

股票代码：002712

股票简称：思美传媒

上市地点：深圳证券交易所



思美传媒股份有限公司
发行股份及支付现金购买资产
并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）

交易对方	通讯地址
刘申	北京市朝阳区西大望路金港国际 1A-705
西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）	拉萨经济技术开发区总部经济基地二期公寓 B 幢 2 单元 1004 房
哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）	哈尔滨高新区科技创新城创新创业广场 2 号楼科技一街 719 号 A 栋 608 室
配套募集资金方	
朱明虬	杭州市下城区中山北园 25 幢 1 单元****
上海珺容投资管理有限公司珺容新兴产业 1 号基金	上海市浦东新区耀华路 488 号 1812B 室
吴红心	浙江省永康市东城街道银川东路****
上海兴璟投资管理有限公司	上海市虹口区四平路 421 弄 107 号 P789 室
新余佳银投资管理中心（有限合伙）	浙江省杭州市上城区梅花碑 8 号浙江轻纺大厦 1 号楼 8 层

独立财务顾问



中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO., LTD.

签署日期：二〇一六年一月

声明

本公司及董事会全体成员保证本报告书及其摘要内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证本报告书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

本报告书所述的本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。审批机关对于本次交易的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。

本次交易完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次交易引致的投资风险，由投资者自行负责。

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

交易对方承诺

本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方均已出具承诺函,保证所提供的信息真实、准确、完整,并保证不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,同时承诺向参与本次重组的各中介机构所提供的资料均为真实、准确、完整的原始资料或副本资料,资料副本或复印件与其原始资料或原件一致,所有文件的签名、印章均是真实的,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。

如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,给上市公司或者投资者造成损失的,将依法承担赔偿责任。

如本次交易因涉嫌所提供或者披露的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,被司法机关立案侦查或者被中国证监会立案调查的,在案件调查结论明确之前,将暂停转让在上市公司拥有权益的股份。

中介机构承诺

本次交易的独立财务顾问中信建投证券股份有限公司、法律顾问浙江天册律师事务所、审计机构天健会计师事务所(特殊普通合伙)、资产评估机构北京中企华资产评估有限责任公司承诺:如本次重组申请文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,独立财务顾问、法律顾问、审计机构、资产评估机构未能勤勉尽责的,将承担连带赔偿责任。

修订说明

根据中国证监会相关补正、反馈要求,本公司对本报告书进行了补充、修改与完善。本报告书补充和修改的主要内容如下:

1、根据中企华以 2015 年 9 月 30 日为评估基准日重新出具的中企华评报字(2015)第 4292 号《资产评估报告》,以 2015 年 9 月 31 日为评估基准日,标的资产的评估值由“35,530.95 万元”调整为“29,324.61 万元”;经交易各方协商,标的资产作价调整为 29,000 万元。同时,交易各方调整了盈利承诺及业绩补偿承诺,并签署了《思美传媒股份有限公司与北京爱德康赛广告有限公司及其股东关于发行股份及支付现金购买资产的协议之补充协议(二)》、《关于北京爱德康赛广告有限公司之业绩补偿协议之补充协议(二)》。

根据《思美传媒股份有限公司与北京爱德康赛广告有限公司及其股东关于发行股份及支付现金购买资产的协议之补充协议(二)》,主要调整为:(1)本次交易标的资产的价格由原来的“32,500 万元”调整为“29,000 万元”;(2)上市公司拟用于购买资产所发行股份的数量由原来的“2,725,137 股”调整为“2,431,661 股”,拟支付现金数量由原来的“162,500,080.69 元”调整为“145,000,054.57 元”;(3)刘申、爱信威诚拟受让股份数量由“2,008,247 股”、“716,890 股”调整为“1,791,974 股”、“639,687 股”,刘申、爱信威诚拟获得的现金对价由“89,353,331.39 元”、“31,896,749.30 元”调整为“76,456,990.53 元”、“27,293,064.04 元”。

根据《关于北京爱德康赛广告有限公司之业绩补偿协议之补充协议(二)》,主要调整为:(1)盈利预测承诺由原来的“刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)承诺,爱德康赛于 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度应实现的年度经审核税后净利润应分别不低于 2,500 万元、3,250 万元、4,225 万元、4,647.5 万元、5,112.3 万元。”调整为“刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)承诺,爱德康赛于 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度应实现的年度经审核税后净利润应分别不低于 1,400 万元、2,700 万元、3,510 万元、4,563 万元、5,019.3 万元。”

根据《关于思美传媒股份有限公司之股份认购合同》之补充合同,主要调整

为：（1）公司本次交易拟募集配套资金总额由“预计不超过 32,499.80 万元”调整为“预计不超过 28,999.98 万元”，发行数量合计由“5,200,800 股”调整为“4,640,740 股”；（2）拟向朱明虬发行的股份数量与募集资金金额由“3,522,700 股”、“220,133,523 元”调整为“2,962,640 股”、“185,135,374 元”。

公司已按照上述调整，对重组报告书的相关内容进行了修改。

2、思美传媒第三届董事会第二十四次会议决议审议通过了本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易方案调整的相关议案，并于本报告书“第一章 本次交易交易概况/三、本次交易的决策过程和批准情况/（一）本次交易已经履行的决策和审批程序”中进行了补充披露。

3、根据天健会计师事务所出具的天健审[2015]7374 号《审计报告》，审计基准日由“2015 年 3 月 31 日”修改为“2015 年 9 月 30 日”，更新了标的情况、相关财务数据，对重组报告书进行了修改。

4、根据天健会计师事务所对上市公司出具的[2016]6 号《审阅报告》，已更新相关备考财务数据，对重组报告书进行修改。

5、更新了截至 2015 年 9 月 30 日上市公司前 10 大股东情况，详见本报告书“第二章 上市公司基本情况/四、公司前十大股东情况”。

6、根据上市公司 2015 年三季度未经审计的财务报告，更新了上市公司最近一期（2015 年 1-9 月）财务数据，详见本报告书“第二章 上市公司基本情况/五、公司主营业务情况及主要财务指标/（二）国内公司最近三年及一期主要财务指标”、“第九章 管理层讨论与分析/一、本次交易前，上市公司的财务状况和经营成果”等部分。

7、补充了本次交易前朱明虬及其一致行动人持有的思美传媒股份的锁定期安排，详见本报告书“第三章 交易对方的基本情况/二、交易对方详细情况/（二）配套募集资金的交易对方”。

8、补充了新余佳银投资管理中心（有限合伙）和上海兴璟投资管理有限公司的产权及控制关系等情况，详见本报告书“第三章 交易对方基本情况/二、交易对方详细情况/（二）配套募集资金的交易对方”。

9、补充了爱德康赛 2015 年营业收入和净利润预测的可实现性，详见本报告书“第四章 交易标的评估情况/一、评估情况/（六）爱德康赛 2015 年营业收入

和净利润预测的可实现性”。

10、补充了爱德康赛 2016 年及以后年度营业收入、毛利率预测的合理性及根据返点率、营业收入、毛利率、折现率对爱德康赛评估值的影响所作敏感性分析, 详见本报告书“第四章 交易标的评估情况/一、评估情况/(七) 爱德康赛 2016 年及以后年度营业收入、毛利率预测的合理性、(八) 就返点率、营业收入、毛利率、折现率对爱德康赛评估值的影响作敏感性分析和特别风险提示”。

11、补充了 2013 年至 2015 年 6 月间爱德康赛增资和股权转让的原因、定价依据、与本次交易价格差异的原因及合理性, 详见本报告书“第四章 交易标的基本情况/二、爱德康赛的历史沿革/(一) 爱德康赛历史沿革”。

12、补充了爱德康赛 2014 年 3 月至 2015 年 6 月期间股权代持与解除情况及相关人员的确认及承诺, 详见本报告书“第四章 交易标的基本情况/二、爱德康赛的历史沿革/(一) 爱德康赛历史沿革”。

13、更新了交易标的下属子公司最近一年及一期财务信息, 详见本报告书“第四章 交易标的的基本情况/三、爱德康赛的股权结构情况/(三) 下属公司情况”。

14、更新了爱德康赛与深圳市世纪凯旋科技有限公司诉讼事宜的进展情况、相关会计处理以及对爱德康赛经营业绩的影响, 详见本报告书“第四章 交易标的的基本情况/四、爱德康赛的资产权属情况”。

15、更新了爱德康赛最近一期(2015 年 1-9 月)前 5 大客户情况, 详见本报告书“第四章 交易标的的基本情况/五、交易标的主营业务情况/(五) 主营业务的具体情况”。

16、补充了爱德康赛报告期内主要客户变动较大的原因、合理性以及客户稳定性对生产经营的影响, 详见本报告书“第四章 交易标的基本情况/五、爱交易标的主营业务情况/(五) 主营业务的具体情况”。

17、补充了爱德康赛报告期内前五大供应商情况, 详见本报告书“第四章 交易标的基本情况/五、交易标的主营业务情况/(五) 主营业务的具体情况”。

18、补充了爱德康赛全资及控股子公司两处披露不一致的原因及爱德康赛 2015 年收购爱玛威、千数风景的原因, 交易价格确定依据、合理性及对本次交易评估值的影响, 详见本报告书“第四章 交易标的基本情况/六、爱德康赛主要财务数据/(一) 交易标的报告期内主要会计政策及相关会计处理”。

19、补充了爱德康赛报告期应收账款坏账准备计提的充分性,详见本报告书“第四章 交易标的基本情况/六、爱德康赛主要财务数据/(一)交易标的报告期内主要会计政策及相关会计处理”。

20、补充了媒体返点的会计处理依据、处理过程;结合自身生产经营状况、媒体返点、可比公司情况等,补充了披露爱德康赛销售净利率和毛利率波动的原因和合理性;补充披露了爱德康赛未来盈利能力的稳定性,详见本报告书“第四章 交易标的基本情况/六、爱德康赛主要财务数据/(一)交易标的报告期内主要会计政策及相关会计处理”和“第九章 管理层讨论与分析/二、交易标的的经营成果分析/(二)爱德康赛盈利能力分析”。

21、根据中企华出具的中企华评报字(2015)第4292号《资产评估报告》,更新了标的资产的收益法评估过程及结论。详见本报告书“第五章 交易标的的评估情况/一、评估情况”。

22、更新了董事会对本次交易的评估合理性以及定价公允性分析的相关内容,详见本报告书“第五章 交易标的的评估情况/二、董事会对本次交易的评估合理性以及定价公允性分析”。

23、根据天健出具的天健审[2015]7374号《审计报告》、天健审[2016]6号《审阅报告》和上市公司2015年三季度未经审计的财务数据,更新了本次交易对上市公司财务数据的影响,详见本报告书“第六章 发行股份情况/一、发行股份及支付现金购买资产/(八)对上市公司主要财务数据的影响”。

24、更新了募集配套资金的金额、股份发行数量、具体用途等内容,详见本报告书“第六章 发行股份情况/二、发行股份募集配套资金”。

25、根据上市公司2014年度经审计、2015年三季度未经审计的财务数据,更新了上市公司货币资金情况,详见本报告书“第六章 发行股份情况/二、发行股份募集配套资金/(十)募集配套资金必要性分析/5、上市公司目前资金状况”。

26、补充了本次交易募集配套资金的必要性、测算依据和测算过程、收益法评估预测现金流中是否包含了募集配套资金投入带来的收益的相关情况及锁价发行股份募集配套资金失败的补救措施,详见本报告书“第六章 发行股份情况/二、发行股份募集配套资金/(十)募集配套资金必要性分析、(十一)本次募集配套资金的测算依据和测算过程、(十二)收益法评估预测现金流中是否包含了

募集配套资金投入带来的收益”。

27、根据公开信息，更新了上市公司与同行业可比上市公司的资产负债率比较情况，详见本报告书“第六章 发行股份情况/二、发行股份募集配套资金/（十一）募集配套资金合规性分析/1、上市公司资产负债率基本类同与同行业上市公司”。

28、补充了本次募集配套资金管理和使用的内部控制制度，详见本报告书“第六章 发行股份情况/二、发行股份募集配套资金/（十四）公司关于募集配套资金管理和使用的相关规定”。

29、补充了本次交易对上市公司的商誉的影响分析，详见本报告书“第九章 管理层讨论与分析/三、本次交易完成后，上市公司的财务状况、盈利能力及未来趋势分析/（一）财务状况分析/1、资产构成变动分析”。

30、补充了爱德康赛报告期净利润与经营活动现金流量净额差异较大的原因及合理性，详见本报告书“第九章 管理层讨论与分析/二、交易标的的经营成果分析/（二）爱德康赛盈利能力分析”。

31、结合同行业可比公司情况，补充了爱德康赛报告期内预收账款波动的原因及合理性，详见本报告书“第九章 管理层讨论与分析/二、交易标的的经营成果分析/（一）爱德康赛财务状况分析”。

32、补充了对上市公司每股收益被摊薄的风险的提示，详见本报告书“第九章 管理层讨论与分析/三、本次交易完成后，上市公司的财务状况、盈利能力及未来趋势分析/（二）盈利能力分析”。

33、补充了思美传媒 2014 年度和 2015 年 1—9 月交易完成前与交易完成后的营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司所有者的净利润等指标的差异原因及分析，详见本报告书“第九章 管理层讨论与分析/三、本次交易完成后，上市公司的财务状况、盈利能力及未来趋势分析/（二）盈利能力分析”。

34、更新了最近一期（2015 年 1-9 月）标的资产的关联交易情况，详见本报告书“第十一章 同业竞争与关联交易/二、关联交易/（一）本次交易前爱德康赛的关联交易”。

35、更新了本次交易标的资产评估增值较大的风险之相关情况，详见本报告书“第十二章 风险因素/一、与本次交易有关的风险/（二）交易标的评估增值较

大的风险”、“第十二章 风险因素/一、与本次交易有关的风险/(七)本次交易形成商誉的减值风险”。

36、更新了标的资产 2015 年业绩承诺与已实现利润存在差异的风险之相关情况，详见本报告书“第十二章 风险因素/二、爱德康赛的经营风险/(七)标的资产业绩承诺与已实现的净利润存在较大差异的风险”。

37、更新了本次交易前后公司资产与负债变动情况，详见本报告书“第十三章 其他重大风险/二、本次交易后上市公司负债结构合理”。

38、更新了备查文件，详见本报告书“第十七章 备查文件”。

重大事项提示

本部分所使用的简称与本报告书“释义”中所定义的简称具有相同含义。特别提醒投资者认真阅读本报告书全文，并特别注意下列事项：

一、本次交易方案概述

本次交易标的为爱德康赛 100%的股权。交易包括两部分：发行股份及支付现金购买资产和发行股份募集配套资金。

（一）发行股份及支付现金购买资产

上市公司与爱德康赛全体股东签署《爱德康赛收购协议》及补充协议，拟以发行股份及支付现金的方式购买刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）、哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）合计持有的爱德康赛 100%股权。经协商确定交易价格为 29,000 万元，其中，交易对价的 50%以发行股份的方式支付，交易对价的 50%以现金方式支付。爱德康赛各交易对方选择对价方式的具体情况如下：

序号	交易对方	转让对价总额	发行股份数 (股)	支付现金数(元)
1	刘申	183,312,400.15	1,791,974	76,456,990.53
2	西藏爱信威诚投资管理中心 (有限合伙)	65,437,599.85	639,687	27,293,064.04
3	哈尔滨华滨光辉创业投资企业 (有限合伙)	41,250,000.00	-	41,250,000.00
合计		290,000,000.00	2,431,661	145,000,054.57

上市公司拟通过发行股份及支付现金方式收购爱德康赛 100%的股权，发行股份价格为第三届董事会第十七次会议决议公告日前 60 个交易日公司股票交易的均价 59.63 元。本次交易完成后，爱德康赛将成为上市公司的全资子公司。

（二）发行股份募集配套资金

为支付本次交易中的现金对价和相关发行费用，以及用于扩大媒介代理业务规模，并补充上市公司流动资金，上市公司拟通过向朱明虬、上海兴璟投资管理有限公司、吴红心、上海珺容投资管理有限公司设立的珺容新兴产业 1 号基金、

新余佳银投资管理中心(有限合伙)非公开发行股份募集配套资金,募集配套资金总额预计不超过 289,999,843 元,发行价格为第三届董事会第十七次会议决议公告日前 20 交易日公司 A 股股票交易均价的 90%,即 62.49 元/股。

本次非公开发行股份募集配套资金以发行股份及支付现金购买资产为前提条件,但非公开发行股份募集配套资金成功与否并不影响本次发行股份及支付现金购买资产的实施。

二、本次交易不构成重大资产重组,构成关联交易,不构成借壳上市

(一) 本次交易不构成重大资产重组

本次交易标的资产为爱德康赛 100%股权。根据思美传媒、爱德康赛 2014 年度财务数据及交易定价情况,相关判断指标计算如下:

单位:万元

项目	爱德康赛	思美传媒	占比
资产总额与交易金额孰高	29,000.00	119,325.99	24.30%
资产净额与交易金额孰高	29,000.00	83,190.63	34.86%
营业收入	32,819.69	215,076.13	15.26%

如上表所示,本次交易的资产总额、资产净额、营业收入指标均未达到重大资产重组标准,本次交易不构成上市公司重大资产重组行为。

但本次交易涉及上市公司发行股份购买资产事项,故需提交中国证监会并购重组委审核,取得中国证监会核准后方可实施。

(二) 本次交易构成关联交易

本次交易对方及募集配套资金的认购方中,朱明虬系本公司的控股股东和实际控制人,吴红心系公司持股 5%以上股东,新余佳银投资管理中心(有限合伙)有限合伙人朱昊天系朱明虬成年子女,与本公司存在关联关系。朱明虬、吴红心、新余佳银投资管理中心(有限合伙)认购上市公司募集配套资金发行股份的行为,构成关联交易。

(三) 本次交易不构成借壳上市

1、本次交易不会导致上市公司控制权发生变化

本次交易前朱明虬直接持有 40,895,171 股上市公司股份, 持股占比 46.48%, 同时持有本公司股东昌吉州首创投资有限合伙企业 42.99% 的股份, 昌吉州首创投资有限合伙企业直接持有公司 6.11% 股份, 朱明虬为公司的控股股东、实际控制人。按照标的资产交易作价、募集配套资金数量、上市公司股份发行价格初步测算, 本次交易完成后, 朱明虬持股比例为 46.14%, 昌吉州首创投资有限合伙企业持有公司比例为 5.65%, 朱明虬仍为上市公司实际控制人。因此, 本次交易不会导致上市公司控制权发生变化。

2、本次交易购买资产总额占比未达 100%

根据前述计算, 本次交易购买的资产总额(资产总额与交易金额孰高) 占上市公司 2014 年度经审计的合并财务会计报告期末资产总额的比例为 27.24%, 未达到 100% 的比例。

综上分析, 思美传媒自上市之日起实际控制人未发生变更, 本次交易亦不会导致公司实际控制权变更, 不属于《重组办法》第十三条规定的借壳上市情形。

三、发行股份及支付现金购买资产概况

(一) 发行股份的定价基准日、定价依据和发行价格

本次发行的定价基准日为公司第三届董事会第十七次会议决议公告日。

本次发行股份及支付现金购买资产的股份发行定价依据为定价基准日前 60 个交易日公司股票交易均价, 即 59.63 元/股。

从定价基准日至本次股票发行期间, 如思美传媒有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项, 则发行价格进行相应调整。

(二) 发行股份的数量

思美传媒向交易对方发行股份的具体数量以思美传媒向交易对方支付的股份对价除以股份发行价格进行确定, 股份数量保留到个位数, 之间差额由思美传媒以现金方式向交易对方补足。

根据标的资产交易作价及本次股份发行价格计算,思美传媒向交易对方发行股份及支付现金情况如下:

序号	交易对方	转让对价总额	发行股份数 (股)	支付现金数(元)
1	刘申	183,312,400.15	1,791,974	76,456,990.53
2	西藏爱信威诚投资管理中心 (有限合伙)	65,437,599.85	639,687	27,293,064.04
3	哈尔滨华滨光辉创业投资企业 (有限合伙)	41,250,000.00	-	41,250,000.00
合计		290,000,000.00	2,431,661	145,000,054.57

从定价基准日至本次股票发行期间,如思美传媒有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项,则发行数量进行相应调整。

(三) 发行股份的锁定期及上市安排

1、刘申在本次发行中认购的上市公司股份的锁定方式

自刘申在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 12 个月内不得转让;自上述股份上市起满 12 个月后,刘申本次发行中认购的上市公司股份的 36.78%扣除补偿义务履行过程中刘申应补偿股份数的部分解除限售;自上述股份上市日起满 24 个月后,刘申本次发行中认购的上市公司股份的 36.78%扣除补偿义务履行过程中刘申应补偿股份数的部分解除限售;自刘申在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 36 个月后,刘申本次发行中认购的上市公司股份的 26.44%扣除补偿义务履行过程中刘申应补偿股份数的部分解除限售。

2、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)在本次发行中认购的上市公司股份的锁定方式

西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市之日起 36 个月内不得转让;自上述股份上市之日起满 36 个月后,西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)本次发行中认购的上市公司股份的 34%扣除补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售;在本次发行中认购的上市公司股份上市之日起满 48 个月后,西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)本次发行中认购的上市公司股份的 33%扣除补偿义务履行过程中西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)应补偿股份数的部分解除限售;在本次发行中认购的

上市公司股份上市之日起满 60 个月后, 西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙) 本次发行中认购的上市公司股份的 33%扣除补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售。

3、哈尔滨华滨光辉创业投资企业(有限合伙) 在本次交易中不涉及认购股份及相关锁定。

(四) 盈利预测补偿

根据《业绩补偿协议》，本此交易的业绩补偿原则如下：

1、业绩承诺情况

刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙) 承诺, 爱德康赛于 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度应实现的年度经审核税后净利润应分别不低于 1,400 万元、2,700 万元、3,510 万元、4,563 万元、5,019.3 万元。否则业绩承诺方将按照《业绩补偿协议》之约定对上市公司进行赔偿。

2、盈利差异的确定

本次交易实施完毕后, 思美传媒将指定具有证券从业资格的会计师事务所对爱德康赛进行年度审计, 由该会计师事务所对爱德康赛在业绩承诺期间实现的扣除非经常性损益后的净利润(以下简称“实际净利润”)的累计数与预测净利润累计数的差异情况进行审核确认。

会计师事务所在出具业绩承诺期间各年度爱德康赛的年度审计报告时, 对爱德康赛收到的媒体返点金额按权责发生制原则先行确认。由会计师事务所根据该年度标的公司归属于上一年度的媒体返点金额对年报税后净利润进行复核、确认并出具《专项审核报告》。

各方均一致同意在考核爱德康赛是否实现业绩承诺及计算补偿金额时, 以《专项审核报告》确认的税后净利润数据(即“审核税后净利润”)为准。若《专项审核报告》的结果与爱德康赛年度审计报告的结果存在差异的, 以《专项审核报告》为准。上述审计及专项审计费用由标的公司承担。

3、业绩承诺期间

爱德康赛补偿责任人对爱德康赛的业绩承诺期间为 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度，其中 2015 年度、2016 年度、2017 年度由刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）共同参与业绩承诺及补偿；2018 年度、2019 年度由西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）参与业绩承诺及补偿。

4、盈利差异的补偿

（1）根据会计师事务所出具的《专项审核报告》，如果标的公司在业绩承诺期间内任一会计年度的当年期末实际净利润累计数未能达到当年期末预测净利润累计数，则思美传媒应在该年度的《专项审核报告》披露之日起十（10）日内，以书面方式通知补偿责任人关于标的公司在该年度实际净利润累计数小于预测净利润累计数的事实，并要求补偿责任人优先以股份补偿的方式进行利润补偿，不足部分以现金补偿的方式进行利润补偿。

（2）具体股份补偿数额和现金补偿金额的计算方式如下：

当年应补偿股份数=（标的公司截至当期期末预测净利润累计数-标的公司截至当期期末实际净利润累计数）÷标的公司业绩承诺期间内各年度的预测净利润数总和×标的资产交易对价总额÷发行价格-已补偿股份数量

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，具体补偿金额计算方式如下：

当年应补偿现金金额=（每一测算期间应补偿股份数-每一测算期间已补偿股份数）×发行价格-已补偿现金金额。

在计算任一会计年度的当年应补偿股份数或应补偿金额时，若当年应补偿股份数或应补偿金额小于零，则按零取值，已经补偿的股份及金额不冲回。

5、减值测试及补偿

在业绩承诺期间届满且业绩承诺期间最后一个会计年度的《专项审核报告》已经出具后，思美传媒将聘请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出具资产减值测试报告（以下简称“《资产减值测试报告》”）。

根据《资产减值测试报告》，若标的资产期末减值额>（业绩承诺期间内已补偿股份总数×发行价格+现金补偿金额），则补偿责任人应按照以下公式计算股份补偿数量并另行补偿：

应补偿股份数=（标的资产期末减值额-业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格-业绩承诺期间已补偿现金金额）÷发行价格

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，按以下公式计算确定现金补偿金额：

应补偿现金金额=（标的资产期末减值额－业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格－业绩承诺期间内已补偿现金金额）－当年可另行补偿的股份数×发行价格。

上述“减值额”为标的资产的初始作价减去标的资产的当期评估值并扣除业绩承诺期间内标的公司股东增资、减资、接受赠与以及利润分配的影响。

6、补偿股份数量的调整

如果利润补偿期内思美传媒实施转增股本或送股而导致补偿责任人持有的思美传媒之股份数量发生变化，则应补偿股份数调整为：当年应补偿股份数（调整后）=当年应补偿股份数×（1+转增或送股比例）

若思美传媒在业绩承诺期间实施现金分红的，现金分红的部分补偿责任人应作相应返还，计算公式为：返还金额=每股已分配现金股利×补偿股份数量。

如因下列原因导致业绩承诺期间内标的公司实际实现的扣除非经常性损益后的净利润累计数小于同期预测净利润累计数，本协议各方可协商一致，以书面形式对约定的补偿股份数量予以调整：发生签署协议时所不能预见、不能避免、不能克服的任何客观事实，包括但不限于水灾、自然灾害、旱灾、台风、地震及其它自然灾害、交通意外、罢工、骚动、暴乱及战争。上述不可抗力事件导致标的公司发生重大经济损失、经营陷入停顿或市场环境严重恶化的，各方可根据公平原则，结合实际情况协商免除或减轻补偿责任人的补偿责任。

7、利润补偿方式

股份补偿方式首先采用股份回购注销方案，即由思美传媒回购补偿责任人所持有的等同于当年应补偿股份数的思美传媒部分股份，该部分股份不拥有表决权

且不享有股利分配的权利。思美传媒应在会计师事务所出具《专项审核报告》后 40 个工作日内召开董事会及股东大会审议关于回购补偿责任人应补偿的股份并注销的相关方案。

若思美传媒股东大会审议通过该股份回购议案，思美传媒将以人民币 1.00 元的总价定向回购当年应补偿股份，并予以注销，且同步履行通知债权人等法律、法规关于减少注册资本的相关程序。思美传媒应在股东大会决议公告后 10 个工作日内将股份回购数量书面通知补偿责任人。补偿责任人有义务协助思美传媒尽快办理该等股份的回购、注销事宜。

若股东大会未能审议通过该股份回购议案，则思美传媒将在股东大会决议公告后 10 个交易日内书面通知补偿责任人实施股份赠送方案，并在自股东大会决议公告之日起 30 日内，授权思美传媒董事会按有关规定确定并公告股权登记日，将等同于上述应补偿数量的股份赠送给该股权登记日登记在册的其他股东（指上市公司股东名册上除补偿责任人外的其他股东），上市公司其他股东按其持有的股份数量占股权登记日上市公司扣除补偿责任人合计持有的股份数后的股本数量的比例获赠股份。

如股份补偿数额不足以补偿时，差额部分由补偿责任人在股份补偿的同时，按上述公式计算的应补偿现金金额向上市公司进行现金补偿。

补偿责任人根据其各自转让的标的公司股权比例分担上述应补偿股份数和应补偿现金金额。

8、超额完成业绩的奖励措施

根据《爱德康赛收购协议》，上市公司同意，将业绩承诺期间累计实现的审核税后净利润数和业绩承诺指标总数进行对比考核，对于业绩承诺期间 2015 年度、2016 年度、2017 年度超额完成业绩承诺指标的部分（即上述年度累计实现审核税后净利润与上述年度业绩承诺指标累计总数的差额），上市公司同意分别在业绩承诺期间 2018 年度《专项审核报告》出具后 15 日内将其中 15% 的金额（税前）、在业绩承诺期间 2019 年度《专项审核报告》出具后 15 日内将其中 15% 的金额（税前），由爱德康赛以现金方式向管理层股东及/或由管理层股东确认的公司员工进行奖励。上述奖励计入爱德康赛当期费用，在考核业绩承诺指标完成情况时将上述奖励费用视同非经常性损益处理。具体奖励方案由上市公司董事

会审议确认。如作为西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)合伙人的核心团队成员截止业绩承诺期间 2017 年末离职的人员原合计所持西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)财产份额(以本协议签署时其合伙人及其出资结构为准)超过西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)出资额总额的 20%, 则取消上述奖励。

对于业绩承诺期间 2018 年度、2019 年度超额完成业绩承诺指标的部分(即上述年度累计实现审核税后净利润与上述年度业绩承诺指标累计总数的差额), 上市公司同意在业绩承诺期间 2019 年度《专项审核报告》出具后 15 日内将其中 30%的金额(税前), 由爱德康赛以现金方式向管理层股东及/或由管理层股东确认的公司员工进行奖励。上述奖励计入爱德康赛当期费用, 在考核业绩承诺指标完成情况时将上述奖励费用视同非经常性损益处理。具体奖励方案由上市公司董事会审议确认。如作为西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)合伙人的核心团队成员截止 2019 年末离职的人员原合计所持西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)财产份额(以本协议签署时其合伙人及其出资结构为准)超过西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)出资额总额的 40%, 则取消上述奖励。

四、募集配套资金安排

(一) 发行股份的种类和面值

本次发行的股票为境内上市的人民币普通股(A股), 每股面值人民币 1.00 元。

(二) 发行方式及发行对象

公司拟通过锁价的方式, 向朱明虬、上海兴璟投资管理有限公司、吴红心、上海珺容投资管理有限公司珺容新兴产业 1 号基金、新余佳银投资管理中心(有限合伙)非公开发行股份募集配套资金, 发行对象以现金方式认购公司非公开发行的股份。

(三) 发行股份的定价基准日、定价依据和发行价格

本次向特定对象募集配套资金的定价基准日为第三届董事会第十七次会议决议公告日。

募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均

价的 90%，即 62.49 元/股。

从定价基准日至本次股票发行期间，如上市公司有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则发行数量进行相应调整。

(四) 发行数量

本次交易拟募集配套资金总额预计不超过 28,999.98 万元，发行数量合计为 4,640,740 股，具体情况如下：

序号	配套募集资金方	股数(股)	金额(元)
1	朱明虬	2,962,640	185,135,374
2	新余佳银投资管理中心(有限合伙)	698,100	43,624,269
3	上海兴璟投资管理有限公司	480,000	29,995,200
4	珺容新兴产业 1 号基金	250,000	15,622,500
5	吴红心	250,000	15,622,500
小计		4,640,740	289,999,843

最终发行数量以中国证监会核准的发行数量为准。

在定价基准日至发行日期间，如思美传媒有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则发行数量进行相应调整。

(五) 募集资金用途

本次募集配套资金的用途为支付本次交易中的现金对价和相关发行费用，以及用于扩大媒介代理业务规模，并补充上市公司流动资金。

(六) 发行股份的锁定期

全部发行对象认购的股份锁定期为 36 个月，自新增股份上市之日起计算。

该等股份发行结束后，因公司送股、资本公积金转增股本等事项增加的公司股份，亦应遵守上述约定。

(七) 上市公司滚存未分配利润安排

本次发行完成后，公司滚存的未分配利润，由公司新老股东按本次交易完成后各自持有公司股份的比例共同享有。

五、标的资产的评估情况

根据具有证券期货从业资格的北京中企华资产评估有限责任公司以 2015 年 9

月 30 日为评估基准日出具的中企华评报字(2015)第 4292 号《资产评估报告》，北京爱德康赛广告有限公司的股东全部权益价值评估值为 29,324.61 万元。根据上述评估情况，各方协商确认本次交易上市公司需向交易对方支付的对价合计为 29,000 万元。

六、本次交易对上市公司的影响

(一) 对上市公司股权结构的影响

截至本报告书出具日，上市公司的总股本为 87,989,509 股，按照本次交易方案，公司拟发行普通股 2,431,661 股用于购买资产，拟发行普通股不超过 4,640,740 股用于募集配套资金。

本次交易完成前后，公司股本结构变化如下：

	交易前持股 数(股)	比例	交易后持股 数(股)	比例
朱明虬	40,895,171	46.48%	43,857,811	46.14%
昌吉州首创投资有限合伙公司	5,372,109	6.11%	5,372,109	5.65%
吴红心	4,965,137	5.64%	5,215,137	5.49%
余欢	3,263,266	3.71%	3,263,266	3.43%
程晓文	1,450,470	1.65%	1,450,470	1.53%
其他股东	32,043,356	36.42%	32,043,356	33.71%
配套募集资金方 (除朱明虬、吴红心外)				
新余佳银投资管理中心(有限合伙)			698,100	0.73%
上海兴璟投资管理有限公司			480,000	0.50%
珞容新兴产业1号基金			250,000	0.26%
小计			1,428,100	1.50%
爱德康赛交易方				
刘申			1,791,974	1.89%
西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)			639,687	0.67%
小计			2,431,661	2.56%
总股数	87,989,509	100.00%	95,061,910	100.00%

本次交易完成后，朱明虬仍为公司的控股股东、实际控制人，因此本次交易不会导致公司控制权的变化。

(二) 对上市公司主要财务数据的影响

根据天健出具的天健审[2015]7374号《审计报告》、天健审[2016]6号《审

阅报告》和上市公司 2015 年三季度未经审计的财务数据，本次交易前后，上市公司 2014 年和 2015 年 1-9 月的主要财务数据变动情况如下：

单位：万元

项目	交易前		交易后	
	2015. 9. 30	2014.12.31	2015. 9. 30	2014.12.31
总资产	126,842.08	119,325.99	167,207.46	151,741.37
总负债	30,068.34	36,135.36	49,084.89	43,532.18
归属母公司所有者权益	96,682.24	83,095.37	118,041.16	108,209.19
项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2015 年 1-9 月	2014 年度
营业收入	176,343.66	215,076.13	207,254.67	247,895.82
营业利润	7,854.41	9,103.48	8,886.19	9,062.01
利润总额	8,245.06	9,573.02	9,372.76	9,525.20
净利润	5,915.80	7,147.95	6,666.74	7,056.23
归属于母公司所有者的净利润	5,919.56	7,081.93	6,668.77	7,022.91
基本每股收益(元)	0.66	0.83	0.74	0.80

七、本次交易方案尚需履行的批准或核准程序

本次交易尚需履行的决策和审批程序：

- 1、中国证监会核准本次交易；
- 2、其他可能涉及的批准或核准。

上述批准或核准程序均为本次交易的前提条件。能否获得上述相关的批准或核准，以及获得相关批准或核准的时间，均存在不确定性，特此提请广大投资者注意投资风险。

八、本次交易相关方作出的重要承诺

(一) 关于提供信息真实性等的承诺与声明

承诺主体	承诺内容
上市公司 控股股东、 实际控制人、 董事、 监事、高级 管理人员 及交易对 方	承诺人承诺为本次交易所提供的有关信息均为真实、准确和完整的，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。承诺人承诺向参与本次交易的各中介机构所提供的资料均为真实、准确、完整的原始书面资料或副本资料，资料副本或复印件与其原始资料或原件一致，所有文件的签名、印章均是真实的，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。承诺人承诺愿对所提供信息的真实性、准确性和完整性承担法律责任。 承诺人将及时向上市公司提供本次重组相关信息，并保证所提供的信息真实、准确、完整，如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给上

	市公司或者投资者造成损失的,将依法承担赔偿责任。 如本次交易因涉嫌所提供或者披露的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,被司法机关立案侦查或者被中国证监会立案调查的,在案件调查结论明确之前,承诺人将暂停转让其在该上市公司拥有权益的股份。
--	--

(二) 避免同业竞争的承诺

承诺主体	承诺内容
交易对方	一、承诺人目前与上市公司、标的公司间不存在同业竞争,承诺人也不存在控制的与上市公司、标的公司间具有竞争关系的其他企业的情形。 二、承诺人今后作为上市公司股东期间,不会在中国境内或境外以任何方式(包括但不限于其单独经营、通过合资经营或拥有另一公司或企业的股份及其它权益)参与任何与上市公司及其子公司、标的公司构成竞争的任何业务或活动,不以上市公司及其子公司以外的名义为上市公司及子公司现有客户提供与上市公司及其子公司相同或相类似的服务。 三、承诺人今后作为上市公司股东期间,不会利用上市公司股东地位损害上市公司及其他股东(特别是中小股东)的合法权益,不会损害上市公司及其子公司、爱德康赛的合法权益。 四、承诺人保证在作为上市公司股东期间上述承诺持续有效且不可撤销。如有任何违反上述承诺的事项发生,承诺人应承担因此给上市公司造成的一切损失(含直接损失和间接损失),承诺人因违反本承诺所取得的利益归上市公司所有。

(三) 减少和避免关联交易的承诺

承诺主体	承诺内容
交易对方	一、承诺人及承诺人直接或间接控制或影响的企业将规范并尽可能减少关联交易。对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易,承诺人承诺将遵循市场化原则和公允价格进行公平操作,并按照有关法律法规、规范性文件和上市公司《公司章程》、爱德康赛《公司章程》等有关规定依法签订协议,履行合法程序,依法履行信息披露义务和办理有关报批程序,保证不通过关联交易损害上市公司及其他股东的合法权益。 二、承诺人及承诺人直接或间接控制或影响的企业将严格避免向上市公司及其控股和参股公司拆借、占用上市公司及其控股和参股公司资金或采取由上市公司及其控股和参股公司代垫款、代偿债务等方式侵占公司资金,在任何情况下不得要求上市公司为其提供担保。 三、本次交易完成后承诺人将继续严格按照有关法律法规、规范性文件以及上市公司章程、爱德康赛公司章程的有关规定行使股东权利;在上市公司股东大会对有关涉及承诺人的关联交易进行表决时,履行回避表决的义务;承诺人不会利用上市公司股东地位,损害上市公司及其他股东的合法利益。 四、承诺人保证不通过关联交易取得任何不正当的利益或使上市公司及其控股和参股公司承担任何不正当的义务。 五、如果因违反上述承诺导致上市公司或其控股和参股公司损失或利用关联交易侵占上市公司或其控股和参股公司利益的,承诺人应赔偿上市公司及其子公司的损失。

(四) 标的公司合法合规性的承诺

承诺主体	承诺内容
标的公司及交易对方	一、爱德康赛及其子公司自设立至今，其在所有重大方面合法、合规，不存在重大违法、违规行为，未受到包括但不限于工商、海关、产品质量、环境保护、税务、劳动与社会保障等部门及网络监管主管部门的行政处罚，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存在尚未了结的法律责任；近三年来不存在正在进行或尚未了结的以及可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。不存在对外担保及其他或有事项。如因本次交易完成前的事项导致爱德康赛及其子公司发生诉讼、仲裁、行政处罚事项而使得爱德康赛及其子公司、上市公司遭受损失的，由爱德康赛现有股东向上市公司予以赔偿。 二、爱德康赛及其子公司均为依法设立且合法有效存续的有限公司，截至目前，爱德康赛不存在《公司法》等法律、法规、规范性文件以及《公司章程》所规定的需要终止的情形，不存在出资不实、虚假出资或者抽逃出资的情形。 三、爱德康赛及其子公司均依法纳税，各项税收优惠符合相关法律、法规的规定，爱德康赛的经营成果对税收优惠不存在严重依赖。 四、爱德康赛及其子公司为一方当事人的合同均为依法成立，履行正常，不存在潜在的法律纠纷。爱德康赛金额较大的应收、应付关系，均是爱德康赛在正常生产经营活动中发生，不存在潜在法律纠纷。 五、爱德康赛全体股东、爱德康赛及其子公司的董事、监事、主要管理人员最近五年内不存在受行政处罚、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的情形，不存在被证券监管部门立案调查、或被证券交易所公开谴责的情形或其他不良记录，亦不存在涉嫌有重大违法行为的情形。 六、爱德康赛及其子公司不存在因经营行为、环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因产生的侵权之债。 七、爱德康赛及其子公司合法拥有、行使其房产、土地、著作权等财产的所有权或使用权，且该等财产权属清晰，不存在权属纠纷或潜在纠纷，不存在其他主体的任何权利主张。

(五) 股份锁定的承诺

承诺主体	承诺内容
刘申	承诺人在本次交易中认购的上市公司向其发行的股份自新增股份登记日起 12 个月内不得转让，上述期限届满之后，承诺人在本次发行中认购的上市公司股份自新增股份按照如下方式解除限售： (1) 自承诺人在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 12 个月内不得转让，自上述股份上市起满 12 个月后、爱德康赛业绩承诺期间 2015 年度的《专项审核报告》(定义参照《思美传媒股份有限公司与北京爱德康赛广告有限公司及其股东关于发行股份及支付现金购买资产的协议》，下同)已经出具并且承诺人已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准)，承诺人本次发行中认购的上市公司股份的 36.78%扣除上述补偿义务履行过程中承诺人应补偿股份数的部分解除限售。 (2) 自承诺人在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 24 个

	月后、爱德康赛业绩承诺期间 2016 年度的《专项审核报告》已经出具并且承诺人已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 承诺人本次发行中认购的上市公司股份的 36.78%扣除上述补偿义务履行过程中承诺人应补偿股份数的部分解除限售。 (3)自承诺人在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 36 个月、爱德康赛业绩承诺期间 2017 年度的《专项审核报告》已经出具并且承诺人已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 承诺人本次发行中认购的上市公司股份的 26.44%扣除上述补偿义务履行过程中承诺人应补偿股份数的部分解除限售。 如承诺人因履行业绩承诺补偿义务导致其持有的股份数减少, 则计算当期可解除限售的股份数时相应扣除上述已经减少的股份数; 如承诺人因履行业绩承诺补偿义务导致其累计减少的股份数大于当期累计可以解除限售的股份数, 则当期不解除限售。 本次上市公司向承诺人发行股份完成后, 由于上市公司送红股、转增股本等原因而增持的上市公司股份, 亦遵守上述承诺。 限售期届满后, 承诺方对外转让上市公司股票时, 需遵守《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规章、规范性文件以及上市公司《公司章程》的相关规定。 如本次交易因涉嫌所提供或者披露的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏, 被司法机关立案侦查或者被中国证监会立案调查的, 在案件调查结论明确之前, 承诺人将暂停转让新增股份。 若承诺人关于上述新增股份之锁定期的承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符, 承诺人同意根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。
西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)	(1)承诺人在本次交易中认购的上市公司股份自上述股份上市之日起 36 个月内不得转让, 自上述股份上市之日起满 36 个月后爱德康赛业绩承诺期间 2017 年度的《专项审核报告》(定义参照《思美传媒股份有限公司与北京爱德康赛广告有限公司及其股东关于发行股份及支付现金购买资产的协议》, 下同)已经出具并且承诺人已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 承诺人本次交易中认购的上市公司股份的 40%扣除上述补偿义务履行过程中承诺人应补偿股份数的部分解除限售。 (2)承诺人在本次交易中认购的上市公司股份上市之日起满 48 个月后爱德康赛业绩承诺期间 2018 年度的《专项审核报告》已经出具并且承诺人已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 承诺人本次交易中认购的上市公司股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中承诺人应补偿股份数的部分解除限售。 (3)承诺人在本次交易中认购的上市公司股份上市之日起满 60 个月后、承诺人已就截止 2019 年 12 月 31 日爱德康赛《审计报告》列示的应收款项收回情况履行完毕补偿义务(如有)并且爱德康赛业绩承诺期间 2019 年度的《专项审核报告》已经出具并且承诺人已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 承诺人本次交易中认购的上市公司股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中承诺人应补偿股份数的部分解除限售。 如承诺人因履行业绩承诺补偿义务导致其持有的股份数减少, 则计算当期可解除限售的股份数时相应扣除上述已经减少的股份数; 如承诺人因履行业绩承诺

	补偿义务导致其累计减少的股份数高于当期累计可以解除限售的股份数，则当期不解除限售。 本次上市公司向承诺人发行股份完成后，由于上市公司送红股、转增股本等原因而增持的上市公司股份，亦遵守上述承诺。 限售期届满后，承诺方对外转让上市公司股票时，需遵守《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规章、规范性文件以及上市公司《公司章程》的相关规定。 如本次交易因涉嫌所提供或者披露的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，被司法机关立案侦查或者被中国证监会立案调查的，在案件调查结论明确之前，承诺人将暂停转让新增股份。 若承诺人关于上述新增股份之锁定期的承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符，承诺人同意根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。
--	--

（六）其他承诺

承诺主体	承诺内容
上市公司	我公司及公司董事、监事、高级管理人员、我公司控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在因涉嫌重大资产重组相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查，最近三年不存在被中国证监会作出行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情况。
交易对手方（法人）	作为作为本次重大资产重组的交易对方，承诺人及承诺人控制的企业不存在因涉嫌重大资产重组相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查，最近三年不存在被中国证监会作出行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情况。
交易对手方（自然人）	作为作为本次重大资产重组的交易对方，承诺人及承诺人控制的企业不存在因涉嫌重大资产重组相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查，最近三年不存在被中国证监会作出行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情况。
交易对方	承诺人不存在泄露本次交易内幕信息以及利用本次交易信息进行内幕交易的情形。
交易对方	承诺人持有的标的公司股权均属于其所有，不存在以信托、协议或其他任何方式代他人持有股权或由他人代为持有股权的情形；承诺人持有的标的公司股权未设定质押；承诺人持有的标的公司股权不存在权属纠纷；截至承诺函出具日，承诺人不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件；如本承诺有虚假内容，承诺人愿意根据相关法律、法规及证监会规范性文件的规定承担责任。

九、本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件

本次交易前，上市公司的总股本为 87,989,509 股。本次交易新增发行股份合计不超过 7,072,401 股。本次交易完成后，上市公司总股本最高将不超过 95,061,910 股。

经测算，本次交易完成后，社会公众股占公司总股本的比例不低于 25%，不

会导致公司股票不符合上市要求的情形。

十、公司股票停牌前股价无异常波动的说明

公司因筹划重大事项,为避免对公司股价造成重大影响,向深圳证券交易所申请公司股票自2015年3月19日开市时起停牌。公司于2015年4月17日披露了《关于筹划重大资产重组的停牌公告》,公司股票自2015年4月17日开市起继续停牌。公司股票在公司董事会审议通过并公告重大资产重组预案后于2015年7月31日复牌。

思美传媒停牌前一交易日(2015年3月18日)收盘价格为72.86元/股,停牌前第21个交易日(2015年2月11日)收盘价格为73.08元/股。本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金事项公告停牌前20个交易日内公司股票收盘价格累计涨幅为-0.30%,同期深证综合指数(代码:399106)的累计涨幅为18.59%,同期中小板综合指数(代码:399101)累计涨幅为19.53%,根据WIND数据库数据计算,同期广告业(根据《国民经济行业分类与代码》,公司所处行业为“L 租赁和商务服务业”下属之“7740 广告业”)所有股票收盘价累计涨幅的算术平均值为15.53%。

按照《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》第五条的相关规定,剔除大盘因素和同行业板块因素影响,即剔除深证综合指数(代码:399106)、中小板综合指数(代码:399101)和广告业所有股票收盘价累计涨幅的算术平均值因素影响后,思美传媒股价在本次停牌前20个交易日内累计涨幅分别为-18.89%、-19.83%、-15.83%,均未超过20%,无异常波动情况。

十一、本次交易对中小投资者权益保护的安排

在审议本次交易的股东大会上,上市公司为全体流通股股东提供网络形式的投票平台,流通股股东参加网络投票,以切实保护流通股股东的合法权益。

上市公司单独统计并予以披露公司的董事、监事、高级管理人员、单独或者合计持有上市公司5%以上股份的股东以外的其他股东的投票情况。

本次交易后将不会摊薄上市公司当期每股收益,具体参见本报告书第九章之“三、本次交易完成后,上市公司的财务状况、盈利能力及未来趋势分析”因此

本次交易无相应的填补回报安排。

十二、独立财务顾问的保荐人资格

上市公司聘请中信建投证券担任本次交易的独立财务顾问，中信建投证券经证监会批准依法设立，具备保荐人资格。

特别风险提示

投资者在评价公司本次交易时,除本报告书提供的其他各项资料外,还应特别认真的考虑下述各项风险因素。

一、与本次交易有关的风险

(一) 本次交易可能被取消的风险

1、剔除大盘因素和同行业板块因素影响,本公司股票价格在股价敏感重大信息公开前 20 个交易日内未发生异常波动。本次交易的内幕信息知情人对本公司股票停牌前 6 个月内买卖股票的情况进行了自查并出具了自查报告,但本次交易仍存在因可能涉嫌内幕交易而被暂停、中止或取消的风险;

2、本次交易尚需中国证监会核准。本次交易仍存在因交易审批而被暂停、中止或取消的风险;

3、拟购买资产运营数据大幅下降或业绩大幅下滑可能造成的本次交易被取消的风险;

4、其他原因可能导致本次交易被暂停、中止或取消风险。

(二) 交易标的评估增值较大的风险

根据中企华以 2015 年 9 月 30 日为评估基准日对标的资产进行的评估,标的资产评估值情况如下:

单位:万元

项目	股权对应净资产 (母公司)	评估值	评估增值额	评估增值率
爱德康赛	3,732.61	29,324.61	25,592.00	685.63%

由上表可知,标的资产评估增值较大。本次交易的标的资产的评估值相较于对应的净资产增值较高,主要是由于标的公司均属于“轻资产”行业,主要是人力资本投入,历史积累较少,但标的资产所处行业发展前景较好,标的资产综合竞争力强,发展前景广阔。因此,评估主要使用基于未来盈利预测而进行的收益法,盈利预测是基于历史经营情况和行业发展速度等综合考虑进行谨慎预测,但仍存在由于行业发展放缓、市场竞争加剧等变化使得未来实际盈利未达预测而导致交

易标的的实际价值低于目前评估结果的风险。

本次交易标的资产的估值较账面净资产增值较高,提醒投资者关注本次交易定价估值较账面净资产增值较高的风险。

(三) 配套融资审批及实施风险

本次交易中,公司拟向交易对方合计支付现金对价**14,500.00万元**。作为交易方案的一部分,公司拟向特定投资者发行股份募集配套资金,募集资金总额**28,999.98万元**,用于支付现金对价和相关发行费用,以及用于扩大媒介代理业务规模,并补充上市公司流动资金,募集配套资金事项尚需中国证监会核准,存在一定的审批风险。

受股票市场波动及投资者预期的影响,或市场环境变化可能引起本次募集配套资金金额不足乃至募集失败。若本次募集配套资金金额不足乃至募集失败,公司将以自有资金或采用银行贷款等债务性融资方式解决收购交易标的的现金支付及公司自身的流动资金需求。若公司以自有资金或采用银行贷款等债务性融资方式筹集所需资金,将给公司带来一定的财务风险和融资风险。

(四) 交易标的业绩承诺无法实现的风险

本次对交易标的的评估主要依赖于收益法的评估结果,即对交易标的的未来各年的净利润、现金流净额进行预测,从而得到截至评估基准日的评估结果。交易标的所处的相关行业发展较快,市场规模快速扩张,交易标的在行业内具有较强的实力,未来发展前景可期。相关交易对方对交易标的的未来业绩进行了承诺,若交易标的的业绩承诺无法实现,业绩承诺方将向上市公司进行业绩补偿。但若届时行业发展放缓或企业经营状况发生较大改变,交易标的可能发生业绩承诺无法实现的风险。

(五) 业绩补偿承诺实施的违约风险

尽管交易对方已与本公司就标的资产实际盈利数不足利润预测数的情况约定了明确可行的补偿安排,补偿金额覆盖了本次交易的总对价,但由于交易对方获得的股份对价低于本次交易的总对价,如标的资产在承诺期内无法实现业绩承诺,将可能出现交易对方处于锁定状态的股份数量少于应补偿股份数量的情形;

虽然按照约定,交易对方须用等额现金进行补偿,但由于现金补偿的可执行性较股份补偿的可执行性低,有可能出现业绩补偿承诺实施的违约风险。

(六) 收购整合导致的上市公司经营管理风险

本次交易完成后,爱德康赛将成为上市公司的全资子公司。

公司将主要在企业文化、团队管理、产品研发、营销模式等方面对标的公司进行整合,不会对其组织架构和人员安排进行重大调整。本次交易完成后能否通过整合既保证上市公司对标的公司的控制力又保持标的公司原有竞争优势并充分发挥本次交易的协同效应,具有不确定性,整合结果可能未能充分发挥本次交易的协同效应,从而给公司和股东造成损失。

(七) 本次交易形成商誉的减值风险

本次交易系非同一控制下的企业合并,根据《企业会计准则》,购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额,应当确认为商誉。该等商誉不作摊销处理,但需要在未来每年会计年末进行减值测试。

根据天健出具的天健审[2016]6号《审阅报告》,公司在本次交易完成后,将新增商誉24,367.09万元。若标的公司未来经营中不能较好地实现收益,那么收购标的资产所形成的商誉将会面临减值风险,从而对公司资产情况和经营业绩产生不利影响。

(八) 评估预测中返点率、营业收入、毛利率、折现率敏感变动对爱德康赛评估值的影响的风险

1、返点率的影响

返点率的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
变动后的评估值(万元)	26,833.30	28,078.95	29,324.61	30,570.27	31,815.92
评估值变动率	-9%	-4%	0%	4%	9%

注:2015年与实际情况大致相符,故返点率的敏感性分析不含2015年数据。

2、营业收入的影响

营业收入的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
变动后的评估值(万元)	25,378.13	27,351.37	29,324.61	31,297.85	33,271.09
评估值变动率	-13%	-7%	0%	7%	13%

注:2015年与实际情况大致相符,故返点率的敏感性分析不含2015年数据。

3、毛利率的影响

毛利率的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
变动后的评估值(万元)	24,121.20	26,722.91	29,324.61	31,926.31	34,528.02
评估值变动率	-18%	-9%	0%	9%	18%

注: 2015 年与实际情况大致相符, 故返点率的敏感性分析不含 2015 年数据。

4、折现率的影响

折现率的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
折现率	13.16%	13.89%	14.62%	15.35%	16.08%
变动后的评估值(万元)	32,916.21	31,023.53	29,324.61	27,791.55	26,401.68
评估值变动率	12%	6%	0%	-5%	-10%

从上述敏感性分析可以看出, 返点率的变化、营业收入的变动、毛利率的变化、折现率的变化对爱德康赛估值的影响都较为明显。

二、爱德康赛的经营风险

(一) 与搜索引擎媒体持续合作的风险

目前, 爱德康赛与搜索引擎媒体签署的框架协议或代理合同, 按照行业惯例采用一年一签的方式。

我国搜索引擎行业已建立起以搜索引擎媒体为主导, 搜索引擎媒体营销服务商为辅的产业价值链, 任何一方都难以完全依靠自身力量推动搜索引擎业务发展。搜索引擎公司与搜索引擎媒体营销服务商属于互相依附的关系, 一方面搜索引擎媒体营销服务商通过搜索引擎获得媒体投放渠道, 另一方面搜索引擎公司需要优质搜索引擎媒体营销服务商帮助他们扩展和服务客户, 增加市场份额和客户广告投放效果。但是如果标的公司未能达到搜索引擎媒体关于年度业绩和服务指标考核要求, 则面临无法顺利续签相关框架协议或推广代理合同的风险, 对标的公司经营带来不利影响。

(二) 市场竞争加剧的风险

尽管爱德康赛经过多年来的不懈努力, 已发展成为 SEM 领域内为数不多的具有较强竞争优势的领先企业, 但互联网技术和模式的发展日新月异, 基于互联网的广告形式也日趋丰富多样, 客户对于互联网广告的认识和要求也在不断提高, 国际 4A 公司正在加快进入互联网营销领域, 爱德康赛如果不能持续提升技

术水平、引进优秀人才、拓展优质客户、扩大业务规模、增强资本实力和抗风险能力、准确把握互联网及互联网广告行业的发展趋势和客户对互联网广告需求的变化,将无法继续保持领先的行业竞争地位,进而对爱德康赛经营业绩产生重大不利影响。

(三) 核心人员流失的风险

作为以自主研发为主的互联网企业,拥有稳定、高素质的技术开发人才队伍是爱德康赛保持技术领先优势的重要保障。如果爱德康赛不能有效保持核心人员的激励机制并根据环境变化而不断完善,将会影响到核心人员积极性、创造性的发挥,甚至造成核心人员的流失。如果爱德康赛不能从外部引进并保留与爱德康赛发展所需密切相关的技术及运营人才,爱德康赛的经营运作、发展空间及盈利水平将会遭受不利的影响。

根据爱德康赛主要人员出具的相关承诺,本次交易完成后,为最大限度降低核心人员流失的风险,保证核心人员稳定性的相关措施包括交易结构设置、任职期限安排、在职期间竞业禁止和离职后竞业禁止,但在完成业绩承诺和任职期限承诺后,爱德康赛管理人员仍存在离职的可能,将可能对爱德康赛的经营造成不利影响。

(四) 知识产权侵权或被侵权的风险

互联网广告行业技术属性较强,业务经营中所涉及的互联网及其他领域的专利技术、非专利技术、软件著作权等知识产权数量较多、范围较广。爱德康赛所拥有的核心技术是其核心竞争力的重要体现。尽管爱德康赛一贯遵守知识产权相关的法律法规,注意保护自身的知识产权,但如果爱德康赛遭遇与知识产权相关的诉讼、纠纷或索赔,或者爱德康赛自身知识产权受到不法侵害,如果解决不力,可能会影响爱德康赛的市场声誉,并对爱德康赛经营产生不利影响。

(五) 搜索引擎媒体政策调整风险

爱德康赛的利润主要来源于搜索引擎媒体返点和客户服务费。目前,主要搜索引擎媒体市场的竞争处于均衡状态,对下游 SEM 服务商的销售政策也基本稳定。但是如果搜索引擎媒体之间的竞争加剧,从而调整对 SEM 服务商的销售返

点政策,降低返点比例或减少对 SEM 服务商的支持力度,将会导致爱德康赛毛利率降低的风险。

(六) 互联网系统安全性的风险

互联网广告业务正常运营需要有优质和稳定的互联网为基础,这与爱德康赛服务器的分布、网络系统和带宽的稳定性、电脑硬件和软件效率息息相关。由于互联网作为面向公众的开放性平台,其客观上存在网络设施故障、软硬件漏洞及黑客攻击等导致运营系统损毁、运营服务中断和运营数据丢失的风险。如果爱德康赛不能及时发现并阻止上述外部干扰,可能会对爱德康赛的经营业绩造成不利影响。虽然爱德康赛对信息安全制定并实施了一系列有效措施,但无法完全避免上述风险。

(七) 标的资产业绩承诺与已实现的净利润存在较大差异的风险

爱德康赛 2013 年、2014 年及 2015 年 1-9 月各项收入情况和净利润情况如下:

单位: 万元

项目	2013 年度	2014 年度	2015 年 1-9 月
营业收入合计	9,689.57	32,819.69	30,911.00
净利润	-170.31	45.87	1,033.90

根据《爱德康赛业绩补偿协议》之**补充协议(二)**,刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)承诺,爱德康赛于 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度应实现的年度经审核税后净利润应分别不低于**1,400 万元、2,700 万元、3,510 万元、4,563 万元、5,019.3 万元**。

虽然爱德康赛上述业绩承诺是公司凭借历史年度的市场积累、结合行业的快速发展做出的合理预计和测算,但仍存在与已实现的净利润存在较大差异的风险。

三、其他风险

(一) 其他因素导致的股价波动风险

股票市场的投资收益与投资风险并存。股票价格的波动不仅受公司盈利水平

和发展前景的影响,而且受国家宏观经济政策的调整、金融政策的调控、股票市场的投机行为、投资者的心理预期等诸多因素的影响。公司本次交易相关的内外部审批工作尚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。

(二) 其他风险

本公司不排除因政治、经济、自然灾害等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

目录

释义	38
第一章 本次交易概况	41
一、本次交易的背景	41
二、本次交易的目的	43
三、本次交易的决策过程和批准情况	46
四、本次交易的具体方案	47
五、本次交易对上市公司的影响	57
第二章 上市公司基本情况	61
一、上市公司概况	61
二、公司历史沿革	61
三、上市公司控股股东及实际控制人概况	64
四、公司前十大股东情况	64
五、公司主营业务情况及主要财务指标	64
六、最近三年重大资产重组情况	66
第三章 交易对方的基本情况	67
一、交易对方总体情况	67
二、交易对方详细情况	67
第四章 交易标的基本情况	82
一、爱德康赛基本情况	82
二、爱德康赛的历史沿革	82
三、爱德康赛的股权结构情况	90
四、爱德康赛的资产权属情况	98
五、交易标的主营业务情况	99
六、爱德康赛主要财务数据	130
第五章 交易标的评估情况	142
一、评估情况	142
二、董事会对本次交易的评估合理性以及定价公允性分析	161
三、独立董事对本次交易评估事项的意见	164
第六章 发行股份情况	165
一、发行股份及支付现金购买资产	165
二、发行股份募集配套资金	170
第七章 本次交易主要合同	187
一、《收购协议》及《业绩补偿协议》	187
二、募集配套资金之《股份认购合同》	195
第八章 交易的合规性分析	198
一、本次交易符合《重组办法》第十一条的要求	198

二、本次交易符合《重组办法》第四十三条要求的规定	201
三、本次交易符合《重组办法》第四十四条及其适用意见要求的说明	204
四、上市公司不存在《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	204
五、独立财务顾问和法律顾问对本次交易是否符合《重组办法》的规定的意见 ..	205
第九章 管理层讨论与分析	206
一、本次交易前，上市公司的财务状况和经营成果	206
二、交易标的的经营成果分析	209
三、本次交易完成后，上市公司的财务状况、盈利能力及未来趋势分析	225
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	233
五、本次交易完成后，上市公司对标的公司的整合计划	234
第十章 财务会计信息	237
一、爱德康赛最近两年一期的主要财务数据	237
二、上市公司备考财务报表	238
第十一章 同业竞争与关联交易	241
一、同业竞争	241
二、关联交易	242
第十二章 风险因素	244
一、与本次交易有关的风险	244
二、爱德康赛的经营风险	247
三、其他风险	249
第十三章 其他重大事项	251
一、本次交易完成后，不存在上市公司资金、资产被实际控制人或其他关联人占用的 情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情形	251
二、本次交易后上市公司负债结构合理	251
三、上市公司最近十二个月内发生的资产交易	251
四、本次交易对上市公司治理机制的影响	252
五、本次交易后上市公司的现金分红政策	252
六、本次交易涉及的相关主体买卖上市公司股票的自查情况	253
七、本次交易相关主体的核查	255
第十四章 独立董事及中介机构对本次交易的意见	256
一、独立董事对本次交易的意见	256
二、独立财务顾问对本次交易的意见	257
三、律师意见	257
第十五章 本次交易相关证券服务机构	259
一、独立财务顾问	259
二、法律顾问	259
三、审计机构	259
四、资产评估机构	260
第十六章 上市公司及相关机构声明	261
一、思美传媒全体董事承诺书	262

二、独立财务顾问声明	263
三、律师声明	264
四、审计机构声明	265
五、评估机构声明	266
第十七章 备查文件	267
一、备查文件	267
二、备查地点	267

释义

本报告中，除非另有说明，下列词语具有下述含义：

一、一般名词释义

思美传媒、上市公司、股份公司、本公司、受让方	指	思美传媒股份有限公司，在深交所中小板上市，股票代码：002712
本次交易、本次收购、本次发行股份及支付现金购买资产	指	思美传媒以发行股份及支付现金购买资产方式收购爱德康赛100%股权，同时向特定投资者非公开发行募资配套资金。
爱德康赛	指	北京爱德康赛广告有限公司
标的公司、交易标的、标的资产	指	爱德康赛
拟购买资产	指	爱德康赛100%股权
华滨投资	指	哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）
爱信威诚	指	西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）
无锡爱德	指	无锡爱德康赛广告有限公司
无锡耐特	指	无锡耐特康赛传媒有限公司
益赛科	指	北京益赛科技发展有限公司
爱玛威	指	北京爱玛威科技有限公司
千数风景	指	北京千数风景科技有限公司
交易对方、转让方	指	爱德康赛全体股东
爱德康赛业绩承诺方	指	刘申、爱信威诚
《爱德康赛收购协议》	指	2015年7月14日，思美传媒与爱德康赛交易对方签订的《思美传媒股份有限公司与北京爱德康赛广告有限公司及其股东关于发行股份及支付现金购买资产之协议书》
《爱德康赛收购协议》之补充协议	指	2015年7月28日，思美传媒与爱德康赛交易对方签订的《思美传媒股份有限公司与北京爱德康赛广告有限公司及其股东关于发行股份及支付现金购买资产的协议之补充协议》；
《爱德康赛收购协议》之补充协议（二）	指	2016年1月8日，思美传媒与爱德康赛交易对方签订的《思美传媒股份有限公司与北京爱德康赛广告有限公司及其股东关于发行股份及支付现金购买资产之协议之补充协议（二）》
《爱德康赛业绩补偿协议》	指	2015年7月14日，思美传媒与爱德康赛交易对方签订的《关于北京爱德康赛广告有限公司之业绩补偿协议书》

《爱德康赛业绩补偿协议》之补充协议	指	2015年7月28日，思美传媒与爱德康赛交易对方签订的《关于北京爱德康赛广告有限公司之业绩补偿协议书之补充协议》；
《爱德康赛业绩补偿协议》之补充协议（二）	指	2016年1月8日，思美传媒与爱德康赛交易对方签订的《关于北京爱德康赛广告有限公司之业绩补偿协议之补充协议（二）》
《收购协议》	指	《爱德康赛收购协议》及《爱德康赛收购协议》之补充协议、《爱德康赛收购协议》之补充协议（二）的简称
《业绩补偿协议》	指	《爱德康赛业绩补偿协议》及《爱德康赛业绩补偿协议》之补充协议、《爱德康赛业绩补偿协议》之补充协议（二）的简称
《认购合同》		上市公司与配套募资资金认购方签署的《股份认购合同》
本报告书、本草案	指	《思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）》
定价基准日	指	思美传媒第三届董事会第十七次会议决议公告之日
审计评估基准日	指	2015年9月30日
爱德康赛扣非净利润	指	经具备证券从业资格、并经上市公司认可的会计师事务所依据中国企业2014会计准则和中国证监会关于拟上市公司相关规定出具的财务报表所载明的公司合并报表中扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润。
交割日	指	本次交易对方将标的资产过户至思美传媒名下之日
过渡期	指	审计评估基准日至交割日的期限
《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》
《著作权法》	指	《中华人民共和国著作权法》
《重组办法》	指	《上市公司重大资产重组管理办法》（2014年10月23日修订）
《重组规定》	指	《证监会公告[2008]14号——关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》
《格式准则26号》	指	《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第26号——上市公司重大资产重组申请文件》（2014年修订）
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则》
《暂行规定》	指	《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》
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
证券交易所、深交所	指	深圳证券交易所
结算公司	指	中国证券登记结算有限公司深圳分公司
中信建投、独立财务顾问	指	中信建投证券股份有限公司
天册律师	指	浙江天册律师事务所

天健会计师	指	天健会计师事务所(特殊普通合伙)
评估机构、中企华	指	北京中企华资产评估有限责任公司
报告期、最近两年及一期	指	2013年、2014年、2015年1-9月
A股	指	境内上市人民币普通股
元	指	人民币元

二、专业名词或术语释义

互联网广告	指	广告主基于互联网所投放的广告。包括展示广告、搜索引擎广告、其他形式广告等
KA客户	指	Key Account的缩写,指重要客户
广告交易平台、Ad Exchange	指	针对每次展示进行实时竞价的推广交换市场,能帮助广告主、DSP等通过实时竞价的方式购买众多互联网站的广告资源
DSP	指	Demand Side Platform,需求方平台。为广告主提供跨平台、跨媒介的广告程序化购买平台
SSP	指	Supply Side Platform,供应方平台。面向媒体的供应方管理平台,帮助媒体主进行流量分配管理、资源定价、广告请求筛选等
DMP	指	Data Management Platform,数据管理平台。把分散的第一方、第三方数据进行整合纳入统一的技术平台,并对这些数据进行标准化、规范化、标签化管理,为DSP、SSP等提供数据支持。
CPA	指	Cost Per Action,是指按照新增下载、安装或用户注册等收费的计费模式
CPC	指	Cost Per Click,是指按照广告投放点击数收费的计费模式
CPS	指	Cost Per Sale,是指按照新增销售收费的收费模式
CPM	指	Cost Per Mille,是指按照每千次广告展示曝光收费的收费模式
CPT	指	Cost Per Time,是指按照广告展示时长收费的计费模式
程序化购买	指	通过数字平台,代表广告主,自动地执行广告媒体购买、投放和优化,与之相对的是传统的人力购买的方式
实时竞价、RTB	指	RealTime Bidding,是一种利用第三方技术在数以百万计的网站上针对每一个用户展示行为进行评估以及出价的竞价技术。
每秒并发请求数、QPS	指	Queries Per Second,每秒时间内可以同时接收由广告交易平台发送的“决策”请求数量
搜索广告	指	用户使用搜索引擎搜索关键字产生的结果中展现的广告
展示广告	指	展示类广告指通过图形、视频等直接展示型的广告,包括品牌图形广告、富媒体广告和视频贴片广告等形式

注:本报告书除特别说明外所有数值均保留2位小数,若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况,均为四舍五入原因造成。

第一章 本次交易概况

一、本次交易的背景

(一) 广告行业发展迅速，市场前景广阔

经过了增长高点之后，随着宏观经济增速的逐步放缓，我国广告市场增速虽然出现了一定程度的回落，但市场仍然巨大。2014年行业规模达5,605亿元，同比增速11.67%，相较于2013年略有恢复。过去五年复合增长率超过20%。过去五年广告市场的发展主要来源于经济总量的扩大，而市场占比基本稳定，市场规模占GDP的比重持续稳定在0.5%-0.9%区间范围。这一数值与美国、日本等国相比明显偏低，空间广阔。一方面，我国广告市场起步较晚，产业分散、市场成熟度较低，媒体资源价值没有得到充分挖掘；另一方面，国内企业总体处于产品广告阶段，对于品牌塑造、建设和维护尚未展开，广告预算相对较低。随着我国经济结构调整，创新战略、品牌战略的持续推进，国内广告主的预算将大幅提高，媒体资源价格还将继续上扬，共同推动广告市场规模的占比加速上升，逐步接近美国。未来五年，广告市场占GDP的比重可能达到1%-2%，复合增长率达到10%-20%，五年内拥有万亿规模。

近年来，网络等新兴媒体的崛起加剧了媒体市场的竞争，新媒体作为传统媒体的有益补充，为广告主构建了新的传播平台，有力促进了广告传播领域的扩展。基于无线技术与网络环境的不断提升，移动智能设备如智能手机、平板电脑的普及，各种智能电视相继推出，广告行业将与包括移动互联网在内的更多新兴行业产生互动，从而拓宽广告行业的媒体渠道，进而能够实现新的营销方式并取得更好的营销效果，推动广告行业发展。

上市公司通过本次收购布局互联网广告（搜索引擎广告）等呈现高速增长的广告细分领域，符合整个广告行业的发展趋势。

(二) 互联网广告行业未来发展潜力巨大

互联网广告服务主要受互联网技术、广告行业以及传媒行业的发展影响。相对于电视、报纸、杂志、广播、户外等传统媒体广告，互联网广告由于其具有双

向互动、效果可量化、投放数据可积累复用等优势越来越受到广告主的青睐。随着互联网技术的不断进步、网络消费的普及，互联网广告行业容量将迅速扩大，行业发展已进入高速增长阶段。

我国广告市场历经30余年的高速发展已初具规模，据《中国传媒产业发展报告(2015年)》的统计，2014年行业规模达5,605亿元，同比增速11.67%，过去5年复合增长率超过20%。市场规模较大，保持了较高增速，但内部结构发生了较大的变化，2014年我国整体互联网广告市场规模为1,540亿元，位居广告行业第一的位置，并且保持平稳高速增长。随着互联网广告的范围拓展、程度深化和技术优化，互联网广告将进一步替代传统广告方式，其潜在市场空间还将继续加大，搜索引擎营销(Search Engine Marketing，简称SEM)成为互联网广告行业发展的重要方向之一，在互联网广告多个细分领域已逐渐形成较为成熟的竞争格局的情况下，SEM营销行业仍具备较大的开拓空间，有更大的新市场、新业务机遇。

思美传媒为中国一级综合服务类广告企业，是一家为客户提供整合营销传播服务的上市公司。公司致力于提升客户的品牌价值，业务范围包括消费者调研、数字营销、品牌管理、广告创意设计、媒介策划与代理、户外媒体运营及影视娱乐营销等全方位全媒体传播服务。随着公司实力的日益雄厚，公司已开始积极布局包括展示类营销、搜索引擎营销、精准营销、内容营销和移动互联网营销等在内的互联网广告传播业务。互联网营销是未来广告产业的发展方向，具备高成长、高利润的行业特征。加速推进在互联网营销行业的发展，既是对上市公司利润的现实拉动，也是对前景广阔的新兴产业的合理布局。

本次收购的标的爱德康赛，为搜索引擎营销领域的优秀企业，同时拥有在移动互联网领域的技术与资源。上市公司积极在搜索引擎营销领域布局，顺应行业未来发展趋势，符合上市公司的发展战略。

(三) 政策支持企业通过并购迅速做大做强

2010年9月，国务院颁布《国务院关于促进企业兼并重组的意见》，提出要进一步推进资本市场企业并购重组的市场化改革，包括健全市场化定价机制，完善相关规章及配套政策，支持企业利用资本市场开展兼并重组，促进行业整合和产业升级；2011年12月，中国证监会明确表示，监管部门将从六方面加强推进公司治理监管，其中包括进一步推进并购重组；2014年3月7日，国务院印发《关于进

一步优化企业兼并重组市场环境的意见》，兼并重组是企业加强资源整合、实现快速发展、提高竞争力的有效措施，是化解产能严重过剩矛盾、调整优化产业结构、提高发展质量效益的重要途径。《意见》提出取消下放部分审批事项、简化审批程序、优化信贷融资服务、完善有利于并购重组的财税、土地、职工安置政策等多项有力措施，大力支持企业通过并购迅速做大做强。

（四）广告行业竞争加剧，市场集中度不断提高

受国家政策的放松和“入世”的影响，我国广告行业的市场化程度日益提高，竞争主体趋向多元化。20世纪80年代后半期以来，全球广告业掀起兼并风潮，向集团化、规模化发展。在与国际4A广告公司同台竞技多年之后，中国本土广告公司也呈现出集团化、规模化的发展趋势，业务模式上也体现出国际4A广告公司的“创意分散，购买集中”趋势。通过集中采购，广告公司能掌握媒介业务的主动权，更好地满足客户需要，这也对广告公司的技术实力、资金实力等方面提出日益苛刻的要求；同时，集中采购有利于公司应对“创意分散”趋势，获得更重要的创意人才配置，获得更大的创意突破空间。思美传媒通过本次收购，将顺应行业集团化、规模化的发展趋势，增强竞争实力，冲击更高的行业地位。

（五）外延式发展战略是公司确立的重要举措

为积极推进公司的长期发展战略，本公司将继续采取内生式成长与外延式发展的双重举措。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，提升现有业务人员素质、增强公司竞争力的方式实现。公司外延式发展战略主要是通过并购具有独特业务优势和竞争实力、并能够和公司现有业务产生协同效应公司的方式实现。本次收购可以横向扩展公司的业务板块，纵向打开公司的产业链发展窗口，助力公司业务实力登上新的台阶，向顶级综合性广告企业迈进。

二、本次交易的目的

（一）顺应公司“打造全景精准式综合营销传播集团”的战略规划

思美传媒为把握行业发展机遇，根据自身特点与优势，制定了“打造全景精准式综合营销传播集团”的发展目标。即以“多维度洞察客户需求”为服务前提，

以“通过互联网传播技术与大数据挖掘能力实现精准投放”为服务手段，以“为连结目标消费者而开展‘内容—渠道—社群’的整合营销”为服务思路，争取覆盖全媒体渠道与全产业链，具备满足客户全维度营销服务需求的能力，实现对客户的“一站式”传播服务。

本次收购标的爱德康赛是搜索引擎广告领域的优秀企业。依托本次收购，公司将横向扩充互联网广告板块的业务类型，更好的提升互联网广告这一未来营收增速主力带动点的发展空间，有望使公司业务增速登上新的台阶。同时，爱德康赛在移动互联网领域的技术与资源，也是公司顺应行业未来发展趋势，实现自身突破所极为需要的。

公司收购标的公司后，思美传媒将提升从策略制定、创意内容制作到媒介投放、效果监测、社会化营销在内的全套营销服务能力，能够为广告主提供从精准投放到策略创意的“一站式”服务。公司的媒介覆盖也将从电视和户外领域衍生到PC端及移动端，极大的丰富了公司的营销运作模式，实现从电视端、户外端等媒介领域到影视剧大屏幕、PC端、移动端的多屏互动，为广告主提供从基础的传统广告投放到差异化、精准化营销的品牌整体推广，多屏媒介的协同效应将极大地提升公司的竞争力。

公司全景精准式服务体系如下：



(二) 注入互联网基因，提升企业技术实力

广告行业正与互联网等新兴行业产生互动，从而实现广告行业的媒体渠道的拓宽。同时，信息时代的来临，使得广告服务商对数据流的把握能力成为了决定其未来发展的重要因素。

本次收购的标的爱德康赛是在搜索引擎营销服务领域的领先企业，目前是百度认证五星级代理商，360教育行业核心代理商，并与搜狗、神马搜索建立了稳定的业务合作关系，2014年友盟部分移动团队成员加入爱德康赛，通过采购移动互联网媒体流量资源的方式解决客户广告投放的多样化需求。本次交易完成后，上市公司在互联网营销领域已有业务将与标的公司有效利用各自优势，最大限度的发挥协同效应。一方面，上市公司与标的公司的合作，能够进一步拓宽现有互联网营销服务的业务领域，在满足客户基础的营销服务需求的同时，为客户提供更完善的一站式营销服务；另一方面，标的公司拥有成熟的搜索引擎营销服务经验，强大的研发团队和领先的营销数据分析能力，为上市公司拓展互联网营销行业，打造行业龙头，完善产业布局奠定基础。本次收购将为上市公司注入互联网基因，在未来的新兴广告模式发展中获得新的核心竞争力。

(三) 整合客户资源，充分发挥协同效应

经过多年发展，爱德康赛均积累了大量的客户资源，客户遍及各大行业，且不乏部分行业的龙头企业。本次交易完成后，可以通过上市公司平台对标的资产的客户资源进行整合，充分发挥协同效应，实现交叉营销和更大范围的客户覆盖，并有效提升上市公司与标的企业总客户群的客户行业结构，增强公司的市场风险抵御力。

(四) 整合优质媒体资源，增强核心竞争力

广告的投放需要依托传播媒介，广告主希望能依托尽量多样化且优质的媒体渠道投放广告，以便向不同类型的用户曝光其产品或品牌信息。

本次收购的爱德康赛可以为上市公司带来搜索引擎、移动媒体及其他互联网渠道的相关资源，与公司原有的媒体资源实现互补，并通过上市公司平台实现媒体资源的共享和整合，提高上市公司营销服务的核心竞争力。

(五) 注入优质资产，切实提升上市公司的盈利能力和抗风险能力

爱德康赛经过多年的发展，积累了稳定的客户资源和优质媒介投放资源，具有良好的可持续盈利能力。本次交易完成后，爱德康赛将成为思美传媒全资子公司，纳入合并报表范围，上市公司盈利能力和可持续发展能力将得到大幅提升。

根据相关交易对方的利润承诺,爱德康赛2015、2016、2017、2018、2019会计年度实现的年度审核税后净利润应分别不低于人民币**1,400万元、2,700万元、3,510万元、4,563万元、5,019.3万元**。因此,本次交易完成后,上市公司盈利能力将进一步提升,财务稳健性加强,抗风险能力显著提高。

通过本次交易,上市公司将保持持续健康发展的良性轨道,有利于保护全体股东特别是中小股东的利益,实现上市公司、股东、债权人、企业职工等利益相关方共赢的局面。

三、本次交易的决策过程和批准情况

(一) 本次交易已经履行的决策和审批程序

本次交易已经履行的决策和审批程序:

- 1、爱德康赛股东会审议通过全体股东向思美传媒转让其合计持有的爱德康赛100%股权;
- 2、思美传媒第三届董事会第十七次会议决议已审议通过了本次交易的相关事宜。
- 3、思美传媒第三届董事会第十八次会议决议已审议通过了本次交易的相关事宜。
- 4、思美传媒2015年第二次临时股东大会决议已审议通过本次交易的相关事宜。
- 5、思美传媒第三届董事会第二十四次会议决议审议通过了本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易方案调整的相关议案。

(二) 本次交易尚需履行的决策和审批程序

本次交易尚需履行的决策和审批程序:

- 1、中国证监会核准本次交易;
- 2、其他可能涉及的批准或核准。

上述批准或核准程序均为本次交易的前提条件。能否获得上述相关的批准或核准,以及获得相关批准或核准的时间,均存在不确定性,特此提请广大投资者注意投资风险。

四、本次交易的具体方案

(一) 本次交易方案概述

1、发行股份及支付现金购买资产

上市公司与爱德康赛全体股东签署《爱德康赛收购协议》及补充协议，拟以发行股份及支付现金的方式购买刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）、哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）合计持有的爱德康赛 100% 股权。根据中企华出具的中企华评报字（2015）第 4292《资产评估报告》，爱德康赛 100% 股权的评估值为 29,324.61 万元。经协商确定交易价格为 29,000 万元，其中，交易对价的 50% 以发行股份的方式支付，交易对价的 50% 以现金方式支付。爱德康赛各交易对方选择对价方式的具体情况如下：

序号	交易对方	转让对价总额	发行股份数 (股)	支付现金数(元)
1	刘申	183,312,400.15	1,791,974	76,456,990.53
2	西藏爱信威诚投资管理中心 (有限合伙)	65,437,599.85	639,687	27,293,064.04
3	哈尔滨华滨光辉创业投资企业 (有限合伙)	41,250,000.00	-	41,250,000.00
合计		290,000,000.00	2,431,661	145,000,054.57

上市公司拟通过发行股份及支付现金方式收购爱德康赛 100% 的股权，发行股份价格为第三届董事会第十七次会议决议公告日前 60 个交易日公司股票交易的均价 59.63 元/股。本次交易完成后，爱德康赛将成为上市公司的全资子公司。

2、发行股份募集配套资金

为支付本次交易中的现金对价和相关发行费用，以及用于扩大媒介代理业务规模，并补充上市公司流动资金，上市公司拟通过向朱明虬、上海兴璟投资管理有限公司、吴红心、上海珺容投资管理有限公司珺容新兴产业 1 号基金、新余佳银投资管理中心（有限合伙）非公开发行股份募集配套资金，募集配套资金总额不超过 28,999.98 万元，发行价格为第三届董事会第十七次会议决议公告日前 20 个交易日公司 A 股股票交易均价的 90%，即 62.49 元/股。

本次非公开发行股份募集配套资金以发行股份及支付现金购买资产为前提条件，但非公开发行股份募集配套资金成功与否并不影响本次发行股份及支付现

金购买资产的实施。

(二) 本次交易标的资产价格

根据具有证券期货从业资格的北京中企华资产评估有限责任公司以 2015 年 9 月 30 日为评估基准日出具的中企华评报字(2015)第 4292 号《资产评估报告》北京爱德康赛广告有限公司的股东全部权益价值评估值为 29,324.61 万元。根据上述评估情况,各方协商确认本次交易上市公司需向交易对方支付的对价合计为 29,000 万元。

(三) 本次交易对价的支付方式

本次交易的具体支付方式如下:

序号	交易对方	转让对价总额	发行股份数 (股)	支付现金数(元)
1	刘申	183,312,400.15	1,791,974	76,456,990.53
2	西藏爱信威诚投资管理中心 (有限合伙)	65,437,599.85	639,687	27,293,064.04
3	哈尔滨滨滨光辉创业投资企业 (有限合伙)	41,250,000.00	-	41,250,000.00
合计		290,000,000.00	2,431,661	145,000,054.57

上市公司向交易对方发行股份的具体数量以上市公司向交易对方支付的股份对价除以股份发行价格进行确定,股份数量保留到个位数,之间差额由上市公司以现金方式向交易对方补足。

(四) 本次发行股份及支付现金购买资产之发行股份的方案

1、发行股份的种类和面值

本次发行的股份为境内上市人民币普通股(A股),每股面值为人民币1.00元。

2、发行对象及发行方式

本次发行方式为非公开发行股票,发行对象为刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)。

3、发行股份的定价基准日、定价依据和发行价格

本次发行的定价基准日为公司第三届董事会第十七次会议决议公告日。

本次发行股份及支付现金购买资产的股份发行定价依据为定价基准日前 60 个交易日公司股票交易均价，即 59.63 元/股。

从定价基准日至本次股票发行期间，如思美传媒有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则发行价格进行相应调整。

4、发行数量

思美传媒向交易对方发行股份的具体数量以思美传媒向交易对方支付的股份对价除以股份发行价格进行确定，股份数量保留到个位数，之间差额由思美传媒以现金方式向交易对方补足。

根据标的资产交易作价及本次股份发行价格计算，思美传媒向交易对方发行股份情况如下：

标的资产	交易对方	发行股份数（股）
爱德康赛	刘申	1,791,974
	西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）	639,687
	哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）	-
合计		2,431,661

从定价基准日至本次股票发行期间，如思美传媒有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则发行数量进行相应调整。

5、本次发行股份的锁定期及上市安排

（1）刘申在本次发行中认购的上市公司股份的锁定方式：

自刘申在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 12 个月内不得转让；自上述股份上市起满 12 个月后，刘申本次发行中认购的上市公司股份的 36.78%扣除补偿义务履行过程中刘申应补偿股份数的部分解除限售；自上述股份上市日起满 24 个月后，刘申本次发行中认购的上市公司股份的 36.78%扣除补偿义务履行过程中刘申应补偿股份数的部分解除限售；自刘申在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 36 个月后，刘申本次发行中认购的上市公司股份的 26.44%扣除补偿义务履行过程中刘申应补偿股份数的部分解除限售。

（2）西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）在本次发行中认购的上市公

司股份的锁定方式:

西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市之日起36个月内不得转让;自上述股份上市之日起满36个月后,西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)本次发行中认购的上市公司股份的34%扣除补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售;在本次发行中认购的上市公司股份上市之日起满48个月后,西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)本次发行中认购的上市公司股份的33%扣除补偿义务履行过程中西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)应补偿股份数的部分解除限售;在本次发行中认购的上市公司股份上市之日起满60个月后,西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)本次发行中认购的上市公司股份的33%扣除补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售。

(3) 哈尔滨华滨光辉创业投资企业(有限合伙)在本次交易中不涉及认购股份及相关锁定。

6、标的资产自评估基准日至交割日期间损益的归属

过渡期内,标的公司所产生的收入和利润由上市公司享有,标的公司不得实施分红派息或进行其他形式的利润分配;若标的公司在过渡期内产生亏损的,则在亏损数额经审计确定后15个工作日内(且受让方就本次发行验资之前),由转让方按各自在标的公司的原持股比例向上市公司以现金方式补足。

标的公司于评估基准日的滚存未分配利润由上市公司享有。

7、上市公司滚存未分配利润安排

上市公司本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东共同享有。

(五) 本次发行股份及支付现金购买资产之现金支付的方案

根据《爱德康赛收购协议》,在本次非公开发行募集配套资金到账后10个工作日内,上市公司向爱德康赛股权转让方支付第一笔现金对价总额的50%;上市公司在证监会指定媒体披露2015年会计年度审计报告后的10个工作日内(且不早于第一笔现金对价支付时间)支付第二笔现金对价总额的30%;上市公司在证监会指定媒体披露2016年会计年度审计报告后的10个工作日支付第三笔现金对

价总额的 20%。上市公司在每一笔现金对价支付中均按照各转让方在本次交易中应取得的现金对价比例予以支付。

受让方向爱德康赛股权转让方支付现金对价合计 145,000,054.57 元，具体支付情况如下：

标的资产	交易对方	支付现金数 (元)
爱德康赛	刘申	76,456,990.53
	西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)	27,293,064.04
	哈尔滨华滨光辉创业投资企业(有限合伙)	41,250,000.00
小计		145,000,054.57

本次非公开发行股份募集配套资金以发行股份及支付现金购买资产为前提条件，但非公开发行股份募集配套资金成功与否并不影响本次发行股份及支付现金购买资产的实施。若上市公司在收到监管部门关于本次非公开发行募集配套资金的核准批文后 60 日内，未能完成配套资金的非公开发行募集，则上市公司应于收到监管部门关于本次发行的核准批文满 60 日到期后的 10 个工作日内，以自筹资金的方式支付上述现金对价；若监管部门未核准配套资金的募集，上市公司应于收到监管部门关于本次发行股份及支付现金购买资产的核准批文后 60 日内以自筹资金的方式支付上述现金对价。

(六) 募集配套资金的发行方案

1、发行股份的种类和面值

本次发行的股票为境内上市的人民币普通股(A股)，每股面值人民币 1.00 元。

2、发行方式及发行对象

公司拟通过锁价的方式，向朱明虬、上海兴璟投资管理有限公司、吴红心、上海珺容投资管理有限公司珺容新兴产业 1 号基金、新余佳银投资管理中心(有限合伙)非公开发行股份募集配套资金，发行对象以现金方式认购公司非公开发行的股份。

3、发行股份的定价基准日、定价依据和发行价格

本次向特定对象募集配套资金的定价基准日为公司本次董事会决议公告日。

募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%，即 62.49 元/股。

从定价基准日至本次股票发行期间，如上市公司有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则发行数量进行相应调整。

4、发行数量

本次交易拟募集配套资金总额预计不超过 28,999.98 万元，发行数量合计为 4,640,740 股，具体情况如下：

序号	配套募集资金方	股数（股）	金额（元）
1	朱明虬	2,962,640	185,135,374
2	新余佳银投资管理中心（有限合伙）	698,100	43,624,269
3	上海兴璟投资管理有限公司	480,000	29,995,200
4	珺容新兴产业 1 号基金	250,000	15,622,500
5	吴红心	250,000	15,622,500
小计		4,640,740	289,999,843

最终发行数量以中国证监会核准的发行数量为准。

在定价基准日至发行日期间，如思美传媒有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则发行数量进行相应调整。

5、募集资金用途

本次募集配套资金的用途为支付现金对价和相关发行费用，以及用于扩大媒介代理业务规模，并补充上市公司流动资金

6、发行股份的锁定期

全部发行对象认购的股份锁定期为 36 个月，自新增股份上市之日起计算。

该等股份发行结束后，因公司送股、资本公积金转增股本等事项增加的公司股份，亦应遵守上述约定。

7、思美传媒滚存未分配利润安排

思美传媒本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东共同享有。

8、上市地点

本次发行的股票拟在深圳证券交易所上市。

9、本次发行决议有效期

本次发行决议的有效期为公司股东大会审议通过本次发行议案之日起十二个月。如果公司已于该有效期内取得中国证监会对本次发行的核准文件，则该有效期自动延长至本次发行完成日。

10、保荐人

上市公司聘请中信建投证券担任本次交易的独立财务顾问，中信建投证券经证监会批准依法设立，具备保荐人资格。

(七) 业绩承诺及补偿

根据《业绩补偿协议》，本此交易的业务补偿原则如下：

1、业绩承诺情况

根据《爱德康赛业绩补偿协议》之**补充协议（二）**，刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）承诺，爱德康赛于2015年度、2016年度、2017年度、2018年度、2019年度应实现的年度经审核税后净利润应分别不低于**1,400万元、2,700万元、3,510万元、4,563万元、5,019.3万元**。否则业绩承诺方将按照《业绩补偿协议》之约定对上市公司进行赔偿。

2、盈利差异的确定

爱德康赛盈利差异的确定：

本次交易实施完毕后，思美传媒将指定具有证券从业资格的会计师事务所（以下简称“会计师事务所”）对爱德康赛进行年度审计，由该会计师事务所对爱德康赛在业绩承诺期间实现的扣除非经常性损益后的净利润（以下简称“实际净利润”）的累计数与预测净利润累计数的差异情况进行审核确认。

会计师事务所在出具业绩承诺期间各年度爱德康赛的年度审计报告时，对爱德康赛收到的媒体返点金额按权责发生制原则先行确认。由会计师事务所根据该年度标的公司归属于上一年度的媒体返点金额对年报税后净利润进行复核、确认并出具《专项审核报告》。

各方均一致同意在考核爱德康赛是否实现业绩承诺及计算补偿金额时，以《专项审核报告》确认的税后净利润数据（即“审核税后净利润”）为准。若《专项审核报告》的结果与爱德康赛年度审计报告的结果存在差异的，以《专项审核报告》为准。上述审计及专项审计费用由标的公司承担。

3、业绩承诺期间

爱德康赛补偿责任人对爱德康赛的业绩承诺期间为 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度，其中 2015 年度、2016 年度、2017 年度由刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）共同参与业绩承诺及补偿；2018 年度、2019 年度由西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）参与业绩承诺及补偿。

4、盈利差异的补偿

（1）根据会计师事务所出具的《专项审核报告》，如果标的公司在业绩承诺期间内任一会计年度的当年期末实际净利润累计数未能达到当年期末预测净利润累计数，则思美传媒应在该年度的《专项审核报告》披露之日起十（10）日内，以书面方式通知补偿责任人关于标的公司在该年度实际净利润累计数小于预测净利润累计数的事实，并要求补偿责任人优先以股份补偿的方式进行利润补偿，不足部分以现金补偿的方式进行利润补偿。

（2）具体股份补偿数额和现金补偿金额的计算方式如下：

当年应补偿股份数=（标的公司截至当期期末预测净利润累计数-标的公司截至当期期末实际净利润累计数）÷标的公司业绩承诺期间内各年度的预测净利润数总和×标的资产交易对价总额÷发行价格-已补偿股份数量

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，具体补偿金额计算方式如下：

当年应补偿现金金额=（每一测算期间应补偿股份数-每一测算期间已补偿股份数）×发行价格-已补偿现金金额。

在计算任一会计年度的当年应补偿股份数或应补偿金额时，若当年应补偿股份数或应补偿金额小于零，则按零取值，已经补偿的股份及金额不冲回。

5、减值测试及补偿

在业绩承诺期间届满且业绩承诺期间最后一个会计年度的《专项审核报告》已经出具后,思美传媒将聘请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出具资产减值测试报告(以下简称“《资产减值测试报告》”)。

根据《资产减值测试报告》,若标的资产期末减值额>(业绩承诺期间内已补偿股份总数×发行价格+现金补偿金额),则补偿责任人应按照以下公式计算股份补偿数量并另行补偿:

应补偿股份数=(标的资产期末减值额-业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格-业绩承诺期间已补偿现金金额)÷发行价格

若补偿责任人持股数量不足以补偿时,差额部分由补偿责任人以现金补偿,按以下公式计算确定现金补偿金额:

应补偿现金金额=(标的资产期末减值额-业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格-业绩承诺期间内已补偿现金金额)-当年可另行补偿的股份数×发行价格。

上述“减值额”为标的资产的初始作价减去标的资产的当期评估值并扣除业绩承诺期间内标的公司股东增资、减资、接受赠与以及利润分配的影响。

6、补偿股份数量的调整

如果利润补偿期内思美传媒实施转增股本或送股而导致补偿责任人持有的思美传媒之股份数量发生变化,则应补偿股份数调整为:当年应补偿股份数(调整后)=当年应补偿股份数×(1+转增或送股比例)

若思美传媒在业绩承诺期间实施现金分红的,现金分红的部分补偿责任人应作相应返还,计算公式为:返还金额=每股已分配现金股利×补偿股份数量。

如因下列原因导致业绩承诺期间内标的公司实际实现的扣除非经常性损益后的净利润累计数小于同期预测净利润累计数,本协议各方可协商一致,以书面形式对约定的补偿股份数量予以调整:发生签署协议时所不能预见、不能避免、不能克服的任何客观事实,包括但不限于水灾、自然灾害、旱灾、台风、地震及其它自然灾害、交通意外、罢工、骚动、暴乱及战争。上述不可抗力事件导致标的公司发生重大经济损失、经营陷入停顿或市场环境严重恶化的,各方可根据公平原则,结合实际情况协商免除或减轻补偿责任人的补偿责任。

7、利润补偿方式

股份补偿方式首先采用股份回购注销方案,即由思美传媒回购补偿责任人所持有的等同于当年应补偿股份数的思美传媒部分股份,该部分股份不拥有表决权且不享有股利分配的权利。思美传媒应在会计师事务所出具《专项审核报告》后 40 个工作日内召开董事会及股东大会审议关于回购补偿责任人应补偿的股份并注销的相关方案。

若思美传媒股东大会审议通过该股份回购议案,思美传媒将以人民币 1.00 元的总价定向回购当年应补偿股份,并予以注销,且同步履行通知债权人等法律、法规关于减少注册资本的相关程序。思美传媒应在股东大会决议公告后 10 个工作日内将股份回购数量书面通知补偿责任人。补偿责任人有义务协助思美传媒尽快办理该等股份的回购、注销事宜。

若股东大会未能审议通过该股份回购议案,则思美传媒将在股东大会决议公告后 10 个交易日内书面通知补偿责任人实施股份赠送方案,并在自股东大会决议公告之日起 30 日内,授权思美传媒董事会按有关规定确定并公告股权登记日,将等同于上述应补偿数量的股份赠送给该股权登记日登记在册的其他股东(指上市公司股东名册上除补偿责任人外的其他股东),上市公司其他股东按其持有的股份数量占股权登记日上市公司扣除补偿责任人合计持有的股份数后的股本数量的比例获赠股份。

如股份补偿数额不足以补偿时,差额部分由补偿责任人在股份补偿的同时,按上述公式计算的应补偿现金金额向上市公司进行现金补偿。

补偿责任人根据其各自转让的标的公司股权比例分担上述应补偿股份数和应补偿现金金额。

8、超额完成业绩的奖励措施

根据《爱德康赛收购协议》及补充协议,上市公司同意,将业绩承诺期间累计实现的审核税后净利润数和业绩承诺指标总数进行对比考核,对于业绩承诺期间 2015 年度、2016 年度、2017 年度超额完成业绩承诺指标的部分(即上述年度累计实现审核税后净利润与上述年度业绩承诺指标累计总数的差额),上市公司同意分别在业绩承诺期间 2018 年度《专项审核报告》出具后 15 日内将其中 15%

的金额(税前)、在业绩承诺期间 2019 年度《专项审核报告》出具后 15 日内将其中 15%的金额(税前),由爱德康赛以现金方式向管理层股东及/或由管理层股东确认的公司员工进行奖励。上述奖励计入爱德康赛当期费用,在考核业绩承诺指标完成情况时将上述奖励费用视同非经常性损益处理。具体奖励方案由上市公司董事会审议确认。如作为西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)合伙人的核心团队成员截止业绩承诺期间 2017 年末离职的人员原合计所持西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)财产份额(以本协议签署时其合伙人及其出资结构为准)超过西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)出资额总额的 20%,则取消上述奖励。

对于业绩承诺期间 2018 年度、2019 年度超额完成业绩承诺指标的部分(即上述年度累计实现审核税后净利润与上述年度业绩承诺指标累计总数的差额),上市公司同意在业绩承诺期间 2019 年度《专项审核报告》出具后 15 日内将其中 30%的金额(税前),由爱德康赛以现金方式向管理层股东及/或由管理层股东确认的公司员工进行奖励。上述奖励计入爱德康赛当期费用,在考核业绩承诺指标完成情况时将上述奖励费用视同非经常性损益处理。具体奖励方案由上市公司董事会审议确认。如作为西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)合伙人的核心团队成员截止 2019 年末离职的人员原合计所持西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)财产份额(以本协议签署时其合伙人及其出资结构为准)超过西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)出资额总额的 40%,则取消上述奖励。

五、本次交易对上市公司的影响

(一) 本次交易对上市公司股权结构的影响

截至本报告书出具日,上市公司的总股本为 87,989,509 股,按照本次交易方案,公司拟发行普通股 2,431,661 股用于购买资产,拟发行普通股不超过 4,640,740 股用于募集配套资金。

本次交易完成前后,公司股本结构变化如下:

	交易前持股 数(股)	比例	交易后持股 数(股)	比例
朱明虬	40,895,171	46.48%	43,857,811	46.14%
昌吉州首创投资有限合伙公司	5,372,109	6.11%	5,372,109	5.65%

吴红心	4,965,137	5.64%	5,215,137	5.49%
余欢	3,263,266	3.71%	3,263,266	3.43%
程晓文	1,450,470	1.65%	1,450,470	1.53%
其他股东	32,043,356	36.42%	32,043,356	33.71%
配套募集资金方 (除朱明虬、吴红心外)				
新余佳银投资管理中心(有限合伙)			698,100	0.73%
上海兴璟投资管理有限公司			480,000	0.50%
珞容新兴产业1号基金			250,000	0.26%
小计			1,428,100	1.50%
爱德康赛交易方				
刘申			1,791,974	1.89%
西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)			639,687	0.67%
小计			2,431,661	2.56%
总股数	87,989,509	100.00%	95,061,910	100.00%

本次交易完成后，朱明虬仍为公司的控股股东、实际控制人，因此本次交易不会导致公司控制权的变化。

(二) 本次交易对上市公司主要财务数据的影响

根据天健出具的天健审[2015]7374号《审计报告》、天健审[2016]6号《审阅报告》和上市公司2015年三季度未经审计的财务数据，本次交易前后，上市公司2014年和2015年1-9月的主要财务数据变动情况如下：

单位：万元

项目	交易前		交易后	
	2015.9.30	2014.12.31	2015.9.30	2014.12.31
总资产	126,842.08	119,325.99	167,207.46	151,741.37
总负债	30,068.34	36,135.36	49,084.89	43,532.18
归属母公司所有者权益	96,682.24	83,095.37	118,041.16	108,209.19
项目	2015年1-9月	2014年度	2015年1-9月	2014年度
营业收入	176,343.66	215,076.13	207,254.67	247,895.82
营业利润	7,854.41	9,103.48	8,886.19	9,062.01
利润总额	8,245.06	9,573.02	9,372.76	9,525.20
净利润	5,915.80	7,147.95	6,666.74	7,056.23
归属于母公司所有者的净利润	5,919.56	7,081.93	6,668.77	7,022.91
基本每股收益(元)	0.66	0.83	0.74	0.80

(三) 本次交易不构成重大资产重组，构成关联交易，不构成借壳上市

1、本次交易不构成重大资产重组

本次交易标的资产为爱德康赛 100%股权。根据思美传媒、爱德康赛 2014 年度财务数据（思美传媒 2014 年度财务数据已经审计，爱德康赛 2014 年度财务数据已经审计）及交易定价情况，相关判断指标计算如下：

单位：万元

项目	爱德康赛	思美传媒	占比
资产总额与交易金额孰高	29,000.00	119,325.99	24.30%
资产净额与交易金额孰高	29,000.00	83,190.63	34.86%
营业收入	32,819.69	215,076.13	15.26%

如上表所示，本次交易的资产总额、资产净额、营业收入指标均未达到重大资产重组标准，本次交易不构成上市公司重大资产重组行为。

但本次交易涉及上市公司发行股份购买资产事项，故需提交中国证监会并购重组委审核，取得中国证监会核准后方可实施。

2、本次交易构成交易

本次交易对方及募集配套资金的认购方中，朱明虬系本公司的控股股东和实际控制人，吴红心系公司持股 5%以上股东，新余佳银投资管理中心（有限合伙）有限合伙人朱昊天系朱明虬成年子女，与本公司存在关联关系。朱明虬、吴红心新余佳银投资管理中心（有限合伙）认购上市公司募集配套资金发行股份的行为，构成关联交易。

3、本次交易不构成借壳上市

(1) 本次交易不会导致上市公司控制权发生变化

本次交易前朱明虬直接持有 40,895,171 股上市公司股份，持股占比 46.48%，同时持有本公司股东昌吉州首创投资有限合伙企业 42.99%的股份，昌吉州首创投资有限合伙企业直接持有公司 6.11%股份，朱明虬为公司的控股股东、实际控制人。按照标的资产交易作价、募集配套资金数量、上市公司股份发行价格初步测算，本次交易完成后，朱明虬持股比例为 46.14%，昌吉州首创投资有限合伙

企业持有公司比例为 5.65%，朱明虬仍为上市公司实际控制人。因此，本次交易不会导致上市公司控制权发生变化。

(2) 本次交易购买资产总额占比未达 100%

根据前述计算，本次交易购买的资产总额（资产总额与交易金额孰高）占上市公司 2014 年度经审计的合并财务会计报告期末资产总额的比例为 24.03%，未达到 100%的比例。

综上分析，思美传媒自上市之日起实际控制人未发生变更，本次交易亦不会导致公司实际控制权变更，不属于《重组办法》第十三条规定的借壳上市情形。

(四) 本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件

本次交易前，上市公司的总股本为 87,989,509 股。本次交易新增发行股份合计不超过 7,072,401 股。本次交易完成后，上市公司总股本最高将不超过 95,061,910 股。

经测算，本次交易完成后，社会公众股占公司总股本的比例不低于 25%，不会导致公司股票不符合上市要求的情形。

第二章 上市公司基本情况

一、上市公司概况

公司名称：思美传媒股份有限公司

英文名称：Simei Media Co.,Ltd.

公司简称：思美传媒

代码：002712

法定代表人：朱明虬

注册资本：8,798.9509 万元

成立日期：2000 年 8 月 9 日

注所：浙江省杭州市南复路 59 号

办公地址：浙江省杭州市虎玉路 41 号八卦田公园正大门内

注册号：330000000010178

税务登记证：330103723628803

组织机构代码：72362880-3

邮政编码：310008

联系电话：0571-86588028

传真：0571-87926126,0571-86588028

经营范围：一般经营项目:设计、制作、代理、发布国内外各类广告，企业形象策划，市场调研服务，会展服务，培训服务，经济信息咨询服务。

二、公司历史沿革

(一) 公司设立

2007 年 12 月 1 日，首创投资、广电投资、同德投资等 3 位法人及朱明虬、朱明芳、余欢、程晓文、吕双元、徐兴荣、朱昌一、边恒、盛为民、虞军、颜骅、等 11 位自然人共同签署《关于变更设立浙江思美传媒股份有限公司之发起人协议书》，各发起人确认，公司由有限责任公司整体变更为股份公司。公司以经发起人会计师审计的截至 2007 年 11 月 30 日的净资产 9,506.473462 万元为依据，

将净资产中 7,000 万元按照 1: 1 的比例折合为 7,000 万股, 每股面值 1.00 元, 剩余净资产 2,506.473462 万元作为股份溢价计入资本公积, 整体变更为股份公司前后, 各股东的持股比例不变。

2007 年 12 月, 浙江思美传媒股份有限公司在浙江省工商行政管理局完成工商登记, 注册资本 7,000 万元, 并取得注册号为 3300000000010178 的《企业法人营业执照》。2008 年 1 月, 公司更名为思美传媒股份有限公司。

公司设立时股本结构如下表所示:

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例(%)
1	朱明虬	4,263.00	60.90
2	广电投资	700.00	10.00
3	首创股份	560.00	8.00
4	朱明芳	336.00	4.80
5	余欢	336.00	4.80
6	同德投资	280.00	4.00
7	程晓文	151.20	2.16
8	吕双元	84.00	1.20
9	徐兴荣	84.00	1.20
10	边恒	47.60	0.68
11	盛为民	47.60	0.68
12	虞军	47.60	0.68
13	朱昌一	35.00	0.50
14	颜骅	28.00	0.40
合计		7,000.00	100.00

(二) 公司设立之后股权变动情况

2009年6月, 财政部、国务院国有资产监督管理委员会、证监会、全国社会保障基金理事共同发布“财企[2009]94”号《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》, 广电投资属国有控股公司, 应履行国有股转持义务。广电控股预计持有公司股份的整体投资收益将低于预期水平, 经广电控股董事会同意后, 决定转让其持有思美传媒700万股股份。2009年9月11日, 文广控股与中胜实业签订《国有股权转让协议》, 将其持有思美传媒10%的股份以4,448万元的价格转让给中胜实业。

2009年10月, 公司股东大会决定将公司注册资本由7,000.00万元增至7,296.80万元, 并同意由唐刚、陶凯、陈静波、俞建华、王秀娟按截至2008年12月31日思

美传媒经审计的每股净资产扣除依据2008年度股东大会决议已分配利润后的净资产价值(2.05元/每股)认购84.00万股、70.00万股、47.60万股、47.60万股、47.60万股。2009年10月22日,发行人会计师出具浙天会验(2009)第194号《验资报告》,验证思美传媒已收到唐刚、陶凯、陈静波、俞建华、王秀娟缴纳的新增出资额608.44万元,其中新增注册资本296.80万元,各股东均以货币出资。2009年11月10日,思美传媒完成此次增资的工商变更登记。

2009年11月17日,中胜实业与其控股股东吴红心签订《股权转让协议》,将其持有的思美传媒10%(计700万股)的股份转让给吴红心,转让价格为4,494万元。

公司于2014年1月23日在深圳证券交易所挂牌上市,首次向社会公众公开发行人民币普通股(A股)股票21,329,878股(其中发行新股数量为12,351,509股,老股转让数量为8,978,369股),每股发行价格为人民币25.18元,发行新股募集资金总额为人民币311,010,996.62元,扣除相关费用后,实际募集资金净额为人民币275,590,177.11元。发行后,公司股本由72,968,000元变更为85,319,509元。

2014年12月6日,公司召开第三届董事会第十次会议和第三届监事会第八次会议审议通过了《思美传媒股份有限公司限制性股票激励计划(草案)》及其摘要等相关议案,在就上述草案上报证监会备案无异议后,2015年1月29日公司召开股东大会审议通过了《思美传媒股份有限公司限制性股票激励计划(草案)》及其摘要等相关议案,2015年2月4日,思美传媒召开第三届董事会第十一次会议审议通过了《关于对限制性股票激励计划进行调整的议案》等相关议案,对上述股权激励计划的激励对象进行了调整;同日,公司召开监事会审议通过了《关于调整限制性股票激励对象名单的议案》。根据上述限制性股票激励计划,公司授予激励对象限制性股票总额为267万股,授予日为2015年2月4日,授予价格为每股28.08元。天健会计师事务所(特殊普通合伙)于2015年2月25日出具了天健验[2015]37号验资报告,对公司截至2015年2月16日止的新增注册资本及实收资本(股本)情况进行了审验,截至2015年2月16日止,公司变更后的注册资本人民币87,989,509.00元,累计实收资本人民币87,989,509.00元。2015年3月6日,公司在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理完成了限制性股票变更登记手续,2015年3月16日,公司办理完成了针对本次增资的工商变更登记,公司股

份总数变更为87,989,509股。

三、上市公司控股股东及实际控制人概况

思美传媒控股股东、实际控制人为朱明虬先生，其直接持有本公司 46.48% 的股份，同时持有本公司股东昌吉州首创投资有限合伙企业 42.99% 的股份，昌吉州首创投资有限合伙企业直接持有公司 6.11% 股份，朱明虬为公司的控股股东、实际控制人。自公司成立以来，控股股东及实际控制人从未发生过变更。

四、公司前十大股东情况

截至 2015 年 9 月 30 日，公司前 10 大股东如下：

排名	股东名称	持股数量(万股)	占总股本比例(%)
1	朱明虬	4,089.52	46.48
2	昌吉州首创投资有限合伙企业	537.21	6.11
3	吴红心	496.51	5.64
4	余欢	326.33	3.71
5	程晓文	145.05	1.65
6	全国社保基金一一二组合	140.41	1.60
7	中国农业银行股份有限公司-交银施罗德先锋混合型证券投资基金	130.55	1.48
8	全国社保基金六零一组合	103.98	1.18
9	中国工商银行股份有限公司-汇添富外延增长主题股票型证券投资基金	100.40	1.14
10	中国建设银行-国泰金鼎价值精选混合型证券投资基金	81.48	0.93

五、公司主营业务情况及主要财务指标

(一) 公司主营业务发展情况

2014 年，公司以更好的满足客户需求为导向，以卓越的传播效果为标准，不断提升媒介策划水平，优化媒体布局，强化客户开发力度，使公司核心业务竞争力和市场占有率节节提升，主营业务增量明显。2014 年度实现营业收入 215,076.13 万元，同比增长 31.27%；营业利润 9,103.48 万元，同比下降 14.28%；归属于上市公司股东净利润 7,081.93 万元，同比下降 15.78%。

2014 年，公司电视广告业务收入同比增长 19.56%，主要得益于公司整体比

稿能力的不断提升、顺应媒介环境变化的趋势并及时对媒介代理资源进行优化调整。公司整体比稿能力不断提升。受益于上市品牌红利的释放与资金实力的增强，业务比稿机会大幅增长，并成功把握住了部分机会，顺利的赢得了吉利、淘宝、一汽马自达等重大客户，直接客户占营业收入的比例相比 2013 年大幅增长，媒介代理业务呈现出高速发展的良好态势。

公司的自有资源与户外媒介代理平台运营越发成熟，作为一类稳定的媒介，2014 年中为公司大客户的整合营销发挥了重要作用，并通过自销与代理相结合的模式，同比实现了 89.03%的增长。

2014 年，公司品牌管理部门凭借对行业的深度理解，为客户提供产品设计、品牌维护、危机公关、制定品牌战略、担任营销顾问等多元化的服务内容，赢得了友邦吊顶、贵阳银行、凯蒂猫主题公园等优质客户，从行业上丰富了客户的结构，为后续获取家居、金融、旅游等高潜力行业大客户奠定了基础，同时在参与大客户的全案比稿中也更好的发挥了协同作用，提升了公司的比稿竞争力。

互联网广告业务是思美未来最具核心竞争力的业务之一，该业务板块的发展将会为公司带来更多的发展机会和增长空间。报告期内，公司互联网业务以综合性互联网营销服务为发展方向，互联网视频投放为主要突破口，其他互联网营销服务协调发展。2014 年实现互联网广告业务收入 4,993 万元，同比实现了 142%的增长。

(二) 公司最近三年及一期主要财务指标

项目	2015. 9. 30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
资产总额(万元)	126,842.08	119,325.99	79,729.13	57,445.34
净资产(万元)	96,773.74	83,190.63	51,043.25	42,646.75
归属于上市公司股东的所有者权益(万元)	96,682.24	83,095.37	51,014.01	42,605.18
合并报表资产负债率(%)	23.71	30.28	35.98	25.76
每股净资产(元)	10.99	9.75	7.00	5.84
项目	2015年 1-9月	2014 年度	2013年度	2012年度
营业收入(万元)	176,343.66	215,076.13	163,848.51	144,397.42
利润总额(万元)	8,245.06	9,573.02	11,091.50	12,277.51
归属于母公司所有者的净利润(万元)	5,919.56	7,081.93	8,408.83	9,452.05
扣除非经常损益后的归属于	-	6,476.41	8,076.88	8,930.77

母公司所有者的净利润(万元)				
基本每股收益(元)	0.66	0.83	1.15	1.30
扣除非经常损益后的基本每股收益(元)	-	0.77	1.11	1.22
加权平均净资产收益率(%)	5.05	9.04	17.96	24.72
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	-	8.27	17.25	23.35

注：2012 年度、2013 年度和 2014 年度数据经天健会计师事务所审计，**第三季度报告**未经审计。

六、最近三年重大资产重组情况

上市公司最近三年并未发生重大资产重组事项。

第三章 交易对方的基本情况

一、交易对方总体情况

本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方为爱德康赛的全体股东刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）、哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）。

本次非公开发行股份募集配套资金的股份认购方包括朱明虬、吴红心两名自然人及新余佳银投资管理中心（有限合伙）、上海兴璟投资管理有限公司、上海珺容投资管理有限公司珺容新兴产业 1 号基金。

二、交易对方详细情况

（一）发行股份及支付现金购买资产的交易对方

1、刘申

（1）基本情况

姓名	刘申
曾用名	无
性别	男
国籍	中国
身份证号码	12010119800710****
住所	天津市和平区长沙路瑞玮山庄****
通讯地址	北京市朝阳区朝外 MENB 座 11 楼
是否取得其他国家或者地区的居留权	否

（2）最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职单位	起止时间	职务	是否与任职单位存在产权关系
爱德康赛	2014-目前	执行董事	是
威普企业管理咨询有限公司	2013.1-2013.8	高级咨询顾问	否

（3）控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书签署日，除持有爱德康赛股权外，刘申未控制其他企业。

(4) 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

作为上市公司本次交易的交易对方，刘申特出具以下承诺与声明：本人最近五年内不存在受到行政处罚（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况。

(5) 交易对方最近五年内诚信情况说明

作为上市公司本次交易的交易对方，刘申特出具以下承诺与声明：本人最近五年内不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺、被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分的情况。

2、哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）

(1) 华滨投资基本情况

公司名称	哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）
公司类型	有限合伙企业
成立日期	2014 年 12 月 29 日
住所	哈尔滨高新区科技创新城创新创业广场 2 号楼科技一街 719 号 A 栋 608 室
执行事务合伙人	庄正华
注册号	230109101009890
认缴出资额	20,000 万元
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构

(2) 华滨投资的历史沿革情况

1) 2014年12月，华滨投资成立

华滨投资于 2014 年 12 月 29 日在哈尔滨市市场监督管理局开发区分局登记注册，获注册号为 230109101009890 的企业法人营业执照，执行事务合伙人为哈尔滨华滨创业投资管理有限公司（委派代表为王欣宇）。华滨投资全体合伙人认缴出资总额为 20,000 万元。

设立时，华滨投资出资情况如下：

序号	合伙人姓名 或名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	哈尔滨华滨创业投资管理有 限公司	普通合伙人	200.00	1.00
2	西藏恒盛创业投资合伙企业 (有限合伙)	有限合伙人	15,800.00	79.00
3	哈尔滨创业投资集团有限公 司	有限合伙人	4,000.00	20.00
		合计	20,000.00	100.00

2) 2015年6月，第一次出资额转让

2015年6月23日，西藏恒盛创业投资合伙企业（有限合伙）将其认缴金额14,000万元出资份额转让给杭州弘帆天盛股权投资合伙企业（有限合伙），西藏恒盛创业投资合伙企业（有限合伙）将其认缴金额1,000万元出资份额转让给张宏涛。变更后华滨投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名 或名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	哈尔滨华滨创业投资管理有 限公司	普通合伙人	200.00	1.00
2	杭州弘帆天盛股权投资合伙 企业（有限合伙）	有限合伙人	14,000.00	70.00
3	西藏恒盛创业投资合伙企业 (有限合伙)	有限合伙人	800.00	4.00
4	张宏涛	有限合伙人	1,000.00	5.00
5	哈尔滨创业投资集团有限公 司	有限合伙人	4,000.00	20.00
		合计	20,000.00	100.00

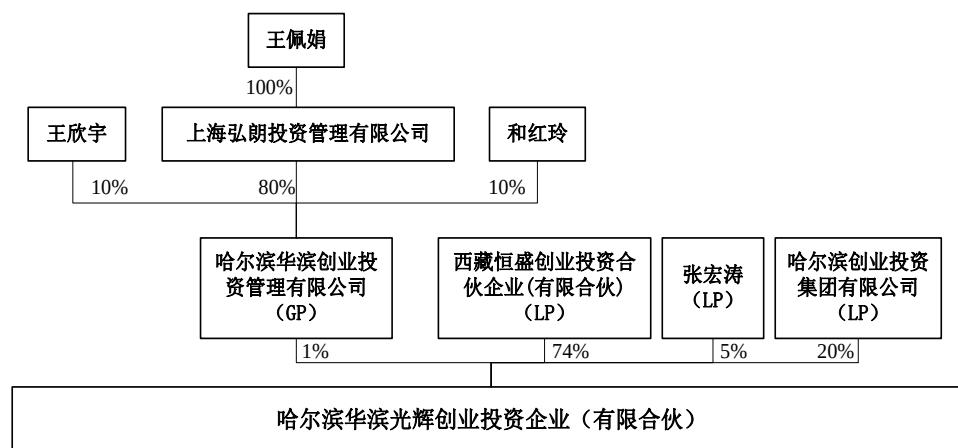
3) 2015年8月，第一次出资额转让

2015年8月26日，杭州弘帆天盛股权投资合伙企业（有限合伙）将其认缴金额14,000万元出资份额转让给西藏恒盛创业投资合伙企业（有限合伙）。变更后华滨投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名 或名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	哈尔滨华滨创业投资管理有 限公司	普通合伙人	200.00	1.00

2	西藏恒盛创业投资合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	14,800.00	74.00
3	哈尔滨创业投资集团有限公司	有限合伙人	4,000.00	20.00
4	张宏涛	有限合伙人	1,000.00	5.00
		合计	20,000.00	100.00

(3) 华滨投资股权结构



(4) 主营业务及近三年发展状况

华滨投资成立于 2014 年 12 月, 主营业务为创业投资业务; 代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务; 创业投资咨询业务; 为创业企业提供创业管理服务业务; 参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。

(5) 最近一年主要财务数据

华滨投资成立于 2014 年 12 月, 暂无其最近两年财务数据。

(6) 华滨投资对外投资情况

华滨投资主要投资企业情况如下:

序号	公司名称	所属行业	持股比例
1	北京爱德康赛广告有限公司	互联网营销	15%
2	哈尔滨午马未羊信息技术有限公司	数字营销	持股5%及以上
3	杭州煎饼网络技术有限公司	互联网金融	持股5%及以上
4	北京创富时代信息技术有限公司	互联网金融	持股5%及以上

(7) 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

作为上市公司本次交易的交易对方，华滨投资特出具以下承诺与声明：本合伙企业及其合伙人最近五年内不存在受到行政处罚（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况。

（8）交易对方最近五年内诚信情况说明

作为上市公司本次交易的交易对方，华滨投资特出具以下承诺与声明：本合伙企业及其合伙人不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺、被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分的情况等。

（9）私募投资基金备案事项

根据中国证券投资基金业协会于 2015 年 6 月 12 日核发的编号为 P1015823 的《私募投资基金管理人登记证明》，华滨光辉基金管理人哈尔滨华滨创业投资管理有限公司已根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理办法》等法律法规的要求在中国证券投资基金业协会作为基金管理人进行了登记。根据在中国证券投资基金业协会网站查询结果，华滨光辉已由其管理人哈尔滨华滨创业投资管理有限公司在私募基金登记备案系统备案，备案日期为 2015 年 6 月 23 日，基金编号 S61438，基金类型为股权投资基金。

3、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）

（1）爱信威诚基本情况

公司名称	西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）
公司类型	有限合伙企业
成立日期	2015 年 6 月 2 日
住所	拉萨经济技术开发区总部经济基地二期公寓 B 幢 2 单元 1004 房
执行事务合伙人	冯伟
注册号	540091200016401
认缴出资额	125 万元
经营范围	投资管理；资产管理；经济贸易咨询；企业管理咨询；企业策划；会议服务。

（2）爱信威诚的历史沿革情况

爱信威诚于 2015 年 6 月 2 日在拉萨市经济技术开发区工商行政管理局登记

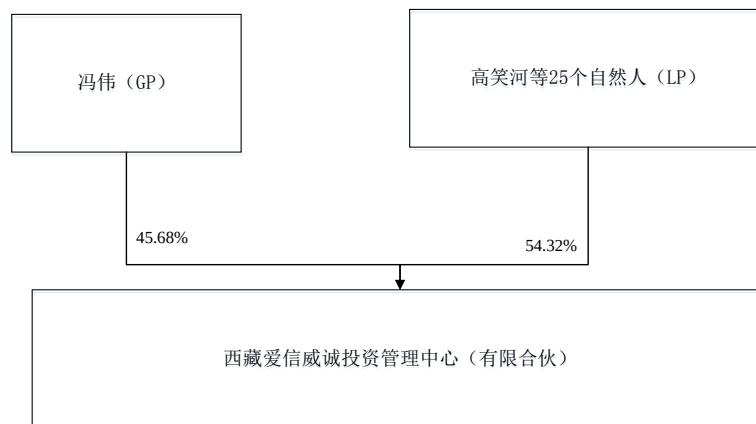
注册,获注册号为 540091200016401 的非法人营业执照,执行事务合伙人为冯伟。
爱信威诚全体合伙人认缴出资额为 125 万元。

设立时,爱信威诚出资情况如下:

序号	姓名	合伙人类型	认缴出资额(万元)	出资比例(%)
1	冯伟	普通合伙人	57.1023	45.68
2	高笑河	有限合伙人	14.7727	11.82
3	关亮	有限合伙人	7.9545	6.36
4	高鹏	有限合伙人	6.8182	5.45
5	姜捷	有限合伙人	6.8182	5.45
6	马楠	有限合伙人	5.6818	4.55
7	霍远	有限合伙人	3.4091	2.73
8	梁宇斐	有限合伙人	2.2727	1.82
9	崔冠芳	有限合伙人	2.2727	1.82
10	李敏	有限合伙人	2.2727	1.82
11	谢德宇	有限合伙人	1.3636	1.09
12	富斌	有限合伙人	1.3636	1.09
13	蔡辉	有限合伙人	1.3636	1.09
14	陈磊	有限合伙人	1.3636	1.09
15	岳长兴	有限合伙人	1.1364	0.91
16	滕飞	有限合伙人	1.1364	0.91
17	高晓茹	有限合伙人	1.1364	0.91
18	王韬	有限合伙人	1.1364	0.91
19	田惠娟	有限合伙人	1.1364	0.91
20	齐鸿尧	有限合伙人	0.9091	0.73
21	李莎	有限合伙人	0.6818	0.55
22	许祚云	有限合伙人	0.625	0.50
23	周杰勇	有限合伙人	0.5682	0.45
24	潘瑜	有限合伙人	0.5682	0.45
25	周钺	有限合伙人	0.5682	0.45

26	刘京雷	有限合伙人	0.5682	0.45
		合计	125.0000	100.00

(3) 爱信威诚股权结构



(4) 主营业务及近三年发展状况

爱信威诚成立于 2015 年 6 月，主营业务为股权投资。

(5) 最近一年主要财务数据

爱信威诚成立于 2015 年 6 月，暂无其最近一年财务数据。

(6) 爱信威诚对外投资情况

爱信威诚除投资爱德康赛外，未投资其他企业。

(7) 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

作为上市公司本次交易的交易对方，爱信威诚特出具以下承诺与声明：本合伙企业及其合伙人最近五年内不存在受到行政处罚（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况。

(8) 交易对方最近五年内诚信情况说明

作为上市公司本次交易的交易对方，爱信威诚特出具以下承诺与声明：本合伙企业及其合伙人不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺、被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分的情况等。

(9) 私募投资基金备案事项

该企业由爱德康赛管理层出资，不存在其他合伙人，不存在基金管理人；其合伙人出资均为自有资金，不存在非公开募集资金的情况；除持有标的公司股权外，未进行过其他对外投资行为。爱信威诚不属于《证券投资基金法》、《暂行办法》及《备案办法》所规范的私募投资基金，也未管理其他私募投资基金，不需要按照规定履行私募投资基金或私募投资基金管理人备案程序。

（二）配套募集资金的交易对方

1、自然人股份认购方

序号	姓名	身份证号	住所
1	朱明虬	33010519640216****	杭州市下城区中山北园 25 幢 1 单元****
2	吴红心	12011319680316****	浙江省永康市东城街道银川东路****

朱明虬现为思美传媒控股股东、实际控制人，吴红心现为思美传媒持股5%以上的股东，因此朱明虬、吴红心均与思美传媒存在关联关系，本次交易构成关联交易。

根据朱明虬、吴红心的声明与承诺，承诺人均具有完全民事行为能力的中国公民，无境外居留权，承诺人近五年内不存在受到行政处罚（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况。

2、非自然人股份认购方

（1）新余佳银投资管理中心（有限合伙）

企业名称	新余佳银投资管理中心（有限合伙）
工商注册号	360504310002680
企业类型	有限合伙企业
住所	新余高新区水西镇赛维大道 9 号
执行事务合伙人	杭州金龙投资管理有限公司（委派代表：任宇晟）
出资额总额	2,000 万元
经营范围	投资管理及服务（不得从事金融、保险、证券、期货业务）
成立日期	2014 年 2 月 27 日
经营期限	至 2024 年 2 月 26 日

新余佳银投资管理中心（有限合伙）（以下简称“新余佳银”）系由杭州金龙投资管理有限公司作为普通合伙人及广州市创势翔投资有限公司等 6 名有限合伙人共同出资设立的有限合伙企业，截至本重组报告书出具之日，新余佳银

合伙人及其出资情况如下:

序号	合伙人 姓名/名称	合伙人类别	出资额 (万元)	出资比例
1	杭州金龙投资管理有限公司	普通合伙人	1,149.9	18.07%
2	广州市创势翔投资有限公司	有限合伙人	312.45	4.91%
3	朱昊天	有限合伙人	1,612.867	25.35%
4	吴 骥	有限合伙人	1,499.76	23.57%
5	张淑华	有限合伙人	975	15.32%
6	任宇晟	有限合伙人	500	7.86%
7	陈 茵	有限合伙人	312.45	4.91%
合计			6,362.4269	100%

杭州金龙投资管理有限公司为新余佳银普通合伙人,根据全国企业信用信息公示系统显示,截至本重组报告书出具之日杭州金龙投资管理有限公司工商登记的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额 (万元)	持股比例
1	杭州金龙集团有限公司	2,000	100%
合计		2,000	100%

杭州金龙集团有限公司为杭州金龙投资管理有限公司唯一股东,根据全国企业信用信息公示系统显示,截至本重组报告书出具之日杭州金龙集团有限公司工商登记的股权结构如下:

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	持股比例
1	颜阿龙	917.8541	20.95%
2	杭州市商贸旅游集团有限公司	876.4	20%
3	杭州金龙集团有限公司职工持股会	864.5567	19.73%
4	陈 茵	609.927	13.92%
5	毛惠敏	310.8851	7.09%
6	陈晓牛	210.2176	4.80%
7	吕 毅	74.0203	1.69%
8	祝金贞	65.1378	1.49%
9	庄作华	47.373	1.08%
10	杜立强	44.4122	1.01%

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	持股比例
11	楼明明	44.4122	1.01%
12	王建国	41.4514	0.95%
13	陈新华	35.5297	0.81%
14	朱安宝	35.5297	0.81%
15	朱煜炜	35.5297	0.81%
16	蔡依群	32.5689	0.74%
17	钱传根	32.5689	0.74%
18	钱志鹏	20.7257	0.47%
19	李新生	17.7649	0.41%
20	徐文灿	17.7649	0.41%
21	单玲玲	14.8041	0.34%
22	王琪瑜	11.8432	0.27%
23	徐建民	11.8432	0.27%
24	陶学荣	8.8824	0.2%
合计		4,382	100%

杭州市商贸旅游集团有限公司为杭州金龙集团有限公司唯一企业法人股东,根据全国企业信用信息公示系统显示,截至本重组报告书出具之日杭州市商贸旅游集团有限公司工商登记的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额 (万元)	持股比例
1	杭州市人民政府国有资产监督管理委员会	90,000	100%
合计		90,000	100%

新余佳银投资管理中心(有限合伙)有限合伙人朱昊天系朱明虬成年子女,与本公司存在关联关系。

根据新余佳银投资管理中心(有限合伙)的声明与承诺,其为依照中国法律设立并有效存续的有限合伙企业。承诺人近五年内不存在受到行政处罚(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况。

根据中国证券投资基金业协会出具的登记编号为P1019381的《私募投资基金管理人登记证明》,新余佳银投资管理中心(有限合伙)普通合伙人杭州金龙

投资管理有限公司已作为基金管理人备案, 登记日期为 2015 年 7 月 30 日。根据在中国证券投资基金业协会网站查询结果, 新余佳银投资管理中心(有限合伙)已由其管理人杭州金龙投资管理有限公司在私募基金登记备案系统备案, 备案日期为 2015 年 8 月 6 日, 基金类型为股权投资基金。

(2) 上海兴璟投资管理有限公司

公司名称	上海兴璟投资管理有限公司
工商注册号	310109000711571
公司类型	一人有限责任公司(法人独资)
住所	上海市虹口区四平路 421 弄 107 号 P789 室
法定代表人	解斌
注册资本	2,000 万元
经营范围	投资管理, 资产管理, 投资咨询, 实业投资, 商务咨询
成立日期	2015 年 4 月 20 日
经营期限	至长期

上海兴璟投资管理有限公司(以下简称“上海兴璟”)系由华福资本投资有限公司出资设立的一人有限责任公司, 根据全国企业信用信息公示系统显示, 截至本重组报告书出具之日该公司工商登记的股权结构如下:

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	持股比例
1	华福资本投资有限公司	2,000	100%
	合计	2,000	100%

根据全国企业信用信息公示系统显示, 截至本重组报告书出具之日华福资本投资有限公司股权结构如下:

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	持股比例
1	华福证券有限责任公司	10,000	100%
	合计	10,000	100%

根据全国企业信用信息公示系统显示, 截至本重组报告书出具之日华福证券有限责任公司股权结构如下:

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	持股比例
1	福建省能源集团有限责任公司	19,800	36%
2	福建省投资开发集团有限责任公司	18,542.13	33.713%
3	福建省交通运输集团有限责任公司	11,000	20%
4	兴业国际信托有限公司	2,393.54	4.3519%

5	漳州市担保中心	1,974.33	3.5897%
6	福州市投资管理公司	739.83	1.3451%
7	福建省华兴集团有限责任公司	550.17	1.0003%
合计		55,000	100%

根据上海兴璟投资管理有限公司的声明与承诺，其为依照中国法律设立并有效存续的有限公司。承诺人近五年内不存在受到行政处罚（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况。

上海兴璟投资管理有限公司为华福资本投资有限公司全资子公司，系成立于2015年4月的“一人有限责任公司”，其股东华福资本投资有限公司系华福证券有限责任公司全资子公司。上海兴璟投资管理有限公司不存在华福资本投资有限公司以外的其他股东，不存在非公开募集资金的情况，不存在基金管理人，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规范的私募投资基金，也未管理其他私募投资基金，不需要按照规定履行私募投资基金或私募投资基金管理人备案程序。

（3）上海珺容投资管理有限公司拟设立的珺容新兴产业1号基金

上海珺容投资管理有限公司拟通过设立的珺容新兴产业1号基金认购本次非公开发行股份募集配套资金的股份，上海珺容投资管理有限公司的基本情况如下：

企业名称	上海珺容投资管理有限公司
工商注册号	310115001851325
企业类型	有限责任公司（国内合资）
住所	浦东新区耀华路488号1812B室
法定代表人	毛科技
注册资本	1,000万元
经营范围	投资管理，资产管理（除金融业务），投资咨询，商务信息咨询、企业管理咨询（除经济），健康咨询（不得从事诊疗活动、心理咨询），企业形象策划，市场营销策划，文化艺术交流策划，礼仪服务，会务服务，展览展示服务，电脑图文设计制作，计算机专业领域内的技术服务、技术咨询。
成立日期	2011年7月18日
经营期限	长期

上海珺容投资管理有限公司已作为基金管理人备案，管理基金主要类别为

证券投资基金，登记编号为 P1001041。根据在中国证券投资基金业协会网站查询结果，珞容新兴产业 1 号基金已由其管理人上海珞容投资管理有限公司在私募基金登记备案系统备案，备案编号 S66147，备案日期为 2015 年 8 月 12 日，基金类型为证券投资基金。

根据珞容新兴产业1号基金管理人上海珞容投资管理有限公司出具的声明和承诺，承诺人为依照中国法律设立并有效存续的有限责任公司，承诺人近五年内不存在受到行政处罚（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况。

3、本次交易前朱明虬及其一致行动人持有的思美传媒股份的锁定期安排

（1）本次交易前朱明虬及其一致行动人持有的思美传媒股份情况

根据朱明虬确认，朱明虬作为思美传媒控股股东、实际控制人，本次交易前无一致行动人，其直接持有思美传媒 40,895,171 股股份，占思美传媒股本总额的 46.48%；作为普通合伙人持有思美传媒股东昌吉州首创投资有限合伙企业（以下简称“首创投资”）出资额 240.727 万元，占首创投资出资额总额的 42.99%，首创投资持有思美传媒 5,372,109 股股份，占思美传媒股本总额的 6.11%。

朱昊天系朱明虬之子，为本次交易发行股份募集配套资金的股份发行的认购主体新余佳银投资管理中心（有限合伙）之有限合伙人，本次交易前，朱昊天未持有思美传媒股份。

此外，思美传媒股东徐兴荣持有思美传媒股份 805,817 股，占思美传媒股本总额的 0.92%，徐兴荣系朱明虬配偶的兄弟；思美传媒股东余欢持有思美传媒股份 3,263,266 股，占思美传媒股本总额的 3.71%，余欢系朱明虬姐妹的子女。

（2）本次交易前相关股东持有的思美传媒股份锁定情况

朱明虬、首创投资以及朱明虬关联自然人余欢、徐兴荣现持有的思美传媒股份均为思美传媒 2007 年 12 月整体变更设立为股份有限公司时由原浙江思美广告有限公司净资产折股而来，现均为流通受限股份。经深圳证券交易所《关于思美传媒股份有限公司人民币普通股股票上市的通知》（深证上[2014]32 号文）同意，思美传媒于 2014 年 1 月 23 日起上市交易。思美传媒首次公开发行股票并上市时相关股东关于其持有的思美传媒股份锁定的承诺如下：

1) 朱明虬现行有效的相关承诺

作为思美传媒控股股东、实际控制人承诺：“(1) 自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；(2) 若公司上市后 6 个月内发生公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）的情形，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月，且不因职务变更或离职等原因而终止履行。”

作为思美传媒董事长承诺：“在其任职期间内，每年转让的股份不超过所直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，不转让其直接或间接持有的公司股份；在申报离任 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票数量占所持有本公司股票总数的比例不得超过 50%。”

2) 首创投资现行有效的相关承诺

首创投资承诺：“自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。”

3) 关联自然人股东现行有效的相关承诺

余欢、徐兴荣分别承诺：“(1) 自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；(2) 若公司上市后 6 个月内发生公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）的情形，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月，且不因职务变更或离职等原因而终止履行。”

余欢、徐兴荣作为思美传媒董事、高级管理人员承诺：“在任职期间，每年转让的股份不超过所直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，不转让其直接或间接持有的公司股份；在申报离任 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票数量占所持有本公司股票总数的比例不得超过 50%。” 截止目前，余欢已辞去公司高级管理人员职务，但其股份锁定仍持续有

效。

(3) 本次交易中相关主体认购的思美传媒股份锁定承诺情况

作为本次交易配套募集资金的股份发行的认购主体，朱明虬、新余佳银投资管理中心(有限合伙)均承诺：其本次认购的思美传媒股份锁定期为 36 个月，自新增股份上市之日起计算。

第四章 交易标的基本情况

一、爱德康赛基本情况

公司名称：北京爱德康赛广告有限公司

公司类型：有限责任公司（自然人投资或控股）

注册地：北京市朝阳区三丰北里1号楼13层1302

办公地址：北京市朝阳区朝外大街26号朝外MEN写字中心B座11楼

法定代表人：刘申

注册资本：588.2353万元

实收资本：588.2353万元

营业执照注册号：110105013290122

组织机构代码：56367522-0

税务登记证：110105563675220

成立日期：2010年10月19日

经营范围：设计、制作、代理、发布广告；电脑图文设计、制作；影视策划；企业策划；技术推广服务；计算机系统服务；基础软件服务；软件设计；数据处理；经济贸易咨询。

二、爱德康赛的历史沿革

（一）爱德康赛历史沿革

1、2010年10月，爱德康赛设立

2010年10月19日，自然人渠成和翟佳各出资50万元设立爱德康赛。

2010年10月18日，北京润鹏冀能会计师事务所出具了《验资报告》（京润（验）字[2010]-220375），确认截至2010年10月18日，爱德康赛已经收到渠成、翟佳首次缴纳的注册资本合计人民币100万元。

2010年10月19日，爱德康赛取得北京市工商行政管理局朝阳分局核发的《企业法人营业执照》。设立时，爱德康赛注册资本为100万元，实收资本为100

万元，全部为货币出资。

爱德康赛设立时股权结构如下：

编号	股东名称	注册资本(万元)	占比(%)
1	渠成	50	50.00
2	翟佳	50	50.00
合计		100	100.00

2、2011年7月，第一次股权转让

2011年7月6日，经公司全体股东一致同意，同意渠成将其持有的爱德康赛40万元注册资本转让给渠晋湘；渠成将其持有的爱德康赛5万元注册资本转让给陈桦；渠成将其持有的爱德康赛5万元注册资本转让给田禾芝；翟佳将其持有的爱德康赛22.5万元注册资本转让给田禾芝，股权转让各方签订了《出资转让协议书》。

2011年7月26日，本次股权转让完成工商变更。本次股权转让完成后爱德康赛股权结构如下：

编号	股东名称	注册资本(万元)	占比(%)
1	陈桦	5	5
2	翟佳	27.5	27.5
3	渠晋湘	40	40
4	田禾芝	27.5	27.5
合计		100	100.00

3、2012年4月，第二次股权转让

2012年4月1日，经公司全体股东一致同意，同意田禾芝将其持有的爱德康赛27.5万元注册资本转让给渠成；陈桦将其持有的爱德康赛5万元注册资本转让给渠成；翟佳将其持有的爱德康赛27.5万元注册资本转让给渠成，股权转让各方签订了《出资转让协议书》。

2012年4月26日，本次股权转让完成工商变更。本次股权转让完成后爱德康赛股权结构如下：

编号	股东名称	注册资本(万元)	占比(%)
1	渠成	60	60.00
2	渠晋湘	40	40.00
合计		100	100.00

4、2013 年 12 月，第一次增资

2013 年 12 月 4 日，经公司全体股东一致同意，决定增加注册资本至 200.00 万元。其中，渠成新增认缴出资 60.00 万元；渠晋湘新增认缴出资 20.00 万元；雷鹏新增认缴出资 10.00 万元；谢飞新增认缴出资 10.00 万元。**本次增资是由于爱德康赛原股东希望通过引入新投资者和增加资本投入促进爱德康赛的业务发展所致，本次增资均按注册资本认缴出资，本次增资的定价是经各方协商确定。**

2013 年 12 月 4 日，北京润鹏冀能会计师事务所出具了《验资报告》（京润（验）字[2013]-230191），确认截至 2013 年 12 月 4 日，爱德康赛已经收到渠成、渠晋湘、雷鹏、谢飞缴纳的注册资本合计人民币 100 万元，全部为货币资金。

2013 年 12 月 16 日，本次增资完成工商变更。本次增资完成后公司股权结构如下：

编号	股东名称	注册资本（万元）	占比（%）
1	渠成	120	60
2	渠晋湘	60	30
3	雷鹏	10	5
4	谢飞	10	5
合计		200	100.00

5、2014 年 3 月，第三次股权转让

2014 年 3 月 17 日，经公司全体股东一致同意，同意渠成将其持有的爱德康赛 120.00 万元注册资本转让给刘申；渠晋湘将其持有的爱德康赛 30.00 万元注册资本转让给刘申；渠晋湘将其持有的爱德康赛 30.00 万元注册资本转让给冯伟；雷鹏将其持有的爱德康赛 10.00 万元注册资本转让给冯伟；谢飞将其持有的爱德康赛 10.00 万元注册资本转让给冯伟，股权转让各方签订了《出资转让协议书》。**本次股权转让是由于爱德康赛在原股东的经营下始终未能实现盈利，同时由于原股东未将爱德康赛所从事的搜索引擎营销服务业务作为未来发展的重点，因此进行了本次股权转让，本次股权转让均按注册资本转让，本次股权转让的定价是经各方协商确定。**

2014 年 3 月 19 日，本次股权转让完成工商变更。本次股权转让完成后爱德康赛股权结构如下：

编号	股东名称	注册资本（万元）	占比（%）
----	------	----------	-------

1	刘申	150	75
2	冯伟	50	25
合计		200	100.00

6、2014 年 12 月，第二次增资

2014 年 12 月 29 日，经公司全体股东一致同意，决定增加注册资本至 500.00 万元，全部新增注册资本均为货币出资。其中，刘申新增认缴出资 225.00 万元；冯伟新增认缴出资 75.00 万元。**本次增资是由于爱德康赛业务规模扩大，需要新增资金投入所致，本次增资均按注册资本认缴出资，本次增资的定价是经各方协商确定。**

2014 年 12 月 31 日，北京市中民健得会计师事务所有限公司出具了验资报告（中民健得验字[2014]第 NY29 号），截至 2014 年 12 月 31 日，爱德康赛已收到全体股东缴纳的新增注册资本 300 万元，均为货币出资。

2014 年 12 月 30 日，本次增资完成工商变更。本次增资完成后公司股权结构如下：

编号	股东名称	注册资本（万元）	占比（%）
1	刘申	375	75
2	冯伟	125	25
合计		500	100.00

7、2015 年 4 月，第三次增资

2015 年 2 月 9 日，经公司全体股东一致同意，决定增加注册资本至 588.2353 万元，全部新增注册资本均为货币出资。其中，哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）新增认缴出资 88.2353 万元。**本次增资是由于爱德康赛业务规模快速扩大，需要新增大量资金投入所致，本次增资的定价是经各方协商确定。**

2015 年 2 月 11 日，北京市中民健得会计师事务所有限公司出具了验资报告（中民健得验字[2015]第 WS21 号），截至 2015 年 2 月 11 日，爱德康赛已收到全体股东缴纳的新增注册资本 88.2353 万元，出资金额为 3000 万元，均为货币出资。

2015 年 4 月 30 日，本次增资完成工商变更。本次增资完成后公司股权结构如下：

编号	股东名称	注册资本(万元)	占比(%)
1	刘申	375	63.75
2	冯伟	125	21.25
3	哈尔滨华滨光辉创业投资企业 (有限合伙)	88.2353	15
合计		588.2353	100.00

8、2015年6月，第四次股权转让

2015年6月10日，经公司全体股东一致同意，同意冯伟将其持有的爱德康赛125.00万元注册资本转让给西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙），股权转让双方签订了《出资转让协议书》。

爱德康赛2014年3月股权转让时，由于当时爱德康赛团队成员人数较多，且各员工出差较为频繁，工商登记及相关事项签字不方便，因此当时全部团队成员的股权均由冯伟代持。2015年6月，为恢复真实的股权结构，冯伟及团队其他成员决定成立持股平台以持有爱德康赛股权，冯伟及团队其他成员共同出资成立了西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙），其中冯伟担任爱信威诚的普通合伙人及执行事务合伙人。上述股权过户完成后，冯伟不再代团队其他成员持有爱德康赛股权，冯伟及团队成员通过直接持有爱信威诚出资额间接持有爱德康赛股权。

2015年6月11日，本次股权转让完成工商变更。本次股权转让完成后爱德康赛股权结构如下：

编号	股东名称	出资额(万元)	持股比例(%)
1	刘申	375	63.75
2	西藏爱信威诚投资管理中心 (有限合伙)	125	21.25
3	哈尔滨华滨光辉创业投资企业 (有限合伙)	88.2353	15.00
合计		588.2353	100.00

9、爱德康赛2014年3月至2015年6月期间股权代持及其解除情况及其确认

(1) 爱德康赛2014年3月至2015年6月期间股权代持及其解除情况

根据爱德康赛股东冯伟陈述及爱信威诚各合伙人出具的确认文件，爱德康赛2014年3月股权转让时，由于当时爱德康赛团队成员人数较多，且各员工出

差较为频繁,工商登记及相关事项签字不方便,因此当时全部团队成员的股权均由冯伟代持,除归属于冯伟本人的出资额 22.84 万元即爱德康赛 11.4205%股权外,其他冯伟名下的爱德康赛出资额均为冯伟代团队成员持股,具体代持情况如下:

序号	实际权属人姓名	身份证号码	代持出资额(万元)	对应爱德康赛股权比例(%)
1	高笑河	15010419800202****	5.90908	2.9545
2	关亮	11010519800507****	3.18180	1.5909
3	高鹏	11010419761009****	2.72728	1.3636
4	姜捷	32021919750110****	2.72728	1.3636
5	马楠	13073119831126****	2.27272	1.1364
6	霍远	11022819821217****	1.36364	0.6818
7	梁宇斐	31010419840619****	0.90908	0.4545
8	崔冠芳	23020219820324****	0.90908	0.4545
9	李敏	32048119810610****	0.90908	0.4545
10	谢德宇	21010519810324****	0.54544	0.2727
11	富斌	11010119780307****	0.54544	0.2727
12	蔡辉	34222219830224****	0.54544	0.2727
13	陈磊	15010319820611****	0.54544	0.2727
14	岳长兴	14242919880127****	0.45456	0.2273
15	滕飞	11010119870701****	0.45456	0.2273
16	高晓茹	14243019840926****	0.45456	0.2273
17	王韬	15010319820823****	0.45456	0.2273
18	田惠娟	65410119821101****	0.45456	0.2273
19	齐鸿尧	13080219860417****	0.36364	0.1818
20	李莎	43250119821221****	0.27272	0.1364
21	许祚云	23100419890417****	0.25000	0.1250
22	周杰勇	35068119840515****	0.22728	0.1136
23	潘瑜	44030719870820****	0.22728	0.1136
24	周钺	12010319660401****	0.22728	0.1136
25	刘京雷	11010619720704****	0.22728	0.1136

2014 年 12 月,爱德康赛因经营需要进行增资,公司注册资本增加至 500 万元,新增注册资本由公司原股东按照各自持股比例认缴,爱德康赛团队成员增资后的出资额均继续由冯伟代持。上述增资完成后,冯伟及团队合计实际拥有的爱德康赛出资额为 125 万元,占爱德康赛当时注册资本总额的 25%,除归属于冯伟本人的出资额 57.1023 万元即 11.4205%股权外,其他冯伟名下的爱德康赛出资额均为冯伟代团队成员持股,具体代持情况如下:

序号	实际权属人 姓名	身份证号码	代持出资额 (万元)	对应爱德康赛股 权比例(%)
1	高笑河	15010419800202****	14.7727	2.9545
2	关亮	11010519800507****	7.9545	1.5909
3	高鹏	11010419761009****	6.8182	1.3636
4	姜捷	32021919750110****	6.8182	1.3636
5	马楠	13073119831126****	5.6818	1.1364
6	霍远	11022819821217****	3.4091	0.6818
7	梁宇斐	31010419840619****	2.2727	0.4545
8	崔冠芳	23020219820324****	2.2727	0.4545
9	李敏	32048119810610****	2.2727	0.4545
10	谢德宇	21010519810324****	1.3636	0.2727
11	富斌	11010119780307****	1.3636	0.2727
12	蔡辉	34222219830224****	1.3636	0.2727
13	陈磊	15010319820611****	1.3636	0.2727
14	岳长兴	14242919880127****	1.1364	0.2273
15	滕飞	11010119870701****	1.1364	0.2273
16	高晓茹	14243019840926****	1.1364	0.2273
17	王韬	15010319820823****	1.1364	0.2273
18	田惠娟	65410119821101****	1.1364	0.2273
19	齐鸿尧	13080219860417****	0.9091	0.1818
20	李莎	43250119821221****	0.6818	0.1364
21	许祚云	23100419890417****	0.6250	0.1250
22	周杰勇	35068119840515****	0.5682	0.1136
23	潘瑜	44030719870820****	0.5682	0.1136
24	周钺	12010319660401****	0.5682	0.1136
25	刘京雷	11010619720704****	0.5682	0.1136

2015年6月,为恢复真实的股权结构,冯伟及团队其他成员决定成立持股平台以持有爱德康赛股权。冯伟及团队其他成员于2015年6月共同出资成立了爱信威诚,其中冯伟担任爱信威诚的普通合伙人及执行事务合伙人持有爱信威诚出资额57.1023万元,占爱信威诚出资额总额的45.68%。2015年6月11日,爱德康赛办理完成了冯伟向爱信威诚过户爱德康赛股权的工商变更登记,冯伟将名下的全部股权过户给爱信威诚。

(2) 相关人员的确认及承诺

上述代持情况的被代持人确认并承诺:承诺人委托冯伟代为持有爱德康赛股权及该代持关系解除的情况真实、完整、有效;冯伟代其持有的爱德康赛出资均为其本人以自有资金出资;冯伟将其名下爱德康赛股权过户给爱信威诚后

上述代持关系已解除,上述代持及解除代持相关的权利、义务业已结清,不存在纠纷及潜在纠纷。除上述已解除的代持关系外,不存在其他任何过往的或现存的承诺人委托其他主体代为持有爱德康赛股权或爱信威诚财产份额的情况,不存在接受他人委托代其持有爱德康赛股权或爱信威诚信财产份额的情况,承诺人目前名下的爱信威诚出资额均为承诺人自有,不存在代持或委托持股的情况。承诺人与爱德康赛及其股东、爱信威诚及其其他合伙人、冯伟之间不存在纠纷及或有纠纷。

爱信威诚全体合伙人作出承诺:承诺人持有的爱信威诚的财产份额均属于本人所有,不存在以信托、协议或其他任何方式代他人持有上述财产份额或由他人代为持有爱信威诚财产份额的情形,不存在以信托、协议或其他任何方式代他人持有北京爱德康赛广告有限公司股权或由他人代为持有北京爱德康赛广告有限公司股权的情形。承诺人持有的爱信威诚的财产份额未设定质押。承诺人持有的爱信威诚的财产份额不存在权属纠纷。

(二) 交易标的最近三年资产评估、交易、增资情况

除本次交易外,爱德康赛最近三年未进行资产评估。

爱德康赛最近三年存在股权交易情况,详见本节“二、交易标的历史沿革”之“(一)、交易标的历史沿革”。

(三) 最近三年内增资及股权转让作价与本次收购价格存在差异的原因及合理性

2014年,爱德康赛引入了新的经营管理团队,主要管理人员拥有丰富的互联网行业经验,理解广告客户核心需求,2014年以来不断发展360、神马搜索等新的搜索引擎媒体业务,并成为百度的五星级代理,极大的增强了爱德康赛在搜索关键字广告行业的竞争力。同时,爱德康赛积极布局移动互联网广告业务,带动了爱德康赛2014年以来营业收入的快速增长和盈利能力的快速提升。

本次对交易标的的评估主要依赖于收益法的评估结果,即对交易标的的未来各年的净利润、现金流净额进行预测。盈利预测是基于历史经营情况和行业发展速度等综合考虑进行谨慎预测。交易标的所处的相关行业发展较快,市场规模快速扩张,交易标的在行业内具有较强的实力,未来发展前景可期。

综上所述,本次收购价格与爱德康赛最近三年内的增资及股权转让作价存在差异具有合理性。

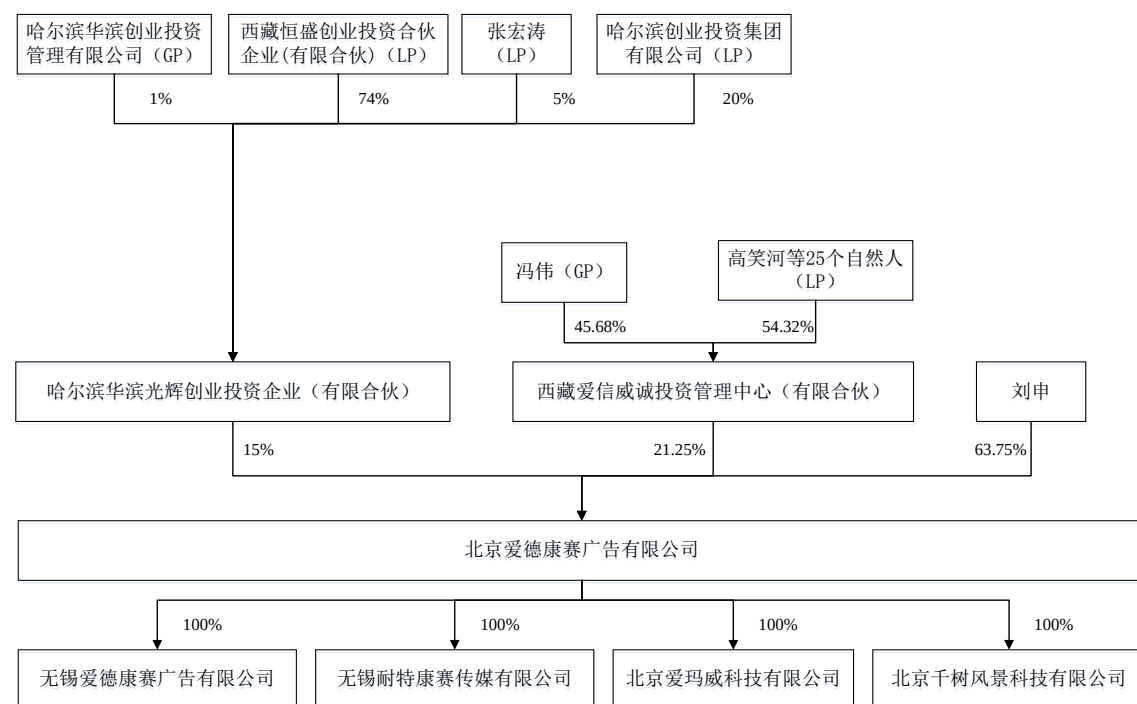
三、爱德康赛的股权结构情况

(一) 股权结构

截至本报告书签署日,爱德康赛股权控制关系如下:

编号	股东名称	出资额(万元)	持股比例(%)
1	刘申	375	63.75
2	西藏爱信威诚投资管理中心 (有限合伙)	125	21.25
3	哈尔滨华滨光辉创业投资企业 (有限合伙)	88.2353	15.00
合计		588.2353	100.00

(二) 股权结构图



(三) 下属公司情况

截至本报告书签署日,爱德康赛共有全资及控股子公司4家。

1、无锡爱德

(1) 基本情况

公司名称	无锡爱德康赛广告有限公司
公司类型	有限责任公司(法人独资) 私营
公司住所	无锡市新区震泽路 18 号无锡国家软件园水瓶座 509-1 室
注册资本	500 万元
法定代表人	刘申
注册号	320213000232379
成立日期	2015 年 1 月 4 日
经营期限	长期

(2) 历史沿革

A、2015 年 1 月，无锡爱德设立

2015 年 1 月 4 日，北京爱德康赛广告有限公司出资 500 万元设立无锡爱德。

2015 年 1 月 4 日，无锡爱德取得无锡工商行政管理局新区分局核发的《企业法人营业执照》。设立时，无锡爱德注册资本为 500 万元。

无锡爱德设立时股权结构如下：

编号	股东名称	注册资本(万元)	占比(%)
1	北京爱德康赛广告有限公司	500.00	100.00
合计		500.00	100.00

(3) 股权结构

无锡爱德康赛广告有限公司是爱德康赛 100%持股的公司。

(4) 业务情况

无锡爱德康赛广告有限公司主要业务为设计、制作、代理、发布国内广告业务；电脑加工图片服务；影视策划；企业策划；技术推广服务；计算机系统服务；基础软件服务；计算机、手机软硬件的研发及销售；数据处理；经济信息咨询服务。

(5) 财务情况

无锡爱德为 2015 年 1 月爱德康赛新设立的公司，最近一期经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015.9.30
资产总计	0.10
负债总计	0.50
归属于母公司所有者权益合计	-0.40
项目	2015年1-9月
营业总收入	-
营业利润	-0.40
利润总额	-0.40
归属于母公司所有者的净利润	-0.40

2、无锡耐特

(1) 基本情况

公司名称	无锡耐特康赛传媒有限公司
公司类型	有限公司(法人独资)私营
公司住所	无锡新区震泽路18号无锡软件园水瓶座509室
注册资本	200万元
法定代表人	雷鹏
注册号	320213000203836
成立日期	2014年1月9日
经营期限	长期

(2) 历史沿革

A、2014年1月，无锡耐特设立

2014年1月9日，北京爱德康赛广告有限公司出资200万元设立无锡耐特。

2014年1月6日，无锡金达信会计师事务所有限公司出具了编号为“锡金会师验字(2014)第1007号”的《验资报告》，确认截至2014年1月6日，无锡耐特已经收到爱德康赛认缴的注册资本合计人民币200万元。

2014年1月9日，无锡耐特取得无锡工商行政管理局新区分局核发的《企业法人营业执照》。设立时，无锡耐特注册资本为200万元，实收资本为200万元，全部为货币出资。

无锡耐特设立时股权结构如下：

编号	股东名称	注册资本(万元)	占比(%)
1	北京爱德康赛广告有限公司	200.00	100.00
合计		200.00	100.00

(3) 股权结构

无锡耐特是爱德康赛 100%持股的公司。

(4) 业务情况

无锡耐特主要业务为设计、制作、代理、发布国内广告业务；电脑加工图片服务；影视策划；企业策划；技术推广服务；计算机系统服务；基础软件服务；软件设计；数据处理；经济信息咨询服务。

(5) 财务情况

无锡耐特最近一年一期经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015.9.30	2014.12.31
资产总计	314.99	314.30
负债总计	160.12	156.97
归属于母公司所有者权益合计	154.87	157.33
项目	2015年1-9月	2014年
营业总收入	930.95	866.25
营业利润	7.71	8.77
利润总额	3.64	4.44
归属于母公司所有者的净利润	1.73	4.19

3、爱玛威

(1) 基本情况

公司名称	北京爱玛威科技有限公司
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
公司住所	北京市朝阳区三丰北里1号楼11层1107
注册资本	100万元
法定代表人	刘申
注册号	110105018651056
成立日期	2015年2月10日
经营期限	2035年2月9日

(2) 历史沿革

A、2015年2月，爱玛威设立

2015年2月10日，自然人冯伟出资25万元，刘申出资75万元，共计人民币100万元设立爱玛威。

2015年2月10日,爱玛威取得北京市工商行政管理局朝阳分局核发的《企业法人营业执照》。设立时,爱玛威注册资本为100万元,全部为货币出资。

爱玛威设立时股权结构如下:

编号	股东名称	注册资本(万元)	占比(%)
1	冯伟	25.00	25.00
2	刘申	75.00	75.00
合计		100.00	100.00

B、2015年6月,第一次股权转让

2015年6月8日,经公司全体股东一致同意,冯伟将持有的爱玛威出资额25万元全部转让给爱德康赛,刘申将其持有的爱玛威出资额75万元全部转让给爱德康赛,股权转让各方签订了《出资转让协议书》。

2015年6月9日,本次股权转让完成工商变更。本次股权转让完成后爱玛威股权结构如下:

编号	股东名称	注册资本(万元)	占比(%)
1	北京爱德康赛广告有限公司	100.00	100.00
合计		100.00	100.00

(3) 股权结构

北京爱玛威科技有限公司是爱德康赛100%持股的公司。

(4) 业务情况

北京爱玛威科技有限公司主要业务为物业管理。技术推广服务;基础软件服务;计算机系统服务;应用软件开发(不含医用软件);数据处理;电脑图文设计;设计、制作、代理、发布广告;产品设计;会议服务;企业策划;企业管理;电脑动画设计;经济贸易咨询;财务咨询(不得开展审计、验资、查账、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务,不得出具相应的审计报告、验资报告、查账报告、评估报告等文字材料);企业管理咨询;教育咨询(不含出国留学咨询及中介服务);投资咨询。

(5) 财务情况

爱玛威为2015年2月设立的公司,最近一期经审计的财务数据如下:

单位:万元

项目	2015.9.30
资产总计	356.16
负债总计	174.64
归属于母公司所有者权益合计	181.53
项目	2015年1-9月
营业总收入	779.30
营业利润	108.71
利润总额	108.71
归属于母公司所有者的净利润	81.53

4、千数风景

(1) 基本情况

公司名称	北京千数风景科技有限公司
公司类型	有限责任公司(自然人独资)
公司住所	北京市门头沟区月季园25号1幢A230室
注册资本	100万元
法定代表人	关亮
注册号	110109016158815
成立日期	2013年08月08日
经营期限	2033年08月07日

(2) 历史沿革

A、2013年8月，千数风景设立

2013年8月8日，自然人关亮出资2.5万元，汪小兵出资4.5万元，闫志峰出资3万元，共计人民币10万元设立千树风景。(北京千数风景科技有限公司原名北京动力飞扬科技有限公司，于2014年7月22日变更名称)

2013年8月5日，北京普洋会计师事务所出具编号为“普验[2013]第130号”的《验资报告》，确认截至2013年8月5日，益赛科已经收到关亮、王小兵、闫志峰认缴的注册资本合计人民币10万元。

2013年8月8日，千树风景取得北京市工商行政管理局门头沟分局核发的《企业法人营业执照》。设立时，千树风景注册资本为10万元，实收资本为10万元，全部为货币出资。

千树风景设立时股权结构如下：

编号	股东名称	出资额(万元)	占比(%)
----	------	---------	-------

1	关亮	2.50	25.00
2	汪小兵	4.50	45.00
3	闫志峰	3.00	30.00
合计		10.00	100.00

B、2014 年 7 月，第一次股权转让

2014 年 7 月 9 日，经公司全体股东一致同意，汪小兵将其持有的千数风景出资额 1.2 万元转让给关亮；闫志峰将其持有的千数风景出资额 0.3 万元转让给关亮，闫志峰将其持有的千数风景出资额 0.5 万元转让给费一夫，股权转让各方签订了《出资转让协议书》。

2014 年 7 月 22 日，本次股权转让完成工商变更。本次股权转让完成后千树风景股权结构如下：

编号	股东名称	出资额（万元）	占比（%）
1	关亮	4.00	40.00
2	汪小兵	3.30	33.00
3	闫志峰	2.20	22.00
4	费一夫	0.50	5.00
合计		10.00	100.00

C、2014 年 8 月，第二次股权转让

2014 年 8 月 13 日，经公司全体股东一致同意，汪小兵将其持有千数风景出资额 3.3 万元转让给关亮，闫志峰将其持有千数风景出资额 2.2 万元转让给关亮，费一夫将其持有千数风景出资额 0.5 万元转让给关亮，股权转让各方签订了《出资转让协议书》。

2014 年 8 月 18 日，本次股权转让完成工商变更。本次股权转让完成后千树风景股权结构如下：

编号	股东名称	出资额（万元）	占比（%）
1	关亮	10.00	100.00
合计		10.00	100.00

D、2014 年 12 月，第一次增资

2014 年 12 月 25 日，经公司全体股东一致同意，决定增加注册资本至 100.00 万元。关亮认缴新增注册资本 90 万元（实缴 0 元）。

2013 年 12 月 26 日，本次增资完成工商变更。本次增资完成后公司股权结

构如下:

编号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	占比 (%)
1	关亮	100.00	10.00	100.00
合计		100.00	10.00	100.00

E、2015 年 6 月，第三次股权转让

2015 年 5 月 11 日，经公司全体股东一致同意，关亮将其持有千数风景出资额 100 万元转让给爱德康赛，股权转让双方签订了《出资转让协议书》。

2015 年 6 月 1 日，本次股权转让完成工商变更。本次股权转让完成后千树风景股权结构如下：

编号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	占比 (%)
1	北京爱德康赛广告有限公司	100.00	10.00	100.00
合计		100.00	10.00	100.00

(3) 股权结构

北京千数风景科技有限公司是爱德康赛 100%持股的公司。

(4) 业务情况

北京千数风景科技有限公司主要业务为技术推广服务；计算机系统服务；计算机技术培训；电脑图文设计、制作；销售电子产品、计算机、软件及辅助设备、汽车配件、日用品、工艺品、通讯设备、化工产品（除化学危险品和一类易制毒化学品）；设计、制作、代理、发布广告。

(5) 财务情况

千数风景为 2015 年 6 月爱德康赛收购的公司，其 7-9 月经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015. 9. 30
资产总计	3, 923. 82
负债总计	4, 071. 40
归属于母公司所有者权益合计	-147. 57
项目	2015年7-9月

营业总收入	2,985.53
营业利润	-4.76
利润总额	-4.76
归属于母公司所有者的净利润	-4.76

四、爱德康赛的资产权属情况

爱德康赛不存在出资不实或影响其合法存续的情形。爱德康赛的股东承诺其分别为各自持有的爱德康赛股权的最终和真实所有人，不存在代持、委托持股等持有上述股份的情形。

深圳市世纪凯旋科技有限公司就其与爱德康赛《2013 年智胜广告合同》纠纷事项向广东省深圳市南山区人民法院提起诉讼，爱德康赛向深圳市世纪凯旋科技有限公司提起反诉，广东省深圳市南山区人民法院于 2014 年 12 月 5 日审结上述纠纷并做出判决，根据广东省深圳市南山区人民法院出具的（2014）深南法民二初字第 476 号《民事判决书》，判决爱德康赛向深圳市世纪凯旋科技有限公司支付广告费人民币 2,091,478.07 元及相应利息，驳回了深圳市世纪凯旋科技有限公司其他诉讼请求，驳回了爱德康赛的反诉请求。爱德康赛不服上述判决，已于 2014 年 12 月 20 日向广东省深圳市中级人民法院提起上诉，广东省深圳市中级人民法院于 2015 年 12 月 21 日出具编号为（2015）深中法商终字第 1184 号《民事调解书》，根据上述调解书，在该法院调解下深圳市世纪凯旋科技有限公司与爱德康赛达成调解协议，爱德康赛应于 2015 年 12 月 31 日前向深圳市世纪凯旋科技有限公司支付《2013 年智胜广告合同》项下广告合同款及利息共计人民币 200 万元，深圳市世纪凯旋科技有限公司于收到上述款项后三日内解除查封爱德康赛银行账户的申请，并向爱德康赛开具相应金额的增值税专用发票，双方各自承担各自所缴诉讼费用。2015 年 12 月 30 日，爱德康赛向深圳市世纪凯旋科技有限公司支付了上述款项合计 200 万元。

根据爱德康赛天健出具的以 2015 年 9 月 30 日为审计基准日的编号为天健审〔2015〕7374 号《审计报告》及爱德康赛确认，爱德康赛已按照深圳市世纪凯旋科技有限公司在账面记录了 2,091,478.07 元应付账款，并按照权责发生制原则在上述成本发生期间计提了对应成本，且未就爱德康赛反诉请求要求深圳市世纪凯旋科技有限公司支付的款项确认收入或作为应收账款入账。

除上述事项外,爱德康赛及其子公司亦不涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议情况。爱德康赛股权不存在质押、冻结或其他任何有权利限制的情形。同时,根据爱德康赛现行有效的《公司章程》,其股权转让不存在前置条件。

五、交易标的主营业务情况

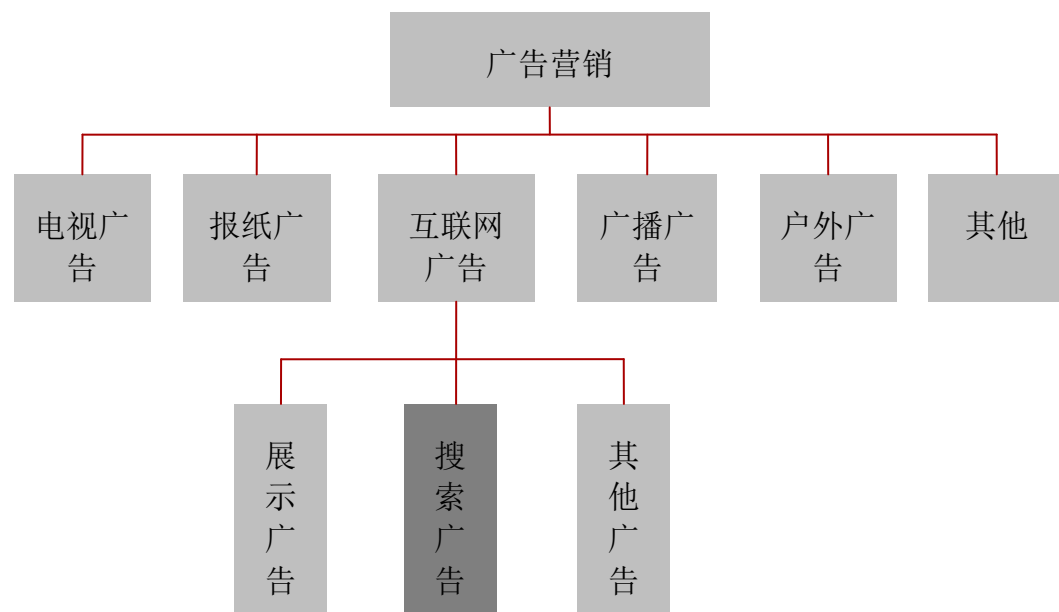
爱德康赛专注于搜索引擎营销(SEM)服务业务,通过其拥有的国内主要搜索引擎媒体资源,为KA客户提供基于搜索关键字广告的整合营销服务。爱德康赛始终坚持以客户需求为导向的经营理念,重视技术研发与产品创新,关注客户整个广告投放过程的全程服务,通过不断的技术创新,爱德康赛研发了多款支持几大搜索引擎平台的SEM管理工具,并提供大数据分析和投放优化服务,提升客户粘度。

爱德康赛已经与百度、360等主流搜索引擎平台长期合作,并逐步建设完善了媒体渠道资源,爱德康赛目前是百度认证五星级代理商,360教育行业核心代理商,并与搜狗、神马搜索建立了稳定的业务合作关系。随着移动互联网的快速发展,以及百度从PC端向移动端的转型,爱德康赛积极拓展移动互联网营销服务业务,一方面通过与百度移动搜索、神马无线搜索、360点睛平台等移动互联网搜索引擎媒体合作,积极拓展移动互联网SEM服务业务,同时爱德康赛也通过采购移动互联网媒体流量资源的方式解决客户广告投放的多样化需求,帮助客户实现多维、高效的广告投资回报。

经过客户资源的不断积累,爱德康赛目前服务于上百家KA客户,与多个优质品牌客户建立了稳定的合作关系,形成了优质客户相对集中的客户结构,并形成了高效、完善的SEM行业解决方案和深厚的SEM服务经验,打造了强大的销售和客服团队,建立了良好的业内口碑和企业形象。随着业务的逐步积累和沉淀,爱德康赛已经成为国内优秀的互联网广告企业之一。

(一) 爱德康赛所处行业

爱德康赛主要从事互联网广告业务,参照中国证监会2012年10月26日公布的《上市公司行业分类指引(2012年修订)》,属于“信息传输、软件和信息技术服务业”项下的“互联网和相关服务(I64)”。爱德康赛所属具体行业细分类情况如下图所示:

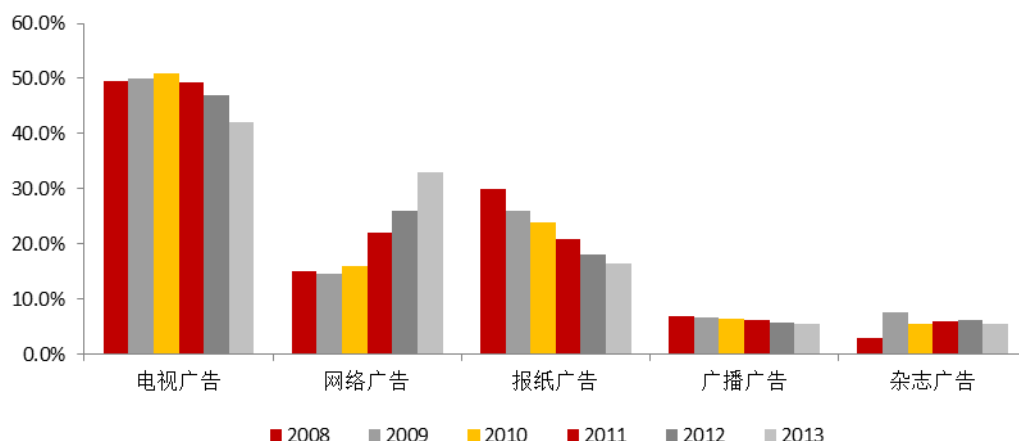


我国广告市场历经 30 余年的高速发展已初具规模，据《中国传媒产业发展报告（2015 年）》的统计，2014 年行业规模达 5605 亿元，同比增速 11.67%，过去 5 年复合增长率超过 20%。市场规模较大，保持了较高增速，但内部结构发生了较大的变化，2014 年我国整体互联网广告市场规模为 1,540.亿元，位居广告行业第一的位置，并且保持平稳高速增长。

中国互联网的发展迄今已有二十多年的时间。互联网所具备的资讯及信息的快速传输属性，使得其对传统信息传播媒体具有良好的替代性。根据 CNNIC 的统计数据，截至 2014 年 12 月，我国网民规模达 6.49 亿，全年共计新增网民 3,117 万人，互联网普及率为 47.9%，较 2013 年底提升了 2.1 个百分点。庞大的网民群体为互联网广告提供了坚实的受众基础，各类型门户网站、互联网应用等为互联网广告提供了众多优质的媒体资源，诸多因素共同推进了互联网广告市场规模的快速增长。

互联网广告因其精确度高、互动性强以及成本相对较低等特性而受到我国越来越多企业的重视。2009 年，中国互联网广告收入超越户外广告收入；2011 年，中国互联网广告收入超越报纸广告收入，互联网广告迅速崛起并成为仅次于电视的第二大媒体，在广告市场中份额占比达到 35.34%，与电视广告的 41.84% 已相差不多。

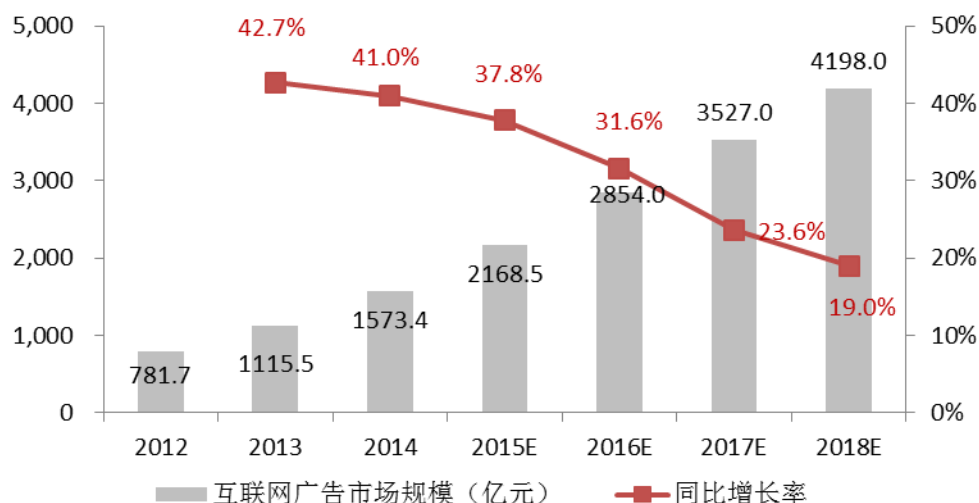
中国广告市场结构情况如下：



数据来源: iResearch

2007 年-2014 年, 我国互联网广告市场规模从 106 亿元增长到约 1,573.4 亿元, 中国互联网广告市场年均复合增长率为 47.02%。2014 年中国互联网广告市场规模达到约 1,573.4 亿元, 同比增长 41.0%, 整体保持平稳高速增长。中国互联网广告市场多年保持快速增长, 目前市场已进入成熟期, 未来几年增速将会有所放缓, 但仍将高于我国广告市场的整体增长, 预计到 2018 年, 中国互联网广告市场预期将突破 4,000 亿元。

中国互联网广告市场规模如下:

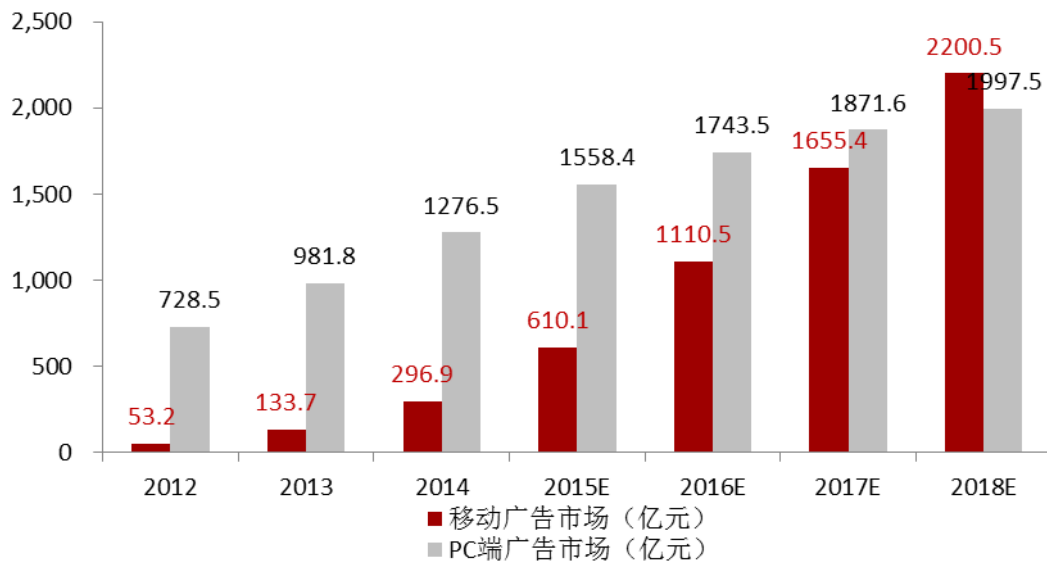


数据来源: iResearch 《中国互联网广告行业年度监测报告 2015 年》

互联网广告包括 PC 端互联网广告和移动互联网广告两大部分, 随着移动智能终端设备的普及, 3G、4G 及 Wifi 的覆盖面的不断扩大, 移动互联网用户数量的不断增加, 移动互联网广告市场持续快速增长。2013 年, 中国移动互联网广

告市场规模为 133.7 亿元，预计到 2018 年将达到 2,200.5 亿元，2013-2018 年年均复合增长率将达到 75.1%，而同期 PC 端互联网广告年均复合增长率仅为 15.3%，远低于移动互联网广告增速。根据艾瑞咨询预测，2018 年中国移动互联网广告市场规模将超过 PC 端互联网广告。

中国移动互联网广告与 PC 端互联网广告市场规模对比情况如下：



数据来源：iResearch《中国互联网广告行业年度监测报告 2015 年》

相比于 PC 端互联网广告，移动互联网广告具有精准性、互动性和实时性的特点，随着我国移动互联网的快速发展，移动互联网广告市场将迎来持续高速增长期。

1、互联网广告行业的具体情况

互联网广告相对于传统广告的不同之处在于其改变了用户的购买决策模式，并使得广告效果变得可监测。在传统的广告模式下，消费者的购物决策模式表现为 AIDMA，即为从看广告留下印象、产生兴趣、形成记忆，并最后到商店形成购买行动的过程。而在电子商务和互联网广告的环境下，消费者购物决策模式从 AIDMA 向 AISAS 转变，形成了从广告印象、产生兴趣、搜索了解、到购买行动、并进行购物分享的新的购物决策过程。

购物决策模式示意图如下：



相对传统媒体, 互联网对消费者购物决策模式的改变, 主要在于互联网方便快捷及海量信息的特点放大了搜索的广度和深度, 使得消费者的行为更加理性; 另一方面, 消费行为结束后, 消费者通过网络分享对产品的观点和看法, 通过分享快速提高了产品的知名度, 促进了大范围后续用户的购买行为。

(1) 互联网广告市场的分类

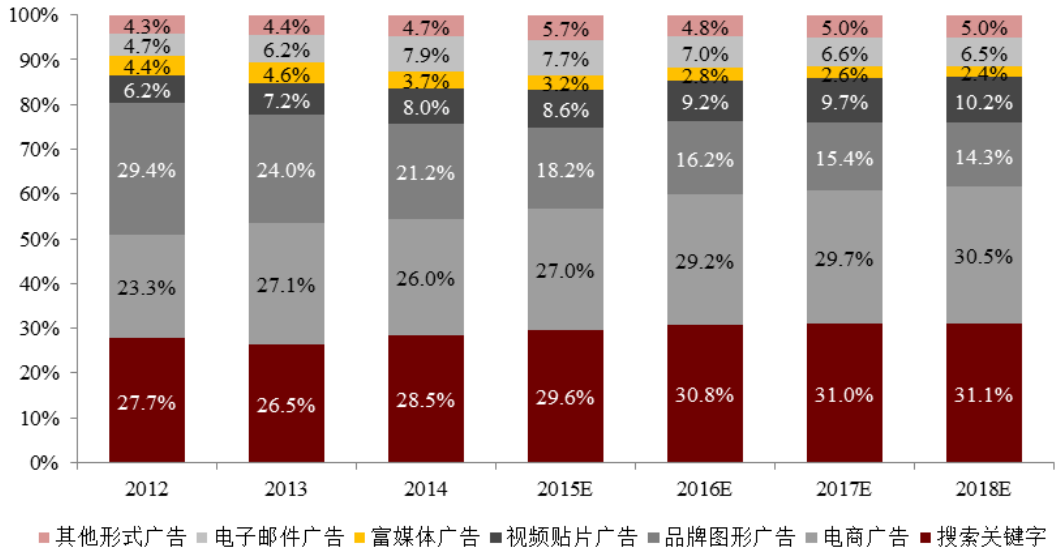
按照互联网广告的表现形式, 如图片、视频、文字链接、关键字搜索、电子邮件等, 互联网广告主要分为搜索广告、展示广告及其他广告。目前, 展示类广告和搜索类广告构成了互联网广告市场的主体。展示广告和搜索广告形成了互补的组合关系: 展示曝光适合前期铺垫, 可以让更多消费者知道产品; 而搜索是流量入口, 已经知道产品的消费者可以通过搜索广告快速找到产品。

搜索类广告包括搜索关键字广告和电商广告(以垂直搜索广告为主要形式)。由于关键字搜索服务作为网民最常用的网络功能, 其广告市场主要集中在Google、百度等搜索引擎, 而基于亚马逊、淘宝、京东等的电商广告快速发展, 电商广告市场规模已与搜索关键字广告市场规模旗鼓相当。

展示类广告是指通过图形、视频和文字链等直接展示的广告。从展示形式来看, 具体分为品牌图形广告、富媒体广告和视频贴片广告和文字链广告等形式。

其他广告, 包含电子邮件广告、分类广告和导航广告等。

从细分来看, 电商广告、搜索关键字广告、品牌图形广告和视频贴片广告占据我国互联网广告市场的大部分份额, 其中电商广告和搜索关键字广告所占份额呈上升趋势, 品牌图形广告市场份额逐步下降。2012-2018 年中国不同形式互联网广告市场份额及预测情况如下:



数据来源：iResearch《中国互联网广告行业年度监测报告 2015 年》

2014 年，搜索关键字广告呈回弹趋势，成为份额占比最大的广告类型，占比为 28.5%，比 2013 年上升 2 个百分点。份额排名第二的电商广告，占比达 26.0%，其主要广告形式为垂直搜索广告。品牌图形广告市场份额持续受到挤压，位居第三，占比为 21.2%。视频贴片广告保持高速增长，占比为 8.0%。其他广告形式占比达 7.9%，增幅较大，主要包括联盟、导航和门户社交媒体中的效果类广告。

(2) 互联网广告计费模式

互联网广告的计费模式比较多样，包括按时计费（CPT）、展示计费（CPM）、点击计费（CPC）、效果计费（CPA）和销量计费（CPS）等多种方式。

序号	计费模式	定义
1	CPT	Cost Per Time，是指按照广告展示时长收费的计费模式
2	CPM	Cost Per Mille，是指按照每千次广告展示曝光收费的计费模式
3	CPC	Cost Per Click，是指按照广告投放点击数收费的计费模式
4	CPA	Cost Per Action，是指按照新增下载、安装或用户注册等收费的计费模式
5	CPS	Cost Per Sale，是指按照新增销售收费的计费模式

不同的广告形式往往采用不同的计费方式，各类形式互联网广告的份额变动也会反映在不同计费方式下的市场份额之中。由于搜索类广告的快速增长，其采

用的CPC 计费方式的市场份额也逐年扩大,而品牌图形广告主要采用的CPT 计费方式份额则逐渐萎缩。另外,视频、电子商务的发展分别带动了 CPM 以及CPA 等计费方式的增长。展示类广告通过曝光激发用户产生兴趣(Interest),进一步形成点击(Click),以及点击后完成注册或者购买的全过程变得可追踪,因此CPA、CPC 和CPS 成为了基于广告效果的主要结算方式。

从广告价格上来看,一般情况下CPT 和 CPM 的价格相对较为低廉,CPC 居中,而CPA 和CPS 的价格则要高出很多。

2、搜索引擎营销(SEM)

(1) SEM 基本情况

搜索引擎营销(SEM, Search Engine Marketing)是基于搜索引擎平台的互联网营销,利用用户对搜索引擎的使用,在用户检索信息时将营销信息传递给用户。标的公司爱德康赛主要从事搜索引擎营销,作为搜索引擎营销(SEM)服务商,为客户提供搜索关键字广告代理和投放服务。

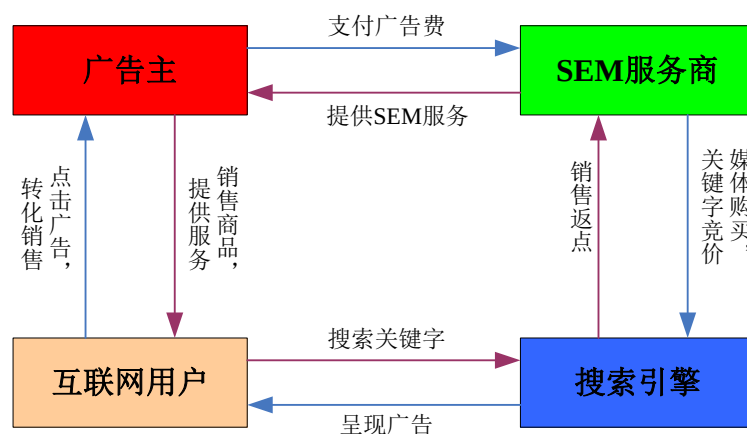
搜索引擎在互联网产业链中处于流量入口的关键位置,是连结用户与媒介的桥梁。搜索关键字广告,也称搜索关键词广告,是指显示在搜索结果页面的网站链接广告。由于搜索关键词广告是在特定关键词的搜索时才出现,所以其针对性非常高,营销效果比品牌展示类广告更好。搜索关键词广告一般采用CPC 的计费方式,即按点击次数收费。如当用户在百度搜索框输入“智能手机”时,百度搜索结果的上方为百度关键字搜索广告的显示区域,拍拍和京东在这里投放智能手机的广告,并向百度支付一定的费用。



搜索关键字广告由于是用户主动搜索的结果,其广告效果更加受到广告主的认同,经过多年的发展,搜索关键字广告发展已相当成熟,搜索关键字广告早就进入了程序化、自动化购买的时代,通过 SEM 平台自动出价、自动购买关键词已经是非常成熟的模式。

(2) SEM 产业链情况

SEM 产业链涉及广告主、SEM 服务商、搜索引擎和互联网四方主体,产业链情况如下:



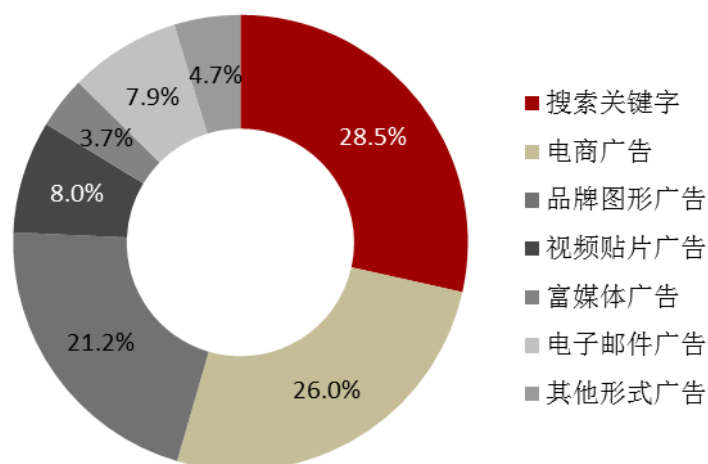
SEM 服务商通过业务联系、招投标等方式与广告主建立广告代理关系,广告主授权 SEM 服务商代理其在搜索引擎平台的广告投放或使用 SEM 服务商提供的 SEM 工具自主进行广告投放;SEM 服务商对广告主的产品、品牌进行市场受众分析,制定完整的营销策略,与广告主共同制定媒体采购计划,确定广告投

放平台；SEM 服务商提供关键词的制定优化、搜索引擎平台的账户日常管理维护、数据收集及效果分析等服务；搜索引擎根据广告主的关键字，向搜索该关键字及其相关关键字的受众呈现广告内容，并按照受众的点击次数收费；SEM 服务商根据向客户提供的服务收取服务费，同时根据其在搜索引擎投放的广告量获得搜索引擎的销售返点。

(3) SEM 市场及发展趋势

搜索引擎在互联网产业链中处于流量入口的关键位置，是连结用户与媒介的桥梁，搜索引擎广告具有成本低廉、流量巨大、关联度高等特点，迅速发展成为市场份额最大的互联网广告模式。根据 iResearch 统计，2014 年中国搜索关键字广告市场份额达 28.5%，在各类互联网广告中占据第一。

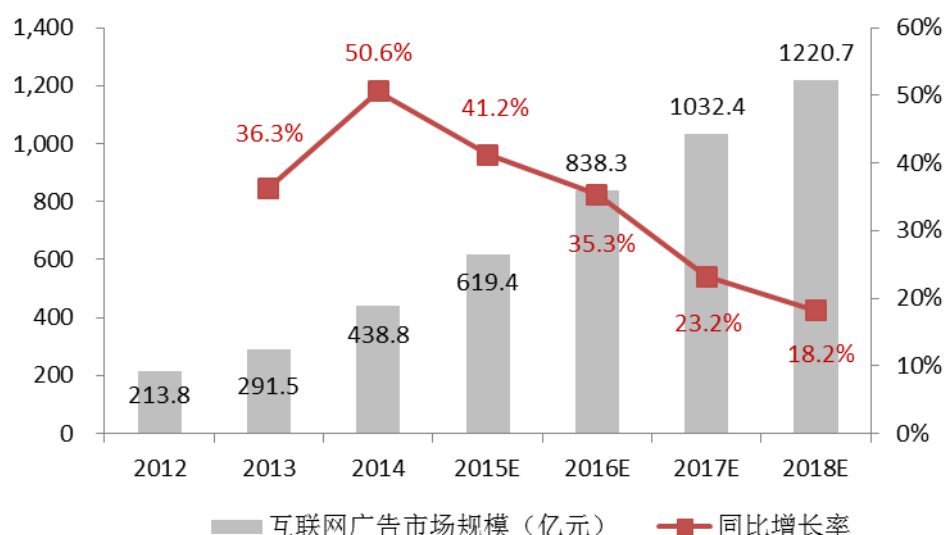
2014 年中国互联网广告市场结构如下：



数据来源：iResearch《中国互联网广告行业年度监测报告 2015 年》

2014 年中国搜索关键字广告市场规模保持高速增长趋势，市场规模达到 438.8 亿元，同比增长率达 50.6%，预计未来几年中国搜索关键字广告市场仍将保持稳健增长，预计 2018 年中国搜索关键字广告市场规模将突破 1,200 亿元。

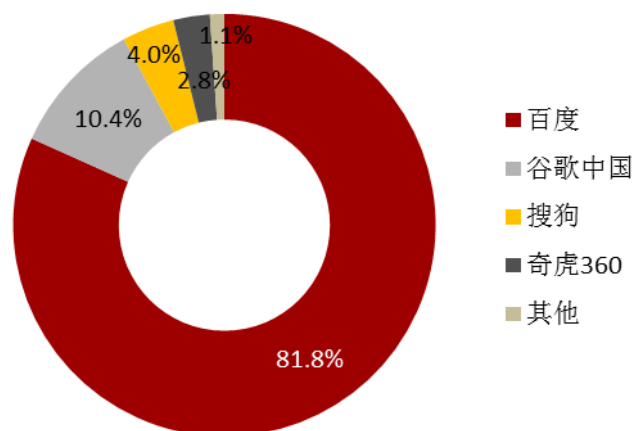
中国搜索关键字广告市场规模及发展趋势如下：



数据来源：iResearch《中国互联网广告行业年度监测报告 2015 年》

目前国内搜索关键字广告市场集中度较高，搜索引擎领域的主要参与者包括：百度、360、搜狗。从搜索引擎企业的营业收入规模来看，百度居于绝对领先地位。

2014 年中国搜索引擎企业营业收入份额如下：



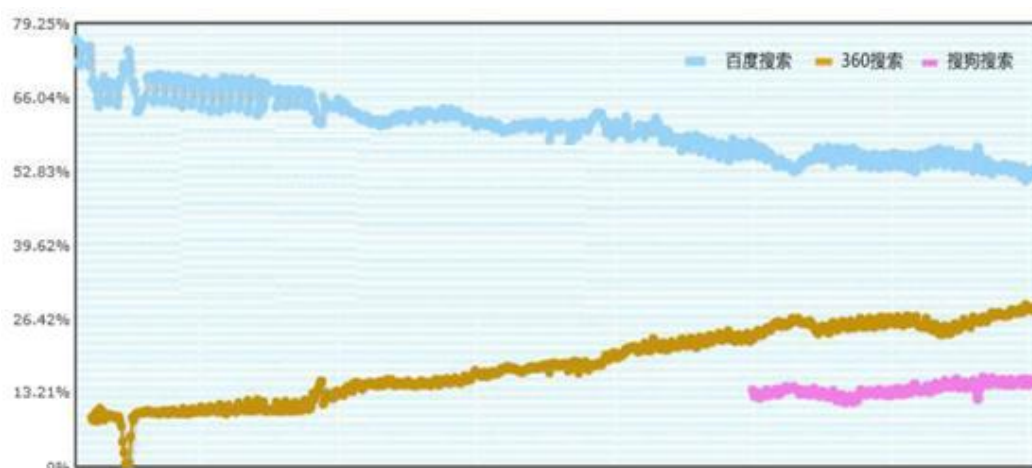
数据来源：iResearch《中国互联网广告行业年度监测报告 2015 年》

百度搜索推广的优势首先在于其覆盖了 95% 的中国网民，每天响应达五十亿次搜索请求；其次，百度采用了按点击效果付费的模式，帮助广告主免费展示推广信息，有需求的用户点击推广链接时才计费，无点击则不收费；最后，百度庞大的网民数据库可以为广告主提供精准的广告投放，广告也可以自主设定分地域、分时段来投放。

2012 年 8 月 360 搜索推出后，百度搜索的市场份额便被 360 不断侵蚀。

截至 2014 年 8 月,百度搜索的市场占有率下降到 54.03%,而 360 搜索占有率上升到 29.24%,而在 2012 年之前百度搜索的市场占有率曾一度高达 80%。与此同时,搜狗的市场占有率也维持稳定,保持在 10%以上的水平,预计未来搜索领域将成为巨头之间的竞争。

中国搜索引擎市场占有率如下:



数据来源: CNZZ, 2012 年 8 月—2014 年 8 月

注: 市场占有率指使用某种搜索引擎的独立访客数在总独立访客数中所占的比例。

5、影响网互联网广告行业发展的因素

(1) 有利因素

①互联网用户规模巨大且持续增长

近年来,以互联网为代表的新媒体产业技术的发展及应用的普及正深刻地改变着居民的生活方式,同时也促进了互联网广告行业的飞速发展。

根据 CNNIC 发布的第 35 次《中国互联网络发展状况统计报告》,我国的互联网用户数量已经超过 6.49 亿人。未来随着我国互联网速度继续提升、宽带网络接入更加普遍、农村等相对落后地区的互联网渗透率继续提升,我国互联网用户数量还将继续增长。

CNNIC 报告同时显示,我国移动互联网用户数量达到 5.57 亿人,并且还在持续增长。移动互联网在一定程度上覆盖到了传统互联网不易到达的用户群体。随着智能手机、平板电脑等移动终端的逐步普及、4G 网络进一步提速和普及,虚拟运营商加入市场竞争,OTT 业务和传统电信业务的优惠组合,移动互联网

用户数量还将继续保持较快的增长速度，拉动互联网用户数量上升。

搜索引擎是除即时通讯外使用率最高的互联网应用，根据 CNNIC 报告显示：截至 2014 年 12 月，我国搜索引擎用户规模达 5.22 亿，同比增长 6.7%，使用率达 80.5%；手机搜索引擎取得更快发展，2014 年用户数达 4.29 亿，同比增长 17.6%。搜索引擎作为基础互联网应用，流量不断增长，成为广告投放的理想平台。

②互联网行业的持续快速发展为互联网广告行业的进一步发展奠定了坚实的基础

互联网革命作为两次工业革命后最重要的技术变革深刻影响经济生活和形态。大量行业已为互联网发展而转变和调整整个工业格局。对微观的企业来讲，互联网以营销为入口，深刻影响和改变企业的市场、销售、客户关系管理、供应链乃至商业模式。互联网广告服务正逐步深入到企业的各类经济活动中，影响着人们生活、工作、社交、娱乐等社会生活中的方方面面，彻底改变了人们信息交流、人际交往、获取资讯、购物消费、交通出行、投资理财、消遣娱乐的方式。由于互联网应用不断丰富、日益便捷，其对互联网用户的吸引力也一直在提升。互联网行业的持续快速发展为互联网广告行业的进一步发展奠定了坚实的基础。

③国家政策支持，推动互联网广告行业快速发展

互联网广告行业发展受到国家政策的提倡和支持，政策环境比较有利。我国的“十二五”规划纲要要求促使广告业健康发展，广告产业发展“十二五”规划则更细致的要求“加快广告业技术创新。鼓励广告企业加强广告科技研发，加速科技成果转化，提高运用广告新设备、新技术、新材料、新媒体的水平，促进数字、网络等新技术在广告服务领域的应用。……支持利用互联网……等新兴媒体的广告业态健康有序发展。支持广告业专用硬件和软件的研发，尽快形成一批具有自主知识产权的广告服务技术工具，促进广告业优化升级。”国家工商总局也先后多次发布文件，支持互联网营销行业的发展成长。2012 年 3 月，国家发改委等七部门研究制定了《关于下一代互联网“十二五”发展建设的意见》，提出“十二五”期间，我国互联网普及率达到 45%以上。

④互联网广告技术和专业化服务水平提升，广告主互联网营销意识增强

随着互联网广告技术和专业化服务水平的快速提升,广告主的互联网营销意识也不断增强。搜索关键字广告以其成本低、效率高、传播速度快、覆盖范围广、效果可实时监测等特性受到越来越多的企业关注,投放总额保持逐年增加态势。同时,社会化分工的不断深入以及专业搜索引擎营销服务机构的不断成熟,导致企业对服务商的依赖程度不断提高。

随着数据挖掘及分析、搜索引擎、网页分析等相关技术的不断成熟和完善,促进了专业的整合 SEM 营销技术平台及服务商的发展,能够为客户提供多元化、一站式 SEM 营销服务,提升服务的效果,降低客户的营销成本,提高了互联网广告的整体投资回报。

(2) 不利因素

①人才不足

互联网广告行业对人才和知识的要求较高,需要大量兼具互联网技术能力、广告创意水平及运营经验的复合型人才,而且从业人员的创意水平、技术水平及运营经验也是推动互联网广告行业发展的主要动力。虽然我国广告从业人员数量较多,但是整体的水平较低,素质高、经验丰富的从业人员相对稀缺。而且,目前国内高校的学科设置未能跟上互联网广告公司对人才的需求增长速度,这也在一定程度上造成了从业人数多但是人才不足的局面。

②法律制度建设和行业标准制定相对落后

由于互联网广告行业发展时间较短,相关法制建设尚处于起步阶段,在网络诚信建设、网络知识产权保护、网络犯罪防范等方面缺乏强有力的法制约束和保障。另外,互联网广告行业规范性的服务标准不完善,使得少数公司或个人利用低廉的价格吸引客户,并提供劣质的服务,一定程度上影响了行业的健康有序的发展。

6、互联网广告行业竞争格局

与传统广告行业内的市场竞争格局不同,互联网媒体的政策管制相对宽松,互联网广告领域内的市场竞争较为充分,市场准入门槛相对较低,同时由于互联网媒体的类型和数量巨大,大大小小的互联网广告公司可生存的空间相对宽泛,

因此导致互联网广告领域的从业企业数量相对较多，行业集中度相对较低。

但是，由于互联网媒体资源具有非稀缺性，导致互联网广告公司所面临的市场竞争格局远较传统媒体领域更为复杂，对致力于发展成为行业龙头的互联网广告领先企业而言，既要深刻理解互联网媒体的特性，熟悉互联网用户的行为习惯、思维方式，准确把握行业和技术发展趋势，又要拥有为客户提供广告服务的能力。

随着业内优秀企业的不断成长、壮大，互联网广告领域内的领先企业与大量弱势企业之间的差距已经拉开，未来行业领先企业将在立足于内涵式发展的基础上，不断扩大自身业务规模，同时也会通过外延式扩张扩大市场份额，即互联网广告领域的行业整合将不可避免，行业集中度也会随行业整合的日渐深入而不断提高。

7、进入互联网行业的主要壁垒

(1) 人才壁垒

由于互联网媒体与传统媒体存在巨大差异，导致互联网广告行业人才非常短缺，成为该行业的重要壁垒。互联网广告行业要求从业人员既要熟悉传统的营销理论、经验、方法，又要对互联网、互联网技术、互联网媒体具有深刻理解，同时还要对互联网用户的行为模式、生活习惯、心理特征等有深入了解。而由于互联网广告行业的发展历程整体较短，在国际上也是新的领域，整体上互联网广告领域专业人才一直处于较为紧缺的状态。因此，进入互联网广告领域较早，具有长期行业经验积累的公司具有比较优势。

(2) 技术壁垒

互联网广告行业需要运用大量的新技术，例如海量用户识别与行为监测、数据仓储与挖掘分析、用户模型识别等技术，这些技术都具有很高的门槛。互联网广告公司的技术需要覆盖数据采集、分析、处理和应用等各方面，这些技术的具体应用还需要与各互联网媒体后台系统进行技术对接，在运营过程中优化调整。在互联网广告领域，对互联网技术的了解、掌握、应用是重要的竞争因素，因此互联网领域的新技术研发及相关技术运用能力成为互联网广告行业突出的壁垒。

8、互联网广告行业周期性、季节性、区域性

(1) 周期性

互联网广告行业在国民经济健康发展、互联网进一步普及、不断替代传统营销方式等积极因素的带动下，一直处于行业高速成长期，目前仍保持高速增长。从历史情况来看，互联网广告行业的发展会受到宏观经济波动的一定影响，但影响力度远小于传统广告行业，与传统广告行业相比周期性相对较弱。

(2) 季节性

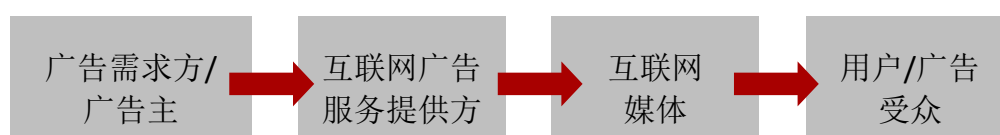
受互联网用户和客户两方面的影响，互联网广告行业通常在上半年的业务量低于下半年，呈现一定程度的季节性。一方面，每年一季度时，广告客户的年度预算往往还没有确定，因此在投放规模上有所控制；另一方面，一季度由于有春节这样重要的传统假期存在，就互联网用户浏览习惯而言，一季度是互联网媒体的淡季，这也决定了客户通常不会选择在一季度进行大规模的互联网投放。随着客户年度广告预算的确定，互联网广告的投放量逐步增加，因此下半年在全年的投放量中占比相对较高，但整体上互联网广告行业的季节性并不明显。

(3) 地域性

互联网广告行业在技术上不受地域限制，只要能够接入互联网，任何地域均能开展互联网广告活动。但由于经济发达地区，互联网基础设施建设较为完善，互联网普及程度较高，同时这些地区人均可支配收入较高，消费能力较强，受众消费能力较强，当地广告经营收入也相应较多，实际上互联网广告活动的地域和对象偏重于经济相对发达区域。

(二) 爱德康赛所处行业产业链情况

互联网广告行业的市场参与主体主要包括广告需求方(通常为产品或服务提供方)、互联网广告服务提供方(连接需求方和互联网媒体的服务中介)、互联网媒体(通常为营销资源供给方)、互联网用户(通常为营销内容受众、潜在消费者)，如下图所示：



互联网广告服务的需求方(广告主)按照其所提供的产品和服务产生广告营销需求,并通过互联网广告服务提供方进行广告投放;互联网广告服务提供方是连接广告主和互联网媒体的服务中介,互联网广告服务提供方凭借对互联网媒体特性的深刻理解,结合自身的业务经验、数据资源、分析方法、技术手段等,能够为客户提供基于互联网的广告投放、营销效果监测等服务,并将广告主的广告投放到互联网媒体;互联网媒体将广告进行投放,将广告主的产品和服务推广给互联网用户。

(三) 爱德康赛主要业务模式

根据媒体行业惯例,按照客户的类型和服务合同金额大小,一般分为 KA 客户和中小客户,目前爱德康赛主要为 KA 客户提供服务。

1、盈利模式

爱德康赛作为国内主要搜索引擎媒体(包括百度、360、搜狗等)的代理商,主要向客户提供搜索引擎媒体购买及广告投放服务,同时还提供营销数据挖掘分析、营销策略制定、客户网站优化、精准营销、广告效果监测以及广告投放优化等服务,以解决客户的营销难题。目前,爱德康赛主要为 KA 客户提供定制化的搜索引擎整合营销解决方案,服务内容涵盖互联网营销活动中的各项关键环节,包括:搜索引擎营销策略制定、媒介及服务采购、广告投放、关键词优化与竞价、竞争力分析、账户报表分析等。

公司的盈利主要分为两部分:媒体返点和客户服务费。媒体返点主要是根据季度或年度客户在搜索引擎媒体投放广告金额,搜索引擎媒体按照客户所在行业及广告投放金额给予相应的返点;客户服务费则根据与客户约定的 KPI 指标达成比率以及具体服务项目等按照客户搜索引擎媒体投放广告金额收取不同的阶梯服务费用。此外,对于爱德康赛新布局的移动互联网广告业务,爱德康赛主要通过媒体采购与客户销售获取差价。

爱德康赛收入确认的具体方法:

对于搜索引擎广告服务,采取事先充值按点击计费的原则,在实际业务中根据不同客户在第三方媒体上开立一一对应的账户并通常以小额充值的方式操作,根据当期点击消耗的账户金额及合同约定确认收入,该项收入即为客户通过搜索

引擎媒体实际投放广告的金额。对于客户服务费收入,按照客户在搜索引擎媒体实际投放广告金额与约定的服务费比例相乘计算确认收入;对于搜索引擎媒体的返点收入,根据搜索引擎广告投放金额暂估计算每一期间的媒体返点金额,并在季度末针对采购额的变化,对季度内的返点金额进行调整。

对于移动互联网广告等其他媒体广告服务,爱德康赛承接业务后,按照客户要求选择媒体投放广告,经与客户确认投放计划后实施广告投放服务,在广告投放见诸媒体后按当期实际投放量确认收入。

2、销售模式

爱德康赛主要客户为 KA 客户,一般采用招投标的方式获取业务订单。客户在招投标过程中通常根据各服务商的行业地位、比稿方案评价、技术评价、价格等因素进行综合评分,最终选择中标的服务商。

爱德康赛向客户销售采取和从媒体方采购相同的模式进行计费,搜索引擎媒体通常给予爱德康赛一定的返利,爱德康赛也会给与客户一定额度的返利,而搜索引擎媒体返点则成为主要利润来源,同时通过为客户提供服务,收取服务费。

3、采购模式

爱德康赛采购的内容主要是以搜索引擎媒体为主的关键字搜索广告,媒体根据广告投放客户的行业不同,针对行业差异以及采购量的大小制定折扣优惠政策,爱德康赛在此基础上与媒体签订框架合同,约定年度投放金额、折扣比率以及返点政策。

爱德康赛采购的搜索引擎媒体资源即搜索关键字广告,通常按照 CPC(单次点击成本)计费方式购买,当互联网用户点击爱德康赛购买的搜索关键字广告时,搜索引擎媒体会自动记录该次点击并从账户中扣费。此外爱德康赛还采购部分移动展示类广告,此类广告价格主要通过广告位整体流量包断或包断某些时段的方式进行采购。

国内搜索引擎媒体集中度高,主要由百度、360 和搜狗三家媒体主导市场,搜索引擎媒体与 SEM 服务商的商业协议都是采用一年一签的行业惯例。通常情况下,每年年末搜索引擎媒体会完成与 SEM 服务商框架协议或推广代理合同的续签工作,约定协议有效期限、推广优惠政策、销售业绩考核指标等。由于搜索

引擎媒体在续签协议时，会对 SEM 服务商进行业绩和诚信度考核，符合相关标准的 SEM 服务商将会顺利完成续约。

(四) 竞争地位

1、爱德康赛的行业地位

爱德康赛经过多年的发展，已经建立了稳固的媒体渠道网络，爱德康赛目前为百度五星代理商，360 教育行业核心代理商（仅两家），同时爱德康赛与搜狗、神马搜索等均建立了稳定的业务合作关系，爱德康赛是国内领先的 SEM 服务商。凭借强大的研发和运营实力，爱德康赛致力于为客户提供基于搜索引擎平台的整合营销解决方案，同时爱德康赛积极布局移动互联网广告业务，形成了 SEM 业务与移动互联网广告业务并行发展的特点。爱德康赛通过多年的深耕细作积累了丰富的广告投放经验，为 KA 客户提供了优质服务，并在业内形成了良好的口碑和企业形象，得到了广告主的广泛认可。目前，爱德康赛已树立了其在 SEM 领域的品牌知名度和市场影响力，竞争优势突出。

2、主要竞争对手情况

爱德康赛作为拥有成熟的数字技术服务平台、专业的整合营销能力及经验的 SEM 服务商，凭借规模化、专业化优势，逐渐建立了品牌影响力，占据了有利市场地位，并在此基础上形成了较高客户粘性，主要竞争对手有华扬联众、网迈广告、煜唐联创等，主要竞争对手情况如下表所示：

序号	公司名称	成立时间	公司概况
1	华扬联众	1994 年	华扬联众自 2002 年以来一直专注于为客户提供互联网综合营销服务，主要业务包括展示类营销、搜索引擎营销、精准营销、内容营销、移动互联网营销等。为百度五星级代理商。根据已披露审计报告，2013 年度，该公司实现营业收入 226,070.61 万元，归属于母公司股东的净利润 8,235.75 万元。
2	网迈广告	2004 年	网迈广告是一家在中国为广告主提供数字整合营销解决方案的广告和媒介代理公司。主要业务包括展示广告、搜索引擎广告，为百度五星级代理商。
3	煜唐联创	2012 年	煜唐联创是专注于搜索引擎营销服务的互联网广告公司，旗下主要运营“品众互动”品牌，为百度五星代理商。
4	艾德思奇	2007 年	艾德思奇主要业务包括搜索引擎广告、移动广告以及 DSP 软件等。为百度五星级代理商。根据已披露公告，2013 年度，

			该公司实现营业收入 24,719.72 万元人民币，归属于母公司股东的净利润-772.09 万元人民币。2014 年 8 月 19 日，百视通以 9,588 万美元收购艾德思奇 51%的股权，对艾德思奇整体估值达 1.88 亿美元（折合人民币 11.54 亿元）。
5	金源互动	2013 年	金源互动主要业务包括移动互联网媒体广告业务和搜索引擎广告业务，为百度四星级代理商。根据已披露审计报告，2014 年度，该公司实现营业收入 39,671.86 万元，归属于母公司股东的净利润 3,129.79 万元。2014 年 9 月 2 日，明家科技以 40,920.00 万元收购金源互动 100%股权。
6	腾信股份	2010 年	腾信股份主要业务是为客户在互联网上提供广告和公关服务，通过分析相关数据，使得广告和公关服务的精准度更高，服务效果更好。腾信股份 2014 年于深圳证券交易所创业板挂牌上市，为百度三星级代理商。根据已披露审计报告，2014 年度，该公司实现营业收入 83,931.25 万元，归属于母公司股东的净利润 8,954.48 万元。

3、爱德康赛的核心竞争力

相对于互联网广告行业主要竞争对手而言，爱德康赛的竞争优势主要表现在以下几个方面：

（1）长期稳定的媒体合作优势

爱德康赛是在搜索引擎营销服务领域的领先企业，爱德康赛目前是百度认证五星级代理商，360 教育行业核心代理商，并与搜狗、神马搜索建立了稳定的业务合作关系。爱德康赛不断加强媒体资源的整合，并开发了众多 SEM 管理工具以及与搜索引擎对接的数据平台，成为搜索引擎媒体主要的技术合作伙伴。

在移动互联网广告业务方面，爱德康赛也积极拓展移动互联网媒体资源，与大量优质移动 APP 媒体、网络联盟形成了稳定的业务合作关系，促进爱德康赛移动互联网广告业务的快速增长。

（2）积极布局移动互联网广告业务优势

随着移动互联网的快速发展，以及百度从 PC 端向移动端的转型，爱德康赛积极拓展移动互联网营销服务业务，一方面通过与百度移动搜索、神马无线搜索、360 点睛平台等移动互联网搜索引擎媒体合作，积极拓展移动互联网 SEM 服务业务，同时爱德康赛也通过采购移动互联网媒体流量资源的方式解决客户广告投放的多样化需求，帮助客户实现多维、高效的广告投资回报。

目前,爱德康赛的收入中已有一定的比例来源于移动端,并获得百度颁发的“百度 FY2014 无线突破奖”。爱德康赛通过积极布局移动互联网广告业务,已经形成了移动 SEM 广告与移动展示类广告并行发展的业务特点,依托在 SEM 领域的优势,积极开拓移动互联网展示广告业务,并大力研发移动 APP 投放分发监控技术、移动 DSP 技术等移动互联网广告技术,支撑爱德康赛在移动互联网领域的快速发展。

(3) 丰富的客户资源和行业营销经验优势

经过客户资源的不断沉淀,爱德康赛目前服务于上百家 KA 客户,与多个品牌客户建立了稳定的合作关系,通过与行业优质客户的合作,不断积累行业营销经验,形成了成熟的客户资源及行业解决方案,打造了优质客户相对集中的客户结构。

通过对 KA 客户所处行业属性、营销需求、受众特征、互联网营销策略及实施方案的不断积累,形成了高效、完善的 SEM 行业解决方案和深厚的 SEM 服务经验。

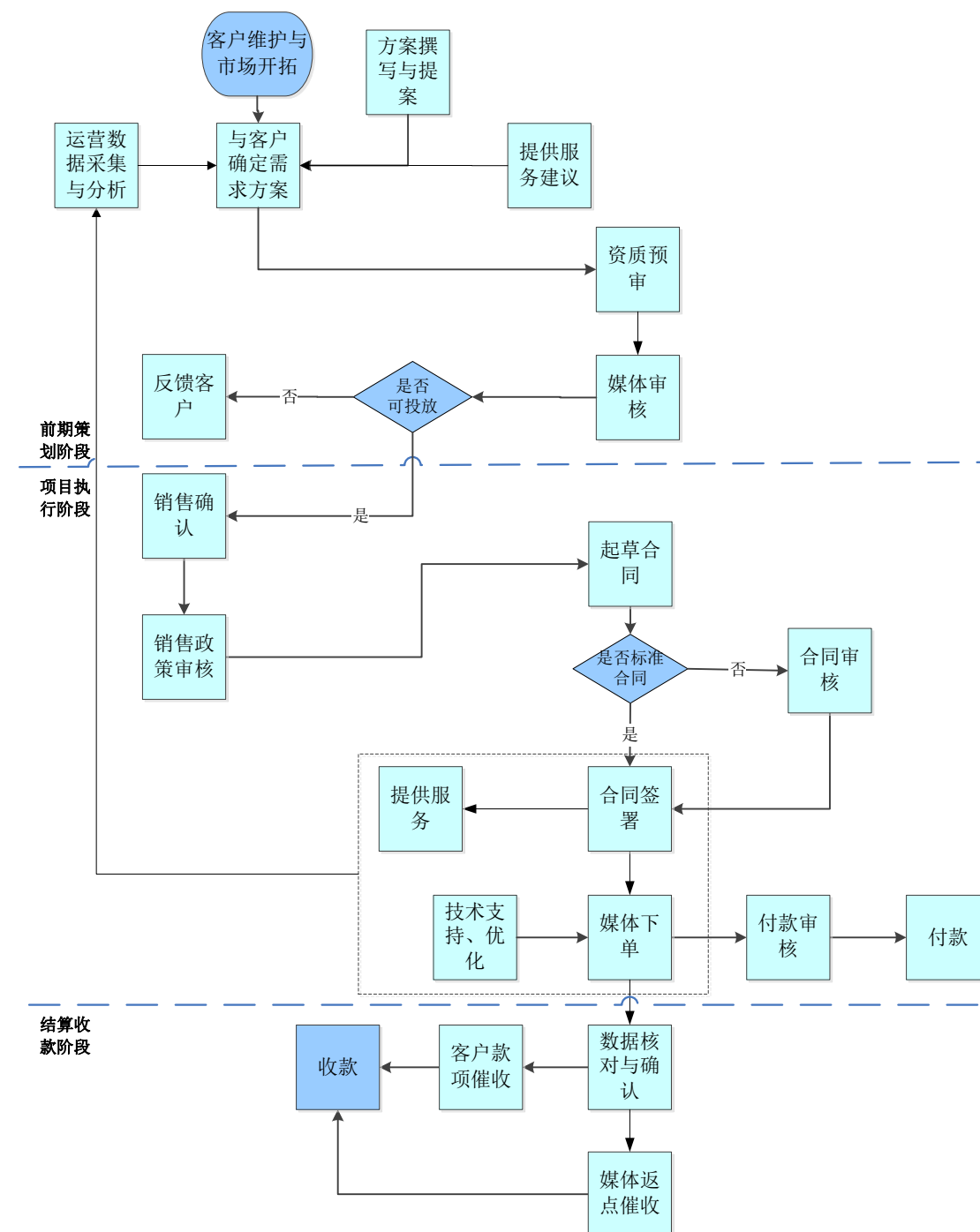
(4) 构建了经验丰富的运营及研发核心团队优势

爱德康赛自设立以来一直专注于搜索引擎营销领域,并逐步发展了移动互联网广告业务。2014 年爱德康赛通过股权变更方式,引入了一大批行业经验丰富的研发及运营团队。目前,爱德康赛运营及研发核心团队均是专业从事 SEM、社会化媒体营销(Social Media Marketing)、媒介购买(Media Buying)等领域的优秀人才,核心团队成员拥有在百度、搜狐、友盟、艾德思奇等行业内优秀互联网和移动互联网公司长期从事广告业务的经历,对互联网广告和移动互联网广告市场具有非常深入的了解和研究,能够准确把控行业未来发展趋势,是爱德康赛逐步走向成功的重要推动力。同时,爱德康赛培育了一批专业的互联网广告研发和运营人才,团队成员涵盖来自全国各地的精英人士,团队决策即兼具本地化和专业化优势,具有较强的综合竞争力。

(五) 主营业务的具体情况

1、主要业务流程图

爱德康赛在多年的运营过程中,爱德康赛深度结合策划、运营、市场等各个环节,逐步建立起严谨的管理机制和完备的业务流程体系。



(1) 前期策划阶段流程

由客户服务部门和市场部门通过日常客户维护和竞标等方式获取业务机会。市场部门提供线上线下调研及第三方行业报告并进行市场分析,技术部门提供当前阶段现有 SEM 以及移动互联网广告运营数据和广告效果分析,由策划部门负责具体方案撰写与提案,运营部门给予相应的服务建议,并形成初步的客户需

求方案。

初步的客户需求方案完成后,由爱德康赛策划、技术、运营、市场、客服部门负责人组成的评审委员会进行具体讨论,并对方案就行修改和完善,确定最终的客户需求方案。媒体部门负责具体方案中涉及的资质审核及广告投放媒体审核,并确认客户需求方案是否可以进行媒体投放,如无法开展媒体投放则及时对客户进行反馈,在确认可以进行媒体投放后进入销售执行阶段。

(2) 项目执行阶段流程

在客户确认广告投放方案后,销售部门进行具体销售政策审核,爱德康赛对客户销售付款政策通常比较固定,但对于重要客户会相应调整销售政策弹性,销售政策的调整和审核需经过销售部门主管和总经理确认后执行。

销售政策确认后,由运营部门负责具体合同的起草,对于适用标准化合同的客户,采用标准合同模板签署后开始方案执行,对于非标准合同,运营部起草后需要提交法务部进行审核,法务部审核完成后爱德康赛与客户签署合同并开始提供 SEM 或移动互联网广告投放服务,包括对搜索引擎媒体进行关键字竞价、广告投放、广告效果跟踪、大数据分析等,技术部门进行 SEM 工具开发、大数据分析、搜索引擎优化、移动互联网广告投放与监测等技术开发和应用,对运营部门进行支持。

SEM 领域通常采用预付款的方式向搜索引擎媒体账户进行充值,在广告投放过程中按照 CPC 计费,并相应扣除账户中的金额。爱德康赛作为业内优秀的 SEM 服务商,由于信誉较好,代理级别较高,搜索引擎媒体通常给予其一定的销售账期,因此媒体部门按期与搜索引擎媒体进行销售数据核对并确认付款金额后由,经运营部门和财务部门审核后付款。移动互联网广告方面,爱德康赛目前主要采用流量包断的方式采购移动互联网媒体广告位资源,媒体部门决定需要采购的媒体广告位,经运营部门和财务部门审核后付款。

(3) 结算收款阶段流程

客服部门按期对客户的广告投放数据与客户进行核对,向客户发送结算报告,与客户确定广告投放数据和相关费用,并对客户的广告款进行催收。媒体部门按期对在搜索引擎媒体和移动互联网媒体投放的金额与媒体进行核对,并按照

投放金额与媒体确认销售返点。

2、报告期内业务发展状况

(1) 爱德康赛营业收入情况

爱德康赛的营业收入全部来源于互联网广告投放业务。爱德康赛最近两年一期营业收入情况如下表所示：

产品类型	2015年1-9月		2014 年度		2013 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
互联网广告投放	30,911.00	100.00	32,819.69	100.00	9,689.57	100.00
合计	30,911.00	100.00	32,819.69	100.00	9,689.57	100.00

2014 年，爱德康赛营业收入达到 32,819.69 万元，较 2013 年全年增长 238.71%，2015 年三季度爱德康赛营业收入仍保持快速增长。

搜索关键字广告的形式新颖、定位精准、可复制性高、对广告投放商的门槛要求低，具备很多传统营销方式难以比拟的优势，随着传统广告、展示广告等不断迁移至互联网广告的趋势，搜索关键字广告行业成长前景广阔。2014 年中国搜索关键字广告市场规模保持高速增长趋势，市场规模达到 438.8 亿元，同比增长率达 50.6%，预计未来几年中国搜索关键字广告市场仍将保持稳健增长，预计 2018 年中国搜索关键字广告市场规模将突破 1,200 亿元。

2014 年，爱德康赛引入了新的经营管理团队，主要管理人员拥有丰富的互联网行业经验，理解广告客户核心需求，极大的增强了爱德康赛在搜索关键字广告行业的竞争力。市场的快速增长和管理团队的优秀表现共同促进了爱德康赛 2014 年以来营业收入的快速增长。

(2) 主要客户变动较大的原因、合理性以及客户稳定性对生产经营的影响

1) 报告期内爱德康赛营业收入前五名情况

A、2015 年 1-9 月

客户名称	营业收入(元)	占营业收入的比例(%)
客齐集网络信息技术服务(上海)有限公司	20,426,188.71	6.61
北京中公未来教育咨询有限公司	19,208,862.66	6.21
四三九九网络股份有限公司	12,975,471.70	4.20
成都欧珀移动通信有限公司	11,089,678.79	3.59

北京指尖互动广告有限公司	11,045,412.15	3.57
小 计	74,745,614.01	24.18

B、2014 年度

客户名称	营业收入(元)	占营业收入的比例(%)
四三九九网络股份有限公司	68,106,199.32	20.75
北京朗杰科技有限公司	43,177,584.41	13.16
北京中公未来教育咨询有限公司	24,144,655.30	7.36
美丽说(北京)网络科技有限公司	20,431,430.87	6.23
北京百度网讯科技有限公司	19,408,196.50	5.91
小 计	175,268,066.40	53.41

C. 2013 年度

客户名称	营业收入(元)	占营业收入的比例(%)
四三九九网络股份有限公司	53,076,690.75	54.78
上海恺英网络科技有限公司	16,806,603.73	17.35
北京当当科文电子商务有限公司	5,361,345.33	5.53
上海美味七七网络科技有限公司	2,295,283.02	2.37
上海曼朗网络科技有限公司	2,226,415.09	2.30
小 计	79,766,337.92	82.33

2) 互联网广告行业特征

互联网广告服务主要受互联网技术、广告行业以及传媒行业的发展影响。相对于电视、报纸、杂志、广播、户外等传统媒体广告，互联网广告由于其具有双向互动、效果可量化、投放数据可积累复用等优势越来越受到广告主的青睐。随着互联网技术的不断进步、网络消费的普及，互联网广告行业容量迅速扩大，行业发展正处于高速增长阶段。

2014 年我国整体互联网广告市场规模保持平稳高速增长，随着互联网广告的范围拓展、程度深化和技术优化，互联网广告将进一步替代传统广告方式，其潜在市场空间还将继续加大。

搜索引擎在互联网产业链中处于流量入口的关键位置，是连结用户与媒介的桥梁，搜索引擎广告具有成本低廉、流量巨大、关联度高等特点，搜索引擎营销作为互联网广告行业发展的重要方向之一，并迅速发展成为市场份额最大的互联网广告模式。在互联网广告多个细分领域已逐渐形成较为成熟的竞争格局的情况下，搜索引擎营销行业仍具备较大的开拓空间，有更大的新市场、新业务机遇。

此外，基于无线技术与网络环境的不断提升，移动智能设备如智能手机、

平板电脑的普及,各种智能电视相继推出,广告行业将与包括移动互联网在内的更多新兴行业产生互动,从而拓宽广告行业的媒体渠道,进而能够实现新的营销方式并取得更好的营销效果,推动广告行业发展。

3) 爱德康赛在报告期内大力开拓扩大搜索引擎业务及移动互联网广告业务,2014年和2015年1-9月新增客户情况如下:

年 度	新增客户	收入金额(元)	占当期收入比重(%)	备注
2014年度	北京朗杰科技有限公司	43,177,584.41	13.16	搜索引擎营销业务
	北京中公未来教育咨询有限公司	24,144,655.30	7.36	搜索引擎营销业务
	成都欧珀移动通信有限公司	12,303,483.97	3.75	搜索引擎营销业务
	客齐集网络信息技术服务(上海)有限公司	10,507,062.65	3.20	搜索引擎营销业务
	嘉兴麦宝科技信息有限公司	7,599,418.62	2.32	搜索引擎营销业务
小 计		97,732,204.95	29.79	
2015年1-9月	客齐集网络信息技术服务(上海)有限公司	20,426,188.71	6.61	搜索引擎营销业务
	北京中公未来教育咨询有限公司	19,208,862.66	6.21	搜索引擎营销业务
	成都欧珀移动通信有限公司	11,089,678.79	3.59	搜索引擎营销业务
	北京指尖互动广告有限公司	11,045,412.15	3.57	移动互联网广告业务
	北京天域众合广告有限公司	10,007,923.43	3.24	移动互联网广告业务
小 计		71,778,065.74	23.22	

由于爱德康赛不断地拓展搜索引擎营销业务及移动互联网广告业务,报告期内前五大客户发生了一定的变化。

4) 随着爱德康赛2014年度在行业形成了良好的口碑和企业形象,并在搜索引擎营销领域取得一定的品牌知名度和市场影响力,爱德康赛在教育、电商等行业进行了重点开拓,目前爱德康赛拥有数十家教育、电商类客户。

(3) 爱德康赛报告期内前五大供应商情况

1) 2015年1-9月

供应商名称	采购金额(元)	占当期营业成本比例(%)
北京百度网讯科技有限公司	156,374,063.42	55.97
天津奇思科技有限公司	23,884,749.32	8.55
北京千数风景科技有限公司	19,108,694.98	6.84
宿州迅游移动信息技术服务有限公司	18,021,163.02	6.45
百度时代网络技术(北京)有限公司	14,364,585.85	5.14
合计	231,753,256.59	82.95

2) 2014年度

供应商名称	采购金额（元）	占当期营业成本比例（%）
北京百度网讯科技有限公司	184,418,617.08	60.15
北京益赛科科技发展有限公司	16,325,361.11	5.32
百度时代网络技术（北京）有限公司	8,370,644.87	2.73
北京搜狗信息服务有限公司	6,334,920.28	2.07
上海君贤电子科技有限公司	2,331,868.00	0.76
合计	217,781,411.34	71.03

3) 2013 年度

供应商名称	采购金额（元）	占当期营业成本比（%）
深圳市世纪凯旋科技有限公司	20,120,244.25	21.11
重庆金鑫智慧科技有限公司	13,102,520.00	13.75
北京百度网讯科技有限公司	9,514,043.30	9.98
长沙九州盛世广告有限公司	9,000,000.00	9.44
长沙大旗广告有限公司	5,700,000.00	5.98
合计	57,436,807.55	60.27

（六）爱德康赛的核心技术及研发情况

1、核心技术情况

爱德康赛研发并已掌握的核心技术如下表所示：

序号	核心技术名称	所属阶段	技术功能	来源
1	大数据跟踪技术	上线运营	基于Cookie技术, Java Script技术, 以及数据采集, 存储等技术实现对互联网用户行为的监控	自研
2	大数据存储及数据仓库架构	上线运营	采用一种基于分布式计算技术进行管理和存储海量互联网数据的方法, 应用Linux集群技术开发的基于Hadoop和HBase的海量数据存储技术, 实现系统管理、数据收集、加载存储、查询、备份和恢复等模块, 支持海量互联网数据的存储。	自研
3	监控第三方IM系统	发布前测试	基于自研数据跟踪技术, 监控嵌入式第三方IM系统流量, 并实现IM系统数据与搜索流量数据的对接和分析	自研
4	流量分析模型	上线运营	基于自研数据仓库, 多维数据库模型, 用户行为数据, 网站流量数据搭建的网站流量分析模型, 进行网站流量分析和投放效果分析	自研
5	智能竞价技术	上线运营	基于爬虫技术和数据跟踪技术, 研制的搜索引擎投放智能竞价系统, 提供多种预设策略以及根据绩效进行科学竞价	自研
6	移动 APP 投放分发监控技术	上线运营	基于移动 SDK 技术, iOS/安卓技术等自主研发的移动数据监控分发系统, 实现监控移动端 APP 流量, 投放效果, 用户行为数据的监测、分析以及	自研

			报表生成	
7	调词助手系统	上线运营	实现 360 点睛推广帐户高速精准自动竞价功能, 提供多种策略多任务多地域自动竞价, 并提供强大的价格保护功能和定时自动运行功能, 大大提升效率, 控制成本。	自研
8	排名助手系统	上线运营	实现自动获取推广帐户关键词排名以及竞争对手分析功能, 为客户监控竞争对手投放, 关键词创意优化提供数据服务	自研
9	搜索引擎推广关键词智能拓词分组系统	上线运营	实现搜索引擎推广帐户关键词的智能拓词以及智能分组功能, 通过大数据分析, 为客户提供优质的关键词拓展服务和便捷的智能分组服务	自研

上述成熟、强大的数据存储和分析技术, 极大地提升了爱德康赛 SEM 服务能力和服务效果并为爱德康赛移动互联网广告业务的快速发展提供了有力保障。基于上述核心技术的 SEM 管理工具和移动互联网投放和监测技术为爱德康赛的营业收入增长作出了重要贡献。

2、在研项目情况

截至 2015 年 9 月 30 日, 爱德康赛在研项目情况如下:

项目名称	项目阶段	已完成阶段性成果	预计上线时间/正式上线运营时间
爱德康赛数据 Tracking 跟踪系统	升级段性	实现监控百度, 360, 搜狗, 谷歌, 必应等主流搜索引擎推广帐户, 监控投放效果, 提供转化数据, 搜索词数据, 绩效数据的打通。	阶段性更新
爱德康赛流量统计系统	升级段性	实现网站全流量分析, 对接用户 CRM 系统, 对接主流搜索引擎推广帐户, 实现数据打通, 绩效分析, 多维度报表呈现, 大数据建模分析功能, 提升投放效果, 提升 ROI, 降低成本, 投放效果透明化, 合理化, 为优化投放提供有力依据。	阶段性更新
爱德康赛跨平台推广帐户管理助手系统	升级段性	实现客户端跨平台推广帐户管理工作, 提供多帐户批量上传下载, 导入导出, 编辑操作, 基础报表等功能, 大幅提升工作效率, 降低批量操作时间成本和错误率。	阶段性更新
爱德康赛竞价助手系统	升级阶段	实现百度推广帐户高速精准自动竞价功能, 提供多种策略多任务多地域自动竞价, 并提供强大的价格保护功能和定时自动运行功能, 大大提升效率, 控制成本。	阶段性更新
联盟广告平台	升级阶段	提供网络联盟广告的投放功能, 对接广告	阶段性更新

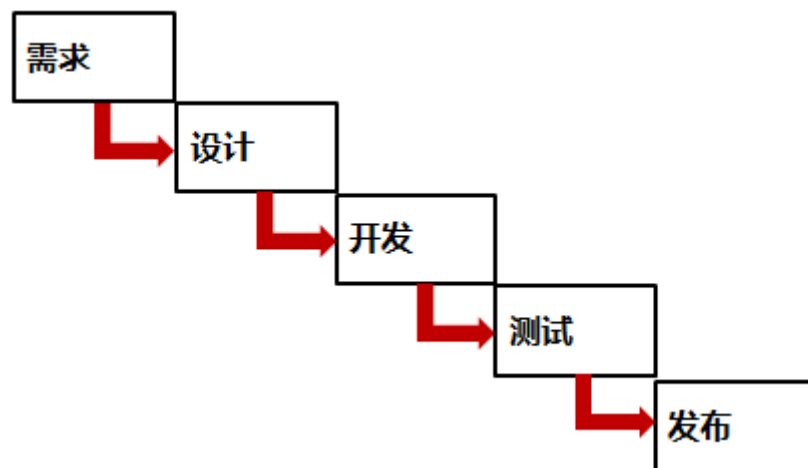
		主，网站主，提供优质的联盟广告投放服务	
DSP 系统	研发阶段	实现与多个广告交易平台对接，拥有实时竞价（RTB）能力、实时广告预测、用户定向技术等，最大限度的提高客户的ROI	2015 年 8 月

3、研发体制

近年来，爱德康赛通过内部培养和外部引进的方式，不断加强公司研发团队建设，在 SEM 领域和移动互联网广告快速研发所需的前端开发、智能竞价、数据跟踪、SEM 投放引擎、数据抓取存储、数据分析挖掘、计算模型算法研发等各方面，爱德康赛均配备了适当的技术人才，为产品的持续研发升级奠定了良好的基础。

目前，爱德康赛已建立了包括互联网和移动互联网广告基础技术研发、SEM 研发、其他互联网广告技术研发在内的全面的技术研发团队，同时，爱德康赛还建立了包括部分客户服务、互联网媒体服务、策略及创意人员在内的辅助研发团队，以配合技术研发团队各项技术、项目的研发，为巩固和提高爱德康赛在互联网营销领域内的综合竞争优势奠定了坚实基础。

爱德康赛研发流程如下：



爱德康赛研发的每项产品或技术均要求制定详细可行的计划，从前期产品市场调研、功能分析整理，到产品功能开发、产品测试、产品全面调试，再到最后的产品发布和运维，每一个环节都有完备清晰的计划。

为了适应互联网领域技术更新换代快、客户需求灵活、持续迭代优化的特点，爱德康赛在研发过程中一直实施敏捷管理理念，建立了面向大数据进行敏捷开发

管理的流程,能够迅速实现研发任务拆分和并行处理,并建立了快速反馈解决机制,保证了产品研发目标实现的高可靠性。

爱德康赛在研发流程中运用自主开发的系统进行需求管理和开发文档管理,通过产品发布平台进行版本控制。应用先进的组织管理工具提高了研发工作效率,确保研发交付的产品能够实现稳定、高效的运行。

4、爱德康赛的核心人员情况

爱德康赛自成立以来对人才储备始终保持高度重视,并坚持以人为本的管理理念,现已形成一支高效、稳定、创新能力极强的研发、管理和运营队伍,为爱德康赛的可持续发展提供了强有力保障。

截至 2015 年 9 月 30 日,爱德康赛核心人员情况如下:

姓名	性别	出生年月	学历	目前职务	工作经历
冯伟	男	1963.8	本科	总经理	20 年管理经验,10 年互联网营销经验,先后任职于 IBM、微软、艾德思奇
高笑河	男	1980.2	本科	首席技术官	15 年软件研发经验,10 年互联网营销经验,先后任职于英特尔、微软、艾德思奇
崔冠芳	女	1982.3	本科	媒介总监	9 年互联网营销经验,先后任职于搜狐、悠易互通、艾德思奇
高鹏	女	1976.10	本科	常务副总裁	15 年销售、管理经验,10 年互联网营销经验,先后任职于百盛、电通、百度、艾德思奇
姜捷	男	1975.1	本科	副总裁	15 年销售、管理经验,10 年互联网营销经验,先后任职于 Pchome、21cn 摩德互动、艾德思奇
马楠	男	1983.11	本科	副总裁	10 年互联网营销经验,先后任职于百度、艾德思奇
关亮	男	1980.5	大专	副总裁	15 年互联网营销经验,先后任职于网元圣唐、友盟

2014 年 3 月前,爱德康赛的核心人员是以原实际控制人渠成为代表的经营团队,2014 年 3 月后,爱德康赛的核心人员变更为以冯伟、高笑河等为代表的经营团队。爱德康赛经营团队核心人员均通过西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)持有爱德康赛的股权。

报告期内,虽然爱德康赛的核心经营团队发生重大变化,但营业收入实现快速增长,主要是由于通过多年的经营,爱德康赛已建立起合理的组织结构和规范

的公司制度体系，依赖一整套完善的公司制度体系，在新的核心团队的带领下，爱德康赛不断发展 360、神马搜索等搜索引擎媒体业务，并成为百度的五星级代理。

为稳定爱德康赛核心团队，爱德康赛及管理层的股东承诺，爱德康赛已与核心团队成员签订了服务期限届满日期不早于自标的资产交割日起满五年之日的《劳动合同》，并保证核心团队成员承诺在上述服务期限内不主动离职，保证核心团队成员与公司就其在上述期限及离职后 2 年内不从事与标的公司及其子公司、上市公司及其子公司存在竞争关系的行为。

（七）爱德康赛的质量控制情况

爱德康赛系以客户需求为核心的业务模式，始终致力于为客户持续提供富有价值和创新性的服务，一贯坚持高标准的服务质量，执行严格的全业务流程质量控制机制，赢得了客户的高度认可。关于公司业务流程质量控制的详细情况，请参见本节之“五、交易标的主营业务情况”之“（四）主营业务的具体情况”之“2、业务流程”。

报告期内爱德康赛与客户之间不存在关于服务质量的纠纷。

（八）爱德康赛的资质及获奖情况

截至本报告书签署日，爱德康赛所属域名中 ad-concepts.cn、Imarvelous.cn 和 imarvelous.com.cn 三个域名均已取得 ICP 备案，其他域名尚未使用，因此未取得 ICP 备案，具体参见本节之“（九）、主要固定资产、无形资产”之“2、无形资产”之“（3）域名”。

（九）主要固定资产、无形资产

1、固定资产

截至本报告书签署日，爱德康赛无自有产权房屋，爱德康赛租赁房产情况如下表所示：

序号	承租方	出租方	位置	户型/面积 (平方米)	月租金 (元)	租赁期限
1	爱德康赛	赵华文	北京市朝阳区 朝外大街	1,113.19	217,072.05	2015.5.1-2018.5.31

			26 号 B1101、 B1102、 B1107、 B1108			
2	无锡爱 德	无锡软件 产业发展 有限公司	江苏省无锡 市新区震泽 路 18 号无锡 国家软件园 水瓶座 509-1 室	50	1,750	2014.12.22-2015.12.21

2、无形资产

(1) 注册商标

截至本报告书签署日，爱德康赛无注册商标专用权。

(2) 软件著作权

截至本报告书签署日，爱德康赛目前拥有 8 个软件著作权，具体情况如下表所示：

序号	登记号	软件名称	首次发表日期	取得方式
1	2015SR040555	爱德康赛 Tracking 跟踪系统[简称：Tracking 系统]V2.0	2013 年 12 月 11 日	原始取得
2	2015SR103359	爱德康赛调词助手软件 V1.0	2014 年 5 月 1 日	原始取得
3	2015SR103291	爱德康赛推广助手软件 V1.0	2014 年 5 月 1 日	原始取得
4	2015SR107653	爱德康赛排名助手软件 V1.0	2014 年 5 月 1 日	原始取得
5	2015SR112485	爱德康赛竞价助手系统 V1.0	2014 年 6 月 1 日	原始取得
6	2015SR116206	爱德康赛/Wingmob SDK 系统及 LogScanner 辅助软件[简称：Wingmob SDK & LogScanner]V1.0	2014 年 10 月 20 日	原始取得
7	2015SR040455	爱德康赛流量分析系统	2014 年 11 月 6 日	原始取得
8	2015SR114716	爱德康赛/Wingmob 广告数据监测平台[简称：Wingmob 广告平台]V1.0	2015 年 2 月 25 日	原始取得

(3) 域名

截至本报告书签署日，爱德康赛目前拥有 11 个域名，具体情况如下表所示：

序号	域名	注册机构	持有人	到期时间	取得方式
1	ad-concepts.cn	北京万网志成科技有限公司	爱德康赛	2017.4.2	原始取得
2	Imarvelous.cn	北京新网数码信息技术有限公司	爱德康赛	2019.9.16	转让取得
3	adks.com.cn	北京新网数码信息技术有限公司	爱德康赛	2020.2.17	转让取得
4	adks.cn	北京新网数码信息技术有限公司	爱德康赛	2025.6.29	转让取得
5	imarvelous.com	GODADDY.COM, LLC	爱德康赛	2017.8.17	转让取得
6	imarv.cn	北京新网数码信息技术有限公司	爱德康赛	2017.10.19	转让取得
7	imarvelous.com.cn	北京新网数码信息技术有限公司	爱德康赛	2019.9.16	转让取得
8	imarvelous.net	XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION	爱德康赛	2019.9.16	转让取得
9	imarvelous.cc	XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION	爱德康赛	2019.9.16	转让取得
10	imarvelous.mobi	XIN NET TECHNOLOGY CORPORATION	爱德康赛	2019.9.16	转让取得
11	wingmob.com	GODADDY.COM, LLC	千数风景	2017.6.17	转让取得

爱德康赛拥有的域名等无形资产不涉及法律纠纷或权属争议;爱德康赛不存在使用他人商标、专利或专有技术的情形,亦不涉及法律纠纷或权属争议。

六、爱德康赛主要财务数据

(一) 交易标的报告期内主要会计政策及相关会计处理

1、收入的确认原则和计量方法、应收款项坏账准备计提政策

(1) 收入的确认原则和计量方法

1) 提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的(同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量),采用完工百分比法确认提供劳务的收入,并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的,若已经发生的劳务

成本预计能够得到补偿,按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入,并按相同金额结转劳务成本;若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿,将已经发生的劳务成本计入当期损益,不确认劳务收入。

2) 销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认:1)将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方;2)公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权,也不再对已售出的商品实施有效控制;3)收入的金额能够可靠地计量;4)相关的经济利益很可能流入;5)相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

3) 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时,确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定;使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

4) 收入确认的具体方法

搜索引擎广告服务,采取事先充值按点击计费的原则,公司在实际业务中根据不同客户在第三方媒体上开立一一对应的账户并通常以小额充值的方式操作,该类业务收入确认方法为:根据当期点击消耗的账户金额及合同约定确认收入。

其他媒体广告服务:公司承接业务后,按照客户要求选择媒体投放广告,经与客户确认投放计划后实施广告投放服务。该类业务收入确认方法为:在广告投放见诸媒体后按当期实际投放量确认收入。

5) 媒体返点的会计处理依据分析

A、搜索引擎营销业务介绍

爱德康赛是连接客户(广告主)和搜索引擎(互联网媒体)的服务中介,在实际业务中,爱德康赛同时与广告主和互联网媒体签订网络广告发布合同。以爱德康赛的主要客户客齐集网络信息技术服务(上海)有限公司(以下简称百姓网)和主要的搜索引擎供应商北京百度网讯科技有限公司(以下简称百度)为例进行说明。

百姓网与爱德康赛签订《百度网络广告采购合同》，指定爱德康赛为百姓网网络广告代理商，为百姓网提供基于百度广告产品的购买服务，合同中主要约定合同期限、媒体购买费用、折扣优惠比例及付款方式等。百度等搜索引擎平台一般采取先充值后消费的模式，需由广告客户或代理商预先充值，故合同中一般约定客户根据账户实际消耗情况分次支付广告费用。此外，百姓网还与爱德康赛签订《网络广告服务合同》，约定爱德康赛为百姓网提供相关服务，具体包括账户策略、广告撰写和创意、关键词管理、内容联盟、竞价等广告管理项目，提供周期性的数据报表等；合同约定爱德康赛根据百姓网账户投放金额的一定比例收取月度服务费用。

同时，爱德康赛与百度签订《网络推广服务合同》，约定爱德康赛在百度网站上发布推广，并约定推广内容（包括搜索排名、网盟推广、百度全球产品推广等）、投放时段、广告发布金额等。

爱德康赛经过多年的发展和积累，成为了百度的五星级代理商，百度每年根据爱德康赛的广告投放完成情况、投放金额增长率、新广告主投放增长率、广告主留存率、付款情况等对爱德康赛进行考核，并于每季度末、年度末对媒体返点进行结算，媒体返点类型包括季度返点（季度固定返点、季度任务完成返点、代理商评分返点）、年度返点和专项激励返点。

B、媒体返点收入是搜索引擎媒体给予的一种奖励收益而非商业折扣

爱德康赛为客户提供营销数据挖掘分析、营销策略制定、客户网站优化、精准营销、广告效果监测以及广告投放优化等服务，为客户提供定制化的搜索引擎整合营销解决方案，稳固了客户在搜索类业务平台投放的意愿，同时通过自身经营团队的专业化优势，在稳定老客户的同时又不断的开发新客户，促进了百度及其他搜索引擎媒体的业务流量，有助于搜索引擎媒体业务的增长。

百度在代理商激励政策中约定了核心代理商的淘汰机制，包括投放额的规定、季度任务完成情况、是否有重大市场违规行为、是否遵守百度财务制度等来保障代理商的核心竞争力，爱德康赛作为百度的五星级代理商，本身就是百度对爱德康赛强大的整合营销能力的认可。对于百度而言，按季度、年度对爱德康赛的整合投放业绩进行考核并支付相应的媒体返点，其实质是对爱德康赛作为五星级代理商的整合营销能力的认可以及集约投放增量的奖励，而非简单

的商业折扣。

C、根据《企业会计准则》的相关规定媒体返点应确认为收入

《企业会计准则第14号——收入》作了以下相关规定：

第二条 收入，是指企业在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入。本准则所涉及的收入，包括销售商品收入、提供劳务收入和让渡资产使用权收入。

第十条 企业在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，应当采用完工百分比法确认劳务收入。媒体返点实质是搜索引擎对爱德康赛所提供的劳务服务的奖励收益，应确认为收入。

第十一条 提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

- (一) 收入的金额能够可靠地计量；
- (二) 相关的经济利益很可能流入企业；
- (三) 交易的完工进度能够可靠地确定；
- (四) 交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

爱德康赛在已经媒体确认的广告投放金额的基础上，根据合同约定及媒体政策，审慎估计媒体返点金额，符合采用完工百分比法确认劳务收入的核算方式。

综上所述，根据《企业会计准则》的相关规定，媒体返点应采用完工百分比法确认为收入。

D、媒体返点收入的确认方法和确认时点

爱德康赛每月月末根据搜索引擎广告投放金额并结合返点政策暂估计算当期媒体返点收入，并在每季度末及年末针对广告投放金额的变化，对季度内的媒体返点及年度返点进行调整。以百姓网在百度的投放为例，根据百度的媒体返点政策中对行业的分类，百姓网属于 A3 类行业（跨行业平台），爱德康赛每月根据百度提供的百姓网当月在百度的投放金额计算媒体返点：当月季度固定返点=百姓网当月投放金额*A3 类行业季度固定返点比例，当月代理商评分返点=百姓网当月投放金额*代理商评分返点比例，并于该季度末根据任务完成情况计算该季度的季度任务完成返点，该季度任务完成返点=百姓网该季度投放金额*A3 类行业季度任务返点比例*季度返点系数。

(2) 应收款项坏账准备计提政策

1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	占应收款项账面余额 10%以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

2) 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

A、具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

B、账龄分析法

账 龄	应收账款 计提比例(%)	其他应收款 计提比例(%)
0-6 个月	2	
7-12 个月	5	
1 年以内		5
1-2 年	10	10
2-3 年	30	30
3-4 年	50	50
4-5 年	80	80
5 年以上	100	100

3) 单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(3) 应收账款坏账准备计提的充分性

1) 爱德康赛应收账款应收方情况

爱德康赛搜索引擎营销业务的客户主要分布于教育、服务、金融、零售、医药、汽车等行业, 如中公教育、百姓网等, 均系业务发展已比较成熟稳定的企业客户, 有着持续的营销需求和信息投放需求, 声誉较好, 是爱德康赛的重

要客户。对于爱德康赛重要客户，爱德康赛一般在广告投放完毕后会给予 30 日至 90 日的信用期；对于汽车行业类重要客户，如比亚迪、华晨金杯等，一般会给予 90-180 天信用期；对于新拓展行业类重要客户，如旅游服务业，公司为了扩大市场份额相应地给予较为宽松的信用期。通常而言，爱德康赛重要客户广告投放量大，应收账款占比余额相对较高，这部分客户均为知名品牌客户，自身有着良好的内部控制和信誉，回款较为及时；对于爱德康赛其他客户，一般要求预付广告款，该政策降低了爱德康赛其他客户由于其资信情况差而发生坏账的风险。

对于媒体返点收入，一般根据搜索引擎广告投放金额暂估计算每一期间的媒体返点金额，并在季度末针对采购额的变化，对季度内的返点金额进行调整，通常于次季度进行返点结算和支付，其中奇虎 360 因媒体核对后台数据所需时间较长，对于返点结算和支付要晚于其他媒体。

对于移动互联网广告业务客户，一般在合同执行完毕后给予 60 日至 90 日信用期。

2) 期后回款情况

爱德康赛 2015 年 9 月末的应收账款余额为 72,486,265.20 元，截止 2015 年 12 月末，通过期后回款的核查，已回款金额为 44,960,640.33 元，回款比例达到 62.03%，回款情况良好。其中未回部分主要系与部分行业大客户及媒体结算周期较长，相应账期较长。

3) 爱德康赛坏账准备政策及同行业公司情况

爱德康赛根据自身业务特点、过往经验及客户资信情况，确定的自身应收账款坏账准备计提政策为：对于单项金额重大以及有客观证据表明发生了减值的应收账款，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；对于经单独测试后未减值的上述应收款项及其他应收账款，按账龄分析法计提坏账准备。

爱德康赛坏账政策与同行业可比公司坏账政策相似，对以账龄作为信用风险特征组合划分标准的坏账准备计提比例(%)，我们选取了部分国内同行业上市公司进行了对比分析，具体见下表：

可比公司	金源互动	亿起联	煜唐联创	互众广告	银色琥珀	平均	爱德康赛
0-6 月	0.00	0.00	0.00	5.00	0.50	1.10	2.00

7-12 月	5.00	5.00	5.00			4.10	5.00
1-2 年	10.00	10.00	10.00	20.00	10.00	12.00	10.00
2-3 年	30.00	15.00	50.00	50.00	20.00	33.00	30.00
3-4 年	50.00	20.00	100.00	100.00	100.00	74.00	50.00
4-5 年	50.00	20.00	100.00	100.00	100.00	74.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

通过对比同行业上市公司应收账款坏账准备计提政策，爱德康赛应收账款坏账准备的计提比例基本与行业内平均水平持平。

4) 爱德康赛坏账准备计提情况

经核查，爱德康赛 2015 年 9 月末应收账款账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：人民币元

应收账款	2015. 9. 30		2014. 12. 31		2013. 12. 31	
	账面余额	比例 (%)	账面余额	比例 (%)	账面余额	比例 (%)
0-6 月	63,288,921.48	87.32	31,263,443.64	91.85	5,048,313.11	77.15
7-12 月	4,649,758.54	6.41				
1-2 年	4,083,961.97	5.63	2,531,468.81	7.44	1,394,790.61	21.32
2-3 年	219,389.14	0.30	144,234.07	0.42	100,000.00	1.53
3-4 年	144,234.07	0.20	100,000.00	0.29		
4-5 年	100,000.00	0.14				
小 计	72,486,265.20	100.00	34,039,146.52	100.00	6,543,103.72	100.00
坏账准备	2,124,596.34		971,685.97		270,445.32	
坏账准备 占 应收账款 比例 (%)	2.93		2.85		4.13	

根据上表显示的应收账款账龄结构，爱德康赛各会计期末 1 年以内形成的应收账款占应收账款余额的比重最大，均在 90%左右，1 年以上的应收账款余额占比较低，2015 年 9 月末与 2014 年末，分别仅占比 6.27%与 8.15%，爱德康赛应收账款构成良好，对主要客户的经营状况、信用记录等检查未发现存在减值迹象，也未发现可收回性存在明显差异的应收账款，故按账龄分析法对 2015 年 9 月末应收账款计提了坏账准备，爱德康赛 2015 年 9 月末已计提的坏账准备占应收账款期末余额的 2.93%。

2、会计政策和会计估计与同行业或同类资产之间的差异及对利润的影响

爱德康赛的收入确认原则和计量方法、应收款项坏账准备计提政策、固定资

产折旧年限及残值率等主要会计政策和会计估计与同行业上市公司不存在重大差异，对爱德康赛利润无重大影响。

3、财务报表编制基础，合并财务报表范围、变化情况及变化原因

(1) 财务报表编制基础

财务报表以持续经营为编制基础。爱德康赛不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

(2) 合并财务报表范围、变化情况及变化原因

① 合并财务报表范围

爱德康赛合并财务报表范围包括无锡耐特康赛传媒有限公司、北京益赛科技发展有限公司和无锡爱德康赛广告有限公司等 3 家子公司。

② 合并财务报表范围变化情况及变化原因

报告期发生的非同一控制下企业合并：

被购买方称	股权取得时点	股权取得成本（元）	股权取得比例	股权取得方式
2015 年 1-9 月				
北京千数风景科技有限公司	2015 年 6 月 30 日	100,000.00	100%	股权转让
2014 年度				
北京益赛科技发展有限公司	2014 年 8 月 31 日	300,000.00	60.00%	股权转让

续上表

被购买方名称	购买日	购买日的确定依据	购买日至当期期末被购买方的收入（元）	购买日至当期期末被购买方的净利润（元）
2015 年 1-9 月				
北京千数风景科技有限公司	2015 年 6 月 30 日	取得实际控制权	29,855,341.84	-45,903.85
2014 年度				
北京益赛科技发展有限公司	2014 年 8 月 31 日	取得实际控制权	13,804,142.85	-746,380.03

同一控制下企业合并：

被合并方名称	企业合并中取得的权益比例	构成同一控制下企业合并的依据	合并日	合并日的确定依据
2015 年 1-9 月				
北京爱玛威科技	100.00%	同受刘申控制且	2015 年 6 月 30 日	取得实际控制

有限公司		该控制是非暂时性的		
------	--	-----------	--	--

续上表

被合并方名称	合并当期期初至合并日被合并方的收入	合并当期期初至合并日被合并方的净利润	比较期间被合并方的收入	比较期间被合并方的净利润
2015年1-9月				
北京爱玛威科技有限公司	4,848,670.07	-206,735.05		

处置子公司:

子公司名称	股权处置价款	股权处置比例(%)	股权处置方式	丧失控制权的时点	丧失控制权时点的确定依据	处置价款与处置投资对应的合并财务报表层面享有该子公司净资产份额的差额
2015年1-9月						
北京益赛科技发展有限公司	300,000.00	60	股权转让	2015年6月30日	丧失实际控制	421,325.74

续上表

子公司名称	丧失控制权之日剩余股权的比例	丧失控制权之日剩余股权的账面价值	丧失控制权之日剩余股权的公允价值	按照公允价值重新计量剩余股权产生的利得或损失	丧失控制权之日剩余股权公允价值的确定方法及主要假设	与原子公司股权投资相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转入投资损益的金额
2015年1-9月						
北京益赛科技发展有限公司						

报告期新设立子公司:

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	出资额	出资比例
无锡爱德康赛广告有限公司	投资设立	2015年1月4日	0.00	100%
无锡耐特康赛传媒有限公司	投资设立	2014年1月9日	2,000,000.00	100%

(3) 爱德康赛全资及控股子公司两处披露不一致的原因

2014年8月31日,北京爱德康赛广告有限公司与北京益赛科科技发展有限公司

公司股东李春毅、张宇和邓荣分别签署《出资转让协议书》，爱德康赛分别以 10 万元受让李春毅、张宇和邓荣持有的益赛科出资额 10 万元。本次股权转让完成后，爱德康赛持有益赛科 60%的股权。

2015 年 5 月 20 日，爱德康赛与雷磊签订股权转让协议，北京爱德康赛广告有限公司将其持有益赛科 60%的股权以 30 万元人民币的价格转让给雷磊，本次股权转让的工商变更手续已于 2015 年 6 月 1 日完成。

因此，截至本次交易重组报告书披露日，益赛科已不再是爱德康赛的控股子公司。

(4) 爱德康赛 2015 年收购爱玛威、千数风景的原因，交易价格确定依据、合理性及对本次交易评估值的影响

1) 爱德康赛 2015 年收购爱玛威的原因及交易价格的合理性

2015 年 6 月 8 日，冯伟将持有的爱玛威出资额 25 万元全部转让给爱德康赛，转让价格为 25 万元人民币；刘申将其持有的爱玛威出资额 75 万元全部转让给爱德康赛，转让价格为 75 万元人民币。同日，股权转让各方签订了《出资转让协议书》。2015 年 6 月 9 日，本次股权转让完成工商变更。本次股权转让完成后，爱德康赛持有爱玛威 100%的股权。

刘申为爱德康赛控股股东，冯伟为爱德康赛核心人员，由于爱玛威的主营业务为搜索引擎营销服务业务，因此为了避免发生与爱德康赛的同业竞争问题，爱德康赛以注册资本价格收购了爱玛威。本次股权交易价格的定价是经双方协商确定，并以注册资本价格转让，其定价是合理的。

2) 爱德康赛 2015 年收购千数风景的原因及交易价格的合理性

2015 年 5 月 11 日，关亮将其持有千数风景出资额 100 万元转让给爱德康赛，转让价格为 100 万元人民币。同日，股权转让双方签订了《出资转让协议书》。2015 年 6 月 1 日，本次股权转让完成工商变更。股权转让完成后爱德康赛持有千数风景 100%股权。

关亮为爱德康赛核心人员，由于千数风景的主营业务为移动互联网广告业务，因此为了避免发生与爱德康赛的同业竞争问题，同时也为了增强爱德康赛在移动互联网广告业务方面的业务能力，爱德康赛以注册资本价格收购了千数风景。本次股权交易价格的定价是经双方协商确定，并以注册资本价格转让，

其定价是合理的。

3) 爱德康赛 2015 年收购爱玛威、千数风景对本次交易评估值的影响

爱德康赛 2015 年收购爱玛威和千数风景均是发生在评估基准日之后, 由于爱玛威和千数风景的经营业务对于爱德康赛的经营业务能起到补充和充实的作用, 因此爱德康赛采用了股权收购的方式。同时, 爱德康赛收购爱玛威和千数风景均是通过爱德康赛的自有资金进行, 并且按照爱玛威和千数风景的注册资本确定, 其定价是合理的。因此, 爱德康赛 2015 年收购爱玛威、千数风景对本次交易评估值不会造成不利影响。

4、重大会计政策或会计估计差异情况

交易标的收入确认原则系根据会计准则及上市公司同类型业务确定, 故不存在较大差异。

交易标的的重大会计政策或会计估计与上市公司不存在重大差异。

(二) 最近两年一期的主要财务数据

1、爱德康赛最近两年一期的主要财务数据如下表所示:

单位: 万元

项目	2015. 9. 30	2014.12.31	2013.12.31
流动资产	14, 741. 63	6,954.69	2,208.01
非流动资产	327. 91	151.17	33.99
资产总额	15, 069. 54	7,105.86	2,242.00
流动负债	11, 249. 91	7,396.83	2,830.23
非流动负债	-	-	-
负债总额	11, 249. 91	7,396.83	2,830.23
所有者权益	3, 819. 62	-290.97	-588.23
项目	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
营业收入	30, 911. 00	32,819.69	9,689.57
营业成本	27, 937. 52	30,660.05	9,529.52
营业利润	1, 312. 15	112.97	-169.89
利润总额	1, 408. 08	106.62	-169.89
净利润	1, 033. 90	45.87	-170.31
归属于母公司所有者的净利润	1, 032. 13	75.72	-170.31
归属于母公司所有者扣除非经常性损益净利润	926. 98	72.17	-170.31

(三) 爱德康赛主要资产及其权属状况、对外担保、主要负债及配比情况

1、爱德康赛主要资产情况

截至 2015 年 9 月 30 日，爱德康赛的主要资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	金额	备注
流动资产：		
货币资金	451.29	现金及银行存款
应收账款	7,036.17	应收客户广告费
预付款项	1,643.34	预付媒体广告费等
其他应收款	4,008.66	应收媒体保证金、 应收暂付款 等
流动资产合计	14,741.63	
非流动资产：		
固定资产	35.49	办公设备等
商誉	242.82	收购益赛科、 千数风景 产生的商誉
递延所得税资产	49.60	因资产减值产生的递延所得税资产
非流动资产合计	327.91	
资产总计	15,069.54	

2、对外担保情况

截至本报告书签署日，爱德康赛不存在对外担保情况。

3、主要负债情况

截至 2015 年 9 月 30 日，爱德康赛的主要负债构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	金额	备注
流动负债：		
应付账款	2,851.01	应付媒体广告费
预收款项	5,445.58	预收的客户广告费
应付职工薪酬	58.18	应付职工工资等
应交税费	1,176.81	应交企业所得税、增值税、城市维护建设税等
其他应付款	1,718.25	客户押金、保证金等
流动负债合计	11,249.91	
非流动负债：		
非流动负债合计	0.00	
负债合计	11,249.91	

第五章 交易标的评估情况

一、评估情况

(一) 评估基本情况

根据中企华出具的中企华评报字(2015)第4292号《资产评估报告》，爱德康赛100%股权的评估情况如下：

1、资产基础法评估情况

截至评估基准日2015年9月30日，北京爱德康赛广告有限公司总资产账面价值为14,157.80万元，评估价值为14,909.40万元，增值额为751.59万元，增值率为5.31%；总负债账面价值为10,425.20万元，评估价值为10,425.20万元，无增减变化；股东全部权益账面价值为3,732.61万元，股东全部权益评估价值为4,484.20万元，增值额为751.59万元，增值率为20.14%。

2、收益法评估情况

截至评估基准日2015年9月30日，北京爱德康赛广告有限公司总资产账面价值为14,157.80万元，负债账面价值为10,425.20万元，股东全部权益账面价值为3,732.61万元，股东全部权益评估值为29,324.61万元，增值25,592.00万元，增值率685.63%。

3、两种方法评估结果的比较分析和评估价值的确定

采用资产基础法评估得到的北京爱德康赛广告有限公司股东全部权益价值为4,484.20万元，采用收益法评估得到的股东全部权益价值29,324.61万元，差24,840.41万元，差异率为553.95%。

资产基础法和收益法评估结果出现差异的主要原因是：资产基础法是指在合理评估企业各分项资产价值和负债的基础上确定评估对象价值的评估思路，即将构成企业的各种要素资产的评估值加总减去负债评估值求得企业股东权益价值的方法。收益法是从企业的未来获利能力角度出发，反映了企业各项资产的综合获利能力。两种方法的估值对企业价值的显化范畴不同，平台、服务、营销、团队、资质、客户等无形资源难以在资产基础法中逐一计量和量化反映，而收益法则能够客观、全面的反映被评估单位的价值。因此造成两种方法评估结果存在较

大的差异。

北京爱德康赛广告有限公司是一家互联网行业企业,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,也考虑了企业所拥有的资质、业务网络、服务能力、人才团队等重要的无形资源。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北京爱德康赛广告有限公司的价值。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:北京爱德康赛广告有限公司的股东全部权益价值评估值为 **29,324.61 万元**。

(二) 评估增值的原因

1、行业增长较快

2007 年-2014 年,我国互联网广告市场规模从 106 亿元增长到约 1,573.4 亿元,中国互联网广告市场年均复合增长率为 47.02%。2014 年中国互联网广告市场规模达到约 1,573.4 亿元,同比增长 41.0%,整体保持平稳高速增长。中国互联网广告市场多年保持快速增长,目前市场已进入成熟期,未来几年增速将会有所放缓,但仍将高于我国广告市场的整体增长,预计到 2018 年,中国互联网广告市场预期将突破 4,000 亿元。

2、市场地位明显

爱德康赛通过多年的深耕细作积累了丰富的广告投放经验,为 KA 客户提供了优质服务,并在业内形成了良好的口碑和企业形象,得到了广告主的广泛认可。目前,爱德康赛已树立了其在 SEM 领域的品牌知名度和市场影响力,竞争优势突出。特别是在百度市场中竞争地位显著:

搜索引擎	爱德康赛行业地位
百度	获得百度认证五星级代理商
360	获得 360 教育行业核心代理

3、竞争优势显著

(1) 资质、资源优势

目前,爱德康赛已获得获得百度认证五星级代理商、获得 360 教育行业核心代理。在教育行业领域,公司还与北京中公未来教育咨询有限公司、北京朗杰科技有限公司等业内知名教育培训机构有良好的合作关系。在合作过程中有良好的口碑,与很多广告主有长期良好的互信合作关系;同时其通过对账户的维护,可以对广告主的流量进行精准化的营销、精细化的运营服务,提高效率降低广告主的成本,促成各方良好合作模式。

(2) 团队优势

爱德康赛核心团队成员拥有在百度、搜狐、友盟、艾德思奇等行业内优秀互联网和移动互联网公司长期从事广告业务的经历,精准掌控从市场需求、产品设计、产品营销推广、运营数据分析等各个核心运营环节;团队队伍拥有丰富的互联网业务经验,稳定的团队工作,为其将来商业模式越来越成熟,带来更为稳定的盈利能力。

(3) 长期稳定的媒体合作优势

爱德康赛是在搜索引擎营销服务领域的领先企业,爱德康赛目前是百度认证五星级代理商,360 教育行业核心代理商。爱德康赛不断加强媒体资源的整合,并开发了众多 SEM 管理工具以及与搜索引擎对接的数据平台,成为搜索引擎媒体主要的技术合作伙伴。

在移动互联网广告业务方面,爱德康赛也积极拓展移动互联网媒体资源,与大量优质移动 APP 媒体、网络联盟形成了稳定的业务合作关系,促进爱德康赛移动互联网广告业务的快速增长。

(4) 积极布局移动互联网广告业务优势

随着移动互联网的快速发展,以及百度从 PC 端向移动端的转型,爱德康赛积极拓展移动互联网营销服务业务,一方面通过与百度移动搜索、神马无线搜索、360 点睛平台等移动互联网搜索引擎媒体合作,积极拓展移动互联网 SEM 服务业务,同时爱德康赛也通过采购移动互联网媒体流量资源的方式解决客户广告投放的多样化需求,帮助客户实现多维、高效的广告投资回报。

目前,爱德康赛的收入中已有一定比例来源于移动端,并获得百度颁发的“百度 FY2014 无线突破奖”。爱德康赛通过积极布局移动互联网广告业务,已经形

成了移动 SEM 广告与移动展示类广告并行发展的业务特点,依托在 SEM 领域的优势,积极开拓移动互联网展示广告业务,并大力研发移动 APP 投放分发监控技术、移动 DSP 技术等移动互联网广告技术,支撑爱德康赛在移动互联网领域的快速发展。

(三) 评估假设

1、一般假设

(1) 国家现行的有关法律法规及政策、国家宏观经济形势无重大变化,本次交易各方所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化,无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响,假设评估基准日后被评估单位持续经营。

(2) 被评估单位的经营者是负责的,且被评估单位管理层有能力担当其职务。

(3) 除非另有说明,被评估单位完全遵守所有有关的法律法规,不会出现影响被评估单位发展和收益实现的重大违规事项。

(4) 被评估单位未来将采取的会计政策和编写此份报告时所采用的会计政策在重要方面基本一致。

(5) 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。

(6) 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。

(7) 由被评估单位提供的与评估相关的产权证明文件、财务报表、会计凭证、资产清单及其他有关资料真实、合法、完整、可信。被评估单位或评估对象不存在应提供而未提供、评估人员已履行评估程序仍无法获知的其他可能影响资产评估值的瑕疵事项、或有事项或其他事项。

2、特殊假设

(1) 有关利率、赋税基准及税率、政策性征收费用等不发生重大变化。

(2) 假设评估基准日后被评估单位的研发能力和技术先进性保持目前的水平。

(3) 假设委估无形资产权利的实施是完全按照有关法律、法规的规定执行的,不会违反国家法律及社会公共利益,也不会侵犯他人任何受国家法律依法保

护的权利。

根据资产评估的要求,认定这些假设条件在评估基准日时成立,当未来经济环境发生较大变化时,签字注册资产评估师及本评估机构将不承担由于假设条件改变而推导出不同评估结论的责任。

(四) 资产基础法评估参数及依据

资产基础法评估结果如下表:

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	13,697.04	13,697.04	0.00	0.00
非流动资产	460.76	1,212.35	751.59	163.12
资产总计	14,157.80	14,909.40	751.59	5.31
流动负债	10,425.20	10,425.20	0.00	0.00
非流动负债	0.00	0.00	0.00	0.00
负债总计	10,425.20	10,425.20	0.00	0.00
股东全部权益	3,732.61	4,484.20	751.59	20.14

1、长期股权投资评估

评估基准日长期股权投资账面余额 3,793,264.95 元,核算内容为全资及控股长期股权投资 4 项。评估基准日长期股权投资未计提减值准备元,长期股权投资账面价值 3,793,264.95 元。评估基准日长期股权投资概况如下表所示:

单位: 元

序号	被投资单位名称	投资日期	持股比例(%)	账面价值
1	无锡耐特康赛传媒有限公司	2014 年 1 月	100%	2,000,000.00
2	无锡爱德康赛广告有限公司	2015 年 1 月	100%	0.00
3	北京千数风景科技有限公司	2015 年 6 月	100%	1,000,000.00
4	北京爱玛威科技有限公司	2015 年 6 月	100%	793,264.95
长期股权投资合计				3,793,264.95

2、无形资产评估

截止评估基准日企业申报的无形资产主要为计算机软件著作权 8 项、域名 1 项。纳入本次评估范围的 8 项计算机软件著作权及 1 项域名,证载权利人均为爱德康赛。

无形资产的评估值为 9,382,000.00 元,评估增值 9,382,000.00 元。无形资

产评估增值主要是因为企业拥有的软件著作权、域名等账面无记录,其所对应的产品在未来运营期间产生良好的预期收益所致。

(五) 收益法评估参数及依据

1、收益法具体方法和模型的选择

本次采用收益法对爱德康赛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、长期股权投资价值,减去有息债务得出股东全部权益价值。

(1) 评估模型

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。

(2) 计算公式

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+长期股权投资价值、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。

(3) 预测期的确定

根据爱德康赛的实际状况及企业经营规模,预计爱德康赛在未来几年业绩会稳定增长,据此,本次预测期选择为 2015 年 10-12 月至 2020 年,以后年度收益状况保持在 2020 年水平不变。

2、预测期的收益预测

(1) 营业收入的预测

本次评估对于爱德康赛未来营业收入的预测是根据目前的经营状况、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。

爱德康赛历史年度 2013、2014 年收入中广告代理收入为其收入来源,2015 年 1-9 月广告代理收入占 85%,为最主要的收入来源,2015 年 1-9 月移动互联网广告业务收入的快速发展,移动互联网广告业务收入占 2015 年 1-9 月收入的 15%。广告代理收入主要为搜索引擎广告代理收入,包含广告主消耗金额收入和返点收入。

爱德康赛和广告主签订“互联网营销服务合同”或“网络广告合同”框架协议,广告主将广告费预付给中间代理商,中间代理商给客户开具价税合计的发票,中间代理商根据折扣后金额将款项支付给媒体,媒体给中间商开具价税合计的发票。待广告主在媒体账户的广告款实现消费,中间商才会确认主营业务收入,相应结转主营业务成本。

爱德康赛取得的媒体给予的返点收入,是依据广告主在媒体账户的消费金额,通过媒体设定的返点率计算取得。销售收入=广告主消耗金额/1.06+广告主消耗金额×返点率/1.06。历史年度,爱德康赛返点收入来源于百度、360及其他媒体,媒体数量较多,每个媒体执行的返点政策均不同;不同年度同一媒体的返点政策都在变化;同一个媒体,针对每一个广告主,对中间商的返点率又有不同的返点政策。

本次评估对于**2015年10-12月**广告代理收入预测根据具体合同预测,部分已经基本签订合同及新开发用户合同为基础进行预测消耗收入,返点收入根据2015年与各媒体签订的返点政策进行预测。

未来年度主营业务收入类别预测情况如下表所示:

单位:万元

项目	2015年10-12月	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
广告代理收入	10,539.52	64,133.38	79,923.98	87,662.71	94,415.47	98,876.63
移动端业务收入	1,405.66	10,525.71	13,157.14	14,472.85	15,630.68	16,412.22
合计	11,945.18	74,659.09	93,081.12	102,135.56	,10,046.15	115,288.85

(2) 营业成本的预测

广告代理成本为爱德康赛的主要营业成本。

与主营业务收入中广告代理收入相对应,发生的成本为广告代理成本。广告主在媒体账户的广告款实现消费后,中间代理商才会确认主营业务收入,并结转主营业务成本。销售成本即为广告主消耗金额。

主营业务成本预测见下表:

单位:万元

项目	2015年10-12月	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
广告代理成本	9,832.49	59,854.79	74,591.19	81,812.78	88,114.01	92,276.70
无线端广告代理	1,053.70	7,894.28	9,867.86	10,854.64	11,723.01	12,309.16

成本						
合计	10,886.20	67,749.08	84,459.05	92,667.42	99,837.10	104,585.86

(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、教育费附加费等。

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% 计缴等。

(4) 销售费用的预测

爱德康赛的销售费用主要包括职工薪酬、办公费和差旅费等。

(5) 管理费用的预测

爱德康赛的管理费用主要包括职工薪酬、折旧费、差旅费、业务招待费、租赁费等费用。

(6) 财务费用的预测

本次评估中采用企业自由现金流量模型，企业自由现金流量不计算财务费用。

(7) 营业外收支的预测

爱德康赛历史年度的营业外收入主要为子公司园区的房租补助金但无收到相关明确文件未来不做预测，营业外支出为罚款支出及水利基金等，本次仅对水利基金根据相关计提比例进行预测。

(8) 所得税的预测

爱德康赛所得税率为 25%。根据未来收益预测，按照企业执行的所得税率计算确定所得税。

(9) 资本性支出的预测

爱德康赛未来资本性支出主要为电子设备的购买。

(10) 未来年度企业自由现金流量的预测

单位：万元

项目	2015 年 10-12 月	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度- 永续
一、营业收入	11,945.18	74,659.09	93,081.12	102,135.56	110,046.15	115,288.85	115,288.85
减：营业成本	10,886.20	67,749.08	84,459.05	92,667.42	99,837.10	104,585.86	104,585.86
营业税金	77.64	223.98	279.24	306.41	330.14	345.87	345.87

及附加							
销售费用	245.11	1,627.83	2,162.50	2,258.27	2,318.38	2,285.79	2,285.79
管理费用	287.96	1,267.48	1,335.11	1,392.64	1,447.82	1,435.49	1,436.31
财务费用	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
资产减值损失	0.26	116.24	81.17	39.90	34.86	23.10	23.10
二、营业利润	448.01	3,674.48	4,764.05	5,470.94	6,077.85	6,612.74	6,611.91
减：营业外支出	11.95	74.66	93.08	102.14	110.05	115.29	115.29
三、利润总额	436.06	3,599.82	4,670.97	5,368.81	5,967.81	6,497.45	6,496.62
减：所得税费用	109.02	899.96	1,167.74	1,342.20	1,491.95	1,624.36	1,624.16
四、息前税后净利润	327.05	2,699.87	3,503.23	4,026.60	4,475.86	4,873.09	4,872.47
加：折旧及摊销	5.03	20.43	15.90	13.58	15.20	20.82	21.65
减：资本性支出	10.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	22.91
营运资金需求净增加	1,718.28	313.27	739.46	339.73	293.12	173.33	0.00
五、净现金流量	-1,396.20	2,387.03	2,759.67	3,680.45	4,177.93	4,700.58	4,871.21

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 3.2362%。

(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：

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

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 ：被评估单位的所得税税率；

D/E ：被评估单位的目标资本结构。

查询可比上市公司的有财务杠杆风险系数,根据各对应上市公司的资本结构将其还原为无财务杠杆风险系数。

根据 Wind 资讯查询的沪深 A 股股票 100 周互联网信息服务、传媒类相关类似上市公司 Beta 计算确定,具体确定过程如下:

首先根据类似上市公司的 Beta 计算出各公司无财务杠杆的 Beta,然后得出类似上市公司无财务杠杆的平均 Beta 为 0.8935。

(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。

由于国内证券市场是一个新兴而且相对封闭的市场。一方面,历史数据较短,并且在市场建立的前几年投机气氛较浓,市场波动幅度很大;另一方面,目前国内对资本项目下的外汇流动仍实行较严格的管制,再加上国内市场股权割裂的特有属性,因此,直接通过历史数据得出的股权风险溢价不具有可信度。而在成熟市场中,由于有较长的历史数据,市场总体的股权风险溢价可以直接通过分析历史数据得到。因此国际上新兴市场的风险溢价通常也可以采用成熟市场的风险溢价进行调整确定。

即: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。

式中:成熟股票市场的基本补偿额取 1928-2014 年美国股票与国债的算术平均收益差 6.25%,国家风险补偿额取 0.90%。

则: $RP_m = 6.25\% + 0.90\% = 7.15\%$

故本次市场风险溢价取 7.15%。

(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。

爱德康赛属于互联网行业,互联网行业受到国家法律法规及政策的严格监管,政策的调整及变化将可能对公司业务带来一定的风险。

市场竞争风险,随着未来移动互联网的高速发展,传统互联网平台将会积极探索向移动互联网的延伸,行业内竞争将更加激烈。

人才流失的风险,爱德康赛拥有专业化的管理团队和技术人才队伍,该等核心人才对互联网行业发展趋势、用户需求偏好有着深入的理解,经营管理团队和核心技术人才能否保持稳定是决定收购后整合是否成功的重要因素。如果在整合过程中,爱德康赛的经营管理团队和核心技术人员不能适应公司的企业文化和管理模式,有可能会出现人才流失的风险,进而对公司经营及收购效果带来负面影响。

在互联网产业快速发展的过程中,少数移动智能终端、移动应用程序及网络游戏等由于监管缺失造成了一些社会负面影响。对此,近年相关监管部门逐渐重视互联网产业的健康发展,针对移动智能终端进网管理、移动应用及网络游戏的开发、出版、运营实行较为严格的资质管理及审查等监管措施,政策的调整及变化将可能对公司业务带来一定的风险。此外,网络营销行业政策发生变化,亦可能对爱德康赛的经营业务产生重大不利影响。

根据以上分析,企业特定风险调整系数 R_c 取 5%。

(5) 预测期折现率的确定

1) 计算权益资本成本

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。

$$K_e = R_f + \beta \times MRP + R_c$$

=14.62%

2) 计算加权平均资本成本

截止评估基准日,被评估单位无有息负债,故 $WACC = K_e = 14.62\%$ 。

4、评估值的计算过程及评估结论

收益期内各年预测自由现金流量折现考虑,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	2015 年 10-12 月	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度- 永续
五、净现金流量	-1,396.20	2,387.03	2,759.67	3,680.45	4,177.93	4,700.58	4,871.21
折现率年限	0.13	0.75	1.75	2.75	3.75	4.75	

六、折现率	14.62%	14.62%	14.62%	14.62%	14.62%	14.62%	14.62%
折现系数	0.98	0.90	0.79	0.69	0.60	0.52	3.58
七、各年净现金流量折现值	-1,372.59	2,154.83	2,173.46	2,528.92	2,504.58	2,458.47	17,426.18
八、预测期经营价值							27,873.85

(1) 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。被评估单位基准日无溢余资产。

(2) 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。非经营性资产为往来款,采用成本法评估,金额 1,450.77 万元。

5、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+溢余资产+非经营性资产价值+长期股权投资价值

$$= 27,873.85 + 0.00 + 1,450.77$$

$$= 29,324.61 \text{ 万元}$$

(2) 付息债务价值的确定

截至评估基准日,爱德康赛无有息负债。

(3) 股东全部权益价值的计算

股东全部权益价值=企业整体价值-付息债务价值

$$= 29,324.61 - 0.00$$

$$= 29,324.61 \text{ 万元}$$

(六) 爱德康赛 2015 年营业收入和净利润预测的可实现性

1、爱德康赛截止 2015 年第三季度收入及利润情况

项目	2015 年 1-9 月审计后财务数据
广告代理业务收入(万元)	26,301.97
移动互联网广告代理业务收入(万元)	4,609.03
合计(万元)	30,911.00
净利润(万元)	1,033.90

2、爱德康赛 2015 年第四季度收入预计完成金额及 2015 年全年预计收入情况

项目	截止到 2015 年 9 月完成额	2015 年 10-12 月预计完成额(未审数)	2015 年全年
广告代理业务收入(万元)	26,301.97	10,539.52	36,841.49
移动互联网广告代理业务收入(万元)	4,609.03	1,405.66	6,014.69
合计(万元)	30,911.00	11,945.18	42,856.19

3、预计 2015 年营业收入和净利润与盈利预测的差异

项目	2015 年可实现收入	2015 年盈利预测收入[注]	差额
广告代理业务收入(万元)	36,841.49	61,660.42	-24,818.93
移动互联网广告代理业务收入(万元)	6,014.69	5,939.54	75.15
合计(万元)	42,856.19	67,599.96	-24,743.77

续上表:

项目	2015 年可实现净利润	2015 年盈利预测净利润[注]	差额
净利润(万元)	1,360.95	2,473.80	-1,112.85

注:根据以 2015 年 3 月 31 日基准日出具的中企华评报字(2015)第 3588 号《资产评估报告》预测数

结合上述三点数据,根据企业 2015 年预测收入、利润完成情况,与评估基准日 2015 年 3 月 31 日所做出的盈利预测存在较大的差异,营业收入差异较大的是广告代理业务,主要是由于市场竞争,以及彩票行业政策的影响所致。2015 年移动互联网广告代理业务收入略好于基准日 2015 年 3 月 31 日盈利预测。受营业收入的影响,2015 年全年利润可实现额较 2015 年 3 月 31 日盈利预测存在较大差异。在合理谨慎原则下,结合企业 2015 年实际情况及 2016 年预计可签订合同的情况,对于盈利预测进行了调整,以 2015 年 9 月 30 日为基准日,于 2015 年 12 月 28 日出具了中企华评报字(2015)第 4292 号评估报告,具体调整情况如下:

金额单位:人民币万元

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年-永续
----	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-----------

原营业收入	67,599.96	91,166.25	113,578.17	124,536.44	134,086.23	134,086.23	134,086.23
原营业收入 增长率	106%	35%	25%	10%	8%	0%	0%
现营业收入	42,856.19	74,659.09	93,081.12	102,135.56	110,046.15	115,288.85	115,288.85
现营业收入 增长率	31%	74%	25%	10%	8%	5%	0%
差额	-24,743.77	-16,507.16	-20,497.05	-22,400.88	-24,040.08	-18,797.39	-18,797.39
原净利润	2,473.80	3,214.45	4,218.43	4,641.28	5,071.49	5,069.71	5,069.71
现净利润	1,360.95	2,699.87	3,503.23	4,026.60	4,475.86	4,873.09	4,872.47
差额	-1,112.86	-514.59	-715.20	-614.68	-595.63	-196.62	-197.24
原股东全部 权益价值							35,530.95
现股东全部 权益价值							29,324.61
差额							-6,206.34
差异率							17%

(七) 爱德康赛 2016 年及以后年度营业收入、毛利率预测的合理性

爱德康赛 2016 年及以后年度营业收入预测是依据其所处行业、核心竞争力、订单及承揽情况综合分析估算得出的，具体分析如下：

1、市场需求

相对于电视、报纸、杂志、广播、户外等传统媒体广告，互联网广告由于其具有双向互动、效果可量化、投放数据可积累复用等优势越来越受到广告主的青睐。2013 年我国广告市场规模达 5,020 亿元，过去五年复合增长率 21.45%，市场规模较大，保持了较高增速，但内部结构发生了较大的变化，过去五年传统广告复合增长率为 10.01%，互联网广告则为 52.84%；2014 年，我国网络广告市场规模达到 1,540 亿元，同比增长 40%，其中搜索关键字占比达 34.1%，市场规模达到 524.9 亿元。在持续几年保持高速发展后，未来两年的市场规模仍保持较高水平，至 2015 年整体规模有望超过两千亿元。

2、爱德康赛的行业地位

爱德康赛经过多年的发展，已经建立了稳固的媒体渠道网络，爱德康赛目前为百度五星代理商，360 教育行业核心代理商，同时爱德康赛与搜狗、神马搜索等均建立了稳定的业务合作关系，爱德康赛是国内领先的 SEM 服务商。凭借强大的研发和运营实力，爱德康赛致力于为客户提供基于搜索引擎平台的整合营销解决方案，同时爱德康赛积极布局移动互联网广告业务，形成了 SEM 业务

与移动互联网广告业务并行发展的特点。爱德康赛通过多年的深耕细作积累了丰富的广告投放经验，为 KA 客户提供了优质服务，并在业内形成了良好的口碑和企业形象，得到了广告主的广泛认可。目前，爱德康赛已树立了其在 SEM 领域的品牌知名度和市场影响力，竞争优势突出。

3、主要竞争对手情况

爱德康赛作为拥有成熟的数字技术服务平台、专业的整合营销能力及经验的 SEM 服务商，凭借规模化、专业化优势，逐渐建立了品牌影响力，占据了有利市场地位，并在此基础上形成了较高客户粘性，主要竞争对手有华扬联众、网迈广告、煜唐联创等，主要竞争对手情况如下表所示：

序号	公司名称	成立时间	公司概况
1	华扬联众	1994 年	华扬联众自 2002 年以来一直专注于为客户提供互联网综合营销服务，主要业务包括展示类营销、搜索引擎营销、精准营销、内容营销、移动互联网营销等。为百度五星级代理商。根据已披露审计报告，2013 年度，该公司实现营业收入 226,070.61 万元，归属于母公司股东的净利润 8,235.75 万元。
2	网迈广告	2004 年	网迈广告是一家在中国为广告主提供数字整合营销解决方案的广告和媒介代理公司。主要业务包括展示广告、搜索引擎广告，为百度五星级代理商。
3	煜唐联创	2012 年	煜唐联创是专注于搜索引擎营销服务的互联网广告公司，旗下主要运营“品众互动”品牌，为百度五星代理商。
4	艾德思奇	2007 年	艾德思奇主要业务包括搜索引擎广告、移动广告以及 DSP 软件等。为百度五星级代理商。根据已披露公告，2013 年度，该公司实现营业收入 24,719.72 万元人民币，归属于母公司股东的净利润-772.09 万元人民币。2014 年 8 月 19 日，百视通以 9,588 万美元收购艾德思奇 51%的股权，对艾德思奇整体估值达 1.88 亿美元（折合人民币 11.54 亿元）。
5	金源互动	2013 年	金源互动主要业务包括移动互联网媒体广告业务和搜索引擎广告业务，为百度四星级代理商。根据已披露审计报告，2014 年度，该公司实现营业收入 39,671.86 万元，归属于母公司股东的净利润 3,129.79 万元。2014 年 9 月 2 日，明家科技以 40,920.00 万元收购金源互动 100%股权。
6	腾信股份	2010 年	腾信股份主要业务是为客户在互联网上提供广告和公关服务，通过分析相关数据，使得广告和公关服务的精准度更高，服务效果更好。腾信股份 2014 年于深圳证券交易所创业板挂牌上市，为百度三星级代理商。根据已披露审计报告，2014 年度，该公司实现营业收入 83,931.25 万元，归属于母公司股东的净利润 8,954.48 万元。

4、爱德康赛的核心竞争力

相对于互联网广告行业主要竞争对手而言,爱德康赛的竞争优势主要表现在以下几个方面:

(1) 长期稳定的媒体合作优势

爱德康赛是在搜索引擎营销服务领域的领先企业,爱德康赛目前是百度认证五星级代理商,360教育行业核心代理商,并与搜狗、神马搜索建立了稳定的业务合作关系。爱德康赛不断加强媒体资源的整合,并开发了众多SEM管理工具以及与搜索引擎对接的数据平台,成为搜索引擎媒体主要的技术合作伙伴。

在移动互联网广告业务方面,爱德康赛也积极拓展移动互联网媒体资源,与大量优质移动APP媒体、网络联盟形成了稳定的业务合作关系,促进爱德康赛移动互联网广告业务的快速增长。

(2) 积极布局移动互联网广告业务优势

随着移动互联网的快速发展,以及百度从PC端向移动端的转型,爱德康赛积极拓展移动互联网营销服务业务,一方面通过与百度移动搜索、神马无线搜索、360点睛平台等移动互联网搜索引擎媒体合作,积极拓展移动互联网SEM服务业务,同时爱德康赛也通过采购移动互联网媒体流量资源的方式解决客户广告投放的多样化需求,帮助客户实现多维、高效的广告投资回报。

目前,爱德康赛的收入中较大比例来源于移动端,并获得百度颁发的“百度FY2014无线突破奖”。爱德康赛通过积极布局移动互联网广告业务,已经形成了移动SEM广告与移动展示类广告并行发展的业务特点,依托在SEM领域的优势,积极开拓移动互联网展示广告业务,并大力研发移动APP投放分发监控技术、移动DSP技术等移动互联网广告技术,支撑爱德康赛在移动互联网领域的快速发展。

(3) 丰富的客户资源和行业营销经验优势

经过客户资源的不断沉淀,爱德康赛目前服务于上百家KA客户,与多个品牌客户建立了稳定的合作关系,通过与行业优质客户的合作,不断积累行业营销经验,形成了成熟的客户资源及行业解决方案,打造了优质客户相对集中的客户结构。

通过对KA客户所处行业属性、营销需求、受众特征、互联网营销策略及实施方案的不断积累,形成了高效、完善的SEM行业解决方案和深厚的SEM服务

经验。

(4) 构建了经验丰富的运营及研发核心团队优势

爱德康赛自设立以来一直专注于搜索引擎营销领域，并逐步发展了移动互联网广告业务。2014 年爱德康赛通过股权变更方式，引入了一大批行业经验丰富的研发及运营团队。目前，爱德康赛运营及研发核心团队均是专业从事 SEM、社会化媒体营销（SocialMediaMarketing）、媒介购买（MediaBuying）等领域的优秀人才，核心团队成员拥有在百度、搜狐、友盟、艾德思奇等行业内优秀互联网和移动互联网公司长期从事广告业务的经历，对互联网广告和移动互联网广告市场具有非常深入的了解和研究，能够准确把控行业未来发展趋势，是爱德康赛逐步走向成功的重要推动力。同时，爱德康赛培育了一批专业的互联网广告研发和运营人才，团队成员涵盖来自全国各地的精英人士，团队决策兼具本地化和专业化优势，具有较强的综合竞争力。

5、2015 年 9 月 30 日盈利预测 2016 年收入情况

项目	2016 年盈利预测
广告代理业务收入（万元）	64,133.38
移动互联网广告代理业务收入（万元）	10,525.71
营业收入合计（万元）	74,659.09

6、结合 2015 年已签订的合同及 2016 年已确定可签合同情况

项目	金额（不含税）	备注
2015 年已签订合同 2016 年可确认收入（万元）	10,930.43	广告代理业务
2016 年已确定可签合同金额（万元）[注]	29,737.38	广告代理业务
小计（万元）	40,667.81	
2016 年移动互联网广告代理业务合同（万元）	15,252.55	移动端业务
合计（万元）	55,920.36	

注：2016 年已确定可签合同金额是指，截至本重组报告书出具日包括的已签署合同金额、在广告主审批流转过程中合同金额及经双方邮件确认的合同金额。

结合上述表格中爱德康赛 2015 年已签结留至 2016 年核算的合同金额及 2016 年已确定可签订合同金额，对比 2016 年盈利预测收入：

2016 年已确定合同总计（万元）	2016 年盈利预测收入（万元）	完成率
55,920.36	74,659.09	75%

同时结合 2015 年全年签订合同情况分析，2015 年 1 月签订广告代理业务合同金额占 2015 年全年签订广告代理业务的 28%，具体数据如下：

项目	金额	备注
2015 年签订广告代理业务合同总额(万元)	41,465.17	包含跨期合同
2015 年一月签订广告代理业务收入(万元)	11,470.44	包含跨期合同
占比(万元)	28%	

注:跨期合同是指部分金额确认在 2016 年。

对比 2015 年 1 月签订合同占 2015 年全年合同的比例,2016 年 1 月可以确定可签合同的比例远远高于 2015 年同期,因此广告代理业务可实现预测收入,移动互联网广告代理业务截止目前已签订合同数已可覆盖 2016 年移动互联网广告代理业务预测收入,即移动互联网广告代理业务可实现 2016 年预测收入。经过调整,评估师认为 2016 年营业收入具有可实现性。

7、2017-2019 年同比行业规模增长率及同行业公司未来收入增长率

公司名称	项目	2017 年	2018 年	2019 年
互众广告	营业收入(万元)	58,387.33	72,644.57	85,815.64
	收入增长率	30%	24%	18%
金源互动	营业收入(万元)	24,224.15	29,807.52	36,247.82
	收入增长率(万元)	25%	23%	22%
煜唐联创-北京吉狮	营业收入(万元)	268,534.03	303,385.36	324,615.26
	收入增长率	30%	13%	7%
平均值		28%	20%	16%
行业预测未来年度市场规模增长率[注]		23%	18%	
爱德康赛营业收入(万元)		93,081.12	102,135.56	110,046.15
爱德康赛收入增长率		25%	10%	8%

注:行业预测未来年度市场规模增长率数据来自艾瑞咨询 2015 年《中国网络广告行业年度监测报告》。

从上表可以看出本次评估未来收入增长率对比行业预测未来年度市场规模增长率及近年已过会案例收入增长率的平均值,均在合理范围内,本次评估对于未来收入增长的预测是合理谨慎的。

8、毛利率合理性分析

毛利率	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度
广告代理毛利率	2%	7%	7%	7%	7%	7%	7%
移动端业务毛利率			25%	25%	25%	25%	25%
综合毛利率	2%	7%	9%	9%	9%	9%	9%

爱德康赛在原有广告代理业务的基础上积极布局移动互联网广告业务,移动互联网广告代理业务的毛利率水平明显高于爱德康赛原有广告代理业务的毛

利率, 因此导致爱德康赛整体毛利率提升。本次评估对于未来年度毛利率的预测是合理谨慎的。

9、利润增长率合理性分析

同时市场上并购交易案例业绩承诺可见:

项目名称	项目	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
天龙集团 收购煜唐 联创-北京 吉狮	利润(万元)	403.84	3,277.65	4,769.08	6,694.99	9,056.45	10,120.95	10,502.64	10,471.16
	增长率		712%	46%	40%	35%	12%	4%	0%
明家科技 收购金源 互动	利润(万元)	329.5	3,325.09	2,091.92	2,424.51	2,722.27	3,297.11	3,796.28	4,135.08
	增长率		909%	-37%	16%	12%	21%	15%	9%
吴通通讯 收购互众 广告	利润(万元)	150.17	1,143.93	10,005.13	12,998.18	16,901.86	21,270.92	23,410.85	23,658.15
	增长率		662%	775%	30%	30%	26%	10%	1%
思美传媒 收购爱德 康赛	利润(万元)	-170.31	45.87	1,360.95	2,699.87	3,503.23	4,026.60	4,475.86	4,873.09
	增长率			2867%	98%	30%	15%	11%	9%

从上表可以看出, 从近年已过会同行业并购情况看, 爱德康赛历史年度利润均存在大幅度的增长, 爱德康赛历史年度基数较低, 随着业务的不断增长, 其增长率在合理范围内。

(八) 就返点率、营业收入、毛利率、折现率对爱德康赛评估值的影响作敏感性分析

1、返点率的影响

返点率的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
变动后的评估值(万元)	26,833.30	28,078.95	29,324.61	30,570.27	31,815.92
评估值变动率	-9%	-4%	0%	4%	9%

注: 2015 年与实际情况大致相符, 故返点率的敏感性分析不含 2015 年数据。

2、营业收入的影响

营业收入的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
变动后的评估值(万元)	25,378.13	27,351.37	29,324.61	31,297.85	33,271.09
评估值变动率	-13%	-7%	0%	7%	13%

注：2015 年与实际情况大致相符，故返点率的敏感性分析不含 2015 年数据。

3、毛利率的影响

毛利率的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
变动后的评估值(万元)	24,121.20	26,722.91	29,324.61	31,926.31	34,528.02
评估值变动率	-18%	-9%	0%	9%	18%

注：2015 年与实际情况大致相符，故返点率的敏感性分析不含 2015 年数据。

4、折现率的影响

折现率的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
折现率	13.16%	13.89%	14.62%	15.35%	16.08%
变动后的评估值(万元)	32,916.21	31,023.53	29,324.61	27,791.55	26,401.68
评估值变动率	12%	6%	0%	-5%	-10%

从上述敏感性分析可以看出，返点率的变化、营业收入的变动、毛利率的变化、折现率的变化对爱德康赛估值的影响都较为明显。

二、董事会对本次交易的评估合理性以及定价公允性分析

(一) 交易标的的定价依据

截至评估基准日 2015 年 9 月 30 日，北京爱德康赛广告有限公司总资产账面价值为 14,157.80 万元，负债账面价值为 10,425.20 万元，股东全部权益账面价值为 3,732.61 万元，股东全部权益评估值为 29,324.61 万元，增值 25,592.00 万元，增值率 685.63%。

经交易双方友好协商，标的资产爱德康赛 100%股权交易价格分别为 29,000 万元。

(二) 董事会对本次交易评估事项的意见

根据《重组管理办法》、《格式准则第 26 号》的有关规定，董事会在认真审阅了公司所提供的本次交易相关评估资料后，就评估机构的独立性、评估假设前提的合理性、评估方法与评估目的的相关性以及评估定价的公允性发表意见如下：

1、本次评估机构具备独立性

公司聘请中企华承担此次交易的评估工作，并签署了相关协议，选聘程序合规。中企华作为本次交易的评估机构，具有从事评估工作丰富的业务经验，能胜

任本次评估工作。中企华及其评估人员与公司、交易对方、标的公司无其他关联关系，具有独立性。

2、本次评估假设前提合理

本次评估假设的前提均按照国家有关法规与规定进行，遵循了市场的通用惯例或准则，符合评估对象的实际情况，未发现与评估假设前提相悖的事实存在，评估假设前提合理。

3、评估方法与评估目的的相关性一致

根据评估方法的适用性及评估对象的具体情况，本次评估采用收益法、资产基础法两种方法对标的公司的权益进行了评估，根据两种方法的适用性及评估对象的具体情况，评估机构最终参考收益法评估结果得出本次交易标的的最终评估结论。

鉴于本次评估的目的系确定标的资产于评估基准日的公允价值，为公司本次交易提供价值参考依据，本次评估机构所选评估方法恰当，评估结果客观、公正地反映了评估基准日评估对象的实际状况，评估方法与评估目的的相关性一致。

4、本次评估定价具备公允性

本次评估实施了必要的评估程序，遵循了独立性、客观性、科学性、公正性等原则，评估结果客观、公正地反映了评估基准日评估对象的实际状况，各类资产的评估方法适当，本次评估结论具有公允性。本次拟交易标的资产均以评估结果作为定价的基础，交易价格公平、合理，不会损害公司及广大中小股东利益。

(三) 交易标的定价公允性分析

1、本次爱德康赛交易作价市盈率、市净率

本次爱德康赛 100% 股权交易作价为 **29,000 万元**。根据经审计的财务数据，爱德康赛 2015 年 9 月 30 日的净资产为 **3,819.62 万元**，净利润为 **1,033.90 万元**，同时交易对方承诺爱德康赛 2015 年实现净利润不低于 **1,400 万元**，2016 年实现净利润不低于 **2,700 万元**。据此计算爱德康赛的相对估值水平如下：

项目	2015 年承诺	2016 年承诺
爱德康赛净利润（万元）	1,400	2,700
本次交易作价（万元）	29,000.00	
交易市盈率（倍）	20.71	10.74

2、可比上市公司市盈率、市净率分析

爱德康赛专注于搜索引擎营销（SEM）服务业务，通过其拥有的国内主要搜索引擎媒体资源，为 KA 客户提供基于搜索关键字广告的整合营销服务。根据 WIND 数据库，在此选取“申银万国行业类”中的“传媒”项下的“营销服务”类上市公司作为可比同行业上市公司。

截至 2015 年 9 月 30 日，可比上市公司的估值情况如下：

证券代码	证券简称	市盈率 PE(TTM) [交易日期] 2015-09-30	市净率 PB(LF) [交易日期] 2015-09-30
600088.SH	中视传媒	111.02	5.45
002143.SZ	印纪传媒	36.47	19.36
300392.SZ	腾信股份	114.51	15.29
002400.SZ	省广股份	35.97	7.38
603729.SH	龙韵股份	64.07	4.55
300058.SZ	蓝色光标	55.64	6.25
300071.SZ	华谊嘉信	89.24	8.13
600386.SH	北巴传媒	26.85	2.96
002712.SZ	思美传媒	70.89	5.57
平均值		67.18	8.33

注 1：数据来源：Wind 资讯；

2：市盈率 TTM 是价格除以最近四个季度每股盈利计算的市盈率，是动态市盈率；

由上表可知，营销服务类上市公司的平均市盈率为 67.18 倍，爱德康赛 2015 年承诺净利润计算的市盈率为 20.71 倍。2016 年承诺净利润计算的市盈率为 10.74 倍估值，显著低于同行业上市公司的平均市盈率。

3、市场可比交易的交易定价分析

近年来，A 股上市公司收购广告及公关行业企业的案例较多，与标的公司业务类型相似的收购交易及其对应的市盈率情况如下表：

序号	收购方（上市公司）	标的方	市盈率（P/E）
1	久其软件	北京亿起联科技有限公司	12.97
2	利欧股份	银色琥珀文化传播（北京）有限公司	14.40
3	明家科技	北京金源互动科技有限公司	13.03
4	吴通通讯	互众广告（上海）有限公司	13.14
5	天龙集团	北京煜唐联创信息技术有限公司	13.00
同行业可比市盈率平均值			13.30
本次交易市盈率			13.00

综上，按照标的资产 2016 年承诺净利润计算的市盈率 10.74 倍，本次交易的市盈率都低于同行业可比交易市盈率水平。

三、独立董事对本次交易评估事项的意见

公司独立董事对本次交易评估相关事项发表独立意见如下：

“1、公司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；该等机构与公司及公司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、评估报告等报告符合客观、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。

3、公司本次购买的标的资产的最终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，资产定价具有公允性、合理性，不会损害中小投资者利益。”

第六章 发行股份情况

一、发行股份及支付现金购买资产

(一) 发行股份的价格、定价原则及合理性分析

根据《重组办法》等有关规定，上市公司发行股份的价格不得低于市场参考价的 90%。市场参考价为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、60 个交易日或者 120 个交易日的公司股票交易均价之一。

本次发行股份及支付现金购买资产的股份发行定价基准日为上市公司第三届董事会第十七次会议决议公告日。该定价基准日前 20 个交易日、60 个交易日、120 个交易日的股票交易均价对比如下：

项目	20 个交易日	60 个交易日	120 个交易日
交易均价（元/股）	69.43	59.63	56.43
交易均价的 90%（元/股）	62.49	53.67	50.79

由上表可知，3 个不同均价较为接近，表明上市公司的股价波动较为平稳。20 个交易日的均价代表市场最近一个阶段对上市公司价值的判断，优点是能够反映市场最新的价值取向，缺点是由于计算周期较短，可能受股价波动的影响较大；120 个交易日的均价代表市场在较长一段时间内对上市公司价值的整体判断，优点是计算周期较长，能够平抑股价的短期波动，缺点是对公司价值的判断有一定的滞后性。

为兼顾时效性和平稳性，上市公司通过与交易对方协商，充分考虑各方利益，确定选取定价基准日前 60 个交易日公司股票交易均价作为本次股份发行的发行价格。即：定价基准日前 60 个交易日公司股票交易总额/定价基准日前 60 个交易日公司股票交易总量=59.63 元/股。

(二) 发行价格调整方案

根据上市公司第三届董事会第十八次会议决议，定价基准日至本次股份发行期间，如上市公司有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则发行价格进行相应调整，发行股份数量也随之进行调整。

除上述调整外，未约定其他发行价格调整方案。

(三) 发行股份的种类和面值

本次发行的股份为境内上市人民币普通股（A股），每股面值为人民币1.00元。

(四) 发行对象

本次发行方式为非公开发行股票，发行对象为刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）。

(五) 发行股份的定价基准日、定价依据和发行价格

本次发行的定价基准日为公司第三届董事会第十七次会议决议公告日。

本次发行股份及支付现金购买资产的股份发行定价依据为定价基准日前 60 个交易日公司股票交易均价，即 59.63 元/股。

从定价基准日至本次股票发行期间，如思美传媒有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则发行价格进行相应调整。

(六) 发行股份的数量

思美传媒向交易对方发行股份的具体数量以思美传媒向交易对方支付的股份对价除以股份发行价格进行确定，股份数量保留到个位数，之间差额由思美传媒以现金方式向交易对方补足。

根据标的资产交易作价及本次股份发行价格计算，思美传媒向交易对方发行股份情况如下：

标的资产	交易对方	发行股份数（股）
爱德康赛	刘申	1,791,974
	西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）	639,687
	哈尔滨华滨光辉创业投资企业（有限合伙）	-
合计		2,431,661

从定价基准日至本次股票发行期间，如思美传媒有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则发行数量进行相应调整。

(七) 发行股份的锁定期及上市安排

1、刘申在本次发行中认购的上市公司股份的锁定方式

自刘申在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 12 个月内不得转让,自上述股份上市起满 12 个月后、爱德康赛业绩承诺期间 2015 年度的《专项审核报告》已经出具并且刘申已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准),刘申本次发行中认购的上市公司股份的 36.78%扣除上述补偿义务履行过程中刘申应补偿股份数的部分解除限售。

自刘申在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 24 个月后、爱德康赛业绩承诺期间 2016 年度的《专项审核报告》已经出具并且刘申已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准),刘申本次发行中认购的上市公司股份的 36.78%扣除上述补偿义务履行过程中刘申应补偿股份数的部分解除限售。

自刘申在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市日起满 36 个月后、爱德康赛业绩承诺期间 2017 年度的《专项审核报告》已经出具并且刘申已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准),刘申本次发行中认购的上市公司股份的 26.44%扣除上述补偿义务履行过程中刘申应补偿股份数的部分解除限售。

2、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)在本次发行中认购的上市公司股份的锁定方式

西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)在本次发行中认购的上市公司股份自上述股份上市之日起 36 个月内不得转让,自上述股份上市之日起满 36 个月后爱德康赛业绩承诺期间 2017 年度的《专项审核报告》已经出具并且西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准),西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)本次发行中认购的上市公司股份的 34%扣除上述补偿义务履行过程中西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)应补偿股份数的部分解除限售。

西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)在本次发行中认购的上市公司股份上市之日起满 48 个月后标的公司业绩承诺期间 2018 年度的《专项审核报告》已经出具并且西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准),西藏爱信威诚

投资管理中心(有限合伙)本次发行中认购的上市公司股份的 33%扣除上述补偿义务履行过程中西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)应补偿股份数的部分解除限售。

西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)在本次发行中认购的上市公司股份上市之日起满 60 个月后、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)已就截止 2019 年 12 月 31 日标的公司《审计报告》列示的应收款项收回情况履行完毕补偿义务(如有)并且爱德康赛业绩承诺期间 2019 年度的《专项审核报告》已经出具并且西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准),西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)本次发行中认购的上市公司股份的 33%扣除上述补偿义务履行过程中西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)应补偿股份数的部分解除限售。

3、如管理层股东因履行业绩承诺补偿义务导致其持有的股份数减少,则计算当期可解除限售的股份数时扣除上述已经减少的股份数;如管理层股东因履行业绩承诺补偿义务导致其累计减少的股份数高于当期累计可以解除限售的股份数,则当期不解除限售。

4、哈尔滨华滨光辉创业投资企业(有限合伙)在本次交易中不涉及认购股份及相关锁定。

(八) 对上市公司主要财务数据的影响

根据天健出具的天健审[2015]7374 号《审计报告》、天健审[2016]6 号《审阅报告》和上市公司 2015 年三季度未经审计的财务数据,本次交易前后,上市公司 2014 年和 2015 年 1-9 月的主要财务数据变动情况如下:

单位:万元

项目	交易前		交易后	
	2015.9.30	2014.12.31	2015.9.30	2014.12.31
总资产	126,842.08	119,325.99	167,207.46	151,741.37
总负债	30,068.34	36,135.36	49,084.89	43,532.18
归属母公司所有者权益	96,682.24	83,095.37	118,041.16	108,209.19
项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2015 年 1-9 月	2014 年度
营业收入	176,343.66	215,076.13	207,254.67	247,895.82
营业利润	7,854.41	9,103.48	8,886.19	9,062.01
利润总额	8,245.06	9,573.02	9,372.76	9,525.20
净利润	5,915.80	7,147.95	6,666.74	7,056.23

归属于母公司所有者的净利润	5,919.56	7,081.93	6,668.77	7,022.91
基本每股收益(元)	0.66	0.83	0.74	0.80

(九) 对上市公司股权结构的影响

截至本报告书出具日，上市公司的总股本为 87,989,509 股，按照本次交易方案，公司拟发行普通股 2,431,661 股用于购买资产，拟发行普通股不超过 4,640,740 股用于募集配套资金。

本次交易完成前后，公司股本结构变化如下：

	交易前持股数(股)	比例	交易后持股数(股)	比例
朱明虬	40,895,171	46.48%	43,857,811	46.14%
昌吉州首创投资有限合伙公司	5,372,109	6.11%	5,372,109	5.65%
吴红心	4,965,137	5.64%	5,215,137	5.49%
余欢	3,263,266	3.71%	3,263,266	3.43%
程晓文	1,450,470	1.65%	1,450,470	1.53%
其他股东	32,043,356	36.42%	32,043,356	33.71%
配套募集资金方 (除朱明虬、吴红心外)				
新余佳银投资管理中心(有限合伙)			698,100	0.73%
上海兴璟投资管理有限公司			480,000	0.50%
珞容新兴产业1号基金			250,000	0.26%
小计			1,428,100	1.50%
爱德康赛交易方				
刘申			1,791,974	1.89%
西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)			639,687	0.67%
小计			2,431,661	2.56%
总股数	87,989,509	100.00%	95,061,910	100.00%

本次交易完成后，朱明虬仍为公司的控股股东、实际控制人，因此本次交易不会导致公司控制权的变化。

(十) 标的资产自评估基准日至交割日期间损益的归属

过渡期内，标的公司所产生的收入和利润由上市公司享有，标的公司不得实施分红派息或进行其他形式的利润分配；若标的公司在过渡期内产生亏损的，则在亏损数额经审计确定后 15 个工作日内（且受让方就本次发行验资之前），由转让方按各自在标的公司的原持股比例向上市公司以现金方式补足。

标的公司于评估基准日的滚存未分配利润由上市公司享有。

(十一) 思美传媒滚存未分配利润安排

思美传媒本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东共同享有。

二、发行股份募集配套资金

为支付本次交易中的现金对价和相关发行费用,以及用于扩大媒介代理业务规模,并补充上市公司流动资金,上市公司拟通过向朱明虬、上海兴璟投资管理有限公司、吴红心、上海珺容投资管理有限公司珺容新兴产业1号基金、新余佳银投资管理中心(有限合伙)非公开发行股份募集配套资金,募集配套资金总额预计不超过**28,999.98万元**,发行价格为第三届董事会第十七次会议决议公告日前20个交易日公司A股股票交易均价的90%,即62.49元/股。

本次非公开发行股份募集配套资金以发行股份及支付现金购买资产为前提条件,但非公开发行股份募集配套资金成功与否并不影响本次发行股份及支付现金购买资产的实施。

具体方案内容如下:

(一) 发行股份的种类和面值

本次发行的股票为境内上市的人民币普通股(A股),每股面值人民币1.00元。

(二) 发行对象及发行方式

公司拟通过锁价的方式,向朱明虬、上海兴璟投资管理有限公司、吴红心、上海珺容投资管理有限公司珺容新兴产业1号基金、新余佳银投资管理中心(有限合伙)非公开发行股份募集配套资金,发行对象以现金方式认购公司非公开发行的股份。

(三) 发行股份的定价基准日、定价依据和发行价格

本次向特定对象募集配套资金的定价基准日为公司本次董事会决议公告日。

募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的90%,即62.49元/股。

从定价基准日至本次股票发行期间,如上市公司有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项,则发行数量进行相应调整。

(四) 发行数量

本次交易拟募集配套资金总额预计不超过 28,999.98 万元,发行数量合计为 4,640,740 股,具体情况如下:

序号	配套募集资金方	股数(股)	金额(元)
1	朱明虬	2,962,640	185,135,374
2	新余佳银投资管理中心(有限合伙)	698,100	43,624,269
3	上海兴璟投资管理有限公司	480,000	29,995,200
4	珺容新兴产业 1 号基金	250,000	15,622,500
5	吴红心	250,000	15,622,500
小计		4,640,740	289,999,843

最终发行数量以中国证监会核准的发行数量为准。

在定价基准日至发行日期间,如思美传媒有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项,则发行数量进行相应调整。

(五) 锁定期及上市安排

全部发行对象认购的股份锁定期为 36 个月,自新增股份上市之日起计算。

该等股份发行结束后,因公司送股、资本公积金转增股本等事项增加的公司股份,亦应遵守上述约定。

(六) 募集资金用途

本次交易拟募集配套资金总额预计不超过 28,999.98 万元,具体用途如下:

序号	名称	金额(万元)
1	支付本次交易的现金对价	14,500.00
2	补充上市公司流动资金	8,250.18
3	扩大媒介代理规模项目及本次发行的相关费用	6,249.80
合计		28,999.98

(七) 思美传媒滚存未分配利润安排

思美传媒本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东共同享有。

(八) 上市地点

本次发行的股票拟在深圳证券交易所上市。

(九) 本次发行决议有效期

本次发行决议的有效期为公司股东大会审议通过本次发行议案之日起十二个月。如果公司已于该有效期内取得中国证监会对本次发行的核准文件,则该有效期自动延长至本次发行完成日。

(十) 募集配套资金必要性分析

1、前次募集资金情况

经中国证券监督管理委员会证监许可[2014]31 号文核准,并经深圳证券交易所同意,本公司由主承销商国信证券股份有限公司采用公开募集和老股转让方式,向社会公众公开发行人民币普通股股票 21,329,878 股,其中老股发售数量为 8,978,369 股,新股发行数量为 12,351,509 股,发行价为每股人民币 25.18 元,共计募集资金 311,010,996.62 元,坐扣承销和保荐费用 27,500,000.00 元后的募集资金为 283,510,996.62 元,已由主承销商国信证券股份有限公司于 2014 年 1 月 16 日汇入本公司募集资金监管账户。另减除上网发行费、招股说明书印刷费、申报会计师费、律师费、评估费等与发行权益性证券直接相关的新增外部费用 7,920,819.51 元后,公司本次募集资金净额为 275,590,177.11 元。上述募集资金到位情况业经天健会计师事务所(特殊普通合伙)验证,并由其出具《验资报告》(天健验〔2014〕9 号)。公司 2014 年度实际使用募集资金 225,829,744.50 元,2014 年度收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额为 2,091,673.09 元。截至 2015 年 3 月 31 日,募集资金余额为人民币 52,424,364.87 元(包括累计收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额)。

2015 年 5 月 22 日,公司股东大会决议通过《关于使用部分项目节余募集资金永久补充流动资金的议案》,将前次募资资金的投资项目“媒介传播研发中心项目”的相关募集资金专户节余 5,059.50 万元(含利息收入)永久补充流动资金,用于公司日常营运资金的周转。

上述节余募资资金永久补充流动资产后,截至 2015 年 9 月 30 日,公司剩余

募资资金余额为 125 万余元。

2、募集配套资金的具体用途

本次交易拟募集配套资金总额预计不超过 28,999.98 万元，具体用途如下：

序号	名称	金额（万元）
1	支付本次交易的现金对价	14,500.00
2	补充上市公司流动资金	8,250.18
3	扩大媒介代理规模项目及本次发行的相关费用	6,249.80
合计		28,999.98

3、上市公司现有货币资金情况

根据上市公司披露的《2015 第三季度报告》，截至 2015 年 9 月 30 日，上市公司合并口径下共有货币资金 19,785.09 万元。

2013 年度、2014 年和 2015 年 1-9 月，公司营业收入分别为 163,848.51 万元、215,076.13 万元、176,343.66 万元；最近二年及一期末，公司货币资金分别为 36,626.61 万元、20,872.13 万元和 19,785.09 万元。随着公司营业收入的增长，现金需求量也增长较快。

最近二年及一期末，公司经营活动产生的现金流量净额为 3,172.32 万元、-37,219.63 万元和 -1,922.09 万元。媒介代理业务是公司的核心业务，媒介代理业务具有很强的资金密集性的特点，主要体现在以下两方面：首先，公司在执行媒介资源采购时，如电视媒介资源集中采购、户外广告资源采购时，往往需要预付资金。随着公司全国性电视媒介资源采购规模的扩大，需要预付的资金规模相应快速增加；其次，公司在执行媒介代理业务时，一般综合考虑与客户合作周期、客户资信情况、广告投放额的等情况，给予客户一定的账期。随着公司客户群体的增大和单体规模的扩大，公司需为客户垫付的广告款规模也越来越大。

综上，一方面随着公司业务的增长，对营运资金的需求也随之增长；另一方面，由于公司业务对资金需求较大的特点，随着公司收入的增长，经营活动产生的现金流量也逐年为负。因此，公司现有货币资金余额需维持日常生产经营活动，上市公司账面可供其自由支配的货币资金趋于紧张。

4、除本次收购资产外的其他资产收购计划

为布局内容整合营销的战略方向,2015年11月20日,公司召开第三届董事会第二十二次会议审议通过了《关于公司收购上海科翼文化传播有限公司80%股权的议案》,公司以现金方式收购上海巧瞰投资管理中心(有限合伙)持有的上海科翼文化传播有限公司80%股权,该次交易金额为人民币40,000万元,本次交易资金来源为公司自筹资金。2015年12月8日,公司2015年第三次临时股东大会审议并通过了上述事项。

5、对外投资设立股权投资有限合伙企业

为借助专业机构的资源,提高对投资标的相关运作的专业性,2015年12月28日公司召开第三届董事会第二十三次会议,审议通过了《关于拟对外投资设立股权投资有限合伙企业的议案》,公司拟与江苏华映资本管理有限公司、苏州工业园区八二五新媒体投资企业(有限合伙)共同出资设立舟山华映华美股权投资合伙企业(有限合伙)(最终名称以工商核准登记为准)。合伙企业总规模为7,000万元,公司作为有限合伙人,以自有资金认缴出资额人民币5,000万元。

合伙企业的重点投资方向为符合思美传媒战略方向的互联网广告传播、营销推广、内容制作、传播媒体等具备长期的战略性价值和资本市场投资价值的企业。以便为公司进一步巩固行业地位、有效地产业整合提供支持,促进公司整体战略目标的实现。

6、上市公司资金未来使用计划

上市公司未来货币资金的直接支出需求主要来自于资产收购、补充日常营运资金,具体如下表:

序号	资金用途	金额(万元)
1	支付爱德康赛的现金对价	14,500.00
2	补充上市公司流动资金	8,250.18
3	收购科翼传播80%股权(注)	40,000.00
4	设立合伙企业	5,000.00
合计		67,750.18

注:根据协议,股权交割完成后的10个工作日内,支付该次交易转让对价的60%,即人民币24,000万元,目前公司已支付。

7、上市公司资产负债率与同行业水平的比较

根据上市公司公开披露的 2014 年度经审计的财务数据及 2015 年 9 月 30 日披露的财务数据,上市公司与同行业可比上市公司的资产负债率比较情况如下:

公司	2015. 9. 30	2014. 12. 31
联建光电	18.55	23.67
龙韵股份	19.76	28.33
电广传媒	37.45	35.93
华谊嘉信	33.79	43.58
省广股份	60.93	56.38
蓝色光标	72.50	59.19
平均值	40.49	41.18
思美传媒	23.71	30.28

如上表所示,思美传媒相比同行业其他上市公司资产负债率并无明显差异。

8、上市公司融资渠道及银行授信情况

上市公司除通过发行股份募集资金外,还可以通过向银行申请贷款的方式进行融资。截至 2015 年 9 月 30 日,上市公司及其子公司现有的银行授信情况如下:

公司	银行名称	授信额度(万元)	已用额度(万元)	余额(万元)
思美传媒	中国农业银行下城支行	8,000	0	8,000
思美传媒	杭州银行官巷口支行	12,000	5,000	7,000
思美传媒	中国银行城东支行	20,000	1,000	19,000
合计		40,000	6,000	34,000

截至 2015 年 9 月 30 日,上市公司尚可使用的银行授信额度为 34,000 万元,考虑到未来公司的资金使用计划,公司截至 2015 年 9 月 30 日还未使用的授信额度,无法满足上市公司未来货币资金支出的需求。同时,本次交易募集配套资金不超过 28,999.98 万元,如果上市公司通过债务方式融资,将进一步增加公司财务成本,不利于全体股东的利益最大化。

(十一) 本次募集配套资金的测算依据和测算过程

1、本次交易的现金部分的支付情况

根据上市公司与交易对方签署的协议约定,上市公司需向交易方支付现金对价合计 14,500 万元,各个时间阶段现金支付的具体数额情况如下:

项目	募集配套资金到账后10 个工作日	披露2016年会计年度审 计报告10个工作日	披露2017年会计年度审 计报告10个工作日
现金支付数 额(万元)	7,250.00	4,350.00	2,900.00

2、本次募集 8,250.18 万元资金补充上市公司流动资金的必要性和测算依据,以及扩大媒介代理业务的资金需求的测算依据。

思美传媒业务规模不断扩大,对流动资金的需求越来越大,自有资金已不能满足自身业务发展的需要,公司如果通过银行间接融资方式取得流动资金将造成公司财务费用不断增加。使用部分募集资金补充流动资金将使公司保持良好快速的发展状态,进一步扩大公司产品市场份额,同时提高募集资金的使用效率,有效降低公司财务费用,提升经营效益。综上,公司本次计划使用募集资金 8,250.18 万元补充日常经营所需的流动资金,从而解决部分的流动资金需求。

而公司的媒介代理业务具有很强的资金密集性的特点,扩大媒介代理规模项目旨在为公司的媒介代理业务补充营运资金,以支撑公司媒介代理业务规模的快速扩充。

因此,本公司流动资金需求量是基于日常生产经营所需营运资金与现有流动资金的差额所确定。公司通过预计营运资产和营运负债的角度对公司 2015 年至 2017 年营运资金的需求进行了分析。

(1) 公司正常营运资金需求的主要测算假设和依据:

1) 预计本次募集资金到账时间为 2016 年,在测算营运资金需求时,主要考虑未来二年,即 2016 年至 2017 年的资金需求。本次测算不考虑本次发行募集资金到位后,对公司生产经营、财务状况(如财务费用、投资收益)等的影响。

2) 收入预测

公司 2014 年审计报告显示 2014 年度公司营业收入为 215,076.00 万元。本次测算选取 WIND 数据库对上市公司的未来二年收入预测值作为参考值。

3) 毛利、毛利率预测

为了预测未来二年的毛利情况,公司假设未来期间的毛利率与公司 2014 年的综合毛利率保持一致(12.07%)。

4) 营运资金需求测算其他假设条件

根据公司及同行业上市公司的情况, 在对未来所需流动资金的测算假设条件设置如下:

项目	项目周转率	计算公式
应收账款	3.9803	应收账款周转率=营业收入/平均应收账款余额, 采用公司2014年度周转率为假设值
预付账款	19.8591	预付账款周转率=营业成本/平均预付账款余额, 采用公司2014年度周转率为假设值
存货	-	存货周转率=营业成本/平均存货余额, 采用公司2014年度周转率为假设值
预收账款	102.7051	预收款项周转率=营业收入/平均预收款项余额, 采用公司2014年度周转率为假设值
应付账款	9.3553	应付账款周转率=营业成本/平均应付账款余额, 采用公司2014年度周转率为假设值

(2) 测算结果

综合考虑到以上因素, 在其他经营要素不变的情况下, 公司因经营资产及经营负债的变动需增加的营运资金测算如下:

单位: 万元

	2014年末(A)	2015年末	2016年末	2017年末(B)
wind营业收入预测	215,076.00	259,971.60	332,324.00	513,200.00
营业成本预测	189,111.28	228,586.79	292,204.52	451,244.44
应收账款	83,422.28	47,208.09	119,777.86	138,094.55
预付账款	9,232.95	13,787.89	15,639.85	29,804.70
存货	-	-	-	-
上述经营资产合计(1)	92,655.22	60,995.98	135,417.71	167,899.25
预收账款	1,026.40	4,036.09	2,435.33	7,558.32
应付账款	23,684.39	25,183.37	37,284.72	59,183.27
上述经营负债合计(2)	24,710.79	29,219.46	39,720.06	66,741.59
营运资金((1)-(2))	67,944.43	31,776.52	95,697.66	101,157.66
营运资金缺口(B-A)	33,213.23			

根据上表测算结果, 2017年末公司营运资金需求额为101,157.66万元, 减去2014年末营运资金总额67,944.43万元, 公司新增营运资金需求为33,213.23万元, 该营运资金缺口需要通过留存收益、银行借款及股权融资等方式解决。同时考虑到现阶段公司资产负债率以及银行融资所增加的财务成本等情况, 且

自身盈余积累速度较慢,因此公司拟使用本次募集资金中的 8,250.18 万元补充流动资金,6,249.80 万元用于扩大媒介代理业务规模和支付本次相关发行费用,上述资金总体约占公司营运资金缺口约 43.66%,未超过运营资金缺口。

(十二) 收益法评估预测现金流中是否包含了募集配套资金投入带来的收益

采取收益法评估时,基于评估对象现有的经营能力,不考虑未来可能由于管理层变动、经营策略调整和追加投资等情况导致的经营能力变化。

爱德康赛主要的资产包括电脑、打印机等办公设备,将根据人员增加及资产更新进行增加,爱德康赛现有资产能支撑预测业务的增长。本次收益法评估时是基于爱德康赛评估基准日的业务规模和未来业务发展计划进行预测的,预测现金流时未考虑募投项目对未来业务预测的影响,不以募集配套资金投入为前提,预测现金流未包含募集配套资金投入带来的收益。

(十三) 锁价发行股份募集配套资金失败的补救措施

根据上市公司与交易对方签订的《发行股份及支付现金购买资产之协议书》及《补充协议》之约定:本次非公开发行股份募集配套资金以发行股份及支付现金购买资产为前提条件,但非公开发行股份募集配套资金成功与否并不影响本次发行股份及支付现金购买资产的实施。

公司拟通过锁价的方式,向朱明虬、上海兴璟投资管理有限公司、吴红心、上海珞容投资管理有限公司珞容新兴产业 1 号基金、新余佳银投资管理中心(有限合伙)非公开发行股份募集配套资金。截至 2016 年 1 月 8 日,上市公司股票收盘价格为 98.91 元/股,高于本次募集配套资金的发行价格 62.49 元/股,溢价率 达 58.28%。随着国家对二级市场的持续干预,投资者信心逐步恢复,大盘股指波动逐步趋向稳定,未来股价大幅波动的风险逐步减小,而本次交易募集资金配 套方参与认购时均表示作为长期投资者,更为看重本次交易完成后思美传媒和爱德康赛整合后的长期发展潜力,并且认购募集配套资金获得的股份锁定期为 3 年,二级市场短期的股价波动不是其考虑的重点。

其次,本次募集配套资金的发行对象之一朱明虬系公司实际控制人,其拟

认购 18,513.54 万元,从而进一步保障了公司配套募集资金的现金支付及交易费用的需求。

本次募集配套资金总额不超过 28,999.98 万元,如募集失败,上市公司可选择下列解决方式:

1、利用银行贷款

公司财务状况良好,无不良信用记录,并与多家银行有着长期业务合作关系,可利用银行贷款筹集资金。截至 2015 年 9 月 30 日,上市公司尚可使用的银行授信额度为 34,000 万元。

2、直接债务融资

公司可以通过发行公司债券,用以偿还金融机构贷款和补充流动资金,从而进一步保障本次交易的资金需求。

3、通过内部积累,利用自有资金

公司目前经营情况良好,考虑到公司未来有较强的盈利能力,可以通过内部积累方式满足本次交易的资金需求。

(十四) 募集配套资金合规性分析

根据中国证监会 2014 年 11 月 21 日发布的《关于上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金涉及定价等有关问题与解答》,属于以下情形的,不得以补充流动资金的理由募集配套资金:①上市公司资产负债率明显低于同行业上市公司平均水平;②前次募集资金使用效果明显未达到已公开披露的计划进度或预期收益;③并购重组方案仅限于收购上市公司已控股子公司的少数股东权益;④并购重组方案构成借壳上市。

1、上市公司资产负债率基本类同与同行业上市公司

根据上市公司公开披露的 2014 年度经审计的财务数据及 2015 年 9 月 30 日披露的财务数据,上市公司与同行业可比上市公司的资产负债率比较情况如下:

公司	2015. 9. 30	2014. 12. 31
联建光电	18.55	23.67
龙韵股份	19.76	28.33
电广传媒	37.45	35.93
华谊嘉信	33.79	43.58
省广股份	60.93	56.38
蓝色光标	72.50	59.19
平均值	40.49	41.18
思美传媒	23.71	30.28

如上表所示，思美传媒相比同行业其他上市公司资产负债率并无明显差异。

2、前次募集资金使用效果正常

经中国证券监督管理委员会证监许可〔2014〕31号文核准，并经深圳证券交易所同意，本公司采用公开募集和老股转让方式，向社会公众公开发行人民币普通股股票 21,329,878 股并上市，共计募集资金 311,010,996.62 元，坐扣承销和保荐费用 27,500,000.00 元后的募集资金为 283,510,996.62 元。截至 2015 年 3 月 31 日，募集资金余额为人民币 52,424,364.87 元（包括累计收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额）。

2015 年 5 月 22 日，公司股东大会决议通过《关于使用部分项目节余募集资金永久补充流动资金的议案》，将前次募资资金的投资项目“媒介传播研发中心项目”的相关募集资金专户节余 5,059.50 万元（含利息收入）永久补充流动资金，用于公司日常营运资金的周转。上述节余募资资金永久补充流动资产后，截至 2015 年 9 月 30 日，公司剩余募资资金余额为 125 万余元。

公司的募集资金储存于专用账户中且用于募投项目，在完成募投项目的前提下，将节余募资资金用于补充流动资金需求，以满足公司日常营运资金的周转需要。因此，上述募集资金的使用不存在效果明显未达到已公开披露的计划进度或预期收益的情形。

3、本次交易不涉及收购少数股东权益

本次交易的交易标的为爱德康赛 100%股权，不涉及收购上市公司已控股子公司的少数股东权益。

4、本次交易不够成借壳上市

本次交易不改变上市公司控股股东及实际控制人，不构成借壳上市。

综上所述，本次交易不存在《关于上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金涉及定价等有关问题与解答》禁止募集配套资金的情形。

(十五) 公司关于募集配套资金管理和使用的相关规定

为了规范募集资金的管理和使用，最大限度保护投资者权益，思美传媒依照《公司法》、《证券法》及中国证监会、交易所的有关规定，结合公司实际情况，制定了《思美传媒股份有限公司募集资金管理制度》(以下简称“《募集资金管理制度》”)，本次募集配套资金的管理和使用应依照上述规定，《募集资金管理制度》相关规定如下：

1、《募集资金管理制度》关于募集资金使用的分级审批权限、决策程序的主要规定如下：

第十二条 公司在使用募集资金时，应当严格履行如下申请和审批手续：

(一) 在募集资金使用计划或公司预算范围内，针对使用部门的募集资金使用由财务部门审核，财务负责人、总经理签批，会计部门执行；

(二) 因特殊原因，募集资金投资项目年度实际使用募集资金与前次披露的募集资金投资计划当年预计使用金额存在差异时，差异在 10%以内(含 10%)时，由总经理批准；差异在 10%~20%时，由董事长批准；差异在 20%(含 20%)以上的，由董事会批准；

(三) 差异部分达到 30%以上时，公司应当调整募集资金投资计划，并在募集资金年度使用情况的专项说明中披露前次募集资金年度投资计划、目前实际投资进度、调整后预计分年度投资计划以及投资计划变化的原因等。

第十五条 公司以募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金的，应当经公司董事会审议通过、注册会计师出具鉴证报告及独立董事、监事会、保荐机构发表明确同意意见并履行信息披露义务后方可实施，置换时间距募集资金到账时间不得超过 6 个月。公司已在发行申请文件中披露拟以募集资金置换预先投入的自筹资金且预先投入金额确定的，应当在完成置换后 2 个交易日内报告深圳证券交易所并公告。

第十六条 公司改变募投项目实施地点的,应当经公司董事会审议通过,并在 2 个交易日内报告深圳证券交易所并公告改变原因及保荐机构的意见。公司改变募投项目实施主体、重大资产购置方式等实施方式的,还应在独立董事、监事会发表意见后提交股东大会审议。

2、《募集资金管理制度》关于募集资金使用的风险控制措施的主要规定如下:

第三十一条 公司会计部门应当对募集资金的使用情况设立台帐,详细记录募集资金的支出情况和募集资金项目的投入情况。公司内部审计部门应当至少每季度对募集资金的存放与使用情况检查一次,并及时向审计委员会报告检查结果。

审计委员会认为公司募集资金管理存在违规情形、重大风险或内部审计部门没有按前款规定提交检查结果报告的,应当及时向董事会报告。董事会应当在收到审计委员会的报告后 2 个交易日内向深圳证券交易所报告并公告。公告内容应当包括募集资金管理存在的重大违规情形或重大风险、已经或可能导致的后果及已经或拟采取的措施。

财务部应当每月定期向总经理汇报募集资金使用情况。公司董事会和监事会应对项目进行检查、督促,及时掌握项目建设情况。

第三十二条 公司当年存在募集资金运用的,董事会应当对年度募集资金的存放与使用情况出具专项报告,并聘请注册会计师对募集资金存放与使用情况出具鉴证报告。会计师事务所应当对董事会的专项报告是否已经按照本指引及相关格式指引编制以及是否如实反映了年度募集资金实际存放、使用情况进行合理保证,提出鉴证结论。鉴证结论为“保留结论”、“否定结论”或“无法得出结论”的,公司董事会应当就鉴证报告中注册会计师提出该结论的理由进行分析、提出整改措施并在年度报告中披露。保荐机构应当在鉴证报告披露后的 10 个交易日内对年度募集资金的存放与使用情况进行现场核查并出具专项核查报告,核查报告应认真分析注册会计师提出上述鉴证结论的原因,并提出明确的核查意见。公司应当在收到核查报告后 2 个交易日内报告深圳证券交易所并公告。

第三十三条 公司独立董事应当关注募集资金实际使用情况与公司信息披

露情况是否存在重大差异。经二分之一以上独立董事同意，独立董事可以聘请注册会计师对募集资金的存放和使用情况出具鉴证报告。公司应当予以积极配合，并承担必要的费用。

第三十四条 监事会有权对募集资金使用情况进行监督。

3、《募集资金管理制度》关于募集资金使用的信息披露程序的主要规定如下：

第三十五条 公司应按照中国证监会、证券交易所的有关规定、本公司章程、本公司信息披露制度的相关规定履行募集资金管理的信息披露义务。

第三十六条 公司应披露以下信息：

(一) 公司与保荐机构、存放募集资金的商业银行签署三方监管协议的主要内容；

(二) 出现严重影响募集资金投资计划正常进行的情形；

(三) 公司变更募集资金投资项目实施地点、实施方式；

(四) 公司用闲置募集资金暂时用于补充流动资金；

(五) 公司变更募集资金用途；

(六) 证券交易所要求的其他内容。

第三十七条 募集资金投资项目涉及关联交易的，应当按照证券交易所及公司章程的有关规定予以披露。

第三十八条 公司应在定期报告中披露专用账户资金的使用及项目实施进度等情况。

4、《募集资金管理制度》关于募集资金的存储、变更、监督和责任追究机制设置如下：

第五条 凡违反本制度，致使公司遭受损失（包括经济损失和名誉损失），公司应视具体情况，追究相关人员的责任。

第六条 募集资金到位后，公司应及时办理必要的验资手续，由具有证券从业资格的会计师事务所出具验资报告。

第七条 募集资金应当存放于董事会决定的专项帐户（以下简称“专户”）集中管理，专户不得存放非募集资金或用作其他用途。募集资金专户数量原则上不得超过募集资金投资项目的个数。

第八条 公司应当在募集资金到位后 1 个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。协议至少包括以下内容:

(一) 公司应当将募集资金集中存放于专户中;

(二) 公司一次或 12 个月内累计从专户中支取的金额超过 1,000 万元或发行募集资金总额扣除发行费用后的净额(以下简称“募集资金净额”)的 5%的,公司及商业银行应当及时通知保荐机构;

(三) 商业银行每月向公司出具银行对账单,并抄送保荐机构; (四) 保荐机构可以随时到商业银行查询专户资料;

(五) 公司、商业银行、保荐机构的权利、义务和违约责任;

(六) 商业银行三次未及时向保荐机构出具对账单或通知专户大额支取情况,以及存在未配合保荐机构查询与调查专户资料情形的,公司可以终止协议并注销该募集资金专户。公司应当在全部协议签订后及时报交易所备案并公告协议主要内容。上述协议在有效期届满前因保荐机构或商业银行变更等原因提前终止的,公司应当自协议终止之日起 1 个月以内与相关当事人签订新的协议,并及时报交易所备案后公告。

第二十三条 募集资金投资项目原则上应按招股说明书,募集说明书规定的方案实施,若确有特殊原因,须申请变更的,项目责任单位应向总经理提交变更理由和变更方案,经总经理确认后,向董事会提议。以下情形视为募集资金用途变更:

(一) 取消原募集资金项目,实施新项目;

(二) 变更募集资金投资项目实施主体;

(三) 变更募集资金投资项目实施方式;

(四) 交易所认定为募集资金用途变更的其他情形。

公司应当在董事会和股东大会审议通过变更募集资金用途议案后,方可变更募集资金用途。

第二十四条 募集资金变更项目,应符合公司发展战略和国家产业政策,符合国家支持发展的产业和投资方向,原则上应投资于主营业务。项目责任单位在变更方案前,应当对新项目作充分的调查研究和分析论证。

第二十五条 公司董事会应当对总经理确认转报的由项目责任单位提出的

变更方案进行可行性分析,确信投资项目具有较好的市场前景和盈利能力,有效防范投资风险,提高募集资金使用效益,在此基础上,对是否变更作出决议。

第二十六条 公司拟变更募集资金用途的,应当在董事会审议后 2 个交易日内公告以下内容:

- (一) 原项目基本情况及变更的具体原因;
- (二) 新项目的的基本情况、可行性分析和风险提示;
- (三) 新项目的投资计划;
- (四) 新项目已经取得或尚待有关部门审批的说明(如适用);
- (五) 独立董事、监事会、保荐机构对变更募投项目的意见;
- (六) 变更募集资金用途尚需提交股东大会审议的说明;
- (七) 深圳证券交易所要求的其他内容。新项目涉及关联交易、购买资产、对外投资的,还应当比照相关规则的规定进行披露。

第二十七条 公司变更募集资金用途用于收购控股股东或实际控制人资产(包括权益)的,应当确保在收购后能够有效避免同业竞争及减少关联交易。

公司应当披露与控股股东或实际控制人进行交易的原因、关联交易的定价政策及定价依据、关联交易对公司的影响以及相关问题的解决措施。

第二十八条 公司改变募集资金投资项目实施地点的,应当经董事会审议通过,并在二个交易日内公告,说明改变情况、原因、对募集资金投资项目实施造成的影响以及保荐机构出具的意见。

第二十九条 单个募投项目完成后,公司将该项目节余募集资金(包括利息收入)用于其他募投项目的,应当经董事会审议通过、保荐机构发表明确同意的意见后方可使用。

节余募集资金(包括利息收入)低于 50 万或低于该项目募集资金承诺投资额 1%的,可以豁免履行前款程序,其使用情况应在年度报告中披露。公司将该项目节余募集资金(包括利息收入)用于非募投项目(包括补充流动资金)的,应当按照本制度第二十六条、第二十八条履行相应程序及披露义务。

第三十条 募投项目全部完成后,节余募集资金(包括利息收入)在募集资金净额 10%以上的,公司使用节余资金应当符合以下条件:

- (一) 独立董事、监事会发表意见;

(二) 保荐机构发表明确同意的意见;

(三) 董事会、股东大会审议通过。

(十六) 保荐人

上市公司聘请中信建投证券担任本次交易的独立财务顾问,中信建投证券经证监会批准依法设立,具备保荐人资格。

第七章 本次交易主要合同

一、《收购协议》及《业绩补偿协议》

(一) 合同主体、签订时间

2015年7月14日,思美传媒与刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)、哈尔滨华滨光辉创业投资企业(有限合伙)、爱德康赛签署了附条件生效的《爱德康赛收购协议》。2015年7月14日,思美传媒与刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)签署了《爱德康赛业绩补偿协议》。

2015年7月28日,思美传媒与刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)、哈尔滨华滨光辉创业投资企业(有限合伙)、爱德康赛签署了附条件生效的《爱德康赛收购协议》之补充协议。2015年7月28日,思美传媒与刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)签署了《爱德康赛业绩补偿协议》之补充协议。

2016年1月8日,思美传媒与刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)、哈尔滨华滨光辉创业投资企业(有限合伙)、爱德康赛签署了附条件生效的《爱德康赛收购协议》之补充协议(二)。2016年1月8日,思美传媒与刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)签署了《爱德康赛业绩补偿协议》之补充协议(二)。

(二) 交易价格及定价依据

根据中企华出具的中企华评报字(2015)第4292号《资产评估报告》,爱德康赛100%股权的评估值为29,324.61万元。各方协商确认本次交易上市公司需向转让方支付的对价合计为29,000万元。

(三) 支付方式

本次交易的具体支付方式如下:

序号	交易对方	转让对价总额	发行股份数 (股)	支付现金数(元)
----	------	--------	--------------	----------

1	刘申	183,312,400.15	1,791,974	76,456,990.53
2	西藏爱信威诚投资管理中心 (有限合伙)	65,437,599.85	639,687	27,293,064.04
3	哈尔滨华滨光辉创业投资企业 (有限合伙)	41,250,000.00	-	41,250,000.00
合计		290,000,000.00	2,431,661	145,000,054.57

上市公司向交易对方发行股份的具体数量以上市公司向交易对方支付的股份对价除以股份发行价格进行确定,股份数量保留到个位数,之间差额由上市公司以现金方式向交易对方补足。

(四) 资产交付或过户的时间安排

根据《爱德康赛收购协议》及补充协议,本次发行股份及支付现金购买资产在经中国证监会核准后,标的公司应在经中国证监会核准后的 30 日内办理完成变更为有限责任公司的工商变更登记及转让方合计持有的标的公司 100%股权过户到上市公司名下的工商登记,转让方同意上述变更并对上述变更予以配合;转让方未能遵守或履行相关约定、义务或责任、陈述或保证,应负责赔偿公司因此而受到的损失。

(五) 交易标的自审计评估基准日至交割日期间损益的归属

根据《爱德康赛收购协议》及补充协议,各方同意,过渡期内,标的公司所产生的收入和利润由公司享有,标的公司不得实施分红派息或进行其他形式的利润分配;若标的公司在过渡期内产生亏损的,则在亏损数额经审计确定后 15 个工作日内(且受让方就本次发行验资之前),由转让方按各自在标的公司的原持股比例向公司以现金方式补足。

各方同意,标的公司于评估基准日的滚存未分配利润由公司享有。公司本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东共同享有。

(六) 合同的生效条件和生效时间

根据《爱德康赛收购协议》及补充协议,该等协议项下各方的承诺与保证条款、违约责任和保密条款自协议签署之日即生效,其他条款于以下条件均满足之日生效:

- 1、上市公司董事会、股东大会批准包括该等协议下的发行股份及支付现金

购买资产在内的本次发行事项，并且审议通过该等协议；

2、标的公司董事会、股东大会批准包括该等协议下的发行股份及支付现金购买资产在内的本次发行事项，并且审议通过该等协议；

3、中国证监会核准包括该等协议下的发行股份及支付现金购买资产在内的本次发行。

(七) 业绩承诺及补偿

根据《业绩补偿协议》，本此交易的业务补偿原则如下：

1、业绩承诺情况

根据《爱德康赛业绩补偿协议》之**补充协议（二）**，刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）承诺，爱德康赛于 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度应实现的年度经审核税后净利润应分别不低于 **1,400 万元、2,700 万元、3,510 万元、4,563 万元、5,019.3 万元**。否则业绩承诺方将按照《业绩补偿协议》之约定对上市公司进行赔偿。

2、盈利差异的确定

爱德康赛盈利差异的确定：

本次交易实施完毕后，思美传媒将指定具有证券从业资格的会计师事务所（以下简称“会计师事务所”）对爱德康赛进行年度审计，由该会计师事务所对爱德康赛在业绩承诺期间实现的扣除非经常性损益后的净利润（以下简称“实际净利润”）的累计数与预测净利润累计数的差异情况进行审核确认。

会计师事务所在出具业绩承诺期间各年度爱德康赛的年度审计报告时，对爱德康赛收到的媒体返点金额按权责发生制原则先行确认。由会计师事务所根据该年度标的公司归属于上一年度的媒体返点金额对年报税后净利润进行复核、确认并出具《专项审核报告》。

各方均一致同意在考核爱德康赛是否实现业绩承诺及计算补偿金额时，以《专项审核报告》确认的税后净利润数据（即“审核税后净利润”）为准。若《专项审核报告》的结果与爱德康赛年度审计报告的结果存在差异的，以《专项审核报告》为准。上述审计及专项审计费用由标的公司承担。

3、业绩承诺期间

爱德康赛补偿责任人对爱德康赛的业绩承诺期间为 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度，其中 2015 年度、2016 年度、2017 年度由刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）共同参与业绩承诺及补偿；2018 年度、2019 年度由西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）参与业绩承诺及补偿。

4、盈利差异的补偿

（1）根据会计师事务所出具的《专项审核报告》，如果标的公司在业绩承诺期间内任一会计年度的当年期末实际净利润累计数未能达到当年期末预测净利润累计数，则思美传媒应在该年度的《专项审核报告》披露之日起十（10）日内，以书面方式通知补偿责任人关于标的公司在该年度实际净利润累计数小于预测净利润累计数的事实，并要求补偿责任人优先以股份补偿的方式进行利润补偿，不足部分以现金补偿的方式进行利润补偿。

（2）具体股份补偿数额和现金补偿金额的计算方式如下：

当年应补偿股份数=（标的公司截至当期期末预测净利润累计数-标的公司截至当期期末实际净利润累计数）÷标的公司业绩承诺期间内各年度的预测净利润数总和×标的资产交易对价总额÷发行价格-已补偿股份数量

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，具体补偿金额计算方式如下：

当年应补偿现金金额=（每一测算期间应补偿股份数-每一测算期间已补偿股份数）×发行价格-已补偿现金金额。

在计算任一会计年度的当年应补偿股份数或应补偿金额时，若当年应补偿股份数或应补偿金额小于零，则按零取值，已经补偿的股份及金额不冲回。

5、减值测试及补偿

在业绩承诺期间届满且业绩承诺期间最后一个会计年度的《专项审核报告》已经出具后，思美传媒将聘请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出具资产减值测试报告（以下简称“《资产减值测试报告》”）。

根据《资产减值测试报告》，若标的资产期末减值额>（业绩承诺期间内已补偿股份总数×发行价格+现金补偿金额），则补偿责任人应按照以下公式计算股份补偿数量并另行补偿：

应补偿股份数=（标的资产期末减值额-业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格-业绩承诺期间已补偿现金金额）÷发行价格

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，按以下公式计算确定现金补偿金额：

应补偿现金金额=（标的资产期末减值额—业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格—业绩承诺期间内已补偿现金金额）—当年可另行补偿的股份数×发行价格。

上述“减值额”为标的资产的初始作价减去标的资产的当期评估值并扣除业绩承诺期间内标的公司股东增资、减资、接受赠与以及利润分配的影响。

6、补偿股份数量的调整

如果利润补偿期内思美传媒实施转增股本或送股而导致补偿责任人持有的思美传媒之股份数量发生变化，则应补偿股份数调整为：当年应补偿股份数（调整后）=当年应补偿股份数×（1+转增或送股比例）

若思美传媒在业绩承诺期间实施现金分红的，现金分红的部分补偿责任人应作相应返还，计算公式为：返还金额=每股已分配现金股利×补偿股份数量。

如因下列原因导致业绩承诺期间内标的公司实际实现的扣除非经常性损益后的净利润累计数小于同期预测净利润累计数，本协议各方可协商一致，以书面形式对约定的补偿股份数量予以调整：发生签署协议时所不能预见、不能避免、不能克服的任何客观事实，包括但不限于水灾、自然灾害、旱灾、台风、地震及其它自然灾害、交通意外、罢工、骚动、暴乱及战争。上述不可抗力事件导致标的公司发生重大经济损失、经营陷入停顿或市场环境严重恶化的，各方可根据公平原则，结合实际情况协商免除或减轻补偿责任人的补偿责任。

7、利润补偿方式

股份补偿方式首先采用股份回购注销方案，即由思美传媒回购补偿责任人所持有的等同于当年应补偿股份数的思美传媒部分股份，该部分股份不拥有表决权

且不享有股利分配的权利。思美传媒应在会计师事务所出具《专项审核报告》后 40 个工作日内召开董事会及股东大会审议关于回购补偿责任人应补偿的股份并注销的相关方案。

若思美传媒股东大会审议通过该股份回购议案，思美传媒将以人民币 1.00 元的总价定向回购当年应补偿股份，并予以注销，且同步履行通知债权人等法律、法规关于减少注册资本的相关程序。思美传媒应在股东大会决议公告后 10 个工作日内将股份回购数量书面通知补偿责任人。补偿责任人有义务协助思美传媒尽快办理该等股份的回购、注销事宜。

若股东大会未能审议通过该股份回购议案，则思美传媒将在股东大会决议公告后 10 个交易日内书面通知补偿责任人实施股份赠送方案，并在自股东大会决议公告之日起 30 日内，授权思美传媒董事会按有关规定确定并公告股权登记日，将等同于上述应补偿数量的股份赠送给该股权登记日登记在册的其他股东（指上市公司股东名册上除补偿责任人外的其他股东），上市公司其他股东按其持有的股份数量占股权登记日上市公司扣除补偿责任人合计持有的股份数后的股本数量的比例获赠股份。

如股份补偿数额不足以补偿时，差额部分由补偿责任人在股份补偿的同时，按上述公式计算的应补偿现金金额向上市公司进行现金补偿。

补偿责任人根据其各自转让的标的公司股权比例分担上述应补偿股份数和应补偿现金金额。

8、超额完成业绩的奖励措施

根据《爱德康赛收购协议》及补充协议，上市公司同意，将业绩承诺期间累计实现的审核税后净利润数和业绩承诺指标总数进行对比考核，对于业绩承诺期间 2015 年度、2016 年度、2017 年度超额完成业绩承诺指标的部分（即上述年度累计实现审核税后净利润与上述年度业绩承诺指标累计总数的差额），上市公司同意分别在业绩承诺期间 2018 年度《专项审核报告》出具后 15 日内将其中 15% 的金额（税前）、在业绩承诺期间 2019 年度《专项审核报告》出具后 15 日内将其中 15% 的金额（税前），由爱德康赛以现金方式向管理层股东及/或由管理层股东确认的公司员工进行奖励。上述奖励计入爱德康赛当期费用，在考核业绩承诺指标完成情况时将上述奖励费用视同非经常性损益处理。具体奖励方案由上市

公司董事会审议确认。如作为西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)合伙人的核心团队成员截止业绩承诺期间 2017 年末离职的人员原合计所持西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)财产份额(以本协议签署时其合伙人及其出资结构为准)超过西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)出资额总额的 20%，则取消上述奖励。

对于业绩承诺期间 2018 年度、2019 年度超额完成业绩承诺指标的部分(即上述年度累计实现审核税后净利润与上述年度业绩承诺指标累计总数的差额)，上市公司同意在业绩承诺期间 2019 年度《专项审核报告》出具后 15 日内将其中 30%的金额(税前)，由爱德康赛以现金方式向管理层股东及/或由管理层股东确认的公司员工进行奖励。上述奖励计入爱德康赛当期费用，在考核业绩承诺指标完成情况时将上述奖励费用视同非经常性损益处理。具体奖励方案由上市公司董事会审议确认。如作为西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)合伙人的核心团队成员截止 2019 年末离职的人员原合计所持西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)财产份额(以本协议签署时其合伙人及其出资结构为准)超过西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)出资额总额的 40%，则取消上述奖励。

(八) 竞业禁止

根据《爱德康赛收购协议》及补充协议，爱德康赛及管理层股东承诺，爱德康赛已与核心团队成员签订了服务期限届满日期不早于自标的资产交割日起满五年之日的《劳动合同》，并保证核心团队成员承诺在上述服务期限内不主动离职，保证核心团队成员与公司就其在上述期限及离职后 2 年内不从事与标的公司及其子公司、上市公司及其子公司存在竞争关系的行为。

如爱德康赛核心团队成员在上述约定的期限内离职的，视为西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)违约，其应按照如下金额向上市公司承担违约责任：

违约责任金额=离职核心团队成员在乙方二持有的财产份额比例×乙方二于本次交易中取得的交易对价总额×(60 个月-离职核心团队成员自标的资产交割日起至离职之日的工作时间)/60 个月

离职核心团队工作时间按月计算，不满 1 月按 1 月计算。

如爱德康赛核心团队成员在其任职期间及离职后 2 年内从事与爱德康赛及其子公司、上市公司及其子公司存在竞争关系的行为，视为管理层股东违约，从

事上述行为的核心团队成员应将其从事上述行为产生的全部收益以现金方式补偿给上市公司，并赔偿爱德康赛、上市公司因此产生的损失，管理层股东就上述补偿义务及赔偿责任承担连带保证责任。

爱德康赛管理层股东承诺，自标的资产交割日起六年内及在其持有上市公司股份期间（以较晚时间为准）不得在上市公司、爱德康赛以外，直接或间接通过直接或间接控制的其他经营主体或以自然人名义从事与上市公司及其子公司、爱德康赛及其子公司相同、相似、相关的业务；管理层股东违反本条承诺的经营所得应全额补偿给上市公司，并需赔偿上市公司因此造成的全部损失，管理层股东就上述补偿及赔偿承担连带责任。

（九）违约责任条款

《爱德康赛收购协议》及补充协议约定的违约责任如下：

“本协议签署后、生效前，协议任何一方均应遵守其声明和保证，履行协议项下的义务。除不可抗力以外，任何一方不履行或不及时、不适当履行本协议项下其应履行的任何义务，或违反其在本协议项下作出的任何陈述、保证或承诺，或违反本协议书签订后至交割日前签订的与本协议有关的补充协议、备忘录、单方承诺的，或在本协议下的承诺与保证事项有重大不实的或存在虚假陈述的，均构成其违约。如果一方出现本协议本条约定的任一违约，则守约方应书面通知对方予以改正或作出补救措施，并给予对方 20 个工作日的宽限期。如果宽限期届满违约方仍未适当履行本协议或未以守约方满意的方式对违约行为进行补救，则本协议自守约方向违约方发出终止本协议的通知之日终止，守约方有权要求违约方赔偿。

本协议签署后、生效前，如甲方（指“思美传媒”）单方面提出解除合同（因本次交易的审核机构相关要求解除的除外），甲方需向乙方（指“爱德康赛股东”）支付违约金 2,000 万元；如乙方中的任何一方单方面提出解除合同（因本次交易的审核机构相关要求解除的除外），乙方中的该方需向甲方支付违约金 2,000 万元，乙方中提出解除本协议的主体超过一方的，乙方中各违约方合计赔付违约金总额为 2,000 万元，各主体按照各自取得的甲方支付对价的比例承担相应赔偿责任。

本协议生效后，若甲方未能按照本协议约定的付款期限、付款金额向转让方

支付现金对价或股份对价的,每逾期一日,应当以应付未付金额为基数按照万分之二/天向乙方支付违约金,但由于乙方各自自身的原因或其他非因甲方原因导致逾期付款的除外。若乙方中的一方违反本协议的约定,未能在约定的期限内办理完毕标的资产的交割手续,每逾期一日,应当以具体违约方在标的公司的持股比例乘以本次交易对价总额为基数按照万分之二/天向甲方支付违约金,但由于甲方的原因导致逾期办理标的资产交割的除外。

就本协议下的义务及责任,乙方之间承担共同连带责任。”

二、募集配套资金之《股份认购合同》

(一) 合同主体及签订时间

2015年6月30日,上市公司与朱明虬、上海兴璟投资管理有限公司、吴红心、上海珺容投资管理有限公司珺容新兴产业1号基金、新余佳银投资管理中心(有限合伙)(以下合称“认购方”)分别签署了《股份认购合同》。2016年1月8日,上市公司与朱明虬签署了《股份认购合同》之补充合同。

朱明虬直接持有40,895,171股上市公司股份,持股占比46.48%,同时持有上市公司股东昌吉州首创投资有限合伙企业42.99%的股份,昌吉州首创投资有限合伙企业直接持有上市6.11%股份,朱明虬为公司的控股股东、实际控制人;吴红心持有上市公司5.64%的股份;新余佳银投资管理中心(有限合伙)有限合伙人朱昊天系朱明虬成年子女,上述三名认购方与本公司存在关联关系。

截至本报告书签署日,上海兴璟投资管理有限公司、上海珺容投资管理有限公司珺容新兴产业1号基金未持有上市公司股份。

(二) 认购标的、募集配套融资金额及认购金额

1、认购标的

上市公司非公开发行的A股普通股,每股面值为人民币1.00元。

2、募集配套融资资金金额

上市公司本次非公开发行股票募集配套融资资金总额不超过28,999.98万元。

3、认购方认购金额

本次交易拟募集配套资金总额预计不超过 28,999.98 万元,发行数量合计为 4,640,740 股,认购方具体认购金额及股份情况如下:

序号	配套募集资金方	股数(股)	金额(元)
1	朱明虬	2,962,640	185,135,374
2	新余佳银投资管理中心(有限合伙)	698,100	43,624,269
3	上海兴璟投资管理有限公司	480,000	29,995,200
4	珺容新兴产业 1 号基金	250,000	15,622,500
5	吴红心	250,000	15,622,500
小计		4,640,740	289,999,843

(三) 认购方式

认购方以现金方式认购上市公司本次非公开发行 A 股普通股。

(四) 定价基准日、定价原则、认购价格

本次非公开发行的定价基准日:上市公司本次非公开发行 A 股普通股的董事会决议公告日,即为第三届董事会第十七次会议决议公告日。

定价原则及认购价格:定价基准日前 20 个交易日的上市公司股票交易均价的 90%,即为人民币 62.49 元/股。

若上市公司股票在定价基准日至发行日期间发生除权、除息的,本次发行(认购)价格及认购数量应作相应调整。

若监管部门对本次非公开发行的价格进行调整,上市公司应在监管部门的指导价格范围内确定新的发行价格,双方应在此价格基础上协商新的认购合同。

(五) 认购股份的限售期

认购所认购的本次非公开发行的 A 股普通股自本次非公开发行股份上市之日起 36 个月内不得转让。

(六) 认购款的支付、用途及股票支付

本协议生效后,认购方在收到上市公司发出的《募集配套资金非公开发行股票配售股份及缴款通知书》后,按该通知书确定的日期(该日期不得早于通知书发出之日起第 10 日)将认购款项一次性支付至指定账户。

上市公司因认购方认购股份所募集的配套资金,仅用于支付本次交易中的现金对价和相关发行费用,以及用于扩大媒介代理业务规模,并补充上市公司流动资金,不得用于其他用途。

上市公司在收到认购方足额支付的股份认购款之后,按照中国证监会及证券交易所和证券登记结算部门规定的程序,将认购方认购的股票通过中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司的证券登记系统记入认购方名下,以实现交付。

(七) 违约责任

若认购方非经上市公司同意即解除本合同的,应按约定的认购金额的 10% 向甲方承担违约金,但认购方非因其自身原因解除合同的除外。本款约定的违约责任之法律效力独立于本合同,不因本合同未生效而无效。

本合同生效后,若认购方未能按照本合同的约定如期足额履行交付认购款项义务的,则按欠付金额以每日万分之五向上市公司支付违约金。

在认购方按时交付了足额认购款项的前提下,若上市公司不能按照本合同约定的内容向认购方交付所认购股票,则认购方可以向上市公司追索,并且上市公司应按未交付所认购股票对应的金额以每日万分之五向认购方支付违约金。

因监管部门对发行价格进行调整而造成本合同无法履约的,不构成合同违约。

(八) 合同成立及生效

本合同自上市公司法定代表人或授权代表签字并加盖公章且认购方签字后成立。

本合同在下列条件全部得到满足时生效:本合同已正式签署;上市公司本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金项目经上市公司董事会及股东大会决议合法通过;上市公司本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金项目取得中国证券监督管理委员会的核准。

第八章 交易的合规性分析

一、本次交易符合《重组办法》第十一条的要求

(一) 符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规的规定

1、本次交易符合国家产业政策

本次拟购买的标的资产为爱德康赛 100%股权。爱德康赛主要从事 SEM 服务业务，属于广告行业、文化创意产业及互联网和移动互联网服务范畴。

文化创意产业及互联网产业均属于国家鼓励发展的战略性、先导性产业，国务院及国家发展和改革委员会、工业和信息化部（原信息产业部）、财政部、国家税务总局、国家广电总局等有关部门颁布了鼓励相关产业发展的一系列优惠政策，为行业发展建立了良好的政策环境。根据国家发改委发布的产业结构调整指导目录（2011 年本）（修正），交易标的所从事的互联网和移动服务以及文化创意产业属于产业指导目录中鼓励类项目。

因此，本次交易方案符合国家产业政策。

2、本次交易符合有关环境保护的法律和行政法规的规定

本次重组拟购买资产不属于重污染、高危险行业。标的公司经营符合环保要求，严格按照国家及地方的有关环保标准和规定执行，重视并推进环境保护、节能降耗等工作。

因此，本次交易方案符合国家环境保护的相关法律和行政法规的规定。

3、本次交易符合土地管理的法律和行政法规的规定

标的公司未拥有土地使用权，不涉及相关土地管理问题。

4、本次交易不存在反垄断事项

根据《中华人民共和国反垄断法》的规定，上市公司本次发行股份及支付现金购买资产的行为，不构成行业垄断行为。

(二) 本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件

本次交易前,上市公司的总股本为 87,989,509 股。本次交易新增发行股份合计不超过 7,072,401 股。本次交易完成后,上市公司总股本最高将不超过 95,061,910 股。

经测算,本次交易完成后,社会公众股占公司总股本的比例不低于 25%,不会导致公司股票不符合上市要求的情形。

(三) 本次交易的资产定价公允,不存在损害上市公司和股东合法权益的情形

本次交易已聘请中企华对标的资产进行评估,中企华及其评估人员与标的公司、思美传媒以及各交易对方均没有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。上市公司董事会及独立董事发表明确意见,认为本次评估假设前提和评估结论合理,评估方法选取得当,收益法定价原则符合公允的市场原则,标的资产的定价合理、公允。

本次交易的交易价格将由交易各方根据具有证券期货相关业务资格的资产评估机构确认的评估结果协商确定,标的资产定价原则公允,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

根据交易对方提供的承诺及工商等相关资料,标的资产股权权属清晰、完整,未设置抵押、质押、权利担保或其它受限制的情形。

各交易对方均出具《承诺函》,确认其所持有标的公司的股权所有权完整,依法拥有有效的占有、使用、收益及处分权;持有的标的公司股权权属清晰,不存在抵押、质押、留置等权利限制,不存在委托持股或其他利益安排,也不存在任何可能导致上述股权被有关司法机关或行政机关查封、冻结、征用或限制转让的未决或潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或司法程序,股权过户或则转移不存在法律障碍。本次交易仅涉及股权转让事宜,标的公司对外的债权债务不会因本次交易产生变化。因此,本次交易不涉及债权债务处理事宜。

综上所述,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，本次交易不涉及债权债务处理问题。

(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

思美传媒为把握行业发展机遇，根据自身特点与优势，制定了“打造全景精准式综合营销传播集团”的发展目标。即以“多维度洞察客户需求”为服务前提，以“通过互联网传播技术与大数据挖掘能力实现精准投放”为服务手段，以“为连结目标消费者而开展‘内容-渠道-社群’的整合营销”为服务思路，争取覆盖全媒体渠道与全产业链，具备满足客户全维度营销服务需求的能力，实现对客户的“一站式”传播服务。

通过本次交易，上市公司将实现对搜索引擎营销行业领先企业爱德康赛的整合，并进一步完善产业链布局，实现其为客户提供整合营销服务和其他营销传播专业服务的产业定位，实现“1+1>2”的协同效应。

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相关规定

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、中国证监会浙江监管局或深交所的处罚。本次交易完成后，上市公司将继续在业务、资产、财务、人员、机构等方面独立于其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定。

(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、深交所的相关规定，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行使职权。

本次交易完成后,上市公司将继续依据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规的要求,规范本次交易后的业务运作及法人治理要求及完善公司治理结构。

综上所述,本次交易符合《重组管理办法》第十一条的有关规定。

二、本次交易符合《重组办法》第四十三条要求的规定

(一) 本次交易有利于提高上市公司资产质量、改善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、避免同业竞争、增强独立性

本次交易完成后,标的公司将成为上市公司的全资子公司,纳入合并报表范围。交易对方基于标的公司目前的经营能力和未来的发展前景,以及收购完成后与上市公司协同效应对标的公司的业绩作出了承诺。交易对方对标的公司未来数年具有较高的利润承诺,标的公司纳入上市公司后将进一步提高上市公司的盈利能力。

此外,标的资产具有广阔的发展前景及较强的盈利能力,本次交易将进一步优化上市公司业务结构,为上市公司培育新的业绩增长点,有利于上市公司与标的公司协同发展。随着客户、技术和服务等各方面整合的逐渐深入,本次交易将有效拓展上市公司的各方资源,提升公司的利润规模。

因此,本次交易有利于提高上市公司资产质量、改善公司财务状况、增强持续盈利能力。

(二) 本次交易有利于上市公司规范和减少关联交易和避免同业竞争,有利于上市公司保持独立性

本次交易完成前,上市公司与其控股股东、实际控制人及其控制的关联方之间不存在同业竞争情况。本次交易不会增加上市公司与其控股股东、实际控制人及其关联方之间的关联交易,符合上市公司及全体股东的利益。

本次交易前后,公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面均已独立于控股股东及实际控制人控制的其他企业,具有独立完整的机构和人员。因此,本次

交易有利于公司在业务、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。

(三) 上市公司最近一年会计报告被注册会计师出具无保留意见审计报告

上市公司 2014 年度的财务会计报告已经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,并出具了标准无保留意见的审计报告,符合本条款的规定。

(四) 上市公司及其现任董事、高级管理人员不存在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

报告期内,上市公司及其现任董事、高级管理人员不存在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,符合本条款的规定。

(五) 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

截至本报告签署之日,本次交易的交易对方所持有的标的公司股权权属清晰,转让不存在障碍,并能在约定期限内办理完毕权属转移手续。

交易对方已对其持有的标的公司股权不存在质押、抵押、其他担保或第三方权益或限制情形,也不存在法院或其他有权机关冻结、查封、拍卖其持有等情形作出承诺。

因此,上市公司本次发行股份所购买的资产,为权属清晰的经营性资产,并能在约定期限内办理完毕权属转移手续。

(六) 上市公司为促进行业的整合、转型升级,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

截至本报告书出具日,上市公司的总股本为 87,989,509 股,按照本次交易方案,公司拟发行普通股 2,431,661 股用于购买资产,拟发行普通股不超过 4,640,740 股用于募集配套资金。

本次交易完成前后,公司股本结构变化如下:

	交易前持股	比例	交易后持股	比例
--	-------	----	-------	----

	数(股)		数(股)	
朱明虬	40,895,171	46.48%	43,857,811	46.14%
昌吉州首创投资有限合伙公司	5,372,109	6.11%	5,372,109	5.65%
吴红心	4,965,137	5.64%	5,215,137	5.49%
余欢	3,263,266	3.71%	3,263,266	3.43%
程晓文	1,450,470	1.65%	1,450,470	1.53%
其他股东	32,043,356	36.42%	32,043,356	33.71%
配套募集资金方 (除朱明虬、吴红心外)				
新余佳银投资管理中心(有限合伙)			698,100	0.73%
上海兴璟投资管理有限公司			480,000	0.50%
珙容新兴产业1号基金			250,000	0.26%
小计			1,428,100	1.50%
爱德康赛交易方				
刘申			1,791,974	1.89%
西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)			639,687	0.67%
小计			2,431,661	2.56%
总股数	87,989,509	100.00%	95,061,910	100.00%

本次交易完成后,朱明虬仍为公司的控股股东、实际控制人,因此本次交易不会导致公司控制权的变化。

上市公司拟通过发行股份及支付现金的方式购买爱德康赛 100%股权。本次交易系上市公司为促进产业整合,增强与现有主营业务的协同效应而采取的重要举措。

为支付本次交易中的现金对价和相关发行费用,以及用于扩大媒介代理业务规模,并补充上市公司流动资金,上市公司拟通过向朱明虬、上海兴璟投资管理有限公司、吴红心、上海珙容投资管理有限公司设立并管理的珙容新兴产业 1 号基金、新余佳银投资管理中心(有限合伙)非公开发行股份募集配套资金,募集配套资金总额预计不超过 28,999.98 万元,占本次交易拟购买资产交易总价的 99.99%。其中 14,500.00 万元用于支付本次交易的现金对价,8,250.18 万元用于补充上市公司流动资金,剩余部分用于扩大媒介代理业务规模和支付本次相关发行费用,募集配套资金用于补充公司流动资金的比例为 28.45%。

因此,本次交易完成后上市公司的控制权不会发生变更,有利于发挥协同效应,增强公司主营业务的核心竞争力。

三、本次交易符合《重组办法》第四十四条及其适用意见要求的说明

根据《<上市公司重大资产重组管理办法>第十四条、第四十四条的适用意见——证券期货法律适用意见第12号》规定：上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金比例不超过拟购买资产交易价格100%的，一并由并购重组审核委员会予以审核；超过100%的，一并由发行审核委员会予以审核。

证监会于2015年4月24日发布的《关于上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金用途等问题与解答》明确了：“募集配套资金的用途应当符合《上市公司证券发行管理办法》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相关规定。考虑到并购重组的特殊性，募集配套资金还可用于：支付本次并购交易中的现金对价；支付本次并购交易税费、人员安置费用等并购整合费用；标的资产在建项目建设等。募集配套资金用于补充公司流动资金的比例不超过募集配套资金的50%；并购重组方案构成借壳上市的，比例不超过30%。”

本次募集配套资金总额不超过28,999.98万元，占本次交易拟购买资产交易总价的99.99%。其中14,500.00万元用于支付本次交易的现金对价，8,250.18万元用于补充上市公司流动资金，剩余部分用于扩大媒介代理业务规模和支付本次相关发行费用。募集配套资金用于补充公司流动资金的比例为28.45%，满足募集配套资金用于补充公司流动资金的比例不超过募集配套资金的50%的要求。

因此，思美传媒本次募集配套资金方案符合《<上市公司重大资产重组管理办法>第十四条、第四十四条的适用意见——证券期货法律适用意见第12号》相关规定，并将提交并购重组审核委员会审核。

四、上市公司不存在《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

思美传媒不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的情形：

- 1、本次交易申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；
- 2、不存在公司的权益被控股股东或实际控制人严重损害且尚未消除的情形；

- 3、不存在公司及其附属公司违规对外提供担保且尚未解除的情形；
- 4、不存在现任董事、高级管理人员最近三十六个月内受到过中国证监会的行政处罚，或者最近十二个月内受到过证券交易所公开谴责的情形；
- 5、不存在上市公司或其现任董事、高级管理人员因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会立案调查的情形；
- 6、不存在最近一年财务报表被注册会计师出具保留意见、否定意见或无法表示意见的审计报告；
- 7、不存在严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

因此，本次交易不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的不得非公开发行股票的情形。

五、独立财务顾问和法律顾问对本次交易是否符合《重组办法》的规定的意见

独立财务顾问认为，本次交易符合《公司法》、《证券法》、《重组办法》、《若干规定》等相关法律、法规及规范性文件的规定。

法律顾问认为，本次交易符合《公司法》、《证券法》和《重组管理办法》等法律、法规及规范性文件规定的实质条件；本次交易的主体均具有相应的资格；本次交易标的资产权属清晰，标的资产转移不存在法律障碍；本次交易涉及的相关协议内容不存在违反相关法律、法规规定的情形，该等协议经签订且生效条件具备后对协议各方均具有约束力；本次交易涉及的有关事项在现阶段已经履行了能够履行的全部必要的手续，本次交易在获得中国证监会核准后即可实施。

第九章 管理层讨论与分析

一、本次交易前，上市公司的财务状况和经营成果

(一) 上市公司财务状况分析

1、资产结构分析

单位：万元，%

项 目	2015.9.30		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	19,785.08	15.60%	20,872.13	17.49	36,626.61	45.94
应收票据	988.73	0.78%	1,830.61	1.53	5,844.38	7.33
应收账款	80,732.32	63.65%	83,422.28	69.91	24,648.98	30.92
预付款项	12,316.04	9.71%	9,232.95	7.74	9,812.33	12.31
其他应收款	705.31	0.56%	699.56	0.59	865.12	1.09
其他流动资产	9,125.76	7.19%	105.85	0.09	3.27	0.00
流动资产合计	123,653.26	97.49%	116,163.36	97.35	77,800.69	97.58
固定资产	323.12	0.25%	388.85	0.33	366.69	0.46
在建工程	480.53	0.38%	753.89	0.63	259.05	0.32
无形资产	487.19	0.38%	511.82	0.43	555.85	0.70
商誉	109.97	0.09%	109.98	0.09	109.98	0.14
长期待摊费用	606.58	0.48%	265.77	0.22	291.14	0.37
递延所得税资产	1,181.41	0.93%	1,132.31	0.95	345.74	0.43
非流动资产合计	3,188.81	2.51%	3,162.63	2.65	1,928.44	2.42
资产总计	126,842.08	100%	119,325.99	100.00	79,729.13	100.00

注：公司 2015 年 9 月 30 日财务数据未经审计。

最近二年及一期末，公司业务发展良好，资产总额分别为 79,729.13 万元、119,325.99 万元和 126,842.08 万元，增长率达 49.66%和 6.30%。

最近二年及一期末，公司流动资产占总资产的比例分别为 97.58%、97.35%和 97.49%，公司报告期内流动资产占比较高，流动资产占总资产的比例稳定。

最近二年及一期末，公司货币资金分别为 36,626.61 万元、20,872.13 万元和 19,785.08 万元，其中 2014 年末和 2015 年末货币资金较 2013 年末减少较多，主要系公司营业收入增长较快，现金需求量较高所致。2013 年度、2014 年和 2015 年 1-9 月，公司营业收入分别为 163,848.51 万元、215,076.13 万元、176,343.66 万元，经营活动产生的现金流量金额为 3,172.32 万元、-37,219.63 万元和

-1,922.09 万元。

最近二年及一期末,公司应收账款分别为 24,648.98 万元、83,422.28 万元和 80,732.32 万元,占资产的比例分别为 30.92%、69.91%和 63.65%,应收账款上升主要是由于公司业务规模快速增长,带动应收账款总额的增长所致。

2、负债结构分析

单位:万元, %

项 目	2015.9.30		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据	6,000.00	19.95%	4,366.67	12.08	4,828.68	16.83
应付账款	17,556.66	58.39%	23,684.39	65.54	16,744.22	58.37
预收款项	1,955.90	6.50%	1,026.40	2.84	3,161.82	11.02
应付职工薪酬	0.85	0.00%	2.02	0.01	3.30	0.01
应交税费	3,635.90	12.09%	5,879.58	16.27	3,031.12	10.57
其他应付款	919.01	3.06%	1,176.30	3.26	916.73	3.20
流动负债合计	30,068.34	100.00%	36,135.36	100.00	28,685.88	100.00
负债合计	30,068.34	100.00%	36,135.36	100.00	28,685.88	100.00

注:公司 2015 年 9 月 30 日财务数据未经审计。

最近二年及一期末,公司负债总额分别为 28,685.88 万元、36,135.36 万元和 30,068.34 万元,增长率分别为 25.97%和-16.79%,报告期内公司负债全部为流动负债,2014 年末公司负债总额增长较多系公司业务规模扩大,相应的媒体采购增加所致。

3、偿债能力分析

项目	2015.9.30	2014.12.31	2013.12.31
资产负债率	23.71%	30.28%	35.98%
流动比率	4.11	3.21	2.71
速动比率	3.38	3.21	2.71

最近两年及一期,公司资产负债率较低,且呈逐年下降趋势。流动比率和速动比率较高,且呈上升趋势,主要系公司业务发展良好,2014 年完成在 A 股上市,并募集了公司发展所需资金,流动资产上升较多所致,公司偿债风险较低。

(二) 上市公司经营成果分析

1、利润构成分析

单位：万元

项目	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	176,343.66	215,076.13	163,848.51
其中：营业收入	176,343.66	215,076.13	163,848.51
二、营业总成本	168,580.78	205,975.01	153,178.77
其中：营业成本	155,529.95	189,111.28	140,643.24
营业税金及附加	137.45	325.55	251.10
销售费用	5,663.17	6,013.64	4,922.06
管理费用	7,452.49	7,763.43	6,522.29
财务费用	-353.96	-510.56	121.94
资产减值损失	151.68	3,271.66	718.14
投资收益（损失以“-”号填列）	91.53	2.35	-50.00
三、营业利润（损失以“-”号填列）	7,854.41	9,103.48	10,619.74
加：营业外收入	567.92	881.94	633.54
减：营业外支出	177.27	412.40	161.78
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	8,245.06	9,573.02	11,091.50
减：所得税费用	2,329.26	2,425.07	2,694.99
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	5,915.80	7,147.95	8,396.51
归属于母公司所有者的净利润	5,919.56	7,081.93	8,408.83
少数股东损益	-3.76	66.02	-12.33

注：公司 2015 年 1-9 月财务数据未经审计。

最近二年及一期，公司营业收入逐年增加，利润水平有所波动。2013 年度、2014 年度、2015 年 1-9 月，公司实现营业收入 163,848.51 万元、215,076.13 万元、176,343.66 万元，实现归属于母公司净利润 8,396.51 万元、7,147.95 万元、5,919.56 万元。总体而言，报告期内，公司业务发展良好，净利润有所波动主要是公司业务规模扩大，为提升服务质量，加强了高端人才引进，同时加强了互联网以及品牌管理的人员布局，导致 2014 年和 2015 年 1-9 月管理费用和销售费用增长较多所致。

2、盈利能力分析

单位：%

项目	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
销售毛利率	11.80%	12.07%	14.16%
销售净利率	3.35%	3.32%	5.12%

最近二年及一期，公司的销售毛利率和销售净利率保持基本稳定。2014 年度较 2013 年度略有下降，2015 年 1-9 月较 2014 年度略有回升，主要系 2014 年

公司电视广告、户外广告、互联网广告受到市场竞争及区域拓展等因素的影响,毛利率比 2013 年有所下降,品牌管理业务毛利率比 2013 年有所提升,由于电视广告、户外广告、互联网广告的销售占比较大,总体呈现毛利率下降趋势。

二、交易标的的经营成果分析

(一) 爱德康赛财务状况分析

1、资产及负债结构变动分析

(1) 资产结构

单位: 万元, %

项目	2015.9.30		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	451.29	2.99%	488.89	6.88	475.76	21.22
应收账款	7,036.17	46.69%	3,306.75	46.54	627.27	27.98
预付款项	1,643.34	10.91%	1,575.87	22.18	486.96	21.72
其他应收款	4,008.66	26.60%	1,582.71	22.27	618.01	27.57
其他流动资产	1,602.18	10.63%	0.48	0.01		0.00
流动资产合计	14,741.63	97.82%	6,954.69	97.87	2,208.01	98.48
固定资产	35.49	0.24%	28.82	0.41	33.99	1.52
商誉	242.82	1.61%	102.91	1.45		0.00
递延所得税资产	49.60	0.33%	19.44	0.27		0.00
非流动资产合计	327.91	2.18%	151.17	2.13	33.99	1.52
资产总计	15,069.54	100%	7,105.86	100.00	2,242.00	100.00

最近二年一期,爱德康赛的资产规模快速上升,资产总额分别为 2,242.00 万元、7,105.86 万元、15,069.54 万元,主要系爱德康赛的主营业务发展良好,业务规模快速增长,导致资产规模快速上升。

从资产结构上来看,流动资产占总资产的比例很高,2013 年底、2014 年底和 2015 年 9 月底爱德康赛流动资产占总资产的比例分别为 98.48%、97.87%、97.82%,资产流动性较好。

2014 年底和 2015 年 9 月底,爱德康赛应收账款占比上升较多,主要系随着新的经营管理团队进入爱德康赛,其营业规模和客户数量快速增长,随着不断发展新的 KA 客户,而客户平均结算周期较长,导致客户尚未支付的广告费较 2013 年末上升较多所致。报告期内,爱德康赛的客户回款情况良好,应收账款的上升对爱德康赛的业务不构成重大影响。

报告期末,爱德康赛的其他应收款余额上升金额很大,主要系由于报告期末爱德康赛存在较大金额的关联方资金占用。截至本报告书签署日,爱德康赛已不存在关联方资金占用情况。

(2) 负债结构

单位:万元, %

项目	2015.9.30		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	2851.09	25.34%	645.78	8.73	543.42	19.20
预收账款	5,445.58	48.41%	3,094.80	41.84	1,505.33	53.19
应付职工薪酬	58.18	0.52%	0.86	0.01	-	-
应交税费	1176.81	10.46%	398.33	5.39	19.81	0.70
其他应付款	1,718.25	15.27%	3,257.06	44.03	761.66	26.91
流动负债合计	11,249.91	100%	7,396.83	100.00	2,830.23	100.00
负债合计	11,249.91	100%	7,396.83	100.00	2,830.23	100.00

最近两年一期,爱德康赛负债总额分别为 2,830.23 万元、7,396.83 万元和 11,249.91 万元,负债总额的提高主要系爱德康赛规模不断扩大所致。报告期内,爱德康赛的负债全部为流动负债。2014 年末,爱德康赛的流动负债增加较多,主要系其他应付款增加较多,主要是由于爱德康赛业务规模快速发展,爱德康赛新增的短期周转款,2015 年爱德康赛引入哈尔滨华滨光辉创业投资企业(有限合伙)后即归还了上述周转款项。

(3) 资产减值

报告期内,爱德康赛资产减值损失计提全部来自于坏账计提损失,具体如下:

单位:万元

项目	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
计提坏账损失	217.99	100.07	54.52
合计	217.99	100.07	54.52

2、偿债能力分析

项目	2015.9.30	2014.12.31	2013.12.31
流动比率	1.31	0.94	0.78
速动比率	0.67	0.94	0.78
资产负债率	74.65%	104.09%	126.24%
息税折旧摊销前利润	1639.80	120.03	-165.09
利息保障倍数	-	-	-

注:由于爱德康赛无银行借款,因此无法测算利息保障倍数。

报告期内,爱德康赛的流动比率、速动比率稳定上升,资产负债率稳定下降,爱德康赛偿债能力显著提升。

报告期内,爱德康赛的经营现金流量明细如下:

单位:万元

项目	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	30,788.99	34,006.30	11,004.29
收到其他与经营活动有关的现金	6,285.42	3,412.44	547.18
经营活动现金流入小计	37,074.41	37,418.74	11,551.48
购买商品、接受劳务支付的现金	27,178.82	33,339.64	10,292.80
支付给职工以及为职工支付的现金	735.22	555.11	158.35
支付的各项税费	429.87	813.53	203.41
支付其他与经营活动有关的现金	10,400.54	3,046.34	701.05
经营活动现金流出小计	38,744.44	37,754.62	11,355.60
经营活动产生的现金流量净额	-1,670.03	-335.89	195.87
当期净利润	1,033.90	45.87	-170.31

报告期内,爱德康赛的现金流动净额较当期净利润存在较大差异,特别是2015年1-9月爱德康赛经营活动产生的现金流量净额为-1,670.03万元,当期净利润为1,033.90万元,上述差异主要是由于爱德康赛业务发展良好,收入保持快速上升趋势,同时由于爱德康赛客户数量保持上升,而KA客户的销售回款周期通常较长所致,经营活动现金流量净额较当期净利润低主要是由于报告期内爱德康赛收入和利润规模处于持续快速增长期,新增销售和应收账款较多所致。

3、资产周转能力分析

项目	2015.9.30	2014.12.31	2013.12.31
应收账款周转率	2.99	16.69	23.68
存货周转率	-	-	-

注:由于爱德康赛无存货,因此无法计算存货周转率。

报告期内,爱德康赛应收账款周转率较下降较多,主要系报告期各期末应收账款余额金额较大所致。

4、财务性投资

截至2015年9月30日,爱德康赛未开展财务性投资。

5、预收账款波动的原因及合理性

(1) 爱德康赛的业务模式

爱德康赛基本上给予移动互联网广告业务客户一定的信用期,故爱德康赛报告期内预收账款主要系搜索引擎营销业务客户对应的预收广告款。

目前,搜索引擎营销业务领域通常采用预付款的方式向搜索引擎媒体账户进行充值,在广告投放过程中按照每点击次数 CPC 计费,并相应扣除账户中的金额。爱德康赛在实际业务中根据不同的客户在第三方搜索引擎媒体的系统上开立对应的账户,除部分长期合作的重要客户外,其他客户一般要求合同签订时一次性或分期预付广告投放款,并在第三方媒体系统开立对应账户进行充值,以保证留有若干日的消耗余额,故爱德康赛对其他客户一般都是以预收账款的形式在报表中列示。

(2) 爱德康赛及可比公司预收账款相关数据分析

1) 爱德康赛

单位:人民币元

项 目	2015年9月30日 /2015年1-9月	2014年12月3日 /2014年度	2013年12月31 日/2013年度
预收账款余额	54,455,788.88	30,948,035.79	15,053,337.02
预收账款增长率(%)	75.96	105.59	-
当期营业收入	309,110,024.41	328,196,900.63	96,895,689.89
营业收入增长率(%)	25.58[注]	238.71	-

[注]:2015年1-9月营业收入增长率系按照2015年1-9月的营业收入*3/4计算得出。

2) 金源互动

单位:人民币元

项目	2014年12月31日 /2014年度	2013年12月31日 /2013年度
预收账款余额	9,249,986.78	1,590,977.28
预收账款增长率(%)	481.40	-
营业收入	396,718,601.44	42,735,341.98
营业收入增长率(%)	828.32	-

3) 煜唐联创

单位:人民币元

项 目	2015年3月31日 /2015年1-3月	2014年12月31日 /2014年度	2013年12月31日 /2013年度
预收账款余额	138,568,452.95	111,702,624.82	56,800,074.46
预收账款增长率(%)	24.05	96.66	-

当期营业收入	594,969,882.97	1,880,850,392.50	808,442,012.42
营业收入增长率(%)	26.53	132.65	-

根据上述数据显示,无论是爱德康赛还是可比公司金源互动和煜唐联创,其预收账款余额变动与营业收入的变动呈现相同趋势,随着营业收入的增长,预收账款余额也同时上升,故爱德康赛预收账款余额逐年增长主要系营收规模扩大所致。

(3) 爱德康赛预收账款波动较大的合理性分析

对报告期内各会计期间爱德康赛采取预收款方式的客户数量及对应的预收账款余额进行分析:

项 目	2015年9月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
新客户数量	140	44	37
老客户数量	67	24	5
新客户预收账款余额(元)	23,347,657.55	23,762,889.19	5,251,842.98
老客户预收账款余额(元)	31,108,131.33	7,185,146.60	9,801,494.04
预收账款余额小计(元)	54,455,788.88	30,948,035.79	15,053,337.02

通过对每年新老客户数量及预收账款余额进行分析,2015年9月末老客户预收账款余额31,108,131.33元与2014年末预收款余额30,948,035.79元基本持平,而2014年末老客户预收账款余额7,185,146.60元远低于2013年末预收账款余额15,053,337.02元,主要原因系爱德康赛于2014年引入了新的业务团队,该团队通过自身的经营能力为爱德康赛开拓了一大批优质的客户而放弃了一些盈利空间较小的客户,故2014年老客户数量远低于2013年度客户数量,其对应的预收账款余额也大幅减少,而2015年1-9月的老客户数量和2014年基本持平,故其对应的预收账款余额也未发生大幅波动。

爱德康赛2015年9月末预收账款余额较2014年末增长了75.96%,而对应的营业收入增长率为26.53%,预收账款的增长率远大于营业收入的增长率。从上述数据可以看出,爱德康赛报告期内每年采取预收款方式的新客户的数量逐年上涨,尤其在2015年1-9月,新客户数量达到140家,结合爱德康赛的经营模式,爱德康赛2015年9月末预收账款增长率高于营业收入增长率主要系新客户增加较多所致。

(二) 爱德康赛盈利能力分析

单位: 万元

项目	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	30,911.00	32,819.69	9,689.57
减：营业成本	27,937.52	30,660.05	9,529.52
营业税金及附加	48.97	99.62	23.22
销售费用	817.51	1,246.33	151.86
管理费用	621.14	600.78	100.31
财务费用	-0.52	-0.13	0.02
资产减值损失	217.99	100.07	54.52
二、营业利润	1,312.15	112.97	-169.89
加：营业外收入	100.58	5.76	-
减：营业外支出	4.65	12.11	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	1,408.08	106.62	-169.89
减：所得税费用	374.18	60.75	0.42
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	1,033.90	45.87	-170.31

报告期内，爱德康赛业务发展情况良好，收入、利润水平逐年提高。

1、营业收入分析

爱德康赛的营业收入全部来源于互联网广告投放业务。爱德康赛最近两年一期营业收入情况如下表所示：

产品类型	2015年1-9月		2014 年度		2013 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
互联网广告投放	30,911.00	100.00	32,819.69	100.00	9,689.57	100.00
合计	30,911.00	100.00	32,819.69	100.00	9,689.57	100.00

2014 年，爱德康赛营业收入达到 32,819.69 万元，较 2013 年全年增长 238.71%，2015 年三季度爱德康赛营业收入仍保持快速增长。

搜索关键字广告的形式新颖、定位精准、可复制性高、对广告投放商的门槛要求低，具备很多传统营销方式难以比拟的优势，随着传统广告、展示广告等不断迁移至互联网广告的趋势，搜索关键字广告行业成长前景广阔。2014 年中国搜索关键字广告市场规模保持高速增长趋势，市场规模达到 438.8 亿元，同比增长率达 50.6%，预计未来几年中国搜索关键字广告市场仍将保持稳健增长，预计 2018 年中国搜索关键字广告市场规模将突破 1,200 亿元。

2014 年，爱德康赛引入了新的经营管理团队，主要管理人员拥有丰富的互联网行业经验，理解广告客户核心需求，极大的增强了爱德康赛在搜索关键字广告行业的竞争力。市场的快速增长和管理团队的优秀表现共同促进了爱德康赛

2014 年以来营业收入的快速增长。

2、营业成本分析

爱德康赛最近两年一期营业成本占比情况如下表所示：

产品类型	2015年1-9月		2014 年度		2013 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
互联网广告投放	27,937.52	100.00	30,660.05	100.00	9,529.52	100.00
合计	27,937.52	100.00	30,660.05	100.00	9,529.52	100.00

2014 年,爱德康赛营业成本为 30,660.05 万元,较 2013 年全年增长 221.74%,2015 年**三季度**爱德康赛营业成本仍保持较快增长。报告期内,爱德康赛营业成本快速增长主要是由于营业收入的快速增长所致。

3、毛利率分析

爱德康赛最近两年一期毛利率情况如下表所示：

产品类型	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
互联网广告投放	9.62%	6.58%	1.65%
合计	9.62%	6.58%	1.65%

2013 年、2014 年和 2015 年 1-9 月,爱德康赛毛利率分别为 1.65%、6.58% 和 9.62%。报告期内,虽然爱德康赛的毛利率整体较低,但毛利率水平逐年提升,主要是由于随着爱德康赛销售规模快速增长,一方面爱德康赛获得的搜索引擎媒体返点更多;另一方面爱德康赛不断发展 360、搜狗、神马搜索等搜索引擎媒体业务,相比于百度,这些搜索引擎媒体的销售毛利率更高,同时爱德康赛在原有 SEM 业务的基础上积极布局移动互联网广告业务,移动互联网广告业务的毛利率水平明显高于爱德康赛 SEM 广告业务的毛利率,因此将导致爱德康赛整体毛利率提升。

4、销售费用分析

单位：万元

费用名称	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
工资薪酬	474.28	352.76	135.67
业务招待费	81.81	24.15	0.76
差旅费	53.79	178.75	9.23
办公费	41.75	285.83	-

费用名称	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
会议费	5.66	137.05	-
服务费	16.37	185.42	-
租赁费	97.22	65.31	4.77
其他	46.63	17.05	1.44
合 计	817.51	1,246.33	151.86

报告期内,爱德康赛的销售费用上升较快,主要系爱德康赛业务规模持续快速增长,销售人员增长较多,费用也相应上升。

5、管理费用分析

单位: 万元

费用名称	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
工资薪酬	308.23	203.60	23.61
税金(费)	16.04	60.12	5.48
租赁费	55.96	58.20	2.85
办公费	79.92	122.44	43.11
业务招待费	14.49	17.94	0.00
折旧	13.73	13.41	4.80
差旅费	28.73	86.06	0.87
其他	104.04	39.02	19.59
合计	621.14	600.78	100.31

报告期内,爱德康赛的销售费用有所上升,主要系爱德康赛业务规模持续快速增长,管理人员也有所增加,费用也相应上升。

6、爱德康赛销售净利率和毛利率波动的原因和合理性分析

(1) 爱德康赛报告期财务数据

单位: 元

项 目	2015年1-9月	2014年度	2013年度
营业收入	309,110,024.41	328,196,900.63	96,895,689.89
营业成本	279,375,200.80	306,600,517.16	95,295,154.48
毛利	29,734,823.61	21,596,383.47	1,600,535.41
其中: 媒体返点收入	15,756,248.40	23,080,578.82	1,512,089.39
客户服务费收入	3,806,460.90	5,034,889.87	379,842.47
移动互联网广告业务	11,540,316.91		
毛利率	9.62%	6.58%	1.65%
三项费用合计[注]	14,381,225.51	18,469,839.71	2,521,942.94
三项费用占营业收入比例	4.65%	5.63%	2.60%
资产减值损失	2,179,996.04	1,000,659.84	545,242.48

净利润	10,338,991.43	458,670.32	-1,703,113.37
销售净利率	3.34%	0.14%	-1.76%

[注]：三项费用合计指的是销售费用、管理费用和财务费用合计数。

其中 2015 年 1-9 月爱德康赛营业收入、营业成本分类如下：

单位：元

项 目	营业收入	营业成本	毛利	毛利率
搜索引擎营销业务	263,019,698.93	244,825,192.23	18,194,506.70	6.92%
移动互联网广告业务	46,090,325.48	34,550,008.57	11,540,316.91	25.04%
合 计	309,110,024.41	279,375,200.80	29,734,823.61	9.62%

(2) 销售净利率和毛利率波动的原因和合理性分析

1) 爱德康赛的盈利模式

爱德康赛作为国内主要搜索引擎媒体（包括百度、奇虎 360）的代理商，主要向客户提供搜索引擎媒体购买及广告投放服务，同时为客户提供营销数据挖掘分析、营销策略制定、客户网站优化、精准营销、广告效果监测以及广告投放优化等服务。

爱德康赛的盈利主要分为两部分：媒体返点和客户服务费。其中媒体返点主要是搜索引擎媒体根据客户在搜索引擎媒体季度或年度投放广告金额、所在行业等给予相应的返点；客户服务费则根据爱德康赛与客户约定的 KPI 指标达成比率以及具体服务项目等，按照客户搜索引擎媒体投放广告金额收取不同的阶梯服务费用。此外，对于爱德康赛 2015 年新布局的移动互联网广告业务，爱德康赛主要通过媒体采购与客户销售获取差价。从上述财务数据可以看出，媒体返点收入是爱德康赛最主要的盈利方式。

2) 核心团队的引入

2014 年爱德康赛通过股权变更方式，引入了一大批行业经验丰富的运营及研发团队，该运营及研发核心团队均是专业从事搜索引擎营销、社会化媒体营销、媒介购买等领域的优秀人才，核心团队成员拥有在百度、搜狐、友盟、艾德思奇等行业内优秀互联网和移动互联网公司长期从事广告业务的经历，对互联网广告和移动互联网广告市场具有非常深入的了解和研究，能够准确把控行业未来发展趋势。核心团队利用其业务优势、技术优势等为爱德康赛开发了大批优质的客户资源，大大提高了爱德康赛在各搜索引擎媒体的广告投放量。同时，爱德康赛为上述新增客户提供定制化的搜索引擎整合营销解决方案，服务

内容涵盖互联网营销活动中的各项关键环节,包括:搜索引擎营销策略制定、媒介及服务采购、广告投放、关键词优化与竞价、竞争力分析、账户报表分析等,并根据与客户约定的 KPI 指标达成比率以及具体服务项目等,按照客户搜索引擎媒体投放广告金额收取管理服务费。故从 2014 年开始,爱德康赛的毛利率和销售净利率逐年上升。

3) 积极布局新业务

随着移动互联网的快速发展,以及百度从 PC 端向移动端的转型,爱德康赛从 2015 年开始积极拓展移动互联网广告业务,一方面通过与百度移动搜索、神马无线搜索、360 点睛平台等移动互联网搜索引擎媒体合作,积极拓展移动互联网搜索引擎营销业务,同时也通过采购移动互联网媒体流量资源的方式解决客户广告投放的多样化需求,帮助客户实现多维、高效的广告投资回报。2015 年 1-9 月,爱德康赛实现移动互联网广告业务收入 4,600 万元,而移动互联网广告业务的毛利率明显高于爱德康赛搜索引擎营销业务的毛利率,故对爱德康赛 2015 年 1-9 月的毛利率增长作出了比较大的贡献。

4) 媒体返点政策的影响

爱德康赛媒体返点主要来自于百度和奇虎 360。

百度的媒体返点包括季度返点(季度固定返点、季度任务返点、分销商评分返点)和年度返点(年度增长率返点、新广告主返点、广告主留存率返点)。

奇虎 360 的媒体返点类型包括固定基础返点、浮动返点、新客户开发返点、绩效返点和客户配返五种返点类型,五种返点根据不同代理商类型的不同政策累计获得。

无论是百度还是奇虎 360,媒体返点的金额大小主要由客户的广告投放量和媒体返点政策决定,而媒体制定的返点政策(包括返点率的高低等)会直接影响爱德康赛的媒体返点收入,进而对爱德康赛的毛利率和销售净利率造成较大影响。

(3) 与可比公司的比较分析

1) 可比公司的选择

近年来,A 股上市公司收购广告及公关行业企业的案例较多,与爱德康赛业务类型相似的收购交易情况如下表:

序号	收购方	标的方	标的方主营业务
1	北京久其软件股份有限公司	北京亿起联科技有限公司 (以下简称亿起联)	主营移动互联网广告服务业 务,通过自主研发的点入移动 广告平台为移动应用广告主提 供移动应用内的广告推广服务
2	利欧集团股份有限公司	银色琥珀文化传播(北京) 有限公司(以下简称银色琥 珀)	主营整合数字营销服务和数字 整合媒介代理服务,为客户提 供策略咨询
3	广东明家科技股份有限公司 (以下简称明家科 技)	北京金源互动科技有限公司 (以下简称金源互动)	主营移动数字营销,包括移动 互联网广告业务和搜索引擎营 销业务
4	吴通通讯股份有限公司	互众广告(上海)有限公司 (以下简称互众广告)	主营互联网广告精准投放业 务,主要基于实时竞价技术 (RTB)
5	广东天龙油墨集团股份 有限公司(以下简称天 龙集团)	北京煜唐联创信息技术有限 公司(以下简称煜唐联创)	主营搜索引擎营销业务,为客 户提供基于搜索引擎广告的分 合营销方案

通过上述分析,亿起联、银色琥珀、互众广告的主营业务虽然都与互联网广告行业相关,但经过细分之后,与爱德康赛主营业务存在明显区别,故对应的财务数据不具有可比性;金源互动的主营业务是移动互联网广告业务和搜索引擎营销业务,煜唐联创的主营业务是搜索引擎营销业务,而爱德康赛也从2015年开始布局移动互联网广告业务,故拟将金源互动和煜唐联创作为可比公司。

2) 金源互动财务指标分析

因明家科技拟收购金源互动100%股权,明家科技对外公告金源互动2013年度、2014年1-4月财务报表,相关财务指标列示如下:

单位:元

项 目	2014年1-5月[注]	2013年度
移动互联网广告业务		
营业收入	87,034,082.49	42,735,341.98
营业成本	68,095,956.66	31,695,803.80
毛利	18,938,125.83	11,039,538.18
毛利率	21.76%	25.83%
搜索引擎营销业务		
营业收入	66,553,652.87	
营业成本	62,876,334.22	
毛利	3,677,318.65	
毛利率	5.53%	
合计		

营业收入	153,587,735.36	42,735,341.98
营业成本	130,972,290.88	31,695,803.80
毛利	22,615,444.48	11,039,538.18
毛利率	14.72%	25.83%
三项费用合计	4,482,996.61	4,423,655.05
三项费用占营业收入比例	2.92%	10.35%
资产减值损失	2,558,722.69	1,506,657.09
净利润	10,640,246.85	3,295,037.30
销售净利率	6.93%	7.71%

[注]：明家科技已对外公告金源互动 2014 年度审计报告，但在 2014 年度审计报告后附的财务报表附注中未将营业收入和营业成本按照移动互联网媒体广告业务和搜索引擎营销业务分别列示，故仍以金源互动已公告的 2014 年 1-5 月的财务数据作为可比数据。

金源互动 2014 年 1-5 月移动互联网广告收入为 8,700 万元，毛利率水平为 21.76%，爱德康赛 2015 年 1-9 月移动互联网广告收入为 4,600 万元，毛利率水平为 25.04%。在移动互联网广告业务上，爱德康赛和金源互动的毛利率较为接近，但移动互联网业务作为金源互动的主营业务，其对应收入占比达 57%，而爱德康赛对应的收入占比只有 15%，故金源互动整体毛利率要远高于爱德康赛。

金源互动的销售净利率明显高于爱德康赛，主要原因：1) 由于金源互动的毛利主要来源为移动互联网广告业务，所以金源互动的总体毛利率高于爱德康赛；2) 金源互动 2014 年 1-5 月的三项费用占营业收入的比例低于爱德康赛，而金源互动 2013 年比例较高主要系 2013 年度营业收入基数较低，故对应数据不具可比性。

3) 煜唐联创财务指标分析

因天龙集团拟收购煜唐联创 100% 股权，天龙集团对外公告煜唐联创 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-3 月财务报表，相关财务指标列示如下：

单位：人民币元

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
营业收入	594,969,882.97	1,880,850,392.50	808,442,012.42
营业成本	540,887,885.28	1,700,699,084.58	757,428,201.89
毛利	54,081,997.69	180,151,307.92	51,013,810.53
毛利率	9.09%	9.58%	6.31%
三项费用合计	23,464,061.94	92,359,176.00	45,454,109.55
三项费用占营业收入比例	3.94%	4.91%	5.62%
资产减值损失	6,610.82	77,450.61	92,446.74

净利润	21,837,867.85	65,633,847.13	2,366,483.38
销售净利率	3.67%	3.49%	0.29%

煜唐联创的主营业务系搜索引擎营销业务,其在2015年1-3月、2014年度、2013年度的毛利率分别为9.09%、9.58%和6.31%,而爱德康赛在2015年1-9月、2014年度、2013年度的毛利率分别为9.62%、6.58%和1.65%,2013年度和2014年度煜唐联创的毛利率水平较爱德康赛更高的主要原因系煜唐联创的营收规模远远高于爱德康赛,而媒体返点收入是随着广告投放量的上升而呈阶梯式的增长,媒体返点收入又是公司主要的盈利来源,故煜唐联创的毛利率水平要高于爱德康赛;2015年爱德康赛的毛利率水平略高于煜唐联创主要系爱德康赛发展移动互联网广告业务所致。

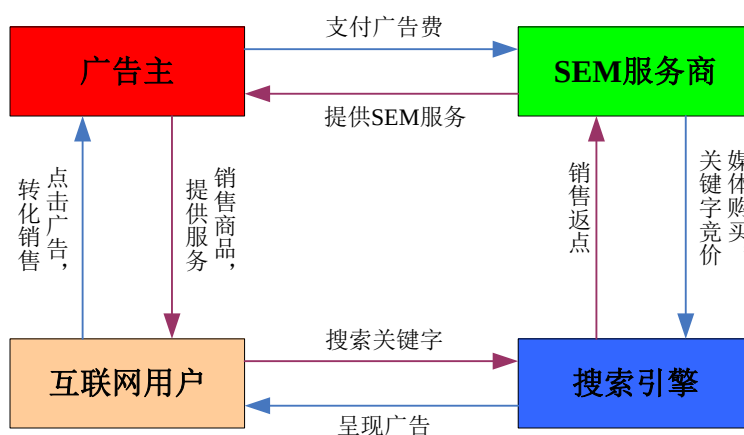
煜唐联创的销售净利率要远高于爱德康赛,主要原因包括:煜唐联创在搜索引擎营销业务上的毛利率整体要比爱德康赛高;煜唐联创三项费用占营业收入比例比爱德康赛低;根据煜唐联创的应收款项计提坏账准备的政策,其计提的坏账损失金额远远低于爱德康赛计提的金额。

因此,爱德康赛目前销售净利率及毛利率与爱德康赛报告期自身业务的发展及销售规模是匹配的。

7、爱德康赛未来盈利能力的稳定性分析

(1) 搜索引擎媒体和搜索引擎营销服务商相互依附、各自分工

根据搜索引擎行业的发展现状,我国搜索引擎行业已建立起以搜索引擎媒体为主导,搜索引擎媒体营销服务商为辅的产业价值链,产业链情况如下:



搜索引擎媒体与搜索引擎营销服务商属于相互依附的关系,一方面搜索引擎媒体营销服务商通过搜索引擎获得媒体投放渠道,另一方面搜索引擎媒体需

要优质搜索引擎营销服务商帮助他们扩展和服务客户，增加市场份额和客户广告投放效果。

作为搜索引擎媒体，其主要关注互联网用户，拥有广大的互联网用户并对用户有长足的吸引力才是搜索引擎媒体的生存之本，所以其必定是将资源重心放在技术研发和新产品投放上，进一步提高自身的业务平台水平和用户体验水平。作为搜索引擎营销服务商，其主要的资源重心是为广告主提供服务，对广告主的产品、品牌进行市场受众分析，制定完整的营销策略，与广告主共同制定媒体采购计划，确定广告投放平台，并提供关键词的制定优化、搜索引擎平台的账户日常管理维护、数据收集及效果分析等服务，以满足不同行业、不同区域广告主的多样化需求。

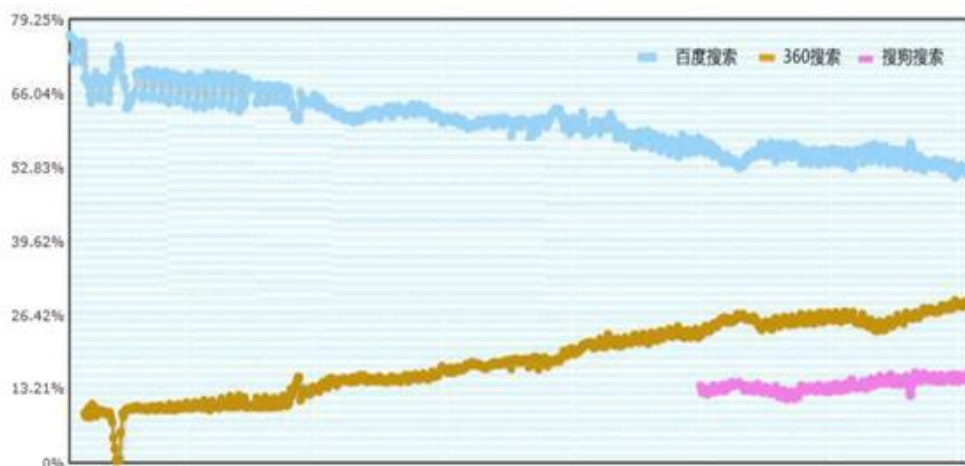
综上所述，搜索引擎媒体和搜索引擎营销服务商已经在多年行业发展历程中形成了共识，双方明确了各自的分工，相互依附，并最终实现共同成长、互利共赢的良好局面。

(2) 搜索引擎媒体的竞争格局有利于搜索引擎媒体营销服务商的业务发展

目前国内搜索关键字广告市场集中度较高，搜索引擎领域的主要参与者包括：百度、奇虎 360、搜狗。从搜索引擎企业的营业收入规模来看，百度居于绝对领先地位，2014 年，百度的营业收入份额占比高达 81.8%，谷歌的营业收入份额占比为 10.4%，而搜狗和奇虎 360 的占比分别为 4%和 2.8%。

在搜索引擎市场占有率上，2012 年 8 月奇虎 360 搜索推出后，百度搜索的市场份额便被奇虎 360 不断侵蚀。截至 2014 年 8 月，百度搜索的市场占有率下降到 54.03%，而奇虎 360 搜索占有率上升到 29.24%，而在 2012 年之前百度搜索的市场占有率曾一度高达 80%。与此同时，搜狗的市场占有率也维持稳定，保持在 10%以上的水平，预计未来搜索领域将成为巨头之间的竞争。

中国搜索引擎市场占有率如下：



数据来源: CNZZ, 2012 年 8 月—2014 年 8 月

注: 市场占有率指使用某种搜索引擎的独立访客数在总独立访客数中所占的比例。

对于奇虎 360 和搜狗来说, 其为了赢得更高的市场份额, 需要借助搜索引擎营销服务商来获得更多广告主的青睐, 同时会给予搜索引擎营销服务商更优惠的媒体返点政策; 而对于百度来说, 针对奇虎 360 和搜狗的日益激烈的竞争, 势必也会更加重视对搜索引擎营销服务商的媒体返点政策, 不会轻易降低。因此, 从目前搜索引擎媒体的竞争格局来看, 稳定的媒体返点政策是未来的大势所趋, 从而更加有力地促进搜索引擎媒体营销服务商的业务发展, 保持盈利的稳定性。

(3) 爱德康赛通过自身优势增加客户粘性, 保持盈利的稳定

经过客户资源的不断沉淀, 爱德康赛目前服务于上百家重要客户, 与多个品牌客户建立了稳定的合作关系, 通过与行业优质客户的合作, 不断积累行业营销经验, 形成了成熟的客户资源及行业解决方案, 打造了优质客户相对集中的客户结构, 而 2014 年引入的核心团队也利用其丰富的从业经验及对互联网广告和移动互联网广告市场的深入了解, 大大提高了爱德康赛的综合服务能力, 增加了客户粘性。

爱德康赛拥有众多的媒体渠道, 为客户提供了更多的选择。爱德康赛目前为百度五星代理商, 奇虎 360 教育行业核心代理商, 并与搜狗、神马搜索等均建立了稳定的业务合作关系, 同时爱德康赛积极布局移动互联网广告业务, 一方面通过与百度移动搜索、神马无线搜索、360 点睛平台等移动互联网搜索引擎媒体合作, 积极拓展移动互联网 SEM 服务业务, 同时爱德康赛也通过采购移动互联网媒体流量资源的方式解决客户广告投放的多样化需求, 帮助客户实现多维、高效的广告投资回报。

爱德康赛通过日益成熟的数字技术服务平台、不断发展的整合营销能力, 凭借规模化、专业化优势, 逐渐建立了品牌影响力, 占据了有利市场地位, 并在此基础上形成了较高客户粘性, 有效降低了未来盈利不确定的风险。

8、净利润与经营活动现金流量净额差异较大的原因及合理性

报告期内爱德康赛净利润与经营活动现金流量净额差异列示如下:

单位: 万元

项 目	2015年1-9月	2014年度	2013年度
净利润	1,033.90	45.87	-170.31
经营活动现金流量净额	-1,670.04	-335.89	195.87
差额	2,703.94	381.76	-366.18

报告期内爱德康赛实现的净利润和经营活动现金流量净额调节关系如下:

单位: 万元

项 目	2015年1-9月	2014年度	2013年度
净利润	1,033.90	45.87	-170.31
加: 资产减值准备	218.00	100.07	54.52
固定资产折旧	13.73	13.41	4.80
投资损失(收益以“-”号填列)	-43.76		
递延所得税资产减少(增加以“-”号填列)	-30.16	-19.44	
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	-5,814.76	-4,051.25	-1,310.18
其中: 应收账款的减少	-3,394.33	-2,148.48	-458.41
预付账款的减少	-179.30	-763.45	-234.52
其他应收款的减少	-2,021.24	-1,088.90	-617.25
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	2,953.02	3,575.46	1,617.04
其中: 应付账款的增加	1,879.24	-240.80	-142.02
预收账款的增加	1,974.92	1,589.47	1,191.76
其他应付款的增加	-1,706.20	1,944.75	546.66
经营活动产生的现金流量净额	-1,670.04	-335.89	195.87

从上表可以看出,将净利润调节至经营活动现金流量净额的过程中,主要是由于经营性应收项目和经营性应付项目的变动导致净利润与经营活动现金流量净额的差异较大。

经营性应收项目的变动主要系应收账款和其他应收款变动所致。爱德康赛应收账款逐年增加,且增加幅度较大,主要系随着爱德康赛业务的快速发展,营销规模逐年扩大,导致应收账款逐年上升。其他应收款逐年增加,主要系随着广告投放量的增长,爱德康赛支付给媒体的保证金逐年增加所致。

经营性应付项目的变动主要系应付账款、预收账款和其他应付款的变动所致。应付账款于2015年1-9月增加幅度较大,主要系爱德康赛2015年新增了移动互联网广告业务,对应的供应商给予爱德康赛比较优惠的账期,故导致应

付账款增加。预收账款逐年增加,主要系爱德康赛的业务模式和营收规模逐年增长导致。其他应付款于 2014 年度增加较大又于 2015 年 1-9 月大幅减少,主要系爱德康赛 2014 年度因业务发展较快缺少营运资金,故未及时支付部分应付暂收款,而在 2015 年爱德康赛收到哈尔滨华滨光辉创业投资企业(有限合伙)3,000 万元投资款后,营运资金得到了有力的补充,故于 2015 年度支付了相关应付暂收款项。

三、本次交易完成后,上市公司的财务状况、盈利能力及未来趋势分析

(一) 财务状况分析

1、资产构成变动分析

根据备考合并财务报表,假设本次交易于 2013 年 1 月 1 日已经完成,上市公司最近一期期末的资产情况如下:

单位:万元

项目	2015.9.30 (本次交易前)		2015.9.30 (备考财务数据)	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)
货币资金	19,785.08	15.60%	20,236.37	12.10%
应收票据	988.73	0.78%	988.74	0.59%
应收账款	80,732.32	63.65%	87,594.74	52.39%
预付款项	12,316.04	9.71%	13,985.61	8.36%
其他应收款	705.31	0.56%	4739.9	2.83%
其他流动资产	9,125.76	7.19%	10,754.90	6.43%
流动资产合计	123,653.26	97.49%	138,300.27	82.71%
固定资产	323.12	0.25%	358.61	0.21%
在建工程	480.53	0.38%	480.53	0.29%
无形资产	487.19	0.38%	1425.39	0.85%
商誉	109.97	0.09%	24,732.22	14.79%
长期待摊费用	606.58	0.48%	639.58	0.38%
递延所得税资产	1,181.41	0.93%	1,270.85	0.76%
非流动资产合计	3,188.81	2.51%	28,907.19	17.29%
资产总计	126,842.08	100%	167,207.46	100.00%

(1) 资产规模及其结果变动情况

如上表所示,本次交易完成后,公司 2015 年 9 月 30 日的资产总额从本次交

易前的 126,842.08 万元提高至 167,207.46 万元, 增加 40,365.38 万元, 增长率为 31.82%。

在资产结构的变动中, 流动资产增加 14,647.01 万元, 增幅为 11.85%; 非流动资产增加 25,718.38 万元, 增幅为 806.52%。由于本次交易中各交易标的均为轻资产公司, 账面上非流动资产较少, 非流动资产增长幅度较大的原因系本次交易产生的商誉明显增加, 剔除商誉变动的影响后, 本次交易对公司非流动资产的影响较小。

(2) 本次交易上市公司将产生较大金额商誉

1) 爱德康赛商誉的确认依据

爱德康赛商誉系按重组方案确认商誉, 即按照重组方案中交易双方确定的交易价格 29,000 万元作为备考合并财务报表假设购买日的合并成本, 以该合并成本扣除重组交易评估基准日的可辨认净资产公允价值的差额确认为备考合并财务报表商誉。

A、本次交易合并过程中爱德康赛公司账面价值调整

由于爱德康赛公司执行的会计政策和会计估计与思美传媒公司不一致, 根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的规定, 应统一母子公司所采用的会计政策。

截至 2015 年 9 月 30 日, 爱德康赛公司合并财务报表中归属于母公司所有者权益为 3,732.61 万元, 按照思美传媒公司执行会计政策和会计估计进行调整后归属于母公司所有者权益为 3,694.71 万元。

B、本次交易合并过程中爱德康赛公司资产公允价值确认情况

爱德康赛公司可辨认净资产公允价值系以假设购买日的爱德康赛公司按思美传媒公司执行的会计政策和会计估计调整后的归属于母公司所有者权益为基础, 考虑北京中企华资产评估有限责任公司资产基础法的评估结果调整后确定。截至 2015 年 9 月 30 日, 爱德康赛公司经审计后母公司账面净资产及北京中企华资产评估有限责任公司资产基础法评估价值具体如下:

单位: 万元

名称	母公司 账面净资产	可辨认净资产 的评估值[注]	评估增值	评估增值率 (%)
----	--------------	-------------------	------	--------------

爱德康赛	3,732.61	4,632.91	900.30	24.12
------	----------	----------	--------	-------

注：上述表格数据援引北京中企华资产评估有限责任公司出具(中企华评报字(2015)第4292号)的“资产评估明细表”。

C、截至2015年9月30日，爱德康赛公司的商誉计算过程

单位：万元

项 目	金 额
交易对价	29,000.00
2015年9月30日可辨认净资产公允价值	4,632.91
其中：无形资产评估增值	938.20
假设购买日合并的商誉	24,367.09

2) 爱德康赛公司商誉对上市公司未来经营业绩的影响

根据《企业会计准则第33号——合并财务报表》，企业合并对价超过被合并方可辨认净资产公允价值的部分应确认为商誉；该商誉在持有期间不予摊销，但需在未来每个报告期终了进行减值测试。思美传媒公司将于未来每个报告期末对因企业合并形成的商誉进行减值测试。具体为各期末将盈利预测中对爱德康赛公司预期能实现的经营业绩与实际实现的经营业绩进行比较，若实际业绩超过预期业绩，且经营整体情况未发生重大变化的情况下，不需计提对爱德康斯公司商誉的减值；但若实际业绩未达到预期业绩的，则可聘请评估机构对所持爱德康赛公司的股权进行评估，根据评估结果确定是否需要计提商誉的减值准备。如果计提商誉减值准备，则会对上市公司业绩形成负面影响。

2、负债构成情况分析

根据备考合并财务报表，假设本次交易于2013年1月1日已经完成，上市公司最近一期末的资产情况如下：

单位：万元

项目	2015.9.30 (本次交易前)		2015.9.30 (备考财务数据)	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)
应付票据	6,000.00	19.95%	6,000.00	12.22%
应付账款	17,556.66	58.39%	20,536.71	41.84%
预收款项	1,955.90	6.50%	7,406.74	15.09%
应付职工薪酬	0.85	0.00%	59.03	0.12%
应交税费	3,635.90	12.09%	4865.28	9.91%
其他应付款	919.01	3.06%	2719.77	5.54%

流动负债合计	30,068.34	100.00%	43,836.73	89.31%
负债合计	30,068.34	100.00%	49,084.89	100.00%

如上表所示,本次交易完成后,公司 2015 年 9 月 30 日的负债总额从本次交易前的 30,068.34 万元提高至 49,084.89 万元,增加 19,016.54 万元,增幅为 63.24%。

3、偿债能力分析

根据备考合并财务报表,假设本次交易于 2013 年 1 月 1 日已经完成,上市公司最近一年一期末的偿债能力相关财务指标如下:

项目	2015.9.30 (本次交易前)	2015.9.30 (备考财务数据)	2014.12.31 (本次交易前)	2014.12.31 (备考财务数据)
资产负债率	23.71%	29.36%	30.28%	28.69%
流动比率	4.11	3.15	3.21	2.83
速动比率	3.38	2.48	3.21	2.83

根据备考合并财务报表,本次交易完成后,公司最近一年一期末的资产负债率有所上升。最近一年一期的流动比率和速动比率也有所下降,但依然保持较高水平,相关财务指标均处于合理范围之内。

4、财务安全性分析

根据备考合并财务报表,本次交易完成后,公司 2015 年 9 月 30 日的资产负债率为 29.36%,资产负债率较低。流动比率为 3.15,速动比率为 2.48,公司的负债水平和偿债能力均处于合理范围。本次交易对公司财务安全性影响的具体分析如下:

一方面,思美传媒近年来一直保持了良好的经营业绩和资产质量,始终保有畅通的融资渠道,并且保持着良好的资信记录;另一方面,爱德康赛所属的互联网广告行业具备经营活动现金流量充盈的特点,良好的现金流量为公司的财务安全性增加了一定的保障。

综上分析,本次交易对公司的财务安全性无重大负面影响。

5、资产周转能力分析

根据备考合并财务报表,假设本次交易于 2013 年 1 月 1 日已经完成,上市公司最近一期末的资产周转能力的财务指标如下:

项目	2015.9.30 (本次交易前)	2015.9.30 (备考财务数据)	2014.12.31 (本次交易前)	2014.12.31 (备考财务数据)
应收账款周转率	2.15	2.38	3.98	4.43
应收账款周转天数	125.58	113.45	90.45	81.26

注：应收账款周转天数=90（或365，视报告期长短）÷应收账款周转率

根据备考合并财务报表，本次交易完成后，公司最近一期末的应收账款周转率较交易前有所下降，应收账款周转天数比交易前增加，但总体上本次交易对公司资产周转能力影响不大，相关财务指标处于合理范围之内。

（二）盈利能力分析

1、 利润构成变动分析

根据备考合并财务报表，假设本次交易于2013年1月1日已经完成，上市公司最近一年及一期的利润构成情况如下：

单位：万元

项目	2015年1-9月 (本次交易前)	2015年1-9月 (备考财务数据)	2014年度(本次 交易前)	2014年度 (备考财务数据)
营业毛利	20,813.7	23,483.82	25,964.85	28,124.49
期间费用	12,761.7	14,093.56	13,266.51	15,207.32
资产减值损失	151.68	442.12	3,271.66	3,432.34
投资收益	91.53	124.47	2.35	2.35
营业利润	7,854.41	8,886.19	9,103.48	9,062.01
营业外收支净额	390.65	486.58	469.54	463.19
利润总额	8,245.06	9,372.76	9,573.02	9,525.20
净利润	5,915.80	6,666.74	7,147.95	7,056.23
归属于母公司股东的净利润	5,919.56	6,668.77	7,081.93	7,022.91

根据备考合并财务报表，本次交易完成后，公司最近一期的利润水平较交易前略有上升。

2、 盈利能力相关财务指标

根据备考合并财务报表，假设本次交易于2013年1月1日已经完成，上市公司最近一年及一期的盈利能力相关财务指标如下：

项目	2015年1-9月 (本次交易前)	2015年1-9月 (备考财务数据)	2014年度 (本次交易前)	2014年度 (备考财务数据)
销售净利率	3.35%	3.22%	3.32%	2.85%

项 目	2015年1-9月 (本次交易前)	2015年1-9月 (备考财务数据)	2014 年度 (本次交易前)	2014 年度 (备考财务数据)
销售毛利率	11.80%	11.33%	12.07%	11.35%
资产净利率	4.81%	3.28%	5.99%	5.47%
净资产收益率	6.11%	5.64%	9.04%	7.71%

根据备考合并财务报表,本次交易完成后,公司最近一年及一期的销售净利率和销售毛利率有一定程度的下降,系因交易标的爱德康赛所从事的 SEM 服务业务毛利率较低所致。公司的资产净利率和净资产收益率有一定幅度的下降,系本次交易对交易标的估值较高,产生的商誉使账面总资产和净资产大幅增加所致。

3、本次交易前后,上市公司每股收益的变化

(1) 本次交易前后,上市公司每股收益指标如下:

单位: 元

项 目	2015年9月30日/2015年1-9月			2014年12月31日/2014年度		
	交易前	交易后 (备考)	变化率 (%)	交易前	交易后 (备考)	变化率 (%)
归属于母公司 净利润	57,758,493.83	66,687,689.51	15.46	70,819,286.34	70,229,101.38	-0.83
总股本	87,989,51	90,421,17	2.76	85,319,51	88,044,65	3.19
每股收益	0.66	0.74	12.35	0.83	0.80	-3.90

2015 年 1-9 月,上市公司备考基本每股收益较交易前有所提高。

(2) 爱德康赛承诺业绩对思美传媒每股收益的贡献

年 度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
承诺净利润(万元)	1,400.00	2,700.00	3,510.00	4,563.00	5,019.30
股份数量1[注1]	9042.1170万股				
对每股收益的贡献(元)	0.15	0.30	0.39	0.50	0.56
股份数量2[注2]	243.1661万股				
每股收益(元)	5.76	11.10	14.43	18.76	20.64

[注 1]: 此处股份数量为思美传媒收购爱德康赛全部股权向其原股东发行股份后的思美传媒全部股份数量。

[注 2]: 此处股份数量为思美传媒收购爱德康赛全部股权向其原股东发行股份的数量。

(3) 思美传媒 2012-2014 年度经营业绩指标

项 目	2012年度	2013年度	2014年度
-----	--------	--------	--------

归属于母公司净利润(万元)	9,452.05	8,408.83	7,081.93
股本(万元)	7,296.80	7,296.80	8,531.95
每股收益(元)	1.30	1.15	0.83

如果爱德康赛承诺业绩能够实现,将增加上市公司 2015 年-2019 年每股收益。

4、思美传媒 2014 年度和 2015 年 1-9 月交易完成前与交易完成后的营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司所有者的净利润等指标,其差异原因及分析

(1) 2014 年度

单位:人民币万元

2014年度	思美传媒 交易前	思美传媒 交易后 (备考)	爱德 康赛	差异 金额	差异原因
营业利润	9,103.48	9,062.01	112.97	-154.44	1. 按公允价值调增的无形资产计提摊销额93.82万元; 2. 按思美传媒执行的会计政策和会计估计计提资产减值准备60.62万元。
利润总额	9,573.02	9,525.20	106.62	-154.44	
净利润	7,147.95	7,056.23	45.87	-137.59	1. 其中-154.44万元差异原因同营业利润; 2. 按思美传媒执行的会计估计计提减值准备确认递延所得税资产16.84万元。
归属于母公司所有者的净利润	7,081.93	7,022.91	75.72	-134.74	1. 其中-137.59万元差异原因同净利润; 2. 上述差异由少数股东承担部分2.85万元。

2、2015 年 1-9 月

2015 年 1-9 月归属于母公司所有者的净利润差异主要由两部分组成,其中-143.71 万元系思美传媒对外公告未经审计数据,而在编制备考报表时,会计师对思美传媒进行审阅,并对部分事项进行了调整,明细情况如下:

单位:人民币万元

2015年 1-9月	思美传媒 (未经审计)	思美传媒 (审阅)	差异 金额	差异原因
---------------	----------------	--------------	----------	------

营业利润	7,854.41	7,738.97	-115.44	1. 按权责发生制补入少计成本126.75万元;
利润总额	8,245.06	8,129.62	-115.44	2. 按实际账龄重新厘定应收款项坏账准备, 转回多计资产减值损失11.31万元
净利润	5,915.80	5,772.06	-143.75	1. 其中-115.44万元差异原因同利润总额; 2. 重新厘定所得税费用, 补提当期所得税费用25.59万元; 厘定递延所得税费用, 补入少计递延所得税资产2.71万元。
归属于母公司所有者的净利润	5,919.56	5,775.85	-143.71	1. 其中-143.75万元差异原因同净利润; 2. 上述差异由少数股东承担部分0.04万元。

归属于母公司所有者的净利润除上述审阅调整-143.71 万元, 另有-139.21 万元差异原因如下:

单位: 人民币万元

2015年 1-9月	思美传媒 交易前	思美传媒 交易后 (备考)	爱德 康赛	差异 金额	差异原因
营业利润	7,738.97	8,886.19	1,312.15	-164.93	1. 按公允价值调增的无形资产计提摊销70.36万元;
利润总额	8,129.62	9,372.76	1,408.08	-164.93	2. 按思美传媒执行的会计政策和会计估计计提资产减值准备83.75万元; 调整投资收益10.82万元。
净利润	5,772.06	6,666.74	1,033.90	-139.21	1. 其中-164.93万元差异原因同营业利润;
归属于母公司所有者的净利润	5,775.85	6,668.77	1,032.13	-139.21	2. 按思美传媒执行的会计估计计提减值准备确认递延所得税资产25.72万元。

上市公司备考后 2014 年度和 2015 年 1-9 月的营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司所有者的净利润均小于交易完成前(指思美传媒与爱德康赛各项数据的简单相加数)由上述原因所致, 是合理的。上市公司 2014 年度备考的营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司所有者的净利润均小于交易前

上市公司数, 2015 年 1-9 月的营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司所有者的净利润均大于交易前上市公司数。

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

(一) 本次交易对上市公司主营业务的影响

公司以提供电视广告、户外广告、品牌管理、互联网广告等整合营销服务为主要服务模式。互联网广告业务是思美传媒未来最具核心竞争力的业务之一, 该业务板块的发展将会为公司带来更多的发展机会和增长空间。公司互联网业务以综合性互联网营销服务为发展方向, 互联网视频投放为主要突破口, 其他互联网营销服务协调发展。2014 年实现互联网广告业务收入 4,993 万元, 同比实现了 142% 的增长。搜索引擎广告业务的引入公司的互联网广告业务增添了新的增长动力。

本次交易完成后, 上市公司将把爱德康赛纳入旗下, 其在互联网广告方面的业务得以增补。本次交易将使公司在广告产业的板块布局进一步完善, 在客户资源整合、品牌内容资源、媒体资源、渠道资源等方面得到极大补充, 广告技术和团队能力方面的实力也进一步提升, 为公司成为国内领先的综合型广告企业奠定了基础。

(二) 本次交易对上市公司可持续发展能力的影响

本次交易后, 爱德康赛将成为上市公司的全资子公司, 纳入合并报表范围。

爱德康赛专注于搜索引擎营销 (SEM) 服务业务, 已经与百度、360 等主流搜索引擎平台长期合作, 并逐步建设完善了媒体渠道资源, 爱德康赛目前是百度认证五星级代理商, 360 教育行业核心代理商, 并与搜狗、神马搜索建立了稳定的业务合作关系。随着移动互联网的快速发展, 以及百度从 PC 端向移动端的转型, 爱德康赛积极拓展移动互联网营销服务业务, 一方面通过与百度移动搜索、神马无线搜索、360 点睛平台等移动互联网搜索引擎媒体合作, 积极拓展移动互联网 SEM 服务业务, 同时爱德康赛也通过采购移动互联网媒体流量资源的方式解决客户广告投放的多样化需求, 帮助客户实现多维、高效的广告投资回报, 经过客户资源的不断积累, 爱德康赛目前服务于上百家 KA 客户, 与多个优质品

牌客户建立了稳定的合作关系。

本次交易中,交易对方刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)承诺,爱德康赛于 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度应实现的年度经审核税后净利润应分别不低于 1,400 万元、2,700 万元、3,510 万元、4,563 万元、5,019.3 万元。通过本次交易,上市公司将横向扩充互联网广告板块的业务类型,更好的提升互联网广告这一未来营收增速主力带动点的发展空间,有望使公司业务增速登上新的台阶。同时,爱德康赛在移动互联网领域的技术与资源,也是公司顺应行业未来发展趋势,实现自身突破所极为需要的。本次交易有利于上市公司自身主营业务的健康发展和未来业绩的持续稳定增长。

五、本次交易完成后,上市公司对标的公司的整合计划

(一) 对标的公司人员的整合

本次交易完成后,爱德康赛将成为思美传媒的全资子公司,其仍将以独立法人主体的形式存在。为实现标的公司既定的经营目标,保持管理和业务的连贯性,使其在技术创新、产品开发、运营管理延续自主独立性,上市公司将保持其各自管理层团队基本稳定、给予管理层充分发展空间。但同时为了使标的公司满足上市公司的各类规范要求,上市公司将向各标的公司输入具有规范治理经验的管理人员。

本次交易完成后,目标公司董事会由 5 名董事组成,均由上市公司提名,确保提名标的公司管理层股东推荐的 2 名董事候选人,标的公司的财务负责人由上市公司委派。

此外,为了保证核心团队的稳定性,上市公司在任职期限方面要求标的公司与其核心团队成员签订了服务期限届满日期不早于自标的资产交割日起满五年的《劳动合同》。核心团队成员已就在上述服务期限不主动离职出具相关承诺,核心团队成员同时承诺其在上述期限及离职后 2 年内不从事与标的公司相同或类似业务。

(二) 资产和业务的整合

公司收购标的公司后,思美传媒将提升从策略制定、创意内容制作到媒介投

放、效果监测、社会化营销在内的全套营销服务能力,能够为广告主提供从精准投放到策略创意的“一站式”服务。公司的媒介覆盖也将从电视和户外领域衍生PC端及移动端,极大的丰富了公司的营销运作模式,实现从电视端、户外端等媒介领域到影视剧大屏幕、PC端、移动端的多屏互动,为广告主提供从基础的传统广告投放到差异化、精准化营销的品牌整体推广,多屏媒介的协同效应将极大地提升公司的竞争力。

上市公司将依据标的公司业务特点,从宏观层面将标的公司的业务经验、经营理念、市场拓展等方面的工作纳入本公司的整体发展蓝图之中,将上市公司与标的公司各个方面的规划整体统筹,协同发展,以实现整体及各方自身平衡、有序、健康的发展。

本次交易完成后,上市公司在互联网营销领域已有业务将与标的公司有效利用各自优势,最大限度的发挥协同效应。一方面,上市公司与标的公司的合作,能够进一步拓宽现有互联网营销服务的业务领域,在满足客户基础的营销服务需求的同时,为客户提供更完善的一站式营销服务;另一方面,标的公司拥有成熟的搜索引擎营销服务经验,强大的研发团队和领先的营销数据分析能力,为上市公司拓展互联网营销行业,打造行业龙头,完善产业布局奠定基础。本次收购将为上市公司注入互联网基因,在未来的新兴广告模式发展中获得新的核心竞争力。

(三) 公司治理

本次交易完成后,爱德康赛将成为思美传媒的全资子公司,其在财务管理、人力资源、运营合规性等方面均需达到上市公司的标准。目前标的公司已形成了以法人治理结构为核心的现代企业制度和较为规范的公司运作体系,做到了业务独立、资产独立、财务独立、机构独立和人员独立。交易完成后,上市公司将结合标的公司的经营特点、在业务模式及组织架构继续对其原有的管理制度进行适当地调整,以严格达到监管部门对上市公司的要求。

(四) 企业文化的整合

上市公司与爱德康赛均从事广告行业,广告业务具有轻资产、重人才的行业属性,都具有以人为本、注重团队的共同特征。本次交易完成后,上市公司和标

的公司将相互吸收对方在内部管理、企业文化、员工福利、团队建设方面的良好经验,更加注重建立和完善企业文化理念体系,加强企业文化的宣传和贯彻,为公司、员工个人发展创造良好的企业文化和团队氛围;同时也在上市公司母公司与子公司之间加强文化沟通,求同存异,促进价值观、管理、信息、情感等多层面、全方位、多角度的沟通,营造和谐进取的文化氛围,增强企业的凝聚力,共同追求让员工、客户、股东满意的企业使命。

第十章 财务会计信息

标的公司最近两年一期的简要财务报表如下所示:

一、爱德康赛最近两年一期的主要财务数据

(一) 资产负债表主要数据

根据天健会计师出具的“天健审[2015]7374 号”《审计报告》，爱德康赛 2013 年度、2014 年度及 2015 年 1-9 月财务报表如下：

单位：万元

项目	2015.9.30	2014.12.31	2013.12.31
货币资金	451.29	488.89	475.76
应收账款	7,036.17	3,306.75	627.27
预付款项	1,643.34	1,575.87	486.96
其他应收款	4,008.66	1,582.71	618.01
其他流动资产	1,602.18	0.48	-
流动资产合计	14,741.63	6,954.69	2,208.01
固定资产	35.49	28.82	33.99
商誉	242.82	102.91	-
递延所得税资产	49.60	19.44	-
非流动资产合计	327.91	151.17	33.99
资产总计	15,069.54	7,105.86	2,242.00
应付账款	2,851.09	645.78	543.42
预收账款	5,445.58	3,094.80	1,505.33
应付职工薪酬	58.18	0.86	-
应交税费	1,176.81	398.33	19.81
其他应付款	1,718.25	3,257.06	761.66
流动负债合计	11,249.91	7,396.83	2,830.23
负债合计	11,249.91	7,396.83	2,830.23
实收资本(股本)	588.24	500.00	200.00
资本公积	2,911.76	-	-
未分配利润	319.62	-712.51	-788.23
所有者权益合计	3,819.62	-290.97	-588.23
负债和所有者权益总计	15,069.54	7,105.86	2,242.00

(二) 利润表主要数据

单位：万元

项目	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
----	-----------	---------	---------

一、营业收入	30,911.00	32,819.69	9,689.57
减：营业成本	27,937.52	30,660.05	9,529.52
营业税金及附加	48.97	99.62	23.22
销售费用	817.51	1,246.33	151.86
管理费用	621.14	600.78	100.31
财务费用	-0.52	-0.13	0.02
资产减值损失	217.99	100.07	54.52
二、营业利润	1,312.15	112.97	-169.89
加：营业外收入	100.58	5.76	-
减：营业外支出	4.65	12.11	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	1,408.08	106.62	-169.89
减：所得税费用	374.18	60.75	0.42
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	1,033.90	45.87	-170.31

（三）现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2015年1-9月	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	-1,670.04	-335.89	195.87
投资活动产生的现金流量净额	-1,585.76	-0.93	-33.82
筹资活动产生的现金流量净额	3,000.00	300.00	100.00
加：期初现金及现金等价物余额	438.95	475.76	213.71
期末现金及现金等价物余额	183.15	438.95	475.76

二、上市公司备考财务报表

公司根据《重组管理办法》、《格式准则 26 号》的规定和要求，假设本次交易已于 2013 年 1 月 1 日实施完成，即各交易标的已于 2013 年 1 月 1 日成为上市公司的全资子公司，以此为基础编制了上市公司最近二年及一期备考合并财务报表。天健会计师对上市公司编制的最近二年及一期备考合并财务报表及附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》。

（一）备考资产负债表主要数据

单位：万元

资产	2015.9.30	2014.12.31	2013.12.31
货币资金	20,236.37	21,361.01	37,102.38
应收票据	988.74	1,830.61	5,844.38
应收账款	87,594.74	86,635.23	25,261.10
预付款项	13,985.61	10,808.81	10,299.30

其他应收款	4739.9	2,282.26	1,483.13
其他流动资产	10,754.90	106.33	3.27
流动资产合计	138,300.27	123,024.26	79,993.55
固定资产	358.61	417.68	400.68
在建工程	480.53	753.89	259.05
无形资产	1,425.39	1,520.39	555.85
商誉	24,732.22	24,590.87	24,477.07
长期待摊费用	639.58	265.77	291.14
递延所得税资产	1,270.85	1,168.59	345.74
非流动资产合计	28,907.19	28,717.12	26,329.52
资产总计	167,207.46	151,741.37	106,323.07
应付票据	6,000.00	4,366.67	4,828.68
应付账款	20,536.71	24,330.17	17,287.64
预收款项	7,406.74	4,121.20	4,667.16
应付职工薪酬	59.03	2.88	3.30
应交税费	4,865.28	6,277.91	3,050.94
其他应付款	2,719.77	4,433.36	1,678.40
流动负债合计	43,836.73	43,532.18	31,516.11
非流动负债合计	5,248.15	0.00	0.00
负债合计	49,084.89	43,532.18	31,516.11
归属于母公司所有者权益 小计	118,041.16	108,202.45	74,777.72
少数股东权益	81.41	6.74	29.24
所有者权益合计	118,122.57	108,209.19	74,806.97
负债和所有者权益总计	167,207.46	151,741.37	106,323.07

(二) 备考利润表主要数据

单位：万元

资产	2015年1-9月	2014年度	2013年度
一、营业总收入	207,254.67	247,895.82	173,538.08
其中：营业收入	207,254.67	247,895.82	173,538.08
二、营业总成本	198,492.30	238,836.16	163,047.79
其中：营业成本	183,770.85	219,771.34	150,172.76
营业税金及附加	186.42	425.17	274.32
销售费用	6,304.05	7,259.97	5,073.93
管理费用	8,144.00	8,458.04	6,622.60
财务费用	-354.49	-510.69	121.96
资产减值损失	442.12	3,432.34	782.23
投资收益（损失以“-”号填列）	124.47	2.35	-50.00
三、营业利润（损失以“-”号填列）	8,886.19	9,062.01	10,440.29
加：营业外收入	668.50	887.70	633.54

减：营业外支出	181.93	424.51	161.78
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	9,372.76	9,525.20	10,912.04
减：所得税费用	2,706.02	2,468.98	2,695.42
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	6,666.74	7,056.23	8,216.63
归属于母公司所有者的净利润	6,668.77	7,022.91	8,228.95
少数股东损益	-2.03	33.32	-12.33

第十一章 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

(一) 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的情况

本次交易不会致使上市公司与实际控制人及其关联企业之间产生同业竞争。本次交易未导致上市公司的实际控制人发生变更。上市公司的实际控制人及其关联企业没有以任何形式从事与上市公司及上市公司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。

(二) 本次交易完成后,交易对方关于同业竞争的承诺

为了解决未来可能发生与上市公司的同业竞争情况,爱德康赛的控股股东刘申出具了《关于避免同业竞争的承诺函》:

“一、承诺人目前与上市公司、爱德康赛间不存在同业竞争,承诺人也不存在控制的与上市公司、爱德康赛间具有竞争关系的其他企业的情形。

二、承诺人今后作为上市公司股东期间,不会在中国境内或境外以任何方式(包括但不限于其单独经营、通过合资经营或拥有另一公司或企业的股份及其它权益)参与任何与上市公司及其子公司、爱德康赛构成竞争的任何业务或活动,不以上市公司及其子公司以外的名义为上市公司及子公司现有客户提供与上市公司及其子公司相同或相类似的服务。

三、承诺人今后作为上市公司股东期间,不会利用上市公司股东地位损害上市公司及其他股东(特别是中小股东)的合法权益,不会损害上市公司及其子公司、爱德康赛的合法权益。

四、承诺人保证在作为上市公司股东期间上述承诺持续有效且不可撤销。如有任何违反上述承诺的事项发生,承诺人应承担因此给上市公司造成的一切损失(含直接损失和间接损失),承诺人因违反本承诺所取得的利益归上市公司所有。”

二、关联交易

(一) 本次交易前爱德康赛的关联交易

报告期内，爱德康赛的关联交易情况如下：

1、出售商品和提供劳务的关联交易

报告期内，爱德康赛与前实际控制人渠成控制的耐特康赛网络技术（北京）有限公司发生少量广告代理交易，报告期内产生的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2015年1-9月	2014 年度	2013 年度
耐特康赛网络技术（北京）有限公司	广告代理	-	114.53	-
合计		-	114.53	-

2、关联方应收应付款项

1) 应收项目

项目名称	关联方	期末余额	
		账面余额 (万元)	坏账准备
2014 年 12 月 31 日			
其他应收款	刘申	100.00	5.00
2012 年 12 月 31 日			
其他应收款	渠成	197.29	9.86

2) 应付项目

项目名称	关联方	2015 年 9 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
其他应付款	高笑河	422,041.01		
其他应付款	冯伟		381,513.45	200,000.00
小 计		422,041.01	381,513.45	200,000.00

报告期内，爱德康赛应收北京爱玛威科技有限公司款项为爱玛威业务发展需要向爱得康赛的借款。爱玛威刘申与冯伟于 2015 年 2 月设立的互联网广告公司，未避免产生同业竞争，2015 年 6 月爱德康赛对爱玛威 100%的股权进行了收购，截至本报告书签署日，爱玛威为爱德康赛全资子公司。

报告期内，爱德康赛应收自然人股东渠成、刘申款项为自然人股东渠成、刘

申向爱德康赛的借款，截至本报告书签署日，渠成、刘申均已还清了上述款项。

鉴于报告期内爱德康赛存在股东非经营性资金占用的情形，为充分保护爱德康赛的合法权益，有效防范未来期间股东违规占用资金情况的发生，爱德康赛的全体股东均出具了承诺函，对避免股东、关联方资金占用作出了承诺：

“（1）截至本承诺函出具之日，本合伙企业/本人及本合伙企业/本人控制的企业、公司或其他经济组织不存在占用北京爱德康赛广告有限公司及其子公司资金的情况；

（2）本合伙企业/本人及本合伙企业/本人控制的企业或其他经济组织自本承诺函出具之日将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用北京爱德康赛广告有限公司及其子公司之资金，且将严格遵守中国证监会及证券交易所关于上市公司法人治理的有关规定，避免本合伙企业/本人、本合伙企业/本人控制的企业及其他经济组织与北京爱德康赛广告有限公司发生除正常业务外的一切资金往来；

（3）如果北京爱德康赛广告有限公司及子公司因历史上存在的与本合伙企业/本人及本合伙企业/本人控制的企业及其他经济组织的资金往来行为而受到处罚的，由本合伙企业/本人承担赔偿责任。”

（二）本次交易完成，关联方变化情况

本次交易不导致其他关联方发生变化的情况。

（三）本次交易完成后，上市公司与实际控制人之间关联交易情况

本次交易的募集配套资金的认购方中，朱明虬系本公司的控股股东和实际控制人，吴红心系公司持股 5%以上股东，新余佳银投资管理中心（有限合伙）有限合伙人朱昊天系朱明虬成年子女，与本公司存在关联关系。朱明虬、吴红心、新余佳银投资管理中心（有限合伙）认购上市公司募集配套资金发行股份的行为，构成关联交易。

除上述情况外，本次交易不会致使上市公司与实际控制人及其关联企业之间产生关联交易。

第十二章 风险因素

一、与本次交易有关的风险

(一) 本次交易可能被取消的风险

1、剔除大盘因素和同行业板块因素影响，本公司股票价格在股价敏感重大信息公布前 20 个交易日内未发生异常波动。本次交易的内幕信息知情人对本公司股票停牌前 6 个月内买卖股票的情况进行了自查并出具了自查报告，但本次交易仍存在因可能涉嫌内幕交易而被暂停、中止或取消的风险；

2、本次交易尚需中国证监会核准。本次交易仍存在因交易审批而被暂停、中止或取消的风险；

3、拟购买资产运营数据大幅下降或业绩大幅下滑可能造成的本次交易被取消的风险；

4、其他原因可能导致本次交易被暂停、中止或取消风险。

(二) 交易标的评估增值较大的风险

根据中企华以 2015 年 9 月 30 日为评估基准日对标的资产进行的评估，标的资产评估值情况如下：

单位：万元

项目	股权对应净资产 (母公司)	评估值	评估增值额	评估增值率
爱德康赛	3,732.61	29,324.61	25,592.00	685.63%

由上表可知，标的资产评估增值较大。本次交易的标的资产的评估值相较于对应的净资产增值较高，主要是由于标的公司均属于“轻资产”行业，主要是人力资本投入，历史积累较少，但标的资产所处行业发展前景较好，标的资产综合竞争力强，发展前景广阔。因此，评估主要使用基于未来盈利预测而进行的收益法，盈利预测是基于历史经营情况和行业发展速度等综合考虑进行谨慎预测，但仍存在由于行业发展放缓、市场竞争加剧等变化使得未来实际盈利未达预测而导致交易标的的实际价值低于目前评估结果的风险。

本次交易标的资产的估值较账面净资产增值较高，特提醒投资者关注本次交

易定价估值较账面净资产增值较高的风险。

(三) 配套融资审批及实施风险

本次交易中,公司拟向交易对方合计支付现金对价**14,500.00 万元**。作为交易方案的一部分,公司拟向特定投资者发行股份募集配套资金,募集资金总额**28,999.98 万元**,用于支付现金对价和相关发行费用,以及用于扩大媒介代理业务规模,并补充上市公司流动资金,募集配套资金事项尚需中国证监会核准,存在一定的审批风险。

受股票市场波动及投资者预期的影响,或市场环境变化可能引起本次募集配套资金金额不足乃至募集失败。若本次募集配套资金金额不足乃至募集失败,公司将以自有资金或采用银行贷款等债务性融资方式解决收购交易标的的现金支付及公司自身的流动资金需求。若公司以自有资金或采用银行贷款等债务性融资方式筹集所需资金,将给公司带来一定的财务风险和融资风险。

(四) 交易标的业绩承诺无法实现的风险

本次对交易标的的评估主要依赖于收益法的评估结果,即对交易标的的未来各年的净利润、现金流净额进行预测,从而得到截至评估基准日的评估结果。交易标的所处的相关行业发展较快,市场规模快速扩张,交易标的在行业内具有较强的实力,未来发展前景可期。相关交易对方对交易标的的未来业绩进行了承诺,若交易标的的业绩承诺无法实现,业绩承诺方将向上市公司进行业绩补偿。但若届时行业发展放缓或企业经营状况发生较大改变,交易标的可能发生业绩承诺无法实现的风险。

(五) 业绩补偿承诺实施的违约风险

尽管交易对方已与本公司就标的资产实际盈利数不足利润预测数的情况约定了明确可行的补偿安排,补偿金额覆盖了本次交易的总对价,但由于交易对方获得的股份对价低于本次交易的总对价,如标的资产在承诺期内无法实现业绩承诺,将可能出现交易对方处于锁定状态的股份数量少于应补偿股份数量的情形;虽然按照约定,交易对方须用等额现金进行补偿,但由于现金补偿的可执行性较股份补偿的可执行性低,有可能出现业绩补偿承诺实施的违约风险。

(六) 收购整合导致的上市公司经营管理风险

本次交易完成后,爱德康赛将成为上市公司的全资子公司。

公司将主要在企业文化、团队管理、产品研发、营销模式等方面对标的公司进行整合,不会对其组织架构和人员安排进行重大调整。本次交易完成后能否通过整合既保证上市公司对标的公司的控制力又保持标的公司原有竞争优势并充分发挥本次交易的协同效应,具有不确定性,整合结果可能未能充分发挥本次交易的协同效应,从而给公司和股东造成损失。

(七) 本次交易形成商誉的减值风险

本次交易系非同一控制下的企业合并,根据《企业会计准则》,购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额,应当确认为商誉。该等商誉不作摊销处理,但需要在未来每年会计年末进行减值测试。

根据天健出具的天健审[2016]6号《审阅报告》,公司在本次交易完成后,将新增商誉24,367.09万元。若标的公司未来经营中不能较好地实现收益,那么收购标的资产所形成的商誉将会面临减值风险,从而对公司资产情况和经营业绩产生不利影响。

(八) 评估预测中返点率、营业收入、毛利率、折现率敏感变动对爱德康赛评估值的影响的风险

1、返点率的影响

返点率的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
变动后的评估值(万元)	26,833.30	28,078.95	29,324.61	30,570.27	31,815.92
评估值变动率	-9%	-4%	0%	4%	9%

注:2015年与实际情况大致相符,故返点率的敏感性分析不含2015年数据。

2、营业收入的影响

营业收入的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
变动后的评估值(万元)	25,378.13	27,351.37	29,324.61	31,297.85	33,271.09
评估值变动率	-13%	-7%	0%	7%	13%

注:2015年与实际情况大致相符,故返点率的敏感性分析不含2015年数据。

3、毛利率的影响

毛利率的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
--------	------	-----	----	----	-----

变动后的评估值(万元)	24,121.20	26,722.91	29,324.61	31,926.31	34,528.02
评估值变动率	-18%	-9%	0%	9%	18%

注: 2015 年与实际情况大致相符, 故返点率的敏感性分析不含 2015 年数据。

4、折现率的影响

折现率的变化	-10%	-5%	0%	5%	10%
折现率	13.16%	13.89%	14.62%	15.35%	16.08%
变动后的评估值(万元)	32,916.21	31,023.53	29,324.61	27,791.55	26,401.68
评估值变动率	12%	6%	0%	-5%	-10%

从上述敏感性分析可以看出, 返点率的变化、营业收入的变动、毛利率的变化、折现率的变化对爱德康赛估值的影响都较为明显。

二、爱德康赛的经营风险

(一) 与搜索引擎媒体持续合作的风险

目前, 爱德康赛与搜索引擎媒体签署的框架协议或代理合同, 按照行业惯例采用一年一签的方式。

我国搜索引擎行业已建立起以搜索引擎媒体为主导, 搜索引擎媒体营销服务商为辅的产业价值链, 任何一方都难以完全依靠自身力量推动搜索引擎业务发展。搜索引擎公司与搜索引擎媒体营销服务商属于互相依附的关系, 一方面搜索引擎媒体营销服务商通过搜索引擎获得媒体投放渠道, 另一方面搜索引擎公司需要优质搜索引擎媒体营销服务商帮助他们扩展和服务客户, 增加市场份额和客户广告投放效果。但是如果标的公司未能达到搜索引擎媒体关于年度业绩和服务指标考核要求, 则面临无法顺利续签相关框架协议或推广代理合同的风险, 对标的公司经营带来不利影响。

(二) 市场竞争加剧的风险

尽管爱德康赛经过多年来的不懈努力, 已发展成为 SEM 领域内为数不多的具有较强竞争优势的领先企业, 但互联网技术和模式的发展日新月异, 基于互联网的广告形式也日趋丰富多样, 客户对于互联网广告的认识和要求也在不断提高, 国际 4A 公司正在加快进入互联网营销领域, 爱德康赛如果不能持续提升技术水平、引进优秀人才、拓展优质客户、扩大业务规模、增强资本实力和抗风险能力、准确把握互联网及互联网广告行业的发展趋势和客户对互联网广告需求的

变化,将无法继续保持领先的行业竞争地位,进而对爱德康赛经营业绩产生重大不利影响。

(三) 核心人员流失的风险

作为以自主研发为主的互联网企业,拥有稳定、高素质的技术开发人才队伍是爱德康赛保持技术领先优势的重要保障。如果爱德康赛不能有效保持核心人员的激励机制并根据环境变化而不断完善,将会影响到核心人员积极性、创造性的发挥,甚至造成核心人员的流失。如果爱德康赛不能从外部引进并保留与爱德康赛发展所需密切相关的技术及运营人才,爱德康赛的经营运作、发展空间及盈利水平将会遭受不利的影响。

根据爱德康赛主要人员出具的相关承诺,本次交易完成后,为最大限度降低核心人员流失的风险,保证核心人员稳定性的相关措施包括交易结构设置、任职期限安排、在职期间竞业禁止和离职后竞业禁止,但在完成业绩承诺和任职期限承诺后,爱德康赛管理人员仍存在离职的可能,将可能对爱德康赛的经营造成不利影响。

(四) 知识产权侵权或被侵权的风险

互联网广告行业技术属性较强,业务经营中所涉及的互联网及其他领域的专利技术、非专利技术、软件著作权等知识产权数量较多、范围较广。爱德康赛所拥有的核心技术是其核心竞争力的重要体现。尽管爱德康赛一贯遵守知识产权相关的法律法规,注意保护自身的知识产权,但如果爱德康赛遭遇与知识产权相关的诉讼、纠纷或索赔,或者爱德康赛自身知识产权受到不法侵害,如果解决不力,可能会影响爱德康赛的市场声誉,并对爱德康赛经营产生不利影响。

(五) 搜索引擎媒体政策调整风险

爱德康赛的利润主要来源于搜索引擎媒体返点和客户服务费。目前,主要搜索引擎媒体市场的竞争处于均衡状态,对下游 SEM 服务商的销售政策也基本稳定。但是如果搜索引擎媒体之间的竞争加剧,从而调整对 SEM 服务商的销售返点政策,降低返点比例或减少对 SEM 服务商的支持力度,将会导致爱德康赛毛利率降低的风险。

(六) 互联网系统安全性的风险

互联网广告业务正常运营需要有优质和稳定的互联网为基础,这与爱德康赛服务器的分布、网络系统和带宽的稳定性、电脑硬件和软件效率息息相关。由于互联网作为面向公众的开放性平台,其客观上存在网络设施故障、软硬件漏洞及黑客攻击等导致运营系统损毁、运营服务中断和运营数据丢失的风险。如果爱德康赛不能及时发现并阻止上述外部干扰,可能会对爱德康赛的经营业绩造成不利影响。虽然爱德康赛对信息安全制定并实施了一系列有效措施,但无法完全避免上述风险。

(七) 标的资产业绩承诺与已实现的净利润存在较大差异的风险

爱德康赛 2013 年、2014 年及 2015 年 1-9 月各项收入情况和净利润情况如下:

单位: 万元

项目	2013 年度	2014 年度	2015 年 1-9 月
营业收入合计	9,689.57	32,819.69	30,911.00
净利润	-170.31	45.87	1,033.90

根据《爱德康赛业绩补偿协议》之**补充协议(二)**,刘申、西藏爱信威诚投资管理中心(有限合伙)承诺,爱德康赛于 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度应实现的年度经审核税后净利润应分别不低于**1,400 万元、2,700 万元、3,510 万元、4,563 万元、5,019.3 万元**。

虽然爱德康赛上述业绩承诺是公司凭借历史年度的市场积累、结合行业的快速发展做出的合理预计和测算,但仍存在与已实现的净利润存在较大差异的风险。

三、其他风险

(一) 其他因素导致的股价波动风险

股票市场的投资收益与投资风险并存。股票价格的波动不仅受公司盈利水平和发展前景的影响,而且受国家宏观经济政策的调整、金融政策的调控、股票市场的投机行为、投资者的心理预期等诸多因素的影响。公司本次交易相关的内外

部审批工作尚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。

(二) 其他风险

本公司不排除因政治、经济、自然灾害等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

第十三章 其他重大事项

一、本次交易完成后，不存在上市公司资金、资产被实际控制人或其他关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情形

截至本报告书出具日，上市公司不存在资金、资产被实际控制人、控股股东及其关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情况。爱德康赛亦不存在资金、资产被实际控制人、控股股东及其关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情况。

本次交易完成后，上市公司实际控制人、控股股东未发生变化，上市公司不会因本次交易导致资金、资产被实际控制人、控股股东及其关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情况。

二、本次交易后上市公司负债结构合理

本次交易前后，上市公司 2015 年 9 月 30 日资产、负债变动情况如下表：

项目	交易前	交易后
资产总额（万元）	126,842.08	167,207.46
负债总额（万元）	30,068.34	49,016.89
资产负债率（%）	23.71%	29.36%

从上表可以看到，本次交易完成后，公司资产负债率仍然维持在合理水平，不存在因本次交易使上市公司长期偿债能力指标恶化的情况。本次交易对上市公司负债结构的影响请参见本报告书“第九章 管理层讨论与分析”之“三、本次交易完成后，上市公司的财务状况、盈利能力及未来趋势分析”。

三、上市公司最近十二个月内发生的资产交易

上市公司最近十二个月内不存在与本次交易有关的资产交易。

四、本次交易对上市公司治理机制的影响

本次交易前,公司严格按照《公司法》、《证券法》及《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等法律法规的要求,不断完善公司法人治理结构,建立现代企业制度,自觉履行信息披露义务,做好投资者关系管理,促进企业规范运作水平的不断提升。截至本报告书出具日,公司治理的实际状况符合《上市公司治理准则》和《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等相关法律法规的要求。本次交易后,上市公司将继续按照相关法规和公司章程的要求,不断完善公司的治理机制,因此本次交易将不会对上市公司的治理机制产生不利影响。

五、本次交易后上市公司的现金分红政策

根据 2013 年 12 月 19 日公司 2013 年第二次临时股东大会决议通过的《公司章程(草案)》:

“公司的利润分配政策为:

1、公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报,利润分配政策应保持连续性和稳定性并兼顾公司的可持续发展,公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围;

2、公司的利润分配方案由董事会根据公司业务发展情况、经营业绩拟定并提请股东大会审议批准。公司可以采取现金或股票等方式分配利润,但在具备现金分红条件下,应当优先采用现金分红进行利润分配;在有条件的情况下,公司可以进行中期现金分红;

3、公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%;进行利润分配时,现金分红在该次利润分配中所占比例最低应达到 20%,具体比例由董事会根据公司实际情况制定后提交股东大会审议通过。公司在确定以现金分配利润的具体金额时,应充分考虑未来经营活动和投资活动的影响以及公司现金存量情况,并充分关注社会资金成本、银行信贷和债权融资环境,以确保分配方案符合全体股东的整体利益;

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的,进行利润分配时,

现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%;

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%;

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%;

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的, 可以按照前项规定处理。

4、如以现金方式分配利润后仍有可供分配的利润且董事会认为以股票方式分配利润符合全体股东的整体利益时, 公司可以股票方式分配利润; 公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时, 应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模相适应, 并考虑对未来债权融资成本的影响, 以确保分配方案符合全体股东的整体利益;

5、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;

6、公司董事会未作出现金利润分配预案的, 应当在定期报告中披露原因, 独立董事应当对此发表独立意见;

7、存在股东违规占用公司资金情况的, 公司在进行利润分配时, 应当扣减该股东所分配的现金红利, 以偿还其占用的资金。

8、公司应在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况; 对现金分红政策进行调整或变更的, 还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

六、本次交易涉及的相关主体买卖上市公司股票的自查情况

上市公司自 2015 年 3 月 19 日停牌后, 进行内幕信息知情人登记及自查工作, 并向深圳证券交易所上报了内幕信息知情人名单。本次自查期间为本次交易停牌前六个月至重组报告书披露前一日止, 即自 2014 年 9 月 19 日至 2015 年 8 月 13 日。

本次自查的范围包括: 上市公司和控股股东及其董事、监事和高级管理人员, 交易对方及其董事、监事和高级管理人员, 交易标的及其董事、监事和高级管理人员, 相关专业服务机构及其经办人员, 其他知悉本次交易内幕信息的法人和自

然人，以及上述人员的直系亲属。

根据上述自查范围内各方出具的自查报告及中证登深圳分公司出具的查询证明，除下述情况外，自查范围内的其他主体在自查期间均不存在买卖思美传媒股票的情况。

具体情况如下：

中信建投证券股份有限公司（证券账户号码：0899045365），于2015年2月6日买入思美传媒股票400股，于2015年2月9日全部卖出。根据对上述交易的调查情况，上述交易系中信建投衍生品交易部进行的量化交易，上述交易的发生与本次重大资产重组无关，不属于内幕交易情形。

姚晓红（证券账户号码：0027157822），于2015年2月3日买入2800股，于2015年2月5日全部卖出。根据对上述交易的调查情况，姚晓红主要基于自身对上市公司股票的分析进行上述交易，上述交易的发生与本次重大资产重组无关，不属于内幕交易情形。

程晓帆（证券账户号码：0181121800），于2015年7月31日买入2000股，于2015年8月4日卖出1000股，于2015年8月7日卖出300股。根据对上述交易的调查情况，程晓帆主要基于自身对上市公司股票的分析进行上述交易，上述交易的发生与本次重大资产重组无关，不属于内幕交易情形。

吴红心（证券账户号码：0106345445），于2015年2月2日至2015年2月3日期间，通过深圳证券交易所集中竞价及大宗交易系统累计减持公司无限售条件流通股175万股。根据对上述交易的调查情况，吴红心先生主要基于自身个人原因对上市公司进行的减持，与本次重大资产重组无关，且其减持价格均低于本次发行股份购买资产的认购价格和配套募资资金认购价格，不属于内幕交易情形。

除上述情况外，上市公司、公司控股股东、实际控制人、及其一致行动人、上市公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属在核查期间内不存在通过交易系统买卖思美传媒股票行为，也不存在泄漏有关信息或者建议他人买思美传媒股票、从事市场操纵等禁止交易的行为。

截至本报告书出具日，上市公司、交易对方，及上述主体的控股股东、实际控制人及其控制的机构不存在因涉嫌本次交易相关的内幕交易被立案调查或立

案侦查的情形,也不存在受中国证监会行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情形;上市公司董事、监事、高级管理人员,交易对方的董事、监事、高级管理人员,为本次交易提供服务的独立财务顾问、会计师事务所、律师事务所、资产评估机构等中介机构及其经办人员,不存在因涉嫌本次交易相关的内幕交易被立案调查或立案侦查的情形,也不存在受中国证监会行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情形。

因此,本次交易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。

七、本次交易相关主体的核查

截至本报告书出具日,上市公司、交易对方,及上述主体的控股股东、实际控制人及其控制的机构不存在因涉嫌本次交易相关的内幕交易被立案调查或立案侦查的情形,也不存在受中国证监会行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情形;上市公司董事、监事、高级管理人员,交易对方的董事、监事、高级管理人员,为本次交易提供服务的独立财务顾问、会计师事务所、律师事务所、资产评估机构等中介机构及其经办人员,不存在因涉嫌本次交易相关的内幕交易被立案调查或立案侦查的情形,也不存在受中国证监会行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情形。

因此,本次交易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。

第十四章 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

公司的独立董事已对本报告书及本次交易的其他相关文件进行了审阅,基于其独立判断,对本次交易发表独立意见如下:

(一) 关于本次交易审计、评估事项的意见

公司独立董事对本次交易评估相关事项发表独立意见如下:

“1、公司本次调整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;该等机构与公司及公司本次调整的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、评估报告等报告符合客观、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。

3、公司本次购买的标的资产的最终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,资产定价具有公允性、合理性,不会损害中小投资者利益。”

(二) 关于本次交易其他相关事项的独立意见

“1、本次调整的相关议案,在提交董事会会议审议前,已经我们事前认可。

2、根据《上市公司重大资产重组管理办法》、《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》中的相关规定,公司本次调整发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案不构成重大调整。本次调整方案以及签订的相关补充协议符合《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》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,具备可行性和可操作性,符合公司及全体股东利益。

3、本次交易涉及的关联交易是按照一般商业条款和条件进行的交易，拟购买资产的价格均以具有证券业务资格的资产评估机构出具的资产评估报告确认的评估值为基础由交易各方协商确定，股份发行的价格按照法律法规的规定确定，交易价格合理、公允，未损害公司及其股东特别是中小股东的利益。

4、经 2015 年第二次临时股东大会授权，公司本次调整的相关事项已经公司第三届董事会第二十四次会议审议通过。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》、《思美传媒股份有限公司章程》以及相关规范性文件的规定，关联董事已就相关议案回避表决。

5、本次交易尚需中国证监会等相关政府主管部门的批准、核准或备案。”

二、独立财务顾问对本次交易的意见

本公司聘请中信建投作为本次交易的独立财务顾问。根据独立财务顾问报告，独立财务顾问对于本次交易的意见如下：

本次交易履行了必要的信息披露义务，符合《公司法》、《证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》等相关法律、法规的规定；本次拟购买的标的资产权属清晰，资产过户或者转移不存在法律障碍，相关债权债务处理合法；本次交易所涉及的资产和股份定价合理、公允，不存在损害上市公司股东利益的情形；本次交易完成后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，有利于上市公司和上市公司全体股东的长远利益。

三、律师意见

本公司聘请浙江天册律师事务所作为本次交易的专项法律顾问，根据浙江天册律师事务所出具的法律意见书，其结论性意见为：

本次交易符合《公司法》、《证券法》和《重组管理办法》等法律、法规及规范性文件规定的实质条件；本次交易的主体均具有相应的资格；本次交易标的资产权属清晰，标的资产转移不存在法律障碍；本次交易涉及的相关协议内容不存在违反相关法律、法规规定的情形，该等协议经签订且生效条件具备后对协议各

方均具有约束力;本次交易涉及的有关事项在现阶段已经履行了能够履行的全部必要的手续,本次交易经中国证监会核准后即可实施。

第十五章 本次交易相关证券服务机构

一、独立财务顾问

名称：中信建投证券股份有限公司

地址：北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼

通讯地址：北京市东城区朝内大街 2 号凯恒中心 B、E 座 3 层

法定代表人：王常青

电话：010-85608300、021-68801584

传真：010-65608451

项目主办人：狄斌斌、杨鑫强

项目协办人：秦龙

项目组成员：高杨、张铁、白冰

二、法律顾问

名称：浙江天册律师事务所

单位负责人：章靖忠

住所：浙江省杭州市杭大路 1 号黄龙世纪广场 A 座 11 楼

电话：0571-87901111（总机）

传真：0571-87901500

经办律师：熊琦、孔瑾

三、审计机构

名称：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：胡少先

住所：浙江省杭州市西溪路 128 号 9 楼

电话：0571-88216888

传真：0571-88216999

经办会计师：胡燕华、王福康、吴美琦

四、资产评估机构

名称：北京中企华资产评估有限责任公司

地址：北京市朝阳区门外大街 22 号泛利大厦九层

法定代表人：权忠光

电话：010-65881818

传真：010-65882651

签字注册资产评估师：胡奇、张齐虹

第十六章 上市公司及相关机构声明

一、思美传媒全体董事承诺书

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本报告书内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对此承担个别和连带的法律责任。如本次交易因涉嫌所提供或者披露的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，被司法机关立案侦查或者被中国证监会立案调查的，在案件调查结论明确之前，将暂停转让其在上市公司拥有权益的股份。

全体董事签名：

朱明虬

徐兴荣

吕二元

陈静波

唐 刚

张国昀

夏立安

许永斌

孔爱国

思美传媒股份有限公司

年 月 日

二、独立财务顾问声明

本独立财务顾问同意《思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》引用本独立财务顾问出具的内容，并已对所引用的内容进行了审阅，确认《思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》不致因引用前述内容出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人签名：_____

秦龙

财务顾问主办人签名：_____

狄斌斌

杨鑫强

法定代表人签名：_____

王常青

中信建投证券股份有限公司

年 月 日

三、律师声明

浙江天册律师事务所(以下简称“本所”)同意思美传媒股份有限公司在《思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》及其摘要中援引本所出具的结论性意见,并保证所引用的内容已经本所审阅,确认《思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

负责人: _____

章靖忠

承办律师: _____

熊 琦

孔 瑾

浙江天册律师事务所

年 月 日

四、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅《思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》及其摘要，确认报告书及其摘要与本所出具的审计报告和审阅报告的内容不存在矛盾之处。本所及签字注册会计师对思美传媒股份有限公司在报告书及其摘要中引用的审计报告和审阅报告的内容无异议，确认本报告书及其摘要不致因所引用内容出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：_____

吕苏阳

经办注册会计师：_____

胡燕华

王福康

吴美琦

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

年 月 日

五、评估机构声明

本机构同意《思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》引用本机构出具的评估报告的内容,并已对所引用的内容进行了审阅,确认《思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》不致因引用前述内容出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

评估人员签名: _____
胡 奇 张齐虹

法定代表人签名: _____
权忠光

北京中企华资产评估有限责任公司

年 月 日

第十七章 备查文件

一、备查文件

(一) 思美传媒第三届董事会第十七次、第十八次会议决议、2015 年第二次临时股东大会决议、**思美传媒第三届董事会第二十四次会议决议**。

(二) 思美传媒独立董事关于公司本次交易之独立董事意见

(三) 中信建投出具的《独立财务顾问报告》

(四) 天册律师出具的《法律意见书》

(五) 天健会计师出具的《爱德康赛审计报告》

(六) 中企华出具的《爱德康赛评估报告》

(七) 思美传媒与爱德康赛交易对方签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》及补充协议、《业绩补充协议》及补充协议

二、备查地点

(一) 思美传媒股份有限公司

地址：浙江省杭州市虎玉路 41 号八卦田公园正大门内

联系电话：0571-86588028

联系人：周栋

(二) 中信建投证券股份有限公司

地址：北京市东城区朝内大街 2 号凯恒中心 B、E 座 3 层

电话：010-85608300

传真：010-65608451

联系人：狄斌斌、杨鑫强、秦龙、高杨、张铁、白冰

(本页无正文,为《思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书(草案)》)

思美传媒股份有限公司

年 月 日