

国泰君安证券股份有限公司

关于

北京元隆雅图文化传播股份有限公司

首次公开发行A股股票

之

发行保荐工作报告

保荐人（主承销商）



（中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号）

二〇一七年五月

国泰君安证券股份有限公司关于 北京元隆雅图文化传播股份有限公司首次公开发行 A 股股票 之发行保荐工作报告

国泰君安证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“本保荐机构”或“国泰君安证券”）接受北京元隆雅图文化传播股份有限公司（以下简称“元隆雅图”、“发行人”）的委托，担任其首次公开发行股票并上市的保荐机构，特向中国证券监督管理委员会出具本项目发行保荐工作报告作为发行保荐书的辅助性文件。

国泰君安证券及其指定的保荐代表人根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）《首次公开发行股票并上市管理办法》（以下简称“《首发管理办法》”）和《证券发行上市保荐业务管理办法》（以下简称“《保荐管理办法》”）等有关法律、法规和规章，遵照诚实守信、勤勉尽责的原则，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐工作报告，并保证所出具文件内容的真实性、准确性和完整性。

本保荐工作报告中如无特别说明，相关用语具有与《北京元隆雅图文化传播股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》中相同的含义。

目 录

第一节 项目运作流程.....	3
一、本保荐机构内部项目审核流程简介	3
二、本次证券发行项目的初次立项评审过程	6
三、本次证券发行项目执行的主要过程	7
四、本次证券发行的承销立项评审的主要过程	9
五、本次证券发行的内核的主要过程	9
第二节 项目存在的问题及解决情况	11
一、初次立项评审会议意见及评审情况说明	11
二、尽职调查工作中的主要关注问题及解决情况	11
三、承销立项评审会议意见及评审情况说明	28
四、内核小组会议讨论的主要问题、审核意见及落实情况	29
五、发行人经营状况核查和与盈利能力相关的尽职调查情况	38
六、保荐机构认为需要说明的其他事项	41
七、证券服务机构专业意见核查情况说明	42

第一节 项目运作流程

一、本保荐机构内部项目审核流程简介

（一）概述

为适应保荐制度对证券发行上市保荐业务的要求，加强保荐业务项目质量管理和监督，有效控制和规避风险，国泰君安证券结合多年投资银行业务工作经验，建立了相对完善的业务内控制度，证券发行项目的质量控制主要通过立项评审和向证监会上报发行申请文件前的内部核查两个环节实现。

国泰君安证券设立项目立项评审委员会，通过项目立项评审会议方式对首发、配股、公开发行、定向增发、可转换公司债券、分离交易的可转换公司债券、公司债、私募等融资类项目和股权转让、并购、买壳上市、资产重组等财务顾问类项目进行立项评审。申请首次公开发行证券的项目，必须首先进行初次立项审核，于履行完备尽职调查程序，拟向有关监管部门提交相关申请材料时，再进行保荐承销立项审核。

国泰君安证券设立证券发行内核小组（以下简称“内核小组”）作为公司参与证券发行市场的内控机构，负责对拟向证监会报送的发行申请材料进行实质性核查，确保证券发行符合现行有关法律、法规和规章的规定，不存在重大法律和政策障碍。国泰君安证券拟向证监会报送的有关发行申请材料必须经内核小组核查，通过后方可报送。

（二）立项审核流程说明

国泰君安证券的立项评审由投资银行总部下设的项目立项评审委员会和质量控制与研究小组共同完成。项目立项评审委员会由部门总经理、副总经理、质量控制与研究小组专职成员、保荐代表人和董事总经理组成，部门总经理为项目立项评审委员会主任。全部评审委员分成三组，每一组原则上轮流参会并表决意见，每一组内设两名主审员。质量控制与研究小组为项目立项评审会议的组织执行机构，负责组织召开项目立项评审会议，落实参会评审委员，并负责会前各项准备工作并组织参会成员发表意见、讨论，总结会议审核意见，组织表决并公布结果，同时将会议审核意见和表决结果书面报告部门总经理和副总经理。

项目立项评审会议对项目是否予以立项采取与会评审委员简单多数方式决议，同时部门总经理具有一票否决权。质量控制小组根据评审项目和评审委员的实际情况，根据均衡、异地的原则选择落实参会评审委员组别和主审员。申请首次公开发行证券的项目，立项评审包括初次立项评审和保荐承销立项评审。

1、初次立项评审

业务组经履行初步尽职调查程序后，认为基本符合本公司发行质量评价体系要求，建议本公司承做的项目，向本公司申请初步立项评审。业务组组长或其指定的该项目主办人作为立项申请报告提交人，至少在立项评审会议召开前 5 个工作日内，将立项申请报告和附件提交质量控制与研究小组。

质量控制与研究小组在收到业务组提交的立项申请报告和相关材料后，应选择并确定参与审核的评审组别，并将立项申请报告相关材料和会议安排通知转发所有评审委员。

对初次立项申请评审，参会委员着重就发行人或重组方的股权结构状况、主要业务和产品、资产和财务状况、盈利能力、产业政策、市场竞争情况、所处行业景气度和可能的筹资规模等方面进行审核，并提出相关建议和发表明确意见。

项目初次立项申请经立项评审会议审核通过后，业务组方可就该项目组建项目小组，进场开展实质性工作，同时业务组组长经报批部门总经理同意确定两名保荐代表人，并指定该项目主办人和其他项目人员。

初次立项申请未予通过的项目进入投资银行总部客户资料档案库。

2、保荐承销立项评审

申请首次公开发行并上市项目，项目组成员按照中国证监会的有关规定和投资银行总部有关制度的要求，勤勉尽责，对项目进行全面、详尽的尽职调查，审慎核查相关材料，在履行相关程序和职责后、拟向有关监管部门报送申请材料时，向投资银行总部申请进行保荐承销评审。

保荐承销立项申请评审的程序和时间要求与初次立项申请评审相同。

对保荐承销立项评审，参会委员着重就发行人改制和设立情况、最近三年资产重组与业务和控制人变动情况、主要业务和技术、主要产品生产和销售以及市场竞争情况、发行人竞争优势和劣势、资产质量和财务状况、盈利能力和盈利前景、环保状况和产业政策、关联交易和同业竞争、规范运作情况、内控制度、募

投资项目质量和可行性、主要资产权属情况、所处行业景气度和本公司承销风险等方面进行审核，评判项目质量，揭示需重点关注的问题和主要风险，并提出相关整改建议和发表明确意见。

保荐承销立项申请经项目立项评审委员会会议审核通过后，方可按照规定要求将申报材料提交本公司内核小组进行审核，同时质量控制小组对申报材料制作质量进行认真、详实核查。

保荐承销立项申请若未获得立项评审委员会会议审核通过，项目组成员需按照评审会议的意见和要求对关注的问题进行整改或进行核查，完善有关材料后，可再次提出保荐承销立项申请。

保荐承销立项再次申请仍未予通过，项目进入投资银行总部客户资料档案库。

（三）内部审核流程

国泰君安证券设立了证券发行内核小组（以下简称“内核小组”）作为参与证券发行市场的内控机构，并设立了风险管理部作为内核小组的常设机构。

内核小组负责对拟向中国证监会报送的发行申请材料的核查，确保证券发行不存在重大法律和政策障碍，确保发行申请材料达到相关法律法规的要求并具有较高的质量。

1、内核小组的审核程序

（1）投资银行项目应当事先经投资银行业务总部内部评审通过，并由投资银行总部签署推荐意见方可申请内核。项目保荐代表人须对项目申请文件的真实性、准确性、完整性负责，不得有隐瞒或者重大遗漏。投行业务总部应保存保荐工作底稿以备证券发行内核小组和风险管理部审核时查询；

（2）申请材料受理：项目人员将全套齐全的项目申报材料（电子版形式）报内核小组。项目人员提交的内核申请材料应当完备、齐全；

（3）书面审核：在全套材料正式受理后，由内核小组的常设机构风险管理部安排主审员进行核查；外聘内核小组成员应在接到完整材料后的最多五个工作日内（特殊情况除外）提供书面审核意见；内核小组秘书协助主审员汇总包括外聘内核小组成员在内的全部审核意见并挂网；

（4）材料修改及意见答复：项目小组根据审核意见对申报材料进行相应修改，并将修改完成的全套申报材料及审核意见的答复及时挂网；

（5）由相关业务部门向内核小组书面提出召开内核会议的申请，并由内核小组决定会议日期。

2、内核小组会议议程

（1）由项目人员简要介绍项目（重点为项目存在的问题及解决的方法）；

（2）主审员发表审核意见；

（3）内核成员提问，项目人员答辩；

（4）在内核小组认为有必要时，可请项目人员退场，由主持人对主要问题进行汇总，内核小组对存在的问题逐条分析；

（5）当半数以上出席会议内核成员认为发行人存在尚未明确的可能产生发行风险的问题，则该项目应暂缓表决，项目小组根据内核意见做进一步的尽职调查，在申报材料修改完毕后，按内核流程申请第二次内核；

（6）内核会议经过充分讨论后进行投票表决，表决采取记名投票形式，投票内容有二种：同意推荐和不同意推荐；投票形式为：当场投票和会后网上投票。同意推荐的票数达到出席会议的内核小组成员 2/3 以上（含 2/3）即为通过，否则视为否决。投不同意推荐票的内核小组成员需提交书面意见说明理由。

经内核会议表决通过的项目，项目人员应根据内核意见完善申报材料，将修改说明、修改后的招股说明书（如有）、尽职调查报告及/或相关申报文件递交内核小组，由主审员按照内核意见及程序审核，符合内核要求的，风险管理部应在二日内出具推荐文件，报国泰君安证券决策是否推荐。

二、本次证券发行项目的初次立项评审过程

经初步尽职调查后，项目组于 2012 年 10 月 30 日提交了立项申请文件。质量控制与研究小组在收到业务组提交的立项申请报告和相关材料后，组织人员进行初步审核。经初步审核后，质量与研究小组认为项目质量良好，风险可控，初步符合本公司项目立项基本条件和标准，将会议通知、评审项目名称、立项申请报告、项目基本情况、讨论事项等材料挂网并发送给参会委员。

立项评审会议过程中，参会委员分别就立项申请文件中的主要问题向业务组进行询问；业务组对各参会委员的询问进行解释说明后，参会委员进行讨论。会后，项目人员根据立项评审决策成员的意见对主要问题作了书面回答。参会的 9 位委员中，9 位委员同意，0 位委员弃权，0 位委员反对，立项评审决策成员通过了本次立项申请。

三、本次证券发行项目执行的主要过程

（一）项目组执行人员构成

保荐代表人	徐可任、刘启群
项目协办人	黄祥
项目组成员	傅冠男、魏鹏、姚涛、陈聪

（二）项目组进场工作时间

在本项目执行过程中，项目组各阶段进场工作的时间如下：

阶段	时间
初步尽职调查	2011 年 12 月至 2012 年 4 月
全面尽职调查、改制阶段	2012 年 5 月至 2015 年 5 月
辅导阶段	2012 年 10 月至 2015 年 5 月
申报文件制作阶段	2014 年 10 月至 2015 年 5 月
内部审核阶段	初次立项为 2012 年 11 月 5 日 承销立项为 2015 年 4 月 13 日 内核为 2015 年 4 月 15 日

（三）尽职调查的主要过程

国泰君安证券受发行人委托，担任本次首次公开发行 A 股股票并上市工作的保荐机构和主承销商。在本次保荐工作中，根据《保荐管理办法》、《保荐人尽职调查工作准则》、《证券发行上市保荐业务工作底稿指引》等相关法规的要求，对发行人做了审慎、独立的调查工作。对于本次尽职调查，项目组全体成员确认已履行勤勉、尽责的调查义务。

本保荐机构的尽职调查是按照《公司法》、《证券法》、《首发管理办法》等法律、法规、部门规章和规范性文件进行的。项目组针对发行人本项目的调查范围包括：发行人基本情况、业务与技术、同业竞争与关联交易、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员调查、组织机构与内部控制、财务与会计、募集资金运用、股利分配、发行人未来可持续发展的能力、发行人或有风险及其他需要关注的问题等多个方面。在调查过程中，项目组实施了必要的查证、询问及函证程序，包括但不限于以下方式：

1、先后向发行人及发行人各职能部门、发行人的股东、关联方发出尽职调查提纲，对发行人的财务部门、业务部门、管理部门等部门进行调查了解，收集与本项目相关的文件、资料，并进行查阅和分析；

2、多次与发行人董事长、总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员进行访谈；

3、与发行人律师和审计机构的经办人员进行了沟通和相关询问调查；

4、实地调查发行人主要生产经营场所、主要分支机构；

5、对发行人报告期内的主要客户进行现场走访及书面函证；

6、对发行人报告期内的主要供应商进行现场走访及书面函证；

7、走访了发行人所在地的工商、税务、环保、质量监督管理等主管机构，就发行人报告期内合法合规经营情况等事宜进行询问访谈；

8、走访商标专利等主管部门，了解发行人无形资产的权属等情况。

（四）项目组参与尽职调查时间及主要调查过程

保荐代表人徐可任、刘启群于 2011 年 12 月开始参与本项目的尽职调查、申报材料起草及准备等工作。保荐代表人对发行人采用走访、访谈、书面询证等程序和方式，与其他项目组成员及会计师、律师共同完成了对发行人的尽职调查及财务核查，其尽职调查范围主要包括：发行人基本情况、业务与技术、同业竞争与关联交易、组织机构与内部控制、财务与会计、募集资金运用、或有风险、业务发展目标等。

项目协办人黄祥协助保荐代表人完成了对发行人的具体尽职调查工作，汇总编制了发行人尽职调查清单目录，审阅与汇总了发行人尽职调查材料，协助保荐

代表人参与了发行人重大问题和事项的核查工作及尽职调查相关文件的编制及汇总工作。

项目组各成员参与了本项目的尽职调查工作及申报材料起草，傅冠男主要参与了辅导备案、尽职调查中的同业竞争与关联交易、管理层讨论与分析、募集资金运用、财务核查等；魏鹏主要参与了发行人改制、辅导备案及辅导培训、尽职调查中的风险因素、业务与技术、董事、监事及高级管理人员、募集资金使用、财务核查等；姚涛和陈聪主要参与了尽职调查中的发行人基本情况、财务会计信息、公司治理、股利分配政策等。

四、本次证券发行的承销立项评审的主要过程

2015 年 4 月 1 日，项目组就本项目提出了承销立项申请，并将相关证券发行申请文件提交投资银行总部质量控制与研究小组。

2015 年 4 月 13 日，按照本保荐机构《保荐业务立项管理办法》的相关规定，国泰君安证券在上海、北京、深圳三地的投资银行部所在地会议室以电话会议的形式召开了关于本项目的承销立项评审会议。本项目承销立项申请经公司保荐业务立项评审委员会表决通过。

五、本次证券发行的内核的主要过程

成员构成： 内核小组会议参会成员共 10 名，其中包括：

投资银行业务委员会成员：6 人

风险管理部和研究所成员：2 人

律师事务所、会计师事务所等（外聘）：2 人

会议时间： 2015 年 4 月 15 日

审核意见： 2015 年 4 月 7 日，项目组完成本次发行申报材料准备工作，并正式提交了保荐机构内核申请。2015 年 4 月 15 日上午，国泰君安证券内核小组召开内核会议，保荐代表人及项目组成员

参加会议对项目进行陈述并对委员提问进行答辩，内核委员从专业角度对申报材料中较为重要和关注的问题进行核查和充分讨论，并形成内核意见。

内核会议后，项目组根据内核委员的意见对材料进行了相应修改和完善，并将修改后的材料和回复意见提交给内核委员。随后，内核小组与会委员对本项目进行了投票表决，表决结果为：10 票同意，0 票反对，0 票弃权。本项目获得内核小组审议通过。

国泰君安证券内核小组审议认为：元隆雅图本次首次公开发行符合《公司法》、《证券法》及《首发管理办法》等法律、法规及规章。国泰君安证券同意保荐元隆雅图本次首次公开发行股票。

第二节 项目存在的问题及解决情况

一、初次立项评审会议意见及评审情况说明

（一）初次立项评审会议评审意见

保荐机构立项评审会议于 2012 年 11 月 5 日对本项目初次立项申请进行了评审，评审委员会主要的关注问题如下：

- 1、关注发行人与客户合同签订的情况，判断主要大客户对发行人业务稳定性的影响；
- 2、发行人与主要客户相比处于弱势地位，客户账期较长，发行人开展业务通常需要垫资，发行人轻资产经营且资产负债率较高，需关注其资金来源问题；
- 3、发行人综合毛利率和净利率不高，项目组需关注发行人报告期内毛利率和净利率波动的原因及内在逻辑；
- 4、关注发行人营业收入和净利润增长情况。

（二）初次立项评审会议评审结果

初次立项评审会议对本项目初次立项申请予以通过，同意立项。

二、尽职调查工作中的主要关注问题及解决情况

（一）发行人报告期内业绩变化情况

2014 年、2015 年和 2016 年，发行人营业收入分别为 54,048.38 万元、55,378.95 万元和 70,681.48 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 3,618.03 万元、4,165.95 万元和 5,025.07 万元。报告期内，发行人营业收入和盈利水平呈现持续增长的趋势，主要是由于发行人经营策略和业务结构的改变所致。

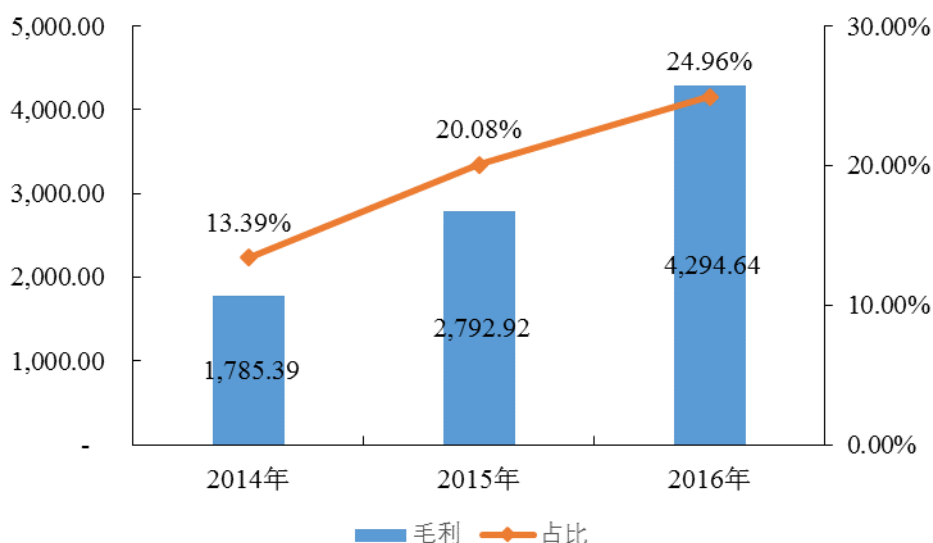
项目组对发行人业务开展、主要客户维护等方面进行了审慎的尽职调查，并对发行人董事长、核心管理团队成員进行了访谈。

2014年以来，发行人专注于开展促销品和促销服务等主营业务，并结合市场环境和客户需求的变化主动调整经营策略，积极开发数字化促销服务，经营业绩稳步提升。

首先，发行人继续稳固在促销品业务方面的优势，积极优化客户结构，加大力度提升促销品业务的毛利率水平和实现客户结构的多元化。2014年、2015年和2016年，发行人促销品业务收入分别为43,894.48万元、44,697.22万元和55,980.51万元，促销品销售收入稳步增长。报告期内，受客户品牌策略调整的影响，发行人来自宝洁的促销品业务收入呈现下滑的趋势；在此背景下，发行人重点培育了伊利、拜耳、玛氏等奶粉与乳制品、药品与保健品及食品饮料等行业的优质客户，核心客户数量显著提升，新增客户收入贡献逐年增加，并重点储备了华为、美赞臣、益海嘉里等优质客户，客户所处行业分布更为合理，客户结构趋于分散。

其次，发行人高度重视促销服务业务的发展，以此为着力点，增强客户粘性，优化主营业务收入结构。特别是2014年以来，发行人确立了大力发展基于互联网的促销服务的战略，并根据辉瑞、百威等客户在营销活动中遇到的个性化问题，为客户定制开发了电商平台，挖掘客户对互联网促销服务的需求，提升用户体验，帮助客户提高促销效率，成功开拓了百威等客户的互联网业务。2015年和2016年，发行人促销品电商平台交易量分别达到31,472.72万元和38,853.07万元。在电商平台业务快速发展的基础上，为顺应客户对促销活动的新要求，发行人基于促销品电商平台项目积累的技术经验，为客户开发了数字化促销活动平台，丰富了数字化促销服务的实现手段，可以面向客户的最终消费者，为客户的数字化促销活动提供方案策划、技术开发、活动执行及运营维护服务。2015年和2016年，发行人提供的数字化促销服务分别实现收入3,831.85万元和7,927.56万元，同比增速分别达到215.49%和106.89%，呈现高速增长的趋势。伴随着数字化促销服务业务的快速发展，促销服务业务收入占营业收入的比重由2014年的12.48%上升至2016年的17.92%，毛利占比从2014年的13.39%提升至2016年的24.96%，成为重要的利润贡献来源。

报告期内，促销服务业务毛利贡献的变动情况



第三，为避免贵金属原料价格波动以及特许纪念品业务受赛会影响力差异波动较大等客观因素的影响，发行人主动调整了其他业务的经营策略。2014年，发行人贵金属工艺品业务经营模式由备货销售模式改为订单预售模式，有效控制了该业务的经营风险，此外，发行人主动减少了特许纪念品业务规模，在专注于开展主营业务、优化业务结构和团队人员构成的同时，降低了其他业务占比较高所带来提前备货、资金使用效率降低、受赛会影响波动较大等风险。

2014年，发行人积极优化客户结构和业务结构，在维护好现有客户的基础上，加快新客户的开拓和促销品电商平台业务的推进，主营业务毛利率显著提升，为发行人的持续健康发展夯实了基础。

2015年，发行人营业收入稳中有升，收入结构基本稳定，促销服务业务继续保持较好的发展势头，同时促销品业务毛利率有所提高，归属于母公司股东的净利润同比进一步增加。

2016年，发行人营业收入较上年呈现快速增长的态势，增幅达到27.63%。受客户品牌策略调整的影响，发行人对核心客户宝洁的收入出现下滑，但是通过多元化的客户开发策略，发行人积极发掘伊利、拜耳、华为等客户的业务机会，促销品业务收入同比增长25.24%；同时，发行人积极发展高毛利率的促销服务业务，对百威等客户的促销品电商平台业务收入和毛利贡献同比显著增加，并针对惠氏等客户开发了终端数字化促销活动服务，丰富了数字化促销服务的实现手段，促

销服务业务的业绩贡献显著提升。

综上所述，报告期内，发行人营业收入结构得到改善，盈利水平逐年提升。在促销品业务方面，有效降低了对单一客户的依赖，客户结构实现多元化，大中型客户数量增加，兼顾了老客户的订单盈利水平和新客户的持续培育开发；同时，促销服务业务收入占比逐年提升，成为发行人新的利润增长点。总体而言，发行人收入结构显著优化，盈利能力稳步提升，抵御风险能力明显增强。

（二）发行人部分租赁房产存在瑕疵

截至本保荐工作报告出具之日，发行人租赁房产具体情况如下：

序号	承租人	出租方	坐落位置	租赁面积 (平方米)	租期	用途	出租房屋权利证明
1	深圳鸿逸	深圳华侨城房地产有限公司	深圳市南山区华侨城东部工业区东北 A4 栋 601、602 号	1,196.98	2017.01.01-2018.12.31	办公	深圳市规划局出具的《关于华侨城创意文化园区变更建设用地性质的函》（深规函[2008]168 号）；用途：工业用地
2	上海祥雅	上海世界贸易商城有限公司	上海市延安西路 2299 号	534.06	2017.01.01-2018.12.31	办公	沪房地长字（2011）第 005636 号；用途：综合
3	元隆雅图	北京乾江物业有限责任公司	北京市西城区平原里 21 号	256.00	2016.11.18-2017.05.17	车位、库房	无
4	货代分公司	百利威仓储服务（北京）有限公司	北京市大兴区天河北路 10 号	2,800.00	2017.01.05-2018.01.31	仓储	（京兴国用（2006 授）第 051 号）国有土地使用证；用途：仓储
				1,400.00	2017.01.10-2018.01.31		
5	货代分公司	上海光松实业有限公司	上海市松江区连富路 858 号	2,100.00（另附天棚 700 平方米）	2016.10.01-2017.09.30	仓储	沪房地松字（2004）第 004664 号；用途：工业
6	货代分公司	上海盘古物流有限公司	上海市青浦区白鹤镇腾北路 33 号	4,520.00	2016.09.01-2019.08.31	仓储	沪房地青字（2007）第 010267 号；用途：工业用地
7	货代分公司	上海派联仓储管理有限公司	广州市增城新塘南安村东缙物流园	2,703.00	2016.01.01-2018.12.31	仓储	（增国用（2001）字第 B0200801 号）国有土地使用证；土地用途：工业用地

序号	承租人	出租方	坐落位置	租赁面积 (平方米)	租期	用途	出租房屋权利证明
8	货代分公司	成都鑫创捷物流有限公司	四川省成都市双流县文星镇航枢大道360号成都航空物流园区	1,000.00	2016.12.26-2017.12.25	仓储	双房权证监证字第1296684号； 规划用途：工业仓储、工业办公

注：发行人与上海派联仓储管理有限公司约定的租赁面积原为 5,406.00 平方米，自 2017 年 2 月 1 日起，发行人与上海派联仓储管理有限公司经协商后退租了面积为 2,703 平方米的仓库。截至本保荐工作报告出具之日，发行人与上海派联仓储管理公司的租赁面积变更为 2,703 平方米

1、租赁房产中存在的问题及产生原因

截至本保荐工作报告出具之日，发行人及其子公司、分公司承租物业存在相关物业未取得产权证明、出租方非原始权利人、实际用途与规划土地用途不一致及未办理租赁登记备案等问题，具体情况及对应原因如下：

（1）未取得产权证明

1）深圳鸿逸租赁的深圳南山区华侨城东部工业区东北 A4 栋 601、602 号，出租方尚未取得房地产证书。根据《中信证券股份有限公司关于深圳华侨城股份有限公司重大资产重组相关承诺事项的核查报告》及相关方说明，对于深圳鸿逸租赁的上述出租性商业，“该类物业由于初始登记等历史资料的缺失，导致在现有政策下无法启动整套物业的房产证办理手续，从而无法办理房产证。”根据深圳市规划局出具的《关于华侨城创意文化园区变更建设用地性质的函》（深规函[2008]168 号），该部分土地用途为工业用地。根据深圳鸿逸与出租方签署的《租赁合同》，该处租赁房屋实际用于办公。该处租赁房产因属于城市中心项目，历史背景较为复杂，相关政策在不断变化，使得园区部分厂房已取得产权证明，但部分仍未能获得产权证书；

2）北京市西城区平原里 21 号 B3 库房，出租方未能取得权利证明。根据对出租方相关项目负责人的访谈，其确认北京乾江物业有限责任公司作为物业管理公司，有权出租该等车位、库房；

3）北京市大兴区天河北路 10 号仓库因历史遗留问题，出租方未能提供房屋产权证书。根据北京市大兴区京南物流基地管理委员会出具的证明，该处房屋产

权归出租方百利威仓储服务（北京）有限公司所有，房屋建设用途为仓储，不属于违法建筑；

4）广州市增城新塘南安村东缙物流园的仓库相关产权证书正在办理中。

（2）出租方非原始权利人

1）北京市西城区平原里 21 号 B3 库房的出租方为物业公司，其受开发商实际委托出租相关仓库和车位；

2）货运代理分公司租赁的上海市青浦区白鹤镇腾北路 33 号，出租方非原始权利人。根据上海美之源家具有限公司持有的（沪房地青字（2007）第 010267 号）房地产权证，其为该处租赁物业的原始权利人。根据上海美之源家具有限公司与上海慈民实业有限公司签署的租赁合同、上海慈民实业有限公司与上海盘古物流有限公司签署的租赁合同，原始权利人及上海慈民实业有限公司均已在合同中明确同意承租方对该处物业的转租、分租。

3）货运代理分公司租赁的广州市增城新塘南安村东缙物流园，出租方非原始权利人。根据货代分公司与上海派联仓储管理有限公司签署的租赁合同，出租方保证其对本合同项下的租赁物具有充分的出租权，且租赁物在本合同签署之时不存在任何权属负担。

4）货运代理分公司使用的四川省成都市双流县文星镇航枢大道 360 号成都航空物流园区，出租方非原始权利人。根据（双房权证监证字第 1296684 号）房产证显示，该房屋所有权人为四川物流航空港有限公司，规划用途为工业仓储、工业办公。四川物流航空港有限公司与成都鑫创捷物流有限公司签署了仓储物流服务合同，允许成都鑫创捷物流有限公司使用该处仓库。

（3）实际用途与规划土地用途不一致

深圳市南山区华侨城东部工业区东北 A4 栋 601、602 号的旧工厂改为办公场为南山区相关部门允许，该等土地用途因处于城市中心且由于政策复杂多变，目前难以办理变更手续。

（4）未办理租赁登记备案

1）关于深圳市南山区华侨城东部工业区东北 A4 栋 601、602 号租赁物业，深圳市人大常委会于 2015 年 8 月 31 日作出了关于废止《深圳经济特区房屋租赁条例》的决定，不再强制要求出租房屋合同进行登记备案，根据该物业出租方介

绍，目前主管部门未再要求进行租赁登记备案；

2) 关于上海市延安西路 2299 号租赁物业，上海祥雅已与出租方沟通，目前正在着手办理相关租赁登记备案手续；

3) 关于北京市西城区平原里 21 号 B3 库房及车位，因相关方未取得产权证明，暂无法办理登记备案；

4) 关于货运代理分公司承租的 5 处仓库，出租方均具备出租自有厂房或提供仓储服务的资质，从事出租、仓储经营业务多年，未被政府部门要求过办理租赁登记备案手续，所以未办理租赁登记备案手续。而且，发行人未因前述承租仓库事宜收到过主管部门的限期改正要求，未受到过任何处罚。

除上述存在问题的租赁房屋外，其余租赁房屋的出租人为承租物业的原始权利人，已经取得房屋所有权证书。上述存在问题的租赁房屋出租方已提供部分有权出租相关物业的证明文件。

除上述已披露的深圳鸿逸承租用于办公的物业属于工业用地外，发行人及其子公司、分公司承租的相关房产用于办公、仓储，符合相应房屋、土地产权证书记载的规划用途或租赁合同中约定的用途，符合相关法律规定。

2、存在权属瑕疵的租赁房产的面积、用途、营业收入及所占比例

发行人存在权属瑕疵的租赁房产包括未取得产权证明以及实际用途与规划土地用途不一致两类，相关权属瑕疵房产并非发行人主要生产经营场所，具体情况如下：

权属瑕疵类型	涉及的租赁房产地址	租赁面积 (m ²)	相关房产 的用途	是否属于发 行人主要生 产经营场所
未取得产权证明	深圳市南山区华侨城东部工业区东北 A4 栋 601、602 号	1,196.98	办公	否
	北京市西城区平原里 21 号 B3 库房	256.00; 车位 16 个	车位、库房	
	北京市大兴区天河北路 10 号	2800; 1400	仓储	
	广州市增城新塘南安村东缙物流园	2,703.00	仓储	
实际用途与规划 土地用途不一致	深圳市南山区华侨城东部工业区东北 A4 栋 601、602 号	1,196.98	办公	否

前述存在权属瑕疵的房产产生的相关营业收入及占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
存在权属瑕疵的房产产生的营业收入	858.18	561.08	438.46
发行人营业收入	70,681.48	55,378.95	54,048.38
存在权属瑕疵的房产产生的相关营业收入/ 发行人营业收入	1.21%	1.01%	0.81%

注：上表中存在权属瑕疵的房产产生的营业收入金额为发行人当年全部大型仓库形成的仓储收入及基于数字化促销服务业务形成仓储收入金额

发行人存在权属瑕疵的租赁房产并非发行人主要生产经营场所，报告期内，瑕疵租赁房产产生的相关营业收入占发行人营业收入总额的比例较低。

3、租赁物业的违法违规风险

截至本保荐工作报告出具之日，发行人及其子公司、分公司承租的部分房产存在如下问题：

（1）承租的部分房产无产权证明

对于前述个别出租人未提供房地产权证及其他权属证明文件的出租物业，无法确定该等租赁物业所涉房产是否为己获相关城市规划、土地房产管理部门许可建设的建筑，就未获相关城市规划部门许可建设的租赁物业房产，如超出城市规划部门批准的使用期限，则存在被有权主管部门责令拆除或被禁止使用的风险。

（2）部分租赁物业出租方非原始权利人

针对部分租赁物业的出租方非原始权利人的情况，根据《商品房屋租赁管理办法》（中华人民共和国住房和城乡建设部令第 6 号）的规定，承租人未经出租人书面同意转租的，出租人可以解除租赁合同，收回房屋并要求承租人赔偿损失。若上述租赁物业的出租方未获得原始权利人的同意，向发行人及其子公司转租，则可能存在被原始权利人要求解除租赁合同，发行人及其子公司存在无法继续承租的风险。

（3）承租的一处办公场所土地规划用途为工业用地

针对一处规划为工业用地的承租房屋用于办公，根据《商品房屋租赁管理办法》的规定，违反规定改变使用性质的房屋不得出租，因此所涉租赁合同可能因违反上述规定被认定无效，发行人及其子公司存在无法继续承租的风险。但存在

上述问题的承租房屋仅一处，且该处租赁物业主要作为办公场所，具有较强的可替代性，不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

（4）租赁房屋未办理租赁备案登记手续

对于承租房屋未办理备案登记手续，根据《商品房屋租赁管理办法》的相关规定，房屋租赁合同订立后三十日内，房屋租赁当事人不到租赁房屋所在地直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门办理房屋租赁登记备案的，直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门责令限期改正；个人逾期不改正的，处以一千元以下罚款；单位逾期不改正的，处以一千元以上一万元以下罚款。发行人及其子公司承租的房屋未办理备案登记手续的情形不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，存在因此受到房地产管理部门责令改正及罚款的法律风险。但根据最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释〔2009〕11号）的相关规定，当事人以房屋租赁合同未按照法律、行政法规规定办理登记备案手续为由，请求确认合同无效的，人民法院不予支持。因此，发行人及其子公司的房屋租赁合同未办理租赁备案登记手续不会影响租赁合同的法律效力，发行人及其子公司有权根据相关租赁合同使用该等房屋，不会对发行人的持续经营造成重大不利影响。

4、无法继续租赁对发行人的影响

因发行人租赁上述房屋仅作为办公、仓储使用，搬迁成本较低，对特定租赁场地的依赖程度较小，因此所租赁房产具有可替代性，即使无法继续租用前述房产，发行人也可以较为容易地找到替代性承租房屋，不会对发行人的生产经营能力产生重大不利影响。

以发行人 2016 年广州仓库搬迁及 2016 年上海仓库搬迁为例，发行人更换一个大型仓库，转租过程前后耗时 7-10 天左右，单次搬迁费用约 15 万元，且搬迁工作均在不影响实际经营过程中完成。参考前述标准，发行人更换目前所有租赁场所的搬迁费用金额较小。除相关搬迁费用外，发行人更换大型仓库不存在其他支出。根据以往经验，发行人大型仓库搬迁时间很短，不会对仓储业务及日常经营构成实质影响。根据发行人与主要仓储业务客户签署的协议，不存在相关客户要求发行人从指定仓储供应商处租赁特定库房的情形，发行人更换仓库不会构成合同违约或承担其他额外支出。

截至本保荐工作报告出具之日，发行人及其子公司、分公司未收到主管部门关于责令限期改正的通知或要求，报告期内未因前述租赁事宜产生任何纠纷、争议及处罚。

发行人的控股股东元隆雅图（北京）投资有限公司及实际控制人孙震已就发行人及其子公司、分公司租赁物业事项作出承诺：如发行人及其子公司、分公司因租赁物业无产权证明、未办理租赁备案手续等情况而导致发行人及其子公司、分公司承受任何负债、损失，其将向发行人全额予以赔偿，避免给发行人造成任何损失。

为确保发行人前述承诺的履行，发行人的控股股东、实际控制人进一步承诺，如未向发行人补偿相关搬迁费用及其他损失，元隆雅图有权从当年的现金分红中扣除相关费用后再向本公司/本人进行分红。如当年现金分红款不足以补偿相应损失的，将递延至以后年度直至完成补偿承诺，或者通过停发本人董事津贴的方式，确保承诺的切实履行。

2014 年-2016 年度，控股股东、实际控制人合计取得的年度分红金额（税后）分别为 1,030.78 万元、1,159.63 万元、1,374.38 万元，明显高于搬迁费用的金额，因此控股股东、实际控制人前述承诺的保障措施较为充分。

因此上述风险，或即使无法继续租用前述房产，不会对发行人的经营产生重大不利影响。

根据中伦律师出具的《补充法律意见书（四）》：“发行人及子公司承租的相关物业存在部分无产权证明或出租方非原始权利人，实际用途与规划土地用途不一致及未办理租赁登记备案的情形。上述未办理租赁备案的情形，不影响租赁合同的效力。对于发行人及其子公司目前租赁物业，发行人能较为容易找到替代性租赁房产，且实际控制人已就可能因此对发行人造成的损失进行承诺，因此上述事项不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。”

经核查，保荐机构认为：发行人及子公司承租的相关物业存在部分无产权证明或出租方非原始权利人，实际用途与规划土地用途不一致及未办理租赁登记备案的情形。上述未办理租赁备案的情形，不影响租赁合同的效力。对于发行人及其子公司目前租赁物业，发行人能较为容易找到替代性租赁房产，且实际控制人已就可能因此对发行人造成的损失进行承诺，因此上述事项不会对发行人的生产

经营产生重大不利影响。

（三）发行人资产独立性

1、发行人 2012 年以前曾租用实际控制人孙震所有的六套房产

根据项目组的尽职调查，发行人与孙震于2006年分别购买了位于西城区平原里21号楼亚泰中心5层的商业房产共计14套，其中发行人购买8套，孙震个人购买6套，孙震个人购买的房产一直租赁给发行人使用。

由于发行人租赁实际控制人的房产涉及资产独立性和持续性关联交易两方面的问题，项目组要求发行人尽快解决。

2012年11月26日，发行人2012年第一次临时股东大会通过决议，同意孙震以其持有的位于北京市西城区平原里21号楼5层的6套商业房产对发行人进行增资。

根据北京京都中新资产评估有限公司出具的京都中新评报字（2012）第0149号《资产评估报告》，上述房产在评估基准日2012年9月30日的评估价值为1,487.00万元。根据发行人与孙震所签署的《北京元隆雅图文化传播股份有限公司与孙震之增资协议》，孙震以上述房产作价1,484.88万元作为出资投入公司，认购发行人552万股股份，对应每股价格为2.69元。本次增资价格是以发行人在评估基准日2012年4月30日以收益法的评估值（13,710.51万元）为依据确定。

2012年12月31日，发行人完成了房屋过户手续，并在北京市工商行政管理局办理了工商变更登记。

2、发行人与孙震共同拥有 4 项专利，发行人和孙震共同申请 2 项专利

根据项目组的尽职调查，发行人与实际控制人孙震共同拥有4项专利（外观设计专利“清洁套装”、外观设计专利“按键优盘”、外观设计专利“移动电源”、实用新型专利“一种多功能水杯”），与实际控制人孙震正在共同申请2项专利（外观设计专利申请“多功能手电筒”、实用新型专利申请“一种抱枕及其枕套”）。

项目组要求实际控制人孙震放弃上述专利及专利申请的所有权，实际控制人孙震与发行人签署了《专利权/申请权转让证明》，约定孙震将上述专利及专利申请对应的全部权益转让予发行人。

截至本保荐工作报告出具之日，发行人与实际控制人共同拥有的专利已经全部变更至发行人名下，发行人不存在与孙震共同拥有和共同申请专利的情形。

（四）发行人应收账款占比较高

截至2014年12月31日、2015年12月31日和2016年12月31日，发行人应收账款净额分别为18,320.70万元、19,143.03万元和26,835.87万元，占流动资产的比例分别为63.46%、56.09%和58.40%。

截至2016年12月31日，发行人应收账款较2015年末增加7,692.84万元，增幅达40.19%，应收账款规模较前两年年末有较为明显的增长，主要是由于发行人2016年开始为惠氏提供“微信摇红包”的终端数字化促销活动服务，而发行人在该促销活动中，需要先行垫资确保微信红包的供应和发放，导致应收账款增幅较大。

发行人应收账款占流动资产比例较大，符合发行人的业务模式特点。首先，发行人主要从事的促销品销售业务存在较强的节假日特征，客户通常在节假日（五一、暑期、国庆节、中秋节、圣诞、元旦、春节等）期间进行大规模促销。由于圣诞、元旦、春节的促销和五一节促销、暑期促销是客户进行促销活动的主要周期，客户需要提前准备大量节日促销品，因此发行人第四季度和第二季度收入规模较大，期末应收账款金额也相应较高。其次，发行人客户主要以宝洁、惠氏、辉瑞、戴尔、微软、百威等世界500强公司为主，这些客户大部分均有各自固定的付款账期，且部分周期较长，导致应收账款余额较大。上述客户付款信用良好，从未出现坏账损失的情况。

根据致同会计师出具的《审计报告》并经项目组核查以及对发行人主要客户的实地走访和函证：报告期各期末，发行人账龄在6个月以内的应收账款占比在98%以上，全部为正常信用期内的账款。发行人应收账款对应的客户主要为世界500强企业或国内知名企业，账龄结构合理、客户信用状况良好，应收账款回收风险较小。

（五）发行人客户集中度较高的问题

发行人客户主要以宝洁、惠氏、辉瑞、戴尔、伊利、微软、百威等世界500强公司及国内知名企业为主。发行人客户主要来自于日化、奶粉、药品和保健品、电子电气、食品饮料等发展前景较好的行业，但是同时存在着客户集中度较高的问题。

2013年以来，发行人高度重视客户集中度较高以及对宝洁依赖较大的问题，

着重加强了客户行业的多元化和新客户的开拓。

2014年、2015年和2016年，发行人对前五大客户的营业收入占全部营业收入的比例分别为63.54%、57.09%和53.66%，其中对宝洁的营业收入占发行人全部营业收入的比例分别为38.33%、28.03%和14.05%。报告期内，发行人前5大客户集中度逐年降低，对大客户宝洁的依赖也持续降低。

项目组与发行人董事长、核心管理团队进行了多次访谈，根据项目组调查情况：作为服务于世界500强和国内知名大型企业客户的中小企业，发行人受团队规模、资金能力等因素的限制，必须首先集中精力做好现有大客户的深入服务，因此客户集中度较高是发行人发展过程中必须经历的一个阶段。随着发行人服务大客户经验的不断积累与实力的持续增强，发行人对新客户的开拓力度加大，客户集中度较高的问题已经得到改善。

目前，发行人客户已从最初集中在日化领域，改善为集中在日化、奶粉、药品和保健品、电子电气、食品饮料等几大领域，客户多样化战略和新客户培育战略已经初见成效。未来，发行人将继续聚焦上述领域，继续加大新客户开发和培育力度，改变过去集中力量将一个客户深耕到极致的做法，让新客户成为盈利能力的持续补给，形成更多业绩增长点，也有效防范单个客户波动对发行人业绩的不利影响。

（六）利润分配政策和未来三年分红规划

按照中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》及《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》，发行人2014年年度股东大会审议通过了修订的上市后适用的《公司章程（草案）》及《北京元隆雅图文化传播股份有限公司股东未来分红回报规划（2015-2017年）》，2017年度第一次临时股东大会审议通过了《北京元隆雅图文化传播股份有限公司股东未来分红回报规划（2017-2019年）》，对公司的利润分配政策和未来规划进行了进一步的完善。具体如下：

1、制定规划所考虑的因素

公司着眼于长远和可持续的发展，充分重视对股东的合理回报。本规划是在综合分析企业经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶

段等情况后制定，旨在建立对股东持续、稳定、科学的回报规则与机制，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

2、规划的制定原则

（1）重视股东权益保护；（2）兼顾公司当前及长远发展需求；（3）依据《公司章程（草案）》中的利润分配政策进行。

3、规划的制定周期

公司至少每三年重新审阅一次《股东未来分红回报规划》，根据股东（特别是社会公众股东）、独立董事和监事的意见，对公司的利润分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划，并由公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司届时的盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及资金需求，制定年度或中期分红方案。

4、未来三年（2017-2019年）具体的股东回报规划

（1）分配方式

公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合或法律、法规许可的其他方式分配股利。公司在盈利、现金流能满足正常经营和长期发展的前提下，相对于股票股利，公司优先采取现金分红。

（2）现金分红规划

1）公司实施现金分红应同时满足下列条件：

①公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

②公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

根据公司章程关于董事会和股东大会职权的相关规定，上述重大投资计划或重大现金支出须经董事会批准，报股东大会审议通过后方可实施。

2) 在满足上述现金分红条件的情况下, 公司原则上每年度进行一次现金分红, 公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

3) 在公司盈利且现金能够满足公司持续经营和长期发展的前提下, 公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。

如果公司净利润保持持续稳定增长, 公司可提高现金分红比例或者实施股票股利分配, 加大对投资者的回报力度。确因特殊原因不能达到上述比例的, 董事会应当向股东大会作特别说明。

4) 董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素, 区分下列情形, 并按照相关规定的程序, 提出差异化的现金分红政策:

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在每次利润分配中所占比例最低应达到 80%;

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在每次利润分配中所占比例最低应达到 40%;

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在每次利润分配中所占比例最低应达到 20%;

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的, 可以按照前项规定处理。

(3) 股票股利

在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下, 基于回报投资者和分享公司价值考虑, 当公司股票估值处于合理范围内, 公司可以发放股票股利, 具体方案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

(4) 剩余未分配利润的用途

公司将审慎合理的使用剩余未分配利润, 剩余未分配利润将用于公司主营业务, 以进一步扩大经营规模, 促进公司快速发展, 逐步实现公司未来发展目标, 最终实现股东利益最大化。

5、公司利润分配的决策程序和机制

公司董事会应于年度报告或半年度报告公布前, 根据公司的利润分配规划和计划, 结合公司当期的生产经营状况、现金流量状况、未来的业务发展规划和资

金使用需求、以前年度亏损弥补状况等因素，以实现股东合理回报为出发点，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，制订公司年度或者半年度的利润分配预案。独立董事应当对利润分配预案发表独立意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

利润分配方案经过上述程序后，由董事会报请股东大会批准。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。利润分配方案应当对未分配利润的使用计划进行说明。公司切实保障社会公众股东参与股东大会的权利，董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以在股东大会召开前向公司中小股东征集其在股东大会上的投票权，但不得采取有偿或变相有偿方式进行征集。独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案需要事先征求独立董事及监事会意见并经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，该议案须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上表决通过股东大会将为社会公众股东提供网络投票方式。

（七）2016 年，发行人促销服务业务下的细分业务名称进行变更

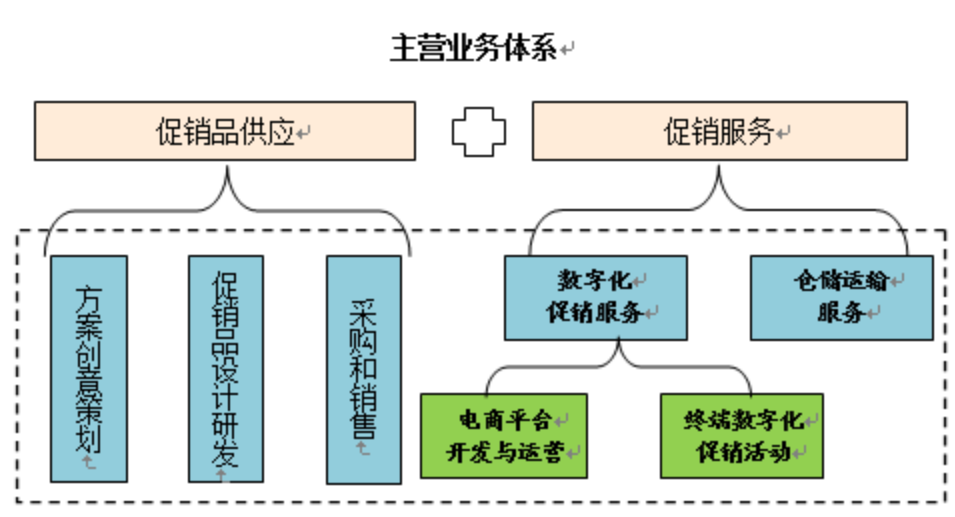
发行人主营业务为营销业务，分为两部分：1、促销品供应业务，主要是为客户供应促销品（包含方案创意策划、促销品设计研发、采购和销售），收入体现为产品销售收入；2、促销服务业务，主要是为客户提供数字化促销服务（包含数字化促销方案的创意策划、促销品电商平台和数字化促销活动平台的开发建设及运营维护、数字化促销品的采购及发放、数字化促销服务的提供、平台运营数据的收集和分析等）和仓储运输服务等，收入体现为服务收入。

2014 年、2015 年和 2016 年，发行人主营业务收入分别为 50,638.87 万元、53,770.84 万元和 68,648.16 万元，其中促销品销售收入分别为 43,894.48 万元、44,697.22 万元和 55,980.51 万元，促销服务收入分别为 6,744.40 万元、9,073.62

万元和 12,667.65 万元万元。报告期内，发行人主营业务未发生变更。

初次申报时，发行人促销服务业务分为仓储运输服务、促销品电商平台服务和客户活动服务。在根据 2016 年财务数据更新申报材料时，促销服务中原有的促销品电商平台业务名称更新为数字化促销服务，具体包括原促销品电商平台业务和新增的终端数字化促销活动服务业务。

2016 年，发行人对业务链条进行了延伸，全面推广终端数字化促销活动服务这一业务。为顺应客户对促销活动的新要求并借助电商平台项目所积累的技术经验，发行人开发了数字化促销平台模型，丰富了数字化促销服务的实现手段，并因此对原有业务名称进行了重新定义，将原促销品电商平台业务和终端数字化促销活动服务业务统称为数字化促销服务业务。



项目组通过查阅公开网站信息和数字化营销专业书籍，以及对负责新业务的副总经理及相关事业部人员进行访谈等方式，对发行人终端数字化促销活动服务的开展情况、业务模式、收入来源、成本构成、盈利模式、未来发展前景等方面进行了尽职调查。根据项目组的核查，发行人终端数字化促销活动服务业务系发行人基于互联网技术开展促销服务战略的落实与体现，是在原有促销品电商平台业务基础上，参照原有业务模式，进行的业务扩展和模式的复制，发行人业务模式、主营业务构成并未发生重大变化。

（八）来自重要客户宝洁的收入出现下滑

2014 年、2015 年和 2016 年，发行人来自宝洁的营业收入分别为 20,714.67 万元、15,521.28 万元和 9,934.11 万元，占营业收入的比例分别为 38.33%、28.03%

和 14.05%。报告期内，随着全球范围内营销策略的调整，宝洁用于促销活动的预算有所降低，发行人来自于宝洁的收入呈现下滑的趋势。

项目组与发行人管理层、相关事业部人员进行了访谈，根据项目组调查情况：受全球范围内营销战略调整的影响，宝洁相应减少了用于营销活动的预算投入，导致发行人从宝洁获取的收入呈现逐年降低的趋势。

另外，自 2015 年 4 月 1 日起，宝洁通过广州壹加市场营销策划有限公司（以下简称“广州壹加”）向发行人发出采购订单、进行资金结算。项目组对发行人、宝洁、广州壹加进行了补充访谈及确认，广州壹加仅是被动执行宝洁的指令，相关的供应商资格的认证考核、采购计划制定、招投标、验收等管理权均掌握在宝洁。上述调整并未改变发行人与宝洁的合作关系，发行人的服务对象、最终客户仍为宝洁。

2014 年以来，发行人已开始着手应对来自宝洁收入出现下滑趋势的风险，实施了多元化的客户开发战略，降低因少数主要客户的波动对发行人的经营业绩产生的不利影响，增强抵御风险的能力。目前，发行人重点开发的伊利、百威、雀巢（含惠氏）、阿里巴巴等新客户的收入贡献基本消除了宝洁收入下滑带来的不利影响。自设立以来，发行人已经历了主要客户摩托罗拉整体退出中国市场的重大变化，并通过经营策略的主动调整，积极化解了重要客户流失带来的不利影响。

三、承销立项评审会议意见及评审情况说明

（一）承销立项评审会议评审意见

保荐机构立项评审会议于 2015 年 4 月 13 日对本项目承销立项申请进行了评审，评审委员会主要的关注问题如下：

1、大客户依赖的风险

报告期内发行人营业收入大幅下降，自 2012 年的 8.01 亿元降至 2014 年的 5.40 亿元，报告期宝洁占比最大，2012、2013、2014 年分别占比 49.08%、45.00% 及 38.33%，若丢掉宝洁客户或者宝洁未来对中国经营战略做出调整或者促销模

式发生变化，将对发行人经营产生重大不利影响。建议在风险章节做重要提示，充分揭示对经营的不利影响。

2、应收账款余额较高

报告期各期末，发行人应收账款分别为 1.96 亿元、1.24 亿元和 1.83 亿元。各年年末应收账款余额较大，且在 2014 年营业收入较前两年大幅下降的情况下，期末应收账款余额较上年末有所增加的主要原因，次年年初相关款项的回收情况。

3、高新技术企业认证

发行人 2014 年 10 月被认定为高新技术企业，请项目组核查是否符合高新技术企业的认定标准。

（二）承销立项评审会议评审结果

承销立项评审会议对本项目承销立项申请予以通过，同意承销立项。

四、内核小组会议讨论的主要问题、审核意见及落实情况

（一）内核小组会议讨论的主要问题和主要问题的落实情况

1、发行人报告期内业绩下滑比较明显，从销售收入、前五大客户销售金额及公司员工等各方面信息所见，项目组对发行人上市后的业绩情况如何进行判断。

答复：

（1）发行人收入逐年下降的原因

2012年-2014年，发行人营业收入分别为80,091.26万元、62,330.27万元和54,048.38万元，收入逐年下降。

从收入下降的原因来分析，主要是来自宝洁、摩托罗拉、中国移动的收入下降导致，具体如下：

2012年-2014年来自宝洁、摩托罗拉、中国移动的收入情况

单位：万元

项目	2012年	2013年	2014年
宝洁	39,306.45	28,050.30	20,714.67

摩托罗拉	12,829.85	5,130.20	-
中国移动	4,551.54	2,941.87	1,189.26
三家客户收入合计	56,687.84	36,122.37	21,903.93
三家客户收入变动额	-	-20,565.47	-14,218.44

来自宝洁的收入下降主要是在经历了2012年伦敦奥运会全球营销投入激增（宝洁是伦敦奥运会十大赞助商之一，当年带奥运五环标志的促销品投放较多，发行人为宝洁亚太区奥运促销品唯一供应商）后，宝洁促销品投入在2013年和2014年逐渐回归常态；来自摩托罗拉的收入下降是因为其2013年宣布退出中国市场；来自中国移动的收入下降是因为受国资委的监管要求，电信运营商最近三年逐年削减营销费用。

（2）发行人收入下降的趋势企稳

从收入下降的金额来看，发行人2013年收入较2012年下降17,760.98万元，2014年收入较2013年仅下降8,281.89万元（不到2013年下降额的50%），发行人收入下降的幅度开始缩减，收入下降的趋势已经企稳。

具体而言，2014年在主要客户宝洁、摩托罗拉、中国移动的收入同比大幅下降约1.42亿元的情况下，来自惠氏奶粉、美赞臣奶粉、辉瑞制药、拜耳制药、百威啤酒、微软、华为、西门子等客户的收入贡献达到1.61亿元，同比增长5,014万元，有效减缓了发行人收入下降的势头。

另外，虽然2014年发行人收入有所下降，但收入质量得以提升。从毛利率来看，发行人2014年毛利率为24.67%，较2013年提升了30%。从毛利额来看，2014年的毛利为13,333.36万元，较2013年的毛利增长1,506.90万元。

（3）新客户的收入贡献逐年增加

从发行人及其所处行业的业务模式来看，一般开发新客户（从“进入500强客户供应商名单”到“成为客户核心供应商”）需要一定的周期。仅取得供应商资质还不足以取得金额大、盈利高的订单，公司往往要从小订单做起，经过2-3年的客户培育，不断向客户展示出卓越的服务品质，才能从众多竞争对手中逐渐胜出，获得越来越多的订单，最终成为客户主要的供应商。发行人历史上与摩托罗拉、宝洁等重要客户业务关系的建立都经历了上述2-3年的培育过程。

2012年之前，发行人把大量的人力、物力投入到服务宝洁等大客户的身上，

对其他客户的开发力度不足。2012年之后，发行人确定了重点开发奶粉、药品与保健品、食品饮料、电子电气等行业客户的目标，比如惠氏奶粉、美赞臣奶粉、辉瑞制药、拜耳制药、百威啤酒、微软、华为、西门子等。经过一定时间的培育，发行人开发新客户的战略开始逐渐显现效果。2014年，上述客户2014年收入达到1.61亿元，同比增长5,014万元，来自新客户的收入显著增加。

随着发行人与上述新客户的合作关系日趋稳定，发行人的业务能力逐渐得到上述新客户的认可，预计2015年来自上述新客户的收入贡献将会进一步增加。另外，2015年初，发行人新取得了诺华制药、伊利股份、洋河酒厂、华硕电脑的供应商资质，经过一定时间的培育，未来将会给发行人收入增长做出较大贡献。

（4）发行人正积极培育新的利润增长点

发行人已组建了物流服务团队和IT服务团队，将业务从产品延伸到服务，从单一环节服务延伸到供应链整体服务，从传统线下服务衍生到互联网线上服务。

报告期内，发行人物流服务发展势头良好。在巩固了传统客户戴尔的基础之上，2014年发行人为宝洁提供的物流服务（包括传统物流及礼品派送、团购换礼等特色物流服务）收入大幅增加1,094.18万元；为辉瑞和诺基亚提供的物流服务收入分别增加505.95万元和341.46万元。

2014年，发行人促销品电商平台服务业务已实现突破式发展，电商平台交易量合计达到8,602.19万元，实现服务收入1,214.56万元，较2013年大幅提升。未来该项业务将成为发行人主营业务开展的核心支撑和营业利润的重要来源。

未来，发行人将重点发展与促销有关的专业物流服务和促销品电商平台服务，为客户提供多元化的营销解决方案，增加公司盈利来源，并通过促销服务支持和带动促销品业务的发展。

（5）总结

项目组对发行人未来收入增长保持积极的态度，具体原因如下：

①报告期内，发行人占宝洁促销品采购额的比例维持在70%以上，证明发行人具有较强的竞争优势。随着宝洁的营销投入逐渐回归常态并开始保持稳步上涨，来自宝洁的收入进一步下降的可能性较低。截至目前，发行人对宝洁的在手订单规模已达1.6亿，预计2015年来自宝洁的收入将保持稳定；

②摩托罗拉和中国移动对发行人的收入贡献较少，未来已经没有继续下降的

空间；

③发行人重点培育开发新客户的战略已经开始显现效果，未来来自新客户的收入将会逐渐增加。

2、鉴于发行人报告期内营业收入的变动趋势，涉及的募投项目特别是运营中心扩建项目的营业收入达成的可能性有多大

答复：

（1）发行人收入下降趋势企稳，新客户收入贡献稳步提升

发行人已经度过了业绩最困难的阶段，收入下降趋势已经企稳，未来收入继续下降的可能性较小。随着对新客户培育开发力度的加大，未来新客户的收入贡献将会稳步提升。具体详见本保荐工作报告“第二节 项目存在的问题及解决情况”之“四、内核小组会议讨论的主要问题、审核意见及落实情况”之“（一）内核小组会议讨论的主要问题和主要问题的落实情况”对第一题的答复。

（2）募投项目盈利预测假设相对谨慎与合理

发行人募投项目盈利预测假设相对谨慎与合理，且有历史数据支撑。

1）运营中心扩建项目盈利预测依据

发行人并非生产型企业，运营中心新增的人员几乎全部为业务人员，运营中心收益情况主要是由新增人员能够新增多少收入以及新增收入的质量情况决定的。

运营中心项目盈利预测相关假设的提出过程：

①各事业部结合自身情况，上报对未来几年现有客户的成长、新增客户销售收入及相关成本的预测情况；

②发行人结合历史业务人员人均销售收入、成本、费用情况，同时结合业务开拓发展的过程谨慎作出盈利预测假设。

主要假设及相关依据如下：

①营业收入：基于北京、上海、深圳现有的客户基础，假设募集资金到位前公司一直在进行客户开拓和市场培育，募集资金到位后，新增业务人员及业务资金将能够形成一定的新增业务量；项目实施第二年和第三年是业务快速增长期；第四年和第五年增速趋于平缓。

促销品供应业务需要一定的培育期，预计第一年三个运营中心各取得2,000万元收入，第二年三个运营中心各取得5,000万元收入，第三年进入正常经营期，预计业务人员人均创造收入达到2014年水平，第四年和第五年分别同比增长10%和5%；

②毛利率：参考2014年主营业务毛利率23%，保守预测业务毛利率为20%；

③税金及附加：营业收入全部为增值税应税项目，附加税为增值税额的12%；

④销售费用、管理费用主要包括：业务人员薪酬福利总额、交通和差旅费、物流和运输费、房租和物业、折旧费和其他管理费用等。销售费用与管理费用占比情况与公司目前经营状况相符；

⑤所得税率：因发行人已成为北京市高新技术企业，企业所得税率为15%。

2) 促销品电商平台建设项目盈利预测依据

促销品电商业务属于发行人顺应互联网发展的大趋势、在报告期内开展的新兴业务，发展状况良好，是未来发行人的发展重点之一。

促销品电商平台建设项目盈利预测相关假设：

①电商平台相关收入包括电商平台服务费、电商平台带来的发行人促销品收入、电商平台仓储物流收入；

②负责电商平台业务的事业部结合目前发展情况，上报对未来收入及成本的预测情况；

③发行人结合现有平台经营状况，结合业务开拓发展的过程谨慎作出盈利预测假设。

主要假设及相关依据如下：

①第1年在现有促销品电商平台业务的基础上组建营销和技术团队，用既有软件技术和业务经验开发新的客户，考虑到业务刚刚起步，谨慎预计第一年增加2家促销品电商客户；第2年扩大营销团队，加大市场开拓力度，用行业解决方案撬动至少4家客户；第3年建成促销品行业集采大电商平台，随着客户成熟度的提高，新增至少6家客户；

②每家客户在电商平台上采购促销品的交易量平均4,000万元/年（参考发行人2014年主要电商平台客户辉瑞制药和百威啤酒的交易规模），发行人收取的各项服务（系统开发费、运行维护费、外包服务费等）的费率平均为2%；

③考虑到发行人可以通过电商平台向客户提供促销品，发行人份额保守按平台交易量的10%估计，促销品毛利率按20%估计（参考2014年主营业务毛利率23%）；

④由于电商平台需要负责物流配送，而B2C模式的电商平台物流成本较高，平台物流收入保守按平台交易量的10%估计，毛利率按20%估计（参考2014年仓储运输服务毛利率23.68%）；

⑤发行人为北京市高新技术企业，所得税率按15%执行。

3）创意研发中心项目主要用于提高发行人促销服务整体解决方案的设计水平，不直接产生效益。

（3）总结

发行人所处行业为营销服务业，行业总容量大，从业企业数量众多，市场集中度较低，未来发展空间巨大。

报告期内，发行人重点开发维护的许多新客户，在经过2-3年培育期后，目前逐步进入收获期。另外，发行人在保持自身良好发展趋势的前提下，也可通过招募成熟团队的方式，对行业进行整合，以提升发行人盈利能力和市场竞争力，实现内生与外延同步发展。

综上，基于行业整体规模较大、发行人目前经营情况好转、募投项目盈利预测相对谨慎等原因，预期发行人未来有能力实现募投项目收入、业绩目标。

3、发行人2013年向银行转让其应收账款，发行人是否面临较大的流动性风险

答复：

发行人向银行转让应收账款，主要系将对宝洁的应收账款向银行贴现。

2013年下半年开始，宝洁在全球范围内调整信用政策，将对供应商的账期由45天延长至75天。同时，为了避免账期延长对供应商造成较大的影响，帮助供应商实现应收账款的尽快回收，宝洁为供应商介绍花旗银行提供融资服务。在此背景下，发行人与花旗银行签署了应收账款贴现的相关协议。

自签署协议以来，发行人始终按照协议约定将对宝洁的应收账款在满足条件时予以贴现，以实现快速回款、提升资金使用效率，发行人将其应收账款贴现并

不是短期内的行为，不存在流动性风险。

4、截至2012年12月31日、2013年12月31日和2014年12月31日，发行人的应收账款分别为19,621.06万元、12,423.82万元和18,320.70万元，占流动资产的比例分别为55.76%、39.87%和63.46%，应收账款占流动资产比例较高。其中，2014年末的应收账款增加显著，较2013年末增加5,896.88万元，增幅为47.46%。请项目组补充说明对应收账款的核查情况。

答复：

（1）项目组对报告期内每年的主要客户均进行了实地走访和访谈，确认了发行人与主要客户之间的业务关系。

（2）项目组会同致同会计师对报告期内发行人每年末的应收账款进行函证，确认回函金额与账面金额相符。

（3）针对发行人2014年营业收入下降、应收账款反而增加的问题，项目组会同致同会计师核查了发行人2014年12月的大额订单情况，通过核查客户入库资料、第三方物流信息等方式，对期末收入及应收账款的确认实施了截止性测试程序，确认发行人收入及应收账款的真实性、准确性。

（4）项目组访谈了发行人事业一部（主要服务宝洁公司）负责人，访谈了宝洁市场部相关人员，对收入和应收账款的真实性进行了确认。

（5）项目组核查了截至2014年末应收账款的回款情况，对期后大额回款，项目组取得了相应的记账凭证、银行进账单等资料。截至本内核答复出具之日，发行人2014年末应收账款已回款15,075.29万元，占期末应收账款原值的比例为81.93%，应收账款回款不存在异常情况。

5、发行人2014年营业收入下降13.3%，营业利润却上升了135.8%，请说明原因以及对未来业绩的影响情况

答复：

（1）发行人2014年营业收入下降、营业利润却上升的原因

1）发行人2014年营业收入下降的原因

发行人2014年营业收入下降，主要系宝洁、摩托罗拉和中国移动等客户的收

入下降所致，发行人对宝洁、摩托罗拉和中国移动的收入合计下降约1.42亿元。

其中，在经历了2012年伦敦奥运会全球营销投入激增后，宝洁在2014年收入回归常态；来自摩托罗拉的收入下降是因为其2013年宣布退出中国市场；来自中国移动的收入下降是因为受国资委的监管要求，电信运营商最近三年逐年削减营销费用。

2) 发行人2014年营业利润上升的主要原因

①促销品业务毛利率提高：发行人对业务订单进行了筛选，主动放弃参与部分预计毛利率较低的订单比价和投标，重点承做毛利率较高的订单，促销品业务毛利率提升3.43个百分点，营业毛利企稳回升；

②促销服务毛利贡献增加：发行人调整促销业务结构，高毛利率的仓储运输服务、促销品电商平台服务占促销服务的比例显著提高，仓储运输服务毛利贡献较2013年增加47.18%，促销品电商平台服务实现突破式增长，毛利贡献由50.55万大幅增加至551.91万；

③期间费用控制加强：因发行人调整了贵金属工艺品业务模式，削减了特许纪念品业务规模，加强了对事业部的费用控制，管理费用和销售费用有所降低，且因发行人银行借款金额降低，财务费用大幅减少。

(2) 对未来业绩的影响情况

为应对业绩波动的影响，发行人致力于保持现有主要客户的粘性、积极培育和开发新客户，注重客户结构多元化和客户关系的多层次性，提升业务发展的可持续性。

1) 发行人注重对现有客户的维护

现有主要客户是其盈利的主要来源。发行人非常注重对现有客户的维护，并进一步提升其在主要客户促销投入中的份额。报告期内，发行人占宝洁促销投入的份额始终维持在70%以上。宝洁在经历促销策略调整后，未来促销投入会稳中有升。截至目前，发行人对宝洁的在手订单规模已达1.6亿，预计2015年收入基本保持稳定。

2) 发行人注重开拓发展新客户

发行人所处的行业及其业务模式决定了开发新客户（从“进入500强客户供应商名单”到“成为客户核心供应商”）需要一定的周期。仅取得供应商资质还

不足以取得金额大、盈利高的订单，发行人往往要从小订单做起，经过2-3年的客户培育期，不断向客户展示出卓越的服务品质，才能从众多竞争对手中胜出，成为客户主要的供应商。

2012年之前，发行人把大量的人力、物力投入到服务宝洁等大客户的身上，对其他客户的开发力度不足。2012年之后，发行人确定了重点开发奶粉、药品与保健品、食品饮料、电子电气等行业客户的目标，2012年以来，发行人重点开发了奶粉、药品与保健品、食品饮料、电子电气等行业客户，如惠氏奶粉、美赞臣奶粉、辉瑞制药、拜耳制药、百威啤酒、微软、华为、西门子等。经过一定时间的培育，发行人开发新客户战略开始逐渐显现效果，来自上述新客户的收入开始增加。

目前，发行人已建立了充足的新客户储备。2015年初，发行人取得了诺华制药、伊利股份、洋河股份、华硕电脑的供应商资质，经过一定时间的培育，未来将会给发行人收入增长做出较大贡献。

3) 发行人新增运营中心增加新业务机会

发行人本次募投项目之一为“运营中心扩建项目”，计划在潜在客户集中的北京、上海、深圳三地建立运营中心，加大对潜在客户的开发力度，培育新的利润增长点，以进一步扩大促销品供应业务的规模。项目实施后，发行人将在中国经济最发达、营销服务业客户最集中的三大地区形成较为完备的促销品供应服务体系，预计未来有助于发行人业绩的大幅增长。

6、发行人所属促销品行业，属细分行业。针对近年来市场上新出现的促销方式，如：微信推送等，对发行人现有促销模式的影响，建议项目组在申报材料中予以详细陈述。

答复：

根据项目组对发行人管理层的访谈，客户营销费用主要分为两部分：线上的广告费用和线下的促销费用。目前，微信推送等使用的是客户的线上广告费用，并不占用线下促销费用的额度。

项目组认为，随着互联网技术的快速发展，互联网人口迅速增加，客户在互联网上的营销投入也相应加大。因此，如果客户未来改变营销侧重，逐步减少线

下促销的投入，将会导致发行人业务量的缩减。

同时，项目组也注意到：（1）随着客户营销手段日趋多元化，客户更加重视线上与线下的互动营销，单纯靠一种营销方式很难在目前激烈的市场竞争中处于优势地位，客户对线下促销的作用仍然非常看重；（2）发行人对互联网不是排斥的态度，而是积极拥抱的态度。2013年以来，发行人准确把握行业发展趋势与下游客户的需求调整，在行业中率先推出了促销品电商平台业务，实现了促销品供应线上与线下的融合。未来发行人还将利用自身在促销品电商平台业务的优势，加大新客户的开发力度，促进促销品供应业务规模的迅速增长。

项目组已在招股书中“风险因素”一节对客户营销方式可能发生的变化进行了风险揭示。

（二）内核小组会议的审核意见

保荐机构内核小组于2015年4月15日召开内核会议对本项目进行了审核。参加本次内核会议的内核小组成员为10人，会议表决结果为：10票通过，0票反对，0票弃权。保荐机构内核小组对本次发行申请的内核意见如下：北京元隆雅图文化传播股份有限公司首次公开发行并上市符合《公司法》、《证券法》、《首发管理办法》等法律、法规、政策中有关公司首次公开发行股票并上市的条件，募集资金运用符合相关法律、法规和国家产业政策要求。国泰君安证券股份有限公司同意推荐北京元隆雅图文化传播股份有限公司本次首次公开发行股票并上市。

五、发行人经营状况核查和与盈利能力相关的尽职调查情况

（一）收入方面

1、保荐机构复核了会计师出具的审计报告，对发行人会计师进行了访谈及问核，了解发行人收入确认原则及其合理性。

2、保荐机构对发行人高级管理人员及财务负责人进行了访谈，了解发行人业务模式、不同模式下的收入确认情况，分析合理性。

3、保荐机构实地走访了发行人报告期内的主要客户，结合发行人合同签订情况、实际结算情况、会计处理情况，确认发行人与客户交易的合理性及持续性；通过客户访谈，了解主要客户对发行人所处行业及所从事业务的理解和看法。

4、保荐机构会同会计师对发行人报告期内每年11月和12月的销售收入进行了截止性测试，通过查询第三方物流凭证、调阅第三方仓储签收单等辅助资料的方式，对发行人期末收入确认情况进行了核查，重点关注了发行人是否存在会计期末突击确认销售以及是否存在期后大量销售退回的情况。

5、保荐机构通过现场走访沟通、复核会计师函证等方式核查销售收入的真实性，发行人报告期主要大额应收账款回款情况予以调查，关注回款的及时性及其可收回性。

6、保荐机构查阅并复核了发行人报告期内每年主要客户的收入情况及主要客户合同的签署及履行情况，并详细分析了各期主要促销品和促销服务的收入及变动情况。

7、保荐机构核查了报告期内每年新增客户的业务合同签署及执行情况，以及报告期内主要客户的业务合同签署及执行情况。

8、保荐机构通过检索工商信息、对发行人主要客户当面访谈确认，取得发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员声明与承诺的方式，核查发行人报告期内是否存在利用与关联方或其他利益相关方的交易实现报告期收入的增长的情形，是否存在隐匿关联交易或关联交易非关联化的情形。

9、保荐机构抽查了发行人主要客户报告期末大额应收账款的期后回款情况。

经核查，保荐机构认为：发行人收入确认政策符合经营的实际情况，符合《企业会计准则》的有关规定；发行人收入构成及主要客户变化与实际经营情况相符；报告期内，未发现发行人利用与关联方或其他利益相关方的交易实现报告期收入增长情况；未发现发行人存在隐匿关联交易或关联交易非关联化的情形；报告期内，发行人销售收入真实、准确。报告期内，发行人大额应收款项能够按期收回。

（二）成本方面

1、查阅发行人存货管理的有关制度及期末存货盘点记录，了解发行人对存货的管理情况及期末盘点情况。

2、对报告期内主要存货执行监盘程序。

3、对发行人报告期内的主要供应商进行实地走访，了解发行人业务模式以及与供应商开展业务的情况。

4、分析主要产品单位销售成本的变动情况，检查收入确认数量与结转成本

数量是否一致，以确认成本结转的完整性。

5、发行人受客户不同需求订单的影响，各期供应商变化较大，供应商较为分散，不存在供应商依赖的情形。保荐机构取得了发行人各期供应商明细表，核对供应商名单及各期变化情况。

6、对发行人财务负责人、发行人会计师进行访谈、问核，了解发行人成本核算方法及报告期内是否保持一贯性。

经核查，保荐机构认为：发行人已建立存货盘点制度，并能够得到有效执行；发行人成本核算方法符合实际经营情况及会计准则的规定，成本核算准确、完整，报告期内，发行人成本核算方法保持一贯性。报告期内，发行人为客户提供的促销种类繁多，各期供应商变化较大且较为分散，不存在个别供应商依赖的情形。

（三）期间费用方面

1、保荐机构获取并查阅了发行人的期间费用明细表，访谈了发行人的管理人员、销售人员、财务人员，分析报告期内发行人期间费用及明细项目的合理性，关注各期是否异常变化、变动趋势与经营情况是否相符。

2、保荐机构复核了期间费用中的职工薪酬与应付职工薪酬计提表，分析职工薪酬波动与在册人数的变化，并通过访谈的方式了解发行人薪酬政策。

3、保荐机构查阅了发行人的房屋租赁合同、特许权协议、贵金属工艺品委托代销协议等协议，分析相关期间费用金额的合理性。

4、保荐机构查阅了会计师出具的审计报告，对会计师进行了问核，了解期间费用异常波动的原因及合理性。

5、保荐机构查阅了发行人的财务费用明细、银行借款合同等资料，复核发行人利息费用计算的准确性和完整性。

6、保荐机构对会计师进行了问核，了解会计师关于资产负债表日前后期间费用截止测试的执行情况。

7、保荐机构对发行人实际控制人进行了访谈并取得其出具的说明，核实是否存在代发行人支付费用的情况。

经核查，保荐机构认为：发行人期间费用水平合理，波动情况正常、合理，期间费用核算准确、完整。

（四）净利润方面

1、保荐机构对发行人报告期各期的营业利润、利润总额和净利润及其变化情况进行了分析。

2、保荐机构对发行人坏账准备计提比例、固定资产折旧年限等会计估计与可比轻资产类型上市公司进行了对比分析。

3、保荐机构获取了发行人报告期内与政府补助相关的政府部门审批文件、银行收款凭证、发行人关于政府补助的会计处理凭证，并与《企业会计准则》的相关要求进行了核对和分析。

4、保荐机构取得了发行人持有的高新技术企业证书，并通过查阅相关法律法规、税收优惠申请文件并与发行人相关人员访谈，对发行人享受税收优惠的情况进行了核查。

经核查，保荐机构认为：发行人报告期内政府补助确认真实、准确，会计处理恰当、合理，所享受税收优惠合法合规。发行人符合所享受的税收优惠的条件，相关会计处理的合规性，发行人已对可能存在的无法持续享受税收优惠的情形进行风险揭示。

六、发行人公开发售股份的尽职调查情况

根据发行人于 2015 年 3 月 15 日召开的第一届董事会第九次会议、2015 年 4 月 10 日召开的 2014 年年度股东大会，于 2016 年 12 月 22 日召开的第二届董事会第五次会议、2017 年 1 月 9 日召开的 2017 年第一次临时股东大会，于 2017 年 4 月 21 日召开的第二届董事会第七次会议、2017 年 5 月 8 日召开的 2017 年第二次临时股东大会，本次发行方案中不涉及股东公开发售股份的情形。

七、保荐机构认为需要说明的其他事项

根据《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的相关规定，发行人董事、高级管理人员作出如下承诺：

1、本人不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、对本人的职务消费行为进行约束；

- 3、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；
- 4、由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；
- 5、元隆雅图如实施股权激励，行权条件将与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

保荐机构认为，发行人对即期回报摊薄预计情况合理，发行人董事、高级管理人员出具了相应承诺，符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》中关于保护中小投资者合法权益的精神。

八、证券服务机构专业意见核查情况说明

（一）对发行人律师专业意见的核查情况

本保荐机构的项目现场执行人员全过程参与发行人律师的相关尽职调查过程，包括：联合提交尽职调查文件清单，共同审阅收集的发行人相关尽职调查文件，共同履行相关的走访和访谈过程，就尽职调查过程中发现的问题及时探讨并就解决方案达成一致意见。本保荐机构就相关事项所作的判断与发行人律师的专业意见不存在重大差异。

（二）对发行人会计师专业意见的核查情况

本保荐机构的项目现场执行人员协同发行人聘请的会计师进行相关内控测试，获取并审阅财务、业务、监管部门意见等相关的尽职调查文件，访谈财务、业务等相关部门。通过尽职调查过程中获得的信息和合理核查，本保荐机构认为就相关事项所作的判断与发行人会计师的专业意见不存在重大差异。

（此页无正文，为《国泰君安证券股份有限公司关于北京元隆雅图文化传播股份有限公司首次公开发行A股股票之发行保荐工作报告》之签章页）

项目经办人签字：


傅冠男


魏 鹏


姚 涛

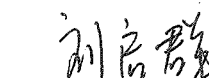

陈 聪

项目协办人签字：

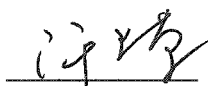

黄 祥

保荐代表人签字：


徐可任


刘启群

内核负责人签字：


许业荣

保荐业务部门负责人签字：


杨晓涛

保荐业务负责人签字：


朱 健

保荐机构法定代表人签字：


杨德红



国泰君安证券股份有限公司

2017 年 5 月 10 日