

深圳市联建光电股份有限公司

关于全资子公司收购西安绿一传媒有限公司

100%股权的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、交易概述

1、2016年6月8日召开的深圳市联建光电股份有限公司（以下简称“联建光电”或“公司”）第四届董事会第十三次会议审议通过了《关于全资子公司收购西安绿一传媒有限公司100%股权的议案》，基于对数字户外广告的传播效果和传播影响力的看好，进一步完善全国数字户外媒体资源网络建设，积极推进公司“数字传播集团”的战略目标的实现，同意联建光电全资子公司深圳市联动文化投资有限公司（以下简称“联动投资”）使用自有资金不超过人民币26,333万元向西安绿一传媒有限公司（以下简称“西安绿一”或“目标公司”）股东樟树市朗悦投资管理中心（有限合伙）（以下简称“朗悦投资”）、樟树市彩炫投资管理中心（有限合伙）（以下简称“彩炫投资”）购买其持有的西安绿一100%股权。

2、本次交易不构成关联交易，不构成重大资产重组。

3、根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》，因公司连续十二个月内购买或者出售资产金额累计达到公司2015年度经审计总资产的30%，本次交易须提交股东大会审议。

二、交易对方的基本情况

1、朗悦投资

合伙企业名称：樟树市朗悦投资管理中心（有限合伙）

营业场所：江西省宜春市樟树市中药城E1栋26号楼135号

认缴出资额：1,750万元

执行事务合伙人：陈波

企业类型：有限合伙企业

成立日期：2016年05月19日

出资结构信息如下：

合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）
陈波	1,540	88.00
李秀英	210	12.00
合计	1,750	100.00

2、彩炫投资

合伙企业名称：樟树市彩炫投资管理中心（有限合伙）

营业场所：江西省宜春市樟树市中药城E1栋26号楼137号

执行事务合伙人：崔勇

认缴出资额：250万元

企业类型：有限合伙企业

成立日期：2016年5月19日

出资结构信息如下：

合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）
崔勇	50.00	20%
李泽成	100.00	40%
李锦杨	25.00	10%
惠凯	25.00	10%
张皖霞	10.00	4%
王少杰	10.00	4%
程洁	5.00	2%
孟龙	5.00	2%
王立荣	5.00	2%
白林莎	5.00	2%
何信件	5.00	2%
翟博	5.00	2%
合计	250.00	100.00

三、收购标的公司基本情况

1、标的公司基本信息

公司名称：西安绿一传媒有限公司

住所：西安曲江新区翠华路 908 号曲江银座 1 栋 2 单元 21602 室

企业类型：有限责任公司

法定代表人：陈波

注册资本：2,000 万元人民币

实收资本：2,000 万元人民币

成立日期：2011 年 8 月 19 日

经营期限：2011 年 8 月 19 日至长期

经营范围：一般经营项目：承办各类文化交流活动、会展活动；广告的设计、制作、代理、发布；企业品牌管理、营销策划。（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）。

主营业务：西安绿一是一家专业从事户外媒体运营的供应商。户外媒体以大型高清全彩 LED 电子屏及机场 360° LED 广告为行业旗帜，涵盖机场多维立体商业展位、单立柱、户外大牌、路灯灯箱、跨路桥等多种户外媒体形式。2011 年，绿一传媒与全国各省会城市优秀 LED 运营商共同组建并成立了中国百屏联盟；2012 年组建成立了陕西 LED 屏联盟。

2、标的公司股权结构

本次收购前，标的公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴出资（万元）	实缴出资额（万元）	出资方式	持股比（%）
1	朗悦投资	1750	1,750	货币	87.50
2	彩炫投资	250	250	货币	12.50
合计		2,000	2,000		100.00

3、标的公司最近一年经审计的主要财务数据

经立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2016]第 350034 号审计报告，西安绿一 2015 年度、2016 年 3 月份的财务状况及经营成果数据如下：

（单位：人民币元）

项目	2016 年 3 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资产总额	63,807,508.53	68,913,457.20
负债总额	34,609,603.43	31,310,054.22

净资产	29,197,905.10	37,603,402.98
项目	2016年1月-3月	2015年度
营业收入	7,799,373.37	43,271,856.98
净利润	594,502.12	11,998,273.37

4、标的公司的主营业务

(1) 西安绿一的主要户外广告媒体类型

西安绿一是陕西地区从事户外LED全彩高清大屏幕广告运营的媒体公司龙头,从成立至今,已经建成并成功运营了西安市区的10块LED大屏。西安绿一户外广告媒体资源广泛,涵盖大型高清全彩LED电子屏、机场多维立体商业展位、单立柱、户外大牌、路灯灯箱、跨路桥等多种户外媒体形式。西安绿一研发并投入市场运营的机场“多维立体商业展位”获得《实用新型专利证书》及国家知识产权局颁发的“外观设计专利”。西安绿一在西安已占据了强势、优质的绝佳户外点位资源。随着业务的进一步发展,从点到面点位资源的积累,西安绿一将整合更多优势资源,取得更多市场份额。

2011年,绿一传媒与全国各省会城市优秀LED运营商共同组建并成立了中国百屏联盟;2012年组建成立了陕西LED屏联盟。西安绿一凭借自身博深精湛的品牌文化和强大的资源整合能力,形成了户外广告强势媒体平台。

(2) 主要媒体位置及辐射区域

西安绿一拥有34块户外媒体资源,租赁的1块、自建及购入33块;其中市区户外LED屏10块、西安机场360°多维立体LED展位6个、宁夏银川机场LED展位1个、西安机场单立柱2个、西安市区大牌5个、西安高速媒体10个。媒体资源覆盖了西安重点区域,包括北大街核心商圈、曲江商圈、高新商圈、钟楼商圈、科技路、赛高街区、西门、西安国际机场航站楼等。媒体点位人流量和车流量密集,区域影响力较大,传播效果好,具有较高的媒体营销价值。

(3) 主要经营媒体资列表

序号	媒体类型	媒体位置	取得方式
1	户外LED屏	西高新科技路与高新一路十字V屏	自建
2	户外LED屏	北大街东北角出版大厦	自建
3	户外LED屏	西高新火炬大厦	自建
4	户外LED屏	迎宾大道凤城五路赛高街区	租赁
5	户外LED屏	赛高街区世纪金花入口	自建

6	户外 LED 屏	迎宾大道凤城二路天地时代广场	自建
7	户外 LED 屏	西影路与曲江大道十字东南角秦雅酒店	自建
8	户外 LED 屏	南二环太白路立交怡丰城购物广场	自建
9	户外 LED 屏	东二环新兴戴斯酒店	自建
10	户外 LED 屏	玉祥门转盘西北角蔚蓝国际机电广场	自建
11	传统户外媒体	西康高速(东江坡村耕地)单立柱	自建
12	传统户外媒体	西康高速(寺坡村耕地)单立柱	自建
13	传统户外媒体	西宝高速路北单立柱	自建
14	传统户外媒体	西宝高速路南单立柱	自建
15	传统户外媒体	西延高速收费站南侧路东(杨西住房内院落空地)单立柱	自建
16	传统户外媒体	沪陕高速(华胥支家沟村耕地)单立柱	自建
17	传统户外媒体	西禹高速(灞桥占家村村委会大院场地)单立柱	自建
18	传统户外媒体	西汉高速南斑村单立柱	自建
19	传统户外媒体	西汉高速涝峪口休息区单立柱	自建
20	传统户外媒体	西延高速跨线桥广告牌	自建
21	传统户外媒体	南二环紫汀酒店大牌	自建
22	传统户外媒体	南二环长安立交西侧龙门架大牌	自建
23	传统户外媒体	西二环雅逸酒店大楼南、北外立面大牌	自建
24	传统户外媒体	劳动南路转盘高新电子市场北侧外立面大牌	自建
25	传统户外媒体	西门外东光大厦人人乐外立面大牌	自建
26	传统户外媒体	机场高速东线 1 单立柱	自建
27	传统户外媒体	机场高速东线 2 单立柱	自建
28	机场 LED 展位	T3 出发 323 门 (LED 展位)	自建
29	机场 LED 展位	T3 出发 324 门 (LED 展位)	自建
30	机场 LED 展位	T3 到达行李厅 (LED 展位)	自建
31	机场 LED 展位	T2 到达行李厅 (LED 展位)	自建
32	机场 LED 展位	T2 出发厅 (LED 展位)	自建
33	机场 LED 展位	T2 出发厅 (LED 展位)	自建
34	机场 LED 展位	宁夏银川机场 (LED 展位)	自建

(4) 主要媒体介绍

4.1 北大街出版大厦 LED: 地铁 1、2 号线的交汇口，占据北大街核心商圈。超大显示面积，更具视觉冲击力，无可匹敌的超长视距，进南门即可见。拥有西华门十字、二府街十字、莲湖路十字三个十字路口的驻足观看时间。克服了目前城内屏无驻足观看时间的缺陷，

全方位锁定北大街、莲湖路巨大车流、人流，受众关注度极高。覆盖西安城内繁华商业中心、高端商旅酒店、实力金融机构，黄金商业地段，成熟完善的商业格局。



4.2 科技路 V 屏：三面可视，180° 全视角。占领世纪金花购物中心，金鹰购物中心两大商业巨舰。聚焦科技路双向车流。



4.3 火炬大厦 LED 屏：位于高新路与光华路十字，45° 方向视角全面锁定高新路、光华路庞大车流、人流。覆盖世纪金花宜品生活旗舰店，志诚丽柏四星级酒店、建设银行、工商银行、招商银行等购物、金融中心。



4.4 凤城五路赛高街区 LED：位于赛高街区—世纪金花、沃尔玛、奥斯卡影城、步行商业街窗口位置，广告效应全面影响高品质、时尚消费者人群。绝佳的视觉效果，有效针对目标消费群体。全方位锁定凤城五路商业中心受众。



4.5 西影路秦雅酒店 LED 屏：曲江门户第一屏，受众关注焦点。全方位锁定西影路、曲江大道双向车流。覆盖华润万家、曲江高档社区、曲江一中等商业、居住中心。



4.6 东二环戴斯酒店 LED 屏：多向视角，全方位锁定东二环、金花路、长乐路巨大车流、人流。周边商圈、酒店林立，高密度购物广场、苏宁、国美、华润万家等商业中心聚集，覆盖高端商旅人群。



4.7 南二环太白怡丰城： 全面覆盖南二环庞大车流。占领太白路商圈核心, 紧靠西安两大商业区-小寨商圈和高新商业区, 广告, 媒体正对 13000 平方米南二环最大购物休闲广场, 广告视觉效应无处不在。



4.8 玉祥门 LED 屏： 大兴新区门户第一屏，受众关注焦点。45 度视角，全方位锁定大庆路、环城路、玉祥门转盘多向车流。广告效果全面覆盖玉祥门商圈，莲湖商圈、大兴新区。



4.9 经开区凤城二路天地时代广场—该媒体位于北城繁华商圈——迎宾大道与凤城二路十字东北角时代广场裙楼，占据黄金商业地段。成熟完善的商业格局，成为众多实力商家进驻北城的登陆点：中国银行、东亚银行、建设银行等国内外实力金融机构环绕于此；荣华国际、赛高国际、利君V时代、经发大厦等高档商务写字楼云集林立；人人乐商场、肯德基、必胜客、苏宁电器、真爱广场等生活娱乐设施完善，巨大的人流量和极高的关注度，均为该地段带来强劲商机，是企业实力和品牌形象的双重升华。



4.10 机场 360 广告展位——在西安国际机场有 6 处LED展位，机场标志性媒体，360 度展示，全球独创LED多维展位，取得国家专利，精准锁定国际国内出行人群。

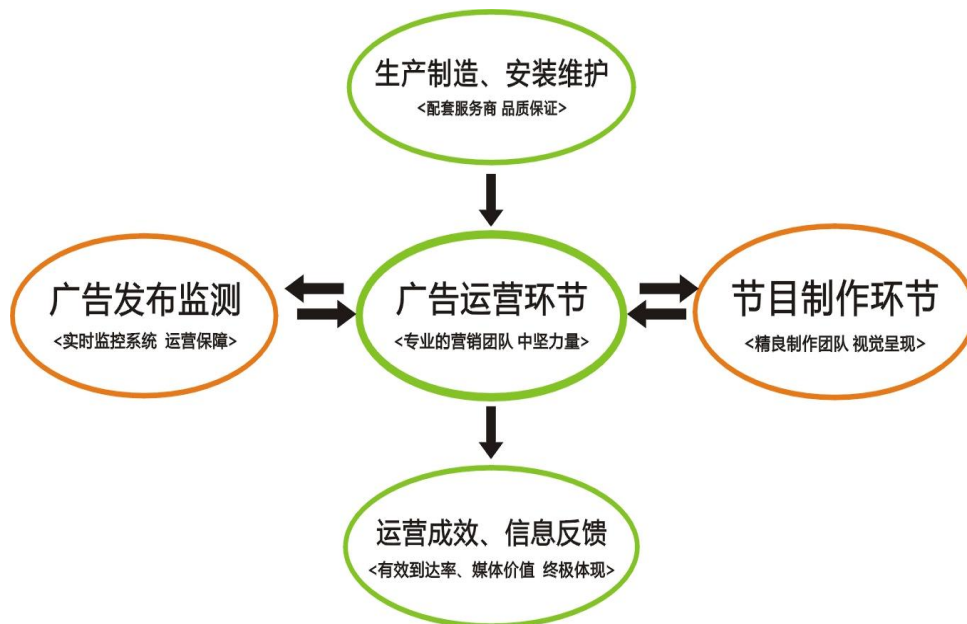


4.11、**西门户外大牌**：坐拥西安四大城门之一——西门，地处西门外西南角，邻近西安环城西苑公园，位置优越。全面覆盖西门商圈，周边开元商城、人人乐、新乐汇购物广场等繁华商业休闲中心林立，毗邻真爱湖畔餐厅；高端商业购物、娱乐休闲中心汇集，成就该媒体独一无二的广告效果。



(5) 服务内容

主要为客户提供户外广告投放策略、广告内容设计、广告制作和发布、户外广告发布监测、户外广告维护等。



四、投资协议书的主要内容

（一）协议主体及释义

甲方：深圳市联动文化投资有限公司

乙方：陈波

丙方：李凤英

丁方：李泽成

戊方：樟树市朗悦投资管理中心（有限合伙）

己方：樟树市彩炫投资管理中心（有限合伙）

庚方：西安绿一传媒有限公司

各方：甲方、乙方、丙方、丁方、戊方、己方和庚方的统称。

一方：甲方、乙方、丙方、丁方、戊方、己方和庚方中的任何一方。

原主要股东：乙方、丙方、丁方。

公司：西安绿一传媒有限公司，即庚方。

本次交易：转让方同意将其持有的标的股权按照本协议约定转让给甲方，甲方拟进行的按照本协议的约定以向转让方支付现金方式购买标的股权之行为。

转让方 指戊方、己方。

（二）协议主要条款

1、股转方案及股转价款的支付

1.1 各方一致同意，戊方和己方将持有的公司 100%股权转让给甲方。转让后，公司股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例/持股比例
深圳市联动文化投资有限公司	2,000.00	100.00%
合计	2,000.00	100.00%

1.2 根据银信资产评估有限公司出具的银信评报字[2016]沪第 0502 号《资产评估报告》，截至评估基准日，公司 100%股权评估价值为 26,460.77 万元，经交易双方协商一致，股权转让价款为 26,333 万元，由甲方以现金方式分期向转让方支付。

1.3 各方一致同意，股转价款按以下进度支付：

1.3.1 第一期：标的股权变更登记至甲方名下之日起15个工作日内，甲方向转让方支付第一期股转价款19,749.75万元，占股转价款总额的75%，其中50%（即13,166.5万元）由转让方购买联建光电股票，并质押给甲方；

1.3.2 第二期：公司已完成2016年的业绩承诺，则在转让方已根据本协议第2.5.1款的约定将联建光电的股票质押给甲方且公司2016年度审计报告出具（以时间较晚者为准）后10个工作日内，甲方向转让方支付第二期股转价款6,583.25万元，占股转价款总额的25%。

1.4 各方一致同意，若公司2016年度完成的净利润低于2,000万元（不含本数），则股转价款按照如下公式计算的结果进行调整：

股转价款=26,333万元×公司2016年度实际完成的净利润÷2016年度承诺净利润

据此，甲方应将上述第 1.4.2 款项下约定的第二期股转价款金额扣减股转价款根据上述公式调低的金额后进行支付第二期转让价款。

2、经营业绩保证、补偿及退出

2.1 为本协议履行之目的，转让方及原主要股东承诺公司 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年实际实现净利润分别不低于 2,000 万元、2,240 万元、2,509 万元、2,810 万元及 3,147 万元。

2.1.1 各方一致同意，若公司 2016 年度完成的净利润低于 2,000 万元（不含本数），则 2017 年至 2020 年承诺的净利润相应按下列公式进行调整：

2017 年至 2020 年各年承诺净利润=原 2017 年至 2020 年各年承诺净利润×公司 2016 年度实际完成的净利润÷2016 年度承诺净利润。

2.1.2 在承诺期内，如果公司实施对外收购，该收购形成会计上的合并报表商誉，则该等收购所产生的新增利润，不纳入承诺期内各年度的盈利业绩，即从当年实际实现的净利润中扣除；若公司根据甲方要求或者安排收购其他公司的，则不论是否形成商誉，被收购公司的净利润纳入承诺期内各年度的盈利业绩。为免疑问，承诺期内，公司可根据经营的需要按照年度经营计划收购、购买或以其它可行的方式（不包括股权收购）取得媒介资源。

2.1.3 在承诺期内每一年度结束后，甲方或其母公司应聘请具有证券、期货业务资格的会计师事务所对公司 2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年度各年实际实现的净利润情况出具审计报告，并于触发盈利补偿的年度及 2020 年度结束后出具《减值测试报告》，以确定在上述承诺期内各年度中公司实际实现的净利润，并据此确定转让方是否负有补偿义务及触发回购条款。

2.2 如公司在上述业绩承诺当年实际实现的净利润低于上述第 2.1 款约定的当年承诺净利润，则转让方同意将按照如下公式计算当年补偿金额并以现金或处置质押股份方式将补偿支付给甲方：

当年应补偿金额=（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）

=承诺期内各年的承诺净利润数总和×公司 100%股权的股转对价－已补偿金额

如计算结果小于或等于0时，按0取值，即已经补偿的金额不冲回，已经补偿的现金不退回。

且在触发盈利补偿的年度及2020年度结束，甲方仍需对公司进行减值测试，如果减值额大于历史年度已补偿金额与当年度盈利承诺补偿金额之和，则转让方应进一步向甲方以现金或处置质押股份的方式进行补偿，使合计补偿金额等于期末减值额。

各方协商确认，转让方在上述盈利预测补偿中承担补偿责任为合计不超过公司100%股权的股转价款。原主要股东对转让方的上述补偿承担连带责任。

上述补偿应在公司当年度审计报告出具后 30 日内实施完毕。

3、业绩承诺期内公司的经营管理及运作

3.1 本次交易后业绩承诺期内，公司的董事会由 5 名董事组成，由甲方委派 3 名，由原主要股东委派 2 名。

3.2 本次交易后，公司仍应符合上市公司治理要求的内部控制制度和规范体系，建立健全内部管理。

3.3 本次交易后，甲方有权向公司及其子公司委派财务负责人，财务负责人管理公司公章和财务专用章；公司印章管理制度由甲方制定；财务部门其他工作人员的聘用原则上由各方协商决定。

3.4 本次交易后，公司设立风险控制部门，其负责人仍由甲方直接委派。风险控制部门负责人按照上市公司内部控制制度和公司基本管理制度规定权限工作。同时，本次交易后，甲方有权派广告媒体资源督导人员，负责公司媒体资源管控及日常媒体事务管理。

4、协议的效力

4.1 本协议自各方法定代表人或授权代表签署并加盖各自公章、自然人签字之日起成立。

4.2 本协议在同时满足下列条件时生效：

4.2.1 甲方股东批准本次交易；

4.2.2 甲方母公司联建光电根据权限召开董事会及/或股东大会，批准本次交易。

4.3 若因本条第 4.2 款下之协议生效条件未能成就，致使本协议无法生效并不得以正常履行的，协议任何一方不追究协议他方的法律责任，不就因本项目支付的中介费等任何费用或损失主张赔偿。

五、收购的目的和对联建光电的影响

（一）完善数字户外媒体网络，积极推进实现“数字传播集团”战略目标

本次交易是公司基于打造“数字传播集团”的战略指引，积极完善数字户外媒体产业链条、提升公司传播业务综合实力的重要举措。本次收购西安绿一，将介入西安地方性广告市场，借助西安绿一在西安的影响力，批量式取得西安的优质户外广告媒体资源，实现对西安本地广告客户的覆盖；同时积极落实公司户外媒体资源横向扩张的经营计划。

西安绿一是陕西地区从事户外 LED 全彩高清大屏幕广告运营的媒体公司龙头，拥有 34 块户外媒体资源，租赁的 1 块、自建及购入 33 块；其中市区户外 LED 屏 10 块、西安机场 360°多维立体 LED 展位 6 个、宁夏银川机场 LED 展位 1 个、西安机场单立柱 2 个、西安市区大牌 5 个、西安高速媒体 10 个。媒体资源覆盖了西安重点区域，包括北大街核心商圈、曲江商圈、高新商圈、钟楼商圈、科技路、赛高街区、西门、西安国际机场航站等。西安绿一在西安已占据了强势、优质的绝佳户外点位资源。随着业务的进一步发展，从点到面点位资源的积累，西安绿一将整合更多优势资源，取得更多市场份额。

（二）合理布局业务，发挥协同效应

本次交易遵循本公司战略进行，本公司原有业务和新收购业务之间具备良好的协同空间。包括：

1、线上广告与线下广告的互动协同

基于户外广告受广告主认可的稳定性和较好的客户粘性，以此为入口，借助西安绿一的影响力，为客户提供集团品牌公关、互动活动、互联网广告（含移动互联网广告）等线上线下综合营销解决方案和效果营销方案，实现线上广告和线下广告的互动协同和二次销售，增强西安绿一的产品竞争力和销售成长性。比如集团山西华瀚文化传播有限公司与深圳市精准分众传媒有限公司的线上互动营销、数据分析相结合衍生的地产行业效果营销解决方案，为客户提供精准的线上线下导流，目前与西安绿一正进行探讨复制。

2、代理与媒体的协同、全国业务与地方业务的协同、地方业务之间的协同

本次收购将明显提升本公司户外媒体业务的实力。本次收购前，本公司的户外媒体业务的主要运营主体为四川分时广告传媒有限公司（以下简称“分时传媒”）、北京远洋林格文化传媒有限公司（以下简称“远洋传媒”）、联动文化（北京）有限公司（以下简称“联动文化”）、山西华瀚文化传播有限公司。通过本次收购西安绿一、上海成光广告有限公司，公司将批量取得上海、西安二个全国重要城市的优质户外媒体资源。收购完成后公司自有户外媒体资源网络拓展到覆盖成都、南京、太原、上海、西安等 5 个地方性户外广告市场。

由于户外广告本身具有区域性局限性，地方性户外广告公司很难跨城市经营，并很难大量取得外地自有媒体和服务外地客户、全国客户，因此本次收购后，联建集团旗下分时传媒、远洋传媒等全国性户外广告代理公司可以打通与成都、南京、太原、上海、西安等地方性媒体公司的协同销售，比如其全国性品牌客户进行户外广告投放时可以向地方性媒体公司采购媒体，地方性媒体公司客户需进行全国性广告投放时可由分时传媒、远洋传媒、联动文化等承接。同时地方性媒体公司之间不相竞争还可以协同销售，比如太原的客户五台山需在西安进行户外广告宣传，可以由西安绿一承接。

随着自有户外媒体资源网络越来越大，不断集聚更多品牌客户，逐步形成数字户外板块规模效应，上下游得以贯通，衍生新的商业模式，达到量变引起质变，催生更多像线下户外广告与线上互动营销及数据分析等融合的线上线下效果营销方案或综合营销方案，以效果让客户认可，精准地为客户导流和宣传。

（三）吸引更多事业合伙人，打造共建、共荣命运共同体，助力公司长期稳定发展

公司推行事业合伙人机制，本次收购西安绿一，西安绿一转让方拟使用部分股权转让款二级市场增持联建光电股票并质押给联动投资，成为公司在陕西省区域里的事业合伙人代表，为在全国重要区域实现事业合伙人全面覆盖打下坚实基础。另外公司还会陆续推出现金收购标的及鼓励标的转让方在二级市场增持联建光电股票快速成为事业合伙人机制。

六、项目存在的风险

1、宏观经济波动风险

由于经济发展的周期性会对企业经营环境、经营业绩以及居民可支配收入、消费者的购买力等产生较大影响，使得企业广告的投入与经济周期存在较大的相关性。当经济环境处于繁荣期时，企业的经营业绩普遍较好，消费者的购买力较强，企业对广告的需求普遍旺盛，对广告的预算投入相对较大；当经济环境处于衰退期时，企业经营业绩普遍下滑，消费者的购买力下降，企业对广告的需求减弱，对广告的预算投入减少。因此，宏观经济的周期性波动可能对西安绿一的经营带来不确定性，提请投资者注意相关风险。

2、标的公司经营风险

户外广告是设立在户外的传播媒体形式，其媒体资源的设置及后续运营受到城市规划、工商、城市管理等多个部门的管辖。目前，我国对于户外广告的管理尚未制定全国性的法规，历史上各省市曾分别制定了针对户外广告资源设置的地方性管理政策，但政策标准、执行尺度均不一致，政策的稳定性和透明性也不强。如果公司的自建媒体受到所在城市户外广告政策变化或者城市户外广告整体规划调整的影响而被要求停止发布广告或拆除，将

对公司的业务经营产生影响。

目前，标的公司是一家区域性的户外广告提供商，其绝大部分的媒体都位于西安，公司的业务也集中在西安市内。如果未来西安的户外广告的市场规模增长缓慢或者公司根据业务发展、客户的需求，需要拓展西安市外的广告市场，则公司的业务将可能受到影响，提请投资者注意相关风险。

3、业绩承诺无法实现的风险

交易对方将勤勉经营，尽最大努力确保业绩承诺及相关指标实现。但是，盈利预测期内经济环境和产业政策等外部因素的变化可能给标的公司的经营管理造成不利影响。同时，标的公司能否适应未来行业格局、市场竞争、技术革新等存在不确定性。如果标的公司经营情况未达预期，可能导致业绩承诺及相关指标无法实现，进而影响联建光电的整体经营业绩和盈利水平。

4、并购整合风险

本次交易完成后，公司持有西安绿一 100% 股权。根据公司的规划，标的公司仍将保持其经营实体存续并在其原管理团队管理下运营。西安绿一将融入上市公司管理控制体系，需在业务规划、客户共享、产品发展、团队建设、管理体系、财务统筹等方面进行深入融合。整合能否顺利实施以及整合效果能否达到并购预期仍存在一定的不确定性。

七、备查文件

- 1、第四届董事会第十三次会议决议；
- 2、关于西安绿一传媒有限公司之投资协议书；
- 3、西安绿一传媒有限公司审计报告（信会师报字[2016]第 350034 号）；
- 4、评估报告。

特此公告。

深圳市联建光电股份有限公司

董事会

2016 年 6 月 8 日