



广东悠派智能展示科技股份有限公司  
公开转让说明书

**UPQL 悠派科技**

主办券商



二〇一五年八月

---

## 声明

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。

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。

全国股份转让系统公司对公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对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，公司经营与收益的变化，由公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

---

## 目录

声明.....	8
重大事项提示.....	13
释义.....	17
<b>第一章基本情况.....</b>	<b>19</b>
一、 公司简介 .....	19
二、 股票挂牌情况 .....	19
三、 股权结构及主要股东情况 .....	21
(一) 股权结构图.....	21
(二) 控股股东、实际控制人及持有 5%以上股份股东情况.....	21
(三) 股东之间的关联关系.....	24
(四) 设立以来股本的形成及其变化情况.....	24
(五) 公司子公司基本情况.....	32
(六) 设立以来重大资产重组情况.....	33
四、 董事、监事和高级管理人员情况 .....	33
(一) 董事.....	33
(二) 监事.....	34
(三) 高级管理人员.....	35
五、 最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表 .....	36
六、 本次挂牌的有关机构情况 .....	38
(一) 主办券商.....	38
(二) 律师事务所.....	38
(三) 会计师事务所.....	38
(四) 评估机构.....	39
(五) 证券登记结算机构.....	39
(六) 证券交易场所.....	39
<b>第二章公司业务.....</b>	<b>40</b>
一、 业务情况 .....	40
(一) 公司的主营业务.....	40
(二) 公司的主要产品和服务.....	41
(三) 公司主要产品和服务案例.....	43

二、 公司的组织架构与业务流程 .....	46
(一) 公司的组织架构图.....	46
(二) 公司主要业务流程及方式.....	47
三、与业务相关的关键资源.....	50
(一) 产品所使用的主要技术及在产品和服务中的作用.....	50
(二) 主要无形资产情况.....	51
(三) 重要固定资产情况.....	55
(四) 取得的业务许可资格或资质情况.....	57
(五) 员工情况.....	58
(六) 公司研发基本情况.....	60
四、与业务相关的情况.....	61
(一) 报告期主营业务收入的构成.....	61
(二) 报告期内前五名客户情况.....	62
(三) 主要成本构成情况.....	63
(四) 报告期内前五名供应商情况.....	63
(五) 生产外协情况.....	64
(六) 报告期内重大业务合同及履行情况.....	65
(七) 公司合法合规经营情况.....	71
五、公司的商业模式.....	72
六、公司所处行业基本情况.....	73
(一) 行业概况.....	74
(二) 行业发展趋势.....	78
(三) 行业进入壁垒.....	79
(四) 影响行业发展的主要因素.....	80
(五) 行业周期性、区域性或季节性特征.....	82
七、同行业主要竞争对手情况.....	83
八、公司竞争优劣势及战略规划.....	85
(一) 公司的竞争优势.....	85
(二) 公司的竞争劣势.....	87
(三) 公司的应对措施及未来发展战略.....	87
<b>第三章公司治理.....</b>	<b>89</b>
一、 股东大会、董事会和监事会的建立健全情况 .....	89
二、 股东大会、董事会、监事会及相关人员履行职责情况 .....	89
(一) 股东大会、董事会、监事会.....	89

(二) 董事会秘书.....	90
(三) 履职情况.....	90
三、 投资者参与公司治理以及职工代表监事履行责任的实际情况 .....	90
四、 董事会对公司治理机制及相关内部管理制度建设情况的讨论与说明 .....	90
(一) 股东的知情权、参与权、质询权、表决权等情况.....	90
(二) 投资者关系管理、纠纷解决机制、累积投票制、关联股东和董事回避制度及其他内部管理制度建设情况.....	91
五、 董事会对公司治理机制执行情况的评估 .....	92
六、 公司及控股股东、实际控制人最近两年违法违规及受处罚的情况 .....	92
七、 公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务、机构方面的分开情况.....	92
(一) 业务独立.....	92
(二) 资产独立.....	92
(三) 人员独立.....	93
(四) 财务独立.....	93
(五) 机构独立.....	93
八、 同业竞争情况 .....	93
九、 公司近两年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保情况.....	95
(一) 关联方资金占用及为关联方提供担保的情况.....	95
(二) 防止关联方资金占用采取的措施.....	95
十、 董事、监事、高级管理人员相关情况 .....	96
(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情况.....	96
(二) 董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系.....	97
(三) 董事、监事、高级管理人员与公司签订的重要协议或作出的重要承诺.....	97
(四) 董事、监事、高级管理人员的兼职情况.....	97
(五) 董事、监事、高级管理人员的对外投资情况.....	98
(六) 董事、监事、高级管理人员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情况.....	98
十一、 公司董事、监事、高级管理人员在近两年来的变动情况和原因 .....	98
(一) 公司董事、监事、高级管理人员在近两年来的变动情况.....	98
(二) 公司董事、监事、高级管理人员在近两年来的变动原因.....	99
十二、 其他事项.....	99
(一) 环境保护.....	99

(二) 安全生产.....	100
(三) 未决诉讼或仲裁.....	100
<b>第四章公司财务.....</b>	<b>101</b>
一、 最近两年一期的审计意见及主要财务报表 .....	101
二、 公司的主要会计政策及会计估计 .....	126
三、 最近两年一期的主要会计数据和财务指标及分析 .....	140
四、 报告期利润形成的有关情况 .....	146
五、 公司最近两年一期的主要资产情况 .....	158
六、 公司最近两年的重大债务情况 .....	177
七、 报告期股东权益情况 .....	183
八、 报告期现金流量情况 .....	184
九、 关联方、关联方关系及重大关联方交易情况 .....	186
(一) 关联方及关联关系.....	186
(二) 关联交易情况.....	187
(三) 关联交易决策程序执行情况.....	191
十、 需要提醒投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	
192	
(一) 期后事项.....	192
(二) 或有事项.....	193
(三) 承诺事项.....	193
(四) 其他重大事项.....	193
十一、 公司报告期内的资产评估情况 .....	193
十二、 股利分配政策和最近两年分配情况 .....	193
十三、 纳入合并报表范围的子公司情况 .....	194
十四、 可能对公司业绩和持续经营产生不利影响的因素 .....	197
<b>第五章有关声明.....</b>	<b>201</b>
申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明.....	201
主办券商声明.....	202
律师事务所声明.....	203
会计师事务所声明.....	204
资产评估机构声明.....	205
<b>第六章附件.....</b>	<b>206</b>

---

## 重大事项提示

### 1、实际控制人不当控制的风险

公司的控股股东为东莞市悠派投资发展有限公司，持有公司 67.65%的股权。公司董事、总经理、法定代表人刘长秀和董事长张晓钟为夫妻关系，合计持有控股股东东莞市悠派投资发展有限公司 70%的股权，为共同实际控制人。由于公司控制权高度集中、共同实际控制人之间为夫妻关系且均担任公司决策、管理方面重要职务，公司实际控制人可能通过行使股东表决权、直接参与公司人事、财务、经营决策等方式对公司实施不当控制，从而损害公司及未来其他股东的利益。

### 2、市场竞争风险

终端展示行业尚处于起步阶段，从事终端展示服务生产的厂家也为数不少，但因终端展示的各个流程、每个环节是可分割的，因此各个流程中都有不同的主体提供部分环节服务。当前从事终端展示营销服务的公司有营销服务公司、行销策划公司、广告公司、设计公司、家具公司、展示道具生产公司、装修公司、互联网公司，市场集中度较低。行业内呈现企业规模较小、形成设计、生产、销售、安装一体的产业链的企业不多的竞争格局。

公司凭借设计能力、移动数字化技术和一体化营销展示服务在市场竞争中取得了一定的竞争优势。但随着终端展示由传统的商品陈列向品牌展示过渡以及品牌推广手段的多元化发展，客户对终端展示服务的需求也将由简单的展示道具需求，逐步过渡到由终端展示服务公司全面提供涵盖策划、设计、生产、安装及活动执行的一体化服务模式，终端展示一体化服务模式公司也将逐渐增多；另一方面，公司成为新三板挂牌公司后，下游客户信息公开，可能会对公司的客户资源产生影响。因此，公司未来将面临市场竞争加剧的风险。

尽管本公司在一体化服务模式方面具有先发优势，形成了高效的设计和创新机制，客户储备较多，若本公司不能够有效地适应市场竞争的要求，将会对经营业绩造成负面影响。

### 3、核心人员流失及设计方案泄密风险

公司成立以来，核心团队稳定，主要是公司的管理、技术人员，是公司核心

---

竞争力的重要组成部分，为公司持续发展壮大做出了重要贡献。公司的大部分管理人员见证了公司成立以来飞跃式的发展和多次战略性的转型，公司核心管理团队和核心技术人员对各项业务获取订单起着至关重要的作用。目前公司核心管理团队人员包括董事长张晓钟、总经理刘长秀、副总经理李学智、副总经理杨剑等，核心技术人员包括胡鑫标等 6 人。如果相关核心管理人员或核心技术人员流失，将会对公司订单获取、技术优势等竞争力造成一定影响。

经多年积累，公司创建了企业自身的一套店铺形象设计和执行的标准，并且为众多著名品牌提供过设计服务。公司依托在设计领域的丰富经验，成为了清华大学、广东工业大学、广州美术学院的实践教学基地。公司以设计为先导，通过创意设计带动后续订单，设计方案主要在设计图纸及文档中体现，容易通过视觉记忆、电子邮件等方式泄露，公司存在因设计人员的离职或其他原因造成设计方案泄密、设计数据库被剽窃的风险。

#### **4、季节性波动风险**

终端展示行业具有一定的季节性特征，一般与假期经济有较大的关联性，客户的营销市场活动计划通常会随着节假日的到来而随之增多。公司下游零售行业各大终端零售卖场通常在五一、国庆、元旦、春节等国家法定节假日前对展示道具进行升级或更新换代，开展大量的整体展示项目，因此，公司销售旺季一般在下半年。由于受季节性因素的影响，在完整的会计年度内，公司的财务状况和经营成果表现出一定的随季节性波动特征，因此 2015 年 1-4 月收入金额较小、净利润为负。公司经营业绩面临季节性风险。

#### **5、业务规模扩张风险**

近两年来，公司的业务规模扩张较快。公司 2013 年、2014 年营业收入分别为 1.51 亿元、2.02 亿元，净利润分别为 873.54 万元、2,092.50 万元，营业收入和净利润均有较大幅度的增长。公司目前主要经营场所为租赁所得，且已不能满足现有业务量和产能需求。报告期内，公司的产能明显不足，外协道具产品的占比较高。公司悠云平台的运营模式尚在探索期，平台的功能有待进一步完善；公司的移动数字化产品和服务尚在研发优化和客户开拓阶段，如何与线下业务融合为一体也有待进一步规划。随着公司业务的不拓展和规模扩张，公司在管理模



---

式、生产管理、人才储备、技术（设计）创新及市场开拓等方面将面临更大的挑战。公司在高速发展的过程中，还可能引发一系列的风险，具体包括发展规划和进程是否合理、资金安排是否合理、市场营销是否精准、人力和研发投入是否可以匹配业绩的增长等。

如果公司的管理水平和人才储备不能适应公司规模迅速扩张的需要，管理制度和公司战略未能随着公司规模的扩大而及时调整和完善，将难以保证公司安全和高效地运营，进而削弱公司的市场竞争力。

## **6、经营活动现金流为负的风险**

2013年、2014年、2015年1-4月，公司的经营活动现金流量金额分别为-136.26万元和-300.46万元和-348.72万元，各期均为负数且绝对值呈增长趋势。公司近两年的收入和利润持续增长，但是由于存货、销售和采购活动中的货款结算等变动导致经营性现金流变动。其中，应收账款和应收票据期末金额较大影响了公司销售商品、提供劳务收到的现金；存货和增值税进项税额较大导致公司购买商品、接受劳务支付的现金流出较多；最终导致了公司营业收入和净利润增长的同时，公司经营活动现金流量净额为负数且呈逐年下滑的趋势。

公司存在经营和财务风险。由于公司目前正处于较快发展时期，业务规模不断扩大，公司的业务规模扩展将在一定程度上依赖于资金的周转状况，目前公司主营业务产生现金的能力尚不能完全满足业务持续发展的需要。倘若公司未来现金状态持续流出，可能导致公司现有资金规模可能无法支撑公司的经营规模扩张，公司业绩增长放缓，或者导致公司现金流入不足于偿还到期的供应商货款和银行贷款，存在短期偿债风险。

## **7、出口退税政策变动风险**

2014年、2015年1-4月，公司出口销售收入分别为75.27万元和173.69万元，占主营业务收入的比重分别为0.37%和5.30%。2014年开始，公司出口产品享受国家的出口产品增值税“免、抵、退”的相关政策。公司出口产品及对应的海关商品码分别为：合纤制油苫布，天篷及遮阳篷63061200；合纤制帐篷63062200，增值税征税税率均为17%，退税税率均为17%。报告期内，公司产品退税政策稳定。但如果国家降低或取消对应退税率，则不可退税部分将计入公司经营成本，从而

---

影响公司利润。随着公司外销收入的增长，如果国家调整公司产品的出口退税政策，将会对经营业绩产生一定的影响。

## **8、公司治理风险**

公司于 2015 年 7 月 30 日完成整体变更，股份公司成立时间较短。报告期内，公司处在有限公司阶段。有限公司设立之初，设立了股东会、一名执行董事和一名监事；2013 年 12 月，有限公司设立董事会，由股东会选举张晓钟、刘长秀、李学智为公司董事。因此，有限公司阶段决策程序简单，治理制度不够健全。股份公司成立后，公司建立健全了符合相关规定的治理机制和治理制度。但是，公司治理层和管理层需要不断熟悉和适应股份公司的各项治理制度，提高公司治理和规范运作的意识也需要一个过程，公司治理机制的运行有效性仍需在实践中进一步检验和提升。公司存在公司治理的风险。

## 释义

除非本文另有所指，下列词语具有的含义如下：

公司、悠派科技	指	广东悠派智能展示科技股份有限公司
有限公司	指	东莞市悠派户外用品制造有限公司、东莞市悠派智能展示科技有限公司
公司章程	指	广东悠派智能展示科技股份有限公司章程
悠派投资	指	东莞市悠派投资发展有限公司
天秀投资	指	东莞天秀投资管理合伙企业（有限合伙）
富坤投资	指	湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）
悠派设计	指	广州悠派展示设计有限公司（广州秀道展示设计有限公司）
悠派振运	指	广州悠派振运市场推广有限公司
悠云数字	指	东莞悠云数字技术有限公司
终端	指	商品与消费者面对面的展示、交易场所。企业通过终端，将品牌形象和产品信息传达给消费者，从而使消费者对品牌形象和产品获得认知，最终实现销售。
终端展示产品	指	终端展示行业中为下游客户提供的服务及产品的统称，包括展示道具和整体展示项目。
终端展示道具	指	在商业空间（商场、专卖店、超市、展厅等）设计中用于产品的衬托和商业空间设计与环境陈列搭配的物件，主要包括展示柜、展示架、展台等有助于突出商品形象、公司形象、品牌形象的物件、器物。展示道具从空间的设计来看可大可小，小至产品的一个摆件，大到空间中的重要陈列物件。展示道具也可以是一件独立的产品，可单独作为展示用品来展示。
室内陈列展示产品和服务	指	主要为企业的营销终端提供室内陈列展示方案的策划、设计、室内陈列展示道具和智能设备的设计和生 产、整体展示项目的安装、活动执行等一体化服务。
SI	指	空间识别，连锁卖场形象识别，店铺形象识别，广义指包括店铺内所有陈列、展示道具、门头、灯箱、展示柜等组成的零售终端个性化和差异化形象。
O2O	指	Online to offline，线上与线下结合，是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台。
轻 APP	指	即轻量级应用，是一种基于平台级移动应用而产生的服务，特点是开发速度快、占用系统资源少、无需下载、即刻使用。

特装	指	对多个标准展位或店面展位进行统一创意设计、特别制作和安装，展位指展馆室内或室外空地上按任意面积划出的展出空间。
易尚展示	指	深圳市易尚展示股份有限公司
惠通创意	指	南京惠通创意展示股份有限公司
奥美广告	指	上海奥美广告有限公司
笔克公司	指	笔克远东集团有限公司
日先陈列	指	日先陈列展示用品（中山）有限公司
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《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》
元、万元	指	人民币元、人民币万元
报告期、两年一期	指	2013 年度、2014 年度、2015 年 1-4 月
广发证券、主办券商	指	广发证券股份有限公司
律师、经办律师	指	湖南启元律师事务所
会计师	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

注：本公开转让说明书中所列出的汇总数据可能因四舍五入原因与根据公开转让说明书中所列示的相关单项数据计算得出的结果略有差异，这些差异是由四舍五入造成的，而非数据错误。

---

## 第一章基本情况

### 一、 公司简介

- 1、中文名称：广东悠派智能展示科技股份有限公司
- 2、英文名称：Guangdong Upal Display Technology Co.,Ltd
- 3、法定代表人：刘长秀
- 4、股份公司成立日期：2015年7月30日
- 5、有限公司设立日期：2007年6月5日
- 6、注册资本：5122.00万元
- 7、住所：东莞市茶山镇塘角村茶塘路西瓜岭
- 8、邮编：523393
- 9、电话：0769-82638111
- 10、传真：0769-82638799
- 11、互联网网址：<http://www.upal.cn/>
- 12、信息披露负责人：李学智
- 13、电子邮箱：[lxzdg@163.com](mailto:lxzdg@163.com)

14、所属行业：根据中国国家统计局颁布的《国民经济行业分类》(GB/T 4754—2011)，公司属于“C21 家具制造业”。按照证监会发布的《上市公司行业分类指引》(2012年修订)，公司目前所处行业属于“C21 家具制造业”。公司所处的细分行业为终端展示行业。

15、主要业务：零售展示终端的设计、生产和销售业务。

16、组织机构代码：66330747-6

### 二、 股票挂牌情况

- 1、股票代码：
- 2、股票简称：

3、股票种类：人民币普通股

4、每股面值：

5、股票总量：5122.00万股

6、挂牌日期：【】年【】月【】日

7、挂牌时拟选择的股票转让方式：协议转让

8、股东所持股份的限售安排及股东对所持股份锁定的承诺

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的公司股份，自公司成立之日一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有公司股份总数的百分之二十五；所持公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其持有的公司股份。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公司的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》第2.8条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

公司股东悠派投资、天秀投资、富坤投资承诺：本单位承诺将严格遵守上述法律法规关于股份转让限制的规定，不违反规定转让本单位所持有的股份。

截止本说明书签署日，公司进入全国中小企业股份转让系统公开转让的股票情况如下：

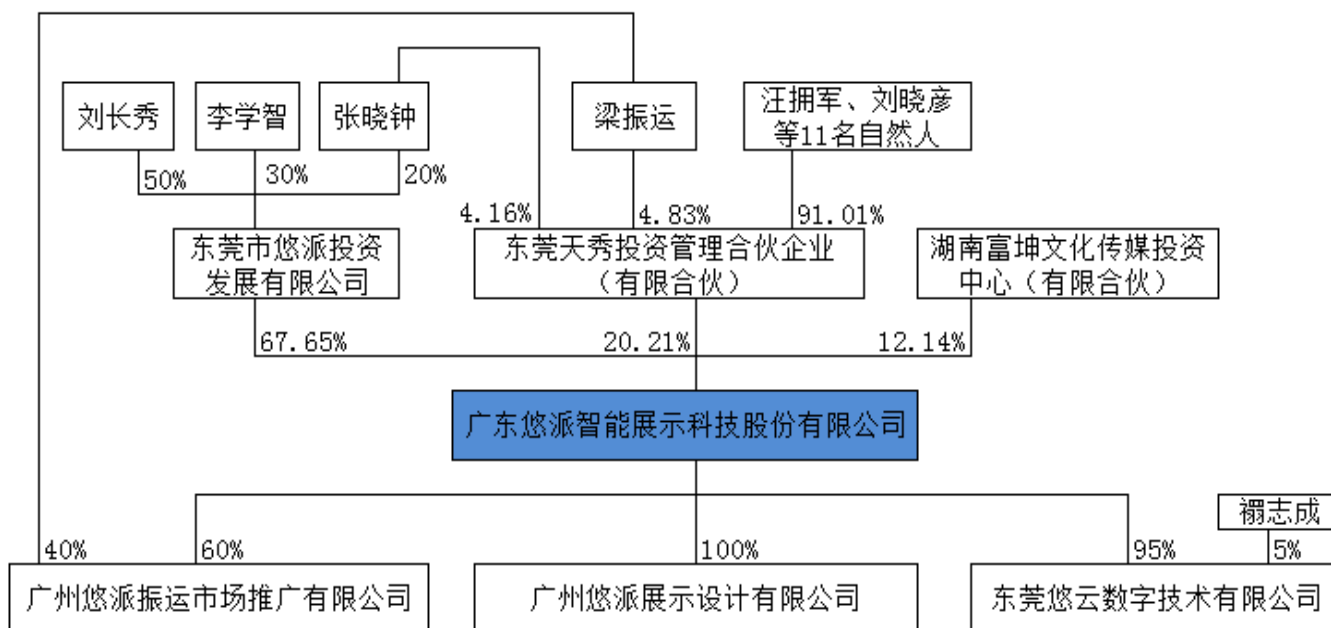
序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)	有限售条件 股份数量 (股)	无限售条件 股份数量 (股)	股东在公司 任职情况
1	悠派投资	34,650,000	67.65	34,650,000	0	---
2	天秀投资	10,350,000	20.21	10,350,000	0	---
3	富坤投资	6,220,000	12.14	5,000,000	1,220,000	---

合计	51,220,000	100.00	50,000,000	1,220,000	---
----	------------	--------	------------	-----------	-----

除上述情况外，公司全体股东所持股份无冻结、质押或其他转让限制情况。

### 三、 股权结构及主要股东情况

#### (一) 股权结构图



#### (二) 控股股东、实际控制人及持有 5% 以上股份股东情况

##### 1、控股股东、实际控制人及近两年的变化情况

公司的控股股东为东莞市悠派投资发展有限公司，持有公司 67.65% 的股权。悠派投资是成立于 2013 年 6 月 17 日的有限责任公司（自然人投资或控股），法定代表人：张晓钟；住所东莞市茶山镇塘角村茶塘路西瓜岭 C 栋 301 室；注册资本 1000 万元，经营范围为投资及投资管理（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）。悠派投资股东为刘长秀、李学智、张晓钟三人，不属于私募投资基金管理人或私募投资基金。其股东情况如下：

序号	股东姓名	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	刘长秀	货币	500.00	50.00
2	李学智	货币	300.00	30.00
3	张晓钟	货币	200.00	20.00
合计		---	1,000.00	100.00

公司的实际控制人为刘长秀、张晓钟。刘长秀、张晓钟为夫妻关系，合计持

有控股股东东莞市悠派投资发展有限公司 70%的股权，为共同实际控制人。

刘长秀、张晓钟简历如下：

刘长秀，女，董事、总经理、法定代表人，1973年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于湖南科技大学经济管理专业，大专学历。1991年7月至1995年1月，就职于东莞银辉玩具有限公司，任生产管理人员；1995年2月至1995年12月，就职于新华城伞业（东莞）有限公司，任生产管理人员；1996年1月至2001年9月，就职于东莞市南城诚丰实业厂，任厂长；2001年10月至2007年6月，就职于东莞市天秀旅游用品厂，任副董事长兼总经理；2007年6月至2015年7月，就职于有限公司，历任公司执行董事、总经理、法定代表人、董事；2015年7月至今，就职于股份公司，任董事、总经理、法定代表人。

张晓钟，男，董事长，1968年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，具有北京大学高级管理工商管理硕士学位。1990年7月至1993年12月，就职于广州市维德精密机械有限公司，历任助理工程师、工程师；1994年1月至1996年7月，就职于东莞宜安电器制品有限公司，任生产主管、品质经理；1996年7月至1998年12月，就职于滨田电器有限公司，任副总经理；1999年1月至2001年9月，就职于新维管理顾问有限公司，任副总经理；2001年10月至2007年6月，就职于东莞市天秀旅游用品厂，任董事长；2007年6月至2015年7月，就职于有限公司，任董事长；2015年7月至今，就职于股份公司，任董事长。

报告期初，公司的控股股东及实际控制人为刘长秀，持有本公司 70%的股权。报告期内，公司发生股权转让、增资等事项，公司控股股东变更为悠派投资，实际控制人变更为刘长秀、张晓钟。

## 2、其他前十名股东及直接持有5%以上股份股东情况

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	股东性质	股份是否存在质押或其他争议事项
1	悠派投资	34,650,000	67.65	法人	否
2	天秀投资	10,350,000	20.21	有限合伙	否
3	富坤投资	6,220,000	12.14	有限合伙	否



合计	51,220,000	100.00	--	否
----	------------	--------	----	---

公司股东均为依法设立并合法存续的企业，符合《公司法》等法律、法规和规范性文件规定的担任公司股东的相应的资格和能力。公司其他股东的具体情况如下：

(1) 东莞天秀投资管理合伙企业(有限合伙)，成立于2013年11月19日，主要经营场所东莞市茶山镇怡华北路70号五楼；执行事务合伙人汪拥军；经营范围：股权投资，企业管理信息咨询、商务信息咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。天秀投资主要为公司员工持股平台，不属于私募投资基金管理人或私募投资基金。其合伙人信息如下：

序号	合伙人	出资额(万元)	出资比例(%)	与公司的关系
1	刘晓彦	240	20.000	公司监事陈惠斌女儿
2	汪拥军 (普通合伙人)	181.62	15.135	公司董事
3	杨剑	142.788	11.899	公司副总经理
4	谢帼望	115.94	9.662	无
5	何润洪	108	9.000	公司监事
6	杨浩	89.391	7.449	公司员工
7	何洁芳	84	7.000	无
8	彭小林	60	5.000	公司员工
9	张晓钟	49.908	4.159	公司董事长
10	梁振运	57.972	4.831	公司员工
11	刘雄立	40.584	3.382	公司财务总监
12	卢丽钻	24	2.000	公司监事会主席
13	刘艳彬	5.797	0.483	公司员工
合计		1,200.00	100.00	---

(2) 湖南富坤文化传媒投资中心(有限合伙)，成立于2011年4月28日，主要经营场所长沙高新开发区桐梓坡西路328号综合办公楼4楼406-4房；执行事务合伙人湖南富坤投资管理有限公司(普通合伙人)(委托代表：朱菁)；经营范围：文化产业的投资或股权投资；投资管理；股权投资咨询；创业投资咨询；企业管理服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)。湖南富坤投资管理有限公司已于2014年4月22日在中国证券投资基金业协会履行基金管理人登记手续，登记编号为P1001143。湖南富坤文化传媒投资中心(有限合伙)于2014年4月22日在中国证券投资基金业协会履行私募基金备案手续。

其合伙人信息如下：

序号	合伙人	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	北京华谊兄弟娱乐投资有限公司	3,600	32.10
2	深圳一德集团有限公司	2,000	17.80
3	芒果影视文化有限公司	2,000	17.80
4	湖南双赢通利整合传播有限公司	2,000	17.80
5	章小龄	1,000	9.00
6	任亚军	500	4.50
7	湖南富坤投资管理有限公司（普通合伙人）	112.2	1.00
合计		11,212.2	100.00

### （三）股东之间的关联关系

张晓钟为悠派投资股东之一，持有20%的股权；张晓钟同时为天秀投资合伙人之一，出资比例4.159%。悠派投资股东刘长秀与张晓钟为夫妻关系，张晓钟与李学智为表兄弟关系。

### （四）设立以来股本的形成及其变化情况

#### 1、2007年6月，有限公司设立

2007年5月22日，刘长秀、李学智签署了《东莞市悠派户外用品制造有限公司章程》，约定设立有限公司，有限公司注册资本为100万元，其中刘长秀出资70万元，李学智出资30万元。

2007年5月17日，东莞市天勤会计师事务所出具天勤验字（2007）第0084号《验资报告》，对有限公司注册资本的实缴情况进行了审验。根据报告，截至2007年5月17日止，有限公司（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币100万元，各股东均以货币出资。

经股东选举，刘长秀担任有限公司执行董事、法定代表人、经理；李学智担任公司监事。

2007年6月5日，东莞市工商行政管理局核发4419002359598号《企业法人营业执照》，公司名称：东莞市悠派户外用品制造有限公司；住所：东莞市茶山镇

塘角村茶塘路西瓜岭；法定代表人：刘长秀；注册资本：100万元；公司类型：有限责任公司；经营范围：加工、产销：帐篷、棚房、伞、拱门、气模。

有限公司设立时的出资情况如下所示：

序号	股东姓名	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	刘长秀	货币	70.00	70.00
2	李学智	货币	30.00	30.00
合计		---	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

### 2、2008年7月，有限公司第一次增资

2008年7月3日，有限公司召开股东会，并作出股东会决议：同意公司注册资本由100万元增至500万元，其中刘长秀增资280万元，李学智增资120万元。同日，公司股东签署新的公司章程。

2008年7月4日，东莞市东诚会计师事务所有限公司对公司本次新增注册资本实收情况进行审验，并出具东诚内验字[2008]331283号《验资报告》，截至2008年7月4日止，公司收到全体股东缴纳的新增注册资本合计人民币400万元，各股东均以货币方式出资。公司累计实收注册资本为500万元。

2008年7月7日，东莞市工商行政管理局向有限公司核发变更后的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，有限公司的股权结构情况如下：

序号	股东姓名	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	刘长秀	货币	350.00	70.00
2	李学智	货币	150.00	30.00
合计		---	<b>500.00</b>	<b>100.00</b>

### 3、2008年10月，有限公司第一次股权转让

2008年10月13日，有限公司召开股东会，并作出股东会决议：同意股东刘长秀将所持有限公司70%的股权以350万元转让给陈自强；免去刘长秀法定代表人、执行董事兼经理职务；选举陈自强为公司法定代表人、执行董事兼经理；同意制定新公司章程。

同日，刘长秀、陈自强签署《股权转让合同》。

2008年10月23日，东莞市工商行政管理局向有限公司核发变更后的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，有限公司的股权结构情况如下：

序号	股东姓名	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陈自强	货币	350.00	70.00
2	李学智	货币	150.00	30.00
合计		---	<b>500.00</b>	<b>100.00</b>

#### 4、2009年2月，有限公司第二次股权转让

2009年2月6日，公司股东陈自强与刘长秀签署《股权转让协议》，陈自强将其持有的公司350万元股权以350万元价格转让给刘长秀。

2009年2月6日，公司召开股东会，并作出股东会决议：同意陈自强将其所持有限公司70%的股权按350万元转让给刘长秀；同意免去陈自强公司法定代表人、执行董事兼经理职务；选举刘长秀为公司法定代表人、执行董事兼经理职务；同意制定新公司章程。

同日，刘长秀、陈自强签署《股权转让合同》。

2009年2月24日，东莞市工商行政管理局向有限公司核发变更后的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，有限公司的股权结构情况如下：

序号	股东姓名	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	刘长秀	货币	350.00	70.00
2	李学智	货币	150.00	30.00
合计		---	<b>500.00</b>	<b>100.00</b>

#### 5、2010年7月，有限公司第二次增资

2010年7月12日，公司召开股东会，并作出股东会决议：同意公司注册资本由500万元增至1,000万元，其中刘长秀增资350万元，李学智增资由150万元；同意修改公司章程相关条款。

2010年7月13日，东莞市东诚会计师事务所有限公司对公司本次新增注册资本实收情况进行审验，并出具东诚内验字[2010]230005号《验资报告》，截至2010年7月12日止，公司已收到全体股东缴纳的新增注册资本合计人民币500万元，各股东均以货币方式出资。公司累计实收注册资本为1,000万元。

2010年7月16日，东莞市工商行政管理局向有限公司核发变更后的《企业法

人营业执照》。本次增资完成后，有限公司的股权结构情况如下：

序号	股东姓名	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	刘长秀	货币	700.00	70.00
2	李学智	货币	300.00	30.00
合计		---	<b>1000.00</b>	<b>100.00</b>

#### 6、2013年7月，有限公司变更经营范围和公司名称、第三次股权转让

2013年7月19日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意：公司名称由“东莞市悠派户外用品制造有限公司”变更为“东莞市悠派智能展示科技有限公司”；公司经营范围变更为：展览展示新材料的研发、推广应用；品牌展示策划、设计、推广服务；商业空间展示设计及建设；工程装饰、装修及工程施工；承办展览展示；数字多媒体的研发与应用；从事广告业务；加工、产销：帐篷、棚房、伞、户外展览展示器材、陈列道具、丝印器材、五金塑胶制品、电子产品；货物进出口、技术进出口。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外；法律、行政法规、国务院决定限制的项目需要取得许可后方可经营）；股东刘长秀将占公司注册资本70%共700万元的出资转让给东莞市悠派投资发展有限公司，股东李学智将占公司注册资本30%共300万元的出资转让给东莞市悠派投资发展有限公司。

同日，刘长秀、李学智分别与悠派投资签订《股东转让出资协议》。

2013年7月24日，有限公司完成上述工商变更登记，股权结构如下表所示：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	悠派投资	货币	1000.00	100.00
合计		---	<b>1000.00</b>	<b>100.00</b>

#### 7、2013年12月，有限公司第三次增资

2013年12月18日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意：同意有限公司注册资本增加至人民币1298.7万元，其中，天秀投资增加出资人民币298.7万元；同意撤销执行董事，设立董事会，选举张晓钟、刘长秀、李学智为公司董事，张晓钟为董事长，陈惠斌为公司监事。

2013年12月20日，东莞市仁智和会计师事务所有限公司出具《验资报告》，经审验，截至2013年12月19日，有限公司已收到天秀投资缴纳的新增注册资

本 298.7 万元，出资方式为货币出资。

2013 年 12 月 24 日，东莞市工商行政管理局向有限公司核发变更后的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，有限公司的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	悠派投资	货币	1000.00	77.00
2	天秀投资	货币	298.70	23.00
合计		---	1298.70	100.00

#### 8、2014 年 9 月，有限公司第四次增资

2014 年 9 月 16 日，湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）与悠派投资、天秀投资、有限公司、张晓钟、刘长秀签订了《关于东莞市悠派智能展示科技有限公司增资合同书》，合同各方同意富坤投资以 1500 万元总投资额对有限公司进行股权投资，对应取得有限公司 10%股权。

2014 年 9 月 16 日，富坤投资与悠派投资、天秀投资、有限公司、张晓钟、刘长秀签署《关于东莞市悠派智能展示科技有限公司增资合同书之补充协议》，补充协议约定，各方同意，富坤投资本次投入的 1500 万元出资，投资估值以 1,500 万元的 10 倍 PE 入股，即公司整体估值 1.5 亿元。富坤投资以占重组后公司 10% 的股权份额确定投资数额，即富坤投资本次增资取得 10% 公司股权所对应的投资款为  $1,500 \text{ 万元} \times 10 \times 10\% = 1,500 \text{ 万元}$ 。如有限公司 2014 年全年经营净利润未达 2160 万元，富坤投资原提供给公司 2000 万元中的 500 万元投资待定款，富坤投资有权按照“股权份额=该债权/[2014 年实际净利润\*10（PE）]\*100%”的公式要求以债转股或直接要求有限公司按照“该债务=该债权+该债权\*资金使用期限\*10%年利率（资金使用期限从双方就该债务支付之日起算）”的公式偿还该债务。公司 2014 年、2015 年承诺指标为净利润环比增长 35%，即每年相比上一年度净利润增长率不得低于 35%，且 2014、2015 年实现净利润分别不得低于 2700 万元、3645 万元。若 2014 年、2015 年实现净利润分别低于预期设定下限的 80%，即 2014、2015 年净利润分别低于 2,160 万元与 2,916 万元时，富坤投资有权选择在公司完成上年度财务审计后启动回购条款权利，要求悠派投资、天秀投资或张晓钟、刘长秀回购富坤投资股权。股权回购和收购条款如下：“7.1 在下列情况下，悠派投资、天秀投资、张晓钟、刘长秀在富坤投资书面通知的要求下，应保证使投资方的股权得以全部被回购或被收购：7.1.1 如果公司在 2016

年 12 月 31 日仍未实现在中国境内或境外的公开发行人和上市；7.1.2 原股东违反其在《增资合同书》第十二条的承诺和保证。7.2 在第 7.1 条约定的情形之一出现时，富坤投资可在其回购通知中要求悠派投资、天秀投资或张晓钟、刘长秀单独或共同收购富坤投资持有的公司股权。7.3 股份回购价格：受让价款=最终投资金额 $\times(1+10\%\times N)$ ，N 为富坤投资增资款支付完成至提出退出要求时的年数。”

2014 年 9 月 17 日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意：同意有限公司注册资本增加至 1443 万元，新增注册资本 144.3 万元由湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）认缴。

2014 年 9 月 24 日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具天职业字【2014】11537 号《验资报告》，经其审验，截至 2014 年 9 月 19 日止，公司已收到新增注册资本（实收资本）合计人民币 144.3 万元，均为货币出资。

2014 年 9 月 25 日，东莞市工商行政管理局向有限公司核发变更后的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，有限公司的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	悠派投资	货币	1,000	69.30
2	天秀投资	货币	298.7	20.70
3	富坤投资	货币	144.3	10.00
合计		---	1443	100.00

## 9、2015 年 7 月，有限公司整体变更为股份公司

2015年6月15日，有限公司召开股东会，决议以有限公司股东作为发起人将有限公司整体变更为股份有限公司，整体变更后的股份公司名称为“广东悠派智能展示科技股份有限公司”；聘请天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）为公司本次整体变更的审计机构；公司以截至2015年4月30日经审计的净资产为基数，按比例折合成股份有限公司的总股本。公司各发起人在股份有限公司中的持股比例与其在有限公司持股比例一致。

2015年7月13日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具了天职业字[2015]11272号《审计报告》（审计基准日为2015年4月30日），有限公司经审计的净资产值为61,464,495.85元。2015年7月15日，沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具了沃克森评报字【2015】第0389号《评估报告》，经评估，公司评估

基准日（2015年4月30日）的净资产评估价值为6,830.90万元。

2015年7月18日，全体发起人召开了广东悠派智能展示科技股份有限公司发起人会议暨第一次股东大会会议，审议通过了《关于东莞市悠派智能展示科技有限公司整体变更为广东悠派智能展示科技股份有限公司方案的议案》《关于授权董事会办理东莞市悠派智能展示科技有限公司整体变更为广东悠派智能展示科技股份有限公司有关事宜的议案》，并通过了股份公司章程、股东大会会议事规则、董事会议事规则、监事会议事规则、关联交易管理办法、对外投资管理办法、对外担保管理办法，选举产生了第一届董事会董事及第一届监事会非职工代表监事。

2015年7月18日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具了天职业字[2015]11272-1号《验资报告》，经审验，截至2015年7月18日（验资截止日）止，贵公司（筹）已收到全体股东以其拥有的东莞市悠派智能展示科技有限公司的净资产折合的股本伍仟万元整。

2015年7月30日，东莞市工商行政管理局核发了新的营业执照。整体变更后公司股东及其持股情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）	出资方式
1	悠派投资	34,650,000	69.30	净资产折股
2	天秀投资	10,350,000	20.70	净资产折股
3	富坤投资	5,000,000	10.00	净资产折股
合计		<b>50,000,000</b>	<b>100.00</b>	<b>净资产折股</b>

#### 10、2015年8月，股份公司第一次增资

2015年7月16日，富坤投资与悠派投资、天秀投资、有限公司、张晓钟、刘长秀签署《关于东莞市悠派智能展示科技有限公司增资合同书之补充协议二》，各方同意，将《关于东莞市悠派智能展示科技有限公司增资合同书之补充协议》第7.1.1条修改为“7.1 在下列情况下，悠派投资、天秀投资、张晓钟、刘长秀在富坤投资书面通知的要求下，应保证使投资方的股权得以全部被回购或被收购：7.1.1 如果公司在2016年12月31日仍未实现在中国境内或境外的公开发行和上市（包括公司在新三板挂牌）”。

2015年7月16日，有限公司与富坤投资签订《还款协议》，就2014年9月16



日签署的《增资合同书》《增资合同书之补充协议》中约定的投资待定款500万元约定如下：有限公司退还富坤投资500万元投资待定款（借款），该款项不计付利息，自协议签署之日起三十个工作日内退还。在有限公司改制为股份公司后，如富坤投资仍有意对公司进行投资，具体投资事宜双方另行协商。

2015年8月5日，股份公司与富坤投资签署《关于广东悠派智能展示科技股份有限公司的增资扩股协议》，约定股份公司同意将注册资本由原5000万元增加至5122万元，总股本由原5000万股增加至5122万股，新增发行122万股全部由富坤投资认购，增资价格为4.10元/股，共需支付的认购总价款为500万元。

2015年8月16日，股份公司召开临时股东大会会议，审议通过公司新增注册资本122万元，由公司原股东湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）出资500万元，其中122万元为公司注册资本，其余378万元计入公司资本公积。

2015年8月16日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具天职业字【2015】12030号《验资报告》，经审验，截至2015年8月10日止，公司已收到原股东湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）缴纳的募集资金总额5,000,000.00元，其中增加注册资本（股本）人民币1,220,000.00元，增加资本公积人民币3,780,000.00元。

2015年8月17日，东莞市工商行政管理局核发了新的营业执照。本次增资完成后，公司股东及其持股情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	悠派投资	34,650,000	67.65
2	天秀投资	10,350,000	20.21
3	富坤投资	6,220,000	12.14
合计		<b>51,220,000</b>	<b>100.00</b>

公司的历次出资均履行了验资程序，出资真实、充足。公司的历次出资形式及相应比例符合当时有效法律法规的规定。公司的历次出资均履行了内部决议、验资、工商变更等法律程序，出资程序完备、合法合规。公司历次股权转让已依法履行签署股权转让协议、股东会决议、工商变更等必要程序、合法合规、无纠纷及潜在纠纷。公司股权明晰，不存在股权代持情形及权属争议纠纷或潜在纠纷。

## （五）公司子公司基本情况

公司一共拥有 3 家控股子公司，各子公司相关情况如下：

### 1、广州悠派展示设计有限公司

广州悠派展示设计有限公司，成立于 2009 年 2 月 25 日，住所广州市海珠区新港东路 1000 号 1907 房，注册资本：300 万元，法定代表人刘长秀，经营范围：展台设计服务；模型设计服务；多媒体设计服务；动漫及衍生产品设计服务；美术图案设计服务；家具设计服务；饰物装饰设计服务；灯饰设计服务；电子产品设计服务；玩具设计服务；室内装饰、设计；其他工程设计服务；建筑工程后期装饰、装修和清理；会议及展览服务；家具安装；专用设备安装（电梯、锅炉除外）；软件开发；软件服务；信息系统集成服务；计算机技术开发、技术服务；数据处理和存储服务；企业管理咨询服务；市场营销策划服务；策划创意服务；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）。其股东结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	东莞市悠派智能展示科技有限公司	300.00	100.00
合计		<b>300.00</b>	<b>100.00</b>

### 2、广州悠派振运市场推广有限公司

广州悠派振运市场推广有限公司，成立于 2014 年 7 月 9 日，住所广州市越秀区中山三路 33 号中华国际中心 10 楼 B 座（10 楼 B 部分）自编 C1 房（仅限办公用途），法定代表人梁振运，注册资本 300 万元，经营范围：市场营销策划服务；企业形象策划服务；会议及展览服务；公司礼仪服务；市场调研服务；企业管理咨询服务；策划创意服务；大型活动组织策划服务；教育咨询服务；公共关系服务。其股东结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	东莞市悠派智能展示科技有限公司	180.00	60.00
2	梁振运	120.00	40.00
合计		<b>300.00</b>	<b>100.00</b>

### 3、东莞悠云数字技术有限公司

东莞悠云数字技术有限公司，成立于 2015 年 04 月 13 日，住所东莞松山湖高新技术产业开发区创新科技园 11 号楼 2 楼 201D、201E、205 室（集群注册地址），注册资本 100 万元，法定代表人李学智，经营范围：计算机软件、硬件及外部设备的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；企业管理咨询服务；商务信息咨询服务；销售、网上销售：计算机软硬件及外部设备、纸品及计算机耗材；货物及技术进出口。（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）。其股东结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	东莞市悠派智能展示科技有限公司	95.00	95.00
2	禰志成	5.00	5.00
合计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

#### （六）设立以来重大资产重组情况

无。

## 四、 董事、监事和高级管理人员情况

### （一）董事

公司设董事会，由五名董事组成。现任的五名董事分别是：张晓钟、刘长秀、李学智、汪拥军、梁彤，张晓钟担任董事长。本届董事任期自 2015 年 7 月至 2018 年 7 月。董事简历如下：

张晓钟，男，董事长，参见本说明书“第一章基本情况”之“三、股权结构及主要股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人及持有 5%以上股份股东情况”。

刘长秀，女，董事、总经理、法定代表人，参见本说明书“第一章基本情况”之“三、股权结构及主要股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人及持有 5%以上股份股东情况”。

李学智，男，董事、副总经理、董事会秘书，1970 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。1997 年 6 月至 1999 年 4 月，就职于东莞宜安电器制品有限公司，任产品技术研发员；1999 年 5 月至 2000 年 10 月，就职于广州旺达五金制品有限公司，任品质管理及行政管理员；2000 年 11 月至 2001 年 10 月，就职

---

于东莞市兴安办公设备有限公司，任总经理；2001年10月至2007年6月，就职于东莞市天秀旅游用品厂，任副总经理；2007年6月至2015年7月，就职于有限公司，任董事、董事会秘书；2015年7月至今，就职于股份公司，任董事、副总经理、董事会秘书。

汪拥军，男，董事，1972年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1998年7月毕业于军事经济学院国际金融专业，本科学历。1998年7月至2000年3月，就职于武汉纽兰制药有限公司，任采购员；2000年3月至2000年9月，就职于东莞兴鹏鞋业有限公司，任业务员；2000年9月至2001年7月，就职于东莞诚丰实业有限公司，任业务员；2001年10月至2007年6月，就职于东莞市天秀旅游用品厂，任外贸经理；2007年6月至2015年7月，就职于有限公司，历任外贸部经理、外贸部副总经理；2015年7月至今，就职于股份公司，任董事、国际营销部总监。

梁彤，男，董事，1970年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1993年7月毕业于西南交通大学计算机及应用专业，本科学历。1993年8月至1998年2月，就职于深圳市公安局龙岗分局政治部、刑侦大队，任科员；1998年2月至2009年2月，就职于广发证券股份有限公司，历任深圳业务总部市场部经理、机构部经理、电子商务部主管、深圳上步路营业部总经理；2009年2月至今，任深圳市富坤创业投资有限公司经理；2011年1月至2014年2月，任湖南富坤投资管理有限公司总经理、董事；2011年10月至今，任深圳市德恒达投资有限公司董事长、总经理；2013年9月至今，任深圳市深商富坤兴业基金管理公司董事、总经理；2014年2月至今，任杭州阿优文化创意有限公司董事；2014年3月至今，任湖南富坤投资管理有限公司董事；2014年8月至今，任南京魔格信息科技有限公司董事；2014年12月至今，任深圳市高桐创新投资管理企业（有限合伙）执行合伙人；2015年2月至今，任深圳市蓝泰源信息技术股份有限公司董事；2015年5月至今，任深圳新基点智能股份有限公司董事；2015年7月至今，任股份公司董事。

## （二）监事

公司设监事会，由三名监事组成，包括股东代表和适当比例的公司职工代表。监事会设监事会主席一名。公司现任的三名监事分别是卢丽钻、陈惠斌、何润洪，

---

其中陈惠斌、何润洪为股东代表监事，卢丽钻是职工代表监事，任监事会主席。本届监事任期自2015年7月至2018年7月。监事简历如下：

卢丽钻，女，监事会主席、审计部经理，1969年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1990年7月毕业于广州市经济管理干部学院财务会计专业，大学专科学历。1990年9月至1996年11月，就职于东莞东毅海棉化工厂，历任会计、会计主管；1996年12月至2004年8月，就职于东莞市家乐玻璃制品有限公司，历任财务主管、经理；2004年9月至2007年7月，就职于东莞市广利通电子有限公司，任财务经理；2007年8月至2012年12月，就职于东莞市优示美陈列道具有限公司，任财务经理；2012年12月至2015年7月，就职于有限公司，任财务经理；2015年7月至今，就职于股份公司，任监事会主席、审计部经理。

陈惠斌，女，监事，1959年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2004年11月获得香港国际商学院财务管理硕士研究生毕业文凭。1980年1月至2003年7月，就职于广东省东莞机械进出口有限公司，任财务经理；2003年8月至2014年3月，就职于广东省东莞机械进出口有限公司，任监事；2013年12月至2015年7月，任有限公司监事；2015年7月至今，任股份公司监事。

何润洪，男，监事，1976年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2000年6月毕业于广东商学院英语（商务英语）专业，本科学历。2000年10月至2010年4月，就职于广东省东莞机械进出口有限公司，任业务员；2010年4月至今，就职于广东省东莞机械进出口有限公司，任业务经理；2015年7月至今，任股份公司监事。

### （三）高级管理人员

根据公司章程，公司高级管理人员包括总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书。公司的高级管理人员是刘长秀、李学智、杨剑、刘雄立。本届高级管理人员任期自2015年7月至2018年7月。高级管理人员简历如下：

刘长秀，女，董事、总经理、法定代表人，参见本说明书“第一章基本情况”之“三、股权结构及主要股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人及持有5%以上股份股东情况”。

李学智，男，董事、副总经理、董事会秘书，参见本说明书“第一章基本情况”之“四、董事、监事和高级管理人员情况”之“（一）董事”。

杨剑，男，副总经理，1977年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，兰州大学工商管理专业定向培养在读硕士研究生。1999年11月至2007年8月，就职于康佳集团股份有限公司，历任产品经理、分公司总经理、大区销售总监；2007年9月至2010年8月，就职于冠捷科技北京兴捷联电子有限公司，历任营销总监、事业部总经理、总裁助理；2010年9月至2015年7月，就职于有限公司，任执行总经理；2015年7月至今，就职于股份公司，任副总经理。

刘雄立，男，财务总监，1976年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1999年6月毕业于湖南农业大学会计学专业，本科学历。1999年7月至2003年8月，就职于深圳南方民和会计师事务所有限公司，任审计员、项目经理；2003年8月至2007年3月，就职于深圳市东陆科技有限公司，任财务经理；2007年3月至2008年8月，就职于广东玉峰玻璃集团股份有限公司，任财务经理；2008年8月至2009年4月，就职于深圳市黄金资讯有限公司，任总经理助理兼财务总监；2009年4月至2012年3月，就职于株洲南方阀门股份有限公司，任财务总监兼投资总监；2012年3月至2014年8月，就职于株洲日望电子科技股份有限公司，任财务总监兼董事会秘书；2014年8月至2015年7月，就职于有限公司，任财务总监；2015年7月至今，就职于股份公司，任财务总监。

公司现任董事、监事和高级管理人员具备和遵守法律法规规定的任职资格和义务，最近24个月内不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施的情形或其他重大违法违规行为，不存在违反法律法规规定或章程约定的董事、监事、高管义务的问题。公司董事、监事和高级管理人员具备法律规定的任职资格。

## 五、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	3,279.55	20,168.73	15,124.08
净利润（万元）	-9.37	2,092.50	873.54
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-16.06	2,102.58	874.15
扣除非经常性损益后的净	-15.81	2,074.45	923.87

利润（万元）			
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）	-22.51	2,084.53	924.49
毛利率	33.93%	29.39%	30.26%
净资产收益率	-0.25%	49.85%	75.73%
扣除非经常性损益后净资产收益率	-0.35%	49.42%	74.80%
应收账款周转率（次）	0.99	5.34	6.67
存货周转率（次）	0.70	9.49	9.76
基本每股收益（元/股）	-0.01	1.58	0.87
稀释每股收益（元/股）	-0.01	1.58	0.87
扣除非经常性损益后每股收益（元/股）	-0.02	1.56	0.92
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-348.72	-300.46	-136.26
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.24	-0.21	-0.10
	<b>2015年4月30日</b>	<b>2014年12月31日</b>	<b>2013年12月31日</b>
总资产（万元）	13,274.39	14,466.27	8,929.76
股东权益合计（万元）	6,417.37	6,426.73	2,820.82
归属于申请挂牌公司股东的所有者权益合计（万元）	6,377.96	6,394.02	2,791.44
每股净资产（元/股）	4.45	4.45	2.17
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	4.42	4.43	2.15
资产负债率（母公司）	52.50%	56.18%	67.67%
流动比率（倍）	1.79	1.67	1.30
速动比率（倍）	1.17	1.43	1.12

表中财务指标引用公式：

- 1、 毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入；
- 2、 净资产收益率、基本每股收益及稀释每股收益按照《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）的规定计算
- 3、 扣除非经常性损益后净资产收益率=扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润/加权平均净资产；
- 4、 应收账款周转率=营业收入/应收账款期初期末平均余额；
- 5、 存货周转率=营业成本/存货期初期末平均余额；

- 
- 6、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末股本；
  - 7、每股净资产=期末股东权益/期末股本；
  - 8、归属于申请挂牌公司股东的每股净资产=归属于申请挂牌公司股东权益/期末股本；
  - 9、资产负债率=负债额/资产总额；
  - 10、流动比率=流动资产合计/流动负债合计；  
速动比率=(流动资产-存货)/流动负债。

## 六、 本次挂牌的有关机构情况

### (一) 主办券商

- 1、名称：广发证券股份有限公司
- 2、法定代表人：孙树明
- 3、住所：广东省广州市天河区天河北路183-187号大都会广场43楼  
(4301-4316房)
- 4、联系电话：020-87555888-8434
- 5、传真：020-87555303
- 6、项目负责人：吴摇
- 7、项目组成员：胡寿茂、吴摇、林敏、胡良发

### (二) 律师事务所

- 1、名称：湖南启元律师事务所
- 2、单位负责人：丁少波
- 3、住所：湖南省长沙市芙蓉中路二段359号佳天国际新城A座17层
- 4、联系电话：0731-82953778
- 5、传真：0731- 82953779
- 6、经办律师：陈金山、刘佩

### (三) 会计师事务所

- 1、名称：天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



- 
- 2、单位负责人：陈永宏
  - 3、住所：北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
  - 4、联系电话：020-28308666
  - 5、传真：020-28308668
  - 6、经办注册会计师：傅成钢、刘祥平

#### **（四）评估机构**

- 1、名称：沃克森（北京）国际资产评估有限公司
- 2、法定代表人：徐伟建
- 3、住所：北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-6
- 4、联系电话：010-88018767
- 5、传真：010-88019300
- 6、经办注册资产评估师：邓春辉、刘贵云

#### **（五）证券登记结算机构**

- 1、名称：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
- 2、住所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
- 3、联系电话：010-58598980
- 4、传真：010-58598977

#### **（六）证券交易场所**

- 1、名称：全国中小企业股份转让系统有限公司
- 2、住所：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦
- 3、联系电话：010-63889512
- 4、传真：010-63889674

---

## 第二章公司业务

### 一、 业务情况

#### （一）公司的主营业务

##### 1、经营范围

公司经营范围为：展览展示新材料的研发、推广应用；品牌展示策划、设计、推广服务；商业空间展示设计及建设；工程装饰、装修及工程施工；承办展览展示；数字多媒体的研发；从事广告业务；加工、产销：帐篷、棚房、伞、户外展览展示器材、陈列道具、丝印器材、五金塑胶制品、电子产品；软件开发与销售；文化艺术策划；企业品牌策划与设计；货物进出口、技术进出口（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

##### 2、公司发展历程

公司成立于 2007 年 6 月，成立之初主要经营户外展示用品的生产和销售。2009 年开始，公司开始向“以创意设计为驱动，以整体服务为支撑”的运营模式转型。2011 年开始，公司已拥有北京、上海、广州等多个重要区域的营销服务中心，并逐步建立了全面的营销服务体系。2012 年以来，公司开始了第二次战略转型，利用互联网多媒体展示技术创建智能展示系统，尝试为店铺陈列展示数字化和商品智能化提供整体解决方案。2014 年，公司开始了从互联网向移动互联网的第三次战略转型，自主研发了轻 APP 应用，为品牌客户提供线上展示和营销的数字内容创作和传播服务。2015 年，公司研发的轻 APP“悠云轻故事”平台上线，该平台能够为用户提供各类标准化轻 APP 模板，满足客户一站式自助创建轻 APP 的需求。

##### 3、公司主营业务

报告期内，公司主要从事零售展示终端的设计、生产和销售业务，能够为客户提供户外展示道具、室内陈列展示产品和服务以及市场推广活动策划执行服务，从而提升客户品牌形象并促进产品的销售。公司的户外展示道具业务是指户外展示道具的设计和生 产，报告期内收入占比达 40%-53%。公司的室内陈列展示产品和服务包括店铺 SI（连锁品牌形象）设计、室内陈列展示道具的设计和生 产、店铺特装、智能展示数字内容制作和智能设备定制等一体化服务，报告期末占比

---

达 56%，该类产品和服务正逐步成为公司的收入和利润的主要来源。公司“以创意设计为驱动的整体服务”最终通过陈列展示产品的规模化销售实现落地。

2014 年开始，子公司悠派振运利用自身的市场活动经验和活动资源，开始为公司的品牌客户提供各类路演、促销、公关等营销推广活动的策划和执行服务，进一步丰富了公司终端展示一体化服务内容。

公司生产的主要展示产品包括两类，一类是帐篷、篷房、展架、车顶帐篷等户外展示道具，一类是展示柜、展台等室内展示产品以及少量的智能导购、触摸互动、体感互动设备等定制化智能展示设备。2015 年以来，公司自主研发了悠云平台，提供标准化和定制化轻 APP 产品和服务。

目前，公司拥有行业内先进的全套设备体系和完善的工艺流程，建立了多个生产车间，如五金、木工、烤漆、喷油、亚克力等。公司在全国拥有多家店铺安装、装修服务合作商，安装的网络资源基本覆盖大部分省级和地级城市，可满足客户在大部分城市地区的终端展示安装需求。公司拥有丰富的室内、户外零售终端展示服务经验，公司的主要客户包括红牛、创维、恒大、西门子等多个国内外知名品牌，覆盖了家电、消费电子、快速消费品、日化、连锁卖场等多个行业。

报告期内，户外展示以及室内陈列展示营销终端产品和服务为公司主要收入和利润来源，公司主营业务明确且未发生重大变化。

## **（二）公司的主要产品和服务**

### **1、户外展示道具**

公司自主设计、生产和销售的主要户外展示道具包括各类帐篷、篷房、展架、车顶帐篷等产品，主要用于零售行业户外促销活动中的终端展示，车顶帐篷为公司销往国外的户外用品。公司可根据客户需求提定制各类帐篷、展架及其他户外道具，通过道具的创意化设计来提升户外促销活动效果。

主要产品图片如下：



## 2、室内陈列展示产品和服务

公司的室内陈列展示产品和服务包括店铺 SI 设计、室内陈列展示道具的设计和生、店铺特装、智能展示数字内容制作和智能设备定制等一体化服务。针对不同客户的需求，公司可提供单独或综合的室内陈列展示设计服务、陈列展示道具产品设计和销售、店铺特装服务以及移动数字化营销服务。其中，移动数字化营销服务尚在进一步开发和完善中。公司目前正在加大研发，进一步丰富智能软硬件系统产品种类和功能。报告期内，公司的智能数字化设备和内容主要为少数客户定制，未形成批量生产。

室内陈列展示产品和服务内容如下：

类别	产品和服务内容
店铺 SI 设计服务	为品牌客户提供创意设计方，既提供整体的店铺商业空间设计，也提供终端局部的陈列展示道具设计。具体包括专卖店、橱窗、卖场陈列、陈列道具等各类设计。
展示道具产品	标准化和定制化道具，具体包括：展示柜、展示架、促销台、地台、桌面陈列等道具。
店铺特装服务	通过店铺工程的模块化设计，批量定制陈列标准件，在本地快速安装，实现店铺形象统一、质量一致的管理模式。
移动数字化营销服务	1、轻应用移动解决方案：（1）轻 APP 工具，悠云平台提供的各类标准化模板；为客户单独定制的个性化轻 APP 服务。（2）

	<p>悠云子，通过蓝牙提供实时资讯，实现场景的实时互动。</p> <p>2、数字化内容：触摸互动内容、体感互动内容、投影游戏、动画 3D 展示，可应用于不同的智能数字化终端设备载体。其智能终端设备形式包括：智能导购设备、360 度全息、智能试衣镜、体感互动设备、触摸互动设备。</p>
--	--

### 1) 轻 APP 工具

轻 APP 是随着移动互联网发展而推出的高效营销推广工具。轻 APP 的主要功能为：通过移动端应用技术，成为线上导购和体验的入口，并把流量引导至品牌商的购买平台，同时鼓励用户到店体验，提升品牌店铺的客流量。

公司自 2014 年推出轻 APP 创意设计研发业务，为品牌客户打造功能强大、全能体验、即搜即用的移动应用，可实现图文、音视频、索引、语音、摄像头、3D 展示、重力感应、互动游戏、分享、评论等交互体验功能，成为智能体验店关键的营销推广工具。

公司自主研发的轻 APP “悠云轻故事” 平台基础版已于 2015 年 4 月上线。除定制化轻 APP 服务外，公司的悠云平台还提供各类免费的轻 APP 模板，降低轻 APP 的制作门槛，让更多的中小型商家能够利用轻 APP 进行产品移动端的推广和销售。

### 2) 悠云子

公司开发的产品悠云子已于 2015 年 7 月正式推出市场。悠云子产品是一种智能传感器，通过蓝牙与微信摇一摇功能实现信息的传播与推送，让客户在云子覆盖范围内通过移动端接收企业零售终端展示的信息。相较于传统零售终端展示营销，它具有成本低、可循环使用、可移动、受场地限制小以及与消费者互动性强的特点。截止本公开转让说明书签署之日，公司的悠云子产品已获得订单和收入。

## 3、市场推广活动策划执行服务

市场推广活动策划与执行服务的内容包括：终端促销活动、户外促销活动等品牌宣传、活动策划和执行服务；仪式庆典、文艺演出、会议展览、演艺活动、大型赛事等方面的资源整合、策划执行服务。

### (三) 公司主要产品和服务案例

#### 1、展示道具设计



透明冰箱



展架



展柜

## 2、整体展示项目



## 3、智能展示应用





嵌入式触摸屏感应技术



移动端应用



触摸互动桌



远程控制系统

#### 4、轻 APP 定制



#### 5、其他智能展示产品



360度全息虚拟展示



悠云子



互动触摸屏

## 6、市场推广活动策划与执行



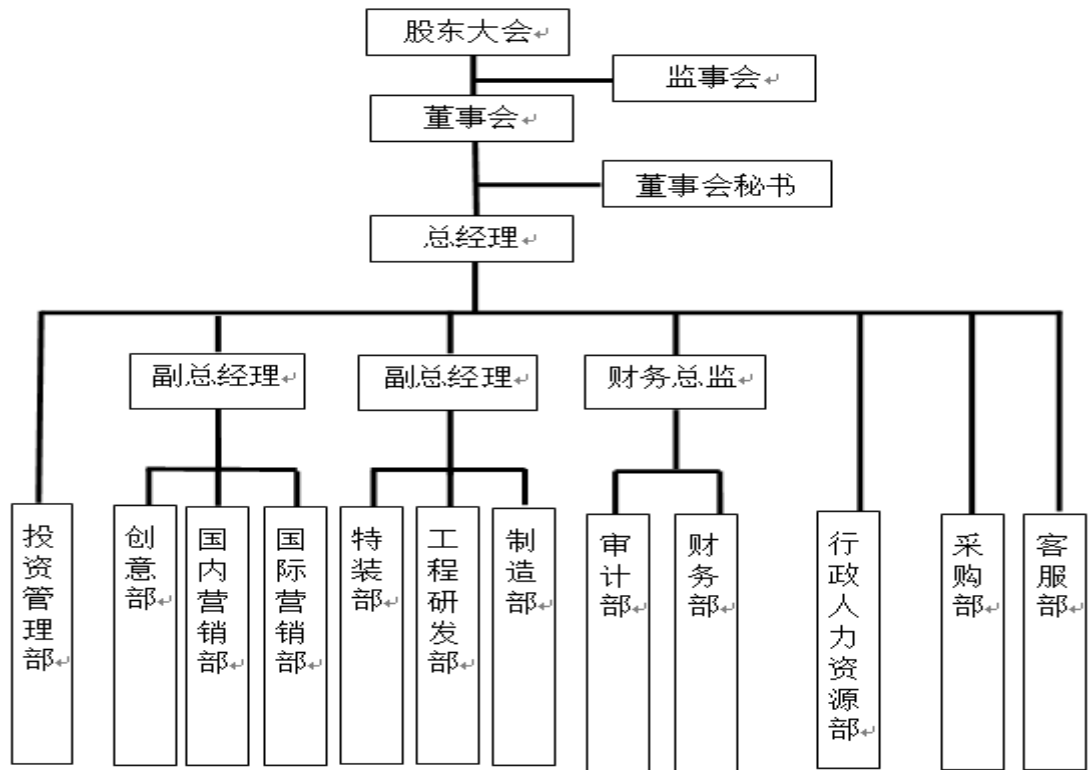
户外促销推广活动执行

俱乐部会议活动

## 二、公司的组织架构与业务流程

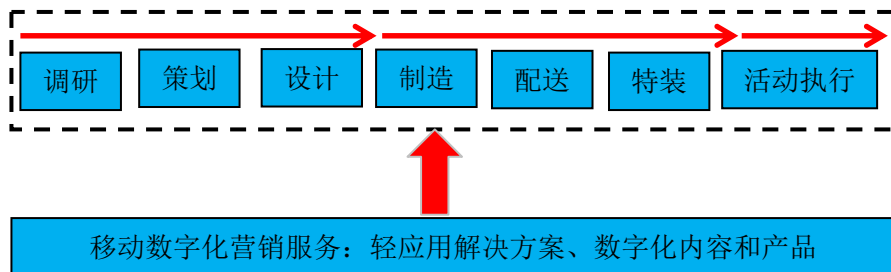
### (一) 公司的组织架构图





## (二) 公司主要业务流程及方式

### 1、公司总体业务范围

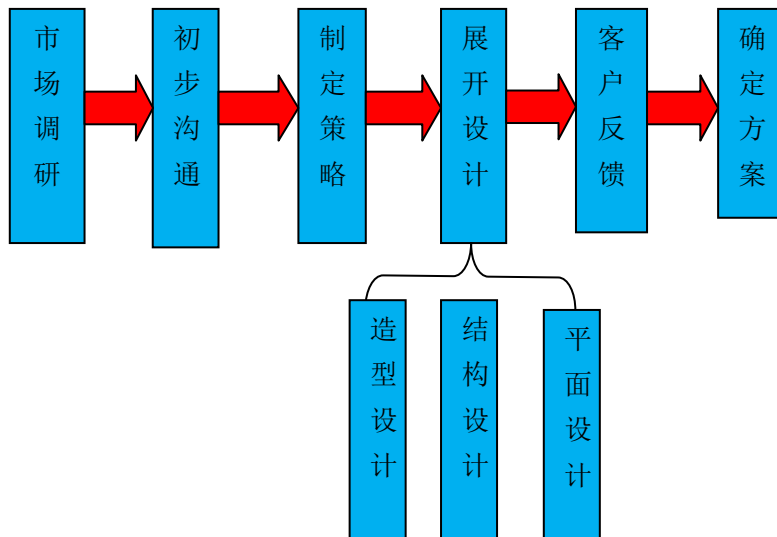


### 2、主要业务流程

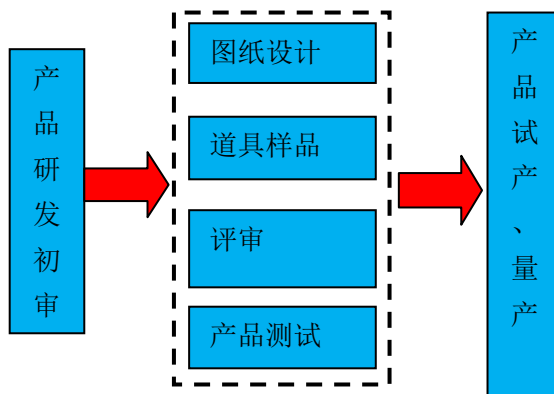
#### (1) 设计、研发流程

公司的设计是指将从市场、客户获取的信息有针对性的转化成终端展示营销的具体方案和具体产品；研发是指展示产品研发、移动互联网技术研发及智能展示产品研发。

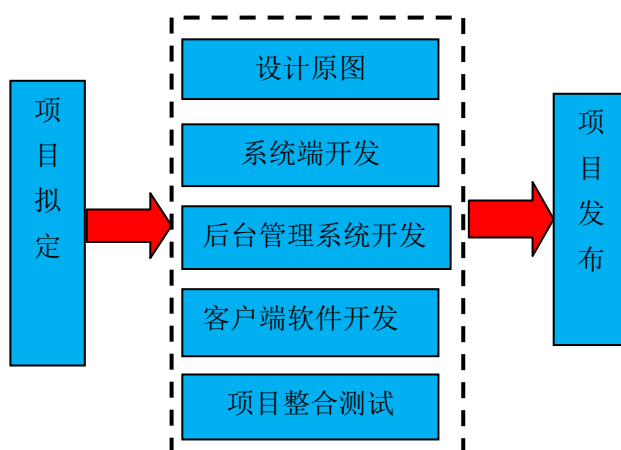
##### 1) 设计流程



2) 线下陈列展示道具、智能终端设备的研发流程



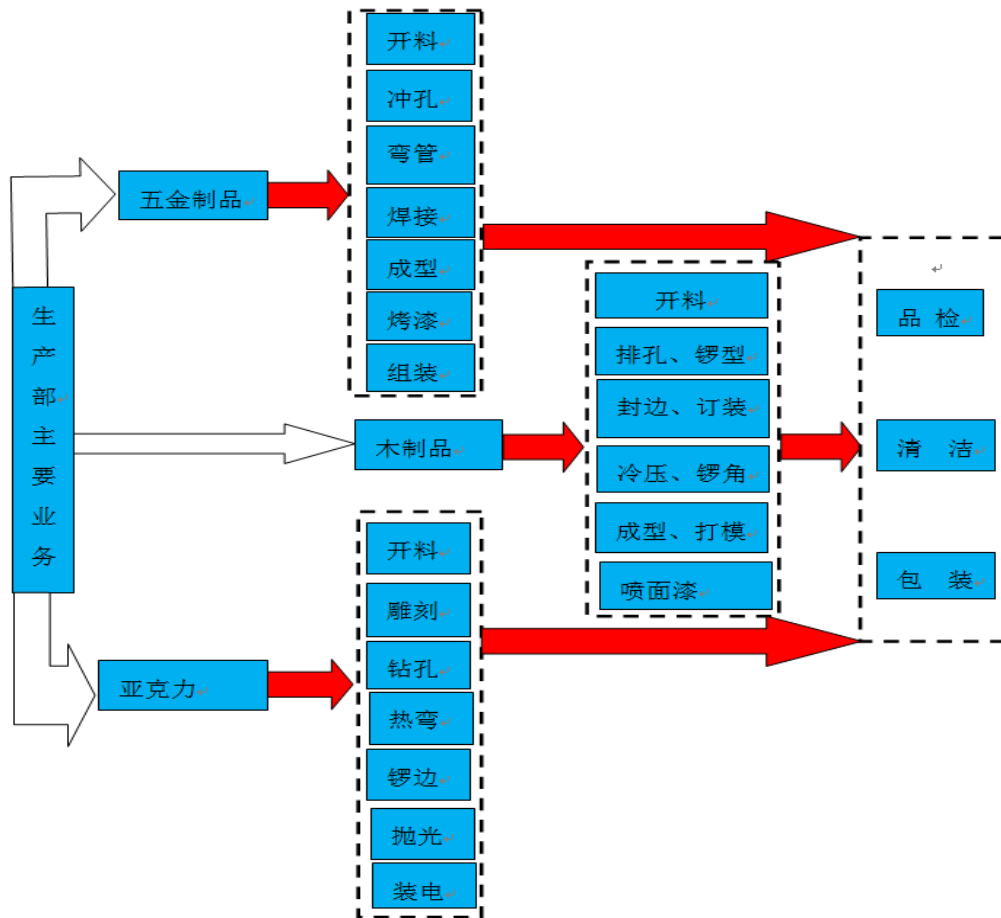
3) 线上智能软件开发流程



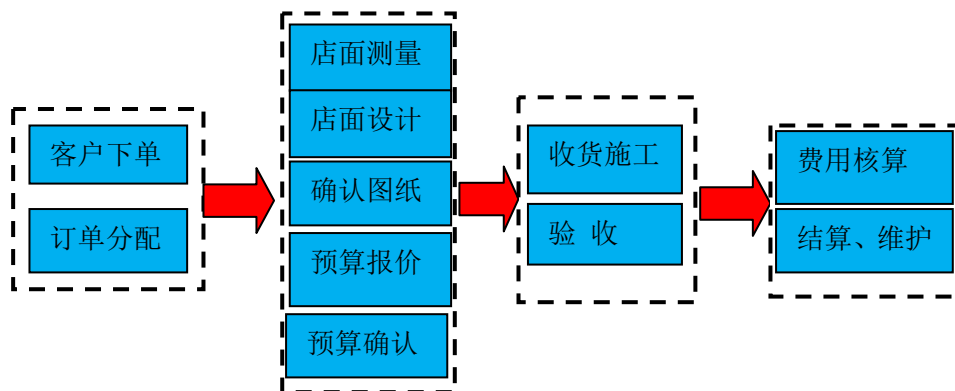
(2) 生产流程

公司的生产制造以木制品作业、五金制品作业、亚克力作业为主，其制造流

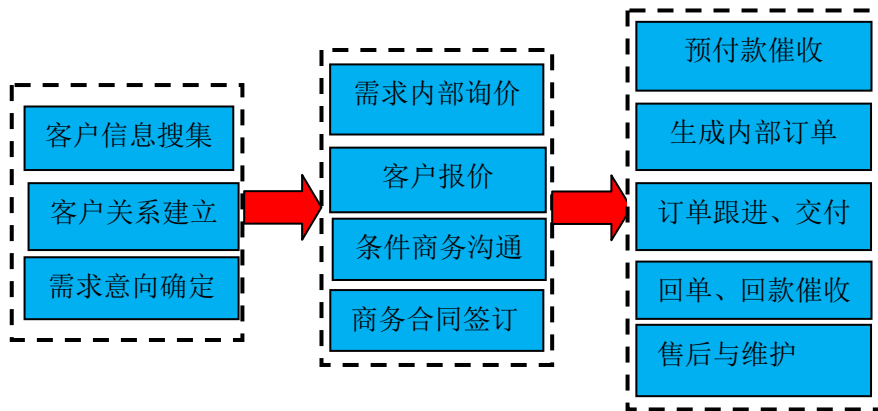
程如下所示：



(3) 特装流程

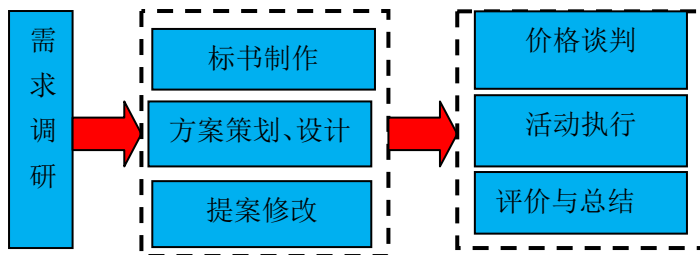


(4) 销售流程



### (5) 市场活动策划与执行流程

悠派振运市场活动策划与执行具体包括物料、灯光、音响、舞美、各类人员和活动场地的统筹和管理。



## 三、与业务相关的关键资源

### (一) 产品所使用的主要技术及在产品和服务中的作用

#### (1) 产品所使用的主要技术及其功能

公司使用的主要技术按业务部门、业务性质的不同，可以分为终端展示设计技术、生产制造技术以及移动化、数字智能软件研发技术，具体如下图所示：

分类	使用技术内容	应用产品和服务	在公司产品或服务中作用
终端展示设计技术	运用声光电技术、设计类软件技术以及通过三维软件和不同材质应用，结合图片印刷、丝印等设计、工艺进行创作。	户外展示道具、室内陈列展示产品和服务	满足企业品牌和产品陈列展示的个性化需求，有效地传递品牌理念和产品功能特性。
生产技术	运用数控雕刻机、数控冲床、粉体涂装机等设备，实施雕刻、折弯、喷涂、热弯、钻石抛光、数		实现各种型号展台、展柜、促销台、展架、陈列架、货架等陈列道具的生产。

	控开料等工艺。		
数字智能及互联网软件研发技术	运用各种开发类软件技术、设计类软件技术、软件应用平台、以及设计技术	室内陈列展示产品和服务	进行软件架构分析，实现展示营销网络端和移动端应用软件、服务器开发，实现智能化展示并提供线上线下信息传递解决方案。

(2) 公司使用的主要技术的创新性、比较优势以及可替代性


序号	部门分类	技术的创新性	比较优势以及可替代性
1	设计技术	将声光电技术、设计类软件技术以及三维软件引入到零售终端陈列展示营销的展示道具中。	较传统零售终端静态陈列展示更加动态化、互动化，带来更好的消费者体验，结合设计的一体化终端展示服务的可替代性较小。
2	生产技术	公司设备配备齐全，运用各种生产设备将新产品的工程设计生产为实物道具。	较其他中小企业，公司生产设备齐全，更能满足品牌企业零售终端展示营销需求，结合生产的一体化终端服务的可替代性较小。
3	数字智能及互联网软件研发技术	通过运用各种开发类软件、软件应用平台、设计类软件技术以及设计技术，实现传统零售终端陈列展示营销由线下向线上、移动终端的发展。	较传统零售终端陈列展示更加智能化、互联网化、数字化、移动化，是行业发展大趋势，可替代性较小。

(二) 主要无形资产情况

(1) 注册商标

截止公开转让说明书签署之日，公司拥有的注册商标如下：

序号	注册人	商标	注册号	核定使用商品	有效期(至)	取得方式	质押
1	有限公司	<b>USM优示美</b>	第 9146787 号	第 18 类	2022.3.6	申请	无
2	有限公司	<b>优示美</b>	第 9170176 号	第 16 类	2022.3.6	申请	无
3	有限公司	<b>优示美</b>	第 9170227 号	第 35 类	2022.3.6	申请	无

4	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9482037 号	第 6 类	2022. 6. 6	申请	无
5	有限公司	<b>优示美</b>	第 9311038 号	第 37 类	2022. 4. 20	申请	无
6	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9482072 号	第 9 类	2022. 7. 20	申请	无
7	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9482102 号	第 16 类	2022. 6. 6	申请	无
8	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9482134 号	第 18 类	2022. 6. 6	申请	无
9	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9482157 号	第 20 类	2022. 6. 6	申请	无
10	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9482180 号	第 22 类	2022. 6. 6	申请	无
11	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9482209 号	第 25 类	2022. 6. 6	申请	无
12	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9482233 号	第 35 类	2022. 6. 13	申请	无
13	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9482263 号	第 37 类	2022. 6. 6	申请	无
14	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9966986 号	第 38 类	2022. 12. 13	申请	无
15	有限公司	<b>POPUSM</b>	第 9967015 号	第 42 类	2022. 12. 27	申请	无
16	有限公司	<b>UPAL</b>	第 11208466 号	第 16 类	2023. 12. 6	申请	无
17	有限公司	<b>UPAL</b>	第 11208513 号	第 18 类	2023. 12. 6	申请	无
18	有限公司	<b>UPAL</b>	第 11208549 号	第 25 类	2023. 12. 6	申请	无
19	有限公司	<b>UPAL</b>	第 11208597 号	第 35 类	2023. 12. 13	申请	无
20	有限公司	<b>UPAL悠派</b>	第 11219339 号	第 37 类	2023. 12. 6	申请	无
21	有限公司		第 3615889 号	第 22 类	2015. 10. 27	受让	无
22	有限公司	<b>UPAL</b>	第 6197999 号	第 22 类	2020. 3. 27	受让	无
23	有限公司	<b>UPAL悠派</b>	第 7069431 号	第 6 类	2020. 7. 6	受让	无
24	有限公司	<b>U&amp;M优示美</b>	第 7069432 号	第 22 类	2020. 9. 13	受让	无
25	有限公司	<b>U&amp;M优示美</b>	第 7069433 号	第 20 类	2020. 6. 27	受让	无
26	有限公司	<b>UPAL</b>	第 7701350 号	第 20 类	2020. 12. 13	受让	无
27	有限公司	<b>U&amp;M优示美</b>	第 8065951 号	第 20 类	2020. 2. 27	受让	无

(2) 专利

截止公开转让说明书签署之日，公司拥有的专利如下：

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	申请日	取得方式	是否质押
1	发明	一种环保 PVC 涂层反光布	201310074251.X	有限公司	2013.03.08	申请	无
2	发明	一种夜光环保 PVC 涂层布	201310074321.1	有限公司	2013.03.08	申请	无
3	发明	一种用于篷房布的丝印油墨配方及其生产工艺	201310231450.7	有限公司	2013.06.13	申请	无
4	实用新型	大型高强度折叠展示篷	200920060991.7	有限公司	2009.07.22	申请	无
5	实用新型	大型帐篷之篷布与立柱的连接结构	200920060992.1	有限公司	2009.07.22	申请	无
6	实用新型	一种升降装置	201020595150.9	有限公司	2010.11.08	申请	无
7	实用新型	一种可调节画面明暗的广告灯箱	201120378797.0	有限公司	2011.10.09	申请	无
8	实用新型	一种商品旋转陈列展示架	201120349780.2	有限公司	2011.09.16	申请	无
9	实用新型	一种双顶折叠式组合帐篷	201120341889.1	有限公司	2011.09.13	申请	无
10	实用新型	一种具有隔热保温作用的旅行背包	201120420767.1	有限公司	2011.10.28	申请	无
11	实用新型	一种多用途折叠台桌	201120313502.1	有限公司	2011.08.25	申请	无
12	实用新型	一种拼装式五角型帐篷	201120501964.6	有限公司	2011.12.06	申请	无
13	实用新型	一种用于车顶帐篷升降装置的太阳能驱动装置	201120535671.X	有限公司	2011.12.19	申请	无
14	实用新型	一种便携折叠式野餐桌凳	201220314624.7	有限公司	2012.06.29	申请	无
15	实用新型	一种带围板可拆装的多层置物架	201220403182.3	有限公司	2012.08.14	申请	无
16	实用新型	一种可折叠拉伸的产品展示桌柜	201220417141.X	有限公司	2012.08.21	申请	无

17	实用新型	一种单边开启式车顶帐篷	201220403183.8	有限公司	2012.08.14	申请	无
18	实用新型	一种双边开启式车顶帐篷	201220510745.9	有限公司	2012.09.29	申请	无
19	实用新型	一种折叠式六边形双顶带檐帐篷	201220053305.5	有限公司	2012.02.17	申请	无
20	实用新型	一种两端开启式车顶帐篷	201220575040.5	有限公司	2012.11.02	申请	无
21	实用新型	一种多功能太阳能帐篷	201320106128.7	有限公司	2013.03.08	申请	无
22	实用新型	一种折叠式太阳能帐篷	201320106143.1	有限公司	2013.03.08	申请	无
23	实用新型	一种人流量记录装置	201420126333.4	有限公司	2014.03.19	申请	无
24	实用新型	一种通过红外感应人体距离控制灯管明暗的装置	201420126331.5	有限公司	2014.03.19	申请	无
25	实用新型	一种饮料产品陈列展示架	201420344416.0	有限公司	2014.06.26	申请	无
26	实用新型	一种饮料产品展示挂架	201420344052.6	有限公司	2014.06.26	申请	无
27	实用新型	一种磁悬浮展示架	201520004881.4	有限公司	2015.1.06	申请	无
28	外观设计	双顶帐篷	201130290150.8	有限公司	2011.08.25	申请	无
29	外观设计	五边形四拱门帐篷	201130398037.1	有限公司	2011.11.02	申请	无
30	外观设计	充气帐篷	201130405690.6	有限公司	2011.11.08	申请	无
31	外观设计	体能测试台	201230045688.7	有限公司	2012.03.02	申请	无
32	外观设计	促销台	201230045698.0	有限公司	2012.03.02	申请	无
33	外观设计	六边形双顶带檐帐篷	201230031746.0	有限公司	2012.02.17	申请	无
34	外观设计	斜撑式车顶帐篷	201230357745.5	有限公司	2012.07.31	申请	无
35	外观设计	折叠帐篷	201230394847.4	有限公司	2012.8.20	申请	无
36	外观设计	斜撑式车顶帐篷	201230414286.X	有限公司	2012.8.30	申请	无
37	外观设计	气压直身式车顶篷	201230427277.4	有限公司	2012.09.07	申请	无



38	外观设计	装饰吸塑肌理墙板	201430055689.9	有限公司	2014.03.19	申请	无
----	------	----------	----------------	------	------------	----	---

(3) 软件著作权

序号	软件名称	软件著作权登记批准日期	著作权人	登记号	权利取得方式	权利范围
1	悠派视频监控 控系统	2013年7月15日	有限公司	2013SR065752	原始取得	全部权利
2	悠派仓储管 理系统	2013年7月15日	有限公司	2013SR065757	原始取得	全部权利
3	悠派门店管 理系统	2013年7月15日	有限公司	2013SR065531	原始取得	全部权利
4	悠派门店销 售管理软件	2013年6月14日	有限公司	2013SR057905	原始取得	全部权利
5	悠派商业分 析软件	2013年6月14日	有限公司	2013SR057995	原始取得	全部权利
6	悠派店铺形 象识别数字 化管理软件	2014年3月10日	有限公司	2014SR028429	原始取得	全部权利
7	悠派销售移 动管理软件	2013年6月14日	有限公司	2013SR057914	原始取得	全部权利
8	悠派分屏全 息显示软件	2014年3月10日	有限公司	2014SR028426	原始取得	全部权利

(三) 重要固定资产情况

截止 2015 年 4 月 30 日，主要固定资产如下表：

单位：元

固定资产类别	原值	账面净值	平均成新率
机器设备	6,083,806.95	4,945,145.68	81.28%
运输工具	817,897.84	591,000.91	72.26%
电子设备	1,362,874.85	680,559.21	49.94%
办公设备及其他	813,091.30	327,620.55	40.29%
<b>合计</b>	<b>9,077,670.94</b>	<b>6,544,326.35</b>	<b>72.09%</b>

公司的主要固定资产目前处于正常使用状态。固定资产中的主要机器设备情况如下所示：

单位：万元

序号	品名	入账日期	购进原值	净值	平均成新率
----	----	------	------	----	-------

1	制冷机	2013/6/1	11.54	9.53	82.58%
2	高速木材复合加工中心	2013/6/19	44.44	36.7	82.58%
3	后上料电脑裁板锯	2013/6/19	47.01	38.82	82.58%
4	涂装设备	2013/8/5	100.85	84.88	84.17%
5	数控车床	2013/9/11	64.1	54.46	84.96%
6	数控前送料剪板机	2013/9/11	17.95	15.25	84.96%
7	木磨除尘器	2013/11/18	14.56	12.6	86.54%
8	油磨除尘器	2013/11/18	15.53	13.44	86.54%
9	喷油设备	2014/1/31	31.55	27.8	88.12%
10	喷油设备	2014/3/18	15.53	13.93	89.71%
合计			363.08	307.44	85.28%

报告期末，公司主要生产经营场所的租赁合同情况如下：

序号	出租人	承租人	房屋坐落	租赁面积	租赁期限	用途
1	东莞市茶山镇塘角塘四股份经济合作社	有限公司	塘角村牛屎浦塘四股份经济合作社厂房	9,811m <sup>2</sup>	2013.2.1-2023.1.31	生产场所及公司主要经营场所
2	东莞市茶山镇塘角塘四股份经济合作社	有限公司	西瓜岭厂房	14,000 m <sup>2</sup>	2006.9.15-2016.9.14	
3	高幼芬	悠派设计	广东海珠区新港东路#1000号1907房	490.76m <sup>2</sup>	2011.6.14-2016.8.13	经营场所
4	江门市溢麟汽车配件实业发展有限公司	有限公司	广东海珠区新港东路#1000号2008房	157.42 m <sup>2</sup>	2014.8.15-2016.8.14	经营场所
5	张莉	有限公司	北京市朝阳区东三环中路39号建外SOHO5号楼1505室	135.41 m <sup>2</sup>	2015.3.29-2018.3.31	办事处
6	孙佶	有限公司	上海市普陀区中山北路1777号1501/1511室	211.9 m <sup>2</sup>	2013.6.17-2016.6.16	办事处
7	陆伟	有限公司	昆明市环城路与白龙路交叉口小龙综合楼1107房	79.51m <sup>2</sup>	2015.8.1-2017.7.31	办事处
8	深圳市润阳升科技有限公司	有限公司	南京大学深圳产学研基地	96 m <sup>2</sup>	2014.12.1-2016.11.30	办事处
9	张德昌	有限公司	成都市人民南路一段97号现代之窗第7层	88.24 m <sup>2</sup>	2013.11.20-2016.11.19	办事处

		41-42 号		
--	--	---------	--	--

#### (四) 取得的业务许可资格或资质情况

公司获得的业务许可资格或资质如下：

《高新技术企业证书》，广东省科学技术厅；证书编号：GR201444001447；  
发证日期：2014年10月10日；有效期三年。

公司拥有《对外贸易经营者备案登记表》（备案登记编号 01575321），进出口企业代码为 4400663307476。

公司拥有的荣誉奖项情况如下：

序号	获奖对象	名称	颁证单位	颁证时间
1	有限公司	东莞市级重点文化企业	东莞市文化名城建设领导小组	2014年12月
2	有限公司	广东省民营科技企业	广东省科技厅	2010年
3	有限公司	东莞市民营科技企业	东莞市科技局	2010年
4	有限公司	广东省名牌产品	广东卓越质量品牌研究院	2013年12月
5	有限公司	2014年民营企业税收贡献第三名	中共茶山镇委、茶山镇人民政府	2015年1月
6	悠派设计	红棉奖（产品设计奖）	广州国际设计周组委会	2014年12月
7	有限公司	连续四年（2008-2011）广东省守合同重信用企业	东莞市工商行政管理局	2012年6月
8	有限公司	2013年中国城镇市场渠道合作伙伴最佳供应商	中国城镇化高峰论坛组委会	2013年12月
9	有限公司	GMC 环球制造商认证	环球市场集团(亚洲)有限公司	2011年12月
10	有限公司	中国制造网认证制造商	中国制造网	2014年3月
11	有限公司	《中国名企》证书	中国互联网新闻中心	2011年4月
12	有限公司	清华大学软件与陈列设计课程实践教学基地	清华大学	-
13	有限公司	清华大学美术学院就业实习基地	清华大学	-
14	有限公司	广东工业大学工业设计联合实验室	广东工业大学	-
15	有限公司	广州美术学院就业实习基地	广州美术学院	-

截止 2015 年 4 月 30 日，公司及下属子公司的业务开展均不涉及其他必须的业务许可、资质以及特许经营权。

## （五）员工情况

截止 2015 年 4 月 30 日,公司(含子公司)员工总数为 434 人,具体结构如下:

### 1、按年龄划分

年龄	人数	比例
30 岁以下	198	46%
31-40 岁	136	31%
41-50 岁	87	20%
51-60 岁	13	3%
合计	<b>434</b>	<b>100%</b>

### 2、按专业结构划分

专业岗位	人数	比例
行政管理员	71	16%
生产人员	181	42%
销售及售后人员	81	19%
研发人员	101	23%
合计	<b>434</b>	<b>100%</b>

### 3、按教育程度划分

学历	人数	比例
硕士及以上	7	2%
本科	77	18%
大专	111	26%
高中及以下	239	55%
合计	<b>434</b>	<b>100%</b>

### 4、核心技术人员情况

公司核心技术人员简历情况如下:

胡鑫标,男,工程部总监,1978年12月出生,中国国籍,无境外永久居留权,1998年7月毕业于江西海联大学,机电一体化专业,大专学历。1998年7月至2000年5月,就职于建兴电子科技(东莞)有限公司,任机械工程师;2000年5月至2003年7月就职于东莞市极讯电子有限公司,任研发部主任;2003年7月至2005年9月,就职于富士康科技集团事业部,任课长;2005年9月-2008

---

年 11 月，就职于永胜电脑五金（东莞）有限公司，任研发经理；2008 年 11 月至 2013 年 6 月，就职于东莞前盛电子有限公司，任研发部经理；2013 年 6 月至 2015 年 7 月，就职于有限公司,任工程部总监;2015 年 7 月至今，就职于公司，任工程部总监。

王贤林，男，工程部经理，1977 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1999 年 7 月毕业于黄冈职业技术学院，环境艺术设计专业，大专学历。1999 年 7 月至 2006 年 2 月就职于湖北省英山县林业局，任职技术员；2006 年 3 月至 2009 年 5 月，就职于东莞市瑞饰木业制品有限公司,任展示设计师；2009 年 6 月至 2011 年 7 月，就职于东莞品位工艺制品有限公司，任工程部经理；2011 年 8 月-2013 年 9 月，就职于佰意达国际贸易（深圳）有限公司，任工程部经理；2013 年 9 月至 2015 年 7 月,就职于有限公司，任工程部经理;2015 年 7 月至今，就职于公司，任工程部经理。

丁峰，男，设计部副总监，1982 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2003 年 6 月毕业于武汉理工大学，环境艺术设计专业，本科学历。2007 年 2 月-2008 年 6 月，就职于上海司马展览建造有限公司，任三维设计师；2008 年 6 月至 2009 年 10 月，就职于上海百达辉琪营销服务有限公司广州分公司，任三维设计主管；2009 年 10 月至 2010 年 10 月，就职于笔克中国-广州笔克主建展览服务有限公司，任项目经理；2010 年 10 月至 2015 年 7 月,就职于有限公司，任设计部副总监;2015 年 7 月至今，就职于公司，任设计部副总监。

禩志成，男，O2O 事业部总监，1977 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2003 年 7 月毕业于华南理工大学，计算机软件专业，研究生学历。2000 年 7 月至 2003 年 5 月，就职于天时软件有限公司，任软件工程师；2003 年 5 月至 2006 年 5 月，就职于京华网络信息科技有限公司，任网络工程师；2006 年 3 月至 2008 年 7 月，就职于满堂红传播有限公司，任技术部主任；2008 年 7 月至 2011 年 8 月，就职于国际商业机器深圳有限公司，任计算机技术专员；2011 年 8 月-2012 年 7 月，就职于玛氏食品集团下玛氏科技有限公司，任顾问构架师；2012 年 7 月-2014 年 5 月，就职于贝达斯曼欧唯信息科技有限公司，任顾问构架师；2014 年 5 月至 2015 年 7 月，就职于有限公司，任 O2O 事业部总监；2015 年 7 月至今，就职于公司，任 O2O 事业部总监。

樊信华，男，前端工程师，1986 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留

---

权，2006年毕业于华中师范大学，电子信息科学与技术，本科学历。2007年1月至2013年12月就职于广州市天奕信息科技有限公司，任前端工程师；2014年7月至2014年12月，就职于北京新锐互动商务网络有限公司，任前端工程师；2015年1月至2015年7月，就职于有限公司，任前端工程师；2015年7月至今，就职于公司，任前端工程师。

李国荣，男，技术组组长，1976年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1999年7月年毕业于广东民族学院，电子工程专业，本科学历。2010年1月至2013年2月就职于广物经贸集团电子商务中心，任项目经理；2013年3月至2014年10月，就职于康之家电商有限公司，任项目经理；2014年10月至2015年7月，就职于有限公司，任技术组组长；2015年7月至今，就职于公司，任技术组组长。

上述核心技术人员中，禩志成持有公司子公司悠云数字5%股份，其余核心技术人员均未直接或者间接持有公司或者公司子公司股权。

公司核心技术人员均不存在违反竞业禁止约定的情形，任职不违反法律规定，不存在有关上述事项的纠纷或潜在纠纷；不存在侵犯原任职单位知识产权、商业秘密的纠纷或潜在纠纷。

## （六）公司研发基本情况

### 1、研发机构设置

公司的研发机构涉及设计、工程研发、数字技术等多个部门，研发人员包括设计人员、生产技术人员以及数字智能、互联网软件开发人员。公司研发机构的主要职能可分为三类：第一，零售终端陈列展示店面设计及广告物料、陈列道具，以及海报、样本、画册等宣传资料的设计；第二，负责工厂产品生产技术标准的建立，在生产过程中提供工程指导、技术评审。第三，运用互联网、数字化和移动通讯技术，为客户提供结合智能化软硬件、移动端应用设计的零售终端营销展示整体方案。

### 2、研发机构的人员构成

截止2015年4月30日，公司（含子公司）设计、研发人员共101人，占公司（含子公司）总人数的23.27%。公司研发机构的员工主要来自于设计、策划、美术、广告、工程设计、机电一体化、软件等专业。公司还从西班牙、新加坡、

香港等地引进部分有长期从事经验的优秀设计、研发人才。公司研发人员知识结构合理，专业背景较强，与公司现有的业务状况相匹配。

### 3、已经取得的研发成果

公司研发机构已经完成和正在进行的重要研发项目如下所示：

编号	研发项目	内容	状态
1	自动旋转动态展示陈列架	从陈列架的功能、结构、造型等方面进行研究，研发出自动旋转动态展示陈列架	完成
2	专用于展示用品结构自动焊接机器人	通过对弧焊焊接机器人核心技术、关键共性技术的探索研究，研发出适合公司产品生产需求的、具有国际先进水平的弧焊焊接机器人	完成
3	多功能太阳能折叠展示篷的研发	将太阳能集热组件及充电组件稳固地与帐篷相结合	完成
4	基于 3D 全息投影技术的商品展示装置	利用光的干涉和衍射原理，记录并再现物体真实的三维图像的技术,将用户所需三维画面悬浮在实景的半空中成像	完成
5	红外距离感应灯光控制系统	解决常规灯光控制系统由于采用声控原件和光敏电阻作为传感器容易受到外界干扰的问题	完成
6	自动人流量检测控制分析系统	开发一种能够实时检测消费者对于某一种产品或者品牌的关注度的产品	完成
7	皮肤表面含水量无线测试柜	开发能在 5M 范围内快速准确检测皮肤各部位的含水指标的技术	完成
8	红外感应省电型移动 Wifi 小型广告机	研发体积小而节能，且能在商超的任意位置安装、能提供无线向下更新广告内容的小型广告机	完成
9	悠派云子蓝牙发射器、悠派云子支持系统	结合线上和线下的宣传渠道向用户展示商品的全面信息	完成
10	悠云平台（Web 端和移动端）研发	构建基于 H5 平台服务的技术框架、数据架构、网页版前端、移动版前端、网页端管理后台、编辑 H5 组件	基础版已上线，持续优化中

### 4、研发投入

公司主要根据客户零售终端展示的需求来确定设计、研发的方向，研发成果最终转化为公司展示道具、智能设备、移动端应用等产品和服务的订单。公司对设计研发的投入在逐年增加。研发支出情况见“第四章财务部分”之“四、报告期利润形成的有关情况”。

## 四、与业务相关的情况

### （一）报告期主营业务收入的构成

单位：元

项目	2015年1-4月		2014年度		2013年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
户外展示道具	13,365,165.69	40.75%	101,434,577.26	50.29%	80,723,552.16	53.37%
室内陈列展示产品和服务	18,498,833.22	56.41%	98,430,117.04	48.80%	70,095,527.48	46.35%
市场推广活动策划执行服务	931,485.73	2.84%	1,772,004.80	0.88%	-	-
<b>合计</b>	<b>32,795,484.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>201,636,699.10</b>	<b>99.97%</b>	<b>150,819,079.64</b>	<b>99.72%</b>

注：“占比”指占营业总收入的比例。

## (二) 报告期内前五名客户情况

(1) 2015年1-4月，公司前五大客户销售额及占营业收入的比例如下：

单位：元

序号	客户名称	销售金额	内容	占比
1	北京红牛饮料销售有限公司	5,342,564.09	太阳伞、帐篷、货架	16.29%
2	深圳创维-RGB电子有限公司	4,009,676.92	机柜、电视背板、帐篷	12.23%
3	博西家用电器(中国)有限公司	2,341,564.00	灯箱、家电室内外小型展示系统、展示道具	7.14%
4	青岛海信电器股份有限公司	2,275,695.74	展柜、发光字	6.94%
5	北京缘之盟广告有限公司	1,820,267.50	展台	5.55%
<b>合计</b>		<b>15,789,768.25</b>		<b>48.15%</b>

(2) 2014年度，公司前五大客户销售额及占营业收入的比例如下：

单位：元

序号	客户名称	销售金额	内容	占比
1	北京红牛饮料销售有限公司	32,703,187.20	太阳伞、帐篷、货架	16.21%
2	深圳创维-RGB电子有限公司	19,418,115.61	机柜、电视背板、帐篷	9.63%
3	林芝恒大饮品有限公司	17,945,105.92	中柱伞	8.90%
4	博西家用电器(中国)有限公司	15,727,655.82	灯箱、家电室内外小型展示系统、展示道具	7.80%
5	青岛海信电器股份有限公司	12,314,668.35	展柜、发光字、折叠篷	6.11%
<b>合计</b>		<b>98,108,732.90</b>		<b>48.65%</b>

(3) 2013年度，公司前五大客户销售额及占营业收入的比例如下：



单位：元

序号	客户名称	销售金额	内容	占比
1	北京红牛饮料销售有限公司	39,716,445.44	太阳伞、帐篷、货架	26.26%
2	深圳创维-RGB 电子有限公司	28,061,187.29	机柜、电视背板、帐篷	18.55%
3	东莞市八达进出口有限公司	10,020,495.17	帐篷、车顶篷、篷房	6.63%
4	贵阳海信电子有限公司	6,147,634.16	展柜、发光字、灯箱、 折叠篷	4.06%
5	青岛海信电器股份有限公司	5,466,371.79	展柜、发光字、折叠篷	3.61%
合计		<b>89,412,133.85</b>		<b>59.11%</b>

公司不存在向单个客户销售比例超过公司主营业务收入的 50%或严重依赖少数客户的情况。上述客户均与公司无任何关联关系。

公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在上述客户中拥有权益。上述客户不存在受同一实际控制人控制的情形。

### （三）主要成本构成情况

#### （1）按照主营业务分类

按产品分类，公司报告期内营业成本构成情况如下表所示：

单位：元

产品名称	2015 年 1-4 月		2014 年度		2013 年度	
	营业成本	占比	营业成本	占比	营业成本	占比
户外展示道具	9,275,658.85	42.81%	74,646,106.41	52.43%	58,241,280.76	55.22%
室内陈列展示 产品和服务	11,957,421.86	55.19%	66,431,726.79	46.66%	47,227,926.66	44.78%
市场推广活动 策划执行服务	433,295.23	2.00%	1,291,831.11	0.91%	-	-
合计	<b>21,666,375.94</b>	<b>100%</b>	<b>142,369,664.31</b>	<b>100%</b>	<b>105,469,207.42</b>	<b>100%</b>

#### （2）成本构成情况

公司的成本构成情况见“第四章财务部分”之“四、报告期利润形成的有关情况”。

### （四）报告期内前五名供应商情况

（1）2015 年 1-4 月，公司前五大供应商采购额及占采购总额的比例如下：

单位：元

序号	供应商名称	主要产品	采购金额	占比
1	上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司	太阳伞、折叠篷	7,110,883.99	15.56%
2	中山市诚睿广告制品有限公司	发光字、非标字	3,302,712.63	7.23%
3	东莞卓畅机械设备有限公司	展柜	1,987,686.64	4.35%
4	佛山市顺德区北滘镇先力灯箱招牌制作有限公司	灯箱	1,633,366.34	3.57%
5	佛山市南海国邦铝制品有限公司	灯箱	1,583,869.41	3.47%
合计			<b>15,618,519.02</b>	<b>34.18%</b>

(2) 2014 年度，公司前五大供应商采购额及占采购总额的比例如下：

	供应商名称	主要产品	采购金额	占比
1	上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司	太阳伞、折叠篷	37,379,629.64	26.94%
2	中山市诚睿广告制品有限公司	发光字、非标字	9,134,900.91	6.58%
3	中山新风格陈列展示制品有限公司	展柜	6,322,465.38	4.56%
4	东莞卓畅机械设备有限公司	展柜	5,801,169.29	4.18%
5	鹤山市三吉实业有限公司	折叠篷、帐篷	4,396,548.13	3.17%
合计			<b>63,034,713.36</b>	<b>45.43%</b>

(3) 2013 年度，公司前五大供应商采购额及占采购总额的比例如下：

	供应商名称	主要产品	采购金额	占比
1	上虞市宏兴伞业有限公司	太阳伞、折叠篷	19,680,400.20	22.18%
2	中山市诚睿广告制品有限公司	发光字、非标字	4,271,745.52	4.81%
3	中山市港口镇尚美五金展示制品厂	展台、展柜	4,178,203.69	4.71%
4	中山新风格陈列展示制品有限公司	展台、展柜	3,078,482.91	3.47%
5	东莞市虎门启鑫塑胶加工厂	肌理墙	2,404,081.28	2.71%
合计			<b>33,612,913.60</b>	<b>37.87%</b>

公司不存在向单个供应商采购比例超过公司采购总额 50%或严重依赖少数供应商的情况。上述供应商均与公司无任何关联关系。

公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在上述供应商中拥有权益。上述供应商不存在受同一实际控制人控制的情形。

#### (五) 生产外协情况

随着公司业务不断增长，产品类型越来越多，涉及工艺越来越复杂，公司的车缝加工、丝印加工、五金加工、木板贴面加工等工艺环节通过外协方式完成。

报告期内，公司前五名外协供应商及占比情况如下：

单位：万元

序号	供应商	2015年 1-4月	占当年外协 加工比例	外协内容
1	东莞市全盛户外用品厂	49.28	63.91%	车缝加工
2	东莞市石排海翔丝移材料商店	0.36	0.47%	丝印加工
3	深圳市信美惠装饰材料有限公司	27.11	35.16%	木板贴面加工
4	锌辉扬热浸锌（东莞）有限公司	0.36	0.47%	五金加工
	<b>合计</b>	<b>77.11</b>	<b>100.00%</b>	

序号	供应商	2014年度	占当年外协 加工比例	外协内容
1	东莞市茶山飞迪线切割加工部	0.46	0.28%	五金加工
2	东莞市茶山立业休闲用品厂	47.13	28.96%	车缝加工
3	东莞市茶山全盛户外用品厂	39.3	24.15%	车缝加工
4	东莞市常平昌益车缝制品店	4.86	2.99%	车缝加工
5	东莞市驰创金属制品有限公司	0.51	0.31%	五金加工
	<b>合计</b>	<b>92.26</b>	<b>56.69%</b>	

序号	供应商	2013年度	占当年外协 加工比例	外协内容
1	东莞市茶山全盛户外用品厂	19.1	26.63%	车缝加工
2	东莞市驰创金属制品有限公司	0.81	1.12%	五金加工
3	东莞市南城昇达印花厂	8.13	11.34%	丝印加工
4	东莞市石排海翔丝印材料商店	10.11	14.09%	丝印加工
5	深圳市信美惠装饰材料有限公司	29.59	41.24%	木板贴面加工
	<b>合计</b>	<b>67.74</b>	<b>94.42%</b>	

#### （六）报告期内重大业务合同及履行情况

（以下如无特别说明，单位均为元）

结合合同金额以及客户重要性，报告期内对持续经营有重大影响的业务合同情况如下：

##### 1、销售合同

公司与客户签订合同或协议有两种形式：一种是先签订框架协议，确定合作

关系和合作产品范围，然后根据订单确认价格、数量等细节，另外一种直接签订采购合同约定双方相关权利义务。框架协议一般1年或几年签订一次，部分客户除签署框架协议外，还会同时签署单独的合同和订单。

(1)截止2015年7月末,对企业持续经营有重大影响的框架协议如下所示:

序号	客户名称	合同签订日期	合同有效期至	销售内容	履行状况
1	北京红牛饮料销售有限公司	2013年1月10日	2013年12月31日	太阳伞、气模、帐篷等	履行完毕
2	博西家用电器(中国)有限公司	2013年5月29日	2014年5月6日	西门子LED	履行完毕
3	青岛海信电器股份有限公司	2013年12月20日	2013年12月20日	灯箱、发光字等	履行完毕
4	珠海红牛饮料销售有限公司	2014年4月10日	2015年2月28日	帐篷、冰包、伞等	履行完毕
5	林芝恒大饮品有限公司	2014年3月28日	2015年3月28日	伞、帐篷	履行完毕
6	北京红牛饮料销售有限公司	2015年6月4日	2016年2月29日	立式货架	正在履行
7	青岛海信电器股份有限公司	2015年6月7日	2016年6月7日	发光字、标志字、展柜、灯箱等	正在履行

(2)截止2015年7月末,已经履行完毕、金额超过250万元且覆盖报告期内前5大客户的重要合同或订单如下所示:

序号	客户名称	合同或订单执行截止日	合同金额	销售内容	履行状况
1	青岛海信电器股份有限公司	2013年12月31日前	2,750,000.00	帐篷	履行完毕
2	北京红牛饮料销售有限公司	2013年11月30日前	7,679,904.00	太阳伞、帐篷、伞座	履行完毕
3	北京红牛饮料销售有限公司	2013年2月28日前	2,643,656.80	帐篷、拱门等	履行完毕
4	珠海恒大饮品有限公司	2014年7月25日	2,640,000.00	帐篷	履行完毕
5	北京红牛饮料销售有限公司	2013年10月30日前	2,551,400.00	帐篷、货架等	履行完毕
6	北京红牛饮料销售有限公司	2014年1月20日前	4,797,160.00	太阳伞、帐篷	履行完毕
7	北京红牛饮料销售有限公司	2014年5月10日前	3,728,260.00	帐篷、玻璃钢桌椅、充气拱门	履行完毕
8	珠海恒大饮品有限公司	2014年4月29日签订	14,511,600.00	中柱伞	履行完毕
9	珠海恒大饮品有限公司	2014年7月25日前	2,640,000.00	帐篷	履行完毕
10	北京红牛饮料销售有	2015年4月12日前	13,859,400.00	伞、挂架、	履行完毕

	限公司			货架	
11	深圳创维-RGB 电子有限公司	2015年4月30日	2,583,358.00	机柜、背板	履行完毕

(3) 截止 2015 年 7 月末, 金额超过 100 万元的正在履行的重要合同或订单如下所示:

序号	客户名称	合同或订单执行截止日	合同金额	销售内容	履行状况
1	广东海信冰箱营销股份有限公司	2015年1月31日前	2,874,402.50	灯箱、发光字	正在履行
2	珠海红牛饮料销售有限公司	2015年7月8日	1,127,300.00	货架	正在履行
3	博西家用电器(中国)有限公司	2015年6月16日	1,118,780.24	LED灯	正在履行
4	博西家用电器(中国)有限公司	2015年3月10日	1,014,789.70	LED灯	正在履行
5	深圳创维-RGB 电子有限公司	2015年6月29日	1,464,141.00	机柜	正在履行
6	北京红牛饮料销售有限公司	2015年4月12日	13,738,460.00	灯箱、伞、挂架	正在履行
7	北京红牛饮料销售有限公司	2015年7月8日	5,476,160.00	货架、灯箱、气模	正在履行
8	华润怡宝饮料(中国)有限公司华东分公司	2015年12月31日	1,150,000.00	太阳伞	正在履行

## 2、采购合同

截止 2015 年 7 月末, 单笔金额超过 100 万元且覆盖前五大供应商的重大采购合同如下所示:

序号	供应商名称	签订日期	交货日期	合同金额	采购内容	履行情况
1	上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司	2014年5月4日	2014年5月20日	12,684,600.00	伞、伞座	履行完毕
2	上海千山光电科技有限公司	2015年3月28日	2015年4月20日	1,429,780.00	透明屏展示道具	履行完毕
3	广东联和塑胶模具有限公司	2014年8月25日	2014年9月15日	1,220,000.00	冰魔方	履行完毕
4	鹤山市三吉实业有限公司	2014年4月19日	2014年4月20日	1,208,000.00	铁支架	履行完毕
5	佛山市顺德区北滘镇先力灯箱招牌制作有限公司	2015年1月3日	2015年1月28日	1,200,000.00	拉布灯箱	履行完毕
6	上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司	2015年3月13日	2015年3月31日	6,433,500.00	太阳伞	正在履行
7	佛山市顺德区北滘镇先力灯箱招牌制作有限公司	2015年3月17日	2015年4月1日	2,800,000.00	罐体灯箱	正在履行
8	广东联和塑胶模具有限公司	2015年6月23日	2015年7月5日	3,388,770.00	立式货架	正在履行

### 3、报告期末正在履行的借款合同

借款银行	贷款期限	2015年4月30日	借款类别	利率	履行情况
珠海华润银行股份有限公司深圳分行	2014年12月15日 -2015年12月15日	9,200,000	保证借款	8.40% (基准利率+40%)	正在履行
中国工商银行股份有限公司东莞茶山支行	2015年3月24日 -2015年9月23日	5,000,000	保证借款	6.42% (基准利率+20%)	正在履行
<b>合计</b>		<b>14,200,000</b>			

### 4、报告期末正在履行的重大担保合同

序号	担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
1	东莞天秀投资管理合伙企业（有限合伙）	有限公司	30,000,000.00	2014-7-17	2019-7-16	否
2	东莞市悠派投资发展有限公司	有限公司	30,000,000.00	2014-7-17	2019-7-16	否
3	刘长秀、张晓钟、李学智、张小琼	有限公司	30,000,000.00	2014-10-20	2019-10-19	否
4	李学智	有限公司	28,000,000.00	2014-8-25	2016-8-24	否
5	东莞市悠派投资发展有限公司	有限公司	28,000,000.00	2014-8-25	2016-8-24	否
6	东莞天秀投资管理合伙企业（有限合伙）	有限公司	28,000,000.00	2014-8-25	2016-8-24	否
7	张晓钟、刘长秀	有限公司	28,000,000.00	2014-8-25	2016-8-24	否
8	刘长秀、张晓钟	有限公司	10,000,000.00	2014-12-15	2015-12-15	否

(1) 东莞天秀投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“天秀合伙”）于2014年7月17日同中国工商银行股份有限公司东莞茶山支行签订“2014年公司茶商保字第006号”《最高额保证合同》，合同约定天秀合伙所担保的主债权为自2014年7月17日至2019年7月16日期间，在人民币3,000.00万的最高余额内，中国工商银行股份有限公司东莞茶山支行依据与东莞市悠派智能展示科技有限

---

公司签订的本外币借款合同、外汇转贷款合同、银行承兑协议、信用证开证/协议、开立担保协议、国际国内贸易融资协议、远期结售汇协议等金融衍生类产品协议以及其他文件而享有的对东莞市悠派智能展示科技有限公司的债权，不论该债权在上述期间届满时是否已经到期。

(2) 东莞市悠派投资发展有限公司(以下简称“悠派投资发展公司”)于 2014 年 7 月 17 日同中国工商银行股份有限公司东莞茶山支行签订“2014 年公司茶商保字第 007 号”《最高额保证合同》，合同约定悠派投资发展公司所担保的主债权为自 2014 年 7 月 17 日至 2019 年 7 月 16 日期间，在人民币 3,000.00 万的最高余额内，中国工商银行股份有限公司东莞茶山支行依据与东莞市悠派智能展示科技有限公司签订的本外币借款合同、外汇转贷款合同、银行承兑协议、信用证开证/协议、开立担保协议、国际国内贸易融资协议、远期结售汇协议等金融衍生类产品协议以及其他文件而享有的对东莞市悠派智能展示科技有限公司的债权，不论该债权在上述期间届满时是否已经到期。

(3) 刘长秀、张晓钟、李学智、张小琼于 2014 年 10 月 20 日同中国工商银行股份有限公司东莞茶山支行签订“2014 年公司茶商保字第 008 号”《最高额保证合同》，合同约定刘长秀、张晓钟、李学智、张小琼所担保的主债权为自 2014 年 10 月 20 日至 2019 年 10 月 19 日期间，在人民币 3,000.00 万的最高余额内，中国工商银行股份有限公司东莞茶山支行依据与东莞市悠派智能展示科技有限公司签订的本外币借款合同、外汇转贷款合同、银行承兑协议、信用证开证/协议、开立担保协议、国际国内贸易融资协议、远期结售汇协议等金融衍生类产品协议以及其他文件而享有的对东莞市悠派智能展示科技有限公司的债权，不论该债权在上述期间届满时是否已经到期。

(4) 李学智于 2014 年 8 月 25 日同东莞银行股份有限公司茶山支行签订“东银(2600)2014 年最高保字第 002261 号”《最高额保证合同》，合同约定：鉴于李学智愿意为东莞银行股份有限公司茶山支行与东莞市悠派智能展示科技有限公司(主合同债务人)签订的一系列融资文件(以下简称“主合同”)所形成的债务提供最高额保证担保。所担保的债权为自 2014 年 8 月 25 日至 2016 年 8 月 24 日期间，在人民币 2,800.00 万的最高余额内，东莞银行股份有限公司茶山支行依据主合同债务人东莞市悠派智能展示科技有限公司签订的借款合同、银行承兑汇票

---

协议、信用证开证合同、开立担保协议以及其他融资文件而享有的对主合同债务人东莞市悠派智能展示科技有限公司的债权，不论该债权在上述期间届满时是否已经到期。

(5) 东莞市悠派投资发展有限公司于 2014 年同东莞银行股份有限公司茶山支行签订“东银(2600)2014 年最高保字第 002406 号”《最高额保证合同》，合同约定：鉴于东莞市悠派投资发展有限公司愿意为东莞银行股份有限公司茶山支行与本东莞市悠派智能展示科技有限公司（主合同债务人）签订的一系列融资文件（以下简称“主合同”）所形成的债务提供最高额保证担保。所担保的债权为自 2014 年 8 月 25 日至 2016 年 8 月 24 日期间，在人民币 2,800.00 万的最高余额内，东莞银行股份有限公司茶山支行依据主合同债务人东莞市悠派智能展示科技有限公司签订的借款合同、银行承兑汇票协议、信用证开证合同、开立担保协议以及其他融资文件而享有的对主合同债务人东莞市悠派智能展示科技有限公司的债权，不论该债权在上述期间届满时是否已经到期。

(6) 东莞天秀投资管理合伙企业（有限合伙）于 2014 年 8 月 25 日同东莞银行股份有限公司茶山支行签订“东银(2600)2014 年最高保字第 002405 号”《最高额保证合同》，合同约定：鉴于东莞天秀投资管理合伙企业（有限合伙）愿意为东莞银行股份有限公司茶山支行与东莞市悠派智能展示科技有限公司（主合同债务人）签订的一系列融资文件（以下简称“主合同”）所形成的债务提供最高额保证担保。所担保的债权为自 2014 年 8 月 25 日至 2016 年 8 月 24 日期间，在人民币 2,800.00 万的最高余额内，东莞银行股份有限公司茶山支行依据主合同债务人签订的借款合同、银行承兑汇票协议、信用证开证合同、开立担保协议以及其他融资文件而享有的对主合同债务人东莞市悠派智能展示科技有限公司的债权，不论该债权在上述期间届满时是否已经到期。

(7) 张晓钟、刘长秀于 2014 年 8 月 25 日同东莞银行股份有限公司茶山支行签订“东银(2600)2014 年最高保字第 002262 号”《最高额保证合同》，合同约定：鉴于张晓钟、刘长秀愿意为东莞银行股份有限公司茶山支行与东莞市悠派智能展示科技有限公司（主合同债务人）签订的一系列融资文件（以下简称“主合同”）所形成的债务提供最高额保证担保。所担保的债权为自 2014 年 8 月 25 日至 2016 年 8 月 24 日期间，在人民币 2,800.00 万的最高余额内，东莞银行股份



---

有限公司依据主合同债务人签订的借款合同、银行承兑汇票协议、信用证开证合同、开立担保协议以及其他融资文件而享有的对主合同债务人与东莞市悠派智能展示科技有限公司的债权，不论该债权在上述期间届满时是否已经到期。

(8) 刘长秀、张晓钟（保证人）于 2014 年 12 月 12 日同珠海华润银行股份有限公司深圳分行（债权人）签订“华银（2014）深保字（小微 s）第 198A 号”《保证合同》，合同约定为了明确债权人对与东莞市悠派智能展示科技有限公司（债务人）债权的实现，保证人自愿向债权人提供保证担保。本合同所担保的主合同及其本金为：“债务人与债权人签订的编号为“华银（2014）深流贷字（小微 s）第 198 号”《流动资金借款合同》项下本金人民币壹仟万。

### （七）公司合法合规经营情况

#### 1、环保事项

2006 年 11 月 12 日，公司就“东莞市悠派户外用品制造有限公司”项目向东莞市环境保护局提交《建设项目环境影响报告表》，并取得了该局出具的同意审批意见。2013 年 12 月 18 日，东莞市环境保护局出具东环建【2013】11550 号《关于东莞市悠派智能展示科技有限公司建设项目影响报告表的批复》，同意有限公司在东莞市茶山镇塘角村茶塘路西瓜岭建设。

公司目前持有东莞市环境保护局颁发的《广东省污染物排放许可证》，行业类别：金属制品业；排污种类：废气；有效期至 2018 年 5 月 18 日。

综上，公司已取得相应的环保资质，履行了相应的环保手续。

#### 2、安全生产

公司根据生产情况，制定了安全生产规章制度和规范的生产操作流程，从源头上预防生产安全事故的发生。

报告期内，公司未发生重大安全事故，也不存在因安全生产事故而产生的纠纷或者对公司造成严重的情形，也不涉及因安全生产问题受到处罚的情形。

#### 3、产品质量标准

公司报告期内主要是针对不同客户的要求，提供零售终端展示服务，尚未有同一质量标准，公司不存在因为产品和服务质量受到行政处罚的情形。

#### 4、其他合法合规事项

2007 年 4 月 30 日，东莞市公安消防局出具了东公消 03（建验）字【2007】

---

第 0086 号《建筑工程消防验收意见书》，经消防验收，东莞市悠派户外用品制造有限公司在消防方面具备使用条件。

## 五、公司的商业模式

公司立足于终端展示行业，经过多年发展，公司从成立之初的户外展示用品生产商发展至能够提供展示方案设计、展示道具的设计和和生产、智能展示软硬件的设计和和生产、整体展示项目的安装（特装）、活动策划和执行等一体化服务的零售终端展示服务商。随着公司业务线的拓展，公司目前可提供的主要产品和服务包括户外展示道具、室内陈列展示产品和服务以及市场推广活动策划执行服务三大类，公司的终端产品和服务能够让终端消费者获得更好的产品体验，帮助客户全方位展现产品的特性、提升品牌的形象，最终促进客户产品的销售。

公司长期以来一直坚持自主研发，通过运用展示方案策划和设计、展示道具一体化生产工艺、数字智能及互联网软件研发技术，使公司的终端展示产品和服务逐步向数字化、智能化等方向发展。报告期内，户外展示和室内陈列展示营销终端产品和服务是公司主要的收入和利润来源，公司报告期内的利润率处于行业平均水平。公司以展示设计和创意为先导，通过招投标和协议议价方式获取订单，主要客户包括红牛、海信、创维、恒大、西门子等多个知名品牌，覆盖了家电、消费电子、快速消费品、连锁卖场等多个细分行业。

### （一）营销模式

公司销售采用直销模式，一般通过招投标和协议议价方式获取客户订单。公司在广州、深圳、上海、青岛、昆明、成都等多个城市和地区设置了当地的销售中心，各销售团队根据公司年度销售计划，结合市场情况，有针对性的进行区域营销。公司对于长期合作客户设立了专门的客户关系维护团队，通过跟踪重点行业的需求、重点客户的年度营销计划，积极与特定行业的客户沟通潜在的需求，并提供方案道具设计、营销活动策划等方案，从而形成稳定的业务来源。

### （二）研发模式

公司的研发和设计以提升企业品牌知名度和优化消费者体验为出发点，以行业发展趋势研究为先导，结合与品牌客户多年的合作经验，不断挖掘客户的潜在需求。公司逐步研发成功了满足客户要求的室内户外展示道具，触摸互动、体感互动等数字化智能展示软硬件，轻APP工具、轻APP平台、悠云子等移动端线上

---

线下互联应用。公司最终通过自主研发形成了展示设计、展示道具标准化生产工艺、数字智能及互联网软硬件研发技术。

### **（三）生产模式**

公司的产品以定制为主，通常按照以销定产的生产模式，即根据订单制定生产计划，组织生产。规格和技术参数等指标需要根据用户的实际需求和客观情况确定。公司主要生产流程包含五金、木制品以及亚克力的加工。公司生产所需主要原材料以外部采购为主，公司提供的产品多，涉及工艺复杂，主要工艺由公司完成；车缝加工、丝印加工、五金加工（镀锌）、木板贴面加工等工艺加工通过外协方式完成；与室内户外展示方案配套的部分定制化产品也需要向外部采购，包括伞、帐篷、灯箱、LED屏等半成品。公司的特装环节指店铺工程的模块化设计、现场工程监理和组织协调，施工和装修由外部专业公司完成。

### **（四）盈利模式**

经过多年的积累，公司形成了包括品牌形象设计、展示道具的设计和生、智能展示软硬件的设计和生、整体展示项目的安装、活动策划和执行等业务范围的一体化终端展示服务模式，同时在零售终端展示产品设计研发和市场营销活动策划执行服务上积累了一定的行业经验和技、并不断优化各个业务流程，尝试在各个业务环节中不断挖掘新的客户资源和业务机会。

公司的盈利模式最终体现为以下三个方面：其一，公司通过室内、户外展示道具的设计和生，保证了公司的生产订单和客户多样性。其二，公司以设计创意为先导，整合相应技术和资源，辅以市场营销活动方案的策划和执行，为客户提供了更具竞争力和吸引力的营销产品和服务。公司的设计和活动优势为公司获取客户订单奠定了良好的基础。其三，公司不断挖掘客户的高端、个性化营销需求，紧跟行业发展趋势，研发形成了轻 APP、悠云平台、悠云子等移动端工具和平台，以及体感互动、触摸互动、3D 显示等智能化软硬件，从而形成了公司一体化展示营销服务的核心竞争力。未来，公司将致力于提供更成熟的数字化、智能化、移动化的终端展示服务，最终成为业内领先的零售终端展示 O2O 服务商。

## **六、公司所处行业基本情况**

公司终端展示产品包括展柜、展架、展台、帐篷等，主要原材料为木材、钢材、布料、亚克力、玻璃等。根据中国国家统计局颁布的《国民经济行业分类》

(GB/T 4754—2011)，公司属于“C21 家具制造业”。按照证监会发布的《上市公司行业分类指引》(2012 年修订)，公司目前所处行业属于“C21 家具制造业”。公司所处的细分行业为终端展示行业。

## (一) 行业概况

### 1、行业主管部门及监管体制

本行业的行政主管部门是国家工业和信息化部，其主要职责包括：拟定并组织实施工业、通信业、信息化的发展规划，推进产业结构战略调整和优化升级，推进信息化和工业化融合；制定并组织实施工业、通信业的行业规划、计划和产业政策，提出优化产业布局、结构的政策建议，起草相关法律法规草案，制定规章，拟定行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作等。

### 2、行业主要法规、政策

公司展示道具制造工艺与家具制造业类似。家具制造业所遵守的主要法律法规、政策如下：

序号	法律及法规	标准名称
1	GB/T 3324-2008	木家具通用技术条件
2	GB/T 3325-2008	金属家具通用技术条件
3	GB/T 3327-1997	家具柜类主要尺寸
4	GB/T 3326-1997	家具桌、椅、凳类主要尺寸
5	GB/T 11718-1999	中密度纤维板
6	QB/T 6016-97	家庭装饰工程质量规范
7	GB5296.6-2004	消费品使用说明第 6 部分：家具
8	QB/T1951.1-1994	木家具质量检验即质量评定
9	QB/T 4784-2015	木家具空气喷涂涂着率测定方法

随着零售终端陈列展示行业发展，该行业逐渐形成由家具制造、文化业创意和商业服务相结合的一个跨界行业。国家和地方政府鼓励和支持相关文化产业的发展，具体政策如下：

序号	时间	单位	行业政策	内容
1	2009 年	文化部	《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》	艺术创意和设计是文化产业的发展方向和发展重点。要大力发展平面设计、外观设计、工艺美术设计、雕塑设计、服装设计及展览设计，提升设计创意能力和水平。

2	2010年	广东省委省政府	《广东省建设文化强省规划纲要(2011-2020年)》	建设广州、深圳、佛山工业设计基地,在广州、深圳、珠海、东莞、惠州等地建设粤港澳文化创意产业实验园区。
3	2011年	东莞市文广新局	《东莞市建设全国公共文化服务名城实施意见(2011—2020年)》	重点实施文化设施全覆盖、文化活动品牌、文化服务创新“三大工程”,把东莞建设成为全国公共文化服务名城。
4	2011年	东莞市人民政府	《东莞市文化事业发展“十二五”规划》	提高全民文化素养、完善公共文化服务体系、发展现代文化产业、加强文化遗产保护、繁荣文艺精品创作、加强对外文化交流、做大做强新闻媒体、维护东莞文化安全。并在公共文化服务方面、现代文化产业发展方面、文化遗产保护方面、文艺精品创作方面明确主要指标。
5	2012年	东莞市人民政府	关于印发《关于加快文化产业发展的若干意见》和《东莞市文化产业发展专项资金管理暂行办法》的通知	为着力打造现代文化产业名城,推动文化产业成为东莞国民经济的重要支柱性产业,“十二五”期间,从每年10亿元的“文化东莞工程”专项资金中,统筹安排16亿元设立文化产业发展专项资金。
6	2012年	东莞市人民政府	《东莞市建设全国现代文化产业名城实施意见(2011—2020年)》	顺应全球产业发展大势,立足东莞现有优势,依托雄厚产业基础,培育发展新兴文化产业,做大做强特色文化产业,改造提升传统文化产业,形成特色鲜明、优势明显、具有核心竞争力和可持续发展能力的现代文化产业体系。

### 3、行业发展状况和竞争格局

#### (1) 行业概况

终端展示属于企业营销活动中的品牌建设、品牌推广活动中的一个分支。终端展示通过终端整体布局、色彩搭配、照明选择、多媒体和影像系统应用、品牌元素设计、商品及道具陈列营造一种“环境的品牌体验”,使消费者更加直观、有效的感受品牌及产品所带来的消费体验。终端展示行业是由连锁零售市场的兴起而拉动的新兴行业,连锁零售业的发展促使终端规模不断扩大、终端数量不断增加,为终端展示行业提供了广阔的市场空间。

2000年以前,我国商品零售行业的形式较为简单,历经了供销社、百货公司、批发市场、超级市场等阶段,终端展示形式为品牌商买断卖场、买断货架的独占式经营。2001-2010年,是终端展示市场的初步形成阶段,商家开始注重利用终端抢占零售市场。该阶段初期,供应商主要是提供道具制造服务,使产品陈

列更加生动，但产品同质化较高。该阶段后期，品牌商加大对优质的终端如连锁卖场的投入，注重建立销售的品牌，终端陈列、展示和促销开始更加个性化、品牌化。市场由使用单一类型的促销展示道具向品牌专区过渡，出现了专营店、专卖店、购物中心等多种形态。除了卖场终端，品牌商也加大户外促销和活动的投入，如大篷车、静态展示、路演活动等形式。

2011 年以后，随着终端展示行业的专业化发展，终端建设对品牌形象展示的要求越来越高，终端展示逐步向以展示设计为核心发展。随着网络、多媒体等高科技在终端展示领域中的应用，现代信息技术开始融合到现有展示模式中。同时，电商的发展冲击了传统零售业态，如何平衡线上与线下、如何提升线下零售终端的效率、强调客户体验的 O2O 模式受到关注。在零售终端和户外促销领域，顾客手机端查询、二维码优惠券、线下 3D 互动体验和触控设备得到广泛应用。

从行业技术水平来看，终端展示产品涉及材料多，工艺环节多，通用设备少，传统的手工制作与组装技术仍然是终端展示行业的主流。手工加工的产品品质主要依赖工人的熟练程度和企业的管理水平。终端展示在设计方法和手段方面有了很大改进，设计过程及结果基本可通过计算机的形式表现出来。国内终端展示行业在准确选材、应用高科技材料以及专业化设计等方面尚有较大的发展空间。

## (2) 行业竞争格局

终端展示行业涉及的市场主体众多，营销策划公司、广告公司、展示道具生产公司、装饰装潢公司、移动互联网公司、终端展示营销整体服务提供商均参与该行业，行业内企业规模普遍较小、竞争无序、服务水平参差不齐、服务模式存在较大差异。目前行业内大多数企业一般只提供单一的服务，如营销策划公司主要提供终端展示策划及终端展示需求分析服务；广告公司主要提供终端品牌形象推广服务；展示道具生产公司主要从事终端展示道具生产制造；装饰装潢公司主要提供终端展示的基础装饰装潢服务；终端展示营销整体服务提供商提供终端展示市场推广活动策划与执行、终端展示设计、终端展示道具制造、配送及工装等一体化终端展示服务。

各市场主体完成终端展示服务的主要业务环节与盈利模式对比分析如下表：

终端展示主体类型	营销策划、 广告公司	展示道具 生产公司	装饰装 潢公司	移动互联网 公司	终端展示营 销整体服务
----------	---------------	--------------	------------	-------------	----------------

					提供商
展示活动策划	√				√
展示设计	√				√
展示道具制造		√			√
装潢安装			√		√
移动数字化营销	√			√	√

我国具有一定规模的终端展示服务企业主要集中在经济相对发达的沿海地区，由于行业尚处在发展初期，参与主体较多，市场集中度很低，单个企业的市场份额很小。随着市场对终端展示服务需求的不断增长，传统的营销策划公司、广告公司、展示道具生产公司、装饰装潢公司提供的单一环节服务越来越无法满足客户需求，未来终端展示市场将逐步向规模化发展的整体终端展示服务企业转移。

### (3) 行业市场容量

终端展示行业是由零售市场的兴起而拉动的新兴行业。终端展示行业服务的对象广泛，涵盖了各大连锁零售企业和消费电子、家电、快速消费品、食品、医药等众多行业的终端场所，市场规模较大。

近几年，随着我国国民经济快速发展和人民生活水平的不断提高，我国零售业销售额迅速增长，从 2005 年的 17,641 亿元增长到 2013 年的 98,487 亿元。作为终端展示行业主要的需求方，我国连锁零售业发展迅速，成为各种零售业态中发展最快、极具市场活力与竞争力的零售业态。我国连锁零售业的商品销售额由 2005 年的 12,588 亿元增长到 2013 年的 38,007 亿元，零售营业面积由 8,687 万平方米增长到 15,640 万平方米。连锁零售的发展推动了终端展示行业的迅速发展。随着我国零售行业尤其是家电、消费电子、快速消费品等细分领域的快速发展以及企业对终端投入的不断加大，我国终端展示行业将迎来前所未有的发展机会，行业市场规模有望不断扩大。

### (4) 行业与上下游的关系

公司属于零售终端展示营销服务提供商，所处的细分行业为终端展示行业。公司上游行业主要包括钢铁制造加工行业、木材及木材加工行业、玻璃及玻璃制品业、布料加工、五金电器生产等行业。上游生产厂家较多，供给较为充裕，在采购时选择性较大，价格较为公开。终端展示行业的下游与终端消费密切相关，

---

主要是具有零售终端的行业，包括消费电子行业、家电行业、快速消费品行业、医药连锁业、服饰行业等。下游行业的快速增长、产业结构的升级推动终端展示行业向规模化、专业化方向发展。

## （二）行业发展趋势

终端展示行业与零售行业密切相关，服务对象广阔，各类消费电子、家电、快消产品、食品、医疗等终端营销均需要展示，市场规模巨大。随着国民经济发展，人民收入水平提高，我国零售销售规模增长迅速，相应为终端展示行业带来良好的发展空间。

终端展示并非只做单纯的展示或装饰，而是要融合数字化、移动化、智能化手段，丰富展示渠道和平台，传达环保理念，控制成本的同时营造更好的展示效果和品牌理念。未来发展趋势具体体现在以下几个方面：

### 1、满足品牌商日益增长的一体化服务需求

终端展示各个流程中都有不同的主体提供部分环节服务。当前从事终端展示服务的公司有营销服务公司、行销策划公司、广告公司、设计公司、家具公司、展示道具生产公司、装修公司、互联网公司，市场集中度较低。总的来看，专业化的企业相对较少，能形成系列化的更少。随着下游行业的发展，连锁零售企业和品牌商越来越需要能够提供从创意设计、展示道具生产到后续安装维护的一体化服务的终端展示服务供应商。在此趋势下，行业内一些单纯从事创意方案策划、展示道具生产或简单的工程安装又不能提供增值服务的企业将逐步被市场淘汰，而在一体化服务方面占据优势的供应商将从激烈的市场竞争中崛起。

### 2、将数字化、智能化、移动化应用到品牌终端展示服务

电子展厅和云展厅等新型展厅的出现，对传统的展示模式是一种补充，同时带来一股新的潮流。网上虚拟展示是一种在互联网虚拟空间上进行企业和产品展示的方式，过去主要采取“图片+文字信息”的展示形式。随着3D技术的发展，3D虚拟展示能够实现全方位、立体化的产品展示，增强互动体验。未来3D虚拟将作为实体展示的一种重要补充。随着计算机等相关技术的发展，结合音频视频技术、光学投影技术、电子灯光等技术手段将展品、展览空间与参观者纳入统一的整体展示方式，改变过去单方向的视觉观赏模式，使消费者在多媒体展示空间中得到综合互动式的体验，对品牌形象和产品功能有更深刻的了解。在移动互联网



---

全球化发展的今天，移动互联网与传统商业的跨界融合已成为共识，未来的商业行为和消费行为将向简单、直接、快捷发展，数字化、智能化、移动化、线上线下一体化将使终端展示行业发生重大变革。

### 3、展示设计直接影响品牌的营销效果

品牌终端展示服务行业服务的对象极广，涵盖了各大连锁零售企业和消费电子、家电、快速消费品、食品、饮料、医药等众多行业及品牌商的终端场所。展示设计需要符合现代化品牌产品发展特点的设计理念和生产工艺，带来产品需求空间的提升，协助下游行业带来整体行业形象的转变。因此，连锁化的零售业对专业的终端展示服务的需要日益增长。终端展示从设计开始就融入了企业的品牌理念，而专业化的设计能够营造最佳的展示效果，丰富展示品牌文化内涵，使消费者更加直观、有效的感受品牌及产品所带来的消费体验，这也为拥有专业设计团队的终端展示服务企业带来了更好的发展机会。

## （三）行业进入壁垒

### 1、客户资源壁垒

为了保证品牌形象和产品销量，品牌公司在选择终端展示服务商时需经过严格的考察和认证。一旦建立合作关系后，双方合作是相对稳定的。终端展示服务商对客户服务时间较长，从而对客户的企业文化和品牌内涵形成深度的认知。客户更换服务商的成本较大，更换服务商会一定程度上影响其品牌形象的宣传和产品的销量。因此，对于新进入者而言，终端展示行业具有一定的客户资源壁垒。

### 2、设计能力壁垒

零售终端展示营销注重凸显客户品牌形象和新产品特征，要求终端展示服务商深刻理解客户的客户品牌文化及内涵，并在品牌企业的终端展示营销执行中充分体现。只有充分契合企业营销诉求的设计方案，才能体现客户品牌形象和新产品特征，从而实现品牌文化的传播和产品的推广。因此设计能力不强的企业较难进入该行业。未来随着终端展示行业对企业设计能力的要求日益提高，设计能力的高低将决定着终端展示服务商在行业中的竞争地位。

### 3、资金和规模壁垒

终端展示行业的客户多为大型品牌公司，因此行业需求具有订单量大、需求时间较为集中、客户分布广泛、品质要求高等特征，这对终端展示服务商的资金

量和公司的生产与销售规模都提出了较高的要求。未来随着终端展示行业的不断发展，对终端展示服务商的资金和规模要求会不断提高。资金不足和经营规模小的企业将难以进入终端展示行业。

#### 4 一体化服务壁垒

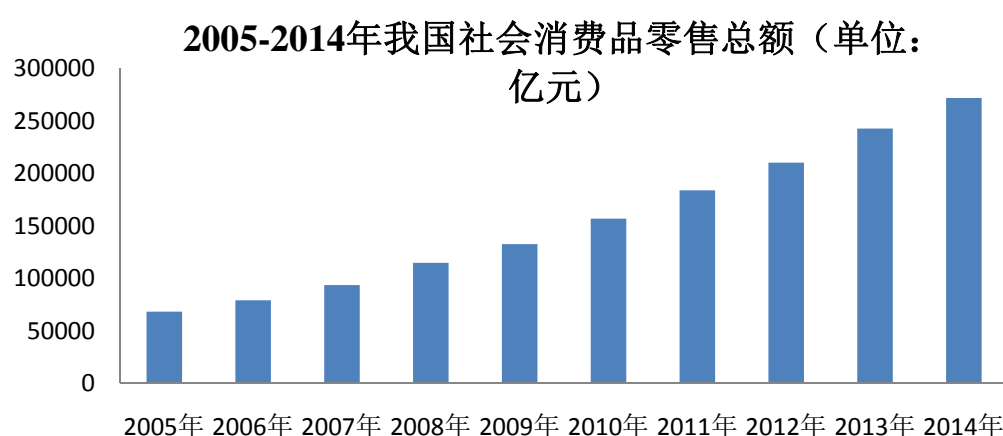
终端展示行业涉及展示活动策划、展示设计、展示道具生产制造、装潢安装、活动执行等一体化流程，随着互联网技术的发展，终端展示还将涉及数字化、智能化店铺集成、O2O 智能展示体验服务等领域，因此需要终端展示服务商具有较强的一体化服务和资源整合的能力。目前国内终端展示行业的企业大多为提供单一业务或服务的企业，缺乏一体化服务的能力，因此随着终端展示行业对终端展示服务商一体化服务需求的加大，缺乏一体化服务和整合能力的企业将面临较大的壁垒。

### （四）影响行业发展的主要因素

#### 1、有利因素

（1）零售业的发展带动终端展示行业的发展。

零售终端展示行业是随着零售业的发展而逐步兴起的产业，因此零售终端展示行业的发展与我国零售业的发展状况息息相关。随着我国国民经济的发展和人民生活水平的提升，近十年我国社会消费品零售总额呈逐年增长的态势，从 2005 年的 68,352.6 亿元增长到 2014 年的 271,896.1 亿元（如下图）。



数据来源：国家统计局网站

未来随着我国居民收入水平的提高和国家扩大内需的政策需求加大，居民消费能力将逐步得以释放，从而带动零售行业的发展。另外，随着连锁零售、O2O

---

等新兴商业模式的出现，零售行业将迎来新的发展契机，从而带动零售终端展示行业的发展。

(2) 企业对品牌推广和品牌建设的日益重视将推动本行业的发展。

营销终端是企业品牌推广和宣传的载体，是消费者所面对的最直接的品牌广告，终端的质量和展示效果直接决定了企业在激烈市场竞争中的地位。成功有效的终端展示能够生动宣传企业品牌形象、品牌文化和品牌所有有价值的信息，对品牌有着不容忽视的现实意义和价值内涵。

随着快速消费品、家电零售、消费电子等零售领域的快速发展和市场竞争的加剧，企业更加认识到品牌的价值和作用，开始注重品牌建设。在众多的品牌宣传推广手段中，更多企业把眼光投向了最直观、最体现品牌形象的营销终端，通过终端展示品牌文化与品牌形象，让消费者对企业所要展示的品牌文化和形象有更精准和深刻的认知。企业对品牌建设和推广的重视，对专业终端展示服务需求的增长，有利于终端展示行业的发展。

(3) 产品更新较快促进市场需求稳定增长。

终端展示行业服务对象广泛，涵盖了各大连锁零售企业和消费电子、家电、快速消费品、食品、饮料、医药等众多行业，且展示道具产品更新周期较短，产品更新换代较快，市场需求将保持长期稳定的增长，市场空间较大。

(4) O2O 模式的日益成熟促进行业高速发展。

O2O 模式在零售终端的应用促使品牌商以品牌偏好为中心转变为以顾客和顾客体验为中心。而拥有终端资源的品牌商应用移动互联网的 O2O 模式，会减少中间环节的利润侵蚀，提升零售终端的运营效率。凭借其支持在线交易和本地化配送的优势，将零售终端转变为区域运营体验中心。未来随着零售领域 O2O 模式的日益成熟，品牌客户对零售终端 O2O 体验的需求市场规模十分巨大。O2O 模式将改变过去单纯的视觉观赏模式，使消费者在互联网和实体终端的空间中均能够综合互动式的体验，对品牌形象和产品功能有更深刻的认知，从而推动终端展示行业快速发展。

## 2、不利因素

(1) 行业尚处于起步阶段，没有形成统一的业态

我国终端展示行业属于新兴行业，尚处在起步阶段，行业中有不同的主体提

---

供部分环节服务，如营销策划公司、广告公司、展示道具生产公司、家具公司、装饰装潢公司等均能提供部分服务或产品，而能提供专业化的终端展示营销整体服务的企业较少，市场集中度较低。

### （2）终端展示服务商综合实力较弱

我国终端展示行业发展历史较短，行业内企业规模普遍较小，且多数企业的产品和服务较为单一，能够为客户提供集终端展示活动策划、展示设计、展示道具生产制造、装潢安装、活动执行等于一体的终端展示服务商数量较少。另外，行业内企业资本实力普遍较弱、规模化和专业化程度偏低，综合实力相对较弱。

### （3）终端展示行业专业人才短缺

终端展示行业从业人员的素质和能力直接影响着终端展示行业的整体发展水平。由于终端展示行业为平面设计、室内设计、工业设计、家具制造、工程管理、装饰装潢、多媒体技术等多专业、多学科交融的专业性行业，综合性的专业终端展示人才短缺。

## （五）行业周期性、区域性或季节性特征

### 1、周期性

企业对终端展示产品的需求与宏观经济周期相关。在宏观经济上升期间，企业通常会加大终端展示产品投入，行业需求呈上升趋势；而在宏观经济下滑期间，大型企业通常会加大终端展示产品投入以促进销售，实力较小的企业则可能会减少终端展示产品投入。因此，终端展示行业存在一定的周期性。

### 2、区域性

不同地区的经济发展程度、营销理念、营销方式等存在较大的差异。北京、上海、深圳等一线城市和部分沿海城市经济较为发达，各种业态的终端零售卖场竞争较为激烈，终端展示产品需求较大，终端展示行业发展速度较快。而经济发展相对落后的地区，终端展示产品需求相对较小，发展速度较慢。因此，终端展示行业存在一定的区域性特征。

### 3、季节性

终端展示行业具有一定的季节性特征，一般与假期经济有较大的关联性。客户的营销市场活动计划通常会随着节假日的到来而随之增多。各大终端零售卖场通常在五一、国庆、元旦、春节等国家法定节假日前对展示道具进行大量更新，

并有大量的整体展示项目，因此对终端展示产品的需求较大。

## 七、同行业主要竞争对手情况

终端展示行业尚处于起步阶段，从事终端展示服务生产的厂家也为数不少，但因终端展示的各个流程、每个环节是可分割的，因此各个流程中都有不同的主体提供部分环节服务。当前从事终端展示服务的公司有营销服务公司、行销策划公司、广告公司、设计公司、家具公司、展示道具生产公司、装修公司、互联网公司，市场集中度较低。总的来看，专业化的企业相对较少，能形成系列化的更少。行业内呈现企业规模较小、形成设计、生产、销售、安装一体的产业链的企业不多的竞争格局。

为满足连锁零售企业和品牌商要求，终端展示服务供应商需要能够提供从创意设计、展示道具生产到后续安装维护的一体化服务，以营造最佳的终端展示效果，增强其终端竞争力。在此趋势下，行业内一些单纯从事创意方案策划、展示道具生产或简单的工程安装又不能提供增值服务的企业将逐步被市场淘汰，而在创意设计、规模生产、项目方案执行、后续增值服务等方面占优势的企业将逐渐从激烈的市场竞争中崛起，行业的集中度将逐步提高。

公司能够提供终端展示一体化服务，行业内竞争对手较为集中，主要竞争对手包括深圳易尚展示股份有限公司、南京惠通创意展示股份有限公司等。主要竞争对手情况如下：

根据公司业务板块不同，公司与主要竞争对手对比情况如下：

### 1、创意设计、活动类的竞争对手对比

企业名称	主要产品与服务	主要客户所属行业	主要客户	主要市场区域
易尚展示	商业空间设计、商业道具设计、展厅设计	消费电子	三星、宏图三胞、华为	华南、华北、华东 (以华南为主)
奥美广告	广告创意、平面设计和媒体传播	汽车、快消、电器等	奥迪、多芬、飞利浦	全国
笔克公司	整合营销，创意活动，展览，会议及展览，策划	有活动和展览需求的客户	奔驰、保时捷、展会、展	华北、华东、华南

			馆	
公司	店铺SI设计、道具设计、展厅设计；市场活动策划与执行	消费电子、快消、电器	红牛、海信、创维、西门子	华北、华南、华东

## 2、生产制造、特装类的竞争对手对比

企业名称	主要产品与服务	主要客户所属行业	主要客户	主要市场区域
易尚展示	商业道具制作、全国连锁安装服务	鞋业、珠宝、消费电子	达芙妮、瑞红珠宝、宏图三胞	华北、华东、华南
惠通创意	工程设计与店铺安装	电器	西门子、惠而浦、LG	华东
日先陈列	店铺点对点安装	电器、快消、服装	海尔、宝洁、李宁	全国
公司	设计、制造、安装等一站式服务	电器、消费电子、快消	西门子、海信、红牛、国美	全国

以上主要竞争对手中，易尚展示为上市公司，惠通创意为新三板挂牌公司，可获得两家的公开披露信息。

虽然易尚展示、惠通创意和本公司都处在零售终端展示行业，但是三家公司在产品与服务、客户群体、市场区域等方面有所不同。

从产品与服务类型来看，易尚展示营业收入主要来源于品牌终端展示产品，具体包括展柜、展架、展台等展示道具和专卖店、展厅、展车等整体展示项目；惠通创意除了展示道具和整体展示项目外，还涉及展示空间设计领域；本公司则主要为客户提供包括设计、研发、制造、安装等在内的零售终端展示营销整体服务和市场推广活动策划执行服务。

从下游客户群体来看，三家公司的主要下游客户都涉及家电零售、消费电子、连锁零售等终端消费领域，但是各自侧重的领域有所差异，且主要客户重复率较小，相互之间竞争不大；从主要市场区域看，惠通创意深耕于华东区域，在其他地区业务规模较小；易尚展示目前销售核心区域为华南地区，销售收入占比均超过 50%。随着公司业务不断扩展，华东地区销售呈快速增长的趋势。本公司业务主要分布在华北、华南以及华东。

---

## 八、公司竞争优势及战略规划

### （一）公司的竞争优势

公司依托创新的业务模式、领先的设计研发水平、完善的生产布局、稳定的核心团队等竞争优势,通过一体化服务为客户提供终端展示产品,提升品牌形象、展示品牌内涵、提高产品销量,最大程度地为客户创造价值。

公司的竞争优势如下:

#### 1、核心团队的稳定性

公司的核心团队主要为公司的管理人员,公司的大部分管理人员见证了公司成立以来飞跃式的发展和多次战略性的转型,对公司发展目标、未来战略保持了高度的一致性,且认为公司未来的发展前景可期。公司建立了股权激励平台,管理人员多数直接或间接持有公司下属子公司、公司持股平台的股份,共同分享公司的发展成果。公司的核心团队稳定,且能够对市场需求的变化进行快速的反应和决策,稳定的核心团队为公司战略的有效实施和组织架构的稳定性奠定了基础。

#### 2、一体化服务的优势

公司主要提供店铺 SI 设计、陈列展示道具的设计和生 产、店铺特装、智能展示数字内容制作和设备定制、活动策划和执行等一体化服务。公司以设计创意为先导,既提供整体的店铺商业空间设计,也提供终端局部的陈列展示道具设计,公司在设计方面的丰富经验为公司获取客户订单奠定了良好的基础。从生产方面来看,公司拥有行业内先进的全套设备体系和完善的工艺流程,能够设计和生产各类展示道具,满足客户多样化的需求。从安装来看,公司在全国拥有多家店铺安装、装修服务合作商,可满足客户在大部分城市地区的终端展示安装需求。从移动数字化服务来看,公司紧跟行业发展趋势,自主研发了触摸互动、体感互动、等智能软硬件系统,并成功应用于展示方案中。同时,公司依托子公司的市场活动经验和活动资源,为公司的品牌客户提供各类路演、促销、公关等营销推广活动的策划和执行服务,进一步丰富了公司零售终端展示一体化服务内容。因此,一体化服务能力成为了公司的核心竞争优势。

#### 3、设计研发优势

公司的研发机构涉及设计、工程研发、数字技术等多个下属公司或部门,研发人员包括设计人员、生产技术人员以及数字智能、互联网软件开发人员。截止

报告期末，公司（含子公司）设计、研发人员共 101 人，研发团队实力雄厚。经过多年的积累，公司创建了企业自身的一套店铺形象设计和执行的标准；公司依托在设计领域的丰富经验，成为了清华大学、广东工业大学、广州美术学院的实践教学基地。公司同时从西班牙、新加坡、香港等多地引进了优秀的设计人才。

在目前市场中，单纯的产品制造订单已经不具竞争力或者利润极其微薄，通过创意设计带动后续订单的方式，能够获得合理的利润水平和维持强烈的客户黏度。公司能够通过创意设计提升服务价值，通过整体服务提升客户的满意度，从而获得大额订单。

公司能够根据客户零售终端展示的需求来确定设计、研发的方向，研发成果最终转化为公司展示道具、智能设备、移动端应用等产品和服务的订单。目前，公司自主研发形成了多功能展示道具、3D 全息投影装置、体感互动设备、触摸互动设备、悠云子系统、悠云平台等多项成果。公司具备一定的设计研发优势。

#### 4、市场和客户资源优势

为了更好服务公司核心客户，公司在北京、上海、广州、深圳、青岛、昆明、成都、东莞等地建立了营销事业部，及时了解客户的终端展示营销以及户外推广需求，并为客户提供高效的整体服务。

目前公司已经服务的主要客户品牌按行业分类如下：

家电行业	
消费电子行业	
快消行业	



日化行业	
------	---

## （二）公司的竞争劣势

### 1、资金不足导致公司引进人才步伐缓慢

公司主要服务于品牌企业，随着公司业务量不断扩张，公司资金需求量不断增长，但目前融资渠道较少，对公司的研发投入和业务拓展有一定的影响。

### 2、公司终端展示业务链条长，团队的整合面临挑战

公司现有业务涉及零售终端展示的设计、生产、安装、执行、户外推广策划与执行以及悠云平台的研发，不同业务性质对团队的要求不同。随着公司业务的迅速扩张，各业务之间的整合协调需要进一步加强。

### 3、现有产能不能满足业务发展需要。

随着公司业务的发展，现有的生产场地以及产能不能满足业务发展需要，对公司与一些全国范围内的优质客户合作形成制约。

## （三）公司的应对措施及未来发展战略

企业目前的竞争劣势主要是融资能力不足。在公司挂牌新三板之后，会通过多种渠道筹集资金，不断加大研发投入和人才队伍扩充，通过自主研发尤其是数字营销和智能展示的研发推动公司业务进一步增长。

### 1、整体发展战略

公司始终坚持以创意设计为驱动，以客户需求为导向，秉承“优秀的品牌拒绝平庸的展示”理念，通过设计和科技研发提升竞争实力，进一步完开发和完善移动化、智能化、数字化集成服务。未来，公司致力于在零售终端陈列展示中植入智能硬件和软件，结合悠云轻 APP 平台、大数据和多媒体数字技术集成构建“智能店铺”，提供移动化、数字化、智能化、一体化的终端展示服务，实现消费者和品牌、线上和线下的互动的 O2O 模式。

### 2、未来三年的发展规划及目标

（1）建立成熟的轻 APP 云平台运营模式，带动整体产业规模化销售的创新业务模式。

---

(2) 在全国范围内建立营销网络，开拓更多细分行业的客户资源。

(3) 建立国际化、专业化的创意设计团队，根据客户行业建立对应的设计小组，强化创意设计的服务水平和反应速度。

(4) 以悠云平台和悠云子为链接，融合线上数字内容和线下门店，实现线上线下产品和服务一体化。

### 3、具体经营计划和应对措施

#### (1) 引进优秀人才

公司将通过加大创意、研发的投入来提升创意水平。利用国际化的人才引进和管理思路，通过标准化的创意作业流程，提高设计效果和转化率；

#### (2) 拓展营销网络

公司将进一步拓展全国性的营销网络，同时深度挖掘现有客户的潜力，延伸服务的深度和广度。

#### (3) 加大资产投入

公司将建立自己的制造工业园，提升制造工艺水平，强化供应链管理，提高生产效率，实现规模扩张。

#### (4) 轻 APP 云平台推广计划

公司定的轻 APP 平台具有多种交互设计与动态模板，可设计制作精美的手机页面，使用与传播范围广泛，通过社交分享给朋友圈，最短时间吸引大量用户。公司针对企业的不同需求搭配相应的定制推广及运营模式，公司将针对平台的个人、企业、代理商等不同用户种类，打造不同的轻 APP 模板，成为客户引流的基础。未来将以功能收费模式、广告收费模式、社群收费模式等实现赢利。

---

## 第三章公司治理

### 一、 股东大会、董事会和监事会的建立健全情况

有限公司设立之初，公司按照《公司法》及有限公司章程的规定，设有股东会，不设董事会、监事会，仅有执行董事、监事各一名，执行董事及监事由股东会选举产生。2013年12月，有限公司设立董事会，由股东会选举张晓钟、刘长秀、李学智为公司董事。公司的增资、股权转让、变更经营范围等重大事项都履行了股东会决议程序，相关决议均得到全体股东的同意，且履行了工商登记程序。

股份公司按照公司法等法律法规要求，逐步建立健全公司治理机制。2015年7月18日，股份公司召开股东大会，选举产生了董事5名，组成第一届董事会，本届董事会任期至2018年7月；选举产生2名股东代表监事，与职工代表大会选举产生的1名职工监事组成第一届监事会，本届监事会任期至2018年7月。股份公司按照《公司法》《非上市公众公司监管指引第3号——章程必备条款》等制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理办法》《对外投资管理办法》《对外担保管理办法》，规范公司重大关联交易、信息披露、对外投资、对外担保等重大事项的决策程序、流程。

### 二、 股东大会、董事会、监事会及相关人员履行职责情况

#### （一）股东大会、董事会、监事会

公司股东大会是公司的权力机构，决定公司的经营方针和投资计划，审议批准公司的年度财务预算方案和决算方案、利润分配方案和弥补亏损方案，决定公司增加或减少注册资本、发行公司债券、合并、分立、解散、清算或者变更公司形式，审议批准公司重大关联交易、重大对外担保等事宜。涉及关联交易的，实行关联股东回避表决制度。

公司董事会由五名董事组成，设董事长一人，未设独立董事。董事会是股东大会的执行机构，对股东大会负责。董事会负责决定公司的经营计划和投资方案、制订公司的年度财务预算和决算方案、利润分配方案和弥补亏损方案、决定公司内部管理机构的设置。

公司监事会由三名监事组成，设监事会主席一人，监事会包括股东代表和公

---

司职工代表，其中职工代表一人。监事会是公司内部的专职监督机构。

## **（二）董事会秘书**

公司设董事会秘书。根据公司章程，董事会秘书是公司高级管理人员，对董事会负责。董事会秘书为公司信息披露的负责人，负责信息披露义务、公司投资者关系管理工作、公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理等事宜。董事会秘书作为公司高级管理人员，依法承担高级管理人员的相关义务，对公司治理有着重要作用，促进公司的规范运作。

## **（三）履职情况**

股份公司成立以来，股东大会、董事会、监事会能够遵守《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》中的有关规定，履行相应的职权。股东、董事、监事等能够根据法律法规及《公司章程》出席相关会议，行使各项权利，履行相应义务。董事会秘书也能够按照《公司章程》规定履行相应职责。

## **三、 投资者参与公司治理以及职工代表监事履行责任的实际情况**

公司建立了股东大会、董事会、监事会等法人治理机构，明确了各项议事规则和决策程序，公司制定了关联交易管理办法、对外投资管理办法及对外担保管理办法，相关机构、人员依据法律法规、《公司章程》及相关内部管理制度履行各项职责，能够为投资者参与公司治理提供制度保障。

公司监事会共计三名监事，其中卢丽钻为职工代表监事，依法履行监督职责。

## **四、 董事会对公司治理机制及相关内部管理制度建设情况的讨论与说明**

### **（一）股东的知情权、参与权、质询权、表决权等情况**

公司设立了股东大会、董事会、监事会等治理机构，按照《公司法》等法律法规制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等规章制度。公司股东依照《公司章程》的有关规定享有所有者的资产收益、重大决策和选择管理者的权利，并依照《公司章程》的有关规定承担义务。合法有效持有公司股份的股东均有权亲自出席或委托代理人出席股东大会，并依法享有知情权、参与权、质询权和表决权等各项权利。公司有义务严格按照法律、

---

行政法规、《公司章程》和《股东大会议事规则》的相关规定召开股东大会，保证股东能够依法行使权利。公司现有的治理机制能够为股东的知情权、参与权、表决权、质询权等提供合适的保护。

## **(二) 投资者关系管理、纠纷解决机制、累积投票制、关联股东和董事回避制度及其他内部管理制度的建设情况**

### **1、投资者关系管理**

根据公司章程，公司董事长是投资者关系管理事务的第一负责人。公司董事会秘书负责公司投资者关系管理工作，负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。投资者关系管理中公司与投资者沟通的主要内容包括：公司的发展战略、章程规定的信息披露内容、公司依法可以披露的经营管理信息、公司依法可以披露的重大事项、企业经营管理理念和企业文化建设、公司的其他相关信息。

### **2、纠纷解决机制**

《公司章程》规定，公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决。协商不成的，通过仲裁或诉讼等方式解决。如选择仲裁方式的，于东莞仲裁委员会进行仲裁。

### **3、累积投票机制**

《公司章程》规定，股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。公司章程对累计投票制度进行了具体的规定。

### **4、关联股东和董事回避机制**

《公司章程》规定，公司与股东或者实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易应当严格按照有关关联交易的决策制度履行董事会、股东大会的审议程序，关联董事、关联股东应当回避表决。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。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数

---

通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的,应将该事项提交股东大会审议。

公司制定了《关联交易管理办法》,该办法对关联股东和董事具体的回避措施等进行了详细规定。

## **五、 董事会对公司治理机制执行情况的评估**

公司董事会对公司治理机制的建立健全和运行情况进行了讨论和评估,认为现有公司治理机制能够给所有股东提供合适的保护并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。《公司章程》对投资者关系管理、纠纷解决机制、关联股东和董事回避制度等作出了规定,公司还专门制定了“三会”议事规则、《广东悠派智能展示科技股份有限公司关联交易管理办法》、《广东悠派智能展示科技股份有限公司对外投资管理办法》、《广东悠派智能展示科技股份有限公司对外担保管理办法》等内部制度。公司已设计与建立了与财务管理、风险控制相关的内部管理制度、内部控制制度和控制体系。公司能严格按照各项内部规章制度召开会议,各机构、各部门能按照相关规范性文件开展工作,公司治理机制运行情况良好。

## **六、 公司及控股股东、实际控制人最近两年违法违规及受处罚的情况**

近两年来,公司合法规范经营,环境保护、质量技术等符合法律法规规定。公司及公司实际控制人最近两年不存在因重大违法违规而受处罚的情况。

## **七、 公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务、机构方面的分开情况**

公司具有独立的业务体系,具有直接面向市场独立经营的能力,与实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立。

### **(一) 业务独立**

公司具有自主研发、采购、经营、销售及服务管理机构和体系,各机构拥有履行相应职责的人员,能够分工协作组织采购、销售,不存在对控股股东、实际控制人及其控制的企业的依赖。公司业务独立。

### **(二) 资产独立**

公司拥有主要经营的货币资金和相关设备的所有权,公司的资产独立于股东

资产，与股东单位产权关系明确。截至本说明书签署日，公司不存在股东及其关联方违规占用公司资金或非正常经营性借款情况。公司资产独立。

### （三）人员独立

公司的总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员和核心技术人员等均在公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司建立了独立的员工考核、管理、薪酬等人事管理制度，依法独立与员工签署劳动合同。公司人员独立。

### （四）财务独立

公司依据《会计法》《企业会计准则》等建立了独立的会计核算体系和财务管理制度。公司设置财务部，是公司独立的会计机构。公司拥有独立银行账户，不存在与股东单位或者任何其它单位或个人共享银行账户的情形。公司办理了国税和地税的税务登记证，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。公司财务独立。

### （五）机构独立

公司拥有独立的生产、销售和办公机构场所。公司设立了股东大会、董事会、监事会，并制定了公司章程及三会议事规则，各机构依照《公司法》及公司章程规定在各自职责范围内独立决策。公司建立了适合自身经营所需的独立完整的内部管理机构，在总经理统一负责下，各部门在部门负责人统一管理下进行日常工作。公司机构独立。

## 八、 同业竞争情况

报告期内，公司实际控制人刘长秀、张晓钟除直接或间接持有公司股权外，实际投资或控制的企业如下：

序号	名称	成立日期	经营范围	注册资本	注销前股东情况
1	东莞市优示美陈列道具有限公司	2006年5月19日	产销：展览展示器材、丝印器材、五金塑胶制品、礼品伞、电子产品	1,000万元	张晓钟持股 82.8%，李学智持股 10.2%，何润洪持股 7%
2	东莞市优美帐篷制造有限公司	2009年7月23日	加工、产销：帐篷、伞、车罩、服务、充气模型、环保袋、背	100万元	黄少华持股 90%，张扶民持股 10%

			包、展示架		
--	--	--	-------	--	--

东莞市优美帐篷制造有限公司，原名“东莞市仙道环保包装有限公司”，由李学智2009年7月独资设立，注册资本为100万元。2010年10月，优美帐篷变更名称及公司类型，股东变更为李学智（出资70万元，持股比例为70%）、刘长秀（出资30万元，持股比例为30%）。2010年12月，李学智将10万元的出资转让给张扶民。2012年5月23日，优美帐篷股东由李学智（持股比例60%）、刘长秀（持股比例为30%）、张扶民（持股比例为10%）变更为黄少华、张扶民。

上述公司经营范围与公司相似，因此，报告期内，公司存在同业竞争的情况。

为解决同业竞争问题，东莞市优美陈列道具有限公司已于2014年12月5日完成工商注销登记，东莞市优美帐篷制造有限公司已于2013年10月28日完成工商注销登记。

截止本说明书签署日，除持有公司股权外，控股股东、实际控制人未投资、控制其他企业，公司不存在同业竞争的情形。

公司的控股股东悠派投资为避免同业竞争已出具《避免同业竞争承诺函》，承诺如下：本公司作为悠派科技的控股股东，本公司或本公司控制的其他企业均未生产、开发任何与悠派科技生产、开发的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，未直接或间接经营任何与悠派科技经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与悠派科技生产、开发的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他组织、机构。本公司在作为悠派科技的控股股东期间，本承诺为有效之承诺。本公司愿意承担因违反以上承诺而给悠派科技造成的全部经济损失。

公司的实际控制人刘长秀、张晓钟为避免同业竞争已出具《避免同业竞争承诺函》，承诺如下：本人作为悠派科技的实际控制人，本人或本人控制的其他企业均未生产、开发任何与悠派科技生产、开发的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，未直接或间接经营任何与悠派科技经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与悠派科技生产、开发的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他组织、机构。本人承诺本人及本人关系密切的家庭成员，将不在中国境内外，直接或间接从事或参与任何在商业上对悠派



---

科技构成竞争的业务及活动；将不直接或间接开展对悠派科技有竞争或可能构成竞争的业务、活动或拥有与悠派科技存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权；或在经济实体、机构、经济组织中担任经理、副经理、财务负责人、营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员。本人在实际控制悠派科技、作为悠派科技的实际控制人期间，本承诺为有效之承诺。本人愿意承担因违反以上承诺而给悠派科技造成的全部经济损失。

## **九、 公司近两年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保情况**

### **(一) 关联方资金占用及为关联方提供担保的情况**

截止本说明书签署日，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非正常占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

### **(二) 防止关联方资金占用采取的措施**

《公司章程》规定，公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东及实际控制人不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司的合法权益，不得利用其控制地位损害公司的利益。控股股东及实际控制人违反相关法律、法规及章程规定，给公司及其他股东造成损失的，应承担赔偿责任。董事应当遵守法律、行政法规和本章程，对公司负有忠实义务。此外，《公司章程》就关联股东和关联董事回避进行了规定。公司章程及关联交易管理办法、对外投资管理办法、对外担保管理办法规范了公司重大关联交易、重大投资、对外担保等重大事项的决策程序、流程，防止股东及其关联方不当占用或转移公司资金、资产或其他资源。

公司实际控制人刘长秀、张晓钟及董事、监事、高级管理人员分别出具《关于规范和减少关联交易的承诺函》，承诺：截止本承诺函出具之日，除已披露的情形外，本人及本人投资或控制的企业（以下统称“本人”）与股份公司之间不存

在其他重大关联交易。在不违反法律法规、行政规章、规范性文件及公司规章制度等的前提下，本人将促使本人投资或控制的企业与股份公司之间进行的关联交易按照公平、公开的市场原则进行，并依法履行相应的交易决策程序。本人将促使本人投资或控制的企业不会通过与股份公司之间的关联交易谋求特殊或不当利益，不会进行有损股份公司利益的关联交易。

## 十、 董事、监事、高级管理人员相关情况

### （一）董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有公司股份情况

公司董事、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如下：

序号	姓名	职务	亲属关系	持股数量（股）		持股比例（%）
				直接持股	间接持股	
1	张晓钟	董事长	刘长秀丈夫、李学智表哥	直接持股	0	0
				间接持股	7,360,456	14.37
2	刘长秀	董事、总经理、法定代表人	张晓钟妻子	直接持股	0	0
				间接持股	17,325,000	33.82
3	李学智	董事、副总经理、董事会秘书	张晓钟表弟	直接持股	0	0
				间接持股	10,395,000	20.29
4	汪拥军	董事	---	直接持股	0	0
				间接持股	1,566,472	3.06
5	梁彤	董事	---	直接持股	0	0
				间接持股	0	0
6	卢丽钻	监事会主席	---	直接持股	0	0
				间接持股	207,000	0.40
7	陈惠斌	监事	刘晓彦母亲	直接持股	0	0
				间接持股	0	0
8	何润洪	监事	---	直接持股	0	0
				间接持股	931,500	1.82
9	杨剑	副总经理	---	直接持股	0	0
				间接持股	1,231,546	2.40
10	刘雄立	财务总监	---	直接持股	0	0
				间接持股	350,037	0.68
11	刘晓彦	---	陈惠斌女儿	直接持股	0	0

			间接持股	2,070,000	4.04
合计			---	41,437,011	80.90

### (二) 董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

公司董事刘长秀与董事张晓钟为夫妻关系；公司董事张晓钟与董事李学智为表兄弟关系。

### (三) 董事、监事、高级管理人员与公司签订的重要协议或作出的重要承诺

公司高级管理人员均与公司签订了《劳动合同》，相关合同均正常执行。

公司董事、监事、高级管理人员出具《关于规范和减少关联交易的承诺函》，具体参阅本说明书“第三章公司治理”之“九、公司近两年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保情况”。

### (四) 董事、监事、高级管理人员的兼职情况

姓名	本公司担任职务	兼职单位/公司名称	兼职职务	兼职单位/公司与本公司关系
梁彤	董事	深圳市富坤创业投资有限公司	经理	其股东深圳一德集团有限公司为公司股东富坤投资合伙人之一
		深圳市德恒达投资有限公司	董事长、总经理、法定代表人	关联法人
		深圳市深商富坤兴业基金管理公司	总经理	关联法人
		杭州阿优文化创意有限公司	董事	其股东之一为公司股东富坤投资
		湖南富坤投资管理有限公司	董事	公司股东富坤投资的普通合伙人
		南京魔格信息科技有限公司	董事	关联法人
		深圳市高桐创新投资管理企业（有限合伙）	执行事务合伙人	关联法人

		深圳市蓝泰源信息技术股份有限公司	董事	关联法人
		深圳新基点智能股份有限公司	董事	关联法人
何润洪	监事	广东省东莞机械进出口有限公司	业务经理	无关联

#### (五) 董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

姓名	本公司担任职务	投资企业	出资额 (万元)	出资比例 (%)
张晓钟	董事长	东莞天秀投资管理合伙企业(有限合伙)	49.908	4.159
汪拥军	董事	东莞天秀投资管理合伙企业(有限合伙)	181.62	15.135
梁彤	董事	湖南富坤投资管理有限公司	8	4
		深圳市德恒达投资有限公司	900	90
		深圳市高桐创新投资管理企业(有限合伙)	50	25
卢丽钻	监事会主席	东莞天秀投资管理合伙企业(有限合伙)	24	2.000
何润洪	监事	东莞天秀投资管理合伙企业(有限合伙)	108	9.000
		东莞市日盛灯饰有限公司	4	8
杨剑	副总经理	东莞天秀投资管理合伙企业(有限合伙)	142.788	11.899
刘雄立	财务总监	东莞天秀投资管理合伙企业(有限合伙)	40.584	3.382

#### (六) 董事、监事、高级管理人员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情况

公司董事、监事、高级管理人员最近两年不存在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等情况。

### 十一、 公司董事、监事、高级管理人员在近两年来的变动情况和原因

#### (一) 公司董事、监事、高级管理人员在近两年来的变动情况

近两年来，公司董事、监事、高级管理人员的变动情况如下：

2013年1月1日，刘长秀为公司法定代表人、执行董事兼经理；李学智为监事。

2013年12月18日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意撤销执行董事，设立董事会，选举张晓钟、刘长秀、李学智为公司董事，陈惠斌为公司监事。张晓钟为董事长。

2015年7月18日，公司召开股东大会，选举张晓钟、刘长秀、李学智、梁彤、汪拥军为股份公司第一届董事；选举陈惠斌、何润洪为公司监事，与职工监事卢

---

卢丽钻共同组成第一届监事会。同日，公司第一届董事会第一次会议选举张晓钟为公司董事长，聘任刘长秀为公司总经理，李学智、杨剑为公司副总经理，刘雄立为公司财务总监，李学智为公司董事会秘书；公司第一届监事会第一次会议选举卢丽钻为公司监事会主席。

第一届董事会、监事会、高级管理人员至今未发生变动。

## （二）公司董事、监事、高级管理人员在近两年来的变动原因

有限公司阶段，公司规模小，仅设董事三名和监事一名，公司整体变更为股份公司后，为加强公司治理，依据《公司法》，设董事会成员五名、监事会成员三名，聘任高级管理人员，造成了董事、监事和高级管理人员的变动。

## 十二、其他事项

### （一）环境保护

公司所属行业为家具制造业，主营业务为零售展示终端的设计、生产和销售业务，根据《上市公司环保核查行业分类管理名录》，公司所处行业不属于重污染行业。

2006年11月12日，有限公司就“东莞市悠派户外用品制造有限公司”项目向东莞市环境保护局提交《建设项目环境影响报告表》，并取得了该局出具的同意审批意见。

2013年，公司委托南昌市环境保护研究设计院有限公司编制《东莞市悠派智能展示科技有限公司建设项目环境影响报告表》，并提交东莞市环境保护局。2013年12月18日，东莞市环境保护局出具东环建【2013】11550号《关于东莞市悠派智能展示科技有限公司建设项目影响报告表的批复》，同意有限公司在东莞市茶山镇塘角村茶塘路西瓜岭建设。

2014年6月3日，东莞市环境监测中心站出具东环测验字（20140603950）《环境监测报告》，监测公司水、气、噪声，经监测，各项达标。

2014年10月21日，东莞市环境保护局出具东环建【2014】2298号《关于东莞市悠派智能展示科技有限公司建设项目竣工环境保护验收意见的函》，认为公司2013年建设项目执行了环境保护“三同时”管理制度，基本落实了《关于东莞市

---

悠派智能展示科技有限公司建设项目环境影响报告表》（东环建【2013】11550号）的批复要求，经东莞市环境监测中心站对公司污染物排放进行验收监测，达到相关环保标准。鉴于公司建设项目基本落实了各项环保措施的要求，主要污染物排放符合国家相关环境保护标准，符合项目竣工环境保护验收条件，同意公司建设项目通过验收。

公司目前持有东莞市环境保护局颁发的《广东省污染物排放许可证》，行业类别：金属制品业；排污种类：废气；有效期至2018年5月18日。

## （二）安全生产

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

根据《中华人民共和国安全生产法》，矿山、金属冶炼建设项目和用于生产、储存危险物品的建设项目竣工投入生产或者使用前，应当由建设单位负责组织对安全设施进行验收。

公司未从事需要办理安全生产许可证的业务，无需办理安全生产许可证及相关建设项目安全验收。

东莞市安全生产监督管理局2015年7月22日出具证明，经其查实，公司从2013年1月1日至2015年7月6日期间未有因安全生产违法行为受到该局行政处罚。

## （三）未决诉讼或仲裁

截至本公开转让说明书签署日，公司不存在未决诉讼或仲裁；不存在可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件，不存在涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见的情形。

## 第四章公司财务

### 一、最近两年一期的审计意见及主要财务报表

#### (一) 最近两年一期的审计意见

公司2013年度、2014年度、2015年1-4月财务会计报告已经具有证券、期货业务资格的天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了天职业字[2015]12005号标准无保留意见的审计报告。

#### (二) 最近两年一期财务报表

##### 1、公司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，按照企业会计准则的有关规定，并基于以下所述重要会计政策、会计估计进行编制。

##### 2、合并报表范围及其变化

###### (1) 纳入合并范围的子公司

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

子公司名称	注册地	注册资本	经营范围	持股比例(%)	表决权比例(%)
广州悠派展示设计有限公司	广州	300万元	展览展示设计；平面设计；产品外观设计；动漫设计；室内装饰及设计；家具及照明器具安装（压力管道的安装除外）；电子计算机软硬件及配件的技术开发、技术咨询、技术转让；企业管理咨询；数据库处理；货物和技术进出口；批发和零售贸易（须前置许可和专营专控商品除外）。（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、法规限制的项目须取得许可后方可经营。）	100.00	100.00
广州悠派振	广州	100	市场营销策划服务；企业形象策	60.00	60.00

运市场推广有限公司		万元	划服务;会议及展览服务;公司礼仪服务;市场调研服务;企业管理咨询服务;策划创意服务;大型活动组织策划服务;教育咨询服务;公共关系服务。		
东莞悠云数字技术有限公司	东莞	100万元	计算机软件、硬件及外部设备的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让;企业管理咨询服务;商务信息咨询服务;销售、网上销售;计算机软硬件及外部设备、纸品及计算机耗材;货物及技术进出口。(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。)	95.00	95.00
广州悠派信息科技有限公司	广州	100万元	电子计算机软件、硬件及外部设备的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务;企业管理咨询;销售:电子计算机软硬件及外部设备、打印纸及计算机耗材;货物进出口、技术进出口(法律、行政法规禁止的项目除外,法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营)	70.00	70.00

(2) 合并范围变化情况

1) 广州悠派展示设计有限公司

2013年,公司购买了广州秀道展示设计有限公司(以下简称“广州秀道”,现已更名为“广州悠派展示设计有限公司”)100%股权,支付现金1,631,400.00元。合并前,张晓钟持有广州秀道70%股权,为广州秀道的控股股东。合并前后,悠派设计的实际控制人均为张晓钟和刘长秀夫妇。本次合并属于同一控制下的企业合并。报告期内,悠派设计纳入合并报表范围,且公司持有悠派设计的股权未发生变动。

2) 广州悠派振运市场推广有限公司

2014年7月9日,公司和梁振运共同投资设立广州悠派振运市场推广有限公司,公司出资额为60.00万元,持股比例为60%。悠派振运自2014年成立起纳入合并报表范围。



3) 东莞悠云数字技术有限公司

2015年4月13日,公司和禡志成共同投资设立东莞悠云数字技术有限公司,公司总认缴出资 95.00 万元,持股比例为 95%,自 2015 年成立起纳入合并报表范围。

4) 广州悠派信息科技有限公司

2013 年 7 月 15 日,公司与王勇共同投资设立广州悠派信息科技有限公司。公司出资额 70.00 万元,持股比例为 70%,自成立之日起纳入合并报表范围。2014 年 9 月 2 日,广州市工商局萝岗分局同意核准广州悠派信息科技有限公司注销登记,广州悠派信息科技有限公司自 2014 年注销之日起不再纳入合并报表范围。

3、公司最近两年一期主要的财务报表

(1) 合并资产负债表

单位: 元

项目	2015 年 4 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
<b>资产</b>			
<b>流动资产</b>			
货币资金	23,328,871.62	33,813,464.02	20,999,731.04
交易性金融资产			
应收票据	13,806,532.88	27,592,711.47	1,419,200.00
应收账款	23,693,964.42	42,535,752.67	32,994,837.25
预付款项	6,526,166.98	5,846,247.86	3,208,834.28
应收利息			
应收股利			
其他应收款	9,090,785.74	3,953,935.96	3,101,641.47
存货	42,591,594.65	19,583,282.65	10,418,133.25
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	3,579,937.37	1,024,493.94	7,000,000.00
<b>流动资产合计</b>	<b>122,617,853.66</b>	<b>134,349,888.57</b>	<b>79,142,377.29</b>
<b>非流动资产:</b>			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资			
投资性房地产			

固定资产	6,544,326.35	6,587,415.22	6,318,322.15
在建工程	252,000.00	252,000.00	252,000.00
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	356,134.99	196,977.51	148,639.43
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	2,621,248.67	2,886,988.59	2,886,480.43
递延所得税资产	352,328.64	389,444.69	549,814.22
其他非流动资产			
<b>非流动资产合计</b>	<b>10,126,038.65</b>	<b>10,312,826.01</b>	<b>10,155,256.23</b>
<b>资产总计</b>	<b>132,743,892.31</b>	<b>144,662,714.58</b>	<b>89,297,633.52</b>
<b>负债和所有者权益(或 股东权益)</b>	<b>132,743,892.31</b>	<b>144,662,714.58</b>	<b>89,297,633.52</b>
<b>流动负债:</b>			
短期借款	14,200,000.00	15,000,000.00	5,000,000.00
交易性金融负债			
应付票据	20,469,592.27	26,327,026.97	5,546,796.65
应付账款	21,647,071.88	23,514,752.98	19,699,584.54
预收款项	1,567,082.37	987,030.21	235,973.28
应付职工薪酬	1,784,718.49	2,505,674.72	1,718,620.73
应交税费	389,319.09	534,706.14	3,635,266.35
应付利息			
应付股利			
其他应付款	8,512,447.77	11,526,212.03	25,253,154.86
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>68,570,231.87</b>	<b>80,395,403.05</b>	<b>61,089,396.41</b>
<b>非流动负债:</b>			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			

专项应付款			
预计负债			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
<b>非流动负债合计</b>	-	-	-
<b>负债合计</b>	<b>68,570,231.87</b>	<b>80,395,403.05</b>	<b>61,089,396.41</b>
所有者权益：			
实收资本（或股本）	14,430,000.00	14,430,000.00	12,987,000.00
资本公积	24,389,949.53	24,389,949.53	10,832,949.53
减：库存股			
专项储备			
盈余公积	2,132,645.00	2,132,645.00	345,714.38
未分配利润	22,826,964.24	22,987,583.50	3,748,705.82
外币报表折算差额			
归属于母公司所有者 权益合计	63,779,558.77	63,940,178.03	27,914,369.73
<b>所有者权益合计</b>	<b>64,173,660.44</b>	<b>64,267,311.53</b>	<b>28,208,237.11</b>
<b>负债和所有者权益总 计</b>	<b>132,743,892.31</b>	<b>144,662,714.58</b>	<b>89,297,633.52</b>

(2) 合并利润表

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
<b>一、营业收入</b>	<b>32,795,484.64</b>	<b>201,687,292.25</b>	<b>151,240,825.41</b>
减：营业成本	21,666,375.94	142,403,235.66	105,469,207.42
营业税金及附加	56,378.01	998,233.03	1,082,289.85
销售费用	4,908,556.78	16,020,219.66	15,123,234.34
管理费用	5,953,651.46	17,367,863.41	14,575,363.29
财务费用	398,116.00	324,777.80	678,881.87
资产减值损失	-264,895.75	834,446.38	1,039,882.31
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）	38,506.85	135,684.95	5,397.25
其中：对联营企业和合 营企业的投资收益			

二、营业利润（亏损以“-”号填列）	<b>115,809.05</b>	<b>23,874,201.26</b>	<b>13,277,363.58</b>
加：营业外收入	37,315.54	139,925.60	119,150.47
减：营业外支出	0.01	63,331.55	172,763.22
其中：非流动资产处置损失			108,763.21
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	<b>153,124.58</b>	<b>23,950,795.31</b>	<b>13,223,750.83</b>
减：所得税费用	246,775.67	3,025,780.54	4,488,374.87
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	<b>-93,651.09</b>	<b>20,925,014.77</b>	<b>8,735,375.96</b>
其中：归属于母公司所有者的净利润	-160,619.26	21,025,808.30	8,741,508.58
五、每股收益：			
（一）基本每股收益			
（二）稀释每股收益			
六、其他综合收益			
七、综合收益总额	-93,651.09	20,925,014.77	8,735,375.96
归属于母公司所有者的综合收益总额	-160,619.26	21,025,808.30	8,741,508.58

(3) 合并现金流量表

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	66,456,017.97	187,704,811.35	132,532,499.16
收到的税费返还	120,193.08		
收到的其他与经营活动有关的现金	3,945,516.00	1,928,559.14	3,149,211.40
经营活动现金流入小计	<b>70,521,727.05</b>	<b>189,633,370.49</b>	<b>135,681,710.56</b>
购买商品、接收劳务支付的现金	48,894,433.86	125,141,116.02	76,532,392.89
支付给职工以及职工支付的现金	10,757,042.67	25,885,554.51	20,253,937.64
支付的各项税费		18,710,350.95	15,412,782.14

	842,903.27		
支付的其他与经营活动有关的现金	13,514,544.05	22,900,993.25	24,845,217.77
<b>经营活动产生的现金流出小计</b>	<b>74,008,923.85</b>	<b>192,638,014.73</b>	<b>137,044,330.44</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-3,487,196.80</b>	<b>-3,004,644.24</b>	<b>-1,362,619.88</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	125,000,000.00	59,000,000.00	3,200,000.00
取得投资收益所收到的现金	38,506.85	135,684.95	5,397.25
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	25,641.03		
处置子公司及其他经营单位收回的现金净额			
收到的其他与投资活动有关的现金			
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>125,064,147.88</b>	<b>59,135,684.95</b>	<b>3,205,397.25</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	604,844.80	2,391,027.73	9,113,068.02
投资支付的现金	127,000,000.00	52,000,000.00	10,200,000.00
质押贷款净增加额			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付的其他与投资活动有关的现金			
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>127,604,844.80</b>	<b>54,391,027.73</b>	<b>19,313,068.02</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-2,540,696.92</b>	<b>4,744,657.22</b>	<b>-16,107,670.77</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资所收到的现		15,400,000.00	12,300,000.00

金			
其中：子公司吸收少数 股东投资收到的现金		400,000.00	300,000.00
取得借款收到的现金	5,000,000.00	15,000,000.00	5,500,000.00
发行债券收到的现金			
收到的其他与筹资活 动有关的现金			20,000,000.00
<b>筹资活动现金流入小 计</b>	<b>5,000,000.00</b>	<b>30,400,000.00</b>	<b>37,800,000.00</b>
偿还债务所支付的现 金	5,800,000.00	5,000,000.00	501,000.00
分配股利、利润或偿付 利息所支付的现金	319,479.73	379,383.11	316,684.13
其中：子公司支付给少 数股东的股利、利润			
支付的其他与筹资活 动有关的现金	167,300.00	16,700,940.35	8,426,953.83
<b>筹资活动现金流出小 计</b>	<b>6,286,779.73</b>	<b>22,080,323.46</b>	<b>9,244,637.96</b>
<b>筹资活动产生的现金 流量净额</b>	<b>-1,286,779.73</b>	<b>8,319,676.54</b>	<b>28,555,362.04</b>
四、汇率变动对现金及 现金的影响	-8,758.30	-40.05	
<b>五、现金及现金等价物 净增加额</b>	<b>-7,323,431.75</b>	<b>10,059,649.47</b>	<b>11,085,071.39</b>
加：期初现金及现金等 价物余额	28,443,485.89	18,383,836.42	7,298,765.03
<b>六、期末现金及现金等 价物余额</b>	<b>21,120,054.14</b>	<b>28,443,485.89</b>	<b>18,383,836.42</b>

## (4) 合并所有者权益变动表

单位：元

项目	2015年1-4月							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	专项储备	盈余公积	未分配利润	其他	
一、上年年末余额	14,430,000.00	24,389,949.53			2,132,645.00	22,987,583.50		64,267,311.53
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年初余额	14,430,000.00	24,389,949.53			2,132,645.00	22,987,583.50		64,267,311.53
三、本年增减变动金额 (减少以“-”号填列)						-160,619.26		-93,651.09
(一) 综合收益总额						-160,619.26		-93,651.09
(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								
1. 提取盈余公积								

2. 对股东的分配								
3. 其他								
(四) 股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本								
2. 盈余公积转增股本								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
(五) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用(以负号填列)								
(六) 其他								
<b>四、本年年末余额</b>	<b>14,430,000.00</b>	<b>24,389,949.53</b>			<b>2,132,645.00</b>	<b>22,826,964.24</b>		<b>64,173,660.44</b>

合并所有者权益变动表(续)

单位: 元

项目	2014年							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	专项储备	盈余公积	未分配利润	其他	



一、上年年末余额	12,987,000.00	10,832,949.53			345,714.38	3,748,705.82		28,208,237.11
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年年初余额	12,987,000.00	10,832,949.53			345,714.38	3,748,705.82		28,208,237.11
三、本年增减变动金额 (减少以“-”号填列)	1,443,000.00	13,557,000.00			1,786,930.62	19,238,877.68		36,059,074.42
(一) 综合收益总额						21,025,808.30		20,925,014.77
(二) 股东投入和减少 资本	1,443,000.00	13,557,000.00						15,134,059.65
1. 股东投入资本	1,443,000.00	13,557,000.00						15,400,000.00
2. 股份支付计入股东 权益的金额								
3. 其他								-265,940.35
(三) 利润分配					1,786,930.62	-1,786,930.62		
1. 提取盈余公积					1,786,930.62	-1,786,930.62		
2. 对股东的分配								
3. 其他								
(四) 股东权益内部结 转								
1. 资本公积转增股本								
2. 盈余公积转增股本								
3. 盈余公积弥补亏损								

4. 其他								
(五) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用(以负号填列)								
(六) 其他								
<b>四、本年年末余额</b>	<b>14,430,000.00</b>	<b>24,389,949.53</b>			<b>2,132,645.00</b>	<b>22,987,583.50</b>		<b>64,267,311.53</b>

合并所有者权益变动表（续）

单位：元

项目	2013年							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	专项储备	盈余公积	未分配利润	其他	
一、上年年末余额	10,000,000.00					-2,998,707.99		7,001,292.01
加：会计政策变更								
前期差错更正								
同一控制下企业合并		3,000,000.00				-1,197,030.86		1,802,969.14
二、本年初余额	10,000,000.00	3,000,000.00				-4,195,738.85		8,804,261.15
三、本年增减变动金额 （减少以“-”号填列）	2,987,000.00	7,832,949.53			345,714.38	7,944,444.67		19,403,975.96
（一）综合收益总额						8,741,508.58		8,735,375.96
（二）股东投入和减少 资本	2,987,000.00	7,832,949.53			-451,349.53			10,668,600.00
1. 股东投入资本	2,987,000.00	9,013,000.00						12,300,000.00
2. 股份支付计入股东 权益的金额								
3. 其他		-1,180,050.47			-451,349.53			-1,631,400.00
（三）利润分配					797,063.91	-797,063.91		
1. 提取盈余公积					797,063.91	-797,063.91		

2. 对股东的分配								
3. 其他								
(四) 股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本								
2. 盈余公积转增股本								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
(五) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用(以负号填列)								
(六) 其他								
<b>四、本年年末余额</b>	<b>12,987,000.00</b>	<b>10,832,949.53</b>			<b>345,714.38</b>	<b>3,748,705.82</b>		<b>28,208,237.11</b>

## (5) 母公司资产负债表

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
<b>资产</b>			
<b>流动资产</b>			
货币资金	21,313,243.31	33,174,603.28	20,910,165.84
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	12,933,164.88	26,961,258.87	1,419,200.00
应收账款	22,577,136.12	40,731,191.13	32,893,989.67
预付款项	6,266,749.99	5,755,895.51	3,205,834.68
应收利息			
应收股利			
其他应收款	8,591,110.04	3,450,152.56	3,918,589.32
存货	42,591,594.65	19,572,282.65	10,418,133.25
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	3,579,937.37	1,024,493.94	7,000,000.00
<b>流动资产合计</b>	<b>117,852,936.36</b>	<b>130,669,877.94</b>	<b>79,765,912.76</b>
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资	1,780,050.47	1,780,050.47	1,880,050.47
投资性房地产			
固定资产	6,169,965.61	6,180,526.62	5,800,733.09
在建工程	252,000.00	252,000.00	252,000.00
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	356,134.99	196,977.51	148,639.43
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	2,621,248.67	2,886,988.59	2,886,480.43

递延所得税资产	362,549.75	399,665.80	568,845.11
其他非流动资产			
<b>非流动资产合计</b>	<b>11,541,949.49</b>	<b>11,696,208.99</b>	<b>11,536,748.53</b>
<b>资产总计</b>	<b>129,394,885.85</b>	<b>142,366,086.93</b>	<b>91,302,661.29</b>
<b>负债和所有者权益(或 股东权益)</b>	<b>129,394,885.85</b>	<b>142,366,086.93</b>	<b>91,302,661.29</b>
<b>流动负债:</b>			
短期借款	14,200,000.00	15,000,000.00	5,000,000.00
交易性金融负债			
应付票据	20,469,592.27	26,327,026.97	5,546,796.65
应付账款	21,636,471.88	23,372,962.98	19,688,984.54
预收款项	1,467,832.37	925,030.21	188,973.28
应付职工薪酬	1,453,233.62	2,136,622.31	1,548,300.73
应交税费	86,346.38	234,312.64	3,627,202.76
应付利息			
应付股利			
其他应付款	8,616,913.48	11,981,536.04	26,183,113.76
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>67,930,390.00</b>	<b>79,977,491.15</b>	<b>61,783,371.72</b>
<b>非流动负债:</b>			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>67,930,390.00</b>	<b>79,977,491.15</b>	<b>61,783,371.72</b>
<b>所有者权益:</b>			
实收资本(或股本)	14,430,000.00	14,430,000.00	12,987,000.00
资本公积	22,570,000.00	22,570,000.00	9,013,000.00
减:库存股			
专项储备			
盈余公积	2,132,645.00	2,132,645.00	345,714.38

未分配利润	22,331,850.85	23,255,950.78	7,173,575.19
<b>所有者权益合计</b>	<b>61,464,495.85</b>	<b>62,388,595.78</b>	<b>29,519,289.57</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>129,394,885.85</b>	<b>142,366,086.93</b>	<b>91,302,661.29</b>

(6) 母公司利润表

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
<b>一、营业收入</b>	<b>30,273,052.98</b>	<b>197,162,623.37</b>	<b>150,994,650.09</b>
减：营业成本	20,582,188.18	138,490,674.27	103,733,771.89
营业税金及附加	47,297.26	955,313.45	1,081,401.70
销售费用	4,906,863.78	15,998,053.66	15,123,234.34
管理费用	5,549,909.93	20,248,838.00	13,376,697.10
财务费用	397,040.41	319,848.62	676,111.63
资产减值损失	-247,440.32	668,583.77	1,516,990.93
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）	38,506.85	56,212.44	5,397.25
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>-924,299.41</b>	<b>20,537,524.04</b>	<b>15,491,839.75</b>
加：营业外收入	37,315.53	139,925.60	117,857.27
减：营业外支出		62,925.33	171,005.95
其中：非流动资产处置损失			107,005.94
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>-886,983.88</b>	<b>20,614,524.31</b>	<b>15,438,691.07</b>
减：所得税费用	37,116.05	2,745,218.10	4,469,343.98
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>-924,099.93</b>	<b>17,869,306.21</b>	<b>10,969,347.09</b>

(7) 母公司现金流量表

单位：元

项目	2015年1-4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	63,353,401.98	185,898,064.74	132,300,059.84
收到的税费返还	120,193.08		
收到的其他与经营活动有关的现金	3,914,654.18	1,927,267.42	1,509,554.48
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>67,388,249.24</b>	<b>187,825,332.16</b>	<b>133,809,614.32</b>
购买商品、接收劳务支付的现金	48,424,749.12	123,710,713.56	76,052,624.44
支付给职工以及职工支付的现金	9,792,039.32	23,487,300.85	18,295,481.29
支付的各项税费	551,171.71	18,380,384.44	15,391,798.20
支付的其他与经营活动有关的现金	13,490,341.46	25,693,340.93	25,059,795.94
<b>经营活动产生的现金流出小计</b>	<b>72,258,301.61</b>	<b>191,271,739.78</b>	<b>134,799,699.87</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-4,870,052.37</b>	<b>-3,446,407.62</b>	<b>-990,085.55</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	125,000,000.00	59,620,527.49	3,200,000.00
取得投资收益所收到的现金	38,506.85	135,684.95	5,397.25
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	25,641.03		
收到的其他与投资活动有关的现金			
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>125,064,147.88</b>	<b>59,756,212.44</b>	<b>3,205,397.25</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	598,756.80	2,385,027.73	8,561,324.02



投资支付的现金	127,000,000.00	52,600,000.00	12,212,796.17
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付的其他与投资活动有关的现金			
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>127,598,756.80</b>	<b>54,985,027.73</b>	<b>20,774,120.19</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-2,534,608.92</b>	<b>4,771,184.71</b>	<b>-17,568,722.94</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资所收到的现金	-	15,000,000.00	12,000,000.00
取得借款收到的现金	5,000,000.00	15,000,000.00	5,500,000.00
发行债券收到的现金			
收到的其他与筹资活动有关的现金			20,000,000.00
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>5,000,000.00</b>	<b>30,000,000.00</b>	<b>37,500,000.00</b>
偿还债务所支付的现金	5,800,000.00	5,000,000.00	501,000.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	319,479.73	379,383.11	316,684.13
支付的其他与筹资活动有关的现金	167,300.00	16,435,000.00	7,114,157.66
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>6,286,779.73</b>	<b>21,814,383.11</b>	<b>7,931,841.79</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,286,779.73</b>	<b>8,185,616.89</b>	<b>29,568,158.21</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金的影响</b>	<b>-8,758.30</b>	<b>-40.05</b>	
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-8,700,199.32</b>	<b>9,510,353.93</b>	<b>11,009,349.72</b>
加：期初现金及现金等价物余额	27,804,625.15	18,294,271.22	7,284,921.50
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>19,104,425.83</b>	<b>27,804,625.15</b>	<b>18,294,271.22</b>

## (8) 母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	2015年1-4月							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	专项储备	盈余公积	未分配利润	其他	
一、上年年末余额	14,430,000.00	22,570,000.00			2,132,645.00	23,255,950.78		62,388,595.78
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年年初余额	14,430,000.00	22,570,000.00			2,132,645.00	23,255,950.78		62,388,595.78
三、本年增减变动金额 (减少以“-”号填列)						-924,099.93		-924,099.93
(一) 综合收益总额						-924,099.93		-924,099.93
(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								
1. 提取盈余公积								

2. 对股东的分配								
3. 其他								
(四) 股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本								
2. 盈余公积转增股本								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
(五) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用(以负号填列)								
(六) 其他								
<b>四、本年年末余额</b>	<b>14,430,000.00</b>	<b>22,570,000.00</b>			<b>2,132,645.00</b>	<b>22,331,850.85</b>		<b>61,464,495.85</b>

母公司所有者权益变动表（续）

单位：元

项目	2014 年度							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	专项储备	盈余公积	未分配利润	其他	
一、上年年末余额	12,987,000.00	9,013,000.00			345,714.38	7,173,575.19		29,519,289.57
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年年初余额	12,987,000.00	9,013,000.00			345,714.38	7,173,575.19		29,519,289.57
三、本年增减变动金额 （减少以“-”号填列）	1,443,000.00	13,557,000.00			1,786,930.62	16,082,375.59		32,869,306.21
（一）综合收益总额						17,869,306.21		17,869,306.21
（二）股东投入和减少 资本	1,443,000.00	13,557,000.00						15,000,000.00
1. 股东投入资本	1,443,000.00	13,557,000.00						15,000,000.00
2. 股份支付计入股东 权益的金额								
3. 其他								
（三）利润分配					1,786,930.62	-1,786,930.62		
1. 提取盈余公积					1,786,930.62	-1,786,930.62		

2. 对股东的分配								
3. 其他								
(四) 股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本								
2. 盈余公积转增股本								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
(五) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用(以负号填列)								
(六) 其他								
<b>四、本年年末余额</b>	<b>14,430,000.00</b>	<b>22,570,000.00</b>			<b>2,132,645.00</b>	<b>23,255,950.78</b>		<b>62,388,595.78</b>

母公司所有者权益变动表（续）

单位：元

项目	2013 年度							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	专项储备	盈余公积	未分配利润	其他	
一、上年年末余额	10,000,000.00					-2,998,707.99		7,001,292.01
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年年初余额	10,000,000.00					-2,998,707.99		7,001,292.01
三、本年增减变动金额 （减少以“-”号填列）	2,987,000.00	9,013,000.00			345,714.38	10,172,283.18		22,517,997.56
（一）综合收益总额						10,969,347.09		10,969,347.09
（二）股东投入和减少 资本	2,987,000.00	9,013,000.00						12,000,000.00
1. 股东投入资本	2,987,000.00	9,013,000.00						12,000,000.00
2. 股份支付计入股东 权益的金额								
3. 其他								
（三）利润分配					797,063.91	-797,063.91		
1. 提取盈余公积					797,063.91	-797,063.91		

2. 对股东的分配								
3. 其他								
(四) 股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本								
2. 盈余公积转增股本								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
(五) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用(以负号填列)								
(六) 其他					-451,349.53			-451,349.53
<b>四、本年年末余额</b>	<b>12,987,000.00</b>	<b>9,013,000.00</b>			<b>345,714.38</b>	<b>7,173,575.19</b>		<b>29,519,289.57</b>

---

#### 4、近两年一期更换会计师事务所情况

公司 2013 年以来未发生变更会计师事务所的情况。

## 二、 公司的主要会计政策及会计估计

### （一）重要会计政策、会计估计

#### 1、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。

#### 2、记账本位币

本公司采用人民币作为记账本位币。

#### 3、计量属性在本期发生变化的报表项目及其本期采用的计量属性

本公司采用的计量属性包括历史成本、重置成本、可变现净值、现值和公允价值。

#### 4、现金流量表之现金及现金等价物的确定标准

现金流量表的现金指企业库存现金及可以随时用于支付的存款。现金等价物指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

#### 5、外币业务核算方法

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

#### 6、金融工具

##### （1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当



---

期损益的金融资产)、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类:以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债(包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债)、其他金融负债。

## (2) 金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

本公司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。初始确认金融资产或金融负债时,按照公允价值计量;对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债,相关交易费用直接计入当期损益;对于其他类别的金融资产或金融负债,相关交易费用计入初始确认金额。

本公司按照公允价值对金融资产进行后续计量,且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用,但下列情况除外:1)持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法,按摊余成本计量;2)在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资,以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产,按照成本计量。

公司采用实际利率法,按摊余成本对金融负债进行后续计量,但下列情况除外:1)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,按照公允价值计量,且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用;2)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,按照成本计量;3)不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同,或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺,在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量:1)按照《企业会计准则第13号——或有事项》确定的金额;2)初始确认金额扣除按照《企业会计准则第14号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失,除与套期保值有关外,按照如下方法处理:1)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失,计入公允价值变动损益;在资产持有期间所取得的利息或现金股利,确认为投资收益;处置时,将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益,同时调整公允价值变动损益。2)可供

---

出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

### （3）金融资产转移的确认依据和计量方法

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了转入方的，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，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。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：1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；2）未放弃对该金融资产控制的，按照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。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1）所转移金融资产的账面价值；2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1）终止确认部分的账面价值；2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

### （4）主要金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或源生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

---

### (5) 金融资产的减值测试和减值准备计提方法

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

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单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。

按摊余成本计量的金融资产，期末有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额确认减值损失。在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失。

可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，确认其减值损失，并将原直接计入所有者权益的公允价值累计损失一并转出计入减值损失。

### 7、应收款项坏账准备的核算

期末如果有客观证据表明应收款项发生减值，则将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。可收回金额是通过对其的未来现金流量（不包括尚未发生的信用损失）按原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（扣除预计处置费用等）。原实际利率是初始确认该应收款项时计算确定的实际利率。短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小，在确定相关减值损失时，不对其预计未来现金流量进行折现。

期末对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

单项金额重大是指：单项应收款项期末余额在100.00万元以上的款项。

对于期末单项金额非重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一

起按账龄作为信用风险特征，划分为若干组合，按这些应收款项组合期末余额的一定比例（可以单独进行减值测试）计算确定减值损失，计提坏账准备。除已单独计提减值准备的应收款项外，公司根据以前年度与之相同或相类似的，以应收款项账龄为信用风险特征的组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定以下坏账准备计提的比例：

应收款项账龄	估计损失（%）
1年以内	5
1-2年	10
2-3年	30
3年以上	100
其中：已确定无法收回的	予以核销

## 8、存货的核算方法

### （1）存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料，主要包括：原材料、在产品、库存商品、发出商品。

### （2）发出存货的计价方法

按加权平均法计价。

### （3）存货的盘存制度

采用永续盘存制。

### （4）存货跌价准备的计提方法

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

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存

---

货,按照存货类别计提存货跌价准备;与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的,且难以与其他项目分开计量的存货,则合并计提存货跌价准备。

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

## 9、长期股权投资

### (1) 投资成本的确定

1) 同一控制下的企业合并形成的,合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的,在最终控制方合并财务报表中的账面价值作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额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。

分步实现同一控制下企业合并的,应当以持股比例计算的合并日应享有被合并方账面所有者权益份额作为该项投资的初始投资成本。初始投资成本与其原长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股份新支付对价的公允价值之和的差额,调整资本公积(资本溢价或股本溢价),资本公积不足冲减的,冲减留存收益。

2) 非同一控制下的企业合并形成的,在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

3) 除企业合并形成以外的:以支付现金取得的,按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本;以发行权益性证券取得的,按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本;投资者投入的,按照投资合同或协议约定的价值作为其初始投资成本(合同或协议约定价值不公允的除外)。

### (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,在本公司个别财务报表中采用成本法核算;对具有共同控制或重大影响的长期股权投资,采用权益法核算。

采用成本法时,长期股权投资按初始投资成本计价,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,按享有被投资单位

---

宣告分派的现金股利或利润,确认为当期投资收益,并同时根据有关资产减值政策考虑长期投资是否减值。

采用权益法时,长期股权投资的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,归入长期股权投资的初始投资成本;长期股权投资的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,其差额计入当期损益,同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法时,取得长期股权投资后,按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额,确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。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,按照本公司的会计政策及会计期间,并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分(但内部交易损失属于资产减值损失的,应全额确认),对被投资单位的净利润进行调整后确认。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分,相应减少长期股权投资的账面价值。本公司确认被投资单位发生的净亏损,以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限,本公司负有承担额外损失义务的除外。对于被投资单位除净损益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。

### (3) 确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

控制,是指拥有对被投资方的权力,通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报,并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额;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。

### (4) 长期股权投资的处置

1) 部分处置对子公司的长期股权投资,但不丧失控制权的情形部分处置对子公司的长期股权投资,但不丧失控制权时,应当将处置价款与处置投资对应的账面价值的差额确认为当期投资收益。

#### 2) 部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的情形

部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的,对于处置的股权,应结转与所售股权相对应的长期股权投资的账面价值,出售所得价款与处置长期

---

股权投资账面价值之间差额，确认为投资收益（损失）；同时，对于剩余股权，应当按其账面价值确认为长期股权投资或其它相关金融资产。处置后的剩余股权能够对子公司实施共同控制或重大影响的，应按有关成本法转为权益法的相关规定进行会计处理。

#### （5）减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，在资产负债表日有客观证据表明其发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

### 10、固定资产的核算方法

#### （1）固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用年限超过一年的有形资产。

固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

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

#### （2）固定资产的分类

固定资产分类为：机器设备、运输工具、电子设备、办公设备及其他。

#### （3）固定资产的初始计量

固定资产取得时按照实际成本进行初始计量。

外购固定资产的成本，以购买价款、相关税费、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等确定。

购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。债务重组取得债务人用以抵债的固定资产，以该固定资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的固定资产公允价值之间的差额，计入当期损益；在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，换入的固定资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更

加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入固定资产的成本，不确认损益。

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

融资租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为入账价值。

#### （4）固定资产折旧计提方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。

符合资本化条件的固定资产装修费用，在两次装修期间与固定资产尚可使用年限两者中较短的期间内，采用年限平均法单独计提折旧。

各类固定资产预计使用寿命和年折旧率如下：

固定资产类别	预计使用年限（年）	净残值率(%)	年折旧率（%）
机器设备	5-10	5	9.50-19.00
运输工具	5	5	19.00
电子设备	3-5	5	19.00-31.67
办公设备及其他	3-5	5	19.00-31.67

已全额计提减值准备的固定资产，不再计提固定资产折旧。已计提减值准备的固定资产，应当扣除已计提的固定资产减值准备累计金额，按照尚可使用年限重新计算确定折旧率和折旧额。

### 11、在建工程的核算方法

（1）在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（2）资产负债表日，有迹象表明在建工程发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

### 12、无形资产的核算方法

#### （1）无形资产的计价方法



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

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益；在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

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

## （2）无形资产的摊销

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

项目	摊销年限（年）
软件	10

## （3）研究开发项目研究阶段支出与开发阶段支出的划分标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能确认为无形资产：

- 1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- 2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- 3) 无形资产产生经济利益的方式，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，应当证明其有用性；
- 4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

---

5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

(4) 定期复核使用寿命

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。无形资产的使用寿命为有限的，应当估计该使用寿命的年限或者构成使用寿命的产量等类似计量单位数量；但每年均对该无形资产的使用寿命进行复核，并进行减值测试。每个会计期间结束，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。如果无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，改变摊销期限和摊销方法。公司在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命，并按上述规定处理。

(5) 无形资产的减值

在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。存在减值迹象的，应当估计其可收回金额。可收回金额应当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。其中处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用等。

13、长期待摊费用的核算方法

本公司的长期待摊费用是指已经支出，但摊销期限在1年以上（不含1年）的各项费用，如以经营租赁方式租入的固定资产发生的改良支出等。长期待摊费用在各费用项目的预计受益期间内分期平均摊销，如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

14、资产减值准备核算方法

本公司在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，如存在可能发生减值的迹象，则估计其可收回金额，如资产的可收回金额低于其账面价值的，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试。

---

可收回金额应当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。

公司一般以单项资产为基础估计其可收回金额，当公司难以对单项资产的可收回金额进行估计的，按照该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

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

估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

## 15、职工薪酬

职工薪酬,是指为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的除股份支付以外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。公司提供给职工配偶、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。

### （1）短期薪酬

公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中，非货币性福利按照公允价值计量。

### （2）辞退福利

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

### （3）设定提存计划

公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例，按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。公司在职工提供服务的会计期间，将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

---

## 16、借款费用的核算

### (1) 借款费用资本化的确认原则

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

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

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

- 1) 资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；
- 2) 借款费用已经发生；
- 3) 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

当符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，借款费用暂停资本化。

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

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

### (2) 借款费用资本化期间

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

### (3) 借款费用资本化金额的计算方法

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

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

---

## 17、收入确认核算

公司按国内、国外市场划分，将销售业务分为内销和外销出口。公司于下列条件同时满足时确认收入：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。公司收入确认的具体方法见“四、报告期利润形成的有关情况”。

## 18、政府补助的核算

(1) 政府补助包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

(2) 政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

(3) 与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

## 19、递延所得税资产和递延所得税负债

(1) 根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

(2) 确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

(3) 资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来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，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

---

(4) 公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：1) 企业合并；2) 直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

## 20、经营租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

## (二) 会计政策和会计估计变更以及前期差错更正的说明

### 1、会计政策的变更

2014年1月至7月，财政部制定了《企业会计准则第39号—公允价值计量》、《企业会计准则第40号—合营安排》、《企业会计准则第41号—在其他主体中权益的披露》；修订了《企业会计准则第30号—财务报表列报》、《企业会计准则第9号—职工薪酬》、《企业会计准则第33号—合并财务报表》、《企业会计准则第2号—长期股权投资》、《企业会计准则第37号—金融工具列报》以及《企业会计准则—基本准则》。上述9项会计准则除修订后的《企业会计准则第37号—金融工具列报》以及《企业会计准则—基本准则》以外均自2014年7月1日起施行，修订后的《企业会计准则—基本准则》自2014年7月23日起施行，修订后的《企业会计准则第37号—金融工具列报》自2014年度及以后期间财务报告中执行。

本公司在编制报告期财务报表时，执行了上述9项会计准则，并按照相关的衔接规定进行了处理。本公司采用这些准则未对公司报告期财务状况、经营成果及现金流量产生影响。

### 2、会计估计的变更

本公司本财务报告期内无会计估计变更事项。

### 3、前期会计差错更正

本公司本财务报告期内无重大会计差错更正事项。

## 三、 最近两年一期的主要会计数据和财务指标及分析

单位：万元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	3,279.55	20,168.73	15,124.08
净利润（万元）	-9.37	2,092.50	873.54
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-16.06	2,102.58	874.15
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-15.81	2,074.45	923.87
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）	-22.51	2,084.53	924.49
毛利率	33.93%	29.39%	30.26%
净资产收益率	-0.25%	49.85%	75.73%
扣除非经常性损益后净资产收益率	-0.35%	49.42%	74.80%
应收账款周转率（次）	0.99	5.34	6.67
存货周转率（次）	0.70	9.49	9.76
基本每股收益（元/股）	-0.01	1.58	0.87
稀释每股收益（元/股）	-0.01	1.58	0.87
扣除非经常性损益后每股收益（元/股）	-0.02	1.56	0.92
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-348.72	-300.46	-136.26
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.24	-0.21	-0.10
	<b>2015年4月30日</b>	<b>2014年12月31日</b>	<b>2013年12月31日</b>
总资产（万元）	13,274.39	14,466.27	8,929.76
股东权益合计（万元）	6,417.37	6,426.73	2,820.82
归属于申请挂牌公司股东的所有者权益合计（万元）	6,377.96	6,394.02	2,791.44
每股净资产（元/股）	4.45	4.45	2.17
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	4.42	4.43	2.15
资产负债率（母公司）	52.50%	56.18%	67.67%
流动比率（倍）	1.79	1.67	1.30

速动比率（倍）	1.17	1.43	1.12
---------	------	------	------

（一）盈利能力指标变动分析

1、毛利率分析

报告期内，公司毛利率变动的具体分析见本章“四、报告期利润形成的有关情况”。公司与同行业公司毛利率对比情况如下：

财务指标	2015年1-4月	2014年度	2013年度
<b>悠派科技</b>			
综合毛利率	33.93%	29.39%	30.26%
户外展示道具毛利率	30.60%	26.41%	27.85%
室内陈列展示产品和服务毛利率	35.36%	32.51%	32.62%
市场推广活动策划执行服务毛利率	53.48%	27.10%	-
<b>易尚展示</b>			
综合毛利率	-	32.81%	33.46%
整体展示项目毛利率	-	35.76%	36.13%
展示道具毛利率	-	31.91%	33.04%
<b>惠通创意</b>			
综合毛利率	-	40.23%	35.83%
展示空间设计毛利率	-	97.62%	94.60%
整体展示项目毛利率	-	45.20%	59.59%
展示道具毛利率	-	28.11%	24.35%

经与同行业公司对比，公司 2013 年和 2014 年的综合毛利率略低于同行业公司易尚展示和惠通创意。从公司 2013 年和 2014 年的收入和毛利结构来看，公司的户外展示道具毛利率水平较低，主要是因为户外展示为公司的传统业务，其主要内容还是展示道具的设计和施工，且道具外购比例较高，而户外展示业务收入占比达 50%以上，从而影响了公司的总体毛利率水平。公司的室内陈列展示产品和服务主要包括方案设计、展示道具的设计和制造、项目的安装等各环节单独或整体服务，其中展示道具收入占比较高，单独的设计收入占比偏低，因此公司的室内陈列展示产品和服务毛利率与易尚展示的综合毛利率水平类似。

惠通创意综合毛利率较高的原因是整体展示项目收入占比较高，且惠通创意承接的南京青奥会及亚青会展示等单个项目毛利率较高，从而提升了其整体展示



项目的毛利率水平。易尚展示的展示道具收入占比达 80%以上，其展示道具不断进行升级，积累了多年的设计经验，且公司能够发挥规模优势，因此其单独的展示道具毛利率高于惠通创意。

公司 2013 年和 2014 年的综合毛利率虽然略低于易尚展示和惠通创意，但是报告期内公司室内陈列展示产品和服务收入占比增长较快，陈列展示产品和服务除提供展示产品外，还包括设计、特装、智能软硬件配置等增值服务，该类方案产品附加值高，因此室内陈列方案收入占比的增加会提升公司的综合毛利率；另外，随着子公司悠派振运市场推广活动策划执行业务的不断开拓，也会对公司综合毛利率产生积极的影响。

## 2、净资产收益率及扣除非经常性损益后的净资产收益率分析

公司与同行业公司净资产收益率及扣除非经常性损益后的净资产收益率对比情况如下：

财务指标	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
	<b>悠派科技</b>		
净资产收益率	-0.25%	49.85%	75.73%
扣除非经常性损益后的净资产收益率	-0.35%	49.42%	74.80%
	<b>易尚展示</b>		
净资产收益率	-	14.89%	25.95%
扣除非经常性损益后的净资产收益率	-	12.86%	19.23%
	<b>惠通创意</b>		
净资产收益率	-	10.11%	8.92%
扣除非经常性损益后的净资产收益率	-	6.52%	5.88%

经与同行业公司对比，公司的净资产收益率等指标远高于行业平均水平，主要原因是因为公司2013年和2014年公司外部融资较少，净资产规模较小。

公司2014年净资产收益率、扣除非经常性损益后净资产收益率较2013年分别下降25.88个百分点和25.38个百分点，主要原因是公司2014年增资导致加权平均净资产较2013年大幅增长，且远超过净利润增长的比例。

### （二）偿债能力指标分析

公司与同行业公司偿债能力指标对比情况如下：

财务指标	2015年4月末	2014年末	2013年末
<b>悠派科技</b>			
资产负债率（母公司）	52.50%	56.18%	67.67%
流动比率	1.79	1.67	1.30
速动比率	1.17	1.43	1.12
<b>易尚展示</b>			
资产负债率（母公司）	-	59.58%	47.26%
流动比率	-	1.45	2.11
速动比率	-	1.37	1.95
<b>惠通创意</b>			
资产负债率（母公司）	-	54.42%	55.67%
流动比率	-	1.07	1.00
速动比率	-	0.66	0.59

从长期偿债能力指标来看，母公司2013年末、2014年末和2015年4月末的资产负债率分别为67.67%、56.18%和52.50%，长期偿债能力有所改善。报告期内，公司负债均为流动负债。报告期末，公司的负债主要包括应付账款2,163.65万元、应付票据2,046.96万元、短期借款1,420.00万元。2013年末公司与同行业公司易尚展示、惠通创意的资产负债率差距较大，主要是由于2013年末公司资产总额较低，融资主要以银行借款为主。报告期内，公司与易尚展示、惠通创意的资产负债率水平接近。

从短期偿债能力指标看，报告期内公司流动比率呈上升趋势，短期偿债能力较强。2015年4月末速动比率较2014年末有所下降，主要原因是五一临近导致订单量增加，因此外购和自制的库存商品余额大幅增长，存货相应大幅增加。

经对比分析，公司的长期和短期偿债能力处于同行业平均水平，且报告期内整体有所改善。

### （三）营运能力指标分析

公司与同行业公司应收账款周转率和存货周转率的对比情况如下：

财务指标	2015年1-4月	2014年度	2013年度
<b>悠派科技</b>			
应收账款周转率	0.99	5.34	6.67
存货周转率	0.70	9.49	9.76

易尚展示			
应收账款周转率	-	2.61	3.19
存货周转率	-	10.87	9.38
惠通创意			
应收账款周转率	-	3.07	2.40
存货周转率	-	4.39	4.43

2013年、2014年公司的应收账款周转率高于易尚展示和惠通创意；存货周转率与易尚展示相当，且远高于惠通创意。

公司2013年、2014年、2015年1-4月应收账款周转率分别为6.67倍、5.34倍和0.99倍。2015年1-4月应收账款周转率较低的主要原因在于受季节性因素影响，2015年1-4月公司营业收入规模较小。2013年、2014年、2015年1-4月，公司存货周转率分别为9.76倍、9.49倍和0.70倍。2013年和2014年存货周转率较高的原因是公司2013年和2014年营业成本较高且平均存货水平较低。2015年1-4月存货周转率较低的主要原因是2015年1-4月营业收入和营业成本较低，但库存商品大幅增加导致期末存货较多。

总体来看，报告期内公司的营运能力高于同行业公司。应收账款和存货变动的详细原因见“五、公司最近两年一期的主要资产情况”。

#### （四）经营活动现金流量指标变动分析

公司与同行业公司经营活动现金流量指标的对比情况如下：

财务指标	2015年1-4月	2014年度	2013年度
<b>悠派科技</b>			
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-348.72	-300.46	-136.26
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.24	-0.21	-0.10
<b>易尚展示</b>			
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-	1,204.43	6,203.26
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-	0.23	1.18
<b>惠通创意</b>			
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-	-233.12	4,007.09
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-	-0.05	1.83

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额均为负数，且呈绝对值增长的

趋势，主要是由应收票据、存货和应收账款较多引起。报告期内，经营活动现金流量指标变动的详细分析见本章“八、报告期现金流量情况”。与同行业公司相比，公司获取经营活动现金流的能力有待提高。

#### 四、 报告期利润形成的有关情况

（以下金额未特别标注说明均为人民币元）

##### （一）营业收入的主要构成、变动趋势及原因

##### 1、公司最近两年一期的营业收入的主要构成

（1）按产品类别列示如下：

项目	2015年1-4月		2014年度		2013年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
户外展示道具	13,365,165.69	40.75%	101,434,577.26	50.29%	80,723,552.16	53.37%
室内陈列展示产品和服务	18,498,833.22	56.41%	98,430,117.04	48.80%	70,095,527.48	46.35%
市场推广活动策划执行服务	931,485.73	2.84%	1,772,004.80	0.88%	-	-
主营业务收入	32,795,484.64	100.00%	201,636,699.10	99.97%	150,819,079.64	99.72%
其他业务收入	-	-	50,593.15	0.03%	421,745.77	0.28%
<b>合计</b>	<b>32,795,484.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>201,687,292.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>151,240,825.41</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司的营业收入以主营业务收入为主，主营业务占营业收入的比例超过99%。公司主营业务为零售展示终端的设计、生产和销售。公司的收入主要来源于户外展示道具、室内陈列展示产品和服务和市场推广活动策划执行服务三大类产品（服务），其中前两类占比达97%以上，市场推广活动策划执行服务属于子公司悠派振运2014年开始的新业务。公司收入分类与业务部分的产品分类保持一致。公司的其他业务收入主要是出售边角料收入。

公司2013年、2014年、2015年1-4月营业收入分别为15,124.08万元、20,168.73万元、3,279.55万元。公司2014年营业收入较2013年增加5,044.65万元，上升33.36%，其中户外展示道具收入较2013年增加2,071.10万元，增长25.66%；室内陈列展示产品和服务收入较2013年增加2,833.46万元，增长40.42%。

---

2014 年营业收入快速增长主要来源于以下几个方面：

其一，下游行业需求增长，为终端展示行业提供了广阔的发展空间。随着零售行业的快速发展、居民消费水平的提升、终端展示在快速消费品等行业的重要性不断凸显及企业对终端重视程度的不断提高，终端展示需求日益增长，终端展示行业市场规模较大。

其二，公司自成立以来，始终致力于为客户提供展示方案设计、陈列展示道具和户外促销道具设计生产、展示终端安装、市场推广活动策划执行等一体化的营销展示服务。公司一体化终端展示服务内容、经验不断丰富，服务模式得到广泛客户认可，具有良好的客户基础；同时，公司不断开拓优质的大客户，如 2013 年开发了博西家用电器（中国）有限公司，2014 年开发了林芝恒大饮品有限公司和珠海恒大饮品有限公司。老客户的重复购买和新客户带来的业绩增长是公司 2014 年业绩较上年大幅增长的主要原因。

其三，公司不断挖掘细分市场需求，追求产品和服务的创新。2014 年开始，子公司悠派振运利用自身丰富的活动策划执行经验和演艺资源，为品牌客户提供市场推广活动策划执行服务，进一步丰富了公司的服务范围，为一体化服务增值。

2015 年 1-4 月，公司营业收入仅为 2014 年的 16.26%。主要原因为：终端展示行业是由连锁品牌零售市场的兴起而拉动的新兴行业，下游涵盖了连锁零售、消费电子、家电、快速消费品等多个行业，零售终端更新受中国传统节日的消费习惯影响明显，下游零售行业一般会在国庆、元旦、春节前对销售终端进行升级或更新换代，导致终端展示行业产品销售呈现季节性波动的特征，公司销售旺季一般在下半年。因此，公司 2015 年 1-4 月收入金额较小，符合同行业公司的基本情况。

公司收入确认的原则如下：

公司按国内、国外市场划分，将销售业务分为内销和外销出口。

针对外销出口，公司于开具出口销售发票及装箱单、货物已办理离境手续并取得出口报关单时确认收入。

针对内销产品和服务类别的不同，内销收入确认条件如下：

1) 户外展示道具：于户外展示道具交付给客户并验收合格后确认收入；需要进行简单安装的，则在安装完成并经客户验收合格后确认收入。

2) 室内陈列展示产品和服务：于室内陈列展示产品交付给客户并验收合格后确认收入；需要进行简单安装的，则在安装完成并经客户验收合格后确认收入；室内陈列展示服务在劳务提供完成时确认收入。

3) 市场推广活动策划执行服务：市场推广活动策划执行服务在劳务提供完成时确认收入。

(2) 主营业务收入按地区列示如下：

地区名称	2015年1-4月		2014年度		2013年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内	31,058,584.45	94.70%	200,884,008.31	99.63%	150,819,079.64	100.00%
国外	1,736,900.19	5.30%	752,690.79	0.37%		-
<b>合计</b>	<b>32,795,484.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>201,636,699.10</b>	<b>100.00%</b>	<b>150,819,079.64</b>	<b>100.00%</b>

报告期内公司的主营业务收入主要来源于国内市场，国内收入占比 95%以上。2014 年公司取得进出口经营权后，开始自主开展出口业务，报告期内外销收入呈增长趋势。报告期内，公司主要将车顶篷、折叠篷等产品销往英国、美国、加拿大、澳大利亚等国家和地区。

## 2、成本构成及变动

公司主营业务成本的构成如下所示：

2015年1-4月				
产品名称	户外展示道具	室内陈列展示产品和服务	市场推广活动策划执行服务	合计
直接材料	30.11%	28.47%	-	28.60%
直接人工	4.13%	3.90%	54.96%	3.92%
制造费用	7.70%	7.28%	0.00%	7.32%
外购产品成本	58.06%	60.34%	45.04%	60.16%
<b>总计</b>	<b>42.81%</b>	<b>55.19%</b>	<b>2.00%</b>	<b>100.00%</b>
2014年度				

产品名称	户外展示道具	室内陈列展示产品和服务	市场推广活动策划执行服务	合计
直接材料	24.86%	26.35%		25.33%
人工费用	2.87%	3.13%	19.07%	2.96%
制造费用	6.02%	6.56%	0.00%	6.22%
外购产品成本	66.25%	63.97%	80.93%	65.49%
<b>总计</b>	<b>52.43%</b>	<b>46.66%</b>	<b>0.91%</b>	<b>100.00%</b>
<b>2013 年度</b>				
产品名称	户外展示道具	室内陈列展示产品和服务	市场推广活动策划执行服务	合计
直接材料	33.91%	32.67%	-	33.36%
人工费用	3.74%	3.60%	-	3.68%
制造费用	7.42%	7.14%	-	7.29%
外购产品成本	54.93%	56.58%	-	55.67%
<b>总计</b>	<b>55.22%</b>	<b>44.78%</b>	<b>-</b>	<b>100.00%</b>

公司的主营业务成本主要是外购的材料成本，包括直接材料和外购道具成本，占总生产成本的比例为 90%左右。随着公司业务规模的不断扩大，受到产能规模的制约，公司部分户外及室内展示道具通过外协加工完成，公司直接材料和外购道具成本比例相应发生变化。剔除外协成本影响，公司直接材料、直接人工和制造费用在营业成本中所占比重变化不大。基于终端展示行业产品定制化、个性化特点，其产品成本结构存在较小的差异符合行业预期。

公司日常成本的归集、分配、结转方法如下：

公司销售部门接到订单后，工程部负责产品标准制定，并编制产品材料清单。公司以单一品名产品及订单批次进行原材料领用及生产，原材料领用根据领料单和销售单号进行汇总，实际成本归集至销售单所列明的产品上。对于生产人员工资和直接生产管理人員工资，依据经审批的工价计算表计入各订单的人工费用。对于辅助人员、车间管理人员人工费用、机器设备折旧、机物料消耗等间接费用，先在制造费用中归集，每月末根据订单单号对应的人工费用占比分配每单相应的制造费用。公司最终核算出来的产品入库成本系实际领料、实际人工及制造费用

成本。公司自制产成品、外购道具于销售时结转至相应的主营业务成本。

### 3、公司最近两年一期的主营业务毛利情况

(1) 按产品类别列示如下：

产品名称	2015年1-4月			2014年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
户外展示道具	13,365,165.69	9,275,658.85	30.60%	101,434,577.26	74,646,106.41	26.41%
室内陈列展示产品和服务	18,498,833.22	11,957,421.86	35.36%	98,430,117.04	66,431,726.79	32.51%
市场推广活动策划执行服务	931,485.73	433,295.23	53.48%	1,772,004.80	1,291,831.11	27.10%
<b>合计</b>	<b>32,795,484.64</b>	<b>21,666,375.94</b>	<b>33.93%</b>	<b>201,636,699.10</b>	<b>142,369,664.31</b>	<b>29.39%</b>

(续表)

产品名称	2013年度		
	收入	成本	毛利率
户外展示道具	80,723,552.16	58,241,280.76	27.85%
室内陈列展示产品和服务	70,095,527.48	47,227,926.66	32.62%
市场推广活动策划执行服务	-	-	-
<b>合计</b>	<b>150,819,079.64</b>	<b>105,469,207.42</b>	<b>30.07%</b>

2014年,公司的主营业务毛利率较2013年下降了0.68个百分点,变化较小。报告期内,户外展示道具主要为户外用品的生产和销售,大部分订单依然属于传统销售业务,而产品的销售价格受客户订单大小、议价能力、产品定制要求、外购比例影响,导致户外展示道具毛利率较上年下降了1.44个百分点,因此2014年主营业务毛利率略有下降。

2015年1-4月,公司的主营业务毛利率较2014年上升了4.54个百分点,毛利率增长明显。主要原因为:室内陈列展示产品和服务收入占比由2014年的48.82%增长至当期的56.41%,室内陈列展示产品和服务除提供展示产品外,还包括设计、特装、智能软硬件配置等增值服务,该类方案产品附加值高,因此室内陈列方案收入占比的增加导致总体毛利率有所提升。



另外，公司自 2014 年开始提供市场推广活动策划执行服务，根据客户需求定制方案。公司 2015 年大力发展该块业务，并积累了一定经验，随着活动策划与执行水平的提升，公司的议价能力也在增强，因此毛利率呈大幅增长趋势。

(2) 按地区列示

地区名称	2015 年 1-4 月			2014 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
国内	31,058,584.45	20,591,040.59	33.70%	200,884,008.31	141,930,908.46	29.35%
国外	1,736,900.19	1,075,335.35	38.09%	752,690.79	438,755.85	41.71%
合计	32,795,484.64	21,666,375.94	33.93%	201,636,699.10	142,369,664.31	29.39%

(续表)

地区名称	2013 年度		
	收入	成本	毛利率
国内	150,819,079.64	105,469,207.42	30.07%
国外	-	-	-
合计	150,819,079.64	105,469,207.42	30.07%

报告期内，国内销售毛利率波动较小，维持在 30%左右。2014 年和 2015 年 1-4 月，国外主营业务毛利率较高的原因在于公司出口销售产品主要为折叠篷、车顶篷等国外定制产品，价格较高，且出口销售享受免征增值税并按免、抵、退办法申报退税的政策优惠，因此国外销售毛利率高于国内。

4、营业收入总额和利润总额的变动趋势及原因

单位：万元

项目	2015 年 1-4 月	2014 年	增长率	2013 年
营业收入	3,279.55	20,168.73	33.36%	15,124.08
营业成本	2,166.64	14,240.32	35.02%	10,546.92
毛利润	1,112.91	5,928.41	29.52%	4,577.16
销售费用	490.86	1,602.02	5.93%	1,512.32
管理费用	595.37	1,736.79	19.16%	1,457.54
营业利润	11.58	2,387.42	79.81%	1,327.74

利润总额	15.31	2,395.08	81.12%	1,322.38
所得税费用	24.68	302.58	-32.59%	448.84
净利润	-9.37	2,092.50	138.74%	873.54

公司 2014 年毛利较上年增加了 1,351.24 万元，增幅为 29.52%，主要是业绩增长引起的。但销售费用和管理费用分别增加了 89.70 万元和 279.25 万元，增长率分别为 5.93%和 19.16%，增长率远低于收入和成本，因此 2014 年营业利润较上年增加 1,059.68 万元，同比上升 79.81%。销售费用和管理费用变化的具体原因见本节“(二)主要费用及变动情况”。公司 2014 年所得税费用较上年减少 146.26 万元，同比下降 32.59%，主要是因为公司 2014 年获得高新技术企业证书，享有优惠的企业所得税率。2014 年业绩的增长、销售和管理费用增幅较小以及所得税费用的减少综合导致 2014 年净利润较上年大幅上升，增幅达 138.74%。

2015 年 1-4 月，公司营业收入为 3,279.55 万元，仅为 2014 年营业收入的 16.26%，具体原因见本小节“1、公司最近两年一期的营业收入的主要构成”。营业收入较小导致公司 2015 年 1-4 月毛利下降，仅为 2014 年的 18.77%。同时，公司 2015 年整年度业绩预期保持增长，1-4 月销售费用和管理费用支出稳定，分别为上年的 30.64%和 34.28%，最终导致营业利润和利润总额分别为 11.58 万元和 15.31 万元。2015 年 1-4 月，所得税费用为 24.68 万元。因此，公司季节性业绩不明显、全年业绩增长带来的期间费用增加综合导致了 2015 年 1-4 月净利润为负数。

## (二) 主要费用及变动情况

单位：万元

项目	2015年1-4月	占比	2014年	占比	2013年	占比
销售费用	490.86	14.97%	1,602.02	7.94%	1,512.32	10.00%
管理费用	595.37	18.15%	1,736.79	8.61%	1,457.54	9.64%
其中：研发费用	231.03	7.04%	545.33	2.70%	264.06	1.75%
财务费用	39.81	1.21%	32.48	0.16%	67.89	0.45%
<b>期间费用合计</b>	<b>1,126.03</b>	<b>34.33%</b>	<b>3,371.29</b>	<b>16.72%</b>	<b>3,037.75</b>	<b>20.09%</b>

注：上表中“占比”指各项费用占当期营业收入的比例。

报告期内各期公司期间费用总额占公司营业收入的比重在 16%-35%之间，

波动较大。2014年，期间费用绝对金额相比2013年有所上升，但是占营业收入的比重有所下降，期间费用增长幅度远低于营业收入。公司销售费用主要包括职工薪酬、运输费、租赁费和差旅费等；公司管理费用主要包括职工薪酬、研发费用、顾问咨询费和差旅费；公司财务费用主要包括利息支出及其他。

各期间费用的明细和具体变动情况分析如下：

### 1、销售费用

项 目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
职工薪酬	2,403,355.18	6,848,781.51	4,695,392.44
运输费	495,251.41	4,196,196.78	6,096,927.01
租赁费	610,702.99	1,100,397.02	815,111.86
差旅费	292,430.74	1,056,803.06	1,555,075.78
业务招待费	267,645.30	734,940.20	411,518.98
广告费	91,918.40	322,476.53	68,641.77
运杂费	107,699.72	284,229.99	210,645.24
车辆使用费	79,110.73	258,366.83	55,063.10
网络费	46,018.72	255,848.21	123,028.24
折旧摊销	58,048.46	200,356.81	94,496.68
参展费	134,244.00	165,373.85	197,655.66
办公费	33,269.19	149,336.56	136,064.77
其他	288,861.94	447,112.31	663,612.81
<b>合计</b>	<b>4,908,556.78</b>	<b>16,020,219.66</b>	<b>15,123,234.34</b>

公司的销售费用从2013年的1,512.32万元上升为2014年的1,602.02万元，上升了5.93%，远低于营业收入增长比例。销售费用增幅较小的主要原因是运输费和差旅费下降，运输费用减少了190.07万元，主要是公司2014年运输模式发生变化，部分由公司承担的运输费2014年开始由供应商承担，跨省运输费用下降。公司的差旅费用下降主要是因为公司对员工差旅报销费用的控制加强，减少了费用预算。

### 2、管理费用

项 目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
职工薪酬	1,631,185.97	6,401,424.65	4,909,890.56
研发费用	2,310,295.97	5,453,348.66	2,640,579.05

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
顾问咨询费	312,075.23	1,426,688.19	1,154,055.75
差旅费	309,711.70	1,209,305.55	2,378,539.43
租赁费	196,280.20	694,191.50	721,358.60
修缮费	175,095.88	563,307.08	276,002.35
税费	37,347.44	393,216.45	205,243.25
折旧摊销	132,945.28	360,979.83	346,479.46
办公费	102,246.93	301,691.77	633,245.31
业务招待费	104,780.90	150,261.90	448,595.03
车辆使用费	149,281.13	126,033.07	128,326.40
水电费	40,297.76	109,846.61	103,491.69
专利费	11,429.97	80,383.33	114,327.99
其他	440,677.10	97,184.82	515,228.42
<b>合计</b>	<b>5,953,651.46</b>	<b>17,367,863.41</b>	<b>14,575,363.29</b>

管理费用从 2013 年的 1,457.54 万元增加到了 2014 年的 1,736.79 万元，增长了 19.16%，而 2014 年营业收入同比上升 33.36%。管理费用的增幅较小主要是差旅费支出下降引起的，公司 2014 年削减了费用预算，加强了员工费用报销管理。公司 2014 年的研发费用较上期同比增长 106.52%，占营业收入的比重上升了 0.95 个百分点。2014 年研发费用大幅增长主要是因为公司加大研发投入，导致研发人员工资奖金及设计费用大幅增长。

报告期内，公司申报的主要研发项目如下表所示：

	项目名称	项目主要内容
2014 年	专用于展示用品结构自动焊接机器人的研发	通过对弧焊焊接机器人核心技术、关键共性技术的探索研究，研发出适合公司产品生产需求的、具有国际先进水平的弧焊焊接机器人
	微距红外灯光吸引控制器的研发	解决常规灯光控制系统由于采用声控原件和光敏电阻作为传感器容易受到外界干扰的问题
	模块化家电 workflow 展示工艺的研发	以透明显示技术为载体，搭载稳定可靠的安卓 4.2 系统或者 windows 系统，搭

		配 3D 演示动画，全方位展示产品的结构和功能
	迷你型基于数字控制奶粉急速无泡熔接机的研发	能够完成一个精确控制伺服马达的转速以及旋转模式等方面来模拟人手揉搓奶瓶动作的标准化产品
2013 年	专用于展示用品结构自动焊接机器人的研发	通过对弧焊焊接机器人核心技术、关键共性技术的探索研究，研发出适合公司产品生产需求的、具有国际先进水平的弧焊焊接机器人
	多功能太阳能展示帐篷的研发	将太阳能集热组件及充电组件稳固地与帐篷相结合
	太阳能折叠展示蓬的研发	开发一种太阳能折叠展示蓬
	基于 3D 全息投影技术的商品展示装置的研发	利用光的干涉和衍射原理，记录并再现物体真实的三维图像的技术,将用户所需三维画面悬浮在实景的半空中成像

### 3、财务费用

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
利息支出	319,479.73	379,383.11	316,684.13
减：利息收入	24,360.35	76,693.19	119,194.93
汇兑损失	8,758.30	40.05	-
其他	94,238.32	22,047.83	481,392.67
<b>合计</b>	<b>398,116.00</b>	<b>324,777.80</b>	<b>678,881.87</b>

2014 年财务费用较上年减少 35.41 万元，下降 52.16%，主要是承兑贴息减少所致。2015 年 1-4 月，公司发生较多利息支出。报告期内财务费用波动合理。

总体上看，公司的期间费用占营业收入的比重相对稳定，期间费用的变动与公司经营情况相符。

#### （三）非经常性损益情况

报告期内，公司非经常性损益明细表如下：

单位：元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	20,415.53	-	-108,763.21
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
计入当期损益的政府补助，但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	16,900.00	99,087.00	8,500.00
委托他人投资或管理资产的损益	38,506.85	135,684.95	5,397.25
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-622,918.67
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-	-22,492.95	46,650.46
<b>非经常性损益总额</b>	<b>75,822.38</b>	<b>212,279.00</b>	<b>-671,134.17</b>
减：非经常性损益的所得税影响数	11,373.36	31,801.22	-167,783.55
<b>非经常性损益净额</b>	<b>64,449.02</b>	<b>180,477.78</b>	<b>-503,350.62</b>
其中：归属于母公司所有者的非经常性损益	64,449.02	180,498.20	-503,350.62
归属于少数股东的非经常性损益	-	-20.42	-

2013 年，公司大额的非经常性损益主要是同一控制下企业合并产生的子公司悠派设计期初至合并日的当期净损益-62.29 万元和非流动资产处置损失 10.88 万元。2014 年，公司大额的非经常性损益主要是政府补助和银行理财产品收益。2015 年 1-4 月，公司大额的非经常性损益主要是非流动资产处置利得和银行理财产品收益。报告期内，大额的政府补助如下：2014 年，公司收到东莞市财政国库中心支付的研发经费投入补助 3.72 万元和东莞市财政局拨付的研发经费投入补助 5.30 万元；2015 年，公司收到东莞财政国库支付 2014 年出口企业开拓费 1.69 万元。

#### 非经常性损益占利润总额比例

项目	2015 年 1-4 月	2014 年	2013 年
非经常性损益金额（税前）	75,822.38	212,279.00	-671,134.17

利润总额	153,124.58	23,950,795.31	13,233,750.83
非经常性损益占利润总额的比例	49.52%	0.89%	-5.07%

2015年1-4月，公司非经常性损益占公司利润总额的比重较高，主要是由1-4月收入、利润金额较小引起的。2013年和2014年，公司非经常性损益占比较小。总体而言，非经常性损益一般不会对公司财务状况和经营成果产生较大影响。

#### （四）适用的主要税种、税率及主要财政税收优惠政策

##### 1、适用的主要税种、税率

报告期内，公司及所属子公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税（费）率（%）
增值税	按销售商品或提供劳务的增值额	17、3（注1）
企业所得税	应纳税所得额	15、25（注2）
营业税	按提供劳务的收入	5、3
城市维护建设税	按流转税额	7、5（注3）
教育费附加	按流转税额	5
其他税费	按税法规定计缴	-

注1：本公司增值税适用17%的税率，合并范围内的其他子公司为小规模纳税人，增值税适用3%的税率。

注2：本公司于2014年10月10日取得《高新技术企业证书》，证书编号为GR201444001447，有效期为3年，适用15%所得税税率，详见五、2税收优惠相关描述。本公司下属子公司适用25%的所得税税率。

注3：本公司城市建设维护税适用5%的税率，合并范围内的其他子公司适用7%的税率。

##### 2、税收优惠政策

###### （1）企业所得税税收优惠政策

本公司于2014年10月10日取得《高新技术企业证书》，认定公司为高新技术企业，有效期为3年。根据东莞市国家税务局茶山税务分局《企业所得税优惠事项备案表》，自2014年1月1日至2014年12月31日本公司属于国家需要重点扶持的高新技术企业，符合《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条“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”的规定，同意本公司

2014年度享受高新技术企业所得税15%的优惠税率。2015年度本公司向东莞市国家税务局茶山税务分局备案后，在符合规定的情况下仍将适用15%所得税优惠税率。

## (2) 出口免抵退税

根据财政部、国家税务总局2002年1月23日《关于进一步推进出口货物实行免抵退税办法的通知》(财税[2002]7号)，出口销售收入免征增值税并按免、抵、退办法申报退税。

本公司具有进出口经营权，出口产品及对应的海关商品码分别为：合纤制油苫布，天篷及遮阳篷63061200；合纤制帐篷63062200，增值税征税税率均为17%，退税税率均为17%。

## 五、公司最近两年一期的主要资产情况

(以下金额未特别标注说明均为人民币元)

### 1、货币资金

#### (1) 分类

项目	2015.4.30			2014.12.31		
	原币金额	折算汇率	折合人民币	原币金额	折算汇率	折合人民币
现金			<b>274,012.23</b>			<b>523,665.21</b>
其中：人民币	274,012.23		274,012.23	523,665.21		523,665.21
银行存款			<b>20,846,041.91</b>			<b>27,919,820.68</b>
其中：人民币	18,912,458.77		18,912,458.77	27,906,122.26		27,906,122.26
美元	316,270.53	6.1137	1,933,583.14	2,238.67	6.1190	13,698.42
其他货币资金			<b>2,208,817.48</b>			<b>5,369,978.13</b>
其中：人民币	2,208,817.48		2,208,817.48	5,369,978.13		5,369,978.13
合计			<b>23,328,871.62</b>			<b>33,813,464.02</b>



(续表)

项目	2013.12.31		
	原币金额	折算汇率	折合人民币
现金	372,730.61		372,730.61
其中：人民币	372,730.61		372,730.61
银行存款	18,011,105.81		18,011,105.81
其中：人民币	18,011,105.81		18,011,105.81
美元		-	
其他货币资金	2,615,894.62		2,615,894.62
其中：人民币	2,615,894.62		2,615,894.62
合计	20,999,731.04		20,999,731.04

(2) 2015年4月30日存在抵押、质押、冻结等对使用有限制款项2,208,817.48元，明细如下：

项目	币种	原币期末余额	本位币期末余额	使用受限制原因
其他货币资金	人民币	2,208,817.48	2,208,817.48	银行承兑汇票保证金
合计			2,208,817.48	

(3) 2015年4月30日无存放在境外、有潜在回收风险的款项。

## 2、应收票据

### (1) 应收票据分类

种类	2015.4.30	2014.12.31	2013.12.31
银行承兑汇票	4,146,149.88	7,000,614.47	1,419,200.00
商业承兑汇票	9,660,383.00	20,592,097.00	
合计	13,806,532.88	27,592,711.47	1,419,200.00

报告期内各期承兑汇票发生额及余额变动如下表所示：

会计期间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2015年1-4月	27,592,711.47	22,777,044.98	36,563,223.57	13,806,532.88
2014年度	1,419,200.00	52,086,841.70	25,913,330.23	27,592,711.47
2013年度	-	49,255,955.72	47,836,755.72	1,419,200.00

### (2) 期末已质押的应收票据

截至 2015 年 4 月 30 日，已质押尚未解除的票据金额为 5,939,543.00 元，全部用于为公司开具银行承兑汇票提供质押担保，明细如下：

出票单位	出票日期	到期日	期末已质押 金额	备注
深圳创维-RGB 电子有限公司	2015-1-9	2015-6-26	1,621,200.00	商业承兑汇票
深圳创维-RGB 电子有限公司	2015-1-9	2015-6-26	1,421,729.00	商业承兑汇票
深圳创维-RGB 电子有限公司	2014-12-25	2015-5-25	1,148,844.00	商业承兑汇票
深圳创维-RGB 电子有限公司	2015-4-20	2015-9-28	1,052,970.00	商业承兑汇票
深圳创维-RGB 电子有限公司	2015-1-9	2015-6-26	694,800.00	商业承兑汇票
<b>合计</b>			<b>5,939,543.00</b>	

(3) 期末公司已经背书给他方但尚未到期的应收票据

截至 2015 年 4 月 30 日，已经背书给他方但尚未到期的票据金额 4,982,783.10 元，最大的前五名情况如下：

出票单位	出票日期	到期日	2015 年 4 月 30 日
六安市鸿达工贸有限公司	2015-1-20	2015-7-20	650,000.00
卫辉市永康生态农牧有限公司	2015-1-13	2015-7-13	500,000.00
哈尔滨市亿金商贸有限公司	2015-1-12	2015-7-12	500,000.00
北京苏宁云南销售有限公司	2015-1-30	2015-7-30	344,264.56
湖北奥深科技发展有限公司	2015-1-7	2015-7-7	300,000.00
<b>合计</b>			<b>2,294,264.56</b>

3、应收账款

(1) 应收账款按种类列示如下：

种类	2015.4.30			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				
按组合计提坏账准备的应收账款	25,470,678.69	99.94	1,776,714.27	6.98
其中：账龄组合	25,470,678.69	99.94	1,776,714.27	6.98
单项金额虽不重大但单	15,000.00	0.06	15,000.00	100.00

项计提坏账准备的应收账款				
<b>合计</b>	<b>25,485,678.69</b>	<b>100.00</b>	<b>1,791,714.27</b>	
<b>种类</b>	<b>2014.12.31</b>			
	<b>账面余额</b>		<b>坏账准备</b>	
	<b>金额</b>	<b>比例 (%)</b>	<b>金额</b>	<b>比例 (%)</b>
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				
按组合计提坏账准备的应收账款	45,031,586.37	100.00	2,495,833.70	5.54
其中：账龄组合	45,031,586.37	100.00	2,495,833.70	5.54
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
<b>合计</b>	<b>45,031,586.37</b>	<b>100.00</b>	<b>2,495,833.70</b>	
<b>种类</b>	<b>2013.12.31</b>			
	<b>账面余额</b>		<b>坏账准备</b>	
	<b>金额</b>	<b>比例 (%)</b>	<b>金额</b>	<b>比例 (%)</b>
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				
按组合计提坏账准备的应收账款	34,773,969.09	100.00	1,779,131.84	5.12
其中：账龄组合	34,773,969.09	100.00	1,779,131.84	5.12
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
<b>合计</b>	<b>34,773,969.09</b>	<b>100.00</b>	<b>1,779,131.84</b>	

公司 2013 年末、2014 年末、2015 年 4 月 30 日应收账款账面余额分别为 3,477.40 万元、4,503.16 万元和 2,548.57 万元。2014 年末应收账款余额比 2013 年末增加 1,025.76 万元，增长 29.50%。2014 年应收账款大幅增长主要是由公司业务规模不断增长引起的，同期营业收入增长比例为 33.36%。2014 年末新增的大额应收账款客户包括：广东海信冰箱营销股份有限公司、博西家用电器(中国)有限公司和深圳市恒大饮品有限公司。

2015年4月末，公司应收账款账面余额为2,548.57万元，较上年末减少1,954.59万元，下降43.30%。2015年4月末应收账款大幅减少主要原因是客户一般集中于上半年春节回款、下半年进行产品更新换代，因此报告期末的应收账款较少。2015年4月末较2014年末发生大额回款的应收账款客户包括：北京红牛饮料销售有限公司、广东海信冰箱营销股份有限公司和博西家用电器（中国）有限公司。

从下游客户来看，公司产品主要面向各大连锁零售企业和消费电子、家电、快速消费品等众多行业的知名品牌客户，该类客户多数为上市公司及其旗下企业，应收账款的可回收性强，坏账风险低；但也存在付款申请审批环节多、结算周期长的缺点。报告期各期末应收账款的变动受行业周期性、客户付款审批进度等因素影响，导致公司制定的信用政策与实际执行有所差异，但应收账款余额与客户对象、业务特点、行业特性联系紧密，具有一定的合理性。

(2) 账龄组合中，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款

账龄	2015.4.30			2014.12.31		
	金额	比例%	坏账准备	金额	比例%	坏账准备
1年以内 (含1年)	23,579,182.90	92.57	1,178,959.15	43,144,769.04	95.81	2,157,238.45
1-2年(含2年)	1,107,551.82	4.35	110,755.18	1,137,249.76	2.53	113,724.98
2-3年(含3年)	424,205.76	1.67	127,261.73	749,567.57	1.66	224,870.27
3年以上	359,738.21	1.41	359,738.21	-	-	-
合计	<b>25,470,678.69</b>	<b>100.00</b>	<b>1,776,714.27</b>	<b>45,031,586.37</b>	<b>100.00</b>	<b>2,495,833.70</b>

(续)

账龄	2013.12.31		
	金额	比例%	坏账准备
1年以内(含1年)	33,965,301.52	97.67	1,698,265.08
1-2年(含2年)	808,667.57	2.33	80,866.76
2-3年(含3年)	-	-	-

3-4年(含4年)	-	-	-
<b>合计</b>	<b>34,773,969.09</b>	-	<b>1,779,131.84</b>

公司对组合中的应收账款按账龄分析法计提了坏账准备。从应收账款的账龄分析,公司的应收账款90%以上为1年以内。账龄组合中,2014年末1年以内的应收账款增加了917.95万元,增长27.03%,1-2年账龄的应收账款较上年增加了32.86万元,增长40.63%。截止至2015年4月30日,公司账龄1年以内的应收账款占比为92.57%,可回收性强;账龄3年以上的应收账款金额为35.97万元,占比为1.41%,已100%计提坏账准备。期末3年以上的应收账款主要是应收中山格兰仕工贸有限公司10.50万元、陕西西凤酒股份有限公司销售公司9.5万元、广东省机械进出口股份有限公司8.84万元。

(3)截至2015年4月30日,单项金额虽不重大并单项计提坏账准备的应收账款

应收账款内容	账面余额	坏账准备	计提比例%	计提理由
深圳创维-RGB电子有限公司	货款	15,000.00	100	无法收回
<b>合计</b>		<b>15,000.00</b>	<b>100</b>	

(4)报告期内2015年1-4月应收账款计提、收回或转回坏账准备情况:

项目	2015年1-4月
本期计提应收账款坏账准备	-704,119.43
本期收回或转回的应收账款坏账准备	无

报告期末应收账款中无持公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位欠款情况。

(5)各期末应收账款前五名单位情况

单位名称	与公司关系	2015年4月30日	账龄	占应收账款总额的比例(%)
深圳市恒大饮品有限公司	非关联方	4,168,030.00	1年以内	16.35
北京缘之盟广告有限公司	非关联方	2,129,713.00	1年以内	8.36
北京红牛饮料销售有限公司	非关联方	2,040,000.00	1年以内	8.00

深圳创维-RGB 电子有限公司	非关联方	1,933,552.01	1 年以内	7.59
广东海信冰箱营销股份有限公司	非关联方	1,596,200.00	1 年以内	6.26
<b>合计</b>		<b>11,867,495.01</b>		<b>46.56</b>

单位名称	与公司关系	2014 年 12 月 31 日	账龄	占应收账款总额的比例 (%)
北京红牛饮料销售有限公司	非关联方	6,780,700.00	1 年以内	15.06
广东海信冰箱营销股份有限公司	非关联方	6,539,533.10	1 年以内	14.52
博西家用电器（中国）有限公司	非关联方	4,104,892.44	1 年以内	9.12
深圳创维-RGB 电子有限公司	非关联方	4,054,469.01	1 年以内	9.00
深圳市恒大饮品有限公司	非关联方	3,915,393.00	1 年以内	8.69
<b>合计</b>		<b>25,394,987.55</b>		<b>56.39</b>

单位名称	与公司关系	2013 年 12 月 31 日	账龄	占应收账款总额的比例 (%)
贵阳海信电子有限公司	非关联方	5,886,782.00	1 年以内	16.93
北京红牛饮料销售有限公司	非关联方	5,878,716.00	1 年以内	16.91
乐金电子（中国）有限公司	非关联方	2,988,006.00	1 年以内	8.59
深圳创维-RGB 电子有限公司	非关联方	2,789,774.41	1 年以内	8.02

青岛海信电器股份有限公司	非关联方	2,535,055.00	1 年以内	7.29
<b>合计</b>		<b>20,078,333.41</b>		<b>57.74</b>

#### 4、预付账款

(1) 预付账款按账龄列示如下：

账龄结构	2015 年 4 月 30 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内(含 1 年)	5,346,527.41	81.92	4,864,928.28	83.21	2,939,572.66	91.61
1-2 年(含 2 年)	595,573.37	9.13	880,155.96	15.06	269,261.62	8.39
2-3 年(含 3 年)	504,952.58	7.74	101,163.62	1.73		
3 年以上	79,113.62	1.21	-	-		
<b>合计</b>	<b>6,526,166.98</b>	<b>100.00</b>	<b>5,846,247.86</b>	<b>100.00</b>	<b>3,208,834.28</b>	<b>100.00</b>

2014 年末预付账款较 2013 年末增加 263.14 万元，增长 82.19%，其中 1 年以内增加 192.54 万元，1-2 年增加 61.09 万元；预付账款的增加主要是预付供应商中山新风格陈列展示制品有限公司货款。

2015 年 4 月 30 日预付账款较 2014 年末增加 67.99 万元，增长 11.63%，报告期末主要是预付中山新风格陈列展示制品有限公司的货款。

(2) 各期末预付账款前五大单位

单位名称	与公司关系	2015.4.30	账龄	性质
中山新风格陈列展示制品有限公司	非关联方	3,883,775.29	1 年以内	货款
中山市港口镇尚美五金展示制品厂	非关联方	406,040.00	1-2 年	货款
上海千山光电科技有限公司	非关联方	336,121.91	1 年以内	货款
东莞市茶山镇塘角塘四经济合作社	非关联方	247,500.00	1 年以内	租金
广州恒德企业服务有限公司	非关联方	169,302.61	1 年以内	咨询费

合计		<b>5,042,739.81</b>		
----	--	---------------------	--	--

单位名称	与公司关系	2014.12.31	账龄	性质
中山新风格陈列展示制品有限公司	非关联方	3,498,174.43	1年以内	预付货款
东莞市茶山镇塘角塘四经济合作社	非关联方	585,114.00	1-2年	预付租金
中山市港口镇尚美五金展示制品厂	非关联方	406,040.00	1年以内	预付货款
广州市柏佳装饰有限公司	非关联方	100,000.00	1年以内	预付装修款
常熟市尚湖镇鑫之诚商业设备厂	非关联方	87,600.00	1年以内	预付货款
合计		<b>4,676,928.43</b>		

单位名称	与公司关系	2013.12.31	账龄	性质
塘四股份经济合作社	非关联方	1,468,098.00	1年以内	预付租金
中山市港口镇尚美五金展示制品厂	非关联方	405,500.00	1年以内	货款尚未结算
东莞市海润五金制品有限公司	非关联方	287,300.00	1年以内	货款尚未结算
上海泉莉会展服务有限公司	非关联方	108,000.00	1年以内	货款尚未结算
东莞市东城龙盛通风设备经营部	非关联方	100,000.00	1年以内	货款尚未结算
合计		<b>2,368,898.00</b>		



报告期末，预付款项中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位情况。

## 5、其他应收款

(1) 其他应收款按种类列示如下：

种类	2015.4.30			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
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	9,829,050.69	100.00	738,264.95	7.51
其中：账龄组合	9,829,050.69	100.00	738,264.95	7.51
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款				
<b>合计</b>	<b>9,829,050.69</b>	<b>100.00</b>	<b>738,264.95</b>	
种类	2014.12.31			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
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	4,252,977.23	100.00	299,041.27	7.03
其中：账龄组合	4,252,977.23	100.00	299,041.27	7.03
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款				
<b>合计</b>	<b>4,252,977.23</b>	<b>100.00</b>	<b>299,041.27</b>	
种类	2013.12.31			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）

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	3,282,938.22	100.00	181,296.75	5.52
其中：账龄组合	3,282,938.22	100.00	181,296.75	5.52
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款				
<b>合计</b>	<b>3,282,938.22</b>	<b>100.00</b>	<b>181,296.75</b>	

说明：

账龄组合，按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款

账龄	2015.4.30			2014.12.31		
	金额	比例%	坏账准备	金额	比例%	坏账准备
1 年以内 (含 1 年)	8,815,693.59	89.69	440,784.68	3,309,115.61	77.81	165,455.79
1-2 年(含 2 年)	648,622.48	6.60	64,862.25	747,865.00	17.58	74,786.50
2-3 年(含 3 年)	188,738.00	1.92	56,621.40	195,996.62	4.61	58,798.98
3 年以上	175,996.62	1.79	175,996.62			
<b>合计</b>	<b>9,829,050.69</b>	<b>100.00</b>	<b>738,264.95</b>	<b>4,252,977.23</b>	<b>100.00</b>	<b>299,041.27</b>

(续)

账龄	2013.12.31		
	金额	比例%	坏账准备
1 年以内 (含 1 年)	2,939,941.60	89.55	146,997.09
1-2 年 (含 2 年)	342,996.62	10.45	34,299.66
2-3 年 (含 3 年)			
3 年以上			
<b>合计</b>	<b>3,282,938.22</b>	<b>100.00</b>	<b>181,296.75</b>

(2) 截至 2015 年 4 月 30 日，其他应收款中应收持公司 5% (含 5%) 以上表

决权股份的股东款项见“九、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”。

(3) 2013年末、2014年末、2015年4月30日，公司其他应收款账面余额分别为328.29万元、425.30万元和982.91万元。

2014年末的其他应收款账面余额较2013年末增加了97.00万元，增长29.55%。2014年其他应收款增长的主要原因是应收客户保证金的增加，大额的保证金单位包括合肥荣事达三洋电器股份有限公司和深圳创维-RGB电子有限公司。

2015年4月末的其他应收款账面余额较2014年末增加了557.61万元，增长131.11%，其他应收款大幅增长的主要原因是公司2015年预付购买土地的保证金290.00万元，同时公司向汪拥军提供借支款金额较高。

(4) 报告期内2015年1-4月其他应收款计提、收回或转回的坏账准备情况

项目	2015年1-4月
本期计提其他应收款坏账准备	439,223.68
本期收回或转回的其他应收款坏账准备	无

(5) 报告期末其他应收款前五名单位情况

单位名称	与公司关系	2015年4月30日	账龄	性质
东莞市茶山镇超朗股份经济联合社	非关联方	2,900,000.00	1年以内	土地保证金
汪拥军	本公司高管	2,805,706.00	1年以内	员工借支
郭亮	本公司员工	240,000.00	1-2年	员工借支
梁振运	子公司少数股东	239,620.00	1年以内	员工借支
李学智	母公司少数股东、本公司高管	231,770.00	1年以内	员工借支、备用金
<b>合计</b>		<b>6,417,096.00</b>		

单位名称	与公司关系	2014年12月31日	账龄	性质
合肥荣事达三洋电器股份	非关联方	500,000.00	1年以内	保证金

有限公司				
郭亮	本公司员工	240,000.00	1-2 年	员工借支
深圳创维-RGB 电子有限公司	非关联方	200,000.00	1 年以内	保证金
汪拥军	本公司员工	160,706.00	1 年以内	员工借支
李学智	本公司员工	121,770.00	1 年以内	员工借支
<b>合计</b>		<b>1,222.476.00</b>		

单位名称	与公司关系	2013 年 12 月 31 日	账龄	性质
东莞市优示美陈列道具有限公司	关联方	1,446,000.00	1 年以内	往来款
加油卡预付款	非关联方	273,501.30	1 年以内	车辆费
郭亮	本公司员工	240,000.00	1 年以内	员工借支
青岛海信电器股份有限公司	非关联方	80,000.00	1 年以内	保证金
张奥	本公司员工	80,000.00	1 年以内	员工借支
<b>合计</b>		<b>2,119,501.30</b>		

2015 年 4 月 2 日,有限公司与东莞市茶山镇人民政府签署《项目协作协议》。根据协议,有限公司在东莞市茶山镇投资“东莞市悠派智能展示科技有限公司企业总部项目”,项目建设内容为店铺 SI 设计创意孵化中心、O2O 云平台大数据研发中心、O2O 智能设备生产线;项目投资总额不低于 30000 万元人民币;项目位于东莞市茶山镇超朗村,总用地面积约 56.45 亩(以实际出让为准);土地用途、权属性质为工业出让用地(以实际土地使用性质为准),出让期限为 50 年(具体年限以有限公司取得的《国有土地使用者》为准);东莞市茶山镇人民政府将执行《东莞市国有工业建设用地使用权招标采购挂牌出让若干规定》,委托东莞市土地交易中心公开出让该地块的使用权,有限公司应参与竞买。协议项下的项目用地使用权挂牌出让交易价将不低于人民币 870 元/平方米。鉴于

在协作事项中需支付部分费用，经协商，东莞市茶山镇人民政府向有限公司暂借无息周转金人民币 290 万元，在协议签订之日起 10 天内，有限公司以银行转账方式向东莞市茶山镇人民政府支付人民币 290 万元，转让东莞市茶山镇人民政府制定的东莞市茶山镇超朗股份经济联合社。项目土地使用权推出市场招拍挂摘牌后，在签署《国有建设用地使用权出让合同》之日起 30 天内，东莞市茶山镇人民政府将前期收取有限公司的暂借周转金人民币 290 万元以银行转账方式无息退还有限公司。东莞市茶山镇人民政府承诺在协议签订后 18 个月内，将项目土地使用权推出市场招拍挂，若逾期 6 个月未推出市场，东莞市茶山镇人民政府应当向有限公司无息退还暂借周转金。

(6) 报告期内，其他应收款应收关联方单位情况见“九、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”。

## 6、存货

(1) 存货分类列示如下：

项目	2015 年 4 月 30 日			2014 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	5,252,107.37		5,252,107.37	4,072,881.69		4,072,881.69
在产品	5,341,798.00		5,341,798.00	2,412,712.14		2,412,712.14
库存商品	31,997,689.28		31,997,689.28	13,097,688.82		13,097,688.82
<b>合计</b>	<b>42,591,594.65</b>		<b>42,591,594.65</b>	<b>19,583,282.65</b>		<b>19,583,282.65</b>

(续表)

项目	2013 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	3,219,046.98	-	3,219,046.98
在产品	2,460,716.72	-	2,460,716.72
库存商品	5,017,895.09	279,525.54	4,738,369.55
<b>合计</b>	<b>10,697,658.79</b>	<b>279,525.54</b>	<b>10,418,133.25</b>

报告期内，公司根据订单进行采购和生产，公司的存货主要包括原材料、在产品 and 库存商品。原材料主要是钢材、木材、亚克力、玻璃、五金电器等产品；在产品主要是生产中已完工的半成品和未完工的产品；公司根据订单组织生产，库存商品主要为待验收的订单产品，包括外购和自制，订单变动导致库存商品余额变动。报告期末，公司的存货中库存商品账面余额占比达 75.13%。

2013 年末、2014 年末、2015 年 4 月末公司的存货账面价值分别为 1,041.81 万元、1,958.33 万元和 4,259.16 万元。2014 年末存货余额较 2013 年末增加 916.51 万元，增长 87.97%，主要是由库存商品增加 807.98 万元所致。2014 年公司业务大幅增长，年末订单量较多，根据不同客户的要求，生产到验收时间间隔有差异，因此 2014 年末库存商品金额较大。2015 年末 4 月末存货较 2014 年末增加了 2,300.83 万元，增长 117.49%，其中库存商品增加了 1,890 万元；主要原因是公司根据订单组织生产，五一临近导致订单量增加，因此外购和自制的库存商品余额相应大幅增长。

2013 年，公司呆滞品库龄较长，公司管理层判断上述库存商品存在减值迹象，基于谨慎性原则，按账面原值的 50%计提存货跌价准备。

综合看来，公司的存货构成具有合理性。

(2) 报告期末未发现存货可变现净值低于成本的情形，故未计提存货跌价准备。

#### 7、其他流动资产

项目	2015.04.30	2013.12.31	2012.12.31
银行理财产品	2,000,000.00	-	7,000,000.00
预缴所得税	950,506.34	945,488.98	-
留抵进项税额	629,431.03	79,004.96	-
<b>合计</b>	<b>3,579,937.37</b>	<b>1,024,493.94</b>	<b>7,000,000.00</b>

#### 8、固定资产

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.4.30
一、原价合计	8,815,061.05	368,132.89	105,523.00	9,077,670.94
其中：机器设备	5,878,050.52	205,756.43		6,083,806.95

运输工具	923,420.84		105,523.00	817,897.84
电子设备	1,200,498.39	162,376.46		1,362,874.85
办公设备及其他	813,091.30			813,091.30
二、累计折旧合计	2,227,645.83	405,996.26	100,297.50	2,533,344.59
其中：机器设备	941,914.38	196,746.89		1,138,661.27
运输工具	270,383.48	56,810.95	100,297.50	226,896.93
电子设备	575,960.11	106,355.53		682,315.64
办公设备及其他	439,387.86	46,082.89		485,470.75
三、固定资产减值准备累计金额合计				
其中：机器设备				
运输工具				
电子设备				
办公设备及其他				
四、固定资产账面价值合计	6,587,415.22			6,544,326.35
其中：机器设备	4,936,136.14			4,945,145.68
运输工具	653,037.36			591,000.91
电子设备	624,538.28			680,559.21
办公设备及其他	373,703.44			327,620.55

(续表)

项目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
一、原价合计	7,451,454.46	1,363,606.59		8,815,061.05
其中：机器设备	5,075,126.09	802,924.43		5,878,050.52
运输工具	657,267.00	266,153.84		923,420.84
电子设备	940,954.69	259,543.70		1,200,498.39
办公设备及其他	778,106.68	34,984.62		813,091.30
二、累计折旧合计	1,133,132.31	1,094,513.52		2,227,645.83
其中：机器设备	371,103.03	570,811.35		941,914.38
运输工具	127,653.06	142,730.42		270,383.48
电子设备	336,217.07	239,743.04		575,960.11
办公设备及其他	298,159.15	141,228.71		439,387.86
三、固定资产减值准备累计金额合计				
其中：机器设备				

运输工具			
电子设备			
办公设备及其他			
四、固定资产账面价值合计	6,318,322.15		6,587,415.22
其中：机器设备	4,704,023.06		4,936,136.14
运输工具	529,613.94		653,037.36
电子设备	604,737.62		624,538.28
办公设备及其他	479,947.53		373,703.44

报告期内，公司的固定资产主要为机器设备。报告期末，机器设备占固定资产净值的 75.56%，其次是运输工具和电子设备，占固定资产净值的 9.03%和 10.40%。公司的固定资产能够满足目前生产经营的需要。报告期各期末，固定资产净值变化不大，2014 年末固定资产原值较 2013 年末增加 136.36 万元，主要是新购置的喷油设备、2 辆汽车、环保设备、雕刻机、冲床等固定资产。

期末未发现固定资产存在减值迹象，未计提减值准备。

#### 9、在建工程

项目	2015.4.30	2014.12.31	2013.12.31
综合环保治理工程	252,000.00	252,000.00	252,000.00
合计	<b>252,000.00</b>	<b>252,000.00</b>	<b>252,000.00</b>

公司的综合环保治理工程于 2015 年 5 月完成并通过验收，并转入长期待摊费用。

#### 10、无形资产

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.04.30
一、原价合计	234,994.94	169,919.84		404,914.78
软件	234,994.94	169,919.84		404,914.78
二、累计摊销额合计	38,017.43	10,762.36		48,779.79
软件	38,017.43	10,762.36		48,779.79
三、无形资产减值准备累计金额合计				
软件				



四、无形资产账面价值合计	196,977.51			356,134.99
软件	196,977.51			356,134.99

(续表)

项目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.04.30
一、原价合计	164,909.50	70,085.44		234,994.94
软件	164,909.50	70,085.44		234,994.94
二、累计摊销额合计	16,270.07	21,747.36		38,017.43
软件	16,270.07	21,747.36		38,017.43
三、无形资产减值准备累计金额合计				
软件				
四、无形资产账面价值合计	148,639.43			196,977.51
软件	148,639.43			196,977.51

报告期内,公司账面上的无形资产均为软件,期末金额占资产总额比例较小。

#### 11、长期待摊费用

项目	2015年4月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
新厂房装修工程	1,388,412.20	1,533,403.36	1,968,376.87
五楼样品间	228,290.00	252,970.00	327,010.00
多功能密封固化地面处理工程	162,436.14	179,539.26	230,848.62
宿舍五楼装修工程	131,458.21	143,651.25	157,242.87
烤漆线工程管道安装工程	90,902.27	100,604.27	129,710.27
其他	619,749.85	676,820.45	73,291.80
<b>合计</b>	<b>2,621,248.67</b>	<b>2,886,988.59</b>	<b>2,886,480.43</b>

#### 12、递延所得税资产

##### (1) 未抵销的递延所得税资产

项目	2015年4月30日		2014年12月31日	
	可抵扣暂时性差	递延所得税资产	可抵扣暂时性差	递延所得税资产

	异		异	
资产减值准备	2,348,857.66	352,328.64	2,596,297.98	389,444.69
合计	<b>2,348,857.66</b>	<b>352,328.64</b>	<b>2,596,297.98</b>	<b>389,444.69</b>

项目	2013年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	2,199,256.91	549,814.22
合计	<b>2,199,256.91</b>	<b>549,814.22</b>

注：根据《企业会计准则第18号-所得税》第十七条规定：“资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，应当根据税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。”本公司计算递延所得税资产所使用的税率：母公司2013年12月31日为25%，2014年12月31日为15%，2015年4月30日为15%。

(2) 未确认递延所得税资产情况

项目	2015年4月30日	2014年12月31日
可抵扣暂时性差异	181,121.56	198,576.99
可抵扣亏损	918,073.12	155,994.42
合计	<b>1,099,194.68</b>	<b>354,571.41</b>

项目	2013年12月31日
可抵扣暂时性差异	40,697.22
可抵扣亏损	4,486,748.08
合计	<b>4,527,445.30</b>

13、资产减值准备

报告期内，公司资产减值准备包括应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备和存货跌价准备，计提情况如下表所示：

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少		2015.4.30
			转回	转销	
坏账准备	2,794,874.97	-264,895.75			2,529,979.22
合计	<b>2,794,874.97</b>	<b>-264,895.75</b>			<b>2,529,979.22</b>

(续表)

项目	2013.12.31	本期增加	本期减少		2014.12.31
			转回	转销	
坏账准备	1,960,428.59	834,446.38			2,794,874.97
存货跌价准备	279,525.54			279,525.54	
合计	<b>2,239,954.13</b>	<b>834,446.38</b>		<b>279,525.54</b>	<b>2,794,874.97</b>

## 六、 公司最近两年的重大债务情况

(以下金额未特别标注说明均为人民币元)

### 1、短期借款

#### (1) 借款类别

借款类别	2015年4月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
质押借款	-	5,000,000.00	5,000,000.00
保证借款	14,200,000.00	10,000,000.00	-
合计	<b>14,200,000.00</b>	<b>15,000,000.00</b>	<b>5,000,000.00</b>

随着公司业务规模的不断扩大，为满足生产经营的需要，短期借款增多。

#### (2) 期末明细列示

贷款单位	贷款期限	2015年4月30日	借款类别
珠海华润银行股份有限公司深圳分行	2014.12.15-2015.12.15	9,200,000.00	保证借款
中国工商银行股份有限公司东莞茶山支行	2015.03.24-2015.09.23	5,000,000.00	保证借款
合计		<b>14,200,000.00</b>	

注1: 截至2015年4月30日, 本公司对珠海华润银行股份有限公司深圳分行的人民币借款9,200,000.00元为保证借款, 保证人为刘长秀、张晓钟、深圳市兴业融资担保有限公司。

注2: 截至2015年4月30日, 本公司对中国工商银行股份有限公司东莞茶山支行的人民币借款5,000,000.00元为保证借款, 保证人为东莞天秀投资管理合伙企业(有限合伙)、东莞市悠派投资发展有限公司、刘长秀、张晓钟、李学智、张小琼。

(3) 报告期末无已到期未偿还的短期借款。

### 2、应付票据

种类	2015年4月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
----	------------	-------------	-------------

银行承兑汇票	20,469,592.27	26,327,026.97	5,546,796.65
<b>合计</b>	<b>20,469,592.27</b>	<b>26,327,026.97</b>	<b>5,546,796.65</b>

2014年末,应付票据余额为2,632.70万元,较2013年末增加2,078.02万元,增幅374.63%,一方面是由于公司业绩增长导致当年采购大幅增加,另一方面,2014年用票据方式结算货款比例较上期增加。2014年末较2013年末增加的应付票据供应商主要包括:上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司、中山市诚睿广告制品有限公司和苍南县伟恒无纺布有限公司。

报告期末单笔前五大应付票据情况如下所示:

收款人	出票日	到期日	金额
中山市诚睿广告制品有限公司	2015年1月27日	2015年7月25日	1,114,842.00
中山市诚睿广告制品有限公司	2015年1月8日	2015年5月15日	1,000,000.00
苍南县伟恒无纺布有限公司	2015年1月27日	2015年6月26日	860,000.00
上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司	2015年3月27日	2015年9月15日	580,127.20
苍南县伟恒无纺布有限公司	2014年12月10日	2015年5月18日	537,500.00
<b>合计</b>			<b>4,092,469.20</b>

### 3、应付账款

(1) 报告期各期末,应付账款的账龄情况如下:

账龄	2015.4.30		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
1年以内(含1年)	21,145,224.94	97.68	23,076,033.97	98.14	19,526,701.49	99.12
1-2年(含2年)	252,524.38	1.17	265,985.96	1.13	172,883.05	0.88
2-3年(含3年)	249,322.56	1.15	172,733.05	0.73	-	-
<b>合计</b>	<b>21,647,071.88</b>	<b>100.00</b>	<b>23,514,752.98</b>	<b>100.00</b>	<b>19,699,584.54</b>	<b>100.00</b>

2014年末,公司应付账款余额为2,351.48万元,较2013年末增加381.52万元,增幅19.37%,主要是由于公司业绩增长带来的原材料和外购品采购增加。

报告期末，公司的应付账款的往来供应商主要包括：上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司、中山市诚睿广告制品有限公司、佛山市南海国邦铝制品有限公司和东莞卓畅机械设备有限公司。

报告期末应付账款中不存在应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或关联方的款项情况。

(2) 报告期末账龄超过 1 年的重要应付账款

项目	2015 年 4 月 30 日余额	未偿还或结转的原因
霸州市金德钢管有限公司	90,161.00	对方未催收
东莞市力美喷绘有限公司	68,590.52	对方未催收
东莞市亚派户外用品有限公司	67,924.45	对方未催收
联利木制品有限公司	29,500.00	对方未催收
美彩油墨有限公司	28,098.00	对方未催收
<b>合计</b>	<b>284,273.97</b>	

(3) 各期期末应付账款前五名列示如下：

往来单位	2015 年 4 月 30 日	账龄	占总额比例(%)	与本公司关系
上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司	2,151,899.78	1 年以内	9.94	非关联方
中山市诚睿广告制品有限公司	1,730,485.45	1 年以内	7.99	非关联方
佛山市南海国邦铝制品有限公司	1,646,727.59	1 年以内	7.61	非关联方
东莞卓畅机械设备有限公司	1,320,703.44	1 年以内	6.10	非关联方
鹤山市桃源镇之皓太阳能帐篷雨具厂	849,203.82	1 年以内	3.92	非关联方
<b>合计</b>	<b>7,699,020.08</b>		<b>35.56</b>	

往来单位	2014 年 12 月 31 日	账龄	占总额比例(%)	与本公司关系
中山市诚睿广告制品有限公司	3,508,474.67	1 年以内	14.92	非关联方

司				
东莞卓畅机械设备有限公司	1,876,654.07	1 年以内	7.98	非关联方
苍南县伟恒无纺布有限公司	1,870,683.76	1 年以内	7.96	非关联方
广东联和塑胶模具有限公司	1,268,223.72	1 年以内	5.39	非关联方
上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司	803,927.07	1 年以内	3.42	非关联方
<b>合计</b>	<b>9,327,963.29</b>		<b>39.67</b>	

往来单位	2013 年 12 月 31 日	账龄	占总额比例(%)	与本公司关系
上虞市宏兴伞业旅游用品有限公司	6,023,556.65	1 年以内	30.58	非关联方
中山市诚睿广告制品有限公司	1,783,563.60	1 年以内	9.05	非关联方
佛山市顺德区北滘镇先力灯箱招牌制作有限公司	879,761.21	1 年以内	4.47	非关联方
中山新风格陈列展示制品有限公司	628,347.00	1 年以内	3.19	非关联方
苍南县伟恒无纺布有限公司	601,495.47	1 年以内	3.05	非关联方
<b>合计</b>	<b>9,916,723.93</b>		<b>50.34</b>	

#### 4、预收账款

(1) 报告期内，公司预收账款账龄情况如下：

账龄	2015.4.30	2014.12.31	2013.12.31
1 年以内(含 1 年)	1,323,894.76	789,182.93	188,973.28
1-2 年(含 2 年)	133,007.61	150,847.28	47,000.00
2-3 年(含 3 年)	110,180.00	47,000.00	-
<b>合计</b>	<b>1,567,082.37</b>	<b>987,030.21</b>	<b>235,973.28</b>

2014 年末，公司的预收账款较上年增加 75.11 万元，主要是新增外销客户 Gala Tent Co.,Ltd 的预收货款。2015 年 4 月末，公司的预收账款较上年末增加 58 万元，主要是新增外销客户的预收货款。

(2) 报告期末账龄超过 1 年的重要预收账款

项目	2015 年 4 月 30 日余额	未偿还或结转的原因
合肥美菱股份有限公司	87,667.28	合同未执行完毕
湖南省天意对外文化交流传播有限公司	63,180.00	合同未执行完毕
九江市方圆食品发展有限公司	45,340.33	合同未执行完毕
广州市中熙装饰展览工程有限公司	30,000.00	合同未执行完毕
广州爱肯度网络科技有限公司	11,500.00	合同未执行完毕
合计	237,687.61	

(3) 报告期预收款项中无预收持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或关联方款项情况。

5、其他应付款

(1) 其他应付款账龄情况如下：

项目	2015.4.30	2014.12.31	2013.12.31
1 年以内(含 1 年)	697,326.94	3,634,938.20	21,123,154.86
1-2 年(含 2 年)	7,815,120.83	7,891,273.83	4,130,000.00
合计	<b>8,512,447.77</b>	<b>11,526,212.03</b>	<b>25,253,154.86</b>

2014 年末，公司的其他应付款余额 1,152.62 万元，较 2013 年末减少 1,372.69 万元，下降 54.36%；主要是因为富坤投资于 2013 年 4 月 17 日向有限公司提供 2000 万元借款，其中 1500 万元于 2014 年 9 月作为增资款投入有限公司。2015 年 4 月末，公司的其他应付款较 2014 年末减少 301.38 万元，下降 26.15%，主要是期末往来款的减少。

(2) 本报告期其他应付款中应付持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或关联方款项情况如下：

单位名称	2015 年 4 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
------	-----------------	------------------	------------------

湖南富坤文化传媒投资中心	5,000,000.00	5,000,000.00	20,000,000.00
张晓钟	2,750,742.68	2,918,042.68	3,763,042.68
<b>合计</b>	<b>7,750,742.68</b>	<b>7,918,042.68</b>	<b>23,763,042.68</b>

(3) 报告期末账龄超过 1 年的重要其他应付款

项目	2015 年 4 月 30 日余额	未偿还或结转的原因
湖南富坤文化传媒投资中心	5,000,000.00	对方未催收
张晓钟	2,750,742.68	对方未催收
<b>合计</b>	<b>7,750,742.68</b>	

6、应付职工薪酬

项目	2014 年 12 月 31 日	本期增加	本期支付	2015 年 4 月 30 日
短期薪酬：				
一、工资、奖金、津贴和补贴	2,495,674.72	8,744,855.64	9,455,811.87	1,784,718.49
二、职工福利费		622,498.99	622,498.99	
三、社会保险费		120,860.49	120,860.49	
其中：1. 医疗保险费		90,677.71	90,677.71	
2. 工伤保险费		26,954.20	26,954.20	
3. 生育保险费		3,228.58	3,228.58	
4. 其他				
四、住房公积金		12,485.00	12,485.00	
五、工会经费和职工教育经费	10,000.00	15,621.36	25,621.36	
六、短期带薪缺勤				
七、短期利润分享计划				
八、其他短期薪酬				
<b>短期薪酬小计</b>	<b>2,505,674.72</b>	<b>9,516,321.48</b>	<b>10,237,277.71</b>	<b>1,784,718.49</b>
离职后福利中的设定提存				



计划负债：				
基本养老保险		352,319.35	352,319.35	
失业保险		26,485.86	26,485.86	
离职后福利中的设定提存 计划负债小计	-	<b>378,805.21</b>	<b>378,805.21</b>	-
合计	<b>2,505,674.72</b>	<b>9,895,126.69</b>	<b>10,616,082.92</b>	<b>1,784,718.49</b>

公司建立了完善的薪酬与福利制度，按时支付员工薪酬福利，不存在逾期拖欠员工薪酬的行为。2014年末较2013年末增加了78.71万元，增长45.80%，主要是2014年业绩增长导致期末计提奖金的大幅增加。2015年4月末较2014年末减少了72.10万元，减少幅度为28.77%，主要是由于支付了上年度奖金。

#### 7、应交税费

项目	2015年4月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
1. 企业所得税	296,042.12	289,372.22	1,134,087.56
2. 增值税	409.63	2,038.84	2,160,387.97
3. 营业税		1,434.00	-
4. 城市维护建设税	3,183.54	936.28	129,562.21
5. 教育费附加及地方 教育费附加	2,273.95	668.76	129,230.30
6. 代扣代缴个人所得税	74,822.18	215,781.93	64,276.40
7. 其他	12,587.67	24,474.11	17,721.92
合计	<b>389,319.09</b>	<b>534,706.14</b>	<b>3,635,266.36</b>

#### 七、 报告期股东权益情况

单位：元

股东权益	2015年4月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
股本（实收资本）	14,430,000.00	14,430,000.00	12,987,000.00
资本公积	24,389,949.53	24,389,949.53	10,832,949.53
盈余公积	2,132,645.00	2,132,645.00	345,714.38
未分配利润	22,826,964.24	22,987,583.50	3,748,705.82

归属于母公司所有者权益合计	63,779,558.77	63,940,178.03	27,914,369.73
少数股东权益	394,101.67	327,133.50	293,867.38
<b>所有者权益合计</b>	<b>64,173,660.44</b>	<b>64,267,311.53</b>	<b>28,208,237.11</b>

## 八、 报告期现金流量情况

### 1、 报告期现金流情况

报告期公司经营活动产生的现金流量与利润表主要项目对比如下：

单位：万元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
销售商品、提供劳务收到的现金	6,645.60	18,770.48	13,253.25
营业收入	3,279.55	20,168.73	15,124.08
购买商品、接受劳务支付的现金	4,889.44	12,514.11	7,653.24
营业成本	2,166.64	14,240.32	10,546.92
经营活动产生的现金流量净额	-348.72	-300.46	-136.26
净利润	-9.37	2,092.50	873.54

2013年、2014年、2015年1-4月，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例为87.63%、93.07%、202.64%，购买商品、接受劳务支付的现金占营业成本的比例为72.56%、87.88%、225.67%。从上表可以看出销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入，购买商品、接受劳务支付的现金和营业成本变动趋势基本一致。但公司经营活动产生的现金流为负数，且绝对值呈逐年增长的趋势，与公司2014年较2013年净利润增长的趋势不一致。

单位：万元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	-348.72	-300.46	-136.26
投资活动产生的现金流量净额	-254.07	474.47	-1,610.77
筹资活动产生的现金流量净额	-128.68	831.97	2,855.54
现金及现金等价物净增加额	-732.34	1,005.96	1,108.51

---

2013年、2014年、2015年1-4月，公司经营活动产生的现金流量净额均为负数，且绝对值呈增长趋势，主要原因为：其一，2013年末、2014年末、2015年4月末，公司应收票据分别为141.92万元、2,759.27万元和1,380.65万元，应收账款分别为329.95万元、4,253.58万元和2,369.40万元；而2014年主营业务收入较上年增加了5,044.65万元，增长33.36%；应收账款和应收票据期末金额较大影响了公司2013年和2014年销售商品、提供劳务收到的现金。其二，2013年末、2014年末、2015年4月末，公司存货分别为1,041.81万元、1,958.33万元、4,259.16万元；2014年主营业务成本较上年增加了3,693.40万元，增长35.02%，存货和增值税进项税额的增加进一步导致公司购买商品、接受劳务支付的现金的增长远高于主营业务成本的增长幅度。

以上综合导致了公司营业收入和净利润增长的同时，公司经营活动现金流量净额为负数且呈逐年下滑的趋势。

## 2、大额现金流量变动的内容及原因

2014年度相比2013年度：“销售商品、提供劳务收到的现金”增加5,517.23万元，增长41.63%，主要是因为公司主营业务收入较上年增加了5,044.65万元，增长33.36%，2014年增加的应收票据较上年度增加了2,475.43万元，2014年增加的应收账款较上年度减少了1,110.54万元。“购买商品、接受劳务支付的现金”增加4,860.87万元，增长63.51%；其中主营业务成本较上年增加了3,693.40万元，增长35.02%；存货当年度增加额较上年度增加了994.32万元。“收到的其他与经营活动有关的现金”减少122.07万元，主要是因为往来款发生额减少了107.00万元。“支付的其他与经营活动有关的现金”减少194.42万元，主要原因是支付的往来款较上年有所减少。

2014年度相比2013年度：“收回投资所收到的现金”同比增加5,580.00万元，主要是销售投资理财产品收入的增加。“投资支付的现金”增加4,180.00万元，主要是当年购买投资理财产品增加；“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”减少672.20万元，主要是因为2014年购置固定资产较上年减少了469.81万元，2013年增加的长期待摊费用较上年减少了239.23万元。

2014年度相比2013年度：“收到的其他与筹资活动有关的现金”同比减少2,000万元，主要是因为2013年公司收到了富坤投资的借款；“支付的其他与筹资

活动有关的现金”较上年发生额增加1,500万元，主要是2013年收到的富坤投资的款项部分于2014年转为增资款。

公司大额现金流量的变动与实际发生的业务相符。

## 九、 关联方、关联方关系及重大关联方交易情况

### （一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及上市相关规则的规定，结合公司的实际情况，公司关联方包括：公司控股股东；持有公司股份5%以上的其他股东；控股股东及其股东控制或参股的企业；对控股股东及主要股东有实质影响的法人或自然人；公司参与的合营企业、联营企业；公司的参股企业；主要投资者个人、董事、监事、高级管理人员或与上述人员关系密切的人员控制的其他企业；其他对公司有实质影响的法人或自然人。

#### 1、存在控制关系的关联方

序号	关联方名称（姓名）	与公司关系
1	刘长秀	公司实际控制人之一、董事、总经理、法定代表人
2	张晓钟	公司实际控制人之一、董事长
3	东莞市悠派投资发展有限公司	公司控股股东，直接持有公司 67.65% 的股权
4	广州悠派展示设计有限公司	公司全资子公司
5	广州悠派振运市场推广有限公司	公司控股子公司
6	东莞悠云数字技术有限公司	公司控股子公司
7	广州悠派信息科技有限公司（已注销）	报告期内公司控股子公司

#### 2、不存在控制关系的关联方

序号	关联方名称（姓名）	与公司关系
1	东莞天秀投资管理合伙企业（有限合伙）	公司股东，直接持有公司 20.21% 的股权

序号	关联方名称（姓名）	与公司关系
2	湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）	公司股东，直接持有公司 12.14%的股权
3	东莞市优示美陈列道具有限公司（已注销）	报告期内受同一控制
4	东莞市优美帐篷制造有限公司（已注销）	报告期内受同一控制
5	李学智	公司董事、副总经理、董事会秘书
6	汪拥军	公司董事
7	梁彤	公司董事
8	卢丽钻	公司监事会主席
9	陈惠斌	公司监事
10	何润洪	公司监事
11	杨剑	公司副总经理
12	刘雄立	公司财务总监
13	梁振运	公司控股子公司股东
14	禩志成	公司控股子公司股东

### 3、其他关联方

除上述关联方外，公司的关联方还包括公司主要投资者个人及其关系密切的家庭成员，董事、监事、关键管理人员的关系密切的家庭成员及其控制、共同控制或施加重大影响的其它企业。

#### （二）关联交易情况

存在控制关系且已纳入公司合并报表范围的子公司，其相互间交易及母子公司交易已作抵消。其他关联交易的情况如下：

##### 1、关联方应收应付款项余额

单位：元

项目名称	关联方	2015年4月30日		2014年12月31日		2013年12月31日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他应收款	汪拥军	2,805,706.00	140,285.30	160,706.00	8,035.30	20,000.00	1,000.00
其他应收款	梁振运	239,620.00	11,981.00	-	--	-	--
其他应收款	李学智	231,770.00	11,858.00	121,770.00	6,358.00	5,390.00	269.50
其他应收款	刘长秀	102,869.00	9,335.95	68,648.00	4,990.90	31,170.00	1,558.50
其他应收款	张晓钟	9,370.00	860.00	7,870.00	785.00	7,830.00	391.50
其他应收款	东莞市优 示美陈列 道具有限 公司	-		-		1,446,000.00	73,100.00
<b>合计</b>		<b>3,389,335.00</b>	<b>174,320.25</b>	<b>358,994.00</b>	<b>20,169.20</b>	<b>1,510,390.00</b>	<b>76,319.50</b>
其他应付款	湖南富坤 文化传媒 投资中心 (有限合 伙)	5,000,000.00		5,000,000.00		20,000,000.00	
其他应付款	张晓钟	2,750,742.68		2,918,042.68		3,763,042.68	
其他应付款	李学智					590,000.00	
<b>合计</b>		<b>7,750,742.68</b>		<b>7,918,042.68</b>		<b>24,353,042.68</b>	

本公司其他应收实际控制人张晓钟和刘长秀，其他应收公司股东兼副总经理李学智、董事汪拥军的款项系因公司业务经营需要向公司借入的备用金。截至2015年7月31日，以上款项均已结清。公司其他应收东莞市优示美陈列道具有限公司的款项为往来款，已于2014年结清。

截至2015年4月30日，本公司应收子公司少数股东梁振运239,620.00元，其中200,000.00元系公司对其个人借款，未签订合同并约定利息，剩余39,620.00元为公司业务经营需要向公司借入的备用金。该款项已于2015年7月结清。

公司其他应付张晓钟、李学智的款项为对方替公司垫付的运营资金。

## 2、经常性关联交易及其对财务状况和经营成果的影响

### (1) 关联采购及其对财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司关联采购情况如下：

单位：元

公司名称	关联交易内容	关联方定价方式及决策程序	2013 年度发生额	
			金额	占同类交易金额的比例(%)
东莞市优示美陈列道具有限公司	采购材料	协议价	1,077,889.24	4.03
东莞市优示美陈列道具有限公司	采购成品	协议价	3,102,095.53	6.85
合计			<b>4,179,984.77</b>	

公司2014年度、2015年1-4月未发生关联方采购交易。

(2) 关联销售及其对财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司未发生向关联方销售的情况。

(3) 其他经常性关联交易及其对财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司未发生其他经常性关联交易。

3、偶发性关联交易及其对财务状况和经营成果的影响

(1) 关联方借款及其对财务状况和经营成果的影响

1) 富坤投资于 2013 年 4 月 17 日向有限公司提供 2000 万元款项，其中 1500 万元已于 2014 年 9 月作为增资款投入有限公司，另 500 万元转为富坤投资提供给有限公司的投资待定款（借款），期限暂定为 9 个月。根据合同规定，富坤投资要求以债转股的形式履行上述合同。2015 年 7 月 16 日，公司与富坤投资已重签补充协议和还款协议，以上款项已于 2015 年 8 月 3 日归还。

2) 报告期末，公司应收汪拥军 280.57 万元，主要是 2015 年汪拥军因业务需要发生的备用金，该款项已于 2015 年 6 月 16 日还清。

3) 报告期末，公司应付张晓钟 275.07 万元，已于 2015 年 7 月 10 日结清。

4) 报告期末，公司应收子公司少数股东梁振运 239,620.00 元。其中 200,000.00 元系 2015 年 1 月梁振运因购车需要向公司申请的借款，未签订合同或约定利息；剩余 39,620.00 元为公司业务经营需要向公司借入的备用金。该款项已于 2015 年 7 月 14 日还清。

(2) 为关联方担保及其对财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司未出现为关联方提供担保的情形。

(3) 接受关联方担保及其对财务状况和经营成果的影响

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
东莞天秀投资管理合伙企业（有限合伙）	东莞市悠派智能展示科技有限公司	30,000,000.00	2014-7-17	2019-7-16	否
东莞市悠派投资发展有限公司	东莞市悠派智能展示科技有限公司	30,000,000.00	2014-7-17	2019-7-16	否
刘长秀、张晓钟、李学智、张小琼	东莞市悠派智能展示科技有限公司	30,000,000.00	2014-10-20	2019-10-19	否
李学智	东莞市悠派智能展示科技有限公司	28,000,000.00	2014-8-25	2016-8-24	否
东莞市悠派投资发展有限公司	东莞市悠派智能展示科技有限公司	28,000,000.00	2014-8-25	2016-8-24	否
东莞天秀投资管理合伙企业（有限合伙）	东莞市悠派智能展示科技有限公司	28,000,000.00	2014-8-25	2016-8-24	否
张晓钟、刘长秀	东莞市悠派智能展示科技有限公司	28,000,000.00	2014-8-25	2016-8-24	否
刘长秀、张晓钟	东莞市悠派智能展示科技有限公司	10,000,000.00	保证期间为主合同约定的债务履行期限届满之日起二年；如果主合同项下的债务分期履行，则对每期债务而言，保证期间均至最后一期债务履行期限届满之日起二年		否

注：上述合同内容见第二章“四、与业务相关的情况”之“（六）报告期内重大业务合同及履行情况”。

（4）其他偶发性关联交易及其对财务状况和经营成果的影响

报告期内无其他偶发性关联交易。

4、关联交易的必要性和公允性



---

### （1）经常性关联交易

报告期内，公司发生的经常性关联交易为关联采购，公司向关联方东莞市优示美陈列道具有限公司采购材料和成品，2013年材料和成品的关联采购金额占同类交易金额的比例分别为4.03%和6.85%。公司与关联方间2013年发生了零星采购，采购价格为协议定价，价格不完全公允。但关联采购占比较小，对公司的独立性不构成重大影响；且优美和优示美已于2013年注销。该交易存在一定的必要性，但不具有持续性。

### （2）偶发性关联交易

报告期内，公司发生的偶发性关联交易包括关联借款和接受关联方担保。除富坤投资外，公司与其他关联方的借款均未签订合同或协议，也未约定借款利息。汪拥军因业务需要向公司预支备用金、梁振运因购车需要向公司申请的借款金额较小，且不具有必要性和持续性；公司因生产经营需要向张晓钟发生的借款具有必要性，但不具有持续性。天秀投资、悠派投资、刘长秀、张晓钟、李学智等关联方为公司提供担保的目的是为了支持公司的经营运作和发展，关联方担保具有必要性，且具有可持续性。

### （三）关联交易决策程序执行情况

报告期内，公司发生的经常性关联交易为关联采购，偶发性关联交易包括关联借款和接受关联方担保。有限公司阶段，公司的关联借款经由公司副总经理或总经理审批，其他关联交易均未履行严格的关联交易决策程序。股份公司成立后，公司建立了新的公司章程和《关联交易管理办法》。

根据新的公司章程，董事会有权决定交易额低于50万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值低于5%的关联交易。股东大会审议超过公司最近一期经审计净资产5%以上的关联交易事项。根据公司《关联交易管理办法》的规定，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，由董事会审议决定，交易金额在30万元以下的关联交易，由总经理决定；公司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的净资产绝对值0.5%以上的，由董事会审议决定，在此标准以下的关联交易，由总经理决定。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1000万元以上，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，应由董事会审议通过后，提交股东大会审议。

公司将严格按照《公司章程》、《关联交易管理办法》及其他规定履行关联交易决策程序。

公司实际控制人刘长秀、张晓钟及董事、监事、高级管理人员分别出具《关于规范和减少关联交易的承诺函》，承诺：“截止本承诺函出具之日，除已披露的情形外，本人及本人投资或控制的企业（以下统称“本人”）与股份公司之间不存在其他重大关联交易。在不违反法律法规、行政规章、规范性文件及公司章程制度等的前提下，本人将促使本人投资或控制的企业与股份公司之间进行的关联交易按照公平、公开的市场原则进行，并依法履行相应的交易决策程序。本人将促使本人投资或控制的企业不会通过与股份公司之间的关联交易谋求特殊或不当利益，不会进行有损股份公司利益的关联交易。”

## 十、 需要提醒投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

### （一）期后事项

#### 1、股份公司成立

2015年7月18日，公司股东会通过决议，决定以2015年4月30日作为股份公司改制基准日，将公司整体变更为广东悠派智能展示科技股份有限公司。天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对此次变更进行了验资，并出具“天职业字[2015]11272-1号”《验资报告》。2015年7月30日，公司取得东莞市工商行政管理局核发的441900000046872号《企业法人营业执照》。

#### 2、股份公司第一次增资

2015年8月5日，股份公司与富坤投资签署《关于广东悠派智能展示科技股份有限公司的增资扩股协议》，约定股份公司同意将注册资本由原5000万元增加至5122万元，新增发行122万股全部由富坤投资认购，增资价格为4.10元/股。2015年8月16日，股份公司召开临时股东大会会议，审议通过公司新增注册资本122万元。2015年8月17日，东莞市工商行政管理局核发了新的营业执

---

照。

## （二）或有事项

### 1、未决诉讼、仲裁形成的或有负债及其财务影响

截至本报告期末，公司不存在应披露的未决诉讼等或有事项。

### 2、为其他单位提供债务担保形成的或有负债及其财务影响

截至本报告期末，公司不存在应披露的对外担保等或有事项。

## （三）承诺事项

截至本报告期末，本公司不存在应披露的承诺事项。

## （四）其他重大事项

截至本报告期末，公开转让说明书各部分已披露了对本公司财务报表及经营情况产生重大影响的事项。

## 十一、 公司报告期内的资产评估情况

2015 年公司因整体变更为股份有限公司而进行整体资产评估。2015 年 7 月 15 日，沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具“沃克森评报字【2015】第 0389 号”《东莞市悠派智能展示科技有限公司拟整体变更为股份有限公司项目评估报告》。根据该评估报告，截至 2015 年 4 月 30 日，悠派科技资产总额评估值 13,623.94 万元，评估增值 684.45 万元，增值率 5.29%；负债总额评估值 6,793.04 万元，与账面值无差异；净资产评估值 6,830.90 万元，账面价值 6,146.45 万元，评估增值 684.45 万元，增值率 11.14%。

## 十二、 股利分配政策和最近两年分配情况

### （一）最近两年股利分配政策

股份公司阶段的《公司章程》规定，公司股利分配政策如下：

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。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会应在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利。

## （二）最近两年股利分配情况

报告期内，公司未进行股利分配。

## （三）公开转让后的股利分配政策

公开转让后的股利分配政策与报告期内的保持一致。

## 十三、 纳入合并报表范围的子公司情况

### （一）广州悠派展示设计有限公司

广州悠派展示设计有限公司（原名广州秀道展示设计有限公司），成立于 2009 年 2 月 25 日，住所广州市海珠区新港东路 1000 号 1907 房，注册资本 300 万元，法定代表人刘长秀。

2013 年 5 月 8 日，沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具沃克森评报字【2013】第 0102 号《东莞市悠派户外用品制造有限公司拟收购广州秀道展示设计有限公司股权项目资产评估报告书》，资产评估基准日为 2013 年 2 月 28 日，评估采用资产基础法对广州秀道展示设计有限公司股东全部权益的评估值为 163.14 万元，评估值较账面净资产增值 31.86 万元，增值率 24.27%。

2013 年 6 月 30 日，广州悠派展示设计有限公司召开股东会，并作出股东

会决议：同意张晓钟将占公司注册资本 70%共 210 万元的出资转让给东莞市悠派户外用品制造有限公司；同意杨剑将占公司注册资本 30%共 90 万元的出资转让给东莞市悠派户外用品制造有限公司；变更企业类型为有限责任公司（法人独资）；启用新的公司章程。

同日，张晓钟、杨剑、东莞市悠派户外用品制造有限公司签署《股东转让出资合同书》，约定张晓钟将原出资 210 万元转让给东莞市悠派户外用品制造有限公司，转让金额为 114.20 万元；杨剑将原出资 90 万元转让给东莞市悠派户外用品制造有限公司，转让金额 48.94 万元。转让价格参照沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的沃克森评报字【2013】第 0102 号《资产评估报告书》。

2013 年 7 月 9 日，广州市工商行政管理局海珠分局出具《准予变更（备案）登记通知书》，同意本次变更。本次股权转让完成后，广州悠派展示设计有限公司的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	东莞市悠派户外用品制造有限公司	货币	300.00	100.00
合计		---	300.00	100.00

报告期内最近两年及一期的财务状况和经营成果：

项目	2015 年 4 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产总额	5,421,841.49	4,863,315.11	1,287,501.99
负债总额	1,982,405.20	2,103,482.24	1,755,154.58
所有者权益	3,439,436.29	2,759,832.87	-467,652.59
	<b>2015 年 1-4 月</b>	<b>2014 年度</b>	<b>2013 年度</b>
营业收入	1,956,460.69	9,290,451.06	246,175.32
利润总额	889,263.04	3,516,857.68	-2,270,621.73
净利润	679,603.42	3,227,485.46	-2,270,621.73

报告期内悠派设计主要从事相关的市场调研、策略分析和展示方案策划；以及店铺、工程和户外促销的方案设计。

## （二）广州悠派振运市场推广有限公司

广州悠派振运市场推广有限公司，成立于 2014 年 7 月 9 日，住所广州市越秀区中山三路 33 号中华国际中心 10 楼 B 座（10 楼 B 部分）自编 C1 房（仅限办公用途），法定代表人梁振远，注册资本 100 万元。

报告期内最近两年及一期的财务状况和经营成果：

项目	2015年4月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额	1,137,604.86	958,677.43	-
负债总额	152,350.68	140,843.67	-
所有者权益	985,254.18	817,833.76-	-
	2015年1-4月	2014年度	2013年度
营业收入	565,970.97	351,608.10	-
利润总额	167,420.42	-182,166.24	-
净利润	167,420.42	-182,166.24	-

悠派振运通过运用市场活动、演艺等资源,开展市场推广活动策划执行业务。

### (三) 东莞悠云数字技术有限公司

东莞悠云数字技术有限公司,成立于2015年04月13日,住所东莞松山湖高新技术产业开发区创新科技园11号楼2楼201D、201E、205室(集群注册地址),注册资本100万元,法定代表人李学智。

截至2015年4月30日,悠云数字尚未开始经营。截止本公开转让说明书签署日,悠云数字主要提供包括轻APP推广和定制、悠云子定制、终端智能互动体验等数字化营销服务。

### (四) 广州悠派信息科技有限公司

广州悠派信息科技有限公司,成立于2013年7月15日,注册号440108000074139,住所广州保税区东江大道284号3009室,注册资本100万元,法定代表人刘长秀。2014年9月2日,广州市工商局萝岗分局出具《企业核准注销登记通知书》([穗]登记内销字[2014]第08201409020004),同意核准广州悠派信息科技有限公司注销登记,此后不再纳入合并报表范围。

报告期内最近两年及一期的财务状况和经营成果:

项目	2015年4月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额	-	-	943,675.00
负债总额	-	-	11,000.00
所有者权益	-	-	932,675.00
	2015年1-4月	2014年度	2013年度
营业收入	-	-	-
利润总额	-	-46,207.16	-67,325.00
净利润	-	-46,207.16	-67,325.00

悠派信息自2013年成立以来未发生业务,营业收入为零,已于2014年9

---

月注销。

#### 十四、 可能对公司业绩和持续经营产生不利影响的因素

##### 1、实际控制人不当控制的风险

公司的控股股东为东莞市悠派投资发展有限公司，持有公司 69.3%的股权。公司董事、总经理、法定代表人刘长秀和董事长张晓钟为夫妻关系，合计持有控股股东东莞市悠派投资发展有限公司 70%的股权，为共同实际控制人。由于公司控制权高度集中、共同实际控制人之间为夫妻关系且均担任公司决策、管理方面重要职务，公司实际控制人可能通过行使股东表决权、直接参与公司人事、财务、经营决策等方式对公司实施不当控制，从而损害公司及未来其他股东的利益。

##### 2、市场竞争风险

终端展示行业尚处于起步阶段，从事终端展示服务生产的厂家也为数不少，但因终端展示的各个流程、每个环节是可分割的，因此各个流程中都有不同的主体提供部分环节服务。当前从事终端展示营销服务的公司有营销服务公司、行销策划公司、广告公司、设计公司、家具公司、展示道具生产公司、装修公司、互联网公司，市场集中度较低。行业内呈现企业规模较小、形成设计、生产、销售、安装一体的产业链的企业不多的竞争格局。

公司凭借设计能力、移动数字化技术和一体化营销展示服务在市场竞争中取得了一定的竞争优势。但随着终端展示由传统的商品陈列向品牌展示过渡以及品牌推广手段的多元化发展，客户对终端展示服务的需求也将由简单的展示道具需求，逐步过渡到由终端展示服务公司全面提供涵盖策划、设计、生产、安装及活动执行的一体化服务模式，终端展示一体化服务模式公司也将逐渐增多；另一方面，公司成为新三板挂牌公司后，下游客户信息公开，可能会对公司的客户资源产生影响。因此，公司未来将面临市场竞争加剧的风险。

尽管本公司在一体化服务模式方面具有先发优势，形成了高效的设计和创新机制，客户储备较多，若本公司不能够有效地适应市场竞争的要求，将会对经营业绩造成负面影响。

##### 3、核心人员流失及设计方案泄密风险

---

公司成立以来，核心团队稳定，主要是公司的管理、技术人员，是公司核心竞争力的重要组成部分，为公司持续发展壮大做出了重要贡献。公司的大部分管理人员见证了公司成立以来飞跃式的发展和多次战略性的转型，公司核心管理团队和核心技术人员对各项业务获取订单起着至关重要的作用。目前公司核心管理团队人员包括董事长张晓钟、总经理刘长秀、副总经理李学智、副总经理杨剑等，核心技术人员包括胡鑫标等 6 人。如果相关核心管理人员或核心技术人员流失，将会对公司订单获取、技术优势等竞争力造成一定影响。

经多年积累，公司创建了企业自身的一套店铺形象设计和执行的标准，并且为众多著名品牌提供过设计服务。公司依托在设计领域的丰富经验，成为了清华大学、广东工业大学、广州美术学院的实践教学基地。公司以设计为先导，通过创意设计带动后续订单，设计方案主要在设计图纸及文档中体现，容易通过视觉记忆、电子邮件等方式泄露，公司存在因设计人员的离职或其他原因造成设计方案泄密、设计数据库被剽窃的风险。

公司将会进一步加大对核心人员的人才培养和激励措施，加强对业务关键信息的管理。

#### **4、季节性波动风险**

终端展示行业具有一定的季节性特征，一般与假期经济有较大的关联性，客户的营销市场活动计划通常会随着节假日的到来而随之增多。公司下游零售行业各大终端零售卖场通常在五一、国庆、元旦、春节等国家法定节假日前对展示道具进行升级或更新换代，开展大量的整体展示项目，因此，公司销售旺季一般在下半年。由于受季节性因素的影响，在完整的会计年度内，公司的财务状况和经营成果表现出一定的随季节性波动特征，因此 2015 年 1-4 月收入金额较小、净利润为负。公司经营业绩面临季节性风险。

#### **5、业务规模扩张风险**

近两年来，公司的业务规模扩张较快。公司 2013 年、2014 年营业收入分别为 1.51 亿元、2.02 亿元，净利润分别为 873.54 万元、2,092.50 万元，营业收入和净利润均有较大幅度的增长。公司目前主要经营场所为租赁所得，且已不能满



---

足现有业务量和产能需求。报告期内，公司的产能明显不足，外协道具产品的占比较高。公司悠云平台的运营模式尚在探索期，平台的功能有待进一步完善；公司的移动数字化产品和服务尚在研发优化和客户开拓阶段，如何与线下业务融合为一体也有待进一步规划。随着公司业务的不不断拓展和规模扩张，公司在管理模式、生产管理、人才储备、技术（设计）创新及市场开拓等方面将面临更大的挑战。公司在高速发展的过程中，还可能引发一系列的风险，具体包括发展规划和进程是否合理、资金安排是否合理、市场营销是否精准、人力和研发投入是否可以匹配业绩的增长等。

如果公司的管理水平和人才储备不能适应公司规模迅速扩张的需要，管理制度和公司战略未能随着公司规模的扩大而及时调整和完善，将难以保证公司安全和高效地运营，进而削弱公司的市场竞争力。

公司未来会通过多种渠道筹集资金，不断加大研发投入和人才队伍扩充。公司制定的具体发展战略见“第二章公司业务”之“八、公司竞争优势及战略规划”。公司股东大会、董事会、监事会、经营管理层将严格履行相关的职责，做好相关的规划和准备、合理安排工作，持续把控发展过程中的出现的问题，降低业务规模扩张带来的风险。

## **6、经营活动现金流为负的风险**

2013年、2014年、2015年1-4月，公司的经营活动现金流量金额分别为-136.26万元和-300.46万元和-348.72万元，各期均为负数且绝对值呈增长趋势。公司近两年的收入和利润持续增长，但是由于存货、销售和采购活动中的货款结算等变动导致经营性现金流变动。其中，应收账款和应收票据期末金额较大影响了公司销售商品、提供劳务收到的现金；存货和增值税进项税额较大导致公司购买商品、接受劳务支付的现金流出较多；最终导致了公司营业收入和净利润增长的同时，公司经营活动现金流量净额为负数且呈逐年下滑的趋势。

公司存在经营和财务风险。由于公司目前正处于较快发展时期，业务规模不断扩大，公司的业务规模扩展将在一定程度上依赖于资金的周转状况，目前公司主营业务产生现金的能力尚不能完全满足业务持续发展的需要。倘若公司未来现金状态持续流出，可能导致公司现有资金规模可能无法支撑公司的经营规模扩张，

---

公司业绩增长放缓，或者导致公司现金流入不足于偿还到期的供应商货款和银行贷款，存在短期偿债风险。

针对上述经营和财务风险，公司将进一步加强对应收应付款项、存货的管理，同时通过多样化的融资渠道，改善公司的现金流状况。

#### **7、出口退税政策变动风险**

2014年、2015年1-4月，公司出口销售收入分别为75.27万元和173.69万元，占主营业务收入的比重分别为0.37%和5.30%。2014年开始，公司出口产品享受国家的出口产品增值税“免、抵、退”的相关政策。公司出口产品及对应的海关商品码分别为：合纤制油苫布，天篷及遮阳篷63061200；合纤制帐篷63062200，增值税征税税率均为17%，退税税率均为17%。报告期内，公司产品退税政策稳定。但如果国家降低或取消对应退税率，则不可退税部分将计入公司经营成本，从而影响公司利润。随着公司外销收入的增长，如果国家调整公司产品的出口退税政策，将会对经营业绩产生一定的影响。

#### **8、公司治理风险**


公司于2015年7月30日完成整体变更，股份公司成立时间较短。报告期内，公司处在有限公司阶段。有限公司设立之初，设立了股东会、一名执行董事和一名监事；2013年12月，有限公司设立董事会，由股东会选举张晓钟、刘长秀、李学智为公司董事。因此，有限公司阶段决策程序简单，治理制度不够健全。股份公司成立后，公司建立健全了符合相关规定的治理机制和治理制度。但是，公司治理层和管理层需要不断熟悉和适应股份公司的各项治理制度，提高公司治理和规范运作的意识也需要一个过程，公司治理机制的运行有效性仍需在实践中进一步检验和提升。公司存在公司治理的风险。

## 第五章有关声明

### 申请挂牌公司全体董事、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。


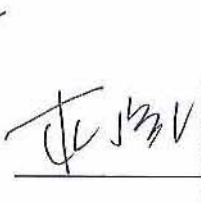
全体董事签名:

  
张晓钟  
刘长秀  
李学智  
梁彤  
汪拥军

全体监事签名:

  
卢丽钻  
陈惠斌  
何润洪

全体高级管理人员签名:

  
刘长秀  
李学智  
杨剑  
刘雄立

广东悠派智能展示科技股份有限公司



## 主办券商声明

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

项目负责人： 吴摇

吴摇

项目小组成员：

胡寿茂

胡寿茂

吴摇

吴摇

林敏

林敏

胡良发

胡良发

法定代表人签名：

孙树明

孙树明



广发证券股份有限公司

2015年8月27日

## 律师事务所声明

本机构及经办人员已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的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：



丁少波

经办律师签名：



陈金山



刘佩

律师事务所（盖章）：湖南启元律师事务所

2015年8月27日



## 会计师事务所声明

本机构及经办人员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。本机构及经办人员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： 陈永宏  
陈永宏

签字注册会计师：

傅成钢  
傅成钢

刘祥平  
刘祥平

会计师事务所（盖章）：天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）





### 资产评估机构声明

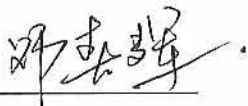
本机构及经办人员已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告书无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

评估机构负责人：

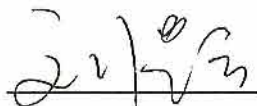


徐伟建

经办评估师：



邓春辉



刘贵云

评估机构（盖章）：沃克森（北京）国际资产评估有限公司

2015年8月27日



## 第六章 附件

- 一、主办券商推荐报告
- 二、公司 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-4 月审计报告（包括资产负债表、利润表、所有者权益变动表、现金流量表及其附注）
- 三、法律意见书
- 四、公司章程
- 五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见
- 六、其他与公开转让有关的重要文件（如有）

(本页无正文)

广东悠派智能展示科技股份有限公司

