

股票简称：蓝色光标

股票代码：300058

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
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



上市公司	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
上市地点	深圳证券交易所
股票简称	蓝色光标
股票代码	300058

交易对方	名称
发行股份及支付现金购买资产的交易对方	深圳平安大华汇通财富管理有限公司
	北京京东世纪贸易有限公司
	西藏东方企慧投资有限公司
	赵文权
	许志平
	陈良华
	吴铁
	孙陶然
	齐玉杰
募集配套资金的认购方	建信基金管理有限责任公司（建信领瑞九智投资 1-4 号资管计划）
	刘鸿

独立财务顾问



二〇一六年二月

公司声明

本公司及董事会全体成员保证本报告书内容的真实、准确、完整，保证不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并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，将暂停转让其在该上市公司拥有权益的股份。

本公司财务负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证本报告书及其摘要中财务会计资料真实、完整。本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金尚需取得有关审批机关的批准和核准。审批机关对于本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金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。

本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金引致的投资风险，由投资者自行负责。投资者在评价公司本次交易时，除本报告书内容以及与本报告书同时披露的相关文件外，还应认真地考虑本报告书披露的各项风险因素。

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

交易对方声明与承诺

本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方蓝瀚科技股东平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰以及本次发行股份募集配套资金的认购方建信基金和刘鸿，均保证其为本次交易所提供的有关信息真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对所提供信息的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

修订说明

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司（以下简称“本公司”）于 2015 年 11 月 2 日披露了《北京蓝色光标品牌管理顾问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）》（以下简称“报告书”）及其摘要（具体内容详见公司刊登于巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 的相关公告）。根据中国证监会对本公司发行股份及支付现金购买资产申请文件的反馈要求和审核意见，本公司对报告书进行了相应的修订、补偿和完善。报告书补充和修改的主要内容如下（本说明中的简称与报告书中的简称具有相同的含义）：

1、本次发行股份购买资产已经中国证监会上市公司并购重组委员会的审核有条件通过，并取得了中国证监会的核准文件，在报告书的“重大事项提示”、“第一节 本次交易概况”中修订、增加了本次交易获得重组委审核通过和取得证监会核准意见的说明。

2、本次交易已取得证监会核准文件，本次交易的方案将不再发生变化，在报告书的“重大风险提示”及“第十四节 风险因素”中删除了“审批风险”和“交易终止风险”的相关内容。

3、根据本次交易的中国证监会上市公司并购重组委员会的审核意见，已在报告书“重大事项提示”之“六、业绩承诺及补偿”之“（三）标的资产业绩补偿与本次交易风险匹配的合理性”中补充披露标的资产业绩补偿与本次交易风险匹配的合理性。

4、根据本次交易的中国证监会上市公司并购重组委员会的审核意见，已在报告书“第十二节 财务会计信息”之“一、标的公司财务报告”之“（一）蓝瀚科技备考财务报告”之“4、本次交易拟采取的会计处理方法和会计原则”中补充披露本次交易拟采取的会计处理方法和会计原则。

5、在报告书“第三节本次交易对方及配套融资认购方基本情况”之“二、交易对方详细情况”、“第四节交易标的基本情况——蓝瀚科技”之“三、蓝瀚科技股权结构及控制关系情况”、“第五节交易标的子公司基本情况——多盟（多盟

开曼和多盟智胜)”之“三、股权结构及控制关系情况”“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”之“三、股权结构及控制关系情况”中补充披露交易对方京东世纪、西藏东方的实际控制人及具体情况，标的资产蓝瀚科技及其子公司多盟（多盟开曼和多盟智胜）和亿动开曼的实际控制人。

6、在报告书“重大事项提示”中补充披露中介机构未能勤勉尽责时将承担连带赔偿责任的专项承诺。

7、在报告书“第一节本次交易概况”之“四、本次交易方案”之“（二）本次交易方案”之“2、业绩承诺和补偿”补充披露本次业绩补偿安排符合中国证监会相关规定，上述业绩补偿安排未足额覆盖风险对上市公司和中小股东权益的影响和本次业绩承诺金额与估值预测净利润金额的关系。

8、在报告书“第五节交易标的子公司基本情况——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”之“二、历史沿革”之“（三）多盟的股份支付处理情况”和“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”之“二、历史沿革”之“（十四）亿动的股份支付处理情况”补充披露多盟、亿动开曼报告期涉及股份支付会计确认时点、确认金额，相关公允价值确认依据及合理性和多盟、亿动开曼终止股份支付相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

9、在报告书“第十一节董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析”之“五、标的子公司财务状况分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”之“（一）主要资产负债构成”之“2、负债结构分析”之“（5）应付债券”中补充披露多盟普通股和优先股作价依据，作价差异的原因及合理性及将优先股划分为金融负债的判断依据符合《企业会计准则》相关规定。

10、在报告书“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”之“十二、其他情况说明”之“（三）亿动的劳务派遣问题及解决措施”中补充披露关于解决不规范使用劳务派遣用工的措施及承诺符合《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》的有关规定；相关解决措施的进展情况，预计整改完成时间；存在被监管机关处罚的风险及对亿动开曼业绩和评估的影响。

11、在报告书“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”之“十二、其他情况说明”之“（三）亿动的劳务派遣问题及解决措施”中补充披露亿动开曼如因劳务派遣问题被政府部门处罚或追缴，需补缴的金额及罚款对亿动开曼业

绩和评估的影响。

12、在报告书“第五节交易标的子公司基本情况——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”之“七、多盟的主营业务发展情况”之“（二）多盟的经营模式、盈利模式和结算模式”和“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”之“七、亿动主营业务发展情况”之“（二）亿动的业务模式”补充披露多盟、亿动开曼不同结算模式下展示次数、有效激活量、有效点击量计算方法；不同结算模式业务点击量或流量的核对方式，如出现差异的处理措施，以及相应的内控措施。

13、在报告书“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”之“七、亿动主营业务发展情况”之“（四）亿动报告期内的业务发展状况”中补充披露按国别亿动开曼报告期海外业务收入、成本、毛利及占比情况；结合海外业务国别收入占比与合同签订情况，国别政治、经济因素影响等，亿动开曼未来生产经营、盈利能力的稳定性，本次估值充分考虑了海外业务相关风险和不确定性；结合主要财务指标，汇率变动对亿动开曼经营业绩的影响。

14、在报告书“第十一节董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析”之“六、标的子公司盈利能力分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”和“八、标的子公司盈利能力分析——亿动”进一步补充披露多盟、亿动开曼报告期营业收入大幅增长的原因。

15、在报告书“第十一节董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析”之“六、标的子公司盈利能力分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”和“（四）报告期内毛利率情况分析”和“第十一节董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析”之“八、标的子公司盈利能力分析——亿动”和“（四）报告期内毛利率情况分析”补充披露多盟、亿动开曼毛利率与同行业水平差异的原因及合理性。

16、在报告书“第十一节董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析”之“六、标的子公司盈利能力分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”和“八、标的子公司盈利能力分析——亿动”补充披露多盟、亿动开曼亏损的原因及未来盈利能力。

17、在报告书“第八节标的资产的估值情况”之“三、董事会对本次交易估值事项的意见”之“（七）本次交易采用估值报告作价的原因”中补充披露本次

交易采用估值报告作价的原因；收益法估值相关参数以及其他影响估值结果的指标和因素，与按照资产评估准则相关规定进行估值存在的主要差异情况。

18、在报告书“第八节标的资产的估值情况”之“三、董事会对本次交易估值事项的意见”之“（九）本次估值预测期间选取较长的原因及合理性分析”部分补充披露本次估值预测期间选取较长的原因及合理性。

19、在报告书“第八节标的资产的估值情况”之“三、董事会对本次交易估值事项的意见”之“（二）标的资产估值依据的合理性分析”部分补充披露结合行业增长率、行业地位、市场需求、核心竞争力、客户拓展情况及市场可比交易评估预测情况，多盟、亿动开曼未来年度营业收入预测依据及合理性，是否充分考虑了互联网业务培育过程中的风险和不确定因素；补充披露多盟、亿动开曼行业及地位相同但收入增长率预测差异较大的原因及合理性。

20、在报告书“第八节标的资产的估值情况”之“三、董事会对本次交易估值事项的意见”之“（八）对多盟、亿动未来年度毛利率预测的合理性分析”补充披露多盟、亿动开曼未来年度毛利率预测合理性。

21、在报告书“第八节标的资产的估值情况”之“三、董事会对本次交易估值事项的意见”之“（二）标的资产估值依据的合理性分析”中补充披露多盟、亿动开曼 2015-2017 年营业收入、净利润预测的可实现性。

22、在报告书“第七节发行股份情况”之“四、募集配套资金情况”之“（四）募集配套资金的必要性和合理性”中补充披露本次募集配套资金的必要性。

23、在报告书“第十一节董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析”之“八、标的子公司盈利能力分析——亿动”之“（三）利润表项目变化分析”之“4、期间费用”之“（6）多盟和亿动销售费用确认的合理性，以及二者报告期差异较大的原因”中补充披露多盟（多盟开曼和多盟智胜）、亿动开曼销售费用确认合理性，以及二者报告期差异较大的原因。

24、在报告书“第十二节财务会计信息”之“二、上市公司备考财务报告”之“（四）多盟和亿动可辨认净资产公允价值和商誉的确认依据及对上市公司未来经营业绩的影响”中补充披露上市公司备考财务报表中可辨认净资产公允价值和商誉的确认依据及对上市公司未来经营业绩的影响。

25、在报告书“第十五节其他重要事项”之“九、上市公司前次重组相关资产运行情况及承诺履行情况”中补充披露上市公司前次重组相关资产运行情况及承诺履行情况。

26、在报告书“重大事项提示”之“一、本次交易方案概述”之“（一）交易总体方案概述”中补充披露本次交易分两步走的原因。

重大事项提示

本部分所述词语或简称与本报告书“释义”所述词语或简称具有相同含义。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

（一）交易总体方案概述

上市公司拟向平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰发行股份并支付现金购买其持有的蓝瀚科技 96.3158%的股权；同时，上市公司拟向建信基金和刘鸿¹发行股份募集配套资金，募集资金总额不超过 180,200.00 万元。

本次交易中，上市公司拟通过发行股份及支付现金购买除蓝标投资外其他股东所持蓝瀚科技 96.3158%的股权；蓝瀚科技拥有多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%的股权。

对于多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%股权的总体收购方案分两步：第一步，上市公司全资子公司蓝标投资与其他投资者平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰共同出资设立收购平台蓝瀚科技；再由蓝瀚科技收购多盟开曼 100%股权、多盟智胜 95%股权和亿动开曼 51%股权，并增资亿动开曼 1,000 万美元。蓝瀚科技目前注册资本 19 亿元，蓝标投资持有蓝瀚科技 7,000 万元出资额，对应出资比例为 3.6842%。第二步，上市公司发行股份并支付现金向蓝瀚科技除蓝标投资外的其他股东购买蓝瀚科技 96.3158%股权；同时，上市公司拟向蓝瀚科技增资约 36,700.00 万元人民币（等值于 1,750 万美元的人民币和 25,992.68 万元人民币合计），用于补足蓝瀚科技收购多盟开曼 100%股权和多盟智胜 95%股权的剩余价款（增资款为蓝瀚科技收购多盟和亿动所将支付的总对价减去蓝瀚科技目前注册资本 19 亿元的差额）。上述增资款来源于本次交易的配套募集资金。

¹建信基金和刘鸿系由瑞信方正证券有限责任公司推荐。

截至目前，上述总体收购方案中的第一步已经完成，本次交易为上述总体收购方案的第二步。本次交易采取两步走的原因是由于多盟、亿动的境外投资者众多，基于商业谈判的结果，为满足部分投资者尽快通过现金退出的诉求，故而设计了此方案。

此外，本次交易中，上市公司拟向建信基金和刘鸿发行股份募集配套资金，募集资金总额不超过 180,200.00 万元。其中，3.67 亿元用于向蓝瀚科技增资，10.22 亿元用于支付本次交易现金对价，1.13 亿元用于上市公司偿还银行贷款，3 亿元用于上市公司移动互联媒体资源采购项目。

（二）本次交易方案

上市公司拟向平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰发行股份并支付现金，购买其持有的蓝瀚科技 96.3158% 股权；同时，上市公司拟向建信基金和刘鸿发行股份募集配套资金，募集资金总额不超过 180,200.00 万元。

1、交易标的

本次交易的交易标的为平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰合法持有的蓝瀚科技合计 96.3158% 股权。

交易对方	所持蓝瀚科技股权比例	出资额（万元）
平安大华	52.6316%	100,000
京东世纪	10.5263%	20,000
西藏东方	5.2632%	10,000
赵文权	5.2632%	10,000
许志平	5.2632%	10,000
陈良华	5.2632%	10,000
吴铁	5.2632%	10,000
孙陶然	5.2632%	10,000
齐玉杰	1.5789%	3,000
合计	96.3158%	183,000

2、标的资产作价及支付方式

本次交易中，蓝瀚科技 96.3158% 股权作价 18.52 亿元，由该部分股权所对应

的注册资本 18.30 亿元和平安大华过桥资金成本 0.22 亿元构成。

(1) 平安大华持有蓝瀚科技 52.6316%股权定价（注册资本+过桥资金成本）

平安大华持有蓝瀚科技 52.6316%股权，对应蓝瀚科技的注册资本为 10 亿元，本次交易中，上市公司将以现金方式支付这部分对价。

考虑到平安大华系配合公司本次收购而参与出资蓝瀚科技，经交易双方协商平安大华所持蓝瀚科技 52.6316%股权的作价以平安大华出资蓝瀚科技 10 亿元人民币加上此 10 亿元资金在资金占用期内产生的利息溢价款确定。

“资金占用期”系指平安大华出资蓝瀚科技资金交割日（2015 年 8 月 7 日），至平安大华所持蓝瀚科技股权被上市公司收购日。

“利息溢价款”=10 亿元×8.8%×N/365（其中 N 为资金占用期实际自然天数）

为确定上市公司收购平安大华所持蓝瀚科技 52.6316%股权的交易价格，上述资金占用期暂定为三个月，相应利息溢价款为 0.22 亿元。平安大华所持蓝瀚科技股权被上市公司实际收购时所计算的利息溢价款超出 0.22 亿元部分，由上市公司自筹资金支付。

因此，平安大华持有蓝瀚科技 52.6316%股权定价为 10.22 亿元。

(2) 京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰持有蓝瀚科技 43.6842%股权定价（注册资本）

京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰持有蓝瀚科技 43.6842%股权对应注册资本 8.30 亿元，作价为 8.30 亿元。本次交易中，上市公司将以发行股份方式支付这部分对价。

根据上述定价原则，上市公司本次收购蓝瀚科技 96.3158%股权合计定价为 18.52 亿元。

3、发行股份及支付现金购买资产

公司与蓝瀚科技股东平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈

良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰于 2015 年 11 月 2 日签署了《发行股份及支付现金购买资产协议》。根据该协议，上市公司拟向平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰非公开发行股份并支付现金，购买其持有的蓝瀚科技 96.3158% 股权。

蓝瀚科技 96.3158% 股权交易对价为 18.52 亿元，其中，以现金方式支付 10.22 亿元，剩余 8.30 亿元以发行股份的方式支付，发行股份价格为定价基准日前 20 个交易日公司股票交易的均价 13.62 元/股的 90%，即 12.26 元/股，共计发行 67,699,831 股。

上市公司向平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰分别支付对价的金额及具体方式如下表所示：

交易对方	所持蓝瀚科技股权比例	总对价（万元）	现金对价（万元）	发股数（股）
平安大华	52.6316%	102,200	102,200	-
京东世纪	10.5263%	20,000	-	16,313,213
西藏东方	5.2632%	10,000	-	8,156,606
赵文权	5.2632%	10,000	-	8,156,606
许志平	5.2632%	10,000	-	8,156,606
陈良华	5.2632%	10,000	-	8,156,606
吴铁	5.2632%	10,000	-	8,156,606
孙陶然	5.2632%	10,000	-	8,156,606
齐玉杰	1.5789%	3,000	-	2,446,982
合计	96.3158%	185,200	102,200	67,699,831

4、募集配套资金

根据中国证监会《重组办法》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，上市公司向配套融资认购方非公开发行股份募集配套资金不超过 180,200.00 万元，用于支付本次交易的现金对价、支付收购多盟的第二期股权转让款、偿还银行贷款以及上市公司移动媒体资源采购项目。本次配套募集资金不超过本次交易额的 100%。

根据《发行管理暂行办法》的相关规定，向特定投资者募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%。公司本次发行

股份募集配套资金的定价基准日为本次交易的董事会决议公告日，发行价格为定价基准日前 20 个交易日股票交易均价 13.62 元/股的 90%，即 12.26 元/股。

本次发行股份及支付现金购买资产不以募集配套资金的成功实施为前提，最终募集配套资金成功与否不影响本次发行股份及支付现金购买资产行为的实施。

（三）本次交易标的概述

1、蓝色光标本次拟收购蓝瀚科技 96.3158%股权

蓝瀚科技是蓝标投资于 2015 年 6 月 15 日在上海自贸区投资设立的，作为专注于移动互联网领域的投资、并购和管理的直接投资主体。蓝瀚科技系为收购多盟和亿动专门设立的持股平台，用于承接多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼的股权，除持有多盟和亿动股权外，无其他任何经营行为。

2、蓝色光标拟获得多盟开曼 100%股权、多盟智胜 95%股权

多盟作为中国移动营销领域的领导者，一直专注于移动互联网广告服务领域。多盟整合了智能手机领域优质的应用以及广告资源，搭建了广告主和应用开发者之间的广告技术服务平台。并借助大规模数据处理的平台优势以及贴近应用开发者的服务模式，为应用开发者提供产品推广服务和收益，以及为致力于在智能手机平台推广产品、品牌的广告主提供高效的服务。多盟已经开发了全国领先的移动端需求方平台（Demand-side platform），未来将通过该平台以及公司积累的庞大用户数据，为广告主实现目标受众人群精准投放，提升广告主广告投放的 ROI。

3、蓝色光标拟获得亿动开曼 54.77%股权

亿动一直专注于移动营销市场，通过程序化购买为广告主实现精准的广告投放，服务对象包括可口可乐、宝洁、宝马汽车、雷克萨斯、百威英博、平安集团、LVMH、玛氏等知名国际企业在内的境内外客户。亿动通过自主开发的广告投放系统主要从事移动端品牌类广告的国内推广和手机应用的海外推广。亿动的营销服务可以基于广告主的具体推广需求进行定制以提升广告主投放的 ROI。通过对目标受众人群的精准选择，对投放渠道投放方式的优化，亿动为广告主提供优质的服务。

二、本次交易标的资产的价格及估值

（一）多盟 95%股权的估值情况

本次估值对象为多盟体系内的所有公司，包括多盟开曼及多盟智胜，即对假设合并后的多盟开曼和多盟智胜进行估值。本次交易以多盟整体体系的 95% 股东权益价值作价。

多盟 95% 股权采用市场法和收益法进行估值，估值机构以收益法估值结论作为多盟 95% 股权的最终估值结论。根据中通诚出具的中通咨报字[2015]30 号《估值报告》，多盟在估值基准日 2015 年 7 月 31 日的股东全部权益价值估值为 191,450.14 万元，较股东权益账面值 21,682.78 万元增值 169,767.36 万元，增值率 782.96%。本次交易拟收购的多盟 95% 的股东权益价值为 181,877.63 万元。

蓝瀚科技收购的是多盟开曼 100% 股权和多盟智胜 95% 股权，但多盟的估值报告估值对象为多盟开曼和多盟智胜 2 家公司 95% 的股东权益价值，与蓝瀚科技收购标的不一致，主要原因如下：

1、从实质上讲，多盟开曼和多盟智胜是一个有机整体

本次交易方案中对于多盟体系，蓝瀚科技分别收购了多盟开曼和多盟智胜两家公司，其中收购多盟开曼 100% 股权、收购多盟智胜 95% 股权。虽然收购实体是两家公司，两家公司在人、财、物方面相对独立，但多盟体系作为一个有机整体是不可分割的。在多盟的业务开展过程中，多盟开曼及其子公司与多盟智胜都各自发挥着相应的作用。蓝色光标本次收购也是将多盟开曼和多盟智胜当做一个整体进行收购。

2、蓝瀚科技收购多盟开曼和多盟智胜的交易对价是整体作价

根据蓝色光标 2015 年 6 月 8 日发布的投资公告，蓝标投资（后收购主体变更为蓝瀚科技）收购多盟开曼 100% 股权和多盟智胜 95% 股权合计对价约人民币 17.7168 亿元，是以多盟开曼与多盟智胜 2015 年预期合并收入人民币 10 亿元为估值基础，以 2015 年预期收入的 1.79 倍确定。因此多盟开曼和多盟智胜的交易对价是整体作价。

3、审计、估值均是以多盟整体作为标的

由于多盟体系是一个有机整体，因此本次交易审计和估值均将多盟整体作为标的，其中会计师出具了多盟智胜单体的审计报告、多盟开曼合并的审计报告以及多盟开曼模拟合并多盟智胜的审计报告，其中多盟开曼模拟合并多盟智胜的审计报告作为本次估值报告的基础。

估值报告是以多盟开曼模拟合并多盟智胜（即多盟体系整体）作为估值标的，因此多盟 100%股权（包括多盟开曼和多盟智胜）对应的估值为 191,472.94 万元。

4、多盟智胜剩余 5%股权的对价实质是多盟体系 5%股权价值

蓝瀚科技本次交易中收购了多盟智胜 95%股权，剩余 5%股权的收购价格需要参考多盟体系（包括多盟开曼和多盟智胜）2015 年-2018 年实现的经营情况确定，而并不是多盟智胜的经营情况。因此多盟智胜剩余 5%股权实质上是相当于多盟体系整体 5%股权。继而本次估值以多盟整体 95%股权作为估值对象并确定估值价值是符合实际交易情况的。

5、多盟开曼优先股股东和普通股股东 World Wonders Investments Limited 已经获得了相应对价

在蓝瀚科技收购多盟开曼时，所有优先股股东以及除公司创始人外的普通股股东 World Wonders Investments Limited 已经获得了相应的对价。其中优先股股东确认考虑到解除对多盟智胜的控制协议，优先股股东退出价格为 1.4391 亿美元，已经全部由蓝瀚科技支付完毕。普通股股东 World Wonders Investments Limited 确认其所持有多盟的全部权益在蓝瀚科技收购多盟开曼层面全部退出。

综上所述，本财务顾问认为本次交易中多盟的估值对象为多盟开曼和多盟智胜 2 家公司 95%的股东权益价值与拟收购标的实质意义相符，相应的作价依据充分、合理。

（二）亿动开曼 51%股权估值情况

亿动开曼 51%股权采用市场法和收益法进行估值，估值机构以收益法估值结论作为亿动开曼 51%股权的最终估值结论。根据中通诚出具的中通咨报字

[2015]31 号《估值报告》，亿动开曼在估值基准日 2015 年 7 月 31 日的股东全部权益价值估值为 76,512.39 万元，较股东权益账面值 1,642.08 万元增值 74,870.31 万元，增值率 4559.48%。本次交易拟收购的亿动开曼 51%的股东权益价值为 39,021.32 万元。

三、本次交易涉及的股票发行价格及发行数量

（一）发行价格

1、发行股份及支付现金购买资产所涉发行股份的定价及其依据

按照《上市公司重大资产重组管理办法》的相关规定，本次发行股份购买资产的定价基准日为本次交易的董事会决议公告日，上市公司发行股份的价格不得低于市场参考价的 90%。可选的市场参考价为本次发行定价基准日前 20 个交易日、60 个交易日或 120 个交易日的上市公司股票交易均价，具体情况如下：

单位：元

交易均价类型	交易均价	交易均价×90%
定价基准日前 20 个交易日均价	13.62	12.26
定价基准日前 60 个交易日均价	17.52	15.77
定价基准日前 120 个交易日均价	16.55	14.90

前款所称交易均价的计算公式为：董事会决议公告日前若干个交易日公司股票交易均价＝决议公告日前若干个交易日公司股票交易总额/决议公告日前若干个交易日公司股票交易总量。上述计算过程中，本公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，已按照深圳证券交易所的相关规则对本次发行股份购买资产的发行价格作相应的调整，然后进行计算。

由于国内 A 股市场自 2015 年 3 月至 2015 年 10 月经历了较大幅度的波动，上证指数一度上涨至 5178.19 点，而目前上证指数较最高点已经有较大幅度下跌，与 2015 年 1 月至 3 月期间股指基本持平。因此经交易各方友好协商，本次发行股份购买资产的股票发行价格选择定价基准日前 20 个交易日均价作为市场参考价。本次发行股份购买资产的股票发行价格为不低于本次发行定价基准日前 20 个交易日公司股票均价的 90%，即发行价格为 12.26 元/股。

在定价基准日至股份发行日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转

增股本等除权、除息事项，则该发股价格将做相应调整。

本次重组上市公司发行股份购买资产的股份定价原则符合《重组管理办法》第四十五条“上市公司发行股份的价格不低于市场参考价的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”的规定。

2、募集配套资金所涉发行股份的定价及其依据

根据《发行管理暂行办法》的相关规定，向特定投资者募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的90%。公司本次发行股份募集配套资金的定价基准日为本次交易的董事会决议公告日，发行价格为定价基准日前20个交易日股票交易均价13.62元/股的90%，即12.26元/股。

在本次发行的定价基准日至发行日期间，如上市公司实施现金分红、送股、资本公积金转增股本等除息、除权事项，则将对发行价格作相应调整。

（二）发行数量

依据上市公司与发行股份购买资产的交易各方签署的交易协议，上市公司向蓝瀚科技的股东共计发行股份67,699,831股；非公开发行股份募集配套资金金额不超过180,200.00万元，根据发行价格12.26元/股计算，则向配套融资认购方发行的股份不超过146,982,053股。

本次交易完成后，上市公司将合计发行214,681,884股股份，具体情况如下：

交易对方及认购方	获得的股份数量（股）	占本次发股数的比例
京东世纪	16,313,213	7.60%
西藏东方	8,156,606	3.80%
赵文权	8,156,606	3.80%
许志平	8,156,606	3.80%
陈良华	8,156,606	3.80%
吴铁	8,156,606	3.80%
孙陶然	8,156,606	3.80%
齐玉杰	2,446,982	1.14%
建信基金（建信领瑞九智投资1-4号资管计划）	142,740,618	66.49%
刘鸿	4,241,435	1.98%

合计	214,681,884	100.00%

四、发行价格调整方案

根据《重组管理办法》第四十五条规定：“本次发行股份购买资产的董事会决议可以明确，在中国证监会核准前，上市公司的股票价格相比最初确定的发行价格发生重大变化的，董事会可以按照已经设定的调整方案对发行价格进行一次调整。

前款规定的发行价格调整方案应当明确、具体、可操作，详细说明是否相应调整拟购买资产的定价、发行股份数量及其理由，在首次董事会决议公告时充分披露，并按照规定提交股东大会审议。股东大会作出决议后，董事会按照已经设定的方案调整发行价格的，上市公司无需按照本办法第二十八条的规定向中国证监会重新提出申请。”

为应对因整体资本市场波动造成蓝色光标股价大幅下跌对本次交易可能产生的不利影响，根据《重组管理办法》规定，拟引入发行价格调整方案如下：

（一）价格调整方案对象

价格调整方案的调整对象为本次交易发行股份购买资产的发行价格，交易标的价格不进行调整。

（二）价格调整方案生效条件

蓝色光标股东大会审议通过本次价格调整方案。

（三）可调价期间

蓝色光标审议本次交易的股东大会决议公告日至本次交易获得证监会核准前。

（四）触发条件

可调价期间内，创业板综合指数（399102.SZ）收盘点数在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较蓝色光标因本次交易首次停牌日前一交易日即 2015 年 8 月 4 日收盘点数（即 2,831.13 点）跌幅超过 20%。

或者，可调价期间内，蓝色光标（300058）收盘股价在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较蓝色光标因本次交易首次停牌日前一交易日即 2015 年 8 月 4 日收盘股价（14.30 元/股）跌幅超过 20%。

（五）调价基准日

可调价期间内，满足“4、触发条件”的任意一个交易日。

（六）发行价格调整机制

当调价基准日出现后，蓝色光标有权在调价基准日出现后 2 个月内召开董事会会议审议决定是否按照本价格调整方案对本次交易的发行价格进行调整。

若本次发行价格调整方案的生效条件满足且上市公司董事会审议决定对发行价格进行调整，则本次交易的发行价格相应进行调整，调整为调价基准日前 20 个交易日蓝色光标股票交易均价的 90%。

公司董事会可以按照已经设定的调整方案对发行价格进行一次调整。

（七）发行股份数量调整

标的资产价格不进行调整，发行股份数量根据调整后的发行价格相应进行调整。

五、股份锁定安排

（一）发行股份及支付现金购买资产所涉发行股份的锁定期

交易对方京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰承诺：

其在本次重组中认购的蓝色光标股份自股份上市之日起三十六个月内不转让或解禁。在股份锁定期届满前，若蓝色光标实施配股、送股、资本公积转增股份等除权事项导致其增持蓝色光标股份的，则增持股份亦遵守上述约定。

（二）募集配套资金发行股份的锁定期

本次交易配套资金认购方承诺通过本次非公开发行认购的蓝色光标股份，自发行结束之日起 36 个月内不进行转让，36 个月后根据中国证监会和深交所的有

关规定执行。

本次配套募集资金发行结束后，由于公司送红股、转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述约定。

六、业绩承诺及补偿

（一）本次交易的业绩承诺和补偿

赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然承诺蓝瀚科技 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年预测净利润分别不低于-2,079.45 万元、5,152.35 万元、11,989.31 万元和 21,383.14 万元（合并报表中扣除非经常性损益后确定的归属于母公司所有者的净利润，不考虑本次购买行为溢价所产生的可辨认无形资产每年摊销金额的影响，2015 年以备考合并报表数据为准，并假设蓝瀚科技按照协议约定进一步收购了亿动开曼部分股权，如果蓝瀚科技行使了延迟购买权或暂停购买权未进一步收购亿动开曼部分股权，则按当时蓝瀚科技实际持有亿动开曼的股权比例计算蓝瀚科技当年承诺净利润金额和实际净利润金额）。如果实际净利润低于上述承诺净利润的，则交易对方赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然将按照签署的《盈利预测补偿协议》及《<盈利预测补偿协议>之补充协议》规定进行补偿。

蓝色光标应当在业绩承诺期的每一年度进行年度审计时，对蓝瀚科技的实际实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润数与利润补偿义务人在《盈利预测补偿协议》及《<盈利预测补偿协议>之补充协议》中的净利润承诺数的差额予以审查，并由负责蓝色光标审计的会计师事务所对此出具专项审核意见。业绩差异根据会计师事务所出具的专项核查结果确定。若经负责蓝色光标年度财务报告审计的注册会计师审核确认，蓝瀚科技在承诺期限内实现利润未能达到净利润承诺数，依据下列公式计算数并确定赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然需补偿的股份量，并向其发出书面通知，要求履行股份补偿义务：

应补偿股份的计算公式为：

当期补偿股份数=（截至当期期末累积承诺净利润数－截至当期期末累积实现净利润数）÷补偿期限内各年的预测净利润数总和×标的资产总对价（18.52 亿元）/本次交易的发行股份价格－累积已补偿股份数

若实际股份补偿数小于零，则按 0 取值，即已经补偿的股份不冲回。

上市公司在承诺期内实施转增或股票股利分配的，则补偿股份数相应调整为：当期补偿股份数（调整后）=当期补偿股份数×（1+转增或送股比例）

上市公司就补偿股份数已分配的现金股利应作相应返还，计算公式为：返还金额=截至补偿前每股已获得的现金股利×当期应补偿股份数

各补偿义务人之间按照如下比例计算各自应当补偿股份数：各补偿义务人在本次交易前持有的蓝瀚科技股权比例÷补偿义务人在本次交易前持有的蓝瀚科技股权比例之和。

在利润补偿期间各年度盈利专项审核意见出具后，每年计算一次股份补偿数，由上市公司将以人民币 1 元的价格，在 30 日内进行定向回购并予以注销。

业绩承诺期届满时，蓝色光标对蓝瀚科技进行资产减值测试。蓝色光标将聘请有证券期货相关业务资格的会计师事务所对蓝瀚科技进行减值测试并出具专项审核意见。如果（标的资产期末减值额/18.52 亿元）> [利润补偿期间内已补偿股份总数/（18.52 亿元/本次发行股份价格）]，则赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然应就该等差额另行补偿。

另行补偿的股份数量为：标的资产期末减值额/本次发行股份价格－业绩承诺方已补偿股份总数

在按上述方式计算得出并确定赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然需补偿的股份数量后，上市公司将以人民币 1 元的价格，在 30 日内进行定向回购并予以注销。

本次业绩承诺补偿的股份数以赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然本次交易所取得的股份总数为限。

提醒投资者注意，赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然对业绩做出的补偿承诺，补偿未全额覆盖蓝瀚科技的本次交易作价。赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然补偿的最高值为其五人本次交易所取得的股份总数。

（二）多盟剩余 5%股权及亿动剩余 45.23%股权的收购安排

由于多盟创始人股东还持有多盟智胜 5%的股权，亿动创始人股东还持有亿动开曼 45.23%的股权，蓝标投资与多盟、亿动原股东签署的协议中约定了剩余股权的收购安排，收购定价取决于未来业绩的实现情况，从而在一定程度上保障了上市公司的利益。

对多盟剩余 5%股权及亿动剩余 45.23%股权的收购安排详见“第一节本次交易概况/四、本次交易方案”。

（三）标的资产业绩补偿与本次交易风险匹配的合理性

1、标的资产业绩补偿情况及本次交易对价

本次交易过程中蓝色光标实际控制人赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然（以下简称“赵文权等五人”）承诺蓝瀚科技 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年预测归属母公司净利润分别不低于-2,079.45 万元、5,152.35 万元、11,989.31 万元和 21,383.14 万元（2015 年以备考合并报表数据为准）。

本次交易标的蓝瀚科技 96.3158%的股权之交易对价为 18.52 亿元，赵文权等五人承诺 2015 年-2018 年净利润合计数覆盖交易对价的比例较低，主要系多盟和亿动所处的移动互联网营销行业尚处于发展初期，未来增长空间很大，且发展期间较长，考虑到移动互联网营销行业未来的增长情况，以及多盟和亿动在移动互联网营销行业的市场地位及各自的优势，本次交易给予了多盟和亿动较高的估值，导致交易对价较高。

2、业绩承诺的合理性

（1）业绩补偿符合相关法规要求

本次交易方案分为两步：第一步，蓝标投资、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然与其他投资者出资设立蓝瀚科技，并由蓝瀚科技收购多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼。第二步，上市公司发行股份并支付现金收购蓝瀚科技 96.3158%股权。虽然赵文权等五人在第一步交易前并非多盟和亿动的股东，但第一步交易过后赵文权等五人成为了第二步交易的对手方，因此本次交易方式触及了《上市公司重大资产重组管理办法》中第三十五条要求相关方进行业绩补偿的规定，因此赵文权等五人对蓝瀚科技 2015 年-2018 年收益进行了承诺，符合《上市公司重

大资产重组管理办法》相关规定。

(2) 赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然等五人在本次交易中充当收购资金提供方之角色

本次交易对手方虽然包括蓝色光标的实际控制人赵文权等五人，但其在本次交易过程中实际充当了收购资金提供方之角色。2015年8月，赵文权等五人通过增资蓝瀚科技的方式向蓝瀚科技提供收购多盟和亿动的股权收购款及增资亿动开曼的增资款。2015年8月5日，蓝色光标股票停牌并启动本次发行股份及支付现金购买资产项目，赵文权等五人以持有蓝瀚科技的股权认购蓝色光标股权，其增资蓝瀚科技的目的是为促成蓝瀚科技收购多盟和亿动。

(3) 赵文权等五人未从蓝瀚科技实现任何收益

2015年8月，赵文权等五人合计以人民币50,000万元增资蓝瀚科技，本次发行股份及支付现金购买资产过程中以等值于50,000万元所持蓝瀚科技的股权为对价认购上市公司发行的相应股份，在此过程中没有任何溢价情况。

根据本次《发行股份及支付现金购买资产协议》相关条款约定，自估值基准日至交割日期间，拟购买资产盈利的，则盈利部分归收购方享有；拟购买资产亏损的，则由赵文权向收购方或蓝瀚科技以现金方式补足。

由上可知，赵文权等五人持有蓝瀚科技股权期间多盟和亿动的收益也归蓝色光标所有，因此赵文权等五人在本次交易过程中不会获取任何额外收益。

综上，赵文权等五人以2015年-2018年作为业绩承诺期符合相关法规的要求且有其客观合理性。

3、多盟和亿动未来的发展将为蓝色光标带来丰厚业绩

(1) 移动互联网广告行业发展规律

①互联网广告营销市场保持较高增长

根据艾瑞咨询的统计，2014年全球互联网广告市场规模约5,150亿美元，较2013年的4,850亿美元增长6%，预计未来几年仍保持平稳增长态势。2014年，中国互联网广告市场规模达到1,573.4亿元，同比增长41.0%，预计在短期内仍将保持两位数的增长率。中国作为新兴市场的代表，随着经济的发展和网络用户的增加，互联网广告市场规模将逐步扩大，增速将明显高于全球互联网广告市场。

在目前市场预期下，2015 年中国互联网广告市场规模或将超过两千亿元，未来三年互联网广告产业仍会保持较高的增长水平，并在更长的一段时期里保持成熟发展。

②中国智能手机普及率低，移动互联网领域仍有很大发展空间

智能手机作为用户接入移动互联网的核心设备，其普及程度将反应移动互联网的发展速度及普及程度。据市场研究公司 eMarketer 数据显示，2014 年中国智能手机用户仅 5.2 亿，普及率为 38.3%；到 2018 年中国将新增 1.77 亿智能手机用户，普及率将达到 51.1%，保持较高的普及率增长速度。与此相比，2018 年美国智能手机普及率将达到 82.1%。由此可见，2018 年中国智能手机普及率仍将远低于美国，届时中国智能手机普及率仍将保持较高的增速。

③中国用户移动设备平均使用时长仍有很大发展空间

根据 eMarketer 报告显示，2015 年中国用户移动设备平均使用时长为 2 小时零 1 分；同年，美国用户移动设备平均使用时长已经达到 2 小时 54 分钟，占有媒体使用时长约 25%，中国移动互联网发展空间较大。但与之相比，美国移动互联网广告在整体广告预算占比很低，仅达到 8%。由此可见，移动互联网广告的发展均相对滞后于移动互联网及智能手机的发展。如果 2018/2019 年之后移动互联网仍能保持较高增长，则移动互联网广告必将拥有更大的发展空间。

一般来说，广告花费与消费者媒介消费时间呈正比，然而新媒介出现时，存在广告花费的上升明显滞后于消费者媒介消费时间上升的情况，即“数字营销鸿沟”（即广告花费占比和媒介消费时间占比的差异）。德勤《2025 大趋势 - 中国营销传播市场白皮书》，在美国数字媒介占了 41%的媒介消费时间的时间点，但数字广告花费在总广告花费中的占比仅为 26%。美国数字媒介广告花费不及时间花费，原因有二：一是传统媒介广告的价格远高于数字媒介广告的价格，二是广告主投放的习惯滞后于消费者行为的习惯。

对比美国，中国的数字营销鸿沟较美国更大，2013 年中国的“数字营销鸿沟”为 17%，而美国为 14%。从时间上看来，中国数字媒介广告花费的比例落后数字媒介消费时间约 5 年左右。中美市场的经验表明，企业营销支出变化的时

间落后消费者行为变化 5 年，这意味着当前企业营销需求的变化将在未来 5 年左右转变成“真金白银”。

④未来 10 年移动广告预算将保持高速增长

数字广告与传统广告相比，有广告的受众面更广、宣传效果更优良以及信息获取更实时等特点，随着移动互联网的发展，移动广告预算将迎来爆发式增长。根据德勤《2025 大趋势 - 中国营销传播市场白皮书》，整个中国营销传播行业将从 2013 年的 4,641 亿元，增长到 2025 年的 11,116 亿元；而 2013 年手机和移动互联网广告市场份额仅为 3.3%，预计到 2025 年这一数字将达到 18.4%。这意味着中国移动互联网广告市场将从 2013 年的 155.2 亿，增长 13 倍，到 2025 年达到 2,045 亿。

(2) 多盟、亿动的行业优势

①多盟

技术是多盟的核心优势，其具备领先的 DSP 及 PMP 系统，在广告投放算法、受众挖掘定向、自动化反馈效果优化、自动化创意生成和挑优、高并发广告请求处理、海量数据实时分析等方面都具备较强的竞争力。

多盟整合了智能手机领域大量优质的应用以及广告资源，搭建了广告和应用之间先进的广告技术服务平台，并借助大规模数据处理的平台优势以及贴近应用开发者的服务模式，为在智能手机平台推广产品、品牌的广告主提供高效的服务，为应用开发者和广告主创造价值最大化。

多盟成立伊始，恰逢中国移动互联网尤其是智能手机开始蓬勃发展，多盟敏锐的把握住了这个爆发点，专注于整合移动端，尤其是移动 APP 的资源，为广告主、广大互联网客户提供专业的移动广告服务。作为行业的开拓者和领导者，多盟整合了包括海外（水果忍者，talking tom 等）、国内（美图秀秀，墨迹天气，PM2.5 等）诸多优质的移动 APP 资源，率先开发了 banner，插屏，开屏，信息流等广告产品，并通过强大的技术平台，迅速成为中国第一批智能手机平台。广告主方面，多盟迅速获得了汽车，快消，IT，金融等大客户的认可，成为宝马、奔驰、Intel、YUM 等一线品牌客户移动营销的合作伙伴，同时多盟 APP 下载等

服务方面也遥遥领先于全行业，是移动 APP 推广，手游等厂商重要的合作伙伴。尤其是在中长尾 App 媒体资源及流量方面，其对接了超过 20 万 App，覆盖 9 亿移动设备终端。

多盟的业务模式非常丰富，包括通过多盟自有 ADN 平台、自有的 DSP 平台、自有的 PMD 工具实现广告投放，以及通过广点通、知名应用类 APP 投放广告，能全面满足客户在中国的移动互联网广告投放需求。多盟的技术研发团队实力雄厚，不断根据需求开发新的产品满足客户新的需求。多盟持续对客户需求的满足能力进一步提升了多盟的行业地位，加入蓝色光标后多盟将为更多客户提供移动互联网营销服务，其收入增长能力可以预期，即便在保持现有毛利率逐步下降的情况下，随着规模效应的增长，多盟的盈利能力可期。

②亿动

亿动专注于移动互联网营销业务，公司战略清晰，以成为移动互联网营销国际化领军者为目标。亿动的产品是给客户整体提供移动营销的解决方案，重点通过自有程序化平台实现。亿动 2015 年初推出的 Premiummad 平台和 Performad 平台，分别是提供优质媒体的资源购买平台和基于 ROI 的海外投放平台，能充分满足亿动品牌客户的境内推广需求和 APP 应用客户的海外推广需求。

Premiummad 平台能帮助品牌客户对接中国的 Hero apps，通过程序化便捷地帮助客户有针对性地进行受众扩充，扩大品牌影响力。Performad 平台能帮助应用客户对接海外的推广渠道，特别是 Google、Facebook、Twitter 三大优质渠道，使得客户能一键式选择最符合客户 ROI 需求的投放渠道进行高效投放。正是由于专注于移动互联网营销的趋势，亿动研发的平台能通过程序化高效的满足客户需求，不需要增加过多的人员成本，因而 2015 年 1-7 月亿动的销售费用率和管理费用率进一步降低。此外，随着亿动的业务发展规模的不断上升，其议价能力也有望逐步提高。亿动的管理层认为，在早期发展阶段，优质媒体的价值使得其在移动互联网营销领域议价能力较高，随着广告网络平台的逐渐积累，能为客户、媒体提供更优质高效的服务，其议价能力将逐步体现。

本次交易后，蓝色光标成为亿动的控股股东，亿动将成为蓝色光标品牌营销战略中移动环节的重要力量，与蓝色光标一起为客户提供更全面优质的品牌营销

服务，特别是移动营销服务。

（3）多盟、亿动与蓝色光标协同效应的价值带来的盈利能力提升

蓝色光标在向数字转型的过程中将移动互联网广告作为其未来发展战略的重中之重，移动互联网广告领域的核心能力包括：创意能力、服务客户能力、覆盖流量、ROI（流量优化、转化）、数据等。多盟、亿动及蓝色光标完全整合后将在这五个能力上都处于行业领先的地位。

多盟和亿动与蓝色光标合并后将实现的协同效应包括：

①销售及客户的整合。实现对各自现有客户的移动互联网广告，甚至是广告营销服务的全覆盖；拿到各自现有客户更多的广告营销预算，提升客户粘性的同时，提高服务附加价值及利润水平。

②媒体采购集中化。众所周知媒体采购是规模效应导向的业务，集三家公司的移动互联网媒体采购于一身将创造一个超过 30 亿量级的采购规模，这对于提高与媒体的议价能力及提高返点比例带来更高的议价空间。

③数据的整合。数据是提高转化率的核心，蓝色光标的广告投放及电商数据与多盟、亿动数据的对接及统计分析将更有效的提升各方的广告转化率（ROI）使整合后的公司在这方面的竞争优势更加突出。

④打造全方位服务产业链。多盟在品牌广告主中的市场地位、在中长尾 APP 媒体资源上的优势、亿动的广告策划营销能力、亿动的 Hero App 推广平台以及其海外推广能力均对蓝色光标是一个有效补充，三方将共同打造一个移动互联网营销领域的航母级企业。

通过统一采购、整合资源扩大市场份额及市场影响力、为客户提供更为全面和优质的营销方案、整合技术优势提升整体的技术服务能力等，多盟、亿动与蓝色光标之间的业务协同将进一步提升多盟、亿动的盈利能力，进而提升蓝色光标的整体盈利能力。

随着蓝色光标收购多盟、亿动，蓝色光标有望成为移动互联网营销领域的巨头，并通过规模优势进一步提高与媒体的议价能力，降低销售费用、管理费用、

财务费用占收入的比例，随着蓝色光标在移动互联网营销行业的市场占有率的逐步提升，多盟、亿动的盈利能力将进一步提升。

综上所述，随着移动互联网广告市场的不断高速增长，以及多盟、亿动有望在未来的竞争中继续保持自己的优势地位，多盟、亿动将可能取得营业收入的爆发性增长，同时由于规模效应，部分成本及期间费用将不会随收入同比增长，两家公司盈利能力将显著增强。同时，随着两家公司业务模式的不断推陈出新、DSP 业务、PMD 业务以及海外业务的不断拓展，营业收入将获得新的增长点，盈利能力也将进一步加强，

4、业绩承诺期以及之后的预测销售收入增速

赵文权等五人对标的公司 2015 年-2018 年的经营业绩进行承诺，根据估值报告显示，多盟和亿动估值预测期的营业收入增长率如下：

公司	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
多盟	78%	45%	42%	34%	27%	22%	15%	12%	9%	6%	5%
亿动	173%	49%	37%	31%	21%	19%	15%	12%	7%	7%	7%

由上表可知，多盟和亿动 2018 年之前预测的营业收入增长率较高，均超过 30%，加之移动互联网广告行业的主要公司在近几年将逐步确定市场地位，因此综合判断本次交易标的业绩实现的主要风险为 2018 年之前的业务发展情况。赵文权等五人对标的公司的业绩承诺期至 2018 年，基本与本次交易风险相匹配，具备一定的合理性。

5、多盟和亿动 2015 年超额完成业绩指标

本次交易审计和估值基准日之后，2015 年 8 月-12 月，多盟合并实现未经审计的净利润为 3,014.24 万元，为估值报告预测 2,291.52 万元的 131.54%；亿动合并实现未经审计的净利润为 2,327.21 万元，为估值报告预测 626.63 万元的 371.39%，均超额完成的业绩指标，进一步证明了多盟和亿动所处行业的快速发展，以及证明了多盟和亿动具备较强的盈利能力和成长空间。

6、业绩补偿安排未足额覆盖的风险

本次交易估值预测期较长。赵文权等五人对蓝瀚科技 2015 年-2018 年的经营

业绩进行了承诺，且本次业绩承诺补偿的股份数以赵文权等五人本次交易所取得的股份总数为限。

移动互联网营销处于高速发展期，一方面移动互联网领域的快速发展将带动移动互联网营销产业规模的不断扩大，另一方面传统广告领域向移动互联网广告领域的转移将进一步增大移动互联网广告在整个广告产业的市场份额。因此蓝色光标收购多盟和亿动在未来将会给上市公司及中小股东带来丰厚的收益。

虽然多盟和亿动所处的移动互联网营销领域处于快速发展阶段，综合判断未来经营业绩将会有大幅上升空间，但仍存在估值报告中所预测的经营业绩不能达标的可能性，存在业绩补偿安排不能足额覆盖风险的可能。因此提请中小股东注意，本次交易因估值预测期限较长，存在业绩补偿不能足额覆盖经营业绩不达标

的风险。

7、独立财务顾问核查意见

独立财务顾问通过行业调研核查了多盟和亿动所处的行业发展趋势，核查了多盟和亿动的经营情况及其自身优势，核查了估值报告中相关的假设及估值参数的合理性，并且在报告书中披露了相关业绩补偿不能足额覆盖经营业绩不达标

的风险。

经核查，独立财务顾问认为标的资产业绩补偿与本次交易风险基本匹配，业绩补偿期限和金额具备一定合理性。

七、现金对价支付安排

本次交易现金支付分两部分：第一部分为向蓝瀚科技股东平安大华支付收购蓝瀚科技股权的现金对价 102,200.00 万元；第二部分为向蓝瀚科技增资 36,700.00 万元用于支付收购多盟的第二期股权转让款。

向平安大华支付的现金对价应在本次交易募集配套资金到账后十个工作日内，向平安大华指定的账户支付应付的全部现金。

收购多盟的第二期股权转让款最迟于 2016 年 3 月 31 日之前支付，如果本次交易募集配套资金到账日晚于 2016 年 3 月 31 日，则公司将通过自筹资金进行支付。

八、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

上市公司目前的总股本为 1,931,169,473 股，按照本次交易方案，预计公司本次将发行普通股 214,681,884 股。本次发行股份购买资产前后本公司的股权结构变化如下表：

股东名称	本次交易之前		本次交易完成后	
	持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
赵文权	136,907,714	7.09%	145,064,320	6.76%
陈良华	120,449,675	6.24%	128,606,281	5.99%
许志平	102,514,730	5.31%	110,671,336	5.16%
吴铁	101,915,223	5.28%	110,071,829	5.13%
孙陶然	72,479,708	3.75%	80,636,314	3.76%
京东世纪	-	-	16,313,213	0.76%
西藏东方	-	-	8,156,606	0.38%
齐玉杰	-	-	2,446,982	0.11%
建信基金（建信领瑞九智投资 1-4 号资管计划）	-	-	142,740,618	6.65%
刘鸿	-	-	4,241,435	0.20%
其他股东	1,396,902,423	72.33%	1,396,902,423	65.10%
总计	1,931,169,473	100.00%	2,145,851,357	100.00%

注：本次交易之前股本情况为截至 2015 年 7 月 31 日数据。

本次交易前，赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然合计持有 534,267,050 股上市公司股份，合计持股占比 27.67%；重组完成后五人持股比例为 26.80%，仍为公司的实际控制人。本次交易不会对上市公司股权结构产生重大影响。

社会公众股东合计持有的股份不会低于发行后总股本的 10%，不会出现导致蓝色光标不符合股票上市条件的情形。

（二）本次交易对上市公司主要财务指标的影响

根据天职国际会计师出具的关于本次重组的备考审阅报告及蓝色光标 2015 年度 1-7 月未经审计数据，本次发行前后公司主要财务数据比较如下：

单位：万元

项目	2015年7月31日/2015年1-7月实现数	2015年7月31日/2015年1-7月备考数	增幅
总资产	1,308,105.93	1,599,638.45	22.29%
归属母公司所有者权益	433,531.46	654,401.20	50.95%
营业收入	411,284.43	494,029.97	20.12%
营业利润	12,202.08	8,059.56	-33.95%
利润总额	12,710.79	8,674.95	-31.75%
归属母公司所有者的净利润	5,219.10	531.72	-89.81%
基本每股收益（元/股）	0.0270	0.0025	-90.75%

从上表可以看出，本次交易完成后，上市公司总资产规模、净资产、营业收入规模均有所增加。由于多盟 2015 年 1-7 月还处于亏损阶段，亿动 2015 年 1-7 月为微盈状态，因此收购完成后上市公司备考 2015 年 1-7 月营业利润、利润总额和净利润有所下降，但是随着多盟和亿动广告业务的持续发展，其相应盈利能力将逐步体现，多盟在蓝瀚科技收购后的几个月已逐渐实现盈利。

九、本次交易涉及关联交易事项

本次交易对方包括上市公司实际控制人赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然，本次交易构成关联交易。相关方在本次交易的董事会、股东大会投票过程中回避表决。

十、本次交易不构成重大资产重组

本次交易中上市公司拟购买蓝瀚科技 96.3158%股权，剩余 3.6842%股权上市公司已经通过蓝标投资持有，因此以蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价 226,700.00 万元作为相关指标测算。根据蓝瀚科技模拟备考 2014 年度及 2015 年 1-7 月的财务数据以及交易作价情况，相关财务比例计算如下：

单位：万元

项目	拟购买资产和成交金额孰高	蓝色光标	占比
营业收入	89,990.88	597,908.82	15.05%
资产总额	293,635.19	1,137,017.31	25.83%
资产净额	226,700.00	464,044.20	48.85%

注：（1）营业收入为 2014 年度营业收入；（2）拟购买资产总额为 2015 年 7 月 31 日资产总额；（3）拟购买

资产的资产净额为蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价；（4）蓝色光标资产总额为合并财务会计报表 2014 年末资产总额；资产净额为合并财务会计报表 2014 年末归属于上市公司普通股股东的所有者权益。

根据《重组管理办法》的规定，本次交易虽然不构成中国证监会规定的上市公司重大资产重组行为，但是本次交易涉及发行股份购买资产及募集配套资金，需经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。

本次交易不构成重大资产重组，且交易完成后，上市公司控股股东和实际控制人不发生变更。本次交易不构成借壳上市。

十一、本次交易已履行的审批程序

标的公司已召开股东会审议通过本次重组方案。蓝色光标已召开第三届董事会第 54 次会议，审议通过了本次重组报告书的相关议案。蓝色光标已与标的资产的交易对方签署了重组协议。蓝色光标 2015 年第四次临时股东大会审议通过了本次重组报告书的相关议案。本次发行股份及支付现金购买资产事项经中国证监会上市公司并购重组委员会 2016 年第 5 次工作会议审核并获得无条件通过。本公司收到中国证监会证监许可[2016]314 号《关于核准北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司向北京京东世纪贸易有限公司等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》，核准公司发行股份及支付现金购买资产事宜。

十二、本次重组相关方作出的重要承诺

本次交易中，上市公司、上市公司实际控制人、各交易对方、中介机构作出的主要承诺如下：

承诺事项	承诺方	主要承诺内容
避免同业竞争承诺	赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰	1、除蓝色光标及其控制的其他企业外，本人目前在中国境内外任何地区没有以任何形式直接或间接从事和经营与蓝色光标及其控制的其他企业构成或可能构成竞争的业务； 2、本人承诺作为蓝色光标股东期间，不在中国境内或境外，以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另一家公司或企业的股权及其他权益、担任职务、提供服务等）直接或间接参与任何与蓝色光标及其控制的其他企业构成竞争的任何业务或活动。 3、本人承诺如果违反本承诺，愿意向蓝色光标承担赔偿责任及相关法律责任。

承诺事项	承诺方	主要承诺内容
减少及规范关联交易承诺	赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰	在本次重组完成后，本人及本人控制的企业将尽可能减少与蓝色光标的关联交易，不会利用自身作为蓝色光标股东之地位谋求蓝色光标在业务合作等方面给予优于市场第三方的权利；不会利用自身作为蓝色光标股东之地位谋求与蓝色光标达成交易的优先权利。若存在确有必要且不可避免的关联交易，本人及本人控制的企业将与蓝色光标按照公平、公允、等价、有偿等原则依法签订协议，履行合法程序，并将按照有关法律、法规和蓝色光标公司章程等的规定，依法履行信息披露义务并办理相关内部决策、报批程序，保证不以与市场价格相比显失公允的条件与蓝色光标进行交易，亦不利用该类交易从事任何损害蓝色光标及股东的合法权益的行为。
保持上市公司独立性承诺	赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰	本人承诺将按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》和其他有关法律法规对上市公司的要求，对蓝色光标实施规范化管理，合法合规地行使股东权利并履行相应的义务，采取切实有效措施保证蓝色光标在人员、资产、财务、机构和业务方面的独立。
股份锁定期承诺	赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然	1、本人/本单位在本次重组中认购的蓝色光标股份自股份上市之日起 36 个月内不转让或解禁。 2、在股份锁定期届满前，若蓝色光标实施配股、送股、资本公积金转增股本等除权事项导致本人/本单位增持蓝色光标股份的，则增持股份亦遵守上述约定。 3、本次重组完成后 6 个月内如蓝色光标股票连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者本次重组完成后 6 个月期末蓝色光标收盘价低于发行价的，则本人/本单位持有蓝色光标股票的锁定期自动延长至少 6 个月。 4、若本人/本单位所认购股份的锁定期与证券监管机构的最新监管意见不相符，本人/本单位将根据证券监管机构的监管意见进行相应调整。
	齐玉杰、京东世纪、西藏东方	1、本人/本单位在本次重组中认购的蓝色光标股份自股份上市之日起 36 个月内不转让或解禁。 2、在股份锁定期届满前，若蓝色光标实施配股、送股、资本公积金转增股本等除权事项导致本人/本单位增持蓝色光标股份的，则增持股份亦遵守上述约定。
	建信基金	自本次发行结束之日起 36 个月内，本公司不以任何方式转让资管计划在本次发行中认购的蓝色光标的股份，也不委托他人管理持有的蓝色光标股份。在股份锁定期内，由于蓝色光标送红股、转增股本等

承诺事项	承诺方	主要承诺内容
		原因而增加的股份数量，亦应遵守上述承诺。 若上述锁定期承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符，本公司保证资产管理计划的持股锁定期将根据相关证券监管机构的意见进行相应调整。限售期满以后的股份转让将按照中国证监会和深交所的相关规定执行。 本公司将促使资管计划的各委托人在本次发行结束之日起 36 个月内，均不得部分或全部转让资管计划份额或退出资产管理计划。
	北京领瑞	自本次发行结束之日起 36 个月内，本公司不以任何方式转让本公司在建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划的认购份额，亦不会退出建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划资产管理计划。
	刘鸿	自本次发行结束之日起 36 个月内，本人不以任何方式转让本人在本次发行中认购的蓝色光标的股份，也不委托他人管理持有的蓝色光标股份。在股份锁定期内，由于蓝色光标送红股、转增股本等原因而增加的股份数量，亦应遵守上述承诺。 若上述锁定期约定与证券监管机构的最新监管意见不相符，本人将根据相关证券监管机构的意见进行相应调整。限售期满以后股份转让按照中国证监会和深交所的相关规定执行。
不存在《暂行规定 13 条》的情形承诺	赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰、平安大华、京东世纪、西藏东方	1、本人/本单位不存在因涉嫌本次重组相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查之情形。 2、本人/本单位不存在被中国证监会行政处罚或者被司法机关依法追究刑事责任之情形。 3、本人/本单位不存在依据《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》不得参与任何上市公司重大资产重组之情形。
提供资料真实、准确、完整的承诺	赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰、平安大华、京东世纪、西藏东方	1、本人/本单位保证将及时向蓝色光标提供本次重组的相关信息，本人/本单位为本次重组所提供的有关信息均为真实、准确和完整的，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏； 2、本人/本单位保证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、完整的原始书面资料或副本资料，副本资料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，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏； 3、本人/本单位保证为本次重组所出具的说明及确

承诺事项	承诺方	主要承诺内容
本次交易不可撤销的承诺		认均为真实、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； 4、本人/本单位承诺，如因本人/本单位提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给蓝色光标或者投资者造成损失的，本人/本单位将依法承担赔偿责任。如本人/本单位在本次重组中所提供或披露的信息涉嫌虚假记载、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，在形成调查结论以前，本人/本单位不转让在上市公司拥有权益的股份。如调查结论发现本人/本单位确存在违法违规情节的，则本人/本单位承诺锁定股份自愿用于相关投资者赔偿安排。
	建信基金、刘鸿	1、保证为本次发行所提供的有关信息、出具的说明及确认真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对所提供信息的真实性、准确性和完整性承担全部法律责任。 2、保证向参与本次发行的各中介机构所提供的资料均为真实、原始的书面资料或副本资料，该等资料副本或复印件与其原始资料或原件一致，是准确和完整的，所有文件的签名、印章均是真实的，并无任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。 3、本公司保证： （1）如违反上述承诺及声明，将愿意承担全部法律责任； （2）如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给蓝色光标或者投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任； （3）如本次发行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，将暂停转让在蓝色光标拥有权益的股份。
	北京领瑞	1、保证为本次发行所提供的有关信息、出具的说明及确认真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对所提供信息的真实性、准确性和完整性承担全部法律责任。 2、保证向参与本次发行的各中介机构所提供的资料均为真实、原始的书面资料或副本资料，该等资料副本或复印件与其原始资料或原件一致，是准确和完整的，所有文件的签名、印章均是真实的，并无任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。
本次交易不可撤销的承诺	赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙	本人/本单位承诺，在本次重组获得蓝色光标董事会及股东大会批准的情况下，除非中国证券监督管理

承诺事项	承诺方	主要承诺内容
	陶然、齐玉杰、平安大华、京东世纪、西藏东方	委员会未予以核准，蓝色光标以发行股份及支付现金方式购买本人/本单位持有的蓝瀚科技的股权之交易为不可撤销事项。
标的公司存续的承诺	赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰、平安大华、京东世纪、西藏东方	1、蓝瀚科技系依据中国法律依法成立并有效存续的有限责任公司，并已取得其设立及经营业务所需的一切批准、同意、授权和许可，所有该等批准、同意、授权和许可均为有效，并不存在任何原因或事由可能导致上述批准、同意、授权和许可失效。 2、本人/本单位已经依法履行对蓝瀚科技的出资义务，不存在任何虚假出资、延期出资、抽逃出资等违反本人/本单位作为股东所应承担的义务及责任的行为。 3、蓝瀚科技设立至今均依据国家或地方法律法规和有关规定合法合规运营，不存在因违反国家或地方的法律法规和有关规定而被或将被相关主管机关处罚的情形，亦不存在任何可能导致蓝瀚科技相关资产被有关司法机关或行政机关采取查封、冻结等限制权利的处分措施的情况。蓝瀚科技不存在任何影响其合法存续的未决或潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或司法程序。 4、蓝瀚科技不存在依据中国法律或其公司章程的规定需要终止的情形。
无关联关系的承诺	建信基金、北京领瑞、刘鸿	1、本次交易前，本公司/本人及本公司全体股东、实际控制人与蓝色光标及其关联方均不存在关联关系。本公司/本人与蓝色光标之间不存在任何直接或间接的股权或其他权益关系，本公司/本人没有向蓝色光标推荐董事、监事或者高级管理人员，与蓝色光标的董事、监事和高级管理人员之间亦不存在任何直接或间接的股权或其他权益关系、关联关系，本公司/本人亦不存在其他可能被证券监管部门基于实质重于形式的原则认定为与蓝色光标存在特殊关系的其他关联关系。 2、本公司/本人与本次发行其他发行对象之间不存在关联关系或一致行动关系。
资金来源合法合规的承诺	建信基金	本公司拟设立并管理的建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划的委托人均均为北京领瑞投资管理有限公司（注册号：110228016349331），该委托人通过本公司管理的资管计划认购本次发行的股份的资金全部来源于其自有资金或其有合法处分权的资金，不存在资金来源不合法的情形，不存在利用本次认购的股份向银行等金融机构质押取得融资的情形，不存

承诺事项	承诺方	主要承诺内容
		在直接或间接来源于上市公司及其关联方的情况。 本公司确认在上述资产管理计划的设立和存续过程中不存在直接或间接接受蓝色光标及其控股股东、实际控制人、关联方提供财务资助或者补偿的情况； 本公司保证上述资产管理计划将来也不会接受蓝色光标及其控股股东、实际控制人、关联方任何形式的财务资助或补偿。
	北京领瑞	本公司用于认购建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划并通过其认购本次发行的股份的资金全部来源于本公司的自有资金或本公司有合法处分权的资金，不存在资金来源不合法的情形，不存在利用本次认购的股份向银行等金融机构质押取得融资的情形，不存在直接或间接来源于上市公司及其关联方的情况。 本公司确认本次认购蓝色光标非公开发行的股份不存在蓝色光标以代持、信托持股等方式谋取不正当利益或向其他相关利益主体输送利益的情况；不存在蓝色光标直接或通过其利益相关方向本公司提供财务资助或者补偿的情况。
	刘鸿	本人用于认购本次发行的股份的资金全部来源于本人的自有资金或本人有合法处分权的资金，不存在资金来源不合法的情形，不存在利用本次认购的股份向银行等金融机构质押取得融资的情形。 本人确认在认购蓝色光标本次非公开发行股份过程中不存在直接或间接接受蓝色光标及其控股股东、实际控制人、关联方提供财务资助或者补偿的情况； 本人保证将来也不会接受蓝色光标及其控股股东、实际控制人、关联方任何形式的财务资助或补偿。
不存在结构化产品的承诺	建信基金	本公司拟设立并管理的建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划的委托人均为北京领瑞投资管理有限公司（注册号：110228016349331），该委托人通过本公司管理的资管计划认购本次发行的股份的资金全部来源于其自有资金或其有合法处分权的资金，资管计划系由委托人直接独立出资方式设立，不存在分级收益等结构化安排，不采用结构化或发行信托产品等方式进行融资，最终出资将不包含任何杠杆融资结构化设计产品或信托融资产品。 本公司设立并管理的建信领瑞九智投资 1 号资管计

承诺事项	承诺方	主要承诺内容
		划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划资管计划不存在受他方委托代为认购蓝色光标新增股份的情形，亦未通过信托、委托或其他类似安排认购蓝色光标新增股份。
	北京领瑞	本公司用于认购建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划并通过其认购本次发行的股份的资金全部来源于本公司的自有资金或本公司有合法处分权的资金，不存在分级收益等结构化安排。 本公司不存在受蓝色光标实际控制人、控股股东、董事、监事和高级管理人员委托代为认购蓝色光标新增股份的情形，亦未通过信托或其他类似安排代上述人员认购蓝色光标新增股份。
	刘鸿	本人拥有认购蓝色光标本次非公开发行股票的资金实力，本人用于认购本次发行的股份的资金全部来源于本人的自有资金或本人有合法处分权的资金，不存在分级收益等结构化安排，不采用结构化或发行信托产品等方式进行融资，最终出资将不包含任何杠杆融资结构化设计产品或信托融资产品。 本人的认购行为不存在受他方委托代为认购蓝色光标新增股份的情形，亦未通过信托、委托或其他类似安排认购蓝色光标新增股份。
资金到位的承诺	建信基金	截至本承诺函出具日，上述资产管理计划募集资金尚未足额到位，本公司作为设立人和管理人，将通过一切合理且可行之手段确保上述资产管理计划参与蓝色光标本次发行的认购资金在蓝色光标取得中国证监会核准文件之后，发行方案报送至中国证监会发行部备案之前全部募集到位，并按时足额缴付至蓝色光标指定的账户内。
	北京领瑞	截至本承诺函出具日，上述资产管理计划募集资金尚未由本公司足额实缴到位，本公司作为委托人和认购人，应通过一切合理且可行之手段使上述资产管理计划参与蓝色光标本次发行的认购资金在蓝色光标取得中国证监会核准文件之后，发行方案报送至中国证监会发行部备案之前全部实缴到位。
	刘鸿	本人作为认购方，将通过一切合理且可行之手段确保本人参与蓝色光标本次发行的认购资金在蓝色光标取得中国证监会核准文件之后，发行方案报送至中国证监会发行部备案之前全部筹集到位，并按时足额缴付至蓝色光标指定的账户内。
专项披露	华泰联合证券、中	如本次重组申请文件存在虚假记载、误导性陈述或

承诺事项	承诺方	主要承诺内容
	伦律所、天职国际、中通诚	重大遗漏，本机构未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。

十三、本次重组对中小投资者权益保护的安排

（一）严格履行上市公司信息披露义务

上市公司及相关信息披露人严格按照《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》、《重组管理办法》、《关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》等相关法律、法规的要求对本次重组方案采取严格的保密措施，切实履行信息披露义务，公平地向所有投资者披露可能对上市公司股票交易价格产生较大影响的重大事件。本报告书披露后，本公司将继续严格按照相关法律法规的要求，及时、准确地披露本公司本次重组的进展情况。

（二）股东大会通知公告程序

上市公司在发出召开股东大会的通知后，在股东大会召开前以公告方式敦促全体股东参加本次股东大会。

（三）网络投票安排

在审议本次交易的股东大会上，本公司通过交易所交易系统和互联网投票系统向全体流通股股东提供网络形式的投票平台，流通股股东通过交易系统或互联网投票系统参加网络投票，以切实保护流通股股东的合法权益。

（四）分别披露股东投票结果

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。

十四、蓝瀚科技子公司多盟报告期内尚未实现盈利

多盟 2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月经审计的净利润分别为-3,093.89 万元、-2,883.56 万元和-5,167.11 万元，报告期内尚未实现盈利。根据预测，多盟将会从 2015 年下半年开始逐渐产生净利润。根据估值报告，2015 年 8-12 月，多盟预计将会实现盈利 2,291.51 万元；2016 年开始，盈利能力将逐步增强。同时，

蓝标并购多盟后，品牌广告投放协同效应将明显增加；多盟也开发完成 PMP 投放平台等面向品牌广告主的产品，有效持续增强了上述协同效应。收购多盟对上市公司的盈利能力具有促进作用。

多盟从成立至今一直致力于移动互联网广告业务的开拓，虽然报告期内尚未盈利，但其凭借其丰富的广告形式和不断提升的媒体整合能力，在移动互联网广告领域的领军优势已经建立。随着智能终端的普及、移动互联网的整体发展、网络广告公司的积极推动，广告主对移动营销的认可度逐步提高，并开始积极尝试。智能手机的普及和各种应用的开发，提升了移动媒体的营销价值，整个生态系统的快速形成。从历史年度业务及规模的发展趋势来看，多盟正在经历从初创期的快速发展阶段向稳定增长阶段转变，加之所处的移动互联网广告行业也处于快速发展期，未来多盟的业务收入和盈利水平将会有有一个较长的增长期。

十五、亿动开曼剩余股权收购条款中涉及回购可能

根据蓝标投资与亿动开曼股东签署的协议约定，若亿动的收入增长率在第一期对应的会计年度为负，则蓝瀚科技可以在对应期所在购买年度行使暂停及延迟购买权益；若亿动的收入增长率在第二期或净利润在第三期对应的会计年度为负，则蓝瀚科技可以在对应期所在购买年度行使延迟购买权益；若亿动的净利润在第四期对应的会计年度小于其第三期的净利润，则蓝瀚科技可以在对应期所在购买年度行使延迟购买权益；行使相关权益时，蓝瀚科技需书面通知亿动开曼剩余股权的持有者，并在亿动开曼剩余股权持有者收到通知后的 20 个工作日内作出暂停或延迟购买的决议。

每次蓝瀚科技行使延迟购买权益，相应期对应的会计年度和购买所在的年度自动延迟至下一个会计年度。

若蓝瀚科技要行使暂停购买权益，亿动开曼的创始人股东有权从蓝瀚科技回购其所持的全部股份。在亿动开曼的创始人股东回购之前，蓝瀚科技将有自暂停购买通知开始起 6 个月的时间选择其所持亿动开曼股份的购买方的权利，可将蓝瀚科技所持亿动开曼全部股权出售给此第三方；蓝瀚科技应通知亿动开曼创始人股东关于所有与此第三方购买事宜的进展。若在 6 个月内，蓝瀚科技未能将其所持亿动开曼股权出售给第三方或 6 个月内的任一时点蓝瀚科技终止寻找第三方，

则接下来 3 个月内，亿动开曼的创始人股东将从蓝瀚科技回购蓝瀚科技所持有的亿动开曼的股份，回购价格是蓝瀚科技的投资总额及以每年 15% 的回报率计算出的投资回报。该投资回报所在的时间段是购买协议的价款交割日到暂停购买通知日。

十六、独立财务顾问的保荐机构资格

本公司聘请华泰联合证券有限责任公司担任本次交易的独立财务顾问，华泰联合证券有限责任公司经中国证监会批准依法设立，具备保荐机构资格。

十七、中介机构关于未能勤勉尽责时将承担连带赔偿责任的专项承诺

华泰联合证券承诺：“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，本机构未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。”

中伦律所承诺：“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，本所未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。”

天职国际承诺：“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，本机构未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。”

中通诚承诺：“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，本机构未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。”

重大风险提示

一、标的资产估值较高的风险

根据中通诚出具的估值报告，多盟、亿动的估值如下：

交易标的	账面股东权益（万元）	估值（万元）	估值增值率
多盟全部股东权益	21,682.78	191,450.14	782.96%
亿动开曼全部股东权益	1,642.08	76,512.39	4559.48%

本次交易标的资产的估值较账面净资产增值较高，主要是基于标的资产具有较高的资产盈利能力、未来较高的业绩增长速度和优秀的技术开发、商务运营人才等未在账面反映的核心资产价值得出的估值结果。相应的，如上述基础发生变动，将可能导致标的资产的价值低于目前的估值。

由于本次交易收益法预测期较长，对远期预测的准确性可能不高从而存在与实际情况偏离的可能。

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。

二、本次交易后，上市公司即期盈利下降、每股收益被摊薄的风险

本次交易完成后，上市公司总资产规模、净资产规模有所增加。根据备考合并利润表，本次交易完成后，上市公司 2015 年 1-7 月备考净资产收益率和每股收益将出现一定幅度的下降，本次交易对上市公司备考合并报表的 2015 年 1-7 月每股收益存在摊薄情形。

本次交易的主要目的是上市公司通过本次交易，将多盟、亿动两家移动互联网营销领域的领先企业纳入公司产业链中，增加公司在移动互联网营销领域的服务内容，整合优质媒体资源和客户资源，增强公司整合营销能力，提高公司整体的行业竞争力；但该等协同效应的发挥需要一定的时间，报告期内，多盟尚在亏损状态，亿动微盈利，因此，交易完成后，备考审阅报告体现的 2015 年 1-7 月上市公司每股收益将出现一定幅度的下降。

自 2015 年 8 月至本报告书出具日，多盟、亿动均为盈利状态。根据估值报

告的预测，2015 年 8-12 月多盟将实现净利润 2,291.52 万元，亿动将实现净利润 626.62 万元；2016 年多盟将实现净利润 3,437.07 万元，亿动将实现净利润 2,761.43 万元。多盟、亿动是行业内优秀公司，是上市公司战略中的重要一环，从多盟、亿动的营业收入增速看，多盟、亿动也具有较好的成长性；长期而言，本次交易有助于提升上市公司的盈利能力，提升上市公司的每股收益。本次交易实际完成后，多盟、亿动的并表收入将导致上市公司的营业收入相应增加；然而若多盟、亿动不能实现预测的净利润，业绩表现不达预期，则可能导致投资者的即期回报有所下降。

三、标的公司子公司的业务风险

（一）移动广告行业市场竞争不断加剧的风险

随着移动互联网行业的深度发展，移动广告行业进入了高速成长期，传统互联网营销公司纷纷启动移动端布局，加之新兴的移动广告平台公司的崛起，从事移动广告行业的营销机构数量显著增加，在技术水平、服务能力、客户及媒体资源、模式创新等方面的市场竞争日趋激烈。多盟、亿动凭借在移动广告行业的多年经营，积累了丰富的移动广告服务经验和人才资源，树立了自身的品牌形象和行业口碑，目前在移动应用推广领域处于行业领先地位，具备较高的市场地位。但是，如果多盟、亿动不能适应未来移动广告行业的市场变化，不能及时根据市场竞争环境调整发展战略，从而不断保持和增强自身市场竞争力，则可能在未来的竞争中处于不利地位，进而造成其经营业绩波动甚至下滑。

（二）适应行业技术、经营模式发展趋势的风险

互联网和相关服务行业具有技术进步快、产品生命周期短、升级频繁的特点，行业内企业需要在准确把握行业发展方向的前提下迅速做出反应，紧跟技术发展和市场需求的最新潮流，不断对原有产品进行更新换代；同时移动互联网广告是近年来我国广告行业兴起的广告发布模式，得益于 2013 年以来移动应用推广需求大幅度增长和移动广告推广模式得到市场广泛认可等外部市场环境的变化，我国移动互联网广告的经营模式逐步清晰，包括多盟、亿动在内的移动互联网广告平台运营商迅速崛起。然而随着互联网技术及产品的不断更新换代，移动互联网广告的经营模式亦存在变化的可能性。多盟、亿动如未能适应行业技术、产品发

展趋势以及经营模式的变化，将面临市场需求下降，经营业绩下降的风险。

（三）多盟的主要业务风险

1、多盟积分墙业务受苹果公司限制的风险

多盟主营业务为移动互联网广告服务业务，其中积分墙业务作为一种典型的推广方式在报告期内收入占同时期营业收入比例分别为 34.26%、46.27%和 31.77%。其中，iOS 积分墙业务在一定程度上受到苹果公司的政策限制。苹果公司在应用审核环节对内嵌广告平台采用较为严格的审核标准，内嵌了广告平台 SDK 的应用存在因审核原因无法在 App Store 上线的可能。同时，苹果公司不支持在应用内推荐非应用开发者自家应用的行为。苹果公司的上述政策一定程度上形成了对积分墙业务的限制，对 iOS 积分墙业务的未来发展构成一定的潜在不利影响。虽然多盟从 2014 年已开始积极布局基于 Android 平台和微信平台的积分墙业务，但其营业收入仍将受苹果公司政策变动对积分墙业务的影响。

最近 12 个月多盟积分墙按照 iOS 平台、Android 平台和微信平台（首席体验师）分类的收入、成本和毛利率情况如下：

月份	收入（万元）				成本（万元）	毛利（万元）	毛利率
	安卓	IOS	首席体验师	收入合计			
2014.10	253.89	2,186.76	-	2,440.66	1,514.20	926.46	37.96%
2014.11	337.14	1,354.05	-	1,691.19	1,081.49	609.70	36.05%
2014.12	623.31	1,101.17	-	1,724.48	1,111.82	612.66	35.53%
2015.01	787.43	796.93	-	1,584.36	1,073.35	511.01	32.25%
2015.02	530.61	577.09	-	1,107.70	776.63	331.07	29.89%
2015.03	538.77	755.85	12.08	1,306.70	948.80	357.90	27.39%
2015.04	1,025.45	656.01	192.16	1,873.62	1,358.59	515.02	27.49%
2015.05	759.93	703.28	345.53	1,808.74	1,282.11	526.63	29.12%
2015.06	848.69	761.24	285.49	1,895.43	1,311.15	584.28	30.83%
2015.07	919.45	650.84	392.41	1,962.70	1,382.67	580.03	29.55%
2015.08	1,144.65	601.27	778.65	2,524.56	1,779.42	745.14	29.52%
2015.09	913.07	566.18	990.20	2,469.45	1,724.24	745.21	30.18%
2015.10	756.57	420.65	724.73	1,901.94	1,355.36	546.58	28.74%
合计	9,438.96	11,131.31	3,721.25	24,291.52	16,699.84	7,591.68	31.25%

从上表可以看出，多盟的 Android 平台和微信平台积分墙业务发展很快，目前已远超过了 iOS 平台积分墙的收入。关于积分墙业务中的分成方式，多盟和媒体之间一般以 30%和 70%分成，但存在多盟对媒体端流水的合理核减。

多盟广告平台 SDK 合作方式为在开发者的应用中嵌入多盟的 SDK，并在合适的场景调用 SDK 提供的接口，该接口会向多盟的后台请求广告并根据应答进行广告物料的展示。多盟非常重视苹果对于用户的安全和隐私条款，所有的 SDK 都不会试图获取用户隐私相关的信息。

2015 年 10 月 20 日，因发现中国某广告平台开发的第三方广告 SDK 利用专有 API 收集用户信息，违反了 App Store 规则，侵犯了苹果对于用户的安全和隐私条款，苹果公司已经从 App Store 下架了 256 款使用该 SDK 的应用，并发表声明称，今后将不接受使用此 SDK 的新应用。截至本报告书出具日，多盟的积分墙 SDK 与上述某广告平台开发的第三方广告 SDK 不同，并不会去获取用户隐私相关的信息，所以不存在由于违反 App Store 规则被苹果下架的风险。提请投资者注意，若未来多盟的积分墙 SDK 出现使用专有 API 收集用户信息并侵犯苹果对于用户的安全和隐私条款的情况，则存在使用多盟积分墙 SDK 的相关应用被下架，从而导致多盟 iOS 积分墙业务收入受影响的风险。

2、DSP 业务作为一种新兴的业务类型的风险

2014 年，多盟正式将传统的广告网络升级为 DSPAN，并将其定义为高效 ROI 平台。DSPAN 在继承了多盟原有移动广告网络 ADN 的基础上，通过搭建专业的移动 DSP 平台，全面引入了市场上主流的广告交易所及众多 Hero Apps。2014 年和 2015 年 1-7 月，多盟 DSP 平台业务产生的收入占比分别为 0.11%和 0.98%，未来这一比例将逐步上升并成为多盟进行移动端广告推广的一种主要形式，在本次交易作价的估值过程中，交易双方亦对多盟 DSP 业务的前景表示乐观。虽然移动 DSP 的生态系统已经逐步形成，并得到部分品牌广告主的认可，但作为一种较为新兴的业务类型，未来的业务拓展如果不及预期，可能对多盟的收入和盈利造成一定的影响。

3、多盟新开展 PMD 业务的风险

多盟于 2015 年取得 facebook 认证的 PMD 资质，并开始开展 PMD 广告并按照广告主的要求在 PMD 平台上提供定制化的广告投放，提高广告投放的精准度。但由于目前 PMD 广告在国内尚属于新生的广告形态，广告主对于 PMD 平台的投放预算持有谨慎态度，广告主的习惯培养亦需要一定的时间，多盟在 PMD 广

告业务拓展方面面临一定的压力和挑战。

（四）亿动的主要业务风险

1、亿动的品牌推广业务面临较大的竞争压力

亿动的品牌推广业务市场竞争激烈，亿动通过品牌的代理商获直接与品牌签约的方式为品牌客户提供服务；若品牌的代理商政策发生变化或品牌在选择其移动广告服务提供商的考察因素方面发生变化，则亿动的经营业绩将受到很大影响；若亿动不能在激烈的市场竞争环境中保持持续的领先的品牌优势、产品开发能力和客户服务能力，则亿动不能提供优质的品牌推广服务，则会导致亿动的经营业绩受到影响。

2、亿动的品牌推广业务受国内优质媒体政策波动风险影响

亿动的品牌推广业务中 Premiummad 平台主要通过国内优质媒体实现品牌客户的推广需求，亿动通过优质媒体的返利盈利，对于部分合作较好的媒体可获取特殊折扣的刊例价赚取差价。若由于市场竞争加剧，国内优质媒体对推广服务提供商的合作政策发生变化，导致优质媒体对推广服务提供商的返利降低或刊例价折扣降低，则会导致亿动的净利率降低，对亿动的经营造成不利影响。

3、亿动的应用推广业务受渠道的政策影响较大

亿动的应用推广业务较为集中的依赖于 Google、Facebook 渠道，渠道集中为其业务带来一定的风险；此外，由于应用推广业务较为集中的依赖于海外市场的 Google、Facebook 等渠道，海外市场面临的政治经济等不确定性较大，也会给亿动的应用推广业务带来一定的风险；若亿动的应用推广业务的供应商政策变化等会带来较大的毛利波动，进而影响亿动的经营业绩。

4、亿动的应用推广业务受汇率波动影响

亿动的应用推广业务中部分是通过美元结算，若人民币对美元汇率大幅变动，则由于亿动与客户和海外渠道代理商的结算周期的问题，可能导致亿动的应用推广业务利润波动，进而影响亿动的经营业绩。

5、亿动的应用推广业务受海外政治风险影响

亿动的应用推广业务通过 Performad 平台实现，是为手机应用 App 开发商度身定制的产品，旨在帮助 App 开发者在海外招募到更多有效优质用户。若由于海外政治因素波动或者文化的变化等，App 开发者在海外获取用户的速度减缓或者获取海外用户的成本大幅上升，将给亿动的应用推广带来较大的不利影响，进而影响亿动的经营业绩。

四、收购标的公司子公司报告期末盈利的风险

本次收购标的公司蓝瀚科技的子公司多盟报告期内尚未盈利。根据管理层做出的预测，基于多盟的收入规模和行业地位，多盟于 2015 年下半年开始盈利。但由于多盟所在的移动广告行业竞争激烈，且其营业收入受平台、渠道、媒体等的政策影响较大，故而多盟的经营可能不达预期，提请投资者关注此风险。

五、核心技术人员流失和不足的风险

标的公司为移动互联网营销企业，标的公司基于程序化购买、优化购买等为客户提供移动营销整体解决方案。高素质、稳定、充足的移动互联网营销技术人才队伍是标的公司保持领先优势的保障。如果标的公司无法对核心技术人员进行有效激励以保证核心人员的工作积极性和创造热情，甚至导致核心人员的离职、流失，将会对标的公司的持续发展造成不利影响。同时随着标的公司业务规模的发展、扩大，如果标的公司不能通过自身培养或外部引进获得足够多的核心技术人员，可能导致核心技术人员不足，给标的公司的经营运作带来不利影响。

六、配套融资未能实施或融资金额低于预期的风险

本次交易中，上市公司拟向交易对方合计支付现金对价 102,200.00 万元。作为交易方案的一部分，上市公司拟向建信基金和刘鸿发行股份募集配套资金，配套募集资金总额不超过 180,200.00 万元，所募集配套资金用于支付本次交易的现金对价、支付收购多盟的第二次股权转让款、偿还银行贷款以及上市公司移动互联媒体采购。受股票市场波动及投资者预期的影响，募集配套资金能否顺利实施存在不确定性。在募集配套资金未能实施或融资金额低于预期的情形下，公司将通过债务融资或其他形式支付现金对价、第二次股权转让款等。如果债务融资等其他融资形式的资金成本高于本次股权配套融资，则可能会对上市公司盈利产生

影响。

七、本次交易完成后的整合风险

本次交易完成后，多盟、亿动将进入上市公司的体系，成为上市公司数字化战略的重要一环，并作为不同的经营主体独立运作经营。多盟、亿动未来将进一步发展移动互联营销业务，结合上市公司的营销客户资源和媒体资源，实现上市公司推进数字化战略、搭建全产业链布局数字营销行业的战略目标。但从公司经营和资源整合的角度，本公司和多盟、亿动仍需在公司人员管理、客户管理、媒体采购、后台管理等方面进行一定的融合。经过对之前收购标的的整合，上市公司已经在收购整合中积累了一定的经验。但本次交易完成后，能否通过整合保证上市公司对标的公司的控制力并保持标的公司原有竞争优势、充分发挥并购整合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，从而对公司和股东造成损失。如果本次交易完成后，多盟、亿动的管理人员、核心技术开发和项目人员不能适应上市公司的企业文化、管理方式，将导致人才流失，对本次交易的整合造成不利影响。

本次交易方案中，多盟的原创始人股东齐玉杰已与多盟智胜签署一份合同期至 2019 年 6 月 30 日的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期两年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书；多盟的原创始人股东王鹏云、边嘉耕、张鹤已分别与多盟智胜签署一份合同期至 2018 年 6 月 30 日的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期两年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书；多盟的核心员工伏文均、祝玉琳、蒋浩、赵秀文、胡学伟、刘修伦、王洋、王凤阳已分别与多盟智胜签署一份合同期至 2018 年 6 月 30 日的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期一年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书。

亿动原创始人股东马良骏与亿动下属的上海竞道广告有限公司签署了合同期至 2020 年 6 月 30 日的《公司管理人员劳动合同》及至劳动合同终止日起为期两年的《员工知识产权及竞业禁止协议》，亿动的核心管理层员工 Clement Huang、阮长俊、王悦与亿动下属的上海竞道广告有限公司签署了合同期至 2019 年 6 月 30 日的《公司管理人员劳动合同》及至劳动合同终止日起为期两年的《员工知识产权及竞业禁止协议》。

相关任职期限承诺，将较大程度上降低人才流失可能对上市公司带来的不利影响。

八、对多盟、亿动剩余股权后续收购的风险

根据蓝标投资与多盟、亿动创始人股东签署的协议，蓝标投资将购买多盟、亿动的剩余股权，多盟、亿动创始人股东将无条件出售其所持的股权。而转让价格与多盟、亿动在 2015 年-2018 年的业绩相关。其中多盟剩余股权的价格区间在人民币 5000 万元-2 亿元之间，转让时间为 2018 年会计年度结束后的三个月内；亿动剩余股权的整体购买价格应不超过 20 亿元或等额美元，分 4 期转让，第四期价款将在 2019 年 4 月 30 日前支付。若多盟、亿动在 2015-2018 年业绩表现极为优异，则上市公司可能在 2019 年有较大的现金支付压力。

此外，若蓝瀚科技在收购亿动开曼剩余股权任意期间未能及时全额付款，亿动的创始人股东有权以蓝瀚科技投资总额的 10%的价格回购蓝瀚科技所持的亿动的全部股权。

若蓝瀚科技要行使暂停购买权益，且在 6 个月内，蓝瀚科技未能将其所持亿动股权出售给第三方或 6 个月内的任一时点蓝瀚科技终止寻找第三方，则接下来 3 个月内，亿动创始人股东将从蓝瀚科技回购蓝瀚科技所持有的亿动的股份，回购价格是蓝瀚科技的投资总额及以每年 15%的回报率计算出的投资回报。

提请投资者关注以上风险。

九、收购的标的公司子公司不再享有优惠政策的风险

多盟睿达于 2014 年 6 月在无锡设立，为无锡国家高新技术产业园开发区引进的高新技术企业，将享受产业园的一系列优惠政策；睿达智胜于 2014 年 7 月在上海设立，目前为多盟境内的研发中心，在 2015 年 1 月和 2015 年 2 月分别取得了软件产品认证和软件企业认证，享受企业所得税两免三减半的税收优惠政策；亿动信息为软件企业，享受增值税 3%即征即退的政策。若标的公司子公司下属公司不再享有上述优惠政策，则可能影响其未来利润。

十、亿动用工模式采用劳务派遣方式不合规的风险

截至报告书出具日，亿动仍存在不规范使用劳务派遣用工及未办理社保公积金开户登记等情况，若亿动未能按照创始人股东马良骏的承诺按期完成整改及办理登记并足额缴纳社会保险和住房公积金，则会给亿动及上市公司带来可能的诉讼风险、行政处罚及名誉损失。提请投资者关注此风险。

十一、本次交易业绩补偿上限未全额覆盖交易作价的风险

根据上市公司与赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然等 5 人签署的《盈利预测补偿协议》，本次交易中业绩承诺方用于补偿的股份数最高不超过业绩承诺方因本协议、《发行股份及支付现金购买资产协议》约定而获得的上市公司非公开发行的股份（包括转增或送股的股份）总和。因此，本次交易中业绩承诺方对上市公司实施利润补偿的上限为 5.00 亿元对应股份，约占本次交易总对价 18.52 亿元的 27.00%，并未全额覆盖交易对价，提请投资者注意风险。

本次交易估值预测期分二个阶段，第一阶段为 2015 年 8 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日；第二阶段为 2026 年 1 月 1 日直至永续，估值预测期较长。虽然多盟和亿动所处的移动互联网营销领域处于快速发展阶段，综合判断未来经营业绩将会有大幅上升空间，但仍存在估值报告中所预测的经营业绩不能达标的可能性，存在业绩补偿安排不能足额覆盖风险的可能。因此提请中小股东注意，本次交易因估值预测期限较长，存在业绩补偿不能足额覆盖经营业绩不达标的风险。

十二、可能存在的大额商誉减值风险

蓝翰科技收购多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%的股权形成非同一控制下企业合并，并因此在蓝翰科技合并报表中形成金额较大的商誉。

根据《企业会计准则》规定，蓝翰科技收购多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%的股权形成的商誉不做摊销处理，但须在未来每年末进行减值测试。本次收购完成后，如未来多盟或亿动的经营状况恶化，商誉的减值会对蓝翰科技产生不利影响，进而将对上市公司当期损益产生不利影响，提请投资者关注商誉减值的风险。

十三、多盟、亿动未能实现估值中预测收入和利润的风险

在移动互联网广告行业整体增幅明显的市场背景下，结合多盟和亿动 2015 年 8-12 月的实际经营情况，综合判断多盟和亿动未来预测的营业收入和净利润可以实现。

但是，考虑到本次估值预测期较长，未来若宏观经济发生巨大波动、市场需求急剧萎缩，会对多盟和亿动的经营造成不利影响，导致不能实现估值预测中的营业收入和净利润，提醒投资者注意该风险。

目录

公司声明	1
交易对方声明与承诺	2
修订说明	3
重大事项提示	8
一、本次交易方案概述	8
二、本次交易标的资产的价格及估值	13
三、本次交易涉及的股票发行价格及发行数量	15
四、发行价格调整方案	17
五、股份锁定安排	18
六、业绩承诺及补偿	19
七、现金对价支付安排	28
八、本次交易对上市公司的影响	29
九、本次交易涉及关联交易事项	30
十、本次交易不构成重大资产重组	30
十一、本次交易已履行的审批程序	31
十二、本次重组相关方作出的重要承诺	31
十三、本次重组对中小投资者权益保护的安排	38
十四、蓝瀚科技子公司多盟报告期内尚未实现盈利	38
十五、亿动开曼剩余股权收购条款中涉及回购可能	39
十六、独立财务顾问的保荐机构资格	40
十七、中介机构关于未能勤勉尽责时将承担连带赔偿责任的专项承诺	40
重大风险提示	41
一、标的资产估值较高的风险	41
二、本次交易后，上市公司即期盈利下降、每股收益被摊薄的风险	41
三、标的公司子公司的业务风险	42
四、收购标的公司子公司报告期末盈利的风险	46
五、核心技术人员流失和不足的风险	46
六、配套融资未能实施或融资金额低于预期的风险	46
七、本次交易完成后的整合风险	47

八、对多盟、亿动剩余股权后续收购的风险	48
九、收购的标的公司子公司不再享有优惠政策的风险	48
十、亿动用工模式采用劳务派遣方式不合规的风险	48
十一、本次交易业绩补偿上限未全额覆盖交易作价的风险	49
十二、可能存在的大额商誉减值风险	49
十三、多盟、亿动未能实现估值中预测收入和利润的风险	49
目录	51
释 义	57
第一节 本次交易概况	62
一、本次交易的背景	62
二、本次交易的目的	65
三、本次交易的决策过程	67
四、本次交易方案	67
五、本次重组对上市公司股权结构的影响	94
六、本次交易涉及关联交易事项	95
七、本次交易不构成重大资产重组	95
第二节 上市公司基本情况	96
一、公司基本情况简介	96
二、历史沿革及股本变动情况	96
三、上市公司最近三年控股权变动情况	102
四、控股股东及实际控制人	102
五、上市公司主营业务概况	104
六、最近两年一期主要财务指标	105
七、最近三年重大资产重组情况	106
八、最近三年守法情况	106
九、上市公司发行可转换公司债券情况	106
第三节 本次交易对方及配套融资认购方基本情况	107
一、本次交易对方及配套融资认购方总体情况	107
二、交易对方详细情况	107
三、募集配套资金的交易对方详细情况	124
四、其他事项说明	130

第四节 交易标的基本情况——蓝瀚科技	132
一、蓝瀚科技基本情况	132
二、蓝瀚科技历史沿革	132
三、蓝瀚科技股权结构及控制关系情况	133
四、蓝瀚科技下属公司情况	135
五、蓝瀚科技出资及合法存续情况	135
六、蓝瀚科技主营业务发展情况	137
七、蓝瀚科技主要财务数据	137
八、蓝瀚科技所获业务资质	138
九、蓝瀚科技主要资产、对外担保及主要负债情况	138
十、蓝瀚科技租赁、商标、域名、软件著作权及软件产品登记证书情况	139
十一、蓝瀚科技最近三年股权转让、增资及资产评估情况	140
第五节 交易标的子公司基本情况——多盟（多盟开曼和多盟智胜）	141
一、基本情况	141
二、历史沿革	141
三、股权结构及控制关系情况	154
四、下属公司情况	156
五、VIE 架构的建立和终止	161
六、出资及合法存续情况	164
七、多盟的主营业务发展情况	164
八、多盟主要财务数据	194
九、多盟所获业务资质和市场评价	196
十、多盟主要资产、对外担保及主要负债情况	198
十一、最近三年股权转让、增资及资产评估情况	202
十二、其他情况说明	203
第六节 交易标的子公司基本情况——亿动开曼	204
一、基本情况	204
二、历史沿革	204
三、股权结构及控制关系情况	217
四、下属公司情况	219
五、VIE 控制协议的建立和终止	239
六、亿动开曼出资及合法存续情况	243
七、亿动主营业务发展情况	243

八、亿动主要财务数据	271
九、亿动所获业务资质和市场评价	272
十、亿动主要资产、对外担保及主要负债情况.....	273
十一、最近三年股权转让、增资及资产评估情况.....	281
十二、其他情况说明	282
第七节 发行股份情况	295
一、发行股份及支付现金购买资产	295
二、募集配套资金	298
三、上市公司实际控制人及相关人员承诺	299
四、募集配套资金情况	299
五、本次发行前后，公司股本结构的变化	326
六、本次交易对上市公司主要财务指标的影响.....	327
第八节 标的资产的估值情况	328
一、多盟 95%股权的估值情况	328
二、亿动开曼 51%股权的估值情况	375
三、董事会对本次交易估值事项的意见	404
四、独立董事对本次交易估值事项的意见	442
第九节 本次交易合同及相关协议的主要内容	443
一、发行股份及支付现金购买资产协议的主要内容.....	443
二、盈利预测补偿协议的主要内容	454
三、附条件生效的股份认购协议（建信基金）	458
四、附条件生效的股份认购协议（刘鸿）	465
第十节 本次交易的合规性分析	471
一、本次交易符合《重组管理办法》第十一条规定.....	471
二、本次交易不适用《重组管理办法》第十三条的说明.....	479
三、本次交易符合《重组管理办法》第四十三条规定.....	479
四、本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见、相关解答要求的说明	485
五、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	485
六、不存在《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》第九条、第十条规定的不得非 公开发行股票的情形	486

第十一节 董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析	488
一、本次交易前上市公司财务状况和经营成果.....	488
二、拟购买资产的行业特点、经营情况	493
三、标的公司行业地位及核心竞争力	506
四、标的公司财务状况分析——蓝瀚科技	512
五、标的子公司财务状况分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）	513
六、标的子公司盈利能力分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）	529
七、标的子公司财务状况分析——亿动	548
八、标的子公司盈利能力分析——亿动.....	562
九、本次交易对上市公司的持续经营能力影响的分析.....	587
十、本次交易对上市公司未来发展前景的影响.....	593
十一、本次交易对上市公司当期每股收益等财务指标和非财务指标影响的分析.....	597
第十二节 财务会计信息	601
一、标的公司财务报告	601
二、上市公司备考财务报告	614
第十三节 同业竞争与关联交易	620
一、本次交易前，上市公司和标的公司自身的关联交易情况.....	620
二、本次交易对同业竞争的影响	621
三、本次交易完成后，上市公司与实际控制人及其关联企业之间关联交易的情况..	622
第十四节 风险因素	624
一、标的资产估值较高的风险	624
二、本次交易后，上市公司即期盈利下降、每股收益被摊薄的风险.....	624
三、标的公司子公司的业务风险	625
四、收购标的公司子公司报告期末盈利的风险.....	629
五、核心技术人员流失和不足的风险	629
六、配套融资未能实施或融资金额低于预期的风险.....	629
七、本次交易完成后的整合风险	630
八、对多盟、亿动剩余股权后续收购的风险	631
九、收购的标的公司子公司不再享有优惠政策的风险.....	631
十、亿动用工模式采用劳务派遣方式不合规的风险.....	632
十一、本次交易业绩补偿上限未全额覆盖交易作价的风险.....	632
十二、可能存在的大额商誉减值风险	632

十三、多盟、亿动未能实现估值中预测收入和利润的风险.....	633
第十五节 其他重要事项	634
一、本次交易完成后上市公司是否存在资金、资产被实际控制人或其他关联人占用， 或为实际控制人及其关联人提供担保的情形	634
二、本次交易完成后上市公司的负债结构合理性说明.....	634
三、上市公司在最近十二个月内发生的主要资产交易情况.....	634
四、本次交易对上市公司治理机制影响的说明.....	640
五、本次交易后上市公司的现金分红政策及相应安排.....	643
六、关于本次交易相关人员买卖上市公司股票的自查情况.....	646
七、上市公司本次交易披露前股票价格波动情况的说明.....	650
八、对股东权益保护的安排	651
九、上市公司前次重组相关资产运行情况及承诺履行情况.....	652
第十六节 独立董事及相关证券服务机构的意见	658
一、独立董事意见	658
二、独立财务顾问核查意见	660
三、法律顾问意见	661
第十七节 本次有关中介机构情况	662
一、独立财务顾问	662
二、律师	662
三、审计机构	662
四、资产估值机构	663
第十八节 董事及有关中介机构声明	664
一、董事声明	664
二、独立财务顾问声明	666
三、律师声明	667
四、审计机构声明	668
五、估值机构声明	669
第十九节 备查文件	670

释 义

在本报告书中，除非文义载明，以下简称具有如下含义：

一、一般术语		
公司/本公司/上市公司/ 蓝色光标/蓝标/收购方	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司，在深圳证券交易所上市，股票代码：300058
蓝标有限	指	北京蓝色光标数码科技有限公司
蓝标投资	指	蓝色光标（上海）投资管理有限公司，持有蓝瀚科技 3.68% 股权
蓝瀚科技	指	蓝瀚（上海）科技有限公司
多盟/ Domob	指	多盟体系内所有公司总称，包括多盟开曼及其子公司、多盟智胜
多盟开曼	指	Domob Limited （Cayman）
多盟智胜	指	多盟智胜网络技术(北京)有限公司
睿达智胜香港	指	睿达智胜有限公司（香港）
多盟睿达香港	指	多盟睿达有限公司（香港）
多盟无限	指	多盟无限网络技术(北京)有限公司
睿达智胜	指	睿达智胜科技(上海)有限公司
多盟睿达	指	多盟睿达科技(中国)有限公司
睿达智胜北京分公司	指	睿达智胜科技(上海)有限公司北京分公司
多盟睿达北京分公司	指	多盟睿达科技(中国)有限公司北京分公司
亿动/ Madhouse	指	亿动体系内所有公司总称，包括亿动开曼及其子公司
亿动开曼	指	Madhouse Inc. （Cayman）
亿动香港	指	Madhouse Co. Limited/亿动广告传媒有限公司
亿动香港台湾分公司	指	香港商亿动广告传媒有限公司台湾分公司
新加坡亿动	指	Singmadhouse Pte. Ltd
印度亿动	指	Madhouse Mobile India Private Limited
亿动信息	指	上海亿动信息技术有限公司
上海竞道	指	上海竞道广告有限公司
弈动广告	指	上海弈动广告有限公司
弈动广告北京分公司	指	上海弈动广告有限公司北京分公司
北京联拓	指	北京联拓互动广告传媒有限责任公司
亿动商道	指	上海亿动商道广告有限公司
天津创事	指	天津创事广告传媒有限公司

平安大华	指	深圳平安大华汇通财富管理有限公司，持有蓝瀚科技 31.58%股权
京东世纪	指	北京京东世纪贸易有限公司，持有蓝瀚科技 10.53%股权
西藏东方	指	西藏东方企慧投资有限公司，持有蓝瀚科技 5.26%股权
平安大华等 9 名交易对方/转让方	指	平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰，即本次发行股份及支付现金购买资产的 9 名交易对方
建信基金	指	建信基金管理有限责任公司，本次配套募集资金认购方
建信领瑞九智投资 1-4 号资管计划	指	建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划
北京领瑞	指	北京领瑞投资管理有限公司
发行股份购买资产发股对象	指	蓝瀚科技股东中的京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰，即本次发行股份购买资产的发行对象
配套募集资金发股对象	指	建信基金和刘鸿
发行股份及支付现金购买资产/本次交易	指	本公司拟通过向特定对象非公开发行股份和支付现金相结合的方式，向平安大华等 9 名交易对方购买其所持有的蓝瀚科技合计 96.3158%股权；
交易标的/标的资产/拟购买资产	指	蓝瀚科技 96.3158%股权
目标公司	指	蓝瀚科技（包括多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼）
多盟智胜股东/齐玉杰等 4 名股东	指	齐玉杰、张鹤、王鹏云、边嘉耕
收购价款/交易价格/本次交易额	指	蓝色光标收购标的资产的价款，即 185,200.00 万元
标的股份	指	上市公司本次拟向发股对象发行的人民币普通股（A 股），包括本次发行结束后，由于公司送红股、转增股本等原因而增持的公司股份
重组报告书/本报告书	指	《北京蓝色光标品牌管理顾问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》
《发行股份及支付现金购买资产协议》	指	蓝色光标与平安大华等 9 名交易对方于 2015 年 11 月 2 日签署的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行股份及支付现金购买资产的协议书》
《盈利预测补偿协议》	指	蓝色光标与赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然于 2015 年 11 月 2 日签署的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行股份及支付现金购买资产的盈利预测补偿协议书》
业绩承诺方/补偿义务人	指	赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然
亿动开曼的创始人股东	指	马良骏

《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《重组管理办法》	指	《上市公司重大资产重组管理办法》
《发行管理办法》	指	《上市公司证券发行管理办法》
《若干问题的规定》	指	《证监会公告[2008]14 号—关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》（中国证券监督管理委员会公告，[2008]14 号）
《格式准则 26 号》	指	《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 26 号—上市公司重大资产重组申请文件》
《财务顾问办法》	指	《上市公司并购重组财务顾问业务管理办法》（中国证券监督管理委员会令第 54 号）
《股票上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
《广告法》	指	《中华人民共和国广告法》
中国证监会/证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
文化部	指	中华人民共和国文化部
新闻出版总署	指	中华人民共和国新闻出版总署
国家版权局	指	中华人民共和国国家版权局
发行股份的定价基准日	指	蓝色光标第三届董事会第 54 次会议相关决议公告之日
交割日	指	本次交易对方将标的资产过户至上市公司名下之日
审计/估值基准日	指	2015 年 7 月 31 日
独立财务顾问/华泰联合证券	指	华泰联合证券有限责任公司
中伦律所	指	北京市中伦律师事务所
天职国际	指	天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)，上市公司及标的资产审计机构
中通诚	指	中通诚资产评估有限公司，本次交易标的资产估值机构
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
最近两年一期	指	2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月
ESOP	指	Employee Stock Ownership Plans，又称公司职工持股计划
艾瑞咨询/Iresearch	指	艾瑞咨询集团，一家专注于网络媒体、电子商务、网络游戏、无线增值等新经济领域，深入研究和了解消费者行为，并为网络行业及传统行业客户提供数据产品服务和研究咨询服务的专业机构
今久广告	指	北京今久广告传播有限责任公司，上市公司子公司
思恩客	指	北京思恩客广告有限公司，上市公司子公司
博杰广告	指	西藏山南东方博杰广告有限公司，上市公司子公司
精准阳光	指	精准阳光（北京）广告传媒有限公司，上市公司子公司

美广互动	指	北京美广互动广告有限公司，上市公司子公司
WAVS	指	We Are Very Social Limited，上市公司子公司
密达美渡	指	密达美渡传播有限公司，上市公司子公司
Fuse	指	Fuse Project，LLC，上市公司子公司
北联伟业	指	北京北联伟业电子商务有限公司，上市公司子公司
捷报数据	指	北京捷报数据技术有限公司，上市公司子公司
沈阳新维	指	沈阳新维广告有限公司，上市公司子公司
Vision 7	指	Vision 7 International ULC，上市公司子公司
WPP	指	Wire & Plastic Products Group 的简称，总部位于英国伦敦，全球十大广告传播集团之一
Omnicom	指	Omnicom Group Inc.,的简称，总部位于美国纽约，全球十大广告传播集团之一
IPG	指	Interpublic Group of Companies 的简称，总部位于美国纽约，全球十大广告传播集团之一
4A	指	美国广告代理商协会（American Association of advertising Agencies）的缩写
国际 4A 广告公司	指	国际大型综合性广告公司
二、专业术语		
SDK	指	Software development kit，软件开发工具包
API	指	Application Programming Interface，应用程序编程接口
ROI	指	Return On Investment 投资回报率
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
PPB	指	Programmatic Premium Buying，程序化优选购买
手机 APP/移动 APP/移动应用	指	运行在智能手机、平板电脑等移动终端上的应用程序
CPC	指	Cost Per Click 每次点击成本，指以有效点击量为基准结算推广服务费的广告发布方式
CPA/CPI	指	Cost Per Action/Installation 每次行动成本，指以有效安装或激活量为基准结算推广服务费的广告发布方式
CPD	指	Cost Per Day 每日展示成本，指以展示天数为基准结算推广服务费的广告发布方式
CPM	指	Cost Per Mille 每千次展现成本，即以每千次展示为基准结算推广服务费的信息推广发布方式
ADN/AD Network	指	AdNetwork 移动广告平台
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
广告交易平台、Ad	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

Exchange		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
CTR	指	Click through rate 的缩写，即点击率/转化率
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
Smartmad	指	“亿动智道”，Mobile ad network，指流量较小的手机应用的程序化购买平台
Premiummad	指	优质内容程序化直投平台，Premium mobile buying platform，指超级Apps的手机应用程序化直接购买平台
Performad	指	ROI-based App market platform，亿动智道的应用推广渠道选择平台，应用通过使用此平台选择其投放渠道
Sigmatd	指	“究竟平台”，Attribution& analytics，可用于探测用户在应用的付费情况等ROI指标
Optimad	指	“亿动优道”，Madhouse的早期应用推广渠道选择平台，后升级为Performad，与Sigmad一并提供海外推广服务
超级 Apps/ 优质媒体 /Hero App	指	具有较大流量、在应用排行榜上居前列的移动应用，如微信、墨迹天气、携程、爱奇艺等应用
长尾应用/长尾媒体	指	流量较小的手机应用
PMD	指	Preferred Marketing Developers，首选市场开发项目计划。PMD是Facebook针对开发者推出的一项开发项目计划，系对优秀和独特的开发者的产品的一种认证资质，拥有该资质的开发者将获得Facebook更多的优先权和推介。该计划近期已经更名为FMP（Facebook Marketing Partner）。
PMP	指	Private Market Place，私有交易市场。PMP是将传统广告的私有的交易方式与程序化广告的工作方式相结合的新互联网广告形式。广告主预先采购或者预订广告位，获取优质流量，再用程序化的方式来管理这些流量的广告投放，让受众只看到自己想看的广告。其中又分为几种子形式：私有直接购买、优先交易、私有竞价等。

本报告书所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。

本报告书中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第一节 本次交易概况

一、本次交易的背景

（一）移动互联网新经济时代已经来临

2014 年第一季度，艾瑞 User Tracker 数据显示移动社交类 APP 流量首次超过 PC 流量；2014 年第三季度，百度搜索宣布移动端流量首次超过 PC 端流量；2014 年 11 月，在“2014 年中国智慧城市创新大会”上，根据工信部数据，我国移动 APP 端流量首次超过 PC 端。移动互联网的巨大势能将为增速逐步放缓的互联网提供新动力，从 PC 端过渡到移动终端，移动互联网新经济的时代已经来临。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。

（二）政府大力支持，促进我国移动互联网应用与国际接轨

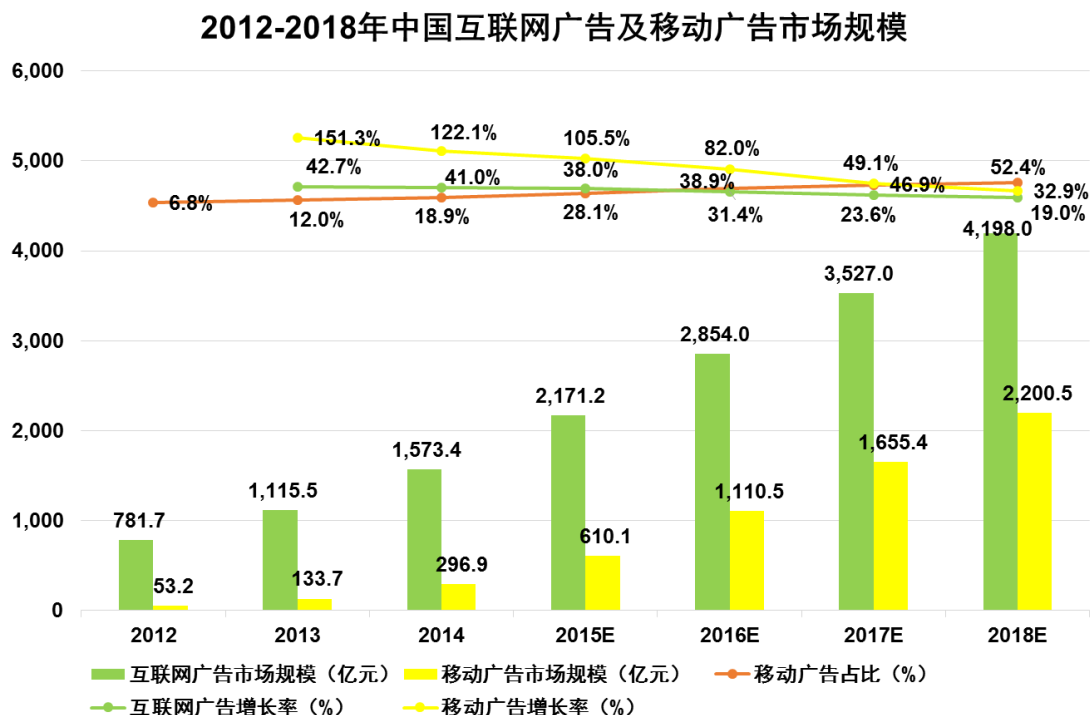
2013 年，国务院先后发布了“宽带中国”战略实施方案和《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》，明确提出了支持移动互联网的国家战略规划以及支持信息消费的指导意见。2014 年，总理在政府工作报告中明确指出：要促进信息消费，实施“宽带中国”战略，加快发展第四代移动通信，推进城市百兆光纤工程和宽带乡村工程，大幅提高互联网网速，在全国推行“三网融合”，鼓励电子商务创新发展。2015 年 5 月，国务院发布了《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，明确提出要减少束缚电子商务发展的机制体制障碍，进一步发挥电子商务在培育经济新动力方面发挥重要作用，在推动转型升级中支持教育、会展、咨询、广告、餐饮、娱乐等服务企业深化电子商务应用。

在政府大力扶持下，我国移动互联网的发展已经和国际发达水平接轨。就移动互联网应用服务而言，我国已拥有全球最大的移动终端用户规模，移动互联网用户数超过 8 亿。根据《移动互联网白皮书（2014 年）》，在应用规模及下载

规模方面，截至 2014 年 2 月，我国主要第三方应用商店应用规模累计接近 400 万个，累计下载规模已超过 3,000 亿次。在开发者方面，我国开发者已超过 40 万，其中个人开发者超过 10 万人，企业开发者超过 30 万。在核心应用方面，微信用户规模已突破 6 亿，月活跃用户超过 2.7 亿，单日文本传输量高达 127 亿次，手机浏览用户规模突破 5 亿。在应用渠道方面，我国拥有超过 50 家第三方应用商店，是我国重要的应用聚合平台。

（三）移动广告业务将迈入高速发展期

根据艾瑞咨询进行的市场调研和预估，2014 年，我国移动广告整体市场规模为 296.9 亿元；在过去三年内，年均保持超过 100%的增速。未来移动广告将继续保持高速增长，其增速将高于互联网广告市场增速。就不同广告渠道的用户耗时统计情况而言，移动互联网广告具有较大的提升空间，相对其他传统广告推广渠道，发展前景乐观。用户通过传统纸质媒体花费在广告上的时间远超过内容，广告投放处于高度溢出状态，未来发展前景不容乐观；在移动端情况则截然相反，用户在移动端广告花费的时间体量仅占 4%，在所有广告投放的渠道中占比最小，未来发展空间巨大。与此同时，在我国移动互联网广告主群体正从互联网行业广告主，逐步扩大为传统品牌公司以及地域性中小服务行业企业主，各种广告推广创新模式层出不穷。



数据来源：艾瑞咨询

(四) 符合公司“数字化”、“国际化”的长期发展战略

上市公司发展的战略目标是成为中国领先的一流专业传播集团，打造包括广告、公共关系及活动管理等传播增值服务在内的整合传播服务产业链条，为客户提供全面优质的传播服务。

2013 年以来，上市公司提出“数字化”、“国际化”的长期发展战略，持续加大在战略新兴业务上的投入，智能营销传播服务链条逐步成形。数字营销业务方面，公司基于自有优势，围绕“客户”+“服务及产品”+“数据”三大核心，通过内生加外延发展，初步形成了以传播数据模型化的可预测、可精准、可评估为基础的多场景、开放式、高互动的多层次复合型智能整合营销传播服务链。国际业务拓展方面，通过收购 WAVS、密达美渡、Fuse、Vision 7 等子公司，上市公司国际化征途全面展开，境外业务稳步增长。多盟和亿动移动均为国内移动互联网广告行业中的领先企业，与公司推进“数字化”战略、搭建全产业链布局数字营销行业战略目标深度契合。

(五) 外延式发展战略是公司确立的重要举措

为积极推进本公司向专业传播集团发展的长期战略，本公司将继续采取内生

式成长与外延式发展的双重举措实现向这一目标的迈进。公司内生式成长战略主要是通过提高公司管理能力、管理效率、业务水平，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的相关公司的方式实现。

纵观国际传播行业的发展历程，行业内著名的 WPP、Omnicom、IPG 集团均通过并购等外延式扩张的手段建立起集团内多品牌独立运营的模式，最终成长为世界知名的传播集团。蓝色光标希望借鉴这一成功模式通过并购向一流的专业传播集团的目标迈进，同时为股东创造持续稳定的业绩回报。

（六）多盟和亿动均为移动互联网广告行业内的领先企业

多盟专注于智能手机 APP 嵌入式广告服务，为同时覆盖 iOS、Android、Windows Phone 三大系统的移动互联网广告平台运营商，拥有大量优质的媒体资源，曾引进并代理了水果忍者、Talking Tom、美图秀秀、墨迹天气、万年历、PM2.5、三联生活周刊、爸爸去哪儿等众多国内外优质媒体。多盟致力于引领行业，在技术进步、广告创新、营销服务等多方面发挥着行业领袖企业的作用，由业内资深专家及知名高级工程师为核心的研发队伍，对广告平台系统拥有着独特的技术优势。率先推出开屏、插屏、信息流视频、视频积分墙等多种创新的广告模式，开创了国内富媒体商业广告的投放。

亿动是一家移动广告平台公司和移动营销服务商，于 2006 年在上海成立，一直专注于移动端广告的程序化解决方案，帮助客户优化移动营销的投入和扩大海外市场。亿动不仅帮助品牌广告主在中国市场与目标受众深度沟通，建立品牌知名度和增强消费者购买意向，也为移动应用开发者在全球范围内提供移动营销解决方案，为其产品招募更多高质量的用户。

二、本次交易的目的

（一）实现公司战略目标，完善上市公司传播服务链条

本次交易是上市公司实施外延式发展战略的重要步骤之一，多盟和亿动均为移动互联网营销领域的领先企业，与公司推进“数字化”战略、搭建全产业链布局数字营销行业战略目标深度契合。通过本次交易，上市公司将增加在移动互联网营销领域的服务内容，原有的以公共关系、广告服务为主的传播服务链条得以

完善。上市公司将能够为客户提供包括互联网、户外、平面、电视等各类媒体的立体整合式品牌传播方案，向一流传播集团的目标又迈进了一步。

（二）加速产业整合，重点布局移动广告

移动广告是公司自 2014 年下半年开始重点布局的新业务板块。随着人们在移动设备上花的时间越来越长，广告主越来越希望可以通过某种途径更准确的找到适合他们产品的用户来精准的投放广告。

一方面，DSP 和用户数据的完美结合为广告主带来了他们渴望的解决方案。DSP 通过对用户数据的分析，在每次广告展示的之前都会判断这个用户是否适合这款产品，如果适合系统会自动竞价投放，如果不适合系统则会放弃投放广告，节约成本。因此，DSP 为广告主带来了更精准的投放的同时降低了广告费用。多盟、亿动在过去几年中已经积累了可观的移动广告领域用户数据，并且拥有自主开发的 DSP，这两方面均是本次收购的主要诉求。

另一方面，基于中国的移动应用发展的特点，优质媒体可以实现广告主品牌的较广范围的曝光，广告主希望通过移动营销服务提供商便捷高效的在优质媒体上投放广告，亿动所独有的 PremiumMad 平台是为广告主提供优质媒体广告投放的一站式平台，并可为广告主提供优质的移动营销全方案的设计与执行。本次收购完成后，上市公司将在移动营销领域形成超前的、领先的技术优势，获取客观的、大量的用户数据和提升移动营销方案设计能力，提高公司在移动广告领域的竞争力，也将为公司转型成为技术驱动型的数字营销公司提供坚实的基础。

（三）整合优质媒体资源和客户资源，充分发挥协同效应

经过多年发展，多盟和亿动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覆盖度，增加公司的服务内容，增强公司整合营销能力，提高公司整体的行业竞争力。

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。多盟和亿动可以帮助上市公司获取到更多优质的广告媒体资源，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。

同时，亿动的海外业务亦会加强公司在海外推广客户品牌或者产品的能力，符合公司“国际化”战略目标，帮助更多客户出海，在海外抢占市场份额。

（四）拓宽融资渠道，依托资本市场实现跨越式发展

本次交易中，上市公司拟向建信基金和刘鸿非公开发行股份募集配套资金，配套资金总额合计 180,200.00 万元，不超过本次发行股份购买资产交易总金额的 100%。其中 10.22 亿元将用于支付收购蓝瀚科技的现金对价款，3.67 亿元用于支付收购多盟股权二期款项，1.13 亿元用于上市公司偿还银行贷款，3.0 亿元将用于推进上市公司移动互联媒体采购项目，有利于上市公司拓宽融资渠道，减轻财务负担，依托资本市场实现快速、健康及跨越式发展。

三、本次交易的决策过程

本次重组方案实施前尚需取得有关批准，取得批准前本次重组方案不得实施。本次重组已履行的和尚未履行的决策程序及报批程序列示如下：

（一）本次交易已履行的决策程序及审批情况

2015 年 11 月 2 日，蓝色光标召开第三届董事会第 54 次会议，审议通过了本次发行股份及支付现金购买资产草案的相关议案。蓝色光标已分别与各标的资产的交易对方签署了重组协议。蓝色光标 2015 年第四次临时股东大会审议通过了本次重组报告书的相关议案。

本次发行股份及支付现金购买资产事项经中国证监会上市公司并购重组委员会 2016 年第 5 次工作会议审核并获得无条件通过。

本公司收到中国证监会证监许可[2016] 314 号《关于核准北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司向北京京东世纪贸易有限公司等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》，核准公司发行股份及支付现金购买资产事宜。

四、本次交易方案

（一）交易总体方案概述

上市公司拟向平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰发行股份并支付现金购买其持有的蓝瀚科技 96.3158%股权；同时，上市公司拟向建信基金和刘鸿发行股份募集配套资金，募集资金总额不超过 180,200.00 万元。

本次交易中，上市公司通过发行股份及支付现金购买除蓝标投资外其他股东所持蓝瀚科技 96.3158%的股权；蓝瀚科技拥有多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%股权。

对于多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%股权的总体收购方案分两步：第一步，上市公司全资子公司蓝标投资与其他投资者平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰共同出资设立收购平台公司蓝瀚科技。蓝瀚科技目前注册资本 19 亿元，蓝标投资持有蓝瀚科技 7,000 万元出资额，对应出资比例为 3.6842%；由蓝瀚科技收购多盟开曼 100%股权、多盟智胜 95%股权和亿动开曼 51%股权，并增资亿动开曼 1,000 万美元。第二步，上市公司发行股份并支付现金向蓝瀚科技除蓝标投资外的其他股东购买蓝瀚科技 96.3158%股权；同时，上市公司通过配套募集资金向蓝瀚科技增资等值于 1,750 万美元的人民币和 25,992.68 万元人民币（合计约 36,700.00 万元人民币），用于补足蓝瀚科技收购多盟开曼 100%股权和多盟智胜 95%股权的剩余价款（增资款为蓝瀚科技收购多盟和亿动所将支付的总对价减去蓝瀚科技目前注册资本 19 亿元的差额）。

截至目前，上述总体收购方案中的第一步已经完成，本次交易为上述总体收购方案的第二步。

此外，本次交易中，上市公司拟向建信基金和刘鸿发行股份募集配套资金，募集资金总额不超过 180,200.00 万元。其中，3.67 亿元用于向蓝瀚科技增资，10.22 亿元用于支付本次交易现金对价，1.13 亿元用于上市公司偿还银行贷款，3 亿元用于上市公司移动互联媒体资源采购。

（二）本次交易方案

上市公司拟向平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰非公开发行股份并支付现金，购买其持有的蓝瀚科技

96.3158%股权；同时，上市公司拟向建信基金和刘鸿发行股份募集配套资金，募集资金总额不超过 180,200.00 万元。

1、本次交易方案的主要内容

(1) 蓝瀚科技资产构成及背景

2015 年 6 月 8 日，蓝色光标召开第三届董事会第三十九次会议，审议通过了《关于公司全资子公司投资取得 Madhouse Inc. 54.77%股权的议案》以及《关于公司全资子公司投资取得 Domob Limited 100%股权和多盟智胜网络技术有限公司 95%股权的议案》，拟通过全资子公司蓝标投资收购亿动开曼 51%的股权同时对亿动开曼增资 1,000 万美元使持股比例达到 54.77%、收购多盟开曼 100%股权以及收购多盟智胜 95%的股权。

同日，多盟开曼普通股股东和优先股股东与蓝标投资签署《普通股购买协议》和《优先股购买协议》、多盟智胜股东与蓝标投资签署《股权转让协议》、亿动开曼优先股股东与蓝标投资签署《股份购买与认购协议》。其中，应支付给多盟开曼齐玉杰等 4 名普通股股东及多盟智胜股东的股权转让款分两次支付：首次支付为在交割日支付其相应股权转让款的 50%，剩余 50%不迟于 2016 年 3 月 31 日前支付；应支付给多盟开曼和亿动开曼优先股股东的股权转让款于交割日一次性支付。

2015 年 6 月 15 日，公司全资子公司蓝标投资于上海自贸区投资设立蓝瀚科技，设立时蓝瀚科技注册资本 7,200 万元，作为专注于移动互联领域的投资、并购和管理的直接投资主体。

2015 年 8 月，蓝标投资与公司实际控制人（赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然）及平安大华、齐玉杰和西藏东方共同增资蓝瀚科技注册资本至 19 亿元，全部增资款用于支付收购亿动开曼和多盟开曼及多盟智胜的股权交易对价及相关费用；同时，蓝标投资向京东世纪转让 2 亿元注册资本。蓝瀚科技具体历史沿革情况参见本报告书“第四节交易标的基本情况——蓝瀚科技”之“二、蓝瀚科技历史沿革”。

2015 年 8 月，蓝瀚科技完成通过收购及增资持有亿动开曼 54.77%股权、完成收购多盟开曼 100%股权及完成收购多盟智胜 95%股权。

(2) 交易标的

本次交易的交易标的为平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰等股东合法持有的蓝瀚科技合计 96.3158% 股权。

交易对方	所持蓝瀚科技股权比例	出资额（万元）
平安大华	52.6316%	100,000
京东世纪	10.5263%	20,000
西藏东方	5.2632%	10,000
赵文权	5.2632%	10,000
许志平	5.2632%	10,000
陈良华	5.2632%	10,000
吴铁	5.2632%	10,000
孙陶然	5.2632%	10,000
齐玉杰	1.5789%	3,000
合计	96.3158%	183,000

(3) 标的资产作价

蓝瀚科技 96.3158% 股权对应注册资本 18.30 亿元，交易定价如下：

① 平安大华持有蓝瀚科技 52.6316% 股权定价

平安大华持有蓝瀚科技 52.6316% 股权，对应蓝瀚科技的注册资本为 10 亿元人民币，本次交易过程中收购此部分股权的对价将以现金方式支付。

考虑到平安大华系配合公司本次收购而参与出资蓝瀚科技，经交易双方协商平安大华所持蓝瀚科技 52.6316% 股权的定价以平安大华出资蓝瀚科技 10 亿元人民币加上此 10 亿元资金在资金占用期内产生的利息溢价款确定。

“资金占用期”系指平安大华出资蓝瀚科技资金交割日（2015 年 8 月 7 日），至平安大华所持蓝瀚科技股权被上市公司收购日。

“利息溢价款”=10 亿元×8.8%×N/365（其中 N 为资金占用期实际自然天数）。

为确定上市公司收购平安大华所持蓝瀚科技 52.6316% 股权的交易价格，上述资金占用期暂定为三个月，相应利息溢价款为 0.22 亿元。平安大华所持蓝瀚科技股权被上市公司实际收购时所计算的利息溢价款超出 0.22 亿元部分，由上

市公司自筹资金支付。

因此，平安大华持有蓝瀚科技 52.6316%股权定价为 10.22 亿元。

②京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰持有蓝瀚科技 43.6842%股权定价

京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰持有蓝瀚科技 43.6842%股权对应注册资本 8.30 亿元，本次交易过程中收购此部分股权的对价将以上市公司发行股份方式支付，此部分股权定价为 8.30 亿元。

根据上述定价原则，上市公司本次收购蓝瀚科技 96.3158%股权合计定价 18.52 亿元。

（4）本次交易对价与标的资产估值的关系

①多盟 95%股权和亿动开曼 54.77%股权对应的估值

本次交易为上市公司通过收购除蓝标投资外其他股东所持蓝瀚科技的股权，实现收购蓝瀚科技持有的多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼股权。本次交易对多盟 95%股权（包括多盟开曼 100%股权、多盟智胜 95%股权）和亿动开曼 51%股权出具估值报告，作为其定价依据。蓝瀚科技持有的多盟 95%股权和亿动开曼 54.77%股权对应的估值为 227,120.60 万元，计算表如下：

项目	金额（万元）
多盟 95%股权的估值	181,877.63
亿动开曼 51%股权的估值	39,021.32
亿动开曼增资 1,000 万美金对应的金额	6,221.65
合计估值	227,120.60

注 1：蓝瀚科技收购亿动开曼 51%股权后又向亿动开曼增资 1,000 万美金，合计持有亿动开曼 54.77%股权。增资行为发生在估值基准日之后，因此亿动估值报告中的估值不包括后期增资部分。

注 2：蓝瀚科技系为收购多盟和亿动专门设立的持股平台，除持有多盟和亿动股权外，无其他任何经营行为。

②蓝瀚科技收购多盟 95%股权和亿动开曼 54.77%股权的实际对价

蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价具体测算如下：

项目	金额（万元）
蓝瀚科技收购多盟 95%股权的交易价格	181,255.49
其中：多盟开曼 100%股权交易价格	113,493.48

多盟智胜 95%股权交易价格	67,762.01
蓝瀚科技收购亿动开曼 51%股权的交易价格	39,220.63
蓝瀚科技增资亿动开曼 1,000 万美金对应的金额	6,221.65
合计	226,697.78

注 1：多盟开曼 100%股权交易价格为蓝瀚科技已实际支付给多盟开曼原股东的价款加上约定代扣代缴的所得税加上尚未支付的第二期股权转让款 1,750 万美金假设按 2015 年 7 月 31 日人民银行公布的外汇牌价中间价 6.1172 折算的人民币金额

注 2：多盟智胜 95%股权交易价格为蓝瀚科技已实际支付给多盟智胜原股东的价款加上代扣代缴所得税加上尚未支付的第二期股权转让款

注 3：亿动开曼 51%股权交易价格为蓝瀚科技已经实际支付给亿动开曼原股东的价款

因为尚未支付的美金存在因汇率波动的影响，致使蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价将会略有波动，为确定本次发行股份配套募集资金的金额，蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价按 226,700.00 万元计算。

③本次交易对价

本次交易标的蓝瀚科技 96.3158%股权的交易对价 18.52 亿元系参考多盟 95%股权和亿动开曼 54.77%股权的估值 227,120.60 万元，经交易各方协商一致以蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价 226,700.00 万元确定。具体情况如下：

项目	金额（万元）
本次交易标的的交易对价	185,200.00
扣除平安大华的利息溢价款	-2,200.00
小计（等于蓝瀚科技 96.3158%股权注册资本）	183,000.00
加上蓝标投资持有蓝瀚科技 7,000 万元出资	7,000.00
小计（等于蓝瀚科技 100%股权注册资本）	190,000.00
加上蓝瀚科技尚需支付多盟原股东第二期股权转让款的资金缺口	36,700.00
小计（蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价）	226,700.00

注：蓝瀚科技尚需支付多盟原股东第二期股权转让款的资金缺口将通过本次配套募集资金解决

（5）发行股份及支付现金购买资产

公司与蓝瀚科技股东平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰于 2015 年 11 月 2 日签署了《发行股份及支付现金购买资产协议》。根据该协议，上市公司拟向平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰非公开发行股份并支付现金，购买其持有的蓝瀚科技 96.3158%股权。

蓝瀚科技 96.3158%股权交易对价为 18.52 亿元，其中，以现金方式支付 10.22

亿元，剩余 8.30 亿元以发行股份的方式支付，发行股份价格为定价基准日前 20 个交易日公司股票交易的均价 13.62 元/股的 90%，即 12.26 元/股，共计发行 67,699,831 股。

上市公司向平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰分别支付对价的金额及具体方式如下表所示：

交易对方	所持蓝瀚科技股权比例	总对价（万元）	现金对价（万元）	股份对价（股）
平安大华	52.6316%	102,200	102,200	-
京东世纪	10.5263%	20,000	-	16,313,213
西藏东方	5.2632%	10,000	-	8,156,606
赵文权	5.2632%	10,000	-	8,156,606
许志平	5.2632%	10,000	-	8,156,606
陈良华	5.2632%	10,000	-	8,156,606
吴铁	5.2632%	10,000	-	8,156,606
孙陶然	5.2632%	10,000	-	8,156,606
齐玉杰	1.5789%	3,000	-	2,446,982
合计	96.3158%	185,200	102,200	67,699,831

（6）募集配套资金

根据中国证监会《重组办法》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，上市公司向配套融资认购方非公开发行股份募集配套资金不超过 180,200.00 万元，用于支付本次交易的现金对价、支付收购多盟的第二期股权转让款、偿还银行贷款以及上市公司移动媒体资源采购项目。本次配套募集资金不超过本次交易额的 100%。

根据《发行管理暂行办法》的相关规定，向特定投资者募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%。公司本次发行股份募集配套资金的定价基准日为本次交易的董事会决议公告日，发行价格为定价基准日前 20 个交易日股票交易均价 13.62 元/股的 90%，即 12.26 元/股。

本次发行股份及支付现金购买资产不以募集配套资金的成功实施为前提，最终募集配套资金成功与否不影响本次发行股份及支付现金购买资产行为的实施。

2、业绩承诺和补偿

(1) 本次交易的业绩承诺和补偿。

赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然承诺蓝瀚科技 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年预测净利润分别不低于-2,079.45 万元、5,152.35 万元、11,989.31 万元和 21,383.14 万元（合并报表中扣除非经常性损益后确定的归属于母公司所有者的净利润，不考虑本次购买行为溢价所产生的可辨认无形资产每年摊销金额的影响，2015 年以备考合并报表数据为准，并假设蓝瀚科技按照协议约定进一步收购了亿动开曼部分股权，如果蓝瀚科技行使了延迟购买权或暂停购买权未进一步收购亿动开曼部分股权，则按当时蓝瀚科技实际持有亿动开曼的股权比例计算蓝瀚科技当年承诺净利润金额和实际净利润金额）。如果实际净利润低于上述承诺净利润的，则交易对方赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然将按照签署的《盈利预测补偿协议》及《<盈利预测补偿协议>之补充协议》规定进行补偿。

蓝色光标应当在业绩承诺期的每一年度进行年度审计时，对蓝瀚科技的实际实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润数与利润补偿义务人在《盈利预测补偿协议》及《<盈利预测补偿协议>之补充协议》中的净利润承诺数的差额予以审查，并由负责蓝色光标审计的会计师事务所对此出具专项审核意见。业绩差异根据会计师事务所出具的专项核查结果确定。若经负责蓝色光标年度财务报告审计的注册会计师审核确认，蓝瀚科技在承诺期限内实现利润未能达到净利润承诺数，依据下列公式计算数并确定赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然需补偿的股份量，并向其发出书面通知，要求履行股份补偿义务：

应补偿股份的计算公式为：

当期补偿股份数=（截至当期期末累积承诺净利润数－截至当期期末累积实现净利润数）÷补偿期限内各年的预测净利润数总和×标的资产总对价（18.52 亿元）/本次交易的发行股份价格－累积已补偿股份数

若实际股份补偿数小于零，则按 0 取值，即已经补偿的股份不冲回。

上市公司在承诺期内实施转增或股票股利分配的，则补偿股份数相应调整为：当期补偿股份数（调整后）=当期补偿股份数×（1+转增或送股比例）

上市公司就补偿股份数已分配的现金股利应作相应返还，计算公式为：返还金额=截至补偿前每股已获得的现金股利×当期应补偿股份数

各补偿义务人之间按照如下比例计算各自应当补偿股份数：各补偿义务人在本次交易前持有的蓝瀚科技股权比例÷补偿义务人在本次交易前持有的蓝瀚科技股权比例之和。

在利润补偿期间各年度盈利专项审核意见出具后，每年计算一次股份补偿数，由上市公司将以人民币 1 元的价格，在 30 日内进行定向回购并予以注销。

业绩承诺期届满时，蓝色光标对蓝瀚科技进行资产减值测试。蓝色光标将聘请有证券期货相关业务资格的会计师事务所对蓝瀚科技进行减值测试并出具专项审核意见。如果（标的资产期末减值额/18.52 亿元）> [利润补偿期间内已补偿股份总数/（18.52 亿元/本次发行股份价格）]，则赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然应就该等差额另行补偿。

另行补偿的股份数量为：标的资产期末减值额/本次发行股份价格－业绩承诺方已补偿股份总数

在按上述方式计算得出并确定赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然需补偿的股份数量后，上市公司将以人民币 1 元的价格，在 30 日内进行定向回购并予以注销。

本次业绩承诺补偿的股份数以赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然本次交易所取得的股份总数为限。

提醒投资者注意，赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然对业绩做出的补偿承诺，补偿未全额覆盖蓝瀚科技的本次交易作价。赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然补偿的最高值为其五人本次交易所取得的股份总数。

本次交易赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然承诺蓝瀚科技 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年预测净利润分别不低于-2,079.45 万元、5,152.35 万元、11,989.31 万元和 21,383.14 万元（合并报表中扣除非经常性损益后确定的归属于母公司所有者的净利润，2015 年以备考合并报表数据为准），其与估值报告预测净利润金额关系如下：

单位：万元

项目		2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
多	估值报告预测净利润	-2,875.59	3,437.07	8,271.34	14,875.02

盟	当年末蓝瀚科技持股比例	95%	95%	95%	95%
	归属母公司净利润	-2,731.81	3,265.22	7,857.77	14,131.27
亿动	估值报告预测净利润	1,191.09	2,761.43	5,044.12	7,973.12
	当年末蓝瀚科技持股比例	54.77%	68.34%	81.91%	90.95%
	归属母公司净利润	652.36	1,887.13	4,131.54	7,251.87
合并归属母公司净利润		-2,079.45	5,152.35	11,989.31	21,383.14

注：1、2015 年归属母公司净利润为备考合并报表数据，即假设 2015 年 1 月 1 日起蓝瀚科技即合并了多盟和亿动。2、亿动“当年末蓝瀚科技持股比例”系假设蓝瀚科技按照协议约定进一步收购了亿动开曼部分股权，如果蓝瀚科技行使了延迟购买权或暂停购买权未进一步收购亿动开曼部分股权，则按当时蓝瀚科技实际持有亿动开曼的股权比例计算蓝瀚科技当年承诺净利润金额和实际净利润金额

（2）本次交易的业绩补偿安排符合相关规定

①《上市公司重大资产重组管理办法》相关规定

《上市公司重大资产重组管理办法》第三十五条规定“交易对方应当与上市公司就相关资产实际盈利数不足利润预测数的情况签订明确可行的补偿协议。

上市公司向控股股东、实际控制人或者其控制的关联人之外的特定对象购买资产且未导致控制权发生变更的，不适用本条前二款规定，上市公司与交易对方可以根据市场化原则，自主协商是否采取业绩补偿和每股收益填补措施及相关具体安排。”

本次交易方案分为两步：第一步，蓝标投资、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然与其他投资者出资设立蓝瀚科技，并由蓝瀚科技收购多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼。第二步，虽然赵文权等五人在第一步交易前并非多盟和亿动的股东，但第一步交易过后赵文权等五人成为了第二步交易对手方的对手方，因此本次交易方式触及了《上市公司重大资产重组管理办法》中第三十五条要求相关方进行业绩补偿的规定，因此赵文权等五人对蓝瀚科技 2015 年-2018 年收益进行了承诺，符合《上市公司重大资产重组管理办法》相关规定。

②《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》相关规定

A、补偿股份数量计算的基本公式

《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》（以下简称“《汇编》”）关于补偿股份数量的计算要求如下：

“以收益现值法、假设开发法等基于未来收益预期的估值方法对拟购买资产进行评估或估值的，每年补偿的股份数量为：

当期补偿金额=（截至当期期末累积承诺净利润数－截至当期期末累积实现净利润数）÷补偿期限内各年的预测净利润数总和×拟购买资产交易作价－累积已补偿金额

当期应当补偿股份数量=当期补偿金额/本次股份的发行价格

当期股份不足补偿的部分，应现金补偿”

本次交易原业绩补偿条款为赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然承诺蓝瀚科技 2015 年、2016 年、2017 年累计实现的净利润总和（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）不低于 15,062.21 万元。

为了使业绩补偿条款完全符合《汇编》的相关规定，赵文权等五人对业绩承诺的计算公式及承诺期进行了调整，分别对 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年蓝瀚科技净利润进行承诺，并签署了《<盈利预测补偿协议>之补充协议》，上市公司董事会 2015 年 12 月 29 日审议通过了此项决议。

调整后的业绩承诺情况为：

赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然承诺蓝瀚科技 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年预测净利润分别不低于-2,079.45 万元、5,152.35 万元、11,989.31 万元和 21,383.14 万元（合并报表中扣除非经常性损益后确定的归属于母公司所有者的净利润，不考虑本次购买行为溢价所产生的可辨认无形资产每年摊销金额的影响，2015 年以备考合并报表数据为准，并假设蓝瀚科技按照协议约定进一步收购了亿动开曼部分股权，如果蓝瀚科技行使了延迟购买权或暂停购买权未进一步收购亿动开曼部分股权，则按当时蓝瀚科技实际持有亿动开曼的股权比例计算蓝瀚科技当年承诺净利润金额和实际净利润金额）。如果实际净利润低于上述承诺净利润的，则交易对方赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然将按照签署的《盈利预测补偿协议》及《<盈利预测补偿协议>之补充协议》规定进行补偿。

蓝色光标应当在业绩承诺期的每一年度进行年度审计时，对蓝瀚科技的实际实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润数与利润补偿义务人在《盈利预测补偿协议》及《<盈利预测补偿协议>之补充协议》中的净利润承诺数的差额予以审查，并由负责蓝色光标审计的会计师事务所对此出具专项审核意见。业绩差异根据会计师事务所出具的专项核查结果确定。若经负责蓝色光标年

度财务报告审计的注册会计师审核确认，蓝瀚科技在承诺期限内实现利润未能达到净利润承诺数，依据下列公式计算数并确定赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然需补偿的股份量，并向其发出书面通知，要求履行股份补偿义务：

应补偿股份的计算公式为：

当期补偿股份数=（截至当期期末累积承诺净利润数－截至当期期末累积实现净利润数）÷补偿期限内各年的预测净利润数总和×标的资产总对价（18.52 亿元）/本次交易的发行股份价格－累积已补偿股份数

若实际股份补偿数小于零，则按 0 取值，即已经补偿的股份不冲回。

上市公司在承诺期内实施转增或股票股利分配的，则补偿股份数相应调整为：当期补偿股份数（调整后）=当期补偿股份数×（1+转增或送股比例）

上市公司就补偿股份数已分配的现金股利应作相应返还，计算公式为：返还金额=截至补偿前每股已获得的现金股利×当期应补偿股份数

各补偿义务人之间按照如下比例计算各自应当补偿股份数：各补偿义务人在本次交易前持有的蓝瀚科技股权比例÷补偿义务人在本次交易前持有的蓝瀚科技股权比例之和。

在利润补偿期间各年度盈利专项审核意见出具后，每年计算一次股份补偿数，由上市公司将以人民币 1 元的价格，在 30 日内进行定向回购并予以注销。

业绩承诺期届满时，蓝色光标对蓝瀚科技进行资产减值测试。蓝色光标将聘请有证券期货相关业务资格的会计师事务所对蓝瀚科技进行减值测试并出具专项审核意见。如果（标的资产期末减值额/18.52 亿元）> [利润补偿期间内已补偿股份总数/（18.52 亿元/本次发行股份价格）]，则赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然应就该等差额另行补偿。

另行补偿的股份数量为：标的资产期末减值额/本次发行股份价格－业绩承诺方已补偿股份总数

在按上述方式计算得出并确定赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然需补偿的股份数量后，上市公司将以人民币 1 元的价格，在 30 日内进行定向回购并予以注销。

本次业绩承诺补偿的股份数以赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然本次交易所取得的股份总数为限。

B、董事会及独立董事对估值参数合理性的意见

《汇编》关于上市公司董事会、独立董事及财务顾问对拟购买资产折现率、预测期收益分布等其他评估参数取值的合理性要求如下：“上市公司董事会及独立董事应当关注拟购买资产折现率、预测期收益分布等其他评估参数取值的合理性，防止交易对方利用降低折现率、调整预测期收益分布等方式减轻股份补偿义务，并对此发表意见。独立财务顾问应当进行核查并发表意见。”

蓝色光标董事会及独立董事重点关注了估值报告中的折现率、预测期收益分布、估值期间等估值参数，认为相关参数的选取和计算方法合理，不存在利用降低折现率、调整预测期收益分布等方式减轻股份补偿义务的情形。

独立财务顾问核查了本次交易的估值报告、赵文权等五人签署的《盈利预测补偿协议》等。经核查，认为估值报告中相关参数的选取和计算方法合理，不存在利用降低折现率、调整预测期收益分布等方式减轻股份补偿义务的情形。

C、补偿期限

《汇编》关于补偿期限要求如下：“业绩补偿期限一般为重组实施完毕后的三年，对于拟购买资产作价较账面值溢价过高的，视情况延长业绩补偿期限。”

本次交易业绩补偿期限为 2015 年-2018 年四年，如本次重组于 2016 年执行完毕，则业绩承诺期至 2018 年也符合其规定要求。

同时，交易双方同意，将根据中国证监会、深圳证券交易所等相关部门的意见，以补充协议的方式对盈利预测补偿协议条款进行修改、调整、补充和完善。

综上所述，赵文权等五人对蓝瀚科技 2015 年-2018 年收益进行的承诺，符合《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》相关规定。

经核查，独立财务顾问、律师、估值机构认为本次交易的业绩补偿安排符合中国证监会的相关规定。

(3) 多盟剩余 5%股权及亿动剩余 45.23%股权的收购安排

由于多盟创始人股东还持有多盟智胜 5%的股权，亿动创始人股东还持有亿动开曼 45.23%的股权，蓝标投资与多盟、亿动原股东签署的协议中约定了剩余股权的收购安排，收购定价取决于未来业绩的实现情况，从而在一定程度上保障了上市公司的利益。

①多盟剩余 5%股权收购安排

2015 年 6 月 8 日，齐玉杰、张鹤、边嘉耕、王鹏云（以下简称“多盟原创始人”）和蓝标投资（“受让方”）签订了《股权转让协议之补充协议》，约定了在《股权转让协议》下的交割完成之后，多盟原创始人仍持有多盟智胜合计 5%股权的收购安排。

多盟原创始人同意并承诺在 2018 年会计年度结束后的三个月内将其合计持有的多盟智胜 5%股权出售给受让方，受让方收购剩余股权的价格区间在人民币 5,000 万元和 2 亿元之间，具体金额根据 2015 年至 2018 年的 KPI 完成指标和各年权重计算出分值，再根据分值对应的股权作价确定剩余股权价格。

2015 年至 2018 年剩余股权价格计算和调整方法如下：

剩余股权价格计算和调整方法											
		2015年			2016年			2017年		2018年	
四年权重比		10%			30%			30%		30%	
KPI原则	收入为主要指标，利润为正				收入和利润同时考核，各占50%权重			利润率和收入同时考核			
			分数			分数					
评分机制	收入增长率	>80%	5		利润率	≤0	0	净利率指标	对比上年增长		
		50%<x≤80%	4			0<x≤2%	2		>6%		>8%
		30%<x≤50%	3			2%<x≤4%	3				分数
		≤30%	2			4%<x≤6%	4	收入增长率	≤0	0	
				>6%		5	0<x≤20%		2		
	利润率	>0%		>80%	5	20%<x≤30%	3				
				50%<x≤80%	4	30%<x≤50%	4				
				30%<x≤50%	3	>50%	5				
				≤30%	2	打分标准	利润达标：按收入得分不变				
	打分标准	利润为正：得分不变 利润为负：得分打五折		打分标准	(利润得分+收入得分)/2		利润未达标：得分打五折				
四年最后得分	0-2分	2-3分	3-4分	>4分							
股权价格	5000万	1 亿	1.5亿	2亿							

同时，在《股权转让协议》下的交割完成之后，受让方或其关联方将每年按

照多盟当年毛收入的千分之五（0.5%）的标准向多盟收取管理费。为明确管理费与剩余股权价格计算和调整的关系，就2015-2016年度，在按照“剩余股权价格计算和调整方法”计算分数时，应不予考虑管理费；就2017-2018年度，在按照“剩余股权价格计算和调整方法”计算分数时，可计入的管理费不应超过人民币500万元，如实际发生的管理费高于人民币500万元，则超出部分应不予考虑。

如受让方（或其关联方）和多盟在2018年12月31日前进行业务的整合，受让方将根据届时多盟已完成的业绩经营情况，就剩余股权价格计算和调整方法向各转让方提交一份新的价格调整方案，各转让方可在“剩余股权价格计算和调整方法”与受让方重新提交的方案之间进行选择；如在2015年度至2016年度期间内多盟出现业绩完成特别差的情形（如上述两个自然年度，多盟根据“剩余股权价格计算和调整方法”确定的业绩得分平均低于2分），则受让方有权决定提前完成剩余股权的收购，收购价格为人民币5000万元，各转让方届时应予以同意并配合受让方完成股权收购手续。

根据上市公司提供的相关资料并经独立财务顾问和律师核查，就多盟智胜5%股权以及亿动开曼45.23%股权的后续收购事项，蓝标投资于2015年6月8日分别与齐玉杰、张鹤、边嘉耕、王鹏云和First East Sun Millennium Inc.（BVI）、亿动开曼签署了《股权转让协议之补充协议》和《股东协议》，对上述剩余股权的后续收购事项进行了相关约定。

根据蓝标投资与齐玉杰、张鹤、边嘉耕、王鹏云于2015年6月8日签署的《股权转让协议之补充协议》约定，受让方（即蓝标投资）有权将补充协议下的权利和义务转让给其指定的关联实体，各转让方（即齐玉杰、张鹤、边嘉耕、王鹏云）应尽其最大努力配合及协助受让方及受让方之关联实体完成该等转让。

根据上述《股权转让协议之补充协议》约定，蓝标投资有权将其在补充协议中的权利和义务转让给其指定的关联实体而无需转让方同意。根据上市公司说明，蓝标投资将会把其在《股权转让协议之补充协议》下的权利和义务转让给蓝瀚科技，蓝瀚科技将作为收购多盟智胜剩余5%股权的主体。

②亿动剩余45.23%股权的收购安排

A、剩余股权收购条款

根据与亿动股东2015年6月8日签订的“Madhouse Inc. Shareholders' Agreement”，将从董事会席位、治理整合等角度对亿动进行后续整合。此外，对于剩余45.23%股权的收购，将分4期收购，每一期收购价格分别与2015、2016、2017、2018年的经审计的财务情况相关，协议中作出明确约定，以激励持有剩余45.23%股权的股东发展亿动业务，进而有利于保障上市公司及股东的利益。

根据协议，第一步交易后，蓝标投资将收购亿动的剩余45.23%股权，亿动剩余45.23%股权的股东也必须将其持有的全部股权出售给蓝标投资。本轮交易分4期。

a、第一期将购买亿动剩余45.23%股权的30%，收购价格取决于亿动2015年经审计的财务数据，本轮价款将在2016年4月30日前支付。

第一期支付价格将对公司基于PS法估值，估值时将选择毛收入增长率和净利率栏对应的P/S中的较低值用以计算。

“第一期剩余股权价格计算和调整方法”如下表：

P/S	毛收入增长率	净利率
1.0	0-30%	N/A
1.7	30%-65%	1%-2%
2.0	>65%	>2%

计算净利率时不考虑因第一步交易收购带来的费用、ESOP、贷款利息等带来的费用。

b、第二期将购买亿动剩余45.23%股权的30%，收购价格取决于亿动2016年经审计的财务数据，本轮价款将在2017年4月30日前支付。

第二期支付价格将对公司基于PS法估值，估值时将选择毛收入增长率和净利率栏对应的P/S中的较低值用以计算。

“第二期剩余股权价格计算和调整方法”如下表：

P/S	毛收入增长率	净利率
1.0	0-20%	0-3%
1.7	20%-60%	3%-4%
2.0	>60%	>4%

计算净利率时不考虑50%的贷款利息费用。

c、第三期将购买亿动剩余45.23%股权的20%，收购价格取决于亿动2017年经审计的财务数据，本轮价款将在2018年4月30日前支付。

第三期支付价格将对公司基于PE法估值。

“第三期剩余股权价格计算和调整方法”如下表：

P/E	净利润（百万元）
10	<70
14	70-110
16	>110

d、第四期将购买亿动剩余45.23%股权的20%，收购价格取决于亿动2018年经审计的财务数据，本轮价款将在2019年4月30日前支付。

第四期支付价格将对公司基于PE法估值。

“第四期剩余股权价格计算和调整方法”如下表：

P/E	净利润（百万元）
10	<80
14	80-130
16	>130

同时，考虑到上市公司给亿动在IT支持、财务等方面的支持，从2016年1月1日起，受让方或其关联方将每年按照亿动当年毛收入的千分之五（0.5%）的标准向亿动收取管理费，且管理费不应超过人民币1000万元。为明确管理费与剩余股权价格计算和调整的关系，就2016年度，在按照“第二期剩余股权价格计算和调整方法”计算净利率对应的P/S时，应不予考虑管理费；就2017-2018年度，在按照“第三期和第四期剩余股权价格计算和调整方法”计算净利润对应的PE时，可计入的管理费不应超过人民币500万元，如实际发生的管理费高于人民币500万元，则超出部分应不予考虑。

B、保持创始人股东与核心管理层团队稳定的条款

亿动的创始人股东与亿动签署不低于5年的雇佣协议和不低于2年的竞业禁止协议，亿动的核心管理层员工与亿动签署不低于4年的雇佣协议和不低于2年的竞业禁止协议。若马良骏早于2018年12月31日主动离职，则需将其拥有的剩余股份全部以零对价由亿动回购，并将从蓝瀚科技获得的全部现金返还给蓝

瀚科技（包括蓝标投资于第一步交易支付给马良骏的全部现金）。若任一核心管理层员工早于 2018 年 12 月 31 日主动离职，应将其届时持有的亿动股权的一部分以零对价由亿动回购，回购的比例是 $25\% \times (2018 - \text{其离职时对应的年份})$ 。若马良骏于在 2019 年期间离职，则需要将其从蓝标投资获得的全部现金的 20% 返还给蓝标投资。若马良骏违反了离职后 2 年的竞业禁止协议条款，需要将其从蓝标投资获得的全部现金的 50% 返还给蓝标投资；若任一核心管理层员工违反了离职后 2 年的竞业禁止协议条款，需要将其从蓝标投资获得的全部现金的 30% 返还给蓝瀚科技。

C、暂停或延迟购买条款

若亿动的收入增长率在第一期对应的会计年度为负，则蓝瀚科技可以在对应期所在购买年度行使暂停及延迟购买权益；若亿动的收入增长率在第二期或净利润在第三期对应的会计年度为负，则蓝瀚科技可以在对应期所在购买年度行使延迟购买权益；若亿动的净利润在第四期对应的会计年度小于其 2017 年的净利润，则蓝瀚科技可以在对应期所在购买年度行使延迟购买权益；行使相关权益时，蓝瀚科技需书面通知亿动剩余股权的持有者，并在亿动剩余股权持有者收到通知后的 20 个工作日内作出暂停或延迟购买的决议。

每次蓝瀚科技行使延迟购买权益，相应期对应的会计年度和购买所在的年度自动延迟至下一个会计年度。

若蓝瀚科技要行使暂停购买权益，亿动的创始人股东有权从蓝瀚科技回购其所持的全部股份。在亿动的创始人股东回购之前，蓝瀚科技将有自暂停购买通知开始起 6 个月的时间选择其所持亿动股份的购买方的权利，可将蓝瀚科技所持亿动全部股权出售给此第三方；蓝瀚科技应通知亿动创始人股东关于所有与此第三方购买事宜的进展。若在 6 个月内，蓝瀚科技未能将其所持亿动股权出售给第三方或 6 个月内的任一时点蓝瀚科技终止寻找第三方，则接下来 3 个月内，创始人股东将从蓝瀚科技回购蓝瀚科技所持有的亿动的股份，回购价格是蓝瀚科技的投资总额及以每年 15% 的回报率计算出的投资回报。该投资回报所在的时间段是购买协议的价款交割日到暂停购买通知日。

根据蓝标投资与 First East Sun Millennium Inc. (BVI)、亿动开曼于 2015

年6月8日签署的《股东协议》约定，投资人（即蓝标投资）可以向其任何关联公司出售或以其他方式出让（无论有无对价）至多为该股东现在或之后持有的100%的股份。

2015年6月30日，亿动开曼与蓝瀚科技签署了《守约契约》，根据契约约定，蓝瀚科技对作为已受或将受《股东协议》约束的所有人士的受托人亿动开曼及亿动开曼自身承诺：自契约签署之日起，蓝瀚科技将遵守亿动开曼章程中规定的普通股股东的所有义务、负担及责任，并受其约束，如同蓝瀚科技以普通股股东的身份成为《股东协议》的原始签订方。

由此，未来购买多盟和亿动剩余股权的主体实际为蓝瀚科技。

“未能及时全额付款”是指收购方未能在协议中约定的期限（即每一相关年度的4月30日之前）全额支付按照协议中约定的公式计算的进一步收购价款的情形。

D、创始人股东权益保护条款

若蓝瀚科技在任一期购买所在年度未能及时全额付款，亿动的创始人股东有权以蓝瀚科技投资总额的10%的价格回购蓝瀚科技所持的亿动的全部股权。

上述剩余股权回购安排的原因是本次对亿动开曼的收购中，主要退出方为亿动开曼的财务投资人，亿动创始人股东马良骏的主要受益均来自后续股权收购。根据对蓝瀚科技、亿动的管理层访谈，在交易双方的交易谈判过程中，亿动的创始人股东马良骏为促成蓝瀚科技按时履约，在商业谈判中要求约定回购安排，并将回购价格定为收购价格的10%，此回购价格具有一定的惩罚性。此回购安排只有在蓝瀚科技故意违约，不按照协议约定按时全额付款的情况下才会启动，蓝瀚科技具有完全的自主决定权，作为蓝色光标的全资公司，蓝瀚科技未来有充分的资金支付能力。并且蓝瀚科技对亿动剩余股权的后续收购金额与亿动持续经营情况直接相关，只有亿动实现了更高的收益，蓝瀚科技才会支付更高的收购价款，从而使上市公司及中小股东一同获益。因此，该回购安排不会对上市公司和中小股东权益产生不利影响。

根据蓝瀚科技管理层说明，本次交易的作价考虑了亿动开曼回购安排的影响。正是由于蓝瀚科技考虑到亿动开曼的股权回购安排，故在收购亿动开曼股权

的过程中,将亿动开曼的市销率倍数确定为略低于对多盟(多盟智胜和多盟开曼)收购的市销率定价。在此背景下,为积极促成蓝瀚科技对亿动开曼的股权收购,亿动开曼创始人马良骏同意由其个人而非优先股股东对《亿动开曼股份购买和认购协议》(Mahouse Inc. Share Purchase and Subscription Agreement)第3条中涉及标的公司各个方面的声明和保证条款暨卖方保证条款(主要包括对亿动开曼相关合法合规性和信息披露相关的承诺)作出连带责任保证,同时,还对该协议第9.1(c)条中的赔偿责任(即若未来发现亿动开曼实际运营方面的情况与前期尽调情况不符合)承担连带责任。

蓝色光标及马良骏承诺,除蓝标投资、蓝瀚科技与亿动开曼及其原股东于2015年6月签署系列协议(包括《股份购买与认购协议书》、《股东协议》、《权利义务概括转让协议书》)外,蓝色光标、蓝标投资、蓝瀚科技与亿动开曼及其股东、实际控制人、创始人之间,不存在任何其他与收购亿动开曼股权相关的协议或安排。

独立财务顾问、律师核查了上市公司与亿动及其股东签署的相关协议及主要条款,上市公司、马良骏均出具的承诺。经核查,本次交易不存在其他协议和安排。

经核查,独立财务顾问认为:上述剩余股权回购安排的是亿动创始人股东马良骏为促成蓝瀚科技在后续收购过程中按时履约所要求的保护条款,回购价格设置具有一定的惩罚性及合理性;回购安排只有在蓝瀚科技故意违约,不按照协议约定按时全额付款的情况下才会启动,蓝瀚科技具有完全的自主决定权,因此该回购安排不会对上市公司和中小股东权益产生不利影响。本次交易作价考虑上述回购价格的影响,本次交易不存在其他相关协议或安排。

经核查,律师认为:上述剩余股权回购安排的是亿动创始人股东马良骏为促成蓝瀚科技在后续收购过程中的按时履约所要求的保护条款,回购价格设置具有一定的惩罚性及合理性;回购安排只有在蓝瀚科技故意违约,不按照协议约定按时全额付款的情况下才会启动,蓝瀚科技具有完全的自主决定权,因此该回购安排不会对上市公司和中小股东权益产生不利影响。本次交易作价考虑上述回购价格的影响,本次交易不存在其他相关协议或安排。

3、汇率波动对本次交易的影响

(1) 汇率波动对收购蓝瀚科技股权及向蓝瀚科技增资金额的影响

蓝瀚科技收购多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼包括美元对价和人民币对价，其中收购多盟开曼 100%股权、亿动开曼 51%股权的对价均以美元作价，增资亿动开曼为 1,000 万美元，合计 250,111,038.63 美元；收购多盟智胜 95%股权为人民币对价 677,620,100 元。上述款项中，收购亿动开曼 51%股权的转让款和增资亿动开曼的 1,000 万美元均已支付完毕，收购多盟开曼 100%股权对价中尚有 1,750 万美元尚未支付，收购多盟智胜 95%股权对价中尚有 33,881.01 万元人民币尚未支付。

上述款项中的美元对价、对应的汇率及相应购汇的人民币金额情况如下：

项目	对手方	美元（美元）	汇率	人民币（元）
已经支付的美元对价	Redpoint Ventures IV. L.P.	57,795,235.92	6.3347	366,115,480.98
	Redpoint Associates IV. L.L.C.	1,481,928.26	6.3357	9,389,052.88
	Qiming Venture Partners III, L.P.	25,567,453.10	6.3402	162,102,766.14
	Qiming Managing Directors Fund III, L.P.	805,855.63	6.3357	5,105,659.51
	Bertelsmann Asia Investments AG	2,260,567.40	6.3369	14,324,989.56
	Mount Hua Investment Limited	55,999,998.32	6.4354	360,382,389.19
	多盟开曼普通股股东	17,500,000.00	6.3122	110,463,500.00
	亿动开曼优先股股东	61,200,000.00	6.4086	392,206,320.00
	小计	222,611,038.63	-	1,420,090,158.26
已经支付的美元增资款	亿动开曼增资款	5,000,000.00	6.2211	31,105,500.00
		5,000,000.00	6.2222	31,111,000.00
	小计	10,000,000.00	-	62,216,500.00
尚未支付的美元对价	多盟开曼普通股股东	17,500,000.00	6.1172	107,051,000.00
	小计	17,500,000.00	-	107,051,000.00
合计		250,111,038.63	-	1,589,357,658.26

尚未支付的 1,750 万美元假设以 2015 年 7 月 31 日人民银行公布的外汇牌价中间价 6.1172 换算为人民币金额为 10,705.10 万元，用于模拟测算的汇率 6.1172 与未来款项实际支付日汇率差异将导致实际增资额与本次折算金额产生差额。

(2) 收购多盟实际对价与蓝色光标 6 月 8 日投资公告中披露对价的差异

蓝色光标于 2015 年 6 月 8 日发布 2015-044 号《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司关于收购 Domob Limited 和多盟智胜网络技术（北京）有限公司股权暨对外投资的公告》，公告披露蓝色光标全资子公司蓝标投资拟以 1.7891 亿美元（以汇率 6.115175 测算约合人民币 10.9406 亿元）及 6.7762 亿元人民币收购多盟开曼 100%股权及多盟智胜 95%股权，共计支付对价合计约人民币 17.7168 亿元，如下表所示：

项目	美元（亿美元）	汇率	人民币（亿元）
多盟开曼股权对价	1.7891	6.115175	10.9406
多盟智胜股权对价	-	-	6.7762
合计	-	-	17.7168

独立财务顾问核查了蓝标投资与多盟开曼、多盟智胜原股东签署的股权转让协议，协议约定多盟开曼普通股转让价格为 3,500 万美元、优先股转让价格为 14,391 万美元，合计多盟开曼 100%股权转让价格 17,891 万美元；协议约定多盟智胜 95%股权转让价格为人民币 67,762.01 万元。

在支付股权交割款时，因为人民币对美元的汇率波动，实际支付美元对价时按当时的汇率进行购汇支付，具体实际购汇及支付情况如下：

多盟开曼原股东	美元（美元）	汇率	人民币（元）
Redpoint Ventures IV. L.P.	57,795,235.92	6.3347	366,115,480.98
Redpoint Associates IV. L.L.C.	1,481,928.26	6.3357	9,389,052.88
Qiming Venture Partners III, L.P.	25,567,453.10	6.3402	162,102,766.14
Qiming Managing Directors Fund III, L.P.	805,855.63	6.3357	5,105,659.51
Bertelsmann Asia Investments AG	2,260,567.40	6.3369	14,324,989.56
Mount Hua Investment Limited	55,999,998.32	6.4354	360,382,389.19
多盟开曼普通股股东	17,500,000.00	6.3122	110,463,500.00
合计	161,411,038.63	-	1,027,883,838.26

由上表可知，已经支付的美元金额为 16,141.10 万美元，加上尚未支付的 1,750 万美元，合计 17,891.10 万美元，与原公告金额相符。

蓝瀚科技收购多盟开曼和多盟智胜的实际交易价格如下：

项目	美元（美元）	汇率	人民币（元）
已经支付的美元	161,411,038.63	-	1,027,883,838.26
尚未支付的美元	17,500,000.00	6.1172	107,051,000.00
多盟智胜的交易对价	-	-	677,620,100.00
合计	178,911,038.63	-	1,812,554,938.26

注：尚未支付的第二期股权转让款 1,750 万美金假设按 2015 年 7 月 31 日人民银行公布的外汇牌价中间价 6.1172 折算的人民币金额模拟测算

由上表可知，蓝瀚科技收购多盟开曼和多盟智胜的实际交易价格为181,255.49万元。其与原公告中17.7168亿元的差额系因已支付美元对价部分与人民币的汇率变化所致。

独立财务顾问核查了蓝标投资与多盟原股东签署的相关协议、蓝瀚科技购汇凭证及股权转让款支付凭证。经核查，蓝色光标投资公告中披露的收购多盟开曼及多盟智胜股权的价格与实际支付的交易对价差异系汇率波动导致，无其他因素导致的差异。

（三）本次交易方案的执行情况及下一步安排

截至本报告书出具日，蓝瀚科技收购多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼的交易已经完成。蓝瀚科技已经向亿动开曼的所有交易对方支付了交易对价；已经向多盟开曼的所有优先股股东及普通股股东 World Wonders Investments Limited 支付了交易对价；已经向多盟开曼和多盟智胜四名创始人股东支付了 50%的交易对价。后续收购方案的安排如下：

1、蓝色光标通过本次交易发行股份支付对价方式收购京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰持有蓝瀚科技出资额为 8.30 亿元的股权。

2、蓝色光标将使用本次交易募集配套资金中 10.22 亿元现金收购平安大华持有蓝瀚科技出资额为 10.00 亿元的股权，其中 0.22 亿元为支付给平安大华的利息溢价款。实际支付给平安大华的利息溢价款需要根据实际资金占用期来计算，实际支付时超出 0.22 亿元的部分由蓝色光标自筹资金支付。

3、蓝色光标将在 2016 年 3 月 31 日前使用本次交易募集配套资金中 3.67 亿元增资蓝瀚科技，蓝瀚科技将向多盟开曼和多盟智胜四名创始人股东支付剩余 50%的股权受让款。如果至 2016 年 3 月 31 日，本次交易配套募集资金尚未到位或者募集资金金额不足以向蓝瀚科技增资 3.67 亿元，则蓝色光标将通过自筹资金补足增资金额，并由蓝瀚科技向齐玉杰等四人支付剩余股权转让款。因为剩余股权转让款中包含 1,750 万美金，因此实际支付时会因汇率波动导致支付价款的波动。如出现因汇率波动而导致向蓝瀚科技的增资额不足以支付剩余股权转让款的情况，则差额由蓝色光标自筹资金支付。

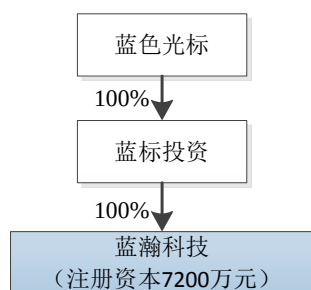
4、蓝色光标将在 2019 年收购多盟智胜剩余 5%股权并将在未来 4 年内(2016

年至 2019 年) 陆续收购亿动开曼 45.23% 股权。股权收购对价需参考多盟和亿动实际经营效果而确定。多盟智胜剩余 5% 股权的收购价格介于 5,000 万元和 2 亿元之间；亿动开曼剩余 45.23% 股权的收购价格根据各期实现的收入或净利润以 PS 或 PE 倍数确定，收购资金由蓝色光标通过自筹方式支付。

(四) 收购过程中相关公司架构和控制形式的变化情况

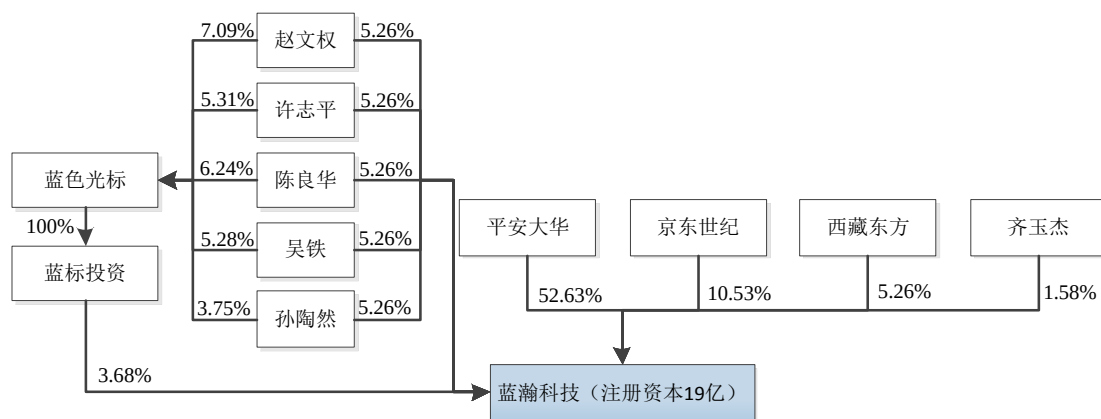
在蓝色光标收购多盟和亿动过程中相关公司架构和控制形式的变化情况如下：

1、蓝瀚科技设立时的股权结构

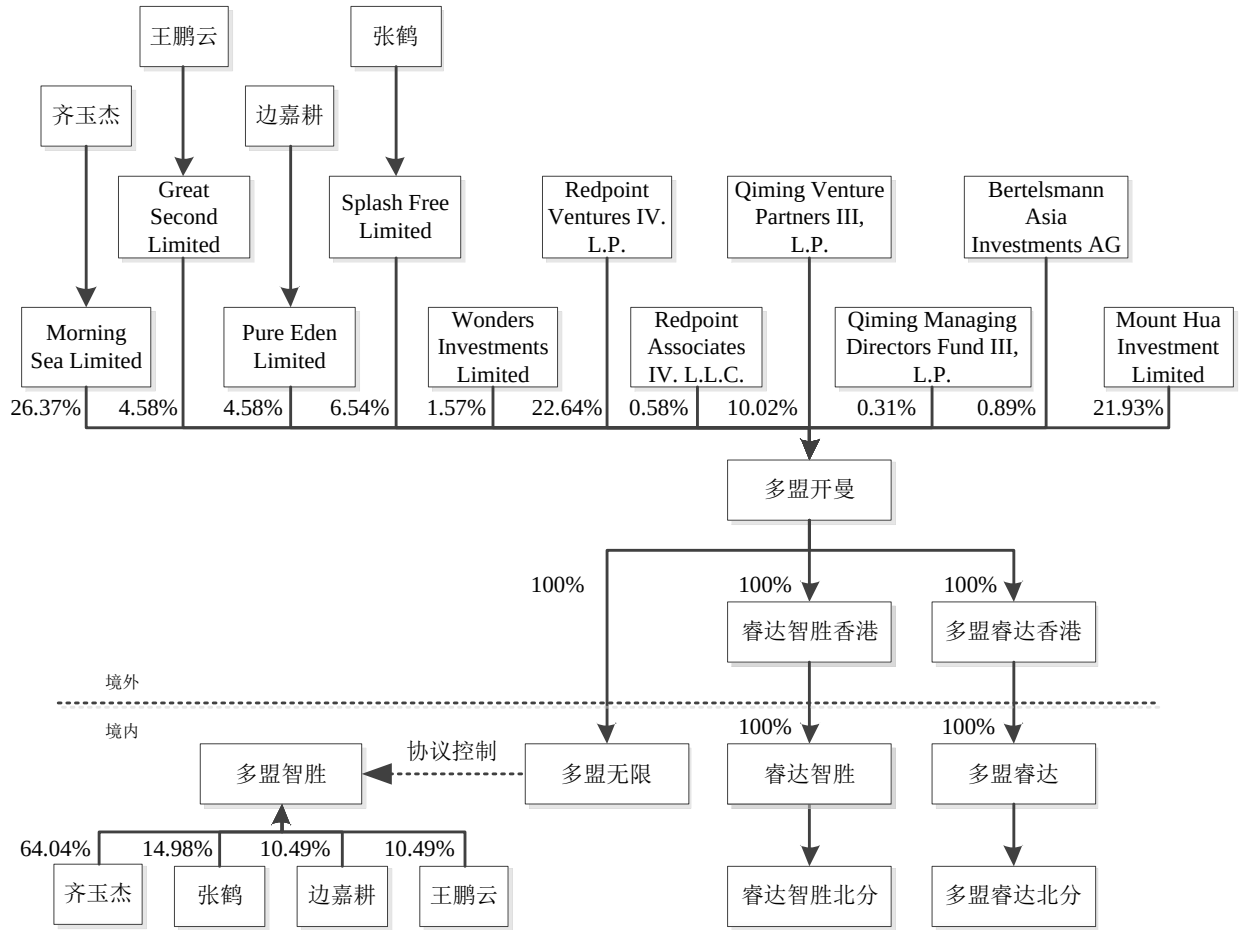


2、平安大华等进入蓝瀚科技，蓝瀚科技收购多盟和亿动前的股权结构

(1) 蓝瀚科技的股权结构

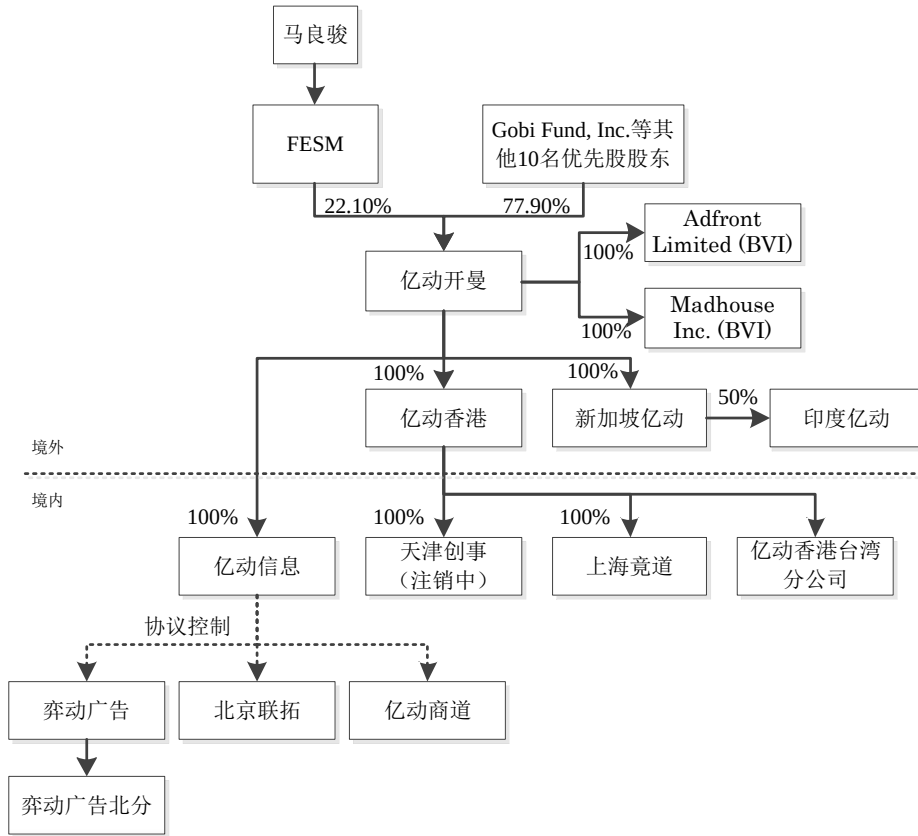


(2) 多盟被收购前的股权结构



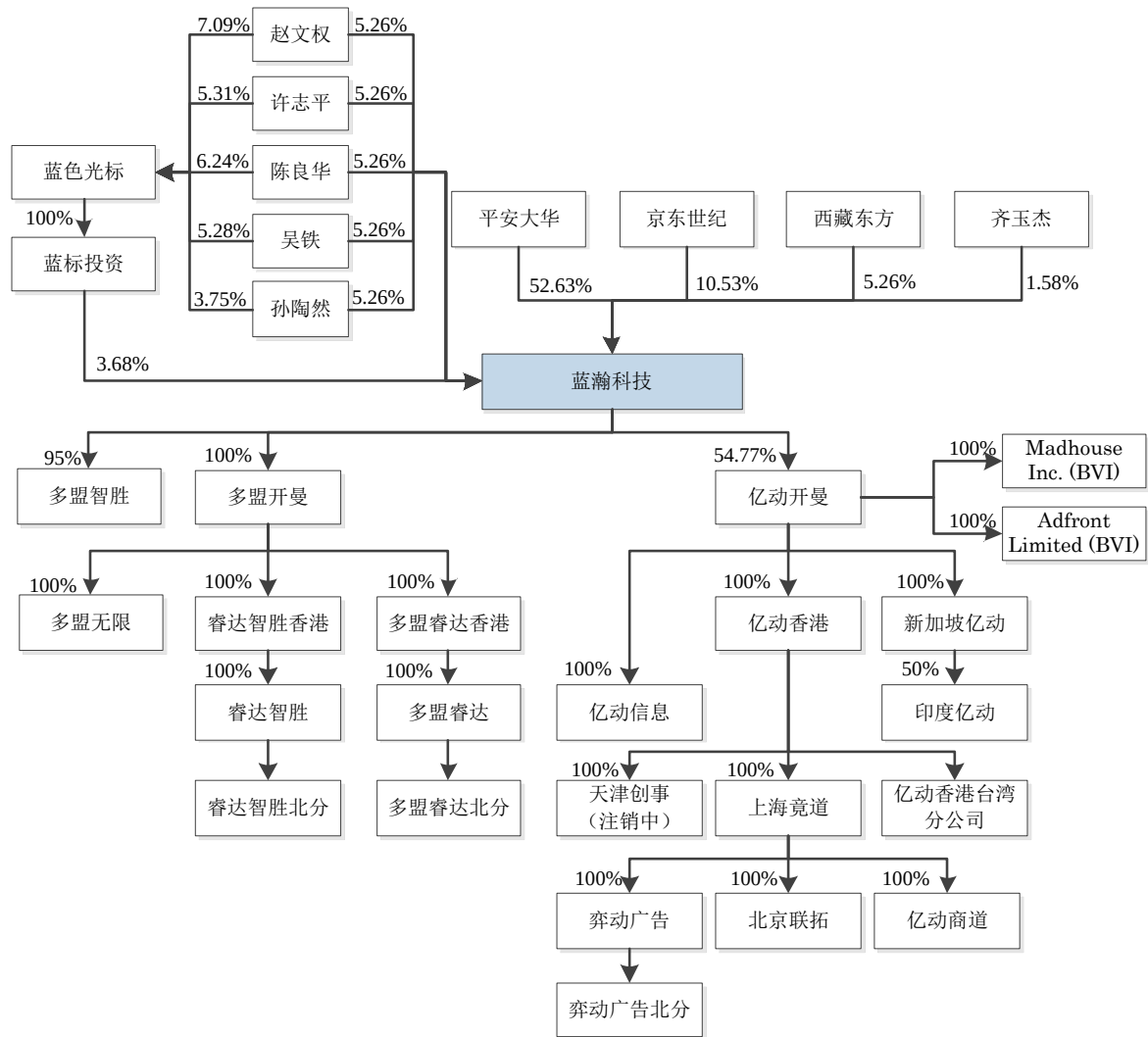
多盟开曼在被蓝瀚科技收购前由齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤四人控制，多盟智胜通过 VIE 协议由多盟无限控制，相应也由齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤四人控制。

(3) 亿动被收购前的股权结构



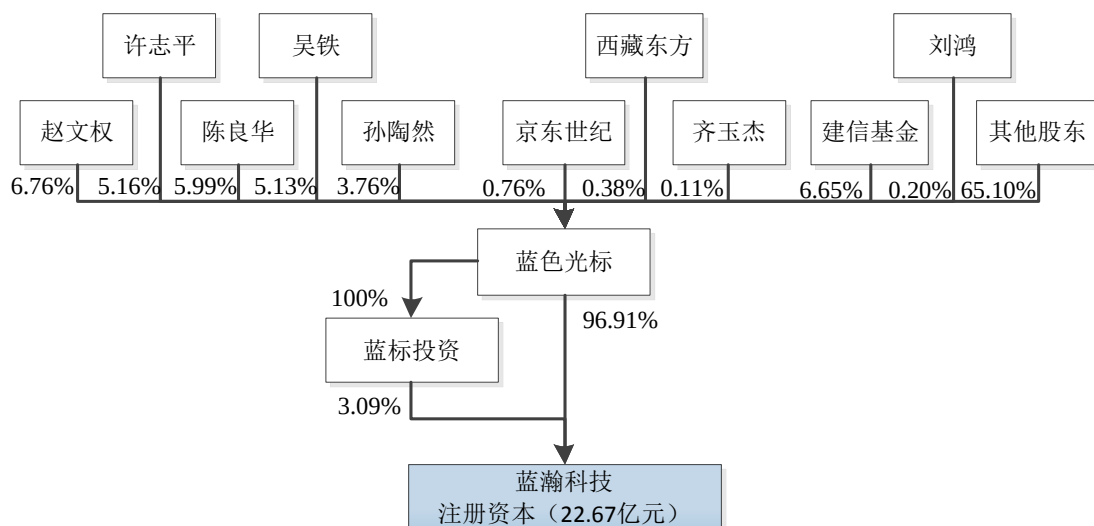
亿动开曼在被蓝瀚科技收购前由马良骏控制。

3、蓝瀚科技收购多盟和亿动并增资亿动后的股权结构



蓝瀚科技收购多盟和亿动的同时，多盟和亿动对相应 VIE 结构进行了解除。因此收购完成后蓝瀚科技成为了多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼的控股股东。

④本次交易完成后蓝色光标及蓝瀚科技的股权结构（蓝色光标拟增资蓝瀚科技 3.67 亿元）



五、本次重组对上市公司股权结构的影响

股东名称	本次交易之前		本次交易完成后	
	持股数量 (股)	持股比例	持股数量(股)	持股比例
赵文权	136,907,714	7.09%	145,064,320	6.76%
陈良华	120,449,675	6.24%	128,606,281	5.99%
许志平	102,514,730	5.31%	110,671,336	5.16%
吴铁	101,915,223	5.28%	110,071,829	5.13%
孙陶然	72,479,708	3.75%	80,636,314	3.76%
京东世纪	-	-	16,313,213	0.76%
西藏东方	-	-	8,156,606	0.38%
齐玉杰	-	-	2,446,982	0.11%
建信基金（建信 领瑞九智投资 1-4 号资管计划）	-	-	142,740,618	6.65%
刘鸿	-	-	4,241,435	0.20%
其他股东	1,396,902,423	72.33%	1,396,902,423	65.10%
总计	1,931,169,473	100.00%	2,145,851,357	100.00%

从上表可以看出，本次交易前，上市公司的总股本为 1,931,169,473 股，按照本次交易方案，预计公司本次将发行普通股 214,681,884 股，本次交易完成后上市公司总股本变为 2,145,851,357 股。

本次交易前，赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然合计持有 534,267,050 股上市公司股份，合计持股占比 27.67%；重组完成后五人持股比例为 26.80%，仍为公司的实际控制人。本次交易不会对上市公司股权结构产生重大影响。社会

公众股东合计持有的股份不会低于发行后总股本的 10%，不会出现导致蓝色光标不符合股票上市条件的情形。

六、本次交易涉及关联交易事项

本次交易对方包括上市公司实际控制人赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然，本次交易构成关联交易。相关方在本次交易的董事会表决时已回避表决、在本次交易的股东大会投票过程中已回避表决。

七、本次交易不构成重大资产重组

本次交易中上市公司拟购买蓝瀚科技 96.3158%股权，剩余 3.6842%股权上市公司已经通过蓝标投资持有，因此以蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价 226,700.00 万元作为相关指标测算。根据蓝瀚科技模拟备考 2014 年度及 2015 年 1-7 月的财务数据以及交易作价情况，相关财务比例计算如下：

单位：万元

项目	拟购买资产和成交金额孰高	蓝色光标	占比
营业收入	89,990.88	597,908.82	15.05%
资产总额	293,635.19	1,137,017.31	25.83%
资产净额	226,700.00	464,044.20	48.85%

注：（1）营业收入为 2014 年度营业收入；（2）拟购买资产总额为 2015 年 7 月 31 日资产总额；（3）拟购买资产的资产净额为蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价；（4）蓝色光标资产总额为合并财务会计报表 2014 年末资产总额；资产净额为合并财务会计报表 2014 年末归属于上市公司普通股股东的所有者权益。

根据《重组管理办法》的规定，本次交易虽然不构成中国证监会规定的上市公司重大资产重组行为，但是本次交易涉及发行股份购买资产及募集配套资金，需经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。

本次交易不构成重大资产重组，且交易完成后，上市公司控股股东和实际控制人不发生变更。本次交易不构成借壳上市。

第二节 上市公司基本情况

一、公司基本情况简介

公司名称:	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
公司英文名称:	Bluefocus Communication Group Co., Ltd.
股票上市地:	深圳证券交易所
证券代码:	300058
证券简称:	蓝色光标
企业性质:	股份有限公司（上市、自然人投资或控股）
注册地址:	北京市朝阳区酒仙桥北路9号(厂区)10幢二层 A5-01
办公地址:	北京市朝阳区酒仙桥北路9号恒通国际创新园 C9 楼
注册资本:	1,931,169,473 元
法定代表人:	赵文权
营业执照注册号:	110108004952150
邮政编码:	100015
联系电话:	86-10-56478871
传真:	86-10-56478801
公司网站:	www.bluefocusgroup.com
经营范围:	企业形象策划；营销信息咨询（中介除外）；公关咨询；会议服务；公共关系专业培训；设计、制作、代理、发布广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）

二、历史沿革及股本变动情况

（一）公司设立时的股权结构

蓝色光标系在北京蓝色光标数码科技有限公司整体变更的基础上发起设立的。2008年1月14日蓝标有限股东会决议通过公司整体变更设立股份有限公司，蓝标有限各股东签订《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司之发起人协议》，以原有限公司截至2007年11月30日的净资产66,955,518.07元出资，按1:0.7467644比例折为股份5,000万股，注册资本为5,000万元，整体变更为股份有限公司。

公司设立时的股权结构如下：

持股人	持股数量（股）	持股比例
赵文权	7,383,333	14.77%
许志平	7,348,333	14.70%
高鹏	7,283,335	14.57%
陈良华	7,283,333	14.57%
吴铁	7,283,333	14.57%
孙陶然	7,283,333	14.57%
其余39个自然人股东	6,135,000	12.27%
合计	50,000,000	100%

（二）公司设立后至首次公开发行并上市前的股权变更

公司自 2008 年 1 月设立至首次公开发行并上市前，共进行过 4 次增资：

时间	新增股份数 （万股）	价格 （元/股）	增资后总股 本（万股）	认购股东情况
2008 年 3 月	300	2.00	5,300	公司管理人员及主要业务人员 96 名自然人
2008 年 6 月	450	9.67	5,750	风险投资者达晨财信、达晨创 投、天津同创（有限合伙）以及 自然人曾芸
2008 年 8 月	120	3.00	5,870	公司及公司控股子公司博思瀚 扬管理人员 7 名自然人
2009 年 1 月	130	3.00	6,000	公司及公司控股子公司博思瀚 扬管理人员 21 名自然人

公司自 2008 年 1 月设立至首次公开发行并上市前，共进行过 5 次股权转让：

时间	转让股份数 （万股）	转让价格 （元/股）	转让原因	受让股东情况
2008 年 6 月	3.40	2.00	员工离职	赵文权
2008 年 8 月	1.40	3.50	员工离职	赵文权
2009 年 1 月	75.00	9.67	天津同创因合伙 制无法在证券结 算中心登记	6 名自然人（天津同创的有限 合伙人及普通合伙人股东）
	32.36	3.50	员工离职	赵文权及其他管理人员
2009 年 3 月	11.70	3.50	员工离职	公司管理人员
2009 年 6 月	11.78	3.50	员工离职	赵文权及其他管理人员
	0.48	8.33	员工离职	赵文权

经历次股权变更后，在公开发行前，公司股权结构如下：

持股人	持股数量（股）	持股比例

持股人	持股数量（股）	持股比例
赵文权	7,834,533	13.06%
孙陶然	7,703,333	12.84%
吴铁	7,383,333	12.31%
许志平	7,348,333	12.25%
陈良华	7,343,333	12.24%
高鹏	7,334,335	12.22%
其余140名股东	15,052,800	25.09%
合计	60,000,000	100%

（三）公司首次公开发行并上市后的股权结构

2010 年经中国证监会证监发行字[2010]109 号文审核批准，公司向社会公开发行人民币普通股（A 股）2,000 万股，发行价格为 33.86 元/股。本次发行的募集资金净额为 620,798,801.54 元，其中募投项目使用资金 159,820,000 元，超募资金 460,978,801.54 元。2010 年 2 月 26 日，公司股票在深圳证券交易所创业板上市。

新股发行后，公司的股权结构如下：

持股人	持股数量（股）	持股比例
一、有限售条件股份	64,000,000	80.00%
其中：赵文权	7,834,533	9.79%
孙陶然	7,703,333	9.63%
吴铁	7,383,333	9.23%
许志平	7,348,333	9.19%
陈良华	7,343,333	9.18%
高鹏及其他140名股东	22,387,135	27.98%
网下配售股份	4,000,000	5.00%
二、无限售条件股份	16,000,000	20.00%
合计	80,000,000	100%

（四）资本公积金转增股本

2010 年 5 月 19 日，根据蓝色光标 2009 年年度股东大会决议，公司以现有总股本 8,000 万股为基数，向全体股东每 10 股派 2.5 元人民币现金，同时，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股。本次转增完成后，公司总股本由 8,000 万股增加到 12,000 万股。

2011年8月24日，公司以股本12,000.00万股为基数，以资本公积转增股本，向全体股东每10股转增5股，合计转增股本6,000.00万股，转增后实收资本变更为人民币18,000.00万元。

2012年5月17日，公司以现有股本18,000.00万股为基数，以资本公积转增股本，向全体股东每10股转增10股，合计转增股本18,000.00万股，转增后实收资本变更为人民币36,000.00万元，公司总股数由18,000.00万股增加至36,000.00万股。

（五）期权行权

2012年6月1日，公司实施了股票期权激励计划首次授予期权第一期行权，行权的股票期权数量为438.825万股，公司注册资本金由人民币36,000.00万元增加至人民币36,438.825万元，公司总股数由36,000.00万股增加至36,438.825万股。

（六）发行股份购买资产

2012年3月31日，公司现金及发行股份购买今久广告100%股权获得中国证券监督管理委员会的核准。2012年6月25日，公司完成发行股份购买今久广告暨新增股份上市，新增股份3,233.3991万股，公司注册资本金由人民币36,438.825万元增加至人民币39,672.2241万元，公司总股数由36,438.825万股增加至39,672.2241万股。

截至2013年2月28日，公司的股权结构如下：

持股人	持股数量（股）	持股比例
赵文权	35,255,400	8.89%
吴铁	33,225,000	8.37%
许志平	33,067,500	8.34%
陈良华	33,045,000	8.33%
孙陶然	18,135,000	4.57%
胡凌华	16,530,000	4.17%
其他股东	227,464,341	57.33%
合计	396,722,241	100%

（七）期权行权

2013年6月7日，公司实施了股票期权激励计划预留期权第一期行权，以及股票期权激励计划首次授予期权第二期行权，行权的股票期权数量合计为586.34万股，公司注册资本由人民币396,722,241元增加至人民币402,729,641元，公司总股数由396,722,241股增加至402,729,641股。

（八）发行股份购买资产并募集配套资金

2013年8月8日，公司现金及发行股份购买博杰广告89%股权并募集配套资金获得中国证券监督管理委员会的核准。2013年9月6日，公司完成发行股份购买博杰广告暨新增股份上市，新增股份48,867,199股；2013年9月18日，公司完成配套募集资金新增股份上市，新增股份12,714,285股；公司注册资本由人民币402,729,641元增加至人民币464,311,125万元，公司总股数由402,729,641万股增加至464,311,125万股。

截至2013年9月18日，公司的股权结构如下：

持股人	持股数量（股）	持股比例
赵文权	35,255,400	7.59%
陈良华	33,045,000	7.12%
吴铁	29,475,000	6.35%
许志平	29,317,500	6.31%
孙陶然	18,135,000	3.91%
李芑	23,830,602	5.13%
刘彩玲	5,583,827	1.20%
博杰投资	17,445,102	3.76%
博萌投资	2,007,668	0.43%
其他股东	270,216,026	58.20%
合计	464,311,125	100%

（九）限制性股票激励计划

2013年12月25日，公司实施限制性股票激励计划，确定本次激励计划限制性股票总量1,200万股，首次授予的激励对象人数591人；后本次激励计划限制性股票总量调整为1,089.15万股，首次授予的激励对象人数调整为489人，首次授予的限制性股票总数调整为974.15万股，预留部分限制性股票的数量未发生调整。本次行权后，公司注册资本由人民币464,311,125元增加至人民币474,052,625元，公司总股数由464,311,125股增加至474,052,625股。

（十）资本公积金转增股本

2014年5月6日，根据蓝色光标2013年年度股东大会决议，公司以现有总股本474,052,625股为基数，向全体股东每10股派2元人民币现金，同时，以资本公积金向全体股东每10股转增10股。本次转增完成后，公司总股本由474,052,625股增加到948,105,250股。

（十一）期权行权

2014年6月23日，公司实施了股票期权激励计划预留期权第二期行权，以及股票期权激励计划首次授予期权第三期行权，行权的股票期权数量合计为1,667.63万股，公司注册资本金由人民币948,105,250元增加至人民币964,781,550元，公司总股数由948,105,250股增加至964,781,550股。

（十二）限制性股票回购注销和限制性股票激励计划预留授予登记

2014年12月30日，公司召开董事会同意对因个人原因离职的已不符合激励解锁条件的激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票69万股进行回购注销。2015年3月18日，公司召开董事会同意授予167名激励对象230万股预留限制性股票。后因部分激励对象因个人原因放弃，本次激励计划限制性股票预留部分授予数量调整为229.64万股，激励对象调整为163人。本次限制性股票回购注销和预留限制性股票激励计划行权后，公司注册资本金由人民币964,781,550元增加至人民币966,387,950元，公司总股数由964,781,550股增加至966,387,950股。

（十三）资本公积金转增股本

2015年4月15日，根据蓝色光标2014年年度股东大会决议，公司以现有总股本966,387,950股为基数，向全体股东每10股派1.497506元人民币现金，同时，以资本公积金向全体股东每10股转增9.983377股。本次转增完成后，公司总股本由966,387,950股增加到1,931,169,473股。

截至2015年6月30日，公司的股权结构如下：

持股人	持股数量（股）	持股比例
赵文权	136,907,714	7.09%

持股人	持股数量（股）	持股比例
陈良华	120,449,675	6.24%
许志平	102,514,730	5.31%
吴铁	101,915,223	5.28%
李芑	95,243,181	4.93%
孙陶然	72,479,708	3.75%
其他股东	1,301,659,242	67.40%
合计	1,931,169,473	100%

三、上市公司最近三年控股权变动情况

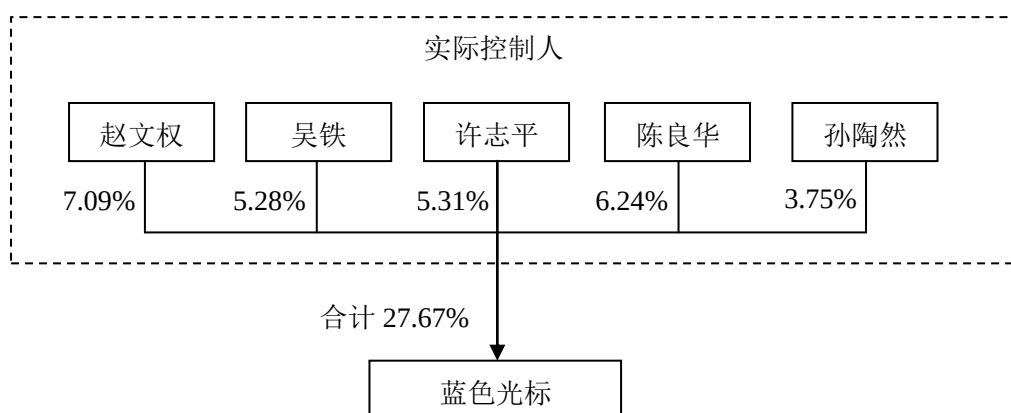
公司上市以来，赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然一直为上市公司的控股股东。上市公司最近三年控股权未发生变动。

四、控股股东及实际控制人

截至本报告书出具日，赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然合计持有上市公司 534,267,050 股股份，占上市公司现有总股本的 27.67%。鉴于赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华于 2008 年 12 月 31 日签署的《一致行动人协议》，约定五人共同控制公司的经营管理，为公司的共同控制人，共同构成公司的实际控制人。在不违反国家法律法规的情形下，该协议长期有效。

（一）股权控制关系

截至本报告书出具之日，蓝色光标的股权控制关系如下图所示：



（二）控股股东的基本情况

1、赵文权

赵文权先生，中国国籍，1970 年生，大学本科学历，历任路村咨询策划公

司总经理，雅宝拍卖网首席运营官，并担任中国国际公共关系协会理事，中国国际公共关系协会公关公司委员会 2007 年、2008 年年度主任，中国传媒大学董事，北京 2008 年奥运会奥林匹克火炬接力火炬手；1996 至 1999 年，以及 2003 至 2007 年任蓝色光标公共关系机构首席执行官，2008 年 1 月至今任蓝色光标总经理。2004 年起担任蓝标有限董事，2008 年 1 月起担任股份公司董事长至今。

2、吴铁

吴铁先生，中国国籍，1965 年生，大学本科学历，历任用友软件公司副总经理，连邦软件公司总裁，雅宝拍卖网首席执行官；2003 年至今任北京朗哲基科技有限公司监事。2007 年起担任原有限公司董事，2008 年 1 月至今担任蓝色光标董事。

3、许志平

许志平先生，中国国籍，1962 年生，硕士学历，高级工程师，历任联想集团研究发展中心副主任，联想教育电子总经理和企业技术中心总经理，腾图华泰联合电子总经理，星际坐标市场顾问公司董事长，北京贯能管理咨询公司首席顾问。2004 至 2007 年任蓝色光标公共关系机构首席财务官，2004 年起担任原有限公司董事，2008 年 1 月至今担任蓝色光标董事兼副总经理，2012 年 1 月至今担任蓝色光标董事会秘书。

4、陈良华

陈良华先生，中国国籍，1962 年生，博士学历，历任长城计算机集团部门经理，星际坐标市场顾问公司首席顾问，北京贯能管理咨询公司首席顾问，集略营销公司首席顾问；2004 至 2006 年任魔石咨询公司首席顾问，2007 年 9 月至今任智扬公关顾问机构首席顾问。2004 至 2007 年 12 月担任原有限公司监事，2008 年 1 月至 12 月担任蓝色光标第一届监事会主席，2009 年 1 月至 2014 年 1 月担任蓝色光标董事。

5、孙陶然

孙陶然先生，中国国籍，1969 年生，大学本科学历，历任北京四达集团广告艺术公司副总经理、总经理，四达集团副总裁，北京恒基伟业电子产品有限公

司董事、常务副总裁，北京乾坤时尚电子公司首席执行官。2005 年至今任北京拉卡拉电子支付公司董事长、总裁，拉卡拉（中国）电子支付技术服务有限公司董事长，并任境外公司 Capitalsino Management Limited 董事长，境外公司 Lakala Limited 董事长，Yongye International Inc.副董事长。2004 年起担任蓝标有限董事，2008 年 1 月至今担任蓝色光标董事。

五、上市公司主营业务概况

公司目前是一家为大型企业和组织提供品牌管理与营销传播等综合性服务的专业企业，主营业务为整合数字营销、公共关系、广告创意策划及媒体代理、活动管理以及国际传播业务。

在上市之初，公司的主营业务为公共关系服务，其核心是为企业品牌管理服务，主要内容为品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化的链条式服务。上市后，公司积极贯彻外延式发展战略，充分运用各种资金平台及资本市场带来优势条件，持续在产业链上下游寻找优质企业，推动公司在整个营销产业链的战略布局，先后收购了思恩客、精准阳光、美广互动、金融公关集团、今久广告、西藏博杰、蓝色方略、密达美渡、WAVS、Fuse、北联伟业、捷报数据、沈阳新维和 Vision 7 等，业务范围逐步扩展至电视广告代理、互联网广告、数字营销、高端社区广告、广告策划、社交营销、财经公关及会展服务等多个领域，打造了包括整合数字营销、公共关系服务、广告创意策划及媒体代理、活动管理以及国际传播业务等在内的营销传播服务链条。

公司自上市以来的并购业务均围绕完善传播服务产业链这一基本目标开展。通过一系列收购活动，公司已能够为客户提供包括互联网、户外、平面、电视等各类媒体的立体整合式品牌传播方案，不断向一流传播集团的目标迈进。

2013 年度，公司实现营业收入 358,399.81 万元，同比增长 64.75%，实现归属于母公司所有者的净利润 43,904.67 万元，同比增长 86.30%；2014 年度，公司实现营业收入 597,908.82 万元，同比增长 66.83%，实现归属于母公司所有者的净利润 71,188.39 万元，同比增长 62.14%；2015 年上半年，公司实现营业收入 345,271.25 万元，同比增长 31.37%，实现归属于母公司所有者的净利润 8,613.01 万元，较上年同期有所下降，主要由非经常性损益 Huntsworth 投资损失、当期

管理费用及财务费用较高所致。主营业务收入的增长由内生增长和并购事件两方面因素推动，公司通过行业拓展、地域扩张和服务手段创新等方式，持续强化品牌优势，提升竞争能力，使业务结构进一步均衡、客户构成进一步优化。2013年和2014年公司全年服务的客户品牌数分别为905个和1,440个。公司2013年收购博杰广告和蓝色方略，2014年收购WAVS、密达美渡、Fuse、北联伟业和捷报数据，该等公司的并表收入导致公司的营业收入相应增加。

六、最近两年一期主要财务指标

根据天职国际为蓝色光标出具的天职业字[2014]5248号《审计报告》、天职业字[2015]185号《审计报告》以及未经审计的2015年1-7月财务报表，蓝色光标最近两年一期的财务数据如下：

（一）资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额	1,308,105.93	1,137,017.31	691,487.49
负债总额	843,389.89	672,973.11	305,297.47
所有者权益	464,716.05	464,044.20	386,190.02
归属于母公司所有者的所有者权益	433,531.46	447,360.60	376,615.84

（二）利润表主要数据

单位：万元

项目	2015年1-7月	2014年	2013年
营业收入	411,284.43	597,908.82	358,399.81
利润总额	12,710.79	94,795.38	63,296.98
净利润	5,966.65	74,211.50	48,222.10
归属于母公司所有者的净利润	5,219.10	71,188.39	43,729.85

（三）主要财务指标

项目	2015年1-7月	2014年	2013年
经营活动产生的现金流量净额	8,728.61	20,535.96	14,975.50
资产负债率	64.47	59.19	44.15
毛利率	28.57	31.75	34.52

每股收益	0.03	0.75	1.04

七、最近三年重大资产重组情况

2013 年，公司拟通过向特定对象非公开发行股份和支付现金相结合的方式，购买博杰广告合计 89% 股权，并募集配套资金。该次交易于 2013 年 8 月 7 日获得中国证监会核准，已于 2013 年 9 月 18 日实施完毕。

八、最近三年守法情况

上市公司最近三年不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查的情形。

上市公司最近三年不存在受到行政处罚或者刑事处罚的情形。

九、上市公司发行可转换公司债券情况

经中国证券监督管理委员会证监许可[2015]1345 号文核准，公司于 2015 年 12 月 18 日公开发行了 1,400 万张可转换公司债券，每张面值 100 元，发行总额 140,000 万元。

第三节 本次交易对方及配套融资认购方基本情况

一、本次交易对方及配套融资认购方总体情况

本次交易对方系蓝瀚科技除蓝色光标（上海）投资管理有限公司外的所有股东，包括深圳平安大华汇通财富管理有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、西藏东方企慧投资有限公司、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰；以及配套融资认购方建信基金管理有限责任公司和刘鸿。

二、交易对方详细情况

（一）深圳平安大华汇通财富管理有限公司

1、基本情况

公司名称：	深圳平安大华汇通财富管理有限公司
公司类型：	有限责任公司（法人独资）
注册地址：	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
法定代表人：	罗春风
注册资本：	3,000 万元人民币
营业执照注册号：	440301106759928
税务登记证号：	44030005899348X
组织机构代码：	05899348-X
经营范围：	特定客户资产管理业务和中国证监会许可的其他业务
成立日期：	2012 年 12 月 14 日
营业期限：	永续经营

2、历史沿革

（1）公司设立

深圳平安大华汇通财富管理有限公司（以下简称“平安大华”）系由平安大华基金管理有限公司于 2012 年 12 月 14 日出资设立，设立时注册资本 2,000 万元，为货币出资。深圳晨耀会计师事务所出具了深晨耀验字[2012]第 030《验资报告》。2012 年 12 月 14 日，深圳市市场监督管理局南山局向平安大华核发了《企

业法人营业执照》。

平安大华设立时各股东出资及出资比例情况如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
平安大华基金管理有限公司	2,000.00	100.00%
合计	2,000.00	100.00%

（2）2013 年 8 月，第一次增资

2013年5月22日，经平安大华股东会决议，全体股东一致同意平安大华注册资本由2,000万元增加到3,000万元。深圳晨耀会计师事务所出具了深晨耀验字[2013]第015号《验资报告》。2013年8月20日，平安大华就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，平安大华股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
平安大华基金管理有限公司	3,000.00	100.00%
合计	3,000.00	100.00%

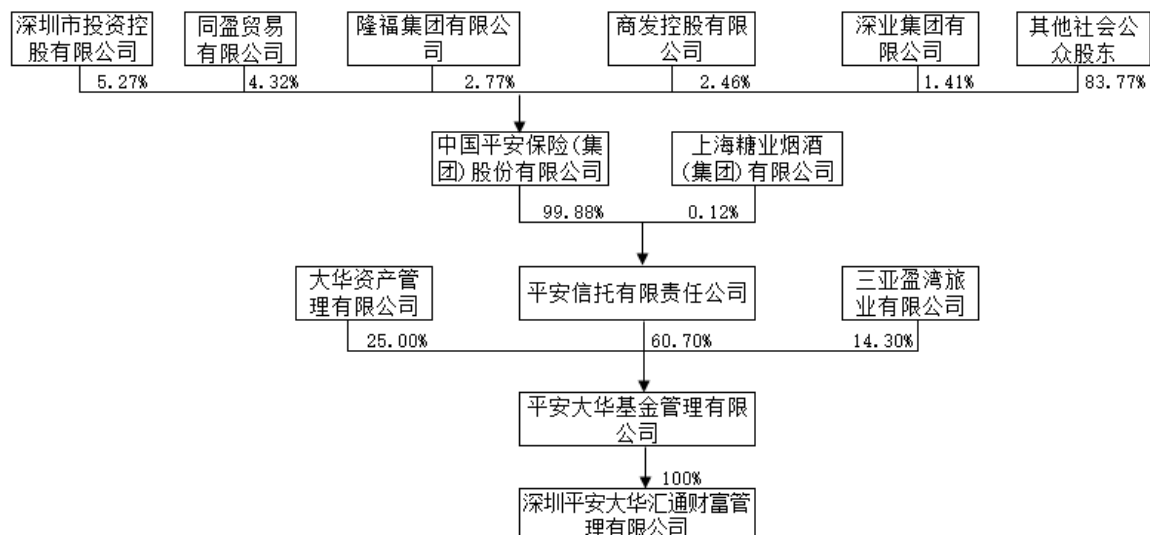
3、下属主要企业名录

序号	公司名称	所属行业	持股比例
1	深圳平安汇通初创投资管理有限公司	金融行业	50%
2	深圳鑫橙投资管理有限公司	金融行业	100%

4、股权控制关系及股东情况

（1）股权控制关系

截至本报告书出具日，平安大华的股权控制关系如下图所示：



其中，中国平安保险（集团）股份有限公司股权结构较为分散，不存在控股股东，也不存在实际控制人。

（2）股东情况

平安大华基金管理有限公司的基本情况如下：

公司名称：	平安大华基金管理有限公司
公司类型：	有限责任公司（中外合资）
注册地址：	深圳市福田区福华三路星河发展中心大厦酒店 01：419
法定代表人：	杨秀丽
注册资本：	30,000 万元人民币
营业执照注册号：	440301501140398
经营范围：	基金募集、基金销售、资产管理和中国证监会许可的其他业务
成立日期：	2011 年 01 月 07 日
营业期限：	永续经营

5、主营业务情况

平安大华主营业务为特定客户资产管理业务和中国证监会许可的其他业务。

6、最近两年简要财务数据

平安大华 2013 年度和 2014 年度简要财务数据如下：

（1）简要资产负债表

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产合计	13,245.19	5,300.66
负债合计	8,088.66	3,180.87
所有者权益合计	2,119.79	5,156.53

(2) 简要利润表

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度
营业收入	24,229.22	4,559.26
营业利润	4,033.91	-878.11
利润总额	4,033.91	-878.11

注：以上数据出自普华永道中天审字（2015）第22618号《审计报告》

(二) 北京京东世纪贸易有限公司

1、基本情况

公司名称：	北京京东世纪贸易有限公司
公司类型：	有限责任公司（外国法人独资）
注册地址：	北京市北京经济技术开发区科创十四街 99 号 2 号楼 B168 室
法定代表人：	刘强东
注册资本：	78,999 万元美元
营业执照注册号：	110000450007248
税务登记证号：	110192660501513
组织机构代码：	66050151-3
经营范围：	批发、零售定型包装食品、保健食品（不涉及国营贸易管理商品；涉及配额许可证管理商品的按照国家有关规定办理申请手续）；机械设备、五金交电、电子产品、文化用品、照相器材、计算机、软件及辅助设备、化妆品及卫生用品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）、体育用品、百货、纺织品、服装、日用品、家具、金银珠宝首饰、避孕器具（避孕药除外）、新鲜水果、蔬菜、饲料、花卉、装饰材料、通讯设备、建筑材料、工艺礼品、钟表眼镜、玩具、不再分装的包装种子、汽车和摩托车配件、仪器仪表、卫生洁具、陶瓷制品、橡胶及塑料制品、摩托车、智能卡、化肥、农药的批发、佣金代理（拍卖除外）、零售、进出口及代理进出口业务（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）；摄影服务；仓储服务；提供劳务服务（劳务派遣、劳务合作除外）；经济信息咨询（需行政许可项目除外）；计算机软件生产；销售自产产品；基础软件服务；计算机网络技术开发；设备安装、维修（需行

	政许可项目除外)；技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让、技术培训；软件开发、软件设计；计算机系统集成；火车票代理。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。)
成立日期：	2007 年 04 月 20 日
营业期限：	2007 年 04 月 20 日至 2037 年 04 月 19 日

2、历史沿革

(1) 公司设立

北京京东世纪贸易有限公司（以下简称“京东世纪”）系由京东香港国际有限公司于 2007 年 4 月 20 日出资设立，设立时注册资本 300 万元美元，为货币出资。2007 年 4 月 20 日，北京市工商行政管理局向京东世纪核发了《企业法人营业执照》。

京东世纪设立时各股东出资及出资比例情况如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	300.00	100.00%
合计	300.00	100.00%

(2) 2007 年 11 月，第一次增资

2007 年 11 月 5 日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由 300 万美元增加到 600 万美元。2007 年 11 月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	600.00	100.00%
合计	600.00	100.00%

(3) 2008 年 3 月，第二次增资

2008 年 3 月 3 日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由 600 万美元增加到 800 万美元。2008 年 3 月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	800.00	100.00%
合计	800.00	100.00%

（4）2008 年 11 月，第三次增资

2008年10月27日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由800万美元增加到1,100万美元。2008年11月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	1,100.00	100.00%
合计	1,100.00	100.00%

（5）2009 年 4 月，第四次增资

2009年3月18日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由1,100万美元增加到1,900万美元。2009年4月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	1,900.00	100.00%
合计	1,900.00	100.00%

（6）2009 年 6 月，第五次增资

2009年5月13日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由1,900万美元增加到2,690万美元。2009年6月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	2,690.00	100.00%
合计	2,690.00	100.00%

（7）2010 年 3 月，第六次增资

2010年1月15日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由2,690万美元增加到2,890万美元。2010年3月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	2,890.00	100.00%
合计	2,890.00	100.00%

（8）2010年6月，第七次增资

2010年6月9日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由2,890万美元增加到3,090万美元。2010年6月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	3,090.00	100.00%
合计	3,090.00	100.00%

（9）2010年7月，第八次增资

2010年6月21日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由3,090万美元增加到6,910万美元。2010年7月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	6,910.00	100.00%
合计	6,910.00	100.00%

（10）2010年7月，第九次增资

2010年7月2日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由6,910万美元增加到10,000万美元。2010年7月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	10,000.00	100.00%
合计	10,000.00	100.00%

（11）2011 年 1 月，第十次增资

2011年1月05日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由10,000万美元增加到19,000万美元。2011年1月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	19,000.00	100.00%
合计	19,000.00	100.00%

（12）2011 年 7 月，第十一次增资

2011年6月17日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由19,000万美元增加到48,999万美元。2011年7月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	48,999.00	100.00%
合计	48,999.00	100.00%

（13）2012 年 5 月，第十二次增资

2012年4月27日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由48,999万美元增加到54,999万美元。2012年5月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	54,999.00	100.00%
合计	54,999.00	100.00%

（14）2012 年 12 月，第十三次增资

2012年11月13日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由54,999万美元增加到58,999万美元。2012年12月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	58,999.00	100.00%
合计	58,999.00	100.00%

（15）2014年3月，第十四次增资

2014年1月30日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由58,999万美元增加到68,999万美元。2014年3月，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	68,999.00	100.00%
合计	68,999.00	100.00%

（16）2015年9月，第十五次增资

2015年8月10日，经京东世纪股东会决议，全体股东一致同意京东世纪注册资本由68,999万美元增加到78,999万美元。2015年9月23日，京东世纪就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，京东世纪的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
京东香港国际有限公司	78,999.00	100.00%
合计	78,999.00	100.00%

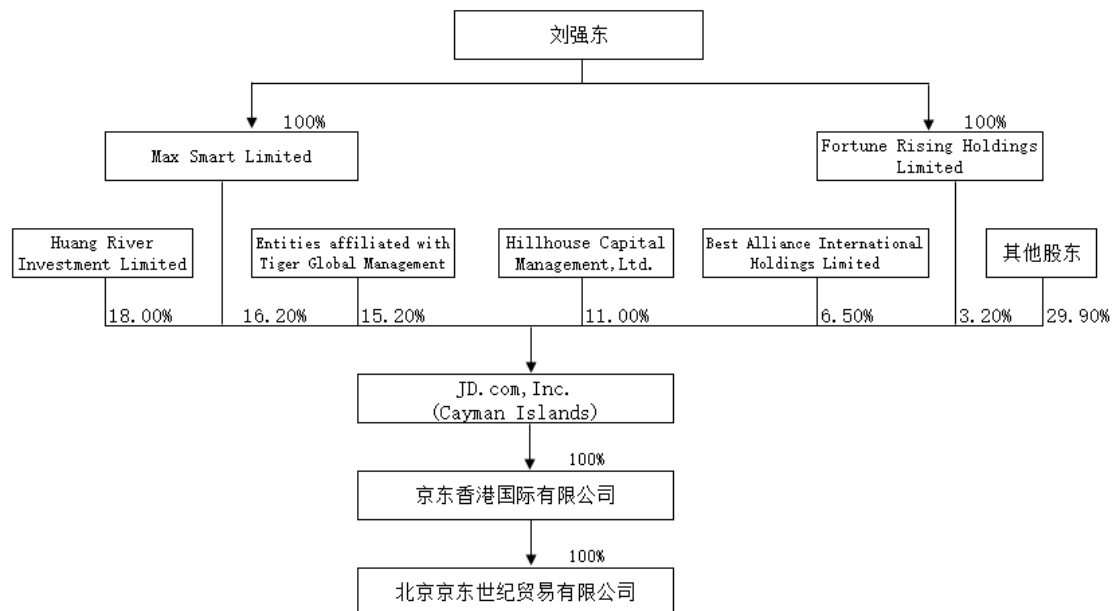
3、下属主要企业名录

序号	公司名称	所属行业	持股比例
1	北京京东信息技术有限公司	贸易	100%
2	上海园迈贸易有限公司	贸易	100%
3	广州京东贸易有限公司	贸易	100%
4	成都京东世纪贸易有限公司	贸易	100%

5	武汉京东世纪贸易有限公司	贸易	100%
6	沈阳京东世纪贸易有限公司	贸易	100%
7	江苏京东信息技术有限公司	贸易	100%
8	北京京东尚科信息技术有限公司	研发	100%

4、股权控制关系及股东情况

截至本报告书出具日，京东世纪的股权控制关系如下图所示：



根据 JD.com, Inc. 的 2014 年年报（FORM 20-F）披露的信息，JD.com, Inc. 的普通股分为 A 类普通股和 B 类普通股，在发生需要股东投票表决的事项时，A 类普通股的持有方有权以每股一票就所需投票事项进行表决，而 B 类普通股持有方有权以每股二十票就所需投票事项进行表决。Max Smart Limited 作为 JD.com, Inc. 的股东，持有 JD.com, Inc. 449,444,989 股的 B 类普通股，占 JD.com, Inc. 已发行普通股总数的 16.20%，上述股份实际拥有的 JD.com, Inc. 的表决权占 JD.com, Inc. 股东总表决权的 69.3%，JD.com, Inc. 的董事长兼首席执行官刘强东通过信托方式持有 Max Smart Limited 的权益并担任 Max Smart Limited 董事；Fortune Rising Holdings Limited 作为 JD.com, Inc. 的股东，持有 JD.com, Inc. 87,719,702 股的 B 类普通股，占 JD.com, Inc. 已发行普通股总数的 3.20%，上述股份实际拥有的 JD.com, Inc. 的表决权占 JD.com, Inc. 股东总表决权的 13.5%，刘强东系 Fortune Rising Holdings Limited 的唯一股东和董事。

综上，刘强东通过实际控制 Max Smart Limited 和 Fortune Rising Holdings

Limited, 从而间接持有 JD.com, Inc. 共 537,164,691 股 B 类普通股, 占 JD.com, Inc. 已发行普通股总数的 19.4%, 间接实际拥有 JD.com, Inc. 的表决权占 JD.com, Inc. 股东总表决权的 82.8%。因此, 京东世纪的实际控制人为刘强东。

5、主营业务情况

京东世纪是中国的自营式电商企业, 主要经营网站京东商城。

6、最近两年简要财务数据

京东世纪 2013 年度和 2014 年度简要财务数据如下:

(1) 简要资产负债表

单位: 万元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产合计	3,558,863.94	1,132,999.44
负债合计	3,112,535.06	761,904.52
所有者权益合计	446,328.88	371,094.92

(2) 简要利润表

单位: 万元

项目	2014 年度	2013 年度
营业收入	7,229,989.81	579,119.77
营业利润	11,454.74	46,943.92
利润总额	11,528.81	48,526.97

注: 2014 年财务数据出自中永昭阳审字【2015】195 号《审计报告》, 2013 年财务数据出自中永昭阳审字【2014】184 号《审计报告》

(三) 西藏东方企慧投资有限公司

1、基本情况

公司名称:	西藏东方企慧投资有限公司
公司类型:	有限责任公司
注册地址:	拉萨市达孜县管委会办公楼
法定代表人:	宁旻
注册资本:	5,000 万元
营业执照注册号:	540126200002384
税务登记证号:	540126396977765

组织机构代码：	39697776-5
经营范围：	项目投资；创业投资；投资管理；投资咨询；创业投资咨询、企业管理咨询；经济贸易咨询；资产管理；技术的开发、转让、推广；计算机系统服务；数据处理。（以工商登记机关核定的为准）。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]
成立日期：	2014 年 9 月 22 日
营业期限：	2014 年 9 月 22 日至 2034 年 9 月 21 日

2、历史沿革

西藏东方企慧投资有限公司（以下简称“西藏东方”）系由联想控股股份有限公司于 2014 年 9 月 22 日出资设立，设立时注册资本 5,000 万元，为货币出资。2014 年 9 月 22 日，达孜县工商行政管理局向西藏东方核发了《企业法人营业执照》。

西藏东方自设立至今，各股东出资及出资比例情况如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
联想控股股份有限公司	5,000.00	100.00%
合计	5,000.00	100.00%

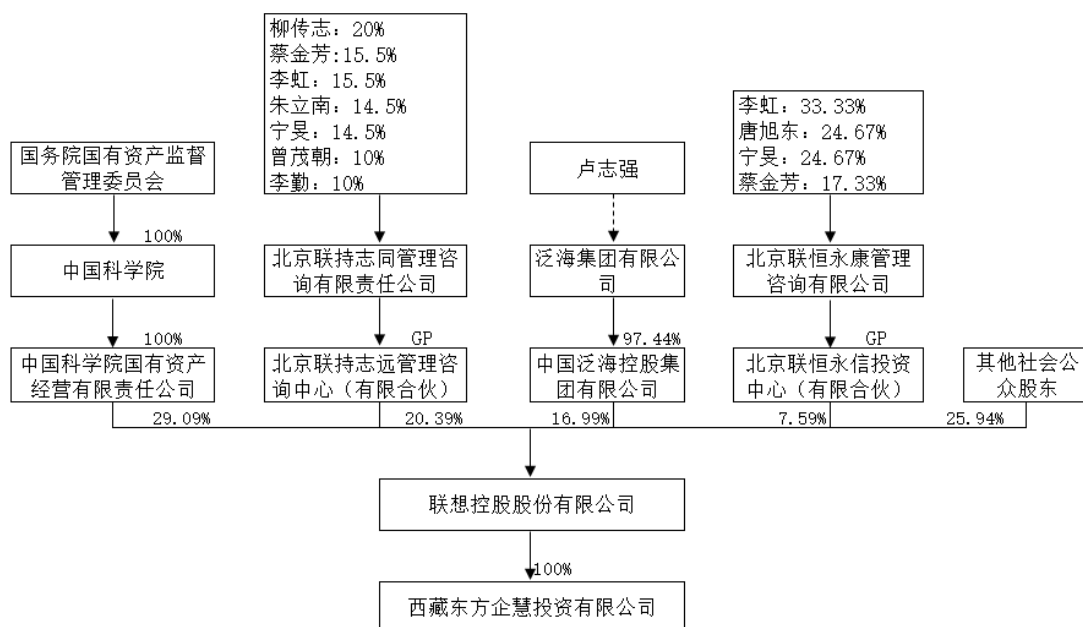
3、下属主要企业名录

序号	公司名称	所属行业	持股比例
1	宁波宽客之星投资中心（有限合伙）	基金	6.67%
2	西藏宽域投资管理中心（有限合伙）	基金	10.00%
3	上海祺迹创业投资合伙企业（有限合伙）	基金	24.39%
4	北京信宸投资咨询有限公司（有限合伙）	基金	33.33%
5	北京君联茂林股权投资合伙企业	基金	31.31%
6	北京君联同道投资顾问合伙企业	基金	20.00%
7	北京君联名德股权投资合伙企业（有限合伙）	基金	19.82%
8	北京君联新海股权投资合伙企业（有限合伙）	基金	32.09%

4、股权控制关系及股东情况

（1）股权控制关系

截至本报告书出具日，西藏东方的股权控制关系如下图所示：



注：中国泛海控股集团有限公司系由通海控股有限公司通过直接和间接持股方式全资控股的子公司，其实际控制人为卢志强。

联想控股股份有限公司（以下简称“联想控股”）系于2015年6月29日在香港联合交易所上市的股份有限公司，股票代码为03396。根据联想控股2015年中期报告，截至2015年6月30日，联想控股持股占公司股本（即内资股及H股）总额5%以上的股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股数额（股）	股权比例
1	中国科学院国有资产经营有限责任公司	684,705,600	29.10%
2	北京联持志远管理咨询中心（有限合伙）	480,000,000	20.40%
3	中国泛海控股集团有限公司	400,000,000	17.00%
4	北京联恒永信投资中心（有限合伙）	178,000,000	7.56%

注：中国科学院国有资产经营有限责任公司的股东为中国科学院；北京联持志远管理咨询中心（有限合伙）的执行事务合伙人为北京联持志同管理咨询有限责任公司，后者系由李勤、柳传志、宁旻、曾茂朝、朱立南、李虹、蔡金芳等七名自然人持股；中国泛海控股集团有限公司系由通海控股有限公司通过直接和间接持股方式全资控股的子公司；北京联恒永信投资中心（有限合伙）的执行事务合伙人为北京联恒永康管理咨询有限公司，后者系由李虹、宁旻、唐旭东、蔡金芳等四名自然人持股。

联想控股的股权分布相对均衡，无单一股东持有或控制联想控股 50%以上的股份，股东之间无一致行动安排或其他类似安排，不存在董事会由单一股东或多名股东联合控制的情况。

综上，联想控股无实际控制人，即西藏东方无实际控制人。

(2) 股东情况

联想控股股份有限公司的基本情况如下：

公司名称：	联想控股股份有限公司
公司类型：	其他股份有限公司
注册地址：	北京市海淀区科学院南路 2 号融科资讯中心 A 座 10 层
法定代表人：	柳传志
注册资本：	200,000 万元人民币
营业执照注册号：	110000004205071
经营范围：	项目投资；投资管理；资产管理；经济贸易咨询；投资咨询；企业管理咨询；技术开发、技术转让、技术推广；物业管理；销售化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）、矿产品；货物进出口、技术进出口、代理进出口；计算机系统服务；数据处理。
成立日期：	1984 年 11 月 09 日
营业期限：	2001 年 06 月 22 日至长期

5、主营业务情况

西藏东方为联想控股股份有限公司的全资子公司，主营业务为项目投资、创业投资及企业管理咨询等。

6、最近一年简要财务数据

西藏东方 2014 年度简要财务数据如下：

(1) 简要资产负债表

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日
资产合计	19,480.49
负债合计	22,927.22
所有者权益合计	-3,446.73

(2) 简要利润表

单位：万元

项目	2014 年度
营业收入	-
营业利润	-6,116.73

利润总额	-6,116.73

注：以上数据未经审计

（四）赵文权

1、赵文权基本情况

姓名：	赵文权
性别：	男
国籍：	中国
身份证号：	33090219701028*****
住所：	北京市西城区德宝新园****
通讯地址：	北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号恒通国际创新园 C9
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

2008 年 1 月至今任蓝色光标总经理。2004 年起担任蓝标有限董事，2008 年 1 月起担任股份公司董事长至今。

截至本报告书出具之日，赵文权持有蓝色光标 7.09%的股权。

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书出具之日，除持有蓝瀚科技 5.26%的股权和蓝色光标 7.09%的股权外，赵文权无其他控制的核心企业和关联企业。

（五）许志平

1、许志平基本情况

姓名：	许志平
性别：	男
国籍：	中国
身份证号：	11010719620827*****
住所：	北京市海淀区中关村****
通讯地址：	北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号恒通国际创新园 C9
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

2008年1月至今担任蓝色光标董事兼副总经理，2012年1月至今担任蓝色光标董事会秘书。截至本报告书出具之日，许志平持有蓝色光标5.31%的股权。

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书出具之日，除持有蓝瀚科技5.26%的股权和蓝色光标5.31%的股权外，许志平无其他控制的核心企业和关联企业。

（六）陈良华

1、陈良华基本情况

姓名：	陈良华
性别：	男
国籍：	中国
身份证号：	11010819621002*****
住所：	北京市海淀区北京大学蔚秀园*****
通讯地址：	北京市朝阳区酒仙桥北路9号恒通国际创新园C9
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

2009年1月至2014年1月，陈良华担任北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司董事，现任公司首席顾问。

截至本报告书出具之日，陈良华持有蓝色光标6.24%的股权。

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书出具之日，除持有蓝瀚科技5.26%的股权和蓝色光标6.24%的股权外，陈良华无其他控制的核心企业和关联企业。

（七）吴铁

1、吴铁基本情况

姓名：	吴铁
性别：	男

国籍：	中国
身份证号：	11010219650122****
住所：	北京市东城区前拐棒胡同****
通讯地址：	北京市朝阳区酒仙桥北路9号恒通国际创新园C9
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

2003年至今任北京朗哲基科技有限公司监事。2007年起担任原有限公司董事，2008年1月至今担任蓝色光标董事。截至本报告书出具之日，吴铁持有蓝色光标5.28%的股权。

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书出具之日，除持有蓝瀚科技5.26%的股权和蓝色光标5.28%的股权外，吴铁控制的核心企业和关联企业的基本情况如下表所示：

序号	公司名称	注册资本（元）	持股比例
1	北京朗哲基科技有限公司	1,000,000.00	17.5%

（八）孙陶然

1、孙陶然基本情况

姓名：	孙陶然
性别：	男
国籍：	中国
身份证号：	11010819690322****
住所：	北京市海淀区学院路****
通讯地址：	北京市朝阳区酒仙桥北路9号恒通国际创新园C9
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

2005年至今任北京拉卡拉电子支付公司董事长、总裁，拉卡拉（中国）电子支付技术服务有限公司董事长，并任境外公司 Capitalsino Management Limited 董事长，境外公司 Lakala Limited 董事长，Yongye International Inc. 副董事长。

2004年起担任蓝标有限董事，2008年1月至今担任蓝色光标董事。截至本报告书出具之日，孙陶然持有蓝色光标3.75%的股权。

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书出具之日，除持有蓝瀚科技5.26%的股权和蓝色光标3.75%的股权外，孙陶然控制的核心企业和关联企业的基本情况如下表所示：

序号	公司名称	注册资本（元）	持股比例
1	拉卡拉支付有限公司	302,916,210	7.65%

（九）齐玉杰

1、齐玉杰基本情况

姓名：	齐玉杰
性别：	男
国籍：	中国
身份证号：	62010519740929****
住所：	北京市朝阳区小营路****
通讯地址：	北京市海淀区万泉庄路15号6层
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

2010年9月至今，齐玉杰担任多盟智胜网络技术（北京）有限公司首席执行官。

截至本报告书出具之日，齐玉杰持有多盟智胜3.20%的股权。

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书出具之日，除持有蓝瀚科技1.58%的股权和多盟智胜3.20%股权外，齐玉杰无其他控制的核心企业和关联企业。

三、募集配套资金的交易对方详细情况

本次交易募集配套资金认购方为建信基金设立的资产管理计划（建信领瑞九智投资1号资管计划、建信领瑞九智投资2号资管计划、建信领瑞九智投资3号资管计划和建信领瑞九智投资4号资管计划）和刘鸿。

（一）建信基金设立的资产管理计划

1、建信基金介绍

（1）建信基金基本情况

公司名称：	建信基金管理有限责任公司
公司类型：	有限责任公司（中外合资）
注册地址：	北京市西城区金融大街7号英蓝国际金融中心16层
法定代表人：	许会斌
注册资本：	20000 万元
营业执照注册号：	100000400011360
税务登记证号：	110102717859226
组织机构代码：	71785922-6
经营范围：	基金募集、基金销售、资产管理和中国证监会许可的其他业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后已批准的内容开展经营活动。）
成立日期：	2005 年 9 月 19 日
营业期限：	2005 年 9 月 19 日至长期

（2）建信基金历史沿革

建信基金管理有限责任公司（以下简称“建信基金”）系由中国建设银行股份有限公司、美国信安金融集团、中国华电集团资本控股有限公司于 2005 年 9 月 19 日出资设立，注册资本 20,000 万元，均为货币出资。2005 年 9 月 19 日，北京市工商行政管理局向建信基金核发了《企业法人营业执照》。

建信基金自设立至今，各股东出资及出资比例情况如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
中国建设银行股份有限公司	13,000.00	65.00%
美国信安金融集团	5,000.00	25.00%
中国华电集团资本控股有限公司	2,000.00	10.00%
合计	20,000.00	100.00%

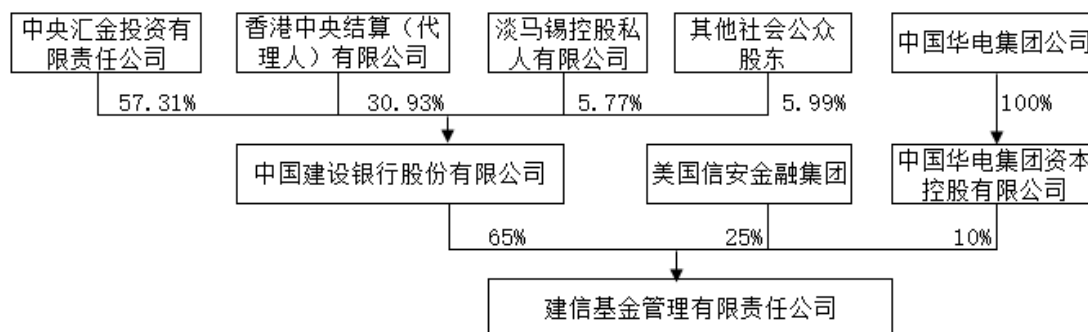
（3）建信基金下属主要企业名录

序号	公司名称	所属行业	持股比例
1	建信资本管理有限责任公司	基金	51.00%

(4) 建信基金股权控制关系及股东情况

①股权控制关系

截至本报告书出具日，建信基金的股权控制关系如下图所示：



②控股股东情况

中国建设银行股份有限公司基本情况如下：

公司名称：	中国建设银行股份有限公司
公司类型：	股份有限公司
注册地址：	北京市金融大街 25 号
法定代表人：	王洪章
注册资本：	25,001,097.7486 万元人民币
营业执照注册号：	100000000039122
组织机构代码：	10000444-7
经营范围：	吸收公众存款；发放短期、中期、长期贷款；办理国内外结算；办理票据承兑与贴现；发行金融债券；代理发行、代理兑付、承销政府债券；买卖政府债券、金融债券；从事同业拆借；买卖、代理买卖外汇；从事银行卡业务；提供信用证服务及担保；代理收付款项及代理保险业务；提供保管箱服务；经中国银行业监督管理委员会等监管部门批准的其他业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立日期：	2004 年 09 月 17 日

(5) 主营业务情况

建信基金成立于 2005 年 9 月 19 日，主要从事证券投资基金业务。

(6) 最近两年简要财务数据

建信基金 2013 年、2014 年度简要财务数据如下：

①简要资产负债表

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产合计	101,620.17	80,959.05
负债合计	13,395.74	8,053.35
所有者权益合计	88,224.43	72,905.71

②简要利润表

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度
营业收入	68,491.56	62,109.24
营业利润	21,838.81	17,712.92
利润总额	21,954.97	18,051.54

注：以上数据已经审计

(7) 参与本次配套融资的形式

建信基金拟设立建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划，并以上述资管计划认购蓝色光标本次募集配套资金发行的股份。

建信基金承诺：上述资管计划的资金全部来源于委托人的自有资金或自筹资金，资管计划系由委托人直接独立出资方式设立，不存在分级收益等结构化安排，不采用结构化的方式进行融资，最终出资将不包含任何杠杆融资结构化设计产品。

2、建信领瑞 1 号、建信领瑞 2 号、建信领瑞 3 号、建信领瑞 4 号

建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划的委托人均为北京领瑞投资管理有限公司。北京领瑞投资管理有限公司已取得私募基金管理人资格（登记编号：P1005562）。

(1) 北京领瑞基本情况

公司名称：	北京领瑞投资管理有限公司
公司类型：	其他有限责任公司

注册地址:	北京市密云县经济开发区西统路 8 号西田各庄镇政府办公楼 508 室-301
法定代表人:	杨丹青
注册资本:	3000 万元人民币
营业执照注册号:	110228016349331
税务登记证:	110228080535311
组织机构代码:	08053531-1
经营范围:	投资管理；资产管理；项目投资；投资咨询；企业管理咨询；财务咨询（不得开展审计、验资、查帐、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、查帐报告、评估报告等文字材料。）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
成立日期:	2013 年 10 月 10 日

（2）北京领瑞历史沿革

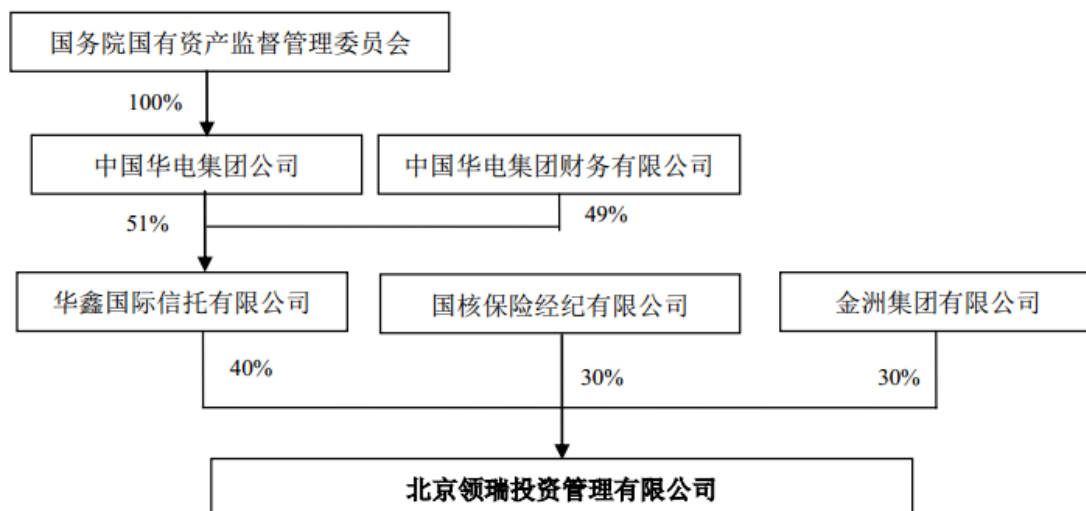
2013 年 10 月 10 日，华鑫国际信托有限公司、国核保险经纪有限公司、金洲集团有限公司共同出资成立北京领瑞投资管理有限公司（以下简称“领瑞投资”）。注册资本为 3,000 万元，实收资本为 3,000 万元，注册资本全部到位。

领瑞投资设立时的股权结构如下：

合伙人	出资额（万元）	持股比例
华鑫国际信托有限公司	1,200	40.00%
国核保险经纪有限公司	900	30.00%
金洲集团有限公司	900	30.00%
合计	3,000.00	100.00%

（3）北京领瑞股权控制关系

北京领瑞投资管理有限公司的股东为华鑫国际信托有限公司、国核保险经纪有限公司和金洲集团有限公司，实际控制人为国务院国有资产监督管理委员会。北京领瑞的股东结构如下：



(4) 主营业务情况

自成立之日起至今，北京领瑞主要从事股权投资业务。

(5) 最近两年简要财务数据

北京领瑞 2013 年、2014 年度简要财务数据如下：

① 简要资产负债表

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产合计	3,524.12	3,023.02
负债合计	204.60	12.80
所有者权益合计	3,319.52	3,010.22

② 简要利润表

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度
营业收入	291.26	20.97
净利润	309.29	10.22

(二) 刘鸿

1、刘鸿基本情况

姓名：	刘鸿
性别：	男

国籍：	中国
身份证号：	44142419760109*****
住所：	广东省五华县华城镇*****
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

2009年8月至今，刘鸿担任广东博源资产管理有限公司董事长，并直接持有广东博源资产管理有限公司30%的股权。

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书出具之日，刘鸿控制的核心企业和关联企业的基本情况如下表所示：

序号	公司名称	持股比例
1	广东博源控股有限公司	60.00%
2	广东博源资产管理有限公司	30.00%
3	东莞市博源凯德创业投资合伙企业（有限合伙）	10.50%
4	广东纳尼亚矿业投资有限公司	60.00%
5	东莞市博源恒丰矿业投资合伙企业（有限合伙）	8.10%

四、其他事项说明

（一）交易对方与上市公司的关联关系说明

本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然系上市公司实际控制人，与上市公司存在关联关系。

本次发行股份及支付现金购买资产的其他交易对方在本次交易前与上市公司及其关联方不存在关联关系。

（二）交易对方向本公司推荐的董事、监事及高级管理人员情况

截至本报告书出具日，交易对方中，赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然系本公司董事。报告期内，上市公司董事会秘书许志平、财务总监张东、副总经理毛宇辉、张向际、郑泓、林丽、熊剑系由董事长赵文权提名并经董事会审议通过聘任。

其他交易对方未向本公司推荐董事、监事和高级管理人员。

（三）交易对方及其主要管理人员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以及诚信情况说明

截至本报告书出具之日，本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方已出具承诺函：交易对方及其主要管理人员最近五年内不存在受过行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁情况，不存在未按期偿还大额债务、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等情况。

（四）关于本次交易对方是否属于《基金法》、《管理暂行办法》、《基金备案办法》所规范的私募投资基金、私募基金管理人的说明

本次交易对方中，法人为深圳平安大华汇通财富管理有限公司、北京京东世纪贸易有限公司和西藏东方企慧投资有限公司，其中北京京东世纪贸易有限公司和西藏东方企慧投资有限公司不属于私募投资基金备案范围，深圳平安大华汇通财富管理有限公司已取得中国证监会下发的“特定客户资产管理业务资格证书”，亦不涉及私募投资基金。配套融资认购方中，建信基金管理有限责任公司已取得《基金管理资格证书》，资管计划委托人北京领瑞投资管理有限公司已取得私募基金管理人资格（登记编号：P1005562）。

（五）配套融资认购方与上市公司的关联关系说明

本次交易配套融资认购方与上市公司无关联关系。

第四节 交易标的基本情况——蓝瀚科技

一、蓝瀚科技基本情况

公司名称:	蓝瀚（上海）科技有限公司
公司类型:	其他有限责任公司
公司住所:	中国（上海）自由贸易试验区富特西一路 477 号 3 层 A10 室
办公地址:	中国（上海）自由贸易试验区富特西一路 477 号 3 层 A10 室
法定代表人:	潘安民
注册资本:	190,000 万人民币
营业执照注册号:	310141000163365
税务登记证号:	310141342200483
组织机构代码:	34220048-3
经营范围:	从事生物技术、材料科技、计算机软硬件技术领域内的技术转让、技术开发、技术咨询、技术服务，网络工程，计算机系统集成，计算机数据处理，从事货物及技术的进出口业务，转口贸易，计算机、软件及辅助设备、电子产品、五金交电、日用品、机械设备、化妆品、办公产品、服装服饰的销售，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），实业投资，设计、制作、代理、发布各类广告，企业营销策划，动漫设计，展览展示服务，公关活动策划，图文设计制作，网页设计，商务咨询，投资咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
成立日期:	2015 年 6 月 15 日
营业期限:	2015 年 6 月 15 日至 2045 年 6 月 14 日

二、蓝瀚科技历史沿革

（一）公司设立

蓝瀚科技系由蓝标投资出资设立的有限责任公司。蓝瀚科技设立时注册资本为7,200万元，蓝标投资以货币形式完成出资。2015年6月15日，上海市工商行政管理局自贸试验区分局向蓝瀚科技核发了《企业法人营业执照》。

蓝瀚科技设立时各股东出资额、出资比例如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
蓝标投资	7,200	100%
合计	7,200	100%

（二）增资及股权转让情况

2015年8月14日，经蓝瀚科技第一届第一次股东会决议，同意将注册资本增加至190,000万元，其中，蓝标投资以现金方式增资19,800万元，新增股东平安大华、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰、西藏东方分别以现金方式缴纳增资款合计163,000万元，其中，平安大华的资金来源为其作为管理人设立的规模为人民币10亿元的专项资产管理计划——平安汇通·平安蓝瀚科技专项资产管理计划；同时，蓝标投资将其所持有的蓝瀚科技2亿元出资额转让予京东世纪，转让价格为2亿元人民币。2015年8月21日，蓝标投资和京东世纪签署了上述股权转让协议。

蓝瀚科技于2015年9月9日取得了换发的新《企业法人营业执照》。

本次增资和股权转让完成后，蓝瀚科技各股东出资额、出资比例如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
平安大华	100,000.00	52.63%
蓝标投资	7,000.00	3.68%
京东世纪	20,000.00	10.53%
西藏东方	10,000.00	5.26%
赵文权	10,000.00	5.26%
许志平	10,000.00	5.26%
陈良华	10,000.00	5.26%
吴铁	10,000.00	5.26%
孙陶然	10,000.00	5.26%
齐玉杰	3,000.00	1.58%
合计	190,000.00	100.00%

根据天职国际于2015年8月27日出具的天职业字[2015]13697号《验资报告》，截至2015年8月27日，蓝瀚科技已收到实收资本为19亿元。

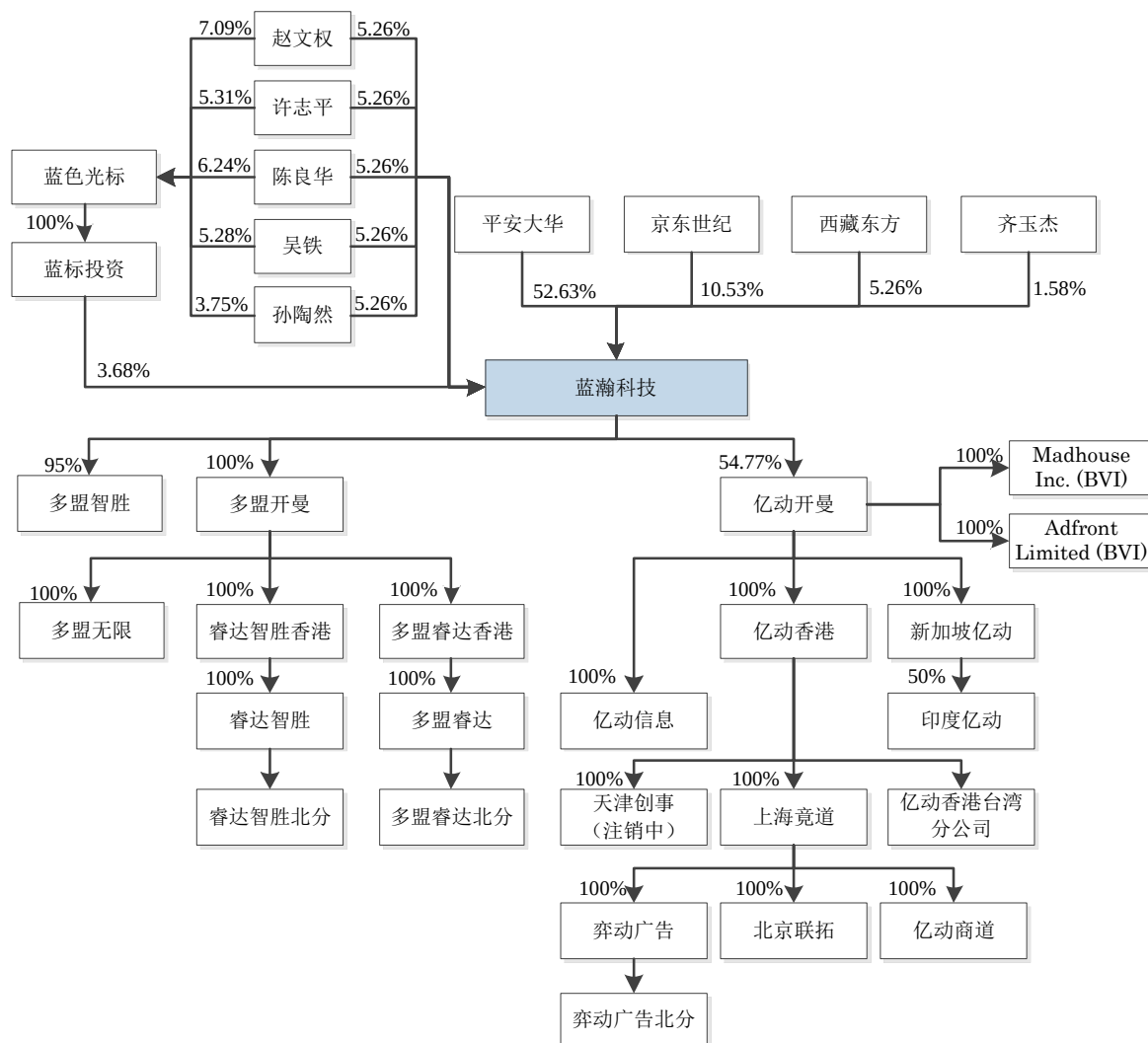
根据蓝标投资银行进账单，截至2015年10月10日，蓝标投资已收到京东世纪第一笔股权转让款1.5亿元。根据双方协议约定，第二笔股权转让款0.5亿元将在2016年1月前由京东世纪支付给蓝标投资。

三、蓝瀚科技股权结构及控制关系情况

根据蓝瀚科技的增资协议，在上市公司实际控制人和第三方共同增资上市公

司全资子公司蓝瀚科技后，蓝标投资将继续委派蓝瀚科技的执行董事，主导蓝瀚科技管理和运营事宜，从而继续对蓝瀚科技合并财务报表。

蓝瀚科技的股权结构如下图所示：



根据上市公司说明，蓝瀚科技原为上市公司全资子公司蓝标投资全资控股公司，引入平安大华、京东世纪、西藏东方等股东系为完成以蓝瀚科技为主体收购多盟开曼、多盟智胜、亿动开曼，平安大华、京东世纪、西藏东方三名股东不参与蓝瀚科技的实际经营，不享有或承担蓝瀚科技的经营损益，且已与上市公司签署了关于保本回购的股权远期购买条款。蓝瀚科技目前不设董事会，执行董事系由蓝标投资委派，因此蓝瀚科技由蓝色光标控制。

综上，经核查，蓝瀚科技系由上市公司通过蓝标投资间接控制，鉴于赵文权、

吴铁、许志平、陈良华、孙陶然系上市公司实际控制人，故蓝瀚科技的实际控制人为赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然等五位自然人。

四、蓝瀚科技下属公司情况

截至本报告书出具日，蓝瀚科技拥有三家子公司，分别为多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼。关于蓝瀚科技下属子公司的具体情况，请参见本报告书“第五节交易标的子公司基本情况——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”和“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”。

五、蓝瀚科技出资及合法存续情况

1、股权质押及解质押情况

根据蓝瀚科技第一次增资时蓝色光标、蓝标投资、蓝瀚科技与平安大华签订的《增资协议》和《股权远期购买合同》，蓝标投资、赵文权、孙陶然、吴铁、许志平与陈良华同意将其取得的合计 30%蓝瀚科技股权质押给平安大华。2015 年 8 月蓝标投资、赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华分别与平安大华签署了《质押担保合同》。对于前述股权质押，平安大华、赵文权、孙陶然、吴铁、许志平与陈良华已承诺将在上市公司召开关于审议本次重组方案的股东大会前解除。2015 年 11 月 16 日，蓝瀚科技就上述股权质押办理了股权出质注销登记手续。质押解除后，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平与陈良华可自由转让其持有的蓝瀚科技股权，不存在其它限制或禁止股权转让的情况。

2、现金回购条款

（1）对平安大华所持蓝瀚科技股份的现金收购

根据蓝色光标、蓝标投资、蓝瀚科技拟与平安大华签署《增资协议》、《股权远期购买合同》、《资金监管协议》等协议，其中约定：

蓝色光标应在自平安大华向蓝瀚科技增资之日起满 3 年的对应日或根据《增资协议》及《股权远期购买合同》蓝色光标或其安排的第三方须提前收购平安大华持有的蓝瀚科技股权之日收购平安大华持有的标的股权并支付远期购买价款。远期购买价款等于平安大华增资款加 8.8%/年的溢价率计算的溢价款。

如蓝色光标未能按约定收购标的股权，在收购日后，平安大华有权自行处置

剩余的标的股权，处置方式包括但不限于平安大华自行寻找第三方变卖、通过北京产权交易所或上海联合产权交易所等公开挂牌转让、通过拍卖公司拍卖等，而无需另行征得蓝色光标的同意。

平安大华投资蓝瀚科技期间内，如公司任一股东向该股东关联方之外的任何其他第三方出售其所持的公司全部或部分股权的，则蓝色光标或其安排的其他第三方有义务且无条件的按照合同约定收购标的股权；否则投资期间内，除非取得平安大华同意，公司任一股东不得出售其所持的公司股权。

（2）对京东世纪所持蓝瀚科技股份的现金收购

京东世纪有权要求蓝色光标以发行股份的方式购买京东世纪持有的全部蓝瀚科技股权，但发行股份购买的具体方案需报蓝色光标董事会和股东大会批准。如果京东世纪要求蓝色光标以发行股份的方式购买，但蓝色光标提出的每股股份发行价格高于 12.5 元/股，则京东世纪有权要求蓝色光标以现金购买价格购买京东世纪所持有的蓝瀚科技全部股权。

若京东世纪要求蓝色光标以发行股份的方式购买京东世纪持有的全部蓝瀚科技股权，但蓝色光标未能在京东世纪缴付第一笔股权对价款之日起一年内完成购买，则京东世纪有权在该一年期限届满后三十日内以书面形式要求蓝色光标以现金购买价格购买京东世纪持有的蓝瀚科技全部股权。

若京东世纪要求蓝色光标以发行股份方式向京东世纪购买其持有的全部蓝瀚科技股权，购买对价（“回购价格”）应根据适用的法律法规规定资产定价方式确定，当前预计回购价格为人民币 2 亿元。如果蓝色光标按照使用的法律法规规定资产定价方式确定的回购价格低于人民币 2 亿元，则京东世纪有权在蓝色光标通知前述定价后书面要求蓝色光标以现金购买价格购买京东世纪持有的蓝瀚科技的全部股权。

（3）对西藏东方所持蓝瀚科技股份的现金收购

蓝色光标将在取得董事会和股东大会同意后，以发行股份的方式收购西藏东方持有的全部蓝瀚科技股权。如蓝色光标提议的发股价格超过西藏东方实施本次增资时预期的价格（即 12.26 元/股），西藏东方有权拒绝接受以发行股份方式收购，而要求蓝色光标以现金方式收购。

若蓝色光标未能以向西藏东方发行股份的方式在公司缴付增资款之日起一年内完成收购（以完成股权登记取得股权证为准），则西藏东方有权在该一年期限届满后三十日内以书面形式要求蓝色光标以现金方式收购西藏东方持有的公司全部股权，收购价格=增资款。全部股权收购款应在西藏东方发出前述书面要求之日起2个月内全额支付给西藏东方。迟延给付的，应按照应付金额的每日万分之五向投资方支付违约金。

蓝色光标以发行股份方式向西藏东方购买其持有的全部公司股权，购买对价应根据适用的法律法规规定资产定价方式确定，各方同意，如西藏东方持有的全部公司股权作价低于增资款金额，则西藏东方有权拒绝接收蓝色光标以发行股份方式收购，而选择要求蓝色光标以现金方式回购。

3、工商登记资料及交易对方承诺

根据蓝瀚科技提供的自设立至今的工商登记资料及平安大华等9名交易对方的承诺：

蓝瀚科技依法设立且有效存续，其注册资本已全部缴足。蓝瀚科技及其主要资产、主营业务不存在尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件；蓝瀚科技自设立至本报告书出具日也不存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为。

经核查，本财务顾问认为，蓝瀚科技为合法设立并有效存续的有限责任公司，股权结构清晰，注册资本已全部出资到位，截至本报告书出具日，蓝瀚科技不存在依法律、行政法规、规范性文件及其公司章程的规定需要终止的情形；在股权质押解除后，蓝瀚科技的股权转让不存在法律障碍。

六、蓝瀚科技主营业务发展情况

蓝瀚科技主要从事投资咨询业务，目前已投资多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼三家公司。上述子公司主营业务发展情况请参见本报告书“第五节交易标的子公司基本情况——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”和“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”相关部分。

七、蓝瀚科技主要财务数据

蓝瀚科技于 2015 年 6 月设立，截至 2015 年 7 月 31 日，多盟和亿动股权尚未交割。根据天职国际出具的天职业字[2015] 14975 号备考审计报告，蓝瀚科技备考模拟报表合并范围包括多盟开曼 100%股权，多盟智胜 95%股权和亿动开曼 54.77%股权。备考模拟报表主要财务数据如下：

（一）资产负债表简表（模拟合并）

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产合计	89,465.33	62,530.17	32,043.26
非流动资产合计	204,169.87	203,531.70	203,220.16
资产总计	293,635.19	266,061.87	235,263.43
流动负债合计	70,751.02	40,425.09	29,515.80
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	70,751.02	40,425.09	29,515.80
所有者权益合计	222,884.18	225,636.78	205,747.63

（二）利润表简表（模拟合并）

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业总收入	85,901.70	89,990.88	43,498.65
营业总成本	90,197.12	95,959.88	52,426.56
营业利润	-4,142.52	-5,669.48	-8,821.07
利润总额	-4,035.84	-5,689.92	-8,810.93
净利润	-4,602.78	-5,720.97	-8,810.93

八、蓝瀚科技所获业务资质

蓝瀚科技并不直接持有互联网经营相关的业务资质，其子公司相关情况请参见本报告书“第五节交易标的子公司基本情况——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”和“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”相关部分。

九、蓝瀚科技主要资产、对外担保及主要负债情况

（一）蓝瀚科技主要资产情况

截至 2015 年 7 月 31 日，蓝瀚科技（模拟合并）的主要资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日
货币资金	29,101.24
应收票据	5.00
应收账款	47,893.71
预付款项	2,273.52
其他应收款	8,535.18
其他流动资产	1,656.67
流动资产合计	89,465.33
长期股权投资	730.49
固定资产	318.66
无形资产	550.71
商誉	202,570.01
非流动资产合计	204,169.87
资产总计	293,635.19

(二) 蓝瀚科技对外担保情况

蓝瀚科技在报告期内不存在对外担保情况。

(三) 蓝瀚科技主要负债情况

截至 2015 年 7 月 31 日，蓝瀚科技（模拟合并）的主要负债构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日
短期借款	1,829.14
应付账款	36,471.71
预收款项	1,953.85
应付职工薪酬	3,547.58
应交税费	2,432.71
应付利息	41.76
其他应付款	24,474.28
流动负债合计	70,751.02
非流动负债合计	-
负债合计	70,751.02

十、蓝瀚科技租赁、商标、域名、软件著作权及软件产品登记证书情况

蓝瀚科技并不直接拥有商标、域名、软件著作权及软件产品登记证书，其子公司相关情况请参见本报告书“第五节交易标的子公司基本情况——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”和“第六节交易标的子公司基本情况——亿动开曼”相关部分。

蓝瀚科技报告期存在一项房产租赁：

序号	承租方	出租方	租赁标的	面积(m ²)	租赁期限
1	蓝瀚科技	上海市外高桥国际贸易运营中心有限公司	中国（上海）自由贸易试验区富特西一路 477 号 3 层 A10 室	21.6	2015/06/08-2016/06/07

十一、蓝瀚科技最近三年股权转让、增资及资产评估情况

（一）股权转让情况

蓝瀚科技自设立至本报告书出具日，进行过一次股权转让。2015 年 8 月，蓝标投资将其所持有的蓝瀚科技 2 亿元出资额转让予京东世纪，转让价格为 2 亿元人民币。具体情况请参见本节“二、蓝瀚科技历史沿革”。

（二）增资情况

蓝瀚科技自设立至本报告书出具日，进行过一次增资。2015 年 8 月，蓝标、平安大华、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰和西藏东方以现金形式对蓝瀚科技增资合计 18.28 亿元人民币。具体情况请参见本节“二、蓝瀚科技历史沿革”。

（三）资产评估情况

蓝瀚科技自设立至本报告书出具日未进行过资产评估。

第五节 交易标的子公司基本情况——多盟（多盟开曼和多盟智胜）

一、基本情况

（一）多盟开曼

公司名称：	Domob Limited
注册证书号：	CL-244560
成立日期：	2010 年 08 月 23 日
设立地：	开曼群岛
董事：	Pan,Anmin、Qu,Bo、Xiong,Jian
注册资本	50,000.00 美元（已发行 30,356,125 股普通股）

（二）多盟智胜

公司名称：	多盟智胜网络技术（北京）有限公司
公司类型：	有限责任公司
注册地址：	北京市海淀区万泉庄路 15 号 603 室
法定代表人：	齐玉杰
注册资本：	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
营业执照注册号：	110108013205867
税务登记证号：	110108562113330
组织机构代码：	56211333-0
经营范围：	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布广告。（未取得行政许可的项目除外）
成立日期：	2010 年 09 月 09 日
营业期限：	2010 年 09 月 09 日至 2040 年 09 月 08 日

二、历史沿革

（一）多盟开曼

1、公司设立

根据多盟开曼的注册证书以及《开曼法律意见书》，多盟开曼由Close Subscribers (Cayman) Limited于2010年8月23日设立。同日，Close Subscribers (Cayman) Limited将其所持多盟开曼的全部1股普通股股票转让给齐玉杰；同日，多盟开曼向齐玉杰发行共计8,482,246股普通股（含前述1股股票），向王鹏云和边嘉耕分别发行了1,389,231股普通股，以及向张鹤发行了1,984,615股普通股。

多盟开曼设立时股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
齐玉杰	普通股	8,482,246	64.04%
王鹏云	普通股	1,389,231	10.49%
边嘉耕	普通股	1,389,231	10.49%
张鹤	普通股	1,984,615	14.98%
合计	-	13,245,323	100.00%

2、2010年12月，A轮融资

2010年12月7日，多盟开曼与齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤、Redpoint Ventures IV. L.P.、Redpoint Associates IV. LLC以及多盟智胜、多盟无限签署了《A系列优先股购买协议》（Series A Preferred Share Purchase Agreement）。根据该协议Redpoint Ventures IV. L.P.和Redpoint Associates IV. LLC以合计300万美元的价额共同认购多盟开曼发行的4,615,385股A系列优先股，每股价格0.65美元。其中，Redpoint Ventures IV. L.P.出资292.5万美元认购4,500,000股A系列优先股，Redpoint Associates IV. L.L.C.出资7.5万美元认购115,385股A系列优先股。同时，协议约定多盟开曼向Redpoint Ventures IV. L.P.和Redpoint Associates IV. L.L.C.分别发行450,000份和11,538份A轮认股权证，即Redpoint Ventures IV. L.P.和Redpoint Associates IV. L.L.C.有权按照每股0.65美元向公司分别购买不超过450,000股和11,538股A系列优先股，总值30万美元。

A轮融资后多盟开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
齐玉杰	普通股	8,482,246	47.49%
王鹏云	普通股	1,389,231	7.78%
边嘉耕	普通股	1,389,231	7.78%
张鹤	普通股	1,984,615	11.11%

Redpoint Ventures IV. L.P.	A 系列优先股	4,500,000	25.19%
Redpoint Associates IV. L.L.C.	A 系列优先股	115,385	0.65%
合计	-	17,860,708	100.00%

3、2011年7月，A轮认股权证行权及B轮融资

2011年7月15日，Redpoint Ventures IV. L.P.和Redpoint Associates IV. L.L.C.向多盟开曼发出《申购/行权申请表》，按照购买协议约定行权，分别支付292,500美元和7,499.7美元认购多盟开曼发行的450,000股和11,538股A系列优先股。

2011年7月15日，多盟开曼与创始人（齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤）、B系列优先股认购方（Qiming Venture Partners III, L.P.、Qiming Managing Directors Fund III, L.P.、Redpoint Ventures IV. L.P.、Redpoint Associates IV. L.L.C.及Bertelsmann Asia Investments AG）以及多盟智胜、多盟无限签署了《B系列优先股购买协议》（Series B Preferred Share Purchase Agreement），约定Qiming Venture Partners III, L.P.、Qiming Managing Directors Fund III, L.P.、Redpoint Ventures IV. L.P.、Redpoint Associates IV. L.L.C.及Bertelsmann Asia Investments AG以每股2.7904美元的价格合计认购多盟开曼发行的3,583,710股B系列优先股，认购金额合计1,000万美元。其中Qiming Venture Partners III, L.P.以6,543,747美元认购多盟开曼2,345,089股B系列优先股、Qiming Managing Directors Fund III, L.P.以206,253美元认购多盟开曼73,915股B系列优先股、Redpoint Ventures IV. L.P.以2,437,500美元认购多盟开曼873,529股B系列优先股、Redpoint Associates IV. L.L.C.以62,500美元认购多盟开曼22,399股B系列优先股、Bertelsmann Asia Investments AG以750,000美元认购多盟开曼268,778股B系列优先股。同时，协议还约定预留1,985,446股普通股作为ESOP。

B轮融资后多盟开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
齐玉杰	普通股	8,482,246	38.72%
王鹏云	普通股	1,389,231	6.34%
边嘉耕	普通股	1,389,231	6.34%
张鹤	普通股	1,984,615	9.06%
Redpoint Ventures IV. L.P.	A 系列优先股	4,950,000	22.60%
	B 系列优先股	873,529	3.99%

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
Redpoint Associates IV. L.L.C.	A 系列优先股	126,923	0.58%
	B 系列优先股	22,399	0.10%
Qiming Venture Partners III, L.P.	B 系列优先股	2,345,089	10.71%
Qiming Managing Directors Fund III, L.P.	B 系列优先股	73,915	0.34%
Bertelsmann Asia Investments AG	B 系列优先股	268,778	1.23%
合计	-	21,905,956	100.00%

4、2014年2月，第一次股权转让

2014年2月14日，齐玉杰将其持有的多盟开曼的8,482,246股普通股转让给Morning Sea Limited（由齐玉杰于2014年1月23日出资1美元（持股100%）在英属维尔京群岛设立的持股公司），王鹏云将其持有的1,389,231股普通股转让给Great Second Limited（由王鹏云于2014年1月24日出资1美元（持股100%）在英属维尔京群岛设立的持股公司），边嘉耕将其持有的1,389,231股普通股转让给Pure Eden Limited（由边嘉耕于2014年1月24日出资1美元（持股100%）在英属维尔京群岛设立的持股公司），张鹤将其持有的1,984,615股普通股转让给Splash Free Limited（由张鹤于2014年1月23日出资1美元（持股100%）在英属维尔京群岛设立的持股公司）。本次股权转让的原因是为了使公司股权架构更加符合行业管理架构模式。本次转让为实际控制人与自己持股平台之间的转让，转让对价为零对价，转让价格合理。本次股权转让未进行评估或估值。

转让后多盟开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
Morning Sea Limited	普通股	8,482,246	38.72%
Great Second Limited	普通股	1,389,231	6.34%
Pure Eden Limited	普通股	1,389,231	6.34%
Splash Free Limited	普通股	1,984,615	9.06%
Redpoint Ventures IV. L.P.	A 系列优先股	4,950,000	22.60%
	B 系列优先股	873,529	3.99%
Redpoint Associates IV. L.L.C.	A 系列优先股	126,923	0.58%
	B 系列优先股	22,399	0.10%
Qiming Venture Partners III, L.P.	B 系列优先股	2,345,089	10.71%
Qiming Managing Directors Fund III, L.P.	B 系列优先股	73,915	0.34%

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
Bertelsmann Asia Investments AG	B 系列优先股	268,778	1.23%
合计	-	21,905,956	100.00%

5、2014年3月，C轮融资

2014年3月27日，多盟开曼与创始人及其持股公司（齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤、Morning Sea Limited、Great Second Limited、Pure Eden Limited、Splash Free Limited）、C-1系列优先股认购方（Qiming Venture Partners III, L.P.、Qiming Managing Directors Fund III, L.P.、Redpoint Ventures IV, L.P.、Redpoint Associates IV, L.L.C.）、C-2系列优先股认购方（Mount Hua Investment Limited）以及多盟智胜、多盟无限签署了《C系列优先股购买协议》（Series C Preferred Share Purchase Agreement），约定Redpoint Venture IV, L.P.、Redpoint Associates IV, L.L.C.、Qiming Venture Partners III, L.P.及Qiming Managing Directors Fund III, L.P.以每股2.7904美元的价格合计认购多盟开曼发行的1,791,855股C-1系列优先股，认购金额合计500万美元（其中Qiming Venture Partners III, L.P.以1,938,888.89美元认购多盟开曼694,842股C-1系列优先股、Qiming Managing Directors Fund III, L.P.以61,111.11美元认购多盟开曼21,900股C-1系列优先股、Redpoint Ventures IV, L.P.以2,925,000.00美元认购多盟开曼1,048,236股C-1系列优先股、Redpoint Associates IV, L.L.C.以75,000.00美元认购多盟开曼26,877股C-1系列优先股）；约定Mount Hua Investment Limited以每股5.0689美元的价格合计认购多盟开曼发行的6,658,314股C-2系列优先股，认购金额3,375万美元。C轮融资认购金额合计3,575万美元，主要用于公司进一步在产品技术团队追加投入。同时，协议还约定预留ESOP增加950,000股至2,935,446股。C-1系列优先股每股发行价格2.7904美元，投资者均为B系列优先股股东，系因2013年多盟开曼向此B系列优先股股东发行了500万美元可转换债券，并约定届时可以B系列优先股发行价格转为优先股；C-2系列优先股每股发行价格5.0689美元，股东为新进入的投资者，因此价格较C-1系列优先股高。本次增资未进行评估或估值。

C轮融资后多盟开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
Morning Sea Limited	普通股	8,482,246	27.94%

Great Second Limited	普通股	1,389,231	4.58%
Pure Eden Limited	普通股	1,389,231	4.58%
Splash Free Limited	普通股	1,984,615	6.54%
Redpoint Ventures IV. L.P.	A 系列优先股	4,950,000	16.31%
	B 系列优先股	873,529	2.88%
	C-1 系列优先股	1,048,236	3.45%
Redpoint Associates IV. L.L.C.	A 系列优先股	126,923	0.42%
	B 系列优先股	22,399	0.07%
	C-1 系列优先股	26,877	0.09%
Qiming Venture Partners III, L.P.	B 系列优先股	2,345,089	7.73%
	C-1 系列优先股	694,842	2.29%
Qiming Managing Directors Fund III, L.P.	B 系列优先股	73,915	0.24%
	C-1 系列优先股	21,900	0.07%
Bertelsmann Asia Investments AG	B 系列优先股	268,778	0.89%
Mount Hua Investment Limited	C-2 系列优先股	6,658,314	21.93%
合计	-	30,356,125	100.00%

6、2014年7月，第二次股权转让

2014年7月1日，Morning Sea Limited和World Wonders Investments Limited签署股权转让协议，约定Morning Sea Limited向World Wonders Investments Limited以每股1.3952美元价格转让477,828股普通股，转让对价666,666.66美元。World Wonders Investments Limited系多盟开曼的顾问及独立董事Martin Huang控制的公司。本次股权转让的原因是公司为了引入销售战略资源和管理经验人才。本次转让涉及股权激励性质，相应的股权转让价格低于公允价值，差额409.39万元已经作为股份支付处理。本次股权转让未进行评估或估值。

转让完成后多盟开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
Morning Sea Limited	普通股	8,004,418	26.37%
Great Second Limited	普通股	1,389,231	4.58%
Pure Eden Limited	普通股	1,389,231	4.58%
Splash Free Limited	普通股	1,984,615	6.54%
World Wonders Investments Limited	普通股	477,828	1.57%
Redpoint Ventures IV. L.P.	A 系列优先股	4,950,000	16.31%
	B 系列优先股	873,529	2.88%

	C-1 系列优先股	1,048,236	3.45%
Redpoint Associates IV. L.L.C.	A 系列优先股	126,923	0.42%
	B 系列优先股	22,399	0.07%
	C-1 系列优先股	26,877	0.09%
Qiming Venture Partners III, L.P.	B 系列优先股	2,345,089	7.73%
	C-1 系列优先股	694,842	2.29%
Qiming Managing Directors Fund III, L.P.	B 系列优先股	73,915	0.24%
	C-1 系列优先股	21,900	0.07%
Bertelsmann Asia Investments AG	B 系列优先股	268,778	0.89%
Mount Hua Investment Limited	C-2 系列优先股	6,658,314	21.93%
合计	-	30,356,125	100.00%

7、2015年6月，第三次股权转让

2015年6月8日，多盟开曼普通股股东（Morning Sea Limited、Great Second Limited、Pure Eden Limited、Splash Free Limited和World Wonders Investments Limited）以及优先股股东（Redpoint Ventures IV. L.P.、Redpoint Associates IV. L.L.C.、Qiming Venture Partners III, L.P.、Qiming Managing Directors Fund III, L.P.、Bertelsmann Asia Investments AG和Mount Hua Investment Limited）分别与蓝色光标（上海）投资管理有限公司签署《普通股购买协议》（Ordinary Share Purchase Agreement）和《优先股购买协议》（Preferred Share Purchase Agreement），约定普通股股东和优先股股东分别将各自持有的多盟开曼股权转让给蓝标投资，股权转让价格如下表所示：

股东	股份类别	股份数 (股)	合计 (股)	转让价格 (美元)
Morning Sea Limited	普通股	8,004,418	8,004,418	29,111,621.00
Great Second Limited	普通股	1,389,231	1,389,231	461,572.00
Pure Eden Limited	普通股	1,389,231	1,389,231	461,572.00
Splash Free Limited	普通股	1,984,615	1,984,615	659,388.00
World Wonders Investments Limited	普通股	477,828	477,828	4,305,847.00
Redpoint Ventures IV. L.P.	A 系列优先股	4,950,000	6,871,765	57,795,235.92
	B 系列优先股	873,529		
	C-1 系列优先股	1,048,236		
Redpoint Associates IV. L.L.C.	A 系列优先股	126,923	176,199	1,481,928.26
	B 系列优先股	22,399		

	C-1 系列优先股	26,877		
Qiming Venture Partners III, L.P.	B 系列优先股	2,345,089	3,039,931	25,567,453.10
	C-1 系列优先股	694,842		
Qiming Managing Directors Fund III, L.P.	B 系列优先股	73,915	95,815	805,855.63
	C-1 系列优先股	21,900		
Bertelsmann Asia Investments AG	B 系列优先股	268,778	268,778	2,260,567.40
Mount Hua Investment Limited	C-2 系列优先股	6,658,314	6,658,314	55,999,998.32
合计	-	30,356,125	30,356,125	178,911,038.63

注：Morning Sea Limited的转让对价款2,911.16万美元中2,645.22万美元是清理ESOP的对价。

《普通股购买协议》中约定公司ESOP计划由齐玉杰负责终止，如因终止ESOP计划导致收购方产生的任何纠纷或赔偿责任，由齐玉杰承担。多盟开曼已于2015年8月11日召开董事会和股东会，分别决议终止ESOP计划，同时将已发放的期权解约，并授权齐玉杰采取适当措施处置员工激励计划的终止和相关补偿事宜。齐玉杰先生于2015年10月12日签署了承诺函，承诺：“将在多盟开曼股东会的授权范围内，妥善办理上述ESOP计划的终止和相关补偿事宜，如因ESOP计划未能妥善终止而造成多盟开曼或蓝瀚科技遭到损失的，或任一原被激励员工向多盟开曼或蓝瀚科技主张任何补偿的，本人将承担全部补偿责任并赔偿由此给多盟开曼或蓝瀚科技造成的全部损失。”

同时，《普通股购买协议》和《优先股购买协议》中约定蓝标投资有权另行设立一家关联实体并将其在本协议项下的权利及义务转让给该关联实体。

蓝标投资于2015年6月15日出资设立全资子公司蓝瀚科技用于承接多盟开曼、多盟智胜以及亿动开曼股权。2015年7月蓝标投资与蓝瀚科技签署《Assignment And Assumption Agreement》（转让协议），约定蓝瀚科技承接原协议中蓝标投资的所有权利和义务。蓝瀚科技将其收购的所有优先股重分类为普通股。蓝瀚科技于2015年8月通过引入投资者增资方式取得收购资金并完成对多盟开曼、多盟智胜以及亿动开曼股权的收购。

多盟开曼和多盟智胜是一个有机整体，蓝瀚科技将收购多盟开曼和多盟智胜视为收购多盟体系，因此收购多盟开曼的对价和收购多盟智胜的对价统一考虑。多盟四名创始人股东（齐玉杰、王鹏云、边嘉耕和张鹤）转让多盟智胜股权的对价与转让多盟开曼普通股股权的对价合并计算，具体情况如下：

多盟创始人 股东	转让多盟智胜股权金额			转让多盟开曼股权 金额（万美元）	合计 （万美元）
	人民币金额 （万元）	汇率	折算美元金额 （万美元）		
齐玉杰	42,482.53	6.115175	6,947.07	2,911.16	9,858.23
王鹏云	7,373.18	6.115175	1,205.72	46.16	1,251.88
边嘉耕	7,373.18	6.115175	1,205.72	46.16	1,251.88
张鹤	10,533.12	6.115175	1,722.46	65.94	1,788.39
合计	67,762.01	-	11,080.96	3,069.42	14,150.38

注：（1）齐玉杰转让对价中包括 ESOP 对应的期权价值。（2）汇率 6.115175 系由交易双方约定以 2015 年 5 月 5 日-6 月 5 日人民银行公布的外汇牌价中间价平均值确定。

经多盟开曼普通股股东、优先股股东以及收购方蓝标投资友好协商一致确定，多盟开曼普通股股权以每股 9.01 美元（含多盟智胜股权转让款）计算，多盟开曼优先股股权以每股 8.41 美元计算，相应的股权转让价格如下：

多盟开曼股东	股份类别	所持多盟 开曼股数	考虑 ESOP 后 模拟所持多 盟开曼股数	合并多盟智胜和 多盟开曼的转让 价格（万美元）	每股价格 （美元/股）
Morning Sea Limited（齐玉杰）	普通股	8,004,418	8,004,418	9,858.23	9.01
ESOP	普通股	-	2,935,446		
Great Second Limited（王鹏云）	普通股	1,389,231	1,389,231	1,251.88	9.01
Pure Eden Limited（边嘉耕）	普通股	1,389,231	1,389,231	1,251.88	9.01
Splash Free Limited（张鹤）	普通股	1,984,615	1,984,615	1,788.39	9.01
World Wonders Investments Limited	普通股	477,828	477,828	430.58	9.01
Redpoint Ventures IV, L.P.	优先股	6,871,765	6,871,765	5,779.52	8.41
Redpoint Associates IV, L.L.C.	优先股	176,199	176,199	148.19	8.41
Qiming Venture Partners III, L.P.	优先股	3,039,931	3,039,931	2,556.75	8.41
Qiming Managing Directors Fund III, L.P.	优先股	95,815	95,815	80.59	8.41
Bertelsmann Asia Investments AG	优先股	268,778	268,778	226.06	8.41
Mount Hua Investment Limited	优先股	6,658,314	6,658,314	5,600.00	8.41
合计	-	30,356,125	33,291,571	28,972.07	-

注：预留的 ESOP 期权为 2,935,446 股，Morning Sea Limited（齐玉杰）的转让对价款 9,858.23 万美元中 2,645.22 万美元是清理 ESOP 的对价。

由上表可知，蓝瀚科技收购多盟开曼及多盟智胜时普通股转让价格与优先股转让价格略有差异，各普通股股东的转让价格以及各优先股股东的转让价格一致。本次股权转让价格系交易双方协商一致达成的结果，交易价格合理，本次股权转让未进行评估或估值。

蓝瀚科技收购多盟开曼股权时其普通股收购价格（包括多盟智胜股权转让价格）和优先股收购价格略有不同，主要原因为：一方面，多盟开曼普通股股东的实际持有人齐玉杰、张鹤、边嘉耕、王鹏云四人作为多盟的创始人股东和实际经

营管理层以及Martin Huang作为多盟的战略核心人员在公司发展经营过程中起到了决定性作用，是公司从创立之初发展到如今移动互联网营销领域领军地位的基础；另一方面，优先股股东享有要求多盟开曼赎回其所有优先股的权利，实质上相当于一项金融负债，其所承担的风险与普通股股东也不相同。因此，在交易过程中经交易双方协商一致，蓝瀚科技收购多盟开曼普通股的价格与优先股的价格略有不同，且所有股东均在多盟开曼相关股东会决议中签字确认，并签署了股权转让协议，确认了普通股和优先股转让价格不一致之情况。

本次股权转让完成后，多盟开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
蓝瀚科技	普通股	30,356,125	100.00%
合计	-	30,356,125	100.00%

截至本报告书签署日，蓝瀚科技已经全额支付了多盟开曼原优先股股东的股权转让款、支付了多盟开曼原普通股股东股权转让款的50%。其中，多盟开曼原普通股股东50%转让款的所得税由蓝瀚科技代扣代缴，蓝瀚科技已将扣除所得税部分的余额支付给了多盟开曼原普通股股东；多盟开曼优先股股东转让股权所得税按转让协议约定由其自行缴纳，相关股东应缴所得税正在缴纳过程中。

（二）多盟智胜

1、2010年公司设立

多盟智胜由齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤于2010年9月9日出资设立，设立时注册资本100万元，其中齐玉杰出资64.04万元、边嘉耕出资10.49万元、王鹏云出资10.49万元、张鹤出资14.98万元，以上出资均为货币出资。2010年8月31日，北京数码会计师事务所有限公司对上述出资出具了数开验字【2010】第0535号《验资报告》，验证100万元出资已经到位。2010年9月9日，北京市工商行政管理局海淀分局向多盟智胜核发了《企业法人营业执照》。

公司设立时股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
齐玉杰	64.04	64.04%
王鹏云	10.49	10.49%

边嘉耕	10.49	10.49%
张鹤	14.98	14.98%
合计	100.00	100.00%

2、2011年股权质押

2010年12月6日，多盟智胜与多盟无限搭建VIE架构，齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤分别与多盟无限签署《股权质押合同》，约定四名创始人股东将其合计持有多盟智胜100万元出资额质押给多盟无限；2011年7月4日，四名创始人就上述股权质押事项在北京市工商行政管理局海淀分局办理了股权出质登记手续。

3、2013年2月，公司增资至1,000万元

2012年12月20日，基于部分客户对投标门槛的要求，多盟智胜召开第一届第五次股东会，决议通过公司注册资本由100万元增加至1,000万元，由齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤以货币同比例增资。2013年1月15日，北京数码会计师事务所有限公司对上述出资出具了数验字【2013】第003号《验资报告》，验证新增900万元出资已经到位。2013年2月1日，北京市工商行政管理局海淀分局向多盟智胜核发了变更后的《企业法人营业执照》。本次增资价格1元/注册资本，本次增资未进行评估或估值。

本次增资后公司股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
齐玉杰	640.40	64.04%
王鹏云	104.90	10.49%
边嘉耕	104.90	10.49%
张鹤	149.80	14.98%
合计	1,000.00	100.00%

4、2013年6月，股权出质变更

2013年1月4日，齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤分别与多盟无限签署《借款协议》，合计向多盟无限借款900万元用于增加多盟智胜注册资本。

2013年5月17日，齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤分别与多盟无限签署《股权质押补充协议》，增加出质股权数额至各自新的出资额，并于2013年6月21日在北京市工商行政管理局海淀分局办理了股权出质变更登记手续。

5、2015年8月，股权转让、股权质押解除

2015年6月8日，齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤与蓝标投资签署《股权转让协议》，协议约定蓝标投资将以67,762.01万元价格受让齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤持有多盟智胜95%的股权；且蓝标投资有权另行设立一家关联实体并将其在本协议项下的权利及义务转让给该关联实体。具体股权转让比例及转让价格如下：

单位：万元

股东	转让出资额	转让持股比例	税前购买价款	税后购买价款
齐玉杰	608.40	60.84%	42,482.53	33,986.02
王鹏云	99.70	9.97%	7,373.18	5,898.55
边嘉耕	99.70	9.97%	7,373.18	5,898.55
张鹤	142.30	14.23%	10,533.12	8,426.49
合计	950.00	95.00%	67,762.01	54,209.61

本次股权转让价格与转让多盟开曼股权价格合并计算，转让价格系交易双方协商一致确定，交易价格合理。本次股权转让未进行评估或估值。

2015年8月11日，多盟智胜召开股东会，决议通过上述股权转让事宜，公司全体股东放弃优先购买权。

蓝标投资通过蓝瀚科技收购了齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤持有多盟智胜95%股权，股权收购后多盟智胜股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
蓝瀚科技	950.00	95.0000%
齐玉杰	32.02	3.2020%
王鹏云	5.245	0.5245%
边嘉耕	5.245	0.5245%
张鹤	7.49	0.7490%
合计	1,000.00	100.00%

2015年8月11日，齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤与多盟无限及多盟智胜签署了《关于终止有关控制协议的终止协议》；同日，多盟无限出具了《股权质押解除同意函》，同意放弃质权并解除股权质押。2015年8月19日，公司就上述解除事宜办理了股权出质注销登记手续。

2015年8月26日，多盟智胜就上述股权变动情况在北京市工商行政管理局海淀分局向进行了工商变更登记。

截至本报告书签署日，蓝瀚科技已经支付了多盟智胜原股东股权转让款的50%。多盟智胜原股东50%转让款的所得税已经由蓝瀚科技代扣代缴，相关缴纳情况如下：

单位：万元

股东	已经支付金额	已缴税款
齐玉杰	21,241.27	4,147.82
王鹏云	3,686.59	721.07
边嘉耕	3,686.59	721.07
张鹤	5,266.56	1,030.12
合计	33,881.01	6,620.08

（三）多盟的股份支付处理情况

多盟开曼及其股东齐玉杰于2013年10月16日与Martin Huang签订借款及转股协议，协议约定多盟开曼向Martin Huang借款666,666.66美元。Martin Huang在借款到期后可选择收回借款及利息或者以每股1.3952美元价格受让多盟开曼477,828股普通股。2014年7月，齐玉杰控制的Morning Sea Limited和Martin Huang控制的World Wonders Investments Limited签署股权转让协议，以每股1.3952美元价格转让477,828股普通股。由于Martin Huang为多盟开曼的顾问及独立董事，本次股权转让的原因是公司为了引入销售战略资源和管理经验人才，因此本次交易构成股份支付，会计确认授予日为2013年10月，行权日为2014年7月，确认管理费用及资本公积金额为2013年确认163.75万元，2014年确认245.63万元，累计确认409.39万元。授予日的公允价值以2014年最近一次优先股发行价格每股2.7904美元作为依据，符合企业会计准则的规定。这次股份支付的授予时间是2013年10月，C-1轮签订可转债的时间是2013年7月1日，根据访谈多盟管理层团队，同Martin Huang的贷款谈判时是约定按照可转债的价格确定，二者性质也相同，因此按照C-1轮价格即2.7904美元/股价格作为授予日的公允价值是合理的。

多盟开曼于2010年12月至2015年7月间以期权的方式作为员工激励向公司及下属公司员工进行发放，并且该部分期权在蓝瀚科技收购多盟开曼股权时支

付了相应对价并取消，该员工激励计划构成股份支付。会计确认的股份支付授予日为每次股票期权签署协议时点，股份支付有效期在 2015 年 7 月 31 日之前的，以实际有效期为行权日；股份支付有效期在 2015 年 7 月 31 日以后的，以 2015 年 7 月 31 日为行权日。2010 年-2012 年确认管理费用及资本公积的金额为 252.38 万元，2013 年确认 582.17 万元，2014 年确认 1,514.01 万元，2015 年 1-7 月确认 2,561.84 万元，累计确认 4,910.40 万元。由于员工激励计划授予时间比较频繁且公司股份的市场价格变化较大，因此根据授予日最近前后两次优先股发行价格平均变动情况计算在授予日的公允价值，符合企业会计准则的规定。

多盟开曼于 2015 年 8 月 11 日决议终止员工激励计划，根据企业会计准则的规定，对于如果企业在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），企业应当将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本应在剩余等待期内确认的金额。

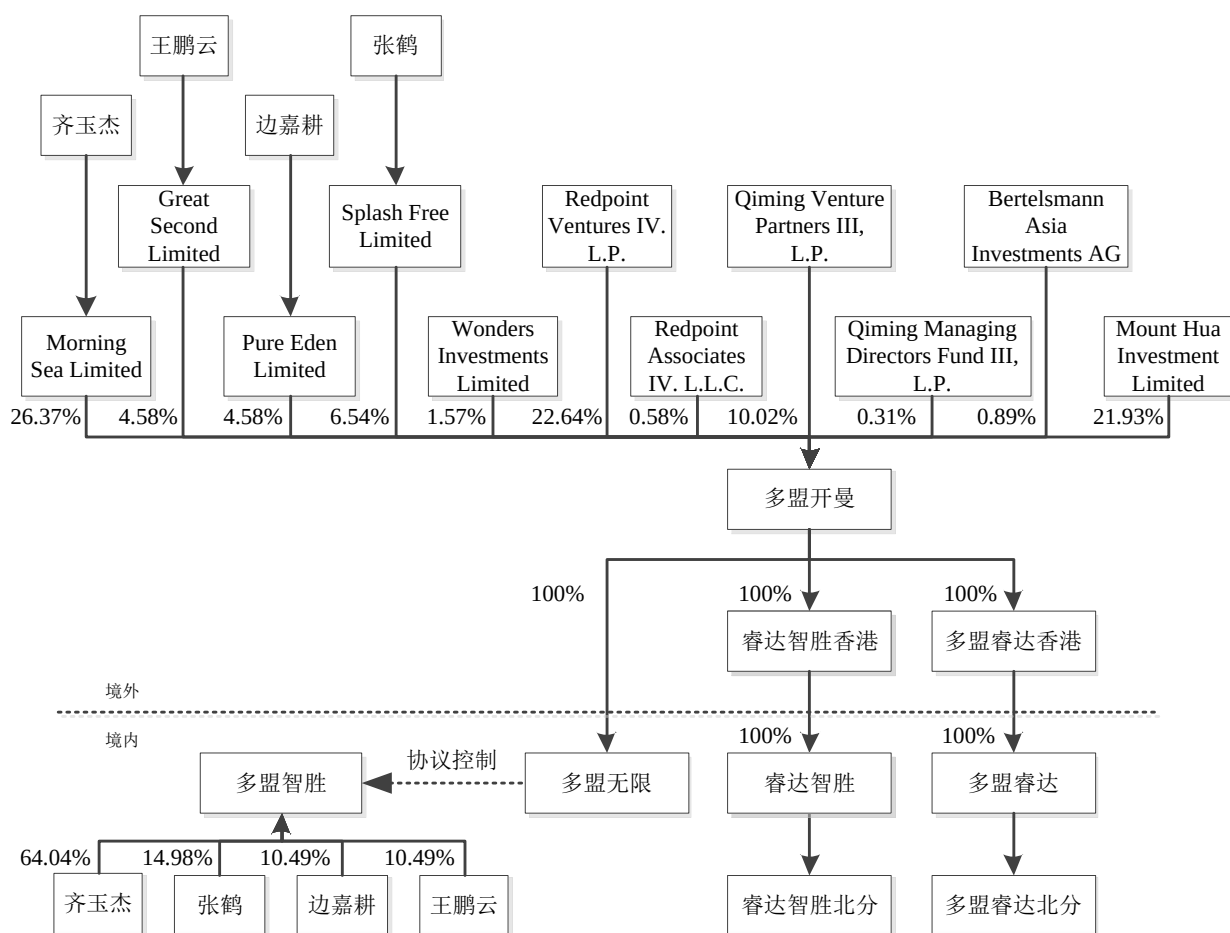
多盟开曼以 2015 年 7 月 31 日为行权日，将所有尚处在有效期的股份支付均作为了加速行权处理，按照其在授予日的公允价值全部计入多盟开曼管理费用及资本公积，加速行权累计影响管理费用及资本公积的金额为 28,753,543.48 元。

独立财务顾问对多盟开曼涉及股份支付的相关合同、协议进行了详细检查，对各项股份支付涉及的授予日、行权日等时间节点进行了复核，并对授予日权益工具的公允价值确定方法进行了复核，检查企业的相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。经核查，独立财务顾问认为多盟上述股份支付的会计确认时点、确认金额及授予日权益工具的公允价值确认依据合理，会计处理符合《企业会计准则》的规定，不存在重大异常情况。

经核查，在审计过程中，审计师对多盟开曼涉及股份支付的相关合同、协议进行了详细检查，对各项股份支付涉及的授予日、行权日等时间节点进行了复核，并对授予日权益工具的公允价值确定方法进行了复核，检查企业的相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。审计师认为多盟上述股份支付的会计确认时点、确认金额及授予日权益工具的公允价值确认依据合理，会计处理符合《企业会计准则》的规定，不存在重大异常情况。

三、股权结构及控制关系情况

(一) 蓝瀚科技收购多盟开曼及多盟智胜前的股权结构



上述股东中，Morning Sea Limited系由齐玉杰于2014年1月23日出资1美元在英属维尔京群岛设立的持股公司；Great Second Limited系由王鹏云于2014年1月24日出资1美元在英属维尔京群岛设立的持股公司；Pure Eden Limited系由边嘉耕于2014年1月24日出资1美元在英属维尔京群岛设立的持股公司；Splash Free Limited系由张鹤于2014年1月23日出资1美元在英属维尔京群岛设立的持股公司。因此齐玉杰间接持有多盟开曼普通股的比例为60.43%（占有普通股的比例），可以对多盟开曼经营及重大事项决策形成实质性控制，故齐玉杰为多盟开曼的实际控制人。

2010年12月，多盟无限与多盟智胜、齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤分别签署了包括《独家业务合作协议》、《独家购买权合同》、《授权委托书》、《股权质押合同》等一系列协议，从而取得对多盟智胜的抵押权、投票权、经营控制权等。而多盟无限为多盟开曼的全资子公司，多盟开曼的实际控制人为齐玉杰，故多盟

智胜的实际控制人是齐玉杰。

（二）蓝瀚科技收购多盟开曼及多盟智胜后的股权结构

目前，多盟开曼及多盟智胜股权结构及控制关系情况参见本报告书“第四节 交易标的基本情况——蓝瀚科技”之“三、蓝瀚科技股权结构及控制关系情况”的相关内容。

蓝瀚科技收购多盟开曼及多盟智胜后，蓝瀚科技持有多盟开曼30,356,125股普通股，为多盟开曼唯一股东。又因为蓝瀚科技的实际控制人为赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然等五位自然人，故多盟开曼的实际控制人为赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然等五位自然人。

蓝瀚科技持有多盟智胜950万美元出资额，占多盟智胜注册资本的比例为95%，为多盟智胜的控股股东。又因为蓝瀚科技的实际控制人为赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然等五位自然人，故多盟智胜的实际控制人为赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然等五位自然人。

四、下属公司情况

多盟开曼下属有5家全资子公司，2家分公司；多盟智胜下属无分、子公司。

（一）多盟无限

1、基本信息

公司名称：	多盟无限网络技术（北京）有限公司
公司类型：	有限责任公司（外国法人独资）
注册号：	110000450155781
注册地址：	北京市海淀区万泉庄路 15 号 604 室
法定代表人：	齐玉杰
注册资本：	1,670 万美元
经营范围：	研究、开发计算机软件、网络技术、信息技术；系统集成；技术咨询、技术服务、技术转让，网络开发技术培训；销售自行开发后的软件。
成立日期：	2010 年 11 月 12 日
营业期限：	2010 年 11 月 12 日至 2040 年 11 月 11 日

持股情况:	多盟开曼 100%持有

2、历史沿革

2010年11月8日，北京市海淀区商务委员会出具海商审字[2010]697号文，批准多盟开曼投资设立多盟无限，北京市人民政府颁发商外资京资字[2010]8187号《外商投资企业批准证书》。多盟无限注册资本270万美元，由多盟开曼100%持有。2010年11月12日，北京市工商行政管理局向多盟无限核发了《企业法人营业执照》。2011年3月30日，北京数码会计师事务所出具数开验字[2011]第0092号验资报告，审验了多盟开曼的首期269.998万美元货币出资。

2011年8月12日，北京市海淀区商务委员会出具海商审字[2011]674号文，批准多盟无限增加注册资本至1,270万美元，北京市人民政府换发了《外商投资企业批准证书》。2011年10月8日，北京数码会计师事务所出具数变验字[2011]第110号验资报告，经审验多盟无限已经收到多盟开曼缴纳的第二期出资款0.002万美元以及本次增资款1,000万美元，均为货币形式，多盟无限1,270万美元出资全部缴足。2011年10月9日，北京市工商行政管理局向多盟无限核发了变更后的《企业法人营业执照》。

2013年9月9日，北京市海淀区商务委员会出具海商审字[2013]652号文，批准多盟无限增加注册资本至1,670万美元，北京市人民政府换发了《外商投资企业批准证书》。2013年10月29日，北京中永昭阳会计师事务所出具中永昭阳验字(2013)第100号验资报告，经审验多盟无限已经收到多盟开曼缴纳新增货币出资400万美元。2013年2月6日，北京市工商行政管理局向多盟无限核发了变更后的《企业法人营业执照》。

3、主要财务数据

单位：万元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
总资产	9,839.62	9,786.06	7,366.70
总负债	333.45	363.21	699.09
净资产	9,506.18	9,422.85	6,667.61
项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
营业收入	1,714.33	7,605.80	2,921.43

利润总额	83.32	2,755.24	-1,183.94
净利润	83.32	2,755.24	-1,183.94

注：以上数据已经审计。

（二）睿达智胜香港

公司名称：	睿达智胜有限公司
英文名称：	Ruida Zhisheng Limited
注册地址：	香港湾仔谢斐道 90-92 号豫港大厦 19 字楼 2 室
公司编号：	2091204
董事：	齐玉杰
成立日期：	2014 年 4 月 28 日
发行股数：	1 股
持股情况：	多盟开曼 100%持有

（三）睿达智胜

1、基本信息公司名称：	睿达智胜科技（上海）有限公司
公司类型：	有限责任公司（台港澳法人独资）
注册号：	310000400740709
注册地址：	上海市宝山区上大路 668 号 202W 室
法定代表人：	齐玉杰
注册资本：	220 万美元
经营范围：	在网络科技有限公司、信息技术、计算机专业领域内从事技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；计算机系统集成。
成立日期：	2014 年 7 月 7 日
营业期限：	2014 年 7 月 30 日至 2044 年 7 月 6 日
持股情况：	睿达智胜香港 100%持有

2、历史沿革

2014 年 7 月 2 日，上海市宝山区人民政府出具《关于同意设立睿达智胜科技（上海）有限公司的批复》（宝府外经贸[2014]131 号），同意设立睿达智胜。

2014 年 7 月 4 日，上海市人民政府核发《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外贸沪宝独资字[2014]1518 号），批准设立睿达智胜，投资总额为 300 万美元，注册资本为 220 万美元。

2014 年 7 月 7 日，上海市工商局向睿达智胜核发了《企业法人营业执照》。

2014 年 12 月 2 日，北京中永昭阳会计师事务所出具《验资报告》（中永昭阳验字（2014）第 85 号），经审验，截至 2014 年 11 月 24 日止，睿达智胜已收到投资方睿达智胜香港缴纳的 220 万美元货币出资。

3、主要财务数据（单体报表）

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
总资产	4,359.35	1,681.47
总负债	230.84	452.83
净资产	4,128.51	1,228.65
项目	2015 年 1-7 月	2014 年度
营业收入	4,342.23	419.23
利润总额	3,178.41	-122.59
净利润	2,899.86	-122.59

注：以上数据已经审计。

（四）睿达智胜北分

公司名称：	睿达智胜科技（上海）有限公司北京分公司
公司类型：	分公司
注册号：	110000450263340
营业场所：	北京市海淀区万泉庄路 15 号 502 室
负责人：	齐玉杰
经营范围：	在网络科技、信息技术、计算机专业领域内从事技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；计算机系统集成。
成立日期：	2014 年 7 月 24 日
营业期限：	2014 年 7 月 24 日至 2044 年 7 月 6 日

（五）多盟睿达香港

公司名称：	多盟睿达有限公司
英文名称：	Domob Ruida Limited
注册地址：	香港湾仔谢斐道 90-92 号豫港大厦 19 字楼 2 室
公司编号：	2091205

董事:	齐玉杰
成立日期:	2014 年 4 月 28 日
发行股数:	1 股
持股情况:	多盟开曼 100%持有

(六) 多盟睿达

1、基本信息

公司名称:	多盟睿达科技(中国)有限公司
公司类型:	有限责任公司(台港澳法人独资)
注册号:	320213400001389
注册地址:	无锡新区菱湖大道 111 号无锡软件园飞鱼座 C 栋 4 楼
法定代表人:	齐玉杰
注册资本:	2,000 万美元
经营范围:	研究、开发计算机软件、信息技术;系统集成;技术咨询、技术服务、技术转让;设计、制作、代理、发布国内外广告(此业务经营期限二十年)。(国家限定企业经营或禁止进出口的商品及技术除外,不含分销及其他国家禁止、限制类项目,涉及专项审批的凭有效许可证明经营)
成立日期:	2014 年 06 月 30 日
营业期限:	2014 年 06 月 30 日至 2044 年 06 月 29 日
持股情况:	多盟睿达香港 100%持有

2、历史沿革

2014年6月27日,无锡国家高新技术产业园开发区管理委员会出具锡高管项发[2014]153号文,同意多盟睿达香港在无锡新区设立外商独资企业多盟睿达。

2014年6月30日,江苏省人民政府核发《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》(商外资苏府资字[2014]97012号),批准设立多盟睿达,投资总额为2,800万美元,注册资本为2,000万美元。

2014年6月30日,无锡工商行政管理局新区分局向多盟睿达核发了《企业法人营业执照》

2014年8月26日,北京中永昭阳会计师事务所出具中永昭阳验字(2014)第

054号《验资报告》，审验了截至2014年8月22日多盟睿达收到多盟睿达香港的2,000万美元货币出资。

3、主要财务数据（单体报表）

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
总资产	39,913.70	20,053.90
总负债	23,320.23	7,723.79
净资产	16,593.46	12,330.12
项目	2015 年 1-7 月	2014 年度
营业收入	27,706.13	8,476.86
利润总额	4,263.35	6.72
净利润	4,263.35	6.72

注：以上数据已经审计。

（七）多盟睿达北分

公司名称：	多盟睿达科技（中国）有限公司北京分公司
公司类型：	分公司
注册号：	110000450263526
营业场所：	北京市海淀区万泉庄路 15 号 505 室
负责人：	齐玉杰
经营范围：	研究、开发计算机软件、信息技术；系统集成；技术咨询、技术服务、技术转让。
成立日期：	2014 年 7 月 28 日
营业期限：	2014 年 7 月 28 日至 2044 年 6 月 29 日

五、VIE 架构的建立和终止

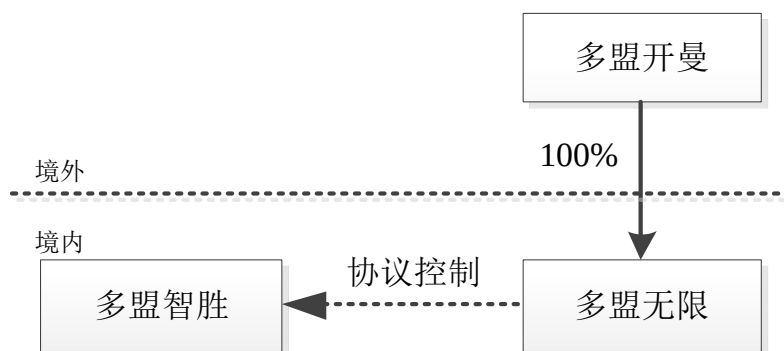
（一）VIE 架构的建立

2010年8月23日多盟开曼成立；2010年9月9日多盟智胜成立；2010年11月12日多盟无限成立，多盟开曼持有多盟无限100%股权。多盟开曼、多盟智胜和多盟无限成立的具体情况参见本节“二、历史沿革”及“四、下属公司情况”相关部分。

2010年12月6日，多盟无限与齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤、多盟智胜签

署《独家购买权合同》、《股权质押合同》、《授权委托书》，多盟无限与多盟智胜签订《独家业务合作协议》；2012年5月6日，齐玉杰、张鹤、边嘉耕、王鹏云分别与多盟无限签订《股权质押合同》，将之前《股权质押合同》的到期日延续至2015年7月5日；2013年1月4日，多盟无限与齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤签署《借款协议》，约定多盟无限向四人提供借款900万元用于增加多盟智胜注册资本；2013年5月17日，多盟无限与齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤、多盟智胜签署了《股权质押补充协议》，增加出质股权数额至各自新的出资额（以上协议合称“VIE协议”）。根据上述VIE协议，多盟无限向多盟智胜提供业务支持、技术服务和咨询服务，多盟智胜应将其净收入的100%的款项支付给多盟无限作服务费；齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤分别将其各自持有的多盟智胜的全部股权质押给多盟无限，作为齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤和多盟智胜履行VIE协议项下全部义务的担保。2011年7月4日和2013年6月21日，各方就上述股权质押和补充股权质押，分别在北京市工商行政管理局海淀分局办理了股权出质登记和股权出质变更登记。（该质押登记已于2015年8月19日解除）。

VIE协议签署后公司架构如下：



2010年12月和2011年7月，多盟开曼进行了A轮和B轮融资；2014年2月，多盟开曼进行了第一次股权转让，四位创始人股东分别将其持有多盟开曼的股权转让给自己的持股公司持有；2014年3月，多盟开曼进行了C轮融资；2014年7月，多盟开曼进行了第二次股权转让，引入了新股东World Wonders Investments Limited。以上融资及股权转让具体情况参见本节“二、历史沿革”相关部分。

根据齐玉杰、王鹏云、边嘉耕和张鹤于2014年7月28日在国家外汇管理局北京分局外汇管理部办理的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，前述4名自然人

的境外投资企业分别为Morning Sea Limited、Great Second Limited、Pure Eden Limited和Splash Free Limited，返程投资企业均为多盟无限、睿达智胜和多盟睿达。

（二）VIE架构的终止

VIE架构拆除前，截至2015年5月，多盟的股权结构图参见本节“三、股权结构及控制关系情况”之“1、蓝瀚科技收购多盟开曼及多盟智胜前的股权结构”。

1、原投资者退出

（1）多盟开曼投资者退出

2015年6月，多盟开曼股东分别与蓝标投资签署普通股和优先股购买协议；蓝标投资出资设立蓝瀚科技，约定由蓝瀚科技收购多盟开曼。本次股权转让具体情况参见本节“二、历史沿革”相关部分。

截至2015年8月12日，蓝瀚科技已经向多盟开曼原优先股投资者支付了股权转让款，并向原普通股投资者支付了其持有多盟开曼股权转让款的50%，剩余50%股权转让款最迟在2016年3月31日前支付。

（2）多盟智胜投资者退出

2015年6月，多盟智胜股东与蓝标投资签署股权购买协议；蓝标投资出资设立蓝瀚科技，约定由蓝瀚科技收购多盟智胜。本次股权转让具体情况参见本节“二、历史沿革”相关部分。

截至2015年8月10日，蓝瀚科技已经向多盟智胜原投资者齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤支付了本次收购多盟智胜95%股权总价款的50%，剩余50%股权转让款最迟在2016年3月31日前支付。

2、VIE控制协议的终止

2015年8月11日，齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤、多盟智胜与多盟无限签署《关于终止有关控制协议的终止协议》，各方确认终止此前签署的《独家购买权合同》、《授权委托书》、《独家业务合作协议》、《股权质押合同》、《股权质押补充协议》和《借款协议》，并豁免各方所负有的违约责任。同时，各方认可并同

意，蓝瀚科技将豁免多盟四名创始人在上述借款协议项下负有的还款义务。

2015年8月11日，多盟无限、多盟智胜、齐玉杰、王鹏云、张鹤、边嘉耕，Morning Sea Limited, Great Second Limited, Pure Eden Limited, Splash Free Limited, World Wonders Investments Limited, Redpoint Ventures IV. L.P., Redpoint Associates IV. L.L.C, Qiming Venture Partners III, L.P., Qiming Managing Directors Fund III, L.P., Redpoint Ventures IV, L.P., Redpoint Associates IV, L.L.C., Bertelsmann Asia Investments AG, Mount Hua Investment Limited 共同签署《终止协议》（“《TERMINATION AGREEMENT》”），同意终止A轮、B轮、C轮融资协议及相关文件。

经核查，标的子公司在建立红筹法律架构过程已履行了有关法律法规规定的所必需的程序，符合外资、外汇、税收等有关法律、法规以及规范性文件的规定。

根据标的子公司股东会做出的决议，以及标的子公司提供的《关于终止有关控制协议的终止协议》、《终止协议》、《股权出质注销登记通知书》等相关文件，经核查，标的子公司解除协议控制架构的过程均已取得内部决议及协议各方一致同意，系其真实意思表示，不存在任何纠纷或潜在纠纷，协议控制关系已彻底解除，不会对本次交易产生实质性法律障碍。

六、出资及合法存续情况

根据多盟开曼的境外法律意见书、多盟开曼子公司及多盟智胜提供的自设立至今的工商登记资料、各相关主管部门出具的合规证明：

1. 多盟开曼及其子公司、多盟智胜依法设立且有效存续，注册资本已全部缴足。多盟及其主要资产、主营业务不存在尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件；多盟最近三年也不存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为。

2. 交易资产上不存在任何质押、担保，未被司法冻结、查封或设置任何权利限制，不存在法律法规或多盟之公司章程所禁止或限制转让或受让的情形，也不存在可能引致诉讼或可能引致潜在纠纷的其他情形。

七、多盟的主营业务发展情况

（一）多盟的主营业务

1、多盟业务所处行业

多盟主要从事移动互联网广告推广服务业务，根据中国证监会公布的《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”中的“I64 互联网和相关服务”。

移动互联网广告是指以移动设备为媒体传播广告，利用移动互联网网络，将广告信息发送至用户手机、平板电脑等各类移动通讯终端上，通过这些商业信息来影响接收者的态度、意图和行为，以达到广告宣传的目的。

移动互联网广告以移动设备为载体，具有传统广告所不具备的变现形式及特点。基于移动互联网这一强大的媒体，移动互联网广告具有多种表现形式，主要可分为开屏广告、插屏广告、横幅式广告（banner）、积分墙广告和视频广告等。

移动互联网广告与传统的广告具有一定的相似性，但是又具有其独特的性质。移动互联网广告的本质是广告主将自己的广告信息通过移动互联网传送到用户的移动通讯终端，让用户接收广告主的广告信息，以此来“追求和打动”受众。广告主是移动互联网广告信息的投放商，也是整个产业链的投入源，移动互联网与移动终端，是连接受众与广告主的主要桥梁。而广告受众则是广告主所要“打动”的对象，是信息接受和反馈的目标。

2、多盟业务监管环境

移动互联网广告行业利用移动互联网作为媒体为广告主传播广告，因而受到国家对互联网行业和广告行业的双重交叉监管。

（1）互联网行业监管

①互联网行业监管体制及主管部门

目前，我国互联网行业实行政府监管与行业自律相结合的管理机制。互联网行业的政府主管部门为中华人民共和国工业和信息化部（“工信部”）和省、自治区、直辖市电信管理机构。根据相关法律法规，国家新闻、出版、教育、卫生、药品监督管理、广播电视、工商行政管理和公安、国家安全等有关主管部门，在

各自职责范围内依法对涉及特定领域或内容的互联网信息内容实施监督管理。互联网行业的自律监管机构为中国互联网行业协会。该行业协会由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿组成，其主要职能是促进政府主管部门与行业内企业之间的沟通，制订并实施互联网行业规范和自律公约，充分发挥行业自律作用等。

②互联网行业的主要法律法规及自律规则

我国互联网行业的相关法律法规及自律规则主要是由国务院颁布的《中华人民共和国电信条例》、《互联网信息服务管理办法》等一系列行政法规以及各级政府部门颁布的部门规章、其他规范性文件构成。作为新兴产业，互联网行业的相应监管政策随着行业的发展而不断完善，并直接影响互联网企业的经营和发展。目前，我国互联网行业的法律法规包括电信行业、互联网、知识产权等方面的一系列法律、法规、规章及规范性文件，相关主要内容如下：

A、《中华人民共和国电信条例》

国务院于 2000 年 9 月 25 日颁布并使实施的《中华人民共和国电信条例》规定，国家对电信业务经营按照业务分类，实行许可制度。经营电信业务，必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。未取得电信业务经营许可证，任何组织或者个人不得从事电信业务经营活动。电信业务分为基础电信业务和增值电信业务。经营增值电信业务，须取得《增值电信业务经营许可证》。

B、《互联网信息服务管理办法》

国务院于 2000 年 9 月 25 日颁布并实施的《互联网信息服务管理办法》规定，互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者工信部申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。依照法律、行政法规以及国家有关规定，从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务及互联网视听节目服务的，在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意，并取得相关许可证。

C、《中国互联网络域名管理办法》

由中华人民共和国信息产业部颁布，并自 2004 年 12 月 20 日起施行的《中国互联网络域名管理办法》规定，域名注册遵循“先申请先注册”的原则，域名注册完成后，域名注册申请人即成为其注册域名的持有者，域名的有效期依据合同约定，国内域名最长为 10 年；域名有效期满后，原拥有者在规定期限内续费后可继续拥有域名；因持有或使用域名而侵害他人合法权益的，由域名持有者承担责任。

D、《计算机软件保护条例》

由国务院颁布，并自 2002 年 1 月 1 日起施行的《计算机软件保护条例》规定，中国公民、法人或者其他组织对其开发的软件，不论是否发表，均享有著作权。软件著作权人可以向国家版权局认定的软件登记机构办理登记，以证明其享有著作权。

(2) 广告行业监管

①广告行业监管体制及主管部门

目前，我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的管理机制。我国广告行业的主管部门是国家工商行政管理总局，主要负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。我国广告行业的自律管理机构主要包括中国广告协会、中国商务广告协会、中国商务广告协会综合代理专业委员会等。

②广告行业主要法律法规及自律规则

我国广告行业的相关法律法规主要是由《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》以及国家工商行政管理规章和有关职能部门发布的关于广告管理的规范性文件、地方政府根据国家法律法规制定的适用于本地管理的地方法规和规章构成。上述法律法规及规章制度对广告经营单位的经营管理、广告内容与表现形式、广告审查以及专门针对特殊行业的广告要求等方面进行了规范。《中国广告行业自律规则》则详细规定了广告内容、广告行为应遵循的一般原则和限制性要求，并明确了相关的自律措施。

③我国广告行业监管环节

登记管理和行政许可监管：工商行政管理部门负责监管广告公司的登记管理和行政许可。工商行政管理部门对广告代理经营单位的经营条件进行审核，向符合设立条件的广告公司颁发《企业法人营业执照》，明确经营范围。

广告发布监管：广告经营者承办或者代理广告业务，应当审查广告内容。对违反相关管理条例规定的广告，不得刊播、设置、张贴。工商行政管理部门将进行必要的监测，对造成不良社会影响及违法违规的广告按照相关规定进行处理。

3、多盟主营业务概况

多盟境内各主体从事业务分工如下：

主体	主要业务
多盟智胜	广告业务，未来将逐步减少
多盟睿达	广告业务，未来将逐步增加
睿达智胜	目前为境内研发中心
多盟无限	基本不再对外开展业务

其中，多盟智胜于 2010 年在北京设立，一直从事互联网广告业务，报告期前期多盟大部分业务在多盟智胜；多盟睿达于 2014 年 6 月在无锡设立，为无锡国家高新技术产业园开发区引进的高新技术企业，将享受产业园的一系列优惠政策，2015 年开始作为多盟开展广告业务的主体；睿达智胜于 2014 年 7 月在上海设立，目前为多盟境内的研发中心，在 2015 年 1 月和 2015 年 2 月分别取得了软件产品认证和软件企业认证，享受企业所得税两免三减半的税收优惠政策；多盟无限已经不再对外开展业务。上述四个主体中，明确享受税收优惠政策的主体为睿达智胜，多盟睿达则享有无锡国家高新技术产业园的园区政策。

多盟目前的主要业务为移动互联网广告服务业务，为客户在移动互联网领域提供精准、高效的整合营销推广服务。

对于广告主，多盟与广告主或经广告主授权的广告代理公司签订广告投放协议，约定多盟按照广告主或广告代理公司确定的排期及价格为广告主在手机 APP 上进行广告投放，投放结束后，多盟将向广告主或广告代理公司提供投放证明。通常广告主或广告代理公司并不会指定广告投放的具体 APP 名称或投放位置，少数情况下广告主或广告代理公司会指定广告必须投放到某一特定 APP 或 APP 的特定位置上。

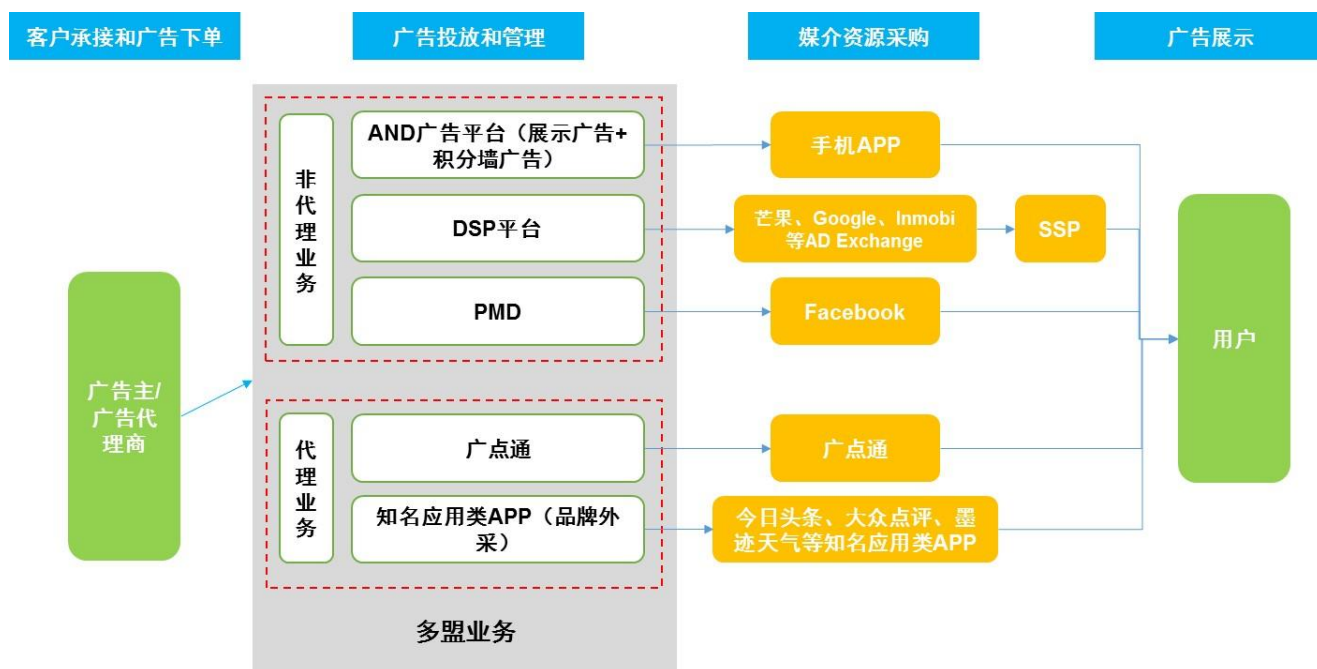
对于媒体端（通常为手机 APP），多盟与 APP 的开发者或所有者签订信息推广合同，约定多盟向 APP 的开发者或所有者提供包括 SDK 以及相应资料，APP 的开发者或所有者可将 SDK 嵌入应用程序中，即可实现多盟在 APP 上显示广告，双方将按照广告被最终用户点击、下载、展现或以其他方式成功投放的次数进行结算，并由多盟支付费用。多盟与 APP 的开发者或所有者的合作方式可按如下几种方式分类：

（1）按广告显示方式：移动广告显示方式主要包括开屏广告、插屏广告、横幅式广告（banner）和积分墙广告等。开屏广告一般针对品牌广告主打造，在应用开机画面后加载广告，展示固定时间，不可点击，展示完毕后自动关闭并进入应用主页面；插屏广告一般适用于游戏媒体，在游戏回合结束、暂停时弹出广告；横幅式广告一般为在应用界面中特定位置显示条状广告；积分墙广告指在应用内展示各种与广告相关的任务，用户通过应用内完成任务，可获得虚拟货币、游戏道具等奖励。

（2）按广告定价方式：广告投放可分为定价模式和竞价模式。在定价模式下，多盟以广告主确定的广告投放价格为基础在相关 APP 上进行广告投放。而在竞价模式下，APP 的开发者或所有者通过 SSP 平台（供应方平台）、Ad Exchange 或 Ad Network 将广告投放的要约邀请发送至多盟自有的 DSP 平台，多盟通过其 DSP 平台回应邀请并进行广告投放竞价，广告投放将通过 DSP 平台自动实现，APP 的开发者或所有者不保证多盟提出的出价一定能够实现广告投放。就竞价投放模式，多盟将参照广告主确定的价格为其竞价，具体竞价价格可按照实际情况低于广告主预先确定的价格，但不会高于其确定的价格。如果按照实际情况，拟投放广告将由于广告主确定的价格过低而无法实现成功投放，多盟将与最终广告主或广告代理公司进行沟通，并建议最终广告主或广告代理公司予以提价。

4、多盟在移动广告产业链中的位置

移动广告产业链的参与者主要包括广告主/广告代理商、移动广告平台运营商、媒体主和终端用户等。多盟在移动广告产业链中扮演着移动广告平台运营商的角色，为连接广告主和媒体主的中介。



(二) 多盟的经营模式、盈利模式和结算模式

1、多盟的经营模式

多盟作为移动互联网广告平台运营商，其经营模式主要是整合移动媒体资源，为广告主在移动 APP 内投放各类广告。

按照所服务的广告主的不同类型，多盟的业务类型亦可分为品牌推广和行业推广。品牌推广的客户主要为直接客户和 4A 广告代理公司；行业推广的客户则主要为手机游戏和手机应用 APP。按照对接 APP 媒体方式的不同，多盟主营业务可划分为非代理业务和代理业务两大类。同时，在非代理业务类别中，按照多盟在广告投放过程中使用自有平台的不同，多盟的非代理业务可以分为通过多盟自有的 ADN 平台、多盟自有的 DSP 平台和多盟自有的 PMD 工具来实现；2015 年，多盟将核心竞价服务能力对合作伙伴开放在自有的 DSP 平台的基础上推出了 DSP 服务平台“多盟·必得”（简称 DBM）。

非代理业务，即媒体业务，是指多盟与 APP 媒体直接建立合作关系的业务。非代理业务可以通过多盟自有的 ADN 平台或者 DSP 平台实现广告投放，也可以通过 PMD 项目的形式开展。通过多盟自有的 ADN 平台投放的广告主要有积分墙广告和展示广告两类；多盟自有的 DSP 平台主要以 RTB 的方式根据广告主具

体投放需求对媒介资源进行竞价和采购；PMD 项目主要针对在 Facebook 上投放的广告，广告主通过使用多盟自身研发的 PMD 工具实现在 Facebook 上的广告投放和广告优化。

代理业务，即渠道业务，是指多盟将承接的广告以某一价格投放到渠道媒体，如腾讯广点通等，并由渠道媒体继续实现广告的分发。多盟向广告主取得广告收入的同时，向渠道媒体支付广告推广费用，实现渠道价值的收益。

（1）非代理业务（媒体业务）

①通过多盟自有 ADN 平台实现广告投放

A、积分墙广告

积分墙广告主要特点是，在 APP 内展示用于推广广告主的 APP 应用或手机游戏的各种积分任务（下载安装推荐的优质应用、注册、试玩、绑定手机等），以及供用户完成任务获得积分的页面。用户通过点击获取积分，积分墙的开发者的多盟，获取广告收入。在积分墙广告中，多盟一般采取 CPA 等模式与广告主进行结算。

多盟与媒体主 APP 建立合作关系后，将其 SDK 嵌入到媒体主 APP 中，使得该 APP 能够显示多盟的积分墙页面。在承接广告主的广告投放需求后，通过积分墙的方式向用户进行广告推广。最终用户通过点击有关广告或下载、激活有关应用等行为，可获得一定的游戏道具、积分等奖励。

积分墙广告能够通过低成本代价冲榜，带来榜位的变化，获取更多自然用户。自然用户都是优质用户，这已成为积分墙广告的核心竞争力。尽管积分墙带来的直接用户不多，但通过榜位的变化带来的间接用户却远远超过直接用户的数量，因此，积分墙广告也成为多盟重要的广告形式之一，占据较大的市场份额，也为多盟赢得了良好的口碑。2014 年下半年至 2015 年 3 月，由于苹果公司整顿 APP，严打利用积分墙刷榜的行为，导致企业 IOS 积分墙广告的收入受到一定影响。多盟通过加大 Android 积分墙广告的开发，并依据企业自己研发的“首席体验师”公众号进行积分墙广告推广，取得了良好的推广效果，弥补 IOS 积分墙下降的收入。未来年度预计积分墙业务会有小幅度增幅，但随着移动互联网广告未来的表现形式的多样性及企业战略的调整，未来年度积分墙广告业务在公司业务中所占

比重会有所下降。

B、展示广告

展示广告以开屏、插屏、横幅等广告形式出现在游戏和应用中。展示广告的客户通常包括手机 APP 发行方和品牌广告主或代理商。其中，开屏广告为在 APP 启动阶段全屏展示的广告，插屏广告为在 APP 使用过程中或间歇弹出的互动或页面类广告，横幅广告为 Banner、Button、竖边、巨幅等以图片形式展现在移动终端的广告。在展示广告中，多盟通常以 CPC 和 CPM 两种模式为主与广告主进行结算。

多盟凭借自身的技术优势及众多的媒体资源，在开屏广告、插屏广告及信息流广告等广告形式中取得了较好的广告效果，积累了众多的广告主，成为多盟较为稳定的收入来源。未来年度展示类广告依然是企业的重要业务形式和收入来源之一。

②通过多盟自有的 DSP 平台实现广告投放

多盟 DSP 平台主要采取 RTB 机制，通过第三方广告交易平台 Ad Exchange（如 Google、芒果网和 Inmobi 等），根据客户具体投放需求对媒介资源进行竞价和采购；同时也有少量的非 RTB 机制竞价和采购。在 DSP 平台上，多盟和广告主的结算可以采取 CPC、CPM、CPA 等模式。

RTB 实时竞价机制，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。与大量购买投放频次不同，实时竞价规避了无效的受众到达，只针对有意义的用户进行购买。在 RTB 广告交易模式中，广告主将自己的广告需求放到 DSP 平台上，媒体主 APP 将自己的广告流量资源放到广告交易平台 Ad Exchange，DSP 通过与广告交易平台的技术对接完成竞价购买。对于媒体来说，RTB 可以带来更多的广告销量、实现销售过程自动化及减低各项费用的支出。而对于广告商和代理公司来说，RTB 最直接的好处就是提高了效果与投资回报率。

2014 年，多盟正式将传统的广告网络多盟 ADN 升级为 DSPAN，并将其定义为高效 ROI 平台。多盟 DSPAN 在继承了多盟原有移动广告网络 ADN 的基础上，通过搭建专业的移动 DSP 平台，全面引入了市场上主流的第三方广告交易

所 Ad Exchange 及众多超级应用 Hero Apps。在媒体资源接入方面，多盟 DSPAN 具有更灵活的可扩展性，在全网范围内识别和留存优质流量；在数据挖掘方面，多盟 DSPAN 全面整合了多盟自身平台、第三方广告交易所 Ad Exchange、合作 DMP 的用户行为数据，对用户兴趣和意图理解更准确；在广告主服务方面，多盟 DSPAN 的服务能力全面提升，能够满足广告主一站式媒体采购和广泛受众覆盖的需求，并持续为行业、品牌广告主提供效果广告解决方案。

2015 年年初，以丰富的托管服务经验为依托，多盟发布竞价服务平台“多盟·必得”（简称 DBM），将核心竞价服务能力对合作伙伴开放，与客户共享透明、高效、稳定的产品服务，共享流量和技术价值。

多盟的移动 DSP 产品与 PC 端相比在流量采集方面范围更广，而多盟在广告网络阶段积累的数据和方法照搬至 DSP 平台中仍行之有效，比如打标签和用户行为记录，而多盟也将从数据积累方面建立竞争门槛。多盟在广告网络方面经过数年积累，已建立基于海量数据的差异化优势，而在 DSP 方面，则定位于包括实时竞价、合作、资源锁定、外部采购在内的“泛 DSP”概念。“DSP+广告网络”已成为多盟广告平台未来的战略方向，多盟将在移动 DSP 方面加大投入，以技术优势与各家 DSP 平台展开竞争。

③PMD 项目（通过多盟自有的 PMD 工具实现广告投放）

PMD（Preferred Marketing Developers）即首选市场开发项目，是 Facebook 的一项重要广告项目，该项目此前服务于那些想要在 Facebook 上做广告和学习更多有关社交网站能力的广告主，并为他们提供免费主页，同时，PMD 项目也对那些提供数据分析和测量服务商免费开放（未包括付费广告购买）。2013 年 2 月，Facebook 对 PMD 项目做出策略调整，新的 PMD 项目要求广告主和其代理机构在 Facebook 上付费购买广告媒体；除非广告主能够向 Facebook 证明，他们拥有能成为 Facebook 的全局战略一部分，并可以影响到他们客户的广告支出。

多盟的 PMD 项目，主要服务于需要出海的国内广告主，通过多盟自身研发的 PMD 工具，如自动翻译工具等，实现国内广告主在 facebook 上的广告投放和广告优化。广告主将支付服务费给多盟，一般不超过广告费用流水的 5%，以 Facebook 官方数据为准；而广告费由广告主直接支付给 facebook。

多盟于 2015 年取得 facebook 认证的 PMD 资质, 并开始开展 PMD 广告并按照广告主的要求在 PMD 平台上提供定制化的广告投放, 提高广告投放的精准度。但由于目前广告主对于 PMD 平台的投预算持有谨慎态度, 目前 PMD 项目在收入中的占比相对较小, 未来有一定的成长潜力。

(2) 代理业务（渠道业务）

①通过广点通投放广告

广点通为腾讯旗下的广告投放平台, 为一个可向广告主提供多种广告投放形式, 并利用专业数据处理算法实现成本可控、效益可观、精准定位的效果广告投放系统。多盟已申请成为广点通的服务商。借助双方达成的合作, 多盟可以为每一个广告客户开具单独的子账户, 并指导广告客户通过使用其子账户为其商品、服务投放广告, 多盟也可以通过子账户为客户投放广告。就此, 多盟需要提前充值, 并由广点通通过 CPC 和 CPM 方式计算费用。

由于该代理业务毛利率较低, 所以未来年度多盟对广点通广告代理业务仅准备保持现有收入水平, 不准备有更多的营销投入。

②通过知名应用类 APP 投放广告

多盟按照客户指定的投放渠道、排期和预算, 在知名 APP 上投放品牌类广告, 主要赚取收取的媒体返利和支付的客户返点之间的差额。通过知名应用类 APP 进行广告投放, 多盟和广告主的结算以 CPC 为主, 计算客户返点。

2、多盟的结算模式

(1) 多盟与广告主之间的结算模式

①按 CPM、CPC 和 CPA 等多种计费方式, 以多盟的后台统计数据、APP 运营商的后台统计数据或第三方统计数据为准;

②少数合同采用固定收费模式;

③另有部分合同采用广告主投放广告金额达到一定额度后, 多盟按照约定比例返还现金的返点模式。

(2) 多盟与媒体主 APP 之间的结算模式

①按 CPM、CPC 和 CPA 等多种计费方式，以多盟的后台统计数据、APP 运营商的后台统计数据或第三方统计数据为准；

②对于采用分成方式的计费模式，多盟与媒体主 APP 的分成比例通常为 3:7，按月进行结算；

③少数合同采用固定收费模式；

④另有少数合同采取分成比例按照广告费用金额的具体水平进行调整的方式，分成比例可根据广告费用的具体水平在 5%-35% 的区间内进行调整。

3、多盟的盈利模式

根据多盟的主营业务分类，其盈利模式可以总结如下：

经营模式			与客户结算方式	与媒体结算方式	盈利模式
非代理业务	采用 ADN 平台	积分墙	将客户的 APP 展示在媒体应用的广告列表上供用户点击下载，采取 CPA 等模式与客户结算	主要为与媒体采用分成方式结算，分成比例约为 70%~90%	实现优化赚取分成
		展示广告	以开屏、插屏、横幅等形式将广告展示在游戏和应用中，与客户结算以 CPC 和 CPM 为主	主要为与媒体采用分成方式结算，分成比例约为 70%~80%	实现优化赚取分成
	采用 DSP 平台	DSP	RTB 和非 RTB 并存（以 RTB 为主），CPC、CPM、CPA 等方式	RTB 和非 RTB 并存（以 RTB 为主），CPC、CPM、CPA 等方式	实现优化赚取结算价差
	PMD 项目	PMD	服务费，不超过流水的 5%	取得按流水 10% 的媒体返点	实现优化赚取服务费并取得返点
代理业务	广点通	广点通合作	对客户采用预收款模式，按季度计算返点	对广点通采用预付款模式，按季度计算返点	按照广点通平台上的消耗结算，赚取返点差
	知名应用类 APP	知名应用类 APP 合作	CPC 为主，按活动计算客户返点	CPC 为主，按活动计算媒体返点	赚取媒体和客户返点差

在上述各种经营模式中，DSP 类广告的盈利能力直接取决于多盟的广告投放优化能力，存在个别采购单价高于收入的可能性，但多盟的商业策略分析部会在整体上调整对于同一广告主不同竞得单价的分配，保证成本在广告主整体投放预算之内。

4、不同结算模式下展示次数、有效激活量、有效点击量计算方法

在多盟的业务中，CPM、CPC、CPA 三种结算模式和展示次数、有效激活量、有效点击量存在如下对应关系：

结算模式	计数方式
CPM	展示次数
CPA	有效激活量
CPC	有效点击量

展示次数是指根据终端用户的请求，多盟广告平台向用户移动终端发送广告素材，并在用户的移动终端上进行一定时间展示的次数；有效激活量是指在排除了作弊激活和反复激活后，APP 被不同用户下载安装后首次打开的次数；有效点击量是指在排除了作弊点击后，广告被用户点击的次数。

展示次数，存在相应的反作弊机制，在该机制之外的展示都被认为是合法展示。反作弊机制的规则包括：参数不合法的展示请求；相同 IP 或设备 ID 在一定时间段内展示次数超过某个阈值的请求；模拟器产生的请求等。

有效激活量的统计方法通常是多盟广告平台方实时发送点击数据给广告主，广告主监测发生新用户激活的情况，并与多盟广告平台发出的点击信息进行准实时核对，如果对应到是同一个用户并且在一定有效时间段内（一般为 3 天），则认为是该广告平台带来的激活量。有效激活量的反作弊的规则通常由广告主来制定，但各家广告主制定的规则略有差异，且此规则并不对外透露。

针对合法有效点击量的定义与合法展示次数原理类同。通常少量的重复展现或重复点击被认为是一种正常行为，视为合法。不同的广告平台（包括第三方广告监测平台）的统计方法与上述标准类似，差异主要体现在过滤参数的选择和阈值的控制。

5、不同结算模式业务点击量或流量的核对方式，如出现差异的处理措施，以及相应的内控措施

CPM 和 CPC 模式下，多盟广告平台通常需要和广告主引入的第三方广告监测平台（如 Admaster、秒针、DoubleClick 等）进行展示次数和有效点击量的核对，双方数据核对频次会因不同广告主情况存在差异，通常是每天核对一次，个别广告主可以在数小时内进行核对，也有部分广告主可能延迟提供数据，2-3 天核对一次。

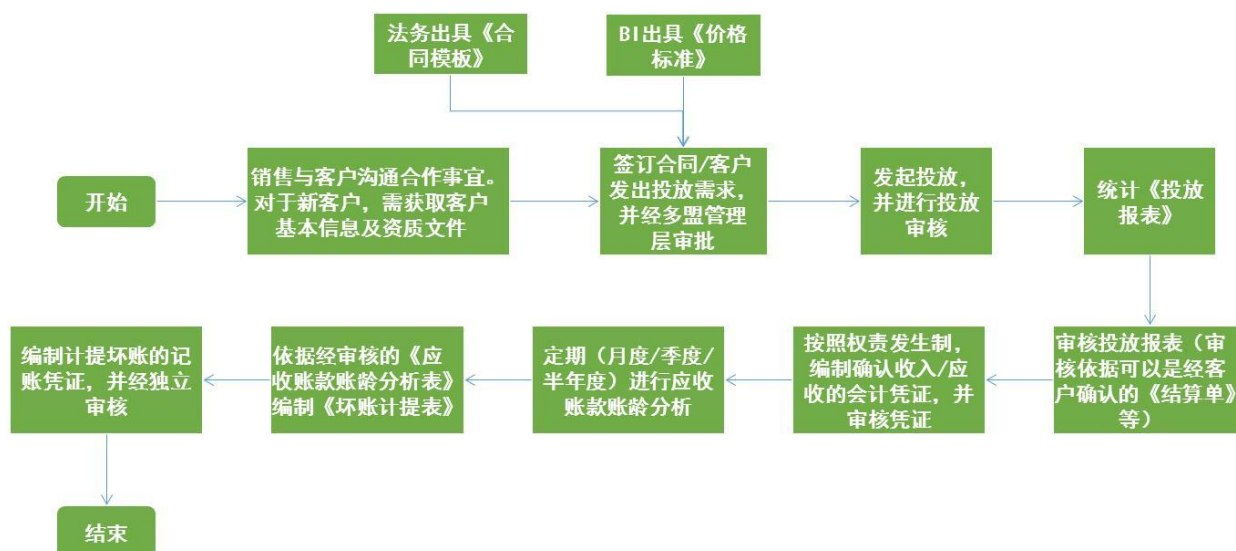
核对方法为多盟和广告主互相提供各自统计数据，针对差异协商处理。存在差异的情况下，通常品牌类广告主以第三方广告监测平台的数据为确定依据，其他类型（比如行业广告、其他效果类广告）的广告主以多盟广告平台数据为确定依据。广告行业内，针对数据的核对差异合理范围一般在 15% 以内，差异主要原因是由于移动网络速率问题（慢速情况下，用户可能在任何环节不再等待直接退出），以及部分动态路由的影响（通常会影响到投放地域核对）。但通常情况下双方核对差异在 5% 以内。

CPA 计费模式几乎仅应用在积分墙模式下。对于有效激活量的统计是由广告主来统计并准实时发送给多盟广告平台的，广告平台自身通常不能统计到这个动作。这里存在广告主恶意扣减有效激活量以做到少结算费用的风险。多盟广告平台应对的方法是，只有广告主发生计费的情况下，才会针对媒体方计算支出，广告平台并不会承担未被广告主认可激活的对应媒体支出。同时，如果发现由于广告主扣量导致广告主转化率低于正常水平，对应的广告将会被降低减少投放直至下线。实践中，上述方法基本可以确保多盟的收入和成本有效配比，不会导致大额亏损。

在广告投放的过程中，多盟广告平台运营人员会在投放期内实时关注自身广告平台统计数据，对于自身广告平台统计数据与广告主回传数据或第三方广告监测平台数据出现差异较大时，将会先行停止投放以控制风险，并协同查找差异原因，解决之后再行开启投放，保证整体执行上的数据差异均在可控范围之内。

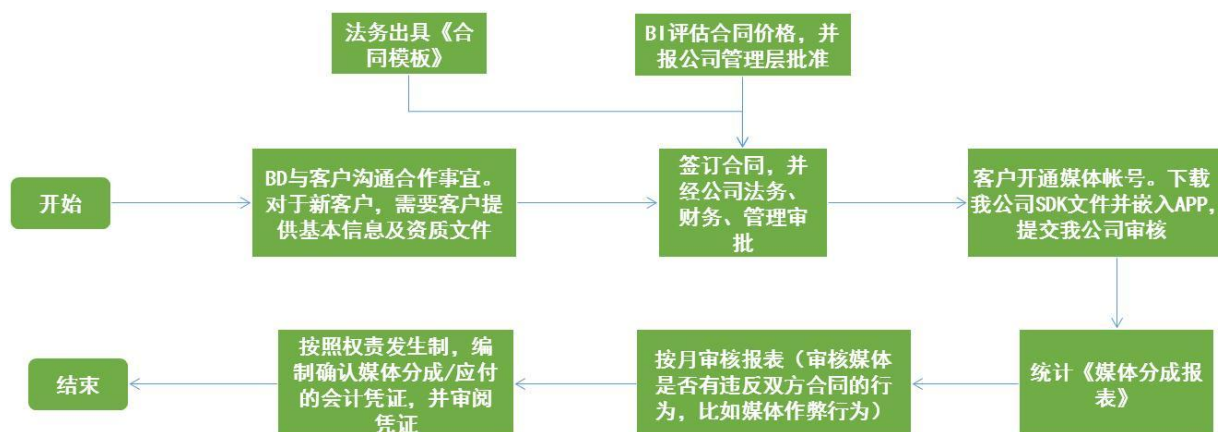
（三）多盟的业务流程

1、销售流程（广告主服务流程）

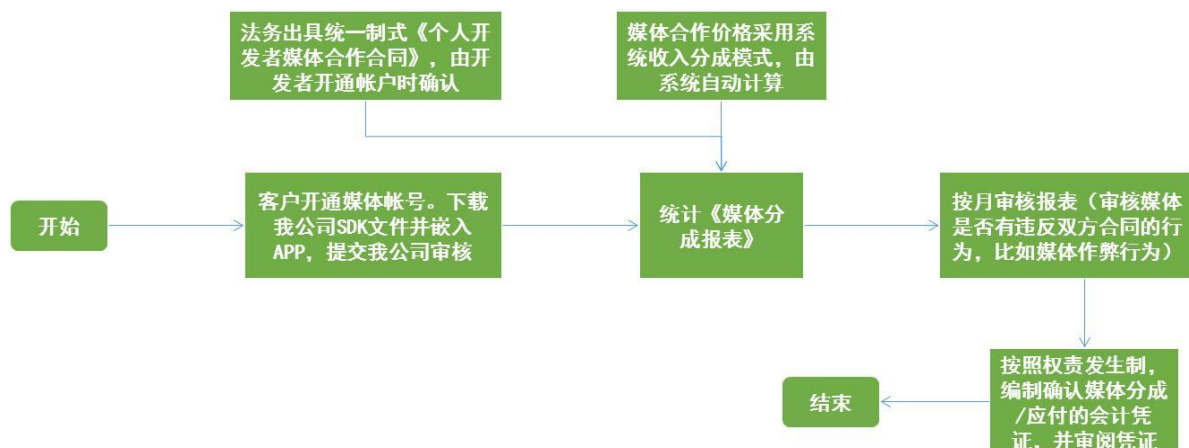


2、采购流程（媒体主 APP 服务流程）

（1）公司类型开发者采购流程



（2）个人类型开发者采购流程



（四）多盟报告期内的业务发展状况

报告期内，多盟各业务类型营业收入情况如下：

单位：万元

项目			2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例
非代理业务	采用 ADN 平台	积分墙	11,539.24	31.77%	25,527.42	46.27%	5,686.40	34.26%
		展示广告	11,907.07	32.78%	18,755.22	34.00%	10,436.23	62.88%
	采用 DSP 平台		354.63	0.98%	62.57	0.11%	-	-
	PMD 项目		41.91	0.12%	-	-	-	-
代理业务	广点通		6,684.17	18.40%	2,886.69	5.23%	-	-
	知名应用类 APP		5,797.48	15.96%	7,935.74	14.38%	475.17	2.86%
合计营业收入			36,324.51	100.00%	55,167.64	100.00%	16,597.80	100.00%

根据多盟的主营业务分类，报告期内按非代理业务（媒体业务）和代理业务（渠道业务）的收入、成本及毛利情况如下：

单位：万元

业务类型	2015 年 1-7 月				2014 年				2013 年			
	收入	成本	毛利	毛利率	收入	成本	毛利	毛利率	收入	成本	毛利	毛利率
非代理业务	23,842.85	19,306.34	4,536.51	19.03%	44,345.21	35,218.89	9,126.32	20.58%	16,122.62	12,914.41	3,208.21	19.90%
代理业务	12,481.66	11,868.81	612.85	4.91%	10,822.43	10,238.02	584.41	5.40%	475.17	451.56	23.61	4.97%
合计	36,324.51	31,175.15	5,149.36	14.18%	55,167.64	45,456.91	9,710.73	17.60%	16,597.79	13,365.97	3,231.82	19.47%

多盟主营业务成本均为媒体的采购成本。多盟 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月非代理业务的毛利率分别为 19.90%、20.58%和 19.03%；代理业务的毛利率分别为 4.97%、5.40%和 4.91%；基本保持稳定。

（五）多盟的主要产品

1、积分墙广告

“积分墙”是在一个应用内展示各种积分任务（下载安装推荐的优质应用、注册、试玩、绑定手机等），以供用户完成任务获得积分的页面。积分墙按照 CPA 计费，当用户完成积分墙任务时，广告主将为此支付广告推广费用。



积分墙能满足广告主越来越丰富的广告投放需求，同时还可以让广告更为互动有趣，鼓励用户体验推广产品，提高广告转化率。

2、横幅式广告（Banner）

包括 Banner、Button、竖边、巨幅等以图片形式展现在移动终端的广告，以 Gif, Jpg 等格式建立的图像文件，定位在网页或者应用中，大多用来表现广告内容，同时还可使用 Java 等语言使其产生交互性，用 Shockwave 等插件工具增强表现力。横幅广告以其物料体积小、展示方式灵活和对用户体验伤害较小等优势，在移动广告发展初期被广泛应用，时至今日依然是移动广告最主要的表现形式。



3、开屏/插屏广告

开屏广告是指在 App 启动阶段全屏展示的广告。插屏广告是指应用使用过

程中或间歇弹出的互动或页面类广告。开屏/插屏广告为广告主提供了广告互动、广告展示等机会。



开屏/插屏广告表现手段丰富多彩，包括文字介绍、声音、图像、影像等多媒体手段。开屏/插屏广告容易吸引用户注意，因此受到品牌广告主和 4A 公司的青睐。

(六) 前五大结算客户及供应商

1、多盟报告期内向前五名结算客户销售情况

2015 年 1-7 月				
序号	客户名称	与多盟关系	销售金额(万元)	占营业收入比例
1	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	非关联方	2,940.16	8.09%
2	百度(中国)有限公司	非关联方	1,744.13	4.80%
3	成都天象互动科技有限公司	非关联方	1,250.93	3.44%
4	上海欧拉网络技术有限公司	非关联方	1,008.71	2.78%
5	上海新合广告有限公司	非关联方	910.69	2.51%
向前五名客户销售合计			7,854.62	21.62%
营业收入			36,324.51	
2014 年度				
序号	客户名称	与多盟关系	销售金额(万元)	占营业收入比例
1	百度(中国)有限公司	非关联方	3,891.27	7.05%

2	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	非关联方	2,676.07	4.85%
3	携程旅游网络技术（上海）有限公司	非关联方	1,801.76	3.27%
4	群邑集团有限公司	非关联方	1,668.55	3.02%
5	北京阳光谷地科技发展有限公司	非关联方	1,225.04	2.22%
向前五名客户销售合计			11,262.69	20.42%
营业收入			55,167.64	

2013 年度

序号	客户名称	与多盟关系	销售金额（万元）	占营业收入比例
1	群邑集团有限公司	非关联方	1,506.55	9.08%
2	北京恒美广告有限公司	非关联方	1,418.86	8.55%
3	中国民生银行股份有限公司	非关联方	683.40	4.12%
4	创祀文化传播（上海）有限公司	非关联方	637.75	3.84%
5	上海游族信息技术有限公司	非关联方	424.20	2.56%
向前五名客户销售合计			4,670.75	28.14%
营业收入			16,597.80	

注 1：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司在本次交易完成后，将成为多盟的关联方；在本次交易完成前，不构成关联方。

注 2：与百度（中国）有限公司发生的交易主要是百度地图、百度糯米、百度音乐在多盟广告平台投放的广告。

多盟收入主要来源于整合移动媒体资源，为广告主在移动 APP 内投放各类广告而取得收入。其中品牌推广的客户主要为直接客户和广告代理公司；行业推广的客户则主要为手机游戏和手机应用 APP。

按照所服务的最终广告主的不同类型，多盟的最终客户可分为品牌广告主和行业广告主两大类，对应的业务类型分别为品牌推广和行业推广。

多盟的品牌推广业务主要通过 4A 广告代理公司（包括安吉斯集团、OMD 集团、GroupM 集团等）的合作，为国内外不同的品牌广告主提供互联网广告推广活动。多盟与品牌广告主签订长期合同，各期收入较为稳定。品牌广告主通常通过多盟自有广告平台和知名 APP 进行定向、竞价广告展示和部分广告植入等方式进行推广。

多盟的行业推广客户数量较多，同时较为分散。行业大型广告主主要为腾讯、百度、网易、京东、美团等，同时存在众多中小广告主且每个广告主收入贡献率

较低。行业广告主通常通过多盟自有广告平台、多盟自有积分墙系统和外部广告平台进行推广。2013 年，多盟开始研发 IOS 为主的积分墙系统，由于大量基于 IOS 平台的行业客户选择以积分墙形式冲击 Apple Store 的 APP 榜单，导致多盟行业推广收入大幅上涨。虽然随后 Apple Store 加大了对激励下载行为的监管力度，导致 IOS 积分墙业务出现滞涨，但多盟通过研发首席体验师、每日锁屏等自有流量媒体，新增 Android 积分墙系统，使积分墙业务收入得以保持并自 2015 年中期开始逐渐恢复，2015 年 8 月已经恢复到之前水平。

除了上述非代理业务外，2014 年末开始，多盟亦通过加强与外部广告平台合作积极拓展代理业务，同时伴随中国互联网企业出海开始尝试海外推广业务。目前，多盟合作的主要外部广告平台为腾讯旗下广点通平台、百度旗下贴吧平台和阿里旗下 UC 平台。

报告期内，多盟的客户数量总体不断增加，重要客户留存率较高。2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月多盟服务的最终客户数量分别为 585 名、1092 名和 1046 名。品牌广告主基本保持稳定，行业广告主虽有变动，但收入贡献率较低，不会形成重大影响。除因个别广告主的广告战略发生变化导致的客户调整外，报告期内多盟未发生重大客户流失。

多盟作为市场上移动互联网广告技术的领先者，多年来持续在服务类型、服务产品上不断创新，以提升广告主投放体验为重要目标，整体策略清晰，执行到位，报告期内收入持续增长。

2、多盟报告期内向前五名供应商销售情况

2015 年 1-7 月				
序号	供应商名称	与多盟关系	采购金额（万元）	占采购总额的比例
1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	6,572.53	21.08%
2	北京字节跳动科技有限公司	非关联方	1,484.45	4.76%
3	北京小桔科技有限公司	非关联方	877.36	2.81%
4	上海米信文化传播中心	非关联方	700.15	2.25%
5	北京百度网讯科技有限公司	非关联方	684.00	2.19%

向前五名供应商采购合计	10,318.48	33.10%
采购总金额	31,175.15	

2014 年度

序号	供应商名称	与多盟关系	采购金额（万元）	占采购总额的比例
1	北京开心互娱信息技术有限公司	非关联方	1,842.93	4.05%
2	汕头市龙湖区讯游电脑设计工作室	非关联方	1,745.75	3.84%
3	北京字节跳动科技有限公司	非关联方	1,354.83	2.98%
4	深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	1,179.31	2.59%
5	成都蓝飞互娱科技有限公司	非关联方	1,047.44	2.30%
向前五名供应商采购合计			7,170.26	15.77%
采购总金额			45,456.90	

2013 年度

序号	供应商名称	与多盟关系	采购金额（万元）	占采购总额的比例
1	北京凯罗天下科技有限公司	非关联方	654.00	4.89%
2	成都市云中游科技有限公司	非关联方	516.34	3.86%
3	成都瑞安云科技有限公司	非关联方	490.75	3.67%
4	上海优度广告有限公司	非关联方	362.44	2.71%
5	北京掌顺科技有限公司	非关联方	349.56	2.62%
向前五名供应商采购合计			2,373.09	17.75%
采购总金额			13,365.97	

注：与北京百度网讯科技有限公司发生的交易是因为百度魔图、百度视频、百度贴吧和百度悦读为多盟的媒体端合作伙伴。

多盟的采购成本主要为支付 APP 媒体主的移动广告流量采购款，或向广点通等渠道采购移动广告流量支付的相关款项。

（七）多盟的技术研发情况

1、产品研发模式

多盟平台产品的研发工作由技术部负责，业务垂直模式和水平支撑模式相结合，分别设有大业务端组、检索端组、海外产品组、基础平台组、系统运维组、质量保障组、技术服务组，具体职能如下：

部门	职能简介

大业务端组	负责公司主要业务线产品的研发，比如 DSP、RTB、ADN 及内部系统等
检索端组	负责各业务线上广告检索相关的研发工作，以及公司 DMP 模块的研发
海外产品组	专门负责海外 FB-PMD 业务相关产品的研发工作
基础平台组	负责多盟技术基础设施平台的研发和维护
系统运维组	负责多盟系统、硬件和网络设施的运维
质量保障组	负责产品研发和运行过程中的测试和质量保障工作
技术服务组	负责多盟平台对外技术支持和周边工具开发

结合着产品发展的不同阶段，研发模式会做适应性变化。

产品集中开发期，会采用小组密集快速迭代方式，减少中间过程和文档，快速沟通快速实现。

产品发布及试运行期间，会提供对于服务稳定性和快速发现问题快速修复的要求，高优先级紧盯线上问题。

产品成熟期，则重点强调服务的整体稳定性，采用相对规范的上线运维流程来管理，加强系统监控和测试保障。

2、核心技术来源

多盟核心技术均来自内部研发的成果，多盟具有完全的自主知识产权，没有允许或授权他人使用自己拥有的知识产权和非专利技术。

3、多盟拥有的核心技术

多盟的核心技术主要在以下领域：大规模海量数据存储和处理、实时数据流处理、广告策略和算法、海量受众数据分析、手机客户端优化、广告反作弊技术等。

（1）大规模海量数据存储和处理

多盟基于 hadoop 体系，搭建自有的海量数据分布式存储和计算平台。针对业务需求，构建了小批量+全量两套平台，小批量平台处理当前准实时的数据，分发给投放、统计、计费模块；天级数据存储到全量数据平台，存放所有历史数据。平台目前每日处理超过 3T 的数据，最大容量可支持 10T。

针对平台上大量运行的业务和分析任务，多盟自主研发了一套任务管理系

统，用于平台上的任务调度和依赖关系管理，将原有支持几十个任务就容易出现异常的情况，变成可以轻松支持上万个任务并行管理。

每日的数据，会进行多维度的各类报表生成，报表结果加入了自动阈值监控，发现某维度上的数据异常会报警。每日数据还会进行规约以后导入 BI 分析库，BI 人员跟进分析库中的数据，计算公司重要业务指标，提供指标分析，帮助商业决策。

（2）实时数据流处理

多盟基于自有研发的 Logtailer+Storm+Kafka，构建了一整套数据流处理系统。该系统用于实时数据流的 ETL 操作，以及在各个模块之间的分发和流转。

Logtailer 执行原始日志数据的扫描和推入数据流，支持数据重放（保证后端数据流信息丢失的情况下可追补）。Storm 用于实时数据处理任务和拓扑的管理。Kafka 负责数据流在各模块之间的流转和队列服务。

系统支持灵活的数据路径动态定义，解决了动态数据领域单点失效的容错问题。

（3）广告策略和算法

广告策略和算法是多盟广告投放的核心。

CTR 预估模型，基于 DT+LR 算法构建，能够预测某个广告在某份流量上的点击率预测。通过不断优化和尝试新的特征，模型能够在预测准确率方面不断提高。模型还支持新广告或新流量的冷启动预估。

CVR 预估模型。该模型能够预估广告点击到转化之间的转化率。该模型要解决的难点问题数据稀疏性，加快数据迭代过程。

OCPC 模型。基于前两个预估模型，OCPC 模型能够预测某广告在指定的转化成本之下，对每份流量上能够给出的价格，然后以该价格去参与竞价。通过该模型，可以实现广告转化成本的精确控制。

预算消耗速度控制。该模型让广告消耗全局最大化得以实现，而不是以贪婪式算法来主导投放（贪婪式算法只能达到局部最优，不能全局最优）。同时，该

模型还可以有效控制超投（超投问题也是行业难题）。

（4）海量受众数据分析

多盟构建了一套自有的受众分析系统。可以基于第一方、第二方、第三方的人群数据进行整合，基于各类异构数据，采用规则化方法+lookalike 方法，进行受众分析，挖掘受众的人口统计属性、身份、兴趣、意图等。通过二级统一标签+自定义标签的方式，输出受众特征和画像。

（5）手机客户端优化

多盟的手机端广告 SDK，采用底层功能集成+js 动态调度的方式，提供了强大的功能和使用的灵活性。除了支持常规的广告请求展现之外，能够提供社交分享、声音采集、拍照上传、二维码识别等增强功能。这些功能可通过广告代码中的 js 动态调度，使用很灵活。

同时，针对 SDK 在稳定性、文件大小、运行效率、资源占用等方面进行了多项优化，以保证对 App 自身的运行几乎不产生影响。

（6）广告反作弊技术

多盟广告反作弊技术，采用实时+日级分析相结合，满足实时广告计费决策的同时，可支持全局修正实时决策错误的结果。基本的反作弊规则基于静态规则实现，同时，叠加离线模型分析，可发现疑似深度作弊行为，加上人工复核，并提取规则更新。

（八）多盟的质量控制情况

为了保证产品和服务的质量，多盟建立了从设计、研发、运营全线质量保证体系，在每一个环节设立了相应质量保障岗位和考核体系，对产品和服务质量进行严格把关。

1、研发质量控制标准

多盟公司一贯重视产品和服务的质量管理与控制，多盟提供的服务全部在互联网线上完成，线上完成的服务平台软件全部都是多盟自主研发，每日服务的广告主有几百家，同时上线的广告投放单上千个，每日广告的曝光数过 5 亿，接入

的媒体(APP)过万家，广告的数据实时反馈。这些指标对多盟自研系统的要求非常高。

对平台软件和运营的质量要求：

(1) 系统的处理能力，完成整体请求、竞价、展示全流程的时长低于 100 毫秒；

(2) 系统服务可靠率 99.99%，故障响应时间<5 分钟，故障处理时间<1 小时。

2、产品质量控制措施

多盟根据产品开发生命周期特性以及运营各阶段质量控制点的不同，制定了相应的品质控制规范和流程。具体来说，分别就产品研发过程、研发输出、运营过程、质量管理体系等不同方面采取了以下控制措施：

(1) 产品研发过程质量控制

多盟公司对于整个产品研发过程规定了一系列必要的过程控制，以保障产品设计和研发过程的可控性。

产品设计过程中有设计审核迭代和最终确认流程，相关人员对产品设计文档中的重要问题进行讨论，迭代修正，直到获得一致确认结果。并设立项目组和项目版本号管理机制，确保项目开始到最终验收的资源保证和一致性跟踪。

产品研发过程中有单元测试、代码 review、QA 测试、PM 验收流程。单元测试保证在开发期尽可能早发现问题，以及开发功能符合需求。代码 review 在开发期后期进行，要求两人以上 review 代码，从不同角度发现问题，同时保障代码安全性。QA 测试在代码完成提交给 QA 人员进行，进行相对完善的功能测试、异常测试、性能测试、回归测试等。PM 验收在发布前确认整体的产品研发产出结果是符合预期的、与产品设计需求一致的。

(2) 研发输出质量控制

研发成果输出控制的核心在于系统发布上线和运维。多盟在上线和运维上建立了一些基本管理流程，在保障质量的同时降低对发布效率的影响。

多盟系统上线流程中，要求使用统一的基于 puppet 构建的上线工具来进行，

统一管理权限、操作和记录。上线方案需要进行两人以上 review，需要有上线异常的回滚方案。上线过程要求进行冒烟测试（先局部上线，检查情况，正常的话再扩大上线范围），上线完成需要进行重点功能的回归测试，并需要 PM 进行线上系统功能验收。这样来保障系统的运行正常和功能正确。

在线运行的系统，需要进行实时的运行监测控制。多盟系统都需要接入统一的监控平台，监控平台根据配置对系统进行实时监测，发现异常会通过邮件、短信等形式通知到对应的负责人。多盟系统的实时日志还会接入多盟日志平台，针对错误或报警日志记录进行分析，确定是常规问题还是严重问题。多盟系统还会要求建立准实时报表，便于从各个纬度周期性观察系统运行数据情况，发现潜在问题。多盟针对线上问题有严格的事故等级定义，并执行严格的响应机制和惩罚机制，从对结果的高要求倒逼前置过程的优化。

（3）运营过程质量控制

多盟公司在生产各环节严格执行质量控制制度，运营各环节的质量控制具体包括广告主管理、媒体管理、上线前准备、上线质量控制和投放中质量控制和投后质量控制等。

广告主管理。多盟公司对广告主的运营情况、行业资质、信誉及回款条件等方面分为 A、B、C 三类等级，并在合同通过和系统投放时优先考虑 A 等级广告主。

媒体管理。多盟公司对媒体(APPs)的情况、行业资质、信誉及付款条件等方面分为 A、B、C 三类，并在采购时优先考虑 A 类 APP 合作商，控制 B 类 APP 合作商，逐步淘汰 C 类合作商，确保了流量供应方的广告位资源的质量。同时对 APP 的管理专门设立反作弊分析团队，实时对媒体端的可疑数据进行监控和有效定向打击，以保证广告展现的真实和有效性。

投放管理。公司运营部对广告素材按照技术参数标准和广告投放准则进行质量检验，投放素材通过检验后才可进入投放素材库。若检验发现不符合国家和企业标准，要求广告主替代、变更素材、计划订单，素材验证有效入库后，投放顾问在投放系统中创建投放项目、制定投放策略以及投放创意，经验证检验无误后方可开启投放。一旦进入投放系统，系统会实时反馈投放数据，投放顾问实时监

控投放数据，当数据出现偏差时，投放顾问可随时暂停投放。广告投放结束后系统会自动生成本次投放的所有监控数据，投放顾问依据投放数据为广告主提供投放结案报告的数据依据。

(5) 质量管理体系的持续改进

多盟公司通过定期和不定期的内部审核来保证公司质量环境管理体系的适宜性、有效性和充分性，并且依据收集内部各个环节的质量数据和外部客户满意度，针对性地改进和提高，以满足产品质量、服务标准和安全认证的要求。

3、产品质量纠纷

多盟公司拥有较为完善的质量管理体系，研发、投放、销售等环节均按照规范实施，各种服务符合国家和行业颁布的有关服务技术质量要求并高于业界水准，报告期内未出现过重大产品质量纠纷。

(九) 多盟的开发实力情况

1、核心技术人员情况

专业	2015 年 7 月末		2014 年末		2013 年末	
	人数	总人数占比	人数	总人数占比	人数	总人数占比
研发技术人员	71	22.6%	60	21.4%	42	22.9%

报告期内多盟的技术人员和研发人员不断充实，为公司的快速发展提供了保障。其中，核心技术人员情况如下：

姓名	职位	简历
王鹏云	技术副总裁	硕士，毕业于北京大学，多盟联合创始人之一，负责公司技术部的组建和管理，后期同时负责多盟广告平台业务。
蒋浩	高级技术总监	硕士，毕业于中国科学院，多盟早期创始员工之一，目前负责公司技术部大业务端组的工作，覆盖公司最多的业务线。
庞亭亭	技术总监	硕士，毕业于北京邮电大学，多盟早期创始员工之一，前期一直负责大业务端组多个产品线的研发和管理，目前负责 RTB 业务的整体工作和开拓

2、多盟防范人才流失的措施

多盟是一家移动互联网创业型公司，人才是多盟的根本，对于防止人员的流失，多盟具体的防范措施有如下几个方面：

（1）建立可持续发展的技术文化

多盟很注重技术文化的保持和传承，倡导实事求是、坦诚、务实、平等交流、团队协作、自驱成长、不搞政治；在引入人才时，坚持人品和态度第一、能力第二、经验第三的原则，保证技术部成员的高素质，保持良好的团队氛围。

（2）建立相对完善员工成长和培养机制

在员工发展方面，设定了技术线和管理线两个方向晋升的机制；设立了新员工导师制度，引领新员工走上正轨，独挡一面；设立技术部季度优秀奖金，奖励季度表现突出或成长迅速的员工；设立定期技术培训和分享的机制，内部或外请高级工程师做主题分享。

（十）多盟的员工结构和核心团队

1、多盟的员工结构

截至 2015 年 7 月 31 日，多盟拥有员工 314 名，具体结构如下：

部门		人数	职能
CEO		1	创始人齐玉杰
技术部		71	主要负责业务系统以及内部结算系统的研究开发技术
产品部		20	负责产品的全过程管理，包括与市场/销售部门沟通，收集用户/客户需求、进行市场和竞争分析、制定产品规划。同时负责具体功能的设计，优化产品体验，产品的迭代，并推动研发团队按时完成产品开发、高质量上线
销售部	渠道销售	12	分为行业、品牌和渠道销售以及海外推广四个业务模块，职责包括：1）与广告主或广告代理商制定年度的移动广告推广计划，并签订框架协议；2）日常跟踪客户的广告需求，并协同各业务部门提供有竞争力的广告策划，赢取项目
	行业销售	41	
	品牌销售	66	
	海外、拓展及公关	21	
运营部		48	主要负责多盟广告平台广告日常投放与运营，包括广告排期、点位、媒体选择、投放渠道选择、投放策略等，并在项目结束后出具结案报告
商业策略分析部		9	主要负责管理销售支持和业务数据分析汇总
人事行政部门		7	主要向目标集团提供后台支持，包括财务核算、法务咨询、人力资源管理和其他行政工作
财务、法务部		18	
合计		314	

2、多盟的核心团队

多盟管理团队如下：

序号	姓名	职务
1	齐玉杰	CEO，2010 年 9 月份创建多盟
2	张鹤	总裁，2010 年 9 月加入多盟，公司创始人之一
3	王鹏云	技术副总裁，2010 年 9 月加入多盟，公司创始人之一
4	边嘉耕	高级副总裁，2010 年 9 月加入多盟，公司创始人之一
5	伏文均	品牌销售副总裁，2011 年 12 月加入多盟
6	祝玉琳	海外业务副总裁，2013 年 2 月份加入多盟
7	蒋浩	高级技术总监，2010 年 10 月份加入多盟
8	胡学伟	行业销售副总裁，2010 年 11 月加入多盟
9	刘修伦	资源中心总经理，2011 年 10 月加入多盟
10	王洋	副总裁，2014 年 1 月加入多盟
11	王凤阳	产品副总裁，2013 年 2 月加入多盟
12	庞亭亭	技术总监，2010 年 9 月加入多盟，公司创始员工之一

齐玉杰，多盟 CEO，2010 年 9 月份创建多盟，搭建了广告主和应用开发者之间的广告技术服务平台，并借助大规模数据处理的平台优势以及贴近应用开发者的服务模式，为应用开发者提供产品推广服务和收益，以及为致力于在智能手机平台推广产品、品牌的广告主提供高效的服务。齐玉杰于 1996 至 2000 年在铁道部科学院从事研究工作，曾荣获 2000 年国家科技进步一等奖；2000 至 2010 年，在百度担任高级技术总监，主持研发了凤巢、贴吧、知道等一系列核心产品。

张鹤，多盟总裁，2010 年 9 月加入多盟，公司创始人之一，身兼销售、商务、市场等重要职责。张鹤于 1998 至 2002 年担任搜狐无线业务负责人；2002 至 2007 年，担任掌上灵通销售副总裁；2007 至 2010 年，担任激动网总裁，负责激动网运营工作。

王鹏云，多盟技术副总裁，2010 年 9 月加入多盟，公司创始人之一，负责多盟核心的技术研发团队。王鹏云于 2004 至 2007 年，在百度从事技术工程师岗位；2007 至 2009 年，担任魔时网 CTO；2009 至 2010 年，担任一三九移动互联网技术负责人。

边嘉耕，多盟高级副总裁，2010 年 9 月加入多盟，公司创始人之一，负责多盟运营、财务、人事等后台团队。边嘉耕于 1992 至 1997 年，在石油部新疆石油局地球物理研究所从事工程师岗位；1997 至 2000 年，北京工业大学计算机软件研究生在读；2000 至 2005 年，在亚信科技担任新业务部技术总监；2005 至

2010 年，在卓望担任技术负责人。

伏文均，多盟品牌销售副总裁，2011 年 12 月加入多盟，负责多盟品牌业务销售工作。伏文均于 2003 年 12 月至 2005 年 3 月，在空中网担任产品专员；2005 年 5 月至 2008 年 2 月，在掌上灵通担任部门总监；2008 年 2 月至 2011 年 12 月，在新浪网担任助理客户总监。

祝玉琳，多盟海外业务副总裁，2013 年 2 月份加入多盟，负责多盟商业分析与国际业务。祝玉琳于 2007 年 7 月至 2010 年 9 月，在联想集团担任产品运作经理岗位；2010 年 9 月至 2013 年 2 月，在人人网担任销售分析高级经理岗位。

蒋浩，多盟技术高级总监，2010 年 10 月份加入多盟，负责技术部大业务端的管理工作。蒋浩于 2006 年 7 月至 2008 年 12 月，在百度担任高级研发工程师岗位；2009 年 2 月至 2009 年 10 月，在去哪担任高级研发工程师岗位；2009 年 11 月至 2010 年 10 月，在美日保险担任技术总监岗位。

胡学伟，多盟行业销售副总裁，2009 年 11 月加入多盟，负责业内销售团队管理。胡学伟于 2000 年 5 月至 2007 年 11 月，在搜狐担任市场经理；2007 年 11 月至 2008 年 9 月，在土豆网担任市场副总监；2008 年 9 月至 2009 年 11 月，在激动网担任商务总监。

刘修伦，多盟资源中心总经理，2011 年 9 月加入多盟，负责多盟国内流量合作。刘修伦于 2005 年 10 月至 2011 年 7 月，在华为解决方案部担任产品部副部长。

王洋，多盟副总裁，2014 年 1 月加入多盟，先后负责了财务及公司经营部相关工作。王洋于 2005 至 2012 年，在人人网担任财务总监；2013 年 1 月至 2013 年 12 月，在啪啪担任财务高级副总裁。

王凤阳，多盟产品副总裁，2013 年 2 月加入多盟，负责产品和设计团队。王凤阳于 2005 年 7 月至 2013 年 2 月，在百度担任高级经理职位。

庞亭亭，多盟技术总监，2010 年 9 月加入多盟，负责 RTB 业务的整体工作和开拓。2008 年 4 月至 2010 年 4 月，在 IBM 担任系统研发工程师；2010 年 4 月至 2010 年 8 月，在一三九移动互联担任系统研发工程师。

3、本次并购完成后对前述核心人员的后续安排

截至本报告书出具日，齐玉杰和潘安民担任多盟联席 CEO。齐玉杰在 2016 年初将会兼任蓝标集团首席技术官职务，主管全蓝标集团各业务线技术和产品开发相关事宜；原财务总监王洋不再担任多盟财务总监，转任经营管理部和法务部负责人，职级不变，仍为副总裁；其他核心团队均保留目前职位。

多盟核心团队的竞业限制安排及保证核心团队稳定性的相关措施具体请参见本报告书“第十一节董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析”之“十、本次交易对上市公司未来发展前景的影响”之“（一）本次交易的整合计划及对上市公司未来发展的影响”。

八、多盟主要财务数据

（一）合并报表（模拟合并）

根据天职国际出具的天职业字[2015]13112 号《审计报告》，多盟开曼模拟合并多盟智胜的最近两年一期经审计的主要财务数据如下：

1、合并资产负债表简表

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产	54,094.42	42,797.48	13,020.32
非流动资产	296.06	273.86	192.40
总资产	54,390.47	43,071.34	13,212.72
流动负债	32,707.69	18,786.75	11,527.53
非流动负债	-	31,723.66	8,059.02
总负债	32,707.69	50,510.41	19,586.55
所有者权益	21,682.78	-7,439.07	-6,373.82

2、合并利润表简表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业总收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
营业总成本	41,131.37	58,073.21	19,697.56
营业利润	-4,806.86	-2,905.58	-3,099.76
利润总额	-4,700.20	-2,883.56	-3,093.89

净利润	-5,167.11	-2,883.56	-3,093.89

注：2015 年 1-7 月净利润亏损较大是因为股份支付导致当期确认了 2,561.84 万元费用所致。

3、非经常性损益

报告期内，多盟的非经常损益情况如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
非流动性资产处置损益	-	-0.04	-0.04
计入当期损益的政府补助	104.00	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	2.67	22.06	5.91
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-0.01	-
小计	106.67	22.01	5.88
减：所得税影响金额	26.00	-	-
扣除所得税影响后的非经常性损益	80.67	22.01	5.88

影响非经常性损益的主要因素为计入当期损益的政府补助。

（二）多盟开曼

根据天职国际出具的天职业字[2015]13112-1 号《审计报告》，多盟开曼及其子公司合并最近两年一期经审计的主要财务数据如下：

1、资产负债表简表

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产	51,466.78	35,129.96	6,850.29
非流动资产	249.23	316.39	601.78
总资产	51,716.02	35,446.34	7,452.07
流动负债	26,799.68	11,242.44	4,533.13
非流动负债	-	31,723.66	8,059.02
总负债	26,799.68	42,966.10	12,592.15
所有者权益	24,916.33	-7,519.76	-5,140.08

2、利润表简表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业总收入	34,214.05	18,337.18	2,921.43

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业总成本	35,705.30	22,535.12	6,075.69
营业利润	-1,491.25	-4,197.94	-3,154.25
利润总额	-1,385.96	-4,197.99	-3,154.27
净利润	-1,852.87	-4,197.99	-3,154.27

（三）多盟智胜

根据天职国际出具的天职业字[2015]14301 号《审计报告》，多盟智胜最近两年一期经审计的主要财务数据如下：

1、资产负债表简表

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产	11,661.78	18,101.67	9,540.03
非流动资产	46.83	57.47	10.62
总资产	11,708.61	18,159.14	9,550.66
流动负债	13,942.16	16,978.45	9,364.40
非流动负债	-	-	-
总负债	13,942.16	16,978.45	9,364.40
所有者权益	-2,233.55	1,180.69	186.26

2、利润表简表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业总收入	8,525.55	44,485.31	16,506.55
营业总成本	11,941.16	43,512.95	16,812.06
营业利润	-3,415.61	972.36	-305.51
利润总额	-3,414.24	994.43	-299.61
净利润	-3,414.24	994.43	-299.61

九、多盟所获业务资质和市场评价

（一）业务资质

多盟智胜于 2013 年 3 月 31 日取得编号为京 ICP 证 110535 号的《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》，并通过 2013 年、2014 年年检，有效期限为 2013 年 3 月 31 日至 2016 年 7 月 26 日。

（二）软件企业和软件产品认证

睿达智胜取得的软件产品登记证书如下：

公司名称	证书名称	证书编号	发证机关	发证日期
睿达智胜	软件产品登记证书	沪 DGY-2014-4100	上海市经济和信息化委员会	2015 年 1 月 22 日
睿达智胜	软件产品登记证书	沪 DGY-2014-4099	上海市经济和信息化委员会	2015 年 1 月 22 日

睿达智胜于 2015 年 2 月 20 日取得上海市经济和信息化委员会颁发的编号为沪 R-2015-0017 的《软件企业认定证书》。

（三）市场评价

2015 年多盟获得的主要荣誉如下：

序号	所获奖项	颁奖机构
1	虎啸奖金奖	中国虎啸奖组委会
2	中国广告长城奖-2015 广告主营销传播金奖	中国广告长城奖组委会、中国广告协会
3	The SmartiesTM China 2015 中国无线营销大奖	MMA 中国无线营销联盟
4	成功营销最佳移动内容营销案例奖	《成功营销》杂志
5	第六届金鼠标数字营销大赛-跨媒体整合类铜奖	金鼠标组委会

2014 年多盟获得的主要荣誉如下：

序号	所获奖项	颁奖机构
1	成功营销-年度最佳创新营销平台奖	成功营销-中国创新营销峰会
2	品牌贡献榜-影响中国年度最佳数字营销奖	中国广告主协会、中国人民大学公共外交研究院、中国传媒大学广告学院
3	安卓全球开发者大会-年度最佳广告平台大奖	IDG
4	第 21 届中国国际广告节 2014 年度中国移动互联网领军品牌大奖	中国广告协会
5	中国广告长城奖-2014 年度营销传播金奖	中国广告长城奖组委会、中国广告协会
6	TopDigital 移动大奖	TopDigital
7	上方网 TFC 最佳移动广告平台	上方汇、上方传媒

2013 年多盟获得的主要荣誉如下：

序号	所获奖项	颁奖机构
1	金投赏-无线媒介服务奖&无线创意奖	金投赏组委会
2	年度中关村新锐企业十强	中关村十大系列评选组委会

序号	所获奖项	颁奖机构
3	影响 2013 年度广告领军平台	中国企业领袖与媒体领袖年会组委会
4	成功营销-年度最佳创新营销平台奖	成功营销-中国创新营销峰会
5	中国广告长城奖-2013 年度营销传播金奖	中国广告长城奖组委会、中国广告协会
6	中国创意传播国际大奖暨高峰论坛活动-中国移动广告公司十强	21 世纪营销全媒体传播平台、香港广告业联合会
7	2012-2013 全球移动终端与移动应用年度评选-最佳移动广告平台奖	2013（第二届）中国国际移动终端与手机应用产业大会组委会
8	全球移动互联网大会-最佳广告创意奖&最佳消费者互动奖&最佳广告技术奖	GMIC 组委会

十、多盟主要资产、对外担保及主要负债情况

（一）主要资产情况

截至 2015 年 7 月 31 日，多盟（模拟合并）的主要资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	备注
流动资产：		
货币资金	27,767.47	其中包括蓝色光标为收购多盟支付的 13,258.67 万元保证金
应收票据	5.00	
应收账款	22,313.47	应收客户款
预付款项	1,876.46	主要为广点通业务采购预付款
其他应收款	932.02	主要为保证金
其他流动资产	1,200.00	理财产品
流动资产合计	54,094.42	
非流动资产：		
固定资产	291.34	
无形资产	4.71	
非流动资产合计	296.06	
资产合计	54,390.47	

1、房屋租赁

多盟办公场所主要通过租赁方式取得，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁标的	面积(m²)	租赁期限
1	多盟智胜	创而新（北京）信息技术有限公司（“创而新”）	北京市海淀区万泉庄路 15 号 6 层 603 室	400	2012 年 12 月 1 日-2016 年 6 月 30 日

序号	承租方	出租方	租赁标的	面积(m²)	租赁期限
2	多盟智胜	周世家、罗艳珍	广州市天河区华强路3号之二1706房	140.92	2015年2月13日-2017年3月12日
3	多盟无限	创而新	北京市海淀区万泉庄路15号6层604室	637.46	2014年12月1日-2016年6月30日
4	多盟无限	韩美燕	北京市东城区南竹竿胡同银河SOHO中心项目4层(实际楼层)50552室	219	根据《房屋租赁合同补充协议》，租赁期限延长至2016年2月28日
5	多盟睿达	无锡软件产业发展有限公司	江苏省无锡新区菱湖大道111号无锡软件园飞鱼座C栋4楼	950	2014年6月8日-2016年6月7日
6	多盟睿达北分	创而新	北京市海淀区万泉庄路15号5层505	342	2015年8月1日-2016年6月30日
7	睿达智胜	殷建新	上海市杨浦区大学路33号601室以及41号车位	158.23	2015年1月25日-2016年1月24日
8	睿达智胜北分	创而新	北京市海淀区万泉庄路15号5层502	342.27	2015年8月1日-2016年6月30日
9	多盟智胜	蔡龙威、裘琍琍(委托代理人)	上海市淮海中路283号香港广场807室	198.54	2014年3月1日-2016年2月29日
10	睿达智胜	上海宝山科技控股有限公司	上海市宝山区上大路668号202W室	30	2014年6月1日-2016年5月31日

2、商标

截至本报告书出具日，多盟拥有商标的具体情况如下表：

序号	商标	商标类别	申请号	申请人	专用权期限	法律状态
1		42	10092962	多盟智胜	2013年1月7日-2023年1月6日	注册
2		9	10092965	多盟智胜	2013年1月7日-2023年1月6日	注册
3		9	10093051	多盟智胜	2013年1月7日-2023年1月6日	注册
4		38	10092963	多盟智胜	2012年12月14日-2022年12月13日	注册
5		35	10092964	多盟智胜	2012年12月14日-2022年12月13日	注册
6		38	10092967	多盟智胜	2012年12月14日-2022年12月13日	注册

3、软件著作权

截至本报告书出具日，多盟拥有软件著作权的具体情况如下表：

序号	软件著作权名称	著作权人	首次发表日期	证书号	登记号	权利取得方式

序号	软件著作权名称	著作权人	首次发表日期	证书号	登记号	权利取得方式
1	每日锁屏安卓版手机软件[简称：每日锁屏]V1.0.0	睿达智胜北分	2014-12-18	0890583	2015SR003501	原始取得
2	多盟广告软件开发工具集系统V1.0	睿达智胜	2014-09-15	0829035	2014SR159798	原始取得
3	多盟监控管理系统 V1.0	睿达智胜	2014-09-23	0829029	2014SR159792	原始取得
4	多盟数据分析集群系统软件[简称：多盟数据分析集群软件]V1.0	多盟无限	2011-01-04	0377387	2012SR009351	原始取得
5	多盟 App 行业分析系统软件[简称：多盟 App 行业分析软件]V1.0	多盟无限	2011-09-01	0376281	2012SR008245	原始取得
6	多盟广告集成库系统软件[简称：多盟广告集成库系统]V1.0	多盟无限	2013-11-18	0653601	2013SR147839	原始取得
7	多盟广告投放管理系统软件[简称：多盟广告投放管理系统]V1.0	多盟无限	2013-11-18	0653605	2013SR147843	原始取得
8	多盟积分墙系统软件[简称：多盟积分墙系统]V1.0	多盟无限	2013-11-18	0653606	2013SR147844	原始取得
9	多盟自主广告管理系统软件[简称：多盟自主广告管理系统]V1.0	多盟无限	2013-11-18	0653609	2013SR147847	原始取得
10	多盟广告反作弊系统软件[简称：多盟广告反作弊软件]V1.0	多盟无限	2011-01-04	0375616	2012SR007580	原始取得
11	多盟广告服务集群系统软件[简称：多盟广告服务集群软件]V1.0	多盟无限	2011-01-04	0377381	2012SR009345	原始取得
12	多盟广告检索系统软件[简称：多盟广告检索软件] V1.0	多盟无限	2011-01-04	0375657	2012SR007621	原始取得
13	多盟广告业务系统软件[简称：多盟广告业务软件] V1.0	多盟无限	2011-01-04	0379131	2012SR011095	原始取得
14	多盟广告精准投放系统 V1.0	多盟无限	2012-11-18	0508702	2013SR002940	原始取得
15	多盟供应方平台系统 V1.0	多盟无限	2012-11-18	0508698	2013SR002936	原始取得
16	多盟数据流管理系统 V1.0	多盟无限	2012-11-18	0508687	2013SR002925	原始取得
17	多盟 App 发布系统软件[简称：多盟 App 发布软件]V1.0	多盟无限	2011-10-25	0404491	2012SR036455	受让取得（由多盟智胜处受让）

4、专利

截至本报告书出具日，多盟尚未申请专利技术。

5、域名

截至本报告书出具日，多盟注册域名的具体情况如下表：

序号	域名注册人	域名	有效期至
1	睿达智胜	meirisuoping.com	2016-02-13
2	多盟睿达	domobglobal.com	2015-12-17
3	多盟睿达	domobnetwork.com	2015-12-17
4	多盟智胜	dmvideo.mobi	2015-12-11

序号	域名注册人	域名	有效期至
5	多盟智胜	dmvideo.org	2015-12-11
6	多盟智胜	dmvideo.net	2015-12-11
7	多盟智胜	dmvideo.cn	2015-12-11
8	多盟智胜	domobcdn.cn	2015-12-08
9	多盟智胜	domobcdn.com	2015-12-08
10	多盟智胜	dmaow.com	2016-07-08
11	多盟智胜	dmyouxi.com	2016-06-13
12	多盟智胜	dmrtb.com	2016-03-20
13	多盟智胜	doyo.co	2016-03-12
14	多盟智胜	domob-inc.com	2016-02-25
15	多盟智胜	domob.org	2016-08-28
16	多盟智胜	domob.cn	2016-06-10
17	多盟智胜	domob-inc.cn	2016-01-31
18	多盟智胜	3gdh.com.cn	2016-03-09
19	多盟智胜	modh.com.cn	2016-03-09
20	多盟智胜	modh.cn	2016-03-09
21	多盟智胜	duomeng.net	2018-08-28
22	多盟智胜	duomeng.org	2018-08-28
23	多盟智胜	duomeng.cn	2018-08-28
24	多盟智胜	moxz.com.cn	2016-06-01
25	多盟智胜	moxz.net	2016-06-01
26	多盟智胜	moxz.cn	2016-06-01
27	多盟智胜	domob.com.cn	2016-12-28
28	睿达智胜	yidedesign.com	2016-06-19
29	睿达智胜	kuaizhuanapp.org	2016-01-02
30	睿达智胜	kuaizhuanapp.com.cn	2016-01-02
31	睿达智胜	kuaizhuanapp.net	2016-01-02
32	睿达智胜	kuaizhuanapp.cn	2016-01-02
33	睿达智胜	kuaizhuanapp.com	2016-01-02

（二）对外担保情况

截至本报告书签署日，多盟不存在对外担保情况。

（三）主要负债情况

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	备注
流动负债：		

项目	2015 年 7 月 31 日	备注
应付账款	14,874.58	应付供应商款项
预收账款	1,812.23	预收客户款
应付职工薪酬	1,862.70	
应交税费	548.22	
其他应付款	13,609.96	主要包括蓝色光标为收购多盟支付的 13,258.67 万元保证金
流动负债合计	32,707.69	
非流动负债合计	-	
负债合计	32,707.69	

十一、最近三年股权转让、增资及资产评估情况

多盟开曼及多盟智胜除本次收购进行了估值外，最近三年未进行过评估。多盟开曼及多盟智胜最近三年发生的股权转让、增资情况及原因参见本节“二、历史沿革”的相关部分。

多盟开曼最近三年增资及股权转让作价情况如下：

2014年2月14日，齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤分别将其持有的多盟开曼普通股转让给自己设立的持股平台，本次转让为实际控制人与自己持股平台之间的转让，转让对价为零对价。

2014年3月27日，多盟开曼C轮融资，C-1系列优先股每股发行价格2.7904美元，投资者均为B系列优先股股东，发行价格与B系列优先股发行价格相同；C-2系列优先股每股发行价格5.0689美元，股东为新进入的投资者，因此价格较C-1系列优先股高。

2014年7月1日，Morning Sea Limited向World Wonders Investments Limited以每股1.3952美元价格转让477,828股普通股。本次转让涉及股权激励性质，已经作为股份支付处理。

2015年6月8日，多盟开曼普通股股东和优先股股东分别与蓝标投资签署股权转让协议，普通股转让价格为9.01美元/股（合并多盟智胜股权转让价格）、优先股转让价格为8.41美元/股。

多盟智胜最近三年增资及股权转让作价情况如下：

2013年2月，多盟智胜注册资本由100万元增加至1,000万元，增资价格1

元/注册资本。

2015年6月8日，齐玉杰、边嘉耕、王鹏云和张鹤与蓝标投资签署《股权转让协议》，股权转让价格与转让多盟开曼股权价格合并计算。

本次交易收购蓝瀚科技的对价中涉及收购多盟的部分与蓝标投资（实为蓝瀚科技）收购多盟的对价一致，不存在差价。

报告期多盟进行的增资及股权转让，均未进行评估或估值。多盟历史上增资及转让价格的差异系多盟经营过程中自身价值不断提升的体现，不存在历史交易价格与本次交易价格有不合理差异的情况。

十二、其他情况说明

（一）诉讼情况

截至本报告书出具日，多盟尚未了结的诉讼情况如下：

2015年5月14日，因双方结算数据差异产生纠纷，汕头市龙湖区讯游电脑设计工作室以多盟睿达和多盟智胜为被告向北京市海淀区人民法院提起诉讼，要求多盟睿达立即向其支付信息推广费人民币4,512,944元，支付逾期付款利息人民币42,850元，要求多盟智胜对多盟睿达的付款义务承担连带责任，同时要求二被告承担该案诉讼费用。

2015年10月17日，汕头市龙湖区讯游电脑设计工作室和多盟睿达、多盟智胜就上述纠纷签署了《和解协议》，约定由多盟睿达一次性支付汕头市龙湖区讯游电脑设计工作室人民币255万元。汕头市龙湖区讯游电脑设计工作室同意在收到上述款项后7日内向北京市海淀区人民法院申请撤诉。多盟智胜作为案件的共同被告及多盟睿达关联公司，同意对多盟睿达的应付款项承担连带责任。

根据蓝瀚科技提供的银行汇款凭证，2015年10月21日，多盟睿达已支付上述款项。截至本报告书出具之日，上述撤诉手续正在办理之中。

（二）行政处罚

多盟睿达北分于2014年9月被北京市海淀区地方税务局处罚滞纳金100元。除此之外，多盟报告期不存在任何其他行政处罚情形。

第六节 交易标的子公司基本情况——亿动开曼

一、基本情况

公司名称：	Madhouse Inc.
注册证书号：	CR-154758
成立日期：	2005 年 9 月 12 日
设立地：	开曼群岛
董事：	马良骏、孙慧真、熊剑、曲波、潘安民
注册股本	35,000.00 美元（已发行 220,272,263 股）

二、历史沿革

（一）公司设立

根据亿动开曼的注册证书以及《开曼法律意见书》，亿动开曼由Offshore Incorporations (Cayman) Limited于2005年9月12日在开曼群岛设立。同日，Offshore Incorporations (Cayman) Limited将其持有亿动开曼的全部1股普通股股票作价1美元转让给First East Sun Millennium Inc.（以下简称“FESM”）。FESM系由亿动开曼创始人马良骏于2005年5月4日在英属维尔京群岛设立，马良骏持有FESM100%股权。

亿动开曼设立时股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	1	100.00%
合计	-	1	100.00%

（二）2006 年 3 月，第一次增发普通股

2006年3月3日，亿动开曼向FESM发行了1,249股普通股，每股发行价格为1美元。

本次发行普通股后，亿动开曼的股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	1,250	100.00%
合计	-	1,250	100.00%

（三）2006 年 3 月，A 轮融资和第二次增发普通股

2006年3月7日，FESM将每股面值为1美元的1250股普通股拆分为12,500,000股普通股，每股面值为0.0001美元。

2006年3月3日，亿动开曼与FESM、Gobi Fund, Inc.、JAFCO Asia Technology Fund III和马良骏签署了《认购协议》（Subscription Agreement）。根据该协议，Gobi Fund, Inc.、JAFCO Asia Technology Fund III和马良骏以合计185万美元的价格共同认购亿动开曼发行的18,500,000股A系列优先股，每股价格0.1美元。其中，Gobi Fund, Inc.出资87.5万美元认购8,750,000股A系列优先股，JAFCO Asia Technology Fund III出资87.5万美元认购8,750,000股A系列优先股，马良骏出资10万美元认购1,000,000股A系列优先股。同时，协议约定亿动开曼向Gobi Fund, Inc.和JAFCO Asia Technology Fund III各发行8,750,000份优先股认股权证，即Gobi Fund, Inc.和JAFCO Asia Technology Fund III有权以每股0.1美元的价格分别认购亿动开曼不超过8,750,000股A系列优先股的新股，总值175万美元。同时，亿动开曼向FESM发行12,499,999份普通股认股权证，即FESM有权以每股0.0001美元的价格认购亿动开曼不超过12,499,999股普通股的新股，总值1,249.9999美元。

2006年11月30日，经亿动开曼股东会决议，同意FESM、Gobi Fund, Inc.和JAFCO Asia Technology Fund III按照《认购协议》（Subscription Agreement）约定行权，分别支付1,249.9999美元、87.5万美元和87.5万美元认购亿动开曼发行的12,499,999股普通股、8,750,000股A系列优先股和8,750,000股A系列优先股。

A轮融资后亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	24,999,999	40.98%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	28.69%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	28.69%
马良骏	A 系列优先股	1,000,000	1.64%
合计	-	60,999,999	100.00%

（四）2007 年 5 月，B 轮融资及第三次增发普通股

2007年5月18日，亿动开曼向FESM发行了1股普通股，每股发行价为0.0001美元。

2007年5月18日，亿动开曼与B系列优先股认购方（Gobi Fund, Inc.、JAFCO Asia Technology Fund III.、马良骏、TDF Capital China II, LP、TDF Capital Advisors, LP、D2C Inc.、黎荻茵及Jubilant Worldwide Limited）签署了《B系列优先股购买协议》（Series B Preference Share Purchase Agreement），约定Gobi Fund, Inc.、JAFCO Asia Technology Fund III.、马良骏、TDF Capital China II, LP、TDF Capital Advisors, LP、D2C Inc.、黎荻茵及Jubilant Worldwide Limited以每股0.2517美元的价格合计认购亿动开曼发行的35,753,226股B系列优先股，认购金额合计8,999,086.98万美元。其中Gobi Fund, Inc.以1,499,817.375美元认购亿动开曼5,958,750股B系列优先股、JAFCO Asia Technology Fund III以999,878.25美元认购亿动开曼3,972,500股B系列优先股、马良骏以1,499,817.375美元认购亿动开曼5,958,750股B系列优先股、TDF Capital China II, LP以3,358,890.9423美元认购亿动开曼13,344,819股B系列优先股、TDF Capital Advisors, LP以140,682.9327美元认购亿动开曼558,931股B系列优先股、D2C Inc.以299,999.9715美元认购亿动开曼1,191,895股B系列优先股、黎荻茵以700,000.1013美元认购亿动开曼2,781,089股B系列优先股、Jubilant Worldwide Limited以500,000.0364美元认购亿动开曼1,986,492股B系列优先股。

B轮融资后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	25,000,000	25.84%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	18.09%
	B 系列优先股	5,958,750	6.16%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	18.09%
	B 系列优先股	3,972,500	4.11%
马良骏	A 系列优先股	1,000,000	1.03%
	B 系列优先股	5,958,750	6.16%
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	13.79%
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	0.58%
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	1.23%
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2.87%
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	2.05%
合计	-	96,753,226	100.00%

（五）2008 年 4 月，第一次行使期权

2008年4月7日，亿动开曼通过董事会、股东会决议，鉴于马良骏于2007年1月19日被亿动开曼授予1,143,750股的股票期权，行权价格为0.1美元，同意因马良骏在此员工持股期权计划（Employee Stock Option Plan）中行权，向其发行457,500股普通股。2008年4月15日，马良骏以每股0.1美元的价格行使该股票期权，认购亿动开曼发行的457,500股普通股。

本次行权后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	25,000,000	25.72%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	18.00%
	B 系列优先股	5,958,750	6.13%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	18.00%
	B 系列优先股	3,972,500	4.09%
马良骏	普通股	457,500	0.47%
	A 系列优先股	1,000,000	1.03%
	B 系列优先股	5,958,750	6.13%
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	13.73%
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	0.57%
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	1.23%
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2.86%
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	2.04%
合计	-	97,210,726	100.00%

（六）2008 年 4 月，B-2 轮融资

2008年4月17日，亿动开曼与B-2系列优先股认购方（Nokia Growth Partners II, L.P.）签署了《B-2系列优先股购买协议》（Series B-2 Preference Share Purchase Agreement），约定Nokia Growth Partners II, L.P.以每股0.4645美元的价格认购亿动开曼发行的6,458,358股B-2系列优先股，认购金额合计2,999,907.29美元。

B-2轮融资后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	25,000,000	24.12%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	16.88%
	B 系列优先股	5,958,750	5.75%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	16.88%

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
	B 系列优先股	3,972,500	3.83%
马良骏	普通股	457,500	0.44%
	A 系列优先股	1,000,000	0.96%
	B 系列优先股	5,958,750	5.75%
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	12.87%
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	0.54%
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	1.15%
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2.68%
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	1.92%
Nokia Growth Partners II, L.P.	B-2 系列优先股	6,458,358	6.23%
合计	-	103,669,084	100.00%

（七）2010 年 2 月，第二次行使期权

2010年1月15日，亿动开曼通过董事会、股东会决议，鉴于赖国庆于2007年1月19日被亿动开曼授予190,625股的股票期权，行权价格为0.1美元，同意因赖国庆在此员工持股期权计划(Employee Stock Option Plan)中行权，向其发行133,438股普通股。2010年2月3日，赖国庆以每股0.1美元的价格行使该股票期权，认购亿动开曼133,438股普通股。

本次行权后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	25,000,000	24.08%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	16.86%
	B 系列优先股	5,958,750	5.74%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	16.86%
	B 系列优先股	3,972,500	3.83%
马良骏	普通股	457,500	0.44%
	A 系列优先股	1,000,000	0.96%
	B 系列优先股	5,958,750	5.74%
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	12.86%
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	0.54%
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	1.15%
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2.68%
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	1.91%
Nokia Growth Partners II, L.P.	B-2 系列优先股	6,458,358	6.22%

赖国庆	普通股	133,438	0.13%
合计	-	103,802,522	100.00%

(八) 2010年6月，B-3轮融资

2010年6月18日，亿动开曼与B-3系列优先股认购方（Gobi Fund, Inc.、TDF Capital China II, LP、TDF Capital Advisors, LP及Nokia Growth Partners II, L.P.）签署了《B-3系列优先股购买协议》（Series B-3 Preference Share Purchase Agreement），约定Gobi Fund, Inc.、TDF Capital China II, LP、TDF Capital Advisors, LP及Nokia Growth Partners II, L.P.以每股0.5606美元的价格合计认购亿动开曼发行的6,825,532股B-3系列优先股，认购金额合计3,826,393.24万美元。其中Gobi Fund, Inc.以2,048,394.2792美元认购亿动开曼3,653,932股B-3系列优先股、TDF Capital China II, LP以1,165,256.4328美元认购亿动开曼2,078,588股B-3系列优先股、TDF Capital Advisors, LP以48,805.2754美元认购亿动开曼87,059股B-3系列优先股、Nokia Growth Partners II, L.P.以563,937.2518美元认购亿动开曼1,005,953股B-3系列优先股。

B-3轮融资后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	25,000,000	22.60%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	15.82%
	B 系列优先股	5,958,750	5.39%
	B-3 系列优先股	3,653,932	3.30%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	15.82%
	B 系列优先股	3,972,500	3.59%
马良骏	普通股	457,500	0.41%
	A 系列优先股	1,000,000	0.90%
	B 系列优先股	5,958,750	5.39%
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	12.06%
	B-3 系列优先股	2,078,588	1.88%
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	0.51%
	B-3 系列优先股	87,059	0.08%
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	1.08%
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2.51%
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	1.80%
Nokia Growth Partners II, L.P.	B-2 系列优先股	6,458,358	5.84%

	B-3 系列优先股	1,005,953	0.91%
赖国庆	普通股	133,438	0.12%
合计	-	110,628,054	100.00%

(九) 2013 年 1 月，C 轮融资

2013年1月28日，亿动开曼与C系列优先股认购方（Qualcomm Incorporated、Gobi Fund, Inc.、TDF Capital China II, LP、TDF Capital Advisors, LP、JAFCO Asia Technology Fund III、Nokia Growth Partners II, L.P.及Jubilant Worldwide Limited）签署了《C系列优先股购买协议》（Series C Preference Share Purchase Agreement），约定Qualcomm Incorporated、Gobi Fund, Inc.、TDF Capital China II, LP、TDF Capital Advisors, LP、JAFCO Asia Technology Fund III、Nokia Growth Partners II, L.P.及Jubilant Worldwide Limited以每股0.5225美元的价格合计认购亿动开曼发行的12,440,192股C系列优先股，认购金额合计6,500,000.32万美元。其中Qualcomm Incorporated以4,000,000美元认购亿动开曼7,655,502股C系列优先股、Gobi Fund, Inc.以500,000美元认购亿动开曼956,938股C系列优先股、TDF Capital China II, LP以479,900美元认购亿动开曼918,469股C系列优先股、TDF Capital Advisors, LP以20,100美元认购亿动开曼38,469股C系列优先股、JAFCO Asia Technology Fund III以500,000美元认购亿动开曼956,938股C系列优先股、Nokia Growth Partners II, L.P.以500,000美元认购亿动开曼956,938股C系列优先股、Jubilant Worldwide Limited以500,000美元认购亿动开曼956,938股C系列优先股。同时分别向Qualcomm Incorporated、Gobi Fund, Inc.、TDF Capital China II, LP、TDF Capital Advisors, LP、JAFCO Asia Technology Fund III、Nokia Growth Partners II, L.P.及Jubilant Worldwide Limited配发3,827,751、478,469、459,234、19,235、478,469、478,469、478,469份C轮优先股权证，即上述7名投资者有权以每股0.5225美元的价格分别认购亿动开曼发行的3,827,751、478,469、459,234、19,235、478,469、478,469、478,469股C系列优先股。本次发行价格系考虑亿动的经营发展情况以及C系列优先股的预计收益情况确定，价格合理，本次增资未进行评估或估值。

2013年12月3日至14日，以上7名投资者分别对《C轮优先股及其权证购买协议》中约定的C轮优先股权证进行了行权，以每股0.5225美元的价格分别认购亿动开曼发行的3,827,751、478,469、459,234、19,235、478,469、478,469、478,469

股C系列优先股。

C轮融资后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	25,000,000	19.34%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	13.54%
	B 系列优先股	5,958,750	4.61%
	B-3 系列优先股	3,653,932	2.83%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	13.54%
	B 系列优先股	3,972,500	3.07%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
马良骏	普通股	457,500	0.35%
	A 系列优先股	1,000,000	0.77%
	B 系列优先股	5,958,750	4.61%
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	10.32%
	B-3 系列优先股	2,078,588	1.61%
	C 系列优先股	1,377,703	1.07%
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	0.43%
	B-3 系列优先股	87,059	0.07%
	C 系列优先股	57,704	0.04%
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	0.92%
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2.15%
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	1.54%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
Nokia Growth Partners II, L.P.	B-2 系列优先股	6,458,358	5.00%
	B-3 系列优先股	1,005,953	0.78%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
赖国庆	普通股	133,438	0.10%
Qualcomm Incorporated	C 系列优先股	11,483,253	8.88%
合计	-	129,288,342	100.00%

（十）2013 年 4 月，第一次股权转让

2013年4月7日，为对核心员工进行股权激励，FESM将其持有的亿动开曼的6,100,000股普通股作价610美元转让给蒋健铭。2013年4月8日，为引进战略投资者，马良骏将其持有的亿动开曼的3,972,500股B系列优先股作价999,878.25美元转让给Adroit Success Limited。FESM将6,100,000股普通股转让给蒋健铭，每股价

格0.0001美元，本次转让涉及股权激励性质，已经在当年确认了1,973.58万元股份支付；马良骏将3,972,500股B系列优先股转让给投资者Adroit Success Limited，每股作价0.2517美元。转让价格系双方协商一致确定，价格合理。本次股权转让未进行评估或估值。

本次股权转让后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	18,900,000	14.62%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	13.54%
	B 系列优先股	5,958,750	4.61%
	B-3 系列优先股	3,653,932	2.83%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	13.54%
	B 系列优先股	3,972,500	3.07%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
马良骏	普通股	457,500	0.35%
	A 系列优先股	1,000,000	0.77%
	B 系列优先股	1,986,250	1.54%
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	10.32%
	B-3 系列优先股	2,078,588	1.61%
	C 系列优先股	1,377,703	1.07%
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	0.43%
	B-3 系列优先股	87,059	0.07%
	C 系列优先股	57,704	0.04%
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	0.92%
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2.15%
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	1.54%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
Nokia Growth Partners II, L.P.	B-2 系列优先股	6,458,358	5.00%
	B-3 系列优先股	1,005,953	0.78%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
赖国庆	普通股	133,438	0.10%
Qualcomm Incorporated	C 系列优先股	11,483,253	8.88%
蒋健铭	普通股	6,100,000	4.72%
Adroit Success Limited	B 系列优先股	3,972,500	3.07%
合计	-	129,288,342	100.00%

（十一）2014 年 7 月，第二次股权转让

2014年7月18日，马良骏将其持有的亿动开曼的457,500股普通股、1,000,000股A系列优先股和1,986,250股B系列优先股分别作价1美元转让给FESM。本次转让系创始人优化亿动开曼治理结构，对持股方式进行的股东内部调整。

本次股权转让后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	19,357,500	14.97%
	A 系列优先股	1,000,000	0.77%
	B 系列优先股	1,986,250	1.54%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	13.54%
	B 系列优先股	5,958,750	4.61%
	B-3 系列优先股	3,653,932	2.83%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	13.54%
	B 系列优先股	3,972,500	3.07%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	10.32%
	B-3 系列优先股	2,078,588	1.61%
	C 系列优先股	1,377,703	1.07%
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	0.43%
	B-3 系列优先股	87,059	0.07%
	C 系列优先股	57,704	0.04%
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	0.92%
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2.15%
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	1.54%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
Nokia Growth Partners II, L.P.	B-2 系列优先股	6,458,358	5.00%
	B-3 系列优先股	1,005,953	0.78%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
赖国庆	普通股	133,438	0.10%
Qualcomm Incorporated	C 系列优先股	11,483,253	8.88%
蒋健铭	普通股	6,100,000	4.72%
Adroit Success Limited	B 系列优先股	3,972,500	3.07%
合计	-	129,288,342	100.00%

（十二）2015 年 5 月，第三次股权转让

2015年5月11日、19日，亿动开曼分别通过董事会、股东会决议，鉴于拟进

行的第三方并购，亿动开曼决定由FESM回购已行权的员工持股期权计划，同意赖国庆将持有的亿动开曼133,438股普通股作价78,755美元转让给FESM；同意蒋健铭将持有的亿动开曼6,100,000股普通股作价3,600,220美元转让给FESM。FESM以每股0.5902美元价格回购赖国庆持有的133,438股普通股及蒋健铭将持有的6,100,000股普通股，本次转让价格参考亿动开曼股东与蓝标投资协商的转让价格确定，作价具有公允性。本次股权转让未进行评估或估值。

本次股权转让后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
FESM	普通股	25,590,938	19.79%
	A 系列优先股	1,000,000	0.77%
	B 系列优先股	1,986,250	1.54%
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	13.54%
	B 系列优先股	5,958,750	4.61%
	B-3 系列优先股	3,653,932	2.83%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
JAFCO Asia Technology Fund III	A 系列优先股	17,500,000	13.54%
	B 系列优先股	3,972,500	3.07%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	10.32%
	B-3 系列优先股	2,078,588	1.61%
	C 系列优先股	1,377,703	1.07%
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	0.43%
	B-3 系列优先股	87,059	0.07%
	C 系列优先股	57,704	0.04%
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	0.92%
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2.15%
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	1.54%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
Nokia Growth Partners II, L.P.	B-2 系列优先股	6,458,358	5.00%
	B-3 系列优先股	1,005,953	0.78%
	C 系列优先股	1,435,407	1.11%
Qualcomm Incorporated	C 系列优先股	11,483,253	8.88%
Adroit Success Limited	B 系列优先股	3,972,500	3.07%
合计	-	129,288,342	100.00%

（十三）2015 年 6 月，第四次股权转让及第三次增发普通股

2015年6月5日，亿动开曼通过股东会决议，同意向FESM发行74,039,901股普通股，每股面值为0.0001美元，共计7,403.99美元。本次增资系FESM与蓝标投资协商确定了交易完成后各自的持股金额及持股比例，根据最终确定的持股比例所做的股权调整。本次增资未进行评估或估值。

2015年6月8日，亿动开曼及11位原股东（FESM、Gobi Fund, Inc.、JAFSCO Asia Technology Fund、TDF Capital China、TDF Capital Advisors、D2C Inc.、黎荻茵、Jubilant Worldwide Limited、Nokia Growth Partners、Qualcomm Incorporated及Adroit Success Limited）共同与蓝色光标（上海）投资管理有限公司签署《股份购买协议》，约定上述11位原股东分别将各自持有的亿动开曼优先股股权转让给蓝标投资；同时蓝标投资以1000万美元对亿动开曼进行增资，取得亿动开曼本次增发的16,944,020股普通股，每股价格0.5902美元。本次转让各股东定价依据是：所有优先股共计支付6,120万美元对价；其中A系列优先股较取得时溢价20%，B系列优先股（包括B-2系列优先股、B-3系列优先股）较取得时溢价50%，C系列优先股较取得时溢价50%，计算得出支付的第一部分价格。第二部分价格为6,120万美元减去第一部分价格，这部分价格再按照各个优先股股东的股权比例分配给各个股东。本次交易价格不同产生差异的原因主要是历次融资时，亿动的经营状况、盈利能力不同；参与历次融资的财务投资者对投资回报的要求也不同。所以为了促使本次交易完成，上市公司与亿动开曼各优先股股东通过商业谈判，分别签署了《股份购买协议》，以各方认可的价格收购亿动开曼全部优先股。本次股权转让价格系交易双方协商一致确认，价格合理，本次股权转让未进行评估或估值。

股权转让价格如下表所示：

股东	股份类别	股份数	股份数合计	转让对价（美元）
FESM	A 系列优先股	1,000,000	2,986,250	1,400,649
	B 系列优先股	1,986,250		
Gobi Fund, Inc.	A 系列优先股	17,500,000	28,548,089	13,667,971
	B 系列优先股	5,958,750		
	B-3 系列优先股	3,653,932		
	C 系列优先股	1,435,407		
JAFSCO Asia	A 系列优先股	17,500,000	22,907,907	8,795,675

Technology Fund III	B 系列优先股	3,972,500		
	C 系列优先股	1,435,407		
TDF Capital China II, LP	B 系列优先股	13,344,819	16,801,110	10,879,121
	B-3 系列优先股	2,078,588		
	C 系列优先股	1,377,703		
TDF Capital Advisors, LP	B 系列优先股	558,931	703,694	455,658
	B-3 系列优先股	87,059		
	C 系列优先股	57,704		
D2C Inc.	B 系列优先股	1,191,895	1,191,895	661,797
黎荻茵	B 系列优先股	2,781,089	2,781,089	1,544,192
Jubilant Worldwide Limited	B 系列优先股	1,986,492	3,421,899	2,483,062
	C 系列优先股	1,435,407		
Nokia Growth Partners II, L.P.	B-2 系列优先股	6,458,358	8,899,718	8,065,428
	B-3 系列优先股	1,005,953		
	C 系列优先股	1,435,407		
Qualcomm Incorporated	C 系列优先股	11,483,253	11,483,253	11,040,544
Adroit Success Limited	B 系列优先股	3,972,500	3,972,500	2,205,903
合计	-	103,697,404	103,697,404	61,200,000

蓝标投资于2015年6月15日出资设立全资子公司蓝瀚科技用于承接多盟开曼、多盟智胜以及亿动开曼股权。蓝瀚科技于2015年8月通过引入投资者增资方式取得收购资金并完成对多盟开曼、多盟智胜以及亿动开曼股权的收购。蓝瀚科技收购亿动开曼51%股权后，将其所有优先股重分类为普通股。

本次股权转让及增发普通股完成后，亿动开曼股权结构如下：

股东	股份类别	股份数（股）	股权比例
蓝瀚科技	普通股	120,641,424	54.77%
FESM	普通股	99,630,839	45.23%
合计	-	220,272,263	100.00%

（十四）亿动的股份支付处理情况

报告期内，亿动开曼为对核心员工进行股权激励，于2013年4月7日，由其大股东FESM将其持有的亿动开曼的6,100,000股普通股作价610美元转让给蒋健铭，该交易构成股份支付，会计确认授予日为2013年4月7日，行权日也为2013年4月7

日，确认管理费用及资本公积的金额为1,973.58万元。授予日的公允价值以亿动开曼2013年优先股发行价格每股0.5225美元作为依据，符合企业会计准则的规定。授予日公允价值选择2013年1月的C轮融资优先股价格为依据，考虑亿动的经营发展情况及C系列优先股的预计收益情况确定；未选择2013年4月马良骏将3,972,500股B系列优先股转让给投资者Adroit Success Limited的每股作价0.2517美元，是因为B系列优先股价格是马良骏与投资者Adroit Success Limited商业谈判的综合结果，B系列优先股与C系列优先股最终退出价格也不一致，其退出价格低于C系列优先股，选择C系列优先股作价确认股份支付的公允价值更为公允。

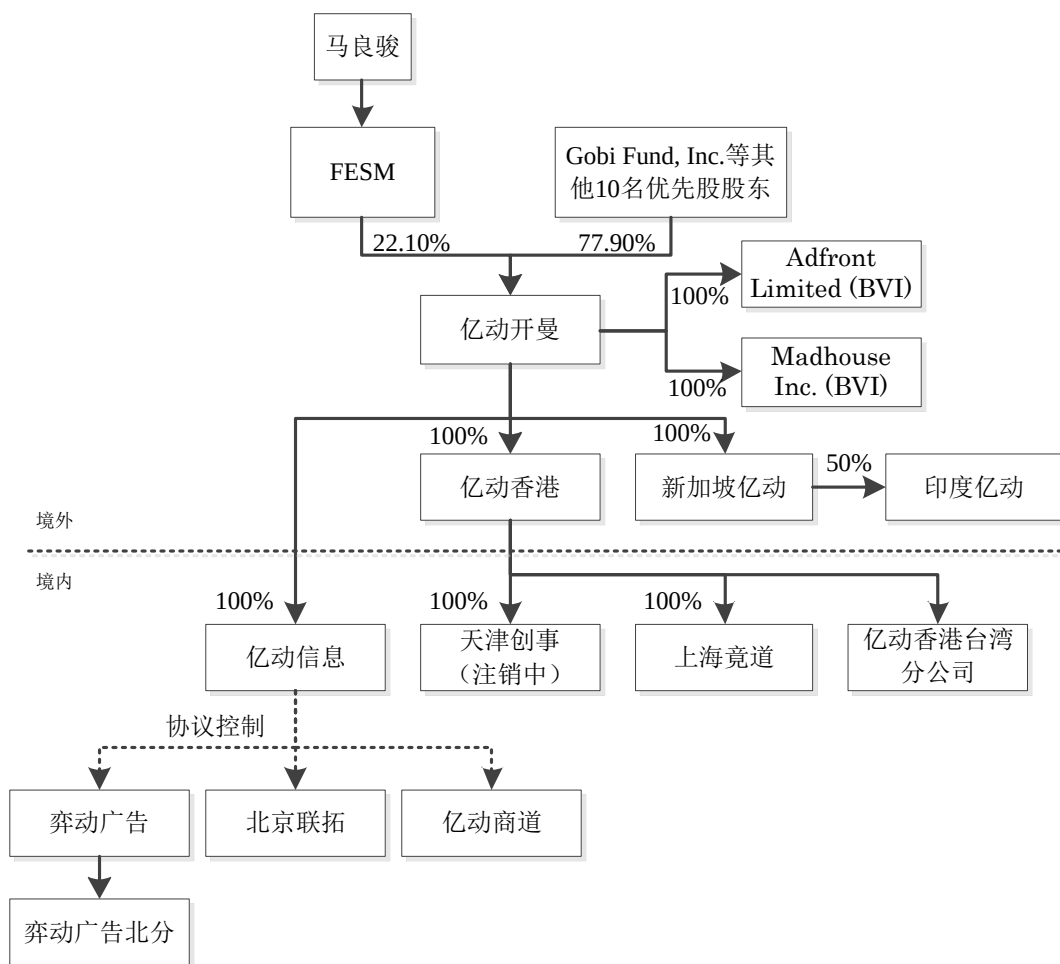
亿动开曼2015年5月由FESM回购已行权的员工持股期权计划，即赖国庆将亿动开曼133,438股普通股作价78,755美元转让给FESM、蒋健铭将亿动开曼6,100,000股普通股作价3,600,220美元转让给FESM，相关股份支付均在行权时进行了确认，因此本次二人转让股权不存在确认股份支付情况。

独立财务顾问对亿动开曼涉及股份支付的相关合同、协议进行了详细检查，对各项股份支付涉及的授予日、行权日等时间节点进行了复核，并对授予日权益工具的公允价值确定方法进行了复核，检查企业的相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。经核查，独立财务顾问认为亿动上述股份支付的会计确认时点、确认金额及授予日权益工具的公允价值确认依据合理，会计处理符合《企业会计准则》的规定，不存在重大异常情况。

经核查，在审计过程中，审计师对亿动开曼涉及股份支付的相关合同、协议进行了详细检查，对各项股份支付涉及的授予日、行权日等时间节点进行了复核，并对授予日权益工具的公允价值确定方法进行了复核，检查企业的相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。审计师认为亿动上述股份支付的会计确认时点、确认金额及授予日权益工具的公允价值确认依据合理，会计处理符合《企业会计准则》的规定，不存在重大异常情况。

三、股权结构及控制关系情况

（一）蓝瀚科技收购亿动开曼前的股权结构



FESM持有亿动开曼25,590,938股普通股，持股比例为19.79%。根据境外律师出具的《证明书》(Certificate of Incumbency)，FESM系由亿动开曼创始人马良骏于2005年5月4日在英属维尔京群岛设立，马良骏持有FESM100%股权，即马良骏通过FESM间接持有亿动开曼25,590,938股普通股，占已发行普通股的比例为100%，可以对亿动开曼经营及重大事项决策形成实质性控制，故马良骏为亿动开曼的实际控制人。

(二) 蓝瀚科技收购亿动开曼后的股权结构

目前，亿动开曼的股权结构及控制关系情况参见本报告书“第四节交易标的基本情况——蓝瀚科技”之“三、蓝瀚科技股权结构及控制关系情况”的相关内容。

蓝瀚科技收购亿动开曼后，根据蓝瀚科技提供的亿动开曼《股东名册》及《股权证书》，蓝瀚科技持有亿动开曼120,641,424股普通股，占亿动开曼总股本的

54.77%，为亿动开曼的控股股东。又因为蓝瀚科技的实际控制人为赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然等五位自然人，故亿动开曼的实际控制人为赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然等五位自然人。

四、下属公司情况

亿动开曼下属有10家全资子公司，1家印度合资公司及2家分公司。

（一）亿动香港

公司名称：	亿动广告传媒有限公司
英文名称：	Madhouse Co. Limited
注册地址：	香港格洛斯特路 178 号华懋世纪大厦 8 楼 801 室
公司编号：	1523708
董事：	马良骏、孙慧真、熊剑、曲波、潘安民
成立日期：	2010 年 11 月 3 日
发行股数：	100,000 股
持股情况：	亿动开曼 100%持有

（二）亿动香港台湾分公司

公司名称：	香港商亿动广告传媒有限公司台湾分公司
英文名称：	Madhouse Co. Limited Taiwan Branch
注册地址：	台北市中正区忠孝西路一段 33 号 7 楼
公司编号：	54384806
代表人：	马良骏
成立日期：	2014 年 6 月 23 日

（三）新加坡亿动

公司名称：	Singmadhouse Pet. LTD
注册证书号：	201107713H
成立日期：	2011 年 4 月 8 日
设立地：	新加坡
董事：	马良骏、孙慧真、熊剑、曲波、潘安民
注册股本：	1.00 美元
持股情况：	亿动开曼 100%持有

(四) Madhouse Inc. (BVI)

公司名称:	Madhouse Inc.
注册证书号:	1575535
成立日期:	2010 年 3 月 16 日
设立地:	英属维尔京群岛
董事:	马良骏、孙慧真、熊剑、曲波、潘安民
注册股本:	1.00 美元
持股情况:	亿动开曼 100%持有

(五) Adfront Limited (BVI)

公司名称:	Adfront Limited
注册证书号:	1832958
成立日期:	2014 年 7 月 14 日
设立地:	英属维尔京群岛
董事:	马良骏、孙慧真、熊剑、曲波、潘安民
注册股本	1.00 美元
持股情况:	亿动开曼 100%持有

(六) 亿动信息**1、基本情况**

公司名称:	上海亿动信息技术有限公司
公司类型:	有限责任公司（外国法人独资）
注册地址:	上海市徐汇区钦州路 770 号 310 室
法定代表人:	马良骏
注册资本:	2110.0 万美元
实收资本	2110.0 万美元
营业执照注册号:	310115400195818
税务登记证号:	310104787247217
组织机构代码:	78724721-7
经营范围:	计算机软件的开发、制作，销售自产产品，并提供售后服务； 计算机信息系统的设计、调试和维护；企业内部、外部网和英

	特网技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后 方可开展经营活动）
成立日期：	2006 年 04 月 11 日
营业期限：	2006 年 04 月 11 日至 2026 年 04 月 10 日

2、历史沿革

（1）2006年，亿动信息设立

亿动信息由亿动开曼于2006年4月11日出资设立，设立时注册资本200万美元，为美元现汇全额出资。2006年4月11日，上海市工商行政管理局浦东新区分局向亿动信息核发了《企业法人营业执照》。2006年6月2日，上海佳华会计师事务所有限公司对上述出资出具了佳业外验字（2006）0247号《验资报告》，验证第一期注册资本100万美元出资已经到位。

亿动信息设立时股权结构如下：

股东	认缴出资额（万美元）	实缴（万美元）	持股比例
亿动开曼	200.00	100.00	100.00%
合计	200.00	100.00	100.00%

（2）2007年1月，实收资本增至200万美元

2007年1月5日，上海佳华会计师事务所有限公司对第二期注册资本出资出具了佳业外验字（2007）0005号，验证第二期100万美元出资已经到位。2007年1月15日，亿动信息就本次实收资本变更办理完成了工商变更登记。

本次实收资本变更后，亿动信息的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动开曼	200.00	100.00%
合计	200.00	100.00%

（3）2007年6月，增资至300万美元

2007年7月25日，经亿动信息董事会决议，全体董事一致同意亿动信息注册资本由200万美元增加到300万美元，投资总额由140万美元增加到340万美元。2007年5月30日，上海佳华会计师事务所对本次增资出具了佳业外验字（2007）0199号《验字报告》，验证本次新增注册资本100万美元已经到位。2007年6月6

日，亿动信息就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，亿动信息的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动开曼	300.00	100.00%
合计	300.00	100.00%

（4）2007年11月，增资至800万美元

2007年10月15日，经亿动信息董事会决议，全体董事一致同意亿动信息注册资本由300万美元增加到800万美元，投资总额由340万美元增加到1,260万美元。2007年11月9日，上海佳华会计师事务所对本次增资出具了佳业外验字（2007）0433号《验字报告》，验证本次新增注册资本500万美元已经到位。2007年11月20日，亿动信息就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，亿动信息的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动开曼	800.00	100.00%
合计	800.00	100.00%

（5）2009年2月，增资至1,160万美元

2007年10月15日，经亿动信息股东决议，全体股东一致同意亿动信息注册资本由800万美元增加到1,160万美元，投资总额由1,260万美元增加到1,980万美元。2008年12月16日，上海天衡会计师事务所对本次增资出具了天衡会验（2008）第376号《验字报告》，验证本次新增注册资本360万美元已经到位。2009年2月10日，亿动信息就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，亿动信息的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动开曼	1,160.00	100.00%
合计	1,160.00	100.00%

（6）2013年3月，增资至1,560万美元

2013年1月20日，经亿动信息股东决议，全体股东一致同意亿动信息注册资本由1,160万美元增加到1,560万美元，投资总额由1,980万美元增加到2,780万美

元。2013年3月5日，上海天衡会计师事务所对本次增资出具了天衡会验（2013）第47号《验字报告》，验证本次新增注册资本400万美元已经到位。2013年3月8日，亿动信息就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，亿动信息的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动开曼	1,560.00	100.00%
合计	1,560.00	100.00%

（7）2013年9月，增资至1,810万美元

2013年7月25日，经亿动信息股东决议，全体股东一致同意亿动信息注册资本由1,560万美元增加到1,810万美元，投资总额由2,780万美元增加到3,280万美元。2013年9月2日，上海天衡会计师事务所对本次增资出具了天衡会验（2013）第177号《验字报告》，验证本次新增注册资本250万美元已经到位。2013年9月9日，亿动信息就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，亿动信息的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动开曼	1,810.00	100.00%
合计	1,810.00	100.00%

（8）2013年12月，增资至2,110万美元

2013年10月18日，经亿动信息股东决议，全体股东一致同意亿动信息注册资本由1,810万美元增加到2,110万美元，投资总额由3,280万美元增加到3,880万美元。2013年11月25日，上海天衡会计师事务所对本次增资出具了天衡会验（2013）第423号《验字报告》，验证本次新增注册资本300万美元已经到位。2013年12月2日，亿动信息就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，亿动信息的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动开曼	2,110.00	100.00%
合计	2,110.00	100.00%

3、主要财务数据

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
总资产	3,166.40	2,852.19	8,511.28
总负债	7,255.84	5,413.95	7,481.73
净资产	-4,089.43	-2,561.76	1,029.56
项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	2.49	225.17	27.52
利润总额	-1,527.68	-3,591.31	-4,202.01
净利润	-1,527.68	-3,591.31	-4,202.01

注：以上数据已经审计。

（七）上海竞道

1、基本情况

公司名称：	上海竞道广告有限公司
公司类型：	有限责任公司(台港澳法人独资)
注册地址：	中国（上海）自由贸易试验区日樱南路 15 号二幢楼五层 A30 室
法定代表人：	马良骏
注册资本：	2000 万美元
实收资本	2000 万美元
营业执照注册号：	310141400002940
税务登记证号：	310141087871617
组织机构代码：	08787161-7
经营范围：	设计、制作、代理、发布各类广告业务，文化艺术交流与策划、公关活动策划、企业形象策划、市场营销策划、舞台艺术造型策划，会务服务、展览展示服务、展台设计、礼仪服务，动漫设计、制作，贸易咨询，计算机信息系统的设计、调试和维护；计算机软硬件的批发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立日期：	2014 年 01 月 27 日
营业期限：	2014 年 01 月 27 日至 2044 年 01 月 26 日

2、历史沿革

（1）2014年，上海竞道设立

上海竞道由亿动香港于2014年1月27日出资设立，设立时注册资本100万美元，为货币出资。注册资本由亿动香港自领取营业执照之日起二年内缴清。2014年1月27日，上海市工商行政管理局自由贸易试验区分局向上海竞道核发了《企业法人营业执照》。

上海竞道设立时股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动香港	100.00	100.00%
合计	100.00	100.00%

（2）2014年7月，增资至1,000万美元

2014年7月10日，经上海竞道股东决议，全体股东一致同意上海竞道注册资本由100万美元增加到1,000万美元，投资总额由142万美元增加到2,392万美元。注册资本由亿动香港自领取营业执照之日起十年内缴清。2014年7月19日，上海竞道就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，上海竞道的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动香港	1,000.00	100.00%
合计	1,000.00	100.00%

（3）2015年8月，增资至2,000万美元

2015年8月28日，经上海竞道股东会决议，全体股东一致同意上海竞道注册资本由1,000万美元增加到2,000万美元，投资总额由2,392万美元增加到4,892万美元。2015年8月31日，上海竞道就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，上海竞道的股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动香港	2,000.00	100.00%
合计	2,000.00	100.00%

截至本报告书出具日，上海竞道的实收资本为1,600万美元，历次实缴出资明细如下：

时间	实缴出资（万美元）

2014年6月3日	100
2014年8月4日	100
2014年9月17日	100
2014年12月9日	100
2015年1月25日	50
2015年7月10日	250
2015年8月11日	300
2015年9月21日	400
2015年11月11日	200
合计	1,600

3、主要财务数据

单位：万元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日
总资产	24,614.71	6,141.35
总负债	20,245.85	3,772.45
净资产	4,368.85	2,368.89
项目	2015年1-7月	2014年度
营业收入	19,173.91	5,337.44
利润总额	206.99	-91.19
净利润	164.56	-91.19

注：以上数据已经审计。

（八）异动广告

1、基本情况

公司名称：	上海弈动广告有限公司
公司类型：	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
注册地址：	上海市徐汇区田林东路588号A113室
法定代表人：	马良骏
注册资本：	2600万元
实收资本	2600万元
营业执照注册号：	310104000383277
税务登记证号：	310104791474375
组织机构代码：	79147437-5
经营范围：	设计、制作、代理、发布各类广告业务，展览展示、礼仪服务，

	计算机及通信设备专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，商务咨询、经济信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立日期：	2006 年 08 月 08 日
营业期限：	2006 年 08 月 08 日至 2016 年 08 月 07 日

2、历史沿革

（1）2006年，弈动广告设立

弈动广告由王海峰、钱政于2006年8月8日出资设立，设立时注册资本100万元，其中王海峰出资50万元、钱政出资50万元，以上出资均为货币出资。2006年7月27日，上海佳华会计师事务所有限公司对上述出资出具了佳业内验字（2006）1179号《验资报告》，验证第一期注册资本20万元出资已经到位。2006年8月8日，上海市工商行政管理局徐汇分局向弈动广告核发了《企业法人营业执照》。

弈动广告设立时股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	50.00	50.00%
钱政	50.00	50.00%
合计	100.00	100.00%

（2）2006年8月，实收资本增至100万元

2006年8月23日，上海佳华会计师事务所有限公司对第二期注册资本出资出具了佳业内验字（2006）1227号，验证第二期80万元出资已经到位。2006年8月31日，弈动广告就本次实收资本变更办理完成了工商变更登记。

本次实收资本变更后，弈动广告的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	50.00	50.00%
钱政	50.00	50.00%
合计	100.00	100.00%

（3）2007年7月，第一次股权转让

2007年6月13日，经弈动广告股东会决议，全体股东一致同意原股东钱政将

其持有弈动广告50%的股权，作价50万元转让给张惠君，股东王海峰放弃对该部分股权的优先受让权。同日，钱政与张惠君签订《股权转让协议》。2007年7月29日，弈动广告就本次股权转让办理完成了工商变更登记。

本次股权转让后，弈动广告的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	50.00	50.00%
张惠君	50.00	50.00%
合计	100.00	100.00%

（4）2007年8月，增资至300万元

2007年7月25日，经弈动广告股东会决议，全体股东一致同意弈动广告注册资本由100万元增加到300万元。其中，王海峰以货币形式增资100万元，张惠君以货币形式增资100万元。2007年8月1日，上海佳华会计师事务所对本次增资出具了佳业内验字（2007）0363号《验字报告》，验证本次新增注册资本200万元已经到位。2007年8月20日，弈动广告就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，弈动广告的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	150.00	50.00%
张惠君	150.00	50.00%
合计	300.00	100.00%

（5）2011年12月，增资至1000万元

2011年11月30日，经弈动广告股东会决议，全体股东一致同意弈动广告注册资本由300万元增至1,000万元。其中王海峰以货币形式增加出资350万元，张惠君以货币形式增加出资350万元。2011年12月14日，上海天衡会计师事务所有限公司对本次增资出具了天衡会验（2011）第367号《验资报告》，验证本次新增注册资本700万元已经到位。2011年2月27日，弈动广告就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，弈动广告的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	500.00	50.00%

张惠君	500.00	50.00%
合计	1,000.00	100.00%

(6) 2012年9月，增资至2000万元

2012年9月13日，经弈动广告股东会决议，全体股东一致同意弈动广告注册资本由1,000万元增至2,000万元。其中王海峰以货币形式增加出资500万元，张惠君以货币形式增加出资500万元。2012年9月19日，上海天衡会计师事务所有限公司对本次增资出具了天衡会验（2012）第322号《验资报告》，验证本次新增注册资本1,000万元已经到位。2012年9月25日，弈动广告就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，弈动广告的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	1,000.00	50.00%
张惠君	1,000.00	50.00%
合计	2,000.00	100.00%

(7) 2012年11月，增资至2600万元

2012年10月30日，经弈动广告股东会决议，全体股东一致同意弈动广告注册资本由2,000万元增至2,600万元。其中王海峰以货币形式增加出资300万元，张惠君以货币形式增加出资300万元。2012年11月9日，上海天衡会计师事务所有限公司对本次增资出具了天衡会验（2012）第366号《验资报告》，验证本次新增注册资本600万元已经到位。2012年11月20日，弈动广告就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，弈动广告的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	1,300.00	50.00%
张惠君	1,300.00	50.00%
合计	2,600.00	100.00%

上述王海峰和张惠君的2,600万元出资款均来源于向亿动开曼的借款。

(8) 2015年7月，第二次股权转让

2015年6月11日，经弈动广告股东会决议，全体股东一致同意原股东王海峰、

张惠君将各自持有的弈动广告50%的股权,分别作价1,300万元转让给上海竞道广告有限公司,并签署了《股权转让协议》。2015年7月8日,弈动广告就本次股权转让办理完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后,弈动广告的股权结构如下:

股东	出资额(万元)	持股比例
上海竞道广告有限公司	2,600.00	100.00%
合计	2,600.00	100.00%

3、主要财务数据

单位:万元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
总资产	806.54	5,777.99	14,045.65
总负债	-840.51	4,212.30	13,713.10
净资产	1,647.05	1,565.69	332.55
项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
营业收入	121.21	7,340.48	8,234.13
利润总额	81.36	1,233.15	-283.68
净利润	81.36	1,233.15	-283.68

注:以上数据已经审计。

(九) 弈动广告北京分公司

公司名称:	上海弈动广告有限公司北京分公司
公司类型:	有限责任公司分公司(自然人投资或控股)
注册号:	110101011802781
营业场所:	北京市朝阳区南磨房路37号1701-1703室(华腾北塘集中办公区172197)
负责人:	马良骏
经营范围:	设计、制作、代理、发布广告;展览展示;礼仪服务;计算机及通信设备技术开发、技术转让、技术咨询、技术培训、技术服务;商务咨询、经济信息咨询(不含中介服务)。
成立日期:	2009年03月31日
营业期限:	2009年03月31日至长期

(十) 北京联拓

1、基本情况

公司名称:	北京联拓互动广告传媒有限责任公司
公司类型:	有限责任公司(法人独资)
注册地址:	北京市朝阳区朝外大街 26 号 A2102
法定代表人:	马良骏
注册资本:	100 万元
实收资本	100 万元
营业执照注册号:	110105014717903
税务登记证号:	110105592355429
组织机构代码:	59235542-9
经营范围:	设计、制作、代理、发布广告；技术推广服务；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；企业策划；教育咨询（不含出国留学咨询及中介服务）；批发五金交电、电子产品、体育用品、日用品、通讯设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
成立日期:	2012 年 03 月 13 日
营业期限:	2012 年 03 月 13 日至 2032 年 03 月 12 日

2、历史沿革

（1）2012年，北京联拓设立

北京联拓由上海亿动商道广告有限公司、陶源于2012年3月13日出资设立，设立时注册资本100万元，其中上海亿动商道广告有限公司出资60万元、陶源出资40万元，以上出资均为货币出资。2012年3月7日，北京中美利鑫会计师事务所对上述出资出具了中美利鑫（2012）验字第X637号《验资报告》，验证注册资本100万元出资已经到位。2012年3月13日，北京市工商行政管理局朝阳分局向北京联拓核发了《企业法人营业执照》。

北京联拓设立时股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
上海亿动商道广告有限公司	60.00	60.00%
陶源	40.00	40.00%
合计	100.00	100.00%

(2) 2012年9月，第一次股权转让

2012年7月31日，经北京联拓股东会决议，全体股东一致同意原股东陶源将其持有北京联拓40%的股权作价40万元，转让给上海亿动商道广告有限公司。同日，陶源与上海亿动商道广告有限公司签订了《出资转让协议书》。2012年9月29日，北京联拓就本次股权转让办理完成了工商变更登记。

本次股权转让后，北京联拓的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
上海亿动商道广告有限公司	100.00	100.00%
合计	100.00	100.00%

(3) 2012年12月，第二次股权转让

2012年11月16日，为了进行集团内部股权结构调整，经北京联拓股东决议，全体股东一致同意上海亿动商道广告有限公司将其持有北京联拓50%的股权作价50万元转让给王云涛，将其持有北京联拓另外50%的股权作价50万元转让给王莹。同日，上海亿动商道广告有限公司分别与王云涛、王莹签订了《出资转让协议书》。2012年12月19日，北京联拓就本次股权转让办理完成了工商变更登记。

本次股权转让后，北京联拓的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王云涛	50.00	50.00%
王莹	50.00	50.00%
合计	100.00	100.00%

(4) 2015年7月，第三次股权转让

2015年6月11日，经北京联拓股东会决议，全体股东一致同意原股东王云涛、王莹将各自持有的北京联拓50%的股权，分别作价50万元转让给上海竞道广告有限公司，并签署了《股权转让协议》。2015年7月21日，北京联拓就本次股权转让办理完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后，北京联拓的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
上海竞道广告有限公司	100.00	100.00%

合计	100.00	100.00%

3、主要财务数据

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
总资产	67.00	72.32	86.19
总负债	308.69	238.66	115.47
净资产	-241.70	-166.34	-29.28
项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	-	69.30	0.09
利润总额	-75.35	-137.06	-69.06
净利润	-75.35	-137.06	-69.06

注：以上数据已经审计。

(十一) 亿动商道

1、基本情况

公司名称：	上海亿动商道广告有限公司
公司类型：	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
注册地址：	上海市徐汇区田林东路 588 号 A114 室
法定代表人：	马良骏
注册资本：	300 万元
实收资本	300 万元
营业执照注册号：	310104000383285
税务登记证号：	310104791474324
组织机构代码：	79147432-4
经营范围：	计算机软、硬件的设计、开发、制作及产品的调试、售后服务，通信设备专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机软硬件及耗材、通信设备、通讯器材、五金家电、文体用品、办公用品、服装鞋帽、日用品的销售，产品包装设计，商务咨询、经济信息咨询，设计、制作、代理、发布各类广告业务，信息服务业务（仅限互联网信息服务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立日期：	2006 年 08 月 08 日
营业期限：	2006 年 08 月 08 日至 2016 年 08 月 07 日

2、历史沿革

(1) 2006年，亿东信息设立

亿动商道（原名为上海亿东信息技术有限公司，以下简称“亿东信息”）由王海峰、钱政于2006年8月8日出资设立，设立时注册资本100万元，其中王海峰出资50万元、钱政出资50万元，以上出资均为货币出资。2006年7月27日，上海佳华会计师事务所有限公司对上述出资出具了佳业内验字（2006）1180号《验资报告》，验证第一期注册资本20万元出资已经到位。2006年8月8日，上海市工商行政管理局徐汇分局向亿东信息核发了《企业法人营业执照》。

亿东信息设立时股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	50.00	50.00%
钱政	50.00	50.00%
合计	100.00	100.00%

(2) 2006年8月，实收资本增至100万元

2006年8月23日，上海佳华会计师事务所有限公司对第二期注册资本出资出具了佳业内验字（2006）1228号，验证第二期80万元出资已经到位。2006年8月30日，亿东信息就本次实收资本变更办理完成了工商变更登记。

本次实收资本变更后，亿东信息的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	50.00	50.00%
钱政	50.00	50.00%
合计	100.00	100.00%

(3) 2007年7月，第一次股权转让

2007年6月13日，经亿东信息股东会决议，全体股东一致同意原股东钱政将其持有亿东信息50%的股权，作价50万元转让给张惠君，股东王海峰放弃对该部分股权的优先受让权。同日，钱政与张惠君签订《股权转让协议》。2007年7月6日，亿东信息就本次股权转让办理完成了工商变更登记。

本次股权转让后，亿东信息的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	50.00	50.00%
张惠君	50.00	50.00%
合计	100.00	100.00%

（4）2007年8月，增资至300万元

2007年7月25日，经亿东信息股东会决议，全体股东一致同意亿东信息注册资本由100万元增加到300万元。其中，王海峰以货币形式增资100万元，张惠君以货币形式增资100万元。2007年8月1日，上海佳华会计师事务所对本次增资出具了佳业内验字（2007）0362号《验字报告》，验证本次新增注册资本200万元已经到位。2007年8月20日，亿东信息就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，亿东信息的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
王海峰	150.00	50.00%
张惠君	150.00	50.00%
合计	300.00	100.00%

上述王海峰和张惠君的300万元出资额均来源于向亿动开曼的借款。

（5）2007年12月，名称变更

2007年12月1日，经亿东信息股东会决议，全体股东一致同意亿东信息名称变更为上海亿动商道广告有限公司。2007年12月3日，亿东信息就本次名称变更办理完成了工商变更登记。

（6）2015年7月，第二次股权转让

2015年6月11日，经亿动商道股东会决议，全体股东一致同意原股东王海峰、张惠君将各自持有的亿动商道50%的股权，分别作价150万元转让给上海竞道广告有限公司，并签署了《股权转让协议》。2015年7月8日，亿动商道就本次股权转让办理完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后，亿动商道的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例
上海竞道广告有限公司	300.00	100.00%

合计	300.00	100.00%

3、主要财务数据

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
总资产	596.74	583.71	2,490.13
总负债	2,049.55	1,963.01	4,140.70
净资产	-1,452.81	-1,379.29	-1,650.57
项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	746.40	1,433.45	1,357.14
利润总额	-73.52	271.28	-652.15
净利润	-73.52	271.28	-652.15

注：以上数据已经审计。

(十二) 天津创事

1、基本情况

公司名称：	天津创事广告传媒有限公司
公司类型：	有限责任公司（台港澳法人独资）
注册地址：	天津经济技术开发区泰华路 12 号泰达中小企业发展中心 4013 室
法定代表人：	马良骏
注册资本：	100 万美元
实收资本	100 万美元
营业执照注册号：	120116400012135
税务登记证号：	120115091586958
组织机构代码：	09158695-8
经营范围：	设计、制作、发布、代理国内外各类广告业务；文化艺术交流与策划、公关活动策划、企业形象策划、市场营销策划、赛事活动策划、舞台艺术造型策划；会务服务、展览展示服务、展台设计、礼仪服务、摄影服务；计算机及通信设备专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术培训（不含发证）、技术服务；动漫设计、制作；商务咨询、经济信息咨询；计算机软件的开发、制作、销售，并提供售后服务；计算机信息系统的设计、调试和维护；网络技术咨询服务。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期内经营，国家有专项专营规定的按规定办理）
成立日期：	2014 年 03 月 11 日

营业期限:	2014 年 03 月 11 日至 2044 年 03 月 10 日

(1) 2014年，天津创事设立

天津创事由亿动香港于2014年3月11日出资设立，设立时注册资本100万美元，为货币出资。注册资金由亿动香港自领取营业执照之日起六个月内一次性缴清。2014年3月11日，天津市滨海新区市场和质量监督管理局向天津创事核发了《企业法人营业执照》。

天津创事设立时股权结构如下：

股东	出资额（万美元）	持股比例
亿动香港	100.00	100.00%
合计	100.00	100.00%

(2) 注销

2014年8月10日，天津创事股东作出决定，公司因战略原因，决议解散公司，进行清算，并任命马良骏、黄屹、张惠君为清算组成员，马良骏为清算组负责人。2014年9月15日，天津经济技术开发区管理委员会出具“津开批（2014）468 号”《天津开发区管委会关于同意天津创事广告传媒有限公司提前解散的批复》，同意天津创事提前解散，并应在批复下发之日起15日内成立清算组。2014年11月12日，天津创事召开股东会，决定公司注销。

目前天津创事注销手续正在办理过程中。

3、主要财务数据

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
总资产	3.54	5.13	-
总负债	-60.30	-59.31	-
净资产	63.84	64.44	-
项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	-	93.79	-
利润总额	-0.60	85.92	-
净利润	-0.60	64.44	-

注：以上数据已经审计。

(十三) 印度亿动

公司名称:	Madhouse Mobile India Private Limited
注册证书号:	U72300MH2011PTC218211
成立日期:	2011 年 6 月 2 日
设立地:	印度
董事:	Nadaraja KanniAppan、Tushar Vyas、Sridhar Ramasubramanian、马良骏、谢士骏
注册股本	5,000 万印度卢比
持股情况:	亿动开曼持有 50%股份

(十四) 各子公司主要业务及税收优惠

各子公司从事的具体业务划分如下:

主体	主要业务
亿动香港	经营海外效果类应用推广业务的主要主体, 包括 Optimad 和 Performad
移动香港台湾分公司	经营海外效果类应用推广业务但仅针对台湾客户
新加坡亿动	持股公司, 持有印度亿动股权
adfront limited	经营海外效果类应用推广业务, 业务较少, 仅经营 Wechat 相关的 CPC 业务
亿动信息	技术产品研发主体, 公司后勤部门主体
上海竞道	2014 年设立的自贸区公司, 设立后即成为公司国内品牌业务主要运营主体, 目前 90%以上品牌业务均由此公司运营, 包括 PremiumMad
弈动广告	上海竞道未设立前的境内品牌业务运营主体, 目前业务量已很少
弈动广告北京分公司	基本未开展业务
北京联拓	历史上为谷歌代理商资质所设立, 目前基本未开展业务
亿动商道	公司 Smartmad 产品的运营主体
天津创事	已在注销过程中
印度亿动	开拓印度市场的品牌推广业务

2011 年 2 月 10 日, 上海市经济和信息化委员会向亿动信息就亿动电信运营商手机广告管理平台软件 V1.0 颁发《软件产品登记证书》(编号: 沪 DGY-2011-0005), 有效期为五年。根据《关于软件产品增值税政策的通知》(财税〔2011〕100 号), 亿动信息销售上述软件产品, 按 17%税率征收增值税后, 对其增值税实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策。

2013 年 10 月 24 日, 上海市经济和信息化委员会向亿动信息颁发《软件企业认定证书》(编号: 沪 R-2013-0718)。根据《国务院关于印发进一步鼓励软件

产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发〔2011〕4号），软件企业免征营业税。

2013年5月13日，上海市徐汇区国家税务局向亿动信息出具《企业研发项目登记信息告知书》，亿动信息研发的 Mobile APP Analytics 和 Mobile Demand Side Platform Services 项目符合《国家重点支持的高新技术领域》和《当前优先发展的高技术产业化重点领域指南（2007年度）》的规定，享受企业研究开发费用加计扣除政策。

2014年5月7日，上海市徐汇区国家税务局向亿动信息出具《企业研发项目登记信息告知书》，亿动信息研发的 SmartMad Global 自助广告投放平台、mTrade代理商广告交易系统平台和 SigMad广告效果追踪及优化系统平台项目符合《国家重点支持的高新技术领域》和《当前优先发展的高技术产业化重点领域指南（2007年度）》的规定，享受企业研究开发费用加计扣除政策。

五、VIE 控制协议的建立和终止

（一）VIE 架构的建立

2005年9月12日亿动开曼成立；2006年4月11日亿动信息成立；2006年8月8日弈动广告成立，2006年8月8日亿动商道成立，2012年3月13日北京联拓成立。亿动开曼、亿动信息、弈动广告、亿动商道和北京联拓成立的具体情况参见本节“二、历史沿革”及“四、下属公司情况”相关部分。

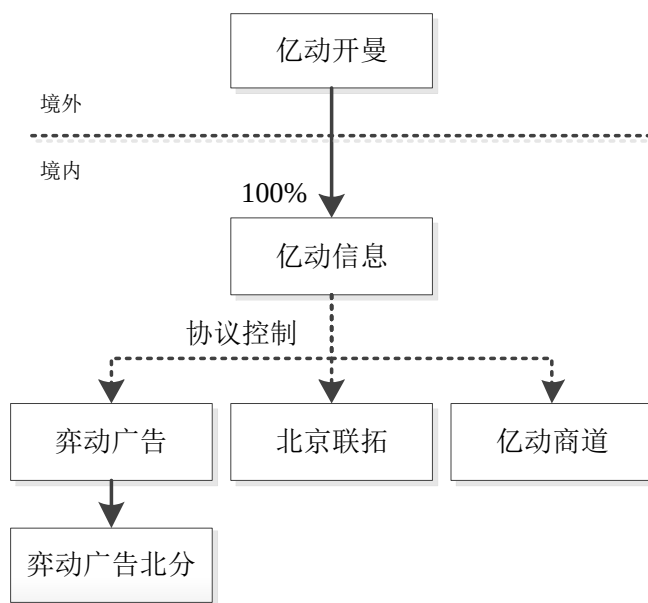
2006年7月14日，亿动信息和弈动广告签订了《技术服务协议》，钱政、王海峰分别与亿动开曼签署《借款协议》，2006年8月23日，亿动开曼、亿动信息与钱政、王海峰、弈动广告签署了《购股权协议》、《股权质押合同》、《授权委托书》。2007年6月，钱政将其持有的弈动广告50%股权转让给张惠君。2011年2月14日，亿动开曼、亿动信息与张惠君、王海峰、弈动广告再次签署了《框架合同》、《独家业务合作协议》、《独家购买权合同》、《授权委托书》。弈动广告分别于2011年12月、2012年9月、2012年11月三次增加注册资本，亿动开曼、亿动信息、弈动广告、张惠君、王海峰分别在2011年11月、2012年9月、2012年10月通过《框架合同补充协议》、《框架合同补充协议（二）》、《框架合同补充协议（三）》，并相应的更新了《借款合同》、《股权质押合同》等控制文件。2012

年 10 月 30 日，亿动开曼、亿动信息分别与张惠君、王海峰签署了《借款协议》，约定亿动开曼已分别向两人提供借款 1,000 万元用于增加弈动广告注册资本，亿动信息同意分别向两人提供借款 300 万元用于增加弈动广告注册资本。同日，亿动信息与张惠君、王海峰、弈动广告签署了《股权质押合同》，约定张惠君、王海峰分别将其现在及将来持有的全部弈动广告股权质押给亿动信息（以上协议合称“VIE 协议”）。根据上述 VIE 协议，亿动信息向弈动广告提供业务支持、技术服务和咨询服务，弈动广告每年应将其该年度经审计的经营性收入总额的一定比例支付给亿动信息作服务费；张惠君、王海峰分别将其各自持有的弈动广告的全部股权质押给亿动信息，作为履行 VIE 协议项下全部义务的担保。2011 年 3 月 2 日、2012 年 11 月 29 日，各方就上述股权质押和补充股权质押，分别在上海市工商行政管理局徐汇分局办理了股权出质登记和股权出质变更登记。（该质押登记已于 2015 年 6 月 11 日解除）。

2006 年 7 月 14 日，亿动信息和亿东信息（亿动商道原名）签订了《独家业务合作协议》，2006 年 8 月 23 日，亿动开曼、亿动信息与钱政、王海峰、亿东信息签署了《独家购买权合同》、《授权委托书》。2007 年 6 月，钱政将其持有的弈动广告 50%股权转让给张惠君。2007 年 8 月亿东信息增加注册资本，2007 年 12 月亿东信息变更名称为亿动商道，各方对一系列控制协议进行了数次更新。2011 年 2 月 14 日，亿动开曼、亿动信息与张惠君、王海峰、亿动商道再次签署了《独家业务合作协议》、《独家购买权合同》、《授权委托书》。同日，亿动开曼分别与张惠君、王海峰签署了《借款合同》，约定亿动开曼分别向两人提供借款 150 万元用于增加亿动商道注册资本。同日，亿动信息与张惠君、王海峰、亿动商道签署了《股权质押合同》，约定张惠君、王海峰分别将其现在及将来持有的全部亿动商道股权质押给亿动信息（以上协议合称“VIE 协议”）。根据上述 VIE 协议，亿动信息向亿动商道提供业务支持、技术服务和咨询服务，亿动商道每年应将其该年度经审计的经营性收入总额的一定比例支付给亿动信息作服务费；张惠君、王海峰分别将其各自持有的亿动商道的全部股权质押给亿动信息，作为履行 VIE 协议项下全部义务的担保。2011 年 3 月 2 日，各方就上述股权质押在上海市工商行政管理局徐汇分局办理了股权出质登记。（该质押登记已于 2015 年 3 月 26 日解除）。

2012年11月16日，亿动信息和北京联拓签订了《独家业务合作协议》，同日，亿动开曼、亿动信息与王云涛、王莹、北京联拓签署了《独家购买权合同》、《授权委托书》。同日，亿动信息分别与王云涛、王莹签署了《借款合同》，约定亿动信息分别向两人提供借款50万元用于增加北京联拓注册资本。同日，亿动信息与王云涛、王莹、北京联拓签署了《股权质押合同》，约定王云涛、王莹分别将其现在及将来持有的全部北京联拓股权质押给亿动信息（以上协议合称“VIE协议”）。根据上述VIE协议，亿动信息向北京联拓提供业务支持、技术服务和咨询服务，北京联拓每年应将其该年度经审计的经营性收入总额的一定比例支付给亿动信息作服务费；王云涛、王莹分别将其各自持有的北京联拓的全部股权质押给亿动信息，作为履行VIE协议项下全部义务的担保。2013年2月21日，各方就上述股权质押在北京市工商行政管理局朝阳分局办理了股权出质登记。（该质押登记已于2015年6月3日解除）。

VIE协议签署后亿动开曼架构如下：



（二）VIE架构的终止

VIE架构拆除前，截至2015年5月，亿动的股权结构图参见本节“三、股权结构及控制关系情况”之“1、蓝瀚科技收购亿动开曼前的股权结构”。

1、原投资者退出

2015年6月，亿动开曼股东分别与蓝标投资签署了优先股购买协议；蓝标

投资出资设立蓝瀚科技，约定由蓝瀚科技收购亿动开曼。本次股权转让具体情况参见本节“二、历史沿革”相关部分。

截至 2015 年 8 月 24 日，蓝瀚科技已经向亿动开曼原优先股投资者支付了股权转让款。

2、VIE 控制协议的终止

2015 年 6 月 11 日，亿动开曼、亿动信息、弈动广告、王海峰、张惠君签署《关于上海亿动信息技术有限公司与上海弈动广告有限公司有关控制权及相关协议之终止协议》，约定包括《授权委托书》、《独家业务合作协议》、《股权质押合同》在内的亿动信息控制协议自本终止协议生效之日起终止；《独家购买权合同》、《借款合同》自王海峰、张惠君偿还借款之日起自行终止。同日，上海市徐汇区市场监督管理局出具“股质登记注字（042012）第 0003 号”、“股质登记注字（042012）第 0004 号”《股权出质注销登记通知书》，将王海峰出质给亿动信息的 1,300 万人民币、张惠君出质给亿动信息 1,300 万人民币的股权登记注销。

2015 年 6 月 11 日，亿动开曼、亿动信息、亿动商道、王海峰、张惠君签署《关于上海亿动信息技术有限公司与亿动商道广告有限公司有关控制权及相关协议之终止协议》，约定包括《授权委托书》、《独家业务合作协议》、《股权质押合同》在内的亿动信息控制协议自本终止协议生效之日起终止；《独家购买权合同》、《借款合同》自王海峰、张惠君偿还借款之日起自行终止。同日，上海市徐汇区市场监督管理局出具“股质登记注字（042011）第 0008 号”、“股质登记注字（042011）第 0009 号”《股权出质注销登记通知书》，将王海峰出质给亿动信息的 150 万人民币、张惠君出质给亿动信息 150 万人民币的股权登记注销。

2015 年 6 月 11 日，亿动开曼、亿动信息、北京联拓、王莹、王云涛签署《关于上海亿动信息技术有限公司与北京联拓互动广告传媒有限公司有关控制权及相关协议之终止协议》，约定包括《授权委托书》、《独家业务合作协议》、《股权质押合同》、《质权合同》在内的亿动信息控制协议自本终止协议生效之日起终止；《独家购买权合同》、《借款合同》自王莹、王云涛偿还借款之日起自行终止。2015 年 6 月 3 日，北京市工商局朝阳分局出具“（京朝）股质登记注字（2015）第 00002651 号”、“股质登记注字（2015）第 00002652 号”《股权出质注销登记通

知书》，将王云涛出质给亿动信息的 50 万人民币的股权、王莹出质给亿动信息 50 万人民币的股权登记注销。

经核查，标的子公司在建立红筹法律架构过程已履行了有关法律法规规定的所必需的程序，符合外资、外汇、税收等有关法律、法规以及规范性文件的规定。

根据标的子公司股东会做出的决议，以及标的子公司提供的《控制权及相关协议之终止协议》、《借款偿还安排协议》、《股权出质注销登记通知书》等相关文件，经核查，标的子公司解除协议控制架构的过程均已取得内部决议及协议各方一致同意，系其真实意思表示，不存在任何纠纷或潜在纠纷，协议控制关系已彻底解除，不会对本次交易产生实质性法律障碍。

六、亿动开曼出资及合法存续情况

根据亿动开曼、亿动香港、新加坡亿动、Madhouse Inc.（BVI）和Adfront Limited（BVI）的境外法律意见书以及其亿动开曼各级境内子公司的工商登记资料、各相关主管部门出具的合规证明：

1、亿动开曼及其子公司依法设立且有效存续，其注册资本已全部缴足。亿动及其主要资产、主营业务不存在尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件；亿动最近三年也不存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为。

2、交易资产上不存在任何质押、担保，未被司法冻结、查封或设置任何权利限制，不存在法律法规或亿动开曼之公司章程所禁止或限制转让或受让的情形，也不存在可能引致诉讼或可能引致潜在纠纷的其他情形。

七、亿动主营业务发展情况

（一）亿动的主营业务

1、亿动业务所处行业

亿动主要从事移动端的品牌类广告的境内推广（下称“品牌推广”）和手机应用的海外推广（下称“应用推广”）。

亿动从事的移动互联网营销业务，根据中国证监会公布的《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”中的“164 互联网和相关服务”。

亿动的移动互联网营销业务是将品牌广告主的品牌信息投放到国内的移动应用程序上和手机应用广告主的手机应用信息投放到海外的移动推广渠道上如 Google、Facebook 等。随着智能机的普及，移动应用成为手机服务使用的主要形式。移动应用广告平台作为平台中介，连接着应用开发者和广告主。在广告平台中，开发者提供应用，广告主提供广告。

移动互联网广告与传统的广告具有一定的相似性，但是又具有其独特的性质。移动互联网广告的本质是广告主将自己的广告信息通过移动互联网传送到用户的移动通讯终端，让用户接收广告主的广告信息，以此来“追求和打动”受众。广告主是移动互联网广告信息的投放商，也是整个产业链的投入源，移动互联网与移动终端，是连接受众与广告主的主要桥梁。而广告受众则是广告主所要“打动”的对象，是信息接受和反馈的目标。

移动应用广告的展现形式多种多样，包括横幅（banner）广告、全屏/插屏广告、视频广告、原生广告、积分墙广告等，广告形式不断丰富，在用户体验的探索上也不断加大投入力度。展示广告总体而言比较适合于品牌广告主以及较为成熟大型的有品牌需求的行业广告主。随着移动广告在展现形式上更加多变，移动营销服务提供商通过对用户使用特点的数据挖掘分析，进一步保证了在特定时间将特定广告推送给特定的受众群体，进而提升广告的投放效果，提高广告主广告投放的 ROI。

随着 2014 年 4G 的到来，移动互联网营销进入了爆发式增长阶段，移动程序化购买也逐渐发力。程序化购买是通过数字平台，代表广告主，自动执行广告媒体购买、投放和优化，与之相对的是传统的人力购买的方式。广告主通过程序化购买能极大提高广告投放的有效性，程序化购买也提高了技术平台的规模化程度和集中度。按是否实时竞价，程序化购买一般分为 RTB 实时竞价模式和 non-RTB 非实时竞价模式。目前主流的竞价模式是 RTB 实时竞价模式。Non-RTB 方式是对传统购买方式进行程序化购买的优化，包括自动出价等。由于我国优质媒体资源获得大量用户的关注，根据品友互动、艾瑞咨询的研究，以 Non-RTB

竞价为主的 PPB 购买模式也逐渐开始迅速发展起来。

2、亿动业务监管环境

移动互联网广告行业利用移动互联网作为媒体为广告主传播广告，因而受到国家对广告行业和互联网行业的交叉监管。

（1）广告行业监管

①广告行业管理体制及主管部门

目前，我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的管理机制。我国广告行业的主管部门是国家工商行政管理总局，主要负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。我国广告行业的自律管理机构主要包括中国广告协会、中国商务广告协会、中国商务广告协会综合代理专业委员会等。

②广告行业主要法律法规及自律规则

我国广告行业的管理体系主要包括《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》以及国家工商行政管理规章和有关职能部门发布的关于广告管理的规范性文件，地方政府根据国家法律法规制定的适用于本地管理的地方法规和规章。上述法律法规及规章制度对广告经营单位的经营管理、广告内容与广告表现、广告审查以及专门针对特殊行业的广告要求等方面进行了规范。《中国广告行业自律规则》则详细规定了广告内容、广告行为应遵循的一般原则和限制性要求，并明确了相关的自律措施。

③我国广告行业监管环节

登记管理和行政许可监管：工商行政管理部门负责监管广告公司的登记管理和行政许可。工商行政管理部门对广告代理经营单位的经营条件进行审核，向符合设立条件的广告公司颁发《企业法人营业执照》，明确经营范围。

广告发布监管：广告经营者承办或者代理广告业务，应当审查广告内容。对违反相关管理条例规定的广告，不得刊播、设置、张贴。工商行政管理部门将进行必要的监测，对造成不良社会影响及违法违规的广告按照相关规定进行处理。

（2）互联网行业监管

①互联网行业管理体制及主管部门

互联网行业的政府主管机构为国务院信息产业主管部门，即中华人民共和国工业和信息化部（“工信部”）和省、自治区、直辖市电信管理机构。根据相关法律法规，国家新闻、出版、教育、卫生、药品监督管理、广播电视、工商行政管理和公安、国家安全等有关主管部门，在各自职责范围内依法对涉及特定领域或内容的互联网信息内容实施监督管理。

互联网行业的自律监管机构为中国互联网行业协会。该行业协会由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿组成，其主要职能是促进政府主管部门与行业内企业之间的沟通，制订并实施互联网行业规范和自律公约，充分发挥行业自律作用等。

②互联网行业主要法律法规及自律规则

互联网行业相关法规主要是由国务院颁布的《中华人民共和国电信条例》、《互联网信息服务管理办法》等一系列行政法规以及各政府部门颁布的大量部门规章、其他规范性文件。行业的监管政策直接影响到互联网企业的经营和发展。作为典型的新兴产业，互联网行业的相应监管政策随着行业的发展而不断完善。互联网行业的主要法律法规包括电信行业、互联网、知识产权等方面的法律、法规、规章及规范性文件，相关主要内容如下：

A、《中华人民共和国电信条例》

国务院于 2000 年 9 月 25 日颁布并使实施的《中华人民共和国电信条例》规定，国家对电信业务经营按照电信业务分类，实行许可制度。经营电信业务，必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。未取得电信业务经营许可证，任何组织或者个人不得从事电信业务经营活动。电信业务分为基础电信业务和增值电信业务。经营增值电信业务，须取得《增值电信业务经营许可证》。

B、《互联网信息服务管理办法》

国务院于 2000 年 9 月 25 日颁布并实施的《互联网信息服务管理办法》规定，互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。国家对经营性互联网信息服务实行

许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者工信部申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。依照法律、行政法规以及国家有关规定，从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务及互联网视听节目服务的，在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意，并取得相关许可证。

C、《中国互联网络域名管理办法》

由中华人民共和国信息产业部颁布，并自 2004 年 12 月 20 日起施行的《中国互联网络域名管理办法》规定，域名注册遵循“先申请先注册”的原则，域名注册完成后，域名注册申请人即成为其注册域名的持有者，域名的有效期依据合同约定，国内域名最长为 10 年；域名有效期满后，原拥有者在规定期限内续费后可继续拥有域名；因持有或使用域名而侵害他人合法权益的，由域名持有者承担责任。

D、《计算机软件保护条例》

由国务院颁布，并自 2002 年 1 月 1 日起施行的《计算机软件保护条例》规定，中国公民、法人或者其他组织对其开发的软件，不论是否发表，均享有著作权。软件著作权人可以向国家版权局认定的软件登记机构办理登记，以证明其享有著作权。

3、亿动主营业务概况

亿动主要经营应用推广业务和品牌推广业务。

亿动的应用推广业务主要通过 Performad 平台完成。Performad 是一个以 ROI 为优化参数的广告投放平台。根据不同国家地区的文化和人群特征，Performad 后台建了差异化、多样的分析模型，可以实时提供广告投放报表，查看跨渠道的投放效果。Performad 能通过规则定义和预测模型，实时发现该渠道可能的虚假流量，并结合对大数据的动态分析和机器学习算法，不断更新知识库和算法模型。Performad 根据不同的虚假级甄别结果，可采用不同的处理方法，其中包括（但不限于）预算分配、流量选择、虚假流量甄别、广告物料优化和定向优化等，以达到全面提升 ROI、不遗漏任何优化空间的效果。Performad 对接了 70 多家渠道，

特别是针对 Google、Facebook、Twitter 三大应用推广渠道，Performad 启动了 API 的深入对接，即通过一个平台完成这几大渠道的自动化广告管理。在实现与三大渠道对接的同时，Performad 平台还进行了二次开发，既实现了平台化的广告活动管理，又给广告主提供了自定义优化的服务。通过 Performad 投放的广告支持多种不同物料和不同标签的筛选，广告主可自动完成对各类人群不同广告形式的投放。

亿动的品牌推广业务通过 Premiummad 平台和 Smartmad 平台实现。Premiummad 是优质内容程序化直投平台，可以统一在多个 Hero App 上投放，整合了多个优质 Hero App 的优质内容资源。Premiummad 对于品牌广告主的品牌推广安全有保障，推广覆盖的用户量大且种类丰富，能根据清晰的受众标签定向推广。根据用户使用的 Hero App 的内容，亿动平台定制不同内容的创意，让用户在不同的场景都能看到相关的广告创意。亿动通过一个平台管理多个 Hero App 的广告活动，实时追踪各个优质媒体的推广效果数据并自动实时优化。Premiummad 平台积累了海量用户数据和属性标签，在不同媒体间锁定独立用户或同类用户以实现精准定向深度沟通。Smartmad 通用 SDK 通过实现对国内外主流广告平台的支持，为广告主提供一站式的广告解决方案，Smartmad 平台使得品牌广告主可以通过程序化方式购买长尾 App 的广告位实现品牌的推广。

亿动的优势包括：聚焦移动市场，以客户需求为核心，服务于规模化的中国和印度市场，为发展中国家提供定制化的平台优化服务。

4、亿动在移动应用广告产业链中的位置

中国移动应用广告产业链如下图：



在移动应用广告产业链中，程序化交易已成为主流，大数据辅助投放和效果衡量也进一步促使广告主更易于接受程序化交易来进行广告投放。程序化交易就是将媒体广告的交易过程自动化、程序化。它既包括在公开和封闭交易所中的实时竞价（RTB），也包括可以预定广告位库存或价格的直接购买或优选购买（direct/premium）。买卖的广告类型包括 banner 广告、全屏/插屏广告、视频等广义展示广告，并可在 PC 端和手机端跨平台投放。

程序化交易的好处是降低交易成本、提高交易效率、便利的跨平台投放、充分的数据挖掘、实时的调整投放、以及更多广告位和广告需求的释放。据 eMarketer 预计，2015 年美国程序化交易将达 148.8 亿美元，占广义展示广告的一半以上。到 2016 年年均增长 42%。其中，移动端增长将远快于桌面端，视频广告和 Newsfeed 广告快于其他广告形式。除了互联网广告的程序化交易以外，目前业界也在小范围内尝试传统电视广告的程序化交易，但投放工具、实时数据收集处理等基础设施还有待完善，因此目前规模有限，预计 3~4 年后才会渐成规模。

亿动在移动广告产业链上提供程序化交易服务，是从移动广告网络平台转型，并新增了 DSP 业务，在移动广告产业链上属于移动 DSP 和移动广告网络。亿动通过广告技术平台，自动执行广告资源购买的流程。程序化购买的实现通常依赖于 DSP（需求方平台，demand side platform）和 Ad exchange（广告交易平台）。

台)，并通过 RTB（实时竞价模式）和 Non-RTB 交易方式完成。亿动是一家领先的移动广告平台公司和移动营销服务商，一直专注于提供移动端广告的程序化解决方案，帮助客户优化移动营销的投入和扩大海外市场。亿动不仅帮助品牌广告主在中国市场与目标受众深度沟通，建立品牌知名度和增强消费者购买意向，也为移动应用开发者在全球范围内提供移动营销解决方案，为其产品获取更多高质量的用户。

（二）亿动的业务模式

亿动的广告业务主要包括应用推广、品牌推广。

1、应用推广的业务模式

亿动为手机应用开发商、手机应用发行方提供手机应用的应用推广，即通过亿动开发的 Performad 平台，提供基于 ROI 效果的程序化广告购买。

亿动通过 Performad 平台为客户提供海外一站式手机推广服务，Performad 与 70 多家优质海外媒体合作，进行渠道之间的效果优化以提高用户的投放 ROI，帮助客户优化选择进入各个海外国家所需的渠道；亿动开发的 Tracking code 使得用户可以通过输入自己的广告投放 ROI 以判定推广渠道的效果，并为用户实现广告流量购买的价格与流量大小之间的平衡（即如何以最低的价格购买到用户所需的全部流量）。亿动实现基于 ROI 的深度优化，通过深度优化用户使用行为，为 App 开发者网罗更多高质量的忠实用户，促进应用内的真实消费。亿动以广告主利益为优先，可针对不真实的用户点击、下载及安装进行智能判断。

应用推广的客户包括直客和广告代理。直客是手机应用的发行方直接通过亿动进行推广，通过 CPC 或 CPA 的方式进行结算，客户包括微信、Efun Company Limited 及其子公司等。广告代理是手机应用的代理商与亿动签约推广由其代理的手机应用，结算方式包括 CPC 或 CPA，客户包括 Mobile Push Media Limited、Mobie exchanger Co.Limited 等。

应用推广业务下，亿动和广告主或供应商之间存在以下结算模式：

- （1）按 CPC 和 CPA 等计费方式，以合作的广告网络平台统计数据为准；
- （2）通过 Google、Facebook、Twitter 平台的广告投放主要以 CPC 向广告主

和供应商结算，主要通过供应商返利的方式盈利；

(3) 通过其他广告网络的投放存在 CPC 和 CPA 等结算方式，通过 CPC、CPA 差价盈利。

2、品牌推广的业务模式

亿动为国内外知名品牌提供在中国的品牌推广服务。具体业务包括通过亿动的 Premiummad 平台对优质媒体的广告位进行直接购买和通过亿动的 Smartmad 平台对长尾媒体的广告位进行程序化购买。

亿动的 Premiummad 平台只对接中国的超大媒体。分行业分发优质媒体的流量能极大提高用户的体验和感受。由于超大媒体在中国的流量价值极大，故而不适合同长尾媒体流量一并整合接入程序化购买平台。

目前国内优质媒体与推广服务提供商的合作政策包括返点和刊例价折扣两种方式。优质媒体根据具体的合作推广服务提供商给予或提供刊例价折扣或提供返点或同时提供刊例价折扣和返点。其中刊例价折扣比例通常从 5 折到 7 折不等，活跃用户数较多、媒体价值较大的优质媒体的折扣比例通常较低。优质媒体给推广服务提供商提供的返点比例取决于推广服务提供商的广告投放量，返点比例呈阶梯式增长，通常在 10%~30%之间，广告投放量越高，返点比例越高。

亿动的 Smartmad 平台接入了约 20,000 个流量较小的长尾媒体，亿动为品牌主提供程序化购买长尾媒体流量的技术平台，提供开屏、插屏、横幅、视频等广告产品。

品牌推广的客户包括直客和广告代理，直客是品牌客户直接通过亿动推广品牌，比例较少；广告代理是品牌客户的广告代理与亿动签约，对其代理的品牌进行移动端推广，如可口可乐、Dior、联合利华等品牌均通过广告代理与亿动签约。

品牌推广业务下，亿动和广告主或供应商之间存在以下结算模式：

(1) Premiummad 平台在广告排期时已约定了在各媒体上的投放天数和单价，并通过第三方监控广告投放的 KPI，以 CPD 为主进行结算。主要通过媒体返利盈利，对于部分合作较好的媒体可获取特殊折扣的刊例价赚取差价。

(2) Smartmad 平台的计费，以平台数据和第三方监控数据核对为准进行结

算，以 CPC 为主进行结算，通过 CPC 差价盈利。

3、不同结算模式下展示次数、有效激活量、有效点击量计算方法

在亿动的业务中，CPM、CPC、CPA 模式与多盟相同。此外，亿动的结算模式还包括 CPD，即有效展示天数。展示天数是指以广告的展示天数为基准结算推广服务费的广告发布方式。

4、不同结算模式业务点击量或流量的核对方式，如出现差异的处理措施，以及相应的内控措施

亿动通过 Performad、Premiummad、Smartmad 平台实现应用的海外推广业务和品牌的国内推广业务。

Performad 平台帮助亿动的海外推广业务客户对接 Google、Facebook 为主的渠道，通过这些渠道实现广告的投放通过 CPC 结算，亿动及亿动的客户均通过渠道开放的平台的数据进行核对结算。其他广告网络包括 Leadbolt、Mobvista、Airpush、Avazu 等，采用 CPC 或 CPA 结算；海外应用推广第三方监测公司包括 MAT、Appsflyer 等。通常广告主以第三方的数据作为结算依据，亿动也以第三方的数据和媒体进行结算。

Premiummad 平台帮助亿动的品牌推广业务客户对接 Hero apps，通过 Hero apps 实现广告的投放，Hero apps 按照 CPD 的方式进行结算，Premiummad 平台在广告排期时已约定了在各媒体上的投放天数和单价，并通过第三方监控广告投放的 KPI。

Smartmad 平台帮助亿动的品牌推广业务客户对接长尾应用，以 Smartmad 平台数据和第三方监控数据核对为准进行结算，以 CPC 为主进行结算。国内品牌项目第三方监测公司包括秒针、AdMaster 等。通常品牌广告主以第三方的数据为结算依据。如亿动监测数据与第三方监测数据差异超出行业标准正常范围，则双方进行数据比对、排查问题。按行业标准，点击差异在 15%以下，属于正常范围。

在广告投放的过程中，企业有专职人员在投放期内实时关注数据，对于关注到的数据与第三方的数据出现差异较大时，企业会先行停止投放以控制风险，并

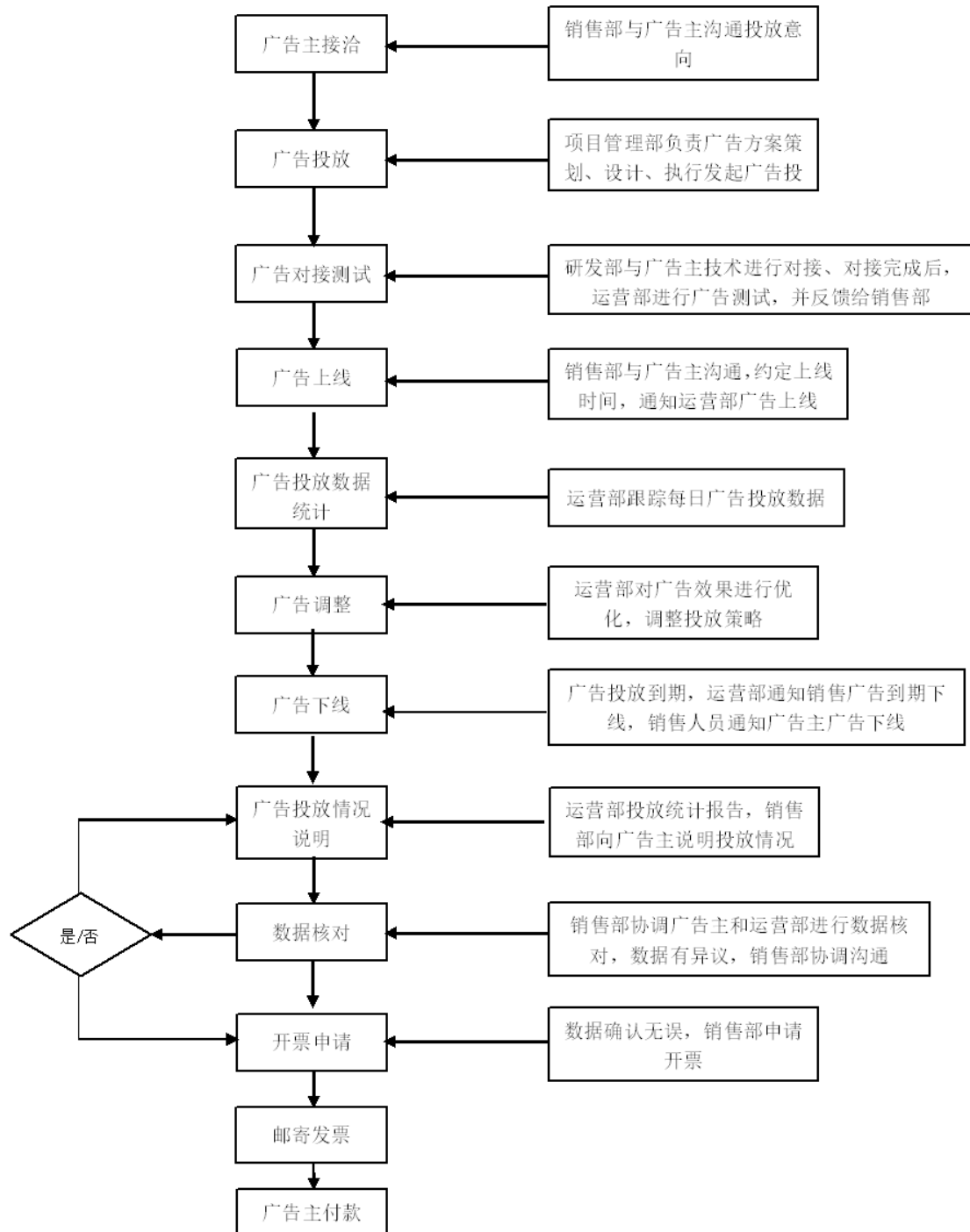
协同查找差异原因，解决之后再行开启投放，保证整体执行上的数据差异在可控范围之内。

（三）亿动的业务流程

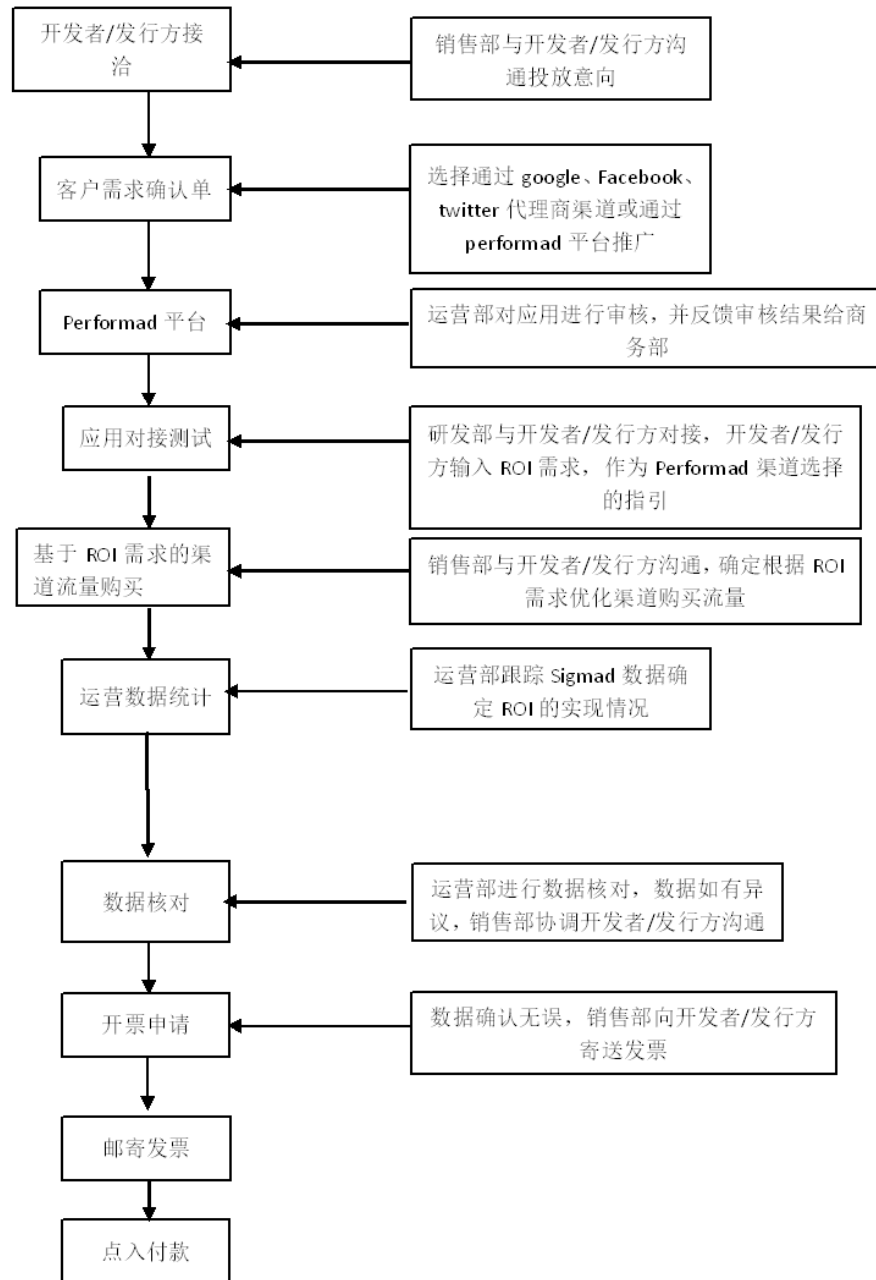
亿动研发部负责 Premiummad 和 Performad 平台的开发及现有 Smartmad、Optimad、Sigmad 平台的维护。运营部负责 Smartmad 平台日常运营。媒体部负责与国内供应商沟通签订合作协议，销售部负责品牌广告销售和 App 应用推广，项目管理部负责具体广告投放方案策划，广告设计、排期、点位、媒体选择、投放渠道选择、投放策略等。亿动的各业务职能部门有机协作，形成了亿动为客户提供移动端综合广告解决方案的生态基础。

亿动的业务流程如下图所示：

1、品牌推广业务服务流程



2、应用推广业务服务流程



（四）亿动报告期内的业务发展状况

亿动分业务类型营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
主营业务收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
境内品牌广告	12,779.96	10,694.00	7,250.66
海外推广广告	39,155.72	24,129.24	19,650.20
主营业务成本	48,138.22	30,754.79	24,160.88

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
境内品牌广告	11,385.97	8,619.45	6,082.70
海外推广广告	36,752.26	22,135.35	18,078.18
总毛利率	7.31%	11.68%	10.19%
境内品牌广告毛利率	10.91%	19.40%	16.11%
海外推广广告毛利率	6.14%	8.26%	8.00%

亿动的应用推广业务是将手机应用在境外推广，其几乎在全世界除互联网不发达地区（例如叙利亚等）均有推广和投放，最主要投放国家和地区是欧美、东南亚、港台地区。

1、按国别补充披露亿动开曼报告期海外业务收入、成本、毛利及占比情况

亿动开曼的海外推广业务是通过产品 Performad 将客户的产品与 70 多家优质海外媒体渠道合作，通过效果优化为客户选择合适的渠道进行产品推广，以提高 ROI。

亿动在报告期内海外推广业务收入主要是包括 wechat 的海外推广、触宝输入法及 APUS 的海外推广、手游的海外推广，其客户主要仍以国内客户为主，但广告的推广则主要是通过 Facebook 及 Google 平台在海外投放，因此我们以最终的广告投放地点为基础，对其收入进行了海外及国内的划分。

亿动在报告期内的海收入、成本情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
海外	39,155.72	36,752.26	24,129.24	22,135.35	16,646.52	15,145.28
国内	12,779.96	11,385.96	10,694.00	8,619.45	10,254.34	9,015.61
合计	51,935.68	48,138.22	34,823.24	30,754.79	26,900.86	24,160.88

针对海外收入、成本，其分国别明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
欧洲	8,284.92	7,865.88	3,984.95	3,685.18	1,226.16	1,067.96

北美	6,980.99	6,750.48	1,809.20	1,697.12	509.55	491.11
东南亚	4,701.37	4,348.91	8,908.49	8,096.91	5,625.90	5,055.12
拉美	4,488.44	4,150.62	2,878.49	2,625.40	3,715.08	3,280.24
港澳台	4,158.87	3,785.45	1,731.40	1,586.41	0.00	0.00
日韩	2,368.23	2,346.86	997.31	940.88	823.16	808.66
俄罗斯	1,687.88	1,536.77	473.19	432.94	213.12	208.51
印度	1,130.41	1,038.62	480.42	441.03	3,471.78	3,255.67
其他	5,354.60	4,928.68	2,865.79	2,629.48	1,061.77	978.00
合计	39,155.72	36,752.26	24,129.24	22,135.35	16,646.52	15,145.28

针对海外业务毛利和各国别占比情况，分国别明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比
欧洲	419.04	17.43%	299.77	15.03%	158.20	10.54%
北美	230.51	9.59%	112.08	5.62%	18.44	1.23%
东南亚	352.46	14.66%	811.58	40.70%	570.78	38.02%
拉美	337.82	14.06%	253.09	12.69%	434.84	28.97%
港澳台	373.42	15.54%	144.99	7.27%	0.00	0.00%
日韩	21.37	0.89%	56.43	2.83%	14.50	0.97%
俄罗斯	151.11	6.29%	40.25	2.02%	4.61	0.31%
印度	91.79	3.82%	39.39	1.98%	216.11	14.40%
其他	425.92	17.72%	236.31	11.85%	83.77	5.58%
合计	2,403.46	100.00%	1,993.89	100.00%	1,501.24	100.00%

2、结合海外业务国别收入占比与合同签订情况，国别政治、经济因素影响等，补充披露亿动开曼未来生产经营、盈利能力的稳定性，本次估值是否充分考虑了海外业务相关风险和不确定性

（1）亿动开曼的未来生产经营、盈利能力的稳定性较高

针对亿动的业务特点，其合同的签订并不确定最终的投放地区，而是以最终广告的点击 CPC、有效用户的注册 CPA 所在地以确认收入地区，合同无法体现海外的收入情况，收入区分是以最终的广告有效投放地区确认。

针对海外国别地区的收入占比情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
欧洲	8,284.92	21.16%	3,984.95	16.52%	1,226.16	7.37%
北美	6,980.99	17.83%	1,809.20	7.50%	509.55	3.06%
东南亚	4,701.37	12.01%	8,908.49	36.92%	5,625.90	33.80%
拉美	4,488.44	11.46%	2,878.49	11.93%	3,715.08	22.32%
港澳台	4,158.87	10.62%	1,731.40	7.18%	0	0.00%
日韩	2,368.23	6.05%	997.31	4.13%	823.16	4.94%
俄罗斯	1,687.88	4.31%	473.19	1.96%	213.12	1.28%
印度	1,130.41	2.89%	480.42	1.99%	3,471.78	20.86%
其他	5,354.60	13.68%	2,865.79	11.88%	1,061.77	6.38%
合计	39,155.72	100.00%	24,129.24	100.00%	16,646.52	100.00%

根据报告期内的数据来看，其广告的最终有效投放主要是以欧洲、北美、东南亚、拉美、港澳台等为主。由于亿动的海外推广业务的投放覆盖区域较广，亿动的海外推广业务是海外用户通过自己的应用等点击亿动开曼的广告或注册成为亿动开曼推广的应用的用户等，亿动开曼未来生产经营基本不会受到单个国家的国别政治、经济的过大影响。报告期内，亿动开曼来自于欧洲、北美、港澳台的收入、毛利额的占比逐渐提升，来自于拉美、东南亚的收入、毛利额的占比逐渐下降，亿动开曼报告期的海外业务的总毛利额逐年提升，盈利能力相对稳定。

由于亿动开曼的海外推广业务投放覆盖区域较广，不存在对单个国别或地区依赖过重的情形；即使单个国别政治、经济有波动，但国内应用存在海外推广的需求，海外用户有移动端的使用需求，国别间将出现替代效应，故而随着移动营销市场的增长，海外移动营销推广的市场增长，亿动开曼的海外推广业务将持续增长。

（2）本次估值充分考虑了海外业务经营方面的相关风险和不确定性，但不考虑海外业务国别政治、经济因素及汇率变化方面的相关风险和不确定性

亿动开曼的海外推广业务主要通过 Performad 平台完成，除了针对 Google、Facebook、Twitter 三大海外推广渠道，Performad 启动了 API 的深入对接，通过一个平台完成这几大渠道的自动化广告管理外，Performad 还对接了 70 多家其他渠道。亿动开曼的海外业务均衡分布在不同的国家，抗风险能力也较强。

①对于海外业务经营方面的相关风险和不确定性，本次估值主要从以下方面进行了考虑：

A、本次估值在对亿动开曼未来年度进行盈利预测时，是参考亿动开曼历史年度的实际经营情况，折算成人民币口径进行预测的，考虑到海外业务可能存在的风险和不确定性，预测时出于谨慎降低了相关业务的增长预期。

B、考虑到海外业务是亿动开曼的主要业务，其存在一定的风险和不确定性，在收益法对企业进行估值时选取了较高的折现率。

②本次估值是在假设被估值企业经营所遵循的国家及地方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，无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响；假设根据国家规定，目前已执行或已确定将要执行的有关利率、汇率、税赋基准和税率以及政策性收费规定等不发生重大变化的基础上进行的，对于海外业务国别政治、经济因素及汇率变化方面的相关风险和不确定性，本次估值未予考虑。

3、结合主要财务指标，补充披露汇率变动对亿动开曼经营业绩的影响

针对海外公司，审计师将外币报表折算为人民币报表时，在报告期内的资产负债表数据是以当期中国人民银行公布的 12 月 31 日（或当期的最后一天汇率）的汇率进行折算，利润表数据是以当期中国人民银行公布的 1 月 1 日（或当期的最早一天汇率）及 12 月 31 日（或当期的最后一天汇率）平均取值后进行折算。

目前亿动开曼的香港公司、台湾公司主要存在外币业务，香港公司的财务报表以美元计算，台湾公司的财务报表以台币计算，其外币收入及成本明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
香港						
其中：美元结算（单位：美元）	3,995.85	3,753.59	2,514.19	2,496.24	2,719.32	2,388.53
台湾						
其中：美元结算（单位：台币）	-	27,477.3	-	1,300.33	-	-
台币结算（单位：台币）	35,277.50	5,735.34	24,928.43	23,645.11	-	-

对于香港公司，其收入及成本的结算均是以美元为基础，因此其美元汇率变动的影响在其当期的外币利润表中已经进行抵消；对于台湾公司，其客户主要为台湾公司，收入以台币进行结算，其成本则根据 Facebook 及 Google 广告代理商的所在地分为美元及台币结算，但其收款台币和结汇美元（用于支付给供应商以结算成本）通常在 15 天内进行结算，结算时采用即期汇率进行结算，因此实际的汇率变动的影响较小。

亿动在报告期内的财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
利息收入	1.40	5.06	9.84
利息支出	126.02	124.74	36.15
汇兑损益	-118.38	66.53	-6.72
手续费	5.28	9.44	7.61
合计	11.52	195.65	27.20

由上述数据来看，亿动在报告期内的汇兑影响较小，其在 2015 年金额较大的原因主要是由于其亿动香港台湾分公司是 2014 年 6 月 23 日成立，2015 年起主要成本结算以美元结算，收入结算以台币结算，导致了其汇兑的变动幅度增加。此外，在外币报表折算时还会影响到其他综合收益。

对于亿动开曼而言，海外推广业务是境内应用等客户为获取海外用户而进行推广，即使汇率变动，但随着境内应用等开拓海外市场的需求的不断增长，亿动开曼海外推广业务的收入仍将不断增长。结合亿动开曼的业务特性和行业的成长需求来看，汇率变动不会对亿动开曼的海外推广业务产生重大不利影响；但若美

元对台币的汇率变动较大，美元对人民币的汇率变动较大，则汇兑损益将会影响亿动开曼的海外推广业务的净利润。

经核查，独立财务顾问认为：针对亿动开曼的海外收入，审计师抽查了相关合同及结算单，经检查其结算单的币种要求与账面确认一致，同时根据当期中国人民银行的汇率对其报表折算为人民币报表进行复核检查，报表折算汇率与企业提供情况一致；独立财务顾问对此进行了复核。通过对亿动开曼的海外推广业务的业务特性和行业增长需求的核查，独立财务顾问认为汇率变动不会对亿动开曼的海外推广业务产生重大不利影响；但若美元对台币的汇率变动较大，美元对人民币的汇率变动较大，则汇兑损益及外币报表折算将会影响亿动开曼海外推广业务的净利润及其他综合收益。

经核查，审计师认为：针对亿动开曼的海外收入，会计师抽查了相关合同及结算单，经检查其结算单的币种要求与账面确认一致，同时根据当期中国人民银行的汇率对其报表折算为人民币报表进行复核检查，报表折算汇率与企业提供情况一致；通过对亿动开曼的海外推广业务的业务特性和行业的增长需求的核查，会计师认为汇率变动不会对亿动开曼的海外推广业务产生重大不利影响，但若美元对台币的汇率变动较大，美元对人民币的汇率变动较大，则汇兑损益及外币报表折算将会影响亿动开曼海外推广业务的净利润及其他综合收益。

经核查，估值人员认为：由于亿动开曼的海外业务均衡分布在不同的国家，抗风险能力也较强。本次估值仅考虑了海外业务经营方面的相关风险和不确定性，未考虑国别政治、经济因素及汇率变化方面的相关风险和不确定性。

（五）亿动主要产品

1、应用推广产品

亿动的应用推广业务是通过其开发的 Performad+Sigmad（前身是 Optimad+Sigmad 平台）实现的，可以为广告主提供基于 ROI 效果的应用海外推广，帮助应用开发者优化投资回报率。

App 市场通常并不受国家和地域的限制，因此营销解决方案的提供商需要与来自世界各地的媒体建立紧密的合作关系。亿动拥有丰富的 App 应用推广经验，在全世界互联网发达地区均有投放，特别是在欧美、东南亚、港台地区的投放较

多，并且亿动拥有超过 70 多家优质的海外合作媒体。为了确保整个营销活动的可追踪性，Performad 提供可追踪的代码来记录和分析独立用户的行为。实时的转换、追踪归因和分析数据都可以通过平台的 dashboard 进行展示。虽然平台也接受第三方的监测，但有别于第三方数据监测公司中立的态度，Performad 可以主动地保护广告主，对具有欺诈性和非真实的广告请求进行筛选和退回。

App 的推广通常都是通过各种不同的渠道来进行广告投放，因此开发者们会有一个共同的问题：哪个渠道拥有最大的下载量或提供最多的忠诚用户和频繁消费的用户？Performad 能够分析不同渠道的广告效果，从而对广告活动进行实时的优化，帮助广告主调整预算的分配，将资金投入到广告效果最好的渠道中。此外，平台还可以帮助提高独立应用用户的价值以及促进用户在应用内消费。总之，Performad 能够为应用开发者吸引更多的有价值的独立用户，并促进老用户的消费。

此产品的优势是注重效果，从实效上保护广告主的利益，而不是需要兼顾媒体和广告主的利益而使得广告主的利益不能得到最大化。产品通过多维度的数据模型能发现虚假流量和与产品 ROI 有冲突的渠道，平台基于 ROI 效果进行渠道优化并购买流量时不仅考虑通过该渠道的安装量，更考虑通过该渠道安装的应用的用户的参与度和终生价值贡献（即对应用的付费购买情况等）。此产品能无缝整合逾 70 家全球市场推广渠道，更高效实现跨渠道的推广优化。

2、品牌推广产品

亿动的品牌推广业务是通过其开发的 Premiummad 平台和 Smartmad 平台完成。Premiummad 平台能为广告主实现通过自动化程序购买超级媒体的广告流量。Smartmad 平台能为广告主实现通过自动化程序购买长尾媒体的广告流量。

Premiummad 平台产品为广告主提供服务时，亿动针对广告主的品牌特性和目标人群，选择移动端定位与目标受众相契合的 Hero app 进行深度合作，并在不同的 Hero app 中植入广告主的品牌信息。Smartmad 平台产品为广告主提供服务时，亿动通过 In-App 网络平台，投放 banner、全屏、插屏、播放页等多种形式的广告，实现产品信息最大范围的曝光。

以亿动服务于华为 G7 手机为例，亿动的品牌推广产品提供如下服务：

华为 G7 手机全新上市之际，主打“自在”的产品理念。华为希望能够借力移动端——消费者最活跃的媒体平台，进行产品推广。为此，亿动不仅与四大 Hero app 进行深度合作，还利用 HTML5 移动互动网站，为华为打造了一场新品推广的无线营销活动。华为 G7 手机主要针对低收入群体，侧重于对 2-4 线城市的用户推广。因此，亿动为其定制了插画版互动 HTML5 手机网站，通过生动活泼的插画以及时下流行的滑动式页面切换形式，讲述了一个极为温馨的故事，意在传达华为 G7“自在”的产品理念，吸引更多目标人群。



考虑到华为 G7 手机主要针对低收入群体，为此，亿动选择与在移动端定位与目标受众相契合的 Hero app：Zaker、今日头条、多米音乐、有道字典进行深度合作。



在 Zaker 频道中，用户通过点击文字头条专题页即可阅读华为 G7 新品的介绍；亿动将华为 G7 的产品信息植入今日头条推荐页面的焦点图位，用户点击即可了解更多新品信息；亿动在多米音乐的桌面气泡中植入华为 G7 互动网站链接，用户使用多米听音乐时，在桌面状态即可进入华为 G7 的网站互动；用户点击有道词典动态轮播的底部 banner 即可进入 HTML5 活动网站，了解更多 G7 的产品信息，参与互动。

除了与四大 Hero app 合作之外，亿动还通过 in-APP 网络平台，投放了 banner、全屏、插页、播放页大图等多种形式的广告，实现产品信息最大范围的曝光。





在一个月的营销活动中，华为 G7 的品牌曝光量超过 1.24 亿，超出原定 KPI 的 108%。总点击量达到 190 万，超出原定 KPI 的 145%。

(六) 前五大结算客户及供应商

1、亿动的前五大结算客户

(1) 亿动报告期内向前五名结算客户销售情况

2015 年 1-7 月				
序号	客户名称	与亿动关系	营业收入（万元）	占营业收入的比例
1	北京智明星通科技有限公司及其子公司	非关联方	20,761.22	39.97%
2	Mobile Push Media Limited	非关联方	9,015.54	17.36%
3	Efun Company Limited 及其子公司	非关联方	5,941.14	11.44%
4	群邑中国	非关联方	3,414.08	6.57%
5	北京恒美广告有限公司及其子公司	非关联方	3,554.65	6.84%
向前五名客户销售合计			42,686.64	82.19%
营业收入总计			51,935.68	100.00%
2014 年度				
序号	客户名称	与亿动关系	营业收入（万元）	占营业收入的比例
1	Mobile Push Media Limited	非关联方	5,789.68	16.63%
2	北京智明星通科技有限公司及其子公司	非关联方	5,167.69	14.84%
3	WeChat International Pte. Ltd	非关联方	3,774.67	10.84%
4	Efun Company Limited 及其子公司	非关联方	1,855.34	5.33%
5	Mobie exchanger Co.Limited	非关联方	1,845.00	5.30%
向前五名客户销售合计			18,432.39	52.93%
营业收入总计			34,823.24	100.00%

2013 年度				
序号	客户名称	与亿动关系	营业收入（万元）	占营业收入的比例
1	Tencent WeChat Limited	非关联方	12,410.48	46.13%
2	北京恒美广告有限公司及其子公司	非关联方	2,196.91	8.17%
3	阳狮国际媒体	非关联方	1,711.80	6.36%
4	北京昆仑在线网络科技有限公司	非关联方	1,030.63	3.83%
5	Evatar(HK) Limited	非关联方	971.19	3.61%
向前五名客户销售合计			18,321.01	68.11%
营业收入总计			26,900.86	100.00%

亿动的收入主要来源于为应用提供海外市场的应用推广服务和为品牌提供国内市场的品牌推广服务，其客户分别是使用应用推广服务的应用开发商、发行商等和使用品牌推广服务的品牌主及其代理等。

2、亿动的前五大供应商

2015 年 1-7 月				
序号	供应商名称	与亿动关系	采购金额（万元）	占采购总额的比例
1	上海飞书广告有限公司	非关联方	15,126.01	31.42%
2	AMADZING CO., LIMITED	非关联方	12,309.91	25.57%
3	北京恒美广告有限公司	非关联方	7,917.88	16.45%
4	聖洋科技股份有限公司	非关联方	2,344.98	4.87%
5	北京字节跳动科技有限公司	非关联方	1,365.18	2.84%
向前五名供应商采购合计			39,063.96	81.15%
采购总金额			48,138.22	100.00%

2014 年度				
序号	供应商名称	与亿动关系	采购金额（万元）	占采购总额的比例
1	聖洋科技股份有限公司	非关联方	4,269.70	13.88%
2	AMADZING CO., LIMITED	关联方（注）	4,204.26	13.67%
3	安索帕（上海）广告传播有限公司	非关联方	3,596.40	11.69%
4	Leadbolt Pty Ltd	非关联方	2,796.38	9.09%
5	北京恒美广告有限公司	非关联方	1,405.61	4.57%
向前五名供应商采购合计			16,272.35	52.91%
采购总金额			30,754.79	100.00%

2013 年度

序号	供应商名称	与亿动关系	采购金额（万元）	占采购总额的比例
1	安索帕（上海）广告传播有限公司	非关联方	4,270.34	17.67%
2	谷歌广告（上海）有限公司	非关联方	4,081.65	16.89%
3	Airpush, Inc	非关联方	3,153.79	13.05%
4	北京千里日成广告有限公司	非关联方	2,420.62	10.02%
5	Millennial Media, Inc.	非关联方	1,971.85	8.16%
向前五名供应商采购合计			15,898.25	65.80%
采购总金额			24,160.88	100.00%

注：Amadzing Co., Limited 为 Google 平台的代理商，由王莹及王云涛于 2013 年 9 月成立。王莹和王云涛曾经为亿动境内 VIE 公司北京联拓的股权代持自然人。2014 年 12 月 2 日，王莹及王云涛已将 Amadzing Co., Limited 转让给独立第三方持有，自此之后 Amadzing Co., Limited 不再为亿动关联方。

亿动在应用推广业务上主要通过 Google、Facebook、Twitter 的代理商采购这三家渠道的流量，也采集其他国际知名渠道的流量。亿动在品牌推广业务上主要向国内应用采购其移动广告流量，也会采购国外应用在中国的移动广告流量。

（七）亿动的技术情况

1、动态垂直优化技术

根据用户使用的 App 内容，本技术能定制不同内容的创意，让用户在不同场景都能看到相关的广告创意。

2、定向技术

亿动的定向技术包括 LBS 定向、天气定向、媒体定向、智能定向。

LBS 定向：亿动可以通过定位手机用户所在的区域，实现在特定地区内的广告投放。

天气定向：实现在不同天气、不同温度情况下为移动设备的用户展现不同广告创意的目标。

媒体定向：包括媒体形式（如广告 banner、插页广告、全屏广告等）和媒体类别（如天气类 App、新闻类 App、美拍类 App 等）定向。

智能定向：包括时间段、移动运营商、用户所使用网络环境、用户所使用的

移动终端等多种定向手段。

3、Premiummad 重定向技术

在 in-App 广告网络中，对 Premiummad 优质用户进行重定向，帮助广告主进行有针对性的受众扩充，扩大品牌影响力，深入沟通。

4、频次限制技术

调控每个用户观看和点击广告的次数，最大可能地避免虚假点击，为广告主预算实现最优的 ROI。

5、防弊控制技术

亿动拥有严格的流量监测分析系统，可对网络内每个媒体的广告展示和点击进行全面分析，排除作弊流量，优先投放高效能流量。

（八）亿动的质量控制情况

1、销售部的质量控制

销售人员会根据客户提供的工作简报，协同项目管理部人员一起设计商业活动、安排投放预算和设定预期效果，并与用户反复讨论并确认后再进行方案设计和执行。

2、研发部的质量控制

研发部人员通过充分分析项目管理部项目组的策划方案排期和方案细节，判断平台能否完成客户的相关需求，确保投放的形式、媒体的选择能达到客户的评效合一需求。

3、运营部的质量控制

在广告上线后，运营部将持续进行质量监控，通过广告运营数据情况及反馈信息对客户的广告持续跟踪，并根据数据反馈进行优化，以确保满足客户的需求。

（九）亿动开发实力情况

1、核心技术人员情况

截至 2015 年 7 月 31 日，亿动员工总人数 188 人；研发团队人数 79 人，市

场营销人员 84 人，其中核心技术开发团队人员 5 人。

5 名核心人员的具体情况如下：

姓名	从业年限	部门	任职	从业经历
黄凯文	18	CPO	首席产品官	Cisco, Copacast, Gree, Yahoo
丁新勇	23	CPO	研发副总裁	英业达集团（上海）电子有限公司，银迅计算机系统（上海）有限公司，上海英斯克计算机有限公司，掌上灵通
唐善成	10	CPO	技术总监	美会软件科技，巴克莱银行，惠普
李永庆	11	CPO	产品总监	Augmentum, EDS, Barclays, 上海志精网络科技有限公司
邓志波	16	CPO	技术总监	上海凯门通信有限公司，1 号店，上海水渡石信息技术有限公司

2、亿动防范人才流失的措施

亿动是一家移动互联网创业型公司，人才是亿动的根本，亿动主要通过建立企业合作共赢的生态文化来防范人才流失对公司造成的损失。

亿动重视跨部门的协同合作，各个部门之间通过充分交流理解客户需求并合作完成客户需求，产品研发部同事根据市场销售部同事反馈的客户实际需求不断改进产品，市场销售部同事及时反馈和不断完善客户的需求描述，项目部同事帮助客户优化相关参数以提升客户使用亿动产品的体验。亿动形成了合作、互动的生态系统，亿动报告期内的离职率约 20%~30%，属行业正常水平²。

（十）亿动的员工结构和核心团队

1、亿动员工的结构

部门		人数	职能
FAD		25	行政支持部门，包括 CEO office、财务、法务、人力行政、结算中心
CPO office	CPO office	2	负责亿动的产品研发管理
	R&D	48	开发工程师、测试工程师，负责亿动的技术研发
	产品	7	负责亿动的技术产品设计
	海外运营优化	14	负责亿动的海外推广产品的运营优化

²根据前程无忧发布的《2014 中国企业员工离职率调查报告》，2014 年互联网行业的离职率约 25%。

	广告网络运营优化	8	负责亿动的品牌推广产品的境内推广
Sales&Marketing	Sales&Marketing Office	2	负责亿动的销售管理
	品牌 BD	20	负责亿动的品牌推广业务的客户开发和服务
	ME BD	5	负责亿动的海外推广业务的客户开发及服务
	品牌 PM	32	负责亿动的品牌推广业务的项目管理和服务
	ME PM	3	负责亿动的海外推广业务的项目管理和服务
	国内媒介	16	负责亿动的国内推广媒体的采购和合作策划
	市场部	6	负责行业市场研究及亿动自身的推广

2、亿动的核心团队

亿动管理团队如下：

序号	姓名	从业经历	职务
1	马良骏	自亿动成立至今一直担任 CEO	CEO
2	Clement Huang	加入亿动前，任职于美国雅虎，2014 年 11 月加入亿动后任职 CPO	CPO
3	阮长俊	自 2007 年加入亿动至今担任全国销售副总裁，并升职为副总裁	VP
4	王悦	2010-2014 格林豪泰酒店管理集团 CFO，2014 年至今任亿动高级财务总监	高级总监

马良骏，毕业于台湾国立中兴大学，获得 MBA 学位；创办亿动前，曾任 Tom 在线执行副总裁，主管无线业务运营及国际业务发展。

Clement Huang，毕业于加州理工大学，获得学士学位及校长荣誉；加入亿动前，曾任美国雅虎公司程序化购买平台产品总监，带领团队研发了雅虎跨渠道 DSP 和受众数据平台(akaAd Manager Plus)。加入雅虎前，曾在 Gree 担任全球广告平台产品总监，负责全球第二大手机游戏公司的 App 推广和盈利平台。

阮长俊，毕业于上海交通大学获工业外贸学士学位，毕业于 Oxford Brookes 获得 Master of MSI。加入亿动前，曾于南方报业集团任高级销售经理、元太广告任高级销售经理、21 Communication 任销售副总监。

王悦，毕业于上海交通大学，获得国际经济贸易专业学士学位。加入亿动前，曾任安永会计师事务所高级审计员、上海诺凡哲企业咨询有限公司咨询经理、格林豪泰酒店管理集团 CFO。

3、本次并购完成后对前述核心人员的后续安排

本次并购完成后，亿动的核心管理层团队 4 人的职位保持不变。亿动核心团队的竞业限制安排及保证核心团队稳定性的相关措施具体请参见本报告书“第十一节董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析”之“十、本次交易对上市公司未来发展前景的影响”之“（一）本次交易的整合计划及对上市公司未来发展的影响”。

八、亿动主要财务数据

天职国际对亿动编制的 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月财务报表及附注进行了审计，并出具了天职业字[2015]12619 号审计报告。

亿动最近两年一期经审计的主要财务数据如下：

（一）资产负债表简表

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产合计	35,331.57	19,732.69	19,022.94
非流动资产合计	1,303.80	687.83	457.75
资产总计	36,635.37	20,420.52	19,480.70
流动负债合计	34,993.29	21,738.34	17,988.27
非流动负债合计	-	17,685.33	17,620.85
负债合计	34,993.29	39,423.67	35,609.12
所有者权益合计	1,642.08	-19,003.15	-16,128.42
负债及所有者权益合计	36,635.37	20,420.52	19,480.70

（二）利润表简表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业总收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
营业总成本	51,424.10	37,886.66	32,729.00
营业利润	664.48	-2,763.90	-5,721.30
利润总额	664.49	-2,806.36	-5,717.04
净利润	564.47	-2,837.40	-5,717.04

（三）非经常性损益

报告期内，亿动开曼的非经常损益情况如下所示：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
非流动性资产处置损益		300.00	-98,111.5
计入当期损益的政府补助		271,000.00	140,824.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	65.00	-695,874.09	-114.92
小计	65.00	-424,574.09	42,597.58
减：所得税影响金额			
扣除所得税影响后的非经常性损益	65.00	-424,574.09	42,597.58

影响非经常性损益的主要因素为计入当期损益的政府补助和除上述各项外的其他营业外收入和支出。其中 2014 年除上述各项之外的其他营业外收入和支出中主要包括外汇罚款支出 43 万元、收不回的保证金支出 30 万元等。

九、亿动所获业务资质和市场评价

（一）业务资质

上海亿动商道广告有限公司于 2011 年 10 月 26 日取得编号为沪 B2-20060357 的《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》，有效期限为 2011 年 10 月 26 日至 2016 年 10 月 25 日。

（二）软件企业和软件产品认证

上海亿动信息技术有限公司于 2011 年 2 月 10 日取得《软件产品登记证书》，并于 2013 年 10 月 24 日取得了《软件企业认定证书》。

企业名称	产品名称	证书编号	发证日期	有效期限
亿动信息	移动通信运营商手机广告管理平台软件 V1.0	沪 DGY-2011-0005	2011 年 2 月 10 日	五年

（三）市场评价

2015 年亿动获得的主要荣誉如下：

序号	所获奖项	颁奖机构
1	中国广告-移动代理类年度代理公司大奖	《中国广告》杂志
2	华为三‘7’家族羊年成语大比拼荣获金远奖 - 移动	《广告主》杂志

	类金奖	
3	金成奖 - 最佳移动内容营销类金奖	《成功营销》杂志

2014 年亿动获得的主要荣誉如下：

序号	所获奖项	颁奖机构
1	中国创意传播国际大奖 - 中国移动广告公司十强	21 世纪营销全媒体传播平台
2	可口可乐礼花瓶圣诞营销荣获中国内容营销大奖 - 最佳移动整合营销案例铜奖	《成功营销》杂志
3	可口可乐昵称瓶夏日无线营销荣获 MMS 移动营销大奖 - 最佳移动营销创意奖金奖	长城会

2013 年亿动获得的主要荣誉如下：

序号	所获奖项	颁奖机构
1	成功营销 - 最佳创新营销公司中国创意传播国际大奖 - 中国移动广告公司十强	《成功营销》杂志
2	Adworld Awards 年度创新人物奖	DCCI 互联网数据中心
3	可口可乐昵称瓶夏日战役荣获 Ad World Awards - 年度引领案例奖	DCCI 互联网数据中心
4	奥迪品牌日：创新科技触动未来荣获金投赏-无线媒介服务-银奖	金投赏

十、亿动主要资产、对外担保及主要负债情况

（一）亿动主要资产情况

截至 2015 年 7 月 31 日，亿动的主要资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	备注
流动资产：		
货币资金	1,294.43	现金和银行存款
应收账款	25,580.25	应收客户款项
预付款项	397.06	
其他应收款	7,603.16	主要是媒体返点和押金
其他流动资产	456.67	未抵扣的进项税
流动资产合计	35,331.57	
非流动资产：		
长期股权投资	730.49	合营企业印度亿动
固定资产	27.32	办公及电子设备
无形资产	545.99	计算机软件
非流动资产合计	1,303.80	

资产合计	36,635.37

1、房屋租赁

亿动办公场所主要通过租赁方式取得，具体情况如下：

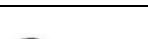
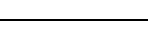
序号	承租方	出租方	租赁标的	面积(m²)	租赁期限
1	亿动信息	上海市徐汇区人民政府田林街道办事处	上海市徐汇区钦州路770号310室	80	2015年7月21日至2016年7月20日
2	亿动信息	马国湘	上海市黄浦区成都北路500号38楼3801-1室	701.8	2013年6月1日至2017年5月31日
3	亿动信息	陈崇明	广州市越秀区寺右新马路111-115号2107、2109	216.34	2014年9月1日至2016年8月31日
4	弈动广告	上海徐汇文化艺术中心	上海徐汇文化艺术中心将位于田林东路588号A113室	60	2008年7月14日至2016年7月13日
5	弈动广告	马国湘	上海市黄浦区成都北路500号38楼3801-2室	95.16	2013年6月1日至2017年5月31日
6	亿动商道	上海徐汇文化艺术中心	上海市徐汇区田林东路588号A114室	60	2008年7月14日至2016年7月13日
7	亿动商道	马国湘	上海市黄浦区成都北路500号38楼3801-3室	95.16	2013年6月1日至2017年5月31日
8	北京联拓	王瑞霞	北京市朝阳区朝外大街朝外MEN写字楼A座2102室	435.84	2015年6月27日至2017年6月26日
9	上海竞道	上海徐浦国际贸易有限公司	中国（上海）自由贸易试验区日樱南路15号二幢楼五层A30室	30.50	2014年12月25日至2015年12月24日

2、商标

亿动不存在使用他人商标的情形，根据亿动提供商标注册证书，截至本报告书出具日，亿动拥有如下商标：

序号	商标	注册证号	注册人	分类号	申请日期	专用期限	取得方式
1	MAD	5826716	亿动信息	42	2007年1月4日	2010年9月14日至2020年9月13日	申请取得
2	MAD	5826717	亿动信息	38	2007年1月4日	2010年1月28日至2020年1月27日	申请取得
3	MAD	5826718	亿动信息	35	2007年1月4日	2010年7月28日至2020年7月27日	申请取得
4	亿动	5826719	亿动信息	42	2007年1月4日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得

序号	商标	注册证号	注册人	分类号	申请日期	专用期限	取得方式
5	亿动	5826720	亿动信息	38	2007年1月4日	2010年1月28日至2020年1月27日	申请取得
6	亿动	5826721	亿动信息	35	2007年1月4日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
7	MVDNetwork	5826723	亿动信息	38	2007年1月4日	2010年5月28日至2020年5月27日	申请取得
8	MVDNetwork	5826724	亿动信息	35	2007年1月4日	2010年7月28日至2020年7月27日	申请取得
9	MVD Solutions	5826725	亿动信息	35	2007年1月4日	2010年7月28日至2020年7月27日	申请取得
10	MVD Solutions	5826726	亿动信息	38	2007年1月4日	2010年5月28日至2020年5月27日	申请取得
11	MVD Solutions	5826727	亿动信息	42	2007年1月4日	2010年7月28日至2020年7月27日	申请取得
12	MVD Serving	5826728	亿动信息	42	2007年1月4日	2010年7月28日至2020年7月27日	申请取得
13	MVD Serving	5826729	亿动信息	38	2007年1月4日	2010年6月21日至2020年6月20日	申请取得
14	MVD Serving	5826730	亿动信息	35	2007年1月4日	2010年7月28日至2020年7月27日	申请取得
15	MVDhouse	5826733	亿动信息	38	2007年1月4日	2010年6月21日至2020年6月20日	申请取得
16	MadSense	6479685	亿动信息	35	2007年12月28日	2010年7月7日至2020年7月6日	申请取得
17	MadSense	6479686	亿动信息	38	2007年12月28日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
18	MadSense	6479687	亿动信息	42	2007年12月28日	2010年7月14日至2020年7月13日	申请取得
19	MadWords	6479688	亿动信息	35	2007年12月28日	2010年7月7日至2020年7月6日	申请取得
20	MadWords	6479689	亿动信息	38	2007年12月28日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
21	MadWords	6479690	亿动信息	42	2007年12月28日	2010年7月14日至2020年7月13日	申请取得

序号	商标	注册证号	注册人	分类号	申请日期	专用期限	取得方式
22		6479691	亿动信息	35	2007年12月28日	2010年7月7日至2020年7月6日	申请取得
23		6479692	亿动信息	38	2007年12月28日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
24		6479693	亿动信息	42	2007年12月28日	2010年7月14日至2020年7月13日	申请取得
25		6479694	亿动信息	35	2007年12月28日	2011年1月14日至2021年1月13日	申请取得
26		6479825	亿动信息	42	2007年12月28日	2011年1月7日至2021年1月6日	申请取得
27		6479865	亿动信息	38	2007年12月28日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
28		8642798	亿动信息	35	2010年9月6日	2014年2月14日至2024年2月13日	申请取得
29		8642828	亿动信息	42	2010年9月6日	2012年2月21日至2022年2月20日	申请取得
30		8642882	亿动信息	35	2010年9月6日	2011年10月21日至2021年10月20日	申请取得
31		8642915	亿动信息	38	2010年9月6日	2011年9月21日至2021年9月20日	申请取得
32		8642966	亿动信息	42	2010年9月6日	2011年9月21日至2021年9月20日	申请取得
33		9715098	亿动信息	35	2011年7月13日	2012年8月28日至2022年8月27日	申请取得
34		9715122	亿动信息	38	2011年7月13日	2012年12月21日至2022年12月20日	申请取得
35		9715153	亿动信息	42	2011年7月13日	2012年12月21日至2022年12月20日	申请取得
36		9833303	亿动信息	35	2011年8月11日	2012年10月14日至2022年10月13日	申请取得
37		9833342	亿动信息	35	2011年08月11日	2014年03月14日至2024年03月13日	申请取得

序号	商标	注册证号	注册人	分类号	申请日期	专用期限	取得方式
38		9833412	亿动信息	38	2011年8月11日	2012年10月14日至2022年10月13日	申请取得
39		9833640	亿动信息	42	2011年8月11日	2012年10月14日至2022年10月13日	申请取得
40	红媒	5826185	亿动商道	42	2007年1月4日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
41	红媒	5826186	亿动商道	38	2007年1月4日	2010年1月28日至2020年1月27日	申请取得
42	红媒	5826715	亿动商道	35	2007年1月4日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
43	Rmedia	5826722	亿动商道	35	2007年1月4日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
44	移动商道	6452517	亿动商道	38	2007年12月25日	2010年8月7日至2020年8月6日	申请取得
45	MVDsmart	6480213	亿动商道	42	2007年12月28日	2010年7月14日至2020年7月13日	申请取得
46	MVDsmart	6480214	亿动商道	38	2007年12月28日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
47	MVDsmart	6480215	亿动商道	35	2007年12月28日	2010年7月7日至2020年7月6日	申请取得
48	MadSmart	6483442	亿动商道	35	2007年12月29日	2010年7月7日至2020年7月6日	申请取得
49	MadSmart	6483443	亿动商道	38	2007年12月29日	2010年3月28日至2020年3月27日	申请取得
50	MadSmart	6483444	亿动商道	42	2007年12月29日	2010年7月14日至2020年7月13日	申请取得

3、软件著作权

截至本报告书出具日，亿动合计拥有 13 项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	登记号	软件名称	著作权人	首次发表日期	登记日期	取得方式
1.	2010SR066524	亿动电信运营商手机广	亿动信息	2009/12/30	2010/12/8	原始取得

		告管理平台软件				
2.	2011SR069928	亿动 SmartMAD 亿动智道自助广告软件	亿动信息	2011/05/25	2011/09/27	原始取得
3.	2011SR070105	亿动无线广告投放软件	亿动信息	2011/07/29	2011/09/27	原始取得
4.	2011SR084322	亿动 CPA 广告营销平台软件	亿动信息	2010/05/16	2011/11/18	原始取得
5.	2011SR084371	亿动 WRT 广告发布软件	亿动信息	2010/12/31	2011/11/18	原始取得
6.	2011SR084374	亿动 Madhouse Analytics 广告发布软件	亿动信息	2011/04/30	2011/11/18	原始取得
7.	2011SR084674	亿动 MadServing 亿动无线广告软件	亿动信息	2010/12/21	2011/11/19	原始取得
8.	2012SR004345	亿动无线营销平台软件	亿动信息	2010/10/16	2012/01/19	原始取得
9.	2013SR129476	亿动 SmartMAD 智道自助广告印度版软件	亿动信息	2011/05/25	2013/11/20	原始取得
10.	2015SR123053	亿动 PremiumMad 移动广告平台软件	亿动信息	2015/06/22	2015/07/03	原始取得
11.	2011SR084416	弈动 MADEIS 企业信息管理软件	弈动广告	2009/04/01	2011/11/18	原始取得
12.	2013SR028588	弈动广告投放平台软件	弈动广告	2012/05/25	2013/03/27	原始取得
13.	2010SR066547	亿动商道广告发布软件	亿动商道	2008/07/10	2010/12/08	原始取得

4、专利证书

截至本报告书出具日，亿动取得专利证书 3 项，所有专利的专利权人均为亿动信息，具体情况如下：

序号	专利名称	类型	申请日期	专利申请号/专利号	专利状态
1	信息发布的方法和系统	发明专利	2006 年 12 月 30 日	ZL200610148718.0	2006 年 12 月 30 日-2026 年 12 月 29 日
2	使用短消息辅助手机广告发布的方法与系统	发明专利	2006 年 12 月 30 日	ZL200610148730.1	2006 年 12 月 30 日-2026 年 12 月 29 日
3	一种在移动终端内	发明	2009 年 11 月 20	ZL200910199172.5	2009 年 11 月

序号	专利名称	类型	申请日期	专利申请号/专利号	专利状态
	发布广告信息的控制方法及装置	专利	日		20 日-2029 年 11 月 19 日

5、域名

截至本报告书出具日，亿动注册了 45 个域名，具体情况如下：

（1）域名所有权

序号	域名	域名注册人	到期日
1.	onemad.com	亿动信息	2016/09/15
2.	onmad.com	亿动信息	2016/08/29
3.	trustmad.com	亿动信息	2016/09/23
4.	sensemada.com	亿动信息	2016/09/29
5.	madxima.com	亿动信息	2016/10/5
6.	inmadwetrust.com	亿动信息	2016/10/19
7.	madvise.com	亿动信息	2016/10/31
8.	Madsmart-inc.com	亿动信息	2015/11/10
9.	madisone.com	亿动信息	2015/12/26
10.	mobileadhouse.com	亿动信息	2015/12/27
11.	madvertiser.com	亿动信息	2015/12/28
12.	yunmobile.com	亿动信息	2016/03/15
13.	madhouse.asia	亿动信息	2016/03/22
14.	mpunk.com	亿动信息	2016/05/20
15.	groupmad.com	亿动信息	2016/06/04
16.	gmobile.cn	亿动信息	2016/06/07
17.	mdn2.net	亿动信息	2016/12/30
18.	smartmad.com	亿动信息	2016/02/27
19.	madhouse.com.cn	弈动广告	2016/07/26
20.	optimad.cn	弈动广告	2016/05/29
21.	smartmad.cn	弈动广告	2016/10/15

22.	airwaveone.net	弈动广告	2016/04/23
23.	airwaveone.cn	弈动广告	2016/04/23
24.	madhouse/inc.com	弈动广告	2016/12/19
25.	madserving.com	弈动广告	2016/12/28
26.	main-servers.com	弈动广告	2016/12/12
27.	mwebtracker.com	弈动广告	2016/11/24
28.	redmedia.cn	亿动商道	2016/06/06
29.	mgogo.com	亿动商道	2016/05/13
30.	bjliantuo.net	北京联拓	2016/08/29
31.	madsmart.com	上海竞道	2016/08/12
32.	madsmart.cn	上海竞道	2016/08/27
33.	sigmad.net	上海竞道	2016/09/29
34.	smartmad.in	上海竞道	2016/10/19
35.	m-cn.cn	上海竞道	2016/01/17
36.	n-cn.cn	上海竞道	2016/01/17
37.	tangmobile.com	上海竞道	2016/01/20
38.	mclicks.com	上海竞道	2016/01/30
39.	optimad.net	上海竞道	2016/02/21
40.	m/trade.mobi	上海竞道	2016/03/21
41.	optimads.com	上海竞道	2016/05/09
42.	optimad/inc.com	上海竞道	2016/05/28
43.	madhouse.cn	上海竞道	2016/06/03
44.	madserving.cn	上海竞道	2016/07/31
45.	mh-i.cn	上海竞道	2016/10/30

（二）亿动对外担保情况

亿动在报告期内不存在对外担保情况。

（三）亿动主要负债情况

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	备注
流动负债：		
短期借款	1,829.14	保证借款
应付账款	21,597.12	应付供应商款
预收账款	141.62	预收客户款
应付职工薪酬	1,684.87	包括短期薪酬和离职后福利中的设定提存计划负债
应交税费	1,884.49	主要是增值税和文化事业建设费
应付利息	41.76	短期借款利息
其他应付款	7,814.29	主要是客户返点
流动负债合计	34,993.29	
非流动负债合计	-	
负债合计	34,993.29	

十一、最近三年股权转让、增资及资产评估情况

亿动开曼除本次收购进行了估值外，最近三年未进行过评估。亿动开曼最近三年发生的股权转让、增资情况及原因参见本节“二、历史沿革”的相关部分。

亿动开曼最近三年增资及股权转让作价情况如下：

2013年1月，亿动开曼以每股0.5225美元的价格发行C系列优先股。

2013年4月，FESM将其持有的亿动开曼的6,100,000股普通股转让给蒋健铭，每股价格0.0001美元，本次转让涉及股权激励性质，已经作为股份支付处理。马良骏将3,972,500股B系列优先股转让给Adroit Success Limited，每股作价0.2517美元。

2014年7月18日，马良骏将其持有的亿动开曼的457,500股普通股、1,000,000股A系列优先股和1,986,250股B系列优先股分别作价1美元转让给其自己控制的FESM。

2015年5月，FESM以每股0.5902美元价格回购赖国庆持有的133,438股普通股及蒋健铭将持有的6,100,000股普通股，相应已经做股份支付处理。

2015年6月5日，亿动开曼向FESM发行74,039,901股普通股，每股面值为0.0001美元，共计7,403.99美元。

2015年6月8日，亿动开曼11位原股东与蓝标投资签署《股份购买协议》，

约定上述 11 位原股东分别将各自持有的亿动开曼优先股股权转让给蓝标投资；同时蓝标投资以 1000 万美元对亿动开曼进行增资，取得亿动开曼本次增发的 16,944,020 股普通股，每股价格 0.5902 美元。本次转让各股东定价依据是：所有优先股支付共计 6120 万美元对价；其中 A 系列优先股较取得时溢价 20%，B 系列优先股（包括 B-2 系列优先股、B-3 系列优先股）较取得时溢价 50%，C 系列优先股较取得时溢价 50%，计算得出支付的第一部分价格。第二部分价格为 6,120 万美元减去第一部分价格，这部分价格再按照各个优先股股东的股权比例分配给各个股东。本次交易价格不同产生差异的原因主要是历次融资时，亿动的经营状况、盈利能力不同；参与历次融资的财务投资者对投资回报的要求也不同。所以为了促使本次交易完成，上市公司与亿动开曼各优先股售股股东通过商业谈判，分别签署了《股份购买协议》，以各方认可的价格收购亿动开曼全部优先股。

本次交易收购蓝瀚科技中涉及亿动的价格与蓝标投资（实为蓝瀚科技）收购亿动的对价一致，不存在差价。

报告期亿动进行的增资及股权转让，均未进行评估或估值。亿动历史上增资及转让价格的差异系亿动经营过程中自身价值不断提升的体现，不存在历史交易价格与本次交易价格有不合理差异的情况。

十二、其他情况说明

（一）诉讼情况

截止本报告书出具日，亿动不存在尚未了结的诉讼。

（二）行政处罚

2014 年 9 月 16 日，国家外汇管理局上海市分局出具“上海汇管罚告字(2014)3122140703 号”《国家外汇管理局上海市分局行政处罚告知书》。2013 年 2 月 28 日，亿动信息收到境外投资方增资款 400 万美元。2013 年 4 月 25 日，亿动信息以“技术服务费”名义办理资本金结汇，结汇金额为 100 万美元，结汇所得人民币 6,157,500 元划至上海云络广告有限公司。2013 年 4 月 26 日，上海云络广告有限公司将该资金退回亿动信息账户，亿动信息将该资金划至关联公司亿动商

道。亿动信息上述行为被认定未按照有关主管部门及外汇管理机关批准的用途使用资本项目外汇及结汇资金，外汇管理机关决定处以罚款人民币 43 万元。

经财务顾问及律师核查，根据《中华人民共和国外汇管理条例（2008 修订）》第 44 条规定：“违反规定，擅自改变外汇或者结汇资金用途的，由外汇管理机关责令改正，没收违法所得，处违法金额 30% 以下的罚款；情节严重的，处违法金额 30% 以上等值以下的罚款。”亿动信息因未按照有关主管部门及外汇管理机关批准的用途使用资本项目外汇及结汇资金被外汇管理机关决定处以罚款人民币 43 万元，罚款金额占违法金额的比例约为 7%，根据《中华人民共和国外汇管理条例（2008 修订）》规定的处罚标准，上述情况不属于法律法规规定的情节严重的违法行为。

除此之外，亿动报告期不存在任何其他行政处罚情形。

（三）亿动的劳务派遣问题及解决措施

1、亿动劳务派遣的现状

根据亿动人力资源部门有关公司劳务派遣用工情况的统计及公司介绍，亿动的劳务派遣用工及岗位安排并非严格按照《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》中有关劳务派遣用工“三性”的规定执行。此外，公司员工的社会保险和住房公积金长期以来均由劳务派遣单位代为缴纳，公司尚未办理社会保险登记，违反了《社会保险法》第五十七条、第八十四条，《住房公积金管理条例》第十三条、第三十七条的规定，存在被监管机关处罚的风险。

2、亿动劳务派遣问题的合规风险

劳动合同用工是我国企业的基本用工形式，劳务派遣用工则是补充形式。我国《劳动合同法》（2012 修正）、《劳动合同法实施条例》（2008 年颁布）、《劳务派遣暂行规定》（2014 年颁布）等法律法规，以及《人力资源社会保障部办公厅关于做好劳务派遣暂行规定贯彻实施工作的通知》（以下简称“《通知》”）、《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国劳动合同法〉的决定》（以下简称“《决定》”）都对劳务派遣这一非基本用工形式进行了规范，旨在解决历史上普遍存在的劳务派遣比例过高、劳务派遣人员同工不同酬等多方面的问题。具体如下：

(1) 实施劳务派遣的岗位限制。《劳动合同法》第六十六条明确了在用工形式中劳务派遣的补充地位，并对劳务派遣适用的岗位进行了限制，劳务派遣用工只能在临时性、辅助性及替代性工作岗位实施（以下简称“三性”岗位）。其中，临时性工作岗位是指存续时间不超过六个月的岗位；辅助性工作岗位是指为主营业务岗位提供服务的非主营业务岗位；替代性工作岗位是指用工单位的劳动者因脱产学习、休假等原因无法工作的一定期间内，可以由其他劳动者替代工作的岗位。

(2) 实施劳务派遣的数量限制。《劳动合同法》第六十六条及《劳务派遣暂行规定》第四条将在“三性”岗位上使用的被派遣劳动者数量限制在用工总量的10%以内，该用工总量是指用工单位订立劳动合同人数与使用的被派遣劳动者人数之和。

(3) 明确劳务派遣同工同酬原则。《劳动合同法》第六十三条规定了劳务派遣同工同酬原则，即同类岗位的劳动者实行相同的劳动报酬分配办法。无同类岗位的，参照用工单位所在地相同或者相近岗位劳动者的劳动报酬确定。同时，劳动合同及相关的劳务派遣协议约定的劳务派遣员工的劳动报酬不得与同工同酬原则相冲突。

(4) 规定过渡期安排。依据《劳务派遣暂行规定》第二十八条、《决定》、《通知》的规定，企业调整劳务派遣用工方式的过渡期安排包括：

A、用工单位在《劳务派遣暂行规定》实施日即2014年3月1日前使用被派遣劳动者数量超过其用工总量10%的，应当制定调整用工方案，于《劳务派遣暂行规定》实施日起2年内（即2016年2月29日前）降至10%以下。

用工单位应当将制定的调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案。

B、在《决定》公布日即2012年12月28日前已依法订立的劳务派遣协议，其届满日期在2016年2月29日后的，可以依法继续履行至期限届满，但其内容不符合按照同工同酬原则实行相同劳动报酬分配办法的规定的，应当进行调整。

C、用工单位未将2014年3月1日前使用的被派遣劳动者数量降至用工总量10%前，不得新用被派遣劳动者。

3、拟采取的措施

(1) 清理劳务派遣协议并调整用工方案

A、2012 年 12 月 28 日前已订立的劳务派遣协议及劳动合同

不论截止日期是否在 2016 年 2 月 29 日之后，不论是否符合“三性”岗位的要求，上述劳务派遣协议及劳动合同均可以依法继续履行至期限届满，亿动将保证上述人员均已完成“同工同酬”的整改。

B、2012 年 12 月 28 日至 2014 年 3 月 1 日期间订立的劳务派遣协议及劳动合同

亿动针对此部分劳务派遣协议及劳动合同涉及的劳务派遣用工，制定调整用工方案，通过分批次、分阶段签署正式劳动合同并解除劳务派遣协议的形式，于 2016 年 2 月 29 日前将被派遣劳动者数量降至用工总量 10%以下且符合“三性”岗位要求，并将制定的调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案并取得回执。

C、2014 年 3 月 1 日后订立的劳务派遣协议及劳动合同

鉴于亿动在 2014 年 3 月 1 日时使用的被派遣劳动者数量已超过用工总量 10%，按照法律规定，亿动不得新用被派遣劳动者，因此，亿动在 2014 年 3 月 1 日后签订的劳务派遣协议及劳动合同涉及的劳务派遣用工，不论是否符合“三性”岗位要求，均违反法律规定。亿动将于 2016 年 2 月 29 日前与上述人员解除劳务派遣关系，并签署正式的劳动合同。

(2) 办理社会保险登记、住房公积金缴存登记，规范社保和公积金缴纳

亿动将凭营业执照、登记证书或者单位印章，向当地社会保险经办机构申请办理社会保险登记，并到住房公积金管理中心办理住房公积金缴存登记。待公司与员工签署正式劳动合同后，按照法律规定，及时、足额地为员工缴纳社会保险和住房公积金。

(3) 亿动创始人马良骏的承诺

亿动创始人及现任董事长马良骏承诺：“1.对于公司在 2014 年 3 月 1 日后违

反法律规定签订的劳务派遣协议及涉及劳务派遣用工的劳动合同，公司将于2016年2月29日前与相关人员解除劳务派遣关系，并签署正式的劳动合同。若公司因上述违法行为遭受行政处罚，或公司因上述整改行为与劳务派遣公司、被派遣劳动者之间产生任何争议、纠纷，本人对由此给公司造成的损失承担全额赔偿责任。

2.对于公司在2012年12月28日至2014年3月1日期间订立的劳务派遣协议及涉及劳务派遣用工的劳动合同，本人将敦促公司相关人员制定调整用工方案，于2016年2月29日前将被派遣劳动者数量降至用工总量10%以下。在蓝色光标针对本次重组召开股东大会之前，本人承诺将调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案并取得回执。

3.对于公司自成立以来未按照《社会保险法》、《住房公积金管理条例》的规定办理社会保险登记、住房公积金缴存登记的情况，若公司因此对员工产生补偿责任或遭受监管机关处罚，本人对公司遭受的损失承担全额赔偿责任。同时，本人将敦促公司相关人员尽快办理登记并足额缴纳社会保险和住房公积金。”

截至本报告书出具日，马良骏已经将调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案，并取得了《关于开展劳务派遣用工单位调整用工方案执行情况调查的通知》。

4、相关派遣措施的合规性问题

(1) 关于解决不规范使用劳务派遣用工的措施及承诺是否符合《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》的有关规定

A、《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》关于劳务派遣用工的规定

《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国劳动合同法〉的决定》（以下简称“《决定》”）规定：“本决定公布前已依法订立的劳动合同和劳务派遣协议继续履行至期限届满，但是劳动合同和劳务派遣协议的内容不符合本决定关于按照同工同酬原则实行相同的劳动报酬分配办法的规定的，应当依照本决定进行调整”。

《劳动合同法》第六十三条规定：“被派遣劳动者享有与用工单位的劳动者

同工同酬的权利。用工单位应当按照同工同酬原则，对被派遣劳动者与本单位同类岗位的劳动者实行相同的劳动报酬分配办法。用工单位无同类岗位劳动者的，参照用工单位所在地相同或者相近岗位劳动者的劳动报酬确定”。

《劳动合同法》第六十六条规定：“劳动合同用工是我国的企业基本用工形式。劳务派遣用工是补充形式，只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上实施。”

《劳务派遣暂行规定》第四条规定：“用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%”。

《劳务派遣暂行规定》第二十八条规定：“用工单位在本规定施行前使用被派遣劳动者数量超过其用工总量 10%的，应当制定调整用工方案，于本规定施行之日起 2 年内降至规定比例。但是，《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国劳动合同法〉的决定》公布前已依法订立的劳动合同和劳务派遣协议期限届满日期在本规定施行之日起 2 年后的，可以依法继续履行至期限届满。用工单位应当将制定的调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案。用工单位未将本规定施行前使用的被派遣劳动者数量降至符合规定比例之前，不得新用被派遣劳动者。”

根据上述法规规定：①针对《劳务派遣暂行规定》施行前（即 2014 年 3 月 1 日前）使用被派遣劳动者数量超过其用工总量 10%的，应当制定调整用工方案，于《劳务派遣暂行规定》施行之日起 2 年内（即 2016 年 2 月 29 日前）降至规定比例（即用工总量的 10%）并符合临时性、辅助性或者替代性（以下简称“三性”）的工作岗位要求，调整用工方案应报当地人力资源社会保障行政部门备案；②《决定》公布日（即 2012 年 12 月 28 日）前已依法订立的劳动合同和劳务派遣协议，不论期限届满日期是否在《劳务派遣暂行规定》施行之日起 2 年后（即 2016 年 2 月 29 日以后），亦不论是否满足“三性”的工作岗位要求，均可以依法继续履行至期限届满，并不受 2016 年 2 月 29 日前需调整至用工总量的 10%之规定所限，但是不符合同工同酬的劳动报酬分配办法的，应当进行调整；③用工单位在将劳务派遣用工降至用工总量 10%以内前不得新增劳务派遣用工。

B、劳务派遣整改措施及亿动开曼创始人马良骏的承诺

根据亿动开曼境内子公司提供的相关资料并经独立财务顾问、中伦律师核查，截至 2015 年 11 月 2 日，除上海竞道与亿动信息分别直接与 1 名外籍员工订立了劳动合同外，亿动开曼境内子公司自成立以来均系通过上海市对外服务有限公司劳务派遣的方式获得全部员工的劳务服务。对于部分劳务派遣用工存在不符合《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》的情况，原报告书披露的整改措施如下：

“A、2012 年 12 月 28 日前已订立的劳务派遣协议及劳动合同

不论截止日期是否在 2016 年 2 月 29 日之后，不论是否符合“三性”岗位的要求，上述劳务派遣协议及劳动合同均可以依法继续履行至期限届满，亿动将保证上述人员均已完成“同工同酬”的整改。

B、2012 年 12 月 28 日至 2014 年 3 月 1 日期间订立的劳务派遣协议及劳动合同

亿动针对此部分劳务派遣协议及劳动合同涉及的劳务派遣用工，制定调整用工方案，通过分批次、分阶段签署正式劳动合同并解除劳务派遣协议的形式，于 2016 年 2 月 29 日前将被派遣劳动者数量降至用工总量 10%以下且符合“三性”岗位要求，并应将制定的调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案并取得回执。

C、2014 年 3 月 1 日后订立的劳务派遣协议及劳动合同

鉴于亿动在 2014 年 3 月 1 日时使用的被派遣劳动者数量已超过用工总量 10%，按照法律规定，亿动不得新用被派遣劳动者，因此，亿动在 2014 年 3 月 1 日后签订的劳务派遣协议及劳动合同涉及的劳务派遣用工，不论是否符合“三性”岗位要求，均违反法律规定。亿动与上述人员立即解除劳务派遣关系，并签署正式的劳动合同”。

与此同时，亿动开曼的创始人马良骏承诺如下：

“1. 对于公司在 2014 年 3 月 1 日后违反法律规定签订的劳务派遣协议及涉及劳务派遣用工的劳动合同，公司将于 2016 年 2 月 29 日前与相关人员解除劳务派遣关系，并签署正式的劳动合同。若公司因上述违法行为遭受行政处罚，或公司因上述整改行为与劳务派遣公司、被派遣劳动者之间产生任何争议、纠纷，本

人对由此给公司造成的损失承担全额赔偿责任。

2. 对于公司在 2012 年 12 月 28 日至 2014 年 3 月 1 日期间订立的劳务派遣协议及涉及劳务派遣用工的劳动合同, 本人将敦促公司相关人员制定调整用工方案, 于 2016 年 2 月 29 日前将被派遣劳动者数量降至用工总量 10% 以下。在蓝色光标针对本次重组召开股东大会之前, 本人承诺将调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案并取得回执。”

根据亿动开曼创始人马良骏的说明并经独立财务顾问及律师核查, 亿动开曼创始人马良骏对于亿动开曼境内子公司于 2014 年 3 月 1 日后违反法律规定签订的劳务派遣协议及涉及劳务派遣用工的劳动合同承诺于 2016 年 2 月 29 日前与相关人员解除劳务派遣关系并签署正式的劳动合同, 主要系考虑到亿动开曼境内子公司与上海市对外服务有限公司劳务派遣协议的变更及解除、劳务派遣用工与上海市对外服务有限公司劳动合同的梳理及解除、亿动开曼境内子公司办理社会保险和住房公积金的缴存登记手续以及相关劳务派遣用工劳动合同关系的建立、社保公积金的转移接续等均需要一定的时间, 亿动开曼创始人马良骏从上述整改工作的现实性及承诺事项的可实现性的角度出发, 作出了 2016 年 2 月 29 日前整改完成的承诺。针对上述承诺的整改日期与报告书披露的整改日期不一致之处, 上市公司将报告书整改中的整改措施修改为:

“C、2014 年 3 月 1 日后订立的劳务派遣协议及劳动合同

鉴于亿动在 2014 年 3 月 1 日时使用的被派遣劳动者数量已超过用工总量 10%, 按照法律规定, 亿动不得新用被派遣劳动者, 因此, 亿动在 2014 年 3 月 1 日后签订的劳务派遣协议及劳动合同涉及的劳务派遣用工, 不论是否符合“三性”岗位要求, 均违反法律规定。亿动将于 2016 年 2 月 29 日前与上述人员解除劳务派遣关系, 并签署正式的劳动合同”。

经核查, 截至本反馈意见回复日, 亿动开曼境内子公司于 2014 年 3 月 1 日后违反法律规定新增的 109 名劳务派遣用工中的 103 名员工已与亿动开曼境内子公司签署了正式的劳动合同, 剩余劳务派遣用工的整改工作正在进之中。

C、关于劳务派遣整改措施与亿动开曼创始人马良骏承诺的合规性

独立财务顾问及律师核查了报告书披露的整改措施内容以及亿动开曼创始

人马良骏的承诺，现对上述整改措施及承诺内容的合规性事项发表意见如下：

a、2012 年 12 月 28 日前已订立的劳务派遣协议及劳动合同

针对该时段内订立的劳务派遣协议及劳动合同，报告书披露的整改措施为：“不论截止日期是否在 2016 年 2 月 29 日之后，不论是否符合“三性”岗位的要求，上述劳务派遣协议及劳动合同均可以依法继续履行至期限届满，亿动将保证上述人员均已完成“同工同酬”的整改”。

经核查，独立财务顾问及律师认为，上述整改措施内容符合《决定》、《劳务派遣暂行规定》第二十八条以及《劳动合同法》第六十三条的规定。

b、2012 年 12 月 28 日至 2014 年 3 月 1 日期间订立的劳务派遣协议及劳动合同

针对该时段内订立的劳务派遣协议及劳动合同，报告书披露的整改措施为：“亿动针对此部分劳务派遣协议及劳动合同涉及的劳务派遣用工，制定调整用工方案，通过分批次、分阶段签署正式劳动合同并解除劳务派遣协议的形式，于 2016 年 2 月 29 日前将被派遣劳动者数量降至用工总量 10%以下且符合“三性”岗位要求，并应将制定的调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案并取得回执”；亿动开曼创始人马良骏承诺：“对于公司在 2012 年 12 月 28 日至 2014 年 3 月 1 日期间订立的劳务派遣协议及涉及劳务派遣用工的劳动合同，本人将敦促公司相关人员制定调整用工方案，于 2016 年 2 月 29 日前将被派遣劳动者数量降至用工总量 10%以下。在蓝色光标针对本次重组召开股东大会之前，本人承诺将调整用工方案报当地人力资源社会保障行政部门备案并取得回执。”

经核查，独立财务顾问及律师认为，上述报告书披露的整改措施和亿动开曼创始人马良骏的承诺符合《劳动合同法》第六十六条、《劳务派遣暂行规定》第四条和第二十八条的规定。

c、2014 年 3 月 1 日后订立的劳务派遣协议及劳动合同

针对该时段内订立的劳务派遣协议及劳动合同，报告书披露的整改措施为：“鉴于亿动在 2014 年 3 月 1 日时使用的被派遣劳动者数量已超过用工总量 10%，按照法律规定，亿动不得新用被派遣劳动者，因此，亿动在 2014 年 3 月 1 日后

签订的劳务派遣协议及劳动合同涉及的劳务派遣用工，不论是否符合“三性”岗位要求，均违反法律规定。亿动将于 2016 年 2 月 29 日前与上述人员解除劳务派遣关系，并签署正式的劳动合同”；亿动开曼创始人马良骏承诺：“对于公司在 2014 年 3 月 1 日后违反法律规定签订的劳务派遣协议及涉及劳务派遣用工的劳动合同，公司将于 2016 年 2 月 29 日前与相关人员解除劳务派遣关系，并签署正式的劳动合同。若公司因上述违法行为遭受行政处罚，或公司因上述整改行为与劳务派遣公司、被派遣劳动者之间产生任何争议、纠纷，本人对由此给公司造成的损失承担全额赔偿责任”。

经核查，亿动开曼境内子公司存在 2014 年 3 月 1 日后新增劳务派遣用工的违规行为，不符合《劳务派遣暂行规定》相关规定，但鉴于亿动开曼及其子公司对相关人员进行整改的现实条件和现实情况，亿动开曼和马良骏已经积极对相关违规事项进行了整改，截至本反馈意见回复日，2014 年 3 月 1 日后违反法律规定新增的 109 名劳务派遣用工中的 103 名员工已与亿动开曼境内子公司签署了正式的劳动合同，且马良骏承诺若公司因上述违法行为遭受行政处罚，或公司因上述整改行为与劳务派遣公司、被派遣劳动者之间产生任何争议、纠纷，将对由此给公司造成的损失承担全额赔偿责任。综上，独立财务顾问及律师认为，亿动 2014 年 3 月 1 日后新增劳务派遣用工虽然与《劳务派遣暂行规定》的相关规定不符，但鉴于目前的整改情况以及马良骏进行的相关承诺，相关违规情况不会对亿动开曼及其子公司构成重大法律风险，不会对亿动开曼及上市公司的经营业绩产生重大不利影响。

相关解决措施的进展情况，预计整改完成时间

A、劳务派遣用工的整改进展

根据亿动开曼境内子公司提供的资料并经独立财务顾问、中伦律师核查，截至 2015 年 11 月 2 日，亿动开曼境内子公司共有员工 204 人，其中除 2 名外籍员工为劳动合同用工以外，其余 202 名员工均为劳务派遣用工。

根据亿动开曼境内子公司更新提供的资料并经中伦律师核查，截至 2015 年 12 月 24 日，亿动开曼境内子公司员工总人数仍为 204 人，无新增劳务派遣员工。经过前期整改，亿动开曼境内子公司中的 202 名劳务派遣用工中目前已有 183

名与亿动开曼相关境内子公司签署了 2016 年 1 月 1 日生效的劳动合同,上述 183 名劳务派遣员工将于 2016 年 1 月 1 日起转为劳动合同用工。

除此之外,根据上海市黄浦区人力资源和社会保障局于 2015 年 10 月 30 日出具的《上海市黄浦区人力资源和社会保障局劳务派遣用工单位备案回执》,亿动开曼境内子公司上海竞道、弈动广告、亿动信息、亿动商道已进行了劳务派遣用工调整方案的备案且已取得了备案回执。

根据亿动开曼境内子公司相关负责人说明并经本所律师核查,亿动开曼境内子公司的劳务派遣用工符合同工同酬的劳动报酬分配办法。

B、预计整改完成时间

根据亿动开曼境内子公司相关负责人说明,亿动开曼境内子公司将严格按照亿动开曼创始人马良骏的承诺于 2016 年 2 月 29 日前完成劳务派遣事项的规范与整改。

(3) 是否存在被监管机关处罚的风险及对亿动开曼业绩和评估的影响

根据《劳务派遣暂行规定》第二十八条规定,用工单位未将《劳务派遣暂行规定》施行前(即 2014 年 3 月 1 日)使用的被派遣劳动者数量降至符合规定比例(即 10%)之前,不得新用被派遣劳动者。根据亿动开曼境内子公司提供的资料并经中伦律师核查,亿动开曼境内子公司在 2014 年 3 月 1 日后通过劳务派遣方式新增员工 109 人,上述行为违反了《劳务派遣暂行规定》第二十八条之规定,亿动开曼境内子公司存在受到人力资源社会保障行政部门行政处罚的风险。

根据《劳动合同法》第九十二条规定:“用工单位违反本法有关劳务派遣规定的,由劳动行政部门责令限期改正;逾期不改正的,以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款”。因此,上述亿动开曼境内子公司违规使用劳务派遣用工的行为可被处罚金 54.5 万元至 109 万元。

针对上述可能存在的行政处罚事项,亿动开曼创始人马良骏已出具承诺:“对于公司在 2014 年 3 月 1 日后违反法律规定签订的劳务派遣协议及涉及劳务派遣用工的劳动合同,公司将于 2016 年 2 月 29 日前与相关人员解除劳务派遣关系,并签署正式的劳动合同。若公司因上述违法行为遭受行政处罚,或公司因上述整

改行为与劳务派遣公司、被派遣劳动者之间产生任何争议、纠纷，本人对由此给公司造成的损失承担全额赔偿责任”。

经核查，独立财务顾问、律师、会计师和估值人员认为，亿动开曼境内子公司的不规范劳务派遣用工行为存在被人力资源社会保障部门行政处罚的风险，鉴于亿动开曼创始人马良骏已承诺将对由此给亿动开曼境内子公司造成的损失承担全部赔偿责任，因此，不会对亿动开曼的业绩和评估产生影响。

5、亿动的社会保险及公积金缴纳合规性问题

（1）社会保险费及公积金缴纳情况

根据亿动开曼境内子公司提供的资料并经独立财务顾问、中伦律师核查，截至 2015 年 11 月 2 日，亿动开曼境内子公司共有员工 204 人，其中 2 名外籍员工于 2015 年 7 月 1 日与亿动开曼境内子公司签署了劳动合同，其他 202 名员工均为劳务派遣用工。根据亿动开曼境内子公司相关负责人说明，由于亿动开曼境内子公司均未办理社会保险登记和住房公积金缴存登记，故并未为该 2 名外籍员工交纳社会保险，其他 202 名劳务派遣员工的社会保险和住房公积金由劳务派遣单位上海市对外服务有限公司缴纳。

（2）未办理社会保险登记和住房公积金缴存登记而面临的处罚风险

根据《社会保险法》第八十四条规定：“用人单位不办理社会保险登记的，由社会保险行政部门责令限期改正；逾期不改正的，对用人单位处应缴社会保险费数额一倍以上三倍以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处五百元以上三千元以下的罚款”；根据《住房公积金管理条例》第三十七条规定：“违反本条例的规定，单位不办理住房公积金缴存登记或者不为本单位职工办理住房公积金账户设立手续的，由住房公积金管理中心责令限期办理；逾期不办理的，处 1 万元以上 5 万元以下的罚款”；根据《在中国境内就业的外国人参加社会保险暂行办法》第四条规定：“用人单位招用外国人的，应当自办理就业证件之日起 30 日内为其办理社会保险登记”，第十一条规定：“用人单位或者境内工作单位未依法为招用的外国人办理社会保险登记或者未依法为其缴纳社会保险费的，按照《社会保险法》、《劳动保障监察条例》等法律、行政法规和有关规定处理”。

中伦律师通过电话咨询的方式向亿动开曼境内子公司所在地北京、上海地区的社会保险主管部门和住房公积金主管部门就亿动开曼境内子未办理社会保险和住房公积金缴存登记将面临的处罚情况进行了咨询，根据相关工作人员说明，针对企业与员工签署正式劳动合同、建立正式劳动关系但未及时办理社会保险登记和住房公积金缴存登记的行为，主管机关将责令限期办理，如逾期不办理的，主管机关将按照法律法规规定予以处罚；对于企业员工为劳务派遣人员的，由于未与企业建立劳动关系，可以通过劳务派遣公司的账户代为缴纳劳务派遣员工的社会保险和住房公积金，企业因此而未办理社会保险登记和住房公积金缴存登记的，不会受到主管机关的处罚。

综上，亿动开曼境内子公司与 2 名外籍员工签署劳动合同后，未及时办理社会保险登记并未为 2 名外籍员工缴纳社会保险的行为违反了《社会保险法》及《在中国境内就业的外国人参加社会保险暂行办法》的相关规定，存在被主管机关追缴社会保险费及罚款的风险。根据亿动开曼境内子公司提供的有关该 2 名外籍员工社会保险费用缴存的相关信息，并经律师核查上海市社会保险费用缴存基数、缴存比例等相关公开资料，因上述未及时缴纳社会保险事项，亿动开曼境内子公司应补缴的社会保险费用及可能被处罚款的金额合计不超过 48 万元。

根据亿动开曼境内子公司提供的资料并经中伦律师核查，截至本报告书出具之日，亿动开曼境内子公司仅有 2 名外籍员工存在应缴而未缴社会保险情形，由于涉及员工人数较少且与员工签订正式劳动合同的时间距今较短，按照《社会保险法》等相关法规规定的处罚标准，需补缴的金额及罚款数额较小；同时，亿动开曼创始人马良骏已作出承诺，将承担亿动开曼境内子公司因未办理社会保险登记、住房公积金缴存登记而对员工产生的补偿责任或遭受监管机关的处罚所导致公司遭受的损失承担全额赔偿责任，因此，独立财务顾问、律师、审计、估值人员认为，亿动开曼境内子公司的上述不规范的社会保险缴纳行为不会对亿动开曼的业绩和评估造成不利影响。

第七节 发行股份情况

本次交易涉及的上市公司股份发行包括发行股份购买资产和发行股份募集配套资金两部分，具体情况分别如下：

一、发行股份及支付现金购买资产

（一）发行种类和面值

发行的股票为人民币普通股（A股），每股面值人民币 1.00 元。

（二）发行方式及发行对象

本次发行股份购买资产的发行方式为非公开发行，发行对象包括蓝瀚科技股东京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰。

（三）发行股份的定价依据、定价基准日和发行价格

按照《上市公司重大资产重组管理办法》的相关规定，本次发行股份购买资产的定价基准日为本次交易的董事会决议公告日，上市公司发行股份的价格不得低于市场参考价的 90%。可选的市场参考价为本次发行定价基准日前 20 个交易日、60 个交易日或 120 个交易日的上市公司股票交易均价，具体情况如下：

单位：元

交易均价类型	交易均价	交易均价×90%
定价基准日前 20 个交易日均价	13.62	12.26
定价基准日前 60 个交易日均价	17.52	15.77
定价基准日前 120 个交易日均价	16.55	14.90

前款所称交易均价的计算公式为：董事会决议公告日前若干个交易日的公司股票交易均价 = 决议公告日前若干个交易日的公司股票交易总额 / 决议公告日前若干个交易日的公司股票交易总量。上述计算过程中，本公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，已按照深圳证券交易所的相关规则对本次发行股份购买资产的发行价格作相应的调整，然后进行计算。

由于国内 A 股市场自 2015 年 3 月至 2015 年 10 月经历了较大幅度的波动，上证指数一度上涨至 5178.19 点，而目前上证指数较最高点已经有较大幅度下跌，与 2015 年 1 月至 3 月期间股指基本持平。因此经交易各方友好协商，本次发行

股份购买资产的股票发行价格选择定价基准日前 20 个交易日均价作为市场参考价。本次发行股份购买资产的股票发行价格为不低于本次发行定价基准日前 20 个交易日公司股票均价的 90%，即发行价格为 12.26 元/股。

在定价基准日至股份发行日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，则该发股价格将做相应调整。

本次重组上市公司发行股份购买资产的股份定价原则符合《重组管理办法》第四十五条“上市公司发行股份的价格不低于市场参考价的 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”的规定。

（四）发行价格调整方案

根据《重组管理办法》第四十五条规定：“本次发行股份购买资产的董事会决议可以明确，在中国证监会核准前，上市公司的股票价格相比最初确定的发行价格发生重大变化的，董事会可以按照已经设定的调整方案对发行价格进行一次调整。

前款规定的发行价格调整方案应当明确、具体、可操作，详细说明是否相应调整拟购买资产的定价、发行股份数量及其理由，在首次董事会决议公告时充分披露，并按照规定提交股东大会审议。股东大会作出决议后，董事会按照已经设定的方案调整发行价格的，上市公司无需按照本办法第二十八条的规定向中国证监会重新提出申请。”

为应对因整体资本市场波动造成蓝色光标股价大幅下跌对本次交易可能产生的不利影响，根据《重组管理办法》规定，拟引入发行价格调整方案如下：

1、价格调整方案对象

价格调整方案的调整对象为本次交易发行股份购买资产的发行价格，交易标的价格不进行调整。

2、价格调整方案生效条件

蓝色光标股东大会审议通过本次价格调整方案。

3、可调价期间

蓝色光标审议本次交易的股东大会决议公告日至本次交易获得证监会核准前。

4、触发条件

可调价期间内，创业板综合指数（399102.SZ）收盘点数在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较蓝色光标因本次交易首次停牌日前一交易日即 2015 年 8 月 4 日收盘点数（即 2,831.13 点）跌幅超过 20%。

或者，可调价期间内，蓝色光标（300058）收盘股价在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较蓝色光标因本次交易首次停牌日前一交易日即 2015 年 8 月 4 日收盘股价（14.30 元/股）跌幅超过 20%。

5、调价基准日

可调价期间内，满足“4、触发条件”的任意一个交易日。

6、发行价格调整机制

当调价基准日出现后，蓝色光标有权在调价基准日出现后 2 个月内召开董事会会议审议决定是否按照本价格调整方案对本次交易的发行价格进行调整。

若本次发行价格调整方案的生效条件满足且上市公司董事会审议决定对发行价格进行调整，则本次交易的发行价格相应进行调整，调整为调价基准日前 20 个交易日蓝色光标股票交易均价的 90%。

公司董事会可以按照已经设定的调整方案对发行价格进行一次调整。

7、发行股份数量调整

标的资产价格不进行调整，发行股份数量根据调整后的发行价格相应进行调整。

（五）发行股份购买资产的股份发行数量

依据上市公司与发行股份购买资产的交易各方签署的交易协议，上市公司向蓝瀚科技的股东共计发行股份 67,699,831 股，具体分配方式如下：

交易对方	获得的股份数量（股）

京东世纪	16,313,213
西藏东方	8,156,606
赵文权	8,156,606
许志平	8,156,606
陈良华	8,156,606
吴铁	8,156,606
孙陶然	8,156,606
齐玉杰	2,446,982
合计	67,699,831

（六）股份的锁定期安排

交易对方京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰承诺：

其在本次重组中认购的蓝色光标股份自股份上市之日起三十六个月内不转让或解禁。在股份锁定期届满前，若蓝色光标实施配股、送股、资本公积转增股份等除权事项导致其增持蓝色光标股份的，则增持股份亦遵守上述约定。

二、募集配套资金

（一）发行种类和面值

本次募集配套资金发行的股票为人民币普通股（A 股），每股面值人民币 1 元。

（二）发行方式及发行对象

本次募集配套资金的发行方式为非公开发行，发行对象为建信基金和刘鸿。

（三）发行价格及定价原则

根据《发行管理暂行办法》的相关规定，向特定投资者募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%。公司本次发行股份募集配套资金的定价基准日为本次交易的董事会决议公告日，发行价格为定价基准日前 20 个交易日股票交易均价 13.62 元/股的 90%，即 12.26 元/股。

在本次发行的定价基准日至发行日期间，如上市公司实施现金分红、送股、资本公积金转增股本等除息、除权事项，则将对发行价格作相应调整。

（四）募集配套资金的股份发行数量

本次交易拟募集配套资金不超过 180,200.00 万元，根据发行价格 12.26 元/股计算，则向配套融资认购方发行的股份不超过 146,982,053 股。具体分配方式如下：

配套融资认购方	获得的股份数量（股）
建信基金（建信领瑞九智投资 1-4 号资管计划）	142,740,618
刘鸿	4,241,435
合计	146,982,053

（五）募集配套资金发行股份的锁定期安排

本次交易配套资金认购方建信基金和刘鸿承诺：

我方通过本次非公开发行认购的蓝色光标股份，自发行结束之日起 36 个月内不进行转让，36 个月后根据中国证监会和深交所的有关规定执行。

本次配套募集资金发行结束后，由于公司送红股、转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述约定。

三、上市公司实际控制人及相关人员承诺

上市公司实际控制人赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然及本次交易对方承诺：如本次交易因涉嫌所提供或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，在形成调查结论以前，本人/本单位不转让在上市公司拥有权益的股份。如调查结论发现本人/本单位确存在违法违规情节的，则本人/本单位承诺锁定股份自愿用于相关投资者赔偿安排。

上市公司实际控制人赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然承诺：本次交易完成后 6 个月内如蓝色光标股票连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者交易完成后 6 个月期末收盘价低于发行价的，本人持有蓝色光标股票的锁定期自动延长至少 6 个月。

四、募集配套资金情况

（一）募集配套资金概况

本次交易中，上市公司通过收购蓝瀚科技，进而实现收购蓝瀚科技持有的多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼股权。上市公司以 185,200 万元对价收购蓝瀚科技 96.3158% 股权，本次配套募集资金金额 180,200.00 万元不超过本次交易总额的 100%。

上市公司拟向建信基金和刘鸿非公开发行股份募集配套资金，所募集配套资金用途如下：

配套资金用途	金额（万元）
尚需增资蓝瀚科技的金额	36,700.00
支付本次交易现金对价	102,200.00
上市公司偿还贷款	11,300.00
移动媒体资源采购项目	30,000.00
合计	180,200.00

（二）本次募集配套资金投资项目具体分析

除向平安大华支付本次交易现金对价 100,000.00 万元以及相应假设 2,200.00 万元的利息溢价款外，本次募集配套资金将有 36,700.00 万元用于向蓝瀚科技增资，11,300.00 万元用于上市公司偿还贷款，30,000.00 万元用于移动媒体资源采购项目。

1、尚需增资蓝瀚科技的金额

根据本次交易的具体方案，多盟开曼 100% 股权、多盟智胜 95% 股权、亿动开曼 51% 股权的交易价格及亿动开曼增资 1,000 万美金对应的总金额合计为 226,700.00 万元。目前，蓝瀚科技已收到各股东的实缴注册资本 19 亿元并全部用于支付上述股权转让对价和增资款项；其中，亿动开曼 51% 股权转让款和 1000 万美金增资款项已全额支付，多盟开曼和多盟智胜尚有部分股权转让款未支付。上市公司拟通过募集配套资金并向蓝瀚科技增资，由蓝瀚科技实现多盟第二笔股权转让款的支付。具体计算过程如下：

项目	金额（万元）
蓝瀚科技收购多盟和亿动的实际对价	226,700.00
减去蓝瀚科技实缴出资额	-190,000.00
尚需增资蓝瀚科技的金额	36,700.00

36,700.00 万元增资款中，25,992.68 万元人民币与蓝瀚科技剩余的 7,888.33

万元人民币用于向多盟智胜原股东支付剩余股权转让款；1,750 万美金用于向多盟开曼原股东支付剩余股权转让款。具体情况如下：

项目	美元（美元）	汇率	人民币（元）
蓝瀚科技持有的现金（注册资本）	-	-	1,900,000,000.00
减：已经支付多盟开曼股东金额	-161,411,038.63	-	-1,027,883,838.26
已经支付多盟智胜股东金额	-	-	-338,810,050.00
已经支付亿动开曼优先股股东金额	-61,200,000.00	6.4086	-392,206,320.00
已经支付增资亿动开曼金额	-5,000,000.00	6.2211	-31,105,500.00
	-5,000,000.00	6.2222	-31,111,000.00
小计（蓝瀚科技剩余现金）	-	-	78,883,291.74
减：尚需支付多盟智胜股东金额	-	-	-338,810,050.00
小计（人民币现金差额）	-	-	-259,926,758.26
减：尚需支付多盟开曼股东美元金额	-17,500,000.00	6.1172	-107,051,000.00
总计（蓝瀚科技现金缺口）	-	-	-366,977,758.26

注：蓝瀚科技剩余现金金额为理论计算值，未考虑蓝瀚科技公司持续经营所需的日常支出。

2、上市公司偿还贷款

上市公司拟通过募集配套资金偿还部分短期贷款，具体情况如下：

借款人	银行	贷款金额（万元）	开始日	结束日	拟使用配套募集资金偿还（万元）
蓝色光标	汇丰银行（中国）有限公司北京分行	18,000	8/21/2015	12/21/2015	11,300
合计		18,000			11,300

上市公司截至 2015 年上半年末资产负债率为 63.14%，不考虑其他影响因素，同时假设上述短期贷款在到期后上市公司将对其进行展期，在 2015 年 8 月借入汇丰银行 1.8 亿短期贷款和平安银行 1 亿短期贷款后，上市公司资产负债率上升至 63.92%；如果上市公司通过募集配套资金偿还上述 1 笔贷款中的 1.13 亿，则资产负债率可降至 63.06%，既降低了财务风险，又减少了财务费用对上市公司净现金流产生的压力。

3、移动媒体资源采购项目

（1）项目概述

本项目关于移动互联网资源的采购主要分为两个部分：facebook 资源采购模块和移动广告 APP 资源采购模块，项目总投入金额 30,633.09 万元，其中 30,000 万元通过本次配套资金募集，其余部分将使用上市公司自有资金支付。

（2）项目必要性

①从政策角度看，本项目符合国家大力发展移动互联网产业的政策导向

2015 年 3 月 5 日，国务院总理李克强在政府工作报告中提出，政府将制定“互联网+”行动。“互联网+”热词在历年总理政府工作报告中的首次现身，第一次纳入国家经济的顶层设计，对于整个互联网行业，乃至中国经济社会的创新发展意义重大。为鼓励互联网企业发展，国家已适当放宽对互联网企业的资质审核和发放要求，把宽带成本纳入互联网企业缴税的抵扣范围，设立“互联网+”专项资金，支持互联网领域的创新创业，支持互联网企业在国内资本市场上市。移动互联网领域是“互联网+”的重要组成部分，受到移动互联网在技术和模式方面的冲击，各传统商业活动主体都在加紧转型升级，传统广告行业格局在移动互联时代也发生了颠覆式的改变。

移动互联网浪潮的兴起为移动互联网营销行业带来了巨大的商机，无论是当下服务于移动互联网行业内应用开发者的移动应用推广，还是未来服务于各行业客户的基于大数据处理的精准营销和基于广告交易平台的实时竞价交易，移动广告行业都表现出了良好的行业前景，其发展高度符合国家的政策导向。

②从行业角度看，本项目符合市场对于移动互联网广告服务的广泛需求

移动互联网用户在手机电子商务类、休闲娱乐类、信息获取类、交流沟通类等应用的使用率都在快速增长，移动应用的蓬勃发展正在引领整体互联网的前进方向。移动应用作为用户通过智能手机等移动智能终端访问移动互联网信息主要渠道，其重要性和战略价值早已为市场所认知，而移动应用短小精悍、易于开发的特性更使得其成为移动互联网领域内各路人才和资本竞相追逐的目标。

伴随着移动应用市场的持续火爆，移动应用广告行业也正在快速崛起。移动应用开发者为在激烈的市场竞争中寻求脱颖而出的机会，产生了对于产品推广的强烈需求，为移动应用广告行业的发展打下了坚实的市场基础。

移动互联网广告帮助广告主实现精准营销，为广告主节省了广告费用，降低了产品的营销成本，近年来，我国移动互联网营销增长迅猛。根据艾瑞咨询统计，2014 年中国网络广告市场规模达到 1573 亿元，同比增长高达 41%，未来两年仍将保持 30%以上的增长速度；伴随着移动广告产品展现形式、互动形式的创新与丰富，预计移动营销市场规模将继续保持较快增长。因此，本项目的建设符合市场对于移动互联网广告服务的广泛需求。

③从公司角度看，本项目符合蓝色光标对于移动互联网优势资源的战略布局

随着全球新媒体形式的出现及快速发展，信息传播领域扩大，蓝色光标集团通过多种方式有效提高品牌优势，提升综合优势。目前公司在原有公关业务基础上，通过多个国际、国内收购，使得公司成功将业务领域拓宽至互联网广告、广告策划、微博营销、财经公关，地产全案策划等多个领域，其中对于移动互联网产业的布局是蓝色光标集团的重要战略布局之一。

蓝色光标移动互联的业务布局主要包括移动智能广告、移动智能入口、移动智能营销三大板块，涵盖创新态移动互联广告、移动互联智能营销等多个业务单元，未来将形成核心的技术平台、产品平台以及基于链接的移动互联生态营销系统，实现技术+资源+产品+服务的业务模式。

本次募投项目能够有效实现公司与移动端优质平台和资源的深度合作，将与国内十大行业的 TOP5 领军移动平台达成战略合作，预计年内蓝色光标移动互联将全面覆盖移动互联网用户最常用和品牌广告主最关心的“吃”、“穿”、“住”、“讯”、“行”、“购”各个方面；此外，在战略合作的内容方面，除了常规的资源对接和广告代理之外，蓝色光标移动互联还将与部分 TOP 平台实现独家合作和数据对接，从资源广度和数据深度方面建设真正完整的蓝标移动广告生态圈。

（3）项目的实施及投资计划

移动媒体资源采购项目关于移动互联网资源的采购主要分为两个部分：facebook 资源采购模块和移动营销 APP 资源采购模块。

①公司对 facebook 资源采购项目的内容涉及 facebook 主页与边沿广告位置资源的代理。facebook 是全球最大的社交媒体，拥有 15 亿的注册用户量，全球范围内的覆盖面广泛，数据真实程度高，流量价值高，是蓝色光标协助具有海外

推广需求的中国企业进行资源代理的关键移动互联网资源平台。蓝色光标是 facebook 的第三家代理商，其代理地位具有十分显著的稀缺性，主要面对游戏类、电商类、应用类、旅游类和 IT 类等五大行业客户。蓝色光标在 2015 年 9 月取得 facebook 代理商合作关系，双方具备充分的合作意向，截至本报告书出具日，facebook 资源采购项目的协议尚未签署，但已在密切商洽中。

②移动广告 APP 资源采购模块在资源购买方面主要分为三个层次：（1）常规 APP 资源采购板块，蓝色光标预计与十大行业的 TOP5 平台实现常规资源对接和广告代理，并与腾讯，阿里巴巴，百度，滴滴等千万级用户 APP 平台实现深入合作。（2）非标资源采购，公司预计与乐视、小米、百度、易到、微信等千万级用户 APP 平台实现非标媒体资源采购。（3）数据采购，公司预计从媒体端用户数据，第三方用户数据运营商，三大运营商用户数据进行持续性用户数据资源采购。由于移动广告 APP 资源采购属于上市公司移动互联网营销业务持续性经营活动，目前部分采购活动已经开展。

项目具体投入情况如下：

单位：万元

项目类别	合计
1.工程费用	687.07
场地租赁费	264.44
场地装修费用	422.63
2、采购费用	309.30
设备购置费	241.00
软件采购费	68.30
3.人员费用	7,678.00
人员费用	7,467.00
培训费	161.00
研讨及咨询费	50.00
4.市场费用	500.00
品牌建设	200.00
平台推广	150.00
主题营销	150.00
5.资源购买费用	20,000.00
facebook 资源	10,000.00
移动广告 APP 资源	10,000.00

项目类别	合计
6.铺底流动资金及预备费	1,458.72
铺底流动资金	875.23
预备费	583.49
合计	30,633.09

A、工程费用

工程费用主要涉及场地租赁费和装修费用，总计687.07万元。参考恒通国际创新园的租赁价格及装修标准，场地租金单价按照6元/天/平方米计算，办公场地装修费单价按照3500元/平方米计算。根据蓝色光标的办公场地情况，按照人均办公面积为7.5平方米进行估算，估算过程及结果具体如下：

项目	投入人数	人均办公面积(平方米)	场地面积(平方米)	场地租金单价(元/天/平方米)	办公场地装修费单价(元/平方米)	场地租金(万元)	办公场地装修费(万元)
facebook	60	7.5	450.00	6.00	3,500.00	98.55	157.50
移动营销	101	7.5	757.50	6.00	3,500.00	165.89	265.13
总计	161	7.5	1,207.50	6.00	3,500.00	264.44	422.63

B、设备购置费

设备购置费总计241万元，具体如下：

序号	名称	型号	数量	单价(万元/台套)	总价(万元)
1	交换机	16-32G, 4核CPU, 300G硬盘以上	2	30	60
2	笔记本	16-32G, 4核CPU, 300G硬盘以上	161	1	161
3	服务器	16-32G, 4核CPU, 300G硬盘以上	20	1	20

C、软件采购费

软件采购费总计68.3万元，具体如下：

序号	名称	型号	数量	单价(万元/台套)	总价(万元)
1	windows 系统	16-32G, 4核CPU, 300G硬盘以上	161	0.3	48.3
2	阿里云服务	-	20	1	20

D、人员费用

项目预计新招161人，其中facebook团队预计新招60人，移动APP团队预计新招101人。项目建设期预计人员费用总计7,467万元，具体如下：

序号	团队	类型	类型	人力水平（万元/年）	人员数量	人员费用（万元）
1	facebook 团队	总负责人	项目负责人	150	2	300
		优化团队	优化副总	120	1	120
			高级优化师	60	8	480
			优化师	45	8	360
			助理优化师	50	6	300
		产品团队	产品总监	75	2	150
			产品经理	45	8	360
		市场团队	市场总监	75	1	75
			市场经理	40	2	80
		销售团队	销售副总	90	3	270
			销售总监	60	4	240
			销售经理	40	15	600
		小计			60	3,335
2	移动营销 APP 团队	总负责人	项目负责人	200	2	400
		优化团队	产品总监	90	1	90
			产品经理	45	10	450
			技术总监	90	1	90
			高级技术人员	54	6	324
			中级技术人员	36	8	288
			初级技术人员	20	10	200
			数据管理员	40	4	160
			系统管理员	27	4	108
		运维团队	客服副总经理	90	1	90
			客服总监	45	2	90
			客服	30	15	450
		销售团队	销售副经理	90	3	270
			销售总监	45	6	270
			销售经理	30	20	600
		行业分析师团队	高级分析师	45	1	45
			中级分析师	36	2	72
			初级分析师	27	5	135
		小计			101	4,132
		总计			161	7,467

由于移动互联媒体资源采购项目属于上市公司持续经营性活动，而并非一次性项目，如果无法取得配套融资，上市公司需要另筹资金实施，考虑到资金的到位时间和成本，项目的规模、时效性和盈利能力会受到一定的影响。

（三）募集配套资金的合规性分析

根据中国证监会发布的《<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——证券期货法律使用意见第 12 号》以及《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》，上市公司募集配套资金应当满足下述要求：

1、上市公司发行股份购买资产的，可以同时募集部分配套资金，所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。

本次重组交易拟募集配套融资 180,200.00 万元，本次交易拟购买资产价格总金额为 185,200.00 万元，募集配套资金金额占拟购买资产价格总金额的比例为 97.30%，募集配套资金未超过本次交易拟购买资产价格总金额的 100%。

2、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%。

本次募集的配套资金拟用于支付本次发行股份及支付现金交易的现金支付、支付并购尾款（上市公司对蓝瀚科技增资款项）、偿还贷款和上市公司募投项目，并无用于补充上市公司流动资金。

3、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。

本次募集配套资金主要用于支付本次发行股份及支付现金交易的现金支付、支付并购尾款（上市公司对蓝瀚科技增资款项）、偿还贷款和上市公司募投项目。因此，本次募集资金符合相关规定。

（四）募集配套资金的必要性和合理性

1、上市公司前次募集资金金额、使用进度、效益及剩余资金安排的说明

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对公司截至 2014 年 12 月 31 日前次募集资金投入使用情况进行了审核，并于 2015 年 3 月 18 日出具了编号为天职业字[2015]185-1 号的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司前次募集资金使用情况鉴证报告》，该报告的结论性意见为：蓝色光标《前次募集资金使用情

况报告》符合中国证监会《关于前次募集资金使用情况报告的规定》（证监发行字[2007]500号）的规定，在所有重大方面公允反映了蓝色光标截至2014年12月31日的前次募集资金使用情况。

截止到2014年12月31日，上市公司募集资金全部使用完毕；2014年12月31日至本报告书出具日，上市公司不存在募集资金的行为。

上市公司前次募集资金及使用情况如下：

（1）2010年上市公司首次公开发行募集资金情况

经中国证券监督管理委员会《关于核准北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的批复》（证监许可[2010]109号）核准，并经深圳证券交易所同意，蓝色光标于2010年2月首次公开发行上市募集资金677,200,000.00元，扣除发行费用52,457,691.11元，募集资金净额624,742,308.89元。

截至2014年12月31日，公司累计使用募集资金人民币642,822,815.50元，与实际募集资金净额人民币624,742,308.89元的差异金额为人民币18,080,506.61元，系募集资金累计利息收入扣除银行手续费支出后的净额，均投入募集资金项目。上市公司2010年首次公开发行募集资金使用情况如下：

2010 年首次公开发行募集资金使用情况对照表

单位：元

募集资金总额： 677,200,000.00						已累计使用募集资金总额： 642,822,815.50				
募集资金净额： 624,742,308.89						各年度使用募集资金总额：2010年使用111,819,482.42 2011年使用347,724,149.00 2012年使用180,995,095.00 2013年使用 2,284,089.08				
变更用途的募集资金总额：32,500,000.00										
变更用途的募集资金总额比例：4.80%										
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺 投资金额	募集后承诺 投资金额	实际投资金额 （含存款利息）	募集前承诺 投资金额	募集后承诺 投资金额	实际投资金额 （含存款利息）	实际投资金额与募集后 承诺投资金额的差额	态日期（或截止日项目完 工程度）
1	公共关系服务全国业务网络扩建项目	公共关系服务全国业务网络扩建项目	88,320,000.00	88,320,000.00	55,820,000.00	88,320,000.00	55,820,000.00	55,820,000.00	-32,500,000.00（注1）	2013年12月
2	业务系统信息化管理平台项目	业务系统信息化管理平台项目	31,500,000.00	31,500,000.00	31,500,000.00	31,500,000.00	31,500,000.00	31,500,000.00		2012年12月
3	活动管理业务拓展项目	活动管理业务拓展项目	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00		2013年12月
4	补充流动资金	补充流动资金	40,000,000.00	40,000,000.00	72,500,000.00	40,000,000.00	72,500,000.00	72,500,000.00	32,500,000.00（注1）	
5	归还银行贷款	归还银行贷款	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00		
6	子公司投资款	子公司投资款	403,002,815.50	403,002,815.50	403,002,815.50	403,002,815.50	403,002,815.50	403,002,815.50		
合计			642,822,815.50	642,822,815.50	642,822,815.50	642,822,815.50	642,822,815.50	642,822,815.50		

注 1：2012 年变更“公共关系服务全国业务网络扩建项目”部分募集资金 3,250 万元为永久性补充流动资金。

2010 年首次公开发行募集资金投资项目实现效益情况对照表

单位：元

实际投资项目		截止日投资项目 累计产能利用率	承诺效益	2010 年-2014 年实际效益					截止日 累计实现效益	是否达到预计 效益
序号	项目名称			2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年		
1	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2010 年	不适用	2,137,300.00	2,214,031.73					2,214,031.73	是
2	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2011 年	不适用	9,863,300.00	2,214,031.73	22,758,191.78				24,972,223.51	是
3	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2012 年	不适用	24,288,600.00	2,214,031.73	22,758,191.78	46,332,908.36			71,305,131.87	是
4	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2013 年	不适用	33,011,200.00	2,214,031.73	22,758,191.78	46,332,908.36	62,965,716.00		134,270,847.87	是
5	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2014 年	不适用	38,930,800.00	2,214,031.73	22,758,191.78	46,332,908.36	62,965,716.00	50,800,687.52	185,071,535.39	是
7	业务系统信息化管理平台项目-2010 年	不适用	不适用							
8	活动管理业务拓展项目-2010 年	不适用	5,524,500.00	6,721,373.18					6,721,373.18	是
9	活动管理业务拓展项目-2011 年	不适用	3,301,500.00	6,721,373.18	13,502,385.15				20,223,758.33	是
10	活动管理业务拓展项目-2012 年	不适用	5,493,400.00	6,721,373.18	13,502,385.15	18,162,942.45			38,386,700.78	是
11	活动管理业务拓展项目-2013 年	不适用	7,231,500.00	6,721,373.18	13,502,385.15	18,162,942.45	8,331,236.84		46,717,937.62	是
12	活动管理业务拓展项目-2014 年	不适用	8,468,300.00	6,721,373.18	13,502,385.15	18,162,942.45	8,331,236.84	15,788,373.29	62,506,310.91	是
13	补充流动资金	不适用	不适用							
14	归还银行贷款	不适用	不适用							
15	子公司投资款-增资及新成立	不适用	不适用							
16	收购精准阳光支付股权款-2011 年	不适用	32,500,000.00		37,089,427.63				37,089,427.63	是
17	收购精准阳光支付股权款-2012 年	不适用	42,250,000.00		37,089,427.63	38,747,457.54			75,836,885.17	否 (注 1)
18	收购精准阳光支付股权款-2013 年	不适用	50,700,000.00		37,089,427.63	38,747,457.54	34,798,571.93		110,635,457.10	否

实际投资项目		截止日投资项目 累计产能利用率	承诺效益	2010 年-2014 年实际效益					截止日 累计实现效益	是否达到预计 效益
序号	项目名称			2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年		
										(注 1)
19	收购精准阳光支付股权款-2014 年	不适用	不适用					41,652,707.53		(注 3)
20	收购思恩客 51%股权支付股权款-2011 年	不适用	24,000,000.00		27,085,485.61				27,085,485.61	是
21	收购思恩客 51%股权支付股权款-2012 年	不适用	28,800,000.00 (注 2)		27,085,485.61	32,291,313.74			59,376,799.35	是
22	收购思恩客 51%股权支付股权款-2013 年	不适用	34,560,000.00 (注 2)		27,085,485.61	32,291,313.74	31,937,755.39		91,314,554.74	否 (注 2)
23	收购思恩客 49%股权支付股权款-2012 年	不适用	32,000,000.00 (注 2)			32,291,313.74			32,291,313.74	是
24	收购思恩客 49%股权支付股权款-2013 年	不适用	38,000,000.00 (注 2)			32,291,313.74	31,937,755.39		64,229,069.13	否 (注 2)
25	收购思恩客股权支付股权款-2014 年	不适用	不适用					50,847,253.02		(注 3)

注 1：精准阳光主要从事户外灯箱广告业务，受宏观经济增速放缓以及行业自身波动影响，精准阳光 2012 年和 2013 年实际净利润未达到承诺利润。经本公司与精准阳光股东协商，本公司参照前次收购精准阳光 51%股权时的定价，即以精准阳光 2011 年度净利润 3,250 万为基数，按照 10.5 倍市盈率收购其 39.97%的股权，以此作为补偿。该事项已经本公司第三届董事会第一次会议审议通过。

注 2：2011 年，公司收购思恩客 51%股权时，交易对方对思恩客 2011 年至 2013 年的业绩承诺分别为：2,400 万元、2,880 万元和 3,456 万元；2012 年，公司收购思恩客剩余 49%股权时，交易对方对思恩客 2012 年和 2013 年的业绩承诺调整为 3,200 万元和 3,800 万元，上表将思恩客各年实际效益与两次承诺分别进行了对比。思恩客主营业务为设计、制作、代理和发布广告。由于业务需要，2012 年思恩客设立了尊岸广告（上海）有限公司（以下简称“尊岸广告”）后转让给上海蓝色光标公关服务有限公司（蓝色光标全资子公司），尊岸广告与思恩客的管理层和业务人员完全一致，尊岸广告在 2013 年实现净利润 1,304.05 万元，综合考虑思恩客与尊岸广告的业绩贡献，思恩客已经实现了原有承诺业绩，因此未做补偿。

注 3：由于公司收购精准阳光和思恩客股权时，交易对方作出的业绩承诺均截止至 2013 年，且收购时未对收购标的进行收益法评估，故“2014 年承诺效益”不适用。表格中精准阳光和思恩客 2014 年实际效益为扣除非经常性损益后净利润，若考虑尊岸广告 2014 年净利润 23,432,992.57 元，则思恩客实际效益为 74,280,245.59 元。

（2）2013 年重大资产重组交易配套募集资金情况

上市公司 2013 年完成了收购西藏博杰 89%股权的重大资产重组，同时完成了配套资金的募集工作。公司共计募集货币资金人民币 533,999,970.00 元，扣除与发行有关的费用后，实际募集资金净额为人民币 530,999,970.00 元。截止 2014 年 12 月 31 日，公司使用募集资金人民币 531,094,502.71 元，均投入募集资金项目。与实际募集资金净额人民币 530,999,970.00 元的差异金额为人民币 94,532.71 元，系募集资金累计利息收入扣除银行手续费支出后的净额。

截至 2014 年 12 月 31 日，公司 2013 年重大资产重组交易配套募集资金实际使用和效益情况如下：

2013 年配套募集资金使用情况对照表

单位：元

募集资金总额：			533,999,970.00			已累计使用募集资金总额：					531,094,502.71	
募集资金净额：			530,999,970.00			各年度使用募集资金总额：2013年使用 531,094,502.71						
变更用途的募集资金总额：												
变更用途的募集资金总额比例：												
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状态日期 (或截止日项目完工程度)		
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺 投资金额	募集后承诺 投资金额	实际投资金额 (含存款利息)	募集前承诺 投资金额	募集后承诺 投资金额	实际投资金额 (含存款利息)	实际投资金额与募集后 承诺投资金额的差额			
1	收购西藏博杰 支付股权款	收购西藏博杰 支付股权款	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00		2013 年 8 月		
2	推进外延式发 展战略	推进外延式发 展战略	131,094,502.71	131,094,502.71	131,094,502.71	131,094,502.71	131,094,502.71	131,094,502.71				
3	补充流动资金	补充流动资金	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00				
合计			531,094,502.71	531,094,502.71	531,094,502.71	531,094,502.71	531,094,502.71	531,094,502.71				

2013 年配套募集资金投资项目实现效益情况对照表

单位：元

实际投资项目		截止日投资项目 累计产能利用率	承诺效益	2011 年-2014 年实际效益				截止日 累计实现效益	是否达到 预计效益
序号	项目名称			2011 年	2012 年	2013 年	2014 年		
1	收购西藏博杰支付股权款-2013 年	不适用	207,000,000.00			232,433,477.75		232,433,477.75	是
2	收购西藏博杰支付股权款-2014 年	不适用	238,050,000.00			232,433,477.75	282,935,884.72	515,369,362.47	是
3	收购西藏博杰支付股权款-2015 年	不适用	273,760,000.00						
4	收购西藏博杰支付股权款-2016 年	不适用	287,450,000.00						
5	推进外延式发展战略	不适用	不适用						不适用
6	补充流动资金	不适用	不适用						不适用

注 1：推进外延式发展战略项目主要用于补充全资子公司西藏山南东方博杰广告有限公司的流动资金，从而使蓝色光标的外延式发展战略得以较好的贯彻实施。

注 2：补充流动资金项目主要通过增加公司营运资金，提高公司资产运转能力和支付能力，提高公司经营抗风险能力，对公司经营业绩产生积极影响。

2、上市公司报告期末货币资金金额及用途

(1) 上市公司已有使用安排的自有资金统计：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日
货币资金（合并口径）	224,930.00
减：待支付的对价款	22,899.00
减：待偿还的短期借款	72,660.38
剩余货币资金总额	129,370.62

(2) 上市公司为保证正常开展业务，需要保有一定量的货币营运资金

为了保证上市公司正常经营所需流转资金的正常，按照公司管理经验，公司至少需要保持与近 3 个月的经营性现金流出总额相当的货币资金水平，作为货币资金的安全线。低于公司货币资金安全持有水平，将会对上市公司的正常经营产生一定的流动性风险。

上市公司 2015 年上半年经营性现金流出量为 348,994 万元，据此估算上市公司需要保持至少约 174,618 万元的货币资金水平，以保证正常生产经营之需要。

(3) 上市公司以自有资金支付此次交易的现金对价及中介费用，存在较大资金缺口

上市公司货币资金总额在扣除已有现金支付计划、待偿还短期借款、安全运营资金之需要后，支付本次收购交易现金对价及中介费用，存在较大资金缺口。

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日
货币资金	224,890.19
减：待支付的对价款	-22,899.00
减：待偿还的短期借款	-72,660.38
减：正常运营所需保持的货币资金水平	-174,618.00
减：本次重组交易尚需支付的现金对价款及增资蓝瀚科技款	-138,900.00
减：本次重组交易中介机构费用	-3,500.00
支付现金对价款及中介费用不足的金额	-187,687.19

①上市公司待支付的对价款由精准阳光、WAVS、密达美渡、Fuse Project 四个股权收购项目的待支付对价款构成，具体明细如下：

项目	待支付收购对价款（万元）
精准阳光	3,410.00
WAVS	8,020.00
密达美渡	7,180.00
FUSE Project	4,289.00
合计	22,899.00

经核查，上述待支付收购对价款的支付金额、时间安排和上市公司关于上述四个股权收购项目及交易双方签署的收购协议中相关约定保持一致。

②上市公司待偿还的短期借款主要由以下五笔短期银行借款构成：

借款银行	借款金额（原币）	借款金额（人民币万元）	还款日期
汇丰银行	18,000 万人民币	18,000	2015 年 12 月 21 日
招商银行	15,000 万人民币	15,000	2015 年 11 月 28 日
招商银行香港分行	4493 万美元	27,485	2015 年 12 月 29 日
招商银行	3,000 万人民币	3,000	2015 年 12 月 24 日
花旗银行	1,500 万美元	9,176	2015 年 11 月 17 日
合计		72,660	

注：其中招商银行香港分行和花旗银行两笔美元借款汇率为 2015 年 7 月 31 日中国人民银行人民币美元汇率中间价。

经核查上述短期借款的借款协议，五笔借款金额与协议相符，均为在半年内到期的短期款项。

③为了保证上市公司正常经营所需流转资金的正常，按照公司管理经验，公司至少需要保持与近 3 个月的经营性现金流出总额相当的货币资金水平，作为货币资金的安全线。低于公司货币资金安全持有水平，将会对上市公司的正常经营产生一定的流动性风险。

上市公司 2015 年一季度经营性现金流出量为 174,376.43 万元，上半年经营性现金流出量为 348,994 万元，据此估算上市公司需要保持至少约 174,618 万元的货币资金水平，以保证正常生产经营之需要。

④本次重组交易尚需支付的现金对价款及增资蓝瀚科技款

本次重组交易尚需支付的现金对价款为平安大华持有蓝瀚科技 52.6316%股权作价，包括平安大华所持有蓝瀚科技注册资本及其过桥资金成本两部分共计 10.22 亿元人民币。

本次重组交易尚需增资蓝瀚科技款项约为 36,700.00 万元人民币，用于补足蓝瀚科技收购多盟开曼 100%股权和多盟智胜 95%股权的剩余价款。

除上述待支付的股权对价款、短期银行借款、支付本次重组现金对价和蓝瀚科技增资款及增资及中介机构费用外，还需要保持一定的资金量，才能保证上市公司的正常运转，在上述测算情形下，上市公司的资金缺口约有 18.77 亿元人民币。

经核查，财务顾问认为，截至 2015 年 7 月 31 日，上市公司存在较大的经营性货币资金缺口，本次募集配套资金具有一定的必要性。

3、标的公司报告期末货币资金金额及用途

标的公司蓝瀚科技主营业务为投资，报告期末货币资金将全部用于支付购买多盟和亿动的对价款。

本次交易购买的主要资产多盟和亿动报告期末，即截至 2015 年 7 月 31 日的货币资金金额及已有用途统计如下：

	多盟（万元）	亿动（万元）	合计（万元）
货币资金余额	27,767.47	1,294.43	29,101.24
减：正常运营所需保持的货币资金水平	-5,521.65	-16,441.39	-21,963.04
减：归还蓝标交易保证金	-13,258.67	-	-13,258.67
减：归还历史运营资金借款	-	-620.00	-620.00
加：收到蓝标增资款	-	6,200.00	6,200.00
资金缺口	8,987.15	-9,566.95	-579.80

注：根据预测情况，多盟日常经营所需的现金保有量约为 1 个月的付现成本，即 5,521.65 万元；亿动通常维持日常经营所需的现金保有量约为 1 个月的付现成本，即 6,578.55 万元，同时根据预测情况，从 8 月至 12 月，亿动还需要追加 9,862.84 万元营运资金才能满足本年预测日常经营活动。

多盟和亿动的货币资金总额在扣除归还蓝标交易保证金、归还营运资金借款并保证安全运营资金之需要后，不存在多余资金。

4、上市公司资产负债率等财务状况与同行业的比较

根据证监会行业分类，上市公司属于商业服务业，2015年6月30日上市公司资产负债率为63.13%，高于省广股份（59.70%）、思美传媒（24.94%）、华谊嘉信（33.61%）等同行业上市公司资产负债率水平。

5、本次配套募集资金数额与上市公司和标的公司的经营规模和财务状况相匹配

（1）本次配套募集资金数额与上市公司的经营规模和财务状况相匹配

上市公司自2010年在创业板上市以来，主营业务持续发展，总资产规模持续扩大，已从一家公关公司成长为能够为客户提供包括互联网、户外、平面、电视等各类媒体的立体整合式品牌传播方案的一流传播集团。截至2015年7月31日，上市公司合并报表的资产总额1,308,105.93万元，其中流动资产579,850.28万元，占资产总额的44.33%；非流动资产728,255.66万元，占资产总额的55.67%。本次配套募集资金总额不超过180,200.00万元，占2015年7月31日上市公司合并报表总资产的14.16%、流动资产的31.94%。

报告期内，上市公司持续践行数字化和国际化整体战略，通过内生和外延并进发展，不断增强自身的服务能力和行业市场地位，使上市公司营业收入持续保持着稳定发展的势头。2014年度和2013年度上市公司实现营业收入分别为597,908.82万元和358,399.81万元，营业规模呈平稳上升趋势。

综上，本次配套募集资金对上市公司现有资产规模影响不大，在支付本次交易现金对价、支付多盟第二笔股权转让款后，将用作偿还上市公司部分短期贷款和移动媒体资源采购项目，与上市公司现有生产经营规模、资产规模相匹配。

（2）本次配套募集资金数额与标的公司的经营规模和财务状况相匹配

截至2015年7月31日，蓝瀚科技备考合并报表的资产总额293,635.19万元，其中流动资产89,465.33万元，占资产总额的30.47%；非流动资产204,169.87万元，占资产总额的69.53%。本次配套募集资金总额不超过180,200.00万元，占2015年7月31日标的公司合并报表总资产的61.37%、流动资产的201.42%。

本次配套募集资金虽然占标的公司现有资产规模较高，但本次并购重组交易用途为现金对价的支付、股权转让尾款支付、上市公司偿还贷款和上市公司移动媒体采购，与标的公司现金流入与流出无关，其对标的公司财务数据不会产生影响。

5、未来公司将在“数字化”、“国际化”等方面持续加大投入，资金需求增长较快

上市公司 2013 年提出“数字化”、“国际化”发展战略以来，智能营销传播服务链条已逐步成形。在公司传统业务持续稳步发展的同时，处于培育期的战略新兴业务均取得阶段性成果，为公司取得智能营销市场龙头地位增添有力支撑。数字营销业务方面，公司基于自有优势，围绕“客户”+“服务及产品”+“数据”三大核心，通过内生+外延发展，初步形成了以传播数据模型化的可预测、可精准、可评估为基础的多场景、开放式、高互动的多层次复合型智能整合营销传播服务链。公司的国际化征途也已全面展开，包括境外业务稳步增长、各子公司频频斩获国际大奖、公司首次亮相一年一度全球广告界盛事法国戛纳广告创意节，以及加大打造公司国际知名度等。同时境外子公司整合、境内外业务团队协作也以多种方式如火如荼的推进。未来，上市公司将在“数字化”、“国际化”等方面持续加大投入，资金需求增长较快。

综上，本次募集资金金额是考虑上市公司现有资金状况、本次交易支付、业务现状及发展需求的基础上制定的资金需求计划，符合现行法规的要求，与上市公司现有财务状况及募集资金管理能力相匹配。

（五）募集配套资金采取锁价方式情况

1、选取锁价方式的原因

本次募集配套资金采取锁价方式，主要是为了减少发行环节的不确定性，确保配套融资获得全额认购，提高配套融资的发行成功率。此外，建信基金（及委托人北京领瑞）和刘鸿均看好移动互联网营销行业前景，对上市公司未来发展有较好的预期，为保证此次交易的顺利完成，参与此次配套融资的股份。

2、锁价发行对象与上市公司、标的资产之间的关系

本次配套资金锁价发行对象建信基金（及北京领瑞）和刘鸿与上市公司及标的资产均无关联关系。

3、锁价发行对象认购本次募集配套资金的资金来源

本次配套融资锁价发行对象建信基金承诺，本公司拟设立并管理的建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划的委托人均为北京领瑞投资管理有限公司，该委托人通过本公司管理的资管计划认购本次发行的股份的资金全部来源于其自有资金或其有合法处分权的资金，不存在资金来源不合法的情形。

同时，建信基金承诺其拟设立并管理的建信领瑞九智投资 1-4 号资管计划认购本次发行股份的资金不存在分级收益等结构化安排，不采用结构化或发行信托产品等方式进行融资，最终出资将不包含任何杠杆融资结构化设计产品或信托融资产品。

本次配套融资锁价发行对象刘鸿承诺其参与认购的资金均为自有资金或其有合法处分权的资金，不存在资金来源不合法的情形。

4、锁价发行对象放弃认购的违约责任

根据建信基金与蓝色光标签署的《附条件生效的股份认购协议书》，建信基金向蓝色光标交纳履约保证金作为其履行本协议的保证。履约保证金金额为 1,000 万元人民币。除因建信基金、建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划的主体资格未通过监管部门或主管部门审核而无法进行本次认购外（但归属于建信基金自身原因而导致其主体资格未通过监管部门或主管部门审核而无法进行本次认购的情形除外），因建信基金其他方面原因（包括但不限于建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划无法有效成立）而导致其未实际缴纳认购价款的，建信基金已交纳的履约保证金归蓝色光标所有，其不得

要求蓝色光标退还。

根据刘鸿与蓝色光标签署的《附条件生效的股份认购协议书》，刘鸿向蓝色光标交纳履约保证金作为其履行本协议的保证。履约保证金为刘鸿本次认购金额的 3%，即 156 万元人民币。除因刘鸿主体资格未通过监管部门或主管部门审核而无法进行本次认购外（但归属于刘鸿自身原因而导致其主体资格未通过监管部门或主管部门审核而无法进行本次认购的情形除外），因刘鸿其他方面原因而导致其未实际缴纳认购价款的，刘鸿已交纳的履约保证金归蓝色光标所有，其不得要求蓝色光标退还。

（六）募集资金相关的内部控制制度

为了加强、规范上市公司募集资金的管理，提高其使用效率和效益，根据相关法律法规的规定，上市公司制定了《募集资金管理办法》，对募集资金决策程序、存放、使用、变更、信息披露、使用情况的监督等进行了明确规定。上市公司将根据该制度，并配合相关法律法规的要求，对本次募集配套资金相关事项进行严格规范管理。《募集资金管理办法》主要内容如下：

1、募集资金的存放

公司募集资金的存放坚持集中存放，便于监督的原则。募集资金到位后，公司及时办理验资手续，由具有证券从业资格的会计师事务所出具验资报告。为方便募集资金的使用和对使用情况的监督，募集资金实行专户存储，专款专用。专用账户的设立由公司董事会批准，专户数量不超过募集资金投资项目的个数。

公司认为募集资金数额较大，并且结合投资项目的信贷安排确有必要在 1 家以上银行开设专用账户的，在坚持集中存放，便于监督原则下，经董事会批准，可以在一家以上银行开设专用账户，同一投资项目的资金须在同一专用账户存储。设置多个募集资金专户的，公司应为此拟定保证高效使用募集资金、有效控制募集资金安全的措施，并报董事会批准。

在公司股票上市地监管规则要求的情况下，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（以下简称“商业银行”）签订三

方监管协议（以下简称“协议”）。协议至少应当包括以下内容：（1）募集资金专户账号、该专户涉及的募集资金项目、存放金额和期限；（2）公司一次或 12 个月内累计从该专户中支取的金额超过 1000 万元或该专户总额的 5%的，公司及商业银行应当及时通知保荐机构；（3）公司应当每月向商业银行获取银行对账单，并抄送保荐机构；（4）保荐机构可以随时到商业银行查询专户资料；（5）保荐机构每季度对公司现场调查时应当同时检查募集资金专户存储情况；（6）商业银行三次未及时向保荐机构出具银行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，保荐机构或者公司均可单方面终止协议，公司可在终止协议后注销该募集资金专户；（7）保荐机构的督导职责、商业银行的告知、配合职责、保荐机构和商业银行对公司募集资金使用的监管方式。

上述协议在有效期届满前提前终止的，公司应当自协议终止之日起 1 个月内与相关当事人签订新的协议，并及时报深圳证券交易所及其他公司股票上市地监管机构（如需）备案后按公司股票上市地监管规则的要求公告。

2、募集资金的使用

公司募集资金应按照招股说明书或募集说明书所列用途使用。在未经股东大会批准及未满足公司股票上市监管规则规定的其他条件的情况下，公司不得改变募集资金用途。

公司董事会应根据公司股东大会批准的募集资金使用计划编制相应的募集资金使用方案，并确保募集资金的使用符合公司股东大会的决议。

对专用账户资金的调用计划由公司董事会决议批准。公司从专用账户调用募集资金时，应向开户银行提供由董事会作出的最近一期调用募集资金的半年计划，作出该计划的董事会会议召开日至向开户银行提供该计划的期限不得超过半年。

公司在进行项目投资时，资金支出必须严格按照公司资金管理制度履行资金使用审批手续。凡涉及每一笔募集资金的支出均须由有关部门提出资金使用计划，在董事会授权范围内，经财务部门审核后，逐级由项目负责人、财务总监及

总经理签字后予以付款；凡超过董事会授权范围的，须报董事会审批。

募集资金投向应按董事会承诺的计划投资项目和进度实施。公司项目部门应建立项目管理制度，对资金应用、项目进度等进行检查、监督，建立项目档案，定期提供具体的工作进度和计划。财务部门对涉及募集资金运用的活动应建立健全有关会计记录和原始台帐，并定期检查、监督资金的使用情况及使用效果。

确因不可抗力致使项目不能按承诺的计划（进度）完成时，公司必须及时披露实际情况并说明原因。如出现严重影响募集资金投资计划正常进行的情形时，公司应及时报告深圳证券交易所及其他公司股票上市地监管机构（如需）并按公司股票上市地监管规则的要求公告。

对确因市场变化，需要改变募集资金用途时，须经公司董事会审议、股东大会决议通过，并满足公司股票上市监管规则规定的其他条件的情况下方可变更募集资金投向。变更后的募集资金投向原则上应投资于主营业务。

若公司董事会决定放弃投资项目，拟改变募集资金用途，应尽快按公司股票上市地监管规则的要求通知相关机构，并确定新的投资项目提交股东大会审议，并在召开股东大会的通知中说明改变募集资金用途的原因，新项目概况及对公司的影响。

公司募集资金的情况与公司原定募集资金用途相比，出现以下变化的，视作改变资金用途：（1）取消原募集资金项目，实施新项目；（2）变更募集资金投资项目实施主体；（3）变更募集资金投资项目实施地点；（4）变更募集资金投资项目实施方式；（5）实际投资金额与计划投资金额的差额超过计划金额的 30%；（6）公司股票上市地监管机构认定为募集资金投向变更的其他情形。

公司董事会决定变更募集资金投资项目，应按规定及时公告，披露以下内容：（1）原项目基本情况及变更的具体原因；（2）新项目的基本情况、可行性分析、经济效益分析和风险提示；（3）新项目的投资计划；（4）新项目已经取得或尚待有关部门审批的说明（如适用）；（5）独立董事、监事会、保荐机构对变更募集资金投向的意见；（6）变更募集资金投资项目尚需提交股东大会审议的说明；（7）

独立董事、监事会、保健机构对变更募集资金投资项目的意见；（8）变更后的募集项目涉及关联交易、购买资产、对外投资的，还应当按照相关规定予以披露；（9）公司股票上市地监管机构要求的其他内容。

公司募集资金不得用于委托理财、质押贷款、委托贷款或其他变相改变募集资金用途的投资，禁止公司具有实际控制权的个人、法人或其他组织及其关联人占用募集资金。

在确保不影响募集资金投资项目建设进度的前提下，经董事会批准并披露，公司可以用闲置募集资金暂时补充流动资金，并仅限于与主营业务相关的生产经营使用，且不得通过直接或间接的安排用于新股配售、申购、或用于股票及其衍生品种、可转换公司债券等的交易，单次补充流动资金期限不超过半年。超过本次募集资金 10% 以上的闲置募集资金补充流动资金时，须经股东大会审议批准，并提供网络投票表决方式。在公司股票上市地监管规则要求的情况下，独立董事、保荐人需单独发表意见并披露。

为避免资金闲置，充分发挥募集资金的使用效益，在确保募集资金投资项目实施的前提下，募集资金可以转为定期存款或协议存款。

实际募集资金超过项目投资实际所用资金的部分，根据法律、法规的相关规定经董事会或股东大会批准后，可作为公司补充流动资金或其他项目投资的后备资金。

3、募集资金使用情况的报告

总经理每季度应当至少召开一次办公会议，检查募集资金使用情况。当出现以下情况时，项目负责人应向总经理，同时由总经理向董事会作出详细的书面解释和说明：（1）项目阶段实际进度达不到阶段计划进度，且无法按期完成总体计划的；（2）项目所需的实际投资金额超出投资计划 15% 以上的。

总经理应当于每季度末以书面形式向董事会专项报告募集资金使用情况，该专项报告应当同时抄报监事会；公司董事会应当在年度股东大会和定期报告中向投资者报告募集资金使用情况。

公司董事会应当对年度募集资金的存放与使用情况出具专项说明，并聘请会计师事务所对募集资金存放与使用情况进行专项审核，出具专项审核报告。专项审核报告中应当对年度募集资金实际存放、使用情况与董事会的专项说明内容是否相符出具明确的审核意见。如果会计师事务所出具的审核意见为“基本不相符”或“完全不相符”的，公司董事会应当说明差异原因及整改措施并在年度报告中披露。

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，并及时向公司董事会审计委员会报告检查结果。董事会审计委员会认为公司募集资金管理存在违规情形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及其他公司股票上市地监管机构（如需）报告并按公司股票上市地监管规则的要求公告。公告内容包括募集资金管理存在的违规情形、已经或可能导致的后果及已经或拟采取的措施。

4、募集资金的监督

公司应组织有关部门定期对募集资金的使用情况进行检查，必要时可委托会计师事务所等专业机构进行专题审计，并及时向董事会，监事会汇报检查结果。

公司当年存在募集资金使用的，公司应当在进行年度审计的同时，聘请会计师事务所对实际投资项目、实际投资金额、实际投入时间和完工程度等募集资金使用情况进行专项审核，出具专项审核报告，并在年度报告中披露专项审核的情况。

公司监事会有权对募集资金投向及变更募集资金用途发表独立意见，并按规定公告。

独立董事有权对募集资金使用情况进行检查，并可聘请会计师事务所对募集资金使用情况进行专项审计。

（七）本次募集配套资金失败的补救措施

本次交易募集的配套资金不超过 180,200.00 万元，将用于本次交易现金对价、支付多盟原股东第二笔股权转让款、上市公司偿还贷款以及上市公司募投项目的实施。若本次募集配套资金失败，上市公司拟采用自有资金和债务性融资等方式解决所需资金。上市公司在使用自有资金的同时，能够通过银行借款、资本市场发债等债务工具融资，解决资金需求。但使用自有资金及债务性融资方式，会对公司的现金流产生较大压力，加大上市公司财务费用的负担，对公司盈利能力产生一定影响。因此，从财务稳健性考虑，为降低债务融资成本对公司净利润的影响，提高资金来源的稳定性，以股权融资方式注入资金，对上市公司的可持续发展更为有利。

五、本次发行前后，公司股本结构的变化

股东名称	本次交易之前		本次交易完成后	
	持股数量 (股)	持股比例	持股数量(股)	持股比例
赵文权	136,907,714	7.09%	145,064,320	6.76%
陈良华	120,449,675	6.24%	128,606,281	5.99%
许志平	102,514,730	5.31%	110,671,336	5.16%
吴铁	101,915,223	5.28%	110,071,829	5.13%
孙陶然	72,479,708	3.75%	80,636,314	3.76%
京东世纪	-	-	16,313,213	0.76%
西藏东方	-	-	8,156,606	0.38%
齐玉杰	-	-	2,446,982	0.11%
建信基金（建信 领瑞九智投资 1-4 号资管计划）	-	-	142,740,618	6.65%
刘鸿	-	-	4,241,435	0.20%
其他股东	1,396,902,423	72.33%	1,396,902,423	65.10%
总计	1,931,169,473	100.00%	2,145,851,357	100.00%

从上表可以看出，本次交易前，上市公司的总股本为 1,931,169,473 股，按照本次交易方案，预计公司本次将发行普通股 67,699,831 股用于购买资产，向配套融资认购方发行的股份不超过 146,982,053 股，本次交易完成后上市公司总股本变为 2,145,851,357 股。

本次交易前，赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然合计持有 534,267,050

股上市公司股份，合计持股占比 27.67%；重组完成后五人持股比例为 26.80%，仍为公司的实际控制人。本次交易不会对上市公司股权结构产生重大影响。社会公众股东合计持有的股份不会低于发行后总股本的 10%，不会出现导致蓝色光标不符合股票上市条件的情形。

六、本次交易对上市公司主要财务指标的影响

根据天职国际会计师出具的关于本次重组的备考审阅报告及蓝色光标 2015 年度 1-7 月未经审计数据，本次发行前后公司主要财务数据比较如下：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日/2015 年 1-7 月实现数	2015 年 7 月 31 日/2015 年 1-7 月备考数	增幅
总资产	1,308,105.93	1,599,638.45	22.29%
归属母公司所有者权益	433,531.46	654,401.20	50.95%
营业收入	411,284.43	494,029.97	20.12%
营业利润	12,202.08	8,059.56	-33.95%
利润总额	12,710.79	8,674.95	-31.75%
归属母公司所有者的净利润	5,219.10	531.72	-89.81%
基本每股收益（元/股）	0.02703	0.0025	-90.75%

从上表可以看出，本次交易完成后，上市公司总资产规模、净资产、营业收入规模均有所增加。由于多盟 2015 年 1-7 月还处于亏损阶段，亿动 2015 年 1-7 月为微盈状态，因此收购完成后上市公司备考 2015 年 1-7 月营业利润、利润总额和净利润有所下降，其中因为多盟 2015 年 1-7 月确认股份支付 2,561.84 万元导致利润指标下降幅度较大，扣除多盟股份支付影响，2015 年 1-7 月备考归属母公司所有者的净利润为 3,093.56 万元，基本每股收益为 0.014 元/股。随着多盟和亿动广告业务的持续发展，其相应盈利能力将逐步体现，多盟在蓝瀚科技收购后的几个月已逐渐实现盈利。

第八节 标的资产的估值情况

一、多盟 95%股权的估值情况

本次估值对象为多盟体系内的所有公司，包括多盟开曼及多盟智胜，即对假设合并后的多盟开曼和多盟智胜进行估值。本次交易以多盟整体体系的 95% 股东权益价值作价。

（一）估值方法和估值结果

本次交易的估值基准日为 2015 年 7 月 31 日，估值对象为多盟开曼和多盟智胜 2 家公司 95% 的股东权益价值。估值范围为多盟在基准日的全部资产及相关负债，账面资产总额 54,390.47 万元、负债 32,707.69 万元、净资产 21,682.78 万元。

依据中通诚出具的中通咨报字[2015]30 号《估值报告》，估值机构采用市场法和收益法两种估值方法对多盟进行了估值，不同估值方法对应估值结果如下：

1、市场法估值结果

多盟股东全部权益的估值价值为 192,056.38 万元，较股东权益账面值 21,682.78 万元增值 170,373.60 万元，增值率为 785.76%。

2、收益法估值结果

多盟股东全部权益的估值价值为 191,450.14 万元，较股东权益账面值 21,682.78 万元增值 169,767.36 万元，增值率 782.96%。

（二）估值结果差异分析和估值结果选取

1、估值结果差异分析

多盟股东全部权益价值的两种估值结果的差异如下表所示：

单位：万元

估值方法	股东全部权益账面值	股东全部权益估值	增值额	增值率
收益法	21,682.78	191,450.14	169,767.36	782.96%

估值方法	股东全部权益账面值	股东全部权益估值	增值额	增值率
市场法		192,056.38	170,373.60	785.76%
差异额		606.24		

两种方法估值结果相比，收益法结果略低于市场法结果，主要是因为收益法是立足于判断资产获利能力的角度，将被估值企业预期收益资本化或折现，来估算企业价值。而市场法是通过对比可比交易案例的历史成交价格的修正来确定企业估值。

2、估值结果选取

多盟主要从事移动互联网营销业务，经营所依赖的主要资源除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还包括销售团队、管理团队、客户资源等重要的无形资产。收益法是立足于判断资产获利能力的角度，将被估值企业预期收益资本化或折现，来估值企业价值。是按“将本求利”的逆向思维来“以利索本”，能全面反映企业品牌、商誉等非账面资产的价值。

而市场法估值过程中多盟与选取的 8 家可比交易标的相比，相互之间在业务领域、运营数据上仍存在着一定的差异，因此在对被估值单位与可比交易标的进行差异调整过程中仍存在一定主观性，从而会对市场法估值结果带来一定的影响，最终会影响到市场法的估值。

综上所述，估值人员在分析了多盟业务种类、经营范围以及收益稳定性等关键因素的基础上，认为收益法估值较市场法估值更能真实合理的反映多盟的股东权益价值。故最终采用收益法估值结果作为最终估值结论。

通过以上分析，多盟在估值基准日的股东全部权益价值估值为 191,450.14 万元，本次交易拟收购的多盟 95%的股东权益价值为 181,877.63 万元。

3、标的资产估值增值的主要原因

在估值基准日2015年7月31日，多盟股东全部权益的估值价值为191,450.14万元，较股东权益账面值21,682.78万元增值169,767.36万元，增值率782.96%。相应的多盟95%股权估值为181,877.63万元。

估值增值的原因主要为：

（1）多盟的账面资产不能全面反映其真实价值

多盟所处的互联网广告行业具有“轻资产”的特点，其固定资产投入相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还应包含企业所享受的各项产品优势、管理经验、优惠政策、业务网络、服务能力、人才团队、品牌优势等重要的无形资源的贡献，而企业的无形资源无法通过量化体现在公司的资产负债表中。另一方面，账面价值无法反应多盟整体获利能力的大小，同时也未考虑企业所享受的各项优惠政策、行业竞争力、公司的管理水平、人力资源、营销渠道、客户群等要素，其产生的协同作用在企业账面价值无法体现，但是对股东全部权益价值却具有重要影响。因此，多盟的账面价值无法准确反映其真实价值。

（2）研发能力、行业经验、团队优势及市场地位为企业价值带来溢价

多盟在运营过程中建设了优秀的研发团队，其管理层还积累了宝贵的团队管理经验。多盟的创始人均在互联网广告行业有着深厚的积淀，多盟已经成为中国移动互联网广告业内的一线智能广告平台，具有深厚的市场影响力和市场地位。

综上所述，由于多盟存在由研发能力、行业经验、团队优势及市场地位等综合因素形成的各种无法在账面体现的价值，估值里已有考虑，从而导致估值结果增值较高。

（三）本次估值假设

1、基本假设

（1）交易假设。交易假设是假定所有待估值资产已经处在交易过程中，估值人员根据待估值资产的交易条件等模拟市场进行估价。

（2）公开市场假设。公开市场假设是假定待估值资产在公开市场中进行交易，从而实现其市场价值。资产的市场价值受市场机制的制约并由市场行情决定，而不是由个别交易决定。这里的公开市场是指充分发达与完善的市场条件，是一个有自愿的买者和卖者的竞争性市场，在这个市场上，买者和卖者的地位是平等

的，彼此都有获得足够市场信息的机会和时间，买卖双方的交易行为都是在自愿的、理智的，而非强制或不受限制的条件下进行的。

2、具体假设

（1）被估值企业经营所遵循的国家及地方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，无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响。

（2）针对估值基准日资产的实际状况，假设企业持续经营。

（3）假设被估值企业现有的和未来的经营管理者是尽职的，且公司管理层有能力担当其职务。能保持被估值企业正常经营态势，发展规划及生产经营计划能如期基本实现。

（4）假设被估值企业完全遵守国家所有相关的法律法规，不会出现影响公司发展和收益实现的重大违规事项。

（5）假设被估值企业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。

（6）假设被估值企业在现有的管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致。

（7）假设根据国家规定，目前已执行或已确定将要执行的有关利率、汇率、税赋基准和税率以及政策性收费规定等不发生重大变化。

（8）无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响。

根据资产估值的要求，认定这些假设条件在估值基准日时成立，当未来经济环境发生较大变化时，将不承担由于假设条件改变而推导出不同估值结论的责任。

（四）市场法估值情况

1、市场法原理

（1）市场法定义

企业价值估值中的市场法，是指将估值对象与可比上市公司或者可比交易案例进行比较，确定估值对象价值的估值方法。市场法中常用的两种方法是上市公司比较法和交易案例比较法。

上市公司比较法是指通过对资本市场上与被估值企业处于同一或类似行业的上市公司的经营和财务数据进行分析，计算适当的价值比率或经济指标，在与被估值企业比较分析的基础上，得出估值对象价值的方法。

交易案例比较法是指通过分析与被估值企业处于同一或类似行业的公司的买卖、收购及合并案例，获取并分析这些交易案例的数据资料，计算适当的价值比率或经济指标，在与被估值企业比较分析的基础上，得出估值对象价值的方法。

（2）市场法使用前提

①有一个充分发展、活跃的资本市场；

②资本市场中存在足够数量的与估值对象相同或类似的可比企业、或者在资本市场上存在着足够的交易案例；

③能够收集并获得可比企业或交易案例的市场信息、财务信息及其他相关资料；

④可以确信依据的信息资料具有代表性和合理性，且在估值基准日是有效的。

2、选取具体估值方法的理由

由于被估值企业与可比上市公司在业务结构、经营模式、企业规模与资产配置以及所处的经营阶段、成长性与经营风险等方面差异较大，故本次估值不选择上市公司比较法。

近期类似移动互联网广告公司股权收购的交易案例较多，交易标的与被估值企业一样均处于业务发展初期，主营业务均为移动互联网广告，未来增长预期相似，交易完成后均实现了控制权的转移。结合本次资产估值的对象、估值目的和

估值人员所收集的资料，本次选择交易案例比较进行估值。

3、基本步骤说明

交易案例比较法是指通过分析与被估值企业处于同一或类似行业的公司的买卖、收购及合并案例，获取并分析这些交易案例的数据资料，计算适当的价值比率或经济指标，在与被估值企业比较分析的基础上，得出估值对象价值的方法。

被估值企业市场价值 $P = Pb/Sb/Bb \times A \times S \times B + C$

$$A = D \times \text{权重} + F \times \text{权重}$$

$$D = G \times H$$

其中：P—经营性股权价值

Pb—可比交易标的的经营性股权价值；

Sb—可比交易标的的首年净利润

Bb—可比交易标的的未来5年销售收入（营业收入）预期增长率

A—综合调整系数

S—被估值企业首年销售收入（营业收入）

B—未来5年销售收入（营业收入）预期增长率

C—溢余性资产及负债净额

D—营运状况综合调整系数

F—交易日期调整系数

G—公司背景系数；

H—运营数据系数；

采用交易案例比较法进行整体估值基本步骤如下：

- （1）搜集可比交易案例；
- （2）收集并分析、调整可比公司相关情况及财务数据；
- （3）选择并计算各可比公司的价值比率或经济指标；
- （4）调整、修正各可比公司的价值比率或经济指标；

(5) 从各个可比公司价值比率中协调出一个价值比率作为被估值企业的价值比率；

(6) 估算被估值企业相关参数，计算各价值比率下对应的估值结果，并选择一个最为合理的估值结果作为初步估值结论；

(7) 考虑是否需要应用折价/溢价调整；

(8) 加回非经营性资产、溢余资产净值，得到最终估值结论。

4、市场法估值过程

(1) 选择可比交易案例

①可比交易案例的选择标准

根据《资产评估准则-企业价值》的要求，市场法估值应当选择与被估值企业有可比性的公司或者案例。本次估值确定的可比案例选择原则为：

A、同处一个行业，受相同经济因素影响；

B、企业业务结构和经营模式类似；

C、企业规模和成长性可比；

D、交易行为性质类似。

本次估值，围绕以移动互联网广告业务为核心、兼顾研发能力的价值评价体系，同时考虑交易性质等因素，通过公开信息搜集了 2014 年—2015 年 8 月基本完成交易的 8 个案例作为可比案例。

②可比案例的选取

本次估值确定的可比交易案例选择的原则为：同处一个行业，受相同经济因素影响；企业业务结构和经营模式类似；企业规模和成长性可比；交易行为性质类似。

选取的可比交易案例涉及的标的公司均为移动互联网广告行业，企业的成长性均较强，年增长率均不低于 15%，交易行为基本相同。

根据本次估值的实际情况，案例选择的主要标准为业务结构和经营模式相近，对该项因素分别分析如下：

A、科达集团股份有限公司（以下简称“科达股份”）收购北京百孚思广告有限公司（以下简称“百孚思”）100%股权

a、百孚思业务结构分析

百孚思是专注于汽车行业的数字整合营销专业服务提供商，主营业务为品牌及产品的互联网营销、网络公关与网站建设。

（a）品牌及产品整合营销

汽车品牌及产品营销服务通过为客户在互联网媒体中进行广告投放，实现对汽车性能及外观等特点的营销，吸引汽车网民亲自去 4S 店选购汽车或参加试乘试驾活动，以促进汽车销售成功率的提升。

百孚思的品牌及产品营销为汽车行业广告主提供包括品牌及产品战略定位、目标受众全方位考量与分析、媒介策略、媒介计划制定与执行、媒介及各类平台精准匹配、投放效果监测与分析、策略整合以及媒体组合优化的全方位整合营销服务。

（b）网络公关及网站建设

✧ 网络公关

随着互联网的发展，广告主对网络公关的需求加速增长，广告主会聘请专业服务公司负责网络公关事务。互联网公关业务主要包括口碑营销、事件营销、微博传播、网络发稿、舆情监测、危机公关等。

百孚思提供的网络公关服务注重线上线下业务的整合优化，提供的服务不仅包括线上活动，还注重与专业第三方活动公司合作的线下看车团、试驾活动等线下活动。

✧ 网站建设

百孚思为汽车广告主提供网站建设服务，包括前期网站定位、内容差异化、

页面沟通等收集、分析及洞察汽车网民需求及消费习惯的战略性调研服务，并在专业汽车网络营销业务人员、网站策划人员、美术设计人员和互联网程序员的通力合作下，为汽车广告主提供包括域名注册查询、网站策划、网页设计、网站推广、网站估值、网站运营、网站优化、网站改版等在内的全程网站建设服务。

b、百孚思运营模式

百孚思的品牌及产品整合营销服务，为汽车广告主进行互联网媒介购买及广告投放，包括战略定位、目标用户分析与洞察、数据挖掘及策略制定、创意策划、精准营销、效果监测及投放优化等整体服务内容。百孚思按照行业惯例按项目以广告投放服务费的方式获得收入。

百孚思的网络公关及网站建设服务，按项目向客户收取网络公关服务费。

百孚思与被估值企业的经营业务相似度高，可比性强，本次估值将本交易案例作为可比交易案例之一。

B、科达集团股份有限公司（以下简称“科达股份”）收购上海同立广告传播有限公司（以下简称“上海同立”）100%股权

a、上海同立业务结构分析

上海同立立足于线下会展服务，以客户体验为导向，结合互联网营销推广，为客户提供线上线下的整体式营销服务。公司作为较早向客户提供事件营销服务的营销与公关企业，主要服务内容包括上市发布活动、公关活动、用户大会及体验活动、庆典仪式、路演会展、激励年会等服务。在营销行业数字化趋势的推动下，上海同立于 2013 年逐步开展互联网营销业务。目前，上海同立具备了为客户提供线下营销及线上推广整体式营销公关服务的能力。上海同立深入分析客户需求、结合市场环境，以内容为核心，为客户提供专业化的定制服务。上海同立立足于客户的线下体验，以线下推广为基础，通过互联网媒体、游戏等渠道与线上互动相结合，创造线下线上的 O2O 传播，为客户提供一体化整合营销公关服务，帮助客户提升品牌形象、扩大市场影响力、提高受众忠诚度、促进产品销售。

上海同立自设立以来，主要服务于汽车、医药及时尚领域的客户。2013 年

以来，受益于汽车公关市场的高速发展和上海同立在汽车领域的大力开拓，源于汽车领域的收入增长较快。目前，上海同立向通用、别克、雪佛兰、保时捷、沃尔沃、宾利、雪铁龙、凯迪拉克、奇瑞、陆虎、奥迪等汽车品牌提供服务。

b、上海同立运营模式

上海同立主要为客户提供上市发布活动、公关活动、用户大会及体验活动等会展服务，向客户收取会展服务费。在为客户提供会展服务的过程中，上海同立提供创意设计、文案制作、会场搭建、运营管理、后期反馈等一站式整体营销服务，帮助客户提升品牌形象，扩大市场影响力，促进产品销售。由于国内的行业特点，上海同立不对单项服务进行收费，仅收取整体会展服务费用。

上海同立与被估值企业的经营业务相似度高，可比性强，本次估值将本交易案例作为可比交易案例之一。

C、科达集团股份有限公司（以下简称“科达股份”）收购广州市华邑众为品牌策划有限公司（以下简称“华邑众为”）100%股权

a、华邑众为业务结构分析

华邑众为的主营业务是为快速消费品如食品饮料、保健品、家化产品等企业、汽车行业企业以及电商平台的企业提供创意策划、品牌营销、产品推广等互联网营销服务。

随着互联网的发展和兴起，华邑众为抓住互联网营销高速发展的机遇，以创意带动线上线下一体的整合传播。创意策划作为互联网营销产业链中的重要环节，可改善或加强目标受众的需求、态度或行为。华邑众为以此为根本，以客户品牌、产品或信息为素材，为客户提供创意策划方案，再通过大众媒介传播渠道，同时依托线下活动管理和活动策划等形式，采取线上线下整合传播的方式，为客户提供服务。

（a）创意策划

华邑众为根据客户品牌的特征，通过收集、整理行业和客户信息，了解客户的品牌与产品定位，明确传播与营销目标，结合当时的市场环境、社会热点等各

方面因素，进行综合分析，为客户量身打造独特的创意营销方案。通过对客户目标群体的深入研究，优化传播方案与媒体投放渠道，为客户提供覆盖范围广、传播质量高的品牌或产品传播服务，以达到维护客户品牌形象、提升企业社会美誉度、推广产品、促进销量的目的。

（b）项目执行

在创意策划的基础上，华邑众为通过线上线下一体的整合传播方式，为企业提供项目总体统筹管理、传播材料制作、线下活动营销组织与执行、数字媒体营销等项目执行服务。

华邑众为为客户提供的线下活动管理服务主要包括活动策划，活动具体方案的设计和执行，活动现场的设计、搭建、流程管理和总控，设备、物料的采购、租赁及人员的调配，活动结束后对媒体稿件或新闻报道的持续跟踪，以及用户的评论监测等。

为满足客户品牌传播和产品推广的需求，华邑众为为客户制定独具创意的数字媒体传播策略，制作符合客户品牌特点兼有创意的内容，包括文案、口号、图片、视频等，并通过帮助客户建设微博、微信等与用户直接交流的互联网平台，依托碎片化的沟通和互动，实现客户品牌与产品的高效口碑传播。同时，华邑众为与行业专家、知名博主、网络达人等意见领袖展开紧密联系和互动，通过这些意见领袖对客户产品与品牌的亲身体验与客观评价，运用包括微信、微博、论坛、门户网站等新媒体资源进行推广传播，形成良好的传播效果，达到提升品牌、推广产品的目的。

b、华邑众为运营模式

华邑众为为客户提供整合式的数字营销、品牌管理及项目执行服务。主要包括线上线下传播整体项目的创意策划和项目执行，以互联网营销方式为主，同时整合部分线下营销活动，并向客户收取服务费。华邑众为的服务定价模式一般是在第三方服务采购价格的基础上收取服务费。由于客户要求以及行业特色，创意策划服务费一般与执行合同一同签订并收取。一般而言，华邑众为会在合同签订后提前收取一部分定金，在项目执行过程再分阶段收取部分服务费，待项目完成

后获得尾款。

华邑众为与被估值企业的经营业务相似度高，可比性强，本次估值将本交易案例作为可比交易案例之一。

D、科达集团股份有限公司（以下简称“科达股份”）收购广东雨林木风计算机科技有限公司（以下简称“雨林木风”）100%股权

a、雨林木风业务结构分析

雨林木风目前主要利用 114 啦网址导航网站，在为互联网用户提供免费网址导航服务的同时，为第三方搜索引擎、电商网站等互联网媒体平台客户提供流量导入。随着公司的发展，雨林木风已逐渐开展互联网广告代理业务。

（a）网址导航业务

雨林木风依托 114 啦网址导航网站，为用户提供网址导航、搜索引擎入口、便民查询工具、天气预报、邮箱登录、新闻阅读等上网常用服务。为互联网用户提供了安全、方便、快捷的上网入口和互联网信息服务，形成了广泛且稳定的固定用户群，积累了大量优质稳定的流量资源。

在此基础上，雨林木风通过在导航页面嵌入搜索引擎搜索框、展示互联网平台链接及嵌入互联网服务窗口等方式为搜索引擎、电商等其第三方互联网媒体平台客户实现流量导入，从而获得收益。

114 啦作为较早从事网址导航业务的网站之一，利用早期的宣传和推广，积累了大量的用户。而于 2011 年开发完成的 114 啦浏览器，与 114 啦导航网站的配合实现高流量的引入。

114 啦浏览器是雨林木风自行开发的，为 114 啦导入自有流量的重要渠道。通过浏览器推广导航网站是行业发展的重要模式之一。浏览器作为用户浏览互联网的主要工具是导入流量的重要入口，具有汇聚流量的价值。114 啦浏览器的推广有助于 114 啦扩大用户规模、提高用户黏性。用户通过使用 114 啦浏览器将首页设定为 114 啦网址导航网站，为网站提供优质稳定的流量来源。

（b）广告代理业务

雨林木风除主要经营 114 啦网址导航业务之外，目前已逐渐开展广告代理业务。公司主要通过为客户在自有买断媒体资源位置或在其他合作互联网媒体进行广告代理投放获得收益。

b、雨林木风的运营模式

（a）网址导航业务

114 啦主要通过网址导航、搜索引擎入口等方式为第三方网站导入流量，从而实现盈利。“免费服务积累用户，付费服务实现增值”构成了网址导航行业主要经营模式。即网址导航运营商通过向用户提供免费网址导航服务来积累用户数量，借助拥有庞大用户规模的网址导航平台再通过广告或根据推广效果计费的方式实现自身盈利。

✧ 免费服务方式

114 啦通过提供免费网址导航服务和丰富的内容接口为网站积累忠实的高黏性用户，而用户数量是 114 啦实现盈利的基础。网站的日均 IP 量直观的反映出网站的流量数据，而该数据直接影响了 114 啦的议价能力及推广效果，从而影响营业收入。

✧ 付费服务方式

免费服务所积累的庞大用户规模为 114 啦的盈利提供了必要的条件，114 啦通过付费服务模式将流量转化为收入，才能够保持企业的可持续发展。目前 114 啦主要以按月收入的方式收取导航页面导航链接收入，以及根据营销效果收入的方式获取流量收入。

（b）广告代理业务

根据客户需求，为客户在自有买断媒体资源位置或在其他合作互联网媒体进行广告投放服务，获得广告投放服务收入。

雨林木风与被估值企业的经营业务相似度高，可比性强，本次估值将本交易案例作为可比交易案例之一。

E、科达集团股份有限公司（以下简称“科达股份”）收购北京派瑞威行广告有限公司（以下简称“派瑞威行”）100%股权

a、派瑞威行业务结构分析

派瑞威行主要从事电商客户的互联网广告投放代理业务，利用自有的数据平台系统对媒体及客户投放数据进行收集分析，为客户实现广告的精准投放；同时，还为客户提供策略制定、创意策划、媒介购买、广告效果监测及优化等服务。



派瑞威行致力于整合运用多种互联网媒体和投放平台的互动营销服务。在互联网广告投放技术、效果监测、数据处理及动态优化、网页监测及网络访问行为分析、目标受众精细分类、智能匹配广告等方面有着丰富的开发经验和技術成果。为了给客户带来高效的广告投放服务，派瑞威行设计研发了“ π 智能广告系统”，以技术手段进行数据的采集、分析和应用，帮助客户寻找广告信息传播的网络目标受众群，以适当的媒介及广告位置组合，为广告的精准投放提供数据支持，并随时记录、监控传播效果和实施进一步的优化。“ π 智能广告系统”整合了优质的数据资源，实现了与主流互联网广告交易平台的对接，整合了海量用户数据，形成精准用户数据库。



利用海量数据支持和优化，派瑞威行为客户提供精准高效的广告代理投放业务。目前，派瑞威行主要通过第三方 RTB 系统平台合作，利用数据分析结果，为代理客户进行实时竞价，实现广告的精准投放。媒体方面，公司已与腾讯广点通平台、腾讯腾果平台、新浪扶翼平台、搜狗皓月平台展开深度合作，掌握了大量的优质媒体资源。客户方面，派瑞威行主要服务于电商客户，通过多年的开拓发展，已和国内主流电商网站建立合作关系。服务于唯品会、1 号店、当当网、苏宁易购和易迅网等国内知名大型电商。

派瑞威行在与第三方 RTB 系统平台合作的基础上，仍在不断发展、努力创新，现已完成了自有平台“精准聚合平台”的开发。通过利用“精准聚合平台”，派瑞威行将与第三方 RTB 系统平台对接，实现统一管理和投放，使今后的广告代理投放业务更加精准、高效。

b、派瑞威行的运营模式

派瑞威行主要从事电商客户的互联网广告投放代理业务，利用自有的数据平台系统对媒体及客户投放数据进行收集分析，为客户实现广告的精准投放，同时，还为客户提供策略制定、创意策划、媒介采购、广告效果监测及优化等服务。基于目前国内数字营销行业的发展业态、客户消费习惯，为客户提供的各项服务内容难以分割，难以单独计价。按照行业惯例，派瑞威行以收取广告投放服务费的方式获得收入。

派瑞威行与被估值企业的经营业务相似度高，可比性强，本次估值将本交易

案例作为可比交易案例之一。

F、北京久其软件股份有限公司（以下简称“久其软件”）收购北京亿起联科技有限公司（以下简称“亿起联科技”）100%股权

a、亿起联科技业务结构分析

亿起联科技的主营业务为移动互联网广告服务业务，主要为客户在移动互联网领域提供精准、高效的整合营销推广服务。

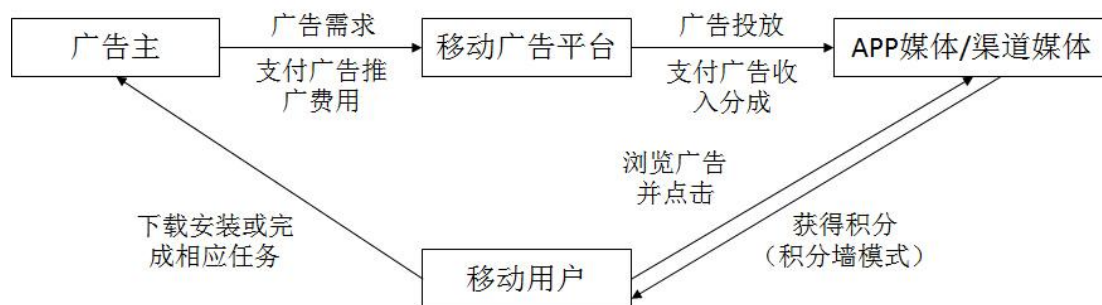
亿起联科技提供的移动广告主要有积分墙类和展示类两大类型，具体划分为积分墙广告、插屏广告和全屏广告共 3 种移动广告产品。

b、亿起联科技运营模式

亿起联科技作为移动广告平台运营商，其经营模式主要是整合移动媒体资源为移动应用广告主在移动 APP 内投放各类广告。按照对接 APP 媒体方式的不同，亿起联科技移动广告业务可划分为媒体业务和渠道业务。

媒体业务是指亿起联科技与 APP 媒体建立合作关系后，将其 SDK 嵌入到 APP 媒体中，使得该 APP 媒体能够显示亿起联科技的积分墙页面或展示广告页面。在承接广告主（通常为其他 APP）的广告投放需求后，通过积分墙或展示的方式向用户进行广告推广。当用户点击广告、安装应用或完成广告要求的任务操作后，广告主与亿起联科技进行结算，并按照约定的 CPA 或 CPC 单价向亿起联科技支付广告推广费用。同时，亿起联科技向 APP 媒体支付广告收入分成，实现移动广告平台价值的收益。

渠道业务是指亿起联科技将承接的广告以某一价格投放到渠道媒体，并由渠道媒体继续实现广告的分发。亿起联科技向广告主取得广告收入的同时，向渠道媒体支付广告推广费用，实现渠道价值的收益。



目前，亿起联科技以媒体业务为主，媒体业务占亿起联科技移动广告业务的比例约为 70%。

亿起联科技与被估值企业的经营业务相似度高，可比性强，本次估值将本交易案例作为可比交易案例之一。

G、大连天神娱乐股份有限公司（以下简称“天神娱乐”）收购 Avazu Inc.（以下简称“Avazu”）100%股权

a、Avazu 主营业务分析

Avazu 专注于互联网广告的精准化、程序化投放，通过其自有的互联网广告平台为广告主提供覆盖全球主要互联网媒体资源的广告投放服务，Avazu 的互联网广告平台包括广告网络平台和 DSP 平台（Demand Side Platform，需求方平台）。

Avazu 的广告网络平台在广告主提出广告投放需求后，一方面整合和对接互联网媒体资源，另一方面将相关投放效果数据反馈给广告主，并进行优化，帮助广告主实现更高效、精准、便捷的规模化广告投放。

Avazu 的 DSP 平台服务于广告主，是集媒体资源购买、投放策略制定、投放实施优化到出具分析报告等功能为一体的一站式、自助化广告需求方平台，在接入的 Ad Exchange（广告交易平台）中运用 RTB（Real Time Bidding，实时竞价）技术，在极短的时间内通过对目标受众竞价的方式获得该次广告展示，实现对目标类型受众的广告精准投放。

Avazu 的具体服务内容包括广告策略制定、广告投放、广告效果监测及优化等。Avazu 主要通过数据挖掘和分析，帮助客户寻找广告信息传播的目标受

众群，通过其所拥有的程序化广告平台，将客户的广告高效、精准的投放给各类媒体，在互联网媒体相关广告位进行展示，并跟踪记录、监控传播效果和实施进一步的优化。

Avazu 创立之初即专注于互联网广告的精准投放，在移动互联网行业快速发展的大背景下，Avazu 迅速向移动互联网广告领域拓展，并相应建立了适合移动互联网广告精准投放的程序化广告平台。目前 Avazu 营业收入主要来源于移动互联网广告业务，截至 2014 年 10 月 31 日，Avazu 互联网广告平台推广的广告数超过 4,000 个，其中移动端广告数占比超过 70%；单月最高广告点击数近 10 亿次，其中移动端单月最高广告点击数超过 8 亿次；单月最高广告转化数超过 2,200 万个，其中移动端单月最高广告转化数超过 2,000 万个。

Avazu 在海外地区拥有大量客户及覆盖海外 130 多个国家和地区的媒体资源。同时，随着近年来国内互联网和移动互联网企业向海外推广的内在需求不断增长，Avazu 发展了以百度（香港）、畅游为代表的国内优质互联网客户，这不仅提升了 Avazu 的营收规模，也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，Avazu 已经成为优秀的国际化平台型互联网广告企业之一。

b、Avazu 运营模式

Avazu 主要通过其互联网广告平台开展业务，主要是按照广告投放的效果或展示曝光次数向广告主收取广告费，并向媒体资源方支付广告投放费用或流量费用，Avazu 主要通过提供数据分析和效果优化服务提高投放效果及服务水平并获得客户的认可，同时也实现了互联网媒体的库存消化和价值提升。

Avazu 与客户主要根据广告投放的效果进行结算，此外对于少数客户根据展示曝光次数与广告主进行结算，结算方式主要是 CPA（Cost Per Action）和 CPM（Cost Per Mille）。

CPA 是指按照新增下载、安装或用户注册数等进行结算，即用户通过 Avazu 推广的广告，下载、安装或进行注册后，按照经广告主确认的有效下载、安装或注册量为基准，向广告主收取推广服务费；

CPM 是指按照每千次广告展示曝光进行结算，即通过将广告主的广告向互联网用户进行展示，按照经广告主确认的广告展示次数为基准，向广告主收取推广服务费。

Avazu 与被估值企业的经营业务相似度高，可比性强，本次估值将本交易案例作为可比交易案例之一。

H、北京梅泰诺通信技术股份有限公司（以下简称“梅泰诺”）收购日月同行信息技术(北京)有限公司（以下简称“日月同行”）100%股权

a、日月同行主营业务分析

日月同行主要从事互联网营销服务。互联网营销是指营销服务机构基于互联网媒介渠道，利用数字化的信息和网络媒体的交互性为客户提供营销服务的市场营销方式。

b、日月同行运营模式

日月同行以互联网软件营销和流量增值服务为主要业务和主要流量变现方式，构建了适合自身发展的“流量获取——流量经营——流量变现”互联网生态系统。

在现阶段，日月同行的流量变现方式主要为互联网营销服务，利润主要来源于营销服务产生的利润。日月同行通过全媒体包断、广告位置包断、与媒体渠道深度合作等方式，构建专业的互联网营销联营平台，建设自身的流量入口，获取流量资源；依托丰富的营销经验、专业技术，对流量资源进行整合、分类、优化，提供专业、高效的资源运营服务，经营流量资源；通过营销互联网软件产品、提供流量增值服务、投放互联网广告等方式，实现流量变现。

该种模式下，日月同行价值主要体现在通过构建互联网联营平台，依托资源整合能力、营销平台运营能力和客户获取能力，为需求方与供给方搭建桥梁，平衡、匹配、优化不同的流量需求方及供给方之间的价值诉求，实现广告主推广效果要求和媒体渠道流量变现要求。

日月同行与被估值企业的经营业务相似度高，可比性强，本次估值将本交易

案例作为可比交易案例之一。

综上所述，可比交易案例收购的标的企业均为互联网广告公司，且运营模式均为多种形式并存，因此在业务结构和经营模式方面，这 8 个交易案例均具有可比性。

通过公开信息查询，收集到这 8 个股权交易案例基本情况如下：

序号	股票代码	收购方	收购对象	基准日	交割日	备注
1	600986	科达集团股份有限公司	北京百孚思广告有限公司 100% 股权	2014/12/31		证监会2015年7月31日批准，尚未完成交割
2	600986	科达集团股份有限公司	上海同立广告传播有限公司 100%股权	2014/12/31		证监会2015年7月31日批准，尚未完成交割
3	600986	科达集团股份有限公司	广州市华邑众为品牌策划有限公司100%股权	2014/12/31		证监会2015年7月31日批准，尚未完成交割
4	600986	科达集团股份有限公司	广东雨林木风计算机科技有限公司100%股权	2014/12/31		证监会2015年7月31日批准，尚未完成交割
5	600986	科达集团股份有限公司	北京派瑞威行广告有限公司 100%股权	2014/12/31		证监会2015年7月31日批准，尚未完成交割
6	002279	北京久其软件股份有限公司	北京亿起联科技有限公司 100% 股权	2014/7/31	2015/1	
7	002354	大连天神娱乐股份有限公司	Avazu Inc. 100%股权	2014/10/31		证监会2015年8月12日批准，尚未完成交割
8	300038	北京梅泰诺通信技术股份有限公司	日月同行信息技术(北京)有限公司 100%股权	2015/3/31		证监会2015年8月13日批准，尚未完成交割

(2) 选择并计算各可比公司的价值比率

价值比率是指资产价值与其财务指标或其他特定非财务类型指标之间的一个“比率倍数”。由于市场法是要通过分析可比公司股权或全投资资本市场价值与各种指标之间的价值比率来确定被估值企业的价值比率，然后根据委估企业的参数来估算其股权或全投资资本的价值。因此，价值比率是市场法对比分析的基础。

①价值比率的选取

价值比率可以是盈利类的指标、收入指标、资产类指标或其他特别非财务类型的指标，针对不同类型的指标可以衍生出不同类型的价值比率，如盈利类指标

衍生出盈利基础价值比率；资产类指标衍生出资产基础价值比率等。

价值比率通常分成三大类，包括：

盈利价值比率=企业整体价值或股权价值/盈利类参数

收入价值比率=企业整体价值/销售收入

资产价值比率=企业整体价值或股权价值/资产类参数

考虑到此次估值的标的为业务迅速扩张的初创期互联网公司，还处于亏损经营状态，无法采用与企业收益相关的盈利价值比率作为本次市场法估值的价值比率。但是标的企业销售收入在飞速增长，可以用市销率进行估值。

考虑到此次估值的目的是股权收购，且估值标的属于轻资产企业，由于企业固定资产较少，其价值体现在未来收益，因此基于账面价值的资产价值比率的参考意义不大，故剔除与企业资产直接相关资产价值指标。

因此，本次估值选择与企业营业收入相关的收入价值比率（营业收入指标）作为本次市场法估值的价值比率。

②价值比率的计算

根据本次估值确定的收入价值比率，选择市销率作为具体的价值比率。

市销率（P/S）=经营性股权价值/销售收入（营业收入）

PSG 比率 = PS 比率 / 销售收入增长率 × 100

A、经营性股权价值确定

根据对可比交易案例成交价格和估值结果的分析，成交价格基本与估值结果相近，考虑到交易案例的交易价格更能体现市场对该类互联网广告公司的认可程度，故选择交易案例的交易价格作为本次估值交易案例股东全部权益价值的取值依据较为合理。

单位：万元

序号	被收购方	交易涉及股权比例	成交日	交易价格

1	百孚思	100%	证监会 2015 年 7 月 31 日批准，尚未完成交割	60,750.00
2	上海同立	100%	证监会 2015 年 7 月 31 日批准，尚未完成交割	44,550.00
3	华邑众为	100%	证监会 2015 年 7 月 31 日批准，尚未完成交割	40,500.00
4	雨林木风	100%	证监会 2015 年 7 月 31 日批准，尚未完成交割	54,000.00
5	派瑞威行	100%	证监会 2015 年 7 月 31 日批准，尚未完成交割	94,500.00
6	亿起联科技	100%	2015 年 1 月	48,000.00
7	Avazu Inc.	100%	证监会 2015 年 8 月 12 日批准，尚未完成交割	207,000.00
8	日月同行	100%	证监会 2015 年 8 月 13 日批准，尚未完成交割	56,000.00

B、可比交易标的溢余性或非经营性资产调整

由于可比交易案例的估值结果中包含部分溢余性或非经营性资产的价值，故需在此基础上，调整为经营性股权价值。

对于可比交易标的溢余性或非经营性资产的界定包括交易性金融资产、可供出售金融资产、持有至到期投资、长期应收款、投资性房地产、长期股权投资、交易性金融负债、其他与经营无关的资产或负债、闲置资产（没有或暂时没有发挥作用的多余资产）、非生产经营资产（家属楼、职工子弟学校、医院等）、溢余资产（包括闲置溢余资产）、长期投资（对外长期股权投资、债权投资）、多余现金（超过生产经营用的现金）和金融性资产、其他与主营业务无关系的资产或负债等。调整后的经营性股权价值见下表：

单位：万元

项目	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
交易价格	60,750.00	44,550.00	40,500.00	54,000.00	94,500.00	48,000.00	207,000.00	56,000.00
非经营性格资产、负债及溢余资产净额	-	439.69	3,201.99	8,128.88	99.91	7.89	2,349.47	1,687.00
经营性资产价值	60,750.00	44,110.31	37,298.01	45,871.12	94,400.09	47,992.11	204,650.53	54,313.00

C、可比交易标的销售收入（营业收入）的确定

根据可比交易案例公开披露的公告信息，确定可比交易标的公司第一年的预计销售收入（营业收入）见下表：

单位：万元

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
第一年预计营业收入	46,728.00	27,549.00	18,364.15	23,775.46	107,365.97	19,102.16	49,828.23	10,572.92

D、价值比率的计算

市销率（P/S）=经营性股权价值/销售收入（营业收入）

PSG 比率 = PS 比率 / 销售收入（营业收入）增长率

可比交易案例预计销售收入（营业收入）增长率情况详见下表：

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
第一年预计营业收入	46,728.00	27,549.00	18,364.15	23,775.46	107,365.97	19,102.16	30,916.22	10,572.92
第二年预计营业收入	54,888.00	31,681.84	22,036.98	34,036.43	130,993.40	27,146.23	49,828.23	13,609.81
第三年预计营业收入	64,323.14	36,434.12	26,444.38	43,192.93	156,422.71	38,553.07	68,696.20	17,427.61
第四年预计营业收入	73,021.16	41,899.23	29,353.66	48,000.53	182,336.40	50,483.53	93,090.05	19,080.55
第五年预计营业收入	80,345.99	48,184.12	32,582.12	50,528.55	205,547.71	60,142.63	110,047.06	19,813.20
第二年增长率	17.46%	15.00%	20.00%	43.16%	22.01%	42.11%	61.17%	28.72%
第三年增长率	17.19%	15.00%	20.00%	26.90%	19.41%	42.02%	37.87%	28.05%
第四年增长率	13.52%	15.00%	11.00%	11.13%	16.57%	30.95%	35.51%	9.48%
第五年增长率	10.03%	15.00%	11.00%	5.27%	12.73%	19.13%	18.22%	3.84%
平均增长率	14.55%	15.00%	15.50%	21.61%	17.68%	33.55%	38.19%	17.52%

可比交易案例 PS 、PSG 情况详见下表：

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
经营性股权价值（万元）	60,750.00	44,110.31	37,298.01	45,871.12	94,400.09	47,992.11	204,650.53	54,313.00
可比交易标的的首年预计营业收入（万元）	46,728.00	27,549.00	18,364.15	23,775.46	107,365.97	19,102.16	30,916.22	10,572.92
PS	1.30	1.60	2.03	1.93	0.88	2.51	6.62	5.14
PSG	8.93	10.67	13.10	8.93	4.97	7.49	17.33	29.31

（3）调整、修正各可比公司的价值比率

①可比公司营运状况修正

A、营运状况修正系数选择依据

根据互联网广告公司的特点，并结合市场对该类广告公司的评定标准，本次估值制定一套应用于互联网广告公司的评分标准，具体如下：

公司背景	公司品牌
	客户优势
	产品整合研发能力
运营数据	净利润率

B、评分过程

在确定评价体系的2个方面及具体4个指标之后，估值人员根据交易标的公司的实际经营情况与被估值企业进行比较，最终确定了各项比较指标的分数，并根据该分数确定修正比率。

a、公司背景

根据可比交易标的和目标公司的公司品牌、客户优势和产品整合研发能力三个方面进行评价。

(a) 公司品牌

多盟在移动互联网广告市场的市场份额和收入排名靠前，且取得了多个奖项，因此在行业中的品牌号召力较强。故该部分评分高于可比交易标的。

(b) 客户优势

经过多年的积累，多盟迅速获得了汽车，快消，IT，金融等大客户的认可，成为宝马、奔驰、Intel ,YUM等一线品牌客户移动营销的合作伙伴，同时多盟APP下载等服务方面也遥遥领先于全行业，是移动APP推广，如手游等厂商重要的合作伙伴。此外，多盟拥有丰富的媒体资源库，做到精细化运营，达到分众营销，多维度细分媒体资源，以4万个优质APP为载体的营销更具针对性。多盟的明星媒体库包括：PM2.5、墨迹天气、今日头条、百度贴吧、滴滴打车、美图秀秀、火柴人联盟、会说话的汤姆猫等。此外，多盟已经与facebook达成意向协议，成为facebook的一级代理商。故该部分评分也高于可比交易标的。

(c) 产品整合研发能力

多盟拥有以业内移动广告运营资深专家及高级工程师为核心的研发队伍，对广告平台系统拥有独特的技术优势，团队在移动互联网行业有多年的积累，拥有丰富的广告资源。多盟代理广告主的移动推广预算通过技术平台和优化工具等较低成本的媒体支出获取更好的推广效果，从而获得多盟的商业利益和价值。随着行业发展，多盟继续扩大自身的优势，不断的升级技术平台，已经从原来的广告网络ADN模式转变为移动DSP+ADN模式，流量来源更加广泛，多盟的技术优势得到更大的发挥。

故该部分评分也高于可比交易标的。

b、运营数据修正

根据互联网广告公司的营运模式,采用净利润率水平对可比交易标的运营数据进行修正。

根据可比交易案例公开披露的公告信息,结合可比交易标的未来5年的平均净利润率情况分别与估值标的进行比较修正。

综上所述,营运状况修正系数见下表:

影响因素	项目	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
公司背景	公司品牌	2.50	2.50	2.50	2.50	1.50	2.50	1.50	2.50
	客户优势	2.00	2.00	2.00	2.00	1.50	2.00	1.50	2.00
	产品整合研发能力	2.00	2.00	2.00	2.00	1.50	2.00	1.50	2.00
公司背景系数		2.17	2.17	2.17	2.17	1.50	2.17	1.50	2.17
运营数据	净利润率	0.31	0.24	0.19	0.22	0.47	0.18	0.12	0.08
运营数据系数		0.31	0.24	0.19	0.22	0.47	0.18	0.12	0.08
营运状况综合调整系数		0.67	0.52	0.41	0.48	0.71	0.38	0.18	0.17

③其他因素修正

A、宏观因素和行业因素修正

由于可比交易标的及目标公司属于相同行业,其经营的业务相近,所处的宏观经济条件、行业状况的变化基本一致,企业的竞争能力和技术水平已反映在各种价值比率之中。

B、交易方式和交易条件修正

由于所选案例均为发行股份购买资产,故在交易方式上基本不存在差异。因此本次估值未考虑交易方式和交易条件因素调整。

C、交易日期修正

本次估值选取的可比交易案例估值基准日均在2014年—2015年,实际交割时间均发生在2015年,与本次估值的估值基准日和实施时间有所差异。交易日期修正如下:

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
评估基准日	2014/12/31	2014/12/31	2014/12/31	2014/12/31	2014/12/31	2014/7/31	2014/10/31	2015/3/31
股票代码	600986	600986	600986	600986	600986	002279	002354	300038
评估基准日上证指数	3,234.68	3,234.68	3,234.68	3,234.68	3,234.68	2,201.56	2,420.18	3,747.90
评估基准日深成指数	11,014.63	11,014.63	11,014.63	11,014.63	11,014.63	7,956.91	8,225.61	13,160.67
评估基准日创业板指数	1,471.76	1,471.76	1,471.76	1,471.76	1,471.76	1,344.54	1,513.27	2,335.17
评估基准日2015年7月31日上证指数	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73
评估基准日2015年7月31日深成指数	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25
评估基准日2015年7月31日创业板指数	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84
交易日期调整系数	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13	1.56	1.50	1.09

(4) 确定被估值企业价值比率

本次选取的价值比率是8个可比交易案例的市销率（PSG），分别通过营运状况及其他因素对可比交易标的的PSG进行了修正。

计算各交易案例修正后的价值比率加权平均值作为被估值企业的价值比率。

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
PSG	8.93	10.67	13.10	8.93	4.97	7.49	17.33	29.31
营运状况综合调整系数	0.67	0.52	0.41	0.48	0.71	0.38	0.18	0.17
交易日期调整系数（评估基准日）	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13	1.56	1.50	1.09
综合调整系数	0.69	0.55	0.45	0.51	0.73	0.44	0.25	0.21
比准PSG	6.19	5.89	5.84	4.56	3.64	3.31	4.32	6.29
目标公司PSG	5.00							

(5) 非经营性资产负债以及溢余资产分析

溢余资产可以理解为企业持续运营中并不必需的资产，如多余现金、有价证券、与预测收益现金流不直接相关的其他资产。

经估值人员调查分析及与企业共同确认，被估值企业除与经营有关的各类资产外，尚存在非经营性资产、负债和溢余资产如下：

①非经营性资产

估值基准日多盟开曼子公司——多盟睿达科技（中国）有限公司其他流动资产账面价值12,000,000.00元，核算的是该公司购买的步步生金8688号理财产品，这些资产与公司未来的经营无关，最终以该项资产的估值12,183,304.11元确认为该项非经营性资产的价值。

②非经营性负债

估值基准日多盟开曼子公司——多盟睿达科技（中国）有限公司其他应付款账面核算的应付蓝色光标（上海）投资管理有限公司的收购保证金132,586,679.82元。这些负债与公司未来的经营无关，最终以该项负债的估值132,586,679.82元确认为该项非经营性负债的价值。

③溢余资产

估值基准日多盟货币资金账面价值27,767.47万元，考虑到公司日常经营所需的现金保有量约为1个月的付现成本5,521.65万元，扣除经营必需的货币资金后剩余22,245.82万元，由于在收益法测算过程中未对这部分资产进行考虑，故将该项资产作为溢余资产进行考虑。以估值基准日该项资产的估值22,245.82万元确认为这部分溢余资产的价值。

除上述非经营性资产、负债及溢余资产外，企业账面不存在其他的非经营性资产、负债及溢余资产。

（6）估值结论计算

根据股权价值估值公式：

被估值企业市场价值 $P = P_b / S_b / B_b \times A \times S \times B + C$

$$A = D \times \text{权重} + F \times \text{权重}$$

$$D = G \times H$$

经过上述一系列的估值过程，被估值企业股权价值最终估值结果如下：

单位：万元

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
经营性股权价值	60,750.00	44,110.31	37,298.01	45,871.12	94,400.09	47,992.11	204,650.53	54,313.00
可比交易标的预期首年营业收入	46,728.00	27,549.00	18,364.15	23,775.46	107,365.97	19,102.16	30,916.22	10,572.92
PSG	8.93	10.67	13.10	8.93	4.97	7.49	17.33	29.31
营运状况综合调整系数	0.67	0.52	0.41	0.48	0.71	0.38	0.18	0.17
交易日期调整系数（评估基准日）	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13	1.56	1.50	1.09
综合调整系数	0.69	0.55	0.45	0.51	0.73	0.44	0.25	0.21
比准PSG	6.19	5.89	5.84	4.56	3.64	3.31	4.32	6.29
目标公司PSG	5.00							
目标公司预期首年营业收入	98,213.31							
目标公司经营性股权价值	181,850.90							
溢余性调整	10,205.48							
目标公司股权价值	192,056.38							

（7）市场法估值结论

估值基准日2015年7月31日，多盟的股东全部权益的估值价值为192,056.38万元，比账面净资产21,682.78万元估值增值170,373.60万元，增值率为785.76%。

（五）收益法估值情况

1、收益法的应用前提及选择的理由和依据

（1）收益法的定义和原理

收益法是指通过估算被估值企业未来的预期收益并折算成现值(估值基准日的现在价值量)，以确定被估值企业价值的一种方法。用收益法进行企业整体资产估值时，主要涉及到三个基本要素，即被估值资产的预期收益、折现率或资本化率以及被估值资产取得预期收益的持续时间。

收益法的基本理论公式可表述为：

资产的估值价值＝该资产预期各年收益折成现值之和

（2）收益法的应用前提

本次估值是将多盟开曼和多盟智胜（以下将两公司简称“多盟”）置于一个完整、现实的经营过程和市场环境中，对其股东权益价值的估值。估值基础是对企业未来收益的预测和折现率的取值，因此被估值资产必须具备以下前提条件：

①被估值资产是能够而且必须用货币衡量其未来收益的单项资产或整体资产。

②资产经营与收益之间存有比较稳定的比例关系,并且未来收益和产权所有者所承担的未来经营风险也必须能用货币加以衡量。

③被估值资产预期获利年限可以预测。

(3) 收益法选择的理由和依据

多盟是具有独立获利能力的企业,资产与经营收益之间存在稳定的比例关系,未来收益可以预测并能量化,与获得收益相对应的风险也能预测并量化,因此从企业自身状况来看具备应用收益法的条件。

2、估值计算及分析过程

(1) 收益模型的选取

本次估值以企业审计后的单户报表为基础,采用现金流折现的方法计算企业价值。首先运用企业折现现金流量模型计算企业整体收益折现值,加上非经营性资产及溢余资产的价值,减去有息负债和非经营性债务,得出被估值企业股东权益价值。

具体计算公式为:

$$P = P' + A' - D' - D$$

$$P' = \sum_{i=0.42}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_n}{r} \times \frac{1}{(1+r)^n}$$

式中:

P —被估值企业股东全部权益估值

P' —企业整体收益折现值

D —被估值企业有息负债

A' —非经营性资产及溢余资产

D' —非经营性负债

R_i —未来第 i 个收益期的预期收益额(企业自由现金流)

i : 收益年期, $i=0.42、1.42、2.42、\dots、n$

r : 折现率

(2) 预测期及收益期的确定

估值时在对企业收入成本结构、资本结构、资本性支出、投资收益和风险水平等综合分析的基础上,结合宏观政策、行业周期及其他影响企业进入稳定期的因素合理确定预测期,假设收益年限为无限期。多盟从成立至今一直致力于移动互联网广告业务的开拓,虽然尚未开始盈利,但其在移动互联网广告领域的领军优势已经建立。从多盟的历史年度业务及规模的发展来看,多盟正从初创期的快速发展阶段向稳定增长阶段转变,加之所处的移动互联网广告行业也处于快速发展期,多盟的业务收入将会有有一个较长的增长期。预测时将预测期分二个阶段,第一阶段为 2015 年 8 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日;第二阶段为 2026 年 1 月 1 日直至永续。其中,假设 2026 年及以后的预期收益额按照 2025 年的收益水平保持稳定不变。

(3) 未来收益的确定

基于估值对象的业务特点和运营模式,估值人员通过预测企业的未来收入、成本、期间费用、所得税等变量确定企业未来的净利润,并根据企业未来的发展计划、资产购置计划和资金管理计划,预测相应的资本性支出、营运资金变动情况后,最终确定企业自由现金流。

本次估值的预测数据由多盟提供,估值人员对其提供的预测进行了独立、客观分析。分析工作包括充分理解编制预测的依据及其说明,分析预测的支持证据、预测的基本假设、预测选用的会计政策以及预测数据的计算方法等。

①营业收入的预测

多盟成立于 2010 年,是一家专注于移动互联网平台开发及网络技术服务,并为广告主提供精准、高效的广告投放服务的公司。公司的营业收入均为主营业务收入(非代理业务收入和代理业务收入,其中非代理业务收入包括:ADNetwork

广告收入（可细分为积分墙广告收入、展示广告收入）、DSP 广告收入及 PMD 广告收入）；代理业务收入包括：广点通代理业务收入和知名 APP 代理业务收入）。历史年度的营业收入情况如下：

2013-2015 年 7 月多盟营业收入统计表

单位：人民币万元

序号	项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
	营业收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
一	主营业务收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
1	非代理业务	23,842.85	44,345.21	16,122.62
(1)	积分墙	11,539.24	25,527.42	5,686.40
(2)	展示广告（插屏、开屏等）	11,907.07	18,755.22	10,436.23
(3)	DSP	354.63	62.57	-
(4)	PMD（基于 facebook 平台的首选开发项目）	41.91	-	-
2	代理业务	12,481.66	10,822.43	475.17
(1)	广点通	6,684.17	2,886.69	-
(2)	知名 APP	5,797.48	7,935.74	475.17

估值人员在分析多盟历史年度营业收入的变化趋势和经营状况的基础上，通过与企业经营管理人员访谈了解企业未来的经营战略，核查企业经营预测数据的合理性及准确性。

多盟未来的广告业务仍然分为非代理业务和代理业务（其中非代理业务包括积分墙、展示类广告、PMD 广告及 DSP 广告；代理业务包括广点通及知名 APP 广告）。

A、积分墙广告

积分墙能够通过低成本代价冲榜，带来榜位的变化，获取更多自然用户。自然用户都是优质用户，这已成为积分墙广告的核心竞争力。尽管积分墙带来的直接用户不多，但通过榜位的变化带来的间接用户却远远超过直接用户的数量，因此，积分墙广告也成为多盟重要的广告形式之一，2013、2014 及 2015 年 1-7 月份，积分墙广告收入分别占多盟总收入的 34%、46%和 32%。2014 年，多盟在积分墙广告方面投入比重较大，占据较大的市场份额，也为多盟赢得了良好的口

碑。2014 年下半年至 2015 年 3 月，由于苹果公司整顿 APP，严打利用积分墙刷榜的行为，导致企业 IOS 积分墙广告的收入受到一定影响。多盟通过加大 Android 积分墙广告的开发，并依据企业自己研发的“首席体验师”公众号进行积分墙广告推广，取得了良好的推广效果，弥补 IOS 积分墙下降的收入。未来年度预计积分墙业务会有小幅度增幅，但随着移动互联网广告未来的表现形式的多样性及企业战略的调整，未来年度积分墙广告业务在公司业务中所占比重会有所下降。

B、展示类广告

2011 年底，多盟首先在行业内推出了插屏广告、开屏广告等新的广告形式。多盟在手机游戏 APP 中投放的插屏广告，主要吸引了来自快消、汽车等领域的品牌广告主。

插屏广告为多盟赢得了众多汽车品牌的广告主，目前多盟拥有的汽车品牌广告主包括沃尔沃、奔驰、路虎、宝马等。精准的投放效果是传统电视广告和 PC 广告无法达到的，手机用户可以通过点击广告进入，填写自己的资料预约试驾，包括姓名、性别、电话号码以及购车意向等重要信息，这些信息对广告主而言非常宝贵，同时能够监测广告效果。

而开屏广告的开创则为他们赢得了风靡全球的“水果忍者”在中国的独家合作广告平台。合作过程中，多盟创造性地推出了开屏广告形式，游戏结束后弹出布满屏幕的广告，不可点击，但很快会跳转到游戏页面；另有互动广告，通过图标提示，用户点击弹出满屏广告。

多盟于 2013 年底推出了国内首创 SDK（4.0 版本）信息流视频广告。多盟发布的 SDK4.0 信息流视频广告，将支持信息流类 APP 的变现解决方案。多盟的方案是结合技术创新和中国市场的产物，用户在刷新内容时，在 APP 顶部展示“品牌广告内容”。这种广告形式在调研中深受广告主的喜爱，也将对用户浏览内容的打扰降到最低，为众多品牌企业找到更合身的解决方案。随着用户上网环境的改善，视频广告更易被用户吸纳。

多盟凭借自身的技术优势及众多的媒体资源，在开屏广告、插屏广告及信息流广告等广告形式中取得了较好的广告效果，为多盟积累的众多的广告主，成为

多盟较为稳定的收入来源。2013、2014 及 2015 年 1-7 月份，展示类广告收入分别占多盟总收入的 63%、34%和 33%。未来年度展示类广告依然是企业的重要而收入来源之一。

C、移动 DSP 广告

2014 年，是移动互联网井喷的一年，各大 DSP 服务商已经纷纷开发移动互联网接入端口，实质性地进入移动互联网实时竞价领域。2014 年将成为移动互联网广告、数字广告快速变化的一年，而 RTB（实时竞价）技术的诞生，对移动广告而言，更是一个机遇。

移动 DSP 优势主要体现于三点：数据反馈速度快、营销成本低和移动视频新机遇。未来两大类广告主会更加青睐于 RTB 投入：第一类是手游、电商类的广告主，这类广告主以游戏下载、用户下单等效果类需求为主；第二类是品牌类广告主，他们对移动广告的需求更倾向于解决覆盖用户和传递信息的问题，移动 DSP 广告的出现让这些品牌有了更多延展性。

多盟的移动 DSP 产品与 PC 端相比在流量采集方面范围更广，而多盟在广告网络阶段积累的数据和方法照搬至 DSP 平台中仍行之有效，比如打标签和用户行为记录，而多盟也将从数据积累方面建立竞争门槛。多盟在广告网络方面经过数年积累，已建立基于海量数据的差异化优势，而在 DSP 方面，则定位于包括实时竞价、合作、资源锁定、外部采购在内的“泛 DSP”概念。“DSP+广告网络”已成为多盟广告平台未来的战略方向，多盟将在移动 DSP 方面加大投入，以技术优势与各家 DSP 平台展开竞争。

D、PMD 广告

PMD（Preferred Marketing Developers）即首选市场开发项目，Facebook 对 PMD 项目做出策略调整后，新的 PMD 项目要求广告主和其代理机构在 Facebook 上付费购买广告媒体。多盟于 2015 年开始开展 PMD 广告，目前在多盟收入中的占比相对较小。多盟已经取得 facebook 认证的 PMD 资质，能够按照广告主的要求在 PMD 平台上提供定制化的广告投放，提高广告投放的精准度。但由于目前广告主对于 PMD 平台的投预算持有谨慎态度，短时间内不会有大批的广告主

将其他广告业务的预算转入 PMD 项目，因此，预测时出于谨慎考虑该项业务在多盟的收入占比相对较低。

E、广点通广告代理业务

多盟于 2014 年底开始与广点通合作，为满足广告主需求，在 QQ 空间、QQ 客户端、手机 QQ 空间、手机 QQ、微信、QQ 音乐客户端、腾讯新闻客户端等诸多平台投放广告，进行产品推广。由于该代理业务毛利率较低，所以未来年度多盟对广点通广告代理业务仅准备保持现有收入水平，不准备有更多的营销投入。

F、知名 APP 广告代理业务

企业按照客户指定的投放渠道、排期和预算，在知名 APP 上投放广告，达到相应的广告推广效果。

结合上述分析，通过预测未来各年度广告业务的业务规模，确定未来各年度的营业收入，具体预测数据见下表：

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	营业收入	61,888.80	142,342.06	201,556.59	270,833.22	344,168.69	419,233.98	482,844.69	540,368.01	586,697.08	622,652.84	653,641.98	653,641.98
一	主营业务收入	61,888.80	142,342.06	201,556.59	270,833.22	344,168.69	419,233.98	482,844.69	540,368.01	586,697.08	622,652.84	653,641.98	653,641.98
1	非代理业务	46,320.97	110,622.29	166,166.52	232,139.87	301,676.59	373,829.51	434,236.59	488,940.74	532,225.09	566,125.67	594,956.86	594,956.86
(1)	积分墙	17,676.26	32,372.06	34,620.12	37,389.73	39,259.22	41,222.18	41,646.18	43,312.03	44,611.39	44,165.27	44,606.93	44,606.93
(2)	展示广告	16,232.55	40,149.81	52,008.34	67,610.84	84,513.55	101,416.26	116,210.68	127,831.75	138,058.28	145,815.37	151,647.99	151,647.99
(3)	DSP	12,286.45	37,865.75	79,234.08	126,774.52	177,484.33	230,729.62	275,883.16	317,265.64	348,992.20	375,555.78	398,089.13	398,089.13
(4)	PMD	125.71	234.67	303.98	364.78	419.49	461.44	496.57	531.33	563.21	589.25	612.82	612.82
2	代理业务	15,567.84	31,719.77	35,390.07	38,693.35	42,492.10	45,404.47	48,608.10	51,427.27	54,472.00	56,527.17	58,685.12	58,685.12
(1)	广点通	6,684.16	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32
(2)	知名APP	8,883.68	18,351.45	22,021.75	25,325.03	29,123.78	32,036.15	35,239.78	38,058.95	41,103.68	43,158.85	45,316.80	45,316.80
			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二	其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

从上表中可以看出，2015 年 8 至 12 月多盟营业收入预测值为 6.19 亿元，超过 2015 年 1 至 7 月的 3.63 亿元，收入增幅较大，主要由以下几方面因素决定：

a、目前多盟的所处行业正处于高速增长期，根据分析报告称，2014 年中国程序化广告市场规模为 52.3 亿元，增长率为 141.0%，预计到 2016 年，中国程序化购买市场规模将达到 187.6 亿元；多盟在广告网络方面经过数年积累，已建立

基于海量数据的差异化优势，而在 DSP 方面，则定位于包括实时竞价、合作、资源锁定、外部采购在内的“泛 DSP”概念。“DSP+广告网络”已成为多盟广告平台未来的战略方向。多盟将在移动 DSP 方面加大投入，以技术优势与各家 DSP 平台展开竞争。

b、很多广告主在整体投放策略上会随着时间推移逐步激进，特别是预算仍有冗余且面临竞争压力行业（譬如汽车、IT）；从行业规律上看，广告行业也是呈现随季节变化逐步递增趋势，第一季度往往是广告行业的淡季，第三季度和第四季度往往是预算倾斜较为明显的时段。

c、多盟从 2014 年年末和 2015 年年初陆续开展安卓积分墙和首席体验师的业务尝试。历经市场调研、产品设计、内部测试、外部磨合、全面发力不同阶段，上述业务在 2015 年下半年进入上升通道，业务水平快速增长，且上述增长会在可预见期间值得信任可以依赖。

d、多盟经过 2014 年 10 月开始试水业内知名企业广告代理业务，随着此项业务初步打开局面，加上整体行业各大知名企业重点产品陆续尝试使用代理模式对流量变现进行管理，公司从 2015 年上半年增加了腾讯、陌陌两家代理业务，下半年陆续增加了今日头条、优酷、百度、UC 等多家公司代理业务。

另外经了解，多盟 2015 年 8-10 月未经审计累计实现营业收入 2.36 亿元，较 2015 年 1-7 月的收入情况已经有了较明显的增长。其中 8-10 月收入额分别为 5,028 万元、7,329 万元和 11,263 万元，增长趋势也较为明显，与收入预测的趋势也相符。

②营业成本的预测

多盟营业成本中核算的是主营业务成本，均为媒体的采购成本。历史年度的营业成本情况如下：

2013-2015 年 7 月多盟营业成本统计表

单位：万元

序号	项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年

序号	项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
	营业成本	31,175.15	45,456.90	13,365.97
一	主营业务成本	31,175.15	45,456.90	13,365.97
1	非代理	19,306.34	35,218.89	12,914.41
2	代理	11,868.81	10,238.02	451.56

2013-2015 年 7 月多盟毛利率统计表

序号	项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
	综合毛利率	14.18%	17.60%	19.47%
一	主营业务毛利率	14.18%	17.60%	19.47%
1	非代理广告业务毛利率	19.03%	20.58%	19.90%
2	代理广告业务毛利率	4.91%	5.40%	4.97%

A、非代理广告业务

公司 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月非代理业务的毛利分别为 19.90%、20.58%和 19.03%。出于谨慎考虑，预测年度毛利率结合最近一期（2015 年 1-7 月）非代理业务毛利率，并考虑由于市场竞争等可能导致毛利率下降的因素，预测期预计企业的非代理业务的毛利率逐年缓慢下降。

B、代理广告业务

相对于非代理业务而言，由于代理广告通过赚取返点差的方式盈利，因此毛利率较低。多盟 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月代理业务的毛利率分别为 4.97%、5.40%和 4.91%。预测时结合估值基准日代理业务的毛利率水平，并考虑由于市场竞争等可能导致毛利率下降的因素，预测期预计企业的代理业务的毛利率逐年缓慢下降。

通过上述对多盟各业务版块的分析，未来各年度营业成本预测结果见下表：

多盟营业成本预测表

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	营业成本	52,281.52	119,704.57	168,214.37	224,850.01	284,872.12	346,202.38	398,314.72	445,461.46	483,580.74	513,162.67	538,741.90	538,741.90
一	主营业务成本	52,281.52	119,704.57	168,214.37	224,850.01	284,872.12	346,202.38	398,314.72	445,461.46	483,580.74	513,162.67	538,741.90	538,741.90
1	非代理	37,506.09	89,592.99	134,611.50	188,102.94	244,508.88	303,063.59	352,122.45	396,579.84	431,794.21	459,410.98	482,926.48	482,926.48
2	代理	14,775.43	30,111.58	33,602.87	36,747.07	40,363.24	43,138.79	46,192.27	48,881.62	51,786.53	53,751.69	55,815.42	55,815.42
二	其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

收益法逐年预测毛利率情况如下表：

项目	总毛利率	非代理广告业务毛利率	代理广告业务毛利率
2013 年	19.47%	19.90%	4.97%
2014 年	17.60%	20.58%	5.40%
2015 年 1-7 月	14.18%	19.03%	4.91%
2015 年 8-12 月	15.52%	19.03%	5.09%
2015 年	15.03%	19.03%	5.09%
2016 年	15.90%	19.01%	5.07%
2017 年	16.54%	18.99%	5.05%
2018 年	16.98%	18.97%	5.03%
2019 年	17.23%	18.95%	5.01%
2020 年	17.42%	18.93%	4.99%
2021 年	17.51%	18.91%	4.97%
2022 年	17.56%	18.89%	4.95%
2023 年	17.58%	18.87%	4.93%
2024 年	17.58%	18.85%	4.91%
2025 年	17.58%	18.83%	4.89%
2026 年	17.58%	18.83%	4.89%

③营业税金及附加的预测

多盟未来业务将会主要放在境内子公司，该公司适用的营业税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加和文化事业建设费。

税种	税率
增值税	6%
城建税	7%
教育税附加	3%
地方教育费附加	2%
河道维护管理费	1%
文化事业建设费	3%

以预测年度的营业收入为基础结合历史年度的税负水平确定未来年度的营

业税金及附加。

2013-2015 年 7 月多盟营业税金及附加税负比例统计表

序号	项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
1	主营业务收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
2	营业税金及附加	278.85	403.29	252.05
3	占营业收入的比重	0.77%	0.73%	1.52%

未来年度营业税金及附加见下表：

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
1	营业税金及附加	464.17	1,067.57	1,511.67	2,031.25	2,581.27	3,144.25	3,621.34	4,052.76	4,400.23	4,669.90	4,902.31	4,902.31

④销售费用的预测

销售费用主要为销售人员职工薪酬、差旅费、业务招待费、市场推广费用、房屋租金以及其他费用。估值人员对各类费用分别预测如下：

销售人员职工薪酬包括人员工资和根据人员工资计提的社保、公积金等。人员工资是公司营运过程中产生的销售部门人员的工资奖金，估值人员根据历史的人员工资水平，结合公司的人事发展策略通过预测未来年度的销售业务人员人数和人均月工资确定预测期的人员工资。同时，估值人员在分析历史年度各项费用的计提比例和实际耗用情况后，以预测的销售业务人员工资为基础，预测未来年度的附加人工费（社保及公积金）。

公司运营过程中产生的与营业收入存在较大相关性的费用结合未来营业收入的增长情况进行考虑。

对于其他销售费用，估值人员根据各项费用在历史年度中的支付水平，以企业发展规模和收入增长情况为基础，参考企业历史年度的费用发生额确定合理的增长比率预测未来年度中的相应费用。

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	销售费用合计	4,741.60	10,901.82	13,081.00	15,632.00	18,374.16	21,560.99	24,250.21	26,648.04	28,711.04	30,393.19	31,591.80	31,591.80
1	工资	3,423.74	7,668.02	9,278.38	11,243.27	13,380.52	15,915.25	18,047.88	19,932.82	21,532.94	22,855.63	23,772.97	23,772.97
2	福利	11.23	25.84	31.23	37.90	45.85	55.50	65.88	76.11	87.03	98.80	110.98	110.98
3	社会保险费	479.32	1,073.52	1,298.97	1,574.06	1,873.27	2,228.14	2,526.70	2,790.60	3,014.61	3,199.79	3,328.22	3,328.22
4	住房公积金	171.19	383.40	463.92	562.16	669.03	795.76	902.39	996.64	1,076.65	1,142.78	1,188.65	1,188.65
5	市内交通费	40.00	92.40	106.26	116.89	126.24	133.81	140.50	147.53	154.90	159.55	164.34	164.34
6	差旅费	72.98	210.20	241.73	265.90	287.17	304.40	319.62	335.60	352.38	362.95	373.84	373.84
7	通讯费	16.00	48.44	55.70	61.27	66.17	70.14	73.65	77.33	81.20	83.64	86.15	86.15
8	业务招待费	82.75	238.32	274.07	301.48	325.59	345.13	362.39	380.50	399.53	411.52	423.86	423.86
9	折旧费	7.51	12.89	14.84	11.20	13.44	13.45	13.45	13.45	13.45	13.45	13.45	13.45
10	市场推广费用	250.00	676.11	777.53	855.28	923.71	979.13	1,028.09	1,079.49	1,133.47	1,167.47	1,202.49	1,202.49
11	宽带费	37.98	103.57	119.11	131.02	141.50	149.99	157.49	165.37	173.64	178.85	184.21	184.21
12	办公费	21.77	62.69	72.10	79.31	85.65	90.79	95.33	100.10	105.10	108.25	111.50	111.50
13	邮寄费	0.59	1.71	1.97	2.16	2.34	2.48	2.60	2.73	2.87	2.95	3.04	3.04
14	服务费	5.70	16.40	18.86	20.75	22.41	23.75	24.94	26.19	27.50	28.32	29.17	29.17
15	房屋租金	74.14	178.42	196.26	215.88	233.15	247.14	259.50	272.48	286.10	294.68	303.52	303.52
16	装修费	1.00	6.57	7.56	8.31	8.98	9.51	9.99	10.49	11.01	11.34	11.68	11.68
17	水电费	1.90	5.48	6.31	6.94	7.49	7.94	8.34	8.76	9.19	9.47	9.75	9.75
18	物业管理费	6.74	17.80	19.58	21.54	23.26	24.66	25.89	27.18	28.54	29.40	30.28	30.28
19	网络费	0.40	0.72	0.82	0.91	0.98	1.04	1.09	1.14	1.20	1.24	1.28	1.28
20	翻译费	0.91	2.63	3.03	3.33	3.60	3.81	4.00	4.20	4.41	4.55	4.68	4.68
21	职工教育经费	35.74	76.68	92.78	112.43	133.81	159.15	180.48	199.33	215.33	228.56	237.73	237.73

⑤管理费用的预测

管理费用中的工资是管理部门人员的工资奖金，估值人员根据历史的人员工资水平，结合公司的人事发展策略通过预测未来年度的管理人员人数和人均月工资确定预测期的人员工资。

社保费和公积金为根据人员工资计提的各类社保和公积金。估值人员在分析历史年度各项保险费用的计提比例和实际支付情况后，以预测的人员工资为基础，预测未来年度的保险费。

对折旧费，遵循了企业执行的一贯会计政策，按照预测年度的实际固定资产规模，采用直线法计提。永续年度按年金确定资本性支出，同时确定当年的折旧费用。

其他管理费用主要是公司运营过程中产生的办公费、房屋租金、业务招待费、研发费、差旅费、税金等，我们根据其在历史年度中的支付水平，以企业发展规模和收入水平为基础，预测未来年度中的其他管理费用。管理费用预测见下表：

多盟管理费用预测表

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	管理费用合计	2,064.94	6,430.90	7,264.40	8,020.59	8,775.25	9,421.11	10,016.48	10,639.61	11,242.83	11,678.00	12,059.06	12,059.06
1	工资	237.64	511.52	589.47	677.90	763.97	859.45	956.54	1,061.20	1,143.06	1,217.94	1,263.01	1,263.01
2	福利	53.12	114.37	131.78	151.57	174.00	199.40	232.51	270.26	307.92	350.40	391.86	391.86
3	社会保险费	52.28	112.53	129.68	149.14	168.07	189.08	210.44	233.46	251.47	267.95	277.86	277.86
4	住房公积金	19.01	40.92	47.16	54.23	61.12	68.76	76.52	84.90	91.45	97.44	101.04	101.04
5	市内交通费	1.05	3.02	3.38	3.72	4.02	4.26	4.47	4.70	4.93	5.08	5.23	5.23
6	职工教育经费	38.02	85.00	95.20	104.72	113.10	119.88	125.88	132.17	138.78	142.94	147.23	147.23
7	差旅费	5.92	17.04	19.08	20.99	22.67	24.03	25.23	26.49	27.82	28.65	29.51	29.51
8	通讯费	4.76	13.71	15.35	16.89	18.24	19.33	20.30	21.31	22.38	23.05	23.74	23.74
9	业务招待费	16.05	46.23	51.78	56.96	61.51	65.20	68.46	71.89	75.48	77.75	80.08	80.08
10	劳动保护费	2.01	5.80	6.49	7.14	7.72	8.18	8.59	9.02	9.47	9.75	10.04	10.04
11	折旧费	85.40	146.65	168.83	127.40	152.93	152.97	153.06	152.97	152.89	152.84	135.03	135.03
12	摊销费用	1.13	1.69	1.42	0.47	-	-	-	-	-	-	-	-
13	审计费用	60.00	132.07	147.92	162.71	175.72	186.27	195.58	205.36	215.63	222.10	228.76	228.76
14	印刷费	2.08	6.00	6.72	7.39	7.98	8.46	8.88	9.33	9.79	10.09	10.39	10.39
15	律师费	20.22	58.22	65.21	71.73	77.47	82.11	86.22	90.53	95.06	97.91	100.85	100.85
16	税金	55.70	128.11	181.40	243.75	309.75	377.31	434.56	486.33	528.03	560.39	588.28	588.28
17	办公费	71.72	206.55	231.33	254.47	274.82	291.31	305.88	321.17	337.23	347.35	357.77	357.77
18	邮寄费	9.27	26.69	29.90	32.89	35.52	37.65	39.53	41.51	43.58	44.89	46.24	46.24
19	装修费	10.00	50.13	56.15	61.76	66.71	70.71	74.24	77.96	81.85	84.31	86.84	86.84
20	会议费	21.60	62.21	69.68	76.64	82.78	87.74	92.13	96.74	101.57	104.62	107.76	107.76
21	房屋租金	111.20	273.47	300.82	330.90	357.38	378.82	397.76	417.65	438.53	451.69	465.24	465.24
22	水电费	6.57	18.93	21.20	23.32	25.18	26.69	28.03	29.43	30.90	31.83	32.78	32.78
23	代理服务费	17.64	50.79	56.88	62.57	67.58	71.63	75.21	78.97	82.92	85.41	87.97	87.97
24	招聘费用	13.37	38.51	43.13	47.44	51.23	54.31	57.02	59.87	62.87	64.75	66.70	66.70
25	网络服务费	143.44	413.11	462.68	508.95	549.66	582.64	611.78	642.37	674.48	694.72	715.56	715.56
26	车辆行驶费	0.55	1.59	1.78	1.96	2.12	2.25	2.36	2.48	2.60	2.68	2.76	2.76
27	研发费	1,000.00	3,851.96	4,314.19	4,745.61	5,125.26	5,432.78	5,704.42	5,989.64	6,289.12	6,477.79	6,672.13	6,672.13
28	咨询服务费	1.20	2.71	3.03	3.34	3.60	3.82	4.01	4.21	4.42	4.55	4.69	4.69
29	年检费	0.80	2.12	2.38	2.62	2.83	3.00	3.15	3.30	3.47	3.57	3.68	3.68
30	服务费	3.20	9.26	10.37	11.40	12.32	13.06	13.71	14.39	15.11	15.57	16.03	16.03

⑥财务费用

财务费用中主要是银行存款所带来的利息收入、利息支出和手续费等。由于经营现金的货币时间价值已在估值价值中体现，所以不再对利息收入进行预测；利息支出与公司的借款本金和利率密切相关，故估值时以预测年度的借款金额为基础，参考估值基准日同期贷款利率水平预测未来年度的利息支出；手续费与营业收入紧密相关，故估值时以预测年度的营业收入为基础，参考历史年度的手续费支付水平预测未来年度的手续费。

未来年度财务费用预测见下：

多盟财务费用预测表

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	财务费用合计	45.05	276.99	456.69	466.01	258.63	119.98	138.19	154.65	167.91	178.20	187.07	187.07
1	利息收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	利息支出	27.34	236.25	399.00	388.50	160.13	-	-	-	-	-	-	-
3	汇兑损益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	金融机构手续费	17.71	40.74	57.69	77.51	98.50	119.98	138.19	154.65	167.91	178.20	187.07	187.07

⑦营业外收支的预测

营业外收入主要是与日常经营无关的收入；营业外支出主要是固定资产处置成本等。由于营业外收支对被估值企业收益影响较小，且具有很大不确定性，所以本次估值未对未来年度的营业外收支进行预测。

⑧所得税及税后净利润的预测

根据上述一系列的预测，可以得出被估值企业未来各年度的利润总额，在此基础上，按照被估值企业执行的所得税率，对未来各年的所得税和净利润予以估算。在对未来年度所得税进行预测时，鉴于纳税调整事项的不确定性，故未考虑纳税调整事项的影响。

综合上述过程最终汇总得到被估值企业未来各年的预测损益表，具体如下表：

多盟损益预测表（模拟合并口径）

单位：万元

项 目	2015年8-12月	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
营业收入	61,888.80	98,213.31	142,342.06	201,556.59	270,833.22	344,168.69	419,233.98	482,844.69	540,368.01	586,697.08	622,652.84	653,641.98	653,641.98
营业成本	52,281.52	83,456.67	119,704.57	168,214.37	224,850.01	284,872.12	346,202.38	398,314.72	445,461.46	483,580.74	513,162.67	538,741.90	538,741.90
营业税金及附加	464.17	743.02	1,067.57	1,511.67	2,031.25	2,581.27	3,144.25	3,621.34	4,052.76	4,400.23	4,669.90	4,902.31	4,902.31
销售费用	4,741.60	8,526.21	10,901.82	13,081.00	15,632.00	18,374.16	21,560.99	24,250.21	26,648.04	28,711.04	30,393.19	31,591.80	31,591.80
管理费用	2,064.94	7,926.98	6,430.90	7,264.40	8,020.59	8,775.25	9,421.11	10,016.48	10,639.61	11,242.83	11,678.00	12,059.06	12,059.06
财务费用	45.06	-130.26	276.99	456.69	466.01	258.63	119.98	138.19	154.65	167.91	178.20	187.07	187.07
资产减值损失	-	206.05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业利润	2,291.51	-2,515.36	3,960.21	11,028.46	19,833.36	29,307.26	38,785.27	46,503.75	53,411.49	58,594.33	62,570.88	66,159.84	66,159.84
营业外收入	-	106.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业外支出	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
利润总额	2,291.51	-2,408.69	3,960.21	11,028.46	19,833.36	29,307.26	38,785.27	46,503.75	53,411.49	58,594.33	62,570.88	66,159.84	66,159.84
所得税费用	-	466.91	523.14	2,757.12	4,958.34	7,326.82	9,696.32	11,625.94	13,352.87	14,648.58	15,642.72	16,539.96	16,539.96
净利润	2,291.51	-2,875.60	3,437.07	8,271.34	14,875.02	21,980.44	29,088.95	34,877.81	40,058.62	43,945.75	46,928.16	49,619.88	49,619.88

⑨资本性支出预测

为保证企业正常的经营，在未来年度内企业将会进行固定资产的购置更新投入，预测中根据企业的资产更新计划，考虑各类固定资产的折旧年限，对各年度的资产增加和处置进行了预测以确定相应的资本性支出。

⑩营运资金追加预测

为保证业务的持续发展，在未来期间，企业需追加营业资金，影响营运资金的因素主要包括经营现金、经营性应收项目和经营性应付项目的增减，其中经营性应收项目包括应收票据、应收账款、预付账款和其他应收款等；经营性应付项目包括应付账款、预收账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款等；对于各类款项对营运资金变化的影响具体考虑如下：

在考虑经营性应收项目未来规模时，由于应收票据和应收账款与企业的收入紧密相关，且存在一定的比例关系，故根据预测的营业收入，参考历史年度应收款项占营业收入的比例，确定未来年度的应收票据和应收款项数额。对于与企业营业收入非紧密相关的其他应收款，假设未来年度保持现有规模持续滚动。对预付账款，由于其与营业成本紧密相关，且存在一定的比例关系，故估值人员根据预测的营业成本，参考历史年度其占营业成本的比例，确定未来年度的预付账款数额。

在考虑经营性应付项目未来规模时，由于其中的预收账款与营业收入紧密相关，且存在一定的比例关系，故根据预测的营业收入，参考历史年度预收款项占营业收入的比例，确定未来年度的预收账款数额。对应付账款，由于其与营业成本紧密相关，且存在一定的比例关系，故估值人员根据预测的营业成本，参考历史年度其占营业成本的比例，确定未来年度的应付账款数额。对于应付职工薪酬，根据预测的人工费用总额，参考历史年度应付职工薪酬占人工费用总额的比例，确定未来年度的应付职工薪酬。对于应交税费，根据预测的各项税费，参考历史年度应交税费占营业收入的比例，确定未来年度的应交税费。对于与企业营业成本非紧密相关的其他应付款，假设未来年度保持现有规模持续滚动。

经过上述分析，未来各年度营运资金增加额估算见下表：

单位：万元

项目	2015年1-7月	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
经营现金	5,521.65	8,392.98	11,561.85	16,091.53	21,318.14	26,835.02	32,498.08	37,316.56	41,678.44	45,215.28	47,963.06	50,322.81	50,322.81
应收账款余额	22,429.60	42,887.91	62,158.10	88,015.98	118,267.78	150,292.00	183,071.61	210,849.21	235,968.56	256,199.60	271,900.80	285,433.18	285,433.18
存货余额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他经营性应收余额	4,013.48	4,073.39	4,916.79	6,045.51	7,363.34	8,759.94	10,187.00	11,399.55	12,496.56	13,383.50	14,071.79	14,666.93	14,666.93
经营性应收项目的增减		23,389.55	23,282.46	31,516.28	36,796.24	38,937.70	39,869.73	33,808.63	30,578.24	24,654.82	19,137.27	16,487.27	-
应付账款余额	14,874.58	31,257.18	44,833.17	63,001.64	84,213.49	106,693.68	129,663.81	149,181.54	166,839.50	181,116.38	192,195.76	201,775.99	201,775.99
其他经营性应付余额	17,833.11	20,092.19	22,452.67	25,225.45	28,509.44	32,012.15	35,782.29	38,984.32	41,870.70	44,240.58	46,135.10	47,645.12	47,645.12
经营性应付项目的增减		18,641.68	15,936.47	20,941.25	24,495.84	25,982.90	26,740.27	22,719.76	20,544.34	16,646.76	12,973.90	11,090.25	-
营运资金增加额		4,747.87	7,345.99	10,575.03	12,300.40	12,954.80	13,129.46	11,088.87	10,033.90	8,008.06	6,163.37	5,397.02	-

⑪折旧与摊销的预测

在对折旧费用、摊销费用进行预测时，遵循了企业执行的一贯会计政策计提，采用直线法计提。在永续年以估值基准日各类实物资产的估值原值作为未来年度资产更新的现值，并进行了年金化处理，在永续年间每年投入相同的资金进行资产更新，同时以该更新数值作为当年的资产折旧。

(4) 折现率的确定

折现率是将未来有期限的预期收益折算成现值的比率，是一种特定条件下的收益率，说明资产取得该项收益的收益率水平。本次估值选取的收益额口径为企业自由现金流量，相对应的折现率口径应为加权平均投资回报率，在实际确定折现率时，估值人员采用了通常所用的 WACC 模型确定折现率数值：

①加权平均投资成本模型

与企业自由现金流量的收益额口径相对应，采用加权平均投资成本(WACC)作为折现率，具体计算公式如下：

$$WACC = K_e \times E / (E + D) + K_d \times D / (E + D)$$

K_e ：股权资本成本

K_d ：税后债务成本

E ：股权资本的市场价值

D: 有息债务的市场价值

K_e 是采用资本资产定价模型(CAPM)计算确定, 即: $K_e = R_f + \beta \times (R_m - R_f)$

R_f : 无风险报酬率

$R_m - R_f$: 市场风险溢价

β : 被估值企业的风险系数

②计算过程

A、无风险报酬率

无风险收益率 R_f , 参照当前已发行的中长期国债收益率的平均值, 确定无风险收益率 R_f , 即 $R_f = 3.6\%$ 。

B、市场风险溢价

市场风险溢价(Equity Risk Premiums, ERP)反映的是投资者因投资于风险相对较高的资本市场而相对于风险较低的债券市场所要求的风险补偿。由于中国作为新兴市场, 股市发展历史较短, 而且大盘波动较剧烈, 在一段时期内, 国债收益率甚至持续高于股票收益率, 市场数据往往难以客观反映市场风险溢价。与直接采用中国股市的数据相比, 采用参照成熟市场的方法确定市场风险溢价更为合适。因此, 估值时采用业界常用的风险溢价调整方法, 对成熟市场的风险溢价进行适当调整来确定我国市场风险溢价。

在此, 我们选用美国著名金融学家 Aswath Damodaran 的调整方法来衡量中国这样一个新兴市场的市场风险溢价水平, 基本公式为:

$ERP = \text{成熟股票市场的股票风险溢价} + \text{国家风险溢价}$

根据美联储公布的相关 1928 年至 2014 年资本市场数据, 市场投资者普遍要求的股权风险溢价平均水平为 6.25%。按照 2014 年穆迪投资者服务公司评级显示, 中国政府债券评级为 Aa3, 并维持正面展望, 转换成国家违约风险利差为 0.6%, 同时以全球平均的股票市场相对于债券的收益率标准差的平均值 1.5 来计算, 我国的国家风险溢价为 $0.6\% \times 1.5 = 0.9\%$ 。则,

我国市场风险溢价 $ERP=6.25\%+0.9\%=7.15\%$ 。

C、 β 系数

通过巨灵财经资讯查询出中国证券市场与移动互联网广告行业相关的顺网科技、腾信股份和东方财富 3 家企业 52 周已调整的剔除财务杠杆后的 β 系数(β_U)，以这 3 家企业的 β_U 的平均值作为被估值企业的 β_U ，进而根据企业自身资本结构计算出被估值企业的 β_L 。

D、个别调整系数 R_c 的确定

鉴于多盟与上市公司的资产结构、资产规模及业务类型存在一定差异，加之多盟的产权并不能上市流通，且移动互联网广告行业竞争激烈经营风险较大，由于考虑到上述个性化差异，因此确定个别调整系数 R_c 为 3%。

E、计算结果

$$WACC=K_e \times E/(E+D)+K_d \times D/(E+D)$$

项目	2015 年 8 月~2015 年 12 月	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年~ ∞
所得税税率	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25%
β 无财务杠杆	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675
β' 有财务杠杆	0.8760	0.8871	0.8908	0.8820	0.8675	0.8675
无风险报酬率(R_f)	3.60%	3.60%	3.60%	3.60%	3.60%	3.60%
风险溢价(R_m-R_f)	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%
个别调整系数(R_c)	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
$K_e=R_f+\beta' \times (R_m-R_f)+R_c$	12.86%	12.94%	12.97%	12.91%	12.80%	12.80%
K_d	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%
W_e	98.71%	97.08%	96.55%	97.82%	100.00%	100.00%
W_d	1.29%	2.92%	3.45%	2.18%	0.00%	0.00%
$WACC=W_e \times K_e+W_d \times K_d$	12.74%	12.68%	12.66%	12.71%	12.80%	12.80%

(5) 企业整体收益折现值测算过程及结果

企业自由现金流=税后净利润+折旧与摊销+利息支出 $\times(1-\text{所得税率})$ -资本性支出-营运资金追加额

根据上述一系列的预测及估算，估值人员在确定企业自由现金流和折现率后，根据 DCF 模型测算企业整体收益折现价值，具体详见下表：

单位：万元

项目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
营业收入	61,888.80	142,342.06	201,556.59	270,833.22	344,168.69	419,233.98	482,844.69	540,368.01	586,697.08	622,652.84	653,641.98	653,641.98
其中：主营业务收入	61,888.80	142,342.06	201,556.59	270,833.22	344,168.69	419,233.98	482,844.69	540,368.01	586,697.08	622,652.84	653,641.98	653,641.98
其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业成本	52,281.52	119,704.57	168,214.37	224,850.01	284,872.12	346,202.38	398,314.72	445,461.46	483,580.74	513,162.67	538,741.90	538,741.90
其中：主营业务成本	52,281.52	119,704.57	168,214.37	224,850.01	284,872.12	346,202.38	398,314.72	445,461.46	483,580.74	513,162.67	538,741.90	538,741.90
其他业务成本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业税金及附加	464.17	1,067.57	1,511.67	2,031.25	2,581.27	3,144.25	3,621.34	4,052.76	4,400.23	4,669.90	4,902.31	4,902.31
销售费用	4,741.60	10,901.82	13,081.00	15,632.00	18,374.16	21,560.99	24,250.21	26,648.04	28,711.04	30,393.19	31,591.80	31,591.80
管理费用	2,064.94	6,430.90	7,264.40	8,020.59	8,775.25	9,421.11	10,016.48	10,639.61	11,242.83	11,678.00	12,059.06	12,059.06
财务费用	45.05	276.99	456.69	466.01	258.63	119.98	138.19	154.65	167.91	178.20	187.07	187.07
资产减值损失	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业利润	2,291.52	3,960.21	11,028.46	19,833.36	29,307.26	38,785.27	46,503.75	53,411.49	58,594.33	62,570.88	66,159.84	66,159.84
营业外收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业外支出	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
利润总额	2,291.52	3,960.21	11,028.46	19,833.36	29,307.26	38,785.27	46,503.75	53,411.49	58,594.33	62,570.88	66,159.84	66,159.84
所得税费用	-	523.14	2,757.12	4,958.34	7,326.82	9,696.32	11,625.94	13,352.87	14,648.58	15,642.72	16,539.96	16,539.96
净利润	2,291.52	3,437.07	8,271.34	14,875.02	21,980.44	29,088.95	34,877.81	40,058.62	43,945.75	46,928.16	49,619.88	49,619.88
资本性支出	52.00	152.00	152.00	151.50	151.50	151.50	151.50	151.50	151.50	151.50	148.38	148.38
营运资金追加	4,747.87	7,345.99	10,575.03	12,300.40	12,954.80	13,129.46	11,088.87	10,033.90	8,008.06	6,163.37	5,397.02	-
折旧与摊销	94.97	162.85	186.95	140.47	168.05	168.10	168.20	168.10	168.01	167.96	148.38	148.38
递延所得税资产减少(增加)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
利息×(1-T)	20.51	177.19	299.25	291.38	120.10	-	-	-	-	-	-	-
FCFF	-2,392.87	-3,720.88	-1,969.49	2,854.97	9,162.29	15,976.09	23,805.64	30,041.32	35,954.20	40,781.25	44,222.86	49,619.88
折现率	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%
折现期	0.42	1.42	2.42	3.42	4.42	5.42	6.42	7.42	8.42	9.42	10.42	11.42
DCF	-2,275.35	-3,140.68	-1,475.95	1,896.23	5,380.19	8,316.78	10,986.40	12,290.95	13,040.88	13,113.20	12,606.25	110,505.76
折现值合计	181,244.66											

(6) 非经营性资产负债以及溢余资产分析

溢余资产可以理解为企业持续运营中并不必需的资产，如多余现金、有价证券、与预测收益现金流不直接相关的其他资产。

经估值人员调查分析及与企业共同确认，被估值企业除与经营有关的各类资产外，尚存在非经营性资产、负债和溢余资产如下：

①非经营性资产

估值基准日多盟开曼子公司——多盟睿达科技（中国）有限公司其他流动资产账面价值 12,000,000.00 元，核算的是该公司购买的步步生金 8688 号理财产品，这些资产与公司未来的经营无关，最终以该项资产的估值 12,183,304.11 元确认为该项非经营性资产的价值。

②非经营性负债

估值基准日多盟开曼子公司——多盟睿达科技（中国）有限公司其他应付款账面核算的应付蓝色光标（上海）投资管理有限公司的收购保证金 132,586,679.82 元。这些负债与公司未来的经营无关，最终以该项负债的估值 132,586,679.82 元确认为该项非经营性负债的价值。

③溢余资产

估值基准日多盟货币资金账面价值 27,767.47 万元，考虑到公司日常经营所需的现金保有量约为 1 个月的付现成本 5,521.65 万元，扣除经营必需的货币资金后剩余 22,245.82 万元，由于在收益法测算过程中未对这部分资产进行考虑，故将该项资产作为溢余资产进行考虑。以估值基准日该项资产的估值 22,245.82 万元确认为这部分溢余资产的价值。

除上述非经营性资产、负债及溢余资产外，企业账面不存在其他的非经营性资产、负债及溢余资产。

3、收益法估值结果

股东全部权益价值估值=企业整体收益折现值－非经营性负债+非经营性资产+溢余资产－有息债务

$$\begin{aligned} &= 181,244.66 - 13,258.67 + 1,218.33 + 22,245.82 - 0.00 \\ &= 191,450.14 \text{（万元）} \end{aligned}$$

最终多盟的股东全部权益的估值价值为 191,450.14 万元，较股东权益账面值 21,682.78 万元增值 169,767.36 万元，增值率 782.96%。

（六）估值基准日至重组报告书签署日的重要变化事项及其对估值结果的影响；

期后事项是指估值基准日之后出具估值报告之前发生的重大事项。估值报告无重大期后事项。

（七）特别事项说明

1、本次估值是在多盟开曼和多盟智胜模拟合并基础上进行的。

2、2015 年 8 月 11 日，齐玉杰、王鹏云、边嘉耕、张鹤、多盟智胜与多盟无限签署《关于终止有关控制协议的终止协议》，各方确认终止此前签署的《独家购买权合同》、《授权委托书》、《独家业务合作协议》、《股权质押合同》、《股权质押补充协议》和《借款协议》，并豁免各方所负有的违约责任，多盟开曼和多盟智胜之间 VIE 架构解除。VIE 架构解除并不影响这 2 家公司目前的经营方式，本次估值也未考虑 VIE 架构变动对估值的影响。

3、截至估值基准日，多盟设备类固定资产中有较多服务器和存储器托管于北京世纪互联宽带数据中心有限公司的专业机房内，这部分资产无法进行现场勘察核实，仅能通过询证的形式进行清查。本次估值未考虑这部分资产对估值的影响。

(1) 截至估值基准日，多盟开曼的三级子公司多盟无限托管于北京世纪互联宽带数据中心有限公司的专业机房内的服务器和存储器，账面原值为 2,698,464.54 元，账面净值为 591,116.30 元。

(2) 截至估值基准日，多盟开曼的三级子公司睿达智胜托管于北京世纪互联宽带数据中心有限公司的专业机房内的服务器及存储器账面原值为 1,115,299.11 元，账面净值为 1,036,116.66 元。

(3) 截至估值基准日，多盟智胜固定资产托管于北京世纪互联宽带数据中心有限公司和中国移动北京分公司的专业机房内的服务器账面原值为 230,900.00 元，账面净值为 11,545.00 元。

二、亿动开曼 51%股权的估值情况

(一) 估值方法和估值结果

本次交易的估值基准日为 2015 年 7 月 31 日，估值对象为亿动开曼 51%的股东权益价值。估值范围为亿动开曼在基准日的全部资产及相关负债，账面资产总额 36,635.37 万元、负债 34,993.29 万元、净资产 1,642.08 万元。

依据中通诚出具的中通咨报字[2015]31 号《估值报告》，估值机构采用市场法和收益法两种估值方法对亿动开曼进行了估值，不同估值方法对应估值结果如下：

1、市场法估值结果

亿动开曼股东全部权益的估值价值为 96,382.34 万元，较股东权益账面值 1,642.08 万元增值 94,740.26 万元，增值率为 5769.53%。

2、收益法估值结果

亿动开曼股东全部权益的估值价值为 76,512.39 万元，较股东权益账面值 1,642.08 万元增值 74,870.31 万元，增值率 4559.48%。

（二）估值结果差异分析和估值结果选取

1、估值结果差异分析

亿动开曼股东全部权益价值的两种估值结果的差异如下表所示：

单位：万元

估值方法	股东全部权益账面 面值	股东全部权益估 值	增值额	增值率
收益法	1,642.08	76,512.39	74,870.31	4559.48%
市场法		96,382.34	94,740.26	5769.53%
差异额		19,869.95		

两种方法估值结果相比，收益法结果低于市场法结果，主要是因为收益法是立足于判断资产获利能力的角度，将被估值企业预期收益资本化或折现，来估算企业价值。而市场法是通过对比可比交易案例的历史成交价格的修正来确定企业估值。

2、估值结果选取

亿动主要从事移动互联网营销业务，经营所依赖的主要资源除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还包括销售团队、管理团队、客户资源等重要的无形资源。收益法是立足于判断资产获利能力的角度，将被估值企业预期收益资本化或折现，来估值企业价值。是按“将本求利”的逆向思维来“以利索本”，能全面反映企业品牌、商誉等非账面资产的价值。

而市场法估值过程中亿动与选取的 8 家可比交易标的相比，相互之间在业务

领域、运营数据上仍存在着一定的差异，因此在对被估值单位与可比交易标的进行差异调整过程中仍存在一定主观性，从而会对市场法估值结果带来一定的影响，最终会影响到市场法的估值。

综上所述，估值人员在分析了亿动业务种类、经营范围以及收益稳定性等关键因素的基础上，认为收益法估值较市场法估值更能真实合理的反映亿动的股东权益价值。故最终采用收益法估值结果作为最终估值结论。

通过以上分析，亿动开曼在估值基准日的股东全部权益价值估值为76,512.39万元，本次交易拟收购的亿动开曼51%的股东权益价值为39,021.32万元。

3、标的资产估值增值的主要原因

在估值基准日2015年7月31日，亿动开曼股东全部权益的估值价值为76,512.39万元，较股东权益账面值1,642.08万元增值74,870.31万元，增值率4559.48%。相应的亿动开曼51%股权估值为39,021.32万元。

估值增值的原因主要为：

（1）亿动的账面资产不能全面反映其真实价值

亿动所处的互联网营销行业具有“轻资产”的特点，其固定资产投入相对较小，账面价值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还应包含企业所享受的各项产品优势、管理经验、业务网络、服务能力、人才团队、品牌优势等重要的无形资源的贡献，而企业的无形资产无法通过量化体现在公司的资产负债表中。另一方面，账面价值无法反映亿动整体获利能力的大小，同时也未考虑企业所拥有的行业竞争力、管理水平、人力资源、营销渠道、客户群等要素，其产生的协同作用在企业账面价值无法体现，但是对股东全部权益价值却具有重要影响。因此，亿动的账面价值无法准确反映其真实价值。

（2）行业经验、团队优势和优秀产品为企业价值带来溢价

亿动设立以来，通过在互联网营销行业不断的耕耘，不仅建设了优秀的研发团队，其管理层还积累了宝贵的团队管理经验。另外，亿动的创始人及核心员工

均在互联网营销行业有着深厚的积淀，特别在移动互联网营销方面，其除了较早接触移动营销项目外，还在国内外知名互联网科技企业有充分的历练。创始人及核心员工在互联网营销行业的积累是亿动不可复制的竞争优势之一。

综上所述，由于亿动存在由产品优势、管理经验、团队优势等综合因素形成的各种无法在账面体现的价值，估值里已有考虑，从而导致估值结果增值较高。

（三）本次估值假设

1、基本假设

（1）交易假设。交易假设是假定所有待估值资产已经处在交易过程中，估值人员根据待估值资产的交易条件等模拟市场进行估价。

（2）公开市场假设。公开市场假设是假定待估值资产在公开市场中进行交易，从而实现其市场价值。资产的市场价值受市场机制的制约并由市场行情决定，而不是由个别交易决定。这里的公开市场是指充分发达与完善的市场条件，是一个有自愿的买者和卖者的竞争性市场，在这个市场上，买者和卖者的地位是平等的，彼此都有获得足够市场信息的机会和时间，买卖双方的交易行为都是在自愿的、理智的，而非强制或不受限制的条件下进行的。

2、具体假设

（1）被估值企业经营所遵循的国家及地方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，无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响。

（2）针对估值基准日资产的实际状况，假设企业持续经营。

（3）假设被估值企业现有的和未来的经营管理者是尽职的，且公司管理层有能力担当其职务。能保持被估值企业正常经营态势，发展规划及生产经营计划能如期基本实现。

（4）假设被估值企业完全遵守国家所有相关的法律法规，不会出现影响公司发展和收益实现的重大违规事项。

(5) 假设被估值企业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。

(6) 假设被估值企业在现有的管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致。

(7) 假设根据国家规定，目前已执行或已确定将要执行的有关利率、汇率、税赋基准和税率以及政策性收费规定等不发生重大变化。

(8) 无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响。

根据资产估值的要求，认定这些假设条件在估值基准日时成立，当未来经济环境发生较大变化时，将不承担由于假设条件改变而推导出不同估值结论的责任。

(四) 市场法估值情况

1、市场法原理

(1) 市场法定义

企业价值估值中的市场法，是指将估值对象与可比上市公司或者可比交易案例进行比较，确定估值对象价值的估值方法。市场法中常用的两种方法是上市公司比较法和交易案例比较法。

上市公司比较法是指通过对资本市场上与被估值企业处于同一或类似行业的上市公司的经营和财务数据进行分析，计算适当的价值比率或经济指标，在与被估值企业比较分析的基础上，得出估值对象价值的方法。

交易案例比较法是指通过分析与被估值企业处于同一或类似行业的公司的买卖、收购及合并案例，获取并分析这些交易案例的数据资料，计算适当的价值比率或经济指标，在与被估值企业比较分析的基础上，得出估值对象价值的方法。

(2) 市场法使用前提

①有一个充分发展、活跃的资本市场；

②资本市场中存在足够数量的与估值对象相同或类似的可比企业、或者在本市场上存在着足够的交易案例；

③能够收集并获得可比企业或交易案例的市场信息、财务信息及其他相关资料；

④可以确信依据的信息资料具有代表性和合理性，且在估值基准日是有效的。

2、选取具体估值方法的理由

由于被估值企业与可比上市公司在业务结构、经营模式、企业规模与资产配置以及所处的经营阶段、成长性与经营风险等方面差异较大，故本次估值不选择上市公司比较法。

近期类似移动互联网广告公司股权收购的交易案例较多，交易标的与被估值企业一样均处于业务发展初期，主营业务均为移动互联网广告，未来增长预期相似，交易完成后均实现了控制权的转移。结合本次资产估值的对象、估值目的和估值人员所收集的资料，本次选择交易案例比较进行估值。

3、基本步骤说明

交易案例比较法是指通过分析与被估值企业处于同一或类似行业的公司的买卖、收购及合并案例，获取并分析这些交易案例的数据资料，计算适当的价值比率或经济指标，在与被估值企业比较分析的基础上，得出估值对象价值的方法。

被估值企业市场价值 $P = P_b / S_b / B_b \times A \times S \times B + C$

$$A = D \times \text{权重} + F \times \text{权重}$$

$$D = G \times H$$

其中：P—经营性股权价值

P_b —可比交易标的的经营性股权价值；

S_b —可比交易标的首年销售收入（营业收入）

B_b —可比交易标的未来5年销售收入（营业收入）预期增长率

A—综合调整系数

S—被估值企业首年销售收入（营业收入）

B—未来5年销售收入（营业收入）预期增长率

C—溢余性资产及负债净额

D—营运状况综合调整系数

F—交易日期调整系数

G—公司背景系数；

H—运营数据系数；

采用交易案例比较法进行整体估值基本步骤如下：

- （1）搜集可比交易案例；
- （2）收集并分析、调整可比公司相关情况及财务数据；
- （3）选择并计算各可比公司的价值比率或经济指标；
- （4）调整、修正各可比公司的价值比率或经济指标；
- （5）从各个可比公司价值比率中协调出一个价值比率作为被估值企业的价值比率；
- （6）估算被估值企业相关参数，计算各价值比率下对应的估值结果，并选择一个最为合理的估值结果作为初步估值结论；
- （7）考虑是否需要应用折价/溢价调整；
- （8）加回非经营性资产、溢余资产净值，得到最终估值结论。

4、市场法估值过程

（1）选择可比交易案例

由于亿动从事业务与多盟类似，同属移动互联网广告，因此亿动市场法估值选择可比案例与多盟选择的可比案例相同，具体内容参见本节“二、多盟 95% 股权的估值情况”之“（四）市场法估值情况”之“4、市场法估值过程”相关内容。

（2）选择并计算各可比公司的价值比率

由于亿动市场法估值选择可比案例与多盟选择的可比案例相同，因此可比公司的价值比例也相同，具体内容参见本节“二、多盟 95%股权的估值情况”之“（四）市场法估值情况”之“4、市场法估值过程”相关内容。

（3）调整、修正各可比公司的价值比率

①可比公司营运状况修正

A、营运状况修正系数选择依据

根据互联网广告公司的特点，并结合市场对该类广告公司的评定标准，本次估值制定一套应用于互联网广告公司的评分标准，具体如下：

公司背景	公司品牌
	客户优势
	产品整合研发能力
运营数据	净利润率

B、评分过程

在确定评价体系的2个方面及具体4个指标之后，估值人员根据交易标的公司的实际经营情况与被估值企业进行比较，最终确定了各项比较指标的分数，并根据该分数确定修正比率。

a、公司背景

根据可比交易标的和目标公司的公司品牌、客户优势和产品整合研发能力三个方面进行评价。

（a）公司品牌

亿动2015年开始在移动互联网广告市场的市场份额增长较快，公司品牌也在逐步提升。故可比交易标的和标的公司在公司品牌方面评分基本相同。

（b）客户优势

亿动已经陆续展开与多家Hero App合作，包括酷狗，暴风影音，外滩画报，

VIVA, 妈妈帮和蜻蜓FM等。此外亿动和代理商的trading desk达成战略合作关系, 整合第三方的Hero App资源、发挥平台优势。

亿动主要收入来源之一为海外推广广告业务, 公司海外主要合作伙伴有:



公司提供海外服务的主要客户:



可比交易标的和标的公司虽然目标市场不尽相同, 但在客户方面均有良好和稳定的客户, 故该部分评分基本相同。

(c) 产品整合研发能力

亿动开曼旗下亿动智道(PerforMad)的技术和运营团队有超过4年的App海外推广经验, 海外投放项目超过200个, 海外合作伙伴超过200家。曾经帮助过1000多个App“出海”, 月投放预算金额超过1000万美金。

可比交易标的和标的公司在研发方面均能根据各自公司的运营特点研发相应的广告平台, 故该部分评分基本相同。

b、运营数据修正

根据互联网广告公司的营运模式, 采用净利润率水平对可比交易标的运营数据进行修正。

根据可比交易案例公开披露的公告信息, 结合可比交易标的未来5年的平均净利润率情况分别与估值标的进行比较修正。

综上所述, 营运状况修正系数见下表:

影响因素	项目	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
公司背景	公司品牌	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	客户优势	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	产品整合研发能力	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
公司背景系数		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
运营数据	净利润率	0.25	0.19	0.15	0.18	0.38	0.14	0.10	0.06
运营数据系数		0.25	0.19	0.15	0.18	0.38	0.14	0.10	0.06
营运状况综合调整系数		0.25	0.19	0.15	0.18	0.38	0.14	0.10	0.06

②其他因素修正

A、宏观因素和行业因素修正

由于可比交易标的及目标公司属于相同行业，其经营的业务相近，所处的宏观经济条件、行业状况的变化基本一致，企业的竞争能力和技术水平已反映在各种价值比率之中。

B、交易方式和交易条件修正

由于所选案例均为发行股份购买资产，故在交易方式上基本不存在差异。因此本次估值未考虑交易方式和交易条件因素调整。

C、交易日期修正

本次估值选取的可比交易案例估值基准日均在2014年—2015年，实际交割时间均发生在2015年，与本次估值的估值基准日和实施时间有所差异。交易日期修正如下：

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
评估基准日	2014/12/31	2014/12/31	2014/12/31	2014/12/31	2014/12/31	2014/7/31	2014/10/31	2015/3/31
股票代码	600986	600986	600986	600986	600986	002279	002354	300038
评估基准日上证指数	3,234.68	3,234.68	3,234.68	3,234.68	3,234.68	2,201.56	2,420.18	3,747.90
评估基准日深成指数	11,014.63	11,014.63	11,014.63	11,014.63	11,014.63	7,956.91	8,225.61	13,160.67
评估基准日创业板指数	1,471.76	1,471.76	1,471.76	1,471.76	1,471.76	1,344.54	1,513.27	2,335.17
评估基准日2015年7月31日上证指数	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73	3,663.73
评估基准日2015年7月31日深成指数	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25	12,374.25
评估基准日2015年7月31日创业板指数	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84	2,539.84
交易日期调整系数	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13	1.56	1.50	1.09

(4) 确定被估值企业价值比率

本次选取的价值比率是8个可比交易案例的市销率（PSG），分别通过营运状况及其他因素对可比交易标的的PSG进行了修正。

计算各交易案例修正后的价值比率加权平均值作为被估值企业的价值比率。

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
PSG	8.93	10.67	13.10	8.93	4.97	7.49	17.33	29.31
营运状况综合调整系数	0.25	0.19	0.15	0.18	0.38	0.14	0.10	0.06
交易日期调整系数（评估基准日）	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13	1.56	1.50	1.09
综合调整系数	0.29	0.24	0.20	0.22	0.42	0.21	0.17	0.11
比准PSG	2.61	2.56	2.63	2.01	2.08	1.59	2.92	3.33
目标公司PSG	2.47							

（5）非经营性资产负债以及溢余资产分析

溢余资产可以理解为企业持续运营中并不必需的资产，如多余现金、有价证券、与预测收益现金流不直接相关的其他资产。

经估值人员调查分析及与企业共同确认，被估值企业除与经营有关的各类资产外，尚存在非经营性资产、负债和溢余资产如下：

①非经营性资产

估值基准日亿动开曼长期股权投资账面价值 7,304,927.70 元，核算的是公司对印度亿动的投资，虽然公司拥有印度亿动 50%的股权，但由于该公司在境外，主要经营印度境内的移动互联网广告业务，且亿动开曼并不能对该子公司实施控制。因此本次估值对未来年度的盈利预测不包含该家子公司的经营数据。由于无法实现对该公司的整体估值，最终以该长期股权投资的账面价值 7,304,927.70 元确认为该项非经营性资产的价值。

②非经营性负债

估值基准日亿动开曼无非经营性负债的价值。

③溢余资产

估值基准日亿动开曼货币资金账面价值 1,294.43 万元，考虑到公司日常经营所需的现金保有量约为 1 个月的付现成本，大于货币资金账面价值，故亿动开曼

无溢余资产。

除上述非经营性资产、负债及溢余资产外，企业账面不存在其他的非经营性资产、负债及溢余资产。

(6) 估值结论计算

根据股权价值估值公式：

被估值企业市场价值 $P = P_b / S_b / B_b \times A \times S \times B + C$

$A = D \times \text{权重} + F \times \text{权重}$

$D = G \times H$

经过上述一系列的估值过程，被估值企业股权价值最终估值结果如下：

市场法估值结果计算表

单位：万元

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行
经营性股权价值	60,750.00	44,110.31	37,298.01	45,871.12	94,400.09	47,992.11	204,650.53	54,313.00
可比交易标的预期首年营业收入	46,728.00	27,549.00	18,364.15	23,775.46	107,365.97	19,102.16	30,916.22	10,572.92
PSG	8.93	10.67	13.10	8.93	4.97	7.49	17.33	29.31
营运状况综合调整系数	0.25	0.19	0.15	0.18	0.38	0.14	0.10	0.06
交易日期调整系数（评估基准日）	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13	1.56	1.50	1.09
综合调整系数	0.29	0.24	0.20	0.22	0.42	0.21	0.17	0.11
比准PSG	2.61	2.56	2.63	2.01	2.08	1.59	2.92	3.33
目标公司PSG	2.47							
目标公司预期首年营业收入	95,061.54							
目标公司经营性股权价值	95,651.85							
溢余性调整	730.49							
有息负债	3,570.01							
目标公司股权价值	96,382.34							

(7) 市场法估值结论

估值基准日2015年7月31日，亿动开曼的股东全部权益的估值价值为96,382.34万元，比账面净资产1,642.08万元估值增值94,740.26万元，增值率为5769.53%

（五）收益法估值情况

1、收益法的应用前提及选择的理由和依据

（1）收益法的定义和原理

收益法是指通过估算被估值企业未来的预期收益并折算成现值(估值基准日的现在价值量)，以确定被估值企业价值的一种方法。用收益法进行企业整体资产估值时，主要涉及到三个基本要素，即被估值资产的预期收益、折现率或资本化率以及被估值资产取得预期收益的持续时间。

收益法的基本理论公式可表述为：

资产的估值价值＝该资产预期各年收益折成现值之和

（2）收益法的应用前提

本次估值是将亿动置于一个完整、现实的经营过程和市场环境中，对其股东权益价值的估值。估值基础是对企业未来收益的预测和折现率的取值，因此被估值资产必须具备以下前提条件：

①被估值资产是能够而且必须用货币衡量其未来收益的单项资产或整体资产。

②资产经营与收益之间存有比较稳定的比例关系，并且未来收益和产权所有者所承担的未来经营风险也必须能用货币加以衡量。

③被估值资产预期获利年限可以预测。

（3）收益法选择的理由和依据

亿动是具有独立获利能力的企业，资产与经营收益之间存在稳定的比例关系，未来收益可以预测并能量化，与获得收益相对应的风险也能预测并量化，因此从企业自身状况来看具备应用收益法的条件。

2、估值计算及分析过程

（1）收益模型的选取

本次估值以企业审计后的单户报表为基础，采用现金流折现的方法计算企业价值。首先运用企业折现现金流量模型计算企业整体收益折现值，加上非经营性资产及溢余资产的价值，减去有息负债和非经营性债务，得出被估值企业股东权益价值。

具体计算公式为：

$$P = P' + A' - D' - D$$

$$P' = \sum_{i=0.42}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_n}{r} \times \frac{1}{(1+r)^n}$$

式中：

P —被估值企业股东全部权益估值

P' —企业整体收益折现值

D —被估值企业有息负债

A' —非经营性资产及溢余资产

D' —非经营性负债

R_i —未来第 i 个收益期的预期收益额(企业自由现金流)

i ：收益年期， $i=0.42、1.42、2.42、\dots、n$

r ：折现率

(2) 预测期及收益期的确定

估值时在对企业收入成本结构、资本结构、资本性支出、投资收益和风险水平等综合分析的基础上，结合宏观政策、行业周期及其他影响企业进入稳定期的因素合理确定预测期，假设收益年限为无限期。亿动从成立至今一直致力于移动互联网广告业务的开拓，2015 年开始盈利。从亿动的历史年度业务及规模的发展来看，亿动正从初创期的快速发展阶段向稳定增长阶段转变，加之所处的移动互联网广告行业也处于快速发展期，亿动的业务收入将会有有一个较长的增长期。预测时将预测期分二个阶段，第一阶段为 2015 年 8 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日；第二阶段为 2026 年 1 月 1 日直至永续。其中，假设 2026 年及以后的预期收

益额按照 2025 年的收益水平保持稳定不变。

(3) 未来收益的确定

基于估值对象的业务特点和运营模式，估值人员通过预测企业的未来收入、成本、期间费用、所得税等变量确定企业未来的净利润，并根据企业未来的发展计划、资产购置计划和资金管理计划，预测相应的资本性支出、营运资金变动情况后，最终确定企业自由现金流。

本次估值的预测数据由亿动提供，估值人员对其提供的预测进行了独立、客观分析。分析工作包括充分理解编制预测的依据及其说明，分析预测的支持证据、预测的基本假设、预测选用的会计政策以及预测数据的计算方法等。

①营业收入的预测

亿动成立于 2005 年 9 月，是一家领先的移动广告平台公司和移动营销服务商，一直专注于移动端广告的程序化解决方案，帮助客户优化移动营销的投入和扩大海外市场。公司的营业收入均为主营业务收入（包括境内品牌广告收入和海外推广广告收入）。历史年度的营业收入情况如下：

2013-2015 年 7 月亿动营业收入统计表

单位：万元

序号	项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
	营业收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
一	主营业务收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
1	境内品牌广告	12,779.96	10,694.00	7,250.66
2	海外推广广告	39,155.72	24,129.24	19,650.20
二	其他业务收入	-	-	-

估值人员在分析亿动历史年度营业收入的变化趋势和经营状况的基础上，通过与企业经营管理人员访谈了解企业未来的经营战略，核查企业经营预测数据的合理性及准确性。

亿动未来年度的业务主要分为境内品牌广告和海外推广业务两部分，其中境内品牌广告业务包括知名 APP 广告代理业务（HeroApp 业务）和基于公司 SmartMad 平台的广告代理业务（根据以往经营数据，HeroApp 业务约占公司境

内品牌推广业务的 80%)。

A、境内品牌广告业务

a、HeroApp 业务

HeroApp 业务通过亿动的 PremiumMad 平台来实现，PremiumMad 平台，只对接中国的超大媒体，分行业将优质媒体的流量分发，为品牌广告主提供优质媒体的广告位，品牌广告主通过自动化程序购买超级媒体的广告流量。

PremiumMad 平台产品为品牌广告主提供服务时，亿动针对品牌广告主的品牌特性和目标人群，选择移动端定位于目标受众相契合的 HeroApp 进行深度合作，并在不同的 HeroApp 中植入品牌广告主的品牌信息。

b、SmartMad 平台业务

SmartMad 平台业务通过亿动的 SmartMad 平台来实现，SmartMad 平台接入了约 20,000 个流量较小的长尾媒体，为品牌广告主提供长尾媒体流量，提供开屏、插屏、横幅、视频等广告产品。品牌广告主通过自动化程序购买长尾媒体的广告流量。

Smart 平台产品为品牌广告主提供服务时，亿动通过 In-App 网络平台，投放 banner、全屏、插屏、播放页等多种形式的广告，实现产品信息最大范围的曝光。

亿动境内品牌推广主要收入来自 HeroApp 业务收入，随着互联网广告的发展，移动广告的技术日益成熟，越来越多的品牌广告主选择移动互联网广告形式，且随着品牌广告主推广力度加大，投放广告资金量增加，公司来源于每个重点品牌广告主的收入亦将增长。

B、海外推广业务

亿动的海外推广业务主要通过 PerforMad 平台完成，PerforMad 是一个以 ROI 为优化参数的广告投放平台，根据不同国家地区的文化和人群特征，建立了差异化、多样化的分析模型，可以实时提供广告投放报表，查看跨渠道的投放效果。PerforMad 能通过规则定义和预测模型实时发现可能的虚假流量，并结合对大数

据的动态分析和机器学习，不断更新知识库和算法模型。其根据不同的虚假级甄别结果，采用不同的处理方法，其中包括（但不限于）预算分配、流量选择、虚假流量甄别、广告物料优化和定向优化等，以达到全面提升 ROI 的效果，不遗漏任何优化空间。PerforMad 对接了 70 多家渠道，特别是针对 Google、Facebook、Twitter 三大海外推广渠道，PerforMad 启动了 API 的深入对接，实现了通过一个平台完成这几大渠道的自动化广告管理。在实现与三大渠道对接的同时，PerforMad 平台还进行了二次开发，既实现了平台化的广告活动管理，又给广告主提供了自定义优化的服务。通过 PerforMad 投放的广告支持多种不同物料和不同标签的筛选，广告主可自动完成对各类人群的不同广告形式的投放。

亿动海外推广业务在 2015 年增长迅速，目前海外推广业务是公司营收的主要来源，2015 年 1-7 月此业务收入占公司总收入的 75.39%。除了现有的海外合作伙伴，公司还将继续扩展合作伙伴，积极寻求海外市场渠道。

亿动在开发自有平台的同时，积极与互联网巨头、优质媒体代理商建立战略合作关系。近期亿动和代理商 trading desk 达成战略合作关系，整合第三方的 Hero App 资源。这些外部资源的导入将为公司品牌推广业务增长提供保证。

随着网民规模的不断扩张和近年我国互联网营销的迅猛增长，广告主投放广告逐渐从传统媒体向移动互联网媒体逐渐转移，未来年度公司的业务收入将会有较长期的增长。

结合上述分析，通过预测未来各年度广告业务的业务规模，确定未来各年度的营业收入，具体预测数据见下表：

亿动营业收入预测表

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	营业收入	43,125.86	141,662.71	193,562.31	253,851.06	306,339.24	365,298.36	419,203.46	468,099.80	499,471.50	533,615.55	568,770.49	568,770.49
一	主营业务收入	43,125.86	141,662.71	193,562.31	253,851.06	306,339.24	365,298.36	419,203.46	468,099.80	499,471.50	533,615.55	568,770.49	568,770.49
1	境内品牌广告	14,667.28	43,012.14	60,511.36	78,061.80	94,491.77	112,063.57	129,899.83	147,697.05	163,707.46	182,040.97	201,911.11	201,911.11
2	海外推广广告	28,458.58	98,650.57	133,050.95	175,789.26	211,847.47	253,234.79	289,303.63	320,402.75	335,764.04	351,574.58	366,859.38	366,859.38
二	其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

②营业成本的预测

亿动营业成本核算的是主营业务成本，均为媒体采购成本。历史年度的营业成本情况如下：

2013-2015 年 7 月亿动营业成本统计表

单位：万元

序号	项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
	营业成本	48,138.22	30,754.79	24,160.88
一	主营业务成本	48,138.22	30,754.79	24,160.88
1	境内品牌广告	11,385.97	8,619.45	6,082.70
2	海外推广广告	36,752.26	22,135.35	18,078.18
二	其他业务成本	-	-	-

2013-2015 年 7 月亿动毛利率统计表

单位：万元

序号	项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
	总毛利率	7.31%	11.68%	10.19%
一	主营业务毛利率	7.31%	11.68%	10.19%
1	境内品牌广告业务毛利率	10.91%	19.40%	16.11%
2	海外推广广告业务毛利率	6.14%	8.26%	8.00%
3	其他业务毛利率			

注：由于亿动 2013 年财务核算系统不能准确区分境内品牌广告业务和海外推广广告业务的收入和成本，因此本次估值仅参考 2014 年及 2015 年 1-7 月的历史财务数据。

虽然目前亿动各项业务运作已较为稳定，但考虑到未来年度市场竞争加剧可能会使公司的毛利率有所下降，所以本次对未来年度营业成本进行预测时出于谨慎考虑，在参考 2015 年 1-7 月和历史年度平均营业成本率的基础上考虑一定幅度的上涨。未来各年度营业成本预测结果见下表：

亿动营业成本预测表

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	营业成本	39,450.91	129,834.27	177,390.82	232,769.18	280,978.97	335,190.63	384,728.15	429,640.90	458,347.48	489,562.85	521,680.13	521,680.13
一	主营业务成本	39,450.91	129,834.27	177,390.82	232,769.18	280,978.97	335,190.63	384,728.15	429,640.90	458,347.48	489,562.85	521,680.13	521,680.13
1	境内品牌广告	13,041.35	38,256.95	53,839.70	69,478.54	84,130.30	99,808.90	115,733.64	131,634.30	145,952.62	162,352.39	180,134.05	180,134.05
2	海外推广广告	26,409.56	91,577.32	123,551.12	163,290.64	196,848.67	235,381.73	268,994.51	298,006.60	312,394.86	327,210.46	341,546.08	341,546.08
二	其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

2015 年上半年亿动毛利率下降明显是因为海外推广业务的毛利率有所下降，

从2014年的8.26%下降至2015年1-7月的6.14%，但亿动通过自有平台 Performad 对海外推广的渠道资源进行了整合，2015年8月份已经将海外推广业务的毛利率重新提升到8%。估值人员在2015年8月至12月和2016年选取了2014年与2015年1-7月的平均毛利率，以后年度逐渐小幅下降。

预测期内，亿动毛利率均小幅下降，但随着亿动在品牌广告业务的开拓，预测期内品牌广告业务的比重上升，而品牌广告业务的毛利率高于海外推广业务的毛利率，故而预测期综合毛利率略有上升。

未来预测期间亿动毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
主营业务收入	95,061.54	141,662.71	193,562.31	253,851.06	306,339.24	365,298.36
境内品牌广告	27,447.24	43,012.14	60,511.36	78,061.80	94,491.77	112,063.57
海外推广广告	67,614.30	98,650.57	133,050.95	175,789.26	211,847.47	253,234.79
主营业务成本	87,589.13	129,834.27	177,390.82	232,769.18	280,978.97	335,190.63
境内品牌广告	24,427.31	38,256.95	53,839.70	69,478.54	84,130.30	99,808.90
海外推广广告	63,161.82	91,577.32	123,551.12	163,290.64	196,848.67	235,381.73
境内品牌广告毛利率	11.00%	11.06%	11.03%	11.00%	10.97%	10.94%
海外推广广告毛利率	6.59%	7.17%	7.14%	7.11%	7.08%	7.05%
综合毛利率	7.86%	8.35%	8.35%	8.30%	8.28%	8.24%
项目	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
主营业务收入	419,203.46	468,099.80	499,471.50	533,615.55	568,770.49	568,770.49
境内品牌广告	129,899.83	147,697.05	163,707.46	182,040.97	201,911.11	201,911.11
海外推广广告	289,303.63	320,402.75	335,764.04	351,574.58	366,859.38	366,859.38
主营业务成本	384,728.15	429,640.90	458,347.48	489,562.85	521,680.13	521,680.13
境内品牌广告	115,733.64	131,634.30	145,952.62	162,352.39	180,134.05	180,134.05
海外推广广告	268,994.51	298,006.60	312,394.86	327,210.46	341,546.08	341,546.08
境内品牌广告毛利率	10.91%	10.88%	10.85%	10.82%	10.79%	10.79%
海外推广广告毛利率	7.02%	6.99%	6.96%	6.93%	6.90%	6.90%
综合毛利率	8.22%	8.22%	8.23%	8.26%	8.28%	8.28%

③营业税金及附加的预测

亿动的营业税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加和文化事业建设费。

本次估值以预测年度的营业收入为基础结合估值基准日适用的税率确定未来年度的营业税金及附加。

估值基准日亿动执行的税率详见下表：

税种	税率
增值税	6%
城市维护建设税	1%
教育税附加	3%
地方教育费附加	2%
文化事业建设费	3%

未来年度亿动营业税金及附加见下表：

亿动营业税金及附加预测表

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
1	营业税金及附加	228.14	538.32	735.54	964.63	1,164.09	1,388.13	1,592.97	1,778.78	1,897.99	2,027.74	2,161.33	2,161.33

④销售费用的预测

销售费用主要为销售人员职工薪酬、差旅费、宣传费以及其他费用。估值人员对各类费用分别预测如下：

销售人员职工薪酬包括人员工资和根据人员工资计提的社保等。人员工资是公司营运过程中产生的销售部门人员的工资奖金，估值人员根据历史的人员工资水平，结合公司的人事发展策略通过预测未来年度的销售业务人员人数和人均月工资确定预测期的人员工资。同时，估值人员在分析历史年度各项费用的计提比例和实际耗用情况后，以预测的销售业务人员工资为基础，预测未来年度的附加人工费。

公司运营过程中产生的与营业收入存在较大相关性的费用结合未来营业收入的增长情况进行考虑。

对于其他销售费用，估值人员根据各项费用在历史年度中的支付水平，以企业发展规模和收入增长情况为基础，参考企业历史年度的费用发生额确定合理的

增长比率预测未来年度中的相应费用。

亿动销售费用预测表

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	销售费用合计	827.44	2,251.26	2,588.95	2,899.63	3,189.59	3,444.76	3,617.00	3,797.85	3,911.78	4,029.13	4,109.72	4,109.72
1	办公费	2.31	4.72	5.43	6.08	6.68	7.22	7.58	7.96	8.20	8.44	8.61	8.61
2	差旅费	42.79	87.29	100.38	112.43	123.67	133.57	140.24	147.26	151.67	156.22	159.35	159.35
3	通讯费	0.01	0.03	0.04	0.04	0.05	0.05	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
4	交通费	12.45	28.88	33.21	37.20	40.92	44.19	46.40	48.72	50.18	51.68	52.72	52.72
5	业务招待费	82.20	190.70	219.30	245.62	270.18	291.80	306.39	321.71	331.36	341.30	348.13	348.13
6	邮寄快递费	0.65	1.50	1.73	1.93	2.13	2.30	2.41	2.53	2.61	2.69	2.74	2.74
7	工资	289.11	809.51	930.94	1,042.65	1,146.91	1,238.67	1,300.60	1,365.63	1,406.60	1,448.80	1,477.77	1,477.77
8	奖金	109.87	307.64	353.79	396.25	435.87	470.74	494.28	518.99	534.56	550.60	561.61	561.61
9	保险/四金	107.30	300.44	345.51	386.97	425.67	459.72	482.71	506.84	522.05	537.71	548.46	548.46
10	人事代理费	6.15	17.70	20.35	22.80	25.07	27.08	28.43	29.86	30.75	31.67	32.31	32.31
11	福利/团队建设费	2.87	8.27	9.51	10.65	11.71	12.65	13.28	13.95	14.36	14.80	15.09	15.09
12	公关费	37.29	107.40	123.52	138.34	152.17	164.35	172.56	181.19	186.63	192.22	196.07	196.07
13	设计/广告/会展/印刷费/宣传费	134.44	387.17	445.25	498.68	548.55	592.43	622.05	653.16	672.75	692.93	706.79	706.79

⑤管理费用的预测

管理费用中的工资是管理部门人员的工资奖金，估值人员根据历史的人员工资水平，结合公司的人事发展策略通过预测未来年度的管理人员人数和人均月工资确定预测期的人员工资；

社保费和公积金为根据人员工资计提的各类社保和公积金。估值人员在分析历史年度各项保险费用的计提比例和实际支付情况后，以预测的人员工资为基础，预测未来年度的保险费；

对折旧费，遵循了企业执行的一贯会计政策，按照预测年度的实际固定资产规模，采用直线法计提。永续年度按年金确定资本性支出，同时确定当年的折旧费用。

其他管理费用主要是公司运营过程中产生的办公费、房租、业务招待费、差旅费、税金等，我们根据其在历史年度中的支付水平，以企业发展规模和收入水平为基础，预测未来年度中的其他管理费用。管理费用预测见下表：

亿动管理费用预测表

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	管理费用合计	1,618.81	4,686.72	5,462.22	6,070.11	6,492.26	6,973.49	7,299.55	7,636.52	7,849.09	8,068.63	8,213.08	8,213.08
1	研发支出	55.00	154.43	177.59	198.90	218.79	236.30	248.11	260.52	268.33	276.38	281.91	281.91
2	办公费	14.42	41.54	47.77	53.50	58.85	63.56	66.73	70.07	72.17	74.34	75.82	75.82
3	差旅费	31.08	89.51	102.94	115.29	126.82	136.96	143.81	151.00	155.53	160.20	163.40	163.40
4	通讯费	18.20	52.42	60.28	67.51	74.26	80.21	84.22	88.43	91.08	93.81	95.69	95.69
5	交通费	5.53	15.91	18.30	20.50	22.55	24.35	25.57	26.85	27.65	28.48	29.05	29.05
6	车辆使用费	0.62	1.79	2.06	2.31	2.54	2.74	2.88	3.02	3.11	3.21	3.27	3.27
7	业务招待费	6.91	19.90	22.89	25.64	28.20	30.46	31.98	33.58	34.59	35.62	36.34	36.34
8	邮寄快递费	1.82	5.24	6.03	6.75	7.43	8.02	8.42	8.84	9.11	9.38	9.57	9.57
9	低值易耗品	4.43	12.76	14.68	16.44	18.08	19.53	20.50	21.53	22.17	22.84	23.30	23.30
10	注册/会员费	2.00	2.03	2.33	2.61	2.88	3.11	3.26	3.42	3.53	3.63	3.71	3.71
11	律师/审计/顾问/咨询费	27.77	79.98	91.98	103.01	113.32	122.38	128.50	134.93	138.97	143.14	146.01	146.01
12	域名费	11.50	33.12	38.09	42.66	46.92	50.68	53.21	55.87	57.55	59.27	60.46	60.46
13	招聘费	25.43	73.25	84.24	94.34	103.78	112.08	117.68	123.57	127.28	131.09	133.72	133.72
14	管理税金	1.25	3.61	4.15	4.65	5.11	5.52	5.80	6.09	6.27	6.46	6.59	6.59
15	维修费	0.93	2.68	3.08	3.45	3.80	4.10	4.31	4.52	4.66	4.80	4.90	4.90
16	工资	648.98	1,817.13	2,089.70	2,340.47	2,574.51	2,780.48	2,919.50	3,065.47	3,157.44	3,252.16	3,317.21	3,317.21
17	奖金	91.78	257.00	295.54	331.01	364.11	393.24	412.90	433.55	446.55	459.95	469.15	469.15
18	保险/四金	212.57	595.19	684.47	766.60	843.26	910.72	956.26	1,004.07	1,034.19	1,065.22	1,086.52	1,086.52
19	人事代理费	11.91	34.31	39.46	44.19	48.61	52.50	55.13	57.88	59.62	61.41	62.64	62.64
20	教育培训费	0.04	0.11	0.12	0.14	0.15	0.16	0.17	0.18	0.19	0.19	0.20	0.20
21	福利/团队建设费	29.07	83.74	96.30	107.85	118.64	128.13	134.53	141.26	145.50	149.86	152.86	152.86
22	劳务费	4.17	12.02	13.82	15.48	17.03	18.39	19.31	20.28	20.88	21.51	21.94	21.94
23	空间租赁费	31.15	89.71	103.17	115.55	127.10	137.27	144.13	151.34	155.88	160.56	163.77	163.77
24	固定资产租赁	66.31	190.97	219.62	245.98	270.57	292.22	306.83	322.17	331.84	341.79	348.63	348.63
25	房租及物业管理费	161.91	466.30	536.25	600.60	660.66	713.51	749.19	786.65	810.25	834.55	851.24	851.24
26	水电及扩容费	14.71	42.36	48.72	54.56	60.02	64.82	68.06	71.47	73.61	75.82	77.34	77.34
27	其他系统服务费	0.26	0.76	0.87	0.98	1.07	1.16	1.22	1.28	1.32	1.36	1.38	1.38
28	固定资产折旧	8.55	20.37	20.64	22.96	25.40	29.28	33.12	31.78	31.20	31.20	24.90	24.90
29	无形资产摊销	120.07	454.84	598.34	622.73	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
30	其他	11.71	33.74	38.80	43.45	47.80	51.62	54.20	56.91	58.62	60.38	61.59	61.59

⑥财务费用

财务费用中主要是银行存款所带来的利息收入、利息支出和手续费等。由于经营现金的货币时间价值已在估值价值中体现，所以不再对利息收入进行预测；利息支出与公司的借款本金和利率密切相关，故估值时以预测年度的借款金额为基础，参考估值基准日同期贷款利率水平预测未来年度的利息支出；手续费与营业收入紧密相关，故估值时以预测年度的营业收入为基础，参考历史年度的手续费支付水平预测未来年度的手续费。

未来年度财务费用预测见下：

亿动财务费用预测表

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	财务费用合计	199.42	856.68	1,028.57	1,139.77	1,170.07	1,107.65	1,017.59	768.64	352.86	147.86	157.61	157.61
1	利息收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	利息支出	187.47	817.43	974.93	1,069.43	1,085.18	1,006.43	901.43	638.93	214.46	-	-	-
3	汇兑损益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	金融机构手续费	11.95	39.25	53.64	70.34	84.89	101.22	116.16	129.71	138.40	147.86	157.61	157.61

⑦营业外收支的预测

营业外收入主要是与日常经营无关的收入；营业外支出主要是固定资产处置成本等。由于营业外收支对被估值企业收益影响较小，且具有很大不确定性，所以本次估值未对未来年度的营业外收支进行预测。

⑧所得税及税后净利润的预测

根据上述一系列的预测，可以得出被估值企业未来各年度的利润总额，在此基础上，按照被估值企业执行的所得税率，对未来各年的所得税和净利润予以估算。在对未来年度所得税进行预测时，鉴于纳税调整事项的不确定性，故未考虑纳税调整事项的影响。

综合上述过程最终汇总得到被估值企业未来各年的预测损益表，具体如下表：

亿动损益预测表（合并口径）

单位：万元

项 目	2015年8-12月	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
营业收入	43,125.86	95,061.54	141,662.71	193,562.31	253,851.06	306,339.24	365,298.36	419,203.46	468,099.80	499,471.50	533,615.55	568,770.49	568,770.49
营业成本	39,450.91	87,589.13	129,834.27	177,390.82	232,769.18	280,978.97	335,190.63	384,728.15	429,640.90	458,347.48	489,562.85	521,680.13	521,680.13
营业税金及附加	228.14	361.23	538.32	735.54	964.63	1,164.09	1,388.13	1,592.97	1,778.78	1,897.99	2,027.74	2,161.33	2,161.33
销售费用	827.44	1,876.05	2,251.26	2,588.95	2,899.63	3,189.59	3,444.76	3,617.00	3,797.85	3,911.78	4,029.13	4,109.72	4,109.72
管理费用	1,618.81	3,717.54	4,686.72	5,462.22	6,070.11	6,492.26	6,973.49	7,299.55	7,636.52	7,849.09	8,068.63	8,213.08	8,213.08
财务费用	199.42	210.94	856.68	1,028.57	1,139.77	1,170.07	1,107.65	1,017.59	768.64	352.86	147.86	157.61	157.61
资产减值损失	-	-6.08	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
投资收益	-	152.90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业利润	801.14	1,465.63	3,495.46	6,356.21	10,007.74	13,344.26	17,193.70	20,948.20	24,477.11	27,112.30	29,779.34	32,448.62	32,448.62
营业外收入	-	0.01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业外支出	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
利润总额	801.14	1,465.64	3,495.46	6,356.21	10,007.74	13,344.26	17,193.70	20,948.20	24,477.11	27,112.30	29,779.34	32,448.62	32,448.62
所得税费用	174.52	274.54	734.03	1,312.09	2,034.62	2,699.01	3,460.04	4,210.81	4,925.61	5,483.84	6,059.72	6,644.76	6,644.76
净利润	626.62	1,191.10	2,761.43	5,044.12	7,973.12	10,645.25	13,733.66	16,737.39	19,551.50	21,628.46	23,719.62	25,803.86	25,803.86

⑨资本性支出预测

为保证企业正常的经营，在未来年度内企业将会进行固定资产的购置更新投入，预测中根据企业的资产更新计划，考虑各类固定资产的折旧年限，对各年度的资产增加和处置进行了预测以确定相应的资本性支出。

⑩营运资金追加预测

为保证业务的持续发展，在未来期间，企业需追加营业资金，影响营运资金的因素主要包括经营现金、经营性应收项目和经营性应付项目的增减，其中经营性应收项目包括应收账款、预付账款、其他应收款和其他流动资产等；经营性应付项目包括应付账款、预收账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款等；对于各类款项对营运资金变化的影响具体考虑如下：

在考虑经营性应收项目未来规模时，由于应收账款和其他流动资产与企业的收入紧密相关，且存在一定的比例关系，故根据预测的营业收入，参考历史年度应收款项占营业收入的比例，确定未来年度的应收款项和其他流动资产数额。对于与企业营业收入非紧密相关的其他应收款，假设未来年度保持现有规模持续滚动。对预付账款，由于其与营业成本紧密相关，且存在一定的比例关系，故估值人员根据预测的营业成本，参考历史年度其占营业成本的比例，确定未来年度的预付账款数额。

在考虑经营性应付项目未来规模时，由于其中的预收账款与营业收入紧密相关，且存在一定的比例关系，故根据预测的营业收入，参考历史年度预收款项占营业收入的比例，确定未来年度的预收账款数额。对应付账款，由于其与营业成本紧密相关，且存在一定的比例关系，故估值人员根据预测的营业成本，参考历史年度其占营业成本的比例，确定未来年度的应付账款数额。对于应付职工薪酬，根据预测的人工费用总额，参考历史年度应付职工薪酬占人工费用总额的比例，确定未来年度的应付职工薪酬。对于应交税费，根据预测的各项税费，参考历史年度应交税费占各项税费的比例，确定未来年度的应交税费。对于与企业营业成本非紧密相关的其他应付款，假设未来年度保持现有规模持续滚动。

经过上述分析，未来各年度营运资金增加额预测见下表：

亿动营运资金增加额预测表（合并口径）

单位：万元

项目	2015年1-7月	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
经营现金	1,294.43	7,832.26	11,571.16	15,707.81	20,487.92	24,639.05	29,294.62	33,536.08	37,376.38	39,817.65	42,488.73	45,245.14	45,245.14
应收账款余额	25,615.55	46,828.34	69,784.59	95,350.89	125,049.78	150,906.03	179,949.93	206,504.17	230,591.03	246,045.07	262,864.80	280,182.51	280,182.51
存货余额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他经营性应收余额	8,456.89	9,157.93	9,914.43	10,761.11	11,745.76	12,602.98	13,566.35	14,446.92	15,245.50	15,756.96	16,313.40	16,886.12	16,886.12
经营性应收项目的增减		28,451.66	27,451.65	30,549.63	35,463.65	30,864.60	34,662.84	31,676.27	28,725.74	18,406.77	20,047.25	20,646.84	-
应付账款余额	21,597.12	39,277.64	58,221.65	79,547.45	104,380.80	125,999.54	150,309.70	172,523.83	192,664.08	205,536.99	219,534.91	233,937.28	233,937.28
其他经营性应付余额	9,784.40	10,673.29	12,512.73	14,500.10	16,746.42	18,716.98	20,876.65	22,804.58	24,572.16	25,704.63	26,932.11	28,165.21	28,165.21
经营性应付项目的增减		18,569.41	20,783.45	23,313.17	27,079.67	23,589.30	26,469.83	24,142.06	21,907.83	14,005.38	15,225.40	15,635.47	-
营运资金增加额		9,882.25	6,668.20	7,236.46	8,383.98	7,275.30	8,193.01	7,534.21	6,817.91	4,401.39	4,821.85	5,011.37	-

⑪ 折旧与摊销的预测

在对折旧费用、摊销费用进行预测时，遵循了企业执行的一贯会计政策计提，采用直线法计提。在永续年以估值基准日各类实物资产的估值原值作为未来年度资产更新的现值，并进行了年金化处理，在永续年间每年投入相同的资金进行资产更新，同时以该更新数值作为当年的资产折旧。

（4）折现率的确定

折现率是将未来有期限的预期收益折算成现值的比率，是一种特定条件下的收益率，说明资产取得该项收益的收益率水平。本次估值选取的收益额口径为企业自由现金流量，相对应的折现率口径应为加权平均投资回报率，在实际确定折现率时，估值人员采用了通常所用的 WACC 模型确定折现率数值：

① 加权平均投资成本模型

与企业自由现金流量的收益额口径相对应，采用加权平均投资成本(WACC)作为折现率，具体计算公式如下：

$$WACC = K_e \times E / (E + D) + K_d \times D / (E + D)$$

K_e ：股权资本成本

Kd: 税后债务成本

E: 股权资本的市场价值

D: 有息债务的市场价值

Ke 是采用资本资产定价模型(CAPM)计算确定, 即: $Ke=R_f+\beta\times(R_m-R_f)$

Rf: 无风险报酬率

Rm-Rf: 市场风险溢价

β : 被估值企业的风险系数

②计算过程

A、无风险报酬率

无风险收益率 R_f , 参照当前已发行的中长期国债收益率的平均值, 确定无风险收益率 R_f , 即 $R_f=3.6\%$ 。

B、市场风险溢价

市场风险溢价(Equity Risk Premiums, ERP)反映的是投资者因投资于风险相对较高的资本市场而相对于风险较低的债券市场所要求的风险补偿。由于中国作为新兴市场, 股市发展历史较短, 而且大盘波动较剧烈, 在一段时期内, 国债收益率甚至持续高于股票收益率, 市场数据往往难以客观反映市场风险溢价。与直接采用中国股市的数据相比, 采用参照成熟市场的方法确定市场风险溢价更为合适。因此, 估值时采用业界常用的风险溢价调整方法, 对成熟市场的风险溢价进行适当调整来确定我国市场风险溢价。

在此, 我们选用美国著名金融学家 Aswath Damodaran 的调整方法来衡量中国这样一个新兴市场的市场风险溢价水平, 基本公式为:

$ERP = \text{成熟股票市场的股票风险溢价} + \text{国家风险溢价}$

根据美联储公布的相关 1928 年至 2014 年资本市场数据, 市场投资者普遍要求的股权风险溢价平均水平为 6.25%。按照 2014 年穆迪投资者服务公司评级显

示，中国政府债券评级为 Aa3，并维持正面展望，转换成国家违约风险利差为 0.6%，同时以全球平均的股票市场相对于债券的收益率标准差的平均值 1.5 来计算，我国的国家风险溢价为 $0.6\% \times 1.5 = 0.9\%$ 。则，

我国市场风险溢价 $ERP = 6.25\% + 0.9\% = 7.15\%$ 。

C、 β 系数

我们通过巨灵财经资讯查询出中国证券市场与移动互联网广告行业相关的顺网科技、腾信股份和东方财富 3 家企业 52 周已调整的剔除财务杠杆后的 β 系数(β_U)，以这 3 家企业的 β_U 的平均值作为被估值企业的 β_U ，进而根据企业自身资本结构计算出被估值企业的 β_L 。

D、个别调整系数 R_c 的确定

鉴于亿动开曼与上市公司的资产结构、资产规模及业务类型存在一定差异，加之亿动开曼的产权并不能上市流通，且移动互联网广告行业竞争激烈经营风险较大，由于考虑到上述个性化差异，因此确定个别调整系数 R_c 为 3%。

E、计算结果

$$WACC = K_e \times E / (E + D) + K_d \times D / (E + D)$$

	2014年8月~2015年12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年~∞
所得税税率	21.78%	21.00%	20.64%	20.33%	20.23%	20.12%	20.10%	20.12%	20.23%	20.35%
β 无财务杠杆	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675	0.8675
β 有财务杠杆	0.9878	1.0077	1.0074	1.0029	0.9827	0.9600	0.9408	0.9004	0.8675	0.8675
无风险报酬率(R_f)	3.6000%	3.6000%	3.6000%	3.6000%	3.6000%	3.6000%	3.6000%	3.6000%	3.6000%	3.6000%
风险溢价($R_m - R_f$)	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%
个别调整系数(R_c)	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
$K_e = R_f + \beta \times (R_m - R_f) + R_c$	13.66%	13.81%	13.80%	13.77%	13.63%	13.46%	13.33%	13.04%	12.80%	12.80%
K_d	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%	5.25%
W_e	84.94%	83.01%	83.11%	83.61%	85.73%	88.22%	90.44%	95.47%	100.00%	100.00%
W_d	15.06%	16.99%	16.89%	16.39%	14.27%	11.78%	9.56%	4.53%	0.00%	0.00%
$WACC = W_e \times K_e + W_d \times K_d$	12.22%	12.17%	12.17%	12.20%	12.28%	12.37%	12.46%	12.64%	12.80%	12.80%

(5) 企业整体收益折现值测算过程及结果

企业自由现金流 = 税后净利润 + 折旧与摊销 + 利息支出 $\times (1 - \text{所得税率}) - \text{资本性支出} - \text{营运资金追加额}$

根据上述一系列的预测及估算，估值人员在确定企业自由现金流和折现率后，根据 DCF 模型测算企业整体收益折现价值，具体详见下表：

单位：万元

项目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
营业收入	43,125.86	141,662.71	193,562.31	253,851.06	306,339.24	365,298.36	419,203.46	468,099.80	499,471.50	533,615.55	568,770.49	568,770.49
其中：主营业务收入	43,125.86	141,662.71	193,562.31	253,851.06	306,339.24	365,298.36	419,203.46	468,099.80	499,471.50	533,615.55	568,770.49	568,770.49
其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业成本	39,450.91	129,834.27	177,390.82	232,769.18	280,978.97	335,190.63	384,728.15	429,640.90	458,347.48	489,562.85	521,680.13	521,680.13
其中：主营业务成本	39,450.91	129,834.27	177,390.82	232,769.18	280,978.97	335,190.63	384,728.15	429,640.90	458,347.48	489,562.85	521,680.13	521,680.13
其他业务成本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业税金及附加	228.14	538.32	735.54	964.63	1,164.09	1,388.13	1,592.97	1,778.78	1,897.99	2,027.74	2,161.33	2,161.33
销售费用	827.44	2,251.26	2,588.95	2,899.63	3,189.59	3,444.76	3,617.00	3,797.85	3,911.78	4,029.13	4,109.72	4,109.72
管理费用	1,618.81	4,686.72	5,462.22	6,070.11	6,492.26	6,973.49	7,299.55	7,636.52	7,849.09	8,068.63	8,213.08	8,213.08
财务费用	199.42	856.68	1,028.57	1,139.77	1,170.07	1,107.65	1,017.59	768.64	352.86	147.86	157.61	157.61
资产减值损失	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业利润	801.14	3,495.46	6,356.21	10,007.74	13,344.26	17,193.70	20,948.20	24,477.11	27,112.30	29,779.34	32,448.62	32,448.62
营业外收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业外支出	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
利润总额	801.14	3,495.46	6,356.21	10,007.74	13,344.26	17,193.70	20,948.20	24,477.11	27,112.30	29,779.34	32,448.62	32,448.62
所得税费用	174.52	734.03	1,312.09	2,034.62	2,699.01	3,460.04	4,210.81	4,925.61	5,483.84	6,059.72	6,644.76	6,644.76
净利润	626.62	2,761.43	5,044.12	7,973.12	10,645.25	13,733.66	16,737.39	19,551.50	21,628.46	23,719.62	25,803.86	25,803.86
资本性支出	531.12	527.00	524.49	524.50	524.81	524.80	523.72	523.88	524.00	524.00	524.90	524.90
营运资金追加	9,882.25	6,668.20	7,236.46	8,383.98	7,275.30	8,193.01	7,534.21	6,817.91	4,401.39	4,821.85	5,011.37	-
折旧与摊销	128.62	475.21	618.98	645.69	525.40	529.28	533.12	531.78	531.20	531.20	524.90	524.90
递延所得税资产减少(增加)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
利息×(1-T)	146.64	645.77	773.70	852.01	865.65	803.94	720.24	510.38	171.07	-	-	-
FCFF	-9,511.49	-3,312.79	-1,324.15	562.34	4,236.19	6,349.07	9,932.82	13,251.87	17,405.34	18,904.97	20,792.49	25,803.86
折现率	12.62%	12.62%	12.62%	12.62%	12.62%	12.62%	12.62%	12.62%	12.62%	12.62%	12.62%	12.62%
折现期	0.42	1.42	2.42	3.42	4.42	5.42	6.42	7.42	8.42	9.42	10.42	11.42
DCF	-9,061.90	-2,814.29	-1,002.85	379.34	2,538.86	3,374.31	4,673.74	5,479.21	6,313.06	6,078.89	5,927.15	57,466.39
折现值合计	79,351.91											

(6) 非经营性资产负债以及溢余资产分析

溢余资产可以理解为企业持续运营中并不必需的资产，如多余现金、有价证券、与预测收益现金流不直接相关的其他资产。

经估值人员调查分析及与企业共同确认，被估值企业除与经营有关的各类资产外，尚存在非经营性资产、负债和溢余资产如下：

①非经营性资产

估值基准日亿动开曼长期股权投资账面价值 7,304,927.70 元，核算的是公司对印度亿动的投资，虽然公司拥有印度亿动 50%的股权，但由于该公司在境外，主要经营印度境内的移动互联网广告业务，且亿动开曼并不能对该子公司实施控

制。因此本次估值对未来年度的盈利预测不包含该家子公司的经营数据。由于无法实现对该公司的整体估值，最终以该长期股权投资的账面价值 7,304,927.70 元确认为该项非经营性资产的价值。

②非经营性负债

估值基准日亿动开曼无非经营性负债的价值。

③溢余资产

估值基准日亿动开曼货币资金账面价值 1,294.43 万元，考虑到公司日常经营所需的现金保有量约为 1 个月的付现成本，大于货币资金账面价值，故亿动开曼无溢余资产。

除上述非经营性资产、负债及溢余资产外，企业账面不存在其他的非经营性资产、负债及溢余资产。

3、收益法估值结果

股东全部权益价值估值=企业整体收益折现值－非经营性负债+非经营性资产+溢余资产－有息债务

$$=79,351.91-0.00+730.49+0.00-3,570.01$$

$$=76,512.39 \text{（万元）}$$

最终亿动开曼的股东全部权益的估值为 76,512.39 万元，较股东权益账面值 1,642.08 万元增值 74,870.31 万元，增值率 4559.48%。

（六）估值基准日至重组报告书签署日的重要变化事项及其对估值结果的影响；

期后事项是指估值基准日之后出具估值报告之前发生的重大事项。估值报告无重大期后事项。

（七）特别事项说明

1、截至估值基准日，亿动开曼下属子公司上海竞道广告有限公司和上海亿动商道广告有限公司正在申请注册的商标共计 6 项。本次估值未考虑这些无形资产不能获得批准对估值的影响。

2、截至估值基准日，亿动开曼下属子公司上海亿动信息技术有限公司正在申请的专利共 26 项。本次估值未考虑这些无形资产不能获得批准对估值的影响。

3、截至估值基准日亿动开曼长期股权投资账面价值 7,304,927.70 元，核算的是公司对印度亿动的投资，虽然公司拥有印度亿动 50%的股权，但由于该公司在境外，主要经营印度境内的移动互联网广告业务，且亿动开曼并不能对该子公司实施控制。由于无法实现对该公司的整体估值，本次估值最终以该长期股权投资的账面价值 7,304,927.70 元确认为该项长期股权投资的价值。

三、董事会对本次交易估值事项的意见

（一）董事会对本次交易估值机构的独立性、估值假设前提的合理性、估值方法与估值目的的相关性以及估值定价的公允性的意见

公司董事会在充分了解本次交易的前提下，分别对估值机构的独立性、估值假设前提的合理性、估值方法与估值目的的相关性、估值定价的公允性等事项发表如下意见：

1、估值机构的独立性

本次发行股份及支付现金购买资产的资产估值机构中通诚具有证券、期货相关资产评估业务资格，估值机构及其经办估值人员与本公司、交易对方及标的公司之间除正常的业务往来关系以外，不存在其他关联关系，亦不存在现实的及预期的利益或冲突，估值机构具有充分的独立性。

2、估值假设前提的合理性

中通诚及其估值人员所设定的估值假设前提按照国家有关法规和规定执行、遵循了市场通用的惯例或准则、符合估值对象的实际情况，估值假设前提具有合理性。

3、估值方法与估值目的的相关性

本次估值的目的是确定标的资产于估值基准日的市场价值，为本次交易提供价值参考依据。中通诚采用了市场法和收益法两种估值方法分别对标的资产价值进行了估值，并最终选择了收益法的估值作为本次估值结果。估值机构在估值过程中实施了相应的估值程序，遵循了独立性、客观性、公正性等原则，运用了合规且符合标的资产实际情况的估值方法，选用的参照数据、资料可靠；估值结果公允、准确。估值方法选用恰当，估值结论合理，估值方法与估值目的相关性一致。

4、估值定价的公允性

本次发行股份及支付现金购买资产以标的资产的估值结果为基础确定交易价格，交易标的估值定价公允。

（二）标的资产估值依据的合理性分析

1、国家政策支持，移动互联网营销产业发展趋势良好

多盟和亿动同属于移动互联网营销企业，跨互联网行业和广告行业。随着互联网行业和广告行业的高速发展，国务院和各级部门不断出台产业政策、法律法规、部门规章等规范性文件促进互联网营销行业的健康发展。

（1）互联网行业法规和政策

文件名称	时间	文件内容
《关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》	2010年3月	提出“支持和引导互联网、移动网、楼宇视频等新兴媒体发挥自身优势，开发新的广告发布形式，提升广告策划、创意、制作水平，拓展广告产业新的增长点等”的重要指导意见。
《关于加强网络信息保护的決定》	2012年12月28日	明确国家保护能够识别公民个人身份和涉及公民个人隐私的电子信息，任何组织和个人不得窃取或者以其他非法方式获取公民个人电子信息，不得出售或者非法向他人提供公民个人电子信息。
《信息安全技术：公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》	2013年2月1日	随着信息技术的广泛应用和互联网的不断普及，个人信息在社会、经济活动中的地位日益凸显，滥用个人信息的现象随之出现，给社会秩序和个人切身利益带来了危害。为促进个人信息的合理利用，指导和规范利用信息系统处理个人信息的活动，中国

文件名称	时间	文件内容
		工业和信息化部制定该指导性技术文件。
《产业结构调整指导目录(2011年本)》 (2013年修订)	2013年2月 16日	将“科技服务业”中的“信息技术外包、业务流程外包、知识流程外包等技术先进性服务”确定为鼓励类产业。“商务服务业”中的“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”为鼓励类产业。

(2) 广告行业法律及法规

文件名称	时间	文件内容
《国家十二五规划纲要》	2011年	继“十一五”期间国家将包括广告业在内的文化产业上升为国家战略性产业，出台各项扶持政策之后，《国家十二五规划纲要》继续明确提出，要促进广告、会展业健康发展。
《中共中央关于深化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	2011年10月 18日	明确指出“要坚持中国特色社会主义文化发展道路，努力建设社会主义文化强国...推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业...要培育一批核心竞争力强的国有或者国有控股大型文化企业或企业集团，...支持国有文化企业面向资本市场融资”。
《关于推动广告战略实施的意见》	2012年4月	要求拓宽广告业投融资渠道，鼓励各类创业风险投资机构 and 信用担保机构向发展前景好、吸纳就业多以及运用新技术、新业态的广告企业开拓业务，支持互联网、楼宇视频等新兴广告媒体健康有序发展，使其成为广告业新的增长点。
《广告行业发展“十二五”规划》	2012年6月	鼓励有实力的国内大型媒体和广告企业通过参股、控股、兼并、收购、联盟等方式做强做大，构建股权多元化、运作市场化的广告集团化运营机制；鼓励和支持具有较强实力的广告企业进行跨地区、跨媒体、跨行业和跨所有制的兼并重组，促进广告资源的优化组合、高效配置和产业结构升级，不断壮大广告企业的规模与实力。
《中华人民共和国广告法》	2015年9月1日	新修订的《中华人民共和国广告法》是广告法实施20年来首次修订。此次广告法修改的幅度非常大，其中包括明确虚假广告的定义和典型形态、新增广告代言人的法律义务和责任、强化对大众传播媒介广告发布行为的监管力度等多个方面。

近些年国家政策的支持，移动互联网营销行业将呈现快速增长的趋势，为标的公司提供了广阔的盈利增长空间。

2、移动互联网营销将取得长足发展

（1）互联网营销成为越来越重要的商业推广方式

随着互联网的不断发展，互联网广告因其海量受众、传播渠道丰富、投入产出比高、效果可监测等特点，受到越来越多的客户的重视与青睐。企业对单一、传统营销方式的依赖度逐渐降低，对互联网营销出现巨大需求。通过互联网进行产品的推广与营销已成为当今商业推广的重要手段之一。根据 CNNIC统计，截至 2014年12月，全国利用互联网开展营销推广活动的企业比例为 24.2%，部分行业如信息传输、计算机服务和软件业开展比例最高达 35.9%。不断增加的互联网营销投入为行业发展提供了源动力。

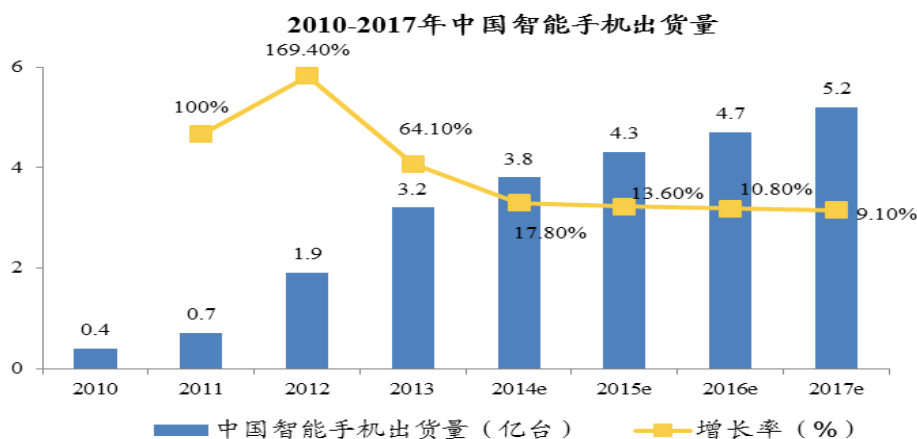
2014年中国互联网广告整体市场规模为1,573.4亿元，较2013年增长41.0%。伴随着互联网营销行业多年的飞速增长，目前市场已进入成熟期，未来几年增速将会有所放缓，但仍保持较高增长。

在目前市场预期下，2015年中国互联网广告的市场规模或将超过两千亿元，未来三年互联网广告产业仍会保持较高的增长水平，并在更长的一段时期里保持成熟发展。根据艾瑞咨询《2015年中国网络广告行业年度监测报告》，预计2018年，中国互联网广告市场预期将突破4,000亿元。中国作为新兴市场的代表，随着经济的发展和网络用户的增加，市场规模逐步扩大，增速明显高于全球网络市场。

（2）移动互联网营销行业走向繁荣

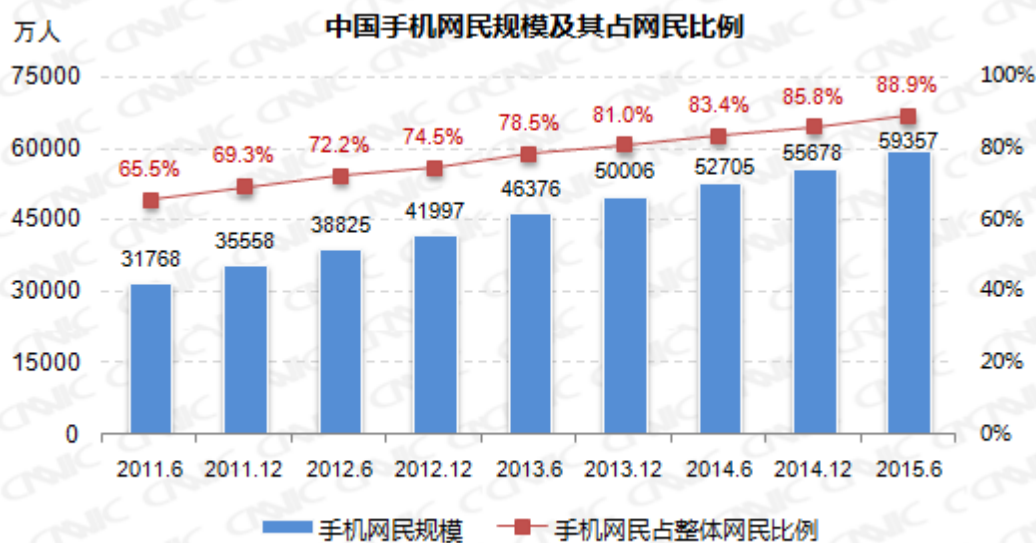
①智能手机迅速普及，并已成为我国最大上网终端

智能手机的出现，使得互联网脱离了桌面终端的限制，进入了移动互联网时代。近年来，我国智能手机销量快速增长，2014年销量约为4亿台。未来预计增速虽有所放缓，销量仍将保持持续稳定增长。



资料来源：艾瑞咨询《2014年中国移动互联网行业年度研究报告》

随着智能手机的普及和其他移动智能终端的不断涌现，移动互联网用户和访问量呈现了爆发式的增长。截至2015年6月，我国手机网民规模达5.94亿，较2014年12月增加3,679万人。网民中使用手机上网的人群占比由2014年12月的85.8%提升至88.9%。



来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查

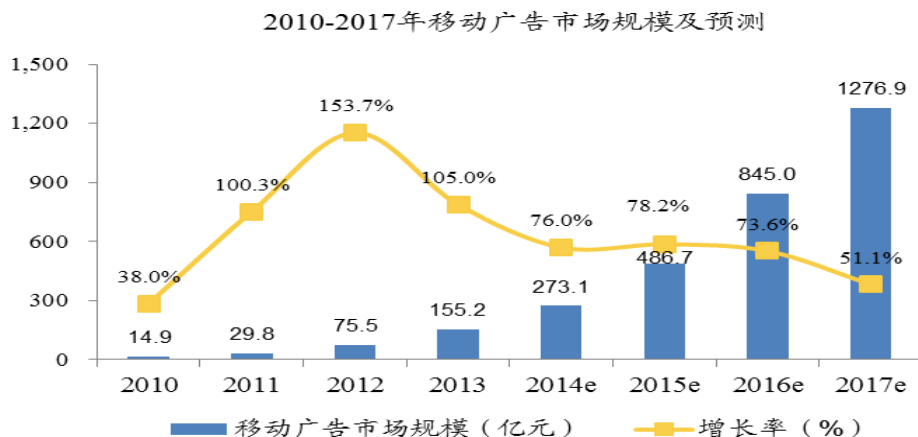
2015.6

②移动互联网营销行业市场前景良好

移动互联网浪潮的兴起为移动互联网营销行业带来了巨大的商机，无论是当下服务于移动互联网行业内应用开发者的移动应用推广，还是未来服务于各行业客户的基于大数据处理的精准营销和基于广告交易平台的实时竞价交易，移动广告行业都表现出了良好的行业前景。

2014年，中国移动广告市场规模达273.1亿，较2013年的155.2亿元，增速迅

猛。随着广告主逐渐认识到移动营销的重要性,并伴随着移动广告产品展现形式、互动形式的创新与丰富,预计移动营销市场规模将继续保持较快增长,到2017年,市场规模将超过1,200亿。



资料来源: 艾瑞咨询《2014年中国移动广告行业年报》

③移动应用广告平台快速崛起

移动互联网用户在手机电子商务类、休闲娱乐类、信息获取类、交流沟通类等应用的使用率都在快速增长,移动应用的蓬勃发展正在引领整体互联网的前进方向。伴随着移动应用市场的持续火爆,移动应用广告行业也正在快速崛起。移动应用开发者为在激烈的市场竞争中寻求脱颖而出的机会,产生了对于产品推广的强烈需求,为移动应用广告行业的发展打下了坚实的市场基础。

移动互联网广告逐渐成为了广告的主流媒体之一。广告主选择投放广告,是为了更好的进行产品和服务的营销。移动互联网广告将帮助广告主实现精准营销,为广告主节省了广告费用,降低了产品的营销成本。相应的移动互联网广告也为用户带来更多益处,比如资讯的获取更为方便和人性化、个性化,拥有更多的选择权等。

综上所述,在移动终端、网络技术快速发展的背景下,移动互联网的应用是大势所趋。移动互联网营销作为一种新兴产业,也将取得长足的发展。

3、蓝色光标通过收购多盟和亿动加强在移动互联网营销布局

以技术为专长的多盟充分利用了移动及互联网技术的优势来发展业务,其技术均来自内部研发的成果,具有完全的自主知识产权。多盟在其大规模海量数据

存储和处理、实时数据流处理、广告策略和算法、海量受众数据分析、手机客户端优化、广告反作弊等技术的不断研发和拓展的基础上，开发出 ADN 平台、DSP 平台等。通过对平台上不断积累的广告投放数据进行充分分析，优化广告主的投放行为，提升了广告主投放的效果。

亿动在品牌推广及海外推广具有较大的优势，尤其是其海外市场推广方面，囊括了海外最大的 Google、Facebook、Twitter 三大推广渠道，企业品牌优势凸显；在品牌广告方面，亿动具有丰富的广告策划及营销经验，为客户提供了良好的客户体验，也是公司未来业务发展的重点。

蓝色光标通过收购多盟和亿动，很大程度的加强了其在移动互联网营销产业的布局，有效拓展了公司业务的产业链，增强了公司的服务能力，提升了公司的核心竞争力和经营能力。

综上，结合标的公司所处行业发展趋势、标的公司的优势及本次重组目的等因素，本次估值依据合理。

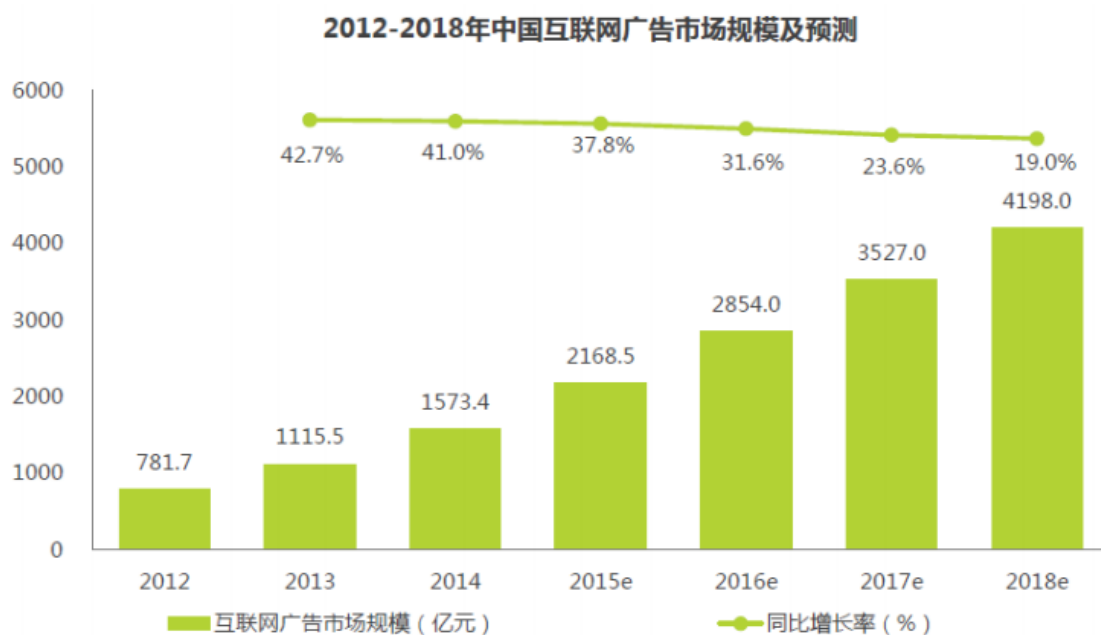
4、多盟、亿动开曼未来年度营业收入预测依据及合理性及多盟、亿动开曼行业及地位相同但收入增长率预测差异较大的原因及合理性

（1）多盟、亿动开曼未来年度营业收入预测依据及合理性，已充分考虑了互联网业务培育过程中的风险和不确定因素

①行业增长情况

A.互联网营销市场保持较高增长

2014年全球广告市场规模约5,150亿美元，较2013年的4,850亿美元增长6%，预计未来几年仍保持平稳增长态势。2014年中国网络广告市场规模达到1,573.4亿元，同比增长41.0%。预计在2015至2018年仍将保持较高的增长率。



来源：艾瑞咨询

中国作为新兴市场的代表，随着经济的发展和网络用户的增加，市场规模逐步扩大，增速明显高于全球网络市场。

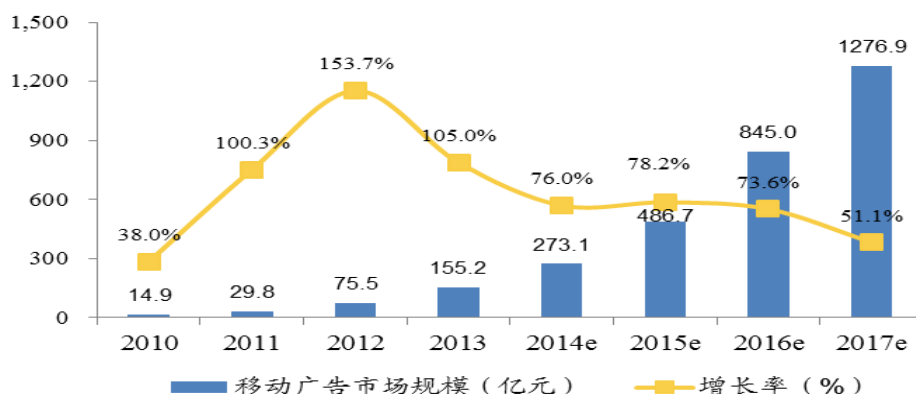
在目前市场预期下，2015年中国互联网广告的市场规模或将超过两千亿元，未来三年互联网广告产业仍会保持较高的增长水平，并在更长的一段时期里保持成熟发展。

B.移动互联网营销行业市场前景良好

移动互联网浪潮的兴起为移动互联网营销行业带来了巨大的商机，无论是当下服务于移动互联网行业内应用开发者的移动应用推广，还是未来服务于各行业客户的基于大数据处理的精准营销和基于广告交易平台的实时竞价交易，移动广告行业都表现出了良好的行业前景。

2014年，中国移动广告市场规模达273.1亿，较2013年的155.2亿元增速迅猛。随着广告主逐渐认识到移动广告的重要性，并伴随着移动广告产品展现形式、互动形式的创新与丰富，预计移动营销市场规模将继续保持较快增长，到2017年，市场规模将超过到1,200亿。

2010-2017年移动广告市场规模及预测



资料来源：艾瑞咨询《2014年中国移动广告行业年报》

C.移动应用广告平台快速崛起

移动互联网用户在手机电子商务类、休闲娱乐类、信息获取类、交流沟通类等应用的使用率都在快速增长，移动应用的蓬勃发展正在引领整体互联网的前进方向。移动应用作为用户通过智能手机等移动智能终端访问移动互联网信息主要渠道，其重要性和战略价值早已为市场所认知。而移动应用短小精悍、易于开发的特性更使得其成为移动互联网领域内各路人才和资本竞相追逐的目标。伴随着移动应用市场的持续火爆，移动应用广告行业也正在快速崛起。移动应用开发者为在激烈的市场竞争中寻求脱颖而出的机会，产生了对于产品推广的强烈需求，为移动应用广告行业的发展打下了坚实的市场基础。

随着网民规模的不断扩张，近年我国互联网营销增长迅猛。根据艾瑞咨询统计，2014年，中国网络广告市场规模达到 1,573.4亿元，同比增长高达 41%，未来两年仍将保持 30%以上的增长速度。

移动互联网广告逐渐成为了广告的主流媒体之一。广告主选择投放广告，是为了更好的进行产品和服务的营销。移动互联网广告将帮助广告主实现精准营销，为广告主节省了广告费用，降低了产品的营销成本。相应的移动互联网广告也为用户带来更多益处，比如资讯的获取更为方便和人性化、个性化，使用户拥有更多的选择权等。

D.市场对移动端的需求越来越大，传统广告页在向移动端转移

普华永道2015年发布的《2015--2019年全球娱乐及媒体行业展望》中指出，互联网内容是中国的內容所有者成功吸引消费者注意力的主要因素之一，造就了

固定与移动互联网接入的持续增长。移动互联网接入所占份额已经超过固定互联网，并且将继续保持增长，预计在2019年将占中国所有互联网接入的近70%。同期的互联网广告支出预计将增长15.1%，大幅领先于整体广告支出的年均复合增长率（10.5%）。互联网广告占中国广告市场的份额已经非常巨大，但它将在未来五年里继续上升至39%~48%，使得中国市场在使用数字化广告作为品牌媒介推广渠道方面显得十分突出。

报告指出，未来市场对移动端广告的需求将会越来越大，传统广告页在向移动端转移。移动端的增长预示着它将会在2018年超过其他显示屏端口。移动互联网广告23.1%的复合年增长率收益增速，表示着它将在预期的时间内超过显示端的收益。

E.未来10年移动广告预算将保持高速增长

数字广告与传统广告相比，有广告的受众面更广、宣传效果更优良以及信息获取更实时等特点，随着移动互联网的发展，移动广告预算将迎来爆发式增长。根据德勤《2025大趋势-中国营销传播市场白皮书》，整个中国营销传播行业将从2013年的4,641亿元，增长到2025年的11,116亿元；而2013年手机和移动互联网广告市场份额仅为3.3%，预计到2025年这一数字将达到18.4%。这意味着中国移动互联网广告市场将从2013年的155.2亿元，增长13倍，到2025年达到2,045亿元。

②多盟、亿动开曼的行业地位

A. 多盟

多盟在移动互联网广告市场的市场份额和收入排名靠前，且取得了多个奖项，因此在行业中的品牌号召力均较强。由于数字营销服务行业市场化程度较高，行业集中度较低，行业内企业市场占有率均偏低，目前无法获得准确且权威的市场占有率数据。从营业收入占比角度来看，多盟2014年全年营业收入为55,167.64万元，占2014年国内数字营销市场规模1,573.4亿元的0.351%。

多盟与可比公司的市场占有率情形如下表所示：

可比数字营销服务商	2014 年全年营业收入（万元）	占2014年国内数字营销市场规模的比重
腾信股份	83,931.24	0.533%
利欧股份之互联网业务	97,804.09	0.622%
多盟	55,167.64	0.351%

作为数字营销行业为数不多的上市公司之一，腾信股份在数字营销行业具有很强的行业影响力；通过数次收购整合，利欧股份将漫酷广告、聚合万胜、上海氩氦、琥珀传播等业内优秀标的公司纳入体内，营业规模不断扩大，行业影响力持续提升。与腾信股份、利欧股份等行业龙头公司相比，多盟市场占有率分别达到其市场占有率的65.69%与56.38%，具备较强的市场影响力。

B. 亿动开曼

亿动是一家领先的移动广告平台公司和移动营销服务商，一直专注于移动端广告的程序化解决方案，帮助客户优化移动营销的投入和扩大海外市场，业务具有较强的特色。由于与多盟相同的原因，目前无法获得亿动准确且权威的市场占有率数据。从营业收入占比角度来看，亿动2014年全年营业收入为34,823.24万元，占2014年国内数字营销市场规模1,573.4亿元的0.221%。

可比数字营销服务商	2014 年全年营业收入（万元）	占2014年国内数字营销市场规模的比重
腾信股份	83,931.24	0.533%
利欧股份之互联网业务	97,804.09	0.622%
亿动	34,823.24	0.221%

亿动市场占有率分别达到腾信股份、利欧股份市场占有率的41.47%与35.59%，具备较强的市场影响力。

③多盟、亿动开曼的核心竞争力及其对业务拓展的推动作用

A. 多盟的核心竞争力

与其他移动互联网广告企业相比，多盟拥有强大的媒体资源及技术领先优势。多盟拥有以业内移动广告运营资深专家及高级工程师为核心的研发队伍，对广告平台系统拥有独特的技术优势。多盟代理广告主的移动推广预算，通过技术平台和优化工具等较低成本的媒体支出获取更好的推广效果，从而获得多盟的商业利益和价值。随着行业发展，多盟继续扩大自身的优势，不断的升级技术平台，已经从原来的广告网络ADN模式转变为移动DSP+ADN模式，流量来源更加广泛，多盟的技术优势得到更大的发挥。

多盟拥有的竞争优势为其未来移动DSP广告提供了坚实的基础，多盟将DSP定位于包括实时竞价、合作、资源锁定、外部采购在内的“泛DSP”概念。“DSP+广告网络”已成为多盟广告平台未来的战略方向，多盟将在移动DSP方面加大

投入，以技术优势与各家DSP平台展开竞争。

B. 亿动开曼的核心竞争力

亿动开曼拥有良好的客户、媒体资源优势，海外推广的独家优势。亿动开曼在动态垂直优化、PremiumMad重定向、LBS定向、天气定向、媒体定向、智能定向、频次限制和防弊控制等技术方面具有优势。上述竞争优势为亿动开曼在境内HeroApp业务和海外推广业务方面的增长提供了客户和技术的支撑。

③多盟、亿动开曼的客户拓展情况

A. 多盟

多盟一直致力于与媒体的对接，与众多媒体保持良好的合作关系，多盟的明星媒体库包括：PM2.5、墨迹天气、今日头条、百度贴吧、滴滴打车、美图秀秀、火柴人联盟、会说话的汤姆猫等。此外，近期多盟又通过蓝标香港与facebook签署了长期合作协议。

经过多年积累，多盟已经获得众多广告主的认可，多盟服务的游戏广告主有腾讯、网易、游族、掌游、银汉、触控；生活服务类广告主有平安wifi、去哪儿、携程、艺龙、随手记、高德地图等；金融类广告主主要有嘉实基金、投哪网、玖富、挖财等；电商类广告主有百度、苏宁易购、京东、美团、当当网等；汽车行业广告主有奔驰、宝马等。

多盟的客户相对稳定，2015年8-11月新开拓的客户有e袋洗、春秋航空、乐视商城、钱宝网、陆金和全景所等，且多盟原有客户（如百度、平安wifi和腾讯等）的广告预算也有大比例上升。

B. 亿动开曼

亿动运营时间较长，前期伴随着移动互联网广告行业的萌芽，业务发展方向也在不断摸索中，但自2012年开始，随着移动互联网广告行业的趋于相对成熟，亿动的业务和销售方向均有着明确的发展路径。依靠老客户留存，老客户预算逐年提高，同时依靠新客户的开发，成为公司营业收入增长的主要驱动力，公司的销售团队、内部运营团队也均根据这个驱动力进行布局，历年数据可以看到公司根据此发展路径取得稳健的发展。

从亿动开曼客户拓展情况看，2015年1-11月境内业务累计服务的客户达330家（2015年8-11月境内业务新增美赞臣、麦当劳等169家客户），较2015年全年预

测客户数量174家多156家；2015年1-11月海外业务累计服务的客户达56家（2015年8-11月境外业务新增Solo、Efunfun、坚果等27家客户），较2015年全年预测客户数量36家多20家。

④市场可比交易评估预测情况

市场可比交易营业收入与多盟、亿动开曼评估预测情况详见下表：

影响因素	百孚思	上海同立	华邑众为	雨林木风	派瑞威行	亿起联科技	Avazu Inc.	日月同行	多盟	亿动开曼
第一年预计营业收入	46,728.00	27,549.00	18,364.15	23,775.46	107,365.97	19,102.16	30,916.22	10,572.92	98,213.31	95,061.54
第二年预计营业收入	54,888.00	31,681.84	22,036.98	34,036.43	130,993.40	27,146.23	49,828.23	13,609.81	142,342.06	141,662.71
第三年预计营业收入	64,323.14	36,434.12	26,444.38	43,192.93	156,422.71	38,553.07	68,696.20	17,427.61	201,556.59	193,562.31
第四年预计营业收入	73,021.16	41,899.23	29,353.66	48,000.53	182,336.40	50,483.53	93,090.05	19,080.55	270,833.22	306,339.24
第五年预计营业收入	80,345.99	48,184.12	32,582.12	50,528.55	205,547.71	60,142.63	110,047.06	19,813.20	344,168.69	365,298.36
第二年增长率	17.46%	15.00%	20.00%	43.16%	22.01%	42.11%	61.17%	28.72%	37.00%	40.79%
第三年增长率	17.19%	15.00%	20.00%	26.90%	19.41%	42.02%	37.87%	28.05%	44.93%	49.02%
第四年增长率	13.52%	15.00%	11.00%	11.13%	16.57%	30.95%	35.51%	9.48%	41.60%	36.64%
第五年增长率	10.03%	15.00%	11.00%	5.27%	12.73%	19.13%	18.22%	3.84%	34.37%	58.26%
平均增长率	14.55%	15.00%	15.50%	21.61%	17.68%	33.55%	38.19%	17.52%	27.08%	19.25%

与市场可比交易相比，多盟、亿动的平均增长率与市场可比交易相近。

⑤未来年度营业收入预测

A. 多盟的营业收入预测

估值人员在分析多盟历史年度营业收入的变化趋势和经营状况的基础上，通过与企业经营管理人员访谈了解企业未来的经营战略，核查企业经营预测数据的合理性及准确性。对多盟未来营业收入进行如下预测：

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	营业收入	61,888.80	142,342.06	201,556.59	270,833.22	344,168.69	419,233.98	482,844.69	540,368.01	586,697.08	622,652.84	653,641.98	653,641.98
一	主营业务收入	61,888.80	142,342.06	201,556.59	270,833.22	344,168.69	419,233.98	482,844.69	540,368.01	586,697.08	622,652.84	653,641.98	653,641.98
1	非代理业务	46,320.97	110,622.29	166,166.52	232,139.87	301,676.59	373,829.51	434,236.59	488,940.74	532,225.09	566,125.67	594,956.86	594,956.86
(1)	积分墙	17,676.26	32,372.06	34,620.12	37,389.73	39,259.22	41,222.18	41,646.18	43,312.03	44,611.39	44,165.27	44,606.93	44,606.93
(2)	展示广告	16,232.55	40,149.81	52,008.34	67,610.84	84,513.55	101,416.26	116,210.68	127,831.75	138,058.28	145,815.37	151,647.99	151,647.99
(3)	DSP	12,286.45	37,865.75	79,234.08	126,774.52	177,484.33	230,729.62	275,883.16	317,265.64	348,992.20	375,555.78	398,089.13	398,089.13
(4)	PMD	125.71	234.67	303.98	364.78	419.49	461.44	496.57	531.33	563.21	589.25	612.82	612.82
2	代理业务	15,567.84	31,719.77	35,390.07	38,693.35	42,492.10	45,404.47	48,608.10	51,427.27	54,472.00	56,527.17	58,685.12	58,685.12
(1)	广点通	6,684.16	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32	13,368.32
(2)	知名APP	8,883.68	18,351.45	22,021.75	25,325.03	29,123.78	32,036.15	35,239.78	38,058.95	41,103.68	43,158.85	45,316.80	45,316.80
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二	其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

B. 亿动开曼的营业收入预测

估值人员在分析亿动开曼历史年度营业收入的变化趋势和经营状况的基础上，通过与企业经营管理人员访谈了解企业未来的经营战略，核查企业经营预测

数据的合理性及准确性。对亿动未来营业收入进行如下预测：

单位：万元

序号	项 目	2015年8-12月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	营业收入	43,125.86	141,662.71	193,562.31	253,851.06	306,339.24	365,298.36	419,203.46	468,099.80	499,471.50	533,615.55	568,770.49	568,770.49
一	主营业务收入	43,125.86	141,662.71	193,562.31	253,851.06	306,339.24	365,298.36	419,203.46	468,099.80	499,471.50	533,615.55	568,770.49	568,770.49
1	境内品牌广告	14,667.28	43,012.14	60,511.36	78,061.80	94,491.77	112,063.57	129,899.83	147,697.05	163,707.46	182,040.97	201,911.11	201,911.11
2	海外推广广告	28,458.58	98,650.57	133,050.95	175,789.26	211,847.47	253,234.79	289,303.63	320,402.75	335,764.04	351,574.58	366,859.38	366,859.38
二	其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

⑥对于多盟和亿动预测期内，特别是5年之后营业收入增长较快的说明

从多盟的营业收入预测表中可以看出，多盟营业收入在2016至2020年间，复合年化增长率为31%；在2020年至2025年间，复合年化增长率为11.74%，2026年后维持稳定。从亿动的营业收入预测表中可以看出，亿动营业收入在2016至2020年间，复合年化增长率为26.72%；在2020年至2025年间，复合年化增长率为7.93%，2026年后维持稳定。

预测期内的高速增长，主要由以下几方面因素推动：

A、移动广告将迎来爆发性增长

移动广告在未来五到十年仍是快速发展期，移动广告目前在广告行业中占比还不高，五年后在广告行业中将占比过半；随着广告主对移动广告效果的逐渐认可，广告预算将不断从传统广告和PC互联网广告转向移动广告。从下表可以看出，多盟、亿动营业收入的增速和整个移动广告市场的增长基本保持一致。

项目	2016 年	2018 年	2020 年	2022 年	2024 年	2025 年
中国广告市场规模（亿元）	5,712	6,582	7,454	8,392	9,384	9,951
中国移动广告市场规模（亿元）	1,999.20	2,632.80	3,354.30	4,196.00	5,255.04	5,771.58
移动广告占比	35.00%	40.00%	45.00%	50.00%	56.00%	58.00%
多盟预测期营收（亿元）	14.23	27.08	41.92	54.04	62.27	65.36
多盟营收占移动广告规模比例	0.71%	1.03%	1.25%	1.29%	1.18%	1.13%
亿动预测期营收（亿元）	14.17	25.39	36.53	46.81	53.36	56.88
亿动营收占移动广告规模比例	0.71%	0.96%	1.09%	1.12%	1.02%	0.99%

注：行业数据来源：德勤《2025 大趋势—中国营销传播市场白皮书》

B、程序化购买将成为移动广告的主流趋势

从国外的发展情况来看，展示广告向程序化购买模式发展是未来的主流趋势。多盟的 DSP 业务模式是程序化购买为基础的广告平台模式、亿动的业务模式是程序化为基础的广告平台模式。国内移动广告程序化整体上还处在爆发的前期阶段，无论从流量结构、数据优化、广告展现方式、创意优化和算法优化等方面还都有很大提升空间。

a、多盟在程序化购买市场中的优势

多盟是中国移动程序化广告平台的引领者，将会迎来快速发展。多盟已在程序化购买市场的主要核心因素中取得先机：

（a）技术。多盟拥有在移动广告市场中强大的技术团队。技术人员占全部员工人数三分之一以上，骨干成员多数来自百度、IBM、微软等知名互联网或 IT 公司，其中核心骨干曾在百度担任重要技术职位，是百度搜索引擎，广告系统的主要研发人员。这样的技术团队成员经验丰富，稳定性好，在构建移动广告系统以及运营维护方面积累了丰富的经验。多盟已经构建了强大的 DSP 和 PMP 系统，为服务于未来快速持续增长的程序化购买市场奠定了良好基础。多盟的 DSP 系统和 PMP 系统在广告投放算法、受众挖掘定向、自动化反馈效果优化、自动化创意生成和挑优、高并发广告请求处理、海量数据实时分析等方面都十分完善，具有领先于多数竞争对手的技术优势，多盟的程序化购买体系预计未来五至十年能够迎来爆发性增长，发挥强大盈利能力。

（b）数据。多盟通过 5 年多专注于移动广告领域的积累，获得了大量的移动端高价值数据，覆盖 9 亿台移动终端设备。多盟积累的数据包括来自于 SDK 收集的数据、客户方提供的数据、广告投放中产生的数据、广告交易所提供的数据、多个第三方数据源的数据等，建立了独有的 DMP 服务，可以支持人群画像、人群定向、人群扩展、潜在客户挖掘、受众媒介分析、交叉营销等等。这些数据将为 DSP 和 PMP 系统的优化、精准效果提高提供强有力支持。

（c）客户。基于多盟多年服务的客户，多盟可以提供更加全面和深度的针对客户的营销服务。在程序化购买方面，能够与客户深度协同，成为移动端全渠道程序化购买服务提供商。

（d）流量。多盟目前是移动端程序化流量规模最大的整合者，包括超级 App

的优质流量和海量中长尾竞价流量。并积累了对这些流量的识别、匹配、使用等方面的丰富经验。

目前，多盟移动端接入流量（包括自有+Adx 可竞价）已超过 42 亿，月均独立移动终端覆盖约 9 亿，日均独立用户覆盖约 2.5 亿，APP 日活跃数约为 20 万以上，累计服务总客户数超过 6000 家。其中已接入主要交易所流量如下所示：

交易平台	日均请求量	交易平台	日均请求量
今日头条	4 亿+	Smaato	1 亿+
Inmobi	5 亿+	掌游天下	1 亿+
广点通	5 亿+	多盟视频	600w+
百度百川	3 亿+	Leadbolt	2,000w+
芒果	4 亿+	爱奇艺	10 亿+
Google	4.5 亿+	百度 BES	3 亿+
新浪微博	3 亿+	Nexage	2 亿+
优酷	3.5 亿+	wifi 万能钥匙	3 亿+
Mopub	3 亿+	Rubicon	2.4 亿+
搜狐	3.5 亿+		

b、亿动在程序化购买市场中的优势

亿动在程序化购买方面的优势包括：

（a）平台。亿动的 Premiummad 平台、Smartmad 平台、Performad 能充分满足品牌客户对接优质媒体、长尾媒体，应用客户对接海外渠道的媒体的需求。从亿动的品牌广告的产品平台来看，目前已经完成了覆盖优质媒体的 Premium Mad 平台和长尾媒体的 Smartmad 平台的完整布局，特别是 2015 年初上线运营的 Premium Mad 平台是国内首创的集合优质大型移动端媒体的程序化直购平台，也是未来发展的重点，该平台正是因为亿动紧跟国际知名广告主的需求，第一时间结合国际最新技术和国内业务特点推出的技术平台。该平台的优质媒体与品牌广告主需求的完美结合、程序化购买带来的效率提升及受众精准定向的优势，使亿动在业内率先具备了符合市场发展的成熟产品技术。这对于亿动在预测期的收入增长、以及竞争门槛提供了保障。从亿动的海外推广业务产品平台来看，2015 年初也已基本经完成了基于 ROI 效果追踪为核心、集成 Facebook、Google 和 Twitter 三大国际知名渠道的一站式海外推广平台——Performad 产品平台。该平台对 ROI 效果追踪的特点以及对 Facebook, Google 和 Twitter 三大渠道对接自动

优化的特点均是源于客户的核心需求，而这些核心需求需要亿动在通过与客户深层次紧密的合作过程中不断挖掘而来。亿动产品技术团队多年所积累的海外推广平台开发经验，保证了亿动可以第一时间根据客户的需求及市场变化，快速的落地相应的产品。所以 Performad 符合市场趋势的先发优势，对亿动的海外推广业务在 2015 年收入增长、客户数增长方面都起到了很大的作用，同时也对亿动预测期收入的增长、保持竞争优势提供了保障。

(b) 客户。从客户角度来说，无论从合作的国际知名品牌广告主，还是从合作的国际知名 4A 代理公司的质量、数量、业务量来看，亿动都是占据品牌移动广告领导地位的公司之一；亿动所服务的海外推广业务的客户，大部分是目前国内从事该行业的知名、领导型企业。亿动通过与这些客户的深度合作，使亿动有着靠近客户的第一手客户需求的信息、有着掌握和跟进市场最新趋势的优势，从而使其在市场竞争中占据优势地位，确保收入的增长性。

C、多盟和亿动将帮助蓝色光标增强互联网广告市场份额

蓝色光标作为亚洲最大的传播集团，拥有 1500 多家品牌客户。作为一家传统的广告公司，蓝色光标在移动广告投放领域并没有显著优势。有了多盟和亿动的加入，加上蓝色光标自身已有的移动广告业务，蓝色光标预计能够很快成为移动广告市场的领先企业。举例而言，多盟目前正在为蓝色光标旗下子公司思恩客（一家专注于游戏行业广告代理的公司）提供优化技术支持，预计能够将思恩客的毛利率水平提高一倍，从而增强竞争力。

经核查，管理层对于多盟、亿动的营业收入预测综合考虑了行业增长率，多盟、亿动的行业地位和核心竞争力，多盟、亿动在满足市场需求下不断拓展客户的能力，与可比交易增长率相比，多盟、亿动的营业收入预测充分考虑了互联网业务培育过程中的风险和不确定因素。

(2) 多盟、亿动开曼行业及地位相同但收入增长率预测差异较大的原因及合理性

多盟与亿动虽然同属移动互联网广告行业，但移动互联网广告企业业务的成长受其拥有的客户资源和在媒体资源上的投入影响较大。多盟与亿动开曼在未来经营战略等方面存在差异，所以导致未来预测期间增长率不同。

多盟从2010年成立至今，一直专注于移动营销方面的平台建设和服务，服务

了各行各业的大量的客户，在行业和客户中建立了比较强的品牌认知度和良好口碑。目前，程序化购买是营销市场的一个大趋势，从美国来看，已经超过50%的营销费用通过程序化购买的方式来执行，中国正在快速发展中，预计未来几年内也将超过50%。程序化购买中目前占主流的是DSP和PMP，能够为客户在做效果营销或品牌营销方面提供更有效的手段。DSP已经发展了几年，相对比较成熟，PMP预计在未来一年会有高速的发展。

多盟DSP的核心竞争力来自于几个方面：

①技术和数据。多盟是行业里以技术著称的公司，同时经过多年的业务积累和合作，掌握了丰富的移动营销相关数据资源，以及相对成型和稳定的平台系统。在广告投放端也积累了多年调优的广告投放策略参数和算法模型。

②运营优化能力。多盟有长期服务于效果类广告主的经历，在这个过程中掌握了丰富的优化能力，包括对客户诉求的理解、对创意的把握、对流量的认识、对定向能力的应用等。

③深入的客户和媒体关系。多盟多年积累的客户和媒体关系能够帮助多盟获得更多来自与客户和媒体端的信赖，有助于获得更多有利条件和关键信息，达成比竞品更好的结果。如今，多盟服务过数千家广告主，主体集中在品牌客户（汽车、快消、IT、金融等）和业内客户（App、手游等），同时，在一些垂直领域（电商、旅游、教育等）上也有部分客户在持续服务。

多盟的发展战略契合行业的大趋势，且多盟具有的竞争优势及良好的口碑，对公司未来业务的发展具有巨大的推动作用。

亿动未来经营仍将进一步拓展基于 Performad 平台的海外推广业务，同时逐渐加强基于 Premiummad 平台的品牌推广业务。亿动的海外推广业务是亿动的核心业务，相对拓展较为稳健，考虑到海外推广业务的风险相对境内品牌推广业务的风险更大，故而对于海外推广业务的增长率预测相对保守；此外，亿动的品牌推广业务主要是基于 Premiummad 平台为品牌通过 Hero apps 进行推广，而 Hero apps 媒体的议价能力较高，相对 DSP 对接的大量媒体的政策风险相对较高，故而亿动的品牌推广业务的增长预测也要相对保守。

多盟主打 DSP 的技术优势，主推未来增长率高、毛利率较高的移动 DSP+ADN 广告模式，亿动主打增长相对平稳的海外推广业务，基于两家公司的

不同特点，多盟与亿动开曼在未来预测期间增长率存在一定的差异是合理的。

经核查，独立财务顾问和估值机构认为：管理层对于多盟、亿动的营业收入预测综合考虑了行业增长率，多盟、亿动的行业地位和核心竞争力，多盟、亿动在满足市场需求下不断拓展客户的能力，与可比交易增长率相比，多盟、亿动的营业收入预测充分考虑了互联网业务培育过程中的风险和不确定因素，多盟、亿动未来年度营业收入预测是合理的。由于多盟和亿动开曼虽然所处行业相同，但行业地位、合作的媒体及客户群体有一定的差异，所以收入增长率预测有一定差异是合理的。

5、多盟、亿动 2015-2017 年营业收入、净利润预测的可实现性

(1) 多盟的 2015-2017 年预测营业收入、净利润的可实现性

①多盟 2015 年营业收入、净利润预测的可实现性

多盟 2015 年 1-11 月未经审计的营业收入及净利润完成情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-11 月实现数	2015 年全年预测数	完成比例
营业收入	78,893.80	98,213.31	80.33%
净利润	-3,029.59	-2,875.59	-

由上述数据可见，多盟 2015 年 1-11 月份累计收入已达到 7.89 亿元，完成全年预测收入的 80.33%；2015 年 1-11 月份累计实现净利润-3,029.59 万元，与全年预测净利润-2,875.59 万元相差 154.00 万元。多盟所处的广告行业有着较为明显的季节性特点，第三、四季度体现收入较高。此外，多盟处于高速发展期，多盟 12 月份已经签订但还未执行完毕的合同预计收入超过 2 亿元。由此判断多盟 2015 年营业收入和净利润预测是可实现的。

②多盟 2016、2017 年营业收入、净利润预测的可实现性

多盟运营时间较短，客户合同均采用每年签订一次框架协议的方式，但客户留存率很高，当前的前 40 大客户自 2013 年多盟开始真正产生收入以来即是多盟的客户，客户留存率平均超过 70%，且 2013 年以来，老客户每年对多盟的收入贡献增长率平均为 78%。同时，2013 年以来，多盟每年的收入增量部分，平均 56% 来自于新增客户，新增客户对多盟收入增长的贡献也较大。

近年来，多盟一直致力于市场的投入，抢占市场份额，虽然在本次交易审计基准

日时尚未开始盈利，但其在移动互联网广告领域的优势已经建立，获得了众多广告主的好评并和众多知名媒体建立了长期合作关系。多盟 2015 年 8-11 月份已经扭亏为盈，盈利能力逐渐上升。

近期，多盟又与 Facebook 签署了长期合作协议，与 Facebook 的合作也为多盟未来营业收入及净利润的增长提供了强有力的支撑。多盟 2014--2017 年营业收入增长情况预测表如下：

项目	2014 年（实际）	2015 年（预测）	2016 年（预测）	2017 年（预测）
营业收入增长率	232.38%	78.03%	44.93%	41.60%
非代理业务毛利率	20.58%	19.03%	19.01%	18.99%
代理业务毛利率	5.40%	5.09%	5.07%	5.05%

在移动互联网广告行业整体增幅明显的市场背景下，本次估值对未来业务收入的增长率和毛利率的预测出于谨慎仍考虑了逐年下降，因此独立财务顾问及估值机构认为多盟 2016-2017 年的营业收入也是可以实现的。

基于多盟所处行业的特点，在营业收入大幅增加的前提下，费用支出增幅不大，但基于谨慎性考虑，估值机构在进行预测时还是对管理费用、销售费用和财务费用进行了常规性预测，具体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年（实际）	2015 年（预测）	2016 年（预测）	2017 年（预测）
管理费用	5,993.20	7,926.98	6,430.90	7,264.40
其中：股份支付	1,759.65	2,561.84	-	-
扣除股份支付的管理费用	4,233.55	5,365.14	6,430.90	7,264.40
销售费用	6,104.43	8,526.21	10,901.82	13,081.00
财务费用	76.38	-130.27	276.99	456.69

由上表可知，估值机构对于三项费用的预测增长趋势合理，综合判断多盟 2016 年-2017 年预测净利润可以实现。

（2）亿动开曼的 2015-2017 预测营业收入、净利润的可实现性

①亿动开曼 2015 年营业收入、净利润预测的可实现性

亿动开曼 2015 年 1-11 月未经审计营业收入及净利润完成情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-11 月实现数	2015 年全年预测数	完成比例

营业收入	102,623.35	95,061.54	107.95%
净利润	2,778.67	1,191.10	233.29%

由上述数据可见，亿动开曼 2015 年 1-11 月份累计收入已达到 10.26 亿元，完成全年预测收入的 107.95%；2015 年 1-11 月份累计实现净利润 2,778.67 万元，与全年预测净利润 1,191.10 万元相比已经超额完成 1,587.57 万元，亿动开曼 2015 年的营业收入和净利润预测已经实现。

②亿动开曼 2016、2017 年营业收入、净利润预测的可实现性

虽然亿动的客户合同均采用每年签订一次框架协议的方式，但从 2013-2015 年的客户留存情况来看，客户留存率很高，达到 90%以上。从 2013 年就和亿动开曼合作的老客户的年均预算来看，客户广告投放的平均增长率达到 82%。同时，2013 年以来，新增客户数量的增长率为年均 35%。亿动开曼的收入增量部分，52.9%来自于新增客户，47.1%来自于老客户增加投入。

目前亿动开曼未执行完毕的合同尚有 18,231.5 万元，不论是亿动开曼客户数量的增长还是营业收入、净利润的增长，均显示了亿动开曼未来经营能力和盈利能力的提升。

随着亿动开曼品牌和技术优势的确立，亿动开曼已获得了众多广告主的好评并和众多知名媒体建立合作关系，公司也从前期的市场的投入，抢占市场份额阶段，转为盈利阶段。亿动开曼自审计基准日已开始盈利，且盈利能力快速上升。亿动开曼 2014--2017 年营业收入及净利润情况预测表如下：

项目	2014 年（实际）	2015 年 1-11 月（实际）	2016 年（预测）	2017 年（预测）
营业收入	34,823.24	102,623.35	141,662.71	193,562.31
营业收入增长率	29.45%	194.70%	38.04%	36.64%
净利润	-2,837.40	2,778.67	2,761.41	5,044.13
净利润增长率	-	-	-0.62%	82.67%

注：以 2015 年 1-11 月实际实现数据代替 2015 年估值报告预测数据，即不考虑 2015 年 12 月实现的收入和净利润（预计 2015 年 12 月实现收入和净利润也将大幅高于预测值）

根据上表看出，亿动 2016 年预测的营业收入只需比 2015 年 1-11 月实现数增长 38.04%即可完成任务，2015 年 1-11 月实现的净利润已经超过 2016 年预测净利润指标。由此可见亿动 2016 年-2017 年预测的营业收入及净利润均较为保

守，在移动互联网广告行业整体增幅明显的市场背景下，综合判断认为亿动开曼 2016-2017 年的营业收入和净利润可以实现。

此外，2014 年-2017 年亿动毛利率情况如下：

项目	2014 年 (实际)	2015 年 (预测)	2015 年 8-11 月 (实际)	2015 年 8-12 月 (预测)	2016 年 (预测)	2017 年 (预测)
品牌广告毛利率	19.40%	11.00%	9.14%	11.09%	11.06%	11.03%
推广广告毛利率	8.26%	6.59%	9.50%	7.20%	7.17%	7.14%

亿动 2015 年 8-11 月品牌广告毛利率略低于 8-12 月预测值，但推广广告毛利率高于 8-12 月预测值。推广广告毛利率提升的主要原因是：一方面是 facebook 的供应商返点比例由 7 月 1 日之前的 7 个百分点左右上升到 9 个点，提升了毛利率；另一方面 2015 年 8-11 月随收入规模的增大公司服务了更多新客户，而新增客户返点比例较低，导致使毛利率进一步提升。亿动 2015 年 8-11 月综合毛利率为 9.36%，高于 8-12 月预测值 8.52%，且未来亿动推广广告收入占比维持在 65%-70% 左右，推广广告的毛利率变动影响会大于品牌广告。综合判断亿动 2016-2017 年毛利率预测合理。

基于亿动所处行业的特点，在营业收入大幅增加的前提下，费用支出增幅不大，但基于谨慎性考虑，估值机构在进行预测时还是对管理费用、销售费用和财务费用进行了常规性预测，具体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 (实际)	2015 年 (预测)	2016 年 (预测)	2017 年 (预测)
管理费用	4,523.74	3,717.54	4,686.72	5,462.22
销售费用	2,175.64	1,876.06	2,251.26	2,588.95
财务费用	195.65	210.94	856.68	1,028.57

2015 年全年预测管理费用和销售费用较 2014 年降低，主要是由于 2015 年 1-7 月部分研发项目符合资本化要求进行了 528.90 万元资本化、部门精简了部分人员等原因，导致 2015 年全年预测值较 2014 年有所下滑，后续估值机构对于三项费用的预测增长趋势合理，综合判断亿动 2016 年-2017 年预测净利润可以实现。

经核查多盟、亿动 2015 年 1-11 月的收入、净利润实现情况，结合多盟、亿动所在行业的特性，独立财务顾问、会计师、估值人员认为多盟、亿动开曼 2015

年营业收入、净利润预测是可实现的；经核查多盟、亿动所在行业的特性、客户留存率、预测收入增长率、毛利率、三项费用增长情况等，独立财务顾问、会计师、估值人员认为多盟、亿动开曼 2016-2017 年营业收入、净利润预测是可实现的。

（三）后续经营过程中相关变化趋势及其对估值的影响

公司董事会分析后认为，本次交易标的在后续经营过程中：政策、宏观环境、重大合作协议、经营许可、技术许可等方面不会发生重大不利变化；交易标的在估值期间未考虑税收优惠情况；移动互联网营销行业和技术的发展较快，存在一定不确定性，但总体发展趋势良好。

因此，交易标的后续经营过程中政策、宏观环境、技术、行业、重大合作协议、经营许可、技术许可、税收优惠等方面的变化趋势不会对本次交易标的的估值造成重大不利影响。

（四）标的公司与上市公司的协同效应

多盟、亿动与蓝色光标存在协同效应（参见本报告书“第一节本次交易概况”之“二、本次交易的目的”之“（三）整合优质媒体资源和客户资源，充分发挥协同效应”相关内容），收购后会对未来上市公司业绩有一定的提升，但不存在显著可量化的协同效应，因此本次估值未考虑上述协同效应的影响。

（五）估值结果对关键指标的敏感性分析

综合考虑各标的资产的业务模式特点和报告期内财务指标变动的影响程度，董事会认为营业收入和毛利率的变动对估值有较大影响，该等指标对估值结果的影响测算分析如下：

1、估值结果对营业收入变动的敏感性：

假设估值标的各年营业收入分别波动-10%、-5%、5%、10%：

（1）多盟

收入变动幅度	估值（万元）	变动金额（万元）	变动率

收入变动幅度	估值（万元）	变动金额（万元）	变动率
10%	226,807.15	35,357.01	18.47%
5%	209,128.75	17,678.61	9.23%
0%	191,450.14	0.00	0.00%
-5%	173,770.35	-17,679.79	-9.23%
-10%	156,089.83	-35,360.31	-18.47%

(2) 亿动

收入变动幅度	估值（万元）	变动金额（万元）	变动率
10%	89,224.06	12,711.67	16.61%
5%	82,897.99	6,385.60	8.35%
0%	76,512.39	0.00	0.00%
-5%	70,074.03	-6,438.36	-8.41%
-10%	63,572.90	-12,939.49	-16.91%

2、估值结果对毛利率变动的敏感性：

假设估值标的各年毛利率分别波动-10%、-5%、5%、10%，即原毛利率乘90%、95%、105%、110%：

(1) 多盟

变动幅度	估值（万元）	变动金额（万元）	变动率
原毛利率上浮 10%	234,706.68	43,256.54	22.59%
原毛利率上浮 5%	213,092.60	21,642.46	11.30%
原毛利率	191,450.14	0.00	0.00%
原毛利率下降 5%	169,832.85	-21,617.29	-11.29%
原毛利率下降 10%	148,186.82	-43,263.32	-22.60%

(2) 亿动

变动幅度	估值（万元）	变动金额（万元）	变动率
原毛利率上浮 10%	95,890.35	19,377.96	25.33%
原毛利率上浮 5%	86,207.40	9,695.01	12.67%
原毛利率	76,512.39	0.00	0.00%
原毛利率下降 5%	66,818.56	-9,693.83	-12.67%
原毛利率下降 10%	57,101.99	-19,410.40	-25.37%

(六) 本次交易作价公允性分析

本次交易聘请的估值机构符合独立性要求，具备相应的业务资格和胜任能力，估值方法选取理由充分，具体工作中按相关法律、法规要求执行了现场核查，取得了相应的证据资料，估值定价具备公允性。本次估值实施了必要的估值程序，遵循了独立性、客观性、公正性等原则，估值结果客观、公正地反映了估值基准日估值对象的实际状况，各类资产的估值方法适当，本次估值结论具有公允性。本次拟交易标的资产均以估值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。

多盟和亿动均系移动互联网营销企业，移动互联网营销目前尚处于高速发展的初期阶段，此阶段的战略核心是扩大市场份额，最主要的核心竞争能力及评判指标主要为销售收入，因此本报告采用市销率作为评判交易定价公允性的指标，同时分析了可比上市公司及可比交易的市盈率与市净率水平。

1、本次交易的市盈率、市净率水平

(1) 多盟

2014 年和 2015 年 1-7 月，多盟模拟合并口径净利润分别为-2,883.56 万元和-5,167.11 万元，扣除股份支付影响因素，多盟模拟合并口径净利润分别为-1,123.91 万元和-2,605.27 万元。

由于多盟 2014 年和 2015 年 1-7 月处于亏损状态，故根据估值预测 2016 年及 2017 年净利润计算相关市盈率如下：

项目	2016 年预测	2017 年预测
多盟 95%股权交易作价（万元）	181,255.49	
多盟 100%股权作价（万元）	190,795.25	
多盟净利润（万元）	3,437.07	8,271.34
交易市盈率（倍）	55.51	23.07

根据 2016 年及 2017 年预测净利润计算的多盟的动态市盈率分别为 55.51 倍和 23.07 倍。2016 年动态市盈率水平较高的原因是由于 2016 年多盟刚刚由亏转盈，净利润实现数较小，致使动态盈利率处于较高水平，2017 年动态市盈率逐步回落。

根据估值基准日多盟模拟合并口径的账面净资产 21,682.78 万元，本次交易

多盟的市净率为 8.80 倍。

(2) 亿动开曼

蓝瀚科技收购亿动开曼 51% 股权交易作价为 39,220.63 万元，增资亿动开曼 1,000 万美元的对应金额为 6,221.65 万元，上述步骤完成后，蓝瀚科技持有亿动开曼 54.77% 的股权，即亿动开曼 54.77% 股权的交易作价为 45,442.28 万元。

2014 年和 2015 年 1-7 月，亿动开曼合并口径净利润分别为 -2,837.40 万元和 564.47 万元。根据估值预测 2015 年及 2016 年净利润计算相关市盈率如下：

项目	2015 年	2016 年
亿动开曼 54.77% 股权作价（万元）	45,442.28	
亿动开曼 100% 股权作价（万元）	82,969.29	
亿动开曼预测净利润（万元）	1,191.10	2,761.43
交易市盈率（倍）	69.66	30.05

根据估值基准日亿动开曼合并口径的账面净资产 1,642.08 万元，本次交易亿动的市净率为 50.53 倍。

2、可比同行业上市公司估值水平

多盟、亿动属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“164 互联网和相关服务”。但从行业细分的角度，多盟、亿动从事的是移动互联网营销业务中的数字营销，目前并无专门从事与多盟、亿动业务完全一致的上市公司。本报告选取了与多盟和亿动所处行业或从事业务相近的 6 家上市公司，对其所处行业估值水平进行比较分析。截至本次交易的估值基准日 2015 年 7 月 31 日，可比上市公司估值情况如下：

证券代码	证券名称	P/E	P/B	P/S
002400	省广股份	52.05	9.25	2.69
300392	腾信股份	113.98	15.87	10.55
300113	顺网科技	82.43	14.67	21.02
002131	利欧股份	60.54	8.86	4.84
300059	东方财富	40.22	29.06	26.79
300058	蓝色光标	163.88	5.72	3.66
平均值		85.52	13.91	11.59

数据来源：wind 资讯

注：（1）P/E=股价/（2015 年中报每股收益*2），其中：股价为 2015 年 7 月 31 日收盘价，每股收益为 2015 年中报公布数值

(2) P/B=股价/2015 年中报每股净资产，其中：股价为 2015 年 7 月 31 日收盘价，每股净资产为 2015 年中报公布数值

(3) P/S=股价/（2015 年中报每股营业总收入*2），其中：股价为 2015 年 7 月 31 日收盘价，每股营业总收入为 2015 年中报公布数值

根据上表，截至估值基准日，可比上市公司的平均市盈率为 85.52 倍，本次交易标的多盟 2015 年亏损，不能计算市盈率指标，按 2016 年预测净利润计算的市盈率为 55.51 倍，亿动按 2015 年预测净利润计算的市盈率为 69.66 倍，按 2016 年预测净利润计算的市盈率为 30.05 倍，均低于同行业 A 股上市公司的市盈率。可比上市公司平均市净率为 13.91 倍，本次交易标的多盟股权作价的市净率为 8.80 倍，低于同行业 A 股上市公司的市净率，亿动股权作价的市净率为 50.53 倍，高于上市公司平均市净率，但考虑到多盟和亿动均属于轻资产型公司，且两公司目前所处行业发展及公司经营业绩情况不适用于市盈率或市净率指标评判企业估值，因此本次交易以市销率作为评判指标。按照 2015 年预测销售收入计算，多盟市销率为 1.95，亿动市销率为 0.80，低于上述可比公司平均市销率 11.59 倍，本次交易与可比交易的交易作价具有合理性，故本次交易的定价具有合理性和公允性。

3、可比交易的估值水平

多盟和亿动均从事互联网营销业务，近年来，A 股上市公司收购互联网营销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：

上市公司	可比公司	收购股权比例	交易价格（万元）	标的公司承诺当年净利润（万元）	市盈率（交易价格/当年承诺净利润）
科达股份	百孚思	100%	60,750.00	4,500.00	13.50
	上海同立	100%	44,550.00	3,300.00	13.50
	华邑众为	100%	40,500.00	3,000.00	13.50
	雨林木风	100%	54,000.00	4,000.00	13.50
	派瑞威行	100%	94,500.00	7,000.00	13.50
久其软件	亿起联	100%	48,000.00	3,700.00	12.97
天神娱乐	Avazu Inc	100%	207,000.00	12,899.21	16.05
梅泰诺	日月同行	100%	56,000.00	4,000.00	14.00
华谊嘉信	浩耶上海	100.00%	46,700.00	4,000.00	11.68
实益达	顺为广告	100.00%	31,300	2,500.00	12.52

平均值	13.47

根据多盟 2016 年及 2017 年预测净利润计算的动态市盈率分别为 55.51 倍和 23.07 倍。根据亿动 2015 年及 2016 年预测净利润计算的动态市盈率分别为 69.66 倍和 30.05 倍，均高于同行业可比交易的平均市盈率。

多盟和亿动均系移动互联网营销企业，移动互联网营销目前尚处于高速发展的初期阶段，此阶段的战略核心是扩大市场份额，最主要的核心竞争能力及评判指标主要为销售收入，因此采用市销率作为评判交易定价公允性的指标更为有效。可比交易具体估值情况如下：

上市公司	可比公司	收购股权比例	交易价格（万元）	标的公司预测当年营业收入（万元）	市销率（交易价格/当年营业收入）
科达股份	百孚思	100%	60,750.00	46,728.00	1.30
	上海同立	100%	44,550.00	27,549.00	1.62
	华邑众为	100%	40,500.00	18,364.15	2.21
	雨林木风	100%	54,000.00	23,775.46	2.27
	派瑞威行	100%	94,500.00	107,365.97	0.88
久其软件	亿起联	100%	48,000.00	19,102.16	2.51
天神娱乐	Avazu Inc	100%	207,000.00	30,916.22	6.70
梅泰诺	日月同行	100%	56,000.00	10,572.92	5.30
华谊嘉信	浩耶上海	100.00%	46,700.00	146,267.59	0.32
实益达	顺为广告	100.00%	31,300	29,376.47	1.07
平均值					2.42

多盟和亿动开曼的市销率分别为 1.95 和 0.80，与可比交易案例的平均市销率相比，均处于较低水平，故本次交易的定价具有合理性和公允性。

4、中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问认为：结合市场可比交易价格、同行业上市公司的市盈率、市净率、市销率等指标，本次交易定价具有公允性。

（七）本次交易采用估值报告作价的原因

1、本次交易采用估值报告作价的原因

(1) 根据《上市公司重大资产重组管理办法》(第 109 号令)的规定,上市公司进行重大资产重组时可以采用资产评估结果作为定价依据,也可以采用估值结果进行定价。

(2) 本次交易中蓝色光标收购的标的公司——“多盟”是一家通过 VIE 架构模拟合并的主体。多盟开曼的子公司——多盟无限、多盟智胜和创始人之间签署了一系列的控制协议(“控制协议”)形成 VIE 架构。根据《资产评估准则——企业价值》的相关规定,企业价值评估是对评估基准日特定目的下企业整体价值、股东全部权益价值或者股东部分权益价值等进行分析、估算并发表专业意见的行为和过程。因此对应的主体应是确定的法律主体,本次估值的标的为多盟开曼和多盟智胜,在估值过程中系假设多盟开曼模拟合并了多盟智胜,估值主体是模拟主体并非一个确定的法律主体,所以对模拟合并主体价值估算采用了估值报告。

(3) 本次评估公司与蓝色光标签署的也是《资产评估业务约定书》,所以报告形式采用估值报告也与业务委托一致。

2、收益法估值相关参数以及其他影响估值结果的指标和因素,与按照资产评估准则相关规定进行估值存在的主要差异情况

根据《资产评估准则——企业价值》的相关规定,执行与企业价值评估相关的其他业务,可以参照该准则,故本次估值业务由注册资产评估师完成,在估值方法的选取、估值程序的履行、估值的假设、估值参数的选取及估值的计算过程等各方面参照了资产评估准则相关规定,与评估报告不存在差异,仅在报告形式方面略有差异。

3、中介机构核查意见

经核查,独立财务顾问和估值机构认为:本次出具的估值报告与评估报告并无本质区别,均是对标的资产价值的评估,本次收益法估值的相关参数以及其他影响估值结果的指标和因素,与按照资产评估准则相关规定进行估值不存在差异。

(八) 对多盟、亿动未来年度毛利率预测的合理性分析

1、多盟毛利率预测合理性分析

(1) 历史年度毛利率水平

多盟的主营业务分为非代理业务和代理业务，历史年度的各块业务的毛利率情况详见下表：

项 目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
非代理广告业务毛利率	19.03%	20.58%	19.90%
代理广告业务毛利率	4.91%	5.40%	4.97%
总毛利率	14.18%	17.60%	19.47%

(2) 毛利率的预测

①非代理广告业务

多盟 2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月非代理业务的毛利分别为 19.90%、20.58%和 19.03%，出于谨慎，预测年度毛利率结合最近一期（2015 年 1-7 月）非代理业务毛利率，并考虑由于市场竞争等可能导致毛利率下降的因素，预测期预计企业的非代理业务的毛利率逐年缓慢下降。

②代理广告业务

相对于非代理业务而言，由于代理广告通过赚取返点差的方式盈利，因此毛利率较低。多盟 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月代理业务的毛利分别为 4.97%、5.40%和 4.91%。由于代理广告业务毛利率较为稳定，预测时采用历史年度代理业务毛利率的平均水平，并考虑由于市场竞争等可能导致毛利率下降的因素，预测期预计企业的代理业务的毛利率逐年缓慢下降。

多盟毛利率预测表如下：

序号	项 目	2015年8-12月	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年-∞
	总毛利率	15.52%	15.03%	15.90%	16.54%	16.98%	17.23%	17.42%	17.51%	17.56%	17.58%	17.58%	17.58%	17.58%
1	非代理广告业务毛利率	19.03%	19.03%	19.01%	18.99%	18.97%	18.95%	18.93%	18.91%	18.89%	18.87%	18.85%	18.83%	18.83%
2	代理广告业务毛利率	5.09%	5.01%	5.07%	5.05%	5.03%	5.01%	4.99%	4.97%	4.95%	4.93%	4.91%	4.89%	4.89%

2、亿动毛利率预测合理性分析

(1) 历史年度毛利率水平

亿动开曼主营业务分为境内品牌推广和海外推广业务，报告期内的各块业务的毛利率情况详见下表：

项 目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
境内品牌广告业务利率	10.91%	19.40%	16.11%
海外推广广告业务毛利率	6.14%	8.26%	8.00%
总毛利率	7.31%	11.68%	10.19%

（2）毛利率的预测

虽然目前亿动开曼各项业务运作已较为稳定，但考虑到未来年度市场竞争加剧可能会使公司的毛利率有所下降，所以本次预测时出于谨慎，在参考 2015 年 1-7 月和历史年度平均毛利率的基础上考虑一定幅度的下降。

亿动毛利率预测表如下：

序号	项 目	2015年8-12月	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年~∞
	总毛利率	8.52%	7.86%	8.35%	8.35%	8.30%	8.28%	8.24%	8.22%	8.22%	8.23%	8.26%	8.28%	8.28%
1	境内品牌广告业务毛利率	11.09%	11.00%	11.06%	11.03%	11.00%	10.97%	10.94%	10.91%	10.88%	10.85%	10.82%	10.79%	10.79%
2	海外推广广告业务毛利率	7.20%	6.59%	7.17%	7.14%	7.11%	7.08%	7.05%	7.02%	6.99%	6.96%	6.93%	6.90%	6.90%

3、结合市场竞争分析毛利率预测的合理性

目前互联网营销公司数量较多，市场上涌现出许多新成立的互联网营销公司，一些传统营销传媒集团也纷纷成立了互联网营销事业部，市场竞争已经比较激烈。各家公司为了争夺客户资源、争取业务机会，通常会向客户支付较高的返点，导致毛利率较低。出于谨慎性考虑，在估值预测未来毛利率时已经考虑到市场竞争加剧的因素，故预测期毛利率逐步降低。

另一方面，近期 A 股上市公司收购多家互联网营销公司的案例较多，例如联创股份收购上海新合、上海激创、上海麟动，打造“联创数字”业务板块；实益达收购顺为广告、奇思广告、利宣广告，更名“麦达数字”；科达股份收购百孚思、同立广告、华邑众为、雨林木风、派瑞威行，转型互联网营销。我们预计后期随着行业发展，竞争格局会发生变动，几家独大的互联网营销广告平台将涌现。本次交易完成后，标的公司纳入上市公司体内后，上市公司将多盟和亿动为主体，综合调配其他全资或参股的数字营销服务商资源，打造全产业链、全媒体数字营

销服务商。多盟和亿动将依托上市公司对其的优化整合，进一步扩大互联网营销业务规模，扩大市场影响力，增强对客户和供应商的议价能力，从而提升毛利率水平。但出于谨慎行考虑，估值机构未考虑上述有利因素，预计毛利率水平稳步下降。

4、结合成本管控能力分析毛利率预测的合理性

多盟和亿动作为互联网营销公司，主营业务成本绝大部分是媒体采购成本。目前市场上媒体返点政策较为公开、透明，为阶梯型的累计返点政策，客户享受的媒体返点比例的高低主要取决于其投放量，即在某个媒体上的广告投放金额达到不同的投放区间时，会享受不同的而媒体返点比例。随着媒体投放规模的不断增长，多盟和亿动可以享受更高区间的媒体返点比例，因此会带动多盟和亿动媒体返点的增加，该媒体返点在财务上做冲减成本处理，会提升毛利率水平。

多盟和亿动纳入上市公司体系后，将依托上市公司对其的优化整合，进一步扩大互联网营销业务规模。整合后两家公司的媒体购买量将显著增加，随着媒体采购的增加，对媒体的溢价能力也逐步提升，成本管控能力也将增强。但基于谨慎性，估值时未考虑成本管控给多盟和亿动带来的毛利率上升空间。

5、结合市场可比交易案例分析毛利率预测的合理性

公司	未来五年平均毛利率
百孚思	23.31%
上海同立	28.59%
华邑众为	42.95%
雨林木风	26.97%
派瑞威行	17.12%
亿起联	29.17%
Avazu Inc	25.45%
日月同行	51.83%
浩耶上海	12.19%
顺为广告	19.96%
平均值	27.75%
多盟	16.34%
亿动	8.23%

通过多盟、亿动毛利率与市场可比交易案例毛利率情况的对比可以看出，多盟、亿动开曼在预测期内的毛利率水平低于市场可比交易案例的毛利率水平，所以多盟和亿动开曼未来年度毛利率预测具有合理性。

6、中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问和估值机构认为：考虑到市场竞争加剧、成本管控能力增强及市场可比交易情况，结合多盟和亿动历史的毛利率水平，出于谨慎性原则，对多盟、亿动未来年度毛利率做出的预测是合理的。

（九）本次估值预测期间选取较长的原因及合理性分析

多盟和亿动主要从事移动互联网广告营销服务，通过构建专业的移动互联网广告平台，整合各类流量资源，提供基于移动互联网应用的营销服务、流量增值服务，以及部分传统互联网广告服务。

1、我国营销传播市场现状

①我国营销传播市场总量将持续扩大

营销传播市场分为两部分，公关服务市场和广告服务市场。市场规模以一个国家或地区全部营销实际投放费用为量度，包括代理机构的佣金、媒体广告及营销支出及广告主的其他营销活动支出。

根据德勤咨询的《2025 年大趋势：中国营销传播市场白皮书》，2004 年至 2013 年间，我国营销传播总体市场规模保持了 12%的年增长率，广告营销费用远高于公关营销费用。预计从 2014 年开始，我国营销传播市场规模扩张速度将放缓至 10%左右；到 2025 年，市场规模将达到 11,116.00 亿元，其中广告服务将占 90%。

②整体营销传播市场增速放缓，数字媒体发展迅猛

进入互联网时代，数字媒体较传统媒体存在较大优势。一方面，消费者不再被动的从单一的传统渠道获取信息，而是通过各种新媒介获取实时化的信息；互联网的扩张与延伸属性使得信息传播速度加快，因此消费者接受的信息正从传统

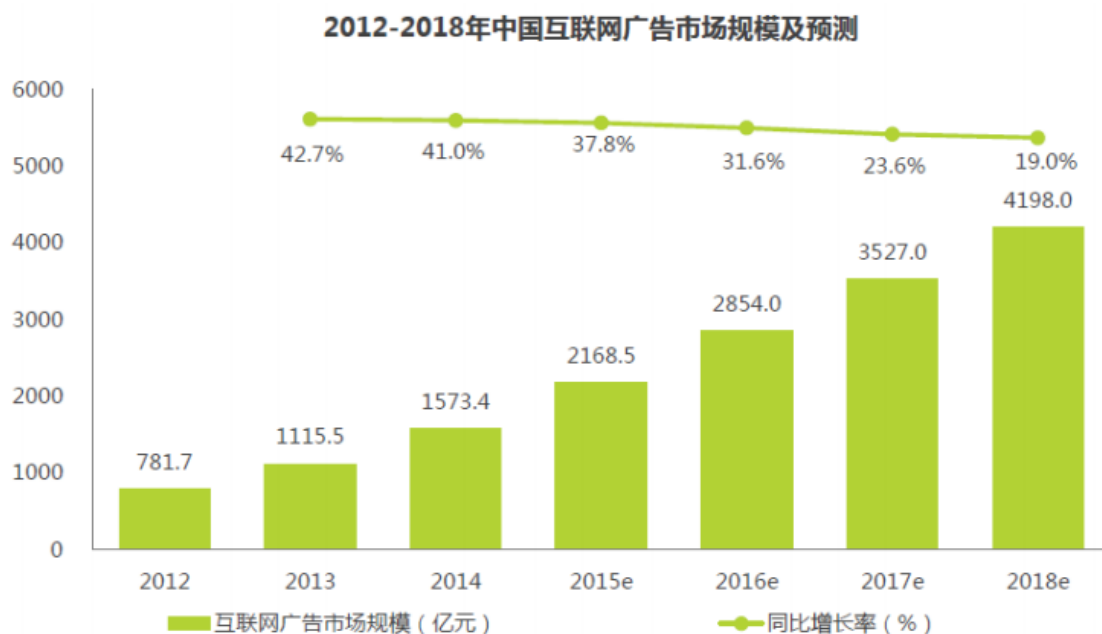
的点对点方式转向多元化。另一方面，通过互联网投放广告能够缩短流程，实现精准投放和实时反馈。数字媒体营销将更有效、更精准、更便于进行大数据分析，数字媒体将迅速抢占传统媒体的市场份额。

2007 年以来，网络及数字户外媒体的总营销投放加速增长，2009 年到 2012 年间年增速高达 47%。而传统媒介则出现增速放缓甚至出现负增长，金融、电信和 IT 产品受众细分行业 2012 至 2013 年的传统媒介投放降幅达到 10%以上。

2、多盟、亿动所处的行业发展规律和生命周期

①互联网广告营销市场保持较高增长

2014 年，全球互联网广告市场规模约 5,150 亿美元，较 2013 年的 4,850 亿美元增长 6%，预计未来几年仍保持平稳增长态势。2014 年，中国互联网广告市场规模达到 1,573.4 亿元，同比增长 41.0%，预计在短期内仍将保持两位数的增长率。中国作为新兴市场的代表，随着经济的发展和网络用户的增加，互联网广告市场规模将逐步扩大，增速将明显高于全球互联网广告市场。



来源：艾瑞咨询

在目前市场预期下，2015 年中国互联网广告市场规模或将超过两千亿元，未来三年互联网广告产业仍会保持较高的增长水平，并在更长的一段时期里保持

成熟发展。

②中国智能手机普及率低，移动互联网领域仍有很大发展空间

智能手机作为用户接入移动互联网的核心设备，其普及程度将反应移动互联网的发展速度及普及程度。据市场研究公司 eMarketer 数据显示，2014 年中国智能手机用户仅 5.2 亿，普及率为 38.3%；到 2018 年中国将新增 1.77 亿智能手机用户，普及率将达到 51.1%，保持较高的普及率增长速度。与此相比，2018 年美国智能手机普及率将达到 82.1%。由此可见，2018 年中国智能手机普及率仍将远低于美国，届时中国智能手机普及率仍将保持较高的增速。

③中国用户移动设备平均使用时长仍有很大发展空间

根据 eMarketer 报告显示，2015 年中国用户移动设备平均使用时长为 2 小时零 1 分；同年，美国用户移动设备平均使用时长已经达到 2 小时 54 分钟，占有媒体使用时长约 25%，中国移动互联网发展空间较大。但与之相比，美国移动互联网广告在整体广告预算占比很低，仅达到 8%。由此可见，移动互联网广告的发展均相对滞后于移动互联网及智能手机的发展。如果 2018/2019 年之后移动互联网仍能保持较高增长，则移动互联网广告必将拥有更大的发展空间。

一般来说，广告花费与消费者媒介消费时间呈正比，然而新媒介出现时，存在广告花费的上升明显滞后于消费者媒介消费时间上升的情况，即“数字营销鸿沟”（即广告花费占比和媒介消费时间占比的差异）。德勤《2025 大趋势—中国营销传播市场白皮书》，在美国数字媒介占了 41%的媒介消费时间的时间点，但数字广告花费在总广告花费中的占比仅为 26%。美国数字媒介广告花费不及时间花费，原因有二：一是传统媒介广告的价格远高于数字媒介广告的价格，二是广告主投放的习惯滞后于消费者行为的习惯。

对比美国，中国的数字营销鸿沟较美国更大，2013 年中国的“数字营销鸿沟”为 17%，而美国为 14%。从时间上看来，中国数字媒介广告花费的比例落后数字媒介消费时间约 5 年左右。中美市场的经验表明，企业营销支出变化的时间落后消费者行为变化 5 年，这意味着当前企业营销需求的变化将在未来 5 年左右转

变成“真金白银”。

④未来 10 年移动广告预算将保持高速增长

数字广告与传统广告相比，有广告的受众面更广、宣传效果更优良以及信息获取更实时等特点，随着移动互联网的发展，移动广告预算将迎来爆发式增长。根据德勤《2025 大趋势-中国营销传播市场白皮书》，整个中国营销传播行业将从 2013 年的 4,641 亿元，增长到 2025 年的 11,116 亿元；而 2013 年手机和移动互联网广告市场份额仅为 3.3%，预计到 2025 年这一数字将达到 18.4%。这意味着中国移动互联网广告市场将从 2013 年的 155.2 亿，增长 13 倍，到 2025 年达到 2,045 亿。

3、多盟、亿动所处业务发展阶段

多盟和亿动所处的移动互联网广告行业目前处于行业发展的早期，随着广告主对移动互联网广告营销的不断认知，广告主习惯的不断养成，在移动端投放总量将不断扩大，在整个行业到达成熟期之前将会存在一个逐步快速增长的过程。

多盟从 2010 年成立至今，一直专注于移动互联网营销平台及服务，通过对多个行业大量客户的服务，在移动互联网广告行业和客户中建立了较强的品牌认知度和良好口碑。多盟创立时间较短，尚处于上升期，尤其是 2014 年下半年推出的 DSP 业务和 2015 年上半年推出的 PMD 业务具有巨大潜力，因此未来多盟业务将会有较大的增长。

亿动运营时间较长，是在移动营销领域起步早的公司之一。从 2012 年开始，随着移动互联网广告行业的起步，亿动的业务和销售方向均有着明确的发展路径。亿动多年的经营积累了良好的客户关系与较为成熟的商业模式，依靠老客户留存、老客户预算的逐年提高及不断开发的新客户，公司能够持续地在移动营销业内走在前沿，保持持续增长。

4、市场可比交易情况

（1）市场可比交易的预测期

本反馈意见回复中对比可比交易的估值水平的案例选取了科达股份收购百孚思、上海同立等、久其软件收购亿起联、天神娱乐收购 Avazu Inc 等近年来 A 股上市公司收购互联网营销行业企业的案例，具体估值指标参见本反馈意见回复问题 3。此十家可比交易的预测期年限如下：

上市公司	可比公司	收购股权比例	交易价格（万元）	预测期年限（年）
科达股份	百孚思	100%	60,750.00	5
	上海同立	100%	44,550.00	5
	华邑众为	100%	40,500.00	5
	雨林木风	100%	54,000.00	5
	派瑞威行	100%	94,500.00	5
久其软件	亿起联	100%	48,000.00	5
天神娱乐	Avazu Inc	100%	207,000.00	5
梅泰诺	日月同行	100%	56,000.00	4
华谊嘉信	浩耶上海	100%	46,700.00	5
实益达	顺为广告	100%	31,300	4

根据上表显示，相关可比交易的预测期年限均为 4-5 年，与本次交易预测期有较大差异，主要原因系多盟和亿动作为移动互联网广告平台，其经营模式和未来增长方式与已发生的可比交易公司还有差异，主要为多盟和亿动专注于移动广告，其估值体系与单纯的互联网广告还有差异。且多盟和亿动在报告期均以销售规模作为公司发展的目标和开拓市场的利器，因此本次交易过程中估值基准日多盟和亿动的净利润指标较低，虽然未来多盟和亿动的净利润指标随着市场的不断发展、品牌知名度的不断扩大、市场占有率及市场份额过大对议价能力的不断提升、纳入蓝色光标体系后与蓝色光标及其广告产业链协同效应的体现将成较大幅度的增长，但基于估值谨慎性考虑，还是在毛利率稳定、相关费用同向增加的基础上进行了预测。在此基础上，通过综合判断未来移动互联网广告产业的行业发展空间、目前行业发展的阶段以及多盟和亿动的行业地位和相关自身优势，估值人员认为选取一个较为长期的预测期是较为合理的，因此对估值标的进行了较其他市场可比交易较长期限的预测。

蓝色光标在广告公关领域耕耘多年，随着在传统广告、互联网广告、移动端广告领域的布局，对广告行业未来的发展有较为深刻的认识，针对目前多盟和亿

动的盈利水平，蓝色光标以较高的溢价对多盟和亿动进行了收购，符合其未来的发展目标。借此机会，也是蓝色光标实现未来业绩再一次飞速发展的契机。此类高溢价收购情况在国际市场上较为多见。比如 Google 高溢价以约 10 倍 PS 价格收购 Doubleclick 公司。

（2）其他预测期限较长的交易案例

近期市场上其他预测期限较长的交易案例情况如下表所示：

上市公司	标的公司	业绩承诺年限（年）	预测期年限（年）
顺网科技	国瑞信安	3	10
凯撒股份	天上友嘉	3	6
新疆天业	天伟化工	3	8
大洋电机	电驱动	3	6
浙江传化	传化物流	6	7
三湘股份	观印象	3	18
培林榨菜	惠通食业	无	7

注：其中业绩承诺年限为报告书草案中披露的信息，与重组委审核会后情况可能有所差异

以上交易以及本次交易的预测期选择各有其独特性及客观性，所处行业也不尽相同，可比较意义不大，仅作为客观案例供投资人参考。但综合判断，本次交易估值预测期选择 10 年系通过对行业判断、公司未来发展等综合因素的考虑，有其一定的合理性。

（3）本次交易预测期的确定

对企业进行估值时，在对企业收入成本结构、资本结构、资本性支出、投资收益和风险水平等综合分析的基础上，结合宏观政策、行业周期及其他影响企业进入稳定期的因素合理确定预测期，假设收益年限为无限期。

多盟和亿动从成立至今一直致力于移动互联网广告业务的开拓，虽然多盟截至估值基准日尚未开始盈利，亿动 2015 年才开始盈利，但其在移动互联网广告领域的领军优势已经建立。从多盟和亿动的历史年度业务及规模的发展来看，多盟和亿动还处于初创期的快速发展阶段，加之所处的移动互联网广告行业也处于快速发展期，多盟和亿动的业务收入将会有有一个较长的增长期。预测时将预测期

分二个阶段，第一阶段为 2015 年 8 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日；第二阶段为 2026 年 1 月 1 日直至永续。

综上所述，本次估值选用更加长期的预测期具有一定合理性。

5、标的公司的预测期较长的合理性

多盟和亿动从成立至今一直致力于为广告主提供优质的移动互联网广告营销推广效果，并扩大市场份额。截至评估基准日，多盟虽尚未开始盈利，但其在移动互联网广告领域的领军优势已经建立。选取较长的预测期主要是考虑了互联网广告行业的发展趋势、行业生命周期、公司业务发展阶段、多盟和亿动的竞争优势及两家公司未来的经营策略等因素。在移动终端、网络技术快速发展的背景下，移动互联网的应用是大势所趋。移动互联网广告作为一种新兴媒体，也将取得长足的发展。多盟、亿动目前正从快速发展阶段向稳定增长阶段转变，加之所处的互联网营销行业也处于快速发展期，所以多盟、亿动的业务收入将会有有一个较长的增长期，将预测期延长到 2025 年具有一定的合理性。

四、独立董事对本次交易估值事项的意见

公司的独立董事对本次交易估值相关事项发表如下独立意见：

1、公司本次交易聘请的审计机构与估值机构具有独立性，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与估值报告符合客观、独立、公正、科学的原则。

2、估值机构对标的资产进行估值过程所采用的假设前提参照了国家相关法律、法规，综合考虑了市场估值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。

3、公司本次拟购买的标的资产的交易价格系参考估值机构的估值结果作为定价依据，经交易各方协商一致确定的，定价公允、合理，不会损害公司及股东特别是中小股东利益。

第九节 本次交易合同及相关协议的主要内容

一、发行股份及支付现金购买资产协议的主要内容

（一）合同主体与签订时间

2015年11月2日，上市公司（收购方）与平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰（转让方）签订了《发行股份及支付现金购买资产协议》。

（二）本次交易对价

1、收购方和转让方同意，收购方向转让方发行股份及支付现金购买转让方合计持有的蓝瀚科技 96.3158%的股权。

2、蓝瀚科技的基本情况：蓝瀚科技成立于 2015 年 6 月 15 日；住所：中国（上海）自由贸易试验区富特西一路 477 号 3 层 A10 室；注册资本：190,000 万元；经营范围：从事生物技术、材料科技、计算机软硬件技术领域内的技术转让、技术开发、技术咨询、技术服务，网络工程，计算机系统集成，计算机数据处理，从事货物及技术的进出口业务，转口贸易，计算机、软件及辅助设备、电子产品、五金交电、日用品、机械设备、化妆品、办公产品、服装服饰的销售，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），实业投资，设计、制作、代理、发布各类广告，企业营销策划，动漫设计，展览展示服务，公关活动策划，图文设计制作，网页设计，商务咨询，投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）；股东为平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰和蓝色光标（上海）投资管理有限公司，分别持有蓝瀚科技 52.6316%、10.5263%、5.2632%、5.2632%、5.2632%、5.2632%、5.2632%、5.2632%、1.5789%和 3.6842%的股权。

3、本次交易完成后，上市公司直接持有蓝瀚科技 96.3158%的股权，转让方不再持有蓝瀚科技股权，拟购买资产的交割按照《发行股份及支付现金购买资产协议》约定的方式确定。

4、拟购买资产价格

根据《估值报告》，蓝瀚科技控股子公司多盟智胜网络技术（北京）有限公司（下称“多盟智胜”）与蓝瀚科技全资子公司 Domob Limited（下称“多盟开曼”）假设合并后整体体系的 95% 的股东权益价值为 181,877.63 万元，蓝瀚科技控股子公司 Madhouse Inc.（下称“亿动开曼”）51% 的股东权益价值为 39,021.32 万元。

收购方和转让方同意，参考《估值报告》确定的有关股东权益价值以及平安大华过桥资金成本，确定本次拟购买资产的交易价格为人民币 185,200 万元。

上市公司向转让方各方支付的交易对价及支付方式如下：

单位：万元

转让方	持有蓝瀚科技的 股权比例	交易对价	支付方式	
			股份支付金额	现金支付金额
平安大华	52.6316%	100,000 加 2,200 万元利息 溢价款	—	102,200
京东世纪	10.5263%	20,000	20,000	—
西藏东方	5.2632%	10,000	10,000	—
赵文权	5.2632%	10,000	10,000	—
许志平	5.2632%	10,000	10,000	—
陈良华	5.2632%	10,000	10,000	—
吴铁	5.2632%	10,000	10,000	—
孙陶然	5.2632%	10,000	10,000	—
齐玉杰	1.5789%	3,000	3,000	—
合计	96.3158%	185,200	83,000	102,200

（三）现金对价及支付安排

上市公司应向平安大华支付现金人民币 102,200 万元购买其持有的蓝瀚科技 52.6316% 的股权。

上市公司应在本次交易募集配套资金到账后十个工作日内，向平安大华指定的账户支付应付的全部现金对价。

若配套募集资金不成功，则由上市公司自筹资金支付，上市公司应在平安大华增资蓝瀚科技相关款项到账之日（即 2015 年 8 月 7 日）起三年内，向平安大华指定的账户支付应付的全部现金对价。本次交易不以配套募集资金获得主管部门审批通过为前置条件。

（四）发行股份及认购

1、发行股票的种类和面值

本次发行的股份种类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、发行方式

本次发行的股票全部采用向特定对象非公开发行 A 股股票的方式发行。

3、发行对象和认购方式

本次发行的对象为京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰，上述八方分别以其持有的蓝瀚科技 10.5263%、5.2632%、5.2632%、5.2632%、5.2632%、5.2632%、5.2632%和 1.5789%股权认购上市公司本次非公开发行的股票。

4、定价基准日和发行价格

（1）本次发行的定价基准日为上市公司审议本次重组相关议案的首次董事会（即第三届董事会第 54 次会议）决议公告日。

（2）本次发行的发行价格为人民币 12.26 元/股，为定价基准日前二十个交易日上市公司股票的交易均价×90%。交易均价的计算公式为：定价基准日前二十个交易日上市公司股票交易均价=定价基准日前二十个交易日上市公司股票交易总额/定价基准日前二十个交易日上市公司股票交易总量。

（3）在本次发行的定价基准日至增发股份上市日期间，如上市公司实施派息、配股、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，则将根据深圳证券交易所的相关规定对发行价格作相应调整。

(4) 为应对因资本市场整体波动造成上市公司股价大幅下跌对本次交易可能产生的不利影响, 协议各方同意, 在上市公司审议本次交易的股东大会决议公告日至本次交易获得中国证监会核准前, 若创业板综合指数(399102.SZ)收盘点数在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较蓝色光标因本次交易首次停牌日前一交易日(即 2015 年 8 月 4 日)收盘点数(即 2,831.13 点)跌幅超过 20%, 或者, 上市公司股票的收盘价在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较上市公司因本次交易首次停牌日前一交易日(即 2015 年 8 月 4 日)的收盘价(14.30 元/股)跌幅超过 20%的(下称“调价机制触发条件”), 则上市公司有权在满足调价机制触发条件的任意一个交易日(下称“调价基准日”)后 2 个月内召开董事会会议审议决定是否按照本条约定对本节第(2)条约定的发行价格进行调整; 若上市公司董事会经审议决定对本节第(2)条约定的发行价格进行调整的, 则本次交易的发行价格应调整为调价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易均价的 90%。

协议各方同意, 若满足本条约定的调价机制触发条件的, 则上市公司董事会可以按照本条约定对本节第(2)条约定的发行价格进行一次调整。

5、本次发行的数量

(1) 各方同意, 上市公司本次向京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰发行股份数量合计为 67,699,831 股, 其中向京东世纪发行 16,313,213 股, 向西藏东方发行 8,156,606 股, 向赵文权发行 8,156,606 股, 向许志平发行 8,156,606 股, 向陈良华发行 8,156,606 股, 向吴铁发行 8,156,606 股, 向孙陶然发行 8,156,606 股, 向齐玉杰发行 2,446,982 股。本次发行股份的数量系向下取整, 小数部分不足一股的, 京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰自愿放弃。

(2) 最终发行数量以中国证监会最终核准的股数为准。在本次发行的定价基准日至增发股份上市日期间, 若上市公司发生派息、送股、转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项, 则发行价格和发行数量应做相应调整。

假设调整前发行价格为 P_0 , 每股送股或转增股本数为 N , 每股增发新股或

配股数为 K，增发新股价或配股价为 A，每股派息为 D，调整后发行价格为 P1（调整值保留小数点后两位，最后一位实行四舍五入），则：

派息： $P1 = P0 - D$

送股或转增股本： $P1 = P0 / (1 + N)$

增发新股或配股： $P1 = (P0 + A * K) / (1 + K)$

三项同时进行： $P1 = (P0 - D + A * K) / (1 + K + N)$

（3）若本次交易的发行价格因上节第（4）条约定进行调整的，则本节第（1）条约定的发行股份数量亦应随之进行相应调整。

（4）标的股份数乘以发行价格加上现金支付数额低于拟购买资产价格的差额部分，京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰在此同意放弃该差额部分。

6、锁定期

京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰承诺：其根据《发行股份及支付现金购买资产协议》取得的上市公司股份，自股份发行结束之日起三十六个月内不得转让。

7、上市地点

本次发行的股票在深圳证券交易所上市。

8、滚存未分配利润的安排

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

（五）标的资产的交割及期间损益

1、各方应在《发行股份及支付现金购买资产协议》生效后，及时实施该协议项下的发行股份及支付现金购买资产方案，并且应在协议生效后三个月内实施完毕。

2、各方在《发行股份及支付现金购买资产协议》生效后，转让方应开始办理相关交割手续。如各方不能就交割启动时点达成一致，则交割至迟不晚于《发行股份及支付现金购买资产协议》生效后的第五个工作日启动。

3、拟购买资产的交割

(1) 转让方有义务促使蓝瀚科技最迟在《发行股份及支付现金购买资产协议》生效后一个月内办理完毕股东变更的工商登记手续，使转让方所持蓝瀚科技的股权过户至上市公司名下。

(2) 为完成上述股权过户登记，转让方应促使蓝瀚科技履行相应的手续，并制作、准备和签署必需的文件。

(3) 在蓝瀚科技股权过户至收购方名下后，上市公司可视需要聘请具备相关资质的会计师事务所对本次发行进行验资，并由其出具验资报告。

4、拟购买资产的权利转移和风险承担

(1) 各方同意并确认，拟购买资产的权利和风险自交割日起发生转移，上市公司自交割日起即成为蓝瀚科技的股东，享有该等股权完整的股东权利，拟购买资产的风险自交割日起由上市公司承担。

(2) 拟购买资产在估值基准日后的滚存未分配利润归上市公司所有。

(3) 因截至交割日转让方未向上市公司书面披露的蓝瀚科技的经营行为、非经营行为导致蓝瀚科技在交割日后受到包括但不限于工商、税务、质量、环保、劳动及社会保障、住房公积金等有权机关处以的罚款、滞纳金、停业等处罚，或被要求补缴相应款项的，由转让方以连带责任的方式共同向上市公司或蓝瀚科技以现金方式补足全部损失。

(4) 若转让方存在截至交割日未向上市公司书面披露的或有事项、或者存在未列明于蓝瀚科技财务报表中也未经双方确认、以及虽在蓝瀚科技财务报表中列明但负债的数额大于列明数额，导致蓝瀚科技受到财产损失的，由转让方以连带责任的方式共同向上市公司或蓝瀚科技以现金方式补足全部损失。

5、期间损益安排

拟购买资产盈利的，则盈利部分归收购方享有；拟购买资产亏损的，则由赵文权向收购方或蓝瀚科技以现金方式补足。

（六）本次发行的实施

上市公司聘请具备相关资质的会计师事务所就本次发行出具验资报告后五个工作日内，上市公司应向中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理标的股份的登记手续，将标的股份按照最终确定的各方应得数量登记在除平安大华以外的转让方名下，上述各方应就此向上市公司提供必要的配合。

（七）陈述与保证

各方在发股购买资产协议签署之日分别做出下列陈述和保证：

1、有效存续

上市公司是一家依法成立且有效存续并于深圳证券交易所上市的股份有限公司，依照中国法律具有独立的法人资格。

2、批准及授权

收购方已依法取得为签署并全面履行《发行股份及支付现金购买资产协议》所必需的截至该协议签署日可以取得的全部批准、同意、授权和许可，保证具有合法的权力和权利签署并全面履行《发行股份及支付现金购买资产协议》。

平安大华、京东世纪和西藏东方为依据中国法律依法设立并有效存续的企业法人或其他组织，已依法取得为签署并全面履行《发行股份及支付现金购买资产协议》所必需的截至协议签署日可以取得的全部批准、同意、授权和许可，保证具有合法的权力和权利签署并全面履行《发行股份及支付现金购买资产协议》。

赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰均为具有完全民事行为能力的自然人，依法具有签署《发行股份及支付现金购买资产协议》的权利。

3、不冲突

《发行股份及支付现金购买资产协议》的签署和履行不违反各方的公司章程或其它组织规则中的任何条款或与之相冲突，且不违反任何法律、法规和规范性文件的规定。

4、陈述和保证的真实性

收购方保证在《发行股份及支付现金购买资产协议》中的各项陈述和保证是真实、准确、完整的。

转让方保证截至交割日，其在《发行股份及支付现金购买资产协议》中的以及按协议约定提交给收购方的所有文件中的各项陈述、声明和保证是真实、准确和完整的。

5、权利无瑕疵

转让方承诺，蓝瀚科技为合法成立并有效存续的公司，其注册资本已足额缴纳，其股东不存在任何虚假出资、抽逃出资等违反股东义务及责任的行为，并已取得生产经营活动所需的全部业务许可，不存在依据中国法律及其公司章程的规定需要终止的情形。

转让方承诺，其对蓝瀚科技的股权享有完整的股东权利，该等股权不存在信托、委托持股或者其他任何类似的安排，不存在质押等任何担保权益，不存在冻结、查封或者其他任何被采取强制保全措施的情形，不存在其他禁止转让、限制转让、其他任何权利限制的合同、承诺或安排，亦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，依中国法律可以合法地转让给收购方。

（八）过渡期间的经营及交易完成后的公司治理

1、经营

自《发行股份及支付现金购买资产协议》签订之日起至交割日，除非协议另有规定或上市公司以书面同意，转让方保证：

（1）转让方不以其持有的拟购买资产为他人提供股权质押担保；

(2) 未经上市公司事先书面同意，不得将其所持蓝瀚科技股权转让给上市公司以外的第三方；

(3) 未经上市公司事先书面同意，转让方不得以增资或其他方式为蓝瀚科技引入其他投资者；

(4) 以正常方式经营蓝瀚科技，保持蓝瀚科技处于良好的运营状态。转让方保持蓝瀚科技现有的治理结构、部门设置、董事、监事、高级管理人员和核心人员不变，继续维持与现有客户的良好关系，以保证蓝瀚科技交割完成后的经营不受到重大不利影响；

(5) 不进行任何正常经营活动以外的异常交易或引致异常债务；

(6) 及时履行与蓝瀚科技业务有关的合同、协议或其他文件（《发行股份及支付现金购买资产协议》另有规定的除外）；

(7) 以惯常方式保存财务账册和记录；

(8) 遵守应适用于其财产、资产或业务的法律、法规；

(9) 及时将有关对拟购买资产造成或可能造成重大不利变化或导致不利于交割的任何事件、事实、条件、变化或其他情况书面通知上市公司；

(10) 转让方同时保证依法行使股东权利，促使蓝瀚科技符合以上保证的相关要求。

(二) 收购后的公司治理

1、本次交易完成后，上市公司依据对全资子公司资产控制和上市公司规范运作要求，通过向蓝瀚科技委派或推荐董事、监事及高级管理人员和日常监管两条途径行使股东权利，并负有对蓝瀚科技指导、监督的义务。

2、各方同意本次交易完成后，蓝瀚科技基本财务核算原则参照上市公司的要求，包括：合同管理、项目预算、收入确认、现金流管理、坏账准备、采购管理、发票管理、现金管理、子公司间内部清算、固定资产折旧、审计费用摊销等规定。商务、合同、法务、信息系统、人力资源依照上市公司规则管理。

3、各方同意，本次交易全部完成后，蓝瀚科技及其子公司的下列事项应经过蓝瀚科技董事会全体董事过半数或执行董事同意：

（1）批准、修改蓝瀚科技及其子公司的年度经营计划、投资计划，和预决算方案；

（2）蓝瀚科技及其子公司利润分配方案和弥补亏损方案，年度奖金提取和分配计划；

（3）蓝瀚科技及其子公司业务方向发生重大变化，或开拓新的业务方向；

（4）任免蓝瀚科技及其子公司总经理、副总经理等高管人员，决定高管人员的薪酬和奖惩事项；

（5）任何担保、抵押或设定其他负担，任何赠与或提供财务资助，任何放弃知识产权等权益的行为；

（6）任何对外投资（包括蓝瀚科技子公司的对外投资）、合资、合作等；

（7）购买、收购、出售、处分蓝瀚科技及其子公司的重大资产、债权债务及业务达到如下标准的：

①交易涉及的资产总额占蓝瀚科技最近一期经审计总资产的 10%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和估值的，以较高者作为计算依据；

②交易标的在最近一个会计年度相关的营业收入占蓝瀚科技最近一个会计年度经审计营业收入的 10%以上，且绝对金额超过 100 万元；

③交易标的在最近一个会计年度相关的净利润占蓝瀚科技最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上，且绝对金额超过 100 万元；

④交易的成交金额（含承担债务和费用）占蓝瀚科技最近一期经审计净资产的 10%以上，且绝对金额超过 100 万元；

⑤交易产生的利润占蓝瀚科技最近一个会计年度经审计净利润的 10% 以上，且绝对金额超过 100 万元。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

(7) 租入或租出蓝瀚科技及其子公司的重大资产（单笔或 12 个月内累计超过 100 万元人民币）；

(8) 超出借款余额 100 万元人民币之后的借款，任何对外贷款；

(9) 与蓝瀚科技及其子公司股东、董事、高管及其关联方发生的（与关联自然人单笔超过 30 万元，与关联法人单笔超过 100 万元且占蓝瀚科技最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上）关联交易（涉及关联交易的股东、董事、高管不参与表决）；

(10) 任命或改变蓝瀚科技及其子公司的审计机构，改变蓝瀚科技及其子公司会计政策、资金政策的行为；

(11) 决定公司内部管理机构的设置；

(12) 制订公司的基本管理制度；

(13) 其他根据法律、行政法规、部门规章以及蓝瀚科技公司章程规定的应由董事会审议的事项。

以上事项经蓝瀚科技董事会全体董事过半数或执行董事同意后，可由董事会授权蓝瀚科技总经理在相应权限范围内执行、审批。

本条约定与有关法律、法规、规范性文件有冲突或《发行股份及支付现金购买资产协议》未约定的，按有关法律、法规、规范性文件执行。交割完成后，蓝瀚科技股东会有权对上述权限进行调整。

（九）税费承担

与本次交易相关的所有政府部门收取和征收的费用和税收等，各方依据相关法律法规的规定各自承担。

（十）生效

1、《发行股份及支付现金购买资产协议》经各方签字盖章之日起成立，在以

下条件全部满足后生效：

- (1) 协议经上市公司董事会批准；
- (2) 协议经上市公司股东大会批准；
- (3) 中国证监会核准本次发行股份及支付现金购买资产。

上述条件一经实现，《发行股份及支付现金购买资产协议》即生效。

2、若出现上述条件不能在可预计的合理期限内实现或满足的情形，各方应友好协商，在继续共同推进上市公司提高资产质量、改善财务状况、增强持续盈利能力、保护中小股东利益的原则和目标下，按相关政府部门要求的或有关法律规定的方式和内容，对本次发行方案和/或《发行股份及支付现金购买资产协议》进行修改、调整、补充、完善，以使前述目标最终获得实现。

(十一) 违约责任

1、《发行股份及支付现金购买资产协议》任何一方不履行或不完全履行该协议所规定的义务或在该协议中所作的保证与事实不符或有遗漏，即构成违约。

2、任何一方违约，守约方有权追究违约方违约责任，包括但不限于要求违约方赔偿损失。

3、违约方应依《发行股份及支付现金购买资产协议》约定和法律规定向守约方承担违约责任，赔偿守约方因其违约行为而遭受的所有损失（包括为避免损失而支出的合理费用）。

二、盈利预测补偿协议的主要内容

2015年11月2日，蓝色光标与赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然（以下称“补偿义务人”或“业绩承诺方”）签订《盈利预测补偿协议》。2015年12月29日，蓝色光标与补偿义务人签订了《<盈利预测补偿协议>之补充协议》。

(一) 业绩承诺及补偿义务

1、根据《盈利预测补偿协议》及《<盈利预测补偿协议>之补充协议》中的

约定，业绩承诺方承诺如下：

蓝瀚科技 2015 年、2016 年、2017 年、2018 年经具有证券业务资格的会计师事务所审计的累计税后净利润分别不低于-2,079.45 万元、5,152.35 万元、11,989.31 万元和 21,383.14 万元，其中，2015 年以备考合并报表的数据为准。

本协议项下有关实际利润、承诺利润等业绩约定均以经具有证券业务资格的会计师事务所审计的税后净利润（以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为计算依据）计算，同时，上述承诺利润均不考虑本次交易中拟购买资产溢价所产生的可辨认无形资产每年摊销金额的影响，并假设蓝瀚科技按照协议约定进一步收购了亿动开曼部分股权，如果蓝瀚科技行使了延迟购买权或暂停购买权未进一步收购亿动开曼部分股权，则按当时蓝瀚科技实际持有亿动开曼的股权比例计算蓝瀚科技当年承诺净利润金额和实际净利润金额。

2、业绩承诺方保证在本协议生效之日起，对承诺利润的实现承担保证责任。

3、在承诺年度内的任一会计年度结束后，如果实际利润小于承诺利润，则补偿义务人应按照本协议约定履行股份补偿义务；如果实际利润大于或等于承诺利润，则业绩承诺方无需进行补偿。

业绩承诺方用于补偿的股份数最高不超过业绩承诺方因本协议、《购买资产协议》约定而获得的上市公司非公开发行的股份（包括转增或送股的股份）总和。

（二）实际利润的确定

承诺年度期间内的每一个会计年度结束后，上市公司应聘请具有证券业务资格的会计师事务所对蓝瀚科技在承诺年度内累计实现的税后净利润（以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为计算依据）情况出具《专项审核报告》，以确定蓝瀚科技在承诺年度内各年实际实现的净利润情况。

（三）股份补偿

1、补偿义务人

若经审计本协议约定的承诺利润在业绩承诺期限内未能达到，则补偿义务人

应以其所持有的上市公司股份对上市公司进行补偿。

2、补偿方式

(1) 上市公司及补偿义务人同意：若经审计本协议约定的承诺利润在业绩承诺期限内未能达到，则上市公司应在《专项审核报告》公开披露后十个工作日内，以书面方式通知补偿义务人补偿上市公司，具体补偿股份数额根据本协议约定的方法计算。

(2) 若经审计本协议约定的承诺利润在业绩承诺期限内未能达到，则上市公司应在《专项审核报告》公开披露后的三十个工作日内按照股东大会的授权召开董事会，确定以人民币 1.00 元总价回购并注销补偿义务人应补偿的股份数量（以下简称“回购注销”）。

3、补偿股份数量及其调整

补偿义务人应补偿股份数量按以下公式计算确定：

当期应补偿股份数量=（截至当期期末累积承诺净利润数－截至当期期末累积实现净利润数）÷补偿期限内各年的预测净利润数总和×拟购买资产交易作价÷本次交易的发行股份价格－累积已补偿股份数

上市公司在承诺期限内实施转增或股票股利分配的，则补偿股份数相应调整为：补偿股份数（调整后）=应补偿股份数×（1+转增或送股比例）

上市公司就补偿股份数已分配的现金股利应作相应返还，计算公式为：返还金额=截至补偿前每股已获得的现金股利×应补偿股份数

各补偿义务人之间按照如下比例计算各自应当补偿股份数：各补偿义务人在本次交易前持有的蓝瀚科技股权比例÷补偿义务人在本次交易前持有的蓝瀚科技股权比例之和。

在各年计算的应补偿股份数小于 0 时，按 0 取值，即已经补偿的股份不冲回。

（四）股份的解禁

1、业绩承诺方在本次交易中获得的上市公司股份的解禁除应遵守《购买资产协议》中关于股份锁定的规定外，该等股份的解禁还应以业绩承诺方履行完毕承诺年度的业绩补偿义务为前提条件，即若承诺年度的实际利润小于承诺利润的，则业绩承诺方应按照本协议的相关约定履行股份补偿义务，若股份补偿完成后，业绩承诺方可解禁的股份额度仍有余量的，则剩余股份可予以解禁。

2、业绩承诺方根据《购买资产协议》而获得的上市公司非公开发行的股份至锁定期届满前不得进行转让，但业绩承诺方按照其与上市公司在本协议中约定由上市公司进行回购的股份除外。

业绩承诺方依据《购买资产协议》而取得的上市公司股份，未经上市公司董事会事先书面同意不得质押。

（五）减值测试

1、在承诺年度期满后，上市公司应聘请经业绩承诺方认可的并具有证券业务资格的会计师事务所对拟购买资产进行减值测试，并在公告前一年度的年度报告后三十个工作日内出具减值测试结果。如拟购买资产期末减值额/拟购买资产交易作价 $>$ 业绩承诺方已补偿股份总数/认购股份总数，则业绩承诺方应以其在本次交易中获得的上市公司股份向上市公司另行补偿。

有关会计师事务所的费用由上市公司与业绩承诺方各承担一半。

2、补偿义务人向上市公司另需补偿的股份数量为：拟购买资产期末减值额/每股发行价格 $-$ 业绩承诺方已补偿股份总数。

假如上市公司在承诺年度实施分红、送股、资本公积金转增股本等事项的，则另需补偿的金额应进行相应调整。

3、业绩承诺方应在《专项审核报告》及减值测试结果均正式出具后三十个工作日内履行相应的补偿义务，但用于补偿的股份数最高不超过业绩承诺方因本协议、《购买资产协议》约定获得的上市公司非公开发行的股份（包括转增或送股的股份）总数。

三、附条件生效的股份认购协议（建信基金）

（一）上市公司本次非公开发行的方案

在发行股份及支付现金购买蓝瀚科技 96.3158%股权的同时，上市公司拟向特定认购对象非公开发行股份募集配套资金，计划募集资金总额为 180,200 万元，不超过本次交易拟购买资产交易价格的 100%，具体方案如下：

1、发行股份的种类和面值

本次发行的股票为人民币普通股（A 股），每股面值人民币 1.00 元。

2、发行方式及发行对象

本次发行采用非公开发行方式，发行对象为包括建信基金管理有限责任公司管理的四项资管计划（建信领瑞九智投资 1 号特定客户资产管理计划、建信领瑞九智投资 2 号特定客户资产管理计划、建信领瑞九智投资 3 号特定客户资产管理计划、建信领瑞九智投资 4 号特定客户资产管理计划）在内的 5 名特定投资者，发行对象均以现金方式认购。

3、发行股份的定价基准日、定价依据和发行价格

本次募集配套资金发行股票的定价基准日为上市公司审议本次重组相关议案的董事会决议公告日，即上市公司第三届董事会第五十四次会议决议公告日。

本次发行价格确定方式为：定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易均价的 90%，即 12.26 元/股。

若上市公司在定价基准日至发行日期间发生权益分派、公积金转增股本、配股等除权、除息事项的，发行价格将根据《深圳证券交易所股票交易规则》等相关规定进行调整。若中国证监会等监管部门对前述发行价格有所调整，以其核准的数据为准。

4、发行股份数量

本次交易配套募集资金不超过 180,200 万元，根据发行价格 12.26 元/股计算，

则向配套融资认购方发行的股份合计不超过 146,982,053 股。若上市公司在定价基准日至发行日期间发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项的，本次发行数量将根据本次募集配套资金总额及除权、除息后的发行价格作相应调整。最终发行数量将根据经公司股东大会批准、中国证监会核准的配套募集资金金额和最终发行价格确定。

5、上市地点

本次募集配套资金发行的股票拟在深圳证券交易所上市。

6、本次发行股份的锁定期

本次募集配套资金发行的股票自本次发行结束之日起 36 个月内不得转让，在此之后按照中国证监会和深圳证券交易所有关规定执行。

7、募集配套资金用途

本次配套募集资金将用于支付本次交易的现金对价、对蓝瀚科技增资、偿还公司贷款和采购移动媒体资源。

8、本次发行前滚存未分配利润安排

在本次非公开发行股票完成后，由公司新老股东按本次发行完成后各自持有的公司股份比例共同享有本次发行前公司的滚存未分配利润。

（二）建信基金认购方案

1、拟认购股份的数量：建信基金同意以其拟设立的建信领瑞九智投资 1 号特定客户资产管理计划（以下简称“建信领瑞九智投资 1 号资管计划”）、建信领瑞九智投资 2 号特定客户资产管理计划（以下简称“建信领瑞九智投资 2 号资管计划”）、建信领瑞九智投资 3 号特定客户资产管理计划（以下简称“建信领瑞九智投资 3 号资管计划”）、建信领瑞九智投资 4 号特定客户资产管理计划（以下简称“建信领瑞九智投资 4 号资管计划”）认购上市公司本次非公开发行的股票，认购本次非公开发行股份总数为 142,740,618 股，认购总金额为 175,000 万元。各资产管理计划认购的情况如下：

序号	资管计划名称	认购股数（股）	认购金额（万元）
1	建信领瑞九智投资 1 号资管计划	24,469,820	30,000
2	建信领瑞九智投资 2 号资管计划	32,626,427	40,000
3	建信领瑞九智投资 3 号资管计划	48,939,641	60,000
4	建信领瑞九智投资 4 号资管计划	36,704,730	45,000
合计		142,740,618	175,000

本次非公开发行股份的数量系向下取整，小数部分不足一股的，建信基金自愿放弃。

如果上市公司股票在定价基准日至本次非公开发行的股票发行日期间除权、除息的，则认购数量和认购金额进行相应调整。

如果上市公司后续拟调减和取消配套融资，则上市公司有权自行调整上述认购股份数量，并有权决定继续履行本合同或者解除本合同。

2、认购价格：定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易均价的 90%，即 12.26 元/股。如果上市公司股票在定价基准日至本次发行的股票发行日期间除权、除息的，则认购价格进行相应调整。

3、认购方式：建信基金将全部以现金认购本协议所约定的股票。

4、支付方式：上市公司和建信基金双方同意，本协议签署后，建信基金应及时开始建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划的设立工作，在全部投资者认购资金到位的前提下，及时成立前述四家资产管理计划。建信基金应根据中国证监会的相关要求，按照缴款通知书载明的期限一次性将认购资金划入为本次发行专门开立的账户，验资完毕后扣除相关费用再划入上市公司募集资金专项存储账户。

5、锁定安排：建信基金承诺所认购的上市公司本次非公开发行的股票自发行结束之日起 36 个月内不得转让。

（三）委托人相关情况

1、委托人身份及人数情况

建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划的委托人均系北京领瑞投资管理有限公司，其认购的金额及比例具体情况如下：

名称	注册号	委托资管计划名称	认购额（万元）	认购比例
北京领瑞投资管理有限公司	110228016349331	建信领瑞九智投资 1 号资管计划	30,000	100%
		建信领瑞九智投资 2 号资管计划	40,000	100%
		建信领瑞九智投资 3 号资管计划	60,000	100%
		建信领瑞九智投资 4 号资管计划	45,000	100%

2、委托人的资产状况

建信基金确认，委托人以其目前及可预测未来的资产状况，有能力缴纳资产管理计划出资，并能承担与该等出资对应的风险。

3、与上市公司的关联关系情况

建信基金及其股东、董事、监事、高级管理人员、资管计划的委托人及其股东、董事、监事、高级管理人员与上市公司不存在任何关联关系。

上市公司承诺，上市公司及上市公司控制的企业不会违反《证券发行与承销管理办法》第十六条等有关法规的规定，直接或间接对建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划及其委托人提供财务资助或者补偿。

4、认购资金来源

建信基金本次用于认购上市公司非公开发行股票的资金，系由建信基金发行建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划和建信领瑞九智投资 3 号资管计划、建信领瑞九智投资 4 号资管计划向委托人依法募集，全部来源于委托人的自有资金或其有合法处分权的资金。

5、关于认购资金及时筹集缴付到位的约定

建信基金保证，上市公司本次交易获得中国证监会核准后，发行方案在中国

证监会备案前，建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划用于认购上市公司本次非公开发行股票的资金筹集缴付到位。

6、关于委托人在认购股票锁定期内不退出的约定

建信基金同意并承诺，建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划本次认购上市公司非公开发行的股票自发行结束之日起 36 个月不得转让；委托人在上述非公开发行股票的锁定期内，均不得部分或全部转让前述四项资产管理计划份额或退出前述四项资产管理计划。

（四）履约保证金

1、双方同意，建信基金应在上市公司审议本次交易相关议案的股东大会召开日（以上市公司董事会公告日期为准）之前向上市公司交纳履约保证金作为其履行本协议的保证。履约保证金金额为 1,000 万元人民币，上述履约保证金应于本条约定的时间内存放于上市公司下述指定的账户内。双方同意履约保证金及按同期银行基准存款利率计算的相应利息（以下统称“履约保证金”）由建信基金在支付认购金额时用于抵作部分认购价款，且建信基金同意由上市公司按照本协议约定将履约保证金直接划入为本次发行专门开立的账户。

上市公司指定收取履约保证金的银行账户信息如下：

户名：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

账号：91200154800000870

开户行：浦东发展银行北京电子城支行

2、除因建信基金、建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划的主体资格未通过监管部门或主管部门审核而无法进行本次认购外（但归属于建信基金自身原因而导致其主体资格未通过监管部门或主管部门审核而无法进行

本次认购的情形除外)，因建信基金其他方面原因（包括但不限于建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划无法有效成立）而导致其未实际缴纳认购价款的，建信基金已交纳的履约保证金归上市公司所有，其不得要求上市公司退还，但履约保证金可抵作建信基金支付上市公司的部分违约金。

若系非归属于建信基金的原因而导致本协议未最终生效或双方经协商一致终止或解除本协议的，上市公司应在该等事实发生之日起 15 个工作日内将建信基金先前交付的履约保证金划转到建信基金指定的银行账户。

（五）生效条件

双方同意，本协议由双方盖章并经双方法定代表人或授权代表人签字后成立，本协议约定的履约保证金条款及相关的责任追究事项自本协议成立之日生效；其他条款在下述条件全部满足时生效，并以最后一个条件的满足日为本协议生效日：

1、上市公司董事会及股东大会批准本次发行股份及支付现金购买资产并非公开发行股票募集配套资金；

2、建信基金所管理的建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划依法设立；

3、上市公司本次发行股份及支付现金购买资产并非公开发行股票募集配套资金获中国证监会核准。

4、建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划的委托人缴付的资金扣除前述四项资管计划层面的费用后的余额满足前述四项资管计划对本次认购标的股份之认购价款的支付要求。

（六）双方的陈述与保证

1、为本次发行，上市公司向建信基金做出如下陈述与保证：

（1）上市公司为合法设立且有效存续的企业法人，具有签署及履行本协议项下义务的合法主体资格，并已取得现阶段所必须的授权或批准，本协议系上市公司真实的意思表示；

（2）上市公司签署及履行本协议不会导致上市公司违反有关法律、法规、规范性文件以及上市公司的《公司章程》，也不存在与上市公司既往已签订的协议或已经向其他第三方所作出的任何陈述、声明、承诺或保证等相冲突之情形；

（3）上市公司最近三年无重大违法行为，亦无足以妨碍或影响本次发行的重大诉讼、仲裁、行政处罚及或有负债事项；

（4）上市公司将按照有关法律、法规及规范性文件的规定，与建信基金共同妥善处理本协议签署及履行过程中的任何未尽事宜。

2、为本次发行，建信基金向上市公司做出如下陈述与保证：

（1）建信基金为合法设立且有效存续的企业法人，具有签署及履行本协议项下义务的合法主体资格，并已取得所必须的授权或批准，签署本协议系建信基金真实的意思表示；

（2）建信基金签署及履行本协议不会导致建信基金违反有关法律、法规、规范性文件以及建信基金的内部规章，也不存在与建信基金既往已签订的协议或已经向其他第三方所作出的任何陈述、声明、承诺或保证等相冲突之情形；

（3）建信基金将按照有关法律、法规及规范性文件的规定，与上市公司共同妥善处理本协议签署及履行过程中的任何未尽事宜；

（4）建信基金在本协议生效后严格按照协议约定履行本协议的义务；

（5）建信基金所认购的上市公司本次非公开发行的股票自发行结束之日起36个月内不得转让。该等股份若由于上市公司送红股、转增股本等原因而孳息的股份，亦遵照前述锁定期进行锁定。建信基金承诺遵守中国证监会及其派出机构、证券交易所对于建信基金获得的上市公司股份转让的其他限制或禁止性规

定。

(6) 在本协议签订后，建信基金将严格按照本协议的约定设立资产管理计划，在规定时限内足额缴付全部股份认购款。建信基金所管理的建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划认购本次配套融资非公开发行 A 股股份采用由特定投资者直接独立出资方式设立，不存在分级收益等结构化安排，不采用结构化的方式进行融资，最终出资将不包含任何杠杆融资结构化设计产品。认购资金是合法资金，可用于认购上市公司本次配套融资非公开发行的股份。

(七) 违约责任

1、本协议双方应本着诚实、信用的原则自觉履行本协议。

2、如建信基金管理的建信领瑞九智投资 1 号资管计划、建信领瑞九智投资 2 号资管计划、建信领瑞九智投资 3 号资管计划和建信领瑞九智投资 4 号资管计划实际合计认购股份总数低于 142,740,618 股的，就任一资管计划依本协议规定的应认购股份数与实际认购股份数之间的差额部分，上市公司有权要求认购不足方认购相关差额部分的一部分或全部，建信基金应确保相关认购不足方不得拒绝认购。

3、如建信基金未能按本协议约定及时、足额地缴纳全部认股款项，则建信基金已支付的 1,000 万元保证金应当转为违约金，上市公司不予退还。建信基金对上市公司造成损失的赔偿义务仅以前述 1,000 万元保证金为限。

4、如因监管核准的原因，导致建信基金最终认购数量与本协议约定的认购数量有差异的，上市公司将不承担发售不足的责任，但上市公司会将建信基金已支付的认购价款按实际发生额结算，剩余部分连同该部分所产生的同期银行基准存款利率计算的利息一并退还给建信基金。

5、任何一方违反其在本协议中所作的保证或本协议项下的任何其他义务，守约方有权要求其赔偿由此产生的损失，包括因请求而发生的合理费用。

四、附条件生效的股份认购协议（刘鸿）

（一）上市公司本次非公开发行的方案

本次发行采用非公开发行方式，发行对象为刘鸿等 5 名特定投资者，发行对象以现金方式认购。其他内容请参考本节“三、附条件生效的股份认购协议（建信基金）”。

（二）刘鸿认购方案

1、拟认购股份的数量：刘鸿同意认购上市公司本次非公开发行的股票，认购本次非公开发行股份数为 4,241,435 股，认购金额为 5,200 万元。

如果上市公司股票在定价基准日至本次非公开发行的股票发行日期间除权、除息的，则认购数量和认购金额进行相应调整。

如果上市公司后续拟调减和取消配套融资，则上市公司有权自行调整上述认购股份数量，并有权决定继续履行本合同或者解除本合同。

2、认购价格：定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易均价的 90%，即 12.26 元/股。如果上市公司股票在定价基准日至本次发行的股票发行日期间除权、除息的，则认购价格进行相应调整。

3、认购方式：刘鸿将全部以现金认购本协议所约定的股票。

4、支付方式：上市公司和刘鸿同意，本协议签署后，刘鸿应根据中国证监会的相关要求，按照缴款通知书载明的期限一次性将认购资金划入为本次发行专门开立的账户，验资完毕后扣除相关费用再划入上市公司募集资金专项存储账户。

5、锁定安排：刘鸿承诺所认购的上市公司本次非公开发行的股票自发行结束之日起 36 个月内不得转让。

（三）刘鸿相关情况

1、刘鸿的资产状况

刘鸿确认，以其目前及可预测未来的资产状况，有能力缴纳本次非公开发行

的股票认购资金，并能承担与该等出资对应的风险。

2、与上市公司的关联关系情况

刘鸿与上市公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在任何关联关系。

上市公司承诺，上市公司及上市公司控制的企业不会违反《证券发行与承销管理办法》第十六条等有关法规的规定，直接或间接对刘鸿提供财务资助或者补偿。

3、认购资金来源

刘鸿本次用于认购上市公司非公开发行股票的资金，全部来源于刘鸿的自有资金或其有合法处分权的资金。

4、关于认购资金及时筹集缴付到位的约定

刘鸿保证，上市公司本次交易获得中国证监会核准后，发行方案在中国证监会备案前，刘鸿用于认购上市公司本次非公开发行股票的资金筹集缴付到位。

（四）履约保证金

1、双方同意，刘鸿应在上市公司审议本次交易相关议案的股东大会召开日（以上市公司董事会公告日期为准）之前向上市公司交纳履约保证金作为其履行本协议的保证。履约保证金为本协议约定的刘鸿本次认购金额的3%，即156万元人民币，上述履约保证金应于本条约定的时间内存放于上市公司下述指定的账户内。双方同意履约保证金及按同期银行基准存款利率计算的相应利息（以下统称“履约保证金”）由刘鸿在支付认购金额时用于抵作部分认购价款，且刘鸿同意由上市公司按照本协议约定将履约保证金直接划入为本次发行专门开立的账户。

上市公司指定收取履约保证金的银行账户信息如下：

户名：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

账号：91200154800000870

开户行：浦东发展银行北京电子城支行

2、除因刘鸿主体资格未通过监管部门或主管部门审核而无法进行本次认购外(但归属于刘鸿自身原因而导致其主体资格未通过监管部门或主管部门审核而无法进行本次认购的情形除外)，因刘鸿其他方面原因而导致其未实际缴纳认购价款的，刘鸿已交纳的履约保证金归上市公司所有，其不得要求上市公司退还，但履约保证金可抵作刘鸿支付上市公司的部分违约金。

若系非归属于刘鸿的原因而导致本协议未最终生效或双方经协商一致终止或解除本协议的，上市公司应在该等事实发生之日起 15 个工作日内将刘鸿先前交付的履约保证金划转到刘鸿指定的银行账户。

（五）生效条件

双方同意，本协议由甲乙双方签字盖章后成立，本协议约定的履约保证金条款及相关的责任追究事项自本协议成立之日生效；其他条款在下述条件全部满足时生效，并以最后一个条件的满足日为本协议生效日：

1、上市公司董事会及股东大会批准本次发行股份及支付现金购买资产并非公开发行股票募集配套资金；

2、上市公司本次发行股份及支付现金购买资产并非公开发行股票募集配套资金获中国证监会核准。

（六）双方的陈述与保证

1、为本次发行，上市公司向刘鸿做出如下陈述与保证：

（1）上市公司为合法设立且有效存续的企业法人，具有签署及履行本协议项下义务的合法主体资格，并已取得现阶段所必须的授权或批准，本协议系上市公司真实的意思表示；

（2）上市公司签署及履行本协议不会导致上市公司违反有关法律、法规、规范性文件以及上市公司的《公司章程》，也不存在与上市公司既往已签订的协

议或已经向其他第三方所作出的任何陈述、声明、承诺或保证等相冲突之情形；

(3) 上市公司最近三年无重大违法行为，亦无足以妨碍或影响本次发行的重大诉讼、仲裁、行政处罚及或有负债事项；

(4) 上市公司将按照有关法律、法规及规范性文件的规定，与刘鸿共同妥善处理本协议签署及履行过程中的任何未尽事宜。

2、为本次发行，刘鸿向上市公司做出如下陈述与保证：

(1) 刘鸿为具有完全民事行为能力的中国籍自然人，具有签署及履行本协议项下义务的合法主体资格，签署本协议系刘鸿真实的意思表示；

(2) 刘鸿签署及履行本协议不会导致刘鸿违反有关法律、法规、规范性文件，也不存在与刘鸿既往已签订的协议或已经向其他第三方所作出的任何陈述、声明、承诺或保证等相冲突之情形；

(3) 刘鸿将按照有关法律、法规及规范性文件的规定，与上市公司共同妥善处理本协议签署及履行过程中的任何未尽事宜；

(4) 刘鸿在本协议生效后严格按照协议约定履行本协议的义务；

(5) 刘鸿所认购的上市公司本次非公开发行的股票自发行结束之日起 36 个月内不得转让。该等股份若由于上市公司送红股、转增股本等原因而孳息的股份，亦遵照前述锁定期进行锁定。刘鸿承诺遵守中国证监会及其派出机构、证券交易所对于刘鸿获得的上市公司股份转让的其他限制或禁止性规定。

(6) 在本协议签订后，刘鸿将严格按照本协议的约定，在规定时限内足额缴付全部股份认购款。刘鸿认购本次配套融资非公开发行 A 股股份，不存在分级收益等结构化安排，不采用结构化的方式进行融资，最终出资将不包含任何杠杆融资结构化设计产品。认购资金是合法资金，可用于认购上市公司本次配套融资非公开发行的股份。

(七) 违约责任

1、本协议双方应本着诚实、信用的原则自觉履行本协议。

2、如刘鸿实际认购股份数低于 4,241,435 股的，就刘鸿实际认购股份数和 4,241,435 股之间的差额部分，上市公司有权要求刘鸿认购差额部分的一部分或全部，刘鸿不得拒绝认购。

3、如刘鸿未能按本协议约定及时、足额地缴纳全部认股款项，则刘鸿已支付的 156 万元保证金应当转为违约金，上市公司不予退还。如前述违约金仍然不足以弥补上市公司损失的，上市公司有权要求刘鸿继续赔偿直至弥补上市公司因此而受到的一切损失，包括因请求而发生的合理费用。

4、如因监管核准的原因，导致刘鸿最终认购数量与本协议约定的认购数量有差异的，上市公司将不承担发售不足的责任，但上市公司会将刘鸿已支付的认购价款按实际发生额结算，剩余部分连同该部分所产生的同期银行基准存款利率计算的利息一并退还给刘鸿。

5、任何一方违反其在本协议中所作的保证或本协议项下的任何其他义务，守约方有权要求其赔偿由此产生的损失，包括因请求而发生的合理费用。

第十节 本次交易的合规性分析

本次交易符合《重组管理办法》关于重大资产重组和发行股份购买资产的相关规定，并符合《上市公司证券发行管理办法》关于非公开发行股票的规定，具体论述如下：

一、本次交易符合《重组管理办法》第十一条规定

（一）本次交易符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规的规定

1、本次交易符合国家产业政策

上市公司蓝色光标是一家为大型企业和组织提供品牌管理与营销传播等综合性服务的专业企业，主营业务为整合数字营销、公共关系、广告创意策划及媒体代理、活动管理以及国际传播业务。

本次交易标的蓝瀚科技主营业务为投资，蓝瀚科技子公司多盟和亿动主营业务均为移动互联网营销业务，主要为客户在移动互联网领域提供精准、高效的整合营销推广服务。

根据国家发展和改革委员会发布的《产业结构调整指导目录（2011 年本）》，“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”为鼓励类。国务院发布的《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》提出“加强信息基础设施建设，加快信息产业优化升级，大力丰富信息消费内容，提高信息网络安全保障能力，建立促进信息消费持续稳定增长的长效机制，推动面向生产、生活和管理的信息消费快速健康增长”，将培育移动互联网等产业发展作为“稳增长、调结构、惠民生”的重要手段。国家对广告行业和移动互联网行业的鼓励支持为本次交易提供了有力的政策依据。本次交易符合国家产业政策。

2、本次交易符合有关环境保护的法律和行政法规的规定

本次交易标的蓝瀚科技主营业务为投资，蓝瀚科技子公司多盟和亿动目前的主营业务为移动互联网营销业务，主要为客户在移动互联网领域提供精准、高效

的整合营销推广服务，不涉及环境保护报批事项，不存在违反环境保护法律和行政法规的情形。本次交易符合有关环境保护的法律和行政法规的规定。

3、本次交易符合土地管理法律和行政法规的规定

截至本报告书出具之日，本次交易标的蓝瀚科技及其子公司多盟、亿动目前的办公及生产场所均为租赁使用，未拥有土地使用权和房屋，不存在违反土地管理相关法律和行政法规的情形。本次交易符合土地管理法律和行政法规的规定。

4、本次交易不存在违反反垄断法规规定的情形

本次交易标的蓝瀚科技主营业务为投资，蓝瀚科技子公司多盟和亿动均属于移动互联网营销行业，上述行业均为高度竞争的行业，根据《中华人民共和国反垄断法》的规定，蓝色光标本次交易事项不构成行业垄断行为。

综上所述，本次交易符合国家相关产业政策，本次交易不涉及环境保护问题，不存在违反国家关于土地管理、反垄断等有关法律、行政法规规定的情形。

（二）本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件

上市公司目前的总股本为 1,931,169,473 股，按照本次交易方案，预计公司本次将发行普通股 67,699,831 股用于购买资产，向配套融资认购方发行的股份不超过 146,982,053 股，本次交易完成后上市公司总股本变为 2,145,851,357 股。本次发行股份购买资产前后本公司的股权结构变化如下表所示：

股东名称	本次交易之前		本次交易完成后	
	持股数量 (股)	持股比例	持股数量(股)	持股比例
赵文权	136,907,714	7.09%	145,064,320	6.76%
陈良华	120,449,675	6.24%	128,606,281	5.99%
许志平	102,514,730	5.31%	110,671,336	5.16%
吴铁	101,915,223	5.28%	110,071,829	5.13%
孙陶然	72,479,708	3.75%	80,636,314	3.76%
京东世纪	-	-	16,313,213	0.76%
西藏东方	-	-	8,156,606	0.38%
齐玉杰	-	-	2,446,982	0.11%

股东名称	本次交易之前		本次交易完成后	
	持股数量 (股)	持股比例	持股数量(股)	持股比例
建信基金(建信 领瑞九智投资 1-4号资管计划)	-	-	142,740,618	6.65%
刘鸿	-	-	4,241,435	0.20%
其他股东	1,396,902,423	72.33%	1,396,902,423	65.10%
总计	1,931,169,473	100.00%	2,145,851,357	100.00%

注：本次交易之前股本情况为截至 2015 年 7 月 31 日数据。

本次交易完成后，社会公众股东合计持有的股份不会低于发行后总股本的 10%，不会出现导致蓝色光标不符合股票上市条件的情形。

(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

1、标的资产的定价

本次交易为上市公司通过收购除蓝标投资外其他股东所持蓝瀚科技的股权以及增资蓝瀚科技，实现收购蓝瀚科技持有的多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%股权。其中，蓝瀚科技系为收购多盟和亿动专门设立的持股平台，除持有多盟和亿动股权外，无其他任何经营行为。

截至本报告书出具日，蓝瀚科技注册资本及实缴资本为 190,000 万元，蓝标投资持有其 7,000 万元出资额，占比 3.6842%；其他股东持有其 183,000 万元出资额，占比 96.3158%。本次交易中，上市公司拟对蓝瀚科技除蓝标投资外其他股东支付现金及发行股份，购买其持有的蓝瀚科技 96.3158%股权。鉴于蓝瀚科技持股平台的属性，其 96.3158%股权作价 185,200 万元。

本次交易将对多盟 95%股权(包括多盟开曼 100%股权、多盟智胜 95%股权)和亿动开曼 51%股权出具估值报告，作为其定价依据；同时，蓝瀚科技已对亿动开曼增资 1000 万美金，使其对亿动开曼持股比例达到 54.77%。因此交易总金额为多盟 95%股权的估值、亿动开曼 51%股权的估值和亿动开曼增资 1,000 万美金对应的金额合计组成，超过蓝瀚科技实缴资本的部分将由上市公司对蓝瀚科技增

资取得。

本次交易上市公司已聘请具有证券业务资格的中通诚对多盟、亿动的股权进行估值，中通诚及其经办估值人员与上市公司、蓝瀚科技、多盟、亿动以及交易对方均没有现实的或预期的利益或冲突，具有充分的独立性，其出具的估值报告符合客观、公正、独立、科学的原则。在估值方法和估值结论的选取上，中通诚遵循了谨慎性原则，采取了收益法下的估值结果作为估值结论，参数的选取谨慎、合理。

依据中通诚出具的中通咨报字[2015]30 号和中通咨报字[2015]31 号估值报告，截至估值基准日 2015 年 7 月 31 日，多盟 95%股权估值为 181,877.63 万元，亿动开曼 51%股权估值为 39,021.32 万元。考虑亿动开曼增资 1,000 万美金的影响，交易各方参考估值报告并协商确认，蓝瀚科技持有的多盟 95%股权和亿动开曼 54.77%股权对应的估值为 227,120.60 万元。

2、发行股份的定价

本次发行股份购买资产的定价基准日为蓝色光标第三届董事会第 54 次会议决议公告日。

经上市公司与交易对方协商一致并确定，本次发行股份及支付现金购买资产项下非公开发行的发行价格为 12.26 元/股，不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%（定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量）。

在定价基准日至发行日期间，上市公司如实施派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，发行价格将按照深交所的相关规则进行相应调整。

3、发行股份价格调整机制

为应对因整体资本市场波动造成蓝色光标股价大幅下跌对本次交易可能产生的不利影响，根据《重组管理办法》规定，拟引入发行价格调整方案如下：

（1）价格调整方案对象

价格调整方案的调整对象为本次交易发行股份购买资产的发行价格，交易标的价格不进行调整。

（2）价格调整方案生效条件

蓝色光标股东大会审议通过本次价格调整方案。

（3）可调价期间

蓝色光标审议本次交易的股东大会决议公告日至本次交易获得证监会核准前。

（4）触发条件

可调价期间内，创业板综合指数（399102.SZ）收盘点数在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较蓝色光标因本次交易首次停牌日前一交易日即 2015 年 8 月 4 日收盘点数（即 2,831.13 点）跌幅超过 20%。

或者，可调价期间内，蓝色光标（300058）收盘股价在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较蓝色光标因本次交易首次停牌日前一交易日即 2015 年 8 月 4 日收盘股价（14.30 元/股）跌幅超过 20%。

（5）调价基准日

可调价期间内，满足“4、触发条件”的任意一个交易日。

（6）发行价格调整机制

当调价基准日出现后，蓝色光标有权在调价基准日出现后 2 个月内召开董事会会议审议决定是否按照本价格调整方案对本次交易的发行价格进行调整。

若本次发行价格调整方案的生效条件满足且上市公司董事会审议决定对发行价格进行调整，则本次交易的发行价格相应进行调整，调整为调价基准日前 20 个交易日蓝色光标股票交易均价的 90%。

公司董事会可以按照已经设定的调整方案对发行价格进行一次调整。

（7）发行股份数量调整

标的资产价格不进行调整，发行股份数量根据调整后的发行价格相应进行调整。

4、本次交易程序合法合规

本次交易依法进行，由上市公司董事会提出方案，聘请具有证券业务资格的审计机构、估值机构、律师和独立财务顾问等中介机构出具相关报告，并按程序报送有关监管部门审批。

本次发行股份购买资产交易对方中包括赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然，上述五人为蓝色光标实际控制人，因此本次交易构成关联交易。在上市公司董事会审议相关关联议案时，关联董事赵文权、许志平、吴铁和孙陶然已严格履行回避义务，由非关联董事表决通过。在上市公司股东大会审议相关关联议案时，关联股东也回避表决，由非关联股东进行表决。

本次交易依据《公司法》、《上市规则》、《公司章程》等规定遵循公开、公平、公正的原则并履行合法程序，不存在损害上市公司及全体股东权益的情形。

5、独立董事意见

上市公司独立董事关注了本次交易的背景、交易定价以及交易完成后上市公司的发展前景，就本次交易发表了独立意见，对本次交易的公平性给予认可。独立董事认为本次交易的各项程序符合法律法规规定，资产估值价格和交易定价公平合理；本次交易有利于上市公司业务的发展，保护了上市公司独立性，不会损害其他非关联股东特别是中小股东的利益。

综上所述，本次交易的标的资产作价根据具有证券业务资格的估值机构出具的估值报告显示的资产估值价值作为定价基础，由交易双方协商确定，本次交易标的资产的定价公允；非公开发行股份的价格符合中国证监会的相关规定；同时本次交易严格履行了必要的法律程序，独立董事对本次交易发表了独立意见，本次交易不存在损害上市公司和股东合法权益的情形。

（四）本次发行股份及支付现金购买资产所涉及的资产权属清晰，资产过户或者转移不存在法律障碍，相关债权债务处理合法

本次交易的标的资产为蓝瀚科技 96.3158%股权，其中蓝瀚科技持有多盟智胜 95%股权、多盟开曼 100%股权和亿动开曼 54.77%股权。

根据蓝瀚科技提供的自设立至今的工商登记资料及平安大华等 9 名蓝瀚科技交易对方对于蓝瀚科技 96.3158%股权合法性的承诺：

（1）蓝瀚科技售股股东对交易资产拥有合法、完整的所有权，股权转让方真实持有该资产，不存在委托、信托等替他人持有或为他人利益而持有的情形；作为交易资产的所有者，股权转让方有权将交易资产转让给蓝色光标。

（2）交易资产上不存在任何质押、担保，未被司法冻结、查封或设置任何权利限制，不存在法律法规或蓝瀚科技之公司章程所禁止或限制转让或受让的情形，也不存在可能引致诉讼或可能引致潜在纠纷的其他情形。

根据蓝瀚科技第一次增资时蓝色光标、蓝标投资、蓝瀚科技与平安大华签订的《增资协议》和《股权远期购买合同》，蓝标投资、赵文权、孙陶然、吴铁、许志平与陈良华同意将其取得的合计 30%蓝瀚科技股权质押给平安大华。2015 年 8 月蓝标投资、赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华分别与平安大华签署了《质押担保合同》。对于前述股权质押，平安大华、赵文权、孙陶然、吴铁、许志平与陈良华已承诺将在上市公司召开关于审议本次重组方案的股东大会前解除。2015 年 11 月 16 日，蓝瀚科技就上述股权质押办理了股权出质注销登记手续。质押解除后，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平与陈良华可自由转让其持有的蓝瀚科技股权，不存在其它限制或禁止股权转让的情况。

多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼的股权不存在任何质押、担保，未被司法冻结、查封或设置任何权利限制，不存在法律法规或公司章程所禁止或限制转让或受让的情形，也不存在可能引致诉讼或可能引致潜在纠纷的其他情形。

综上，本次交易事项的标的资产为股权，不涉及债权、债务的处置或变更。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或变更事项。

（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

交易完成后，上市公司将在移动营销领域拥有绝对的技术优势，提高了公司的竞争力以及进入壁垒，也为公司转型成为技术驱动的数字营销公司提供了基础；同时，本次交易亦将丰富公司的客户资源和业务内容，增强公司整合营销能力，提高公司整体的行业竞争力。

本次交易是上市公司实施外延式发展战略的重要步骤之一，通过本次交易上市公司将增加在移动广告营销领域的服务内容，公司的传播服务链条进一步得到完善。上市公司能为客户提供包括互联网、户外、平面、电视、移动互联网等各媒体的立体整合式品牌传播方案，向一流品牌管理顾问集团的目标又迈进一步。

根据多盟和亿动的估值报告以及赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然关于蓝瀚科技的业绩承诺，蓝瀚科技未来实现的收入和净利润将增强蓝色光标的持续经营能力。多盟的在 2015 年 8 月之后已经逐渐盈利，亿动保持了良好的盈利情况，与估值报告预测情况相符。

综上，本次交易有利于上市公司增强持续经营能力，不存在可能导致上市公司重组后主要资产为现金或者无具体经营业务的情形。

（六）本次交易有利于上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与实际控制人及其关联人保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性相关规定

本次交易前，上市公司已经按照有关法律法规的规定建立规范了法人治理结构和独立运营的公司管理体制，做到业务、资产、人员、机构、财务等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

本次交易后，上市公司将直接持有蓝瀚科技 96.3158%的股权，并通过蓝标投资间接持有蓝瀚科技 3.6842%的股权，合计持有蓝瀚科技 100%的股权。本次交易进一步完善了公司的业务体系，增强了公司的综合实力，不会对公司在业务、资产、人员、机构、财务等方面的独立性产生重大影响。

综上所述，上市公司将继续保持业务独立、资产独立、财务独立、人员独立和机构独立，本次交易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，蓝色光标已按照《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，并建立了比较完善的内部控制制度，从制度上保证了股东大会、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，根据实际情况对上市公司及其子公司的公司章程进行全面修订，并依法依规对董事会、监事会成员以及上市公司高级管理人员进行适当调整，以适应本次支付现金及发行股份购买资产后的业务运作及法人治理要求，继续完善公司治理结构。

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、本次交易不适用《重组管理办法》第十三条的说明

本次交易前后，赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然均为蓝色光标的实际控制人，蓝色光标的实际控制权未发生变动。因此，本次交易不属于《重组管理办法》第十三条所规范的“控制权发生变更”的情形，不适用第十三条的相关规定。

三、本次交易符合《重组管理办法》第四十三条规定

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

本次交易完成后，多盟和亿动的优质资产将进入上市公司，上市公司经营业务范围得以丰富，业务增长潜力得到较大提高。

本次交易完成后，上市公司将全面进入移动互联网营销行业，同时上市公司与多盟、亿动可以产生很好的协同作用。上市公司将会通过多盟连接到许多优质的广告媒体资源，将现有的客户需求与这些广告资源对接，进一步提升上市公司的盈利能力；上市公司亦将通过对亿动的收购，增强上市公司在广告创意、优质客户服务方面的能力。亿动在移动营销领域的优势将亦进一步提升上市公司盈利能力。

多盟从成立至今一直致力于移动互联网广告业务的开拓，虽然报告期内尚未盈利，但凭借其丰富的广告形式和不断提升的媒体整合能力，在移动互联网广告领域的领军优势已经建立。随着智能终端的普及、移动互联网的整体发展、网络广告公司的积极推动，广告主对移动营销的认可度逐步提高，并开始积极尝试。智能手机的普及和各种应用的开发，提升了移动媒体的营销价值，整个生态系统正在快速形成。从历史年度业务及规模的发展趋势来看，多盟正在经历从初创期的快速发展阶段向稳定增长阶段转变，加之所处的移动互联网广告行业也处于快速发展期，未来多盟的业务收入和盈利水平将会有有一个较长的增长期。

根据多盟和亿动的估值报告以及赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然关于蓝瀚科技的业绩承诺，蓝瀚科技未来实现的收入和净利润将增强蓝色光标的持续经营能力。多盟的在 2015 年 8 月之后已经逐渐盈利，亿动保持了良好的盈利情况，与估值报告预测情况相符。

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

（二）本次交易不会产生同业竞争，有利于上市公司减少关联交易，同时增强独立性

1、本次交易不会产生同业竞争

在本次交易前，交易对方及其关联方与上市公司不存在同业竞争。

本次交易完成后，为避免本次交易对方与上市公司及多盟开曼、多盟智胜、亿动的同业竞争赵文权、许志平、孙陶然、陈良华、吴铁和齐玉杰均出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。上述六人承诺如下：

“①除蓝色光标及其控制的其他企业外，本人目前在中国境内外任何地区没有以任何形式直接或间接从事和经营与蓝色光标及其控制的其他企业构成或可能构成竞争的业务；

②本人承诺作为蓝色光标股东期间，不在中国境内或境外，以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另一家公司或企业的股权及其他权益、担任职务、提供服务等）直接或间接参与任何与蓝色光标及其控制的其他企业构成竞争的任何业务或活动。

③本人承诺如果违反本承诺，愿意向蓝色光标承担赔偿责任及相关法律责任。”

2、本次交易有利于减少关联交易

本次交易完成前，上市公司的关联交易遵循公开、公平、公正的原则。公司章程对关联交易的审批权限、审批程序进行了规定；公司监事会、独立董事能够依据法律、法规及公司章程等的规定，勤勉尽责，切实履行监督职责，对关联交易及时发表独立意见。上市公司对关联交易的控制能够有效防范风险，维护上市公司及广大中小股东的合法权益。

本次交易对方包括上市公司实际控制人赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然，本次交易构成关联交易。

本次交易完成后，上市公司将继续严格按照公司章程及相关法律、法规的规定，进一步完善和细化关联交易决策制度，加强公司治理，维护上市公司及广大中小股东的合法权益。

为充分保护交易完成后上市公司的利益，规范将来可能存在的关联交易，赵文权、许志平、孙陶然、陈良华、吴铁和齐玉杰出具了《关于规范及减少关联交易的承诺函》。上述六人承诺如下：

“在本次重组完成后，本人及本人控制的企业将尽可能减少与蓝色光标的关联交易，不会利用自身作为蓝色光标股东之地位谋求蓝色光标在业务合作等方面给予优于市场第三方的权利；不会利用自身作为蓝色光标股东之地位谋求与蓝色光标达成交易的优先权利。若存在确有必要且不可避免的关联交易，本人及本人控制的企业将与蓝色光标按照公平、公允、等价、有偿等原则依法签订协议，履行合法程序，并将按照有关法律、法规和蓝色光标公司章程等的规定，依法履行信息披露义务并办理相关内部决策、报批程序，保证不以与市场价格相比显失公允的条件与蓝色光标进行交易，亦不利用该类交易从事任何损害蓝色光标及股东的合法权益的行为。”

3、有利于上市公司增强独立性

本次交易前，上市公司资产完整，在人员、采购、生产、销售、知识产权等方面保持独立。

本次交易拟购买的标的资产为蓝瀚科技 96.3158%股权，其中蓝瀚科技持有多盟智胜 95%股权、多盟开曼 100%股权和亿动开曼 54.77%股权。多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼具有独立的法人资格，具有独立的生产资质等无形资产，具备生产经营所需要的完整的产供销系统。

本次交易前后，上市公司控股股东和实际控制人未发生变化，均为赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然，将继续保持上市公司在人员、采购、生产、销售、知识产权等方面的独立性。

综上，本次交易不会产生同业竞争，且有利于上市公司减少关联交易，同时有利于增强上市公司独立性。

（三）上市公司最近一年财务会计报告被注册会计师出具无保留意见审计报告

天职国际会计师事务所出具的天职业字[2015]185 号《审计报告》对上市公司 2014 年的财务状况、经营成果和现金流量发表了标准无保留意见。

（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

蓝色光标及其现任董事、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。

（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

本次交易的标的资产为蓝瀚科技 96.3158%股权，其中蓝瀚科技持有多盟智胜 95%股权、多盟开曼 100%股权和亿动开曼 54.77%股权。

根据蓝瀚科技提供的自设立至今的工商登记资料及平安大华等 9 名蓝瀚科技交易对方对于蓝瀚科技 96.3158%股权合法性的承诺：

（1）蓝瀚科技售股股东对交易资产拥有合法、完整的所有权，股权转让方真实持有该资产，不存在委托、信托等替他人持有或为他人利益而持有的情形；作为交易资产的所有者，股权转让方有权将交易资产转让给蓝色光标。

（2）交易资产上不存在任何质押、担保，未被司法冻结、查封或设置任何权利限制，不存在法律法规或蓝瀚科技之公司章程所禁止或限制转让或受让的情形，也不存在可能引致诉讼或可能引致潜在纠纷的其他情形。

根据蓝瀚科技第一次增资时蓝色光标、蓝标投资、蓝瀚科技与平安大华签订的《增资协议》和《股权远期购买合同》，蓝标投资、赵文权、孙陶然、吴铁、许志平与陈良华同意将其取得的合计 30%蓝瀚科技股权质押给平安大华。2015 年 8 月蓝标投资、赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华分别与平安大华签署了《质押担保合同》。对于前述股权质押，平安大华、赵文权、孙陶然、吴铁、许志平与陈良华已承诺将在上市公司召开关于审议本次重组方案的股东大会前解除。2015 年 11 月 16 日，蓝瀚科技就上述股权质押办理了股权出质注销登记手续。质押解除后，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平与陈良华可自由转让其持有的蓝瀚科技股权，不存在其它限制或禁止股权转让的情况。

多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼的股权不存在任何质押、担保，未被司法冻结、查封或设置任何权利限制，不存在法律法规或公司章程所禁止或限制转让或受让的情形，也不存在可能引致诉讼或可能引致潜在纠纷的其他情形。

综上所述，若交易对方能保证切实履行其出具的承诺和签署的协议，上市公司发行股份所购买的资产为权属清晰的经营性资产，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续。

（六）上市公司为促进行业或者产业整合，增强与现有主营业务的协同效应，在其控制权不发生变更的情况下，可以向控股股东、实际控制人或者其控制的关联人之外的特定对象发行股份购买资产

本次交易为上市公司通过收购除蓝标投资外其他股东所持蓝瀚科技的股权以及增资蓝瀚科技，实现收购蓝瀚科技持有的多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%股权。交易完成后，上市公司将在移动营销领域拥有绝对的技术优势，为公司转型成为技术驱动的数字营销公司提供了基础；上市公司将会通过多盟连接到许多优质的广告媒体资源，实现现有的客户需求与这些优质广告资源对接，发挥良好的协同效应。亿动亦为移动广告业务中的领先企业，与公司全产业链布局数字营销行业战略目标深度契合；不仅可以为公司带来移动端精准投放广告的技术能力，同时也可以为公司带来优质的客户资源。

本次交易前，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华五人为一致行动人，共同构成上市公司的实际控制人，合计持有上市股本总额的 27.67%。本次交易完成后，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华五人为一致行动人直接持有公司 26.80%的股权，仍为上市公司控股股东和实际控制人。本次交易未导致公司控制权发生变化。

除赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华外，本次发行股份购买资产的交易对方京东世纪、西藏东方和齐玉杰与上市公司、控股股东和实际控制人均不存在关联关系。

综上，上市公司本次交易是为了促进产业整合，增强与现有主营业务的协同效应。本次交易中，上市公司存在向实际控制人及其他无关联关系的特定对象发

行股份购买资产的情况。本次交易完成后，上市公司的控制权不会发生变更。本次交易的整体方案符合《重组管理办法》第四十三条的要求。

四、本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见、相关解答要求的说明

根据中国证监会发布的《<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》以及《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》，上市公司募集配套资金应当满足下述要求：

（一）上市公司发行股份购买资产的，可以同时募集部分配套资金，所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。

本次重组交易拟募集配套融资180,200.00万元，本次交易拟购买资产价格总金额为185,200.00万元，募集配套资金金额占拟购买资产价格总金额的比例为97.30%，募集配套资金未超过本次交易拟购买资产价格总金额的100%。

（二）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%。

本次募集的配套资金拟用于支付本次发行股份及支付现金交易的现金支付、支付并购尾款（上市公司对蓝瀚科技增资款项）、偿还贷款和上市公司募投项目，并无用于补充上市公司流动资金。

（三）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。

本次募集配套资金主要用于支付本次发行股份及支付现金交易的现金支付、支付并购尾款（上市公司对蓝瀚科技增资款项）、偿还贷款和上市公司募投项目。因此，本次募集资金符合相关规定。

五、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

蓝色光标不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的情形：

- （一）本次交易申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；
- （二）不存在公司的权益被控股股东或实际控制人严重损害且尚未消除的情形；
- （三）不存在公司及其附属公司违规对外提供担保且尚未解除的情形；
- （四）不存在现任董事、高级管理人员最近三十六个月内受到过中国证监会的行政处罚，或者最近十二个月内受到过证券交易所公开谴责的情形；
- （五）不存在上市公司或其现任董事、高级管理人员因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会立案调查的情形；
- （六）不存在最近一年及一期财务报表被注册会计师出具保留意见、否定意见或无法表示意见的审计报告；
- （七）不存在严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

六、不存在《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》第九条、第十条规定的不得非公开发行股票的情形

蓝色光标符合《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》第九条规定的以下内容：

- （一）最近二年盈利，净利润以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据；
- （二）会计基础工作规范，经营成果真实。内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司财务报告的可靠性、生产经营的合法性，以及营运的效率与效果；
- （三）最近二年按照上市公司章程的规定实施现金分红；
- （四）最近三年及一期财务报表未被注册会计师出具否定意见或者无法表示意见的审计报告；

（五）上市公司与控股股东或者实际控制人的人员、资产、财务分开，机构、业务独立，能够自主经营管理。上市公司最近十二个月内不存在违规对外提供担保或者资金被上市公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

此外，蓝色光标不存在《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》第十条规定的如下情形：

（一）本次发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（二）最近十二个月内未履行向投资者作出的公开承诺；

（三）最近三十六个月内因违反法律、行政法规、规章受到行政处罚且情节严重，或者受到刑事处罚，或者因违反证券法律、行政法规、规章受到中国证监会的行政处罚；最近十二个月内受到证券交易所的公开谴责；因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查；

（四）上市公司控股股东或者实际控制人最近十二个月内因违反证券法律、行政法规、规章，受到中国证监会的行政处罚，或者受到刑事处罚；

（五）现任董事、监事和高级管理人员存在违反《公司法》第一百四十七条、第一百四十八条规定的行为，或者最近三十六个月内受到中国证监会的行政处罚、最近十二个月内受到证券交易所的公开谴责；因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查；

（六）严重损害投资者的合法权益和社会公共利益的其他情形。

第十一节 董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析

一、本次交易前上市公司财务状况和经营成果

上市公司 2013 年、2014 年及 2015 年 1-7 月份的主要财务数据如下：

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
资产总计（万元）	1,308,105.93	1,137,017.31	672,945.67
归属母公司股东的权益（万元）	43,2931.46	447,360.60	376,790.66
营业总收入（万元）	411,284.43	597,908.82	358,399.81
营业利润（万元）	12,202.08	91,148.51	55,152.38
利润总额（万元）	12,710.79	94,795.38	63,502.66
归属母公司股东的净利润（万元）	5,219.10	71,188.39	43,904.67
每股收益-基本（元/股）	0.03	0.37	0.23
每股净资产 BPS（元/股）	2.24	2.32	1.95

注：1、上述数据均是公司合并财务报表数据，以下分析如无特殊说明，均是以合并财务报表数据为基础进行分析。详细财务数据参见上市公司已公告财务报表。2、每股收益、每股净资产数据根据蓝色光标 2015 年 7 月 31 日总股本数据追溯摊薄计算。

（一）本次交易前公司财务状况分析

1、资产结构分析

截至 2015 年 7 月 31 日，公司资产总额 1,308,105.93 万元，其中，流动资产总额 579,850.28 万元，占资产总额的 44.33%；非流动资产总额 728,538.70 万元，占资产总额的 55.68%。

截至 2015 年 7 月 31 日，公司有货币资金 224,890.19 万元，占比 17.19%；应收账款 266,743.66 万元，占比 20.39%；预付款项 23,968.89 万元，占比 1.83%；应收利息 1,812.89 万元，占比 0.14%；其他应收款 47,406.15 万元，占比 3.62%；流动资产合计 579,850.28 万元。公司的可供出售金融资产为 134,930.93 万元，占比 10.31%，长期股权投资为 52,252.50 万元，占比 3.99%；固定资产 9,712.74 万元，占比 0.74%；无形资产 213,838.37 万元，占比 16.34%；商誉 302,136.93 万元，占比 23.09%；非流动资产合计 728,255.66 万元。

截至 2015 年 7 月 31 日，公司应收账款较 2014 年年末数值增长 19.96%，主要系公司业务量增长导致未收回款项增加；预付账款较年初增长 20.29%，主要系公司主营业务收入增加，导致公司预付款项金额有所增加；其他应收款较年初增长 35.41%，主要系公司业务增长，相应项目临时借款、项目押金增加导致。

本公司最近两年及一期的资产财务数据如下：

报告期	2015 年 7 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动资产：						
货币资金	224,890.19	17.19	197,873.80	17.40	120,537.70	17.43
应收账款	266,743.66	20.39	222,355.20	19.56	136,222.27	19.70
存货	1,827.15	0.14	657.75	0.06	0.00	0.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	12,299.24	0.94	7,288.12	0.64	0.00	0.00
应收票据	902.11	0.07	2,167.66	0.19	388.28	0.06
预付款项	23,968.89	1.83	19,925.83	1.75	18,047.70	2.61
应收利息	1,812.89	0.14	1,503.24	0.13	203.02	0.03
其他应收款	47,406.15	3.62	35,008.25	3.08	14,754.87	2.13
一年内到期的非流动资产	0.00	0.00	0.00	0.00	500.00	0.07
其他流动资产	0.00	0.00	7.35	0.00	0.00	0.00
流动资产合计	579,850.28	44.33	486,787.20	42.81	290,653.85	42.03
可供出售金融资产	134,930.93	10.31	97,022.34	8.53	5,900.41	0.85
长期股权投资	52,252.50	3.99	155,263.23	13.66	98,710.66	14.28
固定资产	9,712.74	0.74	4,224.77	0.37	5,609.45	0.81
在建工程	0.00	0.00	0.00	0.00	24.72	0.002
无形资产	213,838.37	16.34	170,637.52	15.01	126,166.16	18.25
开发支出	826.72	0.06	190.02	0.02	0.00	0.00
商誉	302,136.93	23.09	209,575.18	18.43	147,785.56	21.37
长期待摊费用	12,165.47	0.93	12,627.90	1.11	15,868.28	2.29
递延所得税资产	2,071.99	0.16	689.15	0.06	768.41	0.11
其他非流动资产	320.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00
非流动资产合计	728,255.66	55.67	650,230.11	57.19	400,833.65	57.97
资产总计	1,308,105.93	100.00	1,137,017.31	100.00	691,487.49	100.00

2、负债结构分析

截至 2015 年 7 月 31 日，公司负债总额 843,389.89 万元，其中流动负债合计 489,175.49 万元，占负债总额 58.00%；非流动负债合计 354,214.40 万元，占负债总额的 42.00%。

截至 2015 年 7 月 31 日，公司共有短期借款 140,725.51 万元，占负债总额比重 16.69%；应付账款 143,186.65 万元，占比 16.98%；预收款项 33,413.70 万元，占比 3.96%；应付职工薪酬 14,779.42 万元，占比 1.75%；应交税费 13,444.15 万元，占比 1.59%；流动负债合计 489,175.49 万元。

2015 年 1-7 月份，公司应付账款较年初增长 32.73%，主要系公司业务量增长及本年新收购境内、外公司应付款项增加所致。预收款项较年初增长 97.00%，主要系公司业务量增长，预收服务费及广告投放款增加所致。其他非流动负债较年初增加 99,437.65 万元，主要系公司发行非公开定向债务融资工具且期限超过一年所致。

本公司最近两年及一期的负债财务数据如下：

报告期	2015 年 7 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动负债						
短期借款	140,725.51	16.69	139,163.48	20.68	10,000.00	6.49
应付账款	143,186.65	16.98	107,875.36	16.03	84,678.11	54.98
预收款项	33,413.70	3.96	16,961.31	2.52	16,224.58	10.54
应付职工薪酬	14,779.42	1.75	8,393.62	1.25	5,837.94	3.79
应交税费	13,444.15	1.59	23,770.06	3.53	13,537.42	8.79
应付利息	6,452.48	0.77	1,404.02	0.21	328.18	0.21
应付股利	0.00	0.00	0.00	0.00	196.00	0.13
其他应付款	42,235.89	5.01	56,230.81	8.36	23,200.45	15.06
一年内到期的非流动负债	19,971.43	2.37	19,904.78	2.96	0.00	0.00
其他流动负债	74,966.25	8.89	74,878.75	11.13	0.00	0.00
流动负债合计	489,175.49	58.00	448,582.18	66.66	154,002.69	100.00
非流动负债						

长期借款	141,243.44	16.75	114,830.35	17.06	36,583.30	11.98
应付债券	0.00	0.00	0.00	0.00	19,806.04	6.49
长期应付款	71,249.30	8.45	81,420.45	12.10	76,188.79	24.96
递延所得税负债	42,284.01	5.01	28,140.13	4.18	18,716.65	6.13
其他非流动负债	99,437.65	11.79	0.00	0.00	0.00	0.00
非流动负债合计	354,214.40	42.00	224,390.93	33.34	151,294.78	49.56
负债合计	843,389.89	100.00	672,973.11	100.00	305,297.48	100.00

3、资本结构及偿债能力分析

目前公司资产负债率处于较为合适的水平，公司流动比率、速动比率适中，具有一定的偿债风险。具体情况见下表：

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资本结构（%）			
资产负债率	64.47	59.19	42.59
流动资产/总资产	44.33	42.81	43.19
非流动资产/总资产	55.67	57.19	56.81
流动负债/负债合计	58.00	66.66	53.74
非流动负债/负债合计	42.00	33.34	46.26
偿债比率			
流动比率	1.19	1.09	1.89
速动比率	1.18	1.08	1.89
经营活动产生的现金流量净额/负债合计	0.01	0.03	0.05

（二）本次交易前公司经营成果分析

1、利润构成分析

蓝色光标致力于为企业客户提供以公共关系服务为主的品牌管理专业服务，业绩保持稳定增长。2015 年 1-7 月，公司实现营业收入 411,284.43 万元，实现归属于母公司所有者的净利润 5,219.10 万元。2014 年，公司实现营业收入 597,908.82 万元，较去年同期增长 66.83%；实现归属于母公司所有者净利润 71,188.39 万元，较去年同期增长 62.14%。

2015 年 1-7 月，公司的营业成本为 293,786.52 万元；营业税金及附加为

1,614.24 万元，财务费用 13,437.41 万元；营业外收入 562.18 万元。

2015 年上半年，公司营业收入较上年同期增长 31.37%，主要系既有业务增长及同比新合并子公司 Vision 7 International ULC 新纳入合并范围所致。营业成本较上年同期增长 34.34%，主要系既有业务增长及同比新合并子公司 Vision 7 International ULC 新纳入合并范围所致。销售费用较上年同期增长 44.13%，主要系公司业务规模扩大及推进数字化业务，办公成本、人员成本等运营费用增加，以及同比公司新纳入合并范围子公司密达美度传播公司、Fuse Project, LLC、北京北联伟业电子商务有限公司、沈阳新维广告有限公司等公司合并数据增加所致。管理费用较上年同期增长 97.51%，主要系公司业务规模扩大及推进数字化业务，各项办公、租赁等费用增加，以及同比公司新纳入合并范围子公司密达美度传播公司、Vision 7 International ULC、Fuse Project, LLC、北京北联伟业电子商务有限公司、沈阳新维广告有限公司等公司合并数据增加所致。财务费用较上年同期增长 512.82%，主要系公司长、短期贷款增加及公司持有短期融资券，导致贷款及债券利息支出增加。

2015 年上半年，公司净利润较 2014 年同期下降 72.2%，主要原因是：

（1）公司继续推进业务数字化转型升级和新业务领域布局建设投入，新业务尚处于培育期。

（2）报告期内，公司费用较上年同期较大幅度提升，对公司经营利润产生较大影响。其中，由于公司规模进一步扩大，员工人数增加导致管理费用增加；同时，报告期内公司银行贷款及债券余额较高，进而大幅增加公司财务费用。

（3）报告期内，公司境外参股子公司 Huntsworth plc 进行了商誉减值，因公司持有 Huntsworth 19.85%股权，其商誉减值继续显著影响公司净利润。

本公司最近两年及一期的利润表如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
一、营业总收入	411,284.43	597,908.82	358,399.81

营业收入	411,284.43	597,908.82	358,399.81
二、营业总成本	395,204.86	520,727.11	305,967.79
营业成本	293,786.52	408,056.87	234,693.23
营业税金及附加	1,614.24	2,966.00	1,952.19
销售费用	45,468.97	65,563.43	42,771.85
管理费用	37,276.83	41,510.01	22,811.98
财务费用	13,437.41	2,016.85	2,610.40
资产减值损失	3,347.17	613.96	1,128.14
加：其他经营收益	-4,151.22	13,966.80	2,720.36
三、营业利润	12,202.08	91,148.51	55,152.38
加：营业外收入	562.18	3,763.50	8,799.38
减：营业外支出	53.47	116.63	449.10
四、利润总额	12,710.79	94,795.38	63,502.66
减：所得税	6,744.14	20,583.88	15,105.73
五、净利润	5,966.65	74,211.50	48,396.92
归属于母公司所有者的净利润	5,219.10	71,188.39	43,904.67

2、盈利能力及收益质量指标分析

2014 年随着公司各项业务的稳步开展，公司的销售净利率和毛利率均保持稳定水平。2015 年 1-7 月份，因为公司利润大幅下降，导致净资产收益率、销售净利率和销售毛利率都有较大幅度的下降。

从收益质量看，公司利润主要来自于正常经营活动，具体如下：

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
盈利能力（%）			
净资产收益率-摊薄	1.21	15.91	11.65
销售净利率	1.45	12.41	13.50
销售毛利率	28.57	31.75	34.52
收益质量（%）			
营业外收支净额/利润总额	4.00	3.85	13.15
所得税/利润总额	53.06	21.71	23.79

二、拟购买资产的行业特点、经营情况

（一）拟购买资产所属行业的基本情况

本次交易拟购买资产多盟主要从事移动互联网广告服务，拟购买资产亿动主

要从事移动端的品牌类广告的境内推广和手机应用的海外推广，都属于移动互联网营销行业。按照中国证监会 2012 年 10 月 26 日公布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），标的公司主营业务属于“信息传输、软件和信息技术服务业”项下的“I64 互联网和相关服务”。

1、移动互联网营销行业概述

移动互联网营销是指借助 APP、Wap、二维码等手机和移动互联网技术，在移动终端发布营销信息的方式。这种新的营销方式具有灵活性强、精准性高、互动性强等特点。

移动互联网广告以移动设备为载体，具有传统广告所不具备的变现形式及特点。基于移动互联网络这一强大的媒体，移动互联网广告具有多种表现形式，主要可分为开屏广告、插屏广告、横幅式广告（banner）、积分墙广告和视频广告等。

移动互联网广告与传统的广告具有一定的相似性，但是又具有其独特的性质。移动互联网广告的本质是广告主将自己的广告信息通过移动互联网传送到用户的移动通讯终端，让用户接收广告主的广告信息，以此来“追求和打动”受众。广告主是移动互联网广告信息的投放商，也是整个产业链的投入源，移动互联网与移动终端，是连接受众与广告主的主要桥梁。而广告受众则是广告主所要“打动”的对象，是信息接受和反馈的目标。

2、移动互联网营销行业的行政主管部门

移动互联网营销行业利用移动互联网作为媒体为广告主进行营销推广活动，因而受到国家对互联网行业和广告行业的双重交叉监管。

（1）行业主管部门

国家工业和信息化部是互联网行业的主管部门，主要负责拟定并组织实施工业行业规划、产业政策和标准；监测工业行业日常运行；推动重大技术装备发展和自主创新；管理通信业，指导推进信息化建设；协调维护国家信息安全等。

国家工商行政管理总局是广告行业的主管部门，承担“指导广告业发展，负

责广告活动的监督管理工作”的主要职责。国家工商总局内设的广告监督管理司负责拟订广告业发展规划、政策措施并组织实施；拟订广告监督管理的具体措施、办法；组织、指导、监督、管理广告活动；组织监测各类媒介广告发布情况；查处虚假广告等违法行为；指导广告审查机构和广告行业组织的工作。县级以上工商行政管理部门负责辖区内的广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。

广告内容所涉及的行业也受相应行业监管部门的监管，如药品监管部门对药品相关广告内容负有监管责任。

（2）行业自律性组织

我国目前主要的广告行业自律性组织有中国广告协会、中国商务广告协会和中国商务广告协会综合代理专业委员会。主要从事制定行业自律规则、开展行业资质评审、行业培训、学术理论研究、国际交流合作等活动。

中国广告协会成立于 1983 年，是我国广告行业的自律组织，创办了行业内的权威期刊杂志《现代广告》。中国广告协会是国家工商总局的直属事业单位，其基本职责是“提供服务、反映诉求、规范行为”，即在国家工商总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务和监督。

中国商务广告协会成立于 1981 年，是我国最早成立的全国性广告行业组织，其主要职能是围绕中华人民共和国商务部的工作，不断提升商务广告对我国内外经济贸易的服务功能。

中国商务广告协会综合代理专业委员会（简称“中国 4A”）成立于 2006 年，主管部委是中华人民共和国商务部。

互联网行业的自律性组织为中国互联网协会。中国互联网协会成立于 2001 年 5 月 25 日，由国内从事互联网行业的网络运营商、服务提供商、设备制造商、系统集成商以及科研、教育机构等 70 多家互联网从业者共同发起成立。协会下设移动互联网工作委员会，旨在按照国家的法律法规和行业规范，联合国内有关企业、教育和学术机构、相关媒体和专业人士，普及网络营销知识，研究、分析、总结网络营销创新方法、手段和思路，加强网络营销领域的横向交流、探讨和合

作，支持推进互联网企业的商业模式创新和互联网应用水平，支持推动中国网络营销实践健康发展。

3、移动互联网营销行业的主要监管法规及政策

近年来，随着互联网行业和广告行业的高速发展，国务院和各级部门不断出台产业政策、法律法规、部门规章等规范性文件规范互联网营销行业健康发展。

(1) 互联网行业法规和政策

文件名称	时间	文件内容
《关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》	2010 年 3 月	提出“支持和引导互联网、移动网、楼宇视频等新兴媒体发挥自身优势，开发新的广告发布形式，提升广告策划、创意、制作水平，拓展广告产业新的增长点等”的重要指导意见。
《关于加强网络信息保护的決定》	2012 年 12 月 28 日	明确国家保护能够识别公民个人身份和涉及公民个人隐私的电子信息，任何组织和个人不得窃取或者以其他非法方式获取公民个人电子信息，不得出售或者非法向他人提供公民个人电子信息。
《信息安全技术：公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》	2013 年 2 月 1 日	随着信息技术的广泛应用和互联网的不断普及，个人信息在社会、经济活动中的地位日益凸显，滥用个人信息的现象随之出现，给社会秩序和个人切身利益带来了危害。为促进个人信息的合理利用，指导和规范利用信息系统处理个人信息的活动，工业和信息化部制定该指导性技术文件。
《产业结构调整指导目录(2011 年本)》(2013 年修订)	2013 年 2 月 16 日	将“科技服务业”中的“信息技术外包、业务流程外包、知识流程外包等技术先进性型服务”确定为鼓励类产业。“商务服务业”中的“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”为鼓励类产业。

(2) 广告行业法律及法规

文件名称	时间	文件内容
《国家十二五规划纲要》	2011 年	继“十一五”期间国家将包括广告业在内的文化产业上升为国家战略性产业，出台各项扶持政策之后，《国家十二五规划纲要》继续明确提出，要促进广告、会展业健康发展。

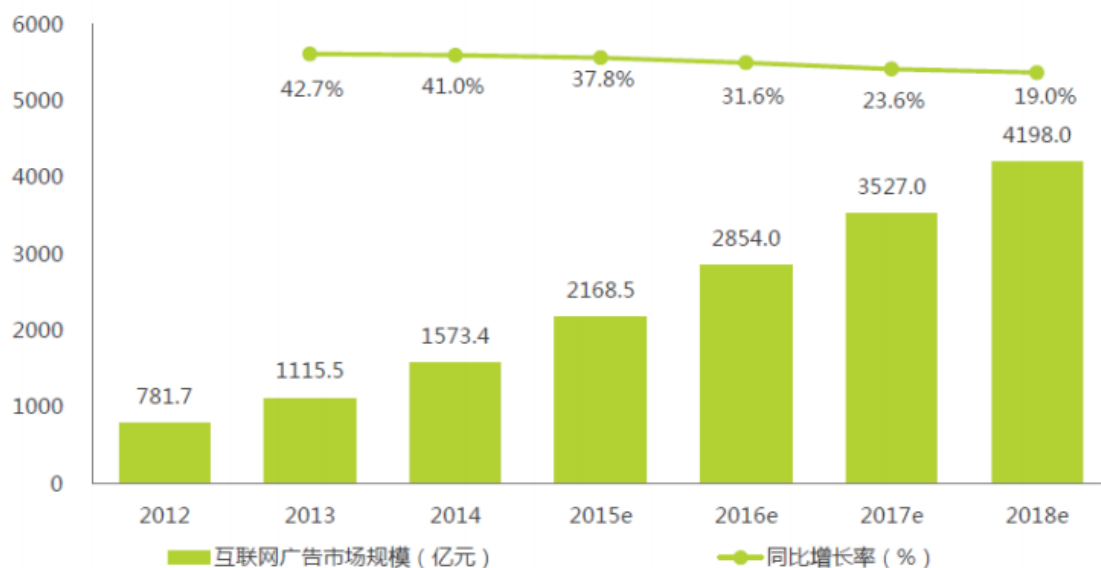
文件名称	时间	文件内容
《中共中央关于深化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	2011 年 10 月 18 日	明确指出“要坚持中国特色社会主义文化发展道路，努力建设社会主义文化强国...推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业...要培育一批核心竞争力强的国有或者国有控股大型文化企业或企业集团，...支持国有文化企业面向资本市场融资”。
《关于推动广告战略实施的意见》	2012 年 4 月	要求拓宽广告业投融资渠道，鼓励各类创业风险投资机构 and 信用担保机构向发展前景好、吸纳就业多以及运用新技术、新业态的广告企业开拓业务，支持互联网、楼宇视频等新兴广告媒体健康有序发展，使其成为广告业新的增长点。
《广告行业发展“十二五”规划》	2012 年 6 月	鼓励有实力的国内大型媒体和广告企业通过参股、控股、兼并、收购、联盟等方式做强做大，构建股权多元化、运作市场化的广告集团化运营机制；鼓励和支持具有较强实力的广告企业进行跨地区、跨媒体、跨行业和跨所有制的兼并重组，促进广告资源的优化组合、高效配置和产业结构升级，不断壮大广告企业的规模与实力。
《中华人民共和国广告法》	2015 年 9 月 1 日	新修订的《中华人民共和国广告法》是广告法实施 20 年来首次修订。此次广告法修改的幅度非常大，其中包括明确虚假广告的定义和典型形态、新增广告代言人的法律义务和责任、强化对大众传播媒介广告发布行为的监管力度等多个方面。

（二）移动互联网营销行业发展概况

1、互联网广告市场保持较高增长

2014 年中国互联网广告整体市场规模为 1,573.4 亿元，较 2013 年增长 41.0%。伴随着互联网营销行业多年的飞速增长，目前市场已进入成熟期，未来几年增速将会有所放缓，但仍保持较高增长。根据艾瑞咨询《2015 年中国网络广告行业年度监测报告》，预计 2018 年，中国互联网广告市场预期将突破 4,000 亿元。

2012-2018年中国互联网广告市场规模及预测



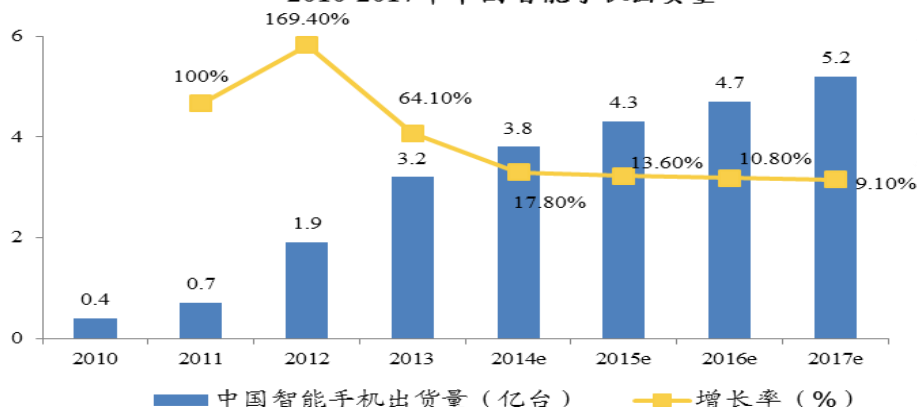
数据来源：艾瑞咨询《2015年中国网络广告行业年度监测报告》

2、移动互联网浪潮兴起，带动移动互联网营销行业走向繁荣

（1）智能手机迅速普及，并成为我国最大上网终端

智能手机的出现，使得互联网脱离了桌面终端的限制，进入了移动互联网时代。近年来，我国智能手机销量快速增长，2014 年销量约为 4 亿台。未来预计增速虽有所放缓，销量仍将保持持续稳定增长。

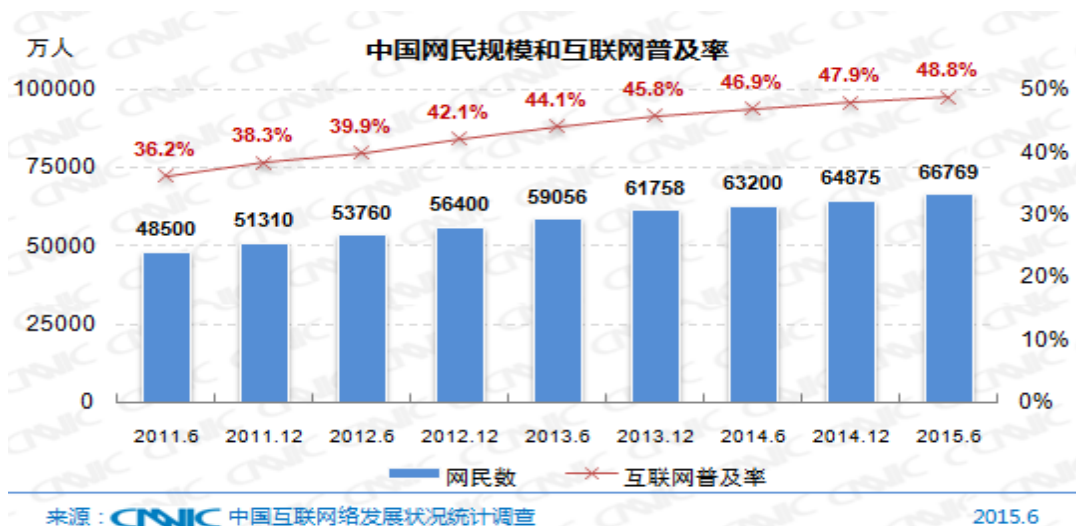
2010-2017年中国智能手机出货量



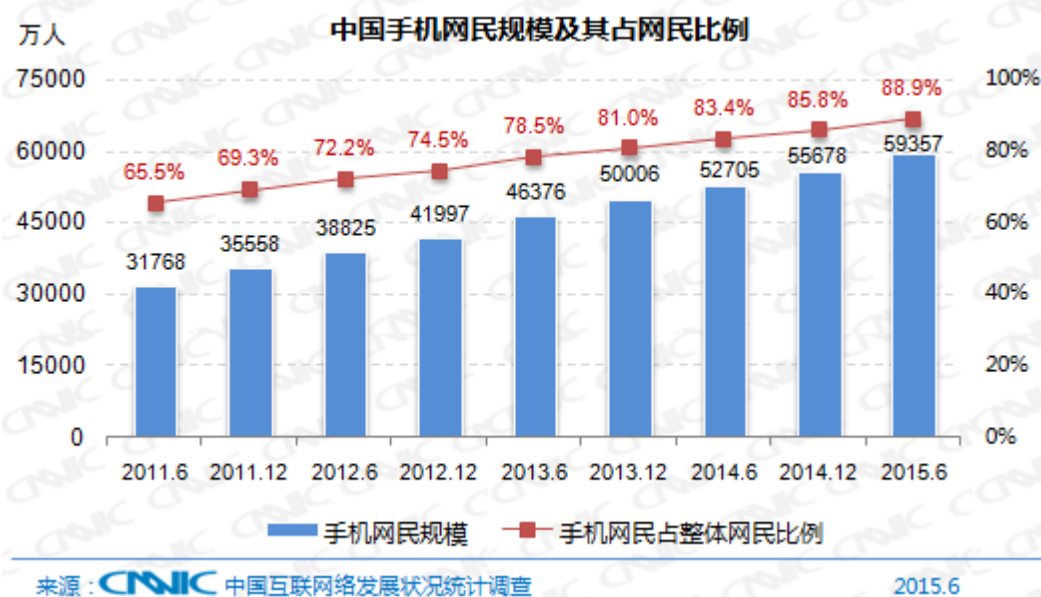
资料来源：艾瑞咨询《2014年中国移动互联网行业年度研究报告》

随着智能手机的普及和其他移动智能终端的不断涌现，移动互联网用户和访

问量呈现了爆发式的增长。据 CNNIC 统计，截至 2015 年 6 月，我国网民规模达 6.68 亿，半年共计新增网民 1894 万人。互联网普及率为 48.8%，较 2014 年底提升了 0.9 个百分点。



截至 2015 年 6 月，我国手机网民规模达 5.94 亿，较 2014 年 12 月增加 3679 万人。网民中使用手机上网的人群占比由 2014 年 12 月的 85.8% 提升至 88.9%。

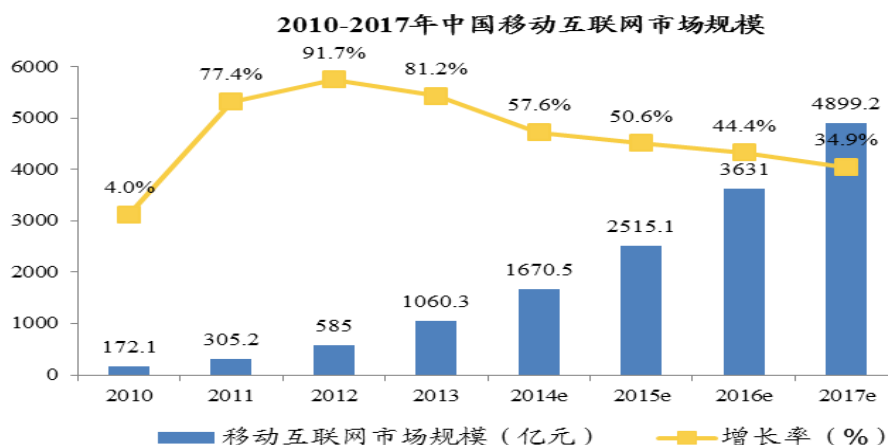


移动上网设备的逐渐普及、网络环境的日趋完善、移动互联网应用场景的日益丰富三个因素共同作用下，促使手机网民规模进一步增长。

(2) 移动互联网市场规模呈现较快发展

得益于智能手机的普及和移动互联网用户量的增长，移动互联网市场呈现快速发展的态势，传统互联网公司加速移动端布局，新兴创业型公司则专注于占领移动互联网细分领域，各方不断探索新的盈利模式，加速行业整体的商业化进程，移动产业链进一步丰富和完善。

随着互联网对个人生活方式的影响进一步深化，从基于信息获取和沟通娱乐需求的个性化应用，发展到与医疗、教育、交通等公用服务深度融合的民生服务。与此同时，随着“互联网+”行动计划出台，互联网将带动传统产业的变革和创新。未来，在云计算、物联网及大数据等应用的带动下，互联网将加速农业、现代制造业和生产服务业转型升级，形成以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态，为移动互联网提供更为广阔的市场空间。



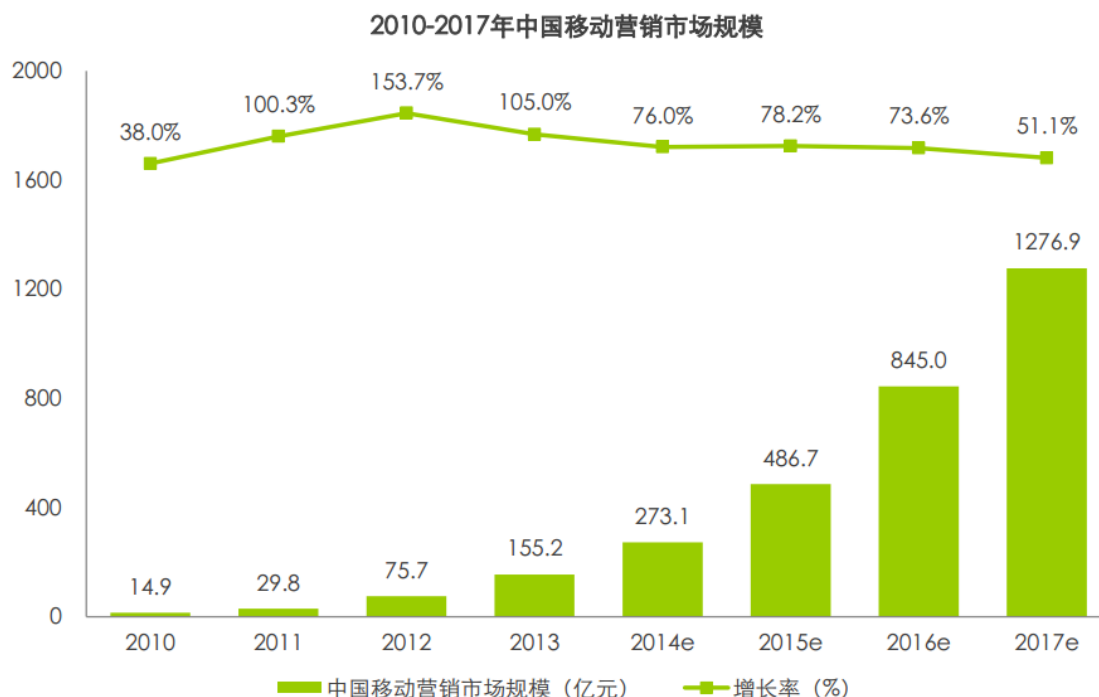
资料来源：艾瑞咨询《2014年中国移动互联网行业年度研究报告》

(3) 移动互联网营销行业市场前景良好

移动互联网浪潮的兴起为移动互联网营销行业带来了巨大的商机，无论是当下服务于移动互联网行业内应用开发者的移动应用推广，还是未来服务于各行业客户的基于大数据处理的精准营销和基于广告交易平台的实时竞价交易，移动广告行业都表现出了良好的行业前景。

2014年，中国移动营销市场规模达273.1亿，较2013年的155.2亿元，增速迅猛。随着广告主逐渐认识到移动营销的重要性，并伴随着移动广告产品展现形式、互动形式的创新与丰富，预计移动营销市场规模将继续保持较快增长，到

2017 年，市场规模将超过 1,200 亿。



资料来源：艾瑞咨询《2014年中国移动广告行业年报》

(4) 移动应用广告平台快速崛起

移动互联网用户在手机电子商务类、休闲娱乐类、信息获取类、交流沟通类等应用的使用率都在快速增长，移动应用的蓬勃发展正在引领整体互联网的前进方向。移动应用作为用户通过智能手机等移动智能终端访问移动互联网信息的主要渠道，其重要性和战略价值早已为市场所认知。而移动应用短小精悍、易于开发的特性更使得其成为移动互联网领域内各路人才和资本竞相追逐的目标。伴随着移动应用市场的持续火爆，移动应用广告行业也正在快速崛起。移动应用开发者为在激烈的市场竞争中寻求脱颖而出的机会，产生了对于产品推广的强烈需求，为移动应用广告行业的发展打下了坚实的市场基础。

随着网民规模的不断扩张，近年我国互联网营销增长迅猛。根据艾瑞咨询统计，2014 年，中国网络广告市场规模达到 1,573.4 亿元，同比增长高达 41%，未来两年仍将保持 30%以上的增长速度。

移动互联网广告逐渐成为了广告的主流媒体之一。广告主选择投放广告，是

为了更好的进行产品和服务的营销。移动互联网广告将帮助广告主实现精准营销，为广告主节省了广告费用，降低了产品的营销成本。相应的移动互联网广告也为用户带来更多益处，比如资讯的获取更为方便和人性化、个性化，拥有更多的选择权等。

综上所述，在移动终端、网络技术快速发展的背景下，移动互联网的应用是大势所趋。移动互联网广告作为一种新兴媒体，也将取得长足的发展。

（三）移动互联网营销行业竞争格局

2014 年，中国移动营销市场规模达 273.1 亿元，较 2013 年的 155.2 亿元，增速迅猛。随着广告主逐渐认识到移动营销的重要性，并伴随着移动广告产品展现形式、互动形式的创新与丰富，预计移动营销市场规模将继续保持较快增长，到 2017 年，市场规模将超过 1,200 亿。

虽然移动互联网营销市场规模不断扩大，但随着移动互联网营销行业向成熟期的迈进，整体而言，其市场化竞争较为激烈、透明度高，行业集中度相对较低。与传统营销领域内的市场竞争格局不同，移动互联网媒体的政策管制相对宽松，市场准入门槛相对较低，同时由于移动互联网媒体的类型和数量巨大，各细分领域营销服务提供商可生存的空间相对宽泛，因此，移动互联网营销领域内的市场竞争较为充分。在移动互联网营销行业日益激烈的竞争中，移动互联网营销企业的核心竞争力主要体现在对客户整体互动策略的制定能力；对客户品牌的数字化再定位能力；数据跟踪、挖掘、分析、优化能力；获取优质媒体营销资源的能力等。在市场竞争中，国际 4A 公司以其公司规模大、实力强、客户资源丰富等竞争优势成为本土移动互联网营销企业的强劲对手，但由于国际 4A 公司进入我国移动互联网营销市场的时间相对较短，缺乏国内移动互联网营销经验，在我国移动互联网营销市场中，本土移动互联网营销企业仍占据着行业的主导地位。

（四）影响行业发展的有利因素及不利因素

1、有利因素

（1）“互联网+”上升为国家战略

近年来我国相继出台多项政策文件，鼓励支持互联网行业发展。2015 年全国两会《政府工作报告》中提出，要制定“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场，“互联网+”已上升为国家战略。各地政府也积极出台多项政策支持互联网发展。

（2）移动网络及移动终端不断发展进步

2013 年我国移动网络正式进入了 4G 时代。同时伴随智能终端价格不断降低，智能手机、平板电脑等正从高端消费人群走向普通大众，移动端网络用户数量快速增长。2014 年，我国移动互联网市场总规模突破千亿元大关达到 2,134.8 亿元，同比增长 115.50%，为 2011 年市场规模的 7 倍多，手机上网用户首次超 PC 端用户。智能手机和其他移动智能终端的普及和应用，以及各类移动互联网应用及衍生服务的产生，推动移动互联网市场快速增长。

（3）互联网营销成为越来越重要的商业推广方式

随着互联网的不断发展，互联网广告因其海量受众、传播渠道丰富、投入产出比高、效果可监测等特点，受到越来越多的客户的重视与青睐。企业对单一、传统营销方式的依赖度逐渐降低，对互联网营销出现巨大需求。通过互联网进行产品的推广与营销已成为当今商业推广的重要手段之一。根据 CNNIC 的数据，截至 2014 年 12 月，全国利用互联网开展营销推广活动的企业比例为 24.2%，部分行业如信息传输、计算机服务和软件业开展比例最高达 35.9%。不断增加的互联网营销投入为行业发展提供了源动力。

（4）网络技术不断进步为互联网营销发展提供了技术保障

在互联网行业，信息的供给方和需求方以及信息的传播媒介都具有明显的碎片化特征，需要借助网络技术完成多方数据的挖掘、收集、分析，并通过整合、筛选、优化，将媒介资源合理分配，以实现精准化的营销。互联网技术近年来不断发展进步，在数据挖掘、收集、统计分析等方面形成了较为成熟和完善的技术体系，满足了效果监测、精准投放等多元化的需求，为互联网行业发展提供了有

力的技术保障。

（5）互联网巨头竞相推出客户端产品，软件营销未来仍有较大发展空间

流量入口是整个互联网的流量基础，对于大型互联网媒体来说，流量资源的争夺对于其市场份额的巩固尤为重要。近年来，百度、腾讯、360 等各大互联网巨头不断加大投入，采购流量，构建流量入口竞争闭环。随着互联网媒体流量竞争加剧，媒体客户端产品推广需求旺盛，软件营销未来仍有较大发展空间。

2、不利因素

（1）行业商业模式易受新模式冲击

互联网营销是一个新兴行业，行业发展迅猛，各种商业模式日新月异。新商业模式的出现，可能对原有商业模式造成冲击。企业必须紧握行业发展脉搏，并具备快速反应能力，方可在激烈的竞争和快速的变革中保持持续稳定发展。

（2）法律制度建设和行业标准制定相对滞后

我国互联网营销行业发展迅速，新技术、新业态不断出现，在网络诚信建设、网络知识产权保护、网络犯罪防范、消费者权益保护等方面，相对于快速发展的行业实践，行业规制相对滞后。互联网营销行业服务标准尚不完善，各类服务机构服务质量良莠不齐，一定程度上影响了行业的健康有序发展。

（五）移动互联网营销行业进入壁垒

1、媒介渠道资源壁垒

丰富的媒体渠道资源是互联网营销服务商开展业务的重要基础。拥有大量优质的流量资源，才能通过资源的整合、分类、优化，提高客户营销需求与广告受众的匹配度，满足广告主精准化投放的要求，提高投放效率和投放效果。而资源的整合需要有良好的客户获取能力和资源运营能力，后进入者难以在短时间内具备这些能力并整合大量优质流量资源，从而形成媒介渠道资源壁垒。

2、行业经验与资源运营能力壁垒

互联网营销服务商作为广告主与媒体资源的核心纽带,需要利用自身的行业经验对广告主及媒介资源进行分析筛选,针对广告主的不同投放需求,分析投放广告内容、产品属性、媒介渠道预计投放效果等因素,对双方进行合理分配,以达到双方资源的合理利用。丰富的行业经验、资源整合优化能力、营销数据的积累分析和监控能力等,是互联网营销服务商竞争力的有力体现。后进入者往往会因为缺乏行业经验及分析能力,从而形成行业经验与资源运营能力壁垒。

3、优质客户资源壁垒

广告主位于互联网营销产业链的上游,是行业发展的源动力。开拓争取优质客户资源,对于营销服务机构收入实现、塑造企业品牌、保障公司持续发展具有重要意义。市场先进入者具有先发优势,更加了解客户需求,通过优质服务和良好的合作历史,获得客户信任,提高了客户粘性,加大了后进入者开拓优质客户的难度,形成行业进入壁垒。

4、品牌壁垒

互联网营销行业从业企业众多,公司实力参差不齐,优质的广告主及媒介渠道资源在选择合作平台时,优先选择具有较高知名度及良好业界口碑的互联网广告公司。先进入公司通过提供优质服务与客户形成良好合作关系,积累知名度和美誉度,形成行业的品牌壁垒。

(六) 移动互联网营销行业的周期性、季节性或区域性特征

1、周期性和季节性等特征

互联网营销行业不存在明显的周期性,存在一定的季节性,主要表现在互联网营销行业下半年的业绩收入普遍好于上半年。主要表现在:

互联网营销行业的季节性主要与广告主的产品特性、销售策略、预算投入有关。受到广告主预算制定和广告投放周期影响,一般情况下由于客户在一季度为制定预算阶段,当季投放量较小;随着客户年度营销预算的确定,全年社会经济活动的逐渐铺开,互联网营销的投放量逐步增加,就上半年而言,通常第二季度的营销投放量占上半年的比重较高。

在软件营销领域，每年三季度学校新生开学前后电脑购置较为集中，装机量和软件需求量上升，三季度软件分发量成为一个高峰期。

第四季度是互联网营销的传统旺季，主要原因包括：（1）接近年终，众多商家为了突击全年销售额相应增加广告投入和促销活动；（2）受中秋节、国庆节、双 11、圣诞节、元旦等节日因素影响，产生大量营销活动。

2、互联网营销行业的地域性

互联网营销的地域性主要表现为互联网使用的地域性。以我国互联网使用情况为例，根据中国互联网络信息中心的统计数据显示，截至 2014 年 12 月，我国东部地区 10 省中，有 8 省的互联网普及率超过全国平均水平，中部地区 6 省中仅有 1 省，西部地区 12 省中有 2 省，东北部地区 3 省中也仅有 1 省，不同经济区域间互联网普及率差异明显。互联网普及的地域性差异同样造成了互联网营销行业的地域性差异。

三、标的公司行业地位及核心竞争力

（一）多盟的行业地位及核心竞争力

1、多盟的行业地位

多盟成立于 2010 年 9 月，是国内领先的移动互联广告营销平台公司。多盟整合了智能手机领域大量优质的应用以及广告资源，搭建了广告和应用之间先进的广告技术服务平台，并借助大规模数据处理的平台优势以及贴近应用开发者的服务模式，为在智能手机平台推广产品、品牌的广告主提供高效的服务，为应用开发者和广告主创造价值最大化。

多盟成立伊始，恰逢中国移动互联网尤其是智能手机开始蓬勃发展，多盟敏锐的把握住了这个爆发点，专注于整合移动端，尤其是移动 APP 的资源，为包括品牌广告主，广大互联网客户在内的广告主提供专业的移动广告服务。作为行业的开拓者和领导者，多盟整合了包括海外（水果忍者，talking tom 等）、国内（美图秀秀，墨迹天气，PM2.5 等）诸多优质的移动 APP 资源，率先开发了 banner，插屏，开屏，信息流等广告产品，通过强大的技术平台，迅速成为中国第一批智

能手机平台。广告主方面，多盟迅速获得了汽车，快消，IT，金融等大客户的认可，成为宝马、奔驰、Intel、YUM 等一线品牌客户移动营销的合作伙伴，同时多盟 APP 下载等服务方面也遥遥领先于全行业，是移动 APP 推广，手游等厂商重要的合作伙伴。

2、多盟的主要竞争对手情况

多盟属于互联网营销行业中移动互联网广告行业，行业内主要竞争对手包括有米、艾德思奇、安沃、品友和力美等。

（1）有米

有米传媒手机广告平台是广州优蜜信息科技旗下的手机应用广告平台，主营广告业务为积分墙、广告条、插播广告，其最大的特色在于能够为企业广告主提供精准的广告投放，让广告按广告主设定的投放目标在合适的时间到达合适地点的受众手中，并让广告在手机上变得生动有趣，印象深刻。平台还提供详实的广告统计功能，广告数据清晰透明，方便广告主了解广告效果、开发者了解收入情况。背靠有米广告强大的渠道优势，有米全力推进手游、电商等业务的发展，致力于打造最全面最优质的移动营销服务平台。

（2）艾德思奇

艾德思奇(adSage)成立于 2007 年，公司致力于为客户提供数字媒体营销领域的尖端科技和卓越服务，包含搜索引擎营销服务(SEM)、搜索引擎优化服务(SEO)、移动互联网广告服务、社交媒体营销服务、展示性广告服务、软件定制开发服务等。多年来，adSage 先后服务于国内外各行业的领先客户，帮助他们在数字营销领域取得不断的成功。

在移动广告方面，艾德思奇推出新一代针对目标客户群体精准投放的展示广告投放平台——艾德 DSP，该平台采用实时竞价(RTB)的程序化购买方式，在中国各大广告交易平台(AD Exchange)和供应方平台(SSP)上为广告主对其目标客户群进行精准广告投放。

（3）安沃

安沃传媒(Adwo)，国内领先的移动营销平台，始建于 2010 年 1 月。安沃传媒致力于将移动 APP 开发者与广告主有机连接起来，使得 APP 开发者获得收益，广告主的诉求得以通过 APP 应用被传达到手机用户，并形成良好的互动，实现媒体传播价值，从而构建完整的移动互联网产业链。

安沃传媒具备较大的用户资源库，目前可以覆盖国内大多数智能手机用户和几万个 APP 应用，广告的显示次数可以达到每天过亿次。在移动互联网广告行业第三方的监测报告中显示，安沃传媒是移动营销行业的领军企业之一。安沃传媒已经在北京、上海和广州建立起完善的分支机构，可以为客户提供全方位的移动营销服务。

(4) 品友

品友互动，创立于 2008 年，拥有程序化购买 DSP 平台。品友互动对传统展示广告交易模式进行创新，不断提高整个数字广告产业链的效率和产能。依托国际化水平的实时竞价 (RTB) 架构和算法，以及先进的人群定向专利技术，品友互动帮助广告主进行多种模式的程序化购买，实现“人群定向，智慧传播”。品友互动自主研发 OPTIMUS 优驰系统 (基于海量数据的广告智能优化平台)，该系统对接中国最大的网络人群行为数据，形成的人群分析模型和广告优化算法拥有国家专利认证。OPTIMUS 优驰系统支持在 PC 端、视频端和移动端进行 DSP 广告投放，以及融合三者的跨屏投放。

(5) 力美

北京力美广告有限公司成立于 2010 年，致力于打造中国领先的移动广告平台。成立至今，力美广告相继获得了 IDG、KPCB 等多家知名海外投资机构共 3000 多万美元的风险投资，目前在上海、广州、深圳、武汉、成都、厦门、青岛均设有分支机构，并投资有 7 家专业移动互联网技术开发公司。力美广告平台将手机页面广告、手机互动广告、手机展示广告进行整合，致力构建业界最全面的业务体系，拥有智能手机领域最优质的应用及广告资源。力美旗下有两大平台力美 AND (即力美广告网络平台) 和力美 DSP，这两大产品成为中国移动互联网广告市场强有力的引领者，力美是中国发展最快的移动互联网广告公

司之一。

3、多盟的核心竞争力

多盟经过多年不断努力，凭借着良好的服务水平和较强的运营管理能力，树立了良好的品牌形象，主要具备以下核心竞争力：

1、客户、媒体资源优势

经过多年的积累，多盟获得了汽车，快消，IT，金融等大客户的认可，成为宝马、奔驰、Intel、YUM 等一线品牌客户移动营销的合作伙伴，同时多盟 APP 下载等服务方面也遥遥领先于全行业，是移动 APP 推广，手游等厂商重要的合作伙伴。此外，多盟拥有丰富的媒体资源库，以 4 万个优质 APP 为载体，使其能做到精细化运营、分众营销，使营销更具针对性。多盟的明星媒体库包括：PM2.5、墨迹天气、今日头条、百度贴吧、滴滴打车、美图秀秀、火柴人联盟、会说话的汤姆猫等。

2、技术优势

多盟拥有以业内移动广告运营资深专家及高级工程师为核心的研发队伍，对广告平台系统拥有独特的技术优势，团队在移动互联网行业有多年的积累，拥有丰富的广告资源。多盟代理广告主的移动推广预算通过技术平台和优化工具等较低成本的媒体支出获取更好的推广效果，从而获得多盟的商业利益和价值。随着行业发展，多盟继续扩大自身的优势，不断的升级技术平台，已经从原来的广告网络 ADN 模式转变为移动 DSP+ADN 模式，流量来源更加广泛，多盟的技术优势得到更大的发挥。

3、品牌形象良好，社会认可度较高。近年来，多盟获得的主要社会荣誉情况如下：2015 年第六届金鼠标数字营销大赛《跨媒体整合类铜奖》；2014 年品牌贡献奖-影响中国年度最佳数字营销奖；2014 年安卓全球开发者大会-年度最佳广告平台奖；2014 年第二十一届中国国际广告节“2014 年度中国移动互联网——领军品牌”大奖；2014 年长城奖-2014 年度营销传播金奖；2014 年上方网 TFC 最佳移动广告平台等，充分体现了多盟的业务能力和行业地位。

（二）亿动的行业地位及核心竞争力

1、亿动的行业地位

亿动是一家领先的移动广告平台公司和移动营销服务商，一直专注于移动端广告的程序化解决方案，帮助客户优化移动营销的投入和扩大海外市场。亿动不仅帮助品牌广告主在中国市场与目标受众深度沟通，建立品牌知名度和增强消费者购买意向，也为移动应用开发者在全球范围内提供移动营销解决方案，为其产品招募更多高质量的用户。

亿动的海外推广业务主要通过 Performad 平台完成，Performad 是国内首批以 ROI 为优化参数的海外推广投放平台。亿动的品牌推广业务通过 Premiummad 平台和 Smartmad 平台实现，亿动首先提出优质内容程序化直投，并推出了 Premiummad 优质内容程序化直投平台，将多个 Hero app 的优质内容资源统一在一个平台上，通过程序化投放，对于品牌安全有保障，推广覆盖的用户量大且丰富。

2、亿动的主要竞争对手情况

（1）北京力美广告有限公司

北京力美广告有限公司（以下简称“力美广告”）成立于 2010 年，致力于打造中国领先的移动广告平台。成立至今，力美广告相继获得了 IDG、KPCB 等多家知名海外投资机构共 3000 多万美元的风险投资，目前在上海、广州、深圳、武汉、成都、厦门、青岛均设有分支机构，并投资有 7 家专业移动互联网技术开发公司。力美广告平台将手机页面广告、手机互动广告、手机展示广告进行整合，致力构建业界最全面的业务体系，拥有智能手机领域最优质的应用及广告资源。力美广告旗下的两大平台为力美 AND（即力美广告网络平台）和力美 DSP，这两大产品成为中国移动互联网广告市场强有力的引领者，力美广告是中国发展最快的移动互联网广告公司之一。

（2）安沃传媒

安沃传媒(Adwo)是国内领先的移动营销平台，始建于 2010 年 1 月。安沃传媒致力于将移动 app 开发者与广告主有机连接起来，使得 app 开发者获得收益，广告主的诉求得以通过 app 应用被传达到手机用户，并形成良好的互动，实现媒体传播价值，从而构建完整的移动互联网产业链。

安沃传媒具备较大的用户资源库，目前可以覆盖国内大多数智能手机用户和几万个 app 应用，广告的显示次数可以达到每天过亿次。在移动互联网广告行业第三方的监测报告中显示，安沃传媒是移动营销行业的领军企业之一。安沃传媒已经在北京、上海和广州建立起完善的分支机构，可以为客户提供全方位的移动营销服务。

3、亿动的核心竞争力

亿动经过不断努力，凭借着良好的服务水平和较强的运营管理能力，树立了良好的品牌形象。亿动主要具备以下竞争优势：

（1）客户、媒体资源优势

亿动已经陆续展开与多家Hero app合作，包括酷狗，暴风影音，外滩画报，VIVA，妈妈帮和蜻蜓FM等。此外亿动和代理商达成战略合作关系，整合第三方的Hero app流量资源、充分发挥平台优势。

（2）海外推广独家优势

亿动旗下Performad产品的技术和运营团队有超过4年的App海外推广经验，海外投放项目超过200个，海外合作伙伴超过70家，曾经帮助过1000多个App“出海”，月投放预算金额超过1000万美金。

公司海外主要合作伙伴有：



公司提供海外服务的主要客户有：



（3）技术优势

亿动在动态垂直优化、Premiummad重定向、LBS定向、天气定向、媒体定向、智能定向、频次限制和防弊控制等技术方面具有优势。

动态垂直优化：根据用户使用的App内容，定制不同内容的创意，让用户在不同场景都能看到相关的广告创意。

Premiummad重定向：在In-App广告中，对Premiummad的优质用户进行重定向，帮助广告主进行有针对性的受众扩充，扩大品牌影响力，深入沟通。

LBS定向：通过定位手机用户所在的区域，实现在特定地区内的广告投放。

天气定向：实现在不同天气，不同温度情况下为移动设备用户展现不同广告创意目标。

媒体定向：包括媒体形式(例如广告banner、插页广告、全屏广告等)和媒体类别(例如天气类App、新闻类App、美拍类App等)定向。

智能定向：包括时间段、移动运营商、用户所处网络环境用户所使用的移动终端等多种定向手段。

频次限制：调控每个用户观看和点击广告的次数，最大可能地避免虚假点击，为广告主预算做到最高的ROI。

防弊控制：严格的流量监测分析系统，对网络内每个媒体的广告展示和点击进行全面分析，排除作弊流量，优先投放高效能流量。

(4) 形成移动营销的生态系统

亿动旗下平台包括品牌推广产品和应用推广产品。经过长期的运营实践积累，亿动已实现了应用的海外推广的从客户到境外推广渠道的生态系统建设和品牌推广的从客户到境内应用的生态系统建设。亿动形成了围绕客户移动营销服务的高效完整的生态系统。

四、标的公司财务状况分析——蓝瀚科技

蓝瀚科技于2015年6月设立，截至2015年7月31日，多盟和亿动尚未交割，蓝瀚科技备考模拟资产负债表如下：

单位：万元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
货币资金	29,101.24	21,102.13	11,914.35

应收票据	5.00	-	-
应收账款	47,893.71	35,229.16	15,595.88
预付款项	2,273.52	1,398.74	447.34
应收利息	-	-	4.24
其他应收款	8,535.18	4,575.17	3,861.77
其他流动资产	1,656.67	224.96	219.67
流动资产合计	89,465.33	62,530.17	32,043.26
长期股权投资	730.49	577.64	277.55
固定资产	318.66	300.53	225.22
无形资产	550.71	56.42	54.35
商誉	202,570.01	202,570.01	202,570.01
长期待摊费用	-	27.11	93.04
非流动资产合计	204,169.87	203,531.70	203,220.16
资产总计	293,635.19	266,061.87	235,263.43
短期借款	1,829.14	1,179.69	2,109.69
应付账款	36,471.71	28,989.10	18,896.44
预收款项	1,953.85	1,496.19	488.61
应付职工薪酬	3,547.58	3,657.57	2,341.19
应交税费	2,432.71	1,614.21	430.36
应付利息	41.76	2.06	3.91
其他应付款	24,474.28	3,486.27	5,245.60
流动负债合计	70,751.02	40,425.09	29,515.80
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	70,751.02	40,425.09	29,515.80
归属于母公司所有者权益	220,869.74	226,173.79	205,063.29
少数股东权益	2,014.44	-537.01	684.34
所有者权益合计	222,884.18	225,636.78	205,747.63
负债及所有者权益合计	293,635.19	266,061.87	235,263.43

由于蓝瀚科技未开展实际业务，关于标的公司财务状况分析请参见本小节“标的子公司财务状况分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”和“标的子公司财务状况分析——亿动”。

五、标的子公司财务状况分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）

天职国际对多盟编制的 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月财务报表及附注进行了审计，并出具了天职业字[2015]13112 号审计报告。根据多盟经审计的财务

数据分析如下：

（一）主要资产负债构成

1、资产结构分析

单位：万元

资产	2015 年 7 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产：						
货币资金	27,767.47	51.05%	18,023.43	41.85%	4,878.61	36.92%
应收票据	5.00	0.01%	-	-	-	-
应收账款	22,313.47	41.02%	22,521.29	52.29%	7,821.10	59.19%
预付款项	1,876.46	3.45%	1,222.00	2.84%	257.43	1.95%
应收利息	-	-	-	-	4.24	0.03%
其他应收款	932.02	1.71%	1,030.76	2.39%	58.95	0.45%
其他流动资产	1,200.00	2.21%	-	-	-	-
流动资产合计	54,094.42	99.46%	42,797.48	99.36%	13,020.32	98.54%
非流动资产：						
固定资产	291.34	0.54%	272.31	0.63%	189.53	1.43%
无形资产	4.71	0.01%	1.54	0.00%	2.87	0.02%
非流动资产合计	296.06	0.54%	273.86	0.64%	192.40	1.46%
资产总计	54,390.47	100.00%	43,071.34	100.00%	13,212.72	100.00%

多盟 2015 年 7 月 31 日、2014 年末、2013 年末的总资产规模分别为 54,390.47 万元、43,071.34 万元、13,212.72 万元，同比增幅分别为 26.28%、225.98%。流动资产占总资产比重高于 98%，符合轻资产公司的特征。多盟流动资产主要由货币资金、应收账款构成，主要资产科目情况如下：

（1）货币资金

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
现金	0.06	2,501.24	2.23
银行存款	27,767.41	15,522.19	4,876.38
合计	27,767.47	18,023.43	4,878.61

多盟的货币资金主要由银行存款组成，截至 2015 年 7 月 31 日，多盟所持有的银行存款为 27,767.41 万元，相比 2014 年末增长 54.06%。多盟银行存款大幅增长主要原因系收到蓝色光标关于收购的交易保证金 13,258.67 万元所致。截至 2015 年 7 月 31 日，多盟不存在质押、冻结，或有潜在收回风险的款项。

(2) 应收账款

截至 2015 年 7 月 31 日、2014 年年末、2013 年年末，多盟应收账款账面价值分别为 22,313.47 万元、22,521.29 万元、7,821.10 万元。2015 年 7 月 31 日应收账款账面价值相比 2014 年末基本持平，2014 年末应收账款账面价值相比 2013 年末增长 187.96%，该大幅增长主要系公司业务规模迅速扩大、营业收入大幅增长所致。

报告期内，多盟应收账款明细如下：

单位：万元

应收账款	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
账面余额	22,429.60	22,521.29	7,821.10
坏账准备	116.13	-	-
账面价值	22,313.47	22,521.29	7,821.10

应收账款按照账龄分析法计提坏账准备的详情如下：

账龄	2015 年 7 月 31 日		
	应收账款	坏账准备	计提比例
6 个月以内（含 6 个月）	16,673.54	-	-
6-12 个月（含 12 个月）	5,752.45	115.05	2.00%
12-24 个月（含 24 个月）	3.62	1.09	30.00%
合计	22,429.60	116.13	0.52%
账龄	2014 年 12 月 31 日		
	应收账款	坏账准备	计提比例
6 个月以内（含 6 个月）	22,521.29	-	-
合计	22,521.29	-	-
账龄	2013 年 12 月 31 日		
	应收账款	坏账准备	计提比例
6 个月以内（含 6 个月）	7,821.10	-	-

合计	7,821.10	-	-

截至 2015 年 7 月 31 日，多盟的应收账款账龄均在 2 年以内，应收账款不存在收回以前年度已全额计提坏账准备的、以前年度计提坏账准备比例较大的、通过债务重组等其他方式收回的应收账款情况。

应收账款按欠款方归集的期末余额前五名应收账款如下所示：

单位：万元

单位名称	2015 年 7 月 31 日	占应收账款期末余额比例
百度（中国）有限公司	1,965.70	8.76%
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	1,901.00	8.48%
上海新合广告有限公司	1,046.05	4.66%
群邑集团有限公司	1,026.61	4.58%
北京天世通广告有限公司分公司	695.76	3.10%
合计	6,635.11	29.58%

截至 2015 年 7 月 31 日，上述应收账款主要为客户的广告推广费。

（3）预付款项

报告期内，多盟的预付款项如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
一年以内（含 1 年）	1,876.46	1,222.00	257.43
合计	1,876.46	1,222.00	257.43

2015 年 7 月 31 日、2014 年末和 2013 年末多盟预付款项金额分别为 1,876.46 万元、1,222.00 万元和 257.43 万元。截至 2015 年 7 月 31 日，预付款项金额前 5 名情况如下：

单位：万元

单位名称	与多盟关系	金额	时间
北京腾讯文化传媒有限公司	第三方	1,044.38	1 年以内
北京掌中米格信息技术有限公司	第三方	143.53	1 年以内

上海触控科技发展有限公司	第三方	74.20	1 年以内
北京天乙无限信息技术有限公司	第三方	60.00	1 年以内
微软在线网络通讯技术（上海）有限公司	第三方	59.81	1 年以内
合计		1,381.93	

预付款项主要为多盟提前支付给媒体的广告推广费用。

（4）其他应收款

报告期内，多盟的其他应收款如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
其他应收款	932.02	1,030.76	58.95

2015 年 7 月 31 日、2014 年末和 2013 年末多盟其他应收款金额分别为 932.02 万元、1,030.76 万元和 58.95 万元。截至 2015 年 7 月 31 日，其他应收款按欠款方归集的期末余额前 5 名情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	2015 年 7 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额的比例	坏账准备期末余额
北京小桔科技有限公司	保证金	500.00	1 年以内	53.65%	-
北京百度网讯科技有限公司	保证金	210.00	1 年以内	22.53%	-
创而新（北京）信息技术有限公司	房租押金	69.13	1-2 年	7.42%	-
谷歌广告（上海）有限公司	保证金	30.00	1-2 年	3.22%	-
艾思美科传媒科技（北京）有限公司石家庄分公司	保证金	20.00	1-2 年	2.15%	-
合计		815.40		87.49%	-

其他应收款主要为房租押金、业务经营中向媒体支付的保证金。

2、负债结构分析

单位：万元

负债	2015 年 7 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债：						
应付账款	14,874.58	45.48%	14,355.31	28.42%	6,161.12	31.46%
预收款项	1,812.23	5.54%	1,384.34	2.74%	238.92	1.22%
应付职工薪酬	1,862.70	5.70%	2,124.78	4.21%	843.56	4.31%
应交税费	548.22	1.68%	749.78	1.48%	370.23	1.89%
其他应付款	13,609.96	41.61%	172.53	0.34%	3,913.70	19.98%
流动负债合计	32,707.69	100.00%	18,786.75	37.19%	11,527.53	58.85%
非流动负债：						
应付债券	-	-	31,723.66	62.81%	8,059.02	41.15%
非流动负债合计	-	-	31,723.66	62.81%	8,059.02	41.15%
负债合计	32,707.69	100.00%	50,510.41	100.00%	19,586.55	100.00%

报告期内，多盟 2015 年 7 月 31 日、2014 年末、2013 年末的负债总额分别为：32,707.69 万元、50,510.41 万元、19,586.55 万元。2013 年和 2014 年，多盟的负债主要由流动负责和应付债券构成，2015 年多盟的负债全部由流动负责构成。多盟的流动负债增加主要系标的公司经营规模扩张，经营性负债增加所致。多盟的流动负债主要由应付账款、预收账款、应付职工薪酬、其他应付款组成，多盟负债主要科目具体情况如下：

（1）应付账款

报告期内，多盟应付账款情况如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
应付供应商款	14,874.58	14,355.31	6,161.12
合计	14,874.58	14,355.31	6,161.12

2015 年 7 月 31 日多盟应付账款较 2014 年期末略有增加，2014 年期末应付账款较 2013 年期末增加 133%，主要系业务扩张、收入增加，媒体端的采购相应增加所致。

（2）预收账款

多盟预收账款情况如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
预收客户款	1,812.23	1,384.34	238.92
合计	1,812.23	1,384.34	238.92

2015 年 7 月 31 日、2014 年期末和 2013 年期末，多盟预收账款逐年增加，尤其是 2014 年期末较 2013 年期末有较大增加，主要系业务扩张、收入增加，客户的广告投放金额增加所致。

(3) 应付职工薪酬

报告期内，多盟应付职工薪酬列示如下：

单位：万元

项 目	2014/12/31	2015 年增加	2015 年减少	2015/7/31
短期薪酬	2,075.28	4,873.64	5,159.00	1,789.92
离职后福利中的设定提存计划负债	49.50	453.62	430.33	72.79
合计	2,124.78	5,327.26	5,589.34	1,862.70
项 目	2013/12/31	2014 年增加	2014 年减少	2014/12/31
短期薪酬	812.19	7,253.19	5,990.10	2,075.28
离职后福利中的设定提存计划负债	31.37	565.95	547.83	49.50
合计	843.56	7,819.15	6,537.93	2,124.78

2015 年 7 月 31 日、2014 年末、2013 年末多盟应付职工薪酬总额分别为：1,862.70 万元、2,124.78 万元、843.56 万元，报告期内公司业务规模增长较快、增幅较大，2014 年公司新增海外、广点通业务，且为准备美股的 IPO，新聘行政员工，从而使公司的销售、研发运营以及行政部门平均人数逐年上涨，因此造成各期末预提的当月工资和社会保险费等总额有所增加。

(4) 其他应付款

报告期内，多盟其他应付款按款项性质列示如下：

单位：万元

款项性质	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
蓝色光标支付的股权收购	13,258.67		

款项性质	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
定金			
应付股权转让款、投资款	100.00	100.00	100.00
网络服务费	42.12		9.13
职工社保费用	30.19	17.63	3.77
审计费用	23.58	2.39	3.78
押金、保证金	22.08		11.47
通讯费	3.72	1.87	
股东借款			3,770.29
其他	129.59	50.65	15.26
合计	13,609.96	172.53	3,913.70

2015年7月31日、2014年末和2013年末多盟其他应付款金额分别为13,609.96万元、172.53万元和3,913.70万元。其中，2015年7月31日13,258.67万元系蓝色光标支付给多盟的股权收购定金。

(5) 应付债券

报告期内，各期末发行在外的被划分为金融负债的优先股金融工具情况如下：

金融工具名称	发行时间	会计分类	发行价格	数量	2015年7月31日 (万元)	2014年12月31日 (万元)	2013年12月31日 (万元)	转股条件	转换情况
A轮优先股	2010年	复合金融工具	\$0.6500	5,076,923		1,996.44	1,989.23	自愿转股	2015年7月31日全部转换
B轮优先股	2011年	复合金融工具	\$2.7904	3,583,710		6,091.79	6,069.79	自愿转股	2015年7月31日全部转换
C1轮优先股	2014年	复合金融工具	\$2.7904	1,791,855		3,059.50		自愿转股	2015年7月31日全部转换
C2轮优先股	2014年	复合金融工具	\$5.0689	6,658,314		20,575.93		自愿转股	2015年7月31日全部转换

多盟开曼共发行了A轮、B轮及C轮优先股，根据其发行时的协议约定，多盟开曼具有如下赎回义务：在C轮优先股发行满5年之日起，如果多数A、B、C轮优先股股东以书面形式要求多盟开曼赎回其持有的优先股；或者如果多盟开

曼、多盟开曼的发起人或发起人持股公司严重违反 C 轮融资文件中的相关约定，C 轮优先股的股东可以书面要求多盟开曼赎回所有的优先股。在满足上述条件之日起，多盟开曼需要在不超过 120 天内赎回全部各轮优先股东持有的股票，赎回价格等于该轮优先股的发行对价的 150%加已宣告未发放的股利。

根据财政部于 2014 年 3 月 17 日下发的《金融负债与权益工具的区分及相关会计处理规定》规定，当企业承担向其他方交付现金或其他金融资产的合同义务时，应将其确认为金融负债。

因为多盟开曼对发行的优先股承担赎回的义务，即具有向其他方交付现金的义务，因此多盟开曼将其优先股划分为金融负债。

会计师检查了相关的优先股发行协议并结合企业的章程进行了复核检查，经核查，会计师认为将多盟开曼发行的优先股确认为金融负债符合企业会计准则的规定。

经核查，独立财务顾问认为将多盟开曼发行的优先股确认为金融负债符合企业会计准则的规定。

（二）财务指标分析

1、偿债能力指标分析

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动比率	1.65	2.28	1.13
速动比率	1.65	2.28	1.13
资产负债率	0.60	1.17	1.48
项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	-4,618.57	-2,746.67	-2,918.36
经营活动现金流净额/净利润	0.46	2.50	-0.32
利息保障倍数	-1,659.63	-	-45.28

注：流动比率=期末流动资产/期末流动负债

速动比率=（期末流动资产-存货）/期末流动负债

资产负债率=期末总负债/期末总资产

息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息费用+年折旧额+年摊销额

经营活动现金流量净额/净利润=当期经营活动产生的现金流量净额/当期净利润

利息保障倍数=息税前利润/利息费用

2014 年，多盟流动比率及速动比率总体较 2013 年有所上升，表明公司的短期偿债能力增强，资产负债率也有所下降，表明公司的偿债能力增强。

2015 年 1-7 月，标的公司经营活动现金流净额为-2,362.36 万元，净利润为-5,167.11 万元，经营活动现金流净额/净利润指标为 0.46。2014 年，标的公司经营活动现金流净额为-7,207.42 万元，净利润为-2,883.56 万元，经营活动现金流净额/净利润指标为 2.50。2013 年，标的公司经营活动现金流净额为 999.70 万元，净利润为-3,093.89 万元，经营活动现金流净额/净利润指标为-0.32。

报告期多盟息税前利润为负，因而利息保障倍数为负。

多盟报告期资产负债率分析如下：

(1) 多盟资产负债率处于合理水平

①多盟的资产负债率水平

报告期内多盟的资产负债率情况如下：

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
资产负债率	60.13%	117.27%	148.24%
扣除优先股金融负债影响的资产负债率	60.13%	43.62%	87.25%

②与同行业公司资产负债率水平比较情况

2015 年 6 月 30 日、2014 年末、2013 年末同行业可比上市公司的资产负债率水平如下：

证券代码	证券简称	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
002400	省广股份	59.70%	56.38%	45.28%
300392	腾信股份	28.64%	20.45%	35.99%
300113	顺网科技	19.05%	21.97%	30.34%
002131	利欧股份	49.35%	50.40%	45.27%
300059	东方财富	85.30%	69.60%	30.57%
300058	蓝色光标	63.14%	59.19%	42.59%
平均值		50.86%	46.33%	38.34%

2013 年末、2014 年末，同行业可比非上市公司的资产负债率如下：

公司名称	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
百孚思	70.90%	77.94%
上海同立	28.95%	29.82%
华邑众为	26.71%	88.09%
雨林木风	11.38%	69.18%
派瑞威行	58.47%	50.94%
亿起联	-	47.76%
Avazu Inc	37.56%	12.46%
日月同行	35.51%	74.91%
浩耶上海	106.59%	93.30%
顺为广告	74.61%	79.61%
平均值	50.08%	62.40%

由上表看出，除多盟 2014 年年末扣除优先股金融负债影响的资产负债率低于同行业平均水平以外，多盟资产负债率都高于同行业公司平均水平。主要原因如下：

A、多盟 2013 年扣除优先股金融负债影响后的资产负债率仍较高，主要为向公司股东借款 500.00 万美金，该笔款项 2014 年度转换为公司 C 轮优先股金融负债。2015 年 1-7 月资产负债率较高的原因为蓝标为收购多盟支付了 13,258.67 万元股权收购意向金，计入其他应付款，导致当期资产负债率较高。

B、多盟报告期末体现出盈利性，因此导致净资产规模较低，从而资产负债率较高。

C、多盟在报告期正处于主营业务高速成长期，营运资金需求量大，流动负债总额逐年大幅攀升。2013 年、2014 年营业收入分别为 16,597.80 万元、55,167.64 万元，增长率为 232.38%。经营规模的快速增长导致多盟的经营性负债增加，资产负债率处于较高水平。

D、多盟与同行业上市公司可比性不高。首先，同行业上市公司一般已通过资本市场筹集了较大数额的股权资本，账面持有的货币资金较多，资产整体流动性好；其次，大多数上市公司在资本市场筹集资金后，一般会投资扩大经营规模、对外并购，但多盟投入资金扩大经营规模的前提下融资手段有限，不可避免的会产生较大经营性负债，造成资产负债率处于较高水平。

E、报告期内多盟资产负债率较高，主要为尚未支付应付供应商款项导致。报告期内应付款项的情况如下：

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
应付供应商款（万元）	14,874.58	14,355.31	6,161.12
扣除优先股金融负债影响的负债合计（万元）	32,707.69	18,786.75	11,527.53
应付供应商款占扣除优先股影响总负债的比例	45.48%	76.41%	53.45%

支付供应商的款项支付通常滞后于应收账款的收款，导致多盟整体资产负债率较高。

综合以上情况，多盟和亿动的资产负债率较为合理。

（2）多盟财务风险及应对措施

①多盟报告期的资金使用情况分析

报告期内，多盟的现金流情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
经营活动产生的现金流量净额	-2,362.36	-7,207.42	999.70
投资活动产生的现金流量净额	-1,318.23	-252.43	-87.09
筹资活动产生的现金流量净额	13,258.67	20,575.93	-
汇率变动对现金的影响	165.96	28.74	-38.33
现金及现金等价物净增加额	9,744.04	13,144.82	874.28

从上表可以看出，2014 年和 2015 年 1-7 月多盟业务快速增长导致当期的经营活动现金流量净额为负，但后期业务款项陆续收回，2015 年 1-7 月的经营活动现金流量净额为-2,362.36 万元，优于 2014 年的经营活动现金流量净额-7,207.42 万元。报告期内多盟因为融资能力单一，其主要融资能力体现为向股东融资，2014 年、2015 年筹资性现金流入保证了其在经营现金流为负的情况下正常经营。多盟虽然存在因业务规模大幅增长而导致经营活动现金流量净额暂时为负的情形出现，但是由于多盟在提供信用期给客户的同时也从供应商处获取了一定期限的信用期，因此多盟的正常经营并未受到较大影响，且考虑到多盟后期业务款项的

陆续收回及较好的期后回款情况，经营活动现金流量将会得到改善。

②多盟的融资能力

截至本报告书出具日，多盟在经营过程中未向银行借款，也未取得银行授信。报告期内多盟的融资主要是股东融资和供应商提供的信用期。

③多盟在报告期之后和未来一段时间的现金流分析和预测情况

根据中通诚出具的估值报告，2015年8-12月多盟营运资金增加额为4,747.87万元，2016年营运资金增加额为7,345.99万元。多盟主营业务为互联网营销，无大额固定资产，目前也暂无大额长期资产支出安排，营运资金增加额能满足企业日常的运营需求。根据估值报告现金流模型测算，2015年8月至2017年，多盟净现金流量均为负，合计为-8,083.24万元，从2018年开始净现金流量为正。截至2015年7月31日，多盟账面货币资金27,767.47万元，能够覆盖2015年8月至2017年的净现金流支出。因此不存在较大财务风险。

虽然根据多盟目前的融资授信安排，其未来现金流、未来支出、融资途径可满足财务需求，无较大风险。但因其经营规模相对较小，资产负债率较高，也存在一定的财务风险。为降低未来经营可能面临的财务风险，上市公司采取了如下应对措施：

A、本次交易完成后，标的公司纳入上市公司体内后，上市公司将多盟和亿动为主体，综合调配其他全资或参股的数字营销服务商资源，打造全产业链、全媒体数字营销服务商。上市公司对标的公司业务优化整合后，将增强市场影响力。

B、本次交易完成后，标的公司未来融资需求有望借助上市平台予以满足。未来上市公司可能采取借款或增资等方式对标的公司提供资金支持，为其业务持续增长提供保障。若上市公司以借款的形式支持标的公司业务发展，在核算标的公司业绩承诺期业绩时应扣除相关资金使用成本；若以增资的形式为标的公司提供资金，则应扣除相关资金使用成本或扣除增资项目所产生的收益。

（3）中介机构核查意见

会计师结合成本对多盟应付账款进行了检查，并检查了后续的款项支付情

况，同时对于报告期内的借款执行了函证审查，根据多盟目前融资、授信安排，其未来现金流、未来支出、融资途径可满足财务需求，无较大风险。

经核查，独立财务顾问与会计师均认为：由于正处于主营业务高速成长期，营运资金需求量大，因此多盟的资产负债率都高于同行业公司的平均水平，相对合理。报告期多盟的资产负债率较高，经营规模相对较小，虽无较大风险，但都存在一定的财务风险。本次交易完成后，上市公司将在对标的公司业务进行优化整合、提升其盈利能力的同时，利用上市公司平台的丰富融资手段支持标的公司发展，以降低标的公司未来经营可能面临的财务风险。

2、资产周转能力指标分析

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度
总资产周转率（次/年）	0.75	1.96
应收账款周转率（次/年）	1.62	3.64

注：总资产周转率=当期营业收入/[（期初总资产+期末总资产）/2]

应收账款周转率=当期营业收入/[（期初应收账款账面余额+期末应收账款账面余额）/2]

多盟 2015 年 1-7 月、2014 年度总资产周转率分别为 0.75、1.96，2015 年 1-7 月总资产周转率较 2014 年有所下降是由于 2015 年 1-7 月当期收入非全年收入及总资产有所增长所致。多盟 2015 年 1-7 月、2014 年度应收账款周转率分别为 1.62、3.64，主要系多盟报告期业务发展较快，2014 年应收账款较 2013 年增长较快；2015 年 7 月 31 日应收账款净额虽然与 2014 年基本持平，但 2015 年 1-7 月营业收入非全年收入，因此计算出的应收账款周转率较 2014 年低。

（1）多盟应收账款情况分析

多盟应收账款周转情况及坏账准备情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
营业收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
期初应收原值	22,521.29	7,821.10	2,044.36
期末应收原值	22,429.60	22,521.29	7,821.10
周转率	1.62	3.64	3.36
周转天数	222.75	99.00	106.99
坏账准备	116.13	0.00	0.00

注：2015 年 1-7 月周转率较小、周转天数较大系因为仅使用 2015 年 1-7 月营业收入作为计算参数所致。

2015 年 7 月 31 日前十大应收账款及期后回款情况:

单位: 万元

单位名称	2015 年 7 月 31 日 应收账款	期后回款(截至 2015 年 12 月 21 日)	信用政策
百度(中国)有限公司	1,965.70	1,965.70	30 天
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	1,901.00	1,822.60	30 天
上海新合广告有限公司	1,046.05	524.86	90 天
群邑集团有限公司	1,026.61	223.27	90 天
北京天世通广告有限公司分公司	695.76	78.00	90 天
新好耶数字技术(上海)有限公司	599.01	101.71	90 天
北京昂然时代广告有限公司	531.08	511.91	90 天
北京世玩互娱信息技术有限公司	500.00	500.00	30 天
广东凯络广告有限公司北京分公司	465.12	200.00	90 天
北京新意互动广告有限公司	434.86	81.20	90 天
合计	9,165.19	6,009.25	
总回款比例	65.57%		

多盟 2014 年应收账款增幅较大系因为收入规模增幅较大所致, 2015 年 1-7 月应收账款的周转率有所下降, 主要是因为下半年营业收入较上半年大, 应收账款周转率仅使用 2015 年 1-7 月营业收入作为计算参数所致。多盟一般对账时间为 2 个月以内, 并于对账后付款(通常品牌客户账期为 3 个月, 行业客户账期为 1-2 个月, 且根据实际情况会稍有延迟, 但与 2013 年及 2014 年的账期较类似)。多盟 2015 年 1-7 月应收账款主要为 5-7 月业务产生, 应收账款回款虽有部分超过账期, 但广告行业实际回款周期大概在 130 天左右, 符合行业实际情况, 综合判断期末应收账款回款不存在较大不能收回的可能性。

(2) 多盟坏账准备计提情况分析

同行业可比公司坏账计提准备如下:

蓝色光标/多盟/亿动		
账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
6 个月以内(含 6 个月)	0	0
6 个月-12 个月(含 12 个月)	2	2
12 个月-24 个月(含 24 个月)	30	30
24 个月以上	100	100

腾信股份

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5	5
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3 年以上	100	100

省广股份

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	0.5	0.5
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3 年以上	100	100

华扬联众

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
6-12 月	0.5	0.5
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3 年以上	100	100

通过对比同行业上市公司应收账款坏账计提政策，行业内公司在坏账计提比例和账龄区间划分上存在一定差异，多盟的坏账计提准备与上市公司蓝色光标一致，2 年以上即 100%计提坏账准备，1-2 年计提坏账准备 30%，大于行业内其他公司；6-12 个月计提坏账准备 2%，处于行业平均水平。多盟的应收账款坏账准备计提政策能够真实反映多盟的日常经营情况，与同行业可比公司无重大差异，应收账款坏账计提充分。

经核查，独立财务顾问认为：通过会计师对报告期内的应收账款执行了函证、期后回款检查等程序，同时对应收账款账龄进行复核检查，应收账款的坏账准备政策与上市公司保持一致。通过核查同行业其他公司的应收账款坏账准备计提情况，多盟向客户提供的信用政策符合行业规定，多盟应收账款坏账准备计提是充分的。

经核查，会计师认为：通过对报告期内的应收账款执行了函证、期后回款检

查等程序，同时对应收账款龄进行复核检查，应收账款的坏账准备政策与上市公司保持一致。通过核查同行业其他公司的应收账款坏账准备计提情况，多盟向客户提供的信用政策符合行业规定，多盟应收账款坏账准备计提是充分的。

（三）财务性投资分析

截至 2015 年 7 月 31 日，多盟持有 1,200 万元理财产品，为多盟开曼子公司——多盟睿达科技（中国）有限公司购买的步步生金 8688 号理财产品，除此之外多盟未持有其他交易性金融资产、可供出售的金融资产、借与他人款项、委托理财等财务性投资。

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
理财产品	1,200.00	-	-
合计	1,200.00	-	-

六、标的子公司盈利能力分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）

天职国际对多盟编制的 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月财务报表及附注进行了审计，并出具了天职业字[2015]13112 号审计报告。根据多盟经审计的财务数据分析如下：

（一）主营业务收入构成

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
主营业务收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
营业收入合计	36,324.51	55,167.64	16,597.80

2015 年 1-7 月、2014 年、2013 年，多盟主营业务收入分别为 36,324.51 万元、55,167.64 万元、16,597.80 万元，2015 年 1-7 月主营业务收入大幅增长系展示广告及代理业务收入大幅增长所致。报告期内，多盟的营业收入全部来自于主营业务。

1、主营业务收入（分产品）

报告期内，多盟各业务类型营业收入情况如下：

项目			2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例
非代理业务	采用 ADN 平台	积分墙	11,539.24	31.77%	25,527.42	46.27%	5,686.40	34.26%
		展示广告	11,907.07	32.78%	18,755.22	34.00%	10,436.23	62.88%
	采用 DSP 平台		354.63	0.98%	62.57	0.11%	-	-
	PMD 项目		41.91	0.12%	-	-	-	-
代理业务	广点通		6,684.17	18.40%	2,886.69	5.23%	-	-
	知名应用类 APP		5,797.48	15.96%	7,935.74	14.38%	475.17	2.86%
合计营业收入			36,324.51	100.00%	55,167.64	100.00%	16,597.80	100.00%

报告期内，多盟的主要业务收入主要来自于积分墙广告和展示广告。2013 年多盟的主营业务收入中 97.14%来自与积分墙广告和展示广告，2014 年公司新增 DSP 平台广告和广点通代理业务，到 2015 年，积分墙广告和展示广告收入合计占比已下降至 64.55%，而广点通和知名应用类 APP 的广告代理业务收入合计占比已上升至 34.36%。报告期内，多盟的业务类型逐步多样化，能为客户提供几乎覆盖所有形式的移动互联网广告，满足客户移动广告推广的各类需求。

2、主营业务收入构成（分类别）

报告期内，多盟的主要业务收入全部为广告类收入：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
广告类收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
主营业务收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80

3、主营业务收入快速增长的原因分析

多盟营业收入主要来自于品牌类客户的广告发布和行业客户的 APP 推广，报告期内，多盟营业收入大幅上涨，主要为来自品牌客户和行业客户的收入大幅增长所致。

（1）移动互联网广告行业的高景气度带动标的公司销售收入大幅增长

在智能终端设备的普及、网络环境的日趋完善、移动互联网应用场景的日益

丰富三个因素共同作用下，移动互联网用户和访问量呈现了爆发式的增长。据 CNNIC 统计，截至 2015 年 6 月，我国手机网民规模达 5.94 亿，较 2014 年 12 月增加 3,679 万人，网民中使用手机上网的人群占比由 2014 年 12 月的 85.8% 提升至 88.9%。移动互联网用户数量的不断增加显著提升了移动互联网的媒体价值，各类广告主通过移动终端进行广告推广的需求愈加强烈。根据艾瑞咨询《2015 年中国网络广告行业年度监测报告》，中国移动广告市场规模自 2012 年的 53.2 亿元增至 2014 年的 296.9 亿元，年复合增长率达 136.2%。其中 2014 年同比增速达 122.1%，继续显示出强劲增长趋势，增速远高于整体互联网广告市场。

随着移动广告行业的快速发展，基于“广告主——移动广告平台——媒体”结构的移动广告产业链已经初步形成，移动广告平台迅速崛起，已经成为移动广告市场的重要市场参与者。多盟深谙移动广告产业链的核心，自主研发了移动广告平台，通过不断的技术更新，升级平台的各项功能，在满足广告主移动广告推广需求的同时为媒体带来了流量变现。因此，在移动互联网行业高速增长的大背景下，多盟的业务规模增长态势良好。

（2）媒体结构优化助推标的公司销售收入增长

多盟的主要创始人和管理人员拥有丰富的移动互联网广告行业经验，与各大移动互联网媒体都有过长期的密切合作，能够快速、高效地与媒体进行沟通，同时又深刻理解广告主的需求，能够不断提供各种内容丰富、形式新颖的广告推广方案。在公司发展的初期，合作的媒体数量较少且单一，广告形式也仅为积分墙和展示广告，形式较为单一。随着公司业务以及移动互联网的迅速发展，公司自行开发了 DSP 平台，并与广点通和各类知名 APP 展开了深度的合作，目前多盟已覆盖了国内主流移动互联网媒体，在媒体结构上得到了极大的优化，能够为客户的广告推广提供优质、高效的流量。对于客户而言，移动互联网广告服务商所覆盖的媒体数量不仅是实力的体现，也为其在不同媒体上进行广告推广提供了便利。因此报告期内多盟的销售收入实现了大幅增长。

4、多盟报告期内收入大幅增长的原因

按照所服务的最终广告主的不同类型，多盟的最终客户可分为品牌广告主和

行业广告主两大类，对应的业务类型分别为品牌推广和行业推广。

多盟的品牌推广业务主要通过 4A 广告代理公司（包括安吉斯集团、OMD 集团、GroupM 集团等）的合作，为国内外不同的品牌广告主提供互联网广告推广活动。多盟与品牌广告主签订长期合同，各期收入较为稳定。品牌广告主通常通过多盟自有广告平台和知名 APP 进行定向、竞价广告展示和部分广告植入等方式进行推广。

多盟的行业推广客户数量较多，同时较为分散。行业大型广告主主要为腾讯、百度、网易、京东、美团等，同时存在众多中小广告主且每个广告主收入贡献率较低。行业广告主通常通过多盟自有广告平台、多盟自有积分墙系统和外部广告平台进行推广。2013 年，多盟开始研发 IOS 为主的积分墙系统，由于大量基于 IOS 平台的行业客户选择以积分墙形式冲击 Apple Store 的 APP 榜单，导致多盟行业推广收入大幅上涨。虽然随后 Apple Store 加大了对激励下载行为的监管力度，导致 IOS 积分墙业务出现滞涨，但多盟通过研发首席体验师、每日锁屏等自有流量媒体，新增 Android 积分墙系统，使积分墙业务收入得以保持并自 2015 年中期开始逐渐恢复，2015 年 8 月已经恢复到之前水平。

除了上述非代理业务外，2014 年末开始，多盟亦通过加强与外部广告平台合作积极拓展代理业务，同时伴随中国互联网企业出海开始尝试海外推广业务。目前，多盟合作的主要外部广告平台为腾讯旗下广点通平台、百度旗下贴吧平台和阿里旗下 UC 平台。

报告期内，多盟的客户数量总体不断增加，重要客户留存率较高。2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月多盟服务的最终客户数量分别为 585 名、1092 名和 1046 名。品牌广告主基本保持稳定，行业广告主虽有变动，但收入贡献率较低，不会形成重大影响。除因个别广告主的广告战略发生变化导致的客户调整外，报告期内多盟未发生重大客户流失。

多盟作为市场上移动互联网广告技术的领先者，多年来持续在服务类型、服务产品上不断创新，以提升广告主投放体验为重要目标，整体策略清晰，执行到位，报告期内收入持续增长。

多盟的非代理业务收入和成本涉及跟媒体分成的情况，其中成本主要体现为媒体分成。在报告期内，多盟跟大部分媒体分成比例在 70%-90%之间；以 70% 为主，对于个别超级媒体可能存在高于 70%的可能性。多盟和媒体的分成比例在报告期内没有发生显著变化。

（1）收入的返点情况

报告期内多盟收入返点金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
品牌客户收入	10,307.06	13,923.56	7,037.07
当期客户返点	2,282.76	3,156.78	1,516.38
品牌客户返点比例	22.15%	22.67%	21.55%

多盟的收入返点主要为对品牌客户及 4A 广告代理公司进行返点。针对不同的客户，多盟采用不同返点政策，一般根据实际投放量按照不同比例计算，通常返点比例在 20%左右。报告期内，多盟综合收入返点比例未发生明显变化，主要由以下两个因素导致：（1）报告期内多盟品牌客户收入的增长主要是由客户数量增加所致，单一客户收入并无明显增长，这种情况并不会导致收入的返点比例随收入增长而显著变化；（2）由于客户返点需按照不同的项目来结算，而同一客户的不同项目返点比例也不尽相同，所以综合返点率未随收入规模发生显著变化。综上所述，报告期内多盟收入返点的比例未发生大幅变化，但绝对金额随收入增长有所增加。

从绝对金额来看，多盟收入返点金额在报告期内均有较大增长，可以从一方面证明其收入增长的合理性。

（2）供应商的返点情况

报告期内多盟的供应商返点金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
多盟：			

当期知名 APP 成本	4,584.11	3,683.30	410.82
当期供应商返点	955.47	813.99	41.24
返点比例	20.84%	22.10%	10.04%

多盟供应商返点的主要对象为国内广告、网络技术服务公司及知名 APP，包括百度、腾讯、搜狐、新浪、墨迹、美图等，返点比例一般为 5%到 30%之间。报告期内，多盟业务量持续增长，公司媒体跑量随之逐年增长，根据合同相关约定，广告投放额越大，相关返点比例越高，导致产生的供应商返点持续增加。2013 年度公司相对广告投放额较小，返点比例较低。

从多盟收到的供应商返点金额及返点比例情况来看，多盟在供应商的实际投放量在报告期内有一个较大幅度的增长，也从侧面印证了多盟的收入增长合理性。

（3）独立财务顾问和会计师的核查工作

①会计师同独立财务顾问针对多盟的收入执行了相应的销售与收款内控流程，根据报告期内的项目情况抽查了相应的框架合同、结算单、广告投放情况并结合后台数据执行了穿行测试，内控执行有效；

②会计师同独立财务顾问按照分层抽样原则，分别抽取多盟不同业务类型客户合同。对框架合同跟踪抽取项目确认单及排期表等其他支持性文件；获取了报告期内的项目明细表，抽查了相关的合同及结算单，对项目的结算金额进行了检查，项目明细表收入与账面收入一致；

③会计师同独立财务顾问对报告期内的返点情况进行了检查，获取了返点计提明细并结合框架销售合同、返点协议等进行了测算；

④会计师同独立财务顾问结合报告期内的回款流水进行了检查，检查了相应的回款单位、回款金额及回款时间；

⑤会计师同独立财务顾问结合报告期内的应收账款对收入情况进行了勾稽检查，通过函证及替代测试程序核查的应收账款占整体应收账款余额的比例在 70%以上。

经核查，独立财务顾问和会计师认为，多盟报告期营业收入大幅增长的主要原因一方面为多盟的自身经验及技术实力不断增强，知名度提升，客户忠诚度较高，贡献了稳定的收入；另一方面由于客户对移动互联网广告逐步认可，行业高速增长，使选择多盟进行投放的客户数量大幅增加；此外，报告期内多盟的客户返点及供应商返点政策均无明显变化。

（二）利润来源及盈利驱动因素分析

报告期内，多盟主营业务毛利构成如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非代理业务	4,536.51	88.10%	9,126.33	93.98%	3,208.21	99.27%
代理业务	612.85	11.90%	584.41	6.02%	23.62	0.73%
合计	5,149.36	100.00%	9,710.74	100.00%	3,231.83	100.00%

报告期内，多盟的毛利主要来自于非代理业务收入，2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度，非代理业务的毛利占比分别为 88.10%、93.98%、99.27%，呈下降趋势；代理业务的毛利占比为 11.90%、6.02%、0.73%，呈上升趋势。

（三）利润表项目变化分析

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
其中：营业收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
二、营业总成本	41,131.37	58,073.21	19,697.56
其中：营业成本	31,175.15	45,456.90	13,365.97
营业税金及附加	278.85	403.29	252.05
销售费用	3,784.61	6,104.43	3,124.64
管理费用	5,862.04	5,993.20	3,065.38
财务费用	-175.32	76.38	-26.21
资产减值损失	206.05	39.02	-84.27
三、营业利润	-4,806.86	-2,905.58	-3,099.76
加：营业外收入	106.67	55.17	5.91

减：营业外支出	-	33.16	0.04
其中：非流动资产处置损失	-	0.04	0.04
四、利润总额	-4,700.20	-2,883.56	-3,093.89
减：所得税费用	466.91	-	-
五、净利润	-5,167.11	-2,883.56	-3,093.89
归属于母公司所有者的净利润	-5,167.11	-2,883.56	-3,093.89
六、其他综合收益的税后净额	12.80	58.67	287.79
七、综合收益总额	-5,154.31	-2,824.90	-2,806.10
归属于母公司所有者的综合收益总额	-5,154.31	-2,824.90	-2,806.10

1、营业成本

2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度，多盟营业成本分别为 31,175.15 万元、45,456.90 万元、13,365.97 万元，在对应当期营业收入中占比分别为 85.82%、82.40%、80.53%。营业成本变动趋势与营业收入基本一致。

2、营业税金及附加

2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度多盟的营业税金及附加分别为 278.85 万元、403.29 万元及 252.05 万元，营业税金及附加增加的原因系收入增加而附加费也随之增加所致。报告期内营业税金及附加明细如下所示：

单位：万元

税种	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度	计缴标准
营业税		0.13	-0.13	
城市维护建设税	65.28	84.18	35.71	7%
教育费附加	34.16	36.68	15.31	3%
地方教育费附加	15.56	23.82	10.20	2%
文化事业建设费	161.69	258.28	190.95	3%
河道维护管理费	2.16	0.19		1%
合计	278.85	403.29	252.05	

3、期间费用

报告期内，多盟各项期间费用如下所示：

单位：万元

期间费用	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	3,784.61	39.96%	6,104.43	50.14%	3,124.64	50.69%
管理费用	5,862.04	61.89%	5,993.20	49.23%	3,065.38	49.73%
财务费用	-175.32	-1.85%	76.38	0.63%	-26.21	-0.43%
合计	9,471.33	100.00%	12,174.01	100.00%	6,163.82	100.00%

标的公司 2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度期间费用合计分别为 9,471.33 万元、12,174.01 万元、6,163.82 万元；销售费用占各期期间费用比重分别为 39.96%、50.14%、50.69%；管理费用占比分别为 61.89%、49.23%、49.73%；财务费用占比分别为-1.85%、0.63%、-0.43%。2015 年 1-7 月管理费用增长幅度较大，因此较 2014 年度管理费用占比上升。多盟期间费用主要由销售费用和管理费用构成。

（1）销售费用变动分析

报告期内，多盟销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
人员成本	2,868.94	4,892.01	2,317.17
宣传推广费	313.21	497.52	237.60
招待费	115.85	177.20	104.72
差旅费	102.18	142.06	89.73
服务费	55.85	94.94	91.51
房租、物业	47.90	127.96	86.23
交通费	37.00	63.67	42.85
办公费	36.04	38.10	64.48
通讯费	19.44	31.70	25.65
策划费	5.12	10.30	17.24
水电费	2.67	2.71	2.24
会议费	0.00	12.62	37.56
其他	180.42	13.63	7.65
合计	3,784.61	6,104.43	3,124.64

多盟报告期内销售费用增长较快，系标的公司主营业务迅速增长，销售团队

规模、宣传推广费、招待费和差旅费增加所致。

(2) 管理费用变动分析

报告期内，多盟管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
人员成本	4,783.79	4,416.10	2,214.78
服务费	392.37	577.91	350.81
房租、物业、水电费	175.16	235.50	175.74
办公费	157.46	104.26	39.63
中介费	79.42	246.25	25.32
摊销折旧费	71.74	124.20	92.01
招待费	34.65	39.03	12.17
会议费	30.24	21.74	22.46
印花税	28.47	50.34	8.12
差旅费	23.75	37.73	7.97
电话传真费	6.27	8.70	7.96
带宽费用	5.03	16.20	37.18
交通费	3.62	17.23	4.33
劳务费	0.21	10.42	16.53
残保金	0.00	11.70	7.37
装修费用	0.00	34.67	34.67
其他	69.85	41.21	8.33
合计	5,862.04	5,993.20	3,065.38

多盟管理费用各明细项因公司经营规模的扩大有所增加。

多盟管理费用主要由人员成本构成，2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度人员成本分别为 4,783.79 万元、4,416.10 万元、2,214.78 万元，占各期管理费用比重分别为 81.61%、73.69%、72.25%。

(3) 财务费用变动分析

报告期内，多盟财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
利息收入	-25.64	-12.18	-96.91
汇总损益	-164.57	77.76	64.46
手续费	14.89	10.80	6.25
合计	-175.32	76.38	-26.21

2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度多盟的财务费用分别为-175.32 万元、76.38 万元、-26.21 万元；报告期内，多盟的财务费用一直保持较低的水平，2015 年 1-7 月和 2013 年多盟的财务费用为负。

(4) 报告期多盟的期间费用情况

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
多盟			
期间费用	9,646.65	12,097.63	6,190.02
人员成本	7,652.73	9,308.11	4,531.95
期间费用扣除人员成本	1,993.92	2,789.51	1,658.07

从上表可以看出，报告期内多盟的期间费用主要为人员成本，扣除人员成本影响，其他费用的变化情况不大。其他期间费用不随收入的增长而增长也导致了报告期内的盈利情况逐步好转。

4、资产减值损失

报告期内，多盟的资产减值损失均为坏账损失，具体明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
坏账损失	206.05	39.02	-84.27
合计	206.05	39.02	-84.27

多盟对应收账款等按账龄计提坏账。2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度多盟坏账损失计提金额分别为 206.05 万元、39.02 万元、-84.27 万元。

5、营业外收入和营业外支出

报告期内，多盟的营业外收入明细如下所示：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
1. 政府补助	1,040,000.00		
2. 经批准无法支付的应付款项	26,627.88	551,712.26	59,144.85
3. 其他	30.70	0.30	
合计	1,066,658.58	551,712.56	59,144.85

多盟 2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度营业外收入分别为 106.67 万元、55.17 万元、5.91 万元。

报告期内，多盟政府补助情况如下：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
上海市宝山区大场镇人民政府	1,040,000.00		
合计	1,040,000.00		

报告期内，多盟的营业外支出情况明细如下所示：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
1. 处置非流动资产损失合计	-	421.22	388.05
其中：处置固定资产损失	-	421.22	388.05
处置无形资产损失	-	-	-
2. 赔偿金及违约金支出	-	331,052.00	-
3. 罚没及滞纳金支出	-	100.00	-
合计	-	331,573.22	388.05

多盟 2014 年度、2013 年度营业外支出分别为 33.16 万元、0.04 万元，2015 年 1-7 月无营业外支出。

6、所得税

报告期内，2014 年度和 2013 年度多盟所得税费用均为 0，2015 年 1-7 月所得税费用为 466.91 万元，主要系多盟子公司睿达智胜净利润为正所致。

7、净利润

多盟 2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度净利润分别为-5,167.11 万元、-2,883.56 万元、-3,093.89 万元。

2015 年 1-7 月净利润亏损较大是因为股份支付导致当期确认了 2,561.84 万元管理费用所致。

(1) 多盟报告期内净利润变动情况

单位：万元

多盟	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
净利润	-5,167.11	-2,883.56	-3,093.89
其中：股份支付影响	2,561.84	1,759.65	745.92
扣除股份支付影响净利润	-2,605.27	-1,123.91	-2,347.97

多盟净利润在报告期内呈现逐年下滑趋势，主要受股份支付会计处理的影响。在扣除股份支付的影响后，2014 年度净亏损较 2013 年度呈现明显减小，为业务的正常增长导致收入较大幅度增加，同时由于规模效应，期间费用并未同比增加导致。2015 年 1-7 月，多盟开展了以 DSP 业务、PMD 业务、微信首席体验师和 Android 积分墙等多种业务为代表的新业务领域开拓，相关成本和费用有较大增长，导致毛利率及净利润均有所下降。

(2) 多盟报告期内亏损原因

①多盟所处的移动互联网广告行业目前处于行业发展的早期，随着广告主对移动互联网广告营销的不断认知，广告主习惯的不断养成，在移动端投放总量将不断扩大，在整个行业到达成熟期之前将会存在一个快速增长的过程。

伴随着整个行业的高速发展，多盟从成立至今，一直专注于移动互联网营销推广业务，致力于技术的创新、广告主体体验的改进、市场份额的抢占和市场优势地位的巩固。多盟在新技术、新业务和新客户的拓展方面进行了大量投入，导致报告期内内处于亏损状态。

②从多盟的期间费用表中可以看出，人员成本是期间费用中占比最大的部分。互联网广告行业属于智力密集型行业，需要持续大量优秀人员的供给，为了

形成对核心员工的激励和绑定，公司在报告期内均由于员工激励进行了股份支付的会计处理，形成了较大金额的管理费用，在一定程度上影响了财务报表层面的盈利状况。

（3）多盟、亿动的未来盈利能力的预测可实现性（多盟和亿动统一阐述）

①多盟、亿动的历史业务发展情况

报告期内，多盟、亿动所处的移动互联网广告行业正处于起步阶段，媒体的议价能力较强，故而多盟、亿动的媒体采购成本较高，此外，行业处于起步阶段，多盟、亿动在技术研发和市场教育、市场推广方面有较大的投入，故而销售费用、管理费用等占收入比例较高。随着多盟、亿动的业务规模不断提升，研发投入、市场教育、客户开发和维护的不断发展，多盟、亿动的销售费用、管理费用、财务费用占收入的比例逐年下降，呈现的趋势是：多盟亏损逐步缩小（由于移动互联网广告行业的季节性特点，尽管 2015 年 1-7 月扣除股份支付影响的亏损高于 2014 年，但 2015 年全年按照可实现的预测亏损小于 2014 年）；亿动亏损逐步缩小，且至 2015 年 1-7 月已经盈利。

②多盟、亿动的未来盈利能力

A、行业成长空间

多盟、亿动在行业的积累、客户的积累、移动互联网广告媒体资源、投放渠道优化选择能力等方面的积累形成了多盟、亿动在移动互联网广告行业的竞争壁垒。移动互联网广告行业正处于蓬勃发展期，根据德勤《2025 大趋势—中国营销传播市场白皮书》，整个中国营销传播行业将从 2013 年的 4,641 亿元，增长到 2025 年的 11,116 亿元；而 2013 年手机和移动互联网广告市场份额仅为 3.3%，预计到 2025 年这一数字将达到 18.4%。这意味着中国移动互联网广告市场将从 2013 年的 155.2 亿，增长 13 倍，到 2025 年达到 2,045 亿。

B、多盟、亿动的优势

a、多盟

多盟由百度核心技术团队创立，技术是多盟的核心优势，其具备领先的 DSP 及 PMP 系统，在广告投放算法、受众挖掘定向、自动化反馈效果优化、自动化创意生成和挑优、高并发广告请求处理、海量数据实时分析等方面都具备较强的竞争力。

多盟整合了智能手机领域大量优质的应用以及广告资源，搭建了广告和应用之间先进的广告技术服务平台，并借助大规模数据处理的平台优势以及贴近应用开发者的服务模式，为在智能手机平台推广产品、品牌的广告主提供高效的服务，为应用开发者和广告主创造价值最大化。

多盟成立伊始，恰逢中国移动互联网尤其是智能手机开始蓬勃发展，多盟敏锐的把握住了这个爆发性点，专注于整合移动端，尤其是移动 APP 的资源，为广告主、广大互联网客户提供专业的移动广告服务。作为行业的开拓者和领导者，多盟整合了包括海外（水果忍者，talking tom 等）、国内（美图秀秀，墨迹天气，PM2.5 等）诸多优质的移动 APP 资源，率先开发了 banner，插屏，开屏，信息流等广告产品，并通过强大的技术平台，迅速成为中国第一批智能手机平台。广告主方面，多盟迅速获得了汽车，快消，IT，金融等大客户的认可，成为宝马、奔驰、Intel、YUM 等一线品牌客户移动营销的合作伙伴，同时多盟 APP 下载等服务方面也遥遥领先于全行业，是移动 APP 推广，手游等厂商重要的合作伙伴。尤其是在中长尾 App 媒体资源及流量方面，其对接了超过 20 万 App，覆盖 9 亿移动设备终端。

多盟的业务模式非常丰富，包括通过多盟自有 ADN 平台、自有的 DSP 平台、自有的 PMD 工具实现广告投放，以及通过广点通、知名应用类 APP 投放广告，能全面满足客户在中国的移动互联网广告投放需求。多盟的技术研发团队实力雄厚，不断根据需求开发新的产品满足客户新的需求。多盟持续对客户需求的满足能力进一步提升了多盟的行业地位，加入蓝色光标后多盟将为更多客户提供移动互联网营销服务，其收入增长能力可以预期，即便在保持现有毛利率逐步下降的情况下，随着规模效应的增长，多盟的盈利能力可期。

b、亿动

亿动专注于移动互联网营销业务，公司战略清晰，以成为移动互联网营销国际化领军者为目标。亿动的产品是给客户id提供移动营销的整体解决方案，重点通过自有程序化平台实现。亿动 2015 年初推出的 Premiummad 平台和 Performad 平台，分别是提供优质媒体的资源购买平台和基于 ROI 的海外投放平台，能充分满足亿动品牌客户的境内推广需求和 APP 应用客户的海外推广需求。

Premiummad 平台能帮助品牌客户对接中国的 Hero apps，通过程序化便捷地帮助客户有针对性地进行受众扩充，扩大品牌影响力。Performad 平台能帮助应用客户对接海外的推广渠道，特别是 Google、Facebook、Twitter 三大优质渠道，使得客户能一键式选择最符合客户 ROI 需求的投放渠道进行高效投放。正是由于专注于移动互联网营销的趋势，亿动研发的平台能通过程序化高效的满足客户需求，不需要增加过多的人员成本，因而 2015 年 1-7 月亿动的销售费用率和管理费用率进一步降低。此外，随着亿动的业务发展规模的不断上升，其议价能力也有望逐步提高。亿动的管理层认为，在早期发展阶段，优质媒体的价值使得其在移动互联网营销领域议价能力较高，随着广告网络平台的逐渐积累，能为客户、媒体提供更优质高效的服务，其议价能力将逐步体现。

本次交易后，蓝色光标成为亿动的控股股东，亿动将成为蓝色光标品牌营销战略中移动环节的重要力量，与蓝色光标一起为客户提供更全面优质的品牌营销服务，特别是移动营销服务。

C、多盟、亿动与蓝色光标协同效应的价值带来的盈利能力提升

蓝色光标在向数字转型的过程中将移动互联网广告作为其未来发展战略的重中之重，移动互联网广告领域的核心能力包括：创意能力、服务客户能力、覆盖流量、ROI（流量优化、转化）、数据等。多盟、亿动及蓝色光标完全整合后将在这五个能力上都处于行业领先的地位。

目前蓝色光标在相关领域已经取得的成就包括：

a、行业内无可比拟的大数据投入。依托于行业内领先的规模及资本市场助力，在过去两年间在“大数据”方面的投入远远超过行业竞争对手并已经成功开发

了自己的数据管理平台（BlueView）。

b、卓越的客户服务能力及良好的客户关系。蓝色光标拥有超过 1500 个品牌客户，其中对有些客户的服务时间将近 20 年。

c、专业的创意及策划团队。自 2012 年以来，蓝色光标以“内部+外部人才引进”相结合的方式建立了与国际传播集团及 4A 广告公司相匹敌的创意部及策划部支持全集团个子公司客户团队的相关需求。

d、蓝色光标也建立了自己的移动互联团队，专门向大品牌客户提供移动互联网广告营销服务，现阶段主要包括在 Hero App 上的广告创意及投放服务

e、手机游戏广告。公司旗下子公司思恩客是国内最大的互联网游戏广告公司之一，2015 年预计广告投放量超过 20 亿元，其中在手机游戏方面将贡献超过 1/3 的收入。

多盟和亿动与蓝色光标合并后将实现的协同效应包括：

a、销售及客户的整合。实现对各自现有客户的移动互联网广告，甚至是广告营销服务的全覆盖；拿到各自现有客户更多的广告营销预算，提升客户粘性的同时，提高服务附加价值及利润水平。

b、媒体采购集中化。众所周知媒体采购是规模效应导向的业务，集三家公司的移动互联网媒体采购于一身将创造一个超过 30 亿量级的采购规模，这对于提高与媒体的议价能力及提高返点比例带来更高的议价空间。

c、数据的整合。数据是提高转化率的核心，蓝色光标的广告投放及电商数据与多盟、亿动数据的对接及统计分析将更有效的提升各方的广告转化率（ROI）使整合后的公司在这方面的竞争优势更加突出。

d、打造全方位服务产业链。多盟在品牌广告主中的市场地位、在中长尾 APP 媒体资源上的优势、亿动的广告策划营销能力、亿动的 Hero App 推广平台以及其海外推广能力均对蓝色光标是一个有效补充，三方将共同打造一个移动互联网营销领域的航母级企业。

通过统一采购、整合资源扩大市场份额及市场影响力、为客户提供更为全面和优质的营销方案、整合技术优势提升整体的技术服务能力等，多盟、亿动与蓝色光标之间的业务协同将进一步提升多盟、亿动的盈利能力，进而提升蓝色光标的整体盈利能力。

以 Google 高溢价收购 Doubleclick 为例。DoubleClick 公司成立于 1996 年，是美国一家网络广告服务商，主要从事网络广告管理软件开发与广告服务，对网络广告活动进行集中策划、执行、监控和追踪。2005 年 7 月 Doubleclick 被 Hellman & Friedman 以 11 亿美元的价格收购，而两年之后 DoubleClick 于 2008 年被 Google 以 31 亿美元收购（与之前相比溢价约为 2 倍，其 2007 年收入 3.33 亿美元，收购价格约 10 倍 PS）。收购之后，DoubleClick 与 Google 的协同效应逐步放大，2009 年 9 月，Google 宣布基于 DoubleClick 广告交换系统升级的 Google Ad Exchange 平台正式推出。如今 Google Ad Exchange 已经成为全球最大的广告交易平台，根据 eMarketer 估算，2015 年 Google Doubleclick 市场占有率高达 42.3%。其在 Google 的广告战略发展过程中充当了不可获取的角色。

随着蓝色光标收购多盟、亿动，蓝色光标有望成为移动互联网营销领域的巨头，并通过规模优势进一步提高与媒体的议价能力，降低销售费用、管理费用、财务费用占收入的比例，随着蓝色光标在移动互联网营销行业的市场占有率的逐步提升，多盟、亿动的盈利能力将进一步提升。

综上所述，随着移动互联网广告市场的不断高速增长，以及多盟、亿动有望在未来的竞争中继续保持自己的优势地位，多盟、亿动将可能取得营业收入的爆发性增长，同时由于规模效应，部分成本及期间费用将不会随收入同比增长，两家公司盈利能力将显著增强。同时，随着两家公司业务模式的不断推陈出新、DSP 业务、PMD 业务以及海外业务的不断拓展，营业收入将获得新的增长点，盈利能力也将进一步加强。

独立财务顾问、审计、评估均核查了多盟、亿动的管理层做出的业绩预测，相关的收入、毛利率、三费占比等预测综合考虑了公司的业务特点和实际经营情况，合理地预测了多盟、亿动的未来业务发展能力。此外，独立财务顾问、审计、

评估重点核查了多盟、亿动 2015-2017 年的盈利能力的可实现性，认为多盟、亿动的盈利预测的可实现性较高，故而多盟、亿动未来的盈利能力是可以合理预期的。

（四）报告期内毛利率情况分析

报告期内，多盟的毛利情况如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
非代理业务毛利额	4,536.51	9,126.33	3,208.21
非代理业务毛利率	19.03%	20.58%	19.90%
代理业务毛利额	612.85	584.41	23.62
代理业务毛利率	4.91%	5.40%	4.97%
综合毛利额	5,149.36	9,710.74	3,231.83
综合毛利率	14.18%	17.60%	19.47%

2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度，多盟的综合毛利额分别为 5,149.36 万元、9,710.74 万元、3,231.83 万元；对应各期综合毛利率分别为 14.18%、17.60%、19.47%，报告期内逐年略有下降。其中，2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度，非代理业务毛利额分别为 4,536.51 万元、9,126.33 万元、3,208.21 万元，对应各期毛利率分别为 19.03%、20.58%、19.90%，毛利率维持在相对稳定的水平；2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度，代理业务毛利额分别为 612.85 万元、584.41 万元、23.62 万元，对应各期毛利率分别为 4.91%、5.40%、4.97%，毛利率维持在相对稳定的水平。报告期内，多盟的综合毛利率逐年略有下降主要原因系代理业务的收入和毛利额在公司总收入和总毛利额中的占比逐年增大，而代理业务毛利率远低于非代理业务毛利率，因此，公司总体毛利率逐年略有下降。

多盟属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“I64 互联网和相关服务”。但从行业细分的角度，多盟从事的是移动互联网营销业务中的数字营销，目前并无专门从事与多盟业务完全一致的上市公司。从可比上市公司和上市公司收购的业务与多盟相近的公司等列示可比公司毛利率状况如下：

可比公司	2014 年度	2013 年度

腾信股份(SZ:300392)	18.35%	18.04%
华扬联众(申报IPO)	-	17.68%
利欧股份(SZ:002131)之互联网业务	17.36%	-
省广股份(SZ:002400)	20.01%	19.04%
百孚思(科达股份(SH:600986)收购)	22.50%	-
顺为广告(麦达数字(SZ:002137)收购)	17.46%	21.86%
奇思广告之互联网整合营销业务(麦达数字(SZ:002137)收购)	17.62%	-
浩耶上海(华谊嘉信(SZ:300071)收购)	6.53%	11.04%
璧合科技(新三板:833451)	14.90%	13.47%
平均数	16.84%	16.86%

由于目前移动互联网营销市场尚处于发展初期，没有统一的行业定价标准，也无完全可相互替代的标准化服务，因此不同企业为开拓市场对于不同客户、服务定价存在差异，导致不同公司的毛利率存在区别。不同年度由于客户、服务类型、商业谈判等结果，故而毛利率也存在一定的波动，这是由于行业初期市场教育、市场开拓所致。

多盟的毛利率相对行业均值略低是因为多盟为进行市场开拓，向客户、供应商进行一定的利益让渡，故而毛利率相对偏低；但随着多盟加入蓝色光标，可以通过整体规模化商业谈判降低媒体采购成本，提升盈利能力；此外，随着多盟为客户提供的营销服务产品的逐渐丰富，将提升多盟的议价能力，随着多盟立足现有业务为客户提供服务，并向高毛利的业务开拓，有望逐渐提升盈利能力。

经核查，独立财务顾问、会计师认为：多盟现有毛利率水平相对行业均值略低，是因为多盟为进行市场开拓，向客户、供应商进行一定的利益让渡，故而毛利率相对偏低；但随着多盟加入蓝色光标，可以通过整体规模化商业谈判降低媒体采购成本，提升盈利能力；此外，随着多盟为客户提供的营销服务产品的逐渐丰富，将提升多盟的议价能力，随着多盟立足现有业务为客户提供服务，并向高毛利的业务开拓，有望逐渐提升盈利能力。

七、标的子公司财务状况分析——亿动

天职国际对亿动编制的2013年、2014年、2015年1-7月财务报表及附注进行了审计，并出具了天职业字[2015]12619号审计报告。根据经审计的财务数据

分析如下：

（一）主要资产负债构成

1、资产结构分析

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
货币资金	1,294.43	3.53	3,078.70	15.08	7,035.75	36.12
应收账款	25,580.25	69.82	12,707.87	62.23	7,774.78	39.91
预付款项	397.06	1.08	176.74	0.87	189.91	0.97
其他应收款	7,603.16	20.75	3,544.41	17.36	3,802.83	19.52
其他流动资产	456.67	1.25	224.96	1.10	219.67	1.13
流动资产合计	35,331.57	96.44	19,732.69	96.63	19,022.94	97.65
长期股权投资	730.49	1.99	577.64	2.83	277.55	1.42
固定资产	27.32	0.07	28.21	0.14	35.69	0.18
无形资产	545.99	1.49	54.88	0.27	51.48	0.26
长期待摊费用	-	-	27.11	0.13	93.04	0.48
非流动资产合计	1,303.80	3.56	687.83	3.37	457.75	2.35
资产总计	36,635.37	100.00	20,420.52	100.00	19,480.70	100.00

亿动 2015 年 7 月 31 日、2014 年末、2013 年末的总资产规模分别为 36,635.37 万元、20,420.52 万元、19,480.70 万元，同比增幅分别为 79.40%、4.82%。流动资产占总资产比重高于 96%，符合轻资产公司的特征。亿动流动资产主要由应收账款、其他应收款构成，主要资产科目情况如下：

（1）货币资金和其他流动资产

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
现金	223.97	698.71	10.93
银行存款	1,070.47	2,380.00	7,024.82
合计	1,294.43	3,078.70	7,035.75

亿动的货币资金主要由现金和银行存款组成，截至 2015 年 7 月 31 日，亿动所持有的银行存款为 1,070.47 万元，期末不存在抵押、冻结等对变现有限制款项，期末不存在有潜在回收风险的款项。

(2) 应收账款

截至 2015 年 7 月 31 日、2014 年年末、2013 年年末，亿动应收账款账面价值分别为 25,580.25 万元、12,707.87 万元、7,774.78 万元。2015 年 7 月 31 日应收账款账面价值相比 2014 年年末增长 101.29%，该大幅增长主要系标的公司移动营销业务拓展，收入大幅增加所致。

亿动应收账款明细如下：

单位：万元

应收账款	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
账面余额	25,620.09	12,764.54	7,889.80
坏账准备	39.84	56.67	115.02
账面价值	25,580.25	12,707.87	7,774.78

亿动应收账款分为按组合计提坏账准备的应收账款和单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款。应收账款按照账龄分析法计提坏账准备的详情如下：

①按组合计提坏账准备的应收账款

单位：万元

账龄	2015 年 7 月 31 日		
	金额	比例（%）	坏账准备
6 个月以内（含 6 个月）	24,859.94	97.12	
6-12 个月（含 12 个月）	732.48	2.87	14.65
12-24 个月（含 24 个月）	3.55	0.01	1.06
24 个月以上	1.00		1.00
合计	25,596.96	100	16.71
账龄	2014 年 12 月 31 日		
	金额	比例（%）	坏账准备
6 个月以内（含 6 个月）	11,689.43	91.75	
6-12 个月（含 12 个月）	1,015.15	7.97	20.30
12-24 个月（含 24 个月）	33.71	0.26	10.11
24 个月以上	3.12	0.02	3.12
合计	12,741.41	100	33.54

账龄	2013 年 12 月 31 日		
	金额	比例 (%)	坏账准备
6 个月以内 (含 6 个月)	6,730.44	85.56	
6-12 个月 (含 12 个月)	889.00	11.30	17.78
12-24 个月 (含 24 个月)	247.31	3.14	74.19
合计	7,866.75	100	91.97

②单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

单位名称	2015 年 7 月 31 日	坏账准备期末余额	计提比例 (%)	计提理由
Dragonsmeet Co.Limited	23.13	23.13	100.00	无法收回
合计	23.13	23.13		
单位名称	2014 年 12 月 31 日	坏账准备期末余额	计提比例 (%)	计提理由
Dragonsmeet Co.Limited	23.13	23.13	100.00	无法收回
合计	23.13	23.13		
单位名称	2013 年 12 月 31 日	坏账准备期末余额	计提比例 (%)	计提理由
Dragonsmeet Co.Limited	23.05	23.05	100.00	无法收回
合计	23.05	23.05		

标的公司应收账款主要是应收客户的款项。2015 年 1-7 月、2014 年、2013 年按组合计提坏账准备的应收账款的比例分别是 99.91%、99.82%、99.71%，计提坏账比例分别为 0.07%、0.26%、1.17%；单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款全额计提坏账。本年应收账款坏账比例大幅降低的原因是标的公司 6 个月以内的应收账款比例大幅提高，故而计提坏账比例降低。

截至 2015 年 7 月 31 日，期末应收账款金额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与亿动关系	金额	年限	占应收账款总额的比例 (%)
北京智明星通科技有限公司及其子公司	第三方	8,692.10	1-6 个月	33.93
北京恒美广告有限公司	第三方	3,821.51	1 年以内	14.92
群邑中国	第三方	2,805.34	1 年以内	10.95
安吉斯媒体	第三方	2,585.53	1 年以内	10.09
北京昂然时代广告有限公司	第三方	1,811.69	1-6 个月	7.07

单位名称	与亿动关系	金额	年限	占应收账款总额的比例 (%)
合计		19,716.16		76.96

(3) 其他应收款

报告期内，亿动的其他应收款如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
其他应收款	7,603.16	3,544.41	3,802.83

2015 年 7 月 31 日、2014 年末、2013 年末亿动其他应收款金额分别为 7,603.16 万元、3,544.41 万元、3,802.83 万元。截至 2015 年 7 月 31 日，其他应收款按欠款方归集的期末余额前 5 名情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	金额	占其他应收款总额的比例 (%)
Media Rebate	媒体返点	6,535.77	85.96
AMADZING CO, LIMITED	押金	396.51	5.22
上海飞书广告有限公司	押金	193.20	2.54
上海八莲正阳综合物品租赁有限公司	押金	110.95	1.46
马国湘	押金	64.40	0.85
合计		7,300.83	96.03

其他应收款主要为媒体返点、业务经营中缴纳的押金等，其中押金认定无信用风险，未计提坏账。媒体返点按照 6 个月以内不计提坏账准备，6-12 个月计提 2%，12-24 个月计提 30%。

2、负债结构分析

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
短期借款	1,829.14	5.23	1,179.69	2.99	2,109.69	5.92
应付账款	21,597.12	61.72	14,633.79	37.12	12,735.32	35.76
预收款项	141.62	0.40	111.85	0.28	249.69	0.70

应付职工薪酬	1,684.87	4.81	1,532.79	3.89	1,497.63	4.21
应交税费	1,884.49	5.39	864.42	2.19	60.13	0.17
应付利息	41.76	0.12	2.06	0.01	3.91	0.01
其他应付款	7,814.29	22.33	3,413.74	8.66	1,331.89	3.74
流动负债合计	34,993.29	100.00	21,738.34	55.14	17,988.27	50.52
应付债券	-	-	17,685.33	44.86	17,620.85	49.48
其中:优先股	-	-	17,685.33	44.86	17,620.85	49.48
非流动负债合计	-	-	17,685.33	44.86	17,620.85	49.48
负债合计	34,993.29	100.00	39,423.67	100.00	35,609.12	100.00

亿动在 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日及 2015 年 7 月 31 日期末的负债总额分别为 35,609.12 万元、39,423.67 万元及 34,993.29 万元，同比增速分别为：10.71%、-11.24%。截至 2015 年 7 月 31 日，亿动的负债由流动负债构成，占比为 100%，流动负债主要由应付账款、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款构成。负债总额增加系亿动经营规模增长，经营性负债相应增加所致。负债主要科目细分项分析如下：

(1) 应付账款

应付账款明细如下：

单位：万元

账龄	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
应付供应商款	21,597.12	14,633.79	12,735.32
合计	21,597.12	14,633.79	12,735.32

截至 2015 年 7 月 31 日，亿动的应付账款余额为 21,597.12 万元，主要为应付供应商款。报告期亿动应付账款增幅较大，主要系业务量增加所致。

(2) 其他应付款

单位：万元

款项性质	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
关联方往来款	1,740.87	611.90	0.00
客户返点	5,598.75	2,775.22	1,213.32
押金及保证金	312.03	1.58	31.44
服务费	136.11	21.58	23.55
其他	26.53	3.46	63.59

合计	7,814.29	3,413.74	1,331.89

2015年7月31日、2014年末、2013年末，亿动其他应付款总额合计分别为7,814.29万元、3,413.74、1,331.89万元。2015年7月31日，亿动期末其他应付款增加较大主要系亿动业务扩张，业务规模增加后需支付的客户返点增加所致。此外，关联方往来款系公司业务发展需要向马良骏的借款。

（3）应付职工薪酬

亿动2015年7月31日、2014年末、2013年末应付职工薪酬分别为1,684.87万元、1,532.79万元、1,497.63万元。

（4）应交税费

单位：万元

税费项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1. 企业所得税	121.60	30.70	0.00
2. 增值税	1,391.68	605.51	0.00
3. 营业税	0.00	0.00	-7.78
4. 城市维护建设税	11.16	3.80	-0.52
5. 教育费附加	54.72	17.93	-0.37
6. 代扣代缴个人所得税	14.98	0.00	17.91
7. 文化事业建设费	279.45	202.94	50.97
8. 其他	10.91	3.55	-0.07
合计	1,884.49	864.42	60.13

亿动2015年7月31日、2014年12月31日应交税费总计1,884.49万元、864.42万元、60.13万元；税费的增长系亿动营业规模增长而随之增长。在各期应交税费明细项中，主要为增值税和文化事业建设费，占比应交税费比重分别为88.68%、93.52%、84.77%，为报告期内应交税费的主要组成部分。其他税费主要为河道维护管理费。

（二）财务指标分析

1、偿债能力指标分析

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日

流动比率	1.01	0.91	1.06
速动比率	1.01	0.91	1.06
资产负债率	95.52%	193.06%	182.79%
项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
息税折旧摊销前利润（万元）	842.73	-2649.37	-5,587.72
经营活动现金流净额（万元）	-5,037.72	-3,512.29	-516.33
净利润（万元）	564.47	-2,837.40	-5,717.04
利息保障倍数	6.27	-21.50	-157.14

注：流动比率=期末流动资产/期末流动负债

速动比率=（期末流动资产-存货）/期末流动负债

资产负债率=期末总负债/期末总资产

息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息费用+年折旧额+年摊销额

利息保障倍数=息税前利润/利息费用

2015年7月31日、2014年末、2013年末，亿动的资产负债率分别为95.52%，193.06%，182.79%，主要是因为亿动历史年度亏损导致的所有者权益在2014年年末、2013年年末为负。

亿动没有存货，因而流动比率与速动比率数值相等，各期分别为1.01、0.91、1.06。报告期内，亿动流动比率、速动比率均较低，主要因亿动是移动广告服务商，有较高的应收账款和应付账款。2015年1-7月、2014年度、2013年度，亿动折旧金额分别为7.80万元、11.81万元、78.08万元，摊销为44.42万元、20.44万元、15.09万元。折旧金额逐年下降，系亿动固定资产已折旧至残值所致。与利润总额相比，亿动摊销金额较小，息税折摊前利润的变动主要是由利润总额变动所致。2015年1-7月息税折摊前利润扭亏为盈，系亿动经营规模扩大，收入、利润增加所致，亿动的2015年1-7月利息保障倍数也达到6.27。

亿动报告期资产负债率情况分析如下：

（1）亿动开曼资产负债率处于合理水平

①亿动开曼的资产负债率水平

项目	2015年1-7月	2014年	2013年
资产负债率	95.52%	193.06%	182.79%
扣除优先股金融负债影响的资产负债率	95.52%	106.45%	92.34%

②与同行业公司的资产负债率水平比较情况

2015 年 6 月 30 日、2014 年末、2013 年末同行业可比上市公司的资产负债率水平如下：

证券代码	证券简称	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
002400	省广股份	59.70%	56.38%	45.28%
300392	腾信股份	28.64%	20.45%	35.99%
300113	顺网科技	19.05%	21.97%	30.34%
002131	利欧股份	49.35%	50.40%	45.27%
300059	东方财富	85.30%	69.60%	30.57%
300058	蓝色光标	63.14%	59.19%	42.59%
平均值		50.86%	46.33%	38.34%

2013 年末、2014 年末，同行业可比非上市公司的资产负债率如下：

公司名称	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
百孚思	70.90%	77.94%
上海同立	28.95%	29.82%
华邑众为	26.71%	88.09%
雨林木风	11.38%	69.18%
派瑞威行	58.47%	50.94%
亿起联	-	47.76%
Avazu Inc	37.56%	12.46%
日月同行	35.51%	74.91%
浩耶上海	106.59%	93.30%
顺为广告	74.61%	79.61%
平均值	50.08%	62.40%

由上表看出，亿动资产负债率都高于同行业公司平均水平。主要原因如下：

A、亿动报告期末体现出盈利性，因此导致净资产规模较低，从而资产负债率较高。

B、亿动在报告期正处于主营业务高速成长期，营运资金需求量大，流动负债总额逐年大幅攀升。亿动 2013 年、2014 年营业收入分别为 26,900.86 万元、34,823.24 万元，增长率为 29.45%。经营规模的快速增长导致亿动的经营性负债增加，资产负债率处于较高水平。

C、亿动与同行业上市公司可比性不高。首先，同行业上市公司一般已通过资本市场筹集了较大数额的股权资本，账面持有的货币资金较多，资产整体流动性好；其次，大多数上市公司在资本市场筹集资金后，一般会投资扩大经营规模、对外并购，但亿动投入资金扩大经营规模的前提下融资手段有限，不可避免的会产生较大经营性负债，造成资产负债率处于较高水平。

D、报告期内亿动资产负债率较高，主要为尚未支付应付供应商款项导致。报告期内应付款项的情况如下：

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
应付供应商款（万元）	21,597.12	14,633.79	12,735.32
扣除应付债券影响的负债合计（万元）	34,993.29	21,738.34	17,988.27
应付供应商款占扣除应付债券影响总负债的比例	61.72%	67.32%	70.80%

支付供应商的款项支付通常滞后于应收账款的收款，导致了其资产负债率较高。同时对于客户的返点，其通常为国内 4A 公司，其返点的最终核算通常于次年的结束，期末挂账应付客户返点金额也较大，计入其他应付款，这也导致了其资产负债率较高。

综合以上情况，亿动的资产负债率较为合理。

（2）亿动开曼财务风险及应对措施

①亿动报告期的资金使用情况分析

报告期内，亿动的现金流情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
经营活动产生的现金流量净额	-5,037.72	-3,512.29	-516.33
投资活动产生的现金流量净额	-6.95	-29.92	-164.45
筹资活动产生的现金流量净额	3,586.40	-1,058.56	5,865.94
汇率变动对现金的影响	-326.00	643.72	-39.49
现金及现金等价物净增加额	-1,784.27	-3,957.04	5,145.67

从上表可以看出，报告期内由于亿动业务快速增长导致各期的经营活动现金

流量净额为负。亿动通过银行借款等途径，增加了筹资活动产生的现金流量净额，在提供信用期给客户的同时也从供应商处获取了一定期限的信用期，因此亿动的正常经营并未受到较大影响。考虑到亿动后期业务款项的陆续收回及较好的期后回款情况，经营活动现金流量将会得到改善。

②亿动的融资能力

亿动目前已经确定的融资、授信安排具体如下：

A、亿动开曼获蓝瀚科技增资 1,000 万美元。

B、亿动开曼子公司亿动香港与浦发硅谷银行于 2015 年 11 月签订了授信协议变更协议，将原 300 万美元的授信协议，变更为 650 万美元的授信额度，即增加 350 万美元授信。

C、亿动开曼子公司上海竞道广告有限公司于 2015 年 11 月和 12 月分别与浦发硅谷银行签订了授信协议，新增 650 万美元的授信额度。

上述三项融资和授信安排合计为 2,000 万美元，约合人民币 12,900 万元。

③亿动在报告期之后和未来一段时间的现金流分析和预测情况

根据中通诚出具的估值报告，2015 年 8-12 月亿动所需营运资金增加额为 9,882.25 万元，2016 年所需营运资金增加额为 6,668.20 万元。根据估值报告现金流模型测算，2015 年 8 月至 2017 年，多盟净现金流量均为负，合计为-14,148.43 万元，从 2018 年开始净现金流量为正。目前亿动账面货币资金较低，为 1,294.43 万元，但考虑增资、银行融资等因素合计 12,900 万元，基本能够覆盖 2015 年 8 月至 2017 年的净现金流支出，此外，亿动纳入上市公司体系后，可以适时的得到上市公司的支持。综合判断上述因素，亿动基本不存在现金流断裂的财务风险。

虽然根据亿动目前的融资授信安排，其未来现金流、未来支出、融资途径可满足财务需求，无较大风险。但因其经营规模相对较小，资产负债率较高，也存在一定的财务风险。为降低未来经营可能面临的财务风险，上市公司采取了如下应对措施：

A、本次交易完成后，标的公司纳入上市公司体内后，上市公司将多盟和亿动为主体，综合调配其他全资或参股的数字营销服务商资源，打造全产业链、全媒体数字营销服务商。上市公司对标的公司业务优化整合后，将增强市场影响力。

B、本次交易完成后，标的公司未来融资需求有望借助上市平台予以满足。未来上市公司可能采取借款或增资等方式对标的公司提供资金支持，为其业务持续增长提供保障。若上市公司以借款的形式支持标的公司业务发展，在核算标的公司业绩承诺期业绩时应扣除相关资金使用成本；若以增资的形式为标的公司提供资金，则应扣除相关资金使用成本或扣除增资项目所产生的收益。

（3）中介机构核查意见

会计师结合成本对亿动应付账款进行了检查，并检查了后续的款项支付情况，同时对于报告期内的借款执行了函证审查，根据亿动目前融资、授信安排，其未来现金流、未来支出、融资途径可满足财务需求，无较大风险。

经核查，独立财务顾问与会计师均认为：由于正处于主营业务高速成长期，营运资金需求量大，因此亿动的资产负债率都高于同行业公司的平均水平，相对合理。报告期亿动的资产负债率较高，经营规模相对较小，虽无较大风险，但都存在一定的财务风险。本次交易完成后，上市公司将在对标的公司业务进行优化整合、提升其盈利能力的同时，利用上市公司平台的丰富融资手段支持标的公司发展，以降低标的公司未来经营可能面临的财务风险。

2、资产周转能力指标分析

项目	2015年1-7月	2014年度
总资产周转率（次/年）	1.82	1.75
应收账款周转率（次/年）	2.71	3.40

注：总资产周转率=当期营业收入/[（期初总资产+期末总资产）/2]

应收账款周转率=当期营业收入/[（期初应收账款账面余额+期末应收账款账面余额）/2]

亿动 2015 年 1-7 月、2014 年度总资产周转率分别为 1.82、1.75，应收账款周转率分别为 2.71、3.40。亿动 2015 年 1-7 月资产周转率有所升高，主要系随着亿动不断的发展壮大，营业收入增长较快所致。应收账款周转率有所降低，系随着亿动的客户的增加，特别是品牌推广收入的增加，品牌广告主代理商需要从广

告主收到投放款项后才会支付亿动，品牌推广收入的周转天数较长，拉低了应收账款周转率。

(1) 亿动应收账款情况分析

亿动应收账款周转情况及坏账准备情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年	2013 年
营业收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
期初应收原值	12,764.54	7,889.80	10,187.08
期末应收原值	25,620.09	12,764.54	7,889.80
周转率	2.71	3.37	2.98
周转天数	133.03	106.76	120.96
坏账准备	39.84	56.67	115.02

2015 年 7 月 31 日前十大应收账款及期后回款情况：

单位：万元

单位名称	2015 年 7 月 31 日应收账款	期后回款（截至 2015 年 12 月 21 日）	信用政策
北京智明星通科技有限公司及其子公司	8,692.10	8,692.10	45 天
北京恒美广告有限公司	3,821.51	2,156.70	90 天
群邑中国	2,805.34	1,071.91	90 天
安吉斯媒体	2,585.53	2,352.36	90 天
北京昂然时代广告有限公司	1,811.69	434.20	90 天
阳狮国际媒体	1,727.76	1,157.18	90 天
台湾英旗集团	1,218.72	1,218.72	45 天
Mobile Push Media Limited	756.48	553.02	45 天
英域成语言培训（上海）有限公司	304.42	106.94	60 天
天津云中九歌广告有限公司	184.00	170.00	90 天
合计	23,907.55	17,913.13	
总回款比例	74.93%		

亿动 2014 年、2015 年 7 月 31 日应收账款增幅较大系因为收入规模增幅较大所致，亿动应收账款周转率在 2015 年 1-7 月有所下降，主要是因为下半年营业收入较上半年大，应收账款周转率仅使用 2015 年 1-7 月营业收入作为计算参数所致。亿动 2015 年 1-7 月应收账款主要为 5-7 月业务产生，应收账款回款虽

有部分超过账期，但广告行业实际回款周期大概在 130 天左右，符合行业实际情况，综合判断期末应收账款回款不存在较大不能收回的可能性。

（2）亿动坏账准备计提情况分析

同行业可比公司坏账计提准备如下：

蓝色光标/多盟/亿动		
账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
6 个月以内（含 6 个月）	0	0
6 个月-12 个月（含 12 个月）	2	2
12 个月-24 个月（含 24 个月）	30	30
24 个月以上	100	100
腾信股份		
账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5	5
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3 年以上	100	100
省广股份		
账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	0.5	0.5
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3 年以上	100	100
华扬联众		
账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
6-12 月	0.5	0.5
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3 年以上	100	100

通过对比同行业上市公司应收账款坏账计提政策，行业内公司在坏账计提比例和账龄区间划分上存在一定差异，亿动的坏账计提准备与上市公司蓝色光标一致，2 年以上即 100%计提坏账准备，1-2 年计提坏账准备 30%，大于行业内其他

公司；6-12 个月计提坏账准备 2%，处于行业平均水平。亿动的应收账款坏账准备计提政策能够真实反映亿动的日常经营情况，与同行业可比公司无重大差异，应收账款坏账计提充分。

经核查，独立财务顾问认为：通过会计师对报告期内的应收账款执行了函证、期后回款检查等程序，同时对应收账款账龄进行复核检查，应收账款的坏账准备政策与上市公司保持一致。通过核查同行业其他公司的应收账款坏账准备计提情况，亿动向客户提供的信用政策符合行业规定，亿动应收账款坏账准备计提是充分的。

经核查，会计师认为：通过对报告期内的应收账款执行了函证、期后回款检查等程序，同时对应收账款账龄进行复核检查，应收账款的坏账准备政策与上市公司保持一致。通过核查同行业其他公司的应收账款坏账准备计提情况，亿动向客户提供的信用政策符合行业规定，亿动应收账款坏账准备计提是充分的。

八、标的子公司盈利能力分析——亿动

天职国际对亿动编制的 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月财务报表及附注进行了审计，并出具了天职业字[2015]12619 号审计报告。根据经审计的财务数据分析如下：

（一）主营业务收入构成

亿动 2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度的主营业务收入按业务类别划分明细如下所示：

单位：万元

业务类型	2015 年 1 至 7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应用推广收入（境外）	39,155.72	75.39%	24,129.24	69.29%	19,650.20	73.05%
品牌推广收入（境内）	12,779.96	24.61%	10,694.00	30.71%	7,250.66	26.95%
主营业务收入合计	51,935.68	100.00%	34,823.24	100.00%	26,900.86	100.00%

报告期内，亿动 2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度的主营业务收入分别为 51,935.68 万元、34,823.24 万元、26,900.86 万元。主营业务收入主要来自手机

应用境外推广收入和品牌境内推广收入。主营业务收入中，来自应用推广的收入各期占比分别为 75.39%、69.29%、73.05%，手机应用的境外推广收入所贡献的收入为亿动主要的收入来源。

2013 年为亿动的业务推广期，主要业务为 wechat 即微信的海外推广。2014 年开始，微信的推广战略发生了改变，同时亿动也相应的积累了海外推广经验，开拓了手机游戏 APP 在海外的推广市场，收入相应呈直线式增长。如上表中列示，北京智明星通及 Efun 主要业务为手机游戏，Mobile Push Media Limited 主要业务为手机桌面应用。

报告期内，亿动与 4A 广告代理公司的合作进一步加强，为国内多个知名品牌提供推广业务（如宝马、惠普、强生、旁氏等）。由于其合同通常与 4A 广告代理公司签订，最终客户通常不会体现在前五大客户排名中。

报告期内，亿动的客户数量总体不断增加。2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月亿动服务的最终客户数量分别为 227 名、234 名和 386 名，客户流失率较低。除因个别广告主的广告战略发生变化导致的客户调整外，报告期内亿动未发生重大客户流失。

亿动的收入增长一方面得益于移动互联网广告行业的不断发展，越来越多的客户开始选择使用移动互联网推广相关产品或服务；另一方面其自身经验不断增长，不断开拓新客户，同时原有客户忠诚度较高。

亿动主要通过供应商返点和 CPA、CPC 差价盈利，因此与供应商不签署分成合同，不存在分成比例之情况。

1、收入的返点情况

报告期内亿动的收入返点金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
品牌业务当期营业收入	16,040.55	12,579.81	8,142.14
品牌业务当期客户返点	3,260.59	1,885.81	891.48

品牌业务客户返点比例	20.33%	14.99%	10.95%
海外推广业务当期营业收入	40,478.01	25,152.86	20,743.76
海外推广业务当期客户返点	1,322.29	1,023.62	1,093.56
海外推广业务客户返点比例	3.27%	4.07%	5.27%
亿动合计当期营业收入	56,518.56	37,732.67	28,885.89
亿动合计当期客户返点	4,582.88	2,909.43	1,985.03
亿动合计返点比例	8.11%	7.71%	6.87%

亿动的收入返点可以分为对品牌业务的客户返点和海外推广业务的客户返点。针对不同客户，亿动会采取不同的收入返点比例，亦会根据客户的投放量及投放情况进行调整。报告期内，亿动的品牌业务的客户返点比例有所上升，海外推广业务的客户返点比例有所降低；品牌业务的客户返点比例上升是随着竞争加剧，大客户收入增长量较大，给客户的返点比例上升；海外推广业务的客户返点比例降低是因为海外推广业务的供应商返点比例下降，故而亿动给客户的返点比例也随之下降，属于商业谈判的结果。报告期内，由于亿动品牌推广业务的客户返点比例上升幅度较大，故而综合亿动的品牌推广业务和海外推广业务，亿动的客户返点比例持续上升。

亿动的客户返点比例低于同期多盟的客户返点比例，主要由两个因素造成：

（1）亿动收入返点由品牌业务客户返点和海外推广业务客户返点两部分组成，品牌客户返点率在 15%-20%左右，Facebook/Google 返点率在 5%左右，因此综合返点率较低；（2）亿动品牌客户返点率略低于多盟，是因为亿动的品牌推广业务中客户会投放在 Hero apps 和通过 Smartmad 对接长尾应用，给投放在长尾应用的客户的返点比例要低于给投放在 Hero apps 上的客户的返点比例，随着报告期内，亿动的品牌推广业务客户更多投放于 Hero apps 上，亿动的客户返点比例也逐年增高；而多盟的品牌业务客户仅投放在 Hero apps 上，故而相对较为稳定且高于亿动的品牌业务客户返点比率。

从绝对金额来看，亿动收入返点金额在报告期内均有较大增长，可以从一方面证明其收入增长的合理性。

2、供应商的返点情况

报告期内亿动的供应商返点金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
品牌业务未扣除返点成本	14,729.95	10,457.27	6,974.18
品牌业务供应商返点	3,343.98	1,837.82	891.48
品牌业务返点比例	22.70%	17.57%	12.78%
海外推广业务未扣除返点成本	39,575.46	24,318.31	20,531.15
海外推广业务供应商返点	2,823.20	2,182.96	2,452.97
海外推广业务返点比例	7.13%	8.98%	11.95%
亿动合计当期未扣除返点成本	54,305.41	34,775.58	27,505.33
亿动合计当期供应商返点	6,167.18	4,020.78	3,344.45
亿动合计返点比例	11.36%	11.56%	12.16%

亿动的供应商返点可以分为来自于品牌推广业务的供应商返点和来自于亿动的海外推广业务的供应商返点。其中品牌推广业务中 Smartmad 平台的供应商不提供返点，亿动通过赚取 CPC 差价盈利；品牌推广业务的 Hero apps 提供供应商返点，随着报告期内亿动的品牌推广业务的 Hero apps 业务占比上升，亿动的品牌推广业务的供应商返点比例上升；报告期内，亿动的海外推广业务从既有 Google、Facebook 渠道，又有 Airpush、Millennial Media 到 2015 年起主要通过 Google、Facebook 渠道投放，由于 Google、Facebook 渠道覆盖的海外国家广、渠道优势明显，能更好地满足客户的海外推广需求，故而渠道议价能力较高，相应的供应商返点比例要低于其他渠道，故而随着亿动的海外推广业务主要通过 Google、Facebook 渠道推广，亿动的海外推广业务供应商返点比例下降。

通过两家的成本返点来看，亿动的返点比例要低于多盟，主要是由于亿动的海外推广业务的返点比例要低于国内知名 APP 的平均水平，故而亿动的综合供应商返点比例低于多盟的品牌业务的供应商返点比例。

从亿动收到的供应商返点金额及返点比例情况来看，亿动在供应商的实际投放量在报告期内有一个较大幅度的增长，也从侧面印证了亿动的收入增长合理性。

3、独立财务顾问和会计师的核查工作

(1) 会计师同独立财务顾问针对亿动的收入执行了相应的销售与收款内控

流程，根据报告期内的项目情况抽查了相应的框架合同、结算单、广告投放情况并结合后台数据执行了穿行测试，内控执行有效；

(2) 会计师同独立财务顾问按照分层抽样原则，分别抽取亿动不同业务类型客户合同。对框架合同跟踪抽取项目确认单及排期表等其他支持性文件；获取了报告期内的项目明细表，抽查了相关的合同及结算单，对项目的结算金额进行了检查，项目明细表收入与账面收入一致；

(3) 会计师同独立财务顾问对报告期内的返点情况进行了检查，获取了返点计提明细并结合框架销售合同、返点协议等进行了测算；

(4) 会计师同独立财务顾问结合报告期内的回款流水进行了检查，检查了相应的回款单位、回款金额及回款时间；

(5) 会计师同独立财务顾问结合报告期内的应收账款对收入情况进行了勾稽检查，通过函证及替代测试程序核查的应收账款占整体应收账款余额的比例在70%以上。

经核查，独立财务顾问和会计师认为，亿动开曼报告期营业收入大幅增长的主要原因一方面为亿动的自身经验及技术实力不断增强，知名度提升，客户忠诚度较高，贡献了稳定的收入；另一方面由于客户对移动互联网广告逐步认可，行业高速增长，使选择亿动进行投放的客户数量大幅增加；此外，报告期内亿动的客户返点及供应商返点政策均无明显变化。

(二) 利润来源及盈利驱动因素分析

1、毛利来源分析

单位：万元

产品名称	2015 年 1-7 月		2014 年		2013 年	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
应用推广	2,403.46	63.29%	1,993.89	49.01%	1,572.02	57.37%
品牌推广	1,393.99	36.71%	2,074.55	50.99%	1,167.96	42.63%
合计	3,797.46	100.00%	4,068.45	100.00%	2,739.98	100.00%

报告期内亿动的品牌推广业务毛利额两年一期内的占比分别为 36.71%、

50.99%、42.63%；应用推广业务毛利额两年一期内的占比分别为 63.29%、49.01%、57.37%。

2、盈利驱动因素分析

亿动的主营业务为应用推广业务和品牌推广业务。应用推广业务主要通过媒体返利盈利，即与各推广渠道代理商的媒体合作，约定亿动和代理商就渠道给予的返利进行分成，分成比例取决于亿动的广告投放金额。品牌推广业务可以进一步划分为 Premiummad 产品和 Smartmad 产品（根据以往经营数据，Premiummad 业务约占公司境内品牌推广业务的 80%左右），Premiummad 产品为客户对接 Hero App，主要通过媒体返利盈利，也有通过 CPD 结算差价等；Smartmad 产品主要通过对客户和媒体的结算 CPC 差价盈利。

业务分类	盈利驱动要素	报告期变化趋势
海外推广业务	移动营销领域广告市场规模	逐年递增，复合增速 85.95%
	手机应用的海外推广需求	逐年递增
	与海外渠道代理商的媒体返点比例	基本保持稳定
品牌推广业务	移动营销领域广告市场规模	逐年递增，复合增速 85.95%
	Premiummad 产品的媒体返点比例	返点比例随广告投放金额递增，返点比例在 0~35%
	Smartmad 产品的 CPC 差价	基本保持稳定

注：复合增速 85.95%数据来自于艾瑞咨询。

盈利驱动要素的表现决定了亿动报告期内应用推广业务和品牌推广业务的利润均呈现一定的增长。

（三）利润表项目变化分析

报告期内，亿动的利润表如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
其中：营业收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
二、营业总成本	51,424.10	37,886.66	32,729.00
其中：营业成本	48,138.22	30,754.79	24,160.88

营业税金及附加	133.09	191.17	91.07
销售费用	1,048.62	2,175.64	2,749.95
管理费用	2,098.73	4,523.74	5,643.09
财务费用	11.52	195.65	27.20
资产减值损失	-6.08	45.67	56.80
投资收益	152.90	299.52	106.83
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	664.48	-2,763.90	-5,721.30
加：营业外收入	0.01	30.77	14.21
其中：非流动资产处置利得	0.00	0.03	0.12
减：营业外支出	-	73.23	9.95
其中：非流动资产处置损失	0.00	0.00	9.93
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	664.49	-2,806.36	-5,717.04
减：所得税费用	100.02	31.04	-
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	564.47	-2,837.40	-5,717.04
归属于母公司所有者的净利润	564.47	-2,837.40	-5,717.04
六、其他综合收益的税后净额	-537.90	-37.32	224.98
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-537.90	-37.32	224.98
七、综合收益总额	26.56	-2,874.72	-5,492.07
归属于母公司所有者的综合收益总额	26.56	-2,874.72	-5,492.07
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

利润表项目具体变动分析如下：

1、营业收入

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
主营业务收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
营业收入合计	51,935.68	34,823.24	26,900.86

报告期内，亿动的营业收入分别为 51,935.68 万元、34,823.24 万元、26,900.86 万元，2014 年度营业收入相比 2013 年度增加了 29.45%。报告期内亿动全部营业

收入均来自于主营业务。

2、营业成本

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
主营业务成本	48,138.22	30,754.79	24,160.88
营业成本合计	51,424.10	37,886.66	32,729.00

报告期内，亿动的营业总成本分别为 51,424.10 万元、37,886.66 万元、32,729.00 万元。2014 年度亿动营业总成本相比 2013 年度增长 15.76%，营业总成本增加系亿动经营规模扩大所致，与营业收入增长趋势相匹配，其中 2013 年营业总成本较高是因为 2013 年因确认股份支付增加了 1,973.58 万元管理费用。

3、营业税金及附加

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业税	1.25	-8.20	6.12
城市维护建设税	9.48	5.16	0.89
教育费附加	38.36	19.27	0.64
文化事业建设费	76.51	171.16	56.39
河道维护管理费	7.50	3.75	0.58
堤围防护费	0.00	0.03	26.45
合计	133.09	191.17	91.07

注：2014 年营业税为负是由于营改增导致的营业税红冲改销项税导致。

报告期内，亿动 2015 年 1-7 月、2014 年、2013 年度营业税金及附加分别为 133.09 万元、191.17 万元、91.07 万元，2014 年度营业税金及附加相对 2013 年度增长了 109.92%，主要原因系亿动营业规模扩大，营业收入增加对应的税费也相应增加。

4、期间费用

报告期内，亿动的各项期间费用情况如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
销售费用	1,048.62	33.20	2,175.64	31.55	2,749.95	32.66
管理费用	2,098.73	66.44	4,523.74	65.61	5,643.09	67.02
财务费用	11.52	0.36	195.65	2.84	27.20	0.32
期间费用合计	3,158.86	100.00	6,895.03	100.00	8,420.24	100.00

2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度亿动的期间费用合计分别为 3,158.86 万元、6,895.03 万元、8,420.24 万元；标的公司 2013 年亿动期间费用较高是因为 2013 年亿动确认股份支付导致管理费用较高；而随着公司的业务发展，管理水平提升，2014 年的销售费用相对 2013 年也有所下降。标的公司的期间费用主要由管理费用和销售费用构成，管理费用各期占比分别为 66.44%、65.61%、67.02%，销售费用各期占比分别为 33.20%、31.55%、32.66%。2014 年度销售费用占比相比 2013 年度有所减少，2014 年度、2015 年 1-7 月均维持在较为稳定的水平，约占期间费用合计的 32%左右。

报告期内，亿动各项期间费用明细情况如下：

(1) 销售费用

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
人员成本	687.54	1,781.54	2,326.10
服务费	169.72	78.74	111.74
会议费	128.46	106.87	154.58
差旅费	41.57	76.16	109.42
办公费	21.32	132.18	44.72
其他	0.00	0.15	3.39
合计	1,048.62	2,175.64	2,749.95

2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度，亿动销售费用合计分别为 1,048.62 万元、2,175.64 万元、2,749.95 万元。2014 年度销售费用相比 2013 年度下降 -20.88%，主要原因系 2014 年亿动逐渐提升业务运作效率和人员利用率，销售部

门、项目管理部门的人员进行精简，相对 2013 年人员成本减少，进而销售费用减少。

（2）管理费用

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
人员成本	1,347.16	3,152.05	4,535.38
房租、物业、水电费	383.41	619.58	731.71
办公费	145.79	154.62	168.39
中介机构费	39.23	412.55	45.94
折旧、摊销费	85.53	108.98	105.46
服务费	11.45	32.00	12.67
其他	86.15	43.96	43.55
合计	2,098.73	4,523.74	5,643.09

2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度，亿动的管理费用合计分别为 2,098.73 万元、4,523.74 万元、5,643.09 万元，2013 年管理费用较高系因 2013 年确认股份支付所致。报告期内，亿动的管理费用主要由人员成本和房租、物业、水电费构成，2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度人员成本占管理费用比重分别为 64.19%、69.68%、80.37%。报告期内管理费用的主要科目占管理费用比重（除 2013 系因确认股份支付外）相对稳定，人员成本和房租、物业、水电费为管理费用的主要构成成分，其余科目占比较低。标的公司主要从事移动互联网营销行业，占比较高的人员成本与标的公司的行业特性相符合，在人才培养等方面的持续支出为标的公司产品及服务的持续发展奠定了基础。此外，2014 年中介机构费较大，是由于亿动为准备上市聘请会计师事务所、律师事务所等中介机构而发生的上市费用，亿动已与当年暂停上市计划并按合同规定支付了相应的服务费。

（3）财务费用

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
利息收入	1.40	5.06	9.84
利息支出	126.02	124.74	36.15

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
汇兑损益	-118.38	66.53	-6.72
手续费	5.28	9.44	7.61
合计	11.52	195.65	27.20

报告期内，亿动有部分利息收入、利息支出、合并汇兑损益及手续费，2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度财务费用分别为 11.52 万元、195.65 万元、27.20 万元。

(4) 亿动开曼劳务派遣员工相关成本、费用确认会计政策

①亿动劳务派遣员工成本、费用及相应的会计处理

根据企业会计准则第 9 号《职工薪酬》的规定：职工薪酬，是指企业为获得提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式报酬或补偿；未与企业订立劳动合同或由其正式任命，但向企业所提供服务与职工所提供类似的人员，也属于职工的范畴，包括通过企业与劳务中介公司签订用工合同而向企业提供服的人员。

根据上述规定，对于劳务派遣员工也属于企业的薪酬成本范围。报告期内亿动与派遣员工费用结算由上海市对外服务有限公司开具账单，亿动根据账单确认相关的费用并支付相应的成本。

相应的会计处理如下：

A、每月结算劳务派遣员工成本费用时

借：管理费用/销售费用—人工成本

贷：应付职工薪酬

B、实际支付劳务派遣员工成本费用时

借：应付职工薪酬

贷：银行存款

C、每月结算劳动合同员工成本费用时

借：管理费用/销售费用—人工成本

贷：应付职工薪酬

D、实际支付劳动合同员工成本费用时

借：应付职工薪酬

贷：银行存款

E、针对研发费用资本化的会计处理如下

a、开始资本时，确认相关成本

借：开发支出

贷：管理费用-人员成本

b、资本化转无形资产

借：无形资产-原值

贷：开发支出

c、后续根据期限进行摊销

借：管理费用-无形资产摊销

贷：无形资产-摊销

②亿动开曼确认劳务派遣员工成本费用的核查

针对劳务派遣员工，亿动开曼与上海市对外服务有限公司签订了相关的服务合同，派遣员工的相关薪酬由员工与企业确定后通过上海市对外服务有限公司签订的合同明确，根据上海市对外服务有限公司向派遣员工支付的相应的薪酬及五险一金的金额，上海市对外服务有限公司向亿动开曼开具相应的账单。

独立财务顾问和审计师检查了报告期内上海市对外服务有限公司向亿动开曼开具的账单、亿动开曼与上海市对外服务有限公司之间的服务合同、亿动开曼向上海市对外服务有限公司打款的银行流水、上海市对外服务有限公司向亿动开曼提供的给劳务派遣员工的支付的凭证等。

A、向员工支付工资

根据亿动与上海市对外服务有限公司签署的《薪酬代发协议》，亿动委托上海市对外服务有限公司提供薪酬代发事宜。上海市对外服务有限公司提供的薪资代发服务包括对于亿动员工社保、公积金个人承担部分的计算扣除、亿动员工的个人所得税的复核计缴、每月5日前向亿动员工发放上月薪酬。

B、为员工缴纳保险

亿动开曼通过上海市对外服务有限公司为员工缴纳五险一金情况如下：

a、养老保险（含生育保险）

此项福利为员工提供社会统筹养老保险。该保险根据国家有关规定执行。适用对象：全体在职员工（符合社保统筹要求的）。

b、社会统筹基本医疗保险

此项福利为员工提供医疗保险。包括住院医疗保险及门急诊部分项目（门诊大病）医疗保险。适用对象：所有参加社会统筹保险的员工。

c、失业保险

此项福利是为员工提供失业保险。适用对象：所有参加社会统筹保险的员工。

d、工伤保险

此项福利是为员工提供工伤保险。适用对象：所有参加社会统筹保险的员工。

e、住房公积金

此项福利为员工提供住房公积金。该福利根据国家有关规定执行。适用对象：所有在职、并已办妥用工手续的员工，自加入公司之日起当月享有。

f、商业医疗保险

此项福利为员工提供意外伤害保险、基本医疗保险、重大疾病保险。适用对象：所有已转正的在职员工。

C、亿动与上海市对外服务有限公司间的结算

根据双方签订的合同，亿动向上海市对外服务有限公司支付管理费及亿动为承担员工的五险一金而支付的费用、相关服务费、税费等；亿动还向上海市对外服务有限公司支付亿动员工的薪酬费用，由上海市对外服务有限公司向亿动员工支付。

根据双方签订的合同，每月二十日前以上海市对外服务有限公司统一打印的《付款通知书》为当月薪酬费用与管理费的结算依据。每月月底前，亿动根据合同约定的金额向上海市对外服务有限公司支付当月的应付款项。

报告期内亿动确认的员工成本费用 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月分别为 6,861.48 万元、4,933.59 万元、2,563.60 万元，其中 2015 年 1-7 月人员成本 528.90 万元计入了开发支出并结转无形资产；会计师核查相关资本化项目情况，认为亿动的资本化符合会计准则的规定。会计师检查了亿动与员工上海市对外服务有限公司签署的劳务派遣协议；随机抽取了 14 笔亿动与上海市对外服务有限公司之间的账单、上海市对外服务有限公司开具的发票以及银行流水进行检查，未发现异常情况；同时获取了亿动劳务派遣关系明细表与员工薪酬统计表进行核对，并结合员工数量对单位人工成本进行了实质性分析程序。结果显示，亿动账面确认的外服人员的成本费用与账单及银行流水一致，单位人工成本无异常情况。

D、亿动的 2015 年 1-7 月的 528.90 万元研发费用资本化的核查

亿动 2015 年 1-7 月研发费用资本化的项目为 Premium Mad 升级开发项目。Premium Mad 系统平台是一套完整的移动 DSP 平台，其设计的目的是提供从媒体接入、下单、投放、定向、监播、报表一条龙服务。

Premium Mad 系统平台运行后可连接目前国内所有主流的移动应用、移动网站、移动广告交易平台和移动广告网络等多个不同的流量渠道，特别是其中的优质移动应用资源。该系统平台并拟通过 API、Web JS、Tracking code 和 Tracking pixel 整合各个媒体和渠道，使得本系统平台上投放的广告活动转化均可被追踪，且所有的广告推送、追踪和分析等均遵循 MMA 的移动广告指南。该平台采用多

种创新的网络广告技术和网络广告管理理念，可支持任何类型客户的一个网络广告同时在许多的网络媒体（网站、软件甚至是网络相关的载体上）播放，并且广告费用比任何传统广告媒体更加低廉。广告可以具备文字、图片、声音、动画、影像等信息。

根据企业会计准则的规定，对于内部研究开发费用在符合相关的条件后可进行资本化。通常研究开发过程划分为研究阶段和开发阶段，当企业的研究进入开发阶段后，且很大程度上可形成一项新产品或新技术时，相关的开发支出可进行资本化。

在开发阶段进行资本化要满足以下条件：

- a、完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- b、具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- c、无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品；
- d、有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- e、归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

针对上述的五个条件，会计师对亿动是否满足相关研发费用资本化的条件进行了具体分析：

a、亿动前期已开发了 SmartMad 平台并投入使用，同时其有专门的研究及开发部门（其人员主要为开发工程师、算法工程师、测试工程师、PHP 开发工程师等），为其平台的研发提供相应的技术支持，使得其平台的开发并使用在技术上具有可行性；

b、同时根据其项目计划书及相关客户谈判情况来看，亿动具有明确的意图在开发项目完工后使用该无形资产；

c、根据目前亿动对该平台的开发及对客户的挖掘，使用该平台可为广告主

带来媒体接入、下单、投放、定向、监播、报表一条龙服务，即其具有产生利益的能力；

d、亿动目前的研究开发部门由于已经开发过 SmartMad 平台，并通过对原来不同平台的维护积累了相关的技术，使得其具有相应的能力可完成该无形资产，同时亿动对其平台的开发进行了成本预算，其成本主要为人员成本，因此其在财务资源上无重大压力；

e、在该项目通过立项以后，亿动即针对该项目在财务上设置了 Premium Mad 成本中心，通过该成本中心对相关的支出进行单独核算，即支出可可靠计量。

会计师根据上述情况及其研发人员、财务人员进行了访谈，并根据项目具体的情况获取了相关资料，主要包括：项目的立项及计划情况、项目的开发文档、研发项目的关键性成果、系统平台的现场查看及软著申请情况、财务独立核算的相关数据。

Premium Mad 于 2015 年 1 月进入开发阶段，并于 2015 年 6 月取得了软件著作权证书，其支出主要为人员开发成本，我们获取了相关的人员成本明细，2015 年 1 月至 6 月共计入研发支出 528.90 万，相关的研发人员约 50 左右（不同期间的研发人员数量会有所调整），按 50 名人员成本估算，约每人每月 1.76 万。

亿动目前对该系统平台的预测收益期为 3 年，因此资本化无形资产的摊销期限为 3 年，每年的摊销金额约 176 万。

报告期亿动仅 2015 年 1-7 月存在研发费用资本化情况，报告期多盟不存在研发费用资本化情况。

经核查，独立财务顾问、会计师认为亿动的资本化情况符合会计准则的规定。

经核查，独立财务顾问、审计师认为：亿动开曼的劳务派遣员工相关成本、费用的确认符合会计政策。

（5）报告期亿动的期间费用情况

亿动			
期间费用	3,158.86	6,895.03	8,420.25

人员成本	2,034.70	4,933.59	6,861.48
期间费用扣除人员成本	1,124.16	1,961.43	1,558.77

从上表可以看出，报告期内亿动的期间费用主要为人员成本，扣除人员成本影响，其他费用的变化情况不大。其他期间费用不随收入的增长而增长也导致了报告期内的盈利情况逐步好转。

(6) 多盟和亿动销售费用确认的合理性，以及二者报告期差异较大的原因

①多盟（多盟开曼和多盟智胜）、亿动开曼销售费用确认合理性

报告期内，多盟的销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人员成本	2,868.94	75.81%	4,892.01	80.14%	2,317.17	74.16%
服务费	374.18	9.89%	602.77	9.87%	346.36	11.08%
会议费	0.00	0.00%	12.62	0.21%	37.56	1.20%
差旅费	139.18	3.68%	205.73	3.37%	132.57	4.24%
办公费	221.89	5.86%	377.67	6.19%	283.32	9.07%
其他	180.42	4.77%	13.63	0.22%	7.65	0.24%
合计	3,784.61	100.00%	6,104.43	100.00%	3,124.64	100.00%

报告期内，亿动的销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人员成本	687.54	65.57%	1,781.54	81.89%	2,326.10	84.59%
服务费	169.72	16.19%	78.74	3.62%	111.74	4.06%
会议费	128.46	12.25%	106.87	4.91%	154.58	5.62%
差旅费	41.57	3.96%	76.16	3.50%	109.42	3.98%
办公费	21.32	2.03%	132.18	6.08%	44.72	1.63%
其他	0.00	0.00%	0.15	0.01%	3.39	0.12%
合计	1,048.62	100.00%	2,175.64	100.00%	2,749.95	100.00%

注：服务费包括宣传推广费、策划费等。

从上表可以看出，多盟和亿动的销售费用结构相差不大，主要是由人员成本、服务费、会议费、差旅费、办公费和其他费用构成。多盟和亿动系移动互联网营

销企业，其经营特点是轻资产、费用主要为人员成本等，符合行业情况。

会计师通过对多盟和亿动报告期销售费用变动情况执行实质性分析程序，结合应付职工薪酬及现金流情况对报告期内的薪酬进行了勾稽检查，同时对当期发生的大额销售费用检查了相关的合同并进行测算及抽查相关的原始凭证，认为多盟、亿动报告期内销售费用确认合理。

②多盟和亿动二者报告期内销售费用差异较大的原因分析

报告期内，多盟和亿动销售费用占营业收入的比重如下：

单位：万元

公司	项目	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
多盟	销售费用	3,784.61	6,104.43	3,124.64
	营业收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
	销售费用占当期收入的比例	10.42%	11.07%	18.83%
亿动	销售费用	1,048.62	2,175.64	2,749.95
	营业收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
	销售费用占当期收入的比例	2.02%	6.25%	10.22%

同行业可比上市公司销售费用占营业收入的比重如下：

证券代码	证券简称	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
002400	省广股份	6.08%	7.49%	7.51%
300392	腾信股份	1.74%	2.24%	1.94%
300113	顺网科技	26.59%	22.23%	16.43%
002131	利欧股份	6.66%	7.16%	7.66%
300059	东方财富	4.83%	18.83%	44.63%
300058	蓝色光标	11.10%	10.97%	11.93%
平均值		9.50%	11.49%	15.02%

由上表可以看出，多盟报告期内销售费用占营业收入的比重和同行业可比上市公司的平均水平相近，亿动报告期内各期销售费用占营业收入的比重略低于同行业可比上市公司的平均水平。

由于多盟和亿动的销售费用结构相差不大，主要是由人员成本组成，所以分

析二者销售费用的差异主要是分析二者人员成本的差异。多盟和亿动具体的人员构成和人员成本情况如下：

单位：人、万元

公司	项目	2015 年 1-7 月			2014 年度			2013 年度		
		人员数量	人员成本	单位成本（年化）	人员数量	人员成本	单位成本	人员数量	人员成本	单位成本
多盟	销售费用	142	2,868.94	34.64	100	4,892.01	48.92	64	2,317.17	36.21
	管理费用	201	4,783.79	40.80	149	4,416.10	29.64	101	2,326.10	23.03
	合计	343	7,652.73	38.25	249	9,308.11	37.38	165	4,643.27	28.14
亿动	销售费用	40	687.54	29.47	39	1,781.54	45.68	42	2,326.10	55.38
	管理费用	100	1,347.16	23.09	166	3,152.05	18.99	174	4,535.38	26.07
	合计	140	2,034.7	24.91	205	4,933.59	24.07	216	6,861.48	31.77

注：以上人员统计为 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月平均人数，非期末时点人数。

亿动报告期人员成本低于多盟，主要原因有以下几点：

A、多盟客户较为分散。2015 年多盟客户数量约为 1046 名，亿动客户数量约为 386 名。因为多盟客户集中度低于亿动，开发和维护成本较高，相应的需要更多的销售人员，因此销售费用人员成本高于亿动。

B、亿动的主要业务系通过程序化购买平台实现，无需过多的销售人员，营业收入的增长与销售人员的增长关联度不高，因此亿动报告期销售人员数量基本维持在 40 人左右。

C、2015 年 1-7 月亿动年化单位销售人员成本较 2014 年下降明显，主要原因是 1-7 月份的销售费用不包括年底给销售人员发放的奖金等因素。

D、2015 年 1-7 月亿动管理人员数量较 2014 年数据有大幅下降，主要系当期计入管理费用的管理人员未包含 50 人左右的研发人员，此研发团队的费用 528.90 万元通过资本化计入了无形资产，相关情况参见报告书“第十一节董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析”之“八、标的子公司盈利能力分析——

亿动”之“（三）利润表项目变化分析”研发费用资本化相关内容。

扣除人员成本影响，多盟较亿动服务费、办公费、差旅费支出较大，主要是因为多盟业务以服务大型 4A 公司及众多中小客户为主，且地区分布较为广泛，相应的宣传推广费用、招待费用及差旅费用每期支出较大。亿动客户主要为 4A 公司及小部分固定客户，且海外推广（Facebook、Google 等）顾客比较单一，推广力度较小，导致相关的上述支出较小。

会计师核查了亿动报告期人员工资发放清单及支付凭证和银行流水，核查了亿动 KPI 考核机制及其执行情况并对比了同地区同行业相关人员平均工资水平，确认亿动人员成本支出合理，不存在人为降低工资水平、通过体外支付人员工资等情形。

③中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问认为，多盟和亿动的销售费用确认合理，二者销售费用的差异主要是由于客户类型和数量不同、销售人员数量不同、单个销售人员薪酬不同导致的，与二者的实际经营情况相符。

会计师通过对公司报告期销售费用变动情况执行实质性分析程序，结合应付职工薪酬及现金流情况对报告期内的薪酬进行了勾稽检查，同时对当期发生的大额销售费用检查了相关的合同并进行测算及抽查相关的原始凭证，认为多盟、亿动报告期内销售费用确认合理，两公司差异原因主要是由于客户类型不同导致销售人员数量差异较大；并确认亿动人员成本支出合理，不存在人为降低工资水平、通过体外支付人员工资等情形。

5、资产减值损失

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
坏账损失	-6.08	45.67	56.80
合计	-6.08	45.67	56.80

亿动的资产减值损失全部为计提的坏账损失，坏账损失与其营业收入变动趋

势基本一致，随着营业收入增加，应收账款相应增加，相应地计提的坏账损失也有所增加；由于前期计提坏账的应收账款收回，故而坏账损失 2014 年小于 2013 年，2015 年 1-7 月为负数。2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度亿动坏账损失分别为-6.08 万元、45.67 万元、56.80 万元。

6、营业外收入及营业外支出

报告期内，亿动营业外收入如下所示：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置利得合计	-	-	1,200.00
其中：固定资产处置利得	-	300.00	1,200.00
政府补助	-	271,000.00	140,824.00
其他	65.00	36,424.79	100.00
合计	65.00	307,724.79	142,124.00

2015 年、2014 年度、2013 年度，亿动的营业外收入分别为 65 元、30.77 万元、14.21 万元，其中 2014 年和 2013 年主要来自于政府补助。政府补助具体明细如下所示：

单位：万元

补助项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度	与资产相关 /与收益相关
财政补助	-	27.10	13.00	与收益相关
专利资助费	-	-	1.08	与收益相关
合计	-	27.10	14.08	

报告期内，亿动的营业外支出明细如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
处置非流动资产损失合计	-	-	9.93
其他	-	73.23	0.02
合计	-	73.23	9.95

上述营业外支出均计入当期非经常性损益。

7、所得税

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
当期所得税费用	100.02	31.04	-
递延所得税费用	-	-	-
所得税费用合计	100.02	31.04	-

2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度，亿动所得税费用合计分别为 100.02 万元、31.04 万元，所得税费用的波动主要为亿动利润总额变动影响。

8、净利润

亿动 2015 年 1-7 月、2014 年度、2013 年度的净利润数额分别为 564.47 万元，-2,837.40 万元，-5,717.04 万元，盈利能力逐步体现。

(1) 亿动报告期内净利润变动情况

单位：万元

亿动	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
净利润	564.47	-2,837.40	-5,717.04
其中：股份支付影响	-	-	1,973.58
扣除股份支付净利润	564.47	-2,837.40	-3,743.46

亿动报告期的净利润在扣除股份支付的影响后，呈现亏损缩减并实现盈利的趋势。2013 年业务初步开展以来，随着在移动广告业务方面不断积累经验及广告投放量逐年增加，由于规模效应，相关的费用及成本并未随收入同比增长，亏损逐年缩小，并在 2015 年 1-7 月取得盈利。

(2) 亿动报告期内亏损原因

①亿动所处的移动互联网广告行业目前处于行业发展的早期，随着广告主对移动互联网广告营销的不断认知，广告主习惯的不断养成，在移动端投放总量将不断扩大，在整个行业到达成熟期之前将会存在一个快速增长的过程。

伴随着整个行业的高速发展，多盟从成立至今，一直专注于移动互联网营销

推广业务，致力于技术的创新、广告主体体验的改进、市场份额的抢占和市场优势地位的巩固。亿动在新技术、新业务和新客户的拓展方面进行了大量投入，导致报告期内内处于亏损状态。

②从亿动的期间费用表中可以看出，人员成本是期间费用中占比最大的部分。互联网广告行业属于智力密集型行业，需要持续大量优秀人员的供给，为了形成对核心员工的激励和绑定，公司在报告期内均由于员工激励进行了股份支付的会计处理，形成了较大金额的管理费用，在一定程度上影响了财务报表层面的盈利状况。

③随着移动互联网广告市场的不断高速增长，亿动将可能取得营业收入的爆发性增长，同时由于规模效应，部分成本及期间费用将不会随收入同比增长，两家公司盈利能力将显著增强。同时，随着公司业务模式的不断推陈出新，DSP业务以及海外业务的不断拓展，营业收入将获得新的增长点，盈利能力也将进一步加强。

（3）多盟、亿动的未来盈利能力的预测可实现性（多盟和亿动统一阐述）

亿动未来盈利能力的预测可实现性参见本节“六、标的子公司盈利能力分析——多盟（多盟开曼和多盟智胜）”之“（三）利润表项目变化分析”之“7、净利润”之“（3）多盟、亿动的未来盈利能力的预测可实现性”。

（四）报告期内毛利率情况分析

报告期内，亿动主要从事的是移动营销业务，其毛利情况具体如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
应用推广业务毛利额	2,403.46	1,993.89	1,572.02
应用推广业务毛利率	6.14%	8.26%	8.00%
品牌推广业务毛利额	1,393.99	2,074.55	1,167.96
品牌推广业务毛利率	10.91%	19.40%	16.11%
综合毛利额	3,797.46	4,068.45	2,739.97
综合毛利率	7.31%	11.68%	10.19%

报告期内,亿动 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-7 月的毛利额分别为 2,739.97 万元、4,068.45 万元、3,797.46 万元,2014 年度毛利额相比 2013 年度大幅提高系因收入增加所致;各期毛利率分别为 10.19%、11.68%、7.31%。

亿动的品牌推广业务包括通过 Premiummad 平台对接 Hero apps 和通过 Smartmad 平台对接长尾应用, Premiummad 平台的毛利率要低于 Smartmad 平台的毛利率。2015 年起,随着品牌客户从通过长尾应用推广更多转向通过优质媒体推广,亿动的 Premiummad 业务的占比上升,而综合而言品牌推广业务的毛利率下降。Smartmad 平台业务,亿动通过赚取 CPC 差价盈利,亿动需要给客户返点,但不会获得供应商返点; Premiummad 平台 (Hero apps) 业务,亿动通过供应商返点盈利,亿动需要给客户返点,也会从供应商处获得返点。

报告期内,亿动品牌业务的收入、成本、毛利明细如下表所示:

单位: 万元

项目		2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
Hero apps/ Premiummad	收入	10,569.16	6,703.40	-
	成本	9,595.09	5,999.26	-
	毛利	974.07	704.14	-
	毛利率	9.22%	10.50%	-
Smartmad	收入	2,210.80	3,990.59	-
	成本	1,790.88	2,620.18	-
	毛利	419.92	1,370.41	-
	毛利率	18.99%	34.34%	-
合计	品牌业务收入	12,779.96	10,694.00	7,250.66
	品牌业务成本	11,385.97	8,619.45	6,082.70
	品牌业务毛利	1,393.99	2,074.55	1,167.96
	品牌业务综合毛利率	10.91%	19.40%	16.11%

注: 亿动的 Premiummad 平台是 2015 年起投入运营, 2014 年时相关的业务更多通过分别对接 Hero apps 来完成, 故而与 Hero apps 收入合并统计; 因 2013 年亿动统计系统未能按照 Smartmad 平台与 Hero apps 拆分, 因此仅列示了品牌广告的合计数。

报告期内, 亿动来自 Hero apps 的供应商返点比例变化不大, 给客户的返点比例也较稳定, 故而 Hero apps 业务的毛利率变化不大; 来自于 Smartmad 业务的毛利率 2015 年 1-7 月下降, 是因为行业竞争加剧, CPC 差价缩小, 故而 Smartmad

业务的毛利下滑毛利率也下降；同时，因为高毛利的 Smartmad 业务占比下滑，品牌业务综合毛利率也下降。

报告期内，亿动的海外推广业务的收入、成本、给客户的返点比例、供应商返点比例明细如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
海外推广业务收入	40,478.01	25,152.86	20,743.76
海外推广业务收入返点（客户返点）	1,322.29	1,023.62	1,093.56
客户返点比例	3.27%	4.07%	5.27%
海外推广业务成本	39,575.46	24,318.31	20,531.15
海外推广业务成本返点（供应商返点）	2,823.20	2,182.96	2,452.97
供应商返点比例	7.13%	8.98%	11.95%
海外推广业务的净收入（客户返点冲减收入）	39,155.72	24,129.24	19,650.20
海外推广业务的净成本（供应商返点冲减成本）	36,752.26	22,135.35	18,078.18
海外推广业务毛利率	6.14%	8.26%	8.00%

报告期内，由于竞争加剧，来自供应商的返点比例持续下降，进而给客户的返点比例也相应下降，亿动的海外推广业务毛利率受供应商返点比例、给客户返点比例等综合影响，供应商返点比例下降将使得亿动毛利率下降，而客户返点比例下降将使得亿动的毛利率上升，综合相关因素影响使得报告期亿动的毛利率分别是 8.00%、8.26%、6.14%。

由于报告期内，低毛利率的海外推广业务的收入比例上升，亿动的总毛利率下降。

亿动属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“I64 互联网和相关服务”。但从行业细分的角度，亿动从事的是移动互联网营销业务中的数字营销，目前并无专门从事与亿动业务完全一致的上市公司。从可比上市公司和上市公司收购的业务与亿动相近的公司等列示可比公司毛利率状况如下：

可比公司	2014 年度	2013 年度
腾信股份（SZ:300392）	18.35%	18.04%

华扬联众（申报 IPO）	-	17.68%
利欧股份(SZ:002131)之互联网业务	17.36%	-
省广股份(SZ:002400)	20.01%	19.04%
百孚思（科达股份（SH:600986）收购）	22.50%	-
顺为广告（麦达数字（SZ:002137）收购）	17.46%	21.86%
奇思广告之互联网整合营销业务（麦达数字（SZ:002137）收购）	17.62%	-
浩耶上海（华谊嘉信（SZ:300071）收购）	6.53%	11.04%
璧合科技（新三板:833451）	14.90%	13.47%
平均数	16.84%	16.86%

由于目前移动互联网营销市场尚处于发展初期，没有统一的行业定价标准，也无完全可相互替代的标准化服务，因此不同企业为开拓市场对于不同客户、服务定价存在差异，导致不同公司的毛利率存在区别。不同年度由于客户、服务类型、商业谈判等结果，故而毛利率也存在一定的波动，这是由于行业初期市场教育、市场开拓所致。

亿动的毛利率相对行业均值略低是因为亿动为进行市场开拓，向客户、供应商进行一定的利益让渡，故而毛利率相对偏低；但随着亿动加入蓝色光标，可以通过整体规模化商业谈判降低媒体采购成本，提升盈利能力；此外，随着亿动为客户提供的营销服务产品的逐渐丰富，将提升亿动的议价能力，随着亿动立足现有业务为客户服务，并向高毛利的业务开拓，有望逐渐提升盈利能力。

经核查，独立财务顾问、会计师认为：亿动现有毛利率水平相对行业均值略低，是因为亿动为进行市场开拓，向客户、供应商进行一定的利益让渡，故而毛利率相对偏低；但随着亿动加入蓝色光标，可以通过整体规模化商业谈判降低媒体采购成本，提升盈利能力；此外，随着亿动为客户提供的营销服务产品的逐渐丰富，将提升亿动的议价能力，随着亿动立足现有业务为客户服务，并向高毛利的业务开拓，有望逐渐提升盈利能力。

九、本次交易对上市公司的持续经营能力影响的分析

（一）本次交易对上市公司盈利能力驱动因素及持续经营能力的影响

蓝色光标是一家为大型企业和组织提供品牌管理与营销传播等综合性服务的专业企业，主营业务为整合数字营销、公共关系、广告创意策划及媒体代理、

活动管理以及国际传播业务。公司自上市以来的并购业务均围绕完善传播服务产业链这一基本目标开展。通过一系列收购活动，公司已能够为客户提供包括互联网、户外、平面、电视等各类媒体的立体整合式品牌传播方案，不断向一流传播集团的目标迈进。

本次交易完成后，多盟、亿动将成为上市公司的全资子公司的控股子公司，对多盟、亿动的收购，将完善上市公司在移动营销领域的布局，进一步提升上市公司为客户提供全面营销服务的能力。

综上，本次收购完成后，公司在移动营销领域的业务实力将得到较大增强，持续经营能力将得到提升，有助于提升上市公司盈利能力和盈利水平，具体体现为：

本次交易完成后，上市公司将拥有多盟的技术优势和产品服务创新能力。多盟整合了智能手机领域最优质的应用以及广告资源，搭建了广告主和应用开发者之间的广告技术服务平台，并借助大规模数据处理的平台优势以及贴近应用开发者的服务模式，为应用开发者提供产品推广服务。多盟致力于为在智能手机平台推广产品、品牌的广告主提供高效的服务。多盟已经开发了全国领先的需求方平台（Demand-side platform），未来将通过这个平台以及公司积累的庞大用户数据，为广告主实现目标受众人群精准投放，提升广告主广告投放的 ROI。本次交易符合公司“数字化”的战略布局，完善了公司在智能营销产业链上很重要的一步。交易完成后，公司将在移动营销领域拥有绝对的技术优势，提高了公司的竞争力以及进入壁垒，也为公司转型成为技术驱动的数字营销公司提供了基础。公司将会通过多盟连接到许多优质的广告媒体资源，如果未来将现有的客户需求与这些广告资源对接，可以很好地发挥此次交易的协同效应。

本次交易完成后，上市公司将拥有亿动移动端的客户资源、海外市场的开拓能力以及团队的能力。亿动是移动广告业务中的领先企业，与公司全产业链布局数字营销行业战略目标深度契合。本次交易不仅可以为公司带来移动端精准投放广告的技术能力，同时也可以为公司带来优质的客户资源。通过此次收购，公司可以在迅速崛起的移动广告市场占领先机，为蓝标业务转型提供一个良好的平

台。亿动不仅可以满足客户在国内品牌推广的需求，还可以为客户在应用中向海外推广他们的品牌或者产品，符合公司“国际化”的战略目标，帮助更多的客户出海，在海外抢占市场份额。本次交易丰富了公司的客户资源也增加了公司的服务内容，增强了公司整合营销能力，提高了公司整体的行业竞争力。

（二）本次交易完成后，上市公司资产负债情况分析

1、资产结构分析

根据备考合并财务报表，假设本次交易于 2014 年 1 月 1 日完成，上市公司 2015 年 7 月 31 日资产情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日
流动资产	
货币资金	253,991.43
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	12,299.24
应收票据	907.11
应收账款	312,507.42
预付款项	26,269.69
应收利息	1,812.89
其他应收款	55,941.33
存货	1,827.15
其他流动资产	1,656.67
流动资产合计	667,212.93
非流动资产	-
可供出售金融资产	134,930.93
长期股权投资	52,982.99
固定资产	10,031.40
无形资产	214,389.08
开发支出	826.72
商誉	504,706.94
长期待摊费用	12,165.47
递延所得税资产	2,071.99
其他非流动资产	320.00
非流动资产合计	932,425.52
资产总计	1,599,638.45

截至 2015 年 7 月 31 日，公司总资产规模达 1,599,638.45 万元，其中流动资产占总资产的比重为 41.71%，非流动资产占总资产的比重为 58.29%。非流动资产中商誉 504,706.94 万元，占资产总额的 31.55%，主要由于公司历次收购造成公司合并财务报表商誉增加。

2、负债结构分析

假设本次交易于 2014 年 1 月 1 日完成，上市公司 2015 年 7 月 31 日负债结构如下：

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日
流动负债	
短期借款	142,554.65
应付账款	177,528.40
预收款项	35,394.83
应付职工薪酬	18,327.00
应交税费	15,876.86
应付利息	6,494.24
其他应付款	66,710.17
一年内到期的非流动负债	19,971.43
其他流动负债	74,966.25
流动负债合计	557,823.83
非流动负债	-
长期借款	141,243.44
长期应付款	71,249.30
递延所得税负债	42,284.01
其他非流动负债	99,437.65
非流动负债合计	354,214.40
负债合计	912,038.23

截至 2015 年 7 月 31 日，公司负债总额为 912,038.23 万元，主要为流动负债。流动负债中，应付账款 177,528.40 万元，占负债总额的 19.47%，应付账款主要系应付供应商款项。

3、资本结构指标分析

根据上市公司 2015 年 7 月 31 日备考财务报表计算的财务指标如下：

资本结构指标	指标值
资产负债率（%）	57.02
流动比率	1.20
速动比率	1.19
流动资产/总资产（%）	41.71
非流动资产/总资产（%）	58.29
流动负债/负债合计（%）	61.16
非流动负债/负债合计（%）	38.84

注：（1）流动比率=流动资产/流动负债；（2）速动比率=速动资产/流动负债；（3）资产负债率=总负债/总资产。

根据备考财务数据，公司 2015 年 7 月 31 日资产负债率为 57.02%，公司流动比率为 1.20、速动比率为 1.19。

上市公司所属行业为证监会分类中的商业服务业，根据同行业上市公司已公告的 2015 年中报报告中的财务信息，剩余 28 家同行业上市公司资本结构指标平均值如下：

资产负债率（%）	流动比率	速动比率	流动资产/总资产（%）	非流动资产/总资产（%）	流动负债/负债合计（%）	非流动负债/负债合计（%）
48.23	1.81	1.58	60.59	39.41	86.64	16.27

注：数据来源：Wind 资讯

根据备考财务数据，公司 2015 年 7 月 31 日资产负债率为 57.02%，同行业平均水平为 48.23%，公司资产负债率高于行业平均值，公司流动比率为 1.20、速动比率为 1.19，均低于行业平均水平，具有一定的偿债风险。

（三）本次交易完成后，上市公司未来经营中的优劣势

本次交易，上市公司通过收购除蓝标投资外其他股东所持蓝瀚科技的股权以及增资蓝瀚科技，实现收购蓝瀚科技持有的多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼股权。交易完成后，多盟、亿动将成为上市公司的全资子公司的控股子公司。多盟、亿动都是移动营销领域的优质公司，本次交易将继续加强上市公司在主营业务领域的实力，进一步完善上市公司细分移动营销市场战略布局、使上市公司获取上述标的公司的优秀团队，提升上市公司研发实力，从而提升上市公司的盈利能力。本次交易仍属上市公司原有经营业务领域的深耕，本次交易完成后，上市公司未来经营中的优劣势如下所示：

1、优势

（1）已搭建起较为完善的移动互联智能营销产业链条与领先的行业地位

蓝色光标是中国数字营销行业的龙头，业务布局完善，转型成效显著，2015年在数字化方面推出了BlueMP企业版，公司在移动媒体资源端的合作进展迅速。未来，公司的电商、移动营销、大数据依然是业务的重中之重。公司目标是为企业打造移动互联时代的智能营销生态系统，帮助企业整合PC互联网及传统渠道营销工作，构建全面的商业智能管理平台。蓝色光标将通过整合网络提供商、网络接入商、网络体验终端、网络应用及增值技术等在内的移动端数据资源，接通从企业到消费者的营销环路，打造全方位营销链。蓝色光标将发展并整合移动端用户服务应用及产品，发掘精准用户价值，帮助企业构建可持续发展的精准用户市场。

（2）优质的客户资源、研发能力和良好的媒体关系

在移动营销领域，是否能满足客户的需求并通过技术实现在媒体上的优化高效投放至关重要。蓝色光标经过多年的积累已建立起营销领域的行业地位，积累了大量优质的客户资源，并在布局移动营销业务的过程中，与大量优质媒体建立了良好的合作关系。通过本次收购，蓝色光标进一步丰富了自己的客户资源和客户服务能力，提升了移动营销领域智能化营销的研发能力和增强了采购优质媒体的议价能力。

（3）资本市场高度认可，拥有较为丰富的融资渠道

2010年2月26日，北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司公开发行的股票在深圳证券交易所创业板上市。发展至今，蓝色光标获得了资本市场的高度认可，并拥有较强的资金实力和较为有效的资本市场融资渠道。

由于行业发展速度较快，竞争激烈，品牌管理和智能营销行业对各类人才需求旺盛，使从业员工工资水平持续增长，研发成本不断上升。另外，智能营销领域需要基于数据挖掘、智能投放广告等更高效准确的满足客户的需求，这都带来研发成本的进一步提升。此外，移动营销服务是基于移动App开展的，相关的

媒体采购成本较高，这也对其他竞争者形成了进入壁垒。

上市公司拥有较强的资金实力，在资本市场的高度认可度使其拥有丰富而有效的融资渠道，能够满足移动营销领域媒体采购、研发升级等的资金需求。

2、劣势

上市公司业务线的快速发展、经营规模的迅速增长，对管理层的管理水平与经营能力提出了更高的要求。如果公司管理层的管理水平不能满足公司规模扩张的需要，组织架构及管理制度不能随公司规模的扩大而及时完善，将在一定程度上降低公司的运作效率，削弱公司的行业竞争力。

（四）本次交易完成后，上市公司的财务安全性分析

以 2015 年 7 月 31 日为对比基准日，本次交易完成前后上市公司偿债能力指标对比情况如下所示：

财务指标	备考数	实际数
资产负债率（%）	57.02	64.52
流动比率	1.20	1.19
速动比率	1.19	1.18

假设本次交易于 2014 年 1 月 1 日完成，截至 2015 年 7 月 31 日，本公司的资产负债率为 57.02%、流动比率及速动比率为 1.20、1.19，与交易完成前相比，公司资产负债率下降、流动比率及速动比率上升。截至 2015 年 7 月 31 日，上市公司不存在需要披露的重大承诺事项。

目前公司资产负债率处于较为合适的水平，公司流动比率、速动比率适中，具有一定的偿债风险。本次收购未对上市公司的财务安全性产生重大影响。

十、本次交易对上市公司未来发展前景的影响

（一）本次交易的整合计划及对上市公司未来发展的影响

本次重组交易完成后，上市公司与标的公司子公司的整合计划主要包括以下几个方面：

1、财务、人员和机构整合计划

第一，在财务方面，交易完成后多盟、亿动将成为上市公司的控股子公司，将纳入上市公司管理体系，严格执行上市公司包括但不限于财务制度、内控制度、资金管理制度、预算制度、审计制度、信息披露制度等相关财务制度，同时上市公司也将根据多盟、亿动的经营特点保持财务整合的灵活性，以达到公司在经营活动、投资、融资等活动上统一规划。

第二，在人员方面，首先上市公司通过多盟、亿动创始人股东及核心股东的任职期限承诺、竞业禁止承诺等条款的设置稳定了核心员工；其次在业务人员和技术人员层面，上市公司将保持多盟、亿动现有业务团队的稳定，并通过上市公司的移动互联网业务部门，协调处理与多盟、亿动各个层面的业务协同合作事宜；最后在激励机制方面，上市公司在整合初期将保持多盟、亿动激励机制的独立性，并在人才招聘、培训等方面给予经验和技术支持。

第三，在机构方面，上市公司在交易后将保持多盟、亿动的独立法人架构。亿动董事席共 5 位，其中 3 位来自于上市公司，分别为熊剑、潘安民和曲波；2 位来自于亿动，分别为亿动创始人马良骏及其妻子孙慧真。亿动管理层团队将保持原管理团队，均已与亿动信息签署自 2015-2019 年的 4 年期劳动合同及 2 年的竞业禁止协议。多盟董事席共 3 位，均来自于上市公司，分别为熊剑、潘安民和曲波。

根据蓝标投资与齐玉杰、边嘉耕、王鹏云、张鹤于 2015 年 6 月 8 日签订的《股权转让协议》：（1）齐玉杰已与多盟智胜签署一份合同期至 2019 年 6 月 30 日的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期两年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书；（2）边嘉耕、王鹏云、张鹤已分别与多盟智胜签署一份合同期限为自转让协议签署日起三年的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期两年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书；（3）其他核心员工分别与多盟智胜签署一份合同期限为自转让协议签署日起三年的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期一年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书。

根据亿动与蓝标投资签署的协议，亿动的创始人股东马良骏与亿动签署了 5

年的雇佣协议和 2 年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书，亿动的核心管理层员工 Clement Huang、阮长俊、王悦与亿动签署了 4 年的雇佣协议和 2 年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书。若马良骏早于 2018 年 12 月 31 日主动离职，则需将其拥有的剩余股份全部以零对价由亿动回购，并将从蓝瀚科技获得的全部现金返还给蓝瀚科技（包括蓝瀚科技于第一步交易支付给马良骏的全部现金）。若任一核心管理层员工早于 2018 年 12 月 31 日主动离职，应将其届时持有的亿动股权的一部分以零对价由亿动回购，回购的比例是 $25\% \times (2018 - \text{其离职时对应的年份})$ 。若马良骏于在 2019 年期间离职，则需要将其从蓝瀚科技获得的全部现金的 20% 返还给蓝瀚科技。若马良骏违反了离职后 2 年的竞业禁止协议条款，需要将其从蓝瀚科技获得的全部现金的 50% 返还给蓝瀚科技；若任一核心管理层员工违反了离职后 2 年的竞业禁止协议条款，需要将其从蓝瀚科技获得的全部现金的 30% 返还给蓝瀚科技。

此外，如果蓝色光标推出新的员工股权激励计划，多盟、亿动的核心管理层员工均可参加。

2、业务方面的整合

经整合后，上市公司及多盟、亿动在移动互联领域的业务将各有侧重。上市公司将从客户及业务层面将客户的需求做分工整合。未来多盟将主要提供以程序化购买为核心的移动互联营销服务；上市公司和亿动将主要服务于品牌客户和海外推广客户，提供基于方案创意设计的移动营销整体解决方案，上市公司和亿动各自均积累了优质的客户资源，未来在客户运营端将保持独立。

3、供应商方面的整合

本次交易完成后，上市公司对三方的核心供应商和采购渠道进行整合，增强采购中的议价能力，发挥规模采购的优势，降低采购成本。在媒体资源采购方面上市公司、多盟、亿动进行集中采购，有效节约成本。

4、后台管理方面的整合

本次交易完成后，多盟、亿动将成为上市公司的控股子公司，其在财务、法

务、人力资源管理、运营合规性等方面均需达到上市公司的标准，上市公司将参照公司原有的后台管理制度和工作流程对标的公司相应职能部门进行调整和整合。

通过以上几方面的整合，上市公司可以完成对标的公司的有效整合，确保本次重组交易实现双方的协同效应。

2015年9月15日，上市公司正式与美国最大的服务社区网站 Facebook 达成战略合作，成为其中国区顶级广告代理商，代理范围包括品牌、游戏、电商、工具等全品类行业。上市公司成为 Facebook 在中国的第三家代理商，这是因为上市公司整合了多盟、亿动等自身平台资源，以综合实力脱颖而出成为 Facebook 战略合作伙伴。

上市公司也将立足蓝色光标移动互联的 Facebook 广告中国区代理身份，整合多盟推出的 Facebook social 广告产品和亿动的应用海外推广业务，为中国品牌赢战海外市场提供有力支持。

（二）上市公司在交易当年及未来两年拟执行的发展计划

上市公司将继续推进“数字化”、“国际化”发展战略，不断完善智能营销传播服务链条。在公司传统业务持续稳步发展的同时，不断发展战略新兴业务，为公司取得智能营销市场龙头地位增添有力支撑。

传统业务方面，公司将继续与各类优质资源展开深度合作，在原有资源资产上开拓新媒体投放渠道和新合作方式。在数字营销业务方面，公司基于自有优势，围绕“客户”+“服务及产品”+“数据”三大核心，通过内生+外延式发展，不断完善以传播数据模型化的可预测、可精准、可评估为基础的多场景、开放式、高互动的多层次复合型智能整合营销传播服务链。

上市公司将在对二家领先移动广告服务提供商多盟和亿动的收购基础上，大力推动基于大数据的 BlueView 智能营销系统。公司将立足于国内业务、国际业务、战略新兴业务三大版块，为客户提供全面智能的营销服务，不断提升对客户的服务质量，保持公司在营销领域的优势地位，打造公司的国内国际知名度。

十一、本次交易对上市公司当期每股收益等财务指标和非财务指标影响的分析

（一）本次交易对上市公司财务指标的影响

本次交易前后，公司每股收益指标变动如下：

单位：元

指标	本次交易前	本次交易后	增长幅度
2015 年 1-7 月基本每股收益	0.027	0.0025	-90.75%

公司本次收购涉及的标的公司为多盟及亿动，由于 2015 年 1-7 月多盟净利润为负，故交易完成后上市公司 2015 年 1-7 月备考报表的每股收益有所降低。

本次交易完成后，上市公司备考合并报表的 2015 年 1-7 月每股收益存在摊薄情形，有关填补被摊薄即期回报的措施及安排如下：

1、实现公司战略目标，完善上市公司传播服务链条

本次交易是上市公司实施外延式发展战略的重要步骤之一，多盟和亿动均为移动互联网营销领域的领先企业，与公司推进“数字化”、“国际化”战略、搭建全产业链布局数字营销行业战略目标深度契合。通过本次交易，上市公司将增加在移动互联网营销领域的服务内容，原有的以公共关系、广告服务为主的传播服务链条得以完善。上市公司将能够为客户提供包括互联网、户外、平面、电视等各类媒体的立体整合式品牌传播方案，向一流传播集团的目标又迈进了一步。

2、加速产业整合，重点布局移动广告

移动广告是公司自 2014 年下半年开始重点布局的新业务板块。随着人们在移动设备上花的时间越来越长，广告主越来越希望可以通过某种途径更准确的找到适合他们产品的用户来精准的投放广告。

一方面，DSP 和用户数据的完美结合为广告主带来了他们渴望的解决方案。DSP 通过对用户数据的分析，在每次广告展示的之前都会判断这个用户是否适合这款产品，如果适合系统会自动竞价投放，如果不适合系统则会放弃投放广告，

实现成本节约。因此，DSP 为广告主带来了更精准投放的同时降低了广告费用。多盟、亿动在过去几年中已经积累了可观的移动广告领域用户数据，并且拥有自主开发的 DSP，这两方面均是本次收购的主要诉求。

另一方面，基于中国移动应用发展的特点，优质媒体可以实现广告主品牌的较广范围曝光，广告主希望通过移动营销服务便捷高效的在优质媒体上投放广告。亿动的 PremiumMad 平台系为广告主提供优质媒体广告投放的一站式平台，并可为品牌广告主提供优质的移动营销全方案设计与执行。本次收购完成后，上市公司将在移动营销领域形成超前的、领先的技术优势，客观的、大量的用户数据和全面的移动营销解决方案，大大提高公司在移动广告领域的竞争力以及进入壁垒，也将为公司转型成为技术驱动的数字营销公司提供扎实基础。

3、整合优质媒体资源和客户资源，充分发挥协同效应

经过多年发展，多盟和亿动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，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，有效提升上市公司与标的企业各自的客户群和客户行业覆盖度，增加公司的服务内容，增强公司整合营销能力，提高公司整体的行业竞争力。

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。多盟和亿动可以帮助上市公司获取到更多优质的广告媒体资源，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。

同时，亿动的海外业务亦会加强公司在海外推广客户品牌或者产品的能力，符合公司“国际化”战略目标，帮助更多客户出海，在海外抢占市场份额。

4、进一步完善利润分配政策特别是现金分红政策，优化投资回报机制

本公司已经按照《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》及其他相关法律、法规和规范性

文件的要求修订了《公司章程》，进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则，强化了中小投资者权益保障机制；本次发行完成后，公司将严格执行现行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，努力提升对股东的回报。

根据上市公司历史年度财务数据及上市公司为本次交易编制的备考合并财务报表，截至 2015 年 7 月 31 日本次交易前后上市公司的资产、负债情况如下：

项目	2015 年 7 月 31 日		
	本次交易前	本次交易后	增长幅度
资产总计（万元）	1,308,105.93	1,599,638.45	22.29%
负债总计（万元）	843,389.89	912,038.23	8.14%
资产负债率（合并口径）	64.47%	57.02%	

本次交易完成后，上市公司资产增加 22.29%，负债增加 8.14%，资产负债率较本次交易前略有下降，不会增加上市公司财务风险，本次交易不会导致上市公司大量增加负债。

根据上市公司历史年度财务数据及上市公司为本次交易编制的备考合并财务报表，2015 年 1-7 月本次交易前后上市公司的盈利情况如下：

单位：万元

2015 年 1-7 月盈利情况	本次交易前	本次交易后	增长幅度
营业总收入	411,284.43	494,029.97	20.12%
营业收入	411,284.43	494,029.97	20.12%
营业利润	12,202.08	8,059.56	-33.95%
利润总额	12,710.79	8,674.95	-31.75%
净利润	5,966.65	1,363.88	-77.14%
归属于母公司所有者的净利润	5,219.10	531.72	-89.81%

本次交易完成后，上市公司本期营业总收入和营业收入有较大幅度提升，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有不同程度的降低，随着未来多盟的利润逐渐转正、上市公司对收购标进行整合、协同效应逐步显现，预期未来上市公司的营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司所有者的净利

润等财务指标将均有所改善。

（二）本次交易对上市公司未来资本性支出的影响及融资计划

本次交易上市公司拟向建信基金和刘鸿非公开发行股份募集配套资金，所募集配套资金用于支付本次交易的现金对价、支付收购多盟的第二期股权转让款、偿还银行贷款以及上市公司移动互联媒体采购项目。如果配套募集资金能够按照计划成功募集，将足以支付本次交易的现金对价，本次交易将不会对上市公司未来资本支出及融资计划产生影响。

（三）本次交易职工安置方案及执行情况

本次交易中，上市公司收购的资产为多盟 95%股权（包括多盟开曼 100%股权、多盟智胜 95%股权）和亿动开曼 54.77%股权，不涉及职工安置方案事宜。

（四）本次交易成本对上市公司的影响

本次交易涉及的税负成本由相关责任方各自承担，中介机构费用等按照市场收费水平确定，上述交易成本不会对上市公司造成重大不利影响。

第十二节 财务会计信息

一、标的公司财务报告

（一）蓝瀚科技备考财务报告

天职国际对蓝瀚科技编制的备考 2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月财务报表及附注进行了审计，并出具了天职业字[2015]14975 号备考审计报告。

1、备考财务报表的编制基础与编制方法

（1）编制基础

蓝瀚科技系为并购多盟开曼 100%股权、多盟智胜 95%股权及亿动开曼 54.77%股权（以上合称“标的公司”）成立。本备考合并财务报表系以交割日后的资产、业务架构为基础，视同标的公司在 2014 年 1 月 1 日即纳入蓝瀚科技合并范围，对可比财务数据进行模拟调整，并对纳入合并范围的内部交易、内部往来余额进行抵销后编制。

本备考合并财务报表系基于非同一控制下的企业合并的原则编制而成，蓝瀚科技在编制备考合并报表时，按照股权转让协议确定的收购对价确认长期股权投资成本，将未支付对价增加公司的资本公积。鉴于蓝瀚科技对标的公司尚未达到控制条件，故以 2015 年 7 月 31 日的标的公司的账面净资产为可辨认净资产的公允价值。备考合并财务报表中列报的商誉，直接以长期股权投资成本与经审计确定的 2015 年 7 月 31 日可辨认净资产公允价值之间的差额确定。

（2）编制方法

合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由蓝瀚科技按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

在报告期内因同一控制下企业合并增加子公司，编制合并财务报表时，调整合并资产负债表的期初数，将该子公司合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，并将现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内因非同一控制下企业合并增加子公司，编制合并财务报表时，不调整合并资产负债表的期初数，将该子公司购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，并将现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内处置子公司，编制合并财务报表时，不调整合并资产负债表的期初数，将该子公司期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表，并将现金流量纳入合并现金流量表。

2、资产负债表

单位：万元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
货币资金	29,101.24	21,102.13	11,914.35
应收票据	5.00	-	-
应收账款	47,893.71	35,229.16	15,595.88
预付款项	2,273.52	1,398.74	447.34
	-	-	4.24
其他应收款	8,535.18	4,575.17	3,861.77
其他流动资产	1,656.67	224.96	219.67
流动资产合计	89,465.33	62,530.17	32,043.26
长期股权投资	730.49	577.64	277.55
固定资产	318.66	300.53	225.22
无形资产	550.71	56.42	54.35
商誉	202,570.01	202,570.01	202,570.01
长期待摊费用	-	27.11	93.04
非流动资产合计	204,169.87	203,531.70	203,220.16
资产总计	293,635.19	266,061.87	235,263.43
短期借款	1,829.14	1,179.69	2,109.69
应付账款	36,471.71	28,989.10	18,896.44
预收款项	1,953.85	1,496.19	488.61
应付职工薪酬	3,547.58	3,657.57	2,341.19
应交税费	2,432.71	1,614.21	430.36

应付利息	41.76	2.06	3.91
其他应付款	24,474.28	3,486.27	5,245.60
流动负债合计	70,751.02	40,425.09	29,515.80
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	70,751.02	40,425.09	29,515.80
归属于母公司所有者权益	220,869.74	226,173.79	205,063.29
少数股东权益	2,014.44	-537.01	684.34
所有者权益合计	222,884.18	225,636.78	205,747.63
负债及所有者权益合计	293,635.19	266,061.87	235,263.43

3、利润表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	85,901.70	89,990.88	43,498.65
其中：营业收入	85,901.70	89,990.88	43,498.65
二、营业总成本	90,197.12	95,959.88	52,426.56
其中：营业成本	76,954.88	76,211.69	37,526.85
营业税金及附加	411.94	594.46	343.11
销售费用	4,833.22	8,280.07	5,874.59
管理费用	7,960.77	10,516.94	8,708.47
财务费用	-163.67	272.02	1.00
资产减值损失	199.97	84.69	-27.47
投资收益	152.90	299.52	106.83
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	152.90	299.52	106.83
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	-4,142.52	-5,669.48	-8,821.07
加：营业外收入	106.67	85.94	20.13
其中：非流动资产处置利得	-	0.03	0.12
减：营业外支出	-	106.39	9.99
其中：非流动资产处置损失	-	0.04	9.97
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	-4,035.84	-5,689.92	-8,810.93
减：所得税费用	566.93	31.04	-
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	-4,602.78	-5,720.97	-8,810.93
归属于母公司所有者的净利润	-4,687.37	-4,487.33	-6,210.13
少数股东损益	84.60	-1,233.64	-2,600.80

4、本次交易拟采取的会计处理方法和会计原则

根据蓝色光标本次发行股份购买资产方案，蓝色光标与深圳平安大华汇通财

富管理有限公司（以下简称“平安大华”）、北京京东世纪贸易有限公司（以下简称“京东”）、西藏东方企慧投资有限公司（以下简称“西藏东方”）、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰（以下合称“自然人”）共同出资组建蓝瀚（上海）科技有限公司（以下简称“蓝瀚科技”），用于收购 Domob Limited（以下简称“多盟开曼”）100.00%股权、多盟智胜网络技术（北京）有限公司（以下简称“多盟智胜”）95.00%股权及 Madhouse Inc.（以下简称“亿动”）54.77%股权。同时蓝色光标以发行股份及支付现金方式购买平安大华、京东、西藏东方以及自然人持有的蓝瀚科技 96.3158%股权。

目前蓝瀚科技收购多盟开曼 100%股权、多盟智胜 95%股权及亿动 54.77%股权已经完成，该交易构成非同一控制下企业合并，根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》的相关规定，蓝瀚科技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。蓝瀚科技聘请评估师对多盟开曼、多盟智胜及亿动开曼在收购日的可辨认资产、负债进行评估，并以收购对价与评估确认后可辨认净资产公允价值对应比例的差额确认为商誉。

在对蓝瀚科技的会计处理层面，根据本次交易安排，蓝瀚科技系为收购多盟和亿动专门设立的持股平台，本次蓝色光标发行股份及支付现金购买资产实际标的公司为多盟开曼、多盟智胜和亿动。因此应站在蓝色光标与蓝瀚科技合并财务报表层面，将其作为一个统一发行方的角度对平安大华、京东、西藏东方以及自然人持有的股权进行考虑，因此适用《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2014 年修订）的规定。

根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2014 年修订）的规定，如果企业不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。根据蓝色光标与平安大华签署的《增资协议》及《远期回购协议》，平安大华在投资到期后有权选择退出，发行方（蓝瀚科技\蓝色光标）无任何条件避免向其偿付现金的义务，因此满足金融负债的定义，蓝色光标回购股份前应在合并报表层面将平安大华支付的出资款作为金融负债处理，按照协议约定计算的利息溢价款应计入蓝色光标财务报表中的财务费用。

根据方案，京东、西藏东方及自然人持有的蓝瀚科技股权，蓝色光标需以发

行股份购买资产方式予以回购。根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2014 年修订）的规定，如果发行的金融工具须用或可用企业自身权益工具结算，需要考虑用于结算该工具的企业自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有人享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。根据整体交易安排可以判断，京东、西藏东方及自然人以蓝色光标股权结算持有的蓝瀚科技股权，明显是为了享有蓝色光标在扣除所有负债后的资产中的剩余权益，而并非作为现金或其他金融资产的替代品。同时蓝色光标交付权益工具的数量已基本确定，未来没有义务交付可变数量的自身权益工具进行结算，因此京东、西藏东方及自然人持有的蓝瀚科技股权在蓝色光标合并层面应作为权益工具进行处理，确认为少数股东权益。

综上所述，蓝瀚科技收购多盟开曼、多盟智胜及亿动股权应做非同一控制下企业合并处理，在购买日按照收购对价与被收购方可辨认净资产的差额确认商誉；蓝色光标应自蓝瀚科技注册资本增加至 19 亿元时起以 56.3116%（蓝色光标 3.68%+平安大华 52.6316%）股权比例对其进行合并，在本次发行股份购买资产交易完成后以 100%比例对蓝瀚科技进行合并。

经核查，独立财务顾问和会计师认为蓝色光标本次交易采取的会计处理方法和会计原则符合相关会计准则的要求。

（二）多盟财务报告

天职国际对多盟编制的 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月财务报表及附注进行了审计，并出具了天职业字[2015]13112 号审计报告，天职国际认为：

多盟公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了多盟公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 7 月 31 日的财务状况及合并财务状况，2013 年度、2014 年度及 2015 年 1-7 月的经营成果和现金流量及合并经营成果和合并现金流量。

1、报告期内合并报表范围及变化情况

报告期内纳入合并财务报表范围的子公司具体如下：

子公司全称	持股比例	表决权比例	取得方式
多盟无限网络技术（北京）有限公司	100%	100%	设立
多盟智胜网络技术（北京）有限公司（注）			设立
多盟睿达有限公司	100%	100%	设立
多盟睿达科技（中国）有限公司	100%	100%	设立
多盟睿达科技（中国）有限公司北京分公司	100%	100%	设立
睿达智胜有限公司	100%	100%	设立
睿达智胜科技（上海）有限公司	100%	100%	设立
睿达智胜科技（上海）有限公司北京分公司	100%	100%	设立

注：本公司所属全资子公司多盟无限网络技术（北京）有限公司（以下简称“多盟无线”）与自然人齐玉杰、王鹏云、张鹤、边嘉耕（以下合称“自然人股东”）签署借款协议，由自然人股东利用借款设立多盟智胜网络技术（北京）有限公司（以下简称“多盟智胜”）。多盟无线与自然人股东及多盟智胜签订了授权委托书、独家业务合作协议、股权质押合同、技术服务合同等一系列协议，从而取得对多盟智胜的抵押权、投票权、经营控制权等，并通过参与多盟智胜的相关活动而享有可变回报，且有能力运用对多盟智胜的权力影响其回报金额。根据上述协议，本公司在本财务报表期间可以控制多盟智胜，因此将其纳入合并范围。

多盟经审计的 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月财务报表如下：

2、资产负债表简表

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	27,767.47	18,023.43	4,878.61
应收票据	5.00	-	-
应收账款	22,313.47	22,521.29	7,821.10
预付款项	1,876.46	1,222.00	257.43
应收利息	-	-	4.24
其他应收款	932.02	1,030.76	58.95
其他流动资产	1,200.00	-	-
流动资产合计	54,094.42	42,797.48	13,020.32
非流动资产：			
固定资产	291.34	272.31	189.53
无形资产	4.71	1.54	2.87
非流动资产合计	296.06	273.86	192.40

资产总计	54,390.47	43,071.34	13,212.72
流动负债：	-	-	-
应付账款	14,874.58	14,355.31	6,161.12
预收款项	1,812.23	1,384.34	238.92
应付职工薪酬	1,862.70	2,124.78	843.56
应交税费	548.22	749.78	370.23
其他应付款	13,609.96	172.53	3,913.70
流动负债合计	32,707.69	18,786.75	11,527.53
非流动负债：	-	-	-
应付债券	-	31,723.66	8,059.02
非流动负债合计	-	31,723.66	8,059.02
负债合计	32,707.69	50,510.41	19,586.55
所有者权益：			
股本	1.92	0.83	0.83
资本公积	37,033.02	2,757.95	998.30
其他综合收益	524.08	511.28	452.61
未分配利润	-15,876.24	-10,709.14	-7,825.57
归属于母公司所有者权益合计	21,682.78	-7,439.07	-6,373.82
所有者权益合计	21,682.78	-7,439.07	-6,373.82
负债及所有者权益合计	54,390.47	43,071.34	13,212.72

3、利润表简表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
其中:营业收入	36,324.51	55,167.64	16,597.80
二、营业总成本	41,131.37	58,073.21	19,697.56
其中:营业成本	31,175.15	45,456.90	13,365.97
营业税金及附加	278.85	403.29	252.05
销售费用	3,784.61	6,104.43	3,124.64
管理费用	5,862.04	5,993.20	3,065.38
财务费用	-175.32	76.38	-26.21
资产减值损失	206.05	39.02	-84.27
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	-4,806.86	-2,905.58	-3,099.76
加:营业外收入	106.67	55.17	5.91
减：营业外支出		33.16	0.04

其中:非流动资产处置损失		0.04	0.04
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	-4,700.20	-2,883.56	-3,093.89
减：所得税费用	466.91		
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	-5,167.11	-2,883.56	-3,093.89
其中:被合并方在合并前实现的净利润			
归属于母公司所有者的净利润	-5,167.11	-2,883.56	-3,093.89
六、其他综合收益的税后净额	12.80	58.67	287.79
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	12.80	58.67	287.79
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益	12.80	58.67	287.79
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
2.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-
4.现金流量套期损益的有效部分	-	-	-
5.外币财务报表折算差额	12.80	58.67	287.79
6.其他	-	-	-
七、综合收益总额	-5,154.31	-2,824.90	-2,806.10
归属于母公司所有者的综合收益总额	-5,154.31	-2,824.90	-2,806.10

4、现金流量表简表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	38,487.99	48,112.26	12,926.55
收到的税费返还	-	-	3.35
收到其他与经营活动有关的现金	619.65	1,650.68	4,259.66
经营活动现金流入小计	39,107.64	49,762.94	17,189.57
购买商品、接受劳务支付的现金	31,740.36	42,754.21	10,346.21
支付给职工以及为职工支付的现金	5,910.13	6,433.53	3,344.04
支付的各项税费	1,916.85	1,727.16	665.60

支付其他与经营活动有关的现金	1,902.65	6,055.46	1,834.02
经营活动现金流出小计	41,470.00	56,970.36	16,189.87
经营活动产生的现金流量净额	-2,362.36	-7,207.42	999.70
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	0.11	0.16
投资活动现金流入小计	-	0.11	0.16
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	118.23	252.54	87.24
支付其他与投资活动有关的现金	1,200.00	-	-
投资活动现金流出小计	1,318.23	252.54	87.24
投资活动产生的现金流量净额	-1,318.23	-252.43	-87.09
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	20,575.93	-
收到其他与筹资活动有关的现金	13,258.67	-	-
筹资活动现金流入小计	13,258.67	20,575.93	-
筹资活动现金流出小计	-	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	13,258.67	20,575.93	-
四、汇率变动对现金的影响	165.96	28.74	-38.33
五、现金及现金等价物净增加额	9,744.04	13,144.82	874.28
加：期初现金及现金等价物的余额	18,023.43	4,878.61	4,004.33
六、期末现金及现金等价物余额	27,767.47	18,023.43	4,878.61

（三）亿动财务报告

天职国际对亿动编制的 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月财务报表及附注进行了审计，并出具了天职业字[2015]12619 号审计报告，天职国际认为：亿动开曼公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了亿动开曼公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 7 月 31 日的合并财务状况，2013 年度、2014 年度及 2015 年 1-7 月的合并经营成果和合并现金流量。

1、报告期内合并报表范围及变化情况

亿动合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，包括亿动及全部子公司的财务报表。子公司，是指被亿动控制的企业或主体。

纳入合并范围的子公司共 11 户，具体包括：

子公司全称	持股比例（%）		表决权比例（%）	取得方式
	直接	间接		
上海亿动信息技术有限公司	100.00		100.00	设立
上海弈动广告有限公司（注）	100.00		100.00	设立
上海亿动商道广告有限公司（注）	100.00		100.00	设立
北京联拓互动广告传媒有限责任公司（注）	100.00		100.00	设立
Madhouse Inc.(BVI)	100.00		100.00	设立
亿动广告传媒有限公司	100.00		100.00	设立
Singmadhouse Pte.ltd.	100.00		100.00	设立
上海竞道广告有限公司	100.00		100.00	设立
天津创事广告传媒有限公司	100.00		100.00	设立
香港商亿动广告传媒有限公司台湾分公司	100.00		100.00	设立
Adfront Limited	100.00		100.00	设立

注：本公司所属全资子公司上海亿动信息技术有限公司（以下简称“亿动信息”）通过与自然人王莹、王云海（以下合称“自然人股东”）签署借款协议，设立了北京联拓互动广告传媒有限责任公司（以下合称“被投资公司”），与自然人王海峰、张惠君（以下合称“自然人股东”）签署借款协议，设立了上海弈动广告有限公司、上海亿动商道广告有限公司（以下合称“被投资公司”）。亿动信息与自然人股东及被投资公司分别签订了独家业务合作协议、股权质押合同、技术服务合同等一系列协议，从而取得对被投资公司的抵押权、投票权、经营控制权等，并通过参与被投资公司的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资公司的权力影响其回报金额。2015年6月11日，自然人股东与本公司全资子公司上海竞道广告有限公司（以下简称“上海竞道”）签署股权转让协议，将持有的被投资公司100%股权转让给上海竞道。根据上述控制协议及股权转让协议，本公司在本财务报表期间可以控制被投资公司，因此将其纳入合并范围。

亿动经审计的2013年、2014年、2015年1-7月财务报表如下：

2、资产负债表

单位：万元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产			
货币资金	1,294.43	3,078.70	7,035.75
应收账款	25,580.25	12,707.87	7,774.78
预付款项	397.06	176.74	189.91
其他应收款	7,603.16	3,544.41	3,802.83
其他流动资产	456.67	224.96	219.67
流动资产合计	35,331.57	19,732.69	19,022.94
非流动资产			

长期股权投资	730.49	577.64	277.55
固定资产	27.32	28.21	35.69
无形资产	545.99	54.88	51.48
长期待摊费用	-	27.11	93.04
非流动资产合计	1,303.80	687.83	457.75
资产总计	36,635.37	20,420.52	19,480.70
流动负债			
短期借款	1,829.14	1,179.69	2,109.69
应付账款	21,597.12	14,633.79	12,735.32
预收款项	141.62	111.85	249.69
应付职工薪酬	1,684.87	1,532.79	1,497.63
应交税费	1,884.49	864.42	60.13
应付利息	41.76	2.06	3.91
其他应付款	7,814.29	3,413.74	1,331.89
流动负债合计	34,993.29	21,738.34	17,988.27
非流动负债	-	-	-
应付债券	-	17,685.33	17,620.85
其中:优先股	-	17,685.33	17,620.85
非流动负债合计	-	17,685.33	17,620.85
负债合计	34,993.29	39,423.67	35,609.12
所有者权益	-	-	-
股本	15.10	2.03	2.03
资本公积	22,620.25	2,014.67	2,014.67
其他综合收益	1,175.65	1,713.55	1,750.87
未分配利润	-22,168.93	-22,733.39	-19,895.99
归属于母公司所有者权益合计	1,642.08	-19,003.15	-16,128.42
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	1,642.08	-19,003.15	-16,128.42
负债及所有者权益合计	36,635.37	20,420.52	19,480.70

3、利润表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
其中:营业收入	51,935.68	34,823.24	26,900.86
二、营业总成本	51,424.10	37,886.66	32,729.00

其中:营业成本	48,138.22	30,754.79	24,160.88
营业税金及附加	133.09	191.17	91.07
销售费用	1,048.62	2,175.64	2,749.95
管理费用	2,098.73	4,523.74	5,643.09
财务费用	11.52	195.65	27.20
资产减值损失	-6.08	45.67	56.80
投资收益	152.90	299.52	106.83
其中:对联营企业和合营企业的投资收益	152.90	299.52	106.83
三、营业利润(亏损以“-”号填列)	664.48	-2,763.90	-5,721.30
加:营业外收入	0.01	30.77	14.21
其中:非流动资产处置利得	-	0.03	0.12
减: 营业外支出	-	73.23	9.95
其中:非流动资产处置损失	-	-	9.93
四、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	664.49	-2,806.36	-5,717.04
减: 所得税费用	100.02	31.04	-
五、净利润(净亏损以“-”号填列)	564.47	-2,837.40	-5,717.04
归属于母公司所有者的净利润	564.47	-2,837.40	-5,717.04
少数股东损益	-	-	-
六、其他综合收益的税后净额	-537.90	-37.32	224.98
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-537.90	-37.32	224.98
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.重新计量设定收益计划净负债或净资产的变动	-	-	-
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益	-537.90	-37.32	224.98
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
2.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
3.持有至到期投资重分类为可	-	-	-

供出售金融资产损益			
4.现金流量套期损益的有效部分	-	-	-
5.外币财务报表折算差额	-537.90	-37.32	224.98
6.其他	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	26.56	-2,874.72	-5,492.07
归属于母公司所有者的综合收益总额	26.56	-2,874.72	-5,492.07
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

4、现金流量表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	38,890.69	34,989.44	32,823.56
收到其他与经营活动有关的现金	2,121.41	779.39	6,721.47
经营活动现金流入小计	41,012.10	35,768.82	39,545.04
购买商品、接受劳务支付的现金	40,954.57	29,729.37	25,383.67
支付给职工以及为职工支付的现金	2,832.18	5,735.64	5,712.49
支付的各项税费	351.05	18.10	85.74
支付其他与经营活动有关的现金	1,912.02	3,798.00	8,879.47
经营活动现金流出小计	46,049.82	39,281.11	40,061.37
经营活动产生的现金流量净额	-5,037.72	-3,512.29	-516.33
二、投资活动产生的现金流量：	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	0.17
投资活动现金流入小计	-	-	0.17
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	6.95	29.92	164.62
投资活动现金流出小计	6.95	29.92	164.62
投资活动产生的现金流量净额	-6.95	-29.92	-164.45
三、筹资活动产生的现金流量：	-	-	-
吸收投资收到的现金	3,062.78	-	4,332.63
取得借款收到的现金	1,149.64	2,049.69	4,680.14
筹资活动现金流入小计	4,212.42	2,049.69	9,012.77

偿还债务支付的现金	500.00	2,979.69	3,071.38
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	126.02	128.56	75.45
筹资活动现金流出小计	626.02	3,108.25	3,146.83
筹资活动产生的现金流量净额	3,586.40	-1,058.56	5,865.94
四、汇率变动对现金的影响	-326.00	643.72	-39.49
五、现金及现金等价物净增加额	-1,784.27	-3,957.04	5,145.67
加：期初现金及现金等价物的余额	3,078.70	7,035.75	1,890.08
六、期末现金及现金等价物余额	1,294.43	3,078.70	7,035.75

二、上市公司备考财务报告

假设蓝色光标本次发行股份及支付现金购买资产的交易在 2014 年 1 月 1 日已经完成，蓝色光标编制了备考合并财务报表。天职国际对蓝色光标编制的备考财务报表进行了审阅，出具了“天职业字[2015]第 14974 号”备考审阅报告。

（一）备考财务报表的编制基础与编制方法

本备考财务报表系蓝色光标根据《上市公司重大资产重组管理办法》的规范和要求，假设本次重大资产重组交易于报告期初已经完成，蓝瀚科技自 2014 年 1 月 1 日起即已成为本公司的子公司，多盟、亿动自 2014 年 1 月 1 日起即已成为蓝瀚科技的子公司，以本公司历史财务报表、蓝瀚科技、多盟、亿动历史财务报表为基础，并考虑购并日蓝瀚科技、多盟、亿动可辨认资产和负债的公允价值，对本公司与蓝瀚科技、多盟、亿动之间的交易、往来抵消后编制。

（二）备考合并资产负债表

单位：万元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产		
货币资金	253,991.43	218,975.93
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	12,299.24	7,288.12
应收票据	907.11	2,167.66
应收账款	312,507.42	256,262.22
预付款项	26,269.69	21,324.57
应收利息	1,812.89	1,503.24
其他应收款	55,941.33	39,583.41

存货	1,827.15	657.75
其他流动资产	1,656.67	232.32
流动资产合计	667,212.93	547,995.22
非流动资产		
可供出售金融资产	134,930.93	97,022.34
长期股权投资	52,982.99	155,840.87
固定资产	10,031.40	4,525.29
无形资产	214,389.08	170,693.94
开发支出	826.72	190.02
商誉	504,706.94	412,145.19
长期待摊费用	12,165.47	12,655.00
递延所得税资产	2,071.99	689.15
其他非流动资产	320.00	-
非流动资产合计	932,425.52	853,761.81
资产总计	1,599,638.45	1,401,757.03
流动负债		
短期借款	142,554.65	140,343.17
应付账款	177,528.40	135,542.31
预收款项	35,394.83	18,457.50
应付职工薪酬	18,327.00	12,051.19
应交税费	15,876.86	25,384.27
应付利息	6,494.24	1,406.07
其他应付款	66,710.17	59,717.08
一年内到期的非流动负债	19,971.43	19,904.78
其他流动负债	74,966.25	74,878.75
流动负债合计	557,823.83	487,685.12
长期借款	141,243.44	114,830.35
长期应付款	71,249.30	81,420.45
递延所得税负债	42,284.01	28,140.13
其他非流动负债	99,437.65	-
非流动负债合计	354,214.40	224,390.93
负债合计	912,038.23	712,076.05
所有者权益(或股东权益)		
归属于母公司所有者权益	654,401.20	673,534.39
少数股东权益	33,199.02	16,146.59
所有者权益合计	687,600.22	689,680.98
负债及所有者权益合计	1,599,638.45	1,401,757.03

(三) 备考合并利润表

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年
一、营业总收入	494,029.97	685,223.64
其中:营业收入	494,029.97	685,223.64
二、营业总成本	481,972.09	614,010.92
其中:营业成本	367,585.24	481,592.49
营业税金及附加	2,026.18	3,560.46
销售费用	50,302.19	73,843.50
管理费用	45,237.59	52,026.95
财务费用	13,273.75	2,288.88
资产减值损失	3,547.14	698.65
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	11.12	2,288.12
投资收益	-4,009.44	11,978.20
其中:对联营企业和合营企业的投资收益	-9,956.25	4,115.42
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	8,059.56	85,479.03
加:营业外收入	668.85	3,849.44
其中:非流动资产处置利得	1.18	5.93
减：营业外支出	53.47	223.02
其中:非流动资产处置损失	11.16	9.16
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	8,674.95	89,105.45
减：所得税费用	7,311.07	20,614.92
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	1,363.88	68,490.53
其中:被合并方在合并前实现的净利润	-	-
归属于母公司所有者的净利润	531.72	66,701.06
少数股东损益	832.15	1,789.48
六、其他综合收益的税后净额	-10,093.43	-2,557.96
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-10,450.91	-2,525.85
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-
1.重新计量设定收益计划净负债或净资产的变动	-	-
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益	-10,450.91	-2,525.85
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-
2.可供出售金融资产公允价值变动损益	1,185.78	-653.32
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-
4.现金流量套期损益的有效部分	-	-
5.外币财务报表折算差额	-11,636.69	-1,872.52

6.其他	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	357.48	-32.11
七、综合收益总额	-8,729.56	65,932.58
归属于母公司所有者的综合收益总额	-9,919.19	64,175.21
归属于少数股东的综合收益总额	1,189.63	1,757.37

(四) 多盟和亿动可辨认净资产公允价值和商誉的确认依据及对上市公司未来经营业绩的影响

1、可辨认净资产公允价值和商誉的确认依据

根据企业会计准则第 20 号《企业合并》的相关规定：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。

对于非同一控制下企业合并，企业在合并时点应按公允价值确认相关的可辨认净资产的公允价值及商誉。

本次会计师出具的合并多盟及亿动的报告均为模拟备考报告，鉴于出具模拟备考报告时，多盟及亿动可辨认净资产公允价值分摊报告尚未出具，无法确定溢价的可辨认无形资产具体金额，故模拟备考报告确定以审计基准日（2015 年 7 月 31 日）多盟和亿动的账面净资产作为可辨认净资产的公允价值，未考虑该部分的增值因素。

在编制本次上市公司备考财务报表时，以支付收购亿动开曼 54.77%股权对价 45,442.28 万元、多盟开曼 100%股权对价 113,834.73 万元和多盟智胜 95%股权对价 68,662.01 万元作为收购成本；因为估值机构未使用资产基础法对交易标的的进行估值，相关可辨认净资产的公允价值尚不能确定，因此以亿动开曼 4,700.68 万元的账面净资产、多盟开曼 24,916.33 万元账面净资产和多盟智胜 -2,233.55 万元账面净资产作为可辨认净资产的公允价值，并据以确认相应商誉为 202,570.01 万元。待本次交易结束后上市公司将根据最终资产的评估价值作为公允价值，并确认最终的商誉值。因公司本次重组前形成的商誉为 302,136.93 万元，二者合计为 504,706.94 万元。

由于本次重组交易可辨认净资产公允价值分摊报告尚未出具，标的资产可辨认净资产公允价值可能会发生变化，实际确认的商誉金额也会相应发生变化。

假如对多盟及亿动持有的商标、域名、软件著作权、研发成果等无形资产全部予以考虑，那么根据预估情况，在 2015 年 7 月 31 日可辨认无形资产，增值额约为 2.04 亿元。

2、对上市公司未来经营业绩的影响

（1）资产评估增值摊销影响

截至本报告书出具日，截至本反馈回复签署日，多盟、亿动的公允价值分摊工作尚未完成，根据目前工作进展，评估师预计在合并层面会识别出可辨认无形资产 2.04 亿元，如按照 8 年分摊，预计新识别出的可辨认无形资产对上市公司每年损益表的影响为上市公司每年新增摊销额 2,550 万元，扣除所得税对净利润影响额为 1,912.50 万元。

评估师对多盟、亿动评估情况仅为估算，在出具正式结果后新识别无形资产对上市公司每年损益表的影响将以最终结果为准。

（2）商誉减值的影响

按照企业会计准则的规定，收购产生的商誉不进行摊销，但公司需对商誉及使用年限不确定的无形资产进行减值测试。如果多盟和亿动未来经营状况发生不利变化，则存在商誉减值的风险，进而影响上市公司的净利润。如果业绩承诺期标的资产通过减值测试发生减值，则上市公司商誉也随之发生减值，从而影响上市公司经营业绩，但根据业绩补偿协议的约定，标的公司在预测期满后如发生减值情况，上市公司会从本次交易对手方赵文权等五人处获得一定补偿；如果商誉减值发生在利润承诺期届满之后，则上市公司须完全承担商誉减值的风险。本次交易完成后，上市公司将充分利用自身资源为标的公司提供资金、管理等方面的支持，保持标的公司的持续竞争力，积极发挥标的公司的优势和提升并购后的协同效应，将本次交易形成的商誉对上市公司未来经营业绩的影响降到最低。

3、中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问、会计师认为上市公司备考财务报表中可辨认净资产公允价值确认合理，商誉计算符合企业会计准则的规定，多盟和亿动未来预计盈

利金额远高于本次交易形成的无形资产摊销金额，因此本次交易不会对上市公司未来经营业绩产生重大不利影响。

第十三节 同业竞争与关联交易

一、本次交易前，上市公司和标的公司自身的关联交易情况

（一）本次交易前上市公司的关联交易情况

根据上市公司的半年报，上市公司与联营企业之间的关于接受劳务和提供劳务的关联交易，均是基于市场价格定价，本次交易前，关联交易对上市公司利润基本无影响。

本次交易完成前，上市公司的关联交易遵循公开、公平、公正的原则。公司章程对关联交易的审批权限、审批程序进行了规定；公司监事会、独立董事能够依据法律、法规及公司章程等的规定，勤勉尽责，切实履行监督职责，对关联交易及时发表独立意见。上市公司对关联交易的控制能够有效防范风险，维护上市公司及广大中小股东的合法权益。

（二）多盟的关联交易情况

报告期内，多盟无关联交易。

（三）亿动的关联交易情况

1、采购商品/接受劳务情况表

单位：万元

名称	内容	定价原则	2015 年 1-7 月	2014 年	2013 年
Amadzing Co., Limited	接受劳务	协议价	12,309.91	4,204.26	
合计			12,309.91	4,204.26	

Amadzing Co., Limited 为 Google 平台的代理商，由王莹及王云涛于 2013 年 9 月成立。王莹和王云涛曾经为亿动境内 VIE 公司北京联拓的股权代持自然人。2014 年 12 月 2 日，王莹及王云涛已将 Amadzing Co., Limited 转让给独立第三方持有，自此之后 Amadzing Co., Limited 与亿动不再构成关联方。

在报告期内，此关联交易定价是公允的，参照亿动与其他 Google 平台的代

理商的合作模式，亿动通过供应商采购 Google 平台的广告流量，并就 Google 平台给予的媒体返利，亿动与供应商按 0~100%的比例分成，分成比例取决于累积广告投放金额。经审计与财务顾问核查相关合同及结算单，与 AMADZING CO., LIMITED 的分成比例同与其他 Google 代理商如安索帕（上海）广告传播有限公司、北京恒美广告有限公司等相比无明显不公允之处。

2、关联方应收应付款项

单位：万元

项目	名称	2015-7-31	2014-12-31	2013-12-31
其他应收款	Amadzing Co.,Limited	396.51	396.52	121.94
应付账款	Amadzing Co.,Limited	1,658.60	2,892.75	-
其他应付款	马良俊	1,740.87	611.90	-
合计		3,795.97	3,901.16	121.94

报告期内，马良俊是亿动的实际控制人，其他应付款是应付给亿动创始人股东马良俊的款项，系因亿动向关联方马良俊借款而产生的。

Amadzing 为亿动的供应商，其他应收的款为广告保证金，截止 2015 年 7 月 31 日由于业务关系仍然存在，因此无需结算。

二、本次交易对同业竞争的影响

在本次交易前，交易对方及其关联方与上市公司不存在同业竞争。

本次交易完成后，为避免本次交易对方与上市公司及多盟、亿动的同业竞争，交易对方赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。交易对方承诺如下：

“1、除蓝色光标及其控制的其他企业外，本人目前在中国境内外任何地区没有以任何形式直接或间接从事和经营与蓝色光标及其控制的其他企业构成或可能构成竞争的业务；

2、本人承诺作为蓝色光标股东期间，不在中国境内或境外，以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另一家公司或企业的股权及其他权

益、担任职务、提供服务等）直接或间接参与任何与蓝色光标及其控制的其他企业构成竞争的任何业务或活动。

3、本人承诺如果违反本承诺，愿意向蓝色光标承担赔偿责任及相关法律责任。”

多盟原创始人股东齐玉杰已与多盟智胜签署一份合同期至 2019 年 6 月 30 日的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期两年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书；多盟的原创始人股东王鹏云、边嘉耕、张鹤已分别与多盟智胜签署一份合同期限为自转让协议签署日起三年的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期两年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书；协议中多盟的原创始人股东均同意在多盟智胜任职期间，不直接地或间接地从事同多盟智胜及其关联企业的业务具有竞争关系的业务，不同时接受与多盟智胜及其关联企业有竞争关系的其他公司或主体聘用或提供咨询性、顾问性服务，不聘用多盟智胜及其关联企业的任何其他职工为自己工作，也不唆使多盟智胜及其关联企业的任何其他职工接受第三方聘用。由于违反协议给多盟智胜造成经济损失或给多盟智胜信誉、经营业务上造成损害的，应赔偿多盟智胜所遭受的全部损失。

亿动原创始人股东马良骏与亿动下属的上海竞道广告有限公司签署的《公司管理人员劳动合同》及《员工知识产权及竞业禁止协议》，限制了马良骏在上海竞道任职期间（2015 年 7 月 1 日-2020 年 6 月 30 日）与上海竞道及其关联企业的竞争性行为，否则将赔偿上海竞道遭受的全部损失。协议中马良骏同意在上海竞道任职期间，不直接地或间接地从事同上海竞道及其关联企业的业务具有竞争关系的业务，不同时接受与上海竞道及其关联企业有竞争关系的其他公司或主体聘用或提供咨询性、顾问性服务，不聘用上海竞道及其关联企业的任何其他职工为自己工作，也不唆使上海竞道及其关联企业的任何其他职工接受第三方聘用。由于违反协议给上海竞道造成经济损失或给上海竞道信誉、经营业务上造成损害的，应赔偿上海竞道所遭受的全部损失。

三、本次交易完成后，上市公司与实际控制人及其关联企业之间关联交易的情况

本次交易完成前，上市公司的关联交易遵循公开、公平、公正的原则。公司

章程对关联交易的审批权限、审批程序进行了规定；公司监事会、独立董事能够依据法律、法规及公司章程等的规定，勤勉尽责，切实履行监督职责，对关联交易及时发表独立意见。上市公司对关联交易的控制能够有效防范风险，维护上市公司及广大中小股东的合法权益。

本次交易对方包括上市公司实际控制人赵文权、许志平、陈良华、吴铁和孙陶然，本次交易构成关联交易。

本次交易完成后，上市公司将继续严格按照公司章程及相关法律、法规的规定，进一步完善和细化关联交易决策制度，加强公司治理，维护上市公司及广大中小股东的合法权益。

为充分保护交易完成后上市公司的利益，规范将来可能存在的关联交易，本次交易的交易对方赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰出具了《关于规范及减少关联交易的承诺函》。交易对方赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰承诺如下：

“在本次重组完成后，本人及本人控制的企业将尽可能减少与蓝色光标的关联交易，不会利用自身作为蓝色光标股东之地位谋求蓝色光标在业务合作等方面给予优于市场第三方的权利；不会利用自身作为蓝色光标股东之地位谋求与蓝色光标达成交易的优先权利。若存在确有必要且不可避免的关联交易，本人及本人控制的企业将与蓝色光标按照公平、公允、等价、有偿等原则依法签订协议，履行合法程序，并将按照有关法律、法规和蓝色光标公司章程等的规定，依法履行信息披露义务并办理相关内部决策、报批程序，保证不以与市场价格相比显失公允的条件与蓝色光标进行交易，亦不利用该类交易从事任何损害蓝色光标及股东的合法权益的行为。”

综上，本次交易不会产生同业竞争，有利于上市公司减少关联交易，同时增强独立性。

第十四节 风险因素

一、标的资产估值较高的风险

根据中通诚出具的估值报告，多盟、亿动的估值如下：

交易标的	账面股东权益（万元）	估值（万元）	估值增值率
多盟全部股东权益	21,682.78	191,450.14	782.96%
亿动开曼全部股东权益	1,642.08	76,512.39	4559.48%

本次交易标的资产的估值较账面净资产增值较高，主要是基于标的资产具有较高的资产盈利能力、未来较高的业绩增长速度和优秀的技术开发、商务运营人才等未在账面反映的核心资产价值得出的估值结果。相应的，如上述基础发生变动，将可能导致标的资产的价值低于目前的估值。

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。

二、本次交易后，上市公司即期盈利下降、每股收益被摊薄的风险

本次交易完成后，上市公司总资产规模、净资产规模有所增加。根据备考合并利润表，本次交易完成后，上市公司 2015 年 1-7 月备考净资产收益率和每股收益将出现一定幅度的下降，本次交易对上市公司备考合并报表的 2015 年 1-7 月每股收益存在摊薄情形。

本次交易的主要目的是上市公司通过本次交易，将多盟、亿动两家移动互联网营销领域的领先企业纳入公司产业链中，增加公司在移动互联网营销领域的服务内容，整合优质媒体资源和客户资源，增强公司整合营销能力，提高公司整体的行业竞争力；但该等协同效应的发挥需要一定的时间，报告期内，多盟尚在亏损状态，亿动微盈利，因此，交易完成后，备考审阅报告体现的 2015 年 1-7 月上市公司每股收益将出现一定幅度的下降。

自 2015 年 8 月至本报告书出具日，多盟、亿动均为盈利状态。根据估值报告的预测，2015 年 8-12 月多盟将实现净利润 2,291.52 万元，亿动将实现净利润

626.62 万元;2016 年多盟将实现净利润 3,437.07 万元,亿动将实现净利润 2,761.43 万元。多盟、亿动是行业内优秀公司,是上市公司战略中的重要一环,从多盟、亿动的营业收入增速看,多盟、亿动也具有较好的成长性;长期而言,本次交易有助于提升上市公司的盈利能力,提升上市公司的每股收益。本次交易实际完成后,多盟、亿动的并表收入将导致上市公司的营业收入相应增加;然而若多盟、亿动不能实现预测的净利润,业绩表现不达预期,则可能导致投资者的即期回报有所下降。

三、标的公司子公司的业务风险

(一) 广告行业市场竞争不断加剧的风险

随着移动互联网行业的深度发展,移动广告行业进入了高速成长期,传统互联网营销公司纷纷启动移动端布局,加之新兴的移动广告平台公司的崛起,从事移动广告行业的营销机构数量显著增加,在技术水平、服务能力、客户及媒体资源、模式创新等方面的市场竞争日趋激烈。多盟、亿动凭借在移动广告行业的多年经营,积累了丰富的移动广告服务经验和人才资源,树立了自身的品牌形象和行业口碑,目前在移动应用推广领域处于行业领先地位,具备较高的市场地位。但是,如果多盟、亿动不能适应未来移动广告行业的市场变化,不能及时根据市场竞争环境调整发展战略,从而不断保持和增强自身市场竞争力,则可能在未来的竞争中处于不利地位,进而造成其经营业绩波动甚至下滑。

(二) 适应行业技术、经营模式发展趋势的风险

互联网和相关服务行业具有技术进步快、产品生命周期短、升级频繁的特点,行业内企业需要在准确把握行业发展方向的前提下迅速做出反应,紧跟技术发展和市场需求的最新潮流,不断对原有产品进行更新换代;同时移动互联网广告是近年来我国广告行业兴起的广告发布模式,得益于 2013 年以来移动应用推广需求大幅度增长和移动广告推广模式得到市场广泛认可等外部市场环境的变化,我国移动互联网广告的经营模式逐步清晰,包括多盟、亿动在内的移动互联网广告平台运营商迅速崛起。然而随着互联网技术及产品的不断更新换代,移动互联网广告的经营模式亦存在变化的可能性。多盟、亿动如未能适应行业技术、产品发

展趋势以及经营模式的变化，将面临市场需求下降，经营业绩下降的风险。

（三）多盟的主要业务风险

1、多盟积分墙业务受苹果公司限制的风险

多盟主营业务为移动互联网广告服务业务，其中积分墙业务作为一种典型的推广方式在报告期内收入占同时期营业收入比例分别为 34.26%、46.27%和 31.77%。其中，iOS 积分墙业务在一定程度上受到苹果公司的政策限制。苹果公司在应用审核环节对内嵌广告平台采用较为严格的审核标准，内嵌了广告平台 SDK 的应用存在因审核原因无法在 App Store 上线的可能。同时，苹果公司不支持在应用内推荐非应用开发者自家应用的行为。苹果公司的上述政策一定程度上形成了对积分墙业务的限制，对 iOS 积分墙业务的未来发展构成一定的潜在不利影响。虽然多盟从 2014 年已开始积极布局基于 Android 平台和微信平台的积分墙业务，但其营业收入仍将受苹果公司政策变动对积分墙业务的影响。

最近 12 个月多盟积分墙按照 iOS 平台、Android 平台和微信平台（首席体验师）分类的收入、成本和毛利率情况如下：

月份	收入（万元）				成本（万元）	毛利（万元）	毛利率
	安卓	iOS	首席体验师	收入合计			
2014.10	253.89	2,186.76	-	2,440.66	1,514.20	926.46	37.96%
2014.11	337.14	1,354.05	-	1,691.19	1,081.49	609.70	36.05%
2014.12	623.31	1,101.17	-	1,724.48	1,111.82	612.66	35.53%
2015.01	787.43	796.93	-	1,584.36	1,073.35	511.01	32.25%
2015.02	530.61	577.09	-	1,107.70	776.63	331.07	29.89%
2015.03	538.77	755.85	12.08	1,306.70	948.80	357.90	27.39%
2015.04	1,025.45	656.01	192.16	1,873.62	1,358.59	515.02	27.49%
2015.05	759.93	703.28	345.53	1,808.74	1,282.11	526.63	29.12%
2015.06	848.69	761.24	285.49	1,895.43	1,311.15	584.28	30.83%
2015.07	919.45	650.84	392.41	1,962.70	1,382.67	580.03	29.55%
2015.08	1,144.65	601.27	778.65	2,524.56	1,779.42	745.14	29.52%
2015.09	913.07	566.18	990.20	2,469.45	1,724.24	745.21	30.18%
2015.10	756.57	420.65	724.73	1,901.94	1,355.36	546.58	28.74%
合计	9,438.96	11,131.31	3,721.25	24,291.52	16,699.84	7,591.68	31.25%

从上表可以看出，多盟的 Android 平台和微信平台积分墙业务发展很快，目前已远超过了 iOS 平台积分墙的收入。关于积分墙业务中的分成方式，多盟和媒

体之间一般以 30%和 70%分成，但存在多盟对媒体端流水的合理核减。

多盟广告平台 SDK 合作方式为在开发者的应用中嵌入多盟的 SDK，并在合适的场景调用 SDK 提供的接口，该接口会向多盟的后台请求广告并根据应答进行广告物料的展示。多盟非常重视苹果对于用户的安全和隐私条款，所有的 SDK 都不会试图获取用户隐私相关的信息。

2015 年 10 月 20 日，因发现中国某广告平台开发的第三方广告 SDK 利用专有 API 收集用户信息，违反了 App Store 规则，侵犯了苹果对于用户的安全和隐私条款，苹果公司已经从 App Store 下架了 256 款使用该 SDK 的应用，并发表声明称，今后将不接受使用此 SDK 的新应用。截至本报告书出具日，多盟的积分墙 SDK 与上述某广告平台开发的第三方广告 SDK 不同，并不会去获取用户隐私相关的信息，所以不存在由于违反 App Store 规则被苹果下架的风险。提请投资者注意，若未来多盟的积分墙 SDK 出现使用专有 API 收集用户信息并侵犯苹果对于用户的安全和隐私条款的情况，则存在使用多盟积分墙 SDK 的相关应用被下架，从而导致多盟 iOS 积分墙业务收入受影响的风险。

2、DSP 业务作为一种新兴的业务类型的风险

2014 年，多盟正式将传统的广告网络升级为 DSPAN，并将其定义为高效 ROI 平台。DSPAN 在继承了多盟原有移动广告网络 ADN 的基础上，通过搭建专业的移动 DSP 平台，全面引入了市场上主流的广告交易所及众多 Hero Apps。2014 年和 2015 年 1-7 月，多盟 DSP 平台业务产生的收入占比分别为 0.11%和 0.98%，未来这一比例将逐步上升并成为多盟进行移动端广告推广的一种主要形式，在本次交易作价的估值过程中，交易双方亦对多盟 DSP 业务的前景表示乐观。虽然移动 DSP 的生态系统已经逐步形成，并得到部分品牌广告主的认可，但作为一种较为新兴的业务类型，未来的业务拓展如果不及预期，可能对多盟的收入和盈利造成一定的影响。

3、多盟新开展 PMD 业务的风险

多盟于 2015 年取得 facebook 认证的 PMD 资质，并开始开展 PMD 广告并按

照广告主的要求在 PMD 平台上提供定制化的广告投放,提高广告投放的精准度。但由于目前 PMD 广告在国内尚属于新生的广告形态,广告主对于 PMD 平台的投放预算持有谨慎态度,广告主的习惯培养亦需要一定的时间,多盟在 PMD 广告业务拓展方面面临一定的压力和挑战。

(四) 亿动的主要业务风险

1、亿动的品牌业务面临较大的竞争压力

亿动的品牌推广业务市场竞争激烈,亿动通过品牌的代理商和直接与品牌签约的方式来为品牌客户提供服务;若品牌的代理商政策发生变化或品牌在选择其移动广告服务提供商的考察因素方面发生变化,则亿动的经营业绩将受到很大影响;若亿动不能在激烈的市场竞争环境中保持持续的领先的品牌优势、产品开发能力和客户服务能力,则亿动不能提供优质的品牌推广业务,则会导致亿动的经营业绩受到影响。

2、亿动的品牌推广业务受国内优质媒体政策波动风险影响

亿动的品牌推广业务中 Premiummad 平台主要通过国内优质媒体实现品牌客户的推广需求,亿动通过优质媒体的返利盈利,对于部分合作较好的媒体可通过获取特殊折扣的刊例价来赚取差价。若由于市场竞争加剧,国内优质媒体对推广服务提供商的合作政策发生变化,导致优质媒体对推广服务提供商的返利降低或刊例价折扣降低,则会导致亿动的净利率降低,对亿动的经营造成不利影响。

3、亿动的应用推广业务受渠道的政策影响较大

亿动的应用推广业务较为集中的依赖于 Google、Facebook 渠道,渠道集中为其业务带来一定的风险;此外,由于应用推广业务较为集中的依赖于海外市场的 Google、Facebook 等渠道,海外市场面临的政治经济等不确定性较大,也会给亿动的应用推广业务带来一定的风险;若亿动的应用推广业务的供应商政策变化等会带来较大的毛利波动,进而影响亿动的经营业绩。

4、亿动的应用推广业务受汇率波动影响

亿动的应用推广业务中部分是通过美元结算，若人民币对美元汇率大幅变动，则由于亿动与客户和海外渠道代理商的结算周期的问题，可能导致亿动的应用推广业务利润波动，进而影响亿动的经营业绩。

5、亿动的应用推广业务受海外政治风险影响

亿动的应用推广业务通过 Performad 平台实现，是为手机应用 App 开发商度身定制的产品，旨在帮助 App 开发者在海外招募到更多有效优质用户。若由于海外政治因素波动或者文化的变化等，App 开发者在海外获取用户的速度减缓或者获取海外用户的成本大幅上升，将给亿动的应用推广带来较大的不利影响，进而影响亿动的经营业绩。

四、收购标的公司子公司报告期末盈利的风险

本次收购标的公司蓝瀚科技的子公司多盟报告期内尚未盈利。根据管理层做出的预测，基于多盟的收入规模和行业地位，多盟于 2015 年下半年开始盈利。但由于多盟所在的移动广告行业竞争激烈，且其营业收入受平台、渠道、媒体等的政策影响较大，故而多盟的经营可能不达预期，提请投资者关注此风险。

五、核心技术人员流失和不足的风险

标的公司为移动互联网营销企业，标的公司基于程序化购买、优化购买等为客户提供移动营销整体解决方案。高素质、稳定、充足的移动互联网营销技术人才队伍是标的公司保持领先优势的保障。如果标的公司无法对核心技术人员进行有效激励以保证核心人员的工作积极性和创造热情，甚至导致核心人员的离职、流失，将会对标的公司的持续发展造成不利影响。同时随着标的公司业务规模的发展、扩大，如果标的公司不能通过自身培养或外部引进获得足够多的核心技术人员，可能导致核心技术人员不足，给标的公司的经营运作带来不利影响。

六、配套融资未能实施或融资金额低于预期的风险

本次交易中，上市公司拟向交易对方合计支付现金对价 102,200.00 万元。作为交易方案的一部分，上市公司拟向建信基金和刘鸿发行股份募集配套资金，配套募集资金总额不超过 180,200.00 万元，所募集配套资金用于支付本次交易的现

金对价、支付收购多盟的第二次股权转让款、偿还银行贷款以及上市公司移动互联网媒体采购。受股票市场波动及投资者预期的影响，募集配套资金能否顺利实施存在不确定性。在募集配套资金未能实施或融资金额低于预期的情形下，公司将通过债务融资或其他形式支付现金对价、第二次股权转让款等。如果债务融资等其他融资形式的资金成本高于本次股权配套融资，则可能会对上市公司盈利产生影响。

七、本次交易完成后的整合风险

本次交易完成后，多盟、亿动将进入上市公司的体系，成为上市公司数字化战略的重要一环，并作为不同的经营主体独立运作经营。多盟、亿动未来将进一步发展移动互联营销业务，结合上市公司的营销客户资源和媒体资源，实现上市公司推进数字化战略、搭建全产业链布局数字营销行业的战略目标。但从公司经营和资源整合的角度，本公司和多盟、亿动仍需在公司人员管理、客户管理、媒体采购、后台管理等方面进行一定的融合。经过对之前收购标的的整合，上市公司已经在收购整合中积累了一定的经验。但本次交易完成后，能否通过整合保证上市公司对标的公司的控制力并保持标的公司原有竞争优势、充分发挥并购整合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，从而对公司和股东造成损失。如果本次交易完成后，多盟、亿动的管理人员、核心技术开发和项目人员不能适应上市公司的企业文化、管理方式，将导致人才流失，对本次交易的整合造成不利影响。

本次交易方案中，多盟的原创始人股东齐玉杰已与多盟智胜签署一份合同期至 2019 年 6 月 30 日的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期两年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书；多盟的原创始人股东王鹏云、边嘉耕、张鹤已分别与多盟智胜签署一份合同期至 2018 年 6 月 30 日的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期两年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书；多盟的核心员工伏文均、祝玉琳、蒋浩、赵秀文、胡学伟、刘修伦、王洋、王凤阳已分别与多盟智胜签署一份合同期至 2018 年 6 月 30 日的劳动合同及一份至劳动合同终止日起为期一年的雇员保密、竞业禁止和权利转让确认书。

亿动原创始人股东马良骏与亿动下属的上海竞道广告有限公司签署了合同期至 2020 年 6 月 30 日的《公司管理人员劳动合同》及至劳动合同终止日起为期两年的《员工知识产权及竞业禁止协议》，亿动的核心管理层员工 Clement Huang、阮长俊、王悦与亿动下属的上海竞道广告有限公司签署了合同期至 2019 年 6 月 30 日的《公司管理人员劳动合同》及至劳动合同终止日起为期两年的《员工知识产权及竞业禁止协议》。

相关任职期限承诺，将较大程度上降低人才流失可能对上市公司带来的不利影响。

八、对多盟、亿动剩余股权后续收购的风险

根据蓝标投资与多盟、亿动创始人股东签署的协议，蓝标投资将购买多盟、亿动的剩余股权，多盟、亿动创始人股东将无条件出售其所持的股权。而转让价格与多盟、亿动在 2015 年-2018 年的业绩相关。其中多盟剩余股权的价格区间在人民币 5000 万元-2 亿元之间，转让时间为 2018 年会计年度结束后的三个月内；亿动剩余股权的整体购买价格应不超过 20 亿元或等额美元，分 4 期转让，第四期价款将在 2019 年 4 月 30 日前支付。若多盟、亿动在 2015-2018 年业绩表现极为优异，则上市公司可能在 2019 年有较大的现金支付压力。

此外，若蓝瀚科技在收购亿动开曼剩余股权任意期间未能及时全额付款，亿动的创始人股东有权以蓝瀚科技投资总额的 10% 的价格回购蓝瀚科技所持的亿动的全部股权。

若蓝瀚科技要行使暂停购买权益，且在 6 个月内，蓝瀚科技未能将其所持亿动股权出售给第三方或 6 个月内的任一时点蓝瀚科技终止寻找第三方，则接下来 3 个月内，亿动创始人股东将从蓝瀚科技回购蓝瀚科技所持有的亿动的股份，回购价格是蓝瀚科技的投资总额及以每年 15% 的回报率计算出的投资回报。

提请投资者关注以上风险。

九、收购的标的公司子公司不再享有优惠政策的风险

多盟睿达于 2014 年 6 月在无锡设立，为无锡国家高新技术产业园开发区引

进的高新技术企业，将享受产业园的一系列优惠政策；睿达智胜于 2014 年 7 月在上海设立，目前为多盟境内的研发中心，在 2015 年 1 月和 2015 年 2 月分别取得了软件产品认证和软件企业认证，享受企业所得税两免三减半的税收优惠政策；亿动信息为软件企业，享受增值税 3%即征即退的政策。若标的公司子公司下属公司不再享有上述优惠政策，则可能影响其未来利润。

十、亿动用工模式采用劳务派遣方式不合规的风险

截至报告书出具日，亿动仍存在不规范使用劳务派遣用工及未办理社保公积金开户登记等情况，若亿动未能按照创始人股东马良骏的承诺按期完成整改及办理登记并足额缴纳社会保险和住房公积金，则会给亿动及上市公司带来可能的诉讼风险、行政处罚及名誉损失。提请投资者关注此风险。

十一、本次交易业绩补偿上限未全额覆盖交易作价的风险

根据上市公司与赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然等 5 人签署的《盈利预测补偿协议》，本次交易中业绩承诺方用于补偿的股份数最高不超过业绩承诺方因本协议、《发行股份及支付现金购买资产协议》约定而获得的上市公司非公开发行的股份（包括转增或送股的股份）总和。因此，本次交易中业绩承诺方对上市公司实施利润补偿的上限为 5.00 亿元对应股份，约占本次交易总对价 18.52 亿元的 27.00%，并未全额覆盖交易对价，提请投资者注意风险。

本次交易估值预测期分二个阶段，第一阶段为 2015 年 8 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日；第二阶段为 2026 年 1 月 1 日直至永续，估值预测期较长。虽然多盟和亿动所处的移动互联网营销领域处于快速发展阶段，综合判断未来经营业绩将会有大幅上升空间，但仍存在估值报告中所预测的经营业绩不能达标的可能性，存在业绩补偿安排不能足额覆盖风险的可能。因此提请中小股东注意，本次交易因估值预测期限较长，存在业绩补偿不能足额覆盖经营业绩不达标的风险。

十二、可能存在的大额商誉减值风险

蓝翰科技收购多盟开曼 100%、多盟智胜 95%和亿动开曼 54.77%的股权形成非同一控制下企业合并，并因此在蓝翰科技合并报表中形成金额较大的商誉。

根据《企业会计准则》规定，蓝翰科技收购多盟开曼 100%、多盟智胜 95% 和亿动开曼 54.77% 的股权形成的商誉不做摊销处理，但须在未来每年末进行减值测试。本次收购完成后，如未来多盟或亿动的经营状况恶化，商誉的减值会对蓝翰科技产生不利影响，进而将对上市公司当期损益产生不利影响，提请投资者关注商誉减值的风险。

十三、多盟、亿动未能实现估值中预测收入和利润的风险

在移动互联网广告行业整体增幅明显的市场背景下，结合多盟和亿动 2015 年 8-12 月的实际经营情况，综合判断多盟和亿动未来预测的营业收入和净利润可以实现。

但是，考虑到本次估值预测期较长，未来若宏观经济发生巨大波动、市场需求急剧萎缩，会对多盟和亿动的经营造成不利影响，导致不能实现估值预测中的营业收入和净利润，提醒投资者注意该风险。

第十五节 其他重要事项

一、本次交易完成后上市公司是否存在资金、资产被实际控制人或其他关联人占用，或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，除正常业务往来外，上市公司不存在资金或资产被实际控制人或其他关联人占用的情况。本次交易完成后，除正常业务往来外，上市公司也将不存在资金或资产被实际控制人或其他关联人占用的情况，亦不存在上市公司为实际控制人及其关联人提供担保之情形。

二、本次交易完成后上市公司的负债结构合理性说明

根据上市公司历史年度财务数据及上市公司为本次交易编制的备考合并财务报表，截至 2015 年 7 月 31 日本次交易前后上市公司的资产、负债情况如下：

项目	2015 年 7 月 31 日	
	本次交易前	本次交易后
资产总计（万元）	1,308,105.93	1,599,638.45
负债总计（万元）	843,389.89	912,038.23
资产负债率（合并口径）	64.47%	57.02%

本次交易完成后，上市公司资产增加 291,532.52 万元，负债增加 68,648.34 万元，资产负债率较本次交易前下降，仍处于合理水平，不会增加上市公司财务风险，本次交易不会导致上市公司大量增加负债。

三、上市公司在最近十二个月内发生的主要资产交易情况

本次交易前 12 个月，即 2014 年 10 月至 2015 年 10 月期间，上市公司发生的主要资产交易情况如下：

（一）收购北京捷豹数据技术有限公司股权、陕西识代运筹信息科技有限公司股权

2014 年 10 月 28 日，上市公司第三届董事会第十八次会议审议通过了《关于公司投资取得北京捷报数据技术有限公司 51%股权的议案》，同意公司以自有

资金共计 2,550 万元，增资并收购北京捷报数据技术有限公司原股东股权。本次投资完成后，公司将持有北京捷报数据技术有限公司 51% 股权。审议通过了《关于公司投资取得陕西识代运筹信息科技有限公司 21% 股权的议案》同意公司以自有资金共计 630 万元，收购陕西识代运筹信息科技有限公司原股东股权。本次投资完成后，公司将持有陕西识代运筹信息科技有限公司 21% 股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（二）收购璧合科技股权、有车以后股权、车汇网络股权、微岚星空股权、乐约信息股权、掌上云景股权

2014 年 11 月 28 日，上市公司第三届董事会第二十一次会议审议通过了《关于公司投资取得北京璧合科技有限公司 25% 股权的议案》，同意公司以自有资金共计 4,300 万元，收购北京璧合科技有限公司原股东部分股份并进行增资，投资完成后，公司将持有璧合科技 25% 股份。审议通过了《关于投资取得广州市有车以后信息科技有限公司 10% 股权的议案》，同意公司以自有资金共计 300 万元，增资广州市有车以后信息科技有限公司，本次增资完成后，公司将持有有车以后 10% 股权。审议通过了《关于公司投资取得北京车汇网络科技有限公司 15% 股权的议案》，同意公司以自有资金共计 500 万元，增资北京车汇网络科技有限公司，本次增资完成后，公司将持有车汇网络 15% 股权。审议通过了《关于公司投资取得微岚星空（北京）信息技术有限公司 30% 股权的议案》，同意公司以自有资金共计 1,500 万元，增资微岚星空（北京）信息技术有限公司，本次增资完成后，公司将持有微岚星空 30% 股权。审议通过了《关于公司投资取得乐约信息科技（上海）有限公司 27% 股权的议案》，同意公司以自有资金共计 1,000 万元，增资乐约信息科技（上海）有限公司，本次增资完成后，公司将持有乐约信息 27% 股权。审议通过了《关于公司投资取得北京掌上云景科技有限公司 24% 股权的议案》，同意公司以自有资金共计 4,800 万元，增资北京掌上云景科技有限公司，本次增资完成后，公司将持有掌上云景 24% 股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（三）全资子公司今久广告收购沈阳新维股权

2014 年 12 月 14 日，上市公司第三届董事会第二十三次会议，审议通过了《关于公司全资子公司今久广告投资取得沈阳新维广告有限公司 51%股权的议案》，同意公司全资子公司北京今久广告传播有限责任公司拟收购沈阳新维广告有限公司（以下简称“沈阳新维”）51%股份，根据沈阳新维提出的业绩承诺，本次收购股权对价约为 1.377 亿元，该部分对价将根据沈阳新维 2014 年度实际实现的扣除 2014 年非经常性损益后的净利润调整。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（四）全资子公司香港蓝标收购 Admaster Inc 股权、晶赞科技股权

2014 年 12 月 14 日，上市公司第三届董事会第二十三次会议，审议通过了关于公司香港全资子公司香港蓝标以 2437.5 万美元投资取得 Admaster Inc 11.69%股权的议案》，同意公司香港全资子公司蓝色光标国际传播集团有限公司（英文：Bluefocus International Limited，以下简称“香港蓝标”）拟以自有资金 2,437.5 万美元（以 2014 年 12 月 12 日汇率计算，约合人民币 14,893 万元），取得 Admaster Inc C 轮融资优先股 4,264,276 股，本次投资完成后，公司将持有精硕科技 11.69%股权。审议通过了《关于公司香港全资子公司香港蓝标以 2500 万美元投资取得 Zamplus (Cayman) Holdings Limited 14.29%股权的议案》，同意公司香港全资子公司蓝色光标国际传播集团有限公司拟以自有资金 2500 万美元（以 2014 年 12 月 12 日汇率计算，约合人民币 15,275 万元），参与 Zamplus (Cayman) Holdings Limited（以下简称“晶赞科技”）C 轮融资。本次投资完成后，将取得晶赞科技 C 轮融资优先股 312,500 股，即持有晶赞科技 14.29%股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（五）加拿大子公司收购 Vision 7 股权

2014 年 12 月 15 日，上市公司第三届董事会第二十四次会议审议通过了公司子公司收购加拿大 Vision 7 International ULC 公司的北美业务以及拆分后的 Citizen Relations 在英国的业务（以下简称“Vision 7”）股权的议案。加拿大子公司收购完成后，蓝色光标预计将持有 Vision 7 的 85%的股份。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（六）收购云图微动股权、玄鸟文化股权

2014 年 12 月 16 日，上市公司第三届董事会第二十五次会议审议通过了《关于公司投资取得北京云图微动科技有限公司 10%股权的议案》，同意公司以自有资金 6,150 万元人民币增资北京云图微动科技有限公司（以下简称“云图微动”），本次增资完成后，公司将取得云图微动 10%的股权。审议通过了《关于公司投资取得北京玄鸟文化传媒有限公司 30%股权的议案》，同意公司以自有资金 3,000 万元人民币投资北京玄鸟文化传媒有限公司（以下简称“玄鸟文化”），本次投资完成后，公司将持有玄鸟 30%股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（七）全资子公司香港蓝标收购 Optimix Media Asia Limited 14.59%股权

2014 年 12 月 16 日，上市公司第三届董事会第二十五次会议审议通过了《关于公司香港全资子公司投资取得 Optimix Media Asia Limited 14.59%股权的议案》，同意公司香港全资子公司蓝色光标国际传播集团有限公司（英文：Bluefocus International Limited）以自有资金 6,000 万美元投资 Optimix Media Asia Limited，其中 4,800 万美元用于认购 2,493,018 股新发行的 D 级可转换优先股；1,200 万美元用于认购 742,320 股老股（普通股）。本次投资完成后，公司将持有 Optimix Media Asia Limited 14.59%股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（八）全资子公司参与设立北京洪泰一期创业投资中心（有限合伙）

2014 年 12 月 25 日，上市公司第三届董事会第二十六次会议审议通过《关于公司全资子公司参与设立北京洪泰一期创业投资中心（有限合伙）的议案》，同意公司全资子公司蓝色光标（上海）投资管理有限公司拟以自有资金 1,000 万元出资，参股设立北京洪泰一期创业投资中心（有限合伙）（以下简称“洪泰一期”），洪泰一期设立完成后，公司将持有其 5%股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（九）全资子公司蓝标投资收购玩乐云股权

2014 年 12 月 25 日，上市公司第三届董事会第二十六次会议审议通过《关于公司全资子公司投资取得北京玩乐云科技有限公司 10%股权的议案》，同意公司全资子公司蓝色光标（上海）投资管理有限公司拟以自有资金 500 万元出资，向北京玩乐云科技有限公司（以下简称“玩乐云”）增资，增资完成后，公司将持有玩乐云 10%股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（十）全资子公司蓝标投资收购飞猫无限股权

2015 年 4 月 9 日，上市公司第三届董事会第三十二次会议审议通过《关于公司全资子公司投资取得北京飞猫无限科技有限公司 20%股权的议案》。公司全资子公司蓝色光标（上海）投资管理有限公司以自有资金 1000 万元，增资北京飞猫无限科技有限公司，（以下简称“飞猫无限”），本次增资完成后，公司将持有飞猫无限 20%股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（十一）全资子公司蓝色光标无限互联（北京）投资管理有限公司增资取得喜乐航股权

2015 年 6 月 18 日，上市公司第三届董事会第四十次会议审议通过了《关于公司增资取得北京喜乐航科技有限公司 25%股权的议案》，同意公司对北京喜乐航科技有限公司增资人民币 2 亿元，增资完成后取得 25%股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（十二）全资子公司蓝标投资增资取得博看文思股权

2015 年 6 月 18 日，上市公司第三届董事会第四十次会议审议通过了《关于公司增资参股子公司北京博看文思科技有限责任公司议案》。公司全资控股子公司蓝色光标（上海）投资管理有限公司拟向北京博看文思信息技术有限公司

（“博看文思”）增资人民币 2,200 万元。公司全资子公司北京博思瀚扬企业策划有限公司于 2012 年 8 月取得博看文思 33.2% 股权。本次增资同时，蓝色光标（上海）投资管理有限公司将从北京博思瀚扬企业策划有限公司受让该部分股权，从而在增资后共计持有博看文思 49.91% 股权，成为博看文思第一大股东。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（十三）公司实际控制人及第三方共同增资蓝瀚科技

2015 年 7 月 29 日，上市公司第三届董事会第四十五次会议审议通过了《关于与实际控制人及第三方共同增资全资子公司蓝瀚（上海）科技有限公司的议案》。

公司第三届董事会第三十九次会议审议通过了《关于公司全资子公司投资取得 Madhouse Inc. 54.77% 股权的议案》《关于公司全资子公司投资取得 Domob Limited 100% 股权和多盟智胜网络技术有限公司 95% 股权的议案》之后，根据后续发展需要，公司全资子公司蓝色光标（上海）投资管理有限公司（以下简称“蓝标投资”）于 2015 年 6 月 15 日在上海自贸区投资设立了全资子公司蓝瀚（上海）科技有限公司（以下简称“蓝瀚科技”），作为专注于移动互联领域的投资、并购和管理的直接投资主体。

蓝瀚科技原注册资本为人民币 7,200 万元，增资至人民币 19 亿元。由蓝标投资、平安大华、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰共同出资；同时蓝标投资将 2 亿元注册资本转让给京东世纪。

上述交易不构成重大资产重组，与本次交易有关，蓝瀚科技系为收购多盟和亿动专门设立的持股平台，用于承接多盟开曼、多盟智胜和亿动开曼的股权。

（十四）控股子公司北京蓝色光标电子商务股份有限公司增资拉卡拉电商

2015 年 9 月 16 日，上市公司第三届董事会第五十次会议审议通过《关于公司控股子公司增资拉卡拉电子商务有限公司的议案》，同意公司控股子公司北京蓝色光标电子商务股份有限公司（原名“北京博思瀚扬企业策划有限公司”）以自有资金 1,000 万元向拉卡拉电子商务有限公司（以下简称“拉卡拉电商”）增资，

本次增资完成后，拉卡拉电商注册资本为 220,000,000 元，蓝标电商将持有其 4.545% 股权。增资款将在有关增资协议签订后按照拉卡拉电商请款通知要求的时间缴纳。蓝标电商为北京博思瀚扬企业策划有限公司根据第三届董事会第四十次会议决议经过股份制改造以及业务重组后的控股子公司。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

（十五）全资子公司上海蓝色光标品牌顾问有限公司转让励唐营销股权

2015 年 9 月 16 日，上市公司第三届董事会第五十次会议审议通过《关于转让上海励唐营销管理有限公司股权的议案》，同意公司全资子公司上海蓝色光标品牌顾问有限公司向新余市博尔丰投资管理中心（有限合伙）转让上海励唐营销管理有限公司（以下简称“励唐营销”）的 10% 股权，转让对价为 1,500 万元；同时终止原约定的以自有资金人民币 2,250 万元向肖连启购买其持有的励唐营销 15% 股权的交易。本次转让完成后，公司将不再持有励唐营销股权。

上述交易不构成重大资产重组，且与本次交易无关。

四、本次交易对上市公司治理机制影响的说明

本次交易前，公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》和其它有关法律法规、规范性文件的要求，不断完善公司的法人治理结构，建立健全公司内部管理和控制制度，持续深入开展公司治理活动，促进了公司规范运作，提高了公司治理水平。

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《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》的要求。

（一）本次交易完成后上市公司的治理结构

本次交易完成后，公司将继续根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等有关法律、法规及国家政策的规定，进一步规范运作，完善科学的决策机制和有效的

监督机制，完善本公司治理结构，保证公司法人治理结构的运作更加符合本次交易完成后本公司的实际情况，维护股东和广大投资者的利益。

1、股东与股东大会

本次交易完成后，本公司股东将继续按照《公司章程》的规定按其所持股份享有平等地位，并承担相应义务；公司严格按照《上市公司股东大会规则》和《公司股东大会议事规则》等的规定和要求，召集、召开股东大会，确保股东合法行使权益，平等对待所有股东。

2、公司与控股股东

本公司控股股东及实际控制人为赵文权、陈良华、许志平、吴铁、孙陶然五位股东组成的一致行动人。五位股东组成的一致行动人严格规范自己的行为，没有超越股东大会直接或间接干预公司的决策和经营活动。公司拥有独立完整的业务和自主经营能力，在业务、人员、资产、机构、财务上独立于控股股东，公司董事会、监事会和内部机构独立运作。

3、董事与董事会

公司董事会设董事 9 名，其中独立董事 3 名，董事会的人数及人员构成符合法律、法规和《公司章程》的要求。各位董事能够依据《董事会议事规则》、《独立董事制度》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等工作，出席董事会和股东大会，勤勉尽责地履行职务和义务，同时积极参加相关培训，熟悉相关法律法规。

4、监事与监事会

公司监事会设监事 3 名，其中职工代表监事 1 名，监事会的人数及人员构成符合法律、法规的要求。各位监事能够按照《监事会议事规则》的要求，认真履行自己的职责，对公司的重大交易、关联交易、财务状况以及董事、高级管理人员履行职责的合法合规性进行监督。

5、关于绩效评价和激励约束机制

公司董事会下设的提名委员会、薪酬与考核委员会负责对公司的董事、监事、高级管理人员进行绩效考核，公司已建立企业绩效评价激励体系，经营者的收入与企业经营业绩挂钩，高级管理人员的聘任公开、透明，符合法律、法规的规定。

6、关于信息披露与透明度

公司严格按照有关法律法规以及《公司章程》、《公司信息披露管理办法》等的要求，真实、准确、及时、公平、完整地披露有关信息，指定公司董事会秘书负责信息披露工作，协调公司与投资者的关系，接待股东来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司已披露的资料；并指定《证券时报》和巨潮网（www.cninfo.com.cn）为公司信息披露的指定报纸和网站，确保公司所有股东能够以平等的机会获得信息。

7、利益相关者

公司能够充分尊重和维护相关利益者的合法权益，实现股东、员工、社会等各方利益的协调平衡，共同推动公司持续、健康的发展。

本次交易完成后，公司将继续按照上述要求，不断完善公司治理机制，促进公司持续稳定发展。

（二）本次交易完成后上市公司的独立性

公司自成立以来严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在业务、资产、人员、机构和财务等方面与公司股东相互独立，拥有独立完整的采购、生产、销售、研发系统，具备面向市场自主经营的能力。

1、人员独立

公司的董事、监事均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定选举，履行了合法程序；公司的人事及工资管理与股东完全分开，总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人等高级管理人员均未在股东单位兼职或领取薪酬；公司在员工管理、社会保障、工资报酬等方面独立于股东和其他关联方。

2、资产独立

公司拥有独立的采购、销售、研发、服务体系及配套设施，公司股东与公司的资产产权界定明确。公司拥有的土地使用权证、房屋所有权证、商标注册证及其他产权证明的取得手续完备，资产完整、权属清晰。

3、财务独立

公司设有独立的财务会计部门，配备了专门的财务人员，建立了符合有关会计制度要求、独立的会计核算体系和财务管理制度。

4、机构独立

公司健全了股东大会、董事会、监事会等法人治理机构，各组织机构依法行使各自的职权；公司建立了独立的、适应自身发展需要的组织机构，制订了完善的岗位职责和管理制度，各部门按照规定的职责独立运作。

5、业务独立

公司已经建立了符合现代企业制度要求的法人治理结构和内部组织结构，在经营管理上独立运作。公司独立对外签订合同，开展业务，形成了独立完整的业务体系，具备面向市场自主经营的能力。

本次交易完成后，公司将继续保持人员、资产、财务、机构、业务的独立性，保持公司独立于控股股东及实际控制人及其关联公司。

五、本次交易后上市公司的现金分红政策及相应安排

根据中国证监会《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的有关要求，本公司第三届董事会第二十六次会议和 2015 年第一次临时股东大会审议通过了《关于修订〈公司章程〉的议案》，修改后的公司现行利润分配政策如下：

（一）公司的利润分配政策基本原则

1、公司优先采用现金分红的利润分配方式；

2、公司的利润分配注重对股东合理的投资回报，利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；

3、公司充分考虑对投资者的回报，原则上公司每年分配的利润不低于当年可分配利润的 20%，其中现金分红所占比例不低于当年可分配利润的 10%；

4、任何三个连续会计年度内以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

（二）公司利润分配具体政策

1、利润分配的形式：公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利，具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。公司可以进行中期利润分配。

2、公司现金分红的具体条件和比例：除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年可分配利润的 10%。特殊情况是指：当公司年末资产负债率超过 70%或者当年经营活动所产生的现金流量净额为负数时。

公司现金分红还应符合以下要求：（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。

重大资金支出指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 5,000 万元。

公司目前发展阶段属于成长期且未来有重大资金支出安排，因此现阶段进行利润分配时，现金方式分配的利润在各期利润分配中所占比例最低应达到 20%。随着

公司的不断发展，公司董事会认为公司的发展阶段属于成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的现金分红政策调整的程序，提请股东大会决议提高现金方式分配的利润在当年利润分配中的最低比例并相应修改公司章程及股东分红回报规划。

3、公司发放股票股利的具体条件：公司在经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

（三）公司利润分配方案的审议程序

1、董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，制定明确、清晰的股东分红回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况。在公司当年实现盈利符合利润分配条件时，公司董事会应根据公司的具体经营情况和市场环境，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，并制定利润分配预案报股东大会批准。董事会在制定现金分红具体方案时，独立董事应当发表明确意见，同时，独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

2、公司因前条规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。股东大会审议上述议案时，应为中小股东参与决策提供了便利。

（四）公司利润分配方案的实施

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。

（五）公司利润分配政策的变更

如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境变化并对公司生

产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司调整利润分配政策应由董事会做出专题论述，详细论证调整理由，形成书面论证报告并经独立董事发表独立意见后提交股东大会，并经股东大会特别决议通过。审议利润分配政策变更事项时，公司为股东提供网络投票方式。

六、关于本次交易相关人员买卖上市公司股票的自查情况

根据《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》（证监公司字[2007]128号）等法律法规的要求，就本公司股票停牌前6个月内（即2015年2月5日至2015年8月4日，以下简称“自查期间”）上市公司、交易对方、标的公司及其各自董事、监事、高级管理人员，相关专业机构及其他知悉本次交易的法人和自然人，以及上述相关人员的直系亲属（指配偶、父母、年满18周岁的成年子女，以下合称“自查范围内人员”）是否进行内幕交易进行了自查，并出具了自查报告。

根据各方的自查报告及中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的查询记录，在自查期间，上市公司董事吴铁、上市公司董事许志平、上市公司董事陈良华、上市公司副总经理熊剑的父亲熊荷林、上市公司监事罗坚的配偶杨光、交易对方平安大华的公司员工王博、建信基金管理的15个资管计划、蓝瀚科技执行董事潘安民存在买卖上市公司股票的行为。

除上述买卖股票情况以外，本次交易相关各方、本次交易其他知情方，为本次交易提供服务的中介机构及其经办人员以及前述自然人的直系亲属在核查期间均不存在买卖蓝色光标股票的情形。

自查期间内上述自查主体交易上市公司股票的具体情况如下：

所属公司	姓名/名称	关联关系	买卖蓝色光标股票情况
蓝色光标	吴铁	蓝色光标股东、董事	2015年3月，共卖出7,950,000股
	许志平	蓝色光标股东、董事、董事会秘书、副总经理	2015年2月，共卖出5,276,247股
	陈良华	蓝色光标股东、董事	2015年3月，共卖出5,815,065股

	熊荷林	蓝色光标副总经理熊剑的父亲	2015年3月, 共卖出 6,500 股
	杨光	蓝色光标监事罗坚的配偶	2015年4月, 共买入 1,000 股
			2015年5月, 共买入 2,000 股, 共卖出 3,000 股
			2015年6月, 共买入 3,500 股
			2015年7月, 共买入 1,000 股
平安大华	王博	平安大华员工	2015年6月, 共买入 7,300 股, 共卖出 2,300 股
			2015年7月, 共买入 8,300 股, 共卖出 11,500 股
			2015年8月, 共卖出 1,800 股
蓝瀚科技	潘安民	蓝瀚科技执行董事	2015年3月, 共卖出 20,000 股
			2015年4月, 共卖出 20,000 股
			2015年7月, 共买入 4,900 股
建信基金	建信基金—建设银行—建信量化对冲1号资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015年2月, 共卖出 300 股
	建信基金—建设银行—建信量化对冲2号资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015年2月, 共卖出 1,900 股
	建信基金—建设银行—建信信达量化对冲分级5号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015年2月, 共卖出 700 股
			2015年5月, 共买入 1,200 股
			2015年6月, 共卖出 1,200 股
			2015年7月, 共买入 2,100 股, 共卖出 2,100 股
	建信基金—建设银行—建信光大量化对冲分级6号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015年3月, 共卖出 500 股
	建信基金—建设银行—建信长江量化对冲分级7号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015年3月, 共卖出 500 股
	建信基金-银河证	建信基金管理的资管计划	2015年3月, 共卖出 500 股

券-建信信达量化对冲 8 号特定多个客户资产管理计划		2015 年 7 月，共买入 3,200 股，共卖出 3,200 股
建信基金-银河证券-建信天聪量化对冲 1 号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015 年 2 月，共卖出 3,700 股
		2015 年 3 月，共卖出 5,900 股，共买入 3,400 股
		2015 年 4 月，共卖出 1,300 股
		2015 年 5 月，共买入 6,500 股，共卖出 4,500 股
		2015 年 6 月，共卖出 2,000 股
		2015 年 7 月，共买入 4,300 股，共卖出 4,300 股
建信基金-银河证券-建信天聪量化对冲 5 号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015 年 2 月，共买入 100 股，共卖出 600 股
		2015 年 3 月，共买入 400 股，共卖出 1,000 股
		2015 年 5 月，共买入 1,100 股，共卖出 1,100 股
建信基金-银河证券-建信天聪量化对冲 7 号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015 年 3 月，共卖出 2,900 股
		2015 年 5 月，共买入 4,800 股，共卖出 2,700 股
		2015 年 6 月，共卖出 2,100 股
		2015 年 7 月，共买入 6,400 股，共卖出 6,400 股
建信基金-银河证券-建信天聪量化对冲 2 号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015 年 2 月，共卖出 2,500 股
		2015 年 3 月，共买入 1,100 股，共卖出 2,600 股
		2015 年 4 月，共买入 1,100 股
		2015 年 5 月，共买入 4,400 股，共卖出 2,700 股
		2015 年 6 月，共卖出 1,700 股
		2015 年 7 月，共买入 4,300 股，共卖出 4,300 股
建信基金-银河证券-建信天聪量化对冲 6 号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015 年 2 月，共卖出 400 股
		2015 年 3 月，共卖出 800 股
		2015 年 5 月，共买入 2,600 股，共卖出 1,500 股
		2015 年 6 月，共卖出 1,100 股
建信基金-银河证券-建信天聪量化对冲 10 号特	建信基金管理的资管计划	2015 年 2 月，共卖出 500 股
		2015 年 3 月，共买入 100 股，共卖出 600 股

	定多个客户资产管理计划		2015 年 5 月，共买入 1,100 股，共卖出 1,100 股
	建信基金—银河证券—建信天聪量化对冲 3 号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015 年 2 月，共卖出 200 股 2015 年 3 月，共卖出 2,000 股 2015 年 5 月，共买入 3,600 股，共卖出 1,800 股 2015 年 6 月，共卖出 1,800 股
	建信基金—交通银行—建信宽沣长城量化对冲 1 号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015 年 6 月，共买入 3,699 股，共卖出 3,699 股 2015 年 7 月，共买入 4,412 股，共卖出 4,412 股
	建信基金—交通银行—建信宽沣明致量化对冲 1 号特定多个客户资产管理计划	建信基金管理的资管计划	2015 年 7 月，共买入 1,000 股，共卖出 1,000 股

上述许志平的减持行为已经于 2014 年 2 月 4 日发布《关于持股 5%以上股东减持股份的公告》；吴铁和陈良华的减持行为已经于 2015 年 3 月 25 日发布《关于实际控制人减持公司股份以及其持股比例低于公司总股本 30%的公告》；三人减持行为均公告了《简式权益变动报告书》。

熊荷林、杨光、王博、潘安民、建信基金分别出具说明如下：

熊荷林已出具以下说明：本人对所持有的蓝色光标股票的交易行为系本人依据公开信息独立进行研究和判断而形成的决策，本人在蓝色光标股票停牌前并未获得任何关于本次重组的内幕信息，不存在利用蓝色光标本次重组之内幕信息进行交易的情形。

杨光已出具以下说明：本人对所持有的蓝色光标股票的交易行为系本人依据公开信息独立进行研究和判断而形成的决策，本人在蓝色光标股票停牌前并未获得任何关于本次重组的内幕信息，不存在利用蓝色光标本次重组之内幕信息进行交易的情形。

王博已出具以下说明：本人对所持有的蓝色光标股票的交易行为系本人依据公开信息独立进行研究和判断而形成的决策，相关交易行为具有投资逻辑上的合

理性。本人在蓝色光标股票停牌前并未获得任何关于本次重组的内幕信息，不存在利用蓝色光标本次重组之内幕信息进行交易的情形。

潘安民已出具以下说明：本人对所持有的蓝色光标股票的交易行为系本人依据公开信息独立进行研究和判断而形成的决策，不存在利用蓝色光标本次重组之内幕信息进行交易的情形。

建信基金已出具以下说明：本公司管理的资产管理计划对所持有的蓝色光标股票的交易行为系本公司依据公开信息独立进行研究和判断而形成的决策，本公司在蓝色光标股票停牌前并未获得任何关于本次重组的内幕信息，不存在利用蓝色光标本次重组之内幕信息进行交易的情形。

此外，根据登记结算公司的查询记录以及交易对方及其控股股东出具的自查报告，交易对方及其控股股东不存在泄露本次重组内幕信息以及利用本次重组信息进行内幕交易的情形。本次重组相关主体不存在依据《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》第十三条不得参与任何上市公司重大资产重组的情形。

七、上市公司本次交易披露前股票价格波动情况的说明

按照中国证监会《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》（证监公司字[2007]128 号）等法律法规的要求，蓝色光标对股票停牌前股价波动的情况进行了自查，结果如下：

因筹划重大事项，蓝色光标股票自 2015 年 8 月 5 日起开始停牌。本次停牌前一交易日（2015 年 8 月 4 日）收盘价格为 14.30 元/股，停牌前第 21 个交易日（2015 年 7 月 2 日）收盘价为 13.71 元/股，本次交易事项公告停牌前 20 个交易日内（即 2015 年 7 月 3 日至 2015 年 8 月 4 日期间）蓝色光标股票收盘价格累计涨幅 4.30%，同期创业板指数（399006.SZ）累计跌幅 3.89%，同期 wind 证监会商务服务业行业指数（883176）累计涨幅 4.89%。

根据《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》（证监公司字[2007]128 号）第五条的规定，剔除大盘因素和同行业板块因素影响，即剔除创

业板综合指数和证监会软件信息技术服务行业指数（WIND 资讯）因素影响后，蓝色光标股价在本次交易停牌前 20 个交易日内累计涨跌幅未超过 20%，未构成异常波动情况。

八、对股东权益保护的安排

（一）确保本次交易定价公平、公允

对于本次交易，上市公司及交易对方已聘请具有资质的会计师事务所和资产评估机构对交易资产进行审计和估值，以确保交易资产的定价公允、公平、合理。上市公司独立董事将对本次交易资产估值定价的公允性发表独立意见。上市公司所聘请的独立财务顾问和律师将对本次交易的实施过程、资产过户事宜和相关后续事项的合规性及风险进行核查，发表明确的意见。

（二）严格履行上市公司信息披露义务

本公司及相关信息披露义务人将严格按照《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《重组管理办法》等相关规定，切实履行信息披露义务，公平地向所有投资者披露可能对上市公司股票交易价格产生较大影响的重大事件。

（三）关联董事、关联股东回避表决

公司在本次交易过程中严格按照相关规定履行法定程序进行表决和披露。本次交易草案在提交董事会讨论时，关联董事已回避表决。上市公司编制重大资产重组报告书提交股东大会讨论时，关联股东已回避表决。

（四）股份锁定安排

1、发行股份购买资产

根据上市公司与蓝瀚科技股东平安大华、京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然和齐玉杰签署的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行股份及支付现金购买资产的协议书》。京东世纪、西藏东方、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰承诺：其根据本协议取得的蓝色光标股份，自股份发行结束之日起三十六个月内不得转让。

本次发行结束后，由于公司送红股、转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述约定。

2、募集配套资金

本次交易配套资金认购方建信基金和刘鸿承诺：

我方通过本次非公开发行认购的蓝色光标股份，自发行结束之日起 36 个月内不进行转让，36 个月后根据中国证监会和深交所的有关规定执行。本次配套募集资金发行结束后，由于公司送红股、转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述约定。

（五）提供网络投票平台

在审议本次交易的股东大会上，本公司通过交易所交易系统和互联网投票系统向全体流通股股东提供网络形式的投票平台，流通股股东通过交易系统和互联网投票系统参加网络投票，以切实保护流通股股东的合法权益。

（六）其他保护投资者权益的安排

为保证本次重组工作的公平、公正、合法、高效地展开，公司已聘请境内具有专业资格的独立财务顾问、律师事务所、审计机构、估值机构等中介对本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案及全过程进行监督并出具专业意见。

九、上市公司前次重组相关资产运行情况及承诺履行情况

蓝色光标前次资产重组情况为 2013 年发行股份购买资产收购西藏山南东方博杰广告有限公司（以下简称“博杰广告”）89%股权。

（一）博杰广告实际经营情况

1、博杰广告 2013 年-2015 年 9 月财务情况

收购完成后当年及 2014 年博杰广告运营情况较为良好，2015 年由于市场环境变化影响收入和净利润有所下降。博杰广告 2013 年至 2015 年 9 月营业收入和净利润对比情况如下：

单位：万元

财务指标	2015 年 9 月 30 日 /2015 年 1-9 月	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度	2013 年 12 月 31 日 /2013 年度
营业收入	37,709.50	116,001.75	120,535.19
净利润	9,558.05	27,123.56	24,540.45
扣非后净利润	9,558.05	28,293.59	23,243.35

注：2015年1-9月数据未经审计

2、博杰广告 2013 年-2015 年 9 月业绩承诺完成情况

博杰广告 2013 年和 2014 年均超额完成承诺业绩。各年度业绩承诺履行情况如下：

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度	合计
承诺净利润	27,376.00	23,805.00	20,700.00	71,881.00
实际完成净利润	9,558.05	28,293.59	23,243.35	51,536.94
完成比例	34.91%	118.86%	112.29%	71.70%

注：2015年实际完成净利润为1-9月实现情况，2015年1-9月实现净利润完成了全年指标的34.91%。

2015 年 1-9 月博杰广告实现净利润低于预期，在本公司预期之外，原因如下：

（1）受互联网广告、移动端广告的冲击，电视广告投放总量下滑

根据 CSM 央视索福瑞、CTR 央视市场研究、星灿传播等机构发布的 2015 上半年电视媒体监测数据，2015 年是电视广告形势最为严峻的一年，电视广告投放总量首次下滑，一季度电视广告刊例同比下滑 5.5%，其中刊例花费在 500 万以上的品牌数量已经跌回五年以前水准。在观众端，2015 年上半年，人均每日收视市场降至 156 分钟，相较于 2014 年的 163 分钟，下降明显。另一方面，根据尼尔森网联媒介研究、艾瑞网数据显示，2015 第一季度中国网络广告市场规模为 378.7 亿元，同比增长 36.6%，预计在后三季度将继续保持 40%左右的速度继续稳健增长。

互联网网络广告的稳健增长有以下几个原因：

①目标精准，针对性强，直接为广告主带来客户。

②按实际效果付费（CPC、CPA 等），有效客户获取成本低。

③投放效果可监测。真正发掘互联网的双向互动特点，实时统计投放效果，客观呈现推广效果，可以及时分析优化要点，优化推广效果。

④广告预算灵活掌控，广告库存现货购买。广告采买、效果监控全流程通过在线完成，广告主可根据投放效果随时改变广告预算或投放策略，广告位按需随买，节省了前期商务谈判、合同签订、广告排期等人工参与，改变了传统的广告位期货的售卖方式，全部交由后台自动实时完成。

⑤程序化交易。广告主或其代理通过程序购买互联网广告位，向正确的用户展示正确的广告内容。程序化交易的实现依赖需求方平台（DSP）和广告交易平台（AdExchange）。程序化交易具备 2 大特点：其一，将人工交易变成自动交易，大幅降低广告交易费用，缩短交易时间；其二，大数据定位用户需求，向正确的用户投放正确的广告，将购买广告位变成购买特定用户的广告位，大幅提升广告主投入产出比，有效提高媒体资源价格。

（2）央视频道市场份额和收视率下降明显

博杰广告 2015 年主要收入来源于央视 13 套（新闻频道）广告的代理。根据 CSM 媒介研究发布的 2012-2015 年各级频道市场份额对比，2015 年上半年，与以往不断提升的态势不同，中央级频道市场份额同比总体下降约 2%，收视率也由 2015 年上半年的 4.74 降至 4.41，而在央视频道内部，2015 年上半年新闻频道收视份额下滑尤为明显，同比下滑 12%，给博杰广告 2015 年创收带来很大压力。

（3）博杰广告未取得 2015 年中央 6 套的独家代理权

博杰广告原有资源还包括中央 6 套（电影频道）。2015 年央视 6 套广告代理权在竞标过程中由行业内某第三方广告代理公司以高价夺标，但该公司最终放弃运营权，导致流标。最终央视六套没有进一步招标，而是转由内部团队直接负责其广告业务销售。

2014 年博杰广告来自中央 6 套的收入和毛利金额及占比如下：

单位：万元

项目	中央 6 套
收入	42,505.05
收入占博杰广告当年收入比例	36.64%
毛利额	6,457.72
毛利额占博杰广告当年毛利额比例	19.22%

由上表可知，中央 6 套占博杰广告的收入占比较大，2015 年博杰广告未取得中央 6 套的代理权，导致收入和盈利情况均受较大影响。

针对 2015 年实现利润低于预期的情况，博杰广告拟在 2016 年通过采购新的央视及其他电视媒体资源、加强销售力量等方式改进业绩情况，力争恢复应有的利润水平。蓝色光标近期完成了 14 亿元可转换公司债券的发行工作，募集资金中的 3.65 亿元将用于博杰广告采购央视媒体资源广告经营权采购。此外，博杰广告在 2016 年将加大销售团队力量，通过整合现有资源及拓展新资源，提高人均销售收入，增强公司盈利能力。

（二）可比竞争对手财务情况比较

根据上市公司公开披露信息，部分央视广告代理上市公司财务情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年上半年	2015 年上半年	同比变化
中视金桥（HK.00623）			
收入	83,642.8	61,901.0	-25.99%
净利润	17,921.4	3,543.3	-80.23%
智美体育（HK.01661）			
收入	32,125.9	29,480.5	-8.23%
净利润	10,212.9	9,314.1	-8.80%
电视广告业务收入	24,995.8	18,790.3	-24.83%
电视广告业务毛利	10,082.8	7,420.2	-26.41%
中视传媒（SH.600088）			
广告业务收入	11,472.7	5,100.2	-55.54%
广告业务毛利	677.2	504.2	-25.55%

由上表可见，以央视广告代理为主营业务的各上市公司在 2015 年均存在业绩较大幅度下滑的情况。博杰广告 2015 年经营情况与电视广告行业波动情况相符。

（三）对博杰广告经营业绩未达标拟采取的措施

针对 2015 年博杰广告业绩下滑情况，公司将按照《盈利预测补偿协议》要求，在进行年度审计的同时委托审计机构启动减值测试，并根据减值测试结果进行相应会计处理。

即若博杰广告 2013 年、2014 年、2015 年任何一年实际利润增长率为负或者 2013 年、2014 年、2015 年任何一年的截至当期期末累计实际利润复合增长率为负（以 1.8 亿元作为博杰广告 2012 年净利润基数），启动减值测试，采用股份方式补偿。

公司将严格遵照协议约定并综合考虑商誉减值的影响启动业绩承诺补偿追偿措施。

蓝色光标前次发行股份购买资产收购的博杰广告在 2013 年及 2014 年均完成了其承诺经营业绩，2015 年因为市场变化原因及 6 套央视招标情况的变化导致博杰广告前 9 个月业绩完成情况不如预期。截至本核查意见出具日，博杰广告 2015 年全年收入与净利润尚未确定，且尚待审计。如最终博杰广告 2015 年实际净利润未达到承诺利润指标，公司将在取得博杰广告 2015 年度审计报告后，严格按照上述盈利预测补偿安排启动业绩承诺补偿追偿措施。根据博杰广告前 9 个月业绩情况，公司预计，收购博杰广告形成的商誉存在较大减值可能，但最终减值结果尚待委托中介机构后进行减值测试方能确定。公司将在进行年度审计的同时委托中介机构启动减值测试，严格根据减值测试结果进行相应会计处理。

（四）其他承诺履行情况

独立财务顾问核查了博杰广告相关人员签署的承诺函，以及由蓝色光标出具的相关承诺履行情况的说明，博杰广告及其实际控制人李芃做出的其他承诺以及截至本报告书出具日相关承诺的履行情况如下：

承诺方	承诺事项	履行情况
李芃等 4 名交易对方出具	关于与蓝色光标进行发行股份购买资产交易的承诺函	未发生违反该承诺函下各项承诺的行为
李芃等 4 名交易对方出具	关于认购北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司非公开发行股票锁定的承诺函	未发生违反股票锁定承诺的行为
李芃等 4 名交易对方出具	关于西藏山南东方博杰广告有限公司或有事项赔偿责任的承诺函	未发生违反或有事项赔偿责任承诺的行为
李芃等 4 名交易对方出具	关于不与北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司进行同业竞争的承诺函	未发生同业竞争的行为
李芃、博萌投资	关于规范关联交易的承诺函	未发生不规范关联

		交易的行为

（五）中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问认为截至本报告书出具日，博杰广告及其相关方不存在未履行相关承诺事项情况。

第十六节 独立董事及相关证券服务机构的意见

一、独立董事意见

根据《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》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关法律、法规、规范性文件以及《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司章程》和《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司独立董事工作制度》的有关规定，上市公司独立董事本着实事求是、认真负责的态度，基于独立判断的立场，发表事前独立意见如下：

“作为公司的独立董事，我们就该等议案所涉及的事项，尤其是发行股份及支付现金购买资产，进行了充分的论证，我们认为本次重组涉及的上述相关交易是公平、合理的，符合公司的长远利益以及全体股东利益的最大化，因此同意本次重组的相关议案并同意提交董事会审议。”

根据《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》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关法律、法规、规范性文件以及《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司章程》和《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司独立董事工作制度》的有关规定，我们作为公司的独立董事，本着对公司及全体股东负责的态度，按照实事求是的原则，基于独立判断的立场，在仔细审阅了包括《北京蓝色光标品牌管理顾问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）》在内的本次重组的相关材料后，经审慎分析，对本次重组的相关事项发表独立意见如下：

“1、根据本次重组方案，公司本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方为深圳平安大华汇通财富管理有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、西藏东方企慧投资有限公司、赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然、齐玉杰。交易对方中赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然为公司共同实际控制人，且赵文权为公司的董事长、总经理，许志平为公司董事、副总经理、董事会秘书，吴铁

和孙陶然为公司董事，根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规及规范性文件的相关规定，上述五位自然人属于公司的关联方，故本次交易构成关联交易。

2、本次重组方案以及签订的相关协议符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》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。

3、本次重组涉及的标的资产的价格拟参考具有相应资质的估值机构出具的估值报告确认的估值结果为基础并由交易各方协商确定，增发股份的发行价格系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、公司本次重组的相关事项已经公司第三届董事会第五十四次会议审议通过，相关议案在提交本次董事会会议审议前，已经我们事前认可；本次交易构成关联交易，关联董事在审议关联交易事项时均进行了回避表决，本次董事会会议的召开、表决程序等符合相关法律、法规及《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司章程》的规定，表决结果合法、有效。

5、本次重组完成后，公司资产质量和盈利能力将得以改善和提升，具有持续经营能力。公司符合中国证监会有关公司治理与规范运作的相关规定，在业务、资产、财务、人员、机构等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

6、本次重组尚需公司股东大会审议通过，尚需中国证监会并购重组审核委员会审核通过，并获得中国证监会核准。

7、我们关注到，《蓝色光标品牌管理顾问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）》就投资者需特别关注的风险作出了特别提示，我们提示投资者认真阅读该报告书“重大风险提示”一节的全部内容，充分了解公司所披露的风险因素及相应的投资风险，审慎作出投资决

定。”

二、独立财务顾问核查意见

本公司聘请了华泰联合证券有限责任公司作为本次交易的独立财务顾问。根据华泰联合证券出具的核查意见，独立财务顾问华泰联合证券认为：

1、本次交易事项符合《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》、《若干问题的规定》、《格式准则26号》等法律、法规及规范性文件中关于上市公司发行股份及支付现金购买资产的基本条件。《北京蓝色光标品牌管理顾问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）》等信息披露文件的编制符合相关法律、法规和规范性文件的要求，未发现存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情况；

2、本次交易完成后上市公司仍具备股票上市的条件；

3、本次交易完成后上市公司实际控制人未发生变更，不构成借壳上市；

4、本次交易所涉及的资产和股份定价合理，所选取的估值方法适当、估值假设前提和重要估值参数的取值合理；

5、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；

6、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，本次交易有利于上市公司的持续发展、不存在损害股东合法权益的问题；

7、本次交易完成后上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与实际控制人及关联方将继续保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定；公司治理机制仍旧符合相关法律法规的规定；有利于上市公司形成或者保持健全有效的法人治理结构；

8、本次交易所涉及的各项合同内容合法，在交易各方履行本次交易相关协议的情况下，不存在上市公司交付现金或发行股票后不能及时获得相应对价的情形；

9、本次交易构成关联交易，赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然与上市公司就相关资产实际盈利数不足利润预测数情况的补偿安排切实可行、合理。

三、法律顾问意见

本公司聘请了北京市中伦律师事务所作为本次交易的法律顾问。根据北京市中伦律师事务所出具的法律意见书，对本次交易结论性意见如下：

综上所述，本所律师认为：本次交易的相关安排符合国家法律、行政法规及规范性文件的有关规定；本次交易各方具备本次交易的主体资格；在取得证监会关于本次交易的核准后、且交易各方能够充分履行其各自的承诺，则本次交易的实施不存在实质性法律障碍。

第十七节 本次有关中介机构情况

一、独立财务顾问

华泰联合证券有限责任公司

地址：北京市西城区丰盛胡同 22 号丰铭国际大厦 A 座 6 层

法定代表人：吴晓东

电话：010-56839300

传真：010-56839500

联系人：许楠、谢瑾、于洋、刘景媛、姜欣

二、律师

北京市中伦律师事务所

地址：北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 36-37 层

负责人：张学兵

电话：010-59572288

传真：010-65681022/1838

联系人：李娜、刘德磊

三、审计机构

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

地址：北京市海淀区车公庄西路 19 号外文文化创意园 12 号楼

法定代表人：陈永宏

电话：010-88827799

传真：010-88018737

联系人：陈永宏、王玥、张琼

四、资产估值机构

中通诚资产评估有限公司

地址：北京市朝阳区樱花西街古北里 27 号楼一层

法定代表人：刘公勤

电话：010-64411177

传真：010-64418970

联系人：黄华韞、李营

第十八节 董事及有关中介机构声明

一、董事声明

本公司全体董事承诺保证本《北京蓝色光标品牌管理顾问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》及本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金申请文件内容真实、准确、完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承诺对所提供资料的合法性、真实性和完整性承担个别和连带的法律责任。

（本页无正文，为全体董事关于《北京蓝色光标品牌管理顾问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》的声明之签章页）

全体董事签字：

赵文权

孙陶然

吴铁

许志平

毛宇辉

张向际

冯晓

徐冬根

阎焱

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

年月日

二、独立财务顾问声明

本公司及公司经办人员同意《北京蓝色光标品牌管理顾问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》及其摘要引用本公司出具的独立财务顾问报告的内容，且所引用内容已经本公司及本公司经办人员审阅，确认《北京蓝色光标品牌管理顾问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》及其摘要不致因引用前述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：

吴晓东

财务顾问主办人：

许楠

谢瑾

项目协办人：

于洋

刘景媛

华泰联合证券有限责任公司

年月日

三、律师声明

本所及本所经办律师同意《北京蓝色光标品牌管理顾问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》及其摘要引用本所出具的法律意见书的内容，且所引用内容已经本所及本所经办律师审阅，确认《北京蓝色光标品牌管理顾问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》及其摘要不致因引用前述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

单位负责人：

张学兵

经办律师：

李娜

刘德磊

北京市中伦律师事务所

年月日

四、审计机构声明

本所及本所经办注册会计师同意《北京蓝色光标品牌管理顾问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》及其摘要引用本所出具的报告的相关内容，且所引用相关内同已经本所及本所经办注册会计师审阅，确认《北京蓝色光标品牌管理顾问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》及其摘要不致因引用前述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

执行事务合伙人：

陈永宏

经办注册会计师：

王玥张琼

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

年月日

五、估值机构声明

本公司及本公司经办估值人员同意《北京蓝色光标品牌管理顾问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》及其摘要引用本公司出具的估值数据，且所引用估值数据已经本公司及本公司经办估值人员审阅，确认《北京蓝色光标品牌管理顾问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》及其摘要不致因引用前述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：

刘公勤

估值人员：

黄华韞

李营

中通诚资产评估有限公司

年月日

第十九节 备查文件

- 1 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司第二届董事会第 54 次会议决议
- 2 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司独立董事关于发行股份及支付现金购买资产暨关联交易并募集配套资金的独立意见
- 3 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司独立董事关于发行股份及支付现金购买资产暨关联交易并募集配套资金的事前认可意见
- 4 天职国际会计师事务所对多盟开曼出具的天职业字[2015] 13112 号《审计报告》
- 5 天职国际会计师事务所对多盟开曼出具的天职业字[2015] 13112-1 号《备考审计报告》
- 6 天职国际会计师事务所对多盟智胜出具的天职业字[2015]14301 号《审计报告》
- 7 中通诚资产评估有限公司对多盟开曼和多盟智胜出具的中通咨报字[2015]30 号《估值报告》
- 8 天职国际会计师事务所对亿动开曼出具的天职业字[2015]12619 号《审计报告》
- 9 中通诚资产评估有限公司对亿动开曼出具的中通咨报字[2015]31 号《估值报告》
- 10 天职国际会计师事务所对蓝瀚科技出具的天职业字[2015] 14975 号《备考审计报告》
- 11 天职国际会计师事务所对蓝色光标出具的天职业字[2015] 14974 号《备考审阅报告》
- 12 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司与平安大华等 9 名蓝瀚科技股东签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》
- 13 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司与赵文权、许志平、陈良华、吴铁、孙陶然签署的《盈利预测补偿协议》
- 14 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司与建信基金、刘鸿签署的《附条件生效的股份认购协议》
- 15 华泰联合证券有限责任公司出具的《独立财务顾问报告》
- 16 北京市中伦律师事务所出具的《法律意见书》
- 17 交易对方出具的相关承诺文件