

证券代码：000793

证券简称：华闻传媒

上市地：深圳证券交易所



华闻传媒投资集团股份有限公司 发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金 报告书 (草案)

序号	交易标的	交易对方	住 所
1	掌视亿通	西藏风网	拉萨市堆龙德庆县羊达工业园区 331 号
2	精视文化	精视投资	上海市崇明县城桥镇秀山路 8 号 3 栋一层 O 区 2008 室
3		莫昂投资	上海市崇明县城桥镇秀山路 8 号 3 栋 2 层 O 区 2039 室
4	邦富软件	程顺玲	广州市越秀区青史里
5		曾子帆	广州市荔湾区西站三街
6		李菊莲	湖北省公安县斗湖堤镇新建街
7	漫友文化	金城	广州市越秀区淘金路
8		长沙传怡	长沙市芙蓉区五一大道 826 号（新华大厦）第 20 层
9		湖南富坤	长沙市芙蓉区五一大道 766 号中天广场 21033-21034 房
10		北京中技	北京市海淀区北四环西路 9 号 2106-A056
11		广东粤文投	中山市火炬开发区康乐大道 51 号张企大厦东翼第 5 层 505b 室
12		广州漫时代	广州市越秀区先烈中路 80 号 510 房
13		俞涌等 18 位自然人	具体信息详见本报告书“第三节交易对方基本情况”

独立财务顾问



签署日期：二〇一四年五月

公 司 声 明

本公司及董事会全体成员保证本报告书及其摘要内容的真实、准确、完整，对报告书及摘要的虚假记载、误导性陈述或重大遗漏承担连带责任。

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本报告书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会及其它政府机关对本次交易所做的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》等相关法律、法规规定，本次交易完成后，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责；由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本报告书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

一、本次交易方案概述

本次交易分为发行股份及支付现金购买资产与募集配套资金两个部分：

（一）发行股份及支付现金购买资产

本次交易华闻传媒拟通过向特定对象非公开发行股份并支付现金的方式，购买掌视亿通 100%股权、精视文化 60%股权、邦富软件 100%股权、漫友文化 85.61%股权，其中：

- 1、向西藏风网发行股份并支付现金购买其持有的掌视亿通 100%股权；
- 2、向精视投资、莫昂投资发行股份并支付现金购买其合计持有的精视文化 60%股权；
- 3、向程顺玲、李菊莲、曾子帆发行股份并支付现金购买其合计持有的邦富软件 100%股权；
- 4、向金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、邱月仙、葛重葳、祖雅乐、韩露、丁冰和李凌彪发行股份并支付现金购买其合计持有的漫友文化 85.61%股权。

上述现金对价合计95,591万元，其中92,000万元来源于公司向不超过10名其他特定投资者发行股份募集配套资金，不足部分由公司自筹资金。

（二）募集配套资金

向不超过 10 名其他特定投资者发行股份募集配套资金，配套资金总额 92,000 万元。募集配套资金不超过本次现金及发行股份购买资产交易总金额（交易对价与募集配套资金之和）的 25%。

本次交易完成后，华闻传媒将持有掌视亿通 100%股权、精视文化 60%股权、邦富软件 100 %股权、漫友文化 85.61%股权。

本次发行股份及支付现金购买资产不以配套融资的成功实施为前提，最终配套融资发行成功与否不影响本次发行股份及支付现金购买资产行为的实施。

二、标的资产的估值及盈利预测

本次交易标的资产的作价依据为中和评估出具的评估报告中确认的资产评估值。本次交易，中和评估采用收益法和资产基础法对交易标的资产进行评估。

标的资产的估值及盈利预测中的账面值、评估增值、增值率等情况列表如下所示：

单位：万元

序号	标的资产	评估报告书文号	评估值	账面价值	增减值	增值率	交易价格
1	掌视亿通 100%股权	中和评报字 (2014)第 YCV1038D001号	130,525.33	15,809.41	114,715.92	725.62%	130,500.00
2	精视文化 60%股权	中和评报字 (2014)第 YCV1038D002号	43,299.34	4,613.27	38,686.07	838.58%	43,200.00
3	邦富软件 100%股权	中和评报字 (2014)第 YCV1038D003号	71,636.80	4,969.65	66,667.15	1341.49%	72,000.00
4	漫友文化 85.61%股权	中和评报字 (2014)第 YCV1038D004号	34,218.12	9,273.06	24,945.06	269.01%	34,244.00
合 计			279,679.59	34,665.39	245,014.20	706.80%	279,944.00

注：评估值为各标的公司整体评估价值乘以本次交易对应的持股比例

评估机构对标的公司 2014 年 4-12 月、2015 年、2016 年、2017 年及以后净利润进行了预测。另外，审计机构对各标的公司 2014 年度的盈利预测。评估机构与审计机构都对标的公司 2014 年 4-12 月的净利润进行了预测，且预测数相同。

标的资产 2014 年度、2015 年度、2016 年度净利润预测数合计分别 19,936.10 万元、26,604.37 万元、35,421.39 万元（该净利润预测数=各标的公司资产评估报告中预测的净利润乘以本次交易对应的持股比例）。

三、本次发行股票的价格和数量

（一）发行价格

本次交易涉及的股份发行包括发行股份购买资产和发行股份募集配套资金，定价基准日均为华闻传媒第六届董事会2014年第五次临时会议决议公告日：

1、发行股份购买资产

根据《重组管理办法》第四十四条规定，上市公司发行股份的价格不得低于本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价。交易均价的计算公式为：董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价＝决议公告日前20个交易日公司股票交易总额/决议公告日前20个交易日公司股票交易总量。

本次发行价格的定价基准日为公司第六届董事会2014年第五次临时会议决议公告日，发行价格为不低于定价基准日前20个交易日公司股票均价，即不低于13.72元/股。经公司与交易对方协商，发行价格为13.72元/股。根据公司2013年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次发行价格调整为13.68元/股。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行价格将再次作相应调整。

2、发行股份募集配套资金

按照《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关规定，向其他特定投资者募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的90%。据此计算，华闻传媒定价基准日前20个交易日的股票交易均价为13.72元/股，前20个交易日股票交易均价的90%为12.35元/股。根据公司2013年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次配套融资的新增股份发行价格相应调整为不低于12.31元/股。最终发行价格将在本次发行获得中国证监会核准后，由公司董事会根据股东大会的授权，按照相关法律、行政法规及规范性文件的规定，依据发行对象申购报价的情况，与本次交易的独立财务顾问协商确定。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行底价将再次作相应调整。

（二）发行数量

本次交易标的资产合计作价为279,944万元，募集配套资金92,000万元；本次交易

完成后，预计本次发行股票的数量最高将达到约20,949.69万股（募集配套资金发股数量按照发行底价12.31元/股计算）。

1、向本次交易对方发行股份数量

本次交易华闻传媒向各交易对方发行新股的数量=标的资产作价款中以股份形式支付的对价÷发行价格。

按照前述公式计算所发行新股的股份数并非整数时，则由本次交易各方协商确定。据此计算，本次交易将向交易对方合计发行134,760,955股，其详细情况如下：

交易对方	标的资产	交易价格 (万元)	支付方式	
			发行股份	支付现金
			(股)	(万元)
西藏风网	掌视亿通 100%股权	130,500.00	59,144,736	49,590.00
精视投资	精视文化 60%股权	43,200.00	13,039,049	11,891.61
莫昂投资			5,908,319	5,388.39
程顺玲	邦富软件 100%股权	72,000.00	20,751,789	11,040.00
李菊莲			14,436,421	7,680.00
曾子帆			2,706,526	1,440.00
金 城	漫友文化 85.61%股权	34,244.00	11,348,684	5,175.00
长沙传怡			2,691,885	1,227.50
湖南富坤			1,096,491	500.00
北京中技			1,096,491	500.00
广东粤文投			1,096,491	500.00
广州漫时代			375,000	171.00
俞 涌			230,263	105.00
邵璐璐			98,684	45.00
刘 洋			78,947	36.00
张显峰			78,947	36.00
张 茜			78,947	36.00
朱 斌			78,947	36.00
崔伟良			49,342	22.50
施桂贤			49,342	22.50
许勇和			49,342	22.50
曹凌玲			49,342	22.50
赖春晖			49,342	22.50
邵洪涛			29,605	13.50
祖雅乐			29,605	13.50
邱月仙			29,605	13.50
葛重葳			29,605	13.50
韩 露			19,736	9.00
丁 冰			19,736	9.00
李凌彪			19,736	9.00
合计			279,944.00	134,760,955

本次最终发行数量将由公司股东大会审议批准后，经中国证监会核准确定。

在定价基准日至发行日期间，如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项作相应调整时，交易对方所获得的本次非公开发行股票的数量亦将作相应调整。

2、向其他不超过10名特定投资者发行股份数量

本公司通过询价的方式向符合条件的不超过10名特定投资者发行股份募集配套资金为92,000万元，金额不超过本次交易总金额（交易对价与募集配套资金金额之和）的25%。按照本次发行底价（12.31元/股）计算，向其他不超过10名特定投资者发行股份数量不超过74,735,987股。最终发行数量将根据最终发行价格确定。

在定价基准日至发行日期间，如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项作相应调整时，发行数量亦将作相应调整。

四、股份锁定期

（一）发行股份购买资产

交易对方	取得认购本次发行股份的标的资产权益的时间	锁定期安排
西藏风网	截至 2014 年 3 月 25 日，西藏风网取得掌视亿通 12,000 万元出资额。	本次交易中所认购的华闻传媒股份（包括但不限于，限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自股份上市之日起 36 个月内不得转让；48 个月内转让股份数量不超过其本次认购股份总数的 40%；60 个月内转让股份数量不超过其本次认购股份总数的 70%。本次交易所认购华闻传媒股份的限售期，最终将按照中国证监会或深交所的审核要求执行。
程顺玲	截至 2012 年 6 月 27 日，程顺玲持有邦富软件 1,150 万元出资额。2014 年 5 月 5 日，程顺玲向邦富软件新增 219.04 万元出资额，并合计持有邦富软件 1,369.04 万元出资额。	本次交易中所认购的华闻传媒股份（包括但不限于，限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自股份上市之日起 12 个月内不得转让；24 个月内转让股份数量不超过其本次认购股份总数的 40%；36 个月内转让股份数量不超过其本次认购股份总数的 70%。本次交易所认购华闻传媒股份的限售期，最终将按照中国证监会或深交所的审核要求执行。
李菊莲	截至 2012 年 6 月 27 日，李菊莲持有邦富软件 800 万元出资额。2014 年 5 月 5 日，李菊莲向邦富软件新增 152.4 万元出资额，并合计持有邦富软件 952.4 万元出资额。	
曾子帆	截至 2012 年 6 月 27 日，曾子帆持有邦富软件 150 万元出资额。2014 年 5 月 5 日，曾子帆向邦富软件新增 28.56 万元出资额，并合计持有邦富软件 178.56 万元出资额。	

精视投资	截至 2013 年 9 月 30 日, 精视投资持有精视文化 640 万元出资额。	本次交易中所认购的华闻传媒股份 (包括但不限于, 限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份), 自股份上市之日起 36 个月内不得转让。
莫昂投资	截至 2014 年 1 月 30 日, 莫昂投资持有精视文化 290 万元出资额。	本次交易所认购华闻传媒股份的限售期, 最终将按照中国证监会或深交所的审核要求执行。
金城	截至 2012 年 9 月 18 日, 金城、俞涌等 19 名自然人及广州漫时代已持有了用于认购本次重组华闻传媒股份的漫友文化股权。	本次交易中所认购的华闻传媒股份 (包括但不限于, 限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份), 自股份上市之日起 12 个月内不得转让; 24 个月内转让股份数量不超过其本次认购股份总数的 40%; 36 个月内转让股份数量不超过其本次认购股份总数的 70%。本次交易所认购华闻传媒股份的限售期, 最终将按照中国证监会或深交所的审核要求执行。
广州漫时代		
俞涌		
邵璐璐		
刘洋		
张显峰		
张茜		
朱斌		
崔伟良		
施桂贤		
许勇和		
曹凌玲		
赖春晖		
邵洪涛		
邱月仙		
葛重葳		
祖雅乐		
韩露		
丁冰		
李凌彪		
长沙传怡	截至 2012 年 9 月 18 日, 长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投已持有了用于认购本次重组华闻传媒股份的漫友文化股权。	本次交易中所认购的华闻传媒股份 (包括但不限于, 限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份), 自股份上市之日起 12 个月内不得转让。本次交易所认购华闻传媒股份的限售期, 最终将按照中国证监会或深交所的审核要求执行。
湖南富坤		
北京中技		
广东粤文投		

(二) 发行股份募集配套资金

向其他不超过10名特定投资者发行的股份自股份发行结束之日起12个月内不得转让, 在此之后按中国证监会及深圳证券交易所的有关规定执行。

五、业绩承诺及补偿安排

2014年5月16日，本公司与西藏风网、精视投资、莫昂投资、程顺玲、李菊莲、曾子帆、金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、祖雅乐、邱月仙、葛重葳、韩露、丁冰和李凌彪签署了《盈利预测补偿协议》。

各交易对方承诺标的公司2014年、2015年、2016年净利润（净利润预测数是指预测的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润数）情况如下：

单位：万元

标的公司	2014年	2015年	2016年
掌视亿通	9,035.00	11,700.00	15,900.00
精视文化	6,000.00	8,000.00	10,000.00
邦富软件	5,000.00	7,200.00	9,600.00
漫友文化	2,700.00	3,500.00	5,000.00
合 计	22,735.00	30,400.00	40,500.00

如果标的资产实际盈利数不足利润预测利润承诺数的，则按照本公司与各交易对方签署的《盈利预测补偿协议》的规定进行补偿。上述《盈利预测补偿协议》详细内容及具体补偿办法详见本报告书“第六节 本次交易合同的主要内容”之“二、《盈利预测补偿协议》”。

六、配套融资安排

本公司拟向不超过10名其他特定投资者发行股份募集配套资金用于本次交易现金对价的支付，配套资金总额不超过交易总金额与配套资金总和的25%，配套融资发行股份具体安排及必要性分析分别参见“第五节 本次交易涉及股份发行的情况”之“二、本次交易中的股票发行”、“三、募集配套资金的用途及必要性”。

本次交易涉及发行股份募集配套资金，本公司已聘请经中国证券监督管理委员会批准依法设立且具备保荐机构资格的民生证券股份有限公司担任本次交易的独立财务顾问。

七、本次交易构成重大资产重组

本次交易，公司拟购买的掌视亿通 100%股权、精视文化 60%股权、邦富软件 100%

股权、漫友文化 85.61%股权合计成交金额为 279,944.00 万元，占本公司 2013 年 12 月 31 日经审计的合并财务会计报表净资产额（归属于母公司所有者权益合计）442,638.03 万元的比例为 63.24%，且超过 5,000 万元人民币。根据《重组管理办法》的规定，本次发行股份购买资产构成重大资产重组，需通过中国证监会并购重组委审核并取得中国证监会核准后方可实施。

八、本次交易不构成借壳上市

2012年5月22日，上海新华闻投资有限公司（以下简称“上海新华闻”）协议转让其持有的公司股份合计250,000,000股，占公司已发行股份的18.38%。此次股份转让完成后，上海新华闻持有公司股份17,205,570股（占公司已发行股份的1.26%）。而上海渝富（后更名为“国广资产”）持有公司267,205,570股（占公司已发行股份的19.65%），成为公司单一第一大股东。实际控制人为国广控股，最终控制人为国际台和无锡市滨湖区区有资产管理委员会。

本次重组后，国广资产持有公司13.00%股份，仍为公司控股股东。公司的实际控制人和最终控制人均未发生变。

标的公司 2013 年末经审计的合并资产总额为39,299.60万元，本次交易价格为279,944.00万元，上市公司 2013 年末经审计的合并资产总额为442,638.03万元。本次交易金额占上市公司最近一个会计年度末（即 2013 年末）经审计的合并资产总额的比例达到63.24%。

因此，公司不存在“自控制权发生变更之日起，上市公司向收购人购买的资产总额占控制权发生变更的前一个会计年度经审计的合并财务报表期末资产总额的比例达到 100%以上”的情形。本次交易不构成借壳上市。

九、本次交易不构成关联交易

本次交易的交易对方及其关联方在本次交易前与上市公司及其关联方之间不存在关联关系，因此，本次交易不构成关联交易。

十、本次交易尚需履行的审批程序

本次交易尚需满足多项条件后方可实施，包括但不限于国际台对本次交易的审

核、本公司股东大会对本次交易的批准、中国证监会对本次交易的核准等。

本公司已发出召开临时股东大会通知，并将本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的方案上报至国际台审核；国际台在股东大会召开前5个工作日之前出具批复意见；股东大会作出相关决议并公告后3个工作日内，公司将按照《格式准则第26号》的要求编制申请文件，并委托独立财务顾问向中国证监会申报。

本次重组方案能否取得上述批准、核准及取得上述批准、核准的时间存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

十一、本次交易的特别风险提示

（一）审批风险

本次交易尚需取得国际台审核通过、公司股东大会表决通过以及中国证监会对本次交易事项的核准。

本公司已发出召开临时股东大会通知，并将本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的方案上报至国际台审核；国际台在股东大会召开前5个工作日之前出具批复意见；股东大会作出相关决议并公告后3个工作日内，公司将按照《格式准则第26号》的要求编制申请文件，并委托独立财务顾问向中国证监会申报。

交易方案能否最终获得相关批准或核准存在不确定性。

（二）交易终止风险

公司制定了严格的内幕信息管理制度。公司在本次与交易对方的协商过程中尽可能控制内幕信息知情人员范围，以避免内幕信息的传播，但仍不排除有关机构和个人利用关于本次交易内幕信息进行内幕交易的行为，公司存在因股价异常波动或异常交易可能涉嫌内幕交易而暂停、终止或取消本次交易的风险。

此外，如有权监管机构对协议的内容和履行提出异议从而导致协议的重要原则条款无法得以履行以致严重影响任何一方签署协议时的商业目的，则经各方书面协商一致后发行股份及支付现金购买资产协议可以终止或解除。如交易双方无法就完善交易方案的措施达成一致，则本次交易存在终止的可能。

（三）募集配套资金未能实施或融资金额低于预期的风险

本次交易方案中，华闻传媒拟向不超过 10 名其他特定投资者发行股份募集配套资金，募集资金总额不超过 92,000 万元，将用于此次收购中对交易对方的现金对价款的支付。

但受股票市场波动及投资者预期的影响，募集配套资金能否顺利实施存在不确定性。在募集配套资金未能实施或融资金额低于预期的情形下，公司将采用自筹资金（包括债务性融资）等方式自行解决资金需求。

（四）标的资产的估值风险

1、收益法评估结果较资产基础法大幅增值的风险

本次交易是以标的资产的资产评估结果为依据，经交易双方协商确定。本次评估以2014年3月31日为基准日，采用资产基础法与收益法对标的资产掌视亿通、精视文化、邦富软件、漫友文化进行评估，并最终收益法的评估结果作为评估结论。

收益法是从企业未来获利能力考虑其价值，能够更好地反映标的资产的综合获利能力。在收益法评估过程中，评估人员以其收集、整理的大量与行业相关的经济信息、技术信息和政策信息为基础，对标的资产未来的盈利及现金流量水平进行预测。若这些基础信息发生较大变动，则标的资产的评估预测值也将产生较大变动，进而影响标的资产的评估价值。

2、最近三年股权转让价格与本次交易定价存在较大差异的风险

交易标的最近三年发生了多次股权转让和增资情况，除漫友文化2012年8月股权转让和增资价格与本次交易价格较为接近之外，其他股权转让和增资与本次交易价格存在较大差异。股权转让多发生于原公司小股东之间，双方协商确定转让价格，体现了股东意思自治原则；转让双方存在亲属关系或其他关联关系、或履行服务期协议、或依据公司发展战略调整股权架构。转让价格与本次评估值价格之间的差异亦体现了交易标的资产不同时期的资产质量和盈利水平。

本次重大资产重组中相关标的资产采用收益法评估结果，充分考虑了标的资产的竞争实力、盈利能力、未来发展潜力等各项因素的基础上将其未来预期收益折现后得到被评估单位的股东权益价值。同时，交易对方也根据盈利预测出具了补偿承诺，因此本次交易及其价格符合法规要求和商业实质。

综上所述，标的公司历史上的股权交易的背景和定价依据与本次交易存在显著的差异，因此交易价格的差异具有合理性，符合现实的商业逻辑。然而，本次交易价格与前次股权转让价格的差异较大，敬请投资者关注。

3、最近一年现金增资对交易标的估值影响的风险

交易标的掌视亿通、精视文化、邦富软件在最近一年内均进行了现金增资，增资原因系相关股东为相关交易标的出于业务整合或主营业务拓展需要，增资款在短期内均转化为主营业务成本、管理费用、销售费用等科目，相关标的公司的评估时也综合考虑了现金增资对主营业务的影响。但上述增资款客观上起到了降低收购的市净率的作用，敬请投资者关注。

（五）标的资产的盈利预测风险

本次交易盈利预测是根据截至盈利预测报告出具日已知的情况和资料对标的资产及本公司的经营业绩所做出的预测。这些预测系基于一定的假设，并参考了标的公司近期的经营业绩、会计政策等因素，其中部分假设的实现取决于一定的条件，可能会发生变化，相关预测参数也将随市场情况发生变化。同时，意外事件也可能对盈利预测的实现造成重大影响。

（六）本次交易后业务整合风险

1、短期内公司盈利水平不能达到预期的风险

本次交易标的公司掌视亿通、精视文化、邦富软件、漫友文化纳入华闻传媒体系后，公司取得了新的竞争优势，资源配置将进一步优化，盈利能力和市场地位将进一步提升，为公司迅猛发展奠定了基础。但是，由于本次交易后业务和管理整合尚需一定周期，短期内公司盈利水平的提高存在不能达到预期的风险。

2、后续股权收购的风险

本次交易保留了精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权、金城所持有的漫友文化 10%股权未予购买。根据相关协议约定：

（1）若精视文化实现 2014 年、2015 年、2016 年的净利润预测数，则华闻传媒将在 2017 年启动进一步收购精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权的程序；

（2）若补偿期届满时，漫友文化补偿期内累计实际净利润数与补偿期内各年的

净利润预测数总和之比高于 80%，则在补偿期届满后的一年内，华闻传媒应当根据金城的选择意愿及书面要求以现金支付方式收购金城所持有的漫友文化 10% 股权；若漫友文化利润承诺方补偿期内累计补偿金额达到人民币 6,848.8 万元，则当期期末华闻传媒有权收购漫友文化利润承诺方所持漫友文化剩余 14.39% 股权，且华闻传媒有权重组漫友文化董事会和管理层。

本次交易完成后，若精视文化、漫友文化出现经营业绩波动而未完成业绩承诺（或业绩承诺的一定比例），精视投资、莫昂投资、金城将不能进一步出售（或以约定的价格）其持有的标的公司股权。若精视文化、漫友文化出现经营状况不佳的不利情形，有可能采取不利于企业长期稳定发展的短期经营行为以提高精视文化、漫友文化当期收入和利润。

保留精视文化及漫友文化部分股权未予购买，在交易设计层面防止了标的公司实行短期经营行为提高当期收入和利润的风险。

尽管如此，上述风险在一定程度上仍将存在。

3、人才流失的风险

本次收购的标的公司均为轻资产企业，对核心技术人员及管理层的依赖程度较高，保持核心技术人员和管理层稳定是标的公司生存和发展的根本。若本次交易完成后，标的公司核心技术人员和管理层大量流失，可能对标的公司长期稳定发展带来一定的不利影响。

针对这一风险，标的公司为核心技术人员和管理层提供了有竞争力的薪酬，同时建立了与公司业绩挂钩的奖励条款。尽管如此，本次交易完成后，如果上市公司不能对自身人员团队形成有效的管理、建立持续高效的运作体系，将对公司未来的发展形成阻碍，进而造成上市公司的经营业绩波动。

（七）本次交易形成的商誉减值风险

本次交易完成后，在华闻传媒合并资产负债表中将形成一定金额的商誉。根据《企业会计准则》规定，本次交易形成的商誉不作摊销处理，但需在未来每年年度终了进行减值测试。如果标的公司未来经营状况恶化，则存在商誉减值的风险，从而对华闻传媒当期损益造成不利影响。

（八）标的资产评估大幅增值风险

根据评估结果，本次交易公司拟购买的掌视亿通 100%股权、精视文化 60%股权、邦富软件 100%股权、漫友文化 85.61%股权所对应的经审计净资产账面价值为 34,665.39 万元，评估值为 279,679.59 万元，增值额为 245,014.20 万元，评估增值率为 706.80%。

对本次标的资产评估结果充分考虑了企业所拥有的公司管理能力、团队协同作用等对股东全部权益价值的影响，同时还考虑了各分项资产是否在企业中得到合理和充分利用、组合在一起时是否发挥了其应有的贡献等因素对企业股东全部权益价值的影响。若上述情况在未来发生较大变动，则将影响到未来标的资产的盈利水平，进而影响其评估结果。尽管对标的资产价值评估的各项假设遵循了谨慎性原则，但标的资产的评估增值幅度较大。

（九）资本市场风险

股票市场投资收益与投资风险并存。股票价格的波动不仅受华闻传媒盈利水平和发展前景的影响，而且受国家宏观经济政策调整、金融政策的调控、股票市场的投机行为、投资者的心理预期等诸多因素的影响。华闻传媒本次收购需要有关部门审批且需要一定的时间周期方能完成，在此期间股票市场价格可能出现波动，从而给投资者带来一定的风险。公司的股价可能受宏观经济波动、国家政策变化、股票供求关系变化的影响而背离其内在价值。因此，公司股价的正常波动可能给投资者带来一定的投资收益风险。

（十）其他风险

公司不排除因政治、经济、自然灾害等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

本报告书披露后，公司将继续按照相关法规的要求，及时、准确地披露公司重组的进展情况，敬请广大投资者注意投资风险。

十二、本次重组相关主体不存在《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》第十三条不得参与任何上市公司重大资产重组情形

根据交易方案，本次重组的相关主体包括：华闻传媒、西藏风网、精视投资、莫昂投资、程顺玲、李菊莲、曾子帆、金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、祖雅乐、邱月仙、葛重葳、韩露、丁冰和李凌彪。上述重组相关主体未因涉嫌本次重大资产重组相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查，不存在《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》第十三条所述不得参与任何上市公司重大资产重组的情形。

目 录

公 司 声 明	2
重大事项提示	3
一、本次交易方案概述	3
二、标的资产的估值及盈利预测	4
三、本次发行股票的价格和数量	4
四、股份锁定期	7
五、业绩承诺及补偿安排	9
六、配套融资安排	9
七、本次交易构成重大资产重组	9
八、本次交易不构成借壳上市	10
九、本次交易不构成关联交易	10
十、本次交易尚需履行的审批程序	10
十一、本次交易的特别风险提示	11
十二、本次重组相关主体不存在《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》第十三条不得参与任何上市公司重大资产重组情形	16
目 录	17
释 义	20
第一节 本次交易概况	23
一、本次交易的背景和目的	23
二、本次交易的决策过程	29
三、本次交易主要内容	30
第二节 上市公司基本情况	37
一、公司概况	37
二、公司设立及上市情况	37
三、公司上市后股本及名称变动情况	39
四、公司最近三年的控股权变动及资产重组情况	41
五、公司主营业务情况	44
六、主要财务数据	45
七、公司控股股东及实际控制人概况	47
第三节 交易对方的基本情况	50
一、西藏风网	50
二、精视投资	55
三、莫昂投资	57
四、程顺玲	59
五、曾子帆	60
六、李菊莲	60
七、金城	61
八、长沙传怡	61
九、湖南富坤	64
十、北京中技	67
十一、广东粤文投	71
十二、广州漫时代	74
十三、漫友文化之其他自然人股东	77
十四、交易对方与上市公司的关联关系	78
十五、交易对方最近五年内受行政处罚的基本情况	79
第四节 交易标的的基本情况	80
一、交易标的基本情况	80
二、交易标的主要资产权属情况及对外担保情况	108

三、交易标的的业务技术	119
四、交易标的的评估情况	152
五、其他事项	222
第五节 本次交易涉及股份发行的情况	236
一、本次交易方案及标的资产作价	236
二、本次交易中的股票发行	237
三、募集配套资金的用途及必要性	240
四、配套募集资金管理和使用的内部控制制度	242
五、本次交易对上市公司的影响	245
第六节 本次交易合同的主要内容	249
一、《发行股份及现金购买资产协议》	249
二、《盈利预测补偿协议》	256
第七节 本次交易的合规性分析	275
一、本次交易符合《重组管理办法》第十条的规定	275
二、本次交易符合《重组管理办法》第四十二条要求的说明	283
三、本次交易符合《重组办法》第四十三条及其适用意见要求的说明	285
四、不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的不得非公开发行股票的情形	286
五、本次交易不存在《〈上市公司重大资产重组管理办法〉第三条有关拟购买资产存在资金占用问题的适用意见——证券期货法律适用意见第 10 号》规定的“上市公司重大资产重组时，拟购买资产存在被其股东及其关联方、资产所有人及其关联方非经营性资金占用”的情形	287
第八节 本次交易定价依据及公平合理性分析	288
一、对交易价格定价依据的分析	288
二、对交易价格公平合理性的分析	289
三、董事会对评估机构的独立性、评估假设前提的合理性、评估方法与评估目的的相关性及评估定价的公允性的意见	294
四、独立董事对评估机构的独立性、评估假设前提的合理性、评估方法与评估目的的相关性及评估定价的公允性的意见	295
第九节 本次交易对公司的影响	297
一、本次交易前上市公司财务状况和经营成果的讨论和分析	297
二、交易标的的行业特点和经营情况的讨论与分析	301
三、本次交易对上市公司的财务状况、盈利能力及未来盈利趋势的影响	364
四、交易完成后公司的资产、业务整合及人员调整计划	369
五、其他事项	369
第十节 财务会计信息	372
一、交易标的最近两年一期合并财务报表	372
二、上市公司最近一年一期备考合并财务报表	378
三、标的资产盈利预测审核报告	380
四、上市公司备考合并盈利预测审核报告	386
第十一节 同业竞争和关联交易	388
一、本次交易对同业竞争的影响	388
二、本次交易对关联交易的影响	388
三、关联方资金、资产占用及担保情况	389
第十二节 本次交易对上市公司治理机制的影响	391
一、股东与股东大会	391
二、控股股东、实际控制人与上市公司	391
三、董事与董事会	392
四、监事与监事会	392
五、关于信息披露和透明度	392
第十三节 风险因素	393

一、与本次交易相关的风险	393
二、标的资产经营风险	397
三、其他风险	399
第十四节 其他重大事项	399
一、本次交易完成后，上市公司资金、资产被实际控制人或其他关联人占用的情形	399
二、本次交易完成后，上市公司为实际控制人及其关联人提供担保的情形	400
三、本次交易完成后，不存在因本次交易大量增加负债（包括或有负债）的情况	400
四、上市公司最近十二个月发生资产交易的情况	400
五、公司股票连续停牌前股价波动情况的说明	401
六、本次交易相关各方及相关人员在公司股票停牌前 6 个月至重组报告书公布日期间	
买卖上市公司股票的情况	402
七、其他影响股东及其他投资者做出合理判断的、有关本次交易的所有信息	403
第十五节 独立董事、法律顾问和财务顾问对本次交易的结论性意见	407
一、独立董事意见	407
二、法律顾问意见	408
三、独立财务顾问意见	409
第十六节 相关中介机构	411
一、独立财务顾问	411
二、审计机构	411
三、法律顾问	411
四、资产评估机构	411
第十七节 董事及相关中介机构声明	413
第十八节 备查文件	419
一、备查文件	419
二、备查地点	419

释 义

除非特别说明，以下简称在本报告书中具有如下含义：

华闻传媒/上市公司/本公司	指	华闻传媒投资集团股份有限公司
国广资产	指	国广环球资产管理有限公司，原名“上海渝富资产管理有限公司”，系华闻传媒控股股东
国广控股	指	国广环球传媒控股有限公司，系国广资产控股股东、华闻传媒实际控制人
国际台/CRI	指	中国国际广播电台
时报传媒	指	深圳证券时报传媒有限公司
民生燃气	指	海南民生管道燃气有限公司
上海新华闻	指	上海新华闻投资有限公司
华闻投资控股	指	中国华闻投资控股有限公司
精视文化	指	上海精视文化传播有限公司，系本次重组的标的之一
精视广告	指	上海精视广告传播有限公司，系精视文化的全资子公司
邦富软件	指	广州市邦富软件有限公司，系本次重组的标的之一
掌视亿通	指	天津掌视亿通信息技术有限公司，系本次重组的标的之一
国视通讯	指	国视通讯（上海）有限公司，在行业表述的特定语境亦包括国视通讯（北京）有限公司
漫友文化	指	广州漫友文化科技股份有限公司，股改前公司名称为广州漫友文化科技发展有限公司，系本次重组的标的之一
长沙传怡	指	长沙传怡合盛股权投资合伙企业（有限合伙），系本次重组的交易对方之一
湖南富坤	指	湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙），系本次重组的交易对方之一
北京中技	指	北京中技富坤创业投资中心（有限合伙），系本次重组的交易对方之一
广东粤文投	指	广东粤文投一号文化产业投资合伙企业（有限合伙），系本次重组的交易对方之一
广州漫时代	指	广州漫时代投资管理中心（有限合伙），系本次重组的交易对方之一
西藏风网	指	西藏风网科技有限公司，系风网科技全资子公司，本次重组的交易对方之一
风网科技	指	风网科技（北京）有限公司，系风网股份全资子公司
风网股份	指	FONENET INC.（风网股份有限公司）
精视投资	指	上海精视投资发展有限公司，系本次重组的交易对方之一
莫昂投资	指	上海莫昂投资合伙企业（有限合伙），系本次重组的交易对方之一
标的资产	指	华闻传媒本次重组中拟向交易各方购买的：掌视亿通 1.2 亿元出资额（即掌视亿通 100%股权）、邦富软件 2,500 万元出资额（即邦富软件 100%股权）、精视文化 558 万元出资额（即精视文化 60%股权）、漫友文化 3,424.4 万股股份（即漫友文化 85.61%股权）
发行股份及现金购买资产、本次交易	指	华闻传媒向本次重组交易各方发行股份及支付现金方式购买标的资产

配套融资	指	华闻传媒向不超过 10 名特定投资者非公开发行股份募集本次重组的配套资金，募集资金总额不超过本次交易总额的 25%
本次重大资产重组、本次重组	指	发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金
《发行股份及现金购买资产协议》	指	华闻传媒与本次重组各交易对方分别签署的《发行股份及现金购买资产协议》
《标的资产盈利预测补偿协议》	指	华闻传媒与本次重组各交易对方分别签署的《标的资产盈利预测补偿协议》
《重组报告书》	指	《华闻传媒投资集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书》
《资产评估报告》（中和评报字[2014]第 YCV1038D001 号）	指	《华闻传媒投资集团股份有限公司拟发行股份及支付现金购买资产所涉及的天津掌视亿通信息技术有限公司股东全部权益资产评估报告》（中和评报字[2014]第 YCV1038D001 号）
《资产评估报告》（中和评报字[2014]第 YCV1038D003 号）	指	《华闻传媒投资集团股份有限公司拟发行股份购买资产所涉及的广州市邦富软件有限公司股东全部权益项目资产评估报告》（中和评报字[2014]第 YCV1038D003 号）
《资产评估报告》（中和评报字[2014]第 YCV1038D002 号）	指	《华闻传媒投资集团股份有限公司拟发行股份购买资产所涉及的上海精视文化传播有限公司股东全部权益项目资产评估报告》（中和评报字[2014]第 YCV1038D002 号）
《资产评估报告》（中和评报字[2014]第 YCV1038D004 号）	指	《华闻传媒投资集团股份有限公司拟发行股份及支付现金购买资产所涉及的广州漫友文化科技股份有限公司股东全部权益资产评估报告》（中和评报字[2014]第 YCV1038D004 号）
《审计报告》（信会师报字[2014]第 310326 号）	指	《天津掌视亿通信息技术有限公司审计报告》（信会师报字[2014]第 310326 号）
《审计报告》（信会师报字[2014]第 310330 号）	指	《上海精视文化传播有限公司审计报告》（信会师报字[2014]第 310330 号）
《审计报告》（信会师报字[2014]第 310328 号）	指	《广州市邦富软件有限公司审计报告》（信会师报字[2014]第 310328 号）
《审计报告》（信会师报字[2014]第 310333 号）	指	《广州漫友文化科技股份有限公司审计报告》（信会师报字[2014]第 310333 号）
《备考审计报告》（信会师报字[2014]第 310325 号）	指	《天津掌视亿通信息技术有限公司备考财务报表审计报告》（信会师报字[2014]第 310325 号）
《备考审计报告》（信会师报字[2014]第 310331 号）	指	《上海精视文化传播有限公司备考财务报表审计报告》（信会师报字[2014]第 310331 号）
《备考审计报告》（信会师报字[2014]第 310337 号）	指	《华闻传媒投资集团股份有限公司备考财务报表审计报告》（信会师报字[2014]第 310337 号）
《盈利预测审核报告》（信会师报字[2014]第 310327 号）	指	《天津掌视亿通信息技术有限公司盈利预测审核报告》（信会师报字[2014]第 310327 号）
《盈利预测审核报告》（信会师报字[2014]第 310332 号）	指	《上海精视文化传播有限公司盈利预测审核报告》（信会师报字[2014]第 310332 号）

《盈利预测审核报告》 （信会师报字[2014]第 310329 号）	指	《广州市邦富软件有限公司盈利预测审核报告》（信会师报字 [2014]第 310329 号）
《盈利预测审核报告》 （信会师报字[2014]第 310334 号）	指	《广州漫友文化科技股份有限公司盈利预测审核报告》（信会 师报字[2014]第 310334 号）
《盈利预测审核报告》 （信会师报字[2014]第 310338 号）	指	《华闻传媒投资集团股份有限公司备考合并盈利预测审核报 告》（信会师报字[2014]第 310338 号）
《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》
《重组管理办法》	指	《上市公司重大资产重组管理办法》（中国证券监督管理委员会 会令第 53 号）
《若干问题的规定》 / 《重组规定》	指	《证监会公告[2008]14 号—关于规范上市公司重大资产重组若 干问题的规定》（中国证券监督管理委员会公告，[2008]14 号）
《格式准则第 26 号》	指	《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 26 号—上市 公司重大资产重组申请文件》
《财务顾问办法》	指	《上市公司并购重组财务顾问业务管理办法》（中国证券监督 管理委员会令第 54 号）
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则》
中国证监会/证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
发行股份的定价基准日	指	华闻传媒第六届董事会 2014 年第五次临时会议决议公告日
审计、评估基准日/基准 日	指	2014 年 3 月 31 日
交割日	指	本次交易对方将标的资产过户至上市公司名下之日
元	指	人民币元
独立财务顾问/民生证 券	指	民生证券股份有限公司
律师/律师事务所	指	北京国枫凯文律师事务所
立信/审计机构	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
中和评估/评估机构	指	中和资产评估有限公司

注：（1）本报告书所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。（2）本报告书中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第一节 本次交易概况

一、本次交易的背景和目的

（一）本次交易的背景

1、文化产业的政策环境支持有实力的文化企业跨越式发展

2009年9月，国务院发布《文化产业振兴规划》（国发〔2009〕30号），提出将加大对文化产业的政策扶持力度，推动跨地区、跨行业联合或重组，尽快壮大企业规模，提高集约化经营水平，促进文化领域资源整合和结构调整；鼓励银行业金融机构加大对文化企业的金融支持力度；鼓励已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组，迅速做大做强。

2010年4月，中共中央宣传部、中国人民银行、财政部、文化部等九部委联合发布《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》（银发〔2010〕94号），鼓励已上市的文化企业通过公开增发、定向增发等方式进行融资和并购重组。

2011年10月，十七届六中全会通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，鼓励有实力的文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，强调培育文化产业领域战略投资者。

2012年2月15日，中共中央宣传部、国家发改委发布了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》，强调推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业；培育骨干企业，扶持中小企业，完善文化产业分工协作体系。鼓励有实力的文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，推动文化资源和生产要素向优势企业适度集中，培育文化产业领域战略投资者。

2012年2月27日，新闻出版总署发布《关于加快出版传媒集团改革发展的指导意见》（新出政发〔2012〕3号），鼓励出版传媒集团对业务相近、资源相通的中央和地方出版企业进行兼并重组，实现跨地区发展；鼓励出版传媒集团兼并重组新闻出版领域以外的其他国有企业，实现跨行业发展。

综上所述，我国文化传媒产业正处于大调整、大发展、大繁荣的关键时期，将为公司实现“全媒体、大文化”的新发展战略、完成全面战略转型提供历史性机遇。

2、资本市场良好的政策和环境，助推大文化产业整合

2010 年9 月，国务院颁布《国务院关于促进企业兼并重组的意见》，提出要进一步推进资本市场企业并购重组的市场化改革，包括健全市场化定价机制，完善相关规章及配套政策，支持企业利用资本市场开展兼并重组，促进行业整合和产业升级；2011 年12 月，中国证监会明确表示，监管部门将从六方面加强推进公司治理监管，其中包括进一步推进并购重组；2014 年3 月7 日，国务院印发《关于进一步优化企业兼并重组市场环境的意见》，兼并重组是企业加强资源整合、实现快速发展、提高竞争力的有效措施，是化解产能严重过剩矛盾、调整优化产业结构、提高发展质量效益的重要途径。资本市场对于并购重组的认可与支持，为公司此次收购创造了良好的市场环境。

自2012年底以来，公司依据行业发展规律和市场特点，确立“全媒体、大文化”的战略定位，并且以“创建优质内容提供平台”为首要战略举措。持续推动“内部资源整合”与“外部孵化并购”，加快产业内外优势资源聚合，积极谋求创新融合发展。依托公司自身传媒集团的优势，公司已具备了较强的行业整合能力和并购需求。

3、网络化、移动化带来传媒业聚变

以网络化、移动化为代表的传媒技术的演进正让世界信息交流的平台更为开放，也使得人们的沟通更为紧密。网络化意味着所有想取得满意效果的信息传播都将要通过网络，没有这个途径的信息发布，将无法获得想要达到的传播目标。对于传播者来讲，网络化意味着信息更新的速度必须加快。一方面，它提供了随时随地可以更新信息的可能；另一方面，它给媒体机构带来了更新信息的巨大压力。同时，网络化还意味着信息传播的过程是双向的、互动的，忽略用户感受的信息传播将不会赢得点击量。

移动化是新世纪以来越来越突出的一个技术特色。智能手机用户的急剧增加、无线网络设备的发展、无线网络的流行、手持电子设备的丰富以及用户移动接收信息的使用习惯等等，都是移动化趋势的技术表征。而在全媒体的意义上讲，移动化意味着信息发布的即时性和信息接受的即时性，意味着点对点的更为有效。

以网络化、移动化为代表的传媒技术演进，客观上提升了公司通过并购方式进行产业转型的紧迫性。唯有积极拥抱移动互联网，才能掌控未来“全媒体、大文化”竞争的主导权，移动互联网是公司战略规划中的重要一环，公司并购经营“移动视频”

的掌视亿通与国视通讯、投资手机游戏开发与发行的萌果网络等正是这种战略的体现；公司将已投资参股的经营客厅端视频业务的国广东方为基点，积极布局客厅端视频上下游业务。

（二）本次交易的思路及目的

公司紧扣文化强国政策动向，把握网络化、移动化信息技术变革趋势，坚持“持续发展优势主业、大力拓展新型媒体”的总体思路，以市场需求为导向，以结构优化为重点，以并购重组为主线，以鼓励创新为抓手，以人为本，确立“全媒体、大文化”的战略定位，不断增强公司的核心竞争力及产业地位。

公司的“全媒体”战略定位，是以内部资源整合、外部孵化并购的方式，积极打造全媒体业务架构。公司发展“全媒体”，是在移动浪潮中，对报纸、广播、电视、网络、手机等各种媒介形态，借助文字、图像、动漫、音频和视频等各种表现方式，进行深度融合，实现网络化、移动化，以满足与适应用户的多样化需求。

公司的“大文化”战略定位，是以优秀的商业运营能力和媒介服务能力，在现代文化产业体系中，逐步形成覆盖全终端的强势业务和媒介服务品牌，建设具有较强盈利能力、可持续发展的大型传媒集团。“大文化”不仅囊括现代文化产业体系，而且还涉及文化产业与旅游、体育、信息、物流等产业融合发展，增加文化含量，延伸产业链，提高附加值。

为打造具有强大传播力和竞争力的新型主流媒体，根据国家对媒体发展的指引以及华闻传媒战略规划，公司围绕“打造全媒体的优质内容平台，为用户提供专业且富有价值的文化内容与信息服务”这一主线，公司在评估并购标的商业模式、产业地位、社会价值、战略匹配、业务协同及估值优劣，以及标的公司对上游资源是否高度依赖、对下游客户是否高度依赖、对核心团队骨干是否高度依赖等因素的基础上，围绕“**新内容、新技术、新形式**”领域，经过反复评估、筛选、谈判，最终确定了本次并购标的。

1、新内容：打造全媒体优质内容平台

科技发展日新月异，媒介形态会不断发生更迭与变化。媒体内容的不断创造和持续更新才是新媒体的本质所在，提供稀缺性内容是未来媒体的“护城河”和“生命力”。

自 2013 年以来，华闻传媒在文学创作、原创动漫、影视制作、游戏开发、互联网电视等领域的探索付出了巨大努力，积极尝试并推动公司在这些领域的布局与拓

展。结合产业空间、发展态势、战略匹配、业务协同等因素，公司经反复思考与论证后认为：进军动漫、移动视频能够进一步充实华闻传媒的全媒体内容平台，能够与公司现有广告、教育、新闻、财经、影视娱乐、互联网电视等产业进行有机协同，将成为华闻传媒持续推进“全媒体、大文化”战略新的突破口。

（1）进军动漫行业，获取动漫产业链入口

漫友文化是中国动漫行业的龙头企业之一。多年来，漫友文化积累了丰富的漫画人才和作品资源，培养了千万级忠实的“漫迷”，拥有巨大的动漫产业链优质 IP 入口和平台价值。漫友文化根植于原创漫画，全方位开展版权运营、数字出版、周边衍生品和动漫服务。

漫友文化在动漫产业的内容资源优势明显，与网络文学、动画及影视、网络游戏、舞台演艺等业务具有天然的协同效应和融合效应，且能够为当前方兴未艾的文化旅游项目提供多元化的主题方案，为移动端、PC 端、互联网电视端视频平台提供内容资源，为广告业务提供新的表现形式。此外，收购漫友文化，公司将新增大量高粘性、高传播率、高潜力的用户资源。漫友文化与公司“全媒体、大文化”的发展战略高度匹配。

（2）进军手机音/视频业务，向移动互联网延伸

国视通讯¹是国内领先的运营商视频内容服务提供商，是广电总局发放的六张手机电视集成播控牌照运营商中收入规模和用户数量最大的一家，目前与中国移动、中国电信和中国联通三大移动网络运营商均开展基于移动音视频内容服务的合作。在“中国移动”视频基地中，国视通讯以 25.6%的份额成为中国移动视频基地最大的内容运营商，截止 2013 年底，国视通讯在“中国移动”视频基地的包月付费用户数超过 600 万人，遥遥领先于其他内容运营商，2013 年分成前用户付费收入超过 4.5 亿元，成为运营商视频领域规模最大的企业。

掌视亿通基于先进的移动视频压缩及编码技术、丰富的渠道资源和管理经验，是国内领先的运营商视频内容营销与推广平台，也是国视通讯最大的运营商视频内容营销及推广伙伴。掌视亿通具有自主知识产权的媒资管理平台、渠道策略平台、渠道数据查询平台具备较强的数据管理和分析能力。

¹ 公司已通过现金收购方式收购。

掌视亿通与国视通讯在移动视频领域所具备的丰富资源和运营经验，将华闻传媒由报纸、杂志、广播、互联网电视等媒体向移动互联运营进行了快速延伸，极大地拓宽了公司的媒介资源，亦符合华闻传媒“全媒体、大文化”的发展战略。

漫友文化、掌视亿通与国视通讯的加入，使得华闻传媒的全媒体内容平台从原来的都市与财经平媒（华商传媒、时报传媒）、电台广播（国广光荣）、互联网电视（国广东方）、在线教育（澄怀科技）、区域门户（华商网等）等平台迅速扩展到稀缺性的原创漫画和移动运营商视频内容营销与推广平台，提升了公司全媒体内容平台的丰富程度，为平台上各个经营主体在版权共享、用户挖掘、资源互通等方面创造了更多的合作机会，也为华闻传媒未来建设国际先进、有吸引力的内容集成与版权交易服务平台打下坚实基础。

2、新技术：发掘内容管理领域的机会

互联网/移动互联网的广泛应用，使得同质化内容的泛滥趋势不可逆转，而稀缺性内容的搜索技术愈发显得富有价值。如何采用新的技术手段，发掘内容管理领域的机会，将是摆在公司面前的重大发展机遇。内容爆炸式增长正在深刻影响着社会结构和改变着生活方式。以微博、微信、博客、论坛等为代表的新兴媒体，重塑了媒体格局和舆论生态。社会舆论的形成和传播渠道更加复杂多元，新兴媒体成为人们获取信息的主要途径，是舆论传播的集散地、舆论交锋的主阵地。当前，社会热点或突发事件往往第一时间在网上迅速生成、发酵、扩散，进而影响大众的认知和判断。

管理好爆炸式增长的内容，不仅对国家的新闻宣传、舆论引导具有极其重要的意义，而且必将对整个内容产业的长期健康发展产生重大而深远的影响。

邦富软件是国内网络舆情研究与信息服务领域的龙头企业，系国内以成熟企业级平台为核心的舆情系统提供商，参与了国家 863 相关重大项目研究等高新技术课题。经过多年的运营，邦富软件具备大数据和技术积累优势，拥有业界领先、超大规模的舆情信息库，国内舆情搜索引擎技术方面国内领先。未来邦富软件将进一步沿着云计算、移动互联网和社会化计算（社交网络）三大方向，进行新产品发布或重构升级，向下游大制造、大军工、大文化等数据基础好、有扁平化客户需求的寡头行业领域渗透。

公司认为，依托公司实际控制人——中国国际广播电台的政府资源与中央级媒体地位，深度介入网络舆情研究和信息服务，能够进一步发挥公司的内容核心竞争力。凭借邦富软件强大的云计算操作系统和搜索引擎，华闻传媒的舆情研究和信息服务必

将赢得更多政企客户、行业客户的青睐。

总之，邦富软件的加入将大大加强华闻传媒在新媒体内容管理领域的技术实力，有望为公司的全媒体优质内容平台提供更多的衍生服务。

3、新形式：进一步拓宽内容变现渠道

内容运营主流的变现方式为广告及用户付费。利用内容资源优势多方拓展变现渠道，早已在公司内部形成共识。华闻传媒现有主要的广告形式为报纸广告和电台广告，随着全媒体内容平台的不断丰富，公司有必要将广告渠道进一步拓宽，同时加强用户收费变现渠道的拓展，为平台的内容增加变现的方式。

精视文化是国内第二大²楼宇电梯广告提供商，在杭州、成都、南京、济南等充满经济发展活力的二线城市中心地带，拥有近 8 万个楼宇电梯广告点位资源。精视文化向广告主提供精准的广告发布服务，也向部分 4A 广告代理公司提供媒介发布资源。双方在广告销售上能够形成多城市联网、多种媒体形式，打包提供广告营销方案，提升媒体资源的广告价值。同时，华闻传媒的全媒体内容平台丰富的内容资源，也能提升精视文化广告屏幕对用户的吸引力，提升其媒体资源的广告价值。

在继续深耕广告领域之外，华闻传媒还积极拓展用户付费这一内容变现渠道。此前公司现金收购的“国视通讯”，系国内运营商视频领域最优秀的内容运营企业，在中国移动视频基地拥有超过 600 万付费包月用户，对于运营用户付费内容具有丰富的经验。国视通讯的加入，拓展了华闻传媒的全媒体内容平台的变现渠道，极大提升了公司内容运营管理能力。

在公司转型跨越发展的关键时期，五家优质企业的加盟，既是公司推动传统媒体和新兴媒体融合发展的大胆尝试，也是扩充华闻传媒的业务版图和促进结构升级的重大举措，仅是起点，而非终点。展望未来，公司将向着全媒体化、移动化、综合化、国际化的方向前行，加快打造以传媒产业为核心业务，集新闻、广告、财经、教育、报刊发行、影视娱乐、动漫游戏、移动互联、信息应用、智慧产业等相关业务于一体的综合性传媒集团。

（三）本次交易的原则

1、围绕公司业务战略，明确定位，突出优势；

² 按自有楼宇电梯广告点位数排序

- 2、改善上市公司业务结构、突出主业、提高盈利能力，保护全体股东的利益；
- 3、提高管理效率，增强核心竞争力；
- 4、坚持公开、公平、公正的原则。

二、本次交易的决策过程

（一）决策程序

1、经深交所批准，因重要事项公司股票于2014年3月12日～18日期间停牌；因策划重大资产重组事项，公司股票于2014年3月19日起继续停牌；

2、2014年5月5日，掌视亿通的股东西藏风网出具书面决议文件，决定将其持有掌视亿通全部股权转让给华闻传媒。

3、2014年5月6日，精视文化股东会作出决议，同意精视投资将其所持精视文化384万元出资额转让给华闻传媒，其他股东放弃优先购买权；同意莫昂投资将其所持精视文化174万元出资额转让给华闻传媒，其他股东放弃优先购买权。

4、2014年5月9日，邦富软件股东会作出决议，同意全体股东程顺玲、李菊莲、曾子帆将合计持有的邦富软件100%股权全部转让给华闻传媒。

5、2014年5月9日，漫友文化2013年度股东大会审议通过了《关于公司向华闻传媒投资集团股份有限公司转让公司股份方案的议案》、《关于公司向华闻传媒投资集团股份有限公司转让公司股份相关事宜的议案》、《关于拟将公司组织类型由股份有限公司变更为有限责任公司的议案》。

2014年5月14日，漫友文化2014年第一次临时股东大会审议通过了《关于将广州漫友文化科技股份有限公司整体变更为广州漫友文化科技发展有限公司的议案》。为确保漫友文化股东向华闻传媒转让公司股权的实施，漫友文化股东大会决定将漫友文化的公司类型由股份有限公司变更为有限责任公司；公司名称由“广州漫友文化科技股份有限公司”更名为“广州漫友文化科技发展有限公司”（以工商部门核准名称为准）。变更后有限责任公司的注册资本仍为4,000万元，漫友文化全体股东在本次变更前持有公司的股权比例及股权结构不变。

6、2014年5月16日，本公司与交易相关各方签署了《发行股份购买资产协议》，对本次重大资产重组相关事项进行约定。

7、2014年5月16日，本公司与交易相关各方签署了《盈利预测补偿协议》，对本次重大资产重组相关事项进行了补充约定。

8、2014年5月16日，本公司第六届董事会2014年第五次临时会议审议通过了《华闻传媒投资集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书（草案）》等相关议案。

（二）尚须履行的程序

1、本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案须经国际台审核通过；

2、本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案须经本公司股东大会表决通过；

3、本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案须获得中国证监会的核准。

本次交易能否获得国际台审核、公司股东大会的批准、中国证监会的相关核准，以及最终获得相关批准或核准的时间，均存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

三、本次交易主要内容

（一）本次交易分为发行股份及支付现金购买资产与募集配套资金两个部分：

1、发行股份及支付现金购买资产

本次交易华闻传媒拟通过向特定对象非公开发行股份并支付现金的方式，购买掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权，其中：

（1）向西藏风网发行股份并支付现金购买其合计持有的掌视亿通100%股权；

（2）向精视投资、莫昂投资发行股份并支付现金购买其合计持有的精视文化60%股权；

（3）向程顺玲、李菊莲、曾子帆发行股份并支付现金购买其合计持有的邦富软件100%股权；

（4）向金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及

俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、邱月仙、葛重葳、祖雅乐、韩露、丁冰和李凌彪发行股份并支付现金购买其合计持有的漫友文化85.61%股权。

2、募集配套资金

向不超过10名其他特定投资者发行股份募集配套资金，配套资金总额92,000.00万元。募集配套资金不超过本次现金及发行股份购买资产交易总金额（交易对价与募集配套资金之和）的25%。

本次交易完成后，华闻传媒将持有掌视亿通100 %股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权。

（二）标的资产估值作价

本次交易标的资产的作价依据为中和评估出具的评估报告中确认的资产评估值。本次交易，中和评估采用收益法和资产基础法对标的资产掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权进行评估。

以上标的资产最终采用收益法评估结果作为其价值的评估结论。根据中和评估出具的各标的公司《资产评估报告书》，本次交易标的资产评估价值合计279,679.59万元，经交易各方确认的本次标的资产的交易价格合计为279,944.00万元，具体情况见下表：

单位：万元					
标的资产	账面价值	评估价值	增减值	增值率	交易价格
掌视亿通100%股权	15,809.41	130,525.33	114,715.92	725.62%	130,500.00
精视文化60%股权	4,613.27	43,299.34	38,686.07	838.58%	43,200.00
邦富软件100%股权	4,969.65	71,636.80	66,667.15	1341.49%	72,000.00
漫友文化85.61%股权	9,273.06	34,218.12	24,945.06	269.01%	34,244.00
合 计	34,665.39	279,679.59	245,014.20	706.80%	279,944.00

注：1、账面价值为标的资产母公司净资产数值与相应的持股比例乘积；

2、评估价值为各标的公司整体评估价值与相应的持股比例乘积。

（三）本次发行股票的价格、发行数量及锁定期

1、发行价格

本次交易涉及的股份发行包括发行股份购买资产和发行股份募集配套资金，定价

基准日均为华闻传媒第六届董事会 2014 年第五次临时会议决议公告日：

(1) 发行股份购买资产

根据《重组管理办法》第四十四条规定，上市公司发行股份的价格不得低于本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价。交易均价的计算公式为：董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价=决议公告日前20个交易日公司股票交易总额/决议公告日前20个交易日公司股票交易总量。

本次发行价格的定价基准日为公司第六届董事会 2014 年第五次临时会议决议公告日，发行价格为不低于定价基准日前20个交易日公司股票均价，即不低于13.72元/股。经公司与交易对方协商，发行价格为13.72元/股。根据公司2013 年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次发行价格调整为13.68 元/股。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行价格将再次作相应调整。

(2) 发行股份募集配套资金

按照《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关规定，向其他特定投资者募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前20 个交易日公司股票交易均价的90%。据此计算，华闻传媒定价基准日前20 个交易日的股票交易均价为13.72 元/股，前20 个交易日股票交易均价的90%为12.35 元/股。根据公司2013 年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次配套融资的新增股份发行价格相应调整为不低于12.31元/股。最终发行价格将在本次发行获得中国证监会核准后，由公司董事会根据股东大会的授权，按照相关法律、行政法规及规范性文件的规定，依据发行对象申购报价的情况，与本次交易的独立财务顾问协商确定。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行底价将再次作相应调整。

2、发行数量

本次交易标的资产合计作价为279,944.00万元，募集配套资金92,000.00万元；本次交易完成后，预计本次发行股票的数量最高将达到约20,949.69万股（募集配套资金发股数量按照发行底价12.31元/股计算）。

（1）向本次交易对方发行股份数量

本次交易华闻传媒向各交易对方发行新股的数量=标的资产作价款中以股份形式支付的对价÷发行价格。

按照前述公式计算所发行新股的股份数并非整数时，则由本次交易各方协商确定。据此计算，本次交易将向交易对方合计发行134,760,955 股，其详细情况如下：

交易对方	标的资产	交易价格 (万元)	支付方式	
			发行股份 (股)	支付现金 (万元)
西藏风网	掌视亿通 100%股权	130,500.00	59,144,736	49,590.00
精视投资	精视文化 60%股权	43,200.00	13,039,049	11,891.61
莫昂投资			5,908,319	5,388.39
程顺玲	邦富软件 100%股权	72,000.00	20,751,789	11,040.00
李菊莲			14,436,421	7,680.00
曾子帆			2,706,526	1,440.00
金城	漫友文化 85.61%股权	34,244.00	11,348,684	5,175.00
长沙传怡			2,691,885	1,227.50
湖南富坤			1,096,491	500.00
北京中技			1,096,491	500.00
广东粤文投			1,096,491	500.00
广州漫时代			375,000	171.00
俞涌			230,263	105.00
邵璐璐			98,684	45.00
刘洋			78,947	36.00
张昱峰			78,947	36.00
张茜			78,947	36.00
朱斌			78,947	36.00
崔伟良			49,342	22.50
施桂贤			49,342	22.50
许勇和			49,342	22.50
曹凌玲			49,342	22.50
赖春晖			49,342	22.50
邵洪涛			29,605	13.50
祖雅乐			29,605	13.50
邱月仙			29,605	13.50
葛重葳			29,605	13.50
韩露			19,736	9.00
丁冰			19,736	9.00

李凌彪			19,736	9.00
合计		279,944.00	134,760,955	95,591.00

本次最终发行数量将由公司股东大会审议批准后，经中国证监会核准确定。

在定价基准日至发行日期间，如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项作相应调整时，交易对方所获得的本次非公开发行股票的数量亦将作相应调整。

（2）向其他不超过10名特定投资者发行股份数量

本公司通过询价的方式向符合条件的不超过10名特定投资者发行股份募集配套资金为92,000.00万元，金额不超过本次交易总金额（交易对价与募集配套资金金额之和）的25%。按照本次发行底价（12.31元/股）计算，向其他不超过10名特定投资者发行股份数量不超过74,735,987股。最终发行数量将根据最终发行价格确定。

在定价基准日至发行日期间，如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项作相应调整时，发行数量亦将作相应调整。

3、发行股份的锁定期

（1）发行股份购买资产

1) 掌视亿通

本公司本次向西藏风网发行的股份（包括但不限于，限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自新股上市之日起36个月内不得转让；48个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的40%；60个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的70%。

2) 精视文化

本公司本次向精视投资、莫昂投资发行的股份（包括但不限于，限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自新股上市之日起36个月内不得转让。

3) 邦富软件

本公司本次向程顺玲、李菊莲、曾子帆发行的股份（包括但不限于，限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自新股上市之日起12个月内不得转让，24个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的40%，36个月内转让新股数量不超过

其本次认购新股总数的70%。

4) 漫友文化

① 本公司本次向金城、广州漫时代、俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、祖雅乐、邱月仙、葛重葳、韩露、丁冰和李凌彪发行的股份（包括但不限于，限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自新股上市之日起12个月内不得转让，24个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的40%，36个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的70%。

② 本公司本次向长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投发行的股份，（包括但不限于，限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自新股上市之日起12个月内不得转让。

（2）发行股份募集配套资金

参与配套募集资金认购的其他特定投资者以现金认购的股份自股份发行结束之日起12个月内不得转让。

本次发行完成后，由于上市公司送红股、转增股本等原因增持的公司股份，亦应遵守上述约定。待股份锁定期届满后，本次发行的股份将依据中国证监会和深交所的相关规定在深交所交易。

如中国证监会、深交所对股份限售有更为严格的规定，则适用中国证监会、深交所的相关规定。

（三）本次交易构成重大资产重组

本次交易，公司拟购买的掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权合计成交金额为279,944.00万元，占本公司2013年12月31日经审计的合并财务会计报表净资产额（归属于母公司所有者权益合计）442,638.03万元的比例为63.24%，且超过5,000万元人民币。根据《重组管理办法》的规定，本次发行股份购买资产构成重大资产重组，需通过中国证监会并购重组委审核并取得中国证监会核准后方可实施。

（四）本次交易不构成关联交易

本次交易的交易对方及其关联方在本次交易前与上市公司及其关联方之间不存在关联关系，因此，本次交易不构成关联交易。

（五）交易标的评估基准日至标的资产过户日期期间的损益归属

过渡期内，标的资产产生的收益归华闻传媒享有；如标的资产发生亏损，则亏损部分由承诺方分别按比例承担并以现金形式向华闻传媒全额补足。

（六）本次交易方案实施须履行的审批程序

本次交易尚需满足多项条件后方可实施，包括但不限于国际台对本次交易的审核、本公司股东大会对本次交易的批准、中国证监会对本次交易的核准等。

本公司已发出召开临时股东大会通知，并将本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的方案上报至国际台审核；国际台在股东大会召开前5个工作日之前出具批复意见；股东大会作出相关决议并公告后3个工作日内，公司将按照《格式准则第26号》的要求编制申请文件，并委托独立财务顾问向中国证监会申报。

本次重组方案能否取得上述批准、核准及取得上述批准、核准的时间存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

第二节 上市公司基本情况

一、公司概况

公司名称:	华闻传媒投资集团股份有限公司
股票简称:	华闻传媒
证券代码:	000793
上市交易所:	深圳证券交易所
营业执照号	460000000090645
税务登记号码:	460100201250217
组织机构代码:	20125021-7
法定代表人:	温子健
董事会秘书:	金日
联系电话:	0898-66254650 66196060
传真:	0898-66254650 66255636
电子邮箱:	board@000793.com
注册资本:	1,846,262,977.00 元
注册地址:	海南省海口市海甸四东路民生大厦
邮政编码:	570208
公司类型:	股份有限公司
首次注册登记日期:	1991 年 9 月
经营范围:	传播与文化产业的投资、开发、管理及咨询服务；信息集成、多媒体内容制作与经营；广告策划、制作和经营；多媒体技术开发与投资；电子商务；燃气开发、经营、管理及燃气设备销售；高科技风险投资；贸易及贸易代理（凡需行政许可的项目凭许可证经营）。

二、公司设立及上市情况

（一）公司的设立、上市前的股权及名称变动情况

华闻传媒原名“华闻传媒投资股份有限公司”、“海南民生燃气（集团）股份有限公司”、“海口管道燃气股份有限公司”，前身为海南石化煤气公司。海南石化煤气公司成立于1991年9月，主要从事液化石油气的专业化经营。

1992年9月，经海南省股份制试点领导小组办公室琼股办字（1992）27号文批准，

在海南石化煤气公司进行整体改组的基础上，由海南省石油化工工业总公司、海南华银国际信托投资公司、海口海甸岛房地产开发总公司、海南新远实业公司、海南立森实业有限公司以定向募集方式共同发起设立海南石化煤气股份有限公司，总股本为36,674,257股，其中：发起人持股26,674,257股，募集法人持股2,665,149股，内部职工股7,334,851股。

1993年3月，经海南省股份制试点领导小组办公室琼股办字（1993）35号文批准，海南石化煤气股份有限公司增资扩股。海口市煤气管理总公司认购60,000,000股、海南赛格国际信托投资公司认购20,000,000股、海南赛格燃气有限公司（原名为海南先锋管道石油燃气有限公司）认购20,000,000股，内部职工股认购17,336,000股，总股本增至154,010,257股并更名为“海口管道燃气股份有限公司”。

1993年8月，海口市煤气管理总公司、海南赛格国际信托投资公司、海南赛格燃气有限公司各将其有的海口管道燃气股份有限公司6,800,000股、2,850,000股、4,150,000股转让给海南省石油化工工业总公司及其它33家社会法人，其中海南省石油化工工业总公司受让1,850,000股。

1994年，海南省证管办琼证办(1994)49号文确认：（1）1993年海口管道燃气股份有限公司增资扩股时入股的海口市煤气管理总公司、海南赛格国际信托投资公司、海南赛格燃气有限公司为海口管道燃气股份有限公司的发起人；（2）海口管道燃气股份有限公司总股本为154,010,257股，其中：发起人股为114,724,257股，募集法人股为14,615,149股，内部职工股为24,670,851股。

1997年4月，经海南省证券管理办公室琼证办（1997）86号文批准，海口管道燃气股份有限公司股本按1：0.5同比例缩股，总股本变更为77,005,129股。

（二）公司上市情况

1997年7月，经中国证券监督管理委员会证监发字[1997]372号文和证监发字[1997]373号文批准，公司向社会公众发行人民币普通股5,000万股，并于1997年7月29日在深圳证券交易所上市。此次发行完成后，公司股本增至127,005,129股，股本结构为：

股东类别	股本（股）	比例（%）
发起人	57,362,130	45.17

募集法人	7,307,574	5.75
社会公众	50,000,000	39.37
内部职工	12,335,425	9.71
总股本	127,005,129	100.00

三、公司上市后股本及名称变动情况

（一）股权分置改革前，公司股本及名称变动情况

1998年7月，公司更名为“海南民生燃气（集团）股份有限公司”。

1998年6月，经公司第六次股东大会审议通过，以1997年度末总股本127,005,129股为基数，每10股送2股红股并以资本公积转增8股，总股本增至254,010,258股。

2000年4月，经中国证券监督管理委员会证监公司字〔2000〕17号文核准，海南民生燃气（集团）股份有限公司以总股本254,010,258股为基数按10:3的比例配股，共配售37,401,255股，总股本增至291,411,513股。

2003年10月，经中国证券监督管理委员会证监发行字〔2003〕110号文核准，公司以总股本291,411,513股为基数按10：3的比例配股，共配售48,621,631股，总股本增至340,033,144股。

2004年4月，经公司2004年4月8日召开的2003年度股东大会决议通过，以2003年12月31日总股本340,033,144股为基数，每10股送2股红股，同时用资本公积转增8股，总股本增至680,066,288股。

2005年3月，经公司2005年2月22日召开的2004年度股东大会决议通过，以2004年12月31日总股本680,066,288股为基数，每10股送1股红股，同时用资本公积转增9股，总股本增至1,360,132,576股。

上述股权转让完成后公司股权结构如下：

	股份数量（股）	比例（%）
一、未上市流通股份合计	517,357,632	38.04
国家股		
国有法人股	97,000,000	7.13
社会法人股	10,669,704	0.78
募集法人股	409,687,928	30.12
境外法人股		
二、流通股份合计	842,774,944	61.96

A 股	842,774,944	61.96
三、股份总数	1,360,132,576	100.00

（二）公司股权分置改革

2006 年 1 月，公司召开的相关股东会议审议通过了《海南民生燃气（集团）股份有限公司股权分置改革方案》，流通股股东每 10 股获得非流通股股东支付的 3 股股份。

2006 年 2 月公司股权分置改革方案实施后，公司股份结构发生变化如下：

	股份数量（股）	比例（%）
一、有限售条件的流通股合计	264,525,149	19.45
国家持股		
国有法人持股	59,039,703	4.34
社会法人持股	205,485,446	15.11
境外法人持股		
二、无限售条件的流通股合计	1,095,607,427	80.55
A 股	1,095,607,427	80.55
三、股份总数	1,360,132,576	100.00

（三）股权分置改革后，公司股本及名称变动情况

2006 年 11 月，公司更名为“华闻传媒投资股份有限公司”。

2007 年 3 月，公司 73,809,062 股有限售条件流通股上市流通。

2008 年 2 月，公司更名为“华闻传媒投资集团股份有限公司”。

2010 年 5 月，公司 189,966,087 股有限售条件流通股上市流通。

2013 年 11 月 22 日，公司取得中国证监会《关于核准华闻传媒投资集团股份有限公司向陕西华路新型塑料建材有限公司等发行股份购买资产的批复》（证监许可【2013】1467 号），核准公司向七家特定对象发行 486,130,401 股股份购买相关资产。此次新增发行股份 486,130,401 股 A 股于该批股份上市日（2014 年 1 月 2 日）的前一交易日（2013 年 12 月 31 日）日终登记到账，并正式列入本公司的股东名册。公司注册资本金由人民币 1,360,132,576.00 元增加至人民币 1,846,262,977.00 元，公司总股数由 1,360,132,576 股增加至 1,846,262,977 股。

截至 2014 年 3 月 31 日，公司股权结构如下：

	股份数量（股）	比例（%）
一、有限售条件的流通股合计	486,880,401	26.37

国家持股	—	—
国有法人持股	—	—
其他内资持股	486,880,401	26.37
其中：境内非国有法人持股	486,880,401	26.37
境内自然人持股	—	—
外资持股	—	—
其中：境外法人持股	—	—
境外自然人持股	—	—
高管人员持股	—	—
二、无限售条件的流通股合计	1,359,382,576	73.63
人民币普通股	1,359,382,576	73.63
境内上市的外资股	—	—
境外上市的外资股	—	—
其他	—	—
三、股份总数	1,846,262,977	100.00

四、公司最近三年的控股权变动及资产重组情况

（一）公司控股权的变动情况

1、2011 年 1 月 1 日公司控股权

截至2011年1月1日，上海新华闻投资有限公司（以下简称“上海新华闻”）持有公司股份267,205,570 股，占股份总数的19.65%；首都机场集团公司（以下简称“首都机场集团”）持有公司股份276,178,570 股，占股份总数的20.31%。由于公司董事会半数以上成员由上海新华闻推荐，公司控股股东为上海新华闻。

2、2011 年 1 月至 2011 年 2 月期间公司控股权的变动情况

2011年1月4日，公司收到股东首都机场集团“关于继续维护华闻传媒并列第一大股东格局的函”。鉴于首都机场集团与上海新华闻于2006年11月15日在北京签署《合作框架协议》约定双方并列华闻传媒第一大股东，首都机场集团表示：

（1）首都机场集团将继续支持上海新华闻履行华闻传媒控股股东的职责；

（2）首都机场集团将在适当的时候减持公司8,973,000股（占公司已发行股份的0.66%），将持有公司的股份比例降至19.65%，与上海新华闻现持有的公司股份比例一致。

截止2011年2月16日，首都机场集团累计卖出公司股份8,973,000股（占公司已发

行股份的0.66%)，持股比例降至19.65%，与上海新华闻所持有的公司股份数量一致，恢复双方在《合作框架协议》中约定的并列第一大股东格局。公司控股股东仍为上海新华闻。

3、2011年3月至2012年3月期间公司控股权的变动情况

2011年3月1日，公司收到并列第一大股东首都机场集团“关于拟转让华闻传媒公司股份的函”。首都机场集团拟转让其持有公司的全部股份267,205,570股（占公司已发行股份的19.65%）。2011年3月25日，首都机场集团收到财政部的批复意见，同意首都机场集团以公开征集受让方的方式协议转让所持有的公司无限售条件流通股股份267,205,570股（占公司已发行股份的19.65%）。

2011年4月13日，上海渝富资产管理有限公司（以下简称“上海渝富”）股东会做出决议，同意受让首都机场集团所转让的公司股份267,205,570股（占公司已发行股份的19.65%），并授权董事会具体实施受让计划。上海渝富董事会做出决议，同意公司向首都机场集团提交以4.923元/股作为报价受让公司股份267,205,570股之意向书。

2011年5月12日，上海渝富与首都机场集团签署了《股份转让协议》，约定本次股权转让价格为人民币4.923元/股。

2011年7月27日，公司收到首都机场集团转来的财政部批复给中国民用航空局的财建〔2011〕551号文《财政部关于批复首都机场集团公司向上海渝富资产管理有限公司协议转让华闻传媒投资集团股份的函》，同意首都机场集团向上海渝富协议转让所持有的公司股份267,205,570股，股份转让价格按公司股份转让信息公告日前30个交易日的每日加权平均价格的算术平均值的90%为基准定价，转让价格为4.923元/股。

2011年8月10日，首都机场集团将其持有的公司股份267,205,570股转让给上海渝富的过户登记手续办理完毕。本次股份转让完成后，上海渝富持有公司股份267,205,570股，占公司已发行股份的19.65%，与上海新华闻成为公司并列第一大股东。公司控股股东仍为上海新华闻。

4、2012年3月之后公司控股权的变动情况

2012年4月25日，人保投资控股有限公司（以下简称“人保投控”）与北京国际信托有限公司（以下简称“北京信托”）签署了《关于中国华闻投资控股有限公司之股权转让协议》和《关于广联（南宁）投资股份有限公司之股权转让协议》，人保投控向北

京信托转让其持有的中国华闻投资控股有限公司（以下简称“华闻控股”）55%股权和广联（南宁）投资股份有限公司（以下简称“广联公司”）54.21%股权。北京信托成为上海新华闻的间接股东，同时也被动成为本公司的间接股东。

北京信托以德瑞股权投资基金集合资金信托计划（以下简称“信托计划”）受让上述股权。北京信托及信托计划基于其战略发展和管理的需要，不希望成为公司的实际控制人，为此上海新华闻拟放弃本公司控股股东身份，并同时在与相关公司洽谈转让其所持有的本公司全部或大部分股份。

公司书面征询并列第一大股东上海渝富，上海渝富于2012年5月14日出具《关于征询控股股东意向的函的复函》表示：如上海新华闻完成其所持有本公司股份的对外转让，导致上海渝富成为本公司单一第一大股东，在条件成立时，上海渝富同意成为本公司控股股东，国广控股也同意成为本公司实际控制人。

2012年5月22日，上海新华闻作为出让方、华闻控股作为担保方分别与受让方上海倚和资产管理有限公司（以下简称“上海倚和”）、无锡大东资产管理有限公司（以下简称“无锡大东”）、重庆涌瑞股权投资有限公司（以下简称“重庆涌瑞”）签署了《关于华闻传媒投资集团股份有限公司之股份转让协议》，协议转让上海新华闻持有的公司股份合计250,000,000股，占公司已发行股份的18.38%。其中：转让给上海倚和101,993,371股，占公司已发行股份的7.50%；转让给无锡大东80,000,000股，占公司已发行股份的5.88%；转让给重庆涌瑞68,006,629股，占公司已发行股份的5.00%。

截至2012年8月3日，上述股权转让过户登记手续已全部办理完毕。本次股份转让完成后，上海新华闻仍持有公司股份17,205,570股（占公司已发行股份的1.26%）。而上海渝富继续持有公司267,205,570股（占公司已发行股份的19.65%），成为公司单一第一大股东。

2013年10月25日，公司接到控股股东上海渝富《关于公司名称变更的函》，控股股东名称由“上海渝富资产管理有限公司”变更为“国广环球资产管理有限公司”（以下简称“国广资产”），并于2013年10月25日完成工商变更登记。公司控股股东名称变更前后，其股权结构、控股股东和实际控制人未发生变化。

（二）公司最近三年的重大资产重组情况

2013年，公司通过向七个特定对象非公开发行股份的方式，购买华商传媒及其八

家附属公司的少数股东权益和澄怀科技 100%股权。该次交易于 2013 年 11 月 22 日取得中国证监会《关于核准华闻传媒投资集团股份有限公司向陕西华路新型塑料建材有限公司等发行股份购买资产的批复》（证监许可【2013】1467 号）核准。该次交易新增股份于该批股份上市日（2014 年 1 月 2 日）的前一交易日（2013 年 12 月 31 日）日终登记到账，并正式列入本公司的股东名册。

五、公司主营业务情况

公司的经营范围为：传播与文化产业的投资、开发、管理及咨询服务；信息集成、多媒体内容制作与经营，广告策划、制作和经营，多媒体技术开发与投资，电子商务，燃气开发、经营、管理及燃气设备销售，高科技风险投资；贸易及贸易代理（凡需行政许可的项目凭许可证经营）。

目前，公司主要从事传媒业务和城市燃气相关业务的经营，独家拥有《证券时报》、《华商报》、《新文化报》、《华商晨报》、《重庆时报》等报刊经营业务的经营权，独家拥有国际台国内广播频率广告经营业务的经营权，为客户提供高端留学咨询服务及出国英语考试辅导服务，独家承担海口市燃气管道施工和管道燃气供应。

公司控股子公司时报传媒拥有《证券时报》经营业务的独家经营权。《证券时报》是由人民日报社主管主办、以报道证券市场为主，兼顾经济金融信息，面向国内外公开发行的财经类专业日报，是中国证监会、中国保监会、中国银监会指定信息披露的三大报刊之一，经营业务存在一定的市场竞争。时报传媒挖掘存量合作公司潜力，延长服务链条，取得再融资项目合作；抓住新基金发行家数持续增加的机会，做好新基金发行的信息服务及基金常年信息披露代理；利用《证券时报》创刊 20 周年大庆，精心策划了广告迎社庆的营销计划；继续开展中国上市公司价值评选等品牌活动，与经营形成良性互动；努力创收，保持了稳定的营业收入。

公司控股子公司华商传媒已经取得独家代理经营华商报业《华商报》、《新文化报》、《华商晨报》、《重庆时报》等报刊的广告、发行、印刷等业务的权利。华商传媒目前经营的媒体主要为都市报，具有较强的竞争力。华商传媒积极应对行业挑战，深化落地既定战略，采取有效经营措施，不断提升业务能力，广告面积市场地位稳固；建成并投入使用华商数码草滩印刷基地，《华商报》、《新文化报》与《重庆时报》印刷质量均列精品级，提高了印刷时效，同时稳步推进商业印刷试点，增强了自身竞争力；深入拓展新业务，完善互联网业务战略架构，壮大文化产业发展平台，搭建报纸

商贸平台，运营效率稳中有升，投资业务稳健发展。

公司控股子公司国广光荣拥有国际台国内广播频率广告经营业务的独家经营权。目前国际台国内广播频率主要有三套（即：劲曲调频、轻松调频、环球资讯等），主要分布在北京、上海、广州等发达城市，已经具备较强的品牌影响力。国广光荣积极协助签约代理商开发客户市场，提升经营能力；搭建对接平台，满足客户需求；完善治理结构，实施内控建设。

公司控股子公司澄怀科技所处行业为现代服务业，主要业务为提供高端留学咨询服务，通过多年经营，澄怀科技已成功为 2 万多名留学生提供服务，在高端留学咨询领域拥有较高的知名度和品牌声誉。此外，澄怀科技创立了留学及考试教育在线网站“太傻网”（<http://www.taisha.org/>），服务平台覆盖全国上百所重点高校，在 16~26 岁青少年群体中具有较高的品牌认可度。

公司控股子公司民生燃气 2006 年已经取得海口市管道燃气的特许经营权，为此在海口地区的管道燃气业务不存在竞争威胁。城市燃气是城市建设的重要基础设施之一，也是城市能源供应的一个重要组成部分，是国家产业政策重点发展的基础设施产业，它为城市工业、商业和居民生活提供优质气体燃料。城市燃气发展的未来将属于管道天然气，管道天然气将成为我国城市燃气发展的重要转折。民生燃气多途径争气源，建站点保生产，加强市场化运作，多渠道拓宽燃气市场，发展对外检验业务、培训业务和质检业务，营业收入保持稳定增长；加大信息化建设力度，完善 SCADA 系统安全监控系统功能；重安全，抓技改，保平安，喜获安全生产“零事故”；讲规范，严内控，抓整改，内控工作取得新成效；抓服务，做义工，树品牌，凸显民生燃气良好的形象。

2011 年公司实现营业收入 379,389.17 万元，同比增长 9.07%；实现归属于母公司所有者的净利润 25,577.54 万元，同比增长 10.32%。

2012 年公司实现营业收入 409,542.00 万元，同比增长 7.95%；实现归属于母公司所有者的净利润 26,944.68 万元，同比增长 5.35%。

2013 年公司实现营业收入 374,955.80 万元，同比减少 8.45%；实现归属于母公司所有者的净利润 52,700.74 万元，同比增长 95.59%。

六、主要财务数据

公司2011年、2012年、2013年及2014年1~3月的财务报表均已经立信审计并出具了

标准无保留意见的《审计报告》（信会师报字[2012]第310058号、信会师报字[2013]第310010号、信会师报字[2014]第310085号及信会师报字[2014]第310287号），本报告中上市公司各年财务数据的列示和分析均采用各年当期的《审计报告》数据。公司最近三年一期合并财务报表数据如下表所示：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2014年 3月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日	2011年 12月31日
流动资产	285,555.77	270,740.58	228,187.12	216,661.43
非流动资产	446,083.24	447,007.14	378,283.08	305,338.92
总资产	731,639.02	717,747.72	606,470.20	522,000.35
流动负债	150,859.71	168,637.61	195,889.94	151,136.20
非流动负债	84,274.52	82,564.42	21,333.44	14,153.86
总负债	235,134.23	251,202.04	217,223.39	165,290.06
所有者权益合计	496,504.79	466,545.69	389,246.81	356,710.29
归属于母公司所有者权益合计	473,851.47	442,638.03	300,912.36	266,310.13

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2014年1~3月	2013年度	2012年度	2011年度
营业收入	75,927.97	374,955.80	409,542.00	379,389.17
营业成本	46,815.27	221,613.00	255,702.21	233,502.20
营业利润	37,273.08	94,900.28	64,852.59	59,568.32
利润总额	37,457.92	103,395.39	65,990.19	61,367.49
归属于上市公司股东的净利润	31,198.54	52,700.74	26,944.68	25,577.54

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2014年1~3月	2013年度	2012年度	2011年度
经营活动产生的现金流量净额	-14,771.44	93,154.41	18,595.19	63,369.41
投资活动产生的现金流量净额	-20,537.22	-35,821.97	-49,294.28	-73,477.48
筹资活动产生的现金流量净额	-1,790.27	-22,671.54	6,894.36	7,243.60
现金及现金等价物净增加额	-37,098.87	34,656.37	-23,803.30	-2,869.80

（四）主要财务指标

指标名称	2014年 1~3月	2013年度	2012年度	2011年度
基本每股收益（元/股）	0.1690	0.3875	0.1981	0.1881
稀释每股收益（元/股）	0.1690	0.3875	0.1981	0.1881

扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.0290	0.2026	0.1806	0.1682
加权平均净资产收益率（%）	6.81	19.78	9.54	10.04
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	1.17	10.35	8.70	8.98
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.08	0.50	0.14	0.47
指 标 名 称	2014 年 3 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
归属于上市公司股东的每股净资产（元/股）	2.57	2.40	2.21	1.96
资产负债率（%）	32.14	35.00	35.82	31.66

七、公司控股股东及实际控制人概况

（一）控股股东概况

截至2014年3月31日，公司前五大股东持股情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（股）	股权比例（%）
1	国广环球资产管理有限公司	267,205,570	14.47
2	新疆锐盈股权投资合伙企业(有限合伙)	154,166,667	8.35
3	上海大黎资产管理有限公司	86,805,555	4.70
4	陕西华路新型塑料建材有限公司	76,678,241	4.15
5	上海倚和资产管理有限公司	68,340,081	3.70

目前，国广资产持有公司267,205,570股，占公司已发行股份的14.47%，为公司控股股东。国广资产基本信息如下：

公司名称：	国广环球资产管理有限公司
注册住址：	青浦区新桥路南侧 1203 弄 1 号 3 幢 1 层 A
法定代表人：	汪方怀
注册资本：	人民币 70,650 万元
营业执照注册号码：	310118002579077
组织机构代码：	56652574-6
税务登记证号码：	310229566525746
企业类型：	有限责任公司（国内合资）
经营范围：	资产管理，投资管理，商务信息咨询，企业管理咨询
经营期限：	自 2010 年 12 月 6 日至 2020 年 12 月 5 日
主要股东：	国广环球传媒控股有限公司持有 58.0344%的股权

（二）实际控制人概况

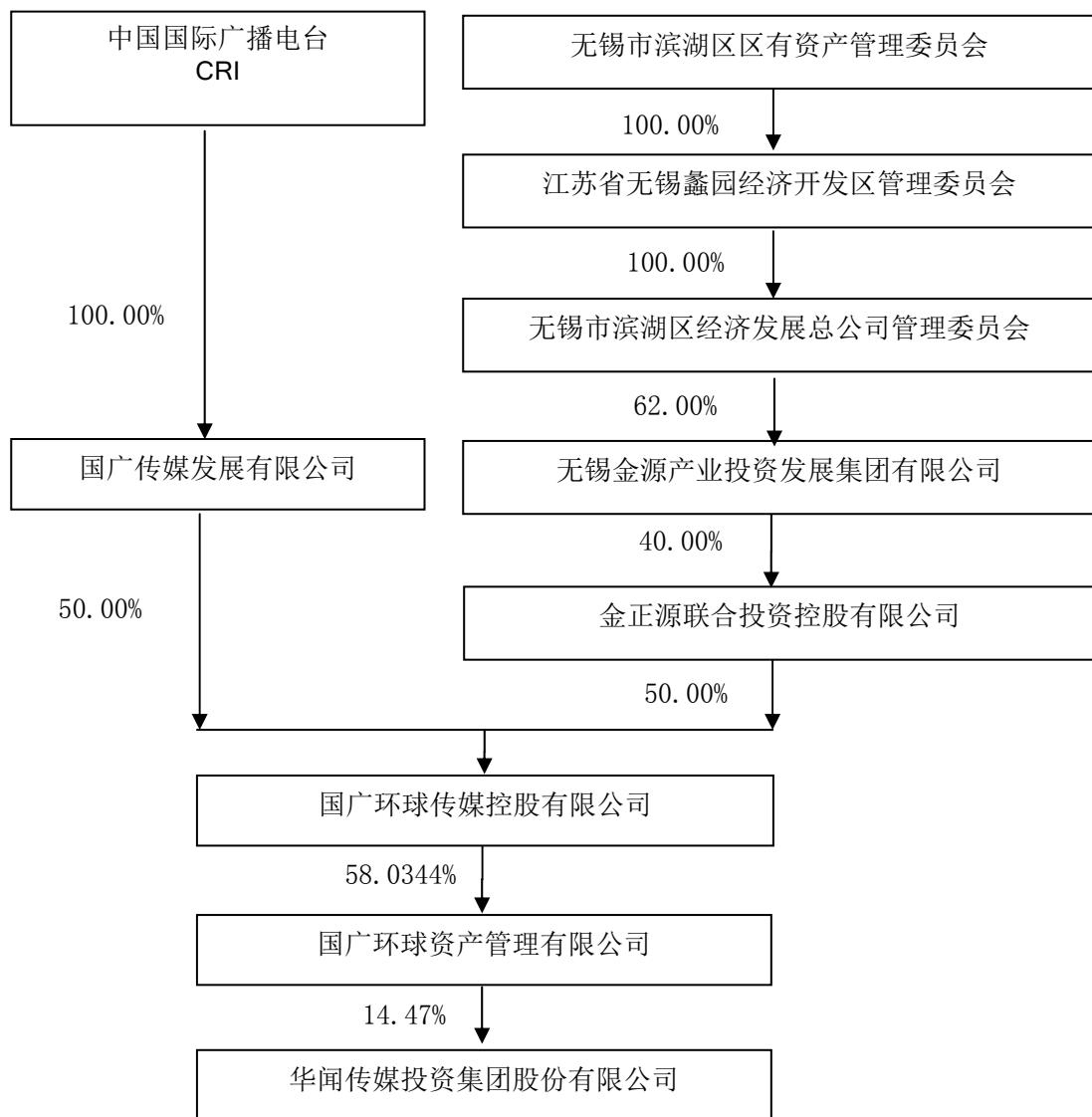
目前，国广控股持有国广资产58.0344%股权。国广控股由国广传媒和金正源共同控制，各持有50%股权。公司的实际控制人为国广控股，最终控制人为国际台和无锡市滨湖区区有资产管理委员会。

国广控股是2010年11月25日在北京市工商行政管理局石景山分局注册成立的其他有限责任公司，注册地址为北京市石景山区石景山路甲16号，注册资本为10,182.18万元，法定代表人为王云鹏。经营范围为项目投资，投资管理；资产管理；投资咨询；企业管理；组织文化交流活动（演出除外）；承办展览展示；影视策划；企业形象策划；市场营销策划；设计、制作、代理、发布广告；网络技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询。

国际台由原国家广播电影电视总局举办，住所为北京市石景山区石景山路甲16号，开办资金为18,695万元。宗旨和业务范围为：对外广播新闻和其他信息，增进国际社会了解中国，多语种对外广播与对内广播，外宣电视片制作，电视国际新闻和新闻性节目制作与传送，多语种网络新闻和其他信息服务，《世界新闻报》出版与发行，中国国际广播音像出版社音像制品出版与发行。

无锡市滨湖区区有资产管理委员会机构职能主要为：贯彻执行国家和省、市、区有关国有资产管理的方针、政策、法律、法规，拟订区级机关行政性国有资产管理办法和实施细则，并组织实施；负责区级机关和直属单位房地产及固定资产的核查、登记、核收建档、调配、处置和管理工作。

截至本报告书签署日，公司的控制关系如下：



第三节 交易对方的基本情况

本次交易中上市公司的交易对方包括西藏风网、精视投资、莫昂投资、程顺玲、曾子帆、李菊莲、金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌等 18 位自然人，其基本情况如下：

一、西藏风网

（一）基本情况

名称	西藏风网科技有限公司
注册号	540125200002499
税务登记证	藏国税字 540125064698890
成立日期	2014 年 3 月 21 日
住所	拉萨市堆龙德庆县羊达工业园区 331 号
法定代表人	丁辉
注册资本	1000 万元
公司类型	一人有限责任公司
经营范围	一般经营项目：计算机软件、通信软件、网络信息软件的研发、生产；承接网络工程；自由技术转让；提供技术服务、技术支持、技术培训、技术咨询；销售自产产品。（上述经营范围中，国家法律、行政法规和国务院决定规定必须报经批准的，凭许可证在有效期内经营。）

（二）历史沿革

1、西藏风网的基本情况

西藏风网系由风网科技于 2014 年 3 月 21 日出资设立的一人有限责任公司。

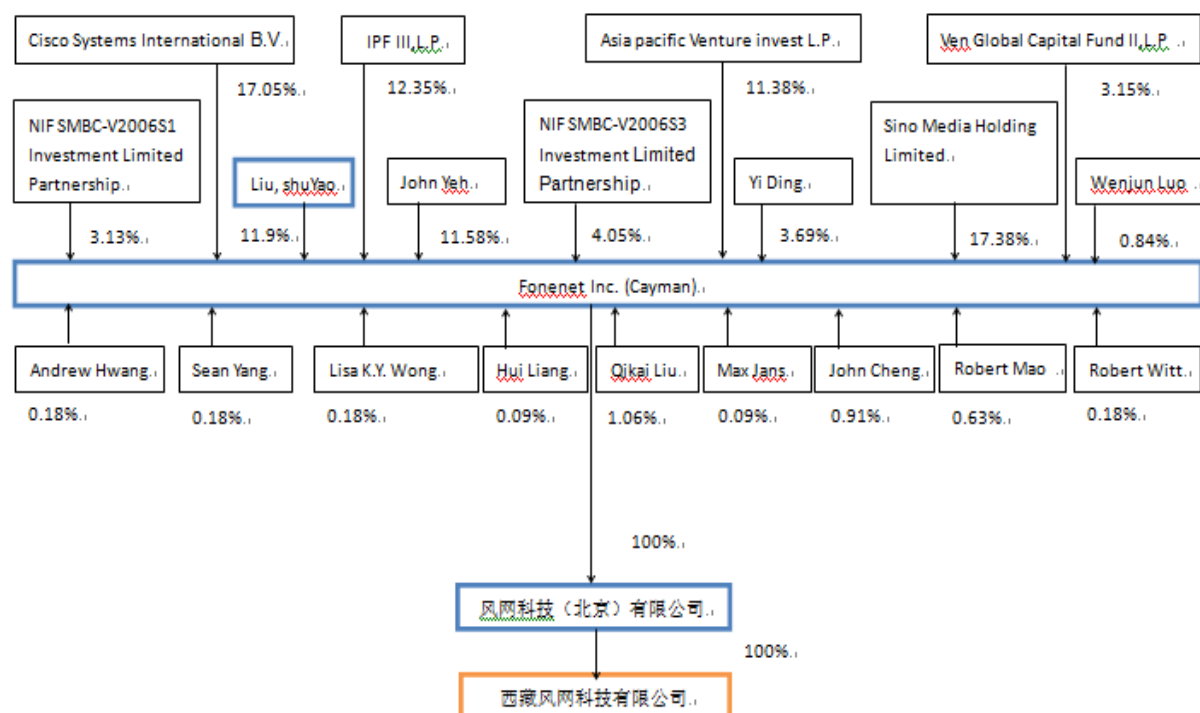
2014 年 3 月 21 日，西藏风网取得拉萨市堆龙德庆县工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》（注册号：540125200002499）。

西藏风网设立时的股权结构为：

序号	股东名称	出资金额（万元）	占注册资本比例（%）
1	风网科技	1,000	100.00
合 计		1,000	100.00

（三）与其控股股东、实际控制人之间的产权控制关系结构图

西藏风网的控股股东为风网科技，实际控制人为刘述尧，西藏风网与其控股股东、实际控制人之间的产权控制关系结构图如下所示：



（四）主营业务情况及主要财务数据

西藏风网主营业务为实业投资，其最近一期主要财务数据如下：

单位：元	
项目	2014.3.31
资产总计	130,668,141.94
负债总计	120,668,141.94
所有者权益	10,000,000.00
项目	2014 年 1~3 月
营业收入	0
利润总额	0
净利润	0

注：上述财务数据未经审计

（五）主要下属企业情况

除交易标的外，西藏风网无控股下属企业。

（六）西藏风网控股股东风网科技的基本情况

（1）风网科技的基本信息

公司名称	风网科技（北京）有限公司
公司类型	有限责任公司（外国法人独资）
注册资本	美元 700 万元
实收资本	美元 700 万元
法定代表人	刘述尧

股东（发起人）	风网股份有限公司
住 所	北京市朝阳区建国门外大街 19 号中信国际大厦 A 座 3 层 4 号
成立日期	2004 年 11 月 15 日
营业期限	2004 年 11 月 15 日至 2024 年 11 月 14 日
营业执照注册号	110000410223255
税务登记证号	京税证字 110105766759539 号
经营范围	研发、生产计算机软件、通信软件及网络信息软件；承接网络工程；自有技术转让；提供技术服务、技术支持、技术培训、技术咨询；销售资产产品。

（2）风网科技历史沿革

风网科技系经北京市朝阳区商务局批准，由风网股份于 2004 年 11 月 15 日出资设立的外商独资企业；设立时其注册资本 10 万美元。

风网科技自 2004 年 11 月设立至今，其注册资本共进行了 4 次变更：2005 年 8 月其注册资本由 10 万美元增至 200 万美元；2007 年 10 月注册资本增加至 400 万美元；2008 年 12 月注册资本增加至 430 万美元；2011 年 9 月注册资本增加至 700 万美元。风网科技历次增资事项均取得了外资主管部门的批准，履行了验资程序，并办理了工商变更登记和外商投资企业批准证书变更手续。风网科技设立至今，其股东始终为风网股份，未发生过变化。

（3）风网科技控制的其他企业情况

经风网科技确认，除西藏风网、掌视亿通之外，其现时实际控制的其他公司如下：

序号	公司名称	注册资本 (万元)	主营业务	经营范围
1	北京风网信息技术有限公司	3532	互联网软件服务	因特网信息服务业务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械和 B B S 以外的内容）；第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定电话信息服务和互联网信息服务）。代理、发布广告；软件设计；计算机系统服务；技术服务；技术转让；技术咨询；计算机技术培训。
2	北京鼎木宏兴科技有限公司	500	基础软件服务	技术推广服务；基础软件服务；计算机系统服务；计算机技术培训；设计、制作、代理、发布广告。
3	北京蓝色大门影视文化传播有限公司	500	软件、技术服务及培训	组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；影视策划；技术推广服务；企业策划、设计；会议及展览服务。
4	多乐天下（北京）科技有限公司	100	未开展实际业务	技术推广服务；基础软件服务；计算机系统服务；计算机技术培训；设计、代理、制作、发布广告。
5	东方星和科技（北京）有限公司	30	未开展实际业务	技术推广服务；代理、发布广告；计算机系统服务；软件开发；计算机技术培训。
6	上海簇联信息技术有限公司	500	技术服务	计算机技术及网络技术领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机系统集成，网络工程，动漫设计，创意服务，图文设计制作，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售。
7	北京百视无限信息技术有限公司	500	互联网软件服务	技术推广服务；计算机系统服务；公共软件服务（不含医用软件）；数据处理；计算机技术培训；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；文艺创作。
8	康亚隆泰科技（北京）有限公司	10	未开展实际业务	技术推广服务；基础软件服务；计算机系统服务；计算机技术培训；设计、代理、制作、发布广告。

（七）西藏风网实际控制人刘述尧的基本情况

（1）刘述尧的基本情况

姓名	刘述尧	曾用名	/
性别	男	国籍	中国台湾
台胞证号	05269399		
住所	北京市朝阳区建国路 91 号金地国际花园		
通讯地址	北京市朝阳区建国路 91 号金地国际花园		
最近三年主要职业和职务			
任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
风网科技	2003~至今	董事长、CEO	实际控制人
风网股份	2004~至今	董事长、CEO	实际控制人
国视北京	2011~2014	副董事长	无

（2）刘述尧控制的其他企业情况

刘述尧现时持有风网股份11.9%股份，系风网股份、风网科技、西藏风网的实际控制人。刘述尧通过其控制的风网股份控制着风网科技及其下属各公司，具体情况如下：

序号	公司名称	注册资本 (万元)	主营业务	经营范围
1	风网股份	18万美元	投资管理	除开曼群岛公司法（2012年版）以及开曼群岛其他法律限制业务以外的其他业务
2	风网科技	700万美元	投资管理	研发、生产计算机软件、通信软件及网络信息软件；承接网络工程；自有技术转让；提供技术服务、技术支持、技术培训、技术咨询；销售自产产品
3	风网信息	3532	互联网软件服务	因特网信息服务业务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械和BBS以外的内容）；第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定电话信息服务和互联网信息服务）。代理、发布广告；软件设计；计算机系统服务；技术服务；技术转让；技术咨询；计算机技术培训。
4	北京鼎木宏兴科技有限公司	500	基础软件服务	技术推广服务；基础软件服务；计算机系统服务；计算机技术培训；设计、制作、代理、发布广告。
5	北京蓝色大门影视文化传播有限公司	500	软件、技术服务及培训	组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；影视策划；技术推广服务；企业策划、设计；会议及展览服务。
6	多乐天下（北京）科技有限公司	100	未开展实际业务	技术推广服务；基础软件服务；计算机系统服务；计算机技术培训；设计、代理、制作、发布广告。
7	东方星和科技（北京）有限公司	30	未开展实际业务	技术推广服务；代理、发布广告；计算机系统服务；软件开发；计算机技术培训。
8	上海簇联信息技术有限公司	500	技术服务	计算机技术及网络技术领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机系统集成，网络工程，动漫设计，创意服务，图文设计制作，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售。
9	北京百视无限信息技术有限公司	500	互联网软件服务	技术推广服务；计算机系统服务；公共软件服务（不含医用软件）；数据处理；计算机技术培训；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；文艺创作
10	康亚隆泰科技（北京）有限公司	10	未开展实际业务	技术推广服务；基础软件服务；计算机系统服务；计算机技术培训；设计、代理、制作、发布广告。
11	西藏风网	1000	投资管理	计算机软件、通信软件、网络信息软件的研发、生产；承接网络工程；自由技术转让；提供技术服务、技术支持、技术培训、技术咨询；销售

				自产产品。
12	掌视亿通	12,000	运营商付费 视频内容分 销及推广业 务	信息技术推广服务；基础软件服务；计算机系统服务；设计、制作、代理、发布广告；技术服务、技术转让、技术咨询

（3）认定刘述尧为实际控制人的依据

经查验并根据风网科技、风网股份的说明，风网股份系刘述尧先生作为创始股东于2004年在开曼群岛设立的公司。由于风网股份并不开展实际经营，经营活动均由风网股份在中国境内设立的核心公司——风网科技通过其控制的风网信息、掌视亿通等公司在中国境内开展。风网股份及其各下属公司的经营架构均系刘述尧先生一手规划和搭建。风网股份及各下属公司设立以来，刘述尧先生凭借其专业优势和管理能力成为各公司的经营管理核心，并一直担任风网股份、风网科技的董事长、CEO，实际掌控着各公司的经营决策权、财务管理权和人事任免权。

为了满足风网股份及旗下公司的经营需要，刘述尧先生于2004年、2007年和2011年分别为风网股份引入了三轮国际财务投资者。经过数轮引入财务投资者后，风网股份的股权结构如下：

序号	姓名	持股比例（%）
1	刘述尧	11.90
2	Wenjun lu	0.84
3	Yi Ding	3.69
4	Andrew hwang	0.18
5	Robert Witt	0.18
6	Max Jans	0.09
7	Lisa K Y Wong	0.18
8	Hui Liang	0.09
9	John Cheng	0.91
10	Sean Yang	0.18
11	Robert Mao	0.63
12	Qikai Liu	1.06
13	Cisco Systems International BV（财务投资者）	17.05
14	IPFIII.LP（财务投资者）	12.36
15	Ven Global Capital Fund II L.P（财务投资者）	3.15
16	John Yeh（财务投资者）	11.58
17	Asia pacific venture invest LP（财务投资者）	11.38
18	NIF SMBC-V2006S1 Investment Limited Partnership（财务投资者）	3.13
19	NIF SMBC-V2006S3 Investment Limited Partnership（财务投资者）	4.05
20	Sino Media Holding limited（财务投资者）	17.38
合 计		100.00

除刘述尧外，风网股份持股比例较高的股东均为单纯的财务投资者。由于风网股份及下属公司在中国境内开展业务，且风网股份股东散布在世界各地，特别是财务投资者分别位于美国、日本、台湾和香港。财务投资者及其他小股东，除定期通过邮件方式了解公司业绩状况外，并不参与风网股份及旗下各公司的经营管理。刘述尧先生常年在中国大陆对风网股份及下属公司进行直接管理。经风网股份确认，风网股份股东大会对风网股份及旗下各公司的重大事项决策时，其他股东的意见均依赖于刘述尧先生对相关事项的判断和决定。

风网股份董事会由六名董事组成，董事长由刘述尧担任。财务投资者Sino Media Holding limited、NIF SMBC-V2006S1 Investment Limited Partnership、Asia pacific venture invest LP、IPFIII.LP和John yeh各委派一名董事。除刘述尧在中国大陆对各公司进行管理外，公司其他董事不参与风网股份及下属公司的日常经营管理。经风网股份确认，风网股份董事会对风网股份及旗下各公司的重大事项决策时，其他董事的意见均依赖于董事长刘述尧先生对相关事项的判断和决定。

经风网股份和风网科技确认，风网股份、风网科技及各下属公司成立以来，各公司的经营管理人员均由刘述尧先生选聘、任免。刘述尧先生对风网股份、风网科技及各下属公司具有实际的人事任免权。

根据上述情况并经风网股份及其股东、风网科技其他董事的一致确认，公司认为，刘述尧先生常年以来对风网股份、风网科技及其旗下各公司的经营运作、财务管理和人事任免方面拥有实际控制力，是风网股份、风网科技及其下属控制的各公司的实际控制人。

刘述尧与风网股份的其他股东之间不存在一致行动关系。

二、精视投资

（一）基本情况

名称	上海精视投资发展有限公司
注册号	310230000607733
税务登记证	国地税沪字 310230076495636 号
成立日期	2013 年 9 月 3 日
住所	上海市崇明县城桥镇秀山路 8 号 3 栋一层 O 区 2008 室（崇明工业园区）
法定代表人	蔡德春
注册资本	1000 万元
公司类型	有限责任公司（国内合资）

经营范围	实业投资、投资管理、咨询，资产管理，企业管理，物业管理。(企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营)
------	---

(二) 历史沿革

1、设立

精视投资系由自然人蔡德春、傅广平共同出资设立的有限责任公司（国内合资）。

2013 年 8 月 30 日，上海市中鉴会计师事务所出具《验资报告》（中鉴验字[2013]第 1085 号）验证，截至 2013 年 8 月 27 日止，公司已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本），合计人民币 1,000 万元，均为货币出资。

2013 年 9 月 3 日，上海市工商行政管理局崇明分局核发了《企业法人营业执照》（注册号：310230000607733）。

精视投资设立时股权结构为：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	蔡德春	600	60
2	傅广平	400	40
	合 计	1,000	100

(三) 与其控股股东、实际控制人之间的产权控制关系结构图

根据精视投资股东蔡德春与傅广平签订的《一致行动协议》，精视投资的实际控制人为蔡德春和傅广平，其控制关系结构图如下所示：



蔡德春的基本情况如下：

姓名	蔡德春	曾用名	/
性别	男	国籍	中国
身份证号	32102319630705****		
住所	浙江杭州西湖区文三西路金都新城		
通讯地址	浙江杭州西湖区文三西路金都新城		
是否取得其他国家或地区居留权	否		
最近三年主要职业和职务			

任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
上海精视文化传播有限公司	2009.12--至今	副总经理、监事	实际控制人之一
上海精视投资发展有限公司	2013.9--至今	总经理、执行董事	持有 60%股权

傅广平的基本情况如下：

姓名	傅广平	曾用名	/
性别	男	国籍	中国
身份证号	33010619701227****		
住所	浙江省文二西路 268 号紫桂花园		
通讯地址	浙江省文二西路 268 号紫桂花园		
是否取得其他国家或地区居留权	否		
最近三年主要职业和职务			
任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
杭州华影广告有限公司	1999.5-至今	总经理	持有 10%的股权
上海精视文化传播有限公司	2010.10-至今	执行董事长	实际控制人之一

（四）主营业务情况和主要财务数据

精视投资成立于 2013 年 9 月 3 日，主营业务为实业投资，其最近一年一期主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2014.3.31	2013.12.31
资产总计	32,830,539.51	37,295,762.91
负债总计	54,000.00	5,054,000.00
所有者权益	32,776,539.51	32,231,762.91
项 目	2014 年 1~3 月	2013 年
营业收入	0	0
利润总额	534,776.60	22,411,762.91
净利润	534,776.60	22,411,762.91

注：上述财务数据未经审计

（五）主要下属企业情况

除交易标的外，精视投资无控股下属企业。

三、莫昂投资

（一）基本情况

名称	上海莫昂投资合伙企业（有限合伙）
----	------------------

注册号	310230000635181
税务登记证	国地税沪字 310230090066969 号
合伙期限	2014 年 1 月 15 日至 2024 年 1 月 14 日
住所	上海市崇明县城桥镇秀山路 8 号 3 栋 2 层 O 区 2039 室（崇明工业园区）
执行事务合伙人	傅广平
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	实业投资，资产管理，投资管理、咨询，财务咨询（不得从事代理记账），商务咨询，企业管理咨询，企业形象策划，公关活动策划，礼仪服务，会务服务，展览展示服务。（经营项目涉及行政许可的，凭许可证件经营）

（二）历史沿革

1、设立

莫昂投资系由自然人傅广平、上海嘉视投资管理有限公司、上海开春文化投资管理有限公司、上海蓉杏投资管理中心（有限合伙）、上海泰佑投资有限公司共同出资设立的合伙企业（有限合伙）。

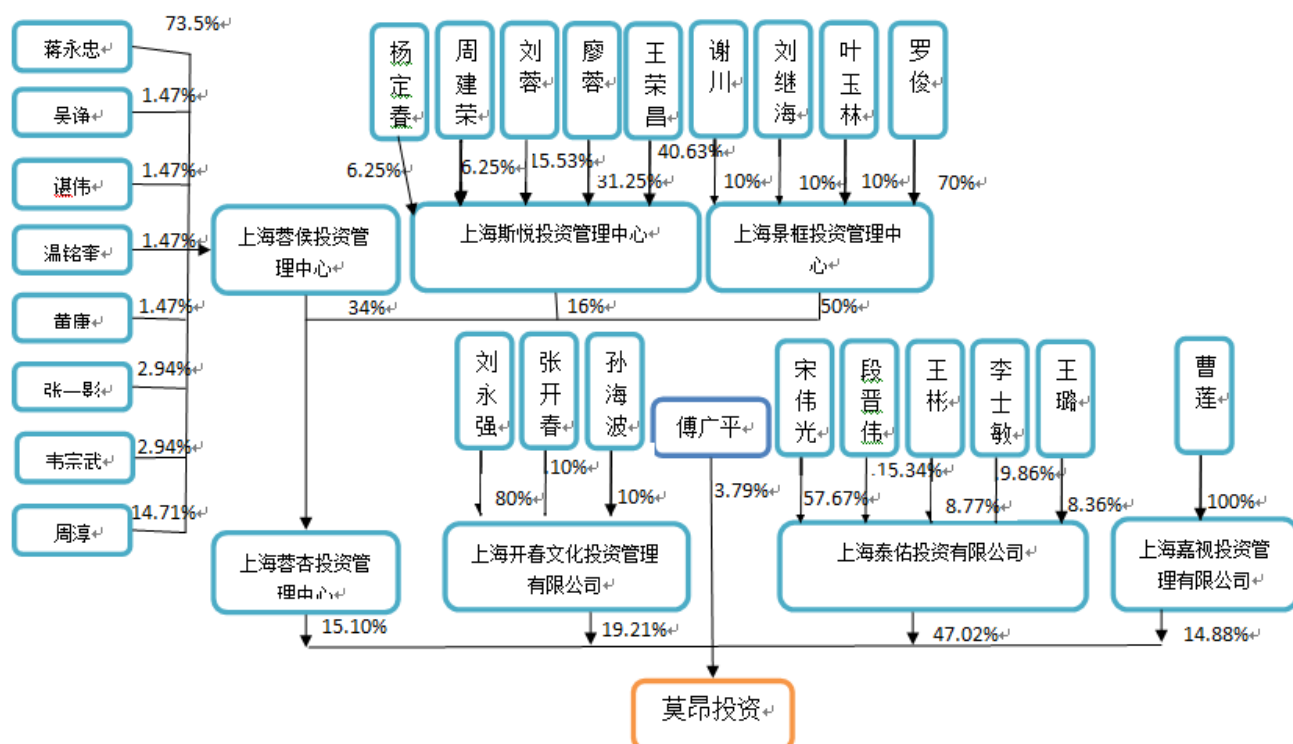
2014 年 1 月 15 日，上海市工商行政管理局崇明分局核发了《合伙企业营业执照》（注册号：310230000635181）。

莫昂投资成立时出资结构为：

序号	出资人名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海泰佑投资有限公司	771.10	47.02
2	上海开春文化投资管理有限公司	315.10	19.21
3	上海蓉杏投资管理中心（有限合伙）	247.60	15.10
4	上海嘉视投资管理有限公司	244.10	14.88
5	傅广平	62.10	3.79
	合 计	1640.00	100.00

（三）与其控股股东、实际控制人之间的产权控制关系结构图

莫昂投资的执行事务合伙人为傅广平，其产权控制关系结构图如下所示：



傅广平的基本情况可参见“二、精视投资”。

（四）主营业务情况和主要财务数据

莫昂投资成立于2014年1月14日，主营业务为实业投资，其最近一期主要财务数据如下：

单位：元	
项目	2014.3.31
资产总计	16,404,377.69
负债总计	0
所有者权益	16,404,377.69
项目	2014年1~3月
营业收入	0
利润总额	4,377.69
净利润	4,377.69

注：上述财务数据未经审计

（五）主要下属企业情况

除交易标的外，莫昂投资无控股下属企业。

四、程顺玲

程顺玲的基本情况如下：

姓名	程顺玲	曾用名	/
性别	女	国籍	中国

身份证号	44010419710821****		
住所	广州市越秀区青史里		
通讯地址	广州市越秀区青史里		
是否取得其他国家或地区居留权	否		
最近三年主要职业和职务			
任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
邦富软件	2011 年至今	总经理	持有 54.76%股权

五、曾子帆

曾子帆的基本情况如下：

姓名	曾子帆	曾用名	/
性别	男	国籍	中国
身份证号	44010319671101****		
住所	广州市荔湾区西站三街		
通讯地址	广州市荔湾区西站三街		
是否取得其他国家或地区居留权	否		
最近三年主要职业和职务			
任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
邦富软件	2010 年 8 月至今	执行董事兼法定代表人	持有 7.14%股权

六、李菊莲

李菊莲的基本情况如下：

姓名	李菊莲	曾用名	/
性别	女	国籍	中国
身份证号	42242319410924****		
住所	湖北省公安县斗湖堤镇新建街		
通讯地址	湖北省公安县斗湖堤镇新建街		
是否取得其他国家或地区居留权	否		
最近三年主要职业和职务			
任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
邦富软件	2011 年至今	监事	持有 38.10%股权

七、金城

金城的基本情况如下：

姓名	金城	曾用名	邵国发
性别	男	国籍	中国
身份证号	23232419610526****		
住所	广州市越秀区淘金路		
通讯地址	广州市越秀区淘金路		
是否取得其他国家或地区居留权	否		
最近三年主要职业和职务			
任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
漫友文化	2006.12~至今	董事长	持有 61.75%股权

八、长沙传怡

（一）基本情况

名称	长沙传怡合盛股权投资合伙企业（有限合伙）
注册号	430100000165948
税务登记证	地税湘字 430102599421468 号
成立日期	2012 年 7 月 11 日
住所	长沙市芙蓉区五一大道 826 号（新华大厦）第 20 层
执行事务合伙人	长沙传怡天下股权投资管理合伙企业（委托代表：邹尧）
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	接受委托管理股权投资项目、参与股权投资、为非上市及已上市公司提供直接融资的相关服务及咨询服务。（不含前置审批和许可项目，涉及行政许可的凭证许可经营）
合伙期限	2012 年 7 月 11 日至 2018 年 7 月 10 日

（二）历史沿革

1、设立

长沙传怡系由长沙传怡天下股权投资管理合伙企业（有限合伙）和何炜共同出资，于2012年7月11日设立的有限合伙企业。

2012年7月1日，长沙传怡天下股权投资管理合伙企业（有限合伙）和何炜共同签署《合伙协议》，认缴出资总额为10,000万元，其中：长沙传怡天下股权投资管理合伙企业（有限合伙）认缴出资1,000万元，为普通合伙人；何炜认缴出资9,000万元，为普通合伙人。

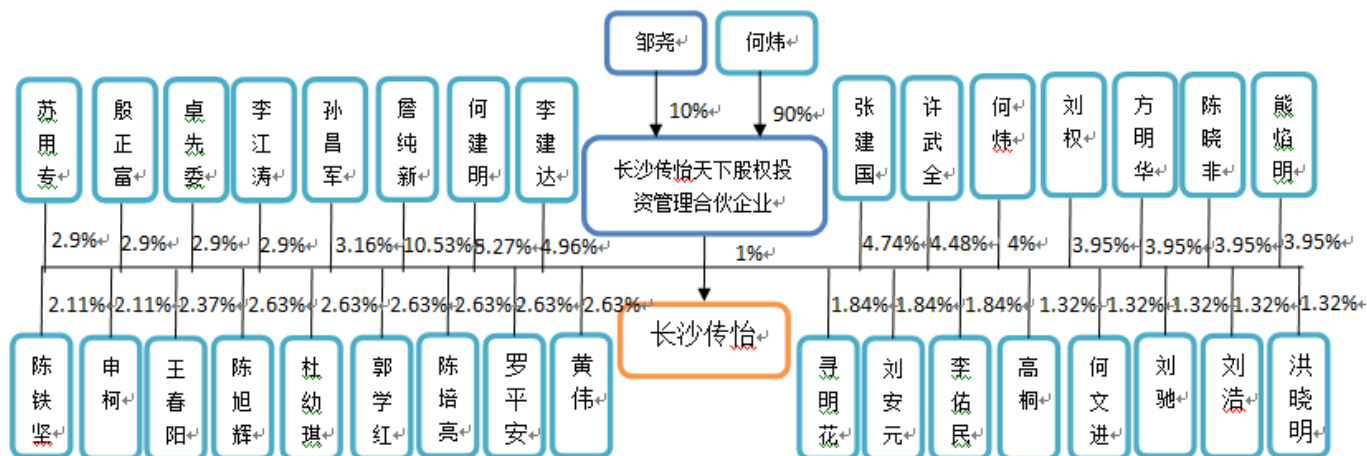
2012年9月2日，长沙传怡引入詹纯新等31名自然人为新合伙人，并变更认缴出资总额为3,798.2万元，其中：长沙传怡天下股权投资管理合伙企业（有限合伙）认缴出资37.982万元，为普通合伙人，何炜、詹纯新等32名自然人认缴出资3,760.218万元，为有限合伙人。各合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	合伙人性质
1	詹纯新	400.000	有限合伙人
2	何建明	200.000	有限合伙人
3	李建达	188.290	有限合伙人
4	张建国	180.000	有限合伙人
5	许武全	170.000	有限合伙人
6	何 炜	151.928	有限合伙人
7	刘 权	150.000	有限合伙人
8	方明华	150.000	有限合伙人
9	陈晓非	150.000	有限合伙人
10	熊焰明	150.000	有限合伙人
11	孙昌军	120.000	有限合伙人
12	李江涛	110.000	有限合伙人
13	卓先委	110.000	有限合伙人
14	殷正富	110.000	有限合伙人
15	苏用专	110.000	有限合伙人
16	黄 伟	100.000	有限合伙人
17	罗安平	100.000	有限合伙人
18	陈培亮	100.000	有限合伙人
19	郭学红	100.000	有限合伙人
20	杜幼琪	100.000	有限合伙人
21	陈旭辉	100.000	有限合伙人
22	王春阳	90.000	有限合伙人
23	申 柯	80.000	有限合伙人
24	陈铁坚	80.000	有限合伙人
25	寻明花	70.000	有限合伙人
26	刘安元	70.000	有限合伙人
27	李佑民	70.000	有限合伙人
28	高 桐	50.000	有限合伙人

29	何文进	50.000	有限合伙人
30	刘 驰	50.000	有限合伙人
31	刘 洁	50.000	有限合伙人
32	洪晓明	50.000	有限合伙人
33	长沙传怡天下股权投资管理合伙企业 (有限合伙)	37.982	普通合伙人
	合 计	3,798.200	

(三) 与其控股股东、实际控制人之间的产权控制关系结构图

长沙传怡的执行事务合伙人为长沙传怡天下股权投资管理合伙企业（委托代表：邹尧），其产权控制关系图如下：



(四) 主营业务情况和主要财务数据

长沙传怡的主营业务为对外投资，其最近两年及一期主要财务数据如下：

单位：元			
项目	2014.3.31	2013.12.31	2012.12.31
总资产	37,702,482.76	37,702,482.76	37,964,369.02
总负债	0	0	0
所有者权益	37,702,482.76	37,702,482.76	37,964,369.02
项目	2014 年 1~3 月	2013 年	2012 年
营业收入	0	0	0
利润总额	0	-261,886.26	-17,630.98
净利润	0	-261,886.26	-17,630.98

上述数据未经审计

(五) 主要下属企业情况

除交易标的外，长沙传怡无控股下属企业。

九、湖南富坤

（一）基本情况

名称	湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）
注册号	430100000144587
税务登记证	地税湘字 430102574303318 号
成立日期	2011 年 4 月 28 日
住所	长沙市芙蓉区五一大道 766 号中天广场 21033-21034 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）
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	创业投资；股权投资；项目投资；投资管理；股权投资咨询；企业管理服务。（不含前置审批和许可项目，涉及行政许可的凭证许可经营）
合伙期限	2011 年 4 月 28 日至 2018 年 4 月 27 日

（二）历史沿革

1、设立

湖南富坤系由湖南富坤投资管理有限公司、深圳一德集团有限公司、湖南双赢通利整合传播有限公司、北京华谊兄弟娱乐投资有限公司、湖南经视文化传播有限公司共同出资，于2011年4月28日设立的有限合伙企业。

2011年4月28日，湖南富坤投资管理有限公司、深圳一德集团有限公司、湖南双赢通利整合传播有限公司、北京华谊兄弟娱乐投资有限公司、湖南经视文化传播有限公司共同签署《合伙协议》，由全体合伙人共同出资9,700万元，其中湖南富坤投资管理有限公司为普通合伙人。湖南富坤设立时的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	合伙人性质
1	北京华谊兄弟娱乐投资有限公司	3,600	有限合伙人
2	湖南经视文化传播有限公司	2,000	有限合伙人
3	湖南双赢通利整合传播有限公司	2,000	有限合伙人
4	深圳一德集团有限公司	2,000	有限合伙人
5	湖南富坤投资管理有限公司	100	普通合伙人
	合 计	9,700	

2013年4月24日，湖南富坤全体合伙人一致同意，吸纳章小龄、任亚军为新合伙人，并同意湖南富坤投资管理有限公司增加出资12.2万元。同日，新老合伙人共同签署《入伙协议》。

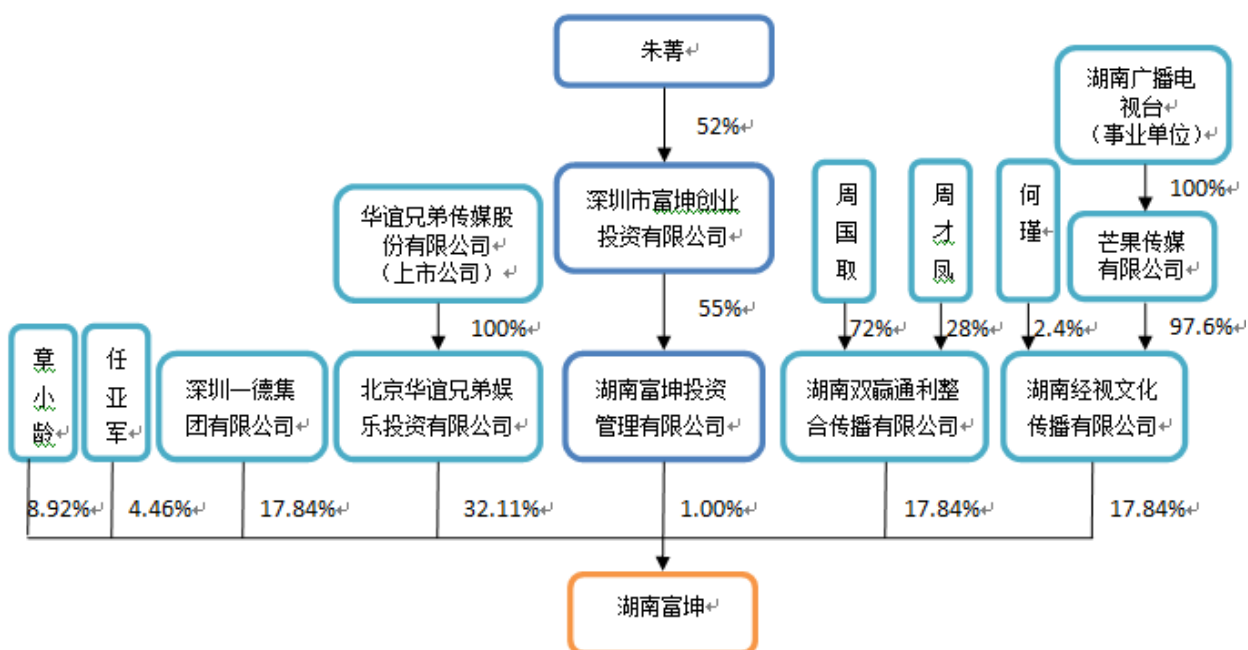
湖南富坤本次合伙人及出资变更后的出资总额为11,212.2万元，具体出资情况如

下：

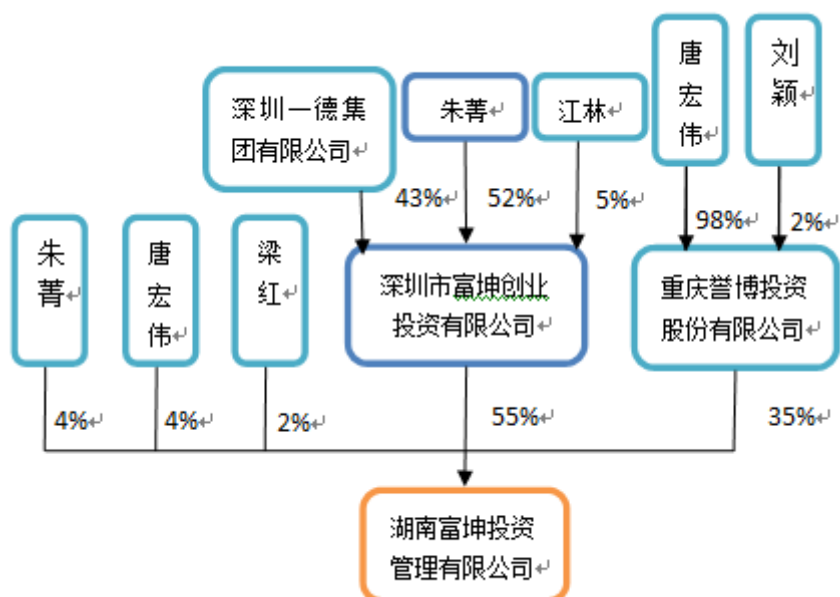
序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	合伙人性质
1	湖南富坤投资管理有限公司	112.2	普通合伙人
2	北京华谊兄弟娱乐投资有限公司	3,600.0	有限合伙人
3	湖南经视文化传播有限公司	2,000.0	有限合伙人
4	湖南双赢通利整合传播有限公司	2,000.0	有限合伙人
5	深圳一德集团有限公司	2,000.0	有限合伙人
6	章小龄	1,000.0	有限合伙人
7	任亚军	500.0	有限合伙人
	合 计	11,212.2	

（三）与其控股股东、实际控制人之间的产权控制关系结构图

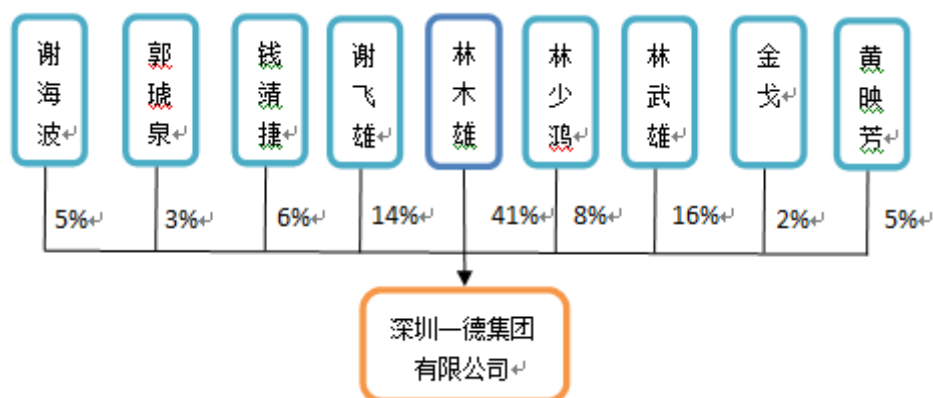
湖南富坤的执行事务合伙人为湖南富坤投资管理有限公司（普通合伙人）（委托代表：朱菁），其产权控制关系图如下：



其中：湖南富坤的执行事务合伙人为湖南富坤投资管理有限公司。湖南富坤投资管理有限公司的股权结构图如下：



深圳市富坤创业投资有限公司股东——深圳一德集团有限公司的股权结构如下：



(四) 主营业务情况和主要财务数据

单位：元

项目	2014.3.31	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
总资产	107,169,922.80	107,705,141.17	110,507,313.26	95,443,307.27
总负债	355,019.32	300,612.47	600,068.17	931.50
所有者权益	106,814,903.48	107,404,528.70	109,907,245.09	95,442,375.77
项目	2014 年 1~3 月	2013 年	2012 年	2011 年
营业收入	0	0	0	0
利润总额	-589,625.22	-2,624,716.39	-535,130.68	-1,557,624.23
净利润	-589,625.22	-2,624,716.39	-535,130.68	-1,557,624.23

注：上述财务数据未经审计

(五) 主要下属企业情况

除交易标的外，湖南富坤无控股下属企业。

十、北京中技

（一）基本情况

名称	北京中技富坤创业投资中心（有限合伙）
注册号	110108013231320
税务登记证	京税证字 110108562089107 号
成立日期	2010 年 9 月 17 日
住所	北京市海淀区北四环西路 9 号 2106-A056
执行事务合伙人	北京富坤中技投资管理有限公司（委派朱菁为代表）
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构
合伙期限	长期

（二）历史沿革

1、设立

2010年9月13日，北京富坤中技投资管理有限公司（以下简称“富坤投资”）、上海衡平投资有限公司及黄幸等10名自然人签署《合伙协议》，由全体合伙人共同出资10,000万元，其中富坤投资为普通合伙人，衡平投资及黄幸等10名自然人为有限合伙人。

2011年2月10日，北京中技全体合伙人一致同意，吸纳山西博澳商贸有限公司、深圳市彩虹创业投资集团有限公司、北京越海全球物流有限公司及洪治等7名自然人为新合伙人，并同意秦怡生退伙。同日，新老合伙人共同签署《入伙协议》。本次合伙人及出资变更后北京中技的出资总额为17,400万元。

2011年6月15日，北京中技全体合伙人一致同意，吸纳上海抱泉投资合伙企业（有限合伙）、苏颖萍、李军为新合伙人，并同意上海衡平投资有限公司、深圳市彩虹创业投资集团有限公司退伙。同日，新老合伙人共同签署《入伙协议》。本次合伙人及出资变更后北京中技的出资总额增至17,800万元。

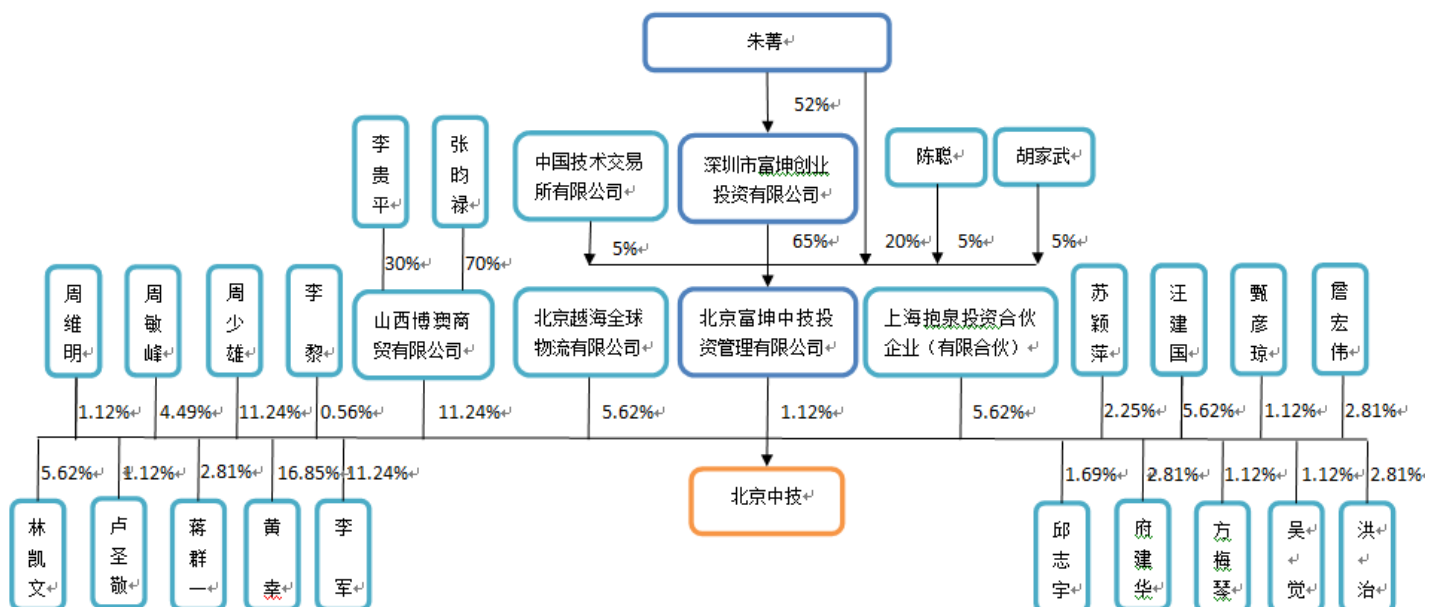
至此，北京中技的合伙人及出资情况变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	合伙人性质
1	黄 幸	3,000	有限合伙人

2	李 军	2,000	有限合伙人
3	周少雄	2,000	有限合伙人
4	山西博澳商贸有限公司	2,000	有限合伙人
5	北京越海全球物流有限公司	1,000	有限合伙人
6	上海抱泉投资合伙企业（有限合伙）	1,000	有限合伙人
7	林凯文	1,000	有限合伙人
8	汪建国	1,000	有限合伙人
9	周敏峰	800	有限合伙人
10	洪 治	500	有限合伙人
11	蒋群一	500	有限合伙人
12	府建华	500	有限合伙人
13	詹宏伟	500	有限合伙人
14	苏颖萍	400	有限合伙人
15	邱志宇	300	有限合伙人
16	卢圣敬	200	有限合伙人
17	吴 觉	200	有限合伙人
18	北京富坤中技投资管理有限公司	200	普通合伙人
19	方梅琴	200	有限合伙人
20	周维明	200	有限合伙人
21	甄彦琼	200	有限合伙人
22	李 黎	100	有限合伙人
	合 计	17,800	

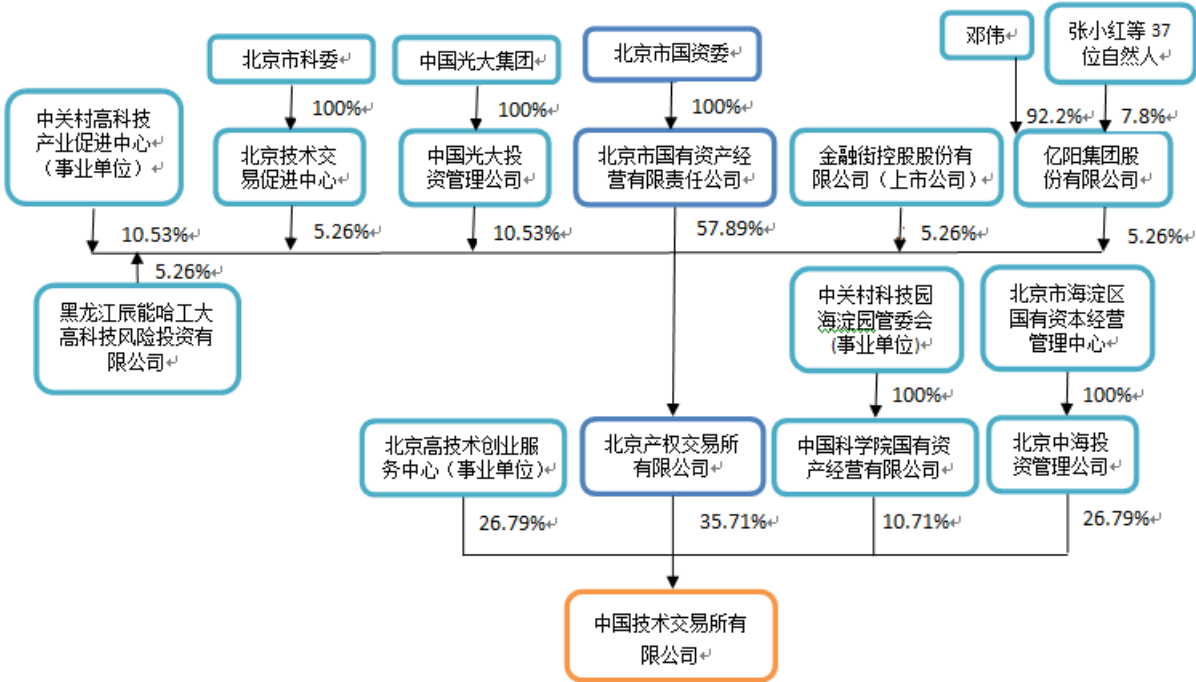
（三）与其控股股东、实际控制人之间的产权控制关系结构图

北京中技的执行事务合伙人为朱菁，其产权控制关系图如下：

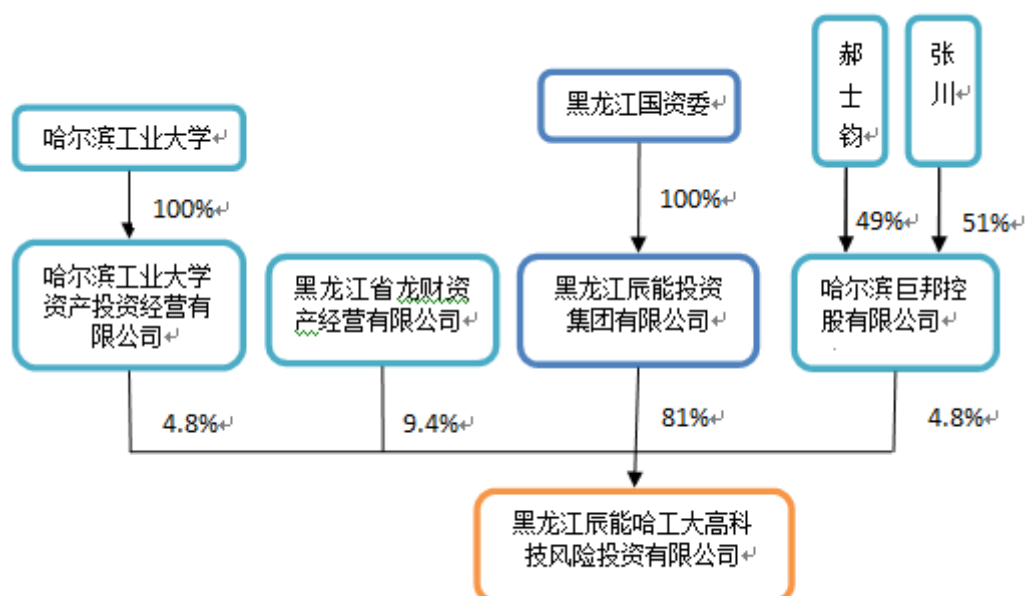


北京中技的执行事务合伙人为北京富坤中技投资管理有限公司。北京富坤中技投资管理有限公司的控股股东深圳市富坤创业投资有限公司的股权结构可参考湖南富坤投资管理有限公司。

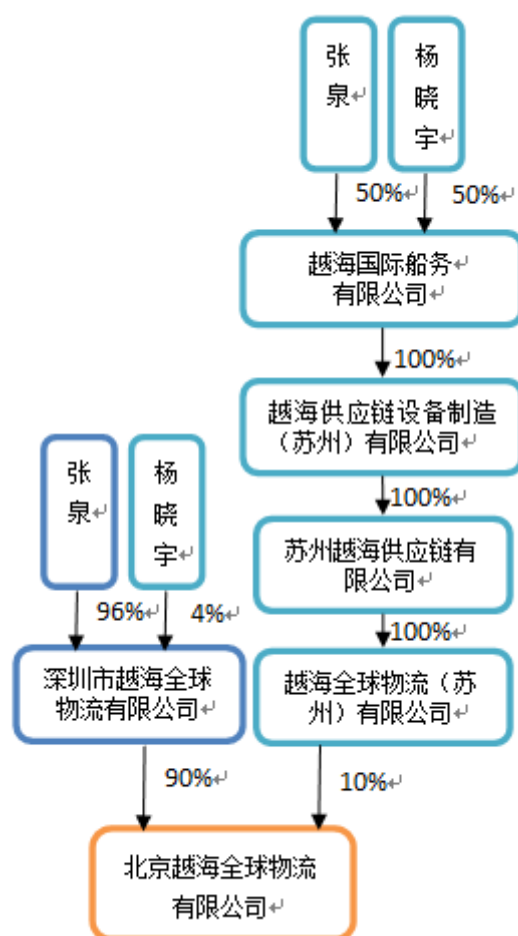
北京富坤中技投资管理有限公司的股东中国技术交易所有限公司的股权结构如下：



中国技术交易所有限公司股东之一黑龙江辰能哈工大高科技风险投资有限公司股权结构如下：

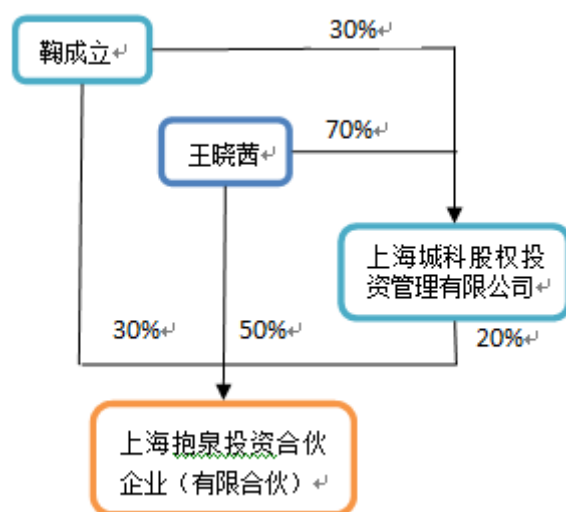


北京中技的合伙人——北京越海全球物流有限公司的股权结构如下：



北京中技的合伙人——上海抱泉投资合伙企业（有限合伙）的合伙人及出资情况

如下：



（四）主营业务情况和主要财务数据

北京中技成立于 2010 年 9 月 17 日，主营业务为对外投资，其最近三年及一期主要财务数据如下：

单位：元				
项目	2014.3.31	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
资产总计	168,708,727.71	168,708,727.71	172,089,617.90	173,666,405.57
负债总计	1,343,047.60	1,343,047.60	1,043,047.60	181,251.18
所有者权益	167,365,680.11	167,365,680.11	171,046,570.30	173,485,154.39
项目	2014 年 1~3 月	2013 年	2012 年	2011 年
营业收入	0	0	0	400,000.00
利润总额	-1,233,411.79	-3,380,890.19	-1,388,584.09	-3,324,057.15
净利润	-1,233,411.79	-3,380,890.19	-1,388,584.09	-3,324,057.15

注：上述财务数据未经审计

（五）主要下属企业情况

除交易标的外，北京中技无控股下属企业。

十一、广东粤文投

（一）基本情况

名称	广东粤文投一号文化产业投资合伙企业（有限合伙）
----	-------------------------

注册号	42000000700401
税务登记证	粤地税字 442000052414715 号
成立日期	2012 年 8 月 8 日
住所	中山市火炬开发区康乐大道 51 号张企大厦东翼第 5 层 505b 室
执行事务合伙人	广东文化产业投资管理有限公司
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	法律、法规、政策允许的文化产业股权投资、投资管理及咨询服务（不含证券、期货、金融）
合伙期限	2012 年 8 月 8 日至 2016 年 8 月 8 日

（二）历史沿革

1、设立

广东粤文投系由广东文化产业投资管理有限公司（以下简称“文化投资”）和甘德勇共同出资，于2012年8月8日设立的有限合伙企业。

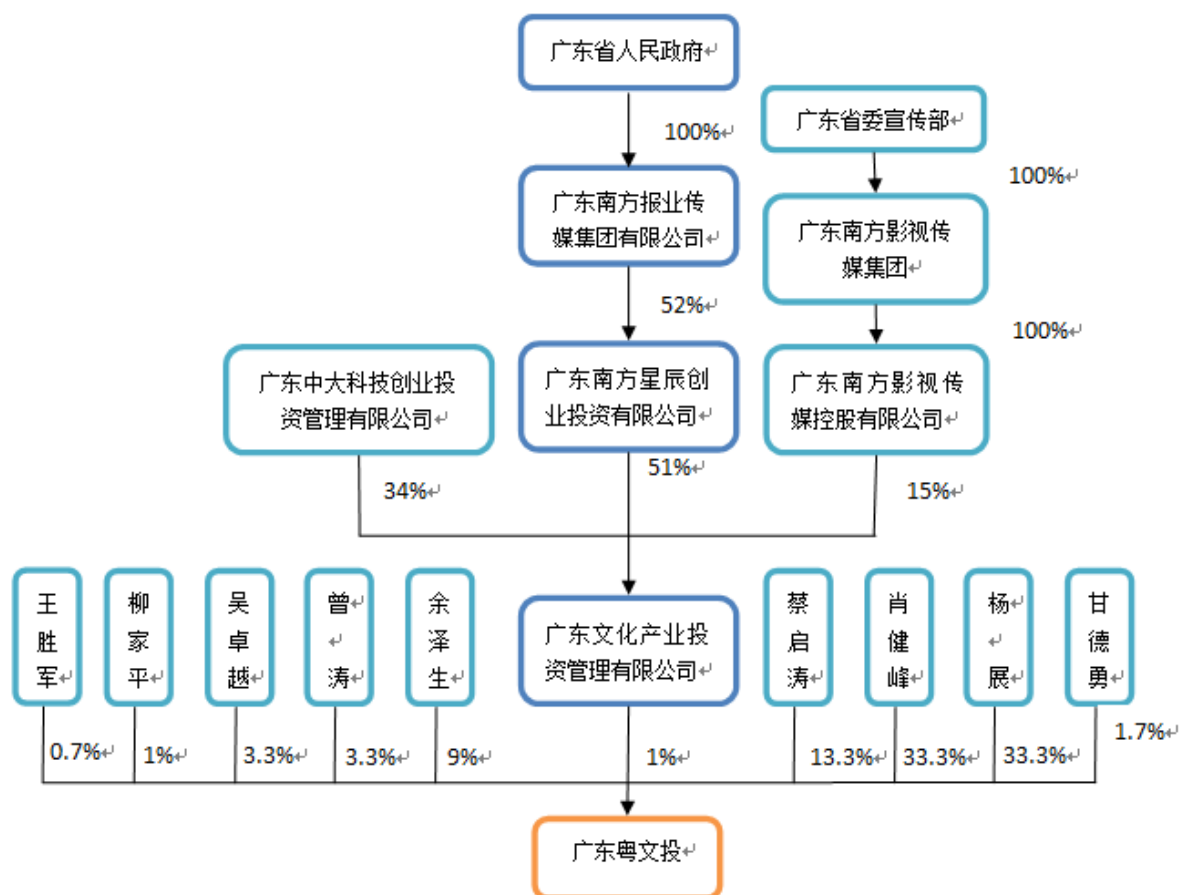
2012年7月25日，文化投资和甘德勇签署《合伙人协议》，二人认缴出资1,500万元，其中：文化投资出资1,495万元，为普通合伙人；甘德勇出资5万元，为有限合伙人。

2012年8月27日，广东粤文投合伙人会议决定，同意肖健峰、杨展等8名自然人入伙，将文化投资持有的1,480万元出资财产份额分别转让给甘德勇、肖健峰、杨展等9名自然人。同日，广东粤文投全体合伙人签署了《入伙协议》。本次出资额转让后广东粤文投的合伙人及出资情况如下：

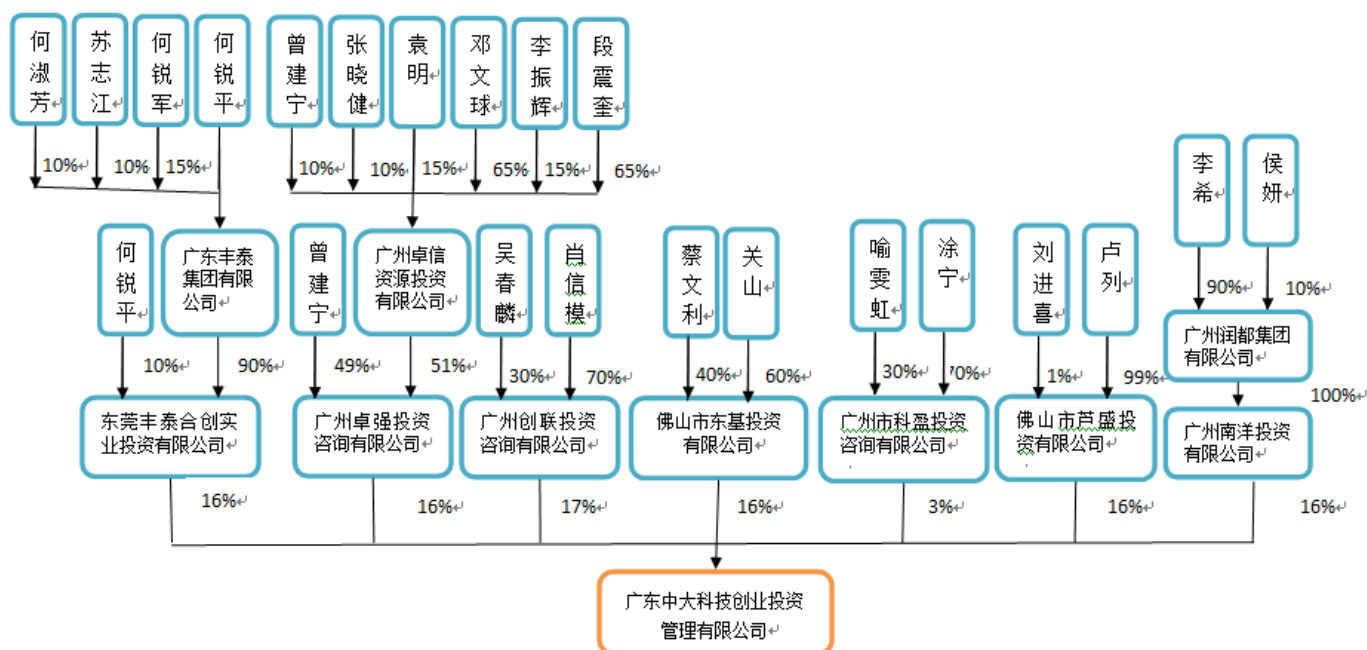
序号	出资人名称	出资额（万元）	合伙人性质
1	肖健峰	500	有限合伙人
2	杨 展	500	有限合伙人
3	蔡启涛	200	有限合伙人
4	余泽生	135	有限合伙人
5	曾 涛	50	有限合伙人
6	吴卓越	50	有限合伙人
7	甘德勇	25	有限合伙人
8	广东文化产业投资管理有限公司	15	普通合伙人
9	柳家平	15	有限合伙人
10	王胜军	10	有限合伙人
	合 计	1,500	

（三）与其控股股东、实际控制人之间的产权控制关系结构图

广东粤文投的执行事务合伙人为广东文化产业投资管理有限公司，其产权控制关系图如下：



广东粤文投的执行事务合伙人为广东文化产业投资管理有限公司。广东文化产业投资管理有限公司的股东——广东中大科技创业投资管理有限公司的股权结构如下：



（四）主营业务情况和主要财务数据

广东粤文投成立于 2012 年 12 月 3 日，主营业务为对外投资，其最近一年主要财务数据如下：

单位：元			
项目	2014.3.31	2013.12.31	2012.12.31
资产总计	15,021,399.56	15,025,654.18	15,603,877.21
负债总计	0	0	119,583.35
所有者权益	15,021,399.56	15,025,654.18	15,484,293.86
项目	2014 年 1~3 月	2013 年	2012 年
营业收入	24.38	1,027.97	0
利润总额	-4,254.62	-459,514.68	-140,806.14
净利润	-4,254.62	-459,514.68	-140,806.14

注：上述财务数据未经审计

（五）主要下属企业情况

除交易标的外，广东粤文投无控股下属企业。

十二、广州漫时代

（一）基本情况

名称	广州漫时代投资管理中心（有限合伙）
注册号	440101000209960

税务登记证	粤地税字 44010405060972X 号
成立日期	2012 年 7 月 12 日
住所	广州市越秀区先烈中路 80 号 510 房
执行事务合伙人	陈锦莉
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	项目投资管理（涉及许可经营的项目除外）；企业管理咨询。
合伙期限	2012 年 8 月 8 日至 2016 年 8 月 8 日

（二）历史沿革

广州漫时代系由陈锦莉、王玉杰、李俐莹等 36 名自然人共同出资，于 2012 年 7 月 12 日设立的有限合伙企业。

2012 年 6 月 30 日，陈锦莉、王玉杰、李俐莹等 36 名自然人合伙人共同签署《合伙协议》，由全体合伙人共同出资 93.1 万元，其中陈锦莉为普通合伙人，其他 35 名自然人为有限合伙人。

2012 年 7 月 12 日，广州漫时代在广州市工商行政管理局办理了合伙企业设立工商登记并领取了《营业执照》（注册号：440101000209960）。

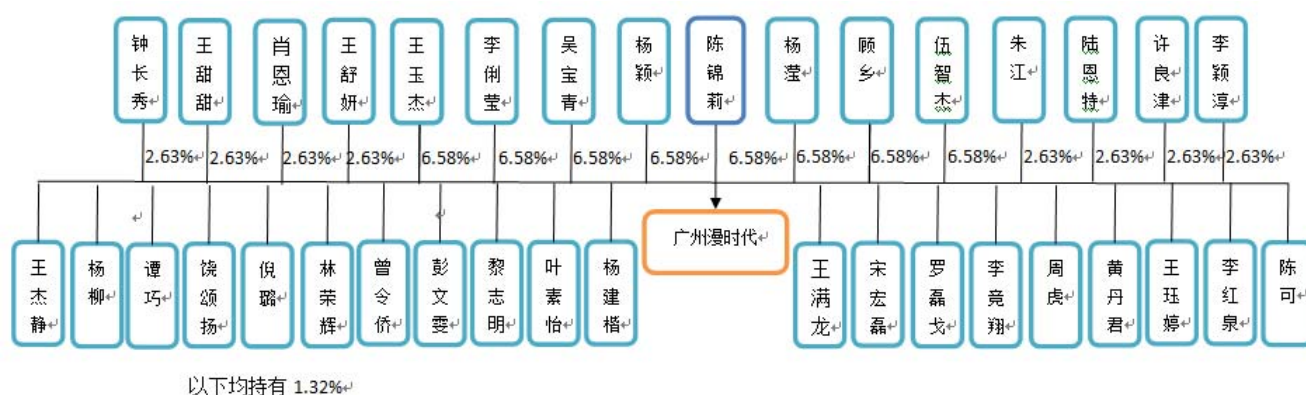
广州漫时代设立至今，其合伙人、出资比例未发生变更。

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	合伙人性质
1	陈锦莉	6.125	普通合伙人
2	王玉杰	6.125	有限合伙人
3	李俐莹	6.125	有限合伙人
4	吴宝青	6.125	有限合伙人
5	杨 颖	6.125	有限合伙人
6	杨 滢	6.125	有限合伙人
7	顾 乡	6.125	有限合伙人
8	伍智杰	6.125	有限合伙人
9	朱 江	2.450	有限合伙人
10	陆恩特	2.450	有限合伙人
11	许良津	2.450	有限合伙人
12	王舒妍	2.450	有限合伙人
13	肖恩瑜	2.450	有限合伙人
14	王甜甜	2.450	有限合伙人
15	钟长秀	2.450	有限合伙人
16	李颖淳	2.450	有限合伙人

17	杨建楷	1.225	有限合伙人
18	叶素怡	1.225	有限合伙人
19	黎志明	1.225	有限合伙人
20	彭文雯	1.225	有限合伙人
21	曾令侨	1.225	有限合伙人
22	王满龙	1.225	有限合伙人
23	宋宏磊	1.225	有限合伙人
24	罗磊戈	1.225	有限合伙人
25	李竞翔	1.225	有限合伙人
26	周 虎	1.225	有限合伙人
27	黄丹君	1.225	有限合伙人
28	王珏婷	1.225	有限合伙人
29	李红泉	1.225	有限合伙人
30	林荣辉	1.225	有限合伙人
31	倪 璐	1.225	有限合伙人
32	饶颂扬	1.225	有限合伙人
33	谭 巧	1.225	有限合伙人
34	杨 柳	1.225	有限合伙人
35	陈 可	1.225	有限合伙人
36	王杰静	1.225	有限合伙人
	合 计	93.100	

（三）与其控股股东、实际控制人之间的产权控制关系结构图

广州漫时代的执行事务合伙人为陈锦莉，其产权控制关系图如下：



（四）主营业务情况和主要财务数据

广州漫时代成立于 2012 年 7 月 12 日，主营业务为对外投资，其最近两年及一期主要财务数据如下：

单位：元

项目	2014.3.31	2013.12.31	2012.12.31
资产总计	910,860.00	910,860.00	930,300.00
负债总计	0	0	
所有者权益	910,860.00	910,860.00	930,300.00
项目	2014 年 1~3 月	2013 年	2012 年
营业收入	0	0	0
利润总额	0	-19,440	-700.00
净利润	0	-19,440	-700.00

注：上述财务数据未经审计

（五）主要下属企业情况

除交易标的外，广州漫时代无控股下属企业。

十三、漫友文化之其他自然人股东

除漫友文化实际控制人金城外，漫友文化参与本次交易的其他自然人股东基本情况如下：

姓名	性别	国籍	身份证号	住所	其他国家居留权	近三年职业	控制企业
俞涌	男	中国	42010619660226****	广州市天河区育蕾二街	新西兰	漫友文化-总经理	无
邵璐璐	女	中国	23232419860101****	黑龙江省望奎县三街	无	漫友文化-董事、腾讯科技（深圳）有限公司北京分公司职员	无
刘洋	女	中国	23010419630325****	哈尔滨市道里区经纬十二道街	无	漫友文化-副总经理	无
张显峰	男	中国	52250119761125****	广州市海珠区金菊路	无	漫友文化-副总经理	无
张茜	女	中国	42010219791017****	广州市天河区天河路	无	漫友文化-副总经理	无
朱斌	男	中国	44152319831220****	广东省陆河县河田镇	无	漫友文化-漫画家	无
崔伟良	男	中国	44010219811022****	广州市越秀区中山四路	无	漫友文化-总监	无
施桂贤	女	中国	44011119811105****	广州市白云区松岗街	无	漫友文化-总监	无

许勇和	男	中国	44058219801218****	广东省汕头市潮阳区铜盂镇	无	漫友文化-总监	无
曹凌玲	女	中国	51310119770610****	四川省雅安市雨城区	无	漫友文化-总监	无
赖春晖	男	中国	44080219800406****	广州市荔湾区宝华卡	无	漫友文化-总监	无
邵洪涛	男	中国	23232419720301****	广东省从化市太平镇	无	漫友文化-员工	无
祖雅乐	女	中国	51110219830622****	成都市武侯区高升桥东路	无	漫友文化-漫画家	无
邱月仙	女	中国	31011019810504****	上海市杨浦区国顺东路	无	漫友文化-漫画家	无
葛重葳	男	中国	12010119820604****	天津市南开区南开大学	无	漫友文化-漫画家	无
韩 露	女	中国	22012419801206****	吉林省德惠市胜利街	无	漫友文化-漫画家	无
丁 冰	女	中国	51122119811102****	重庆市九龙坡区科林路	无	漫友文化-漫画家	无
李凌彪	男	中国	44010219821206****	广州市越秀区青龙里	无	漫友文化-漫画家	无

十四、交易对方与上市公司的关联关系

（一）交易对方与上市公司的关联关系

交易对方与上市公司不存在关联关系。

（二）交易对方之间的关联关系

本次重组交易对方精视投资为蔡德春和傅广平共同控制的公司，莫昂投资执行事务合伙人为傅广平，两者存在关联关系。

本次重组交易对方湖南富坤执行事务合伙人湖南富坤投资管理有限公司与北京中技执行事务合伙人北京富坤中技投资管理有限公司为同一控制人（朱菁）控制之公司。

本次重组交易对方邵璐璐系交易对方金城之女；交易对方邵洪涛系金城的侄子。交易对方崔伟良与交易对方张茜系夫妻关系。

除此之外，交易对方之间不存在任何关联关系。

（三）交易对方之间的一致行动关系

精视投资的实际控制人为蔡德春、傅广平；同时，傅广平作为莫昂投资的执行事

务合伙人实际控制着莫昂投资。根据上述控制关系，精视投资与莫昂投资间存在一致行动关系。

本次重组交易对方湖南富坤和北京中技系受同一控制人控制的企业，该两企业间存在一致行动关系。

本次重组交易对方金城、邵璐璐、邵洪涛之间系亲属关系；该三人之间存在一致行动关系。交易对方崔伟良与张茜系夫妻关系；该二人之间存在一致行动关系。

除上述情形外，其他各交易对方间未签署一致行动人协议或作出过一致行动安排。

（四）交易对方向上市公司推荐董事或者高级管理人员的情况

交易对方未向上市公司推荐董事或高级管理人员。

十五、交易对方最近五年内受行政处罚的基本情况

根据交易对方出具的声明，交易对方最近五年内未受过任何刑事处罚、证券市场相关及无关的行政处罚，不存在与经济纠纷有关的重大民事诉讼或仲裁事项。

第四节 交易标的的基本情况

一、交易标的基本情况

本次交易标的资产为掌视亿通 100%股权、精视文化 60%股权、邦富软件 100%股权及漫友文化 85.61%股权。

(一) 掌视亿通

1、基本情况

名称	天津掌视亿通信息技术有限公司
注册号	120116000196231
税务登记证	津税证字 120120079640624 号
成立日期	2013 年 10 月 30 日
住所	天津市滨海新区天津生态城动漫中路 482 号创智大厦第二层办公室 209-1 房间
法定代表人	丁辉
注册资本	12,000 万元
公司类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	信息技术推广服务；基础软件服务；计算机系统服务；设计、制作、代理、发布广告。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期限内经营，国家有专项专营规定的按规定办理。）

2、历史沿革

(1) 2013 年 10 月掌视亿通设立

掌视亿通成立于 2013 年 10 月 30 日，系由北京风网信息技术有限公司（以下简称“风网信息”）出资设立的一人有限公司。

2013 年 10 月 28 日，天津北洋金材有限责任会计师事务所审验并出具《验资报告》（北金验字 II[2013]第 252 号），验证：截至 2013 年 10 月 28 日，已收到股东风网信息缴纳的注册资本 100 万元，全部为货币出资。

2013 年 10 月 30 日，天津市滨海新区工商行政管理局出具《准予设立登记通知书》（滨海新区登记内设字[2013]第 00016455 号），掌视亿通取得天津市滨海新区工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。

(2) 2013 年 12 月增加注册资本

2013 年 12 月 25 日，掌视亿通的股东风网信息决定，将掌视亿通注册资本由 100 万元增至 12,000 万元，并修改公司章程。

2013 年 12 月 27 日，天津北洋金材有限责任公司会计师事务所审验并出具《验资报告》（北金验字 II[2013]第 314 号），验证：截至 2013 年 12 月 26 日，已收到股东风网信息缴纳的新增出资 11,900 万元，全部为货币出资，变更后的注册资本实收金额为 12,000 万元。

2013 年 12 月 27 日，天津市滨海新区工商行政管理局出具《准予变更登记通知书》（滨海新区登记内设字[2013]第 00037302 号），掌视亿通取得天津市滨海新区工商行政管理局核发的新的《企业法人营业执照》。

（3）2014 年 3 月股权转让

2014 年 3 月 25 日，掌视亿通的股东风网信息决定，将其所持有的 12,000 万元出资全部转让给西藏风网。同日，风网信息与西藏风网签署《股权转让协议》，转让价格为 120,668,141.94 元。

2014 年 3 月 26 日，天津市滨海新区工商行政管理局出具《准予变更登记通知书》（滨海新区登记内设字[2014]第 00040380 号）。该次股权转让完成后，西藏风网持有掌视亿通 12,000 万元出资，占其注册资本的 100%。

3、业务情况

掌视亿通是一家致力于运营商视频业务的公司，通过与手机电视牌照方和众多推广渠道的合作，目前已成为国内领先的运营商视频内容的分销及技术服务提供商，公司的核心优势在于丰富的渠道推广资源和先进的技术优势。

掌视亿通系新设立的公司，承接了风网信息等原公司的运营商付费视频业务。截至 2014 年 3 月 31 日止，掌视亿通的注册资金人民币 1.2 亿元已经全部到位，以确保掌视亿通储备充足的运营资金；涉及掌视亿通的业务协议共计 137 份已全部变更完毕，掌视亿通成为相关业务实际的权利责任承担方；掌视亿通相关业务涉及的固定资产净值共计人民币 552,328.1 元，已通过捐赠及按照账面净值转让的方式注入掌视亿通；掌视亿通相关业务不涉及资质的变更。

掌视亿通业务的具体情况请参见本节“三、交易标的的业务技术”。

4、财务情况

掌视亿通最近一年及一期经审计的原始财务报表主要财务数据如下：

单位：元		
项 目	2014年3月31日	2013年12月31日

资产总计	179,581,694.59	136,571,067.11
负债合计	21,487,583.62	8,412,446.82
所有者权益合计	158,094,110.97	128,158,620.29
项 目	2014年1~3月	2013年度
营业收入	65,560,488.38	15,797,430.91
利润总额	39,924,772.00	10,485,849.52
净利润	29,935,490.68	7,863,989.24

掌视亿通最近两年及一期经审计备考财务报表主要数据如下：

单位：元

项目	2014.3.31	2013.12.31	2012.12.31
货币资金	94,421,022.31	119,058,505.09	-
应收账款	83,501,531.20	16,574,752.01	64,197,796.37
总资产	179,581,694.59	136,571,067.11	69,914,985.30
总负债	21,487,583.62	8,412,446.82	37,710,538.78
所有者权益	158,094,110.97	128,158,620.29	32,204,446.52
项目	2014 年 1~3 月	2013 年	2012 年
营业收入	65,560,488.38	230,572,697.26	128,869,713.41
利润总额	39,924,772.00	95,758,602.88	42,248,819.80
净利润	29,935,490.68	71,818,952.16	32,204,446.52
扣除非经常性损益的净利润	29,371,337.35	71,800,934.72	32,374,761.43

掌视亿通 2013 年收入较上年大幅增长的原因主要为：

根据国内电信资讯行业权威研究机构艾瑞咨询发布的《2014 年中国移动端视频行业研究报告》，运营商付费视频业务从 2009 年开始进入高速成长期，2012 年度、2013 年度中国运营商视频的收入规模分别增长 66.1%、35.1%，在过去两年随着智能手机的快速普及，中国移动视频行业获得了爆发式增长的机会。掌视亿通作为国内领先的运营商视频内容分销和渠道推广平台理获得了比行业更高的增长幅度。

此外，占据运营商付费视频业务市场六成份额的中国移动从 2013 年 4 月 1 日开始调整了与牌照方的分成比例，分成比例由之前的 60%：40%（运营商：牌照方），调整为 40%:60%，此项导致运营商视频牌照方收入大幅增加。掌视亿通作为中国移动视频基地最大牌照方国视北京最大的合作伙伴，2013 年业绩亦受益于此项规则的修改。

5、控股子公司情况

截至本报告出具日，掌视亿通无控股子公司。

6、近三年资产评估、交易、增资及改制情况

除本次交易所涉及的资产评估外，掌视亿通最近三年未进行过资产评估。

掌视亿通最近三年增资、股权转让的相关明细情况请参阅本节“一、交易标的基本情况”/（一）掌视亿通/2、历史沿革。

掌视亿通最近三年未发生改制情况。

（二）精视文化

1、基本情况

名称	上海精视文化传播有限公司
注册号	310230000340750
税务登记证	国地税沪字 310230674581323 号
成立日期	2008 年 4 月 25 日
住所	上海市崇明县城桥镇秀山路 101 号 12 栋一层 D 区 5206 室（上海市崇明工业园区）
法定代表人	傅广平
注册资本	930 万元
公司类型	有限责任公司（国内合资）
经营范围	文化艺术交流与策划，企业形象策划，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，投资管理、咨询，经济信息咨询，商务咨询，会展会务服务，市场营销策划(企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营)

2、历史沿革

（1）2008 年 4 月精视文化设立

精视文化成立于 2008 年 4 月 25 日，由严青、朱谦、曹永杰共同出资设立，设立时公司名称为“上海众之投资咨询有限公司”（以下简称“众之投资”）。

2008 年 4 月 23 日，上海兴中会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（兴验内字[2008]-1864 号），验证：截至 2008 年 4 月 22 日，公司已收到股东首期出资合计 20 万元，均为货币出资。

根据众之投资设立时的公司章程，众之投资申请登记的注册资本为 100 万元，分别由严青、朱谦、曹永杰分三期缴足，其中首期出资 20 万元，应于 2008 年 4 月 25 日前缴足；第二期出资 40 万元，应于 2009 年 4 月 25 日前缴足；第三期出资 40 万元，应于 2010 年 4 月 25 日前缴足。

2008 年 4 月 25 日，众之投资经上海市工商行政管理局崇明分局办理注册登记后取得了《企业法人营业执照》。众之投资设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例 (%)	首期实缴出资(万元)
----	------	---------------	---------------	------------

1	严 青	40	40	8
2	朱 谦	30	30	6
3	曹永杰	30	30	6
合计		100	100	20

(2) 2009 年 10 月修改公司章程

2009 年 10 月 20 日，众之投资股东会决定，修改公司章程关于注册资本出资期限的规定，将原分三期出资修改为分两期出资，第二期出资 80 万元应于 2010 年 4 月 25 日前缴足，其中：严青出资 32 万元，朱谦出资 24 万元，曹永杰出资 24 万元。

2009 年 10 月 20 日，众之投资经上海市工商行政管理局崇明分局办理备案工商登记。

(3) 2009 年 11 月股权转让并变更公司名称

2009 年 10 月 18 日，众之投资股东会决定，同意股东严青将其持有的 40 万元出资（认缴出资 40 万元，实缴出资 8 万元）转让给蔡德春；股东朱谦将其持有的 30 万元出资（认缴出资 30 万元，实缴出资 6 万元）转让给蔡德春，股东曹永杰将其持有的 30 万元出资（认缴出资 30 万元，实缴出资 6 万元）转让给应正群。

2009 年 10 月 20 日，严青、朱谦分别与蔡德春，曹永杰与应正群签署《转股协议书》，转让价格分别为 40 万元、30 万元、30 万元。

2009 年 10 月 21 日，众之投资股东会决定，变更公司名称为“上海精视文化传播有限公司”，并修改公司章程。

2009 年 11 月 4 日，众之投资经上海市工商管理局崇明分局办理变更登记后取得了《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例 (%)	实缴出资额 (万元)
1	蔡德春	70	70	14
2	应正群	30	30	6
合计		100	100	20

(4) 2009 年 12 月股权转让

2009 年 12 月 10 日，精视文化股东会决定，同意股东蔡德春将其持有的 70 万元出资（认缴出资 70 万元，实缴出资 14 万元）转让给孟晟骅；同意股东应正群将其所持有的 30 万元出资（认缴出资 30 万元，实缴出资 6 万元）转让给葛铭。

2009 年 12 月 20 日，蔡德春与孟晟骅、应正群与葛铭分别签署《转股协议书》，转让价格分别为 70 万元、30 万元。

2009 年 12 月 29 日，精视文化经上海市工商行政管理局崇明分局办理变更登记。该次股权转让完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例 (%)	实缴出资额 (万元)
1	孟晟骅	70	70	14
2	葛 铭	30	30	6
合计		100	100	20

(5) 2010 年 4 月缴足第二期出资并增资至 500 万元

2010 年 3 月 10 日，精视文化股东会决定，缴足第二期出资，其中：股东孟晟骅缴纳出资 56 万元，股东葛铭缴纳出资 24 万元。至此，精视文化实收资本已全部缴足。同时，增加公司注册资本至 500 万元，其中：蔡德春出资 222.5 万元，蒋德历出资 50 万元，应正群出资 40 万元，夏娟妹出资 17 万元，徐炯出资 16.5 万元，李丽出资 10 万元，马强出资 10 万元，施建华出资 7 万元，胡晓琳出资 6.5 万元，廖用祥出资 5 万元，杨利琳出资 5 万元，许国英出资 4 万元，张进禄出资 4 万元，包贝贝出资 2.5 万元。

2010 年 3 月 15 日，全体股东签署新的《公司章程》。

2010 年 3 月 24 日，上海中鉴会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（中鉴验字[2010]第 0747 号），验证：截至 2010 年 3 月 17 日，已收到股东孟晟骅、葛铭缴纳的第二期出资及蔡德春等 14 名自然人股东新增注册资本 400 万元，全部为货币出资。

2010 年 4 月 7 日，精视文化经上海市工商行政管理局崇明分局办理变更登记后取得《企业法人营业执照》。该次增资完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	蔡德春	222.5	44.5
2	孟晟骅	70.0	14.0
3	蒋德历	50.0	10.0
4	应正群	40.0	8.0
5	葛 铭	30.0	6.0

6	夏娟妹	17.0	3.4
7	徐 炯	16.5	3.3
8	李 丽	10.0	2.0
9	马 强	10.0	2.0
10	施建华	7.0	1.4
11	胡晓琳	6.5	1.3
12	廖用祥	5.0	1.0
13	杨利琳	5.0	1.0
14	许国英	4.0	0.8
15	张进禄	4.0	0.8
16	包贝贝	2.5	0.5
	合 计	500.0	100.0

(6) 2010 年 9 月股权转让

2010 年 8 月 1 日，精视文化股东会决定，股东孟晟骅将所持有的 25 万元出资转让给股东蔡德春；股东葛铭将其所持有的 25 万元出资额转让给自然人王秀珍，同时将其所持有的 5 万元出资转让给蔡德春；杨利琳将其所持有的 5 万元出资转让给陈瑗婉；蒋德历将其所持有的 5 万元出资转让给股东蔡德春，同时将其所持有的 10 万元出资转让给杨学军。同日，上述股权转让各方分别签署了《转股协议书》，转让价格为原出资额。

2010 年 9 月 13 日，精视文化经上海市工商管理局崇明分局办理变更登记。该次股权转让完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	蔡德春	257.5	51.5
2	孟晟骅	45.0	9.0
3	应正群	40.0	8.0
4	蒋德历	35.0	7.0
5	王秀珍	25.0	5.0
6	夏娟妹	17.0	3.4
7	徐 炯	16.5	3.3
8	李 丽	10.0	2.0
9	马 强	10.0	2.0
10	杨学军	10.0	2.0

11	施建华	7.0	1.4
12	胡晓琳	6.5	1.3
13	廖用祥	5.0	1.0
14	陈瑗婉	5.0	1.0
15	许国英	4.0	0.8
16	张进禄	4.0	0.8
17	包贝贝	2.5	0.5
	合 计	500.0	100.0

(7) 2011 年 1 月股权转让

2010 年 12 月 20 日，精视文化股东会决定，股东蔡德春、徐炯、蒋德历分别将其所持有的 238.5 万元出资、16.5 万元出资、10 万元出资转让给傅广平。同日，上述股权转让各方分别签署了《转股协议书》，转让价格为原出资额。

2011 年 1 月 7 日，精视文化经上海市工商局崇明分局办理变更登记。该次股权转让完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	傅广平	265.0	53.0
2	孟晟骅	45.0	9.0
3	应正群	40.0	8.0
4	王秀珍	25.0	5.0
5	蒋德历	25.0	5.0
6	蔡德春	19.0	3.8
7	夏娟妹	17.0	3.4
8	杨学军	10.0	2.0
9	马 强	10.0	2.0
10	李 丽	10.0	2.0
11	施建华	7.0	1.4
12	胡晓琳	6.5	1.3
13	廖用祥	5.0	1.0
14	陈瑗婉	5.0	1.0
15	张进禄	4.0	0.8
16	许国英	4.0	0.8
17	包贝贝	2.5	0.5

	合 计	500.0	100.0
--	-----	-------	-------

(8) 2011 年 6 月股权转让

2011 年 5 月 26 日，精视文化股东会决定，蒋德历、李丽、马强、分别将其持有的 25 万元出资、10 万元出资、10 万元出资转让给傅广平；廖用祥、张进禄、施建华、胡晓琳、许国英、包贝贝分别将其持有的 5 万元出资、4 万元出资、7 万元出资、6.5 万元出资、4 万元出资、2.5 万元出资转让给蔡德春；杨学军将其持有的 10 万元出资转让给孟晟骅。同日，上述股权转让各方分别签署了《转股协议书》，转让价格为原出资额。

2011 年 6 月 16 日，精视文化经上海市工商管理局崇明分局办理变更登记。该次股权转让完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	傅广平	310	62.0
2	孟晟骅	55	11.0
3	蔡德春	48	9.6
4	应正群	40	8.0
5	王秀珍	25	5.0
6	夏娟妹	17	3.4
7	陈瑗婉	5	1.0
	合 计	500	100.0

(9) 2012 年 9 月股权转让

2012 年 8 月 30 日，精视文化股东会决定，股东陈瑗婉将其持有的 5 万元出资转让给股东傅广平。同时，陈瑗婉与傅广平签署了《转股协议书》，转让价格为 5 万元。

2012 年 9 月 13 日，精视文化经上海市工商管理局崇明分局办理变更登记。该次股权转让完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	傅广平	315	63.0
2	孟晟骅	55	11.0
3	蔡德春	48	9.6
4	应正群	40	8.0
5	王秀珍	25	5.0

6	夏娟妹	17	3.4
	合 计	500	100.0

(10) 2012 年 11 月股权转让

2012 年 10 月 30 日，精视文化股东会决定，股东孟晟骅将其持有的 55 万元出资转让给股东傅广平。同时，孟晟骅与傅广平签署了《转股协议书》，转让价格为 55 万元。

2012 年 11 月 13 日，精视文化经上海市工商行政管理局崇明分局办理变更登记。该次股权转让完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	傅广平	370	74.0
2	蔡德春	48	9.6
3	应正群	40	8.0
4	王秀珍	25	5.0
5	夏娟妹	17	3.4
	合 计	500	100.0

(11) 2013 年 9 月增资至 640 万元

2013 年 9 月 2 日，精视文化股东会决定，同意将注册资本由 500 万元增至 640 万元，新增部分出资由精视投资缴纳。

2013 年 9 月 18 日，上海中鉴会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（中鉴验字[2013]第 1214 号），验证：截至 2013 年 9 月 18 日，已收到精视投资缴纳的新增注册资本 140 万元，全部为货币出资。

2013 年 9 月 24 日，精视文化经上海市工商行政管理局崇明分局办理变更登记后取得了《企业法人营业执照》。该次增资完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	傅广平	370	57.81
2	精视投资	140	21.88
3	蔡德春	48	7.50
4	应正群	40	6.25
5	王秀珍	25	3.90
6	夏娟妹	17	2.66

合 计	640	100.00
-----	-----	--------

(12) 2013 年 9 月股权转让

2013 年 9 月 25 日，精视文化股东会决定，股东傅广平、蔡德春、应正群、王秀珍、夏娟妹分别将所持有的 370 万元出资、48 万元出资、40 万元出资、25 万元出资、17 万元出资全部转让给精视投资。上述股权转让各方分别签署了《转股协议书》，转让价格为原出资额。

2013 年 9 月 30 日，精视文化经上海市工商管理局崇明分局办理变更登记后取得了《企业法人营业执照》。该次股权转让完成后，精视投资持有精视文化 100%的股权。

(13) 2014 年 1 月增资至 930 万元

2014 年 1 月 16 日，精视文化股东会决定，同意将注册资本由 640 万元增至 930 万元，新增部分出资由莫昂投资缴纳。

2014 年 1 月 27 日，上海中鉴会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（中鉴验字[2014]第 069 号），验证：截至 2014 年 1 月 27 日，已收到股东莫昂投资缴纳的新增注册资本 290 万元，全部为货币出资。

2014 年 1 月 30 日，精视文化经上海市工商管理局崇明分局办理变更登记后取得了《企业法人营业执照》。该次增资完成后，精视文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	精视投资	640	68.8
2	莫昂投资	290	31.2
	合 计	930	100.0

3、业务情况

精视文化是国内仅次于框架传媒的全国第二大电梯框架广告企业，拥有广告展位超过 8 万个。公司通过整合各地的资源，目前已经在杭州、太原、成都、南京等重点二线城市取得与框架传媒分庭抗礼的市场地位。

精视文化 2013 年 9 月 30 日合并常州、成都、济南、南京、青岛、太原、石家庄等八个城市的各地老公司（包括：常州市蓝媒广告有限公司、成都城市纵横广告有限公司、成都格局广告有限公司、成都智者广告有限公司、四川二十一城广告有限公司、济南精准广告传媒有限公司、南京海巍文化传播有限公司、南京岩祺文化传播有限公司、青岛精视广告有限公司、青岛友服文化传媒有限公司、青岛方向广告有限公司、

山西大瀚广告有限公司、山西求索文化传播有限公司、山西友服传媒有限公司、山西精准广告有限公司、山西巨中影视传播有限公司、石家庄大瀚广告有限公司、石家庄精准广告有限公司、石家庄兆美广告有限公司、上海兰媒文化传播有限公司）时采取的方式和步骤是：（1）各地老公司将所有的经营性实物资产（包括广告牌、办公资产、固定资产）全部转让给精视文化在各地新成立的分公司，将经营性业务合同（包括广告销售合同、广告位租赁合同、员工合同、办公用房租赁合同等）全部转由精视文化在各地的分公司重新签署；（2）各地业务经营所需要的运营现金由各地老股东估算后，以现金形式出资到莫昂投资，然后再增资到精视文化，用于各地业务运营资金；（3）各方约定各地老公司在过渡期后逐步注销。由于 2013 年 9 月 30 日时尚有部分款项需要以老公司名义收款，部分版位租赁合同也未能及时转入精视文化，因此过渡期内老公司负责部分合同尾款的收款工作以及版位租赁合同重新签署工作。

按照上述方式和步骤，各地老公司原有业务和资产的注入较为完整。截至 2014 年 3 月 31 日，业务注入公司注销情况如下：

序号	联盟企业名称	联盟企业注销或变更经营范围情况
1	常州市蓝媒广告有限公司	正在变更经营范围
2	成都城市纵横广告有限公司	已变更经营范围
3	成都格局广告有限公司	正在变更经营范围
4	成都智者广告有限公司	正在变更经营范围
5	济南精准广告传媒有限公司	正在变更经营范围
6	南京海巍文化传播有限公司	已变更经营范围
7	南京岩祺文化传播有限公司	正在变更经营范围
8	青岛精视广告有限公司	正在变更经营范围
9	青岛友服文化传媒有限公司	正在变更经营范围
10	山西大瀚广告有限公司	已变更经营范围
11	山西求索文化传播有限公司	已变更经营范围
12	山西友服传媒有限公司	已变更经营范围
13	上海兰媒文化传播有限公司	正在变更经营范围
14	石家庄大瀚广告有限公司	已变更经营范围
15	四川二十一城广告有限公司	已变更经营范围
16	青岛方向广告有限公司	正在注销，已登报公示
17	山西精准广告有限公司	已变更经营范围

18	山西巨中影视传播有限公司	已变更经营范围
19	石家庄精准广告有限公司	正在变更经营范围
20	石家庄兆美广告有限公司	正在注销，已登报公示

截至2014年5月25日，精视文化通过变更或重新签署合同的方式与业务注入公司原有客户签署了855份广告销售合同；尚有10份的广告销售合同因原客户要求由业务注入公司继续履行，而未注入精视文化。

截至2014年5月25日，精视文化通过变更或重新签署广告版位租赁合同的方式租赁了80,125万余处广告版位；尚有涉及560处广告版位的版位租赁合同因租赁期限未满，暂不能改由精视文化租赁。

精视文化业务具体情况请参见本节“三、交易标的的业务技术”。

4、财务情况

精视文化最近两年及一期经审计原始财务报表主要数据如下：

单位：元

项 目	2014年3月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
资产总计	92,611,979.77	72,704,164.76	42,610,958.57
负债合计	15,724,182.40	24,434,393.75	3,996,111.32
所有者权益合计	76,887,797.37	48,269,771.01	38,614,847.25
项 目	2014年1~3月	2013年度	2012年度
营业收入	76,887,797.37	48,269,771.01	38,614,847.25
利润总额	11,650,126.55	25,463,786.46	8,889,291.14
净利润	12,218,026.36	28,254,923.76	9,110,778.80

精视文化最近两年及一期经审计备考财务报表主要数据如下：

单位：元

项目	2014.3.31	2013.12.31	2012.12.31
货币资金	23,744,031.17	9,636,580.66	14,669,594.81
应收账款	43,370,299.52	44,412,900.87	41,001,926.90
总资产	92,611,979.77	72,704,164.76	81,365,689.27
总负债	15,724,182.40	24,434,393.75	42,750,842.02
所有者权益	76,887,797.37	48,269,771.01	38,614,847.25
项目	2014 年 1~3 月	2013 年	2012 年
营业收入	34,674,602.28	129,702,710.73	103,114,170.55
利润总额	11,650,126.55	54,531,216.98	35,287,374.23
净利润	12,218,026.36	49,378,826.12	28,880,749.43
扣除非经常性损益的净利润	12,000,003.52	48,009,571.61	27,845,038.24

5、下属公司情况

截至本报告出具日，精视文化拥有一家全资子公司及一家参股公司。

(1) 精视广告

公司名称	上海精视广告传播有限公司
公司类型	一人有限责任公司（法人独资）
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
法定代表人	傅广平
住 所	上海市崇明县城桥镇秀山路 8 号 3 栋一层 E 区 2002 室（崇明工业园区）
成立日期	2010 年 9 月 7 日
营业期限	2010 年 9 月 7 日至 2020 年 9 月 6 日
营业执照注册号	310230000438992
税务登记证号	国地税沪字 310230561880052 号
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告，市场营销策划，企业形象策划，文化艺术交流策划，公关活动策划，会务服务，企业管理咨询，经济信息咨询，商务咨询。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）

(2) 星望投资

企业名称	芜湖星望股权投资中心（有限合伙）
合伙企业类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	星浩（芜湖）股权投资基金管理有限公司（委派代表：赵汉忠）
主要经营场所	安徽省芜湖市鸠江区创新路 8 号鸠江经济开发区服务中心 3 号楼 303 室
成立日期	2012 年 03 月 29 日
营业期限	2012 年 03 月 29 日至 2018 年 03 月 28 日
营业执照注册号	340207000003123
经营范围	股权投资、股权投资管理、实业投资、投资管理、投资咨询

芜湖星望股权投资中心（有限合伙）的出资比例如下：

序号	合伙人名称或姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海石破投资中心（有限合伙）	7,300.0000	35.26
2	上海秦石投资中心（有限合伙）	6,900.0000	33.33
3	南京皓宇铂睿投资中心（有限合伙）	3,094.6138	14.95
4	赵 亮	700.0000	3.38
5	谈伟芬	500.0000	2.42
6	上海精视文化传播有限公司	500.0000	2.42
7	张 洪	500.0000	2.42
8	杭州金综源投资管理合伙企业（有限合伙）	500.0000	3.62
9	沈立刚	250.0000	1.21

10	星浩（芜湖）股权投资基金管理有限公司	207.0163	1.00
	合 计	20,701.6301	100.00

6、近三年资产评估、交易、增资及改制情况

除本次交易所涉及的资产评估外，精视文化最近三年未进行过资产评估。

精视文化最近三年增资、股权转让的相关明细情况请参阅本节“一、交易标的基本情况”/（五）精视文化/2、历史沿革。

精视文化最近三年未发生改制情况。

（三）邦富软件

1、基本情况

名称	广州市邦富软件有限公司
注册号	440101000025524
税务登记证	粤国/地税字 440106669970324 号
成立日期	2007 年 12 月 17 日
住所	广州市天河区天河软件园高唐新建区广州互联网产业园 1 号楼第五层 A501 至 A510 号
法定代表人	曾子帆
注册资本	2500 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	计算机软、硬件的技术研发；电子技术服务；批发和零售贸易（国家专营专控商品除外）；货物进出口、技术进出口（国家法律法规禁止的项目除外，国家法律法规限制的项目需取得许可证后经营）

2、历史沿革

（1）2007 年 12 月邦富软件设立

邦富软件成立于 2007 年 12 月 17 日，由晋彤、徐毅共同出资设立，申请登记的注册资本为 500 万元，分两期缴足。其中：晋彤认缴 475 万元，占公司注册资本的 95%；徐毅认缴 25 万元，占公司注册资本的 5%。

2007 年 12 月 10 日，广州远华会计师事务所审验并出具《验资报告》（穗远华验字[2007]第 B1217 号），验证：截至 2007 年 12 月 10 日，已收到股东晋彤、徐毅缴纳的第一期注册资本 100 万元，其中晋彤出资 95 万元，徐毅出资 5 万元，均为货币出资。

2007 年 12 月 17 日，邦富软件取得广州市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。邦富软件设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例 (%)	首期实缴出资 (万元)
1	晋 彤	475	95	95
2	徐 毅	25	5	5
合计		500	100	100

(2) 2007 年 12 月第二期出资

2007 年 12 月 25 日，邦富软件股东会决定，同意将邦富软件实收资本由 100 万元增至 500 万元，其中：股东晋彤新增出资 380 万元、徐毅新增出资 20 万元。至此，邦富软件的注册资本已全部缴足，股东签署新的公司章程。

2007 年 12 月 28 日，广州中创会计师事务所审验并出具《验资报告》（中创验字[2007]YZ474 号），验证：截至 2007 年 12 月 28 日，邦富软件已收到股东缴纳的第二期出资共计 400 万元，均为货币出资，变更后的实收资本为 500 万元。

2008 年 1 月 10 日，邦富软件就该次出资办理了工商变更登记。本期出资完成后邦富软件的注册资本已全部缴足，具体股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	晋 彤	475	95
2	徐 毅	25	5
合计		500	100

(3) 2009 年 9 月股东转让股权

2009 年 9 月 18 日，邦富软件股东会决定，同意股东徐毅将其持有的邦富软件 25 万元出资（占注册资本的 5%）转让给郑量冰。

2009 年 9 月 18 日，徐毅与郑量冰签署《股东转让出资合同书》，转让价格为 25 万元。

2009 年 9 月 23 日，邦富软件就该次股权转让办理了工商变更登记。该次股权转让完成后，邦富软件的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	晋 彤	475	95
2	郑量冰	25	5
合计		500	100

(4) 2010 年 2 月股东转让股权

2010 年 2 月 10 日，邦富软件股东会决定，同意股东晋彤将其持有的邦富软件 475 万元出资（占注册资本的 95%）转让给李菊莲。

2010年2月10日，晋彤与李菊莲签署《股东转让出资合同书》，转让价格为475万元。

2010年2月12日，邦富软件就该次股权转让办理了工商变更登记。该次股权转让完成后，邦富软件的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	李菊莲	475	95
2	郑量冰	25	5
合计		500	100

注：李菊莲与郑量冰系夫妻关系。

（5）2010年8月股权转让并增资至600万元

2010年8月16日，广州恒德会计师事务所审验并出具《验资报告》（恒德审验字[2010]第08065号），验证：截至2010年8月13日，邦富软件已收到曾子帆缴纳的新增注册资本100万元，均为货币出资，变更后的注册资本及实收资本为600万元。

2010年8月17日，邦富软件股东决定，同意股东李菊莲将其持有的邦富软件475万元出资中的100万元出资转让给曾子帆、100万元出资转让给郑量冰；邦富软件注册资本增至600万元，新增注册资本100万元由曾子帆以货币出资。

2010年8月17日，李菊莲与曾子帆、郑量冰签署《股东转让出资合同书》，转让价格均为1万元。

2010年8月20日，邦富软件就该次股权转让及增资办理了工商变更登记。该次股权转让及增资完成后，邦富软件的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	李菊莲	275	45.84
2	曾子帆	200	33.33
3	郑量冰	125	20.83
合计		600	100.00

（6）2010年12月增资至1,000万元

2010年12月16日，邦富软件股东会决定，同意邦富软件注册资本增至1,000万元，其中股东郑量冰出资100万元，股东李菊莲出资300万元。

2010年12月16日，广州悦禾会计师事务所审验并出具《验资报告》（穗禾验字[2010]第A2281号），验证：截至2010年12月15日，邦富软件已收到股东郑量冰、李菊莲缴纳的新增注册资本400万元，均为货币出资，变更后的注册资本为1,000万元。

2010年12月24日，邦富软件就该次增资办理了工商变更登记。该次增资完成后，

邦富软件的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	李菊莲	575	57.50
2	郑量冰	225	22.50
3	曾子帆	200	20.00
合计		1,000	100.00

（7）2011 年 4 月股权转让

2011 年 4 月 11 日，邦富软件股东会决定，同意股东曾子帆将其持有的邦富软件 50 万元出资转让给程顺玲。

2011 年 4 月 11 日，曾子帆与程顺玲签署《股东转让出资合同书》，转让价格为 50 万元。

2011 年 4 月 20 日，邦富软件就该次股权转让办理了工商变更登记。该次股权转让完成后，邦富软件的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	李菊莲	575	57.50
2	郑量冰	225	22.50
3	曾子帆	150	15.00
4	程顺玲	50	5.00
合计		1,000	100.00

（8）2012 年 4 月股权转让并增资至 1,500 万元

2012 年 4 月 25 日，邦富软件股东会决定，同意股东郑量冰将其持有的邦富软件 225 万元出资无偿转让给股东李菊莲；邦富软件注册资本增至 1,500 万元，新增 500 万元注册资本由股东程顺玲缴纳。

2012 年 4 月 25 日，郑量冰、李菊莲夫妇签署《股东转让出资合同书》，转让价格为 0 万元。

2012 年 4 月 27 日，广州悦禾会计师事务所审验并出具《验资报告》（悦禾验字 201204244 号），验证：截至 2012 年 4 月 25 日，邦富软件已收到股东程顺玲缴纳的新增注册资本 500 万元，全部为货币出资，变更后的注册资本为 1,500 万元。

2012 年 5 月 2 日，邦富软件就该次股权转让及增资办理了工商变更登记。该次股权转让及增资完成后，邦富软件的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	李菊莲	800	53.33
2	程顺玲	550	36.67
3	曾子帆	150	10.00
合 计		1,500	100.00

(9) 2012 年 6 月增资至 2,100 万元

2012 年 6 月 13 日，邦富软件股东会决定，同意邦富软件注册资本增加至 2,100 万元，新增 600 万元注册资本由股东程顺玲缴纳。

2012 年 6 月 26 日，广州市开虹会计师事务所审验并出具《验资报告》（穗虹验字[2012]第 1182 号），验证：截至 2012 年 6 月 26 日，邦富软件已收到股东程顺玲缴纳的新增注册资本 600 万元，全部为货币出资，变更后的注册资本为 2,100 万元。

2012 年 6 月 27 日，邦富软件就该次增资办理了工商变更登记。该次增资完成后，邦富软件的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	程顺玲	1,150	54.76
2	李菊莲	800	38.10
3	曾子帆	150	7.14
合计		2,100	100.00

(10) 2014 年 5 月增资至 2,500 万元

2014 年 5 月 4 日，邦富软件股东会决定，同意邦富软件注册资本增加至 2,500 万元，其中：程顺玲新增出资 219.04 万元，李菊莲新增出资 152.4 万元，曾子帆新增出资 28.56 万元。

2014 年 5 月 5 日，邦富软件就该次增资办理了工商变更登记。

2014 年 5 月 9 日，广州市源晟会计师事务所审验并出具《验资报告》（穗源晟验字[2014]第 076 号），验证：截至 2014 年 5 月 9 日，已收到全体股东新增注册资本 400 万元，全部为货币出资。

本次增资完成后，邦富软件各股东原持股比例不变，具体股权结构如下：

序号	股东姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	程顺玲	1,369.04	54.76
2	李菊莲	952.4	38.10
3	曾子帆	178.56	7.14
合计		2,500	100.00

3、业务情况

邦富软件是国内领先的舆情监测解决方案供应商。自设立以来，一直专注于互联网舆情监测软件的研发，形成了成熟的舆情监测软件研发团队。公司具有国内领先的网络高性能数据捕获、深度网络报文分析、分布式爬虫、网络代理识别、网页智能分析、数据压缩索引等多项技术。

公司建立了涵盖需求分析管理组、产品管理组、开发组、测试组、项目实施组等

整个流程的研发组织架构，形成了 20 余项软件著作权，公司也是国家相关 863 计划和国家搜索引擎科技计划课题组的主要成员。

经历 8 年的市场拓张，公司已经取得了 700 多个大中型客户的选择和支持，拥有极高的项目实施成功率和项目管理经验，享有极高的客户口碑。在舆情监测软件平台方面，邦富在宣传领域处于领先地位，

邦富软件业务具体情况请参见本节“三、交易标的的业务技术”。

4、财务情况

邦富软件最近两年及一期经审计合并财务报表主要数据如下：

单位：元			
项目	2014.3.31	2013.12.31	2012.12.31
货币资金	7,359,911.47	19,356,290.94	3,046,736.55
应收账款	21,778,801.45	19,966,906.49	7,467,048.34
总资产	64,584,655.03	76,271,733.98	39,018,584.52
总负债	14,888,107.28	27,440,511.62	11,629,085.56
所有者权益	49,696,547.75	48,831,222.36	27,389,498.96
项目	2014 年 1~3 月	2013 年	2012 年
营业收入	7,985,799.26	62,739,251.99	33,804,975.61
利润总额	1,050,040.76	32,375,551.01	5,037,096.38
净利润	865,325.39	28,244,544.18	4,353,031.42
扣除非经常性损益的净利润	865,675.39	27,666,683.27	3,238,899.49

邦富软件财务波动主要体现使得 2013 年收入同比增加 85.6%，净利润增加了 5.5 倍，其主要原因如下：

1) 2012 年硬件收入为 1211 万元，2013 年硬件收入 597 万元，邦富软件一般不销售硬件，只是在客户要求时才销售硬件，硬件设备价格的市场透明度高，邦富软件只是在采购价上加 3-5%销售给客户；

2) 2013 年有增值税退税 148.7 万元，2012 年无增值税退税；

3) 2013 年有技术开发免税收入 160 万元；

4) 管理费用在公司发展到一定阶段后，不随销售收入增长而增长，基本保持在一个相对稳定的水平，2013 年收入比 2012 年增长 85.6%，管理费用 2013 年仅比 2012 年 21%。

综上，邦富软件 2013 年收入大幅增长主要系行业因素及公司自身因素的影响。随着微博等社交媒体的兴起以及 2013 年初以来的一系列舆情热点事件频发，各级政

府越发注重舆情监测软件的采购，凭借过硬的产品声誉和敏锐的市场嗅觉，公司抓住了行业增长的机遇。此外，2013 年的高增长也与公司收入基数较低的影响。

5、下属公司情况

截至本报告出具日，邦富软件无下属企业。

6、近三年资产评估、交易、增资及改制情况

除本次交易所涉及的资产评估外，邦富软件最近三年未进行过资产评估。

邦富软件最近三年增资、股权转让的相关明细情况请参阅本节“一、交易标的基本情况”/（三）邦富软件/2、历史沿革。

邦富软件最近三年未发生改制情况。

（四）漫友文化

1、基本情况

名称	广州漫友文化科技股份有限公司
注册号	440101000025356
税务登记证	粤国/地税字 440100797357049 号
成立日期	2006 年 12 月 22 日
住所	广州市越秀区先烈中路 80 号汇华商贸大厦附楼 7 楼 12A
法定代表人	金城
注册资本	4000 万元
公司类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)
经营范围	动画、漫画及衍生产品的创意、设计、开发、制作、销售与售后服务；互联网图书、互联网杂志设计、制作、出版、销售及售后服务（有效期至 2015 年 3 月 30 日）。动漫（含游戏）、青春文学软件及网站的开发、设计、制作；手机动漫、无线增值的技术咨询、技术开发、推广；文化交流活动、庆典活动的策划；会议、展览、展示策划、承办与服务；动漫行业咨询及经纪服务、设计、代理、制作、发布各类广告；知识产权代理

2、历史沿革

（1）2006 年 12 月漫友文化设立

漫友文化成立于 2006 年 12 月 22 日，由金城、邵洪涛共同出资设立。根据漫友文化设立时的公司章程，其申请登记的注册资本为 1,000 万元，由股东分期缴纳，并于 2008 年 12 月 10 日前缴足。其中：金城认缴出资 900 万元，占注册资本的 90%；邵洪涛认缴出资 100 万元，占注册资本的 10%。

2006 年 12 月 7 日，广东正中珠江会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（广会所验字[2006]第 0625070017 号），验证：截至 2006 年 12 月 5 日，已收到金城

缴纳的首期出资 200 万元，全部为货币出资。

2006 年 12 月 22 日，漫友文化取得广州市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例 (%)	首期实缴出资 (万元)
1	金 城	900	90	200
2	邵洪涛	100	10	0
合 计		1,000	100	200

(2) 2008 年 12 月实收资本增至 1,000 万元

2008 年 12 月 4 日，漫友文化修改公司章程，剩余认缴出资一次性缴足，其中：股东金城缴纳出资 700 万元，股东邵洪涛缴纳出资 100 万元。至此，漫友文化实收资本变更为 1,000 万元。

2008 年 12 月 4 日，广州蓝涛会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（蓝验字[2008]第 L394 号），验证：截至 2008 年 12 月 4 日，已收到股东缴纳的第二期出资共计 800 万元，均为货币出资。

2008 年 12 月 8 日，漫友文化完成本次出资的工商变更登记。该次出资完成后，漫友文化的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	金 城	900	90
2	邵洪涛	100	10
	合 计	1,000	100

(3) 2012 年 5 月股权转让

2012 年 5 月 15 日，漫友文化股东会决定，同意金城将其持有的 10 万元出资转让给邵璐璐，其他股东放弃优先购买权，并修改公司章程。

2012 年 5 月 15 日，金城与邵璐璐签署《股权转让协议》，转让价格为 1 元。

2012 年 5 月 15 日，漫友文化完成该次股权转让的工商变更登记。该次股权转让完成后，漫友文化的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	金 城	890	89
2	邵洪涛	100	10
3	邵璐璐	10	1

合 计	1,000	100
-----	-------	-----

(4) 2012 年 8 月增资至 1,133.3333 万元

2012 年 7 月 23 日，漫友文化股东会决定，同意引入俞涌、漫时代等 17 名新股东，注册资本由 1,000 万元增资至 1,133.3333 万元，并修改公司章程。

2012 年 8 月 6 日，京都天华会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（京都天华粤验字[2012]第 0016 号），验证：截至 2012 年 8 月 2 日，已收到俞涌、漫时代等 17 名股东缴纳的新增注册资本 133.3333 万元，均为货币出资。由于增加的自然人股东部分为公司管理层，适用股份支付准则，确认股份支付费用 1,450.28 万元。

2012 年 8 月 9 日，漫友文化完成该次增资的工商变更登记。该次增资完成后，漫友文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	金 城	890.0000	78.53
2	邵洪涛	100.0000	8.82
3	邵璐璐	10.0000	0.88
4	广州漫时代	38.0000	3.35
5	俞 涌	23.3333	2.06
6	刘 洋	8.0000	0.71
7	张显峰	8.0000	0.71
8	张 茜	8.0000	0.71
9	朱 斌	8.0000	0.71
10	崔伟良	5.0000	0.44
11	施桂贤	5.0000	0.44
12	许勇和	5.0000	0.44
13	曹凌玲	5.0000	0.44
14	赖春晖	5.0000	0.44
15	祖雅乐	3.0000	0.26
16	邱月仙	3.0000	0.26
17	葛重葳	3.0000	0.26
18	韩 露	2.0000	0.18
19	丁 冰	2.0000	0.18
20	李凌彪	2.0000	0.18
	合 计	1,133.3333	100.00

本次股份支付的具体情况：

2012 年 7 月 23 日，公司股东会通过决议，同意俞涌、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖等中高级管理人员对公司投资 1,772,166.00 元作为实收资本 723,333 元进行增资，折合 2.45 元/1 元注册资本。具体如下：

姓名	职务	总投资额	注册资本	每元资本价格
俞涌	总经理	571,666.00	233,333.00	2.45
张茜	副总经理	196,000.00	80,000.00	2.45
刘洋	副总经理	196,000.00	80,000.00	2.45
张显峰	副总经理	196,000.00	80,000.00	2.45
崔伟良	总监	122,500.00	50,000.00	2.45
赖春晖	总监	122,500.00	50,000.00	2.45
曹凌玲	总监	122,500.00	50,000.00	2.45
施桂贤	总监	122,500.00	50,000.00	2.45
许勇和	总监	122,500.00	50,000.00	2.45
合计		1,772,166.00	723,333.00	2.45

2012 年 8 月 27 日，漫友文化股东会决定，同意股东金城将其持有的 66.6667 万元出资转让给长沙传怡，转让价格为 1,500 万元；股东邵洪涛将其持有的 97 万元出资转让给长沙传怡，转让价格为 2,182.5 万元；同意湖南富投资 1,500 万元对公司增资 66.6666 万元，北京中技投资 1,500 万元对公司增资 66.6667 万元，广东粤文投投资 1,500 万元对公司增资 66.6667 万元。具体如下：

机构名称	取得股权方式	投资金额	注册资本	每元资本价格
长沙传怡	受让	36,825,000.00	1,636,667.00	22.5
北京中技	增资	15,000,000.00	666,667.00	22.5
广东粤文投	增资	15,000,000.00	666,667.00	22.5
湖南富坤	增资	15,000,000.00	666,666.00	22.5
合计		81,825,000.00	3,636,667.00	22.5

上述机构投资入股与员工投资入股价格相差较大，而且时间较短，根据会计准则公司管理层入股部分应按价差确认为股份支付。

计算如下：

按机构投资者所在股权比例及投资总额测算公司股权价值。

公司股权价值=8182.5 万元/27.275%=30000 万元

按公司管理层所持股份比例计算其对于价值。

管理层所持股份价值=30000 万元*5.425% =1627.50 万元

股份支付金额=1627.50 万元—177.22 万元=1450.28 万元

计算管理所持股份价值于投资总金额之间的差额，确认为股份支付金额计入管理费用。

账务处理

借：管理费用 1450.28 万元

贷：资本公积 1450.28 万元

相关管理层股权增资时约定，在上述股东获得漫友文化股权至公司上市期间，转让、质押或委托他人管理公司股权需获得公司股东会半数表决权同意。

(5) 2012 年 9 月增资至 1,333.3333 万元

2012 年 8 月 27 日，漫友文化股东会决定，同意股东金城将其持有的 66.6667 万元出资转让给长沙传怡；股东邵洪涛将其持有的 97 万元出资转让给长沙传怡；同意湖南富坤对公司增资 66.6666 万元，北京中技对公司增资 66.6667 万元，广东粤文投对公司增资 66.6667 万元，其他股东放弃本次股权转让的优先受让权及本次增资的优先认购权，并修改公司章程。

2012 年 8 月 27 日，金城、邵洪涛与长沙传怡签署《股权转让合同》，金城将其持有的 66.6667 万元出资转让给长沙传怡，转让价格为 1,500 万元。邵洪涛将其持有的 97 万元出资转让给长沙传怡，转让价格为 2,182.5 万元。

2012 年 9 月 11 日，京都天华会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（京都天华粤验字[2012]第 0019 号），验证：截至 2012 年 9 月 6 日，已收到股东缴纳的新增注册资本 200 万元，均为货币出资。

2012 年 9 月 18 日，漫友文化完成该次股权转让及增资的工商变更登记。该次股权转让及增资完成后，漫友文化的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	金 城	823.3333	61.75

2	长沙传怡	163.6667	12.28
3	湖南富坤	66.6666	5.00
4	北京中技	66.6667	5.00
5	广东粤文投	66.6667	5.00
6	广州漫时代	38.0000	2.85
7	俞 涌	23.3333	1.75
8	邵璐璐	10.0000	0.75
9	刘 洋	8.0000	0.60
10	张显峰	8.0000	0.60
11	张 茜	8.0000	0.60
12	朱 斌	8.0000	0.60
13	崔伟良	5.0000	0.38
14	施桂贤	5.0000	0.38
15	许勇和	5.0000	0.38
16	曹凌玲	5.0000	0.38
17	赖春晖	5.0000	0.38
18	祖雅乐	3.0000	0.23
19	邱月仙	3.0000	0.23
20	葛重葳	3.0000	0.23
21	邵洪涛	3.0000	0.23
22	韩 露	2.0000	0.15
23	丁 冰	2.0000	0.15
24	李凌彪	2.0000	0.15
	合 计	1,333.3333	100.00

(6) 2013 年 6 月整体变更为股份有限公司

2013 年 4 月 22 日，广州市工商行政管理局出具《企业名称（企业集团）名称变更核准通知书》（穗名变核内字[2013]第 01201304220082 号），核准广州漫友文化科技发展有限公司名称变更为广州漫友文化科技股份有限公司。

2013 年 4 月 26 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）广州分所出具《审计报告》（致同验字[2013]第 440FC0014 号），截至 2012 年 12 月 31 日，漫友文化账面净资产为 88,028,810.17 元。

2013 年 5 月 7 日，广东中广信资产评估有限公司出具《资产评估报告书》（中广

信评报字[2013]第 099 号),截至 2012 年 12 月 31 日,漫友文化的净资产评估值为 9,248.2 万元。

2013 年 5 月 10 日,漫友文化召开 2013 年度第一次股东大会暨发起人会议,同意由漫友文化全体股东作为发起人,以漫友文化截至 2012 年 12 月 31 日经审计的账面净资产为基准,按 1:0.4544 的比例折合成股份公司股本 4,000 万股,依法整体变更为股份有限公司,其余计入股份公司资本公积。变更后的股份公司总股本为 4,000 万股,有限公司全体股东作为股份公司的发起人认购全部股份,发起人在本次变更前后持有公司的股权比例不变。公司名称由“广州漫友文化科技发展有限公司”变更为“广州漫友文化科技股份有限公司”,公司类型由有限责任公司变更为股份有限公司,并通过股份公司章程。

2013 年 5 月 17 日,致同会计师事务所(特殊普通合伙)审验并出具《验资报告》(致同验字[2013]第 440FC0014 号),验证:截至 2013 年 5 月 15 日,已收到发起人股东投入的资本 8,802.8810 万元,其中股本 4,000.00 万元,其余计入资本公积。

2013 年 6 月 7 日,漫友文化完成该次整体变更为股份有限公司的工商变更登记。该次整体变更为股份有限公司完成后,漫友文化的股权结构如下:

序号	股东名称	股份数额(万股)	持股比例(%)
1	金 城	2,470	61.75
2	长沙传怡	491	12.28
3	湖南富坤	200	5.00
4	北京中技	200	5.00
5	广东粤文投	200	5.00
6	广州漫时代	114	2.85
7	俞 涌	70	1.75
8	邵璐璐	30	0.75
9	刘 洋	24	0.60
10	张显峰	24	0.60
11	张 茜	24	0.60
12	朱 斌	24	0.60
13	崔伟良	15	0.38
14	施桂贤	15	0.38
15	许勇和	15	0.38

16	曹凌玲	15	0.38
17	赖春晖	15	0.38
18	祖雅乐	9	0.23
19	邱月仙	9	0.23
20	葛重葳	9	0.23
21	邵洪涛	9	0.23
22	韩 露	6	0.15
23	丁 冰	6	0.15
24	李凌彪	6	0.15
	合 计	4,000	100.00

(7) 2014年5月14日，漫友文化2014年第一次临时股东大会审议通过了《关于将广州漫友文化科技股份有限公司整体变更为广州漫友文化科技发展有限公司的议案》。为确保漫友文化股东向华闻传媒转让公司股权的实施，漫友文化股东大会决定将漫友文化的公司类型由股份有限公司变更为有限责任公司；公司名称由“广州漫友文化科技股份有限公司”更名为“广州漫友文化科技发展有限公司”（以工商部门核准名称为准）。变更后有限责任公司的注册资本仍为4,000万元，漫友文化全体股东在本次变更前后持有公司的股权比例及股权结构不变。

漫友文化公司类型变更的工商变更登记尚在办理中。

3、业务情况

漫友文化主要业务为漫画期刊和漫画图书的策划与发行、漫画创作和生产、手机动漫以及相关动漫会展、动漫营销与广告等服务。

漫友文化的业务具体情况请参见本节“三、交易标的的业务技术”。

4、财务情况

漫友文化最近两年及一期经审计财务报表主要数据如下：

单位：元			
项目	2014.3.31	2013.12.31	2012.12.31
货币资金	54,042,847.67	60,054,127.96	56,564,889.54
应收账款	50,449,740.44	46,265,131.29	22,348,640.55
总资产	143,684,866.35	146,200,788.70	123,460,055.41
总负债	35,367,345.82	40,964,055.60	34,691,194.83
所有者权益	108,317,520.53	105,236,733.10	88,768,860.58
项目	2014年1~3月	2013年	2012年
营业收入	28,134,887.50	153,246,788.22	146,841,357.28

利润总额	3,601,386.60	18,380,769.69	4,283,374.65
净利润	3,080,787.43	16,467,872.52	2,176,237.85
扣除非经常性损益的净利润	2,093,056.81	13,116,760.63	14,265,057.15

公司 2012 年净利润较低系受当年股份支付影响，确认股份支付费用 1,450.28 万元。

5、控股子公司情况

截至本报告出具日，漫友文化无控股子公司。

6、近三年资产评估、交易、增资及改制情况

除本次交易所涉及的资产评估及整体变更时进行资产评估之外，漫友文化最近三年未进行过资产评估。

漫友文化最近三年增资、股权转让及改制的相关明细情况请参阅本节“一、交易标的基本情况”/（四）漫友文化/2、历史沿革。

二、交易标的主要资产权属情况及对外担保情况

（一）交易标的主要资产情况

1、房屋建筑物

截至本报告签署之日，本次交易标的未持有任何房屋建筑物。

2、主要无形资产

2.1 商标

精视文化现时拥有 6 项注册商标权，具体情况如下：

序号	商标	注册号	核定服务项目	注册有效期	他项权利
1		第 10023792 号	第 35 类	2013-4-14 至 2023-4-13	无
2		第 10013884 号	第 35 类	2012-11-28 至 2022-11-27	无

3		第 10023890 号	第 42 类	2012-11-28 至 2022-11-27	无
4		第 10023660 号	第 35 类	2012-11-28 至 2022-11-27	无
5		第 10013648 号	第 35 类	2012-11-28 至 2022-12-27	无
6		第 10013736 号	第 35 类	2013-4-14 至 2023-4-13	无

根据国家商标局的商标档案信息，精视文化对上述注册商标享有合法有效的商标权；不存在权属纠纷或潜在纠纷，以及设置质押等权利受限情形。

邦富软件现时拥有 4 项注册商标权，具体情况如下：

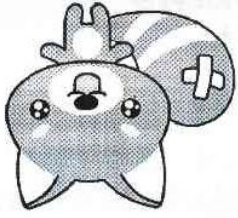
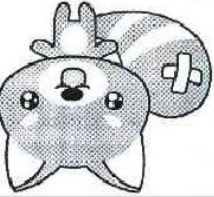
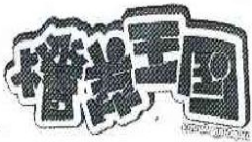
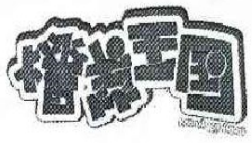
序号	商标	注册号	核定服务项目	注册有效期	他项权利
1		第 9262613 号	第 9 类	2012-4-7 至 2022-4-6	无
2		第 9262803 号	第 42 类	2012-6-14 至 2022-6-13	无
3		第 9262741 号	第 9 类	2012-4-7 至 2022-4-6	无
4		第 9262791 号	第 42 类	2012-4-7 至 2022-4-6	无

根据国家商标局的商标档案信息，邦富软件对上述注册商标享有合法有效的商标权；不存在权属纠纷或潜在纠纷，以及设置质押等权利受限情形。

漫友文化现时拥有 18 项注册商标权，具体情况如下：

序号	商标	注册号	核定服务项目	注册有效期	他项权利
----	----	-----	--------	-------	------

1		第 3249784 号	第 41 类	2013-10-7 至 2023-10-6	无
2		第 3249786 号	第 41 类	2013-10-7 至 2023-10-6	无
3		第 3249783 号	第 16 类	2013-10-28 至 2023-10-27	无
4		第 3249785 号	第 16 类	2013-10-28 至 2023-10-27	无
5		第 10262503 号	第 41 类	2013-2-7 至 2023-2-6	无
6		第 10257626 号	第 9 类	2013-3-14 至 2023-3-13	无
7		第 10257759 号	第 41 类	2013-2-7 至 2023-2-6	无
8		第 10257679 号	第 16 类	2013-2-7 至 2023-2-6	无
9		第 4777935 号	第 16 类	2009-4-21 至 2019-4-20	无
10		第 4777934 号	第 16 类	2009-4-21 至 2019-4-20	无
11		第 3814543 号	第 43 类	2006-4-7 至 2016-4-6	无
12		第 3814542 号	第 43 类	2006-4-7 至 2016-4-6	无
13		第 4030905 号	第 41 类	2007-2-21 至 2017-2-20	无

14		第 4030906 号	第 16 类	2006-12-14 至 2016-12-13	无
15		第 10808840 号	第 16 类	2013-7-14 至 2023-7-13	无
16		第 10808841 号	第 28 类	2013-7-14 至 2023-7-13	无
17		第 10808843 号	第 16 类	2013-7-14 至 2023-7-13	无
18		第 10808844 号	第 41 类	2013-7-14 至 2023-7-13	无

根据国家商标局的商标档案信息，漫友文化对上述注册商标享有合法有效的商标权；不存在权属纠纷或潜在纠纷，以及设置质押等权利受限情形。

2.2 专利

漫友文化现时拥有 1 项外观设计专利，具体情况如下：

专利名称	专利类型	专利号	申请日	他项权利
卡通熊（熊洗洗）	外观设计	ZL201230185177.5	2012-5-21	无

专利权期限：自申请日起 10 年。

掌视亿通现时拥有 1 项发明专利，具体情况如下：

专利名称	专利类型	专利号	申请日	他项权利
视频文件自动转换的系统及其方法	发明专利	ZL200610011759.5	2006-4-20	无

专利权期限：自申请日起 20 年。

2.3 计算机软件著作权

邦富软件共有计算机软件著作权 43 项，具体情况如下：

序号	软件名称	登记号	权利取得方式	首次发表日期	他项权利
1	邦富互联网证券信息分析系统 V1.0	2009SR040156	原始取得	2008.12.08	质押
2	邦富企业即时通信系统[简称：邦富 TalkHight-Talk]V1.5	2009SR040154	原始取得	2009.04.15	质押
3	邦富互联网分布式政府专用自动发帖回帖系统[简称：邦富互联网舆情引导系统]V1.4	2009SR040841	原始取得	2009.05.25	质押
4	邦富企业任务管理系统[简称：邦富 TalkHigh-Workflow]V1.5	2009SR040843	原始取得	2009.04.15	质押
5	邦富 OwnerNetwork 门户网络系统[简称：邦富 OwnerNet]V2.0	2009SR040840	原始取得	2008.12.01	质押
6	邦富手机舆情监测系统 V2.0	2010SR035640	原始取得	2010.03.25	质押
7	邦富互联网舆情采集分析管理软件[简称：网络舆情采集分析管理软件]V5.0	2011SR022826	原始取得	2010.05.14	质押
8	邦富舆情搜索引擎软件 V5.0	2011SR061346	原始取得	2010.07.21	质押
9	邦富增强型互联网舆情采集分析管理软件 V1.0	2011SR099431	原始取得	2010.06.15	质押
10	邦富问政平台信息管理软件 V2.0	2012SR055999	原始取得	2010.05.14	质押
11	邦富网络信息专用搜索引擎软件 V1.0	2013SR004070	原始取得	2011.02.01	质押
12	邦富大数据导入管理软件[简称：大数据导入管理软件]V1.0	2013SR028279	原始取得	2012.07.02	质押
13	邦富大数据存储管理软件[简称：大数据存储管理软件]V1.0	2013SR028285	原始取得	2012.11.01	质押
14	邦富大数据挖掘分析软件 V2.3	2013SR087729	原始取得	2013.02.01	无
15	邦富运维管理软件 V1.0	2013SR109345	原始取得	2013.08.18	无
16	邦富互联网信息关联软件 V1.0	2013SR109185	原始取得	2013.09.01	无
17	邦富大屏指挥软件 V1.0	2013SR109182	原始取得	2013.09.01	无
18	邦富内网审计软件 V1.0	2013SR109183	原始取得	2013.08.01	无
19	邦富互联网微博舆情监控软件[简称：微博舆情监控软件]V6.0	2013SR109867	原始取得	2013.08.01	无
20	邦富外网审计软件 V1.0	2013SR109714	原始取得	2013.09.12	无

21	邦富基于 QQ 群监控软件[简称：基于 QQ 群监控软件]V1.0	2013SR153321	原始取得	2013.08.05	无
22	邦富微信监控软件[简称：微信监控软件]V1.0	2013SR153266	原始取得	2013.09.02	无
23	邦富有害信息发现软件[简称：有害信息发现软件]V1.0	2013SR153477	原始取得	2013.09.11	无
24	邦富政务微博管理软件[简称：政务微博管理软件]V1.0	2013SR153439	原始取得	2013.08.19	无
25	邦富自动建站软件[简称：自动建站软件]V1.0	2013SR153435	原始取得	2013.07.08	无
26	邦富互联网舆情采集分析管理软件[简称：网络舆情采集分析管理软件]V6.0	2013SR053694	原始取得	2013.04.08	无
27	邦富互联网舆情采集分析管理系统 V4.20	2009SR04495	原始取得	2008.12.20	质押
28	邦富互联网舆情信息导控服务软件 V5.0	2013SR059594	原始取得	2013.05.01	无
29	邦富互联网舆情引导控制系统 V5.1	2013SR034904	原始取得	2012.02.01	无
30	邦富云计算操作系统 V2.0	2012SR024914	原始取得	2011.05.14	质押
31	邦富 AppAdmin 云计算平台应用托管环境软件[简称：邦富云计算平台应用托管环境软件]V2.0	2011SR023147	原始取得	2010.09.18	质押
32	邦富 AppDev 云计算平台应用开发集成环境软件[简称：邦富云计算平台应用开发集成环境软件]V2.0	2011SR023112	原始取得	2010.09.22	质押
33	邦富 AppEngine 云计算平台应用引擎软件[简称：邦富云计算平台应用引擎软件]V2.0	2011SR023166	原始取得	2010.09.22	质押
34	邦富 BCache 云计算平台分布式缓存软件[简称：邦富云计算平台分布式缓存软件]V2.0	2011SR023150	原始取得	2010.09.21	质押
35	邦富 BDB 云计算平台分布式文档数据库软件[简称：邦富云计算平台分布式文档数据库软件]V2.0	2011SR023187	原始取得	2010.09.22	质押
36	邦富 BFS 云计算平台分布式文件软件[简称：邦富云计算平台分布式文件软件]V2.0	2011SR022903	原始取得	2010.09.20	质押
37	邦富 BQueue 云计算平台分布式消息队列软件[简称：邦富云计算平台分布	2011SR022902	原始取得	2010.09.19	质押

	式消息队列软件]V2.0				
38	邦富云 IaaS 计算平台计算资源服务软件[简称：邦富云计算平台计算资源服务软件]V2.0	2011SR022842	原始取得	2010.09.14	质押
39	邦富云 PaaS 计算平台开发平台服务软件[简称：邦富云计算平台开发平台服务软件]V2.0	2011SR022962	原始取得	2010.09.23	质押
40	邦富云 SaaS 计算平台应用服务软件[简称：邦富云计算平台应用服务软件]V2.0	2011SR022970	原始取得	2010.09.23	质押
41	邦富 Transactions 云计算平台事务处理引擎软件[简称：邦富云计算平台事务处理引擎软件]V2.0	2011SR022827	原始取得	2010.09.19	质押
42	邦富 VPS 云计算平台虚拟主机软件[简称：邦富云计算平台虚拟主机软件]V2.0	2011SR022843	原始取得	2010.09.22	质押
43	基于云计算平台的手机舆情采集分析监控管理软件 V3.0	2012SR056001	原始取得	2011.05.14	质押

注：邦富软件于 2013 年 9 月 23 日办理了《著作权质权登记证书》（登记号：著质登[软]字第 20130148 号），将其名下的 28 项计算机软件著作权质押给中国银行股份有限公司广州番禺支行（以下简称“中行番禺支行”）。

漫友文化现时拥有 6 项计算机软件著作权，具体如下：

序号	软件名称	证书编号	登记号	取得方式	首次发表	他项权利
1	91AC 网络阅读器软件	软著登字第 0442777 号	2012SR074741	原始取得	2011-9-20	无
2	91AC 网络上传工具软件	软著登字第 0442773 号	2012SR074737	原始取得	2012-1-5	无
3	基于 IOS（苹果）的 APP 阅读器软件 V1.0	软著登字第 0442787 号	2012SR074751	原始取得	2011-10-10	无
4	焦点图轮转软件	软著登字第 0438964 号	2012SR070928	原始取得	2011-12-8	无
5	微博应用软件 V1.0	软著登字第 0438966 号	2012SR070930	原始取得	2011-11-01	无
6	产品库软件 V1.0	软著登字第 0438962 号	2012SR070926	原始取得	2012-8-6	无

根据《中华人民共和国著作权法》第二十一条之规定，邦富软件、漫友文化现时合法拥有的上述计算机软件著作权的保护期为五十年，截止于首次发表后第五十年的 12 月 31 日。

2.4 软件产品

邦富软件现有软件产品共计 9 项，具体如下：

序号	软件产品名称	证书编号	有效期限	他项权利
1	邦富增强型互联网舆情采集分析管理软件 V1.0	粤 DGY-2012-1372	2017.11.05	无
2	邦富大数据存储管理软件 V1.0	粤 DGY-2013-1143	2018.07.11	无
3	邦富大数据导入管理软件 V1.0	粤 DGY-2013-1145	2018.07.11	无
4	邦富大数据挖掘分析软件 V2.3	粤 DGY-2013-2216	2018.12.30	无
5	邦富互联网舆情采集分析管理软件 V5.0	粤 DGY-2011-1479	2016.12.05	无
6	邦富互联网舆情采集分析管理软件 V6.0	粤 DGY-2013-1494	2018.09.27	无
7	邦富互联网舆情信息导控服务软件 V5.0	粤 DGY-2013-1713	2018.10.28	无
8	邦富网络信息专用搜索引擎软件 V1.0	粤 DGY-2013-1144	2018.07.11	无
9	邦富问政平台信息管理软件 V2.0	粤 DGY-2012-1371	2017.11.05	无

2.5 作品著作权

漫友文化现时拥有已完成并自愿登记的作品 88 项，具体情况如下：

序号	作品名称	作品类型	登记日期	登记号
1	《呆头》	——	2010-3-11	2010-L-025175
2	《<爆笑校园>12-13》	——	2010-3-11	2010-L-025174
3	《<未成年>7》	——	2010-3-11	2010-L-025173
4	《<未成年>1-3》	——	2010-3-11	2010-L-025172
5	《<楼兰旖梦>1-3》	——	2010-3-11	2010-L-025171
6	《<楼兰旖梦>5-6》	——	2010-3-11	2010-L-025170
7	《风筝传说》	——	2010-3-11	2010-L-025169
8	《风色四叶草》	——	2010-3-11	2010-L-025168
9	《梦开始的地方》	——	2010-3-11	2010-L-025167
10	《蚀，乐园》	——	2010-3-11	2010-L-025166
11	《鼯鼠同萌》	——	2010-3-11	2010-L-025165
12	《琉璃》	——	2010-3-11	2010-L-025164
13	《瀛澜》	——	2010-3-11	2010-L-025163
14	《祝青庭》	美术作品	2010-7-7	19-2010-F-00848
15	《梁山伯》	美术作品	2010-7-7	19-2010-F-00849
16	《刘晓渔》	美术作品	2010-7-7	19-2010-F-00850
17	《罗弈阳》	美术作品	2010-7-7	19-2010-F-00851
18	《花样梁祝》	美术作品	2010-8-9	19-2010-F-01097

	第 3-4 期			
19	《灵珑》上册	美术作品	2010-8-9	19-2010-F-01102
20	《灵珑》下册	美术作品	2010-8-9	19-2010-F-01103
21	《爆笑校园》第 15 册	美术作品	2010-8-9	19-2010-F-01100
22	《爆笑校园》第 14 册	美术作品	2010-8-9	19-2010-F-01098
23	《兔子帮》第 12 期	美术作品	2010-8-9	19-2010-F-01104
24	《花样梁祝》第 1-2 期	美术作品	2010-8-9	19-2010-F-01099
25	《爆笑校园》第 16 期	美术作品	2010-8-9	19-2010-F-01101
26	《爆笑校园》1-2 动漫	美术作品	2008-3-11	19-2008-F-0197
27	《漫友·可爱 100》149 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0037
28	《漫友·可爱 100》131 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0036
29	《漫友·动画 100》154 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0035
30	《漫友·动画 100》128 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0034
31	《漫友·动画 100》148 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0033
32	《漫友·动画 100》136 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0032
33	《漫友·动画 100》124 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0031
34	《漫友·漫画 100》123 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0030
35	《漫友·漫画 100》132 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0029
36	《漫友·可爱 100》155 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0028
37	《漫友·可爱 100》127 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0027
38	《漫友·可爱 100》153 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0026
39	《漫友·可爱 100》134 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0025
40	《漫友·可爱 100》140 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0024
41	《漫友·漫画 100》144 期（动漫）	汇编作品	2008-3-25	19-2008-L-0022
42	《丘比猫》	美术作品	2008-8-5	19-2008-L-1019
43	《楼兰旖梦》3-4（动漫）	美术作品	2008-3-11	19-2008-L-0203
44	《橘涩水影——阿梗个人画集》（动漫）	美术作品	2008-3-11	19-2008-L-0202
45	《萌——客心画集》（动漫）	美术作品	2008-3-11	19-2008-L-0201
46	《未成年》4-5（动漫）	美术作品	2008-3-11	19-2008-L-0200
47	《巴洛克·茧》（动漫）	美术作品	2008-3-11	19-2008-L-0199
48	《黑虫·王小洋短篇杰作集》（动漫）	美术作品	2008-3-11	19-2008-L-0198
49	《长安幻夜》1-2 小说	文字作品	2009-9-4	19-2009-A-0124
50	《超合金社团》1-5（动漫）	美术作品	2009-9-4	19-2009-A-1157
51	《溯空》（动漫）	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1156
52	《机器妈妈》（动漫）	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1155
53	《青瓷》（动漫）	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1154
54	《天使 ANGEL》上、下（动漫）	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1151
55	《天色》（动漫）	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1150
56	《蕾丝》（动漫）	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1149

57	《BLOOD LINE》(《血族》) 1-2 (动漫)	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1148
58	《星轨是天空的道路》 1-2 (动漫)	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1147
59	《瞳·深水》(动漫)	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1146
60	《蓝色路少年》(动漫)	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1144
61	《兔子帮》 1-10 (动漫)	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1143
62	《未成年》 6 (动漫)	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1153
63	《长安幻夜》(漫画 动漫)	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1152
64	《爆笑校园》 3-11 (动漫)	美术作品	2009-9-4	19-2009-F-1145
65	《无尽游戏》上、下册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000377
66	《爆笑校园》第 27 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000370
67	《爆笑校园》第 24 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000369
68	《爆笑校园》第 22 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000367
69	《天使图书馆》第 1-2 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000368
70	《天使图书馆》第 3 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000378
71	丁冰漫画作品集《蓝指》	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000373
72	丁冰漫画作品集《大河下》	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000382
73	《长安幻夜》 3	文字作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-A-00001900
74	《麟角》	美术作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-F-00005269
75	《未成年》第 9 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000391
76	《龙录》第 1-2 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000379
77	《未成年》第 8 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000380
78	《血族·迷失乐园篇》第 1-2 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000372
79	《血族》第 3-4 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000375
80	《血族》第 1-2 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000374
81	《爆笑校园》第 19-20 册	其他作品	2013-10-30	粤作登字 -2013-L-00000365
82	《爆笑校园》第 29 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000383
83	《爆笑校园》第 25 册	其他作品	2013-10-30	粤作登字 -2013-L-00000364
84	《爆笑校园》第 28 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000371
85	《爆笑校园》第 26 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字

				-2013-L-00000385
86	《爆笑校园》第 23 册	其他作品	2013-10-30	粤作登字 -2013-L-00000363
87	《爆笑校园》第 21 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000384
88	《爆笑校园》第 17-18 册	其他作品	2013-10-31	粤作登字 -2013-L-00000381

根据《中华人民共和国著作权法》第二十一条之规定，漫友文化现时合法拥有的上述著作权的保护期为五十年，截止于首次发表后第五十年的 12 月 31 日。

2.6 经营业务许可及资质

序号	公司名称	资质证书名称	资质证书编号	核发单位	有效期
1	邦富软件	《软件企业认定证书》	粤 R-2009-0164	广东省经济和信息化委员会	正在办理 2014 年年审， 正在进行公示
		《高新技术企业证书》	GF201344000313	广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局	有效期至 2016 年 12 月 3 日
		《计算机信息系统集成企业资质证书》	Z3440020130422	中华人民共和国工业和信息化部	有效期至 2016 年 5 月 19 日
		《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	粤 B2-20130795	广东省通信管理局	有效期至 2018 年 12 月 30 日
2	漫友文化	《中华人民共和国互联网出版许可证》	新出网证粤字 021 号	中华人民共和国新闻出版总署	有效期至 2015 年 3 月 30 日
		《中华人民共和国出版物经营许可证》	新出发穗图批字第 4401100461 号	广州市文化广电新闻出版局	有效期至 2021 年 3 月 31 日
		《动漫企业证书》	粤动企 0002 号	广东省动漫企业认定管理工作办公室	有效期至 2016 年 12 月 3 日
		《重点动漫企业证书》	——	中华人民共和国文化部	正在办理 2014 年年审
		《网络文化经营许可证》	粤网文[2010]0466-020 号	广东省文化厅	有效期至 2013 年 10 月 30 日，漫友文化正在办理名称变更及延期手续

（二）对外担保及资金占用情况

截至 2014 年 3 月 31 日，交易标的邦富软件之股东程顺玲存在对交易标的资金占用 865,596.9 元。其原因系在不影响公司经营的前提下，程顺玲对公司拆借资金所致。

公司对其资金拆借按同期贷款利率上浮 20%并计提了资金占用费。

2014 年 5 月 9 日，程顺玲归还了上述占用资金。至此，股东已解决资金占用事项。

除此之外，其他交易标的不存在任何形式的对外担保、保证或委托贷款，亦不存在为股东及关联方提供担保及资金被股东占用的情形。

三、交易标的的业务技术

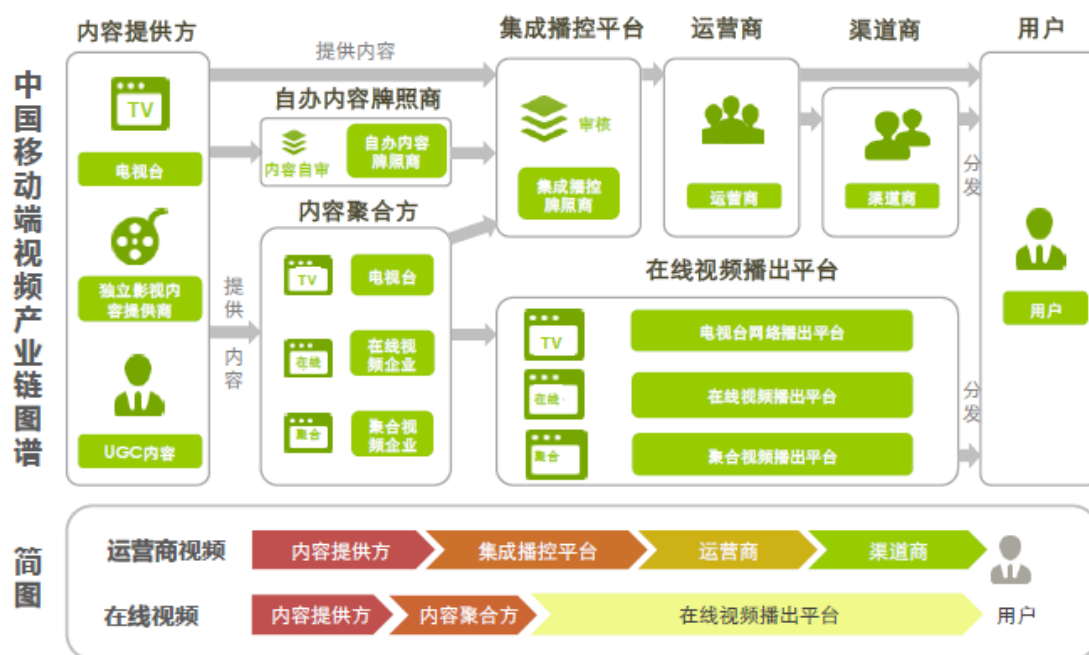
（一）掌视亿通

1、移动端视频产业链

移动端视频分运营商视频、在线视频两类，中国移动端视频产业链分运营商视频渠道和在线视频渠道两种：（1）**运营商³视频渠道**，指内容提供方通过集成播控平台和运营商合作，在渠道商的推广下，将视频内容送达用户。其中，内容提供方可直接提供视频内容至集成播控平台，也可通过自办内容牌照商或内容聚合平台提供视频内容至集成播控平台；（2）**在线视频渠道**，指绕过牌照商和运营商，内容聚合方主要通过在线视频播出平台（APP），向用户提供视频播放业务。

“运营商视频”主要盈利模式是“前向收费”，即运营商向用户收取包月或按次点播的视频内容费用，产业链上游合作者和运营商分成。“在线视频”以“后向收费”为主（即大部分是广告主通过广告平台或广告代理公司在网络视频播出平台上进行广告投放），用户付费（VIP 会员业务）等其他收入作为补充。

³ 本文运营商特指以下移动通信运营商，中国移动、中国电信和中国联通的移动通信业务。



运营商视频市场营业收入规模大，移动端在线视频用户覆盖广，两者具体区别为：

	运营商视频	在线视频
主要参与者	中国移动、中国电信、中国联通三大运营商与手机电视牌照方。	分为 PC 端旗下的在线视频企业衍生到移动端和独立的移动端视频企业，以 PC 端旗下的在线视频企业为主。
用户规模	以中移动为例，2013 年底中移动手机视频业务包月付费用户 3,000 万左右。	2013 年 10 月，中国移动端在线视频 APP 日均用户规模 6,470 万人，月度活跃用户接近 2 亿。
用户结构	手机用户为主，使用相关视频服务。	互联网人群，依据其互联网使用习惯向移动端过渡（手机、Pad）。
营收规模	2013 年运营商视频营收接近 40 亿。	2013 年在线视频移动端广告收入接近 5 亿。
盈利模式	以前向收费为主，分为按次收费和包月收费两种。	以后向收费为主，也有部分的前向收费和电商、游戏联运等收入。
支付方式	以运营商支付渠道为主，计入用户话费。	主要是网银或支付宝等第三方支付渠道支付。

运营商视频是相对封闭的市场，在线视频是完全开放的市场。随着移动网民的增长、智能手机和平板电脑渗透率的提升、4G 网络的推广，移动端视频必将迎来爆发式发展的机会，未来两个领域会同时不断发展壮大。在渠道和内容上，未来运营商视频和在线视频的各参与者会加强合作，推动市场发展壮大。

	运营商视频	在线视频
优势	- 用户：用户基数大、付费意识强 - 渠道：在运营商体系下，拥有得天独厚的渠道优势，通过电子渠道和实体渠道，能更好地推广视频业务；多数已经实现较好盈利，参与者进入良性循环。 - 盈利模式：随着用户规模的提升，前项收费规模会不断增长，而且会产生一定规模的后项收费	- 市场化运营使得行业参与者更加积极地引进丰富的内容、提高用户体验，不断吸引更多的用户； - 中高端用户的不断积累，吸引更多的广告主，实现营业收入高速增长；

	收入。	
劣势	不完全市场竞争使得在内容的丰富性和用户的需求满足上有一定缺失；虽然用户规模快速增长，但用户流失率也相对较高。	- 运营成本高，在引进版权、推广营销等方面的成本高，企业营业收入压力大，盈利压力更大； - 盈利模式：以广告收入为主，用户付费意识弱，难以从广告收费向用户付费转化；在线视频企业实现盈利所要求的营业收入规模很高，目前是行业性亏损。

2、运营商视频业务价值链

运营商视频业务是指基于电信运营商移动网络（GPRS、EDGE、3G/4G 等网络）并通过手机终端，向用户提供影视、娱乐、体育、音乐等各类音视频内容直播、点播、下载服务的业务。手机视频通常需要对原始视频源进行转码、使其适合于手机观看。目前国家对该项业务由国家新闻出版广电总局和工信部行使监管职责，通过获得合法运营牌照的机构对视频内容进行审核、监管。

运营商视频业务运营渠道通常由内容提供方或内容聚合方通过牌照商和运营商合作，用户下载运营商的手机视频客户端（APP）或登陆运营商提供的手机视频 WAP 地址享受视频播放业务。其价值链中各角色的作用及盈利模式如下：

角色	作用	盈利模式	分类
内容提供方（简称 CP）	负责提供视频内容，并确保内容的版权	向内容聚合方、牌照方或者分销商收取版权费用	内容提供方主要有以下三类： 一是广电旗下的传统电视台，如 CCTV、北京卫视、湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视等，电视台一般设立记者基站并拥有完整的新闻采编及节目制作团队，主要提供新闻、综艺及电视台独创节目； 二是独立的影视节目制作或出品公司，分电视剧、电影、综艺节目、其他（包括动漫、纪录片等）这几类内容提供方，包括光线传媒、华谊兄弟、中国电影集团公司、华策影视、小马奔腾等知名机构及个人工作室等； 三是用户自制内容（user generated content，简称 UGC），如中国移动视频基地发起的“G客G拍”原创视频项目以及优酷土豆、酷6网、56网等网站上的用户上传内容。
内容聚合方	不制作内容但聚合各 CP 提供的内容	向牌照方、分销商收取版权费用	主要分两类： 一是全国或地方广电（或者其下属的手机电视运营机构），如中央电视台、北京广电、浙江广电、湖南广电等； 二是网络视频聚合平台。包括两种：一是优酷土豆、爱奇艺 PPS、PPTV、腾讯视频等购买版权内容的在线视频企业；二是开讯、快手、暴风影音、百度视频等不购买版权内容，从拥有版权内容的视频网站抓取视频内容的聚合视频企业。 内容聚合方和内容提供方有一定程度的交叉，比如电视台在进行视频内容制作的时候属于内容提供方，在汇集自家及其他家内容的时候属于内容聚合方；优酷土豆等网络视频公司推出 UGC 内容或自制剧的时候属于内容提供方，以购买或合作的形式聚合各类视频内容的时候属于内容聚合方。
牌照方	拥有手机电视牌照，负责视频内容的播出运营，产业链下游对接运营商	将从 CP 和内容聚合方获得内容进行整合制作、包装策划、定价绑定等应用，并通过集成播控平台审核后由运营	牌照商是指根据国家法律法规要求，提供音视频内容播出运营服务的机构。根据广播电视电影总局（2013 年更名为国家新闻出版广电总局）和中华人民共和国信息产业部联合下发的《关于促进我国 3G 手机电视（专网）内容建设和发展的意见（试行）》等纲领文件，只有拿到 3G 手机电视牌照的企业才能与运营商合作，正式纳入运营商的增值服务体系。 根据适用范围不同，手机电视牌照可分为全国性牌照和区域性牌照，

		商播出，从运营商处获得用户信息收入（点播、包月）分成	全国性牌照不受地域限制，可在全国范围内开展传播业务。区域性牌照只能在规定的范围内开展传播业务。 根据业务内容不同，手机电视牌照可分为： （1） 自办内容牌照 ：只能运营自办音视频内容，不能集成或审核其他CP（Content Provider，内容提供商）的内容，有直播和点播两种形式。 （2） 集成运营牌照（集成播控平台） ：在具有自办内容资质的同时，还可以集成和审核其他CP的内容，又称为全业务资质牌照。国家对集成运营牌照的把控较为严格，自办内容牌照相对宽松。
运营商	在整个视频产业链中承担业务分发功能，主要进行内容分发、业务计费及收费和客户服务、	从用户处获得信息费收入（点播、包月）	专指中国移动、中国联通和中国电信三家运营商，不涉及广电旗下中广传播运营的CMMB手机电视部分。 运营商和拥有手机电视运营资质的牌照商进行合作，以WAP或客户端的形式向用户提供运营商渠道的手机视频观看业务，以话费支付的方式完成用户手机视频业务的手续费收取。
内容分销及推广服务提供商（渠道商）	推动手机视频行业向前发展的润滑剂的角色，其存在拓展了手机视频内容与用户接触的触点。	从牌照方处取得分成收入（其作用是推广牌照方的内容和产品、为牌照方获得增量收入）	参见下文

注：鉴于内容聚合方与内容提供方在付费视频价值链中角色较为类似，因此下文的分析将两者简化为内容提供方。

渠道商在运营商视频产业链中发挥着重要的作用，其主要负责运营商视频的营销推广。“运营商播出平台”和“在线视频播出平台”在内容分发方面存在一定差异，“运营商播出平台”在自有渠道推广的同时通过渠道商进行内容营销，其中，典型代表为掌视亿通；“在线视频播出平台”多数通过自有营销团队进行内容营销。

运营商视频在渠道营销方面，WAP 推广的主要方式有书签或收藏夹推广、浏览器界面导航推广、其他 WAP 网站链接导流等；APP 推广的主要方式有 PC 或 WAP 官网下载、手机预装、应用商店下载、广告宣传和应用推荐等。运营商自有渠道指运营商官网、运营商应用商店、短彩信、人工客服外呼和营业厅落地推广等。



3、公司的主要产品和服务

掌视亿通是一家致力于运营商视频业务的公司，通过与手机电视牌照方和众多推广渠道的合作，目前已成为国内领先的运营商视频内容的分销及技术服务提供商，公司的核心优势在于丰富的渠道推广资源和先进的技术优势。

公司的主要业务分两块：一是与除国视通讯外的其他手机电视牌照方合作，向其提供内容分销服务，将其内容推送给更多的手机用户；二是与国视通讯合作，向其提供内容资源、节目包装策划、转码等一系列技术服务并对其内容提供分销推广服务。

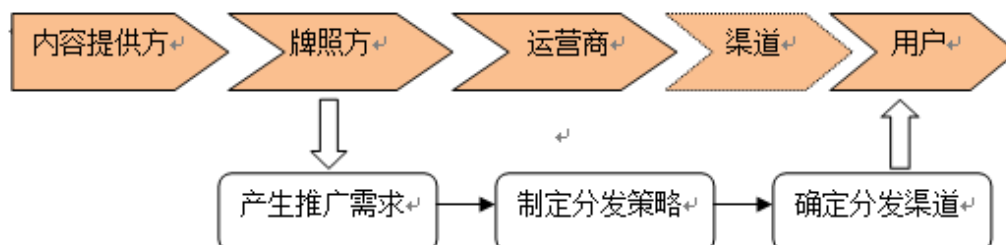
目前，公司的主要推广渠道如下：



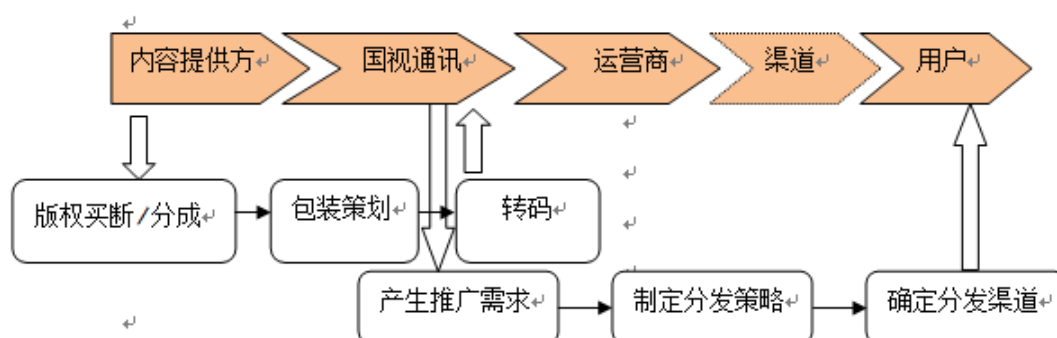
4、产品和服务流程

公司的业务流程按业务分，可以分为：

(1) 非国视通讯模式流程



(2) 国视通讯模式流程



在第二种模式下，公司不仅向国视通讯提供与其他牌照方相同的视频内容分销推广服务，还直接向国视通讯提供内容版权、节目包装策划、转码等技术服务。

5、经营模式及收入确认原则

5.1 销售模式

公司与牌照方的合作模式为：公司为牌照方通过运营商平台播出的内容进行推广，推送给更多的手机用户，以帮助其获取更多用户信息费收入（点播、包月），从而与牌照方就增量客户的收入进行分成。

此外，公司除向国视通讯提供一般牌照方的推广服务外，还向其提供涵盖从内容整合（原始版权内容的引进和集成）、内容制作（节目内容的再制作、包装、策划和编排）的一系列服务。

5.2 采购模式

(1) 版权采购

公司的内容版权主要提供给国视通讯，公司根据用户和市场情况分析决策版权采

购的内容，并由相关版权部门负责版权的统一采购，所采购的版权通过公司媒资平台进行管理。

公司与版权方、版权代理机构、影视剧出品方、发行方建立了稳定而广泛的合作关系，主要的内容供应商包括浙江博纳影视、北京盛世骄阳、中影集团、PPLive、乐视网、华录百纳等。公司与版权供应商主要采用版权一次性买断、按照运营分成及支付保底价加运营分成三种模式。

（2）推广渠道采购

目前，公司通过以下推广方式与各推广渠道保持良好的合作关系：

CPA（Cost Per Action）模式，即按照该推广渠道产生新增激活用户与该推广渠道结算（此模式下，不考虑该激活用户是否最终订阅手机视频业务）。

CPS（Cost Per Sales）模式，即按照该推广渠道产生新增点播用户或包月用户与该推广渠道结算。

CPT（Cost Per Time）模式，以时间来计费的推广模式，即不考虑推广效果、仅以推广时间作为与推广渠道的结算依据。

5.3 收入确认原则

掌视亿通收入主要是：为手机电视牌照方提供内容及内容的分销和推广等服务。收入确认标准为：按月与手机电视牌照方进行结算，按约定的分成比例确认由本公司提供内容或提供分销推广服务所产生的视频信息费收入。

6、主要服务的产销情况

最近两年一期，公司前五大客户情况如下：

单位：元

序号	客户名称	2014 年 1~3 月收入	占当期收入比例
1	国视通讯（上海）有限公司	49,297,154.07	76.07%
2	中报视讯（上海）文化传媒有限公司	9,350,660.38	14.43%
3	北京搜狐新时代信息技术有限公司	1,437,443.57	2.22%
4	华数传媒网络有限公司	1,185,849.06	1.83%
5	北京义合众诚科技有限公司	553,067.50	0.85%
合计		61,824,174.58	95.40%

序号	客户名称	2013 年收入	占当年收入比例
1	国视通讯（北京）有限公司	185,896,816.61	80.62%
2	中报视讯（上海）文化传媒有限公司	21,268,113.05	9.22%

3	北京搜狐新时代信息技术有限公司	6,252,348.21	2.71%
4	中报视讯（北京）文化传媒有限公司	3,447,950.11	1.50%
5	北京义合众诚科技有限公司	2,693,080.72	1.17%
合计		219,558,308.70	95.22%

序号	客户名称	2012 年收入	占当年收入比例
1	国视通讯（北京）有限公司	107,003,681.33	83.03%
2	人民视讯文化有限公司	5,362,979.18	4.16%
3	北京搜狐新时代信息技术有限公司	3,790,720.21	2.94%
4	传线网络科技（上海）有限公司	1,999,760.63	1.55%
5	中报视讯（上海）文化传媒有限公司	1,605,826.55	1.25%
合计		119,762,967.90	92.93%

最近两年一期，公司前五大供应商情况如下：

单位：元

序号	供应商名称	2014 年 1~3 月采购金额	占当期采购额比例
1	博白县盛世网络科技有限公司	3,336,230.00	16.61%
2	你秀（天津）信息技术有限公司	2,404,860.25	11.97%
3	深圳左键网络科技有限公司	1,689,993.04	8.41%
4	佳游创想（北京）科技有限公司	1,524,514.26	7.59%
5	上海致旭信息技术有限公司	1,252,736.89	6.24%
合计		10,208,334.44	50.82%

单位：元

序号	供应商名称	2013 年采购金额	占当年采购额比例
1	百度（中国）有限公司	12,275,156.48	10.71%
2	飞拓无限信息技术（北京）有限公司	6,000,122.00	5.24%
3	深圳市宜搜科技发展有限公司	5,372,654.04	4.69%
4	北京行言柏尚科技有限公司	4,571,983.03	3.99%
5	北京老虎致远科技有限公司	4,070,748.19	3.55%
合计		32,290,663.74	28.18%

单位：元

序号	供应商名称	2012 年采购金额	占当年采购额比例
1	深圳市宜搜科技发展有限公司	9,279,762.10	13.61%
2	众合互动广告传媒北京有限公司	8,049,882.50	11.81%
3	百度（中国）有限公司	5,300,000.00	7.77%
4	杭州斯凯网络科技有限公司	4,829,918.50	7.08%
5	北京中彩汇网络科技有限公司	1,854,009.50	2.72%
合计		29,313,572.6	42.99%

最近两年一期，驱动公司收入增长的指标变化情况：

掌视亿通 2012 年度、2013 年度来自于国视北京的备考收入分别占掌视亿通 2012 年度、2013 年度备考总收入的比例为 83.03%、80.62%，掌视亿通 2014 年度第一季度来自于国视通讯（2014 年 1 月 1 日国视北京将经营性业务注入国视通讯）的备考收入占掌视亿通 2014 年第一季度总收入的比例为 75.19%，因此驱动国视北京收入变化的

包月用户数，在很大程度上也是驱动掌视亿通的收入变化的重要因素。国视北京 2012 年度、2013 年度、2014 年第一季度在中国移动视频基地的包月用户数变化情况如下表所示：

国视北京在中国移动视频基地的包月用户情况表

单位：万人

时间	2012.3.31	2012.6.31	2012.9.31	2012.12.31	2013.3.31
用户数	179	181	211	276	306
时间	2013.6.31	2013.9.31	2013.12.31	2014.3.31	
用户数	325	512	689	809	

根据艾瑞咨询研究报告，2012 年度、2013 年度中国运营商视频的收入规模分别增长 66.1%，35.1%，在过去两年随着智能手机的快速普及，中国移动视频行业获得了爆发式增长的机会。而在运营商视频中，“中国移动”的手机视频收入规模最大，在 2013 年达到 24 亿元，占运营商视频收入总规模的 63.7%，并且在未来三年内，将会持续处于领先地位，作为“中国移动”视频基地最大的合作伙伴国视北京在中国移动视频基地的包月用户数因此也获得了快速的增长。

7、服务质量控制情况

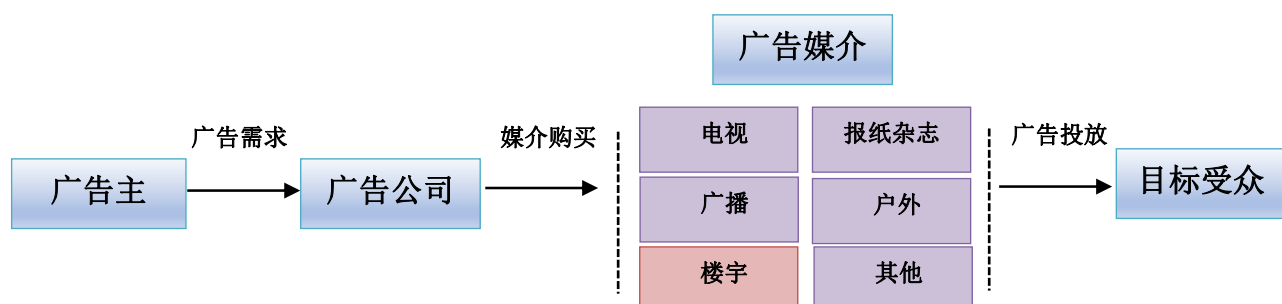
公司根据 ISO9001：2000 标准，结合客户的要求，制定适合自身的质量标准，编制《质量手册》，并有效的贯彻执行，防止推广服务以及内容分销各个阶段的不合格，坚持持续改进达到用户满意。

公司注重内容版权的质量控制，所有版权采购均通过正规渠道，法务及版权经理严格审核版权链，坚决杜绝任何因版权问题而产生的纠纷。

（二）精视文化

1、广告行业产业链

一般而言，广告行业产业链如下：



广告行业一般涉及广告主、广告公司、广告媒介和目标受众四大主体，其中广告公司扮演了纽带角色，与上游广告主建立代理关系，并在分析考察决策后，通过购买下游广告媒介以帮助广告主发布广告。而广告媒介公司则作为广告主和目标受众的沟通渠道，包括电视、报纸、杂志、互联网、户外、楼宇电梯等多种媒介形式。广告媒介公司可以与广告公司合作，为广告公司提供自有的媒体资源，也可以直接与广告主进行合作，依据客户的需求实现精准高效发布广告的目标。

2、公司的主要产品和服务

公司是专业从事楼宇电梯框架广告的媒体运营商，自 2001 年设立以来专注于楼宇电梯框架广告媒体资源的开发与运营。凭借公司在杭州、成都、南京、济南等充满经济发展活力的二线城市中心地带的约 8 万个楼宇电梯广告点位资源，公司向广告主提供精准的广告发布服务，此外也向部分广告代理公司提供媒介发布资源。

目前，公司用于发布楼宇电梯广告的广告载体主要有两种：一是楼宇电梯内平面媒体 1.0，二是楼宇高清数字媒体 3.0。

广告媒体资源	楼宇电梯框架广告 1.0	楼宇高清数字媒体 3.0
简介	电梯框架广告，是一种独特而实效的优质媒体，指城市高层楼宇（社区、写字楼等）电梯轿厢内壁悬挂特制的高档进口大理石、高密度冷凝塑料镜框平面海报广告，具有受众精确的传播特点，覆盖范围广。	高清数字 3.0 媒体，是指在中、高档写字楼大堂或电梯厅播放的高清数码大屏广告，它能同时将图片与视频精彩呈现，采用 3G 技术无线传送，高到达率，高覆盖面，高性价比。
媒体定位	城市中高档收入的消费人群	
媒体形式	高档楼宇电梯轿厢内设置的镜框式广告	高档楼宇大堂或电梯等候厅
媒体表现形式	相对封闭环境的大面积静态平面	灵活多变的大面积平面、视频混播
同期搭载广告数量	1	10
版位数（3 月 31 日）	62,791	17,334

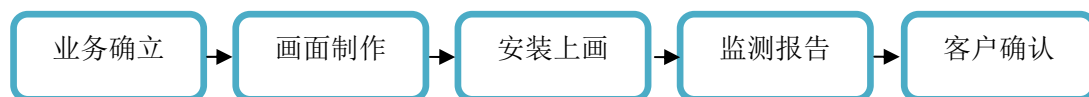
截至 2014 年 3 月 31 日，公司在各地的楼宇广告版位数据如下：

	杭州	成都	南京	常州	济南	青岛	石家庄	太原	合计
截至 2014 年 3 月 31 日版位数(个)	14207	22,029	7303	5,158	11,055	4,207	4,757	11,409	80,125

注：一个数字媒体 3.0 大屏共能容纳 10 个广告轮换播放，因此按 10 个点位统计。

3、业务流程图

公司的业务流程包括业务确立、广告制作、作品上画、监测评估、客户确认等环节，主要服务流程如下：



A、业务确立阶段

本阶段工作主要是开发客户和维持现有客户。公司将现有的广告资源根据楼盘品质、小区入住率、居住人群、预期广告效果等情况呈现给广告主。广告主根据自身产品或服务的特性，双方协商确立业务合同。在与客户签订楼宇电梯广告发布合同后，即进入业务执行阶段。

B、广告画面制作阶段

本阶段主要工作是根据客户的要求为客户制作广告画面。公司设计人员首先向客户提交制作小样，经客户确认后，以外包的形式完成广告画面的制作，公司监督制作过程。如果客户自行设计、制作广告画面的，则直接进入上画阶段。公司多数的广告为客户自行设计广告画面。

C、广告安装上画

本阶段的工作是上画，上画完成后即标志着广告正式发布。公司平面媒体1.0业务的上画工作主要由人工完成，更换广告画面；高清数字媒体3.0业务的上画工作则相对更为简便，直接通过3G无线技术，将需要更换的广告内容传输到各媒体终端。广告上画、正式发布后，请客户确认。

D、监测报告

广告发布期间，对每一个楼宇广告的发布情况，公司必须出具监测报告，提交给客户，由客户签字确认后作为收入确认的依据之一。有部分客户自己也有相应的广告监测工作环节。公司会定期评估监测并反馈给广告主。

客户确认监测报告后即确认了公司的广告服务，产生了付款的义务。

E、客户确认阶段

客户审核确认广告发布效果。

4、经营模式及收入确认原则

4.1 盈利模式

精视文化主要营业收入来源为广告发布收入，即为广告主提供广告发布相关服务收取的广告服务费。公司与各楼宇物业签订协议，由公司向物业定期支付租赁费，物

业则允许公司在楼宇特定位置放置静态广告框架或立地数字媒体大屏。公司负责静态广告框架、立地数字大屏的提供、安装、维护、更换。另一方面，公司向广告主出售这些广告版面获取广告收入，部分分公司提供广告画面的策划服务，印刷全部外包给第三方，上画由公司自己完成或交由第三方完成。

同时，公司还将这些楼宇内的媒体资源提供给广告代理公司运营，向广告代理公司收取媒介费。

4.2 销售模式

公司的客户主要是广告主，只有一小部分客户是来自广告代理公司。历史经营收入的数据来看，精视文化来自于广告主的收入占其总主营业务收入的 70%~80%，而来自于广告代理公司的收入只占其总主营业务收入的 20~30%。

在第一种业务模式下，公司直接向广告主提供涵盖广告策划、制作、发布的一系列服务。在第二种业务模式下，广告代理公司代表广告主与精视文化进行沟通、谈判，最终由广告代理公司与精视文化签订关于精视文化所拥有的楼宇广告媒体资源的租赁合同、合作协议。

4.3 采购模式

公司主要向物业公司和业委会采购楼宇及电梯广告版位资源。

公司在分析判断在其业务区域范围内的高层楼宇安置媒体资源可实现价值的基础上，综合考虑客户需求，选定目标楼宇，并与其物业公司或业委会协商达成合作，签订租赁合同，精视文化与物业公司在租赁合同中明确规定租赁期限、租金价格以及后期维修、更换、清理等义务的归属等内容。物业公司将高层楼宇电梯内或写字楼大厅、社区楼宇大厅里可用于安置媒体资源的位置出租给精视文化后，精视文化在这些位置自行安装、摆放静态框架等媒体资源，形成自有的可向外出售或出租的楼宇电梯广告版位。

公司的广告版位资源比较分散，截至 2014 年 3 月 31 日，与公司签约的物业公司和业委会已经有 3,220 个，合计签约广告版位 80,125 个。

4.4 收入确认原则

精视文化信息传播服务业收入主要系提供楼宇电梯广告服务，该项业务以广告发

布并收到对方确认的监测报告等文件时确认收入。

5、主要服务的产销情况

公司直接广告客户较为分散，单个客户占公司收入的比重较低。除此之外，公司亦承接部分广告代理公司的业务，向其出租媒体资源。此类广告代理公司的客户虽然数量不多，但单个客户占收入的比重较高。最近两年一期，公司前五大客户情况如下：

单位：元

序号	客户名称	2014 年 1~3 月收入	占当期收入比例
1	成都城市纵横广告有限公司	2,327,397.71	6.71
2	四川二十一城广告有限公司	2,283,606.20	6.59
3	山西大瀚广告有限公司	2,090,094.34	6.03
4	上海兰媒文化传播有限公司	1,016,030.77	2.93
5	青岛友服文化传媒有限公司	646,746.98	1.86
合计		8,363,876.00	24.12

单位：元

序号	客户名称	2013 年收入	占当期收入比例
1	成都城市纵横广告有限公司	5,709,834.50	4.40
2	四川二十一城广告有限公司	4,662,259.36	3.60
3	济南精准广告传媒有限公司	3,273,427.17	2.52
4	上海兰媒文化传播有限公司	3,024,104.39	2.33
5	山西大瀚广告有限公司	2,163,106.60	1.67
合计		18,832,732.02	14.52

单位：元

序号	客户名称	2012 年收入	占当期收入比例
1	杭州中美华东制药有限公司	5,113,335.78	4.96
2	城市纵横（上海）文化传媒有限公司	2,301,310.94	2.23
3	北京中联喜阅电子广告有限公司	1,490,440.00	1.45
4	凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司	854,919.77	0.83
5	成都亮景广告有限公司	840,222.50	0.81
合计		10,600,228.99	10.28

最近两年一期，公司前五大供应商情况如下：

单位：元

序号	供应商名称	2014 年 1~3 月采购金额	占当期采购比例
1	成都诗玛特广告有限公司	558,416.51	3.30%
2	成都瑞祥源广告有限责任公司	412,466.99	2.44%
3	成都欣驰广告有限责任公司	200,000.00	1.18%
4	成都承启广告传媒有限公司	193,316.98	1.14%
5	杭州滨江物业管理有限公司	187,900.00	1.11%
合计		1,552,100.48	9.16%

单位：元

序号	供应商名称	2013 年采购金额	占当期采购比例
1	杭州华影广告有限公司	570,700.00	2.02%
2	浙江野风物业服务有限公司	705,566.86	2.50%
3	绿城物业服务集团有限公司	698,445.00	2.48%
4	浙江赞成物业管理有限公司	614,845.59	2.18%
5	浙江南都物业管理有限公司	582,833.33	2.07%

合计	3,172,390.78	11.25%
----	--------------	--------

单位：元

序号	供应商名称	2012 年采购金额	占当期采购比例
1	杭州乐天广告有限公司	1,600,478.20	9.03%
2	浙江野风物业服务有限公司	734,312.50	4.14%
3	绿城物业服务集团有限公司	692,916.67	3.91%
4	浙江赞成物业管理有限公司	590,192.65	3.33%
5	浙江南都物业管理有限公司	518,854.17	2.93%
合计		4,136,754.18	23.33%

最近两年一期，驱动公司收入增长的指标变化情况：

项目	计算公式	单位	2012 年	2013 年	2014.1-3 月
①签约合同版位数		个/月	56,487	66,321	73,280
②平均上刊率		%	56%	65%	57%
③月上刊版位数	③=①×②	个/月	31,470	43,151	42,115
④年上刊版位数	④=③×月	个/年	377,646	517,810	126,345
⑤平均版位售价		元/个	273.04	250.48	274.44
⑥收入合计（万）	⑥=④×⑤	元	10,311.42	12,970.27	3,467.46

从历史年度看，签约合同版位数、平均上刊率、月上刊版位数以及平均版位售价均呈稳步上升趋势，精视文化 2013 年营业收入 1.3 亿元，较上年 2012 年 1.03 亿增长 26%。收入增长主要源自于：（1）签约合同版位数 2013 年较上年 2012 年增长 17%；（2）平均上刊率 2013 年较上年 2012 年增长 17%；（3）月上刊版位数 2013 年较上年 2012 年增长 37%；（4）平均版位售价 2013 年较上年 2012 年下降 8%。

其中：2012 年版位售价略高的原因是，部分区域如南京公司 2012 年进行了版位精简整合，导致当年版位资源减少，平均单价较 2011 年上升，2013 年后趋于正常。2014 年第 1 季度上刊率下降主要原因为受广告媒体销售季节性影响，广告发布也存在季节性，全年销售额按季度划分大致的占比为 18：24：29：29。每年 9-10 月中秋、国庆节和 12-1 月春节前为广告发布旺季，2-3 月为全年最淡。2014 年 1 季度同比是增长的。

2014 年及未来的销售增长驱动因素主要是：（1）公司完善全国更多城市的广告资源网络后，在广告销售方面能够获得更多的全国性客户订单，公司已经在上海成立 4A 客户销售部。在公司广告位租赁成本既定的情况下，增加销售、提升上刊率，将直接提升公司的毛利率水平；（2）随着一线城市广告趋向成熟，二线城市的广告价值愈来愈受到重视，电梯框架广告市场的增长在向二线城市倾斜。

6、服务质量控制情况

公司自觉遵守《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》的相关规定，严格执行服务质量控制标准。

具体质量控制措施包括：公司仔细核查广告主和广告代理公司的经营是否合法合规，认真审阅广告主提供的广告的真实性和可靠性，从源头上确保公司在向外提供的楼宇电梯广告媒介上发布的广告的质量，坚决杜绝广告的失真、失实和虚假违法广告，保障目标客户与潜在消费者的利益。

（三）邦富软件

1、主要产品和服务

公司自设立以来一直专注于网络信息安全领域，主营业务为互联网舆情管理解决方案。互联网舆情管理解决方案指为满足宣传、公安等政府机构及具有监管义务的企事业单位对互联网舆情的监测需求而开发的应用系统，这类系统一般需要将自主研发的互联网舆情监测分析软件与运行软件系统所需的各类外购软硬件设备进行集成。

舆情监测分析软件，整合互联网信息采集技术及信息智能处理技术，通过对互联网海量信息自动抓取、自动分类聚类、主题检测、专题聚焦，针对用户的网络舆情监测和新闻专题追踪等信息需求，形成简报、报告、图表等分析结果，为客户决策层全面掌握舆情动态，做出正确舆论引导，提供分析依据。

	互联网舆情管理系统
主要功能	互联网舆情管理系统是一款以云计算平台为基础，以智能化数据处理为手段融合了最新的垂直搜索、文本挖掘、内容管理等技术，自动地搜集来自互联网各类信息，并可以完全智能地对海量信息进行智能处理和分析，实现实时监测各类网络舆情、自动发现网络舆情热点、按需自动预警网络舆情、多维度关联的舆情展现、准确研判舆情正负面信息、自动实现舆情分析和统计、精准的舆情全文检索等服务。该系统可帮助用户迅速构建一套高效稳定的互联网舆情管理系统，及时、准确地捕捉各类舆情信息，实现对舆情分析提出的目标。
应用领域	面向宣传部门的互联网舆情管理解决方案； 面向新闻和网络发言人的舆情管理解决方案； 面向警务涉网工作的舆情管理解决方案； 面向其他行业（央企和大型企业）的舆情管理解决方案；

公司舆情产品分为 7 个模块：获取、发现、分析研判、决策、处置执行、总结、服务。



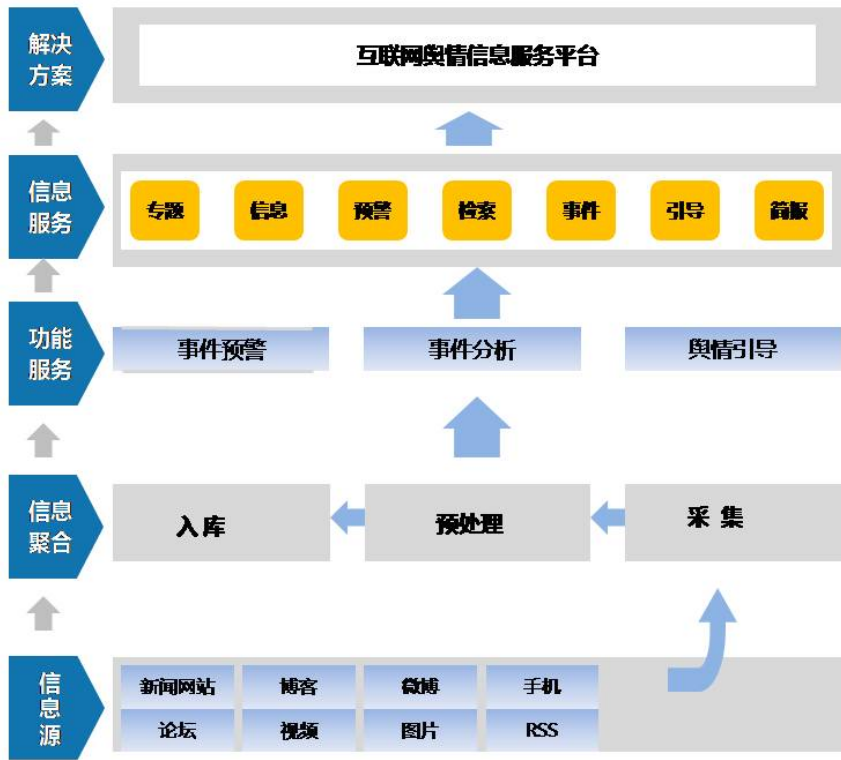
目前，公司的互联网舆情管理解决方案主要客户包括两大类：宣传系统及公安系统。通过为两者提供舆情管理服务，使得宣传系统及公安系统借助舆情监测软件，及时知悉社会舆论动态，并维护社会的安全与稳定。根据互联网技术的发展，公司独家提出“全局规划、分期建设、无缝升级、业务闭环”的系统开发理念，致力于为客户

构筑一个低风险、高效率、技术保持领先的技术框架，保证了互联网舆情管理系统的不断自我升级。

2、产品和服务流程

公司舆情产品采用全球领先的信息采集检索技术和算法，根据自身丰富的专业经验和长期的行业积累，并结合中国国情及时、准确、全面地采集国内新闻网站、国外新闻网站、各大论坛、博客、微博各类信息，在此基础上进行数据的抽取、挖掘、聚集和分析等，经过一系列数据的深入整合，为用户提供专业、及时、精准和富有实时价值的数据与报表。

公司舆情产品服务流程图如下所示：



3、经营模式

3.1 销售模式

公司采取定制软件系统销售的方式，即根据项目的特殊需求对舆情监控系统软件进行二次定制开发形成较大规模的系统平台式产品，使之更加满足客户的需求。该类产品的用户主要为政府，这些用户基本采取集中采购的流程和模式，并通过招投标方式选择信息安全厂商。

3.2 采购模式

公司的采购主要为各类硬件设备和相关配件，主要包括两大类：一类是公司自身产品所需的服务器等硬件设备和相关配件；另一类是在项目建设中所需的第三方产品与设备。对于第一类产品，首先由该产品或设备的内部使用方根据其具体需求对产品或设备进行定型，明确各项要求，然后由采购部执行采购及相关物流程序。对于第二类产品，首先会根据客户的要求进行指定采购，客户无明确要求，则通过广泛询价等市场化方式进行采购。

3.3 收入确认原则

邦富软件硬件、软件销售收入的确认标准：公司将产品交付给购买方，并经购买方验收合格后确认收入。提供服务收入的确认标准：根据服务合同约定期限，在服务期内分期确认收入。

4、主要服务的产销情况

公司的主要客户集中于各级宣传主管部门和公安部门，最近两年及一期前五大客户情况如下：

单位：元

序号	客户名称	2014 年 1~3 月收入	占当期收入比例
1	客户 1	2,666,666.67	33.39%
2	客户 2	1,068,376.07	13.38%
3	客户 3	993,162.39	12.44%
4	客户 4	410,256.41	5.14%
5	客户 5	234,669.81	2.94%
合计		5,373,131.35	67.00%

单位：元

序号	客户名称	2013 年收入	占当年收入比例
1	客户 1	3,722,566.88	5.93%
2	客户 2	3,301,886.79	5.26%
3	客户 3	2,777,777.79	4.43%
4	客户 4	2,602,564.13	4.15%
5	客户 5	2,029,914.54	3.24%
合计		14,434,710.13	23.00%

单位：元

序号	客户名称	2012 年收入	占当年收入比例
1	客户 1	3,457,264.96	10.23%
2	客户 2	2,051,282.16	6.07%
3	客户 3	1,601,709.43	4.74%
4	客户 4	1,597,542.73	4.73%
5	客户 5	1,231,709.39	3.64%
合计		9,939,508.67	29.00%

公司对外采购的原材料主要系服务器、认证工具及服务器托管服务，具体情况如下：

单位：元

序号	供应商名称	2014 年 1-3 月采购金额	占当年采购额比例
1	广州颐达网络科技有限公司	1,279,580	29.87%
2	广州市协衡网络科技有限公司	858,000	20.03%
3	广州市爱维计算机科技有限公司	461,000	10.76%
4	广州市微窝网络科技有限公司	414,000	9.66%
5	广州市掌专网络科技有限公司	413,400	9.65%
合计		3,425,980.00	79.97%

单位：元

序号	供应商名称	2013 年采购金额	占当年采购额比例
1	北京美途盛佳商贸有限公司	5,537,400.00	32.51%
2	北京永辉日盛商贸有限公司	1,789,400.00	10.50%
3	广东东鹰工贸有限公司	1,500,000.00	8.81%
4	深圳市金鑫泉科技有限公司	1,498,500.00	8.80%
5	山西博坤科技有限公司	1,497,500.00	8.79%
合计		11,822,800.00	69.40%

单位：元

序号	供应商名称	2012 年采购金额	占当年采购额比例
1	深圳市金鑫泉科技有限公司	4,234,600.00	35.60%
2	郑州易德祥电子技术有限公司	3,087,868.00	25.96%
3	北京今朝恒业电子技术有限公司	977,100.00	8.21%
4	河南华思电子科技有限公司	969,000.00	8.15%
5	山西博坤科技有限公司	959,000.00	8.06%
合计		10,227,568.00	85.99%

最近两年一期，驱动公司收入增长的指标变化情况：

2012 年-2014 年邦富软件合同、收入统计情况如下表：

	2012 年	2013 年	2014 年 1-3 月
合同数	79	125	28
合同金额	46,229,389.00	47,611,435.50	14,291,750.00
销售额	33,491,470.76	62,187,159.94	7,985,799.26

邦富软件为订单驱动型企业，公司最近两年及一期订单签订情况呈现上升趋势。

5、服务质量控制情况

公司秉承卓越服务、质量创优的质量方针，根据自身的经营模式及运营特点，公司对产品研发阶段的质量实施严格的控制。

公司的研发流程根据 ISO 要求，结合自身实践而制定。同时，公司将产品质量作为产品管理部、开发部等部门员工绩效考核的主要指标，从制度上保证了产品研发阶段的质量。研发过程通过需求评审、设计审查、代码评审、测试用例评审来对研发过程的质量进行监控检查。

公司制订质量标准的依据主要包括国际标准（技术规范）、国家标准和行业标准等。公司通过多年的实践，不断优化自身产品控制的部门职责和流程，在产品的市场需求定位、设计开发、生产检验和安装服务等过程中，建立并逐步完善了一整套产品质量控制的管理机制（过程、标准和措施），涉及到公司各个部门和人员，覆盖了公司所有产品的实现过程。公司已获得 CMMI3 级认证证书，并已通过 ISO9001:2008 质量管理体系第三方认证。

（四）漫友文化

1、动漫行业产业链

根据 2006 年《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》中的定义，动漫产业是指以“创意”为核心，以动画、漫画为表现形式，包含动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代传播技术手段的动漫新品种等动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。

按照《动漫蓝皮书：中国动漫产业发展报告》的界定，动漫产业的本质，是以创作、创造和创新为根本手段，以品牌形象、文化内容和创意成果为核心价值，以知识产权实现消费为交易特征，为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群（包括影视、演出、音像、文化娱乐、文化旅游、网络文化、图书报刊、玩具、艺术品和艺术培训等多种产业类别）。

动漫产业链包括**创意内容制作、动漫传播与发行渠道以及衍生产品开发**三个环节。

（1）创意内容制作

创意内容制作环节主要分为漫画创作与生产和动画创作与生产。漫画创作与生产又分为以个体形式创作的个人漫画家和以团队形式创作的漫画工作室和漫画制作公司。动画创作与生产又分为动画工作室、动画制作公司。漫画创作与生产是动漫行业的源头之一，许多漫画形象随着品牌影响力的提升，可以开发为动画片，比如国外的《火影忍者》、《海贼王》等作品；相反，也有一些动漫形象直接从动画创作中产生，比如国内的《喜羊羊与灰太狼》、《熊出没》等作品。随着动漫形象的品牌影响力提升，有些动漫形象与故事还可以拍摄为动漫电影，比如《火影忍者剧场版 9(忍者之路)》、

《熊出没(夺宝熊兵)》等。其中，2014 年上映的《熊出没(夺宝熊兵)》票房突破 3 亿元人民币。由此可见，作为动漫产业的源头，原创漫画和原创动画的制作都是非常有价值的。

(2) 动漫传播与发行渠道

动漫传播与发行渠道环节主要包括漫画报刊出版、动漫图书出版、电视动画播出（电视台）、动漫电影上映（电影院）、网络动漫发行、手机动漫发行、动漫音像制品发售等。漫画报刊出版主要指漫画类报纸、杂志等印刷出版物的出版与发行，是漫画传播的重要展示平台。通过漫画期刊展示获得读者喜爱的漫画故事和形象，之后可以通过发行单行本即动漫图书出版实现传播，比如《子不语》、《爆笑校园》等。而动画片的展示平台主要是电视台即上星的卫视以及部分少儿频道，动漫电影的展示平台主要是电影院。网络动漫和手机动漫发行则是新的动漫传播和发行渠道，即通过电脑或手机等实现动漫作品阅读。

比较各个动漫传播与发行渠道，原创漫画期刊和动漫图书发行渠道具有较强的市场竞争力。因为，这个渠道已经培育了较为稳定的读者群（年龄层比较广）、持续的优秀原创漫画内容，而且这个渠道能够让漫画家或漫画公司实现收益或品牌影响力变现。虽然原创漫画期刊图书发行渠道的人群覆盖小于动画片的电视台覆盖人群，即其传播力相对较弱，而电视台播出渠道覆盖面较广、传播力较强，但是电视台播出渠道存在受众年龄层偏低、电视台发行无法实现盈利等明显弱点。网络动漫和手机动漫这几年刚兴起，作为动漫发行渠道目前规模较小，缺乏盈利模式，目前还不是主要的动漫发行渠道；随着互联网化的不断深入，网络动漫和手机动漫是未来发展趋势之一。

综上，漫画家或漫画公司更多地依赖于漫友文化、知音漫客等具备强大品牌影响力、漫画形象传播力的经营与发行平台，并实现收益与盈利。相反，很多动画工作室和动画制作公司靠动画开发与播出主业无法实现盈利，少数实现盈利的公司则主要依靠政府补贴、动画电影以及衍生产品开发等产生的收益。

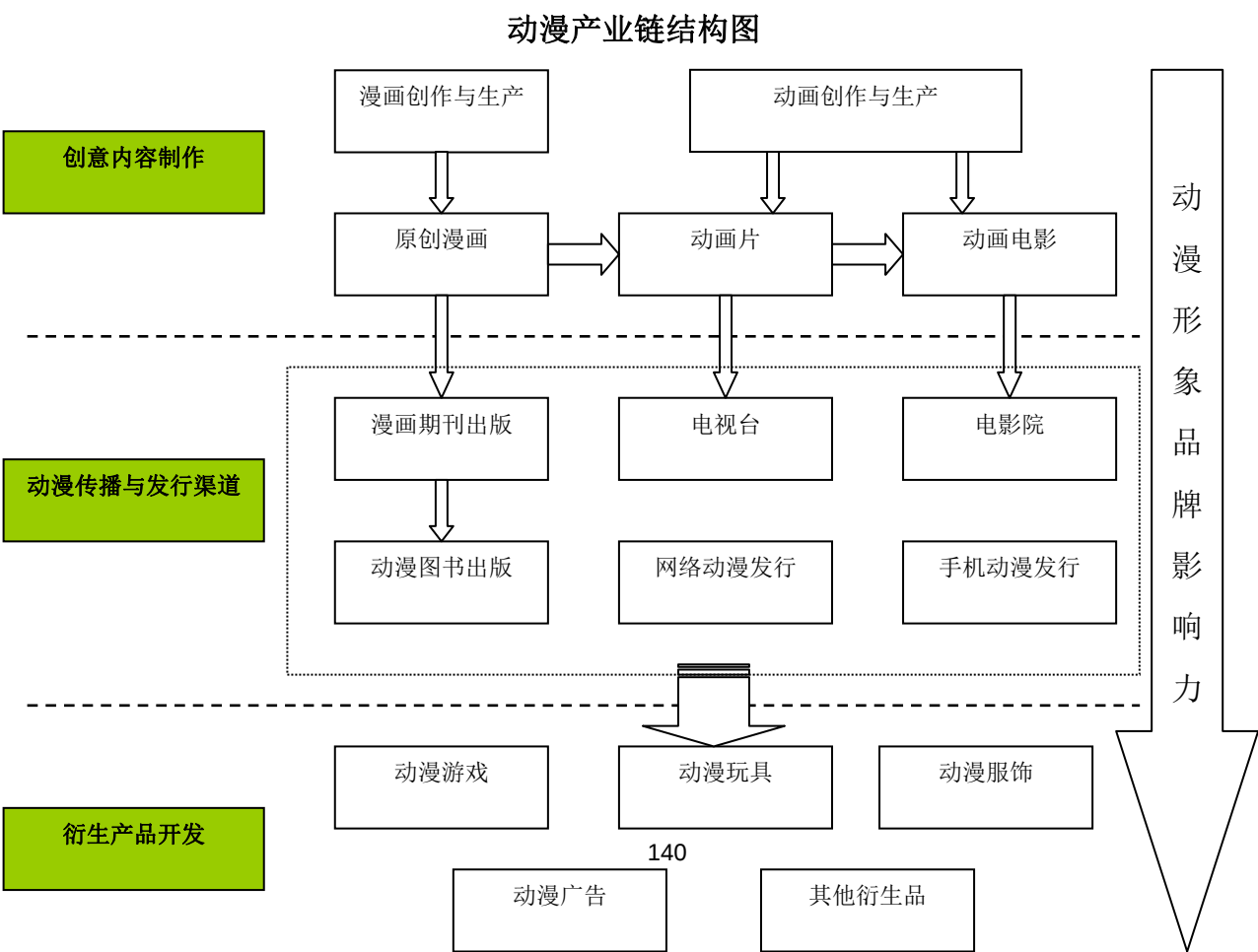
(3) 衍生产品开发

衍生产品开发环节主要包括动漫游戏、动漫玩具、动漫服饰、动漫广告及其他衍生品等。动漫游戏指基于动漫形象授权改编的网络游戏或手机游戏，动漫游戏的能否成功主要取决于游戏运营能力、游戏创意以及数值设计。动漫玩具和动漫服饰指基于动漫形象授权的玩具产品和服饰产品，比如市面上有许多“喜羊羊和灰太狼”的玩具和服饰。由于存在盗版问题，动漫形象塑造成功后，通过授权动漫玩具和动漫服饰实

现盈利的难度仍然较大。因此，优秀的动漫企业通常具有很强的防盗版的准备和措施。动漫广告指以动漫形象进行产品或事件的广告展示，比如以动漫人物制作地铁宣传广告册。其他衍生产业包括动漫展会、Cosplay、主题公园等。在衍生产品开发环节，目前动漫游戏的变现能力最强，一般动漫形象授权可以获得游戏总流水的 10%左右的分成；在有效的防盗版的情况下，动漫玩具和动漫服饰也具有一定的变现能力。

动漫行业价值体现实际就是动漫形象的品牌影响力不断提升的过程，而衍生产品开发环节主要是动漫形象的品牌价值变现。如果动漫形象的品牌影响力达不到一定高度，则难以通过衍生产品开发实现变现或盈利。因此，动漫形象的塑造和品牌影响力的提升显得至关重要。

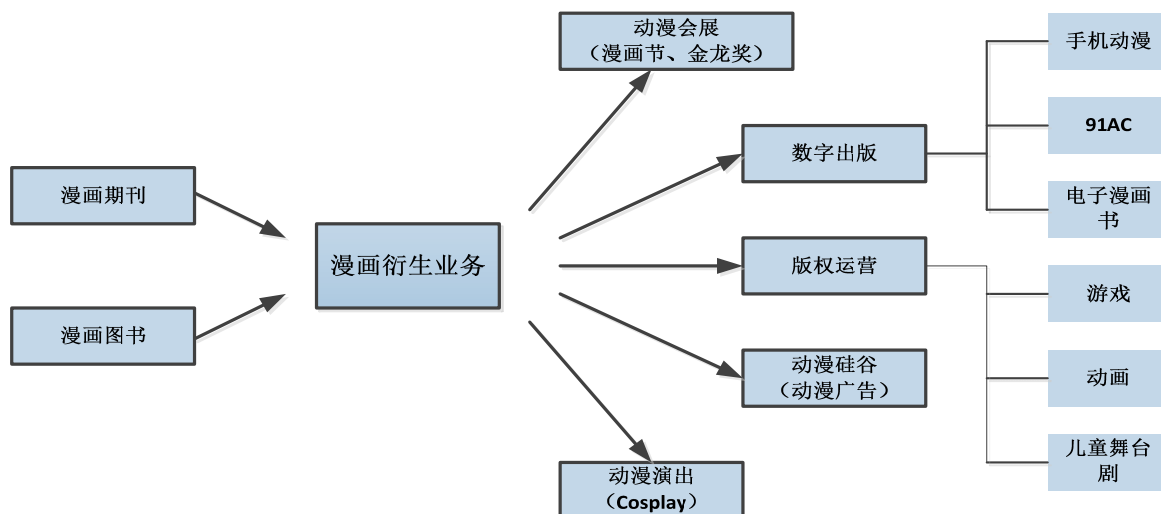
总的来看，纵观动漫整个产业链，目前动漫企业只有发行漫画单行本、动漫电影、动漫游戏、动漫衍生品开发及销售等几种变现方式，而这些变现方式的前提均是已经成功塑造了具有强大品牌影响力的动漫作品或形象。只有强大的动漫传播与发行渠道才能不断的塑造一个个具有强大品牌影响力的动漫作品或形象，并通过动漫图书、动漫电影、动漫游戏以及衍生产品开发实现动漫的价值。因此，动漫传播与发行渠道对于动漫企业非常重要。漫友文化、知音漫客等具有成熟的漫画期刊和图书发行渠道，是目前国内最具市场竞争力和价值的漫画传播平台。



层次	细分行业	研究范围
创意内容制作	漫画创作与生产	个人漫画家、漫画工作室、漫画制作公司
	动画创作与生产	动画工作室、动画制作公司
动漫传播与发行渠道	漫画期刊出版	漫画类报纸、杂志等印刷出版物的出版与发行
	动漫图书出版	动漫类图书等印刷出版物的出版与发行
	电视动画播出	电视台（卫视、有线、收费、笔录）播映
	动漫电影上映	影院及社区、学校、厂矿、部队等电影放映场所
	网络动漫发行	基于互联网播映或浏览
	手机动漫发行	基于手机及其他移动设备的播映或浏览
	动漫音像制品发售	DVD、VCD 等音像出版物的出版与发行
衍生产品开发	动漫游戏	基于动漫形象授权改编的网络游戏或手机游戏
	动漫玩具	动漫形象授权的玩具产品
	动漫服饰	动漫形象授权的服饰产品（服装、鞋帽）
	动漫广告	以动漫形象进行产品广告展示
	其他衍生产业	动漫展会、Cosplay、主题公园及其他周边

2、漫友文化的主要产品和服务

目前漫友文化的产品和服务业务架构如下：



（1）漫画期刊内容提供与发行

序号	期刊种类	类别	示例	杂志定位	读者群
1	漫画世界	周刊/16K/64P/全彩		幽默、动感	小学、初中生
2	漫友	半月刊 /32K/256P/彩色和黑白		聚集名家作品	初中生、高中生

3	新蕾（约绘）	月刊/16K/208P/ 全彩		温暖、清新、趣致、愉悦	不受限制
4	神童画报（萌萌）	半月刊 /32K/168P/彩色 和黑白		少女漫画	中小学女生
5	科幻画报（小班长）	月刊/16K/64P/全 彩		趣味知识、品德修养、 增强学生自主学习	小学生

（2）漫画图书内容策划与发行

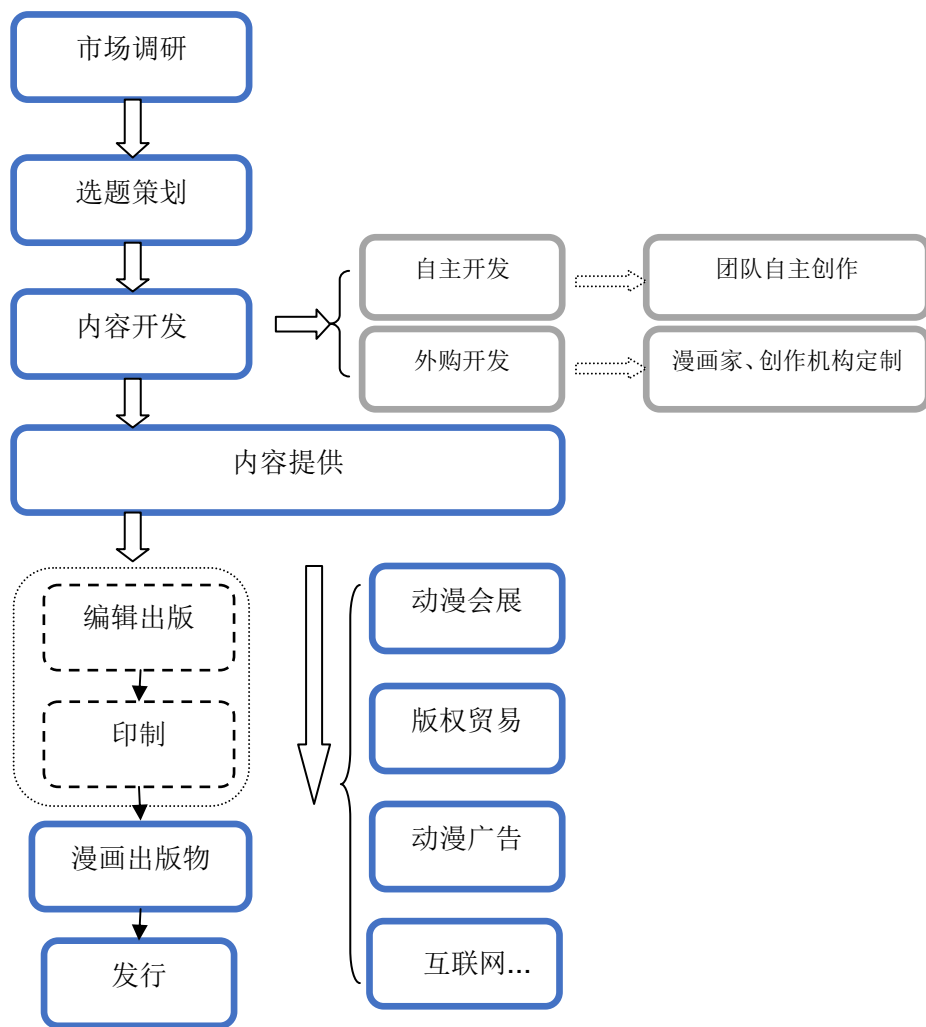
图书类别	书名	示例
知识漫画	代表：爆笑系列、呆头系列、爸爸去哪儿系列、斗罗大陆系列、罗罗布系列、韩国系列、乌龙院系列、国学漫画系列等	
幽默漫画	代表：《乌龙院》系列、《呆头农场》系列、《呆式心法》、《呆式日记》系列、《大话降龙》系列、《勇者传》系列等（图片请相应去掉）	
少年漫画	代表：《血族》系列、《兔子帮》系列、《盘龙》系列、《将夜》系列、《黑白无双》系列、《抽筋神探》系列、《铠魂代码》系列等	
少女漫画	代表：《长歌行》系列、《子不语》系列、《艳势番》系列、《未成年》系列、《超合金社团》系列、《星轨是天空的道路》系列、《楼兰旖梦》系列、《洛奇花园》系列、《一夕一夏》系列、《魂音》系列、《花样梁祝》系列、《南烟斋笔录》系列等。其中《楼兰旖梦》输出越南版、《洛奇花园》输出了中国台湾版、越南版，《花样梁祝》输出越南版。	
绘本	代表：《我的路》系列、《踮脚张望》系列、童话系列、旅游系列、你好！特雷西系列、《猫兔疯》系列、《有猫在》系列、《黑兔子白兔子》系列等	
系列主题书	代表：《爆笑王国》系列、《女朋友》系列	

(3) 衍生动漫服务业务

业务	分类	进展
数字出版	数字出版包括三块业务：手机动漫、91AC 网络漫画原创网站、电子漫画书。目前，手机动漫是数字出版的主要收入来源	《爆笑校园》等进入中国移动动漫基地人气榜前列
版权运营	版权运营中心主要涵盖了三块业务：版权引进、版权授权与合作、输出海外版权	公司已经签约了《爸爸去哪儿了》和《斗罗大陆》的开发知识漫画的改编权。公司已经与盛大合作了一款手机游戏《血族》
动漫硅谷（动漫广告）	动漫硅谷业务直观来讲就是动漫营销和广告，比如用动漫的形式进行品牌宣传等	目前已获得广州博物馆海上丝绸之路项目、地铁宣传广告册等订单等
动漫会展	目前动漫会展包括两块业务：中国国际漫画节会展（2013-2015）及相关动漫主题展览服务	中国国际漫画节（CICF）由新闻出版广电总局和广东省人民政府联合主办，是国家重点支持的三大顶级动漫节展之一。漫友文化目前是该节展的策划与服务单位
动漫演出	业务范围涵盖展会策划和执行、舞台剧演出、动漫旅游、周边开发、社交平台、演艺资源经纪等	成功案例：金龙奖 COSPLAY 全国超级大赛、中国移动“动漫英雄星”全国大赛、广西动漫节、安徽马鞍山“骏马奖”游戏动漫大赛、福建厦门“金海豚动漫游戏展”等部分演出服务

3、业务流程图

漫友文化的业务流程如下：



注：虚线框为国家相关法规规定，漫友文化不得直接参与的环节，通过与杂志社和出版社合作完成。

（1）市场调研和选题策划

本阶段主要工作是动漫选题的确定，并对经过市场调查的动漫选题进行可行性分析后进行全面评估。由漫友文化动漫产品运营负责人、内容策划部门总监、市场营销中心总监、财务总监、项目负责人等项目进行专项讨论会议，对动漫内容和选题进行审核。选题策划的主要原则为：符合国家相关法律政策，同时又富有内涵价值，尽可能满足更多动漫爱好者的需求。

（2）内容开发、设计与制作

对于动漫图书产品，漫友文化在选题确立后，组织漫画家或公司人员进行创作、

修改，定稿后通过出版社在新闻出版部门进行报批，之后进入动漫图书的编排、设计等工作，同时由市场部门针对项目特性、评级等安排适当的宣传推广与营销计划；对于动漫期刊产品，漫友文化组织漫画作品提供给合作的杂志社，由其进行编辑，漫友文化提供一定的设计及宣传推广等协助工作。

动漫内容创作采用自主开发和外购开发两种模式，即由漫友文化团队自主创作或者向专业作者、创作机构定制内容等方式完成。

（3）出版印刷

由于我国民营企业不能直接从事图书、期刊的出版业务，因此，漫友文化策划的动漫图书期刊产品在该环节主要通过出版社、刊社进行合作完成。漫友文化与出版社、期刊社的动漫产品合作主要在以下两个阶段进行：

动漫内容提供环节，漫友文化作为内容提供商与出版社、刊社签订出版合同，约定需要出版的相关动漫内容，内容由漫友文化提供，但杂志社或出版社最终审批是否可以刊载或出版。

在采购及发行环节，漫友文化作为发行商与出版社及杂志社签订购销合同参与图书的全国发行。出版单位完成出版印刷后，漫友文化在约定发行册数，发行方式、渠道等内容后，向出版单位采购动漫图书或期刊产品。

（4）发行与销售

在出版社或杂志社完成动漫出版物的出版印刷后，漫友文化从合作出版单位进行采购，然后进入动漫期刊或图书的发行阶段。

4、漫友文化与产业链中各方的业务关系情况

漫友文化动漫产品主营业务处于产业链的两端：前端的内容策划与运营和后端的发行环节，业务过程中与动漫内容创作者/漫画家、各出版社/杂志社、印刷单位及各销售渠道等发生具体业务关系：

（1）动漫内容创作者/漫画家

漫友文化的内容开发采用自主开发和外购开发两种模式。

自主开发模式下，漫友文化组织创作团队进行内容创作。

外购开发模式下，漫友文化在选定漫画家（工作室）后，签订创作合同、连载协议等，协议一般按照《合同法》和《著作权法》中的相关规定，确定各自的权利义务，

约定稿酬、创作时间、进度安排和预计销量、著作权的归属等内容。漫友文化一般签订期限为 3-5 年的独家代理其经营和发行权，由漫友文化向其支付作品使用费。因此，漫画家（工作室）是漫友文化在内容策划、开发、运营环节的上游动漫内容供应商。针对动漫创作领域中知名度高、市场表现佳的作者，漫友文化与其进行独家签约合作，其创作作品版权共享，以确保产业资源具备核心竞争力。

（2）各出版社/杂志社

根据国家相关法律法规规定，非公有资本不得设立和经营通讯社、报刊社、出版社等机构。目前我国民营企业尚不能直接从事纸制图书期刊出版业务，漫友文化通过与具备出版资质的出版单位进行合作，为其提供优质的动漫内容。

在动漫内容策划开发环节，各出版单位是漫友文化的下游客户。漫友文化作为动漫内容提供商与出版单位签订“出版合同”。

而在产品发行环节，各出版社、杂志社是公司的上游供应商。漫友文化作为发行商与出版社签订“购销合同”参与产品的渠道发行。漫友文化与出版单位约定发行册数，发行渠道等内容后，向出版单位采购动漫产品。

（3）印刷单位

根据《印刷管理条例》和《出版管理条例》的规定，印刷或者复制单位不得接受非出版单位和个人的委托印刷报纸、期刊、图书或者复制音像制品、电子出版物，不得擅自印刷、发行报纸、期刊、图书或者复制、发行音像制品、电子出版物。漫友文化不与印刷单位发生业务关系。漫友文化策划的动漫内容在交由出版单位出版后，由出版单位委托印刷单位完成印刷工作。

5、经营模式

5.1 采购模式

漫友文化的采购行为分别发生在内容开发环节和发行环节。其中与专业作者、创作机构签订合同定制动漫开发内容，如连载动漫作品、图书插画设计等系内容开发环节的采购行为；向出版单位签订购销合同进行产品采购的，系在发行环节的采购行为。

（1）向动漫作者（机构）采购定制内容

选择标准：目前，与漫友文化拥有中长期合作关系的各类作者（主要为漫画家）、创作机构近 100 人（家），选择标准主要是动漫创作者的艺术造诣和市场影响力及发展潜力等。漫友文化为此专门组建作者服务部门，设立作者信息数据库，将作者、机构的创作数据进行信息化归类管理，便于漫友文化在策划不同选题内容时便捷地选择

出最适合的动漫作者、创作机构。

合作方式：漫友文化在选定创作者后，与其签订作品连载协议、图书代理出版合同等，约定创作时间、进度安排和预计销量等内容，以及约定按照版税或者稿酬方式协商的采购价款，通常该部分采购成本占图书码洋的 5~10%左右，并根据预测销售数量的不同有所调整。

结算方式：根据合同约定时限支付，如漫画连载协议约定支付时间为每月结算一次（连载刊发之后），动漫图书代理出版合同约定支付时间为产品发行之日起 60 日内支付首次代理出版版税。

（2）向出版单位采购图书

漫友文化将动漫内容交出版单位进行出版印刷后，漫友文化即以发行商的身份向合作出版单位采购动漫期刊或图书。

选择标准：漫友文化根据所运营的动漫内容不同特性选择适合的专业出版单位进行合作。目前漫友文化各类图书产品的合作出版社如下：

动漫产品类别	合作出版单位
动漫期刊产品	漫友杂志社、科幻画报杂志社等
少儿漫画、引进漫画、红色漫画	新世纪出版社、中国言实出版社
知识漫画	广州出版社、汕头大学出版社、天津人民出版社、新世纪出版社
剧情漫画	广州出版社、上海人民美术出版社、黑龙江美术出版社
动漫绘本、画集	黑龙江美术出版社、江苏美术出版社、广东旅游出版社
COSPLAY 摄影集	广西美术出版社
动漫手工书	广东旅游出版社、黑龙江美术出版社
动漫明信片书/套装	广东旅游出版社、广州出版社
动漫小说	广州出版社、上海人民美术出版社、汕头大学出版社、黑龙江美术出版社、天津人民出版社、广西美术出版社

合作方式：漫友文化与出版单位签订“图书/期刊购销合同”，作为发行商与出版单位约定发行方式，包括发行量的最低要求，结算标准，出版社或杂志社不参与自办发行。漫友文化通常按照图书期刊码洋的 15%~40%左右向出版单位采购动漫产品。

结算方式：漫友文化根据合同约定分期向出版单位支付购书、购刊款项，账期一般为 2~3 个月。

5.2 生产模式

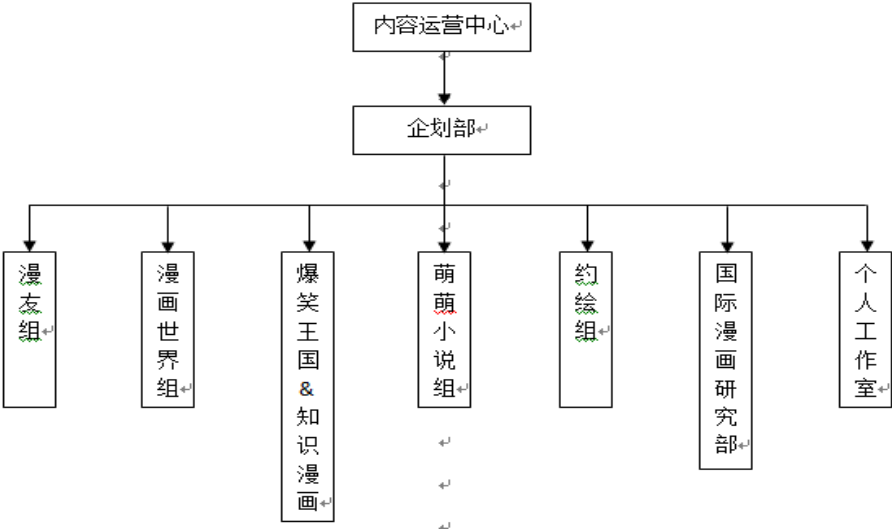
漫友文化的动漫图书期刊产品采用标准化的工作流程完成对动漫图书、期刊内容的策划、设计和制作开发。

（1）生产组织结构

漫友文化采用项目部制负责对多个不同风格、内容的动漫产品进行系列内容开发。其中动漫文学系列产品由萌萌小说项目组进行研发；幽默漫画系列产品由漫画世界项目组进行研发；知识漫画系列由爆笑王国&知识漫画项目组负责研发；故事漫画系列由漫友项目组负责研发；绘本插画系列产品由约绘项目组进行研发。

除各项目部独立运作各自的品牌系列外，动漫内容研发中心还通过企划部门整合内外的优秀动漫创作资源，对市场进行专业化细分。为了有效控制风险，漫友文化统一设立选题内容审核小组，对各版块动漫产品选题进行集中审核和把关，形成有序的科学流程管理结构。

动漫产品业务管理组织架构图



（2）具体开发流程：

开发流程主要包括动漫产品的市场调研与选题、内容开发与制作两大过程，漫友文化在开发过程中形成了标准化和流程化的开发模式。

（3）内容完成后的出版流程

根据当前国家政策，漫友文化将策划开发的动漫图书及期刊的内容交由出版单位进行加工、审核、校对和排版设计，并由出版单位进行由期刊上版、申请书号、申报图书在版编目数据等程序后完成出版过程，并交付印刷单位进行印刷和装订。

漫友文化作为民营企业虽然不具备独立的平面出版物的编辑出版资质（仅有互联网出版许可证），但并不影响其开展动漫内容提供和发行业务，漫友文化可保持长期的业务独立性、完整性以及长期的运营能力：

首先，漫友文化提供选题经由市场调查、信息反馈和内部审核等一系列审慎流程得以最终确立，并由合作出版单位完成选题的审核备案，漫友文化在确定选题后就会

选择合作出版社完成选题的审核备案，并签订出版合同，有效避免了创作作品不被出版单位出版的风险。

其次，漫友文化主营业务集漫画期刊、图书运营以及动漫明星包装、动漫服务等于一体，涵盖产业链中的内容运营策划和批发两个环节，拥有漫画内容创作与书刊营销的完整业务体系，完全具备面向市场独立运营的能力，并成为漫友文化的竞争优势之一，保证了漫友文化的持续发展。为此，漫友文化不拥有编辑出版业务并不影响其业务的完整性和独立性，因为可选择的出版合作单位非常多。

再有，在近年来动漫产业利好政策的推动下，我国动漫书刊消费市场快速增长，其中销量增速最快的为中国原创漫画类读物。国产原创漫画成为中国青少年阅读的主流文化产品之一，同时也极大地促进了动漫产品消费市场竞争机制的形成。

5.3 销售模式

漫友文化根据所发行的动漫图书和期刊等产品不同市场特性，实行渠道与区域结合的产品代理制度，建立了五个渠道模式：民营渠道、网络渠道、新华渠道、邮政渠道、自营渠道。各销售渠道模式的比较如下：

销售渠道	主要产品类别	2013年销售占比	销售区域	渠道优势	渠道缺点
民营渠道	动漫图书、期刊全品种	59%	全国，各个地区挑选合格的区域代理商	市场反应快，渠道经商主动性强，合作方式灵活，结算周期短	数字化管理欠缺，渠道客户多为私营个体，存在一定的回款风险
网络渠道	动漫图书全品种	16%	当当，亚马逊，京东等电商	读者与产品针对性强，数据反应及时且准确，渠道自身具有强大的营销推广功能	不适合销售期刊及低码洋产品
新华渠道	动漫图书全品种	8%	全国	回款相对安全，渠道稳定，数据反应及时且准确，销售周期长	渠道主动性较弱，结算周期长
邮政渠道	动漫期刊及低码洋图书	13%	全国	渠道稳定，具有全国订阅功能，系统销售，配送速度快，结算周期短	销售产品类别有限
自营渠道	动漫图书、期刊全品种	4%	天猫商城与展会	无回款风险，能完整与公司产品及读者互动	体量小

5.4 收入确认原则

漫友文化收入主要为销售漫画图书、漫画期刊及周边产品取得的收入。收入确认标准为：发出商品给客户，在约定或预计的退货期满后即确认收入。

6、主要服务的产销情况

最近两年及一期，漫友文化前五大客户情况如下：

单位：元

序号	客户名称	2014年1~3月收入	占当期收入比例
1	北京当当网信息技术有限公司	3,338,588.25	11.87%

2	天津市西青区博爱书店	2,871,091.22	10.20%
3	广东省邮政公司结算中心	1,413,776.44	5.03%
4	深圳市海之源实业有限公司	1,349,504.22	4.80%
5	亚马逊卓越有限公司	1,154,739.08	4.10%
合计		10,127,699.21	36.00%

单位：元

序号	客户名称	2013 年收入	占当年收入比例
1	北京当当网信息技术有限公司	11,349,309.39	7.41%
2	四川尚和文化发展有限公司	9,503,981.51	6.20%
3	天津市西青区博爱书店	8,990,896.86	5.87%
4	深圳市海之源实业有限公司	7,221,174.58	4.71%
5	亚马逊卓越有限公司	6,165,363.50	4.02%
合计		43,230,725.84	28.21%

单位：元

序号	客户名称	2012 年收入	占当年收入比例
1	四川尚和书刊配送有限公司	12,433,831.88	8.47%
2	天津市西青区博爱书店	6,938,137.03	4.72%
3	深圳市海之源实业有限公司	6,617,135.15	4.51%
4	亚马逊卓越有限公司	5,230,778.02	3.56%
5	北京当当网信息技术有限公司	4,990,795.74	3.40%
合计		36,210,677.81	24.66%

最近两年及一期，漫友文化前五大供应商情况如下：

单位：元

序号	供应商名称	2014 年 1~3 月采购金额	占当期采购额比例
1	广东新世纪出版社有限公司	4,600,625.38	22.69%
2	内蒙古漫友杂志社	3,672,494.72	18.11%
3	广州出版社有限公司	1,746,729.65	8.61%
4	朱斌	1,027,954.40	5.07%
5	杭州夏天岛动漫影视制作有限公司	696,409.48	3.43%
合计		11,744,213.63	57.92%

单位：元

序号	供应商名称	2013 年采购金额	占当年采购额比例
1	广东新世纪出版社有限公司	22,875,192.83	21.05%
2	内蒙古漫友杂志社	19,199,022.68	17.66%
3	朱斌	6,271,776.20	5.77%
4	广州出版社有限公司	5,282,351.92	4.86%
5	黑龙江美术出版社有限公司	5,042,668.85	4.64%
合计		58,671,012.48	53.98%

单位：元

序号	供应商名称	2012 年采购金额	占当年采购额比例
1	广东新世纪出版社有限公司	31,267,793.21	30.74%
2	内蒙古漫友杂志社	23,236,151.97	22.85%
3	黑龙江美术出版社	10,770,477.25	10.59%
4	科幻画报杂志社	9,518,720.87	9.36%
	朱斌	6,703,824.25	6.59%
合计		81,496,967.55	80.13%

漫友文化 2013 年主要期刊、图书销售情况：

品种	名称	2013 年销量（册）
漫画期刊	漫画世界	9,212,908
	漫友	1,066,585
	科幻画报	1,928,535
	神童画报(萌萌)	533,275
漫画图书	爆笑校园	5,956,326
	爆笑王国	2,244,573
	长歌行	991,032
	兔子帮	541,844

最近两年一期，驱动公司收入增长的指标变化情况：

漫友文化漫画图书期刊产销量情况

项目	2012 年	2013 年	2014 年 1 季度
产量（册）	37,613,440	27,615,966	4,618,700
销量（册）	28,523,962	28,505,765	4,874,573
产销率	75.83%	103.22%	105.54%

（1）2013 年漫友文化图书期刊销量 2850.58 万册，大致与 2012 年的图书期刊销量持平。但是，漫友文化优化了产品结构，盈利能力较强的漫画图书销量占比得到了一定提升。2013 年漫友文化的漫画图书销量占比为 53.89%，比 2012 年提升了 5.62 个百分点。

（2）2013 年漫友文化图书期刊的产销率为 103.22%，远高于 2012 年 75.83% 水平。这主要是漫友文化的产品策略调整导致的，即漫友文化由“多产品广覆盖”的策略转变为“精品准确定位”的产品策略，以降低商品库存量，把公司主要资源投入高毛利产品上。

总的来看，漫友文化不断通过优化产品结构和产品策略，以提升公司盈利能力和产品竞争力。

7、服务质量控制情况

（1）质量控制标准

漫友文化发行的动漫图书和动漫期刊产品，都执行严格的质量要求，合作的出版单位严格按照《新闻出版行业标准化管理办法》、《出版管理条例》、《图书质量管

理规定》、《图书编校质量差错认定细则》、《图书和杂志开本及其幅面尺寸》等规定的进行控制。

（2）质量控制措施

1) 动漫内容策划质量控制

漫友文化和合作单位按照《图书质量保障体系》等法律法规执行，建立了完善的动漫选题审核制度及编校制度。对漫画家等创作的内容都要通过严格的流程审核及《采购管理制度》、《知识产权保护管理办法》及相关版权法规制度等加以控制。

2) 发行服务质量控制

漫友文化与各大渠道分销商都签署销售合同，保证发行业务的有规可循，同时保证高效、有序。本公司制定并执行《销售管理制度》、《合同管理制度》等内部控制制度，在订单、发货、合同、回款、退换货、结算等环节实施严格控制。

3、产品质量纠纷

漫友文化通过各项管理制度和具体措施严格控制产品质量，并不断改进以确保顾客满意。自成立至今，漫友文化未发生因生产的产品或提供的服务存在质量问题而导致重大纠纷、诉讼或仲裁的情形。偶有读者发现寄送过程中出现货品微损等现象，漫友文化都安排运输公司承担责任或给予更换处理。

四、交易标的的评估情况

本次交易标的资产的作价依据为中和评估出具的评估报告中确认的资产评估值。本次交易，中和评估采用收益法和资产基础法对标的资产掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权进行评估。

以上标的资产最终采用收益法评估结果作为其价值的评估结论。根据中和评估出具的各标的公司《资产评估报告书》，本次交易标的资产评估价值合计279,679.59万元，经交易各方确认的本次标的资产的交易价格合计为279,944.00万元，具体情况见下表：

单位：万元					
标的资产	账面价值	评估价值	增减值	增值率	交易价格
掌视亿通100%股权	15,809.41	130,525.33	114,715.92	725.62%	130,500.00
精视文化60%	4,613.27	43,299.34	38,686.07	838.58%	43,200.00

股权					
邦富软件 100%股权	4,969.65	71,636.80	66,667.15	1341.49%	72,000.00
漫友文化 85.61%股权	9,273.06	34,218.12	24,945.06	269.01%	34,244.00
合 计	34,665.39	279,679.59	245,014.20	706.80%	279,944.00

注：1、账面价值为标的资产母公司净资产数值与相应的持股比例乘积；
2、评估价值为各标的公司整体评估价值与相应的持股比例乘积。

（一）收益法评估模型

1、评估分析过程

1.1 收益法评估模型的选取

未来收益折现法采用的基本模型为企业现金流模型，具体计算公式如下：

基本公式	数学表达式
股东全部权益价值=企业整体价值-付息债务价值	$E = B - D$
其中：企业整体价值计算公式为	$B = P + I + C$
经营性资产价值计算公式为	$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{i+1}}{r(1+r)^n}$

注：B：评估对象的企业整体价值；
P：评估对象的经营性资产价值；
I：评估对象的长期股权投资价值；
C：评估对象的溢余或非经营性资产（负债）净值的价值；

1.2 预期收益的确定

本次评估根据被评估单位提供的未来盈利预测资料，通过对被评估单位所处行业的未来发展趋势分析，结合被评估单位历史经营成果对其未来收益进行预测。

具体操作方法为：根据被评估单位实际情况和政策、市场等因素，对被评估单位评估基准日后 N 年内收入、成本费用、利润等进行合理预测，第 N+1 年（含）后经营业绩与第 N 年持平。

1.3 折现率的确定

本次评估采用加权平均资本成本定价模型，具体计算公式为 $WACC = K_e \times [E \div (D+E)] + K_d \times (1-t) \times [D \div (D+E)]$ ，其中： $K_e = R_{f1} + \beta (E[R_m] - R_{f2}) + \text{Alpha}$ ，关键参数释义、取值原则及具体数值如下：

关键参数释义	取值原则	数值
R _{f1} ：无风险收益率	长期国债期望回报率（R _{f1} ）的确定。本次评估采用的数据为评估基准日距到期日十年以上的长期国债的年到期收益率的平均值	4.36%
β：权益资本风险系数	根据被评估单位的业务构成，查询了同行业上市公司可比	见下文

	评估基准日前一年以周为计算单位的 β 值,并根据财务杠杆特点进行调整,具体采用的公式为 $\beta=\beta_u \times [1+(1-t)D/E]$	
ERP	ERP,即股权市场超额风险收益率($E[R_m] - R_f2$)的确定。一般来讲,股权市场超额风险收益率即股权风险溢价,是投资者所取得的风险补偿额相对于风险投资额的比率,该回报率超出在无风险证券投资上应得的回报率。目前我国,通常采用证券市场上的公开资料来研究风险报酬率。 (1)市场期望报酬率($E[R_m]$)的确定: 在本次评估中,我们借助 Wind 资讯的数据系统,采用沪深 300 指数中的成份股投资收益的指标来进行分析,采用几何平均值方法对沪深 300 成份股的投资收益情况进行分析计算。得出各年度平均的市场风险报酬率。 (2)确定 1999-2012 各年度的无风险报酬率(R_f2): 本次评估采用 1999-2012 各年度年末距到期日五年以上的中长期国债的到期收益率的平均值作为长期市场预期回报率。 (3)按照几何平均方法分别计算 1999 年 12 月 31 日至 2011 年 12 月 31 日期间每年的市场风险溢价,即 $E[R_m] - R_f2$,我们采用其平均值 5.88%作为股权资本期望回报率。	5.88%
Ke: 权益资本成本	$Ke = R_f1 + \beta \times (E[R_m] - R_f2) + \text{Alpha}$	见下文
Kd: 付息债务资本成本	评估基准日贷款基准利率或企业自身带息债务加权利率	见下文
t: 适用所得税税率	根据被评估对象适用所得税率进行选取	见下文
Alpha : 公司特有风险调整系数	企业特有风险调整系数为根据被评估单位与所选择的对比企业在企业特殊经营环境、企业规模、经营管理、抗风险能力、特殊因素所形成的优劣势等方面的差异进行的调整系数。	见下文

2、评估结果——折现系数

公司名称	Rf1	β	t	可比公司	可比公司去杠杆后 β	ERP	Alpha	Ke	WACC
掌视亿通	4.36%	0.8035	25%	乐视网	0.7910	5.88%	3.50%	12.584%	12.58%
				三六五网	0.9119				
				顺网科技	0.6307				
				生意宝	0.8802				
精视文化	4.36%	0.8977	25%	粤传媒	0.9748	5.88%	4.00%	13.64%	13.64%
				省广股份	0.8754				
				北巴传媒	0.8428				
邦富软件	4.36%	1.0411 1.0366	12.5% 15%	美亚柏科	0.8263	5.88%	4.00%	14.48% 14.46%	13.20% 13.14%
				拓尔思	0.8623				
				任子行	0.8369				
				长亮科技	1.0113				
漫友文化	4.36%	0.9600 0.9600	10% 25%	奥飞动漫	0.8055	5.88%	3.00%	13.00% 13.00%	13.00% 13.00%
				天舟文化	1.0762				
				凤凰传媒	0.8988				
				出版传媒	1.0596				

（二）资产基础法评估模型

资产价值基础法指以被评估企业评估基准日的资产负债表为基础，合理评估企业表内及表外各项资产、负债价值，确定评估对象价值的评估方法。由于被评估企业各项资产、负债能够根据会计政策、企业经营等情况合理加以识别，评估中有条件针对各项资产、负债的特点选择适当、具体的评估方法，并具备实施这些评估方法的操作条件，本次评估可以选择资产基础法。各交易标的资产基础法的具体评估过程请参见下文。

（三）掌视亿通

1、收益法

本次对掌视亿通股权价值评估如下所示：

单位：万元

项目	未来预测数			
	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
一、主营业务收入	19,864.03	32,297.50	39,927.72	39,927.72
减：主营业务成本	9,947.09	14,024.13	16,042.34	16,042.34
主营业务税金及附加	110.79	207.3	258.6	258.6
二、主营业务利润	9,806.15	18,066.07	23,626.78	23,626.78
其他业务利润净额	0	0	0	0
减：营业费用	623.54	1,003.16	1,126.81	1,126.81
管理费用	930.41	1,149.53	1,253.95	1,253.95
财务费用				
资产减值损失	198.64	322.98	399.28	399.28
三、营业利润	8,053.56	15,590.41	20,846.74	20,846.74
加：补贴收入				
营业外收入	0	0	0	0
减：营业外支出	0	0	0	0
四、利润总额	8,053.56	15,590.41	20,846.74	20,846.74
所得税税率%	25	25	25	25
减：所得税	2,013.39	3,897.60	5,211.68	5,211.68
五、净利润	6,040.17	11,692.81	15,635.05	15,635.05
加：折旧	19.15	28.71	31.87	31.87
财务费用	0	0	0	0
资产减值损失	148.98	242.23	299.46	299.46
减：资本性支出	10	10	10	31.87
运营资金增加	56.04	1,681.43	2,182.87	0
六、企业自由现金流量	6,142.26	10,272.32	13,773.51	15,934.51

折现率	0.1258	0.1258	0.1258	0.1258
折现系数	0.96	0.86	0.77	5.41
企业净现金流现值	5,875.07	8,857.82	10,550.51	97,024.99
经营性资产价值	122,308.40			
加：溢余资产价值	8,280.01			
非经营性资产价值	12.15			
减：非经营性负债价值	75.22			
有息负债	0			
股东全部权益价值	130,525.33			

截止评估基准日 2014 年 3 月 31 日，在持续经营前提下，天津掌视亿通信息技术有限公司总资产账面价值为 17,958.17 万元，总负债账面价值为 2,148.76 万元，净资产账面价值为 15,809.41 万元。收益法评估后股东全部权益价值（净资产）为 130,525.33 万元，增值额为 114,715.92 万元，增值率为 725.62%。

其对营业收入的敏感性分析如下：

项目	原评估值	收入增长 5%	收入增长 10%	收入减少 5%	收入减少 10%
估值（万元）	130,525.33	137,611.96	144,698.58	123,438.71	116,325.09
增值额（万元）		7,086.63	14,173.25	-7,086.62	-14,200.24
增值率（%）		5.43	10.86	-5.43	-10.88

其对折现率的敏感性分析如下：

标的		基准日折现率	折现率上升 1%	折现率上升 2%	折现率下降 1%	折现率下降 2%
掌视亿通	估值（万元）	130,525.33	121,283.26	113,315.97	141,371.30	154,287.18
	增值额（万元）		-9,242.07	-17,209.36	10,845.97	23,761.85
	增值率（%）		-7.08	-13.18	8.31	18.20

收益法的评估方法、评估过程具体情况如下：

1.1 收益法评估模型的选取

未来收益折现法采用的基本模型为企业现金流模型，具体计算公式如下：

基本公式	数学表达式
股东全部权益价值 = 企业整体价值 - 付息债务价值	$E = B - D$
其中：企业整体价值计算公式为	$B = P + I + C$
经营性资产价值计算公式为	$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{i+1}}{r(1+r)^n}$

注：B：评估对象的企业整体价值；
P：评估对象的经营性资产价值；
I：评估对象的长期股权投资价值；
C：评估对象的溢余或非经营性资产（负债）净值的价值；

1.2 收益期的确定

从产品技术、发展现状、发展方向、政府的相关政策来看，均无特殊情况表明掌视亿通难以持续经营，经测算，现有经营性资产通过正常的维护、更新，能持续发挥效用。本次评估采用永续年期作为收益期。其中，第一阶段为 2014 年 4 月-2016 年 12 月，预测期为 2 年 9 个月。在此阶段中，根据对被评估企业的历史业绩及未来市场分析，未来收益逐渐趋于稳定；第二阶段为 2017 年 1 月至永续，在此阶段中，被评估企业的收益在 2016 年的基础上保持稳定。

1.3 折现率的确定

本次评估采用加权平均资本成本定价模型，具体计算公式为 $WACC = K_e \times [E \div (D+E)] + K_d \times (1-t) \times [D \div (D+E)]$ ，其中： $K_e = R_{f1} + \beta (E[R_m] - R_{f2}) + \text{Alpha}$ ，关键参数释义、取值原则及具体数值如下：

关键参数释义	取值原则	数值
R _{f1} : 长期国债期望回报率	本次评估采用的数据为评估基准日距到期日十年以上的长期国债的年到期收益率的平均值	4.36%。
β: 贝塔系数	根据被评估单位的业务构成，查阅取得每家可比公司在距评估基准日 36 个月期间的采用周指标计算归集的相对与沪深两市（采用沪深 300 指数）的风险系数 β（数据来源：wind 网），并剔除每家可比公司的财务杠杆后（Un-leaved）β 系数，计算其平均值作为被评估企业的剔除财务杠杆后（Un-leaved）的 β 系数，并根据被评估企业的目标财务结构进行调整，确定适用于被评估企业的 β 系数，具体采用的公式为 $\beta = \beta_u \times [1 + (1-t)D/E]$	0.8035
ERP: 股权市场超额风险收益率	计算公式为 $E[R_m] - R_{f2}$ ，其中 $E[R_m]$ 是市场期望回报率， R_{f2} 是长期市场预期回报率。目前在我国，通常采用证券市场中的公开资料来研究风险报酬率。具体计算方式如下：（1）市场期望报酬率（ $E[R_m]$ ）的确定：在本次评估中，借助 Wind 资讯的数据系统，采用沪深 300 指数中的成份股投资收益的指标来进行分析，采用几何平均值方法对沪深 300 成份股的投资收益情况进行分析计算。得出各年度平均的市场风险报酬率；（2）确定 1999-2013 各年度的无风险报酬率（ R_{f2} ）：本次评估采用 1999-2013 各年度年末距到期日五年以上的中长期国债的到期收益率的平均值作为长期市场预期回报率。（3）按照几何平均方法分别计算 1999 年 12 月 31 日至 2013 年 12 月 31 日期间每年的市场风险溢价，即 $E[R_m] - R_{f2}$ 。	5.88%
K _e : 权益资本成本	根据 $E[K_e] = R_{f1} + \beta \times (E[R_m] - R_{f2}) + \text{Alpha}$ 公式计算	12.584%
t: 适用所得税税率	根据被评估对象适用所得税率进行选取	25%
Alpha: 特别风险溢价	企业特有风险调整系数为根据被评估单位与所选择的对比企业在企业特殊经营环境、企业规模、经营管理、抗风险能力、特殊因素所形成的优劣势等方面的差异进行的调整系数。	3.50%

折现率	12.58%
-----	--------

1.4 预期收益的确定

1.4.1 主营业务收入

被评估企业所取得的主营业务收入的主要是手机视频运营支撑方（牌照方）收到移动运营商结算费用后，按照与被评估企业签订的合同条款向被评估企业支付的信息费，以下就运营商信息费的计算方法进行阐述。

1.4.1.1 运营商信息费

按照被评估企业运营核算的类别，将三大运营商信息费划分为移动-渠道包月信息费、移动-渠道点播信息费、联通 NET 端计费信息费、分省营销信息费和自然流量信息费。信息费收入的具体计算公式如下：

信息费=用户数量×收费标准

用户数量=本期净增用户数+上期遗留用户数

①用户数量的预测

对于自然流量用户（用户自主通过浏览运营商网站进行点播或包月产生的用户），根据移动收费视频用户总量的增长情况，结合企业 2012-2013 年每月的自然流量用户发展数量，未来按照一定的月增长率、同时考虑用户退订率进行测算。对于渠道推广用户（即用户收到渠道商推送的信息、提示等，点击链接进入并进行点播或包月的用户），被评估企业根据运营商及牌照商业务发展规划制定相应推广计划，对用户增长规模及市场份额做到总体把控。

②收费标准

根据被评估企业提供的资料，评估人员核实统计了各类别业务收费标准，具体如下表：

运营商	服务类型	产品类型	收费标准
中国移动	包月	CRI 专区、CTV	10 元/月
		国家地理、其他	8 元/月
		影视垂直	6 元/月
		分省营销	6 元/月

	点播	任何	2 元/次
中国联通	包月	普通	8 元/月
		分省营销	6 元/月
	点播	任何	1 或 2 元/次
中国电信	包月	普通	5 或 15 元/月
		分省营销	10 元/月
	点播	任何	1 元/次

（注：渠道包月、渠道点播、分省营销、自然流量的信息费均按以上方法进行计算）

由于用户欠费未缴或手机卡机多次点击等各种不可控原因，移动运营商运营报表中的用户数量测算出的收入与运营商实际收入会有一定的差异。根据合同约定，牌照方、被评估企业与三大运营商结算时，按照实际收到的信息费进行结算。具体公式如下：

运营商实际收到的信息费=运营商信息费×（1-未成功收费的比例）

根据被评估企业统计资料并结合运营人员介绍的情况，未成功收费的比例根据各类别业务历史发生数的平均值进行确定。详细数据见收益法计算表。

1.4.1.2 被评估企业信息费分账率

主营业务收入=运营商实际收到的信息费×合同约定分账比例

以上已详细介绍了运营商实际收到的信息费的计算方法，下面就被评估企业与牌照商结算分账比例进行阐述。

根据被评估企业与牌照商签订的合作协议，不同牌照商、不同投放区域的视频的分账率如下表所示：

①移动-渠道包月分账率

国视通讯	CRI 专区	50%
	国家地理	45%
	影视垂直	50%
其它	CTV	51%
	其他	44%

②移动-渠道点播分账率

国视通讯点播	50%
CTV 点播	51%
其它点播	44%

③联通 NET 端计费分账率

联通 NET 端	45%
----------	-----

④分省营销分账率

移动包月	50%
联通包月	21%
电信包月	45%

⑤自然流量分账率

自然流量产生的包月信息费、点播信息费均按 47%的分账率进行结算。

详细计算过程见收益法主营业务收入预测表。

综上所述，根据计算，被评估企业未来年度收入预测如下表：

单位：万元

项目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
渠道包月收入	16,827.91	21,632.71	28,013.67	28,013.67
渠道点播收入	7,861.27	8,146.23	8,471.73	8,471.73
联通 NET 端收入	367.72	689.74	780.68	780.68
分省营销收入	910.12	914.74	914.89	914.89
自然流量收入	2,038.27	2,851.93	4,142.41	4,142.41
合计	28,005.29	34,235.36	42,323.39	42,323.39

根据收入来源不同，对主营业务收入按照运营商口径进行重新分类，具体如下表：

单位：万元

运营商	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
中国移动	25,765.13	31,323.06	38,678.57	38,678.57
中国联通	548.77	896.12	983.49	983.49
中国电信	106.18	78.32	265.67	265.67

合计	26,420.08	32,297.50	39,927.72	39,927.72
----	-----------	-----------	-----------	-----------

1.4.1.3 掌视亿通最近两年一期收入利润情况

掌视亿通 2012 年-2014 年 3 月收入利润情况

单位：万元

科目	2012 年	2013 年	2014 年 1-3 月份
主营业务收入	12,886.97	23,057.27	6,556.05
增长幅度		79.82%	
净利润	3,220.44	7,181.90	2,993.55
增长幅度		123.01%	

从上表可以看出，被评估企业主营业务收入历史年度增幅较快。根据艾瑞咨询研究报告，中国运营商视频行业过去及未来几年的增长情况如下表所示，其中 2014 年至 2016 年的行业平均增长幅度为 19.5%。

单位：亿元

科目	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
中国运营商视频行业市场规模	37.7	46.2	55.0	64.3
增长幅度	35.1%	22.5%	19.1%	17.0%

根据上述数据，掌视亿通作为国内领先的运营商视频内容分销和渠道推广平台，其收入增长情况要远高于行业增长水平。

评估机构预测的掌视亿通收入和利润增长情况如下表所示，其中 2014 年至 2016 年收入的平均增长幅度为 20.15%，与艾瑞咨询研究报告预测的行业平均增长幅度基本一致，且低于掌视亿通 2013 年的收入增长水平，因此我们认为评估机构对掌视亿通收入增长的预测是谨慎、合理的。

1.4.2 主营业务成本

被评估企业历年的主营成本分别与主营业务收入各明细类别对应，分为渠道推广成本、分省营销成本（自然流量产生的收入无需支付成本）、版权成本及其它成本。

1.4.2.1 渠道推广成本

渠道推广成本包括移动-渠道包月、渠道点播及联通 NET 计费。

①渠道包月成本

渠道包月成本=渠道包月新增用户×单位成本

根据被评估企业提供的资料及实际调查可知，通过渠道包月推广产生的收入所对应的成本是被评估企业根据合同约定支付给渠道商的费用，由于被评估企业

拥有的渠道商众多且与各渠道商约定的条款不完全相同，本次评估以历史年度经验值——单位成本为 5.5 元/户进行预测，即通过渠道每新增一名包月用户，需要支付 5.5 元的费用，遗留的用户则不再重复向渠道商支付费用。2014-2016 年，被评估企业渠道包月成本根据预测新增用户数量进行测算，2017 年以后的渠道包月成本与 2016 年保持一致。

②渠道点播成本

渠道点播成本=当期渠道点播用户数量×单位成本

根据被评估企业提供的资料及实际调查可知，通过渠道推广产生的单次点播收入所对应的成本是被评估企业根据合同约定，支付给渠道商的费用，由于被评估企业拥有的渠道商众多且与各渠道商约定的条款不完全相同，此次评估以历史经验值——单位成本为 0.78 元/次进行预测。

③联通 NET 端计费成本

联通 NET 端计费成本=新增用户数×单位成本

根据被评估企业提供的资料及实际调查可知，联通 NET 计费类收入所对应的成本是被评估企业根据合同约定支付给渠道商的费用，由于被评估企业拥有的渠道商众多且与各渠道商约定的条款不完全相同，此次评估以历史经验值——单位成本为 5.5 元/户进行预测。

1.4.2.2 分省营销成本

分省营销成本分为中国移动分省营销成本与中国联通分省营销成本，具体计算公式如下：

中国移动分省营销成本=当期新增用户数×单位成本

根据被评估企业提供的资料及实际调查可知，中国移动分省营销收入所对应的成本为 8 元/户，以此进行预测。

中国联通分省营销成本=当期收入×成本率

由于中国联通的用户数量无法取得，此次评估以成本率为参数进行测算，根据企业提供的相关资料，将中国联通分省营销成本率确定为 75%。

1.4.2.3 版权成本

版权成本为被评估企业制作、采购内容所产生的成本，此次评估根据企业未来内容采购计划进行测算。

1.4.2.4 其它成本

其它成本为被评估企业支付的宽带及服务器托管费等日常运营成本，本次评估根据历史数据按固定金额进行测算。

综上所述，预测期各年主营业务成本如下表：

单位：万元

类别	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
渠道推广	10,686.68	12,561.93	14,460.14	14,460.14
分省营销	622.20	622.20	622.20	622.20
版权成本	600.00	720.00	840.00	840.00
其它	120.00	120.00	120.00	120.00
合计	12,028.88	14,024.13	16,042.34	16,042.34

1.4.3 期间费用的预测

期间费用包括销售费用、管理费用和财务费用。

1.4.3.1 销售费用

被评估企业历史年度的销售费用主要为销售部门的工资及补贴、社会保险金、住房公积金、办公费、差旅费、招待费、广告宣传费、中介机构服务费、折旧费等。

工资及补贴考虑历史年度增长幅度并结合企业薪酬制度，每年按一定的增长率进行测算，社会保险金、住房公积金根据历史年度缴纳比例，分别按照占工资的一定比例进行测算，办公费、差旅费按每年增加固定金额进行测算，招待费考虑与被评估企业业务增量有关，按收入一定比例进行测算，广告宣传费结合被评估企业提供的市场规划进行测算，中介机构服务费结合历史数据按固定金额进行测算，折旧费的测算见折旧预测表。其余各项内容详见收益法销售费用预测表。

1.4.3.2 管理费用

管理费用包括管理人员工资及补贴、社会保险金、住房公积金、办公费、差旅费、招待费、汽车费、中介机构服务费、租赁费、工会经费及职工教育经费、物业管理费、会务费、折旧费、摊销费等。

管理人员工资及补贴按照历年实际发生的数额乘以一定的增长率测算；社会保险金、住房公积金根据历史年度缴纳比例，分别按照占工资的一定比例进行测算；办公费、差旅费、汽车费按每年增加固定金额进行测算；招待费考虑与被评估企业业务增量有关，按收入一定比例进行测算；租赁费考虑未来租金增长，按

每年一定的增长率进行测算；中介机构服务费、工会经费及职工教育经费、物业管理费、会务费按照每年固定金额进行测算；折旧费的测算见折旧预测表。其余各项内容详见收益法管理费用预测表。

1.4.3.3 财务费用

本次评估采用的收益类型为企业全部资本所产生的自由现金流，自由现金流量为债务支付前的现金流量，它不受企业运用负债数额大小的影响，因此本次不预测财务费用。

综上所述，预测期各年期间费用如下表：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
销售费用	623.54	1,003.16	1,126.81	1,126.81
管理费用	930.41	1,149.53	1,253.95	1,253.95

1.4.4 所得税和主营业务税金及附加

被评估企业所得税税率为 25%。

被评估企业缴纳的主营业务税金及附加包括：城市建设维护税、教育费附加、地方教育费附加。其中，城建税为 7%，教育费附加 3%，地方教育费附加 2%。企业所适用增值税税率为 6%。

1.4.5 折旧及资本性支出

预测期内被评估企业固定资产折旧的计算基数为评估基准日企业现有经营性固定资产账面原值与评估基准日后资本性支出根据不同类型资产的折旧年限按直线法计提测算。预测期内为维持其现有经营规模下正常持续经营所需现有固定资产的更新支出（重置支出）按现有固定资产折旧年限到期日进行更新。

综上所述，预测期折旧及资本性支出如下表：

单位：万元

项目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
折旧	19.15	28.71	31.87	31.87
资本性支出	10.00	10.00	10.00	31.87

永续期的资本性支出等于折旧。

1.4.6 运营资本的增量

运营资本的增量=本年度运营资金—上年度运营资金

年度运营资金=主营业务收入*运营资金占主营业务收入比例

本次评估中的营运资金指被评估企业流动资产中的经营性资产减去流动负债中的经营性负债净额。

本次评估以 2014 年 3 月调整后的流动资产减去调整后的流动负债净额占 2014 年主营业务收入的比例作为计算预测期年度运营资金的指标。据以上方法测算，经调整后的营运资金占主营业务收入的比例确定为 28.61%。

综上所述，预测期各年运营资本增量如下表：

单位：万元

项目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年及以后
运营资金增加	56.04	1,681.43	2,182.87	0.00

1.4.7 溢余资产、非经营性资产及负债

截至评估基准日，被评估企业的溢余资产为评估基准日账面货币资金减去一个月的付现成本，经计算被评估企业溢余资产为 8,280.01 万元。

被评估企业的非经营性资产为其他应收款中未参与生产运营的资产评估价值，经测算被评估企业非经营性资产价值 12.15 万元。

被评估企业的非经营性负债为其他应付款中未参与生产运营的负债评估价值，经测算被评估企业非经营性负债价值 75.22 万元。

上述计算过程详见溢余资产测算表、非经营性资产测算表、非经营性负债测算表。

1.4.8 长期股权投资

截止评估基准日，被评估企业无长期股权投资。

1.4.9 有息负债

截至评估基准日，被评估企业无有息负债。

2、资产基础法

掌视亿通总资产账面价值 17,958.17 万元，评估价值为 17,951.18 万元，增值额-6.99 万元，增值率为-0.04%；总负债账面价值 2,148.76 万元，评估价值 2,148.76 万元，增值额为 0.00 万元，增值率为 0.00%；股东权益(净资产)账面价值 15,809.41 万元，股东权益评估价值为 15,802.42 万元，增值额为-6.99 万元，增值率为-0.04%。

评估结果详见下表：

单位：万元

项	目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
		A	B	C=B-A	D=C/A×100%
1	流动资产	17,867.97	17,867.97	0.00	0.00
2	非流动资产	90.20	90.20	-6.99	-7.75
2-1	固定资产	66.50	59.51	-6.99	-10.51
2-2	递延所得税资产	23.70	23.70	0.00	0.00
3	资产总计	17,958.17	17,951.18	-6.99	-0.04
4	流动负债	2,148.76	2,148.76	0.00	0.00
5	非流动负债				
6	负债合计	2,148.76	2,148.76	0.00	0.00
7	股东全部权益（净资产）	15,809.41	15,802.42	-6.99	-0.04

其评估方法、评估过程具体情况如下：

2.1 评估范围

评估范围为天津掌视亿通信息技术有限公司股东全部权益所涉及的全部资产及负债。具体范围请详见下文。

2.2 评估过程

2.2.1 流动资产

评估范围为掌视亿通申报评估的各项流动资产，包括货币资金、应收账款、预付账款及其他应收款。其评估结果如下：

单位：元

资产项目	账面价值	评估价值	增值额	增值率%
货币资金	94,421,022.31	94,421,022.31	0.00	0.00
应收账款	84,449,311.51	84,449,311.51		
减：坏账准备	947,780.31		-947,780.31	100.00
减：评估风险损失		947,780.31	947,780.31	0.00
应收账款净额	83,501,531.20	83,501,531.20	0.00	0.00
预付账款	635,612.10	635,612.10	0.00	0.00
其他应收款	121,602.08	121,602.08		
减：坏账准备	75.00		-75.00	100.00
减：评估风险损失		75.00	75.00	0.00
其他应收款净额	121,527.08	121,527.08	0.00	0.00
流动资产合计	178,679,692.69	178,679,692.69	0.00	0.00

注：天津掌视亿通信息技术有限公司坏账准备账面值为 947,855.31 元，其中应收账款坏账准备账面值为 947,780.31 元，其他应收款坏账准备为 75.00 元。根据评估行业有关规定，坏账准备评估为零。

2.2.2 机器设备

本次参与评估的是掌视亿通申报的电子设备。其评估结果如下：

单位：元

资产项目	账面原值	账面净值	重置价值	评估价值	增值额	增值率%
电子设备	718,794.37	665,038.07	689,832.67	595,141.00	-69,897.07	-10.51
合计	718,794.37	665,038.07	689,832.67	595,141.00	-69,897.07	-10.51

注：电子设备评估增值-69,897.07 元，增值率为-10.51%，其减值原因是由于被评估企业电子设备未考虑增值税抵扣，而评估价值中考虑了电子设备的增值税抵扣，故评估后有所减值。

2.2.3 递延所得税资产

本次纳入评估范围的是掌视亿通因计提坏账准备与企业适用的所得税税率的乘积所形成的应纳税暂时性差异而确认的递延所得税资产。截止评估基准日 2014 年 3 月 31 日，纳入本次评估范围内的递延所得税资产账面价值 236,963.83 元，评估价值 236,963.83 元，评估增值为 0.00 元，增值率为 0.00%。

2.2.4 负债

评估范围为掌视亿通申报的负债包括应付账款、预收账款、应交税费及其他应付款。其具体结果如下所示：

单位：元

科目名称	账面值	评估价值	增值额	增值率
应付账款	6,214,623.65	6,214,623.65	0.00	0.00
预收账款	9,583.97	9,583.97	0.00	0.00
应交税费	14,511,129.35	14,511,129.35	0.00	0.00
其他应付款	752,246.65	752,246.65	0.00	0.00
合 计	21,487,583.62	21,487,583.62	0.00	0.00

3、评估结果的选取

采用资产基础法确定的股东全部权益价值为 15,802.42 万元，采用收益法确定的股东全部权益价值为 130,525.33 万元，两者相差 114,722.91 万元。

存在差异的主要原因为：资产基础法是在持续经营基础上，以重置各项生产要素为假设前提，根据分项资产的具体情况采用适宜的方法分别评定估算企业各分项资产的价值并累加求和，再扣减相关负债评估价值，得出资产基础法下股东全部权益的评估价值，未考虑特许经营权利、资质许可、掌视亿通的管理能力等

因素对企业股东全部权益价值的影响,且对于各分项资产是否在企业中得到合理和充分利用、组合在一起时是否发挥了其应有的贡献未作充分考虑;收益法是在对企业未来收益预测的基础上计算评估价值的方法,不仅考虑了企业所享受的特许经营权利、资质许可、掌视亿通的管理能力、团队协同作用等对股东全部权益价值的影响,同时还考虑了各分项资产是否在企业中得到合理和充分利用、组合在一起时是否发挥了其应有的贡献等因素对企业股东全部权益价值的影响。虽然收益法评估中的未来收益存在一定的不确定性,但是其评估价值能比较客观全面的反映目前企业的股东全部权益价值。

鉴于以上原因,并结合本次评估目的综合考虑,本次评估决定以收益法评估结果作为目标资产的最终评估结果,即:掌视亿通的股东全部权益价值评估结果为 130,525.33 万元。

(四) 精视文化

1、收益法

本次对精视文化股权价值评估如下所示:

单位: 万元

项目	未来预测数			
	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
一、主营业务收入	14,881.20	22,849.90	28,106.90	28,106.90
减: 主营业务成本	5,495.70	8,569.10	10,276.10	10,276.10
主营业务税金附加	510.00	780.00	960.00	960.00
二、主营业务利润	8,875.50	13,500.80	16,870.80	16,870.80
其他业务利润净额				
减: 营业费用	863.00	1,266.00	1,573.00	1,573.00
管理费用	1,082.00	1,532.50	1,820.35	1,820.35
财务费用	0.00	0.00	0.00	0.00
资产减值损失	111.00	171.00	210.00	210.00
三、营业利润	6,819.50	10,531.30	13,267.45	13,267.45
加: 补贴收入				
营业外收收支净额				
减: 营业外支出				
四、利润总额	6,819.50	10,531.30	13,267.45	13,267.45
所得税税率%	25.00	25.00	25.00	25.00
减: 所得税	2,052.92	2,632.83	3,316.86	3,316.86
五、净利润	4,766.58	7,898.48	9,950.59	9,950.59
加: 折旧及摊销	73.70	92.10	92.10	92.10

项目	未来预测数			
	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
资产减值损失	83.25	128.25	157.50	157.50
减：资本性支出	50.00	50.00	51.20	92.10
运营资金增加	1,667.88	1,676.00	1,957.00	0.00
六、企业自由现金流	3,205.65	6,392.83	8,191.99	10,108.09
折现率	0.1364	0.1364	0.1364	0.1364
折现系数	0.9563	0.8618	0.7651	
企业净现金流现值	3,055.57	5,448.52	6,143.90	55,578.83
经营性资产价值	70,226.81			
加：溢余资产价值	784.40			
非经营性资产负债	657.63			
长期股权投资价值	496.72			
减：有息负债	0.00			
股东全部权益价值	72,165.57			

在评估基准日 2014 年 3 月 31 日，持续经营前提下，上海精视文化传播有限公司总资产账面价值为 9,261.20 万元，总负债账面价值为 1,572.42 万元，净资产账面价值为 7,688.78 万元。评估后的股东全部权益价值（净资产）为 72,165.57 万元，增值额为 64,476.79 万元，增值率为 838.58%。

其对营业收入的敏感性分析如下：

项目	原评估值	收入增长 5%	收入增长 10%	收入减少 5%	收入减少 10%
估值（万元）	72,165.57	77,135.52	82,105.48	67,195.62	62,225.66
增值额（万元）		4,969.95	9,939.91	-4,969.95	-9,939.91
增值率（%）		6.89	13.77	-6.89	-13.77

其对折现率的敏感性分析如下：

标的		基准日折现率	折现率上升 1%	折现率上升 2%	折现率下降 1%	折现率下降 2%
精视文化	估值（万元）	72,165.57	67,169.13	62,818.48	77,961.39	84,762.96
	增值额（万元）		-4,996.44	-9,347.09	5,795.82	12,597.39
	增值率（%）		-6.92	-12.95	8.03	17.46

1.1 收益法评估模型的选取

未来收益折现法采用的基本模型为企业现金流模型，具体计算公式如下：

基本公式	数学表达式
股东全部权益价值 = 企业整体价值 - 付息债务价值	$E = B - D$
其中：企业整体价值计算公式为	$B = P + I + C$

经营性资产价值计算公式为	$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{i+1}}{r(1+r)^n}$
--------------	---

注：B：评估对象的企业整体价值；
P：评估对象的经营性资产价值；
I：评估对象的长期股权投资价值；
C：评估对象的溢余或非经营性资产（负债）净值的价值；

1.2 收益期的确定

从被评估企业的经营现状、发展方向、政府的相关政策来看，均无特殊情况表明难以持续经营。公司自成立以来，一直正常经营且并无经营变更计划，现有经营性资产通过正常的维护、更新，能持续发挥效用。故本次评估收益期确定为永续。

其中，第一阶段为 2014 年—2016 年，预测期为 2 年 9 个月。在此阶段中，根据对被评估企业的历史业绩及未来市场分析，未来收益逐渐趋于稳定；第二阶段为 2017 年后至永续，在此阶段中，被评估企业的收益在 2016 年的基础上保持稳定。

1.3 折现率的确定

本次评估采用加权平均资本成本定价模型，具体计算公式为 $WACC = K_e \times [E \div (D+E)] + K_d \times (1-t) \times [D \div (D+E)]$ ，其中： $K_e = R_{f1} + \beta (E[R_m] - R_{f2}) + \text{Alpha}$ ，关键参数释义、取值原则及具体数值如下：

关键参数释义	取值原则	数值
Rf1：长期国债期望回报率	本次评估采用的数据为评估基准日距到期日十年以上的长期国债的年期到收益率的平均值	4.36%。
β：贝塔系数	根据被评估单位的业务构成，查阅取得每家可比公司在距评估基准日 36 个月期间的采用周指标计算归集的相对与沪深两市（采用沪深 300 指数）的风险系数 β（数据来源：wind 网），并剔除每家可比公司的财务杠杆后（Un-leaved）β 系数，计算其平均值作为被评估企业的剔除财务杠杆后（Un-leaved）的 β 系数，并根据被评估企业的目标财务结构进行调整，确定适用于被评估企业的 β 系数，具体采用的公式为 $\beta = \beta_u \times [1 + (1-t)D/E]$	0.8977
ERP：股权市场超额风险收益率	计算公式为 $E[R_m] - R_{f2}$ ，其中 $E[R_m]$ 是市场期望回报率， R_{f2} 是长期市场预期回报率。目前在我国，通常采用证券市场中的公开资料来研究风险报酬率。具体计算方式如下：（1）市场期望报酬率（ $E[R_m]$ ）的确定：在本次评估中，借助 Wind 资讯的数据系统，采用沪深 300 指数中的成份股投资收益的指标来进行分析，采用几何平均值方法对沪深 300 成份股的投资收益情况进行分析计算。得出各年度平均的市场风险报酬率；（2）确定 1999-2013 各年度的无风险报酬率（ R_{f2} ）：本次评估采用 1999-2013 各年度年末距到期日五年	5.88%

	以上的中长期国债的到期收益率的平均值作为长期市场预期回报率。(3) 按照几何平均方法分别计算 1999 年 12 月 31 日至 2013 年 12 月 31 日期间每年的市场风险溢价, 即 $E[R_m] - R_{f2}$ 。	
Ke: 权益资本成本	根据 $E[Ke] = R_{f1} + \beta \times (E[R_m] - R_{f2}) + \text{Alpha}$ 公式计算	13.64%
t: 适用所得税税率	根据被评估对象适用所得税率进行选取	25%
Alpha: 特别风险溢价	企业特有风险调整系数为根据被评估单位与所选择的对比企业在企业特殊经营环境、企业规模、经营管理、抗风险能力、特殊因素所形成的优劣势等方面的差异进行的调整系数。	4.00%
折现率		13.64%

1.4 预期收益的确定

1.4.1 主营业务收入

公司目前的主营业务基础扎实, 盈利能力较强, 财务状况良好。基于上述因素的考虑, 预计公司的财务状况和盈利能力将保持持续良好的发展趋势。

根据被评估企业提供的财务资料显示, 被评估企业历年的主营业务收入主要为广告发布销售收入, 销售收入按照各分公司及地区分为 7 类, 分别为杭州分公司、成都分公司、太原分公司、石家庄分公司、南京分公司青岛分公司和济南分公司。

1.4.1.1 主营业务收入模型及收入增长的关联性分析

被评估企业主要从事楼宇电梯广告的发布业务, 主营业务收入主要为广告发布销售收入。

①销售收入构成

销售收入构成包括签约合同版位数、平均上刊率、月上刊版位数以及平均版位售价:

$$\begin{aligned}
 \text{销售收入} &= \text{年上刊版位数} \times \text{平均版位售价} \\
 &= (\text{月上刊版位数} \times \text{月份}) \times \text{平均版位售价} \\
 &= (\text{签约合同版位数} \times \text{平均上刊率} \times \text{月份}) \times \text{平均版位售价}
 \end{aligned}$$

②2012-2014.1-3 月广告发布收入情况分析

项目	计算公式	单位	2012 年	2013 年	2014.1-3 月
①签约合同版位数		个/月	56,487	66,321	73,280
②平均上刊率		%	56%	65%	57%

③月上刊版位数	③=①×②	个/月	31,470	43,151	42,115
④年上刊版位数	④=③×月	个/年	377,646	517,810	126,345
⑤平均版位售价		元/个	273.04	250.48	274.44
⑥收入合计（万）	⑥=④×⑤	元	10,311.42	12,970.27	3,467.46

从历史年度看，签约合同版位数、平均上刊率、月上刊版位数以及平均版位售价均呈稳步上升趋势，被评估企业 2013 年营业收入 1.3 亿元，较上年 2012 年 1.03 亿增长 26%。收入增长主要源自于：

- （1）签约合同版位数 2013 年较上年 2012 年增长 17%。
- （2）平均上刊率 2013 年较上年 2012 年增长 17%。
- （3）月上刊版位数 2013 年较上年 2012 年增长 37%。
- （4）平均版位售价 2013 年较上年 2012 年下降 8%。

其中：2012 年版位售价虚高原因是，部分区域如南京公司 2012 年进行了版位精简整合，导致当年版位资源减少，平均单价较 2011 年上升，2013 年后趋于正常。2014 年第 1 季度上刊率下降主要原因为受广告媒体销售季节性影响，广告发布也存在季节性，全年销售分布按季度为：18-24-29-29 占比。每年 9-10 月中秋、国庆节和 12-1 月春节前为广告发布旺季，2-3 月为全年最淡。2014 年 1 季度同比是增长的。

1.4.1.2 未来收入增长分析

受楼宇电梯平面广告快速增长，以及被评估企业历史年度财务数据，预计公司未来的财务状况和盈利能力将保持持续良好的发展趋势。

经过和公司管理层以及财务、销售经理访谈，被评估企业未来年度的销售收入增长包括两大块：

A、各分公司本地客户销售收入将持续稳定增长。

2013 年 10 月精视通过对 8 个城市 7 个分公司的资源和业务整合，将原有松散型业务城市联盟整合合并为一家法人公司，共享了资源，加强的管理和团队协作效应，预计未来年度本地客户销售收入将持续稳定增长，2016 年后趋于稳定。

B、国际 4A 广告销售收入大幅增长。

公司未来发展战略是通过各地业务整合联网后，能积极获取全国性广告客户，争取国际 4A 广告发布业务订单，显著提升公司的利润。预计 2014 年会有一个较大快速增长，2015 年后未来增长趋势会逐渐放缓，2016 年后趋于稳定。

1.4.1.3 主营业务收入预测

经分析测算，对被评估企业未来销售收入预测如下：

（1）杭州分公司收入预测

截止 2014 年 3 月 31 日，杭州分公司签约合同版位数平均每月 13292 个/月，平均上刊率 53.89%，月上刊版位数 7163 个，年上刊版位数 21489 个，平均版位售价 430 元。

2014 年—2016 年预测签约合同版位数在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年—2016 年预测平均上刊率在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年预测版位售价采用 2012-2013 年平均数，2015—2016 年在此基础上分别按照 2%，2%预测，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

（2）成都分公司收入预测

截止 2014 年 3 月 31 日，成都分公司签约合同版位数平均每月 22246 个/月，平均上刊率 53.36%，月上刊版位数 11870 个，年上刊版位数 35611 个，平均版位售价 241 元。

2014 年—2016 年预测签约合同版位数在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年—2016 年预测平均上刊率在 2013 年基础上分别按照 5%，5%，5%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年预测版位售价采用 2012-2013 年平均数，2015—2016 年在此基础上分别按照 2%，2%预测，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

（3）太原分公司收入预测

截止 2014 年 3 月 31 日，太原分公司签约合同版位数平均每月 12022 个/月，平均上刊率 67.71%，月上刊版位数 8140 个，年上刊版位数 24420 个，平均版位售价 226 元。

2014 年—2016 年预测签约合同版位数在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年—2016 年预测平均上刊率在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年预测版位售价采用 2012-2013 年平均数，2015—2016 年在此基础上分别按照 2%，2%预测，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

（4）石家庄分公司收入预测

截止 2014 年 3 月 31 日，石家庄分公司签约合同版位数平均每月 4633 个/月，平均上刊率 55.66%，月上刊版位数 2579 个，年上刊版位数 7736 个，平均版位售价 275 元。

2014 年—2016 年预测签约合同版位数在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年—2016 年预测平均上刊率在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年预测版位售价采用 2012-2013 年平均数，2015—2016 年在此基础上分别按照 2%，2%预测，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

（5）南京分公司收入预测

截止 2014 年 3 月 31 日，南京分公司签约合同版位数平均每月 11397 个/月，平均上刊率 53.16%，月上刊版位数 6059 个，年上刊版位数 18176 个，平均版位售价 245 元。

2014 年—2016 年预测签约合同版位数在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年—2016 年预测平均上刊率在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年预测版位售价采用 2012-2013 年平均数，2015—2016 年在此基础上分别按照 2%，2%预测，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

（6）青岛分公司收入预测

截止 2014 年 3 月 31 日，青岛分公司签约合同版位数平均每月 4137 个/月，平均上刊率 77.25%，月上刊版位数 3196 个，年上刊版位数 9587 个，平均版位售价 202 元。

2014 年—2016 年预测签约合同版位数在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年—2016 年预测平均上刊率在 2013 年基础上分别按照 2%，2%，2%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年预测版位售价采用 2012-2013 年平均数，2015—2016 年在此基础上分别按照 2%，2%预测，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

（7）济南分公司收入预测

截止 2014 年 3 月 31 日，济南分公司签约合同版位数平均每月 5553 个/月，平均上刊率 55.97%，月上刊版位数 3108 个，年上刊版位数 9324 个，平均版位售价 299 元。

2014 年—2016 年预测签约合同版位数在 2013 年基础上分别按照 10%，10%，10%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年—2016 年预测平均上刊率在 2013 年基础上分别按照 3%，3%，3%增长，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

2014 年预测版位售价采用 2012-2013 年平均数，2015—2016 年在此基础上分别按照 2%，2%预测，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

（8）国际 4A 广告发布销售收入预测

2013 年 10 月精视通过对 8 个城市 7 个分公司的资源和业务整合，将原有松散型业务城市联盟整合合并为一家法人公司，共享了资源，加强的管理和团队协同效应。通过各地业务整合联网后，能积极获取全国性广告客户，争取国际 4A 广告发布业务订单，显著提升公司的利润。预计 2014 年至 2016 年会有一个稳定快速增长，2017 年后趋于稳定。

经分析，在各分公司资源签约合同版位数不变的情况下，国际 4A 广告发布业务的销售收入只增加平均上刊率和上刊版位数。经预测，2014.4 月—2016 年合并各分公司签约合同版位数分别为 72953 个、80248 个、88273 个，2014 年—2016 年预测平均上刊率分别按照 10%，10%，12%，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

版位售价按照 2014 年公司发布的全国联网对外刊例价 528 元 7 折 369.90 元预测计算，2015—2016 年预测版位售价按照 2%递增，2017 年以后基本达到稳定，保持不变。

综上分析，销售收入预测结果如下：

2014.4—2017 年销售收入预测情况

（单位：万元）

类 别	2014.4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及永续
杭州分公司收入	3537.20	5507.40	6797.30	6797.30
成都分公司收入	3377.70	4992.50	5881.60	5881.60
太原分公司收入	1437.10	2454.90	3029.90	3029.90
石家庄分公司收入	472.80	845.70	1043.70	1043.70
南京分公司收入	1772.30	2736.40	3377.20	3377.20
青岛分公司收入	702.40	1025.90	1174.10	1174.10
济南分公司收入	1154.70	1657.10	1915.10	1915.10
国际 4A 广告发布收入	2427.00	3630.00	4888.00	4888.00
合 计	14881.20	22849.90	28106.90	28106.90

1.4.2 主营业务成本

根据被评估企业提供的财务资料显示,被评估企业历年的主营业务成本主要为因发布广告产生的直接成本和间接成本,主要包括:版位租金成本、外购版位成本、开发人员工资及补贴、安装维护成本、印刷设计费、折旧、招待费及办公费等杂费等。

1.4.2.1 电梯平面广告行业成本及毛利率

由于上游楼宇物业分散,不具备强势议价能力,并且框架 1.0 本身制作成本较低,在达到一定规模之后,电梯平面广告的毛利率一般在 60%左右。

经统计分析,目前与被评估企业业务类型最相似的分众传媒毛利率统计如下表:

表 1.2008-2012 分众传媒各项业务毛利率 (%)

	2008	2009	2010	2011	2012
商业楼宇联播网	67.10%	63.40%	77.32%	84.81%	75.70%
卖场终端	-1.84%	20.35%	37.97%	58.43%	58.48%
电梯平面	59.24%	3.60%	30.69%	54.44%	60.97%
电影院广告	36.16%	25.15%	23.47%	72.76%	57.39%
户外大屏	24.68%	23.38%	20.78%	34.54%	-8.10%

来源: 分众传媒 2012 年年报

从表 1 中看,分众传媒电梯平面广告业务的毛利率近年来持续上升,2012

年已经达到 61%，超过经济危机前 59%的水平。

1.4.2.2 国内 A 股可比上市公司类似广告业务的毛利率如下：

①粤传媒（股票代码 002181）

2011-2013 年广告业务毛利率分别为 75.58%、57.44%和 61.45%。

2013 年报

	主营收入 (万元)	收入比例	主营成本 (万元)	成本比例	利润比例	毛利率
广告业务	96797.77	57.93%	37315.03	37.32%	88.63%	61.45%
发行业务	37656.16	22.54%	39838.74	39.84%	0.00%	-5.80%
印刷业收入	21661.47	12.96%	19686.40	19.69%	2.94%	9.12%
旅店服务业	758.16	0.45%	404.65	0.40%	0.53%	46.63%
图书音像销售	1102.77	0.66%	770.65	0.77%	0.49%	30.12%
网络服务	3256.76	1.95%	482.43	0.48%	4.13%	85.19%
其他	311.20	0.19%	310.04	0.31%	0.00%	0.37%
合计	161544.28	96.67%	98807.95	98.82%	93.48%	38.84%

2012 年报

	主营收入 (万元)	收入比例	主营成本 (万元)	成本比例	利润比例	毛利率
广告业务	117193.70	62.31%	49877.38	41.78%	97.98%	57.44%
发行业务	39972.70	21.25%	46621.51	39.06%	0.00%	-16.63%
印刷业务	22277.01	11.84%	20642.33	17.29%	2.38%	7.34%
旅店服务业	312.47	0.17%	87.78	0.07%	0.33%	71.91%
图书音像销售	995.41	0.53%	614.84	0.52%	0.55%	38.23%
网络服务	3056.53	1.63%	665.18	0.56%	3.48%	78.24%
其他	144.51	0.08%	106.26	0.09%	0.06%	26.46%
合计	183952.32	97.81%	118615.28	99.37%	95.10%	35.52%

2011 年报

	主营收入 (万元)	收入比例	主营成本 (万元)	成本比例	利润比例	毛利率
印刷	28674.73	86.21%	26598.80	95.48%	38.44%	7.24%
广告	2732.09	8.21%	667.30	2.40%	38.23%	75.58%
旅店服务业	292.53	0.88%	84.39	0.30%	3.85%	71.96%
图书音像销售等	566.89	1.70%	303.04	1.09%	4.89%	46.54%
合计	32266.24	97.01%	27653.53	99.26%	85.41%	14.29%

②北巴传媒（股票代码 600386）

2011-2013 年广告业务毛利率分别为 78.84%、78.55%和 79.13%。

2013 年报

	主营收入 (万元)	收入比例	主营成本 (万元)	成本比例	利润比例	毛利率
广告传媒业务	51115.55	16.46%	10667.52	4.54%	53.32%	79.13%
汽车服务业务	252373.60	81.26%	220002.94	93.72%	42.67%	12.83%
合计	303489.15	97.71%	230670.47	98.27%	95.99%	23.99%

2012 年报

	主营收入 (万元)	收入比例	主营成本 (万元)	成本比例	利润比例	毛利率
公交媒体	50809.14	17.21%	10898.21	4.94%	53.47%	78.55%
汽车销售及服务	238266.04	80.70%	206401.76	93.57%	42.69%	13.37%
合计	289075.18	97.91%	217299.97	98.51%	96.16%	24.83%

2011 年报

	主营收入 (万元)	收入比例	主营成本 (万元)	成本比例	利润比例	毛利率
公交媒体	53342.02	22.00%	11287.58	6.52%	60.78%	78.84%
汽车服务	184042.18	75.92%	159484.68	92.06%	35.49%	13.34%

通过以上分析,国内 A 股可比上市公司广告业务板块平均毛利率在 60%-80% 之间。

1.4.2.3 被评估企业毛利率情况分析

2012-2014.1-3 月主营业务成本情况

序号	项目	2012 年	2013 年	2014 年 1-3 月
1	版位资源成本	3,046.18	3,586.73	1,023.94
2	外购成本	275.05	326.61	100.19
3	开发人员工资及补贴	410.10	545.22	191.13
4	安装维护成本	130.03	160.01	129.04
5	印刷设计费	151.92	180.97	164.83
6	折旧	41.14	40.87	15.51
7	招待费	23.57	45.00	25.55
8	办公费等其他成本	22.12	26.99	43.60
	成本合计	4,100.12	4,912.40	1,693.78
	平均毛利率	60.24%	62.13%	51.15%

通过上表可以看出,被评估企业历史年度 2012-2013 年的平均毛利率为 61.18%。2014 年 1-3 月毛利率 51.15%,主要受季节性影响,全年销售分布比例为: 18-24-29-29 占比。

其中版位资源成本：

2012-2014.1-3 月版位资源成本情况

项目	计算公式	单位	2012 年	2013 年	2014.1-3 月
①签约合同版位数		个/月	56487	66321	73280
②年版位数	②=①×月	个/月	677,843	795,846	219,838
③平均版位租金		元/个	44.94	45.07	47.60
④成本合计	④=②×③	万元	3,046.18	3,586.73	1,046.32

版位租金 = 年版位数 × 平均版位租金

= (签约合同版位数 × 月份) × 平均版位租金

①截至 2014 年 3 月，公司共有版位数量 73280 个（其中含数字媒体 3.0 每个屏幕按 10 个版位计算）。版位数量最多的城市分别为成都、杭州、太原，各有版位 22246 个、13292 个、12022 个，这三个城市的版位数量总和占到全公司版位数量总数的 65%。从媒体资源的市场份额占比来看，精视传媒的大部分分公司在当地的版位数量仅次于分众传媒，甚至在某些城市的版位数量已经超过了分众。例如石家庄分公司的媒体资源市场占有率高达 50%，分众仅为 40%。

②版位售价、租赁成本、边际利润

截至 2014 年 3 月，平均版位月销售价格最高的为杭州分公司，平均每块上刊版位的售价在 430 元/版位/月，平均版位月销售价格最低的为青岛分公司，平均每块上刊版位的售价在 202 元/版位/月。大部分分公司平均每块版面月租赁成本在 35-45 元之间，最低的石家庄分公司为 25 元/版位/月，最高的杭州分公司为 93 元/版位/月。由此可以计算出，大部分分公司的上刊版位边际利润率在 70-90% 左右。

因为公司目前的模式是从大量物业或者业委会处租得广告位（73280 个），然后出售给大量本地客户：房地产、理财、服务业等等。所以上游和下游都相对分散，公司的 2013 年前十大客户占总销售额的比重整体大约 9.7%。物业租赁的到期续约率有 98%。所以，除非行业整体发生明显下滑，否则公司的整体业绩波动不会很明显。

在此基础上，公司的战略就是各地联网后，逐步争取全国性广告客户，如 4A 公司的广告订单。因为公司的资源成本是既定的，所以如果全国性广告业务有所成效，将显著提升公司的利润。

③版位分布

公司的媒体资源主要分布在写字楼与住宅两类楼宇中，地区上则以中心城区为主。以杭州为例，杭州分公司 58.64%的版位在住宅楼中，36.49%的版位在写字楼中。滨江、下城、上城、西湖、拱墅、江干六个中心城区的版位数量占到版位总数的 94.95%，非中心城区仅占到 5.05%。

表 2.杭州分公司版位分布

按楼宇类型		按地区	
商务社区	4.80%	中心城区	94.95%
酒店式公寓	0.00%	非中心城区	5.05%
酒店	0.07%		
写字楼	36.49%		
住宅	58.64%		

数据来源：杭州分公司客服部

1.4.2.4 未来年度成本预测

从楼宇广告行业、可比上市公司以及被评估企业历史年度看毛利水平看，公司的主营业务盈利能力较强，财务状况良好。基于上述因素的考虑，预计公司的财务状况和盈利能力将保持持续良好的发展趋势。

1)直接成本的预测

直接成本包括版位租金和外购成本。

①版位租金 = 年版位数×平均版位租金

=（签约合同版位数×月份）×平均版位租金

签约合同版位数预测按照各分公司收入预测的版位保持一致。

平均版位租金根据各分公司当地行业平均版位租金水平适当考虑成本物价上涨因素一定幅度增加。

②外购成本

外购成本指本公司广告发布业务需要在公司之外的城市发布时，购买的当地版位支付的成本。按照历史年度外购成本一定增加额进行预测。

2) 间接成本预测

①开发人员工资及补贴

成本中的人员工资指开发人员的工资及补贴，随着收入和业务的不断增加，开发人员的人数也会相应增加，对于人工工资的预测，主要根据人事劳资部门和财务部门对未来企业发展考虑的人员增加以及未来工资水平增长综合确定，未来工资增长水平根据当地近几年平均工资增长水平以及企业对员工薪酬计划分析确定

②安装维护成本

安装维护成本包括广告发布上画成本及后续维修成本，对于固定资产的折旧详见折旧费和摊销的预测。其成本变化随主营业务收入增加存在一个较固定的百分比，故对该类成本按历史年度占主营业务收入的平均比例预测。

③印刷设计费

印刷设计费包括广告发布前广告画刊印刷成本。其成本变化随主营业务收入增加存在一个较固定的百分比，故对该类成本按历史年度占主营业务收入的平均比例预测。

④折旧

成本中的折旧费指分摊到成本中的固定资产计提的折旧，详见“折旧及摊销预测”。

⑤招待费及办公费其他费用预测

招待费及办公费其他费用，根据历史年度的支出情况及未来支出计划进行测算，按照该成本按历史年度占主营业务收入的平均比例预测。

综上所述，预测期各年主营业务成本如下表：

2014.4—2018 年主营业务成本预测情况

（单位：万元）

类 别	2014.4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及永续
版位资源成本	3,688.00	5,729.00	6,932.00	6,932.00
外购成本	130.00	500.00	600.00	600.00
开发人员工资及补贴	709.00	872.00	959.00	959.00
安装维护成本	428.00	658.00	809.00	809.00
印刷设计费	364.00	559.00	688.00	688.00
折旧	73.70	92.10	92.10	92.10

招待费	87.00	134.00	165.00	165.00
办公费等其他成本	16.00	25.00	31.00	31.00
合 计	5,495.70	8,569.10	10,276.10	10,276.10
平均毛利率	63.07%	62.50%	63.44%	63.44%

通过上述收入和成本的预测，预测期的毛利率在 60%-64%之间，与行业以及企业实际毛利率相吻合，受未来市场竞争加剧并呈逐渐下降趋势。

1.4.3 产品销售税金及附加

主营业务税金及附加主要包括增值税、及与增值税相关的城建税、教育费附加、文化事业税和地方教育附加，分别按 6%、7%、3%、3%和 2%交纳。通过对企业财务经理的访谈，并参考以前年度数据，未来预测期主营业务税金及附加按历史年度税金发生额占销售收入平均比预测。具体预测数据如下：

（单位：万元）

类 别	2014.4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及永续
城建税	37.00	55.00	68.00	68.00
教育费附加	16.00	24.00	29.00	29.00
文化事业税	446.00	685.00	843.00	843.00
地方教育附加	11.00	16.00	20.00	20.00
合 计	510.00	780.00	960.00	960.00

1.4.4、期间费用的预测

期间费用包括营业费用、管理费用和财务费用。主要包括销售和管理人员工资及补贴、办公费、差旅费、业务招待费、汽车费、社会保险费、折旧费、租赁费、物业管理费、教育经费、工会经费、会议费、劳务费等项目。

（1）历史年度费用变化

被评估企业历年年度营业费用和管理费用占主营业务收入的比例波动不大，2012-2013 年期间被评估企业营业费用和管理费用占主营业务收入的比例均保持在相对稳定的水平。通过调查发现，历史年度销售费用和管理费用逐年增加，主要原因是随着业务规模扩大，人员增加以及正常费用开支增加所致。销售费用、管理费用剔除非常因素后，占主营业务收入的比例在 7%-8%左右水平。

（2）未来费用的预测

对于未来年度管理费用的预测,我们首先根据历史年度的费用明细及其变动趋势进行分类,区分出与收入相关明细项目和与收入无关明细项目。因达到稳定经营的企业部分管理费用与收入相关且与主营业务收入存在一个较固定的百分比,故对该类费用按历史年度管理费用占主营业务收入的平均比例、结合企业的规划和实际情况预测;对于与收入无关的项目,通过分析历史年度费用发生情况结合企业规划来确定。

①人员工资

管理费用中的人员工资指管理人员的工资及补贴,对于人工工资的预测,主要根据人事劳资部门和财务部门对未来企业发展考虑的人员增加以及未来工资水平增长综合确定,未来工资增长水平根据当地近几年平均工资增长水平以及企业对员工薪酬计划分析确定。

②各项社会保险及按标准计提的费用

包括养老保险、医疗保险、失业保险、住房公积金等,各项保险按照当地劳动和社会保障局有关规定,同时参考企业历史年度水平,按人工成本的一定比例进行测算。

③租赁费

管理费用中的租赁费指公司及下属各分公司经营租赁办公场所发生的租金,在租赁期内的按照各公司与第三方签署的租赁合同执行,租赁期满后续签价格同时参考当地租金市场价格,未来年度适当增长进行预测。

④折旧费

管理费用中的折旧费指管理用固定资产计提的折旧,详见“折旧及摊销预测”。

⑤办公费、差旅费、业务招待费、劳务费

根据历史年度收入与差旅费、业务招待费、劳务费的比例关系进行测算。

⑥其他管理费用

包括办公费、汽车费、中介费、税金、会务费、物业管理费、教育经费、工会经费等,按照企业预算数,每年固定增加一定金额预测。

财务费用:本次评估采用的收益类型为企业全部资本所产生的自由现金流,自由现金流量为债务支付前的现金流量,它不受企业运用负债数额大小的影响,因此本次不预测财务费用。

综上所述，期间费用预测如下：

（单位：万元）

类 别	2014.4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及永续
营业费用	863.00	1,266.00	1,573.00	1,573.00
管理费用	1,082.00	1,532.50	1,820.35	1,820.35
财务费用	0.00	0.00	0.00	0.00
合 计	1,945.00	2,798.50	3,393.35	3,393.35

1.4.5 资产减值损失

资产减值损失主要核算内容为：应收账款计提坏账准备和其他应收款计提坏账准备。经和财务经理沟通，坏账准备按照应收账款和其他应收款期末余额，按照账龄分析法计提。由于坏账准备每年持续发生，本次评估预测按照历史年度坏账准备占应收款项的平均比例预测。

（单位：万元）

类 别	2014.4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及永续
坏账准备	111.00	171.00	210.00	210.00
合 计	111.00	171.00	210.00	210.00

1.4.6 营业外收支净额

营业外收支主要核算内容包括：财政补贴收入、税收返还收入、其他收入、赔偿金、违约罚款支出、处理固定资产净收益/净损失及其他支出等等。被评估企业注册地为上海市崇明工业园区，享受当地政府部门和税务部门一些专项补贴或税收返还。经和财务经理沟通，这些收入和支出带有很大偶然性，为不可预知收支，且金额相对较小，因此本次评估不做预测。

1.4.7 企业所得税的预测

被评估企业注册在上海崇明工业园区，企业所得税享受当地优惠政策，按照核定征收方式征收，所得税税率为收入总额的 2.5%。公司分别于 2012 年 4 月 10 日、2013 年 4 月 19 日取得主管税务机关对 2012 年度、2013 年度企业所得税按照核定征收方式征收的审核批准。本报告期内的 2014 年 1-3 月报表按照核定征收方式计算企业所得税。

子公司（精视广告公司）报告期内企业所得税适用税率为 25%。

企业所得税按照 2.5%核定征收方式，在未来可持续性不确定，经和公司管理层协商，被评估企业所得税在预测期按照 25%税率预测企业所得税。

1.4.8 折旧与摊销的预测

1.4.8.1 折旧费的预测

折旧费由基准日存量资产的折旧费和基准日后增量资产的折旧费组成。其中存量资产的折旧水平根据公司 2012 年—2014 年 1-3 月电子设备及车辆的综合折旧率分别为 19%、19%，基准日后增量资产计算公式为：

本期固定资产原值=本期(存量资产)原值+本期(增量资产)原值

当期折旧=(固定资产原值期初数+本期增加的固定资产原值)×折旧率

企业未来年度的资本性支出均是当年见效，预测期折旧按照每年完成的投资额暂估结转固定资产金额计提，其折旧率主要根据企业会计准则中的折旧计提办法来计算。

折旧费具体预测数据如下：

(单位：万元)

项 目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及永续
一、电子设备	61.90	79.50	79.50	10.50
二、运输设备	0.40	0.60	0.60	0.60
三、更新固定资产				
四、新增固定资产	9.50	9.50	9.50	9.50
合 计	71.80	89.60	90.00	91.70

1.4.8.2 摊销费用的预测

被评估企业摊销费用主要包括：无形资产-软件的摊销，预测期摊销按照历史年度发生的原始投资额除以剩余受益期限摊销。

摊销费具体预测数据如下：

(单位：万元)

项 目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年
一、软件	1.90	2.50	2.10	0.40

合 计	1.90	2.50	2.10	0.40
-----	------	------	------	------

1.4.9、资本性支出的预测

对于资产性支出，主要分增量资产的资本性支出和存量资产的资本性支出。

1.对于增量资产的资本性支出主要根据被评估企业正在实施的或已经明确的未来投资计划来确定，经和公司管理层沟通，增量固定资产支出每年约在 50 万左右。

2.对于存量资产的资本性支出主要根据被评估企业现有固定资产规模及使用状态，支付正常的维修费及更新、改造支出。通过查实相关资料并现场勘察后，经评估人员与企业设备处、财务部长的访谈，预测期内资本性支出具体预测数据如下：

（单位：万元）

项 目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及永续
一、更新投资				79.50
电子及运输设备				0.60
软件				2.50
二、新增投资				
电子及运输设备	50.00	50.00	50.00	9.50
软件			1.20	
合 计	50.00	50.00	51.20	92.10

1.4.10 营运资金的预测

1.4.10.1 营运资金定义

营运资金的变化是现金流的组成部分，“营运资本”是指正常经营所需“流动资产”（不包括超额占用资金）和“无息流动负债”的差额。

营运资金=经营性流动资产—经营性流动负债

其中，营运资金增加=当年度需要的营运资金—上年度需要的营运资金

营运资金的追加是指随着公司经营活动的变化，因提供商业信用而占用的资金以及正常经营所需保持的现金、存货等，营运资金的变化一般与营业收入的变化具有相关性。

1.4.10.2 扩大广告媒介业务规模与补充营运资金的关系

广告媒介发布业务对资金的需求较为明显，主要体现在以下两方面：首先，公司在执行户外广告资源采购时，往往需要预付资金。随着公司全国性媒介资源采购规模的扩大，需要预付的资金规模相应增加；其次，公司在执行媒介发布业务时，一般综合考虑与客户合作周期、客户资信情况、广告投放额等情况，给予客户一定的账期。随着公司客户群体的增大和单体规模的扩大，公司需为客户垫付的广告款规模也越来越大；再次，随着公司媒介业务结构的不断升级、媒介策略服务比例不断提高和规模的快速扩张，公司对于高端媒介人才的需求日益增强，公司亦需要补充流动资金，增加对人才的招聘以支撑媒介代理业务的发展。

1.4.10.3 营运资金的预测

精视文化公司属于国内电梯广告行业规模较大的企业，拥有一定的知名度和市场占有率，故经营收入较有保障，同时由于企业对销售回款的控制较严，大额应收款项账期 2 个月，营运资金主要体现在公司生产所需的现金及应收款上，为保障公司的正常运营，结合企业的经营状况并和企业财务经理现场沟通，对 2014 年 3 月 31 基准日营运资金进行了调整，经调整剔除溢余现金、其他非正常往来款项，被评估企业经调整后的运营资金占主营收入的比例为 37%，本次评估以上述指标作为预测期测算运营资金追加的指标。经测算营运资金和以后年度需要追加的营运资金情况如下表：

（单位：万元）

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及永续
运营资金	6,832.00	8,508.00	10,465.00	10,465.00
运营资金增加	1,667.88	1,676.00	1,957.00	0.00

1.4.11 永续资本性支出和永续折旧及摊销

永续年度折旧及摊销是结合目前企业资产的折旧政策并考虑各类资产折旧年限到期后的更新折旧和摊销。经测算，永续年度折旧及摊销合计为 92.10 万元。永续年度资本性支出主要是确保企业能够正常的稳定的持久的运营下去，结合目前企业资产的状况并考虑各类资产的更新支出等于永续年度折旧及摊销为 92.10 万元。

1.4.12 溢余资产、非经营性资产及负债

截至评估基准日，被评估企业的溢余资产为账面货币资金减去预测期一个月的付现成本，经计算为 784.40 万元。

被评估企业的非经营性资产为递延所得税资产，经测算为 657.63 万元。

1.4.13 长期股权投资

长期股权投资是指对芜湖星望股权投资中心的投资，账面价值为 5,000,000.00 元，持股比例 2.42%。

截止评估基准日，被投资企业总资产账面价值 205,376,215.15 元，负债账面价值 121,525.35 元，净资产账面价值 205,254,689.80 元。根据长期投资单位的净资产及出资比例计算确定该项投资的评估值为 4,967,163.49 元。

$$\begin{aligned}\text{评估值} &= 205,254,689.80 \times 2.42\% \\ &= 4,967,163.49 \text{ (元)}\end{aligned}$$

1.4.14、有息负债

截至评估基准日，被评估企业有息负债为 0 元。

2、资产基础法

经资产基础法评估，上海精视文化传播有限公司总资产账面价值为 9,261.20 万元，评估价值为 10,803.01 万元，增值额为 1,541.81 万元，增值率为 16.65%；总负债账面价值 1,572.42 万元，评估价值为 1,572.42 万元，增值额为 0.00 万元，增值率为 0.00%；净资产账面价值 7,688.78 万元，股东全部权益评估价值（净资产）为 9,230.59 万元，增值额为 1,541.81 万元，增值率为 20.05%。评估结果详见下列评估结果汇总表：

单位：人民币万元

项 目		账面价值	评估价值	评估增值	增值率%
		A	C	D=C-A	E=(C-A)/A*100%
流动资产	1	7,840.62	7,840.62	0.00	0.00
非流动资产	2	1,420.58	2,962.39	1,541.81	108.53
其中：长期股权投资	3	500.00	496.72	-3.28	-0.66
固定资产	4	256.73	272.81	16.08	6.26
无形资产	5	6.49	1,535.50	1,529.01	23,559.48
递延所得税资产	6	657.37	657.37	0.00	0.00
资产总计	7	9,261.20	10,803.01	1,541.81	16.65
流动负债	8	1,572.42	1,572.42	0.00	0.00
负债总计	9	1,572.42	1,572.42	0.00	0.00
净资产（股东全部权益）	10	7,688.78	9,230.59	1,541.81	20.05

其评估方法、评估过程具体情况如下：

2.1 评估范围

评估范围为精视文化（含全资子公司上海精视文化传播有限公司）申报的全部资产及负债。具体范围请详见下文。

2.2 评估过程

2.2.1 流动资产

评估范围为上海精视文化传播有限公司（含全资子公司上海精视文化传播有限公司）申报评估的各项流动资产，包括货币资金、应收账款、预付款项、其他应收款和存货。其评估结果如下：

单位：元

资产项目	账面价值	评估价值	增值额	增值率%
货币资金	23,744,031.17	23,744,031.17	0.00	0.00
应收账款	46,601,084.23	46,601,084.23	0.00	0.00
减：坏账准备	3,230,784.71		-3,230,784.71	-100.00
减：评估风险损失		3,230,784.71	3,230,784.71	
应收账款净额	43,370,299.52	43,370,299.52	0.00	0.00
预付账款	10,003,933.91	10,003,933.91	0.00	0.00
其他应收款	1,294,107.36	1,294,107.36		
减：坏账准备	60,420.07		-60,420.07	-100.00
减：评估风险损失		60,420.07	60,420.07	
其他应收款净额	1,233,687.29	1,233,687.29	0.00	0.00
	54,233.35	54,233.35	0.00	0.00
流动资产合计	78,406,185.24	78,406,185.24	0.00	0.00

注：上海精视文化传播有限公司坏账准备账面值为 3,291,204.78 元，其中应收账款坏账准备 3,230,784.71 元、其他应收款坏账准备 60,420.07 元。已对应收账款及其他应收款以账面余额扣除评估风险损失金额后确定评估值，故坏账准备评估为零。

2.2.2 长期股权投资

评估范围为上海精视文化传播有限公司对芜湖星望股权投资中心的投资，账面价值为 5,000,000.00 元，持股比例 2.42%。在具体评估中，主要以其提供的资产评估申报表为准。其评估结果如下：

单位：元

序号	被投资单位名称	帐面价值	评估价值	增值额	增值率%
1	芜湖星望股权投资中心	5,000,000.00	4,967,163.49	-32,836.51	-0.66
	合 计	5,000,000.00	4,967,163.49	-32,836.51	-0.66

注：此次评估范围的长期股权投资账面值 5,000,000.00 元，评估值 4,967,163.49 元，评估增值额为-32,836.51 元，增值率为-0.66%。减值的主要原因是：被投资单位处于前期投入阶段，投资项目尚未产生经济收益，致使评估后有所减值。

2.2.3 机器设备

评估范围为上海精视文化传播有限公司申报的电子设备。其评估结果如下：

单位：元

资产项目	账面原值	账面净值	评估原值	评估净值	增值额	增值率%
文化电子设备	2,015,960.23	563,076.83	1,183,400.00	715,373.60	152,296.77	27.05
广告车辆	30,726.26	28,293.76	30,490.00	25,307.00	-2,986.76	-10.56
广告电子设备	2,168,437.92	1,975,921.90	3,001,570.00	1,987,386.20	11,464.30	0.58
合计	4,215,124.41	2,567,292.49	4,215,460.00	2,728,066.80	160,774.31	6.26

注：1、精视文化电子设备增值 152,296.77 元，增值率 27.05%，增值原因为：由于电子设备的现价较购置价有一定幅度的下降，致使电子设备重置价值有所减少，另外电子设备计提折旧年限短于评估时考虑的经济寿命年限，致使评估后增值。

2、精视广告委托评估的设备评估增值 8,477.54 元，增值率为 0.08%。增值原因为：

(1) 车辆评估后增值额-2,986.76 元，增值率-10.56%，评估减值的主要原因是：车辆购置价较现价有所下降，致使评估后减值。

(2) 电子设备评估后增值额 11,464.30 元，增值率 0.58%。评估增值的主要原因是：① 电子设备的账面价值为转让时已计提折旧后的账面净值，较重置价值有所下降，致使评估后增值；② 电子设备计提折旧年限短于评估时考虑的经济寿命年限，致使评估后增值。

2.2.4 无形资产——商标资产

评估范围为上海精视文化传播有限公司申报的截止评估基准日 2014 年 3 月 31 日与本次评估目的相关的无形资产——商标权。其评估结果如下：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及永续
净利润	4,766.58	7,898.48	9,950.59	9,950.59
无形资产分成率%	0.33	0.33	0.33	0.33
无形资产带来的净利润	1,572.97	2,606.50	3,283.69	3,283.69
商标在无形资产中贡献	0.08	0.08	0.08	0.08
无形资产带来的净利润	125.84	208.52	262.70	262.70
折现率	0.1736	0.1736	0.1736	
折现期	0.38	1.25	2.25	
折现系数	0.9417	0.8187	0.6976	4.0182
分成额现值	118.51	170.71	183.25	1,055.56
现值合计	1,528.00			

注：评估增值 1,528.00 万元，增值原因是企业申报的商标资产取得时发生的注册费、代理费一次计入成本费用，没有账面值，本次评估运用收益法评估商标的价值形成了增值。

2.2.5 其他无形资产——软件

评估范围为上海精视文化传播有限公司外购的金蝶财务软件 1 套。截止评估

基准日 2014 年 3 月 31 日，此次评估范围内的其他无形资产-软件账面价值 64,851.09 元，评估价值 75,000.00 元，评估增值 10,148.91 元，增值率为 15.65%。增值的主要原因是企业外购软件账面价值为摊余价值，而评估值为评估基准日市场价。

2.2.6 递延所得税资产

本次纳入评估范围的递延所得税资产账面价值 6,573,650.95 元，为上海精视文化传播有限公司子公司—上海精视广告传播有限公司因可抵扣暂时性差异与未来期间被评估企业适用的所得税税率的乘积所形成的应纳税暂时性差异而确认的递延所得税资产。评估时，由于可抵扣暂时性差异影响的所得税费用均可以在期后随着账务处理的变化进行转回，故以核实后的账面值确定其评估值。

截止评估基准日 2014 年 3 月 31 日，纳入本次评估范围内的递延所得税资产账面值 6,573,650.95 元，评估值 6,573,650.95 元，评估增值 0.00 元，增值率 0.00%。

2.2.7 负债

评估范围为上海精视文化传播有限公司申报的应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费及其他应付款。其具体结果如下所示：

单位：元				
科目名称	账面值	评估价值	增值额	增值率%
应付账款	4,263,313.10	4,263,313.10	0.00	0.00
预收款项	949,601.50	949,601.50	0.00	0.00
应付职工薪酬	1,070,560.57	1,070,560.57	0.00	0.00
应交税费	2,596,405.08	2,596,405.08	0.00	0.00
其他应付款	6,844,302.15	6,844,302.15	0.00	0.00
合 计	15,724,182.40	15,724,182.40	0.00	0.00

3、评估结果的选取

在评估基准日 2014 年 3 月 31 日，持续经营前提下，经上述两种方法评估，资产基础法评估净资产价值为 9,230.59 万元，收益法评估净资产价值为 72,165.57 万元，两者相差 62,934.98 万元。

存在差异的主要原因为：资产基础法是在持续经营基础上，以重置各项生产要素为假设前提，根据分项资产的具体情况采用适宜的方法分别评定估算企业各分项资产的价值并累加求和，再扣减相关负债评估价值，得出资产基础法下股

东全部权益的评估价值；而收益法强调的是企业整体资产的预期盈利能力，收益法的评估结果是企业整体资产预期获利能力的量化与现值，是在对企业未来收益预测的基础上计算评估价值的方法上，不仅考虑了各分项资产是否在企业中得到合理和充分利用、组合在一起时是否发挥了其应有的贡献等因素对企业股东全部权益价值的影响。也考虑了被评估企业所拥有的商标（品牌）、销售客户关系、物业资源网络、公司管理能力、团队协同作用等对股东全部权益价值的贡献。

企业存在的根本目的是为了盈利，在企业整体并购或股权转让的交易中，人们购买的目的往往并不在于资产本身，而是资产的获利能力。采用收益法对企业整体价值进行评估所确定的价值，是指为获得该项资产以取得预期收益的权利所支付的货币总额，企业整体价值与资产的效用或有用程度密切相关，资产的效用越大，获利能力越强，它的价值也就越大。

鉴于以上原因，并结合本次评估目的综合考虑，收益法评估价值能够客观全面的反映企业的股东全部权益价值，本次评估决定以收益法评估结果作为目标资产的最终评估结果，即：上海精视文化传播有限公司的股东全部权益价值评估结果为 72,165.57 万元。

（五）邦富软件

1、收益法

本次对邦富软件股权价值评估如下所示：

单位：万元

项 目	未来预测数			
	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
一、主营业务收入	10,395.11	16,790.53	21,827.69	21,827.69
减：主营业务成本	1,734.90	2,918.49	3,591.98	3,591.98
营业税金及附加	121.83	206.49	273.04	273.04
销售费用	918.39	1,801.37	2,337.62	2,337.62
管理费用	2,061.39	3,487.02	4,478.33	4,478.33
财务费用	57.11	76.14	76.14	76.14
资产减值损失	132.74	214.40	278.72	278.72
二、营业利润	5,368.76	8,086.63	10,791.86	10,791.86
加：营业外收入	236.87	359.00	466.70	466.70
三、利润总额	5,605.63	8,445.63	11,258.56	11,258.56
所得税税率	12.50%	15.00%	15.00%	15.00%
减：所得税	700.70	1,266.84	1,688.78	1,688.78

四、净利润	4,904.93	7,178.78	9,569.78	9,569.78
加：折旧及摊销	322.83	610.12	765.20	765.20
财务费用	49.97	64.72	64.72	64.72
资产减值损失	116.14	182.24	236.91	236.91
减：资本性支出	563.92	711.04	611.04	556.20
运营资金变动(负数为回收)	656.34	2,209.58	1,988.62	-
五、企业自由现金流量	4,173.62	5,115.25	8,036.95	10,080.41
折现率	0.1320	0.1314	0.1314	0.1314
折现系数	0.95	0.86	0.76	5.76
六、企业自由现金流量现值	3,984.13	4,383.77	6,087.19	58,085.14
七、经营性资产价值	72,540.24			
加：溢余资产价值	0.00			
非经营性资产价值	86.56			
减：非经营性负债价值	0.00			
有息负债	990.00			
八、股东全部权益价值	71,636.80			

在评估基准日 2014 年 3 月 31 日，持续经营前提下，广州市邦富软件有限公司总资产账面价值为 6,458.47 万元，总负债账面价值为 1,488.81 万元，净资产账面价值为 4,969.65 万元。收益法评估后股东全部权益价值（净资产）为 71,636.80 万元，增值额为 66,667.15 万元，增值率 1,341.49%。

其对营业收入的敏感性分析如下：

项目	原评估值	收入增长 5%	收入增长 10%	收入减少 5%	收入减少 10%
估值（万元）	71,636.80	77,556.53	83,476.26	65,717.07	59,797.34
增值额（万元）		5,919.73	11,839.46	-5,919.73	-11,839.46
增值率（%）		8.26%	16.53%	-8.26%	-16.53%

其对折现率的敏感性分析如下：

标的		基准日折现率	折现率上升 1%	折现率上升 2%	折现率下降 1%	折现率下降 2%
邦富软件	估值（万元）	71,636.80	66,310.86	61,676.39	77,902.67	85,270.54
	增值额（万元）		-5,325.94	-9,960.41	6,265.87	13,633.74
	增值率（%）		-7.43	-13.90	8.75	19.03

其对税收优惠的敏感性分析如下：

邦富软件所得税对估值的敏感性测试：被评估企业高新技术认证于 2016 年到期，经测算，如未来无法获得优惠税率，即 2017 年及以后按 25%所得税计算的折现率为 12.93%，相对应的估值为 66,073.33 万元，较按 15%所得税计算的估

值相差 5563.47 万左右。

邦富软件软件产品即征即退对估值的敏感性测试：被评估企业即征即退返还我们计入了营业外收入，如果未来收益期按照不享受该政策优惠计算，相对应的估值为 68,591.16 万元，与假设有该项优惠前提下的估值相差 3,045.64 万元。

标的		基准日估值	2017 年及以后所得税按 25% 计算	假设收益期不享受即征即退
邦富软件	估值（万元）	71,636.80	66,073.33	68,591.16
	增值额（万元）		-5,563.47	-3,045.64
	增值率（%）		-7.77	-4.25

1.1 收益法评估模型的选取

未来收益折现法采用的基本模型为企业现金流模型，具体计算公式如下：

基本公式	数学表达式
股东全部权益价值=企业整体价值-付息债务价值	$E = B - D$
其中：企业整体价值计算公式为	$B = P + I + C$
经营性资产价值计算公式为	$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{i+1}}{r(1+r)^n}$

注：B：评估对象的企业整体价值；

P：评估对象的经营性资产价值；

I：评估对象的长期股权投资价值；

C：评估对象的溢余或非经营性资产（负债）净值的价值；

1.2 收益期的确定

从被评估企业的经营现状、发展方向、政府的相关政策来看，均无特殊情况表明难以持续经营。公司自成立以来，一直正常经营且并无经营变更计划，现有经营性资产通过正常的维护、更新，能持续发挥效用。故本次评估收益期确定为永续。

其中，第一阶段为 2014 年—2016 年，预测期为 2 年 9 个月。在此阶段中，根据对被评估企业的历史业绩及未来市场分析，未来收益逐渐趋于稳定；第二阶段为 2017 年后至永续，在此阶段中，被评估企业的收益在 2016 年的基础上保持稳定。

1.3 折现率的确定

本次评估采用加权平均资本成本定价模型，具体计算公式为 $WACC = K_e \times [E \div (D+E)] + K_d \times (1-t) \times [D \div (D+E)]$ ，其中： $K_e = R_f1 + \beta (E[R_m] - R_f2) + \text{Alpha}$ ，关键参数释义、取值原则及具体数值如下：

关键参数释义	取值原则	数值
--------	------	----

Rf1: 长期国债期望回报率	本次评估采用的数据为评估基准日距到期日十年以上的长期国债的年到期收益率的平均值	4.36%。
β: 贝塔系数	根据被评估单位的业务构成, 查阅取得每家可比公司在距评估基准日 36 个月期间的采用周指标计算归集的相对与沪深两市 (采用沪深 300 指数) 的风险系数 β (数据来源: wind 网), 并剔除每家可比公司的财务杠杆后 (Un-leaved) β 系数, 计算其平均值作为被评估企业的剔除财务杠杆后 (Un-leaved) 的 β 系数, 并根据被评估企业的目标财务结构进行调整, 确定适用于被评估企业的 β 系数, 具体采用的公式为 $\beta = \beta_u \times [1 + (1-t)D/E]$	1.0411 (t=12.5%) 1.0366 (t=15%)
ERP: 股权市场超额风险收益率	计算公式为 $E[R_m] - R_{f2}$, 其中 $E[R_m]$ 是市场期望回报率, R_{f2} 是长期市场预期回报率。目前在我国, 通常采用证券市场上的公开资料来研究风险报酬率。具体计算方式如下: (1) 市场期望报酬率 ($E[R_m]$) 的确定: 在本次评估中, 借助 Wind 资讯的数据系统, 采用沪深 300 指数中的成份股投资收益的指标来进行分析, 采用几何平均值方法对沪深 300 成份股的投资收益情况进行分析计算。得出各年度平均的市场风险报酬率; (2) 确定 1999-2013 各年度的无风险报酬率 (R_{f2}): 本次评估采用 1999-2013 各年度年末距到期日五年以上的中长期国债的到期收益率的平均值作为长期市场预期回报率。 (3) 按照几何平均方法分别计算 1999 年 12 月 31 日至 2013 年 12 月 31 日期间每年的市场风险溢价, 即 $E[R_m] - R_{f2}$ 。	5.88%
Ke: 权益资本成本	根据 $E[Ke] = R_{f1} + \beta \times (E[R_m] - R_{f2}) + \text{Alpha}$ 公式计算	14.48% (t=12.5%) 14.46% (t=15%)
Kd: 付息债务资本成本	评估基准日贷款基准利率或企业自身带息债务加权利率	7.69%。
t: 适用所得税税率	根据被评估对象适用所得税率进行选取	12.5% 15%
Alpha: 特别风险溢价	企业特有风险调整系数为根据被评估单位与所选择的对比企业在企业特殊经营环境、企业规模、经营管理、抗风险能力、特殊因素所形成的优劣势等方面的差异进行的调整系数。	4.00%
折现率		13.20% (t=12.5%) 13.14% (t=15%)

1.4 预期收益的确定

1.4.1 主营业务收入预测

1.4.1.1 历年主营业务收入分析

(1) 增长率分析

广州市邦富软件有限公司 2011 年至 2014 年 1-3 月的主营业务收入如下:

项目	单位	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年 1-3 月
----	----	--------	--------	--------	--------------

硬件销售	万元	327.29	1,211.20	597.09	7.83
软件服务	万元	724.95	809.48	2,432.14	234.94
软件销售	万元	166.39	1,328.47	3,189.48	555.81
合计		1,218.63	3,349.15	6,218.72	798.58

从上述数据可看出，广州市邦富软件有限公司主营业务收入 2012 年较 2011 年增长 174.83%，2013 年较 2012 年增长 85.68%，增长幅度较大的原因是企业产品技术升级，口碑效应凸显，政府部门对舆情监测导控软件的需求逐年增长，行业正处于向上发展阶段。

（2）季节性分析

广州市邦富软件有限公司的销售对象大部分为政府相关部门，代理单位多属为政府采购服务。而政府采购一般是上半年做预算，下半年招标采购，付款一般集中在下半年甚至四季度，因此企业销售收入的季节性很明显。一般情况下，一、二季度收入占比为 7%-10%左右，三季度为 27%-40%，四季度为 42%-60%左右。前三年的季度收入情况如下表所示：

项目	2011 年		2012 年		2013 年	
	收入（元）	占比	收入（元）	占比	收入（元）	占比
一季度	1,227,198.28	10.07%	2,746,358.96	8.12%	4,311,755.00	6.87%
二季度	973,418.81	7.99%	2,462,371.49	7.28%	4,474,725.19	7.13%
三季度	4,769,111.13	39.14%	10,187,386.86	30.14%	16,963,321.98	27.04%
四季度	5,216,552.78	42.81%	18,408,858.30	54.46%	36,989,449.82	58.96%
合计	12,186,281.00	100.00%	33,804,975.61	100.00%	62,739,251.99	100.00%

1.4.1.2 未来市场趋势分析

根据统计资料，截至 2013 年 12 月 31 日，全国县级以上行政区划共有：23 个省，5 个自治区，4 个直辖市，2 个特别行政区；50 个地区（州、盟）；661 个市，其中：直辖市 4 个；地级市 283 个；县级市 374 个；1636 个县（自治县、旗、自治旗、特区和林区）；852 个市辖区。总计：省级 31 个（去除港澳台），地级 333 个，县级 2862 个。

从宣传部门舆情监测规模来看，按省级行政区域持续年需求 150 万元左右，地市级持续年需求 100 万元左右，区县级 20 万元左右。同级公安部门需求与宣传部门基本持平。根据上述信息进行测算，舆情监测潜在市场需求如下表：

	省级	地市	区县	合计
--	----	----	----	----

宣传	数目	31	333	2862	
	年金额（万元）	150	100	20	
	市场规模（万元）	4,650	33,300	57,240	95,190
公安	数目	31	333	2862	
	年金额（万元）	150	100	20	
	市场规模（万元）	4,650	33,300	57,240	95,190

按上述表格测算公安和宣传合计潜在年市场规模 20 亿左右。区县级以服务费为主的市场目前还处在初级阶段；地市级和省级部门目前仅有一半的地区得到有效开发，目前合计市场规模减半。因此，目前有效的年市场需求 5 亿左右。

随着互联网行业的不断发展，舆情监测服务需求也会越来越大，行业市场前景比较看好。因此，从行业、市场角度分析，广州市邦富软件有限公司未来几年收入将保持高增长态势。

2014 年截止目前（报告出具日期），广州市邦富软件有限公司已确定合同或拿到中标通知书的订单项目金额为 1,705.78 万元；已进入招标采购运作流程、尚未形成合同的项目金额约为 4,627 万元；营销人员正在跟进洽谈、尚未进入正式申报流程的项目金额大约为 6,220 万元。

2014 年一季度广州市邦富软件有限公司已签订销售合同 987 万元，上年同期签订销售合同 335 万元，比上年同期增加 194.63%；一季度已实现销售收入 798.58 万元，上年同期销售收入 431.17 万元，同比增加 85.21%。考虑到广州市邦富软件有限公司主营业务收入 2012 年较 2011 年增长 174.83%,2013 年较 2012 年增长 85.68%，因此，我们预计 2014 年收入增长率在 2013 年的基础上略有降低，即按 80%预测，2015 年、2016 年随着市场规模的前期扩大，收入增速会有所下降，分别为 50%、30%。2017 年及以后保持 2016 年的收入水平。具体见下表：

主营业务收入预测表

单位：人民币万元				
分类	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
硬件销售	1,066.94	1,612.15	2,095.80	2,095.80
软件服务	4,142.91	6,566.78	8,536.81	8,536.81
软件销售	5,185.26	8,611.60	11,195.08	11,195.08
合计	10,395.11	16,790.53	21,827.69	21,827.69

1.4.2 主营业务成本预测

广州市邦富软件有限公司主营业务成本为硬件、软件销售及及服务所发生的项目实施成本，主要包括：项目实施人员的工资、社保费、福利费、材料费、托管费、折旧费等。

历年的主营业务成本情况如下：

项目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年 1-3 月
硬件销售	320.74	1,162.72	579.42	7.63
软件销售及及服务	41.30	259.57	471.01	208.49
合计	320.74	1,422.28	1,050.43	216.12
销售成本率	26%	42%	17%	27%

从上表可以看出，广州市邦富软件有限公司 2011 至 2014 年 1-3 月的销售成本率波动比较大，2012 年最高。其原因是 2012 年硬件销售较多，而硬件销售的毛利率很低；2014 年 1-3 月销售成本率较高的原因是项目实施人员增加、托管费增加以及部分正在实施的软件项目领用的材料费增加，而对应的项目款一般在四季度回款。

本次评估根据项目实施成本所发生的职工薪酬、社保费、福利费、材料费、托管费、折旧费等分项进行预测，其中：职工薪酬根据项目实施人员、人均工资考虑一定的增长进行预测；社保费根据现行标准并考虑一定的增长幅度预测；福利费根据与职工薪酬的比例关系预测、托管费和折旧费的预测详见摊销预测表、折旧预测表、资本性支出预测表。

项目实施成本预测表

单位：人民币万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
职工薪酬	181.15	498.55	598.25	598.25
社保费	17.74	47.69	47.69	47.69
福利费	25.36	69.80	83.76	83.76
材料费	1,034.93	1,563.79	2,032.93	2,032.93
托管费	265.71	389.71	428.68	428.68
折旧费	210.00	348.96	400.68	400.68
合计	1,734.90	2,918.49	3,591.98	3,591.98

根据硬件、软件与项目实施成本各项的对应关系进行分摊，对未来主营业务成本进行预测。如下表所示：

主营业务成本预测表

单位：人民币万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
硬件销售	1,034.93	1,563.79	2,032.93	2,032.93
软件销售及服务	699.96	1,354.70	1,559.05	1,559.05
合计	1,734.90	2,918.49	3,591.98	3,591.98

1.4.3 期间费用的预测

期间费用包括销售费用、管理费用、财务费用。

1.4.3.1 销售费用

销售费用是企业在销售产品和提供劳务等日常经营过程中发生的各项费用。被评估企业的历年发生的营业费用包括销售人员职工薪酬、社保费、广告费、会议费、办公费、差旅费、咨询服务费等。

A.销售费用—职工薪酬的预测：根据企业 2013 年销售人员人数及薪金水平，在未来考虑一定幅度的人员、平均薪金涨幅综合预测。

B.销售费用中的可控费用-电话费等的预测：在企业历年耗用指标，本着节约开支，提高效率的原则加以控制，根据每人每月的平均开支额进行预测。

C.其他与业务量增长有关的费用预测：依据业务量的增加，考虑现有的营销网络分布、未来的市场拓展等状况加以预测，一般按各项费用占收入的一定比例进行测算。

D.折旧的预测：详见折旧预测表。

1.4.3.2 管理费用

企业管理费用包括咨询服务费、职工薪酬、办公费、福利费、租赁费、中介机构费、研发费用等。

A.管理费用-职工薪酬的预测：根据企业 2013 年的管理人员人数、薪金水平，在未来考虑一定幅度的人员、平均薪金涨幅综合预测。

B.管理费用中的可控费用—维修费、电话费、汽车费用等的预测：在企业历年耗用指标，本着节约开支，提高效率的原则加以控制，根据每人每月的平均开支额进行预测。

C.其他与业务量增长有关的业务招待费、差旅费等预测：一般按各项费用占收入的一定比例进行测算。

D.折旧、摊销的预测：详见摊销预测表、折旧预测表。

E.研发费用的预测：详见开发支出预测表

1.4.3.3 财务费用

财务费用根据广州市邦富软件有限公司评估基准日付息债务金额及评估基准日实际利率测算利息支出，测算预期内的财务费用。

由上所述，本次评估所预测的期间费用如下：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
销售费用	918.39	1,801.37	2,337.62	2,337.62
管理费用	2,061.39	3,487.02	4,478.33	4,478.33
财务费用	57.11	76.14	76.14	76.14

1.4.4 营业外收入预测

根据《财政部国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号），广州市邦富软件有限公司自行开发生产的软件产品，按 17% 税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退政策。根据营业收入中享受即征即退软件收入的预测，得出广州市邦富软件有限公司营业外收入（即征即退软件收入 $\times$ 14%），见下表：

营业外收入预测表

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
增值税退税款	236.87	359.00	466.70	466.70

1.4.5 营业税金及附加

广州市邦富软件有限公司目前的所得税率为 15%，企业缴纳的营业税金及附加包括：城建税、教育费附加、地方教育附加。所适用的增值税率为 17%、6%，附加税为所缴纳增值税的 12%（其中城建税 7%，教育费附加 3%，地方教育费附加 2%）。

1.4.6 折旧、摊销、资本性支出

预测期内被评估企业固定资产折旧的计算基数为评估基准日企业现有经营性固定资产账面原值与基准日后资本性支出，根据不同类型资产的折旧年限按直线法计提测算。预测期内为维持被评估企业现有经营规模下、以及配套市场拓展正常持续经营所需现有固定资产的更新支出（重置支出）按现有固定资产经济寿

命年限到期日进行更新。

无形资产为该企业计算机软件著作权摊销，本次预测依据该企业计算机软件使用年期计算摊销。预测期内根据企业维持持续经营所需开发的无形资产相关支出进行更新。

综上所述，预测期折旧、摊销、资本性支出如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
折旧	231.45	384.60	441.60	441.60
摊销	91.38	225.52	323.60	323.60
资本性支出	563.92	711.04	611.04	556.20

1.4.7 运营资金的增量

运营资金的增量=本年度运营资金-上一年度运营资金

年度运营资金=营业收入×运营资金占营业收入比例

本次评估中的运营资金指被评估企业流动资产中的经营性资产减去流动负债中的经营性负债净额。

本次评估以 2012 年、2013 年经剔除非经营性资产后的流动资产减剔除非经营性负债后的流动负债净额占营业收入的平均比例作为计算预测期年度运营资金的指标。据以上方法测算，经调整后的运营资金占营业收入的比例确定为 39.48%。

综上所述，预测期各年运营资本增量如下表：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年
运营资金增量	656.34	2,209.58	1,988.62	-

1.4.8 溢余资产

经测算，截至评估基准日，广州市邦富软件有限公司无溢余资产。

1.4.9 非经营性资产

经核查，截至评估基准日，广州市邦富软件有限公司非经营性资产为其他应收款核算的借款利息，经资产基础法评估，评估值为 86.56 万元。

1.4.10 有息债务

截至评估基准日，广州市邦富软件有限公司的有息债务为长、短期借款，共计 990.00 万元。放款银行为中国银行广州番禺天安科技支行、招商银行广州滨江东支行。

2、资产基础法

经资产基础法评估，持续经营前提下，广州市邦富软件有限公司总资产账面价值为 6,458.47 万元，评估价值为 10,919.33 万元，增值额为 4,460.86 万元，增值率为 69.07%；总负债账面价值为 1,488.81 万元，评估价值为 1,488.81 元，增值额为 0.00 万元，增值率为 0.00%；净资产账面价值为 4,969.65 万元，股东全部权益评估价值(净资产)为 9,430.52 元，增值额为 4,460.87 万元，增值率为 89.76%。评估结果详见下列评估结果汇总表：

单位：人民币万元

项 目		账面价值	评估价值	评估增值	增值率%
		B	C	D=C-B	E=(C-B)/B*100%
流动资产	1	4,348.18	4,327.13	-21.05	-0.48
非流动资产	2	2,110.28	6,592.20	4,481.92	212.39
其中：固定资产	2-1	1,092.63	1,068.44	-24.19	-2.21
无形资产	2-2	179.21	4,685.32	4,506.11	2,514.33
开发支出	2-3	196.27	196.27	0.00	0.00
长期待摊费用	2-4	618.02	618.02	0.00	0.00
递延所得税资产	2-5	24.15	24.15	0.00	0.00
资产总计	3	6,458.47	10,919.33	4,460.86	69.07
流动负债	4	768.81	768.81	0.00	0.00
非流动负债	5	720.00	720.00	0.00	0.00
负债总计	6	1,488.81	1,488.81	0.00	0.00
净资产(股东全部权益)	7	4,969.65	9,430.52	4,460.87	89.76

其评估方法、评估过程具体情况如下：

2.1 评估范围

评估范围为广州市邦富软件有限公司股东全部权益所涉及的资产及负债。具体范围请详见下文。

2.2 评估过程

2.2.1 流动资产

评估范围为广州市邦富软件有限公司申报评估的各项流动资产，包括货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款、存货。其评估结果如下：

单位：元

资产项目	账面价值	评估价值	增值额	增值率%
货币资金	7,359,911.47	7,359,911.47	0.00	0.00
应收账款（净额）	21,778,801.45	21,778,801.45	0.00	0.00
预付账款	2,764,009.00	2,764,009.00	0.00	0.00
其他应收款（净额）	6,719,971.31	6,719,971.31	0.00	0.00
存货	4,859,139.85	4,648,635.12	-210,505.03	-4.33
流动资产合计	43,481,833.08	43,271,328.35	-210,504.73	-0.48

注：存货评估减值主要是存货账面结存成本较高，扣除相关税费后评估减值。

2.2.2 机器设备

评估范围为广州市邦富软件有限公司申报的车辆和电子设备。其评估结果如下：

单位：元

资产项目	账面原值	账面净值	重置价值	评估值	增值额	增值率%
车辆	229,300.00	182,101.92	188,530.00	160,250.50	-21,851.42	-12.00
电子设备	12,127,622.39	10,744,172.89	11,994,055.00	10,524,107.20	-220,065.69	-2.05
合计	12,356,922.39	10,926,274.81	12,182,585.00	10,684,357.70	-241,917.11	-2.21

注：（1）车辆评估减值的主要原因是车辆现价低于原始购置价，重置价有所降低，致使评估后减值。（2）电子设备评估减值的主要原因是电子设备更新换代较快，重置价有所下降，故使评估后减值。

2.2.3 无形资产

评估范围为广州市邦富软件有限公司申报的截止评估基准日 2014 年 3 月 31 日与本次评估目的相关的无形资产—商标权、专利权及著作权。截至评估基准日 2014 年 3 月 31 日，广州市邦富软件有限公司纳入评估范围内的商标权评估价值为 579.94 万元，专利权评估价值为 3,439.61 万元，计算机软件著作权评估价值为 665.77 万元。

2.2.4 开发支出

评估范围为广州市邦富软件有限公司开发无形资产过程中的支出部分。截止评估基准日 2014 年 3 月 31 日，纳入本次评估范围内的开发支出账面值 1,962,676.95 元，评估值 1,962,676.95 元，评估增值 0.00 元，增值率 0.00 %。

2.2.5 长期待摊费用

纳入评估范围的长期待摊费用为广州市邦富软件有限公司托管服务费、咨询服务费、装修工程款。截止评估基准日 2014 年 3 月 31 日，纳入本次评估范围

内的长期待摊费用账面值 6,180,229.17 元,评估值 6,180,229.17 元,评估增值 0.00 元,增值率 0.00%。

2.2.6 递延所得税资产

递延所得税资产账面价值 241,519.59 元,属可抵扣暂时性差异影响的所得税费用,评估人员首先审核递延税资产报表、总账、明细账的一致性,向有关财务人员了解递延所得税形成的原因、时间、原始发生额和内容,查阅了相关文件,递延所得税资产包括应收款项、其他应收款项坏账准备的影响,这些影响的所得税费用均可以在期后随着账务处理的变化进行冲回,本次按审计后的账面值 241,519.59 元确认评估值。

2.2.7 负债

评估范围为广州市邦富软件有限公司申报的短期借款、应付账款、预收账款、应交税费、其他应付款、长期借款负债。。其评估结果如下:

单位: 元

科目名称	账面值	评估价值	增值额	增值率%
短期借款	2,700,000.00	2,700,000.00	0.00	0.00
应付账款	65,130.00	65,130.00	0.00	0.00
预收账款	1,618,357.87	1,618,357.87	0.00	0.00
应交税费	3,296,143.31	3,296,143.31	0.00	0.00
其他应付款	8,476.10	8,476.10	0.00	0.00
长期借款	7,200,000.00	7,200,000.00	0.00	0.00
合 计	14,888,107.28	14,888,107.28	0.00	0.00

3、评估结果的选取

采用资产基础法确定的股东全部权益价值为 9,430.52 万元,采用收益法确定的股东全部权益价值为 71,636.80 万元,两者相差 62,206.28 万元。

存在差异的主要原因为: 资产基础法是在持续经营基础上,以重置各项生产要素为假设前提,根据分项资产的具体情况采用适宜的方法分别评定估算企业各分项资产的价值并累加求和,再扣减相关负债评估价值,得出资产基础法下股东全部权益的评估价值,评估结果中仅包括对商标、专利、计算机软件著作权等可确指无形资产的价值,对于资质、人力资源、企业品牌、管理团队及客户资源等因素对企业股东全部权益价值的影响未能作充分的考虑;而收益法是在对企业未来收益预测的基础上计算评估价值的方法,不仅考虑了各分项资产是否在企业

中得到合理和充分利用、组合在一起时是否发挥了其应有的贡献等因素对企业股东全部权益价值的影响，也考虑了企业所拥有的资质、人力资源、企业品牌、管理团队、客户资源等对股东全部权益价值的影响，虽然其未来收益有一定的不确定性，但是其评估价值能比较客观全面地反映目前企业的股东全部权益价值。

鉴于以上原因，并结合本次评估目的综合考虑，本次评估确定以收益法评估结果作为目标资产的最终评估结果，即：广州市邦富软件有限公司的股东全部权益价值评估结果为 71,636.80 万元。

（六）漫友文化

1、收益法

本次漫友文化股权价值评估如下所示：

单位：万元

项 目	预测数据			
	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
一、主营业务收入	16,335.61	23,159.80	29,528.24	29,528.24
减：主营业务成本	10,970.95	15,321.78	19,213.39	19,213.39
主营业务税金及附加	55.97	76.83	117.86	117.86
二、主营业务利润	5,308.69	7,761.19	10,196.99	10,196.99
减：销售费用	1,019.53	1,439.55	1,757.86	1,757.86
管理费用	922.39	1,275.99	1,371.69	1,371.69
财务费用				
资产减值损失	700.75	383.12	454.18	454.18
三、营业利润	2,666.03	4,662.53	6,613.26	6,613.26
四、利润总额	2,666.03	4,662.53	6,613.26	6,613.26
所得税税率%	10.00	25.00	25.00	25.00
减：所得税	266.60	1,165.63	1,653.31	1,653.31
五、净利润	2,399.42	3,496.90	4,959.94	4,959.94
加：折旧及摊销	102.43	100.42	79.31	79.31
资产减值损失	630.67	287.34	340.63	340.63
减：资本性支出	20.00	241.57	0.00	79.31
运营资金增加	-237.40	1,707.19	2,710.78	0.00
六、企业自由现金流量	3,349.92	1,935.89	2,669.10	5,300.58
折现率	0.1300	0.1300	0.1300	0.1300
折现系数	0.96	0.86	0.76	5.84
七、企业自由现金流现值	3,199.84	1,661.58	2,027.45	30,971.12
八、经营性资产价值	37,859.99			
加：溢余资产价值	2,858.53			
非经营性资产价值	236.18			

减：非经营性负债价值	984.93
有息负债	0.00
九、股东全部权益价值	39,969.77

在评估基准日 2014 年 3 月 31 日，持续经营前提下，广州漫友文化科技股份有限公司总资产账面价值为 14,368.49 万元，总负债账面价值为 3,536.73 万元，净资产账面价值为 10,831.75 万元，收益法评估后的股东全部权益价值（净资产）为 39,969.77 万元，增值额为 29,138.01 万元，增值率 269.01%。

其对营业收入的敏感性分析如下：

项目	原评估值	收入增长 5%	收入增长 10%	收入减少 5%	收入减少 10%
估值（万元）	39,969.77	43,006.56	46,043.34	36,932.98	33,896.19
增值额（万元）		3,036.79	6,073.57	-3,036.79	-6,073.58
增值率（%）		7.60%	15.20%	-7.60%	-15.20%

其对折现率的敏感性分析如下：

标的		基准日折现率	折现率上升 1%	折现率上升 2%	折现率下降 1%	折现率下降 2%
漫友文化	估值（万元）	39,969.77	37,123.62	34,663.98	43,298.51	47,245.26
	增值额（万元）		-2,846.15	-5,305.79	3,328.74	7,275.49
	增值率（%）		-7.12	-13.27	8.33	18.20

其对税收优惠的敏感性分析如下：

根据穗粤国税减备[2014]100777 号文件，漫友文化 2014 年的所得税税率为 10%。如假设漫友文化 2014 年的所得税率按 25% 计算，相对应的估值为 39,487.38 万元，较本次评估中基准日的收益法估值低 482.39 万元。

标的		基准日估值	2014 年所得税按 25% 计算
漫友文化	估值（万元）	39,969.77	39,487.38
	增值额（万元）		-482.39
	增值率（%）		-1.21

1.1 收益法评估模型的选取

未来收益折现法采用的基本模型为企业现金流模型，具体计算公式如下：

基本公式	数学表达式
股东全部权益价值 = 企业整体价值 - 付息债务价值	$E = B - D$
其中：企业整体价值计算公式为	$B = P + I + C$
经营性资产价值计算公式为	$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{i+1}}{r(1+r)^n}$

注：B：评估对象的企业整体价值；

- P: 评估对象的经营性资产价值;
I: 评估对象的长期股权投资价值;
C: 评估对象的溢余或非经营性资产(负债)净值的价值;

1.2 收益期的确定

从被评估企业的经营现状、发展方向、政府的相关政策来看,均无特殊情况表明难以持续经营。公司自成立以来,一直正常经营且并无经营变更计划,现有经营性资产通过正常的维护、更新,能持续发挥效用。故本次评估收益期确定为永续。

其中,第一阶段为2014年—2016年,预测期为2年9个月。在此阶段中,根据对被评估企业的历史业绩及未来市场分析,未来收益逐渐趋于稳定;第二阶段为2017年后至永续,在此阶段中,被评估企业的收益在2016年的基础上保持稳定。

1.3 折现率的确定

本次评估采用加权平均资本成本定价模型,具体计算公式为 $WACC = K_e \times [E \div (D+E)] + K_d \times (1-t) \times [D \div (D+E)]$, 其中: $K_e = R_{f1} + \beta (E[R_m] - R_{f2}) + \text{Alpha}$, 关键参数释义、取值原则及具体数值如下:

关键参数释义	取值原则	数值
R _{f1} : 长期国债期望回报率	本次评估采用的数据为评估基准日距到期日十年以上的长期国债的年到期收益率的平均值	4.36%。
β: 贝塔系数	根据被评估单位的业务构成,查阅取得每家可比公司在距评估基准日36个月期间的采用周指标计算归集的相对与沪深两市(采用沪深300指数)的风险系数β(数据来源:wind网),并剔除每家可比公司的财务杠杆后(Un-leaved)β系数,计算其平均值作为被评估企业的剔除财务杠杆后(Un-leaved)的β系数,并根据被评估企业的目标财务结构进行调整,确定适用于被评估企业的β系数,具体采用的公式为 $\beta = \beta_u \times [1 + (1-t)D/E]$	0.9600 (t=10%) 0.9600 (t=25%)
ERP: 股权市场超额风险收益率	计算公式为 $E[R_m] - R_{f2}$, 其中 $E[R_m]$ 是市场期望回报率, R_{f2} 是长期市场预期回报率。目前在我国,通常采用证券市场公开资料来研究风险报酬率。具体计算方式如下:(1)市场期望报酬率($E[R_m]$)的确定:在本次评估中,借助Wind资讯的数据系统,采用沪深300指数中的成份股投资收益的指标来进行分析,采用几何平均值方法对沪深300成份股的投资收益情况进行分析计算。得出各年度平均的市场风险报酬率;(2)确定1999-2013各年度的无风险报酬率(R_{f2}):本次评估采用1999-2013各年度年末距到期日五年以上的中长期国债的到期收益率的平均值作为长期市场预期回报率。(3)按照几何平均方法分别计算1999年12月31日至2013年12月31日期间每年的市场风险溢价,即 $E[R_m] - R_{f2}$ 。	5.88%

Ke: 权益资本成本	根据 $E[Ke] = Rf1 + \beta \times (E[Rm] - Rf2) + \text{Alpha}$ 公式计算	13.00% (t=10%) 13.00% (t=25%)
t: 适用所得税税率	根据被评估对象适用所得税率进行选取	10% 25%
Alpha: 特别风险溢价	企业特有风险调整系数为根据被评估单位与所选择的对比企业在企业特殊经营环境、企业规模、经营管理、抗风险能力、特殊因素所形成的优劣势等方面的差异进行的调整系数。	3.00%
折现率		13.00% (t=10%) 13.00% (t=25%)

1.4 预期收益的确定

1.4.1 主营业务收入预测

主营业务收入中，动漫产品类收入包括销售动漫图书、动漫期刊及衍生产品产生的收入，动漫服务类收入包括提供手机动漫、动漫会展、动漫广告等服务产生的收入。

1.4.1.1 动漫产品收入预测

动漫产品包括动漫图书、动漫期刊及其他动漫商品（即衍生产品）。被评估企业所发行图书包括知识漫画、儿童漫画、少女漫画、绘本、画集、COS 系列、小说、教程、系列主题书等；期刊包括《漫友》、《漫画世界》、《约绘》、《科幻画报 小班长》、《神童画报 萌萌》；衍生产品包括同学录、书包、水壶、明信片、毛绒玩具、手办、扇子、海报、围巾等。动漫产品业务是被评估企业的传统业务，截止评估基准日，被评估企业发行的主要产品系列种类（存量）情况如下：

单位：种

公司产品	产品种类（存量）		
	2012 年	2013 年	2014 年 1-3 月
动漫图书类	340	433	445
动漫期刊类	5	5	5
衍生品类	45	51	53

根据历史数据显示，被评估企业的图书、衍生品种类逐年增加，销售市场前景看好，动漫期刊由于期刊市场及企业刊物调整的原因，淘汰销量低迷的品种，推出新品种，故产品存量无明显变化，但存量期刊作为图书销售的反馈平台，是图书销售不可或缺的部分。被评估企业发行的动漫期刊《漫画世界》、《漫友》等

在国内动漫期刊界排名靠前。

2013 年上半年动漫类期刊覆盖率、销售指数总排名

期刊名称	覆盖率			销售指数			2013 年上半年排名
	12 年上半年	13 年上半年	变化	12 年上半年	13 年上半年	变化	
知音漫客	81.34%	80.93%	-0.41%	9.8	9.5	-3.2%	1
漫画世界	75.22%	75.90	0.68%	5.3	5.4	1.7%	2
小公主	69.83%	72.76%	2.93%	2.4	2.7	10.0%	5
米老鼠	72.75%	73.00%	0.25%	2.1	2.4	12.4%	6
漫友	56.02%	65.24%	9.22%	1.7	2.0	18.8%	7
科幻画报(漫画秀)	33.13%	50.67%	17.54%	1.7	2.0	18.4%	8
漫客星期天	54.07%	65.90%	11.83%	1.5	1.9	26.6%	11
漫动作	46.99%	54.08%	7.09%	1.4	1.7	19.8%	15
卡酷全卡通	39.35%	50.09%	10.74%	1.2	1.5	30.6%	20
新蕾	35.49%	49.58%	14.08%	1.0	1.3	34.7%	24
特别优漫	20.64%	41.15%	20.51%	0.7	1.1	53.3%	27

数据来源：北京世纪华文国际传媒咨询有限公司《2013 年中国报刊媒体发行数据监测简报第 1 期》

由于被评估企业产品种类繁多，各产品价格不同，评估人员搜集整理了被评估企业的书目报价单，历史期被评估企业各类产品平均单价情况如下：

单位：元

公司产品	平均单价		
	2012 年	2013 年	2014 年 1-3 月
动漫图书类	6.47	6.85	7.86
动漫期刊类	3.23	2.74	2.45
衍生品类	7.21	8.25	13.44

由上表可知，被评估企业图书、衍生产品平均价格逐年上升，期刊类由于期刊市场总体原因及时效性，存在低折扣销售的情况，因此价格略有下降。

结合动漫产业整体发展趋势、被评估企业销售模式及被评估企业的未来年度业务发展规划，本次评估以 2013 年被评估企业实现的动漫图书、杂志、衍生产品的收入为基数，按照动漫行业的收入增速（20%-30%）对未来年度动漫产品收入进行预测。

综上所述，根据计算，被评估企业动漫产品未来收入预测如下表：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
----	---------------	--------	--------	-----------

动漫期刊	3,252.32	3,969.15	4,167.60	4,167.60
动漫图书	10,480.12	15,141.62	18,927.03	18,927.03
其他动漫产品	62.61	149.48	194.33	194.33
合计	13,795.05	19,260.26	23,288.96	23,288.96

1.4.1.2 动漫服务收入预测

动漫服务包括手机动漫、动漫营销、动漫会展、版权服务、COSPLAY 服务、其他动漫服务。此部分业务为被评估企业新拓展业务，以其动漫品牌和行业优势开拓动漫服务行业。

手机动漫服务是为输出至 PC、平板电脑、手机的运营平台（例如 91AC 移动客户端）提供手机动漫内容的开发，目前被评估企业手机动漫服务的合作伙伴包括中国移动、中国电信等。根据漫友文化发展规划，2014 年将推出国内首个“移动互联网在线动漫教育 APP”，以优质动漫教学内容整合“移动互联网”及“在线教育”两大概念，通过手机等移动终端，为用户提供动漫形态的各学科知识内容、动漫兴趣创作教学和中高考艺术培训等。在推进平面出版物的数字化同时，将其打造成动漫自媒体人聚集的空间，实现数字动漫内容自产自销的产业链条。

动漫营销是以打造多媒体动漫形式的定制营销媒体为理念，将客户的宣传需求，通过动漫形式包装转化为认知度较高的形式，以达到良好的品牌传播效果。目前动漫营销的客户包括企业和政府等，漫友文化为各级政府部门制作的动漫版政府工作报告、经济工作报告，以其生动、醒目、亲近的图文搭配，加深了公众对政府工作的了解。此外，漫友文化为配合政府城市形象宣传、主题展示宣传、政务演示等需求制作的动漫作品，亦获得了各界好评。根据被评估企业提供的订单资料，2014 年 1 季度，动漫营销业务已确定合作项目总额 250 万元，订单明细见下表：

单位：元

项目名称	订单金额
app 软件制作	18,800.00
文创产业宣传视频制作	180,000.00
图书供应商大会动画	3,500.00
漫画节总结手册	3,000.00
统计执法动画	360,000.00
大画体坛	240,000.00

垃圾分类动画	50,000.00
地铁工程漫画	288,000.00
国学漫画	26,100.00
劳动大赛颁奖典礼	20,000.00
雅丽洁面膜包装设计	440,000.00
金龙奖征稿	100,000.00
驱魔手表 12、13 回线稿制作	3,310.00
宝狄网站设计	18,000.00
文创产业风采集	30,000.00
宣传牌设计制作	8,000.00
新田政府工作报告	3,000.00
驱魔手表 14、15 回线稿制作	3,200.00
中小學生环保漫画大赛作品集	60,000.00
最终幻想宣传	35,000.00
新田低保宣传画	2,500.00
《爸爸，去这儿吧》荔湾区社会主义核心价值观漫画读本	118,800.00
广州市纪委海报制作	85,000.00
地铁悠悠形象纪念品设计大赛	70,000.00
贝特晓芙动画制作	115,000.00
广州博物馆海丝动画制作、宣传	213,400.00
新田群众路线宣传	4,500.00
新田土地流转宣传	2,000.00
合计	2,501,110.00

动漫会展是漫友文化承办的各类展览、展会。2013-2015 年，由漫友文化承接的“中国国际漫画节展会（简称‘CICF EXPO’）”，是目前国内规格最高、规模最大的国际性漫画产业盛会之一，也是中国最具规模及品牌号召力的动漫游博览会之一，展会以多元化的办展模式、众多动漫名家、逾 200 家左右品牌展商及千家媒体的支持，每年吸引数十万计观众入场。此外，动漫文化主题展览活动也成为了商业地产、商场、地方展会吸引观众的新形式——如汇众文创（公司会展品牌）为首届客家文博会策划的“非凡 10 年•中国动漫金龙奖全球巡展（梅州）”、广州四季天地商场举办的“漫次元-动漫玩物艺术展”、从化珠江国际城举办的“漫次元-动漫偶像陪你过六一”等活动，均为客户吸引来了大量的人流，动漫文化的品牌营销价值得到了充分的体现。根据被评估企业提供的合同资料，2014 年 1 季度，动漫会展业务已确定合作项目总额 562 万元。订单明细见下表：

单位：元

项目名称	订单金额
------	------

非凡 10 年·中国动漫金龙奖巡展	178,000.00
漫次元——动漫玩物艺术展	150,000.00
从化珠江地产表演策划活动	300,000.00
2014 中国国国际漫画节展会 CICF EXPO	5,000,000.00
合计	5,628,000.00

版权服务是被评估企业利用自身的品牌及版权资产,对动漫作者资源进行全面的发掘,授权进行衍生开发,以达到将无形资产转化为多方面有形收入的目的。业务包括引进优秀的作者、作品,引进、输出海外版权产品,引进优质的海外产品代理权,丰富产品线,制作自己的产品图库,拓展动漫产品线下渠道,打造品牌,开展授权业务,以及利用作品版权为核心,联合各方资源,授权进行作品的影视、动画、游戏、舞台剧等开发,并对合作的漫画家及 COS 团队等整合成整体资源向外合作,代言、广告、展会等业务。成功案例: A、将出品漫画《兔子帮》(作者:十九番)授权上海文广集团,制作成 52 集同名动画片,最后由该公司授权给迪士尼的海外发行权; B、将漫画作品《血族》授权盛大网络开发手机游戏,目前正在测试中。根据被评估企业提供的订单资料,2014 年 1 季度,版权业务已确定合作项目总额 55.82 万元。订单明细见下表:

单位: 元

项目名称	合同金额
《林竹闯关西》泰国版	13,743.00
《爆笑校园》19—24 册, 台湾版	22,968.00
《爆笑校园》10—16 册台湾版加印版税	15,928.00
《爆笑校园》11—24 册, 香港版	53,858.00
《长歌行》越南版, 5—7 册	14,880.00
《我的路》《台上台下》《机器妈妈》马来西亚版, 加印版税	16,539.00
青岛智趣源传媒有限公司《极面王》 转载	13,120.00
格言杂志社《超贱日志》 转载	200.00
格言杂志社《我的路》插图 转载	200.00
格言杂志社《礼物》插图 转载	200.00
格言杂志社《约绘》插图 转载	200.00
陕西教育报刊社《爆笑校园》第 8 册 转载	200.00
陕西教育报刊社《血型萌激团》 转载	400.00
中学生杂志插画《粉色帽子的女孩》 转载	1,000.00
《古校夜游神》新媒体授权	40,000.00
《预言师》新媒体授权	17,190.00
《魔女守则》新媒体授权	22,860.00

《驱魔手表》新媒体授权	22,680.00
《血族》手机游戏授权	250,000.00
《血族》游戏人物设定创作	52,000.00
合计	558,166.00

COSPLAY 服务动漫演出服务。漫友文化旗下的酷视娱乐文化传播，正致力成为中国 COSPLAY 演艺服务第一品牌。酷视娱乐业务范围涵盖平面出版、展会策划和执行、舞台剧演出、动漫旅游、周边开发、社交平台、演艺资源经纪等，旨在为客户提供 COSPLAY 演艺服务和解决方案。目前可承接 COSPLAY 赛事及演艺活动策划与经营，独立完成从策划、组织、执行、导演、视频拍摄等完整流程；可针对展会及客户需要，提供配套资源和服务；可独立策划和执行艺术类型沙龙、酒会、见面会、主题展会等；可提供舞台剧策划与演出：执行大型动漫类或通俗类真人舞台剧演出；可根据客户要求完成室内或户外舞台演出；可进行演艺资源经纪，根据客户要求提供演职人员，包括但不限于 COSPLAY 单人或团体演出、动漫歌姬单人或团体演唱、各类风格主持人、名家声优商务演出。成功案例：金龙奖 COSPLAY 全国超级大赛、中国移动“动漫英雄星”全国大赛、广西动漫节、安徽马鞍山“骏马奖”游戏动漫大赛、福建厦门“金海豚动漫游戏展”、四川金熊猫动漫展和成都 CP 同人展、第六届中国国际漫画节 COSPLAY 嘉年华、广府动漫庙会动漫秀、百万葵园全国 COSPLAY 精英总决赛、长隆欢乐世界全国 COSPLAY 精英大赛等。动漫旅游项目“心动九州·动漫之旅”——黄山+林无知+TT 日本九州动漫游。周边定制相关：《七剑》、《赤壁》电影道具、刘亦菲代言网络游戏使用的 COSPLAY 道具、《钢铁侠》国内首映会范冰冰道具、韩露官方后援会会徽、《小丑丹尼》角色面具等。根据被评估企业提供的合同资料，2014 年 1 季度，COSPLAY 服务业务已确定合作项目总额 137.65 万元。订单明细见下表：

单位：元

项目名称	订单金额
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（河南）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（甘肃）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（江西）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（广西）	50,000.00

第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（北京）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（辽宁）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（天津）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（黑龙江）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（江苏）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（四川）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（山东）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（贵州）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（云南）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（上海）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（陕西）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（宁夏）	50,000.00
第 11 届中国动漫金龙奖 COSPLAY 全国大赛分赛区协议（湖北）	50,000.00
2014 年 WCS 世界 COSPLAY 峰会中国赛区和金龙奖 COSPLAY 全国大赛合作协议	100,000.00
中国动漫金龙奖第一届平面 COSPLAY 全国大赛暨半次元 COS 系列赛 5th 合作方案	30,000.00
淘宝动漫和酷视娱乐联合举办首届淘宝平面 COSPLAY 大赛合作协议	100,000.00
博物志 COS 画集-黑天工作室图书代理出版协议	100,000.00
2013 年 12 月梅州客家文博会 COSPLAY 演出合作协议	50,000.00
漫友酷视和长堤真光中学 COSPLAY 资源合作协议	6,500.00
游学夏令营合作服务合同	40,000.00
漫友酷视和中央电视台新科动漫频道旅游项目开发协议	100,000.00
合计	1,376,500.00

其他动漫服务包括为客户提供的广告服务等。

本次评估，根据 2014 年 1 季度被评估企业各项服务业务的订单情况、行业发展速度及被评估企业提供的未来发展规划与预测情况，对各类动漫服务收入进行预测。详见收益法主营业务收入预测表。

综上所述，根据计算，被评估企业动漫服务类未来收入预测如下表：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
手机动漫	377.78	600.00	960.00	960.00

动漫营销	466.18	750.00	1,200.00	1,200.00
动漫会展	1,124.00	1,686.00	2,697.60	2,697.60
版权服务	223.28	334.92	535.87	535.87
COSPLAY 服务	260.00	350.00	560.00	560.00
其他动漫服务	89.31	178.63	285.80	285.80
合计	2,540.56	3,899.55	6,239.27	6,239.27

被评估企业主营业务收入预测如下表：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
动漫产品	13,795.05	19,260.26	23,288.96	23,288.96
动漫服务	2,540.56	3,899.55	6,239.27	6,239.27
合计	16,335.61	23,159.80	29,528.24	29,528.24

1.4.2 主营业务成本预测

被评估企业主营业务成本包括采购成本、工资及附加、版税、稿费、样品费、设计费、劳务费等，由于以上各项无法具体测算，且通过对历史年度各类别产品的销售成本率的分析可知，被评估企业的销售成本率较为稳定，故本次预测根据历史年度指标及被评估企业提供的资料综合处理后，以 2012、2013 年的平均销售成本率为基础，对未来年度主营业务成本进行预测。历史各类产品销售成本率如下：

单位：%

项目	2012 年	2013 年	平均
动漫期刊	87.14	104.73	95.63
动漫图书	59.97	60.51	58.52
其他动漫产品	67.49	48.34	58.75
动漫服务	58.63	62.21	93.36

经与被评估企业人员核实，2012、2013 年的平均销售成本率较能反应企业实际成本率状况，故此次评估按照以下销售成本率对未来年度的成本率进行预测，具体见下表：

单位：%

项目	2012-2013 年平均值	未来年度
动漫期刊	95.93	96.00
动漫图书	60.24	60.00
其他动漫产品	57.92	58.00
动漫服务	60.37	60.00

综上所述，未来年度被评估企业的主营业务成本预测如下表：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
动漫期刊	3,122.23	3,810.38	4,000.90	4,000.90
动漫图书	6,288.07	9,084.97	11,356.22	11,356.22
其他动漫产品	36.31	86.70	112.71	112.71
动漫服务	1,524.33	2,339.73	3,743.56	3,743.56
合计	10,970.95	15,321.78	19,213.39	19,213.39

1.4.3 期间费用的预测

期间费用包括销售费用、管理费用、财务费用。

1.4.3.1 销售费用

被评估企业历史年度的销售费用主要为销售部门的工资及补贴、社会保险金、住房公积金、办公费、差旅费、招待费、广告宣传费、折旧费、摊销费等。

工资及补贴考虑历史年度增长幅度并结合企业薪酬制度，按占收入的一定比例进行测算，社会保险金、住房公积金根据历史年度缴纳比例，分别按照占工资的一定比例进行测算，办公费、差旅费、招待费、广告宣传费考虑与被评估企业业务增量有关，分别按照占收入的一定比例进行测算，折旧费、摊销费的测算见折旧预测表、摊销预测表。其余各项内容详见收益法销售费用预测表。

1.4.3.2 管理费用

管理费用包括管理人员工资及补贴、社会保险金、住房公积金、办公费、差旅费、招待费、汽车费、中介机构费、租赁费、工会经费及职工教育经费、物业管理费、会务费、折旧费、摊销费等。

管理人员工资及补贴按照历年实际发生的数额乘以一定的增长率测算；社会保险金、住房公积金根据历史年度缴纳比例，分别按照占工资的一定比例进行测算；差旅费、招待费考虑与被评估企业业务增量有关，按收入的一定比例进行测算；租赁费考虑未来租金增长，按每年一定的增长率进行测算；办公费、汽车费、物业管理费、会务费按照每年固定金额进行测算；折旧费、摊销费的测算见折旧预测表、摊销预测表。其余各项内容详见收益法管理费用预测表。

1.4.3.3 财务费用

本次评估采用的收益类型为企业全部资本所产生的自由现金流，自由现金流量为债务支付前的现金流量，它不受企业运用负债数额大小的影响，因此本次不

预测财务费用。

综上所述，预测期各年期间费用如下表：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
销售费用	1,019.53	1,439.55	1,757.86	1,757.86
管理费用	922.39	1,275.99	1,371.69	1,371.69

1.4.4 所得税和营业税金及附加

根据穗越国税减备[2014]100777 号文件，被评估企业 2014 年的所得税税率为 10%，以后年度所得税优惠是否能取得尚不明确，故 2014 年以后年度仍按所得税税率 25%进行测算。被评估企业缴纳的营业税金及附加包括：营业税 5%（手机动漫服务），城建税 7%、教育费附加 3%、地方教育附加 2%。被评估企业所适用的增值税率为 6%（动漫服务）、13%（动漫杂志）、17%（其他动漫产品）。根据财税[2013]87 号文件，被评估企业自 2013 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日，图书批发、零售环节增值税免征，考虑到国家关于宣传文化增值税和营业税优惠政策自 2006 年起延续至今（财税[2006]153 号、财税[2007]24 号、财税[2009]147 号、财税[2011]92 号、财税[2013]87 号），故假设 2017 年以后仍享受增值税优惠。

1.4.5 折旧、摊销、资本性支出

预测期内被评估企业固定资产折旧的计算基数为评估基准日企业现有经营性固定资产账面原值与基准日后资本性支出，根据不同类型资产的折旧年限按直线法计提测算。预测期内为维持被评估企业现有经营规模下、以及配套市场拓展正常持续经营所需现有固定资产的更新支出（重置支出）按现有固定资产经济寿命年限到期日进行更新。

无形资产为该企业财务软件摊销，本次预测依据该企业财务软件使用年期计算摊销。预测期内为维持企业持续经营所需的软件支出进行更新。

综上所述，预测期折旧、摊销、资本性支出如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
折旧	100.32	97.61	76.50	76.50
摊销	2.11	2.81	2.81	2.81
资本性支出	20.00	241.57	0.00	79.31

1.4.6 运营资金的增量

运营资金的增量=本年度运营资金-上一年度运营资金

年度运营资金=营业收入×运营资金占营业收入比例

本次评估中的运营资金指被评估企业流动资产中的经营性资产减去流动负债中的经营性负债净额。

本次评估以 2012 年、2013 年调整后的流动资产减去调整后的流动负债净额占营业收入的比例的平均值作为计算预测期年度运营资金的指标。据以上方法测算，经调整后的运营资金占营业收入的比例确定为 42.57%。

综上所述，预测期各年运营资本增量如下表：

单位：万元

项目	2014 年 4-12 月	2015 年	2016 年	2017 年及以后
运营资金增量	-237.40	1,707.19	2,710.78	0.00

1.4.7 溢余资产、非经营性资产及负债

截至评估基准日，被评估企业的溢余资产为账面货币资金减去 2014 年两个月的付现成本，经测算被评估企业溢余资产价值 2,858.53 万元。

被评估企业的非经营性资产为预付账款及其他应收款中未参与生产运营的资产评估价值，经测算被评估企业非经营性资产价值为 236.18 万元。

被评估企业的非经营性负债为其他应付款、其他非流动负债中未参与生产运营的负债评估价值，经测算被评估企业非经营性负债价值为 984.93 万元。

上述计算过程详见溢余资产测算表、非经营性资产测算表、非经营性负债测算表。

1.4.8 有息债务

截至评估基准日，广州漫友文化科技股份有限公司的无有息债务。

2、资产基础法

经资产基础法评估，广州漫友文化科技股份有限公司总资产账面价值 14,368.49 万元，评估价值为 19,005.66 万元，增值额为 4,637.17 万元，增值率为 32.27%；总负债账面价值为 3,536.73 万元，评估价值为 3,536.73 万元，增值额为 0.00 万元，增值率为 0.00%；净资产账面价值为 10,831.75 万元，股东全部权益评估价值(净资产)为 15,468.93 万元，增值额为 4,637.18 万元，增值率为 42.81%。评估结果详见下列评估结果汇总表：

单位：人民币万元

项 目		账面价值	评估价值	评估增值	增值率%
		B	C	D=C-B	E=(C-B)/B*100%
流动资产	1	14,047.42	15,751.99	1,704.57	12.13
非流动资产	2	321.06	3,253.68	2,932.62	913.42
长期股权投资	2-1	0.00	0.00	0.00	0.00
固定资产	2-2	121.43	211.05	89.62	73.80
无形资产	2-3	6.50	2,849.49	2,842.99	43,738.31
开发支出	2-4	0.00	0.00	0.00	0.00
递延所得税资产	2-5	193.14	193.14	0.00	0.00
资产总计	3	14,368.49	19,005.66	4,637.17	32.27
流动负债	4	2,872.42	2,872.42	0.00	0.00
非流动负债	5	664.31	664.31	0.00	0.00
负债总计	6	3,536.73	3,536.73	0.00	0.00
股东全部权益（净资产）	7	10,831.75	15,468.93	4,637.18	42.81

其评估方法、评估过程具体情况如下：

2.1 评估范围

评估范围为广州漫友文化科技股份有限公司股东全部权益所涉及的资产及相关负债。具体范围请详见下文。

2.2 评估过程

2.2.1 流动资产

评估范围为广州漫友文化科技股份有限公司申报评估的各项流动资产，包括货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款及存货。其评估结果如下：

单位：元

资产项目	账面价值	评估价值	增值额	增值率%
货币资金	54,042,847.67	54,042,847.67	0.00	0.00
应收账款	50,449,740.44	50,449,740.44	0.00	0.00
预付账款	6,623,527.08	6,623,527.08	0.00	0.00
其他应收款	1,148,399.95	1,148,399.95	0.00	0.00
存货	28,084,431.18	45,130,062.42	17,045,631.24	60.69
其他流动资产	125,283.84	125,283.84	0.00	0.00
流动资产合计	140,474,230.16	157,519,861.40	17,045,631.24	12.13

注：1、库存商品增值-16.57%，减值的主要原因是：（1）部分库存商品结存成本较高，扣减相关税费及适当税后净利后出现减值；（2）部分库存商品有滞销现象，评估时根据实际情况提高了销售折扣。

2、发出商品评估增值 46.85%，主要原因是基准日时销售价格高、账面成本低，考虑适当销售折扣并扣除相应税费后仍有增值；

3、存货跌价准备按零值评估，致使存货整体评估增值。

2.2.2 机器设备

评估范围为广州漫友文化科技股份有限公司申报的车辆和电子设备。其评估结果如下：

单位：元

资产项目	账面原值	账面净值	重置价值	评估值	增值额	增值率%
车辆	1,353,500.00	468,258.33	1,479,500.00	977,414.00	509,155.67	108.73
电子设备	2,415,654.57	746,034.51	2,100,190.00	1,133,046.00	387,011.49	51.88
合计	3,769,154.57	1,214,292.84	3,579,690.00	2,110,460.00	896,167.16	73.80

注：（1）车辆评估增值的主要原因为：①企业车辆计提折旧的年限短于评估时考虑的经济寿命年限，账面净值率低；②部分车辆原始入账价值（二手车价）低于重置价值。

（2）电子设备评估增值的主要原因为：企业电子设备计提折旧的年限短于评估考虑的经济寿命年限，账面净值率低，故使评估后增值幅度较大。

2.2.3 无形资产-其他无形资产

评估范围为企业购买的开源宝 V3.0 和正版软件 CorelDRAW（两套）。截止评估基准日 2014 年 3 月 31 日，此次评估范围内的其他无形资产账面价值 64,958.49 元，评估价值 81,321.37 元，评估增值 16,362.88 元，增值率 25.19%。增值的主要原因是企业外购软件基准日按市场售价评估，账面价值为摊余价值。

2.2.4 无形资产-商标权、专利权、著作权

评估范围为广州漫友文化科技股份有限公司申报的截止评估基准日 2014 年 3 月 31 日与本次评估目的相关的无形资产-商标权、专利权、著作权。截至评估基准日 2014 年 3 月 31 日，广州漫友文化科技股份有限公司纳入评估范围内的商标权评估价值为 1,413.60 万元，专利权评估价值为 284.21 万元，著作权评估价值为 1,143.54 万元。

2.2.5 递延所得税资产

递延所得税资产账面价值 1,931,384.86 元，属坏账准备、存货跌价准备、职工薪酬导致的可抵扣暂时性差异，评估人员首先审核了递延所得税资产报表、总账、明细账的一致性，向有关财务人员了解递延所得税资产形成的原因、时间、原始发生额和内容，查阅了相关文件，递延税款所得税资产包括坏账准备、存货跌价准备、职工薪酬影响的可抵扣暂时性差异，这些影响的所得税费用均可以在期后随着账务处理的变化进行冲回，本次按核实后的账面值确认评估值。

2.2.6 负债

评估范围为广州漫友文化科技股份有限公司申报的应付账款、预收账款、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款、其他非流动负债。其评估结果如下：

单位：元

科目名称	账面值	评估价值	增值额	增值率%
应付账款	20,103,427.02	20,103,427.02	0.00	0.00
预收账款	2,480,040.91	2,480,040.91	0.00	0.00
应付职工薪酬	1,089,323.93	1,089,323.93	0.00	0.00
应交税费	1,664,474.03	1,664,474.03	0.00	0.00
其他应付款	3,386,956.52	3,386,956.52	0.00	0.00
其他非流动负债	6,643,123.41	6,643,123.41	0.00	0.00
合 计	35,367,345.82	35,367,345.82	0.00	0.00

3、评估结果的选取

收益法与资产基础法评估值存在差异的原因：资产基础法评估股东全部权益价值 15,468.93 万元，收益法评估净资产价值 39,969.77 万元，两者相差 24,500.84 万元。

存在差异的主要原因为：资产基础法是在持续经营基础上，以重置各项生产要素为假设前提，根据分项资产的具体情况采用适宜的方法分别评定估算企业各分项资产的价值并累加求和，再扣减相关负债评估价值，得出资产基础法下股东全部权益的评估价值，评估结果中仅包括对商标、著作权、专利等可确指无形资产的价值，对于资质、人力资源、企业品牌、管理团队及客户资源等因素对企业股东全部权益价值的影响未能作充分的考虑；而收益法是在对企业未来收益预测的基础上计算评估价值的方法，不仅考虑了各分项资产是否在企业中得到合理和充分利用、组合在一起时是否发挥了其应有的贡献等因素对企业股东全部权益价值的影响，也考虑了企业所拥有的资质、人力资源、企业品牌、管理团队、客户资源等对股东全部权益价值的影响，虽然其未来收益有一定的不确定性，但是其评估价值能比较客观全面地反映目前企业的股东全部权益价值。

鉴于以上原因，并结合本次评估目的综合考虑，本次评估确定以收益法评估结果作为目标资产的最终评估结果，即：广州漫友文化科技股份有限公司的股东全部权益价值评估结果为 39,969.77 万元。

五、其他事项

（一）交易标的出资及合法存续情况

交易对方承诺：

交易标的不存在股东出资不实、抽逃出资以及其他影响其合法存续、正常经营的情况。

交易对方作为交易标的的股东，合法、完整、有效地拥有交易标的的股权，交易对方依法有权处置该部分股权。该部分股权产权清晰，不存在抵押、质押等权利限制的情形，不存在涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者存在妨碍权属转移的其他情形。

在本次交易实施完成前，交易对方将确保标的资产产权清晰，不发生抵押、质押等权利限制的情形，不发生涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者妨碍权属转移的其他情形。

（二）隐性负债

交易对方承诺：

标的公司及其子公司依法参加社会保险和住房保障，已按《劳动法》、《劳动合同法》等规定，为员工依法缴纳各项强制性社会保险费和住房公积金。如有在交割日前未依法足额缴纳或支付的上述社会保险费和住房公积金等员工福利（已在账上计提的部分除外）的情形，且有权部门或权利人在任何时候要求标的公司或其子公司补缴，或对标的公司或其子公司处罚，或向标的公司或其子公司追索，本单位（本人）将全额承担该部分补缴、被处罚或被追索的支出及费用，且在承担后不向标的公司或其子公司追偿，保证标的公司或其子公司不会因此遭受任何损失。

（三）交易标的最近三年增资及股权转让价格与本次评估值的差异比较

1、掌视亿通

日期	股权转让比例	注册资本（万元）	转让股权（万元）	转让总价（万元）	每股转让价格（元）	本次评估值对应价格（元）
2013年12月	增资	11900万元	平价增资			10.88
2014年3月	100%	12,000	12,000	12,066.81	1.0056	

①2013年12月增资

2013年12月25日，掌视亿通股东会决定，将掌视亿通实收资本由100万元增至12,000万元。

本次平价增资系考虑到掌视亿通承接股东的运营商视频推广业务需要较大

的资金量，股东在测算资金需求量的基础上决定对公司进行增资。

②2014 年 3 月股权转让

2014 年 3 月 25 日，掌视亿通的股东风网信息将其所持有的 12,000 万元出资全部转让给西藏风网。同日，风网信息与西藏风网签署《股权转让协议》，转让价格为 120,668,141.94 元。

本次转让系同一控制下股权转让，其原因主要出于西藏有税收方面优惠政策的考虑，因此价格参考净资产。

2、精视文化

日期	股权转让比例	注册资本（万元）	转让股权（万元）	转让总价（万元）	每股转让价格（元）	本次评估值对应价格（元）
2011 年 5 月	16.8%	500	84	84	1	77.60
2012 年 8 月	1%	500	5	5	1	
2012 年 10 月	11%	500	55	55	1	
2013 年 9 月	增资 140 万元		平价增资			
2013 年 9 月	78.13%	640	500	500	1	
2014 年 1 月	增资 290 万元		溢价增资,5.66 元/单位注册资本			

①2011 年 5 月股东转让股权

2011 年 5 月 26 日，蒋德历将其拥有公司的 25 万元出资额转让给傅广平；李丽将其拥有公司的 10 万元出资额转让给傅广平；马强将其拥有公司的 10 万元出资额转让给傅广平；廖用祥将其拥有公司的 5 万元出资额转让给蔡德春；张进禄将其拥有公司的 4 万元出资额转让给蔡德春；施建华将其拥有公司的 7 万元出资额转让给蔡德春；胡晓琳将其拥有公司的 6.5 万元出资额转让给蔡德春；许国英将其拥有公司的 4 万元出资额转让给蔡德春；包贝贝将其拥有公司的 2.5 万元出资额转让给蔡德春；杨学军将其拥有公司的 10 万元出资额转让给孟晟骅。

其中，蒋德历、李丽、马强分别将其持有的精视文化 25 万元、10 万元、10 万元出资额平价转让给傅广平，系因精视文化经营出现困难或自身有其他投资项目，因此撤资，而股东傅广平看好公司发展，愿意平价受让该等股权。杨学军将其拥有公司的 10 万元出资额转让给孟晟骅，亦出于上述原因。

廖用祥、张进禄、施建华、胡晓琳、许国英、包贝贝分别将其拥有精视文化股权转让给蔡德春，系依据 2010 年 3 月上述股东与蔡德春等签订的精视文化增资扩股协议条款约定。该协议约定自增资扩股日起，前述员工股东需在精视文化服务三年，若三年内无论出于任何原因离职，则离职方只能要求蔡德春按其实际

出资现金额度的 1:1 收购其股权。

②2012 年 8 月股东转让股权

2012 年 8 月 30 日，股东陈瑗婉将其持有公司的 5 万元出资额转让给股东傅广平。

该次转让系员工股东陈瑗婉离开公司，因而平价转让给公司股东傅广平。

③2012 年 10 月股东转让股权

2012 年 10 月 30 日，股东孟晟骅将其持有公司的 55 万元出资额转让给股东傅广平。

该次股权转让系员工孟晟骅离开公司，根据增资扩股协议中的服务期条款，相关股东有权以按其实际出资现金额度的 1:1 收购其股权。

④2013 年 9 月增资至 640 万元

2013 年 9 月 2 日，引入新股东精视投资并增资至 640 万元，其中精视投资出资 140 万元。

该次增资价格为平价，主要系精视投资与精视文化同受蔡德春与傅广平控制。

⑤2013 年 9 月股东转让股权

2013 年 9 月 25 日，股东傅广平将其持有的公司 370 万元出资额转让给精视投资；蔡德春将其持有公司的 48 万元出资额转让给精视投资；应正群将其持有公司的 40 万元出资额转让给精视投资；王秀珍将其持有公司的 25 万元出资额转让给精视投资；夏娟妹将其持有公司的 17 万元出资额转让给精视投资。

其中，傅广平、蔡德春将其所持股权转让给精视投资，系同一控制下股权调整，因此价格参考注册资本。应正群、王秀珍、夏娟妹将其股权转让给精视投资，因公司拟整合各地广告资源，三人经营理念与其他股东存在差异，不愿再投资，因此愿意平价退出。

⑥2014 年 1 月增资至 930 万元

2014 年 1 月 16 日，引入新股东莫昂投资并增资至 930 万元，其中莫昂投资出资 290 万元。

本次增资的背景是精视文化拟吸收合并济南、青岛、太原等八个城市的楼宇广告业务，同时该八个城市的部分原股东成立了莫昂投资，对精视文化进行增资。各方约定精视文化增资前估值按照净资产估值，莫昂投资估算该八个城市业务运营所需的流动资金，然后以现金对精视文化进行增资，所得资金用于该八个城市的业务运营。

3、邦富软件

日期	股权转让比例	注册资本（万元）	转让股权（万元）	转让总价（万元）	每股转让价格（元）	本次评估值对应价格（元）
2011 年 4 月	5%	1,000	50	50	1	34.11
2012 年 4 月	22.5%	1,000	225	0	0	
2012 年 4 月	增资 500 万元		平价增资			
2012 年 6 月	增资 600 万元		平价增资			
2014 年 5 月	增资 400 万元		平价增资			

①2011年4月股权转让

2011年4月11日，股东曾子帆将其持有的邦富软件50万元出资转让给程顺玲。

本次股权平价转让，主要系公司受当时舆情市场发展初期影响公司未能实现盈利。且程顺玲一直参与企业的经营管理，对企业发展比较有信心，决定受让公司股权。

②2012年4月股权转让及增资

2012年4月25日，股东郑量冰将其持有的邦富软件225万元的出资无偿转让给股东李菊莲；邦富软件注册资本增至1,500万元，新增500万元注册资本由股东程顺玲缴纳。

本次零价格股权转让，系股东郑量冰年事已高行动不便，难以参与公司日常决策，因此将其股权转让给其配偶李菊莲。

本次平价增资系当时股东程顺玲看好公司发展。

③2012年6月增资

2012年6月13日，邦富软件注册资本增加至2,100万元，新增600万元注册资本由股东程顺玲缴纳。

本次增资系股东程顺玲进一步看好公司发展，此时国内舆情监测市场亦呈现增长态势，投入资金开拓市场，因此价格参考注册资本。

④2014年5月增资

2014年5月4日，邦富软件注册资本增加至2,500万元，其中：程顺玲新增出资219.04万元，李菊莲新增出资152.4万元，曾子帆新增出资28.56万元。

此次增资系公司股东看好公司发展，同时为了补充公司流动资金，因此价格参考注册资本。

4、漫友文化

日期	股权转让比例	注册资本（万元）	转让股份（万股）	转让总价（万元）	每股转让价格（元）	本次评估值对应价格（元）
2012 年 5 月	1%	1,000	10	0.0001	0.00001	29.98
2012 年 7 月	增资 133.33 万元		溢价增资， 2.45 元/单位注册资本			
2012 年 8 月	14.44%	1,133.3333	163.66	3,682.50	22.50	
2012 年 8 月	增资 200 万元		溢价增资， 22.50 元/单位注册资本			

注：鉴于公司最近一次增资完成后进行了整体变更，注册资本由 1333.3333 万元变更至 4000 万元，因此本次评估对应价格按整体变更前股本 1333.3333 万元进行了调整。

①2012 年 5 月转让

2012 年 5 月 15 日，金城将其拥有公司的 10 万元出资额以 1 元的价格转让给邵璐璐。

本次转让系直系亲属之间的股权转让（邵璐璐为金城女儿）。

②2012 年 7 月增资

2012 年 7 月 23 日，漫友文化引入广州漫时代、俞涌等 15 位自然人新股东并增资至 1,133.3333 万元，本次增资价格为 2.45 元/每一元注册资本。

本次增资参与者为公司中高层及主要业务骨干及漫画家，增资目的系公司为增强公司凝聚力、激发员工主人翁意识和漫画家创作热情，因此增资价格参考 2011 年 12 月 31 日净资产。

③2012 年 8 月转让及增资

2012 年 8 月 27 日，金城和邵洪涛分别将其所持的 5.882%和 8.5588%股权转让给长沙传怡天下股权投资管理合伙企业，转让价格分别为 1,500 万和 2,182.5 万；同时，湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）、北京中技富坤创业投资中心（有限合伙）、广东粤文投一号文化产业投资企业（有限合伙）分别投资 1,500 万合计对公司增资 200 万元，此轮股权转让和增资价格均为 22.50 元/每一元出资额。

此轮增资系公司为优化股权结构，引进长沙传怡、广东粤文投等专业的文化产业机构投资者，促进公司首次公开发行上市。因此，股权转让和增资价格考虑了公司未来的盈利能力以及 IPO 的预期。

总体而言，交易标的最近三年的增资与股权转让多发生于原公司小股东之间，双方协商确定转让价格，体现了股东意思自治原则；转让双方存在亲属关系或其他关联关系、或履行服务期协议、或依据公司发展战略调整股权架构。转让价格与本次评估值价格之间的差异亦体现了交易标的资产不同时期的资产质量和盈利水平，具备合理性，未损害上市公司的利益。

（四）交易标的最近一年现金增资的背景及其对评估值的影响

1、现金增资的背景

（1）掌视亿通

2013 年 12 月 25 日，掌视亿通的股东风网信息决定，将掌视亿通注册资本由 100 万元增至 12,000 万元，并修改公司章程。2013 年 12 月 27 日，天津北洋金材有限责任会计师事务所审验并出具《验资报告》（北金验字 II [2013]第 314 号），验证：截至 2013 年 12 月 26 日，已收到股东风网信息缴纳的新增出资 11,900 万元，全部为货币出资，变更后的注册资本实收金额为 12,000 万元。2013 年 12 月 27 日，天津市滨海新区工商行政管理局出具《准予变更登记通知书》（滨海新区登记内设字[2013]第 00037302 号），掌视亿通取得天津市滨海新区工商行政管理局核发的新的《企业法人营业执照》。

本次增资的原因及背景如下：

一般情况下，掌视亿通与牌照方每 3 个月进行一次结算，收取推广收入。掌视亿通通常需垫付 3 个月以上的主营业务成本及管理费用、销售费用、财务费用等项运营支出，运营资金需求量较大。掌视亿通成立时注册资本仅为 100 万元，业务发展受到制约。为增强掌视亿通的资本实力，加强其发展后劲，提高核心竞争力和市场影响力，掌视亿通的股东决定进行现金增资。

2013 年 12 月掌视亿通增资后（截止 2013 年 12 月 31 日），货币资金余额为 11,905.85 万元；截止 2014 年 3 月 31 日，掌视亿通货币资金余额为 9,442.10 万元。2014 年 3 月 31 日货币资金较年初减少 2,463.75 万元，主要滚动转化为主营业务成本及管理费用、销售费用、财务费用。

（2）精视文化

2014 年 1 月 16 日，精视文化股东会决定，同意将注册资本由 640 万元增至

930 万元。2014 年 1 月 27 日，上海中鉴会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（中鉴验字[2014]第 069 号），验证：截至 2014 年 1 月 27 日，已收到股东莫昂投资缴纳的新增注册资本 290 万元，全部为货币出资。2014 年 1 月 30 日，精视文化经上海市工商行政管理局崇明分局办理变更登记后取得了《企业法人营业执照》。

本次增资的背景是精视文化业务整合：

精视文化拟吸收合并济南、青岛、太原等八个城市的楼宇广告业务，同时该八个城市的部分原股东成立了莫昂投资，对精视文化进行增资。各方约定精视文化增资前估值按照净资产估值，莫昂投资估算该八个城市业务运营所需的流动资金，然后以现金对精视文化进行增资，所得资金用于该八个城市的业务运营。

（3）邦富软件

2014 年 5 月 4 日，邦富软件股东会决定，同意邦富软件注册资本由 2,100 万元增至 2,500 万元，其中：程顺玲新增出资 219.04 万元，李菊莲新增出资 152.4 万元，曾子帆新增出资 28.56 万元。2014 年 5 月 5 日，邦富软件就该次增资办理了工商变更登记。2014 年 5 月 9 日，广州市源晟会计师事务所审验并出具《验资报告》（穗源晟验字[2014]第 076 号），验证：截至 2014 年 5 月 9 日，已收到全体股东新增注册资本 400 万元，全部为货币出资。

本次增资的原因及背景如下：

1) 邦富软件现金流量具有一定的季节性波动特征，这主要与其的主要客户的投资计划、付款周期有关。目前，邦富软件客户主要集中在宣传和公安部门。一般来说，政府部门每年的上半年制定投资计划、实施投资方案，下半年付款。因此，邦富软件现金流量在完整会计年度内呈不均匀分布，通常为上半年小于下半年，上半年资金周转较为紧张。

2) 邦富软件预计 2014 年将实现销售收入 11,193.69 元，较 2013 年增长 78.42%，营运资金需求也会有较大幅度的增长。

综上，邦富软件的股东决定进行现金增资。目前，全体股东新投入货币资金主要滚动转化为主营业务成本及管理费用、销售费用、财务费用。

2、增资对评估增值率的影响

（1）掌视亿通

根据掌视亿通所运营业务的特点及该业务在历年经营过程中需要的流动资金，评估人员认为掌视亿通现金增资前的注册资本无法保证业务的正常运营，如掌视亿通无法保证业务的正常运营则无法进行评估，故现金增资是必要的。

（2）精视文化

标的	基准日估值 (万元)	现金增资额 (万元)	增资前增值率	增资后增值率
精视文化	72,165.57	1,640.00	1,093.06%	838.58%

（3）邦富软件

邦富软件现金增资的影响：2014年5月4日，广州市邦富软件有限公司全体股东同意变更公司注册资本，由原来的人民币2,100.00万元增至为人民币2,500.00万元，增资人民币400.00万元。2014年5月5日，广州市邦富软件有限公司取得变更后编号为S0112014008202的营业执照。该事项属于基准日期后事项，对本次评估增值没有影响，只是本次交易定价时考虑了该增资额。

（五）国视通讯的相关情况

2014年5月12日，公司召开2014年度第一次临时股东大会审议通过了《关于购买国视通讯（上海）有限公司100%股权的议案》。公司向国视通讯（北京）有限公司（以下简称“国视北京”）现金收购其全资子公司国视通讯。根据双方签署的《购买资产协议》，公司将以现金方式购买国视通讯100%股权，股权转让价格为28,000.00万元。

国视北京主要承担国际台在全国范围内的手机广播电视业务的运营任务，是目前行业内领先的手机广播电视服务商。公司以“CRI手机电视”品牌为核心，致力于数字时代的手机广播电视新媒体运营业务，并与电信运营商“影视垂直栏目”合作。

国视通讯作为运营支撑类公司，目前向国视北京提供内容集成、包装策划、内容技术性筛选、内容二次制作、平台适配等一系列运营管理服务。鉴于其与本次重组标的资产之一的掌视亿通在业务方面存在上下游关联性，以下简要介绍其业务情况：

1、国视通讯的主要客户和供应商情况

公司最近一年一期的主要客户情况如下：

单位：元

排名	客户	2013 年 销售收入	占比
1	中国移动通信集团上海有限公司	215,409,126.18	94.81%
2	天翼视讯传媒有限公司	7,697,516.43	3.39%
3	联通宽带在线有限公司	3,709,461.77	1.63%
4	天翼阅读文化传播有限公司	328,018.60	0.14%
5	中国移动通信集团四川有限公司	51,393.70	0.02%
	合计	227,195,516.68	100.00%

单位：元

排名	客户	2014 年 1~3 月销售收入	占比
1	中国移动通信集团上海有限公司	59,953,958.44	97.04%
2	联通宽带在线有限公司	1,154,773.78	1.87%
3	天翼视讯传媒有限公司	646,456.83	1.05%
4	中国移动通信集团四川有限公司	27,135.38	0.04%
	合计	61,782,324.43	100.00%

公司最近一年一期的主要供应商情况如下：

单位：元

排名	客户	2013 年采购金额	占比
1	北京风网信息技术有限公司	149,182,414.77	75.98%
2	北京蓝色大门影视文化传播有限公司	34,783,180.53	17.72%
3	天津掌视亿通信息技术有限公司	5,310,099.62	2.70%
4	东方星和科技（北京）有限公司	2,198,026.20	1.12%
	合计	191,473,721.12	97.52%

单位：元

排名	客户	2014 年 1~3 月采购金额	占比
1	天津掌视亿通信息技术有限公司	50,776,068.69	93.33%

2、国视通讯的业务可持续性

国视北京是国内领先的运营商视频内容服务提供商，是广电总局发放的六张手机电视集成播控牌照运营商中收入规模和用户数量最大的一家，目前与中国移动、中国电信和中国联通三大移动网络运营商均开展基于移动音视频内容服务的合作。2013 年在“中国移动”视频基地中，国视北京以 25.6%的份额成为中国移动视频基地最大的内容运营商。

根据艾瑞咨询的研究报告，2013 年中国运营商视频的市场规模达到了 37.7

亿元，相对于 2012 年增长 35.1%。并且根据艾瑞咨询的中性预测，中国运营商视频在未来几年还将持续保持 15%以上的速度增长，预计在 2017 年将达到 74.1 亿元。而 2013 年中国移动视频基地的收入规模近 24 亿元，占当年中国运营商视频总收入的 60%以上，遥遥领先于中国电信和中国联通，并且将在未来几年持续保持领先，艾瑞咨询预计 2017 年中国移动占中国运营商视频总收入的比例将达到 80%以上。因此，作为中国移动视频基地最大的合作伙伴，国视北京也必将在未来一段时间随着中国移动视频基地收入的增长而保持持续的增长态势。

2013 年 12 月，风网信息及其关联公司将运营商视频业务注入掌视亿通，风网信息及其关联公司（2013 年 12 月之后是掌视亿通）自 2007 年 7 月一直是国视北京最大的供应商，同时国视北京也一直是风网信息及其关联公司（2013 年 12 月之后是掌视亿通）最大的客户，即风网信息及其关联公司与国视北京存在彼此依赖的关系，双方保持着紧密合作关系。国视北京属于国家新闻出版广电总局发放的六张手机电视集成播控牌照运营商之一，目前来看手机电视集成播控牌照仍然属于稀缺资源。此外，国视北京拥有大量的运营商视频付费用户，而付费用户数的增长是国视北京以及风网信息及其关联公司获得持续增长的根本动力。因此，相对而言，风网信息及其关联公司（2013 年 12 月之后是掌视亿通）更加依赖于国视北京的手机电视集成播控牌照和其所拥有的大量付费用户数。基于此，掌视亿通在未来相当长的一段时间仍然会与国视北京保持密切的合作关系。

从上述国视北京与最大的客户和最大的供应商在未来相当长的一段时间仍然保持持续合作关系，以及中国运营商视频仍然会保持持续快速增长来看，国视北京的业务具有可持续性。

2014 年 1 月 1 日，国视通讯通过与国视北京签署《运营管理服务协议》，承接了国视北京除手机音/视频内容审核及管理以外的所有经营性业务，即按照延续国视北京的经营性业务来看，国视通讯的业务也是具有可持续性的。

3、相关业务和资产的注入情况及经营合作协议的变更情况

2014 年 1 月 1 日，国视通讯与国视北京签署了《运营管理服务协议》，约定除手机音/视频内容审核管理事项外，国视通讯向国视北京提供全面的手机音/视频业务的内容集成、产品维护、业务营销管理及内容技术性筛选服务。即国视北京保留了手机音/视频内容审核及管理业务，国视通讯通过《运营管理服务协议》

承接了国视北京除手机音/视频内容审核及管理以外的所有经营性业务。

根据《运营管理服务协议》，与客户电信运营商的业务协议仍然由国视北京来签署，但国视北京基于与电信运营商的协议而应取得的信息费、运营服务费、奖励费等全部费用的收取，自获得电信运营商同意后，将全部由国视通讯从相应电信运营商处直接收取。根据《运营管理服务协议》，与供应商的新合作协议，将全部由国视通讯来签署。供应商与国视北京已经签署的原相关协议在到期后，将全部改为与国视通讯直接签署。目前国视北京最大的供应商掌视亿通已经结束与国视北京的业务协议，改为与国视通讯直接签署《中国移动手机视频合作协议》和《音视频版权作品合作协议书》。

在国视北京将经营性业务注入到国视通讯的过程中，不存在也不需要进行资产转移，也不涉及相关业务资质注入的情况。

4、掌视亿通与国视通讯的关联关系及双方合作协议情况

经核查并根据企业信用系统信息，现时掌视亿通与国视通讯之间不存在关联关系。若本次重组实施完毕，且华闻传媒收购国视通讯完成后，掌视亿通和国视通讯将成为华闻传媒的全资子公司；届时将构成关联方。

2013 年 12 月，国视通讯股东会批准了国视通讯“关于 2014 年国视通讯与内容及营销服务合作方信息费分成体系计划”。根据该计划，国视通讯与掌视亿通于 2014 年 1 月 1 日签署了《中国移动手机视频合作协议》。该协议规定，掌视亿通通过向国视通讯提供版权内容及内容转码、片源输出、运营技术支持等服务共计获得每月相关信息费总额的 47% 分成，通过对运营商视频内容进行推广获得每月相关信息费总额的 3% 分成。国视北京/国视通讯与其他内容合作方如乐视网信息技术（北京）股份有限公司、北京华科广通信息技术有限公司、北京华风创新网络技术有限公司的信息费分成比例均为 47%。国视通讯与掌视亿通关于运营商视频内容营销推广服务的分成比例 3% 是基于国视通讯“关于 2014 年国视通讯与内容及营销服务合作方信息费分成体系计划”，由双方协商制定的，根据国视通讯对行业的了解，其他手机电视集成播控牌照方与运营商视频内容推广方的分成比例与国视通讯设定的分成比例类似。

5、双方是否存在合作以进行盈利调节的可能

掌视亿通是西藏风网的全资子公司，国视通讯是国视北京的全资子公司，现

时西藏风网和国视北京没有关联关系，两家公司根据与华闻传媒签署的协议各自承担各自的业绩补偿责任。掌视亿通与国视通讯是两个独立经营的实体企业，其利益主体、业绩补偿主体不同，仅仅在业务上存在上下游合作关系，并已经通过相关业务协议进行约定，两者之间不存在盈利调节的可能。

6、国视通讯对于掌视亿通的业务依赖情况及应对措施

根据 2014 年 1 月 1 日国视北京与国视通讯签署的《运营管理服务协议》，供应商与国视北京的合作协议到期后，将改为与国视通讯签署业务合作协议，即未来掌视亿通不会是国视通讯的唯一供应商，国视通讯的供应商除掌视亿通外，还会有乐视网信息技术（北京）股份有限公司、北京华科广通信息技术有限公司、北京华风创新网络技术有限公司。因此，掌视亿通作为供应商对于国视通讯的业务是有可替代性的。

2013 年国视北京向供应商风网信息及其关联公司（2013 年 12 月以后是掌视亿通）分成额占国视北京所有供应商分成总额的比例为 94.2%，即国视北京对风网信息及其关联公司存在业务依赖情况。2013 年 12 月以后，风网信息及其关联公司将运营商视频业务注入掌视亿通。2014 年 1 月 1 日以后，国视北京将经营性业务注入到国视通讯。因此，自 2014 年 1 月 1 日后，国视通讯对掌视亿通存在依赖关系。

根据国视通讯的业务发展规划，国视通讯除承接国视北京原供应商外，还会进一步拓展新的供应商，届时掌视亿通的分成额占国视通讯所有供应商分成总额的比例将会降低，以降低国视通讯对掌视亿通的业务依赖程度。此外，2013 年来自国视北京的收入占掌视亿通备考总收入的比例为 80.62%，是掌视亿通最大的客户，即掌视亿通与国视北京（2014 年 1 月 1 日之后是国视通讯）存在彼此依赖关系。但国视北京属于国家新闻出版广电总局发放的六张手机电视集成播控牌照运营商之一，目前来看手机电视集成播控牌照仍然属于稀缺资源。加之，国视北京拥有大量的运营商视频付费用户，而付费用户数的增长是国视北京以及掌视亿通获得持续增长的根本动力。因此，相对而言，掌视亿通更加依赖于国视北京的手机电视集成播控牌照和其所拥有的大量付费用户数。

综上所述，掌视亿通与国视通讯保持着密切的合作，并存在依此依赖关系，但掌视亿通对国视通讯的依赖会更大一些。因此，即使本次重组不成功，国视通

讯和掌视亿通仍然可以作为两家独立的经营实体继续独立运作，并且将继续保持紧密的合作关系。国视通讯因为拥有手机电视集成播控牌照和大量付费用户数，而使得掌视亿通对国视通讯的依赖会更大一些。基于此，华闻传媒先行采用现金的方式收购了国视通讯 100%股权，然后在本次重组中以发行股份及现金方式收购掌视亿通，以降低掌视亿通与国视通讯的彼此依赖所带来的经营风险。

第五节 本次交易涉及股份发行的情况

一、本次交易方案及标的资产作价

本次交易分为发行股份及支付现金购买资产与募集配套资金两个部分：

（一）发行股份及支付现金购买资产

本次交易华闻传媒拟通过向特定对象非公开发行股份并支付现金的方式，购买掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权，其中：

- 1、向西藏风网发行股份并支付现金购买其合计持有的掌视亿通100%股权；
- 2、向精视投资、莫昂投资发行股份并支付现金购买其合计持有的精视文化60%股权；
- 3、向程顺玲、李菊莲、曾子帆发行股份并支付现金购买其合计持有的邦富软件100%股权；
- 4、向金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、邱月仙、葛重葳、祖雅乐、韩露、丁冰和李凌彪发行股份并支付现金购买其合计持有的漫友文化85.61%股权；

现金支付对价来源于公司向不超过10名其他特定投资者发行股份募集配套资金和自筹资金。

（二）募集配套资金

向不超过10名其他特定投资者发行股份募集配套资金，配套资金总额92,000.00万元。募集配套资金不超过本次现金及发行股份购买资产交易总金额（交易对价与募集配套资金之和）的25%。

本次交易完成后，华闻传媒将持有掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权。

本次交易，中和评估采用收益法和资产基础法对以上标的资产进行评估。最终采用标的资产收益法评估结果作为其作价依据。根据中和评估出具的各标的资产的评估报告，截至评估基准日2014年3月31日，各标的资产经审计的账面净资产合计为34,665.39万元；评估后净资产合计为279,679.59万元，评估增值245,014.20万元，增值率为706.80%。

根据《发行股份及现金购买资产协议》，本次交易各方以标的资产截至2014年3月31日评估结果为主要定价参考依据，并综合考虑各标的资产财务和业务状况及发展前景、未来盈利能力等各项因素确定本次交易价格。经交易各方协商，标的资产合计作价为279,944.00万元。

二、本次交易中的股票发行

本次交易涉及两次发行：（1）发行股份购买资产：华闻传媒拟向交易对方发行股份支付标的资产对价款 184,353.00 万元。（2）发行股份募集配套资金：华闻传媒拟向其他不超过 10 名特定投资者发行股份募集配套资金 92,000.00 万元。

（一）发行种类和面值

本次向特定对象发行的股票为人民币普通股（A 股），每股面值人民币 1.00 元。

（二）发行方式及发行对象

1、发行股份购买资产

本次发行股份购买资产采用向特定对象非公开发行股份的方式。发行对象为西藏风网、精视投资、莫昂投资、程顺玲、李菊莲、曾子帆、金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、祖雅乐、邱月仙、葛重葳、韩露、丁冰和李凌彪。

2、发行股份募集配套资金

本次发行股份募集配套资金的发行方式为非公开发行，发行对象为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、

保险机构投资者、合格境外机构投资者、其它境内法人投资者和自然人等不超过10名的其他特定投资者。

（三）发行股份的定价依据、定价基准日和发行价格

本次交易涉及的股份发行包括发行股份购买资产和发行股份募集配套资金，定价基准日均为华闻传媒第六届董事会2014年第五次临时会议决议公告日：

1、发行股份购买资产

根据《重组管理办法》第四十四条规定，上市公司发行股份的价格不得低于本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价。交易均价的计算公式为：董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价=决议公告日前20个交易日公司股票交易总额/决议公告日前20个交易日公司股票交易总量。

本次发行价格的定价基准日为公司第六届董事会2014年第五次临时会议决议公告日，发行价格为不低于定价基准日前20个交易日公司股票均价，即不低于13.72元/股。经公司与交易对方协商，发行价格为13.72元/股。根据公司2013年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次发行价格调整为13.68元/股。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行价格将再次作相应调整。

2、发行股份募集配套资金

按照《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关规定，向其他特定投资者募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的90%。据此计算，华闻传媒定价基准日前20个交易日的股票交易均价为13.72元/股，前20个交易日股票交易均价的90%为12.35元/股。根据公司2013年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次配套融资的新增股份发行价格

相应调整为不低于12.31元/股。最终发行价格将在本次发行获得中国证监会核准后，由公司董事会根据股东大会的授权，按照相关法律、行政法规及规范性文件的规定，依据发行对象申购报价的情况，与本次交易的独立财务顾问协商确定。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行底价将再次作相应调整。

（四）发行数量

本次交易标的资产合计作价为279,944.00万元，募集配套资金92,000.00万元；本次交易完成后，预计本次发行股票的数量最高为约20,949.69万股（募集配套资金发股数量按照发行底价12.31元/股计算）。

1、向本次交易对方发行股份数量

本次交易华闻传媒向各交易对方发行新股的数量=标的资产作价款中以股份形式支付的对价÷发行价格。

按照前述公式计算所发行新股的股份数并非整数时，则由本次交易各方协商确定。据此计算，本次交易将向交易对方合计发行134,760,955股，其详细情况如下：

交易对方	标的资产	交易价格 (万元)	支付方式	
			发行股份	支付现金
			(股)	(万元)
西藏风网	掌视亿通 100%股权	130,500.00	59,144,736	49,590.00
精视投资	精视文化 60%股权	43,200.00	13,039,049	11,891.61
莫昂投资			5,908,319	5,388.39
程顺玲	邦富软件 100%股权	72,000.00	20,751,789	11,040.00
李菊莲			14,436,421	7,680.00
曾子帆			2,706,526	1,440.00
金城	漫友文化 85.61%股权	34,244.00	11,348,684	5,175.00
长沙传怡			2,691,885	1,227.50
湖南富坤			1,096,491	500.00
北京中技			1,096,491	500.00
广东粤文投			1,096,491	500.00
广州漫时代			375,000	171.00
俞涌			230,263	105.00

邵璐璐			98,684	45.00
刘 洋			78,947	36.00
张显峰			78,947	36.00
张 茜			78,947	36.00
朱 斌			78,947	36.00
崔伟良			49,342	22.50
施桂贤			49,342	22.50
许勇和			49,342	22.50
曹玲玲			49,342	22.50
赖春晖			49,342	22.50
邵洪涛			29,605	13.50
祖雅乐			29,605	13.50
邱月仙			29,605	13.50
葛重葳			29,605	13.50
韩 露			19,736	9.00
丁 冰			19,736	9.00
李凌彪			19,736	9.00
合计		279,944.00	134,760,955	95,591.00

本次最终发行数量将由公司股东大会审议批准后，经中国证监会核准确定。

在定价基准日至发行日期间，如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项作相应调整时，交易对方所获得的本次非公开发行股票的数量亦将作相应调整。

2、向其他不超过 10 名特定投资者发行股份数量

本次交易拟募集配套资金总额不超过92,000.00万元。按照本次发行底价计算，向其他不超过10名特定投资者发行股份数量不超过74,735,987股。最终发行数量将根据最终发行价格确定。

在定价基准日至发行日期间，如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项作相应调整时，发行数量亦将作相应调整。

（五）上市地点

本次发行的股票拟在深圳证券交易所上市。

三、募集配套资金的用途及必要性

（一）募集配套资金的用途

本次募集配套资金的用途为支付本次交易的现金对价部分。

（二）募集配套资金的必要性

本次交易募集配套资金主要是综合考虑本次收购现金对价、公司日常经营需要、业务发展战略等因素而制定。

1、支付本次交易的现金对价需要募集配套资金

本次交易的现金对价金额为 95,591.00 万元。具体支付进度如下：

单位：万元

序号	交易对方	交易标的	第一期	第二期
1	西藏风网	掌视亿通	49,590.00	
2	精视投资	精视文化	8,640.00	8,640.00
3	莫昂投资			
4	程顺玲	邦富软件	20,160.00	
5	李菊莲			
6	曾子帆			
7	金 城	漫友文化	8,561.00	
8	长沙传怡			
9	湖南富坤			
10	北京中技			
11	广东粤文投			
12	广州漫时代			
13	俞 涌			
14	邵璐璐			
15	刘 洋			
16	张显峰			
17	张 茜			
18	朱 斌			
19	崔伟良			
20	施桂贤			
21	许勇和			
22	曹凌玲			
23	赖春晖			
24	邵洪涛			
25	祖雅乐			
26	邱月仙			
27	葛重葳			
28	韩 露			

29	丁 冰			
30	李凌彪			
合计			86,951.00	8,640.00

注：第一期指标的资产交割以后的十五个工作日内；

第二期指华闻传媒 2014 年年度报告披露日后十五个工作日内。

本次现金支付金额较大，虽然与部分交易对方安排了分期支付计划，但上市公司仍面临较大的现金支付压力。如果本次现金对价全部通过自有资金支付，将对公司未来日常经营和投资活动产生一定的资金压力；如果全部通过银行举债支付，将显著提高上市公司负债水平和偿债压力，增加利息支出，降低上市公司税后利润。因此需要通过募集配套资金来支付现金对价。

2、上市公司日常经营活动需要保持一定的货币资金存量

2013 年度公司合并报表的营业收入为 374,955.80 万元，业务主要涉及媒体经营、管道燃气等等，公司的日常经营活动需要大量的资金需求，主要包括：原材料采购支出、员工工资等人工成本、研发投入支出及税费等其他支出，如果低于货币资金安全持有水平，将会对华闻传媒产生一定的流动性风险。

3、上市公司发展“全媒体、大文化”战略需要资金支持

2013 年 2 月华闻传媒董事会通过了新一版的《发展战略规划》，确立公司“全媒体、大文化”的战略定位，并且以“创建优质内容提供平台”为首要战略举措。该规划颁布以来，公司董事会认真践行公司发展战略，不断强化核心管理层的互联网思维，持续推动“内部资源整合”与“外部孵化并购”，加快产业内外优势资源聚合，积极谋求创新融合发展。随着并购整合带来公司业务规模的不断扩大，华闻传媒也需要更多的流动资金来应对业务发展的需要。因此保留一部分可用于并购的资金，对于上市公司实现外延式的发展战略具有重要意义。

综上所述，本次募集配套资金用于支付本次交易的现金对价部分具有必要性和合理性。

四、配套募集资金管理和使用的内部控制制度

为了规范华闻传媒募集资金的管理和使用，最大程度地保障投资者的利益，依据《公司法》、《证券法》、《上市公司证券发行管理办法》、《中国证券监督管理

委员会上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《深圳证券交易所股票上市规则》（以下简称《上市规则》）、《深圳证券交易所主板上市公司规范运作指引》等法律、行政法规和规范性文件的规定，结合公司实际情况，制定募集资金管理制度，主要内容如下：

（一）募集资金专户存储

公司应当审慎选择商业银行并开设募集资金专项账户，募集资金应当存放于董事会决定的专户集中管理和使用，专户不得存放非募集资金或用作其他用途。募集资金专户数量不得超过募集资金投资项目的个数。

公司应当在募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

（二）募集资金使用

公司应当按照发行申请文件中承诺的募集资金投资计划使用募集资金。出现严重影响募集资金投资计划正常进行的情形时，公司应当及时公告。

募集资金投资项目不得为持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资，不得直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司。

公司不得将募集资金用于质押、委托贷款或其他变相改变募集资金用途的投资。

公司应当确保募集资金使用的真实性和公允性，防止募集资金被控股股东、实际控制人等关联人占用或挪用，并采取有效措施避免关联人利用募集资金投资项目获取不正当利益。

公司应当在每个会计年度结束后全面核查募集资金投资项目的进展情况。募集资金投资项目年度实际使用募集资金与最近一次披露的募集资金投资计划当年预计使用金额差异超过 30%的，公司应当调整募集资金投资计划，并在定期报告中披露最近一次募集资金年度投资计划、目前实际投资进度、调整后预计分年度投资计划以及投资计划变化的原因等。

为避免资金闲置，充分发挥其使用效益，在保证投资项目用款、资金安全和遵守国家法律、行政法规、规范性文件以及公司章程的前提下，可适量补充公司

流动资金，但应按规定及时进行信息披露。公司用闲置募集资金暂时用于补充流动资金，仅限于与主营业务相关的生产经营使用，应当符合下列条件：

- （1）不得变相改变募集资金用途；
- （2）不得影响募集资金投资计划的正常进行；
- （3）单次补充流动资金时间最长不得超过 12 个月；
- （4）单次补充流动资金金额不得超过募集资金金额的 50%；
- （5）已归还前次用于暂时补充流动资金的募集资金（如适用）
- （6）不使用闲置募集资金进行证券投资；
- （7）保荐机构、独立董事、监事会单独出具明确同意的意见。

公司暂时闲置的募集资金可进行现金管理，其投资的产品须符合以下条件：

- （1）安全性高，满足保本要求，产品发行主体能够提供保本承诺；
- （2）流动性好，不得影响募集资金投资计划正常进行。

投资产品不得质押，产品专用结算账户（如适用）不得存放非募集资金或用作其他用途，开立或注销产品专用结算账户的，公司应当及时报深圳证券交易所备案并公告。

（三）募集资金用途变更

募集资金投资的项目，应与公司招股说明书或募集说明书承诺的项目相一致，原则上不应变更。对确因市场发生变化，需要改变募集资金投向时，必须办理必需的审批手续，履行法定审批程序。公司拟变更募集资金投资项目的，应当自董事会审议后及时在指定报刊披露，及时向证券监管部门报告，并提交股东大会审议。

公司应当在董事会和股东大会审议通过变更募集资金用途议案后，方可变更募集资金用途。

公司董事会应当审慎地进行拟变更后的新募集资金投资项目的可行性分析，确信投资项目具有较好的市场前景和盈利能力，能够有效防范投资风险，提高募集资金使用效益。公司变更后的募集资金用途原则上应当投资于主营业务。

（四）募集资金管理与监督

公司的董事、监事和高级管理人员应当勤勉尽责，督促公司规范运用募集资金，自觉维护上市公司资产安全，不得参与、协助或纵容公司擅自或变相改变募

集资金用途。

公司会计部门应当对募集资金的使用情况设立台账，详细记录募集资金的支出情况和募集资金项目的投入情况。

公司内部审计部门应当至少每季度对募集资金的存放与使用情况检查一次，并及时向审计委员会报告检查结果。

独立董事应当关注募集资金实际使用情况与公司信息披露情况是否存在重大差异。经二分之一以上独立董事同意，独立董事可以聘请会计师事务所对募集资金存放与使用情况出具鉴证报告。公司应当积极配合，并承担必要的费用。

五、本次交易对上市公司的影响

（一）发行前后股权结构变化

截至 2014 年 3 月 31 日，公司总股本为 1,846,262,977 股，按照本次交易方案，公司本次将发行普通股 134,760,955 股用于购买资产，发行普通股 74,735,987 股用于配套融资。本次交易前后公司的股本结构变化如下表所示：

股东名称	本次交易前		本次交易后	
	持股数量(股)	持股比例	持股数量(股)	持股比例
国广资产	267,205,570	14.4728%	267,205,570	12.9979%
西藏风网	-	-	59,144,736	2.8770%
精视投资	-	-	13,039,049	0.6343%
莫昂投资	-	-	5,908,319	0.2874%
程顺玲	-	-	20,751,789	1.0094%
李菊莲	-	-	14,436,421	0.7022%
曾子帆	-	-	2,706,526	0.1317%
金城	-	-	11,348,684	0.5520%
长沙传怡	-	-	2,691,885	0.1309%
湖南富坤	-	-	1,096,491	0.0533%
北京中技	-	-	1,096,491	0.0533%
广东粤文投	-	-	1,096,491	0.0533%
广州漫时代	-	-	375,000	0.0182%
俞涌	-	-	230,263	0.0112%
邵璐璐	-	-	98,684	0.0048%
刘洋	-	-	78,947	0.0038%

张显峰	-	-	78,947	0.0038%
张 茜	-	-	78,947	0.0038%
朱 斌	-	-	78,947	0.0038%
崔伟良	-	-	49,342	0.0024%
施桂贤	-	-	49,342	0.0024%
许勇和	-	-	49,342	0.0024%
曹凌玲	-	-	49,342	0.0024%
赖春晖	-	-	49,342	0.0024%
邵洪涛	-	-	29,605	0.0014%
祖雅乐			29,605	0.0014%
邱月仙	-	-	29,605	0.0014%
葛重葳	-	-	29,605	0.0014%
韩 露	-	-	19,736	0.0010%
丁 冰	-	-	19,736	0.0010%
李凌彪			19,736	0.0010%
不超过10名 特定投资者	-	-	74,735,987	3.6354%
其他股东	1,579,057,407	85.5272%	1,579,057,407	76.8114%
合 计	1,846,262,977	100.00%	2,055,759,919⁴	100.00%

注：假设本次配套融资成功，融资总额为 92,000.00 万元，且发行价格为 12.31 元/股。

本次交易前，国广资产持有本公司 267,205,570 股，持股比例为 14.47%，是
本公司的控股股东。本次交易发行股份上限为 209,496,942 股，本次交易完成后
国广资产持有本公司 267,205,570 股股份，其持股比例将变更为 13.00%，仍为本
公司的控股股东。因此，本次交易不会导致上市公司控股股东和实际控制人发生
变更。

（二）发行前后财务指标变化

根据立信出具的华闻传媒 2013 年度、2014 年度 1~3 月《审计报告》（信会师
报字[2014]第 310085 号、信会师报字[2014]第 310287 号）和华闻传媒 2013 年
度、2014 年度 1~3 月《备考审计报告》（信会师报字[2014]第 310337 号），本公
司本次交易前后的主要财务数据和其他重要财务指标如下：

⁴ 此处的股本计算未考虑上市公司拟回购股份数的影响，下文采用相同的处理

1、资产负债表数据

单位：万元

2014年3月31日	交易完成前	交易完成后	交易前后比较	
			增长额	增长率
流动资产	285,555.77	329,659.97	44,104.20	15.45%
非流动资产	446,083.24	714,093.57	268,010.33	60.08%
资产总额	731,639.02	1,043,753.53	312,114.51	42.66%
流动负债	150,859.71	161,813.12	10,953.41	7.26%
非流动负债	84,274.52	85,658.83	1,384.31	1.64%
负债总额	235,134.23	247,471.95	12,337.72	5.25%
归属于母公司所有者权益合计	473,851.47	768,994.06	295,142.59	62.29%
所有者权益合计	496,504.79	796,281.58	299,776.79	60.38%
资产负债率	32.14%	23.71%	-8.43%	-26.23%
流动比率	1.89	2.04	0.15	7.94%
速动比率	1.71	1.85	0.14	8.19%
2013年12月31日	交易完成前	交易完成后	交易前后比较	
			增长额	增长率
流动资产	270,740.58	310,154.15	39,413.57	14.56%
非流动资产	447,007.14	714,836.55	267,829.41	59.92%
资产总额	717,747.72	1,024,990.70	307,242.98	42.81%
流动负债	168,637.61	180,830.00	12,192.39	7.23%
非流动负债	82,564.42	84,088.18	1,523.76	1.85%
负债总额	251,202.04	264,918.18	13,716.14	5.46%
归属于母公司所有者权益合计	442,638.03	732,719.71	290,081.68	65.53%
所有者权益合计	466,545.69	760,072.52	293,526.83	62.91%
资产负债率	35.00%	25.85%	-9.15%	-26.14%
流动比率	1.61	1.72	0.11	6.83%
速动比率	1.47	1.57	0.10	6.80%

注：速动比率=（流动资产期末数－存货期末数）÷流动负债期末数；下同。

2、利润表数据

单位：万元

2014年1~3月	交易完成前	交易完成后	交易前后比较	
			增长额	增长率
营业收入	75,927.97	89,563.55	13,635.58	17.96%
营业成本	46,815.27	52,779.96	5,964.69	12.74%
营业利润	37,273.08	42,815.74	5,542.66	14.87%
利润总额	37,457.92	43,080.56	5,622.64	15.01%
净利润	31,588.27	36,198.24	4,609.97	14.59%

归属母公司的净利润	31,198.54	35,275.45	4,076.91	13.07%
销售毛利率	38.34%	41.07%	2.73%	7.12%
销售净利率	41.60%	40.42%	-1.18%	-2.84%
基本每股收益 (元)	0.1690	0.1716	0.0026	1.54%
2013 年度	交易完成前	交易完成后	交易前后比较	
			增长额	增长率
营业收入	374,955.80	432,581.95	57,626.15	15.37%
营业成本	221,613.00	249,901.37	28,288.37	12.76%
营业利润	94,900.28	114,379.99	19,479.71	20.53%
利润总额	103,395.39	123,500.00	20,104.61	19.44%
净利润	90,293.77	106,884.79	16,591.02	18.37%
归属母公司所有 在的净利润	52,700.74	67,079.63	14,378.89	27.28%
销售毛利率	40.90%	42.23%	1.33%	3.25%
销售净利率	24.08%	24.71%	0.63%	2.62%
基本每股收益 (元)	0.2854	0.3263	0.0409	14.33%

注：上述交易完成前的基本每股收益计算以 2014 年 3 月 31 日的股本总额 184,626.30 万股为依据；交易完成后的基本每股收益计算以 2014 年 3 月 31 日的股本总额 184,626.30 万股与本次购买资产发行股份数及向其他不超过 10 名特定投资者募集配套资金发行的股份的合计数（配套融资发股数量按照发行底价 12.31 元/股计算），总共 205,575.99 万股为依据。

本次发行完成后，公司的资产规模、营业收入、归属母公司所有者净利润都得到提高，抗风险能力、盈利能力进一步增强。

第六节 本次交易合同的主要内容

一、《发行股份及现金购买资产协议》

（一）合同主体和签署时间

2014年5月16日，华闻传媒与西藏风网、精视投资、莫昂投资、程顺玲、李菊莲、曾子帆、金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、祖雅乐、邱月仙、葛重葳、韩露、丁冰和李凌彪分别签署了《发行股份及现金购买资产协议》。

（二）本次交易方案

本次交易华闻传媒拟通过向特定对象非公开发行股份并支付现金的方式，购买掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权，其中：

（1）向西藏风网发行股份并支付现金购买其持有的掌视亿通100%股权；

（2）向精视投资、莫昂投资发行股份并支付现金购买其合计持有的精视文化60%股权；

（3）向程顺玲、李菊莲、曾子帆发行股份并支付现金购买其合计持有的邦富软件100%股权；

（4）向金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、邱月仙、葛重葳、祖雅乐、韩露、丁冰和李凌彪发行股份并支付现金购买其合计持有的漫友文化85.61%股权。

（三）股份发行定价基准日及发行价格

本次发行价格的定价基准日为公司第六届董事会2014年第五次临时会议决议公告日，发行价格为不低于定价基准日前20个交易日公司股票均价，即不低于

13.72元/股。经公司与交易对方协商，发行价格为13.72元/股。根据公司2013年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次发行价格调整为13.68元/股。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行价格将再次作相应调整。

（四）标的资产交易价格及定价依据

公司聘请评估机构对标的资产进行评估并为本次交易出具了《资产评估报告》。标的资产的转让价格以《资产评估报告》所载明标的资产截至评估基准日的评估值为基础，由各方协商确定。

交易对方	标的资产	交易价格 (万元)	支付方式	
			发行股份 (股)	支付现金 (万元)
西藏风网	掌视亿通 100%股权	130,500.00	59,144,736	49,590.00
精视投资	精视文化 60%股权	43,200.00	13,039,049	11,891.61
莫昂投资			5,908,319	5,388.39
程顺玲	邦富软件 100%股权	72,000.00	20,751,789	11,040.00
李菊莲			14,436,421	7,680.00
曾子帆			2,706,526	1,440.00
金 城	漫友文化 85.61%股权	34,244.00	11,348,684	5,175.00
长沙传怡			2,691,885	1,227.50
湖南富坤			1,096,491	500
北京中技			1,096,491	500
广东粤文投			1,096,491	500
广州漫时代			375,000	171
俞 涌			230,263	105
邵璐璐			98,684	45
刘 洋			78,947	36
张显峰			78,947	36
张 茜			78,947	36
朱 斌			78,947	36
崔伟良			49,342	22.5
施桂贤			49,342	22.5
许勇和			49,342	22.5
曹凌玲			49,342	22.5
赖春晖			49,342	22.5

邵洪涛			29,605	13.5
祖雅乐			29,605	13.5
邱月仙			29,605	13.5
葛重葳			29,605	13.5
韩 露			19,736	9
丁 冰			19,736	9
李凌彪			19,736	9
合 计		279,944.00	134,760,955	95,591.00

精视文化本次交易前后的股权结构如下所示：

序号	股东名称	交易前	购买方案	交易后
		持有比例 (%)	持有比例 (%)	持有比例 (%)
1	精视投资	68.8172	41.2903	27.5269
2	莫昂投资	31.1828	18.7097	12.4731
3	华闻传媒	-	-	60.0000
	合 计	100.0000	60.0000	100.0000

漫友文化本次交易前后的股权结构如下所示：

序号	股东名称	交易前	购买方案	交易后
		持股比例 (%)	持股比例 (%)	持股比例 (%)
1	金 城	61.7500	51.7500	10.0000
2	长沙传怡	12.2750	12.2750	-
3	湖南富坤	5.0000	5.0000	-
4	北京中技	5.0000	5.0000	-
5	广东粤文投	5.0000	5.0000	-
6	广州漫时代	2.8500	1.7100	1.1400
7	俞 涌	1.7500	1.0500	0.7000
8	邵璐璐	0.7500	0.4500	0.3000
9	刘 洋	0.6000	0.3600	0.2400
10	张显峰	0.6000	0.3600	0.2400
11	张 茜	0.6000	0.3600	0.2400
12	朱 斌	0.6000	0.3600	0.2400
13	崔伟良	0.3750	0.2250	0.1500
14	施桂贤	0.3750	0.2250	0.1500
15	许勇和	0.3750	0.2250	0.1500
16	曹凌玲	0.3750	0.2250	0.1500
17	赖春晖	0.3750	0.2250	0.1500
18	祖雅乐	0.2250	0.1350	0.0900
19	邱月仙	0.2250	0.1350	0.0900
20	葛重葳	0.2250	0.1350	0.0900
21	邵洪涛	0.2250	0.1350	0.0900
22	韩 露	0.1500	0.0900	0.0600

23	丁 冰	0.1500	0.0900	0.0600
24	李凌彪	0.1500	0.0900	0.0600
25	华闻传媒	-	-	85.6100
	合 计	100.0000	85.6100	100.0000

（五）转让款支付

1、掌视亿通、邦富软件、漫友文化

在标的资产交割后十五个工作日内，华闻传媒一次性向各交易对方支付转让款。

2、精视文化

在标的资产交割后十五个工作日内，华闻传媒应分别向精视投资、莫昂投资支付约定的转让款中的50%；

在华闻传媒2014年年度报告披露日后十五个工作日内，华闻传媒应分别向精视投资、莫昂投资支付剩余的50%转让款；但根据协议约定，精视投资、莫昂投资应承担盈利预测补偿责任的，则华闻传媒在履行盈利预测补偿相关审批程序后十五个工作日内，向精视投资、莫昂投资支付扣除现金补偿后的剩余转让款。

（六）锁定期安排

1、掌视亿通

本公司本次向西藏风网发行的股份（包括但不限于限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自新股上市之日起36个月内不得转让；48个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的40%；60个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的70%。

2、精视文化

本公司本次向精视投资、莫昂投资发行的股份（包括但不限于限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自新股上市之日起36个月内不得转让。

3、邦富软件

本公司本次向程顺玲、李菊莲、曾子帆发行的股份（包括但不限于限售期内

送红股、转增股本等原因所增持的股份)，自新股上市之日起12个月内不得转让，24个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的40%，36个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的70%。

4、漫友文化

(1) 本公司本次向金城、广州漫时代、俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、祖雅乐、邱月仙、葛重葳、韩露、丁冰和李凌彪发行的股份（包括但不限于限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自新股上市之日起12个月内不得转让，24个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的40%，36个月内转让新股数量不超过其本次认购新股总数的70%。

(2) 本公司本次向长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投发行的股份（包括但不限于，限售期内送红股、转增股本等原因所增持的股份），自新股上市之日起12个月内不得转让。

(七) 管控模式及其他约定

1、掌视亿通

(1) 掌视亿通将设立内部激励机制，当掌视亿通完成净利润预测数目标时，确保在正常业务提成之外，掌视亿通每年将实际净利润数的8%用于奖励管理层和核心员工，该笔奖金须计入掌视亿通的当期损益。若掌视亿通超额完成净利润预测数目标，奖励比例可适当上调，但最高不得超过当年实际净利润数的10%；若未完成净利润预测数目标，则掌视亿通不发放管理层和核心员工奖励。该笔奖金的具体发放方式由掌视亿通决定。

(2) 掌视亿通每年分红应不低于当年经审计的可供分配的净利润的70%。

2、精视文化

(1) 精视文化补偿期内累计实际净利润数超出24,000.00万元（不含本数），则精视文化将超出24,000.00万元部分的20%以现金方式用于对精视投资、莫昂投资奖励，并于补偿期结束之日起6个月内全部支付给精视投资、莫昂投资。

精视文化将设立内部激励机制，确保在正常业务提成之外，精视文化每年将净利润的7%-10%用于奖励管理层和核心员工，该笔奖金需计入精视文化的当期损益。当精视文化完成净利润预测数目标时，其对管理层和核心员工的奖励为实

际净利润数的 8%；当精视文化超额完成净利润预测数目标时奖励比例可适当上调，但最高不得超过当年实际净利润数的 10%；若精视文化当年未完成净利润预测数目标，且当年实际净利润数与当年净利润预测数之比（以下简称“净利润完成率”）达到 80%以上，则对管理层和核心员工的奖励为实际净利润数的 8%乘以净利润完成率；若精视文化当年净利润完成率低于 80%，则精视文化不发放管理层和核心员工奖励。

（2）若精视文化实现 2014 年、2015 年、2016 年的净利润预测数，则华闻传媒将在 2017 年启动进一步收购精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权的程序，届时精视投资、莫昂投资须对精视文化 2017 年、2018 年、2019 年的净利润预测数做出承诺。届时华闻传媒进一步收购精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权的价格原则上约定如下：

华闻传媒进一步收购精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权的价格＝2019 年度精视文化净利润预测数 $\times$ 7.2 $\times$ 35%

在华闻传媒进一步收购精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权时，若华闻传媒正在筹划以发行股份方式收购资产事宜，则华闻传媒应以发行新股方式进一步收购精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权，并且发行股份支付对价部分自股份发行上市之日起三年分别按照 40%、40%、20%的比例解除限售，届时根据相关政策法规办理。

华闻传媒进一步收购精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权的具体价格届时以具有执行证券、期货相关业务资格的评估机构对精视文化 35%股权所出具的《资产评估报告》为依据，由华闻传媒和精视投资、莫昂投资另行友好协商确定。

（3）精视文化每年分红应不低于当年经审计的可供分配的净利润的 70%。

3、邦富软件

（1）若补偿期内邦富软件经审计的累计实际净利润数超出 21,800 万元，则邦富软件将超额利润中等同于超额完成率的比例以现金方式用于对程顺玲、李菊莲、曾子帆奖励，但最高奖励金额不得超过超额利润的 30%。超额利润奖励应于承诺期结束之日起 6 个月内全部支付给程顺玲、李菊莲、曾子帆。超额利润奖励计算公式为：

$$\text{超额利润奖励} = \text{实际净利润超额完成率} \times \text{实际超额净利润}$$

$$\text{实际超额净利润} = \text{补偿期累计经审计的实际净利润数} - \text{补偿期累计净利润预测数}$$

$$\text{实际净利润超额完成率} = \text{实际超额净利润} \div \text{补偿期累计净利润预测数}$$

邦富软件将设立内部激励机制，并经华闻传媒董事会批准后在证监会指定媒体上公告。确保在正常业务提成之外，邦富软件每年将净利润的 8%-10% 用于奖励管理层和核心员工，该笔奖金需计入邦富软件的当期损益。当邦富软件完成净利润预测数目标时，其对管理层和核心员工的奖励基数为实际净利润数的 8%，超额完成净利润时奖励比例可适当上调，但最高不得超过当年实际净利润数的 10%；若未完成净利润预测数目标，且实际净利润完成率达到 80% 以上时，对管理层和核心员工的奖励基数为实际净利润的 8%，奖励金额按实际净利润完成率比例进行扣减，但实际净利润完成率低于 80% 时，邦富软件不发放管理层和核心员工奖励。

(2) 邦富软件每年分红应不低于当年经审计的可供分配的净利润的 70%。

4、漫友文化

(1) 若漫友文化补偿期内经审计的累计实际净利润数超过 11,200.00 万元（不含本数），则漫友文化将超出 11,200.00 万元部分的 20% 以现金方式用于对漫友文化管理层奖励，并于补偿期结束之日起 6 个月内全部奖励给漫友文化管理层。

漫友文化将设立有效的激励机制。漫友文化根据其董事会确定的年度业绩目标的实现情况，按如下方法实施奖励：若漫友文化业绩完成率（指实际净利润数与净利润预测数或漫友文化董事会确定的年度净利润目标数之比，下同）为 100%，则漫友文化按经审计的实际净利润数的 4% 向其管理层发放年度奖励；若漫友文化业绩完成率超过 100%，则漫友文化向其管理层发放年度奖励的计算公式为：当年奖励金额 = 漫友文化当年实际净利润数 $\times$ 业绩完成率 $\times$ 4%，但当年奖励金额最高不超过当年漫友文化实际净利润数的 5%；若漫友文化业绩完成率达到 90% 以上但未达到 100%，则漫友文化向其管理层发放年度奖励的计算公式为：当年奖励金额 = 漫友文化当年实际净利润数 $\times$ 【4% - (1 - 业绩完成率) $\times$ 10%】；若漫友文化业绩完成率低于 90%，则漫友文化当年不向其管理层发放奖励。漫友

文化向其管理层发放的当年奖励计入漫友文化当年年度损益。

(2) 漫友文化每年分红应不低于当年经审计的可供分配的净利润的 70%。

(八) 资产交付或过户的时间安排

自华闻传媒收到中国证监会同意本次重大资产重组方案的核准文件后，各交易对方应及时配合华闻传媒修改公司章程、办理标的资产转让给华闻传媒的一切必要事项，并完成标的资产的交割。

(九) 评估基准日至标的资产过户日期间标的资产损益的归属

资产评估基准日至标的资产交割日期间，标的资产产生的收益归华闻传媒享有；如标的资产发生亏损，则亏损部分由利润承诺方分别按本次交易中出让的股权比例承担并以现金形式向华闻传媒全额补足。

二、《盈利预测补偿协议》

(一) 合同主体和签署时间

2014年5月16日，华闻传媒与西藏风网、精视投资、莫昂投资、程顺玲、李菊莲、曾子帆、金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、祖雅乐、邱月仙、葛重葳、韩露、丁冰和李凌彪分别签署了《标的资产盈利预测补偿协议》。

(二) 关于各标的资产实际盈利数不足的盈利预测补偿安排

1、掌视亿通

(1) 利润承诺

西藏风网向华闻传媒承诺：掌视亿通 2014 年、2015 年和 2016 年各年度（标的资产盈利情况的承诺期间，即 2014 年、2015 年和 2016 年三个年度，以下简称“补偿期”）的净利润⁵预测数，分别不低于 9,035.00 万元、11,700.00 万元和

⁵ 本节中净利润均指扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润。

15,900.00 万元。若掌视亿通 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的实际净利润数低于上述当年净利润预测数的，则西藏风网将按照协议约定向华闻传媒进行补偿。

西藏风网向华闻传媒承诺：掌视亿通 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年、2019 年获得的政府补贴等非经常性收益（补偿期结束后，掌视亿通因为双软认证、高新技术企业认证等所享受的税收优惠可视同为掌视亿通实际获得的政府补贴等非经常性收益，下同）分别不低于 1,600.00 万元、2,270.00 万元、3,050.00 万元、1,090.00 万元、1,090.00 万元（以下简称“非经常性收益承诺数”）。若 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年、2019 年掌视亿通实际获得的政府补贴等非经常性收益低于非经常性收益承诺数，则西藏风网将按照协议约定向掌视亿通进行补偿。

上述条款中，西藏风网对于掌视亿通的利润承诺分为两个阶段。第一阶段为补偿期内的 2014 年、2015 年及 2016 年，第二阶段为补偿期外的 2017 年、2018 年及 2019 年。

（1）第一阶段

第一阶段中，西藏风网承诺利润分为两个部分，分别为“扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润”及“非经常性收益”。

非经常性收益指《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益》中规定的，与公司正常经营业务无直接关系，以及虽与正常经营业务相关，但由于其性质特殊和偶发性，影响报表使用人对公司经营业绩和盈利能力做出正常判断的各项交易和事项产生的损益。

（2）第二阶段

第二阶段中，西藏风网承诺利润为“非经常性收益”。

该阶段的“非经常性收益”是指：

1)《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益》中规定的非经常性损益；

2) 因为双软认证、高新技术企业认证等所享受的税收优惠。

为督促掌视亿通积极完成双软认证、高新技术企业认证工作，经交易各方协商，双软认证、高新技术企业认证等所享受的税收优惠虽然非偶发性取得，但

视同非经常性损益，作为掌视亿通实现的非经常性损益的一部分（如取得）。

（2）补偿金额/股份数额的计算及补偿方式

1）若掌视亿通 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的实际净利润数低于当年净利润预测数，则西藏风网首先应以其在本次交易中获取的华闻传媒现金对价等额现金进行补偿。西藏风网补偿期内当期应补偿华闻传媒的现金金额按下述公式计算：

当期应补偿金额=（截至当期期末累计净利润预测数－截至当期期末累计实际净利润数）÷补偿期内各年的净利润预测数总和×标的资产的交易价格－已补偿金额

上述公式中，“截至当期期末累计净利润预测数”为补偿期第一个年度至当期净利润预测数之和；“截至当期期末累计实际净利润数”为补偿期第一个年度至当期实际净利润数之和。

西藏风网按照前述公式计算当期应补偿金额小于 0 时，按 0 取值。

2）风网科技（北京）有限公司作为西藏风网唯一股东，现持有西藏风网 100% 股权，风网科技（北京）有限公司就协议中西藏风网当期应向华闻传媒现金补偿事项承担连带责任。

3）若协议西藏风网本次交易中获取的华闻传媒现金对价不足补偿的，西藏风网应先以其本次交易取得的限售期届满且尚未出售的股份进行补偿；若限售期届满且尚未出售的股份不足以补偿的，西藏风网应以其最近一期可解除限售的股份进行补偿，以此类推。西藏风网当期应补偿股份数额按下述公式计算：

当期应补偿股份数额=（当期应补偿金额-当期已补偿现金数额）/新股发行价格。上述公式中，“当期应补偿金额”为按协议规定的公式计算出的当期应补偿金额。

西藏风网按照前述公式计算应补偿股份数额时出现非整数股份情况的，按照四舍五入原则处理。在各年计算的补偿股份数额小于 0 时，按 0 取值，即已经补偿的股份不冲回。如果补偿期限内华闻传媒因转增或送股方式进行分配而导致西藏风网持有的华闻传媒股份数发生变化的，则当期应补偿的股份数额调整为：按上款公式计算出的当期应补偿股份数额×（1+转增或送股比例）。

4）西藏风网当期应补偿的全部股份将由华闻传媒无偿回购并予以注销。西

藏风网以股份方式补偿华闻传媒的，华闻传媒应在其当期年度报告公告日起十个工作日内完成西藏风网当期应补偿股份数额的计算，然后按照相关法律、法规及规范性文件的规定和监管部门的要求，召开股份回购注销事宜的华闻传媒股东大会、办理股份回购及注销手续等相关事项。如该等股份的回购事宜未获得华闻传媒股东大会审议通过或者未获得所需批准（如有）的，西藏风网应在华闻传媒股东大会决议公告或确定不能获得所需批准后二十个工作日内尽快取得所需批准，并按照相关法律、法规及规范性文件的规定和监管部门的要求，将相当于应补偿股份总数的股份赠送给华闻传媒股东大会股权登记日或者华闻传媒董事会确定的股权登记日登记在册的全体股东，股东按照其持有的股份数量占股权登记日的华闻传媒股本数量（扣除应补偿股份数量后）的比例享有补偿股份。

对于补偿条款涉及的赠送安排，赠送对象包括履行补偿义务的股东本身。

5) 各方同意并确认，西藏风网按照本协议约定向华闻传媒进行补偿金额以标的资产的交易价格为准。

（3）关于利润承诺的其它约定

1) 若掌视亿通补偿期内累计实际净利润数超出 36,635.00 万元（不含本数），则掌视亿通将超出 36,635.00 万元部分的 20%以现金方式用于对西藏风网奖励，并于补偿期结束之日起 6 个月内全部奖励给西藏风网。2) 若 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年、2019 年各年度掌视亿通实际获得的政府补贴等非经常性收益低于非经常性收益承诺数，则西藏风网当期应向掌视亿通补偿的现金金额按下述公式计算：

西藏风网当期应向掌视亿通补偿的现金金额=截至当期期末累计非经常性收益承诺数-截至当期期末累计实际获得的政府补贴等非经常性收益金额-西藏风网已补偿掌视亿通现金金额。

上述公式中，“截至当期期末累计非经常性收益承诺数”为 2015 年 1 月 1 日至当期期末非经常性收益承诺数之和；“截至当期期末累计实际获得的政府补贴等非经常性收益金额”为 2015 年 1 月 1 日至当期期末实际获得的政府补贴等非经常性收益金额之和。

若掌视亿通补偿期内累计实际净利润数超出 36,635.00 万元（不含本数），则超出 36,635.00 万元部分可于补偿期结束后冲减非经常性收益承诺数，冲减部

分金额将不再按协议规定对西藏风网奖励。

西藏风网应补偿的现金应在掌视亿通当期审计报告出具日起二十个工作日内，支付到掌视亿通指定的银行账户。

3) 若 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年、2019 年各年度掌视亿通实际获得的政府补贴等非经常性收益高于非经常性收益承诺数，则掌视亿通应将超额部分的 30% 以现金方式用于对西藏风网奖励，掌视亿通当期应奖励西藏风网的现金金额按照如下公式计算：

掌视亿通当期应奖励西藏风网的现金金额 = (截至当期期末累计实际获得的政府补贴等非经常性收益金额 - 截至当期期末累计非经常性收益承诺数 + 西藏风网已补偿掌视亿通现金金额) $\times$ 30% - 掌视亿通已奖励西藏风网现金金额

掌视亿通当期应奖励西藏风网的现金金额应于西藏风网和掌视亿通确认收到该非经常性收益之日起 6 个月内全部奖励给西藏风网。

(4) 减值测试补偿及计算公式、补偿方式

在补偿期届满时，华闻传媒应对标的资产进行减值测试并由华闻传媒聘请的具有执行证券、期货相关业务资格的会计师事务所出具专项审核意见。

西藏风网对标的资产减值补偿的承诺：

若补偿期届满时标的资产减值额 $>$ 补偿期内西藏风网已补偿股份数额 $\times$ 新股发行价格 + 已补偿现金数额，则西藏风网应向华闻传媒进行补偿。补偿期届满时标的资产减值额（以下简称“标的资产减值额”）为本次交易中标的资产交易价格减去补偿期届满时标的资产评估值并排除补偿期限内的股东增资、接受赠予以及利润分配对标的资产评估值的影响数。

西藏风网首先应以其在本次交易中获取的华闻传媒现金对价等额现金进行补偿，西藏风网对标的资产减值补偿华闻传媒的现金金额按下述公式计算：

减值补偿数额 = 标的资产减值额 - 补偿期内西藏风网已补偿股份数额 $\times$ 新股发行价格 - 补偿期内西藏风网已补偿现金数额。

风网科技（北京）有限公司就协议西藏风网应向华闻传媒现金补偿事项承担连带责任。

西藏风网本次交易中获取的华闻传媒现金对价不足补偿的，西藏风网应先以其本次交易取得的限售期届满且尚未出售的股份进行补偿；若限售期届满且尚

未出售的股份不足以补偿的，西藏风网应以其最近一期可解除限售的股份进行补偿，以此类推。西藏风网减值补偿的股份数额按下述公式计算：

减值补偿的股份数额=（减值补偿数额－减值补偿已补偿现金数额）÷新股发行价格。

上述公式中，“减值补偿数额”为按协议规定的公式计算出的减值补偿数额。

西藏风网按照前述公式计算减值补偿的股份数额时出现非整数股份情况的，按照四舍五入原则处理。如果补偿期限内华闻传媒因转增或送股方式进行分配而导致西藏风网持有的华闻传媒股份数发生变化的，则减值补偿的股份数额调整为：按上款公式计算出的减值补偿的股份数额×（1+转增或送股比例）。

西藏风网减值补偿的全部股份将由华闻传媒无偿回购并予以注销，并按照本协议规定办理相关手续。

西藏风网须就补偿期届满时标的资产减值承担现金补偿责任的，西藏风网或风网科技应在相关减值测试专项审核报告出具日起二十个工作日内，按上述约定向华闻传媒支付标的资产减值现金补偿款。

2、精视文化

（1）利润承诺

精视投资、莫昂投资承诺：精视文化 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的净利润预测数，分别不低于 6,000.00 万元、8,000.00 万元和 10,000.00 万元。若精视文化 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的实际净利润数低于上述当年净利润预测数的，则精视投资、莫昂投资将按照协议约定向华闻传媒进行补偿。

（2）补偿金额/股份数额的计算及补偿方式

1）若精视文化 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的实际净利润数低于当年净利润预测数，则精视投资、莫昂投资应先以其本次交易取得的限售期届满且尚未出售的股份按本次出让股权比例进行补偿；若限售期届满且尚未出售的股份不足以补偿的，精视投资、莫昂投资应以其最近一期可解除限售的股份按本次出让股权比例进行补偿，以此类推。精视投资、莫昂投资补偿期内当期应补偿华闻传媒的股份数额按下述公式计算：

当期应补偿股份数额=(截至当期期末累计净利润预测数－截至当期期末累

计实际净利润数)÷补偿期内各年的净利润预测数总和×标的资产的交易价格÷新股发行价格－已补偿股份数

上述公式中,“前述截至当期期末累计净利润预测数”为补偿期第一个年度至当期净利润预测数之和;“截至当期期末累计实际净利润数”为补偿期第一个年度至当期实际净利润数之和。补偿期内各年按上述公式计算出的当期应补偿金额小于0时,按0取值。

2)各方同意,若精视投资、莫昂投资股份补偿后仍不足以补偿的,未予补偿的差额部分由精视投资、莫昂投资另行以现金形式向华闻传媒进行补偿。精视投资、莫昂投资该部分另行现金补偿金额按下述公式计算:

另行现金补偿金额=(当期应补偿股份数额－当期已补偿股份数额)×新股发行价格。上述公式中,“当期应补偿股份数额”为按协议规定的公式计算出的当期应补偿股份数额。

3)精视文化的共同实际控制人蔡德春、傅广平系持有精视投资100%股权之股东,蔡德春、傅广平就本协议中精视投资、莫昂投资当期应向华闻传媒现金补偿事项承担连带责任。

4)精视投资、莫昂投资当期应补偿的全部股份将由华闻传媒无偿回购并予以注销。精视投资、莫昂投资以股份方式补偿华闻传媒的,华闻传媒应在其当期年度报告公告日起十个工作日内完成精视投资、莫昂投资当期应补偿股份数额的计算,然后按照相关法律、法规及规范性文件的规定和监管部门的要求,召开股份回购注销事宜的华闻传媒股东大会、办理股份回购及注销手续等相关事项。如该等股份的回购事宜未获得华闻传媒股东大会审议通过或者未获得所需批准(如有)的,精视投资、莫昂投资应在华闻传媒股东大会决议公告或确定不能获得所需批准后二十个工作日内尽快取得所需批准,并按照相关法律、法规及规范性文件的规定和监管部门的要求,将相当于应补偿股份总数的股份赠送给华闻传媒股东大会股权登记日或者华闻传媒董事会确定的股权登记日登记在册的全体股东,股东按照其持有的股份数量占股权登记日的华闻传媒股本数量(扣除应补偿股份数量后)的比例享有补偿股份。

对于补偿条款涉及的赠送安排,赠送对象包括履行补偿义务的股东本身。

5)若精视投资、莫昂投资根据协议约定须承担精视文化净利润预测补偿责

任的，精视投资、莫昂投资按本次交易中向华闻传媒转让的精视文化出资额比例承担业绩补偿责任。

6) 各方同意并确认，若精视投资、莫昂投资根据本协议约定须承担净利润预测补偿责任的，精视投资、莫昂投资的现金补偿款应在华闻传媒当期年度报告公告日起二十个工作日内，支付到华闻传媒指定的银行账户。

(3) 关于利润承诺的其它约定

精视投资、莫昂投资按照本协议约定向华闻传媒进行补偿金额以标的资产的交易价格为限。

(4) 资产减值测试补偿及计算公式、补偿方式

在补偿期届满时，华闻传媒应对标的资产进行减值测试并由华闻传媒聘请的具有执行证券、期货相关业务资格的会计师事务所出具专项审核意见。

精视投资、莫昂投资对标的资产减值补偿的承诺：

若补偿期届满时标的资产减值额>补偿期内精视投资、莫昂投资已补偿股份数额×新股发行价格+已补偿现金数额，则精视投资、莫昂投资应向华闻传媒进行补偿。补偿期届满时标的资产减值额（以下简称“标的资产减值额”）为本次交易中标的资产交易价格减去补偿期届满时标的资产评估值并排除补偿期限内的股东增资、接受赠予以及利润分配对标的资产评估值的影响数。

精视投资、莫昂投资分别应先以其本次交易取得的限售期届满且尚未出售的股份进行补偿；若限售期届满且尚未出售的股份不足以补偿的，精视投资、莫昂投资应以其最近一期可解除限售的股份进行补偿，以此类推。精视投资、莫昂投资减值补偿的股份数额按下述公式计算：

减值补偿的股份数额=（标的资产减值额-补偿期内精视投资、莫昂投资已补偿股份数额×新股发行价格-补偿期内精视投资、莫昂投资已补偿现金数额）÷新股发行价格

按照前述公式计算减值补偿的股份数额时出现非整数股份情况的，按照四舍五入原则处理。如果补偿期限内华闻传媒因转增或送股方式进行分配而导致精视投资、莫昂投资持有的华闻传媒股份数发生变化的，则减值补偿的股份数额调整为：按上款公式计算出的减值补偿的股份数额×（1+转增或送股比例）。

精视投资、莫昂投资减值补偿的全部股份将由华闻传媒无偿回购并予以注

销，并按照协议规定办理相关手续。

精视投资、莫昂投资进行减值股份补偿后仍不足以补偿的，未予补偿的差额部分由精视投资、莫昂投资另行以现金形式向华闻传媒进行补偿。精视投资、莫昂投资标的资产减值现金补偿的金额按下述公式计算：

标的资产减值现金补偿金额=（减值补偿的股份数额－减值股份补偿已补偿股份数额）×新股发行价格。上述公式中，“减值补偿的股份数额”为按协议规定的公式计算出的减值补偿的股份数额。

精视投资、莫昂投资根据协议约定须就标的资产减值承担补偿责任的，精视投资、莫昂投资按本次交易中向华闻传媒转让的精视文化出资额比例承担标的资产减值补偿责任。

精视投资、莫昂投资根据协议约定须就标的资产减值承担现金补偿责任的，精视投资或莫昂投资应在相关减值测试专项审核报告出具日起二十个工作日内，按上述约定向华闻传媒支付标的资产减值现金补偿款。

3、邦富软件

（1）利润承诺

程顺玲、李菊莲、曾子帆向华闻传媒承诺：邦富软件 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的净利润预测数，分别不低于 5,000.00 万元、7,200.00 万元和 9,600.00 万元。若邦富软件 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的实际净利润数低于上述当年净利润预测数的，则程顺玲、李菊莲、曾子帆将按照协议约定向华闻传媒进行补偿。

（2）补偿金额/股份数额的计算及补偿方式

1) 程顺玲、李菊莲、曾子帆应先以其本次交易取得的限售期届满且尚未出售的股份进行补偿；若限售期届满且尚未出售的股份不足以补偿的，程顺玲、李菊莲、曾子帆应以其最近一期可解除限售的股份进行补偿，以此类推。程顺玲、李菊莲、曾子帆补偿期内当期应补偿华闻传媒的股份数额按下述公式计算：

当期应补偿股份数额=(截至当期期末累计净利润预测数－截至当期期末累计实际净利润数)÷补偿期内各年的净利润预测数总和×标的资产的交易价格÷新股发行价格×程顺玲、李菊莲、曾子帆本次出让邦富软件的股权比例－已补偿

股份数

上述公式中，“截至当期期末累计净利润预测数”为补偿期第一个年度至当期净利润预测数之和；“截至当期期末累计实际净利润数”为补偿期第一个年度至当期实际净利润数之和；

按照前述公式计算应补偿股份数额时出现非整数股份情况的，按照四舍五入原则处理。在各年计算的补偿股份数额小于 0 时，按 0 取值，即已经补偿的股份不冲回。如果补偿期限内华闻传媒因转增或送股方式进行分配而导致程顺玲、李菊莲、曾子帆持有的华闻传媒股份数发生变化的，则当期程顺玲、李菊莲、曾子帆应补偿的股份数额调整为：按上款公式计算出的当期程顺玲、李菊莲、曾子帆应补偿股份数额 $\times$ （1+转增或送股比例）。

2）若程顺玲、李菊莲、曾子帆股份补偿后仍不足以补偿的，未予补偿的差额部分由程顺玲、李菊莲、曾子帆另行以现金形式向华闻传媒进行补偿。程顺玲、李菊莲、曾子帆该部分另行现金补偿金额按下述公式计算：

另行现金补偿金额=（当期程顺玲、李菊莲、曾子帆应补偿股份数额—当期已补偿股份数额） $\times$ 新股发行价格。

上述公式中，“当期程顺玲、李菊莲、曾子帆各方应补偿股份数额”为按协议规定的公式计算出的当期程顺玲、李菊莲、曾子帆各方应补偿股份数额。

3）程顺玲、李菊莲、曾子帆当期应补偿的全部股份将由华闻传媒无偿回购并予以注销。程顺玲、李菊莲、曾子帆以股份方式补偿华闻传媒的，华闻传媒应在其当期年度报告公告日起十个工作日内完成程顺玲、李菊莲、曾子帆当期应补偿股份数额的计算，然后按照相关法律、法规及规范性文件的规定和监管部门的要求，召开股份回购注销事宜的华闻传媒股东大会、办理股份回购及注销手续等相关事项。如该等股份的回购事宜未获得华闻传媒股东大会审议通过或者未获得所需批准（如有）的，程顺玲、李菊莲、曾子帆应在华闻传媒股东大会决议公告或确定不能获得所需批准后二十个工作日内尽快取得所需批准，并按照相关法律、法规及规范性文件的规定和监管部门的要求，将相当于应补偿股份总数的股份赠送给华闻传媒股东大会股权登记日或者华闻传媒董事会确定的股权登记日登记在册的全体股东，股东按照其持有的股份数量占股权登记日的华闻传媒股本数量（扣除应补偿股份数量后）的比例享有补偿股份。

对于补偿条款涉及的赠送安排，赠送对象包括履行补偿义务的股东本身。

4) 若程顺玲、李菊莲、曾子帆根据本协议约定须承担标的资产净利润预测补偿责任的，则：

① 程顺玲按本次交易中其向华闻传媒转让的邦富软件 1,369.04 万元出资额（即邦富软件 54.7616%股权）所对应的净利润预测，向华闻传媒承担补偿责任（包括现金补偿和股份补偿）；

② 李菊莲按本次交易中其向华闻传媒转让的邦富软件 952.40 万元出资额（即邦富软件 38.0960%股权）所对应的净利润预测，向华闻传媒承担补偿责任（包括现金补偿和股份补偿）；

③ 曾子帆按本次交易中其向华闻传媒转让的邦富软件 178.56 万元出资额（即邦富软件 7.1424%股权）所对应的净利润预测，向华闻传媒承担补偿责任（包括现金补偿和股份补偿）。

5) 若程顺玲、李菊莲、曾子帆根据本协议约定须承担净利润预测补偿责任的，程顺玲、李菊莲、曾子帆的现金补偿款应在华闻传媒当期年度报告公告日起二十个工作日内，支付到华闻传媒指定的银行账户。

（3）关于利润承诺的其它约定

各方同意并确认，程顺玲、李菊莲、曾子帆按照本协议约定向华闻传媒进行补偿金额以标的资产的交易价格为限。

（4）资产减值测试补偿及计算公式、补偿方式

在补偿期届满时，华闻传媒应对标的资产进行减值测试并由华闻传媒聘请的具有执行证券、期货相关业务资格的会计师事务所出具专项审核意见。

程顺玲、李菊莲、曾子帆对标的资产减值补偿的承诺：

若补偿期届满时标的资产减值额 > 补偿期内程顺玲、李菊莲、曾子帆已补偿股份数额 × 新股发行价格 + 已补偿现金数额，则程顺玲、李菊莲、曾子帆应向华闻传媒进行补偿。补偿期届满时标的资产减值额（以下简称“标的资产减值额”）为本次交易中标的资产交易价格减去补偿期届满时标的资产评估值并排除补偿期限内的股东增资、接受赠予以及利润分配对标的资产评估值的影响数。

程顺玲、李菊莲、曾子帆首先应以其在本次交易取得的限售期届满且尚未出售的股份进行补偿；若限售期届满且尚未出售的股份不足以补偿的，程顺玲、

李菊莲、曾子帆应以其最近一期可解除限售的股份进行补偿，以此类推。程顺玲、李菊莲、曾子帆减值补偿的股份数额按下述公式计算：

减值补偿的股份数额=（标的资产减值额-补偿期内程顺玲、李菊莲、曾子帆已补偿股份数额×新股发行价格-补偿期内程顺玲、李菊莲、曾子帆已补偿现金数额）÷新股发行价格。

按照前述公式计算减值补偿的股份数额时出现非整数股份情况的，按照四舍五入原则处理。如果补偿期限内华闻传媒因转增或送股方式进行分配而导致程顺玲、李菊莲、曾子帆持有的华闻传媒股份数发生变化的，则减值补偿的股份数额调整为：按上款公式计算出的减值补偿的股份数额×（1+转增或送股比例）。

程顺玲、李菊莲、曾子帆减值补偿的全部股份将由华闻传媒无偿回购并予以注销，并按照协议规定办理相关手续。

若程顺玲、李菊莲、曾子帆进行减值股份补偿后仍不足以补偿的，未予补偿的差额部分由程顺玲、李菊莲、曾子帆另行以现金形式向华闻传媒进行补偿。程顺玲、李菊莲、曾子帆标的资产减值现金补偿的金额按下述公式计算：

标的资产减值现金补偿金额=（减值补偿的股份数额-减值股份补偿已补偿股份数额）×新股发行价格。上述公式中，“减值补偿的股份数额”为按协议规定的公式计算出的减值补偿的股份数额。

若程顺玲、李菊莲、曾子帆根据本协议约定须就标的资产减值承担补偿责任的，则：

1）程顺玲按本次交易中其向华闻传媒转让的邦富软件 1,369.04 万元出资额（即邦富软件 54.7616%股权）所对应的资产减值补偿责任（包括现金补偿和股份补偿），向华闻传媒承担补偿责任；

2）李菊莲按本次交易中其向华闻传媒转让的邦富软件 952.40 万元出资额（即邦富软件 38.0960%股权）所对应的资产减值补偿责任（包括现金补偿和股份补偿），向华闻传媒承担补偿责任；

3）曾子帆按本次交易中其向华闻传媒转让的邦富软件 178.56 万元出资额（即邦富软件 7.1424%股权）所对应的资产减值补偿责任（包括现金补偿和股份补偿），向华闻传媒承担补偿责任。

若程顺玲、李菊莲、曾子帆根据本协议约定须就标的资产减值承担现金补

偿责任的，程顺玲、李菊莲、曾子帆应在相关减值测试专项审核报告出具之日起二十个工作日内，按上述约定向华闻传媒支付标的资产减值现金补偿款。

4、漫友文化

(1) 利润承诺

金城、俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、朱斌、邱月仙、葛重葳、祖雅乐、韩露、丁冰、李凌彪、广州漫时代 20 名交易对方（以下简称“漫友文化利润承诺方”）承诺：漫友文化 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的净利润预测数，分别不低于 2,700.00 万元、3,500.00 万元和 5,000.00 万元。若漫友文化 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的实际净利润数低于上述当年净利润预测数的，则漫友文化利润承诺方将按照协议约定向华闻传媒进行补偿。

《发行股份及现金购买资产协议》中的部分股份转让方—长沙传怡合盛股权投资合伙企业（有限合伙）、湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）、北京中技富坤创业投资中心（有限合伙）、广东粤文投一号文化产业投资合伙企业（有限合伙）不承担标的资产盈利预测补偿责任。上述四家合伙企业对应的标的资产盈利预测补偿责任由漫友文化利润承诺方承担。漫友文化利润承诺方具体的标的资产盈利预测补偿责任承担比例如下：

漫友文化利润承诺方标的资产盈利预测补偿责任承担比例

序号	各方姓名/名称	承担标的资产盈利预测补偿的比例
1	金城	88.7120%
2	广州漫时代	2.9313%
3	俞涌	1.7999%
4	邵璐璐	0.7714%
5	刘洋	0.6171%
6	张显峰	0.6171%
7	张茜	0.6171%
8	朱斌	0.6171%
9	崔伟良	0.3857%
10	施桂贤	0.3857%
11	许勇和	0.3857%
12	曹凌玲	0.3857%

13	赖春晖	0.3857%
14	邵洪涛	0.2314%
15	邱月仙	0.2314%
16	葛重葳	0.2314%
17	祖雅乐	0.2314%
18	韩 露	0.1543%
19	丁 冰	0.1543%
20	李凌彪	0.1543%
合 计		100.0000%

（2）补偿金额/股份数额的计算及补偿方式

1) 若漫友文化 2014 年、2015 年和 2016 年各年度的实际净利润数低于当年净利润预测数，则漫友文化利润承诺方应先以其本次交易取得的限售期届满且尚未出售的股份进行补偿；若限售期届满且尚未出售的股份不足以补偿的，漫友文化利润承诺方应以其最近一期可解除限售的股份进行补偿，以此类推。漫友文化利润承诺方补偿期内当期应补偿华闻传媒的股份数额按下述公式计算：

当期应补偿股份数额=(截至当期期末累计净利润预测数－截至当期期末累计实际净利润数)÷补偿期内各年的净利润预测数总和×标的资产的交易价格÷新股发行价格×承担标的资产盈利预测补偿的比例－已补偿股份数

上述公式中，“截至当期期末累计净利润预测数”为补偿期第一个年度至当期净利润预测数之和；“截至当期期末累计实际净利润数”为补偿期第一个年度至当期实际净利润数之和；“承担标的资产盈利预测补偿的比例”为协议中约定的比例。

按照前述公式计算应补偿股份数额时出现非整数股份情况的，按照四舍五入原则处理。在各年计算的补偿股份数额小于 0 时，按 0 取值，即已经补偿的股份不冲回。如果补偿期限内华闻传媒因转增或送股方式进行分配而导致漫友文化利润承诺方各方持有的华闻传媒股份数发生变化的，则当期应补偿的股份数额调整为：按上款公式计算出的当期应补偿股份数额×（1+转增或送股比例）。

2) 若漫友文化利润承诺方各方股份补偿后仍不足以补偿的，未予补偿的差额部分由漫友文化利润承诺方各方另行以现金形式向华闻传媒进行补偿。漫友文化利润承诺方各方该部分另行现金补偿金额按下述公式计算：

另行现金补偿金额=（当期应补偿股份数额－当期已补偿股份数额）×新股发行价格。上述公式中，“当期应补偿股份数额”为协议规定的公式计算出的

当期应补偿股份数额。

3) 漫友文化利润承诺方当期应补偿的全部股份将由华闻传媒无偿回购并予以注销。漫友文化利润承诺方以股份方式补偿华闻传媒的, 华闻传媒应在其当期年度报告公告日起十个工作日内完成漫友文化利润承诺方各方当期应补偿股份数额的计算, 然后按照相关法律、法规及规范性文件的规定和监管部门的要求, 召开股份回购注销事宜的华闻传媒股东大会、办理股份回购及注销手续等相关事项。如该等股份的回购事宜未获得华闻传媒股东大会审议通过或者未获得所需批准(如有)的, 漫友文化利润承诺方应在华闻传媒股东大会决议公告或确定不能获得所需批准后二十个工作日内尽快取得漫友文化利润承诺方所需批准, 并按照相关法律、法规及规范性文件的规定和监管部门的要求, 将相当于应补偿股份总数的股份赠送给华闻传媒股东大会股权登记日或者华闻传媒董事会确定的股权登记日登记在册的全体股东, 股东按照其持有的股份数量占股权登记日的华闻传媒股本数量(扣除应补偿股份数量后)的比例享有补偿股份。

对于补偿条款涉及的赠送安排, 赠送对象包括履行补偿义务的股东本身。

4) 若漫友文化利润承诺方根据本协议约定须承担净利润预测补偿责任的, 漫友文化利润承诺方的现金补偿款应在华闻传媒当期年度报告公告日起二十个工作日内, 支付到华闻传媒指定的银行账户。

(3) 关于利润承诺的其他约定

1) 若漫友文化利润承诺方根据本协议约定须承担净利润预测补偿责任的, 漫友文化利润承诺方补偿期内累计补偿金额(指累计补偿股份数额×新股发行价格+累计补偿现金数额)的合计数以标的资产交易价格的 20%为限, 即漫友文化利润承诺方补偿期内累计补偿金额最高不超过人民币 6,848.80 万元。若漫友文化利润承诺方补偿期内累计补偿金额达到人民币 6,848.8 万元, 则当期期末华闻传媒有权收购漫友文化利润承诺方所持漫友文化剩余 14.39%股权, 且华闻传媒有权重组漫友文化董事会和管理层。华闻传媒收购漫友文化利润承诺方所持漫友文化剩余 14.39%股权的价格原则上约定如下:

华闻传媒收购漫友文化剩余 14.39%股权的价格=标的资产交易价格÷85.61%×(截至当期期末累计实际净利润数/截至当期期末累计净利润预测数)×14.39%。

华闻传媒收购漫友文化利润承诺方所持漫友文化剩余 14.39%股权的具体价格届时以具有执行证券、期货相关业务资格的评估机构对漫友文化剩余 14.39%股权所出具的《资产评估报告》为依据，由华闻传媒和漫友文化利润承诺方另行友好协商确定。

2)若补偿期届满时,漫友文化补偿期内累计实际净利润数与补偿期内各年的净利润预测数总和之比在 80%—100%之间（不含 80%和 100%）,则在补偿期届满后的一年内，华闻传媒应当根据漫友文化利润承诺方之一（金城）的选择意愿及书面要求以现金支付方式收购漫友文化利润承诺方之一（金城）所持有的漫友文化 10%股权，收购价格原则上约定如下：

华闻传媒收购漫友文化利润承诺方之一（金城）所持漫友文化 10%股权的价格=标的资产交易价格÷85.61%×（补偿期内累计实际净利润数/补偿期内各年的净利润预测数总和）×10%；

华闻传媒收购漫友文化利润承诺方之一（金城）所持漫友文化 10%股权的具体价格届时以具有执行证券、期货相关业务资格的评估机构对漫友文化 10%股权所出具的《资产评估报告》为依据，由华闻传媒和漫友文化利润承诺方之一（金城）另行友好协商确定。漫友文化利润承诺方之一（金城）保留拒绝华闻传媒继续收购其剩余股权的权利。

3)若补偿期届满时,漫友文化补偿期内累计实际净利润数与补偿期内各年的净利润预测数总和之比在 100%以上（含 100%）,则在补偿期届满后的三年内，华闻传媒应当根据漫友文化利润承诺方之一（金城）的选择意愿及书面要求以现金支付方式收购漫友文化利润承诺方之一（金城）所持有的漫友文化 10%股权，收购价格原则上约定如下：

华闻传媒收购漫友文化利润承诺方之一（金城）所持漫友文化 10%股权的价格=收购前一年度漫友文化经具有执行证券、期货业务资格的会计师事务所审计的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润×10×转让股权比例

在漫友文化利润承诺方之一（金城）提出转让漫友文化 10%股权时，若华闻传媒正在筹划以发行股份方式收购资产事宜，经漫友文化利润承诺方之一（金城）要求，则华闻传媒应以发行新股方式收购漫友文化利润承诺方之一（金城）所持漫友文化 10%股权，但所发行股份的价格按照届时相关法律、法规确定。华

闻传媒收购漫友文化利润承诺方之一（金城）所持漫友文化 10%股权的具体价格以具有执行证券、期货相关业务资格的评估机构对漫友文化 10%股权所出具的《资产评估报告》为依据，由华闻传媒和漫友文化利润承诺方之一（金城）另行友好协商确定。漫友文化利润承诺方之一（金城）保留拒绝华闻传媒继续收购其剩余股权的权利。

（4）资产减值测试补偿及计算公式、补偿方式

在补偿期届满时，华闻传媒应对标的资产进行减值测试并由华闻传媒聘请的具有执行证券、期货相关业务资格的会计师事务所出具专项审核意见。其资产评估的原则、方法与本次交易的资产评估方法保持一致，即为收益法，且相关资产评估政策的重大改变影响不予计入。

漫友文化利润承诺方对标的资产减值补偿的承诺：

若补偿期届满时标的资产减值额 $>$ 补偿期内已补偿股份数额 $\times$ 新股发行价格 $+$ 已补偿现金数额，则漫友文化利润承诺方应向华闻传媒进行补偿。补偿期届满时标的资产减值额（以下简称“标的资产减值额”）为本次交易中标的资产交易价格减去补偿期届满时标的资产评估值并排除补偿期限内的股东增资、接受赠与以及利润分配对标的资产评估值的影响数。

减值补偿数额按下述公式计算：

减值补偿数额 $=$ 标的资产减值额 $-$ 补偿期内已补偿股份数额 $\times$ 新股发行价格 $-$ 补偿期内已补偿现金数额。上述公式中“标的资产减值额”以标的资产交易价格的 20%为限，即根据前述公式计算的标的资产减值额大于标的资产交易价格的 20%时，按照标的资产交易价格的 20%取值。

漫友文化利润承诺方分别应先以其本次交易取得的限售期届满且尚未出售的股份进行补偿；若限售期届满且尚未出售的股份不足以补偿的，漫友文化利润承诺方应以其最近一期可解除限售的股份进行补偿，以此类推。漫友文化利润承诺方减值补偿的股份数额按下述公式计算：

减值补偿的股份数额 $=$ 减值补偿数额 $\div$ 新股发行价格。上述公式中，“减值补偿数额”为按协议规定的公式计算出的减值补偿数额。

按照前述公式计算减值补偿的股份数额时出现非整数股份情况的，按照四舍五入原则处理。如果补偿期限内华闻传媒因转增或送股方式进行分配而导致漫

友文化利润承诺方持有的华闻传媒股份数发生变化的，则减值补偿的股份数额调整为：按上款公式计算出的减值补偿的股份数额×（1+转增或送股比例）。

漫友文化利润承诺方减值补偿的全部股份将由华闻传媒无偿回购并予以注销，并按照协议规定办理相关手续。

若漫友文化利润承诺方进行减值股份补偿后仍不足以补偿的，未予补偿的差额部分由漫友文化利润承诺方另行以现金形式向华闻传媒进行补偿。漫友文化利润承诺方标的资产减值现金补偿的金额按下述公式计算：

标的资产减值现金补偿金额=（减值补偿的股份数额－减值股份补偿已补偿股份数额）×新股发行价格。上述公式中，“减值补偿的股份数额”为按协议规定的公式计算出的减值补偿的股份数额。

《发行股份及现金购买资产协议》中的部分股份转让方—长沙传怡合盛股权投资合伙企业（有限合伙）、湖南富坤文化传媒投资中心（有限合伙）、北京中技富坤创业投资中心（有限合伙）、广东粤文投一号文化产业投资合伙企业（有限合伙）不承担标的资产减值补偿责任。上述四家合伙企业对应的标的资产减值补偿责任由漫友文化利润承诺方承担。协议漫友文化利润承诺方具体的标的资产减值补偿责任承担比例为协议漫友文化利润承诺方标的资产盈利预测补偿责任承担比例表中所列比例。

若漫友文化利润承诺方根据协议约定须承担标的资产减值补偿责任的，漫友文化利润承诺方按协议漫友文化利润承诺方标的资产盈利预测补偿责任承担比例表所列比例向华闻传媒承担补偿责任。

若漫友文化利润承诺方根据协议约定须就标的资产减值承担现金补偿责任的，漫友文化利润承诺方应在相关减值测试专项审核报告出具日起二十个工作日内，按上述约定向华闻传媒支付标的资产减值现金补偿款。

若漫友文化利润承诺方根据协议约定须承担标的资产减值补偿责任的，漫友文化利润承诺方标的资产减值额以标的资产交易价格的 20%为限。

（三）实际盈利的确定

由华闻传媒聘请的具有执行证券、期货相关业务资格的会计师事务所，对标的资产补偿期内各年度利润情况逐年进行专项审计并出具专项审计报告。标的资产补偿期内各年度实际净利润数，以当年度的专项审计报告中审计数额为准。

（四）违约责任

《盈利预测补偿协议》一经生效，任何一方未能履行其在本协议项下之义务、责任或承诺的，即视为该方违约。违约方应依协议约定和法律规定向守约方承担违约责任，赔偿守约方因其违约行为而发生的所有损失(包括为避免损失而进行的合理费用支出)。

利润承诺方未按协议约定向华闻传媒支付相关现金补偿款的，每延迟支付一日，应按未支付补偿款金额的千分之一向华闻传媒支付违约金。

（五）不可抗力及政策调整

若因不可抗力或国家政策或法律、法规及规范性文件在本协议签署后发生调整，致使补偿期内标的资产的实际净利润数不能达到预测净利润数时，各方应立即将不可抗力情况或重大变化的原因以书面形式通知对方。按照不可抗力或重大变化对履行本协议的影响程度，各方届时另行协商处理。

（六）协议生效、解除和终止

《盈利预测补偿协议》自各方法定代表人或授权代表、自然人、执行事务合伙人（委托代表）签署并加盖公章后成立；自《发行股份及现金购买资产协议》生效之日起生效。

《盈利预测补偿协议》为《发行股份及现金购买资产协议》之补充协议；《发行股份及现金购买资产协议》解除或终止的，协议亦自行解除或终止。

第七节 本次交易的合规性分析

本次交易行为符合《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》以及《上市规则》等法律法规。现就本次交易符合《重组管理办法》第十条、第四十二条规定的情况说明如下：

一、本次交易符合《重组管理办法》第十条的规定

（一）本次交易符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规的规定

1、本次交易拟购买资产为掌视亿通 100%股权、精视文化 60%股权、邦富软件 100%股权、漫友文化 85.61%股权。掌视亿通主要业务为移动运营商视频分销和推广；精视文化主要业务为楼宇及电梯广告业务；漫友文化主要业务为动画、漫画及衍生产品的创意、设计、开发、制作、销售及售后服务；邦富软件主要业务为互联网信息安全服务。

掌视亿通、精视文化、邦富软件、漫友文化所从事业务，属于国家政策明确支持的产业。党的十七大明确提出，“要积极发展公益性文化事业，大力发展文化产业，激发全民族文化创造活力，更加自觉、更加主动地推动文化大发展大繁荣”；国务院常务会议于 2009 年 9 月审议通过的《文化产业振兴规划》指出，“加快振兴文化产业，充分发挥文化产业在调整结构、扩大内需、增加就业、推动发展中的重要作用”；新闻出版总署于 2009 年 4 月印发的《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》指出，“全面推进新闻出版体制改革，必须坚持解放思想，实事求是，与时俱进，牢牢把握先进文化的前进方向。2013 年 8 月国务院发布了《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》（国发[2013]32 号），提出了“大力发展数字出版、互动新媒体、移动多媒体等新兴文化产业，促进动漫游戏、数字音乐、网络艺术品等数字文化内容的消费。”

上述一系列有利于行业发展的政策、规划的出台，表明国家正在积极推进文化及传播行业的发展。因此，本次重组符合国家相关的产业政策。

2、掌视亿通、精视文化、邦富软件、漫友文化经营业务均不属于国家环保总局环办[2007]105 号《关于进一步规范重污染行业生产经营公司申请上市或再融资环境保护核查工作的通知》中规范的范围。重组后，华闻传媒将继续遵照有关规定，严格遵守环境保护的法律法规。

3、标的公司均无土地使用权，办公场所系通过租赁方式取得。本次交易不存在违反国家关于土地管理方面有关法律和行政法规规定的情形。

4、本次交易不构成《反垄断法》规定的垄断行为，不存在违反国家《反垄断法》等法律和行政法规规定的情形。

本次交易符合国家相关产业政策，符合环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规的相关规定，不存在违反环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规规定的情形，符合《重组管理办法》第十条第（一）项之规定。

（二）本次交易完成后，公司仍具备股票上市条件

1、符合上市公司股本总额要求

本次发行完成后，预计公司的股本总额将增至 205,575.99 万元（配套融资发行股份数量按照发行底价 12.31 元/股计算），符合《上市规则》所规定的“公司股本总额不少于人民币 5,000 万元”的要求。

2、符合上市公司股权分布要求

上市公司股权分布发生变化不再具备上市条件是指：社会公众持有的股份低于公司股份总数的 25%；公司股本总额超过人民币 4 亿元的，社会公众持股的比例低于 10%。其中，社会公众不包括持有上市公司 10%以上股份的股东及其一致行动人以及上市公司的董事、监事、高级管理人员及其关联人。

本次交易完成后，本公司的股本总额将增至 205,575.99 万股（配套融资发股数量按照发行底价 12.31 元/股计算），社会公众股东合计持股比例将不低于本次交易完成后上市公司股份总数的 10%。股权分布不存在《上市规则》所规定的不具备上市条件的情形。

此外，本公司最近三年无重大违法行为，财务会计报告无虚假记载。

因此，本次交易完成后公司满足《公司法》、《证券法》及《上市规则》等法律法规规定的股票上市条件，符合《重组管理办法》第十条第（二）项之规定。

（三）本次交易所涉及的资产定价公允，不存在损害上市公司和股东合法权益的情形

1、发行股份的定价情况

本次交易涉及的股份发行包括发行股份购买资产和发行股份募集配套资金，定价基准日均为华闻传媒第六届董事会2014年第五次临时会议决议公告日：

（1）发行股份购买资产

根据《重组管理办法》第四十四条规定，上市公司发行股份的价格不得低于本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价。交易均价的计算公式为：董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价=决议公告日前20个交易日公司股票交易总额/决议公告日前20个交易日公司股票交易总量。

本次发行价格的定价基准日为公司第六届董事会2014年第五次临时会议决议公告日，发行价格为不低于定价基准日前20个交易日公司股票均价，即不低于13.72元/股。经公司与交易对方协商，发行价格为13.72元/股。根据公司2013年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次发行价格调整为13.68元/股。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行价格将再次作相应调整。

（2）发行股份募集配套资金

按照《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关规定，向其他特定投资者募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的90%。据此计算，华闻传媒定价基准日前20个交易日的股票交易均价为13.72元/股，前20个交易日股票交易均价的90%为12.35

元/股。根据公司2013 年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次配套融资的新增股份发行价格相应调整为不低于12.31元/股。最终发行价格将在本次发行获得中国证监会核准后，由公司董事会根据股东大会的授权，按照相关法律、行政法规及规范性文件的规定，依据发行对象申购报价的情况，与本次交易的独立财务顾问协商确定。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行底价将再次作相应调整。

2、标的资产的定价情况

本次交易，中和评估采用收益法和资产基础法对标的资产掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权进行评估，最终采用收益法评估结果作为标的资产价值的评估结论。根据中和评估出具的各标的资产的评估报告，截至评估基准日2014年3月31日，各标的资产经审计的账面净资产合计为34,665.39万元；评估后净资产合计为279,679.59万元，评估增值245,014.20万元，增值率为706.80%。

根据《发行股份及现金购买资产协议》，本次交易各方以标的资产截至 2014 年 3 月 31 日评估结果为定价参考依据，并综合考虑各标的资产财务和业务状况及发展前景、未来盈利能力等各项因素确定本次交易价格。经交易双方协商，标的资产合计作价为 279,944.00 万元。

本次交易价格以评估确认的标的资产的评估价值为基础，由交易双方协商确定，标的资产定价合理、公允。

3、本次交易程序合法合规

本次交易的方案及标的资产定价已经公司第六届董事会 2014 年第五次临时会议审议通过，且独立董事亦发表了相关意见。

本次交易已经充分论证，相关中介机构已针对本次交易出具审计、评估、法律、财务顾问等专业报告，并将按程序报有关监管部门审批。本次交易依据《公司法》、《上市规则》、《公司章程》等规定遵循公开、公平、公正的原则并履行合

法程序，不存在损害公司及其股东利益的情形。

4、独立董事意见

公司独立董事认为：

（1）本次重大资产重组符合国家有关法律法规和政策的规定，遵循了公开、公平、公正的原则，没有损害公司及全体股东的利益。

（2）本次重大资产重组不构成关联交易。本次重大资产重组报告书（草案）相关事项经 2014 年 5 月 16 日召开的公司第六届董事会 2014 年第五次临时会议审议通过，董事会会议的召开程序、表决程序符合相关法律、法规及《公司章程》的规定。

（3）公司本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金，不会影响公司的独立性，将有利于优化公司业务结构，增强公司的盈利能力，增强公司的核心竞争力和持续发展能力。本次重大资产重组完成后，公司的资产规模、持续盈利能力、抗风险能力和核心竞争力均能够得到较大幅度的提高，符合公司及全体股东的利益。

（4）对本次重大资产重组的标的资产评估情况的意见：

1）本次重大资产重组聘请的评估机构中和资产评估有限责任公司具有从事证券、期货相关业务资格，具有丰富的业务经验，具备足够的胜任能力。该机构及经办人员与公司及公司本次交易对象、标的资产之间不存在关联关系，不存在除专业收费外的现实的和预期的利害关系，具有独立性。本次评估机构的选聘程序符合法律及《公司章程》的规定。

2）评估机构和评估人员对标的资产进行评估所设定的评估假设前提和限制条件按照国家有关法规和规定执行，遵循了市场通用的惯例或准则，符合评估对象的实际情况，评估假设前提、评估价值分析原理、采用的模型、选取的折现率和业绩增长率等重要评估参数符合标的资产实际情况，预期各年度收益和现金流量评估依据及评估结论等具有合理性。

3）评估机构在评估方法选取方面，综合考虑了标的资产行业特点和资产的

实际状况，评估方法选择恰当、合理。标的资产的评估结果公允地反映了标的资产的市场价值，评估结论具有合理性及公允性。公司拟购买资产的交易价格以评估值为基础确定，定价合理、公允，不会损害公司及公司中小股东利益。

(5) 本次重大资产重组标的资产的交易价格以标的资产在评估基准日的评估值为基础，由各方协商确定。标的资产的定价原则符合相关法律法规的规定，不存在损害公司及其他股东特别是中小股东利益的情形。

(6) 本次《重大资产重组报告书(草案)》、《发行股份及现金购买资产协议》、《标的资产盈利预测补偿协议》等符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》、《上市公司证券发行管理办法》及其他有关法律、法规和中国证监会颁布的规范性文件的规定，有利于公司长远发展，符合本公司及全体股东的利益。

(7) 本次重大资产重组尚需获得公司股东大会审议批准和中国证监会核准。

综上，本次重大资产重组符合国家有关法律、法规和政策的规定，遵循了公开、公平、公正的准则，交易定价公允、合理，符合法定程序，也符合公司和全体股东的利益，对全体股东公平、合理。我们同意公司进行本次重大资产重组，并同意将相关议案提交公司股东大会审议。

本次交易所涉及的资产定价公允，不存在损害上市公司和股东合法权益的情形，符合《重组管理办法》第十条第(三)项之规定。

(四) 本次交易涉及的资产产权清晰，资产过户或者转移不存在法律障碍，相关债权债务处理合法

1、本次交易的标的资产为掌视亿通 100%股权、精视文化 60%股权、邦富软件 100%股权、漫友文化 85.61%股权根据相关工商登记文件，各交易对方合法持有相应股权。同时，各交易对方均已作出承诺：

不存在股东出资不实、抽逃出资以及其他影响其合法存续、正常经营的情况。

作为交易标的之股东，合法、完整、有效地持有交易标的的股权；依法有权处置该部分股权。该部分股权产权清晰，不存在抵押、质押等权利限制的情形，不存在涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者存在妨碍权属转移的其他情

形。

在本次交易实施完成前，将确保标的资产产权清晰，不发生抵押、质押等权利限制的情形，不发生涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者妨碍权属转移的其他情形。

2、本次交易事项的标的资产为股权，不涉及债权、债务的处置或变更。

3、本次交易标的公司的主要资产情况详见“第四节 交易标的基本情况”之“二、交易标的主要资产权属情况及对外担保情况”资产产权清晰。

综上，本次交易涉及的标的资产产权清晰，资产过户或者转移不存在法律障碍，符合《重组管理办法》第十条第（四）项之规定。

（五）本次交易有利于上市公司增强持续经营能力，不存在可能导致上市公司重组后主要资产为现金或者无具体经营业务的情形

1、收购漫友文化、掌视亿通继续打造全媒体优质内容平台

漫友文化、掌视亿通的加入，使得华闻传媒的全媒体内容平台从原来的都市与财经平媒（华商传媒、时报传媒）、电台广播（国广光荣）、互联网电视（国广东方）、在线教育（澄怀科技）、区域门户（华商网等）等平台迅速扩展到的漫画及衍生产品的创意、设计、开发、制作、销售及售后服务与移动运营商视频分销和推广平台，提升了公司全媒体内容平台的丰富程度，为平台上各个经营主体在版权共享、用户挖掘、资源互通等方面创造了更多的合作机会，也为华闻传媒未来建设国际先进、有吸引力的内容集成与版权交易服务平台打下坚实基础。

2、收购邦富软件发掘内容管理领域的机会

邦富软件商业模式系根据客户的需求定制并销售舆情监测系统，以及辅以相关配套舆情信息服务。邦富软件的加入将大大加强华闻传媒在新媒体内容管理领域的技术实力，有望为公司的全媒体优质内容平台提供更多的衍生服务。

3、收购精视文化进一步拓宽内容变现渠道

精视文化在杭州、成都、南京、济南等充满经济发展活力的二线城市中心地带，拥有近 8 万个楼宇电梯广告点位资源。公司向广告主提供精准的广告发布服

务，也向部分 4A 广告代理公司提供媒介发布资源。华闻传媒希望未来双方在广告销售上能够形成多城市联网、多种媒体形式，打包提供广告营销方案，提升媒体资源的广告价值。同时，华闻传媒的全媒体内容平台丰富的内容资源，也能提升精视文化广告屏幕对用户的吸引力，提升其媒体资源的广告价值。

该等资产注入上市公司后，将有效地拓展公司文化服务产品的宽度，增加公司新的盈利增长点，逐步实现公司“全媒体、大文化”的发展战略。本次重组完成后，上市公司的资产规模、持续盈利能力、抗风险能力和核心竞争力均能够得到提高。

根据立信出具的上市公司《备考审计报告》（信会师报字[2014]第 310337 号），本次交易后本公司的资产规模、业务规模、盈利能力以及抵御风险的能力将得到增强，不存在可能导致上市公司重组后主要资产为现金或者无具体经营业务的情形，符合《重组管理办法》第十条第（五）项之规定。

（六）有利于上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与实际控制人及其关联人保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定

本次交易前，公司已经按照有关法律法规的规定建立了规范的法人治理结构和独立运营的公司管理体制，做到了业务独立、资产独立、财务独立、机构独立、人员独立。本次交易完成后，公司仍将保持业务、资产、财务、人员、机构的独立。

因此，本次交易符合证监会关于上市公司独立性的相关规定，符合《重组管理办法》第十条第（六）项之规定。

（七）本次交易有利于上市公司形成健全有效的法人治理结构

本次交易前，公司已按照《公司法》、《证券法》和中国证监会的有关要求，建立了完善的法人治理结构。本次交易不会导致公司董事会、监事会、高级管理人员结构发生重大调整，也不会涉及公司重大经营决策规则与程序、信息披露制度等治理机制方面的调整。本次交易完成后，公司仍将严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规及公司章程的要求规范运作，不断完善公司法人治理结构。

因此，本次交易有利于上市公司保持健全有效的法人治理结构，符合《重组管理办法》第十条第（七）项之规定。

二、本次交易符合《重组管理办法》第四十二条要求的说明

（一）本次交易有利于提高上市公司资产质量、改善公司财务状况和增强持续盈利能力

根据立信出具的华闻传媒 2014 年 1~3 月《审计报告》及《备考审计报告》，本次交易前后华闻传媒 2014 年 3 月 31 日的资产总额分别为 731,639.02 万元、1,043,753.53 万元，归属母公司所有者的权益分别为 473,851.47 万元、768,994.06 万元。上述财务指标分别较交易前增长 42.66%、62.29%。

本次交易前后华闻传媒 2013 年归属母公司所有者的净利润分别为 52700.74 万元、67079.63 万元，基本每股收益分别为 0.2854 元/股、0.3263 元/股，前述盈利能力指标分别较交易前增长 27.28%、14.33%。

若本次交易完成后盈利承诺顺利实现，则华闻传媒的盈利能力将有较大幅度提升，竞争实力将得以增强，业务协同效应和产业链整合效应将得以凸显。本次交易将有利于提高上市公司资产质量、改善公司财务状况和增强持续盈利能力，符合全体股东的利益，符合《重组管理办法》第四十二条第（一）项之规定。

（二）本次交易完成后上市公司将采取措施减少关联交易和避免同业竞争，继续保持独立性

1、关联交易

本次交易完成前，公司与标的公司掌视亿通、精视文化、邦富软件、漫友文化之间不存在关联关系和关联交易，与交易对方之间亦不存在关联关系和关联交易。本次交易完成后，公司的控股股东和实际控制人未发生变化，本次交易将不会新增公司与控股股东、实际控制人及其关联方之间的关联交易。

为避免与华闻传媒产生关联交易，保证全体股东，特别是中小股东的合法权利，各交易对方均出具了减少与规范与华闻传媒进行关联交易的承诺，主要内容

如下：

在本次交易完成后，本人（本公司）及本人（本公司）控制的其他公司将尽量减少与华闻传媒发生关联交易。若发生不可避免且必要的关联交易，本人（本公司）及本人（本公司）控制的其他公司与华闻传媒将根据公平、公允、等价有偿等原则，依法签署合法有效的协议文件，并将按照有关法律、法规和规范性文件以及华闻传媒章程之规定，履行关联交易审批决策程序、信息披露义务等相关事宜；确保从根本上杜绝通过关联交易损害华闻传媒及其他股东合法权益的情形发生。

2、同业竞争

本次交易不会致使公司与实际控制人及其关联企业之间产生同业竞争。本次交易未导致本公司的实际控制人发生变更。公司的实际控制人及其关联企业没有从事与上市公司构成竞争关系的业务。

为保证本次交易完成后交易对方及其关联企业也不拥有或控制与华闻传媒及标的资产存在竞争关系的企业或经营性资产，各交易对方均出具了避免与华闻传媒或交易标的的同业竞争的承诺。

（三）上市公司最近一年财务会计报告被注册会计师出具无保留意见审计报告

华闻传媒 2013 年度财务会计报告已经立信审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（信会师报字[2014]第 310085 号），符合《重组管理办法》第四十二条第（二）项之规定。

（四）上市公司发行股份所购买的资产，应当为权属清晰的经营性资产，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续

本次交易的标的资产为掌视亿通 100%股权、精视文化 60%股权、邦富软件 100%股权、漫友文化 85.61%股权。根据相关工商登记文件，各交易对方合法持有相应股权。同时，各交易对方均已作出承诺：

不存在股东出资不实、抽逃出资以及其他影响其合法存续、正常经营的情况。

作为交易标的之股东，合法、完整、有效地持有交易标的的股权；依法有权处

置该部分股权。该部分股权产权清晰，不存在抵押、质押等权利限制的情形，不存在涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者存在妨碍权属转移的其他情形。

在本次交易实施完成前，将确保标的资产产权清晰，不发生抵押、质押等权利限制的情形，不发生涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者妨碍权属转移的其他情形。

华闻传媒本次发行股份所购买的资产为权属清晰的经营性资产，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续，符合《重组管理办法》第四十二条第（三）项之规定。

（五）上市公司为促进行业或者产业整合，增强与现有主营业务的协同效应，在其控制权不发生变更的情况下，可以向控股股东、实际控制人或者其控制的关联人之外的特定对象发行股份购买资产，发行股份数量不低于发行后上市公司总股本的5%；发行股份数量低于发行后上市公司总股本的5%的，主板、中小板上市公司拟购买资产的交易金额不低于1亿元人民币。

本次交易拟购买资产与华闻传媒现有业务能够产生协同效应。本次交易完成后，能完善上市公司的产业链条，优化上市公司的产业布局。本次交易完成后，上市公司的控制权不会发生变更。

本次发行后上市公司的总股本不超过205,575.99万股（募集配套资金发股数量按照发行底价12.31元/股计算），本次交易拟向西藏风网等30名交易对方合计发行134,760,955股上市公司股票，占本次发行后上市公司总股本的比例为6.56%，不低于5%。本次交易拟购买资产的交易金额为279,944.00万元，不低于1亿元。符合《重组管理办法》第四十二条其他规定。

三、本次交易符合《重组办法》第四十三条及其适用意见要求的说明

《重组办法》第四十三条及其适用意见规定：上市公司发行股份购买资产的，可以同时募集部分配套资金。上市公司发行股份购买资产同时募集的部分配套资

金，主要用于提高重组项目整合绩效，所配套资金比例不超过交易总金额25%的一并由并购重组审核委员会予以审核；超过25%的，一并由发行审核委员会予以审核。

公司拟向符合条件的不超过10名（含10名）特定投资者发行股份募集配套资金92,000.00万元，募集资金总额不超过本次交易总金额（交易对价与募集配套资金之和）的25%，主要用于支付本次交易中的部分现金对价，将一并提交并购重组审核委员会审核。本次交易符合《重组办法》第四十三条及其适用意见。

四、不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的不得非公开发行股票的情形

华闻传媒不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的情形：

- 1、本次交易申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；
- 2、不存在公司的权益被控股股东或实际控制人严重损害且尚未消除的情形；
- 3、不存在公司及其附属公司违规对外提供担保且尚未解除的情形；
- 4、不存在现任董事、高级管理人员最近三十六个月内受到过中国证监会的行政处罚，或者最近十二个月内受到过证券交易所公开谴责的情形；
- 5、不存在上市公司或其现任董事、高级管理人员因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会立案调查的情形；
- 6、不存在最近一年及一期财务报表被注册会计师出具保留意见、否定意见或无法表示意见的审计报告；
- 7、不存在严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

因此，本次交易不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的不得非公开发行股票的情形。

五、本次交易不存在《〈上市公司重大资产重组管理办法〉第三条有关拟购买资产存在资金占用问题的适用意见——证券期货法律适用意见第 10 号》规定的“上市公司重大资产重组时，拟购买资产存在被其股东及其关联方、资产所有人及其关联方非经营性资金占用”的情形

截止2014年3月31日，邦富软件应收其股东程顺玲865,596.90元。截至本报告出具日，程顺玲已清偿全部借款。

第八节 本次交易定价依据及公平合理性分析

一、对交易价格定价依据的分析

（一）标的资产的交易定价依据分析

本次交易标的资产的定价是根据市场化原则，经公司与交易对方公平协商并考虑多种因素后确定，这些因素包括但不限于：具有证券从业资格的评估机构评估的价值、标的资产的财务和业务状况及发展前景以及市场同类公司的交易情况等。

本次交易华闻传媒拟通过向特定对象非公开发行股份的方式，购买掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权。其中：向西藏风网发行股份并支付现金购买其持有的掌视亿通100%股权；向精视投资、莫昂投资发行股份并支付现金购买其合计持有的精视文化60%股权；向程顺玲、李菊莲、曾子帆发行股份并支付现金购买其合计持有的邦富软件100%股权；向金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、祖雅乐、邱月仙、葛重葳、韩露、丁冰和李凌彪发行股份并支付现金购买其合计持有的漫友文化85.61%股权。

本次交易，中和评估采用收益法和资产基础法对掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权、漫友文化85.61%股权进行评估，最终采用收益法评估结果作为其价值的评估结论。根据中和评估出具的各标的资产的评估报告，截至评估基准日2014年3月31日，各标的资产经审计的账面净资产合计为34,665.39万元；评估后净资产合计为279,679.59万元，评估增值245,014.20万元，增值率为706.80%。

经交易双方协商，标的资产合计作价为279,944.00万元，本次交易价格合理、公允，不存在损害上市公司及其现有股东合法权益的情形。

（二）本次发行股份价格的合规性分析

根据《重组管理办法》第四十四条规定，上市公司发行股份的价格不得低于本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价。交易均价的计算公式为：董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价＝决议公告日前20个交易日公司股票交易总额/决议公告日前20个交易日公司股票交易总量。

本次发行价格的定价基准日为公司第六届董事会2014年第五次临时会议决议公告日，发行价格为不低于定价基准日前20个交易日公司股票均价，即不低于13.72元/股。经公司与交易对方协商，发行价格为13.72元/股。根据公司2013 年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次发行价格调整为13.68元/股。

除前述分红派息外，若本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生其他除权、除息事项的，发行价格将再次作相应调整。

上市公司发行股份购买资产的股份定价原则符合《重组办法》第四十四条“上市公司发行股份的价格不得低于本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价”之规定。

二、对交易价格公平合理性的分析

（一）本次交易定价的市盈率、市净率

标的公司的交易价格合计为 279,944.00 万元，结合标的公司的资产状况与盈利能力，选用交易市盈率和交易市净率指标比较分析本次交易定价的公平合理性情况如下：

项目	2014 年度 (预测)	2015 年度 (预测)	2016 年度 (预测)	2017 年度 (预测)
掌视亿通 100%股权的交易价格（万元）	130,500.00			
掌视亿通归属于母公司所有者的净利润（万元）	9,033.72	11,692.81	15,635.05	15,635.05
掌视亿通扣非前归属于母公司所有者的净利润（万元）	9,033.72	13,292.81	17,905.05	18,685.05

交易市盈率（倍）	14.45	11.16	8.35	8.35
扣非前交易市盈率（倍）	14.45	9.82	7.29	6.98
项目	2014年3月31日			
掌视亿通归属于母公司所有者的权益（万元）	15,809.41			
交易市净率（倍）	8.25			
项目	2014年度 （预测）	2015年度 （预测）	2016年度 （预测）	2017年度 （预测）
精视文化 60%股权的交易价格（万元）	43,200.00			
精视文化归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,988.38	7,898.48	9,950.59	9,950.59
交易市盈率（倍）	12.02	9.12	7.24	7.24
项目	2014年3月31日			
精视文化归属于母公司所有者的权益（万元）	7,688.78			
交易市净率（倍）	9.36			
项目	2014年度 （预测）	2015年度 （预测）	2016年度 （预测）	2017年度 （预测）
邦富软件 100%股权的交易价格（万元）	72,000.00			
邦富软件归属于母公司所有者的净利润（万元）	4,991.46	7,178.78	9,569.78	9,569.78
交易市盈率（倍）	14.42	10.03	7.52	7.52
项目	2014年3月31日			
邦富软件归属于母公司所有者的权益（万元）	4,969.65			
交易市净率（倍）	14.49			
项目	2014年度 （预测）	2015年度 （预测）	2016年度 （预测）	2017年度 （预测）
漫友文化 85.61%股权的交易价格（万元）	34,244.00			
漫友文化归属于母公司所有者的净利润（万元）	2,707.50	3,496.90	4,959.94	4,959.94
交易市盈率（倍）	14.77	11.44	8.06	8.06
项目	2014年3月31日			
漫友文化归属于母公司所有者的权益（万元）	10,831.75			
交易市净率（倍）	3.69			

注1：交易市盈率=标的公司的交易价格/（标的公司的净利润*对应持股比例）

注2：交易市净率=标的公司的交易价格/（标的公司归属于母公司所有者的权益*对应持股比例）

注3：2015、2016、2017年度归属于母公司所有者的净利润均采用中和评估出具的《评估报告书》中收益法下的预测净利润。2014年度归属于母公司所有者的净利润为2014年1-3月以实现的归属于母公司所有者的净利润与2014年4-12月《评估报告书》预测净利润之和。

（二）可比同行业上市公司的市盈率、市净率

鉴于各标的公司主营业务的特点，分别选取了下列上市公司作为其可比公司，各标的公司及其各可比公司市盈率水平如下：

证券代码	证券简称	市盈率	市净率
		【交易日期】2014-3-31	【交易日期】2014-3-31
600050.SH	中国联通	18.84	0.87
600640.SH	号百控股	110.83	3.65
600706.SH	曲江文旅	26.39	2.96
600804.SH	鹏博士	46.7	4.38
000586.SZ	汇源通信	86.17	6.14
002093.SZ	国脉科技	39.8	3.42
002148.SZ	北纬通信	105.53	10.97
002261.SZ	拓维信息	195.96	9.12
002268.SZ	卫士通	132.17	9.15
002467.SZ	二六三	34.98	3.64
002544.SZ	杰赛科技	45.59	4.14
300017.SZ	网宿科技	69.47	14.47
300074.SZ	华平股份	48.02	4.9
300167.SZ	迪威视讯	802.53	5.98
300209.SZ	天泽信息	332.8	2.71
300299.SZ	富春通信	151.39	4.41
300310.SZ	宜通世纪	70.34	4.25
300315.SZ	掌趣科技	147.69	14.88
平均值		136.96	6.11
中位数		78.26	4.4
掌视亿通		14.45	8.25
证券代码	证券简称	市盈率	市净率
		【交易日期】2014-3-31	【交易日期】2014-3-31
600037.SH	歌华有线	22.83	1.49
600637.SH	百视通	52.75	9.6
600880.SH	博瑞传播	35.48	3.45
000156.SZ	华数传媒	115.34	16.15
002181.SZ	粤传媒	33.75	2.71
300058.SZ	蓝色光标	53.99	6.29
300104.SZ	乐视网	116.95	18.64
300226.SZ	上海钢联	280.9	15.99
平均值		89	9.29
中位数		53.37	7.95
精视文化		12.02	9.36

证券代码	证券简称	市盈率	市净率
		【交易日期】2014-3-31	【交易日期】2014-3-31
600037.SH	歌华有线	22.83	1.49
600637.SH	百视通	52.75	9.6
600880.SH	博瑞传播	35.48	3.45
000156.SZ	华数传媒	115.34	16.15
002181.SZ	粤传媒	33.75	2.71
300058.SZ	蓝色光标	53.99	6.29
300104.SZ	乐视网	116.95	18.64
300226.SZ	上海钢联	280.9	15.99
600100.SH	同方股份	29.45	1.86
600289.SH	亿阳信通	58.7	2.6
600406.SH	国电南瑞	21.43	5.65
600410.SH	华胜天成	121.43	2.19
600446.SH	金证股份	66.1	10.57
600455.SH	博通股份	81.97	6.91
600536.SH	中国软件	148.22	4.98
600570.SH	恒生电子	41.03	8.04
600571.SH	信雅达	32.76	4.92
600588.SH	用友软件	30.61	5.2
600718.SH	东软集团	36.68	2.83
600728.SH	佳都科技	75.73	6.35
600756.SH	浪潮软件	853.3	4.67
600797.SH	浙大网新	142.25	2.82
600845.SH	宝信软件	35.13	6.06
601519.SH	大智慧	1,055.25	4.22
900926.SH	宝信 B	14.29	2.46
000555.SZ	神州信息	38.65	5.18
000681.SZ	远东股份	865.21	25.82
000682.SZ	东方电子	82.31	2.1
000851.SZ	高鸿股份	118.07	2.87
000938.SZ	紫光股份	47.06	4.65
000948.SZ	南天信息	225.33	1.52
000997.SZ	新大陆	39.26	5.32
002063.SZ	远光软件	28.87	5.98
平均值		151.55	6.37
中位数		53.99	4.98
邦富软件		14.42	14.49
证券代码	证券简称	市盈率	市净率
		【交易日期】2014-3-31	【交易日期】2014-3-31
600386.SH	北巴传媒	19.07	2.11

601801.SH	皖新传媒	17.91	2.35
300071.SZ	华谊嘉信	79.57	8.68
300235.SZ	方直科技	92.07	6.73
平均值		52.16	4.97
中位数		49.32	4.54
漫友文化		14.77	3.69

注：数据来源：同花顺

此处同行业上市公司的市盈率、市净率按照 2014 年 3 月 31 日的交易价格和 2013 年年报财务数据计算

从上述相对估值分析中看出，本次交易标的资产的市盈率均显著低于行业平均水平，且小于华闻传媒自身的相对估值（以此次重大资产重组公告停牌前一个交易日价格测算 PE 为 46.45 倍⁶），较为充分地保护了上市公司全体股东利益。

除标的资产漫友文化外，其余标的资产的市净率均高于同行业上市公司的平均水平，主要原因是：首先，标的公司从事的经营业务具有轻资产的运营模式，在开展业务过程中所需的净资产规模较小，主要固定资产为办公及电子设备，账面价值较低；其次，虽然报告期内标的公司的经营情况较好，但由于其成立时间不长导致经营积累形成的净资产规模相对有限（如掌视亿通 2013 年 10 月成立）。

（三）从本次发行对上市公司盈利能力、持续发展能力的影响角度分析本次定价合理性

通过本次交易，上市公司的盈利能力和可持续发展能力将得到较大幅度的提升，具体影响见“第五节 本次交易涉及股份发行的情况”之“五、本次交易对上市公司的影响”。从本次交易对上市公司盈利能力、持续发展能力的影响角度来看，交易标的定价合理。

（四）本次发行股份的定价公允性分析

1、本次发行价格的定价基准日为公司第六届董事会2014年第五次临时会议决议公告日，发行价格为不低于定价基准日前20个交易日公司股票均价，即不低于13.72元/股。经公司与交易对方协商，发行价格为13.72元/股。

本公司股票在董事会决议公告日至本次发行结束之日期间发生除权、除息事

⁶此处每股收益计算以 2013 年年报财务数据和股本总额 184,626.30 万股为依据。如以公司 2014-3-19 公告的《2013 年度备考合并盈利预测实现情况专项审核报告》每股收益 0.4991 元/股计算，则市盈率为 27.49 倍。

项的，发行价格相应调整，具体方式为：假设调整前发行价格为 P_0 ，每股送股或转增股本数为 N ，每股派息为 D ，调整后发行价格为 P_1 ：

派息： $P_1 = P_0 - D$

送股或转增股本： $P_1 = P_0 \div (1 + N)$

除权、除息同时进行： $P_1 = (P_0 - D) \div (1 + N)$

2、根据公司2013 年度股东大会审议通过的《2013年度利润分配预案及公积金转增股本预案》，公司以2013年12月31日股份总数1,846,262,977股为基数，向全体股东每10股派发现金0.4元（含税）。因此，本次发行价格调整为13.68 元/股。

综上，华闻传媒本次发行股份购买资产的股份定价原则符合《重组管理办法》第四十四条“上市公司发行股份的价格不得低于本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前20个交易日公司股票交易均价”之规定，发行股份定价公允。

三、董事会对评估机构的独立性、评估假设前提的合理性、评估方法与评估目的的相关性及评估定价的公允性的意见

本公司董事会在充分了解本次交易的前提下，分别对评估机构的独立性、评估假设前提的合理性、评估方法与评估目的的相关性、评估定价的公允性等事项发表如下意见：

1、本次拟购买资产的评估机构中和评估具有证券、期货相关业务资格。中和评估及经办评估师与本次公司、交易对方及标的公司均不存在关联关系，不存在除专业收费外的现实的和预期的利害关系。评估机构具有独立性。

2、评估机构和评估人员所设定的评估假设前提和限制条件按照国家有关法规和规定执行、遵循了市场通用的惯例或准则、符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。

3、本次评估的目的是确定标的资产于评估基准日的市场价值，为本次交易

提供价值参考依据。中和评估采用了资产基础法和收益法两种评估方法分别对标的资产价值进行了评估，并最终选择了收益法的评估值作为本次评估结果。本次资产原则，按照公认的资产评估方法，实施了必要的评估程序，对标的资产在评估基准日的市场价值进行了评估，所选用的评估方法合理，与评估目的的相关性一致。

4、评估价值分析原理、采用的模型、选取的折现率等重要评估参数符合拟购买资产实际情况，预期各年度收益和现金流量评估依据及评估结论合理。

5、本次交易以标的资产的评估结果为基础确定交易价格，交易标的评估定价公允。

四、独立董事对评估机构的独立性、评估假设前提的合理性、评估方法与评估目的的相关性及评估定价的公允性的意见

一、本次重大资产重组符合国家有关法律法规和政策的规定，遵循了公开、公平、公正的原则，没有损害公司及全体股东的利益。

二、本次重大资产重组不构成关联交易。本次重大资产重组报告书（草案）相关事项经 2014 年 5 月 16 日召开的公司第六届董事会 2014 年第五次临时会议审议通过，董事会会议的召开程序、表决程序符合相关法律、法规及《公司章程》的规定，履行了法定程序。

三、公司本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金，不会影响公司的独立性，将有利于优化公司业务结构，增强公司的盈利能力，增强公司的核心竞争力和持续发展能力。本次重大资产重组完成后，公司的资产规模、持续盈利能力、抗风险能力和核心竞争力均能够得到较大幅度的提高，符合公司及全体股东的利益。

四、对本次重大资产重组的标的资产评估情况的意见：

（一）本次重大资产重组聘请的评估机构中和资产评估有限公司具有从事证券、期货相关业务资格，具有丰富的业务经验，具备足够的胜任能力。该机构及经办人员与公司及公司本次交易对象、标的资产之间不存在关联关系，不存在除

专业收费外的现实的和预期的利害关系，具有独立性。本次评估机构的选聘程序符合法律及《公司章程》的规定。

（二）评估机构和评估人员对标的资产进行评估所设定的评估假设前提和限制条件按照国家有关法规和规定执行，遵循了市场通用的惯例或准则，符合评估对象的实际情况，评估假设前提、评估价值分析原理、采用的模型、选取的折现率和业绩增长率等重要评估参数符合标的资产实际情况，预期各年度收益和现金流量评估依据及评估结论等具有合理性。

（三）评估机构在评估方法选取方面，综合考虑了标的资产行业特点和资产的实际状况，评估方法选择恰当、合理。标的资产的评估结果公允地反映了标的资产的市场价值，评估结论具有合理性及公允性。公司拟购买资产的交易价格以评估值为基础确定，定价合理、公允，不会损害公司及公司中小股东利益。

五、本次重大资产重组标的资产的交易价格以标的资产在评估基准日的评估值为基础，由各方协商确定。标的资产的定价原则符合相关法律法规的规定，不存在损害公司及其他股东特别是中小股东利益的情形。

六、本次《重大资产重组报告书（草案）》、《发行股份及现金购买资产协议》、《标的资产盈利预测补偿协议》等符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》、《上市公司证券发行管理办法》及其他有关法律、法规和中国证监会颁布的规范性文件的规定，有利于公司长远发展，符合本公司及全体股东的利益。

七、本次重大资产重组尚需获得公司股东大会审议批准和中国证监会核准。

综上，本次重大资产重组符合国家有关法律、法规和政策的规定，遵循了公开、公平、公正的准则，交易定价公允、合理，符合法定程序，也符合公司和全体股东的利益，对全体股东公平、合理。我们同意公司进行本次重大资产重组，并同意将相关议案提交公司股东大会审议。

第九节 本次交易对公司的影响

一、本次交易前上市公司财务状况和经营成果的讨论和分析

华闻传媒最近两年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2014 年 3 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动资产	285,555.77	270,740.58	228,187.12
非流动资产	446,083.24	447,007.14	378,283.08
总资产	731,639.02	717,747.72	606,470.20
流动负债	150,859.71	168,637.61	195,889.94
非流动负债	84,274.52	82,564.42	21,333.44
总负债	235,134.23	251,202.04	217,223.39
所有者权益合计	496,504.79	466,545.69	389,246.81
归属于母公司所有者的权益	473,851.47	442,638.03	300,912.36

项目	2014 年 1~3 月	2013 年度	2012 年度
营业收入	75,927.97	374,955.80	409,542.00
营业成本	46,815.27	221,613.00	255,702.21
营业利润	37,273.08	94,900.28	64,852.59
利润总额	37,457.92	103,395.39	65,990.19
归属于母公司所有者的净利润	31,198.54	52,700.74	26,944.68

项目	2014 年 1~3 月	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	-14,771.44	93,154.41	18,595.19
投资活动产生的现金流量净额	-20,537.22	-35,821.97	-49,294.28
筹资活动产生的现金流量净额	-1,790.27	-22,671.54	6,894.36
现金及现金等价物净增加额	-37,098.87	34,656.37	-23,803.30

华闻传媒最近两年及一期的主要财务指标如下：

指 标 名 称	2014 年 1~3 月	2013 年度	2012 年度
基本每股收益（元/股）	0.1690	0.3875	0.1981
稀释每股收益（元/股）	0.1690	0.3875	0.1981

扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.0290	0.2026	0.1806
加权平均净资产收益率（%）	6.81	19.78	9.54
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	1.17	10.35	8.70
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.08	0.50	0.14
指 标 名 称	2014 年 3 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
归属于上市公司股东的每股净资产（元/股）	2.57	2.40	2.21
资产负债率（%）	32.14	35.00	35.82

（一）本次交易前公司的财务状况分析

1、资产结构分析

单位：万元

项目	2014/3/31	比例	2013/12/31	比例	2012/12/31	比例
流动资产：						
货币资金	109,655.73	14.99%	145,945.17	20.33%	104,375.74	17.21%
交易性金融资产	3,816.73	0.52%	4,240.47	0.59%	7,330.35	1.21%
应收票据	176.13	0.02%	528.83	0.07%	355.88	0.06%
应收账款	38,880.74	5.31%	31,219.70	4.35%	23,696.01	3.91%
预付款项	6,975.39	0.95%	6,706.16	0.93%	11,928.06	1.97%
应收利息	0	0.00%	14.30	0.00%	-	0.00%
应收股利	171.00	0.02%	171.00	0.02%	312.00	0.05%
其他应收款	51,908.34	7.09%	42,485.85	5.92%	30,924.18	5.10%
存货	27,116.99	3.71%	23,238.40	3.24%	37,249.27	6.14%
其他流动资产	46,854.74	6.40%	16,190.71	2.26%	12,015.64	1.98%
流动资产合计	285,555.77	39.03%	270,740.58	37.72%	228,187.12	37.63%
可供出售金融资产	0.00	0.00%	-	0.00%	25,858.76	4.26%
长期股权投资	155,594.66	21.27%	153,025.47	21.32%	135,065.30	22.27%
投资性房地产	3,939.29	0.54%	3,988.50	0.56%	4,185.22	0.69%
固定资产	112,666.72	15.40%	113,425.81	15.80%	108,769.63	17.93%
在建工程	20,199.85	2.76%	14,275.08	1.99%	25,656.29	4.23%
工程物资	607.02	0.08%	818.83	0.11%	1,007.16	0.17%
无形资产	18,991.55	2.60%	26,540.01	3.70%	21,490.00	3.54%
开发支出	507.96	0.07%	388.54	0.05%	-	0.00%
商誉	61,203.06	8.37%	61,203.06	8.53%	1,972.95	0.33%
长期待摊费用	1,747.17	0.24%	1,986.42	0.28%	2,156.53	0.36%
递延所得税资产	3,244.89	0.44%	2,894.36	0.40%	2,021.24	0.33%
其他非流动资产	67,381.06	9.21%	68,461.06	9.54%	50,100.00	8.26%
非流动资产合计	446,083.24	60.97%	447,007.14	62.28%	378,283.08	62.37%
资产总计	731,639.02	100.00%	717,747.72	100.00%	606,470.20	100.00%

截至 2014 年 3 月 31 日，公司资产总额 731,639.02 万元，其中，流动资产总额 285,555.77 万元，占资产总额的 39.03%；非流动资产总额 446,083.24 万元，占资产总额的 60.97%。

2、负债结构分析

单位：万元

项目	2014/3/31	比例	2013/12/31	比例	2012/12/31	比例
流动负债						
短期借款	20,500.00	8.72%	21,400.00	8.52%	52,900.00	24.35%
交易性金融负债	0.00	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
应付票据	4,278.10	1.82%	1,580.00	0.63%	-	0.00%
应付账款	24,189.73	10.29%	29,342.07	11.68%	17,654.81	8.13%
预收款项	30,415.69	12.94%	38,460.78	15.31%	37,182.60	17.12%
应付职工薪酬	8,655.29	3.68%	14,230.60	5.66%	11,815.47	5.44%
应交税费	13,327.10	5.67%	14,581.47	5.80%	7,307.25	3.36%
应付利息	3,440.27	1.46%	2,587.26	1.03%	981.38	0.45%
应付股利	1,696.94	0.72%	1,696.94	0.68%	2,291.39	1.05%
其他应付款	31,624.73	13.45%	32,250.17	12.84%	13,311.83	6.13%
一年内到期的非流动负债	12,731.86	5.41%	12,508.33	4.98%	11,535.23	5.31%
其他流动负债	0.00	0.00%	-	0.00%	40,909.98	18.83%
流动负债合计	150,859.71	64.16%	168,637.61	67.13%	195,889.94	90.18%
非流动负债：						
长期借款	0.00	0.00%	-	0.00%	6,893.42	3.17%
应付债券	69,541.92	29.58%	69,518.06	27.67%	-	0.00%
预计负债	859.42	0.37%	773.98	0.31%	-	0.00%
递延所得税负债	5.50	0.00%	5.50	0.00%	6,045.19	2.78%
其他非流动负债	13,867.69	5.90%	12,266.88	4.88%	8,394.84	3.86%
非流动负债合计	84,274.52	35.84%	82,564.42	32.87%	21,333.44	9.82%
负债合计	235,134.23	100.00%	251,202.04	100.00%	217,223.39	100.00%

截至 2014 年 3 月 31 日，公司负债总额 235,134.23 万元，其中，流动负债总额 150,859.71 万元，占负债总额的 64.16%；非流动负债总额 84,274.52 万元，占负债总额的 35.84%。

3、资本结构与偿债能力分析

资本结构方面，华闻传媒 2014 年 3 月 31 日资产负债率 32.14%，处于合理水平，较 2012 年末有所降低。偿债能力方面，本公司流动比率、速动比率保持在较为合理的水平，具备较好的偿债能力。具体情况见下表：

指 标 名 称	2014 年 3 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
资产负债率 (%)	32.14	35.00	35.82
流动比率	1.89	1.61	1.17
速动比率	1.71	1.47	0.98

(二) 本次交易前公司的经营成果分析

1、利润构成分析

最近两年，公司主营业务稳步发展，营业收入、净利润均保持稳定增长。2013 年度，公司实现营业总收入 374,955.80 万元，比上年同期略有下降；实现营业利润 94,900.28 万元，比上年同期增长 46.33%；实现归属于上市公司股东净利润 52,700.74 万元，比上年同期增长 95.59%，主要系公司处置三六五网络投资收益影响。

单位：万元

项 目	2013 年度	2012 年度
营业收入	374,955.80	409,542.00
营业成本	221,613.00	255,702.21
营业利润	94,900.28	64,852.59
利润总额	103,395.39	65,990.19
归属于上市公司股东的净利润	52,700.74	26,944.68

2、盈利能力和收益质量指标分析

从公司的主营业务收入构成看，最近两年较为稳定，传播与文化产业贡献了大部分的收入。

单位：万元

	2013 年		2012 年	
1、信息传播服务业	191,544.48	51.60%	238,048.66	58.69%
2 印刷	28,281.74	7.62%	33,591.04	8.28%
3、商品销售及配送	42,217.77	11.37%	10,603.44	2.61%
4、其他代理业务	26,113.35	7.03%	11,991.74	2.96%
5、管道天然气	35,791.10	9.64%	35,555.59	8.77%
6、燃气用具	4,923.04	1.33%	3,971.69	0.98%
7、液化气	5,012.38	1.35%	8,873.53	2.19%
8、燃气管网施工及安装	13,526.97	3.64%	12,332.43	3.04%
9、大宗商品贸易	23,828.52	6.42%	50,656.42	12.49%

合计	371,239.35	100.00%	405,624.5	100.00%
----	------------	---------	-----------	---------

从收益质量来看，公司盈利能力较强。2013 年受公司处置三六五网络投资收益影响，公司录得较大的非经常性损益。具体情况见下表：

盈利能力	2013 年度	2012 年度
加权平均净资产收益率（%）	19.78	9.54
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	10.35	8.70
销售毛利率（%）	40.90	37.56
收益质量	2013 年度	2012 年度
扣除非经常性损益后净利润/净利润（%）	52.29	91.17

二、交易标的行业特点和经营情况的讨论与分析

（一）掌视亿通

1、行业监管体制及政策法规

1.1 行业主管部门及监管体制

移动端视频行业的主管部门以国家新闻出版广电总局和工业和信息化部为主。

（1）国家新闻出版广电总局

国家新闻出版广电总局对手机视频行业实施内容监管和行政许可管理，负责拟订广播电影电视宣传、创作的方针政策，把握正确的舆论导向和创作导向；负责广播电影电视、信息网络视听节目服务机构和业务的监管并实施准入和退出管理；监管广播电影电视节目、信息网络视听节目和公共视听载体播放的视听节目，审查其内容和质量。

（2）工业和信息化部

工业和信息化部对电信与信息服务市场进行监管，实行必要的经营许可制度。该部门中的政策法规司、产业政策司和规划司主要负责制定行业的产业政策、产业标准、产业规划，对行业的发展方向进行宏观调控，总体把握互联网服务内容。通信发展司负责协调公用通信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资

源共享；拟订网络技术发展政策；负责重要通信设施建设管理；监督管理通信建设市场；会同有关方面拟订电信业务资费政策和标准并监督实施。

1.2 产业政策

目前有关鼓励移动端视频行业发展的相关政策如下：

发布时间	文件名称	发布部门	核心内容
2009 年	《文化产业振兴规划》	国务院	发展新兴文化业态。采用数字、网络等高新技术，大力推动文化产业升级。支持发展移动多媒体广播电视、网络广播影视、数字多媒体广播、手机广播电视，开发移动文化信息服务、数字娱乐产品等增值业务
2013 年	《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》	国务院	鼓励发展交互式网络电视（IPTV）、手机电视、有线电视网宽带服务等融合性业务，带动产业链上下游企业协同发展，完善三网融合技术创新体系。

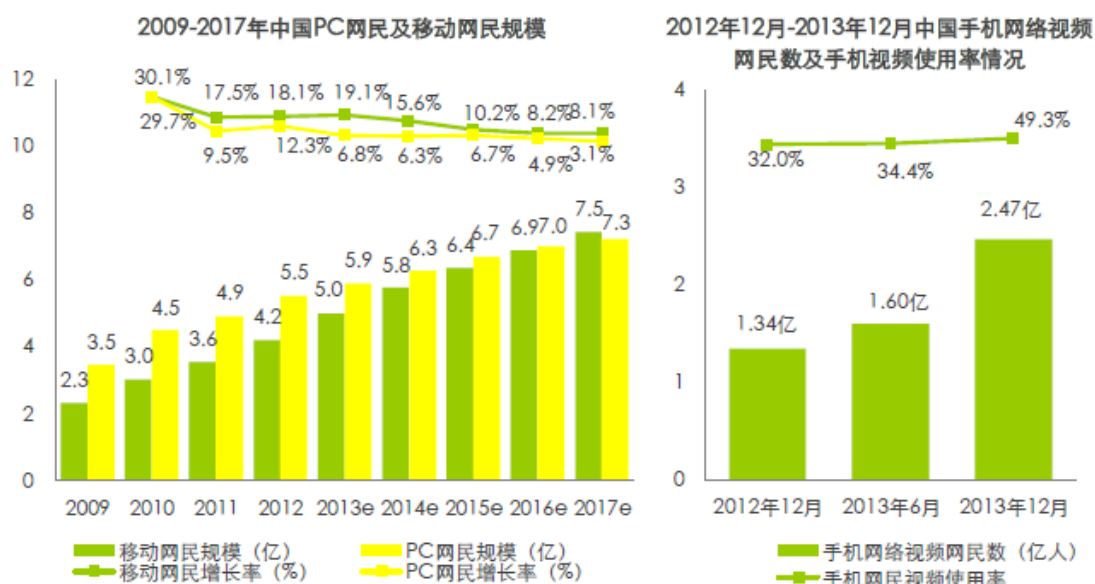
2、我国移动端视频行业发展现状分析

受益于社会、终端、技术等诸多方面有利因素，中国手机视频行业整体发展前景见好。

（1）社会环境：2013 年移动网民接近 PC 网民，移动网民手机视频使用率接近 50%。

2013 年，中国整体网民规模为 6.18 亿，其中 PC 网民的规模达到 5.9 亿人，增速为 6.8%；移动网民的规模在 2013 年底达到 5.0 亿，增速为 19.1%。预计到 2017 年，移动网民将赶超 PC 网民，成为互联网的第一大用户群体，移动端将成为网民最主要的上网渠道。互联网的加速渗透和全民移动互联有望在下一个 5 年实现。

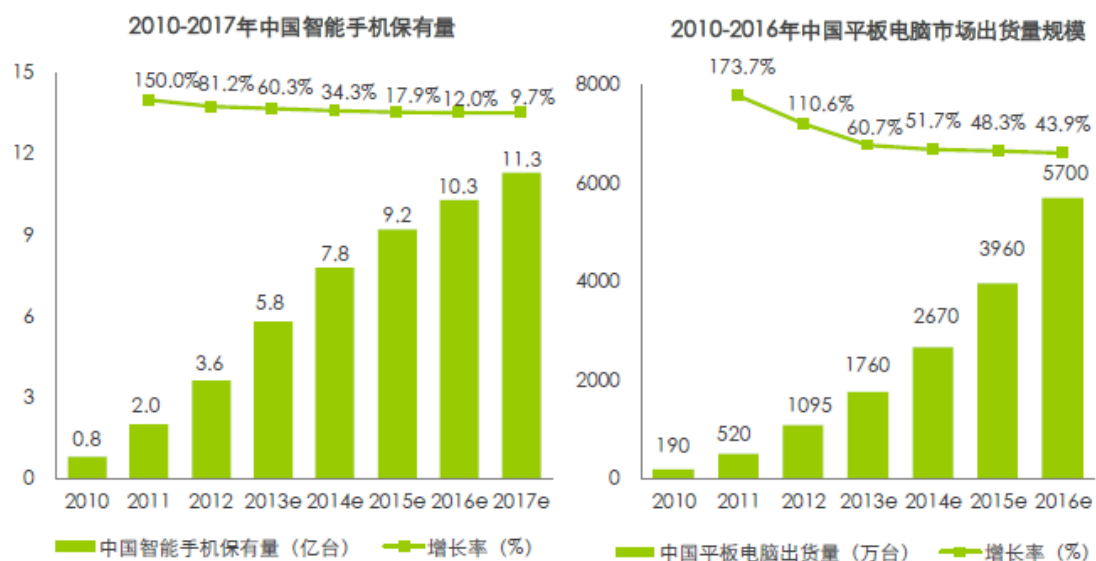
CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查数据显示，2013 年 12 月中国手机网络视频网民数为 2.47 亿人，去年同期为 1.34 亿人，一年内手机网络视频网民数增长 84%。2013 年 12 月中国手机网民使用率为 49.3%，去年同期为 32.0%，一年内上升 17.3%。手机网络视频网民数快速增长，有效推动了手机视频行业发展。



(2) 终端环境：中国智能手机保有量和平板电脑出货量快速增长，助力移动视频普及

2013 年中国智能手机的保有量为 5.8 亿台，同比增长 60.3%，智能机价格不断走低，不断向三、四线城市渗透，功能机用户加速换机促使智能机的保有量呈现高速增长。伴随移动终端更新迭代加速和模式创新，“硬件免费”（指终端产品将以成本价销售）或将成为可能。手机数量的增长为手机视频行业发展提供终端保障。

2013 年中国平板电脑市场出货量预计达到 1,760 万台，较 2012 年增长 60.7%。预计未来三年内，中国平板电脑出货量年增长率将保持在 40%以上，2016 年平板电脑市场出货量将达 5,700 万台。手机和平板电脑数量的增长为手机视频行业发展提供终端保障。



(3) 技术环境：4G 技术的快速发展将对移动视频行业产生利好

根据工信部电信研究院的研究，预计到 2016 年，全球累计 4G 用户将达到 6.53 亿，我国 4G（TD-LTE）用户有望达到 6,000 万。目前，4G 支持 20 多个手机款型，在下载速度和流量资费方面优于 2G、3G。

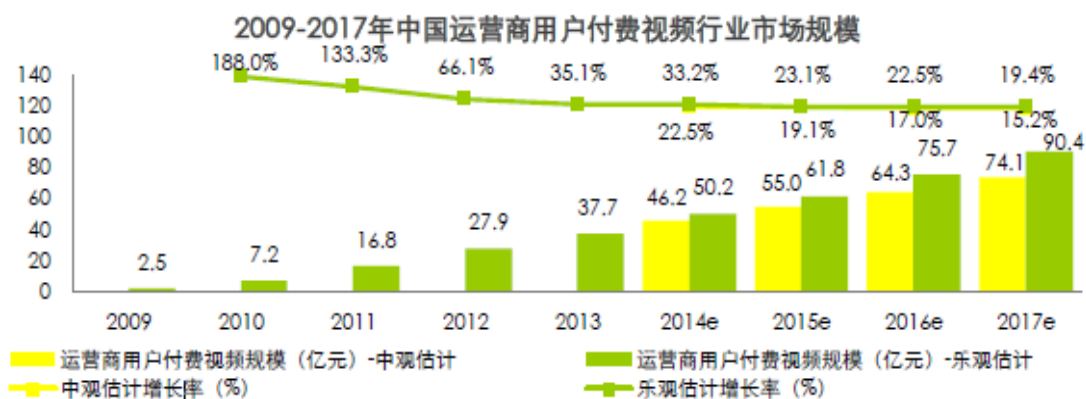
与传统的通信技术相比，4G 通信技术最明显的优势在于通话质量及数据通信速度，4G 系统普遍能够提供 100Mbps 的下行速度，是 3G 速率的 10-100 倍，一部高清电影用 4G 网络下载仅需两三分钟。4G 技术的发展，可以加快手机视频的下载速度、提高手机视频的清晰度和流畅度，将对手机视频行业产生较大利好。

3、中国手机视频行业市场容量及竞争格局

3.1 运营商视频分析

3.1.1 运营商视频行业规模及趋势

根据艾瑞咨询研究报告，2009~2017 年运营商用户付费视频收入规模（计入其视频项目的用户包月收入 and 单次点击收入）如下：

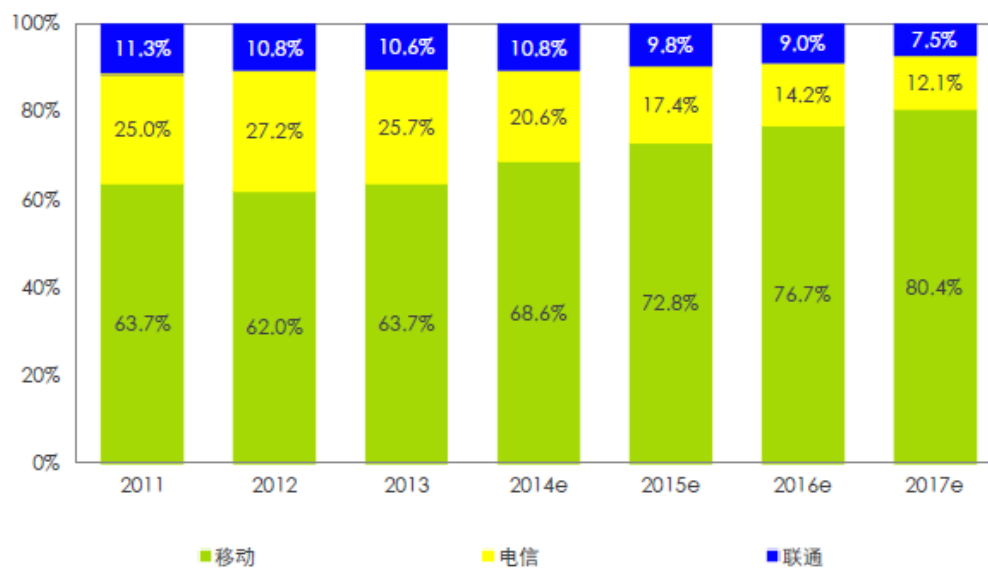


注：1、内容提供方、内容聚合方和牌照方等环节有收入分成，本处统计的运营商用户付费行业市场规模未剔除分成收入部分；

2、产业链各环节收入均统计在运营商收入整体，其收入能代表产业链整体水平。

来源：艾瑞咨询根据公开资料及行业访谈整理所得。

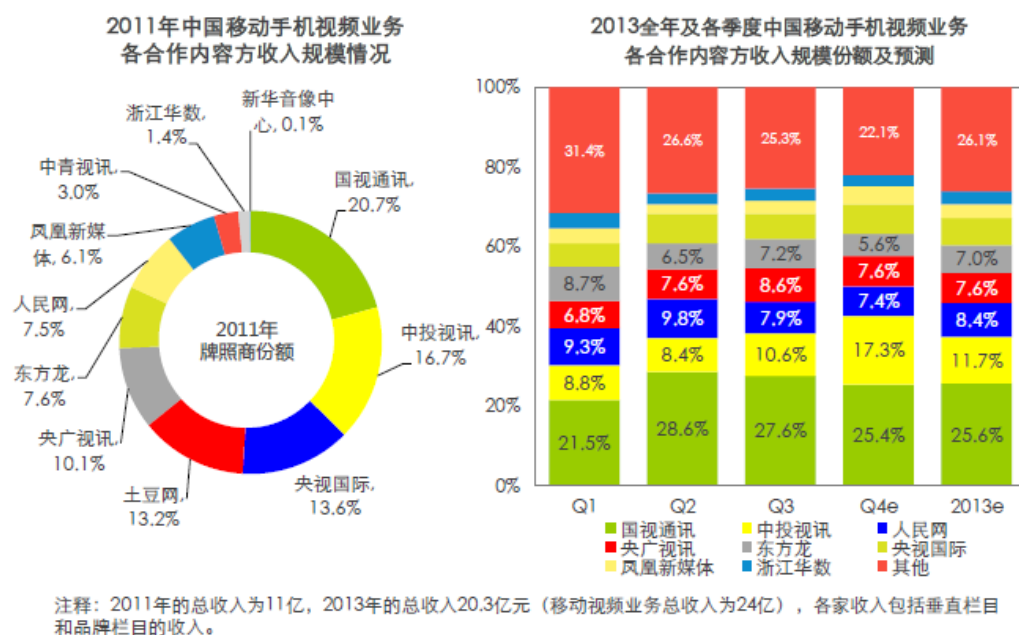
2013 年中国移动视频用户付费收入规模为 37.7 亿元，其中中国移动收入规模近 24 亿元，占比超过 60%。研究报告预测，未来三年内，运营商视频市场结构基本稳定，中国移动视频基地收入份额最大，并将持续领先。



来源：艾瑞咨询根据公开资料及行业访谈整理所得。

3.1.2 运营商视频各牌照方竞争格局

中国移动手机视频业务各合作方(含垂直栏目合作方)中，国视通讯以 25.6% 的份额，远远领先于其他合作方；与 2011 年相比，国视通讯的优势不断增大。中投视讯以 11.7% 的份额维持排名第二，人民网以 8.4% 的份额跻身前三。



来源：艾瑞咨询根据公开资料及行业访谈整理所得。

3.1.3 渠道方市场分析

在运营商视频产业链中，掌视亿通作为渠道商存在，通过丰富的渠道资源将视频内容分发给用户，其分发渠道包括手机厂商终端内置、手机书签及浏览器的位置、WAP 网站合作等方式。

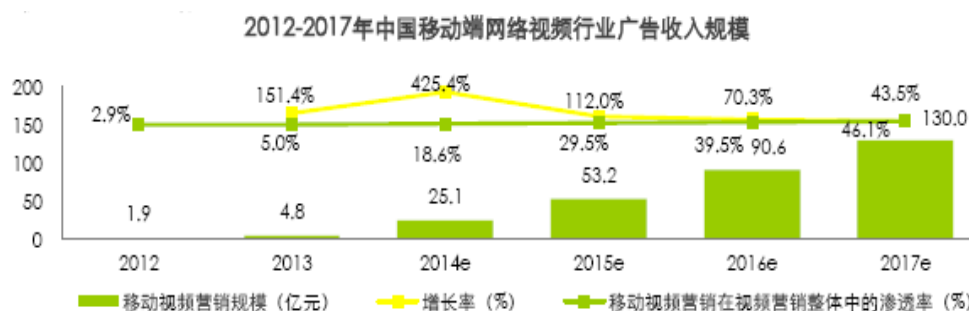
公司最近两年及一期来自国视通讯的分成收入分别为 10,700.37 万元、18,589.68 万元、6,929.72 万元，国视通讯最大的内容分销及推广伙伴，凸显了公司在中国移动手机视频产业链中的地位。



3.2 移动端在线视频分析

3.2.1 移动端在线视频行业规模及趋势

移动端在线视频主要的经营模式为广告销售。2013 年中国移动端网络视频行业广告收入规模为 4.8 亿元，移动视频广告收入相较于 PC 端体量小，但发展速度较快。2014 年，在线视频企业在移动端商业化布局力度加大，中国移动端网络视频行业广告收入规模或将迎来新突破，移动部分的占比将达到 18.6%。



注释：1.视频企业用户付费视频模式终端属性较弱，其 PC 端及移动端付费用户没有明显区分，使用统一账户统一服务，因此未单独核算移动用户付费视频市场规模。2.此部分数据为专项项目需求访谈得到，基于信息渠道及研究方法的限制，数据仅供项目参考，不作为行业级数据公开发布。

来源：艾瑞咨询根据公开资料及行业访谈整理所得。

3.2.2 移动端在线视频行业竞争格局

2012 年 11 月~2013 年 10 月，移动端视频 APP 月度用户规模强劲增长，2013 年 10 月用户规模超过 1.7 亿人。艾瑞分析认为，智能手机和平板电脑的应用推广、各视频企业对旗下视频 APP 的性能优化，共同推动了中国在线视频 APP 月

度覆盖人数的快速增加。2012年11月~2013年10月，中国在线视频APP日均用户规模快速增长，2013年10月日均用户规模达到6470万人，较2012年11月增长接近一倍。

4、运营商视频行业的发展趋势

(1) 产业链不断成熟

运营商视频产业持续发展、产业链各环节不断优化提升自身竞争力，产业处于稳步发展阶段。同时，运营商视频当前多数企业已经实现盈利，资金流稳定，可为产业链各参与者持续发展提供有力支撑。

(2) 用户需求大

运营商视频聚焦其他媒介接触较少的消费群体，可满足二三线省市大量用户的娱乐化需求。而且，手机视频用户包月和按次点播费用都相对较低，用户付费可能性大。

(3) 行业环境不断优化

4G技术给移动端视频带来利好，移动视频近几年快速发展，已逐步形成用户使用习惯，短视频热播及视频流量包资费降低或将提升整体流量费用。

以掌视亿通为代表内容分销和推广服务提供商进入手机视频产业链，其扩大了运营商手机视频业务与用户之间的触点，有效推动了行业的发展。

5、运营商视频行业发展的有利因素和不利因素

5.1 有利因素

(1) 渠道优势

在运营商体系下，拥有得天独厚的渠道优势，通过电子渠道和实体渠道，能更好地推广视频业务，盈利压力小。

(2) 支付体系优势

运营商支付体系是基于庞大的通讯用户数，以便捷性和安全性吸引用户使用，用户无需下载支付应用相关的客户端或使用优盾等额外辅助设备便可实现指定费用的支付业务，运营商支付体系的连续扣费机制保证了运营商视频收入规模的稳定性。

5.2 不利因素

不完全市场竞争使得在内容的丰富性和用户的需求满足上有一定缺失；虽然

用户规模快速增长，但用户流失率也相对较高。

6、行业的周期性、区域性或季节性

运营商视频聚焦其他媒介接触较少的消费群体，满足二三线省市大量用户的娱乐化需求。因此呈现一定的区域性特征，根据艾瑞报告（CATI 的电话调查结果），在接受调查的运营商视频用户中，排名前五位的地区依次为：四川、山东、江苏、黑龙江、辽宁。

运营商视频行业不存在周期性和季节性。

7、公司核心竞争力

(1) 先进的技术优势；

公司拥有自主研发的与运营商视频业务内容管理、分发策略管理、推广渠道结算等相关的三大数据平台。

媒资管理平台

媒资管理平台是公司根据自身视频业务需求及中国移动通信对手机视频格式的要求自主研发的一个视频转码平台，具有以下几个方面的功能：

A：视频转码功能。利用其对视频进行转码，只需对视频进行一键式保存，便可同时进行多种 3gp 及 mp4 视频格式的转码，不需要对视频进行逐个码流的手动压缩，提高了工作效率。

素材浏览

素材搜索

产品管理

产品入库

产品搜索

视频压缩

节目修正

节目上传

上传进度

系统管理

字典管理

修改密码

● 请选择用户组

△ 渠道组

└ 待压缩

└ 已完成

△ 历史记录

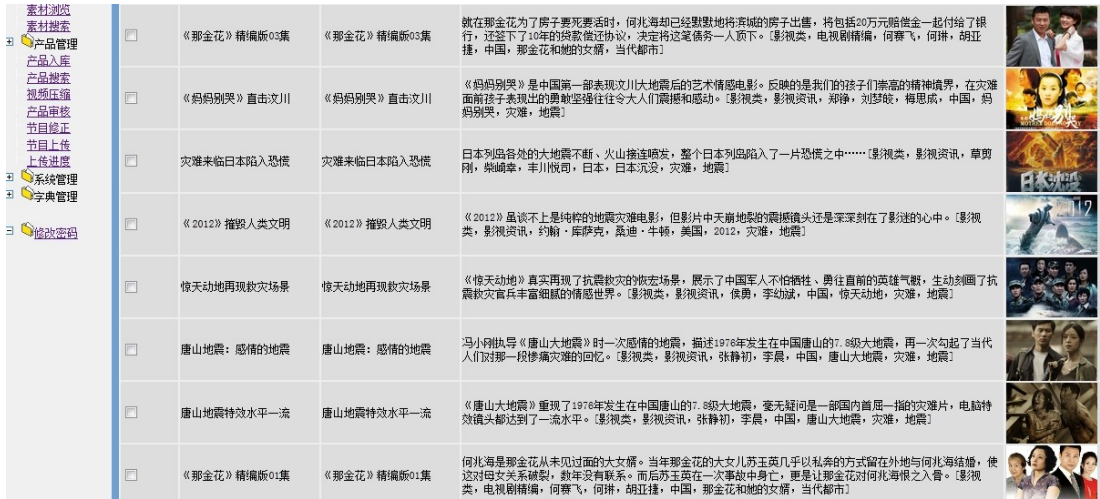
☐	霍思燕晒胎儿彩超照片	twcm		0:0:40	2013-10-10 13:41:45	100%	完成 OK
☐	汪诗诗否认买41万沙发	twcm		0:0:40	2013-10-10 13:13:04	100%	完成 OK
☐	《天注定》罕见中国式的暴力	ds		0:0:38	2013-10-09 14:04:02	100%	完成 OK
☐	贾樟柯《天注定》首款预告片	ds		0:0:38	2013-10-09 14:03:22	100%	完成 OK
☐	贾樟柯《天注定》最佳编剧奖	ds		0:0:37	2013-10-09 14:02:46	100%	完成 OK
☐	《等风来》导演爱卖萌被吐槽	ds		0:0:37	2013-10-09 14:01:20	100%	完成 OK
☐	《等风来》梦想很近只需等待	ds		0:0:37	2013-10-09 14:00:04	100%	完成 OK

B：数据库索引功能。媒资管理平台的另一个优势在于，可以数据库形式集

中保存节目，无论是对视频标题、简介、源文件，还是转码后的视频都能进行长时间的保存。



C: 多视频预览审核功能。节目在转码完成后，为了确保节目质量，减少错误率的发生，媒资管理平台还可进行内部人员审核，强大的多视频预览审核功能，让审核人员一目了然。

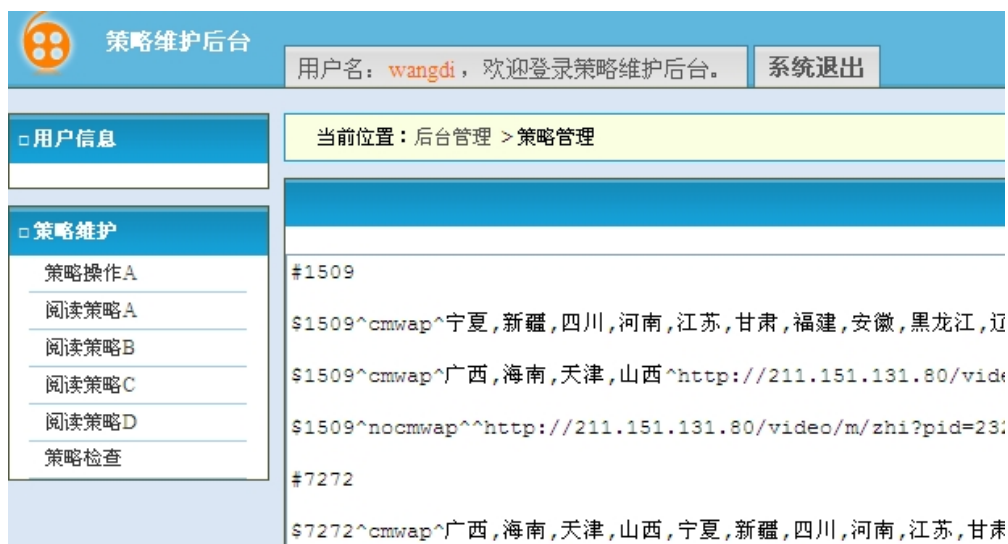


D: 集中上传功能。转码完成后的节目可直接选择相应栏目节点号进行对接上传，直接上传到后方平台，省去了一定的上传时间和可能会出现的文件上传中断、文件夹与文本对应不上等错误问题。

队列TXT	上传状态	上传产品名	提交人	进入队列时间	操作
REG0014022607.txt	100%	中国舞台上的美丽超模	产品测试/140226_530486f0c15f7_fone	100% 596.68KB	wcm 2014-02-26 12:00:49
REG0014022606.txt	100%	周阳记商长相册似李敏镐	产品测试/140226_53045ced94f33_fone	100% 469.41KB	wcm 2014-02-26 11:18:05
		陈妍希晒婚纱照花朵遮身	产品测试/140226_53045cef11407_fone	100% 1745.93KB	
		星二代生活奢侈当街搂抱	产品测试/140226_53045cf0a7bb7_fone	100% 597.83KB	
		林志颖晒Kimi最新发型	产品测试/140226_53045cf250365_fone	100% 163.05KB	
		刘若英晒儿时宠物咬脸	产品测试/140226_53045cf457f97_fone	100% 246.16KB	
		传赵忠祥豪宅珍宝库	产品测试/140226_53045cf548638_fone	100% 181.82KB	
		张佑赫搭档龙女郎演情侣	产品测试/140226_53045cf7ea603_fone	100% 170.74KB	
REG0014022605.txt	100%	赵薇微博晒与母亲合照	产品测试/140226_53045cf8abdb5_fone	100% 384.63KB	wcm 2014-02-26 11:18:52
		郑元畅张钧甯全裸出镜	产品测试/140226_53045cf880ca9_fone	100% 188.73KB	
		吴奇隆刘诗诗许诺一辈子	产品测试/140226_53045ca494e55_fone	100% 1382.46KB	
		陈赫东证女友未婚先孕	产品测试/140226_53045ca5a1bf6_fone	100% 1305.58KB	
		关之琳与男友不急结婚	产品测试/140226_53045ca6b314_fone	100% 1414.85KB	
		瘦身天后郑多燕亲授秘诀	产品测试/140226_53045ca81b654_fone	100% 937.97KB	
		辣妈吴政盟逆生长如少女	产品测试/140226_53045ca9b2ba3_fone	100% 246.96KB	
		刘璇庆穿蕾丝装秀性感	产品测试/140226_53045cab2d94b_fone	100% 1491.75KB	
		刘嘉玲秀性感照片遭吐槽	产品测试/140226_53045cac9b6c8_fone	100% 527.40KB	
		陈冠希微博上晒晒全家福	产品测试/140226_53045cae255a0_fone	100% 398.97KB	
		黄晓明否认初恋深大校花	产品测试/140226_53045caf579a_fone	100% 589.61KB	
		江一燕穿裙裙好似学生妹	产品测试/140226_53045cb13b9eb_fone	100% 1712.54KB	
		国际上的东方面孔朱珠	产品测试/140226_53045cb3039471_fone	100% 735.75KB	
		追寻梦想封面模特大赛	产品测试/140226_53045cb18f775_fone	100% 475.91KB	
		钟丽缇玩转时尚户内风	产品测试/140226_53045cb2be38a_fone	100% 261.97KB	
		可爱甜心变身比基尼女王	产品测试/140226_53045cb41f7ce_fone	100% 1202.91KB	
		陈冠希微博上晒晒全家福	产品测试/140226_53045cae255a0_fone	100% 398.97KB	

策略配置平台

其作用在于针对各渠道流量进行合理化、最大化运营及配置，具体功能如下：



A：实现分渠道分运营商、分省份流量配置。运营人员根据数据分析和运营经验来进行最合理的产品细分。

B：运营人员只需编写文档后一键保存，服务器就可以直接识别文档内容，准确无误的进行流量拆分，操作简单、精准。

C：通过区分运营人员权限，将具体的配置任务责任到人，既提高了运营效率，又降低了运营风险。

合作方数据查询平台

其作用在于支撑公司运营人员进行数据统计、分析、产品配置、渠道管理等，并支持渠道合作方查询推广数据。具体功能如下：

A: 业务合作查询

渠道流量统计，针对渠道每条链接进行数据显示，可以通过各数据项分析每条链接的流量和收益情况。

可以针对想要查询的渠道链接，按其名称、ID、分时段进行导出各项数据，以便运营分析。



合作方查询后台

用户名: wangdi, 欢迎登录查询合作信息。 系统退出

当前位置: 后台管理 > 业务合作查询 > 渠道流量统计

渠道流量统计 查询条件

主渠道: 全部渠道 子渠道: 全部 渠道ID: 渠道名称: 20 条页

时间段: 从 2014-02-27 到 2014-02-28 提交

时间	渠道	子渠道	访问数pv	比率	按次计费数	按次信息费	转化率
2014-02-28	1001龙旗地址	0001	1	0%	N/A	N/A	0.0%
2014-02-27	1001龙旗地址	0001	1	0%	N/A	N/A	0.0%
2014-02-28	1002华勤01	0001	628	0%	N/A	N/A	0.0%

B: 渠道合作方管理

可以针对渠道名称、查询密码、渠道权限进行编辑、修改、设置。



合作方查询后台

用户名: wangdi, 欢迎登录查询合作信息。 系统退出

当前位置: 后台管理 > 用户管理 > 用户信息编辑

编辑用户信息

用户全称: 掌众传媒

用户密码: 111111

状态: ☒ 开启 ☐ 暂停

权限: ☐ 按时间正序 ☒ 按时间倒序

☒ 显示PV ☐ 显示转化率 ☐ 不显示PV ☒ 不显示转化率

提交 重置

C: 渠道产品链接配置

根据渠道推广方式及需求进行分析，从而决定配置链接的条数及产品类型。

可以配置对应单条内容，也可以配置多条内容动态轮换。

etone

合作方查询后台

用户名: wangdi, 欢迎登录查询合作信息。

系统退出

□ 用户信息

当前位置: 后台管理 > 渠道管理 > 渠道列表

渠道ID:

渠道名称:

按渠道查询

导出

□ 业务合作查询

留言板

渠道流量统计

流量汇总统计

用户流量统计

用户流量统计(不分天)

用户详细流量统计

留言板管理

渠道ID	渠道名称	跳转地址	固定跳转地址	状态	操作
1001	龙旗地址	161	http://211.136.165.53/wap/n10162476d2c502954513.jsp?channelid=0_20010501018	开启	编辑渠道
1002	华勤01	0	http://211.136.165.53/wap/n10162469d2c501705691.jsp?channelid=0_20010501015	开启	编辑渠道
1003	鼎为地址	0	http://211.136.165.53/wap/n10162469d2c501705691.jsp?channelid=0_20010501015	开启	编辑渠道

(2) 丰富的手机电视牌照的资源优势；

公司与国视通讯（运营 CRI）、中报视讯（运营中国日报）、中青视讯（运营共青团中央）、人民视讯（运营人民日报社）、杭州华数等牌照方均有合作。公司稳固的渠道合作，为与牌照方的深度合作建立了基础，专业化的运营团队可以满足不同牌照方的不同需求。

集成运营牌照商	自办内容牌照商
 中国国际广播电台 (国视通讯运营)  上海文广SMG (百视通运营)	人民日报社（人民视讯运营） 北京电视台 新华社（新华视讯运营） 重庆电视台 中国互联网新闻 中心（中报视讯运营） 黑龙江电视台 共青团中央（中青视讯运营） 云南电视台 中国日报 山东电视台 深圳广电 湖南电视台 上海广播电视台
 中央人民广播电台 (央广视讯运营)  杭州华数 (华夏视讯运营)	
 中央电视台 (央视国际运营)  辽宁广电（辽宁北方广电 传媒有限公司运营）	

图：目前全部六家获得集成播控业务资格的牌照方以及部分取得自办内容业务资格的牌照方

(3) 业界领先的渠道优势；

- 在业内，公司具备领先的渠道优势，体现在以下几个方面：
- A：长期专注于运营商视频领域，在渠道中有良好的口碑，与很多渠道有长期良好的互信合作关系；

B：通过自有的渠道管理平台，可以对特定省份，特定渠道的流量进行精准化的营销，精细化的运营，提高渠道效率；

C：相对稳定透明的渠道价格体系，良好的结算制度和按时的结算流程，有利于保障渠道方的利益并使得双方的互利合作稳定化长期化。

（二）精视文化

1、行业监管体制及政策法规

1.1 行业主管部门及监管体制

目前我国广告行业实行的是政府部门监管与行业协会自律相结合的管理机制。主管部门是国家工商行政管理总局，主要负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等；此外，国家工商行政管理总局还承担指导广告行业发展的职能。除国家工商行政管理总局外，还有各部门在规范广告行业的工作中发挥重要的行政监管作用，比如食品药品监管部门对食品、药品、医疗器械广告的监管，农业行政部门对农药、兽药广告的监管等。

我国广告行业的自律管理机构包括中国广告协会、中国商务广告协会、中国4A协会、中国商务广告协会综合代理专业委员会等。行业自律组织是联系政府广告行政管理机构与广告主、广告经营者、广告发布者的桥梁和纽带，其主要职能是在国家工商行政管理总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务、监督。

1.2 产业政策

目前鼓励、支持广告行业发展的产业政策有：

发布时间	文件名称	发布部门	核心内容
2011 年	《产业结构调整指导目录（2011 年本）》	国家发改委	将“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类，广告业首次享受国家鼓励类政策
2011 年	中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定	中共中央	发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业
2012 年	《广告产业发展“十二五”规划》	国家工商总局	鼓励有实力的国内大型媒体和广告企业通过参股、控股、兼并、收购、联盟等方式做强做大

2、我国广告行业发展现状

2.1 楼宇电梯广告行业特点

楼宇电梯广告，即在新媒体概念下，围绕着楼宇展开的一系列的广告活动。其具体形式多种多样，包括电梯旁的液晶电视、电梯轿厢里的框架平面广告、一楼大厅的展板、感应灯箱、电梯门贴广告以及感应 LED 等。按形式分，可以分为：

分类	楼宇电梯框架广告 1.0	楼宇电梯框架广告 2.0	楼宇高清数字媒体 3.0
简介	指城市高层楼宇（社区、写字楼等）电梯轿厢内壁悬挂特制的高档进口大理石、高密度冷凝塑料镜框平面海报广告，具有受众精确的传播特点，覆盖范围广。	指城市高层楼宇（社区、写字楼等）电梯轿厢内壁悬挂液晶平面媒体	指在中、高档写字楼大堂或电梯厅播放的高清数码大屏广告，它能同时将图片与视频精彩呈现，采用 3G 技术无线传送，高到达率，高覆盖面，高性价比。
媒体形式	高档楼宇电梯轿厢内设置的镜框式广告	高档楼宇电梯轿厢内设置的液晶屏	高档楼宇大堂或电梯等候厅
具体表现形式	相对封闭环境的大面积静态平面	其单幅广告画面是静态的，但不同广告间会自动切换，一般一个屏幕设为 15 秒一次轮流切换 6 个不同广告画面。	灵活多变的大面积平面、视频混播，尤其适合播放电影、游戏的广告。

与其他形式的广告相比，楼宇电梯广告具有以下特点：

一、针对性。电梯框架广告的覆盖群体基本为都市中、高收入人群，其文化层次高，社会影响大，消费能力强，是引领消费的主流。楼宇电梯广告可精准锁定目标消费者，针对不同社区、不同写字楼受众，为客户合理设计投放策略。特别需要提出的是，电梯框架广告尤其适合做商品促销广告。这一特性使得在宏观经济下行阶段，广告主需要促销商品、刺激消费时，对电梯框架广告的投放反而更激进。

二、相对于其他的户外广告（机场大屏、户外 LED 屏等）、电视广告、互联网广告来说，电梯框架广告的上游媒体资源是较不强势的，这使得楼宇电梯广告的运用更具市场化特征，对资源的依赖较轻。

三、独家性。受众覆盖广，零距离锁定受众群体，电梯框架广告具有极强的视觉冲击力；100%的有效到达率，无任何广告干扰，能有效抢占终端市场，真

正达到投入资金 100%的有效利用，无任何广告资源浪费。

四、互补性。电梯框架广告广告是动态受众群体与静态广告内容有机结合，弥补了现有主打媒体电视和报纸的不足，最大限度地发挥了广告发布在点、线、面、图、文等全方位的信息传播效应。

五、高频性。电梯受众群体每天都要数次接触电梯，同时接触该媒体广告，其反复阅读的频率十分高，它可以帮助企业打阵地战，在城市中迅速提升品牌知名度，销售额成倍增长。

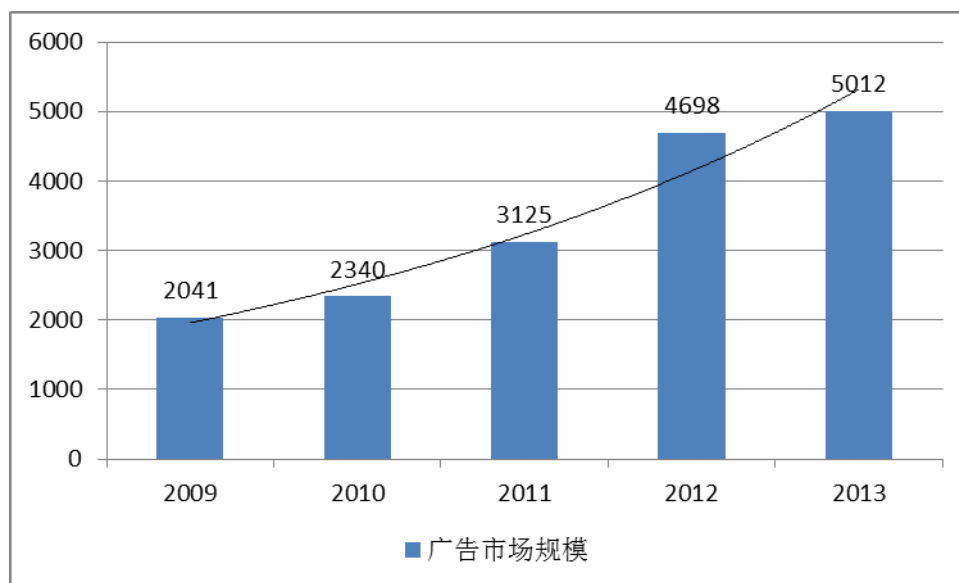
六、强制性。比传统媒体更有强制性。在商住楼中，人们每日平均乘坐电梯不少于四次，乘坐电梯时由于空间狭小，广告是唯一的消费刺激物，它的阅读具有强制性。

楼宇电梯广告的内容涉及面非常广，房地产、汽车、商场、保健品、银行、保险、食品、酒类、美容、婴幼儿产品、婚庆、酒店、家居、办公用品、会展服务、IT 外包、留学、培训机构等与人们生活密切相关的行业，均是楼宇电梯广告的主要广告主，且楼宇广告尤其适合做商品促销。

2.2 广告行业发展概况

随着我国经济的持续增长，广告行业实现快速发展，市场规模不断扩大。

根据国家工商总局、中国广告协会公告的最新数据，2012 年、2013 年中国广告业实际经营额分别达到 4,698 亿元、5,020 亿元，增长率为 6.85%。从事广告经营业务的单位数量和广告从业人员数量继续维持高速发展的态势，2013 年分别达到 44.5 万户和 262.2 万人。



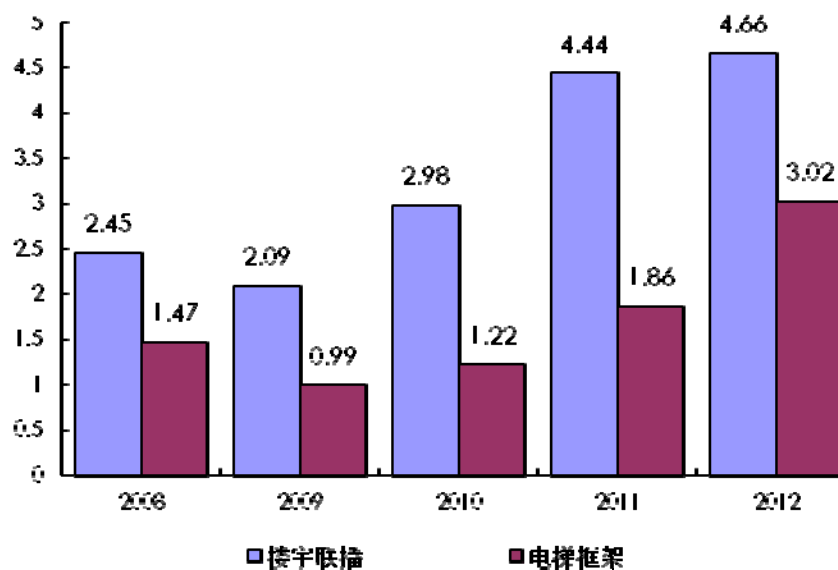
2009~2013 年中国广告行业实际经营额增长趋势（单位：亿元）

数据来源：公开资料整理

2.3 楼宇电梯广告行业发展现状

鉴于楼宇电梯广告行业缺乏统计数据，而分众传媒一家的市场占有率超过 50%，且分众传媒 2013 年前为上市公司，数据相对比较准确，因此本文以分众传媒的电梯框架广告业务数据来推算行业整体数据。

根据行业人士访谈及分众传媒财报数据显示，分众传媒的商业楼宇联播网（电梯等候区 LCD 屏）业务增长趋缓，而电梯框架广告业务增长迅速。2012 年电梯框架广告市场规模大约为 30 亿元，其中分众传媒实现销售收入 18.4 亿元；2013 年电梯框架广告市场规模大约为 36 亿元，分众仍然是行业龙头，实现销售收入约 22 亿元。从趋势来看，商业楼宇联播网在经历了 2010~2011 年经济危机后回暖性高速增长后，2012 年的市场规模同比增长率仅为 5%，增长逐渐趋缓；与此同时，电梯框架广告的年度增长率则逐年上升，呈现稳定快速增长。2011~2013 年的市场规模同比增长率分别为 52%、62%、20%。根据立信会计师事务所出具的精视文化备考审计报告，精视文化 2013 年的销售收入增长率为 25.8%。



2008-2012 分众传媒商业楼宇联播网及电梯框架广告净营收（亿美元）

数据来源：分众传媒 2012 年年报

电梯框架广告在全国各大城市都已成熟开展，人流密集的商务楼和高消费豪华小区的电梯广告，给各大具有超前广告意识的商家带来了巨大的商业利益，电梯框架广告凭借其独特的魅力，现已成为商家必争的新主流媒体。

据 CTR 媒介智讯最新广告主营销调研显示，2013 年有 55% 的广告主视楼宇电梯框架广告、公交车身作为户外新媒体广告投放计划中最主要的选择。而从近两年调研数据的对比来看，计划投放公寓住宅电梯框架广告的广告主比例也有较明显的提升。



从受众对广告的接受程度来说,根据 AC 尼尔森的用户调研报告: (1) 电梯框架广告从到达率来计算每天覆盖固定高收入受众超过其他户外媒体,而电梯框架广告所在之处拥有高收入的家庭,他们是社会主流的消费者。(2) 电梯框架广告的广告群体中,有 82.5%的受众为在各外企、办事处担任高级职位的商务群体; 10.1%为专家学者或高级政府官员和国营企事业单位担任领导岗位的政务群体。(3) 在以上广告群体中,其中近 70%的用户在高档写字楼内上班工作,他们的生活方式一般是每天早晨从公寓家中到写字楼上班,晚上下班后很晚才回到家中。(4) 大部分人进入电梯后,视线会首先被简单、鲜亮、有冲击力的画面所吸引,有冲击力的画面设计、色彩搭配上将带来给用户更多的阅读频次及注目率。(5) 约有 90%的受众喜欢醒目、靓丽、简洁的广告画面。

受众数字调查显示: (1) 电梯框架广告拥有读者量大,按照每人每天阅读 2 次,每次阅读时间 2 秒钟计算,在电梯框架广告上广告产生的阅读时间总计:18000 分钟合计 300 个小时。(2) 有 98%的读者对电梯媒体广告的评价是积极的、有趣的。(3) 在广告开始的最初 2 周,有超过 98%的读者曾认真关注并阅读过电梯框架广告,其中有 87.4%表示只要乘坐电梯均会主动阅读。(4) 几乎全部的读者表示在 4 周广告期间,他们至少会主动仔细阅读电梯框架广告 2 次。(5) 有 93.7%

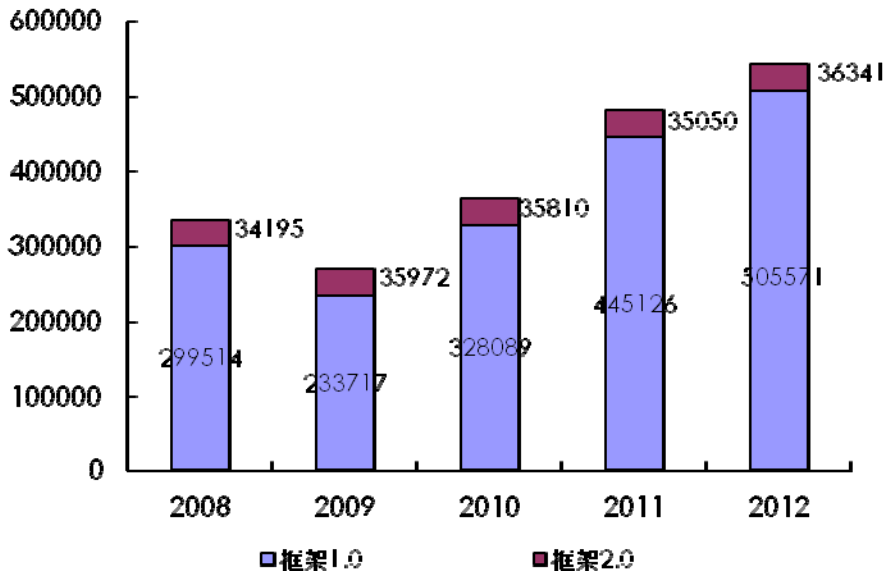
的读者都表示每天至少会有 4 秒钟时间花费在阅读（电梯框架广告发布的广告上）。（6）广告发布结束后一周内的调查，在未经提醒的情况下，有 84%的读者能够迅速说出曾在电梯里发布的平面媒体广告的广告画面或内容，在浅度提醒时，有 96%的读者能够说出或回忆起电梯框架广告的画面与内容

这些调研说明电梯框架广告已经逐步得到了广告受众的关注，成为广告主认可的一种广告形式，进而成为广告预算中不可或缺的一部分。

2.4 楼宇电梯广告行业发展趋势

（1）电梯广告媒体形式仍以框架 1.0 为主，竞争力为终端数量而非媒体形式

从分众的数据来看，目前电梯框架广告媒体形式仍以框架 1.0 为主，并且该情况短期内不会改变。截至 2012 年，分众传媒拥有框架 1.0 共计 50.56 万屏，框架 2.0 共计 3.63 万屏，框架 1.0 的数量是 2.0 的 14 倍之多。并且从 2008 年以来，框架 2.0 的数量基本维持在 3.5 万屏上下，未出现显著增长。而框架 1.0 的屏幕数量从 2009 年的 23.37 万屏增加到 2012 年的 50.56 万屏，年均增长率高达 29.33%。这意味着电梯框架广告的核心竞争目前仍集中在终端数量，而非媒体形式。



2008-2012 分众传媒电梯框架广告屏数量（屏）

数据来源：分众传媒 2012 年年报

（2）电梯框架广告有望继续维持高毛利

由于上游楼宇物业分散，不具备强势议价能力，且框架 1.0 本身制作成本较低，在达到一定规模之后，电梯框架广告的毛利率可以超过 60%。

	2010	2011	2012
商业楼宇联播网	77.32%	84.81%	75.70%
卖场终端	37.97%	58.43%	58.48%
电梯框架	30.69%	54.44%	60.97%
电影院广告	23.47%	72.76%	57.39%
户外大屏	20.78%	34.54%	-8.10%

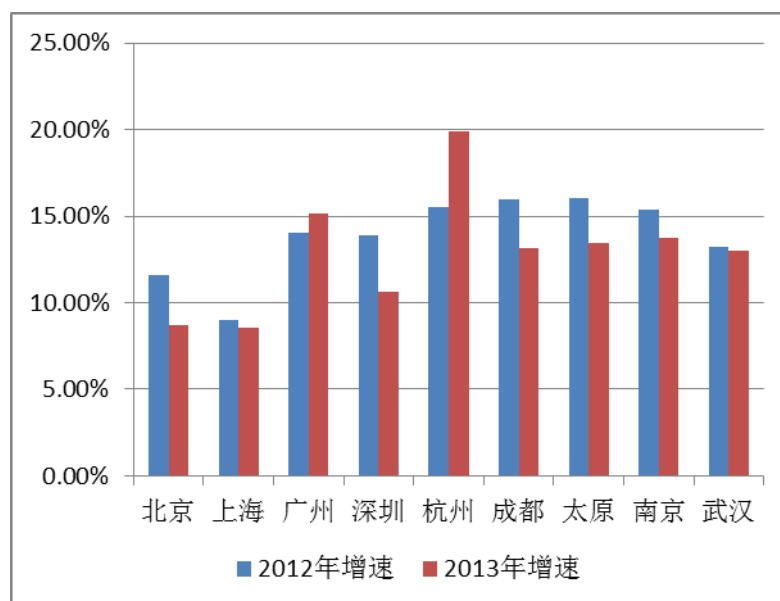
2010-2012 分众传媒各项业务毛利率

数据来源：分众传媒 2012 年年报

（3）二线城市楼宇电梯广告面临发展机遇

一直以来北京、上海、广州等一线城市都是企业、广告公司和媒体关注的对象，但是 2012 年以来，随着这些广告市场的成熟、竞争的激烈和一些产品消费的逐步饱和，一线城市广告增长乏力，省会城市、直辖市以及地级市等二三线区域成为了下一个增长的市场。无论是国家政策的倾斜，还是一种把蛋糕做大的商业视角，企业逐步将营销资源向二三线市场转移势在必行。

此外，从淘宝公布的统计数据看，二三线及县域城市的消费能力也强于一线城市。



2012~2013 年主要城市社会消费品零售总额增长趋势

新生代市场监测机构发布的《中国塔基市场消费调查报告》显示：中国目前有大约 1200 个县级的三级城市，3.44 万个乡镇和 61.4 万个行政村的消费还没有被充分满足，如果综合计算日用消费品、快速消费品、耐用消费品、医疗卫生等不同品类的消费总量和潜在需求，中国塔基市场将可能达上万亿元的规模。企业的营销下沉在不断迎合塔基消费者的需，而随着城市建设的不断发展，越来越多的人住进楼房，电梯成为日常生活的工具，电梯广告正在走进人们的生活。广告是经济的晴雨表，2013 年中国广告市场同比增长 6.85%。户外广告市场也得到了快速发展，特别是电梯框架广告不断得到广告主的认可，其市场规模有了快速的提高。

不同于一线城市以品牌宣传为主、影响力覆盖为主的投放策略，二线城市广告主更注重投放效果，电梯楼宇广告在这方面具有独特的优势。

4、进入广告行业的主要壁垒

（1）媒介资源壁垒

强大的媒介资源是广告公司为客户服务的重要保障，尤其是媒介运营公司需要广泛获取媒介资源信息，掌握媒介资源的不同特性从而为客户提供更精准的广告投放服务。媒介资源是广告主在选择合作的广告公司时的重要考虑因素。媒体资源具有排他性的特点，新进入行业者难以获得优质的媒介资源，竞争力被进一步削弱。

（2）客户资源壁垒

客户资源是广告公司赖以生存和发展的源泉。广泛的客户基础是广告公司长期经营的成果，尤其是大型的集团式客户在与广告公司合作的过程中存在一定的惯性，保持持续、不间断的服务有利于广告公司加深对客户理解，提供更加精准的产品，从而进一步增强与客户的粘性，深化与客户的合作关系。新进入行业者较难突破稳定的合作关系，取得此类客户的合作意向，一般以吸引小规模客户或承做某一项具体的广告业务为主，较难形成较强的竞争优势。

（3）品牌效应壁垒

在广告服务中，广告公司的品牌是广告主与之合作的重要因素之一，尤其大

型客户对广告公司的要求比较严格。良好的品牌反映了市场和客户对公司服务的认可，对新老客户都具有很强的吸引力，其背后往往代表着优秀的服务团队、健全的服务网络、高效的运作系统、丰富的行业经验以及成功的实战案例。一个知名品牌的创立需要长期大量的投入以及丰富经验的积累，这些都是新进入行业的广告公司短期内无法实现的。

5、广告行业发展的有利因素和不利因素

5.1 有利因素

（1）国民经济和居民消费持续增长带动广告行业长期发展

广告行业的整体规模与宏观经济呈现正相关关系，尤其与居民的消费水平息息相关。数据显示，2011 年我国居民消费占 GDP 的比重仅为 35%左右，不仅远远低于欧美发达国家 70%的水平，即使与新兴国家相比也存在一定的差距。提升内需转变经济发展方式已经上升为国家战略，由此看，广告行业未来的成长空间值得期待。

（2）扶持政策的频频出台驱动广告行业快速发展

2011 年以来，国家发改委、国家工商总局发布了一系列旨在促进广告行业发展的产业规划，《广告产业发展“十二五”规划》提出大力发展广告业是提升品牌影响力、加速民族品牌国际化进程的重要手段，是带动相关产业发展、提高资源配置效率、促进产业结构升级、建设现代产业体系的有效途径。规划明确了“十二五”期间的重点任务包括提升广告企业竞争力、优化广告产业结构、推动广告业自主创新、扩大广告业对外开放、加强广告人才培养、完善广告法制和监管体系等多项内容。

此外，各地纷纷出台相关的文化传媒产业扶持政策，以杭州市为例，2013 年推出《杭州市人民政府关于促进广告业发展的若干意见》，提出培育龙头广告企业，创新广告发布形式和载体，不断探索广告业经营的新模式、新业态，推动网络、数字和新兴广告媒体发展，形成传统媒介与新兴媒介的优势互补与联动发展等。

（3）技术发展提升广告服务的能力

随着传统媒介形式不能满足客户的广告投放需求、科技进步不断推动新媒体的出现和发展,极大丰富了广告的展现形式、投放方式,进一步拓展了广告服务的范围、提升了广告服务的能力。广告体现形式由最初的以报刊平面媒体广告、广播电视广告为主,发展到今日的由报刊平面、广播电视、互联网、无线终端、车身及车站灯箱、楼宇、户外大屏、公交移动电视等多种丰富广告形式组成的全天候、无缝隙的广告覆盖网络。与此同时,互联网与数字技术使得新媒介的广告容量无限扩大,也让广告投放的低成本扩张和精准营销成为可能。广告以其多样化的服务形式和高品质的服务价值赢得越来越多客户的青睐。

(4) 城市化进程推动楼宇电梯广告市场规模不断扩大

由农业为主的传统乡村社会向以工业和服务业为主的现代城市社会逐步转变的城市化过程将带来产业结构的转变,服务业的需求会得到显著的提升。我国正推进新型城市化发展,二三线城市广告业的需求,特别是楼宇电梯广告的需求将被打开。楼宇电梯广告原本就是伴随着城市化的进程和城市居民消费需求不断增长而发展起来的。因此,可以预见随着城镇化进程的推进,我国广告行业规模,特别是楼宇电梯广告行业市场规模将不断扩大。

5.2 不利因素

(1) 行业规范性及公信力不足制约广告行业健康发展

由于历史原因,我国广告行业的竞争主体数量众多,行业自律性较弱,广告行业市场存在运营不规范及无序竞争的行为。此外,广告从业人员素质参差不齐,部分广告主发布虚假广告等问题严重损害了整个行业的公信力。行业主管部门的监管力度和广告公司自身的约束力均有待加强。

(2) 新兴媒体的发展冲击广告公司的发展态势

随着科学技术的发展和客户广告投放需求的多样化,互联网、手机等新兴媒体不断涌现,对电视、杂志等传统媒介产生显著的受众分流影响。受媒体多样化的影响,目标客户的注意力进一步碎片化,基于单一平台的广告投放难以有效覆盖所有目标受众,对广告公司的服务能力提出更高要求。

6、行业的周期性、区域性或季节性

（1）周期性特征

广告行业的波动周期与宏观经济运行周期基本一致，并受广告主所处行业景气度的影响。广告行业市场规模主要受广告主广告预算的影响，而广告预算一般与广告主历史销售业绩、经营战略、所处行业的发展状况等因素联系，因此广告主所处行业的景气度在很大程度上影响了广告市场规模。

但根据过往经验，如果宏观经济处于下行阶段，通常商品市场销售不够旺盛，许多产品都转向大量的优惠促销活动，而电梯框架广告信息承载量大，承载促销信息方面比普通的视频广告有着更多的优势，因此反而成为了广告主偏爱的选择。

（2）季节性特征

不同行业广告投放规模一般与行业产品特性、销售策略、销售季节性匹配，比如，房地产行业具有“金九银十”的销售特性，房地产广告的投放规模在一年内一般呈现出前低后高的趋势。

（3）区域性特征

鉴于目前我国经济发展格局仍然呈现出东部沿海地区和西部内陆地区较不均衡的局面，因此规模较大的广告主、广告媒体、广告公司以及消费能力较高的广告目标人群多集中于沿海城市以及一二线省会城市。

7、公司在行业中的竞争情况

公司在楼宇电梯广告行业内的竞争对手主要包括框架传媒、城市纵横传媒、华语传媒等公司。

（1）框架传媒

框架传媒创办于 1999 年，是中国大陆电梯框架广告市场的领航者。公司旗下媒体总量 60 万块电梯刊版，覆盖 50 多个重点城市。公司整合全国 33 家电梯媒体资源，2005 年被分众传媒收购。

（2）城市纵横

公司成立于 2009 年 6 月，自营媒体资源主要集中在北京、上海、广州、深

圳等一线城市。目前，公司在一线城市拥有的自营电梯媒体资源点位约 4 万块左右。

（3）华语传媒

公司从 2006 年起步运作，迄今已在北京、上海、广州、深圳、东莞、杭州、南京、成都、武汉等近 9 个中心城市设立了公司。目前华语传媒自营的电梯媒体资源点位约 3 万块。

运营商	覆盖城市数	自营广告位
分众传媒（框架传媒）	50 多个	60 万块
城市纵横	4 个	4 万块
华语传媒	9 个	3 万块
精视文化	8 个	8 万块

电梯框架广告企业广告点位数量

注：为营造全国网络获得 4A 大订单，电梯广告运营主体往往与许多二线城市的中小传媒企业达成协议，将其媒体资源算到公司旗下。因此电梯广告运营主体对外宣称的城市覆盖数通常包含其联盟网络城市数。

根据各楼宇电梯广告企业官网信息及分众传媒年报显示，分众传媒目前广告点位已达到 60 万块，为行业内最高，主要集中于北上广深四个一线城市。公司以 8 万块自营广告点位处于第二阵营领先地位。

■ 一线城市竞争状况：分众传媒优势明显

分众传媒的电梯框架资源在一线城市具有显著优势。根据 CTR 媒介智讯 2010 年底的调研数据显示，分众传媒在北上广深四个一线城市的电梯覆盖率分别为 56%、51%、52%、48%，而排名第二的城市纵横覆盖率仅刚过 20%。

	分众传媒	城市纵横	华语
北京	56%	22%	8%
上海	51%	23%	6%
广州	52%	21%	18%
深圳	48%	24%	20%

2010 年底电梯框架广告企业一线城市电梯覆盖率（%）

来源：CTR 媒介智讯《电梯海报市场占有率调研报告》（调研时间 2010 年 12 月）

■ 二线城市竞争状况：当地广告商与分众传媒分庭抗争

二线城市的楼宇电梯广告商的运营地域性较一线城市更加明显。相对于一线

城市分众传媒一家独大的竞争格局，二线城市很多广告商受制于媒体资源、自身实力等原因往往选择精耕本地市场，与分众传媒进行差异化竞争。因此在二线城市，当地广告商也占有半壁江山（甚至小部分城市的电梯资源被当地广告商所垄断），形成“分众+一家当地广告商”双寡头竞争的态势。

■ 精视文化的竞争地位：重点二线城市龙头

截至 2014 年 3 月，公司共有版位数量 80,125 个（其中数字媒体 3.0 每个屏幕按 10 个版位计算）。版位数量最多的城市分别为成都、杭州、太原、济南，各有版位 22,029 个、14,207 个、11,409 个、11,055 个，这四个城市的版位数量总和占到全公司版位数量总数的 73.2%。从媒体资源的市场份额占比来看，精视传媒的大部分分公司在当地的版位数量仅次于分众传媒，甚至在某些城市的版位数量已经超过了分众。

楼宇电梯媒体具有资源性媒体的显著特点，其中规模、质量、位置成为衡量该媒体资源的三要素。由于楼宇以及安放设备地点资源有限，因此谁先能占有谁先拥有最多的好楼宇资源，谁就能在当地市场起主导地位。公司重点布局的城市（杭州、南京、成都、太原、石家庄、济南等）均为省会城市，充满经济活力，居民消费能力强。

8、公司的竞争优势

（1）电梯框架广告市场已经成为一个效果确实、成长稳定的市场

据 CTR 媒介智讯最新广告主营销调研显示，2013 年有 55% 的广告主视楼宇电梯框架广告、公交车身作为户外新媒体广告投放计划中最主要的选择。而从近两年调研数据的对比来看，计划投放公寓住宅电梯框架广告的广告主比例也有较明显的提升。



电梯框架媒体简约高效、全天 24 小时站岗，长时间、高频次、重复接触目标消费群体有效到达率高达 95%以上。从受众对广告接受程度来说，根据 AC 尼尔森的用户调研报告：（1）有 98%的受众对电梯框架广告的评价是积极的、有趣的；（2）在广告开始的最初 2 周，有超过 98%的读者曾认真关注并阅读过电梯框架广告，其中有 87.4%表示只要乘坐电梯均会主动阅读；（3）广告发布结束后一周内的调查，在未经提醒的情况下，有 84%的读者能够迅速说出曾在电梯里发布的平面媒体广告的广告画面或内容，在浅度提醒时，有 96%的读者能够说出或回忆起电梯框架广告的画面与内容。这些调研说明电梯框架广告已经逐步得到了广告受众的关注，成为广告主认可的一种广告形式，进而成为广告预算中不可或缺的一部分。在效果确实的基础上，电梯框架广告还具有以下优势：

a、性价比：相对其他广告形式，电梯框架广告的费用起点很低，单版位月单价仅为几百元，适合于很多中小规模企业的宣传。即使折算到同等受众曝光成本，电梯广告的费用也只是电视或报纸的广告费用的 1/4 或 1/3。而电梯框架媒体更能做精做专，其广告干扰更小，目标受众视觉更强烈，记忆更深刻，因此电梯框架广告的性价比较高。

b、广告效果源于户外但又高于其他户外广告，满足客户广告诉求的同时，

更能进一步细分，把消费者做精做透，并能迅速提高品牌知名度。

c、定位主攻白领阶层，精英阶层的生活圈子，目标精准，属于有的放矢的广告服务；品牌形象与消费者生活之间达到平衡，社区生活圈的电梯框架媒体价值越来越大。

(2) 电梯框架广告由于非常适合做“商品促销”广告，在宏观经济下行时，企业需要促销来刺激消费，反而成为增长较快的一种广告形式。抗风险能力较好。

电梯框架广告主要的广告主是电子商务、酒、地产等，其主要的功能之一就是商品促销。

(3) 目前二线城市电梯框架广告的行业格局是双寡头竞争，精视文化基于长期合作基础上的行业整合显得意义较为明显，整合一家即获得一个城市的广告市场。

二线城市的楼宇电梯广告商的运营地域性较一线城市更加明显。相对于一线城市分众传媒一家独大的竞争格局，二线城市很多广告商受制于媒体资源数量、资金实力、销售能力等原因往往选择精耕本地市场，与分众传媒进行差异化竞争。因此在二线城市，通常当地广告商也占有半壁江山（甚至小部分城市的电梯资源被当地广告商所垄断），形成“分众+一家当地广告商”双寡头竞争的态势。

为了赢得 4A 广告公司的全国性订单，大型电梯楼宇广告运营商往往通过联盟的形式进行松散式扩张，将各地的媒体资源笼络在自身名下。这种联盟式的合作承揽的模式较为普遍，在楼宇广告发展初期具有一定的积极意义。但这种模式的缺点也是显而易见的，双方并非完全统一的利益主体，利益导向不一致时容易引发矛盾，且难以把控广告发布质量，易损害广告主的利益。

公司继框架传媒之后在行业内成功通过股权的形式进行资源整合，各方经过长时间的磨合，业已形成以精视文化为主体的利益共同体，各方利益归集于同一平台。

在广告主的投放越来越关注二线城市的大背景下，二线城市的电梯框架广告市场格局又是寡头竞争态势，精视文化在长期合作基础上的资源整合模式就显得

非常有意义，通过整合一家二线城市的电梯框架广告企业，精视文化就能获得一个二线城市接近一半的市场份额。

此外，紧密型的资源整合往往需要一定的资金实力和客户积累，经过多年的发展，公司已经完成初步的资金积累，且已经在重点二线城市积累了一批优质客户。

（4）团队优势

创新企业的团队起着非常重要的作用，也是项目成功能否的关键因素。公司的核心团队，都在楼宇传媒行业专营十年以上，部分是随着精视文化创业一路发展成长，部分曾担任过行业顶尖广告公司中的重要职位，并在所属的专业地域中取得过显著成绩。

此外，公司各地的团队结构都比较稳定，这也确保了公司的客户结构和供应商关系也比较稳定。经验丰富又锐意进取的精英团队能持续性支持公司发展。

（5）系统化管理的优势

精视文化对各地电梯广告的业务管理是由总经理亲自牵头设计规划的一整套完善的信息系统和人工复核系统来完成的，包括：销售合同信息系统、上画信息系统、财务信息系统和广告监测管理体系共同来管理的，大大降低了异地管理的难度。

（6）广告资源形成网络之后的优势

公司目前已经成为仅次于分众传媒的全国第二大电梯框架广告企业，拥有广告版位超过 8 万个。这些版位形成的跨区域广告网络，将为精视文化争取更多地 4A 广告公司订单加上很重要的一个砝码。公司过去由于各地资源单独运营，4A 广告公司的跨区域性订单只占大约 10%。但是 2013 年合并形成跨区域广告网络后，公司争取 4A 广告公司订单的能力大大增强。而公司在扎实做好本地市场的基础上，争取到的 4A 广告公司订单将直接提升公司的毛利率水平和盈利能力。

（7）经过长期的合作，精视文化的版位资源供应商与公司有很强的粘性，物业租赁的到期续约率大约有 98%。

在大部分的广告细分行业，通常上游媒体资源企业都相对处于强势地位，因为媒体资源企业通常规模较大，掌握的资源也较多。不管是机场、报纸还是电视台，都是如此。但是在电梯框架广告行业，由于掌握媒体资源的是众多的物业管理公司或者业委会，资源相对比较分散，因此媒体资源方通常与广告企业处于对等的合作地位，广告企业对单一资源方的依赖程度很低，双方的合作稳定性主要取决于长期合作形成的信任基础。

而精视文化在各地的团队都有十年左右长期的物业开发经验，与各地物业资源方有良好的合作基础，付款及时、价格稳定，相互已经形成坚固的信任基础，这使得公司物业到期续签率达到 98% 左右，甚至在广告旺季到来时，公司还可以临时租到较多机动的版位。这种高粘性的合作、信任，为公司节约了许多资源成本，提升了公司的上刊率。

（8）区域化的媒介资源优势

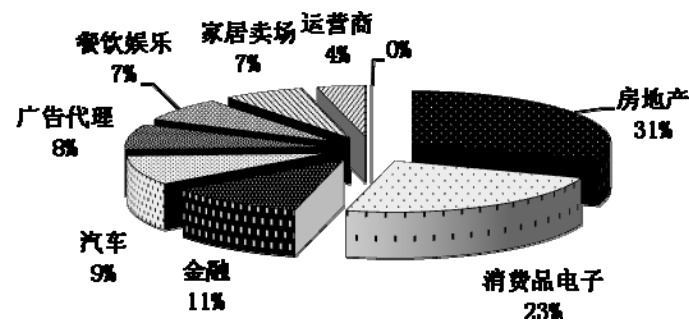
公司长期与高层楼宇物业公司保持良好的合作关系，稳定运营着丰富的楼宇电梯广告媒体资源，为客户提供精准的广告投放服务。在众多充满经济发展活力的二线省会城市率先布点，具备区域化的媒介资源优势（参见上一节“公司在行业中的竞争情况”）

公司的广告版位资源比较分散，截至 2014 年 3 月 31 日，与公司签约的物业公司和业委会已经有 3,220 个，合计签约广告版位 80,125 个。此外，公司的广告版位资源在已有的八个二线城市中，市场占有率与分众传媒不相伯仲。且公司广告版位资源的地理位置以市区为主，而竞争对手则在城郊占有更多资源，从版位资源价值来说，公司更具优势。

（9）本地化客户资源优势

客户资源是广告行业各类公司生存与发展过程中最为重要的资源之一。公司拥有丰富的本地化客户资源，客户行业分布遍及房地产、金融类、消费品类、汽车和服务业等领域，公司长期与其客户保持着良好且稳定的合作伙伴关系，这为公司未来平稳运营与持续发展提供了保障。同时，精视文化在与客户合作与交流中，不断加深对客户理解，精耕本地市场、为客户提供更优质的服务，进一步

增强了客户的粘性。



公司目前的客户主要为中等规模的本地广告主，以金融类、房地产类、消费品电子类行业客户为主，客户资源也相对分散，对大客户的依赖较低。未来，公司在深耕本地客户的基础上，通过更多城市广告资源网络的布局，将逐步争取全国性广告客户的订单，更多地往汽车、电商等领域扩张。在公司成本既定的商业模式下，公司销售的增长将直接提升公司毛利率水平。

（三）邦富软件

1、行业监管体制及政策法规

公司主要提供互联网舆情解决方案，所处行业为信息安全行业。同时，公司产品核心价值的实现，体现为互联网舆情监测软件的研发、生产、销售和技术服务，因此公司所处细分行业为互联网信息安全服务业。

1.1 行业主管部门及监管体制

国家发展和改革委员会负责产业政策的研究制定、行业的管理与规划等；工业和信息化部主要负责产业政策的研究制定、产业标准的制定、信息化建设的政府推动、国家产业扶持基金的管理和软件产品认证以及软件企业、系统集成资质认证等企业资格评估等工作。除此之外，工业和信息化部主要从软件企业认定和软件产品登记备案（即“双软认定”）两方面对软件业实施具体的监管职能。

软件著作权登记管理的部门是国家版权局中国版权保护中心和中国软件登记中心。专利权申报登记管理的部门是国家知识产权局。

公司作为高新技术企业，在科技创新、产业扶持、高新园区设立、国际交

流等方面的管理和政策制定，则是由国家科技部及各地科技厅和税务部门会同相关部门执行。

1.2 产业政策

目前有关鼓励软件行业发展的相关政策如下：

发布时间	文件名称	发布部门	核心内容
2000	《关于鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策问题的通知》	财政部、国家税务总局、海关总署	制定了鼓励软件产业发展的若干税收政策。
2000	《国务院关于印发<鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策>的通知》	国务院	在投融资、税收、产业技术、软件出口、收入分配、人才和知识产权保护等方面为我国软件产业的发展提供了政策扶持和保障。
2000	《软件企业认定标准及管理办法》（试行）	信息产业部、教育部、科技部和国家税务总局	确定了软件企业的认定办法。
2006	《2006—2020 年国家信息化发展战略》	中共中央、国务院	不断提高信息安全的法律保障能力、基础支撑能力、网络舆论宣传的驾驭能力和我国在国际信息安全领域的影响力，建立和完善维护国家信息安全的长效机制。
2011	《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》	国务院	继续实施软件所得税和增值税优惠政策。
2012	《信息安全产业“十二五”发展规划》	工信部	明确我国信息安全产业发展目标
2012	《国务院关于大力推进信息化发展和切实保障信息安全的若干意见》	国务院	提高社会管理和城市运行信息化水平，加强网络舆情分析，健全网上舆论动态引导管理机制
2014	《中央网络安全和信息化领导小组 2014 年重点工作》	中共中央	完善互联网信息内容管理、关键信息基础设施保护等法律法规，依法治理网络空间，维护公民合法权益

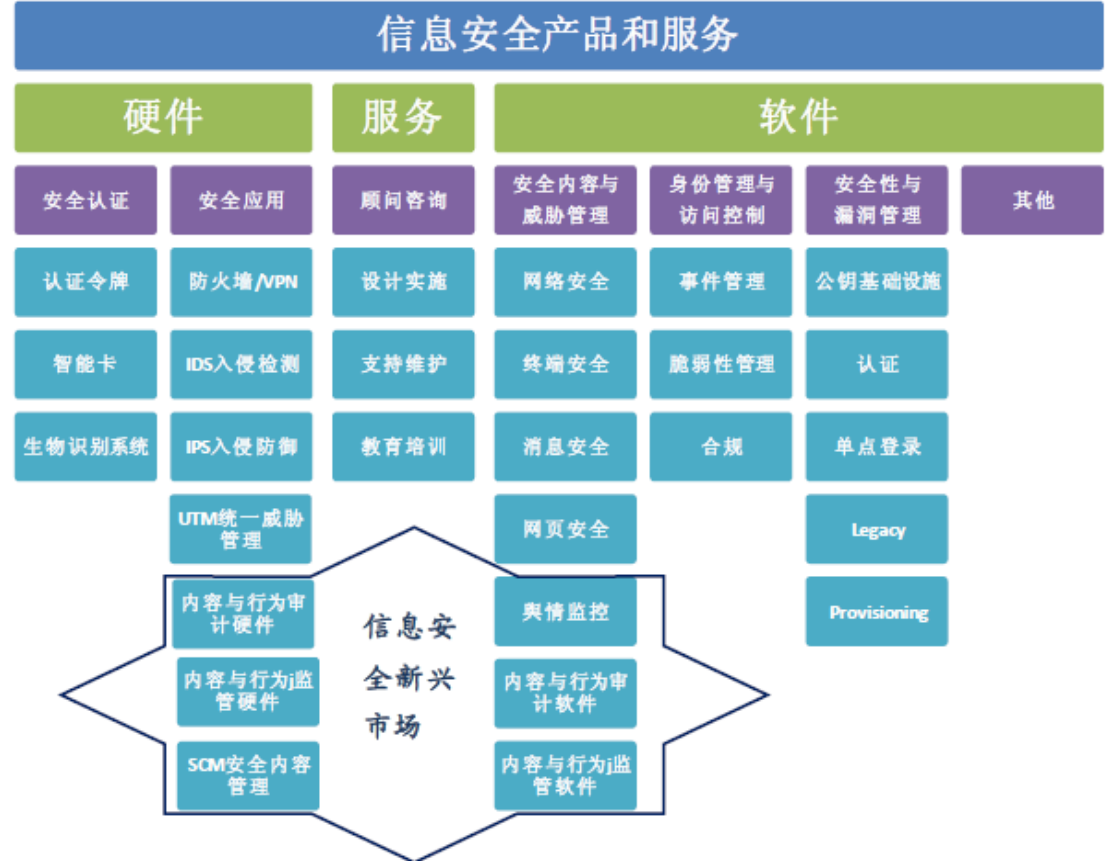
2、互联网舆情监测软件行业的基本情况

互联网舆情监测软件行业其实质是信息安全技术在舆情服务业的应用，因此该行业具有跨行业、复合型的特征。

2.1 网络信息安全行业现状

二十一世纪以来，人类以空前的速度进入信息时代，网络渗透到人们工作生活的方方面面。由此带来的网络信息安全问题日益突出，网络信息安全企业不断跟进最新安全技术，不断推出满足用户需求、具有时代特色的安全产品，进一步促进了相关技术的发展。

信息安全产业涵盖的范围越来越广，涉及到硬件、软件、服务等 3 个领域，产品类型也越来越细分。根据 IDC 的分析，目前信息安全行业可以分为以下几个大类：



国内比较常见的信息安全产品包括：

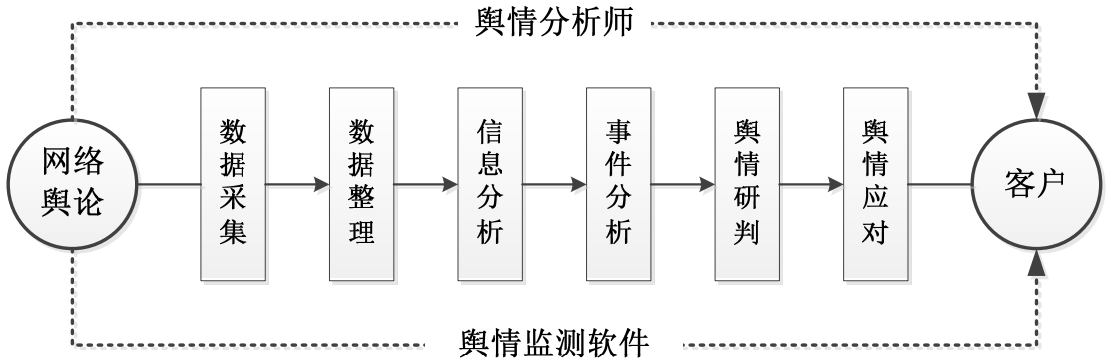
- (1)、VPN/防火墙、IPS/IDS、UTM、防病毒、访问控制属于传统的外网网络边界安全产品，这一类产品同质化较为严重。这一领域称作网络安全。
- (2)、随着技术的发展，云计算、移动应用、社交网络在人们工作生活中起着越来越重要的作用，网民数量的飞速增长、社交媒体应用的逐渐增多、移动互联网的爆发式发展，使得构建和谐的网络环境难度不断加大。因此，现有政府及相关行业的信息安全建设重点已经从单一的外网防护向着以全网监管、舆情监管等方向不断拓展。这一领域也称作内容安全。

在这种环境下，舆情监测软件应运而生。基于互联网内容安全搜索的舆情监测软件是实现互联网信息内容安全管理的重要手段，用于对互联网上的信息内容进行搜索和深入分析，国内互联网舆情监测行业正是为解决互联网应用中的信息内容安全问题而出现的新型细分行业。早期，互联网内容安全搜索类产品主要应用于需要对网络中的不良信息或有害信息进行监管的各级政府部门。近几年随着论坛、博客等各种网络空间的流行，互联网信息飞速增长，越来越多的企事业单位已经不满足于使用百度、谷歌等通用搜索引擎获取信息，而需要能够对互联网搜索信息进行更深入分析的工具，因此，互联网内容安全搜索产品开始向商用领域扩展。

2.2 互联网舆情服务业现状

2.2.1 产业背景及发展机遇

互联网舆情服务业主要目的是协助客户了解民众或者消费者的情绪、意愿及行为倾向。互联网舆情服务是一项跨学科、复合型产业，产品及服务涵盖了包括挖掘与收集网络舆情信息、概括剖析网络言论、抽样统计网络舆情数据、撰写舆情分析报告、预测舆情走势等在内的诸多内容。



图：舆情服务流程

随着数字化技术的发展，数字内容的增长速度成为一件近乎恐怖的事情——被称之为“内容爆炸”。内容爆炸表现在五个方面：1、新闻内容飞速增加；2、娱乐内容急剧攀升；3、广告内容铺天盖地；4、科技内容飞速递增；5、个人接受严重“超载”。

内容爆炸式增长正在深刻影响着社会结构和改变着生活方式。以微博、微信、博客、论坛等为代表的新兴媒体，重塑了媒体格局和舆论生态。社会舆论的形成和传播渠道更加复杂多元，新兴媒体成为人们获取信息的主要途径，是舆论传播

的集散地、舆论交锋的主阵地。当前，社会热点或突发事件往往第一时间在网上迅速生成、发酵、扩散，进而影响大众的认知和判断。同时，互联网/移动互联网的广泛应用，使得同质化内容的泛滥趋势不可逆转，而稀缺性内容的搜索技术愈发显得富有价值。

因此，管理好爆炸式增长的内容，不仅对国家的新闻宣传、舆论引导具有极其重要的意义，而且必将对整个内容产业的长期健康发展产生重大而深远的影响。

2.2.2 发展历程

（1）起步阶段（2005~2007 年）：政府的采购需求激活了这一产业，主要标志事件是 2005 年，方正研发的第一代“互联网舆情监测系统”正式上市。

此阶段，网络舆论热点的不断涌现也催生了舆情分析师这一崭新的职位。

（2）发展壮大阶段（2008 年至今）：舆情监测与研究机构大量出现，舆情分析师出现在公众视野。2011 年市场成熟度大幅度提升，越来越多政府机构和企业公开招标，增加对舆情监测的投入。

此阶段行业的主要特征是：

①行业合法性逐渐确立，大量舆情软件公司 and 市场咨询公司高速成长，逐步形成了产、学、研一体化的产业链条。

②专业化程度不断提高，舆情监测不管从对象上还是内容上都不断扩大。

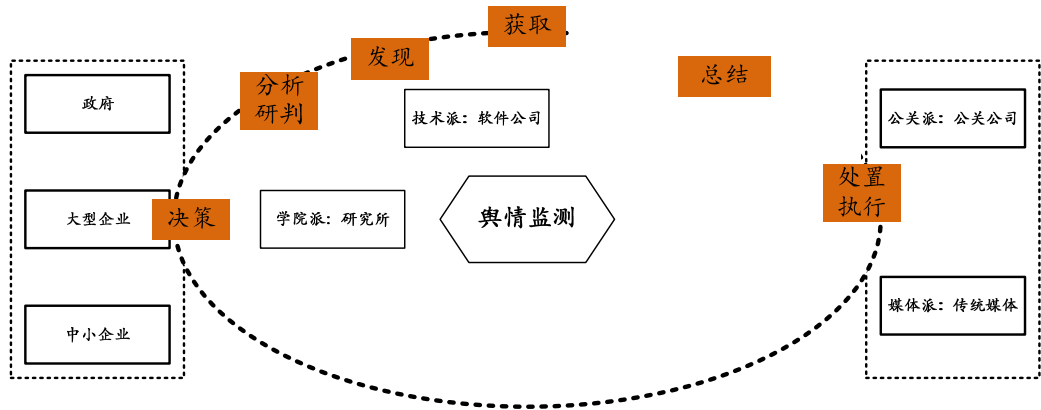
③分工细化趋势明显。除了政府外，舆情监测机构亦针对特定行业和企业提供细分产品和服务。

现阶段，舆情监测服务业面临政府和市场双轮驱动：一方面，智慧城市背景下，国家大力推行电子政务；另一方面，互联网舆论的影响力和破坏性越来越大，许多机构对监控的购买意愿越来越强。

2.2.3 产业链分析

舆情服务的巨大商机，催生了舆情监测产业链的形成：上游是政府部门及众多企业客户，中游是舆情监测服务机构与市场咨询公司，下游是危机公关公司。

从舆情监测的产业链上看，整个行业由舆情监测、分析、应对处理多个环节构成。



舆情监测行业产业链分析

目前从事全国性舆情监测的机构，主要有四类：

（1）依托传媒资源的媒体派（延伸出来的新业务）。如人民网舆情监测室、新华网“舆情在线”。这两个舆情监测系统主要针对社情民意进行监测，对时事热点评论影响力较高，具有很强的品牌影响性、新闻性、舆论导向性。

（2）学院派的舆情研究所（中国传媒大学、中国人民大学、复旦大学、南京大学、中山大学等）。这类机构具有浓厚的学术传统，汇聚了新闻学、传播学专业的各类思想理论精英，善于将网络舆情归纳、梳理，总结规律并且上升到理论研究的高度。

（3）以消除负面舆论为核心的公关派。以大旗网、蓝色光标、易观国际等为代表，但他们更多做的是企业发生危机后的应对工作。监测并不是它们的主要业务，应对已经出现的负面舆情，并帮忙化解为其主要业务。

（4）技术派的网络舆情监测软件企业。以邦富软件、方正电子、拓尔思、美亚柏科等为代表，主要依靠销售相关监测软件或搭建监测系统获得收入。工作重点是为以上三类舆情服务机构和需要舆情监测的政府及企业提供监测工具，或是按照客户的要求进行针对性的舆情服务。

此外，也存在各派系的联合。目前主要是技术派和学院派之间的合作，如南京大学——谷尼网络舆情监测与分析实验室、清华——优讯舆情实验室。这一类机构将高校的学术名声用于舆情软件的推广，实现优势互补。

而对于技术派的软件公司来说，核心竞争力主要表现在：

（1）首先，真正具有技术优势的公司需要掌握最新的搜索引擎技术以及庞大的数据运算处理技术，同时还要能根据互联网信息技术的发展不断进行更新，还要对媒体有深刻的了解，需要有计算机和新闻传播方面的复合型人才。

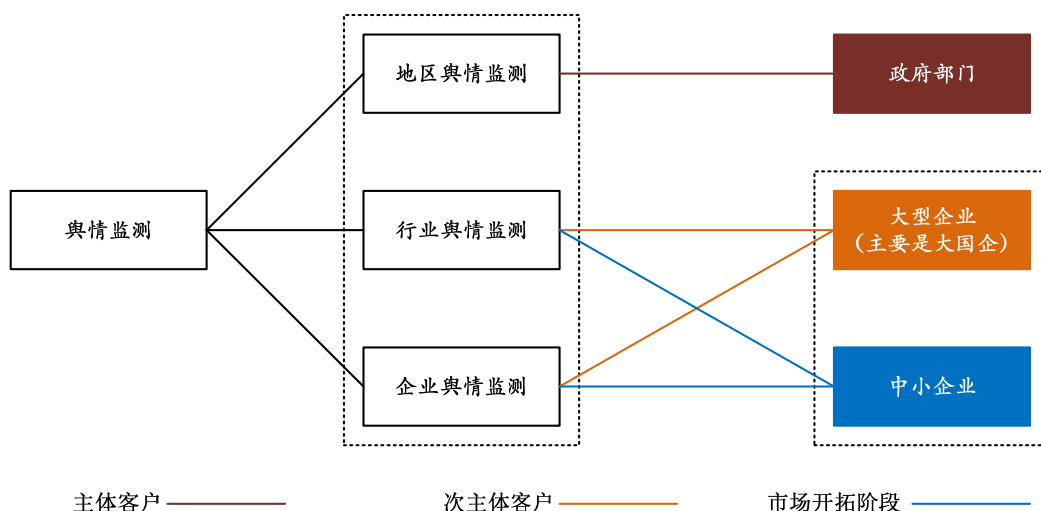
（2）其次，技术派公司需要拥有数据的规模和运用数据的能力。舆情监测作为数据背景下的产物，其价值判断标准自然需要结合这一时代背景。数据时代，判断软件价值的标准是它所协助管理的数据的规模和活性，判断公司价值的标准是其拥有数据的规模、活性，以及收集、运用数据的能力。

（3）再次，客户资源和渠道覆盖范围。目前舆情监测行业在政府市场的主要商业模式是订单主导型，业绩受订单驱动。因此，客户资源和渠道覆盖范围是行业竞争的核心之一，反应了企业增长的可持续性。

2.2.4 行业应用

由于信息化进程的差异，目前舆情监测以面向特定行业的应用为主，政府机构、新闻媒体、科研院所、大型企业集团（如电信、金融、能源等）成为最主要的用户群，随着舆情管理的价值被越来越多企业所认识，舆情监测的应用也在向消费品广告等领域衍生，这将极大地拓宽舆情监测行业的未来空间。

舆情监测目前主要应用于三个方面：政府舆情监测、行业舆情监测和面向大众消费类的企业舆情监测。其中，政府舆情监测的主要客户是政府（服务于政务），政府部门舆情监测信息产品具有较强的地域特点，主要是对新近本地发生的新闻事件进行搜索汇总和分析，其产品主要提供给当地或部门领导参阅，以指导部门领导在日常工作中的决策行为，并对地区网络媒体进行有效管理；行业舆情监测和面向大众消费的企业舆情监测的主要客户是企业（商用目的），为企业的市场营销、品牌形象、市场商情监测提供及时有效的信息。



客户市场分析

政府舆情监测需求示例	
宣传系统	准确及时掌控网络舆论发展态势，管理区域网络媒体。
公安系统	搜索网络上的违法行为和监测敏感信息并找出来源。
工商局	电子商务监管，了解网上商城数量，以及是否实名化。
人民银行	对网络虚拟货币的发行量进行监控，防止危害国家货币安全。
出版总署	对网络游戏进行统计，发现未审批的网游。
文化管理部门	对网络文学进行版权管理。
教委/教育	监控互联网上关于辖区内学校的言论，如乱收费等。
企业舆情监测需求示例	
网络口碑监测	设置品牌为监测主题，了解网民对所设品牌的讨论内容，该品牌在不同时间段内的讨论情况、不同类型媒体上的分布情况、讨论该品牌最活跃的是哪些媒体等。
网络危机公关	设置企业名称或近期相关的热点事件为监测主题，及时发现网络危机，防范于未然。
行业动态采集	将行业设为监测主题，及时掌握行业的最新动态，比如新政策的推出、新模式应用、新技术的发展、新产品的发布等。
消费者行为研究	将一些消费者行为定义为监测主题，用来研究和分析消费者心理、消费行为、市场趋势等。
竞争对手分析	将竞争对手的品牌或产品设为监测主题，了解竞品在产品、服务、运营、市场活动等相关方面的信息，为企业进行竞争对手分析提供一手的数据。
公关效果监测	将公关活动设置为监测主题，了解公关活动的效果；也可以用来监测在不同媒体发布公关稿件的情况和网民参与及反馈效果。
广告投放媒体研究	企业在选择投放媒体时，可以参考设置的相关监测主题中，媒体类型的分布情况，及具体的活跃媒体。

3 互联网舆情监测软件行业市场空间

3.1 市场驱动因素

3.1.1 对于政府市场

工信部力推电子政务，国家电子政务十二五规划要求：政务部门主要业务信息化覆盖率，中央和省级超过 85%，地市和县区分别平均达到 70%、50% 以上；社会管理和政务服务事项电子政务覆盖率平均达到 70%以上。

国务院强调提升政府公信力，2013 年 10 月 15 日，国务院办公厅发布《关于进一步加强政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见》，要求积极探索用政务微博、微信发布政务信息，确保在应对重大突发事件以及社会热点事件时“不失声”、“不缺位”。

市场未来成长主要的驱动因素有两个：未来互联网上产生的自由内容越来越多，舆情监测导控的投入会随之增加；互联网舆论的影响力和破坏性越来越大，许多机构对监控的购买意愿越来越强。

舆情监测政府市场未来的发展空间在于：

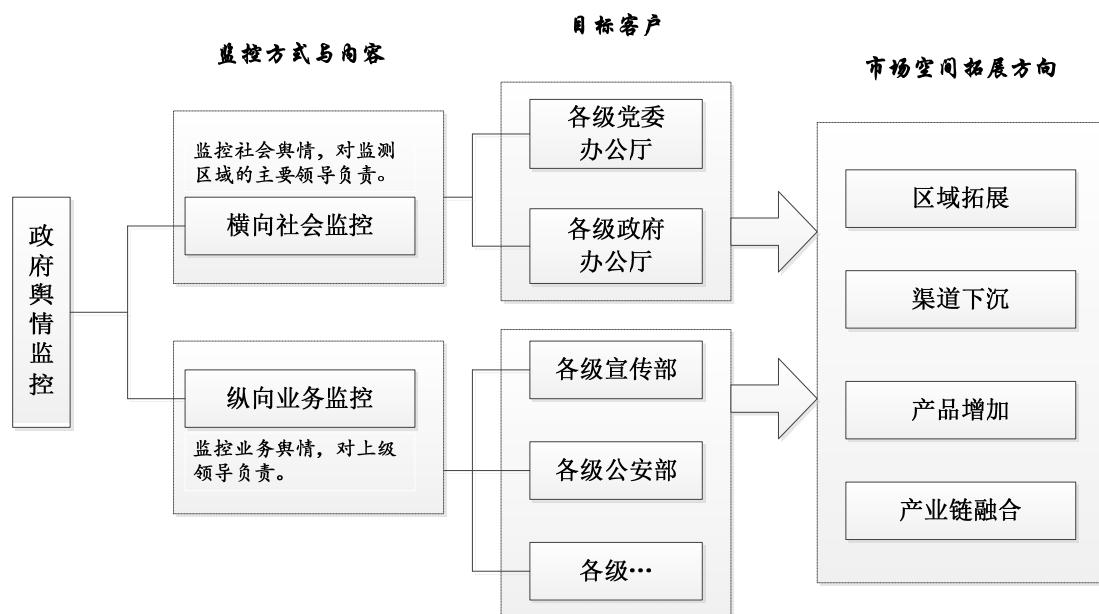
（1）区域拓展。当前开展舆情监测的省份还不到一半，地级市市场目前主要集中在东部沿海发达地区，大片空白亟待填补。

（2）渠道下沉。即便是在覆盖的省份，大部分业务也是在省会和主要地级市，区县和下属城镇仍有大量空白。

（3）需求部门增多。除了宣传系统和公安系统外，政府其他部门如国安局、工信部、保密局等同样存在舆情监测的需求。

（4）产品需求增加。成功的舆情软件部署，都经过统筹和分步实施。随着网络管理部门职责增加，管理范围扩大，量化分析要求提高，反应时间缩短，部门间联系协同更密切，对舆情软件的需求为更快速、更全面、更精要、更准确。因此客户都要求产品持续扩大规模、更新技术、扩展功能、新增需求。

（5）产业链融合。除了舆情监测软件，舆情监测软件商可以向后端的网络舆情咨询服务延伸，提供一体化服务。



舆情监测行业政府市场未来的发展空间

3.1.2 对于企业市场

在企业市场，舆情监测系统和舆情营销的重要性越来越高。过去几年，从康师傅的“水源门”、章光 101 的“致癌门”到王老吉的“添加门”，再到中石化的“天价吊灯”事件、温州“移动门”等，企业家们也普遍认识到，网络舆情影响力大。危害性强的企业危机事件中，及时进行舆情监测，妥善处理舆情对企业的品牌至关重要。互联网已经成为中国主流舆论场，网络舆情监测越发成为企业必需重视的首要工作。

根据中国互联网络信息中心 CNNIC 发布的报告显示：国内目前的网站数量已经接近 300 万个，普通企业很难从这浩瀚如海洋般的网络世界中快速获取与企业自身密切相关的舆论信息，因此必将催生舆情监测及舆情营销市场的快速崛起。

该领域未来增长的驱动因素主要在于：

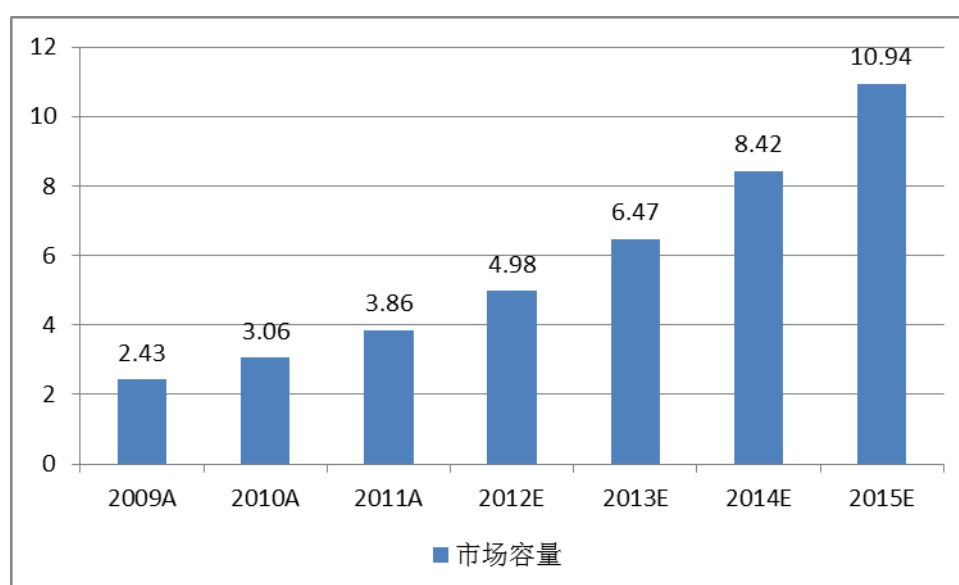
（1）行业拓展。从长远的角度来看，随着国家信息化进程的加快和电子商务的发展，需要舆情监测的行业将越来越多。

（2）用户量提升。企业舆情监测目前尚处于市场培育阶段，在传统经济时代，信息不对称的主动权在企业，但是在互联网时代，尤其是随着电子商务的发

展，用户在网上可以看到企业的各种舆论，将逐步催生企业舆情监测的需求。

3.2 市场空间

目前，国内的舆情监测领域已经体现出快速增长的是政府市场。根据《2013年度中国舆情监测行业市场份额总体状况分析》，预测国内舆情监测软件政府市场的容量到2015年约为11亿元。



数据来源：CCID，华泰证券研究所。本报告以年均30%的预计增长幅度叠加了2013~2015预测数。

舆情监测软件产品的政府市场购买者主要包括宣传部以及公安系统。宣传部门市场，具体又分为省级市场、地市市场、区县市场。在宣传部门市场，凭借过硬的产品质量和售后服务，邦富软件已取得了相当高的品牌美誉度。根据过去几年的趋势，宣传部门客户对舆情监测系统的需求将呈现快速增长的态势。。

另外，在公安系统市场、政法委和纪委部门等也有舆情监测的市场需求，尤其是公安系统市场的规模基本可与宣传部门类比。还有中央各部委的需求也在增加。

除政府应用以外，另一个市场是企业舆情软件。企业监测针对互联网上有关企业的新闻报道、传闻等信息进行追踪搜索，对关注的热点信息、负面信息等深入挖掘并出具监测报告，便于企业及时了解市场热点消息、负面消息等以便应对。企业客户通常购买一套软件系统，根据企业的具体需求，价格约几万到几十万。

企业舆情市场总规模虽然预计会比较大，但是，目前来说成熟度较低，单个订单很小，市场培育时间长，企业对舆情需求不是很稳定，企业受互联网媒体业

影响很大，行业竞争激烈，多以危机公关或者删帖等服务为主，没有充分利用舆情软件的数据分析优势。

3.3 潜在市场需求分析

根据对全国各个区域市场的细分研究，互联网舆情监测服务市场有望在未来几年成长为年需求超过 40 亿元的潜在市场。

第一，政府部门宣传和公安部门潜在舆情服务需求

根据统计资料，截至 2013 年 12 月 31 日，全国县级以上行政区划共有：23 个省，5 个自治区，4 个直辖市，2 个特别行政区；50 个地区（州、盟）；661 个市，其中：直辖市 4 个；地级市 283 个；县级市 374 个；1636 个县（自治县、旗、自治旗、特区和林区）；852 个市辖区。总计：省级 31 个（去除港澳台），地级 333 个，县级 2862 个。

从宣传部门舆情监测规模来看，按省级行政区域持续年需求 150 万元左右，地市级持续年需求 100 万元左右，区县级 20 万元左右。同级公安部门需求与宣传部门基本持平。根据上述信息进行测算，舆情监测潜在市场需求如下表：

		省级	地市	区县	合计
宣传	数目	31	333	2862	
	年金额（万元）	150	100	20	
	市场规模（万元）	4,650	33,300	57,240	95,190
公安	数目	31	333	2862	
	年金额（万元）	150	100	20	
	市场规模（万元）	4,650	33,300	57,240	95,190

按上述表格测算公安和宣传合计潜在年市场规模 20 亿左右。

第二，其他政府部门潜在舆情服务需求

目前虽然公司的主要客户集中在宣传和公安部门，但是随着“内容爆炸”的发展，其他政府部门也开始关注网络舆情的发展，公司的客户已经拓展到政法部门、纪委部门、教育部门、广电新闻出版等政府部门，舆情监测服务向其他政府部门扩展趋势，可以与宣传和公安部门潜在市场需求规模相当。

上述宣传和公安部门的需求仅限于地方政府，中央部委的网络舆情监测需求也是在稳步上升，行业人士估计每个中央部委的舆情监测潜在年需求在 1000 万元左右，每年中央部门的潜在需求 4 亿元左右。

随着中国国际地位的提高，国家形象的海外宣传和海外舆情监测需求也在高速增长，海外舆情监测服务是待开发的蓝海市场。目前我国外宣工作存在重传播、

轻反馈、少介入的问题，通过舆情监测系统服务能够实时地反馈并介入，大大提高外宣工作的效果，近几年中央政府、各部委、各级地方政府外宣预算呈快速增加趋势。

第三，企事业单位市场需求

企业监测针对互联网上有关企业的新闻报道、传闻等信息进行追踪搜索，对关注的热点信息、负面信息等深入挖掘并出具监测报告，便于企业及时了解市场热点消息、负面消息等以便应对。企业客户通常购买一套软件系统，根据企业的人数和大小，价格约几万到几十万。大型国有企业、对民众生活部门产生重要影响的企事业单位、大型消费品知名企业、媒体部门等都具有舆情监测需求。

初步估算，企业舆情监测服务有效年需求 5 亿元左右，随着信息爆炸式的增长，企业舆情监测服务潜在市场需求将是目前需求规模的数倍。

综上所述，舆情监测服务行业是一个有数十亿潜在市场规模的高成长性行业，未来几年有望出现数家 5 亿级规模甚至 10 亿规模的大型龙头企业。

4、互联网舆情监测行业的特点

（1）技术、知识密集型产业特征明显。

公司所在信息安全行业属于高科技行业，属于知识密集、技术先导型产业，产品的技术创新是推动公司取得竞争优势的关键因素。行业技术的发展与更新速度较快，服务商应当具备持续研发能力，具有较高的技术门槛。

舆情监测整合互联网信息采集技术及信息智能处理技术，通过对互联网海量信息自动抓取、自动分类聚类、主题检测、专题聚焦，实现用户的网络舆情监测和新闻专题追踪等信息需求，形成简报、报告、图表等分析结果，其本身是信息采集检索技术和算法的体现。因此具有明显的技术和知识密集型特征。目前行业内企业大多数是高新技术企业。

（2）准入门槛高

目前，舆情监测行业的真正用户群体主要是公安、宣传等国家机关和大型企事业单位等，这些用户具有影响力大、相对稳定等特点，这就使得已经具有较高市场份额的企业更加容易拓展市场，而新进入该行业的企业市场拓展难度更高。

此外，考虑到舆情监测业务要求的挑战性、系统的复杂性及舆情管理工作的重要性，一般政府机关在采购时更关注供应商的口碑、技术实力（尤其是专门舆

情数据的采集和分析能力)、项目经验和行业专项业务资质(不是普通的集成资质等),这些会对新进入该行业的企业形成更高的进入门槛。

目前市场上的领先品牌已经在市场上经营了近十年,产品已取得政府部门的认可,在专业产品用户间树立起了良好的品牌形象,并建立了完善的客户体系。在这些品牌当中,邦富软件享有突出的市场口碑。

(3) 产品营销存在道德风险

舆情本身是一个中性的词汇,当前网络舆论空前繁荣,社会各个阶层不断参与公共事件中。然而,中国当下网络环境尚不成熟,鱼龙混杂、泥沙俱下,常出现网络诈骗、网络暴力等不和谐情形。

在这样的社会背景下,网络舆论成为一股愈发强大的社会建设力量。如何卓有成效地管理网络舆情,保证社会、政治、文化等相关重要领域在网上的和谐健康发展,越来越得到各个国家和社会各界的广泛重视。

这种情况下,首先是很多没有技术积累的公司通过互联网自我标榜其舆情软件,其次是很多公司打着舆情监测软件的旗号从事网络公关,如帮助删贴、水军灌水、网络敲诈等,这些公司多是针对企业,也有针对地方政府的趋势,主要是针对互联网文化不发达地区。

5 互联网舆情监测行业的发展趋势

(1) 行业化、服务化

从市场的角度来看,行业化和服务化是舆情服务业发展的趋势之一。行业化主要是指舆情服务要与各行业的特点紧密结合,对于政府市场,就是要实现舆情监测系统与各部门不同特点的融合。服务化是指舆情分析软件将采用软件运营服务模式,舆情监测分析软件运营服务将成为一种新的发展模式。

(2) 产业链整合

从需求的角度,客户希望他拥有的不单单是一套舆情监控软件,更希望企业能够提供一个网络舆情整体解决方案。大数据时代,软件企业虽然在大数据和搜索技术拥有绝对优势,但是也存在舆情分析与研究、危机处理能力不足的问题,反之亦然。因此,软件企业与高等院校或科研院所或新闻媒体结合,实现业务实践与理论研究、硬技术与软实力双赢是行业发展的方向。对于未来,谁能将整个链条打通并有效整合,谁将是未来的最大赢家。

6 互联网舆情监测软件行业发展的有利因素和不利因素

6.1 有利因素

(1) 国家产业政策大力支持

信息安全是事关国家政治稳定、社会安定、经济有序运行和社会主义精神文明建设的全局性问题。信息安全产业是国家重点发展、大力扶持的战略先导产业。党的十六届四中全会把信息安全和政治安全、经济安全、文化安全并列为国家安全的四大范畴之一。《2006~2020 年国家信息化发展战略》中将建设国家信息安全保障体系列入我国信息化发展的战略重点；习近平总书记在中央网络安全和信息化领导小组第一次会议发表讲话强调，要完善互联网信息内容管理、关键信息基础设施保护等法律法规，依法治理网络空间，维护公民合法权益。国家产业政策大力支持，为行业的持续稳定发展提供了保障。

(2) 随舆情的复杂性增加的投入

以下两大因素共同作用加速了网络舆情的复杂性：1) 网民数量，网民达到一定数量时，其市场意见的影响就会指数倍增加；2) 互联网技术对社会产生的作用，技术的发展降低了人们信息发布的门槛，提高了传播效果。

未来互联网上产生的自由内容越来越多，舆情监测的投入会随之增加。此外，互联网舆论的影响力和破坏性越来越大，许多机构对监测软件的购买意愿越来越强。

6.2 不利因素

(1) 市场不规范

目前，互联网舆情监测软件市场参与者众多，但真正具备产品竞争力并经过检验的舆情监测软件为数不多。众多不具备强大的数据库支持和数据挖掘能力的中小软件企业打着“舆情监测”的旗号销售软件，舆情监测效果差强人意。这类公司的自我宣传同时误导了市场。

(2) 人才竞争激烈

互联网舆情监测软件集合了云计算技术、垂直搜索引擎技术、智能化数据挖

掘技术等，行业高端人才相对有限，导致对高端人才争夺较为激烈。此外，由于大部分行业企业规模相对较小，在经营理念、研发能力和资金实力等方面积累不足，难以进行较大规模的研发投入和研发基础环境建设。

7、行业的周期性、区域性或季节性

（1）行业的周期性

我国的信息安全建设将是一个长期和不断发展的过程，信息技术日新月异，涌现的互联网舆情问题日益复杂、多样化，舆情监测软件行业的发展受该进程的驱动，所以不存在周期性问题。

（2）行业的区域性

从互联网普及率上看，各地区的互联网发展差异明显，根据截至 2013 年底的统计数据（资料来源：CNNIC《第 33 次中国互联网络发展状况统计报告》）：北京、上海、广东等省市的互联网普及率相对较高，超过 65%，而江西、云南、贵州等省份的互联网普及率则相对较低，均不到 33%。2013 年，江西、云南、贵州、河南等互联网普及率相对较低的省份，互联网网民规模增速最快，而北京、上海、广东等互联网普及率相对较高的省份，互联网网民增速则有所放缓。

互联网区域发展的不平衡直接导致了舆情监测软件市场销售的区域分布不均衡，根据邦富软件的历史经营数据，总体上舆情监测软件销售区域与互联网发展水平呈正比，但不排除部分互联网普及率较低但舆情相对复杂的地区也会对舆情监测软件产生一定需求。

（3）行业的季节性特点

目前，我国舆情监测软件销售总体上存在着一定的季节性特点。出现这种季节性特点的主要原因是目前我国舆情监测软件的主要用户仍较集中于政府部门，此类用户通常采取预算管理制度和集中采购制度，一般在上半年进行预算立项、审批，下半年进行招标、采购、设备交货、安装、调试和验收，因此，该用户市场的需求高峰通常出现在下半年。上半年尤其第一季度由于客户预算制定和春节假期等因素而呈现更为明显的季节性特征。

8、主要竞争对手情况

目前互联网舆情监控软件行业内企业数量虽然众多,但是真正具备核心技术和竞争力并与邦富软件构成实质竞争的厂家为数有限。目前在政府市场主要厂商有:人民网、新华网、邦富软件、美亚柏科、方正控股、拓尔思等。

项目	邦富软件	美亚柏科	拓尔思	方正控股	人民网	新华网
舆情业务地位	专注舆情业务	电子数据取证、电子数据鉴定为其主业,互联网版权保护和舆情软件不作为主要收入。依靠公安行业影响力舆情产品在公安部门有较部署应用。	专注内容管理市场,网络舆情管理系统为其解决方案产品线中业务之一	六大业务板块之一	舆情业务是信息业务的增长主力。	舆情业务是信息业务的增长主力。
舆情业务收入(2013年)	6218.72 万元	2819.40 万元 (网络信息安全业务)	9235.84 万元 (所有软件收入) 舆情产品收入占比例不高。	不详。	1 亿元 ⁷ (媒体报道)	不详
核心优势	(1)海量舆情数据;(2)分析技术领先;(3)政府市场影响力。(4)和最领先网络媒体合作。	与公安系统拥有长期合作关系。	在内容管理市场有影响力。	品牌和全国渠道优势。	(1) 品牌影响力;(2) 优质的客户资源;(3) 信息发布的权。	(1) 品牌影响力;(2) 优质的客户资源;(3) 信息发布的权(4)与邦富软件技术合作,技术优势明显。
主要客户	中央及各省宣传部门、公安系统为主。	各级公安系统为主。	企业为主,主要做内容管理。	中央部委、北京和新疆地区。	党中央、事业单位和大型国有企业。	党中央、事业单位和大型国有企业。
市场地位	宣传部门占有率很高、公安部门次之	公安系统占有率较高	主要针对企业市场。	客户以宣传部门	舆情分析服务市场的领跑者。	舆情分析服务市场的领跑者。

⁷ <http://www.infzm.com/content/93779>

9、邦富软件的竞争优势

（1）技术研发优势

自设立以来，公司一直专注于互联网舆情监测软件的研发，形成了一支由 70 余人组成的业内最大的舆情监测软件研发团队。公司建立了涵盖需求分析管理组、产品管理组、开发组、测试组、项目实施组等整个流程的研发组织架构，形成了 40 余项软件著作权和专利，公司也是国家相关 863 计划和国家搜索引擎科技计划课题组的主要成员。

公司具有国内领先的网络高性能数据捕获、深度网络报文分析、分布式爬虫、网络代理识别、网页智能分析、数据压缩索引等多项技术。从创建分类到分类数据显示、创建专题分析均可控制在分钟级，居行业领先地位；以云计算技术为核心、高性能搜索引擎为基础，智能数据挖掘为手段，全面满足客户需求；舆情监测、舆情预警、舆情分析、舆情引导、舆情总结等，支持全业务流程舆情服务；舆情产品功能可自由灵活组合，真正做到根据客户业务需求进行功能分配组装，达到系统快速交付使用功能；业内独创“舆情共享、快速反应、业务协同”服务平台，实现全局性的网络监测业务快速反应机制。

（2）市场地位优势

邦富软件是目前国内专注于网络舆情研究与信息服务领域的龙头企业，系国内唯一以成熟企业级平台为核心的舆情系统提供商，也是行业内唯一独立拥有所有产品自主知识产权的公司。

经历 8 年的市场拓张，公司已经取得了 700 多个大中型客户的选择和支持，拥有极高的项目实施成功率和项目管理经验，享有极高的客户口碑。在舆情监测软件平台方面，邦富软件在宣传领域市场占有率排名领先，在公安领域也有较高的市场占有率。根据预测，宣传领域和公安领域潜在市场空间近 20 亿，考虑舆情监测行业渗透性强、路径依赖强的特点，舆情热度紧随上述两部门的纪委、政法部门，检察院、法院、教育、部队等机构都有望成为新的需求增长点，而邦富软件作为政府市场的领头羊，依附其渠道优势继续保持领先地位是大概率事件。

（3）庞大的舆情信息库优势

邦富软件通过多年的积累形成了一个庞大的舆情信息库，组成了目前业内最大的舆情信息采集库，使得公司在社会公共管理领域积累了独有的海量数据。邦富软件具有业内首屈一指的每日 8000 万条以上的舆情数据积累量，目前已经形成 500 亿条以上舆情信息的数据库，公司通过云计算的架构搭建的大数据平台，将助推公司成为舆情搜索领域的航母级企业。

（4）产品技术优势

公司的舆情监测产品在数据层面和技术层面均具有明显的优势：

数据 层面		大而全的数据量	为数众多的数据服务器组成业内最大的舆情信息采集库之一，全面覆盖境内外多种格式数据
		及时的数据更新	不同权重的站点可以设置不同的采集频率，更新扫描最小间隔达到分钟级
		深度数据挖掘	独有数据深广度涉及，提供网络、频道、论坛、句子、访问量、回复量、媒体形式、发展过程等全面指标
技术 层面		业务全闭环舆情产品	舆情监测、舆情处置、舆情引导、舆情工作平台等，支持权限条舆情监测业务
		计算分析速度快	从创建分类到分类数据显示、创建专题分析均可控制在 2 分钟以内，居行业领先地位
		体系构架技术先进	以云计算技术为核心、高性能搜索引擎为基础，智能数据挖掘为手段，全面满足客户需求
		反应机制迅速	业内首创“舆情共享、快速反应、业务协同”服务平台，实现全局性网络监测业务快速反应机制

（5）海外扩张优势

邦富软件是国内最早布局海外舆情信息服务的企业，邦富软件通过与新华社、中国国际广播电台的战略合作，利用新华社和中国国际广播电台的国际市场网络优势和邦富独有全球舆情数据和舆情引导技术优势，建立全球外宣技术和舆情监测网络；通过战略合作，可以利用新华社和中国国际广播电台的国际市场的网络优势，可向全球多语种国家和地区提供本地化舆情信息服务。

（四）漫友文化

本次交易的标的公司漫友文化专注于动漫产品及动漫服务业务，属于动漫行业中的漫画相关细分行业；按板块分，归属于“传播与文化产业”板块。

1、行业监管体制及政策法规

1.1 行业主管部门及监管体制

动漫行业的主管部门主要有：

(1) 文化部及地方各级文化部门

根据《国务院关于同意建立扶持动漫产业发展部际联席会议制度的批复》文件，我国动漫产业发展的领导工作建立文化部为牵头单位由10个部委组成的扶持动漫产业发展部际联席会议制度。主要职能为：在国务院领导下，研究拟定扶持我国动漫产业发展的重大政策措施和实施办法，向国务院提出建议；制定动漫产业行业标准和享受有关优惠政策的动漫企业认定标准；制定国家动漫产业基地的布局 and 规划，订立基地相关标准，负责基地的认定，建立有关评估机制；协调解决推进我国动漫产业发展中的问题；指导、督促、检查各地推动动漫产业发展的各项工作。

作为牵头单位，文化部负责动漫相关产业规划、产业基地、项目建设、会展交易和市场监管，以及指导行业协会等工作。文化部是动漫产业的主管部门，对动漫产业实施统一的宏观管理和日常管理。

(2) 国家新闻出版广电总局及地方各级新闻出版广电局

国家新闻出版总署（现为新闻出版广电总局）负责在出版环节对动漫进行管理。根据相关规定：其对图书出版发行行业的主要管理职责是：审批新建出版物总发行单位；对新闻出版活动实施监督管理；审核互联网从事出版信息服务的申请，对互联网出版信息内容实施监督管理。负责音像制品出版、复制管理和电子出版物出版、复制、发行管理。

省新闻出版广电局是主管省级新闻出版业和著作权管理工作的省政府直属机构。主要职责是：组织实施国家关于新闻出版、著作权的法律、法规和规章；拟定全省新闻出版业的发展规划和产业政策并指导实施；按审批权限受理新建出版单位的申请，并办理呈报和登记手续；对新闻出版活动实施监督管理；拟定全省出版物市场管理政策、法规并指导实施；查处或组织查处非法出版活动和非法出版物等。

动漫行业的监管体制主要有：

（1）动漫书刊内容策划选题的管理

根据《出版管理条例》、《新闻出版署关于加强和改进重大选题备案工作的通知》等法律法规，图书出版社、音像出版社和电子出版物出版社的年度出版计划及涉及国家安全、社会安定等方面的重大选题，应当经所在省、自治区、直辖市新闻出版局审核后报新闻出版广电总局备案；涉及重大选题，未在出版前报备案的出版物，不得出版。重大选题是指涉及国家安全、社会安定等方面的内容，对国家的政治、经济、文化、军事、民族、宗教等会产生较大影响的选题。对重大选题的运作情况实行月报制度，各省、自治区、直辖市新闻出版局、在京出版单位的主管部门，每月将下一个月拟安排的有关需要备案的选题报送新闻出版广电总局，并同时抄送中宣部出版局。

（2）动漫出版物发行许可制度

① 国家出版发行市场规范的政策要求

根据国务院2001年12月25日发布的《出版管理条例》和《出版物市场管理规定》（新闻出版总署令第23号），国家实行出版物发行许可制度，发行许可包括总发行、批发、零售三个层级，未经许可，任何单位和个人不得从事出版物发行活动。

② 发行许可制度的相关规定

申请设立出版物总发行企业或者其它单位申请从事出版物总发行业务，须经新闻出版广电总局批准并颁发《出版物经营许可证》；申请设立出版物批发企业或者其它单位申请从事出版物批发业务，须经省级新闻出版行政部门批准并颁发《出版物经营许可证》；申请设立出版物零售企业或者其它单位、个人申请从事出版物零售业务，须经当地县级人民政府新闻出版行政部门批准并颁发《出版物经营许可证》，并报上一级新闻出版行政部门备案。申请设立出版物连锁经营企业或者其它连锁经营企业申请从事出版物连锁经营业务，须经省级新闻出版行政部门批准并颁发《出版物经营许可证》；申请设立全国性出版物连锁经营企业或者其它连锁经营企业申请从事全国性出版物连锁经营业务，须经新闻出版广电总局审批并颁发《出版物经营许可证》。

（3）互联网出版许可制度

互联网出版,是指互联网信息服务提供者将自己创作或他人创作的作品经过选择和编辑加工,登载在互联网上或者通过互联网发送到用户端,供公众浏览、阅读、使用或者下载的在线传播行为。

从事互联网出版业务,除符合《互联网信息服务管理办法》规定的条件以外,还要具备相应的条件。想要取得游戏出版许可证还得根据规定按照申请流程提交申请所需的材料,互联网出版业务经批准后,主办者应当持新闻出版行政部门的批准文件到省、自治区、直辖市电信管理机构办理相关手续。最后取得互联网出版许可证。

1.2 产业政策

国家对动漫产业的扶持政策如下:

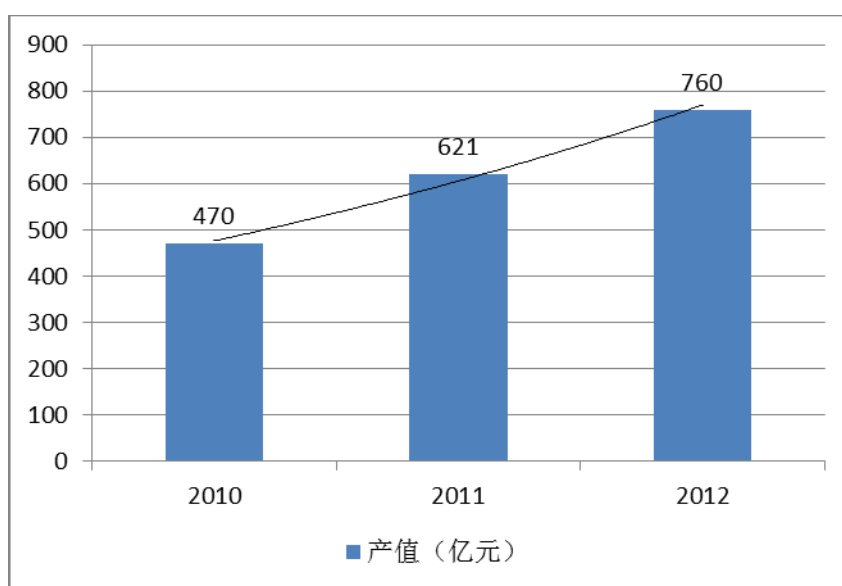
时间	政策名称	出台部门	涉及动漫行业内容
2008	文化部关于扶持我国动漫产业发展的若干意见	文化部	重点支持原创动漫,构建产业链,保护知识产权
2008	动漫企业认定管理办法(试行)的通知	文化部、财政部、税务总局	认定的企业可享受财税优惠
2009	文化部关于加快文化产业发展的指导意见	文化部	鼓励原创,实施动漫振兴工程,完善产业链,发展网络动漫、手机动漫
2009	文化部关于制定“文化产业指导目录”的公告	文化部	对包括动漫产业在内的文化产业进行投资指导
2010	关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见	宣传部、人民银行、财政部、文化部、广电总局、出版总署、银监会、证监会、保监会	加大信贷投放,推动文化企业上市,鼓励多元资金支持文化产业发展
2011	关于推进文化企业境内上市有关工作的通知	文化部	推进文化企业上市融资
2012	国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要	中央办公厅、国务院	文化产业成为国民经济支柱性产业,加快发展动漫游戏等新兴产业,引导社会资本投资文化产业,鼓励文化企业面向资本市场融资
2012	文化部“十二五”时期文化产业倍增计划	文化部	文化产业增加值年平均现价增长速度高于 20%,2015 年比 2010 年至少翻一番,到 2015 年,动漫业增加值超 300 亿元,着力打造 5 至 10 个在国际上具有较强竞争力和影响力的国产动漫品牌和骨干动漫企业

2014	《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》	国务院	经认定并符合软件企业相关条件的动漫企业,可申请享受国家现行鼓励软件产业发展的所得税优惠政策; 2017 年底前,符合条件的动漫企业,按规定享受增值税优惠政策;经认定的动漫企业自主开发、生产动漫直接产品,确需进口的商品可按现行规定享受免征进口关税和进口环节增值税的优惠政策。执行期限为 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日
------	--	-----	---

2、我国动漫行业发展现状

2.1 国内动漫市场规模

近年来,我国动漫产业快速发展,产值从“十五”期末不足 100 亿元,到 2010 年达 470.84 亿元,年均增长率超过 30%;2011 年达到 621.72 亿元,较上一年度增长 32%;2012 年总产值达 759.94 亿元,较 2011 年增长了 22.23%。动漫行业增速远超 GDP 的增速,预计未来几年仍将继续高速增长,



数据来源:文化部

我国动漫产业整体构成中,动画、播映市场(电视动画,动画电影,网络动漫,手机动漫,动漫广告等)为最大的两个细分市场,两者合计占据大部分市场份额。其中漫画期刊出版发行总量约为 2 亿册左右。

2.2 国内漫画行业的市场现状

近年来,我国漫画产业呈现出蓬勃发展态势,原创漫画逐渐摆脱青涩,开始走向成熟,漫画期刊、图书的品种、质量和发行数量再创新高,在文化阅读领域

的影响力进一步显着。而借助 3G 网络和苹果平台的高速升级,新媒体动漫得以与世界动漫版图上的强国在同一起跑线上竞逐,成为当前我国动漫产业中的一抹亮色。同时,中国的漫画市场变得更加开放和多元,部分原创漫画走向国门,被世界所接受,而部分国际漫画巨头也纷纷进入中国市场。

(1) 与国际接轨

一方面,中国动漫已经迫不及待地冲出亚洲、投入世界的怀抱。继《子不语》之后,夏达的最新漫画《长歌行》也开始在集英社旗下的《Ultra Jump》上进行连载。另一方面,随着中法文化交流等不断深入,很多法国等漫画作品也开始进入内地,而内地的很多原创动漫作品开始在法国出版,走向欧美市场。

这其中,既有官方层面的友好交流,又有民间的沟通合作;既有将国外先进经营、管理经验和技术、资源引进来以带动本土动漫的案例,也不乏推动本土原创动漫“走出去”的举措。国际化已经成为中国动漫在当前这个发展阶段的一个必然选择和重要契机。

(2) 龙头企业集团化、规模化

由于动漫书刊市场尚未完全大众化,读者群体较为狭窄,在不能充分发挥规模经济效应的现实情况下,出版发行机构不约而同地打起了范围经济的主意,这直接推动了动漫书刊市场的进一步细分,以契合“窄众”的产品来满足不同的市场需求。作为动漫期刊策划发行的龙头企业,漫友文化策划和经营《漫友》、《漫画世界》等多种动漫期刊。

(3) 新媒体出版平台为动漫出版带来新的机会

在科技推动下,动漫的传播载体正日趋丰富,新媒体动漫倍受青睐。动漫已不再局限于报纸、杂志、图书、广播、电视、电影和音像制品等传统媒体,与时俱进地延伸到综合应用声、像、文、图等信息符号的互联网和无线互联网等新的媒体领域。

据艾瑞咨询的调研数据显示,全国动漫爱好人群约 1.6 亿,其中 54.3%的人对手机动漫感兴趣,有 58%的用户愿意每月支付超过 5 元的使用费。预计手机动漫用户规模将超过 3600 万户,如果按照手机动漫功能费 5 元/月计算,未来三年的手机动漫收入规模为 23.1 亿元。

2.3 国内漫画期刊市场情况

根据国内权威报刊发行研究专业机构——北京世纪华文国际传媒咨询有限公司（简称“世纪华文”）推出的《2013 年中国报刊媒体发行数据监测简报第 1 期》披露：在漫画杂志运营方面，漫友文化发行的漫画杂志占前 10 种中的 4 种期刊。

2013 年上半年动漫类期刊覆盖率、销售指数总排名

期刊名称	覆盖率			销售指数			2013 年 上半年 排名
	12 年上半年	13 年上半年	变化	12 年上半年	13 年上半年	变化	
知音漫客	81.34%	80.93%	-0.41%	9.8	9.5	-3.2%	1
漫画世界	75.22%	75.90%	0.68%	5.3	5.4	1.7%	2
小公主	69.83%	72.76%	2.93%	2.4	2.7	10.0%	3
米老鼠	72.75%	73.00%	0.25%	2.1	2.4	12.4%	4
漫友	56.02%	65.24%	9.22%	1.7	2.0	18.8%	5
科幻画报	33.13%	50.67%	17.54%	1.7	2.0	18.4%	6
漫客星期天	54.07%	65.90%	11.83%	1.5	1.9	26.6%	7
漫动作	46.99%	54.08%	7.09%	1.4	1.7	19.8%	8
卡酷全卡通	39.35%	50.09%	10.74%	1.2	1.5	30.6%	9
新蕾（约绘）	35.49%	49.58%	14.08%	1.0	1.3	34.7%	10

数据来源：世纪华文 《2013 年中国报刊媒体发行数据监测简报第 1 期》

2.4 国内漫画出版市场面临的主要问题

（1）漫画人才难以满足期刊的大量用稿需求

对比动画，我国当前的漫画教育仍然十分落后，主要依靠自学、工作室学徒、少数专业动漫院校和个别高校的零星课程，在校生的成材率较低，专业漫画创作人才难以产生。而日趋周刊化的漫画期刊对作品数量需求庞大，由此产生期刊之间争夺作者、争夺作品、内容同质化严重等不良现象。专业漫画创作人才的青黄不接，已经成为中国漫画甚至是整个动漫产业发展的最大瓶颈。

而国内专业漫画编辑、营销策划人才与团队的缺位，更使得各家期刊争相跟风，创新严重不足，由此造成期刊形式的严重类型化，以及读者层次的高度重叠，这与当前日益多元化的市场需求不相适应。

（2）漫画企业过度依赖传统发行

目前，从漫画企业自身来看，其收入来源大多以发行为主，对于传统发行渠道依赖较重，广告经营严重缺腿，多元拓展十分局限；而从外部环境来看，更是少有专门针对漫画企业或工作室的政策扶持，这与漫画作为动漫产业链源头的地位极不相称。

（3）漫画品牌含金量不足、产业链衔接不利

中国的漫画，很难选出一部具有世界影响力的作品，国产明星动漫作品与形象的缺失，对产业链整体的发展和完善产生了直接的影响。

产业链各环节衔接不利，漫画的基础地位未被重视。漫画是日本动漫行业的杠杆，即使是以动漫电影著称的美国，很多电影也是漫画改编的。但是我国的漫画很少有改编成动画片或电影的，造成一方面动画片（电影）制作机构苦于没有良好的素材，另一方面优秀的漫画无法改编成影视作品，扩大影响力。

（4）盗版屡禁不止

我国的版权保护力度十分薄弱，而由于盗版利益丰厚、打击取证难等多种原因，盗版漫画屡禁不止，甚至形成非法的产业链条。而随着网络技术的不断进步，盗版漫画借助网络的高速、高效的特性在虚拟世界传播开来，再加上各种字幕组和软件的崛起，将动漫引入的流程变得更加简化方便。

2.5 国内漫画行业发展趋势

（1）以互联网为代表的新媒体成为动漫重要的销售渠道及营销平台

互联网的庞大用户量及实时观看模式吸引了众多非电视渠道的动漫受众。随着网络版权保护力度的增强及视频网站等版权购买费用的增加，视频网站和移动网络成为动漫作品的重要销售渠道。

（2）拓展用户群，从成人动漫作品入手增加受众规模及衍生品市场

动漫受众可按照年龄结构和出生年代进行划分为 3-12 岁、13-18 岁和 18 岁以上是典型的三类用户。不同年龄的用户对于动漫作品的类型喜好有差异，18 岁以上用户对于道德、婚姻、家庭和幽默题材的动画片更为偏爱。从出生年代划分，70 后、80 后和 90 后因为各位媒体接触渠道的差异因素对特定作品认可度更高。

（3）实现媒体化，尝试作品植入广告及动漫产品组合营销方式

动漫作品作为一种新媒体形态，基于市场评估后的观众类型和数量，在调研分析的基础上可在合适场景植入广告。除动漫作品本身，还可从形象设计、剧本策划、影片播映、首映活动到衍生产品等全业务流程开发立体化的营销服务，以卖动画的形式及资金投入为对应品牌做传播已在部分儿童品牌中实现。

（4）授权专业化，建立动漫形象评估体系提高品牌代言价值

应用专业化的动漫形象或动漫作品评估体系及授权公司衍生品管理能在很大程度上提升新动漫品牌的影响力与知名度。

（5）企业集团化，从制播（或创作、发行）平台的横向一体化到多种产品形态的纵向一体化

以投资、并购、重组等资本途径实现动漫企业的整合优化，从制作（创作）、播映（发行）到衍生品的横向一体化，到多种产品形态（漫画书刊、动画片、动画电影、手机动漫、网络动漫等）的纵向一体化，动漫产业集群发展模式将有利于资源合理调配及运营效率提升，通过典型企业的示范效应提升整体产业的经营能力。

3、漫友文化在行业中的竞争地位

（1）漫画期刊：处于细分行业龙头地位

根据国内权威报刊发行研究专业机构——世纪华文推出的《2013 年中国报刊媒体发行数据监测简报第 1 期》披露：在漫画杂志运营和发行方面，漫友文化发行的漫画杂志占前 10 种中的 4 种期刊，属于漫画期刊行业龙头企业之一。

（2）漫画图书：电商平台销售领先

从近两年一期当当网统计的中国内地漫画销量榜前 20 名看，漫友文化 2012 年、2013 年、2014 年 1~3 月分别有 3 部、8 部、6 部作品进入榜单，电商平台图书销售上处于领先地位。

	2012 年度	2013 年度	2014 年 3 月
1	阿狸·梦之城堡	纯禽史：爱不作会死	疯了.桂宝 11
2	滚蛋吧，肿瘤君	阿狸.尾巴	长歌行 5
3	阿狸.永远站	妮玛，这就是大学	阿狸.尾巴
4	游园惊梦	长歌行 4	南烟斋笔录：子夜歌
5	好想回到小时候：这个漫画很童年，很美	长歌行 5	睡不着
6	子不语 3	疯了.桂宝 9	爱情公寓漫画版
7	哥斯拉不说话	滚蛋吧，肿瘤君	妮玛，这就是大学
8	哥斯拉不说话（独家限量珍藏版盒装）	长歌行 3	天鹅座.鹅黄

9	爱情公寓 3: 珍藏版绘本	亲亲木朵	哥斯拉不说话
10	小时代 2.5 锋银时代	游园惊梦	二秃子! 不许笑! 3
11	踮脚张望 3	疯了.桂宝 10	暗恋那些事儿
12	12 星座人, 看你准到骨子里	阿狸.永远站	子不语 3
13	疯了! 桂宝.2	阿狸.梦之城堡: 修订本	淑女绘·花的学校
14	请叫我小纯洁 1: 纯光乍泄	子不语 1	阿狸.梦之城堡 (再版)
15	子不语精装典藏版	子不语 3	三国演义 ((连环画共 60 册)(精))
16	昨日青空 (上)	子不语 2	子不语 2
17	熟女单身日记	长歌行 2	疯了.桂宝 10
18	你简单, 世界就对你简单	爸爸的木朵	长歌行 4
19	我兔斯基你	好想回到小时候	找爱
20	萌了没? 无知熊猫	长歌行 1	子不语 1

资料来源: 当当网, 中国内地漫画销量榜前 20 名。绿色框内为漫友文化出品漫画图书。

主要竞争对手情况

(1) 知音动漫公司

知音动漫公司目前是是漫友文化最大的竞争对手, 旗下的漫画期刊《知音漫客》的发行量领先。

知音动漫公司成立于 2006 年, 是知音传媒集团下的全资子公司。知音动漫公司旗下现拥有国内原创漫画品牌《知音漫客》周刊等系列刊, 形成了图书出版、周边产品、动画游戏、动漫网络、电子商务、在线阅读、动漫教育等动漫产业链。其旗下漫画期刊杂志包括: 《知音漫客》、《漫客小说绘》、《漫客星期天》、《漫客绘心》。其定位和内容特点如下表所示:

代表作品	杂志定位	内容特点
《知音漫客》	长篇故事连载	以年少有梦、青春有爱为刊魂, 坚持故事第一、爆笑优先、大众意识、生活原味。
《漫客小说绘》	中国动漫青春小说	融合了动漫元素的青春小说。
《漫客星期天》	少儿益智类漫画刊	故事在幽默搞笑的同时又融入了健康益智的内容, 突出“幽默”、“益智”和“互动”。
《漫客绘心》	青春励志类绘本连载杂志, 以 15~25 岁青春男女为主要读者群	生活、交友、亲情、事业、学业等。

(2) 浙江人民出版社 (代表作品《幽默大师》)

《幽默大师》是中国漫画类期刊著名品牌, 有着近 30 年的品牌积淀, 获第二届“国家期刊奖”, 是全国百种重点期刊。

4、进入动漫行业的主要壁垒

(1) 政策准入壁垒

国家对动漫产业的整体准入门槛并不高, 但在一些细分领域的管制较为严

格：如电视动画片制作企业，需持有《广播电视节目制作经营许可证》，对动画片的播出审查就更为严格。在漫画细分领域，动漫出版物的发行和批发必须获得经新闻出版行政部门批准并颁发《出版物经营许可证》。

此外，根据《国务院办公厅转发财政部等部门关于推动我国动漫产业发展若干意见的通知》国办发〔2006〕32号第十条规定：做好动漫行业标准制定和享受扶持政策的动漫企业认定工作，对享受本意见规定政策的动漫企业实行年审制度。年审不合格的企业，不再享受有关优惠政策。这意味着，要获得“动漫企业”或“重点动漫企业”的认定需要一定的条件和门槛，而且每年都要通过年检。

（2）动漫专业人才壁垒

在动漫行业，专业性的漫画家和策划、编辑人才是企业核心竞争力的主要组成部分。漫画家不但要有良好的创作能力和绘画功底，还要获得动漫消费者的认同方能得到市场的认可；而编辑策划人员不但要有良好的创意能力、文字能力或设计能力，还要有能充分捕捉消费需求的能力。这些特殊人才的培养和形成，不是一朝一夕能达成的。此外，一本漫画杂志或一部漫画作品要能成功，须要经过创作者、编辑策划者、营销团队等团队的紧密合作方能达成。因此，对拟进入这个行业的企业造成了一定的困难和障碍。

（3）动漫品牌优势壁垒

动漫产品或服务的消费对象主要是青少年，青少年消费特点具有一定的“从众”心理和“追星”现象：喜欢的动漫产品可能与其他同学喜欢的一样，这样才能有共同话题；习惯购买的动漫品牌，通常不会轻易改变；喜欢的漫画家可能会一直追随。因此，好的动漫品牌及漫画家、动漫作品认知度都是在长期经营和营销过程中逐渐形成的，这就给新进入企业形成了较大的竞争壁垒。

5、动漫行业发展的有利因素和不利因素

5.1 有利因素

（1）国家产业政策的支持

动漫产业是极具生机和活力的新兴文化产业。发展动漫产业对于满足人民群众精神文化需求、传播先进文化、丰富群众生活、促进青少年健康成长、进一步优化产业结构、扩大消费和就业、培育新的经济增长点都具有重要意义。党的十

七届五中、六中全会明确提出要推动文化产业成为国民经济支柱性产业，动漫产业作为文化产业的重要组成部分，深受群众喜爱，又广泛服务社会，发展前景十分广阔。

2014年4月15日，中央宣传部会同中央外宣办等有关部门和单位拟定的《进一步支持文化企业发展的规定》已经国务院同意下发，第八条明确指出：经认定并符合软件企业相关条件的动漫企业，可申请享受国家现行鼓励软件产业发展的所得税优惠政策；通过公司制改建实现投资主体多元化的文化企业，符合条件的可申请上市；鼓励已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组；鼓励文化企业进入中小企业板、创业板、“新三板”融资；鼓励符合条件的文化企业通过发行企业债券、公司债券、非金融企业债务融资工具等方式扩大融资，实现融资渠道多元化。为扶持动漫产业，文化部等国家部委还出台了《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》、《“十二五”时期文化产业倍增计划》、《关于延续宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》等政策性支持文件。

（2）动漫需求快速增长

随着经济社会的发展进步，我国对动画和漫画的需求量不断增加，动漫消费人群不断增大，消费年龄也不断增长。据统计，我国13亿人口中有5亿青少年，其中5-25岁的青少年群体是主要的动漫消费人群，他们中的大多数都有消费动漫、游戏产品的习惯和经历。根据广东省生产力促进中心对广东地区具有代表性的中小学8所、幼儿园5所、少年宫1所进行了调研，在有效回收836份问卷中，当回答“你喜欢动漫吗”这一问时，有385个被调查者（52.2%）回答“很喜欢”，241人（32.7%）回答“较喜欢”，两者相加达到84.9%，喜欢动漫的青少年占绝大多数。

随着国民素质的不断提高，消费能力的逐步提升，动漫消费将不断增长，为我国动漫行业的发展打开了广阔的空间。

5.2 不利因素

（1）我国动漫产业仍处于发展初期，产业链不成熟，人才困乏，还缺乏特别高水平和高品质的作品，因此市场效能和效率都不高，主流社会对原创动漫的认知度和认同度还有待提高，动漫消费潜力还未充分激发出来，动漫产业发展所需资源尚未合理流动和有效开发利用，难以形成规模经济效益和集约化经营效

益。

(2) 新媒体对动漫出版和发行的冲击：随着互联网和电子书籍等新媒体不断扩张，对纸制动漫期刊和图书行业也存在影响巨大，同时也在逐步改变着动漫期刊和图书的经营模式和盈利模式。动漫图书行业中的内容提供商，需要通过为新媒体提供内容而获得另一种盈利途径，当然这也是网络媒体给动漫行业带来的机遇。此外，随着网络书刊发行渠道的兴起，动漫出版发行的渠道也面临重新洗牌和调整。

6、行业的周期性、区域性或季节性

动漫行业整体不受季节性影响，但在细分领域，略受到青少年学习和活动规律的影响；动漫行业有一定区域性差异，通常开放化程度越高、经济越发达的地方，动漫文化接受度和消费能力都越强；动漫行业的周期性不明显。

(1) 季节性：目前动漫产品的消费者主要是学生，所以通常在考试季节和春节，动漫产品的消费量就稍微减少，其他时间差异不大。在寒暑假，青少年休闲时间多，对动漫会展的参与热情就会高涨。所以，每年 3~5 月及 9~12 月是动漫产品的销售旺季，而 8 月和“十一”黄金周是动漫会展的旺季。

(2) 区域性：近年来，动漫文化的流行路线为：从海外及港澳台先影响到沿海经济城市，再逐步影响和渗透到内地城市；先从中心大城市流行，再影响到中小城市；从城市开始流行，再逐步扩展到乡镇。因此，动漫的消费跟经济发达程度和地区开放程度基本成正比，中心城市的动漫消费较为集中、庞大。

7、漫友文化的竞争优势

(1) 行业地位及品牌影响力优势

漫友文化近年来一直处于漫画行业领先地位。根据国内权威报刊发行研究专业机构——世纪华文推出的《2013 年中国报刊媒体发行数据监测简报第 1 期》披露：在漫画杂志运营和发行方面，漫友文化发行的漫画杂志占前 10 种中的 4 种期刊。漫友文化先后发掘和培育了 BENJAMIN、寂地、客心、丁冰、朱斌、十九番、韩露、夏达等知名漫画家，并多次获得国家及地方各级政府的奖励和认可。创始人金城先生在漫画行业拥有很高的威望，在国内拥有很高的知名度和美誉度。

漫友文化 2009、2012、2103 年均有多部作品入选国家新闻出版总署“原动

力”动漫扶持计划，2010 年被财政部、文化部、国家税务总局联合认定为重点动漫企业，2012 年获批“国家文化产业示范基地”。

（2）产业链优势

漫友文化成功打通了从“市场信息—创意—作品—杂志—单行本—下游产业”的局部完整产业链条，从动漫作品开发，对符合标准的动漫作品才会提供连载到杂志上，杂志上“炒红”的作品才会出“单行本”（漫画书），单行本走红的作品才会进行下游产业，如动画、游戏、衍生商品等开发。漫友文化牢牢把握前段“动漫内容”和后端“发行网络”，有效增强了对中游出版社等供应商的选择主动权，有利于把握动漫期刊或动漫图书的质量，因此极大地降低了运营风险。

漫友文化始终把握住了“内容提供”和“市场营销”这两大关键环节，并逐步转化为品牌优势和营销优势。同时，漫友文化从营销网络中不断广泛的收集动漫市场反馈分析，随时、准确地把握市场动向和目标消费者的喜好，及时动态调整动漫产品的开发，始终保证了动漫产品与消费需求吻合这一市场导向。

（3）开发模式优势

动漫作品质量是动漫产品的关键因素。与很多动漫企业不同，漫友文化采用的作品开发模式是“策划+漫画家”的模式，即漫画家虽然是创作主体，有很大的创意和创作发挥空间，但所创作的题材、风格、故事的走向、人物的设定等都要在策划人员的指导下进行，以确保创作作品适合当下读者的胃口，适合所刊载动漫杂志的风格，以适合市场的需求。

此外，漫友文化采用系列化带动品牌化的产品线模式。漫友文化根据漫画消费市场的性别、年龄、爱好等读者对象不同特点，结合漫画家（团队）的创作特点，不断策划和推出丰富的产品线。目前，漫友文化开发的“幽默漫画”系列、“知识漫画”、“呆头系列漫画”等数十个系列化品牌。

（4）漫画家团队优势

漫友文化通过培养、引进和签约等形式，凝聚了一批漫画家和工作室，很多成为漫友文化各动漫产品线的骨干创作者。通过凝聚这些漫画家，使漫友文化具备了持续推出新作品的力量。而且根据这些漫画的特点量身制定发展计划，包括创作计划、提升计划、安排读者见面会、媒体见面会等等，适时提供贴心的“保

姆”式服务，让漫画家能安心创作。漫友文化与一些漫画家均签订的是委托创作合同，一些是具有排他性的独家合作合同，另有一些是作品合作合同，合同期限则是根据实际情况，有短、中、长期搭配，既保证创作队伍的稳定和持续的保障，又照顾到市场需求的变化。

（5）营销网络优势

漫友文化是动漫产品发行行业中营销渠道覆盖区域最广的公司之一，营销渠道包括电商渠道、新华渠道、民营渠道、邮政渠道等，自营渠道包括展会及天猫商城。目前，漫友文化已与全国 300 多家区域经销商建立了长期、稳定的合作关系。近两年来，漫友文化在电商渠道销售增长较快，在京东、当当、亚马逊的动漫类排名均位列前列。

（6）著作权优势

漫友文化拥有著作权的作品是一笔固有财富，能够进行全方位的版权开发和运营。漫友文化拥有著作权的作品包括比较著名的《爆笑校园》系列和《血族》系列，还有从知名网络小说改编而来的《盘龙》、《将夜》等作品。

三、本次交易对上市公司的财务状况、盈利能力及未来盈利趋势的影响

（一）交易前后公司主要财务状况和偿债指标比较分析

根据立信会计师事务所出具的上市公司财务报告的审计报告和立信会计师事务所出具的上市公司备考财务报告的审计报告（信会师报字[2014]第 310337 号），交易前后上市公司主要财务状况和偿债指标比较如下：

单位：万元

2014 年 3 月 31 日	交易完成前	交易完成后	交易前后比较	
			增长额	增长率
流动资产	285,555.77	329,659.97	44,104.20	15.45%
非流动资产	446,083.24	714,093.57	268,010.33	60.08%
资产总额	731,639.02	1,043,753.53	312,114.51	42.66%
流动负债	150,859.71	161,813.12	10,953.41	7.26%
非流动负债	84,274.52	85,658.83	1,384.31	1.64%
负债总额	235,134.23	247,471.95	12,337.72	5.25%
归属于母公司所有者权益合计	473,851.47	768,994.06	295,142.59	62.29%
所有者权益合计	496,504.79	796,281.58	299,776.79	60.38%
资产负债率	32.14%	23.71%	-8.43%	-26.23%
流动比率	1.89	2.04	0.15	7.94%
速动比率	1.71	1.85	0.14	8.19%

注：速动比率=（流动资产期末数－存货期末数）÷流动负债期末数；以下同。

1、本次交易前后的资产规模、结构分析

本次交易完成后，截至 2014 年 3 月 31 日，公司的资产总额由本次交易前的 731,639.02 万元增加至 1,043,753.53 万元，资产总额增加了 312,114.51 万元，增长幅度为 42.66%。公司资产规模有所上升，抗风险能力增强。本次交易前后，公司的资产结构变化情况如下：

（1）公司流动资产由本次交易前的 285,555.77 万元增加至 329,659.97 万元，增长幅度为 15.45%，主要是货币资金增加了 17,956.78 万元、应收账款增加了 19,910.04 万元。

（2）截至 2014 年 3 月 31 日，公司非流动资产由本次交易前 446,083.24 万元增加至 714,093.57 万元，增长幅度为 60.08%，主要是商誉增加了 264,068.20 万元。

公司非流动资产的大幅增长，主要是商誉的增加形成的。商誉为假设公司收购交易标的在 2013 年初已经完成，报表各期末收购对价与交易标的资产可辨认净资产的差额部分 264,068.20 万元确认为商誉。

综上所述，备考上市公司财务报表的资产结构综合反映了本次交易完成后上市公司的资产结构。交易完成后，公司资产规模有所增大，抵御风险的能力增强，资产结构处于较为稳健状态。

2、本次交易前后的负债规模、结构分析

本次交易完成后，截至 2014 年 3 月 31 日，公司的负债总额由本次交易前的 235,134.23 万元增加至 247,471.95 万元，负债总额增加了 12,337.72 万元，增长幅度为 5.25%。交易完成后，公司的负债结构如下：

（1）截至 2014 年 3 月 31 日，公司流动负债由本次交易前的 150,859.71 万元增加至 161,813.12 万元，主要是应付账款增加 3,064.65 万元所致

（2）本次交易后，非流动负债基本保持稳定。

综上所述，本次交易完成后，公司负债结构基本未发生变化，仍保持较合理的结构，其财务安全性有保障。

3、交易前后的偿债能力分析

交易完成后，公司的资产负债率为 23.71%，比交易前降低了 8.43 百分点。

交易完成后，公司的流动比率、速动比率分别为 2.04 倍、1.85 倍，高于交易前的水平，主要是由于标的资产为轻资产公司，两项指标较高所致。

总体来看，公司的资产负债率较低，资产流动性较强，现金流较充足，无偿债压力，抵御风险的能力较强。

（二）交易前后公司主要经营状况和盈利指标比较分析

根据立信会计师事务所出具的上市公司财务报告的审计报告和立信会计师事务所出具的上市公司备考财务报告的审计报告（信会师报字[2014]第 310337 号）⁸，交易前后上市公司主要经营情况和盈利指标如下：

单位：万元

2013 年度	交易完成前	交易完成后	交易前后比较	
			增长额	增长率
营业收入	374,955.80	432,581.95	57,626.15	15.37%
营业成本	221,613.00	249,901.37	28,288.37	12.76%
营业利润	94,900.28	114,379.99	19,479.71	20.53%
利润总额	103,395.39	123,500.00	20,104.61	19.44%
净利润	90,293.77	106,884.79	16,591.02	18.37%
归属母公司所有者的净利润	52,700.74	67,079.63	14,378.89	27.28%

⁸ 按照本次交易完成后的架构编制的华闻传媒 2013 年备考盈利情况详见第十节“财务会计信息”中的“四、上市公司备考合并盈利预测审核报告”。

销售毛利率	40.90%	42.23%	1.33%	3.25%
销售净利率	24.08%	24.71%	0.63%	2.62%
基本每股收益（元）	0.2854	0.3263	0.0409	14.33%

注：上述交易完成前的基本每股收益计算以 2013 年 12 月 31 日的股本总额 184,626.30 万股为依据；交易完成后的基本每股收益计算以本次交易发行股份及配套募集资金后新增股份的上限 205,575.99 万股估算。

1、本次交易前后营业收入、营业成本分析

如上表所示，交易完成后，公司的营业收入及利润规模均有所上升。公司 2013 年度的营业收入由交易前的 374,955.80 万元增加到 432,581.95 万元，增长幅度为 15.37%。2013 年度归属于母公司所有者的净利润由交易前 52,700.74 万元增加到 67,079.63 万元，增长了 27.28%。

综上所述，本次交易完成后，公司的盈利能力将有较大幅度提升，公司的持续盈利能力增强。

2、交易前后盈利能力指标比较分析

交易完成后，公司 2013 年度的销售毛利率、销售净利率均有小幅上升。

交易完成后，公司 2013 年度每股收益比交易前大幅增长了 14.33%，公司的盈利能力得到提高。

综上所述，本次交易有利于增强公司的风险防范能力与持续盈利能力，有力的保护了广大中小股东的利益。

（三）本次交易对公司未来盈利趋势的影响

1、进一步增强上市公司的盈利能力

本次交易实施完毕后，将对公司未来的盈利趋势产生积极的影响，主要体现在各交易对方承诺标的公司 2014 年、2015 年、2016 年净利润情况如下：

单位：万元

标的公司	2014年	2015年	2016年
掌视亿通	9,035.00	11,700.00	15,900.00
精视文化	6,000.00	8,000.00	10,000.00
邦富软件	5,000.00	7,200.00	9,600.00
漫友文化	2,700.00	3,500.00	5,000.00
合 计	22,735.00	30,400.00	40,500.00

如果标的资产实际盈利数不足利润预测利润承诺数的，则按照本公司与各交易对方签署的《盈利预测补偿协议》的规定进行补偿。

本次交易完成后，上市公司盈利能力将进一步提升。未来持续稳定的现金流入亦将加强公司财务稳健性，提升公司抗风险能力。

2、进一步夯实公司的“全媒体、大文化”战略

公司的“全媒体”战略定位，是以内部资源整合、外部孵化并购的方式，积极打造全媒体业务架构。公司发展“全媒体”，是在移动浪潮中，对报纸、广播、电视、网络、手机等各种媒介形态，借助文字、图像、动漫、音频和视频等各种表现方式，进行深度融合，实现网络化、移动化，以满足与适应用户的多样化需求。

公司的“大文化”战略定位，是以优秀的商业运营能力和媒介服务能力，在现代文化产业体系中，逐步形成覆盖全终端的强势业务和媒介服务品牌，建设具有较强盈利能力、可持续发展的大型传媒集团。“大文化”不仅囊括现代文化产业体系，而且还涉及文化产业与旅游、体育、信息、物流等产业融合发展，增加文化含量，延伸产业链，提高附加值。

本次交易服务“打造全媒体的优质内容平台，为用户提供专业且富有价值的文化内容与信息服务”这一战略主线，交易标的在商业模式、产业地位、社会价值、战略匹配、业务协同等方面契合公司战略，标的牢牢围绕“新内容、新技术、新形式”领域，与上市公司原有业务形成的协同效应，夯实公司“全媒体、大文化”战略。

（四）收购掌视亿通与否对公司盈利能力的影响及其收购必要性

1、对公司盈利能力的影响

经测算，假设不购买掌视亿通与维持现有交易模式对上市公司每股收益的影响如下：

	2013 年备考数据	2014 年预测数据
若不购买掌视亿通每股收益(元)	0.3088	0.5125
现有交易模式下每股收益(元)	0.3263	0.5417
增长幅度	5.65%	5.70%

上表可见，相同的交易模式下，购买掌视亿通较不购买更能增厚上市公司每股收益。

2、收购掌视亿通的必要性

掌视亿通基于先进的移动视频压缩及编码技术、丰富的渠道资源和管理经验，是国内领先的运营商视频内容营销与推广平台，也是国视通讯最大的运营商视频内容营销及推广伙伴。掌视亿通具有先进的媒资管理平台、渠道策略平台、渠道数据查询平台具备较强的数据管理和分析能力。

掌视亿通与国视通讯在移动视频领域所具备的丰富资源和运营经验，将华闻传媒由报纸、杂志、广播、互联网电视等媒体向移动互联运营进行了快速延伸，极大地拓宽了公司的媒介资源，实质上是公司实现“移动端+客厅端”视频战略的重要一步。

掌视亿通与国视通讯的加入，使得华闻传媒的全媒体内容平台扩展到稀缺性的移动运营商视频内容营销与推广平台，提升了公司全媒体内容平台的丰富程度，为平台上各个经营主体在版权共享、用户挖掘、资源互通等方面创造了更多的合作机会，也为华闻传媒未来建设国际先进、有吸引力的内容集成与版权交易服务平台打下坚实基础。

四、交易完成后公司的资产、业务整合及人员调整计划

本次交易不影响标的公司员工与标的公司签署的劳动合同关系，原劳动合同关系继续有效。除此之外，公司无针对标的资产的其他资产、业务整合及人员调整计划。

五、其他事项

（一）业绩奖励的会计处理原则

华闻传媒与相关标的公司股东签署的补偿协议涉及奖励条款，上述奖励支出拟采取的会计处理措施及其准则如下：

业绩奖励是为避免标的公司股东及管理层各年在实现承诺利润后缺乏动力而设计，目前尚难以对标的公司承诺期内经营业绩超出预期的可能性和金额做出合理估计，且奖励对象不限于标的公司股东，因而不属于合并过程中的或有对价，应当在每个经营年度结束后根据利润完成情况计算奖励金额预提计入当期管理费用。

（二）标的公司的关键管理人员和核心技术人员以及本次交易后稳定上述人员的相关措施

1、标的公司的关键管理人员及核心技术人员如下：

掌视亿通：丁辉（执行董事，核心技术人员）、董旭光（总经理、核心技术人员）、何峰（副总裁）、俞涛（技术总监、核心技术人员）王亚侠（核心技术人员）、陈显东（核心技术人员）、任立群（核心技术人员）。

精视文化：傅广平（董事长）、应正群（执行总经理）、蔡德春（副总经理）、。

邦富软件：程顺玲（公司总经理）、吕永强（执行副总经理、核心技术人员）、胡西林（副总经理兼财务总监）、田平（副总经理、核心技术人员）、李旭日（研发部经理、核心技术人员）。

漫友文化：金城（公司董事长）、俞涌（董事兼总经理）、张显峰（副总经理兼董事会秘书）、刘洋（副总经理）、张茜（副总经理）、张东辉（财务负责人）。

2、为稳定上述人员的措施

（1）掌视亿通

当掌视亿通完成净利润预测数目标时，确保在正常业务提成之外，掌视亿通每年将实际净利润数的 8%用于奖励管理层和核心员工，该笔奖金须计入掌视亿通的当期损益。若掌视亿通超额完成净利润预测数目标，奖励比例可适当上调，但最高不得超过当年实际净利润数的 10%；若未完成净利润预测数目标，则掌视亿通不发放管理层和核心员工奖励。

（2）邦富软件

确保在正常业务提成之外，邦富软件每年将净利润的 8%-10%用于奖励管理层和核心员工，该笔奖金需计入邦富软件的当期损益。当邦富软件完成净利润预测数目标时，其对管理层和核心员工的奖励基数为实际净利润数的 8%，超额完成净利润时奖励比例可适当上调，但最高不得超过当年实际净利润数的 10%；若未完成净利润预测数目标，且实际净利润完成率达到 80%以上时，对管理层和核心员工的奖励基数为实际净利润的 8%，奖励金额按实际净利润完成率比例进行扣减，但实际净利润完成率低于 80%时，邦富软件不发放管理层和核心员工奖励。

（3）漫友文化

1) 若漫友文化补偿期内经审计的累计实际净利润数超过 11,200.00 万元（不

含本数),则漫友文化将超出 11,200.00 万元部分的 20%以现金方式用于对漫友文化管理层奖励,并于补偿期结束之日起 6 个月内全部奖励给漫友文化管理层。

2) 若漫友文化业绩完成率(指实际净利润数与净利润预测数或漫友文化董事会确定的年度净利润目标数之比,下同)为 100%,则漫友文化按经审计的实际净利润数的 4%向其管理层发放年度奖励;若漫友文化业绩完成率超过 100%,则漫友文化向其管理层发放年度奖励的计算公式为:当年奖励金额=漫友文化当年实际净利润数 $\times$ 业绩完成率 $\times$ 4%,但当年奖励金额最高不超过当年漫友文化实际净利润数的 5%;若漫友文化业绩完成率达到 90%以上但未达到 100%,则漫友文化向其管理层发放年度奖励的计算公式为:当年奖励金额=漫友文化当年实际净利润数 $\times$ 【4%-(1-业绩完成率) $\times$ 10%】;若漫友文化业绩完成率低于 90%,则漫友文化当年不向其管理层发放奖励。

(3) 本次重组完成后,金城、俞涌、张显峰、刘洋、张茜等管理层仍分别持有漫友文化 10%、0.70%、0.24%、0.24%、0.24%股权。

除以上激励机制和作为本次交易对方的管理层所认购的华闻传媒股份按协议约定进行锁定外,掌视亿通、邦富软件、漫友文化的核心人员和高级管理人员均在相应的标的公司服务三年以上,对相应标的公司的文化高度认同,愿意与相应标的公司共同成长。基于此,公司认为,相关交易标的资产的技术队伍及其高级管理人员保持相对稳定的依据是充分、合理的。

第十节 财务会计信息

本节部分合计数与各数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是因为四舍五入所造成。本报告书中上市公司各年财务数据的列示和分析均采用各年当期的《审计报告》数据。

一、交易标的最近两年一期合并财务报表

（一）掌视亿通⁹

北京风网信息技术有限公司（以下简称“风网信息”）及其关联方风网科技（北京）有限公司、北京蓝色大门影视文化传播有限公司、多乐天下（北京）科技有限公司、北京鼎木宏兴科技有限公司（以下简称“风网信息及其关联公司”）主要从事付费手机视频的内容分销及推广业务。为清晰的反映业务经营成果，风网信息及其关联公司决定对业务进行剥离，于 2013 年 10 月成立掌视亿通，将付费手机视频的内容分销及推广业务注入掌视亿通，自掌视亿通成立之日，风网信息及其关联公司不再从事该业务。

鉴于华闻传媒拟购买掌视亿通股权，而掌视亿通成立时间较短，为体现与掌视亿通未来价值判断有关的历史财务信息，故假设付费手机视频的内容分销及推广业务于 2012 年 1 月 1 日已经注入掌视亿通，且在 2012 年 1 月 1 日至 2014 年 3 月 31 日止期间内无重大改变，以此假定的业务架构为会计主体编制备考财务报表。

1、根据立信出具的《审计报告》（信会师报字[2014]第 310326 号），掌视亿通最近一年一期简要合并财务报表如下：

（1）简要资产负债表

单位：万元

⁹ 由于掌视亿通系 2013 年 10 月新设立的公司，因此，此处对掌视亿通提供最近一年一期的财务报表。

项 目	2014年3月31日	2013年12月31日
流动资产	17,867.97	13,585.54
非流动资产	90.20	71.56
资产总计	17,958.17	13,657.11
流动负债	2,148.76	841.24
非流动负债	-	-
负债合计	2,148.76	841.24
归属于母公司所有者权益合计	15,809.41	12,815.86
所有者权益合计	15,809.41	12,815.86

(2) 简要利润表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度
营业收入	6,556.05	1,579.74
营业利润	3,992.48	1,048.58
利润总额	3,992.48	1,048.58
净利润	2,993.55	786.40
归属于母公司所有者的净利润	2,993.55	786.40

(3) 简要现金流量表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	-2,534.26	-87.76
投资活动产生的现金流量净额	70.51	-6.39
筹资活动产生的现金流量净额	-	12,000.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-
现金及现金等价物净增加额	-2,463.75	11,905.85
期初现金及现金等价物余额	11,905.85	-
期末现金及现金等价物余额	9,442.10	11,905.85

2、根据立信出具的《备考审计报告》（信会师报字[2014]第310325号），掌视亿通最近二年一期简要备考合并财务报表如下：

(1) 简要资产负债表

单位：万元

项 目	2014年3月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
流动资产	17,867.97	13,585.54	6,902.51
非流动资产	90.2	71.56	88.99
资产总计	17,958.17	13,657.11	6,991.50
流动负债	2,148.76	841.24	3,771.05

非流动负债	-	-	-
负债合计	2,148.76	841.24	3,771.05
归属于母公司所有者 权益合计	15,809.41	12,815.86	3,220.44
所有者权益合计	15,809.41	12,815.86	3,220.44

(2) 简要利润表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度	2012年度
营业收入	6,556.05	23,057.27	12,886.97
营业利润	3,992.48	9,573.46	4,247.59
利润总额	3,992.48	9,575.86	4,224.88
净利润	2,993.55	7,181.90	3,220.44
归属于母公司所有者的 净利润	2,993.55	7,181.90	3,220.44

(二) 精视文化

常州市蓝媒广告有限公司、成都城市纵横广告有限公司、成都格局广告有限公司、成都智者广告有限公司、济南精准广告传媒有限公司、南京海巍文化传播有限公司、南京岩祺文化传播有限公司、青岛精视广告有限公司、青岛友服文化传媒有限公司、山西大瀚广告有限公司、山西求索文化传播有限公司、山西友服传媒有限公司、上海兰媒文化传播有限公司、石家庄大瀚广告有限公司、四川二十一城广告有限公司（以下简称“业务注入方”）和精视文化主要从事楼宇及电梯广告业务。经协商，业务注入方股东及精视文化股东决定对各公司拥有的楼宇及电梯广告业务进行整合。2013年10月，业务注入方将楼宇及电梯广告业务注入精视文化，业务注入方不再承接相关业务。

鉴于华闻传媒拟购买精视文化股权，而购买时点距离精视文化进行业务整合时间较短，为体现与精视文化未来价值判断有关的历史财务信息，故假设楼宇及电梯广告业务2012年1月1日已经注入精视文化，且在2012年1月1日至2014年3月31日止期间内无重大改变，以此假定的业务架构为会计主体编制备考财务报表。

1、根据立信出具的《审计报告》（信会师报字[2014]第310330号），精视文化最近两年一期简要合并财务报表如下：

(1) 简要资产负债表

单位：万元

项 目	2014年3月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
流动资产	7,840.62	5,976.95	3,968.42
非流动资产	1,420.58	1,293.46	292.68
资产总计	9,261.20	7,270.42	4,261.10
流动负债	1,572.42	2,443.44	399.61
非流动负债	-	-	-
负债合计	1,572.42	2,443.44	399.61
归属于母公司所有者权益合计	7,688.78	4,826.98	3,861.48
所有者权益合计	7,688.78	4,826.98	3,861.48

(2) 简要利润表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度	2012年度
营业收入	3,467.46	6,386.12	3,392.12
营业利润	1,142.51	2,449.27	798.50
利润总额	1,165.01	2,546.38	888.93
净利润	1,221.80	2,825.49	911.08
归属于母公司所有者的净利润	1,221.80	2,825.49	911.08

(3) 简要现金流量表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度	2012年度
经营活动产生的现金流量净额	-112.82	1,764.08	786.22
投资活动产生的现金流量净额	-116.43	-407.39	-103.02
筹资活动产生的现金流量净额	1,640.00	-1,860.00	-100.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	1,410.75	-503.30	583.20
期初现金及现金等价物余额	963.66	1,466.96	883.76
期末现金及现金等价物余额	2,374.40	963.66	1,466.96

2、根据立信出具的《备考审计报告》（信会师报字[2014]第310331号），精视文化最近二年一期简要备考合并财务报表如下：

(1) 简要资产负债表

单位：万元

项 目	2014年3月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
流动资产	7,840.62	5,976.95	7,616.50
非流动资产	1,420.58	1,293.46	520.07
资产总计	9,261.20	7,270.42	8,136.57
流动负债	1,572.42	2,443.44	4,275.08
非流动负债	-	-	-
负债合计	1,572.42	2,443.44	4,275.08
归属于母公司所有者权益合计	7,688.78	4,826.98	3,861.48
所有者权益合计	7,688.78	4,826.98	3,861.48

(2) 简要利润表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度	2012年度
营业收入	3,467.46	12,970.27	10,311.42
营业利润	1,142.51	5,303.67	3,414.37
利润总额	1,165.01	5,453.12	3,528.74
净利润	1,221.80	4,937.88	2,888.07
归属于母公司所有者的净利润	1,221.80	4,937.88	2,888.07

(三) 邦富软件

根据立信出具的《审计报告》（信会师报字[2014]第310328号），邦富软件甲最近两年一期简要合并财务报表如下：

1、简要资产负债表

单位：万元

项 目	2014年3月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
流动资产	4,348.18	5,568.42	3,240.84
非流动资产	2,110.28	2,058.75	661.02
资产总计	6,458.47	7,627.17	3,901.86
流动负债	768.81	1,940.40	1,162.91
非流动负债	720.00	803.65	-
负债合计	1,488.81	2,744.05	1,162.91
归属于母公司所有者权益合计	4,969.65	4,883.12	2,738.95

所有者权益合计	4,969.65	4,883.12	2,738.95
---------	----------	----------	----------

2、简要利润表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度	2012年度
营业收入	798.58	6,273.93	3,380.50
营业利润	105.04	3,077.97	407.73
利润总额	105.00	3,237.56	503.71
净利润	86.53	2,824.45	435.30
归属于母公司所有者的净利润	86.53	2,824.45	435.30

3、简要现金流量表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度	2012年度
经营活动产生的现金流量净额	-335.19	2,236.47	-371.00
投资活动产生的现金流量净额	-66.18	-1,674.44	-821.73
筹资活动产生的现金流量净额	-803.07	1,062.32	1,100.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	-1,204.44	1,624.36	-92.73
期初现金及现金等价物余额	1,929.03	304.67	397.40
期末现金及现金等价物余额	724.59	1,929.03	304.67

（四）漫友文化

根据立信出具的《审计报告》（信会师报字[2014]第310333号），漫友文化最近两年一期简要合并财务报表如下：

1、简要资产负债表

单位：万元

项 目	2014年3月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
流动资产	14,047.42	14,282.65	12,011.63
非流动资产	321.06	337.43	334.38
资产总计	14,368.49	14,620.08	12,346.01
流动负债	2,872.42	3,376.30	2,799.45
非流动负债	664.31	720.10	669.67
负债合计	3,536.73	4,096.41	3,469.12

归属于母公司所有者权益合计	10,831.75	10,523.67	8,876.89
所有者权益合计	10,831.75	10,523.67	8,876.89

2、简要利润表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度	2012年度
营业收入	2,813.49	15,324.68	14,684.14
营业利润	302.63	1,524.61	160.11
利润总额	360.14	1,838.08	428.34
净利润	308.08	1,646.79	217.62
归属于母公司所有者的净利润	308.08	1,646.79	217.62

3、简要现金流量表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度	2012年度
经营活动产生的现金流量净额	-650.07	504.72	-882.54
投资活动产生的现金流量净额	48.94	-155.80	-21.57
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	4,826.67
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	-601.13	348.92	3,922.56
期初现金及现金等价物余额	6,005.41	5,656.49	1,733.93
期末现金及现金等价物余额	5,404.28	6,005.41	5,656.49

二、上市公司最近一年一期备考合并财务报表

（一）备考财务报表的编制基础

1、本备考财务报表系向特定对象发行股份及支付现金购买资产之目的而编制。本备考财务报表系假设本次收购已于2013年1月1日完成，并依据本次收购完成后的股权架构，以本公司经审计的2013年度、2014年1-3月合并财务报表，以及经审计的邦富软件、漫友文化2013年度、2014年1-3月的财务报表和精视文化、掌视亿通假设相关业务于2012年1月1日已经注入公司而编制的2013年度、2014年1-3月的备考财务报表为基础。

2、本公司拟通过向程顺玲、李菊莲、曾子帆非公开发行股份和支付现金相结合的方式购买邦富软件100%股权，交易各方确认的标的资产价格为人民币

72,000万元。本公司在编制备考财务报表时，按照非公开发行股份37,894,736股，发行价格为人民币13.68元/股，支付现金20,160万元，共计72,000万元确定长期股权投资成本，并据此增加本公司的股本和资本公积。

3、本公司拟通过向金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代、俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、邱月仙、葛重葳、祖雅乐、韩露、丁冰、李凌彪等非公开发行股份和支付现金相结合的方式购买漫友文化85.61%股权，交易各方确认的标的资产价格为人民币34,244万元。本公司在编制备考财务报表时，按照非公开发行股份18,774,115股，发行价格为人民币13.68元/股，支付现金8,561万元，共计34,244万元确定长期股权投资成本，并据此增加本公司的股本和资本公积。

4、本公司拟通过向精视投资、莫昂投资非公开发行股份和支付现金相结合的方式购买精视文化60.00%股权，交易各方确认的标的资产价格为人民币43,200万元。本公司在编制备考财务报表时，按照非公开发行股份18,947,368股，发行价格为人民币13.68元/股，支付现金17,280万元，共计43,200万元确定长期股权投资成本，并据此增加本公司的股本和资本公积。

5、本公司拟通过向西藏风网非公开发行股份和支付现金相结合的方式购买该公司持有的掌视亿通100.00%股权，本公司在编制备考财务报表时，按照非公开发行股份59,144,736股，发行价格为人民币13.68元/股，支付现金49,590万元，共计130,500万元确定长期股权投资成本，并据此增加本公司的股本和资本公积。

（二）审计意见

华闻传媒备考财务报表在所有重大方面已按照备考财务报表附注三所述的编制基础及企业会计准则规定编制，公允反映了华闻传媒2014年3月31日、2013年12月31日的备考财务状况以及2014年1-3月、2013年度的备考经营成果。

（三）上市公司备考合并财务报表

根据立信出具的《备考审计报告》（信会师报字[2014]第310337号），按照本次交易完成后的架构编制的华闻传媒最近一年一期备考简要财务报表如下：

1、简要备考合并资产负债表

单位：万元

项 目	2014年3月31日	2013年12月31日
流动资产	329,659.97	310,154.15
非流动资产	714,093.57	714,836.55
资产总计	1,043,753.53	1,024,990.70
流动负债	161,813.12	180,830.00
非流动负债	85,658.83	84,088.18
负债合计	247,471.95	264,918.18
归属于母公司所有者权益合计	768,994.06	732,719.71
所有者权益合计	796,281.58	760,072.52

2、简要备考合并利润表

单位：万元

项 目	2014年1~3月	2013年度
营业收入	89,563.55	432,581.95
营业利润	42,815.74	114,379.99
利润总额	43,080.56	123,500.00
净利润	36,198.24	106,884.79
归属于母公司所有者的净利润	35,275.45	67,079.63

三、标的资产盈利预测审核报告

根据《重组管理办法》的规定，资产评估机构采用收益现值法、假设开发法等基于未来收益预期的估值方法对拟购买资产进行评估并作为定价参考依据的，上市公司应当在重大资产重组实施完毕后三年内的年度报告中单独披露相关资产的实际盈利数与评估报告中利润预测数的差异情况，交易对方应当与上市公司就相关资产实际盈利数不足利润预测数的情况签署明确可行的补偿协议。

2014年5月16日，本公司与西藏风网、精视投资、莫昂投资、程顺玲、李菊莲、曾子帆、金城、长沙传怡、湖南富坤、北京中技、广东粤文投、广州漫时代

以及俞涌、邵璐璐、刘洋、张显峰、张茜、朱斌、崔伟良、施桂贤、许勇和、曹凌玲、赖春晖、邵洪涛、祖雅乐、邱月仙、葛重葳、韩露、丁冰和李凌彪签署了《盈利预测补偿协议》。

各交易对方承诺标的公司2014年、2015年、2016年净利润情况如下：

单位：万元

标的公司	2014年	2015年	2016年
掌视亿通	9,035.00	11,700.00	15,900.00
精视文化	6,000.00	8,000.00	10,000.00
邦富软件	5,000.00	7,200.00	9,600.00
漫友文化	2,700.00	3,500.00	5,000.00
合 计	22,735.00	30,400.00	40,500.00

如果标的资产实际盈利数不足利润预测利润承诺数的，则按照本公司与各交易对方签署的《盈利预测补偿协议》的规定进行补偿。上述《盈利预测补偿协议》详细内容及具体补偿办法详见本报告书“第六节 本次交易合同的主要内容”之“二、《盈利预测补偿协议》”。

（一）标的资产盈利预测报告的编制基础

标的资产以经审计的经营业绩为基础，根据标的公司的生产经营计划、各项业务收支计划及其他有关资料，考虑市场和业务拓展计划，本着谨慎性原则，经过分析研究而编制的。

（二）标的资产盈利预测报告的审核情况

立信审核了各标的资产编制的2014年度的盈利预测报告，并分别出具了信会师报字[2014]第310327号、信会师报字[2014]第310332号、信会师报字[2014]第310329号、信会师报字[2014]第310334号。其审核依据是《中国注册会计师其他鉴证业务准则第3111号——预测性财务信息的审核》。其审核意见如下：

“根据我们对支持这些假设的证据的审核，我们没有注意到任何事项使我们认为这些假设没有为预测提供合理基础。而且，我们认为，盈利预测表在这些假设的基础上恰当编制的，并按照“盈利预测的编制基础和基本假设”中所述的编制基础进行了列报。

由于预期事项通常并非如预期那样发生，并且变动可能重大，实际结果可能与预测性财务信息存在差异。”

（三）标的资产盈利预测编制的主要基本假设¹⁰

1、盈利预测期间公司所遵循的中央及地方现行的政策、法律、法规以及所处的政治、经济状况无重大变化；

2、盈利预测期间公司所属行业的方针和政策无重大变化，公司所在地区的社会经济环境仍如现实状况无重大变化；

3、盈利预测期间公司提供的劳务涉及的行业与国内市场行情预测趋势无重大变化；

4、盈利预测期间公司的生产经营业务涉及的信贷利率、税收政策以及外汇市场汇价将在正常范围内波动。

5、盈利预测期间公司不会受重大或有负债的影响而导致营业成本的增加；

6、盈利预测期间公司所在地区不会发生重大的通货膨胀；

7、盈利预测期间公司的生产经营计划及财务预算将顺利完成；各项合同能够顺利执行，并与合同方无重大争议及纠纷；

8、发行股份及现金购买资产的事项能够获得重组各方股东大会通过以及中国证券监督管理委员会的核准并得以实施；

9、无其他不可抗力及不可预见因素对公司造成的重大不利影响。

（四）盈利预测表

1、掌视亿通

根据立信出具的《盈利预测审核报告》（信会师报字[2014]第310327号），掌视亿通合并盈利预测基本假设及预测数据如下：

单位：万元

¹⁰ 此处仅列示各审计报告基本假设中共性的部分，详细情况请详细参加各《盈利预测审核报告》

项目	2013年已实现数	2014年预测数		
		1-3月已实现数	4-12月预测数	合计
一、营业收入	1,579.74	6,556.05	19,864.03	26,420.08
二、营业成本	531.16	2,563.57	11,810.47	14,374.04
其中：营业成本	347.62	2,081.79	9,947.09	12,028.88
营业税金及附加	12.39	44.16	110.79	154.95
销售费用	49.20	255.30	623.54	878.84
管理费用	104.56	110.70	930.41	1,041.11
财务费用	-0.18	-5.60		-5.60
资产减值损失	17.57	77.22	198.64	275.86
加：公允价值变动收益				
投资收益				
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
三、营业利润	1,048.58	3,992.48	8,053.56	12,046.04
加：营业外收入				
减：营业外支出				
其中：非流动资产处置损失				
四、利润总额	1,048.58	3,992.48	8,053.56	12,046.04
减：所得税费用	262.18	998.93	2,013.39	3,012.32
五、净利润	786.40	2,993.55	6,040.17	9,033.72

2、精视文化

根据立信出具的《盈利预测审核报告》（信会师报字[2014]第310332号），精视文化合并盈利预测数据如下：

单位：万元

项目	2013年已实现数	2014年预测数		
		1-3月已实现数	4-12月预测数	合计
一、营业总收入	6,386.12	3,467.46	14,881.20	18,348.66
二、营业总成本	3,936.85	2,324.96	8,061.70	10,386.66
其中：营业成本	2,820.44	1,693.78	5,495.70	7,189.48
营业税金及附加	254.26	63.91	510.00	573.91
销售费用	432.69	253.13	863.00	1,116.13

管理费用	328.31	247.95	1,082.00	1,329.95
财务费用	-38.11	-6.19		-6.19
资产减值损失	139.26	72.38	111.00	183.38
加：公允价值变动收益				
投资收益				
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
三、营业利润	2,449.27	1,142.50	6,819.50	7,962.00
加：营业外收入	100.05	32.27		32.27
减：营业外支出	2.94	9.76		9.76
其中：非流动资产处置损失		9.76		9.76
四、利润总额	2,546.38	1,165.01	6,819.50	7,984.51
减：所得税费用	-279.11	-56.79	2,052.92	1,996.13
五、净利润	2,825.49	1,221.80	4,766.58	5,988.38
归属于母公司所有者的净利润	2,825.49	1,221.80	4,766.58	5,988.38
少数股东损益				

3、邦富软件

根据立信出具的《盈利预测审核报告》（信会师报字[2014]第310329号），邦富软件合并盈利预测数据如下：

单位：万元

项目	2013 年已实现数	2014 年预测数		
		1-3 月已实现数	4-12 月预测数	合计
一、营业总收入	6,273.93	798.58	10,395.11	11,193.69
二、营业总成本	3,195.96	693.54	5,026.35	5,719.89
其中：营业成本	1,050.43	216.12	1,734.90	1,951.02
加 营业税金及附加	58.53	12.00	121.83	133.83
销售费用	627.64	212.51	918.39	1,130.90
管理费用	1,324.04	246.05	2,061.39	2,307.44
财务费用	29.94	21.03	57.10	78.13
资产减值损失	105.38	-14.17	132.74	118.57

加：公允价值变动收益				
投资收益				
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
三、营业利润	3,077.97	105.04	5,368.76	5,473.80
加：营业外收入	159.63		236.87	236.87
减：营业外支出	0.05	0.04		0.04
其中：非流动资产处置损失				
四、利润总额	3,237.55	105.00	5,605.63	5,710.63
减：所得税费用	413.10	18.47	700.70	719.17
五、净利润	2,824.45	86.53	4,904.93	4,991.46

4、漫友文化

根据立信出具的《盈利预测审核报告》（信会师报字[2014]第310334号），漫友文化合并盈利预测数据如下：

单位：万元

项目	2013 年已实现数	2014 年预测数		
		1-3 月已实现数	4-12 月预测数	合计
一、营业总收入	15,324.68	2,813.49	16,335.61	19,149.10
二、营业总成本	13,858.94	2,563.10	13,669.59	16,232.69
其中：营业成本	10,869.14	1,973.01	10,970.95	12,943.96
加 营业税金及附加	129.91	9.17	55.97	65.14
销售费用	966.62	236.17	1,019.53	1,255.70
管理费用	1,076.67	255.50	922.39	1,177.89
财务费用	-6.57	-0.43		-0.43
资产减值损失	823.17	89.68	700.75	790.43
加：公允价值变动收益				0.00
投资收益	58.88	52.24		52.24
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				0.00

三、营业利润	1,524.62	302.63	2,666.02	2,968.65
加：营业外收入	351.68	57.55		57.55
减：营业外支出	38.22	0.04		0.04
其中：非流动资产 处置损失	0.04	0.04		0.04
四、利润总额	1,838.08	360.14	2,666.02	3,026.16
减：所得税费用	191.29	52.06	266.60	318.66
五、净利润	1,646.79	308.08	2,399.42	2,707.50

四、上市公司备考合并盈利预测审核报告

根据立信出具的《盈利预测审核报告》（信会师报字[2014]第310338号）按照本次交易完成后的架构编制的华闻传媒备考合并盈利预测数据如下：

单位：万元

项 目	2013 年 已实现数(A)	2013 年 已实现数(B)	2014 年预测数		
			1-3 月已实现 数	4-12 月预测 数	合计
一、营业总收入	436,711.82	450,047.32	90,812.07	393,647.71	484,459.78
二、营业总成本	361,243.28	329,092.42	75,497.09	296,916.02	372,413.11
其中：营业成本	250,945.09	256,115.68	53,290.70	203,287.92	256,578.62
营业税金及附加	10,774.46	11,058.94	1,307.89	6,613.45	7,921.34
销售费用	57,707.48	59,602.44	11,777.51	51,650.55	63,428.06
管理费用	34,685.07	36,536.63	8,069.81	27,831.60	35,901.41
财务费用	4,580.19	4,578.87	839.03	6,080.42	6,919.45
资产减值损失	2,550.99	2,530.87	212.15	1,452.08	1,664.23
加：公允价值变动收益	-444.48	-444.48	-423.74	423.74	
投资收益	41,711.50	41,775.49	28,493.45	4,932.70	33,426.15
其中：对联营企业 和合营企业的投资收益	-1,174.17	-1,174.17	-714.63	2,320.28	1,605.65
三、营业利润	116,735.56	120,954.91	43,384.69	102,088.13	145,472.82
加：营业外收入	9,683.51	9,683.51	303.81	311.12	614.93
减：营业外支出	563.5	572.54	39	201.72	240.72
其中：非流动资产处置 损失	91.56	93.18	13.82	120.98	134.8
四、利润总额	125,855.57	130,065.88	43,649.50	102,197.53	145,847.03
减：所得税费用	17,204.10	18,230.54	7,024.56	24,325.48	31,350.04
五、净利润	108,651.47	111,835.34	36,624.94	77,872.05	114,496.99
归属于母公司所有者的净 利润	68,846.31	108,283.91	35,702.16	75,654.75	111,356.91

少数股东损益	39,805.16	3,551.42	922.78	2,217.30	3,140.08
--------	-----------	----------	--------	----------	----------

注：A栏数据系在立信出具的上市公司最近一年一期《备考审计报告》（信会师报字[2014]第310337号）利润表的基础上汇总了上市公司此前并购的国视通讯2013年的利润实现情况；

B栏数据系上市公司2014年3月19日公告的《关于华闻传媒投资集团股份有限公司2013年度备考合并盈利预测实现情况专项审核报告》（信会师报字[2014]第310087号）模拟本次并购的四个标的和此前收购的国视通讯2013年利润实现情况之后的情况。

A、B栏华闻传媒2013年的已实现利润均包含了公司当年处置三六五网股份6,209,316股获得投资收益31,279.97万元。

此处分别提供A、B栏数据的原因系上市公司于2013年12月31日完成2013年度重大资产重组，相关资产的利润情况未能完全反映，为使得2014年的盈利预测审核报告能真实反映本次重组四个标的及国视通讯的利润情况，使之更具可比性，因此分别提供了A、B栏数据。

第十一节 同业竞争和关联交易

一、本次交易对同业竞争的影响

本次交易不会致使公司与实际控制人及其关联企业之间产生同业竞争。本次交易未导致本公司的实际控制人发生变更。公司的实际控制人及其关联企业没有从事与上市公司构成竞争关系的业务。

为保证本次交易完成后交易对方及其关联企业也不拥有或控制与华闻传媒及标的资产存在竞争关系的企业或经营性资产，各交易对方均出具了避免与华闻传媒或交易标的同业竞争的承诺。

二、本次交易对关联交易的影响

（一）本次交易前后本公司关联方变化情况

本次交易完成前，公司与标的公司掌视亿通、精视文化、邦富软件、漫友文化之间不存在关联关系和关联交易，与交易对方之间亦不存在关联关系和关联交易。本次交易完成后，公司的控股股东和实际控制人未发生变化。本次交易将不会新增公司与控股股东、实际控制人及其关联方之间的关联交易。

（二）交易对方避免关联交易的承诺

为避免与华闻传媒产生关联交易，保证全体股东，特别是中小股东的合法权利，各交易对方均出具了避免与华闻传媒进行关联交易的承诺，主要内容如下：

在本次交易完成后，本人（本公司）及本人（本公司）控制的其他公司将尽量减少与华闻传媒发生关联交易。若发生不可避免且必要的关联交易，本人（本公司）及本人（本公司）控制的其他公司与华闻传媒将根据公平、公允、等价有偿等原则，依法签署合法有效的协议文件，并将按照有关法律、法规和规范性文件以及华闻传媒章程之规定，履行关联交易审批决策程序、信息披露义务等相关事宜；确保从根本上杜绝通过关联交易损害华闻传媒及其他股东合法权益的情形发生。

三、关联方资金、资产占用及担保情况

(一) 本次交易完成后，华闻传媒资金、资产被占用的情况

根据立信出具的《备考审计报告》（信会师报字[2014]第310337号），华闻传媒关联方占用华闻传媒资金、资产情况如下：

项目	关联方	2014 年 3 月 31 日	
		账面余额（万元）	占所属科目余额比重（%）
应收账款	消费者导报社	59.80	0.09
	陕西华商豪盛	49.60	0.08
	国视通讯（北京）有限公司	1,214.11	1.92
	国视通讯	5,335.26	8.45
其他应收款	陕西华商豪盛	26,198.09	42.92
其他非流动资产	消费者导报社	500.00	0.74
	证券时报社	48,000.00	71.24
	国广控股	9,000.00	13.36

华闻传媒控股子公司与消费者导报社、陕西华商豪盛、国视通讯（北京）有限公司、国视通讯（上海）有限公司依照市场价格进行交易。华闻传媒控股子公司向消费者导报社购买版面且代理其发行、提供印刷服务，向陕西华商豪盛、国视通讯（北京）有限公司、国视通讯（上海）有限公司提供信息传播服务。未构成关联方非经营性资金占用。

2012 年 7 月 9 日，华闻传媒召开第五届董事会第二十四次会议审议通过了《关于控股子公司陕西华商传媒集团有限责任公司向其子公司华商数码信息股份有限公司提供财务资助的议案》，由华闻传媒控股子公司华商传媒向其子公司华商数码提供资助金额人民币 22,600.00 万元。2012 年 7 月 10 日华商数码与其子公司陕西华商豪盛签订财务资助协议，由华商数码为其提供总额为 7.08 亿元人民币的财务资助，期限从 2012 年至 2015 年 6 月 30 日。华闻传媒于 2012 年 11 月 27 日召开第五届董事会 2012 年第八次临时会议审议通过了《关于华商数码信息股份有限公司转让陕西华商豪盛置业有限公司股权的议案》，陕西华商豪盛不再是华商数码的控股子公司。2012 年 11 月 27 日华商数码与陕西华商豪盛签订财务资助协议之补充协议，陕西华商豪盛按股权转让后的股权比例退回资助款项 41,029.60 万元。截止补充协议签署之日，华闻传媒之子公司华商数码已向

陕西华商豪盛提供了财务资助款 66,714.00 万元。截止 2014 年 3 月 31 日，华闻传媒之子公司华商数码为陕西华商豪盛提供的财务资助本金余额为 26,198.09 万元。前述交易经过董事会审议公告，程序合法，且陕西华商豪盛为子公司之联营企业，款项收回有保证。

华闻传媒之子公司咸阳华商传媒与消费者导报社签订的经营业务授权协议而支付给消费者导报社的保证金人民币 500 万元；华闻传媒之子公司时报传媒与证券时报社签订经营业务授权协议，证券时报社授予时报传媒在经营相关业务时可以使用《证券时报》的商标和商誉的权利而支付给证券时报社的保证金人民币 48,000 万元；华闻传媒之子公司国广光荣支付给国广控股的经营业务授权履约保证金 9,000 万元。以上其他非流动资产均为经营性资金占用。

本次交易前后，仅新增因公司备考的掌视亿通向国视通讯（北京）有限公司、国视通讯（上海）有限公司提供信息传播服务而产生关联交易，其他关联交易均为上市公司原有业务相关。

（二）本次交易完成后，华闻传媒为控股股东及其关联人提供担保的情况

本次交易完成后，华闻传媒及其下属子公司不存在对实际控制人及其关联人提供担保的情况。

第十二节 本次交易对上市公司治理机制的影响

本次交易前，公司已根据《公司法》、《证券法》和中国证监会及深圳交易所的有关要求，建立健全了较为完善的法人治理结构。

本次交易完成后，公司将继续严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规及《公司章程》的要求进一步完善公司治理结构。

一、股东与股东大会

华闻传媒《公司章程》和《股东大会议事规则》已明确规定股东大会的召开和表决程序，包括通知、登记、提案的审议、投票、计票、表决结果的宣布、会议决议的形成、会议记录及其签署、公告等。《公司章程》规定了股东大会对董事会的授权原则。本次交易完成后，公司将继续严格按照《上市公司股东大会规则》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的要求召集、召开股东大会，平等对待所有股东，保证每位股东能充分行使表决权，保证股东大会各项议案审议程序合法及经表决通过的议案得到有效执行。

公司将在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，包括充分运用现代信息技术手段，扩大股东参与股东大会的比例，保证股东大会时间及地点有利于更多的股东参加会议，保障广大股东的知情权和参与权。

二、控股股东、实际控制人与上市公司

华闻传媒《公司章程》中明确规定，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和公司社会公众股股东负有诚信义务。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和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。

本次交易完成后，控股股东国广资产持有本公司股份的比例将由 14.47%，下降至 13.00%，但仍为公司的控股股东，公司控制权未发生变化。一方面，公

司将继续积极督导控股股东、实际控制人严格依法行使出资人的权利，切实履行对公司及其他股东的诚信义务，不直接或间接干预公司的决策和生产经营活动，不利用其控股地位谋取额外的利益；另一方面，公司将严格执行《上市公司股东大会规则》、《公司章程》及《股东大会议事规则》等相关规定，防止控股股东逾越股东大会直接干预公司的经营管理，保证上市公司人员独立、资产独立、机构独立、业务独立以及财务独立。

三、董事与董事会

本次交易完成后，公司将进一步完善董事和董事会制度，确保董事会公正、科学、高效地进行决策；充分发挥独立董事在规范公司运作、维护中小股东的合法权益、提高公司决策的科学性等方面的积极作用。

四、监事与监事会

本次交易完成后，公司将继续严格按照《公司章程》、《监事会议事规则》的要求，为监事正常履行职责提供必要的条件，保障监事会对公司董事、经理、其他高级管理人履行职责的合法、合规性进行监督的权利，维护公司及股东的合法权益。

五、关于信息披露和透明度

公司已制定了《公司信息披露事务管理制度》、《投资者关系管理制度》等规章制度，要求信息披露义务人应当真实、准确、完整、及时地披露信息，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。信息披露义务人应当同时向所有投资者公开披露信息。除按照强制性规定披露信息外，本公司将主动、及时地披露所有可能对股东和其他利益相关者的决策产生实质性影响的信息，保证所有股东有平等获得相关信息的机会。

第十三节 风险因素

投资者在评价本公司此次重大资产重组时，除本报告书的其他内容和与本报告书同时披露的相关文件外，还应特别认真地考虑下述各项风险因素。

一、与本次交易相关的风险

（一）审批风险

本次交易尚需取得国际台审核通过、公司股东大会表决通过以及中国证监会对本次交易事项的核准。

本公司已发出召开临时股东大会通知，并将本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的方案上报至国际台审核；国际台在股东大会召开前 5 个工作日之前出具批复意见；股东大会作出相关决议并公告后 3 个工作日内，公司将按照《格式准则第 26 号》的要求编制申请文件，并委托独立财务顾问向中国证监会申报。

交易方案能否最终获得相关批准或核准存在不确定性。

（二）交易终止风险

公司制定了严格的内幕信息管理制度。公司在本次与交易对方的协商过程中尽可能控制内幕信息知情人员范围，以避免内幕信息的传播，但仍不排除有关机构和个人利用关于本次交易内幕信息进行内幕交易的行为，公司存在因股价异常波动或异常交易可能涉嫌内幕交易而暂停、终止或取消本次交易的风险。

此外，如有权监管机构对协议的内容和履行提出异议从而导致协议的重要原则条款无法得以履行以致严重影响任何一方签署协议时的商业目的，则经各方书面协商一致后发行股份及支付现金购买资产协议可以终止或解除。如交易双方无法就完善交易方案的措施达成一致，则本次交易存在终止的可能。

（三）募集配套资金未能实施或融资金额低于预期的风险

本次交易方案中，华闻传媒拟向不超过 10 名其他特定投资者发行股份募集

配套资金 92,000.00 万元，募集资金总额不超过本次交易总金额（交易对价与募集配套资金之和）的 25%，将用于此次收购中对交易对方的现金对价款的支付。

但受股票市场波动及投资者预期的影响，募集配套资金能否顺利实施存在不确定性。在募集配套资金未能实施或融资金额低于预期的情形下，公司将采用自筹资金（包括债务性融资）等方式自行解决资金需求。

（四）标的资产的估值风险

1、收益法评估结果较资产基础法大幅增值的风险

本次交易是以标的资产的资产评估结果为依据，经交易双方协商确定。本次评估以2014年3月31日为基准日，采用资产基础法与收益法对标的资产掌视亿通、精视文化、邦富软件、漫友文化进行评估，并最终收益法的评估结果作为评估结论。

收益法是从企业未来获利能力考虑其价值，能够更好地反映标的资产的综合获利能力。在收益法评估过程中，评估人员以其收集、整理的大量与行业相关的经济信息、技术信息和政策信息为基础，对标的资产未来的盈利及现金流量水平进行预测。若这些基础信息发生较大变动，则标的资产的评估预测值也将产生较大变动，进而影响标的资产的评估价值。

2、最近三年股权转让价格与本次交易定价存在较大差异的风险

交易标的最近三年发生了多次股权转让和增资情况，除漫友文化2012年8月股权转让和增资价格与本次交易价格较为接近之外，其他股权转让和增资与本次交易价格存在较大差异。股权转让多发生于原公司小股东之间，双方协商确定转让价格，体现了股东意思自治原则；转让双方存在亲属关系或其他关联关系、或履行服务期协议、或依据公司发展战略调整股权架构。转让价格与本次评估值价格之间的差异亦体现了交易标的资产不同时期的资产质量和盈利水平。

本次重大资产重组中相关标的资产采用收益法评估结果，充分考虑了标的资产的竞争实力、盈利能力、未来发展潜力等各项因素的基础上将其未来预期收益折现后得到被评估单位的股东权益价值。同时，交易对方也根据盈利预测出具了补偿承诺，因此本次交易及其价格符合法规要求和商业实质。

综上所述，标的公司历史上的股权交易的背景和定价依据与本次交易存在显著的差异，因此交易价格的差异具有合理性，符合现实的商业逻辑。然而，本次交易价格与前次股权转让价格的差异较大，敬请投资者关注。

3、最近一年现金增资对交易标的估值影响的风险

交易标的掌视亿通、精视文化、邦富软件在最近一年内均进行了现金增资，增资原因系相关股东为相关交易标的出于业务整合或主营业务拓展需要，增资款在短期内均转化为主营业务成本、管理费用、销售费用等科目，相关标的公司的评估时也综合考虑了现金增资对主营业务的影响。但上述增资款客观上起到了降低收购的市净率的作用，敬请投资者关注。

（五）标的资产的盈利预测风险

本次交易盈利预测是根据截至盈利预测报告出具日已知的情况和资料对标的资产及本公司的经营业绩所做出的预测。这些预测系基于一定的假设，并参考了标的公司近期的经营业绩、会计政策等因素，其中部分假设的实现取决于一定的条件，可能会发生变化，相关预测参数也将随市场情况发生变化。同时，意外事件也可能对盈利预测的实现造成重大影响。

（六）本次交易后业务整合风险

1、短期内公司盈利水平不能达到预期的风险

本次交易标的公司掌视亿通、精视文化、邦富软件、漫友文化纳入华闻传媒体系后，公司取得了新的竞争优势，资源配置将进一步优化，盈利能力和市场地位将进一步提升，为公司迅猛发展奠定了基础。但是，由于本次交易后业务和管理整合尚需一定周期，短期内公司盈利水平的提高存在不能达到预期的风险。

2、后续股权收购的风险

本次交易保留了精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权、金城所持有的漫友文化 10%股权未予购买。根据相关协议约定：

（1）若精视文化实现 2014 年、2015 年、2016 年的净利润预测数，则华闻传媒将在 2017 年启动进一步收购精视投资、莫昂投资所持精视文化 35%股权的

程序；

（2）若补偿期届满时，漫友文化补偿期内累计实际净利润数与补偿期内各年的净利润预测数总和之比高于 80%，则在补偿期届满后的一年内，华闻传媒应当根据金城的选择意愿及书面要求以现金支付方式收购金城所持有的漫友文化 10%股权；若漫友文化利润承诺方补偿期内累计补偿金额达到人民币 6,848.8 万元，则当期期末华闻传媒有权收购漫友文化利润承诺方所持漫友文化剩余 14.39%股权，且华闻传媒有权重组漫友文化董事会和管理层。

本次交易完成后，若精视文化、漫友文化出现经营业绩波动而未完成业绩承诺（或业绩承诺的一定比例），精视投资、莫昂投资、金城将不能进一步出售（或以约定的价格）其持有的标的公司股权。若精视文化、漫友文化出现经营状况不佳的不利情形，有可能采取不利于企业长期稳定发展的短期经营行为以提高精视文化、漫友文化当期收入和利润。

保留精视文化及漫友文化部分股权未予购买，在交易设计层面防止了标的公司实行短期经营行为提高当期收入和利润的风险。

尽管如此，上述风险在一定程度上仍将存在。

3、人才流失的风险

本次收购的标的公司均为轻资产企业，对核心技术人员及管理人士的依赖程度较高，保持核心技术人员和管理人士稳定是标的公司生存和发展的根本。若本次交易完成后，标的公司核心技术人员和管理人士大量流失，可能对标的公司长期稳定发展带来一定的不利影响。

针对这一风险，标的公司为核心技术人员和管理人士提供了有竞争力的薪酬，同时建立了与公司业绩挂钩的奖励条款。尽管如此，本次交易完成后，如果上市公司不能对自身人员团队形成有效的管理、建立持续高效的运作体系，将对公司未来的发展形成阻碍，进而造成上市公司的经营业绩波动。

（七）本次交易形成的商誉减值风险

本次交易完成后，在华闻传媒合并资产负债表中将形成一定金额的商誉。根

据《企业会计准则》规定，本次交易形成的商誉不作摊销处理，但需在未来每年年度终了进行减值测试。如果标的公司未来经营状况恶化，则存在商誉减值的风险，从而对华闻传媒当期损益造成不利影响。

（八）标的资产评估大幅增值风险

根据评估结果，本次交易公司拟购买的掌视亿 100%股权、精视文化 60%股权、邦富软 100%股权、漫友文化 85.61%股权所对应的经审计净资产账面价值为 34,665.39 万元，评估值为 279,679.59 万元，增值额为 245,014.20 万元，评估增值率为 706.80%。

对本次标的资产评估结果充分考虑了企业所享受的特许经营权利、资质许可、公司的管理能力、团队协同作用等对股东全部权益价值的影响，同时还考虑了各分项资产是否在企业中得到合理和充分利用、组合在一起时是否发挥了其应有的贡献等因素对企业股东全部权益价值的影响。若上述情况在未来发生较大变动，则将影响到未来标的资产的盈利水平，进而影响其评估结果。尽管对标的资产价值评估的各项假设遵循了谨慎性原则，但标的资产的评估增值幅度较大。

二、标的资产经营风险

（一）掌视亿通面临在线视频挑战的风险

掌视亿通是国内领先的运营商视频内容分销和渠道推广平台，其面临的最大挑战来自在线视频的挑战。虽然运营商视频拥有较为明显的渠道优势以及盈利模式优势，但不完全市场竞争在内容的丰富性和用户的需求满足上存在缺失，在线视频拥有非常丰富的内容版权，将不断增强用户观看的粘性。因此传统互联网视频将对手机牌照方形成越来越大的挑战。

（二）精视文化竞争加剧的风险

精视文化在国内二线城市楼宇广告市场具有较强的竞争力，但在北上广深等一线城市与国内龙头分众传媒相比，仍存在较大差距，如果不能持续保持在部分重点二线城市与竞争对手的竞争优势并与分众传媒在二线城市进行错位竞争，公司的经营业绩可能会受到不利影响。

（三）邦富软件的行业竞争风险

邦富软件所处的舆情监测软件行业目前行业内企业数量众多，鱼龙混杂，真正具备核心技术和竞争力的与邦富软件构成实质竞争的企业数量相对较少。尽管如此，部分竞争对手已经通过上市先于公司进入资本市场，形成了一定的资金优势和人才优势，且在该行业积累了深厚的服务经验。如公司未能抓住舆情服务行业的发展机遇、实现跨越式发展，公司未来的市场空间可能会受到竞争对手的挤压。

（四）漫友文化未来发展瓶颈的风险

漫友文化是中国动漫行业的龙头企业之一，行业内具有相当品牌影响力和行业地位。但公司在开拓互联网及移动互联网的相关动漫业务方面的速度较慢，存在巨大的开发空间。在加快内容策划、产品扩张、漫画家培养、渠道拓展、跨领域合作等方面均迫切需要横向资源的支持。在动漫作品版权方面，需要进一步的提升，以免未来面对作品版权匮乏的发展瓶颈。

（五）政策风险

政策风险指未来国家对企业发展政策调整的风险。目前国家仍对高新技术企业、漫画出版企业发展大力支持，实行补贴或者税收优惠政策。未来，如果国家或地方对前述行业发展的政策出现重大变化，标的公司邦富软件、漫友文化将面临相关的政策风险。

（六）泄密风险

标的公司邦富软件由于其主要针对政府部门，政府采购后并不希望大众知道，而且对采购合同具体条款不希望被泄露出去，一旦公司内部管理不严导致合同泄露可能会影响其业务的进一步发展。

（七）掌视亿通历史盈利记录较短的风险

标的资产掌视亿通成立于 2013 年 10 月，系专为整合原股东运营商视频分销及推广业务而设立。2013 年度和 2014 年 1-3 月，掌视亿通营业收入分别为 1,579.74 万元和 6,556.05 万元，净利润分别为 786.40 万元和 2,993.55 万元。虽然该业务具有较长的盈利记录，且公司出具的备考报表完整体现了该项业务过去两年的真实盈利能力。但交易标的设立时间较短，从而可能对投资者判断掌视亿通未来盈利能力的持续性带来困难，提醒投资者注意该风险。

三、其他风险

（一）资本市场风险

股票市场投资收益与投资风险并存。股票价格的波动不仅受华闻传媒盈利水平和发展前景的影响，而且受国家宏观经济政策调整、金融政策的调控、股票市场的投机行为、投资者的心理预期等诸多因素的影响。华闻传媒本次收购需要有关部门审批且需要一定的时间周期方能完成，在此期间股票市场价格可能出现波动，从而给投资者带来一定的风险。公司的股价可能受宏观经济波动、国家政策变化、股票供求关系变化的影响而背离其内在价值。因此，公司股价的正常波动可能给投资者带来一定的投资收益风险。

（二）其他风险

公司不排除因政治、经济、自然灾害等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

本报告书披露后，公司将继续按照相关法规的要求，及时、准确地披露公司重组的进展情况，敬请广大投资者注意投资风险。

第十四节 其他重大事项

一、本次交易完成后，上市公司资金、资产被实际控制人或其他关联人占用的情形

本次交易完成后，除正常生产经营活动产生的债权、债务外（详细情况请参见本报告书第十一节“同业竞争和关联交易”之“三、关联方资金、资产占用及担保情况”），不存在华闻传媒及下属子公司资金、资产被实际控制人或其他关联人占用的情形。

二、本次交易完成后，上市公司为实际控制人及其关联人提供担保的情形

本次交易完成后，华闻传媒及下属子公司不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情况。

三、本次交易完成后，不存在因本次交易大量增加负债（包括或有负债）的情况

根据立信出具的 2014 年 1~3 月华闻传媒《审计报告》（信信会师报字[2014]第 310287 号）和 2014 年 1~3 月华闻传媒《备考审计报告》（信会师报字[2014]第 310337 号），本次交易前后公司资产、负债变动情况如下：

单位：万元

项目	交易前	交易后
总资产	731,639.02	1,043,753.53
总负债	235,134.23	247,471.95
资产负债率（%）	32.14	23.71

本次交易完成后，公司的资产负债率为 23.71%，比交易前降低 8.43%。且交易完成后，公司负债仍以流动负债为主，因此，本次交易完成后，不存在因本次交易大量增加负债（包括或有负债）的情况。

四、上市公司最近十二个月发生资产交易的情况

上市公司最近十二个月发生的占净资产 5%以上的重大资产交易情况如下：

序号	审议程序	标的资产	交易金额	交易对方	方案进度
1	第六届董事会 2014 年第四次临时会议和 2014 年第一次临时股东大会	购买国视通讯（上海）有限公司 100%股权	28,000 万元	国视通讯（北京）有限公司	董事会和股东大会审议通过，尚未办理工商过户手续
2	第六届董事会 2013 年第七次临时会议和 2013 年第三次临时股东大会	购买澄怀科技 100%股权	69,800 万元	拉萨澄怀、拉萨观道、天津大振	工商变更登记手续已完成
3	第六届董事会	购买华商传媒	99,900 万元	新疆锐盈	工商变更登记

	2013 年第七次临时会议和 2013 年第三次临时股东大会	八家附属公司的少数股东权益			手续已完成
4	第六届董事会 2013 年第七次临时会议和 2013 年第三次临时股东大会	购买华商传媒 38.75%股权	145,312.5 万元	华路新材、上海常喜、上海大黎	工商变更登记手续已完成
5	第六届董事会 2013 年第四次临时会议和 2013 年第二次临时股东大会	处置海南民生长流油气储运有限公司 100% 的股权	71,800 万元	北京首都开发股份有限公司	工商变更登记手续已完成

上述资产交易系基于华闻传媒战略发展需要而逐步实施的，其中购买华商传媒及其八家附属公司的少数股东权益，旨在改善公司治理结构；购买澄怀科技 100% 股权、国视通讯（上海）有限公司 100% 股权，将有效拓展公司的产品宽度，增加新的盈利增长点；以上资产交易与本次重组方案无关。

五、公司股票连续停牌前股价波动情况的说明

按照中国证监会《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》的要求，华闻传媒对股票连续停牌前股价波动的情况进行了自查，结果如下：

2014 年 3 月 12 日华闻传媒因重要事项需公告，公司股票自 2014 年 3 月 12 日起停牌，待公司重要事项公告后复牌；2014 年 3 月 19 日华闻传媒公告正在筹划非公开发行股份购买资产的重大资产重组事项，公司股票自 2014 年 3 月 19 日起继续停牌。

华闻传媒股票连续停牌前第 21 个交易日（2014 年 2 月 11 日）的收盘价格为 13.57 元。华闻传媒股票连续停牌前一交易日（2014 年 3 月 11 日）的收盘价格为 13.26 元，停牌前 20 个交易日累计涨幅为-2.28%。

2014 年 2 月 11 日深圳成份指数（399001）收盘为 7838.12 点，2014 年 3 月 11 日深圳成份指数收盘为 7212.57 点，累计涨幅为-7.98%；2014 年 2 月 11 日深圳文化传播指数（399248）收盘为 1613.07 点，2014 年 3 月 11 日深圳文化传播指数收盘为 1446.53 点，累计涨幅-10.32%。

剔除大盘因素后，华闻传媒股票连续停牌前 20 个交易日累计涨幅为 5.70%；剔除同行业板块因素后，华闻传媒股票在本次重组停牌前 20 个交易日累计涨幅为 8.04%，均未达到《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》（证监公司字[2007]128 号）第五条规定的相关标准。

六、本次交易相关各方及相关人员在公司股票停牌前 6 个月至重组报告书公布日期间买卖上市公司股票的情况

根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则—第 26 号上市公司重大资产重组申请文件》（证监会公告[2008]13 号）、《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》（证监公司字[2007]128 号）以及深圳交易所《信息披露业务备忘录第 13 号—重大资产重组》等相关要求，本公司对本次交易相关内幕信息知情人及其直系亲属是否利用该消息进行内幕交易进行了核查。

因重要事项公司股票于 2014 年 3 月 12 日～18 日期间停牌；因策划重大资产重组事项，公司股票于 2014 年 3 月 19 日起继续停牌；公司确定的自查期间为自 2013 年 9 月 12 日至 2014 年 3 月 12 日。

公司确定的核查范围包括：本公司、本公司的董事、监事、高级管理人员及其直系亲属；交易对方、交易对方的主要负责人及其直系亲属；本次交易的各中介机构、各中介机构的经办人员及其直系亲属（以下简称“自查对象”）。

经核查，高宁（系国广环球传媒控股有限公司监事毕建国之妻）于 2013 年 12 月 24 日以 11.18 元/股价格买入华闻传媒 700 股股票，并于 2014 年 1 月 16 日以 12.14 元/股价格全部卖出。至此，高宁不再持有华闻传媒股票。

针对上述买卖情况，高宁、毕建国及国广控股分别作出了说明。

高宁作出以下说明：本人上述买卖股票行为系个人基于股票二级市场情况自行判断并决定的个人投资行为，未咨询过毕建国，与华闻传媒本次重大资产重组无任何关联性。在上述买卖股票期间以及 2014 年 3 月 12 日华闻传媒股票停牌前，本人对华闻传媒拟进行本次重大资产重组事宜完全不知情，不存在利用内幕信息进行内幕交易的情形。若上述买卖华闻传媒股票的行为被有关部门认定有不当之处，本人自愿将获利部分全额上交华闻传媒。

毕建国作出以下说明：本人是在 2014 年 3 月 12 日华闻传媒股票停牌后才知悉华闻传媒拟进行重大资产重组事宜；且华闻传媒股票停牌前后，本人并未参与华闻传媒本次重大资产重组事宜的讨论与决策。高宁买卖华闻传媒股票是其根据股票二级市场情况，自行判断并决定的个人投资行为，本人对高宁的上述买卖行为也不知晓。本人之妻高宁上述买卖华闻传媒股票行为，与华闻传媒本次重大资产重组无任何关联性，不存在利用内幕信息进行内幕交易的情况。若高宁上述买卖华闻传媒股票的行为被有关部门认定有不当之处，高宁自愿将获利部分全额上交华闻传媒。

国广控股作出以下说明：华闻传媒股票停牌前后，本公司监事毕建国均未参与过本次重组事项的讨论和决策。华闻传媒股票停牌前，毕建国及其妻并不知悉本次重组事项及相关信息。高宁女士买卖华闻传媒股票系其本人对本次重组信息不知情情况下的个人行为，与本次重组之间不存在任何关联性；不存在利用内幕信息进行内幕交易的情况。

针对上述高宁女士买卖公司股票情况，公司特作出以下说明：

公司股票停牌前后，国广控股监事毕建国均未参与过本次重组事项的讨论和决策。公司股票停牌前，毕建国及其妻并不知悉本次重组事项及相关信息。高宁女士买卖华闻传媒股票系其本人对本次重组信息不知情情况下的个人行为，与本次重组之间不存在任何关联性；不存在利用内幕信息进行内幕交易的情况。

除上述交易外，根据中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司提供的交易查询结果，核查范围内人员在核查期间不存在买卖本公司股票的行为。

七、其他影响股东及其他投资者做出合理判断的、有关本次交易的所有信息

交易完成后，上市公司将继续遵循《公司章程》中制定的利润分配政策，积极对上市公司股东给予回报。《华闻传媒公司章程》中关于公司利润分配主要政策如下：

（一）利润分配原则

公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的长远及可持续发展，利润分配政策应保持连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。公司制定利润分配政策尤其是现金分红政策时，应当履行必要的决策程序。公司董事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中，应当通过多种渠道充分听取并考虑独立董事和中小股东的意见。公司应当优先采用现金分红的利润分配方式。

（二）利润分配的形式和期间间隔

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合等方式分配股利，原则上每年度进行一次现金分红，公司可以根据公司盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红或发放股票股利。

（三）公司利润分配的依据

公司利润分配的依据为母公司可供分配的利润。

（四）利润分配的条件和比例

1. 现金分红条件

公司实施现金利润分配应至少同时满足以下条件：

（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）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）满足公司正常生产经营的资金需求，且无重大资金支出安排等事项发生（募集资金项目除外）。重大资金支出安排是指公司未来十二个月计划对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

在上述条件同时满足时，公司应采取现金方式分配利润。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，且最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。未分配的可分配利润可留待以后年度进行分配，并用于保证公司的正常生产经营和支持公司的可持续发展。具体以现金方式分配的利润比例由董事会根据公司经营状况和有关规定拟定，经股东大会审议通过后实施。

2. 股票股利分配条件

公司可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司总股份数合理的前提下，为保持总股份数扩张与业绩增长相匹配，采取发放股票股利等方式分配股利。公司在确定以发放股票股利方式分配利润的具体金额时，应充分考虑以发放股票股利方式分配利润后的总股份数是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相匹配，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

在公司经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股份规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，公司可以在依据上述现金分红条件提出现金分红预案的同时，提出股票股利分配预案。

3. 现金分红在利润分配中所占的比例

公司进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占的比例不低于 20%。

公司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，并按照本章程规定的程序，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，现金分红在本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，现金分红在本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，现金分红在本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。

（五）利润分配方案的审议程序

公司董事会根据既定的利润分配政策制订利润分配方案的过程中，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例等事宜，形成利润分配方案。利润分配方案拟定后应提交董事会和监事会审议。董事会应就利润分配方案的合理性进行充分讨论，并形成专项决议。独立董事应就利润分配方案发表明确独立意见。监事会应就利润分配方案形成专项决议。

公司因特殊情况不进行现金分红时，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。公司最近三年未进行现金利润分配的，不得向社会公众增发新股、发行可转换公司债券或向原有股东配售股份。

股东大会审议利润分配方案时，公司应开通网络投票方式，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(包括但不限于电话、传真和邮件沟通、筹划投资者接待日或邀请中小股东参会等)，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

(六) 利润分配政策的调整

公司的利润分配政策不得随意变更。公司如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化的，可对利润分配政策进行调整。公司调整利润分配政策应由董事会做出专题论述，详细论证调整理由，形成书面论证报告和专项决议，经独立董事审核并发表意见后提交股东大会审议。

监事会应对利润分配政策调整方案进行审议，并形成专项决议。

公司利润分配政策的调整需提交公司股东大会审议，股东大会须以特别决议通过。股东大会审议利润分配政策调整方案时，应开通网络投票方式。

(七) 利润分配的信息披露机制

公司应当在定期报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，说明是否符合本章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

(八) 存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

第十五节 独立董事、法律顾问和财务顾问对本次交易的结论性意见

一、独立董事意见

本公司独立董事发表意见如下：

一、本次重大资产重组符合国家有关法律法规和政策的规定，遵循了公开、公平、公正的原则，没有损害公司及全体股东的利益，没有损害中小股东的利益。

二、本次重大资产重组不构成关联交易。本次重大资产重组报告书（草案）相关事项经 2014 年 5 月 16 日召开的公司第六届董事会 2014 年第五次临时会议审议通过，董事会会议的召开程序、表决程序符合相关法律、法规及《公司章程》的规定，履行了法定程序。

三、公司本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金，不会影响公司的独立性，将有利于优化公司业务结构，增强公司的盈利能力，增强公司的核心竞争力和持续发展能力。本次重大资产重组完成后，公司的资产规模、持续盈利能力、抗风险能力和核心竞争力均能够得到较大幅度的提高，符合公司及全体股东的利益。

四、对本次重大资产重组的标的资产评估情况的意见：

（一）本次重大资产重组聘请的评估机构中和资产评估有限责任公司具有从事证券、期货相关业务资格，具有丰富的业务经验，具备足够的胜任能力。该机构及经办人员与公司及公司本次交易对象、标的资产之间不存在关联关系，不存在除专业收费外的现实的和预期的利害关系，具有独立性。本次评估机构的选聘程序符合法律及《公司章程》的规定。

（二）评估机构和评估人员对标的资产进行评估所设定的评估假设前提和限制条件按照国家有关法规和规定执行，遵循了市场通用的惯例或准则，符合评估对象的实际情况，评估假设前提、评估价值分析原理、采用的模型、选取的折现率和业绩增长率等重要评估参数符合标的资产实际情况，预期各年度收益和现金流量评估依据及评估结论等具有合理性。

（三）评估机构在评估方法选取方面，综合考虑了标的资产行业特点和资产

的实际状况，评估方法选择恰当、合理。标的资产的评估结果公允地反映了标的资产的市场价值，评估结论具有合理性及公允性。公司拟购买资产的交易价格以评估值为基础确定，定价合理、公允，不会损害公司及公司中小股东利益。

五、本次重大资产重组标的资产的交易价格以标的资产在评估基准日的评估值为基础，由各方协商确定。标的资产的定价原则符合相关法律法规的规定，不存在损害公司及其他股东特别是中小股东利益的情形。

六、本次《重大资产重组报告书（草案）》、《发行股份及现金购买资产协议》、《标的资产盈利预测补偿协议》等符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》、《上市公司证券发行管理办法》及其他有关法律、法规和中国证监会颁布的规范性文件的规定，有利于公司长远发展，符合本公司及全体股东的利益。

七、本次重大资产重组尚需获得公司股东大会审议批准和中国证监会核准。

综上，本次重大资产重组符合国家有关法律、法规和政策的规定，遵循了公开、公平、公正的准则，交易定价公允、合理，符合法定程序，也符合公司和全体股东的利益，对全体股东公平、合理。我们同意公司进行本次重大资产重组，并同意将相关议案提交公司股东大会审议。

二、法律顾问意见

本公司聘请北京国枫凯文律师事务所作为本次交易的法律顾问，北京国枫凯文律师事务所出具的法律意见书认为：

本次重组符合《公司法》、《证券法》、《重组办法》等有关法律、法规及规范性文件的规定。

（一）本次重组构成重大资产重组，重组方案符合《重组办法》等相关法律、行政法规及规范性文件的要求。

（二）本次重组各方为依法设立并有效存续的企业法人/合伙企业或具有完全民事行为能力的自然人，不存在根据法律、行政法规和其他规范性文件及《公司章程》/《合伙协议》规定需要终止的情形，具备参与本次重组的主体资格。

（三）本次重组已取得现阶段必要的批准和授权。

（四）本次重组符合《重组办法》所规定的实质性条件。

（五）本次重组各方签署的相关协议为各方真实意思表示；内容符合法律、法规及相关规范性文件的规定；该等协议待约定的生效条件成就时生效。

（六）本次重组之各标的公司为依法设立、有效存续的公司法人，各标的公司的股权权属清晰、真实、合法；标的资产定价公允，不存在损害华闻传媒和股东合法权益的情形。

（七）本次重组不涉及债权债务处置与转移，也不涉及人员安置问题。

（八）截至本法律意见书出具日，华闻传媒就本次重组履行了现阶段应履行的法定的信息披露和报告义务，不存在应披露而未披露的合同、协议或安排。

（九）核查期间内，除国广控股监事毕建国之妻高宁在核查期间存在买卖华闻传媒股票行为外，本次重组相关各方、中介机构和相关知情人员及其直系亲属，不存在买卖华闻传媒股票的情况。高宁买卖华闻传媒股票的行为与本次重组不存在关联关系，不构成内幕交易，对本次重组不构成法律障碍。

（十）本次重组的相关中介机构均具有合格资质且具备独立性。

（十一）本次重组尚需取得本法律意见书第十二章所述的授权与批准。

三、独立财务顾问意见

本公司聘请民生证券作为本次交易的独立财务顾问。根据民生证券出具的独立财务顾问报告，对本次交易总体评价如下：

- 1、本次交易符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定；
- 2、本次交易后上市公司仍具备股票上市的条件；
- 3、本次交易所涉及的资产和股份定价合理，所选取的评估方法适当、评估假设前提合理；
- 4、本次拟购买的标的资产权属清晰，资产过户或者转移不存在法律障碍，相关债权债务处理合法；

5、本次交易完成后有利于提高上市公司资产质量、改善华闻传媒财务状况和增强持续盈利能力，本次交易有利于上市公司的持续发展、不存在损害股东合法权益的问题；

6、本次交易完成后上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与实际控制人及关联方将继续保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定；华闻传媒治理机制仍旧符合相关法律法规的规定；有利于上市公司形成或者保持健全有效的法人治理结构；

7、本次交易不构成关联交易；交易对方与上市公司就相关资产实际盈利数不足利润预测数情况的补偿安排切实可行、合理；

8、截至财务顾问报告签署日，本次交易不存在交易对方对拟购买资产的非经营性资金占用。

第十六节 相关中介机构

一、独立财务顾问

民生证券股份有限公司

法定代表人：余政

地 址：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 19 层

电 话：010—85127410

传 真：010—85127940

联 系 人：施健、臧晨曦、张颢桢

二、审计机构

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：朱建弟

地 址：上海市南京东路 61 号 4 楼

电 话：021—63391166

传 真：021—63392558

注册会计师：高敏、谢晖

三、法律顾问

北京国枫凯文律师事务所

负 责 人：张利国

地 址：北京市西城区金融大街一号 A 座 12 层

电 话：010—88004488

传 真：010—66090016

经 办 律 师：李大鹏 何敏

四、资产评估机构

中和资产评估有限公司

法定代表人：杨志明

地 址：北京市东城区朝阳门北大街 8 号豪华大厦 A 座 13 层

电 话：010-58383636

传 真：010-65547182

注册资产评估师：徐敬旗、赵志银

第十七节 董事及相关中介机构声明

华闻传媒投资集团股份有限公司全体董事、民生证券股份有限公司、立信会计师事务所（特殊普通合伙）、北京国枫凯文律师事务所、中和资产评估有限公司对本报告书内容及本次资产重组之申请文件分别出具了相应的声明。

公司全体董事声明

本公司及全体董事承诺本报告书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别或连带的法律责任。

全体董事签名：

温子健_____

汪方怀_____

刘东明_____

杨 力_____

吕聚杰_____

金伯富_____

李慧中_____

李志勇_____

陈建根_____

华闻传媒投资集团股份有限公司

2014 年 5 月 30 日

独立财务顾问声明

本公司及本公司经办人员同意华闻传媒投资集团股份有限公司在《华闻传媒投资集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书(草案)》中引用本公司出具的独立财务顾问报告的内容,本公司及本公司经办人员保证,所引用内容已经本公司及本公司经办人员审阅,确认该报告书不致因前述引用内容,而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

法定代表人 :

余政

项目主办人 :

施健

臧晨曦

项目协办人 :

张颢桢

民生证券股份有限公司

2014 年 5 月 30 日

会计事务所声明

本所及经办会计师保证由本所同意华闻传媒投资集团股份有限公司在《华闻传媒投资集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书（草案）》中引用的经本所审计或审核的相关财务数据，确认《华闻传媒投资集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书（草案）》不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所法定代表人（或授权代表）：_____

朱 建 弟

经办注册会计师：_____

高 敏、

谢 晖

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2014 年 5 月 30 日

法律顾问声明

本所及经办律师保证由本所同意华闻传媒投资集团股份有限公司在《华闻传媒投资集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书（草案）》中引用的法律意见书内容已经本所审阅，确认《华闻传媒投资集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书（草案）》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（或授权代表）：_____

张利国

经办律师：_____

李大鹏

何敏

北京国枫凯文律师事务所

2014 年 5 月 30 日

资产评估机构声明

本机构及经办评估师保证由本机构同意华闻传媒投资集团股份有限公司在《华闻传媒投资集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书（草案）》中引用的评估报告已经本机构审阅，确认《华闻传媒投资集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书（草案）》不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构法定代表人（或授权代表）：_____

杨志明

经办资产评估师：_____

徐敬旗

赵志银

中和资产评估有限公司

2014 年 5 月 30 日

第十八节 备查文件

一、备查文件

- 1、华闻传媒关于本次交易的董事会决议；
- 2、华闻传媒关于本次交易的独立董事意见；
- 3、华闻传媒与各交易对方签署的《发行股份及现金购买资产协议》以及《盈利预测补偿协议》；
- 4、立信出具的标的资产审计报告；
- 5、立信出具的标的资产盈利预测审核报告；
- 6、立信出具的华闻传媒备考财务报告审核报告；
- 7、立信出具的华闻传媒备考盈利预测审核报告；
- 8、中和评估出具的标的资产评估报告及评估说明；
- 9、国枫凯文出具的法律意见书；
- 10、民生证券出具的独立财务顾问报告。

二、备查地点

投资者可在本报告书刊登后至本次交易完成前的每周一至周五上午 9:30～11:30，下午 2:30～5:00，于下列地点查阅上述文件。

1、华闻传媒投资集团股份有限公司

地址：海南省海口市海甸四东路民生大厦

电话：0898—66254650 66196060

传真：0898—66254650 66255636

联系人：金日、邱小妹

2、民生证券股份有限公司

地址：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 19 层

电话：010—85127410

传真：010—85127940

联系人：施健、臧晨曦、张勰桢

投资者亦可在中国证监会指定网站巨潮网（<http://www.cninfo.com.cn>）查阅本报告书全文。