

证券代码：600847

证券简称：万里股份

上市地：上海证券交易所

西南证券股份有限公司关于

上海证券交易所

《关于对万里新能源股份有限公司重大资产出售及
发行股份购买资产并募集配套资金预案
信息披露的问询函》的回复

独立财务顾问



签署日期：二〇一六年五月

西南证券股份有限公司关于上海证券交易所《关于对重庆万里新能源股份有限公司重大资产出售及发行股份购买资产并募集配套资金预案信息披露的问询函》的回复

上海证券交易所：

根据贵所 2016 年 1 月 28 日出具的《关于对重庆万里新能源股份有限公司重大资产出售及发行股份购买资产并募集配套资金预案信息披露的问询函》（上证公函[2016]0119 号）有关信息披露意见的要求，并结合本次重组方案的调整情况，西南证券股份有限公司（以下简称“独立财务顾问”或“本独立财务顾问”）作为重庆万里新能源股份有限公司（以下简称“万里股份”、“上市公司”或“公司”）本次重大资产重组的财务顾问对有关问题进行了认真分析，现就《问询函》中相关问题的核查回复如下：

如无特别说明，本文件中所涉及到的简称与预案一致。

第一部分、关于本次交易的主要风险

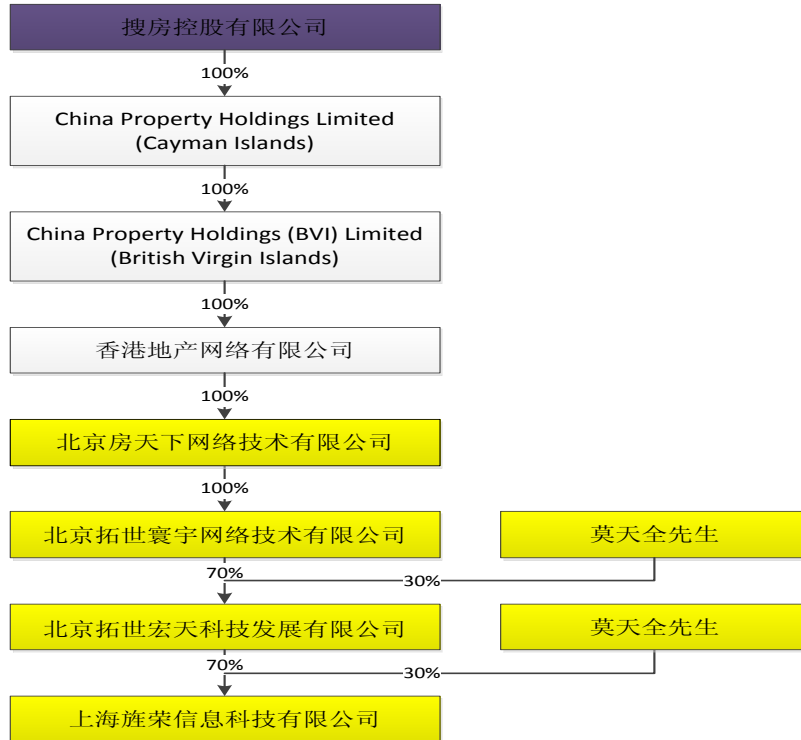
问题 1：无法取得业务资质及核心域名的风险。预案披露，本次注入上市公司的标的资产不包括拥有 ICP 牌照和核心域名 fang.com 的搜房科技，同时，标的资产新设子公司正申请新的 ICP 牌照，待取得新的 ICP 牌照后将 fang.com 转移至该子公司。在此之前，标的资产将通过与搜房科技合作的方式开展互联网房产广告业务。请补充披露：（1）新设子公司的外资结构是否符合申请 ICP 牌照的主体条件；（2）是否存在标的资产无法取得 ICP 牌照的风险。如存在，是否可能导致本次交易失败，以及保护中小股东利益的补救措施；如不存在，说明预计办毕时间，无法在预计时间内办理对标的资产经营的影响；（3）标的资产与搜房科技合作方式的合法性；（4）对无法取得业务资质及核心域名可能导致本次交易失败的风险进行重大风险提示。请财务顾问和律师发表明确意见。

回复：

一、ICP 证及域名情况

标的公司之一拓世寰宇拟通过其间接控股的子公司（本回复中，“子公司”指就一方而言，由该方直接或间接控制并由该方合并财务报表的公司）上海旌荣信息科技有限公司（以下简称“上海旌荣”）按照《电信业务经营许可管理办法》、《互联网信息服务管理办法》及《外商投资电信企业管理规定》的规定申请取得从事互联网信息服务业务（B25）的《电信与信息服务业务经营许可证》（以下简称“ICP 证”）。

上海旌荣具体的股东结构图如下：



根据 HiChina Zhicheng Technology LTD 核发的《顶级国际域名证书》，fang.com 域名的所有者为上海旌荣，域名注册日期为 1995 年 4 月 16 日，到期日期为 2024 年 6 月 20 日。

2016 年 4 月，上海旌荣取得上海市通信管理局出具的《中国（上海）自由贸易试验区外商投资经营增值电信业务试点批复》，同意上海旌荣在中国（上海）自由贸易试验区开展增值电信业务，业务种类为：互联网信息服务、在线数据处理与交易处理（经营类电子商务），域名为：fang.com、fangtianxia.com，网站名称为：房天下，服务范围可以面向全国；该试点批复的有效期为三年。根据 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统（<http://www.miitbeian.gov.cn>）的记载，fang.com、fangtianxia.com 域名已办理相应的 ICP 备案手续，备案号分别为沪 ICP 备 16009805 号-2、沪 ICP 备 16009805 号-1。

综上所述，标的公司下属子公司上海旌荣已取得 fang.com 域名的所有权及在域名为 fang.com 的网站上经营增值电信业务的许可。

二、标的公司与搜房科技业务合作方式的合法性

（一）相关事实

1、在标的公司内部整合后至标的公司子公司取得符合《互联网信息提供业务合作协议》（以下简称“《ICP 合作协议》”）约定的 ICP 证期间，根据搜房控股的说明，标的公司的主营业务之一为与搜房科技合作并通过其在搜房网发布房产及家居相关的广告并获得相关收入。

2、根据《ICP 合作协议》，标的公司与搜房科技约定进行以下业务合作：标的公司应利用其自身的行业经验和渠道资源积极开拓市场，积累客户资源，并负责为客户提供网络营销策划、推广形象设计等线下服务；搜房科技负责审核并利用搜房网平台具体实施互联网信息的推广发布等线上服务，并提供所有根据有关法律的规定应当由持有 ICP 证的主体方能提供的服务，在合作期间，搜房科技应确保其持有的 ICP 证的有效性，并保证由其负责的合作业务的开展符合相关部门的监管要求。

3、《ICP 合作协议》签署时，搜房科技原持有北京市通信管理局于 2014 年 8 月 28 日核发的《电信与信息服务业务经营许可证》（编号：京 ICP 证 060732 号），载明：业务种类为“第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）”；服务项目为“互联网信息服务不含新闻、出版、教育、医疗、保健、药品和医疗器械，含电子公告服务”；网站名称为“搜房网；房天下”；网址为“soufun.com；fang.com”；有效期自 2014 年 8 月 28 日至 2016 年 9 月 7 日。

4、上海旌荣已取得在域名为 fang.com 的网站上经营互联网增值电信业务的许可。根据《ICP 合作协议》的相关约定，截至本回复出具之日，上述第 2 项所述的业务合作期限已届满。

（二）相关规定及访谈结果

1、根据《电信条例》、《电信业务经营许可管理办法》、《互联网信息服务管理办法》、《电信业务分类目录（2015 年版）》及《外商投资电信企业管理规定》的规定，标的公司部分业务属于第二类增值电信业务中的信息服务业务（B25），该等业务的经营需要 ICP 证，但前述规定并未禁止《ICP 合作协议》项下的业务合作方

式。

2、就《ICP 合作协议》项下的业务合作方式，本次重大资产重组的独立财务顾问经过访谈有关主管部门并被告知，在确保需要 ICP 证的业务由持有 ICP 证的主体来完成的前提下，《ICP 合作协议》项下的业务合作方式不违反 ICP 证监管的有关法律。

基于上述，经审阅《ICP 合作协议》，本次重大资产重组的独立财务顾问认为，《ICP 合作协议》不违反《电信条例》等有关法律的强制性规定，合法有效，标的公司可以按照《ICP 合作协议》的约定与搜房科技进行业务合作。

三、对无法取得业务资质可能导致的风险进行重大风险提示

综上所述，标的公司下属子公司上海旌荣已取得 fang.com 域名的所有权及在域名为 fang.com 的网站上经营增值电信业务的许可，不存在业务资质导致本次交易失败的风险。

本次重大资产重组独立财务顾问经核查认为：标的公司下属子公司上海旌荣已取得 fang.com 域名的所有权及在域名为 fang.com 的网站上经营增值电信业务的许可，不存在因该业务许可及核心域名无法取得而导致本次重组失败的风险；在合作期间，标的资产与搜房科技的合作方式不违反《电信条例》等有关法律的强制性规定，合法有效。

问题 2：标的资产是否符合 IPO 条件的风险。（1）最近三年主营业务是否发生变更。标的资产报告期内进行了资产的整合，请补充披露整合进入 5 个标的公司的资产的主要财务数据、剥离资产的主要财务数据，并结合上述情况分析标的资产是否符合《首发办法》及《证券期货法律适用意见第 3 号》规定的“最近 3 年内主营业务没有发生重大变化”。请财务顾问和律师发表明确意见。（2）资产是否完整。请公司结合 fang.com 这一核心域名对标的资产主营业务的重要性、该域名仍为实际控制人控制的事实，补充披露：1）标的资产现阶段是否具备与经营有关的业务体系及相关资产；2）结合搜房控股未来持续使用 fang.com 这一域名的情况，说明 fang.com 的具体权属。如属于标的资产，搜房控股无偿使用是否属于不

公允关联交易。请财务顾问和律师发表明确意见。(3) 业务是否独立。请公司结合标的资产无 ICP 牌照，无 fang.com 这一核心域名，主营业务均需通过业务合作使用实际控制人控制的资产来开展的情况，补充披露标的资产是否具有完整的业务体系，其业务是否独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。请财务顾问和律师发表明确意见。(4) 资产性质是否能够借壳。标的资产下属部分分公司从事金融业务，而根据《重组办法》的规定，金融企业不得借壳上市。请补充披露标的资产借壳上市是否符合《重组办法》的规定，是否存在因该原因导致本次交易失败的风险。请财务顾问和律师发表明确意见。

回复：

一、最近三年主营业务是否发生变更

(一) 补充披露整合进入 5 个标的公司的资产的主要财务数据

报告期内，搜房控股对业务进行了内部整合，标的公司将互联网房产及家居广告营销业务以外的其他业务（以下简称“非标的业务”）进行了剥离，并将搜房控股旗下其他从事互联网房产及家居广告营销业务（以下简称“标的业务”）的法人主体及业务资产整合进标的公司。本次内部整合以 2015 年 9 月 30 日为基准日，整合进入标的公司的标的业务资产的主要财务数据如下：

单位：万元		
项目	资产总额	负债总额
内部整合购入资产	176,012.12	109,450.10
内部整合前标的公司	776,749.14	493,303.66

注：上述财务数据未经审计，内部整合前标的公司资产总额、负债总额为五家标的公司资产总额与负债总额简单相加。

具体而言，标的公司内部整合剥离资产与购入资产的主要财务数据如下：

1、剥离非标的业务资产

对于剥离资产、负债与留存资产、负债之间的分配确定原则为按照业务相关性的原则进行分配，将标的公司全部资产与负债区分为“非标的业务资产与负债”以

及“标的业务资产与负债”两大类。对于“非标的业务资产与负债”，在剥离之前由相关主体对股东进行利润分配，分配金额等同于拟剥离的业务所对应的资产与负债的差额，视同该等剥离业务历史上产生的盈利。在进行剥离时拟剥离业务对应的资产、负债以及利润分配对应的应付股利一并剥离。

标的公司将体内非标的业务资产剥离，剩余标的业务财务数据具体如下：

单位：万元

公司名称	剥离前（2015年9月30日）		标的业务（2015年9月30日）	
	资产总额	负债总额	资产总额	负债总额
搜房媒体	51,035.89	16,005.76	43,876.52	9,736.35
丽满万家	67,411.64	53,218.41	18,971.78	4,774.50
北京搜房网络	209,747.16	188,043.59	57,615.77	36,735.77
拓世寰宇	86,564.64	12,243.46	86,195.97	9,094.85
宏岸图升	361,989.80	223,792.44	147,640.23	8,189.01

注：上述财务数据未经审计。

2、购入标的业务资产

标的公司合并搜房控股其他下属公司的标的业务资产主要为合并搜房控股控制的其他公司（除香港家居控股、皇协投资、香港地产网络外）的标的业务资产，使其他公司（除香港家居控股、皇协投资、香港地产网络外）在内部整合完成后不再从事标的业务。

搜房控股旗下的公司，除标的公司外，华居天下、世纪家天下、搜房科技、天津搜房网络四家公司存在部分标的业务。经内部整合，由拓世寰宇合并华居天下、世纪家天下广告营销业务；宏岸图升合并搜房科技广告营销业务；北京搜房网络合并天津搜房网络广告营销业务。截至2015年9月30日，华居天下、世纪家天下、搜房科技及天津搜房网络四家公司标的业务资产负债情况如下：

单位：万元

公司名称	标的业务
------	------

	资产总额	负债总额
华居天下	24,712.95	23,350.38
世纪家天下	23,817.15	4,100.52
搜房科技	117,260.04	78,610.38
天津搜房网络	10,221.99	3,388.82

注：上述财务数据未经审计。

（二）标的资产是否符合《首发管理办法》及《证券期货法律适用意见第 3 号》规定的“最近 3 年内主营业务没有发生重大变化”

报告期内，标的公司及拟购入标的的业务资产所对应的运营主体、剥离非标的业务资产的接受方均系搜房控股控制的合并报表范围内的子公司，因此，本次内部重组属于同一控制下的重组。

《证券期货法律适用意见第 3 号》第二条第一款的规定，发行人报告期内存在对同一公司控制权人下相同、类似或相关业务进行重组情况的，如同时符合下列条件，视为主营业务没有发生重大变化：（一）被重组方应当自报告期期初起即与发行人受同一公司控制权人控制，如果被重组方是在报告期内新设立的，应当自成立之日即与发行人受同一公司控制权人控制；（二）被重组进入发行人的业务与发行人重组前的业务具有相关性（相同、类似行业或同一产业链的上下游）。

根据《首发管理办法》第十二条“发行人最近 3 年内主营业务和董事、高级管理人员没有发生重大变化，实际控制人没有发生变更”及根据《证券期货法律适用意见第 3 号》第三条“发行人报告期内存在对同一公司控制权人下相同、类似或相关业务进行重组的，应关注重组对发行人资产总额、营业收入或利润总额的影响情况。发行人应根据影响情况按照以下要求执行：

1、被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目 100%的，为便于投资者了解重组后的整体运营情况，发行人重组后运行一个会计年度后方可申请发行。

2、被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入

或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目 50%，但不超过 100%的，保荐机构和发行人律师应按照相关法律法规对首次公开发行主体的要求，将被重组方纳入尽职调查范围并发表相关意见。发行申请文件还应按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 9 号——首次公开发行股票并上市申请文件》（证监发行字[2006]6 号）附录第四章和第八章的要求，提交会计师关于被重组方的有关文件以及财务与会计资料相关的其他文件。

3、被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目 20%的，申报财务报表至少须包含重组完成后的最近一期资产负债表。”

鉴于标的公司于 2015 年对同一公司控制权人下相同、类似或相关业务进行重组情形，需计算标的公司重组对标的公司资产总额、营业收入或利润总额的影响指标，以判断标的公司报告期内主营业务是否发生变化，并根据该指标计算结果执行上述规定。标的公司重组前一个会计年度末即 2014 年末，因同一控制下重组，被重组方（即购入资产）占重组前五家标的公司之资产总额、营业收入、利润总额的比例测算分别如下：

1、北京搜房网络

单位：万元			
项目	资产总额	营业收入	利润总额
重组购入资产	5,615.61	6,919.05	2,684.37
重组前标的公司	380,952.61	41,854.60	14,194.71
购入/重组前标的公司	1.47%	16.53%	18.91%

注：上述财务数据未经审计，重组方与被重组方关联交易已抵消。

2、搜房媒体

搜房媒体不存在购入资产情况。

3、丽满万家

丽满万家不存在购入资产情况。

4、拓世寰宇

单位：万元

项目	资产总额	营业收入	利润总额
重组购入资产	48,193.36	23,125.99	17,531.88
重组前标的公司	94,762.20	42,974.92	22,299.36
购入/重组前标的公司	50.86%	53.81%	78.62%

注：上述财务数据未经审计，重组方与被重组方关联交易已抵消。

5、宏岸图升

单位：万元

项目	资产总额	营业收入	利润总额
重组购入资产	63,826.71	42,134.53	-8,349.29
重组前标的公司	273,038.33	163,518.01	114,923.49
购入/重组前标的公司	23.38%	25.77%	-7.27%

注：上述财务数据未经审计，重组方与被重组方关联交易已抵消。

根据上述测算结果，购入资产相关计算指标均低于 100%。

通过内部整合标的公司将剥离与标的业务不相关的非标的业务，本次内部整合完成后，标的公司将不再从事剥离的非标的业务，标的公司的主营业务将更加明晰，有利于标的公司更好地专注发展标的业务，同时也有利于标的资产的整体上市和避免同业竞争。根据前述各表测算，涉及购入资产的三家标的公司北京搜房网络、拓世寰宇及宏岸图升购入资产相关计算指标均低于 100%，且合并计算的购入资产占重组前标的公司之相关计算指标低于 50%。

综上所述，本次标的公司内部整合符合《证券期货法律适用意见第 3 号》第三条之规定，标的公司的主营业务在报告期内未发生重大变化。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：鉴于本次内部重组属于同一控制下的重组，且标的公司在本次内部重组中购入的均是从事标的业务的子公司的股权和资产，标的公司本次内部重组符合《首次公开发行股票并上市管理办法》及 3 号意见规定的“最近 3 年内主营业务没有发生重大变化”的情形。

二、资产是否完整

标的资产所处行业为互联网信息服务行业，主要向客户提供新房、二手房、家居的广告营销服务。与传统生产性行业对厂房、生产设备等资产具有较强依赖性不同，标的资产业务对厂房、生产设备等资产并不具有较强的依赖性，业务的开展主要依赖于员工提供的服务、公司声誉等无形资产，固定资产主要由电脑设备、网络服务器设备等资产构成。经内部整合完成后标的资产具备与经营标的业务有关的业务体系和资产，具体如下：

（一）标的资产具备与经营有关的业务体系及相关资产

1、标的资产具备与经营有关的业务体系

标的资产所处行业为互联网服务行业，主要向客户提供新房、二手房、家居的广告营销服务，业务的开展主要依赖于员工提供的服务、公司声誉等无形资产，属于轻资产行业。

标的公司经过多年的经营发展，已经积累丰富的人力资源，经过内部整合后具备与经营标的业务有关的完善的业务体系。具体而言，标的公司与其主营业务相关的业务体系主要由采购、销售、服务提供等模块构成。采购模块、销售模块和服务提供模块都拥有成熟的团队、完善的管理制度和业务操作流程，其中，采购模块主要负责服务器、设备、办公用品等基础性资源，以保障业务开展的基础性资源支撑；销售模块负责客户开拓，新房广告营销业务客户的获取主要通过电话、网络、楼盘项目现场拜访等三种方式及定期策划招商方案展开，通过举办各种主题活动促进与品牌客户和优质楼盘项目的合作；二手房广告营销业务主要通过电话、客户拜访、广告等方式介绍产品以及相关活动获取客户资源，对有合作意向的客户进一步沟通以确定合作关系；家居广告营销业务主要通过客户拜访、电话、网络等方式获取客户资源。服务提供模块主要负责根据客户需求，为客户提供相应的服务。新房广告营销业务提供的服务主要包括广告展示、信息发布推广以及网络营销综合解决方案服务；二手房广告营销业务提供的服务主要包括信息发布、关键字广告、房源信息置顶等服务；家居广告营销业务提供的服务主要包括制定营销方案、广告投放、主

题策划等服务。标的资产拥有开展互联网房产及家居广告营销业务相关的资质、员工、服务体系。

2、标的资产具备与经营相关的资产

标的资产的主营业务为互联网房产及家居广告营销业务，与传统生产性行业不同，标的资产对厂房、生产设备等资产并不具有较强的依赖性，其主营业务的开展主要依赖于电脑设备、网络服务器等固定资产，以及与网站平台运营相关的专利、商标、计算机软件著作权、域名等无形资产。经内部整合后，截至本回复出具日，标的公司及其下属子公司具备与其主营业务经营相关的固定资产及无形资产的所有权或必要的授权或许可，能够保证自身资产的完整。

此外，报告期内标的公司开展相关业务的网站平台为 fang.com。根据《ICP 合作协议》之约定：在合作期间，标的公司及其子公司负责市场开拓、客户积累，并负责为客户提供网络营销策划、推广形象设计等线下服务，搜房科技负责审核并利用 fang.com 网络运营平台具体实施互联网信息的推广发布服务等线上服务，搜房科技不向标的公司及其子公司收取任何费用。

截至本回复出具日标的公司下属子公司上海旌荣已取得 fang.com 域名的所有权及在域名为 fang.com 的网站上经营增值电信业务的许可，具备与经营有关的业务体系及相关资产。

综上所述，标的资产具备与其主营业务经营有关的业务体系和相关资产的所有权或必要的授权或许可。

（二）搜房控股无偿使用 fang.com 域名及作价的公允性

根据标的公司与搜房科技及搜房控股签署的《ICP 合作协议》：1、标的公司与搜房科技按照《ICP 合作协议》第三条的约定进行业务合作；各方确认，由于标的公司带来的客户资源及开发的服务产品丰富了 fang.com 域名对应的网络平台的网站内容，并能够为平台带来巨大的用户浏览数量，有利于平台其他业务的开展，因此，在标的公司为向其客户提供服务与搜房科技的业务合作中，搜房科技不向标的公司收取费用。2、在标的公司子公司取得符合该协议约定的 ICP 证后，该子公司

应通过 fang.com 域名对应的网络平台为搜房控股提供根据有关法律的规定应当由持有 ICP 证的主体方能进行的服务；由于搜房控股相关业务的开展能够起到丰富网站内容、提高网站用户浏览数量等作用，有利于平台其他业务的开展，因此，除非该子公司与搜房控股另有约定，在该子公司与搜房控股的业务合作中，其不向搜房控股及其子公司收取费用。3、该子公司与搜房控股的业务合作期间为：自该公司取得符合该协议约定的 ICP 证之日起满三年。在适用法律允许的最大限度内，各方不可撤销地且无条件地授予搜房控股根据其独立判断选择续展或提前终止其与该子公司的业务合作期限，且相关业务合作的条款或条件不因续展而被变更，除非经搜房控股另外同意。

鉴于搜房控股间接控制标的公司及其子公司，搜房控股未来与标的公司子公司的业务合作将构成关联交易。上述关联交易不收取任何费用的原因系：1、以 fang.com 域名开通的网络平台是搜房控股全力打造的网络运营平台，目前已具备较强的影响力，该平台的影响力和价值的形成是搜房控股各业务线共同努力的结果。截至本回复出具之日，搜房控股除通过标的公司从事互联网房地产及家居广告营销业务外，还主要从事相关交易业务、研究业务和金融业务，搜房控股和标的公司各自业务的开展都依托于该网络平台开展，同时双方在业务开展过程中又都能够丰富网站内容，增加网站的知名度和影响力，提高网站用户浏览数量并吸引客户资源，能够促进该网络平台其他业务的开展，有助于提升平台价值。2、基于本次交易的考虑，搜房控股通过内部整合对 fang.com 网络运营平台的归属进行了统一安排，即标的公司及其下属子公司在过渡期间可以无偿使用该等网络平台，而未来将由标的公司授权搜房控股无偿使用该等网络平台。无论是搜房控股还是标的公司，都将从该网络平台价值提升中获益，且标的公司与搜房控股均认为双方从平台价值提升中的获益与各自投入具有匹配性，不存在损害对方利益的行为，因此，上述无偿使用的约定安排是公允的。

基于上述，同时鉴于：在本次重大资产重组交易协议签署前，搜房控股与标的公司就已在《ICP 合作协议》中对未来使用 fang.com 域名进行了约定；搜房控股已召开董事会审议通过本次重组的《发行股份购买资产协议》，且《发行股份购买资

产协议》中对未来使用 fang.com 域名事宜进行了约定。前述关于 fang.com 域名的安排作为本次重大资产重组标的公司相关安排的一个组成部分已在预案中进行了披露，且预案已经上市公司董事会审议批准，独立董事发表了独立意见且关联董事回避表决；本次交易尚需经上市公司股东大会审议，并取得出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，上市公司控股股东将在股东大会上对与本次交易相关的议案回避表决。因此，就搜房控股使用 fang.com 域名的定价安排，作为本次重大资产重组标的公司相关安排的一个组成部分，上市公司履行了保证上述交易公允的程序，符合有关规定。

本次重大资产重组独立财务顾问经核查认为：标的资产具备与其主营业务经营有关的业务体系和相关资产的所有权或必要的授权或许可；搜房控股无偿使用 fang.com 域名的约定安排是公允的；搜房控股已召开董事会审议通过本次重组的《发行股份购买资产协议》，且《发行股份购买资产协议》中对未来使用 fang.com 域名事宜进行了约定。就搜房控股使用 fang.com 域名的定价安排，作为本次重大资产重组标的公司相关安排的一个组成部分，上市公司履行了保证上述交易公允的程序，符合有关规定。

三、业务是否独立

经核查，标的资产具备与经营有关的业务体系及相关资产，具体详见本题回复“二、资产是否完整”内容。截至本回复出具之日，标的公司下属子公司上海旌荣已取得 fang.com 域名的所有权及在域名为 fang.com 的网站上经营增值电信业务的许可。在过渡期间内，标的公司通过与搜房科技合作的方式开展业务，该等合作方式并未违反有关法律的强制性规定，具体详见本回复第一题之“三、（一）相关事实”。

根据《ICP 合作协议》以及《发行股份购买资产协议》的约定，标的公司在其下属子公司取得符合协议约定的 ICP 证前根据《ICP 合作协议》的约定与搜房科技进行业务合作，上述业务合作系过渡期安排。

此外，根据标的公司实际控制人莫天全先生以及搜房控股分别出具的书面声明，

莫天全先生和搜房控股保证：“在本次交易完成后，保证上市公司在人员、资产、财务、机构及业务方面继续与本人/本公司及本人/本公司直接或间接控制的其他企业（如有）完全分开，其业务、资产、人员、财务和机构仍独立于本人/本公司及本人/本公司控制的其他企业（如有），保持上市公司在业务、资产、人员、财务和机构方面的独立性”。

综上所述，标的公司下属子公司上海旌荣已取得 fang.com 域名的所有权及在域名为 fang.com 的网站上经营增值电信业务的许可，并且搜房控股及实际控制人与标的公司已就本次交易完成后的独立性保障作出了相应的安排，确保本次交易完成后上市公司的业务体系独立于其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的公司下属子公司上海旌荣已取得 fang.com 域名的所有权及在域名为 fang.com 的网站上经营增值电信业务的许可，并且搜房控股及实际控制人与标的公司已就本次交易完成后的独立性保障作出了相应的安排，确保本次交易完成后上市公司的业务体系独立于其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

四、资产性质是否能够借壳

根据上市公司于 2016 年 1 月 19 日召开的第八届董事会第二次会议决议，本次重大资产重组的标的资产为搜房控股旗下开展互联网房产及家居广告营销业务和金融业务的子公司 100%的股权，具体为：（1）搜房网天下拥有的北京搜房网络、搜房媒体、丽满万家 100%的股权，（2）房天下网络拥有的拓世寰宇 100%的股权，以及（3）搜房装饰拥有的宏岸图升 100%的股权。

根据上市公司于 2016 年 5 月 2 日召开的第八届董事会第七次会议决议，搜房控股基于集团内部业务发展战略考虑，经与上市公司协商一致，对本次置入上市公司的业务范围进行调整，将金融业务从标的资产业务范围中剥离，即上市公司购买的标的资产变更为“经内部整合后搜房控股旗下从事互联网房产及家居广告营销业务相关资产的法人主体 100%股权，包括丽满万家、搜房媒体、北京搜房网络、拓世寰宇和宏岸图升等五家公司 100%股权”。

经调整，本次交易的标的资产仅为搜房控股旗下互联网房产及家居广告营销业务，属于互联网和相关服务行业，标的资产本次借壳上市不违反《上市公司重大资产重组管理办法》的相关规定。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的资产本次借壳上市不违反《重组管理办法》的相关规定。

问题 3：诉讼风险。媒体报道显示，2015 年 10 月 29 日，美国罗森律师事务所受搜房网股东的委托，于加州中央区法院对搜房网提起集体诉讼。罗森律师事务所提交的起诉书显示，此次诉讼的原因为搜房网知晓员工长期刷单造假行为，且有股东认为搜房网在相关期间内的公开陈述具有重大误导性。请补充披露：（1）标的资产是否存在员工长期刷单造假行为；（2）上述诉讼是否切实存在，如是，说明具体情况及对本次交易的影响；（3）搜房控股、搜房网在美国的诉讼情况；（4）结合 fang.com 仍在搜房控股控制下的情况，及搜房控股面临的诉讼情况，分析 fang.com 无法置入标的资产的风险。请财务顾问发表意见。

回复：

一、搜房控股涉及的集体诉讼情况

根据搜房控股出具的说明，搜房控股涉及的集体诉讼具体情况如下：

美国当地时间 2015 年 10 月 30 日，美国罗森律师事务所（The Rosen Law Firm P.A.）代表原告向美国加利福尼亚州中央区地区法院（“地区法院”）提起针对被告的集体诉讼，具体情况如下：

原告方	被告方	诉讼事由	涉诉金额/诉讼请求（美元）	诉讼进程
L&G Rubin Family Trust 及其他在 2015 年 5 月 20 日至 2015 年 10 月 27 日期间（“相关期间”）购买或获得搜房控股的美国存托	搜 房 控 股、 莫 天 全、 关 兰 英	被告未对其明知或罔顾事实的员工合同造假行为进行必要的披露，以使搜房控股在相关期间内的披露信息包含重大不实信息和/或具有重大误导性和/或有重大遗漏，从	要求被告：（1）赔偿原告受到的相关损失和相关利息，（2）向原告支付合理律师费用、专家费用和其他费用，并且（3）提供其他法院认为公正合	原告律师已于美国时间 2016 年 3 月 25 日向地区法院提交修改后的起诉书，搜房控股需要对该修改后的起诉书进行答复，答复的最晚日期为美国时间 2016 年 5 月底。目

凭证的个人及机构（不包括被告及其关联方）		而损害了投资者的利益，违反了美国1934 证券交易法10(b)、20(a)项下和Rule 10b-5 等的相关规定；	理的救济。	前搜房控股正与律师准备相关材料。
----------------------	--	--	-------	------------------

上述集体诉讼涉及相关原告主张搜房控股未对其明知或罔顾事实的员工合同造假行为进行必要的披露，以使搜房控股在相关期间的披露信息包含重大不实信息和/或具有重大误导性和/或有重大遗漏，从而损害了投资者的利益，但本次上市公司拟购买的为搜房控股经内部整合后经营互联网房地产及家居广告营销业务的标的公司 100%股权，标的资产报告期内不存在员工刷单造假行为。

综上所述，搜房控股涉及的集体诉讼切实存在，截至本回复出具日，该集体诉讼尚处于被告方对原告起诉书的回复阶段。该等诉讼所主张的诉求并不涉及标的资产，且标的资产报告期内不存在员工刷单造假行为。

同时，本次重大资产重组中搜房网及其一致行动人房天下网络、搜房装饰为上市公司收购人。上述集体诉讼事项并不涉及收购人，不会对收购人收购上市公司造成影响。

综上所述，搜房控股涉及的集体诉讼切实存在，截至本回复出具日，该集体诉讼尚处于被告方对原告起诉书的回复阶段，该等诉讼所主张的诉求并不涉及标的资产和收购人，且标的资产报告期内不存在员工刷单造假行为，该集体诉讼不会对本次交易造成影响。

二、搜房控股、搜房网在美国的诉讼情况

根据搜房控股出具的说明，截止本回复意见出具之日，搜房控股在美国尚未了结的诉讼情况如下：

原告方	被告方	诉讼事由及诉讼请求	涉诉金额 (美元)	诉讼进程
XiaoguangZhe 、 Fuqing Chen、 Xudong Song	搜房控股	XiaoguangZhe、Fuqing Chen、Xudong Song 因通过搜房网上的广告联系了美国的中介公司，并通过中介公司在俄亥俄州购买了房产，但事后未获得中介之前声	11,565,777	搜房控股已经向法院提出“不方便管辖”异议，等待法

		称的回报率，向 UNITED STATES DISTRICT COURT for the northern district of Ohio 起诉要求搜房控股停止虚假宣传的行为并承担相应责任		院裁定
--	--	---	--	-----

三、分析 fang.com 无法置入标的资产的风险

2016 年 4 月，标的资产下属子公司上海旌荣已取得 fang.com 域名。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的资产报告期内不存在员工刷单造假行为；搜房控股涉及的集体诉讼切实存在，截至本回复出具日，该集体诉讼尚处于被告方对原告起诉书的回复阶段，该集体诉讼不会对本次交易造成影响；公司已补充披露搜房控股涉及的其他诉讼情况；不存在 fang.com 域名无法置入标的资产的风险。

第二部分、关于本次交易的交易安排

问题 4：本次交易构成美国上市公司搜房控股的分拆上市，请补充披露本次分拆上市是否需要取得 SEC 的同意，是否需要取得搜房控股股东大会的同意。如是，补充披露同意情况。如未取得同意，补充进行重大风险提示。请财务顾问和律师发表明确意见。

回复：

美国律师事务所 Wilson Sonsini Goodrich & Rosati 出具《备忘录》，载明：“美国联邦证券法律法规和纽交所上市规则并无现行规定要求作为开曼群岛成立在美国上市的搜房控股就拟议交易取得美国证监会的批准”。

开曼群岛律师事务所 Maples and Calder 出具意见，载明：“No authorisation or ratification is required to be given by or on behalf of the Shareholders of the Company in respect of the execution, delivery and performance of the Transaction Documents by the Subsidiaries”（搜房控股子公司签署、交付本次交易的相关交易文件及履行该等文件项下的义务无需获得搜房控股股东（或股东代表人）的授权或批准）。

2016 年 1 月 19 日，搜房控股就本次重大资产重组召开董事会，相关董事会决议已于 2016 年 1 月 22 日在美国证券交易委员会网站（<http://www.sec.gov>）披露。

本次重组的独立财务顾问经核查认为：根据上述美国律师事务所及开曼群岛律师事务所出具的法律意见，搜房控股无需就本次交易取得美国证监会的批准以及搜房控股股东大会的同意。

问题 5：预案披露，上市公司股权激励计划尚未实施完毕，同时置出资产职工安置情况需经职工代表大会审议通过。请补充披露：（1）本次交易对于公司未执行完毕的股权激励计划的影响；（2）职工代表大会的审议情况，如未审议，补充进行重大风险提示。请财务顾问发表意见。

回复：

一、本次交易对于公司未执行完毕的股权激励计划的影响

（一）公司限制性股票激励计划情况

公司 2014 年度实施了限制性股票激励计划，具体情况如下：2014 年 8 月 5 日，董事会、监事会通过关于调整限制性股票激励计划激励对象及授予数量的相关议案，首次授予并实际登记的限制性股票为 524.50 万股；2015 年 8 月 3 日，董事会、监事会通过关于向激励对象授予预留限制性股票的议案，预留部分授予并实际登记的限制性股票为 55 万股。

公司限制性股票激励计划的解锁安排如下：

解锁期	解锁时间	可解锁限制性股票比例
首次授予限制性股票激励计划解锁安排		
第一个解锁期（即 2015 年 8 月 5 日之后）	自首次授予日（2014 年 8 月 5 日）起 12 个月后的首个交易日起至首次授予日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	20%
第二个解锁期（即 2016 年 8 月 5 日之后）	自首次授予日起 24 个月后的首个交易日起至首次授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	40%
第三个解锁期（即 2017 年 8 月 5 日之后）	自首次授予日起 36 个月后的首个交易日起至首次授予日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	40%
预留限制性股票解锁安排		
第一个解锁期（即 2016 年 8 月 5 日之后）	自首次授予日（2014 年 8 月 5 日）起 24 个月后的首个交易日起至首次授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	50%
第二个解锁期（即 2017	自首次授予日起 36 个月后的首个交易日起至首次	50%

年 8 月 5 日之后)	授予日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	
--------------	------------------------	--

公司股权激励计划的具体情况详见预案第二节“二、(二)上市后的股本结构、主要股权变动情况”。

由于公司预计 2015 年将出现亏损，2016 年 1 月 27 日，公司第八届董事会第三次会议及第八届监事会第三次会议审议通过了《关于回购注销部分已获授但尚未解锁的限制性股票的议案》。根据该议案，公司限制性股票激励计划首次授予限制性股票第二期和预留限制性股票第一期不能达到公司《限制性股票激励计划（草案修订稿）》规定的解锁条件，公司将回购注销 33 名首次授予激励对象未达到解锁条件的限制性股票 209.80 万股、17 名预留限制性股票授予激励对象未达到解锁条件的限制性股票 27.50 万股，共计 237.30 万股。回购完毕后 10 日内，公司将向中国证券登记结算有限责任公司上海分公司申请该部分股票的注销，注销完成后，公司注册资本将由 15,803.34 万元减少为 15,566.04 万元。

截至目前，公司限制性股票激励计划尚未执行完毕。

（二）本次交易对于公司未执行完毕的股权激励计划的影响

根据各方签署的《资产出售协议》，公司拟将截至 2015 年 12 月 31 日拥有的除货币资金外的全部资产及负债出售给南方同正，公司员工按照“人随资产走”的原则由南方同正依照法律规定接收、安置和管理。鉴于上述协议尚需满足多项条件后才能生效，包括上市公司再次召开董事会、股东大会审议通过以及取得中国证监会的核准，因此公司尚未对股权激励计划进行调整。

截至本回复出具日，公司正在积极推进本次交易的进行。公司将于本次交易取得必要的核准、《资产出售协议》生效后，及时按照公司《限制性股票激励计划（草案修订稿）》及所适用的法律法规的相关规定对股权激励计划进行调整。

二、职工代表大会的审议情况

2016 年 1 月 29 日，公司召开第十六届第六次职工代表大会，会议审议并通过了《重庆万里新能源股份有限公司重大资产重组方案》和《重庆万里新能源股份有限公司重大资产出售所涉职工安置方案》的议案。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：公司已补充披露本次交易对于公司未执行完毕的股权激励计划的影响；公司已召开职工代表大会，并审议通过了本次重大资产重组方案和置出资产涉及的职工安置方案。

问题 6：预案披露，本次募集配套资金部分交易对方尚未取得私募备案。请补充披露如未能取得私募备案是否可能导致募集资金减少或失败；如是，是否影响本次重组交易。请财务顾问发表意见。

回复：

截至本回复出具日，浩数投资管理的“和谐并购安居基金”、“和谐并购基金 5 号”及“和谐并购基金 6 号”已取得中国证券投资基金业协会出具的《私募投资基金备案证明》，备案编号分别为 SE9948、SE9910、SE9819；瑞东资本管理的“瑞丰互联网投资基金”已取得中国证券投资基金业协会出具的《私募投资基金备案证明》，备案编号为 SE9908；宏流投资管理的“鼎沁定增 1 号基金”已取得中国证券投资基金业协会出具的《私募投资基金备案证明》，备案编号为 SD9084。

公司对上述私募投资基金备案的进展情况已进行补充披露。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：本次交易募集配套资金交易对方中涉及私募投资基金的，均已取得中国证券投资基金业协会出具的《私募投资基金备案证明》，不存在因此事项而导致募集资金减少或失败的情况。

第三部分、关于标的资产的行业情况及经营风险

问题 7：在描述标的资产行业地位时，预案采用了其他第三方研究机构、行业咨询机构等公开披露的文件，但同时在风险提示中说明存在“所引用信息或数据不能准确反映行业现状和发展趋势的风险”、“前瞻性表述具有不确定性风险”。请补充披露：（1）预案引用的其他公开披露文件中的数据是否均注明数据来源；（2）公司及财务顾问是否对上述引用数据进行必要的核实，确保公司信息披露的真实准确性；（3）前瞻性表述是否审慎。请财务顾问发表意见。

回复：

一、预案引用的其他公开披露文件中的数据均已注明数据来源

经对预案进行全文检索并再次核对，预案中所引用的其他公开披露文件中的数据均已注明数据来源。此外，在预案专业释义部分也对第三方数据来源机构以及具体数据统计方式作出明确解释。

二、公司及独立财务顾问已对上述引用数据进行必要的核实，确保公司信息披露的真实准确性

预案中所引用其他公开披露文件中的数据均可通过公开查询方式获得，公司及独立财务顾问已对所引用的数据进行了必要的核实，具体核实方式包括：通过互联网等方式进行公开数据查询；与公开媒体及行业内其他公司所引用数据的第三方来源机构进行比对；查明所引用第三方机构数据的来源及统计标准等。

三、前瞻性表述是否审慎

经对预案进行全文检索并再次核对包括前瞻性陈述的内容，预案中所载的前瞻性陈述一般采用诸如“将”、“将会”、“预期”、“估计”、“预测”、“计划”、“可能”、“应”、“应该”等词进行描述。该等前瞻性陈述为标的公司基于目前宏观政策、经济环境以及行业发展趋势所作出的独立判断，该等陈述是标的公司基于行业理性所做出的，前瞻性表述审慎。但鉴于前瞻性陈述往往具有不确定性或依赖特定条件，包括在预案中所披露的已识别的各种风险因素，因此，为保护投资者利益，公司在预案就前瞻性表述可能存在不确定性进行了风险提示。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：预案引用的其他公开披露文件中的数据均已注明数据来源；公司及独立财务顾问已对上述引用数据进行必要的核实，确保公司信息披露的真实准确性；预案涉及的前瞻性表述审慎。

问题 8：预案披露，标的资产在互联网广告营销业务之房地产领域提供的服务全面优质，房地产经纪公司选择的替代方案有限，因此客户逐步恢复在搜房网平台的广告投放。标的资产在互联网房产广告营销领域处于领先地位，具备较强的市场竞争力，盈利能力较强，预计未来收入将企稳回升。请补充披露：（1）“全面优质”、“替代方案有限”、“领先地位”等形容性词语的依据；（2）结合搜房控股

业务转型开展互联网房产中介经纪业务的情况，说明该业务对标的资产广告业务客户的具体影响；（3）逐项分析报告期内前五大客户变动、且销售额下滑的原因，结合标的资产 2015 年 1-10 月前五大客户中已无我爱我家、链家，中原地产的业务收入下降情况，具体说明是否丧失上述客户，以及“客户逐步恢复”的依据，包括但不限于合同签订情况、广告投放量的增长情况等；（4）结合标的资产报告期内业绩不断下滑的情况以及房地产市场整体下行趋势，说明未来收入“企稳回升”的具体依据。请财务顾问发表意见。

回复：

一、“全面优质”、“替代方案有限”、“领先地位”等形容性词语的依据

（一）标的资产在互联网广告营销业务领域提供的服务全面优质

1、标的资产积累了大量优质客户

标的资产为客户所提供的广告营销服务主要包括新房、二手房和家居三大领域的信息发布、广告展示和网络营销推广。标的资产可为房地产开发商及代理商、房产中介公司、房产经纪人、个人房源供应者、家居企业、购房者和租房者等各类客户提供服务。

经过多年深耕发展，标的资产积累了大量的客户群体和用户群体，与包括万科、万达、恒大、华润置地、华夏幸福、中海、龙湖、富力等大型房地产开发商在内的广大房地产开发企业和包括链家、我爱我家、中原地产、麦田地产等在内的大量房地产中介公司广泛开展业务合作。

2、多元化广告营销服务可满足客户的各类信息和广告营销需求

标的资产提供了多元化的广告服务形式满足客户的不同需求。在营销广告服务方面，标的资产提供展示类广告营销、移动互联网营销等基础类营销服务以及与线下推广活动相结合的活动类营销服务等多种服务。随着客户需求，标的资产不断进行广告形式和广告内容的创新，可满足客户于广告展示、推广形象设计等多方面的个性化需求。

标的资产开发的“搜房帮”产品向房产中介公司、房产经纪人及其他有信息发布需求的客户提供信息发布和综合营销服务。经注册“搜房帮”后，客户可通过购买不同规格的“搜房帮”端口服务（“搜房帮”端口服务规格依照期限内可供客户每日发布的最高信息发布条数等确定）在搜房网上发布信息，并获得关键字广告、房源置顶等广告营销服务。

标的资产多元化、切合客户实际需求的广告营销服务为客户提供了选择空间，满足客户的各类信息和广告营销需求。

3、进一步提供增值服务创新，与客户共同成长

为进一步加强与客户之间的黏性，深度挖掘客户内在需求，及时响应客户需要，标的资产通过电话、网络、楼盘项目现场拜访等方式不断开拓新客户，通过举办各种主题活动促进与品牌客户和优质楼盘项目的合作，在各地建设业务团队，与当地客户建立长期友好的合作关系。

同时，标的资产根据房地产经纪人的实际需求，为客户提供房源发布分布检测服务、操作水平检测服务、互动平台等增值服务。房源发布检测服务即通过检测房产经纪人平均发布房源的方式帮助其提升房源展示效果；操作水平检测服务即对房产经纪人过往操作进行评定，帮助其更好地管理房源发布数量、质量；互动交流平台服务即提供如经纪人频道、在线留言/即时通讯工具等交流平台，方便经纪人展示个人资质、用户了解对比经纪人及房产中介公司，方便客户与用户间的在线交流。

标的资产为客户提供的增值服务切合客户的实际需求。

4、标的资产凭借优质服务树立良好品牌形象

搜房控股作为最早进入我国互联网房产信息服务行业的垂直型房产网站运营商之一，拥有多年的行业运营经验。标的资产主营的互联网房产及家居广告营销业务已经经营多年，在开展中积累了大量成功服务案例并形成优良的口碑，在用户群体中树立了良好的品牌形象。2015 年由中国互联网协会、工信部联合发布的 2015 年“中国互联网 100 强”排行榜中，搜房网位列第十。

搜房网品牌获得了多项荣誉，如 2015 年度中国国际文化传播中心指导，中央电视台证券资讯频道、人民日报社《环球时报》、中央人民广播电台新媒体与中国品牌传播联盟等联合颁发的“中国最具影响力新媒体品牌”荣誉称号；2014 年度中国广告主协会、中国人民大学公共外交研究院、中国传媒大学广告学院共同主办，光明日报社会活动部联合主办的中国企业领袖与媒体领袖年会评选颁发的“2014 年度最具品牌价值专业媒体”称号；2013 年度中国国际文化传播中心和中央电视台财经频道联合颁发的“品牌优博奖·年度影响力行业网站”等。在第三方专业媒体网站颁布的奖项方面，搜房网荣获易观评选颁发 2015 年“易观之星 TOPAPP”大奖、艾瑞咨询颁发 2014 年度的“金瑞奖-最具影响力房产资讯服务奖”、DCCI 互联网数据中心颁发的“Adworld Awards2012 年度金赢销大奖—中国市场最受互联网用户热评的房地产网络”等奖项和荣誉称号等。上述荣誉均是对标的公司互联网房地产广告营销业务优质服务的充分肯定。

综上所述，标的资产在互联网广告营销业务领域提供的服务是全面优质的。

（二）互联网广告营销服务替代性的方案有限

1、互联网广告营销对房地产开发商、房产经纪人等具备必要性

“互联网”时代是一个以大数据为基础的开放、共享的网络经济时代，房地产网络媒体服务行业以大数据指导，提升服务能力，让每一个购房者体验更好，使每一个经纪人的工作效率更高，从而增加客户黏性。在移动互联时代，随着智能终端设备的大众化普及，公众的触媒习惯更加移动化和碎片化，用户通过互联网搜索房产相关信息的比例亦大幅提升，互联网将成为房产交易的第一信息入口。因此，互联网广告营销方式仍然是房地产开发商、房产经纪人等的重要营销方式，未来发展空间较大。

2、标的资产之平台流量与竞争对手相比具备竞争优势

标的资产的互联网广告营销业务在 PC 端的主要竞争对手有新浪乐居、安居客（已于 2015 年被 58 同城并购）、焦点房地产网、腾讯房产等，在 APP 应用方面主要竞争对手有安居客、365 淘房、看房、房多多等。

易观（<http://www.analysys.cn/>）是国内权威的第三方媒体网站，提供专业的行业市场数据、分析、评论、研究报告等专业信息服务，截至本回复出具日，用户可在易观上就 PC 端房产网站、房产类移动应用 2014 年 1 月至 2015 年 9 月的流量数据进行查询。具体指标趋势详见本回复问题 10 之“二、（二）市场地位”。

从第三方媒体网站易观统计数据来看，搜房网平台无论在 PC 端还是 APP 应用方面，日均活跃人数、日均访问时长等指标均领先于其他主要竞争对手，在互联网房地产广告营销行业，平台流量意味潜在租房者、买房者多，搜房网平台的高流量是使标的资产获得开发商、房地产经纪人等客户青睐的原因之一。

3、标的资产全面优质的服务具备竞争优势

如本题前述回复所示，标的资产之互联网房产广告营销业务服务范围广，可为房地产领域各类客户提供信息和广告营销服务；服务类型多，可选择的互联网房产营销广告方式多元化，可满足客户的各类信息和广告营销需求；标的资产还为客户提供切合需求的增值服务，在各地建立业务团队与客户保持长期合作关系，积极响应客户需求。标的资产全面优质的服务使得自身互联网房产营销服务具备竞争优势。

综上所述，互联网房产广告营销对房地产开发商、房产经纪人等具备必要性，是纸媒、线下营销活动等难以替代的广告方式。而标的资产全面优质的服务体系，搜房网平台领先于竞争对手的流量优势使得其在互联网房产广告营销领域竞争优势较大。

（三）标的资产在互联网房产广告营销领域处于领先地位

综合前述第三方数据网站列示房产网站及房产 APP 应用的相关指标比较，标的资产之相关指标均领先于竞争对手。标的公司在互联网房产广告营销领域处于领先地位。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：公司已在预案披露标的公司“全面优质”、“替代方案有限”、“领先地位”等形容性词语的依据，该等依据具备合理性。

二、结合搜房控股业务转型开展互联网房产中介经纪业务的情况，说明该业务对标的资产广告业务客户的具体影响

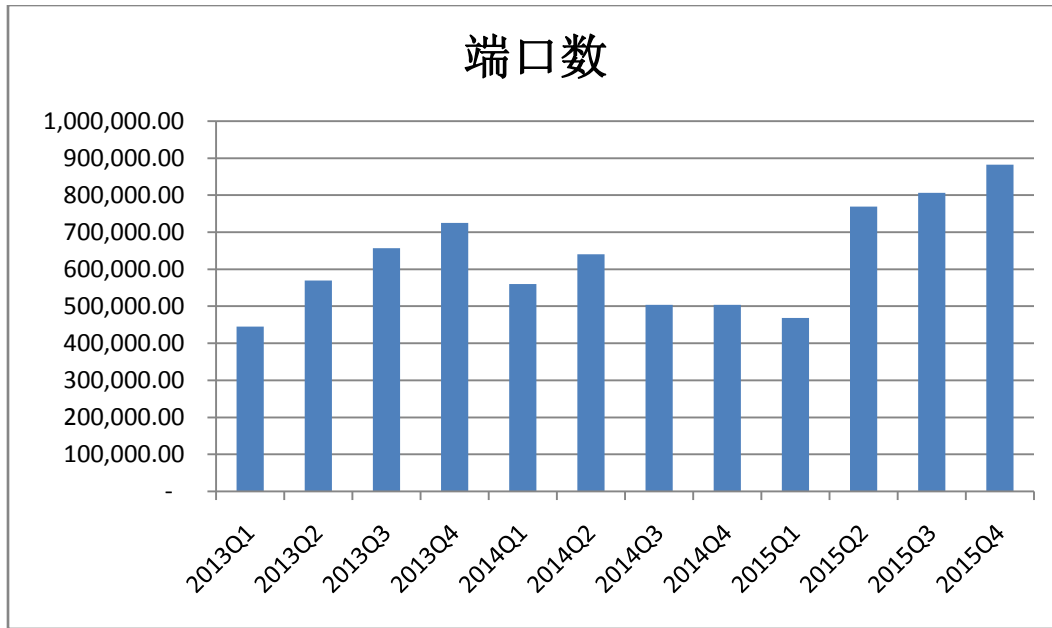
（一）搜房控股业务转型开展互联网房产中介经纪业务主要对标的资产二手房广告业务造成不利影响

标的资产互联网房产广告营销业务可分为新房广告业务和二手房广告业务。其中新房广告业务之主要客户来自房地产开发商和代理商；二手房广告业务之主要客户来自房产中介经纪人和房产中介公司，收入主要来自房产中介经纪人和房产中介公司在“搜房帮”购买的端口服务。搜房控股业务转型开展互联网房产中介经纪业务主要影响标的资产二手房广告业务。

根据未经审计的财务数据，标的资产 2013 年、2014 年及 2015 年 1-9 月二手房广告业务收入分别为：87,652.60 万元、71,440.16 万元、40,472.99 万元。一方面，标的资产从 2014 年 6 月开始，对二手房广告业务主要收入来源之“搜房帮”端口采取了降价策略，导致营业收入下降；另一方面，搜房控股于 2014 年 8 月切入互联网房产中介经纪业务（即交易业务），开展购买二手房佣金只收 0.5% 的购房服务，与二手房广告业务的主要客户形成直接竞争关系，造成二手房“搜房帮”付费客户在初期流失。上述两方面原因导致报告期内标的资产二手房广告营销业务销售收入下降。

（二）搜房控股业务转型对标的资产二手房业务影响的具体表现

房产中介公司和房产经纪人注册“搜房帮”并购买“搜房帮”之二手房信息发布服务和综合营销服务（体现为“端口”）是标的资产二手房广告营销业务的主要收入来源，报告期内“搜房帮”每季度日均端口数量（单位：个）变动如下：



搜房控股自 2014 年 8 月起开展互联网房产中介经纪业务，如上图所示，受此影响，标的资产“搜房帮”端口数于 2014 年度有所下降。相关影响在 2015 年逐渐消除，2015 年第二季度开始“端口数”已开始回升。

综合上述标的资产收入变化和端口数量变动可知，报告期内，搜房控股业务转型开展互联网房产中介经纪业务对标的资产二手房广告业务客户初期影响较大，直接导致二手房广告业务的“搜房帮”端口数下降。基于标的资产的优质服务和搜房网品牌优势，相关影响在 2015 年逐渐消除，2015 年第二季度开始端口数已开始回升。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：报告期内，搜房控股业务转型导致标的资产二手房广告营销业务的“搜房帮”端口数下降，但是基于标的资产的优质服务和搜房网品牌优势，2015 年第二季度开始，端口数已开始回升。

三、逐项分析报告期内前五大客户变动、且销售额下滑的原因。结合标的资产 2015 年 1-9 月前五大客户中已无我爱我家、链家，中原地产的业务收入情况，具体说明是否丧失上述客户，以及“客户逐步恢复”的依据

（一）报告期内标的资产前五大客户变动且销售额下滑的原因

1、前五大销售客户情况

序号	客户名称	销售金额（万元）	占当期销售总额比例	是否为关联方
2015 年 1-9 月				
1	火球（上海）信息技术有限公司	1,495.88	1.10%	否
2	北京居然之家投资控股集团有限公司	1,215.38	0.90%	否
3	德佑房地产经纪有限公司	1,127.31	0.83%	否
4	上海中原物业顾问有限公司	1,039.25	0.76%	否
5	北京臣信房地产经纪有限公司	882.42	0.65%	否
合计		5,760.24	4.24%	
2014 年度				
1	北京链家房地产经纪有限公司	4,968.66	2.06%	否
2	北京我爱我家房地产经纪有限公司	3,242.60	1.34%	否
3	上海中原物业顾问有限公司	2,546.11	1.06%	否
4	北京麦田房地产经纪有限公司	1,622.35	0.67%	否
5	上海德佑房地产经纪有限公司	1,122.49	0.47%	否
合计		13,502.21	5.60%	
2013 年度				
1	北京链家房地产经纪有限公司	9,087.60	3.62%	否
2	北京中融信担保有限公司	5,185.49	2.06%	否
3	北京我爱我家房地产经纪有限公司	5,057.32	2.01%	否
4	上海中原物业顾问有限公司	3,293.12	1.31%	否
5	北京麦田房产经纪有限公司	2,302.05	0.92%	否
合计		24,925.57	9.92%	

标的资产前五大客户以房地产中介经纪公司为主，受搜房控股于 2014 年开始的业务转型开展互联网房产中介经纪业务的影响，具体详见本回复“二、结合搜房控股业务转型开展互联网房产中介经纪业务的情况，说明该业务对标的资产广告业务客户的具体影响”，2013 年度、2014 年度前五大客户北京链家房地产经纪有限公司、北京麦田房产经纪有限公司、北京我爱我家房地产经纪有限公司等基于自身广

告投放策略，降低了在搜房网的广告投放，导致前五大客户收入下降且 2015 年 1-9 月前五大客户名单变动。

（二）标的资产未丧失我爱我家、链家、中原地产等客户

1、2015 年 1-9 月我爱我家、链家、中原地产等客户收入情况

2015 年 1-9 月标的资产依然与我爱我家、链家、中原地产在保持着合作关系，为我爱我家、链家、中原地产多个地区的客户及员工持续提供二手房搜房帮端口服务。其中，我爱我家、链家等客户基于自身广告投放策略，2015 年 1-9 月我爱我家品牌旗下的北京我爱我家房地产经纪有限公司、链家品牌下的北京链家房地产经纪有限公司在搜房网平台的广告投放有所下降，未进入标的资产前五大客户名单；中原地产品牌下的上海中原地产顾问有限公司系 2015 年 1-9 月标的资产第四大客户。

2、2015 年 1-9 月与我爱我家、链家、中原地产的合同签订情况

经核查，2015 年标的资产与我爱我家、中原地产、链家品牌旗下多个公司均签署有《搜房网“房源发布信息系统”软件使用合同》等合同，并据此保持合作关系。另外，我爱我家、中原地产、链家之房产中介经纪人可直接通过搜房网平台购买“搜房帮”端口服务，并据此发布房源信息。截至本回复出具日，搜房网上仍有来自我爱我家、中原地产、链家之二手房房源信息，标的资产持续为我爱我家、中原地产、链家等客户提供互联网广告营销服务。

（三）标的资产二手房业务客户在逐步恢复

报告期内，标的资产主要受到搜房控股业务转型影响的业务为二手房广告业务。根据如本题回复之“2、搜房控股业务转型对标的资产二手房业务影响的具体表现”相关数据，截至 2015 年 12 月，二手房业务之搜房帮端口数量已有所回升，相关影响正在逐渐消除。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的资产前五大客户以房地产中介经纪公司为主，受搜房控股于 2014 年开始的业务转型开展互联网房产中介经纪业务的影响，前五大客户在搜房网的广告投放下降导致前五大客户变动且销售额下滑。标的资产 2015 年 1-9 月仍与我爱我家、链家，中原地产等房地产经纪

公司保持业务合作，标的资产并未丧失该等客户；2015 年第二季度开始端口数已开始回升。

四、结合标的资产报告期内业绩不断下滑的情况以及房地产市场整体下行趋势，说明未来收入“企稳回升”的具体依据

（一）标的资产报告期内业绩下滑的原因

标的资产于报告期内收入情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月		2014 年度		2013 年度	
	收入	占比%	收入	占比%	收入	占比%
新房广告收入	82,949.83	61.10	150,021.11	62.18	151,948.71	60.50
二手房广告收入	40,472.99	29.81	71,440.16	29.61	87,652.60	34.90
家居广告收入	12,342.03	9.09	19,820.89	8.21	11,554.39	4.60
合计	135,764.85	100.00	241,282.16	100.00	251,155.69	100.00

注：上述财务数据未经审计。

从上表可见，报告期内，标的资产新房广告收入、二手房广告收入均存在下滑的情形。主要原因系：报告期内，搜房控股进行业务转型，开始涉足房产交易业务，搜房控股对内部业务架构、组织结构和人员进行了调整，使得标的公司在转型期市场拓展以及客户维系方面存在一定程度的弱化，导致标的资产业务收入存在一定程度的下滑；同时，搜房控股新进入的业务领域与标的公司部分原客户存在直接竞争关系，使得二手房广告营销业务客户数量减少，标的资产也主动采取短期性的策略性降价政策，造成业绩一定程度下滑。

（二）未来收入“企稳回升”的具体依据

1、标的资产二手房业务收入预计将逐步恢复

如本题“（二）结合搜房控股业务转型开展互联网房产中介经纪业务的情况，说明该业务对标的资产广告业务客户的具体影响”中关于二手房业务“搜房帮”端

口数的数据显示，标的资产“搜房帮”端口数在 2014 年达到低点，从 2015 年第二季度开始，端口数量明显回升，标的资产二手房业务正在逐步恢复。

经过搜房控股二手房交易业务近一年的培育和标的资产采取的策略性降价政策，房地产中介市场情绪也逐渐释放。搜房控股在全国主要城市的经纪交易业务已取得一定市场份额，随着二手房广告客户逐步恢复，公司将逐步对现在处于较低水平的搜房帮端口价格进行一定程度的上涨，并就“搜房帮”端口服务中房源刷新、置顶、排版等功能进行优化，向客户提供更高规格的端口服务，并相应采取与该等升级服务相适应的价格。基于上述价格策略变化，并结合搜房帮端口数的逐步回升情况，预计标的资产二手房业务收入会逐步恢复。

2、标的资产全面优质的服务具备市场竞争优势

标的资产在互联网广告营销业务之房地产领域标的资产积累了大量优质客户，为房地产开发商及代理商、房产中介公司、房产经纪人、个人房源供应者、家居企业、购房者和租房者等各类客户提供服务。多元化的广告营销形式和不断研究深度挖掘客户需求的增值服务切实满足客户及房产信息使用者的需求。

为进一步加强与客户之间的黏性，深度挖掘客户内在需求，及时响应客户需要，标的资产在各地建设业务团队，与当地客户建立长期友好的合作关系。标的资产通过电话、网络、楼盘项目现场拜访等方式不断开拓新客户，通过举办各种主题活动促进与品牌客户和优质楼盘项目的合作。

与竞争对手相比，标的资产品牌优势突出，获得房产业主、租房者等房产信息使用者的认可，平台流量数据领先于其他房产网站和移动端应用，使得标的资产能够持续获得房地产开发商和代理商、房产中介经纪公司等客户的青睐。

3、国家对房地产行业利好政策不断出台，房地产行业逐渐复苏

2014 年第四季度各地限购政策的取消以及信贷政策的相对宽松使得房地产市场热度再次上升。2015 年产业调控政策环境的持续宽松，利率下调以及 3 月由央行、住建部及银监会联合下发的关于“二套房贷款首付比降至四成”也从一定程度上刺激了买房需求。此外，2015 年中央经济工作会议将“去库存”纳入 2016 年我

国确定的五大经济任务之一，鼓励各方购买库存商品房；提出 2016 年我国将发展住房租赁市场，鼓励自然人和各类机构投资者购买库存商品房，成为租赁市场的房源提供者；鼓励房地产开发企业顺应市场规律调整营销策略，适当降低商品房价。

受上述利好政策影响，根据中指研究院发布的《2016 年第一季度中国房地产市场研究报告》，2016 年第一季度，新房百城住宅均价延续上涨态势，累计上涨 2.94%，涨幅较 2015 年第四季度扩大 1.43 个百分点；十大城市二手住宅价格累计上涨 7.20%，涨幅较去年同期扩大 7.08 个百分点，为近 5 年同期最大累计涨幅。随着 2015 年 11 月全国提出房地产去库存的政策导向，进一步鼓励了地产库存去化，开发商持续积极推盘。根据招商证券最新研报，房地产行业的改善从 2015 年 3 月开始，且周期回升将持续至 2019 年左右，领先经济 2-4 个季度。得益于房地产行业复苏，标的资产新房广告业绩预计从 2016 年开始将逐步回升。

4、房地产行业进入存量房流通时代为房产经纪和房产信息服务行业影响力扩张提供了环境支持

国家统计局最新统计的数据显示，2015 年全年，全国房地产开发投资 95,979 亿元，比上年名义增长 1.0%，增速比 1 月份至 11 月份回落 0.3 个百分点。其中，住宅投资 64,595 亿元，增长 0.4%，增速回落 0.3 个百分点。库存方面，待售面积高达 71,853 万平方米。房地产行业进入存量房流通时代为房产经纪和房产信息服务行业影响力扩张提供了环境支持，而互联网房产则给了具备潜质的房产服务企业扩张的契机，中国未来的经纪行业和房产信息服务行业将以公司化平台模式为主。搜房网平台作为领先的房产信息服务平台，在房地产信息服务市场扩张的情况下，有利于其房产、家居广告收入恢复。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的资产的互联网房产广告营销服务具备竞争优势，随着标的资产之客户数量逐步恢复，且受国家房地产利好政策影响及房地产信息服务市场的不断发展，未来收入将趋向稳定且有所恢复。

问题 9：互联网房产广告为充分竞争行业。预案披露，考虑到房地产行业景气程度和竞争对手的价格情况，标的资产就广告营销业务采取了策略性降价政策，

导致营业收入下降。请补充披露：（1）标的资产的降价政策是长期性的还是短期性的；（2）预测期内标的资产的价格情况，与目前价格的差异；（3）标的资产相较主要竞争对手的竞争优势；（4）结合互联网房产广告门槛低的特点，说明标的资产维持核心竞争力的主要措施，是否可能因竞争激烈导致降价，出现业绩无法达到评估预测及盈利预测的情形。请财务顾问和会计师发表意见。

回复：

一、标的资产的降价政策是短期性的

报告期内，标的资产新房广告业务、家居广告业务服务价格较为稳定，就二手房广告业务“搜房帮”端口服务收费从 2014 年开始采取了降价政策。该降价政策是为了应对市场波动、搜房控股的业务转型对客户冲击以及培育搜房控股二手房交易业务等多种因素采取的商业策略，截至 2015 年 9 月 30 日，“搜房帮”端口服务费收费标准较 2014 年年初降低了约 40%。标的资产上述调整属于应对市场变化而采取的短期性降价政策。

搜房控股业务转型后二手房交易业务经过近一年的培育，在主要城市取得一定市场份额，同时标的资产采取降价政策，房产中介市场初期情绪已逐渐得到释放，“搜房帮”端口数已开始回升。考虑到目前的“搜房帮”价格已处于较低水平，标的资产未来将根据市场需求、业务发展情况等逐步对现有规格端口服务价格进行一定程度的上涨，并就“搜房帮”端口服务中房源刷新、置顶、排版等功能进行优化，向客户提供更高规格的端口服务，并相应采取与该等产品相适应的价格，从而实现“搜房帮”端口服务价格的整体回升。

二、预测期内标的资产的价格情况，与目前价格的差异

报告期内标的资产新房广告业务、家居广告业务价格较为稳定，标的资产管理层在预测期预测的相关价格水平与目前价格不存在明显差异。

标的资产之二手房广告业务收入主要来自二手房广告业务客户房产经纪公司、房产经纪人购买的“搜房网”端口服务。考虑到目前的“搜房帮”端口服务价格已

处于较低水平，标的资产未来将根据市场需求、业务发展情况等逐步对价格进行一定程度的上涨并推出更高规格的产品，并采取与产品规格相适应的价格。

随着政府 2015 年对二手房采取诸多刺激政策，二手房市场逐渐回暖。搜房网在互联网房产领域具备领先的流量优势，持续不断给经纪人带来潜在客源。目前，在一、二线城市，搜房帮的端口数已逐步回升并企稳。预计未来二手房业务收入将有所提高。

三、标的资产相较主要竞争对手的竞争优势

标的资产之核心竞争力详见本回复“问题 10”中公司在互联网广告领域的核心竞争力的相关内容。标的资产在品牌建设、业务战略布局、客户及用户积累、人才和技术方面均具备明显优势。

相较于那些通过线下交易业务向线上平台发展的竞争对手，标的资产具备深刻的互联网基因，深入研究购房者、租房者的互联网信息需求，不断创新广告形式和产品。经过十几年的经营积累，标的资产拥有更丰富的用户资源，在平台浏览量、用户数量等方面领先于竞争对手。标的资产与各地多家房产中介公司进行合作，进行全国化布局，各业务团队已与当地客户建立长期合作关系，具有丰富的经验和较好的口碑，能够不断获取客户资源。

相较于安居客（已被 58 同城收购）、新浪乐居、焦点房地产网等纯线上平台竞争对手，标的资产之品牌优势突出，平台流量领先于竞争对手，访问次数、访问时长等指标均具备明显优势。搜房控股其他公司的交易业务亦为搜房网平台提供大量信息内容，反哺于平台流量建设，使得标的资产的品牌优势更加突出。

四、结合互联网房产广告门槛低的特点，说明标的资产维持核心竞争力的主要措施，是否可能因竞争激烈导致降价，出现业绩无法达到评估预测及盈利预测的情形

（一）标的资产维持核心竞争力的主要措施

1、加强服务能力建设

标的资产通过多年业务经营，积累了大量成功服务案例并形成优良的口碑，在用户群体中树立了良好的品牌形象。标的资产通过建设良好的服务团队，培养研发团队，加强自身服务能力建设。标的资产将紧跟营销技术和互联网技术发展的步伐，对服务及产品不断推陈出新，增强移动在线产品以及大数据相关的技术研发，从而提升服务质量，满足客户需求。

2、增强房源真实性的筛查力度

自 2014 年 9 月起，搜房控股已与国家统计局签署大数据战略合作协议，双方在房产大数据的开发、利用等方面建立长期、紧密、务实的战略合作关系。未来标的资产将继续对房源真实性投入大量资源进行筛查，力求平台房源信息的真实性得到提高，从而提高用户体验，巩固搜房网品牌形象。本次募投项目中包含房源数据库项目的建设，能够为标的资产互联网营销和房源信息服务提供底层数据支持，并有助于提升标的资产未来对房源的筛查能力。

3、优化版面，提升客户体验

标的资产在版面建设和平台优化上不断地研究发展，优化版面，使得使用界面更加的友好、便捷。标的资产通过技术研发不断开发功能，方便客户使用和选择，有助于提升客户体验。

4、充分发挥搜房控股的品牌优势

经过内部整合后，标的资产主营业务为互联网房产家居营销业务，搜房控股旗下其他公司经营交易业务等其他业务。标的资产经营的互联网广告营销业务与搜房控股旗下其他公司经营的交易业务的全面发展为客户提供房地产服务领域买、租、贷、卖全方面的服务，能够增强搜房网品牌形象，满足购房者、租房者对房地产信息服务的各种需求。随着搜房控股旗下其他公司经营的交易业务不断发展，将为搜房网平台也带来更多的内容，增强平台的流量流入，提升标的资产盈利能力。

（二）标的资产是否可能因竞争激烈导致降价，出现业绩无法达到评估预测及盈利预测的情形

2015 年 1-9 月，标的资产新房广告业务收入、二手房广告收入、家居广告业务收入占标的资产总业务收入比重分别为 61.10%、29.81%和 9.09%。标的资产新房广告业务和家居广告业务在报告期内价格波动较小，预期未来价格不会发生较大波动。而二手房广告业务在报告期内存在降价情况，但二手房广告收入相较于新房广告业务占比较小，且预期未来二手房广告收入的主要来源“搜房帮”端口服务费价格整体将进行一定程度的上涨。

搜房网品牌优势突出，具备扎实的用户基础，是租房者、购房者的重要房产信息来源和沟通平台。标的资产主营的互联网房产及家居广告营销业务现已覆盖中国 500 多个城市，与当地客户建立长期合作关系，具有丰富的经验和较好的口碑。搜房网平台流量和用户数量均领先于竞争对手，与竞争对手相比具备竞争优势。综合标的资产之突出的品牌优势和竞争能力，结合标的资产未来的价格策略，预计不会出现因竞争激烈，导致业绩无法达到评估预测及盈利预测的情形。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的资产的降价政策是短期性的；考虑到目前的“搜房帮”服务价格已处于较低水平，标的资产计划将根据市场需求、业务发展等情况在预测期内逐步对现有规格的端口服务价格进行一定程度的上涨，并就“搜房帮”端口服务中房源刷新、置顶、排版等功能进行优化，向客户提供更高规格的端口服务，并相应采取与该等产品相适应的价格，从而实现“搜房帮”端口服务价格的整体回升；标的资产相对于竞争对手具备竞争优势；标的资产采取了多种方式措施提升自身的核心竞争力，预期未来不会因竞争激烈导致降价，导致无法实现盈利预测的情形。

问题 10：预案披露，标的资产主要从事互联网广告业务及金融业务。请公司补充披露互联网广告业务及金融业务，目前行业整体情况、发展趋势、面临的风险等，并在此基础上，详细分析公司在互联网广告及金融业务领域的发展情况、市场地位、核心竞争力，可能面临的风险，并选取同行业公司进行比较，若涉及引用数据请注明数据来源。请财务顾问发表意见。

回复：

搜房控股基于集团内部业务发展战略考虑，经与上市公司协商一致，对本次置入上市公司的业务范围进行调整，即标的资产从事的业务为互联网房产及家居广告营销业务。

一、标的资产所处行业概况

（一）标的资产所处行业整体情况

标的资产所主要从事的互联网房产及家居广告营销业务，隶属于《上市公司行业分类指引》中“I 信息传输、软件和信息技术服务业”门类下的“64 互联网和相关服务”。标的资产在互联网产业链中扮演信息服务提供商的角色，所处细分行业为互联网房产信息服务行业。

互联网信息服务业是互联网行业与信息服务业结合发展的产物，该行业通过互联网提供在线信息、电子邮箱、数据检索、网络游戏等信息服务。该行业处于产业链中游，其发展由产业链下游终端客户需求牵引，由产业链上游网络设备提供者技术推动。中国互联网协会 2006 年推出的《互联网产业发展报告》将互联网产业细分为 50 个领域，标的资产按照该分类属于房产网站细分领域，从服务模式角度，标的资产属于垂直型房产网站。

（二）标的资产所处行业整体发展情况

标的资产所处行业为互联网信息服务业中的子行业——互联网房产信息服务业，其所提供服务的模式为垂直型房产网站。

全球范围内的互联网房产信息服务起源于 20 世纪 90 年代，以美国的第一家房产网络营销服务公司 MOVE 的诞生为标志。互联网房产信息服务行业在国内发展大致可以分为三个阶段：

1、孕育期（1998-2003 年）

我国互联网房产信息服务行业的发展以新浪房产、焦点网、搜房网为代表的房产网站开始兴起为起点。2000 年，我国各类房产网站数量达到最高点，但此时房产网站更多致力于房产家居网络营销服务，基本是以聚集点击率为经营目标，并无

固定收入来源。此后，由于互联网泡沫的影响，我国房产网站数量大幅减少。

2、起步期（2004-2006 年）

直至 2003 年，随着我国互联网经济的复苏，以及网络在房地产和家居行业的认知度逐步增加，许多房产企业开始尝试在网络上发布广告，房产网络广告收入快速增长，房产网站的数量也随之回升。这一阶段主要特征是商业模式单一，收入来源主要为网络广告。网络广告类型比较单一，品牌图形广告是网络广告的主流形式，视频广告、固定文字链广告、分类广告等新兴广告形式较少。

3、发展期（2007 年至今）

2007 年以后，我国的互联网房产信息服务行业不仅在网站的总数量上形成一定规模，在商业模式上也呈现多元化特点，提供的服务趋于多样化，收入来源也逐渐增加，逐步摆脱对网络营销收入过于依赖的商业模式。

（三）标的资产所处行业发展趋势

自中国接入国际互联网以来，互联网产业在我国发展迅速，已成为我国提振经济发展、服务社会民生的新引擎。在互联网产业快速发展、移动互联网迅速崛起的大背景下，我国的互联网房产信息服务行业发展呈现出以下趋势：

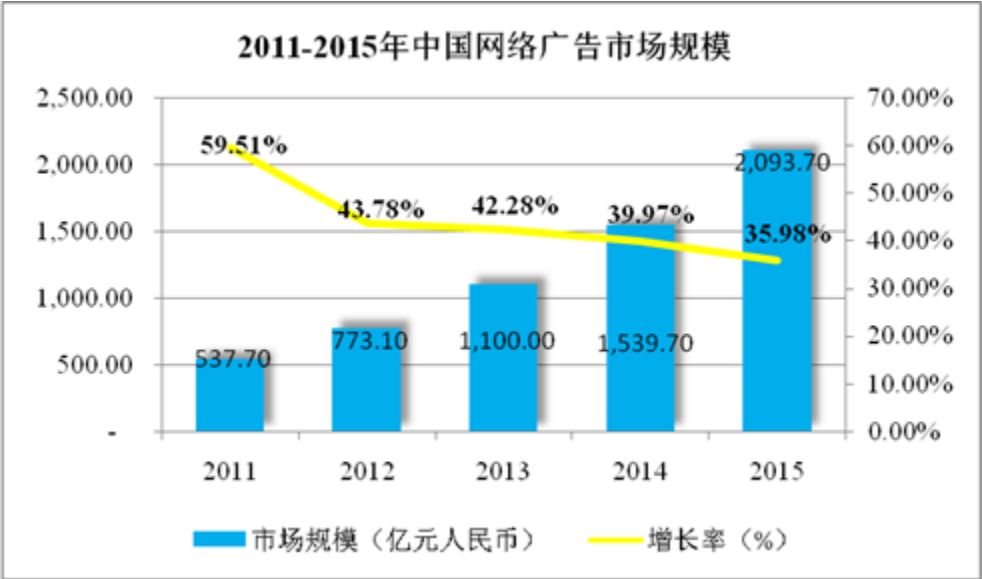
1、网络升级加速、网民数量持续提升奠定行业发展基础

中国互联网络信息中心发布的第 37 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2015 年 12 月，我国网民规模达 6.88 亿，全年共计新增网民 3,951 万人；互联网普及率为 50.30%，较 2014 年年底提升 2.4 个百分点；我国手机网民规模达 6.20 亿，较 2014 年 12 月增加 6,303 万人。2013 年，工信部提出的“宽带中国”战略加速了我国通信基础设施的建设和升级。运营商的积极推动以及网民对高流量移动应用的使用需求，共同推动了 2G 用户向 3G/4G 用户的迁移。工信部副部长尚冰 2013 年做客中国政府网访谈时介绍，截止 2013 年 12 月底，3G 网络已覆盖全国所有乡镇。根据 2015 年中国互联网产业年会发布的《2014 中国互联网产业发展综述》显示，截至 2014 年年底，中国移动已经建成全球最大的 4G 网络，用户数量超过 8,000 万。Wi-Fi 无线网络也成为主要的上网方式。网路基础设施的加速

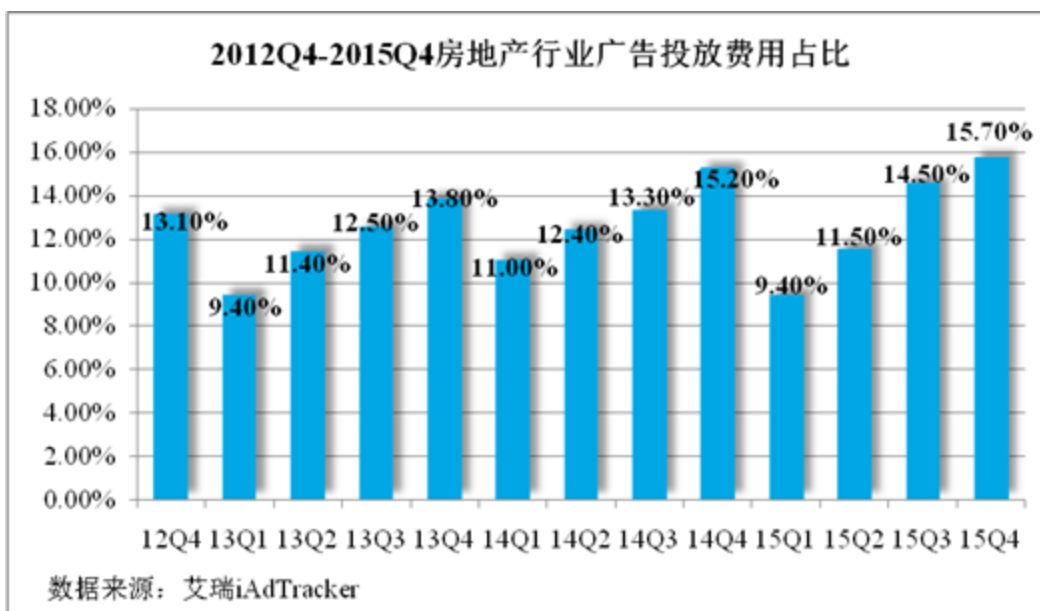
升级、网民数量的持续增长以及互联网普及率的不断提升为互联网房产信息服务行业奠定了发展基础。

2、互联网房产广告营销市场规模不断扩大为行业持续发展提供保障

据艾瑞咨询《2016 年中国网络广告行业年度监测报告简版》显示，我国网络广告市场规模不断扩大。截至 2015 年 12 月底，网络广告市场规模达到 2,093.70 亿元，较 2014 年底增长 35.98%。



与我国互联网广告市场规模持续增长相对应的是房产类网络广告投放费用。艾瑞 iAdTracker 网络广告投放检测数据显示，2015 年第四季度，房地产类网络广告投放费用在总体网络广告投放费用中占比为 15.70%，其中房地产行业网络广告投放费用占总体网络广告投放费用比重环比上升 1.2 个百分点，同比上升 0.5 个百分点。因此互联网房产及家居信息服务行业在广告营销领域具有较大发展空间。



3、国家政策带动互联网房产信息服务行业发展

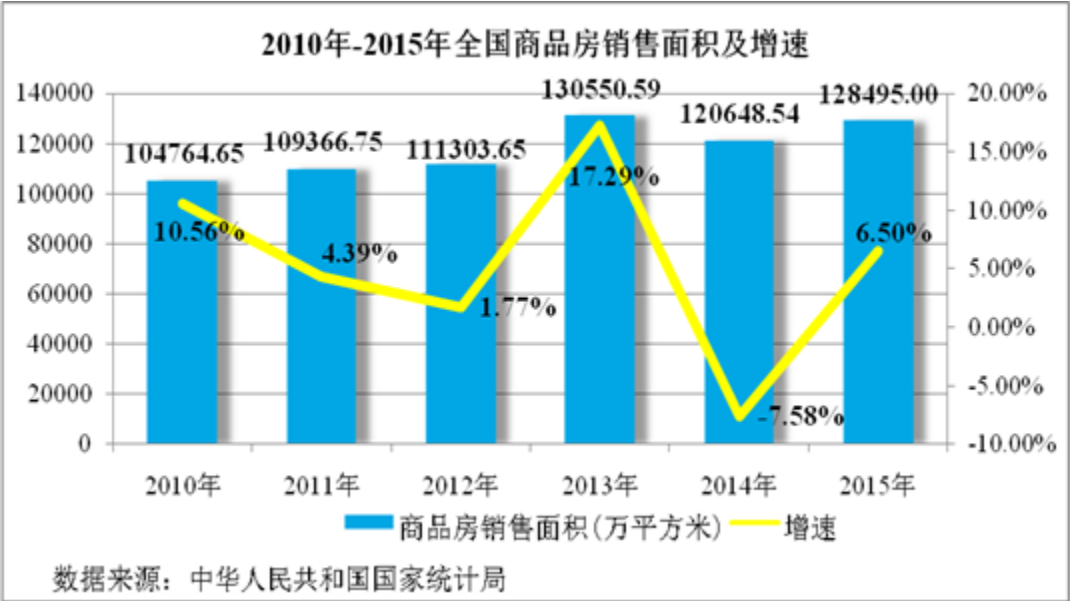
我国政府高度重视互联网的发展，2015 年中国人民政治协商会议和全国人民代表大会工作报告具体确立“互联网+X”确立为国家宏观战略，其中包括：信息网络、生物医药、移动互联网、云计算、大数据、物联网等工业 4.0 时代下的基础设施建设，从战略层面为行业发展提供了有利的支撑，同时不同部门出台多种扶持政策和税收优惠等，为互联网信息服务行业创造了良好的发展环境。政府的各项政策，尤其是“互联网+”战略的提出将全面带动互联网信息服务行业发展，进而为互联网房产家居信息服务的进一步发展奠定坚实的基础。

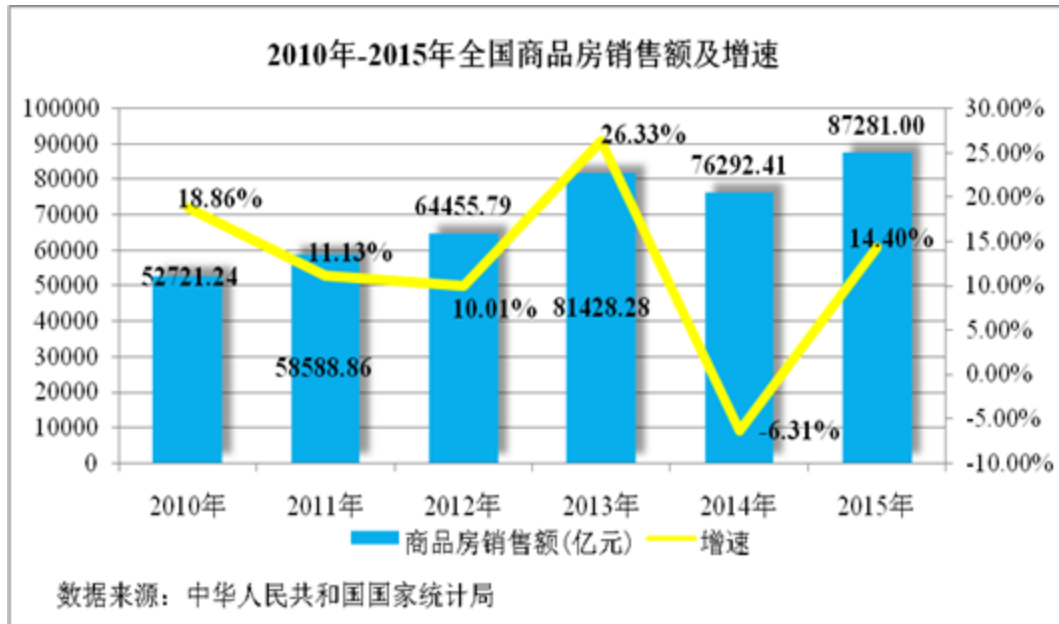
另一方面，2014 年开始各地限购政策的取消以及信贷政策的相对宽松使得房地产市场热度再次上升。2015 年产业调控政策环境的持续宽松，利率下调以及 3 月由央行、住建部及银监会联合下发的关于“二套房贷款首付比降至四成”也从一定程度上刺激了买房需求。此外，2015 年中央经济工作会议将“去库存”纳入 2016 年我国确定的五大经济任务之一，鼓励各方购买库存商品房；提出 2016 年我国将发展住房租赁市场，鼓励自然人和各类机构投资者购买库存商品房，成为租赁市场的房源提供者；鼓励房地产开发企业顺应市场规律调整营销策略，适当降低商品房价格。在各项利好政策的支持下，互联网信息服务在房地产领域未来发展空间广阔。

4、房地产行业商品房销售温和回暖，楼市需求仍未见顶，驱动互联网房产信

息服务行业持续发展

根据国家统计局最新统计数据显示，2015 年我国商品房销售在面积及销售额方面都已明显回暖。2015 年，继 1-5 月销售额同比由负转正后，1-6 月销售面积同比也迎来正增长。在信贷政策宽松、政策刺激力度加码等综合作用下，商品房市场出现了 2014 年年初以来的首次双正增长。尽管房地产库存和房地产企业的资金压力仍然存在，但房地产市场在各项利好政策的刺激下已逐渐企稳回升，整体处于弱复苏状态。





另一方面，房地产行业潜在需求仍未见顶。人口结构是决定房地产市场长期发展趋势的关键因素，尽管人口红利时代已过去，但人口结构调整是一个长期过程，短期内的年龄结构变化并不足以使得当前楼市需求的根本驱动因素发生反转，并且时代观念的转变促使婚房需求延迟释放。2016年1月1日起，中国全面放开二胎政策，将给房地产市场带来新的契机。此外，一线城市在经济增长、产业聚集方面具有优势，其较强的人口吸附能力也构成了未来楼市潜在需求的强力支撑。因此，在房地产市场逐步复苏的大背景下以及楼市潜在需求的拉动下，互联网房产信息服务行业将持续正向发展。

5、社会习惯转变促进行业不断发展，“互联网+房产”成为趋势

中国互联网络信息中心的最新统计数据显示，2014年年底我国共有6.49亿网民，人均每天上网时间达224分钟。CSM收视调查数据显示，2014年我国城乡电视观众规模为12.78亿，但人均每天看电视时间为157分钟。从社会习惯改变的方向来看，电视观众整体规模的增长速度已呈现出下降趋势，而互联网用户规模仍以较高增速继续扩大；观众人均看电视的时间也呈现出缓慢减少现象，而人均上网时间还将持续增加。居民生活习惯的改变，使互联网成为市场愈加倚重的新媒体，同时也促进了互联网房产信息服务行业的持续发展。

随着我国互联网的普及以及居民生活习惯的改变，越来越多对购房、租房有需求的消费者通过互联网获取相关信息。艾瑞咨询《中国房产营销行为研究报告 2015》数据显示，互联网是购房用户获取房产信息的最主要渠道，占比为 73.5%。相比传统媒体，用户通过互联网获取的房产信息范围更广、内容更全面、更新更迅速、互动更及时。

另一方面，由于房地产、家居企业之间的竞争愈发激烈，房地产和家居企业更加倾向于选择性价比高、营销宣传效果好、终端客户反馈可分析的互联网这一新媒体。鉴于对互联网房产信息的供给和需求都在不断增加，我国互联网房产信息服务行业未来仍将迅速发展。

（四）面临的风险

网络安全问题一直是互联网信息服务行业在发展进程中所面临的一大障碍，互联网房产信息服务行业在未来的发展中同样面临网络安全这一大问题。网络安全涉及网络系统的硬件、软件以及系统中的数据，对政府、企业、组织和个人都有较大影响。并且，随着大数据和虚拟技术的不断发展应用，云计算的兴起让虚拟机替代了以往的物理服务器。传统的网络安全防护措施需及时推陈出新，不断更新变革以应对互联网技术的发展，并与之一同推动互联网房产信息服务行业持续发展。

此外，具备 IT 运营经验和技能、通晓互联网和房产行业的复合型人才数量较少也是互联网房产信息服务行业持续发展过程中所面临的一大问题。

二、标的资产业务发展情况、市场地位、核心竞争力及可能面临的风险

（一）业务发展情况

本次万里股份拟置入资产为经内部整合后搜房控股旗下经营互联网房产及家居广告营销业务的法人主体，即丽满万家 100%股权、搜房媒体 100%股权、北京搜房网网络 100%股权、拓世寰宇 100%股权和宏岸图升 100%股权。标的资产服务于新房、二手房、家居的广告营销领域，主营业务为互联网房产及家居广告营销业务。

标的资产为客户所提供的广告营销服务主要包括新房、二手房和家居三大领域的信息发布、广告展示和网络营销推广。按照提供产品和服务所属具体领域，标的

资产的广告营销业务具体分为新房广告营销业务、二手房广告营销业务和家居广告营销业务。

新房广告营销业务主要覆盖新房住宅、写字楼和商铺等领域，通过搜房网平台之新房信息媒体平台为房地产开发商及代理商提供楼盘信息发布和广告展示等服务，以及楼盘推荐、团购优惠等营销服务；为购房消费者提供商品房信息搜索和查询、购房知识交流等服务。

二手房广告营销业务主要通过搜房网平台之二手房信息媒体平台和租房信息媒体平台为房产中介公司、房产经纪人、个人房源供应者提供房源信息发布、房产经纪人网上店铺、房产经纪人培训、房源定投等服务；同时，购房者和租房者可通过搜房网平台进行二手房、租房信息搜索和查询，发布求购或求租信息、获取租房、购房知识等。

家居广告营销业务主要为家居企业提供产品信息、促销活动等的展示与推广服务。

（二）市场地位

本次万里股份拟置入资产为经内部整合后搜房控股旗下经营互联网房产及家居广告营销业务的法人主体 100%股权。搜房控股成立时间较早，是国内最早进入互联网房产及家居信息服务行业的信息服务提供商之一，通过垂直型房产网站和房产移动应用为用户提供一个针对房地产和家居市场的网络平台。搜房控股在成长过程中先后得到 IDG、高盛、Trader Classified Media 和澳大利亚电讯 Telstra 的资本支持，业务发展速度快、覆盖范围广，拥有多年行业运营经验，现已积累大批的客户资源和用户群。根据艾瑞咨询下属专业行业网站排名 iWebchoice 截至 2016 年 3 月 11 日统计显示，搜房网（fang.com）在房产类网站中综合排名第一，在世界所有网站中排名 1609 位。2015 年由中国互联网协会、工信部联合发布的 2015 年“中国互联网企业 100 强”排行榜中，搜房网位列第十。

标的资产的互联网广告营销业务在 PC 端的主要竞争对手有新浪乐居、安居客（已于 2015 年被 58 同城并购）、焦点房地产网、腾讯房产等，在移动端的主要竞

争对手有安居客、365 淘房、看房、房多多等。

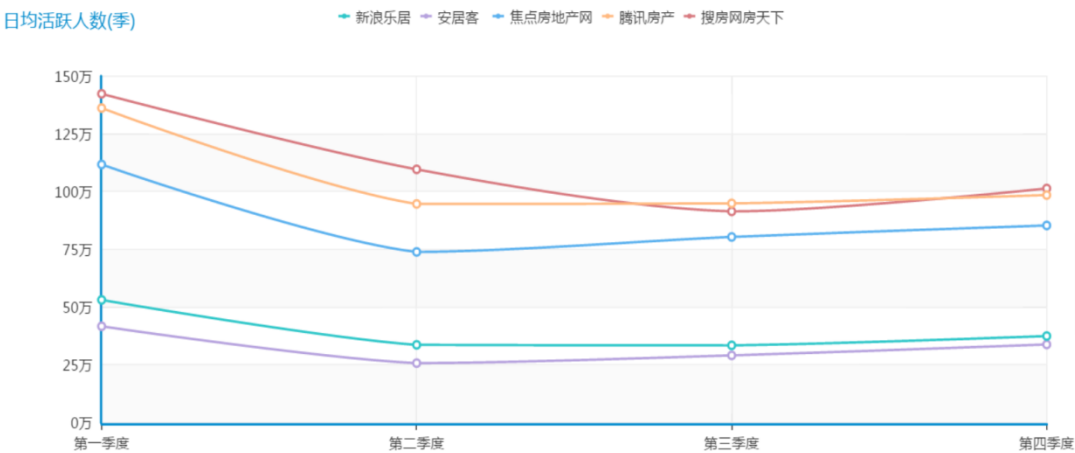
易观（<http://www.analysys.cn/>）是国内权威的第三方媒体网站，提供专业的行业市场数据、分析、评论、研究报告等专业信息服务。截至本回复出具日，用户可在易观上查询到的 PC 端房产网站各项行业数据的起止日期为 2014 年第一季度至 2015 年第三季度；移动端房产类应用各项行业数据的起止日期为 2014 年第一季度至 2015 年第四季度。

1、PC 端指标比较

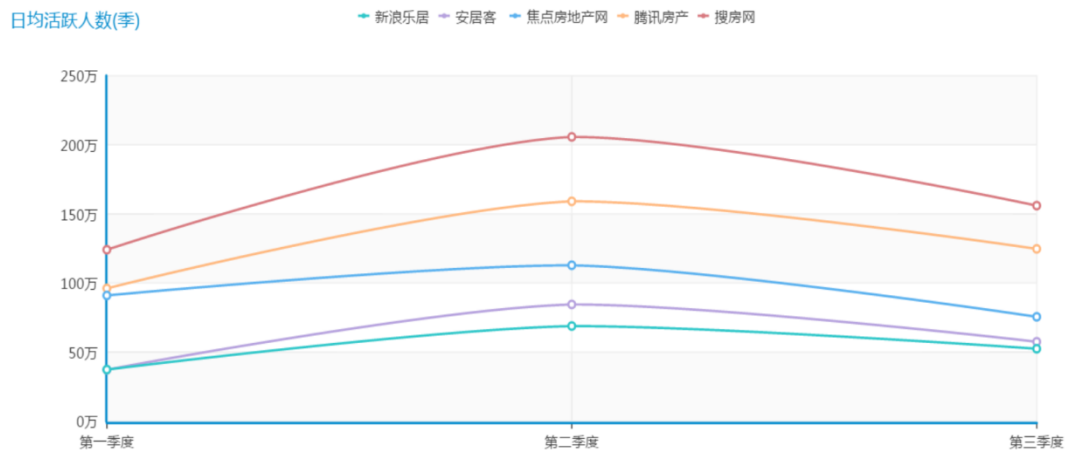
根据易观上可获取的房产网站 2014 年第一季度至 2015 年第三季度数据，搜房网与其主要竞争对手 PC 端主要指标比较结果截图分别如下：

（1）日均活跃人数

2014 年度搜房网与主要竞争对手日均活跃人数趋势分析截图如下：

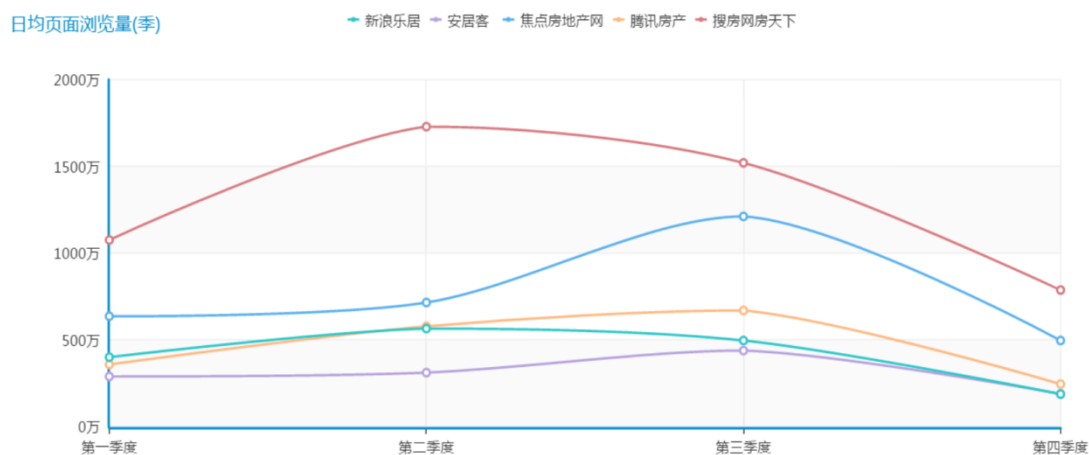


2015 年前三季度搜房网与主要竞争对手日均活跃人数趋势分析截图如下：

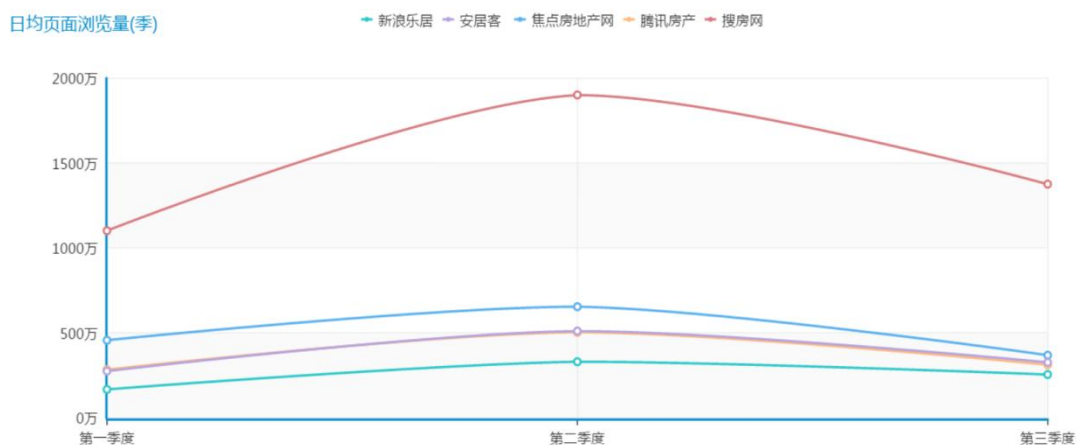


(2) 日均页面浏览量

2014 年度搜房网与主要竞争对手日均页面浏览量趋势分析截图如下：

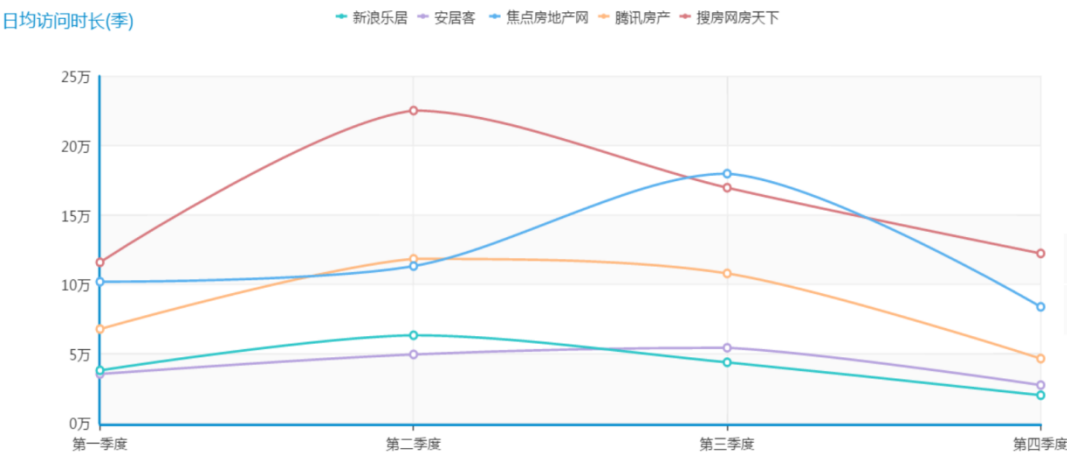


2015 年前三季度搜房网与主要竞争对手日均页面浏览量趋势分析截图如下：

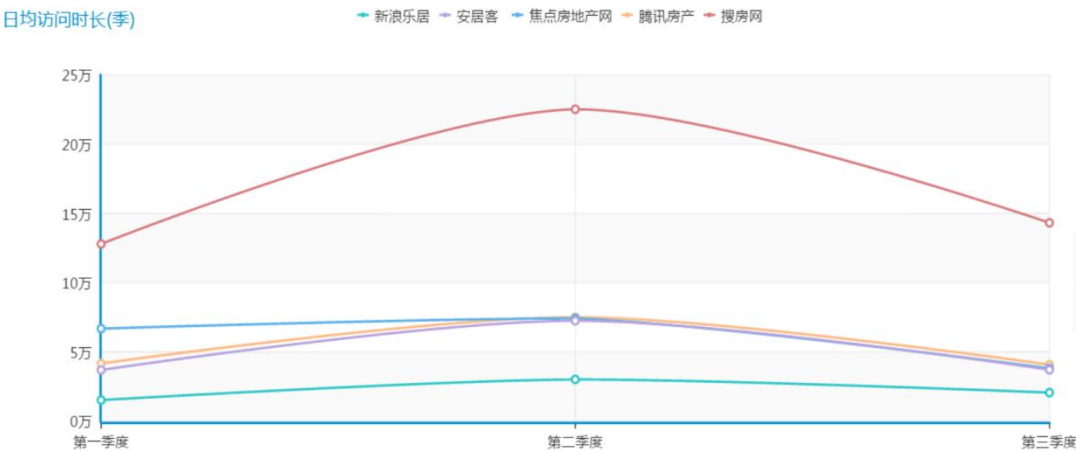


(3) 日均访问时长

2014 年度搜房网与主要竞争对手日均访问时长趋势分析截图如下：



2015 年前三季度搜房网与主要竞争对手日均访问时长趋势分析截图如下：

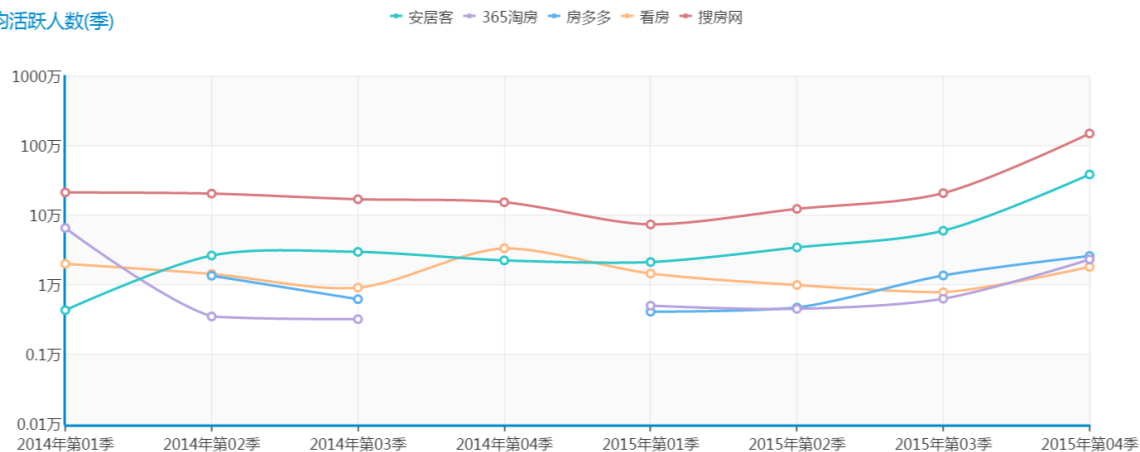


2、移动端指标比较

根据易观上可获取的房产网站 2014 年第一季度至 2015 年第四季度数据，搜房网与其主要竞争对手移动端主要指标比较结果截图分别如下：

(1) 日均活跃人数

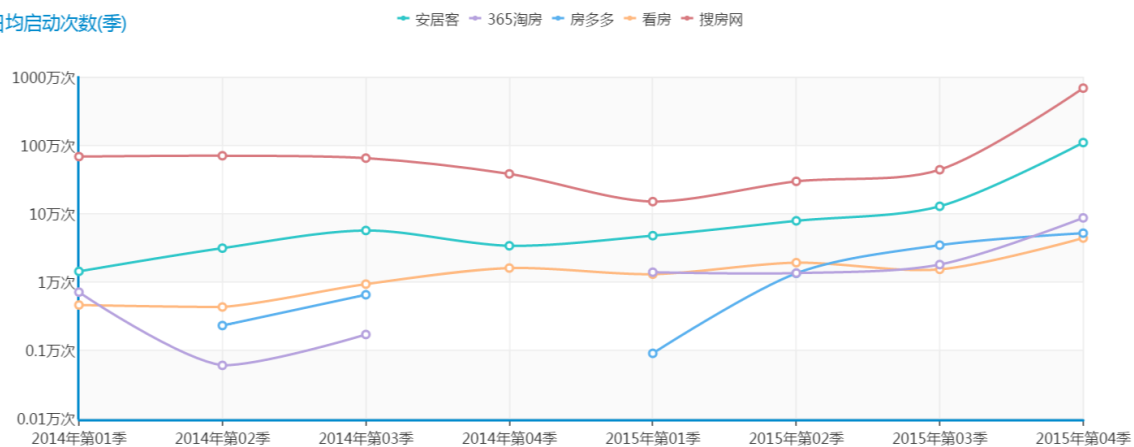
日均活跃人数(季)



注：看房为腾讯房产主要的移动端 APP 应用。

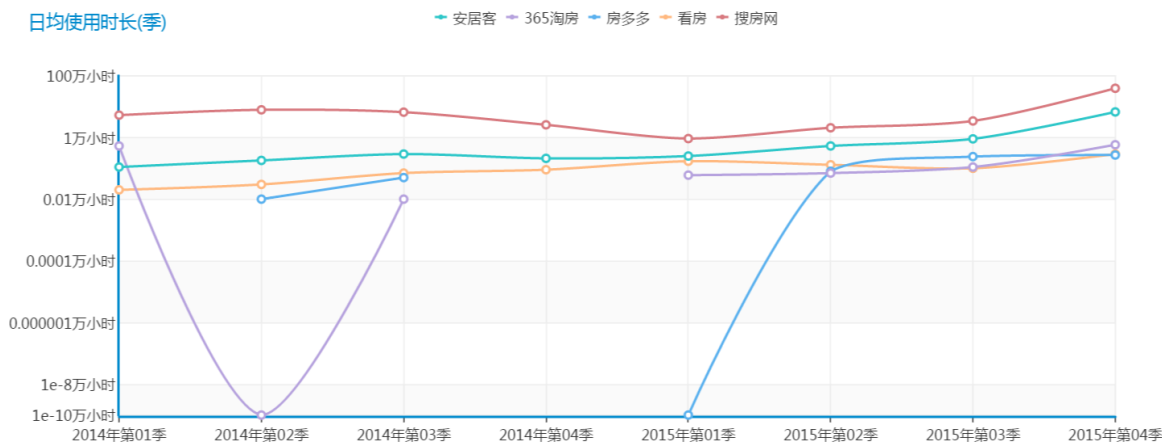
(2) 日均启动次数

日均启动次数(季)



注：看房为腾讯房产主要的移动端 APP 应用。

(3) 日均使用时长



注：看房为腾讯房产主要的移动端 APP 应用。

在网站流量方面，根据上述易观指标显示，搜房网在 PC 端的页面浏览量以较大优势领先于其他房产类网站。搜房网作为互联网房产信息服务行业的信息服务提供商，网站页面浏览量是衡量其在行业内地位的重要指标之一，体现了搜房网在市场中的领先地位。

在用户粘性方面，根据易观统计的数据显示，从 2014 年第一季度至 2015 年第四季度，相较同行业其他网站，搜房网在房产类网站日均活跃人数、访问时长以及房产类应用程序日均活跃人数、启动次数、访问时长方面具有较大优势。较高的活跃人数、启动次数和访问时长体现了搜房网较高的用户粘性，标的资产竞争优势明显。较高的用户粘性间接说明了搜房网在市场中处于领先地位。

（三）核心竞争力

1、品牌优势

搜房控股作为最早进入我国互联网房产信息服务行业的垂直型房产网站运营商之一，拥有多年的行业运营经验。标的资产主营的互联网房产及家居广告营销业务已经经营多年，在开展中积累了大量成功服务案例并形成优良的口碑，在用户群体中树立了良好的品牌形象。另一方面，选择品牌良好的互联网房产信息服务提供商已成为客户楼盘广告展示、房源信息发布和营销活动推广的重要决定因素。因此，具有较高业务品质、良好品牌口碑的标的资产更易获得客户尤其是品牌客户的青睐，

具有较强的品牌竞争优势。

2、业务战略布局优势

标的资产主营的互联网房产及家居广告营销业务现已覆盖中国 500 多个城市，在整体城市战略布局的基础上，根据客户需求的地域分布，标的公司在全国各大城市设立业务团队，且已与当地客户建立长期合作关系，具有丰富的经验和较好的口碑。目前，标的资产已成为国内具有较强竞争力和较大影响力的房产和家居领域的信息服务提供商。

3、客户及用户积累优势

标的资产主营的互联网房产及家居广告营销业务覆盖范围较广，已在各大城市深耕多年，目前已是国内具有竞争力和影响力的房产信息服务提供商。通过多年经营及发展，标的资产积累形成了庞大的客户群体。标的资产与各地多家房产中介公司进行合作，进行全国化布局，各业务团队已与当地客户建立长期合作关系，具有丰富的经验和较好的口碑，能够不断获取客户资源。此外，标的资产通过为租房、购房用户提供各类房产信息，积累了大量的用户群体，进一步促进了客户资源的扩大。

4、人才及技术优势

互联网房产信息服务行业要求从业人员既要熟悉房产家居行业的营销理论和实践经验方法，又要对互联网技术、互联网媒体、互联网用户的行为模式、生活习惯、心理特征等有深入了解。同时，互联网房产信息服务提供商在营销数据采集分析、效果监控及投放优化、自动化和平台化运营等关键服务环节均需有一定的技术支持。标的资产进入互联网房产信息服务领域较早，相关技术人员具有长期行业经验，形成一定的比较优势。

（四）可能面临的风险

标的资产在经营中可能面临市场竞争风险、下游房地产行业宏观调控带来的经营风险、技术更新风险、标的资产人才流失风险等风险，具体可详见预案“重大风险提示”之“二、标的资产经营风险”部分。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的资产主营业务所属行业目前整体情况、发展趋势、面临的风险；标的资产在互联网广告领域的发展情况、市场地位、核心竞争力，可能面临的风险，与同行业公司的比较已在预案进行了补充披露。

问题 11：请公司补充披露互联网广告业务的合同签订方式，具体收费模式，并根据此种模式补充披露不同类型的收入数据。请财务顾问发表意见。

回复：

报告期内，标的资产互联网广告业务合同主要类型可分为《营销服务合同》、《营销技术服务合同》和《“房源交互式搜索系统”软件使用合同》（房源交互式搜索系统的推广名为“搜房帮”）。上述合同的一般签订方式和收费模式如下：

主要合同类型	签订方式	合同内容	收费模式	付款方式
营销服务合同	与客户直接签订服务合同并附服务清单	约定网络营销策划服务、推广形象设计服务、网站信息推广发布内容和排期	按照服务内容一次计费收取，于广告投放完成时或营销服务完成时确认收入	于合同约定时间一次付款/或按合同约定时间分次支付
营销技术服务合同	与客户直接签订服务合同	提供网络营销策划服务、推广形象设计服务、网站信息推广发布的技术支持	按照服务内容一次计费收取，于广告投放完成时或营销服务完成时确认收入	于合同约定时间一次付款/或按合同约定时间分次支付
“房源交互式搜索系统”软件使用合同	与客户直接签订软件使用合同	向客户提供“搜房帮”系统端口服务，约定端口规格、数量和端口有效期限	按照端口规格和数量计费收取，按实际信息发布条数消耗扣除并确认收入（“搜房帮”收费模式）	于合同约定时间一次支付/或按合同约定时间分次支付

注：端口服务规格依照期限内可供客户每日发布的最高信息发布条数等确定。

营销服务合同和营销技术服务合同为标的资产提供广告推广发布、网络营销策划、推广形象设计制作等服务的主要合同形式。营销服务合同约定标的资产提供的广告服务内容和排期，营销技术服务合同约定营销服务合同相应的技术服务，

两者共同组成标的资产完整广告营销服务。标的资产营销服务和营销技术服务之收入按照广告实际投放确认收入。

“房源交互式搜索系统”软件使用合同是标的资产“搜房帮”的服务合同。通过开通“搜房帮”的服务端口，客户可在搜房网的页面进行展示推广信息并进行业务营销。该合同约定向客户提供的端口服务规格（端口服务规格依照期限内可供客户发布的每日最高信息发布条数等确定）和端口数量，并按照客户实际已发布的信息条数消耗情况确认收入。为方便描述，上述收费模式简称为“‘搜房帮’收费模式”。

标的公司按照上述不同收费模式之收入分类具体如下：

单位：万元

收费模式	2015 年 1-9 月		2014 年度		2013 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
广告投放完成或营销服务完成时确认收入	96,486.54	71.07%	170,272.91	70.14%	165,745.89	65.99%
“搜房帮”收费模式	39,278.31	28.93%	72,501.63	29.86%	85,409.80	34.01%
广告业务合计	135,764.85	100.00%	242,774.54	100.00%	251,155.69	100.00%

注：上述数据未经审计。

上述互联网广告业务的合同签订方式，收费模式和不同类型的收入数据已在预案“第五节、二、（七）主营业务运营模式”中进行了补充披露。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的资产互联网广告业务的合同签订方式，收费模式和不同类型的收入数据已在预案进行了补充披露。

问题 12：请结合不同终端类型，如 PC 客户端、网页端、移动端、其他终端等补充披露 fang.com 网站日均网页浏览量、日均独立访问数量、点击转化率、注册用户数、活跃用户数、付费用户数、用户平均停留时长、APUP 值等行业数据。请财务顾问发表意见。

回复：

搜房网（fang.com）主要为有购房、租房需求的消费者提供新房和二手房信息搜索和查询服务，消费者无需注册便可浏览该等房产信息。同时，消费者作为标的资产客户的客户，并不直接向搜房网这一广告展示、活动推广的房产及家居网络平台进行付费。另一方面，标的资产客户主要由新房广告营销业务领域的房产开发商和代理商以及二手房广告营销业务领域的房产中介公司和房产经纪人构成。其中，房产开发商、代理商和房产中介公司并不直接在搜房网上进行费用支付；二手房广告营销产品“搜房帮”的端口数据等具体数据参见本回复之“问题 8”。此外，点击转化率是指一段时间内点击广告带来的平均转化次数占同一时间段内可进行转化跟踪的广告点击总次数的比例，广告投放者通常将该指标作为未来广告投放的决策依据。ARPU，即每用户平均收入，具体指电信运营商平均从每个用户得到的利润。电信运营商通常将 ARPU 作为衡量用户价值的重要指标，并不适用于搜房网（fang.com）本身。

截至本回复出具日，可通过公开方式在第三方机构易观（<http://www.analysys.cn/>）查询到的搜房网（fang.com）网站在 PC 端各项行业数据的起止日期为 2014 年第一季度至 2015 年第三季度；移动端各项行业数据的起止日期为 2014 年第一季度至 2015 年第四季度。故公司补充披露的 PC 端和移动端第三方数据时间范围分别为 2014 年第一季度至 2015 年第三季度和 2014 年第一季度至 2015 年第四季度。

一、PC 端的相关数据

根据易观统计，搜房网 PC 端 2014 年第一季度至 2015 年第三季度日均页面浏览量、访问次数、活跃人数和访问时长具体数据如下所示：

日期	日均页面浏览量 (万)	日均访问次数 (万)	日均活跃人数 (万)	日均访问时长 (万小时)
2014 年第一季度	1,074.92	186.83	142.34	11.59
2014 年第二季度	1,728.61	348.87	109.64	22.53
2014 年第三季度	1,519.74	288.13	91.43	16.97
2014 年第四季度	786.66	138.08	101.36	12.23

2015 年第一季度	1,101.77	173.54	124.06	12.79
2015 年第二季度	1,901.22	283.14	205.69	22.52
2015 年第三季度	1,375.91	211.12	155.98	14.32

数据来源：易观（<http://www.analysys.cn/>）。

二、移动端的相关数据

根据易观统计，搜房网移动端 2014 年第一季度至 2015 年第四季度日均活跃人数、启动次数及使用时长具体数据如下所示：

日期	日均活跃人数(万)	日均启动次数(万次)	日均使用时长(万小时)
2014 年第一季度	21.22	68.75	5.29
2014 年第二季度	20.45	70.71	7.87
2014 年第三季度	16.95	65.27	6.61
2014 年第四季度	15.36	38.36	2.57
2015 年第一季度	14.64	29.80	1.82
2015 年第二季度	30.49	137.21	9.43
2015 年第三季度	35.36	166.60	12.94
2015 年第四季度	75.47	238.68	13.73

数据来源：易观（<http://www.analysys.cn/>）。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：**fang.com** 网站 PC 端日均页面浏览量、访问次数、活跃人数和访问时长，以及移动端日均活跃人数、启动次数、使用时长已在预案进行了补充披露。

问题 13：预案披露，房地产广告业务收入为标的资产的主要业务收入。请补充披露新房广告收入、二手房广告收入、家居广告收入报告期内分别的占比情况。请财务顾问发表意见。

回复：

标的资产的主要业务收入来自房地产广告业务收入，具体情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月		2014 年度		2013 年度	
	收入	占比%	收入	占比%	收入	占比%
新房广告收入	82,949.83	61.10	150,021.11	62.18	151,948.71	60.50
二手房广告收入	40,472.99	29.81	71,440.16	29.61	87,652.60	34.90
家居广告收入	12,342.03	9.09	19,820.89	8.21	11,554.39	4.60
合计	135,764.85	100.00	241,282.16	100.00	251,155.69	100.00

注：上述财务数据未经审计。

上述主营业务收入分类及占比情况已在预案“第五节、二、（八）主营业务收入情况”中进行了补充披露。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的资产房地产广告业务收入之新房广告收入、二手房广告收入、家居广告收入在报告期内分别的占比情况已在预案进行了补充披露。

第四部分、关于标的资产的预估值及财务信息

问题 14：预案披露，标的资产分红后的预估增值率高达 4,956.25%。请补充披露：（1）预估的主要参数和假设，预测期内营业收入增长率、折现率，以及预估的简要计算过程；（2）请以标的资产已实现的净利润为依据，计算本次交易的市盈率，并与可比公司、可比交易比较，说明预估作价的合理性。请财务顾问和评估师发表意见。

回复：

一、预估的主要参数和假设，预测期内营业收入增长率、折现率，以及预估的简要计算过程

（一）本次预估主要参数

1、营业收入：由标的资产管理层结合各业务板块历史经营情况对未来经营情况进行预测。

2、营业成本及各项费用：以标的资产历史营业成本及各项费用占收入比例为基础，考虑未来营业成本及各项费用变化及通胀因素后预测。

3、企业所得税：综合分析标的资产目前税率和税收优惠情况后判断预测。

4、折现率：折现率采用国际上通常使用加权平均资本成本模型（WACC）进行测算。WACC（Weighted Average Cost of Capital）加权平均投资回报率代表期望的总投资回报率，是股权回报率和所得税调整后的债权回报率的加权平均值。

基本公式： $WACC = K_e \times [E/(E+D)] + K_d \times [D/(E+D)]$

K_e ：权益资本成本

K_d ：税后债务成本

E ：权益的市场价值

D ：债务的市场价值

其中股权资本成本 K_e 采用资本资产定价模型（CAPM）进行测算，CAPM（Capital Asset Pricing Model or “CAPM”）是通常估算投资者收益要求而求取股权收益率的方法。

基本公式： $K_e = R_f + [E(R_m) - R_f] \times \beta + a$

R_f ：无风险收益率

$E(R_m)$ ：市场期望收益率

β ：风险系数

a ：企业特有风险收益率

（二）本次预估的基本假设

1、本次估值以持续经营为前提。持续经营在此是指被估值单位的生产经营业务可以按其现状持续经营下去，并在可预见的未来，不会发生重大改变；

2、本次估值的价值类型是市场价值，不考虑本次估值目的所涉及的经济行为对企业经营情况的影响；

3、本次估值基于目前国家法律、法规、税收政策以及金融政策，不考虑预估基准日后不可预测的重大变化，特别是与房地产管理和互联网及广告管理相关的政策不发生重大变化；

4、本次估值基于估值标的企业未来的经营管理团队尽职，并继续保持现有的经营管理模式经营，估值标的企业的经营活动和提供的服务符合国家的产业政策，各种经营活动合法，并在未来可预见的时间内不会发生重大变化；

5、本次估值预测是基于现有市场情况对未来的合理预测，不考虑今后市场发生目前不可预测的重大变化和波动；

6、由于无法获得足够的行业及相关资产产权交易情况资料，缺乏对资产流动性的分析依据，故本次估值中没有考虑估值对象的流动性对本次估值结论的影响；

7、本次估值对未来收益预测未考虑外汇市场的变化和波动。

（三）预测期内营业收入增长率

经过对标的资产历史收入情况分析 & 未来经营情况展望，标的资产相关管理层预计 2016 年营业收入在 2015 年未经审计营业收入基础上增长 13%，2017 年营业收入增长率为 27%，以后营业收入增长率逐年在上一年基础上递减，2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年营业收入增长率分别为 27%、24%、17%和 8%，从 2022 年起，营业收入进入稳定期。

（四）折现率

折现率采用国际上通常使用加权平均资本成本模型（WACC）进行测算。本次预估折现率采用 12.5%。

（五）预估的简要计算过程

预估选用现金流量折现法中的企业自由现金流折现模型。现金流量折现法具体如下：

股东全部权益价值=企业整体价值－付息负债价值

企业整体价值=企业自由现金流量折现值+溢余资产价值+非经营性（净）资产价值

本次预估采用标的资产相关管理层预计的未来年度业绩预测，采用合适的折现率进行折现，扣除付息负债和非经营性负债价值并将溢余资产、非经营性资产回加，计算得出预估值。

二、本次交易的市盈率以及预估作价的合理性

根据《上市公司行业分类指引》，标的资产主要从事的互联网房产及家居广告营销业务属于“I 信息传输、软件和信息技术服务业”门类下的“64 互联网和相关服务”。根据上述分类，本次选取的可比上市公司的情况如下：

证券代码	证券简称	静态市盈率
000503.SZ	海虹控股	866.17
002095.SZ	生意宝	296.87
002174.SZ	游族网络	59.54
002315.SZ	焦点科技	59.06
002354.SZ	天神娱乐	72.20
002439.SZ	启明星辰	123.29
002467.SZ	二六三	53.18
300059.SZ	东方财富	368.98
300104.SZ	乐视网	208.43
300113.SZ	顺网科技	81.83
300226.SZ	上海钢联	439.86
300295.SZ	三六五网	40.75
300383.SZ	光环新网	278.28
300392.SZ	腾信股份	138.09
300418.SZ	昆仑万维	85.70

300431.SZ	暴风科技	365.77
300467.SZ	迅游科技	145.10
600804.SH	鹏博士	56.44
603000.SH	人民网	55.35
可比上市公司平均值		199.73
可比上市公司中位值		123.29

注：静态市盈率=该公司 2015 年 9 月 30 日的收盘价*当日该公司总股本/该公司 2014 年度归属于上市公司股东的净利润。

标的资产 2014 年度和 2015 年度未经审计的归属于母公司的净利润为 95,280.68 万元和 77,411.36 万元，标的资产 2016 年承诺净利润数为 80,000.00 万元。

以上述标的资产未经审计的净利润数或净利润预测数为依据，本次标的资产预估值对应的市盈率如下表所示：

标的资产估值市盈率			可比上市公司静态市盈率	
2014 年	2015 年	2016 年	平均值	中位值
16.98	20.90	20.23	199.73	123.29

注 1：估值市盈率（2014 年）=标的资产预估值/2014 年已实现的归属于母公司的净利润数；

注 2：估值市盈率（2015 年）=标的资产预估值/2015 年已实现的归属于母公司的净利润数；

注 3：估值市盈率（2016 年）=标的资产预估值/2016 年承诺净利润数；

本次交易作价符合行业定价规则，充分考虑了上市公司及中小股东的利益，交易定价公允。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：预案已补充披露了预估的主要参数和假设，预测期内营业收入增长率、折现率，以及预估的简要计算过程；本次标的资产的作价合理、公允。

问题 15：预案披露，标的资产报告期内预收账款逐年下降，应收账款逐年上升。此外，最近一期其他应收款达到 11.7 亿。请补充披露：（1）结合报告期内标的资产主营业务、经营业绩的变化，以及销售模式和收款政策，说明预收账款下降、应收账款增加的原因，是否表明标的资产的竞争力正在下滑；（2）其他应收

款的主要构成、形成原因，最近两年一期的余额均较大的原因，是否构成相关方对标的资产的非经常性资金占用。请财务顾问和会计师发表意见。

回复：

一、结合报告期内标的资产主营业务、经营业绩的变化，以及销售模式和收款政策，说明预收账款下降、应收账款增加的原因，是否表明标的资产的竞争力正在下滑

报告期内，标的资产 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 9 月 30 日未经审计的预收款项分别为 62,858.56 万元、61,727.79 万元、42,134.46 万元，呈下降趋势；未经审计的应收账款 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 9 月 30 日分别为 24,279.69 万元、26,342.43 万元、37,925.75 万元，呈增加趋势。

（一）标的资产预收账款、应收账款变动原因

1、标的资产之销售模式和收款政策

标的资产主营业务为互联网房产及家居广告营销业务，主要由新房广告业务、二手房广告业务及家居广告业务构成，标的资产的预收账款和应收账款主要系互联网房产及家居广告营销业务形成。

互联网房产及家居广告营销业务通过与客户签订服务合同方式确定合作关系，并根据合同约定进行收费、收款。标的资产通常于合同约定时间采取一次收款/或按合同约定时间分次收款，并于广告投放（排期）完成或“搜房帮”服务之信息发布次数等实际消耗后确认收入，收入确认时点和收款时点存在差异。相关收款模式和收入确认详见本回复“问题 11”关于互联网广告业务的合同签订方式、具体收费模式的补充披露。

由于合同约定收款时点是商业谈判的结果，与广告投放（排期）和实际的“搜房帮”服务之信息发布次数等消耗时点有差异，因此在标的资产的账务处理中，预收账款和应收账款存在波动。

标的资产二手房广告业务以“搜房帮”业务为主，“搜房帮”业务主要采用提前一

次性付款的收费模式（相关收款模式和收入确认详见本回复“问题 11”关于互联网广告业务的合同签订方式、具体收费模式的补充披露），预收账款以二手房广告业务（主要为“搜房帮”业务）形成为主。

标的资产对新房广告业务、家居广告业务的客户的收款模式是按照合同约定时间一次支付或分次支付的，因此收款时点与实际收入确认时点存在差异，如服务提供完毕已达到收入确认条件而尚未收款时则形成应收账款，如收款时尚未达到收入确认条件则形成预收账款。

2、标的资产预收账款下降、应收账款增加的原因

报告期内，标的资产未经审计经营业绩存在一定程度的下滑，其简要财务信息如下：

单位：万元			
项目	2015 年 1-9 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	135,764.85	242,774.54	251,155.69
新房广告	82,949.83	151,513.49	151,948.71
二手房广告	40,472.99	71,440.16	87,652.60
家居广告	12,342.03	19,820.89	11,554.39
利润总额	54,728.34	106,840.15	130,091.44
净利润	50,672.93	95,280.68	115,266.18
归属于母公司净利润	50,672.93	95,280.68	115,266.18

注：上述财务数据未经审计。

报告期标的资产业绩存在一定程度下滑趋势，主要原因系：报告期内，搜房控股进行业务转型，开始涉足房产交易业务，搜房控股对内部业务架构、组织结构和人员进行了调整，使得标的公司在转型期市场拓展以及客户维系方面存在一定程度的弱化，导致标的资产业务收入存在一定程度的下滑；同时，搜房控股新进入的业务领域与标的公司部分原客户存在直接竞争关系，使得二手房广告营销业务客户数量减少，标的资产也主动采取短期性的策略性降价政策，造成业绩一定程度下滑。

报告期内，标的资产预收账款主要由二手房广告业务形成为主，受业绩下滑影

响，预收账款也在一定程度上逐渐减少。

报告期内，标的资产应收账款主要由新房广告业务和家居广告业务形成。2014年度相比2013年度应收账款增加2,062.74万元，2015年1-9月应收账款相比2014年度增加11,583.32万元，主要系受房地产行业波动影响回款周期延长所致。

（二）标的资产的竞争力并未下滑

1、标的资产对预收账款、应收账款管理较好

报告期内，标的资产制定了完善的预收账款、应收账款政策，对预收账款、应收账款进行了较好的管理。此外，标的资产预收账款、应收账款相对营业收入比重较低，2015年9月30日预收账款、应收账款分别占2015年1-9月营业收入比重为31.03%、27.93%；2014年12月31日预收账款、应收账款分别占2014年度营业收入比重为25.43%、10.85%；2013年12月31日预收账款、应收账款分别占2013年度营业收入比重为25.03%、9.67%。

2、标的资产已采取恰当措施进行应收账款管理，最大限度降低应收账款增长的风险

标的资产制定了完善的应收账款管理政策。对于过期仍未支付的应收账款采取积极催收的政策，包括邮件、电话、传真、拜访、发函等多种方式进行应收账款的催收，最大限度降低应收账款增长风险。

3、标的资产预计未来收入将企稳回升

标的资产目前收入已逐渐企稳回升，预期未来将进一步增长。详细阐述请参见“问题8”之答复。

4、标的资产具备竞争优势

标的资产从事互联网房产广告营销业务多年，经过多年的发展，已积累丰富的资源，拥有较强的竞争优势。具体详见“问题10”之答复。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：报告期内标的资产预收账款下降系受下游房地产行业波动以及搜房控股业务转型带来的暂时影响所致；报告

期应收账款整体比较稳定，2014 年度相比 2013 年度应收账款增加 2,062.74 万元，2015 年 1-9 月应收账款相比 2014 年度增加 11,583.32 万元，主要系受房地产行业波动影响回款周期延长所致，并不表明标的资产竞争力下降。

二、其他应收款的主要构成、形成原因，最近两年一期的余额均较大的原因，是否构成相关方对标的资产的非经常性资金占用

报告期内，标的资产其他应收款的构成主要为关联方内部往来，同时还包括少量的对第三方的其他应收款。其他应收款主要构成如下：

单位：万元

项目	2015 年 9 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
关联方内部往来	314,182.31	374,555.78	273,830.31
第三方其他应收款	1,259.22	3,229.58	6,709.21
其他应收款合计	315,441.53	377,785.36	280,539.52

注：上述财务数据未经审计。

第三方其他应收款主要由房租押金、员工备用金等组成，关联方内部往来主要系搜房控股在此前的经营管理中，出于加强内部资金管理，充分利用各公司闲置资金的目的，对下属公司的资金实行统一管理、统一调配，由此产生了搜房控股与下属公司之间存在资金占用的情形。在修订后的预案中其他应收款有大幅变化主要是因为不包含金融业务使得其他应收款数据有重大变化。对于该部分关联方内部往来，在进行内部整合后将通过向股东分红等方式进行清理，清理完成后，标的资产将不存在与关联方之间的资金占用，具体数据公司将在审计工作完成后在重组报告书中进行披露。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：报告期标的资产预收账款下降、应收账款增加主要系受下游房地产行业波动影响所致，此外，预收账款的下降还在一定程度上受到搜房控股业务转型的影响，并不表明标的资产竞争力下降，内部整合完成后标的资产将不存在非经常性资金被关联方占用的情形。

问题 16：标的公司部分高新技术证书即将到期。请补充披露对估值的影响，并请财务顾问发表意见。

回复：

本次交易预案首次披露时，标的公司中搜房媒体及北京搜房网络当前所持有的高新技术企业证书于 2015 年 10 月 30 日到期。2015 年 11 月 24 日，北京搜房网络已取得证书编号为 GR201511002141 的高新技术企业证书，有效期三年。2015 年 11 月 24 日，搜房媒体已取得证书编号为 GR201511003735 的高新技术企业证书，有效期三年。

另外，宏岸图升也于 2015 年 11 月 24 日取得证书编号为 GR201511003608 的高新技术企业证书，有效期三年。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：相应的标的公司已取得高新技术企业证书，不会对标的资产的估值造成影响。

问题 17：预案披露，最近一期置出资产的净资产为 7.3 亿元，本次按成本法预估为不低于 7 亿元。请补充披露：（1）成本法预估的主要过程，预估增减值情况，并补充收益法预估结果；（2）与同行业同类型资产比较，说明置出资产是否被低估，是否会损害上市公司利益。请财务顾问和评估师发表意见。

回复：

一、采用资产基础法对置出资产进行评估

根据本次置出资产评估的评估目的，拟对评估对象采用资产基础法进行评估。截至本回复出具日，置出资产于评估基准日 2015 年 12 月 31 日的评估工作尚未完成。置出资产评估机构在执行拟置出资产价值评估业务的过程中，根据评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，综合分析了收益法、市场法和资产基础法三种资产评估基本方法的适用性，确定采用资产基础法进行评估，具体分析如下：

（一）收益法的适用性分析

2012 年-2015 年，万里股份的盈利情况如下：

2012 年-2015 年万里股份母公司经营情况表

金额单位：万元

项目/年度	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
营业收入	14,444.89	13,994.09	23,256.23	23,978.09
营业总成本	11,557.12	12,182.29	20,165.84	22,535.89
营业利润	365.41	-1,157.20	260.02	-1,903.89
利润总额	404.52	-1,378.36	289.28	-1,871.23
净利润	404.52	-1,378.36	289.28	-1,871.23

注：2012 年-2015 年财务数据已经审计。

置出资产的主营业务系生产和销售各类铅酸蓄电池，近年来新能源电池行业的快速发展，传统铅酸蓄电池行业产能过剩以及行业内的竞争激烈，对置出资产的盈利能力产生较大冲击。结合上表所列示的近几年经营数据，2013 年和 2015 年亏损较为严重，2012 年、2014 年的经营成果不理想，表明置出资产盈利能力不稳定，管理层难以根据目前的经营情况合理预计未来的收益。因此本次拟置出资产的评估不适用收益法评估。

（二）市场法的适用性分析

市场法评估需要有可比交易案例，由于本次评估范围为上市公司除货币资金外的全部资产及负债，不是企业的整体价值评估，无法收集到同类资产和负债的可比案例和成交案例，因此本次拟置出资产的评估不适用市场法评估。

（三）资产基础法的适用性分析

由于上市公司有完备的财务资料和资产管理资料，资产的再取得成本的有关数据和信息来源较广，资产重置成本与资产的现行市价存在着内在联系和替代，因此置出资产适用资产基础法评估。

二、资产基础法预估的主要过程，预估增减值情况

（一）资产基础法预估的主要假设

1、公平交易假设

公平交易假设是假定评估对象已处于交易过程中，评估师根据评估对象的交易

条件等按公平原则模拟市场进行估价。公平交易假设是资产评估得以进行的一个最基本的前提假设。

2、公开市场假设

公开市场假设是假定在市场上交易的资产或拟在市场上交易的资产，资产交易双方彼此地位平等，彼此都有获得足够市场信息的机会和时间，以便于对资产的功能、用途及其交易价格等作出理智的判断。公开市场假设以资产在市场上可以公开买卖为基础。

3、资产持续经营假设

资产持续经营假设是指评估时假定委估资产按照目前的用途和使用的方式、规模、频率、环境等情况继续使用，相应确定评估方法、参数和依据。

（二）预估的主要过程

1、房屋建（构）筑物

根据本次评估目的，结合委估房屋建（构）筑物的实际情况，房屋涉及有厂区内厂房、综合楼、倒班楼、食堂等，由于厂区生产用房的重置价格资料较易取得，故厂区用房采用重置成本法评估。

重置成本法评估是指测算建（构）筑物现时条件下重新购置或建造一个全新状态的被评估资产所需的全部成本（重置全价），再结合建（构）筑物新旧程度和使用维护状况综合确定成新率，相乘后得出评估值。基本公式如下：

$$\text{评估值} = \text{重置全价} \times \text{成新率}$$

$$\text{重置全价} = \text{重置单价} \times \text{建筑面积}$$

$$\text{重置单价} = (\text{前期工程费用} + \text{其他工程费用} + \text{建安工程费用}) \times (1 + \text{资金成本率})$$

房屋的重置单价的价值内涵包括：前期工程费用、其他工程费用、建安工程费用、资金成本。其中土地使用权单独评估。

2、机器设备

根据本次评估目的，结合委估设备的实际情况，采用重置成本法进行评估，即按现时条件下重新购置或建造一个全新状态的委估资产所需发生的全部成本费用作为其重置全价，再结合设备新旧程度和使用维护状况综合确定成新率，相乘后得出评估值。其计算式为：

$$\text{设备评估值} = \text{设备重置全价} \times \text{成新率}$$

3、土地使用权

通过现场查勘，对估价对象的特点、估价目的及宗地所处区域的影响因素等资料进行收集、分析和整理，并结合估价对象的实际情况，采用市场法进行预估。

市场比较法是指根据替代原理，将待估宗地与具有替代性的，且在估价期日近期市场上交易的类似宗地进行比较，并对类似宗地的成交价格进行差异修正，以此估算待估宗地价格的方法，计算公式为：

$$P = PB \times A \times B \times C \times D \times E$$

式中：P—待估宗地价格

PB—比较实例价格

A—待估宗地交易情况指数/比较实例宗地交易情况指数

B—待估宗地估价期日地价指数/比较实例宗地交易期日地价指数

C—待估宗地区域因素条件指数/比较实例宗地区域因素条件指数

D—待估宗地个别因素条件指数/比较实例宗地个别因素条件指数

E—待估宗地使用年期修正指数/比较实例使用年期修正指数

4、其他主要资产、负债

主要审核其他资产及债权、债务的真实性、合法性，在清查核实的基础上，确定预估值。

（三）预估增减值情况

截至本回复出具日，置出资产于评估基准日 2015 年 12 月 31 日的评估工作尚未完成，公司于评估基准日的全部资产及负债（即置出资产和货币资金）的预估值不低于 7.00 亿元。为保证信息的真实、准确、完整性，公司将在重组报告书中补充披露置出资产的评估值和评估增（减）值情况。

三、置出资产不存在被低估的情况，不会损害上市公司利益

截至本回复出具日，置出资产于评估基准日 2015 年 12 月 31 日的评估工作尚未完成，公司于评估基准日的全部资产及负债（即置出资产和货币资金）的预估值不低于 7.00 亿元。截至 2015 年 12 月 31 日，上市公司归属于母公司股东所有者权益为 70,948.55 万元，结合公司具体资产的增减值因素，公司于评估基准日的全部资产及负债（即置出资产和货币资金）的预估值不低于 7.00 亿元，不存在置出资产被低估的情形。另外，本次对置出资产采用资产基础法进行评估，置出资产涉及的各项资产和负债具备独特性，无法在同行业中确定相类似的资产进行对比。同时，置出资产的评估机构在评估工作中将严格按照相关评估准则和公正、公允、合理的原则进行评估。公司将于本次重组正式方案公告时披露置出资产的正式评估值等情况。

综上所述，由于置出资产盈利能力不稳定，管理层难以根据目前的经营情况合理预计未来的收益，本次拟置出资产的评估不适用收益法评估，评估机构未采用收益法进行评估；公司已补充披露置出资产资产基础法预估的主要过程，预估值情况（并将于本次重组正式方案公告时披露置出资产的评估值和评估增（减）值情况）；置出资产不存在被低估的情况，不会损害上市公司利益。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：置出资产不适用收益法评估，公司已补充披露置出资产资产基础法预估的主要过程，预估值情况（并将于本次重组正式方案公告时披露置出资产的评估值和评估增（减）值情况）；置出资产不存在被低估的情况，不会损害上市公司利益。

第五部分、其他

问题 18：预案披露标的资产部分员工在实际控制人控制的关联企业任职。请

补充披露标的资产的员工是否独立。请财务顾问和律师发表明确意见。

回复：

截至本回复出具日，标的公司现任董事、监事及高级管理人员莫天全先生及代建功先生在标的公司实际控制人控制的关联企业任职。

一、标的公司均为搜房控股控制下的企业

搜房控股的主要业务包括互联网房产及家居广告营销业务、金融业务、交易业务、研究业务四大业务板块。本次交易拟注入上市公司的标的资产为搜房控股下属的互联网房产及家居广告营销业务资产，搜房控股在本次重组前进行了内部业务板块的整合。

在此次内部整合之前，搜房控股集团旗下多家下属企业同时运营其四大业务板块的各项业务。基于其集团业务分布状况，标的公司现任董事、监事及高级管理人员莫天全先生及代建功先生在搜房控股集团旗下多家企业同时担任职务是出于对集团统一战略规划考虑，有利于搜房控股对于旗下主营业务的统一运营管理及发展。

同时，根据标的公司提供的相关文件资料及搜房控股、莫天全先生、代建功先生分别出具的说明，截至本回复出具之日，除卢婷莉担任搜房媒体经理外，其他标的公司的高级管理人员均为莫天全先生和代建功先生，上述高级管理人员系依据《公司法》及标的公司章程的有关规定由执行董事予以聘任，且符合有关法律规定及标的公司章程规定的高级管理人员任职资格；莫天全先生、代建功先生在搜房控股及其控制的其他企业仍担任除董事、监事之外的职务。

二、整合完成之后，标的资产其他员工独立于其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

本次内部整合选取搜房控股旗下主要经营标的业务的法人实体为本次注入上市公司的标的公司。经过选择，确定北京搜房网络、搜房媒体、拓世寰宇、丽满万家和宏岸图升为标的公司，以上述五家标的公司为主体整合搜房控股旗下的标的业务。

在进行内部整合的过程中，凡涉及人员剥离的问题时将根据“人随资产走”的

原则，从事标的业务的人员均整合至丽满万家、搜房媒体、北京搜房网络、拓世寰宇和宏岸图升及其子公司体系内，标的公司具备开展业务所需的人员、业务体系和能力。整合完成后，标的资产其他员工独立于其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

三、在本次重组完成之后，上市公司及标的公司将会对其管理层人员结构进行相应调整

鉴于本次重组尚未完成，因此标的公司仍然保留莫天全先生、代建功先生的任职。在本次重组完成后，上市公司将根据实际情况重新选举或聘任董事、监事和高级管理人员，并将根据《首发管理办法》的有关规定确保董事、监事和高级管理人员具备任职资格。对于该等董事、监事和高级管理人员的选任，标的公司的实际控制人莫天全先生和搜房控股将会充分考虑并保证上市公司的人员独立性并出具相应的书面承诺：“在本次重大资产重组完成后，保证上市公司在人员、资产、财务、机构及业务方面继续与本人/本公司及本人/本公司直接或间接控制的其他企业（如有）完全分开，其业务、资产、人员、财务和机构仍独立于本人/本公司及本人/本公司控制的其他企业（如有），保持上市公司在业务、资产、人员、财务和机构方面的独立性”

综上所述，标的公司现任董事、监事及高级管理人员莫天全先生及代建功先生在标的公司实际控制人控制的关联企业任职是基于搜房控股统一进行业务管理的需要，经过内部整合后标的公司具备开展业务所需的人员、业务体系和能力。在交易完成后上市公司在人员方面将与控股股东、实际控制人及其所控制的其他企业保持独立。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：标的公司现任董事、监事及高级管理人员莫天全先生及代建功先生存在兼职情况具备合理性，经过内部整合后标的公司具备开展业务所需的人员、业务体系和能力。在交易完成后，在标的公司的实际控制人莫天全先生和搜房控股遵守其作出的承诺的前提下，上市公司的人员将独立于其控股股东、实际控制人及其所控制的其他企业。

问题 19：标的资产有多项域名，多数均为未备案状态。请补充披露未备案的原因、法律后果、对标的资产的具体影响。请财务顾问和律师发表意见。

回复：

根据搜房控股出具的说明并经核查，截至本回复出具之日，标的公司及其子公司共拥有 250 项与标的业务相关的域名，其中，名为 fangtianxia.com、fang.com.cn、fang.com、villachina.com、villachina.com.cn、fangtx.com 和 aoerp.com 等 7 项域名已在相关主管部门办理完成了 ICP 许可和/或备案手续。

根据《互联网信息服务管理办法》、《非经营性互联网信息服务备案管理办法》的有关规定：在中国境内提供互联网信息服务应当依法履行许可或备案手续；在中国境内的组织或个人利用通过互联网域名访问的网站或者利用仅能通过互联网 IP 地址访问的网站提供非经营性互联网信息服务，应当依法履行备案手续；未经备案，不得在中国境内从事非经营性互联网信息服务。

根据搜房控股出具的说明，标的公司及其子公司在正常使用的域名之外注册并拥有多项域名的原因为：（1）防止第三方通过注册近似域名侵害公司利益、影响公司正常业务经营；（2）为公司未来的发展储备足够的域名资源。如标的公司或其子公司未来需要使用该等已注册的域名开通网站从事经营性或非经营性信息服务，其将会按照有关法律向主管部门履行许可或备案手续。

综上所述，除上述 7 项域名所对应的网站已履行了 ICP 许可和/或备案手续之外，其他域名在业务运营中均未实际使用，暂未办理许可和/或备案手续不会对标的公司及其子公司的经营产生重大不利影响。

本次重大资产重组的独立财务顾问经核查认为：除上述 7 项域名所对应的网站已履行了 ICP 许可和/或备案手续之外，其他域名在业务运营中均未实际使用，暂未办理许可和/或备案手续不会对标的公司及其子公司的经营产生重大不利影响。

问题 20：预案披露后，刘悉承通过协议转让减持公司 1,600 万股，受让方为珠海由水、西藏伟创。转让价格为公司停牌前一交易日收盘价格，即 33.09 元/股。请补充披露：（1）该协议转让与本次交易之间的关系；（2）刘悉承在借壳预案披

露后，以停牌前价格立即转让公司股权的原因及合理性；（3）刘悉承与珠海由水、西藏伟创是否存在关联关系或代持关系。请财务顾问核查并发表意见。

回复：

一、该协议转让不是本次交易的组成部分

2016年1月25日，刘悉承、南方同正、珠海由水投资控股有限公司（以下简称“珠海由水”）、西藏伟创君融投资有限公司（以下简称“西藏伟创”）签订《股权转让协议》，约定刘悉承通过南方同正向珠海由水、西藏伟创各分别协议转让所持有的万里股份800万股股份（以下简称“该次协议转让”）。该次协议转让后，珠海由水、西藏伟创将各持有上市公司5.06%的股份。

根据本次交易方案，本次交易由重大资产出售、发行股份购买资产、发行股份募集配套资金三部分组成，其中重大资产出售和发行股份购买资产事项互为前提条件，配套融资以本次重大资产出售、发行股份购买资产为前提条件，且本次配套融资最终实施与否或是否足额募集均不影响本次重大资产出售和发行股份购买资产行为的实施。本次交易方案不包括南方同正该次协议转让上市公司股份。

根据公司2016年1月26日披露的《简式权益变动报告书》（南方同正）和南方同正出具的确认函，南方同正该次权益变动目的系为本次重组实施中购买拟置出资产准备资金；购买置出资产的筹措资金方式由南方同正自主决策，筹措资金方式的选择不影响本次交易安排。因此该次协议转让不构成本次交易的一部分。

二、借壳预案披露后，股东以停牌前价格立即转让公司股权的原因及合理性

根据公司2016年1月26日披露的《简式权益变动报告书》（南方同正）和南方同正出具的确认函，南方同正本次权益变动目的系为本次重组实施中购买拟置出资产准备资金。根据《关于落实<上市公司大股东、董监高减持股份的若干规定>相关事项的通知》，上市公司大股东通过协议转让方式减持股份的，转让价格范围下限比照大宗交易的规定执行。根据《上海证券交易所交易规则（2013年修订）》，大宗交易买卖双方提出固定价格申报的，可按当日竞价交易市场收盘价格进行申报。鉴于《股权转让协议》当日公司股票停牌，因此比照前一交易日收盘价执行，该次

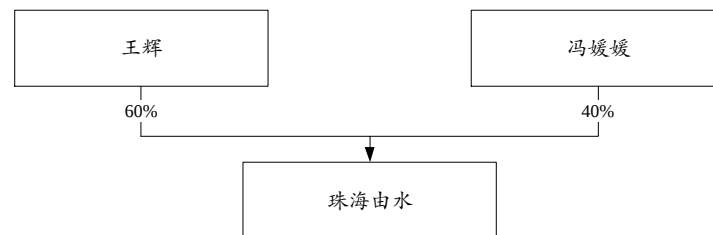
协议转让价格等于 33.09 元/股，符合《关于落实<上市公司大股东、董监高减持股份的若干规定>相关事项的通知》等相关法律法规的规定。

因此，南方同正协议转让上市公司股份系以筹措资金为目的，各方均按照相关规定友好协商并确定该次协议转让的价格等有关事项，该次协议转让具有合理性。

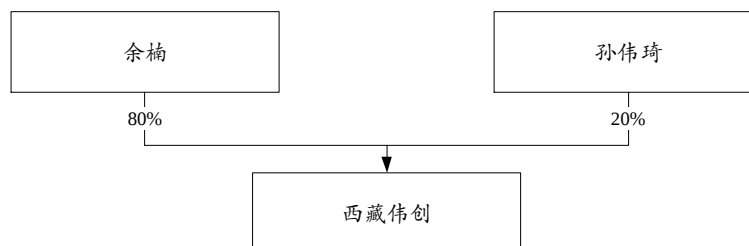
三、刘悉承与珠海由水、西藏伟创不存在关联关系或代持关系

该次协议转让前，南方同正系上市公司控股股东、刘悉承系上市公司实际控制人；该次协议转让后，南方同正仍为上市公司控股股东，刘悉承仍为上市公司实际控制人。该次协议转让不构成公司控制权变更。南方同正、刘悉承的具体情况详见预案第二节、四之“（二）控股股东基本情况”、“（三）实际控制人介绍”。

截至本回复出具日，珠海由水的实际控制人为王辉，其股权控制关系如下：



截至本回复出具日，西藏伟创的实际控制人为余楠，其股权控制关系如下：



根据刘悉承、南方同正出具的承诺，其确认珠海由水、西藏伟创之间不存在关联关系，不存在代持关系。

根据珠海由水、西藏伟创出具的承诺，其确认与刘悉承和南方同正之间不存在关联关系，不存在代持关系。

本次重大资产重组的独立财务顾问认为：该次协议转让不是本次交易的一部分；南方同正协议转让公司股份目的系为本次重组实施中购买拟置出资产准备资

金，具有合理性；刘悉承与珠海由水、西藏伟创不存在关联关系或代持关系。

（本页无正文，为关于《西南证券股份有限公司关于上海证券交易所<关于对重庆万里新能源股份有限公司重大资产出售及发行股份购买资产并募集配套资金预案信息披露的问询函>的回复》之签章页）

项目主办人： _____
钟凯刘冠勋

项目协办人： _____
江山

独立财务顾问：西南证券股份有限公司

2016年5月2日