

关于利欧集团股份有限公司
发行股份及支付现金购买资产
并募集配套资金申请文件中
有关财务情况的补充说明

关于利欧集团股份有限公司发行股份及支付 现金购买资产并募集配套资金 申请文件中有关财务情况的补充说明

天健函〔2016〕231号

中国证券监督管理委员会：

由中国民族证券有限责任公司转来的《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（160433号，以下简称反馈意见）奉悉。我们已对反馈意见所提及的利欧集团股份有限公司（以下简称利欧股份）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、申请材料显示，手游文化子公司迹象信息通过股权投资实现现金注入智趣广告前，手游文化通过另一下属公司上海宏秦将其向第三方采购的20,968,326.41元媒体资源平价转让给智趣广告，进而实现对智趣广告的资金支持。申请材料同时显示，报告期智趣广告与上海宏秦存在以下关联交易：1）按照协议价结算的采购业务20,968,326.41元。2）按照协议价结算的提供劳务业务100万元，2015年4月17日双方终止了该项业务合作，相关款项已退回。请你公司补充披露：1）上述交易安排的背景、原因，与手游文化拟投入的1,000万元投资额的对应关系，是否存在其他协议或安排及对本次交易的影响。2）智趣广告与上海宏秦上述关联交易是否具备商业实质，相关会计处理及合理性。3）智趣广告与上海宏秦上述关联交易定价依据及公允性。请会计师核查并发表明确意见。（反馈意见第4条）

（一）关于交易安排的背景、原因，与手游文化拟投入的1,000万元投资额的对应关系，是否存在其他协议或安排及对本次交易的影响

1. 与上海宏秦的关联交易

（1）关联采购的背景、原因及其与手游文化投资额的关系

报告期内，智趣广告与上海宏秦的关联采购情况如下：

单位：人民币元

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	2015 年度	2014 年度	2013 年度
上海宏秦	精准营销业务	协议价	21,155,118.87[注]	-	-

[注]：上海宏秦 2015 年度合计为智趣广告代为采购金额为 21,155,118.87 元(不含税)，其中，2015 年 1-9 月发生额为 20,968,326.41 元(不含税)，2015 年 10-11 月发生额为 186,792.46 元(不含税)。2015 年 11 月 29 日，手游文化完成对智趣广告的投资事宜，此后智趣广告不再通过上海宏秦代为采购。

上述关联交易的发生系手游文化通过下属公司上海宏秦代为向第三方进行媒体资源采购的方式累计向智趣广告提供 21,155,118.87 元(不含税，下同)的资金支持，上述资金支持智趣广告作为应付账款入账，为智趣广告应付上海宏秦的债务，具体背景及原因如下：

2014 年 7 月 25 日，手游文化与徐佳亮、徐晓峰签订《备忘录》，约定手游文化拟向智趣广告进行投资，手游文化拟投入智趣广告的投资总额为不多于人民币 1,000 万元。为依据上述《备忘录》实现向智趣广告投资，手游文化以其拥有 100% 权益的下属公司迹象信息于 2014 年 8 月认缴智趣广告新增注册资本 53 万元，占该次增资后智趣广告注册资本总额的 51.46%。迹象信息于 2014 年 9 月 24 日缴纳出资额 10.50 万元。

但是，根据当时有效的国家外汇管理局综合司《关于完善外商投资企业外汇资本金支付结汇管理有关业务操作问题的通知》(汇综发〔2008〕142 号)，迹象信息作为外商投资企业不得以资本金结汇对境内企业进行股权投资，而迹象信息自有非资本金人民币无法满足上述《备忘录》约定的 1,000 万元的投资总额，因此，各方安排智趣广告通过向手游文化另一实际控制的下属公司上海宏秦进行关联采购并占用采购货款的方式获得《备忘录》约定的投资款项，2015 年度，上海宏秦将其向第三方采购的 21,155,118.87 元媒体资源平价转让给智趣广告，进而实现了手游文化对智趣广告的资金支持。

根据国家外汇管理局于 2015 年 6 月 1 日开始实施的《关于改革外商投资企业外汇资本金结汇管理方式的通知》(汇发〔2015〕19 号),国家外汇管理局综合司《关于完善外商投资企业外汇资本金支付结汇管理有关业务操作问题的通知》(汇综发〔2008〕142 号)废止,外商投资企业外汇资不再通本金实行意愿结汇。因此,迹象信息作为外商投资企业对外股权投资不再受原“汇综发〔2008〕142 号”文件限制。2015 年 11 月,为恢复股权投资形式,迹象信息通过向智趣广告溢价出资人民币 989.50 万元,完成对智趣广告的股权出资,此后智趣广告不再通过上海宏秦代为采购媒体资源。智趣广告已结清所欠上海宏秦的原代为采购款项。手游文化最终通过其下属公司迹象信息向智趣广告实现股权投资人民币 1,000 万元。

上海宏秦上述代为采购事项的发生系基于手游文化对智趣广告 1,000 万元投资款项,考虑到智趣广告的资金需求状况,代为采购金额大于投资款金额,有利于智趣广告的业务拓展。

(2) 提供劳务之关联交易的背景及原因及与手游文化投资额的关系

2015 年 1 月 25 日,上海宏秦与智趣广告签订了《游戏开发及网络推广合同》,约定由智趣广告为其代为开发《Gshow》游戏软件并进行推广,上海宏秦支付预付款 100 万元。《Gshow》游戏软件主要服务于上海宏秦与上海赛果文化传播有限公司的一项业务合作,具体内容为上海宏秦计划与“校外宝”(上海赛果文化传播有限公司旗下的品牌)合作在全国中小学开展以《Gshow》游戏项目为基础的校外在线竞赛活动,故上海宏秦委托智趣广告进行《Gshow》项目的技术开发和网络推广。后由于市场预期发生变化,该项目未能顺利进行。在此背景下,上海宏秦与智趣广告于 2015 年 4 月 17 日签订了《补充合同》终止了《Gshow》游戏软件的业务合作,智趣广告将上述款项转回。

该笔关联交易的发生系上海宏秦与智趣广告发生的正常业务往来,与手游文化投入的 1,000 万元投资额不存在对应关系。

2. 其他协议或安排

经核查,除上述《备忘录》约定的投资安排外,(1) 2015 年 12 月 2 日,迹象信息与智趣广告签订了《借款协议》,迹象信息向智趣广告出借人民币 950 万元,借

款期限不超过 30 天，该笔借款以年利率 4% 计算，截至 2015 年 12 月 31 日，智趣广告已还清上述借款本金并结清利息；(2) 2015 年 12 月 2 日，迹象信息与智趣广告签订了《借款协议》，为支持智趣广告的业务发展，迹象信息向智趣广告出借人民币 1,000 万元，借款期限不超过 12 个月，不计利息。该等《借款协议》不会对本次交易产生重大影响。

(二) 智趣广告与上海宏秦上述关联交易是否具备商业实质，相关会计处理及合理性

1. 关联采购

智趣广告与上海宏秦关联采购事项，根据上述一(一)所述，系基于手游文化与徐佳亮、徐晓峰签订的《备忘录》，手游文化拟通过下属公司迹象信息向智趣广告投资人民币 1,000 万元，而根据当时国家外汇管理局的相关规定，迹象信息作为外商投资企业，不得以其资本金结汇对境内企业进行股权投资，且其自有非资本金人民币无法满足原约定的投资总额，所以经各方安排，根据智趣广告正常业务经营对媒体资源采购的实际需求，部分媒体资源由手游文化另一实际控制的下属公司上海宏秦代为对外采购，智趣广告通过占用采购货款的形式间接获得了投资款项。

2015 年度，上海宏秦根据智趣广告正常业务经营对媒体资源采购的实际需求，合计向第三方代为采购媒体资源金额 21,155,118.87 元。各月份，上海宏秦根据第三方媒体供应商提供的媒体资源结算清单确认媒体资源采购金额，并按该结算金额平价转让给智趣广告。

其中，上海宏秦根据结算清单与媒体供应商结算，并平价转让给智趣广告的会计处理如下：

(1) 与媒体供应商进行结算

借：主营业务成本

借：应交税费—增值税

贷：应付账款—媒体供应商

(2) 平价转让给智趣广告

借：应收账款—智趣广告

贷：主营业务收入

贷：应交税费—增值税

相应的，智趣广告根据上海宏秦与媒体供应商的相关结算清单，账面会计处理如下：

(1) 与上海宏秦进行结算

借：主营业务成本

借：应交税费—增值税

贷：应付账款—上海宏秦

(2) 与广告主进行结算

借：应收账款—广告主

贷：主营业务收入

贷：应交税费—增值税

我们核查了报告期内上海宏秦向第三方代为采购媒体资源事项的相关原始资料，包括核查上海宏秦与媒体供应商签订的业务合同、支付货款的银行转账单据、媒体资源采购的结算清单、媒体执行金额确认单，并对媒体供应商实施了函证等相关程序。

经核查，上海宏秦代为采购媒体资源 21,155,118.87 元，并将其平价转让给智趣广告均系真实发生的业务交易，且为智趣广告经营业务所需。

另外，经对上海宏秦法定代表人张培骞进行的访谈，其声明上述关联交易背景、原因的相关内容均属真实、完整的陈述。

综上所述，经核查，我们认为，上海宏秦向第三方采购媒体资源并将其平价转让给智趣广告均系真实发生的业务交易，该部分媒体资源为智趣广告经营业务所需，相关业务具有商业实质，相关会计处理是合理的。

2. 提供劳务

根据上海宏秦与智趣广告签订的《游戏开发及网络推广合同》，约定由智趣广告为其代为开发《Gshow》游戏软件并进行推广，上海宏秦支付智趣广告预付款 100 万元。智趣广告相应的账务处理如下：

借：银行存款

贷：预收款项-上海宏秦

后由于市场原因，双方取消了该项目业务合作，智趣广告将上述预收款转回给上海宏秦，相应的账务处理如下：

贷：银行存款

贷：预收款项-上海宏秦（红字冲回）

我们核查了该笔交易所涉及的相关业务合同，补充协议，银行转账单据，确认该笔交易系真实发生；另外，经对上海宏秦法定代表人张培骢进行的访谈，其声明上述关联交易背景、原因的相关内容均属真实、完整的陈述。

经核查，我们认为，上述提供劳务事项从签订协议到最终取消合作，均基于双方经营业务的实际情况而商定，具有商业实质，相关会计处理是合理的。

（三）智趣广告与上海宏秦上述关联交易定价依据及公允性。

1. 关联交易的定价依据

如上述一（二）所述，各月份，上海宏秦根据第三方媒体供应商提供的媒体资源结算清单，确认媒体资源采购金额，并按该结算金额平价转让给智趣广告。

2. 关联交易价格的公允性

（1）报告期内，智趣广告通过上海宏秦对外采购的媒体明细及金额汇总如下：

媒体单位名称	2015 年度 采购金额(含税)	结算方式[注]
上海艾盈文化传播有限公司	6,240,116.00	CPC
上海猎鹰网络有限公司	3,029,470.00	CPD
上海映辉网络科技有限公司	6,153,980.00	CPC
南京乐萃信息科技有限公司	3,527,860.00	CPM、CPT
掌中便利(北京)科技有限公司	3,223,000.00	CPA、CPM、CPC、CPT
上海致图电子科技有限公司	250,000.00	CPM
合 计	22,424,426.00	

[注]：结算方式中，CPC 为：英文全称 Cost-per-click，每次点击的费用，具体指根据广告被点击的次数收费；CPD 为：英文全称 Cost-per-download，每次下载

的费用，具体按下载的次数进行收费；CPA:英文全称 Cost-per-action, 每次激活的费用，具体按激活的次数进行收费；CPM 为：英文全称 Cost-per-mille, 每次展示的费用（一般按千次计算），具体按展示的次数进行收费；CPT 为：英文全称 Cost-Per-Time, 以时间来计费的广告（一般按天计算），具体按投放时间进行收费。

其中，2013-2014 年度未通过上海宏秦代为采购。

(2) 采购单价比较

针对部分媒体供应商，上海宏秦和智趣广告均存在向其采购的情形，故直接对其采购的价格进行比较；除此之外的其他情形，则按照相类似的媒体供应商对其采购的价格进行比较。相关采购价格的比较如下：

1) 上海艾盈文化传播有限公司

单位：人民币元

采购方式	累计采购金额 (含税)	结算单价 (含税)	平均结算单 价(含税)	期 间	结算方式
通过上海宏秦 代为采购	6,240,116.00	3.22-3.80	3.58	2015.1.1-2015.9.30	CPC
智趣广告直接 采购	14,088,610.00	3.16-3.58	3.32	2015.6.1-2015.12.31	CPC

如上表所示，通过上海宏秦代为采购与智趣广告直接采购的平均单价分别为 3.58 元、3.32 元，两种方式采购价格差异较小，采购价格具有公允性。

2) 上海猎鹰网络有限公司

单位：人民币元

采购方式	累计采购金额 (含税)	结算单价 (含税)	平均结算单 价(含税)	期 间	结算方式
通过上海宏秦 代为采购	3,029,470.00	2.80	2.80	2015.1.1-2015.3.31	CPD
智趣广告直接 采购	15,024,173.00	2.70	2.70	2015.4.1-2015.6.30	CPD

如上表所示，通过上海宏秦代为采购与智趣广告直接采购的平均单价分别为 2.80 元、2.70 元，两种方式采购价格差异较小，采购价格具有公允性。

3) 上海映辉网络科技有限公司

单位：人民币元

采购方式	累计采购金额 (含税)	结算单价 (含税)	平均结算单 价(含税)	期 间	结算方式
通过上海宏秦 代为采购	6,153,980.00	1.37-4.66	2.40	2015.1.1-2015.11.30	CPC
智趣广告直接 采购	2,957,340.02	1.32-3.22	2.25	2015.4.1-2015.12.31	CPC

如上表所示，通过上海宏秦代为采购与智趣广告直接采购的平均单价分别为2.40元、2.25元，两种方式采购价格差异较小，采购价格具有公允性。

4) 南京乐萃信息科技有限公司

单位：人民币元

采购方式	累计采购金额 (含税)	结算单价 (含税)	平均结算单 价(含税)	期 间	结算 方式
通过上海宏 秦代为采购	3,527,860.00	3.59-4.00[注 2]	3.83	2015.1.1-2015.3.31	CPM
		12.00-12.05[注 3]	12.04		CPM
		145,500.00	145,500.00		CPT
智趣广告直 接采购	2,761,961.00 [注 1]	4.00[注 2]	4.00	2015.5.1-2015.6.30	CPM
		11.97[注 3]	11.97		CPM
		145,500.00	145,500.00		CPT

[注 1]：系同类型结算方式的累计采购金额。

[注 2]：广告位及广告规格均为“看看-视频播放页-贴片广告/850×450swf|flv<=800kb”。

[注 3]：广告位及广告规格均为“迅雷 7-下载区-推荐位/特殊素材规格另行提供”。

如上表所示，通过上海宏秦代为采购与智趣广告直接采购采用 CPM 结算的平均单价分别为 3.83 元、4.00 元和 12.04 元、11.97 元，采用 CPT 结算的平均单价均为 145,500.00 元。由此可见，按照 CPM 结算的两种方式采购价格差异均较小，其中按照 CPT 结算的两种方式采购单价一致，因此，上述采购价格具有公允性。

5) 掌中便利（北京）科技有限公司、上海致图电子科技有限公司

① 上海宏秦向掌中便利（北京）科技有限公司、上海致图电子科技有限公司采

购媒体资源明细如下：

单位：人民币元

采购媒体	2015 年度累计 采购金额(含税)	结算单价	结算方式
掌中便利(北京)科技有限公司	1,666,400.00	16.00	CPA
	309,600.00	8.00	CPM
	200,000.00	20 万元	CPT
	1,047,000.00	1.00	CPC
小 计	3,223,000.00	-	-
上海致图电子科技有限公司	250,000.00	10.00	CPM
小 计	250,000.00	-	-

② 智趣广告采购类似媒体资源明细如下：

单位：人民币元

采购媒体	期 间	结算单价	结算方式
上海新浩艺软件有限公司	2014 年 11-12 月	15.00	CPA
上海新浩软件有限公司	2014 年 11-12 月	8.00	CPM
上海悦石信息技术有限公司	2015 年 6 月	10.00	CPM
深圳市迅雷网络技术有限公司	2015 年 3-6 月	10.00-15.00	CPM
深圳市迅雷网络技术有限公司	2015 年 4 月	18 万元[注 1]	CPT
北京腾讯文华传媒有限公司	2015 年 9-10 月	1.03[注 2]	CPC

[注 1]：2015 年响巢看看页面“看看首页-焦点图”价格。

[注 2]：智汇推广告营销管理平台-效果数据统计-平均计费互动单价。

由上述表格可知，向不同的媒体供应商采购媒体资源，相同结算方式下其结算单价可能存在一定的差异性，主要系不同的游戏、广告位置、媒体平台等相关因素造成，但总体而言，上述交易采购对价差异相对较小(部分结算单价一致)，亦在较为合理的区间范围内，因此，上述采购价格具有公允性。

综上所述，经核查，我们认为，智趣广告与上海宏秦发生的关联交易具备商业

实质，相关会计处理合理，智趣广告向上海宏秦的采购价格具有公允性。

二、申请材料显示，智趣广告主要为广告主提供媒介代理服务和精准营销服务，先后成为神马搜索、腾讯、百度、顺网、新浪等主流互联网媒体的重要代理商。请你公司补充披露：1) 智趣广告成为百度、顺网、新浪等主流互联网媒体的重要代理商的依据。2) 智趣广告取得的代理商资质和级别情况，代理合同的时间期限和续签情况，是否存在续签风险及对智趣广告的影响。3) 智趣广告是否存在对重要代理商的依赖及对智趣广告报告期业绩和评估值的影响。请会计师核查并发表明确意见。(反馈意见第 5 条)

(一) 智趣广告成为百度、顺网、新浪等主流互联网媒体的重要代理商的依据

智趣广告致力于为客户提供优质完整的互联网营销综合解决方案，是一家为广告主提供媒介投放策略制定、媒介采购与执行、互联网精准营销、营销效果监测与优化服务的互联网数字营销综合解决方案的数字营销服务公司。

智趣广告依靠其专业化的服务团队和为客户提供多渠道营销解决方案的能力，逐步赢得了更多客户的信赖，业务量呈现快速大幅增长。在不断积累众多优质客户的同时，为了更好地服务于客户，达到更好的营销效果，智趣广告根据客户实际需求及自身的营销经验，有针对性的选择不同的媒体供应商进行合作，向其采购媒体资源进行广告投放。

智趣广告不断拓展及加强与各大媒体供应商的合作，先后成为神马搜索、腾讯、百度、顺网、新浪、猎鹰等媒体的代理商，与媒体供应商不断深化的合作关系也为智趣广告不断拓展业务提供了重要保障。除了以具体金额采购方式(即定额采购方式)直接与部分媒体供应商签订业务合同外，智趣广告主要与大部分媒体供应商以框架协议、代理协议方式签订了相关业务合同，或取得了其代理资格证明。

(二) 智趣广告取得的代理商资质和级别情况，代理合同的时间期限和续签情况，是否存在续签风险及对智趣广告的影响

1. 代理商资质和级别情况

在合作模式上，智趣广告大部分的广告投放活动是通过直接对接媒体供应商并

与其签订业务合同的方式实现的，少量业务则是通过对接媒体供应商指定的代理商的方式实现，由该代理商代为进行广告投放。

在合作过程中，智趣广告通过与媒体供应商签订具体业务合同、框架协议、代理协议等方式取得其代理资质，各媒体供应商未对智趣广告的代理资质等级进行评定，而是通过在业务合同中以专门条款的形式对双方权利义务进行约定。

2. 代理合同的时间期限和续签情况

截至 2015 年 12 月 31 日，主要供应商的代理合同执行(即实际采购)、续签情况如下：

单位：人民币万元

供应商名称	2015 年合同实际 执行金额(含税)	续签情况	执行期间
上海猎鹰网络科技有限公司	5,271.85	已续签	2016.1.1-2016.12.31
杭州顺网科技股份有限公司[注 1]	3,950.09	已续签	2015.7.21-2016.7.20
上海新浩艺软件有限公司[注 1]	1,545.50	已续签	2015.9.1-2016.12.31
上海悦石信息技术有限公司[注 1]	3,400.00	已续签	2016.1.1-2016.12.31
百度时代网络技术(北京)有限公司	1,600.08	已续签	2016.1.1-2016.12.31
上海尚娱网络科技有限公司[注 1]	1,188.50	未续签[注 3]	
上海艾盈文化传播有限公司	1,729.87	未续签[注 4]	
上海宏秦网络科技有限公司[注 2]	2,242.44	代为采购	
小 计	20,928.33		

[注 1]：杭州顺网科技股份有限公司系上海新浩艺软件有限公司的母公司，上海尚娱网络科技有限公司系上海悦石信息技术有限公司的母公司。

[注 2]：上海宏秦系代智趣广告进行媒体采购，实际供应商详见上述一(三)2(1)之说明。

[注 3]：未续签的主要原因系上海尚娱网络科技有限公司系上海悦石信息技术有限公司的母公司，2016 年智趣广告统一与上海悦石信息技术有限公司续签。

[注 4]：未续签的主要原因系智趣广告在保证媒体资源质量的前提下，选择了

其他采购价格更具有竞争力的媒体供应商。

在与各大媒体供应商合作过程中，智趣广告在媒介平台上的广告投放正常，均按合同约定执行。从目前主要供应商代理合同的执行、续签情况来看，智趣广告与大部分主要的媒体供应商已建立较好的合作关系，代理合同续签情况正常，不会对智趣广告产生重大影响。

(三) 智趣广告是否存在对重要代理商的依赖及对智趣广告报告期业绩和评估值的影响

1. 智趣广告 2015 年度前五名供应商情况汇总如下：

序号	供应商	采购额(不含税, 万元)	占营业成本比例(%)
1	杭州顺网科技股份有限公司[注 1]	3,726.50	14.64
	上海新浩艺软件有限公司[注 1]	1,458.02	5.73
	小 计	5,184.52	20.37
2	上海猎鹰网络有限公司	4,973.44	19.54
3	上海悦石信息技术有限公司[注 1]	3,207.55	12.60
	上海尚娱网络科技有限公司[注 1]	1,121.23	4.41
	小 计	4,328.78	17.01
4	上海宏秦网络科技有限公司[注 2]	2,115.51	8.31
5	上海艾盈文化传播有限公司	1,631.95	6.41
合 计		18,234.20	71.64

2. 智趣广告 2014 年度前五名供应商情况汇总如下：

序号	供应商	采购额(不含税, 万元)	占营业成本比例(%)
1	杭州顺网科技股份有限公司[注 1]	1,716.79	48.41
	上海新浩艺软件有限公司[注 1]	1,075.76	30.33
	小 计	2,792.55	78.74
2	宿州鹏翔网络技术有限公司	485.33	13.68
3	南京乐萃信息科技有限公司	129.86	3.66
4	广州神马移动信息科技有限公司	53.48	1.51

5	中国电信股份有限公司浙江号码百事通信息服务分公司	21.93	0.62
合 计		3,483.15	98.21

[注 1]: 杭州顺网科技股份有限公司系上海新浩艺软件有限公司的母公司; 上海尚娱网络科技有限公司系上海悦石信息技术有限公司的母公司。

[注 2]: 上海宏秦系代智趣广告进行媒体采购, 实际供应商详见上述一(三)2(1)之说明。

由上表可知, 智趣广告近两年对前五大供应商的采购额占其营业成本的比例均超过了 50%, 存在供应商依赖风险, 上市公司已在重组报告书中做出了风险提示。随着业务量的增长, 智趣广告加大了媒体资源开拓力度, 2015 年新增了上海猎鹰网络科技有限公司、上海悦石信息技术有限公司、上海尚娱网络科技有限公司、上海艾盈文化传播有限公司等媒体供应商, 前五大供应商采购金额占营业成本比例已由 2014 年度的 98.21% 下降至 2015 年度的 71.64%。同时, 前五大供应商的分散程度提高, 单个供应商采购金额占比也降至 25% 以下。

另外, 智趣广告凭借其较强的营销能力和成本控制能力, 2015 年度营业收入大幅增长的同时, 其毛利率也有所提高。

由此可见, 供应商依赖的风险未对智趣广告报告期的经营业绩产生重大影响。

报告期内, 智趣广告对前五大供应商采购金额占营业成本的比例较高, 存在供应商依赖风险, 作为企业经营风险的构成因素, 本次收益法评估在确定折现率时已考虑相应的经营风险因素。

经核查, 我们认为:

智趣广告与媒体供应商签订的相关框架协议、代理协议或取得其代理资格证明作为其重要代理商的依据是合理的。

在合作模式上, 智趣广告大部分的广告投放活动是通过直接对接媒体供应商的方式进行的, 少量业务则是通过对接媒体供应商的代理商的方式进行; 智趣广告通过签订相关协议获取媒体供应商的代理商资质, 业务合作过程中不涉及对智趣广告的代理资质等级进行评定; 从目前主要供应商代理合同的执行、续签情况来看, 智趣广告已与主要的媒体供应商建立了较好的合作关系, 代理合同续签风险较小。

报告期内，智趣广告前五大供应商采购金额占比较高，但随着对媒体资源的拓展，供应商分散程度有所提高；供应商依赖风险未对智趣广告经营业绩产生重大影响，本次收益法评估在确定折现率时亦考虑了该风险因素的相关影响。

三、申请材料显示，最近三年上市公司先后收购了长沙天鹅、漫酷广告、上海氩氩、琥珀传播、万圣伟业、微创时代等公司，截止目前，商誉账面价值为 76,210.02 万元。根据备考财务报表，本次交易完成后上市公司将新增商誉 73,722.37 万元。请你公司补充披露：1) 上市公司最近三年资产重组相关资产运营情况及承诺履行情况。2) 本次交易备考财务报表中智趣广告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。请会计师核查并发表明确意见。(反馈意见第 6 条)

(一) 上市公司最近三年资产重组相关资产运营情况及承诺履行情况

单位：人民币万元

项 目	年 度	工业泵板块	互联网板块				
		长沙天鹅	漫酷广告	上海氩氩	琥珀传播	万圣伟业	微创时代
承诺扣除非经常性损益后的净利润	2013 年度	3,119.70					
	2014 年度		4,700.00	1,801.96	1,501.47		
	2015 年度		6,000.00	2,378.75	1,950.13	14,800.00	6,000.00
经审计扣除非经常性损益后净利润	2013 年度	1,826.93					
	2014 年度		4,975.07	1,874.75	1,568.14		
	2015 年度		6,373.14	2,628.24	2,137.23	17,926.38	6,985.57
承诺履行情况	2013 年度	[注 1]	-	-	-	-	-
	2014 年度	-	已完成	已完成	已完成	-	-
	2015 年度	-	[注 2]	已完成	已完成	[注 2]	[注 2]

[注 1]：2013 年度，受大环境影响，燃煤电厂建设速度收缩，同时受销售费用、财务费用大幅上升等因素的影响，长沙天鹅经营环境与当初盈利预测的基本前提和相关假设对比发生了较大变化，使得其 2013 年度经营业绩未达到业绩承诺金额。利

欧股份已根据补偿协议的相关规定，以 1 元定向回购长沙天鹅原股东合计应补偿股份数 2,852,397 股，回购完成后予以注销。

[注 2]：2015 年度，漫酷广告、万圣伟业、微创时代经审计扣除非经常性损益后的净利润，均已超过其业绩承诺，最终实际净利润以《专项审核报告》进行确认。

(二) 本次交易备考财务报表中智趣广告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. 智趣广告可辨认净资产公允价值的确认依据

根据《企业会计准则》的相关规定，对于构成非同一控制下企业合并的，购买方应当在其合并财务报表中按照购买日的公允价值计量被购买方各项资产、负债。

为了使备考财务报表反映的财务状况和经营成果与重组完成后的现实情况尽量接近，提供的财务信息更具有相关性，利欧股份对智趣广告在重组交易评估基准日(2015 年 9 月 30 日)的可辨认净资产公允价值按照评估核定的资产基础法予以确认，即以智趣广告在重组交易评估基准日的资产负债表为基础，合理评估企业表内及表外各项资产、负债价值，进而确定评估对象的价值。资产基础法是以重置各项生产要素为假设前提，根据委托评估的分项资产的具体情况选用适宜的方法分别评定估算各分项资产的价值并累加求和，再扣减相关负债评估值，得出股东全部权益的评估价值，并在此基础上，最终调整确定假设购买日(2014 年 1 月 1 日)的各项资产、负债的公允价值，即按照智趣广告于重组交易评估基准日确定的各项资产、负债在资产基础法下的评估结果倒推至假设购买日应确定的各项资产、负债的公允价值，进而确认假设购买日的可辨认净资产公允价值，并以此为基础在备考财务报表中进行后续计量。

2. 智趣广告商誉的确认依据

由于智趣广告在假设购买日(2014 年 1 月 1 日)与评估基准日(2015 年 9 月 30 日)之间的可辨认净资产公允价值存在较大差异，为了增强备考财务报表的可理解性，以及在收购智趣广告完成后产生的商誉与备考财务报表确认的商誉尽量接近，智趣广告按照重组方案确定的支付对价作为备考财务报表假设购买日的购买成本，以该购买成本扣除重组交易评估基准日的可辨认净资产公允价值份额确认为备考财务报

表中的商誉。购买成本扣除商誉的余额，与假设购买日的可辨认净资产公允价值份额存在的差异，冲减备考财务报表的“归属于母公司所有者权益”。

1) 本次交易合并过程中可辨认净资产公允价值确认情况

根据坤元资产评估有限公司出具的《资产评估报告》(坤元评报(2016)1号)(以下简称资产评估报告)，以2015年9月30日为基准日，智趣广告的全部权益价值按照资产基础法的评估结果为16,928,016.45元。截至2015年9月30日，智趣广告的账面价值为16,776,265.90元。

智趣广告在评估基准日资产及负债项目存在评估增值的明细如下：

单位：人民币元

项 目	账面价值	评估价值[注]	评估增值	评估增值率
应收账款	40,670,177.07	40,670,727.07	550.00	0.001%
其他应收款	2,787,417.20	2,936,876.42	149,459.22	5.36%
固定资产	49,168.67	50,910.00	1,741.33	3.54%
小 计	43,506,762.94	43,658,513.49	151,750.55	0.35%

[注]：上述数据援引自坤元资产评估有限公司出具的“资产评估明细表”。

由上表可知，智趣广告在评估基准日的账面价值与资产基础法下的评估值差异很小(差异率为0.35%)，由于该差异对利欧股份备考财务报表的财务状况和经营成果影响很小，且智趣广告隶属于数字营销行业，属轻资产企业，因此，利欧股份拟假定评估基准日各项资产、负债的公允价值与其账面价值一致。故截至2015年9月30日，智趣广告可辨认净资产公允价值为16,776,265.90元。

2) 截至2015年9月30日，智趣广告的商誉计算过程如下：

单位：人民币万元

标的公司	评估价值 (收益法)	交易对价	可辨认净资产公允价值 (2015.9.30)	假设购买日 合并的商誉
智趣广告	75,696.11	75,400.00	1,677.63	73,722.37
合 计	75,696.11	75,400.00	1,677.63	73,722.37

利欧股份因收购智趣广告100%股权支付的购买对价大于其对应的截至2015年9月30日可辨认净资产公允价值享有的份额的差额737,223,734.10元确认为商誉。

智趣广告自 2014 年 1 月 1 日(假设购买日)至 2015 年 9 月 30 日(评估基准日)产生的可辨认净资产公允价值增加额 16,677,101.50 元,冲减备考财务报表的“归属于母公司所有者权益”。

3. 商誉和可辨认净资产公允价值增值对上市公司未来经营业绩的影响

1) 商誉对上市公司未来经营业绩的影响

根据《企业会计准则》的相关规定,企业合并对价超过被合并方可辨认净资产公允价值的部分应确认为商誉,该商誉在持有期间不予摊销,但至少应当在每年年度终了进行减值测试。利欧股份将于未来每个报告期末对因企业合并形成的商誉进行减值测试。其中,在智趣广告业绩承诺期的各期期末,利欧股份将盈利预测中对智趣广告预期能实现的经营业绩与实际实现的经营业绩进行比较,若实际业绩超过预期业绩,且整体经营情况未发生重大变化的情况下,商誉存在减值的风险很小,利欧股份将根据商誉减值测试方法来确认智趣广告商誉减值情况;但若实际业绩未达到预期业绩的,则利欧股份可聘请符合资质的评估机构对智趣广告 100%股权进行评估,并根据评估结果确定是否计提商誉减值准备。

根据与智趣广告的股东徐佳亮、徐晓峰、迹象信息签订的《利欧集团股份有限公司与徐佳亮、徐晓峰、迹象信息技术(上海)有限公司之业绩补偿协议》及《补充协议》,智趣广告股东承诺的 2016-2018 年度应实现的年度审核税后净利润(指经具有证券从业资格的会计师事务所审计确认的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润)明细如下:

单位:人民币万元

标的公司	2016 年	2017 年	2018 年
智趣广告[注]	5,800.00	7,540.00	9,802.00

[注]:上述承诺净利润均不低于资产评估报告确定的各年度净利润预测值。

2) 可辨认净资产公允价值增值对上市公司未来经营业绩的影响

智趣广告在评估基准日的账面价值与资产基础法下的评估值差异很小(增值金额合计 15.18 万元,占智趣广告 2015 年 9 月 30 日合计账面价值的比例为 0.35%),由于该增值差异对利欧股份备考财务报表的财务状况和经营成果影响微小,因此,

在衡量可辨认净资产公允价值增值对上市公司未来经营业绩的影响时拟不考虑评估增值的影响。

综上所述，经核查，我们认为，本次交易合并过程中智趣广告商誉的确认依据合理。智趣广告隶属于数字营销行业，基于该行业未来良好的发展前景、智趣广告的业务特色以及历史财务数据，智趣广告具有较强的持续盈利能力，盈利预测实现的可能性较高，且业绩承诺及补偿安排具有可行性，因此，本次交易合并产生的商誉减值风险较小，不会对上市公司未来经营业绩造成重大影响。

四、请你公司结合智趣广告 2015 年业绩完成情况、在手合同或订单、目前业务拓展情况等，补充披露智趣广告未来持续盈利能力及业绩预测的可实现性。请会计师核查并发表明确意见。（反馈意见第 8 条）

（一）智趣广告 2015 年业绩完成情况

根据坤元资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（坤元评报（2016）1 号），以及本所出具的《审计报告》（天健审（2015）7314 号、天健审（2016）3214 号），智趣广告 2014-2015 年度收益实现情况汇总如下：

单位：人民币万元

项 目	2015 年度	2015 年 1-9 月	2015 年 10-12 月（预测）	2015 年度（预测）	2015 年度实际与预测差异额	2015 年度实际与预测差异率
营业收入	28,928.01	19,237.06	10,000.00	29,237.06	-309.05	-1.06%
净利润[注]	2,184.43	1,472.26	627.10	2,099.36	85.07	4.05%

[注]：2015 年智趣广告没有付息债务，故其净利润和息前税后利润数据一致。

智趣广告 2015 年实际实现的营业收入比预测数低 309.05 万元，差异率为-1.06%；2015 年实际实现的净利润比预测数高 85.07 万元，差异率 4.05%。

总体来看，智趣广告 2015 年业绩完成情况与预测数基本一致。

（二）在手合同情况和业务拓展情况

智趣广告基于其对行业的深刻理解和积累的实践经验，能够为客户提供符合其需求的多渠道营销解决方案，目前已积累了丰富的客户资源。智趣广告不断加大业

务拓展力度，并取得了较为明显的成效。2015 年，智趣广告的客户数量已从 2014 年的 31 家增加至 140 家，2016 年 1-3 月又新增客户 37 家，客户数量的大幅增加，使得智趣广告经营业绩呈现较大幅度的增长。

智趣广告凭借其专业的服务，已积累了众多优质的客户资源。报告期内，智趣广告与安徽旭宏信息技术有限公司、上海硬通网络科技有限公司、上海剑圣网络科技有限公司、天津汇智广告有限公司、苏州浩润网络科技有限公司、上海涵城数码技术有限公司等客户签订了业务合同，执行情况良好。2015 年 10 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日期间，智趣广告又与客户签订了 80 份框架合同，其中 63 份为续签。

2016 年 1-3 月，智趣广告合同执行额为 1.3245 亿元(含税)，主要合同执行情况如下：

单位：人民币万元

序号	客户名称	执行期间	2016 年 1-3 月合同执行额(含税)
1	安徽旭宏信息技术有限公司	2015.9.1-2016.9.30	2,394.80
2	心动网络股份有限公司	2016.1.11-2017.1.31	1,924.61
3	北京璧合科技股份有限公司天津分公司	2016.1.1-2016.12.31	1,251.89
4	上海誉点信息技术有限公司	2016.1.1-2016.12.31	1,148.05
5	上海涵城数码技术有限公司	2015.8.1-2016.7.31	1,063.27
6	深圳市快闪科技有限公司	2016.1.1-2016.12.31	991.13
7	苏州泽润网络科技有限公司	2016.1.1-2016.12.31	853.00
合 计			9,626.75

受客户投放习惯和媒体返点方式的影响，数字营销企业的收入一般下半年高于上半年，同时一季度受春节等假期因素的影响，广告投放量相对较小。从历史数据来看，智趣广告 2015 年 1-3 月的营业收入约占 2015 年全年营业收入的 16.30%，按此比例推算，2016 年全年可实现营业收入约 7.67 亿元，可达到预测的 2016 年营业收入 7.66 亿元。

随着互联网营销行业的不断发展，网民规模的不断扩大，民众娱乐及消费方式

的转变，广告主投放的力度将不断加强，智趣广告亦会面临更大的市场空间。

综上所述，我们认为，智趣广告 2015 年业绩完成情况与预测情况基本一致；智趣广告目前处于快速发展期，从在手合同、目前业务拓展情况等方面来看，其未来持续盈利能力较强，业绩预测可实现程度较高。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所(特殊普通合伙)

中国·杭州

中国注册会计师：

中国注册会计师：

二〇一六年四月二十二日

