众号所发布内容的图文页阅读、转发和收藏次数并未因禁言出现大的波动，亦未对账号运营造成实质性影响。

## 2、带策划方案自媒体广告投放业务

除按照客户的需求在指定自媒体账号上进行互联网广告投放外，公司另一大业务系为特定客户根据市场目标量身定制策划内容的跟踪互动式自媒体广告投放业务。公司通过结合推广内容特点、时事热点及用户共鸣点原创设计制作包括视频类、段子类、恶搞类、新闻类和语录类等创意广告文案，为客户产品制定能引起粉丝共鸣，增加粉丝互动，进而可积极推动信息的二次传播和裂变效应发生的推广方案，打造最大话题性；同时，通过分析互联网用户的网络行为、喜好和各类媒体的投放价值，为客户制定针对目标用户的沟通策略、传播策略和社会化媒体广告投放策略等。公司在整体化营销方案执行时，不仅可通过旗下自媒体账号进行推广，亦可采用全网渠道合作模式，借势时下热门平台，优选最佳投放渠道。



《中国合伙人》社会化媒体营销策划方案荣获第六届金投赏“媒体公司组一自媒体平台”金奖。



“蜜淘黑色星期五”经整体化营销策划推广后，日交易额超预期 980 万元，在跨境 B2C 领域中遥遥领先。

## 3、第三方电商导购平台业务

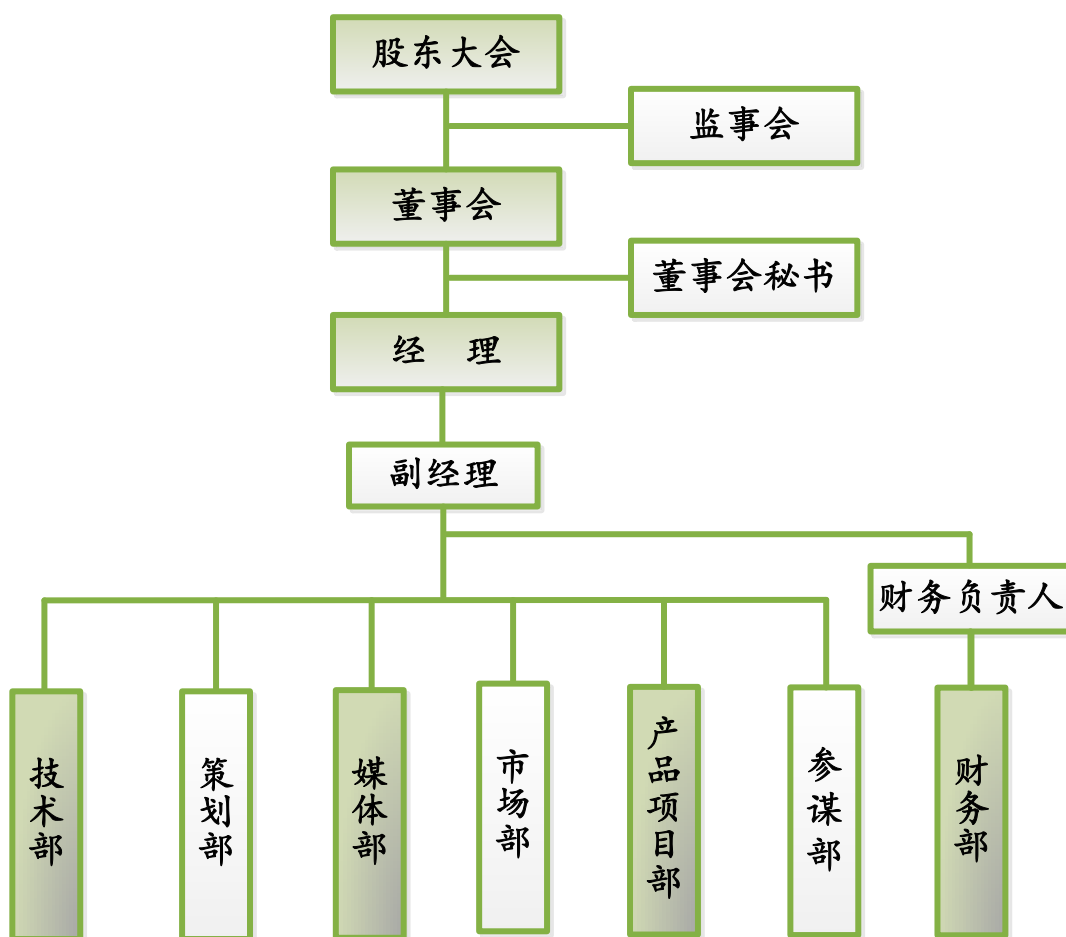
鉴于互联网中海量的商品与良莠不齐的质量使用户购物效率低下，耗费大量时间精力，公司自 2015 年来顺势推出一款零食导购 APP——零食小喵，致力于提升用户移动端购物体验。零食小喵专注于精品导购，向用户推荐口碑优、质量佳、折

扣大的零食产品，大大节省了用户海量搜索的时间和精力，相比于其他价格导向的导购平台，公司更着眼于产品质量保障，从而大大提高了用户满意度和黏性。公司利用社交网络向商家输送用户，发挥导流作用，积极构建用户、电商与公司互利共赢局面。

目前，公司旗下的“零食小喵”电商导购平台仍处于孵化阶段，尚未开始盈利。为更好促进该第三方电商导购平台业务的发展，公司于 2015 年 7 月 20 日设立控股子公司厦门小喵网络有限公司，将该板块业务转移至子公司独立运营。

## 二、公司生产或服务的主要流程及方式

### （一）公司组织架构



### （二）主要业务模式及流程

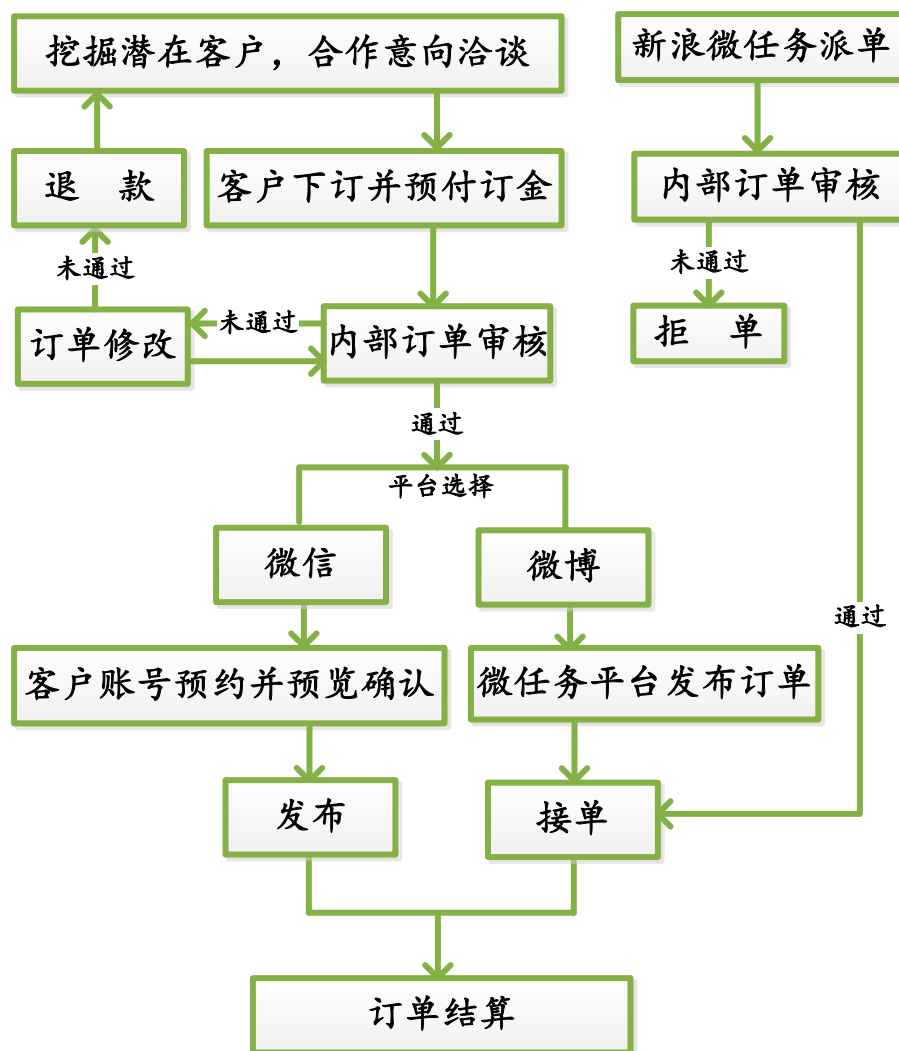
## 1、纯自媒体广告投放业务流程

公司自媒体广告投放业务订单获取途径可分为公司自主洽谈和新浪微任务外部派单两类。

自主洽谈模式，即由公司市场部主动寻找挖掘潜在客户，与意向客户进行洽谈沟通，根据客户推广需求推荐适合的账号，经客户确认下单后，公司的媒体部对客户订单中载明的广告内容的适宜性及其与推广账号属性的匹配性进行内部审核，通过后按客户对发布平台的具体要求在微博或微信平台上选择推送。若以微信作为发布平台，则由客户预约账号并就发布内容进行预览，经正式确认后公司即可直接发布；若以微博作为发布平台，则由公司通过新浪微任务平台派单发布。

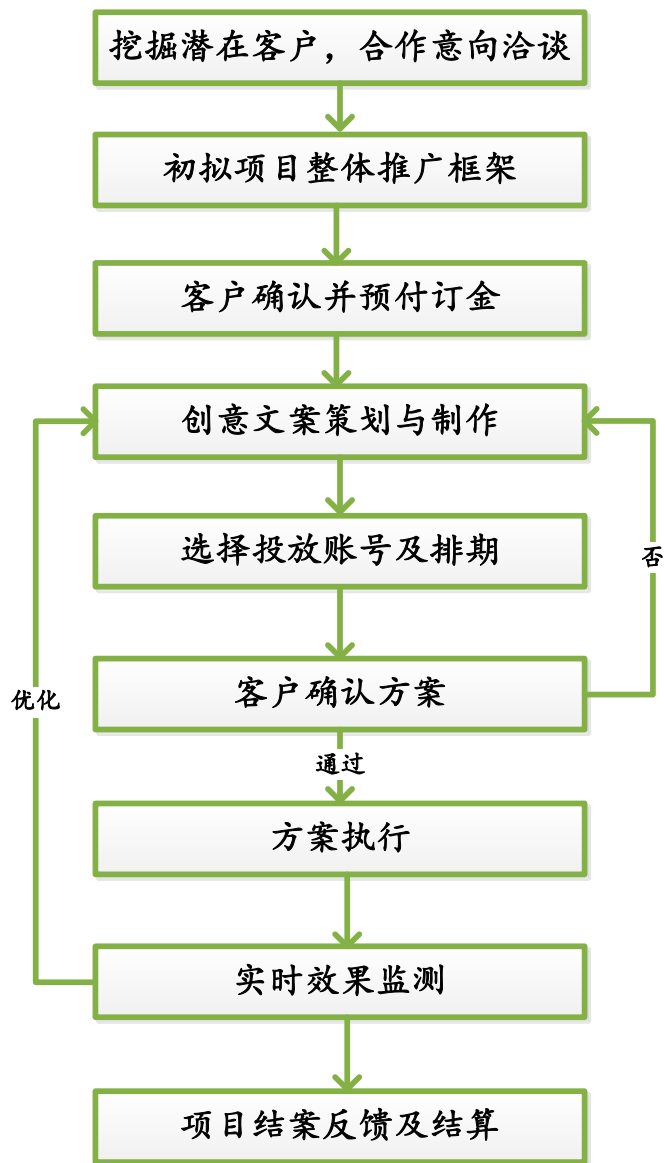
新浪微任务外部派单模式，即公司通过新浪微任务平台直接接收来自需求客户的广告投放订单，由于客户已明确发布账号及时间，公司媒体部仅需审核广告内容及账号档期，若无冲突可直接通过微任务平台确认发布，公司所对应的新浪微博账号即自动执行该订单，实现广告发布。

具体业务流程如下图所示：



## 2、带策划方案自媒体广告投放业务

公司与潜在客户进行初步洽谈后，双方将就合作意向达成共识，并正式签订委托合同。随后，策划部将依据项目特点拟定包括推广形式、渠道、排期以及预期效果等在内的整体推广框架，经客户满意确认并收到订金后正式开展营销策划工作。项目初期，策划部专业团队将结合推广内容、实事热点话题及账号属性创作多类型广告文案，确定投放账号及排期并形成整体策划方案供客户确认；项目执行期，公司将对广告投放效果进行全程跟踪监测并实时优化，随时关注舆论走向，观察广告受众反应，修正广告内容进行精准引导，强化推广效果；项目后期，策划部注重整合收集的数据及信息，评估推广效果并分析原因，及时与客户进行有效反馈沟通，优化服务体验，并出具结案报告。具体的业务流程如下图所示：



### 3、第三方电商导购平台业务流程

“零食小喵”是公司新推出的一款零食类商品导购的手机 APP。产品初期通过在“淘宝联盟”平台中遴选性价比较高的商品，以“视觉营销”或“内容营销”方式优化商品展示信息，进一步激发移动终端用户的购买需求，培养用户习惯，优化购买体验，达到累积用户的目的，最终形成最有效的零食供销渠道的诉求。其中，“视觉营销”主要指通过美化商品展示图片、搭配引人眼球的宣传标语以及罗列具导向性的商品热评等方式进行深度推广；“内容营销”则主要通过结合时下年轻消



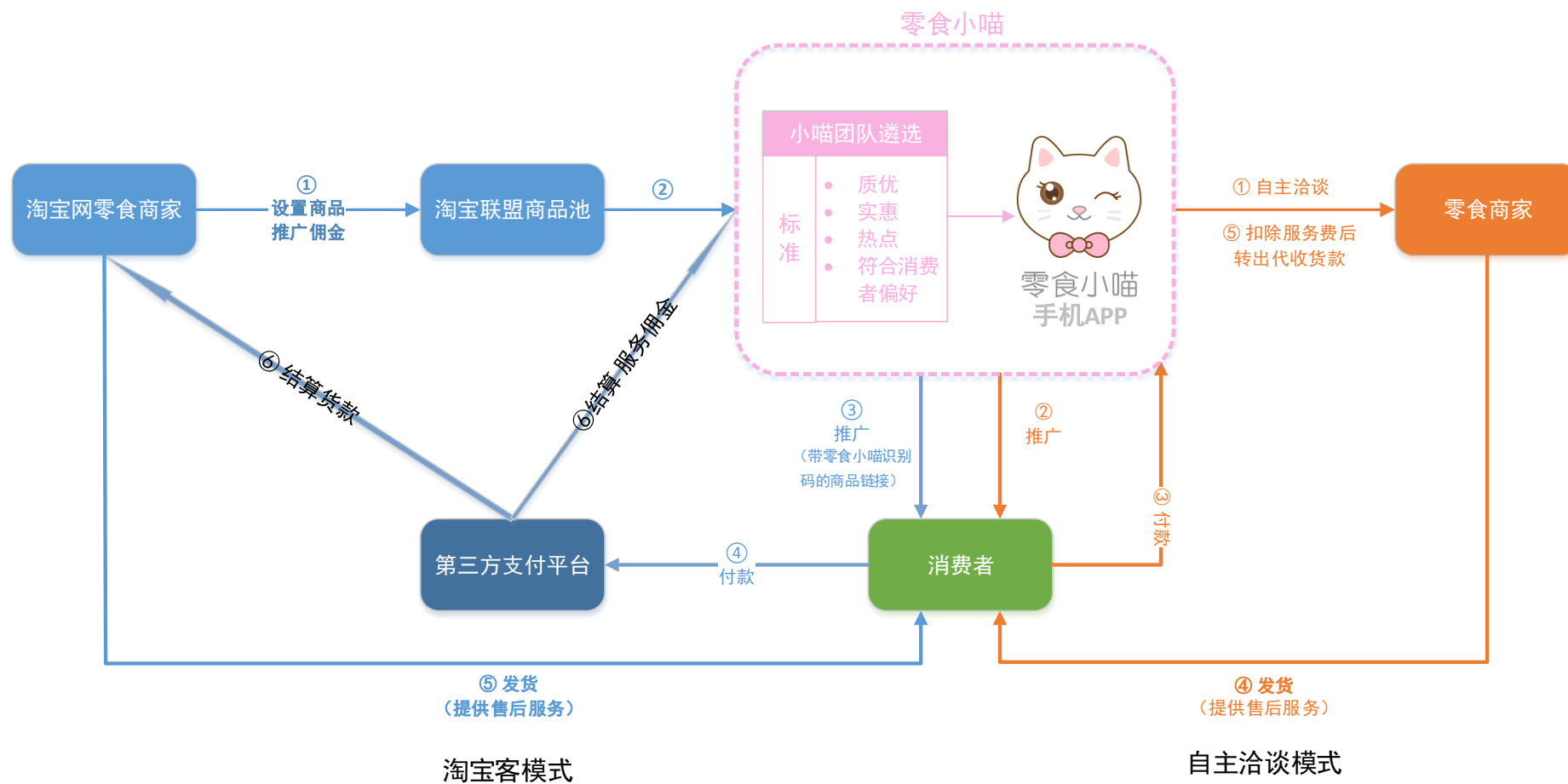
费者的兴趣偏好，归结好玩且有创意的主题，按主题搜寻相关热门电商或商品形成系列，并搭配符合主题的故事或图文进行关联推广。除通过“淘宝联盟”平台外，公司团队还通过与零食商家直接自主洽谈的模式，以进一步扩大商品覆盖面，提高用户黏性。

公司于2015年7月设立控股子公司小喵网络，主推第三方电商导购平台“零食小喵”APP，其目前运营方式主要分为“淘宝客模式”与“自主洽谈模式”两大类。其中，“淘宝客模式”因主要依托淘宝联盟平台展开，操作简单易行，系“零食小喵”现阶段主导模式；随着业务进一步深入，客户范围进一步拓展，“零食小喵”逐渐推出“自主洽谈模式”，由小喵网络直接与有推广需求的零食商家对接，节省平台中介等中间环节费用，获取更大的利润空间。

“淘宝客模式”下，业务的开展主要依托于淘宝联盟平台，即连接有推广需求的淘宝商家和有用户流量的推广者的平台。首先，有商品推广需求的淘宝网零食商家在淘宝联盟平台上发布需推广的商品以及推广该商品可获得的佣金比率（5%-50%），众多的零食商品在淘宝联盟上即形成一个商品池。小喵网络依照“质量上乘，价格实惠，符合零食小喵用户消费偏好以及符合时下热销商品”等标准对商品池商品进行遴选，将遴选后的商品在“零食小喵”APP上进行优化展示以激发终端用户购买需求，用户通过该APP浏览商品信息并形成购买意向后，可通过带有“零食小喵”专属识别码的商品链接进入该商品淘宝网购买页面进行购买支付，支付款暂存于第三方支付平台支付宝中。随后由淘宝网零食商家向消费者发出货物，消费者收到货物确认商品无误并确认收货之后，支付宝将按照推广商家事先设定的佣金比率将该笔交易款项分别向推广商家结算货款和小喵网络结算推广服务佣金。在该种业务模式中，商品的售后服务均由淘宝网零食商家直接提供。

“自主洽谈模式”下，小喵网络直接对接有推广需求的零食商家，与其洽谈推广服务事宜，并约定相应的推广服务费。终端用户下单成功后货款由“零食小喵”代为收取，小喵网络将订单信息发送至零食商家，由商家直接发货给终端用户，终端用户确认收货之后，该笔交易完成。在约定的结算日，双方订单信息核对无误后，小喵网络扣除服务费后将平台上代收的款项转给零食商家，并确认收入。在该种业

务模式中，商品的售后服务由小喵网络协助零食商家提供。



在“淘宝客模式”和“自主洽谈模式”中，食品的质量、食品安全由零食商家负责或把控，“零食小喵”从中仅发挥导流作用。截至本公开转让说明书签署日，小喵网络不存在合作的供应商。

### 三、与业务相关的关键资源要素

#### （一）产品或服务所使用的核心资源

作为致力于打造国内领先的具有影响力的自媒体公司，公司所依赖的核心资源主要来源于庞大的粉丝人数、突出的整体化营销策划水平以及强大的资源整合能力。

##### 1、雄厚的用户粉丝基础

随着互联网信息技术的飞速发展，信息原有的传播模式发生了更新甚至颠覆，如何拓展传播空间和渠道，实现从传统单一媒介平台为主向立体化多功能平台转型，促进信息的不断外延，做好全媒体战略布局，是所有媒体营销公司所需面临的时代要求。目前，以微博、微信为代表的新社交媒体，随着用户人数的大幅增长，正在对广告媒体格局产生新的效应，其作用力日趋彰显，由于该类新社交媒体比其他媒介渠道传播速度更快、内容更具吸引力和导向性，获得的公众的关注和网络舆论的认可度也会更高，杠杆效应明显。

鉴于此，微博、微信等现下最热门的新社交媒体，已成为“粉丝经济”的重要载体。不设上限的粉丝数，可让一个千万粉丝的账号影响力与最权威的电视媒体媲美；实时播报、简单迷你，让新社交媒体用户参与门槛降到最低，更让信息传递成本降到几乎为零。在媒介发展过程中，稳定而忠诚的用户群体是媒体赖以生存的关键因素。不同于传统媒体宽泛、随机、无针对性的广告投放，自媒体的“意见领袖”特征使得其所集结起来的粉丝群体即客户群体对自媒体有着自然的认同感，此外其账户属性可以反应粉丝群体的兴趣特征，让自媒体营销渠道更具有针对性。粉丝作为一群特殊的用户，同时也是有着共同爱好的广告受众，其“关注”行为，更有可能转化为“消费”行为，甚至使他们成为最忠实的消费者。经营粉丝，在互联网时代即意味着进行无时无刻的“用户管理”和“资源管理”，这一点无论在虚拟网络或是实体经济，道理是一致的。

公司在对旗下账号的日常维护和管理过程中，注重用户关怀和提升用户体验，账号的知名度和关注度不断提高。经过多年悉心经营，截至 2015 年 5 月 31 日，公司旗下微博、微信账号粉丝数合计已超越 1.5 亿，其中新浪微博粉丝人数达 8,356 万，腾讯微博粉丝人数达 3,006 万，微信粉丝人数达 3,295 万，手机 APP 用户人数达 1,127 万，受众基础广泛。

## 2、优秀的营销策划能力

公司的带策划方案自媒体广告投放业务主要在微博、微信等新媒体社交网络平台开展。基于多年来在自媒体领域所积攒的人气和经验，相比于传统的广告传媒机构，公司更能准确把握该新兴市场的发展脉搏。公司核心人员在公司尚未创立时即从事自媒体运营活动，是国内该领域的开拓者和先行者，深谙该行业的运行机制和发展动态。公司员工基本为 80、90 后，普遍年轻化，本身即是新社交媒体的主力用户群体，即是时下热门微博、微信账号的关注粉丝，因此，公司更能感同身受地了解粉丝的喜好，善于随时捕捉热门话题，在进行广告创意时能结合实事热点，在进行品牌投放时能做出更精准的战略决策。

公司组建的策划团队专业基础扎实，熟悉编辑、编导、策划、特效、剪辑等各领域，项目经验丰富，擅长包括图、文、音频、视频等多种形式结合的文案创作及项目故事包装等自媒体账号推广策划。通过反复试验，公司摸索出了独有的品牌营销传播策略，即以事件为传播重心，通过社会化媒体对事件进行包装、重塑和扩散，利用媒体组合平台传播立体化事件，最终形成长尾效应延伸传播达到推广目的。

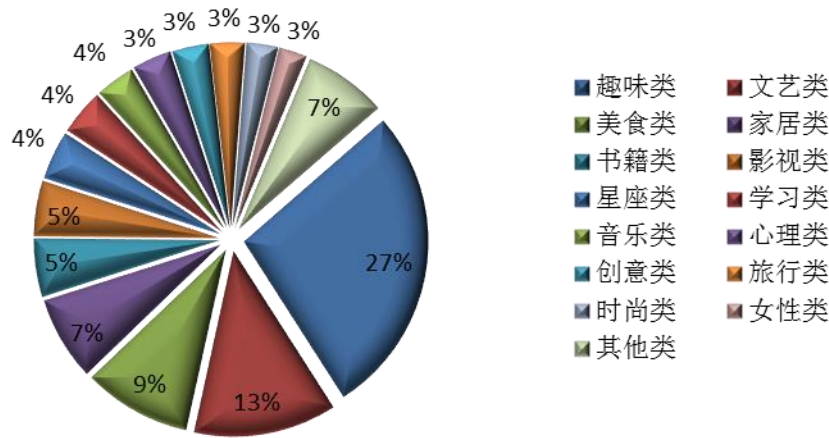
凭借出色的整体化营销策划水平，公司承揽的“三星”、APP“陌陌”、电影“中国合伙人”和电影“整容日记”品牌推广项目均获得了专注于以 ROI（投资回报率）量化创意的金投赏奖，取得了外界的高度认可。

## 3、强大的资源整合能力

公司依托多年来打造的庞大自媒体平台，现已具备优秀的媒体资源整合能力。公司自媒体主题涵盖趣味美食、居家、英语、书籍、影视、音乐、创意、旅行、女性、母婴、数码、时尚、电影、财经、汽车、美妆等全方位消费领域，覆盖面广，

内容属性全。在开展媒体营销业务过程中，公司注重充分发挥各主题平台间的联动作用，为客户打造高性价比的多方位媒体传播平台，最大程度的发挥协同作用，有效的推进广告内容的塑造、传播和扩散。此外，公司通过优势媒体资源互换等方式不断加强与外部自媒体合作共赢，将互联网热门媒体资源进行有效的整合，以满足整体营销策划客户的高端需求。

飞博共创自媒体主题分布图



注：“其他类”包括数码、母婴、财经、美妆、服饰、宗教、健康、娱乐、汽车、求职等主题版块。

（二）主要无形资产情况

公司系由飞博有限整体变更设立的股份公司，飞博有限的全部资产、负债和权益由本公司继承，公司目前已向主管部门申请将飞博有限的商标、软件著作权及作品著作权、域名等变更至公司名下。

1、商标

截至本公开转让说明书签署之日，公司共有 25 项注册商标，具体情况如下：

序号	商标名称	注册号	类别	注册日期	有效期至	注册人
1	冷先森	第 12134918 号	第 16 类	2014.07.21	2024.07.20	飞博有限
2	冷先森	第 12134976 号	第 41 类	2014.08.07	2024.08.06	飞博有限

3	冷先森	第 12134844 号	第 42 类	2014.07.21	2024.07.20	飞博有限
4	星座秘语	第 11868390 号	第 9 类	2014.05.21	2024.05.20	飞博有限
5	星座秘语	第 11868444 号	第 16 类	2014.05.21	2024.05.20	飞博有限
6	冷兔	第 11691979 号	第 42 类	2014.04.07	2024.04.06	飞博有限
7	冷兔	第 11691835 号	第 9 类	2014.04.07	2024.04.06	飞博有限
8	兔先森	第 12134787 号	第 42 类	2014.07.21	2024.07.20	飞博有限
9		第 11713494 号	第 41 类	2014.04.14	2024.04.13	飞博有限
10		第 11713467 号	第 41 类	2014.04.14	2024.04.13	飞博有限
11		第 11713437 号	第 35 类	2014.04.14	2024.04.13	飞博有限
12		第 11713412 号	第 9 类	2014.04.14	2024.04.13	飞博有限
13		第 11655060 号	第 9 类	2014.03.28	2024.03.27	飞博有限
14		第 11660316 号	第 35 类	2014.05.14	2024.05.13	飞博有限
15		第 11655308 号	第 16 类	2014.03.28	2024.03.27	飞博有限
16		第 11696041 号	第 42 类	2014.04.07	2024.04.06	飞博有限
17		第 11695977 号	第 35 类	2014.04.07	2024.04.06	飞博有限
18		第 11457360 号	第 28 类	2014.02.14	2024.02.13	飞博有限
19		第 11457384 号	第 42 类	2014.02.14	2024.02.13	飞博有限
20		第 11457307 号	第 20 类	2014.07.28	2024.07.27	飞博有限
21	意外	第 13218933 号 <sup>注</sup>	第 42 号	2015.01.28	2025.01.27	飞博有限
22		第 14095471 号	第 9 类	2015.04.28	2025.04.27	飞博有限
23		第 14095635 号	第 16 类	2015.05.07	2025.05.06	飞博有限
24	千万反思	第 14246607 号	第 42 类	2015.05.07	2025.05.06	飞博有限
25	千万反思	第 14246419 号	第 41 类	2015.05.07	2025.05.06	飞博有限

注：2015 年 7 月 15 日，公司出具《声明书》，将拥有的“意外”（注册号为第 13218933 号）商标转让给厦门意外境界文化传播有限公司，并于同日取得厦门市公证处出具的“（2015）厦证内字第 20100 号”《公证书》。目前公司正在办理上述商标转让事宜。

## 2、软件著作权

截至本公开转让说明书签署之日，公司共有 9 项软件著作权，具体情况如下：

序号	软件名称	登记号	取得方式	开发完成日期	首次发表日期	著作权人
1	咸鱼手游推荐手机软件[简称：咸鱼]V1.0	2014SR176332	原始取得	2014.09.17	未发表	飞博共创
2	飞博共创口袋英语手机软件[简称：口袋英语手机软件]V1.0	2012SR083370	原始取得	2012.07.07	2012.07.10	飞博共创
3	飞博共创冷笑话精选手机软件[简称：冷笑话精选手机软件]V2.6	2012SR083373	原始取得	2012.07.20	2012.08.06	飞博共创
4	飞博共创内部时光机系统[简称：内部时光机系统]V2.0	2012SR083371	原始取得	2012.06.29	未发表	飞博共创
5	飞博共创微信手机报系统 V1.0	2014SR019079	原始取得	2012.08.26	2012.09.01	飞博共创
6	飞博共创娱乐圈圈手机软件[简称：娱乐圈圈手机软件]V1.0	2013SR146281	原始取得	2013.10.16	未发表	飞博共创
7	飞博共创时光机平台[简称：时光机平台]	2012SR083384	原始取得	2011.08.08	2011.08.10	飞博共创
8	有型手机软件[简称：有型]V1.0	2015SR060267	原始取得	2014.08.01	2014.08.16	飞博共创
9	零食小喵手机软件[简称：零食小喵]V1.0	2015SR060261	原始取得	2015.01.10	2015.02.06	飞博共创

### 3、作品著作权

截至本公开转让说明书签署之日，公司共有 5 项作品著作权，具体情况如下：

序号	作品名称	图形	登记号	作品类别	创作完成日期	首次发表日期	著作权人
1	娱乐圈圈		国作登字-2014-F-00124653	美术作品	2013.10.16	未发表	飞博有限
2	创意铺子		国作登字-2014-F-00132418	美术作品	2012.10.31	未发表	飞博有限
3	冷先森家族		国作登字-2014-F-00134096	美术作品	2013.07.31	2013.08.01	飞博有限
4	冷笑话		国作登字-2014-F-00130084	美术作品	2012.10.31	2012.10.31	飞博有限
5	冷笑话精选		2011-F-043532	美术作品	2011.03.20	未发表	飞博有限



#### 4、域名

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有的主要域名如下：

序号	域名	注册日期	到期日期	备案号	是否使用	持有人
1	feibo.com	2000.03.30	2019.03.30	闽 ICP 备 11001908 号-1	是	飞博共创
2	feibo.cn	2010.04.03	2016.04.03	闽 ICP 备 11001908 号-2	是	飞博共创
3	lengxiaohua.cn	2010.04.08	2018.04.08	闽 ICP 备 11001908 号-4	是	飞博共创
4	paimeimei.com	2014.01.18	2016.01.18	无	否	飞博共创
5	ubeike.com	2013.07.21	2016.07.21	无	否	飞博共创
6	eehai.com	2014.04.15	2016.04.15	无	否	飞博共创
7	qutaowan.com	2014.09.20	2015.09.20	无	否	飞博共创
8	womaipao.com	2014.09.06	2015.09.06	无	否	飞博共创
9	artdatas.cn	2015.01.02	2016.01.02	无	否	飞博共创
10	Lengtu.cn	2011.01.19	2017.01.19	无	否	飞博共创

#### 5、专利技术

截至本公开转让说明书签署之日，公司未取得任何专利技术证书。

#### 6、最近一期末账面价值

报告期末，公司的无形资产账面价值为 0 元。

#### (三) 公司业务许可资格或资质

序号	持有人	证书名称	证书编号	有效期	发证机关
1	飞博共创	组织机构代码证	56283491-2	2015.07.15 -2019.07.14	厦门市质量技术监督局
2	飞博共创	开户许可证	J3930011103802	-	中国人民银行厦门市中心支行
3	飞博共创	ICP 备案	闽 ICP 备 11001908 号	-	中国工业和信息化部
4	飞博有限 <sup>注1</sup>	高新技术企业证书	GR201235100109	2012.11.29 -2015.11.28	厦门市科学技术局、厦门市财政局、福建省厦门市国家税务局、福建省厦门市地方税务局

5	飞博文创	组织机构代码证	30306093	2014.11.12 -2018.11.11	厦门市质量技术监督局
6	飞博文创	开户许可证	J3930020322801	-	中国人民银行厦门市中心支行
7	小喵网络	开户许可证	J3930022618501	-	中国人民银行厦门市中心支行

注 1：2015 年 6 月 29 日，厦门市高新技术企业认定管理办公室发布“厦高办[2015]7 号”《关于公示厦门市 2015 年第一批拟通过复审高新技术企业名单的通知》，对公司拟通过复审进行公示，公示期为 15 个工作日。

根据现有的法律法规，公司报告期内开展的互联网广告投放业务无需取得专有资质，仅需办理经营范围变更登记。公司目前经营范围中已涵盖“广告的设计、制作、代理、发布；提供企业营销策划服务；文化、艺术活动策划”，即可相应从事广告策划业务。

#### （四）特许经营权

截至本公开转让说明书签署之日，公司无特许经营权。

#### （五）重要固定资产情况

##### 1、固定资产情况

公司的重要固定资产包括电子设备、办公设备和运输设备等。截至 2015 年 5 月 31 日，公司固定资产原值为 1,549,899.80 元，净值为 896,035.99 元，总体成新率为 57.81%，固定资产实际运行状态良好，具体情况如下：

固定资产类别	固定资产原值（元）	固定资产净值（元）	成新率（%）
运输设备	148,600.00	35,664.11	24.00
办公设备	570,506.62	406,070.87	71.18
电子设备	830,793.18	454,301.01	54.68
合计	<b>1,549,899.80</b>	<b>896,035.99</b>	<b>57.81</b>

##### 2、房屋租赁情况

飞博共创及子公司的办公经营场所均为租赁，其具体情况如下：

序号	承租方	出租方	承租物业	面积 (平方米)	用途	租赁期限
----	-----	-----	------	-------------	----	------

序号	承租方	出租方	承租物业	面积 (平方米)	用途	租赁期限
1	飞博共创	厦门高新技术创业中心	厦门火炬高新区创业园创业大厦515D室	53.20	办公	2015年3月6日至2016年3月5日
2	飞博共创	厦门雅迅网络股份有限公司	厦门市软件园二期观日路46号401单元	1,651.15	办公	2014年3月17日至2019年3月16日
3	飞博文创	厦门高新技术创业中心	厦门火炬高新区创业园创业大厦540室	106.40	办公	2015年6月9日至2016年6月8日
4	小喵网络	厦门软件产业投资发展有限公司	厦门市火炬高新区软件园华讯楼B1F-017	70.00	办公	2015年7月14日至2017年7月13日

## (六) 员工情况

截至2015年5月31日,公司在职员工人数为98人,员工具体人数及结构如下:

### 1、按年龄结构划分

年龄	人数(人)	占员工总数比例(%)
25岁(含)以下	43	43.88
26-30(含)岁	49	50.00
31岁(含)以上	6	6.12
合计	98	100.00

### 2、按岗位结构划分

人员类别	人数(人)	占员工总数比例(%)
行政人员	11	11.22
财务人员	4	4.08
运营人员	51	52.04
研发人员	32	32.65
合计	98	100.00

### 3、按教育程度划分

受教育程度	人数(人)	占员工总数比例(%)
研究生及以上	3	3.06

本科及大专	93	94.90
中专及其他	2	2.04
合计	98	100.00

#### （七）公司荣誉

报告期内，公司获得的主要荣誉情况如下：

序号	荣誉名称	授予单位	授予时间
1	2012 金镜头 APP 评选最搞娱乐应用奖（冷笑话精选）	搞趣网金镜头评选组委会	2012.12.
2	2012 中国年度创新成长企业 100 强	创业邦	2012.12
3	腾讯开放平台应用创新大赛腾飞月度奖（冷笑话精选）	腾讯开放平台	2012.07
4	2012 第五届金投赏代理公司组-媒介服务-社会化媒体营销提名奖（三星）	金投赏组委会	2012 年
5	2012 年第五届金投赏媒体公司组-自媒体平台金奖（陌陌）	金投赏组委会	2012 年
6	2013 年第六届金投赏媒体公司组-自媒体平台金奖（中国合伙人）	金投赏组委会	2013 年
7	2014 年金投赏代理公司组-媒介服务-社会化媒体营销创意银奖（整容日记）	金投赏组委会	2014 年

### 四、主营业务相关情况

#### （一）报告期内公司营业收入构成情况

报告期内，公司的主营业务收入主要来自于广告业务收入，业务收入及占比如下：

项 目	2015 年 1-5 月		2014 年度		2013 年度	
	金额（元）	占比	金额（元）	占比	金额（元）	占比
广告业务收入	8,315,142.18	99.54%	19,122,931.71	100.00%	9,355,887.32	100.00%

#### （二）报告期内公司主要客户的情况

2015 年 1-5 月、2014 年、2013 年公司对前五大客户销售额占当期主营业务收入的比例分别为 20.45%、29.34%、37.53%。明细如下：

期间	序号	客户名称	销售金额 (元)	占当年主营 收入比重
2015 年 1-5 月	1	杭州瓦杰科技有限公司	544,353.77	6.55%
	2	上海临格营销策划有限公司	320,754.72	3.86%
	3	北京环宇傲视国际传媒广告有限公司	315,735.84	3.80%
	4	上海程迈文化传播有限公司	300,235.84	3.61%
	5	北京明日阳光广告有限责任公司	219,518.87	2.64%
	合计		<b>1,700,599.04</b>	<b>20.45%</b>
2014 年	1	上海腾目科技有限公司	1,886,792.40	9.87%
	2	杭州瓦杰科技有限公司	1,674,512.50	8.76%
	3	北京海淘时代科技有限公司	956,725.45	5.00%
	4	北京明日阳光广告有限责任公司	634,368.86	3.32%
	5	可口可乐饮料（上海）有限公司	457,547.16	2.39%
	合计		<b>5,609,946.37</b>	<b>29.34%</b>
2013 年	1	杭州瓦杰科技有限公司	1,695,050.90	18.12%
	2	厦门美图移动科技有限公司	566,037.73	6.05%
	3	杭州推特网络科技有限公司	474,528.29	5.07%
	4	我们亚博思电影发行（北京）有限公司	445,641.45	4.76%
	5	团博百众（北京）科技有限公司	328,697.20	3.51%
	合计		<b>3,509,955.56</b>	<b>37.52%</b>

报告期内前五大客户营业收入占比较低，分布较散，单一客户占比较低，因此公司不存在对于单一客户的重大依赖。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在公司前五名客户中拥有权益。

### （三）公司原材料采购及前五名供应商情况

#### 1、公司原材料采购情况

公司主要通过旗下微博账号、微信公众平台和手机 APP 等从事自媒体广告营销业务。由于公司的经营特点，没有传统意义上的原辅材料供应商。公司主要对外采购是网络技术运营服务、微任务平台使用权及与外部渠道合作服务。

#### 2、报告期前五大供应商及依赖情况

公司采购额分布较为分散，对单个客户的采购额对比总采购额均未超过50%，不存在对个别供应商依赖的情况。报告期内，公司前五大供应商采购金额及占采购金额的比例如下：

期间	序号	供应商名称	采购金额 (元)	占当期营业 成本比重
2015 年 1-5 月	1	北京天下秀科技有限公司	238,401.42	9.45%
	2	天津鼓山贰叁叁文化传播有限公司	81,408.00	3.23%
	3	苏州大禹网络科技有限公司	78,196.67	3.10%
	4	深圳蜂群传媒有限公司	62,330.10	2.47%
	5	网宿科技股份有限公司	46,022.82	1.82%
	合计		<b>506,359.01</b>	<b>20.07%</b>
2014 年	1	北京天下秀科技有限公司	858,539.07	14.63%
	2	北京新派影格文化传播有限公司	405,000.00	6.90%
	3	天津鼓山贰叁叁文化传播有限公司	169,000.00	2.88%
	4	成都游悦科技有限公司	50,722.00	0.86%
	5	广州沃享信息科技有限公司	48,543.69	0.83%
	合计		<b>1,531,804.76</b>	<b>26.11%</b>
2013 年	1	网宿科技股份有限公司	85,603.71	3.32%
	合计		<b>85,603.71</b>	<b>3.32%</b>

#### (四) 重要业务合同及履行情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司的重大业务合同情况如下：

##### 1、销售合同

序号	合作方	签署日期	合同名称	合同金额 (元)	履行情况
1	北京海淘时代科技有限公司	2015.6.9	自媒体平台服务协议（季度）	200,000	执行中
2	厦门美图移动科技有限公司、厦门美图网科技有限公司、厦门美图之家科技有限公司	2015.8.1	年度框架合作协议	-	执行中
3	新游互联（福州）信息科技有限公司	2015.5.4	“新游手柄众筹”新媒体营销项目合同	150,000	履行完毕
4	上海腾目网络科技有限公司	2014.5.23	Timebox 全案营销策划合同	2,875,000	履行完毕
5	北京海淘时代科技有限公司	2014.11.10	“2014 蜜淘黑五全球购”新媒体营销项目合同	950,000	履行完毕
6	中国电影股份有限公司北京电影发行分公司	2014.2.24	《整容日记》新媒体宣传推广合同	288,000	履行完毕
7	杭州短趣网络传媒技术有限公司	2014.1.26	微信推广合同	250,000	履行完毕
8	广州新游网络科技有限公司	2014.1.17	《格斗江湖》新浪微博和微信推广协议	242,000	履行完毕
9	上海程迈文化传播有限公司	2014.12.8	微博微信推广合同	163,000	履行完毕
10	北京昆仑在线网络科技有限公司	2014.6.18	TERA 游戏微博推广合同	150,000	履行完毕
11	杭州瓦杰科技有限公司	2013.5.4	合作推广合同	1,800,000	履行完毕
12	我们制作有限公司	2013.4.2	新浪及腾讯微博推广合同	300,000	履行完毕
13	可口可乐饮料（上海）有限公司	2013.12.20	服务协议（可口可乐圣诞微信项目）	160,000	履行完毕
14	可口可乐饮料（上海）有限公司	2013.12.20	服务协议（可口可乐 MTC 内容微信推广项目）	180,000	履行完毕

##### 2、采购合同

序号	合作方	签署日期	合同名称	合同金额 (元)	履行情况
----	-----	------	------	-------------	------

序号	合作方	签署日期	合同名称	合同金额 (元)	履行情况
1	北京天下秀科技有限公司	2014.12.20	天下秀自媒体平台合作伙伴协议	100,000 <sup>注1</sup>	执行中
2	天津鼓山贰叁叁叁文化传播有限公司	2014.12.5	公关服务合同书	129,320	履行完毕
3	北京新派影格文化传播有限公司	2014.7.2	采购合同	350,000	履行完毕

注 1：100,000 元为押金

## 五、公司商业模式

作为互联网信息服务商，公司依托微博、微信公众号、APP 等几大主流社会化媒体平台，通过分享新鲜、实用、有趣的多维度资讯，并以此为基础开展互联网广告服务。

### （一）服务模式

公司的主要服务模式分为广告投放服务和带营销策划的广告投放服务。

#### 1、广告投放服务

公司媒体部通过不同渠道接受客户订单的同时审核客户需推送的广告内容及推送账号属性的匹配性，审核通过后，媒体部依照客户的需求使用新浪微任务平台或微信公众号平台等形式进行广告推送。

#### 2、带营销策划的广告投放服务

公司与客户达成合作意愿并签订合约后，策划团队依据客户需求制定的整体推广框架，结合推广内容、实事热点话题及账号属性等创作多类型广告文案，确定投放账号及排期并形成整体策划方案并实施。全程的项目执行采取立体化组合传播形式并实时观察评论与反应、追踪舆论走向，及时修正推广方案，以确保在最适合的时间、制作最具吸引力的内容、搭配最适合的渠道进行推送。当公司自行运营的部分账号属性与整体策划方案不匹配时，公司亦可通过委托第三方外部渠道进行推送。项目执行后期，策划部注重整合收集的数据及信息，评估推广效果并分析原因出具结案报告。



## （二）盈利模式

公司与客户约定的收费标准是根据客户选择不同微博账号的活跃度(包括转发、评论和点赞数量)和微信公众号的粉丝数量来确定。公司主要盈利模式是以通过分享多维度资讯带动人气和流量，并加入各种类型的广告服务，通过收取客户服务费的方式实现盈利。

公司与客户结算主要有三种方式：

### 1、自主洽谈的客户

公司确认收取客户预先支付的服务费后按客户需求投放广告，广告推送后将广告链接返回至客户后可结算确认收入。

### 2、新浪微任务派单模式

公司通过新浪微任务平台接受订单，审核广告内容及账号档期后确认订单，微任务平台通过公司账号自动执行订单后结算确认收入。

### 3、整体营销策划

公司根据客户需求创作多类型广告文案和制定整体推广框架，依照推广进度安排实行分阶段进行收费。项目结束后向客户提供广告链接或专业的结案报告方可结算确认收入。

## 六、公司所处行业基本情况

### （一）公司所处行业的概况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为信息传输、软件和信息技术服务业（I）中的互联网和相关服务（I64）。依据《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2011）规定，公司属于“I6490 互联网信息服务行业”。根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司制定的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为信息传输、软件和信息技术服务业（I）中的互联网和相关服务（I64）。

## 1、行业主管部门

基于庞大的用户关注人数，公司收入主要来源于互联网广告业务，主要包括向广告代理商或客户提供互联网广告投放渠道以及包括策划、制作、投放、运营在内的一系列互联网营销服务，所属行业为互联网信息服务业，实行政府相关部门监督管理与行业协会自律监管相结合的监管体制。

行业主管部门为工信部，主要负责制定互联网行业的产业政策、产业标准、产业规划，对行业的发展方向进行宏观调控，总体把握行业服务内容。工信部和省、自治区、直辖市电信管理机构，依法对互联网信息服务实施监督管理。

行业自律性监管机构为国家互联网信息办公室，主要负责落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理，负责网络新闻业务及其他相关业务的审批和日常监管，指导有关部门做好网络游戏、网络视听、网络出版等网络文化领域业务布局规划，协调有关部门做好网络文化阵地建设的规划和实施工作，负责重点新闻网站的规划建设等。

## 2、主要法律法规及政策

目前涉及公司所处互联网信息服务业的主要行政法规、部门规章、规范性文件和相关政策如下：

时间	颁布机构	法律法规及政策	主要内容
2012 年	国务院	《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》	发展新一代信息技术产业，加快建设宽带、融合、安全、泛在的信息网络，突破原有技术，推进信息技术和产业组织模式的创新、推进新兴应用拓展和网络建设的互动结合、增强国际竞争力
2012 年	工信部	《软件和信息技术服务业“十二五”发展规划》	我国信息技术服务业持续快速的发展过程中，信息技术的迅速发展和应用不断深化，从而推动产业融合发展和转型升级，加快培育新兴网络化高端软件，创新应用于服务模式
2011 年	文化部	《互联网文化暂行规定》	加强对互联网文化的管理，保障互联网文化单位的合法权益，促进我国互联网文化健康、有序地发展

2006 年 (2013 年 修订)	国务院	《信息网络传播权 保护条例》	区分了著作权人、图书馆、网络服务商、读者各在著作网络传播过程中各自可以享受的权益，包括合理使用、法定许可、避风港原则、版权管理技术等一系列内容，形成一个相互依存、相互作用、相互影响的“对立统一”关系，很好地体现了产业发展与权利人利益、公众利益的平衡，为产业加速发展做好了法律准备。
2005 年	国家版权局、信息产业部	《互联网著作权行政 保护办法》	规定各级著作权行政管理部门依照法律、行政法规和本办法对互联网信息服务活动中的信息网络传播实施行政保护
2000 年	国务院	《互联网信息服务 管理办法》	主要规范互联网信息服务相关主体和行为通过互联网上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动

## （二）公司所处行业的市场现状及规模

近年来，伴随着中国经济的高速发展，互联网行业显示出巨大的活力和旺盛的生命力，在促进经济增长和社会发展中起着越来越重要的作用。同时，国家积极出台各项法规和政策，推动互联网行业有序发展。

### 1、互联网普及率稳步提高

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）统计测算，截至 2014 年 12 月，中国网民规模达 6.49 亿，互联网普及率为 47.9%。



数据来源：第 35 次中国互联网发展状况统计报告

从上图可以看出，近年来我国网民规模持续增长、互联网普及率稳步提高，但当前互联网普及率仍未超过 50%，与美国、日本和韩国约为 75% 的互联网普及率差距尚较大，我国网民规模增长空间仍非常广阔。

## 2、互联网信息服务业发展

随着社会经济的发展，互联网已成为推动经济发展的新动力，其中互联网信息服务业是最具发展潜力、代表着未来消费需求变化趋势的高技术、高附加值产业。根据工信部统计数据，2014 年前 3 季度，中国信息消费总规模已达到 1.9 万亿元，同比增长 18%，信息消费逐渐成为推动我国经济增长的新亮点。2015 年，我国信息消费规模将超过 3.2 万亿元，年均增长 20% 以上，基于互联网的新型信息消费规模达到 2.4 万亿元，年均增长 30% 以上。

互联网的快速发展，极大地推动了中国信息化的发展，使得人们对信息产品和服务的需求不断扩大，通过互联网开展的信息获取、娱乐、购物、沟通交流等生活和经济行为更加丰富，互联网信息消费对经济增长的贡献程度将会越来越大。

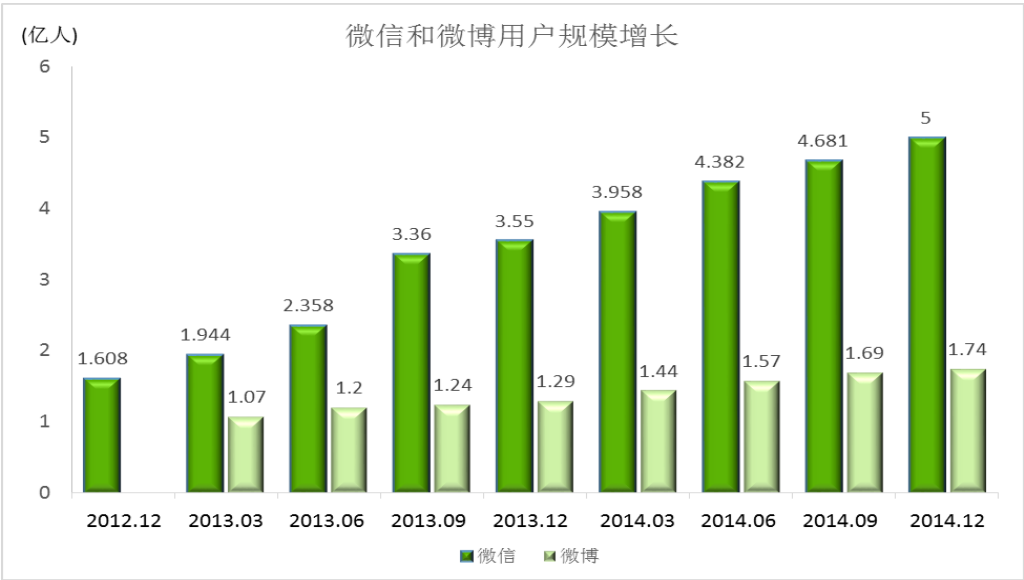
## 3、自媒体行业概念及发展概况

随着互联网技术的发展和普及应用，人们对互联网信息服务的诉求进一步提升，互联网信息服务业衍生出了一种新的业务形态—自媒体行业。自媒体又称“公民媒体”或“个人媒体”，是指私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者以现代化、电子化的手段向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。自媒体的产生打破了传统媒体自上而下的传播形态，强调传播渠道及内容的个性化，迎合了人们对于信息交互和信息获取的消费需求。随其运作模式的不断清晰完善，自媒体行业具有十分可观的发展前景。

### (1) 自媒体平台用户群规模持续扩大；

目前，国内互联网自媒体业务主要依托于微博、微信两大社交网络平台开展，据中国互联网络报告显示，截止 2014 年 12 月 31 日，新浪微博月活跃用户数为 1.757 亿，较 2013 年同期增长 36%，微信和 WeChat 的合并月活跃账户数为 5 亿，较去年

同期增长 41%。



数据来源：根据腾讯业绩报告及新浪微博财务报告相关数据整理

由上图可以看出，微博和微信两大平台的用户规模均呈现出稳定增长的特征，用户规模持续扩大，特别是相较于我国网民整体规模增速而言，自媒体的用户规模持续并保持着较高的增长水平。

（2）自媒体的盈利模式不断增加

目前，自媒体行业经历了从不规范化的个人管理到规范化的团队或企业管理过程，其盈利模式慢慢呈现出多样性及可持续发展性。具体而言，可以归结如下：

盈利模式	产生	概述	收益来源	特点
内容输出型	原始	自媒体人通过在自媒体上的内容创作，在平台上广泛积累关注度，把关注度转化为个人增值资源，因而在自媒体外获得更多工作机会而产生收益的方法。	广告投放	目前自媒体行业最核心的盈利模式，业务模式成熟且完善，但受制于内容的持续更新供应，长期发展缺乏稳定性。
服务输出型	衍生	（1）通过自媒体平台展示内容，与客户即时通讯进行服	收取服务费	长期而言具有收益的可持续性，但容易受制

盈利模式	产生	概述	收益来源	特点
		务输出活动而产生收益的方法。(2) 提供由自媒体内容出发而衍生出的针对于客户需求的个性化定制服务而产生收益的方法。		于服务产品所包含的品牌内涵。
社区关系型	衍生	自媒体通过自身内容形成聚落, 通过会员申请制度把受众聚拢到一起, 得到用户的基本信息、需求信息、甚至交易信息, 而会员用户得到自媒体人的额外增值服务。双方通过会员费用来进行交易。	收取会员费	长期而言具有收益的可持续性, 关键在于增强用户的社区强关系, 用户对自媒体的粘合度越高, 其社区关系越强, 变现能力越高。
品牌展示型	衍生	自媒体通过整体化营销来发展和完善自身的品牌形象, 扩大品牌影响力, 得到品牌价值的提升, 并且以品牌内涵吸引对品牌认可的受众群体, 引导其对于品牌商品的二次消费。	品牌价值二次消费	兼具自身品牌展示、品牌推广和品牌销售的系列功能, 具有长期收益的可持续发展性。

### (3) 自媒体社会化营销受到广泛关注

随着自媒体平台用户群规模的扩大以及自媒体商业模式的形成, 自媒体行业受到了越来越多的关注, 特别是由其参与主导的社会化网络营销。

传统营销以关注于媒介入口选择的渠道营销为主, 而自媒体平台的交互性, 即时性以及拟人化等属性为传统营销注入了新的活力, 形成了社会化的网络营销。社会化网络营销以“内容营销”为主, 是通过自媒体网络平台, 以创意的营销内容, 让消费者交流, 实现品牌和消费者的双向沟通对话, 通过消费者的参与和消费体验, 影响并带动周边关系参与消费或讨论, 进一步扩大品牌影响力。在越来越强调用户体验及用户关系维系的目前及未来, 社会化营销成为许多品牌及公司营销策略的重要选项, 自媒体社会化营销将拥有更广阔的市场空间。

## 4、行业壁垒

### (1) 品牌壁垒

品牌价值是自媒体的核心价值。自媒体代表的是具有独创性的，个性化的立场，因此内容与定位上是处于细分市场中的。这些属性都决定了自媒体需要鲜明的品牌性。自媒体人在平台中积攒的关注度、人气、评论转发数量、阅读量等数据正是对品牌价值的一个表象的衡量，自媒体的价值变现也正是通过其自身的这些指标来影响价值的增降。新进入者很难在短期内建立起网络用户认可的品牌。

### (2) 人才壁垒

自媒体是一个相对较新的行业，随着传统媒体行业的转型，以及随后众多自媒体的涌现，该行业的核心竞争力体现在以“个性化”为要求的运营人才和创意生产人才方面。熟悉该行业运作的经营人才和包括但不限于剪辑，制作，编导，策划等在内的专业化创意生产人才是其核心资产。新进入者很难在短期内引进具有丰富自媒体运作经验的各类专业人才。

### (三) 影响行业发展的因素及风险特征

#### 1、有利因素

##### (1) 互联网用户和手机网民规模的持续增长

在移动互联网高度发达的时代，手机网民与传统电脑网民高度重合，即时性、网络性更强的手机媒体促进了自媒体时代的发展。截至 2014 年 12 月 31 日，我国手机网民规模达 5.57 亿，较 2013 年增加 5,672 万人；网民中使用手机上网的人群占比由 2013 年的 81.0% 提升至 85.8%。网民中手机用户规模的持续扩大为属于互联网信息服务业的自媒体行业的市场需求提供了有利保障。

##### (2) 互联网技术发展支持

2013 年，中国 4G 移动通信正式启动和以 3G 为基础的移动互联网的深度渗透为新媒体行业的发展带来了新的契机。新一代高速、泛在、智能、开放的宽带网络，进一步推动了大数据、云计算、物联网、移动互联网等新应用的发展。移动互联网、

智能便携终端和云计算等新媒体技术的开发和应用普及为互联网信息服务业提供了更广阔的发展空间。

### （3）消费结构升级

目前我国正在进行第三次消费结构升级转型，主要表现为教育、娱乐、文化、交通、通讯、医疗保健、住宅、旅游等方面消费的快速增长，尤其是与信息科技产业相联系的消费增长最为迅速。消费结构直接反映了我国居民整体的消费水平，消费偏好和发展趋势。偏向信息产业领域发展的消费结构升级为互联网信息服务业提供了良好的发展契机。

### （4）国家产业政策支持

在我国正面临的居民消费升级和信息化、工业化、城镇化、农业现代化加快融合发展的阶段，信息服务业已经成为我国经济增长日益重要的支撑点。

国务院 2013 年 8 月印发的《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》明确提出“围绕挖掘消费潜力、增强供给能力、激发市场活力、改善消费环境，加强信息基础设施建设，加快信息产业优化升级，大力丰富信息消费内容，提高信息网络安全保障能力，建立促进信息消费持续稳定增长的长效机制，推动面向生产、生活和管理的信息消费快速健康增长”。《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》从信息消费的规模扩大，设施完善和市场建设三方面提出了促进信息消费增长的主要目标和相关措施，强调深化行政审批制度改革，加大财税政策支持力度，切实改善企业融资环境等以支持鼓励创新型、成长型互联网企业的发展。

## 2、不利因素

### （1）互联网发展的不均衡性

互联网的发展水平与地区经济社会发展水平密切相关。目前，我国地区发展差异较大，欠发达地区居民对接入互联网的价格敏感性较高，对互联网经济相关业务的认识和接受程度较低，而且受制于当地较低的经济社会发展水平和相对落后的网络基础资源配置，互联网向三四级市场的推广尚需时日。



## （2）基础设施建设落后

网络基础设施建设是互联网产业快速发展的技术保障。根据 2015 年 1 月 29 日宽带发展联盟发布的第 6 期《中国宽带速率状况报告》：2014 年第四季度我国固定宽带用户进行网络下载时的平均速度为 4.25 兆位/秒。据美国知名云服务供应商 Akamai Technologies 2015 年 6 月 25 日发布的《2015 年第一季度互联网发展状况报告》中全球网速排名数据显示，就 2015 年第 1 季度而言，全球互联网连接速度平均水平约 5 兆位/秒，其中韩国以 23.6 兆位/秒居全球之首，印度以 2.2 兆位/秒居全球之末，我国互联网连接速度为 3.7 兆位/秒，尚未达到世界平均水平且远低于世界先进水平。低网速，高费率的网络环境已经成为国内互联网应用开发和普及的一大瓶颈。

## （3）内容同质化，广告泛滥难以维系用户粘性

身处“信息爆炸”时代，以自媒体为代表的新媒体凭个性化的特点迅速攫取了人们的视线，但随着越来越多人的参与，信息泛滥和同质化严重的现象成了新媒体产业发展过程中普遍存在的症结。“内容为王”本应是新媒体产业发展的竞争战略和基本职责，但在目前普遍缺乏原创和新闻整合经验的新媒体中，跟风模仿成为新媒体产业中的普遍现象，此外，现阶段自媒体自身盈利模式较为单一，主要依靠广告收入，这与依靠内容维系用户粘性之间存在此消彼长的矛盾，广告泛滥使得用户易产生反感。

# 3、行业风险特征

## （1）平台依附性过高的风险

目前自媒体业务的开展普遍依赖于第三方平台，如各类社交网站，即时通讯软件等。从事自媒体行业的公司或个人主要通过在这些台上发展自身的有一定影响力的账号来招揽广告业务和营销策划业务，对于这些存在于第三方平台上的账号，其商业价值在很大程度上会受到基础平台用户规模和发展状况的影响，而自媒体行业所开展的业务及其发展也会受到第三方平台自身业务规划的约束。

## （2）业务模式不能延续的风险

互联网技术更新换代频繁且迅速，现存的自媒体依附的基础平台容易受带有新技术，新趋势，新创意的新平台的冲击，而且这种冲击往往是巨大的，带有明显的淘汰特点，表现为用户群体和用户使用频率的锐减即转移，公司必须面临能否顺利将原有旧平台的用户流量导入新平台的转移风险，以及能否成功将目前成熟的业务模式应用到新平台之上或者依托新平台的特征发展新业务模式的适应风险。此外，除非公司依托于自身平台开展自媒体业务，这种用户流量的转移和业务模式的再应用或新开发等事件的发生频率会随着互联网技术的进步越来越频繁。

### （3）监管制度落后的风险

自媒体行业属于新兴产业仍处在起步阶段，市场成熟度不高，行业的参与主体数量较多，自律性较弱，我国对于这部分市场业务尚未形成完善的监管体制，比如相关的版权保护措施尚不健全，自媒体行业中存在盗版泛滥的现象，作为内容的生产者，自媒体从业人员的创作热情易被扼杀。在这种情形下，监管机构势必会相继出台系列监管政策，以保障各个市场参与主体的权益，促使自媒体行业健康有序的发展。

## （四）公司的竞争优势

### 1、细分的营销渠道

随着移动互联网时代用户数的迅猛增长和用户个性化阅读需求的日益膨胀，公司成功运营的微博账号、微信公众号和 APP 覆盖了趣味、旅行、美食、女性、娱乐、创意、星座和影评等领域。公司通过不同的属性账号进行多维度的广告推送服务以满足不同客户的具体要求。

### 2、卓越的营销策划能力

自媒体所生产、传播的信息具有高度的碎片化的特性，因此信息的提供者需要善于捕捉热门话题，吸引粉丝关注。公司主要策划团队均为 80、90 后，作为互联网时代信息传播的中坚力量，他们凭借着稳定的创作、精准的战略策划、合理的团队分工创造了较高的粉丝忠诚度和粘性。经过多年的积累和发展，公司通过持续输出

有趣味、优质、有价值的信息已通过微博、微信公众号和手机 APP 等自媒体账号成功吸引了超过 1.5 亿粉丝。

### 3、丰富的业务平台拓展经验

互联网是一个动态发展的行业，更新速度快，尤其是各类社交网络平台，新平台的出现往往会带走旧平台的大量用户资源。伴随着新平台的兴起和旧平台的淘汰，以此为业务依托的自媒体从业者常常要面临用户流量从旧平台到新平台的转移难题。公司从成立至今，经过了在论坛类网站，腾讯微博，新浪微博，微信公众平台等自媒体业务领域的历练和积累，具有较强的活动组织能力和丰富的业务平台拓展经验。日前，微信公众平台用户规模迅速扩张，公司已成功的实现了将原有新浪微博的用户流量向微信平台的导入，2015 年来自微信平台的业务收入已超过来自微博平台的业务收入。面临可能存在的平台转换风险，公司丰富的业务平台拓展经验为公司提供了竞争优势。

### 4、品牌和客户优势

公司在自媒体领域的发展得到了广大同行和客户的一致认可，形成了良好的品牌效应。公司凭借雄厚的自媒体运作实力在 2012 年、2013 年、2014 年连续三年获得金投赏组委会颁发的“自媒体平台”金奖或银奖，由公司主导的一系列社会化媒体创意营销案例也获得了业内的一致好评。公司在多年的经营过程中凭借其过硬的营销策划实力，累积了一批优质的客户资源，如知名广告公司奥美，高端客户的加入和认可大幅的提升了公司的品牌形象，并形成极强的示范效应，为公司带来更多的优质客户。

## （五）公司的竞争劣势

公司成立至今融资渠道较为单一，主要依赖于自有资金，为了保持公司的领先优势，拓宽市场，增加粉丝/用户数量，公司需要在技术研发、市场推广和营销等方面进行持续不断的资金投入。未来随着现有业务的深化以及新业务的拓展，资金需求将不断增大，若不能及时融资，将会对公司的运营产生不利影响。

## 七、公司的未来发展规划

公司凭借多年来的发展经验深谙互联网行业的运作模式，根据行业的发展趋势与市场需求并结合自身情况，公司对未来业务开展形成了明晰的发展规划。

### 1、整合热门网络资源，打造更全自媒体矩阵

通过多年来在自媒体领域的深耕运作，公司在微博、微信上发展了一批拥有广大用户粉丝基础的自媒体账号，公司将进一步加强现有自媒体账户的运营和维护，对公司员工进行提升其业务能力的相关培训，进一步提升服务价值，优化客户体验，此外，随着公司在新三板挂牌成功，多元融资渠道的打开，未来公司将放眼更广阔的互联网平台，通过收购或投资具有商业前景的优质外部自媒体,将其纳入公司自媒体矩阵,进一步扩大公司自媒体的整体规模及影响力,增强综合竞争力。

### 2、建立垂直电商平台，完善互联网产业布局

在巩固现有互联网广告业务的同时，公司还将积极完善互联网相关产业布局，引进行业优秀技术人才，加大核心技术团队建设投入，开展一系列自有手机 APP 平台的开发和运营活动，借助在现有自媒体平台上所积累的庞大用户流量优势，建立垂直的电商平台，大力进军第三方电商导购业务领域，将存在于第三方平台上的用户流量向自有平台进行转化和导入，实现用户流量的快速有效变现，进一步提升公司营收规模。

### 3、孵化有价值的 IP（知识产权），拓宽盈利业务范围

公司秉承以创意为核心的经营理念，遴选有价值的 IP，如“冷兔”、“冷先森家族”等卡通形象，借助现有自媒体技术及资源对其进行全方位的包装和推广，丰富和充盈该等卡通形象的内涵，提升其知名度和商业价值，进而开展诸如制作以该等卡通为主题的电影、出让该等卡通形象使用权、生产并销售以该等卡通形象为主题的周边产品等一系列商业活动。

### 第三节 公司治理

#### 一、报告期内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

##### （一）股东大会、董事会、监事会建立健全及运行情况

有限公司阶段，公司制定了公司章程，并根据公司章程建立了股东会，设立执行董事和监事各一名。公司股权变更、变更经营范围、增加注册资本、整体变更等事项均履行了股东会决议程序。

公司于 2015 年 6 月 27 日召开了创立大会暨第一次股东大会，选举产生了董事会、监事会，并聘任了经理、副经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《监事会议事规则》。公司建立了股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理结构，健全了股东大会、董事会、监事会等相关制度。公司“三会”运行良好，董事、监事及高级管理人员能够各司其职。公司法人治理结构和内控制度不断得到完善。

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事会由 5 名董事组成，监事会由 3 名监事组成，包括 1 名职工代表监事。

##### （二）公司股东大会、董事会、监事会和相关人员履行职责情况的说明

公司股东大会、董事会能够较好地履行职责，对公司的重大决策事项作出决议，从而保证了公司的正常发展。公司监事会能够较好地履行监管职责，保证公司治理的合法合规。上述机构的成员符合《公司法》的任职要求，能够勤勉的履行职责和义务。

#### 二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

有限公司阶段，公司根据《公司法》制定了公司章程并建立了有效的治理

结构。该时期公司的规模偏小，公司治理结构相对简单，公司按照《公司法》及公司章程的规定就相关决议事项按时召开股东会。

有限公司整体变更为股份公司后，公司建立了以股东大会、董事会、监事会和高级管理层为主体的公司治理结构，《公司章程》中对公司股东、董事、监事、高级管理人员的责任、义务做了更为规范明确的约定，从而形成了分工明确、相互制衡的公司治理机制。公司信息披露负责机构为董事会，由董事会秘书负责信息披露事务。根据法律、法规和中国证监会、全国股份转让系统有限责任公司的规定，公司进行披露的信息应具备及时性、合法性、真实性和完整性。

《公司章程》对纠纷解决机制、关联股东和董事回避制度、财务会计管理等内容做了基本规定。同时，股份公司制定了《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易制度》、《信息披露制度》等内控制度，从而在制度基础上能够有效地保证公司经营业务的有效进行，保护资产的安全和完整，保证公司财务资料的真实、合法、完整。

公司已通过《公司章程》等明确规定了股东具有查阅公司章程、股东名册、“三会”会议决议、记录及财务会计报告等资料的权利；有对公司的经营进行监督，提出建议或者质询的权利；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，并行使相应的表决权的权利；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。

公司通过上述治理机制使得股东的知情权、参与权、质询权和表决权等权利得到有效保障。据此，公司董事会对公司治理机制执行情况进行讨论和评估后认为公司现有的治理机制能够给所有股东提供合适的保护，能够保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。公司将根据自身业务的发展以及新的政策法规的要求，及时补充和完善公司治理机制，同时公司的董事、监事、高级管理人员等相关人员也会进一步加强对相关法律法规的学习，更有效地执行各项内部制度，更好地保护全体股东的利益。

### 三、公司及其控股股东、实际控制人近两年违法违规情况

公司及其控股股东、实际控制人最近两年内不存在违法违规及受处罚的情况。

### 四、公司的独立性

#### （一）业务独立性

公司系国内领先的自媒体公司，拥有完整的业务体系，建立了与业务体系配套的管理制度和相应的职能部门，能够独立开展业务，具备面向市场自主经营的能力，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在的同业竞争关系。

#### （二）资产独立性

公司在变更设立时，有限公司全部资产和负债均由股份公司承继。公司资产与股东的资产严格分开，并独立运营。飞博共创合法拥有公司日常经营所需的货币资金、设备所有权等。飞博共创的资产独立于股东资产，与股东的资产权属关系界定明确，不存在股东利用公司资产为其自身债务提供担保的情形。

#### （三）人员独立性

公司独立招聘员工，建立了独立完整的劳动、人事和工资管理体系。公司的经理、副经理等高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人控制的除公司、控股子公司以外的其他企业中担任除董事以外的其他职务，也不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业处领薪的情形；公司的财务人员也不存在在控股股东、实际控制人控制除公司、控股子公司以外的其他企业中兼职的情形。

#### （四）财务独立性

飞博共创设有独立的财务部，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。

#### （五）机构独立性

公司已按照《公司法》等相关法律法规及《公司章程》的规定，建立健全了法

人治理结构。公司设立了股东大会、董事会、监事会；选举了董事、监事，聘任了经理、副经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员。公司独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

综上，飞博共创已按照有关法律法规的要求，在业务、资产、人员、机构、财务等方面与主要股东分开，具有独立性，且已建立了相对完善的法人治理结构及内部管理制度，公司具备面向市场的自主经营能力。

## 五、同业竞争情况

### （一）同业竞争情况

#### 1、收购飞博文创

报告期内，公司股东伊光旭、隆领投资、高楚明和蔡来飞共同投资了飞博文创，与本公司的经营范围相似，存在一定程度的同业竞争。

为消除同业竞争，2015年5月18日，飞博文创召开股东会，决议伊光旭、隆领投资、高楚明和蔡来飞将其所持有的飞博文创的股权转给飞博共创。同日，伊光旭、隆领投资、高楚明和蔡来飞分别与飞博共创签署《股权转让协议》。2015年5月21日，飞博文创完成了工商变更登记并换领了新的营业执照，成为飞博共创的全资子公司。

#### 2、实际控制人控制及能够实施重大影响的其他企业

##### （1）厦门意外境界文化传播有限公司

名称	厦门意外境界文化传播有限公司
注册号	350298200022820
成立日期	2014年11月13日
法定代表人	吴敏婕
注册资本	50.00万元
实收资本	0元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）



经营范围	文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；其他文化用品零售；工艺美术及收藏品零售（不含文物）；软件开发；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；互联网接入及相关服务（不含网吧）；其他互联网服务（不含需经许可审批的项目）；动画、漫画设计、制作；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；互联网销售；计算机、软件及辅助设备零售；通信设备零售；其他电子产品零售。
主营业务	艺术品电子商务
股权结构	伊光旭持有 59.5% 股权，隆领投资持有 20% 股权，吴敏婕持有 15% 股权，冯莎莉持有 5.5% 股权。

## （2）厦门光氧文创投资有限公司

名称	厦门光氧文创投资有限公司
注册号	350298200024921
成立日期	2015 年 6 月 13 日
法定代表人	蔡游勇
注册资本	200.00 万元
实收资本	0 元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）；投资管理（法律、法规另有规定除外）；资产管理（法律、法规另有规定除外）；互联网域名注册服务；投资咨询（法律、法规另有规定除外）；企业管理咨询；商务信息咨询；教育咨询（不含教育培训及出国留学中介、咨询等须经许可审批的项目）；艺术表演场馆的管理（不含文艺演出）；其他文化艺术经纪代理（不含须经许可审批的项目）；其他娱乐业（不含须经许可审批的项目）；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）；文具用品零售。
主营业务	目前尚无实际开展业务
股权结构	伊光旭持有 65% 股权，蔡游勇持有 35% 股权。

截至本公开转让说明书签署日，飞博共创与其实际控制人及其直接、间接控制或可施加重大影响的在业务方面不存在同业竞争的情形。

## （二）关于避免同业竞争的承诺

为有效防止及避免同业竞争，公司控股股东及实际控制人伊光旭签署了《避免同业竞争的承诺》，承诺的具体内容如下：

“1、本人及本人直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业（包

括但不限于厦门意外境界文化传播有限公司和厦门光氧文创投资有限公司) 目前没有直接或间接地从事任何与飞博共创的主营业务及其它业务相同或相似的业务(以下称“竞争业务”);

2、 本人及本人直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业(包括但不限于厦门意外境界文化传播有限公司和厦门光氧文创投资有限公司),于本人作为飞博共创主要股东期间,不会直接或间接地以任何方式从事竞争业务或可能构成竞争业务的业务;

3、 本人及本人直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业(包括但不限于厦门意外境界文化传播有限公司和厦门光氧文创投资有限公司),将来面临或可能取得任何与竞争业务有关的投资机会或其它商业机会,在同等条件下赋予飞博共创该等投资机会或商业机会之优先选择权;

4、 本承诺函在本人作为飞博股份实际控制人和控股股东期间持续有效且不可变更或撤销。

5、 本人及本人直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业(包括但不限于厦门意外境界文化传播有限公司和厦门光氧文创投资有限公司)如违反上述任何承诺,本人将赔偿飞博共创及飞博共创股东因此遭受的一切经济损失,该等责任是连带责任;

本人将督促并确保本人的配偶、父母、子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶,本人配偶的父母、兄弟姐妹,子女配偶的父母,遵守本承诺函之承诺。”

## 六、公司最近两年内资金占用、担保情形以及相关措施

### (一) 资金占用及担保情形

报告期内,公司与关联方之间发生的资金往来情况详见本说明书“第四节公司财务/七、关联方、关联方关系及重大关联交易/(三) 关联方资金往来”。鉴于有限公司阶段公司治理尚存不规范之处,上述借款行为发生时公司未履行股东会决议等内部决策程序,公司与福建省松溪县心桥担保有限公司亦未签署书面的借款协议,

且公司未收取利息及其他形式的资金占用费。2015年，因该款项超过3年难以收回，经公司股东会审议后决定核销。截至本公开说明书签署之日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

截至本公开转让说明书签署日，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

## **（二）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**

股份公司成立后，公司建立了较完善的内控制度，《公司章程》、“三会”会议制度、《关联交易制度》、《规范与关联方资金往来的管理制度》、《对外担保管理制度》及《对外投资管理制度》等制度对关联交易、公司对外担保、对外投资等事项明确规范了资金使用和对外担保的审批权限和审议程序，以保证公司董事会、股东大会对关联交易、担保等事项的决策，防范关联方占用资金的情形，确保公司及各股东利益不受损害。

## **七、会计核算、财务管理、风险控制、重大事项决策等内部管理制度建立健全情况**

股份公司成立后，建立、健全了《对外担保管理制度》、《关联交易制度》、《对外投资管理制度》等内部管理制度，对会计核算、财务管理、风险控制、重大事项决策等做出了相应的规定。

## **八、投资者关系管理的相关制度安排**

股份公司成立后，建立、健全了《信息披露制度》，公司将在全国中小企业股份转让系统挂牌后，按照要求在中国证监会指定网站和全国股份转让系统公司指定信息披露平台发布临时公告和定期报告，及时解决投资者投诉问题。

## 九、董事、监事、高级管理人员有关情况说明

### （一）董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况

截至本公开转让说明书签署日，不存在家属名义持有公司股份的情况。公司董事、监事及高级管理人员持有公司股份情况如下：

序号	姓名	职务	持股数量 (股)	持股比例 (%)	备注
1	伊光旭	董事长、经理	5,602,000	50.42	直接持有
2	蔡文胜	董事	2,458,300	22.12	通过隆领投资间接持有
3	高楚明	监事	700,000	6.30	直接持有
4	蔡来飞	董事	500,000	4.50	直接持有
5	丁楚庭	董事、副经理	60,000	0.54	通过飞播投资间接持有
6	陈晓静	董事、财务负责人、 董事会秘书	15,000	0.14	通过飞播投资间接持有
7	吕萍萍	监事会主席	140,000	1.26	通过飞播投资间接持有
8	林冬冬	监事	30,000	0.27	通过飞播投资间接持有

### （二）董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员无任何亲属关系。

### （三）董事、监事、高级管理人员与公司签订重要协议或做出重要承诺的情况

截至本公开转让说明书签署之日，在公司任职并领薪的董事、监事和高级管理人员及均与公司签有《劳动合同》。公司董事、监事、高级管理人员还根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司关于在全国中小企业股份转让系统公开转让的相关要求对挂牌申报文件出具了相应的声明、承诺。

### （四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职的情况

序号	姓名	兼职公司名称	职务	兼职公司与 发行人关系
1	伊光旭	飞博文创	执行董事	子公司

序号	姓 名	兼职公司名称	职务	兼职公司与 发行人关系
		厦门光氧文创投资有限公司	监事	关联方
		厦门仟象印画文化艺术有限公司	监事	关联方
		厦门意外境界文化传播有限公司	监事	关联方
2	蔡文胜	厦门美图移动科技有限公司	董事长	关联方
		厦门美图之家科技有限公司	董事长	关联方
		北京大杰致远信息技术有限公司	董事	关联方
		浙江艺商网络科技有限公司	董事	关联方
		厦门同步网络有限公司	董事	关联方
3	高楚明	飞博文创	监事	子公司
		小喵网络	监事	子公司
4	蔡来飞	厦门空白文化创意有限公司	执行董事兼总经理	关联方
		厦门市松商商贸有限公司	监事	无
5	吕萍萍	飞播投资	执行事务合伙人	股东
6	陈晓静	小喵网络	财务负责人	子公司

#### （五）董事、监事、高级管理人员对外投资与公司存在利益冲突的情况

公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

序号	姓名	现任发行人职务	投资公司名称	持股比例（%）
1	伊光旭	董事长、经理	厦门光氧文创投资有限公司	65.00
			厦门意外境界文化传播有限公司	59.50
			厦门仟象印画文化艺术有限公司	30.00
2	蔡文胜	董事	隆领投资有限公司	80.00
			厦门隆领之家投资管理合伙企业（有限合伙）	53.70
			厦门美图网科技有限公司	52.00

序号	姓名	现任发行人职务	投资公司名称	持股比例（%）
			厦门同步网络有限公司	16.00
			浙江艺商网络科技有限公司	8.82
			北京大杰致远信息技术有限公司	6.13
			北京暴风科技股份有限公司	2.80
			北京点睛无限投资咨询有限公司	2.50
			厦门光环信息科技有限公司	5.75
3	蔡来飞	董事	厦门空白文化创意有限公司	99.00
			厦门市松商商贸有限公司	10.00
4	丁楚庭	董事、副经理	飞播投资	20.00
5	陈晓静	董事、财务负责人、 董事会秘书	飞播投资	5.00
6	吕萍萍	监事会主席	飞播投资	46.67
7	林冬冬	职工代表监事	飞播投资	10.00

上述人员的对外投资与本公司不存在利益冲突的情况。

截至本公开转让说明书签署日，除上述对外投资情况外，本公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对外投资的情况。

#### （六）最近两年受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况

董事、监事、高级管理人员出具书面声明，承诺不存在下列情形：（1）无民事行为能力或者限制民事行为能力；（2）因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾5年，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾5年；（3）担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾3年；（4）担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾3年；（5）个人所

负数额较大的债务到期未清偿；（6）被中国证监会处以证券市场禁入处罚，期限未届满的；（7）最近36个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近12个月内受到证券交易所公开谴责；（8）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；（9）法律、行政法规或部门规章规定的不适合担任上市公司董事、监事或其他高级管理人员的其他情形。

公司董事、监事、高级管理人员最近两年不存在受到中国证券监督管理委员会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施，不存在受到全国中小企业股份转让系统公开谴责的情况。

## 十、董事、监事、高级管理人员在报告期内的变动情况

公司董事、监事和高级管理人员在报告期内的变动情况如下：

### （一）董事变动情况

报告期内公司董事变动主要系为完善公司治理结构增聘董事，具体情况如下：

1、股份公司成立前，公司未设立董事会，伊光旭担任执行董事一职。

2、2015年6月27日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举伊光旭、蔡文胜、蔡来飞、丁楚庭和陈晓静为公司第一届董事会董事，任期三年。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举伊光旭为董事长。

### （二）监事变动情况

报告期内，公司监事的变动情况如下：

1、有限公司期间公司未设监事会，设监事一名，选举王林密为公司监事。2011年5月，由于股权变更，公司召开股东会选举高楚明为公司监事。

2、2015年6月27日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举高楚明、吕萍萍为公司股东代表监事，与由公司职工代表大会选举的职工代表监事林冬冬共同组成公司第一届监事会，任期三年。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举吕萍萍为监事会主席。

### （三）高级管理人员变动情况

有限公司期间，公司设经理一名，由执行董事伊光旭担任，未发生变动。

2015年6月27日，公司召开第一届监事会第一次会议，决议聘任伊光旭为公司经理，丁楚庭为公司副经理，陈晓静为公司财务负责人兼董事会秘书，任期为三年。

综上所述，公司董事和高级管理人员在报告期内未发生重大变化；上述部分董事、监事和高级管理人员的变化均符合《公司章程》的有关规定，并履行了必要的法律程序，该等变化不会对公司持续经营产生不利影响。



## 第四节 公司财务

公司按照《企业会计准则》的规定编制并披露最近两年一期的财务报表，在所有重大方面公允反映公司财务状况、经营成果和现金流量，并由致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具了无保留意见的审计报告。

### 一、公司最近两年一期的财务报表

#### （一）合并财务报表

##### 1、合并资产负债表

单位：元

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	4,765,086.25	4,915,529.58	4,625,587.95
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	1,710,232.90	2,933,132.12	1,179,302.90
预付款项	197,962.90	172,037.42	123,305.53
应收利息	9,616.67	4,333.33	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	391,039.40	324,641.40	151,720.40
存货	-	-	-
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	3,000,000.00	2,500,000.00	-
<b>流动资产合计</b>	<b>10,073,938.12</b>	<b>10,849,673.85</b>	<b>6,079,916.78</b>
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产	1,500,000.00	-	-
持有至到期投资	-	-	-

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	75,380.34	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	896,035.99	933,979.33	272,333.22
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
无形资产	-	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	1,493,906.84	1,546,111.36	11,560.08
递延所得税资产	14,071.39	38,190.06	18,380.12
其他非流动资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>3,979,394.56</b>	<b>2,518,280.75</b>	<b>302,273.42</b>
<b>资产总计</b>	<b>14,053,332.68</b>	<b>13,367,954.60</b>	<b>6,382,190.20</b>
<b>流动负债：</b>			
短期借款	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入 当期损益的金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	255,842.00	339,509.58	17,814.53
预收款项	480,390.00	70,000.00	739,262.30
应付职工薪酬	775,262.04	1,303,360.04	543,645.96
应交税费	1,468,557.47	1,782,053.14	637,953.66
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	14,782.19	206,629.70	44,543.05
划分为持有待售的负债	-	-	-

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>2,994,833.70</b>	<b>3,701,552.46</b>	<b>1,983,219.50</b>
<b>非流动负债：</b>			
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	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>2,994,833.70</b>	<b>3,701,552.46</b>	<b>1,983,219.50</b>
<b>所有者权益（或股东权益）：</b>			
实收资本（或股本）	1,035,295.00	1,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	388,245.00	-	-
减：库存股	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	526,743.14	526,743.14	148,365.25
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	9,108,215.84	8,139,659.00	3,250,605.45
<b>所有者权益（或股东权益）合计</b>	<b>11,058,498.98</b>	<b>9,666,402.14</b>	<b>4,398,970.70</b>
<b>负债和所有者权益（或股东权益）总计</b>	<b>14,053,332.68</b>	<b>13,367,954.60</b>	<b>6,382,190.20</b>

## 2、合并利润表

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	8,353,646.53	19,122,931.71	9,355,887.32

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
减：营业成本	2,523,589.62	5,867,755.24	2,578,871.42
营业税金及附加	98,879.91	220,695.35	67,202.70
销售费用	412,582.48	806,254.32	588,554.25
管理费用	4,030,461.14	5,730,968.13	2,944,735.75
财务费用	-20,412.51	-55,265.29	-20,854.22
资产减值损失	39,208.89	269,336.80	1,094,151.13
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）	-24,619.66	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>1,244,717.34</b>	<b>6,283,187.16</b>	<b>2,103,226.29</b>
加：营业外收入	22,308.39	111,975.37	3,419.88
减：营业外支出	7,542.52	16,011.06	575.96
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>1,259,483.21</b>	<b>6,379,151.47</b>	<b>2,106,070.21</b>
减：所得税费用	290,926.37	1,111,720.03	622,417.74
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>968,556.84</b>	<b>5,267,431.44</b>	<b>1,483,652.47</b>
归属于母公司所有者的净利润	968,556.84	5,267,431.44	1,483,652.47
少数股东损益	-	-	-
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	-	-	-
归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>968,556.84</b>	<b>5,267,431.44</b>	<b>1,483,652.47</b>
归属于母公司股东的综合收益总额	968,556.84	5,267,431.44	1,483,652.47
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
<b>七、每股收益</b>	-	-	-
（一）基本每股收益	-	-	-

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
(二) 稀释每股收益	-	-	-

### 3、合并现金流量表

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	10,711,690.89	17,661,305.33	8,390,257.34
收到的税费返还	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	33,399.14	131,146.10	28,868.15
经营活动现金流入小计	10,745,090.03	17,792,451.43	8,419,125.49
购买商品、接受劳务支付的现金	831,465.06	2,871,386.53	1,039,294.30
支付给职工以及为职工支付的现金	4,224,769.55	6,043,547.96	3,578,959.91
支付的各项税费	1,299,335.54	1,152,337.48	370,298.08
支付的其他与经营活动有关的现金	3,307,979.80	5,193,190.97	1,186,366.87
经营活动现金流出小计	9,663,549.95	15,260,462.94	6,174,919.16
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>1,081,540.08</b>	<b>2,531,988.49</b>	<b>2,244,206.33</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资所收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	40,000.00	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	40,000.00	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	55,523.41	2,282,046.86	56,865.09
投资支付的现金	1,600,000.00	-	-
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	1,655,523.41	2,282,046.86	56,865.09

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
投资活动产生的现金流量净额	-1,655,523.41	-2,242,046.86	-56,865.09
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	423,540.00	-	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金			
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	423,540.00	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-
其中：子公司支付给少数股东的现金股利			
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
其中：子公司减资支付给少数股东的现金			
筹资活动现金流出小计	-		-
筹资活动产生的现金流量净额	423,540.00	-	-
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	-150,443.33	289,941.63	2,187,341.24
加：期初现金及现金等价物余额	4,915,529.58	4,625,587.95	2,438,246.71
六、期末现金及现金等价物余额	4,765,086.25	4,915,529.58	4,625,587.95

#### 4、合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2015 年 1~5 月							
	归属于母公司股东权益							少数股东权益
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	526,743.14	8,139,659.00	-
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
其他				-				-
二、本年初余额	1,000,000.00	-	-	-	-	526,743.14	8,139,659.00	-
三、本年增减变动金额（减少以“－”号填列）	35,295.00	388,245.00	-	-	-	-	968,556.84	-
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	968,556.84	-
（二）股东投入和减少资本	35,295.00	388,245.00	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	35,295.00	388,245.00	-	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-	-	-

项 目	2015 年 1~5 月								
	归属于母公司股东权益							少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润		
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益的内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补补亏	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本年使用（以负号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他								-	
四、本年年末余额	1,035,295.00	388,245.00	-	-	-	526,743.14	9,108,215.84	-	11,058,498.98

（续上表）

项 目	2014 年度								少数股东权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益									
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润			



项 目	2014 年度								
	归属于母公司股东权益							少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	148,365.25	3,250,605.45	-	4,398,970.70
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他				-				-	-
二、本年初余额	1,000,000.00	-	-	-	-	148,365.25	3,250,605.45	-	4,398,970.70
三、本年增减变动金额（减少以“－”号填列）	-	-	-	-	-	378,377.89	4,889,053.55	-	5,267,431.44
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	5,267,431.44	-	5,267,431.44
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	378,377.89	-378,377.89	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	378,377.89	-378,377.89	-	-
3. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益的内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-

项 目	2014 年度								
	归属于母公司股东权益							少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润		
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补补亏	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本年使用（以负号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他								-	
四、本年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	526,743.14	8,139,659.00	-	9,666,402.14

（续上表）

项 目	2013 年度								少数股东权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益									
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润			
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	-	1,915,318.23	-	2,915,318.23	
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

项 目	2013 年度								
	归属于母公司股东权益							少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润		
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	
二、本年年初余额	1,000,000.00	-	-	-	-	-	1,915,318.23	-	2,915,318.23
三、本年增减变动金额（减少以“－”号填列）	-	-	-	-	-	148,365.25	1,335,287.22	-	1,483,652.47
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	1,483,652.47	-	1,483,652.47
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	148,365.25	-148,365.25	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	148,365.25	-148,365.25	-	-
3. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益的内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-

项 目	2013 年度								
	归属于母公司股东权益							少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润		
3.盈余公积弥补补亏	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本年使用（以负号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他								-	
四、本年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	148,365.25	3,250,605.45	-	4,398,970.70

## (二) 母公司财务报表

### 1、母公司资产负债表

单位：元

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	4,765,086.25	4,915,529.58	4,625,587.95
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	1,710,232.90	2,933,132.12	1,179,302.90
预付款项	197,962.90	172,037.42	123,305.53
应收利息	9,616.67	4,333.33	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	391,039.40	324,641.40	151,720.40
存货	-	-	-
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	3,000,000.00	2,500,000.00	-
<b>流动资产合计</b>	<b>10,073,938.12</b>	<b>10,849,673.85</b>	<b>6,079,916.78</b>
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产	1,500,000.00	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	75,380.34	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	896,035.99	933,979.33	272,333.22
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
无形资产	-	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	1,493,906.84	1,546,111.36	11,560.08
递延所得税资产	14,071.39	38,190.06	18,380.12
其他非流动资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>3,979,394.56</b>	<b>2,518,280.75</b>	<b>302,273.42</b>
<b>资产总计</b>	<b>14,053,332.68</b>	<b>13,367,954.60</b>	<b>6,382,190.20</b>
<b>流动负债：</b>			
短期借款	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	255,842.00	339,509.58	17,814.53
预收款项	480,390.00	70,000.00	739,262.30
应付职工薪酬	775,262.04	1,303,360.04	543,645.96
应交税费	1,468,557.47	1,782,053.14	637,953.66
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	14,782.19	206,629.70	44,543.05
划分至持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>2,994,833.70</b>	<b>3,701,552.46</b>	<b>1,983,219.50</b>
<b>非流动负债：</b>			
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	-	-	-

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
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	2,994,833.70	3,701,552.46	1,983,219.50
股东权益：			
股本	1,035,295.00	1,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	388,245.00	-	-
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	526,743.14	526,743.14	148,365.25
未分配利润	9,108,215.84	8,139,659.00	3,250,605.45
股东权益合计	11,058,498.98	9,666,402.14	4,398,970.70
负债和股东权益总计	14,053,332.68	13,367,954.60	6,382,190.20

## 2、母公司利润表

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	8,353,646.53	19,122,931.71	9,355,887.32
减：营业成本	2,523,589.62	5,867,755.24	2,578,871.42
营业税金及附加	98,879.91	220,695.35	67,202.70
销售费用	412,582.48	806,254.32	588,554.25
管理费用	4,030,461.14	5,730,968.13	2,944,735.75
财务费用	-20,412.51	-55,265.29	-20,854.22
资产减值损失	39,208.89	269,336.80	1,094,151.13
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）	-24,619.66	-	-

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>1,244,717.34</b>	<b>6,283,187.16</b>	<b>2,103,226.29</b>
加：营业外收入	22,308.39	111,975.37	3,419.88
减：营业外支出	7,542.52	16,011.06	575.96
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>1,259,483.21</b>	<b>6,379,151.47</b>	<b>2,106,070.21</b>
减：所得税费用	290,926.37	1,111,720.03	622,417.74
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>968,556.84</b>	<b>5,267,431.44</b>	<b>1,483,652.47</b>
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>968,556.84</b>	<b>5,267,431.44</b>	<b>1,483,652.47</b>
<b>七、每股收益</b>	-	-	-
（一）基本每股收益	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-

### 3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	10,711,690.89	17,661,305.33	8,390,257.34
收到的税费返还	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	33,399.14	131,146.10	28,868.15
经营活动现金流入小计	10,745,090.03	17,792,451.43	8,419,125.49
购买商品、接受劳务支付的现金	831,465.06	2,871,386.53	1,039,294.30
支付给职工以及为职工支付的现金	4,224,769.55	6,043,547.96	3,578,959.91
支付的各项税费	1,299,335.54	1,152,337.48	370,298.08
支付的其他与经营活动有关的现金	3,307,979.80	5,193,190.97	1,186,366.87
经营活动现金流出小计	9,663,549.95	15,260,462.94	6,174,919.16
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>1,081,540.08</b>	<b>2,531,988.49</b>	<b>2,244,206.33</b>



项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>	-	-	-
收回投资所收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	40,000.00	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	40,000.00	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	55,523.41	2,282,046.86	56,865.09
投资支付的现金	1,600,000.00	-	-
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	1,655,523.41	2,282,046.86	56,865.09
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,655,523.41</b>	<b>-2,242,046.86</b>	<b>-56,865.09</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	423,540.00	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	423,540.00	-	-
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	-	-	-
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>423,540.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-150,443.33</b>	<b>289,941.63</b>	<b>2,187,341.24</b>
加：期初现金及现金等价物余额	4,915,529.58	4,625,587.95	2,438,246.71
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>4,765,086.25</b>	<b>4,915,529.58</b>	<b>4,625,587.95</b>

#### 4、母公司所有者权益变动表

单位：元

项 目	2015 年 1~5 月							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	526,743.14	8,139,659.00	9,666,402.14
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	
其他				-				
二、本年初余额	1,000,000.00	-	-	-	-	526,743.14	8,139,659.00	9,666,402.14
三、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)	35,295.00	388,245.00	-	-	-	-	968,556.84	1,392,096.84
(一) 综合收益总额	-	-	-	-	-	-	968,556.84	968,556.84
(二) 股东投入和减少资本	35,295.00	388,245.00	-	-	-	-	-	423,540.00
1. 股东投入资本	35,295.00	388,245.00	-	-	-	-	-	423,540.00
2. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-	-	-

项 目	2015 年 1~5 月							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益的内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补补亏	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本年使用（以负号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他								
四、本年年末余额	1,035,295.00	388,245.00	-	-	-	526,743.14	9,108,215.84	11,058,498.98

（续上表）

项 目	2014 年度							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	148,365.25	3,250,605.45	4,398,970.70
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-

项 目	2014 年度							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	
其他				-				-
二、本年年初余额	1,000,000.00	-	-	-	-	148,365.25	3,250,605.45	4,398,970.70
三、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)	-	-	-	-	-	378,377.89	4,889,053.55	5,267,431.44
(一) 综合收益总额	-	-	-	-	-	-	5,267,431.44	5,267,431.44
(二) 股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	-	-	-	378,377.89	-378,377.89	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	378,377.89	-378,377.89	-
3. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
(四) 股东权益的内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补补亏	-	-	-	-	-	-	-	-

项 目	2014 年度							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本年使用（以负号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他								
四、本年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	526,743.14	8,139,659.00	9,666,402.14

（续上表）

项 目	2013 年度							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	-	1,915,318.23	2,915,318.23
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	
其他	-	-	-	-	-	-	-	
二、本年年初余额	1,000,000.00	-	-	-	-	-	1,915,318.23	2,915,318.23
三、本年增减变动金额（减少以“－”号填列）	-	-	-	-	-	148,365.25	1,335,287.22	1,483,652.47
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	1,483,652.47	1,483,652.47

项 目	2013 年度							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	148,365.25	-148,365.25	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	148,365.25	-148,365.25	-
3. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益的内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补补亏	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本年使用（以负号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他								

项 目	2013 年度							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
四、本年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	148,365.25	3,250,605.45	4,398,970.70

## 二、公司合并报表范围确定原则、报告期的合并财务报表范围

### （一）合并报表范围确定原则

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

### （二）报告期的合并财务报表范围

2015年5月18日，本公司与伊光旭、隆领投资、高楚明、蔡来飞分别签订《股权转让协议》，受让其所持有的飞博文创合计100%的股权。2015年5月21日，飞博文创经厦门市工商行政管理局核准，办理了工商变更登记。

公司于2015年5月取得飞博文创控制权，至此飞博文创成为公司全资子公司。因本公司和飞博文创受同一实际控制人控制且非暂时性，故该股权转让属于同一控制下企业合并，合并日为2015年5月21日。

## 三、审计意见

公司聘请的具有证券期货相关业务资格的致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司2013年12月31日、2014年12月31日、2015年5月31日的资产负债表和合并资产负债表，2013年度、2014年度、2015年1-5月的利润表和合并利润表、现金流量表和合并现金流量表、所有者权益变动表和合并所有者权益变动表以及财务报表附注实施了审计，并出具了编号为“致同审字（2015）350ZB0152号”标准无保留意见的审计报告。

## 四、报告期内主要会计政策、会计估计

### （一）遵循企业会计准则的声明

本公司基于下述编制基础编制的财务报表符合财政部2006年2月15日颁布的《企业会计准则》的要求，真实完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。



## （二）财务报表的编制基础

本财务报表以公司持续经营假设为基础，根据实际发生的交易事项，按照财政部2006年2月15日颁布的《企业会计准则》及其应用指南的有关规定，并基于以下所述重要会计政策、会计估计进行编制。

## （三）会计期间

本公司的会计年度从公历1月1日至12月31日止。

## （四）记账本位币

本公司采用人民币作为记账本位币。

## （五）营业周期

本公司的营业周期为12个月。

## （六）同一控制下企业合并的会计处理方法

### 1、同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。合并对价的账面价值与合并中取得的净资产账面价值的差额调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

#### 通过多次交易分步实现同一控制下的企业合并

在个别财务报表中，以合并日持股比例计算的合并日应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为该项投资的初始投资成本；初始投资成本与原持有投资的账面价值加上合并日新增投资成本之和的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

在合并财务报表中，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量；原持有投资的账面价值加上合并日新增投资成本之和，与合并中取得的净资产账面价值的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

合并方在达到合并之前持有的长期股权投资，在取得日与合并方与被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日与合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，应分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

## **2、企业合并中有关交易费用的处理**

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

## **（七）合并财务报表的编制方法**

### **1、合并范围**

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指本公司拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。子公司，是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及企业所控制的结构化主体等）。

### **2、合并财务报表的编制方法**

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由本公司编制。在编制合并财务报表时，本公司和子公司的会计政策和会计期间要求保持一致，公司间的重大交易和往来余额予以抵销。

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，视同该子公司以及业务自同受最终控制方控制之日起纳入本公司的合并范围，将其自同受最终控制方控制之日起的经营成果和现金流量纳入合并利润表和合并现金流量表中。

子公司的股东权益中不属于本公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并资产负债表中股东权益项下单独列示。子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额，其余额仍冲减少数股东权益。

对于购买子公司少数股权或因处置部分股权投资但没有丧失对该子公司控

制权的交易，作为权益性交易核算，调整归属于母公司所有者权益和少数股东权益的账面价值以反映其在子公司中相关权益的变化。少数股东权益的调整额与支付/收到对价的公允价值之间的差额调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

## （八）现金及现金等价物的确定标准

现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

## （九）金融工具

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

### 1、金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

- ① 收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- ② 该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，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，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。

### 2、金融资产分类和计量

本公司目前的金融资产系应收款项和可供出售金融资产。

#### 应收款项

应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产，包括应收账款和其他应收款等（附注三、8）。应收款项采用实际利率法，

按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

### 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，以及除上述金融资产类别以外的金融资产。可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，其折溢价采用实际利率法摊销并确认为利息收入。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，可供出售金融资产的公允价值变动确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。与可供出售金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

对于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，按成本计量。

## 3、金融负债分类和计量

本公司目前的金融负债系其他金融负债。

### 其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

## 4、金融资产减值

本公司于资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当

期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，进行单独减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

## 5、金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

本公司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的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

### （十）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款。

#### 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100万元（含100万元）

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、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

## 3、按组合计提坏账准备应收款项

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1：应收销货款及除组合2、组合3之外的其他应收款；

组合2：合并范围内的关联方应收款（包括应收账款和其他应收款）；

组合3：其他应收款之保证金、押金；

资产负债表日，本公司对组合1 采用账龄分析法计提坏账准备，对组合2、组合3不计提坏账准备。组合中采用账龄分析法计提坏账准备的计提比例如下：

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）	5	5
1-2 年（含 2 年）	10	10
2-3 年（含 3 年）	30	30
3-4 年（含 4 年）	50	50
4-5 年（含 5 年）	80	80
5 年以上	100	100

## （十一）长期股权投资

本公司长期股权投资包括对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资。

本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

### 1、投资成本确定

对于企业合并形成的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于以企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资：支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

### 2、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业的投资采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，并按照本公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

本公司与联营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于本公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。

### **3、确定对被投资单位具有重大影响的依据**

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

### **4、减值测试方法及减值准备计提方法**

对子公司、联营企业的投资，本公司计提资产减值的方法见“（十四）资产减值”。

## **（十二）固定资产**

### **1、固定资产确认条件**

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

### **2、各类固定资产的折旧方法**

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：



类 别	使用年限（年）	残值率%	年折旧率%
电子设备	3	5%	31.67%
运输设备	5	5%	19.00%
办公设备	3	5%	31.67%

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

### 3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法见“（十四）资产减值”。

### 4、每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

### 5、大修理费用

本公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

## （十三）研究开发支出

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：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；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；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；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；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支出计入当期损益。

本公司研究开发项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，

形成项目立项后，进入开发阶段。

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，自该项目达到预定可使用状态之日转为无形资产。

#### **（十四）资产减值**

对子公司、联营企业的长期股权投资、固定资产（递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司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。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

#### **（十五）长期待摊费用**

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

#### **（十六）职工薪酬**

##### **1、职工薪酬的范围**

职工薪酬，是指企业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。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬”项目。

## **2、短期薪酬**

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

## **3、离职后福利**

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。本公司仅涉及设定提存计划。

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险等。

在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

## **4、辞退福利**

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

## **5、其他长期福利**

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照上述关于设定提存计划的有关规定进行处理。符合设定受益计划的，按照上述关于

设定受益计划的有关规定进行处理，但相关职工薪酬成本中“重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”部分计入当期损益或相关资产成本。

## （十七）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。

### 2、收入确认的具体方法

本公司销售收入确认的具体方法如下：

广告收入：本公司接受客户委托，将特定广告信息在微信、微博平台上发出的时点作为与产品相关的主要风险转移时点确认收入。

## （十八）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。其中，对期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时，按应收金额计量；否则，按照实际收到的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，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1元计量。

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；除此之外，作为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用期限内平均分配，计入当期损益。与收益相关的政府补助，如果用于补偿已发生的相关费用或损失，则计入当期损益；如果用于补偿以后期间的相关费用或损失，则计入递延收益，于费用确认期间计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

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。

### **（十九）递延所得税资产及递延所得税负债**

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税

税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产。

于资产负债表日，本公司对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，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

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

## （二十）主要会计政策变更

2014年1月至6月，财政部发布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》（简称 企业会计准则第39号）、《企业会计准则第40号——合营安排》（简称 企业会计准则第40号）和《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》（简称 企业会计准则第41号），修订了《企业会计准则第2号——长期股权投资》（简称 企业会计准则第2号）、《企业会计准则第9号——职工薪酬》（简称 企业会计准则第9号）、《企业会计准则第30号——财务报表列报》（简称 企业会计准则第30号）、《企业会计准则第33号——合并财务报表》（简称 企业会计准则第33号）和《企业会计准则第37号——金融工具列报》（简称 企业会计准则第37号），除企业会计准则第37号自2014年年度财务报告起施行外，上述其他准则于2014年7月1日起施行。

报告期内因会计政策变更导致的影响不重大。

## （二十一）主要会计估计变更

本报告期主要会计估计未发生变更。

# 五、报告期利润形成的有关情况

## （一）主要会计数据及财务指标分析

### 1、主要会计数据及财务指标

#### （1）主要财务指标

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
营业收入（元）	8,353,646.53	19,122,931.71	9,355,887.32
净利润（元）	968,556.84	5,267,431.44	1,483,652.47
扣除非经常性损益后的净利润（元）	956,005.85	5,185,891.28	1,481,235.14
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,081,540.08	2,531,988.49	2,244,206.33
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	1.08	2.53	2.24
毛利率	69.79%	69.32%	72.44%
应收账款周转率（次）	3.60	9.30	14.04
存货周转率（次）	-	-	-
项目	2015.05.31	2014.12.31	2013.12.31
总资产（元）	14,053,332.68	13,367,954.60	6,382,190.20
净资产（元）	11,058,498.98	9,666,402.14	4,398,970.70
每股净资产（元）	10.68	9.67	4.40
资产负债率（母公司）	21.31%	27.69%	31.07%
流动比率	3.36	2.93	3.07
速动比率	3.36	2.93	3.07

注：每股经营活动的现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 / 发行在外的普通股加权平均数

发行在外的普通股加权平均数 = 期初股份总数 + 报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数 + 报告期因发行新股或债转股等增加股份数 × 增加股份次月起至报告期期末的累计月数 ÷ 报告期月份数 - 报告期因回购等减少股份数 × 减少股份次月起至报告期期末的累计月数 ÷ 报告期月份数 - 报告期缩股数

毛利率 = (营业收入 - 营业成本) / 营业收入

应收账款周转率 = 营业收入 / 应收账款平均余额

存货周转率 = 营业成本 / 存货平均余额

资产负债率 = 负债期末余额 / 资产期末余额

流动比率 = 流动资产期末余额 / 流动负债期末余额

速动比率 = (流动资产期末余额 - 存货期末余额) / 流动负债期末余额

## (2) 每股收益和净资产收益率

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的要求计算的净资产收益率、每股收益如下：

2015 年 1-5 月	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	9.54%	0.97	0.97
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	9.42%	0.96	0.96
2014 年	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	74.90%	5.27	5.27
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	73.74%	5.19	5.19
2013 年	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	40.57%	1.48	1.48
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	40.50%	1.48	1.48

注1：加权平均净资产收益率的计算公式如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = \frac{P_0}{(E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)}$$

其中：P<sub>0</sub>分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E<sub>0</sub>为归属于公司普通股股东的期初净资产；E<sub>i</sub>为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E<sub>j</sub>为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M<sub>0</sub>为报告期月份数；M<sub>i</sub>为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub>为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E<sub>k</sub>为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M<sub>k</sub>为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

注2：基本每股收益和稀释每股收益的计算方法

A. 基本每股收益 =  $P_0 \div S$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P<sub>0</sub>为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S为发行在外的普通股加权平均数；S<sub>0</sub>为期初股份总数；S<sub>1</sub>为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S<sub>i</sub>为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S<sub>j</sub>为报告期因回购等减少股份数；S<sub>k</sub>为报告期缩股数；M<sub>0</sub>报告期月份数；M<sub>i</sub>为增加股份次月起



至报告期期末的累计月数；Mj为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

B. 稀释每股收益= $P1/(S0+S1+Si \times Mi \div M0-Sj \times Mj \div M0-Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)$

其中，P1为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

## 2、偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力指标如下：

财务指标	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
资产负债率（母公司）	21.31%	27.69%	31.07%
流动比率	3.36	2.93	3.07
速动比率	3.36	2.93	3.07

从长期偿债能力方面看，2013年末、2014年末和2015年5月末，公司的资产负债率分别为31.07%、27.69%和21.31%，呈逐年下降趋势，且整体比率较低，主要因为公司属于互联网信息服务行业，资金周转快，且公司暂不存在向银行等金融机构进行债权融资的行为。报告期内，公司负债全部为流动负债，其中以预收款项、应付职工薪酬和应交税费为主，长期偿债风险较小。

从短期偿债能力方面看，2013年末、2014年末和2015年5月末，公司的流动比率分别为3.07、2.93和3.36，因不存在存货，速动比率与流动比率一致。公司流动、速动比率均较高，资产变现能力较强，短期支付能力亦较强，短期偿债风险较小。

## 3、营运能力分析

报告期内，公司营运能力指标如下：

财务指标	2015年1-5月	2014年度	2013年度
应收账款周转率（次）	3.60	9.30	14.04

存货周转率（次）	-	-	-
----------	---	---	---

2013年度、2014年度和2015年1-5月，公司应收账款周转率分别为14.04次、9.30次和3.60次，呈逐年下降趋势，但整体处于较高水平。2014年应收账款周转率较2013年下降的原因为2014年末公司承接了较多带策划方案的广告业务，合同金额较大，且预付订金比例较低，导致期末应收账款余额较大。2015年1-5月应收账款周转率较2014年下降的原因为公司广告业务收入受季节性影响，一般集中在10、11和12月，故2015年1-5月实现的营业收入较低，导致该期应收账款周转率相应较低。

公司开展广告业务时，绝大多数情况下，客户下单时即需全额预付相应款项，部分老客户因合作时间较长，双方信任度较高，可在下单时预付部分款项，剩余部分以月结形式核算。因此，报告期内公司应收账款账龄主要集中在1年以内，账龄较短，且随着公司对应收款项的管理逐渐完善，公司发生坏账的风险较小。

报告期内，公司从事的广告投放业务和少量第三方电子商务导购服务均不涉及实物销售，故公司不存在存货，这与公司实际业务情况相符。

#### 4、现金流量分析

单位：万元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	108.15	253.20	224.42
投资活动产生的现金流量净额	-165.55	-224.20	-5.69
筹资活动产生的现金流量净额	42.35	-	-
现金及现金等价物净增加额	-15.04	28.99	218.73

2013年度、2014年度和2015年1-5月，公司经营活动产生的现金净流量净额分别为224.42万元、253.20万元和108.15万元。2014年公司业务规模扩大，销售商品、提供劳务收到的现金较2013年增加927.10万元；但同时公司业务成本和日常费用支出均大幅提高，其中购买商品、接受劳务支付的现金较2013年增加183.21万元、支付给职工以及为职工支付的现金较2013年增加246.45万元、支付的其他与经营活动有关的现金较2013年增加400.68万元。综合影响下，公司2014年经营活动产生的现金净流量净额较2013年增加28.78万元。

2013年度、2014年度和2015年1-5月，公司投资活动产生的现金净流量净额分别为-5.69万元、-224.20万元和-165.55万元。2014年公司投资活动现金流出较大系因公司办公场所搬迁装修而需要重新购置大量办公设备；2015年1-5月公司投资活动现金流出较大原因为公司受让了厦门壹生信息科技有限公司和厦门周末圈信息科技有限公司股权。

2013年、2014年公司未开展任何筹资活动，2015年1-5月公司筹资活动产生的现金流量净额为42.35万元，系股东增资所致。

从近两年一期现金流量分析来看，公司报告期内经营活动现金流量持续为正，表明公司近两年盈利规模稳步扩张，现金流状况良好。总体上，公司属“轻资产”行业，其现金流量表真实地反映了公司的行业特性、经营特点及实际现金流量变化。

## （二）营业收入及毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析

### 1、营业收入的构成分析

单位：万元

项 目	2015 年 1-5 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	831.51	99.54%	1,912.29	100.00%	935.59	100.00%
其他业务收入	3.85	0.46%	-	-	-	-
营业收入	835.36	100.00%	1,912.29	100.00%	935.59	100.00%

报告期内，公司营业收入主要为主营业务收入，比例达99%以上。由此可见，公司主营业务定位明确，商业模式清晰，盈利模式突出。

### 2、主营业务收入业务构成分析

报告期内，公司主营业务收入均为广告业务收入。

公司业务收入的具体确认原则和方法为：公司接受客户委托后，将特定广告信息在微信、微博平台上发出的时点作为与产品相关的主要风险转移时点确认收入。

### 3、业务成本的主要构成

报告期内，公司业务成本构成如下：

单位：万元

项 目	2015 年 1-5 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接人工	141.75	56.17%	297.53	50.71%	139.83	54.22%
外部渠道使用成本	81.37	32.24%	183.74	31.31%	0.97	0.38%
微任务平台使用成本	23.84	9.45%	85.85	14.63%	102.97	39.93%
网络技术运营费	4.60	1.82%	11.84	2.02%	10.12	3.92%
折旧费	0.78	0.31%	7.81	1.33%	3.99	1.55%
合计	<b>252.35</b>	<b>100.00%</b>	<b>586.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>257.89</b>	<b>100.00%</b>

公司营业成本由直接人工、外部渠道使用成本、微任务平台使用成本、网络技术运营费和折旧费组成。其中直接人工主要核算业务人员薪酬；外部渠道使用成本主要核算公司与外部微博、微信账号合作的成本费用；微任务平台使用成本主要核算应付北京天下秀科技有限公司（新浪微博微任务平台权利享有人）的营销收入分成；网络技术运营费主要核算CDN宽带费和服务器托管费；折旧费主要核算与业务相关的固定资产等折旧费用。

2014 年、2015 年 1-5 月公司营业成本中的外部渠道使用成本占比较 2013 年迅速增长，主要原因为 2014 年以来，为进一步扩展广告推广渠道以提高客户满意度，公司开始大量采用与外部微博、微信账号合作的模式；公司与意向客户进行洽谈沟通后根据客户推广需求推荐适合的账号（包括公司自身的和其他第三方公众号/微博的账号），若客户选择非公司自身的账号，公司则向其他第三方公众号/微博的账号进行询价，在询价的基础上上浮 10%~30%向客户进行报价，进而与客户协商后确定最终价格以赚取差价作为收益。

报告期内，公司微任务平台使用成本占比有所下降，主要原因为收入中来源于微信广告业务的收入逐年增加，微博广告业务收入比重逐年下降，相应的微任务平台使用成本有所减少。

#### 4、利润的主要构成及变动分析

单位：万元

项 目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度	2014 年比上 年增加额	2014 年比上 年增长率
营业收入	835.36	1,912.29	935.59	976.70	104.39%
营业成本	252.36	586.78	257.89	328.89	127.53%
营业毛利	583.00	1,325.52	677.70	647.82	95.59%
营业利润	124.47	628.32	210.32	418.00	198.74%
利润总额	125.95	637.92	210.61	427.31	202.89%
净利润	96.86	526.74	148.37	378.38	255.03%

2013年度、2014年度和2015年1-5月，公司营业收入分别为935.59万元、1912.29万元和835.36万元，其中，2014年营业收入较2013年增长976.70万元，增长幅度达到104.39%，实现了较快的增速。公司2015年1-5月实现营业收入835.36万元，完成公司2014年营业收入的43.47%，且公司收入呈现较为明显的季节性，一般主要集中在第四季度，可以预计公司2015年全年营业收入较2014年将有较大的提升。

2013年度、2014年度和2015年1-5月，公司分别实现营业毛利677.70万元、1325.32万元和583.00万元。2014年，公司在业内的品牌口碑优势突显，营业收入较上年增长幅度为104.39%；但随着公司经营规模的扩大，直接人工和外部渠道使用成本费用增加，营业成本相应增加，较上年增加幅度为127.53%，略高于营业收入的增长幅度，从而导致营业毛利增长率为95.59%，低于营业收入增长率。

2013年度、2014年度和2015年1-5月，公司分别实现营业利润210.32万元、628.32万元和124.47万元。2014年公司的营业利润与2013年相比增加198.74%，高于营业收入增长率，主要原因系公司2014年三项费用控制较好，其中管理费用增长率为94.62%，销售费用增长率仅为36.99%，均低于营业收入增长幅度；且随着公司内控的逐渐加强，2014年公司应收款项坏账比例大幅下降，资产减值损失亦相应减少。

2013年度、2014年度和2015年1-5月，公司分别实现净利润148.37万元、526.74万元和96.86万元。较2013年相比，2014年公司的净利润增幅为255.03%，远高于营业收入增幅，主要原因系2014年以来公司通过加强内部运营管理，注重业务效率提高，管理、销售费用均得到合理控制，坏账比例大幅降低，内生效益的提升导致利润增速远高于收入增速。2015年1-5月，公司仅实现净利润96.86万元，主

要受管理费用大幅增加影响。2015年，公司为满足未来业务发展需要，积极加大人才储备，高薪引入优秀人才，职工薪酬大幅提升；且由于筹划改制挂牌事项，中介服务费显著增加。

## 5、毛利率变动分析

单位：万元

业务类别	2015 年 1-5 月			2014 年度			2013 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
主营业务	831.51	204.05	75.46%	1,912.29	586.78	69.32%	935.59	257.89	72.44%
广告业务	831.51	204.05	75.46%	1,912.29	586.78	69.32%	935.59	257.89	72.44%
其他业务	3.85	48.31	-1,154.72%	-	-	-	-	-	-
合计	835.36	252.36	69.79%	1,912.29	586.78	69.32%	935.59	257.89	72.44%

报告期内，公司主营业务全部为广告业务，2013年、2014年和2015年1-5月，公司主营业务毛利率分别为72.44%、69.32%和75.46%。报告期内公司毛利率基本维持在稳定水平，略呈“V”字型波动。

2014年公司毛利率较2013年下降3.12个百分点，主要原因系：①为了进一步拓展广告推广渠道，提升客户满意度，公司2014年以来大力加强与外部微博、微信账号的合作，实行广告全网投放，由此产生大量外部渠道使用成本；②为更好维护微任务平台秩序和自身自媒体账号的合法权利，公司自2014年9月起对未通过新浪微任务平台监控的商业信息发布行为进行了自觉规避，使得微任务平台使用成本上升，从而导致主营业务成本上涨，相应地主营业务毛利有所下降。

2015年1-5月公司毛利率较2014年上涨6.14个百分点，主要原因系随着微信的大力普及，其广告转化率高，能实现精准营销的特点越来越受到客户的亲睐，2015年1-5月公司微信广告收入大大超出微博广告收入。相比于微博，微信广告投放无需通过微任务平台，且公司目前主要在自有微信账号进行广告投放，外部微信渠道合作较少，因此综合成本较低，相应的毛利率水平较高。

报告期内，公司其他业务为第三方电商导购平台业务（零食小喵），该业务目前处于孵化阶段，前期投入大于产出，毛利率为负。

受其他业务毛利率水平影响，公司2014年和2015年1-5月的综合毛利率基本

持平，均低于2013年综合毛利率。

### （三）期间费用分析

单位：万元

项目	2015 年 1-5 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
销售费用	41.26	4.94%	80.63	4.22%	58.86	6.29%
管理费用	403.05	48.25%	573.10	29.97%	294.47	31.47%
财务费用	-2.04	-0.24%	-5.53	-0.29%	-2.09	-0.22%
合计	442.26	52.94%	648.20	33.90%	351.24	37.54%

报告期内，公司销售费用包括销售人员薪酬、广告费和业务宣传费等；管理费用主要包括职工薪酬、研发费用、摊销折旧费、中介服务费和办公费等；财务费用主要包括利息收入和银行手续费等。

公司2013年的三项费用合计为351.24万元，占营业收入的比重为37.54%；2014年三项费用合计为648.20，占营业收入的比重为33.90%；2015年1-5月的三项费用合计442.26，占营业收入的比重为52.94%。公司2015年1-5月期间费用占营业收入比重大幅增长，主要系由于管理费用增加所致。2015年，公司为满足未来业务发展需要，积极加大人才储备，职工薪酬大幅提升，办公费、业务招待费、通讯费及会务费等亦相应增加；且由于筹划改制挂牌事项，中介服务费支出明显加大。

#### 1、销售费用

报告期内，公司的销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-5 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	40.35	97.80%	64.44	79.93%	49.22	83.63%
差旅费	0.35	0.85%	0.01	0.01%	0.10	0.17%
业务招待费	0.17	0.41%	0.07	0.08%	0.55	0.93%
广告费和业务宣传费	-	-	3.55	4.40%	7.13	12.11%

折旧费	0.11	0.26%	1.02	1.26%	0.59	1.01%
其他	0.27	0.66%	11.54	14.31%	1.27	2.15%
<b>合计</b>	<b>41.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>80.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>58.86</b>	<b>100.00%</b>

2013年、2014年和2015年1-5月，公司销售费用分别为58.86万元、80.63万元和41.25万元，占营业收入的比重分别为6.29%、4.22%和4.94%，金额较小，对公司经营成果影响较小。

公司销售费用的构成主要为职工薪酬、广告费和业务宣传费。2014年销售费用较上年增长36.99%，主要是由销售人员的职工薪酬增加所致。2014年公司为进一步加强市场开拓力度，陆续引进了部分销售人才，导致销售人员职工薪酬比上年增长30.92%。

## 2、管理费用

报告期内，公司的管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2015年1-5月		2014年		2013年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	98.70	24.49%	118.99	20.76%	54.59	18.54%
办公费	10.73	2.66%	11.86	2.07%	10.41	3.54%
业务招待费	6.80	1.69%	7.05	1.23%	1.16	0.39%
差旅费	4.48	1.11%	14.92	2.60%	0.98	0.33%
车辆费	1.22	0.30%	3.18	0.55%	0.59	0.20%
通讯费	7.43	1.84%	7.38	1.29%	2.34	0.79%
会务费	4.29	1.06%	0.003	0.00%	0.53	0.18%
中介服务费	41.19	10.22%	5.19	0.91%	2.14	0.73%
摊销折旧费	70.58	17.51%	105.28	18.37%	7.36	2.50%
研发费用	150.30	37.29%	282.16	49.23%	187.43	63.65%
其他	7.33	1.82%	17.08	2.98%	26.93	9.15%
<b>合计</b>	<b>403.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>573.10</b>	<b>100.00%</b>	<b>294.47</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司管理费用主要由研发费用、职工薪酬、摊销折旧费和中介服务等费用组成，其他费用占比较小。报告期内，随着公司经营规模的扩大，为了加强内部管理水平，提升管理效率，公司管理人员逐年增加，导致2014年管理人员



职工薪酬较上年同期增长了117.97%；同时，随着管理人员人数的增加，以及管理人员出差频率的提高，差旅费、通讯费也随之增加。此外，由于公司经营规模扩张以及员工人数增加，公司承租了新办公楼，并对新搬迁的办公场地进行了装修，导致公司2014年摊销折旧费较2013年增长1,330.43%。

报告期内，公司研发费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-5 月		2014 年		2013 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工费	145.90	97.07%	269.61	95.55%	177.53	94.72%
直接投入（材料费等）	1.81	1.21%	5.54	1.96%	6.35	3.74%
折旧费	2.31	1.54%	6.98	2.47%	3.24	1.91%
其他	0.28	0.19%	0.03	0.01%	0.31	0.17%
合计	150.30	100%	282.16	100%	187.43	100%

其中，研发项目的具体内容、进度和费用支出情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	2015 年 1-5 月	2014 年	2013 年
1	娱乐圈圈手机软件 V1.0	-	-	29.86
2	咸鱼手游推荐手机软件 V1.0	-	47.42	46.71
3	有型手机软件 V1.0	-	46.16	53.19
4	零食小喵手机软件 V1.0	46.36	40.11	57.67
5	时光机平台 V2.0	73.03	71.16	-
6	一种手机软件 V1.0	30.91	77.30	-
合计		150.30	282.15	187.43

注：上述研发投入不满足资本化确认条件，故将所有研发支出记入当期费用。

公司持续有效的研发投入为公司提升技术水平提供了重要保障，显著提高了公司的自主研发能力和核心竞争力。

### 3、财务费用

报告期内，公司的财务费用明细表如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
利息支出	-	-	-
减：利息收入	2.17	5.72	2.21
手续费及其他	0.12	0.20	0.13
合计	<b>-2.04</b>	<b>-5.53</b>	<b>-2.09</b>

报告期内，公司未发生债权融资行为，财务费用主要为银行存款利息收入、银行手续费，金额较小。

#### （四）报告期内重大投资收益情况

公司最近两年及一期投资收益及其变动情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-2.46	-	-

2015年1-5月公司投资收益为-2.46万元，系公司取得厦门周末圈信息科技有限公司20%股权后按权益法核算的长期股权投资收益。

截至本公开转让说明书签署日，公司未持有任何股票等交易性金融资产。

#### （五）报告期非经常性损益情况

单位：万元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损益		2.77	
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1.41	7.68	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.07	-0.85	0.28
<b>非经常性损益总额</b>	<b>1.48</b>	<b>9.60</b>	<b>0.28</b>
减：非经常性损益的所得税影响数	0.22	1.44	0.04
<b>非经常性损益净额</b>	<b>1.26</b>	<b>8.15</b>	<b>0.24</b>
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-	-	-
<b>归属于公司普通股股东的非经常性损益</b>	<b>1.26</b>	<b>8.15</b>	<b>0.24</b>

从上表可以看出，报告期内公司非经常性损益主要为政府补助，具体明细如下：

单位：万元

项 目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
厦门火炬高新技术产业开发区管理委员会社保补助收入	1.41	7.68	-
合 计	1.41	7.68	-

## （六）适用的各项税收政策及缴纳的主要税种

### 1、主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税收入	3%、6%
城市维护建设税	应纳流转税额	7%
文化事业建设费	广告费应收收入	3%
企业所得税	应纳税所得额	15%、25%

注：子公司飞博文创适用的企业所得税税率为25%。

根据财税【2012】71号《财政部、国家税务总局关于在北京等8省市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知》规定，福建省（含厦门）应当于2012年11月1日完成新旧税制转换。2012年11月1日至2013年3月公司按照小规模纳税人缴纳增值税，适用税率3%，自2013年4月始，公司变更为一般纳税人，适用税率为6%。

### 2、主要财政税收优惠政策

根据《中华人民共和国企业所得税法》、《中华人民共和国企业所得税法实施条例》及《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠有关通知》（国税函【2009】203号）的规定，对国家需要重点扶持的高新技术企业，减按15%的税率征收企业所得税。公司于2012年11月29日取得厦门市科学技术局、厦门市财政局、福建省厦门市国家税务局和福建省厦门市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》，证书编号为GR201235100109，有效期为三年。2015年6月29日，厦门市高新技术企业认定管理办公室发布“厦高办[2015]7号”《关于公示厦门市2015年第一批拟通过复审高新技术企业名单的通知》，对公司拟通过复审进行公

示，公示期为15个工作日。

## 六、财务状况分析

### （一）资产的主要构成及减值准备

单位：万元

项目	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
<b>流动资产：</b>						
货币资金	476.51	33.91%	491.55	36.77%	462.56	72.48%
应收账款	171.02	12.17%	293.31	21.94%	117.93	18.48%
预付款项	19.8	1.41%	17.2	1.29%	12.33	1.93%
应收利息	0.96	0.07%	0.43	0.03%	-	-
其他应收款	39.1	2.78%	32.46	2.43%	15.17	2.38%
其他流动资产	300	21.35%	250	18.70%	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>1,007.39</b>	<b>71.68%</b>	<b>1,084.97</b>	<b>81.16%</b>	<b>607.99</b>	<b>95.26%</b>
<b>非流动资产：</b>						
可供出售金融资产	150	10.67%	-	-	-	-
长期股权投资	7.54	0.54%	-	-	-	-
固定资产	89.6	6.38%	93.4	6.99%	27.23	4.27%
长期待摊费用	149.39	10.63%	154.61	11.57%	1.16	0.18%
递延所得税资产	1.41	0.10%	3.82	0.29%	1.84	0.29%
<b>非流动资产合计</b>	<b>397.94</b>	<b>28.32%</b>	<b>251.83</b>	<b>18.84%</b>	<b>30.23</b>	<b>4.74%</b>
<b>资产总计</b>	<b>1,405.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,336.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>638.22</b>	<b>100.00%</b>

#### 1、货币资金

本公司货币资金包括库存现金、银行存款和其他货币资金，具体情况如下：

单位：万元

项目	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	1.26	0.26%	4.72	0.96%	1.36	0.29%
银行存款	335.77	70.46%	436.13	88.72%	451.17	97.54%
其他货币资金	139.47	29.27%	50.7	10.32%	10.03	2.17%

项目	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合 计	476.51	100.00%	491.55	100.00%	462.56	100.00%

货币资金中的其他货币资金系为公司存放于支付宝中的资金余额。

截至2013年末、2014年末和2015年5月末，公司货币资金的账面余额分别为462.56万元、491.55万元和476.51万元，占总资产比重分别为72.48%、36.77%和33.91%。公司货币资金余额在报告期各期末基本维持在一致水平。

## 2、应收账款

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司应收账款净额分别为117.93万元、293.31万元和171.02万元，占流动资产的比例分别为19.40%、27.03%和16.98%。公司应收账款占流动资产比例不高，主要原因为公司从事的广告投放业务，除部分信誉良好的老客户以月结的方式结算外，其余基本采用预收款项的方式接单。

### (1) 应收账款账龄及坏账准备

报告期内，公司应收账款账龄及坏账准备情况如下：

单位：万元

账龄分析	2015.5.31			2014.12.31			2013.12.31		
	金额	比例 (%)	坏账准备	金额	比例 (%)	坏账准备	金额	比例 (%)	坏账准备
1 年以内	180.02	100.00	9.00	308.75	100.00	15.44	124.14	100.00	6.21
1-2 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2-3 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3-4 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4-5 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合 计	180.02	100.00	9.00	308.75	100.00	15.44	124.14	100.00	6.21

报告期内，公司一般收款政策为广告投放前收款，但对于部分信誉良好的老客户会结合实际情况给予一定的信用期限，由此导致了公司账面存在一定的应收账款余额。最近两年一期末，公司应收账款余额增长较快，与公司业务逐年增加、收入快速增长趋势基本相一致。2014年末公司应收账款余额较2013年增加148.72%，主要原因系2014年末公司承接了较多带策划方案的广告业务，合同金

额较大，且预付订金比例较低，导致期末应收账款余额较大。

公司应收账款的账龄全部为1年以内，客户信用资信良好，发生坏账损失的可能性较小。

## （2）应收账款余额前五名客户情况

截至2015年5月31日，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位名称	与本公司关系	余额（万元）	账龄	占应收账款总额的比例（%）
上海腾目网络科技有限公司	非关联方	49.05	1年以内	27.25
深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	23.60	1年以内	13.11
上海奥美广告有限公司	非关联方	22.29	1年以内	12.38
北京环宇傲视国际传媒广告有限公司	非关联方	19.79	1年以内	10.99
北京尔玛互动文化传媒有限责任公司	非关联方	10.04	1年以内	5.58
合 计		<b>124.78</b>	-	<b>69.31</b>

截至2014年12月31日，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位名称	与本公司关系	余额（万元）	账龄	占应收账款总额的比例（%）
杭州瓦杰科技有限公司	非关联方	35.00	1年以内	11.34
北京海淘时代科技有限公司	非关联方	22.25	1年以内	7.21
北京环宇傲视国际传媒广告有限公司	非关联方	10.93	1年以内	3.54
天津凤凰铭道文化传播有限公司	非关联方	7.46	1年以内	2.42
北京康蒙来公关服务有限公司	非关联方	5.82	1年以内	1.89
合 计		<b>81.46</b>	-	<b>26.38</b>

截至2013年12月31日，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位名称	与本公司关系	金额（万元）	账龄	占应收账款总额的比例（%）
厦门美图移动科技有限公司	关联方	20.00	1年以内	16.11

安乐（北京）电影发行有限公司	非关联方	4.00	1 年以内	3.22
北京智德创辉网络科技有限公司	非关联方	4.00	1 年以内	3.22
深圳市乐扬德盛文化传播有限公司	非关联方	4.17	1 年以内	3.36
全想市场营销策划（上海）有限公司	非关联方	1.26	1 年以内	1.01
合 计		33.43	-	26.93

报告期各期末，公司应收账款前五大客户较为分散，且账龄全部在1年以内，发生坏账的风险较小。

（3）截至2015年5月31日，应收账款余额中无应收持有本公司5%（含5%）以上表决权的股东欠款情况。

### 3、预付款项

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司预付款项分别为12.33万元、17.20万元和19.80万元。

报告期各期末，公司预付账款账龄明细如下：

单位：万元

账龄分析	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1 年以内	19.80	100.00%	17.20	100.00%	12.33	100.00%
1-2 年	-	-	-	-	-	-
2-3 年	-	-	-	-	-	-
3-4 年	-	-	-	-	-	-
合计	19.80	100.00%	17.20	100.00%	12.33	100.00%

截至2015年5月31日，公司预付账款余额前五名单位情况如下：

单位名称	与本公司关系	金额（万元）	账龄	占预付款项总额的比例（%）
厦门雅迅网络股份有限公司	非关联方	13.21	1 年以内	66.73
北京天下秀科技有限公司	非关联方	3.76	1 年以内	19.00
东莞市唯一网络有限公司	非关联方	1.17	1 年以内	5.89

李金林	非关联方	0.66	1 年以内	3.33
厦门市世纪网通网络服务有限公司	非关联方	0.42	1 年以内	2.10
合计		19.21	-	97.06

截至2015年5月31日，公司期末预付账款中无持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东欠款。

#### 4、其他应收款

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司其他应收款净额分别为15.17万元、32.46万元和39.10万元，主要为备用金、押金以及往来款。

##### （1）其他应收款坏账准备计提情况

单位：万元

项目	2015 年 1-5 月			2014 年度			2013 年度		
	金额	占比 (%)	坏账准备	金额	占比 (%)	坏账准备	金额	占比 (%)	坏账准备
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-	-	-	-	-
组合 1：组合 2、3 之外的其他应收款	7.45	18.86	0.38	20.45	36.38	10.02	20.08	94.85	6.22
组合 2：合并范围内的关联方应收款	-	-	-	-	-	-	-	-	-
组合 3：应收保证金、押金	32.04	81.14	-	22.03	39.20	-	1.09	5.15	-
组合小计	39.48	100.00	0.38	42.49	75.58	10.02	21.17	100.00	6.22
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	13.73	24.42	13.73	-	-	-
合计	39.48	100.00	0.38	56.21	100.00	23.75	21.17	100.00	6.22

##### （2）其他应收款账龄分析

单位：万元

账龄分	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
-----	-----------	------------	------------



析	金额	比例 (%)	坏账 准备	金额	比例 (%)	坏账 准备	金额	比例 (%)	坏账 准备
1 年以内	7.30	98.03	0.37	0.45	2.20	0.02	0.08	0.40	0.004
1-2 年	0.15	1.97	0.01	-	-	-	-	-	-
2-3 年	-	-	-	-	-	-	20.00	99.60	6.00
3-4 年	-	-	-	20.00	97.80	10.00	-	-	-
4-5 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合 计	<b>7.45</b>	<b>100.00</b>	<b>0.38</b>	<b>20.45</b>	<b>100.00</b>	<b>10.02</b>	<b>20.08</b>	<b>100.00</b>	<b>6.00</b>

### (3) 2015年1-5月实际核销的其他应收款情况

2015年1-5月，公司实际核销的其他应收款金额为33.73万元，其中20.00万元为公司向福建省松溪县心桥担保有限公司出借的资金，因账龄超过3年难以收回，经公司股东会审议后决定核销。

有限公司阶段，公司在资金管理的决策和审批程序上尚不规范，导致对外借款余额较大。2015年以来，公司开始规范各项内部控制制度，完善资金管理的流程，将经确认后不能收回的往来款项全部核销。股份公司成立后，公司完善了公司治理，在《公司章程》和《规范与关联方资金往来的管理制度》中明确了对外借款的决策和审批权限，并严格执行。

### (4) 其他应收款款项性质情况

单位：万元

项 目	2015.05.31 账面余额	2014.12.31 账面余额	2013.12.31 账面余额
备用金	7.45	0.45	-
押金	32.04	22.04	1.09
往来款	-	33.73	20.08
合 计	<b>39.48</b>	<b>56.21</b>	<b>21.17</b>

### (5) 其他应收款前五名情况

截至2015年5月31日，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	坏账准备
------	------	------	----	-----------------	------

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	坏账准备
厦门雅迅网络股份有限公司	押金	19.81	1-2 年	50.18%	-
北京天下秀科技有限公司	押金	10.00	1 年以内	25.33%	-
柯凤娇	备用金	7.30	1 年以内	18.49%	0.37
厦门信息集团有限公司	押金	0.63	3-4 年	1.60%	-
厦门特房物业服务服务有限公司	押金	0.50	1-2 年	1.27%	-
合 计		<b>38.24</b>	-	<b>96.87%</b>	<b>0.37</b>

截至2014年12月31日，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	坏账准备
福建省松溪县心桥担保有限公司	借款	20.00	3 年以上	35.58	10.00
厦门信息集团有限公司	押金	0.63	2-3 年	1.12	-
厦门雅迅网络股份有限公司	保证金	19.81	1 年以内	35.24	-
员工借款	备用金	0.45	1 年以内	0.80	0.02
厦门特房物业服务服务有限公司	押金	0.50	1 年以内	0.89	-
合 计		<b>41.39</b>	-	<b>73.63</b>	73.63%

截至2013年12月31日，公司其他应收款情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	坏账准备
福建省松溪县心桥担保有限公司	借款	20.00	2-3 年	94.46	6.00
厦门信息集团有限公司	押金	0.63	1-2 年	2.98	-
厦门高新技术创业中心	押金	0.46	2-3 年	2.19	-
职工承担公积金部分	借款	0.08	1 年以内	0.37	-
合 计		<b>21.17</b>	-	<b>100.00</b>	<b>6.00</b>

(6) 截至2015年5月31日，其他应收账款中无应收持本公司5%（含5%）以

上表决权股份的股东单位所欠款项。

## 5、其他流动资产

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司其他流动资产分别为0万元、250.00万元和300.00万元，均为公司购买的银行理财产品（招行鼎鼎成金68509号）。

### （1）理财产品投资的时间和金额（发生额、余额）

从2014年起，公司陆续开始将闲置资金购买银行短期理财产品，绝大部分理财产品的期限较短，不超过三个月且均为保本，有固定收益的理财产品。报告期内公司共发生5笔理财投资，具体如下：

单位：元

项目	2015年1月至5月		2014年		2013年	
	增加	减少	增加	减少	增加	减少
投资理财产 品-发生额	3,000,000.00	2,500,000.00	8,500,000.00	6,000,000.00	0.00	0.00
其中：银行理 财产品	3,000,000.00	2,500,000.00	8,500,000.00	6,000,000.00	0.00	0.00

单位：元

	2015.05.31	2014.12.31	2013.12.31
投资理财产品-余额	3,000,000.00	2,500,000.00	0.00
其中：银行理财产品	3,000,000.00	2,500,000.00	0.00

### （2）投资理财产品的原因

公司有较强的获取现金流的能力，且拥有充裕的货币资金，报告期内公司投资银行理财产品主要是由于公司有较多的闲置资金，为避免资金闲置而造成的浪费，公司进行了固定收益且保本的银行理财投资。

### （3）履行的决策程序

报告期内购买理财产品均发生在有限公司阶段，公司购买理财产品经过了严格的内部审批程序：首先，财务部负责理财事宜的专员根据资金预算对理财产品的期限及收益进行考量，并对同类产品进行比较，形成结论后上报财务经理审核，随后财务经理对该事项是否会对公司资金流动性产生影响进行分析确

认后，将该事项提交股东会进行审议，经股东会审议通过后方才购买。

报告期内投资的理财产品均为保本且期限短的理财产品，变现周期较短，均履行了决策程序。

#### （4）投资收益情况

公司于报告期内一共购买了5笔银行理财产品，利润表中投资收益均为投资理财产品而获取的收益，各理财产品对应的投资收益情况如下：

单位：元

2014 年购买 金额	购买日期	到期日	2014 年实现的投 资收益	购买原因	2014.12.31 余额
2,000,000.00	2014/6/5	2014/8/12	20,865.76	闲置资金 投资理财	-
2,000,000.00	2014/8/19	2014/9/4	6,800.00	闲置资金 投资理财	-
2,000,000.00	2014/9/12	2014/10/11	8,539.00	闲置资金 投资理财	-
2,500,000.00	2014/12/19	2015/1/21	-	闲置资金 投资理财	2,500,000.00
合计	-	-	36,204.76	-	2,500,000.00
2015 年1-5 月 购买金额	购买日期	到期日	2015 年1-5 月实 现的投资收益	购买原因	2014.12.31 余额
2,500,000.00	2014/12/19	2015/1/21	11,916.66	闲置资金 投资理财	-
3,000,000.00	2015/4/30	2015/6/15	-	闲置资金 投资理财	3,000,000.00
合计	-	-	11,916.66	-	3,000,000.00

#### 6、存货

公司报告期内主要从事广告投放业务，相应成本为人员及业务成本，各期末均无存货。

#### 7、可供出售金融资产

2015年5月末，公司可供出售金融资产余额为150.00万元，为公司持有的厦门壹生信息科技有限公司15%的股权。

#### 8、固定资产

(1) 固定资产类别及估计使用年限、预计残值率及年折旧率详见本说明书“第四章 公司财务”之“四、报告期内主要会计政策、会计估计”之“(十二)、固定资产”。

## (2) 固定资产原值和折旧情况

报告期各期末，公司固定资产原值及累计折旧明细如下：

单位：万元

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
<b>一、账面原值合计</b>	<b>154.99</b>	<b>141.80</b>	<b>65.05</b>
其中：运输设备	14.86	14.86	14.86
办公设备	57.05	53.88	12.01
电子设备	83.08	73.07	38.18
<b>二、累计折旧合计</b>	<b>65.39</b>	<b>48.40</b>	<b>37.82</b>
其中：运输设备	11.29	10.12	7.29
办公设备	16.44	6.30	7.62
电子设备	37.65	31.99	22.91
<b>三、账面净值合计</b>	<b>89.60</b>	<b>93.40</b>	<b>27.23</b>
其中：运输设备	3.57	4.74	7.57
办公设备	40.61	47.58	4.39
电子设备	45.43	41.08	15.27

报告期内，公司固定资产主要为电子、办公设备等。公司现有固定资产处于良好状态，不存在各项减值迹象，故对固定资产未计提减值准备。

## 9、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用的明细如下：

单位：万元

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
装修费	149.39	154.61	1.16
<b>合 计</b>	<b>149.39</b>	<b>154.61</b>	<b>1.16</b>

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司长期待摊费用余额分别为1.16万元、154.61万元和149.39万元。2014年末和2015年末，公司长期待摊费用余额较

上年2013年末有较大的增长，主要为公司新搬迁办公场所的装修费用。

## （二）负债的主要构成及其变化

单位：万元

项目	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	25.58	8.54%	33.95	9.17%	1.78	0.90%
预收款项	48.04	16.04%	7.00	1.89%	73.93	37.28%
应付职工薪酬	77.53	25.89%	130.34	35.21%	54.36	27.41%
应交税费	146.86	49.04%	178.21	48.14%	63.80	32.17%
其他应付款	1.48	0.49%	20.66	5.58%	4.45	2.24%
流动负债合计	299.48	100.00%	370.16	100.00%	198.32	100.00%
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-
负债合计	299.48	100.00%	370.16	100.00%	198.32	100.00%

### 1、应付账款

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司应付账款净额分别为1.78万元、33.95万元和25.58万元，占负债总额的比例分别为0.90%、9.17%和8.54%，比重较低，且不存在账龄超过1年的重要应付账款。公司应付账款明细如下：

单位：万元

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
装修款	18.41	23.58	-
其他	7.18	10.37	1.78
合计	25.58	33.95	1.78

截止至2015年5月31日，公司应付账款中无持有公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位。

### 2、预收款项

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司预收款项余额分别为73.93万元、7.00万元和48.04万元，均为向客户预收的广告投放费用。

报告期各期末，公司不存在账龄超过1年的重要预收款项。

截止至2015年5月31日，公司预收账款中无持有公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位。

### 3、应付职工薪酬

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司应付职工薪酬余额分别为54.36万元、130.34万元和77.53万元。各期末应付职工薪酬余额明细如下：

单位：万元

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
工资、奖金、津贴和补贴	77.53	130.12	54.36
职工福利费	-	-	-
社会保险费	-	-	-
其中：1、医疗保险费	-	-	-
2、工伤保险费	-	-	-
3、生育保险费	-	-	-
住房公积金	-	-	-
工会经费和职工教育经费	-	0.22	-
合计	77.53	130.34	54.36

公司应付职工薪酬主要包括应付工资、奖金、职工福利费、社会保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费等。

### 4、应交税费

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司应交税费分别为63.80万元、178.21万元和146.86万元，占负债总额的比例分别为32.17%、48.14%和49.04%，比重较高，主要为增值税和企业所得税，具体明细如下：

单位：万元

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
增值税	39.97	45.65	25.67
企业所得税	95.67	121.00	33.59
个人所得税	3.75	2.51	0.86
城市维护建设税	3.23	3.59	1.93
教育费附加	1.65	1.77	1.06

地方教育费附加	1.01	1.14	0.67
其他	1.57	2.53	0.02
<b>合 计</b>	<b>146.86</b>	<b>178.21</b>	<b>63.80</b>

## 5、其他应付款

2013年末、2014年末和2015年5月末，公司其他应付款分别为4.45万元、20.66万元和1.48万元，主要为应付关联方款项和应付员工费用报销款，具体如下：

单位：万元

项 目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
应付关联方款项	-	4.00	4.00
应付员工费用报销款	1.40	7.81	0.14
其他	0.08	8.85	0.31
<b>合 计</b>	<b>1.48</b>	<b>20.66</b>	<b>4.45</b>

报告期各期末，公司均不存在账龄超过1年的重要其他应付款。

## （三）报告期股东权益情况

报告期各期末，公司股东权益明细如下：

单位：万元

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
股本	103.53	100.00	100.00
资本公积	38.82	-	-
盈余公积	52.67	52.67	14.84
未分配利润	910.82	813.97	325.06
<b>所有者权益（或股东权益）合计</b>	<b>1,105.85</b>	<b>966.64</b>	<b>439.90</b>

报告期内，公司未实施过限制性股票或股票期权等股权激励计划。

# 七、关联方、关联关系及关联交易

## （一）关联方和关联关系

### 1、存在控制关系的关联方

序号	关联方	关联关系
----	-----	------



1	伊光旭	本公司控股股东，持有本公司 50.42% 股权
2	飞博文创	本公司全资控股子公司
3	小喵网络	本公司控股子公司

注：飞博文创及小喵网络具体情况参见本公开转让说明书“第一节 基本情况/八、本公司之控股子公司的基本情况”。

## 2、不存在控制关系的关联方

### (1) 控股股东、实际控制人控制的除本公司及其控股子公司以外的其他企业

控股股东、实际控制人伊光旭先生除控制本公司及其控股子公司以外，其投资其他企业的情况如下：

序号	关联方	关联关系
1	厦门意外境界文化传播有限公司	控股股东、实际控制人伊光旭持股 59.50% 的公司
2	厦门光氧文创投资有限公司	控股股东、实际控制人伊光旭持股 65% 的公司
3	厦门仟象印画文化传播有限公司	控股股东、实际控制人伊光旭持股 30% 的公司

注：厦门意外境界文化传播有限公司和厦门光氧文创投资有限公司具体情况参见本公开转让说明书“第三节、公司治理/五、同业竞争情况/（一）同业竞争情况/2、实际控制人控制及能够实施重大影响的其他企业”。

厦门仟象印画文化传播有限公司于 2013 年 8 月 2 日，注册号为 350298200018890，注册资本为 100 万元，注册地址为厦门市火炬高新区创业园创业大厦 515G 室，法定代表人为游海丹，经营范围为文化艺术交流及策划、会务服务、展览展示服务、企业形象策划、文化创意活动策划；工艺礼品涉及、加工，景观设计及其制作；工艺品（不含文物）、文化用品、酒店用品销售。目前该公司股权结构为游海丹持股 70%；伊光旭持股 30%。

### (2) 持有本公司股份超过 5% 的股东

序号	关联方	关联关系
1	隆领投资	持有本公司 26.08% 股份的股东
2	高楚明	持有本公司 6.30% 股份的股东

### (3) 本公司参股子公司

序号	关联方	关联关系
1	厦门周末圈信息科技有限公司	本公司持股 20% 的公司
2	厦门壹生信息科技有限公司	本公司持股 15% 的公司

#### ①厦门周末圈信息科技有限公司

厦门周末圈信息科技有限公司于2015年4月9日设立，注册号为350298200024237，注册资本为50万元，法定代表人为杨帆，注册地址为厦门火炬高新区软件园华讯楼A区B1F-080，经营范围为软件开发；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；其他互联网服务（不含需经许可审批的项目）；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）。该公司目前的股权结构为杨帆持股50%；飞博共创持股20%；杨瑞持股15%；陈其芳持股15%。

#### ②厦门壹生信息科技有限公司

厦门壹生信息科技有限公司于2014年8月19日设立，注册号为350203200478427，注册资本为51.212万元，法定代表人为罗征，注册地址为厦门市思明区槟榔西里197号五楼305室，经营范围为其他未列明科技推广和应用服务业；信息技术咨询服务；集成电路设计；其他互联网服务（不含需经许可审批的项目）；软件开发；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；五金产品批发；广告的设计、制作、代理、发布；其他日用品零售；服装零售；鞋帽零售；商务信息咨询；纺织品、针织品及原料批发；服装批发；鞋帽批发；文具用品批发；其他文化用品批发；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；投资咨询（法律、法规另有规定除外）目前该公司的股权结构为罗征持股51%；刘洪涛持股21.37%；飞博共创持股15%；陈国荣持股7.08%；辜炜翔持股3%；龚隽2.55%。

#### **（4）本公司主要投资者个人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切家庭成员**

本公司主要投资者个人、董事、监事、高级管理人员如下表共8人，为本公司关联方。具体情况参见本公开转让说明书“第一节 基本情况/七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员基本情况”。

序号	关联方名称	与本公司关系
1	伊光旭	董事长兼经理，直接持有公司 50.42%的股份
2	蔡文胜	董事，间接持有公司 22.12%的股份
3	丁楚庭	董事兼副经理，间接持有公司 0.54%的股份
4	蔡来飞	董事，直接持有公司 4.50%的股份
5	陈晓静	董事兼财务负责人兼董事会秘书，间接持有公司 0.14%的股份
6	吕萍萍	监事，间接持有公司 1.18%的股份
7	林冬冬	监事，间接持有公司 0.27%的股份
8	高楚明	监事，直接持有公司 6.30%的股份

上述人员关系密切的家庭成员也属于本公司关联方，包括：配偶、父母、年满18周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母。

(5) 主要投资者个人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、实施重大影响、或担任董事、高级管理人员的除本公司及本公司控股子公司以外的企业

序号	关联方	关联关系
1	厦门空白文化创意有限公司	董事蔡来飞控制的企业
2	厦门美图移动科技有限公司	董事蔡文胜担任董事长的企业
3	厦门美图之家科技有限公司	董事蔡文胜担任董事长的企业
4	北京大杰致远信息技术有限公司	董事蔡文胜担任董事的企业
5	浙江艺商网络科技有限公司	董事蔡文胜担任董事的企业
6	厦门同步网络有限公司	董事蔡文胜担任董事的企业
7	厦门美图网科技有限公司	董事蔡文胜控制的企业
8	隆领投资	董事蔡文胜控制的企业
9	隆领投资有限公司	董事蔡文胜控制的企业
10	厦门隆领资产管理有限公司	董事蔡文胜控制的企业
11	厦门隆领之家投资管理合伙企业（有限合伙）	董事蔡文胜控制的企业
12	北京至美实力信息技术有限公司	董事蔡文胜通过隆领投资间接控制的企业

13	北京能动网络技术有限公司	董事蔡文胜通过隆领投资间接控制的企业
14	苏州至美信息技术有限公司	董事蔡文胜通过隆领投资间接控制的企业
15	飞播投资	监事吕萍萍担任执行事务合伙人的企业

## (6) 其他关联方

本公司根据实质重于形式的原则认定的其他与本公司有特殊关系，可能或者已经造成本公司对其利益倾斜的关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	北京背篓科技有限公司	持股 5%以上股东隆领投资参股公司
2	福建省松溪县心桥担保有限公司	报告期初实际控制人伊光旭父亲控制的企业，2014 年 6 月后该股权已转让
3	四三九九网络股份有限公司	董事蔡文胜曾控制的企业

## (二) 关联交易情况

### 1、经常性关联交易

#### (1) 提供劳务

关联方	关联交易内容	定价方式	2015 年 1-5 月		2014 年度		2013 年度	
			金额 (万元)	占同类 交易比例(%)	金额 (万元)	占同类 交易比例(%)	金额 (万元)	占同类 交易比例(%)
厦门美图移动科技有限公司	提供劳务	市场价	-	-	32.35	1.69%	56.60	6.05%
厦门美图网科技有限公司	提供劳务	市场价	-	-	14.35	0.75%	9.43	1.01%
厦门美图之家科技有限公司	提供劳务	市场价	5.84	0.70%	18.84	0.99%	-	-
北京背篓科技有限公司	提供劳务	市场价	-	-	12.51	0.65%	-	-
合 计			5.84	0.70%	78.05	4.08%	66.03	7.06%

2013年度、2014年度和2015年1-5月，公司向关联方提供的互联网广告收入分别为66.03万元、78.05万元和5.84万元，占对应期间广告收入的比重分别为7.06%、4.08%和0.70%。报告期内广告收入中关联交易占比逐年下降，且整体比

重不高，均在8%以下。上述关联交易定价公允，均按市场价执行。

## （2）关联方租赁

关联方	关联交易内容	定价方式	关联交易金额（万元）		
			2015年1-5月	2014年度	2013年度
四三九九网络股份有限公司	承租房屋	市场价	-	9.97	13.29

2011年，公司与四三九九网络股份有限公司（前身为厦门游家网络有限公司）签订《办公室租赁合同》，约定由四三九九网络股份有限公司将位于厦门市软件园二期望海路二号楼C栋4层的建筑面积为443.14平方米的房屋出租给公司，用于公司日常经营办公，租赁期限自2011年9月1日起至2014年8月31日，租金为每平方米25元/月。上述关联租赁系参考市场价定价，租赁期限到期后，公司将经营场所搬迁至新租赁办公楼，该等关联租赁未来将不再持续。

## （3）关键管理人员薪酬

关联方	关联交易内容	关联交易金额（万元）		
		2015年1-5月	2014年度	2013年度
关键管理人员	支付薪酬	35.55	46.13	21.53

## 2、偶发性关联交易

### （1）受让飞博文创股权

2015年5月18日，伊光旭将其所持有飞博文创58%的股权（认缴580万元，实缴0元）以人民币0元的价格转让给公司；隆领投资将其所持有飞博文创30%的股权（认缴300万元，实缴0元）以人民币0元的价格转让给公司；高楚明将其所持有飞博文创7%的股权（认缴70万元，实缴0元）以人民币0元的价格转让给公司；蔡来飞将其所持有飞博文创5%的股权（认缴50万元，实缴0元）以人民币0元的价格转让给公司。

### （2）受让厦门壹生信息科技有限公司股权

2015年5月18日，伊光旭将其所持有厦门壹生信息科技有限公司15%的股权以人民币150万元的价格转让给公司。

### (3) 受让厦门周末圈信息科技有限公司股权

2015年5月18日，伊光旭将其所持有厦门周末圈信息科技有限公司20%的股权以人民币10万元的价格转让给公司。

#### (4) 偶发性关联交易的必要性、公允性、履行的决策程序

##### ①交易的必要性及决策程序履行

##### i 收购飞博文创

报告期内，公司股东伊光旭、隆领投资、高楚明和蔡来飞共同投资了飞博文创，与本公司的经营范围相似，存在一定程度的同业竞争。为消除同业竞争，2015年5月18日，飞博文创召开股东会，决议伊光旭、隆领投资、高楚明和蔡来飞将其所持有的飞博文创的股权转给公司。

##### ii 受让壹生科技和周末圈股权

壹生科技的主营业务为母婴商品电子商务，周末圈的主营业务为城市周边休闲娱乐旅游推介。母婴类细分电子商务业及在线旅游业均为互联网领域的朝阳产业，也是时下风投热捧的投资目标，未来发展前景良好。依照公司未来发展规划，公司拟在巩固现有互联网广告业务的同时，积极完善互联网相关产业布局，从而开展一系列自有手机APP平台的开发和运营活动。

公司所拥有的自媒体账号中不乏涉及母婴、旅行等内容，例如辣妈教室、辣妈萌宝日记、一块去旅行、明天开始旅行等，公司根据这些自带商业属性的自媒体账号运营情况，进行相关细分市场电商平台搭建是公司未来一项重要业务发展规划。为了避免潜在的同业竞争，2015年5月18日，飞博有限召开股东会，同意伊光旭将其所持有周末圈20%的股权（认缴注册资本10万元，实缴注册资本10万元）以10万元价格转让给飞博有限；同意伊光旭将其所持有壹生科技15%的股权（认缴注册资本7.6818万元，实缴注册资本7.6818万元）以150万元价格转让给飞博有限。

##### ②交易价格的公允性

伊光旭、隆领投资、高楚明和蔡来飞以0元价格将飞博文创（认缴注册资本

1,000万元，实缴注册资本0万元）100%股权转让给飞博有限，定价依据为股东实缴注册资本的价格。

伊光旭以10万元价格将周末圈（认缴注册资本50万元，实缴注册资本50万元）权20%股权转让给飞博有限，股权转让款是以股东出资时股权的价格作为定价依据。

2015年3月，伊光旭以150万元的价格取得壹生科技（认缴注册资本7.6818万元，实缴注册资本7.6818万元）15%的股权。伊光旭受让上述股权的定价依据是在考虑壹生科技盈利能力、未来发展及壹生科技2014年财务报告的基础上，经投资各方协商一致壹生科技后确定。2015年5月，伊光旭将上述15%的股权按取得成本150万元的价格平价转让给飞博有限。

### （三）关联方往来

报告期内，公司与关联方的往来余额情况具体如下：

#### 1、应收关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	厦门美图移动科技有限公司	-	-	-	-	60.00	3.00
其他应收款	福建省松溪县心桥担保有限公司	-	-	20.00	10.00	20.00	6.00

注：因账龄超过3年难以收回，经公司股东会审议后，公司于2015年核销向福建省松溪县心桥担保有限公司出借的20.00万元资金。

#### 2、应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2014.8.31	2013.12.31	2012.12.31
		账面余额	账面余额	账面余额
预收款项	厦门美图网科技有限公司	-	-	40.00
其他应付款	伊光旭	-	4.00	4.00

#### （四）关联交易对公司财务状况及经营成果的影响

报告期内，公司与关联方的关联往来不存在损害公司和股东利益的情况，公司与厦门美图网科技有限公司、厦门美图移动科技有限公司等关联方之间的关联交易作价公允，且交易发生额占营业收入金额的比重较低，未对公司整体的财务状况和经营成果构成较大影响。

公司于2015年第二次临时股东大会审议通过《最近两年及一期关联交易情况说明的议案》，认为报告期内公司发生的关联交易作价公允，不存在损害挂牌公司及非关联股东利益的情况。

为进一步保障挂牌公司利益，公司持股5%以上股东、董事、监事和高级管理人员均出具了《关于规范与厦门飞博共创网络科技有限公司关联交易的承诺函》，承诺：

“1、不利用自身对飞博的关系及影响，谋求飞博及其控制的企业在业务合作等方面给予本人、本人的直系亲属及本人（包括直系亲属）控制的企业优于市场第三方的权利；

2、不利用自身对飞博的关系及影响，谋求本人、本人的直系亲属及本人（包括直系亲属）控制的企业与飞博及其控制的企业达成交易的优先权利；

3、杜绝本人、本人的直系亲属及本人（包括直系亲属）控制的企业非法占用飞博及其控制的企业资金、资产的行为，在任何情况下，不要求飞博及其控制的企业违规向本人、本人的直系亲属及本人（包括直系亲属）控制的企业提供任何形式的担保；

4、本人、本人的直系亲属及本人（包括直系亲属）控制的企业不与飞博及其控制的企业发生不必要的关联交易，如确需与飞博及其控制的企业发生不可避免的关联交易，保证：（a）督促飞博按照《中华人民共和国公司法》、《非上市公司监督管理办法》等有关法律、法规、规范性文件和《厦门飞博共创网络科技有限公司章程》、《厦门飞博共创网络科技有限公司关联交易制度》的规定，履行关联交易的决策程序；（b）遵循平等互利、诚实信用、等价有偿、公平合理的交易原则，以市场公允价格与飞博进行交易，不利用该等交易从事任何



损害飞博及其全体股东利益的行为；(c) 根据《中华人民共和国公司法》、《非上市公司公众公司监督管理办法》等有关法律、法规、规范性文件和《厦门飞博共创网络科技有限公司章程》、《厦门飞博共创网络科技有限公司关联交易制度》的规定，督促飞博依法履行信息披露义务和办理有关报批程序。”

## （五）公司规范关联交易的制度安排

为规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，股份公司设立后，公司按照《公司法》、《非上市公司监管指引第3号——章程必备条款》等有关法律、法规、规章及其他规范性文件的相关规定，制订了《公司章程》、《关联交易制度》等内部管理制度，规定了关联股东、关联董事对关联交易的回避制度，明确了关联交易的决策权限和决策程序，主要内容如下：

### 1、《公司章程》关于规范关联交易的规定

《公司章程》对关联交易的决策权限和回避制度作出的规定如下：

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

关联交易事项包括：（一）与关联方进行交易；（二）为关联方提供担保；（三）向关联方的重大投资或接受关联方的重大投资；（四）其他股东大会认为与关联股东有关的事项。

股东大会应当制定关联交易决策制度、对外担保决策制度及重大投资决策制度，对上述关联事项制定具体规则。

有关联关系股东的回避和表决程序为：（一）由关联关系股东或其他股东提出回避申请；（二）由董事会全体董事过半数通过决议决定该股东是否属关联股东并决定其是否回避；（三）关联股东不得参与审议和列席审议有关关联交易事项；（四）股东大会对有关关联交易事项进行表决时，在扣除关联股东所代表的有表决权的股份数后，由出席股东大会的非关联股东按本章程的相关规定表决。”

### 2、《关联交易制度》对于关联交易决策权限的规定

《关联交易制度》对关联交易决策权限和回避制度作出的具体规定如下：

“第十五条 公司董事会审议关联交易事项时，由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过；对关联方提供担保的决议生效条件适用公司章程对外担保的有关规定。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

第十六条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有表决权股份总数；股东大会决议公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东明确表示回避的，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同样法律效力。

第十七条 董事会对不超过公司最近一期经审计后净资产绝对值的5%，或低于人民币3,000万元的关联交易（两者数据以较大者为准）进行审议并作出决议。

第十八条 股东大会对高于公司最近一期经审计后净资产绝对值的5%，且高于人民币3,000万元的关联交易进行审议并作出决议。

第十九条 公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在人民币3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易，应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计。与公司日常经营有关的购销或服务类关联交易除外，但有关法律、法规或规范性文件有规定的，从其规定。

公司可以聘请独立财务顾问就需股东大会批准的关联交易事项对全体股东是否公平、合理发表意见，并出具独立财务顾问报告。

第二十条 监事会对需董事会或股东大会批准的关联交易是否公平、合理，是否存在损害公司和非关联股东合法权益的情形明确发表意见。”

“第二十六条 公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为持有本公司5%以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

第二十七条 公司与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易，或与关联法人发生的交易金额在100万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易，应当及时披露。

公司与关联人达成以下关联交易时，可以免于按照本章规定履行相关义务：  
（一）一方以现金方式认购另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或者其他衍生品种；（二）一方作为承销团成员承销另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或者其他衍生品种；（三）一方依据另一方股东大会决议领取股息、红利或报酬；（四）一方参与公开招标、公开拍卖等行为所导致的关联交易；（五）全国股份转让系统公司认定的其他情况。

第二十八条 对于每年发生的日常性关联交易，公司应当在披露上一年度报告之前，对本年度将发生的关联交易总金额进行合理预计，提交股东大会审议并披露。对于预计范围内的关联交易，公司应当在年度报告和半年度报告中予以分类，列表披露执行情况。

如果在实际执行中预计关联交易金额超过本年度关联交易预计总金额的，公司应当就超出金额所涉及事项依据《厦门飞博共创网络科技有限公司章程》和本制度的规定提交董事会或者股东大会审议并披露。”

## 八、需提醒投资者关注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签署日，公司无需要披露的重大期后事项、或有事项及其他重要事项。

## 九、报告期内资产评估情况

2015年6月26日，厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司对有限公司整体变更为股份公司进行资产评估，评估基准日为2015年5月31日，并出具了“大学评估[2015]ZL0012号”《厦门飞博共创网络有限公司拟改制设立股份有限公司涉及的全部资产和负债评估报告书》。

本次资产评估采用资产基础法，截止于评估基准日2015年5月31日，纳入本

次评估范围的资产及负债的评估价值：总资产为人民币壹仟肆佰叁拾壹万零伍佰壹拾玖元伍角陆分（RMB14,310,519.56元）、负债为人民币贰佰玖拾玖万肆仟捌佰叁拾叁元柒角（RMB2,994,833.70元）、净资产为人民币壹仟壹佰叁拾壹万伍仟陆佰捌拾伍元捌角陆分（RMB11,315,685.86元）。

报告期内，公司除整体变更时进行了资产评估外，未发生其他资产评估事项。

## 十、报告期内股利分配政策及利润分配情况

### （一）报告期内股利分配政策

有限公司阶段，根据《公司章程》规定，公司的利润分配政策为：

“股东按照实缴的出资比例分取红利。

公司分配当年税后利润后，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。

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

股份公司设立后，根据《公司章程》规定，公司现行和公开转让后的股利分配政策如下：

“公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

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

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

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。

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。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。”

## （二）报告期内利润分配情况

报告期内公司未进行利润分配。

# 十一、控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本情况

2015年5月18日，飞博文创投股东将其合计持有的100%股份全部转让给飞博有限，并于2015年5月21日办理完毕工商变更。自此，该公司成为公司全资子公司，具体情况参见本公开转让说明书“第一节 基本情况/八、本公司之控股子公司的基本情况”。

2015年7月20日，公司设立控股子公司厦门小喵网络有限公司，具体情况参见本公开转让说明书“第一节 基本情况/八、本公司之控股子公司的基本情况”。

# 十二、影响公司持续经营的风险

## （一）公司业务方面的风险

### 1、第三方平台依赖的风险

公司系国内领先的自媒体公司，主要依托微博和微信公众平台这两大第三方社交网络平台开展业务。公司通过在这两大平台上发展自身的网络账号积累用户群，形成自身的影响力从而承接广告业务和策划业务，公司所拥有账号的商业价值容易受到微博和微信用户规模和用户活跃度的影响，如果出现新的第三方平台超越并取代了微博、微信，公司原有的存在于微博、微信的账号价值将会大打折扣，并且面临现有商业模式是否能顺利延续至新平台的风险。此外，公司所开展的业务及其发展也易受腾讯和新浪的社交媒体平台自身业务规划的约束，若上述平台为了发展自身的广告业务或为了净化平台环境提升用户体验而较大程度的限制平台上营销账号的广告营销活动，公司的业务将会受到较大的影响。

应对措施：为更好的保障公司旗下自媒体账号的合法权利，公司积极参与配合维护微博、微信平台秩序，严格遵守《新浪微博社区公约》、《微任务自媒体账号行为规范》、《微信公众号服务协议》和《微信公众平台企业号运营规范》等平台规范。同时，公司通过战略性部署，从2015年起正式进军第三方电商导购服

务领域,拟大力开展自有手机 APP 平台的开发和运营,以期将存在于第三方平台上的用户流量向自有平台进行转化和导入,进而实现互联网相关产业全面布局。

## 2、人才流失的风险

移动互联网行业的人力资源分布情况十分不均衡,行业人员流动性比较大,而且行业尚未形成质量标准和技术规范,也没有完整的培训体系,具有丰富经验的高端人才相对匮乏。主要原因如下:一是行业目前处于发展初期,进入门槛较低,集中度不高;二是行业市场化程度较高,竞争较为激烈,行业的竞争在一定程度上演进为人才的竞争。优秀人才对创意和设计的实现效果、植入广告的质量和效果起着决定性的作用。如果优秀创意人才和营销服务人才流失,都将对公司产生不利影响。

应对措施:公司在积极引进行业高端人才的同时,也非常重视现有员工的潜力挖掘。公司拥有比较完善的培训机制与激励机制,建立了通畅的内部选聘渠道。另外,公司通过建立积极向上的企业文化,以人性化的管理理念,舒适的办公场所,给员工创造宽松、有活力的办公环境。公司还将薪酬制度与企业的绩效管理相连,通过股权激励、增加晋升机会、提高福利待遇等相结合的激励措施来激发企业人才长期积极的工作热情。

## 3、市场竞争的风险

公司主要为客户提供自媒体广告投放服务,其经营载体为第三方社交网络平台账号。与传统广告及营销策划服务相比,自媒体在交互性、传播性、转化率等广告营销效果方面具有独特优势并且参与成本及进入门槛较低,近年来取得了快速的发展。自媒体行业的发展得到了越来越多人的关注,行业参与者将逐渐增多,不仅包括有一定组织规模的自媒体公司、工作室还包括一些独立撰稿人,明星,网络红人等自媒体人。一些自媒体联盟组织将广大独立分散的自媒体人集中起来共同承接业务,因其涵盖的自媒体数量多范围广对公司而言有较大的竞争力,明星和网络红人等自媒体人有着极强的示范效应,因其强大的群众号召力同样会对公司广告投放业务形成一定影响。

应对措施:公司在业务创新方面一直不断追求,为应对市场竞争风险,公司制定了详细的近期及中长期发展规划,未来拟收购或投资具有商业前景的优质

外部自媒体, 将其纳入公司自媒体矩阵, 进一步扩大公司自媒体的整体规模及影响力, 增强综合竞争力。公司加大在研发方面的投入, 取得了多项自有知识产权, 同时, 公司在商业模式的优化方面也不断探索, 力求站在行业前端。

#### **4、新业务开拓风险**

为抢抓互联网行业快速发展带来的机遇, 公司也在全面布局互联网相关产业, 公司于2015年7月20日设立控股子公司厦门小喵网络有限公司, 大力开发和推广第三方电商导购平台业务, 专业从事零食类商品导购服务。子公司小喵网络未来如何将公司旗下自媒体用户成功引导至新业务平台仍存在不确定因素。尽管子公司在人才、技术、市场等方面做了积极准备, 目前新业务开展较为顺利, 但因进入时间尚短, 新业务收入规模尚未体现, 未来发展仍存在不确定性。

应对措施: 子公司小喵网络目前涉足的第三方电商导购平台业务尚处于初期阶段, 急需短时间内组建一支业务运作的核心团队。目前小喵网络已经引进丰富电子商务工作经验及成功运营案例背景的人才作为团队的负责人, 并对团队其他人员进行电商业务开展相关的专业培训。未来公司还将积极借鉴同行业竞争对手的成功经验, 取长补短, 促进业务的顺利开展。

### **(二) 公司财务方面的风险**

#### **1、与关联方关联交易的风险**

报告期内, 公司与厦门美图移动科技有限公司、厦门美图网科技有限公司等多家关联方发生关联交易。上述关联交易总体发生金额较小, 对公司经营情况和盈利水平影响较低, 关联交易的价格均按照市场价执行。尽管公司目前已制定了相关的关联交易管理制度, 以确保公司关联交易的合理性和公允性, 但如果出现公司实际控制人、控股股东利用其控制地位对关联交易价格等进行控制等不公允现象, 将对公司的生产经营产生较为重大的影响。

应对措施: 随着股改完成, 公司治理机制正在逐步完善, 制定审议通过了《公司章程》、《关联交易制度》等规章制度, 重点对关联交易的行为进行规范, 规范了关联交易的定价机制, 推动公司健康可持续发展。

#### **2、其他应收款坏账风险**

有限公司阶段公司未建立健全资金管理、关联方资金往来等制度。2015年公司实际核销其他应收款33.73万元，其中20.00万元系关联借款。股份公司设立后，公司开始规范各项内部控制制度，完善资金管理的流程，严格执行销售管理制度、收款管理制度等内部控制制度的有关规定，以降低应收款项坏账风险，但未来公司仍存在应收款项不能按期收回或发生坏账，从而对公司偿债能力及经营业绩产生不利影响的风险。

应对措施：公司将继续加强和完善应收款项管理制度，密切关注客户的信用状况，适时调整公司的信用政策，力争将应收款项坏账风险降到最低。此外，公司将及时关注账龄较长的应收款项，加大催收力度。同时，公司在内部控制制度中明确了关联方资金往来的决策和审批权限，未来将严格执行。

### （三）公司治理的风险

公司于2015年7月3日由厦门飞博共创网络有限公司整体变更设立。股份公司设立后，建立健全了法人治理结构，完善了现代化企业发展所需的内部控制体系。但是，由于股份公司成立的时间较短，各项管理、控制制度的执行尚未经过较长经营周期的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善；同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

应对措施：股份公司设立后，公司对有限公司阶段治理不规范的情况进行了整改，通过了《公司章程》、三会议事规则、与公司治理有关的管理制度以及信息披露制度，对关联交易、购买出售重大资产、重大对外担保等事项均进行了相应制度性规定。公司通过不断完善法人治理结构，改进股份公司的治理机制，不断提高治理水平。

股份公司将按照相关法律、法规和规章制度的规定，强化董事、监事和高级管理人员在公司治理和规范运作方面的理解和执行能力，督促其勤勉尽责。股份公司将充分发挥监事会作用，通过召开相关会议、现场检查等措施对公司董事会、高级管理人员进行监督。

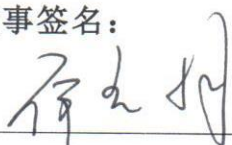


## 第五节 有关声明

### 一、公司全体董事、监事、高级管理人员声明

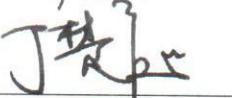
本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。


全体董事签名：

  
伊光旭

  
蔡文胜


  
蔡来飞

  
丁楚庭

  
陈晓静

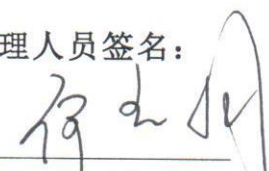
全体监事签名：

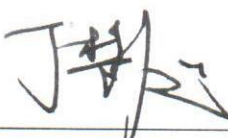
  
吕萍萍

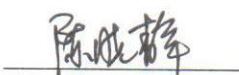
  
高楚明

  
林冬冬

高级管理人员签名：

  
伊光旭

  
丁楚庭


  
陈晓静


厦门飞博共创网络科技有限公司

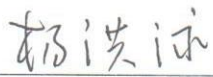


## 二、主办券商声明

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：   
冉 云

项目负责人：   
杨洪泳

项目小组成员：   
杨洪泳

  
李升军

  
陈 莹

  
吕 芸

国金证券股份有限公司

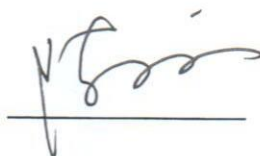
2015 年 11 月 5 日



### 三、律师声明

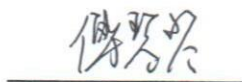
本机构及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的法律意见书无矛盾之处。本机构及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：



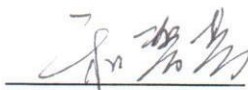
陈毅敏

经办律师：



傅琴琴

经办律师：



和碧蕾

北京市竞天公诚律师事务所上海分所


2015 年 11 月 17 日



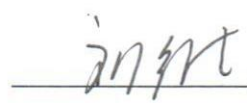
#### 四、审计机构声明

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

会计师事务所负责人：


  
徐 华

签字注册会计师：

  
刘 维



签字注册会计师：

  
周奕青



致同会计师事务所（特殊普通合伙）



## 五、资产评估机构声明

本机构及经办人员签字注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的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。

资产评估机构负责人：\_\_\_\_\_

王健青



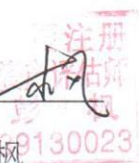
签字注册资产评估师：\_\_\_\_\_

何秀明



签字注册资产评估师：\_\_\_\_\_

彭枫



厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司



2015年 7月 5日

## 第六节 附件

以下附件于全国股份转让系统指定信息披露平台披露：

- 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；
- 七、其他与公开转让有关的重要文件。