

一重要提示  
1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。  
1.2 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	博瑞传播	600880	四川传媒
联系人和联系方式				
姓名	傅军	王燕		
电话	028-67961183	028-62560962		
传真	028-62560793	028-62560793		
电子邮箱	qj@brcb.com.cn	wangy@brcb.com.cn		

二主要财务数据和股东情况  
2.1 公司主要财务数据

	单位:元 币种:人民币	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产		4,823,003,118.29	4,843,172,542.87	-0.41
归属于上市公司股东的净资产		3,587,028,042.64	3,624,488,019.66	-1.03
归属于上市公司股东的每股净资产		17.833	18.000	-0.93
经营活动产生的现金流量净额		87,001,027.06	314,530,764.87	-72.34
研发投入金额		640,146,348.64	759,627,000.88	-15.73
归属于上市公司股东的净利润		71,853,028.00	156,963,654.49	-54.23
归属于上市公司股东的每股净利润		3.667	7.833	-53.24
加权平均净资产收益率(%)		1.97	4.50	减少253.03个百分点
基本每股收益(元/股)		0.07	0.14	-50.00
稀释每股收益(元/股)		0.07	0.14	-50.00

2.2截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东(或无限售条件股)持股情况表

单位:股

截止报告期末股东总数(户)				66,817
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)				0
前10名股东持股情况				
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有无限售条件的股份数量
成都博瑞传播控股集团有限公司	国有法人	23.32	254,389,676	253,706,092
成都新城市传媒	国有法人	10.20	111,536,758	106,596,969
吕蔚	境内自然人	1.04	11,391,510	0
中国银行-嘉实服务增值行业证券投资基金	其他	0.76	8,311,749	0
深圳市博瑞投资有限公司	未知	0.64	7,000,000	0
何春华	境内自然人	0.61	6,627,281	0
香港中央结算有限公司	境外法人	0.58	6,006,297	0
兴业全球基金-招商银行-兴全基金-兴全货币	其他	0.55	6,000,000	0
汪林沐	境内自然人	0.45	4,869,330	0
申万菱信资产-工商银行-国金证券资产管理	其他	0.40	4,391,309	0

上述股东关联关系或一致行动的说明

成都博瑞传播控股集团有限公司与成都新城市传媒有限公司、除本公司外，上述其他股东之间均无关联关系，也无其他持股属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。

上述股权激励计划的实施及股权激励数量的变更

上述股东关联关系及一致行动的说明  
成都博瑞传播股份有限公司与成都新城市传媒为一致行动人,除此之外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系,也未知其他股东与上市公司是否存在关联关系。

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明  
不适用

三管理层讨论与分析  
2015年上半年,随传统媒体行业整体加速下滑,公司的传统媒体经营业务发行投、印刷、报纸广告业务同期收入均加速下降;小额贷款公司受逾期贷款清收压力和行业调整的双重因素叠加影响,收入大幅下滑;新媒体业务的增长难以抵消传统媒体业务下滑带来的利润下降,受上述因素共同影响,公司本期经营指标大幅超预期。

报告期内,公司实现营业收入6.56亿元,同比减少18.02%;完成净利润7566万元,归属于母公司所有者的净利润7185万元,同比分别较上年同期增减60.64%、54.23%。

公司目前正持续、大力推进产业转型,效益显现时间存在一定的滞后性。

(一)新媒体业务板块上半年运营情况  
报告期内,公司新媒体业务实现主营收入19236万元,占公司营业总收入的29.32%,实现净利润2423万元,占公司净利润的60.88%。其中,受移动互联网成为营销渠道,取得较好的营销效果,上半年实现净利润472万元,较去年同期增加103.88%。报告期内,公司新上线游戏两款,预计下半年将有一两款游戏收入运营,以手游为主的新产品正在成为提升公司游戏业绩的重要推动力,游戏板块未来发展可期。

1、在优化老产品的基础上,继续重点推进手游产品的自主研发,加速培育新游戏亮点,多款游戏产品有望于2015年下半年上线。

2、受移动互联网流量红利趋紧,加大对《侠义》、《七雄》等系列产品线的推广和运营营销,改善游戏品质,增加用户粘度,增加用户生命周期,减缓产品收入下滑速度。

同时,加大研发投入,努力研发新产品,漫游海外游戏《全民主公》自今年3月中旬登录腾讯微信平台以来,截至6月30日单款游戏收入达3896万元,成为继《横扫千军》、《七雄争霸》后公司的第二款爆款游戏,引领公司上半年游戏业务获得突破性进展。目前博瑞传播旗下尚有《龙之战魂》、《加冕为王》、《天天打枪》、《全民英雄》、《梦幻西游》和《暴走英雄》等多款产品,公司将加快推进上述工作,预计8月起将陆续投入运营,届时将形成多点发展的局面,为巩固传统游戏业务并拓展了新的增长点。

2、以《龙之守护》为突破口,大力推进公司精品游戏的海外输出战略,海外市场发展良好。

公司在2014年下半年以《龙之守护》为突破口探索韩国网游市场的基础上,通过与海外发行商合作的方式,将手游资源,大力推进公司精品游戏海外输出战略。截至2015年6月30日,《龙之守护》单款手游在韩国、台湾、北美、巴西等地区和国家流水收入已经实现近1000万元;微信游戏《全民主公》自今年6月登陆韩国市场,下半年还将陆续上线日本、美国等国家。

下一步,公司将借美国3R中国CJ游戏展会东风,在海滩馆推出《龙之战魂》、《加冕为王》和《横扫千军》等手游产品,凭借精美的画质、较高的可玩度,预计上述精品游戏将为公司海外市场发展带来较强的竞争力。为大力推进公司精品游戏的海外输出战略目标的实现,公司将通过上述海外发行方式,嫁接海外平台和资源,搭建起自己的游戏出海通道,以便公司游戏的海外发行、海外本土化运营和海外市场推广。

3、坚持传统游戏运营推广平台,继续保持与运营商的良好互动。

报告期内,采用以精品传播渠道的方式,通过《全民主公》等精品手游精细化运营与推广,应用宝、手等平台的合作共谋,同时持续提升与360、百度、小米、UC等渠道的合作关系,通过打造专业的商务队伍,建立良性的沟通渠道,借助优质业务平台资源及丰富的游戏运营经验,最大限度发挥合作双方的优势,共同拓展游戏业务市场。下半年,除现有的游戏渠道外,公司将重点加大上述工作,预计8月起将陆续投入运营,届时将形成多点发展的局面,为巩固传统游戏业务并拓展了新的增长点。

(二)公司重点业务推进情况  
1、小额贷款业务  
受经济持续下行影响,今年民间借贷市场活跃度继续走低,信用市场环境远未恢复,加之逾期贷款清收压力和行业调整双重因素叠加,小贷公司业务大幅收缩。报告期内,公司小额贷款业务收入和利润总额较去年同期大幅下滑,实现营业收入2,895.16万元,同比减少44.7%,实现净利润745.67万元,同比减少58.77%。与此同时,公司在上半年加大了与国有担保公司的业务合作,“小微”贷款业务收益得到一定增长,日均闲置资金较前期大幅下滑。下半年,小贷公司一方面将继续盘活存量资产,加强与国有担保公司的紧密合作以消化存量资金;同时,增加“小、微”业务数量,在分散风险的同时提高资金使用效率。

2、银行理财及广告业务  
受宏观经济下行影响,广告板块前期扩招的武汉、海口、三亚、杭州、深圳等户外广告项目,利润均出现不同程度下滑,导致银行广告营业收入及利润出现大幅萎缩。报告期内,银行广告共实现营业收入10,896.17万元,同比增幅27.14%;利润总额-979.16万元,同比下降26.76%。下半年,银行小贷公司以社区媒体和交通媒体为重点突破点,继续夯实其在四川面向全国的户外广告资源及运营平台发展之路。

3、发行网络业务  
受传统媒体加速下滑影响,报告期内,公司纸媒发行配送业务略有下滑,但税后利润出现大幅度提升。报告期内,公司实现营业收入-42.07万元,同比下降103%。公司电商配送业务日均订单达单量略有减少,但收入基本保持稳定。下半年,发行配送板块在做好日常工作的同时,将启动天猫商超配送业务和O2O业务的试点,以伺机搭建本地第三方O2O配送平台。

3.1 投资并购工作进展  
1、实施并购2014年实施并购核利1.57亿元,已触发并购协议中关于博瑞传播对其后26%股权的收购条件。经公司第九届董事会第四次决议审议通过,博瑞传播将以26805.827万元的对价交易对受让了漫游后续30%股权收购工作,进一步优化提升了公司的资产质量,加快了公司向新媒体战略转型。

2、以新产业、新项目为驱动,积极寻求“资本、并购、升级”三点突破  
2015年上半年,公司完成了董事、监事及高级管理人员的换届工作,新一届领导班子将围绕“资本、并购、升级”三点突破,加大进一步调整业务并购力度,积极推进相关项目的研究工作。一是寻求利用国有资源资本化机遇,用金融、资本手段促进公司产业结构调整。二是立足现有产业布局,以新项目为驱动力,重点推进广告经营产业的升级和延展。一方面,通过加大新媒体研发人员和并购相结合的方式,积极拓展DSP广告平台和区域内外广告资源等领域的投资项目,力争有力为公司媒体资源和经营规模,提升公司在户外广告资源领域的专业性、专业性和品牌影响力。力争成为国内户外媒体公司中创新性、专业性、品牌性、规模性具有博瑞特色的新企业。另一方面,在积极构建与树德中学“全天候”伙伴关系的基础上,以资本为纽带,以实体项目为抓手,全力推进博瑞教育产业结构的优化升级。三是加强已投资项目的后期管理,寻求已投资项目的新三板挂牌和IPO的可能性,确保项目投资收益的取得。

3.1 主营业务分析  
3.1.1 财务报表相关科目变动分析表

科目	单位:元 币种:人民币	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入		640,146,348.64	759,627,000.88	-15.73
营业成本		390,100,276.99	380,511,289.59	-5.10
销售费用		44,462,024.89	44,289,229.00	0.44
管理费用		143,862,040.10	132,364,678.14	8.69
财务费用		-971,623.24	-9,438,119.34	-5.67
经营活动产生的现金流量净额		87,001,027.06	314,530,764.87	-72.34
经营活动产生的现金流量净额		-4,159,037.42	-174,330,187.43	97.61
经营活动产生的现金流量净额		-481,263,403.7	-172,160,269.87	-64.72
研发投入金额		640,146,348.64	759,627,000.88	-15.73
研发投入金额		640,146,348.64	759,627,000.88	-15.73

3.2 截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东(或无限售条件股)持股情况表

度大幅度提升,报告期内,公司实现净利润-42.07万元,同比下降1103%。公司电商运营及物流配送系统虽有减少,但收入基本保持稳定。下一步,发行计划该板块在做好基础工作的同时,将启动天猫超市配送业务和O2O业务的试点,以网络搭建本地第三方O2O配送平台。

(三)实施混合并购工作进展

1、天地源联合并购36%股权收购

截至联合2014年12月末,天地源净利润1.57亿元,已触发并购协议中关于博瑞传播对其后续盈利的承诺条款。经公司第三届董事会第四次会议审议通过,博瑞传播将以约26806.82万元的交易对价完成了对天地源36%股权收购,进一步优化和提升了公司的资产质量,加快了公司向新媒体的战略转型。

2、以并购方式,新项目为驱动,积极寻求“资本、并购、升级”三点突破

2015年上半年,公司完成了董事、监事及高级管理人员的换届工作,新一届领导班子将重点围绕有资源资产证券化和股权投资业务拓展,进一步明确收购新方向,积极推进相关项目的研究工作。一是寻求以资源驱动证券化运用,用金融、资本手段促进公司产业结构调整;二是立足现有产业布局,以新项目为着力点,重点推进“广告和新媒体产业”的升级和拓展。一方面,通过加大新媒体技术投入和并购相结合的方式,积极推进“广告平台”和“新媒体”业务,提升公司核心竞争力;另一方面,通过并购方式,积极寻求“广告和新媒体”业务升级公司在广告、品牌创意、专业性、品牌溢价、力争取公司成为国内户外媒体广告中创新性专业人才典范,构建具有博瑞特色的新业态“广告平台”一方面,在积极构建与树德中学“全生态”伙伴关系的同时,以资本为纽带,以实体项目为抓手,全力推进博瑞教育产业结构的优化升级。三是加强已投项目的投资管理,寻求已投项目的三连胜牌和IPO的可能性,确保项目投资收益的取得。

上述股东关联关系及一致行动的说明  
成都博瑞传播股份有限公司与成都新城市传媒为一致行动人,除此之外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系,也未知其他股东与上市公司是否存在关联关系。

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明  
不适用

三管理层讨论与分析  
2015年上半年,随传统媒体行业整体加速下滑,公司的传统媒体经营业务发行投、印刷、报纸广告业务同期收入均加速下降;小额贷款公司受逾期贷款清收压力和行业调整的双重因素叠加影响,收入大幅下滑;新媒体业务的增长难以抵消传统媒体业务下滑带来的利润下降,受上述因素共同影响,公司本期经营指标大幅超预期。

报告期内,公司实现营业收入6.56亿元,同比减少18.02%;完成净利润7566万元,归属于母公司所有者的净利润7185万元,同比分别较上年同期增减60.64%、54.23%。

公司目前正持续、大力推进产业转型,效益显现时间存在一定的滞后性。

(一)新媒体业务板块上半年运营情况  
报告期内,公司新媒体业务实现主营收入19236万元,占公司营业总收入的29.32%,实现净利润2423万元,占公司净利润的60.88%。其中,受移动互联网成为营销渠道,取得较好的营销效果,上半年实现净利润472万元,较去年同期增加103.88%。报告期内,公司新上线游戏两款,预计下半年将有一两款游戏收入运营,以手游为主的新产品正在成为提升公司游戏业绩的重要推动力,游戏板块未来发展可期。

1、在优化老产品的基础上,继续重点推进手游产品的自主研发,加速培育新游戏亮点,多款游戏产品有望于2015年下半年上线。

2、受移动互联网流量红利趋紧,加大对《侠义》、《七雄》等系列产品线的推广和运营营销,改善游戏品质,增加用户粘度,增加用户生命周期,减缓产品收入下滑速度。

同时,加大研发投入,努力研发新产品,漫游海外游戏《全民主公》自今年3月中旬登录腾讯微信平台以来,截至6月30日单款游戏收入达3896万元,成为继《横扫千军》、《七雄争霸》后公司的第二款爆款游戏,引领公司上半年游戏业务获得突破性进展。目前博瑞传播旗下尚有《龙之战魂》、《加冕为王》、《天天打枪》、《全民英雄》、《梦幻西游》和《暴走英雄》等多款产品,公司将加快推进上述工作,预计8月起将陆续投入运营,届时将形成多点发展的局面,为巩固传统游戏业务并拓展了新的增长点。

2、以《龙之守护》为突破口,大力推进公司精品游戏的海外输出战略,海外市场发展良好。

公司在2014年下半年以《龙之守护》为突破口探索韩国网游市场的基础上,通过与海外发行商合作的方式,将手游资源,大力推进公司精品游戏海外输出战略。截至2015年6月30日,《龙之守护》单款手游在韩国、台湾、北美、巴西等地区和国家流水收入已经实现近1000万元;微信游戏《全民主公》自今年6月登陆韩国市场,下半年还将陆续上线日本、美国等国家。

下一步,公司将借美国3R中国CJ游戏展会东风,在海滩馆推出《龙之战魂》、《加冕为王》和《横扫千军》等手游产品,凭借精美的画质、较高的可玩度,预计上述精品游戏将为公司海外市场发展带来较强的竞争力。为大力推进公司精品游戏的海外输出战略目标的实现,公司将通过上述海外发行方式,嫁接海外平台和资源,搭建起自己的游戏出海通道,以便公司游戏的海外发行、海外本土化运营和海外市场推广。

3、坚持传统游戏运营推广平台,继续保持与运营商的良好互动。

报告期内,采用以精品传播渠道的方式,通过《全民主公》等精品手游精细化运营与推广,应用宝、手等平台的合作共谋,同时持续提升与360、百度、小米、UC等渠道的合作关系,通过打造专业的商务队伍,建立良性的沟通渠道,借助优质业务平台资源及丰富的游戏运营经验,最大限度发挥合作双方的优势,共同拓展游戏业务市场。下半年,除现有的游戏渠道外,公司将重点加大上述工作,预计8月起将陆续投入运营,届时将形成多点发展的局面,为巩固传统游戏业务并拓展了新的增长点。

(二)公司重点业务推进情况  
1、小额贷款业务  
受经济持续下行影响,今年民间借贷市场活跃度继续走低,信用市场环境远未恢复,加之逾期贷款清收压力和行业调整双重因素叠加,小贷公司业务大幅收缩。报告期内,公司小额贷款业务收入和利润总额较去年同期大幅下滑,实现营业收入2,895.16万元,同比减少44.7%,实现净利润745.67万元,同比减少58.77%。与此同时,公司在上半年加大了与国有担保公司的业务合作,“小微”贷款业务收益得到一定增长,日均闲置资金较前期大幅下滑。下半年,小贷公司一方面将继续盘活存量资产,加强与国有担保公司的紧密合作以消化存量资金;同时,增加“小、微”业务数量,在分散风险的同时提高资金使用效率。

2、银行理财及广告业务  
受宏观经济下行影响,广告板块前期扩招的武汉、海口、三亚、杭州、深圳等户外广告项目,利润均出现不同程度下滑,导致银行广告营业收入及利润出现大幅萎缩。报告期内,银行广告共实现营业收入10,896.17万元,同比增幅27.14%;利润总额-979.16万元,同比下降26.76%。下半年,银行小贷公司以社区媒体和交通媒体为重点突破点,继续夯实其在四川面向全国的户外广告资源及运营平台发展之路。

3、发行网络业务  
受传统媒体加速下滑影响,报告期内,公司纸媒发行配送业务略有下滑,但税后利润出现大幅度提升。报告期内,公司实现营业收入-42.07万元,同比下降103%。公司电商配送业务日均订单达单量略有减少,但收入基本保持稳定。下半年,发行配送板块在做好日常工作的同时,将启动天猫商超配送业务和O2O业务的试点,以伺机搭建本地第三方O2O配送平台。

3.1 投资并购工作进展  
1、实施并购2014年实施并购核利1.57亿元,已触发并购协议中关于博瑞传播对其后26%股权的收购条件。经公司第九届董事会第四次决议审议通过,博瑞传播将以26805.827万元的对价交易对受让了漫游后续30%股权收购工作,进一步优化提升了公司的资产质量,加快了公司向新媒体战略转型。

2、以新产业、新项目为驱动,积极寻求“资本、并购、升级”三点突破  
2015年上半年,公司完成了董事、监事及高级管理人员的换届工作,新一届领导班子将围绕“资本、并购、升级”三点突破,加大进一步调整业务并购力度,积极推进相关项目的研究工作。一是寻求利用国有资源资本化机遇,用金融、资本手段促进公司产业结构调整。二是立足现有产业布局,以新项目为驱动力,重点推进广告经营产业的升级和延展。一方面,通过加大新媒体研发人员和并购相结合的方式,积极拓展DSP广告平台和区域内外广告资源等领域的投资项目,力争有力为公司媒体资源和经营规模,提升公司在户外广告资源领域的专业性、专业性和品牌影响力。力争成为国内户外媒体公司中创新性、专业性、品牌性、规模性具有博瑞特色的新企业。另一方面,在积极构建与树德中学“全天候”伙伴关系的基础上,以资本为纽带,以实体项目为抓手,全力推进博瑞教育产业结构的优化升级。三是加强已投资项目的后期管理,寻求已投资项目的新三板挂牌和IPO的可能性,确保项目投资收益的取得。

3.1 主营业务分析  
3.1.1 财务报表相关科目变动分析表

科目	单位:元 币种:人民币	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入		640,146,348.64	759,627,000.88	-15.73
营业成本		390,100,276.99	380,511,289.59	-5.10
销售费用		44,462,024.89	44,289,229.00	0.44
管理费用		143,862,040.10	132,364,678.14	8.69
财务费用		-971,623.24	-9,438,119.34	-5.67
经营活动产生的现金流量净额		87,001,027.06	314,530,764.87	-72.34
经营活动产生的现金流量净额		-4,159,037.42	-174,330,187.43	97.61
经营活动产生的现金流量净额		-481,263,403.7	-172,160,269.87	-64.72
研发投入金额		640,146,348.64	759,627,000.88	-15.73
研发投入金额		640,146,348.64	759,627,000.88	-15.73

3.2 截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东(或无限售条件股)持股情况表

单位:股	截止报告期末股东总数(户)	截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	前10名股东持股情况			
	66,817	0				
			前10名股东持股情况			
			持股比例(%)	持股数量	持有无限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
成都博瑞传播股份有限公司	国有法人	23.32	254,389,676	253,706,092	0	0
成都新城市传媒	国有法人	10.20	111,536,758	106,596,969	0	0
吕蔚	自然人	1.04	11,391,510	0	未知	
中国银行股份有限公司	其他	0.76	8,311,749	0	未知	
深圳市博瑞投资有限公司	未知	0.64	7,000,000	0	未知	
何春华	自然人	0.61	6,627,281	0	未知	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.58	6,006,297	0	未知	
兴业全球基金-招商银行-兴全基金-兴全货币	其他	0.55	6,006,297	0	未知	
林沐林	自然人	0.45	4,869,330	0	未知	
申万菱信资产-工商银行-国金证券资产管理	其他	0.40	4,391,309	0	未知	

公司代码:600880

公司简称:博瑞传播

成都博瑞传播股份有限公司

【2015】半年度报告摘要

营业收入变动原因说明:本期营业收入较上年同期减少15.73%,主要原因系传统媒体加速下滑,新建户外媒体尚未达产,小额贷款行业性调整等影响所致。

经营活动产生的现金流量净额变动原因说明:本期公司经营活动产生的现金流量净额同比减少72.34%,主要原因系收入规模减少及客户贷款增加所致。

投资活动产生的现金流量净额变动原因说明:本期投资活动产生的现金流量净额同比增加97.61%,主要原因系支付收购子公司股权转让款减少所致。

筹资活动产生的现金流量净额变动原因说明:本期筹资活动产生的现金流量净额同比增加48.73%,主要原因系现金分红较上年同期略减及部分子公司本期尚未分红所致。

研发支出变动原因说明:本期研发投入同比增加15.13%,主要系网游研发投入增加所致。

营业总成本变动原因说明:本期营业总成本较上年同期减少18.02%,主要原因系传统媒体加速下滑,新建户外媒体尚未达产,小额贷款行业性调整等影响所致。

3.1 2.其他  
(1)公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明  
①随传统媒体行业整体加速下滑,公司的传统媒体经营业务继续持续下降。  
②小额贷款业务运营行业调整,业务有所收缩。  
③新媒体游戏行业研发投入持续增加,新游戏上线集中在2015年后半年。  
公司目前正持续、大力推进战略转型,效益显现时间存在一定的滞后性。

(2)公司前期各项资产重大资产减值准备的计提或转回情况  
公司已于2013年10月完成对北京漫游谷信息技术有限公司(以下简称漫游谷70%股权)的收购,根据公司于2012年10月22日与漫游谷、深圳市世纪凯来科技有限公司(以下简称“世纪凯来”)和自然人张福发、姬凯、阮政、王佳佳、黄明阳签订的《收购协议》(以下简称“《收购协议》”)和《补充协议》(以下简称“《补充协议》”),若漫游谷2014年净利润不低于1.2亿,则公司根据协议规定调整收购其合计持有的漫游谷净利润30%的股权。

北京漫游谷信息技术有限公司2014年度业绩目标完成情况专项审计已完成,漫游谷2014年考核净利润15,657.19万元,已触发30%股权转让支付条件,经公司第九届董事会第四次决议审议通过,公司收购北京漫游谷信息技术有限公司后续30%股权支付条件,按《收购协议》关于股权转让支付的相关约定,漫游谷后续30%股权转让支付对价为29,606.70万元。本公司拟以2014年非公开发行股票募集资金剩余部分及自有资金支付当期转让价款,合计29,606.70万元,其余6,090.71万元在漫游谷2015年审计报告出具后另行支付。

根据《收购协议》,漫游谷估值不包括漫游谷2012年至2014年期间分配利润,受漫游谷利润分配金额影响,漫游谷后续30%股权转让调低至26,805.827万元,首笔支付款调低至20,715.82万元。本公司已约定于7月31日前向漫游谷各股东支付了对价。

(3)经营计划进展说明  
2015年是公司继续推进传统媒体运营向新媒体企业转型发展过程中承上启下的关键之年,公司的传统媒体经营业务继续持续下降,新媒体业务和利润尚未见起色,报告期内公司实现营业收入6.56亿元,完成全年经营计划的82.24%,实现成本费用5.68亿元,完成全年经营计划的41.45%。《进展说明详见本前述职“董事会报告”第一项》。

受上述因素共同影响,公司相关经营指标未实现预期。公司完成战略转型与产业升级优化的效益显现时间有一定的滞后性,在可预见的一定时期内公司仍存在较大的经营压力。

3.2 行业、产品或地区经营情况分析  
3.2.1 主营业务分行业、分产品情况

单位:元 币种:人民币	主营业务分行业情况	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
印刷相关业务	126,093,498.08	98,077,388.08	22.20	-31.70	-27.88	减少94.21个百分点	减少28.60个百分点
广告及业务	152,318,821.18	126,189,240.48	17.17	-30.25	-2.63	减少28.60个百分点	减少28.60个百分点
游戏及业务	74,831,031.38	50,536,626.66	33.45	-12.13	0.98	减少9.78个百分点	减少9.78个百分点
银行服务	22,577,361.87	1,020,000.00	95.48	8.23	0.00	增加30.27个百分点	增加30.27个百分点
网络业务	102,363,167.86	50,253,350.04	73.88	-22.06	81.56	减少9.56个百分点	