

广东广州日报传媒股份有限公司 现金及发行股份购买资产报告书（草案）



上市公司:	广东广州日报传媒股份有限公司
上市地点:	深圳证券交易所
股票简称:	粤传媒
股票代码:	002181

交易对方	住所	通讯地址
叶玫	上海市长宁区黄金城道***弄*号****室	上海市黄浦区 南昌路45号城 汇大厦7楼
乔旭东	北京市海淀区黄旗博雅西园*楼*单元****号	
陈荣	上海市浦东新区芳甸路***弄**号院	
赵钧	北京市西城区白云路西里**楼****号	
其他九名自然人股东	详见报告书第三章	
上海埃得伟信投资中心（有限合伙）	上海市延长路152弄15号甲401-8室	
浙江亿诚创业投资有限公司	杭州市体育场路178号2608室	
天津道泓股权投资基金有限公司	天津开发区新城西路52号滨海金融街6号楼三层AK317室	
山南中科润股权投资基金合伙企业（有限合伙）	西藏山南地区山南宾馆	
天津市瑞懋时代股权投资合伙企业（有限合伙）	天津市空港经济区西二道82号丽港大厦裙房二层202-E175	
众享石天万丰（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	天津开发区新城西路52号滨海金融街6号楼三层I317室	
杭州仁达龙扬投资合伙企业（有限合伙）	杭州市江干区九环路31-1号4幢605室	

独立财务顾问

东方·花旗



东方花旗证券有限公司

签署日期：二〇一三年十月

公司声明

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

本公司财务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。

本次现金及发行股份购买资产的交易对方香榭丽全体股东已出具承诺函，保证其为本次现金及发行股份购买资产所提供的有关信息具备真实性、准确性和完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对所提供信息的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

本次重组相关主体不存在依据《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的情形。

本次现金及发行股份购买资产的生效和完成尚需取得有关审批机关的批准和核准。审批机关对于本次发行股份购买资产相关事项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保证。

本次现金及发行股份购买资产完成后，本公司经营与收益的变化由本公司自行负责；因本次向特定对象发行股份购买资产引致的投资风险，由投资者自行负责。

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

目 录

目 录.....	2
释 义.....	7
重大事项提示.....	11
一、本次交易方案.....	11
二、标的资产的估值及定价.....	11
三、本次发行股份的价格和数量.....	12
四、盈利预测.....	12
五、业绩承诺及补偿.....	12
六、增资及增资资金的盈利承诺.....	13
七、实际净利润高于承诺净利润的奖励.....	14
八、股份锁定期.....	14
九、本次交易不构成关联交易.....	14
十、本次交易未导致本公司控制权变化.....	15
十一、本次交易不会导致本公司股票不具备上市条件.....	15
十二、本次交易尚需履行的审批程序.....	15
十三、独立财务顾问的保荐机构资格.....	15
十四、主要风险因素.....	15
第一章 本次交易概述.....	23
一、本次交易的背景.....	23
二、本次交易的目的.....	26
三、本次交易的决策过程.....	30
四、本次交易的基本情况.....	31
五、本次交易不构成关联交易.....	32
六、本次交易适用《重组管理办法》的指标说明.....	32
七、本次交易未导致本公司控制权变化.....	33
八、本次交易不会导致本公司股票不具备上市条件.....	33
第二章 上市公司基本情况.....	34

一、公司基本情况简介.....	34
二、上市公司历史沿革及股本变动情况.....	34
三、新媒体公司基本情况.....	39
四、上市公司最近三年控股权变动情况.....	40
五、公司控股股东和实际控制人.....	40
六、公司主营业务情况.....	42
七、公司主要财务数据.....	44
八、公司最近三年重大资产重组情况.....	46
第三章 交易对方基本情况.....	47
一、本次交易对方基本情况.....	47
二、本次交易对方详细情况-自然人股东.....	47
三、本次交易对方详细情况-机构股东.....	54
四、其他事项说明.....	76
第四章 交易标的基本情况.....	77
一、香榭丽传媒基本情况.....	77
二、香榭丽传媒历史沿革.....	77
三、香榭丽传媒股权结构及控制关系情况.....	89
四、历史红筹架构的建立及解除.....	90
五、香榭丽传媒下属公司情况.....	95
六、香榭丽传媒最近两年及一期的财务数据及财务指标.....	95
七、香榭丽传媒的主要资产、负债状况、抵押情况、对外担保及关联方资金占用情况	97
八、香榭丽传媒取得的业务资质.....	104
九、香榭丽传媒主营业务发展情况.....	104
十、香榭丽传媒的估值情况.....	134
十一、香榭丽传媒涉及的未决诉讼情况.....	149
十二、香榭丽传媒最近三年资产评估、资产交易、增资、股权转让情况.....	152
十三、香榭丽传媒出资及合法存续情况.....	153
第五章 发行股份情况.....	155
一、本次交易方案.....	155
二、本次发行股份具体情况.....	155

三、本次发行前后主要财务数据比较.....	157
四、本次发行前后公司股本结构变化.....	158
五、本次交易未导致公司控制权变化.....	159
第六章 本次交易合同的主要内容.....	160
一、合同主体、签订时间.....	160
二、交易价格及定价依据.....	160
三、支付方式.....	160
四、资产交付或过户的时间安排.....	161
五、交易标的自定价基准日至交割日期间损益的归属.....	162
六、盈利预测补偿.....	162
七、增资及增资资金的盈利承诺.....	166
八、实际净利润高于承诺净利润的奖励.....	167
九、与资产相关的人员安排.....	167
十、合同的生效条件和生效时间.....	168
十一、本次交易完成后香榭丽传媒的运作.....	168
十二、违约责任.....	170
第七章 本次交易的合规性分析.....	171
一、本次交易符合《重组管理办法》第十条规定.....	171
二、本次发行股份购买资产符合《重组管理办法》第四十二条规定.....	175
三、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的说明.....	178
第八章 董事会对本次交易定价的依据及公平合理性的分析.....	180
一、本次交易标的的定价依据.....	180
二、本次发行股份定价合理性分析.....	180
三、交易标的定价的公允性分析.....	181
四、董事会对本次交易评估事项意见.....	183
五、独立董事对本次交易评估事项的意见.....	183
第九章 本次交易对上市公司的影响.....	185
一、本次交易前上市公司财务状况和经营成果.....	185
二、标的公司行业特点和经营情况的讨论与分析.....	188

三、本次交易完成后，上市公司财务状况和经营成果分析.....	218
四、本次交易对上市公司主营业务和可持续发展能力的影响.....	222
五、本次交易完成后上市公司对香榭丽的整合.....	223
六、交易完成后上市公司的利润分配政策.....	225
第十章 财务会计信息.....	228
一、标的公司财务报告.....	228
二、上市公司最近一年及一期的备考简要合并财务报表.....	229
三、标的公司盈利预测.....	230
四、上市公司备考盈利预测主要数据.....	231
第十一章 同业竞争和关联交易.....	232
一、本次交易完成后，上市公司与交易对方的同业竞争和关联交易情况.....	232
二、本次交易完成后，上市公司与实际控制人及其关联企业之间同业竞争情况.....	234
三、本次交易完成后，上市公司与实际控制人及其关联企业之间关联交易情况.....	235
第十二章 本次交易对上市公司治理结构的影响.....	245
一、本次交易完成后上市公司的治理结构.....	245
二、本次交易完成后上市公司的独立性.....	249
第十三章 风险因素.....	251
一、与本次交易相关的风险.....	251
二、标的资产经营风险.....	254
三、股价波动风险.....	257
第十四章 其他重要事项.....	258
一、本次交易完成后，不存在上市公司资金、资产占用及被实际控制人或其他关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情形.....	258
二、上市公司在最近十二个月内发生资产交易情况.....	258
三、关于本次交易相关人员买卖上市公司股票的自查情况.....	258
四、上市公司停牌前股价无异常波动的说明.....	258
五、对股东权益保护的安排.....	259
第十五章 独立董事及中介机构对本次交易的意见.....	260
一、独立董事对本次交易的意见.....	260
二、独立财务顾问意见.....	261

三、律师意见.....	262
第十六章 专业机构信息.....	264
一、独立财务顾问.....	264
二、律师事务所.....	264
三、审计机构.....	264
四、资产评估机构.....	265
第十七章 董事及有关中介机构声明.....	266
第十八章 备查文件.....	272
一、备查文件.....	272
二、备查地点.....	273

释 义

在本报告书中，除非文义载明，下列简称具有如下含义：

粤传媒、本公司、上市公司、股份公司	指	广东广州日报传媒股份有限公司
新媒体公司	指	广州日报新媒体有限公司，本公司全资子公司
收购方	指	粤传媒及新媒体公司
广州市文资办	指	广州市国有经营性文化资产监督管理办公室
广传媒	指	广州传媒控股有限公司
大洋实业	指	广州大洋实业投资有限公司
香榭丽、香榭丽传媒、标的公司	指	上海香榭丽广告传媒股份有限公司
交易对方、股权转让方、叶玫等 20 名股东	指	本次收购方拟收购的标的公司的叶玫、乔旭东、上海埃得伟信投资中心（有限合伙）、陈荣、赵钧、方荣梓、陈平、唐宇婷、王伟东、谢学军、郑刚、黄若梅、夏文洵、孙健、浙江亿诚创业投资有限公司、天津道泓股权投资基金有限公司、山南中科润股权投资基金合伙企业（有限合伙）、天津市瑞懋时代股权投资合伙企业（有限合伙）、众享石天万丰（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）、杭州仁达龙扬投资合伙企业（有限合伙）等 20 名现有股东
补偿义务人、叶玫等三名补偿义务人	指	叶玫、乔旭东、埃得伟信等三位负有直接补偿义务的人
补偿余额补偿义务人	指	叶玫等三名补偿义务人以本次交易所获得的全部对价尚不足以支付补偿时，对于不足部分承担补偿义务的人，即除叶玫、乔旭东、埃得伟信之外的其余十七名交易对方
管理层股东	指	叶玫、乔旭东和埃得伟信
标的资产、标的股权	指	收购方拟收购的叶玫等 20 名股东所持香榭丽传媒 100% 的股权
交易各方	指	本次交易的标的公司股权的转让方叶玫等 20 名股东，以及收购方粤传媒及新媒体公司
交易价格、交易对价、收购对价	指	收购方本次通过向叶玫等 20 名股东以现金及发行股份相结合的方式收购标的公司 100% 股份的价格

埃得伟信	指	上海埃得伟信投资中心（有限合伙）
浙江亿诚	指	浙江亿诚创业投资有限公司
天津道泓	指	天津道泓股权投资基金有限公司
山南中科润	指	山南中科润股权投资基金合伙企业（有限合伙），原名北京中科润创业投资中心（有限合伙）
天津瑞懋	指	天津市瑞懋时代股权投资合伙企业（有限合伙）
众享石天	指	众享石天万丰（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）
杭州仁达	指	杭州仁达龙扬投资合伙企业（有限合伙）
兆均创富	指	乌鲁木齐兆均创富股权投资有限公司，原名北京兆均创富技术有限公司）
开曼香榭丽	指	香榭丽传媒控股有限公司（Advision Media Holdings Limited）
香港香榭丽	指	香榭丽传媒有限公司（Advision Media Limited）
香榭丽信息	指	上海香榭丽信息技术服务有限公司
本次交易、本次发行、本次资产重组	指	本次收购方拟以现金及发行股份购买资产相结合的方式购买叶玫等 20 名股东所持香榭丽传媒 100% 的股权的行为
审计、评估基准日	指	本次交易的审计、评估基准日，即 2013 年 6 月 30 日
报告期	指	2011 年、2012 年及 2013 年 1-6 月
标的资产交割日	指	标的公司的股权变更登记至粤传媒名下的相关工商变更登记手续完成之日
本次交易实施完毕日	指	标的资产完成交割，且粤传媒向标的公司股东非公开发行的股份登记至其股票账户名下之日
《现金及发行股份购买资产协议》	指	收购方和交易对方就本次交易签署的《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产协议》
《盈利预测补偿协议》	指	收购方和交易对方就本次交易涉及的盈利预测补偿事项签署的《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产之盈利预测补偿协议》
《评估报告》	指	北京中企华资产评估有限责任公司出具的中企华评报字（2013）第 3473 号《广东广州日报传媒股份有限公司拟以现金及发行股份购买资产涉及的上海香榭丽广告传媒股份

		有限公司股东全部权益项目评估报告》
业绩承诺期间、利润补偿期间	指	本次交易实施完成的当年及之后的两个会计年度。若本次交易在 2013 年实施完成的，即指 2013 年、2014 年、2015 年；若本次交易在 2014 年实施完成的，即指 2014 年、2015 年和 2016 年
中宣部	指	中共中央宣传部
国务院	指	中华人民共和国国务院
LED	指	Light Emitting Diode，发光二极管的英文缩写，简称 LED
LED 屏幕		一种通过控制 LED 的显示方式，用来显示文字、图形、图像、动画、行情、视频、录像信号等各种信息的显示屏幕
4A	指	美国广告代理商协会（American Association of advertising Agencies）的缩写
受众、目标受众	指	大众传播媒介的信息接受者或传播对象
到达率	指	在一定时期内,目标受众当中看到、读到或听到所传播的广告信息的比例
户外数字媒体	指	在户外环境中，传播者利用数字技术，通过无线或有线传输网络，向受传者提供视听服务内容并与用户进行互动的所有媒介的总和
点位	指	户外广告媒体投放的具体位置
阵地	指	可用于建造户外广告发布专用设施的建筑物及附着于建筑物上的空间位置
上画、下画	指	广告内容在广告媒介上投放和撤除
AR 技术	指	Augmented Reality 的简称，是一种实时地计算摄影机影像的位置及角度并加上相应图像的技术，这种技术的目标是在屏幕上把虚拟世界套在现实世界并进行互动
LBS	指	Location Based Services 的简称，指通过移动终端和移动网络的配合，确定移动用户的实际地理位置，从而提供用户所需要的与位置相关的服务信息的一种移动通信与导航融合的服务形式
人脸识别	指	特指利用分析比较人脸视觉特征信息进行身份鉴别的计算机技术
镜众	指	既喜欢传播信息给别人，又容易受他人影响的消费者

东方花旗、独立财务顾问	指	东方花旗证券有限公司
大成律师、大成律师事务所、大成	指	北京大成律师事务所
中天运会计师、中天运	指	中天运会计师事务所有限公司
中企华评估、中企华	指	北京中企华资产评估有限责任公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
中登公司深圳分公司	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
NET 系统	指	中国证券交易系统有限公司的全国电子交易系统
《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（2011年修订）》
《重组规定》	指	《关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》
《证券发行管理办法》	指	《上市公司证券发行管理办法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则》（2012年修订）
《公司章程》	指	《广东广州日报传媒股份有限公司章程》
本报告书、本重组报告书	指	《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》
元	指	人民币元
万元	指	人民币万元
亿元	指	人民币亿元

本重组报告书中除特别说明外所有数值保留两位小数，若出现各分项数值之和与总数尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

重大事项提示

一、本次交易方案

本公司于2013年10月25日召开的第八届董事会第五次会议审议通过了本次交易的相关议案。

本次交易粤传媒及其全资子公司新媒体公司拟以现金和发行股份相结合的方式购买香榭丽传媒100%的股权，交易对价为4.5亿元。其中：

（一）粤传媒以现金及发行股份的方式购买交易对方合计持有的香榭丽传媒98.2037%的股份，其中，以向埃得伟信、陈荣、方荣梓、黄若梅、天津瑞懋支付现金7,941.22万元的方式购买17.6472%的股份，以向叶玫等17名交易对方发行境内上市人民币普通股（A股）33,196,374股的方式购买80.5565%的股份。

（二）粤传媒全资子公司新媒体公司以支付现金808.33万元的方式购买乔旭东持有的香榭丽传媒1.7963%的股份。

本次交易完成后，粤传媒及其全资子公司新媒体公司将合计持有香榭丽传媒100%股权。

本重组报告书如无特别说明，“粤传媒拟以现金和发行股份相结合的方式购买香榭丽传媒100%的股权”均指粤传媒及其全资子公司新媒体公司共同购买香榭丽100%股权的行为，“粤传媒将持有香榭丽传媒100%股份”均指粤传媒及其全资子公司新媒体公司合计持有标的公司100%股份。

二、标的资产的估值及定价

本次交易中，评估机构采用收益法和资产基础法对香榭丽传媒股东全部权益进行评估，最终采用收益法评估结果作为香榭丽传媒股东全部权益价值的定价依据。根据北京中企华资产评估有限责任公司出具的中企华评报字（2013）第3473号《评估报告》，以2013年6月30日为基准日，香榭丽传媒100%股权的评估值为45,098.96万元。经交易各方友好协商，本次香榭丽传媒100%股权的最终交易价格为45,000万元。

三、本次发行股份的价格和数量

（一）发行价格

本次交易发行股份购买资产定价基准日为粤传媒第八届董事会第五次会议决议公告日。

粤传媒向叶玫等 17 名股东发行股份购买资产的发行价格为定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价，即 10.92 元/股。董事会决议公告日前 20 个交易日上市公司股票交易均价=决议公告日前 20 个交易日上市公司股票交易总额÷决议公告日前 20 个交易日上市公司股票交易总量。定价基准日至本次发行期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行价格亦将做相应调整。

（二）发行数量

按照交易方案，本次拟向叶玫等 17 名股东共发行 33,196,374 股。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做相应调整时，发行数量将作相应调整。

四、盈利预测

根据中天运出具的中天运[2013]普字第 90390 号《上海香榭丽广告传媒股份有限公司 2013-2014 年度盈利预测审核报告》，2013 年、2014 年香榭丽净利润分别为 4,553.26 万元（扣非后为 4,599.99 万元）、5,682.59 万元。根据中天运出具的中天运[2013]普字第 90392 号《广东广州日报传媒股份有限公司 2013-2014 年度备考合并盈利预测审核报告》，2013 年、2014 年粤传媒按照本次交易完成后的架构编制的备考合并利润表中归属于母公司股东的净利润分别为 32,327.96 万元、33,626.71 万元。

五、业绩承诺及补偿

本次交易标的资产评估采用了收益法和资产基础法相结合的方式，并以收益法评估结果为定价依据。根据中企华出具的《评估报告》，标的公司 2013 年、2014 年、2015 年、2016 年预测净利润分别为 4,553.26 万元、5,682.59 万元、6,869.87 万元、8,155.54 万元。

根据《盈利预测补偿协议》约定：交易各方同意，若本次交易在 2013 年完成，则利润补偿期间为 2013 年、2014 年和 2015 年；若本次交易在 2014 年完成，则利润补偿期间为 2014 年、2015 年和 2016 年。交易各方确认在 2013-2016 年各年利润分别不低于 4,600 万元、5,683 万元、6,870 万元和 8,156 万元（以上数据均不低于《评估报告》所预测的同期净利润数，净利润以归属于母公司股东的扣除非经常性损益前后孰低的净利润为计算依据），否则交易对方需根据《盈利预测补偿协议》的约定对上市公司进行补偿。

交易对方对于业绩承诺及补偿的约定如下：

1、业绩承诺补偿每年应予补偿的股份数量计算公式如下：

该年度应补偿的总金额=（标的公司截至当期期末累计承诺净利润数－标的公司截至当期期末累计实际净利润数）÷标的公司利润补偿期间内各年度的承诺净利润数总和×粤传媒取得标的资产的总价格-已补偿金额

根据上述计算结果，补偿义务人首先应以其从本次交易所获得股份进行补偿，该年度应补偿股份数计算公式为：

该年度应补偿的股份数=该年度应补偿的总金额÷本次发行股份的价格

2、资产减值测试及股份补偿

在承诺期限届满时，由粤传媒聘请的具有证券从业资格的会计师事务所对标的资产进行减值测试，并在承诺期最后一个年度《专项审核报告》出具后三十个工作日内出具《减值测试报告》，然后根据《减值测试报告》所确定的标的公司期末减值额计算补偿义务人需补偿金额，计算公式为：

补偿义务人需补偿金额=标的公司期末减值额－已补偿金额

具体补偿办法详见本报告书“第六章 本次交易合同的主要内容 六、盈利预测补偿”。

六、增资及增资资金的盈利承诺

为盘活自有资金的使用效率，提高资金收益率，粤传媒将在本次交易完成后2个月内对香榭丽增资8,000万元人民币，以支持香榭丽进行规模扩张和资源整合。

但交易对方有义务确保增资资金的收益率。

承诺期内，如果发生上述增资的情形，交易对方将确保粤传媒增资到香榭丽的资金的经营效益。交易对方承诺，增资金额在承诺期内的年化收益率将不低于7%，且逐年增加至少1个百分点，即：增资当年年化收益率不低于7%，增资第二年年化收益率不低于8%，增资第三年年化收益率不低于9%。如果增资资金分期到位的，按照资金实际到位时间分别计算相应年度的年化收益率。

如果香榭丽承诺期内无法实现上述年化收益率指标，叶玫等三名补偿义务人有义务以现金方式对粤传媒进行补偿。

七、实际净利润高于承诺净利润的奖励

如香榭丽传媒在承诺期内实际实现的净利润总和（扣除关于增资资金的盈利承诺总额）超出承诺利润总额，则超出部分的百分之四十（40%）将用以奖励以叶玫为主的香榭丽管理团队。

上述奖励应在香榭丽承诺期最后一个年度的《专项审核报告》以及《减值测试报告》出具后三十个工作日内，由粤传媒或标的公司一次性以现金方式支付。叶玫将有权根据其时的香榭丽管理层情况及其成员的贡献情况对于上述奖励在成员中予以具体分配。

八、股份锁定期

粤传媒本次向叶玫、乔旭东和上海埃得伟信投资中心（有限合伙）等三名股东发行的股份自股份发行结束之日起三十六个月内不得转让；向陈荣、陈平、浙江亿诚等十四名股东发行的股份自股份发行结束之日起十二个月内不得转让。

交易对方如在本次交易完成后担任上市公司的董事、监事、高级管理人员的，还需遵守上市公司章程以及《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规章、规范性文件有关股份有限公司及上市公司董事、监事、高级管理人员买卖公司股票的限制性规定。

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与本公司不存在关联关系，本次交易不构成关

关联交易。

十、本次交易未导致本公司控制权变化

本次交易前，广州市国有经营性文化资产监督管理办公室通过广州传媒控股有限公司和广州大洋实业投资有限公司控制公司 68.49% 的股份，为公司实际控制人。

本次交易公司发行股份 33,196,374 股之后，广州传媒控股有限公司直接持有本公司股份变更为 47.14%，仍为本公司控股股东；广州市国有经营性文化资产监督管理办公室直接或间接控制的公司股份比例变更为 65.36%，仍为公司实际控制人。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。

十一、本次交易不会导致本公司股票不具备上市条件

本次交易完成后，本公司的股本将由 692,002,640 股变更为 725,199,014 股，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总股本的 10%。本次交易完成后，公司仍旧满足《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。

十二、本次交易尚需履行的审批程序

本次现金及发行股份购买资产交易不构成重大资产重组，但涉及到发行股份购买资产。本次重组方案尚需经国有资产监督管理部门备案和审批、公司股东大会审议通过并报中国证监会核准后方可实施。本次交易能否获得上述批准或核准，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。

十三、独立财务顾问的保荐机构资格

本公司聘请东方花旗证券有限公司担任本次交易的独立财务顾问，东方花旗证券有限公司经中国证监会批准依法设立，具备保荐人资格。

十四、主要风险因素

投资者在评价本公司本次现金及发行股份购买资产事项时，除本报告书提供的其他各项资料外，应特别认真考虑下述各项风险因素。

（一）与本次交易相关的风险

1、审批风险

根据叶玫等 20 名交易对方与粤传媒签署的《现金及发行股份购买资产协议》，本次现金及发行股份购买资产事项尚需经国有资产监督管理部门备案和审批、粤传媒股东大会审议通过及中国证监会的核准，上述呈报事项能否获得相关批准或核准，以及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审批风险。

2、标的资产估值风险

本次交易中评估机构采用收益法和资产基础法对香榭丽股东全部权益进行评估，并采用收益法评估结果作为香榭丽股东全部权益价值的定价依据。根据北京中企华资产评估有限责任公司出具的《评估报告》，以 2013 年 6 月 30 日为评估基准日，在持续经营前提下，截至 2013 年 6 月 30 日香榭丽传媒股东全部权益的评估值为 45,098.96 万元，增值额为 18,782.20 万元，增值率 71.37%。上述资产的具体评估情况请参见“第四章 交易标的基本情况 十、香榭丽传媒的估值情况”及《评估报告》。

本公司特提醒广大投资者，虽然评估机构在评估过程中严格按照评估的相关规定，并履行了勤勉、尽职的义务，但由于收益法基于一系列假设并基于对未来的预测，如未来情况出现预期之外的重大变化，可能导致资产估值与实际情况不符，提请投资者注意评估增值较大风险。

3、本次交易形成的商誉减值风险

本次交易完成后，在粤传媒合并资产负债表中将形成约 1.87 亿元的商誉。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，但如果香榭丽传媒未来经营状况恶化，则存在商誉减值的风险，从而对粤传媒当期损益造成不利影响，提请投资者注意。

香榭丽传媒作为户外 LED 大屏行业的领先企业，经过长期积累，积累了大量的优质户外媒体资源，并与大量优质公司建立了稳定的合作关系。粤传媒是国内领先的多媒体综合性的运营机构，国内报业广告收入排名第一，与大量的包括世界五

百强在内的客户建立了合作关系。本次重组完成后，粤传媒不仅将和标的公司在品牌、客户资源、技术等方面共享资源，并将在资金、资源等方面对标的公司提供全方位的支持，以标的公司为主体整合户外资源，通过并购、购买和新建等多种方式，快速完成国内一线、二线乃至三线城市的布局，构建国内最大的户外 LED 媒体联动网络，不断增强标的公司的持续竞争力，将因本次交易形成的商誉对上市公司未来业绩的影响降到最低程度。

4、盈利预测风险

本次交易标的资产评估采用了收益法和资产基础法相结合的方式，并以收益法评估结果为定价依据。根据中企华出具的《评估报告》，标的公司 2013 年、2014 年、2015 年、2016 年预测净利润分别为 4,553.26 万元、5,682.59 万元、6,869.87 万元、8,155.54 万元。

根据《盈利预测补偿协议》约定：交易各方同意，若本次交易在 2013 年完成，则利润补偿期间为 2013 年、2014 年和 2015 年；若本次交易在 2014 年完成，则利润补偿期间为 2014 年、2015 年和 2016 年。交易各方确认在 2013-2016 年各年香榭丽传媒利润分别不低于 4,600 万元、5,683 万元、6,870 万元和 8,156 万元（以上数据均不低于《评估报告》所预测同期净利润数，净利润以归属于母公司股东的扣除非经常性损益前后孰低的净利润为计算依据），否则交易对方需根据《盈利预测补偿协议》的约定对上市公司进行补偿。

虽然评估机构在运用收益法进行评估过程中，对上述预测净利润的测算充分考虑了公司经营环境、发展阶段以及行业情况，遵循了评估行业通用准则，履行了相关评估程序，但是，由于香榭丽传媒的业务模式、业务结构、客户基础以及未来市场开拓等方面仍存在不确定性，香榭丽传媒存在实际净利润低于上述预测净利润的风险。

5、本次交易完成后的整合风险

本次交易完成后香榭丽传媒将成为本公司的全资子公司，上市公司充分认可香榭丽的户外 LED 大屏新媒体经营管理模式，认可管理团队及业务团队。本次重组完成后，为确保香榭丽传媒经营团队的稳定性、市场地位的稳固性及竞争优势的持续性，同时为香榭丽传媒维护现有业务、开拓新业务创造有利条件与环境，上市公

公司将确保香榭丽传媒人员团队和公司运营的相对独立，维持现有的香榭丽品牌、经营管理模式、薪酬待遇等体系不变，继续支持香榭丽传媒加速发展，吸引更多的人才与资源。

为在业务领域增强协同效应，上市公司将与香榭丽传媒在如下五个方面增强协同效应：（1）实现客户资源的共享，共同为广告客户提供优质的整合营销服务；（2）共同组建业务开发团队，结合双方的媒体特性优势、客户资源优势，在公司内部实现优势资源集中化，基于更加专注、专业的品牌运作经验，为客户提供更加完善的服务，实现客户资源的二次开发和深度挖掘；（3）为香榭丽传媒提供资金、客户、渠道、品牌和公共资源等全方位的支持，强化其已经建立的“自有经营+独家买断+联动开发”的网络化业务扩展模式，取得行业稀缺优质资源的先入优势，快速建立覆盖国内一、二线，基本覆盖三线城市的全国最大的户外 LED 大屏媒体运营平台，实现规模效应，占据并巩固行业龙头地位并扩大市场影响力；（4）全力支持香榭丽传媒自有品牌建设，通过现有品牌平台增强香榭丽传媒在户外 LED 媒体领域的品牌影响力；（5）在财务和运营上提供支持，纳入上市公司现有体系。

但本次交易完成后能否在保持香榭丽传媒原有竞争优势的基础上实现更好的协同效应，仍具有不确定性。

6、人才流失风险

客户经理、渠道经理等户外广告广告专业人才是公司经营过程中必不可少的重要资源，是保持和提升公司竞争力的关键要素。香榭丽传媒的管理团队及核心管理人员的稳定性是决定本次收购成功与否的重要因素，人员流失将对公司的经营和业务稳定性造成不利影响。上市公司充分认可香榭丽传媒的管理团队及业务团队，为保证香榭丽传媒在并购后可以保持着原有团队的稳定性、市场地位的稳固性及竞争优势的持续性，同时为香榭丽传媒维护现有业务、开拓新业务提供有利的环境，上市公司在业务和人员管理层面对香榭丽传媒授予较大程度的自主权和灵活性，以保持香榭丽传媒原有的业务团队及管理风格，为香榭丽传媒的业务开拓和维系提供足够的支持。

1、针对叶玫个人的离职风险，叶玫承诺自标的资产交割日起，仍需在标的公司或粤传媒任职不少于 60 个月，并与标的公司或粤传媒签订期限不低于 60 个月的《劳动合同》，且在标的公司或粤传媒不违反相关劳动法律法规的前提下，叶玫女

士不得单方解除与标的公司的劳动合同。如违反任职期限承诺，将承担相应的赔偿责任。

2、粤传媒和香榭丽传媒鼓励标的公司现在的管理层股东在上述任职期限届满后继续为粤传媒或标的公司服务，如管理层股东不再为上市公司或标的公司服务的，则不得以任何方式损害粤传媒和/或标的公司的利益（包括但不限于侵犯上市公司和标的公司的技术秘密和客户信息等行为）；否则，该管理层股东应按照本次交易对价的 20% 作为赔偿金支付给标的公司。

7、标的资产组织形式不能按时变更的风险

双方签署的《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产协议》明确约定：在本次交易获得中国证监会批准之日起的三十个工作日内，香榭丽应将其组织形式由股份有限公司变更为有限责任公司（以完成相应的工商变更登记手续为准）。

若香榭丽不能按时完成组织形式变更，将影响本次交易股权的交割进度。

（二）标的资产经营风险

1、受经济周期波动影响的风险

经济发展具有周期性，消费者购买力、企业经营业绩、企业品牌传播预算投入与国家经济周期具有较大的相关性。当国家经济周期处于稳定发展期，通常消费者的购买力较强，有助于提升生产企业的经营业绩，从而生产企业加大其在品牌传播中的预算投入；当国家经济增长停滞或发生衰退，消费者购买力下降，生产企业经营业绩不佳，通常减少品牌传播预算投入。因此，国家宏观经济周期变化对企业品牌传播投入将会产生影响，从而对香榭丽传媒及交易完成后的上市公司产生影响。在本次交易完成后，本公司将密切关注宏观经济发展的动态，加强对宏观经济形势变化的分析，并针对经济周期的变化，提早调整公司的经营策略。

2、行业监管的风险

标的公司的主营业务为户外 LED 大屏幕媒体资源的开发和运营。根据相关规定，户外 LED 大屏幕的运营需要获得工商行政管理机关和当地相关政府部门的行政许可。目前，全国各主要城市都先后或正在出台相关管理规范，以进一步加大对

城市户外大型 LED 媒体设置审批的管理力度。如果未来我国关于户外 LED 大屏的建设和广告运营的政策趋严，对户外 LED 大屏广告的限制增多，将可能影响香榭丽户外 LED 大型媒体资源业务的经营，香榭丽面临因政策变化而导致的风险。

3、应收账款回收风险

公司从事的主要为户外 LED 媒体的运营业务，款项支付集中在广告播放完成后，因此随着收入规模的增长应收账款规模逐年增大。公司应收账款余额 2011 年、2012 年及 2013 年 6 月 30 日分别为 11,776.07 万元、20,438.00 万元、25,198.63 万元，占总资产比例分别为 37.52%、48.16% 和 60.87%，占比逐年提高。

针对应收账款占比较高带来的回款风险，香榭丽传媒通过以下三方面举措予以防范：首先，在客户承接环节，选择资金实力雄厚、规模较大公司进行合作，从源头降低回款风险；其次，在业务选择上，有目的性的增加占用资金量少、毛利水平高的业务，减少占用资金规模较大的媒介代理购买服务比例；最后，在制度上建立内部预警机制，与现有客户保持紧密联系，加强对账以及应收账款的催收，以尽可能缩短回款周期，降低坏账风险。

4、阵地租赁合同到期不能续约风险

目前，香榭丽主要通过对户外 LED 屏幕所在阵地的自主开发方式来获得的屏幕资源。香榭丽通过阵地拥有方或代理方签订租赁合同，确保公司可以在该屏幕建成后较长的一段时期内（通常为 5 年以上）完全拥有该屏幕的广告经营权，但若阵地租赁合同到期后，出租方不与公司续约，公司将面临失去该屏幕广告经营权的风险。

香榭丽传媒主要通过如下三种方式降低阵地租赁合同到期不能续约的风险：

（1）与阵地出租方尽可能签订长期的租赁合同，截至本报告书签署日，公司自主签约的 22 处阵地平均租赁期限 9 年，剩余使用期平均为 5 年，公司在未来较长一段时间不存在阵地续约的问题；（2）扩大公司的业务规模，增加自有屏幕的数量，进一步完善联营代理业务模式，增加公司对市场的控制力，降低公司对单一屏幕的依赖，有效化解由于特定屏幕无法续约给公司经营带来的影响；（3）合同一般都附有优先续约权条款，合同到期后，同等条件下公司享有优先的续约权利。

未来，仍不排除由于特定公司无法与出租方达成阵地续租协议而导致公司失去

该阵地所在 LED 屏幕广告经营权的风险，进而影响公司经营业绩的情况发生。

5、松散式代理屏幕资源不能持续取得的风险

香榭丽传媒共开发运营了 167 块户外 LED 大屏幕，其中自主经营屏幕 23 块，代理屏幕 144 块。代理屏幕资源按照控制力层级以及合作深度区分，包括 33 块紧密式代理和 111 块松散式代理，其中松散式代理屏幕通常仅为个案式合作，考虑成本问题不会签订长期合作协议。因此，香榭丽传媒对松散式代理屏幕控制能力较弱，与屏幕所有者或合作方的合作关系具有较大不确定性。若不能持续取得该类屏幕资源，将对香榭丽传媒的运营产生一定影响。

6、市场竞争加剧风险

随着我国广告业的蓬勃发展及户外 LED 大屏广告行业的快速增长，越来越多的公司进入到该领域，市场竞争愈演愈烈。相较传统户外媒体行业，虽然 LED 大屏广告行业具有进入门槛高、资本投入大的特点，但仍存在众多中小运营商和潜在进入者。作为最主要的户外大型 LED 媒体运营商之一，香榭丽传媒不仅要和其他行业领先者进行竞争，还面临潜在的进入者瓜分市场份额的可能，存在一定的市场竞争风险。

7、部分固定资产用于抵押的风险

香榭丽传媒以其位于天津和平区南京路 108 号现代城的 LED 显示屏及附属设备为与天津现代商业有限公司签订的《广告阵地租赁协议》及《补充协议》、《和解协议》项下香榭丽传媒的债务提供抵押担保，担保期限自抵押合同前述之日起至香榭丽传媒全部债务履行完毕；以其拥有的 10 套大型户外 LED 屏所有权提供抵押担保为面值人民币 5,000 万元“上海香榭丽广告有限公司 2012 年中小企业私募债券”债券提供抵押担保，该债券债券期限 3 年（附第 2 年末投资者回售选择权）。

若香榭丽传媒不能按协议履行偿债义务，上述固定资产面临被债权人按照国家有关法律法规的规定对进行处置的风险，从而影响公司生产经营活动的正常进行。

8、股东资金占用的风险

2012 年香榭丽传媒整体变更为股份公司时，净资产折股增加额归属于个人股

东部分已计提应缴个人所得税，合计金额为 317.04 万元。截至本报告书签署日该个人所得税尚未缴纳，已计入其他应收款核算。香榭丽传媒承诺将在 2013 年底前发放 2012 年度股利时代扣代缴，尚不属于股东占用公司资金的情形。

但若公司未及时发放股利、未能及时代扣代缴前述个人所得税，香榭丽传媒将面临股东占用资金的风险。

（三）股价波动风险

股票价格不仅取决于公司的盈利水平及发展前景，也受到市场供求关系、国家相关政策、投资者心理预期以及各种不可预测因素的影响，从而使公司股票的价格偏离其价值。本次交易需要有关部门审批且需要一定的时间方能完成，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。针对上述情况，公司将根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》和《上市规则》等有关法律、法规的要求，真实、准确、及时、完整、公平的向投资者披露有可能影响公司股票价格的重大信息，供投资者做出投资判断。

第一章 本次交易概述

一、本次交易的背景

（一）国家支持有实力的文化传媒企业跨越式发展

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。

2009年10月，文化部发布《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》（文产发〔2009〕36号），按照中央关于深化文化体制改革的要求，加快经营性文化事业单位转企改制步伐，建立现代企业制度，完善法人治理结构。鼓励成长性好、竞争力强的国有文化企业，开展跨行业、跨地区、跨所有制的兼并重组，迅速做强做大。

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3月，“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”被正式写入“十二五”规划纲要中。

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。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、全国化”的新发展战略、完成全面战略转型提供历史性机遇。

2011年，我国先后制定并提出了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》、《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》，明确提出将文化产业作为国民经济支柱性产业加以推

动，鼓励通过对重点文化产业的大力发展及市场化资本运作，建立完善的产业发展生态环境，提升文化产业整体实力和国际竞争力。

2012年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》，指出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；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；鼓励已上市公司通过并购重组做大做强。

随着国家对文化产业的战略定位与大力扶持，我国文化产业企业进入发展的快速上升通道。伴随着企业的规模化运作与产业化升级，我国文化产业企业迎来了跨越式发展的战略机遇期。

（二）广告行业新时期的发展促进行业资源整合

有市场竞争，就有广告需求。改革开放三十多年来，中国广告业发展经历了恢复期、成长期、高速增长期，目前进入持续稳定发展的阶段，产业规模逐渐形成。

随着科技的发展与应用、用户习惯的变化，以及社会营销环境和传播环境的改变，广告行业的生存形态、传播形态乃至观念形态都进行着重大变革，广告媒介由电视、纸媒、广播等传统媒体延展至户外媒体、数字媒体等领域，并随着消费理念与习惯的转变呈现不同的发展趋势。其中，户外LED大屏新媒体凭借造型、色彩、文字、构图的出色运用和极具视觉震撼的影像，快速在纷繁复杂的广告市场中脱颖而出，倍受高端广告主的青睐。随着媒体技术的进步，户外LED大屏新媒体已经实现了区域乃至全国联网播出，能够与微博、LBS地理定位、人脸识别等社交媒体和移动终端应用相结合，并正在向网络化、数字化、信息平台化的方向发展，将带来更大的发展空间和创新想象空间，是广告行业中增长速度较快、增长空间较大的细分领域。

另一方面，任何一个行业在发展过程当中都会经历从最初粗放性资源占有式发展到后期规范化、规模化竞争整合式发展的阶段。对于户外LED大屏新媒体而言，二三线城市中小型户外LED大屏运营公司纷纷崛起，行业媒体资源仍比较分散，整个行业运作效率有待进一步提高，同时，随着行业竞争的逐渐加剧、规模龙头企

业的形成，行业发展逐步走上了正轨，规模化、集中化发展加速，行业进入资源整合阶段。

在这样的环境变化中，媒介资源的集中化程度越来越高，行业内实力较强的企业具备了更强的竞争实力，媒体资源集中化、企业发展规模化推动促进着行业的整合发展。

（三）外延式发展战略是公司确立的重要举措

为积极推进本公司向综合性的文化传媒产业集团发展的长期战略，本公司将继续采取内生式成长与外延式发展的双重举措实现向这一目标的迈进。公司内生式成长战略主要是通过提高公司管理能力、管理效率、业务水平，继续在传统媒体业务上深耕细作，挖潜增效，加强精细化管理，同时加大对互联网、移动互联网等新媒体领域的研发和投入，提升现有业务人员素质，夯实已有的多种媒体的经营，增强公司竞争力，稳步推进公司的发展。公司外延式发展战略主要是立足于公司的多种媒体广告互动营销平台，通过发行股份、现金收购等多种手段，并购具有独特业务优势和竞争实力、能够和公司现有业务产生协同效应的相关公司来快速推进公司业务扩张和企业转型升级。

纵观国际传播行业的发展历程，新闻集团、WPP、迪斯尼、亚马逊等国际领先的传媒集团均通过并购等外延式扩张的手段建立起集团内多品牌独立运营的模式，最终成长为世界知名的文化产业集团。公司希望借鉴这一成功模式，充分利用上市公司资本运作平台优势，抓住当前文化传媒行业高速发展的窗口期，通过投资并购进入互联网及移动互联网等高成长领域，获取与公司现有业务形成良好协同效果的多种媒体资源，如户外 LED 大屏媒体，以期增强公司的盈利能力，同时为股东创造持续稳定的业绩回报。

（四）成为综合性的文化传媒产业集团是公司的长期发展战略

上市后，公司秉承“以媒为本，多元多赢”的发展战略，以传统媒体业务为基础，兼顾内生式成长和外延式发展，按照“产业化、平台化、移动化、大数据”的发展思路，利用现有媒体的优势资源进行相应的产业化延伸发展，积极布局移动互联网行业与大数据应用领域，通过建立包含报刊、户外、互联网和移动互联网等多种媒体互动营销的广告平台，打破单一媒体营销的限制、打通多种媒体的资源整合，

打造新的发展平台和盈利模式，用平台来整合资源以发挥资源的最大效用。在做优做强传统媒体的基础上，积极开发拓展新媒体，实现多元媒体协同发展，共同繁荣，从而成为国内领先、国际一流的综合性的文化传媒产业集团。

本次交易是公司发展过程中的一个重要举措，必将为实现公司的战略目标奠定坚实的基础。

二、本次交易的目的

（一）打造国内领先的跨媒体整合营销广告平台

粤传媒作为中国报业上市第一股，是国内领先的报业传媒集团。2012年，公司完成重大资产重组，随着优质经营性资产的注入，公司成为传媒类行业首家获得中宣部和国家新闻出版总署批准并上市的公司，依托广州日报的品牌优势，集广告经营、发行、印刷为一体，产业规模及行业竞争力大幅提升，成为国内领先的大型传媒集团。

目前，粤传媒已经构建了“广州日报+系列报刊+新媒体集群”的立体化发展体系。《广州日报》发行量位居全国前三，品牌价值位列世界品牌实验室的报业品牌排名第二，连续19年广告收入报媒排名第一；同时，公司采取差异化发展战略，打造《足球》报、《舞台与银幕》、《老人报》、《羊城地铁报》、广州日报社区报等一批在分众领域具有全国、全省领先的系列报刊，具有内容形式多样、覆盖区域广泛、读者群体庞大的特点；粤传媒优质的新媒体集群，深度整合了网站、手机报等传统网络手段，并嵌入了微博、微信、二维码、APP等移动互联网媒体网络，提高了媒体渠道的厚度、增强了读者的粘性。

同时，在当前文化传媒行业互联网和移动互联网高速发展的窗口期，公司建立了投资并购平台，逐步深化产业发展研究，并将充分利用上市公司资本运作平台优势，在夯实传统媒体业务经营的基础上，通过投资并购，以外延式的发展策略实现公司多元化战略部署和传媒产业链布局，而具备高成长性、高附加值特性的新媒体项目，则是公司在“以媒为本，多元多赢”发展战略下的重要拓展领域与投资方向。

本次重组完成后，上市公司将自身良好的品牌优势、强大的媒体资源、丰富的线下活动、成熟的营销体系、庞大的客户群体和香榭丽户外LED大屏新媒体营销

网络的优势充分结合，在现有报纸、杂志、互联网和移动互联网等多种媒体整合营销的广告平台基础上，进一步扩展延伸至具有强大的视觉冲击力、震撼的视频内容展示方式及创新性的人屏互动的户外 LED 大屏新媒体领域，放大现有媒体宽度，充分发挥户外 LED 大屏媒体网络的品牌传播、内容营销的极佳推广优势与效果，丰富完善公司广告整合营销平台的多媒体布局，通过多种媒体的资源整合，发展打造中国最具实力的跨媒体整合营销广告平台，进而成为国内最具实力的客户价值管理与跨媒体运营平台。

（二）加速产业整合，充分发挥粤传媒与香榭丽传媒的全方位协同效应

在“碎片化”混媒时代，广告行业呈现媒体形态多样化，受众媒体接触碎片化的态势，媒体广告传播的价值更多体现在高效整合所产生的协同效应。本次重组完成后，粤传媒与香榭丽传媒将实现双方资源的立体化整合与优化，充分发挥在各自领域优势资源的全方位协同效应。

（1）搭建跨媒体品牌集群，实现品牌共荣

目前，上市公司依托《广州日报》平台，在传统广告、发行业务领域精耕细作多年，并围绕核心报业平台打造新媒体集群，深度整合网站、手机报等传统网络手段，更在微博、微信、二维码、APP 等移动互联网等方面表现出很强的用户粘性和互动性，媒体资源的强势组合形成了强大的传播力和影响力，逐步形成了权威的社会公信力和强劲的品牌价值。香榭丽传媒作为户外 LED 大屏新媒体广告行业领先企业之一，在进入伊始就致力于构建覆盖全国的网络版图，是行业最早的市场培育者和开拓者，经过长久以来的努力开拓与经营，香榭丽传媒拥有了良好的业界口碑与品牌形象，推动了整个户外 LED 大屏新媒体行业的规范发展。

本次重组完成后，粤传媒将会全力支持香榭丽传媒自有品牌建设，通过现有品牌平台增强香榭丽传媒在户外 LED 新媒体领域的品牌影响力；另一方面，香榭丽品牌将纳入粤传媒的品牌管理体系，实现品牌间的价值与效应协同，强化多品牌运作、多种媒体经营的粤传媒大平台理念与市场影响力，实现整个上市公司跨媒体整体营销平台的建设，推进多媒体品牌的共荣。

（2）媒体资源平台化扩张，提升整合营销能力

媒体经营的竞争归根结底是资源的竞争。粤传媒旗下报刊、网站等媒体具有强大的传播力和巨大的影响力，广告平台资源丰富，拥有强大的整合能力。香榭丽作为国内 LED 大屏新媒体经营行业龙头企业，其媒体网络覆盖全国主要一线城市，逐步形成了以一线城市媒体资源为主干，向二三线城市有序渗透扩张的网络版图。

本次重组完成后，粤传媒与香榭丽传媒将深度整合双方媒体资源，在粤传媒现有多种媒体互动营销广告平台基础上，实现户外 LED 大屏媒体资源的平台化扩张。同时，上市公司将为香榭丽传媒提供资金、技术、客户、渠道、品牌和公共资源等全方位支持，强化香榭丽“自有经营+独家买断+联动开发”的网络化业务拓展模式，快速建立覆盖国内一、二线城市，基本覆盖三线城市的全国最大户外 LED 新媒体运营平台，结合上市公司媒体资源平台，按照“区域性传统媒体+全国性户外 LED 大屏+跨媒体资源整合平台”的发展路径，实现媒体资源网络化布局的互联互通，充分体现并运用媒体网络层次化、广告投放形式多样化、显示屏体个性化的优势效果与作用，进一步提高上市公司媒体资源的平台化优势，充分发挥各类资源的最大效用，并为上市公司在户外媒体领域的产业化延伸奠定基础。

在此基础上，上市公司通过出众的整合运营能力，伴随着优势媒体资源的平台化扩张与深度整合，将建立“一站式”整合营销服务体系，打造跨媒体整合传播平台，通过综合协调地使用各种形式的传播方式，以统一的目标和统一的传播形象，传递一致的产品信息，促进与消费者的双向沟通，迅速树立产品品牌在消费者心目中的地位，建立产品品牌与消费者长期密切的关系，更有效的达到广告传播和产品行销的目的，以实现公司整合营销能力的整体提升。

（3）整合客户资源，提供一体化平台式服务

经过多年发展，粤传媒和香榭丽传媒作为各自领域领先的媒体平台型公司，经过多年发展，均积累了丰富的客户资源、品牌优势。粤传媒旗下媒体服务的广告客户遍布各行各业，基本覆盖各大领域和主流品牌；香榭丽传媒则在诸多广告消费重点领域与客户建立了紧密的合作关系。

未来，粤传媒与香榭丽传媒可实现双方客户资源的共享与整合。一方面，通过更加丰富多样的媒体资源平台完善对现有客户的服务内容与体系化建设，进一步提升客户的价值传播。另一方面，结合双方的客户行业属性、媒体特性、服务内容等因素，基于多种媒体的资源整合与有效利用，粤传媒与香榭丽传媒将开展对新客户

的协同开发，显著提升市场拓展能力与服务水平，实现面向客户的一体化整合营销服务。



（三）增强公司整体实力，实现全体股东利益最大化

公司现有业务主要围绕传统媒体开展报刊广告、发行、印刷等业务，并通过布局移动互联网板块从事网络服务与经营。其中，基于报刊的广告业务收入是上市公司主要的收入来源。香榭丽作为国内户外 LED 大屏行业领导企业之一，具备很强的市场竞争力、广泛的品牌认可度和领先的市场地位。

本次交易完成后，上市公司的多种媒体互动营销广告平台将扩展至新媒体的户外 LED 大屏新媒体领域，并有望依托上市公司的资本实力和品牌影响力实现在该领域快速扩张，从而进一步提升上市公司的整体广告经营能力和整合营销能力；另一方面，户外 LED 大屏作为高清新型户外媒体，是一种具备数字化、互动化、移动化特性的新媒体业态，丰富了上市公司广告发布平台，并通过与公司现有的丰富

的媒体资源相融合，结合公司整合营销上的业务优势，为客户提供一体化、个性化的优质服务。

根据粤传媒以及香榭丽经审计的 2011 年、2012 年的财务数据，香榭丽营业收入分别相当于同期上市公司营业收入的 9.28%和 12.76%，归属于母公司股东净利润分别相当于同期上市公司归属于母公司股东净利润的 9.80%和 13.40%。交易对方同时承诺香榭丽 2013 年、2014 年、2015 年、2016 年经审计的归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润分别不低于人民币 4,600 万元、5,683 万元、6,870 万元和 8,156 万元。本次收购完成后，上市公司在业务规模、盈利水平等方面有望得到一定的提升。

因此，本次交易有利于进一步提升上市公司的综合竞争能力、市场拓展能力、资源控制能力和后续发展能力，提升公司的盈利水平，增强抗风险能力和可持续发展的能力，以实现全体股东利益最大化。

三、本次交易的决策过程

（一）本次交易已经获得的授权和批准

2013 年 9 月 10 日，本公司召开第八届董事会第四次会议，审议通过《关于筹划发行股份购买资产事项的议案》，董事会同意公司筹划资产重组事项。

2013 年 10 月 14 日，浙江亿诚创业投资有限公司召开临时股东会，表决同意向粤传媒出让所持有香榭丽股权。

2013 年 10 月 16 日，天津道泓股权投资基金有限公司召开董事会，同意向粤传媒出让所持有香榭丽股权。

2013 年 10 月 17 日，香榭丽传媒召开股东会，全体股东一致同意向粤传媒转让香榭丽传媒合计 100%股权。

2013 年 10 月 25 日，本公司召开第八届董事会第五次会议，审议通过了本次《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》的相关议案。

（二）本次交易尚需获得的授权和批准

- 1、本次交易评估报告尚需经国有资产监督管理部门备案；
- 2、本次现金及发行股份购买资产方案尚需经国有资产监督管理部门批准；
- 3、本次现金及发行股份购买资产方案尚需本公司股东大会表决通过；
- 4、本次现金及发行股份购买资产方案尚需获得中国证监会的核准。

本次交易能否获得国有资产监督管理部门备案和审批、公司股东大会的批准和证监会的相关核准，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。

四、本次交易的基本情况

（一）本次交易方案概述

本公司于2013年10月25日召开的第八届董事会第五次会议审议通过了本次交易的相关议案。

本次交易粤传媒拟以现金和发行股份相结合的方式购买香榭丽传媒 100%的股权，交易对价为4.5亿元。其中：

1、粤传媒以现金及发行股份的方式购买交易对方合计持有的香榭丽传媒98.2037%的股份，其中，以向埃得伟信、陈荣、方荣梓、黄若梅、天津瑞懋支付现金7,941.22万元的方式购买17.6472%的股份，以向叶玫等17名交易对方发行境内上市人民币普通股（A股）33,196,374股的方式购买80.5565%的股份。

2、粤传媒全资子公司新媒体公司以支付现金808.33万元的方式购买乔旭东持有的香榭丽传媒1.7963%的股份。

本次交易完成后，粤传媒及其全资子公司新媒体公司将合计持有香榭丽传媒100%股权。

（二）本次交易价格及溢价情况

本次交易中，评估机构采用收益法和资产基础法对香榭丽传媒股东全部权益

进行评估，最终采用收益法评估结果作为香榭丽传媒股东全部权益价值的定价依据。根据北京中企华资产评估有限责任公司出具的中企华评报字（2013）第 3473 号《评估报告》，以 2013 年 6 月 30 日为基准日，香榭丽传媒 100% 股权的评估值为 45,098.96 万元。经交易各方友好协商，本次香榭丽传媒 100% 股权的最终交易价格为 45,000 万元。

上述资产的具体评估情况请参见“第四章 交易标的基本情况 十、香榭丽的估值情况”及《评估报告》。

（三）本次交易中上市公司对价支付情况

粤传媒以现金和发行股份购买资产相结合的方式购买交易对方所持香榭丽传媒 100% 的股权，其中：

1、粤传媒以现金及发行股份的方式购买交易对方合计持有的香榭丽传媒 98.2037% 的股份，其中，以向埃得伟信、陈荣、方荣梓、黄若梅、天津瑞懋支付现金 7,941.22 万元的方式购买 17.6472% 的股份，以向叶玫等 17 名交易对方发行境内上市人民币普通股（A 股）33,196,374 股的方式购买 80.5565% 的股份。

2、粤传媒全资子公司新媒体公司以支付现金 808.33 万元的方式购买乔旭东持有的香榭丽传媒 1.7963% 的股份。

五、本次交易不构成关联交易

本次交易对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，本次交易不构成关联交易。

六、本次交易适用《重组管理办法》的指标说明

本次交易，粤传媒拟收购香榭丽传媒 100% 股权，根据粤传媒、香榭丽传媒经审计的 2012 年度财务报表以及交易作价情况，相关计算指标及占比情况如下：

单位：万元

项目	粤传媒	香榭丽	交易价格	占比
资产总额	408,780.02	42,434.31	45,000.00	11.01%
资产净额	360,984.88	26,202.25	45,000.00	12.47%

营业收入	188,073.29	23,993.43	--	12.76%
------	------------	-----------	----	--------

注：粤传媒财务指标均取自其 2012 年度经审计合并财务报表，香榭丽的资产总额、资产净额数据根据《重组管理办法》规定，以经审计资产总额、资产净额分别与交易价格相比孰高为准。

由于香榭丽 100% 股权的交易价格未超过本公司 2012 年末总资产和净资产的 50%，香榭丽 2012 年营业收入未超过本公司同期营业收入的 50%，故本次发行股份购买资产不构成重大资产重组，但由于涉及上市公司发行股份购买资产，仍需要提交中国证监会并购重组委员会审核。

七、本次交易未导致本公司控制权变化

本次交易前，广州市国有经营性文化资产监督管理办公室通过广州传媒控股有限公司和广州大洋实业投资有限公司控制公司 68.49% 的股份，为公司实际控制人。

本次交易公司发行股份 33,196,374 股之后，广州传媒控股有限公司直接持有本公司股份变更为 47.14%，仍为本公司控股股东；广州市国有经营性文化资产监督管理办公室直接或间接控制的公司股份比例变更为 65.36%，仍为公司实际控制人。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。

八、本次交易不会导致本公司股票不具备上市条件

本次交易完成后，本公司的股本将由 692,002,640 股变更为 725,199,014 股，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总股本的 10%。本次交易完成后，公司仍旧满足《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。

第二章 上市公司基本情况

一、公司基本情况简介

公司法定中文名称：广东广州日报传媒股份有限公司

公司英文名称：Guangdong Guangzhou Daily Media Co., Ltd.

注册资本：69,200.2640 万元

注册地址：广东省广州市白云区增槎路 1113 号

办公地址：广东省广州市白云区增槎路 1113 号

法定代表人：汤应武

成立时间：1992 年 12 月 28 日

上市地：深圳证券交易所

上市时间：2007 年 11 月 16 日

股票代码：002181

企业法人营业执照注册号：440000000023281

经营范围：设计、制作、代理国内各类广告业务、印刷出版物（印刷经营许可证有效期至 2013 年 12 月 31 日）。销售：建筑材料及设备，金属材料，机电产品，汽车（除小轿车），汽车零部件，皮革制品、五金交电、纺织品，计算机硬件和软件，矿产品、日用百货、化工原料（除化危品）、服装、纸张。

二、上市公司历史沿革及股本变动情况

（一）公司的设立

广东广州日报传媒股份有限公司原名称为清远建北（集团）股份有限公司，清远建北（集团）股份有限公司的前身系清远建北大厦股份有限公司（以下简称“建北大厦”）。1992 年 5 月 25 日，广东省企业股份制试点联审小组签发粤联审办[1992]13 号文，批准筹备建北大厦；1992 年 9 月 7 日，广东省企业股份制试点联

审小组和广东省经济体制改革委员会签发粤股审[1992]43号文，批准由清远市建北企业集团公司、伟业（清远）印刷制品有限公司、万宝集团清远建北电子电器公司共同作为发起人设立建北大厦，1992年12月28日，建北大厦在广东省清远市工商行政管理局完成设立登记手续，领取了企业法人营业执照（注册号为19757671-5），设立时的股本结构如下：

序号	股份类别	股份总额（万股）	占总股本比（%）
1	发起人股	3,430.00	35.00
2	募集法人股	5,870.00	59.90
3	内部职工股	500.00	5.10
总计		9,800.00	100.00

（二）设立后至首次公开发行并上市前的股权变更

1、1993年4月5日，广东省企业股份制试点联审小组和广东省经济体制改革委员会签发粤股审[1993]11号文，批准建北大厦与建北集团进行重组，并以定向募集方式增资扩股。1993年4月9日，清远市工商行政管理局向清远建北换发了企业法人营业执照。

依据广东省企业股份制试点联审小组粤联审办[1993]22号文和1993年4月16日中国证券交易系统有限公司中证交上市[1993]3号《上市通知书》，本公司定向募集法人股在中国证券交易系统有限公司的全国电子交易系统（简称“NET系统”）上市流通，上市日为1993年4月28日，公司的股本结构如下：

序号	股份类别	股份总额（万股）	占总股本比（%）
1	国家股（清远市国有资产办公室）	31,542.00	60.66
2	NET 流通法人股	15,870.00	30.52
3	内部职工股	4,588.00	8.82
总计		52,000.00	100.00

2、1993年12月，经广东省企业股份制试点联审小组粤联审办[1993]100号文批准，本公司以下属十四家企业的净资产31,766万元调减本公司国家股20,010万股。经清远市人民政府清府函〔1994〕19号文同意，本次调减后的国家股改由建北集团持有。本次国家股调减完成后，股本结构如下：

序号	股份类别	股份总额 (万股)	占总股本比 (%)
1	国家股（建北集团）	11,532.00	36.05
2	NET 流通法人股	15,870.00	49.61
3	内部职工股	4,588.00	14.34
总计		31,990.00	100.00

3、1994年3月13日，本公司股东大会决议通过了1993年度分红派息方案：每10股送红股2股及派现金0.8元，内部职工股股东可自行选择每10股送2股派0.8元或每10股派2.8元的分红方案，方案实施后，共计送红股5,908.112万股，其中内部职工股送红股427.712万股，本公司股本增至37,898.112万股。广东省体改委粤体改[1996]131号文对上述股本进行了确认。本次分红后的股本结构如下：

序号	股份类别	股份总额 (万股)	占总股本比 (%)
1	国家股（建北集团）	13,838.40	36.51
2	NET 流通法人股	19,044.00	50.25
3	内部职工股	5,015.712	13.24
总计		37,898.112	100.00

4、1996年12月，本公司股东大会决议通过了1995年度分红派息方案：内部职工股每10股派0.6元，其余股东每10股送红股0.6股，共送红股19,729,440股，本公司的股本增至398,710,560股。本次分红后的股本结构如下：

序号	股份类别	股份总额 (万股)	占总股本比 (%)
1	国家股（建北集团）	14,668.704	36.79
2	NET 流通法人股	20,186.64	50.63
3	内部职工股	5,015.712	12.58
总计		39,871.056	100.00

5、2000年7月31日，本公司第7次股东大会决议批准，并经中国证监会证监发行字[1999]136号文批复，本公司总股本398,710,560股按2:1的比例缩股，同时，清远市国有资产管理局以清国资[2000]40号文明确了建北集团持有的国有股股权性质为国有法人股，本次缩股后的股本结构如下：

序号	股份名称	股份总额 (万股)	占总股本比 (%)
----	------	--------------	--------------

1	国有法人股（建北集团）	7,334.352	36.79
2	NET 流通法人股	10,093.32	50.63
3	内部职工股	2,507.856	12.58
总计		19,935.528	100.00

6、2000年10月，本公司的原第一大股东广东建北企业集团公司与广州大洋文化传讯有限公司签订股权转让协议，广东建北企业集团将其持有本公司的36.79%股权转让给广州大洋文化传讯有限公司，广州大洋文化传讯有限公司成为本公司的第一大股东。2004年广州大洋文化传讯有限公司更名为广州大洋实业投资有限公司（“大洋实业”）。

2000年11月，经中国证监会证监发行字[2000]130号文和广东省人民政府粤府函[2000]636号文批准，建北集团将其持有的全部国有法人股转让给大洋实业。本次国有法人股转让后的股本结构为：

序号	股份类别	股份总额 (万股)	占总股本比 (%)
1	国有法人股（大洋实业）	7,334.352	36.79
2	NET 流通法人股	10,093.32	50.63
3	内部职工股	2,507.856	12.58
总计		19,935.528	100.00

2001年3月广东省财政厅出具粤财企[2001]102号文对上述股权结构进行了确认。

7、2005年5月，本公司更名为“广东九州阳光传媒股份有限公司”，并在广东省工商行政管理局办理了相关变更登记。变更登记后，本公司的企业法人营业执照注册号为4418001001389，注册地址为广州市东山区环市东路好世界广场1902房，法定代表人为梁汉辉，经营范围没有发生变化。

8、2005年10月，经广东省国有资产管理委员会《关于广东九州阳光传媒股份有限公司国有股权管理方案的批复》（粤国资函[2005]373号）批准，大洋实业原委托自然人代持的625万股内部职工股转为国有法人股。本次股权性质变更完成后，本公司股本结构为：

序号	股份类别	股份总额 (万股)	占总股本比 (%)
----	------	--------------	--------------

1	国有法人股（大洋实业）	7,959.352	39.93
2	NET 流通法人股	10,093.32	50.63
3	内部职工股	1,882.856	9.44
总计		19,935.528	100.00

（三）公司首次公开发行并上市后的股权、名称工商变更情况

1、根据本公司 2006 年 11 月 20 日股东大会决议和修改后公司章程的规定，本公司申请增加注册资本人民币 70,000,000.00 元，变更后的注册资本为人民币 269,355,280.00 元。新增注册资本以向公司控股股东及公司代办股份转让系统流通股股东定向配售、网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合的方式募集。经中国证券监督管理委员会证监发行字（2007）361 号文《关于核准广东九州阳光传媒股份有限公司首次公开发行股票的通知》批准，2007 年 11 月 16 日本公司向社会公众发行股票并在深圳证券交易所挂牌上市，股票代码为 002181。

2、2008 年 8 月 19 日，根据本公司第三次临时股东大会决议，公司以总股本 269,355,280 股为基数，用资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股，合计转增股本 80,806,584 股，本次增资后，转增后公司总股本由 269,355,280 股增加至 350,161,864 股。

3、2012 年 3 月 31 日，经中国证券监督管理委员会证监许可[2012]431 号文《关于核准广东九州阳光传媒股份有限公司向广州传媒控股有限公司发行股份购买资产的批复》核准，公司发行 341,840,776 股股份购买广传媒持有的广州日报报业经营有限公司（以下简称“广报经营”）100%股权、广州大洋传媒有限公司（以下简称“大洋传媒”）100%股权及广州日报新媒体有限公司（以下简称“新媒体公司”）100%股权。2012 年 5 月 28 日，广传媒持有的广报经营 100%股权、大洋传媒 100%股权及新媒体公司 100%股权已经全部登记至本公司名下，相关工商变更登记手续办理完毕。2012 年 6 月 7 日，此次重组向广传媒发行的 341,840,776 股股份完成登记，中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具了《证券登记确认书》；2012 年 6 月 19 日，经深圳证券交易所同意，公司非公开发行的 341,840,776 股人民币普通股（A 股）挂牌上市。

4、根据公司 2012 年第一次临时股东大会决议，公司修改了《公司章程》、公

公司名称、经营范围、公司注册资本等申请办理工商变更登记手续。2012年7月27日，公司收到广东省工商行政管理局的核准变更登记通知书（粤核变通字【2012】第1200026362号），取得广东省工商行政管理局换发的《企业法人营业执照》。公司注册资本变更为陆亿玖仟贰佰万贰仟陆佰肆拾元，法定代表人变更为汤应武。公司名称变更为“广东广州日报传媒股份有限公司”。

三、新媒体公司基本情况

（一）公司基本情况简介

公司法定中文名称：广州日报新媒体有限公司

注册资本：10,000 万元

注册地址：广州市越秀区观绿路 43 号 701 房

办公地址：广州市越秀区观绿路 43 号 701 房

法定代表人：陈广超

成立时间：2009 年 04 月 16 日

企业法人营业执照注册号：440101000192577

经营范围：以自有资金投资项目，设计、制作、代理、发布国内外各类广告；电子技术开发；批发和零售贸易（国家专营专控商品除外）。

（二）新媒体公司设立及股本变动情况

新媒体公司是由广传媒以货币出资设立的独资公司，注册资本 10,000 万元。2009 年 3 月 31 日，立信羊城会计师事务所出具了 2009 年羊验字第 16005 号《验资报告》验证确认，截至 2009 年 3 月 31 日，公司注册资本已全部缴足。2009 年 4 月 16 日，新媒体公司取得了广州市工商行政管理局颁发的注册号为 4401011112264 的《企业法人营业执照》。

2012 年 5 月 8 日，经新媒体公司股东决定，广传媒将其持有的新媒体公司注册资本 100% 共 10,000 万元出资转让给粤传媒。2012 年 5 月 8 日，粤传媒与广传媒签订了《股东转让出资合同书》，约定广传媒将原出资 10,000 万元（占注册资本

100%) 转让给粤传媒。新媒体公司于 2012 年 5 月 28 日自广州市工商局取得了换发的注册号为 440101000192577 号的《企业法人营业执照》。自此，新媒体公司成为本公司的全资子公司。

四、上市公司最近三年控股权变动情况

2012 年 6 月 7 日之前，本公司总股本为 350,161,864 股，本公司的控股股东为大洋实业，实际控制人为广州日报社。

2010 年 8 月 13 日，上市公司与广州传媒控股有限公司签署了《广东九州阳光传媒股份有限公司与广州传媒控股有限公司关于发行股份购买资产协议》，上市公司向广传媒非公开发行 341,840,776 股股份，收购广报经营 100% 股权、大洋传媒 100% 股权、新媒体公司 100% 股权。2012 年 4 月 5 日，中国证监会核准该方案。2012 年 6 月 7 日，本次重组向广传媒发行的 341,840,776 股股份完成登记。重组完成后，本公司的总股本变更为 692,002,640 股，广传媒直接持有本公司 341,840,776 股股份，占公司总股本的 49.40%，成为本公司控股股东。本公司的实际控制人仍为广州日报社，此次发行股份未导致上市公司控制权发生变化。

2012 年 3 月，本公司从实际控制人广州日报社取得了《关于公布市国有经营性文化资产监督管理办公室履行出资人职责企业名单的通知》（穗府办[2011]12 号）文件，广州市政府授权广州市国有经营性文化资产监督管理办公室（“广州市文资办”）对广州日报社以及广传媒等下属企业履行出资人的职责，本公司实际控制人因国有资产监管部门的调整变更为广州市文资办。

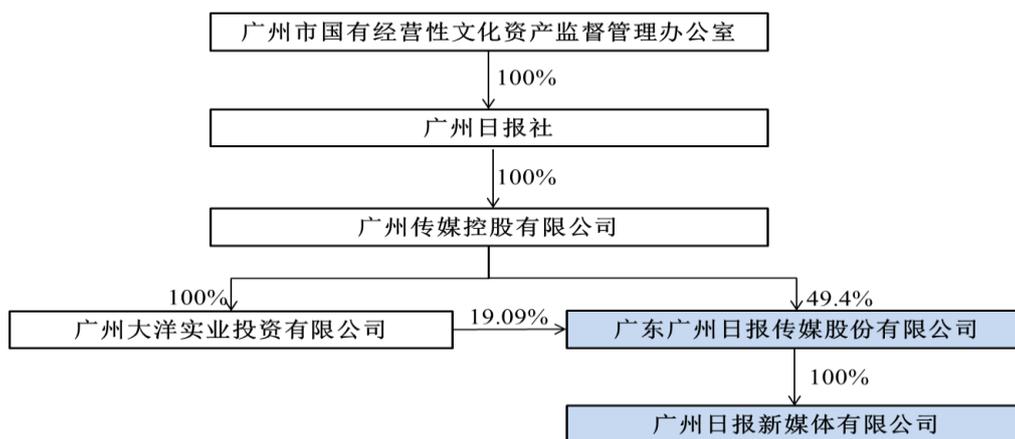
五、公司控股股东和实际控制人

截至本报告书签署日，公司控股股东为广传媒，广传媒直接持有本公司 49.40% 的股权。

公司实际控制人为广州市文资办，广州市文资办通过广传媒和大洋实业间接控制上市公司 68.49% 股份。

（一）股权控制关系

截至本报告书签署日，粤传媒的股权控制关系如下图所示：



（二）控股股东情况

本公司控股股东为广传媒，具体情况如下：

公司法定中文名称：广州传媒控股有限公司

注册资本：10 亿元

注册地址：广州市越秀区同乐路 10 号门楼三楼

法定代表人：汤应武

公司类型：有限责任公司（国有独资）

成立日期：2006 年 12 月 28 日

营业执照注册号：440101000087920

经营范围：自有资金投资；设计、制作、代理、发布国内外各类广告业务。印刷、出版、发行：书报刊（具体由分支机构经营）

经营期限：长期

（三）实际控制人概况

本公司的实际控制人为广州市国有经营性文化资产监督管理办公室。2011 年 3 月 24 日，广州市人民政府办公厅发布《关于公布市国有经营性文化资产监督管理办公室履行出资人职责企业名单的通知》（穗府办[2011]12 号），通知规定：根据《中华人民共和国企业国有资产法》、《企业国有资产监督管理暂行条例》，市人民政府同意授权市国有经营性文化资产监督管理办公室对包含广州日报社在内的 77 户企

业及其所属子企业履行出资人职责。

六、公司主营业务情况

2012 年公司重大资产重组实施完成，广报经营、大洋传媒、新媒体公司等优质传媒资产注入，公司资产质量大幅提升，公司主营业务将在原有的设计、制作、代理各类广告，印刷出版物，销售书报刊等的基础上增加广告经营、报纸发行、新媒体经营等业务，其中广告和报纸发行业务占公司营业收入的比重超过 80%，取代印刷和广告代理业务，成为上市公司最主要的收入来源。

（一）权威的社会公信力和强劲的品牌价值

《广州日报》是中共广州市委机关报，是全国影响力最大和市场化最成功的党报之一。以“追求最出色的新闻，塑造最具公信力媒体”为办报方针，在广大受众中形成了权威的社会公信力。《广州日报》是中国报业改革和产业化经营的“排头兵”，至今保持着中国报业改革中的诸多第一：首家“自收自支、自负盈亏”的党报，率先扩版的党报，报纸广告收入全国第一，报纸印刷能力全国第一，中国报业上市第一股等。

2013 年《广州日报》以 165.68 亿元品牌价值位列世界品牌实验室发布的《中国 500 最具价值品牌》排行榜第 102 位，继续稳居中国报业品牌第二名，仅次于《人民日报》。

（二）强大的传播力和巨大的影响力

公司旗下报刊、网站等媒体具有强大的传播力和巨大的影响力。《广州日报》在完全市场化发行的情况下，发行量居全国报纸前三甲，自费订阅率和阅读覆盖率居全国前列。公司系列报刊和网站、手机报、移动客户端（APP）、官方微博、微信等全媒体发布渠道，无论是受众规模，还是传播力和影响力都远高于其他同类媒体。

（三）显著的经营优势和独特的资源优势

1、公司现金储备充裕，现金流良好，负债率不高，资金实力强，可支持公司业务快速发展。

2、公司享受文化产业政策优惠，是政府重点扶持的文化企业。2011年10月党的十七届六中全会审议通过了《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》，明确提出“继续执行文化体制改革配套政策，对转企改制国有文化单位扶持政策执行期限再延长五年”。公司目前享受的企业所得税免税政策有望在今年到期后得以延长。2012年11月广东省实施的“营改增”试点，可为公司大幅降低税负，并已在今年得到体现。

3、公司拥有丰富的广告客户资源，广告收入全国领先。公司旗下媒体服务的广告客户遍布各行各业，基本覆盖各大领域和主流品牌。公司与很多高端客户建立了长久的密切合作关系，客户的满意度和黏度极高。根据尼尔森网联监测数据，《广州日报》广告刊例金额在连续19年排名全国报纸第一基础上，今年1-6月仍居全国报纸首位。《广州日报》的广告实收金额更是遥遥领先。

4、公司拥有世界先进的印刷生产线及亚洲最大的报纸印刷生产规模。从德国和瑞士等引进的7条世界一流水平的报纸印刷设备，以及配套的一系列辅助生产系统，完成了报纸生产流程全过程的自动化，最大印刷能力达到654万对开张/小时，印刷能力已连续10年保持全国第一，也是亚洲地区规模最大的印刷厂之一。《广州日报》在今年上半年全国印刷质量评比中获得优异成绩，继续位居精品级报纸行列。

5、公司拥有广东珠三角地区大规模的、高效的、覆盖率高的发行网络。公司通过整合现有庞大的报纸投递、零售、运输、铺面网络和数据库营销及呼叫中心资源，打造现代物流信息配售平台，加快推动由单纯的报纸发行转向多种经营业务发展，推进发行网络向物流网络转变。

（四）明确的发展战略和清晰的发展思路

“以媒为本，多元多赢”是公司的发展战略，“产业化、平台化、移动化、大数据”是公司的发展思路。既要坚持做优做强传统媒体，也要积极开发拓展新媒体，实现多元媒体协同发展，共同繁荣。

1、产业化。利用现有媒体的优势资源进行相应的产业化延伸发展。《广州日报》的“博雅”、“典藏”等专栏具有发展艺术品产业的优势，《老人报》具备发展老人产业的优势，《足球报》、《篮球先锋报》等体育类报刊具备发展体育产业的优势，《舞台与银幕》、《新现代画报》、《羊城地铁报》、社区报等媒体也可以通过线上线

下相结合，向相关多元化产业发展。

2、平台化。打造新的发展平台和盈利模式，用平台来整合资源，发挥资源的最大效用。通过建立包含报刊、户外、互联网和移动互联网等多种媒体互动营销的广告平台，打破单一媒体营销的限制、打通多种媒体的资源整合。先锋报业利用自身体育资讯类媒体优势，研发购彩平台手机客户端，打造手机彩票业务平台。

3、移动化。移动互联网代表着媒体行业和社会交往的未来发展方向，蕴藏着巨大的商机，公司必须紧跟社会发展趋势，通过加大收购并购参股力度，在移动互联网行业中尽早布局，大力推进移动互联网业务发展。

4、大数据。一方面是利用先进的数字技术对传统媒体进行数字化改造，用互联网的思维、数字化的手段来推动传统媒体转型，创新经营和传播模式；另一方面是利用积累和产生的资讯、读者、客户等海量数据资源，利用数据挖掘技术，开展数据分析业务。同时也将加强与国内外有影响力的数据科技公司战略合作。

最近三年公司主营业务按行业类别构成分类如下：

项目	2013年 1-6月		2012年		2011年	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
广告业务	42,684.98	57.15	117,193.70	63.71	117,258.29	63.75
发行业务	19,130.66	25.61	39,972.70	21.73	39,857.43	21.67
印刷业务	10,443.46	13.98	22,277.01	12.11	22,404.85	12.18
旅店服务业	273.99	0.37	312.47	0.17	267.86	0.15
图书音像销售	603.70	0.81	995.41	0.54	1,118.39	0.61
网络服务	1,035.84	1.39	3,056.53	1.66	2,835.47	1.54
其他	515.53	0.69	144.51	0.08	186.41	0.10
合计	74,688.17	100.00	183,952.32	100.00	183,928.71	100.00

七、公司主要财务数据

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2013年 6月 30日	2012年 12月 31日	2011年 12月 31日
-----	--------------	---------------	---------------

资产总额	401,560.21	408,780.02	384,609.32
负债总额	34,336.17	47,795.14	50,123.67
归属于母公司所有者权益合计	366,415.56	360,222.63	333,688.18

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项 目	2013年1-6月	2012年	2011年
营业收入	75,933.59	188,073.29	187,799.11
营业利润	12,977.01	27,633.19	37,589.26
利润总额	13,050.04	27,631.60	37,881.74
归属于上市公司股东的净利润	13,112.96	27,568.30	37,227.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	13,046.04	18,010.90	1,002.33

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项 目	2013年1-6月	2012年	2011年
经营活动产生的现金流量净额	25.27	30,384.06	37,646.53
投资活动产生的现金流量净额	-7,058.87	7,270.70	-77,797.37
筹资活动产生的现金流量净额	-6,920.03	-1,549.65	-4,802.39
现金及现金等价物净增加额	-13,953.63	36,105.12	-44,953.22

（四）最近两年及一期主要财务指标

项 目	2013年1-6月	2012年	2011年
归属于上市公司股东的每股净资产（元）	5.30	5.21	4.82（注）
资产负债率	8.55%	11.69%	13.03%
基本每股收益（元）	0.19	0.40	0.54
加权平均净资产收益率	3.59%	7.96%	11.77%
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.01	0.44	1.08

注：计算 2011 年每股净资产时，归属于上市公司股东的每股净资产和股份数均采用重大

八、公司最近三年重大资产重组情况

根据公司 2011 年第一次临时股东大会决议和 2012 年 3 月 31 日中国证监会《关于核准广东九州阳光传媒股份有限公司向广州传媒控股有限公司发行股份购买资产的批复》（证监许可[2012]431 号），公司向广传媒非公开发行 341,840,776 股股份作为支付对价收购广传媒持有的广报经营 100% 股权、大洋传媒 100% 股权及新媒体公司 100% 股权。

该次发行股份购买资产完成后，公司股本总额变更为 692,002,640 股，广传媒直接持有本公司 341,840,776 股股份，占公司总股本的 49.40%，成为本公司控股股东，广报经营、大洋传媒及新媒体公司成为公司全资子公司，该次重组已于 2012 年 6 月 19 日实施完毕。

第三章 交易对方基本情况

一、本次交易对方基本情况

本次交易对方为香榭丽的全体股东，包括叶玫等 13 名自然人及埃得伟信等 7 个机构股东。截至本报告书签署日，各股东持有香榭丽的股权比例如下：

序号	股东名称	持股比例 (单位：%)
1	叶玫	18.2053
2	乔旭东	6.7963
3	埃得伟信	11.5901
4	陈荣	7.8877
5	赵钧	7.7691
6	方荣梓	3.6737
7	陈平	1.9680
8	唐宇婷	1.6164
9	王伟东	1.4467
10	谢学军	0.8632
11	郑刚	0.3669
12	黄若梅	0.3233
13	夏文洵	0.2207
14	孙健	0.2207
15	浙江亿诚	11.4583
16	天津道泓	9.0764
17	山南中科润	5.5106
18	天津瑞懋	5.5106
19	众享石天	3.4960
20	杭州仁达	2.0000
合计		100.0000

二、本次交易对方详细情况-自然人股东

(一) 叶玫

叶玫，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 46010019730514****，

住所为上海长宁区黄金城道***弄*号***室，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任香榭丽传媒董事长、CEO。

叶玫除持有香榭丽传媒 18.2053% 股份外，还持有埃得伟信 63.1658% 出资份额，埃得伟信基本情况见本章“第三节 本次交易对方详细情况-机构股东”。

叶玫最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2003 年至今	上海香榭丽广告传媒股份有限公司	董事长、CEO

（二）乔旭东

乔旭东，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 15010319661010****，住所为北京市海淀区黄旗博雅西园*楼*单元***号，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任香榭丽传媒董事、副总经理。

乔旭东除持有香榭丽传媒 6.7963% 股份外，还持有开封大宋制药有限公司 12.75% 股权，开封大宋制药有限公司注册资本 120 万元，营业范围：硬胶囊剂生产；持有埃得伟信 27.2267% 出资份额，埃得伟信基本情况见本章“第三节 本次交易对方详细情况-机构股东”。

乔旭东最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2006 年至今	上海香榭丽广告传媒股份有限公司	副总经理

（三）陈荣

陈荣，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 31022519581027****，住所为上海市浦东新区芳甸路***弄**号院，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任上海中路（集团）有限公司董事长。

陈荣除持有香榭丽传媒 7.8877% 股份外，还持有上海中路（集团）有限公司 50% 股份。上海中路（集团）有限公司注册资本 3 亿元，营业范围：高科技项目开发、

信息与生物技术、国内贸易（除专项规定）、投资经营管理、房地产开发与物业管理、文化传播。

陈荣最近五年的任职经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	1998年12月至今	上海中路（集团）有限公司	董事长
2	2009年12月至今	广东高空风能技术有限公司	董事
3	2009年11月至今	上海软众信息科技有限公司	董事
4	2009年3月至今	北京天宜堂生物科技发展有限公司	董事长
5	2009年3月至今	北京伊甸乐生物科技发展有限公司	总经理
6	2010年1月至今	上海奥士新文化传播有限公司	董事
7	2010年4月至今	浙江汉力士船用推进系统股份有限公司	董事
8	2010年5月至今	北京神雾环境能源科技集团股份有限公司	董事
9	2010年7月至今	吉林黑毛牛业有限公司	董事
10	2010年9月至今	合肥杰事杰新材料股份有限公司	董事
11	2010年9月至今	上海格尔软件股份有限公司	董事
12	2010年10月至今	上海集通数码科技有限责任公司	董事
13	2010年10月至今	青海小西牛生物乳业股份有限公司	董事
14	2010年11月至今	上海博科咨询股份有限公司	董事
15	2011年7月至今	深圳市宏电技术股份有限公司	董事
16	2011年8月至今	上海天筹投资管理有限公司	董事
17	2011年10月至今	上海优爱宝机器人技术有限公司	董事

（四）赵钧

赵钧，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 11010119761224****，住所为北京市西城区白云路西里**楼***号，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任北京软银赛富投资顾问有限公司法定代表人。

赵钧除持有香榭丽传媒 7.7691% 股份外，还持有乌鲁木齐兆均创富股权投资有限公司 0.0263% 股权。兆均创富注册资本 102,609.404 万元，营业范围：许可经营

项目：无。一般经营项目：从事对非上市企业的股权投资、通过认购非公开发行股票或者受让股权等方式持有上市公司股份以及相关咨询服务，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。

赵钧最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2004 年至今	北京软银赛富投资顾问有限公司	法定代表人

（五）方荣梓

方荣梓，男，中国国籍，无境外永久居留权，拥有中国香港居住权，香港身份证号码为 M07143*(*)，住所为广东省开平市长沙街道办事处人民东路*号*楼***房，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任广东隆达光电科技有限公司副总经理。

方荣梓除持有香榭丽传媒 3.6737% 股份，还持有香港上市公司无缝绿色中国（集团）有限公司（08150）约 12% 股份。无缝绿色中国（集团）有限公司总股本 485,114,420 股，营业范围：制造及销售蓝宝石水晶表片及电子光学产品、买卖酒类及时尚产品、买卖及开发集成电路及软件以及投资控股。

方荣梓最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2008 年至今	广东隆达光电科技有限公司	副总经理

（六）陈平

陈平，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 31011519840501****，住所为上海市浦东新区金杨路***弄**号***室，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现为自由职业者。

陈平除持有香榭丽传媒 1.9680% 股份，无其他对外投资。

陈平最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
----	------	------	----

1	2011年1月至 2012年4月	光大证券股份有限公司	投资经理
2	2012年4月至今	自由职业	--

（七）唐宇婷

唐宇婷，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为34030219850115****，住所为安徽省蚌埠市蚌山区宏业一村**栋***号，通讯地址为上海市黄浦区南昌路45号城汇大厦7楼，通讯方式为021-54660999，现任安徽煌垣和小额贷款有限公司董事长。

唐宇婷除持有香榭丽传媒1.6164%股份，无其他对外投资。

唐宇婷最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2011年1月至今	安徽煌垣和小额贷款有限公司	董事长

（八）王伟东

王伟东，男，中国国籍，拥有新加坡永久居留权，身份证号码为11010219691111****，住所为北京市海淀区展春园小区**楼*门***，通讯地址为上海市黄浦区南昌路45号城汇大厦7楼，通讯方式为021-54660999，现任北京杰思汉能资产管理股份有限公司董事长。

王伟东除持有香榭丽1.4467%股份外，还持有的公司股份如下：

序号	公司名称	注册资本 (万元)	持股比例 (%)	主营业务
1	北京杰思汉能资产管理股份有限公司	4,300	60	投资管理；企业管理咨询；财务咨询；投资咨询；承办展览展示活动
2	山南元朔杰思股权投资基金合伙企业（有限合伙）	500	99	对外投资
3	山南兴磊杰思股权投资基金合伙企业（有限合伙）	500	99	对外投资

4	华西能源工业股份有限公司	16,700	0.94	优化节能型锅炉和新能源综合利用型锅炉及其配套产品的设计、制造和销售
5	上海保隆科技股份有限公司	2,000	1.961	销售汽车配件门锁

王伟东最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2007年3月至今	北京杰思汉能资产管理股份有限公司	董事长

（九）谢学军

谢学军，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 11010819700429****，住所为北京市崇文区新世界家园*-*-*，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任北京软银赛富投资顾问有限公司法务总监。

谢学军除持有香榭丽传媒 0.8632% 股份，还持有乌鲁木齐兆均创富股权投资有限公司 0.0037% 股权。兆均创富注册资本 102,609.404 万元，营业范围：许可经营项目：无。一般经营项目：从事对非上市企业的股权投资、通过认购非公开发行股票或者受让股权等方式持有上市公司股份以及相关咨询服务，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。

谢学军最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2006 年至今	北京软银赛富投资顾问有限公司	法务总监

（十）郑刚

郑刚，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 35020219700226****，住所为福建省厦门市思明区振兴新村**号之*-*-*室，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任上海紫辉投资管理有限公司总裁、上海紫辉墨佰文化发展合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人。

郑刚除持有香榭丽传媒 0.3669% 股份外，无其他对外投资情况。

郑刚最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2009 年至 2011 年	中宇卫浴（德国）股份有限公司	首席财务官
2	2011 年至今	上海紫辉投资管理有限公司	总裁
3	2011 年至今	上海紫辉墨佰文化发展合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人

（十一）黄若梅

黄若梅，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 35042519710306****，住所为福建省厦门市思明区振兴新村**号之***室，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任泉州市丰泽区教育局科员。

黄若梅除持有香榭丽 0.3233% 股份外，无其他对外投资情况。

黄若梅最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2007 年至 2010 年	石狮市第二实验幼儿园	副园长
2	2010 年至 2012 年	石狮市教育局	教研员
3	2012 年至 2013 年	泉州市丰泽区教育局	科员

（十二）夏文洵

夏文洵，男，中国国籍，拥有加拿大永久居留权，身份证号码为 31010519801023****，住所为上海市长宁区仙霞路****弄**号*室，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任美国联邦快递加拿大分部财务。

夏文洵除持有香榭丽传媒 0.2207% 股份外，无其他对外投资情况。

夏文洵最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2007 年至今	美国联邦快递加拿大分部	财务

（十三）孙健

孙健，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 31010919711221****，住所为上海市虹口区东大名路***号，通讯地址为上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼，通讯方式为 021-54660999，现任中国民生银行股份有限公司地产金融事业部经理。

孙健除持有香榭丽传媒 0.2207% 股份外，无其他对外投资情况。

孙健最近五年的工作经历如下：

序号	工作期间	工作单位	职务
1	2008 年至今	中国民生银行股份有限公司地产金融事业部	经理

三、本次交易对方详细情况-机构股东

（一）上海埃得伟信投资中心（有限合伙）

1、基本概况

名称	上海埃得伟信投资中心（有限合伙）
注册号	310108000505145
税务登记号	国/地税沪字 310108582139319
住所	上海市延长路 152 弄 15 号甲 401-8 室
执行事务合伙人	叶玫
经营范围	实业投资，投资管理，企业管理咨询，商务信息咨询
合伙期限	2011 年 9 月 20 日至 2021 年 9 月 19 日

埃得伟信目前的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	股权比例（%）
普通合伙人			
1	叶玫	2,123.0928	63.1658
有限合伙人			

2	乔旭东	915.1295	27.2267
3	施承勤	322.9219	9.6075
合计		3,361.1442	100

2、历史沿革及股权变动

埃得伟信成立于 2011 年 9 月 20 日，设立时的出资情况如下：

序号	合伙人	认缴出资额（万元）	股权比例（%）
普通合伙人			
1	叶玫	2,409	73
有限合伙人			
2	乔旭东	891	27
合计		3,300	100

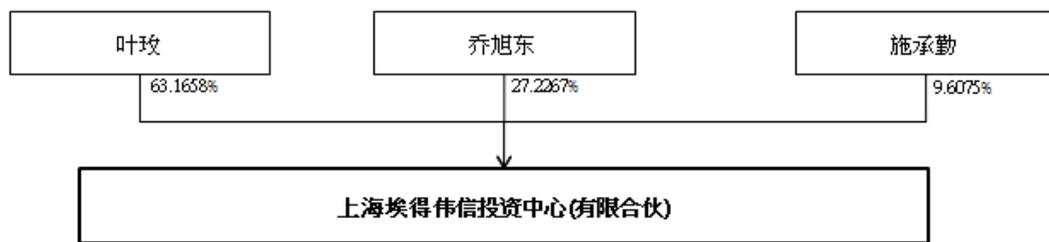
2012 年 7 月 3 日，埃得伟信增加出资额至 3,361.1442 元；同日，叶玫与施承勤签订《转让协议》，约定叶玫将所持埃得伟信 9.6075% 股权转让给施承勤，施承勤成为埃得伟信有限合伙人。本次变更后的埃得伟信出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	股权比例（%）
普通合伙人			
1	叶玫	2,123.0928	63.1658
有限合伙人			
2	乔旭东	915.1295	27.2267
3	施承勤	322.9219	9.6075
合计		3,361.1442	100

截至本报告出具之日，埃得伟信未发生其他任何股权变动情况。

3、股权结构及控制关系

截至本报告出具之日，埃得伟信的控制关系如下图所示：



4、对外投资情况

截至本报告书签署日，埃得伟信除持有 11.5901% 的香榭丽股权外，无其他对外投资情况。

5、简要财务数据

埃得伟信的简要财务报表信息如下：

单位：元

项目	2012 年 12 月 31 日
资产总计	33,611,443.23
所有者权益	33,610,443.23
项目	2012 年度
净利润	-665.77

以上数据未经审计。

(二) 浙江亿诚创业投资有限公司

1、基本概况

名称	浙江亿诚创业投资有限公司
公司类型	有限责任公司
注册号	330000000049171
税务登记号	浙税联字 330100554775705 号
注册资本	18,100 万元
实收资本	18,100 万元
住所	杭州市体育场路 178 号 2608 室

法定代表人	戴炳坤
经营范围	实业投资，投资管理，投资咨询
营业期限	2010年5月6日至2017年5月5日

浙江亿诚目前的出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实收资本 (万元)	股权比例 (%)
1	杭州置城实业有限公司	4,000	4,000	22.0994
2	杭州普瑞投资有限公司	3,500	3,500	19.337
3	杭州虹城投资管理咨询有限公司	3,100	3,100	17.1271
4	杭州顺洁投资管理有限公司	2,500	2,500	13.8122
5	宁波嘉禾盛世投资有限公司	2,500	2,500	13.8122
6	杭州启泓实业有限公司	500	500	2.7624
7	诸暨市兴翔投资咨询有限公司	2,000	2,000	11.0497
合计		18,100	18,100	100.00

2、历史沿革及股权变动

浙江亿诚成立于2010年5月6日，注册资本7,500万元，实收资本7,500万元。

浙江亿诚设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	实收资本(万元)	股权比例 (%)
1	杭州置城实业有限公司	4,000	4,000	53.33
2	杭州普瑞投资有限公司	3,500	3,500	46.67
合计		7,500	7,500	100.00

2010年6月，第一次增资至15,500万元，浙江天平会计师事务所出具《验资报告》（浙天验[2010]141号），确认截至2010年6月22日止已收到新增注册资本8,000万元。浙江亿诚增资后的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额	实收资本	股权比例 (%)
----	------	-------	------	----------

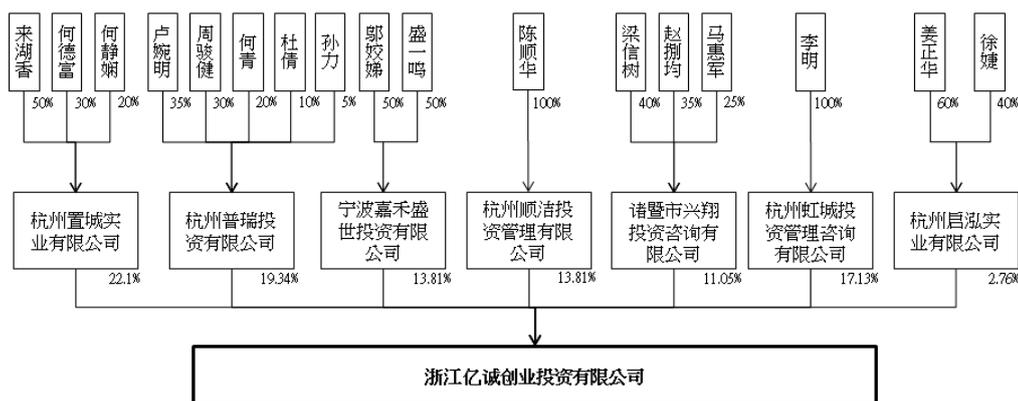
		(万元)	(万元)	
1	杭州置城实业有限公司	4,000	4,000	25.8065
2	杭州普瑞投资有限公司	3,500	3,500	22.5806
3	杭州虹城投资管理咨询有限公司	3,000	3,000	19.3548
4	杭州顺洁投资管理有限公司	2,500	2,500	16.129
5	宁波嘉禾盛世投资有限公司	2,500	2,500	16.129
合计		15,500	15,500	100.00

2010年8月，第二次增资至18,100万元，浙江天平会计师事务所出具《验资报告》（浙天验[2010]184号），确认截至2010年8月9日止已收到新增注册资本2,600万元。浙江亿诚增资后的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实收资本 (万元)	股权比例 (%)
1	杭州置城实业有限公司	4,000	4,000	22.0994
2	杭州普瑞投资有限公司	3,500	3,500	19.337
3	杭州虹城投资管理咨询有限公司	3,100	3,100	17.1271
4	杭州顺洁投资管理有限公司	2,500	2,500	13.8122
5	宁波嘉禾盛世投资有限公司	2,500	2,500	13.8122
6	杭州启泓实业有限公司	500	500	2.7624
7	诸暨市兴翔投资咨询有限公司	2,000	2,000	11.0497
合计		18,100	18,100	100.00

3、股权结构及控制关系

截至本报告出具之日，浙江亿诚的控制关系如下图所示：



4、对外投资情况

截至本报告书签署日，浙江亿诚除拥有 11.4583% 的香榭丽股权外，还持有如下公司股权：

序号	公司名称	注册资本	持股比例	经营范围
1	杭州安恒信息技术有限公司	2,600 万元	6%	技术开发、技术服务、成果转让；网络安全软件、计算机软硬件，系统集成；销售本公司研发的产品；货物进出口。
2	杭州华银教育多媒体科技股份有限公司	5,500 万元	4%	图像摄录、储存、广电转换领域内的新型电子产品、多媒体产品、系统集成产品及软件（除光盘等音像制品）、金属制品的生产、电子产品（音视频产品）维修
3	宁波争光树脂有限公司	6,000 万元	7%	氯甲基甲醚（中间产品）、硫酸（副产）、盐酸（副产）的生产、储存；一般经营项目：离子交换树脂的研究、开发、制造；自营和代理各类货物及技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。
4	浙江金龙电机股份有限公司	3,930 万元	4.577%	电动机、水泵、电器机械及配件、电工器材、机械配件制造、销售；金属材料、建筑材料的销售；经营本企业自产机电产品、成套设备及相关技术的出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、机械设备、仪器仪表、备品备件、零配件及技术的进口业务，开展本企业进料加工和“三来一补”业务。
5	深圳市和科达精密清洗设备股份有限公司	7,500 万元	5%	液晶玻璃加工设备、玻璃加工设备、LCD 清洗设备、玻璃清洗设备的生产及销售；国内贸易；货物及技术进出口。
6	新疆天海绿洲农业科技股份有限公司	8,808 万元	3.0193%	食品（天枣素软胶囊系列产品）生产、销售；树苗种植和销售；农副产品（红枣）收购、加工、销售。技术推广服务。

7	天壕节能科技股份有限公司	32,000 万元	1.125%	能源技术咨询，技术开发；工业废气余热发电工程设计；工业废气净化回收，脱硫脱氨工艺的技术服务；可再生资源发电发热的技术服务；机电设备、配件的销售。
---	--------------	-----------	--------	--

5、简要财务数据

单位：元

项目	2012 年 12 月 31 日
资产总计	185,837,443.91
所有者权益	178,727,455.58
项目	2012 年度
净利润	-4,059,296.66

以上财务数据经浙江天平会计师事务所有限责任公司审计。

（三）天津道泓股权投资基金有限公司

1、基本概况

名称	天津道泓股权投资基金有限公司
公司类型	有限责任公司
注册号	120191000064018
税务登记号	津税证字 120115553447080 号
注册资本	20,000 万元
实收资本	20,000 万元
住所	天津开发区新城西路 52 号滨海金融街 6 号楼三层 AK317 室
法定代表人	余明
经营范围	从事对未上市企业的投资、对上市公司非公开发行股票的投资及相关资讯服务；投资咨询；企业管理服务；参与设立股权投资企业；投资管理顾问
营业期限	2010 年 5 月 13 日至 2060 年 5 月 10 日

天津道泓目前的出资情况如下：

序号	股东名称	注册资本(万元)	实收资本(万元)	出资比例
----	------	----------	----------	------

1	华瑞创新（天津）投资发展有限公司	9,900	9,900	49.50
2	宇祥创新（天津）投资发展有限公司	9,900	9,900	49.50
3	深圳市道泓创业投资管理有限公司	200	200	1.00
合计		20,000	20,000	100.00

2、历史沿革及股权变动

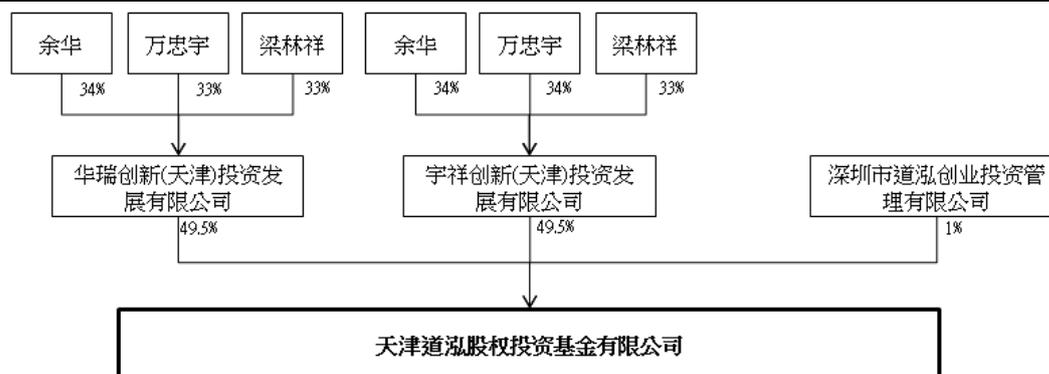
天津道泓成立于 2010 年 5 月 13 日，注册资本 20,000 万元，实收资本 4,000 万元。天津道泓设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)
1	深圳市道泓创业投资管理有限公司	200	40	1
2	华瑞创新（天津）投资发展有限公司	9,900	1,980	49.5
3	宇祥创新（天津）投资发展有限公司	9,900	1,980	49.5
合计		20,000	4,000	100

2010 年 6 月 9 日，天津道泓通过股东会决议，决定增加实收资本共计 16,000 万元。2010 年 6 月 24 日，天津泰和会计师事务所出具《验资报告》（津天通泰和验内设分字(2010)第 048 号），确认截至 2010 年 6 月 22 日止，天津道泓累计实缴注册资本为 20,000 万元，占注册资本总额的 100%。

2012 年 8 月 7 日，天津道泓通过股东会决议，决定将天津道泓注册地址变更为天津经济技术开发区新城西路 52 号滨海金融街 6 号楼三层 AK317 室。2012 年 9 月，天津道泓领取换发后的《企业法人营业执照》。

3、股权结构及控制关系



4、对外投资情况

截至本报告书签署日，天津道泓除拥有 9.0764% 的香榭丽股权外，还持有如下公司股权：

序号	公司名称	注册资本 (万元)	主营业务	持股比例 (%)
1	北京云泓道元信息技术有限公司	5,882.35	信息技术推广，软件开发	59.5
2	成都兴泓投资有限公司	20,000	项目投资、策划咨询以及其他无需许可或者审批的合法项目	80

5、最近一年财务数据

单位：元

项目	2012 年 12 月 31 日
资产总计	415,102,777.57
所有者权益	186,552,777.57
项目	2012 年度
净利润	-6,123,230.43

以上数据未经审计。

（四）山南中科润股权投资基金合伙企业（有限合伙）

1、基本概况

名称	山南中科润股权投资基金合伙企业（有限合伙）
----	-----------------------

注册号	542200200001436
税务登记号	藏国税字 542200585791468
住所	山南宾馆
执行事务合伙人	北京杰思汉能资产管理有限公司
经营范围	从事对未上市企业的投资、对上市公司非公开发行股票的投资及相关资讯服务

注：2013年5月27日，北京杰思汉能资产管理有限公司改制为北京杰思汉能资产管理股份有限公司。

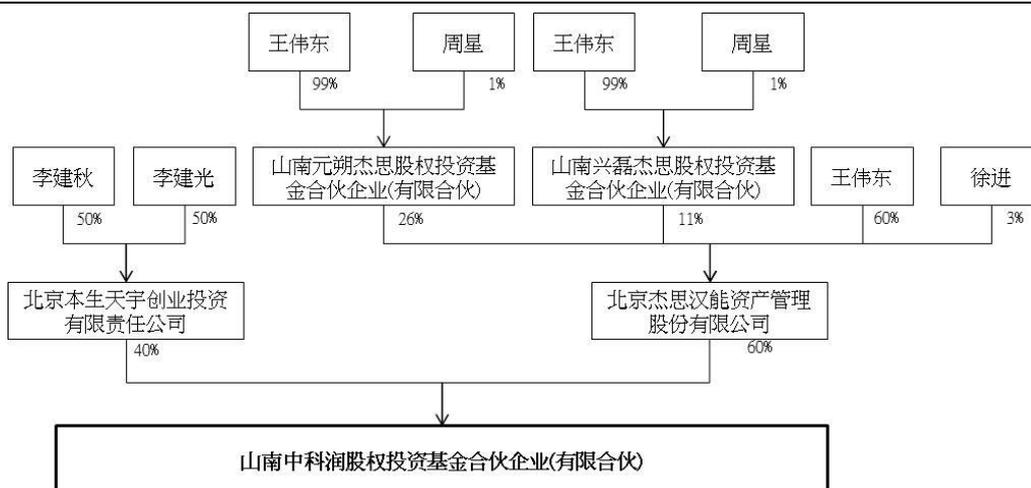
山南中科润目前的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例
普通合伙人			
1	北京杰思汉能资产管理股份有限公司	1,800	60%
有限合伙人			
2	北京本生天宇创业投资有限责任公司	1,200	40%
合计		3,000	100%

2、历史沿革及股权变动

2010年12月3日，北京中科润创业投资中心（有限合伙）设立。2012年12月26日，北京中科润创业投资中心（有限合伙）更名为山南中科润股权投资基金合伙企业（有限合伙），变更注册地址为山南宾馆。山南中科润自设立至本报告出具之日，未发生股权变动。

3、股权结构及控制关系



4、对外投资情况

截至本报告书签署日，山南中科润除拥有 5.5106% 的香榭丽股权外，无其他对外投资情况。

5、最近一年财务数据

单位：元

项目	2012 年 12 月 31 日
资产总计	19,792,017.90
所有者权益	4,788,057.90
项目	2012 年度
净利润	-3,960.00

以上数据未经审计。

（五）天津市瑞懋时代股权投资合伙企业（有限合伙）

1、基本概况

名称	天津市瑞懋时代股权投资合伙企业（有限合伙）
注册号	120192000080801
税务登记号	津税证字 120116575125330
住所	天津市空港经济区西二道 82 号丽港大厦裙房二层 202-E175

执行事务合伙人	孙慧
经营范围	从事对未上市企业的投资、对上市公司非公开发行股票的投资及相关资讯服务

天津瑞懋目前的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
普通合伙人			
1	孙慧	50	3.33
有限合伙人			
2	漆漫漫	200	13.33
3	刑雪丽	300	20
4	张博晓	200	13.33
5	麦伟宏	200	13.33
6	刘军	150	10
7	戴胜昔	100	6.67
8	韩韬	60	4
9	岳琳	50	3.33
10	刘喆	50	3.33
11	袁芸	50	3.33
12	宾立	40	2.67
13	沙海红	50	3.33
合计		1,500	100

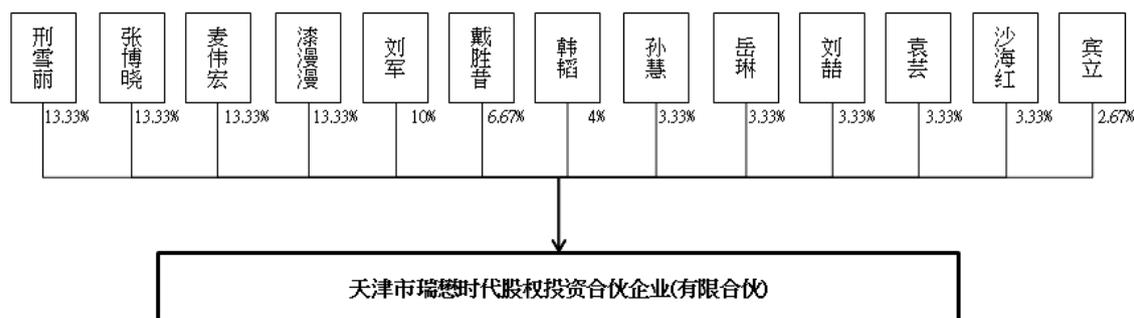
2、历史沿革及股权变动

天津瑞懋成立于 2011 年 6 月 3 日，自设立至本报告书出具之日，天津瑞懋的出资情况未发生变动。

2012 年 11 月 19 日，天津市滨海新区工商局对天津瑞懋做出行政处罚（津滨工商税处字[2012]6-25 号），因天津瑞懋未在规定时间内接受 2011 年度工商年检，且未在规定时间内提出陈述、申辩与要求举行听证，该局决定吊销天津瑞懋营业执照。

3、股权结构及控制关系

截至本报告出具之日，天津瑞懋的控制关系如下图所示：



4、对外投资情况

截至本报告书签署日，天津瑞懋除拥有 5.5106% 的香榭丽股权外，无其他对外投资情况。

5、最近一年财务数据

单位：元

项目	2012 年 12 月 31 日
资产总计	15,000,000.00
所有者权益	14,975,727.10
项目	2012 年度
净利润	-300.00

以上数据未经审计。

（六）众享石天万丰（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）

1、基本概况

名称	众享石天万丰（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）
注册号	120191000075161
税务登记号	津地税字 12015562667288 号
住所	天津开发区新城西路 52 号滨海金融街 6 号楼三层 I317 室
执行事务合伙人	众享石天（天津）股权投资基金管理有限公司（委派代表：文波）、北京万丰创新投资有限公司（委派代表：梁春秋）
经营范围	从事对未上市企业的投资、对上市公司非公开发行股票的投资及相关资讯

	服务
营业期限	2010年10月13日至2017年10月12日

众享石天目前的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
普通合伙人			
1	众享石天（天津）股权投资基金管理有限公司	1,000	10
2	北京万丰创新投资有限公司	2,000	20
有限合伙人			
3	山西太重投资发展有限公司	1,500	15
4	宁波萌恒投资有限公司	500	5
5	张毅	2,000	20
6	何燕	1,000	10
7	应绍虞	500	5
8	黄勇	400	4
9	牛勇军	200	2
10	马振华	200	2
11	单志勇	200	2
12	张天民	300	3
13	梁新风	200	2
合计		10,000	100

2、历史沿革及股权变更

众享石天成立于2010年10月13日，设立时的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	众享石天（天津）股权投资基金管理有限公司	500	4.55
2	北京万丰创新投资有限公司	2,000	18.18
3	北京众享泰和投资顾问有限公司	6,438	58.45
4	应绍虞	1,000	9.09
5	牛勇军	570	5.18
6	马振华	200	1.82

7	单志勇	300	2.73
合计		11,000	100

2010年12月，经众享石天合伙人一致同意，认缴出资额变更为10,000万元，变更完成后出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	众享石天（天津）股权投资基金管理有限公司	1,000	10
2	北京万丰创新投资有限公司	2,000	20
3	北京众享泰和投资顾问有限公司	1,500	15
4	张毅	2,000	20
5	王玉芬	1,000	10
6	何燕	1,000	10
7	应绍虞	500	5
8	黄勇	400	4
9	牛勇军	200	2
10	马振华	200	2
11	单志勇	200	2
合计		10,000	100

2012年11月1日，众享石天签署《退伙协议》，同意北京众享泰和投资顾问有限公司放弃认缴众享石天的出资并退出众享石天。同日，众享石天签署《入伙协议》，同意张天民、梁新风、山西太重投资发展有限公司作为新合伙人履行出资义务，成为众享石天的有限合伙人。利安达会计师事务所出具《验资报告》（利安达验字[2012]第A1020号）确认截止2012年10月31日止，已收到实收资本8,500万元。众享石天变更后的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	众享石天（天津）股权投资基金管理有限公司	1,000	10
2	北京万丰创新投资有限公司	2,000	20
3	山西太重投资发展有限公司	1,500	15
4	张毅	2,000	20
5	王玉芬	1,000	5

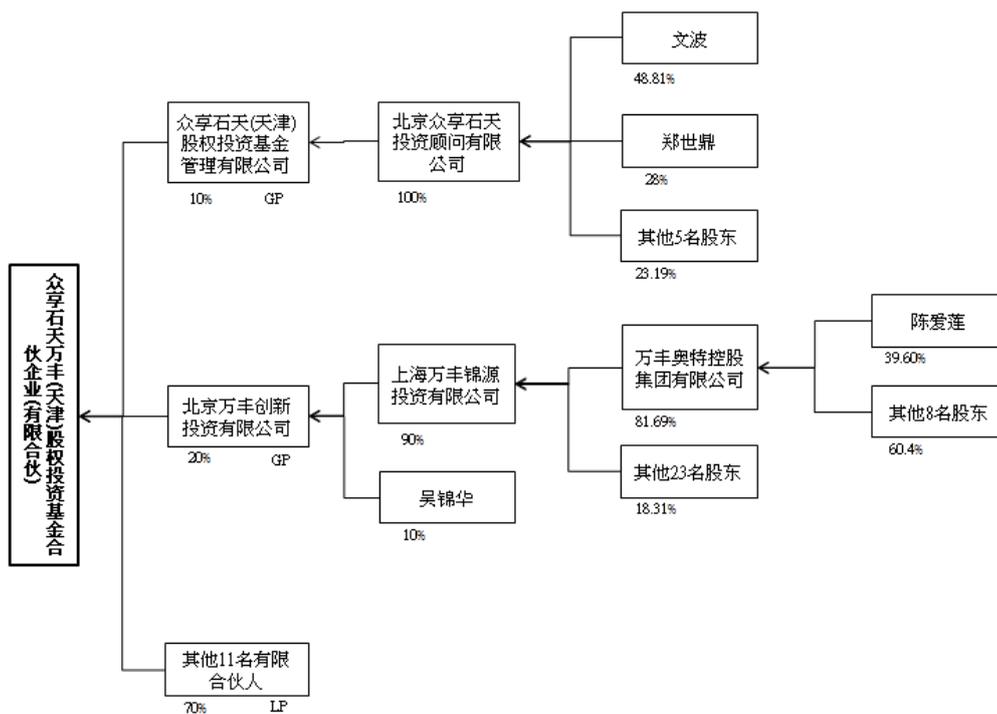
6	何燕	1,000	5
7	应绍虞	500	5
8	黄勇	400	4
9	牛勇军	200	2
10	马振华	200	2
11	单志勇	200	2
12	张天民	300	3
13	梁新风	200	2
合计		10,000	100

2013年8月22日，众享石天签署《退伙协议》，同意王玉芬放弃认缴众享石天的出资并退出合伙企业。同日，众享石天签署《入伙协议》，同意宁波萌恒投资有限公司作为新合伙人履行出资义务，成为众享石天的有限合伙人。众享石天变更后的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	众享石天（天津）股权投资基金管理有限公司	1,000	10
2	北京万丰创新投资有限公司	2,000	20
3	山西太重投资发展有限公司	1,500	15
4	宁波萌恒投资有限公司	500	5
5	张毅	2,000	20
6	何燕	1,000	10
7	应绍虞	500	5
8	黄勇	400	4
9	牛勇军	200	2
10	马振华	200	2
11	单志勇	200	2
12	张天民	300	3
13	梁新风	200	2
合计		10,000	100

3、股权结构及控制关系

截至本报告出具之日，众享石天的控制关系如下图所示：



4、对外投资情况

截至本报告书签署日，众享石天除拥有 3.496% 的香榭丽股权外，还持有如下公司股权：

序号	公司名称	注册资本 (万元)	主营业务	持股比例 (%)
1	北京拓明科技有限公司	3,000	技术开发、转让、咨询、服务；系统集成；软件开发；销售电子产品、计算机软硬件及外围设备、通信设备。	0.94
2	上海派恩科技有限公司	1,250	机械电子产品及设备、自动化系统领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。机械电子产品及设备，自动化系统设备生产、销售。从事货物及技术进出口业务。	2.5
3	大连成三畜牧业有限公司	1,008.6081	种鸡饲养、孵化、销售；饲料生产、销售；肉鸡放养回收；禽产品、农副产品收购；粮食收购；厂房出租；设备租赁；国内一般贸易。	4.14
4	浙江利丰塑胶有限公司	5,000	PVB 中间膜、夹层玻璃的生产、销售和服务。	持有该公司发行的可转换公

				司债
5	上海凡卓通讯科技有限公司	601.9881	从事通讯科技专业领域内的技术开发、技术转让，并提供相关的技术咨询和技术服务；通信设备及产品的设计；计算机软硬件（游戏软件除外）、电子产品的批发、进出口、佣金代理（拍卖除外），并提供相关的配套服务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）；软件开发、图文设计制作（广告除外）。	2.28

5、最近一年财务数据

单位：元

项目	2012年12月31日
资产总计	81,528,735.56
所有者权益	81,383,839.56
项目	2012年度
净利润	-2,092,470.91

以上财务数据经利安达会计师事务所有限责任公司审计。

（七）杭州仁达龙扬投资合伙企业（有限合伙）

1、基本概况

名称	杭州仁达龙扬投资合伙企业（有限合伙）
注册号	330100000123268
税务登记号	浙税联字 330100557947656 号
住所	杭州市江干区九环路 31-1 号 4 幢 605 室
执行事务合伙人	杭州仁达投资管理有限公司（委派代表：张权）
经营范围	实业投资、投资管理
营业期限	2010 年 6 月 13 日至 2017 年 6 月 12 日

杭州仁达目前的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
普通合伙人			
1	杭州仁达投资管理有限公司	5	0.2
有限合伙人			
2	张晓峰	589	24
3	黄如璞	110	4.5
4	勾振海	290	11.8
5	程爱月	500	20.3
6	尹斌	96	3.9
7	戴文伟	250	10.2
8	胡丹	200	8.1
9	蒋旭林	100	4
10	乐飞飞	100	4
11	张进	50	2
12	金起宏	100	4
13	徐爱萍	74	3
合计		1,464	100

2、历史沿革及股权变动

杭州仁达成立于 2010 年 6 月 13 日，杭州仁达设立时的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
普通合伙人			
1	杭州仁达投资管理有限公司	20	1
有限合伙人			
2	张晓峰	792	39.6
3	林孝敏	1188	59.4
合计		2,000	100

2010 年 8 月 23 日，杭州仁达通过合伙人决议，同意林孝敏退伙，黄如璞入伙，成为杭州仁达有限合伙人。同意张晓峰的出资额增加至 1,430 万元，黄如璞的出资额增加至 550 万元。变更后的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
普通合伙人			
1	杭州仁达投资管理有限公司	20	1
有限合伙人			
2	张晓峰	1,430	71.5
3	黄如璞	550	27.5
合计		2,000	100

2011年11月7日，杭州仁达通过合伙人决议，同意勾振海、张进、吴伟入伙，成为杭州仁达的有限合伙人。同意张晓峰的出资额减少至589万元，黄如璞的出资额减少至110万元，勾振海的出资额增加至220万元，张进的出资额增加至50万元，吴伟的出资额增加至150万元，杭州仁达投资管理有限公司的出资额减少至5万元。变更后的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
普通合伙人			
1	杭州仁达投资管理有限公司	5	0.44
有限合伙人			
2	张晓峰	589	52.4
3	黄如璞	110	9.78
4	勾振海	220	19.6
5	张进	50	4.44
6	吴伟	150	13.3
合计		1,124	100

2012年7月12日，杭州仁达通过合伙人决议，同意程爱月、尹斌入伙，成为杭州仁达的有限合伙人。同意程爱月的出资额增加至300万元，尹斌的出资额增加至96万元。变更后的出资情况如下：

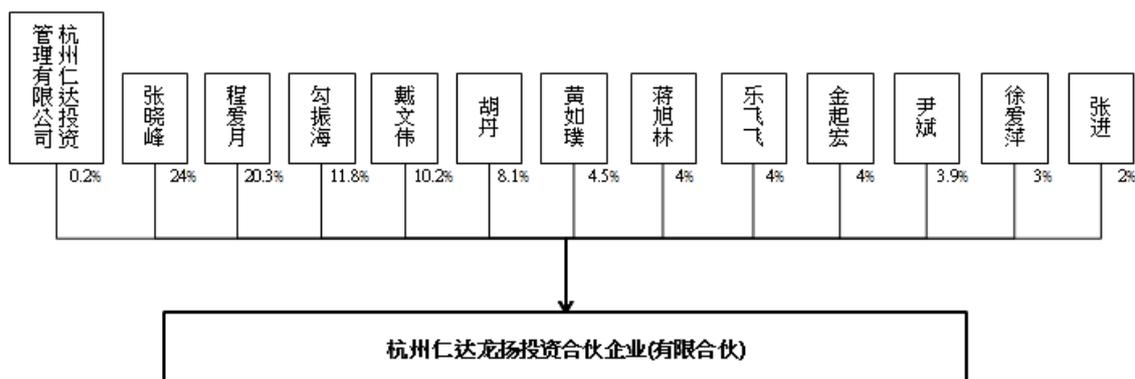
序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
普通合伙人			
1	杭州仁达投资管理有限公司	5	0.34
有限合伙人			
2	张晓峰	589	40.23

3	黄如璞	110	7.51
4	勾振海	364	24.86
5	程爱月	300	20.49
6	尹斌	96	6.56
合计		1,464	100

2012年9月10日，杭州仁达通过合伙人决议，同意戴文伟、胡丹、蒋旭林、乐飞飞、张进、金起宏、徐爱萍入伙，成为杭州仁达的有限合伙人。变更后的出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
普通合伙人			
1	杭州仁达投资管理有限公司	5	0.2
有限合伙人			
2	张晓峰	589	24
3	黄如璞	110	4.5
4	勾振海	290	11.8
5	程爱月	500	20.3
6	尹斌	96	3.9
7	戴文伟	250	10.2
8	胡丹	200	8.1
9	蒋旭林	100	4
10	乐飞飞	100	4
11	张进	50	2
12	金起宏	100	4
13	徐爱萍	74	3
合计		2,464	100

3、股权结构及控制关系



4、对外投资情况

截至本报告书签署日，杭州仁达除拥有 2% 的香榭丽股权外，还持有如下公司股权：

序号	公司名称	注册资本 (万元)	主营业务	持股比例 (%)
1	深圳市和科达精密清洗设备股份有限公司	7,500	液晶玻璃加工设备生产及销售	2
2	杭州高新橡胶材料股份有限公司	5,000	高分子橡塑材料的研发、生产及销售	1.8

5、最近一年财务数据

单位：元

项目	2012 年 12 月 31 日
资产总计	24,649,686.50
所有者权益	24,532,806.50

项目	2012 年度
净利润	172,125.94

以上财务数据未经审计。

四、其他事项说明

（一）交易对方与上市公司的关联关系说明

本次发行股份及支付现金购买资产的交易对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。

（二）交易对方向上市公司推荐董事、监事及高级管理人员情况

截至本报告书签署日，本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方未向上市公司推荐董事、监事和高级管理人员。

（三）交易对方最近五年内受到行政处罚、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁情况说明

2012年11月19日，天津市滨海新区工商局对天津瑞懋做出行政处罚（津滨工商税处字[2012]6-25号），因天津瑞懋未在规定时间内接受2011年度工商年检，且未在规定时间内提出陈述、申辩与要求举行听证，该局决定吊销天津瑞懋营业执照。

截至本报告书签署日，除天津瑞懋2012年被吊销营业执照以外，本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方最近五年内不存在其他受过行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁的情形。

第四章 交易标的基本情况

一、香榭丽传媒基本情况

公司名称	上海香榭丽广告传媒股份有限公司
公司类型	股份有限公司（非上市）
公司注册地	上海市闸北区洛川中路 1150 号 6 幢 409 室
办公地址	上海市黄浦区南昌路 45 号城汇大厦 7 楼
法定代表人	叶玫
注册资本	1.56 亿元
实收资本	1.56 亿元
营业执照注册号	310103000136706
税务登记证号	国/地税沪字 310108752457564 号
组织机构代码	75245756-4
经营范围	设计、制作、发布、代理国内（外）各类广告、企业形象设计，包装设计，电子计算机及配件、日用百货、文化办公用品、体育用品、工艺品、建筑装潢材料、服装服饰的销售。（涉及许可经营的凭许可证经营）
成立日期	2012 年 10 月 31 日
营业期限	2003 年 7 月 4 日至 2017 年 1 月 4 日

二、香榭丽传媒历史沿革

（一）2003 年香榭丽有限成立

香榭丽传媒原名为上海香榭丽广告有限公司，是由乔旭东、叶玫、吴滢 2003 年共同出资 100 万元设立。2003 年 7 月 2 日，上海东方会计师事务所出具《验资报告》（上东会验字[2003]第 B-1765 号）。2003 年 7 月 4 日，香榭丽有限领取了工商部门发放的《企业法人营业执照》。

设立时各股东出资及出资比例情况如下：

股东名称	出资金额 (单位: 万元)	持股比例 (单位: %)
乔旭东	45.00	45.00
叶玫	40.00	40.00
吴滢	15.00	15.00
合计	100.00	100.00

（二）2004 年第一次股权转让

2004 年 8 月 24 日，吴滢与叶玫签订《股权转让协议》，同意将其在香榭丽有限所持有的 15% 股份转让给叶玫；乔旭东与叶玫签订《股权转让协议》，同意将其所持有的香榭丽有限 45% 股份中的 23% 股份转让给叶玫。同日，香榭丽有限通过股东会决议，同意上述股权转让行为。

2004 年 9 月 1 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位: 万元)	持股比例 (单位: %)
1	叶玫	78.00	78.00
2	乔旭东	22.00	22.00
	合计	100.00	100.00

（三）2007 年第二次股权转让及第一次增资

2006 年 11 月 1 日，香榭丽有限通过股东会决议，一致同意郑刚现金增资 100 万元。

2006 年 11 月 1 日，郑刚与叶玫、乔旭东签订《股权转让协议》，协议约定郑刚将其持有香榭丽有限 50% 股份中的 23.4% 股份转让给叶玫，将其持有香榭丽有限 50% 股份中的 6.6% 转让给乔旭东。同日，香榭丽有限通过股东会决议，同意上述股权转让行为。

2007 年 1 月 4 日，上海华炬会计师事务所出具《验资报告》（沪华炬验字[2007] 第 1004 号）。2007 年 1 月 5 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让及增资后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位: 万元)	持股比例 (单位: %)
1	叶玫	124.80	62.40
2	郑刚	40.00	20.00
3	乔旭东	35.20	17.60
合计		200.00	100.00

（四）2007 年第二次增资

2006 年 11 月 14 日，上海科维思投资有限公司与叶玫、乔旭东、郑刚、香榭丽有限签订《增资协议》，协议约定上海科维思投资有限公司现金增资 200 万元。本次增资完成后，香榭丽有限的注册资本增加至 400 万元。

2007 年 1 月 17 日，上海华炬会计师事务所出具《验资报告》（沪华炬验字[2007]第 1012 号）。2007 年 1 月 25 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次增资完成后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位: 万元)	持股比例 (单位: %)
1	上海科维思投资有限公司	200.00	50.00
2	叶玫	124.80	31.20
3	郑刚	40.00	10.00
4	乔旭东	35.20	8.80
合计		400.00	100.00

（五）2007 年第三次增资

2007 年 3 月 15 日，香榭丽有限通过股东会决议，一致同意贾志华作为新进股东，新增注册资本金 44.44 万元。2007 年 3 月 27 日，贾志华与上海科维思投资有限公司、叶玫、乔旭东、郑刚、香榭丽有限签订《增资协议》。

2007 年 4 月 2 日，上海华炬会计师事务所出具《验资报告》（沪华炬验字[2007]第 1141 号）。2007 年 4 月 7 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次增资完成后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位: 万元)	持股比例 (单位: %)
1	上海科维思投资有限公司	200.00	45.0005
2	叶玫	124.80	28.0803
3	贾志华	44.44	9.9991
4	郑刚	40.00	9.0001
5	乔旭东	35.20	7.9200
合计		444.44	100.0000

（六）2007 年第四次增资

2007 年 7 月 15 日，香榭丽有限通过股东会决议，一致同意增加三个自然人股东，增加注册资金 49.38 万元，其中陈平 39.5 万元，孙健 4.94 万元，夏文洵 4.94 万元。同日，陈平、孙健、夏文洵与原股东签订《增资协议》。

2007 年 8 月 3 日，上海华炬会计师事务所出具《验资报告》（沪华炬验字[2007]第 1448 号）。2007 年 8 月 23 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次增资完成后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位: 万元)	持股比例 (单位: %)
1	上海科维思投资有限公司	200.00	40.5006
2	叶玫	124.80	25.2724
3	贾志华	44.44	8.9992
4	郑刚	40.00	8.1001
5	陈平	39.50	7.9989
6	乔旭东	35.20	7.1281
7	孙健	4.94	1.0004
8	夏文洵	4.94	1.0004
合计		493.82	100.0000

（七）2007 年第三次股权转让

2007 年 10 月 10 日，郑刚、贾志华与兆均创富签订《股权转让协议》，协议约定贾志华将其占注册资本 9% 的股份转让给兆均创富，郑刚将其占注册资本 1% 的股份转让给兆均创富。同日，叶玫、乔旭东与上海科维思投资有限公司签订《股权

转让协议》，约定科维思将其所持 6.1% 股份转让给叶玫，将其所持 2% 股份转让给乔旭东。

2007 年 10 月 15 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位：万元)	持股比例 (单位：%)
1	上海科维思投资有限公司	160.00	32.4005
2	叶玫	154.92	31.3718
3	兆均创富	49.40	10.0036
4	乔旭东	45.08	9.1288
5	陈平	39.51	8.0009
6	郑刚	35.03	7.0937
7	孙健	4.94	1.0004
8	夏文洵	4.94	1.0004
合计		493.82	100.0000

（八）2007 年第四次股权转让

2007 年 11 月 25 日，香榭丽有限通过股东会决议，一致同意股东上海科维思投资有限公司将其持有的 32.4% 股权转让给陈荣，其他股东放弃优先受让权。同日，上海科维思投资有限公司与陈荣签订《股权转让协议》，协议约定上海科维思投资有限公司将其持有的 32.4% 股权转让给陈荣。

2007 年 12 月 10 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位：万元)	持股比例 (单位：%)
1	陈荣	160.00	32.4005
2	叶玫	154.92	31.3718
3	兆均创富	49.40	10.0036
4	乔旭东	45.08	9.1288
5	陈平	39.51	8.0009
6	郑刚	35.03	7.0937
7	孙健	4.94	1.0004

8	夏文洵	4.94	1.0004
合计		493.82	100.0000

（九）2008年第五次股权转让

2008年2月22日，香榭丽有限通过股东会决议，一致同意股东叶玫将其持有的香榭丽有限6.21%的股权转让给兆均创富；同意股东乔旭东将其持有的香榭丽有限3.06%的股权转让给兆均创富；同意股东郑刚将其持有的香榭丽有限2.38%的股权转让给兆均创富；同意股东陈荣将其持有的香榭丽有限10.69%的股权转让给兆均创富；同意股东陈平将其持有的香榭丽有限2.69%的股权转让给兆均创富；同意股东孙健将其持有的香榭丽有限0.34%的股权转让给兆均创富；同意股东夏文洵将其持有的香榭丽有限0.34%的股权转让给兆均创富。

2008年2月22日，叶玫、陈荣、乔旭东、郑刚、陈平、孙健、夏文洵与兆均创富签订《股权转让协议》，协议约定叶玫、陈荣、乔旭东、郑刚、陈平、孙健、夏文洵分别将其持有的6.21%、10.69%、3.06%、2.38%、2.69%、0.34%、0.34%的股权转让给兆均创富。

2008年5月8日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位：万元)	持股比例 (单位：%)
1	兆均创富	176.34	35.7094
2	叶玫	124.25	25.1610
3	陈荣	107.21	21.7103
4	乔旭东	29.97	6.0690
5	陈平	26.22	5.3096
6	郑刚	23.31	4.7203
7	孙健	3.26	0.6602
8	夏文洵	3.26	0.6602
合计		493.82	100.0000

（十）2008年第六次股权转让及第五次增资

2008年6月14日，香榭丽有限通过股东会决议，一致同意由陈荣和陈平分别

认购新增注册资本金 56.4634 万元和 13.8241 万元。同意股东陈荣将其持有的 5.36% 股权转让给兆均创富；同意股东陈荣将其持有的 1.95% 股权转让给叶玫，同意股东陈平将其持有的 1.79% 股权转让给叶玫。同日，陈荣、陈平、兆均创富、叶玫签订《股权转让协议》。

2008 年 6 月 26 日，上海中佳会计师事务所出具《验资报告》（上佳信验报[2008] 第 5001 号）。2008 年 7 月 4 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让及增资完成后股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位：万元)	持股比例 (单位：%)
1	兆均创富	206.5458	36.6146
2	叶玫	145.3240	25.7618
3	陈荣	122.4677	21.7100
4	乔旭东	29.9700	5.3128
5	陈平	29.9700	5.3128
6	郑刚	23.3100	4.1322
7	孙健	3.2600	0.5779
8	夏文洵	3.2600	0.5779
合计		564.1075	100.0000

（十一）2011 年第六次增资

2011 年 7 月 29 日，香榭丽有限通过股东会决议，一致同意将香榭丽注册资本由 564.1075 万元增至 1,461.9276 万元。其中：叶玫增资 116.8592 万元，乔旭东增资 68.1208 万元，众享石天增资 51.1090 万元，王伟东增资 17.9600 万元，黄若梅增资 4.7260 万元，方荣梓增资 53.7070 万元，北京中科润增资 80.5610 万元，唐宇婷增资 23.6310 万元，天津瑞懋增资 80.5610 万元，浙江亿诚增资 149.5650 万元，天津道泓增资 81.5810 万元，埃得伟信增资 169.4391 万元。本次增资分两期投资到位。第一期出资 9,263.9802 万元于 2011 年 9 月 30 日前缴纳，其中：实收资本 467.0080 万元由众享石天、浙江亿诚、天津瑞懋、天津道泓、唐宇婷、北京中科润缴纳，其余 8,796.9722 万元均记入资本公积；第二期出资 8,545.9702 万元于 2013 年 9 月 30 日之前缴纳，其中：实收资本 430.8121 万元由方荣梓、叶玫、乔旭东、王伟东、

黄若梅、埃得伟信缴纳，其余 8,115.1581 万元均计入资本公积。本次增资对应每 1 元注册资本增资价格为 19.84 元，由新老股东根据香榭丽有限盈利状况及未来发展预期协商确定。

2011 年 9 月 28 日，上海中佳会计师事务所出具《验资报告》（上佳信验报[2011]第 5094 号），确认截止 2011 年 9 月 27 日止，香榭丽有限已收到各方缴纳的第一期新增注册资本合计 4,670,080 元，出资方式为货币。2011 年 10 月 11 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次增资完成后股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资金额 (单位：万元)	认缴出资比例 (单位：%)	实际出资金额 (单位：万元)	持股比例 (单位：%)
1	叶玫	262.1832	17.9341	145.3240	14.0939
2	乔旭东	98.0908	6.7097	29.9700	2.9066
3	埃得伟信	169.4391	11.5901	-	-
4	陈荣	122.4677	8.3771	122.4677	11.8772
5	兆均创富	206.5458	14.1283	206.5458	20.0313
6	方荣梓	53.7070	3.6737	-	-
7	陈平	29.9700	2.0500	29.9700	2.9066
8	唐宇婷	23.6310	1.616	23.6310	2.2918
9	王伟东	17.9600	1.2285	-	-
10	郑刚	23.3100	1.5945	23.3100	2.2607
11	黄若梅	4.7260	0.3233	-	-
12	夏文洵	3.2600	0.2230	3.2600	0.3162
13	孙健	3.2600	0.2230	3.2600	0.3162
14	浙江亿诚	149.5650	10.2307	149.5650	14.5052
15	天津道泓	81.5810	5.5804	81.5810	7.9119
16	北京中科润	80.5610	5.511	80.5610	7.8130
17	天津瑞懋	80.5610	5.5106	80.5610	7.8130
18	众享石天	51.1090	3.4960	51.1090	4.9567
合计		1,461.9276	100.0000	1,031.1155	100.0000

（十二）2011 年变更实收资本及第七次股权转让

2011 年 11 月 4 日，香榭丽有限通过股东会决议，同意将香榭丽实收资本由 1,031.1155 万元增至 1,461.9276 万元。同意郑刚将其持有的 1.2276% 股权转让给浙

江亿诚，转让价格为 356.0040 万元；陈荣将其持有的 0.2182% 股权转让给王伟东，转让价格为 63.2780 万元；陈平将其持有的 0.0820% 股权转让给乔旭东，转让价格为 23.7800 万元；孙健将其持有的 0.0023% 股权转让给乔旭东，转让价格为 0.6670 万元；夏文洵将其持有的 0.0023% 股权转让给乔旭东，转让价格为 0.6670 万元；兆均创富将其持有的 3.4960% 股权转让给天津道泓，转让价格为 1,013.8400 万元；陈荣将其持有的 0.2712% 股权转让给叶玫，转让价格为 78.6480 万元。其余股东放弃优先购买权。

2011 年 11 月 4 日，郑刚、陈荣、陈平、孙健、夏文洵、兆均创富与叶玫、乔旭东、王伟东、浙江亿诚、天津道泓签订《股权转让协议》，协议约定郑刚将其持有的 1.2276% 股权转让给浙江亿诚，转让价格为 356.0040 万元，其余股东放弃优先购买权；陈荣将其持有的 0.2182% 股权转让给王伟东，转让价格为 63.2780 万元，其余股东放弃优先购买权；陈平将其持有的 0.0820% 股权转让给乔旭东，转让价格为 23.7800 万元，其余股东放弃优先购买权；孙健将其持有的 0.0023% 股权转让给乔旭东，转让价格为 0.6670 万元，其余股东放弃优先购买权；夏文洵将其持有的 0.0023% 股权转让给乔旭东，转让价格为 0.6670 万元，其余股东放弃优先购买权；兆均创富将其持有的 3.4960% 股权转让给天津道泓，转让价格为 1,013.8400 万元，其余股东放弃优先购买权；陈荣将其持有的 0.2712% 股权转让给叶玫，转让价格为 78.6480 万元。本次增资及转让出资对应每 1 元注册资本对应价格为 19.84 元，由新老股东根据香榭丽有限盈利状况及未来发展预期并参照前次增资价格协商确定。

2011 年 11 月 15 日，上海中佳会计师事务所出具《验资报告》（上佳信验报[2011]第 5103 号）。2011 年 11 月 29 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让及出资完成后股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资金额 (单位：万元)	认缴出资比例 (单位：%)	实际出资金额 (单位：万元)	持股比例 (单位：%)
1	叶玫	266.1479	18.2053	266.1479	18.2053
2	乔旭东	99.3568	6.7963	99.3568	6.7963
3	埃得伟信	169.4391	11.5901	169.4391	11.5901
4	陈荣	115.3131	7.8877	115.3131	7.8877
5	兆均创富	155.4368	10.6323	155.4368	10.6323

6	方荣梓	53.7070	3.6737	53.7070	3.6737
7	陈平	28.7712	1.9680	28.7712	1.9680
8	唐宇婷	23.6310	1.6164	23.6310	1.6164
9	王伟东	21.1499	1.4467	21.1499	1.4467
10	郑刚	5.3634	0.3669	5.3634	0.3669
11	黄若梅	4.7260	0.3233	4.7260	0.3233
12	夏文洵	3.2264	0.2207	3.2264	0.2207
13	孙健	3.2264	0.2207	3.2264	0.2207
14	浙江亿诚	167.5116	11.4583	167.5116	11.4583
15	天津道泓	132.6900	9.0764	132.6900	9.0764
16	北京中科润	80.5610	5.5106	80.5610	5.5106
17	天津瑞懋	80.5610	5.5106	80.5610	5.5106
18	众享石天	51.1090	3.4960	51.1090	3.4960
合计		1,461.9276	100.0000	1,461.9276	100.0000

（十三）2012 年第八次股权转让

2012 年 3 月 15 日，香榭丽有限通过股东会决议，同意兆均创富将其持有的香榭丽有限 2% 股权以 960 万元的价格转让给杭州仁达，其余股东放弃优先购买权。

2012 年 3 月 15 日，兆均创富与杭州仁达签订《股权转让协议》，兆均创富将其持有的 2% 股权转让给杭州仁达，转让价格为 960 万元。本次转让对应每 1 元注册资本转让价格为 32.83 元，由交易双方根据香榭丽有限盈利状况及未来发展预期协商确定。

2012 年 4 月 12 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位：万元)	持股比例 (单位：%)
1	叶玫	266.1479	18.2053
2	乔旭东	99.3568	6.7963
3	埃得伟信	169.4391	11.5901
4	陈荣	115.3131	7.8877
5	兆均创富	126.1982	8.6323
6	方荣梓	53.7070	3.6737

7	陈平	28.7712	1.9680
8	唐宇婷	23.6310	1.6164
9	王伟东	21.1499	1.4467
10	郑刚	5.3634	0.3669
11	黄若梅	4.7260	0.3233
12	夏文洵	3.2264	0.2207
13	孙健	3.2264	0.2207
14	浙江亿诚	167.5116	11.4583
15	天津道泓	132.6900	9.0764
16	北京中科润	80.5610	5.5106
17	天津瑞懋	80.5610	5.5106
18	众享石天	51.1090	3.4960
19	杭州仁达	29.2386	2.0000
合计		1,461.9276	100.0000

（十四）2012 年第九次股权转让

2012 年 5 月 28 日，香榭丽有限通过股东会决议，同意兆均创富将其持有的 7.7691% 股权作价 113.5784 万元转让给赵钧；兆均创富将其持有的 0.8632% 股权作价 12.6198 万元转让给谢学军。其余股东放弃优先购买权。

2012 年 5 月 28 日，兆均创富与赵钧、谢学军签订《股权转让协议》，协议约定兆均创富将其持有的香榭丽有限 7.7691% 股权转让给赵钧，转让价格为 113.5784 万元；兆均创富将其持有的香榭丽有限 0.8632% 股权转让给谢学军，转让价格为 12.6198 万元。兆均创富是由赵钧和谢学军共同出资设立，本次股权转让时两人分别持有兆均创富 90% 和 10% 股权，因此本次转让对应每 1 元注册资本转让价格为 1 元。

2012 年 6 月 29 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额 (单位：万元)	持股比例 (单位：%)
1	叶玫	266.1479	18.2053
2	乔旭东	99.3568	6.7963
3	埃得伟信	169.4391	11.5901

4	陈荣	115.3131	7.8877
5	赵钧	113.5784	7.7691
6	方荣梓	53.7070	3.6737
7	陈平	28.7712	1.9680
8	唐宇婷	23.6310	1.6164
9	王伟东	21.1499	1.4467
10	谢学军	12.6198	0.8632
11	郑刚	5.3634	0.3669
12	黄若梅	4.7260	0.3233
13	夏文洵	3.2264	0.2207
14	孙健	3.2264	0.2207
15	浙江亿诚	167.5116	11.4583
16	天津道泓	132.6900	9.0764
17	北京中科润	80.5610	5.5106
18	天津瑞懋	80.5610	5.5106
19	众享石天	51.1090	3.4960
20	杭州仁达	29.2386	2.0000
合计		1,461.9276	100.0000

（十五）2012 年整体变更为股份公司

2012 年 8 月 15 日，经香榭丽有限股东会审议通过，以经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的 2012 年 6 月 30 日账面净资产 236,468,351.24 元折合股本 156,000,000 股，每股面值 1 元，香榭丽有限整体变更为股份有限公司，注册资本 15,600.00 万元，折股后剩余净资产值 80,468,351.24 元计入资本公积。香榭丽有限更名为上海香榭丽广告传媒股份有限公司。

2012 年 9 月 20 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（信会师报字[2012]第 113897 号），审验确认香榭丽有限整体变更设立时的注册资本已经由各发起人足额缴纳。

2012 年 10 月 31 日，香榭丽有限领取了工商部门换发的《企业法人营业执照》。

整体变更后香榭丽传媒股权结构如下：

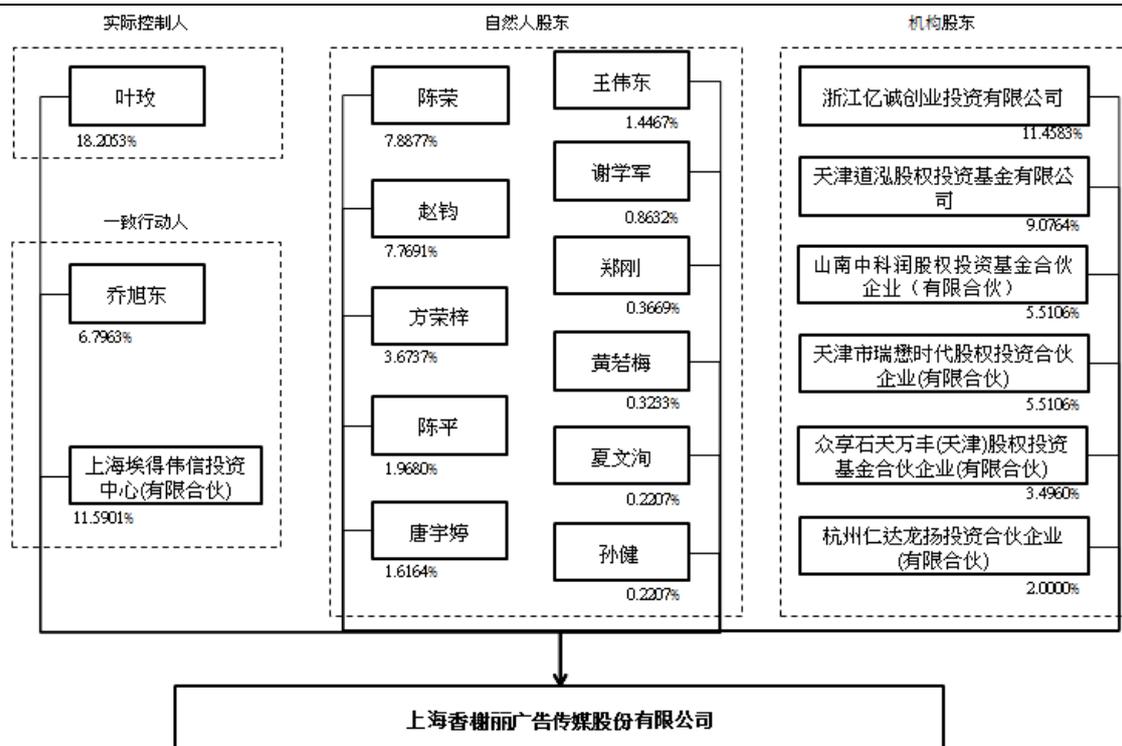
序号	股东名称	持股数 (单位：股)	持股比例 (单位：%)
----	------	---------------	----------------

1	叶玫	28,400,268	18.2053
2	乔旭东	10,602,228	6.7963
3	埃得伟信	18,080,556	11.5901
4	陈荣	12,304,812	7.8877
5	赵钧	12,119,796	7.7691
6	方荣梓	5,730,972	3.6737
7	陈平	3,070,080	1.9680
8	唐宇婷	2,521,584	1.6164
9	王伟东	2,256,852	1.4467
10	谢学军	1,346,592	0.8632
11	郑刚	572,364	0.3669
12	黄若梅	504,348	0.3233
13	夏文洵	344,292	0.2207
14	孙健	344,292	0.2207
15	浙江亿诚	17,874,948	11.4583
16	天津道泓	14,159,184	9.0764
17	山南中科润	8,596,536	5.5106
18	天津瑞懋	8,596,536	5.5106
19	众享石天	5,453,760	3.4960
20	杭州仁达	3,120,000	2.0000
合计		156,000,000	100.0000

股份公司成立后股权结构未发生任何变更。

三、香榭丽传媒股权结构及控制关系情况

截至本报告书签署日香榭丽传媒的股权结构如下图所示：



叶玫直接持有香榭丽传媒 18.2053%股份，为单一最大股东；同时，叶玫担任埃得伟信执行事务合伙人并持有 63.1658%出资份额，叶玫直接及通过埃得伟信间接控制香榭丽传媒 29.7954%股份，是香榭丽传媒的实际控制人。

乔旭东持有香榭丽传媒 6.7963%股份；同时，乔旭东担任埃得伟信一般合伙人并持有 27.2267%出资份额。乔旭东作为公司的共同创始人，一直担任公司核心管理层职务。乔旭东及埃得伟信为叶玫一致行动人。

四、历史红筹架构的建立及解除

（一）开曼香榭丽成立及境外融资

香榭丽传媒控股有限公司（Advision Media Holdings Limited，简称“开曼香榭丽”）成立于 2007 年 11 月 29 日，注册于开曼群岛，公司证书号 OI-200350。2007 年 12 月 28 日，通过向开曼注册代理机构购买股份及认购开曼香榭丽发行新股的形式，开曼香榭丽股权结构如下：

序号	股东名称	持股数 (单位：股)	持股比例 (单位：%)
1	叶玫	5,834,820	34.70
2	乔旭东	1,698,180	10.10

3	陈荣	6,080,000	36.20
4	陈平	1,488,000	8.90
5	郑刚	1,320,600	7.90
6	孙健	186,000	1.10
7	夏文洵	186,000	1.10
合计		16,793,600	100.0000

以上股份每股面值 0.001 美元，均为普通股。开曼香榭丽普通股股东均为境内的香榭丽有限当时的股东，股权比例根据所有自然人股东在香榭丽有限持股比例确定。

2008 年 2 月 3 日，SAIF PARTNERS III L.P. 通过向开曼香榭丽增资的方式持有开曼香榭丽 10,000,000 股每股面值 0.001 美元 Series A-1 优先股，开曼香榭丽股权结构变更为：

序号	股东名称	持股数 (单位：股)	持股比例 (单位：%)
普通股			
1	叶玫	5,834,820	34.70
2	乔旭东	1,698,180	10.10
3	陈荣	6,080,000	36.20
4	陈平	1,488,000	8.90
5	郑刚	1,320,600	7.90
6	孙健	186,000	1.10
7	夏文洵	186,000	1.10
合计		16,793,600	100.00
优先股			
1	SAIF PARTNERS III L.P.	10,000,000	100.00
合计		10,000,000	100.00

2008 年 6 月 20 日，SAIF PARTNERS III L.P.、陈荣、陈平、AXIAL GROUP LIMITED 分别通过增资的方式认购开曼香榭丽 1,718,858 股、868,571 股、212,571 股、1,200,000 股每股面值 0.001 美元的 Series A-1 优先股，开曼香榭丽股权结构变更为：

序号	股东名称	持股数 (单位：股)	持股比例 (单位：%)
----	------	---------------	----------------

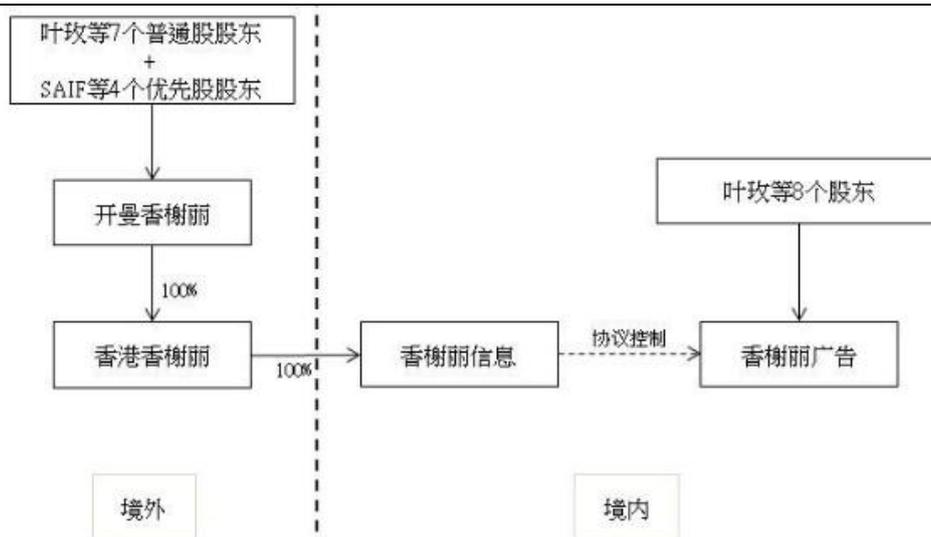
普通股			
1	叶玫	5,834,820	34.70
2	乔旭东	1,698,180	10.10
3	陈荣	6,080,000	36.20
4	陈平	1,488,000	8.90
5	郑刚	1,320,600	7.90
6	孙健	186,000	1.10
7	夏文洵	186,000	1.10
合计		16,793,600	100.00
优先股			
1	SAIF PARTNERS III L.P.	11,718,858	83.71
2	陈荣	868,571	6.20
3	陈平	212,571	1.52
4	AXIAL GROUP LIMITED	1,200,000	8.57
合计		14,000,000	100.00

（二）协议控制关系建立及解除

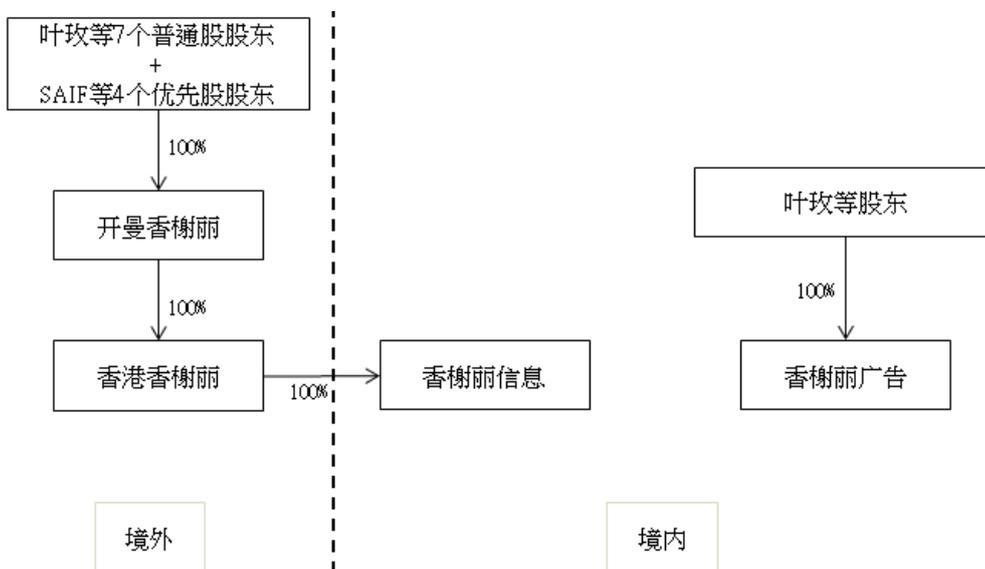
2007年12月10日开曼香榭丽在中国香港设立香榭丽传媒有限公司（Advision Media Limited，以下简称“香港香榭丽”），公司注册证书号1193594，注册资金1万港元，股本1万股。

2008年1月25日，香港香榭丽出资设立上海香榭丽信息技术服务有限公司（“香榭丽信息”）。香榭丽信息注册资本为750万美元，公司类型为有限责任公司（台港澳法人独资），经营范围为信息技术咨询、技术服务、商务咨询，投资管理咨询及企业管理咨询（涉及行政许可的凭许可证经营）。

鉴于搭建境外上市架构的需要，2008年2月3日，香榭丽信息与标的公司及标的公司当时全体股东叶玫、乔旭东、陈荣、陈平、郑刚、孙建、夏文洵、兆均创富（以下简称“标的公司股东”）签署了《独家技术咨询和管理服务合同》、《股权质押合同》、《业务经营协议》、《资产转让协议》、《设备抵押合同》、《认股选择权合同》等一系列控制协议，实现对标的公司的协议控制。



2008 年下半年，由于全球金融危机影响，标的公司放弃境外上市开始筹划国内上市。2009 年 1 月 16 日，香榭丽信息与标的公司以及境内外全体股东签署《合同解除协议》，约定解除为实现标的公司境外上市签订的一系列控制协议。在控制协议解除后，协议各方的权利义务解除，且各方不以任何形式追究其他方的违约责任，包括一揽子协议解除前和/或解除后的任何违约责任。



协议控制期间，前述一揽子控制协议并未实际执行。

（三）香榭丽信息与香榭丽传媒的交易

2008 年 3 月 15 日，香榭丽信息通过与标的公司签订《资产收购协议》收购标的公司拥有的 9 块 LED 显示屏等相关资产，转让后上述显示屏以标的公司向香榭丽信息租赁的形式继续使用。2010 年 12 月 28 日，香榭丽信息与标的公司签订《设

备租赁结算价格协议》，香榭丽已于 2011 年 10 月 24 日支付相应租金。

2010 年 12 月 20 日，香榭丽信息与标的公司签订《资产出让协议》，将上述 9 块 LED 显示屏等相关资产按上海立信资产评估有限公司出具《上海香榭丽信息技术服务有限公司部分资产出售资产评估报告》（信资评报字[2010]第 171 号）评估值转让给标的公司。上述转让款已于 2011 年 10 月 24 日支付。

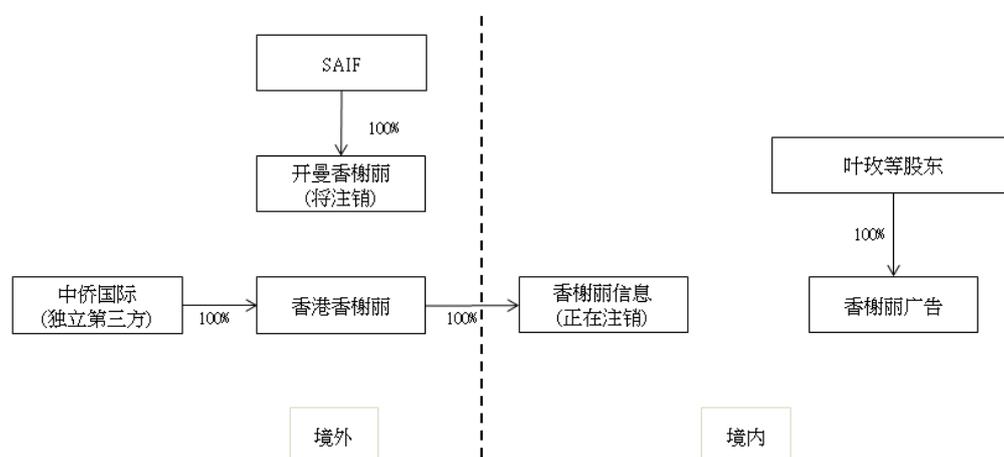
（四）红筹架构的彻底解除

2012 年 1 月 25 日，香港香榭丽股东决定注销香榭丽信息。2012 年 3 月 31 日上海市商务委员会批准提前解散香榭丽信息。目前香榭丽信息的工商注销手续正在办理过程中。

2013 年 6 月 6 日，开曼香榭丽与独立第三方中侨国际投资有限公司（CHINA KING INTERNATIONAL INVESTMENTS LIMITED）签署协议，将其所持香港香榭丽 100% 股份转让给中侨国际投资有限公司。同日，香港公司注册处出具《转让证明》（Instrument of Transfer），确认转让后中侨国际投资有限公司持有香港香榭丽 100% 股份。

2013 年 8 月 23 日，开曼香榭丽全体股东签署股权转让协议，除 SAIF PARTNERS III L.P. 以外其他股东将所持有的所有普通股和优先股均转让给 SAIF PARTNERS III L.P.。至此，开曼香榭丽成为 SAIF PARTNERS III L.P. 一人独资公司。目前开曼香榭丽已启动回购和注销程序。

截至本报书签署日，开曼香榭丽、香港香榭丽与香榭丽传媒之间均不存在关联关系，原红筹架构已彻底拆除，各公司关系如下所示：



五、香榭丽传媒下属公司情况

截至本报告书签署日，香榭丽传媒未持有其他企业股权，亦未进行对外投资，在北京、广州、天津设有三家分公司。

（一）北京分公司

成立日期	2007年11月19日
负责人	乔旭东
注册地址	北京市朝阳区朝阳北路237号楼21层2502、2503室
经营范围	许可经营范围：无； 一般经营范围：设计、制作、代理、发布广告；企业形象策划；包装设计；销售计算机软件及辅助设备、日用品、办公用品、体育用品、工艺品、建材、服装。

（二）天津分公司

成立日期	2008年6月3日
负责人	乔旭东
注册地址	天津市河西区解放南路中段西侧富裕大厦1510
经营范围	从事广告业务、企业形象设计、包装设计；电子计算机及配件、日用百货、文化办公用品、体育用品、工艺品、建筑装饰材料、服装服饰批发兼零售。（国家有专营专项规定的按国家规定执行）（涉及行业审批的经营项目有效期限以许可证有效期截止日为准）

（三）广州分公司

成立日期	2008年8月16日
负责人	叶玫
注册地址	广州市天河区珠江新城华强路3号富力盈力大厦北塔1501房
经营范围	设计、制作、代理、发布国内各类广告；企业形象设计；包装设计；销售计算机及配件、日用百货、文化办公用品、体育用品、工艺品、建材装潢材料、服装服饰。

六、香榭丽传媒最近两年及一期的财务数据及财务指标

根据中天运为香榭丽传媒出具的中天运[2013]审字第90301号《审计报告》，香榭丽传媒最近两年及一期的财务数据及财务指标如下：

（一）资产负债简表

单位：万元

项目	2013年6月30日	2012年12月31日	2011年12月31日
流动资产合计	32,144.85	32,305.95	20,222.23
非流动资产合计	9,249.65	10,128.36	11,165.53
资产合计	41,394.50	42,434.31	31,387.76
流动负债合计	10,214.12	11,393.95	8,880.86
非流动负债合计	4,863.61	4,838.10	-
负债合计	15,077.73	16,232.05	8,880.86
所有者权益合计	26,316.76	26,202.25	22,506.90

（二）利润表简表

单位：万元

项目	2013年1-6月	2012年度	2011年度（注）
营业收入	11,644.69	23,993.43	17,433.69
营业利润	1,836.19	5,718.79	4,820.82
利润总额	1,695.88	5,340.67	4,851.54
净利润	1,114.51	3,695.35	3,647.28

注：2006年6月2日，香榭丽有限与乔旭东出资100万元设立上海超显广告传媒有限公司（“超显广告”），其中香榭丽有限出资80万元，占注册资本的80%，乔旭东出资20万元，占注册资本的20%。2008年3月6日，超显广告通过股东会决议，同意股东乔旭东将其持有的超显广告20%的股权转让给香榭丽有限，2011年3月2日，超显广告通过股东会决议，同意股东香榭丽有限将其持有的100%超显广告股权转让给第三方王深泉，本次股权转让后，王深泉持有超显广告100%股权，超显广告与标的公司无任何关联关系。在编制2011年财务报表时，超显广告期初至转让期间的损益计入香榭丽合并利润表。

（三）主要财务指标

项目	2013年6月30日	2012年12月31日	2011年12月31日
资产负债率	36.42%	38.25%	28.29%
毛利率	48.02%	48.45%	50.28%
净利润率	9.57%	15.40%	20.92%
净资产收益率	4.22%	15.17%	62.44%

2012年净资产收益率下降主要是因为当年公司增资，注册资本从564.1075万元增至1,461.9276万元，净资产增加较多导致。

（四）报告期内享受的财政补贴

2011年6月3日，上海市闸北区共和新路街道办事处与香榭丽签订《专项财政扶持协议》，协议约定共和新路街道办事处按企业当年财政年度实现的增加值、营业收入、利润总额形成的区地方财力部分按一定比例（30%-60%）给予财政扶持；同意对于企业高层管理人员的个人所得税，按照其年实现的个人所得税总额给予7%-8%的财政扶持。根据上述协议，2011年、2012年、2013年1-6月香榭丽分别收到税收返还款34.00万元、229.30万元和25.00万元。

七、香榭丽传媒的主要资产、负债状况、抵押情况、对外担保及关联方资金占用情况

（一）主要资产状况

根据中天运为香榭丽出具的中天运[2013]审字第90301号《审计报告》，截至2013年6月30日，香榭丽总资产41,394.50万元，主要资产情况如下：

单位：万元

项目	金额	占比	说明
货币资金	1,425.23	3.44%	
应收账款	25,198.63	60.87%	
预付款项	2,855.60	6.90%	预付阵地租赁费及购房款
其他应收款	2,359.18	5.70%	
存货	306.21	0.74%	收入置换所得
固定资产	6,251.92	15.10%	主要为LED显示屏，部分用于抵押担保，见本节“（三）资产抵押、质押及担保情况”
无形资产	251.85	0.61%	
开发支出	76.06	0.18%	
长期待摊费用	2,452.17	5.92%	
递延所得税资产	217.66	0.53%	

截至本重组报告书签署日，香榭丽未持有任何房产。2012年3月22日，香榭

丽与广州合银广场发展有限公司签订编号为 201203223035 的《广州市商品房买卖合同》，认购位于广州市越秀区环市东路 372 号 2301 房的办公用房，建筑面积为 118 平方米，总价 350 万元。截至本报告书签署日，公司已支付购房款，房产尚未交付使用，房产证尚未办理。

1、应收账款

公司从事的主要为户外 LED 媒体的运营业务，款项支付集中在广告播放完成后，因此随着收入规模的增长应收账款规模逐年增大。公司应收账款余额 2011 年、2012 年及 2013 年 6 月 30 日分别为 11,776.07 万元、20,438.00 万元、25,198.63 万元，占总资产比例分别为 37.52%、48.16%和 60.87%，占比逐年提高。截至 2013 年 6 月 30 日香榭丽账面应收账款情况如下：

账龄	账面余额	比例%	坏账准备	账面净值
1 年以内	19,471.65	75.10%	194.72	19,276.93
1-2 年	5,783.84	22.31%	289.19	5,494.65
2-3 年	585.15	2.26%	175.55	409.61
3-4 年	86.83	0.33%	69.46	17.37
4-5 年	0.40	0.00%	0.32	0.08
5 年以上	-	-	-	-
合计	25,927.87	100.00%	729.24	25,198.63

注：香榭丽按账龄分析法计提坏账准备的比例为一年以内 1%，1-2 年 5%，2-3 年 30%，3-5 年 80%，5 年以上 100%。

公司 75%以上应收账款账龄在一年以内，97%以上在两年以内，长账龄的应收账款占比较低，报告期内极少发生坏账损失和坏账核销的情况。

针对应收账款占比较高带来的回款风险，香榭丽传媒通过以下三方面举措予以防范：首先，在客户承接环节，选择资金实力雄厚、规模较大公司进行合作，从源头降低回款风险；其次，在业务选择上，有目的性的增加占用资金量少、毛利水平高的业务，减少占用资金规模较大的媒介代理购买服务比例；最后，在制度上建立内部预警机制，与现有客户保持紧密联系，加强对账以及应收账款的催收，以尽可能缩短回款周期，降低坏账风险。

2、自有 LED 显示屏情况

序号	阵地位置	面积（平方米）	取得方式	备注
1	广州市天河路 228 号正佳广场西墙西立面	491.50	自建	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日
2	广州市天河路 228 号正佳广场西北墙体	360.00	自建	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日
3	广州好世界广场大厦裙楼东面外墙	350.00	外购	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日
4	北京西城区西直门外大街 1 号西环广场东侧楼体外立面	294.90	自建	--
5	天津市和平区南京路 108 号现代城 C 区商厦外立面	250.10	自建	天津现代商业有限公司阵地租赁合同抵押担保
6	上海黄浦区金陵东路西藏南路亚龙国际广场正门墙体	201.70	自建	--
7	位于北京中关村大街 18 号科贸大厦西侧墙面	194.90	自建	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日
8	上海静安寺下沉式广场	192.00	外购	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日
9	郑州市二七广场郑州亚细亚商厦营业楼顶上方	162.00	外购	--
10	重庆市解放碑雨田大厦墙体	160.00	自建	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日
11	青岛市香港中路 141 号东亚商厦房屋西侧裙楼一楼楼顶	159.70	自建	-
12	上海市长宁路 1018 号龙之梦购物中心	147.00	自建	--
13	上海南京东路 479 号新世界休闲港湾正门墙体	102.00	自建	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日
14	上海市淮海中路 688 号华狮广场正门外墙	48.00	自建	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日
15	杭州市延安路 546 号杭州百货	40.00	自建	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日
16	黑龙江省哈尔滨市中央大街 100 号中央商场正门上方	22.70	自建	私募债抵押，抵押期限至 2016 年 8 月 30 日

1、阵地租赁合同

序号	出租方	位置	租赁期限
1	北京嘉茂西直门商用置业有限公司	北京西城区西直门外大街 1 号西环广场东侧楼体外立面墙体	2010 年 8 月 1 日至 2020 年 7 月 31 日
2	广州市星辰广告发展有限公司	广州环市东路 362-366 号好世界广场大厦裙楼东面外墙	2011 年 10 月 1 日至 2017 年 9 月 29 日

3	上海新世界百货有限公司	上海南京东路 479 号新世界休闲港湾正门墙体	2007 年至 2014 年
4	上海亚龙投资（集团）有限公司	上海黄浦区金陵东路西藏南路亚龙国际广场正门墙体	2007 年 2 月 1 日至 2022 年 1 月 31 日
5	广州正佳企业有限公司	广州市天河路 228 号正佳广场墙体	2010 年 4 月 1 日至 2022 年 5 月 31 日
6	上海华狮中兴商场管理有限公司	上海市淮海中路 688 号华狮广场正门外墙	2008 年至 2015 年
7	上海锦迪城市建设开发有限公司	静安寺下沉式广场墙面	2011 年 3 月 1 日至 2017 年 10 月 31 日
8	河南兴业投资发展有限公司	郑州市二七广场郑州亚细亚商厦营业楼顶	2012 年 2 月 29 日至 2022 年 2 月 28 日
9	北京国瑞兴业商业管理有限公司	北京崇外大街 18 号国瑞购物中心正门外墙	2010 年 10 月 3 日至 2017 年 1 月 1 日
10	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	北京市朝阳区朝阳门外大街 8 号蓝岛大厦	2011 年 6 月 1 日至 2017 年 5 月 31 日
11	天津现代商业有限公司	天津市和平区南京路 108 号现代城 C 区商厦	2008 年 7 月 11 日至 2018 年 7 月 10 日
12	上海意海堂文化传播有限公司	上海市金陵中路 1 号人民广场兰生大厦	2009 年 11 月 15 日至 2014 年 11 月 14 日
13	北京传奇广告有限公司	北京科贸大厦西侧墙面	2007 年 9 月 1 日至 2015 年 8 月 31 日
14	上海新云传媒有限公司	上海市张杨路 579 号三鑫大厦外墙西南侧	2013 年 4 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日
15	上海景色广告有限公司	上海市淮海中路 939 号巴黎春天百货外立面	2012 年 3 月 1 日至 2017 年 2 月 28 日
16	上海龙之梦广告有限公司	上海市长宁路 1018 号龙之梦购物中心	2007 年 12 月 1 日至 2022 年 12 月 15 日
17	杭州世友广告策划有限公司	杭州市延安路 546 号杭州百货	2012 年 1 月 1 日至 2022 年 1 月 31 日
18	深圳市尚达文化传播有限公司	深圳罗湖东门步行街入口东港大厦	2011 年 8 月 22 日至 2016 年 8 月 21 日
19	重庆唐码传媒有限公司	重庆市解放碑雨田大厦墙体	2012 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日
20	青岛广电移动数字电视有限公司	青岛市香港中路 141 号东亚商厦房屋西侧裙楼一楼楼顶	2009 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日
21	上海兴启房地产有限公司	上海新天地南里商场南入口	2008 年 12 月 1 日至 2014 年 11 月 30 日
22	黑龙江省大野广告传媒有限公司	黑龙江省哈尔滨市中央大街 100 号中央商场正门	2010 年至 2020 年

注：广州正佳广场建有两块屏，与广州正佳企业有限公司签订一份阵地租赁合同，因此 22 份租赁合同对应 23 块 LED 大屏经营权。

3、办公用房租赁情况

序号	出租方	物业坐落	面积（平方米）	月租金（元）	租赁期限	房产证号
1	上海宝盛房地产开发经营有限公司	上海市卢湾区南昌路45号7层B&C&D单位	920.05	194,494.74	2012年12月1日至2015年1月31日	沪房地卢字（2005）第001571号
2	上海宝盛房地产开发经营有限公司	上海市卢湾区南昌路45号7层A单位	409.94	86,659.61	2012年12月1日至2015年1月31日	沪房地卢字（2005）第001571号
3	李美仪	广州市天河区华强路3号富力盈力大厦1501	207.45	24,894	2002年6月8日至2014年6月7日	穗字第0120131823号
4	上海复地投资管理有限公司北京分公司	北京市朝阳区朝阳北路237号楼复星国际中心2502、2503房间	467.27	95,790.35	2011年7月11日至2014年7月10日	X京房产证朝字第643875号

4、域名持有情况

截至本报告书签署日，香榭丽共有3项注册域名，具体情况如下：

序号	域名	域名持有者	域名注册日	域名到期日
1	Advisionmedia.cn	香榭丽	2007年7月25日	2021年7月25日
2	香榭丽传媒.com	香榭丽	2011年4月8日	2021年4月8日
3	Advision.net.cn	香榭丽	2006年12月11日	2021年12月11日

（二）主要负债情况

根据中天运为香榭丽出具的中天运[2013]审字第90301号《审计报告》，截至2013年6月30日，香榭丽总负债15,077.73万元，主要资产情况如下：

单位：万元

项目	金额	占比（%）	说明
短期借款	987.06	6.55%	招商银行信用借款
应付账款	4,179.30	27.72%	
预收款项	28.11	0.19%	
应付职工薪酬	120.70	0.80%	
应交税费	3,718.46	24.66%	

项目	金额	占比（%）	说明
应付利息	104.17	0.69%	
应付股利	1,000.00	6.63%	2012 年股利分配
其他应付款	76.32	0.51%	
应付债券	4,863.61	32.26%	中小企业私募债

1、短期借款

债权人	合同号	贷款金额（元）	利率（%）	借款到期日
招商银行上海中山支行	7501130114	2,120,625.00	央行 12 个月贷款基准利率，上浮 15%	2014 年 1 月 31 日
招商银行上海中山支行	7501130202	4,250,000.00	央行 12 个月贷款基准利率，上浮 15%	2014 年 2 月 4 日
招商银行上海中山支行	75011303301	3,500,000.00	央行 12 个月贷款基准利率，上浮 15%	2013 年 3 月 29 日

上述银行借款均为信用借款，无任何担保抵押。

2、应付债券

香榭丽于 2012 年 12 月 10 日在上海证券交易所发行“上海香榭丽广告有限公司 2012 年中小企业私募债券”债券，种类为实名制记账式公司债券，每张面值为人民币 100 元，发行总额为面值人民币 5,000 万元，扣除承销费实际收到的发行金额 4,835 万元，债券期限 3 年（附第 2 年末投资者回售选择权），票面利率为 8%，采用单利按年计息，不计复利，每年付息一次，到期一次还本，最后一期利息随本金的兑付一起支付。此次债券发行以自有 10 套户外 LED 大屏所有权及位于上海、广州的四块 LED 屏相对应的所拥有的阵地承租权提供抵押担保。截至 2013 年 6 月 30 日，应付债券按实际利率法摊销的账面余额为 4,863.61 万元。

（三）资产抵押、质押及担保情况

1、2011 年 6 月 3 日，香榭丽传媒与天津现代商业有限公司签订《担保协议》，香榭丽传媒以其位于天津和平区南京路 108 号现代城 LED 显示屏及附属设备为 2008 年香榭丽传媒与天津现代商业有限公司签订的《广告阵地租赁协议》及《补充协议》、《和解协议》项下香榭丽传媒的债务提供抵押担保，担保期限自抵押合同前述之日起至香榭丽传媒全部债务履行完毕。

2、香榭丽于 2012 年 12 月 10 日在上海证券交易所发行面值人民币 5,000 万元的“上海香榭丽广告有限公司 2012 年中小企业私募债券”债券，以其拥有的 10 套大型户外 LED 屏所有权提供抵押担保。截至 2013 年 6 月 30 日，上述显示屏账面价值为 3,720.86 万元，具体情况如下：

序号	设备名称	设备所在地	面积（平方米）
1	广州正佳广场显示屏	广州市天河路 228 号正佳广场西墙西立面	491.50
2	广州正佳万豪显示屏	广州市天河路 228 号正佳广场西北墙体	360.00
3	广州好世界显示屏	广州好世界广场大厦裙楼东面外墙	350.00
4	北京科贸大厦显示屏	位于北京中关村大街 18 号科贸大厦西侧墙面	194.90
5	静安寺广场 LED	上海静安寺下沉式广场	192.00
6	重庆解放碑可拆卸式显示屏	重庆市解放碑雨田大厦墙体	160.00
7	新世界显示屏	上海南京东路 479 号新世界休闲港湾正门墙体	102.00
8	上海华狮商场显示屏	上海市淮海中路 688 号华狮广场正门外墙	48.00
9	新杭州杭百显示屏	杭州市延安路 546 号杭州百货	40.00
10	哈尔滨中央大街显示屏	黑龙江省哈尔滨市中央大街 100 号中央商场正门上方	22.70

（四）对外担保情况

截至 2013 年 6 月 30 日，香榭丽传媒不存在对外担保情况。

（五）关联方资金占用情况

2012 年公司整体变更为股份公司时，香榭丽传媒已为净资产折股增加额归属于个人股东部分计提应缴个人所得税，具体情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	金额
1	叶玫	112.39
2	乔旭东	41.95

3	陈荣	48.69
4	赵钧	47.96
5	方荣梓	22.68
6	陈平	12.15
7	唐宇婷	9.98
8	王伟东	8.93
9	谢学军	5.33
10	郑刚	2.26
11	黄若梅	2.00
12	孙健	1.36
13	夏文洵	1.36
合 计		317.04

以上个人所得税尚未缴纳，已计入其他应收款。香榭丽 2013 年 4 月股东会决定 2012 年度利润分配为 1,000 万元人民币，已承诺将在 2013 年底前发放股利时代扣代缴，不属于股东占用公司资金的情形。

除上述款项外，截至本报告书签署日，香榭丽传媒无应收股东、实际控制人的款项，其股东、实际控制人及其关联方不存在占用香榭丽非经营性资金的情形。

八、香榭丽传媒取得的业务资质

针对香榭丽传媒所从事的广告服务业务，根据相关法规，目前不需具备业务资质或特许经营权。

九、香榭丽传媒主营业务发展情况

（一）香榭丽传媒主营业务概况

香榭丽传媒主营业务为户外大型 LED 媒体开发与运营业务。

户外大型 LED 媒体是指在商业中心、轨道交通、城市要道、标志性建筑等城市户外核心区域，利用 LED 显示技术投放广告的大尺寸电子显示屏媒体。户外大型 LED 媒体突破了传统广告大牌作为静态广告载体的单一功能，以彩色、活动、极具视觉震撼的影像作为主要的广告表现形式，并在城市大型盛事、活动、突发事

件等的信息传播中起着不可或缺的作用。同时，户外大型 LED 媒体相对于其他户外媒体更加大气精致的形象，也在一定程度上美化了城市空间与形象。

香榭丽传媒自 2003 年成立以来，就本着“优先占位”的发展策略，率先提出构建全国户外数字大媒体网络概念，凭借领先的技术创新优势和卓越的创意策划能力，构建起独特并且具有强势户外影响力的数字媒体网络，是户外数字大媒体领域最早的市场培育者和开拓者。公司以上海为核心，布局全国，除了上海公司之外还拥有北京、广州、天津三家分公司，户外 LED 媒体网络遍及全国 30 个省 97 个城市，共开发运营了 167 块户外 LED 大屏幕，总面积超过 26,500 平方米，户外 LED 媒体数量、媒体总面积、媒体覆盖城市数量等核心指标均处于业内领先地位，是中国最主要的户外大型 LED 媒体运营商之一。

除了稳健高效的媒体网络平台之外，精良的创意策划以及独特的创意运用能力成为香榭丽传媒区别于其他户外 LED 媒体运营商的核心竞争优势。香榭丽传媒在充分理解客户行业定位以及品牌状况的基础上，根据客户的广告传播需求，结合 LED 媒体的传播特征以及不同屏体的形状、点位特征，运用杰出的创意能力，为客户度身定制科学合理的媒体投放策略和投播计划，以最大程度提升客户的广告投放效果。香榭丽传媒还将针对产品特性的创意概念与特定节点、活动、事件结合，以节点营销、活动营销、事件营销，来最大限度增强客户的品牌影响力。

服务的缺失是目前户外媒体普遍存在和最为客户诟病的问题之一，香榭丽传媒深刻意识到优质全面的客户服务对于户外 LED 媒体价值提升的重要性，已经建立起一套由公司各部门协同配合，从上画审批、创意制作、媒体策划到投播保障的全体系、多环节配合的服务体系。特别是投播保障方面，随着客户对广告投放效果和精准程度要求的越来越高，香榭丽传媒采取了全过程追踪、全过程监播和第三方监测相结合的投播保障体系，全过程追踪即由专门的客服经理全过程负责客户的广告投放过程，从下单到根据各屏幕规格对广告片的调整，到最后的实际播出落实由其全权负责追踪，确保严格按照要求准确播出；全过程监播即广告投放过程中对于广告播放状况进行全过程的监控，每周核对设备自动生成的播放清单来确保播放质量；第三方监测即邀请双方共同认可的第三方机构对于播出状况进行监测。

伴随着公司的不断耕耘和努力，以及户外 LED 媒体市场的逐渐成熟，香榭丽传媒的业务发展稳步提升，业绩收入表现良好。2010-2012 年，香榭丽传媒的营业

收入分别为 1.16 亿元、1.74 亿元、2.40 亿元，年复合增长率达 43.79%；净利润分别为 2,535.26 万元、3,647.28 万元、3,695.35 万元，年复合增长率达 20.73%。香榭丽传媒广告投放业务保持较高增长速度，这一方面得益于公司拥有业内领先的全国性 LED 媒体资源网络、广告策划创意能力和客户服务保障体系；另一方面是随着公司行业影响的增强，以及媒体经营规模的扩大，在良好的维护住现有客户的基础上，吸引了更多的优质广告客户。

作为领军中国户外 LED 大屏媒体市场三驾马车之一，香榭丽传媒因其覆盖广泛的媒体网络、独特的内容创意和优质的客户服务赢得了广大客户的认可，实现了客户利益和自身价值的双重提升。

（二）香榭丽传媒提供的主要服务

香榭丽传媒提供的主要服务为：在充分理解客户行业定位以及品牌状况的基础上，根据客户的广告传播需求，结合 LED 媒体的传播特征以及不同屏体的形状、点位特征，通过覆盖全国的高效的户外 LED 媒体网络，运用杰出的创意能力，为广告主提供从媒体投放策划、投放方式和内容的创意设计、投放播出控制、投放过程监测一直到投放后媒体效果调研的全过程优质系统化服务。

1、香榭丽传媒屏幕资源的运营方式

香榭丽传媒在为客户提供优质高效的户外大型 LED 媒体投放服务的过程中，按照屏幕经营权归属的不同，屏幕资源可以分为自主经营屏幕和代理屏幕两种。

（1）自主经营屏幕资源

自主经营屏幕是指在阵地租赁期内该屏幕广告经营权归属于公司或由公司完全控制的屏幕资源。进一步划分，自主经营屏幕又包括公司的自有屏幕和独家经营屏幕。其中，自有屏幕是指香榭丽传媒在与业主或合作方签署阵地租赁合同后，由香榭丽传媒负责建造、安装新屏或通过收购获得，产权归香榭丽传媒所有的户外大型 LED 屏幕；独家经营屏幕是指香榭丽传媒与合作方签署合作协议取得该屏幕的独家经营权，即便是该合作方在此广告位发布广告也必须获得香榭丽传媒的许可方可。

自主经营屏幕是稳定性最高的户外大型 LED 媒体运营方式，也是屏幕拥有者

控制权最高的一种资源。

自主经营屏幕可以最大程度的保障资源的独有性、稳定性和可靠性，在后期市场运营中可以保证高效的屏幕管理和优质的客户服务，但前期需要投入大量资金用于阵地租赁和新屏搭建，时间周期相对较长。

由于一二线城市广告主需求量更大、上画率更高，因此香榭丽传媒的自主经营屏幕资源主要集中在一二线城市。随着广告主对投放市场的需求变化，香榭丽传媒正不断拓展和延伸三、四线城市自主经营屏幕资源。

（2）代理屏幕资源

代理屏幕是指香榭丽传媒与合作方签订代理协议，取得该屏幕一定年限内一定时段或一定区域的广告经营权的屏幕资源。代理合作的方式灵活程度较高，但对屏幕的掌控能力相对较弱。

香榭丽传媒代理屏幕资源按照控制力层级以及合作深度区分，代理方式可以分为紧密式代理和松散式代理。紧密式代理是指，对于原本并非自有但随着客户需求不断增多广告投放量不断加大的代理屏幕，香榭丽传媒在一定期限内通过购买固定时段、支付固定费用等方式将其纳入销售体系，获得该屏幕一定时段的代理权。截至本报告书签署日，香榭丽共拥有 33 块紧密式代理屏幕，具体情况如下：

序号	城市	媒体位置	期限
1	太原	开化寺（太原市解放路与开化寺东北角）	2012.1.15-2015.1.14
2	太原	亲贤街（亲贤街与长治路西南角）	2012.1.15-2015.1.14
3	太原	府西街（太原市解放路与府西街交叉口东北角）	2012.1.15-2015.1.14
4	宁波	中山东路金光中心（中山路 279 号）	2013.2.25-2016.2.24
5	宁波	中山东路东方商厦	2013.2.25-2016.2.24
6	南京	新街口新世纪广场（南京市太平南路 1 号新世纪广场 A 栋）	2011.6.1-2014.5.31
7	苏州	相门桥（泵房楼顶东侧）（苏州市干将路相门泵站）	2011.1.1-2014.12.31
8	苏州	相门桥（泵房楼顶西侧）（苏州市相门桥西南出相门泵房）	2011.1.1-2014.12.31
9	苏州	饮马桥（人民路与道前街）（苏州市人民路道前街街口）	2011.1.1-2014.12.31
10	苏州	十全街（苏州市十全街与凤凰街口东南角）	2011.1.1-2014.12.31
11	济南	泉城广场	2012.4.17-2015.4.16

12	福州	中亭街东南角（福州市中亭街嘉和苑台北时尚外墙）	2012.6.20-2015.6.19
13	福州	工业路宝龙城市广场	2012.6.20-2015.6.19
14	南昌	洪大服装世界（南昌市洪城路洪大服装世界）	2012.7.20-2015.7.19
15	深圳	宝安南路万象城（鼎丰大厦）（深圳市罗湖区宝安南路与嘉宾路交 1036 号鼎丰大厦南面外墙）	2012.11.12-2013.11.12
16	深圳	皇岗口岸（福田区皇岗口岸路“车港城大楼”）	2013.9-2015.12
17	深圳	罗湖区金世界百货大厦北墙体（深圳市罗湖区解放路 2003 号）	2013.7.7-2014.7.7
18	佛山	百花广场（佛山市禅城区祖庙路 33 号百花广场）	2013.8.1-2014.7.4
19	东莞	南城海雅百货（东莞南城鸿福路 83 号综艺曼哈顿 6 楼）	2011.10.13-2014.10.12
20	南宁	南宁琅东大酒店（南宁市民族大道 113 号）	2013.1.1-2013.12.31
21	长沙	黄兴路步行街（长沙市黄兴南路商业步行街 E 区）	2013.3.11-2015.3.10
22	沈阳	马路湾东宇大厦（沈阳市和平区和平南大街 2 号东宇大厦楼面及裙楼）	2013.1.1-2015.12.31
23	沈阳	三好街金科大厦（沈阳市文化路 19 号金科大厦楼顶）	2012.1.1-2014.12.31
24	沈阳	铁西广场大连银行铁西行	2013.7.5-2013.10.26
25	大连	青泥步行街（地王商城人防工程）	2012.6.20-2015.6.19
26	长春	红旗街巴黎春天百货（长春市红旗路与工农大街交汇处巴黎春天百货）	2013.1.1-2014.12.31
27	西安	高新区利君 V 时代大厦（西安市未央路利君时代楼体）	2011.5.15-2014.5.14
28	大连	星海湾(沙河口区中山路 576 号产权技术交易中心)	2013.3.1-2014.2.28
29	汕头	长平路金环路南国商城（长平路南国商城南面三至五楼中部）	2013.7.5-2014.7.4
30	南宁	民族大道 12 号丽原天际	2013.7.1-2014.6.30
31	贵阳	紫林庵百灵时尚天地大厦（紫林庵百灵时尚天地大楼 6-8 楼）	2013.7.1-2014.6.30
32	海口	蓝天路名门广场（海口市美兰区蓝天路 31 号）	2013.7.5-2014.7.4
33	重庆	沙坪坝凯德广场（沙坪坝凯德广场外墙）	2012.1.1-2016.12.31

松散式代理是指，香榭丽传媒根据客户需求，将这些屏幕纳入销售数据库，考虑到成本问题并不会签订长期合作协议，通常为个案式的合作，合作形式较为松散，截至本报告书签署日，香榭丽共拥有 111 块松散式代理屏幕。

香榭丽传媒在屏幕资源运营方式上，选择了将自主经营屏幕和代理屏幕相结合的策略，并且将代理方式的稳定性不断提高以更有效的节约成本、提升屏幕资源的

利用效率。香榭丽传媒 167 块户外 LED 大屏幕中，自主经营屏幕数量为 23 块，其中自有屏幕数量 16 块，独家经营屏幕数量 7 块；代理屏幕数量 144 块。在香榭丽传媒运营的户外 LED 大屏幕中，上海人民广场兰生大厦户外大屏（350 m²）、上海八佰伴商圈第一食品浦东店户外大屏（228 m²）、上海静安寺下沉式广场户外大屏（192 m²）、北京朝外大街蓝岛大厦户外大屏（401 m²）、北京崇文门国瑞城户外大屏（308 m²）、北京西直门嘉茂购物中心（295 m²）、广州天河正佳万豪酒店户外大屏（492 m²）、深圳东门步行街户外大屏（105 m²）、天津南京路伊势丹商厦户外大屏（250 m²）、重庆解放碑雨田大厦户外大屏（160 m²）等位置的屏幕都凭借其得天独厚的核心位置、超大面积的 LED 屏体以及高密集度的人流量成为了该城市中的标志性户外 LED 大屏。

2、香榭丽传媒户外 LED 资源分布的特征

香榭丽传媒根据资源获取与运作的经验，确立了基本的媒体资源拓展原则：即在不跟风、不盲从的前提下，尽最大可能选择城市核心位置的屏幕。香榭丽传媒的屏幕资源分布的特征为：在一二线城市中占有绝对黄金点位的屏幕，在三四线城市中将黄金点位与精品点位（如大型卖场、大型影院附近）相结合，以更好的满足广告主在不同市场的广告投放需求。

香榭丽传媒户外 LED 大屏幕的黄金点位，基本可以分为三类。

第一类是城市核心主商圈屏幕，一个城市具有多个商圈，香榭丽传媒主要选择主商圈中的核心点位，点位周边配套有高档写字楼、商业中心、高档酒店等商务设施，消费氛围浓厚，对消费者的购买行为影响力明显。

第二类是干道点位，点位周边以高车流量的主要的交通枢纽为主，同时覆盖多条主干道，人群接触量大，媒体传播效率高，传播面广泛。

第三类是地标点位，这类点位周边以城市核心地标建筑为主，点位附加价值较高，媒体影响力优良。

3、香榭丽传媒户外 LED 资源的媒体价值

核心的空间区位、高效的受众触达、优质的受众人群，是户外 LED 大屏幕媒体的三项核心价值。香榭丽传媒的户外 LED 大屏幕由于位于城市主商圈、交通干道和地标建筑等黄金位置，人流量和车流量相当密集，区域影响力大，且屏幕一般

都为超大尺寸、画面清晰度高、可视距离远范围广，在户外环境下具有强大的视觉冲击力，充分保证了受众对广告信息的关注，具有重大的媒体营销价值。

香榭丽传媒部分标志性户外 LED 资源媒体价值

部分标志性户外 LED 大屏幕	媒体价值	周边环境
<p>上海亚龙国际广场 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 位于上海市心脏地带，连接南京东路商圈、淮海东路商圈、福州路文化街和人民广场； ➢ 人流密集，车流如织，与兰生大厦 LED 大屏左右呼应，给消费者持续的视觉和听觉冲击。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 高档写字楼：金钟广场、上海广场、汇通大厦、淮海大厦东楼、恒积大厦、港陆广场、淮云大厦、柳林大厦、兰生大厦等； ➢ 高档商业中心：亚龙国际广场、无限度广场、大上海时代广场、中华商厦等； ➢ 交通枢纽：有近 30 条公交线路的起始站，地铁 1 号线、8 号线车站。
<p>上海静安寺下沉式广场 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 位于南京西路华山路口，正对地铁 2 号线 7 号线静安寺出口及久光百货大楼； ➢ 作为静安区的大型活动中心，每月至少两次大型文艺活动，让屏幕保持很高的曝光率和人气。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 高档写字楼：中华企业大厦、轻工机械大厦、越洋广场、芮欧百货、阿波罗大厦、环球世界大厦、上海华侨大厦、静安花园商务楼、世纪商贸广场等； ➢ 高档商业中心：久光百货、上海友谊商店、久百城市广场、恒隆广场、中信泰富广场等； ➢ 交通枢纽：有近 30 条公交线路的起始站，地铁 2 号线、7 号线车站。
<p>上海人民广场兰生大厦 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 上海唯一一块能在高架上看到的 LED 媒体； ➢ 上海电视台唯一指定转播新闻节目的 LED 媒体； ➢ 上海唯一一块能被上海市府办公室看到的 LED 媒体。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 高档写字楼：金钟广场、上海广场、汇通大厦、淮海大厦东楼、恒积大厦、港陆广场、淮云大厦、柳林大厦、兰生大厦等； ➢ 高档商业中心：亚龙国际广场、无限度广场、大上海时代广场、中华商厦等 ➢ 交通枢纽：有近 30 条公交线路的起始站，地铁 1 号线、8 号线车站。
<p>上海八佰伴商圈第一食品浦东店 LED</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 上海第一食品商 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 高档写字楼：华融大厦、华

	<p>店浦东店位于新上海商业城中心，属浦东最大的多功能综合性商圈；</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 屏体约 230M² 的品牌展示空间，极大的广告冲击力及超长可视距离。弧形设计屏幕，可视角度广。 	<p>诚大厦、汤臣金融大厦、东方金融广场、中融大厦、银河大厦、新世纪办公中心、远东大厦等；</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档商业中心：上海理财中心、浦东发展银河、建设银河、招商银河、华侨银河、南洋商业银河、中国银行、巴伐利亚州银行等； ➤ 交通枢纽：有近 30 条公交线路的起始站，地铁 2、9 号线车站。
<p>北京朝阳门外大街蓝岛大厦 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于朝阳门外大街蓝岛大厦东北角外墙体，地理位置优越，区域影响力大，周边车流密集； ➤ 影响力覆盖周边朝阳门商圈，朝外商圈，新 CBD，使馆商圈，工体商圈，三里屯商圈等。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：昆泰大厦、保罗大厦、金麒大厦、中认大厦、百富国际大厦、通产大厦、蓝岛大厦、北京东方宫霄大厦等； ➤ 高档商业中心：丰联广场购物中心、蓝岛大厦、嘉里中心商场、世贸天阶、日坛贸易国际中心财富购物中心等； ➤ 交通枢纽：有近 16 条公交线路的起始站，地铁 2 号线、地铁 6 号线车站。
<p>北京国瑞购物中心 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 媒体位于崇文门大街最繁华地段； ➤ 香港最大的电影院线百老汇、嘉斯猫电玩城、奇乐儿童主题公园等进驻，融购物、餐饮、休闲、娱乐于一体，带来一站式多元化消费体验。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：正仁大厦、京文大厦、鼎新大厦、德惠大厦、大康大厦、中国新闻大厦、新裕商务大厦、新成文化大厦等； ➤ 高档商业中心：前门华都百货公司、京城百货公司(南区)、大方百货商店、三里河百货商店等； ➤ 交通枢纽：有近 20 条公交线路的起始站，地铁 5 号线车站。
<p>北京西直门西直门嘉茂购物中心 LED</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 此位置位于西直门立交桥西北角，交通十分便利，是名副其实的交通枢纽，汇聚密集人气； ➤ 周边写字楼云集，具有很高的 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：金贸中心、国英一号、西环广场、地铁大厦、成铭大厦、中铝大厦、CCOIC 国际商会大厦等； ➤ 高档商业中心：西直门嘉茂购物中心、凯德购物中心、西郊百货、西直门外百货商场等；

	<p>消费能力，有效汇聚商业客流。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 交通枢纽：有近 20 条公交线路的起始站，地铁 2、4、13 号线车站。
<p>广州正佳广场 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 媒体位于广州天河区商业中心，首个中国体验式购物乐园在此诞生； ➤ 正佳广场为全国著名的购物场所中心，汇聚巨大人流；媒体形象佳。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：设计大厦、外经贸大厦、骏汇大厦、天宝大厦、华信大楼、东洲大厦、侨辉大厦、星辰大厦、市长大厦等； ➤ 高档商业中心：维多利亚广场、宏城广场、百家购物广场、广州百货、天河城百货、广州友谊商店、丽丽时尚百货、万佳百货等； ➤ 交通枢纽：有近 50 条公交线路，地铁 1 号线、3 号线车站。
<p>深圳东门步行街 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 广告位周边拥有大型商场 20 余家，服装及鞋类批发市场 20 余家，各种品牌服饰店铺 1100 余家，美食广场及餐厅 100 余家，银行等金融商业网点 10 余家； ➤ 汇聚密集人气和商业客流。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：东门天地大厦、新世界大厦、东门金融大厦、机电大厦、东方大厦、南海中心、鸿基大厦、朝晖大厦、江南大厦等； ➤ 高档商业中心：茂业百货（东门店）、东门旺角购物广场、九龙城购物广场、大江南商场、海雅百货（东门店）、东港城购物中心等； ➤ 交通枢纽：公交 1、3、5、11、102、103 等。
<p>天津南京路伊势丹商厦 LED</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 m²超大屏体位于现代城附近； ➤ 汇聚大量的潜在高端消费人群，商区一站式服务理念； ➤ 此屏因其清晰的画面、完美的视 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：城建大厦、万科世贸、均隆广场、吉利大厦、锦中大厦、天津中心、君悦大厦、机电写字楼等； ➤ 高档商业中心：乐宾百货、米莱欧百货、谊工商行、滨江商厦、吉利花园商场、伊势丹等； ➤ 交通枢纽：公交 659、600

	<p>觉享受而被誉为天津城市新名片的焦点大屏。</p>	<p>等 30 条公交线路，地铁 1 号线车站。</p>
<p>重庆解放碑步行街雨田大厦 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 广告位处于重庆解放碑八一路与步行街交汇处，离地高度适中，与车流和人流视线几乎处于平行状态； ➢ 周边较少其他户外媒体干扰，视野开阔，辐射面广，媒体十分突出。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 高档写字楼：大都会广场、商业大厦、重庆邹容广场 B 区写字楼、重庆新闻出版大厦、重庆立昌商业公司、重百大楼、重宾保利国际广场、康田国际、纽约纽约大厦等； ➢ 高档商业：重庆百货、中心银泰百货、百盛购物广场、重庆美美百货等； ➢ 交通枢纽：轻轨 2 号线、1、301 区、402、405、413、462、463、465、601 等。
<p>部分标志性户外 LED 大屏幕</p>	<p>媒体价值</p>	<p>周边环境</p>
<p>上海亚龙国际广场 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 位于上海市心脏地带，连接南京东路商圈、淮海东路商圈、福州路文化街和人民广场； ➢ 人流密集，车流如织，与兰生大厦 LED 大屏左右呼应，给消费者持续的视觉和听觉冲击。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 高档写字楼：金钟广场、上海广场、汇通大厦、淮海大厦东楼、恒积大厦、港陆广场、淮云大厦、柳林大厦、兰生大厦等； ➢ 高档商业中心：亚龙国际广场、无限度广场、大上海时代广场、中华商厦等； ➢ 交通枢纽：有近 30 条公交线路的起始站，地铁 1 号线、8 号线车站。
<p>上海静安寺下沉式广场 LED</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 位于南京西路华山路口，正对地铁 2 号线 7 号线静安寺出口及久光百货大楼； ➢ 作为静安区的大型活动中心，每月至少两次大型 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 高档写字楼：中华企业大厦、轻工机械大厦、越洋广场、芮欧百货、阿波罗大厦、环球世界大厦、上海华侨大厦、静安花园商务楼、世纪商贸广场等； ➢ 高档商业中心：久光百货、上海友谊商店、久百城市广

	<p>文艺活动，让屏幕保持很高的曝光率和人气。</p>	<p>场、恒隆广场、中信泰富广场等；</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 交通枢纽：有近 30 条公交线路的起始站，地铁 2 号线、7 号线车站。
<p>上海人民广场兰生大厦 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 上海唯一一块能在高架上看到的 LED 媒体； ➤ 上海电视台唯一指定转播新闻节目的 LED 媒体； ➤ 上海唯一一块能被上海市府办公室看到的 LED 媒体。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：金钟广场、上海广场、汇通大厦、淮海大厦东楼、恒积大厦、港陆广场、淮云大厦、柳林大厦、兰生大厦等； ➤ 高档商业中心：亚龙国际广场、无限度广场、大上海时代广场、中华商厦等 ➤ 交通枢纽：有近 30 条公交线路的起始站，地铁 1 号线、8 号线车站。
<p>上海八佰伴商圈第一食品浦东店 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 上海第一食品商店浦东店位于新上海商业城中心，属浦东最大的多功能综合性商圈； ➤ 屏体约 230M2 的品牌展示空间，极大的广告冲击力及超长可视距离。弧形设计屏幕，可视角度广。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：华融大厦、华诚大厦、汤臣金融大厦、东方金融广场、中融大厦、银河大厦、新世纪办公中心、远东大厦等； ➤ 高档商业中心：上海理财中心、浦东发展银河、建设银行、招商银河、华侨银河、南洋商业银河、中国银行、巴伐利亚州银行等； ➤ 交通枢纽：有近 30 条公交线路的起始站，地铁 2、9 号线车站。
<p>北京朝阳门外大街蓝岛大厦 LED</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于朝阳门外大街蓝岛大厦东北角外墙体，地理位置优越，区域影响力大，周边车流密集； ➤ 影响力覆盖周边朝阳门商圈，朝 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：昆泰大厦、保罗大厦、金麒大厦、中认大厦、百富国际大厦、通产大厦、蓝岛大厦、北京东方宫霄大厦等； ➤ 高档商业中心：丰联广场购物中心、蓝岛大厦、嘉里中心商场、世贸天阶、日坛贸

	<p>外商圈，新CBD，使馆商圈，工体商圈，三里屯商圈等。</p>	<p>易国际中心财富购物中心等；</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 交通枢纽：有近 16 条公交线路的起始站，地铁 2 号线、地铁 6 号线车站。
<p>北京国瑞购物中心 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 媒体位于崇文门大街最繁华地段； ➤ 香港最大的电影院线百老汇、嘉斯猫电玩城、奇乐儿儿童主题公园等进驻，融购物、餐饮、休闲、娱乐于一体，带来一站式多元化消费体验。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：正仁大厦、京文大厦、鼎新大厦、德惠大厦、大康大厦、中国新闻大厦、新裕商务大厦、新成文化大厦等； ➤ 高档商业中心：前门华都百货公司、京城百货公司(南区)、大方百货商店、三里河百货商店等； ➤ 交通枢纽：有近 20 条公交线路的起始站，地铁 5 号线车站。
<p>北京西直门西直门嘉茂购物中心 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 此位置位于西直门立交桥西北角，交通十分便利，是名副其实的交通枢纽，汇聚密集人气； ➤ 周边写字楼云集，具有很高的消费能力，有效汇聚商业客流。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：金贸中心、国英一号、西环广场、地铁大厦、成铭大厦、中铝大厦、CCOIC 国际商会大厦等； ➤ 高档商业中心：西直门嘉茂购物中心、凯德购物中心、西郊百货、西直门外百货商场等； ➤ 交通枢纽：有近 20 条公交线路的起始站，地铁 2、4、13 号线车站。
<p>广州正佳广场 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 媒体位于广州天河区商业中心，首个中国体验式购物乐园在此诞生； ➤ 正佳广场为全国著名的购物场所中心，汇聚巨大人流；媒体形象佳。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：设计大厦、外经贸大厦、骏汇大厦、天宝大厦、华信大楼、东洲大厦、侨辉大厦、星辰大厦、市长大厦等； ➤ 高档商业中心：维多利亚广场、宏城广场、百家购物广场、广州百货、天河城百货、广州友谊商店、丽丽时尚百货、万佳百货等；

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ 交通枢纽：有近 50 条公交线路，地铁 1 号线、3 号线车站。
<p>深圳东门步行街 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 广告位周边拥有大型商场 20 余家，服装及鞋类批发市场 20 余家，各种品牌服饰店铺 1100 余家，美食广场及餐厅 100 余家，银行等金融商业网点 10 余家； ➤ 汇聚密集人气和商业客流。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：东门天地大厦、新世界大厦、东门金融大厦、机电大厦、东方大厦、南海中心、鸿基大厦、朝晖大厦、江南大厦等； ➤ 高档商业中心：茂业百货（东门店）、东门旺角购物广场、九龙城购物广场、大江东南商场、海雅百货（东门店）、东港城购物中心等； ➤ 交通枢纽：公交 1、3、5、11、102、103 等。
<p>天津南京路伊势丹商厦 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 m²超大屏体位于现代城附近； ➤ 汇聚大量的潜在高端消费人群，商区一站式服务理念； ➤ 此屏因其清晰的画面、完美的视觉享受而被誉天津城市新名片的焦点大屏。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：城建大厦、万科世贸、均隆广场、吉利大厦、锦中大厦、天津中心、君悦大厦、机电写字楼等； ➤ 高档商业中心：乐宾百货、米莱欧百货、谊工商行、滨江商厦、吉利花园商场、伊势丹等； ➤ 交通枢纽：公交 659、600 等 30 条公交线路，地铁 1 号线车站。
<p>重庆解放碑步行街雨田大厦 LED</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 广告位处于重庆解放碑八一路与步行街交汇处，离地高度适中，与车流和人流视线几乎处于平行状态； ➤ 周边较少其他户外媒体干扰，视野开阔，辐射面广，媒体十分突出。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高档写字楼：大都会广场、商业大厦、重庆邹容广场 B 区写字楼、重庆新闻出版大厦、重庆立昌商业公司、重百大楼、重宾保利国际广场、康田国际、纽约纽约大厦等； ➤ 高档商业：重庆百货、中心银泰百货、百盛购物广场、重庆美美百货等； ➤ 交通枢纽：轻轨 2 号线、1、301 区、402、405、413、462、463、465、601 等。

4、全过程优质系统化服务

(1) 媒体投放策划

香榭丽传媒市场部负责媒体投放策划工作。具体是围绕市场环境、营销策略和客户品牌策略，结合 LED 屏体的点位、形状和大小等特征制定媒体投放策略，其目的在于实现精准到达目标消费群，实现媒介投放的效益最大化，提高客户的广告传播竞争力。

（2）投放方式和内容的创意设计

香榭丽传媒针对客户的需求利用领先的户外传播技术和创意能力，为客户量身定制科学的广告投放方式和独特的内容创意设计。香榭丽传媒在进行创新性投放和创意设计方面进行了积极的探索，在行业内率先尝试新技术的运用，将技术与业务进行了内在的融合，并形成了包屏传播、现场直播、微博互动、AR 增强现实互动、双屏及多屏联动传播等多种投放方式。这些投放方式已经被成功运用于在多个案例当中，播出效果显著。

（3）投放播出控制

播控技术运营部根据客户需求，合理安排公司各屏体的播出计划，负责广告播出的上下画安排和对接，统筹全国所有屏体实时上画情况，并对播出情况进行记录和实时监控管理。对自有屏幕，由外场播控专员负责到各控制机房进行播放或者监控播放；对于代理屏幕，由内场播控专员对屏体方发回的监屏报告进行审核，如有异常之处，与媒体开发部一起与屏体方进行协商并确认解决方案。

（4）投放过程监测

香榭丽传媒对于每一个客户的广告播放状况进行全过程的监控，播出专员每周核对设备自动生成的播放清单来确保播放质量，并根据巡屏记录每周编制播出报告；如客户要求提供第三方机构检测报告的，由市场部负责邀请客户和公司双方共同认可的第三方公司对播出状况进行监测。

（5）投放后媒体效果调研

广告投放完成后，香榭丽传媒聘请第三方专业调查公司——央视市场研究股份有限公司（CTR）对户外 LED 大屏媒体价值及广告效果进行调研与评估，利用数据工具对广告的覆盖群体、受众消费购买力、LED 大屏媒体品质、广告达到效果、广告信息传递效果、广告创意效果、品牌表现分析、媒体价值分析等指标进行评估，并结合效果预估，撰写媒体投放效果评估报告。

5、香榭丽传媒的经典服务案例

香榭丽传媒依托强势的品牌和优质媒体资源，将创新技术和内容营销理念相结合，根据客户的不同需求以及屏幕的不同点位与特征，结合不同的活动和宣传主题，创造出了许多经典的广告投放案例。

案例名称	投放产品	投放时间	投放城市	投放方式	创意亮点
奔驰汽车重点城市阶段性投放					
	奔驰 M-Class、B-Class-阶段性投放	2011年11月22日-12月31日	上海、北京、广州、深圳、成都、杭州	全天120次高频次滚动宣传	利用重点城市的优秀点位，传播品牌形象
洋河蓝色经典-梦之蓝-多样化营销手段组合投放					
	洋河蓝色经典-梦之蓝-多样化营销手段组合投放	2011年7月-2012年6月	全国主要三十个城市近40块核心商圈，交通干道及地标性户外LED大屏媒体网络	每天15秒/300次高频次播出	利用多样化营销手段（事件营销+节日营销+娱乐营销+产品传播）进行品牌形象传播
巴黎欧莱雅阶段性重点城市投放					
	巴黎欧莱雅阶段性重点城市投放				

	巴黎欧莱雅-阶段性重点城市投放	2013年9月-10月	成都天府、广州正佳	15秒品牌广告，高频次播放	利用預告广告，形成悬念，凸显欧莱雅最新EYE为年轻宣言的概念
宝洁飘柔情人节包屏					
	宝洁飘柔情人节包屏	2012.2.14情人节	上海、广州、深圳、青岛、天津、杭州、郑州、重庆、哈尔滨9个城市	2012.2.14 19:00-23:00 包屏4小时	宝洁飘柔利用目标消费群在“情人节”高关注高出行的节点，开设专门活动网站，征集“爱的告白”，鼓励网友积极上网投票，票数高的“爱的告白”将有机会在全国大中城市各户外LED大屏发布
东风日产新轩逸七夕包屏传播					
	新轩逸包屏视频（新TVC+情感视频+微博上墙）	2012年8月23日七夕情人节出行高峰（19:00-20:00）	上海、广州、成都、南京、天津、长沙、哈尔滨、太原、西安等全国17块屏	新TVC+情感视频+微博上墙	以三段视频组合成5分钟短片，以户外LED媒体网络为载体，包屏不间断在目标人群眼前演绎，在全国目标城市迅速传播新轩逸品牌和理念

<p>轩尼诗炫音之夜专题活动</p>			<p>轩尼诗广州 12月10日炫音之夜</p>	<p>2011年11月21日-12月11日 3周</p>	<p>广州好世界、广州正佳广场</p>	<p>15秒 240次/天</p>	<p>围绕活动的举办，选择潜在受众汇集，视觉效果冲击，传播半径广的优质点位，进行长时间高频次的活动预热</p>	
<p>飞利浦剃须刀“情人节”包屏微博上墙</p>				<p>飞利浦剃须刀，包屏微博上墙</p>	<p>2012年2月14日情人节出行高峰</p>	<p>上海新天地南里、广州天河正佳广场</p>	<p>包屏2小时 18:00-20:00</p>	<p>打通了线下活动、互联网平台和户外大屏LED平台的三网联合互动；产生实时互动效果，特定时间节点，营造营销话题</p>
<p>浪琴手表二三线城市投放投放</p>			<p>浪琴手表二三线城市投放投放</p>	<p>2013年9月-10月</p>	<p>湖南株洲、四川绵阳</p>	<p>15秒品牌广告，每天120次</p>	<p>利用香榭丽二三线市场点位，进行品牌扩张</p>	

<p>伦敦奥运会事件营销</p>		<p>香榭丽传媒 2012 伦敦奥运会定制产品发布</p>	<p>2012 年 7 月 21 日至 8 月 13 日</p>	<p>北京、上海、广州、深圳、天津、郑州、苏州、重庆</p>	<p>全天 120 次高频次滚动宣传</p>	<p>针对 2012 年伦敦奥运会的盛大赛事，推出奥运开幕前倒计时、奥运金牌榜以及奥运精彩瞬间的套餐，呈现最新最现场的咨询，提升受众关注度</p>
<p>《中国好声音》热点事件创新营销</p>		<p>香榭丽传媒 2013 第二季中国好声音定制产品</p>	<p>2013 年 7 月至 10 月</p>	<p>北京、上海、深圳、广州、天津、郑州、苏州、重庆</p>	<p>30 秒广告片 全天 60 次滚动播放次，10 月 7 号决赛之夜同步直播</p>	<p>从前期预热到总决赛直播，真正实现户外 LED 大屏联网，实时传播励志的好声音节目，提升广大受众对 LED 大屏的关注度和亲密度。</p>

（三）香榭丽传媒业务流程和主要经营模式

1、业务流程

香榭丽传媒的业务流程如下：

A、媒体资源开发阶段

本阶段工作是对户外 LED 媒体资源市场情况进行分析，根据公司战略部署寻找合适的户外媒体阵地，进行各地媒体阵地价格谈判和采购，储备优质点位。

B、业务接洽阶段

本阶段工作主要是与潜在客户确立合作意向阶段。香榭丽传媒对客户实行注册管理，销售人员遵循注册制的管理方式，将有合作意向客户信息填写在注册单上，并提交给公司审批。客户注册之后，若需要策划提案，将由市场部负责制作。在与客户达成签约合作意向后，销售人员填写合同申请表并提交给公司审批。

C、签订合作协议

客户和香榭丽传媒就媒体投放点位、投放方式、内容创意和报价等因素达成一致后，双方签署合同，确立合作关系。

D、广告作品制作阶段

本阶段主要工作是根据客户的要求设计制作广告片，设计制作的广告片如要修改，需以客户书面或邮件内容为依据，广告片的最终版本也需要由客户书面或邮件确认。如果由客户自行设计、制作广告画面的，则直接进入播出阶段。

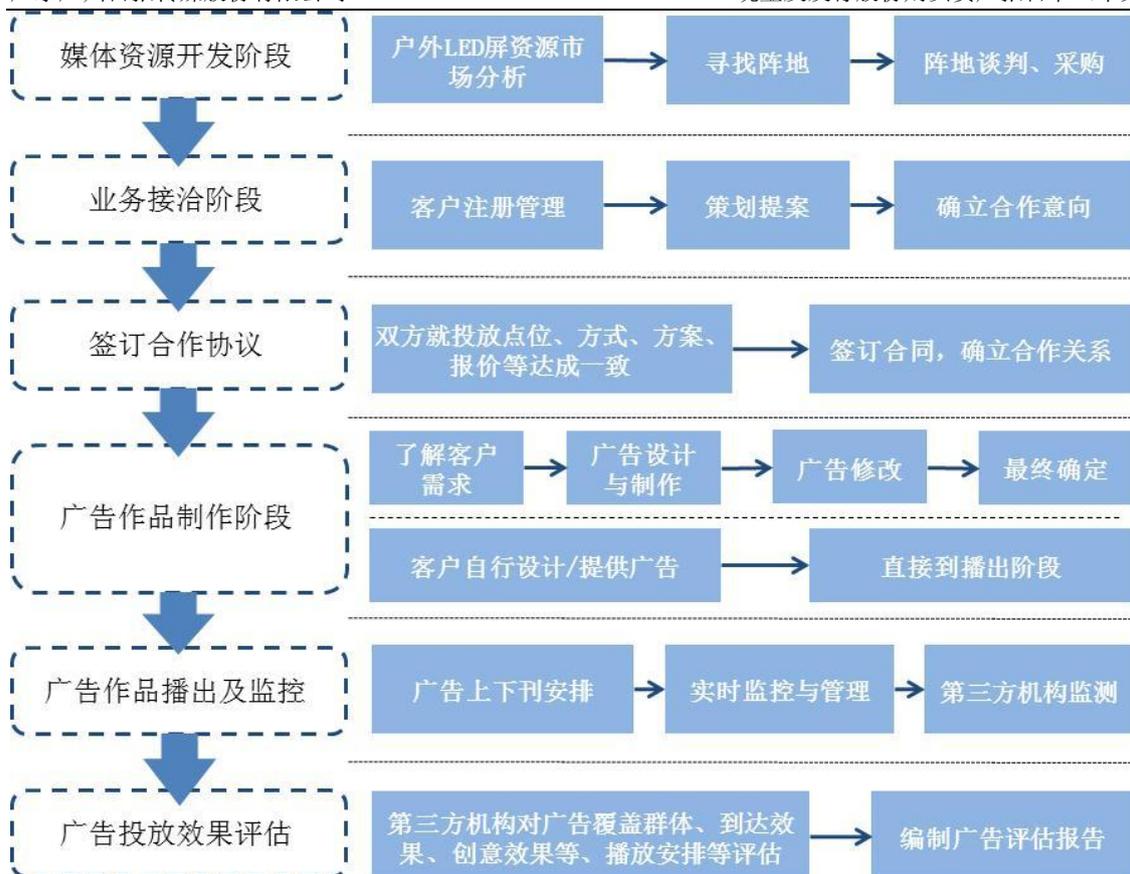
E、广告作品播出及监控。

播控技术运营部负责广告播出的上下刊安排和对接，并对播出情况进行记录和实时监控管理。播出专员每周核对设备自动生成的播放清单以确保播放质量，并编制播出报告。香榭丽传媒还邀请和客户共同认可的第三方公司对播出状况进行监测。

F、广告投放效果评估

广告投放完成后，香榭丽传媒会聘请第三方专业调查公司 CTR 对广告的覆盖群体、广告到达效果、广告信息传递效果、广告创意效果等指标进行评估，并编制广告投放效果评估报告。

香榭丽传媒业务流程图



2、主要经营模式

(1) 采购模式

根据香榭丽传媒运营户外 LED 媒体方式的不同，其采购对象可以划分为阵地采购和代理媒体购买。阵地采购，是指户外 LED 大屏幕所在阵地开发，包括自主开发和买断经营权等。代理媒体购买，是指户外 LED 大屏幕单对单租赁以及时段购买等。

A.阵地采购模式为：

阵地信息的搜集。阵地信息的搜集对象为城市黄金点位和精品点位；买断的优质媒体资源的搜集对象是：当地主要的户外媒体公司中的好的媒体资源。

阵地的评估与审批。对于有合作意向的媒体资源和阵地，由媒体开发部进行前期资料收集，与对方做前期的沟通，确定基本意向及合作点，由媒体开发部、市场部、财务部、销售部、法务部等部门相关人员组成项目小组进行评估。

阵地开发合同签订。对于公司存在战略需求或销售需求的点位，经由法务部进行尽职调查和评估小组评估通过后，由媒体开发部与阵地方进行商务谈判，经媒体

开发总经理、首席财务官及总经理审批通过后，和阵地方签署合作协议。

B.代理媒体采购模式为：

代理媒体资源开发。媒体开发部按照客户购买意向在所负责区域内寻找优质的代理媒体资源，并与有合作意向的代理媒体资源进行沟通，确定合作点。

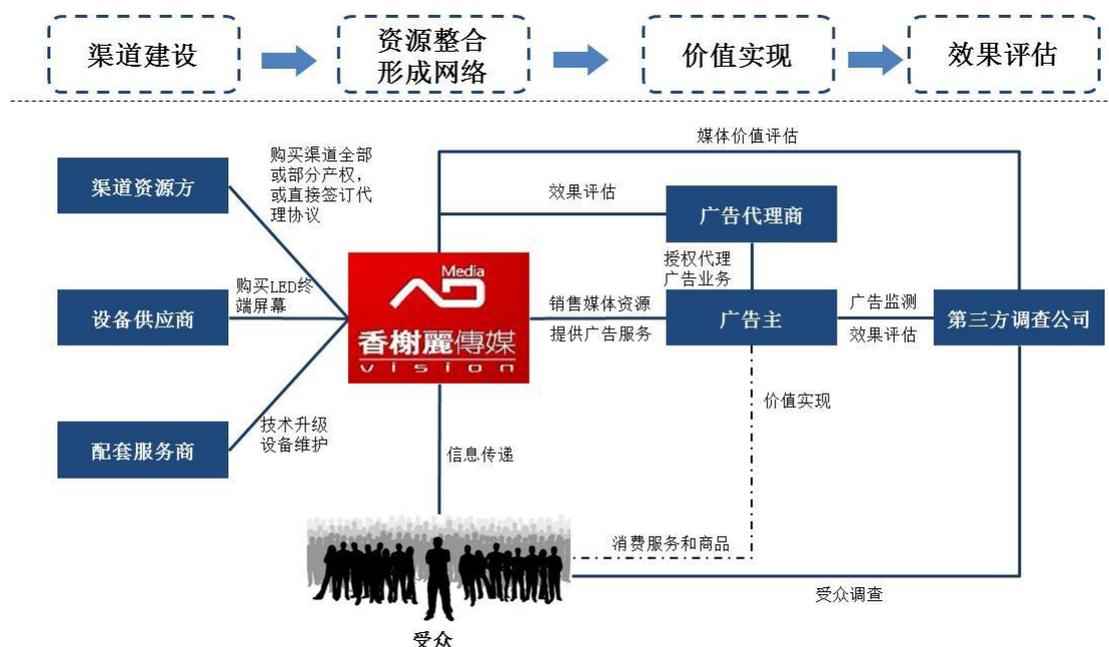
播出订单下达。媒体开发部按照客户需要的点位、播出时间、频次等播出要求与代理媒体方进行合同谈判，确定基本合同条款，确定广告发布事宜。

代理媒体时段购买。代理媒体时段购买是指对于优质的代理媒体，与对方签订时间段的购买协议，在购买时间段内，该代理媒体只得播放香榭丽提供的广告。如需购买代理媒体时段，需由媒体开发部牵头市场部、财务部、销售部、法务部等部门相关人员对其进行打分评审，评审结果提交公司总经理审批通过后，再与对方签订购买协议。

(2) 运营模式

香榭丽传媒的生产模式通过四个主要环节来实现。

香榭丽传媒运营模式图



其中，广告主是指在商业过程中，出于自身营销需要，购入户外 LED 大屏媒体价值的企业，它们通过购买获取相应的广告资源，并将自身的商品广告信息传递给受众；广告代理商是指服务于广告主，为其进行营销策划、广告制作、媒介购买

等工作的代理机构，既包括国际 4A 广告公司，也包括国内广告公司等；渠道资源方是 LED 大屏媒体产业链和传统电视产业链不同的环节，一般来说，是 LED 大屏媒体所依托的区域载体，比如楼宇建筑外墙等，拥有这些资源的代表有政府、开发商以及物业管理机构等，LED 大屏媒体运营商必须通过与渠道资源方合作的方式方能获得终端屏幕安置搭建的许可权；设备供应商及配套服务商是指拥有 LED 终端屏幕生产的企业、以及拥有 LED 核心技术资源的生产商或提供商；受众即目标受众，对于 LED 大屏媒体来讲，是指在商业过程中，接受 LED 大屏媒体提供的广告信息的人群。

首先，从资源方获取屏幕资源。香榭丽传媒通过与渠道资源方签订协议或合作，占据城市核心主商圈、干道点位、地标点位等重要地段的屏幕终端。香榭丽对屏幕资源的掌控方式有两种：一是自主经营屏幕，即与渠道资源方长期独家签署阵地租赁协议，自建或收购 LED 大屏，或者买断黄金点位屏幕经营权，从而拥有该屏幕使用权；二是与屏幕拥有者采取合作方式，不具有屏幕掌控权，只拥有广告销售权。

其次，利用屏幕资源整合形成产品及业务网络。香榭丽传媒在全国 30 个省 97 个城市共开发、运营了 167 块户外 LED 大屏幕，已形成全国性规模化的户外 LED 媒体网络，为广告主提供跨区域的网络化服务。

再次，进行客户开发从而实现销售价值。香榭丽传媒对于广告客户进行开发和培养，售卖媒体价值，同时为广告主提供例如投放策划、广告创意、监播报告等多种广告延伸服务。

最后，进行销售后效果评估。香榭丽通过第三方专业调查公司出具的监测体系与效果评估报告，对户外 LED 大屏媒体价值及广告效果进行评估。

（3）销售模式

按照客户投放渠道的不同，香榭丽传媒将客户分为直接客户和渠道客户，其中以渠道客户为主，渠道客户销售金额占总收入的比例占 60% 以上。

直接客户即广告主，渠道客户即广告代理商，包括国际 4A 广告公司和国内广告公司。香榭丽传媒与客户签订合作协议，在自主经营屏幕或代理 LED 大屏幕上根据客户提出的点位、播出时间、频次等播出要求为其投放广告。

香榭丽传媒在进行销售时，通常根据客户的产品特征和要求，将自主经营屏幕

和代理屏幕资源的点位、环境及受众人群等信息打包推荐给客户。若客户需求的投放点位超出推荐范围，香榭丽传媒将在审慎评估后，与屏体的所有者进行接洽，签订代理协议，为客户投放广告，最大限度的满足客户需求。

香榭丽传媒和客户签署合同之后，严格执行合同条款的相关规定。按照广告发布进度分期确认收入，并根据客户信用情况给予三到九个月不等的信用期。

（四）主要产品的生产、销售情况

1、销售收入构成情况

最近两年一期香榭丽主营业务按业务构成分类如下：

单位：万元，%

项目	2013年1-6月		2012年		2011年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告收入	11,644.69	100.00%	23,993.43	100.00%	17,433.69	100.00%
合计	11,644.69	100.00%	23,993.43	100.00%	17,433.69	100.00%

2、公司产品的消费群体及消费市场

公司产品的主要消费群体为汽车、酒类、食品饮料、数码家电、化妆品、金融保险等行业内的广告主以及国际4A广告公司和国内广告公司等渠道客户。公司产品遍布全国，主要集中于国内一二线城市，如上海、北京、广州等，随着公司业务的不扩张和前瞻性的战略性布局，公司在三四线城市的市场渗透率稳步提高。

3、香榭丽主要客户情况

（1）2013年1-6月前5名客户情况

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	收入占比
1	凯帝珂广告（上海）有限公司	1,289.76	11.08%
2	北京华艺泓泰文化有限公司	1,206.24	10.36%
3	凯伦广告传媒（北京）有限公司	985.30	8.46%
4	上海东方新力文化传播有限公司	851.45	7.31%

5	上海郡州广告有限公司	707.41	6.07%
合计		5,040.16	43.28%

(2) 2012 年前 5 名客户情况

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	收入占比
1	重庆翰宗广告传媒有限公司	2,278.37	9.50%
2	凯帝珂广告（上海）有限公司	1,746.12	7.28%
3	广西金拇指科技有限公司	1,558.92	6.50%
4	上海中路（集团）有限公司	1,320.49	5.50%
5	上海汉戈广告有限公司	1,242.44	5.18%
合计		8,146.34	33.95%

(3) 2011 年前 5 名客户情况

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	收入占比
1	重庆翰宗广告传媒有限公司	1,940.72	11.13%
2	上海集思堂广告有限公司	1,275.23	7.31%
3	上海汉戈广告有限公司	1,213.52	6.96%
4	凯伦广告传媒（北京）有限公司	1,176.06	6.75%
5	重庆唐码传媒有限公司	998.81	5.73%
合计		6,604.33	37.88%

报告期内，香榭丽传媒不存在向单个客户销售比例超过营业收入 50% 的情况。上海中路（集团）有限公司（“中路集团”）为香榭丽传媒股东陈荣控制的企业，香榭丽与中路集团交易价格为市场公允定价。除此之外，香榭丽传媒的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员以及 5% 以上股份的股东与前五大客户无任何关联关系。

4、重大销售合同

截至本报告书签署，香榭丽正在执行的重大销售合同（金额 100 万元以上或对

业务有重大影响）见下表：

序号	客户名称	合作内容	合作期限
1	北京新速通传媒广告有限公司	授权北京新速通使用香榭丽拥有广告经营权的 21 块 LED 显示屏发布广告。广告内容包括城市形象推广、地方整体旅游形象、政府公益类广告等	2013 年 9 月 1 日至 2018 年 8 月 31 日
2	重庆翰宗广告传媒有限公司	重庆翰宗代理非全国性投放的重庆本地广告客户提供每天 4 小时的广告播放时间	2013 年 1 月 1 日至 2016 年 6 月 30 日
3	江苏苏酒实业股份有限公司	为江苏苏酒发布广告，发布内容为天之蓝、梦之蓝、绵柔等	2011 年 8 月 1 日至 2014 年 7 月 31 日
4	青岛奥海锐智广告传媒有限公司	授权青岛奥海为青岛市香港中路、高雄路交叉处 LED 显示屏在青岛地区的广告业务代理	2013 年 9 月 1 日至 2017 年 8 月 31 日
5	上海朗蕴广告有限公司	授权上海朗蕴使用香榭丽拥有广告经营权的三块 LED 显示屏发布花旗银行品牌广告	2013 年 7 月 22 日至 2013 年 11 月 10 日
6	上海意宁广告有限公司	授权上海意宁通过香榭丽拥有广告经营权的 LED 显示屏发布普利司通轮胎广告	投放时间最晚不得超过 2013 年 12 月 31 日

公司部分客户为 4A 广告公司及其他广告代理公司，一般就单笔广告业务通过订单的方式与公司约定合作，因此无大额的待执行合同。

（五）主要产品的原材料和能源供应情况

1、主要采购项目

香榭丽传媒的主要采购项目包括阵地租赁、代理媒体购买和用于 LED 屏幕建设及维修的屏体、硬件系统、软件系统等设备。

2、对主要供应商采购情况

（1）2013 年 1-6 月前 5 名供应商情况

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占成本比例
1	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	阵地租赁	824.69	13.63%
2	上海意海堂文化传播有限公司	阵地租赁	646.45	10.68%
3	广州市星辰广告发展有限公司	阵地租赁	322.15	5.32%
4	重庆唐码传媒有限公司	阵地租赁	290.47	4.80%
5	壹时代传媒（成都）有限公司	阵地租赁	287.65	4.75%

合计	2,371.41	31.85%
----	----------	--------

(2) 2012 年前 5 名供应商情况

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占成本比例
1	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	阵地租赁	1,500.00	12.13%
2	上海意海堂文化传播有限公司	阵地租赁	1,350.00	10.92%
3	广州市星辰广告发展有限公司	阵地租赁	638.56	5.16%
4	重庆唐码传媒有限公司	阵地租赁	516.30	4.17%
5	上海三思科技发展有限公司	LED 设备	481.80	3.90%
合计			4,486.66	31.66%

(3) 2011 年前 5 名供应商情况

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占成本比例
1	深圳三升高科技股份有限公司	LED 设备	1,420.53	16.39%
2	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	阵地租赁	875.00	10.09%
3	北京国瑞兴业商业管理有限公司	阵地租赁	389.60	4.49%
4	壹时代传媒（成都）有限公司	阵地租赁	378.33	4.36%
5	北京凯德嘉茂西直门房地产经营管理有限公司	阵地租赁	180.00	2.08%
合计			3,243.45	22.37%

报告期内，香榭丽不存在单个供应商的采购比例超过营业成本 50% 的情况。香榭丽的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员以及 5% 以上股份的股东与前五大供应商无任何关联关系。

(六) 技术研发情况

随着户外 LED 大屏幕媒体的不断发展与成熟，广告主对于这一媒体形式的传播效果也有了新的要求。从户外 LED 广告运营商的角度来看，网络化、互动化的

传播是近年来的一个重要趋势。因此，对于新媒体技术、互动技术的运用、创新和探索也成为了香榭丽传媒的一个重要战略。

香榭丽传媒积极研发多项互动技术，并率先在行业内尝试新技术的运用，借助人屏互动、手机终端与大屏幕互动等方式，开启了户外媒体双向传播时代，例如与电视、广播、新媒体机构建立的跨媒体平台的联合互动营销等，引领户外 LED 大屏媒体行业进入互动创新时代。

利用技术创新，香榭丽传媒已经将技术与业务进行了内在的融合，并形成了包屏传播、现场直播、微博互动、AR 增强现实互动、双屏及多屏联动传播等。这些传播方式已经被运用在多个案例当中，并且获得了优良的效果，得到了客户的普遍认可。

例如，通过对直播技术的运用，户外 LED 大屏幕可以与电视媒体或者发布会进行同步结合，在城市核心地理位置最大范围的帮助客户提升影响。包屏传播则是在客户目标消费者群体外出最为集中的时间段内，进行包屏传播，实现与消费者之间高频次的沟通，激发消费者的购买欲望。此外，利用微博互动、AR 增强现实技术，香榭丽传媒可以为客户的现场活动助力，让人屏互动的优质体验融入线下实体活动中，吸引消费者的注意力。

香榭丽传媒户外 LED 大屏所用新技术介绍

模式名称	简介	案例
微博互动上墙	利用主流微博平台，结合香榭丽旗下商圈核心优质屏体资源实时同步发布，实现手机终端、网络终端用户与户外大屏受众的三网联合互动，拉近终端客户的品牌距离，制造话题说出心声。	案例：飞利浦“关爱零距离，贴面更贴心” 
AR 虚实结合互动	运用 LED 大屏 AR 技术，实现户外客户的数字化互动体验，在娱乐中获得产品信息，增强广告印象现实与虚拟的结合，现实与虚拟的结合，发挥无限想象空间。	案例：广州正佳广场互动测试 
红外线体感互动	以户外 LED 大屏的独特展示平台，通过红外摄像头，利用计算机视觉和模式识别算法获取使用者手势和动作，让使用者可以凌空控制屏幕，获取屏幕信息，让使用者与品牌通过身体互动的形式达成前所未有的共识，形成一种新型	案例：红外线体感互动

	体感互动的商业模式。	
指定时段播出	有针对性的时间段包屏，集中覆盖，精准投放。	<p>案例：HTC 新浪定制新款手机发布会花絮片，3分48秒，2011年7月22日下班高峰（18:00-18:30）</p> 
热点事件创新传播	创新开发适合品牌发布和传播的全新产品，创造传统轮播广告之外的短小单元和内容单元，以独有内容形成主动关注	<p>案例：围绕伦敦奥运赛事热播电视节目</p> 
手机互动	通过手机与LED大屏的结合，增添游戏的趣味性，有效覆盖媒体周边受众人群，增强广告印象。突破传统的广告形式将手机与LED大屏的结合，有效触及终端客户眼球，提高品牌的认可度。	<p>案例：手机互动游戏</p> 

香榭丽传媒正致力于研发中央控制信息发布平台。中央控制信息发布平台通过采用先进的网络传输技术，能实时管理整个LED媒体网络，实现广告视频的远程联播上画、自定义分时段播出、实时远程屏幕控制、实时反馈屏体运行状态、输出信号加密及解密控制等多种功能，将改变LED屏幕单点单机的操作方式，真正实现户外LED大屏幕的联播联控。

（七）产品质量、安全生产及环境保护情况

1、产品质量管控情况

（1）质量控制和业务合规性标准

香榭丽传媒严格遵照《广告法》、《广告管理条例》等法律法规的要求审查广告内容的合法合规性，并按照《中华人民共和国电子行业标准——LED显示屏检测方法》和《建筑施工高处作业安全技术规范》等规定开展户外LED大屏的竣工验收、安装、维护和保养工作。

（2）质量控制和业务合规措施

媒体资源采购方面，香榭丽实行严格的评估和审批制度。对于有合作意向的媒体资源和阵地，由媒体开发部对其进行前期资料收集，与对方做前期的沟通，确定基本意向及合作点。由媒体开发部、市场部、财务部、销售部、法务部等部门相关人员组成项目评审小组，对项目进行打分评审，其中各部门审核要点包括：市场部审核该媒体资源/阵地的地理位置、视觉效果、人流车流量、创新形式等；媒体开发部审核该媒体资源/阵地的面积大小、视觉角度/高度等、技术参数等；财务部审核该媒体资源/阵地的各项成本要素等；销售部审核该媒体资源/阵地的销售潜力等；法务部审核该媒体资源/阵地相关的政府审批情况等。根据评审小组的评审意见得出该媒体资源的总分值，只有总分在 85 分以上者，才考虑投资开发。

屏体设备采购方面，香榭丽传媒要求产品为生产单位的最优等品或者为该类产品等级中的最高等级产品。

工程实施方面，香榭丽传媒在施工过程中，严格按照 GB/T19000 体系、ISO9001 标准要求，建立本工程的质量保证体系，与业主密切配合，一切以工期和质量为本，并严格按国家有关的施工验收规范、质量评定标准、施工图纸及设计说明等有关标准进行施工，接受业主委派的现场施工专家及监理的指导。

广告内容审查方面，香榭丽传媒为了确保广告投放内容合法合规，制定了严格的审查流程。对于自主经营屏体上播出的广告内容，需要由媒体审批部对广告内容的合规性进行审查。如审查过程中发现广告内容有违反国家相关法律法规的，媒体审查人员将及时通知销售管理部联系客户修改广告内容。审查通过后媒体审查人员在《播出通知单》上签字确认。如广告内容需要工商部门审查的，播控部负责将广告内容发送给各地工商局等政府机构进行审查，并做好审查过程中的沟通协调工作。对于代理屏，由播控部将视频发送给屏体方进行审查，并全力配合做好审查过程中的沟通协调工作。

客户服务方面，香榭丽传媒正在构建一套独特的客户导向传媒服务体系，并将逐步完善、运用到实践当中。该体系被称为“指北针”。构建“指北针”体系的目的是为了让香榭丽传媒能够更好的理解客户需求甚至创造客户需求，并以优质的服务充分满足客户需求，使客户的媒体投资获得最大效益。

（3）质量纠纷

公司设立以来，从未与客户发生因质量问题而导致的重大纠纷、诉讼或仲裁的情形。

法务部是公司法律纠纷的归口管理部门。如发生纠纷，法律部负责在案件发生后，与法律顾问进行工作对接，为法律顾问提供案件相关信息和其它帮助。公司所有员工在经营管理活动中发现公司的利益可能或正在受到损害，有义务及时向所在部门经理和分管领导反映。部门经理和分管领导在得知情况后 will 尽快向总经理汇报情况，需采取紧急措施的，总经理将立即通知法务部联系法律顾问对相关问题采取紧急处置措施。

2、公司安全生产情况

香榭丽传媒建立了完善的内控管理制度，针对安全生产的问题，建立健全了工程项目安全管理相关规定，加大安全管理投入，保证投入生产安全所需的资金、人力、财物及时和足额到位。明确责任，公司对外发包工程，承包人必须落实安全生产责任制，并与公司签订安全生产管理协议或相关条款，明确各方责任。加强教育和培训，公司每年须对全体员工进行安全知识教育，提高员工安全意识。对新员工必须进行岗前安全常识培训，对于特殊技能岗位，认真执行“先培训、后上岗”。工程实施过程中，公司要求施工单位切实加强施工现场安全管理，必须落实持有安全管理上岗证的人员，佩带醒目标志，不间断地在施工现场进行安全监督管理。

3、公司环保情况

户外 LED 大屏最为普遍的影响就是光污染。香榭丽传媒的业务经营符合各地环保部门的要求，在户外大型 LED 开发和运营过程中，严格按照国家及地方的有关环保标准和规定执行，科学调节屏幕亮度，避免对附近居民造成影响。

报告期内，香榭丽传媒遵守国家 and 地方的环保法律、法规和规范性文件，未受到过环保部门的行政处罚。

十、香榭丽传媒的估值情况

（一）评估机构及人员

本次交易拟购买资产的评估机构为具有资产评估资格证书和证券期货相关业务评估资格证书的北京中企华资产评估有限责任公司，签字注册资产评估师为胡奇、张齐虹。

（二）评估对象与评估范围

本次评估对象为粤传媒拟收购的香榭丽传媒 100% 的股东权益价值。评估范围为香榭丽的全部资产及相关负债，包括流动资产、非流动资产、流动负债及非流动负债。截至评估基准日 2013 年 6 月 30 日，香榭丽传媒总资产账面价值为 41,394.50 万元，总负债账面价值为 15,077.73 万元，股东全部权益账面价值 26,316.76 万元。

（三）评估假设

中企华对拟注入资产进行评估过程中，主要遵循的主要假设如下：

1、一般假设

（1）假设评估基准日后被评估单位所处国家和地区的政治、经济和社会环境无重大变化；

（2）假设评估基准日后国家宏观经济政策、产业政策和区域发展政策无重大变化；

（3）假设评估基准日后被评估单位持续经营；

（4）假设评估基准日后被评估单位采用的会计政策和编写本评估报告时所采用的会计政策在重要方面保持一致；

（5）假设和被评估单位相关的利率、汇率、赋税基准及税率、政策性征收费用等评估基准日后不发生重大变化；

（6）假设评估基准日后被评估单位的管理层是负责的、稳定的，且有能力担当其职务；

(7) 假设评估基准日后被评估单位在现有管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致；

(8) 假设评估基准日后被评估单位的现金流入为平均流入，现金流出为平均流出；

(9) 假设评估基准日后被评估单位的产品或服务保持目前的市场竞争态势；

(10) 假设被评估单位完全遵守所有相关的法律法规；

(11) 假设评估基准日后无不可抗力对被评估单位造成重大不利影响。

2、特殊假设

(1) 本次评估报告以产权人拥有评估对象的合法产权为假设前提；

(2) 假设被评估单位屏体相关租赁合同到期后能顺利续租；

(3) 没有考虑现在或将来可能承担的抵押、担保事宜，以及特殊的交易方式可能追加付出的价格等对评估结论的影响。

（四）评估方法的选择

北京中企华资产评估有限责任公司根据有关法律、法规和资产评估准则，遵循独立、客观、公正的原则，采用资产基础法和收益法，按照必要的评估程序，对上海香榭丽广告传媒股份有限公司的股东全部权益在 2013 年 6 月 30 日的市场价值进行了评估。

（五）收益法评估

1、收益法具体方法和模型的选择

本次采用收益法对上海香榭丽广告传媒股份有限公司股东全部权益进行评估，即以未来若干年度内的企业自由现金流量作为依据，采用适当折现率折现后加总计算得出营业性资产价值，然后再加上溢余资产价值、非经营性资产价值，减去有息债务得出股东全部权益价值。

本次评估拟采用未来收益折现法中的企业自由现金流模型。计算公式为：

股东全部权益价值=企业整体价值-有息债务

企业整体价值=经营性资产价值+溢余资产+非经营性资产价值

其中经营性资产价值按以下公式确定：

企业自由现金流量折现值=明确的预测期期间的自由现金流量现值+明确的预测期之后的自由现金流量现值

明确的预测期期间是指从评估基准日至企业达到相对稳定经营状况的时间。

根据上海香榭丽广告传媒股份有限公司的实际状况及企业经营规模，预计上海香榭丽广告传媒股份有限公司在未来几年公司业绩会稳定增长，据此，本次预测期选择为 2013 年 7-12 月至 2017 年，以后年度收益状况保持在 2017 年水平不变。

本次评估采用企业自由现金流量，自由现金流量的计算公式如下：

自由现金流量=息税前利润×（1-所得税率）+折旧及摊销-资本性支出-营运资金追加额

按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为企业自由现金流量，则折现率选取加权平均资本成本（WACC）。

公式： $WACC=K_e \times E / (D+E) + K_d \times D / (D+E) \times (1-T)$

式中： K_e ：权益资本成本；

K_d ：债务资本成本；

T ：所得税率；

$E/(D+E)$ ：股权占总资本比率；

$D/(D+E)$ ：债务占总资本比率；

其中： $K_e=R_f+\beta \times R_{Pm}+R_c$

R_f =无风险报酬率；

β =企业风险系数；

R_{Pm} =市场风险溢价；

R_c =企业特定风险调整系数。

溢余资产是指评估基准日超过企业生产经营所需，评估基准日后企业自由现金流量预测不涉及的资产。截止评估基准日被评估单位无溢余资产。

非经营性资产、负债是指与被评估单位生产经营无关的，未纳入收益预测范围的资产及相关负债，采用成本法评估。

有息债务主要是指被评估单位向金融机构或其他单位、个人等借入款项及相关利息，截至评估基准日企业有息债务为短期借款、应付债券，采用成本法评估。

2、预测期的收益预测

对企业的未来财务数据预测是以企业 2010 年度—2013 年 1-6 月的经营业绩为基础，遵循我国现行的有关法律、法规，根据国家宏观政策、国家及地区的宏观经济状况，企业的发展规划和经营计划、优势、劣势、机遇及风险等，尤其是企业所面临的市场环境和未来的发展前景及潜力，并结合企业未来年度财务预算对未来的财务数据进行预测，其中主要数据预测说明如下：

（1）营业收入的预测

本次评估对于公司未来营业收入的预测是根据公司目前的经营状况、竞争情况及市场销售情况等因素综合分析的基础上进行的。香榭丽收入主要分为大屏收入和大牌收入，其中大屏收入为其主要收入来源，大屏收入又分为自主经营屏和代理屏。香榭丽 2010 年度至 2012 年度收入增长率为 50.23%和 37.63%，这是因为企业在 2011 年新增自有产权和经营权的屏体数量为 11 块，拆除 1 块，使得公司的核心资源屏体数量由原 13 块变为 23 块，数量净增幅为 76.92%，并分别设立了北京、广州分公司，建立起一张高效、优质、稳健的户外 LED 屏幕数字网络。随着屏幕数量的增加，企业市场网络日益完善，给企业的业务收入带来了快速增长。

A.自主经营屏幕收入的预测

根据香榭丽传媒历史年度的自主经营屏幕的总可播放时间、上刊价、上刊率、及折扣率结合未来年度增长情况进行预测，计算公式如下：

自主经营屏幕收入=总可播放时间×上刊率×理论秒收入×折扣率

其中：理论秒收入=上刊价/上刊时间

随着市场的开拓与培养，大屏广告的市场环境逐年成熟，香榭丽上刊率从2011年30.13%上升到2013年36.29%，预计未来随着企业的持续经营，上刊率保持一定幅度的上涨，未来基本维持在38%左右。

刊例价根据企业发布的历史年度每块屏幕的刊例价，结合历年投放的客户情况、屏幕周边及商圈的环境、竞争对手上刊价的增长幅度及国家政策的情况来确定未来年度的上涨幅度。

未来年度折扣率主要根据历史年度平均水平测算。

B.代理屏幕收入的预测

根据历史年度代理屏幕收入和自主经营屏幕收入的比例，结合以后年度的香榭丽传媒的发展规划进行预测。

C.大牌收入的预测

大牌收入根据历史年度平均收入水平进行预测。

综上所述，未来年度的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2013年 7-12月	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年至 永续期
大屏收入	15,979.74	30,934.71	34,921.29	38,995.71	39,365.14	39,365.14
大牌收入	400.00	600.00	600.00	700.00	700.00	700.00
合计	16,379.74	31,534.71	35,521.29	39,695.71	40,065.14	40,065.14

(2) 主营业务成本的预测

主营业务成本主要为自有屏幕场地租赁费、非自有屏幕场地转让费、代理屏幕代理费等。

A. 自主经营屏幕主营业务成本的预测

对于自有屏幕场地租赁费和非自有屏幕场地转让费，按照企业签订的租赁合同进行预测。如果在预测期合同到期的，在历史年度租赁价格的基础上考虑一定幅度的增长进行预测。对于电费，根据租赁合同的约定，在历史年度电费的基础上考虑一定幅度的增长进行预测。对于累计折旧摊销的测算，除了现有存量资产

外，以后各年为了维持正常经营，随着业务的增长，需要每年投入资金新增资产或对原有资产进行更新，根据企业的资本性支出情况，来测算年折旧摊销金额。随着企业自有屏幕投入使用年限的增长，预计需要发生一定的维修费用。

B.代理屏幕代理费的预测

对于代理屏幕代理费，先在企业历史年度的合同租赁价格基础上并考虑一定的增长幅度测算出代理屏幕的代理费，再根据历史年度代理屏幕的代理费占所有代理屏幕代理费的平均比例，结合企业发展战略和未来年度经营计划测算出代理屏幕代理费。

C.大牌租赁费的预测

大牌租赁费根据未来年度大牌收入和预计毛利率进行预测。

（3）营业税金及附加的预测

营业税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加和地方教育费附加、河道费和文化事业费。根据《关于在上海市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2011〕111号），香榭丽于2012年1月1日完成新旧税制转换。本次评估对应交增值税销项税额和进项税额分别进行了计算，然后按照应交增值税额和相应的附加税率计算营业税金及附加。香榭丽城市维护建设税按应交流转税的7%计缴，教育费附加按应交流转税的3%计缴，地方教育费附加按应交流转税的2%计缴，河道费按应交流转税的1%计缴，文化事业费根据主营业务收入（含税）扣除非自有屏幕场地转让费和代理屏幕代理费（含税）后按3%计缴。

（4）销售费用的预测

香榭丽的销售费用主要包括工资及福利费、差旅费、交通费、招待费、会务费及其他等费用。人工工资包括工资、奖金、津贴等，参考人事部门提供的未来年度人工需求量因素，并考虑近几年当地社会平均工资的增长水平，预测未来年度员工人数、工资总额。差旅费、会务费、业务招待费等费用根据业务量的增加每年以一定比例增长。其余费用等结合企业未来发展战略和未来年度经营计划，对未来各年度进行预测。

（5）管理费用的预测

香榭丽的管理费用主要包括工资及福利费、折旧费、房租及物业费、水电费、咨询服务费、租赁费、差旅费、业务招待费等费用。工资包括工资、奖金、津贴等，参考人事部门提供的未来年度人工需求量因素，并考虑近几年当地社会平均工资的增长水平，预测未来年度员工人数、工资总额。企业缴纳的养老保险、医疗保险、失业保险等社保费用以及住房公积金等，上述各项费率以法律法规规定的比率计缴，计算基数为当期工资总额。

房租和物业、水电费根据合同约定情况进行预测。

对于累计折旧和无形资产摊销的测算，除了现有存量资产外，以后各年为了维持正常经营，随着业务的增长，需要每年投入资金新增资产或对原有资产进行更新，根据企业的资本性支出情况，来测算年折旧和摊销。

差旅费、办公费、业务招待费等费用根据业务量的增加每年以一定比例增长。其余费用结合企业未来发展战略和未来年度经营计划，对未来各年度进行预测。

（6）财务费用的预测

财务费用根据企业未来年度的资产规模、资本结构和平均债务成本进行预测。

（7）资产减值损失

资产减值损失均为坏账准备，预测时根据评估基准日坏账比例和预计应收账款额确定累计的坏账损失，然后扣除以前年度已计提的坏账损失金额确定当年的坏账损失金额。

（8）营业外收支的预测

香榭丽广告传媒股份有限公司 2010 年度至 2013 年 1-6 月营业外收入主要为政府补助等，营业外支出主要为税收滞纳金、赔偿金、违约金及其他。

2011 年 6 月 3 日，上海市闸北区共和新路街道办事处与香榭丽有限签订《专项财政扶持协议》，协议约定共和新路街道办事处按企业当年财政年度实现的增加值、营业收入、利润总额形成的区地方财力部分按一定比例（30%-60%）给予财政扶持；同意对于企业高层管理人员的个人所得税，按照其年实现的个人所得税总额给予 7%-8% 的财政扶持。由于上述政策自 2011 年至评估报告出具日一直正

常执行，具有相对经常性及稳定性的特点，截止评估报告出具日上述文件尚处于有效期，且未有明显证据表明该政策在预测期内可能失效，本次评估按照上述文件规定的返还政策，在有效期内对营业外收入做了预测，即预测 2013 年 7-12 月收到税费返还 78 万元。其余营业外收支不予预测。

（9）所得税的预测

所得税费用根据应纳税所得额的 25% 进行预测。

（10）折旧、摊销的预测

根据公司固定资产计提折旧、长期待摊费用和无形资产的摊销方式，评估人员对存量、增量固定资产、长期待摊费用和无形资产，按照企业现行的折旧（摊销）年限、残值率和已计提（摊销）的金额逐一进行了折旧测算，并根据原有固定资产、长期待摊费用和无形资产的分类，将测算的折旧及摊销分至主营业务成本和管理费用。

（11）资本性支出的预测

根据企业的发展规划及目前实际执行情况预测未来年度资本性支出。为了保持企业持续生产经营，2017 年以后到资产更新和改造前要保持一定日常维修和保养费用。

（12）营运资金增加额的预测

营运资金的追加是指随着企业经营活动的变化，因提供商业信用而占用的现金，正常经营所需保持的现金等；同时，在经济活动中，获取他人提供的商业信用，相应可以减少现金的即时支付。企业基准日营运资金根据资产基础法评估结果，剔除溢余资产、非经营性资产及负债后确定。

3、折现率的确定

（1）无风险收益率的确定

根据 Wind 资讯查询评估基准日银行间固定利率国债收益率（10 年期）的平均收益率确定，因此本次无风险报酬率 R_f 取 3.5125%。

（2）权益系统风险系数的确定

被评估单位的权益系统风险系数计算公式如下：

$$\beta_L = [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U$$

式中： β_L ：有财务杠杆的权益的系统风险系数；

β_U ：无财务杠杆的权益的系统风险系数；

t：被评估企业的所得税税率；

D/E：被评估企业所在行业的平均资本结构。

根据 Wind 资讯查询的沪深 A 股股票 100 周广告媒体行业类似上市公司 Beta 计算确定，具体确定过程如下：

首先根据广告媒体行业类似上市公司的 Beta 计算出各公司无财务杠杆的 Beta，然后得出广告媒体行业上市公司无财务杠杆的平均 Beta 为 1.0183，再根据上市公司的平均资本结构计算出企业的 Beta 为 1.0622。

股票代码	股票名称	D/E	Beta	Beta(无财务 杠杆)	所得税 率
000917.SZ	电广传媒	26.05%	1.3963	1.1681	25%
002400.SZ	省广股份	0.00%	1.0720	1.0720	25%
300058.SZ	蓝色光标	1.77%	1.0352	1.0217	25%
600880.SH	博瑞传播	0.63%	0.7174	0.7136	15%
600373.SH	中文传媒	0.00%	1.2730	1.2730	25%
600832.SH	东方明珠	13.67%	1.1318	1.0266	25%
000719.SZ	大地传媒	0.00%	0.7080	0.7080	25%
000793.SZ	华闻传媒	0.80%	0.8920	0.8867	25%
600258.SH	首旅股份	8.55%	1.0260	0.9642	25%
600327.SH	大东方	5.55%	1.1404	1.0948	25%
600825.SH	新华传媒	25.89%	1.2674	1.0613	25%
601801.SH	皖新传媒	0.00%	1.1870	1.1870	0%
601928.SH	凤凰传媒	0.00%	1.0611	1.0611	0%
平均		5.75%	1.0698	1.0183	--

（3）市场风险溢价的确定

市场风险溢价是对于一个充分风险分散的市场投资组合，投资者所要求的高于无风险利率的回报率。

市场风险溢价=成熟股票市场的基本补偿额+国家风险补偿额

其中：成熟股票市场的基本补偿额取 1928-2012 年美国股票与国债的算术平均收益差 5.88%；国家风险补偿额取 1.05%。

则： $RP_m=5.88\%+1.05\%$

$=6.93\%$

故本次市场风险溢价取 6.93%。

（4）企业特定风险调整系数的确定

企业特定风险调整系数是根据待估企业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。

文化行业受到国家法律法规及政策的严格监管，政策的调整 and 变化将对公司业务带来一定的风险。总体来看，上海香榭丽广告传媒股份有限公司行业内经营优势明显，核心人力资源稳定，盈利模式较好，企业规模与可比上市公司相当，抵抗行业风险能力较强，但依然面临市场竞争加剧、人才流失、应收账款难以回收等风险，综合考虑上述因素，取企业特定风险调整系数 R_c 为 3%。

（5）预测期折现率的确定

A. 权益资本成本

将上述确定的参数代入权益资本成本计算公式，计算得出被评估单位的权益资本成本。

$Ke=R_f+\beta \times RP_m+R_c$

$=13.87\%$

B. 计算加权平均资本成本

香榭丽分别于 2013 年 2 月 1 日、2013 年 2 月 4 日、2013 年 3 月 29 日与招商银行签订借款合同，借款金额分别为 2,120,625.00 元、4,250,000.00 元、3,500,000.00 元，借款期限为一年；于 2012 年 12 月发行三年期的企业债券，金额为 50,000,000.00 元。本次 K_d 的确定综合考虑目前执行的借款合同利率为 8.9352%。则：

$$\begin{aligned} WACC &= K_e \times E/(D+E) + K_d \times D/(D+E) \times (1-T) \\ &= 13.48\% \end{aligned}$$

4、预测期后的价值确定

因收益期按永续确定，预测期后经营按稳定预测，故永续经营期年自由现金流，按预测末年自由现金流调整确定。主要调整包括：

资本性支出：按企业未来规划，若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和更新投入资产的情况确定预测期后每年的资本性支出金额；

折旧摊销费：根据企业预测年后的年资本性支出，结合企业的固定资产的折旧政策确定预测期后每年的折旧摊销费；

主营业务成本：由于折旧摊销费发生变化，企业主营业务成本也相应变化，折旧摊销费的变化额即主营业务成本的调整数；

管理费用：由于折旧摊销费发生变化，企业管理费用也相应变化，折旧摊销费的变化额即管理费用的调整数。

5、测算过程和结果

(1) 预测期企业利润表及自由现金流

根据上述情况对上海香榭丽广告传媒股份有限公司未来经营数据做了预测，预测期内各年利润数据见下表：

单位：万元

项目	2013年 7-12月	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年至 永续期
一、主营业务收入	16,379.74	31,534.71	35,521.29	39,695.71	40,065.14	40,065.14
减：主营业务成本	8,278.72	16,115.34	18,092.56	19,935.55	20,220.42	20,012.86
主营业务税金及附	443.58	840.28	903.69	1,054.19	1,081.17	1,081.17

项目	2013年 7-12月	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年至 永续期
加						
二、主营业务利润	7,657.44	14,579.09	16,525.04	18,705.97	18,763.55	18,971.11
减：营业费用	1,584.61	3,508.42	3,842.25	4,178.30	4,262.89	4,262.89
管理费用	1,220.49	2,860.11	2,831.85	2,922.75	3,017.96	3,098.57
财务费用	274.68	533.58	577.32	611.72	653.01	653.01
资产减值损失	70.67	100.19	113.79	119.15	10.54	0.00
三、营业利润	4,506.99	7,576.79	9,159.83	10,874.06	10,819.14	10,956.64
营业外收入	78.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
四、利润总额	4,584.99	7,576.79	9,159.83	10,874.06	10,819.14	10,956.64
减：所得税费用	1,146.25	1,894.20	2,289.96	2,718.51	2,704.78	2,739.16
五、净利润	3,438.74	5,682.59	6,869.87	8,155.54	8,114.35	8,217.48
加：税后财务费用	206.01	400.18	432.99	458.79	489.76	489.76
六、息前税后利润	3,644.75	6,082.77	7,302.86	8,614.33	8,604.12	8,707.24
加：折旧及摊销	888.42	1,778.91	1,697.84	1,778.62	1,867.82	1,740.87
减：资本性支出	677.00	630.00	2,415.00	1,155.00	2,125.00	1,749.36
营运资金需求净增加	5,083.30	3,128.39	4,094.49	4,286.76	401.55	0.00
七、净现金流量	-1,227.13	4,103.29	2,491.21	4,951.19	7,945.39	8,698.75

（2）企业的营业性资产价值

收益期内各年预测自由现金流量折现，从而得出企业的营业性资产价值。计算结果详见下表：

单位：万元

项目	2013年 7-12月	2014年 度	2015年 度	2016年 度	2017年 度	2018年 度-永续
一、企业自由现金流量	-1,227.13	4,103.29	2,491.21	4,951.19	7,945.39	8,698.75
折现率年限	0.25	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00
二、折现率	13.48%	13.48%	13.48%	13.48%	13.48%	13.48%
折现系数	0.97	0.88	0.78	0.68	0.60	4.47
三、各年净现金流量折现值	-1,188.94	3,615.85	1,934.50	3,388.02	4,791.05	38,910.41
四、预测期经营价值						51,450.89

6、其他资产和负债的评估

（1）非经营性资产和负债的评估

非经营性资产、负债是指与被评估单位生产经营无关的，评估基准日后企业自由现金流量预测不涉及的资产与负债，主要为闲置的固定资产、预付工程款、应付利息和应付股利。

（2）溢余资产的评估

溢余资产是指评估基准日超过企业生产经营所需，评估基准日后企业自由现金流量预测不涉及的资产，被评估单位无溢余资产。

7、收益法评估结果

（1）企业整体价值的计算

企业整体价值=经营性资产价值+非经营性资产价值+溢余资产价值

=51,450.89 -364.86 +0.00

=51,086.02 万元

（2）有息债务价值的确定

截止评估基准日，上海香榭丽广告传媒股份有限公司有息债务共 5,987.06 万元。

（3）股东全部权益价值的计算

根据以上评估工作，上海香榭丽广告传媒股份有限公司的股东全部权益价值为：股东全部权益价值=企业整体价值－付息债务价值

=51,086.02 -5,987.06

=45,098.96 万元

（六）资产基础法评估

企业价值评估中的资产基础法，是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。

1、资产基础法评估结果

上海香榭丽广告传媒股份有限公司评估基准日总资产账面价值为 41,394.50 万元，评估价值为 40,544.25 万元，减值额为 850.25 万元，减值率为 2.05%；总负债账面价值为 15,077.73 万元，评估价值为 15,077.73 万元，无增减变化；股东全部权益账面价值为 26,316.76 万元，评估价值为 25,466.51 万元，减值额为 850.25

万元，减值率为 3.23%。评估汇总情况详见下表：

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
流动资产	32,144.85	32,144.85	-	-
非流动资产	9,249.65	8,399.40	-850.25	-9.19
其中：固定资产	6,251.92	5,265.33	-986.58	-15.78
无形资产	251.85	388.18	136.33	54.13
开发支出	76.06	76.06	0.00	0.00
长期待摊费用	2,452.17	2,452.17	0.00	0.00
递延所得税资产	217.66	217.66	0.00	0.00
资产总计	41,394.50	40,544.25	-850.25	-2.05
流动负债	10,214.12	10,214.12	-	-
非流动负债	4,863.61	4,863.61	-	-
负债合计	15,077.73	15,077.73	-	-
所有者权益	26,316.76	25,466.51	-850.25	-3.23

2、评估减值原因分析

本次评估中，流动资产、流动负债、非流动负债均无增减值变化。

非流动资产中，固定资产账面价值 6,251.92 万元，评估值为 5,265.33 万元，评估减值-986.58 万元，减值率为 15.78%，主要是因为根据财政部、国家税务总局财税[2008]170 号《关于全国实施增值税转型改革若干问题的通知》及财政部、国家税务总局财税（2009）113 号《关于固定资产进项税额抵扣问题的通知》，在测算符合条件的设备重置全价时未考虑其增值税。

无形资产账面价值为 251.85 万元，评估值为 388.18 万元，评估增值 136.33 万元，增值率为 54.13%，主要是因为香榭丽传媒无形资产摊销年限为 3 年，该政策较为谨慎，导致企业外购软件基准日市场价大于账面摊销余额。

（七）评估结论

上海香榭丽广告传媒股份有限公司作为行业内领先的广告服务商，具有“轻资产”的特点，其固定资产投资相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，也考虑了企业所享受的各项优惠政策、业务网络、服务能力、人才团队、品牌优势等重要的无形资源。而资产基础法仅对各单项有形资产、无形资产进行了评估，不能完全体现各个单项资产组合对整个

公司的贡献，也不能完全衡量各单项资产间的互相匹配和有机组合因素可能产生出来的整合效应。而公司整体收益能力是企业所有环境因素和内部条件共同作用的结果，鉴于本次评估目的，收益法评估的途径能够客观合理地反映上海香榭丽广告传媒股份有限公司的价值。本次评估以收益法的结果作为最终评估结论。

根据以上评估工作，本次评估结论采用收益法评估结果，即：上海香榭丽广告传媒股份有限公司的股东全部权益价值评估结果为 45,098.96 万元。

（八）评估增值的原因

评估基准日香榭丽传媒经审计的账面净资产为 26,316.76 万元，采用收益法评估后的净资产价值为 45,098.96 万元，增值额为 18,782.20 万元，增值率 71.37%。增值原因分析如下：

1、香榭丽传媒所处的广告服务行业具有“轻资产”的特点，其固定资产投入相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还应包含企业所享受的各项优惠政策、业务网络、服务能力、人才团队、品牌优势等重要的无形资源的贡献。因此，香榭丽传媒的评估增值率相对传统的生产性行业较高。

2、香榭丽传媒屏幕优势明显

香榭丽传媒自 2003 年成立以来，就本着“优先占位”的发展策略，率先提出构建全国户外数字大媒体网络概念，凭借领先的技术创新优势和卓越的创意策划能力，构建起独特并且具有强势户外影响力的数字媒体网络，是户外数字大媒体领域最早的市场培育者和开拓者。公司以上海为核心，布局全国，除了上海公司之外还拥有北京、广州、天津三家分公司，户外 LED 媒体网络遍及全国 30 个省 97 个城市，共开发运营了 167 块户外 LED 大屏幕，总面积超过 26,500 平方米，户外 LED 媒体数量、媒体总面积、媒体覆盖城市数量等核心指标均处于业内领先地位，是中国最主要的户外大型 LED 媒体运营商之一，公司屏幕资源优势明显。

3、香榭丽传媒拥有突出的策划和创意能力

香榭丽传媒领先的广告策划和创意能力体现于：用创意强化 LED 媒体的传播能力，创造出画面表现力和视觉冲击力比普通电视广告更为强烈和更为震撼的内

容展示方式；在充分理解客户行业定位以及品牌状况的基础上，恰当捕捉媒体传播内容和受众的需求结合点；将广告传播过程聚焦于商品本身，在有限时间内，广告诉求充分围绕产品本身展开；加强内容方面的创意能力，将针对产品特性的创意概念与特定节点、活动、事件结合，给目标受众留下深刻印象；充分利用不同屏体的形状、点位差异，“因屏制宜”，创造最佳的传播方式。

4、优质全面的客户服务体系

香榭丽传媒已经建立起一套由公司各部门协同配合，从上画审批、创意制作、媒体策划到市场调研、投播保障的全体系、多环节配合的服务体系。市场调研方面，香榭丽传媒聘请国内知名的第三方机构对屏体周边的市场环境要素进行深入调研，详细分析屏体周边的人流量、广告覆盖群体、受众消费能力、广告到达率等指标，科学评判屏体资源的媒体价值。投播保障方面，随着客户对广告投放效果和精准程度要求的越来越高，香榭丽传媒采取了全过程追踪、全过程监播和第三方监测相结合的投播保障体系，全过程追踪即由专门的客服经理全过程负责客户的广告投放过程，从下单到根据各屏幕规格对广告片的调整，到最后的实际播出落实由其全权负责追踪，确保严格按照要求准确播出；全过程监播即广告投放过程中对于广告播放状况进行全过程的监控，每周核对设备自动生成的播放清单来确保播放质量；第三方监测即邀请双方共同认可的第三方公司对于播出状况进行监测。

综上所述，香榭丽股东权益价值评估结果客观反映了其市场价值，其评估增值是合理的。

十一、香榭丽传媒涉及的未决诉讼情况

截至本报告书签署日，香榭丽涉及的未决诉讼有 4 起，分别为作为被告的与广州帝飞广告有限公司的广告合同纠纷案件，作为原告的与山东兴润建设有限公司的承揽合同纠纷案件、与上海润东文化传播有限公司的承揽合同纠纷案件、与南德威投资有限公司的承揽合同纠纷案件。案件简要情况说明如下：

1、与广州帝飞广告有限公司的广告合同纠纷案件

广州帝飞广告有限公司（以下简称“帝飞”）因合同纠纷，于 2013 年 4 月 3 日向广州市越秀区人民法院提起诉讼，要求法院判决香榭丽向其支付转让费 75 万元；支付违约金 75 万元；支付滞纳金 15.25 万元（以人民币 125 万元为本金，

按每日千分之二标准自 2013 年 1 月 6 日计至 2013 年 3 月 8 日共计 61 天); 以 75 万元为本金, 以每日千分之二标准向其支付自 2013 年 3 月 9 日至实际付清款项之日止的滞纳金 (该款计至起诉之日为 37,500 元); 香榭丽承担本案所有诉讼费。

香榭丽律师的代理意见认为: (1) 香榭丽实际上于 2013 年 4 月 11 日即已经支付了帝飞第一项诉讼请求所述的 75 万元转让费; (2) 关于帝飞第二项诉讼请求, 要求香榭丽支付违约金 75 万元, 该项请求无事实依据及法律依据。双方就广州好世界广场 LED 显示屏广告经营权合作协一事先后签署过数份合同, 有《合作协议》、《补充协议》、《解除协议》以及《补充协议 2》, 虽然双方在《解除协议》中有关于违约金 75 万元的约定, 但双方在此后所签的《补充协议 2》中对于违约责任、违约金的问题又重新作了约定, 将违约金的计算方法由一次性支付 75 万元改为按逾期支付的天数及每天 2% 的比例计算, 所以帝飞不应再主张原《解除协议》中有关于违约金 75 万元的约定。(3) 关于帝飞第三项、第四项诉讼请求要求支付滞纳金的问题, 律师认为根据《补充协议 2》的约定, “每次付款前甲方 (帝飞) 应向乙方 (香榭丽) 交付载明付款金额的广告发票, “若甲方 (帝飞) 未能按约定在乙方 (香榭丽) 付款前向乙方交付相应发票的, 按甲方逾期交付发票的天数, 乙方可相应顺延付款时间。” 帝飞直至 2013 年 3 月 15 日才开具发票, 被告直至 2013 年 3 月 19 日才收到该发票, 加上合理的三天付款时间, 被告逾期付款最多从 2013 年 3 月 23 日起算。若按此计算, 滞纳金应 3 万余元。

广东省广州市越秀区人民法院于 2013 年 9 月 27 日判决香榭丽传媒向帝飞清偿滞纳金 34,500 元, 驳回帝飞的其余诉讼请求。截至本报告书出具之日, 本案已进入二审程序。

2、与山东兴润建设有限公司的承揽合同纠纷案件

山东兴润建设有限公司 (以下简称 “兴润”) 与香榭丽于 2011 年 11 月 29 日签订了《北京市西直门嘉茂商城项目 LED 显示屏系统钢结构制作及安装合同》(以下简称 “合同”), 约定由兴润为香榭丽拟在北京西直门嘉茂商城设置的 LED 显示屏提供钢结构制作、安装工作。该工程总价为 472,000 元, 包括钢结构的制作、运输、安装、调试过程中涉及的所有费用, 合同第八条第 2 款还约定: 本项工程在安装、施工、调试等过程中发生的一切责任事故 (包括但不限于法律和经济责任) 由兴润负责。

合同签订后，香榭丽按约定向兴润预付了工程款 141,600 元，兴润则安排相关工程人员进场施工，在施工过程中，2011 年 12 月 15 日，由于兴润相关工作人员在切割角钢时未采取任何防护措施，迸出的火星引燃了墙体聚氨酯保温材料，导致火灾。

本次事故的发生，直接造成业主建筑物外墙损坏，钢结构工程被迫停工、延误，以及香榭丽另行委托的施工单位于 2012 年春节假期加班施工等额外费用的支付，香榭丽户外广告设施延迟投入使用，向业主支付阵地租金等一系列的损失，总额已经达到 593,326 元。同时还造成香榭丽该阵地显示屏工程延误，不能及时投入运营，香榭丽的广告经营收入损失。依据原兴润相关合同相关约定，兴润应就上述损失承担全部赔偿责任。此外兴润至今也未能将预收香榭丽的工程款 141,600 元返还香榭丽。

为此，香榭丽于 2013 年 3 月 29 日向北京市西城区人民法院提起诉讼（案号：2013 年度西民初字第 10514 号），请求法院判令兴润返还香榭丽所预付的工程款 141,600 元；判令兴润赔偿香榭丽因其管理不善造成火灾事故后的经济损失 593,326 元；本案诉讼费用由兴润负担。

在诉讼过程中，兴润提起反诉，其认为双方的合同关系已经解除，其在预付款之外，还支出 5 万余元，扣除钢材处理收入 4 万元，实际损失 11,865 元，要求香榭丽支付。

期间，鉴于火灾原因等需要法院向北京市消防局调取火灾事故处理资料，时间较长。目前正在法院一审审理过程中。

3、与上海润东文化传播有限公司的承揽合同纠纷案件

上海润东文化传播有限公司（以下简称“润东”）2011 年 12 月 29 日委托香榭丽在 LED 显示屏上为其发布相宜本草品牌广告，广告发布费用总额为人民币 255,024 元。合同签订后，香榭丽按约履行了合同义务，润东却未按约履行相应的付款义务。为此，香榭丽向上海市黄浦区人民法院提起诉讼。

2013 年 8 月 19 日上海市黄浦区人民法院作出判决，判决润东立即给付香榭丽广告发布费人民币 255,024 元，并偿付香榭丽违约金，自 2012 年 11 月 6 日起至实际给付之日止以人民币 255,024 元为基数并按银行同期贷款利率的四倍计算。

判令润东应于判决生效之日起 10 日内履行完毕付款义务，如未按判决履行给付金钱义务，润东应当加倍支付迟延履行期间的债务利息至实际支付日止。法院诉讼费由润东承担。

现判决已产生法律效力。润东未按判决书主文规定执行，香榭丽已向法院申请执行。

4、与南德威投资有限公司的承揽合同纠纷案件

南德威投资有限公司（以下简称“南德威”）2012 年 8 月委托上海香榭丽在广州天河正佳广场、广州环市东路好世界广场 LED 显示屏上为其发布“红星美凯龙天河广场”品牌广告，广告发布费用总额为人民币 50 万元。合同签订后，香榭丽按约履行了合同义务，南德威却未按约履行相应的付款义务，迄今为止只支付了 5 万元广告发布费，尚欠香榭丽广告发布费人民币 45 万元。为此，香榭丽于 2013 年 9 月 3 日向上海市闸北区人民法院提起诉讼（[2013]闸民二（商）初字第 749 号），要求判令南德威向香榭丽支付拖欠的广告发布费人民币 45 万元整；判令南德威支付 2013 年 1 月 1 日至实际付款日期期间的逾期付款违约金，按每日千分之五计算；判令兴润承担本案全部诉讼费用。目前该案正处于立案阶段。

十二、香榭丽传媒最近三年资产评估、资产交易、增资、股权转让情况

（一）最近三年的交易、增资或改制情况

2010 年以来，香榭丽传媒增资、股权转让情况详见本章之“二、香榭丽历史沿革”。最近三年增资及股权转让未经评估。2011 年增资时价格与本次交易价格存在差异，主要是因为前次增资以来公司屏体资源增长较快，业务发展迅速。

（二）最近三年的资产评估情况

2012 年 9 月 28 日，经香榭丽传媒创立大会审议通过，香榭丽有限以经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的截至 2012 年 6 月 30 日可折股净资产 236,468,351.24 元为基础，整体变更设立股份有限公司，其中股本 15,600 万元，其余计入资本公积。

2012年7月25日，上海立信资产评估有限公司出具了信资评报字[2012]第313号《评估报告》。该次评估采用成本法评估，评估基准日2012年6月30日，香榭丽有限净资产总额为23,646.84万元，评估值为26,481.19万元，增值2,834.35万元，增值率8.49%，具体情况如下：

单位：万元

项目	账面净值	评估值	增减额	增减率（%）
流动资产	22,260.76	22,998.81	738.05	3.32%
固定资产	10,482.32	12,578.63	2,096.31	20.00%
无形资产	421.92	421.92	-	-
长期待摊费用	215.33	215.33	-	-
资产总计	33,380.33	36,214.69	2,834.35	8.49%
流动负债	9,733.51	9,733.51	-	-
净资产	23,646.84	26,481.19	2,834.35	8.49%

本次资产重组评估结果比前次香榭丽有限整体变更设立股份公司时评估结果高出18,617.77万元。主要原因为评估目的、评估方法、评估时间不同。前次评估基准日与本次评估基准日间隔一年。前次评估是为整体变更设立股份公司提供依据，确认无出资不实的情形，前次评估选择成本法。本次评估目的是为交易双方在公平、自愿的原则下交易资产提供作价参考依据，采用收益法能够更好地提供市场化作价依据。

十三、香榭丽传媒出资及合法存续情况

香榭丽自成立以来，历次股权变更均依法上报工商管理部门并获得相应批准，公司主体资格合法、有效。根据叶玫等20位股东提供的资料及相关承诺：

1、本人合法拥有标的资产本人所转让部分的完整权益，该等标的资产不存在法律纠纷，未设置任何质押和其他第三方权利或其他限制转让的合同或约定，不存在被查封、冻结、托管等限制其转让的情形，亦不存在担保等情形，资产过户或转移不存在法律障碍。

2、本人已经依法对标的资产履行了相应的出资义务，保证本人认缴的出资已

经足额缴纳，不存在出资未到位等影响本次股权转让的情形。

3、本人拟转让的标的资产不存在尚未了结或可预见的诉讼、仲裁等纠纷，如因发生诉讼、仲裁等纠纷而产生的责任由本人承担。

4、标的资产不存在因知识产权、产品质量、环境保护、税务、劳动安全和人身权等原因而尚未了结的法律责任，亦不存在尚未了结或可预见的行政处罚，如因存在上述问题而产生的责任由本人承担。

第五章 发行股份情况

一、本次交易方案

本公司于2013年10月25日召开的第八届董事会第五次会议审议通过了本次交易的相关议案。

本次交易粤传媒拟以现金和发行股份相结合的方式购买香榭丽传媒 100% 的股权，交易对价为 4.5 亿元。其中：

（一）粤传媒以现金及发行股份的方式购买交易对方合计持有的香榭丽传媒 98.2037% 的股份，其中，以向埃得伟信、陈荣、方荣梓、黄若梅、天津瑞懋支付现金 7,941.22 万元的方式购买 17.6472% 的股份，以向叶玫等 17 名交易对方发行境内上市人民币普通股（A 股）33,196,374 股的方式购买 80.5565% 的股份。

（二）粤传媒全资子公司新媒体公司以支付现金 808.33 万元的方式购买乔旭东持有的香榭丽传媒 1.7963% 的股份。

本次交易完成后，粤传媒将直接及通过新媒体公司间接持有香榭丽传媒 100% 股权。

本次交易完成后，粤传媒将持有香榭丽 100% 股权。

二、本次发行股份具体情况

1、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。

2、发行方式及发行对象

本次发行股份购买资产的发行方式为定向发行，发行对象为叶玫、乔旭东、埃得伟信、陈荣、赵钧、陈平、唐宇婷、王伟东、谢学军、郑刚、夏文洵、孙健、浙江亿诚、天津道泓、山南中科润、众享石天和杭州仁达等十七人。

3、发行股份的定价依据、定价基准日和发行价格

本次发行股份购买资产的定价基准日为粤传媒第八届董事会第五会议决议公

告日。

按照《上市公司重大资产重组管理办法》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；

董事会决议公告日前 20 个交易日上市公司股票交易均价 = 决议公告日前 20 个交易日上市公司股票交易总额 ÷ 决议公告日前 20 个交易日上市公司股票交易总量。

据此计算，粤传媒定价基准日前 20 个交易日的股票交易均价为 10.92 元/股。

粤传媒向交易对方发行股份的发行价格为定价基准日前 20 个交易日股票交易均价，即 10.92 元/股。

在定价基准日至发行日期间，若粤传媒发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为，则将根据深圳证券交易所的相关规定对发行价格作相应调整，发行股数也随之进行调整。

4、发行数量

根据本次标的资产的作价，粤传媒向叶玫等十七名交易对方定向发行股数合计为 33,196,374 股，具体情况如下：

序号	交易对方	所获股份数量（股）
1	叶玫	7,502,183
2	乔旭东	2,060,440
3	埃得伟信	2,884,615
4	陈荣	1,787,734
5	赵钧	3,201,552
6	陈平	810,989
7	唐宇婷	666,099
8	王伟东	596,168
9	谢学军	355,714
10	郑刚	151,195
11	夏文洵	90,948
12	孙健	90,948
13	浙江亿诚	4,721,827
14	天津道泓	3,740,275
15	山南中科润	2,270,852

16	众享石天	1,440,659
17	杭州仁达	824,176
合计		33,196,374

最终发行数量将以中国证监会最终核准的发行数量为准。

5、上市地点

本次交易所发行的股票拟在深圳证券交易所上市。

6、本次发行股份锁定期

粤传媒本次向叶玫、乔旭东和上海埃得伟信投资中心（有限合伙）等三名股东发行的股份自股份发行结束之日起三十六个月内不得转让；向陈荣、陈平、浙江亿诚等十四名股东发行的股份自股份发行结束之日起十二个月内不得转让。

交易对方如在本次交易完成后担任上市公司的董事、监事、高级管理人员的，还需遵守上市公司章程以及《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规章、规范性文件有关股份有限公司及上市公司董事、监事、高级管理人员买卖公司股票的限制性规定。

三、本次发行前后主要财务数据比较

根据本公司财务数据以及备考合并财务数据，本次发行前后公司主要财务数据比较如下：

单位：万元

项目	粤传媒 实际数	粤传媒 备考数	变动
2013年1-6月			
总资产	401,560.21	461,637.94	14.96%
归属于母公司股东的权益	366,415.56	402,666.00	9.89%
营业收入	75,933.59	87,578.27	15.34%
利润总额	13,050.04	14,745.92	13.00%
归属于母公司股东净利润	13,112.96	14,227.47	8.50%
2012年度			
总资产	408,780.02	470,012.07	14.98%
归属于母公司股东的权益	360,222.63	396,358.56	10.03%

营业收入	188,073.29	212,066.72	12.76%
利润总额	27,631.60	32,972.27	19.33%
归属于母公司股东净利润	27,568.30	31,263.65	13.40%

本次交易完成后，上市公司总资产规模、净资产规模、收入规模、净利润水平将有明显增加。

四、本次发行前后公司股本结构变化

上市公司目前的总股本为 692,002,640 股，按照本次交易方案，公司本次将发行普通股 33,196,374 股用于购买香榭丽股权。本次交易前后公司的股本结构变化如下表所示：

股东名称	本次交易之前		本次交易完成后	
	持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
有限售条件股份-国有法人股	473,978,864	68.49%	473,978,864	65.36%
广州传媒控股有限公司	341,840,776	49.40%	341,840,776	47.14%
广州大洋实业投资有限公司	132,129,820	19.09%	132,129,820	18.22%
无限售条件股份	218,023,776	31.51%	218,023,776	30.06%
本次发行股份	-	-	33,196,374	4.5776%
叶玫	-	-	7,502,183	1.0345%
乔旭东	-	-	2,060,440	0.2841%
埃得伟信	-	-	2,884,615	0.3978%
陈荣	-	-	1,787,734	0.2465%
赵钧	-	-	3,201,552	0.4415%
陈平	-	-	810,989	0.1118%
唐宇婷	-	-	666,099	0.0919%
王伟东	-	-	596,168	0.0822%
谢学军	-	-	355,714	0.0491%
郑刚	-	-	151,195	0.0208%
夏文洵	-	-	90,948	0.0125%
孙健	-	-	90,948	0.0125%
浙江亿诚	-	-	4,721,827	0.6511%

天津道泓	-	-	3,740,275	0.5158%
山南中科润	-	-	2,270,852	0.3131%
众享石天	-	-	1,440,659	0.1987%
杭州仁达			824,176	0.1136%
股份总计	692,002,640	100.00%	725,199,014	100.00%

五、本次交易未导致公司控制权变化

本次交易前，广州市国有经营性文化资产监督管理办公室通过广州传媒控股有限公司和广州大洋实业投资有限公司控制公司 68.49% 的股份，为公司实际控制人。

本次交易公司发行股份 33,196,374 股之后，广州传媒控股有限公司直接持有本公司股份变更为 47.14%，广州市国有经营性文化资产监督管理办公室直接或间接控制的公司股份比例变更为 65.36%，仍为公司实际控制人。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。

第六章 本次交易合同的主要内容

一、合同主体、签订时间

2013年10月25日，粤传媒与叶玫等20名交易对方签署了《现金及发行股份购买资产协议》、《盈利预测补偿协议》。

二、交易价格及定价依据

根据中企华出具的中企华评报字（2013）第3473号《资产评估报告》，以2013年6月30日为评估基准日，标的资产香榭丽100%股权的评估值为45,098.96万元。参考上述评估值，各方协商后确认标的资产的最终交易价格为45,000万元。

三、支付方式

本次交易由粤传媒通过向交易对方支付现金和发行股份相结合的方式购买标的股权。交易对价及支付方式如下表所示：

序号	股东名称	持股比例（%）	交易对价（元）	支付现金（元）	支付股份（股）
1	叶玫	18.2053	81,923,850.00	-	7,502,183
2	乔旭东	6.7963	30,583,350.00	8,083,350.00	2,060,440
3	埃得伟信	11.5901	52,155,450.00	20,655,450.00	2,884,615
4	陈荣	7.8877	35,494,650.00	15,972,592.50	1,787,734
5	赵钧	7.7691	34,960,950.00	-	3,201,552
6	方荣梓	3.6737	16,531,650.00	16,531,650.00	-
7	陈平	1.9680	8,856,000.00	-	810,989
8	唐宇婷	1.6164	7,273,800.00	-	666,099
9	王伟东	1.4467	6,510,150.00	-	596,168
10	谢学军	0.8632	3,884,400.00	-	355,714
11	郑刚	0.3669	1,651,050.00	-	151,195
12	黄若梅	0.3233	1,454,850.00	1,454,850.00	-
13	夏文洵	0.2207	993,150.00	-	90,948
14	孙健	0.2207	993,150.00	-	90,948
15	浙江亿诚	11.4583	51,562,350.00	-	4,721,827
16	天津道泓	9.0764	40,843,800.00	-	3,740,275
17	山南中科润	5.5106	24,797,700.00	-	2,270,852
18	天津瑞懋	5.5106	24,797,700.00	24,797,700.00	-
19	众享石天	3.4960	15,732,000.00	-	1,440,659

20	杭州仁达	2.0000	9,000,000.00	-	824,176
合计		100.00	450,000,000.00	87,495,592.50	33,196,374

本次发行股份具体情况见“第五章 发行股份情况 二、本次发行股份具体情况”。

四、资产交付或过户的时间安排

各方确认，各方应在《现金及发行股份购买资产协议》生效后，及时实施协议项下的现金及发行股份购买资产方案，并且最迟应在中国证监会批准之日起3个月内实施完毕。

（一）标的股权的交割安排

双方签署的《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产协议》明确约定：在本次交易获得中国证监会批准之日起的三十个工作日内，香榭丽应将其组织形式由股份有限公司变更为有限责任公司（以完成相应的工商变更登记手续为准）。

双方同意，标的资产应在本次交易获得中国证监会批准之日起三个月内完成交割。标的资产交割手续由标的公司负责办理，粤传媒应就办理标的资产交割提供必要协助。

自标的资产变更至粤传媒（含新媒体公司）名下的工商变更登记办理完毕之日起，基于标的资产的一切权利义务由粤传媒享有和承担。

（二）现金的支付

序号	付款方	付款时间	付款金额（元）	收款方
1	新媒体公司	自标的资产交割之日起一个月内	4,041,675.00	乔旭东
		交易后第一个会计年度香榭丽审计报告出具之日起一个月以内	1,616,670.00	
		交易后第二个会计年度香榭丽审计报告出具之日起一个月以内	1,616,670.00	
		交易后第三个会计年度香榭丽审计报告出具之日起一个月以内	808,335.00	
2	粤传媒	自标的资产交割之日起一个月内	10,327,725.00	埃得伟信
		交易后第一个会计年度香榭丽审计报告	4,131,090.00	

		告出具之日起一个月以内		
		交易后第二个会计年度香榭丽审计报告出具之日起一个月以内	4,131,090.00	
		交易后第三个会计年度香榭丽审计报告出具之日起一个月以内	2,065,545.00	
3	粤传媒	自标的资产交割之日起一个月内	7,986,296.25	陈荣
		交易后第一个会计年度香榭丽审计报告出具之日起一个月以内	3,194,518.50	
		交易后第二个会计年度香榭丽审计报告出具之日起一个月以内	3,194,518.50	
		交易后第三个会计年度香榭丽审计报告出具之日起一个月以内	1,597,259.25	
4	粤传媒	自标的资产交割之日起一个月内	1,454,850.00	黄若梅
5	粤传媒	自标的资产交割之日起一个月内	16,531,650.00	方荣梓
6	粤传媒	自标的资产交割之日起一个月内	24,797,700.00	天津瑞懋

（三）发行股份的交割安排

自标的资产交割之日起一个月内，粤传媒完成向交易对方发行股份的交割，并在登记结算公司将发行的股份登记至交易对方相应各方名下。

发行股份交割手续由粤传媒负责办理，交易对方各主体应为粤传媒办理发行股份的交割提供必要协助。

五、交易标的自定价基准日至交割日期间损益的归属

双方协商同意，自2013年1月1日起至交割日，香榭丽传媒的期间收益由粤传媒享有。香榭丽传媒发生的期间亏损由香榭丽传媒二十名股东按其本次交易完成前所持香榭丽传媒股份比例承担，并以现金方式按其各自所应承担的比例向粤传媒补足。具体补偿金额由上市公司聘请的会计师事务所审计确认。

六、盈利预测补偿

（一）利润补偿期间

各方同意，利润补偿期间为本次交易实施完成的当年及之后的两个会计年度，若本次交易在2013年实施完成的，利润补偿期间系指2013年、2014年、2015年；若本次交易在2014年实施完成的，则利润补偿期间顺延一年，为2014年、2015年和2016年。

（二）利润预测数

1、各方确认，标的公司于 2013 年至 2016 年拟实现的净利润数（净利润以扣除非经常性损益前后孰低的净利润为计算依据，以下同）分别为 4,600 万元、5,683 万元、6,870 万元和 8,156 万元，以上利润数不低于评估机构出具的《评估报告》中预测的净利润数。

2、交易对方承诺，于利润补偿期间内，标的公司承诺期内任一年度实际实现的净利润额不低于承诺净利润数，否则交易对方需根据《盈利预测补偿协议》的约定对粤传媒进行补偿。

3、粤传媒将在利润补偿期间内每年的年度报告中单独披露标的公司实现的实际净利润数与前述《评估报告》所预测的同期净利润数的差异情况。

（三）实际利润的确定

各方同意，甲乙双方一致确认，在承诺期内每一个会计年度结束后四月内，由上市公司聘请具有证券从业资格的会计师事务所对香榭丽该年度内实际实现的利润数情况进行审计并出具《专项审核报告》。

会计师事务所对标的公司的审计标准应采用与上市公司相同的方法，并符合新会计准则和中国证监会的相关规定。

如果任何一方对于审计结果持有异议，则该方有权自行承担费用聘请国际知名会计师事务所对于审计结果进行复核，但不得由此影响上市公司正常的信息披露。如果复核结果与原审计结果存在较大差异，则甲乙双方将协商解决或咨询相关主管部门后协商解决。

（四）利润补偿的实施

1、实际利润数与承诺利润数差异补偿方式

各方确认，如果香榭丽在承诺期内任一年度实际实现的净利润额低于交易对方承诺的该年度净利润数，交易对方中的补偿义务人有义务按照协议的约定对上市公司进行补偿。

在承诺期内香榭丽该年度盈利《专项审核报告》出具后，若标的资产在承诺期

内实际实现的净利润数低于承诺净利润数，补偿义务人应对上市公司进行补偿。

具体的补偿公式是：

该年度应补偿的总金额=（标的公司截至当期期末累计承诺净利润数－标的公司截至当期期末累计实际净利润数）÷标的公司利润补偿期间内各年度的承诺净利润数总和×上市公司取得标的资产的总价格-已补偿金额

根据上述计算结果，补偿义务人首先应以其从本次交易所获得股份进行补偿，该年度应补偿股份数计算公式为：

该年度应补偿的股份数=该年度应补偿的总金额÷本次发行股份的价格

依据上述计算公式计算结果为负数或零时，按零取值，即已补偿的股份不再退回。

埃得伟信、叶玫、乔旭东等三名补偿义务人从本次交易所获得股份不足以补偿时，则应以其从本次交易所获得的现金进行补偿；如果至此仍然不足以补偿，则仍然不足的部分由十七名补偿余额补偿义务人按照下表中的比例以现金方式进行补偿：

序号	股东姓名/名称	原持有香榭丽股权比例（%）	赔偿比例（%）
1	陈荣	7.89%	12.4395%
2	赵钧	7.77%	12.2525%
3	方荣梓	3.67%	5.7937%
4	陈平	1.97%	3.1037%
5	唐宇婷	1.62%	2.5492%
6	王伟东	1.45%	2.2816%
7	谢学军	0.86%	1.3613%
8	郑刚	0.37%	0.5786%
9	黄若梅	0.32%	0.5099%
10	夏文洵	0.22%	0.3481%
11	孙健	0.22%	0.3481%
12	浙江亿诚	11.46%	18.0707%
13	天津道泓	9.08%	14.3142%
14	山南中科润	5.51%	8.6907%

15	天津瑞懋	5.51%	8.6907%
16	众享石天	3.50%	5.5135%
17	杭州仁达	2.00%	3.1542%
合计		63.41%	100.00%

在具体实施补偿时，埃得伟信、叶玫、乔旭东等三名补偿义务人应按照下列顺序实施补偿：

首先由埃得伟信以其从本次交易所获得的股份进行补偿；当埃得伟信从本次交易所获得的股份不足以补偿时，再由叶玫以其从本次交易所获得的股份进行补偿；当叶玫从本次交易所获得的股份不足以补偿时，再由乔旭东以其从本次交易所获得的股份进行补偿；当乔旭东从本次交易所获得的股份不足以补偿时，再由埃得伟信以其从本次交易所获得的现金进行补偿；当埃得伟信从本次交易所获得的现金不足以补偿时，再由乔旭东以其从本次交易所获得的现金进行补偿。

如果至此仍然不足以补偿，则仍然不足的部分由补偿余额补偿义务人按前述比例以现金进行补偿。

承诺期内如粤传媒有除权除息情形的，则发行价格也作相应调整。

如承诺期内粤传媒有派息、资本公积金转增股本、送股等除权除息事项，则补偿数量也将作相应调整，具体调整方式以粤传媒股东大会决议内容为准。

上述股份或现金补偿应于上述《专项审核报告》正式出具后三十个工作日内实施。

2、期末减值测试及补偿方式

在承诺期限届满时，由上市公司聘请的具有证券从业资格的会计师事务所对标的资产进行减值测试，并在承诺期最后一个年度《专项审核报告》出具后三十个工作日内出具《减值测试报告》，然后根据《减值测试报告》所确定的标的公司期末减值额计算补偿义务人需补偿金额，计算公式为：

补偿义务人需补偿金额=标的公司期末减值额－已补偿金额

在这种情况下，补偿义务人应以现金对上市公司进行补偿；如果依据上述计算

公式计算的结果为负数或为零时，按零取值，即无需再额外补偿，已补偿的股份或/和现金也不退回。

补偿义务人应于上述《减值测试报告》正式出具后三十个工作日内履行相应的补偿义务，补偿顺序和补偿比例与前述实际利润数与承诺利润数差异补偿方式列明的顺序一致。

补偿义务人所需支付的盈利预测补偿和资产减值补偿之和应以补偿义务人从本次交易所获得的对价为上限。

在下列任一条件满足后，上市公司应在该年度的《专项审核报告》出具后三十日内，由上市公司聘请具有证券从业资格的会计师事务所计算补偿义务人应补偿的股份数量，并将补偿义务人持有的该等数量的上市公司股份划转至上市公司董事会指定的专门账户进行锁定，该部分被锁定的股份不享有表决权也不享有股利分配权，待承诺期届满注销：

（1）若承诺期内标的资产对应的实际净利润数小于承诺净利润；

（2）在承诺期届满后对拟购买资产进行减值测试，根据测试结果需要进行补偿的。

在承诺期届满且确定应补偿股份数量并完成锁定手续后，上市公司应在两个月内就锁定股份的回购及后续注销事宜召开股东大会。若该等事宜获得股东大会通过，上市公司将以总价1元的价格定向回购专户中存放的全部锁定股份并予以注销。

七、增资及增资资金的盈利承诺

为盘活自有资金的使用效率，提高资金收益率，粤传媒将在本次交易完成后2个月内对香榭丽增资8,000万元人民币，以支持香榭丽进行规模扩张和资源整合。但交易对方有义务确保增资资金的收益率。

承诺期内，如果发生上述增资的情形，交易对方将确保粤传媒增资到香榭丽的资金的经营效益。交易对方承诺，增资金额在承诺期内的年化收益率将不低于7%（高于粤传媒2012年扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率和同期银行存款利率），且逐年增加至少1个百分点，即：增资当年年化收益率不低于7%，增资第二年年化收益率不低于8%，增资第三年年化收益率不低于9%。如果增资金分

期到位的，按照资金实际到位时间分别计算相应年度的年化收益率。

如果香榭丽承诺期内无法实现上述年化收益率指标，叶玫等三名补偿义务人有义务以现金方式对粤传媒进行补偿。

就实际年度而言，交易对方承诺净利润数将由两部分构成：本次交易的承诺利润数（“承诺利润数”，即承诺期内2013年、2014年、2015年、2016年各年实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别不低于4,600万元、5,683万元、6,870万元和8,156万元）和本次交易关于增资资金的盈利承诺，两者加在一起则为交易对方在该年度内的最终盈利承诺额。在承诺期内由粤传媒根据协议聘请具有证券从业资格的会计师事务所对香榭丽传媒实际实现的利润数情况进行审计并出具《专项审核报告》。

如果香榭丽在承诺期内某一具体年度经审计确认的实际净利润低于根据前述最终盈利承诺额但超过承诺利润数，则由叶玫等三名补偿义务人以现金直接予以补足；如果香榭丽在承诺期内某一具体年度经审计确认的实际净利润额不仅低于最终盈利承诺额，还低于承诺利润数，则由叶玫等三名补偿义务人先以现金全额补偿增资资金的盈利承诺，再根据本章“六、盈利预测补偿”中约定确定本次交易的承诺利润补偿。

八、实际净利润高于承诺净利润的奖励

如香榭丽传媒在承诺期内实际实现的净利润总和（扣除关于增资资金的盈利承诺总额）超出承诺利润总额，则超出部分的百分之四十（40%）将用以奖励以叶玫为主的香榭丽管理团队。

上述奖励应在香榭丽承诺期最后一个年度的《专项审核报告》以及《减值测试报告》出具后三十个工作日内，由粤传媒或标的公司一次性以现金方式支付。叶玫将有权根据其时的香榭丽管理层情况及其成员的贡献情况对于上述奖励在成员中予以具体分配。

九、与资产相关的人员安排

本次交易完成后，标的公司的有关在职员工的劳动关系不变，标的公司应继续执行与其员工签署的劳动合同，依法为该等职工缴纳养老、失业、医疗、工伤等各

项保险，并依照规定为员工提供各项福利。

因本次交易而退出的香榭丽股东和/或香榭丽董事、监事、高级管理人员，如与香榭丽之间存在劳动关系，交易对方有义务自行承担相关成本和费用并根据上市公司的要求处理好该等股东、董事、监事、高级管理人员的劳动关系；如果需要改组香榭丽董事会和/或监事会，交易对方有义务自行承担相关成本和费用更换原董事、监事或高级管理人员。

十、合同的生效条件和生效时间

- 1、协议经各方签字并盖章后成立。
- 2、除协议特别约定的条款之外，协议其他条款在以下条件全部成就后生效：
 - （1）粤传媒董事会审议通过本次交易的相关议案；
 - （2）粤传媒股东大会审议通过本次交易的相关议案；
 - （3）中国证监会核准本次交易。

协议各方承诺将尽最大努力完成和/或促成前述条件成就。

十一、本次交易完成后香榭丽传媒的运作

（一）公司治理及经营

本次交易过程中，乙方应将标的公司组织形式变更为有限责任公司。标的公司变更为有限责任公司后，董事会成员改为三人组成，由叶玫和粤传媒委派的两名人员担任，公司高级管理人员由标的公司新成立的董事会重新聘任。

交易完成后，标的公司的现任核心管理层保持不变，叶玫女士将担任标的公司的副董事长兼总裁，但董事长需变更由粤传媒委派人员担任或兼任。超过利润补偿期间后，粤传媒有权按照香榭丽公司章程规定的程序做其他安排。

在业绩承诺期即利润补偿期间内，粤传媒将尽力维持标的公司的独立运作和管理层稳定，保持标的公司现有的经营运作机制不做重大调整。粤传媒可以委派高级管理人员进入香榭丽，对其财务、法务、营销、客户管理等方面进行协同和支持，但不干涉现有经营团队的经营管理决策。

（二）团队稳定的措施

1、为保证标的公司持续稳定地开展生产经营，香榭丽现控股股东、董事长叶玫女士承诺自标的资产交割日起，仍需在标的公司或粤传媒任职不少于 60 个月，并与标的公司或粤传媒签订期限不低于 60 个月的《劳动合同》，且在标的公司或粤传媒不违反相关劳动法律法规的前提下，叶玫女士不得单方解除与标的公司的劳动合同。

如叶玫女士违反任职期限承诺，则其应按照如下规则向粤传媒支付赔偿：

（1）自标的资产交割日起任职期限不满 12 个月的，违约方应将其于本次交易中已获对价的 25% 作为赔偿金返还给粤传媒；

（2）自标的资产交割日起任职期限已满 12 个月不满 24 个月的，违约方应将其于本次交易所获对价的 20% 作为赔偿金支付给粤传媒；

（3）标的资产交割日起任职期限已满 24 个月不满 36 个月的，违约方应将其于本次交易所获对价的 15% 作为赔偿金支付给粤传媒；

（4）自标的资产交割日起任职期限已满 36 个月不满 48 个月的，违约方应将其于本次交易所获对价的 10% 作为赔偿金支付给粤传媒；

（5）标的资产交割日起任职期限已满 48 个月不满 60 个月的，违约方应将其于本次交易所获对价的 5% 作为赔偿金支付给粤传媒。

在同时涉及盈利预测补偿时，违约方应分别计算应承担的股份补偿数量和本条款中赔偿数量，并先对承诺期内盈利不足情况作股份补偿，然后再对违反任职期限情况作补偿。如果违约方以现金做补偿，则对价中的股份部分按照本次发行股份的价格即 10.92 元/股计算补偿金额；如果违约方以股份做补偿，则对价中的现金部分按照本次发行股份的价格即 10.92 元/股折算补偿股份，违约方所持股份不足以补偿的，则应从二级市场上购买股份进行补偿，届时粤传媒以 1 元总价回购或按照上述行为发生时粤传媒其他股东所持粤传媒股份占粤传媒股份总数（扣除违约方所持粤传媒股份数）的比例赠与违约方之外的粤传媒其他股东。

存在以下情形的，不视为叶玫女士违反任职期限承诺：

（1）该股东丧失或部分丧失民事行为能力、被宣告失踪或被宣告死亡而当然

与粤传媒或标的公司终止劳动关系的；

（2）粤传媒或标的公司无正当理由解聘该股东。

2、粤传媒和标的公司鼓励标的公司现在的管理层股东在上述任职期限届满后继续为粤传媒或标的公司服务，如管理层股东不再为粤传媒或标的公司服务的，则不得以任何方式损害粤传媒和/或标的公司的利益（包括不限于侵犯粤传媒和标的公司的技术秘密和客户信息等行为）；否则，该管理层股东应按照本次交易对价的20%作为赔偿金支付给标的公司。

十二、违约责任

任何一方未能完全履行其在协议项下之义务或所作出的陈述、保证与事实不符，则该方应被视作违约。违约方应依协议约定和法律规定向守约方承担违约责任，即违约方应赔偿因其违约行为给对方造成的直接或/或间接损失和费用（含实现赔偿的全部支出及费用，包括并不限于：本次交易所聘请的中介机构费用，因诉讼而发生的律师费、案件受理费、财产保全费、鉴定费、执行费等）。如果交易双方均违约，各方应各自承担其违约行为所引起的相应责任。

如交易对方未披露或隐瞒对标的公司存在重大不利影响的事项和/或事实，上市公司有权解除协议，并要求交易对方按照协议约定交易总价的20%支付违约金，如上述违约金不足以赔偿给对方造成损失的，还应就不足部分进行赔偿。

协议生效之日起，任何一方无故提出解除或终止协议的，应按照协议交易总价的20%向对方支付违约金，如上述违约金不足以赔偿给对方造成损失的，还应就不足部分进行赔偿。

盈利预测补偿协议生效后，任何一方未按照协议的约定履行义务而给对方造成损失的，应承担赔偿责任。如交易对方未按协议约定向上市公司及时、足额支付补偿股份和/或现金的，上市公司有权要求交易对方每逾期一日按未能支付的需补偿股份市值和/或未支付现金的万分之五向上市公司支付违约金。

第七章 本次交易的合规性分析

一、本次交易符合《重组管理办法》第十条规定

（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

本次交易拟购买香榭丽 100% 股权，其主要从事户外 LED 大型媒体开发与运营业务。

我国“十一五”发展规划纲要强调，要规范发展商务服务业，“推动广告业发展”。国家“十一五”时期文化发展规划纲要提出，发展广告业等 9 个重点文化产业，并要求“发挥各类媒体的作用，积极促进广告业的健康发展，努力扩大广告产业规模，提高媒体广告的公信力，广告营业额有较快增长”。

2008 年 4 月 23 日，国家工商行政管理总局和国家发展和改革委员会联合颁布《关于促进广告业发展的指导意见》，把促进广告业又好又快发展，作为一项紧迫而长期的战略任务。

2009 年 9 月 26 日，国务院发布《文化产业振兴规划》。《文化产业振兴规划》确定将以文化创意、广告、动漫等产业为重点，加大扶持力度，完善产业政策体系，实现跨越式发展。2011 年公布的“十二五”发展规划纲要再次强调规范提升商业服务业，“促进广告、会展业健康发展”。2011 年 3 月，国家发展和改革委员会发布的《产业结构调整指导目录（2011 年本）》已把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类，这是广告业第一次被列为国家鼓励类行业，为广告业日后的快速发展提供了强有力的政策支持依据和保障。国家“十二五”规划纲要提出“促进广告业健康发展”；国家《产业结构调整指导目录（2011）》，已把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类。国家工商行政管理总局发布的《关于印发〈广告产业发展“十二五”规划〉的通知》（工商广字[2012]99 号）中明确指出广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，“十二五”期间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，构建股权多元化、运作市场化的广告集

团化运营机制；鼓励和支持具有较强实力的广告企业进行跨地区、跨媒体、跨行业和跨所有制的兼并重组，促进广告资源的优化组合、高效配置和产业结构升级，不断壮大广告企业的规模与实力。

综上，本次交易符合国家产业政策。

2、符合有关环境保护的法律和行政法规的规定

香榭丽传媒最近三年遵守有关环保方面的法律法规，未发生环保事故，未因环境违法行为受到行政处罚。因此，本次交易符合有关环境保护的法律和行政法规的规定。

3、符合土地方面的有关法律和行政法规的规定

香榭丽未拥有土地使用权，不涉及相关土地管理问题。

4、不存在违反有关反垄断法律和行政法规的规定

本次交易完成后，未来上市公司在其业务领域的市场份额未达到《中华人民共和国反垄断法》中对于市场支配地位的认定条件，符合相关法律和行政法规的规定。

综上，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

（二）本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件

本次交易完成后，公司的股本总额将增加至 725,199,014 股，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总股本的 10%。本次交易完成后，公司仍满足《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。

（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

本次交易依法进行，由上市公司董事会提出方案，聘请有关中介机构出具审计、评估、法律、独立财务顾问等相关报告。在本次交易中涉及到关联交易的处

理遵循公开、公平、公正的原则并履行合法程序，有关关联方在董事会上均回避表决，充分保护全体股东，特别是中小股东的利益。上市公司独立董事同时对本次交易发表了独立董事意见。整个交易过程不存在损害上市公司和全体股东利益的情形。

本次上市公司收购资产的交易价格以 2013 年 6 月 30 日为基准日、以具有证券业务资格的中企华的资产评估值为准。中企华及其经办评估师与本次资产重组的标的资产、资产交易各方均没有除专业收费外的现实的及预期的利益或冲突，具有充分的独立性，其出具的评估报告符合客观、公正、独立、科学的原则。具体交易定价公允性分析参见“第八章 董事会对本次交易定价依据及公平合理性的分析”相关内容。

综上所述，本次资产重组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。

（四）本次交易所涉及的资产权属清晰，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

本次交易所涉及的标的资产为香榭丽传媒 100% 股权，上述交易各方已出具承诺，确认其持有的香榭丽传媒股权权属合法、完整、清晰，不存在质押、冻结或其他限制转让的情形，不存在出资不实或者影响其合法存续的情况。

上市公司与交易对方在《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产协议》中明确约定：在本次交易获得中国证监会批准之日起的三十个工作日内，香榭丽应将其组织形式由股份有限公司变更为有限责任公司（以完成相应的工商变更登记手续为准）。

截至本报告书出具之日，天津瑞懋被吊销《合伙企业营业执照》，为此天津瑞懋决定解散合伙企业并指定清算人。根据《中华人民共和国合伙企业法》的规定，天津瑞懋的清算人有权代表天津瑞懋从事清算范围内的活动。因此，天津瑞懋指定的清算人具有将天津瑞懋所持有的香榭丽股票作为清算资产变现的主体资格。天津瑞懋清算人承诺：天津瑞懋所持有的香榭丽 5.5106% 计 8,596,536 股股票权属清楚，不存在任何争议，且不存在任何质押、冻结、扣押等权利受限的情形，愿意将其所持有的香榭丽股权作为清算财产、由收购方按照此次收购的整体

交易方案以现金对价方式予以收购。天津瑞懋指定的清算人具有将天津瑞懋所持有的香榭丽股票作为清算资产变现的主体资格。

综上，本次交易所涉及的股权资产权属清晰，除本次交易尚需取得的批准、核准外，标的资产在约定期限内办理完毕权属转移手续不存在实质性法律障碍，不涉及债权债务处理事项，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

本次交易前，上市公司的主营业务为广告和报纸发行业务。

香榭丽传媒主要从事户外 LED 大型媒体开发与运营业务，本次交易后，粤传媒的业务内容将逐步丰富为包括户外 LED 广告在内的多渠道媒体，为公司逐步发展为中国领先的一流文化传媒集团的目标又迈进了一步。

通过本次交易，上市公司多元化经营战略得到有效实施，盈利能力、业务增长潜力以及抵御风险的能力都将有较大提升。

综上所述，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

（六）本次交易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

本次现金及发行股份购买资产的交易对方为独立于上市公司、控股股东及实际控制人的第三方，在本次交易前与上市公司及上市公司关联方之间不存在关联关系，且本次交易未构成上市公司控制权变更。

本次交易前，上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与控股股东、实际控制人及其关联人保持独立，信息披露及时，运行规范，未因违反独立性原则而受到中国证监会、中国证监会广东证监局及深交所的处罚。本次交易也不会导致上市公司的控制权及实际控制人发生变更，上市公司将继续在业务、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相关规定。

（七）本次交易有利于上市公司形成或者保持健全有效的法人治理结构

本次交易前，上市公司已按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规及中国证监会、深圳证券交易所的相关规定，在公司章程的框架下，设立了股东大会、董事会、监事会等组织机构并制定相应的议事规则，并建立了比较完善的内部控制制度，从制度上保证股东大会、董事会和监事会的规范运作和依法履行职责。

本次交易完成后，上市公司将依据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规的要求，根据实际情况对公司章程进行修订，并依法依规对董事会、监事会成员以及上市公司高管人员进行适当调整，以适应本次重组后的业务运作及法人治理要求，进一步保持并完善上市公司治理结构。

综上所述，本次交易前上市公司已形成健全有效的法人治理结构，本次交易不会对上市公司的法人治理结构造成不利影响。本次交易完成后上市公司将保持健全有效的公司法人治理结构。

二、本次发行股份购买资产符合《重组管理办法》第四十二条规定

根据《重组管理办法》第四十二条规定，上市公司发行股份购买资产，应当符合下列规定：

（一）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；有利于上市公司减少关联交易和避免同业竞争，增强独立性

1、本次交易事项有利于提高上市公司资产质量、改善上市公司财务状况和增强持续盈利能力

本次交易完成后，香榭丽将纳入上市公司的合并范围，上市公司的总资产和净资产规模均将得以提升。

交易对方承诺香榭丽 2013 年、2014 年及 2015 年实现的经审计的扣除非经常性损益后的净利润分别不低于 4,600 万元、5,683 万元、6,870 万元。若本次交易完成后盈利承诺顺利实现，则上市公司的盈利能力将大幅提升，竞争实力显著增强，从根本上符合上市公司及全体股东的利益。

本次交易完成后，上市公司的盈利能力预期将显著增强，同时随着业务协同效应的体现和产业链整合效应的凸显，未来上市公司的发展前景良好。具体分析参见本报告书“第九章 本次交易对上市公司的影响”的相关内容。

综上所述，本次交易有利于提高上市公司资产质量、改善上市公司财务状况和增强持续盈利能力。

2、本次交易有利于上市公司减少关联交易和避免同业竞争，增强独立性

本次交易完成后，上市公司的控股股东为广传媒，实际控制人为广州市文资办，实际控制人未发生变更。本次交易完成前，粤传媒同交易对方及其关联方不存在关联关系。

本次交易完成后，为避免同业竞争，减少和规范将来可能存在的关联交易，叶玫、埃得伟信、乔旭东出具了《避免同业竞争承诺函》，叶玫等 20 名交易对方出具了《规范和减少关联交易的承诺函》。具体参见“第十一章 同业竞争和关联交易 一、本次交易完成后，上市公司与交易对方的同业竞争和关联交易情况”。

综上，本次交易将有助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；同时在相关承诺得到有效执行的情况下，本次交易有助于避免同业竞争和规范、减少关联交易。

（二）上市公司最近一年及一期财务会计报告被注册会计师出具无保留意见审计报告

中天运对粤传媒 2011 年度、2012 年度、2013 年 1-6 月财务状况进行了审计，并出具了标准无保留意见的审计报告，本公司不存在最近一年及一期财务会计报告被注册会计师出具非标准无保留意见的情形。

（三）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

根据核查香榭丽的工商底档及交易对方出具的承诺函，交易对方各自持有的香榭丽的股权为最终和真实所有人，不存在以代理、信托或其他方式持有上述股权的协议或类似安排，其持有的上述股权也不存在质押或其他有争议的情况。

上市公司与交易对方在《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产协议》中明确约定：在本次交易获得中国证监会批准之日起的三十个工作日内，香榭丽应将其组织形式由股份有限公司变更为有限责任公司（以完成相应的工商变更登记手续为准）。

截至本报告书出具之日，天津瑞懋被吊销《合伙企业营业执照》，为此天津瑞懋决定解散合伙企业并指定清算人。根据《中华人民共和国合伙企业法》的规定，天津瑞懋的清算人有权代表天津瑞懋从事清算范围内的活动。因此，天津瑞懋指定的清算人具有将天津瑞懋所持有的香榭丽股票作为清算资产变现的主体资格。天津瑞懋清算人承诺：天津瑞懋所持有的香榭丽 5.5106% 计 8,596,536 股股票权属清楚，不存在任何争议，且不存在任何质押、冻结、扣押等权利受限的情形，愿意将其所持有的香榭丽股权作为清算财产、由收购方按照此次收购的整体交易方案以现金对价方式予以收购。天津瑞懋指定的清算人具有将天津瑞懋所持有的香榭丽股票作为清算资产变现的主体资格。

综上所述，上市公司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。

（四）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

本次交易拟收购的香榭丽传媒与上市公司现有主营业务收入均以广告为主。本次交易完成后，上市公司与香榭丽传媒均能利用对方的相对优势，充分发挥协同效应，实现主营业务跨越式发展。

本次交易对方与上市公司控股股东、实际控制人均不存在关联关系。本次交易完成后，上市公司的控制权不会发生变更。根据《现金及发行股份购买资产协议》，本次交易向交易对象发行股份的数量为 33,196,374 股，占本次发行后上市公司的总股本的 4.58%，本次发行股份数量占本次发行后上市公司总股本的比例低于 5%。公司本次拟购买的资产的交易金额为 4.5 亿元，不低于 1 亿元人民币。

综上所述，本次交易符合《重组管理办法》第四十二条的规定。

三、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说明

粤传媒不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的不得非公开发行股票情形：

（一）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；

（二）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；

（三）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；

（四）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；

（五）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；

（六）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；

（七）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。

第八章 董事会对本次交易定价的依据及公平合理性的分析

一、本次交易标的的定价依据

本次交易标的资产的交易价格参考具有证券业务资格的评估机构中企华评估出具的《评估报告》中确认的评估值，经交易各方协商确定。中企华分别采取了收益法和市场法对香榭丽传媒 100% 股权进行评估，并最终选用收益法评估结果作为最终评估结果。

根据中企华出具的中企华评报字（2013）第 3473 号《评估报告》，截至评估基准日 2013 年 6 月 30 日，在持续经营前提下，香榭丽传媒经审计的账面净资产为 26,316.76 万元，采用收益法评估后的净资产价值为 45,098.96 万元，增值额为 18,782.20 万元，增值率 71.37%。上述资产的具体评估情况请参见“第四章 交易标的基本情况 八、香榭丽传媒的估值情况”及香榭丽传媒的《评估报告》。经交易各方确认，香榭丽传媒 100% 股权的交易作价为 45,000 万元。

二、本次发行股份定价合理性分析

本次向叶玫等 17 名交易对方发行股份的价格为 10.92 元/股，不低于上市公司第八届董事会第五次会议决议公告前 20 个交易日（即 2013 年 8 月 8 日至 2013 年 9 月 4 日）股票交易均价（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）。

在本次发行的定价基准日至发行日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，将按照深交所的相关规则对上述发行价格和数量作相应调整。调整公式为：

调整后发行价格 = (定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易均价 - 每股现金分红金额) ÷ (1 + 转增或送股比例)

调整后发行股份数 = 原发行股份数 × 原发行价格 ÷ 调整后发行价格

本公司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 个交易日股票交易均价”的规定，不存在损害本公司和股东利益的情形。

三、交易标的定价的公允性分析

（一）从相对估值角度分析香榭丽定价合理性

1、本次香榭丽 100% 股权权益作价市盈率、市净率

本次香榭丽传媒 100% 股权作价 45,000 万元。根据中天运出具的《审计报告》和《盈利预测审核报告》，香榭丽 2012 年实现净利润 3,695.35 万元，2013 年预测的净利润 4,553.26 万元，相对估值水平如下：

项目	2013 年预测	2012 年度
净利润（万元）	4,553.26	3,695.35
扣除非经常损益净利润（万元）	4,599.99	3,980.71
交易作价（万元）	45,000.00	45,000.00
标的资产市盈率（对应净利润）	9.88	12.18
标的资产市盈率（对应扣非后净利润）	9.78	11.30
标的资产的市净率（倍）（注）	1.71	1.72

注：2013 年市净率计算中净资产采用 2013 年 6 月 30 日数据。

2、可比同行业上市公司市盈率、市净率

本报告书邻近日 2013 年 10 月 15 日，同行业上市公司估值情况如下：

证券代码	证券简称	静态市盈率	动态市盈率	市净率
000917.SZ	电广传媒	33.22	37.72	4.83
002400.SZ	省广股份	78.10	52.76	11.26
300058.SZ	蓝色光标	121.88	68.26	20.89
600088.SH	中视传媒	162.29	64.06	6.97
600633.SH	浙报传媒	112.08	50.26	24.11
600880.SH	博瑞传播	58.08	46.88	7.36
平均值		94.28	53.32	12.57
标的资产（对应净利润）		12.18	9.88	1.71
标的资产（对应扣非后净利润）		11.30	9.78	

数据来源：Wind 资讯

注 1：静态市盈率=当日收盘价/该公司 2012 年每股收益

注 2：动态市盈率=当日收盘价/预测该公司 2013 年每股收益

注 3：市净率=当日收盘价/该公司的 2012 年 12 月 31 日每股净资产

本重组报告书邻近日 2013 年 10 月 15 日，本公司同行业上市公司平均静态市盈率为 94.28 倍，动态市盈率为 53.32 倍。本次交易对价的静态市盈率为 12.18 倍、动态市盈率为 9.88 倍，均显著低于行业平均水平。

本重组报告书邻近日 2013 年 10 月 15 日同行业上市公司市净率为 12.57 倍。本次交易对价的市净率为 1.71 倍，低于同行业上市公司水平。本次交易的定价具有合理性，有利于提升和保护股东利益。

（二）结合上市公司的市盈率、市净率水平分析本次香榭丽定价的公允性

本公司 2012 年度实现每股收益 0.40 元，截至 2012 年 12 月 31 日每股净资产为 5.21 元。按定价基准日口径，根据本次发行股份价格 10.92 元计算，本次上市公司发行股份的静态市盈率为 27.30 倍，市净率为 2.10 倍。

本次交易中标的资产作价以 2012 年净利润计算的 12.18 倍、以 2013 年预测利润计算的动态市盈率为 9.88 倍，均显著低于粤传媒本次交易前的市盈率。按照本次交易定价基准日 2013 年 6 月 30 日香榭丽传媒的净资产计算，本次交易市净率为 1.71 倍，也低于粤传媒估值水平。

综上所述，本次交易作价合理、公允，充分保护了上市公司全体股东，尤其是中小股东的合法权益。

（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

本次交易将显著增强上市公司的盈利能力和持续发展能力，具体影响见“第九章 本次交易对上市公司的影响”。因此，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，交易标的定价是合理的。

四、董事会对本次交易评估事项意见

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、本次现金及发行股份购买资产的资产评估机构北京中企华资产评估有限责任公司具有证券业务资格。北京中企华资产评估有限责任公司及其经办评估师与公司、交易对方、标的公司，除业务关系外，无其他关联关系，亦不存在除专业收费外的现实的及预期的利益或冲突，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。北京中企华资产评估有限责任公司采用了收益法和资产基础法两种评估方法分别对香榭丽传媒 100% 股权价值进行了评估，并最终选择了收益法的评估值作为本次评估结果。本次资产评估工作按照国家有关法规与行业规范的要求，遵循独立、客观、公正、科学的原则，按照公认的资产评估方法，实施了必要的评估程序，对香榭丽传媒 100% 股权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、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。

5、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标的公司实际情况，预期各年度收益和现金流量评估依据及评估结论合理。综上所述，公司本次交易所选聘的评估机构具有独立性，评估假设前提合理，评估方法与评估目的的相关性一致，出具的资产评估报告的评估结论合理，评估定价公允。

五、独立董事对本次交易评估事项的意见

作为公司的独立董事，本着对公司及全体股东负责的态度，按照实事求是的原则，基于独立判断的立场，在仔细审阅了包括《广东广州日报传媒股份有限公司现

金及发行股份购买资产报告书（草案）》及其《摘要》及相关审计、评估报告等在内的本次现金及发行股份购买资产方案的相关材料后，经审慎分析，根据《深圳证券交易所股票上市规则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《广东广州日报传媒股份有限公司章程》（下称“公司章程”）的有关规定，针对本次交易审计、评估相关事项发表如下独立意见：

1、本次交易聘请的审计机构与评估机构具有相关资格证书与从事相关工作的专业资质；该等机构与公司及本次交易对象之间除正常的业务往来关系外，不存在其他的关联关系；该等机构出具的审计报告与评估报告符合客观、独立、公正、科学的原则。

2、评估机构对标的资产进行评估的过程所采用的假设前提参照了国家相关法律、法规，综合考虑了市场评估过程中通用的惯例或准则，其假设符合标的资产的实际情况，假设前提合理。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。本次交易公司拟购买标的资产的交易价格以评估值为依据协商确定，定价依据与交易价格公允。

第九章 本次交易对上市公司的影响

一、本次交易前上市公司财务状况和经营成果

根据上市公司已公告的财务报告及本次中天运出具的审计报告，本公司最近两年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项 目	2013年6月30日	2012年12月31日	2011年12月31日
资产总额	401,560.21	408,780.02	384,609.32
负债总额	34,336.17	47,795.14	50,123.67
归属于母公司所有者权益合计	366,415.56	360,222.63	333,688.18
项 目	2013年1-6月	2012年	2011年
营业收入	75,933.59	188,073.29	187,799.11
营业利润	12,977.01	27,633.19	37,589.26
利润总额	13,050.04	27,631.60	37,881.74
归属于上市公司股东的净利润	13,112.96	27,568.30	37,227.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	13,046.04	18,010.90	1,002.33
项 目	2013年1-6月	2012年	2011年
经营活动产生的现金流量净额	25.27	30,384.06	37,646.53
投资活动产生的现金流量净额	-7,058.87	7,270.70	-77,797.37
筹资活动产生的现金流量净额	-6,920.03	-1,549.65	-4,802.39
现金及现金等价物净增加额	-13,953.63	36,105.12	-44,953.22
项 目	2013年1-6月	2012年	2011年
归属于上市公司股东的每股净资产（元）	5.30	5.21	4.82
资产负债率	8.55%	11.69%	13.03%
基本每股收益（元）	0.19	0.40	0.54
加权平均净资产收益率	3.59%	7.96%	11.77%
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.01	0.44	1.08

注：上述数据均是合并财务报表数据，以下分析如无特殊说明，均是以合并财务报表

数据为基础进行分析。

（一）本次交易前公司财务状况分析

1、资产结构分析

单位：万元

项目	2013年6月30日		2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产合计	207,196.05	51.60%	218,752.96	53.51%	173,102.82	45.01%
货币资金	151,275.03	37.67%	165,228.66	40.42%	120,123.54	31.23%
应收票据	163.49	0.04%	281.42	0.07%	191.82	0.05%
应收账款	33,872.24	8.44%	28,342.09	6.93%	29,433.49	7.65%
预付款项	1,224.91	0.31%	2,266.03	0.55%	4,992.88	1.30%
应收利息	2,763.15	0.69%	1,935.95	0.47%	803.80	0.21%
其他应收款	3,962.61	0.99%	4,148.00	1.01%	3,910.97	1.02%
存货	12,764.81	3.18%	14,584.73	3.57%	13,120.96	3.41%
其他流动资产	1,169.81	0.29%	1,966.08	0.48%	510.62	0.13%
非流动资产合计	194,364.16	48.40%	190,027.06	46.49%	211,506.49	54.99%
持有至到期投资	90,750.53	22.60%	90,449.20	22.13%	102,297.33	26.60%
长期股权投资	10,638.44	2.65%	10,849.43	2.65%	11,270.41	2.93%
投资性房地产	5,766.64	1.44%	5,570.45	1.36%	5,708.91	1.48%
固定资产	72,704.26	18.11%	76,885.18	18.81%	85,768.45	22.30%
在建工程	8,678.71	2.16%	86.19	0.02%	298.88	0.08%
无形资产	4,393.69	1.09%	4,645.47	1.14%	5,179.64	1.35%
长期待摊费用	22.21	0.01%	53.35	0.01%	171.69	0.04%
递延所得税资产	1,409.69	0.35%	1,287.80	0.32%	811.19	0.21%
其他非流动资产	-	-	200.00	0.05%	-	-
资产总计	401,560.21	100.00%	408,780.02	100%	384,609.32	100%

本公司 2011 年末、2012 年末、2013 年 6 月 30 日资产总额分别为 384,609.32 万元、408,780.02 万元和 401,560.21 万元。2013 年 6 月 30 日资产规模相对 2011 年末增加了 4.41%。

2、负债结构分析

单位：万元

项目	2013年6月30日		2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	比例	金额	比例(%)	金额	比例(%)
流动负债合计	33,987.68	98.99%	47,379.81	99.13	49,676.90	99.11
其中：应付票据	76.83	0.22%	526.15	1.10	1,731.83	3.46
应付账款	11,846.22	34.50%	14,708.71	30.77	13,096.15	26.13
预收款项	16,399.31	47.76%	17,491.72	36.60	19,345.65	38.60
应付职工薪酬	4,156.78	12.11%	7,489.37	15.67	7,905.06	15.77
应付股利	141.62	0.41%	141.62	0.30	697.09	1.39
应交税费	-4,333.18	-12.62%	-3,889.10	-8.14	-3,619.41	-7.22
其他流动负债	2,248.99	6.55%	2,256.09	4.72	1,743.31	3.48
其他应付款	3,451.11	10.05%	8,655.26	18.11	8,777.21	17.51
非流动负债合计	348.50	1.01%	415.33	0.87	446.77	0.89
预计负债	3.51	0.01%	5.00	0.01	-	-
递延所得税负债	45.97	0.13%	47.36	0.10	50.15	0.10
其他非流动负债	299.02	0.87%	362.96	0.76	396.62	0.79
负债合计	34,336.17	100.00%	47,795.14	100.00	50,123.67	100.00

本公司2011年末、2012年末、2013年6月30日负债总额分别为50,123.67万元、47,795.14万元和34,336.17万元，流动负债占比超过99%。2013年6月30日负债规模相对2011年末略有下降，公司债务负担较轻。

3、现金流状况分析

单位：万元

项目	2013年1-6月	2012年	2011年
经营活动产生的现金流量	25.27	30,384.06	37,646.53
投资活动产生的现金流量	-7,058.87	7,270.70	-77,797.37
筹资活动产生的现金流量	-6,920.03	-1,549.65	-4,802.39
现金及现金等价物净增加	-13,953.63	36,105.12	-44,953.22
销售商品提供劳务收到的现金/营业收入	103.35%	103.40%	124.78%
经营活动产生的现金流量净额/营业收入	0.03%	16.16%	20.05%

4、偿债能力分析

项目	2013年6月30日	2012年12月31日	2011年12月31日
资产负债率	8.55%	11.69%	13.03%
流动比率	6.10	4.62	3.48
速动比率	5.68	4.26	3.12

（二）本次交易前公司经营成果分析

单位：万元

项目	2013年1-6月	2012年	2011年
营业总收入	75,933.59	188,073.29	187,799.11
营业成本	47,790.74	119,368.54	106,191.06
营业税金及附加	1,289.49	7,547.80	10,547.48
销售费用	12,986.26	26,822.13	27,145.52
管理费用	4,793.38	14,239.29	13,995.44
财务费用	-2,297.59	-3,476.43	-2,290.38
资产减值损失	437.34	1,020.04	-987.92
投资收益	2,043.04	5,081.27	4,391.35
营业利润	12,977.01	27,633.19	37,589.26
营业外收入	131.19	243.77	450.91
营业外支出	58.16	245.36	158.43
利润总额	13,050.04	27,631.60	37,881.74
净利润	13,159.19	27,533.08	37,270.68
归属于母公司股东净利润	13,112.96	27,568.30	37,227.87
加权平均净资产收益率	3.59%	7.96%	11.77%

二、标的公司行业特点和经营情况的讨论与分析

（一）标的资产所属行业的基本情况

1、标的资产所属行业

（1）标的资产行业分类

本次交易标的香榭丽传媒的主营业务为户外大型 LED 媒体开发与运营业务，根据国家统计局 2012 年 7 月发布的行业分类标准《文化及相关产业分类(2012

年)》，属于文化创意产业中的广告行业，细分子行业为户外广告行业。根据中国证监会 2012 年 10 月 26 日发布的《上市公司行业分类指引》(2012 年修订)，香榭丽传媒属于“租赁和商务服务业”之“L72 商务服务业”。

（2）行业概述

广告是利用各种广告媒介，运用视觉化、形象化的方式将信息传递给受众的过程，通过广告形象、语言文字等创意形式表现主题内容，最终实现特定的商业目的。广告行业是指提供广告服务，接受客户委托，专业从事品牌规划、品牌策划、广告调研、策划、创意、设计、制作和广告代理发布等各种服务并从中获取利润的专门化行业。广告产业是现代服务业和文化产业的重要组成部分，为企业塑造品牌、展示形象、促进发展、引导消费等方面发挥积极作用。

户外广告是指设置在户外的广告，其在露天或室外的公共场所向公众传递信息、推广服务或商品的一种常见的广告形式。户外广告在促进市场流通、引导大众消费、美化城市空间、营造都市氛围等方面一直发挥着重要的作用，对城市的形象影响大，是城市形象的重要展现的形式之一。户外广告的常见种类有：路牌广告、广告牌、招牌广告、公共交通广告、霓虹灯广告、灯箱广告、户外 LED 广告屏等表现形式。其中，路牌广告、广告牌、招牌广告、灯箱广告属于较传统的户外广告，其受到较多的限制，如可视距离有限、画面单一、无法联网控制、难以实现与受众互动等原因，这类的户外广告已经无法满足广告主时下的市场需求。随着网络、手机等新媒体的迅猛发展以及互动化、社交化、数字化媒体越来越普及，消费者的媒体接触习惯发生了新的变化，越来越多的消费者开始接触并使用新媒体。

2、行业基本情况

（1）行业管理体制和法律法规

①广告行业的管理体制

综观我国广告行业的管理体制，属于实行政府监管与行业自律相结合的管理体制。户外 LED 大屏媒体广告属于广告行业中的一个细分领域，户外 LED 大屏媒体运营商在进行户外 LED 屏的开发建设和提供营销服务过程中，根据当地政府部门要求，需要涉及当地的城市建设、社会保障、新闻出版、环境保护等行政管理部门和有关职能部门的监督。

A. 广告经营许可

我国实施广告经营许可管理制度。1987年12月1日起施行的《广告管理条例》规定，经营广告业务的单位应当向工商行政管理机关申请，分别情况办理审批登记手续，其中对于专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》。

2005年1月1日起施行的《广告管理条例实施细则》明确，设立经营广告业务的企业，向具有管辖权的工商行政管理局申请办理企业登记，发给营业执照。

有鉴于此，专营广告经营的企业在《企业法人营业执照》中明确广告经营的经营范围后，即可从事相应的广告经营活动。

B. 户外LED广告设置许可

由于国家对户外LED广告屏的相关行政法规仍在修改完善当中，我国大部分城市都各自出台了针对户外电子显示屏的设置管理规范，故此目前户外LED屏广告运营商仍需要取得当地相关的政府部门的行政许可，如北京市需要经过公安交通管理部门、广播电视管理部门取得；上海市需要经过市容环境卫生管理局、城市规划管理部门取得；广州市需要经过城市管理行政主管部门、城市管理综合执法机关取得等。

C. 户外LED广告发布许可

根据《户外广告登记管理规定》，利用户外场所、空间、设施发布的，以展示牌、电子显示装置、灯箱、霓虹灯为载体的广告，应当依照该规定向工商行政管理机关申请户外广告登记，领取《户外广告登记证》。此外，对某些特定的商品广告，需由有关的行政主管部门对广告内容进行审查，例如农药广告内容需要经过农业行政主管部门的审查，药品广告内容需要经过当地的药品监督管理部门的审查。

②行业主管部门

国家工商行政管理总局

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。

中华人民共和国住房和城乡建设部

负责研究拟订城市建设的政策、规划并指导实施，指导城市市政公用设施建设、安全和应急管理。其中，下设机构城市建设司，主要负责拟订城市建设和市政公用事业的发展战略、中长期规划、改革措施、规章；指导城市市政设施、园林、市容环境治理、城建监察等工作；

除国家工商行政管理总局和住房和城乡建设部外，户外 LED 屏媒体运营商在进行业务过程中，根据当地政府颁布的户外电子显示屏的设置管理规范，可能还需要经过当地的市容环境卫生管理部门、城市规划管理部门、公安交通管理部门、广播电视管理部门、城市管理综合行政执法部门等政府部门对城市建设、环境保护等方面的监督。此外，食品药品监管部门需要对食品、药品、医疗器械广告的发布进行监管；农业行政部门对农药、兽药广告的发布进行监管等。

③行业自律组织

中国广告协会

中国广告协会是我国广告行业的自律组织。成立于 1983 年 12 月，是国家工商行政管理总局直属事业单位，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。

中国商务广告协会

中国商务广告协会原为中国对外经济贸易广告协会，成立于 1981 年，是我国最早成立的第一个全国性广告行业组织。后经商务部和民政部批准，中国对外经济贸易广告协会正式更名为中国商务广告协会。是除中国广告协会外的另一行业自律组织。

中国 4A 协会

中国 4A 是中国商务广告协会综合代理专业委员会的简称，成立于 2006 年 3 月，主管部委是中华人民共和国商务部，法源归属中国商务广告协会。是在国内从事经营活动的外资及本土大型综合性广告公司共同组成的行业自律组织，也是中国广告代理商的高端组合。其宗旨是通过举办培训与各种相关活动，加强本土企业与国外同行间的合作与交流，建立规范的广告经营秩序，抵制不正当竞争，推进中国广告

业逐步向符合国际惯例的广告代理制迈进。

④ 行业相关法律法规

随着广告法制建设的日趋深入，中国的广告行业的法律体系已初步形成了以《中华人民共和国广告法》为核心和主干，以《广告管理条例》为必要补充，以国家工商行政管理局单独或会同有关部门制定的行政规章和规定为操作依据，以地方性法规，行政规章为实际针对性措施的多层次法律体系，其位阶涵括了法律、行政法规、地方性法规、规章。

A. 广告行业主要法律和行政法规

我国关于广告的行政管理方面的基本法律主要是 1994 年 10 月通过的《中华人民共和国广告法》，主要规定了广告准则、广告活动、广告审查和法律责任。其中对户外广告的规定主要涉及第 32 条和第 33 条，规定了户外广告的设置规划和管理办法的制定主体。

另外，国务院于 1987 年颁布的《广告管理条例》，规定了户外广告的设置、规划，细化了户外广告的管理主体之间的分工。此外，国务院分别在 1992 年和 1993 年颁布了《城市市容和环境卫生管理条例》、《村庄和集镇规划建设管理条例》等行政法规专门规范户外广告设置。

B. 户外 LED 大屏广告主要的地方性规章

我国目前对户外广告的管理体系主要体现在国家工商行政管理局制定的规章，如国家工商行政管理局 2004 年修订的《广告管理条例实施细则》，2006 年发布的《户外广告登记管理规定》等，加强了对户外广告牌的设置管理。

此外，为了创造整洁的城市环境，促进户外广告牌行业的有序发展，针对户外 LED 广告大屏的设置管理，我国大部分城市都相继各自出台了针对户外电子显示屏的设置管理规范，如 2004 年 8 月北京市人民政府颁布的《北京市户外电子显示屏设置规范》、2004 年 12 月上海市人民政府颁布的《上海市户外广告设施管理办法》、2010 年 8 月广州市政府颁布的《广州市户外广告和招牌设置管理办法》、2006 年 9 月深圳市规划局颁布的《深圳市户外广告设置指引》、2009 年 7 月珠海市政府颁布的《珠海市户外广告设施设置管理条例实施细则》等，明确了户外电子显示屏应当按照统一规划设置。

⑤ 广告行业主要政策

在当前竞争激烈的市场经济下，广告行业对扩大需求、有序竞争、企业发展以及经济增长均起到推动作用。我国近年来对广告行业的主要政策如下：

2006年9月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》中提出发展广告业等9个重点文化产业，文中指出“发挥各类媒体的作用，积极促进广告业的健康发展，努力扩大广告产业规模，提高媒体广告的公信力，广告营业总额有较快增长。”

2007年3月，国务院发布的《国务院关于加快发展服务业的若干意见》（国发[2007]7号）中指出要充分认识和加快发展服务业的重大意义。

2008年4月，国家工商行政管理总局、国家发展和改革委员会联合发布的《关于促进广告业发展的指导意见》（工商广字[2008]85号）中指出要充分认识促进广告业发展的重要意义，并提出要“依据国家促进服务业发展的政策，制定和落实相关支持和鼓励发展广告策划、创意、制作及服务的政策措施。”

2009年9月，国务院通过的《文化产业振兴规划》中提出“发展重点文化产业。以文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等产业为重点，加大扶持力度，完善产业政策体系，实现跨越式发展。”

2011年3月，国家发展和改革委员会发布的《产业结构调整指导目录（2011年本）》（发展改革委令2011第9号）已把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类，这是广告业第一次享受国家鼓励类政策，这为广告业日后的发展提供了强有力的政策支持依据和保障。

2012年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》，提出“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。”

2012年4月，国家工商总局印发布《关于推进广告战略实施的意见》，提出“到2020年，把我国建设成为广告创意、策划、设计、制作、发布、管理水平达到或接近国际先进水平的国家。”

2012年6月，国家工商总局印发《广告产业发展“十二五”规划》，其中重点

任务提出“……提升中小型广告企业的专业化水平。积极扶持资质好、潜力大、有特色、经营行为规范的中小型广告企业，发挥其市场反应快捷灵活等优势，促其向专、精、特、新方向发展，不断扩大国内外广告市场的占有份额……鼓励开发新的广告发布形式，运用新的广告载体……”

（2）标的公司所处行业发展概况

①我国广告行业发展概况

A. 我国广告行业发展现状

改革开放三十多年来，中国广告业发展经历了恢复期、成长期、高速增长期，进入持续稳定发展的阶段。中国广告产业化规模逐渐形成，广告业的价值链已经形成，并且在产业组织发挥着越来越重要的作用。根据国家工商行政管理总局发布的历年中国广告业统计数据显示，2012年我国广告业营业额达到4,698.28亿元，创造了我国自广告业恢复以来的最大增加值，同比上涨幅度达到50.32%，创造了自1993年以来最大增幅。

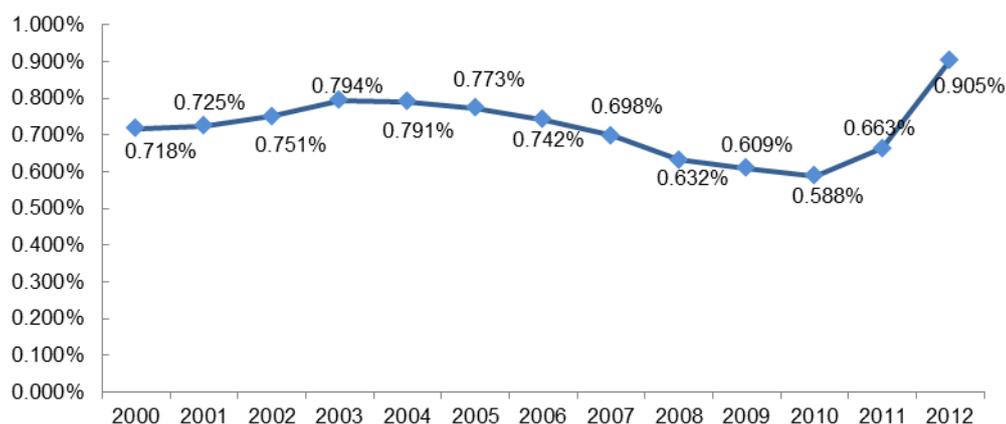
2008-2012年我国广告业营业额及增长率



数据来源：国家工商行政管理总局

2012年我国广告营业额在GDP中的占比首次突破0.9%，达到0.905%，相比2011年大幅增长0.242%。

2000年以来我国广告业营业额占GDP比重（%）



数据来源：国家工商行政管理总局

2012年全国广告经营单位共有377,778户，较上年增长27.41%；广告行业从业人员达2,177,840人，增长30.14%。

2011-2012年全国广告经营情况

项目	2012年	2011年	增长率(%)
一、户数(户)	377,778	296,507	27.41
二、从业人员(人)	2,177,840	1,673,444	30.14
三、广告经营额(万元)	46,982,791	31,255,529	50.32

数据来源：《2012年中国广告业统计数据报告》

2012年在各类别广告的投放中，排在前五位的是化妆品、汽车、房地产、食品及服务业。与2011年相比，化妆品和房地产的座次调换，前者无论是增长幅度（141.6%）还是投放金额（509.58亿元）都稳居第一；虽然汽车的投放金额依旧排在第二位，但增幅已经从2011年的73.84%下滑至41.79%，环保和市场的双重调控对汽车企业造成的影响逐步显现；相比之下，食品的增幅达到了48.89%，和服务业（55.76%）一同稳步上升。

2011-2012年各行业广告投放额分布

项目	2012年(万元)	2011年(万元)	增长(%)
化妆品	5,095,779	2,109,165	141.60
汽车	4,371,682	3,083,117	41.79
房地产	4,080,313	3,393,293	20.25
食品	3,797,050	2,550,307	48.89
服务业	3,568,289	2,290,853	55.76
药品	2,660,587	1,950,267	36.42
家用电器	2,050,889	1,403,375	46.14
酒类	1,714,081	1,040,949	64.67

信息产业	1,645,559	1,128,135	45.87
医疗服务	1,525,903	1,518,937	0.46

数据来源：《2012年中国广告业统计数据报告》

作为全国唯一一个破千亿的行政区域，2012年北京广告行业的经营额达到1807.61亿元，占到全国广告行业营业额的38.47%，占到北京市2012年GDP的10.15%。上海（437.89亿元，占本地GDP的2.2%）、广东（466.31亿元，占本地GDP的0.9%）、江苏（436.21亿元，占GDP的0.8%）以及浙江（236.14亿元，占本地GDP的0.7%）等广告重镇，亦为广告行业的发展贡献了不小的力量。

在广告大省的带动下，2012年全国各地的广告营业额都出现了不同幅度的增长，只有河北省、陕西省和新疆地区出现了负增长。其中内蒙古、河南、广西和辽宁等二三线地区的增长势头最猛，前三者的增长幅度都超过100%，这与当地市场发展环境和政府对广告产业的大力支持密不可分，特别是根据国家工商总局《广告产业发展“十二五”规划》要求，各地国家级广告产业示范区相继启动或启用，极大的带动了当地广告业的发展。

2011-2012年全国各地广告市场情况

地区	2012年营业额（亿元）	2011年营业额（亿元）	增长幅度（%）
北京	1807.61	809.62	123.27
广东	466.31	373.66	24.80
上海	437.89	437.69	0.05
江苏	436.21	249.89	74.56
浙江	236.14	220.55	7.07
山东	176.39	118.01	49.47
天津	140.09	122.40	14.45
福建	120.29	110.18	9.17
湖南	115.13	104.31	10.38
四川	102.70	75.12	36.71
辽宁	95.48	51.63	84.93
安徽	82.09	69.59	17.95
河南	81.79	35.56	129.99
湖北	62.55	55.42	12.88
黑龙江	42.65	34.75	22.76
重庆	37.55	33.96	10.59
江西	35.03	32.32	8.38
吉林	34.34	28.46	20.67
云南	34.32	29.48	16.42
山西	34.06	30.86	10.38

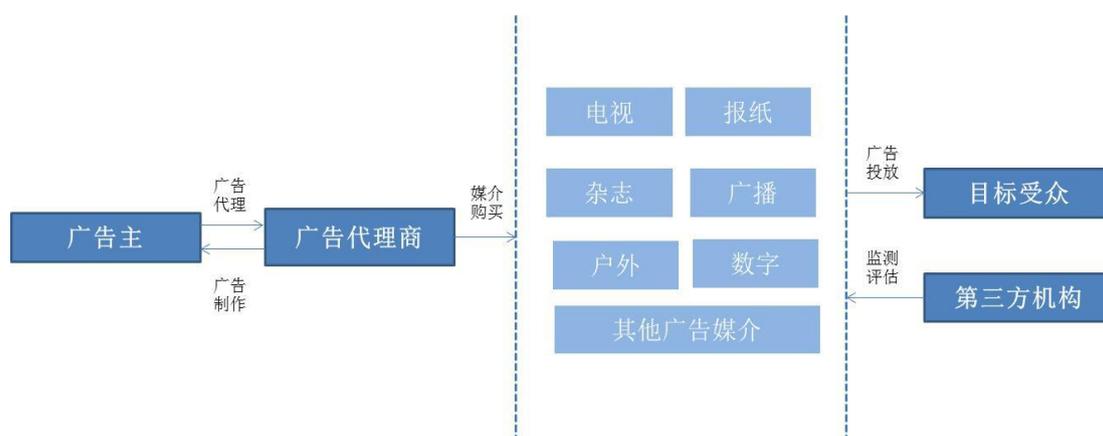
内蒙古	30.63	13.43	128.05
陕西	16.71	20.47	-18.37
贵州	13.65	9.65	41.47
海南	13.44	10.09	33.13
广西	11.62	5.61	107.16
甘肃	9.05	8.79	2.97
新疆	7.61	13.09	-41.91
河北	7.25	11.74	-38.24
青海	4.12	3.80	8.38
宁夏	3.32	3.16	5.15
西藏	2.26	2.26	0.10

数据来源：《2012 年中国广告业统计数据报告》

B. 广告行业产业链

广告产业链是指以现代传媒技术为基础、满足不同参与主体需要而建立的跨领域相互衔接的共同获取利润的产业链条。广告行业参与主体包括：广告主、广告代理商、广告媒介、目标受众和第三方机构等。其中，广告主是指在商业过程中，出于自身营销需要，通过购买获取相应的广告资源，并将自身的商品广告信息传递给受众的企业；广告代理商是指服务于广告主，为其进行营销策划、广告制作、媒介购买等工作的代理机构，广告代理商通过收取广告费用、支付媒介使用费用来赚取差价；广告媒介作为广告主和目标受众的沟通渠道，包括电视、报纸、杂志、广播、户外、数字等多种形式；目标受众是指在商业过程中接受广告信息的人群；第三方机构是指对广告播放情况进行监测以及对广告投放效果进行评估的专业机构。

广告行业产业链



媒介是广告产业链中最重要的一环，媒介的新旧交替，新技术的冲击，将引发广告行业的巨大变革。广告媒介作为广告传播的渠道，通常占据整个产业链 80%

以上的价值。媒介更迭的基础是科技以及用户习惯的转移。在数字技术户外传播、网络传播的大背景下，广告业谋求更好的生存与发展，将做出生存形态、传播形态乃至观念形态的重大调适与改变。广告是一个动态的发展过程，随着社会营销环境和传播环境的变化，广告的生存形态与传播形态也将会发生改变，

C. 广告各媒介的发展情况

广告的媒介类型主要包括电视、报纸、杂志、广播、户外以及数字等。

电视是最大的广告媒体，原因在于电视是受众最多和接触时间最长的媒体，电视节目类型的多样性也使得各种产品都能针对其潜在客户找到有效的投放时段。

报纸是最有计划性的稳定的媒体。从职业和教育程度来看，阅读报纸的阶层可以说是媒体中幅度最广泛的。以不同阶段读者的资料为基础，报纸广告要实施地域性的计划就变得容易，而且报纸以定期订阅者为主要对象，配送地域明确。

杂志的长处在于它是被读者特意选购的。杂志读者的可靠性是使用杂志媒体的优势，阅读杂志的读者已经处在该杂志的影响之下，登载在杂志上的报道和读者之间的关系，比起其他的媒体更为自然。

广播的特性首推时效性。广播具有的这个特性，在广告方面通过适时的广播广告被有效地利用了，但广播广告面临受众群体规模的制约，难以高速发展。

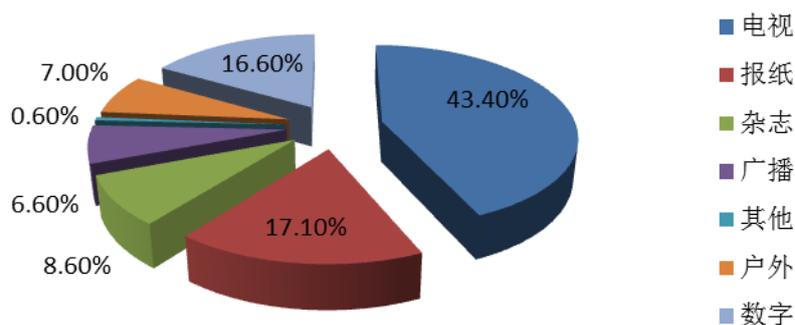
户外广告媒介的优点是对地区和消费者选择性强、传真度高，费用较低，具有一定的强迫诉求性质。新的广告形式在最近几年中纷纷涌现。而其中最突出的是显示屏和新地点的结合，如户外 LED 大屏、楼宇液晶、移动电视（地铁，公交车、出租车上）等。

数字广告是指呈现广告内容的载体是数字媒体，也就是俗称的流媒体。数字媒体的出现使广告目标产生了基本而又重要的变化。网络技术让广告以其独特的方式提供了一系列双向沟通和测量的可能性。

2012 年电视广告份额为 43.3%，仍然遥遥领先于其他媒介，2.9%的同比增长率与广告增长率的平均水平 3.1%基本持平，说明电视广告的优势地位短期将难以撼动。报纸媒介的广告市场份额为 17.1%，仅次于电视排在第二位，但与 2011 年相比，广告费用下降了 5.3%，预计报纸媒介未来的广告投放总额将进一步下滑。同报纸

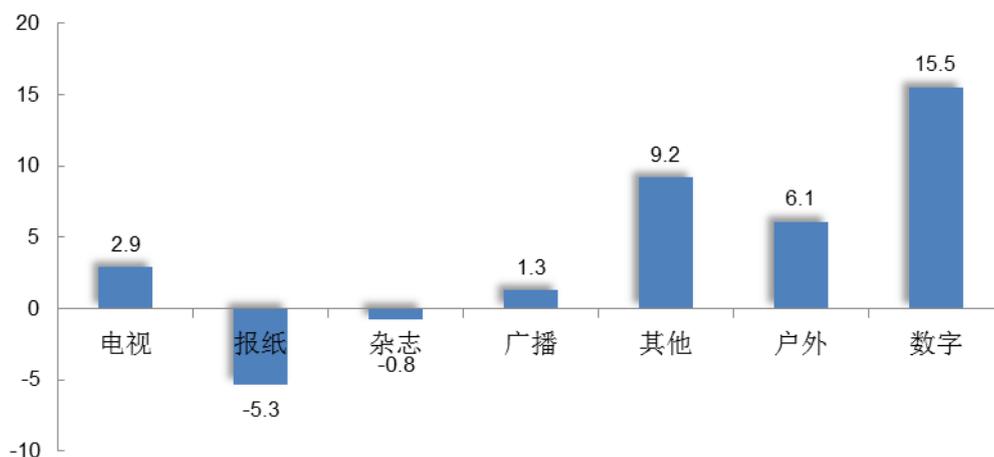
一样，杂志媒体广告不容乐观。杂志媒体 2012 年市场占有率为 8.6%，名列第四，但增长率为负值。数字媒介以 16.6% 的市场份额暂列第三位，但其 15.5% 的年增幅在所有媒介中列第一。广播媒介的发展速度比较平稳，目前广告市场份额为 6.6%，增速为 1.3%。户外媒介发展迅速，目前广告市场份额为 7.0%，2012 年户外媒介广告增速为 6.1%，超过平均水平近一倍。

2012 年各媒介广告市场份额



数据来源：《2013 年户外移动数字媒体发展趋势蓝皮书》

2012 年各媒介广告增长率 (%)



数据来源：《2013 年户外移动数字媒体发展趋势蓝皮书》

②我国户外广告行业发展概况

户外广告，是指在露天或者室外的公共场所向公众传递信息、推广某种精神或者商品的一种很常见的广告形式，是城市广告的典型代表。传统户外广告通常指在城市道路、公路、铁路两侧、城市轨道交通线路的地面部分、河湖管理范围和广场、建筑物上，以灯箱、霓虹灯、电子显示装置、展示牌等为载体形式和交通工具上设置的商业广告。

近年来，户外广告市场发展迅速，不仅体现在行业规模的不断扩大上，还体现在新兴户外媒体形式的快速推出及被市场认可与接受上。户外广告突破了形式单一的广告牌类型，出现了更多的新型户外媒体——公交广告、候车亭广告、地铁站广告、电梯广告、高立柱广告、LED 大屏幕广告等。

随着大众传播渠道竞争加剧，户外广告竞争也逐渐浮出水面。一方面，户外广告以较低的成本和较好的传播效果赢得了广告客户和广告公司的青睐；另一方面，户外广告开发和经营丰厚的利润潜力使得户外广告成为广告公司的热门的经营项目，专业运营户外广告的广告公司迅猛进行资本运作，依托其强大的资金支持及社会背景不断开发新的户外广告形式。

A. 户外广告传播特点

户外广告与电视、报刊、网络等其他广告形式都是通过一定的媒介推销产品或承揽服务的一种促销形式，但是户外广告又有以下特点：

第一，户外广告持久性强。户外广告是持久地、全天候发布，发布周期通常为半年或一年，持续不断地传播广告信息。匆匆赶路的消费者可能因为对广告的随意一瞥而留下一定的印象，通过反复多次而留下较深的印象。

第二，户外广告到达率高。通过策略性的媒介安排和分布，户外广告能创造出理想的到达率。近几年来户外广告特别是房地产、邮电通讯、金融、服务和家电行业的户外广告投放额比例逐年大增，户外广告的宣传效果已经被众多媒体代理公司、广告公司及广告主认可。

第三，户外广告表现形式丰富。户外广告相比其他广告拥有更多的表现形式，随着科技的发展，越来越多的新技术被运用到户外广告中，使其在表现形式、视觉效果等方面更能引起观众的注意，进一步提高信息传播的接受率。

第四，户外广告具有美化城市形象的价值。户外广告尤其是户外 LED 大屏幕广告凭借造型、色彩、文字、构图的出色运用和广告的审美情感给人们以审美享受，把城市环境装扮得富于现代气息和美感，是融合人与城市公共空间关系的最自然而又有能量的媒介和纽带。

B. 户外广告市场现状与发展趋势

户外广告在促进市场流通、引导大众消费、美化城市空间、营造都市氛围等方面一直发挥着难以替代的作用。随着人们旅游和休闲活动的增多以及高新科技的广泛运用，户外媒体已成为广告主的新宠，其增长速度大大高于传统电视、报纸和杂志媒体。

a. 中国户外广告行业的规模化、集中化发展加速

户外媒体领域新一轮的大融资大整合已经开始，中国户外广告行业的规模化、集中化发展加速，也更加深入，主要表现为以下几点：媒体细分后的再次集中化；战略性并购集中。随着机构投资者对户外媒体行业热潮的退却，户外媒体企业新一轮的投资者主要来自产业上下游的战略投资；集中化、规模化的发展趋势。中国广告行业已经进入稳定的发展阶段，户外广告利润空间减少，逐步进入行业的快速整合阶段，单纯占有零散媒体资源的小作坊式广告公司最终会被有实力综合服务型的大公司所取代，媒介的集中化程度会越来越高。国内户外媒体企业正在加速资源整合，增强竞争力，通过多种渠道募集资金，以兼并、收购和控股等方式占有稀缺的户外媒体资源，不断扩大和完善自己的服务网络，以求实现规模经济效益。户外广告行业在新一轮基础上的规模化、集中化趋势说明这个行业在不断走向成熟。

b. 传统户外发展空间饱和，亟待转型

自 2007 年起中国户外广告业整体增长滞缓，各类户外媒体有的高速增长有的持续下降，苦乐不均，忧思不断。根据 CTR 数据显示，传统户外媒体（含地铁广告）一直处于增长乏力的态势。从 2008 年到 2012 年，增幅分别是-4%、9%、16%、3%、2%，涨幅起落之间，也显示出传统户外媒体的市场已经趋于饱和。传统户外广告，如大牌、灯箱、单立柱、车站牌等，可视距离有限，画面单一，这样的户外媒体显然已经无法完全满足时下的市场需求。随着网络、手机等新媒体的迅猛发展以及互动化、社交化、数字化媒体越来越普及，消费者的媒体接触习惯发生了新的变化，越来越多的消费者开始接触并使用新媒体。广告主为迎合消费者的媒体接触习惯，会不断加大在新媒体上的广告投放力度。结合新科技的应用，新的户外广告形式不断涌现，户外 LED 等新型户外媒体应时而生。

c. 户外广告进入数字多屏时代，户外电子屏媒体成中坚力量

随着城市规模扩大及生活品质的提高，中心城市的人们用在户外的时间越来越

长。上下班、会友、聚餐、娱乐、拜访客户等等，使大众越来越多将时间花在途中。户外传统媒体强调更多的是点的概念，覆盖面和受众的停留时间都比较少。通过技术创新来有效弥补户外传统媒体的缺陷，正是新媒体相较于传统户外媒体质的飞跃。可以说，户外媒体领域新技术的应用极大刺激了新媒体的成长、成熟。

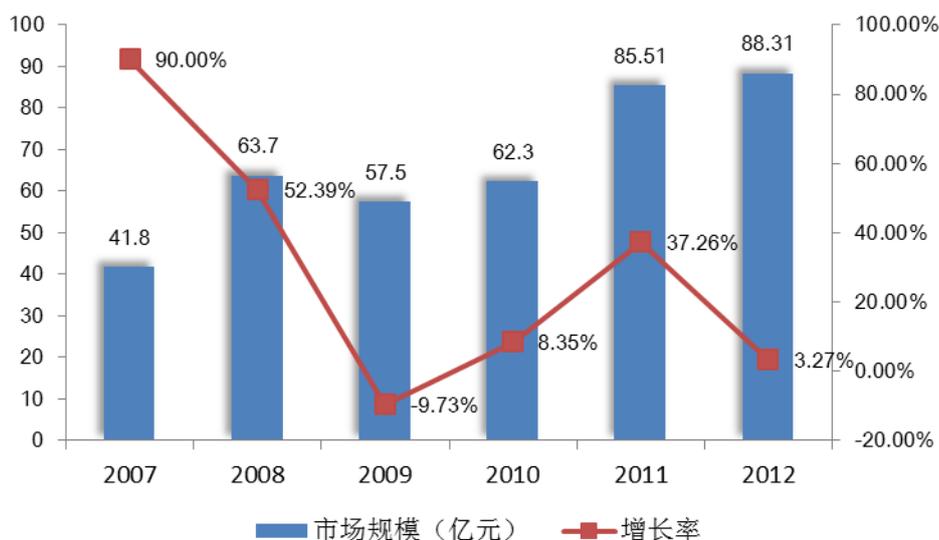
以“屏”为特征的新媒体是户外广告新出现的广告媒体产品类型或形式，是一种思维方式，新技术为媒体带来了变革，户外广告行业朝着分众、细分方向演变，是技术对传统媒体的种种切割和重组，它的出现分割了一部分广告预算，而这一部分广告份额不仅分流了传统户外的广告份额，也更多地分流了传统电视、平面媒体的份额。

传统户外广告和户外新媒体的对比差异：

	传统户外广告	户外新媒体
地点	区别于家庭的室外，通常是人流量大的地理空间，如市中心广场、商圈、车站等	围绕着消费者生活圈和户外生活轨迹，如办公楼宇、超市卖场、地铁汽车等新视频媒体
内容	静态的广告信息	动态影像、内容更具资讯性，如移动公交电视可以播放视频节目等内容；
定位	户外广告	户外新媒体，每个细分媒体都专注于自己的核心受众人群，如商务楼宇屏广告锁定商圈中的商务人士、白领群体
效果	可视距离有限，画面单一；固定在一个地点上，可影响的范围受到限制；	更多的广告讯息表现空间、更动态的画面；由点到线到面的网络化发展；让同一个城市的点形成面，城市的点再形成全国的影响面
技术	技术含量低	与视频技术、移动技术等新技术相结合

户外电子屏新媒体可细分为商业楼宇广告、公交地铁广告、LED 大屏幕广告、列车车站广告、卖场终端广告、航空终端广告、学校校园广告及其他类型的电子屏广告，其中以商业楼宇广告、公交地铁广告和 LED 大屏幕广告为主。根据易观国际统计数据显示，2012 年我国户外电子屏广告市场规模为 88.31 亿元，2007-2012 年中国户外电子屏广告市场规模年均复合增长率达到 16.14%。

2007-2012 年中国户外电子屏广告市场规模



数据来源：易观国际

③户外 LED 大屏广告细分市场发展概况

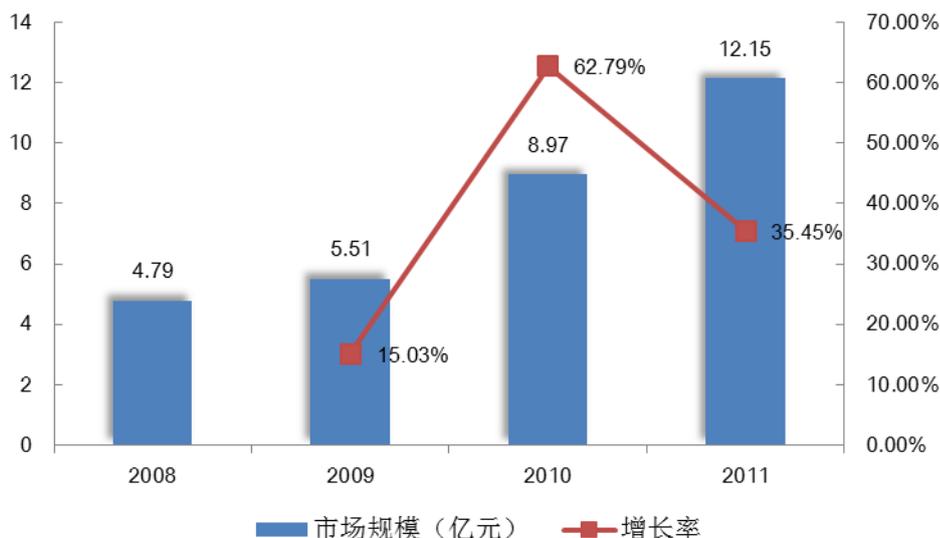
户外 LED 大屏媒体指的是在商业中心、轨道交通、航站楼、城市要道等城市户外核心区域，利用 LED 显示技术投放广告的大尺寸电子显示屏媒体。

户外 LED 大屏相对于传统的户外广告大牌而言，不仅在内容上突破了传统大牌单一的静态广告载体功能，而且凭借造型、色彩、文字、构图的出色运用和极具视觉震撼的影像，把城市环境装扮得富于现代气息和美感，改善城市形象，提升城市品位。

随着媒体技术的进步，户外 LED 大屏幕媒体已经实现了区域乃至全国联播播出，并且能够与微博、LBS 地理定位、人脸识别等社交媒体和移动终端应用相结合，户外 LED 大屏幕媒体正在向网络化、数字化、信息平台化的方向发展，也将带来更大的发展空间和创新想象空间。

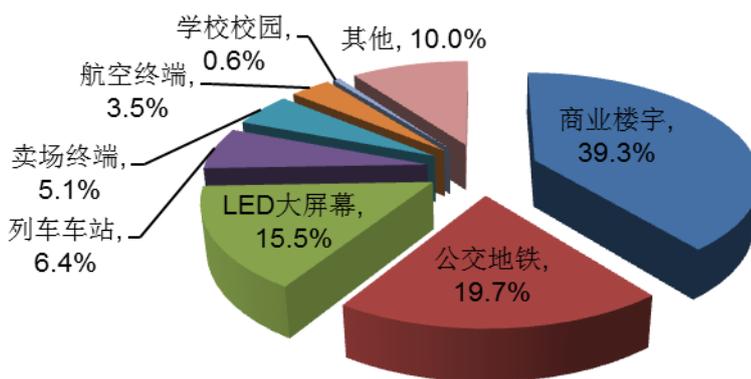
根据易观国际发布的《中国 LED 户外电子屏广告市场研究报告 2012》显示，2011 年我国户外 LED 大屏幕广告市场收入规模达到 12.15 亿元，同比增长 35.5%。户外 LED 大屏优秀的表现力深受广告主青睐是其市场规模高速增长的首要原因，而未来该市场规模能够持续增长则有赖于对于现有 LED 大屏的深度利用。根据易观国际统计数据，2013 年第一季度我国户外电子屏广告市场销售规模为 18.44 亿元，其中商业楼宇广告、公交地铁广告和 LED 大屏幕广告占比分列前三名，分别占比 39.3%、19.7%和 15.5%。

2008-2011 年中国户外 LED 大屏广告市场规模



数据来源：易观国际

2013 年第一季度我国户外电子屏广告细分市场占比结构



数据来源：易观国际

A. 中国户外 LED 大屏幕媒体行业发展背景

a. 城市发展鼓励 LED 户外大屏

自“十七大”提出文化大发展大繁荣的战略部署以来，在十七届六中全会提出建设文化强国战略目标的新形势下，特别是 2010 年世博会及亚运会，2011 年大运会等活动的举办，“城市环境建设”被全国主要城市提上日程。

在实施过程中，各地政府鼓励推行使用户外 LED 屏，陆续取消帆布广告、灯箱广告的审批，同时先后出台对户外广告的整治规范，对传统的户外广告大牌进行大幅度的清理。仅 2008 年奥运会和 2010 年世博会期间，北京和上海共拆除传统大

牌 7.7 万块。这与国家、各地政府对户外 LED 大屏媒体的鼓励和支持形成鲜明对比，使得户外 LED 大屏幕媒体获得较大发展空间。

b. 户外 LED 大屏幕媒体能够较好实现媒体公共服务的功能

信息社会的本质是媒介化的社会，媒介在决定着人对外部世界认知的同时理应肩负起维护公共利益的责任。而户外媒体作为存在于公共空间的一种传播介质，也必须肩负起为人们提供公共服务的义务和责任。首先，新兴的户外 LED 大屏幕媒体能够使媒体跨地域联动成为可能，承担起构建媒体平台的重任，在进行城市宣传、公益宣传的同时，能够对重大事件进行全面立体地宣传。其次，在遇到紧急突发事件的时候，户外 LED 大屏幕媒体可以利用其及时、现场感强、覆盖人群广泛等特征，第一时间向公众播报预警预报信息，实现公众的知情权，并且能够将国家的损失降到最低。这就是作为媒体在处理突发事件中应当担当起的社会责任作用的直接结果，也体现出媒体的社会公义和社会良心。

c. 城市生活节奏加快，“在路上”的时间增多，对户外媒体的需求增加

随着城市生活方式的演变，都市人群生活节奏不断加快，人们滞留在私人空间或固定空间里的时间显著减少，相反地，在不同时间与空间的移动成为常态。于是，不局限于时空限制，随时随地接收信息成为受众的必然需求，这时户外媒体和各种移动媒体就成为人们“在路上”的最佳伴侣，它不仅作为展示广告主品牌和产品的载体，还是人们获知各种生活信息的平台。

d. 户外 LED 大屏幕广告行业市场潜力巨大

户外 LED 大屏幕因其全彩屏高清晰、高亮度、可实现图文声像同步播放以及人屏互动的特征成为备受关注的广告形式，拥有巨大的发展潜力。2008-2011 年户外 LED 大屏幕市场规模年均复合增长率达 36%，远高于户外广告行业的平均增速，已经成为继电视机显示屏、电脑显示屏和手机显示屏之后的都市“第四屏”，与都市人群工作和生活的联系日趋紧密。

伴随着我国居民消费结构的多元化、升级化发展，食品消费在消费支出中所占的比例逐步下降，而教育文化娱乐、交通通信、医疗保健等的支出比重正在逐步增加。这些高附加值和高档耐用消费品在推广和营销过程中对户外广告的需求更高，户外 LED 大屏幕市场存在巨大的发展空间。

B. 媒体变革催生户外 LED 大屏幕媒体价值提升

随着媒体技术的变革和各种新媒体形式的层出不穷，一个全新的数字化全媒体营销时代已经到来，中国正在迎来一场全新的营销变革。广告主越来越重视精准营销，以消费者为核心，寻找镜众；也越来越不满足于传统的广告表现和传播形式，而更多尝试通过各种交互式媒体，增加与目标消费者的交流与沟通，以情动人，增强品牌忠诚度；广告主也突破了传统单一媒体的广告投放，越来越娴熟的使用多种媒体平台的整合营销，最大化广告价值；同时媒体变革也使得传播平台与销售终端无限贴近甚至融合，媒体不再只是传播平台，而同时成为信息平台和销售平台。而随着数字营销变革的加深，户外媒体的数字化已经成为业界的共识，特别是户外 LED 大屏幕媒体以其精准的媒体投放、多元的营销方式、即时的促进销售等特征，得到越来越多广告主的认可，将迎来更大的发展空间和价值增长。

a. 户外 LED 大屏幕媒体是非常理想的精准投放媒体

媒体覆盖人群的精准度体现了这一媒体的营销价值，而 LED 大屏幕多集中于商圈、CBD、交通要道等位置，媒体所覆盖的移动人群则以其高知、高职、高质的集中度和特征非常清晰的辨识度体现了户外媒体的核心价值，同时也保证了其具有持续较强的消费力。LED 大屏幕媒体的核心受众人群拥有较强的财富支配能力和消费能力，他们对旅游、IT 数码、金融服务、服装配饰、汽车等高端产品都较为关注。而户外 LED 大屏幕媒体已成为此类高端品牌与其目标消费者沟通的最为理想的精准投放媒体。

b. 户外 LED 大屏幕媒体符合广告主对互动营销的需求

数字化和互动技术彻底改变了媒体形态和信息传播模式，原本稀缺的媒体资源变得如洪水般泛滥，消费者被无限碎片化，同时又在目不暇给的新媒体上因喜好而重新聚合，他们主动搜寻、创造、分享、交流，他们渴望消解和颠覆既望基于资源稀缺构筑的信息传播模式。而这一消费者洞察给广告主带来一个难得的机遇，由于消费者变得清晰可见，广告主可以轻而易举的准确寻获，且在满足消费者对产品和物质需求的同时，得以进行更深入的精神交流，从而抓住消费者的心，建立品牌忠诚。这个过程被称之为“互动营销”。目前中国户外数字媒体已经突破了让广告主生厌的单一的广告形式和播放模式，借助人屏互动、手机终端与大屏幕互动等方式，开启了户外数字媒体的双向互动传播时代。通过互动技术的应用，

吸引消费者主动的参与到品牌传播的过程中，并主动传播、分享，在这个人人皆媒体的时代，为企业传播带来事半功半的效果。

c. 户外 LED 大屏幕媒体成为企业整合营销的重要一环

随着广告主在媒体组合上更加多样、多元，企业的媒体投放不再是过去媒体间简单的、物理性的整合，而是广告主通过不同媒体类型的系统整合产生多米诺骨牌式的联动，表现出多媒体协同的特征。

随着观看电视人群的减少和移动人群的不断扩大，只有开发更具黏着性的内容，通过人性化、体验式的沟通，才能不断强化营销传播活动对于消费者的吸引力。而户外 LED 大屏幕媒体则能够实现企业整合营销中针对户外移动人群的覆盖，成为企业整合营销的重要一环。

d. 户外 LED 大屏幕媒体使传播平台与销售终端无限贴合

数字化带来媒体营销变革的一个重要表现就是传播平台与销售终端的无限贴近甚至融合。所谓传播平台与销售终端的融合，即广告主通过与自己目标消费群高度吻合的媒体在精准定位消费者的同时，根据消费者的喜好、需求提供各种各样的信息服务，从而触发消费者做出消费决策，有效的达成销售。较为明显的看到这一营销趋势的是电子商务和移动互联网领域，如淘宝的开放平台其实是一个传播-营销-销售的全产业链平台，再如移动互联网的重要应用 solomo，移动终端结合 LBS 技术，实现随时随地的消费。

其实户外 LED 大屏幕媒体不只是广告展示平台，它潜移默化的实现着与消费者的对话，随着户外新媒体技术的提升，完全可以和互动技术和地理定位技术及信息搜索服务结合起来，成为广告主与消费者实现沟通的重要的信息平台。

C. 户外 LED 大屏幕媒体的发展趋势

a. 屏幕资源扩张不再是考量运营商实力的唯一指标

传统户外媒体由于其最大特性之一就是空间资源的独占性，地理位置的稀缺性就决定了其媒体价值和广告价值，所谓资源为王就是位置和数量为王。早期的户外 LED 大屏幕媒体运营商实现竞争的主要手段就是最大限度的在城市核心商圈、交通主干道等优质点位获取屏幕资源，这也就造成了屏幕数量的过度泛滥，造成一定

的资源浪费。而目前主要城市屏幕资源已经趋于饱和，因而如何实现单屏的效益与规模的进一步增长则成为运营商实现竞争的关键。在激烈的市场竞争中，只有注重科技创新和创意应用的运营商才能在未来的竞争中占领先机。

b. 行业整合与规模化发展趋势日益明显

任何一个行业在发展过程当中都会经历从最初粗放性资源占有式发展到后期规范化、规模化竞争整合式发展的阶段。在这一点上，中国的户外 LED 大屏幕媒体乃至整个户外媒体行业也都没有例外。地区性的户外 LED 大屏媒体企业过多，户外 LED 大屏媒体资源过于分散，限制了媒体的到达率，增加了全国性广告主使用户外媒体的成本，也阻碍了行业测量和技术标准的统一，从根本上来说，降低了整个行业的运作效率。然而随着行业竞争的逐渐加剧、几家龙头企业在资本运作方面的逐渐成熟，户外 LED 大屏幕媒体行业的发展也逐步走上了正轨；国家监管部门也陆续加强了对于这一行业的管控。

在这样的环境变化中，行业内实力较强的企业具备了更强的竞争实力，越是规范化发展、越是具有资源优势和品牌优势、越是在行业发展具备技术创新精神的企业就越是具有强大的竞争优势。部分中小型企业则在网络化、整合化的发展趋势中逐渐显露疲态，行业发展向着一定程度的集中、规模化和整合化发展的趋势日益明显。

c. 行业精细化、规范化、创新化发展趋势出现

在户外 LED 大屏幕媒体行业逐步由导入期向成长期和成熟期过渡之时，最初的资源扩张型发展战略已经无法满足行业发展的需求。因此，精细化、规范化和创新化三点成为今后的一个重要发展方向。

随着消费者生活习惯和消费习惯的改变，互动和消费者体验在整个户外 LED 媒体信息传播环节的价值和作用越来越明显。户外 LED 媒体需要抓住消费者的眼球，掌控消费者体验乐趣，切中消费者需求核心，在与消费者的互动中实现有效传播。

通过采用最新技术，以及与最新技术的结合，户外 LED 大屏媒体正在以全新的沟通方式与消费者建立联系，高新科技不仅能迅速提升户外广告的新奇性和表现力，还创造了多种互动方式吸引受众的关注和参与，并使跨媒体、跨时空的整合成为可能。

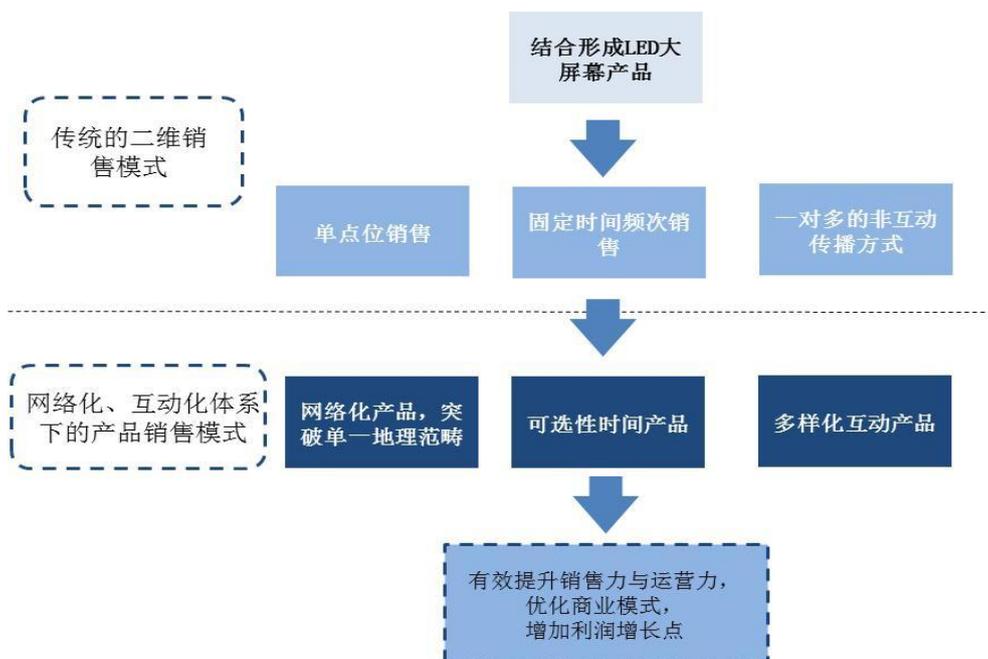
3、行业特征

(1) 商业模式特征

在很长一段时间里，LED 大屏媒体的商业模式都是较为简单的单点时间销售。运营商针对单一媒体点位的空间属性和时间属性相结合以形成一定的媒体产品，销售给广告主；之后非自有媒体运营商再与媒体拥有方按照事先制定的协议内容进行一定比例的利润分成。在这个阶段，LED 媒体的地理位置以及每天的屏幕可运作时长成为其产品价值判断与衡量的最核心要素，也形成了传统的产品价值二维判断要素。

随着媒体技术的变革，户外 LED 大屏幕媒体的产品出现了较大的变化，其商业模式也逐渐向网络化、多样化方向优化。

户外 LED 大屏幕广告商业模式的变革



首先是单点销售模式向联网销售方向优化。由于网络技术的逐步发展，目前LED 大屏幕媒体已经可以做到单机联网操控，将运营商所具有的所有 LED 媒体进行统一的网络连接，形成了多终端同时发布的媒体产品。因此，这一技术的诞生极大地改变了 LED 大屏幕媒体的产品属性，对其单点销售的商业模式产生了冲击。

第二是固化时段产品销售向多样可选性产品销售优化。在实现联网播控的同时，相应的技术也改变了以往 60、120 次滚动式广告播放的特质。一方面，中控

平台技术的利用可以实现精确的时间段选取和控制，从而满足广告主不同时段集中播放广告的需求；另一反面，包屏和制播方式的出现可以实现集中化、高效率的传播效果。因此，此后的 LED 大屏幕媒体可以更加接近其他视频媒体的终端特性，向广告主提供多样化的时间产品，提升了销售力和运营力，最终有效优化自身商业模式。

第三是广播性产品向互动化产品的优化。在传统意义上的户外媒体是较为单调的、广播式的。然而目前的互动化技术也让这一媒体加入了互动营销的潮流之中，满足了受众与之互动的媒体需求，实现了多屏互动以及人机互动。因此，掌握这类互动技术的运营商可以为广告主提供更加多样化的媒体产品和更多的创意性策划，从而改变自身的商业销售方式和运作模式，建立起新的利润增长点。

（2）周期性特征

广告行业客户来自国民经济的各个行业，包括房地产、汽车、酒类、食品饮料、化妆品、珠宝手表、娱乐休闲、电子商务、金融服务、教育培训、邮电通讯等各行各业。由于广告行业客户分布广泛，客户结构合理，单一客户所在行业的周期性波动不会对广告行业整体的运营和发展构成重大影响，因此广告行业呈现弱周期性特征。

（3）季节性特征

广告行业作为服务业，受广告客户的产品季节性消费淡旺季的影响，表现出一定的季节性特征。不同产品的广告主在销售旺季来临前均会密集投放广告，比如啤酒、饮料和空调，每年 5 月、6 月、7 月、8 月、9 月是其稍售旺季，3 月、4 月则是企业密切投放广告的黄金时间；每年 10、11 月是服装换季的季节，8 月、9 月则是开发此类客户的最佳时机。此外，春节、十一等节假日是大部分产品销售高峰期，春节前、十一前则是大部分客户广告投放高峰期。对于户外 LED 媒体运营商来说，总体而言，其下半年广告收入强于上半年。

（4）区域性特征

广告行业的发展状况和区域经济繁荣程度密切相关。我国区域性经济发展程度存在较大的差别，东部沿海经济发达地区人均 GDP 远远高于中西部经济欠发达地区，人均消费能力也远远领先于中西部地区，因此我国省、地市级广告收入存

在明显的区域性差异。经济发达地区的广告公司数量、从业人员素质、广告投放数量、广告公司营业额等皆领先于中西部地区，户外广告媒介的区域性渗透及网络化布局也更为完善。

4、进入户外 LED 大屏广告行业的主要壁垒

（1）资源渠道壁垒

户外 LED 大屏幕媒体在点位选择方面一般具有以下几点原则：一是所在位置处于城市核心商圈、大型场馆或繁华路段等人气旺地；二是受众数量庞大且受众的层次或购买力较高；三是点位资源具有不可复制性。

而事实上，一座城市同时满足上述三个条件的大型 LED 媒体点位资源非常稀缺，以上海为例，这个常住人口接近 2,000 万的国际大都市目前所拥有户外大型 LED 媒体的数量不足 20 块，户外大型 LED 媒体点位资源稀缺性由此可见一斑。因此，稀缺的点位资源将成为阻止企业进入户外大型 LED 媒体细分市场的第一道壁垒，也成为限制市场内现有企业迅速发展主要障碍之一。

（2）资金需求壁垒

国内投资建造一块户外大型 LED 媒体的成本是非常高昂的。一块 200 平方米左右的全彩 LED 媒体从点位场租到屏体建造，总投资成本超过二、三千万。高昂的投资成本以及由此带来巨大投资风险非一般户外广告企业所能承担。此外，自 2011 年开始，户外 LED 大屏市场出现了资源方成本快速上升的情况，这将使得行业内企业投入成本大幅度增加，运营利润减少。目前，一些商业地段楼宇等较为优质稀缺的屏幕资源的获取已开始逐渐采用全方位招标形式进行，其中部分屏幕的资源获取成本已大幅增长。

优质的屏幕资源变得越发紧俏，资源获取成本也随之增加，这意味着需要大量的资金储备和投入，而对于中小运营商和新进入该行业的机构来说，则构成了相当大的压力和障碍。同时资金实力还会对客户的信任、渠道的谈判等方面构成很大的影响。对于户外 LED 大屏媒体行业而言，无论是前端的渠道获取，还是后续的屏幕建设及维护、设备投入、技术研发等方面都存在着巨大的资金壁垒。

（3）政策管控壁垒

就市场价值而言，适宜设置户外大型 LED 媒体的点位都处于城市核心地段，属于城市的形象窗口，相应地，上述区域在户外广告设置方面会受到当地政府审批部门的监管。而为提升城市对外形象，相关审批部门在签发设置许可时必然会着重考虑申报企业的资质、资金实力、运营能力、成功案例等。

同时，根据目前全国各主要城市在户外广告规划管理方面最新信息反馈，全国各主要城市，如北京、上海、广州、杭州、南京、大连、长沙、武汉、沈阳等，都先后或正在出台相关管理规范，以进一步加大对城市户外大型 LED 媒体设置审批的管理力度。

户外广告管理政策的不断出台，在一定程度上也提高了户外 LED 大屏行业门槛，限制了中小型运营商的进入，在很大程度上构成了大型运营商的又一道行业壁垒，对产业的发展有益。在市场成长阶段出台政策规范，更多的是引导作用，有助于市场的长期健康发展，而在此基础上实现的后续规定，将促成其他细分市场里市场格局的变化。

（4）规模经营壁垒

从长远来看，户外 LED 大屏运营商真正要应对的是未来规模化、网络化行业发展趋势，通过对屏幕资源的网络化整合，进而从区域性媒体发展升级为全国性媒体，只有这个模式才能使广告主拥有更大的选择余地和真正实现有效投放，获得最大限度的受众到达。面对这一发展趋势，不仅要求户外 LED 大屏运营商除具有雄厚的资金实力，还需要在战略上进行前瞻性的布局，以及通过多年的市场经验积累的综合运营能力，这给市场主流企业造成一定压力，也对于想要进入这一行业的机构都提出了新的挑战。

5、影响行业发展的重要因素

（1）有利因素

A. 国家政策大力支持，促进广告行业发展

十一五以来，国家先后出台多项支持广告产业发展的政策和措施，对广告产业支持力度不断增加。继《产业结构调整指导目录（2011 年本）》把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类，《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》提出“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”之后，《广告产业发展“十二五”规划》中的重点任务又提出“……提升中小型广告企业的专业化水平。积极扶持资质好、潜力大、有特色、经营行为规范的中小型广告企业，发挥其市场反应快捷灵活等优势，促其向专、精、特、新方向发展，不断扩大国内外广告市场的占有份额……鼓励开发新的广告发布形式，运用新的广告载体……”

广告作为文化产业的重要组成部分，在国家政策鼓励文化产业大力发展的有利环境之下，获得了强有力的政策支持和保障，实现了快速发展。

B. 国民经济和消费持续增长，带动广告行业发展

近年来，伴随我国经济的高速增长，广告产业蓬勃发展，全国广告经营额从1981年的1亿多元增长到2012年的4,698.28亿元，中国广告市场已经跃居全球广告市场前列。从我国广告业的发展过程可以看出，我国广告业发展与GDP及社会消费品零售总额的增长速度呈现一定的正相关性，并且发展速度高于GDP的增长速度。我国国民经济继续保持平稳快速增长，人民收入水平和消费能力不断提高，为广告业加快发展提供了良好的经济基础和市场条件。

《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》指出，“把扩大消费需求作为扩大内需的战略重点，通过积极稳妥推进城镇化、实施就业优先战略、深化收入分配制度改革、健全社会保障体系和营造良好的消费环境，增强居民消费能力，改善居民消费预期，促进消费结构升级，进一步释放城乡居民消费潜力，逐步使我国国内市场总体规模位居世界前列。”国家仍将以扩大国内需求特别是消费需求为基本立足点，促使经济增长由主要依靠投资和出口拉动转变为投资与消费、内需与外需协调拉动。可以预见，国民经济和内需的持续增长，将有效地拉动广告业持续、快速的发展。

C. 新媒体技术扩宽广告行业发展空间

随着数字媒体技术和多媒体技术，互联网、无线通讯技术，以及新型材料技术等的高速发展，广告行业呈现细分领域和精准投放的发展趋势。户外新媒体使广告行业出现崭新的细分市场，移动媒体技术使广告嫁接到移动终端实现精准投放，网络广告连续多年保持增长速度最快的记录。

新兴广告媒体不仅丰富了广告行业的媒体形式，实现了媒体传播形式的多样

性，而且在营销手段上创新性地运用了包括互动技术在内的多种新型技术，并已成为多种媒体平台整合营销的重要环节，极大地拓宽了广告行业的发展空间。

（2）不利因素

A. 缺乏规范的竞争机制，市场成熟度不高

相对于发达国家，我国广告行业还处在起步阶段，市场竞争机制不完善，市场成熟度不高。由于行业竞争主体数量较多、行业的自律性较弱，竞争秩序还需进一步规范和完善。这种状况不利于广告行业的长期稳定发展，不利于培育规范的市场环境。在这种局面下，势必需要行业监管部门通过制定相关产业政策、出台行业监管措施，同时加强行业自律指导，以提高行业的规范程度，提高市场成熟度。

B. 专业人才短缺制约行业发展

广告业伴随着整合营销大融合时代的到来，新型复合性广告人才的需求越来越大，这种人才的缺失将成为未来广告业发展的一大障碍。无论是传统广告领域还是新媒体企业都需要既熟悉传统广告运作流程又懂得互联网的技术型复合人才，而这种人才的数量在整个广告行业中所占的比例少之又少。如何建立常态化的人才培养体系，不断培养出适合自身发展需要的专业人才是当今广告企业急需解决的问题。

C. 新媒体技术缺乏行业标准，阻碍广告行业规范发展

新媒体技术是广告行业发展过程中出现的新的增长点，是赶超国际水平的有力平台。我国新媒体技术的出现与国外的步伐基本一致，但是相关的行业规范及标准并未得到相应的建立。行业标准的制定代表着行业的透明度和成熟度，广告主在选择广告投放方式和媒体类型时需要获得相关参数，如覆盖度、到达率、价格和收视率等。然而行业的这些标准尚未有效建立，影响了行业的健康有序发展。

（二）香榭丽传媒在行业中的竞争情况

1、主要竞争对手情况

（1）郁金香广告传播（上海）股份有限公司

郁金香广告传播（上海）股份有限公司（以下简称“郁金香”）成立于 1998

年，2005 年建立第一块户外 LED 大屏幕，开启了中国 LED 户外电子屏广告产业的序幕。郁金香凭借先入优势，成立初期迅速在上海建立起了终端网络，在当地建立起了良好的品牌知名度，是国内领先的户外 LED 大屏幕媒体运营商。

（2）凤凰都市传媒股份有限公司

凤凰都市传媒股份有限公司（以下简称“凤凰都市传媒”）成立于 2007 年，是市场内三家主流运营商中的最晚进入者，从 2010 年开始，在基本完成 LED 电子屏网络布局、屏幕数量超过 40 块的基础上，广告收入增长迅速。凤凰都市传媒主要运营的“凤凰 LED 联播网”运营屏幕总面积已经突破 14,000 平方米，涵盖中国 16 个重要城市。

（3）北广传媒集团有限公司

北广传媒集团有限公司（以下简称“北广传媒”）是北京地区一家大型传媒文化企业，隶属北京市委宣传部直接领导，由北京广播影视集团投资控股。北广传媒依托北京广播影视集团所拥有的资源，在广播影视、报刊杂志、图书音像、文化教育、体育娱乐、互联网、房地产、户外媒体等多个领域参与投资及经营管理。北广传媒目前已经拥有移动电视、数字电视、报刊出版、影视制作等数家子公司，其中，在户外媒体这部分主要有两家公司涉及相关业务，即北广传媒移动电视公司和北广传媒城市电视公司。

2、香榭丽传媒的行业地位

香榭丽传媒是国内三大户外 LED 大屏幕媒体运营商之一。

2011 年 11 月，香榭丽传媒获 2012 年-2014 年度“中国一级广告企业（媒体服务类）”资质认证。“中国一级广告企业资质”是目前中国广告企业资质认定的最高等级，由中国广告协会审核批复。

近年来香榭丽传媒所获荣誉

年份	荣誉名称	授予单位
2008 年	年度最具投资价值奖	中国广告网、CTR
2009 年 -2010	中国百强户外媒体供应商全国性 骨干企业	中国户外广告大会组委会
2011 年 -2012 年	中国五大户外大屏媒体供应商	中国户外传播大会组委会

2012 年	最具品牌传播影响力户外媒体	中国传媒大学广告学院、 《媒介》杂志社
2013 年	第四届中国经典传播虎啸奖·交通 运输及关联品类·优秀奖	中国经典传播虎啸奖组委 会

3、香榭丽传媒的核心竞争力

（1）稳健高效的全国性户外 LED 媒体网络

香榭丽传媒自 2003 年成立以来，就本着“优先占位”的发展策略，率先提出构建全国户外数字大媒体网络概念，在全国大中城市核心商圈、交通干道及核心地标优先占有媒体资源，构建起独特并且具有强势户外影响力的数字媒体网络，是户外数字大媒体领域最早的市场培育者和开拓者。

香榭丽传媒根据资源获取与运作的经验，结合客户的需求，采取在一二线城市占据绝对黄金点位的屏幕，在三四线城市中将黄金点位与精品点位的资源拓展策略。截至目前，其户外 LED 媒体网络遍及全国 30 个省 97 个城市，共开发运营了 167 块户外 LED 大屏幕，总面积超过 26,500 平方米，其中自主经营屏幕 23 块，代理屏幕 144 块，已形成一张覆盖全国的稳健高效的户外 LED 大屏媒体网络，不仅大幅提升了单一屏体的媒体价值，也形成了自身核心的竞争优势。

（2）精良独特的策划和创意能力

策划创意能力是广告公司的核心竞争力之一。经过多年发展，香榭丽传媒汇集了一大批优秀的广告策划创意人才，形成了精良独特的策划和创意能力优势。

公司领先的广告策划和创意能力体现于：用创意强化 LED 媒体的传播能力，创造出画面表现力和视觉冲击力比普通电视广告更为强烈和更为震撼的内容展示方式；在充分理解客户行业定位以及品牌状况的基础上，恰当捕捉媒体传播内容和受众的需求结合点；将广告传播过程聚焦于商品本身，舍去旁枝末节的铺垫，在有限时间内，广告诉求充分围绕产品本身展开；加强内容方面的创意能力，将针对产品特性的创意概念与特定节点、活动、事件结合，给目标受众留下深刻印象；充分利用不同屏体的形状、点位差异，“因屏制宜”，创造最佳的传播方式。

（3）优质全面的客户服务体系

服务的缺失是目前户外媒体普遍存在和最为客户诟病的问题之一，户外 LED 大屏媒体也不例外。目前国内户外 LED 大屏媒体经营者更多地将注意力集中在对

媒体资源的抢占和客户的开发销售上，而对于媒体资源市场调研、广告刊播、监测、效果评估等客户服务，既缺乏硬件保障，也缺乏有权威性的监播数据和广告效果报告，而这些使得户外 LED 大屏媒体的媒体价值和广告效果大打折扣。

香榭丽传媒已经建立起一套由公司各部门协同配合，从上画审批、创意制作、媒体策划到市场调研、投播保障的全体系、多环节配合的服务体系。市场调研方面，香榭丽传媒聘请国内知名的第三方机构对屏体周边的市场环境要素进行深入调研，详细分析屏体周边的人流量、广告覆盖群体、受众消费能力、广告到达率等指标，科学评判屏体资源的媒体价值。投播保障方面，随着客户对广告投放效果和精准程度要求的越来越高，香榭丽传媒采取了全过程追踪、全过程监播和第三方监测相结合的投播保障体系，全过程追踪即由专门的客服经理全过程负责客户的广告投放过程，从下单到根据各屏幕规格对广告片的调整，到最后的实际播出落实由其全权负责追踪，确保严格按照要求准确播出；全过程监播即广告投放过程中对于广告播放状况进行全过程的监控，每周核对设备自动生成的播放清单来确保播放质量；第三方监测即邀请双方共同认可的第三方公司对于播出状况进行监测。香榭丽传媒将继续完善广告刊播监测体系，完善媒体效果分析，以实际行动引领整个行业的成熟和规范。

（4）强大稳定的核心客户资源

香榭丽传媒的主要客户分布在汽车、酒类、食品饮料、数码家电、化妆品、金融保险、珠宝手表、日化、房地产、服装、旅游、航空、休闲娱乐、邮电通讯等行业内，客户结构健康合理，新客户的加入和成长也较为显著。

作为市场的早期进入者，香榭丽传媒已与多家国际、国内知名公司建立了良好的、长期的战略合作关系，如中国平安、太平洋保险、汇丰银行、宝马汽车、丰田汽车、北京现代、雅姿、欧莱雅、周大福、可口可乐、麦当劳、三星手机、五粮液集团、水井坊、北京华彬费尔蒙酒店、东方卫视、中国达人秀、苏宁电器和森马服饰等。

这些优质客户信誉良好，业务发展稳健，香榭丽传媒在分享这些优质客户成长成果的同时，也借助这些优质客户在各行业的强大影响力拓展业务范围，进一步扩大和强化了公司的品牌影响力。

（5）业内领先的技术创新优势

在数字技术户外传播、网络传播的大背景下，网络化、互动化成为户外 LED 大屏幕广告的发展趋势。香榭丽传媒将对新媒体技术、互动技术的运用、创新和探索列为公司发展的重要战略。

香榭丽传媒利用联网播控技术实现了广告播放的即时监播功能，更好得对广告播出情况进行监控；正致力于研发中央控制信息发布平台，实现户外 LED 联播联控，满足客户全国联网型投放的需求；并积极研发多项互动技术，并率先在行业内尝试新技术的运用，将技术与业务进行内在融合，借助人屏互动、手机终端与大屏幕互动等方式，开启了户外媒体双向传播时代，形成了业内领先的技术创新优势。

三、本次交易完成后，上市公司财务状况和经营成果分析

基于本公司于 2012 年 1 月 1 日已完成本次资产重组假设的基础上，本公司将香榭丽纳入合并范围编制了备考合并财务报表。

（一）本次交易完成后上市公司财务状况分析

1、资产结构分析

根据备考财务报表，假设本公司于 2012 年 1 月 1 日已完成本次资产重组的情况下，2013 年 6 月 30 日资产结构如下：

单位：万元

资产	2013年6月30日 (上市公司财务数据)		2013年6月30日 (备考财务数据)		变动
	金额	占比	金额	占比	
流动资产合计	207,196.05	51.60%	239,340.90	51.85%	15.51%
货币资金	151,275.03	37.67%	152,700.26	33.08%	0.94%
应收票据	163.49	0.04%	163.49	0.04%	0.00%
应收账款	33,872.24	8.44%	59,070.87	12.80%	74.39%
预付款项	1,224.91	0.31%	4,080.51	0.88%	233.13%
应收利息	2,763.15	0.69%	2,763.15	0.60%	0.00%
其他应收款	3,962.61	0.99%	6,321.79	1.37%	59.54%
存货	12,764.81	3.18%	13,071.02	2.83%	2.40%

其他流动资产	1,169.81	0.29%	1,169.81	0.25%	0.00%
非流动资产合计	194,364.16	48.40%	222,297.05	48.15%	14.37%
持有至到期投资	90,750.53	22.60%	90,750.53	19.66%	0.00%
长期股权投资	10,638.44	2.65%	10,638.44	2.30%	0.00%
投资性房地产	5,766.64	1.44%	5,766.64	1.25%	0.00%
固定资产	72,704.26	18.11%	78,956.18	17.10%	8.60%
在建工程	8,678.71	2.16%	8,678.71	1.88%	0.00%
无形资产	4,393.69	1.09%	4,645.53	1.01%	5.73%
开发支出	-	-	76.06	0.02%	--
商誉	-	-	18,683.24	4.05%	--
长期待摊费用	22.21	0.01%	2,474.37	0.54%	11043.14%
递延所得税资产	1,409.69	0.35%	1,627.35	0.35%	15.44%
资产总计	401,560.21	100.00%	461,637.94	100.00%	14.96%

根据上表，假定本次收购完成后，截至 2013 年 6 月 30 日，本公司总资产由收购前的 401,560.21 万元增加至 461,637.94 万元，其中流动资产由收购前的 207,196.05 万元增至 239,340.90 万元，非流动资产由交易前的 194,364.16 万元增至 222,297.05 万元。

2、负债结构分析

单位：万元

资产	2013年6月30日 (上市公司财务数据)		2013年6月30日 (备考财务数据)		变动
	金额	占比	金额	占比	
流动负债合计	33,987.68	98.99%	52,951.35	91.62%	55.80%
短期借款	-	-	987.06	1.62%	--
应付票据	76.83	0.22%	76.83	0.13%	0.01%
应付账款	11,846.22	34.50%	16,025.51	26.38%	35.28%
预收款项	16,399.31	47.76%	16,427.42	27.04%	0.17%
应付职工薪酬	4,156.78	12.11%	4,277.48	7.04%	2.90%
应付股利	141.62	0.41%	1,141.62	1.88%	706.10%
应交利息	-	-	104.17	0.17%	--
应交税费	-4,333.18	-12.62%	-614.73	-1.01%	-85.81%

其他流动负债	2,248.99	6.55%	2,248.99	3.70%	0.00%
其他应付款	3,451.11	10.05%	12,276.98	21.24%	255.74%
非流动负债合计	348.50	1.01%	5,212.11	8.58%	1395.60%
长期借款	-	-	4,863.61	8.00%	--
预计负债	3.51	0.01%	3.51	0.01%	-
递延所得税负债	45.97	0.13%	45.97	0.08%	-
其他非流动负债	299.02	0.87%	299.02	0.49%	-
负债合计	34,336.17	100.00%	58,163.46	100.00%	69.39%

注：本次交易现金对价部分计入其他应付款。

3、对公司偿债能力的影响

项目	2013年6月30日 (上市公司财务数据)	2013年6月30日 (备考财务数据)
资产负债率	8.55%	12.60%
流动比率	6.10	4.52
速动比率	5.68	4.20
流动资产/总资产	51.60%	51.85%
非流动资产/总资产	48.40%	48.15%
流动负债/负债合计	98.99%	91.04%
非流动负债/负债合计	1.01%	8.96%

4、公司财务安全性分析

根据备考财务数据，截至2013年6月30日，本公司的资产负债率为12.60%，流动比率为4.52、速动比率为4.20，公司偿债能力和抗风险能力较强。根据备考报表，2013年6月30日账面货币资金152,700.26万元，占公司资产总额的33.08%，公司不存在到期银行借款无法偿还的情形。

截至本报告书签署日，除本报告书“第四章 交易标的基本情况 七、香榭丽传媒的主要资产、负债状况、抵押情况、对外担保及关联方资金占用情况”已披露的用于天津商业公司阵地租赁及私募债发行的抵押情况外，本公司及拟购买的香榭丽均不存在资产抵押、质押或对外担保的情形，亦不存在因或有事项导致公司形成或有负债的情形。

综上所述，本次收购未对公司的财务安全性产生重大影响。

（二）本次交易完成后经营成果分析

1、本次交易对上市公司盈利能力的影

单位：万元

项目	2013年1-6月		变动	
	交易前	交易后（备考）	金额	比例
营业收入	75,933.59	87,578.27	11,644.69	15.34%
营业利润	12,977.01	14,813.20	1,836.19	14.15%
利润总额	13,050.04	14,745.92	1,695.88	13.00%
净利润	13,159.19	14,273.70	1,114.51	8.47%
归属于母公司股东净利润	13,112.96	14,227.47	1,114.51	8.50%
每股收益	0.19	0.20	0.01	3.60%
项目	2012年		变动	
	交易前	交易后（备考）	金额	比例
营业收入	188,073.29	212,066.72	23,993.43	12.76%
营业利润	27,633.19	33,351.98	5,718.79	20.70%
利润总额	27,631.60	32,972.27	5,340.67	19.33%
净利润	27,533.08	31,228.44	3,695.35	13.42%
归属于母公司股东净利润	27,568.30	31,263.65	3,695.35	13.40%
每股收益	0.40	0.43	0.03	8.13%

交易完成后上市公司收入规模、盈利能力有所提升。

2、若未来商誉发生减值，将影响上市公司合并报表的净利润

本次交易完成后，公司合并财务报表将因本次交易形成约 1.87 亿元的商誉。根据《企业会计准则》，每年年度终了时应对商誉进行减值测试，如发生减值，减值部分将计入当期资产减值损失且不得转回，从而影响上市公司合并报表的净利润。

（三）本次交易后，上市公司持续盈利能力分析

根据中天运出具的中天运[2013]普字第 90392 号《备考合并盈利预测审核报告》，本次交易完成后上市公司 2013 年、2014 年的盈利状况如下：

单位：万元

项目	2013年预测			2014年预测
	1-6月审定数	7-12月预测数	合计	
营业总收入	87,578.28	121,544.76	209,123.04	218,488.01
营业利润	14,813.21	19,349.11	34,162.32	35,614.68
利润总额	14,745.93	19,473.83	34,219.76	35,680.70
净利润	14,273.71	18,100.48	32,374.19	33,626.71
归属于母公司股东净利润	14,227.48	18,100.48	32,327.96	33,626.71

本次交易完成后，上市公司 2013 年、2014 年营业收入及净利润较 2012 年均有明显的提高，上市公司的盈利能力将得到进一步的提升。

四、本次交易对上市公司主营业务和可持续发展能力的影响

本次交易是上市公司实施外延式发展战略的重要步骤之一，通过本次交易，上市公司将多种媒体互动营销广告平台将扩展至新媒体的户外 LED 大屏领域，开始全国化的业务布局，并依托公司资本、品牌和资源优势实现户外 LED 大屏媒体资源的平台化扩张；同时，户外 LED 大屏作为一种具备数字化、互动化、移动化特性的大屏、高清的新型户外媒体，丰富了上市公司广告平台的媒体形态，公司可以为客户提供平面、户外、互联网、移动互联网等多种媒体资源，向综合性的文化传媒产业集团的战略目标大步迈进。

香榭丽传媒作为国内 LED 大屏新媒体经营行业龙头企业之一，其媒体网络覆盖全国主要一线城市，逐步形成了以一线城市媒体资源为主干，向二三线城市有序渗透扩张的网络版图，发展策略与上市公司多种媒体互动营销广告平台发展战略高度契合。本次重组完成后，粤传媒与香榭丽将深度整合双方媒体资源，在粤传媒现有多媒体互动营销广告平台基础上，实现户外 LED 大屏媒体资源的平台化扩张。同时，通过与上市公司现有的丰富的媒体资源相融合，借助上市公司通过出众的整合运营能力，伴随着优势媒体资源的平台化扩张与深度整合，强化“一站式”整合营销服务体系，深度挖掘和开发上市公司丰富的客户资源，提高客户对公司品牌、服务与效果的认可度与合作黏性，打造跨媒体整合传播平台，实现了公司整合营销能力的整体提升。

此外，香榭丽传媒作为户外 LED 行业的领先企业，拥有较高的市场地位和广泛的品牌认可度，市场竞争力较强。本次交易有利于进一步提升上市公司的综合竞争能力、市场拓展能力、资源控制能力和后续发展能力，提升公司的盈利水平，增强抗风险能力和可持续发展的能力，以实现全体股东利益最大化。

五、本次交易完成后上市公司对香榭丽的整合

（一）团队方面的整合

重组完成后，上市公司将拥有更多优秀的人才，双方现有的体系和制度优势能够更好地融合与优化。上市公司充分认可香榭丽传媒的户外 LED 大屏新媒体经营管理模式，认可管理团队及业务团队。本次重组完成后，为确保香榭丽传媒经营团队的稳定性、市场地位的稳固性及竞争优势的持续性，同时为香榭丽传媒维护现有业务、开拓新业务创造有利条件与环境，上市公司将确保香榭丽传媒人员团队和公司运营的相对独立，维持现有的香榭丽品牌、经营管理模式、薪酬待遇等体系不变，继续支持香榭丽传媒加速发展，吸引更多的人才与资源。同时，作为香榭丽传媒的创始人，叶玫女士在重组完成后将与香榭丽传媒或者上市公司签订不少于 60 个月的劳动合同，确保公司持续稳定的增长。

（二）业务开发

1、客户资源共享

经过多年发展，粤传媒和香榭丽传媒作为各自领域领先的媒体平台型公司，经过多年发展，均积累了丰富的客户资源。粤传媒旗下媒体服务的广告客户遍布各行各业，基本覆盖各大领域和主流品牌，为客户提供基于“广州日报+系列报刊+新媒体集群”立体化传播体系各类广告业务服务；香榭丽凭借其国内领先的户外 LED 大屏新媒体网络，在汽车、酒类、时尚消费品等领域与行业客户建立了紧密的合作关系。未来，粤传媒与香榭丽传媒将实现客户资源的共享，共同为广告客户提供优质的整合营销服务。

2、客户协同开发

上市公司高度重视各子公司之间的业务协作以及客户资源的深度开发。

在开发策略上，上市公司与标的公司将共同组建业务开发团队，结合双方的

媒体特性优势、客户资源优势，在公司内部实现优势资源集中化，创新性的组建汽车、酒品、时尚消费品等领域的业务开发行业组，基于更加专注、专业的品牌运作经验，为客户提供更加完善的服务，实现客户资源的二次开发和深度挖掘。

在开发形式上，基于上市公司现有的传统纸媒、互联网、移动互联网等多种媒体资源，上市公司将标的公司的户外 LED 大屏媒体资源纳入其广告资源平台，深度整合双方媒体资源，实现平台化扩张及网络化布局与互联互通。在此基础上，粤传媒将倡导鼓励双方业务人员共同推广公司的平台化广告资源，拓宽公司的业务渠道，提高服务的专业水平和客户满意度。

（三）户外媒体资源的开发

本次重组完成后，上市公司将会为香榭丽传媒提供资金、客户、渠道、品牌和公共资源等全方位的支持，强化香榭丽已经建立的“自有经营+独家买断+联动开发”的网络化业务扩展模式，取得行业稀缺优质资源的先入优势，快速建立覆盖国内一、二线，基本覆盖三线城市的全国最大的户外 LED 大屏媒体运营平台，实现规模效应，占据并巩固行业龙头地位并扩大市场影响力。

（四）品牌共荣

粤传媒充分发挥《广州日报》作为全国影响力最大的党报之一的品牌优势，扶持和打造《羊城地铁报》、《舞台与银幕》、《老人报》、《广州文摘报》、《新现代画报》、《足球报》、《篮球先锋报》等系列子品牌，并通过网站、手机报、微博、微信、二维码、APP 等移动媒体网络，建立了基于《广州日报》的品牌管理体系，形成了品牌集群，在广告规模巨大的珠三角地区占据了领先的广告市场地位。

香榭丽传媒是国内户外 LED 大屏新媒体领域的领先品牌，经过多年的积累和发展，建立了稳健高效的全国性户外 LED 媒体资源网络，具备了大量的客户资源，获得了中国广告协会认证的“中国一级广告企业资质（媒体服务类）”。

本次重组完成后，粤传媒通过收购香榭丽传媒，开始了全国化的媒体资源布局，将会全力支持香榭丽自有品牌建设，通过现有品牌平台增强香榭丽在户外 LED 媒体领域的品牌影响力；另一方面，香榭丽品牌将纳入粤传媒的品牌管理体系，实现品牌间的价值与效应协同，强化多品牌运作、多种媒体经营的粤传媒大

平台理念与市场影响力，实现整个上市公司的媒体品牌共荣。

（五）运营流程的整合

1、财务整合

财务管理系统是根据上市公司所处行业的特点，制定相应的财务管理标准及考核体系。本次交易完成后，香榭丽将纳入上市公司统一的财务管理体系中，建立统一的财务制度，执行统一的财务标准，以实现在财务上对香榭丽的垂直管理，控制标的公司的财务风险，提高整个上市公司体系资金的使用效率，实现内部资源的统一管理及最优配置。

2、技术研发

在技术研发方面，上市公司设立了专门的研发团队，对现代媒体技术及媒体趋势进行不断的跟踪和研究，及时组织各业务板块对上述趋势和技术的发展进行研究和讨论，实现媒体形式创新、内容创新和传播方式创新，以适应飞速发展变化的媒体环境，追踪客户需求的变化。

为了有效支撑公司搭建多种媒体互动营销广告平台的发展战略，上市公司建立了专业的信息化管理团队，持续研发和改进系统信息化管理平台，根据各子公司的业务需求，研究、改进和完善公司内容管理、传输和监控等技术，确保在统一平台下各子公司业务开拓与客户服务的高效协同，为各子公司的经营活动提供有力的后台支持。此外，上市公司将发挥自身大数据领域的技术优势，增加在户外 LED 大屏媒体大数据领域的投入，深入分析受众群体的相关信息，建立针对多种媒体经营的大数据分析系统，提升客户的广告投放精准度，提高资源利用效率与投放效果，进而增强广告客户的满意度。标的公司进入上市公司体系后将很快享受到系统化的业务与技术支持带来的显著竞争优势。

六、交易完成后上市公司的利润分配政策

（一）公司最近三年利润分配情况

2011年5月12日，公司2010年年度股东大会审议通过《2010年度利润分配预案》，以公司2010年末总股本350,161,864股为基数，每10股派0.30元人民币

（含税）。

2012年5月15日，公司2011年年度股东大会决议审议通过《2011年度利润分配方案》，公司2011年度不进行利润分配，不以资本公积转增股本。

2013年4月18日，公司2012年年度股东大会审议通过《2012年度利润分配方案》，以公司2012年末总股本692,002,640股为基数，每10股派1元人民币（含税），不以资本公积转增股本。

（二）交易完成后利润分配政策

2012年公司第一次临时股东大会审议通过《分红管理制度》，对公司利润分配政策、现金分红的具体条件、股东回报规划和分红决策等内容进行了详细规定。交易完成后，上市公司将继续遵循《分红管理制度》中制定的利润分配政策，积极对上市公司股东给予回报，具体规定如下：

1、公司利润分配政策为：公司重视对投资者特别是中小投资者的合理投资回报，制定持续、稳定的分红政策。

公司利润分配方式以现金分红为主，根据公司长远和可持续发展的实际情况，当公司具备股本扩张能力或遇有新的投资项目，为满足长期发展的要求，增强后续发展和盈利能力，在项目投资资金需求较大时可采用股票股利。

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司应重视投资者投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，公司的利润分配政策为：（一）公司可以采用现金或者股票方式分配股利；（二）公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围；（三）公司可以进行中期现金分红；（四）公司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百分之三十；除非出现本制度规定的其他情形，公司单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的百分之十；（五）公司当年盈利董事会未做出现金利润分配预案的，应当在当年的定期报告中披露未现金分红的原因、未

用于现金分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见。

2、**股东回报规划**：公司应牢固树立回报股东的意识并兼顾公司的可持续发展，股东回报规划方案需保持持续、稳定的利润分配政策，充分听取独立董事及中小股东的意见。

在公司未分配利润为正、报告期净利润为正，以及满足公司正常生产经营的资金需求且足额预留法定公积金、任意公积金的情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之十。

公司在每个会计年度结束后，由董事会提出分红议案，独立董事发表意见，并提交股东大会进行表决。公司应广泛听取股东对公司分红的意见与建议，并接受股东的监督。

3、**分红决策机制**：公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求合理提出分红建议和预案。公司董事会在利润分配预案论证过程中，需与独立董事、监事充分讨论，并通过多种渠道充分听取中小股东意见，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上形成利润分配预案。

公司分红预案由董事会拟定，独立董事发表意见，由股东大会审议决定。公司切实保障社会公众股股东参与股东大会的权利，董事会、独立董事和符合一定条件的股东可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，但不得采取有偿或变相有偿方式进行征集。独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

因国家法律法规和证券监管部门对上市公司的分红政策颁布新的规定或公司因外部经营环境、自身经营状况发生重大变化而需调整分红政策的，应以股东权益保护为出发点，详细论证和说明原因，并严格履行决策程序。公司分红政策发生变动，应当由董事会审议变动方案，独立董事对此发表独立意见，提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

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。

第十章 财务会计信息

一、标的公司财务报告

中天运会计师事务所有限公司对香榭丽传媒编制的 2011 年、2012 年、2013 年 1 至 6 月财务报表及附注进行了审计，并出具了中天运[2013]审字第 90301 号《审计报告》。

中天运认为：“香榭丽传媒财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了香榭丽传媒 2013 年 6 月 30 日、2012 年 12 月 31 日、2011 年 12 月 31 日的财务状况以及 2013 年 1-6 月、2012 年度、2011 年度的经营成果和现金流量。”

香榭丽传媒经审计的 2011 年、2012 年和 2013 年 1-6 月合并财务报表如下：

（一）资产负债简表

单位：万元

项目	2013 年 6 月 30 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
流动资产合计	32,144.85	32,305.95	20,222.23
非流动资产合计	9,249.65	10,128.36	11,165.53
资产合计	41,394.50	42,434.31	31,387.76
流动负债合计	10,214.12	11,393.95	8,880.86
非流动负债合计	4,863.61	4,838.10	-
负债合计	15,077.73	16,232.05	8,880.86
所有者权益合计	26,316.76	26,202.25	22,506.90

（二）利润表简表

单位：万元

项目	2013 年 1-6 月	2012 年度	2011 年度（注）
营业收入	11,644.69	23,993.43	17,433.69
营业利润	1,836.19	5,718.79	4,820.82
利润总额	1,695.88	5,340.67	4,851.54
净利润	1,114.51	3,695.35	3,647.28

（三）现金流量简表

单位：万元

项目	2013年1-6月	2012年度	2011年度
经营活动产生的现金流量净额	-6,021.62	54.46	-6,916.41
投资活动产生的现金流量净额	-846.45	-2,172.80	-7,125.57
筹资活动产生的现金流量净额	844.58	4,785.00	17,809.62
现金及现金等价物净增加额	-6,023.49	2,666.67	3,767.64
加：期初现金及现金等价物余额	7,448.72	4,782.05	1,014.41
期末现金及现金等价物余额	1,425.23	7,448.72	4,782.05

二、上市公司最近一年及一期的备考简要合并财务报表

根据中天运会计师事务所有限公司出具的中天运[2013]普字第 90391 号审计报告，假设本公司于 2012 年 1 月 1 日已完成本次资产重组的情况下，按照本次交易完成后的架构编制的上市公司最近一年及一期备考合并财务报表如下：

（一）资产负债简表

单位：万元

项目	2013年6月30日	2012年12月31日
流动资产合计	239,340.90	251,058.90
非流动资产合计	222,297.05	218,838.66
资产合计	461,637.94	469,897.56
流动负债合计	52,951.35	67,523.33
非流动负债合计	5,212.11	5,253.43
负债合计	58,163.46	72,776.75
归属于母公司股东权益	402,666.00	396,358.56
所有者权益	403,474.48	397,120.81

（二）利润表简表

单位：万元

项目	2013年1-6月	2012年度
营业收入	87,578.27	212,066.72

营业利润	14,813.20	33,351.98
利润总额	14,745.92	32,972.27
净利润	14,273.70	31,228.44
归属于母公司股东净利润	14,227.47	31,263.65

三、标的公司盈利预测

（一）盈利预测编制基础

标的公司以 2012 年度及 2013 年 1-6 月经中天运会计师事务所审计的财务报表为基础，结合标的公司 2013 年度及 2014 年度的生产经营计划、投资计划、融资计划及其他相关资料，并遵循谨慎性原则编制了 2013 年度及 2014 年度盈利预测报告。

编制该盈利预测表所采用的会计政策和会计估计符合《企业会计准则》的规定，与香榭丽传媒实际采用的会计政策、会计估计一致。

（二）盈利预测基本假设

- 1、预测期内香榭丽所遵循的国家现行的法律法规、政府政策以及当前社会政治、经济环境无重大改变；
- 2、预测期内国家现行外汇汇率和银行信贷利率等无重大改变；
- 3、预测期内香榭丽注册地和生产经营所在地的社会经济环境无重大改变；
- 4、预测期内香榭丽所遵循的税收政策、税赋基准、税率将不会发生重大变化；
- 5、预测期内香榭丽所从事的行业及市场状况不发生重大变化；
- 6、预测期内香榭丽能正常营运运作，制订的经营计划和销售计划等按预定目标实现；
- 7、预测期内香榭丽无其他不可抗力因素及不可预测因素对其损益存在重大影响；
- 8、预测期内香榭丽的组织结构无重大变化；
- 9、预测期内香榭丽各项经营业务的市场、客户无重大变化；

10、预测期内香榭丽经营所需租赁的显示屏及显示屏附属阵地的租赁协议均能正常签约，租赁价格不发生重大变化并在香榭丽管理层所能控制的预算范围之内。

（三）标的公司盈利预测表

根据中天运出具的中天运[2013]普字第 90390 号盈利预测审核报告，标的公司盈利预测数据如下：

单位：万元

项目	2013 年			2014 年
	1-6 月审定数	7-12 月预测数	合计	
营业总收入	11,644.69	16,379.74	28,024.43	31,534.71
营业利润	1,836.20	4,506.99	6,343.19	7,576.79
利润总额	1,695.89	4,584.99	6,280.88	7,576.79
净利润	1,114.52	3,438.74	4,553.26	5,682.59

四、上市公司备考盈利预测主要数据

根据中天运出具的中天运[2013]普字第 90392 号盈利预测审核报告，按照本次交易完成后的架构编制的上市公司备考盈利预测数据如下：

单位：万元

项目	2013 年预测			2014 年预测
	1-6 月审定数	7-12 月预测数	合计	
营业总收入	87,578.28	121,544.76	209,123.04	218,488.01
营业利润	14,813.21	19,349.11	34,162.32	35,614.68
利润总额	14,745.93	19,473.83	34,219.76	35,680.70
净利润	14,273.71	18,100.48	32,374.19	33,626.71
归属于母公司股东净利润	14,227.48	18,100.48	32,327.96	33,626.71

第十一章 同业竞争和关联交易

一、本次交易完成后，上市公司与交易对方的同业竞争和关联交易情况

（一）本次交易完成后，上市公司与交易对方的同业竞争情况

叶玫等 20 名交易对方在本次交易前不拥有或控制与标的公司从事相同或相近业务的企业。本次交易完成后，为避免与粤传媒、香榭丽传媒可能产生的同业竞争，叶玫、乔旭东承诺：

1、本人目前经营的户外大型 LED 媒体开发与运营业务均是通过香榭丽传媒进行的，此外，本人没有通过本人直接或间接控制的其他经营主体或以本人名义或借用其他自然人名义从事与粤传媒、香榭丽传媒及其控制的公司相同或类似的业务，也没有在与粤传媒或香榭丽传媒及其控制的公司存在相同或类似业务的其他任何经营实体中投资、任职或担任任何形式的顾问，或有其他任何与粤传媒或香榭丽传媒及其控制的公司存在同业竞争的情形。

2、本次资产重组完成后，香榭丽传媒将成为粤传媒的全资子公司。为避免本人将来可能发生的与粤传媒之间的同业竞争，本人承诺：本人在粤传媒（包括粤传媒及下属子公司，以下同）任职期间及离职后 24 个月内，除通过粤传媒工作之外，不拥有、管理、控制、投资、从事其他任何与粤传媒所从事业务相同或相近的任何业务或项目，亦不参与拥有、管理、控制、投资其他任何与粤传媒从事业务相同或相近的任何业务或项目，亦不谋求通过与任何第三人合资、合作、联营或采取租赁经营、承包经营、委托管理、顾问等方式直接或间接从事与粤传媒构成竞争的业务。本人若违反上述承诺的，将按照如下方式退出与粤传媒的竞争：**A**、停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；**B**、将相竞争的业务纳入到粤传媒来经营；**C**、将相竞争的业务转让给无关联的第三方；或采取其他经粤传媒认可的必要措施予以纠正补；同时本人同意违反本承诺所得收入全部收归粤传媒或香榭丽传媒所有。

埃得伟信承诺：

1、本合伙企业目前经营的户外大型 LED 媒体开发与运营业务均是通过香榭

丽传媒进行的，此外，本合伙企业没有通过本合伙企业直接或间接控制的其他经营主体或以本合伙企业名义或借用其他自然人名义从事与粤传媒、香榭丽传媒及其控制的公司相同或类似的业务，也没有在与粤传媒或香榭丽传媒及其控制的公司存在相同或类似业务的其他任何经营实体中投资、任职或担任任何形式的顾问，或有其他任何与粤传媒或香榭丽传媒及其控制的公司存在同业竞争的情形。

2、本次资产重组完成后，香榭丽传媒将成为粤传媒的全资子公司。为避免本合伙企业将来可能发生的与粤传媒之间的同业竞争，本合伙企业承诺：本合伙企业现在及将来的合伙人在粤传媒（包括粤传媒及下属子公司，下同）任职期间及离职后 24 个月内，除通过粤传媒工作之外，不拥有、管理、控制、投资、从事其他任何与粤传媒所从事业务相同或相近的任何业务或项目，亦不参与拥有、管理、控制、投资其他任何与粤传媒从事业务相同或相近的任何业务或项目，亦不谋求通过与任何第三人合资、合作、联营或采取租赁经营、承包经营、委托管理、顾问等方式直接或间接从事与粤传媒构成竞争的业务。本合伙企业若违反上述承诺的，将按照如下方式退出与粤传媒的竞争：A、停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；B、将相竞争的业务纳入到粤传媒来经营；C、将相竞争的业务转让给无关联的第三方；或采取其他经粤传媒认可的必要措施予以纠正补；同时本合伙企业同意违反本承诺所得收入全部收归粤传媒或香榭丽传媒所有。

（二）本次交易完成后，上市公司与交易对方的关联交易情况

叶玫等 20 名交易对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。根据《上市规则》的相关规定，本次交易完成后，为规范将来可能存在的关联交易，叶玫等 20 名交易对方出具了《规范和减少关联交易的承诺函》，承诺：

1、本次交易完成后，本人将严格按照《中华人民共和国公司法》等法律、法规、规章等规范性文件的要求以及粤传媒公司章程、关联交易制度的有关规定，行使股东权利或者作为董事（如今后被选聘为粤传媒的董事）依法行使董事权利，在股东大会以及董事会对有关涉及本人的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

2、本次交易完成后，本人与粤传媒之间将尽可能减少和尽量避免不必要的关联交易发生。在进行确有必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律、法规、规章等规范性文件和粤传媒公司章程、

关联交易制度的规定履行交易程序及信息披露义务。保证不通过关联交易损害粤传媒及其他股东的合法权益。

二、本次交易完成后，上市公司与实际控制人及其关联企业之间同业竞争情况

本次交易并未导致公司实际控制人变更，本公司的实际控制人广州市国有经营性文化资产监督管理办公室，广州市国有经营性文化资产监督管理办公室持有广州日报社 100% 股权。2012 年，公司重大资产重组完成后，除根据目前行业政策不能进入上市范围的采编业务和时政类报刊、尚待重新定位和处置的信息时报社，广州日报社所控制的综合类及非时政报刊相关印刷、发行、广告等经营资产和新媒体资产全部进入上市公司。

广州日报社下属系列报中，《看世界》、《南风窗》杂志以时政类内容为基础，定位于时政财经、文化思想等方面的新闻和评论，与广州日报社下属其他报刊具有显著不同，不进入上市公司，不会形成实质上的同业竞争。

广州报刊亭有限公司为根据广州市委办公厅市委办公会议纪要（九届[2008]8 号文）要求，以广州市新华书店集团有限公司为主设立。为筹措报刊亭公司设立注册资金，经大洋实业与广州市新华书店集团有限公司初步商定，大洋实业出资并拟持有其 70% 的股权，但根据上述市委办公会议纪要的规定，报刊亭公司的成立以广州市新华书店集团有限公司为主，负责运营和日常管理，故大洋实业对其没有实际控制权。2012 年 1 月，经大洋实业与广州市新华书店集团有限公司协商，广州市新华书店集团有限公司增加其认缴出资并最终持有报刊亭公司 52% 的股权，大洋实业持有报刊亭公司 48% 的股权。

广州日报社拟对信息时报社进行重新定位和处置，2012 年公司重组时未进入上市公司。为避免与上市公司构成同业竞争，2012 年重组时广州日报社、广传媒分别出具了避免同业竞争的承诺函。

广州日报社具体承诺如下：

“1、如未来行业政策允许，将无条件允许上市公司择机通过现金或股权等方式收购本单位未进入上市公司范围内的报刊采编业务资产（已授权上市公司无限

期独家经营所涉及的无形资产免费进入）、以及《看世界》、《南风窗》等以时政类内容为基础的报刊杂志资产；

2、待信息时报社重新定位明确后，根据该报社持续经营能力和发展情况，在时机成熟时优先无条件允许上市公司以现金或股权方式收购该报社相关业务资产；

3、本单位控股子公司广州大洋实业投资有限公司持有广州报刊亭有限公司70%的股权，但根据广州市委办公厅市委办会议纪要（九届[2008]8号文）的精神，广州报刊亭有限公司是以广州市新华书店集团有限公司为主成立的公司，并由广州市新华书店集团有限公司为主负责运营和日常管理，故本单位控股子公司广州大洋实业投资有限公司对其没有实际控制权。本单位承诺，若本单位或本单位下属的企业、单位一旦获得对广州报刊亭有限公司的控制权，将无条件同意上市公司以现金或股权方式收购广州报刊亭有限公司的相关业务资产；

4、除以上行业政策目前不允许进入上市公司的资产，以及持续经营能力和发展前景不明朗的资产外，本单位及下属子企业不会在中国境内以任何形式直接或间接从事粤传媒及其下属企业营业范围所限定的业务以及将来按照粤传媒的发展需要拟开展的发行业务，以避免与粤传媒构成或可能构成竞争；本单位有任何可能与粤传媒及其下属公司构成竞争的业务机会，本单位立即书面通知粤传媒，并在上述通知发出后30天内，按照粤传媒或其下属公司能够接受的合理条件，尽力促使该业务机会首先提供给粤传媒或其下属公司。”

除此之外，本公司实际控制人及其控制的企业及其关联企业目前没有以任何形式从事与上市公司及上市公司的控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，本次交易也不会产生新的同业竞争情况。

三、本次交易完成后，上市公司与实际控制人及其关联企业之间关联交易情况

本次交易并未导致公司实际控制人变更，本次交易完成后，公司与实际控制人及其关联企业之间关联交易将继续严格按照公司的《关联交易管理制度》和有关法律法规及《公司章程》的要求履行关联交易的决策程序，遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，定价依据充分、合理，确保不损害公司和股东的利益，尤其是中小股东的利益。

根据中天运会计师事务所出具的《备考审计报告》，本次交易完成后，上市公司备考关联交易情况如下：

（一）关联方情况

1、本公司的控股股东和实际控制人

本次交易公司发行股份 33,535,646 股之后，广州传媒控股有限公司直接持有本公司股份变更为 47.12%，仍为本公司控股股东；广州市国有经营性文化资产监督管理办公室直接或间接控制的公司股份比例变更为 65.33%，仍为公司实际控制人。

2、本公司的子公司情况

子公司全称	子公司类型	注册地	注册资本（万元）	业务范围	实际出资额（万元）	持股比例（%）
通过设立或投资等方式取得的子公司						
广东公明景业印务有限公司（注）	控股	清远	5,000.00	印刷	3,500.00	70%
广东广报投资有限公司	全资	广州	5,000.00	对外投资	5,000.00	100%
广东广报传媒印务有限公司	全资	广州	1,000.00	印刷	1,000.00	100%
广州广报数据科技有限责任公司	全资	广州	200.00	软件研究、开发、销售；数据处理和存储服务；科技信息咨询	200.00	100%
广州广报社区报有限公司	全资	广州	480.00	书刊销售	480.00	100%
同一控制下企业合并取得的子公司						
广州大洋文化连锁店有限公司	控股	广州	17,500	零售书报刊、物资供销	16,361.44	97.14%
广州大洋广告有限公司	控股	广州	150	广告制作及代理	990	99.71%
广州日报报业经营有限公司	全资	广州	20,000	报业产业投资；批发零售国内版图书、报纸、期刊	176,843.12	100.00%
广州市新闻出版纸张供应有限公司	全资	广州	500	纸张销售	501.5	100.00%
广州大洋传媒有	全资	广州	10,000	批发、零售国内版	28,902.01	100.00%

限公司				图书、报纸、期刊		
广州羊城地铁报 报业有限责任公 司	控股	广州	3,000	批发、零售：国内 版图书、报纸、期 刊	621.8	60.00%
广州先锋报业有 限公司	全资	广州	1,100	《足球》、《篮球 先锋报》出版及批 发零售	3,782.44	100.00%
广州劲球信息科 技有限公司	全资	广州	1,000	电子计算机技术 服务	1,000	100.00%
广州思博特体育 发展有限公司	全资	广州	10	体育活动策划	10	100.00%
广州日报新媒体 有限公司	全资	广州	10,000	以自有资金投资 项目，设计、制作 广告；电子技术开 发；批发和零售贸 易	16,560.73	100.00%
广州市交互式信 息网络有限公司	全资	广州	9,000	电子计算机技术 服务	8,000	100.00%
广州日报求职广 场网站有限公司	全资	广州	1,000	网络广告、网页制 作、代理广告。	607.11	100.00%
非同一控制下企业合并取得的子公司						
上海香榭丽广告 传媒股份有限公 司	全资	上海	15,600.00	设计、制作、发布、 代理广告	15,600.00	100%

注：广东公明景业印务有限公司（“公明景业”）于2009年12月生产已停顿，2010年6月30日被宣告破产清算。由于上述原因，本公司2009年末对公明景业的长期股权投资已经确认为零。本公司无法对公明景业实施控制，从2009年度起，公明景业不再纳入本公司合并范围。

3、本公司的联营企业情况

单位名称	企业类型	注册地	注册资本 (万元)	业务性质	持股比例 (%)
华美洁具有限公司	有限公司	清远	1,460 万美元	洁具生产	32.42
重庆恒渲实业有限公 司	有限公司	重庆	人民币 500 万元	国内贸易	45
广州粤图文化发展有 限公司	有限公司	广州	人民币 1,100 万元	场地租赁	51
西安地铁新报传媒有 限公司	有限公司	西安	人民币 800 万元	广告发布	26.67

4、本公司的其他关联方情况

单位名称	与本公司关系	组织机构代码
广州日报社	控股股东	455345160
广州看世界杂志社	受同一控股股东控制	190527056
广州大洋物业管理有限公司	受同一控股股东控制	778383823
广州市同乐拆迁安置服务公司	受同一控股股东控制	190519291
广东美食导报社	受同一控股股东控制	455862512
广州早报社	受同一控股股东控制	455345240
岭南少年报	受同一控股股东控制	455414517
广州文摘报社	受同一控股股东控制	455414445
共鸣杂志社	受同一控股股东控制	455350584
羊城地铁报社	受同一控股股东控制	455414680
广州市大洋房地产开发公司	受同一控股股东控制	190539890
南风窗杂志社	受同一控股股东控制	455349487
信息时报社	受同一控股股东控制	45534888X
足球报社	受同一控股股东控制	455414584
广州市老人报社	受同一控股股东控制	726794508
广周刊报社	受同一控股股东控制	726794444
大东方杂志社	受同一控股股东控制	771153320
篮球先锋报社	受同一控股股东控制	455348388

（二）关联交易情况

1、销售商品

单位：万元

关联方名称	交易类型	2013年1-6月		2012年	
		金额	占该类交易比例	金额	占该类交易比例
信息时报社	广告代理和制作	-	-	92.07	0.07%
广州日报社		-	-	0.62	0.00%
广州看世界杂志社		-	-	13.27	0.01%
广州大洋物业管理有		-	-	1.57	0.00%

限公司					
广州日报社	发行业务	56.33	0.29%	594.87	1.49%
广州日报社	印刷业务	2.05	0.02%	12.51	0.06%
信息时报社		519.67	4.98%	1,179.85	5.30%
广州看世界杂志社		88.31	0.85%	170.31	0.76%
南风窗杂志社		131.37	1.26%	333.50	1.50%
广州市同乐拆迁安置服务公司	旅店服务业	-	-	0.27	0.09%
信息时报社		0.26	0.09%	-	-
广州日报社		43.81	15.99%	21.60	6.91%
广州大洋房地产开发公司		-	-	2.96	0.95%

2、支付的广告发布费

单位：万元

关联方名称	2013年1-6月		2012年	
	金额	占该类交易比例%	金额	占该类交易比例%
广州日报社	7,979.75	98.14%	20,904.28	97.44%
广东美食导报社	18.11	0.22%	40.00	0.19%
广州早报社	19.42	0.24%	39.61	0.18%
岭南少年报	19.42	0.24%	39.61	0.18%
广州文摘报社	18.11	0.22%	40.00	0.19%
共鸣杂志社	19.13	0.24%	40.00	0.19%
足球报社	18.88	0.23%	39.25	0.18%
羊城地铁报社	20.00	0.25%	39.25	0.18%
广州市老人报社	18.49	0.23%	40.00	0.19%

3、提供劳务

单位：万元

关联方名称	2013年1-6月	2012年
-------	-----------	-------

	金额	占该类交易比例%	金额	占该类交易比例%
广州日报社	21.94	4.26%	5.90	4.08%

4、采购货物

单位：万元

关联方名称	2013年1-6月		2012年	
	金额	占该类交易比例%	金额	占该类交易比例%
信息时报社	290.36	1.44%	841.22	23.58%
广州看世界杂志社	3.59	0.02%	5.69	0.22%
南风窗杂志社	3.57	0.02%	7.26	0.19%

5、接受劳务

单位：万元

关联方名称	2013年1-6月		2012年	
	金额	占该类交易比例%	金额	占该类交易比例%
广州大洋物业管理有限 公司	33.56	19.36%	194.53	88.96%

6、支付租赁费

单位：万元

关联方名称	2013年1-6月		2012年	
	金额	占该类交易比例%	金额	占该类交易比例%
广州日报社	216.47	100%	413.78	100.00%

7、商号使用权

本公司的控股子公司广州大洋文化连锁店有限公司 2004 年与广州日报社签订《商号使用权许可合同》，广州大洋文化连锁店有限公司由于代理广州日报社的部分广告及报刊销售，广州大洋文化连锁店有限公司获广州日报社授权在中华人民共和国广东省范围内无偿使用“广州日报”商号，无偿使用期限自 2004 年 4 月 14 日至 2009 年 1 月 31 日。2008 年 12 月 29 日与广州日报社续签协议，无偿使用期

限自 2009 年 2 月 1 日至 2014 年 1 月 31 日。

8、其他授权经营

(1) 广州日报社与大洋传媒于 2010 年 10 月 28 日分别签订了《新时代画报》授权经营协议、《舞台与银幕》授权经营协议，从 2010 年 5 月 31 日起，广州日报社授权大洋传媒无限期独家排他经营与《新时代画报》（国内统一连续出版物号：CN441426）、《舞台与银幕》（国内统一连续出版物号：CN440022）相关的印刷、发行、广告等报纸日常经营性业务，并在开展上述业务时免费使用《新时代画报》、《舞台与银幕》商号。除采编业务外，广州日报社不再直接从事、亦不授权任何第三方从事与《新时代画报》、《舞台与银幕》相关的印刷、发行、广告等报纸经营性业务。大洋传媒因业务需要可将《新时代画报》、《舞台与银幕》报纸经营性业务整体或部分授权大洋传媒的全资子公司、控股公司，及在广州日报社书面同意的情况下授权给与大洋传媒受同一实际控制人控制的其它关联企业经营。

(2) 广周刊报社与广报经营于 2010 年 10 月 28 日签订了《广周刊》授权经营协议，从 2010 年 5 月 31 日起，广周刊报社授权广报经营无限期独家排他经营与《广周刊》（国内统一连续出版物号：CN440129）相关的印刷、发行、广告等报纸日常经营性业务，并在开展上述业务时免费使用《广周刊》商号。除采编业务外，广周刊报社不再直接从事、亦不授权任何第三方从事与《广周刊》相关的印刷、发行、广告等报纸经营性业务。广报经营因业务需要可将《广周刊》报纸经营性业务整体或部分授权广报经营的全资子公司、控股公司，及在广周刊报社书面同意的情况下授权给与广报经营受同一实际控制人控制的其它关联企业经营。

(3) 大东方杂志社与大洋传媒于 2010 年 10 月 28 日分别签订了《大东方》授权经营协议，从 2010 年 5 月 31 日起，大东方杂志社授权大洋传媒无限期独家排他经营与《大东方》（国内统一连续出版物号：CN441610）相关的印刷、发行、广告等报纸日常经营性业务，并在开展上述业务时免费使用《大东方》商号。除采编业务外，大东方杂志社不再直接从事、亦不授权任何第三方从事与《大东方》相关的印刷、发行、广告等报纸经营性业务。大洋传媒因业务需要可将《大东方》报纸经营性业务整体或部分授权大洋传媒的全资子公司、控股公司，及在大东方杂志社书面同意的情况下授权给与大洋传媒受同一实际控制人控制的其它关联企业经营。

(4) 篮球先锋报社与广州先锋报业公司于 2010 年 10 月 28 日签订的《篮

球先锋报》授权经营协议，从 2010 年 5 月 31 日起，篮球先锋报社授权广州先锋报业有限公司无限期独家排他经营与《篮球先锋报》（国内统一连续出版物号：CN440112）相关的印刷、发行、广告等报纸日常经营性业务，并在开展上述业务时免费使用《篮球先锋报》商号。除采编业务外，篮球先锋报社不再直接从事、亦不授权任何第三方从事与《篮球先锋报》相关的印刷、发行、广告等报纸经营性业务。广州先锋报业有限公司因业务需要可将《篮球先锋报》报纸经营性业务整体或部分授权广州先锋报业有限公司的全资子公司、控股公司，及在篮球先锋报社书面同意的情况下授权给与广州先锋报业有限公司受同一实际控制人控制的其它关联企业经营。

（三）关联方往来款余额

单位：万元

关联方	2013 年 6 月 30 日	2012 年 12 月 31 日
应收账款		
广东公明景业印务有限公司	7,578.75	7,578.75
广东看世界杂志社	47.98	88.04
广州日报社	136.63	96.75
信息时报社	491.52	612.94
重庆恒渲实业有限公司	14.70	14.70
合 计	8,269.58	8,391.18
应收账款坏账准备		
广东公明景业印务有限公司	6,631.57	6,627.19
广东看世界杂志社	0.48	0.88
广州日报社	32.07	2.43
信息时报社	4.92	61.29
重庆恒渲实业有限公司	14.70	11.76
合 计	6,683.74	6,703.56
其他应收款		
广东公明景业印务有限公司	6,483.29	6,483.29
广州日报社	-	6.56

广州粤图文化发展有限公司	27.24	27.24
华美洁具有限公司	35.76	73.03
重庆恒渲实业有限公司	47.10	47.10
合 计	6,593.40	6,637.22
其他应收款坏账准备		
广东公明景业印务有限公司	5,673.78	5,673.78
广州粤图文化发展有限公司	27.24	27.24
合 计	5,701.02	5,701.02
应付账款		
广州看世界杂志社	2.22	2.60
广州日报社	1,818.34	2,255.45
南风窗杂志社	2.58	2.02
信息时报社	114.18	132.29
广州市老人报社	-	6.67
共鸣杂志社	10.00	10.00
广东美食导报社	10.00	13.33
广州文摘报社	10.00	13.33
广州早报社	10.00	-
羊城地铁报社	20.00	-
合 计	1,997.32	2,435.69
预收款项		
广州日报社	58.14	15.33
南风窗杂志社	38.77	46.34
信息时报社	0.06	-
合 计	96.98	61.67
其他应付款		
广州传媒控股有限公司	11.05	11.05
广州大洋物业管理有限公司	97.72	66.70
广州日报社	429.88	5,646.10
广州市大洋房地产开发公司	7.58	7.58

重庆恒渲实业有限公司	77.20	77.20
合 计	623.43	5,808.63
其他流动负债		
广州日报社租金	113.41	104.59
广州大洋物业管理有限公司物业费	1.53	17.23
合 计	114.94	121.82

第十二章 本次交易对上市公司治理结构的影响

本次交易前，公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市规则》和其它有关法律法规、规范性文件的要求，不断地完善公司治理结构、完善内部管理和内部控制制度体系，进一步规范公司运作，提高公司治理水平。截至本报告书签署日，公司治理的实际状况符合《上市公司治理准则》和《上市规则》的要求。

本次交易完成后，上市公司将在维持现有制度持续性和稳定性的基础上，按照法律、行政法规及证券交易所的要求，结合公司的发展，规范运作，维护股东的合法权益，完善公司的治理结构。

一、本次交易完成后上市公司的治理结构

本次交易完成后，本公司的业务规模、业务结构、管理复杂性将发生变化。为了规范公司运作和管理，提升经营效率和盈利能力，本公司将依据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规的要求，进一步完善公司治理结构，拟采取的措施主要包括以下几个方面：

（一）股东与股东大会

本次交易完成后，本公司将继续严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规的要求履行股东大会职能，确保所有股东，尤其是中小股东享有法律、行政法规和《公司章程》规定的平等权利。在合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，扩大股东参与股东大会的比例，确保股东对法律、行政法规所规定的公司重大事项享有知情权和参与权。本公司将严格规范公司与关联人之间的关联交易行为，切实维护中小股东的利益。

（二）公司与控股股东、实际控制人

公司控股股东为广州传媒控股有限公司，实际控制人为广州市国有经营性文化资产监督管理办公室。本次交易对公司实际控制人的控制权不会产生重大影响。公司实际控制人始终严格规范自己的行为，没有超越股东大会直接或间接干预粤

传媒的决策和经营活动。公司拥有独立完整的业务和自主经营能力，在业务、人员、资产、机构、财务上独立于控股股东，董事会、监事会和内部机构独立运作。

（三）董事与董事会

公司董事会设董事 9 名，其中独立董事 3 名，董事会的人数及人员构成符合法律、法规的要求和《公司章程》的要求。

本次交易完成后，本公司将进一步完善董事和董事会制度，完善董事会的运作，进一步确保公司和独立董事的任职资格、人数、人员构成、产生程序、责任和权力等合法、规范；确保董事依据法律法规要求履行职责，积极了解公司运作情况；确保董事会公正、科学、高效的决策，尤其充分发挥独立董事在规范公司运作、维护中小股东合法权益、提高公司决策科学性方面的积极作用。

（四）监事与监事会

粤传媒监事会设监事 3 名，其中职工代表监事 1 名，监事会的人数及人员构成符合法律、法规的要求。各位监事能够按照《上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》和公司《监事会议事规则》的要求，认真履行职责。

（五）信息披露管理制度

粤传媒严格按照有关法律法规以及《信息披露管理办法》、《投资者关系管理制度》等的要求，真实、准确、及时、公平、完整地披露有关信息，确保粤传媒所有股东能够平等的机会获得信息。本次交易完成后，粤传媒将继续规范信息的流转、汇报，加强与监管部门的联系和沟通，及时、主动地报告粤传媒的有关事项。作为公众公司，在资本市场需要与投资者建立良性互动的关系，公司将进一步加强投资者细化及关系管理工作，以提高公司信息透明度，保障全体股东的合法权益。

（六）相关利益者

粤传媒在保持稳健发展、实现股东利益最大化的同时，公司充分尊重和维护股东、员工、债权人、供应商、客户等相关利益者的合法权益，实现社会、股东、

公司、员工等各方利益的协调平衡，履行社会责任，公司主动接受监管部门、社会各界的监督，不断完善公司治理体系，提升社会责任管理体系的建设，积极支持社会公益，扶助弱势群体，推动公司与周边社区持续、健康地发展，为和谐社会做出应有的贡献。

（七）投资者关系管理

本公司将继续按照相关法律法规及《投资者关系管理制度》的要求，指定董事会秘书为投资者关系管理负责人，负责协调投资者关系，接待股东来访，回答投资者问询，向投资者提供公司已披露信息等工作；通过电话、电子邮箱、投资者关系网络互动平台、网站等多渠道、多层次地与投资者进行沟通，同时听取投资者的意见、建议，及时将投资者关注的问题反馈给公司董事会和经营层，形成良性互动，促进公司和投资者之间建立长期、稳定的良好关系。公司将进一步加强投资者细化及关系管理工作，以提高公司信息透明度，保障全体股东的合法权益。

（八）利润分配政策与方案

交易完成后，上市公司将继续遵循《分红管理制度》中制定的利润分配政策，积极对上市公司股东给予回报，具体规定如下：

1、公司利润分配政策为：公司重视对投资者特别是中小投资者的合理投资回报，制定持续、稳定的分红政策。

公司利润分配方式以现金分红为主，根据公司长远和可持续发展的实际情况，当公司具备股本扩张能力或遇有新的投资项目，为满足长期发展的要求，增强后续发展和盈利能力，在项目投资资金需求较大时可采用股票股利。

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利(或股份)的派发事项。

公司应重视投资者投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，公司的利润分配政策为：（一）公司可以采用现金或者股票方式分配股利；（二）公司利润分

配不得超过累计可分配利润的范围；（三）公司可以进行中期现金分红；（四）公司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百分之三十；除非出现本制度规定的其他情形，公司单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的百分之十；（五）公司当年盈利董事会未做出现金利润分配预案的，应当在当年的定期报告中披露未现金分红的原因、未用于现金分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见。

2、股东回报规划：公司应牢固树立回报股东的意识并兼顾公司的可持续发展，股东回报规划方案需保持持续、稳定的利润分配政策，充分听取独立董事及中小股东的意见。

在公司未分配利润为正、报告期净利润为正，以及满足公司正常生产经营的资金需求且足额预留法定公积金、任意公积金的情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之十。

公司在每个会计年度结束后，由董事会提出分红议案，独立董事发表意见，并提交股东大会进行表决。公司应广泛听取股东对公司分红的意见与建议，并接受股东的监督。

3、分红决策机制：公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求合理提出分红建议和预案。公司董事会在利润分配预案论证过程中，需与独立董事、监事充分讨论，并通过多种渠道充分听取中小股东意见，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上形成利润分配预案。

公司分红预案由董事会拟定，独立董事发表意见，由股东大会审议决定。公司切实保障社会公众股股东参与股东大会的权利，董事会、独立董事和符合一定条件的股东可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，但不得采取有偿或变相有偿方式进行征集。独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

因国家法律法规和证券监管部门对上市公司的分红政策颁布新的规定或公司因外部经营环境、自身经营状况发生重大变化而需调整分红政策的，应以股东权益保护为出发点，详细论证和说明原因，并严格履行决策程序。公司分红政策发生变

动，应当由董事会审议变动方案，独立董事对此发表独立意见，提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

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。

（九）绩效评价和激励约束机制

粤传媒建立了董事、监事和高级管理人员的绩效评价标准、程序及激励约束机制。公司经理层人员的聘任公开、透明，符合法律法规的规定。

二、本次交易完成后上市公司的独立性

（一）资产完整情况

本公司合法拥有与经营有关的所有资产，拥有独立完整的供应、生产、销售系统及配套设施。本公司拥有的财产的取得手续完备，资产完整，权属清晰。本公司股东及其控制的企业不存在占用公司的资金、资产和其它资源的情况。本公司不存在为股东和其他个人提供担保的情形。

（二）人员独立情况

本公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人等人员未在公司控股股东及实际控制人处担任职务。本公司拥有独立的人员任免制度，未出现控股股东及实际控制人超越董事会和股东大会权限作出人事任免决定的情形。本公司人员管理制度化，劳动、人事、工资完全独立。

（三）财务独立

本公司财务独立，设有独立的财务部门，无财务人员在关联单位兼职。本公司设立了独立的基本账户，并依法单独纳税。本公司执行《企业会计准则》，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，本公司下属子公司也建立了完备独立的财务管理体系。

（四）机构独立情况

本公司拥有独立的办公机构和生产经营场所，依法独立设置机构，独立运营，并设置了独立于控股股东及实际控制人的职能部门。

（五）业务独立

本公司已经建立了符合现代企业制度要求的法人治理结构和内部组织结构，在生产经营及管理上独立运作。公司的生产经营活动均由公司自主决策，独立开展业务并承担相应的责任和风险。由于广州日报社的主报《广州日报》是市委机关报，其报业产业价值链环节中的新闻宣传环节（“采编”环节）为非经营性业务资产。根据国家有关行业政策精神，不能纳入公司化经营，本公司所从事的广告代理及制作、部分报纸印刷业务必然与广州日报社发生持续关联交易。针对上述情况，本公司与广州日报社及其关联方建立了长期稳定的业务关系，明确了各方的权利及义务，并按照公平、公正的原则制定交易价格，从而保持了主营业务的独立性。

本次交易完成后，本公司将继续保持人员、资产、财务、机构、业务的独立性，保持公司独立于控股股东、实际控制人及其关联公司。

第十三章 风险因素

投资者在评价本公司本次现金及发行股份购买资产事项时，除本报告书提供的其他各项资料外，应特别认真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

根据叶玫等 20 名交易对方与粤传媒签署的《现金及发行股份购买资产协议》，本次现金及发行股份购买资产事项尚需经国有资产监督管理部门备案和审批、粤传媒股东大会审议通过及中国证监会的核准，上述呈报事项能否获得相关批准或核准，以及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审批风险。

（二）标的资产估值风险

本次交易中评估机构采用收益法和资产基础法对香榭丽股东全部权益进行评估，并采用收益法评估结果作为香榭丽股东全部权益价值的定价依据。根据北京中企华资产评估有限责任公司出具的中企华评报字（2013）第 3473 号《评估报告》，以 2013 年 6 月 30 日为评估基准日，在持续经营前提下，截至 2013 年 6 月 30 日香榭丽股东全部权益的评估值为 45,098.96 万元，增值额为 18,782.20 万元，增值率 71.37%。上述资产的具体评估情况请参见“第四章 交易标的基本情况 十、香榭丽的估值情况”及香榭丽的《评估报告》。

本公司特提醒广大投资者，虽然评估机构在评估过程中严格按照评估的相关规定，并履行了勤勉、尽职的义务，但由于收益法基于一系列假设并基于对未来的预测，如未来情况出现预期之外的重大变化，可能导致资产估值与实际情况不符，提请投资者注意评估增值较大风险。

（三）本次交易形成的商誉减值风险

本次交易完成后，在粤传媒合并资产负债表中将形成约 1.87 亿元的商誉。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，但如果香榭丽传媒

未来经营状况恶化，则存在商誉减值的风险，从而对粤传媒当期损益造成不利影响，提请投资者注意。

香榭丽传媒作为户外 LED 大屏行业的领先企业，经过长期积累，积累了大量的优质户外媒体资源，并与大量优质公司建立了稳定的合作关系。粤传媒是国内领先的多媒体综合性的运营机构，国内报业广告收入排名第一，与大量的包括世界五百强在内的客户建立了合作关系。本次重组完成后，粤传媒不仅将和标的公司在品牌、客户资源、技术等方面共享资源，并将在资金、资源等方面对标的公司提供全方位的支持，以标的公司为主体整合户外资源，通过并购、购买和新建等多种方式，快速完成国内一线、二线乃至三线城市的布局，构建国内最大的户外 LED 媒体联动网络，不断增强标的公司的持续竞争力，将因本次交易形成的商誉对上市公司未来业绩的影响降到最低程度。

（四）盈利预测风险

本次交易标的资产评估采用了收益法和资产基础法相结合的方式，并以收益法评估结果为定价依据。根据中企华出具的《评估报告》，标的公司 2013 年、2014 年、2015 年、2016 年的预测净利润分别为 4,553.26 万元、5,682.59 万元、6,869.87 万元、8,155.54 万元。

根据《盈利预测补偿协议》约定：交易各方同意，若本次交易在 2013 年完成，则利润补偿期间为 2013 年、2014 年和 2015 年；若本次交易在 2014 年完成，则利润补偿期间为 2014 年、2015 年和 2016 年。交易各方确认在 2013-2016 年各年利润分别不低于 4,600 万元、5,683 万元、6,870 万元和 8,156 万元（以上数据均不低于《评估报告》所预测的同期净利润数，净利润以归属于母公司股东的扣除非经常性损益前后孰低的净利润为计算依据），否则交易对方需根据《盈利预测补偿协议》的约定对上市公司进行补偿。

虽然评估机构在运用收益法进行评估过程中，对上述预测净利润的测算充分考虑了公司经营环境、发展阶段以及行业情况，遵循了评估行业通用准则，履行了相关评估程序，但是，由于香榭丽的业务模式、业务结构、客户基础以及未来市场开拓等方面仍存在不确定性，户外 LED 大屏行业的特点导致香榭丽存在实际净利润低于上述预测净利润的风险。

（五）本次交易完成后的整合风险

本次交易完成后香榭丽传媒将成为本公司的全资子公司，上市公司充分认可香榭丽的户外 LED 大屏新媒体经营管理模式，认可管理团队及业务团队。本次重组完成后，为确保香榭丽经营团队的稳定性、市场地位的稳固性及竞争优势的持续性，同时为香榭丽维护现有业务、开拓新业务创造有利条件与环境，上市公司将确保香榭丽人员团队和公司运营的相对独立，维持现有的香榭丽品牌、经营管理模式、薪酬待遇等体系不变，继续支持香榭丽加速发展，吸引更多的人才与资源。

为在业务领域增强协同效应，上市公司将与香榭丽在如下五个方面增强协同效应：1、实现客户资源的共享，共同为广告客户提供优质的整合营销服务；2、共同组建业务开发团队，结合双方的媒体特性优势、客户资源优势，在公司内部实现优势资源集中化，基于更加专注、专业的品牌运作经验，为客户提供更加完善的服务，实现客户资源的二次开发和深度挖掘；3、为香榭丽传媒提供资金、客户、渠道、品牌和公共资源等全方位的支持，强化公司已经建立的“自有经营+独家买断+联动开发”的网络化业务扩展模式，取得行业稀缺优质资源的先入优势，快速建立覆盖国内一、二线，基本覆盖三线城市的全国最大的户外 LED 大屏媒体运营平台，实现规模效应，占据并巩固行业龙头地位并扩大市场影响力；4、全力支持香榭丽自有品牌建设，通过现有品牌平台增强香榭丽在户外 LED 媒体领域的品牌影响力；5、在财务和运营上提供支持，纳入上市公司现有体系。

但本次交易完成后能否在保持香榭丽原有竞争优势的基础上实现更好的协同效应，仍具有不确定性。

（六）人才流失风险

客户经理、渠道经理等户外广告广告专业人才是公司经营过程中必不可少的宝贵资源，是保持和提升公司竞争力的关键要素。香榭丽传媒的管理团队及核心管理人员的稳定性是决定本次收购成功与否的重要因素，人员流失将对公司的经营和业务稳定性造成不利影响。上市公司充分认可香榭丽传媒的管理团队及业务团队，为保证香榭丽传媒在并购后可以保持着原有团队的稳定性、市场地位的稳固性及竞争优势的持续性，同时为香榭丽传媒维护现有业务、开拓新业务提供有利的环境，上市公司在业务和人员管理层面对香榭丽传媒授予较大程度的自主权和灵活性，以保

持香榭丽传媒原有的业务团队及管理风格，为香榭丽传媒的业务开拓和维系提供足够的支持。

1、针对叶玫个人的离职风险，叶玫承诺自标的资产交割日起，仍需在标的公司或粤传媒任职不少于 60 个月，并与标的公司或粤传媒签订期限不低于 60 个月的《劳动合同》，且在标的公司或粤传媒不违反相关劳动法律法规的前提下，叶玫女士不得单方解除与标的公司的劳动合同。如违反任职期限承诺，将承担相应的赔偿责任。

2、粤传媒和香榭丽传媒鼓励标的公司现在的管理层股东在上述任职期限届满后继续为粤传媒或标的公司服务，如管理层股东不再为粤传媒或标的公司服务的，则不得以任何方式损害粤传媒和/或标的公司的利益（包括但不限于侵犯粤传媒和标的公司的技术秘密和客户信息等行为）；否则，该管理层股东应按照本次交易对价的 20% 作为赔偿金支付给标的公司。

（七）标的资产组织形式不能按时变更的风险

双方签署的《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产协议》明确约定：在本次交易获得中国证监会批准之日起的三十个工作日内，香榭丽应将其组织形式由股份有限公司变更为有限责任公司（以完成相应的工商变更登记手续为准）。

若香榭丽不能按时完成组织形式变更，将影响本次交易股权的交割进度。

二、标的资产经营风险

（一）受经济周期波动影响的风险

经济发展具有周期性，消费者购买力、企业经营业绩、企业品牌传播预算投入与国家经济周期具有较大的相关性。当国家经济周期处于稳定发展期，通常消费者的购买力较强，有助于提升生产企业的经营业绩，从而生产企业加大其在品牌传播中的预算投入；当国家经济增长停滞或发生衰退，消费者购买力下降，生产企业经营业绩不佳，通常减少品牌传播预算投入。因此，国家宏观经济周期变化对企业品牌传播投入将会产生影响，从而对香榭丽传媒及交易完成后的上市公司产生影响。在本次交易完成后，本公司将密切关注宏观经济发展的动态，加强对宏观经济形势

变化的分析，并针对经济周期的变化，提早调整公司的经营策略。

（二）行业监管的风险

标的公司的主营业务为户外 LED 大屏幕媒体资源的开发和运营。根据相关规定，户外 LED 大屏幕的运营需要获得工商行政管理机关和当地相关政府部门的行政许可。目前，全国各主要城市都先后或正在出台相关管理规范，以进一步加大对城市户外大型 LED 媒体设置审批的管理力度。如果未来我国关于户外 LED 大屏的建设和广告运营的政策趋严，对户外 LED 大屏广告的限制增多，将可能影响香榭丽户外 LED 大型媒体资源业务的经营，香榭丽面临因政策变化而导致的风险。

（三）应收账款回收风险

公司从事的主要为户外 LED 媒体的运营业务，款项支付集中在广告播放完成后，因此随着收入规模的增长应收账款规模逐年增大。公司应收账款余额 2011 年、2012 年及 2013 年 6 月 30 日分别为 11,776.07 万元、20,438.00 万元、25,198.63 万元，占总资产比例分别为 37.52%、48.16% 和 60.87%，占比逐年提高。

针对应收账款占比较高带来的回款风险，香榭丽传媒通过以下三方面举措予以防范。首先，在客户承接环节，选择资金实力雄厚、规模较大公司进行合作，从源头降低回款风险；其次，在业务选择上，有目的性的增加占用资金量少、毛利水平高的业务，减少占用资金规模较大的媒介代理购买服务比例；最后，在制度上建立内部预警机制，与现有客户保持紧密联系，加强对账以及应收账款的催收，以尽可能缩短回款周期，降低坏账风险。

（四）阵地租赁合同到期不能续约风险

目前，香榭丽主要通过对户外 LED 屏幕所在阵地的自主开发方式来获得的屏幕资源。香榭丽通过阵地拥有方或代理方签订租赁合同，确保公司可以在该屏幕建成后较长的一段时期内（通常为 5 年以上）完全拥有该屏幕的广告经营权，但若阵地租赁合同到期后，出租方不与公司续约，公司将面临失去该屏幕广告经营权的风险。

香榭丽传媒主要通过如下三种方式降低阵地租赁合同到期不能续约的风险：

（1）与阵地出租方尽可能签订长期的租赁合同。截至本报告书签署日，公司自主

签约的 22 处阵地平均租赁期限 9 年，剩余使用期平均为 5 年，公司在未来较长一段时间不存在阵地续约的问题；（2）扩大公司的业务规模，增加自有屏幕的数量，进一步完善联营代理业务模式，增加公司对市场的控制力，降低公司对单一屏幕的依赖，有效化解由于特定屏幕无法续约给公司经营带来的影响；（3）合同一般都附有优先续约权条款，合同到期后，同等条件下公司享有优先的续约权利。

未来，仍不排除由于特定公司无法与出租方达成阵地续租协议而导致公司失去该阵地所在 LED 屏幕广告经营权的风险，进而影响公司经营业绩的情况发生。

（五）松散式代理屏幕资源不能持续取得的风险

香榭丽传媒共开发运营了 167 块户外 LED 大屏幕，其中自主经营屏幕 23 块，代理屏幕 144 块。代理屏幕资源按照控制力层级以及合作深度区分，包括 33 块紧密式代理和 111 块松散式代理，其中松散式代理屏幕通常仅为个案式合作，考虑成本问题不会签订长期合作协议。因此，香榭丽传媒对松散式代理屏幕控制能力较弱，与屏幕所有者或合作方的合作关系具有较大不确定性。若不能持续取得该类屏幕资源，将对香榭丽传媒的运营产生一定影响。

（六）市场竞争加剧风险

随着我国广告业的蓬勃发展及户外 LED 大屏广告行业的快速增长，越来越多的公司进入到该领域，市场竞争愈演愈烈。相较传统户外媒体行业，虽然 LED 大屏广告行业具有进入门槛高、资本投入大的特点，但仍存在众多中小运营商和潜在进入者。作为最主要的户外大型 LED 媒体运营商之一，香榭丽传媒不仅要和其他行业领先者进行竞争，还面临潜在的进入者瓜分市场份额的可能，存在一定的市场竞争风险。

（七）部分固定资产用于抵押的风险

香榭丽传媒以其位于天津和平区南京路 108 号现代城的 LED 显示屏及附属设备为与天津现代商业有限公司签订的《广告阵地租赁协议》及《补充协议》、《和解协议》项下香榭丽传媒的债务提供抵押担保，担保期限自抵押合同前述之日起至香榭丽传媒全部债务履行完毕；以其拥有的 10 套大型户外 LED 屏所有权提供抵押担保为面值人民币 5,000 万元“上海香榭丽广告有限公司 2012 年中小企业私募

债券”债券提供抵押担保，该债券债券期限 3 年（附第 2 年末投资者回售选择权）。

若香榭丽传媒不能按协议履行偿债义务，上述固定资产面临被债权人按照国家有关法律法规的规定对进行处置的风险，从而影响公司生产经营活动的正常进行。

（八）股东资金占用的风险

2012 年香榭丽传媒整体变更为股份公司时，净资产折股增加额归属于个人股东部分已计提应缴个人所得税，合计金额为 317.04 万元。截至本报告书签署日该个人所得税尚未缴纳，已计入其他应收款核算。香榭丽传媒承诺将在 2013 年底前发放 2012 年度股利时代扣代缴，尚不属于股东占用公司资金的情形。

但若公司未及时发放股利、未能及时时代扣代缴前述个人所得税，香榭丽传媒将面临股东占用资金的风险。

三、股价波动风险

股票价格不仅取决于公司的盈利水平及发展前景，也受到市场供求关系、国家相关政策、投资者心理预期以及各种不可预测因素的影响，从而使公司股票的价格偏离其价值。本次交易需要有关部门审批且需要一定的时间方能完成，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。针对上述情况，公司将根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》和《上市规则》等有关法律、法规的要求，真实、准确、及时、完整、公平的向投资者披露有可能影响公司股票价格的重大信息，供投资者做出投资判断。

第十四章 其他重要事项

一、本次交易完成后，不存在上市公司资金、资产占用及被实际控制人或其他关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情形

截至本报告书签署日，本公司不存在资金或资产被实际控制人或其他关联人占用的情况。本次交易完成后，除正常业务往来外，本公司也将不存在资金或资产被实际控制人或其他关联人占用的情况，亦不存在本公司为实际控制人及其关联人提供担保之情形。

二、上市公司在最近十二个月内发生资产交易情况

最近十二个月上市公司未发生重大资产交易。

三、关于本次交易相关人员买卖上市公司股票的自查情况

上市公司自 2013 年 9 月 5 日停牌后，立即进行内幕信息知情人登记及自查工作，并及时向深圳证券交易所上报了内幕信息知情人名单。

本次自查期间为粤传媒董事会就本次交易事项首次作出决议前六个月至本报告书签署日，本次自查范围包括：上市公司、上市公司现任董事、监事、高级管理人员；香榭丽传媒、香榭丽传媒现任股东、董事、监事、高级管理人员；相关中介机构及具体业务经办人员；以及前述自然人的配偶、直系亲属。

根据各方的自查报告及中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的查询记录，在 2013 年 3 月 4 日至 2013 年 9 月 4 日期间，各自查主体在自查期间均不存在买卖上市公司股票的情形。

四、上市公司停牌前股价无异常波动的说明

因筹划重大事项，本公司向深圳证券交易所申请自 2013 年 9 月 5 日开市起停牌。根据《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）第五条的相关规定，公司股票停牌前 20 个交易日内累计涨跌幅计

算过程如下：

项目	公司股票停牌前 第 21 个交易日 (2013 年 8 月 7 日)	公司股票停牌 前一个交易日 (2013 年 9 月 4 日)	涨跌幅
股票收盘价（元）	10.81	11.00	1.76%
中小板指数	4,935.08	4,993.32	1.18%
深证文化产业指数	2,393.77	2,551.53	6.59%
剔除大盘因素影响涨跌幅			0.56%
剔除同行业板块因素影响涨跌幅			-4.83%

综上，剔除大盘因素和同行业板块因素等影响，粤传媒股价在本次停牌前 20 个交易日内累计涨跌幅未超过 20%，无异常波动情况。

五、对股东权益保护的安排

（一）股东大会通知公告程序

粤传媒在发出召开股东大会的通知后，在股东大会召开前以公告方式敦促全体股东参加本次股东大会。

（二）股东大会及网络投票安排

股东大会将以现场会议形式召开，并将通过深交所交易系统向流通股股东提供网络形式的投票平台，流通股股东可以通过交易系统参加网络投票，行使股东权利，以保障流通股股东的合法权益。

（三）信息披露安排

本次交易中的标的资产经过了具有证券业务资格的会计师事务所和评估公司的审计和评估；上市公司聘请了独立财务顾问、法律顾问对本次交易出具了《独立财务顾问报告》和《法律意见书》。在本次资产重组方案报批以及实施过程中，粤传媒将根据有关规定，及时、完整的披露相关信息，严格履行法定的信息披露程序义务。

第十五章 独立董事及中介机构对本次交易的意见

一、独立董事对本次交易的意见

作为公司的独立董事，本着对公司及全体股东负责的态度，按照实事求是的原则，基于独立判断的立场，在仔细审阅了包括《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》及其《摘要》及相关审计、评估报告等在内的本次现金及发行股份购买资产方案的相关材料后，经审慎分析，根据《深圳证券交易所股票上市规则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《广东广州日报传媒股份有限公司章程》（下称“公司章程”）的有关规定，发表如下独立意见：

1、本次《现金及发行股份购买资产报告书（草案）》以及签订的相关协议，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，本次现金及发行股份购买资产方案具备可操作性。

2、公司本次现金及发行股份购买资产的相关议案经公司第八届董事会第五次会议审议通过。上述董事会会议的召集召开程序、表决程序及方式符合《中华人民共和国公司法》、公司章程以及相关规范性文件的规定。

3、本次交易标的资产经过了具有证券期货相关资格的会计师事务所和资产评估机构的审计和评估，本次交易价格以评估值为依据，由各方在公平、自愿的原则下协商确定，资产定价公平、合理，符合相关法律、法规及公司章程的规定，不会损害公司及股东特别是中小股东的利益。

4、通过本次现金及发行股份购买资产，有利于提升公司的业务规模、提高公司的资产质量和盈利能力，有利于增强公司的持续经营能力和核心竞争力，有利于公司的长远发展，对提高公司市场竞争力将产生积极的影响，从根本上符合公司全体股东的利益，特别是广大中小股东的利益。

5、本次现金及发行股份购买资产不构成关联交易，本次董事会审议和披露现金及发行股份购买资产事项的程序符合国家法律法规、政策性文件和公司章程的有

关规定。

6、本次现金及发行股份购买资产行为符合国家有关法律、法规和政策的规定，遵循了公开、公平、公正的准则，符合上市公司和全体股东的利益，对全体股东公平、合理。

二、独立财务顾问意见

本公司聘请了东方花旗证券有限公司作为本次交易的独立财务顾问。根据东方花旗出具的独立财务顾问报告，独立财务顾问东方花旗认为：

一、本次交易遵守国家相关法律、法规的要求，履行了必要的信息披露程序，符合《公司法》、《证券法》、《重组办法》、《重组规定》等有关法律、法规的规定，并按有关法律、法规的规定履行了相应的程序。

二、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。

三、本次交易拟购买资产已经过具有证券期货相关业务资格的会计师事务所和资产评估机构的审计和评估，且资产评估假设、方法合理，本次交易的价格定价公允合理，不存在损害上市公司及其股东利益的情形。本次交易拟购买资产的价格是以评估值为参考，由交易双方协商确定的，交易价格客观、公允。

四、本次交易不构成关联交易；本次交易有利于上市公司提升市场地位，改善经营业绩，增强持续发展能力；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，尤其是中小股东的合法权益的问题。

五、本次交易所涉及的资产，为权属清晰的经营性资产，不存在权利瑕疵和其他影响过户的情况，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续。

六、交易对方就相关资产实际净利润数不足预测净利润数的情况签订了《盈利预测补偿协议》，协议约定明确，相关补偿安排合理、可行。

七、本次交易是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化的情况下，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，发行股份数量低于发行后上市公

司总股本的 5%但交易总额不低于 1 亿元。

八、本次交易完成后，上市公司仍具备股票上市的条件。

九、本次交易充分考虑了对中小股东利益的保护，相关措施切实、可行。对本次交易可能存在的风险，粤传媒已在重组报告书及相关文件中作了充分揭示，有助于全体股东和投资者对本次交易的客观评判。

三、律师意见

本公司聘请了北京大成律师事务所作为本次交易的法律顾问。根据大成律所出具的法律意见书，对本次交易结论性意见如下：

一、粤传媒系依法设立并有效存续的企业法人，交易对方除天津瑞懋之外均系具有完全民事行为能力的自然人或依法设立并有效存续的企业，依法具备本次交易的主体资格。天津瑞懋虽然被吊销《合伙企业营业执照》，但其已指定清算人，根据《中华人民共和国合伙企业法》的规定，天津瑞懋的清算人有权代表天津瑞懋从事清算范围内的活动，因此，天津瑞懋指定的清算人具有将天津瑞懋所持有的香榭丽股票作为清算资产变现的主体资格。

二、本次交易已经履行了截至目前应当履行的批准和授权程序，已经取得的批准和授权均合法有效，尚需取得国有资产监督管理机构的批准、粤传媒股东大会的批准以及中国证监会的核准后方可实施。

三、本次交易不构成关联交易。

四、粤传媒与交易对方签署的《现金及支付现金购买资产协议》、《盈利预测补偿协议》的内容符合法律、法规及规范性文件的规定，协议在其约定的生效条件满足后即对协议各签约方具有法律约束力。

五、本次交易的标的资产对交易对方持有的香榭丽 100%股份权属清晰，未设置质押权或其他任何第三方权益，不存在被司法查封或冻结的情形，不存在权属纠纷，该股份转让给粤传媒不存在实质性法律障碍。

六、本次交易不涉及的债权债务处理及人员安置。

七、粤传媒已按相关法律、法规及规范性文件的规定履行法定的披露和报告

义务。

八、本次交易符合《重组办法》和相关规范性文件规定的原则和实质性条件。

九、参与本次交易活动的证券服务机构具有合法的执业资质。

十、本次交易符合相关法律、法规和规范性文件的规定，在取得法律意见书所述的必要的批准同意后，其实施不存在法律障碍。

第十六章 专业机构信息

一、独立财务顾问

机构名称：东方花旗证券有限公司

地址：上海市中山南路 318 号 2 号楼 24 楼

法定代表人：潘鑫军

电话：021-23153888

传真：021-23153500

项目组成员：郑剑辉、蔡军强、刘京卫、王国昌、马凯、蔡川

二、律师事务所

机构名称：北京大成律师事务所

地址：北京市东直门南大街 3 号国华投资大厦 12 层

负责人：彭雪峰

电话：010-5813 7999

传真：010-5813 7788

项目组成员：张新明、许东、戴任智

三、审计机构

机构名称：中天运会计师事务所有限公司

地址：北京市西城区车公庄大街 9 号五栋大楼 B1 座七层

法人代表：祝卫

电话：010-88395676

传真：010-88395200

项目组成员：朱晓崴、李朝阳

四、资产评估机构

机构名称：北京中企华资产评估有限责任公司

地址：北京市东城区青龙胡同 35 号

法定代表人：孙月焕

电话：010-65881818

传真：010-65882651

项目组成员：胡奇、张齐虹

第十七章 董事及有关中介机构声明

董事声明

本公司全体董事承诺保证本《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》内容真实、准确、完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承诺对所提供资料的合法性、真实性和完整性承担个别和连带的法律责任。

（本页无正文，为全体董事关于《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》的声明之签字盖章页）

全体董事签字：

汤应武

肖卫中

赵文华

朱征夫

陈珠明

刘国常

谢奕

凌峰

胡远芳

广东广州日报传媒股份有限公司董事会

年 月 日

独立财务顾问声明

本公司及经办人员同意广东广州日报传媒股份有限公司在《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》中援引本公司出具的结论性意见，且所引用的本公司出具的结论性意见已经本公司及本公司签字人员审阅，确认《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（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个别或连带的法律责任。

法定代表人（或授权代表）：_____

马骥

项目主办人：_____

郑剑辉

蔡军强

项目协办人：_____

刘京卫

王国昌

东方花旗证券有限公司

年 月 日

律师声明

本所及经办律师同意广东广州日报传媒股份有限公司在《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》中援引本所出具的结论性意见，且所引用的本所出具的结论性意见已经本所及经办律师审阅，确认《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（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个别或连带的法律责任。

负责人：_____

彭雪峰

经办律师：_____

张新明

许东

北京大成律师事务所

年 月 日

审计机构声明

本公司及经办注册会计师同意广东广州日报传媒股份有限公司在《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》中援引本公司出具的结论性意见，且所引用的本公司出具的结论性意见已经本公司及经办注册会计师审阅，确认《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（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个别或连带的法律责任。

法定代表人（或授权代表）： _____

祝卫

经办注册会计师： _____

朱晓崑

李朝阳

中天运会计师事务所有限公司

年 月 日

评估机构声明

本公司及经办注册资产评估师同意广东广州日报传媒股份有限公司在《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》中援引本公司出具的结论性意见，且所引用的本公司出具的结论性意见已经本公司及经办注册资产评估师审阅，确认《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（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个别或连带的法律责任。

法定代表人（或授权代表）：_____

孙月焕

经办注册资产评估师：_____

胡奇

张齐虹

北京中企华资产评估有限责任公司

年 月 日

第十八章 备查文件

一、备查文件

- 1、粤传媒关于本次交易的董事会决议；
- 2、粤传媒关于本次交易的独立董事意见；
- 3、香榭丽关于本次交易的股东会决议；
- 4、粤传媒与交易对方签订的《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产协议》、《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产之盈利预测补偿协议》；
- 5、中天运出具的《广东广州日报传媒股份有限公司 2013 年 1-6 月审计报告》（中天运[2013]审字第 90300 号）；
- 6、中天运出具的《上海香榭丽广告传媒股份有限公司 2011-2013 年 6 月审计报告》（中天运[2013]审字第 90301 号）；
- 7、中天运出具的《广东广州日报传媒股份有限公司备考财务报表专项审计报告》（中天运[2013]普字第 90391 号）；
- 8、中天运出具的《上海香榭丽广告传媒股份有限公司 2013-2014 年度盈利预测审核报告》（中天运[2013]普字第 90390 号）；
- 9、中天运出具的《广东广州日报传媒股份有限公司 2013-2014 年度备考合并盈利预测审核报告》（中天运[2013]普字第 90392 号）；
- 10、中企华出具的《广东广州日报传媒股份有限公司拟以现金及发行股份购买资产涉及的上海香榭丽广告传媒股份有限公司股东全部权益项目评估报告》（中企华评报字（2013）第 3473 号）；
- 11、大成律师事务所出具的《北京大成律师事务所关于广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产的法律意见书》；
- 12、东方花旗出具的《东方花旗证券有限公司关于广东广州日报传媒股份有限

二、备查地点

1、广东广州日报传媒股份有限公司

联系地址：广东省广州市白云区增槎路 1113 号

电话： 020-83569319/83569336

传真： 020-83569332

联系人： 陈广超

2、东方花旗证券有限公司

联系地址：上海市中山南路 318 号 2 号楼 24 楼

电话： 021-23153888

传真： 021-23153500

联系人： 郑剑辉 蔡军强

（本页无正文，为《广东广州日报传媒股份有限公司现金及发行股份购买资产报告书（草案）》之盖章页）

广东广州日报传媒股份有限公司

2013年10月25日