

同方股份有限公司 对外投资公告(一)

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要提示：

1、投资标的名称：通过增资北京同方电子商务有限公司，由其参持上海东方希杰商务有限公司；

2、投资金额和比例：出资 16725 万元增资北京同方电子商务有限公司并由其出资 1950 万美元参持东方希杰商务 25%股权；

3、投资期限：董事会通过后投资。

特别风险提示：

1、投资标的本身存在的风险包括：市场竞争风险；合作方风险；经营管理风险。

2、投资可能未获批准的风险：上述投资事宜属于董事会审批权限范围之内，无需股东大会审议。

一、对外投资概述

1、对外投资的基本情况

公司拟出资 16725 万元增资北京同方电子商务有限公司并由其出资 1950 万美元参持东方希杰商务 25%股权。

公司通过增资同方商务公司参持东方希杰的相关协议尚未签署。本次投资不构成关联交易。

2、董事会审议情况

上述投资事宜已经公司于 2008 年 10 月 29 日召开的第四届董事会第二十一次会议

审议批准。上述议案均以同意票 7 票，反对票 0 票，弃权票 0 票通过。

3、投资行为生效所必需的审批程序

上述投资事宜属于董事会审批权限范围之内，无需股东大会审议。

二、投资协议主体的基本情况

上海东方希杰商务有限公司系上海文广传媒有限公司联合韩国 CJ Home Shopping 株式会社共同设立的专业从事家庭购物业务的公司。

1、上海文广传媒有限公司系上海文广新闻传媒集团合并全资子公司。上海文广新闻传媒集团(SMG 集团)筹建于 2001 年 8 月，是国内较大的华语传媒娱乐集团之一，是一家集广播、电视、报刊、网络等于一体的多媒体集团。2007 年 SMG 集团总收入达到 50 亿元。

2、韩国 CJ Home Shopping 株式会社为韩国著名的家庭购物上市公司，经营范围为电视家庭购物、互联网购物和目录购物，2007 年公司总销售额达到 1523 亿韩元。公司在 6 年中，电视购物的营业额增长了 70 多倍，成为韩国第二大电视购物公司。公司拥有雄厚的家庭购物基础设施，包括每天 24 小时播出电视购物节目的专有频道(其中每天 19 小时直播，5 小时录播)，专业的网上购物中心，月发行量达 200 万册的导购刊物，千余个坐席的呼叫中心，以及配送中心，在韩国广大消费者心目中赢得了较高的盛誉。

三、投资标的的基本情况

上海东方希杰商务有限公司成立于 2004 年 1 月，注册资本 1000 万美元，系上海文广传媒有限公司联合韩国 CJ Home Shopping 株式会社共同设立的专业从事家庭购物业务的公司。其通过电视购物、网络购物、目录购物三大业务形式，开展家庭购物业务，主要面向上海及长三角地区。2007 年东方希杰实现收入 7.97 亿元，净利润 2202 万元，2008 年 1-6 月，东方希杰实现收入 5.66 亿元，净利润 2520 万元。截至 2008 年 6 月 30 日，东方希杰资产总计 2.00 亿元，净资产 1.06 亿元。

根据东方希杰的财务预测，预计其于 2009 年将实现净利润 1.08 亿元，同时参考同行业市盈率水平，公司以 5 倍市盈率定价确定投资额，拟出资 16725 万元增资北京同方电子商务有限公司并由其出资 1950 万美元参持东方希杰商务 25%股权。增资完成后，东方希杰注册资本增为 1345 万美元，其中上海文广传媒有限公司持有其 45%的股权，韩国 CJ Home Shopping 株式会社持有其 30%的股权，北京同方电子商务有限公司持有其 25%的股权。

四、对外投资合同的主要内容

上述投资事宜的对外投资合同均尚未签署。

五、对外投资对上市公司的影响

1、上述投资项目资金来源均为公司自有资金。

2、公司认为：我国是世界上电视机拥有数量最多的国家，电视机家庭用户约 3.78 亿户，电视的人口综合覆盖率已经达到了 96.6%，其中，全国有线电视用户达 1.51 亿户，卫星直播电视有 3000 多万户。随着 2007 年 8 月 1 日正式实施《数字电视地面广播传输系统帧结构、信道编码和调制标准》国家标准，地面数字电视系统在广大农村地区进行全面覆盖，涉及近 2 亿户。根据国家关于 2015 年停止模拟电视播出的要求，数字电视整体转换、地面数字电视网覆盖以及数字电视增值服务将面临巨大市场发展前景。本次投资东方希杰项目将有力提升公司数字电视产业资源及增值服务业务的经营实力，进一步夯实公司在数字电视领域从系统设备、网络服务到内容资源及增值服务的完整数字电视产业链，促进整体产业的快速增长。

六、对外投资的风险分析

1、市场竞争风险

风险分析：公司在上述投资项目中均存在市场竞争风险。

对策分析：东方希杰市场以立足上海市场面向整个长三角地区的城市消费品零售业，并在上海地区享有很高的品牌知名度，因此，在东方希杰项目中，东方希杰将凭借数字电视增值服务的技术优势和频道资源，立足上海及长三角地区，进一步巩固优势，化解风险。

2、合作方风险

风险分析：在上述项目中，均存在合作方变更而引起的技术支持、资源分配变更等风险。

对策分析：公司将通过完善商务法律条款，进一步明确合作各方权利义务关系，以确保避免合作破裂等风险。

3、经营管理风险

风险分析：在上述项目中，均存在经营管理和人才流失等风险。

对策分析：公司将督促东方希杰建立良好人才管理机制，规范管理体系建设，强化企业文化等措施，促进东方希杰的长远、快速发展。

七、备查文件目录

1、董事会决议

同方股份有限公司
2008 年 10 月 31 日