(上接B14版)

序号	客户名称	销售金额（元）	占销售收入的比例
1	丝芙兰化妆品销售有限公司	6,042,735.78	12.62%
2	强生（中国）有限公司	4,983,800.05	10.40%
3	米其林（中国）投资有限公司	4,822,354.43	10.07%
4	莱珀妮商贸（上海）有限公司	3,169,765.98	6.62%
5	欧莱雅（中国）有限公司	2,533,379.51	5.29%
	合计	21,552,035.75	44.99%

②）上海氢氪2012年度前5名客户的情况列示如下：

序号	客户名称	销售金额（元）	占销售收入的比例
1	丝芙兰化妆品销售有限公司	6,066,228.34	20.11%
2	莱珀妮商贸（上海）有限公司	2,632,417.13	8.73%
3	上海永裕医药有限公司	2,257,030.20	7.48%
4	强生（中国）有限公司	2,190,185.44	7.26%
5	威富服装（深圳）有限公司	2,043,535.92	6.78%
	合计	15,189,397.03	50.37%

最近两年一期，上海氢氪前五名销售客户占总收入的比重均较大，上述销售客户与上海氢氪不存在关联关系。

8、上海氢氪报告期内的关联交易情况

①）被受劳务的关联交易

关联方	交易性质	定价方式	2014.1-4		2013		2012	
			金额（元）	占同类交易比例（%）	金额（元）	占同类交易比例（%）	金额（元）	占同类交易比例（%）
上海睿波文化传播工作室	广告策划等	协议价	566,840.50	12.08	137,281.00	1.53	-	-
上海优荷市场营销策划有限公司	广告策划等	协议价	-	-	526,876.00	5.87	-	-

②）关联租赁情况

出租方	承租方	租赁资产种类	租赁起始日	租赁终止日	定价依据	租赁费用
詹 嘉	上海沃动	房屋及建筑物	2012.1.1	2012.12.31	协议价	120,000.00

③）关联方资金拆借

2014年1-4月上海氢氪与关联方的资金拆借情况如下：

单位：元

关联单位名称	期初应收余额	借方发生	贷方发生	期末应收余额
李 劼	351,549.94	203,907.99	-	555,457.93
张 璐	367,824.96	182,608.05	-	550,433.01
李 翔	549,224.93	196,685.65	200,000.00	545,910.58
吴兆华	187,149.94	32,550.06	-	219,700.00
李 楠	293,827.79	3,262,393.29	-	3,556,221.08
郑家泓	752,212.21	2,634,461.87	-	3,386,674.08
小 计	2,501,789.77	6,512,606.91	200,000.00	8,814,396.68

2013年上海氢氪与关联方的资金拆借情况如下：

单位：元

关联单位名称	期初应收余额	借方发生	贷方发生	期末应收余额
李 劼	264,701.98	86,847.96	-	351,549.94
张 璐	274,400.99	93,423.97	-	367,824.96
李 翔	463,316.40	85,908.53	-	549,224.93
吴兆华	175,301.98	11,847.96	-	187,149.94
李 楠	-	293,827.79	-	293,827.79
郑家泓	255,118.62	497,093.59	-	752,212.21
小 计	1,432,839.97	1,068,949.80	-	2,501,789.77

2012年上海氢氪与关联方的资金拆借情况如下：

单位：元

关联单位名称	期初应收余额	借方发生	贷方发生	期末应收余额
李 劼	-	264,701.98	-	264,701.98
张 璐	-	274,400.99	-	274,400.99
李 翔	200,000.00	263,316.40	-	463,316.40
吴兆华	-	251,301.98	76,000.00	175,301.98
郑家泓	-	255,118.62	-	255,118.62
小 计	200,000.00	1,308,839.97	76,000.00	1,432,839.97

④）关联方应收应付款项

单位：元

项 目	关联方	2014.4.30	2013.12.31	2012.12.31
其他应收款	李 劼	555,457.93	351,549.94	264,701.98
	张 璐	550,433.01	367,824.96	274,400.99
	李 翔	545,910.58	549,224.93	463,316.40
	吴兆华	219,700.00	187,149.94	175,301.98
	李 楠	3,556,221.08	293,827.79	-
	郑家泓	3,386,674.08	752,212.21	255,118.62
	小 计	8,814,396.68	2,501,789.77	1,432,839.97
预付账款	上海睿波文化传播工作室	178,140.05	-	-
	小 计	178,140.05	-	-
应付账款	上海优荷市场营销策划有限公司	-	285,000.00	-
	上海睿波文化传播工作室	-	137,281.00	-
	小 计	-	422,281.00	-
其他应付款	郑家泓	4,111,769.10	4,162,769.10	4,162,769.10
	李 楠	3,950,523.25	3,999,523.25	3,999,523.25
	小 计	8,062,292.35	8,162,292.35	8,162,292.35

注：上海氢氪已于2014年5-6月收回上述其他应收款，上述其他应付款也已支付完毕。

（八）其他事项

1、交易标的出资及合法存续情况

翁嘉、李翔、张璐、李劼已在《关于合法合规性的承诺函》中承诺：承诺人对上海氢氪广告有限公司不存在出资不实、虚假出资或者抽逃出资的情形。

翁嘉、李翔、张璐、李劼已在《氢氪股权转让合同》中承诺：

标的公司及下属分子公司已经进行税务登记，按期缴纳税款，不存在因拖欠税款或违反税收法规而受到或可能受到税务处罚的情况；如政府税务机关要求标的公司补缴或追征本次转让完成日之前的税款，或对标的公司于本次转让完成日之前的税务事项或涉税行为进行处罚（即使该行为在转让完成日后被发现），该补缴、追征税款或税务罚款以及由此对标的公司造成的全部损失由转让方承担。

标的公司经营合规，标的公司在环保、用工、消防、安全、工商、工信、文化等政府监管方面审批手续齐备，业务运营符合相关规定；如标的公司因本次转让完成日前不合规经营导致受到政府相关部门处罚造成的损失由转让方向标的公司承担全部赔偿责任。"

2、最近三年进行资产评估、交易、增资或改制情况

上海氢氪成立至本报告书出具日，除本次交易评估外，未进行过其他资产评估工作，亦未进行过任何企业改制工作。

2014年4月，上海氢氪收购上海沃动100%股权，具体情况请参见本章之"一、上海氢氪基本情况"之"（四）下属企业及产权控制关系"之"2、历次沿革"之"（4）2014年4月股权变更"。

上海氢氪增资情况参见本章之"一、上海氢氪基本情况"之"（二）历史沿革"。

3、原高管人员的安排

《氢氪股权转让合同》约定了本次交易完成后上海氢氪原高级管理人员的安排，具体情况参见"第六章 本次交易合同的主要内容"之"七、与标的资产相关的人员安排"。

4、影响独立性的协议或其他安排情况

截至本报告书出具日，相关主体之间不存在影响上海氢氪独立性的协议或其他安排。

5、股权转让前置条件

《氢氪股权转让合同》约定了本次交易中股权转让的先决条件，具体情况参见"第六章 本次交易合同的主要内容"之"五、股权转让的先决条件及交割安排"。

6、许可他人使用资产情况

上海氢氪不涉及许可他人使用自有资产的情况。

7、本次交易涉及的债权债务转移情况

鉴于《氢氪股权转让合同》项下之标的资产为股权，标的公司作为独立法人的身份不因本次交易而改变，因此，本次交易不涉及债权债务的转移。

二、琥珀传播基本情况

（一）基本情况

公司名称：银色琥珀文化传播（北京）有限公司

注册地：北京市东城区东四北大街107号天海商务大厦505室

主要办公地点：北京市东城区东四北大街107号天海商务大厦505室

注册资本：163.50万元

实收资本：163.50万元

法定代表人：刘阳

企业类型：有限责任公司（自然人投资或控股）

成立日期：2002年7月19日

税务登记证号码：110101741572145

经营范围：组织文化艺术交流；承办展览展示；电脑图文设计、制作；企业形象策划；市场营销策划；会议服务；礼仪服务；技术推广服务；经济信息咨询；设计、制作、代理发布广告；摄影服务。

（二）历史沿革

1、2002年7月成立

都雅文化系由自然人刘兵、宋沛然、齐密云于2002年7月出资设立的有限公司，设立时的注册资本为30万元。根据北京凌峰会计师事务所有限公司于2002年7月18日出具的《2002京凌验字7-18-1号《审计验资报告书》，截至2002年7月18日，都雅文化已收到全体股东缴纳的30万元货币出资。2002年7月19日，北京市工商行政管理局向都雅文化核发了《企业法人营业执照》。

都雅文化设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘兵	10	33.34%
2	宋沛然	10	33.33%
3	齐密云	10	33.33%
合计		30	100.00%

2、2005年8月股权转让及公司名称变更、住所变更、经营范围变更

2005年8月11日，都雅文化股东会做出决议，同意将公司名称变更为琥珀视觉，将公司住所变更为"北京市海淀区北三环西路43号青云里满庭芳园D座1907号"，将公司经营范围变更为"法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动"。同意刘兵将其持有的都雅文化10万元货币出资转让给刘巳楚，宋沛然将其持有的都雅文化10万元的货币出资转让给刘巳楚，齐密云将其持有的都雅文化10万元货币出资转让给魏微。同日，各方签订《出资转让协议书》对此次股权转让予以确认。

2005年8月11日，北京市工商行政管理局向琥珀视觉核发了新的《企业法人营业执照》。

此次股权转让之后，琥珀视觉的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘巳楚	20	66.67%
2	魏微	10	33.33%
合计		30	100.00%

3、2006年8月公司住所变更和第二次股权转让

2006年8月22日，琥珀视觉股东会作出决议，同意魏微将其持有的公司10万元货币出资转让给王英杰，2006年8月23日，双方签订了《股权转让协议书》对此次股权转让进行了确认。

2006年8月23日，琥珀视觉股东会作出决议，同意公司将住所变更为北京市东城区东四北大街107号天海商务大厦B座505室，将公司经营范围变更为影视广告设计；动画设计制作；企业形象策划；图文设计制作；承办展览展示；摄影。

2006年9月14日，北京市工商行政管理局东城分局向琥珀视觉核发了新的《企业法人营业执照》。

此次股权转让之后，琥珀视觉的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘巳楚	20	66.67%
2	王英杰	10	33.33%
合计		30	100.00%

4、2008年11月第三次股权转让

2008年11月24日，琥珀视觉股东会做出决议，同意刘巳楚将其持有的公司18万元货币出资转让给新股东刘阳，同意刘巳楚将其持有的公司2万元货币出资转让给新股东田斌，同意王英杰将其持有的公司1万元货币出资转让给新股东田斌。同日，各方签订了《股权转让协议书》对此次股权转让予以确认。

本次股权转让后，琥珀视觉的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘阳	18	60.00%
2	王英杰	9	30.00%
3	田斌	3	10.00%
合计		30	100.00%

5、2012年2月公司名称及经营范围变更

2012年2月16日，琥珀视觉股东会做出决议，同意将公司名称变更为琥珀传播，同意将公司经营范围变更为组织文化艺术交流活动；承办展览展示；电脑图文设计制作；企业形象策划；市场营销策划；会议服务；礼仪服务；技术推广服务；文艺创作；经济信息咨询；设计、制作、代理发布广告；摄影（以工商局核定为准）。

2012年2月16日，北京市工商行政管理局东城分局向琥珀传播核发了新的《企业法人营业执照》。

6、2012年10月第四次股权转让

2012年10月23日，琥珀传播股东会作出决议，同意刘阳将其持有的公司6万元货币出资转让给孙唯一，王英杰将其持有的公司0.6万元货币出资转让给孙唯一，田斌将其持有的公司0.6万元货币出资转让给孙唯一。

此次股权转让后，琥珀传播的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘阳	12	40.00%
2	王英杰	8.4	28.00%
3	孙唯一	7.2	24.00%
4	田斌	2.4	8.00%
合计		30	100.00%

7、2014年3月增资

2014年3月16日，琥珀传播作出股东会决议，同意将公司注册资本增加至163.5万元，上述增资款项已到位。

2014年3月18日，北京市工商行政管理局东城分局向琥珀传播核发了新的《企业法人营业执照》。

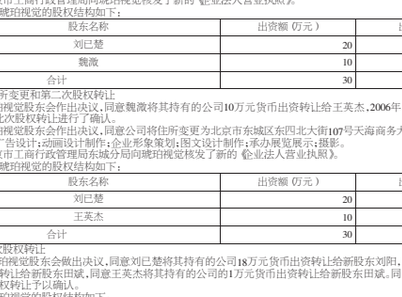
本次增资完成后，琥珀传播的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘阳	65.40	40.00%
2	王英杰	45.78	28.00%
3	孙唯一	39.24	24.00%
4	田斌	13.08	8.00%
合计		163.5	100.00%

（三）股权结构及实际控制人

1、股权结构图

截至本报告书出具日，琥珀传播的股权及控制关系如下图所示：



2、分公司情况

为拓展业务，琥珀传播于2012年6月设立琥珀传播上海分公司，并于2012年6月13日领取了上海市工商行政管理局嘉定分局核发的《营业执照》。

琥珀传播上海分公司的基本情况如下：

企业名称：银色琥珀文化传播（北京）有限公司上海分公司

注册号：310114002409439

营业场所：嘉定区兴贤路1388号4幢2356室

经营范围：公关活动组织策划，展览展示服务，图文设计制作，企业形象策划，会务服务，展览展示服务。【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】

3、实际控制人情况

琥珀传播的实际控制人为刘阳先生，其具体信息详见"第三章 交易对方情况"之"二、交易对方之琥珀传播股东情况"之"（一）刘阳"。

（四）下属企业及产权控制关系

截至本报告书出具日，琥珀传播无存在产权控制关系的下属企业。

（五）最近两年一期主要财务指标

根据天健出具的天健审〔2014〕5451号《审计报告》，琥珀传播最近两年一期的财务数据如下：

1、琥珀传播最近两年一期资产负债表主要数据：

单位：元

项目	2014.4.30	2013.12.31	2012.12.31
流动资产合计	19,952,855.56	16,858,012.36	7,744,831.40
非流动资产合计	419,194.72	409,362.36	251,306.95
资产总计	20,372,050.28	17,267,374.72	7,996,138.35
流动负债合计	9,750,460.84	9,825,172.02	5,079,645.56
非流动负债合计	-	-	-
负债总计	9,750,460.84	9,825,172.02	5,079,645.56
所有者权益总计	10,621,589.44	7,442,202.70	2,916,492.79

2、琥珀传播最近两年一期利润表主要数据：

单位：元

项目	2014.1-4	2013年度	2012年度
一、营业收入	15,192,542.00	28,245,617.14	17,319,543.82
二、营业成本	6,504,166.01	9,527,951.78	6,912,510.42
三、营业利润	2,490,897.04	6,330,698.75	3,380,101.60
四、利润总额	2,478,397.04	6,333,193.35	3,380,101.60
五、净利润	1,844,386.74	4,525,709.91	2,396,874.97

3、琥珀传播最近两年一期相关财务指标：

项目	2014.4.30	2013.12.31	2012.12.31
资产负债率	47.86%	56.90%	63.53%
项目	2014.1-4	2013年度	2012年度
销售毛利率	57.19%	66.27%	60.09%
销售净利率	12.14%	16.02%	13.84%

（六）主要资产权属、对外担保及主要负债情况

1、主要资产及权属状况

根据天健出具的天健审〔2014〕5451号《审计报告》，截至2014年4月30日，琥珀传播的主要资产状况如下表所示：

单位：元

项目	金额	占总资产的比例	主要构成
货币资金	1,594,794.78	7.83%	银行存款
应收账款	7,270,641.95	35.69%	对客户的应收账款
预付款项	1,135,526.37	5.57%	对供应商的预付账款
其他应收款	9,951,892.46	48.85%	对关联方的应收款项
流动资产合计	19,952,855.56	97.94%	-
固定资产	406,175.37	1.99%	电子设备
递延所得税资产	13,019.35	0.06%	-
非流动资产合计	419,194.72	2.06%	-
资产总计	20,372,050.28	100.00%	-

公司主要资产为流动资产，占总资产的比例为97.94%，其中应收账款占比35.69%，主要系提供服务过程中形成的应收款；其他应收款占比48.85%，主要系股东刘阳、王英杰、孙唯一、田斌形成股东暂借款966万元和关联方北京同博唯知文化传媒有限公司3.46万元资金往来，该部分款项于2014年5月收回。

①）办公用房租赁情况

序号	承租方	出租方	坐落	租赁期限	面积（㎡）
1	琥珀传播	北京北电科林电子有限公司	北京市东城区东四北大街107号B座5层502、503、505房间	2012.4.1-2017.3.31	296.1
2	琥珀传播	北京北电科林电子有限公司	北京市东城区东四北大街107号B座5层506房间	2013.10.7-2014.10.6	67.5
3	琥珀传播上海分公司	上海史坦金商务服务有限公司	蒙自路169号3号楼304单元部位	2013.10.22-2015.11.21	466.4

②）域名

序号	域名	注册日期	到期日期	所有人
1	Ambercn.com	2006.6.29	2015.6.29	琥珀传播

2、主要负债情况

根据天健出具的天健审〔2014〕5451号《审计报告》，截至2014年4月30日，琥珀传播的主要负债状况如下表所示：

单位：元

项目	金额	占负债总额的比例	
应付账款	3,834,427.00	39.33%	对供应商形成的应付款
预收款项	922,292.19	9.46%	预收客户款项
应付职工薪酬	965,406.76	9.90%	职工工资、社保、公积金等项目的余额
应交税费	3,933,364.03	40.34%	应交增值税、企业所得税等项目的余额
其他应付款	94,970.86	0.97%	对关联方形成的应付款项
流动负债合计	9,750,460.84	100.00%	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	9,750,460.84	100.00%	-

公司负债全部由流动负债构成，其中应付账款占比39.33%，主要系采购物料及外包过程中形成的应付款；应交税费占比40.34%，主要系公司期末存在大额应交企业所得税，该部分企业所得税于2014年5月完成缴纳。

3、对外担保情况

截至本报告书出具日，琥珀传播不存在对外担保情况。

（七）琥珀传播主营业务发展情况

琥珀传播的主营业务为《整合数字营销服务》及《数字整合媒介代理》服务。自2011年起，公司业务进入到快速发展期，为了增强市场竞争优势，更好地服务重点客户，琥珀传播于2012年6月在上海成立分公司，重新梳理优化了客户资源设置，重建组织构架。在维护现有客户的基础上，公司进一步在上海拓展了轩尼诗、多乐士、瑞士莲等深度合作客户，逐步形成了北京、上海两地《整合数字营销服务》与《数字整合媒介代理》齐头并进的发展态势。

1、主营业务情况

①）整合数字营销服务

整合数字营销服务是琥珀传播的主营业务之一，主要分为两个板块——品牌数字整合推广策略、品牌数字创意传播管理。

①.琥珀数字整合推广策略

品牌数字整合推广策略主要为客户提供包括品牌中国市场整合沟通策略建构、品牌数字沟通与推广年度规划、品牌数字社会化媒体年度策略与执行规划、整体预算分配等方面综合性深度服务。近年来，公司在该领域服务的主要客户情况及服务内容如下：

序号	服务客户	服务类型	服务内容	服务时间
1	可口可乐饮料（上海）有限公司	品牌数字整合推广策略	消费者大数据洞察、竞品分析、品牌年度推广规划、品牌数字沟通与推广年度规划、品牌数字社会化媒体年度策略与执行规划、社会化媒体运营	2010年至今
2	莲特贸易（上海）有限公司	品牌数字整合推广策略	年度整合推广规划、整体预算分配、电商平台搭建、品牌数字沟通与推广年度规划、品牌数字社会化媒体年度策略与执行规划、社会化媒体运营	2012年至今
3	阿克苏诺贝尔太古涂油（上海）有限公司/阿克苏诺贝尔太古涂油（广州）有限公司	品牌数字整合推广策略	年度数字营销策略、消费者大数据洞察、品牌数字沟通与推广年度规划、品牌数字社会化媒体年度策略与执行规划、社会化媒体运营	2013年至今
4	拉法耶特百货（北京）有限公司	品牌数字整合推广策略	消费者大数据洞察、品牌定位、市场分析、卖点梳理、数字整合推广规划	2013年至今
5	酩悦轩尼诗帝亚吉欧洋酒（上海）有限公司	品牌数字整合推广策略	数字营销整合推广策略、年度数字营销策略、消费者大数据洞察、品牌数字沟通与推广年度规划、品牌数字社会化媒体年度策略与执行规划、社会化媒体运营	2014年

②.品牌数字整合创意管理

品牌数字整合创意管理更加侧重阶段性、更精准手段性的管理服务，如单独数字促销活动计划与执行、网络互动创意视频的拍摄推广、品牌数字自媒体平台内容营销、品牌活动O2O互动营销、品牌官方数字沟通平台规划与搭建等。近年来，公司在该领域服务的主要客户及服务内容如下：

序号	服务客户	项目名称	项目类型	服务内容	服务时间
1	可口可乐饮料（上海）有限公司	2010世博会虚拟场馆建设	品牌官方数字沟通平台规划与搭建、品牌活动O2O互动营销	数字虚拟馆创意体验流程、数字平台搭建、数字虚拟馆运营维护、网络口碑的内容营销	2010年
2	可口可乐饮料（上海）有限公司	美味非尝不可	品牌活动O2O互动营销	目标城市定向体验、品牌推广、消费者大数据追踪、品牌数字自媒体平台内容营销	2011年--2012年
3	可口可乐饮料（上海）有限公司	运动到伦敦	数字促销活动计划与执行、网络互动创意视频的拍摄推广	数字促销活动整合策划和执行、数字创意传播管理、活动数字沟通平台搭建和运营管理、移动平台APP制作、品牌社会化媒体传播运营和管理	2012年
4	莲特贸易（上海）有限公司	来自瑞士最好的礼物	如单独数字促销活动计划与执行、品牌官方数字沟通平台规划与搭建	数字促销活动整合策划和执行、数字创意传播管理、活动数字沟通平台搭建和运营管理、移动平台应用制作、O2O互动营销、品牌社会化媒体传播运营和管理	2012年
5	可口可乐饮料（上海）有限公司	自然回甘、回味更持久	数字促销活动计划与执行、品牌活动O2O互动营销	数字促销活动整合策划和执行，数字创意传播管理、活动数字沟通平台搭建和运营管理、移动平台应用制作、O2O互动营销、品牌社会化媒体传播运营和管理	2013年
6	阿克苏诺贝尔太古涂油（上海）有限公司/阿克苏诺贝尔太古涂油（广州）有限公司/阿克苏诺贝尔装饰涂料（邮坊）有限公司	一百万个多彩开始	数字促销活动计划与执行、品牌活动O2O互动营销	数字促销活动整合策划和执行，数字创意传播管理、活动数字沟通平台搭建和运营管理、移动平台应用制作、O2O互动营销、品牌社会化媒体传播运营和管理	2013年
7	阿克苏诺贝尔太古涂油（上海）有限公司/阿克苏诺贝尔太古涂油（广州）有限公司/阿克苏诺贝尔装饰涂料（邮坊）有限公司	CQ色商	数字促销活动计划与执行、内容营销	数字创意传播管理、CQ概念社会化口碑话题传播、品牌社会化媒体传播运营和管理	2013年
8	上海国际汽车零部件采购中心有限公司	赛倍佩机油中国数字沟通平台	数字沟通平台搭建	产品卖点梳理、消费者大数据追踪、活动数字沟通平台搭建和运营管理	2013年
9	凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司	戴尔官方微博运营	数字促销活动计划与执行、内容营销	社会化口碑话题传播、品牌社会化媒体传播运营和管理	2012年至今
10	可口可乐饮料（上海）有限公司	追求品质、快乐行善	数字促销活动计划与执行、品牌活动O2O互动营销	数字促销活动整合策划和执行，数字创意传播管理、活动数字沟通平台搭建和运营管理、移动平台应用制作、O2O互动营销、品牌社会化媒体传播运营和管理	2014年
11	北京恒美广告有限公司上海分公司	博览世界之旅	数字促销活动计划与执行、内容营销	数字创意传播管理、全球博览世界之旅选手招募、数字口碑话题传播、品牌社会化媒体传播运营和管理	2014年

②.数字整合媒介代理服务

数字整合媒介代理服务主要是为深度合作客户提供数字媒介整合规划和投放建议、预算分配、数字媒介购买与投放等项目。近年来，公司在该领域服务的主要客户及服务内容如下：

序号	服务客户	项目名称	项目类型	服务内容	服务时间
1	莲特贸易（上海）有限公司	圣诞及春节推广	数字整合媒介代理	年度数字媒介整合规划，数字媒介购买与投放	2012年--2013年
2	酩悦轩尼诗帝亚吉欧洋酒（上海）有限公司	年度推广	数字整合媒介代理	年度数字媒介整合规划，数字媒介购买与投放	2014年
3	华特迪士尼（上海）有限公司	年度推广	数字整合媒介代理	年度数字媒介整合规划，数字媒介购买与投放	2014年
4	上海英联食品饮料有限公司	年度推广	数字整合媒介代理	年度数字媒介整合规划，数字媒介购买与投放	2014年
5	无锡灵山文化旅游集团有限公司/无锡灵山景区经营有限公司	灵山旅游区春季推广	数字整合媒介代理	年度数字媒介整合规划，数字媒介购买与投放旅游类精准线上广告投放	2014年

秉承《互动创造实效》的企业理念，琥珀传播利用自身数字整合营销的优势以及对消费者的敏锐洞察，不断为客户提供清晰有效的策略咨询；同时，通过不断优化服务流程、人才引进、员工培训等措施，不断提升项目的服务质量和服务水平，获得了众多客户的一致好评，并与其建立了长期深入的合作关系，业务规模不断发展扩大。

2、琥珀传播的业务服务流程

①）数字营销服务业务流程

①一个完整的项目流程需经客户部、策划部、创意部、技术部、媒介部成员分工配合完成。

②客户部在接到客户合作意向工作单后，邀约策划部、创意部、技术部、媒介部召开项目启动会议，根据项目目标、客户需求、品牌定位、产品特性、传播环境、目标受众特性等内容进行策略性分析，进而为客户提供最优化的专属项目解决方案。

③创意部、策划部根据工作单要求完成工作产出创意，经客户总监或项目经理确认后，将其由客户部提交客户确认。

④经客户确认之后，设计部、制作部进行内容制作、网站开发、媒体播放等具体工作，再将制作完成后的作品由客户部提交客户再次确认。

⑤媒介部根据确认后的作品推广排期，联络相关媒体进行沟通，确认最优化的数字推广资源组合。

⑥在项目执行结束后，项目经理制作项目结案报告，统计各平台数值及KPI达成情况，对传播效果进行全方位评估和分析，以便为客户提供后续传播建议。

②.数字媒介代理服务业务流程

①在接到客户投放需求之后，项目团队根据项目特质制定出适合客户需求的媒体投放规划。

②按照制定的媒体投放计划锁定媒体投放平台，并将其交客户确认。

③签订合同后，按客户确认的媒体投放计划进行媒体投放。

④项目执行结束后，向客户提供监播报告和项目效果评估报告。

3、琥珀传播的经营模式

①）采购模式

琥珀传播的主要采购支出系项目实施过程中的采购和项目外包。

项目实施过程中的采购主要集中在网络广告媒体购买、视频及图片拍摄、社会化自媒体发布等媒体投放层面；外包部分通常为舆情监测、活动搭建等下游供应层面。琥珀传播在采购与外包服务商筛选合作中一贯秉承优质、稳定、共成长的理念，与采购外包供应商保持着良好深入的合作关系。

②.服务模式

经过多年培育和积累，琥珀传播在数字营销行业中积累了一支配备全面、经验丰富的人才团队，并依靠出色的项目执行效果在业内获得了口碑与好评。同时，为了更好地服务客户，琥珀传播根据客户风格、项目需求等不同特质，联动北京、上海两地，配备专属匹配的项目执行团队，协同配合，进一步提升了项目执行效率和质量，为客户提供全面的数字整合推广服务，从而大大降低了客户与多个代理商之间的沟通成本和内部消耗，这也使得琥珀传播与客户缔造出了深入稳定的长期合作关系，确保在项目中的作业水平、传播节奏管理、KPI达成等层面收到良好的效果。

①.客户维护与开发

琥珀传播业务来源包括新客户开发、已合作客户介绍、合作伙伴推荐等。在维护现有客户的基础上，公司非常重视对核心客户的深度挖掘，以拓宽现有业务的深度和广度。同时，琥珀传播还通过与4A广告公司、TOP公关公司的合作，将客户资源联动和共享；另外，基于公司在行业中的知名度和已有客户的口碑推荐，吸引了越来越多的客户主动与公司达成合作。

4、质量控制情况

①.客户服务质量把控。在与客户达成合作之初，琥珀传播会对客户所处行业特征、企业性质、作业风格等内容进行分析，挑选适合的项目服务团队与客户进行沟通与合作，确保客户的信息能够被准确的接收和掌握，减少沟通时的信息流失，把握客户的兴趣点，以指导项目方案及达成执行效果。如，在与老佛爷等时尚轻奢品牌合作时，整体客户服务团队均有着丰富的时尚、潮品服务经验；在与博世、戴尔品牌合作时，服务团队一般对IT科技的知识储备极为丰富。

②.策划方案质量把控。客户年度方案、大型客户比稿方案均由策划部专业团队来完成《策划部团队平均策划从业经验在4年以上》，同时，总监及策划团队、该客户服务经理会参与创意头脑风暴，以保证策划方案能够在多角度思维下得到发散，最终保证创意方案能够高质量的产出。

③.执行效果质量把控。在项目执行阶段，项目作业前会收到清晰的工作单，各部门人员根据工作单的具体标准和要求进行作业。另外，在提交作品时，首先需要得到该部门负责人的确认，再经客户部负责人的审核确认后提交客户，最终由客户确认后发布执行。

5、公司市场评价及获奖情况

①.市场评价

琥珀传播是一家走在数字时代最前端的企业，为品牌创造更有效的沟通模式。作为一家有实力的全方位传播管理公司，公司不断与领先品牌合作，发展出富有创意的整合传播解决方案，以实现品牌与消费者之间真正具有实效性的互动。近年来，公司在不断赢得更多合作伙伴信赖的同时，也频频赢得数字传播领域各大奖项，被最新一期的《Advertising Age》（《广告时代》）誉为中国"数字手可热的数字广告公司"。同时，公司培养了许多如百度、可口可乐、戴尔、多乐士、巴黎老佛爷、瑞士莲等知名品牌作为自己的合作伙伴，得到了市场上的一致好评。

②.获奖情况

公司近三年获奖情况如下：

序号	获奖时间	获得奖项	颁奖单位
1	2014年	大中华区艾菲实效代理公司TOP10（综合排名第六）	中国广告协会、大中华区艾菲奖推广委员会
2	2014年	金鼠标数字营销全场大奖	中国商务广告协会
3	2014 年	金鼠标数字营销最佳媒介策略大奖	中国商务广告协会
4	2014 年	金鼠标数字营销整合金奖	中国商务广告协会
5	2014 年	金鼠标数字营销社会化营销类银奖	中国商务广告协会
6	2014年	中国经典传播虎啸奖最佳整合大奖	《广告大观》、中国广告协会
7	2014年	中国经典传播虎啸奖案例类金奖	《广告大观》、中国广告协会
8	2014年	中国经典传播虎啸奖案例类铜奖	《广告大观》、中国广告协会
9	2014年	中国经典传播虎啸奖案例类铜奖	《广告大观》、中国广告协会
10	2014年	中国经典传播虎啸奖代理机构奖	《广告大观》、中国广告协会
11	2014年	中国年度最佳数字营销案例	《中国广告》、中国广告协会
12	2013?年	"Campaign"2013大中华区最佳独立数字服务商	Campaign亚太地区
13	2013年	中国艾菲奖大中华区时尚风格类金奖?	中国广告协会、大中华区艾菲奖推广委员会
14	2013年	中国艾菲奖大中华区企业声誉类金奖?	中国广告协会、大中华区艾菲奖推广委员会
15	2013年	中国艾菲奖大中华区家居用品类铜奖	中国广告协会、大中华区艾菲奖推广委员会
16	2013年	中国4A金印奖企业网站类银奖	中国商务广告协会
17	2013年	中国4A金印奖整合营销类银奖	中国商务广告协会
18	2013年	中国4A金印奖社会化营销类银奖	中国商务广告协会
19	2013年	中国4A金印奖无线营销类铜奖	中国商务广告协会
20	2013年	中国广告长城奖案例类金奖?	中国广告协会
21