

证券代码：002717

证券简称：岭南园林

上市地点：深交所



岭南园林股份有限公司  
发行股份及支付现金购买资产  
并募集配套资金报告书（修订稿）

序号	交易对方	住所	通信地址
1	德亿投资	江西省樟树市中药城 E1 栋 25 号楼 121 号	上海市闵行区景联路 398 号 2 号楼 5 楼
2	帮林投资	江西省樟树市中药城 E1 栋 25 号楼 120 号	

独立财务顾问



二零一六年六月

## 公司声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员保证本报告书及其摘要内容的真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对本报告书及其摘要内容的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。公司法定代表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、准确、完整。

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

中国证监会、深交所对本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金事项所作的任何决定或意见均不代表其对本公司股票的价值或投资者收益的实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

本报告书依据《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》、《格式准则第26号》及相关的法律法规编写。

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本公司负责；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。

投资者在评价公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金时，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。

## 交易对方的声明与承诺

本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方德亿投资、帮林投资，以及标的公司实际控制人王翔、师欣欣均已承诺，在本次交易过程中提供的有关信息真实、准确和完整，保证不存在任何虚假记载、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法律责任。如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给上市公司或者投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任。

本次交易对方德亿投资、帮林投资承诺，如本次交易因涉嫌所提供或者披露的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，被司法机关立案侦查或者被中国证监会立案调查的，在案件调查结论明确之前，将暂停转让其在上市公司拥有权益的股份。

## 修订说明

1、结合上市公司交易完成后的财务状况、经营现金流、资产负债率、融资渠道、授信额度等，补充披露本次募集配套资金的必要性。具体详见本报告书“第五章 发行股份及支付现金情况”之“四、募集配套资金情况”之“（三）募集配套资金的必要性”。

2、补充披露：1) 德马吉通过德马吉（中国）销售的最终实现情况。2) 向关联方采购及销售的必要性，并结合向第三方采购、销售价格及可比市场价格，补充披露关联采购及销售价格的公允性。3) 上述关联交易占交易双方同类交易的比例，是否存在相互依赖，并提示风险。具体详见本报告书“重大风险提示”之“二、标的资产的经营风险”之“（九）德马吉独立经营的风险”、“第十二章 风险因素”之“二、标的资产的经营风险”之“（九）德马吉独立经营的风险”和“第十一章 同业竞争和关联交易”之“一、报告期内交易标的的关联交易情况”之“（三）关联交易的必要性及定价公允性”。

3、补充披露：1) 注册商标、计算机软件著作权转让是否已履行相应的决策程序。2) 转让进展、预计办毕时间及逾期未办毕的影响。具体详见本报告书“第四章 交易标的基本情况”之“八、德马吉主要资产、主要负债以及主要担保情况”之“（一）主要资产情况”。

4、补充披露德马吉评估增值率、市盈率较高的依据及合理性。具体详见本报告书“第六章 标的资产评估情况”之“一、交易标的评估的基本情况”之“（三）评估增值原因分析”。

5、补充披露：1) 2016 年预测数据的合理性及 2016 年预测营业收入和净利润实现的可能性。2) 未来期间在毛利率水平相对稳定的情况下，保持收入、净利润增长的合理性，以及预测营业收入、成本、毛利率等重要参数的选取是否符合谨慎性要求及判断依据。3) 预测期间净利率高于报告期的原因及合理性。具体详见本报告书“第六章 交易标的评估情况”之“六、董事会对定价的公允性分析”之“（三）评估依据的合理性”。

6、1) 结合评估预测销售费用率水平, 补充披露德马吉报告期销售费用率、管理费用率的合理性。2) 就销售费用率和管理费用率对德马吉评估值的影响做敏感性分析并补充披露。具体详见本报告书“第六章 交易标的评估情况”之“六、董事会对定价的公允性分析”之“(三) 评估依据的合理性”。

7、本次交易选取索菲亚、宜华木业作为可比上市公司  $\beta$  u 值, 结合索菲亚、宜华木业、德马吉的主营业务, 补充披露上述标准选取的依据及合理性。具体详见本报告书“第六章 交易标的评估情况”之“六、董事会对定价的公允性分析”之“(三) 评估依据的合理性”。

8、1) 补充披露 2015 年销售费用率、管理费用率下降的原因以及合理性。2) 补充披露德马吉 2015 年净利率大幅提高的原因及合理性。3) 结合竞争优势、行业地位、所占份额及经营特色, 补充披露德马吉与同行业、同类别业务上市公司毛利率、净利率差异的原因及合理性。4) 补充披露汇率变动对德马吉毛利率及盈利能力的影响。具体详见本报告书“第九章 管理层讨论与分析”之“二、标的公司行业特点和经营情况的讨论与分析”之“(四) 盈利能力分析”

9、结合应收账款应收方情况、期后回款情况、向客户提供的信用政策以及同行业情况, 补充披露德马吉应收账款坏账准备计提的充分性、应收账款可回收性及相应的保障措施。具体详见本报告书“第九章 管理层讨论与分析”之“二、标的公司行业特点与经营情况的讨论与分析”之“(三) 财务状况分析”。

10、补充披露: 1) 德马吉关于主要客户的信息披露是否存在矛盾。2) 主要客户类型及相关情况。具体详见本报告书“第四章 交易标的基本情况”之“六、德马吉的主营业务情况”之“(八) 前五大客户及供应商”。

11、补充披露不同展览类型实现的收入、占比等情况。具体详见本报告书“第四章 交易标的基本情况”之“六、德马吉的主营业务情况”之“(六) 德马吉报告期内的各业务收入”。

## 重大事项提示

特别提醒投资者认真阅读报告书全文，并特别注意下列部分：

### 一、本次交易方案概述

上市公司拟通过发行股份及支付现金相结合的方式，购买德亿投资、帮林投资持有的德马吉 100.00% 股权，同时，上市公司向不超过 10 名（含 10 名）符合条件的特定对象发行股份募集配套资金，募集配套资金总额不超过 1.7 亿元，不超过标的资产交易价格的 45.33%。

本次交易分为发行股份及支付现金购买资产与募集配套资金两个部分：

#### （一）发行股份及支付现金购买资产

上市公司拟通过发行股份及支付现金相结合的方式，购买德亿投资、帮林投资持有的德马吉 100.00% 股权。

2016 年 4 月 18 日，上市公司与德亿投资、帮林投资签署了《发行股份及支付现金购买资产协议》。本次拟购买资产的交易价格参照中企华评估出具的中企华评报字（2016）第 3228 号评估报告的评估结果，由本次重组交易各方协商本次交易标的资产德马吉 100% 股权作价确定为 37,500 万元。

本次交易对价由上市公司以发行股份及支付现金方式支付，交易对价 60.00% 部分 225,000,000.00 元以发行股份方式支付，共计发行股份 7,804,370 股，其余交易对价 40.00% 部分 150,000,000.00 元以现金方式支付。

德亿投资、帮林投资拟出售标的公司股权获得对价情况如下：

序号	交易对方	总对价金额 (元)	现金支付		股份支付		
			现金对价金额 (元)	占总对价比例 (%)	股份对价金额 (元)	股份支付数量 (股)	占总对价比例 (%)
1	德亿投资	150,000,000.00	150,000,000	40.00	-	-	-
2	帮林投资	225,000,000.00	-	-	225,000,000.00	7,804,370.00	60.00
	<b>合计</b>	<b>375,000,000.00</b>	<b>150,000,000</b>	<b>40.00</b>	<b>225,000,000.00</b>	<b>7,804,370.00</b>	<b>60.00</b>

具体支付进度情况如下：

发行股份及支付现金购买资产所涉及的股份交易对价自标的股权交割日后 30 个工作日内，上市公司完成向帮林投资发行股份的交割，并在登记结算公司将发行的股份登记至帮林投资名下。

发行股份及支付现金购买资产所涉及的现金交易对价分为四期进行支付：

第一期于中国证监会作出核准本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的批复且配套募集资金到账后的 10 个工作日内，或中国证监会作出核准本次发行股份及支付现金购买资产但取消配套融资的批复后 30 个工作日后向德亿投资支付 13,500 万元；

第二期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2016 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元；

第三期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2017 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元；

第四期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2018 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元。

## （二）募集配套资金

上市公司拟向不超过 10 名（含 10 名）符合条件的特定投资者发行股份募集配套资金，募集配套资金总额不超过 170,000,000 元，即不超过标的资产交易价格的 45.33%。

本次发行股份募集配套资金主要用于支付本次交易的现金对价和支付中介费用等与重组相关的其他费用，具体情况如下表所示：

用途	金额（元）	所占比例
支付本次交易的现金对价	150,000,000	88.24%
支付中介费用等与重组相关的其他费用	20,000,000	11.76%
<b>合计</b>	<b>170,000,000</b>	<b>100.00%</b>

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,或配套资金是否足额募集,均不影响本次发行股份及支付现金购买资产行为的实施。

若本次募集配套资金发行失败或募集配套资金金额不足,则公司将以自筹资金支付本次交易的现金对价及相关费用。

## 二、本次交易涉及的股票发行价格及发行数量

### (一) 发行价格

本次发行股份购买资产和发行股份募集配套资金的定价基准日均为公司第二届董事会第二十八次会议决议公告日。

在定价基准日至股份发行日期间,若中国证监会对发行价格的确定进行政策调整,则发行价格和发行数量将作相应调整。

在定价基准日至股份发行日期间,若本公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项,本次发行价格将做相应调整,具体调整方式以股东大会决议内容为准。

上述定价原则下,发行股份及支付现金购买资产与发行股份募集配套资金的定价情况分别如下:

#### 1、发行股份及支付现金购买资产所涉发行股份的定价

按照《重组管理办法》第四十五条规定,上市公司发行股份的价格不得低于市场参考价的90%。市场参考价为本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前20个交易日、60个交易日或者120个交易日的公司股票交易均价之一。上述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。

本次交易发行股份购买资产的发行价格主要是在充分考虑上市公司股票市盈率及同行业上市公司估值水平的基础上,上市公司通过与交易对方之间的充分磋商,同时在兼顾各方利益的情况下,确定本次发行股份购买资产的发行价格采用定价基准日前120个交易日公司股票交易均价作为市场参考价,并以该市场参



考价的 90% 作为发行底价。

本次发行股份购买资产选取董事会决议公告日前 120 个交易日均价作为市场参考价。本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前 120 个交易日公司股票交易均价（决议公告日前 120 个交易日公司股票交易总额/决议公告日前 120 个交易日公司股票交易总量）为 32.03 元/股，本次发行股份购买资产的股票发行价格为 28.83 元/股，不低于市场参考价的 90%。

公司第二届董事会第二十七次会议及 2015 年度股东大会审议通过了《关于 2015 年度利润分配的方案》，拟以公司 2016 年 3 月 11 日总股本 399,836,207 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.34 元（含税），若前述利润分配实施方案实施完毕，本次发行股份购买资产的发行价格将进行相应调整。除上述公司 2015 年度利润分配方案实施外，若上市公司在本次发行的定价基准日至发行日期间如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，则按中国证监会及深交所的相关规则对本次发行股份购买资产的发行价格进行相应调整。

上述发行价格已经上市公司股东大会批准。

## 2、募集配套资金所涉发行股份的定价

上市公司本次拟向不超过 10 名（含 10 名）符合条件的特定投资者发行股份募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日股票交易均价的 90%，即不低于 34.40 元/股。

公司第二届董事会第二十七次会议及 2015 年度股东大会审议通过了《关于 2015 年度利润分配的方案》，拟以公司 2016 年 3 月 11 日总股本 399,836,207 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.34 元（含税），若前述利润分配实施方案实施完毕，本次募集配套资金的发行价格将进行相应调整。

最终发行价格在本公司取得中国证监会关于本次重组的核准批文后，由本公司董事会根据股东大会的授权，依据《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》等有关法律、行政法规及其他规范性文件的规定及市场情况，并根据询价情况，与本次发行的独立财务顾问协商确定。

除上述公司 2015 年度利润分配方案实施外，定价基准日至发行日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项的，将依据相关规定对本次发行价格作相应除权除息处理，发行数量也将根据本次发行价格的变动情况进行相应调整。

上述发行价格及确定发行价格的原则已经本公司股东大会批准。

### 3、调价机制

在岭南园林股东大会审议通过本次交易的决议公告日至中国证监会核准本次交易前，出现下列情形之一的，上市公司有权召开董事会对发行股份购买资产的发行价格进行一次调整：

(1) 中小板综合指数（399101.SZ）在任一交易日前的连续 30 个交易日中至少 20 个交易日相比于上市公司因本次交易首次停牌日即 2016 年 2 月 24 日收盘点数（即 10,892.17 点）跌幅超过 10%；

(2) 证监会土木工程建筑指数（883153）在任一交易日前的连续 30 个交易日中有至少 20 个交易日相比于上市公司因本次交易首次停牌日即 2016 年 2 月 24 日收盘点数(即 2,414.78 点)跌幅超过 10%。

当出现以上任一情形时，公司有权在上述情形出现后自主决定是否召开董事会会议审议是否按照价格调整方案对发行股份购买资产的发行价格进行调整，调价基准日为该次董事会决议公告日，若发行股份购买资产的发行价格高于调价基准日前 20 个交易日（不包括调价基准日当日）的公司股票交易均价的 90%，则发行股份购买资产的发行价格调整为调价基准日前 20 个交易日（不包括调价基准日当日）的公司股票交易均价的 90%，若发行股份购买资产的发行价格低于调价基准日前 20 个交易日（不包括调价基准日当日）的公司股票交易均价的 90%，则发行股份购买资产的发行价格不作调整。

发行价格调整后，认购对价的定价不进行调整，因此发行的股份数量=（标的资产交易价格×60%）÷调整后的发行价格。

在调价基准日至发行日期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，将按照深交所的相关规则对调整后的发行价

格、发行数量再作相应调整。

## (二) 发行数量

### 1、发行股份购买资产的发行股份数量

根据上述发行价格计算,本公司向帮林投资发行股份数量共计 7,804,370 股。具体分配方式如下:

序号	股东姓名或名称	本次分配获得的股份数(股)
1	帮林投资	7,804,370
	合计	7,804,370

最终发行数量将以标的资产的最终交易价格为依据,由上市公司董事会提请上市公司股东大会批准,并经中国证监会核准的数额为准。

除公司 2015 年度利润分配方案实施外,在定价基准日至发行日期间,如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项做相应调整时,发行数量亦将作相应调整。

### 2、募集配套资金的发行股份数量

本次拟发行股份募集配套资金不超过标的资产交易价格的 45.33%。按照最终评估结果并经交易各方协商确定的交易价格计算,募集配套资金不超过 1.7 亿元;按照不低于定价基准日前 20 个交易日股票交易均价的 90%,即不低于 34.40 元/股计算,向不超过 10 名符合条件的特定投资者发行股份数量不超过 4,941,860 股。最终发行数量将根据最终发行价格,由公司提请股东大会授权董事会根据询价结果与本次交易的独立财务顾问协商确定。

除公司 2015 年度利润分配方案实施外,在定价基准日至发行日期间,如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项做相应调整时,发行数量亦将做相应调整。

## 三、本次交易业绩承诺、补偿安排和超额业绩奖励

### 1、业绩承诺

根据本公司与帮林投资、德亿投资签署的《发行股份及支付现金购买资产协

议》及《盈利补偿协议》，德亿投资及帮林投资承诺，德马吉 2016 年度、2017 年度、2018 年度实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的预测净利润分别为不低于 2,500 万元、3,250 万元、4,225 万元（均含本数）。

## 2、盈利预测补偿安排

本次重组完成后，德马吉应在承诺期各个会计年度结束后的 4 个月内聘请为岭南园林出具年度审计报告的会计师事务所对德马吉进行审计，并出具专项审核报告。如在承诺期内，德马吉每年度截至当期期末累计实现的归属于母公司所有者的净利润（以下简称“当年度实现净利润”）低于截至当期期末累计当年度预测净利润，则帮林投资及德亿投资应在当年度专项审核报告在指定媒体披露后分别按照以下约定向岭南园林进行补偿：

（1）帮林投资应以股份方式向岭南园林进行补偿：

当年度应补偿的股份数量=(当年度预测净利润－当年度实现净利润)×60%÷承诺期内累计预测的净利润之和×《发行股份及支付现金购买资产协议》及其补充协议（如有）约定的标的资产交易价格÷本次发行价格－累计已补偿股份数量。

上述计算结果小于 0 时，按 0 取值。帮林投资向岭南园林支付的补偿总额不超过其在本次交易中所获得的股份对价总额 2.25 亿元。

岭南园林将以人民币 1.00 元的价格向帮林投资回购帮林投资应补偿的股份并依法予以注销。

岭南园林应在当期年度报告披露后的 10 个交易日内发出召开审议上述股份回购事项的股东大会（以下简称“回购股东大会”）会议通知。

如股份回购事宜未获回购股东大会审议通过，岭南园林将在回购股东大会决议公告后 10 个交易日内书面通知帮林投资。帮林投资应在接到该通知后 30 日内取得所需批准（如需），并在符合相关证券监管法规、规则和监管部门要求的前提下，于接到上述通知后 180 日内将应补偿股份无偿赠送给回购股东大会股权登记日登记在册的除帮林投资以外的全体股东，该等股东按照其持有的 A 股股份数量占股权登记日扣除帮林投资所持股份总数外的岭南园林总股份数的比例获赠股份。

自应补偿股份数量确定之日(指当期年度报告披露之日)起至该等股份注销前或被赠与股东前,帮林投资或岭南园林就该等股份不拥有表决权且不享有收益分配的权利。

(2) 德亿投资应以现金方式向岭南园林进行补偿:

当年度应补偿的现金金额=(当年度预测净利润-当年度实现净利润) $\times$ 40% $\div$ 承诺期内累计预测的净利润之和 $\times$ 《发行股份及支付现金购买资产协议》及其补充协议(如有)约定的标的资产交易价格-累计已补偿现金金额。

上述计算结果小于0时,按0取值。德亿投资向岭南园林支付的补偿总额不超过其在本次交易中所获得的现金对价总额1.5亿元。

德亿投资应在当年度专项审核报告在指定媒体披露后的10个工作日内向岭南园林支付当年度应补偿的现金金额。

### 3、超额业绩奖励

在中国证监会或其他监管部门允许的范围内,若德马吉承诺期内截至某一年度期末实现的当年度实现净利润超过当年度预测净利润,公司及德马吉同意:将当年度实现净利润超过当年度预测净利润部分(以下简称“当年度超额净利润”)中不超过当年度预测净利润20%的部分全额奖励给德马吉的经营管理团队,当年度超额净利润大于当年度预测净利润20%的,并将当年度超额净利润超出当年度预测净利润20%部分中的35%奖励给德马吉经营管理团队,具体计算公式如下:

(1) 当年度超额净利润 $\leq$ 当年度预测净利润 $\times$ 20%的情形下:

当年度业绩奖励=当年度超额净利润

(2) 当年度超额净利润 $>$ 当年度预测净利润 $\times$ 20%的情形下:

当年度业绩奖励=当年度预测净利润 $\times$ 20%+(当年度超额净利润-当年度预测净利润 $\times$ 20%) $\times$ 35%。

上述业绩奖励总额不得超过标的资产交易价格的20%,如监管机构要求对上述业绩奖励总额进行调整,则以监管机构要求为准。

上述业绩奖励应在当年度结束且该年度的专项审核报告出具后 30 个工作日内由德马吉代扣代缴个人所得税后以现金方式支付给德马吉的经营管理团队。

上述业绩奖励的经营管理团队具体范围由交割日后的德马吉董事会确定,业绩奖励实施细则由公司或交割日后的德马吉另行制定。

#### 4、承诺期届满标的资产减值时的补偿义务

在承诺期届满时,岭南园林将聘请具有证券期货从业资格的审计机构对标的资产进行减值测试,并出具减值测试报告,如标的资产期末减值额超过已补偿股份所对应的金额与已补偿现金金额之和(以下合称“已补偿金额”),就超出部分,帮林投资、德亿投资应在减值测试报告出具之日起 10 个工作日内以现金方式或岭南园林接受的其他方式对岭南园林另行补偿。帮林投资和德亿投资就该等应另行补偿的金额承担连带责任。

需另行补偿的金额=标的资产期末减值额-承诺期内已补偿金额。

前述标的资产期末减值额为标的资产本次重组的交易价格减去承诺期届满减值测试报告所确定标的资产的评估值并扣除承诺期内标的资产股东增资、减资、接受赠与以及利润分配的影响,减值额以标的资产本次重组的交易价格为限。

#### 5、补偿的上限和孳息的处理

帮林投资和德亿投资在《盈利补偿协议》关于承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务所承担补偿金额合计以标的资产的交易价格为限。帮林投资就《盈利补偿协议》承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务,帮林投资用于补偿的累计股份数量以其因本次重组所取得公司股份总数(包括因相应股份所获转增或送股的股份,但不包括因认购配股等帮林投资另行支付对价而增加的股份)为限。

若岭南园林在承诺期内有送股、资本公积金转增股本,或现金分红的,则“当年度应补偿的股份数量”按以下公式调整:

若岭南园林在承诺期内有送股、资本公积金转增股本的,则“当年度应补偿

的股份数量”=按照《盈利补偿协议》第 2.1 条计算公式计算的应补偿股份数×(1+转增或送股比例)

若岭南园林在承诺期内实施有现金分红的，其按《盈利补偿协议》第 2 条约定计算的应补偿股份在补偿实施前各年度累计获得的分红收益（以税前金额为准）应由帮林投资同时以现金形式返还给岭南园林，该等现金补偿应在股份补偿事宜办理完毕之日前（含当日）完成，应返还金额=每股已分配现金股利×当年度应补偿的股份数量。

帮林投资和德亿投资就承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务承担连带责任。

#### 四、标的资产估值及作价

本次交易拟购买标的资产为德马吉 100%股权。本次交易的评估基准日为 2015 年 12 月 31 日，中企华评估采用收益法和资产基础法进行评估，并选取收益法评估结果作为德马吉 100%股权的评估值。根据中企华评估出具的中企华评报字（2016）第 3228 号评估报告，德马吉 100%股权的评估值为 37,618.49 万元。交易各方经友好协商，最终确定的德马吉 100%股权交易价格为 37,500 万元。

#### 五、本次交易不构成关联交易

本次交易的交易对方在本次交易前与上市公司及其关联方不存在法律、法规、规章及规范性文件规定的关联关系。本次交易支付方式为发行股份及支付现金，交易完成后，单个交易对方不持有公司 5%以上的股份。根据《股票上市规则》，交易对方非上市公司的关联方，本次交易不构成关联交易。

#### 六、本次交易不构成重大资产重组

根据《重组管理办法》的规定：上市公司在 12 个月内连续对同一或者相关资产进行购买、出售的，以其累计数分别计算相应数额。交易标的资产属于同一交易方所有或者控制，或者属于相同或者相近的业务范围，或者中国证监会认定的其他情形下，可以认定为同一或者相关资产。

本次交易，上市公司拟通过发行股份及支付现金方式购买德马吉合计100.00%股权并募集配套资金。德马吉作为创意展示服务提供商，其主营业务为创意展示设计、活动创意策划等，在本次发行股份及支付现金购买资产前12个月内，即2015年1月1日至2015年12月31日，上市公司购买资产情况如下：

2015年3月27日，岭南园林披露《重大事项停牌公告》，于2015年4月10日公司拟筹划的重大事项确定为重大资产重组，并于2015年5月20日披露《岭南园林股份有限公司重大资产重组报告书》。公司与前次重大资产重组标的公司恒润科技的前股东彭外生、顾梅、刘军、张晓华、吕嗣孝、上海恒膺投资管理合伙企业（有限合伙）就以支付现金方式收购恒润科技100%股权，签订了附生效条件的《上海恒润数字科技股份有限公司股份转让协议》。截止本报告书签署日，公司已完成对恒润科技100%股权收购的事项。

恒润科技作为国内优秀的文化创意科技企业，其业务主要包括影视文化、主题高科技文化产品及IP文化创意项目投资运营在内的主题文化创意类业务，该次收购行为系已按照《重组管理办法》的规定编制并披露重大资产重组报告书的资产交易行为，已履行了必要的审批程序，本次交易无需按照前次重大资产重组的交易价格与本次交易价格的累计数分别计算相应的数额。

根据岭南园林、德马吉的2015年度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	岭南园林 2015年末 /2015年度	德马吉 2015年末 /2015年度	交易对价	占比	是否构成重大资产重组
资产总额	363,566.46	4,044.95	37,500.00	10.31%	否
资产净额	95,867.85	2,481.95	37,500.00	39.12%	否
营业收入	188,886.12	6,572.14	-	3.48%	否

注：岭南园林的资产总额、资产净额取自经审计的2015年12月31日合并资产负债表，营业收入取自经审计的2015年度合并利润表；德马吉资产总额、资产净额指标均根据《重组管理办法》的相关规定，以其资产总额、资产净额分别与交易价格相比孰高值为计算标准，即为37,500万元。

上述资产净额为归属于母公司的所有者权益。

根据《重组管理办法》的规定，本次交易虽未构成中国证监会规定的上市公司重大资产重组行为，但由于本次交易涉及发行股份购买资产，故需提交中国证



监会并购重组审核委员会审核，并在取得中国证监会核准后方可实施。

## 七、本次交易不构成借壳上市

根据《重组管理办法》第十三条，构成借壳上市指：自控制权发生变更之日起，上市公司向收购人及其关联方购买的资产总额，占上市公司控制权发生变更的前一个会计年度经审计的合并财务会计报告期末资产总额的比例达到 100% 以上。

本次交易前，截至 2016 年 3 月 31 日，尹洪卫持有公司股份 160,545,533 股，占公司总股本的 40.15%，为公司的控股股东和实际控制人。本次交易完成后，在考虑本次配套融资的前提下，尹洪卫持有上市公司股权比例为 38.91%。因此，本次交易完成后，上市公司的控股股东、实际控制人仍为尹洪卫，本次交易不会导致上市公司实际控制人发生变更。此外，上市公司本次购买的资产总额（以德马吉 2015 年 12 月 31 日资产总额与交易价格相比孰高值为计算标准）为 37,500 万元，占岭南园林 2015 年 12 月 31 日经审计资产总额 363,566.46 万元的 10.31%。

综上，本次交易并不构成《重组管理办法》第十三条所规定的借壳上市。

## 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

本次交易向帮林投资预计发行数量不超过 7,804,370 股。同时，拟向不超过 10 名（含 10 名）符合条件的特定投资者发行不超过 4,941,860 股。本次交易完成前后的股权结构如下：

股东名称	本次交易前（截至 2016 年 3 月 31 日）		本次交易后	
	持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
尹洪卫	160,545,533	40.15	160,545,533	38.91
新余长袖投资有限公司	32,851,638	8.22	32,851,638	7.96
冯学高	19,160,180	4.79	19,160,180	4.64
彭外生	16,937,191	4.24	16,937,191	4.11
本次交易前的其他股东	170,341,665	42.60	170,341,665	41.29
帮林投资	-	-	7,804,370	1.89

不超过 10 名的特定对象	-	-	4,941,860	1.20
<b>合 计</b>	<b>399,836,207</b>	<b>100.00</b>	<b>412,582,437</b>	<b>100.00</b>

注：以上数据将根据岭南园林本次实际发行股份数量而发生相应变化。

如上表所示，本次交易完成后，岭南园林股本总额不高于412,582,437股，社会公众股持股比例超过10%，岭南园林的股权分布仍符合上市条件。

在不考虑募集配套资金的情况下本次交易完成前后公司的股权结构如下表所示：

股东名称	本次交易前（截至 2016 年 3 月 31 日）		本次交易后	
	持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
尹洪卫	160,545,533	40.15	160,545,533	39.38
新余长袖投资有限公司	32,851,638	8.22	32,851,638	8.06
冯学高	19,160,180	4.79	19,160,180	4.70
彭外生	16,937,191	4.24	16,937,191	4.15
本次交易前的其他股东	170,341,665	42.60	170,341,665	41.79
帮林投资	-	-	7,804,370	1.91
<b>合 计</b>	<b>399,836,207</b>	<b>100.00</b>	<b>407,640,577</b>	<b>100.00</b>

如上表所示，本次交易完成后，岭南园林股本总额不高于 407,640,577 股，社会公众股持股比例超过 10%，岭南园林的股权分布仍符合上市条件。

## （二）本次交易对上市公司主要财务数据的影响

根据正中珠江出具的《备考审计报告》，岭南园林本次交易前后备考合并报表主要财务数据对比如下：

单位：万元

项目	2014年12月31日/2014年实现数	2014年12月31日/2014年备考数	增幅(%)	2015年12月31日/2015年实现数	2015年12月31日/2015年备考数	增幅(%)
总资产	191,349.45	228,509.64	19.42	363,566.46	402,636.40	10.75
归属于母公司所有者权益	75,314.93	96,706.02	28.40	95,867.85	118,367.85	23.47
营业收入	108,819.29	112,162.40	3.07	188,886.12	195,458.26	3.48
利润总额	14,080.54	14,379.88	2.13	20,279.24	21,547.24	6.25
归属于母公司的净利润	11,701.16	11,922.49	1.89	16,795.11	17,876.68	6.44

## 九、本次重组已履行和尚需履行的决策程序及审批程序

### (一) 已经履行的决策程序

1、2016年2月24日，公司就重大事项向深交所申请公司股票自2016年2月25日开市起临时停牌，并于当日发布了《重大事项停牌公告》，确定筹划重大事项停牌事宜，2016年3月2日，公司发布了《关于重大事项继续停牌的公告》。2016年3月9日公司拟筹划的重大事项确定为发行股份及支付现金购买资产事项，经公司申请，公司股票自2016年3月10日开市起继续停牌。停牌期间，公司按规定每五个交易日发布一次重组事项进展情况公告。

2、2016年4月8日，德亿投资召开合伙人会议并通过决议同意向岭南园林出售其持有的德马吉40%股权。

3、2016年4月8日，帮林投资召开合伙人会议并通过决议同意向岭南园林出售其持有的德马吉60%股权。

4、2016年4月8日，德马吉召开股东会决议并通过决议同意帮林投资、德亿投资将分别持有的德马吉60%和40%股权全部转让给岭南园林。

5、2016年4月18日，本公司与交易对方就收购德马吉100%股权，签订了附生效条件的《发行股份及支付现金购买资产协议》和《盈利补偿协议》。

6、2016年4月18日，本公司召开第二届董事会第二十八次会议，审议并通过了《岭南园林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报告书》及相关议案。

7、2016年5月4日，本公司召开2016年第二次临时股东大会会议，审议并通过了《岭南园林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报告书》及相关议案。

## (二) 尚需履行的决策程序

### 1、中国证监会核准本次交易。

上述批准或核准均为本次交易的前提条件，交易方案能否取得证券监管部门的核准存在不确定性，最终取得批准与核准的时间存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

## 十、本次交易相关方作出的重要承诺

序号	承诺人	承诺事项	承诺内容
1	上市公司全体董事、监事、高级管理人员	本次交易信息披露和申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏	<p>根据《公司法》、《证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》、《上市公司证券发行管理办法》、《关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》、《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（2014年修订）》、《中小企业板信息披露业务备忘录第17号：重大资产重组相关事项（2015年修订）》、《上市公司业务办理指南第10号——重大资产重组》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，公司全体董事、监事和高级管理人员做出如下声明和保证：公司就本次交易提交的信息披露和申请文件不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，公司全体董事、监事和高级管理人员对该等文件的真实性、准确性、完整性承担个别以及连带责任。</p> <p>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。</p>
2		关于本次交	如本次交易所提供或披露的信息涉嫌虚假记载、

		易所提供资料和披露信息的公开承诺	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,不转让承诺人在岭南园林拥有权益的股份,并于收到立案稽查通知的两个交易日内将暂停转让的书面申请和股票账户提交岭南园林董事会,由董事会代承诺人向深圳证券交易所和登记结算公司申请锁定;未在两个交易日内提交锁定申请的,授权董事会核实后直接向深圳证券交易所和登记结算公司报送承诺人的身份信息和账户信息并申请锁定;董事会未向深圳证券交易所和登记结算公司报送承诺人的身份信息和账户信息的,授权深圳证券交易所和登记结算公司直接锁定相关股份。如调查结论发现存在违法违规情节,承诺人承诺锁定股份自愿用于相关投资者赔偿安排。
3		关于填补被摊薄即期回报措施的承诺	<p>1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益,也不采用其他方式损害公司利益;</p> <p>2、承诺对职务消费行为进行约束;</p> <p>3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动;</p> <p>4、承诺由董事会或薪酬考核委员会制订的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。</p> <p>5、若公司后续推出股权激励计划,承诺拟公布的股权激励计划的行权条件将与公司填补回报措施的执行情况相挂钩;</p> <p>6、自本承诺出具日至公司本次交易实施完毕前,若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的,且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时,届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。</p>
4	上市公司	关于公司独立性的承诺	<p>1、公司具备生产经营所需的各类资质、许可和批准,具备与生产经营有关的独立完整的采购体系、生产体系、销售体系和研发设计体系,具有面向市场自主经营的能力。</p> <p>2、公司合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、商标、专利、著作权、生产经营设备的所有权或者使用权。</p> <p>3、公司所有员工均独立于控股股东、实际控制人控制的其他企业,公司的总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均在公司领取薪酬,未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务,未在控股股东、实际控制人控制的其他企业领薪。公司的财务人员未在控股股东控制的其他企业中兼职;公司的董事、监事、总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员的任职,均按照《公司法》及其他法律、法规、</p>

			<p>规范性文件、公司章程规定的程序进行，不存在股东超越发行人董事会和股东大会职权做出的人事任免决定；公司建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，与发行人员工签订了劳动合同，建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系。</p> <p>4、公司已根据《公司法》及《公司章程》建立了完整的法人治理结构，并根据生产经营的需要，设置了独立的经营和管理职能部门，独立行使经营管理职权。公司拥有独立的生产经营和办公场所，与控股股东、实际控制人控制的其他企业间不存在混合经营、合署办公的情形。</p> <p>5、公司设有独立的财务会计部门，配备专职财务管理人员，根据现行会计制度及相关法规、条例制定了《财务管理制度》等内部财务会计管理制度，建立了独立、完整的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对发行人的财务管理制度；公司现持有《开户许可证》，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账号的情况；公司现持有《税务登记证》，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合纳税的情形。</p> <p>6、公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。公司目前主要从事园林工程施工、主题文化创意设计、景观规划设计、绿化养护和苗木产销等主营业务，而发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均不从事相同或相似的业务；持有公司 5% 以上股份的股东均出具了避免同业竞争的承诺函，承诺不从事任何与公司构成同业竞争的业务。</p> <p>综上，公司具有面向市场自主经营的能力，资产、人员、机构、财务均独立。</p>
5		关于公司与控股股东、实际控制人不存在同业竞争的承诺	<p>1、公司控股股东和实际控制人为尹洪卫先生。尹洪卫先生出具过关于避免同业竞争的承诺，截至本承诺函出具之日，尹洪卫先生不存在违反其曾作出的关于避免同业竞争的承诺的情形。</p> <p>2、公司与控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争关系。</p> <p>3、本次交易亦不会导致公司与控股股东、实际控制人之间存在同业竞争关系。</p>
6		关于公司无重大诉讼、仲裁、行政、刑事处罚的承诺	<p>1、公司不存在其他重大诉讼、仲裁事项。</p> <p>2、公司不存在最近三年被行政主管机关给予行政处罚的情形。</p> <p>3、公司不存在涉嫌违法违规被中国证监会立案调查的情形。</p>

			4、公司不存在被司法机关给予刑事处罚的情形，亦不存在涉嫌犯罪被司法机关立案侦查的情形。
7	关于诚信情况的承诺		<p>1、公司及其控股股东或实际控制人最近 12 个月内不存在未履行向投资者作出的公开承诺的行为；</p> <p>2、公司及控股股东、重组方不存在被投诉的情况；</p> <p>3、公司及其现任董事、高级管理人员不存在因涉嫌犯罪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况；</p> <p>4、公司及其现任董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人最近 36 个月内不存在其他诚信问题。</p>
8	关于关联交易、关联方资金占用等事项的承诺		<p>1、公司最近 12 个月内不存在显失公允的关联交易。</p> <p>2、公司最近 36 个月内不存在被控股股东、实际控制人或其他关联方侵占公司资金的情况，本次交易完成后，亦不会导致公司资金、资产被实际控制人或其他关联人占用的情形。</p> <p>3、公司最近 12 个月内不存在违规对外提供担保的行为；且承诺本次交易完成后，亦不违规为实际控制人或其他关联人提供担保。</p> <p>4、公司不存在对控股股东、实际控制人或其他关联方的委托贷款情况。</p>
9	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督的暂行规定》不得参与任何上市公司重大资产重组情形		经自查，公司及公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，公司董事、监事、高级管理人员不存在因涉嫌与本次交易相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查的情形，最近 36 个月内不存在因与重大资产重组相关的内幕交易被中国证监会作出行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情形；不存在《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》（证监会公告[2012]33 号）第十三条规定的不得参与任何上市公司的重大资产重组的情形。
10	关于符合发行条件的承诺		<p>截至承诺出具之日，公司不存在下述情形：</p> <p>（1）本次发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；</p> <p>（2）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；</p> <p>（3）公司及其附属公司违规对外提供担保且尚未解除；</p> <p>（4）公司现任董事、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；</p>

			<p>(5) 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;</p> <p>(6) 公司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;</p> <p>(7) 严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。</p>
11	内幕信息管理制度承诺		<p>1、公司根据中国证监会和深圳证券交易所的规定制定了《信息披露管理制度》、《内幕信息知情人登记管理制度》等规范公司信息披露与内幕信息知情人管理等相关事项的规章制度。</p> <p>2、最近 12 个月内公司内幕信息管理制度完善,不存在内幕信息知情人登记不全面、不及时的情况。</p> <p>3、公司最近 36 个月内不存在其他违反《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》等信息披露法律法规的情形。</p> <p>4、公司内部控制不存在重大缺陷。</p>
12	关于公司募集资金的使用和管理合规的承诺		<p>1、公司根据中国证监会和深圳证券交易所的规定制定了《募集资金使用管理制度》。</p> <p>2、公司在募集使用资金时,严格履行相应手续,并及时通知保荐机构,接受保荐代表人监督,以保证募集资金的专款专用。</p> <p>3、公司严格按照公司《募集资金使用管理办法》的规定使用管理募集资金,及时、真实、准确、完整披露募集资金使用及存放情况。</p> <p>4、公司每年根据中国证监会《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)、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》以及《中小企业板上市公司临时报告内容与格式指引第 21 号:上市公司募集资金年度存放与使用情况的专项报告》等有关规定编制公司年度募集资金存放和使用情况的专项报告。</p> <p>5、公司不存在违规使用和管理募集资金的情形。</p>
13	公司财务情况的承诺		<p>1、公司最近 3 年财务会计报告不存在被审计机构出具非标准意见的情况;</p> <p>2、公司最近 3 年会计处理不存在被责令改正而未纠正的重大问题;</p> <p>3、公司不存在拖欠任何税费的情形。</p>
14	关于公司规范运作、未被采取监管措施承诺		<p>1、公司无不良监管记录,未被中国证监会稽查;</p> <p>2、公司最近 3 年未因运作不规范被采取监管措施;</p> <p>3、公司董事、监事、高级管理人员、持股 5% 以上股东最近 12 个月内不存在违反《证券法》第 47 条</p>



			<p>规定的短线交易的情况；</p> <p>4、公司董事会结构和任期合规，公司已经建立绩效考核体系和考核办法；</p> <p>5、公司不存在需要在本次发行前解决或影响本次发行的其他问题。</p>
15	上市公司控股股东、实际控制人尹洪卫	规范和减少关联交易	<p>1、在本次收购完成后，承诺人及承诺人直接或间接控制的除岭南园林及其控股子公司外的其他公司及其他关联方将尽量避免与岭南园林及其控股子公司之间发生关联交易；对于确有必要且无法回避的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护岭南园林及其中小股东利益。</p> <p>2、承诺人保证严格按照有关法律法规、中国证券监督管理委员会颁布的规章和规范性文件、深圳证券交易所颁布的业务规则及岭南园林公司章程等制度的规定，依法行使股东权利、履行股东义务，不利用实际控制人的地位谋取不当的利益，不损害岭南园林及其中小股东的合法权益。</p> <p>如违反上述承诺与岭南园林及其控股子公司进行交易而给岭南园林及其中小股东及岭南园林控股子公司造成损失的，承诺人将依法承担相应的赔偿责任。</p> <p>本承诺函有效期间自本承诺函签署之日起至承诺人不再系岭南园林的实际控制人之日止。</p>
16		避免同业竞争	<p>1、承诺人目前没有从事、将来也不会利用从岭南园林及其控股子公司获取的信息直接或间接从事、参与或进行与岭南园林及其控股子公司的业务存在竞争或可能构成竞争的任何业务及活动。</p> <p>2、承诺人将严格按照有关法律法规及规范性文件的规定采取有效措施避免与岭南园林及其控股子公司产生同业竞争。</p> <p>如承诺人或承诺人直接或间接控制的除岭南园林及其控股子公司外的其他方获得与岭南园林及其控股子公司构成或可能构成同业竞争的业务机会，承诺人将尽最大努力，使该等业务机会具备转移给岭南园林或其控股子公司的条件（包括但不限于征得第三方同意），并优先提供给岭南园林或其控股子公司。若岭南园林及其控股子公司未获得该等业务机会，则承诺人承诺采取法律、法规及规范性文件许可的方式加以解决，且给予岭南园林选择权，由其选择公平、合理的解决方式。</p> <p>本承诺函一经签署，即构成承诺人不可撤销的法</p>

			<p>律义务。如出现因承诺人违反上述承诺而导致岭南园林及其中小股东权益受到损害的情况,承诺人将依法承担相应的赔偿责任。</p> <p>本承诺函有效期间自本承诺函签署之日起至承诺人不再系岭南园林的实际控制人之日止。</p>
17	交易对方帮林投资、德亿投资	所提供信息真实、准确、完整	<p>一、承诺企业在本次交易过程中提供的有关信息真实、准确和完整,保证不存在任何虚假记载、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。如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,给上市公司或者投资者造成损失的,将依法承担赔偿责任。</p> <p>二、如本次交易因涉嫌所提供或者披露的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,被司法机关立案侦查或者被中国证监会立案调查的,在案件调查结论明确之前,承诺企业将暂停转让承诺企业在上市公司拥有权益的股份,并于收到立案稽查通知的两个交易日内将暂停转让的书面申请和股票账户提交上市公司董事会,由上市公司董事会代本企业向深圳证券交易所和登记结算公司申请锁定;未在两个交易日内提交锁定申请的,承诺企业授权董事会核实后直接向证券交易所和登记结算公司报送本企业的主体信息和账户信息并申请锁定;董事会未向证券交易所和登记结算公司报送承诺企业的主体信息和账户信息的,授权证券交易所和登记结算公司直接锁定相关股份。如调查结论发现本企业存在违法违规情节的,承诺企业承诺锁定股份自愿用于相关投资者赔偿安排。</p> <p>三、承诺企业已向上市公司及相关中介机构提交本次交易所需全部文件及资料,同时承诺所提供纸质版和电子版资料均真实、完整、可靠,有关副本材料或者复印件与原件一致,文件上所有签字与印章皆真实、有效,复印件与原件相符。</p>
18		已经合法拥有标的资产的完整权利以及不存在限制或者禁止转让的情形的说明	<p>承诺企业合法拥有德马吉的股权,已履行全额出资义务,对该股权有完整的处置权;本企业为标的股权的最终和真实所有人,不存在以信托、委托他人或接受他人委托等方式持有标的股权的情形;该股权未设置任何质押、抵押、担保或其他权利限制,不存在纠纷或潜在纠纷,未被行政或司法机关查封、冻结,亦不存在其他限制或禁止转让的情形。</p>
19		不存在依据《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异	<p>承诺企业作为德马吉的股东及本次交易的股权出售方,经自查,承诺企业及承诺企业的出资人及其控制的其他企业,承诺企业的出资人及主要负责人不存在因涉嫌与本次交易相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查的情形,最近 36 个月内不存在因与重</p>

		常交易监督的暂行规定》不得参与任何上市公司重大资产重组情形	大资产重组相关的内幕交易被中国证监会作出行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情形；上述主体不存在《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》（证监会公告[2012]33号）第十三条规定的不得参与任何上市公司的重大资产重组的情形。
20		关于诚信状况等相关事宜的承诺	<p>1、截至本承诺出具之日，承诺企业其合伙人、承诺企业的主要管理人员最近三年内没有发生证券市场失信行为。</p> <p>2、截至本承诺出具之日，承诺企业及其合伙人、承诺企业的主要管理人员最近五年内不存在以下诚信有失的情况，包括但不限于：未履行有关公开承诺而被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分的情况；受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施；因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见；因违法违规行为处于调查之中尚无定论；对所任职（包括现任职和曾任职）公司、企业因重大违法违规行为而被处罚负有责任；个人负有数额较大债务到期未清偿；欺诈或其他不诚实行为等情形。</p> <p>3、截至本承诺出具之日，承诺企业及其合伙人、承诺企业的主要管理人员最近五年内未受过行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚、未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁（包括正在进行、将要进行或可发生的诉讼、仲裁）。</p> <p>4、承诺企业及其合伙人、承诺企业的主要管理人员与上市公司不存在关联关系和其他利益安排。</p>
21		关于本次交易所提供或披露信息的公开承诺	如本次交易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，不转让在岭南园林拥有权益的股份，并于收到立案稽查通知的两个交易日内将暂停转让的书面申请和股票账户提交岭南园林董事会，由董事会代承诺企业向深圳证券交易所和登记结算公司申请锁定；未在两个交易日内提交锁定申请的，授权董事会核实后直接向深圳证券交易所和登记结算公司报送承诺企业的身份信息和账户信息并申请锁定；董事会未向深圳证券交易所和登记结算公司报送本企业的身份信息和账户信息的，授权深圳证券交易所和登记结算公司直接锁定相关股份。如调查结论发现存在违法违规情节，承诺企业承诺锁定股份自愿用于相关投资者赔偿安排。
22		规范和减少关联交易	1、承诺企业将按照《中华人民共和国公司法》等法律法规以及岭南园林公司章程的有关规定行使股东权利；在股东大会对涉及本企业的关联交易进行

			<p>表决时,按照《中华人民共和国公司法》等法律法规以及岭南园林公司章程的有关规定履行回避表决的义务。</p> <p>2、承诺企业将杜绝一切非法占用岭南园林及其分公司/子公司的资金、资产的行为,在任何情况下,不要求岭南园林及其子公司/分公司向承诺企业及承诺企业投资或控制的其它企业提供任何形式的担保。</p> <p>3、承诺企业将尽可能地避免和减少承诺企业及承诺企业投资或控制的其它企业与岭南园林及其子公司/分公司的关联交易;对无法避免或者有合理原因而发生的关联交易,将遵循市场公正、公平、公开的原则,并依法签订协议,履行合法程序,按照岭南园林公司章程、有关法律法规履行信息披露义务。</p> <p>4、本承诺为不可撤销的承诺。</p>
23		避免同业竞争	<p>1、除德马吉及其控股子公司外,承诺企业及承诺企业的执行事务合伙人将不在中国境内外直接或间接拥有、管理、控制、投资、从事其他任何与岭南园林及其分公司、子公司相同或相近的业务或项目,亦不参与拥有、管理、控制、投资其他任何与岭南园林及其分公司、子公司相同或相近的业务或项目,亦不谋求通过与任何第三人合资、合作、联营或采取租赁经营、承包经营、委托管理等任何方式直接或间接从事与岭南园林及其分公司、子公司构成竞争的业务。</p> <p>2、承诺企业在直接或间接持有岭南园林股权期间,承诺企业亦遵守上述承诺。</p> <p>3、承诺企业若违反上述承诺,承诺企业将对由此给岭南园林造成的损失作出全面、及时和足额的赔偿。</p> <p>4、本承诺为不可撤销的承诺。</p>
24	交易对方帮林投资	关于股份锁定的承诺函	<p>1、承诺企业在本次发行以资产认购而取得的上市公司股份(以下简称“标的股份”),自标的股份上市之日起三十六个月内不进行转让或上市交易。</p> <p>2、自本次发行结束之日起,就承诺企业由于岭南园林送红股、转增股本等原因基于标的股份而增持的上市公司股份,亦遵守上述约定。</p> <p>3、承诺企业关于标的股份的锁定期/限售期的上述承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符的,承诺企业将根据监管机构的监管意见进行相应调整。</p>
25	德马吉实际控制人王翔、师欣欣	避免同业竞争	<p>1、除德马吉及其控股子公司外,承诺人及承诺人关系密切的家庭成员将不在中国境内外直接或间接拥有、管理、控制、投资、从事其他任何与岭南园林及其分公司、子公司相同或相近的业务或项目,亦不参与拥有、管理、控制、投资其他任何与岭南园林</p>

		<p>及其分公司、子公司相同或相近的业务或项目，亦不谋求通过与任何第三人合资、合作、联营或采取租赁经营、承包经营、委托管理等任何方式直接或间接从事与岭南园林及其分公司、子公司构成竞争的业务。</p> <p>2、承诺人在直接或间接持有岭南园林股权期间，或者，若承诺人在岭南园林或德马吉及其分子公司任职的，则自承诺人与岭南园林或德马吉及其分子公司解除劳动关系之日起的两年内，承诺人亦遵守上述承诺。</p> <p>3、承诺人若违反上述承诺，承诺人将对由此给岭南园林造成的损失作出全面、及时和足额的赔偿。</p> <p>4、本承诺为不可撤销的承诺。</p>
26	规范和减少关联交易	<p>1、承诺人将按照《中华人民共和国公司法》等法律法规以及岭南园林公司章程的有关规定要求承诺人所控制的企业行使股东权利；在股东大会对涉及承诺人/承诺人所控制的企业关联交易进行表决时，要求承诺人所控制的企业按照《中华人民共和国公司法》等法律法规以及岭南园林公司章程的有关规定履行回避表决的义务。</p> <p>2、承诺人将杜绝一切非法占用岭南园林及其分公司/子公司的资金、资产的行为，在任何情况下，不要求岭南园林及其子公司/分公司向承诺人及承诺人投资或控制的其它企业提供任何形式的担保。</p> <p>3、承诺人将尽可能地避免和减少承诺人及承诺人投资或控制的其它企业与岭南园林及其子公司/分公司的关联交易；对无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，将遵循市场公正、公平、公开的原则，并依法签订协议，履行合法程序，按照岭南园林公司章程、有关法律法规履行信息披露义务。</p> <p>4、本承诺为不可撤销的承诺。</p>
27	所提供信息真实、准确、完整	<p>一、承诺人在本次交易过程中提供的有关信息真实、准确和完整，保证不存在任何虚假记载、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。如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给上市公司或者投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任。</p> <p>二、承诺人已向上市公司及相关中介机构提交本次交易所需全部文件及资料，同时承诺所提供纸质版和电子版资料均真实、完整、可靠，有关副本材料或者复印件与原件一致，文件上所有签字与印章皆真实、有效，复印件与原件相符。</p>
28	关于合法拥有出资份额的承诺	<p>我们作为樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）合伙人，截至本承诺函出具日，持有樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）出资情况如下表所示：</p>

序号	合伙人	出资额(万元)	出资比例
1	王翔	300	50%
2	师欣欣	300	50%
合计		600	100%

我们每一合伙人所持上述出资权属清晰、完整，每一合伙人就上述出资均已履行了全额出资义务；每一合伙人为上述出资的最终和真实所有人，不存在以信托、委托他人或接受他人委托等方式持有上述出资的情形；该等出资份额未设置任何质押、抵押、担保或其他权利限制，不存在纠纷或潜在纠纷，未被行政或司法机关查封、冻结，亦不存在其他限制或禁止转让的情形。

我们作为樟树市德亿投资管理中心（有限合伙）合伙人，截至本承诺函出具日，持有樟树市德亿投资管理中心（有限合伙）出资情况如下表所示：

序号	合伙人	出资额(万元)	出资比例
1	王翔	450	50%
2	师欣欣	450	50%
合计		900	100%

我们每一合伙人所持上述出资权属清晰、完整，每一合伙人就上述出资均已履行了全额出资义务；每一合伙人为上述出资的最终和真实所有人，不存在以信托、委托他人或接受他人委托等方式持有上述出资的情形；该等出资份额未设置任何质押、抵押、担保或其他权利限制，不存在纠纷或潜在纠纷，未被行政或司法机关查封、冻结，亦不存在其他限制或禁止转让的情形。

29	德马吉及德马吉实际控制人	关于诚信状况等相关事宜的承诺	<p>1、截至本承诺出具之日，本企业及本企业的主要管理人员最近三年内没有发生证券市场失信行为。</p> <p>2、截至本承诺出具之日，本企业及本企业的主要管理人员最近五年内不存在以下诚信有失的情况，包括但不限于：未履行有关公开承诺而被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分的情况；受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施；因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见；因违法违规处于调查之中尚无定论；对所任职（包括现任职和曾任职）公司、企业因重大违法违规行为而被处罚负有责任；个人负有数额较大债务到期未清偿；欺诈或其他不诚实行为等情形。</p> <p>3、截至本承诺出具之日，本企业及本企业的主要管理人员最近五年内未受过行政处罚（与证券市场</p>
----	--------------	----------------	--

			<p>明显无关的除外)、刑事处罚、未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁(包括正在进行、将要进行或可发生的诉讼、仲裁)。</p> <p>4、本企业及本企业的主要管理人员与上市公司不存在关联关系和其他利益安排。</p>
--	--	--	--

## 十一、本次交易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

岭南园林及相关信息披露义务人已严格按照《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《重组管理办法》及《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》等相关法律、法规及规范性文件的规定,切实履行信息披露义务,公开、公平地在相关信息披露平台对所有投资者披露可能对公司股票交易价格产生较大影响的相关信息以及交易的进程。

### (二) 严格执行相关程序

在本次交易过程中,公司严格按照有关规定进行表决和披露。本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金事项在提交董事会讨论时,独立董事发表了独立意见。

### (三) 网络投票安排

公司将根据中国证监会《关于加强社会公众股股东权益保护的若干规定》等有关规定,为参加股东大会的股东提供便利,就本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案的表决提供网络投票平台,股东可以参加现场投票,也可以直接通过网络进行投票表决。

### (四) 本次重组会导致上市公司即期每股收益被摊薄

本次交易完成后,上市公司短期内净资产收益率和每股收益将出现一定幅度的下降,本次重组将会导致上市公司即期每股收益被摊薄,有关填补被摊薄即期回报的措施及安排如下:

#### 1、充分发挥战略合作协同效应,增强公司综合实力

前次并购后,公司依托自身在生态环境塑造以及主题娱乐体验内容定制等方

面的核心资源优势，成功拓展主题文化旅游新兴业态战略板块，实现生态园林观赏性和主题体验项目的互动娱乐性有机融合。而德马吉作为公司本次收购标的，系以文化创意设计能力为核心，具有全球业务覆盖能力的创意展示服务提供商。德马吉所专注的是基于对客户“品牌内涵、业务属性、目标客群诉求、产品或服务卖点”等方面的精准把握，实现对客户营销诉求的精准传达，增强客户的品牌价值。通过本次交易，公司将结合德马吉出色的创意展示和创意策划等优质基因，一方面增强对自身主题文旅项目品牌内涵创意能力和综合展示能力，形成一定的品牌IP效应并逐步增强品牌的广泛识别性，奠定了公司品牌传播和文旅项目异地复制的基础，同时直接增强了公司的综合文化创意能力，为公司的主题文旅项目提供更全面、更精准的创意营销和策划，从而增强公司未来线下文化旅游主题项目的综合运营实力，进而增厚盈利水平，进一步扩大产业规模，促进上市公司的可持续发展。

## **2、德马吉丰富的海外作业经验助力公司“走出去、带进来”，提升公司竞争力和持续盈利能力**

通过本次交易，公司可借助德马吉的全球业务渠道而实现自身的技术及业务优势“走出去”，为公司积累国外客户、增加业务机会创造更多的可能性。另外，德马吉丰富的海外作业经验、众多国外办事处及稳定的国外供应商体系将会为公司开拓国外业务提供重要的战略支撑，从而降低其管理运营的成本，缩短其战略布局的时间，加速其“走出去”的步伐。此外，境外存在较多的优质标的资产，公司未来可充分利用德马吉的境外资源和通道，实现将优质海外资产“带进来”，为公司的新产业板块布局和发展提供强有力的支撑，整体提升公司竞争力和持续盈利能力。

## **3、进一步完善利润分配政策，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，于2015年度制订了公司未来三年



(2015年-2017年)股东回报规划,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。

#### **4、提升经营管理效率和加强内部控制**

公司将进一步加强内部管理,提升经营管理效率,并积极探索和改善现有销售模式,降低各项经营、管理、销售费用,以进一步提升公司业绩。

#### **5、加强募集资金管理,提高募集资金使用效率**

本次交易募集资金到账后,公司将严格按照《上市公司监管指引2号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《股票上市规则》以及公司《募集资金管理制度》的有关规定,加强募集资金使用的管理,公司董事会将持续监督对募集资金进行专户存储、保障募集资金用于募投项目、配合独立财务顾问等对募集资金使用的检查和监督,以保证募集资金合理规范使用,防范募集资金使用风险,提高募集资金使用效率。

### **(五) 资产定价公允、公平、合理**

对于本次交易的资产,上市公司已聘请相关审计、评估机构按照有关规定对其进行审计、评估,确保标的资产的定价公允、公平、合理。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。

### **(六) 其他保护投资者权益的措施**

为保证本次交易工作公平、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、审计机构和评估机构等中介机构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。

## 十二、股份锁定安排

### (一) 发行股份及支付现金购买资产所涉股份的锁定期

按照《重组管理办法》第四十六条规定：特定对象以资产认购而取得的上市公司股份，自股份发行结束之日起十二个月内不得转让；属于以下方式之一的三十六个月内不得转让：

- 1、特定对象为上市公司控股股东、实际控制人或者其控制的关联人；
- 2、特定对象通过认购本次发行的股份取得上市公司的实际控制权；
- 3、特定对象取得本次发行的股份时，对其用于认购股份的资产持续拥有权益的时间不足十二个月。

本次发行股份购买资产的交易对方帮林投资以资产认购而取得的上市公司股份自股份发行结束并上市之日起三十六个月内不得转让。

本次发行结束后，由于岭南园林送红股、转增股本等原因增持的上市公司股份的相应比例，亦应遵守上述承诺。

### (二) 募集配套资金发行股份的锁定期

参与配套募集资金认购的其他特定投资者以现金认购的股份自股份发行结束并上市之日起十二个月内不得转让。

本次发行完成后，由于上市公司送红股、转增股本等原因增持的公司股份，亦应遵守上述约定。待股份锁定期届满后，本次发行的股份将依据中国证监会和深交所的相关规定在深交所交易。

如中国证监会对股份限售有更为严格的规定，则适用中国证监会的相关规定。

## 十三、独立财务顾问的保荐机构资格

上市公司聘请广发证券担任本次交易的独立财务顾问。广发证券经中国证监会批准依法设立，具有保荐人资格。

## 重大风险提示

特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本报告书的全部内容，并特别关注以下风险。

### 一、与本次重组相关的风险

#### (一) 审批风险

本次交易尚需取得中国证监会对本次交易的核准。本次交易能否取得上述批准或核准及取得上述批准或核准的时间均存在不确定性，提醒广大投资者注意审批风险。

#### (二) 本次交易可能被暂停、中止或取消的风险

上市公司制定了严格的内幕信息管理制度，上市公司与交易对方在协商确定本次交易的过程中，尽可能缩小内幕信息知情人员的范围，减少内幕信息的传播。尽管在本次重组过程中上市公司已经按照相关规定采取了严格的保密措施，但无法排除上市公司股价异常波动或异常交易涉嫌内幕交易致使本次重组被暂停、中止或取消的风险。

请投资者注意因交易双方可能对报告书方案进行重大调整，而导致需重新召开上市公司董事会审议交易方案的风险。并提请投资者关注本次交易可能终止的风险。

若本次重组无法进行，或因重大调整而导致需要重新召开董事会审议重组事宜的，公司董事会重新作出发行股份及支付现金购买资产决议时，应当以该次董事会决议公告日作为发行股份的定价基准日。公司董事会将在本次重大资产重组过程中及时公告相关工作的进度，以便投资者了解本次交易进程，并作出相应判断。特此提请广大投资者充分注意上述重组工作时间进度以及重组工作时间进度的不确定性所可能导致的重新计算股票发行价格的风险。

#### (三) 交易标的评估增值率较高风险

根据中企华评估出具的中企华评报字(2016)第 3228 号的《资产评估报告》，

中企华评估根据标的公司的特性以及评估准则的要求,确定采用资产基础法和收益法两种方法对标的资产进行评估,最终采用了收益法评估结果作为本次交易标的股权的评估结论。本次标的资产德马吉股东全部权益价值为 37,618.49 万元,评估结论较账面净资产增值 35,248.92 万元,增值率为 1,487.57%。

因此,上述标的资产评估增值率较高。在对标的资产的评估过程中,评估机构基于标的公司销售情况、成本及各项费用等指标的历史情况对未来进行了预测。若这些指标在未来较预测值发生较大幅度变动,则将影响到未来标的资产的盈利水平,进而影响标的资产全部股权价值的评估结果。

本公司提请投资者注意,需要考虑特定评估假设以及由于宏观经济波动和行业投资变化等因素影响标的资产盈利能力从而影响标的资产评估价值的风险。

#### **(四) 利润承诺期内各年度资产评估预测的实现存在不确定性的风险**

本次交易的交易对方德亿投资、帮林投资承诺德马吉 2016 年度、2017 年度、2018 年度实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的预测净利润分别为不低于 2,500 万元、3,250 万元、4,225 万元(均含本数)。

标的公司利润承诺期内各年度预测净利润增幅较大,主要系标的公司近两年业务快速发展、所处细分行业未来发展前景良好和标的公司已具有了较强的竞争优势所致。

该盈利承诺系标的公司管理层基于行业未来的发展前景、标的公司目前的运营能力做出的综合判断,最终其能否实现将取决于行业发展趋势的变化和标的公司未来的实际经营状况。为了保护上市公司股东的利益,上市公司与本次交易对方签署确定了利润承诺补偿的相关安排,具体内容请参见本报告书“第七章 本次交易合同的主要内容”之“八 业绩承诺、补偿安排和超额业绩奖励”。本公司提请投资者注意,本次交易存在承诺期内标的资产实际净利润达不到承诺净利润时,如果交易对方尚未出售的股份和现金对价不足支付应补偿的金额,交易对方无法履行业绩补偿承诺实施的违约风险。

#### **(五) 本次交易完成后新增商誉存在的减值风险**

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

将新增商誉 34,978.69 万元。由于本次交易的估值较标的公司账面净资产增值较高，最终交易价格根据本次交易的评估结果确定。本次交易完成后，在上市公司合并资产负债表中将形成一定金额的商誉，即标的资产交易价格超出可辨认净资产公允价值部分形成的新增商誉。

根据《企业会计准则》规定，本次交易形成的商誉不作摊销处理，但需在未来每年年终进行减值测试。由于标的资产账面净资产较小，因此收购完成后上市公司将会确认较大金额的商誉。若标的资产不能较好地实现收益，则本次交易形成的商誉将存在较高减值风险，如果未来发生商誉减值，则可能对上市公司业绩造成不利影响。

#### **(六) 本次交易后收购整合风险**

本次交易完成后，标的公司将成为上市公司的全资子公司。上市公司对德马吉的整合主要体现为包括业务、人员、技术、组织架构等方面的整合。在保持标的公司独立运营、不对公司和标的公司现有的组织架构、人员进行重大调整的基础上与标的公司实现优势互补。

虽然上市公司之前在收购中已经积累了一定的并购整合经验，但本次交易的完成及后续整合是否能既保证上市公司对标的公司的控制力又保持其原有竞争优势并充分发挥本次交易的协同效应，实现上市公司与标的公司在业务层面的高效资源整合存在一定不确定性，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。

#### **(七) 股票价格波动风险**

股票价格不仅取决于上市公司的盈利水平及发展前景，也受到市场供求关系、国家相关政策、投资者心理预期以及各种不可预测因素的影响，从而使公司股票的价格往往会偏离其真实价值。本次发行股份及支付现金购买资产需经中国证监会核准方可实施，且需要一定的时间方能完成，在此期间股票市场价格可能出现波动，从而给投资者带来一定的风险。针对上述情况，公司将根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》和《股票上市规则》等有关法律、法规的要求，真实、准确、及时、完整、公平地向投资者披露有可能影响公司股

票价格的重大信息，供投资者做出投资判断。

### **(八) 募集配套资金失败的风险**

本次交易的价格为 37,500.00 万元，其中 15,000.00 万元将以现金方式支付，22,500.00 万元以发行股份支付。本次募集配套资金总额不超过 17,000.00 万元，其中的 15,000.00 万元将用于支付本次交易中的现金对价，2,000.00 万元用于支付本次交易的中介费用等与重组相关的其他费用。若配套资金未能实施或者募集不足，岭南园林将通过自有资金或者银行贷款等自筹方式支付该部分现金。以自有资金支付全部现金对价将降低公司的现金储备和投资能力，进而影响公司日常运营或其他支出的能力。通过银行贷款等方式筹集部分资金将导致公司财务费用增加，进而影响公司经营业绩。

### **(九) 本次交易后，上市公司每股收益和净资产收益率被摊薄的风险**

若不考虑公司于定价基准日至发行日期间实施派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项的影响，本次交易上市公司拟向交易对方合计发行 7,804,370 股购买资产；同时拟非公开发行股票募集配套资金不超过 17,000.00 万元，由于收购整合、标的资产承诺业绩实现以及协同效应等需要一定的时间周期，且存在延期或无法实现的不确定性。若本次重组完成当年，公司及标的资产的合并净利润增长速度小于净资产、股本的增长速度，则公司存在因股本、净资产规模增大而引发的短期内每股收益、净资产收益率被摊薄的风险。

## **二、标的资产的经营风险**

### **(一) 标的公司创意展示设计业务项目成本控制和供应商管理风险**

标的公司专注于创意展示设计业务领域，系具备产业链各环节的运作能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商，为客户提供产品及品牌文化创意展示服务整体解决方案。2014 年和 2015 年，创意展示设计业务收入占营业收入比例为 81.94%和 61.22%。创意展示设计核心能力的构建主要依托客需精挖、创意设计、施工规划、企宣创意等四个环节。上述主要环节除施工规划环节外，其余业务环节主要由德马吉自主完成；而施工规划环节中的模具生产、布展装修、进馆搭建等出于成本考虑外包给装修工程公司进行，

德马吉在之中作为监工的角色，将整个项目产业链流程纳入统一管理，以保证项目质量和最终展示效果。

德马吉创业团队以创意设计人才为主，工程项目管理经验相对不足，由于项目实施过程中涉及的环节多，项目管理难度较大，并且德马吉业务已扩展至全球范围，随着项目数量的增加，尤其是同步实施项目较多的情况下，德马吉项目管理未来有可能出现问题：一方面表现为成本控制不力，导致德马吉盈利水平不高；另一方面，德马吉如对供应商管理不到位，选择了执行力不强的供应商，以及在施工过程中对供应商的沟通协调不到位，工程进度和施工质量将难以得到保证，从而降低客户的满意度，使德马吉品牌受到损失。

## （二）标的公司创意展示设计业务收入波动风险

德马吉定位于“以文化创意设计为核心，具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商”，与客户签订的多为包含项目分析、创意设计、施工图设计、平面设计、模具生产、布展装修、进馆搭建等一揽子解决方案的总承包业务合同，单一项目合同金额较大，报告期内德马吉承接合同金额 100 万以上的项目有：南车澳大利亚展示项目，雅迪科技天津商业展示项目，TCL 集团巴西圣保罗展示项目，万达地产美国达拉斯商业地产展示项目等。近年来上游段客户对品宣需求日益重视，创意展示设计业务服务需求增长迅速，德马吉报告期内营业收入相应逐年增加，2014 年和 2015 年分别为 3,343.11 万元和 6,572.14 万元。

由于单一项目对德马吉收入影响较大，德马吉获得大型项目业务机会受客户项目实施计划及中标情况影响，即使德马吉大型项目投标中标并签订合同，也有可能由于客户调整项目方案等原因而影响项目进度，从而影响德马吉收入确认的进度，德马吉未来收入可能存在较大波动。

## （三）会展营销服务行业市场竞争风险

在会展营销服务行业中，基于客户品牌及产品的创意展示设计业务属于新兴业务。德马吉凭借对市场发展趋势的准确把握，较早进入了会展营销服务行业，并已凭借“德马吉”品牌在业内奠定了国内领先的地位，形成了良好品牌效应，市场份额逐步提升。随着市场需求的增长，吸引着越来越多的相关企业，

如装修企业、设计公司等参与到创意展示设计服务领域的竞争中，虽然下游客户选择合作方时对其过往业绩和案例十分看重，并倾向于德马吉这类能提供整体解决方案的服务商，但竞争对手的增加，尤其是有人才、资金优势的装修企业的加入，将加大德马吉的市场竞争风险。

#### （四）核心人才流失及人才储备不足的风险

德马吉的主营业务属于文化创意产业范畴，创意设计人才对德马吉发展至关重要，除此之外，营销、管理、平面设计等方面的人才也是德马吉不可或缺的。德马吉成立以来，通过内部培养、外部引进等方式形成了一支专业结构合理、行业经验丰富的人才队伍，为德马吉快速发展奠定了基础，部分核心人才直接体现为德马吉的市场竞争力。为吸引和留住人才，德马吉不断加强企业文化建设，完善薪酬体系，但仍不能排除未来由于竞争对手给予更好的待遇或其他个人原因，导致德马吉发生核心人才流失的风险。

此外，德马吉未来5年主要实施国际化发展战略，大力在海外拓展相关业务。为此德马吉近两年补充和培养了一批相应的人才，但对于德马吉未来发展规模的目标，人才储备不能支持规模增长的速度。标的公司的战略定位和快速发展将带来人才储备不足的风险。

#### （五）税收优惠政策变动的风险

2015年德马吉被确定为高新技术企业，根据《企业所得税法》，德马吉享受15%的高新技术企业所得税优惠税率，有效期为三年，2015年度按15%的税率计缴企业所得税。

高新技术企业认证的有效期为三年，企业应在期满前三个月内提出复审申请，不提出复审申请或复审不合格的，其高新技术企业资格到期自动失效。若高新技术企业需要享受减免税收的优惠政策，则需每年在税务机关进行备案，通过备案后的高新技术企业方可享受政策规定的有关鼓励及优惠政策。如果德马吉未通过税务机关年度减免税备案审核或高新技术企业认证期满后未通过认证资格复审，或者未来国家关于税收优惠的法规变化，德马吉可能无法在未来年度继续享受税收优惠。



### (六) 应收账款比重持续升高导致坏账损失的风险

标的公司在 2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日的应收账款规模分别为 665.52 万元和 241.72 万元，占总资产的比例分别为 16.45% 和 11.21%。随着标的公司业务特别是单笔合同金额较大的展厅创意规划业务的快速发展，德马吉应收账款余额未来将逐年攀升。提请投资者关注未来标的公司的欠款方因财务状况恶化或者经营情况发生重大不利变化而出现无法归还应收账款的情形，进而对德马吉的经营产生不利影响的风险。

### (七) 管理风险

2014 年度和 2015 年度的营业收入分别为 3,343.11 万元和 6,572.14 万元，增幅达到 96.59%。随着德马吉业务的不断拓展和规模扩张，德马吉在管理模式、人才储备、技术（设计）创新及市场开拓等方面将面临更大的挑战。如果德马吉的管理水平和人才储备不能适应德马吉规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随着德马吉规模的扩大而及时调整和完善，将难以保证德马吉安全和高效地运营，进而削弱德马吉的市场竞争力。

### (八) 受宏观经济波动冲击的风险

改革开放以来，我国经济快速发展，已经取得了巨大成就。但不可否认，我国经济增长在年度间仍有所波动。同时，我国已经融入了世界经济体系，经济发展也受世界经济波动的影响，我国乃至世界经济的波动将对会展营销服务行业发展产生一定的冲击，从而对德马吉的生产经营产生不利影响。

### (九) 德马吉独立经营的风险

德马吉与德马吉（中国）的关联交易占交易双方同类交易的比例如下表所示：

项目	2015 年度		2014 年度	
	接受德马吉（中国）服务	向德马吉（中国）提供服务	接受德马吉（中国）服务	向德马吉（中国）提供服务
占德马吉同类交易的比例	14.04%	6.41%	22.74%	13.05%
项目	向德马吉提供服务	接受德马吉服务	向德马吉提供服务	接受德马吉服务

占德马吉(中国)同类交易的比例	11.97%	17.05%	11.40%	18.76%
-----------------	--------	--------	--------	--------

从上表可以看到, 2015年度及2014年度德马吉向德马吉(中国)的采购和销售占德马吉同类交易的比例均较低, 德马吉对德马吉(中国)不存在重大依赖性; 上述关联交易占德马吉(中国)同类交易的比例较低, 德马吉(中国)对德马吉不存在重大依赖。

## 目 录

公司声明.....	2
交易对方的声明与承诺.....	3
<b>修订说明</b> .....	4
重大事项提示.....	6
一、本次交易方案概述.....	6
(一) 发行股份及支付现金购买资产.....	6
(二) 募集配套资金.....	7
二、本次交易涉及的股票发行价格及发行数量.....	8
(一) 发行价格.....	8
(二) 发行数量.....	11
三、本次交易业绩承诺、补偿安排和超额业绩奖励.....	11
四、标的资产估值及作价.....	15
五、本次交易不构成关联交易.....	15
六、本次交易不构成重大资产重组.....	15
七、本次交易不构成借壳上市.....	17
八、本次交易对上市公司的影响.....	17
(一) 本次交易对上市公司股权结构的影响.....	17
(二) 本次交易对上市公司主要财务数据的影响.....	18
九、本次重组已履行和尚需履行的决策程序及审批程序.....	19
(一) 已经履行的决策程序.....	19
(二) 尚需履行的决策程序.....	20
十、本次交易相关方作出的重要承诺.....	20
十一、本次交易对中小投资者权益保护的安排.....	31
(一) 严格履行上市公司信息披露义务.....	31
(二) 严格执行相关程序.....	31
(三) 网络投票安排.....	31
(四) 本次重组会导致上市公司即期每股收益被摊薄.....	31
(五) 资产定价公允、公平、合理.....	33
(六) 其他保护投资者权益的措施.....	33
十二、股份锁定安排.....	34
(一) 发行股份及支付现金购买资产所涉股份的锁定期.....	34
(二) 募集配套资金发行股份的锁定期.....	34
十三、独立财务顾问的保荐机构资格.....	34
重大风险提示.....	35
一、与本次重组相关的风险.....	35
(一) 审批风险.....	35
(二) 本次交易可能被暂停、中止或取消的风险.....	35
(三) 交易标的评估增值率较高风险.....	35
(四) 利润承诺期内各年度资产评估预测的实现存在不确定性的风险.....	36
(五) 本次交易完成后新增商誉存在的减值风险.....	36

(六) 本次交易后收购整合风险.....	37
(七) 股票价格波动风险.....	37
(八) 募集配套资金失败的风险.....	38
(九) 本次交易后, 上市公司每股收益和净资产收益率被摊薄的风险.....	38
二、标的资产的经营风险.....	38
(一) 标的公司创意展示设计业务项目成本控制和供应商管理风险.....	38
(二) 标的公司创意展示设计业务收入波动风险.....	39
(三) 会展营销服务行业市场竞争风险.....	39
(四) 核心人才流失及人才储备不足的风险.....	40
(五) 税收优惠政策变动的风险.....	40
(六) 应收账款比重持续升高导致坏账损失的风险.....	41
(七) 管理风险.....	41
(八) 受宏观经济波动冲击的风险.....	41
(九) 德马吉独立经营的风险.....	41
目 录.....	43
释 义.....	52
一、一般术语.....	52
二、专业术语.....	54
第一章 交易概述.....	56
一、本次交易的背景.....	56
(一) 文创业态升级、利好政策出台双轮驱动, 构筑会展营销业“大蓝海”.....	56
(二) 确立文化创意发展主脉络, 借力“VR+”运营模式, 扩充公司新兴业态战略发展版图.....	57
二、本次交易的目的.....	58
(一) 依托文化创意定制核心能力, 嫁接创意品宣及运营通路, 谋求自主品牌在广域消费市场的价值变现, 扩充文旅战略版图.....	58
(二) 德马吉丰富的海外作业经验助力公司“走出去、带进来”.....	59
(三) 内容体验嫁接创意展销, 构筑多元营销组合.....	59
三、本次交易的决策过程.....	61
(一) 已经履行的决策程序.....	61
(二) 尚需履行的决策程序.....	62
四、本次交易具体方案.....	62
(一) 发行股份及支付现金购买资产.....	63
(二) 募集配套资金.....	68
(三) 业绩承诺、补偿安排及超额业绩奖励.....	70
五、本次交易对上市公司的影响.....	75
(一) 本次交易对上市公司股权结构的影响.....	75
(二) 本次交易对上市公司主要财务数据的影响.....	76
六、本次交易不构成关联交易.....	77
七、本次交易不构成借壳上市.....	77
八、本次交易不构成重大资产重组.....	78
第二章 上市公司基本情况.....	80
一、公司基本情况.....	80
二、历史沿革及股权变动情况.....	80

(一) 公司设立时的股权结构.....	80
(二) 公司设立后至首次公开发行并上市前的股权变更.....	81
(三) 公司首次公开发行并上市后的股权结构.....	88
(四) 岭南园林上市以来股本变化情况.....	89
(五) 目前股本结构.....	90
三、公司最近三年控制权变动情况.....	90
四、控股股东及实际控制人概况.....	91
五、主营业务具体情况.....	91
(一) 园林板块业务.....	91
(二) 文化创意板块业务.....	91
六、主要财务数据.....	92
(一) 资产负债表主要数据.....	92
(二) 利润表主要数据.....	92
(三) 现金流量表主要数据.....	92
七、最近三年重大资产重组情况.....	92
八、上市公司及其现任董事、高级管理人员被司法机关、证监会调查以及最近三年所受行政处罚或刑事处罚情况的说明.....	93
九、上市公司及其董事、监事、高级管理人员诚信情况的说明.....	93
第三章 交易对方基本情况.....	94
一、本次交易对方总体情况.....	94
二、本次交易对方详细情况.....	94
三、交易对方向上市公司推荐的董事、监事及高级管理人员情况.....	102
四、交易对方已经合法拥有标的资产的完整权利以及不存在限制或者禁止转让的情形.....	102
(一) 交易对方已经合法拥有标的资产的完整权利.....	102
(二) 交易行为已经获得帮林投资、德亿投资合伙人会议以及标的公司股东会批准.....	102
五、交易对方及相关中介机构关于本次资产重组未泄露本次交易内幕信息以及未利用本次交易信息进行内幕交易的说明.....	103
六、交易对方与上市公司之间是否具有关联关系的说明.....	103
七、交易对方及其主要管理人员最近五年内行政处罚（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.....	103
八、交易对方及其主要管理人员最近五年的诚信情况.....	103
第四章 交易标的基本情况.....	105
一、德马吉的基本情况.....	105
二、德马吉的历史沿革.....	105
(一) 上海德马吉国际展览展示工程有限公司的设立.....	105
(二) 历次注册资本变更的情况.....	106
(三) 德马吉最近三年增减资及股权转让的原因、作价依据及合理性.....	109
三、德马吉股权结构及下属公司基本情况.....	110
(一) 德马吉的股权结构.....	110
(二) 德马吉的控股及参股公司情况.....	111
四、德马吉出资及合法存续情况.....	115
五、德马吉组织架构.....	115
(一) 组织架构.....	115

(二) 各部门具体职责.....	116
六、德马吉的主营业务情况.....	117
(一) 主营业务概述.....	117
(二) 德马吉未来发展战略概述.....	120
(三) 主要产品和服务.....	120
(四) 主要盈利模式.....	123
(五) 主要业务流程.....	124
(六) 德马吉报告期内的各业务收入.....	127
(七) 德马吉主要项目案例介绍.....	128
(八) 前五大客户及供应商.....	134
(九) 项目质量控制情况.....	138
(十) 公司团队介绍.....	139
七、德马吉最近两年主要财务数据及财务指标.....	142
(一) 合并资产负债表主要数据.....	142
(二) 合并利润表主要数据.....	142
八、德马吉主要资产、主要负债以及主要担保情况.....	143
(一) 主要资产情况.....	143
(二) 主要负债情况.....	151
(三) 主要对外担保情况.....	151
九、经营资质证书.....	151
十、德马吉最近三年股权转让、增资、减资及资产评估情况.....	152
(一) 最近三年的股权转让及增减资情况.....	152
(二) 最近三年的资产评估情况.....	152
十一、德马吉的诉讼、仲裁、行政处罚情况.....	152
(一) 德马吉的诉讼、仲裁或行政处罚情况.....	152
(二) 主要股东的诉讼、仲裁或行政处罚情况.....	152
(三) 董事、监事和高级管理人员的诉讼、仲裁或行政处罚情况.....	152
十二、债权债务转移情况.....	152
十三、重大会计政策及相关会计处理.....	152
(一) 收入的确认原则和计量方法.....	152
(二) 标的公司与上市公司的会计政策和会计估计差异情况.....	154
第五章 发行股份及支付现金情况.....	155
一、发行股份及支付现金方案概述.....	155
二、本次发行的具体方案.....	155
(一) 发行股票的种类和面值.....	155
(二) 发行对象和认购方式.....	155
(三) 发行价格及定价依据.....	156
(四) 发行股份及支付现金所涉及发行股份数量.....	158
(五) 发行股份及支付现金购买资产过渡期间损益的归属.....	159
(六) 本次发行股票的锁定期及上市安排.....	159
(七) 股份及现金支付进度安排.....	160
(八) 业绩承诺、补偿安排和超额业绩奖励.....	161
(九) 上市地点.....	164
(十) 决议有效期.....	164

(十一) 关于本次发行前滚存利润的安排.....	165
三、发行股份购买资产的价格、定价原则及合理性分析.....	165
(一) 按照《重组管理办法》第四十五条计算的可选发行股份价格.....	165
(二) 本次发行股份定价合理性分析.....	165
四、募集配套资金情况.....	166
(一) 募集资金基本情况.....	166
(二) 本次募集配套资金方案符合相关规定.....	167
(三) 募集配套资金的必要性.....	168
(四) 本次募集配套资金管理和使用的内部控制制度.....	179
(五) 本次募集配套资金失败的补救措施.....	180
(六) 募集配套资金选取询价发行的原因.....	180
(七) 独立财务顾问核查意见.....	180
五、发行前后的主要财务数据变化.....	180
六、发行前后的股本结构变化.....	181
第六章 交易标的评估情况.....	183
一、本次交易评估的基本情况.....	183
(一) 评估概况.....	183
(二) 评估结果的差异分析及结果的选取.....	183
(三) 评估增值原因分析.....	184
二、本次评估的假设.....	194
(一) 一般假设.....	194
(二) 特殊假设.....	194
三、对交易标的评估方法的选择及其合理性分析.....	195
四、资产基础法评估结果、估值参数选取及依据.....	196
(一) 资产基础法评估方法.....	196
(二) 资产基础法评估情况.....	200
五、收益法评估结果、估值参数选取及依据.....	200
(一) 收益法具体方法和模型的选择.....	200
(二) 收益期与预测期的确定.....	202
(三) 预测期的收益预测.....	203
(四) 折现率的确定.....	217
(五) 测算过程和结果.....	219
(六) 收益法评估结果.....	221
六、董事会对定价的公允性分析.....	222
(一) 评估机构的独立性、假设前提的合理性、评估方法与目的的相关性说明.....	222
(二) 独立董事对本次交易评估事项的意见.....	223
(三) 评估依据的合理性.....	224
第七章 本次交易合同的主要内容.....	256
一、本次交易的基本情况.....	256
二、本次交易的合同主体及签订时间.....	256
三、标的资产交易价格及定价依据.....	256
四、交易对价的支付方式.....	256
五、发行股份购买资产的发行价格与调价机制.....	257
(一) 发行价格.....	257

(二) 调价机制.....	257
(三) 发行数量.....	258
六、现金对价的支付进度及来源.....	258
七、标的资产和发行股份的交割.....	259
(一) 标的资产的交割.....	259
(二) 发行股份的交割.....	259
(三) 发行股份的锁定.....	260
八、业绩承诺、补偿安排和超额业绩奖励.....	260
(一) 业绩承诺.....	260
(二) 盈利预测补偿安排.....	260
(三) 超额业绩奖励.....	261
(四) 承诺期届满标的资产减值时的补偿义务.....	262
(五) 补偿的上限和孳息的处理.....	263
九、滚存未分配利润的处理.....	263
十、期间损益.....	264
十一、费用.....	264
十二、过渡期相关安排.....	264
十三、与标的资产相关的人员安排.....	266
十四、本次交易完成后的任职要求及竞业禁止.....	266
十五、合同的生效条件和生效时间.....	267
十六、本次交易后标的公司法人治理结构.....	268
十七、违约责任.....	268
第八章 本次交易的合规性分析.....	269
一、本次交易符合《重组管理办法》第十一条的规定.....	269
(一) 符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规的规定.....	269
(二) 本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件.....	270
(三) 本次交易所涉及的资产定价公允,不存在损害上市公司和股东合法权益的情形.....	270
(四) 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,相关债权债务处理合法.....	271
(五) 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.....	272
(六) 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的相关规定.....	272
(七) 有利于上市公司形成或者保持健全有效的法人治理结构.....	272
二、本次交易的整体方案符合《重组管理办法》第四十三条的各项要求.....	273
(一) 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.....	273
(二) 有利于上市公司减少关联交易和避免同业竞争,增强独立性.....	275
(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.....	275
(四) 上市公司及其现任董事、高级管理人员不应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.....	276
(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.....	276



(六) 为促进行业或产业整合, 增强与现有业务的协同效应, 向第三方发行股份购买资产之情形.....	276
三、本次交易不适用《重组管理办法》第十三条的说明.....	276
四、本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见要求的说明.....	277
五、不存在《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.....	277
六、本次交易证券服务机构为本次交易出具的结论性意见.....	278
(一) 独立财务顾问意见.....	278
(二) 法律顾问意见.....	279
第九章 管理层讨论与分析.....	281
一、本次交易前上市公司财务状况与经营成果分析.....	281
(一) 主要财务数据.....	281
(二) 本次交易前上市公司财务状况分析.....	281
(三) 本次交易前上市公司经营成果分析.....	287
二、标的公司行业特点和经营情况的讨论与分析.....	289
(一) 标的资产所属行业的特点.....	289
(二) 标的资产在行业中的竞争情况及核心竞争力.....	309
(三) 财务状况分析.....	315
(四) 盈利能力分析.....	330
三、本次交易对上市公司持续经营能力、未来发展前景、当期每股收益等财务指标和非财务指标影响的分析.....	345
(一) 本次交易完成后对上市公司财务状况的影响.....	345
(二) 本次交易完成后对公司盈利能力的影响.....	349
(三) 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.....	350
四、本次交易对公司主营业务和可持续发展能力的影响.....	353
(一) 上市公司未来经营发展战略.....	353
(二) 本次交易完成后的整合计划.....	353
(三) 本次交易对上市公司盈利能力和可持续发展能力的影响.....	355
第十章 财务会计信息.....	358
一、标的公司最近两年简要财务报表.....	358
(一) 合并资产负债表.....	358
(二) 合并利润表.....	359
(三) 合并现金流量表.....	359
二、上市公司备考合并财务报告.....	359
(一) 备考合并资产负债表简表.....	360
(二) 备考合并利润表.....	360
第十一章 同业竞争和关联交易.....	361
一、报告期内交易标的的关联交易情况.....	361
(一) 德马吉的主要关联方.....	361
(二) 关联交易情况.....	361
(三) 关联交易的必要性及定价公允性.....	362
二、本次交易完成后, 上市公司与实际控制人及其关联企业之间同业竞争的情况.....	369
三、本次交易完成后, 上市公司与交易对方的同业竞争情况.....	370
(一) 德马吉(中国)的相关情况.....	370

(二) 与德马吉(中国)相关的承诺函 .....	372
四、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 .....	374
五、本次交易完成后,上市公司与交易对方的关联交易情况 .....	375
第十二章 风险因素 .....	377
一、与本次重组相关的风险 .....	377
(一) 审批风险 .....	377
(二) 本次交易可能被暂停、中止或取消的风险 .....	377
(三) 交易标的评估增值率较高风险 .....	377
(四) 利润承诺期内各年度资产评估预测的实现存在不确定性的风险 .....	378
(五) 本次交易完成后新增商誉存在的减值风险 .....	378
(六) 本次交易后收购整合风险 .....	379
(七) 股票价格波动风险 .....	379
(八) 募集配套资金失败的风险 .....	380
(九) 本次交易后,上市公司每股收益和净资产收益率被摊薄的风险 .....	380
二、标的资产的经营风险 .....	380
(一) 标的公司创意展示设计业务项目成本控制和供应商管理风险 .....	380
(二) 标的公司创意展示设计业务收入波动风险 .....	381
(三) 会展营销服务行业市场竞争风险 .....	381
(四) 核心人才流失及人才储备不足的风险 .....	382
(五) 税收优惠政策变动的风险 .....	382
(六) 应收账款比重持续升高导致坏账损失的风险 .....	383
(七) 管理风险 .....	383
(八) 受宏观经济波动冲击的风险 .....	383
(九) 德马吉独立经营的风险 .....	383
第十三章 其他重要事项 .....	385
一、本次交易完成后,上市公司不存在资金、资产被实际控制人或其他关联人占用的情形,不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情形 .....	385
二、本次交易对上市公司负债结构的影响 .....	385
三、本公司在最近十二个月内资产交易情况 .....	385
四、本次交易对上市公司治理机制和独立性的影响 .....	386
(一) 本次交易对上市公司治理机制的影响 .....	386
(二) 本次交易对上市公司独立性的影响 .....	387
五、上市公司的利润分配政策、现金分红规划及相关说明 .....	389
(一) 公司利润分配政策 .....	389
(二) 最近三年利润分配情况 .....	392
(三) 未分配利润使用情况 .....	393
(四) 《未来三年股东回报规划(2015-2017)》 .....	393
六、本次交易涉及的相关主体买卖上市公司股票的自查情况 .....	395
七、本公司股票连续停牌前价格波动的说明 .....	400
八、本次交易对中小投资者权益保护的安排 .....	400
(一) 严格履行上市公司信息披露义务 .....	400
(二) 严格执行相关程序 .....	400
(三) 网络投票安排 .....	400
(四) 资产定价公允、公平、合理 .....	401

(五) 股份锁定安排.....	401
(六) 其他保护投资者权益的措施.....	402
九、关于本次交易的结论性意见.....	402
(一) 独立董事意见.....	402
(二) 独立财务顾问意见.....	404
(三) 律师事务所意见.....	405
十、本次交易相关证券服务机构.....	406
(一) 独立财务顾问.....	406
(二) 法律顾问.....	407
(三) 审计机构.....	407
(四) 评估机构.....	407
第十四章 声明与承诺.....	408
一、上市公司及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	408
二、独立财务顾问声明.....	410
三、法律顾问声明.....	411
四、审计机构声明.....	412
五、评估机构声明.....	413
第十五章 备查文件.....	414
一、备查文件目录.....	414
二、备查地点.....	415
三、查阅时间.....	415
四、查阅网址.....	415

## 释 义

### 一、一般术语

本公司、公司、上市公司、岭南园林	指	岭南园林股份有限公司
标的公司、德马吉、评估对象	指	德马吉国际展览有限公司
帮林投资	指	樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）
德亿投资	指	樟树市德亿投资管理中心（有限合伙）
德马吉分公司	指	德马吉国际展览有限公司第一分公司
上海励媛汇	指	上海励媛汇投资管理有限公司
香港德马吉	指	德马吉香港展览有限公司（DEMAGE HONGKONG MESSE LIMITED），上海励媛汇的全资子公司
恒润科技	指	上海恒润数字科技有限公司（变更前的名称“上海恒润数字科技股份有限公司”）
岭南绿化	指	东莞市岭南园林绿化有限公司
岭南建设	指	东莞市岭南园林建设有限公司
德马吉（中国）	指	德马吉(中国)展览有限公司
欧马腾	指	上海欧马腾软件有限公司
关联方	指	根据现行有效的《深圳证券交易所股票上市规则》规定所确定的关联方
《资产评估报告》	指	中企华评估出具的《岭南园林股份有限公司拟发行股份及支付现金购买资产所涉及的德马吉国际展览有限公司股东全部权益价值项目评估报告》（中企华评报字(2016)第 3228 号）
《备考审计报告》	指	正中珠江出具《岭南园林股份有限公司 2014 年度、2015 年度备考审计报告》（广会专字[2016]G16003030111 号）
《审计报告》	指	正中珠江出具的《德马吉国际展览有限公司 2014 年、2015 年专项审计报告》（广会专字[2016]G16003030021 号）
标的资产、交易标的、标的股权	指	德马吉国际展览有限公司 100%的股权
交易对方、售股股东	指	樟树市德亿投资管理中心（有限合伙）、樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）
本次交易、本次重组、本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金	指	岭南园林股份有限公司发行股份及支付现金购买德马吉 100%股权，同时以询价方式非公开发行 A 股股票募集配套资金的行为
发行股份及支付现金购买资产	指	岭南园林向德马吉股东德亿投资、帮林投资发行股份及支付现金购买其所持有的德马吉 100%股权
认购对价	指	帮林投资持有的德马吉 60%股权，该等股权由公司以发行股份

		的方式购买
现金购买的股权	指	指德亿投资所持德马吉 40% 股权, 该等股权由公司以现金购买
募集配套资金	指	岭南园林向不超过 10 名(含 10 名)符合条件的特定对象发行股份募集配套资金
《发行股份及支付现金购买资产协议》	指	《岭南园林股份有限公司与樟树市帮林投资管理中心(有限合伙)及樟树市德亿投资管理中心(有限合伙)关于德马吉国际展览有限公司之发行股份及支付现金购买资产协议》
《盈利补偿协议》	指	《岭南园林股份有限公司与樟树市帮林投资管理中心(有限合伙)及樟树市德亿投资管理中心(有限合伙)之盈利补偿协议》
交割日	指	标的股权过户至上市公司名下之日, 即在工商行政管理部门完成标的股权转让的变更登记之日
报告书、本报告书、重组报告书	指	《岭南园林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报告书》
董事会	指	岭南园林股份有限公司董事会
定价基准日	指	岭南园林审议本次交易事宜的第二届董事会第二十八次会议决议公告日
审计、评估基准日	指	2015 年 12 月 31 日
报告期	指	2014 年度、2015 年度
过渡期	指	自评估基准日起至《发行股份及支付现金购买资产协议》所述本次股份转让完成日的期间
工作日	指	指中国法定工作日
独立财务顾问、广发证券	指	广发证券股份有限公司
君合律所	指	北京市君合律师事务所
正中珠江	指	广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)
中企华评估	指	北京中企华资产评估有限责任公司
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
登记结算公司	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
《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》
《重组若干规定》、《若干规定》	指	《关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》
《发行管理办法》	指	《上市公司证券发行管理办法》
《实施细则》	指	《上市公司非公开发行股票实施细则》
《股票上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则》
《财务顾问业务指引》	指	《上市公司重大资产重组信息披露工作备忘录——第二号 上市公司重大资产重组财务顾问业务指引(试行)》
《准则第 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》(2014 年修订)
《公司章程》	指	《岭南园林股份有限公司章程》

元	指	人民币元
万元	指	人民币万元
亿元	指	人民币亿元

## 二、专业术语

终端/营销终端	指	商品与消费者面对面的展示、交易场所，是商品流通的最终环节。企业通过终端，将品牌形象和产品信息传达给消费者，从而使消费者对品牌形象和产品获得认知，最终实现销售。
EI 系统	指	全称 Exhibition Identity,即企业 EI 展台视觉设计，通译为展台识别系统，由德马吉全球首个提出，是将 CI 的非可视内容转化为静态的展台视觉识别符号。企业 CI 包含四个方面，分别为 BI、MI、VI、“EI”，即行为识别、企业理念识别、视觉识别及展台识别
终端展示	指	展示行业中为下游客户提供的服务及产品的统称，包括展示道具和整体展示项目。
终端展示道具、展示道具	指	在商业空间（商场、专卖店、超市、展厅等）设计中用于产品的衬托和商业空间设计与环境陈列搭配的物件，主要包括展示柜、展示架、展台等有助于突出商品形象、公司形象、品牌形象的物件、器物。展示道具从空间的设计来看可大可小，小至产品的一个摆件，大到空间中的重要陈列物件。展示道具也可以是一件独立的产品，可单独作为展示用品来展示。
IP	指	Intellectual Property（知识产权）
3D	指	英文“Three Dimensions”的简称，中文是指三维、三个维度、三个坐标，即有长、宽、高。今天的 3D 主要特指是基于电脑/互联网的数字化的 3D/三维/立体技术，也就是三维数字化。包括 3D 软件技术和硬件技术
特种电影	指	特种电影，是以非常规电影制作手段，采用非常规电影放映系统及观赏形式的电影作品（如环幕、巨幕、球幕、动感及立体电影等）
全息投影	指	全息投影技术（front-projected holographic display）也称虚拟成像技术是利用干涉和衍射原理记录并再现物体真实的三维图像的技术。全息投影技术不仅可以产生立体的空中幻像，还可以使幻像与表演者产生互动，一起完成表演，产生令人震撼的演出效果
虚拟现实/VR	指	VR（Virtual Reality，即虚拟现实，简称 VR），其具体内涵是：综合利用计算机图形系统和各种现实及控制等接口设备，在计算机上生成的、可交互的三维环境中提供沉浸感觉的技术。其中，计算机生成的、可交互的三维环境称为虚拟环境（即 Virtual Environment，简称 VE）。虚拟现实技术是一种可以创建和体验虚拟世界的计算机仿真系统。它利用计算机生成一种模拟环境，是一种多源信息融合的交互式三维

		动态视景和实体行为的系统仿真使用户沉浸到该环境中
多媒体技术	指	通过计算机对文字、数据、图形、图像、动画、声音等多种媒体信息进行综合处理和管理,使用户可以通过多种感官与计算机进行实时信息交互的技术,又称为计算机多媒体技术
虚拟仿真技术	指	在多媒体技术、虚拟现实技术与网络通信技术等信息科技迅猛发展的基础上,将仿真技术与虚拟现实技术相结合的产物,是一种更高级的仿真技术。虚拟仿真技术以构建全系统统一的完整的虚拟环境为典型特征,并通过虚拟环境集成与控制为数众多的实体。实体可以是模拟器,也可以是其他的虚拟仿真系统,也可用一些简单的数学模型表示。实体在虚拟环境中相互作用,或与虚拟环境作用,以表现客观世界的真实特征。虚拟仿真技术的这种集成化、虚拟化与网络化的特征,充分满足了现代仿真技术的发展需求

本报告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。

# 第一章 交易概述

## 一、本次交易的背景

### (一) 文创业态升级、利好政策出台双轮驱动，构筑会展营销业“大蓝海”

#### 1、体验经济和多媒体数字技术的兴起共同催生国民经济的文创发展趋势

随着国人生活水平的不断提高，居民的消费关注点逐渐由商品使用价值转向商品文化内涵的承载性。文化创意产业正是借助商品的载体属性，实现对用户消费诉求的精准传达，进而提升商品的文化附加值，以此满足人们更深层次的个性化消费需求。

我国经济的持续快速增长不断加速着国民经济各产业业态的细分，细化出一批诸如“工程类、技术类、服务类”等较为抽象或不为消费者所常见的细分行业，相关从业企业愈加倾向于依托创意品宣手段来夯实受众对其业务价值和品牌内涵的消费印象。因企业业务属性及消费需求升级所带来的企业间竞争加剧将优先体现在文化创意方案的竞争，优质方案对企业品牌价值增量所产生的影响日益突出。鉴于此，越来越多的企业通过依靠“创意主题设计、空间布置艺术、极具视觉触感及互动体验的虚拟展现方式”等文化创意手段，以精准传达其核心价值 and 塑造其品牌形象。因此，兼具了“视觉体验、创意展示、主题内容定制、个性方案策划”和广域市场一体化服务能力的文化创意展示企业将倍受市场青睐。

另外，受益于数字信息技术的不断进步及其在文化产业领域的逐步渗透，科技与文化的结合越发紧密，不断促进文化创意产业服务能力的跃升。文化创意展示企业通过将“模拟仿真、虚拟现实（后简称“VR”）、数字信息”等多种多媒体数字技术与艺术创意的有机融合，实现虚拟场景的现实重塑，丰富视觉传达的表现形式，以增强终端受众的消费沉浸感，最终更好地满足客户的个性化需求。因此，文化创意产业必定因其不断增强的体验性而获取新的增长机会。

#### 2、“一带一路”战略助推会展营销服务行业大发展

近年来，随着国内企业品牌建设和展示意愿的增强以及一系列利好政策的出



台，会展营销服务行业步入了快速发展期。尤其是“一带一路”战略构想的提出，更为会展营销服务行业创造了全新的发展机会。2013年，中国国家主席习近平出访中亚和东南亚国家期间，先后提出共建“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的战略构想（后简称“一带一路”），得到国际社会高度关注。“一带一路”沿线国家近60个，大多是新兴经济体，经济总量逾21万亿美元。这些国家普遍处于经济发展的上升期，是我国开展互利合作的重点考虑对象。因此，“一带一路”战略的实施，将为我国企业“走出去”创造难得的历史机遇。

在此战略的影响下，国内具有较强市场竞争力的大型企业为抢占这一市场机遇，完成其全球性的战略布局，均逐步加快“走出去”的步伐。而此举必将带来更多大企业品牌文化及全球性业务推广的需求，以提高其在国际市场的知名度，加速完成企业海外客源的积累。相较单一机械的传统产品展陈方式，现代文化创意展示因能为参展企业构建起更具视觉冲击力和互动体验性的品牌文化传达通路，增强参展企业在消费者心中的价值印象，进而倍受青睐。基于此，国内企业对于出境参展营销需求的与日俱增无疑为会展营销行业带来巨大的业务拓展空间。

未来，随着“一带一路”战略的深入贯彻，将加速国内企业海外参展需求潜力的释放，具备国外办展经验及高品牌认可度的会展营销服务企业亦将迎来其发展的黄金时期。

## （二）确立文化创意发展主脉络，借力“VR+”运营模式，扩充公司新业态战略发展版图

公司成立以来，专注于通过园林绿化全产业链覆盖来不断夯实及丰富自有品牌的生态内涵。历经18年积淀，公司现已奠定在园林绿化领域的翘楚地位，已形成“华北、华西、华东、华南、华中”五大区域运营中心，十余家分公司的全国性业务布局。公司上市后，随即提出了“二次创业”，确立了以扎实做强现有生态园林主业，大力发展文化旅游等新产业的战略发展思路，同时亦明确了以文化创意为核心竞争力的发展脉络，以“美丽生活创造者”为企业发展定位，致力于成为中国生态环境与文化旅游综合运营商。在公司传统主业优势的基础上，文化旅游运营板块将成为公司未来新的利润增长点，同时也增强了公司自主品牌在消费端市场的变现能力。

2015年6月,公司全资收购恒润科技。恒润科技系国内优秀的文化创意与科技研发的集团化公司,已形成涵盖“创意设计、影视文化、主题高科技文化产品及IP文化创意项目投资运营”的全产业链产业集群,可为用户提供各类高科技创意数字互动娱乐体验整体解决方案。该次收购后,借助恒润科技主题娱乐体验内容定制能力,公司得以形成“比传统园林企业更具人文体验定制能力,比传统旅游企业更擅于生态环境塑造”的差异化优势。另一方面,恒润科技所具备的VR技术因可通过对特定环境的逼真还原,以及对包括“视觉、听觉、触觉、力觉、运动”等人体基本感知的模拟,给予消费者强烈的视觉冲击力和更加真实的环境沉浸感,增强了互动体验性,为公司拓展新的业务形态,构筑文化创意为核心竞争力奠定了坚实基础。公司将“VR+”作为其新的商业盈利模式,并与现有文旅板块充分融合,可提升该业务的消费吸引力。同时,公司在文化旅游产业板块下将优先选择以增强公司“互动营销”能力作为“VR+”新业态模式下的切入点。

未来,公司将在扎实做强现有生态园林主业的基础上,大力发展文化旅游等新产业,确立以文化创意为核心竞争力的发展脉络,并借助“VR+”模式对增强各业务模块的粘性和张力,通过参股、控股、并购与合作等方式在全球范围内优选兼具文化创意基因和消费端品牌粘性的优质资产,拓充新兴业态的战略版图。

## 二、本次交易的目的

**(一) 依托文化创意定制核心能力,嫁接创意品宣及运营通路,谋求自主品牌在广域消费市场的价值变现,拓充文旅战略版图**

前次并购后,公司依托自身在生态环境塑造以及主题娱乐体验内容定制等方面的核心资源优势,成功拓展主题文化旅游新兴业态战略板块,实现生态园林观赏性和主题体验项目的互动娱乐性有机融合。而德马吉作为公司本次收购标的,系以文化创意设计能力为核心,具有全球业务覆盖能力的创意展示服务提供商。德马吉所专注的是基于对客户“品牌内涵、业务属性、目标客群诉求、产品或服务卖点”等方面的精准把握,实现对客户营销诉求的精准传达,增强客户的品牌价值。

通过本次交易,公司将结合德马吉出色的创意展示和创意策划等优质基因,

一方面增强对自身主题文旅项目品牌内涵创意能力和综合展示能力,形成一定的品牌IP效应并逐步增强品牌的广泛识别性,奠定了公司品牌传播和文旅项目异地复制的基础,同时直接增强了公司的综合文化创意能力,为公司的主题文旅项目提供更全面、更精准的创意营销和策划,从而增强公司未来线下文化旅游主题项目的综合运营实力。

## **(二) 德马吉丰富的海外作业经验助力公司“走出去、带进来”**

德马吉自成立以来,经过十余年的发展,已实现业务全球化覆盖,具有跨地域、全流程、一体化的运营能力,致力于为中国中车、华为、万达、阿里巴巴、中石化、TCL、海尔、中国联通等国内大型企事业单位和Alcatel Lucent、A.O史密斯等境外诸多客户提供国内外展览营销的一站式服务。

为了增强区域客户需求及时响应的能力,德马吉在美国、德国、波兰等地设有办事处。截至2015年底,标的公司在美国、德国、波兰等国平均每国拥有多家长期合作供应商,进而充分保证其国外本土化的客户服务能力。同时,据企业内部保守估计,未来两年国外展业务的收入占比或将超过国内展收入的占比,国外展业务成为企业收入的主要来源。历经多年的业务发展,德马吉已积累丰富的海外作业经验。

通过本次交易,公司可借助德马吉的全球业务渠道而实现自身的技术及业务优势“走出去”,为公司积累国外客户、增加业务机会创造更多的可能性。另外,德马吉丰富的海外作业经验、众多国外办事处及稳定的国外供应商体系将会为公司开拓国外业务提供重要的战略支撑,从而降低其管理运营的成本,缩短其战略布局的时间,加速其“走出去”的步伐。

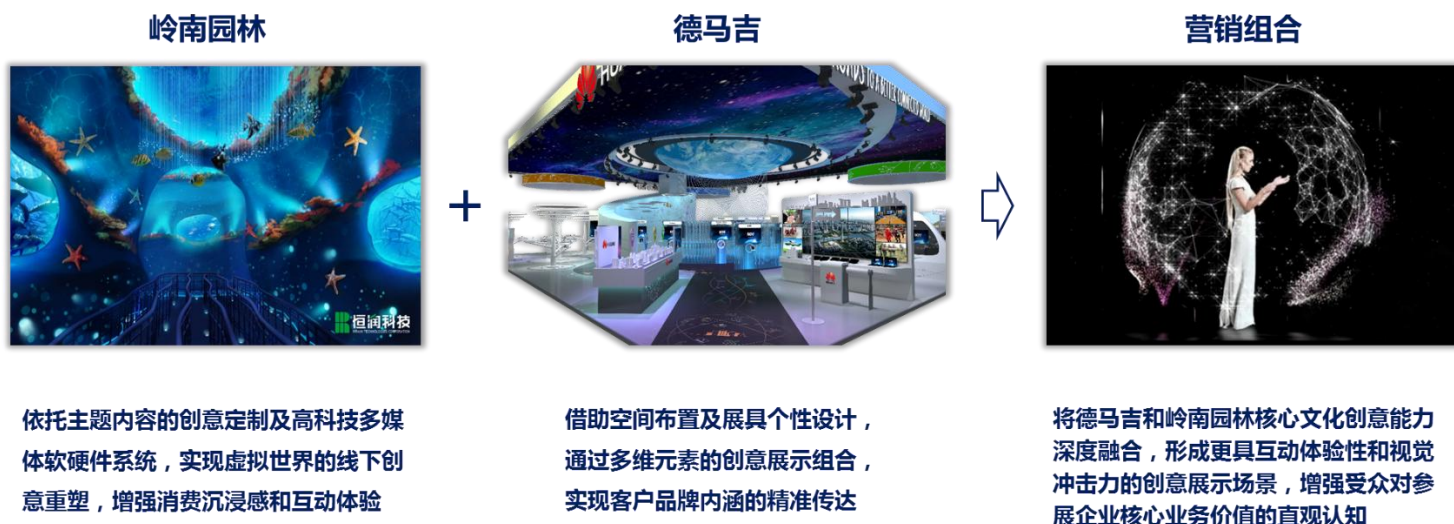
此外,境外存在较多的优质标的资产,公司未来可充分利用德马吉的境外资源和通道,实现将优质海外资产“带进来”,为公司的新产业板块布局和发展提供强有力的支撑。

## **(三) 内容体验嫁接创意展销, 构筑多元营销组合**

前次对恒润科技的收购后,公司实现了自身资源禀赋和高新技术储备的有效扩大。通过本次交易,公司以内容体验定制能力为依托,借力德马吉在空间创意

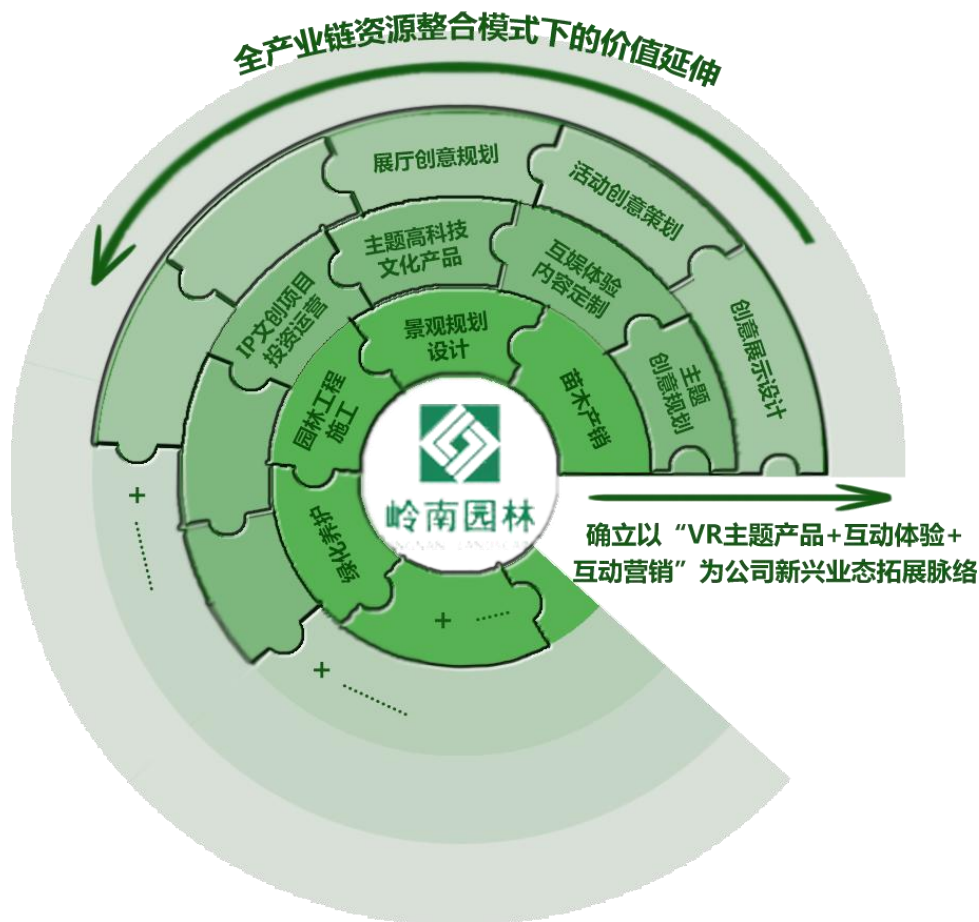
布置、主题品牌塑造、创意品宣等方面的文化创意展示禀赋与自身已有的资源禀赋及技术优势形成交汇协同,可为客户定制兼具体感互动性和视觉冲击力的创意展示体验空间,增强对客户核心价值及品牌文化内涵的精准表达。如:公司将内容创作、多媒体技术和VR等高科技技术以及互动体验设备嫁接至德马吉的“互动营销”的模式上,构筑成公司多元化的营销组合形式。

### 岭南园林与德马吉的创意营销组合结构图



以德马吉的典型客户“华为”为例,华为系趋势性新兴科技类代表性企业,其通信工程类的产品和服务并不为终端消费者所常见。为了让非专业技术出身的潜在客户对其核心价值形成直观、快速且清晰的认知,华为亟需借助一些新兴多媒体手段以更具创造性的形式进行展示。但在现有的展示方式中,德马吉只借助一些创意展示元素的组合和简单的多媒体设备及技术对华为的产品及技术进行展示,视觉呈现的效果及消费者的直观体验感尚有欠缺。如能够借助公司“VR+”模式,结合高科技产品和增强现实环境能力,则能够为企业营造出更加立体、真实和富有沉浸感的互动体验,增强了客户品牌及产品的综合营销展示效果,更加凸显了展示企业的文化和产品竞争力。

### 岭南园林发展战略图



综上所述，本次交易完成后，公司将自身在生态环境塑造、主题娱乐体验内容定制及新媒体科技体验等优势与德马吉的文化创意能力、营销策划能力和全球的业务渠道进行有机整合，打造公司在文旅板块下以“VR主题产品+互动体验+互动营销”为主的发展脉络，为公司成为“美丽生活创造者——生态环境与文化旅游综合运营商”奠定了坚实基础。

### 三、本次交易的决策过程

#### （一）已经履行的决策程序

1、2016年2月24日，公司就重大事项向深交所申请公司股票自2016年2月25日开市起临时停牌，并于当日发布了《重大事项停牌公告》，确定筹划重大事项停牌事宜，2016年3月2日，公司发布了《关于重大事项继续停牌的公告》。2016年3月9日公司拟筹划的重大事项确定为发行股份及支付现金购买资产事项，经公司申请，公司股票自2016年3月10日开市起继续停牌。停牌期间，公司按规定每

五个交易日发布一次重组事项进展情况公告。

2、2016年4月8日，德亿投资召开合伙人会议并通过决议同意向岭南园林出售其持有的德马吉40%股权。

3、2016年4月8日，帮林投资召开合伙人会议并通过决议同意向岭南园林出售其持有的德马吉60%股权。

4、2016年4月8日，德马吉召开股东会决议并通过决议同意帮林投资、德亿投资将分别持有的德马吉60%和40%股权全部转让给岭南园林。

5、2016年4月18日，本公司与交易对方就收购德马吉100%股权，签订了附生效条件的《发行股份及支付现金购买资产协议》和《盈利补偿协议》。

6、2016年4月18日，本公司召开第二届董事会第二十八次会议，审议并通过了《岭南园林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报告书》及相关议案。

7、2016年5月4日，本公司召开2016年第二次临时股东大会会议，审议并通过了《岭南园林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报告书》及相关议案。

## （二）尚需履行的决策程序

1、中国证监会核准本次交易。

上述批准或核准均为本次交易的前提条件，交易方案能否取得证券监管部门的核准存在不确定性，最终取得批准与核准的时间存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

## 四、本次交易具体方案

本次资产重组由以下部分组成：1、发行股份及支付现金购买资产；2、非公开发行股份募集配套资金。本次发行股份及支付现金购买资产与配套融资不互为前提，配套融资发行成功与否，不影响发行股份及支付现金购买资产行为的实施。

## (一) 发行股份及支付现金购买资产

### 1、交易对方

上市公司拟通过发行股份及支付现金相结合的方式，购买德亿投资、帮林投资持有的德马吉 100.00% 股权。本次拟发行股份及支付现金购买资产的交易对方详见本报告书“第三章 交易对方基本情况”。

### 2、标的资产

本次交易标的资产为德亿投资、帮林投资持有的德马吉 100.00% 股权。具体情况请参见本报告书“第四章 交易标的基本情况”。

### 3、标的资产交易作价及增值情况

根据中企华评估出具的中企华评报字（2016）第 3228 号评估报告，以 2015 年 12 月 31 日为评估基准日，德马吉评估增值情况和交易价格如下：

资产	母公司净资产 账面价值（万 元）	评估值（万 元）	增值率	交易价格（万元）
德马吉 100% 股权	2,369.57	37,618.49	1,487.57%	37,500.00

经交易各方协商，本次交易标的资产德马吉 100% 股权作价为 37,500 万元。

### 4、交易支付方式

本次交易对价由上市公司以发行股份及支付现金方式支付，交易对价 60.00% 部分 225,000,000.00 元以发行股份方式支付，共计发行股份 7,804,370 股，其余交易对价 40.00% 部分 150,000,000.00 元以现金方式支付。

具体支付方式如下：

序号	交易对方	总对价 金额 (元)	现金支付		股份支付	
			现金对价 金额 (元)	占总对 价比例 (%)	股份对价 金额 (元)	占总对 价比例 (%)
1	德亿投资	150,000,000	150,000,000	40.00	-	-
2	帮林投资	225,000,000	-	-	225,000,000	60.00
	合计	<b>375,000,000</b>	<b>150,000,000</b>	<b>40.00</b>	<b>225,000,000</b>	<b>60.00</b>

## 5、支付进度及来源

发行股份及支付现金购买资产所涉及的股份交易对价自标的股权交割日后 30 个工作日内，上市公司完成向帮林投资发行股份的交割，并在登记结算公司将发行的股份登记至帮林投资名下。

发行股份及支付现金购买资产所涉及的现金交易对价分为四期进行支付：

第一期于中国证监会作出核准本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的批复且配套募集资金到账后的 10 个工作日内，或中国证监会作出核准本次发行股份及支付现金购买资产但取消配套融资的批复后 30 个工作日后向德亿投资支付 13,500 万元；

第二期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2016 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元；

第三期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2017 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元；

第四期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2018 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元。

上市公司主要筹集此次交易现金对价的资金的来源是本次重组配套募集资金。

## 6、股份发行价格及定价依据

本次发行股份购买资产的定价基准日为公司第二届董事会第二十八次会议决议公告日。

在定价基准日至股份发行日期间，若中国证监会对发行价格的确定进行政策调整，则发行价格和发行数量将作相应调整。

在定价基准日至股份发行日期间，本公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，本次发行价格将做相应调整，具体调整方式以股东大会决议内容为准。



按照《重组管理办法》第四十五条规定，上市公司发行股份的价格不得低于市场参考价的 90%。市场参考价为本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前 20 个交易日、60 个交易日或者 120 个交易日的公司股票交易均价之一。上述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。

本次交易发行股份购买资产的发行价格主要是在充分考虑上市公司股票市盈率及同行业上市公司估值水平的基础上，上市公司通过与交易对方之间的充分磋商，同时在兼顾各方利益的情况下，确定本次发行股份购买资产的发行价格采用定价基准日前 120 个交易日公司股票交易均价作为市场参考价，并以该市场参考价的 90% 作为发行底价。

本次发行股份购买资产选取董事会决议公告日前 120 个交易日均价作为市场参考价。本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前 120 个交易日公司股票交易均价（决议公告日前 120 个交易日公司股票交易总额 / 决议公告日前 120 个交易日公司股票交易总量）为 32.03 元/股，本次发行股份购买资产的股票发行价格为 28.83 元/股，不低于市场参考价的 90%。

公司第二届董事会第二十七次会议及 2015 年度股东大会审议通过了《关于 2015 年度利润分配的方案》，拟以公司 2016 年 3 月 11 日总股本 399,836,207 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.34 元（含税），若前述利润分配实施方案实施完毕，本次发行股份购买资产的发行价格将进行相应调整。

除上述公司 2015 年度利润分配方案实施外，若上市公司在本次发行的定价基准日至发行日期间如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，则按中国证监会及深交所的相关规则对本次发行股份购买资产的发行价格进行相应调整。

上述发行价格已经上市公司股东大会批准。

## 7、股份发行数量

本公司向帮林投资发行股份数量共计 7,804,370 股。具体分配方式如下：

序号	交易对方	股份支付数量(股)
1	帮林投资	7,804,370
合计数		<b>7,804,370</b>

## 8、调价机制

在岭南园林股东大会审议通过本次交易的决议公告日至中国证监会核准本次交易前，出现下列情形之一的，上市公司有权召开董事会对发行股份购买资产的发行价格进行一次调整：

(1) 中小板综合指数(399101.SZ)在任一交易日前的连续30个交易日中至少20个交易日相比于上市公司因本次交易首次停牌日即2016年2月24日收盘点数(即10,892.17点)跌幅超过10%；

(2) 证监会土木工程建筑指数(883153)在任一交易日前的连续30个交易日中有至少20个交易日相比于上市公司因本次交易首次停牌日即2016年2月24日收盘点数(即2,414.78点)跌幅超过10%。

当出现以上任一情形时，公司有权在上述情形出现后自主决定是否召开董事会会议审议是否按照价格调整方案对发行股份购买资产的发行价格进行调整，调价基准日为该次董事会决议公告日，若发行股份购买资产的发行价格高于调价基准日前20个交易日(不包括调价基准日当日)的公司股票交易均价的90%，则发行股份购买资产的发行价格调整为调价基准日前20个交易日(不包括调价基准日当日)的公司股票交易均价的90%，若发行股份购买资产的发行价格低于调价基准日前20个交易日(不包括调价基准日当日)的公司股票交易均价的90%，则发行股份购买资产的发行价格不作调整。

发行价格调整后，认购对价的定价不进行调整，因此发行的股份数量=(标的资产交易价格×60%)÷调整后的发行价格。

在调价基准日至发行日期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，将按照深交所的相关规则对调整后的发行价格、发行数量再作相应调整。

## 9、股份发行价格和数量的调整

在定价基准日至股份发行日期间,若中国证监会对发行价格的确定进行政策调整,则发行价格和发行数量将作相应调整。

除公司 2015 年度利润分配方案实施外,在定价基准日至股份发行日期间,本公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项,本次发行价格将做相应调整,如发行价格调整,发行数量也作相应调整。具体调整方式以股东大会决议内容为准。

## 10、股份锁定期

按照《重组管理办法》第四十六条规定:特定对象以资产认购而取得的上市公司股份,自股份发行结束之日起十二个月内不得转让;属于以下方式之一的三十六个月内不得转让:

- (1) 特定对象为上市公司控股股东、实际控制人或者其控制的关联人;
- (2) 特定对象通过认购本次发行的股份取得上市公司的实际控制权;
- (3) 特定对象取得本次发行的股份时,对其用于认购股份的资产持续拥有权益的时间不足十二个月。

本次发行股份购买资产的交易对方帮林投资以资产认购而取得的上市公司股份自股份发行结束并上市之日起三十六个月内不得转让。

本次发行结束后,由于岭南园林送红股、转增股本等原因增持的上市公司股份的相应比例,亦应遵守上述承诺。

## 11、发行方式

本次发行股份购买资产的发行方式为非公开发行。

## 12、发行股票的种类和面值

本次发行股份购买资产所发行股份的种类为人民币普通股(A股),面值为人民币1元。

## 13、发行股票的上市地点

本次发行股份购买资产所发行之 A 股股票将于发行完成后申请在深交所中

小板上市。

## (二) 募集配套资金

### 1、发行对象

本次交易的现金对价由上市公司向特定对象发行股份募集配套资金的方式募集,募集配套资金总额不超过 1.7 亿元,即不超过标的资产交易价格的 45.33%。

募集配套资金的发行对象为不超过 10 名(含 10 名)符合条件的特定投资者,包括证券投资基金、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、证券公司、合格境外机构投资者、自然人及其他符合法定条件的合格投资者。证券投资基金管理公司以及其管理的 2 只以上基金认购本次发行股份募集配套资金的,视为一个发行对象;信托公司作为发行对象,只能以自有资金认购。

### 2、股份发行价格及定价依据

本次募集配套资金的定价基准日为公司第二届董事会第二十八次会议决议公告日。

上市公司本次拟向不超过 10 名(含 10 名)符合条件的特定投资者发行股票募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日股票交易均价的 90%,即不低于 34.40 元/股。

公司第二届董事会第二十七次会议及 2015 年度股东大会审议通过了《关于 2015 年度利润分配的方案》,拟以公司 2016 年 3 月 11 日总股本 399,836,207 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.34 元(含税),若前述利润分配实施方案实施完毕,本次募集配套资金的发行价格将进行相应调整。

最终发行价格在本公司取得中国证监会关于本次重组的核准批文后,由本公司董事会根据股东大会的授权,依据《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》等有关法律、行政法规及其他规范性文件的规定及市场情况,并根据询价情况,与本次发行的独立财务顾问协商确定。

除上述公司 2015 年度利润分配方案实施外,定价基准日至发行日期间,上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事

项的,将依据相关规定对本次发行价格作相应除权除息处理,发行数量也将根据本次发行价格的变动情况进行相应调整。

上述发行价格及确定发行价格的原则已经本公司股东大会批准。

### 3、股份发行数量

本公司通过询价的方式向符合条件的不超过 10 名(含 10 名)特定投资者发行股份募集配套资金,金额不超过标的资产交易价格的 45.33%,为 170,000,000 元。以不低于定价基准日前 20 个交易日股票交易均价的 90%,即不低于 34.40 元/股计算,公司为募集配套资金需发行股份数不超过 4,941,860 股。上述具体发行数量将以标的资产成交价为依据,提请股东大会授权董事会根据询价结果确定,发行数量亦需考虑 2015 年度公司利润分配方案实施的影响。

### 4、股份发行价格和数量的调整

在定价基准日至股份发行日期间,若中国证监会对发行价格的确定进行政策调整,则发行价格和发行数量将作相应调整。

在定价基准日至股份发行日期间,本公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项,本次发行价格将做相应调整,如发行价格调整,发行数量也作相应调整。具体调整方式以股东大会决议内容为准。

### 5、股份锁定期

参与配套募集资金认购的其他特定投资者以现金认购的股份自股份发行结束并上市之日起十二个月内不得转让。

本次发行完成后,由于上市公司送红股、转增股本等原因增持的公司股份,亦应遵守上述约定。待股份锁定期届满后,本次发行的股份将依据中国证监会和深交所的相关规定在深交所交易。

如中国证监会对股份限售有更为严格的规定,则适用中国证监会的相关规定。

### 6、本次配套募集资金的用途

本次发行股份募集配套资金主要用于支付本次交易的现金对价和支付中介费用等与重组相关的其他费用，具体情况如下表所示：

用途	金额（元）	所占比例
支付本次交易的现金对价	150,000,000	88.24%
支付中介费用等与重组相关的其他费用	20,000,000	11.76%
<b>合计</b>	<b>170,000,000</b>	<b>100.00%</b>

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，或配套资金是否足额募集，均不影响本次发行股份及支付现金购买资产行为的实施。

若本次募集配套资金发行失败或募集配套资金金额不足，则公司将以自筹资金支付本次交易的现金对价及相关支出。

## 7、发行方式

本次发行股份募集配套资金的发行方式为非公开发行。

## 8、发行股票的种类和面值

本次募集配套资金发行股票的种类为境内上市的人民币普通股（A股），每股面值为人民币1元。

## 9、发行股票的上市地点

本次发行股份募集配套资金所发行之A股股票将于发行完成后申请在深交所中小板上市。

### （三）业绩承诺、补偿安排及超额业绩奖励

#### 1、业绩承诺

根据本公司与帮林投资、德亿投资签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》及《盈利补偿协议》，德亿投资及帮林投资承诺，德马吉2016年度、2017年度、2018年度实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的预测净利润分别为不低于2,500万元、3,250万元、4,225万元（均含本数）。

#### 2、盈利预测补偿安排

本次重组完成后,德马吉应在承诺期各个会计年度结束后的4个月内聘请为岭南园林出具年度审计报告的会计师事务所对德马吉进行审计,并出具专项审核报告。如在承诺期内,德马吉每年度截至当期期末累计实现的归属于母公司所有者的净利润(以下简称“当年度实现净利润”)低于截至当期期末累计当年度预测净利润,则帮林投资及德亿投资应在当年度专项审核报告在指定媒体披露后分别按照以下约定向岭南园林进行补偿:

(1) 帮林投资应以股份方式向岭南园林进行补偿:

当年度应补偿的股份数量=(当年度预测净利润-当年度实现净利润)×60%÷承诺期内累计预测的净利润之和×《发行股份及支付现金购买资产协议》及其补充协议(如有)约定的标的资产交易价格÷本次发行价格-累计已补偿股份数量。

上述计算结果小于0时,按0取值。帮林投资向岭南园林支付的补偿总额不超过其在本本次交易中所获得的股份对价总额2.25亿元。

岭南园林将以人民币1.00元的价格向帮林投资回购帮林投资应补偿的股份并依法予以注销。

岭南园林应在当期年度报告披露后的10个交易日内发出召开审议上述股份回购事项的股东大会(以下简称“回购股东大会”)会议通知。

如股份回购事宜未获回购股东大会审议通过,岭南园林将在回购股东大会决议公告后10个交易日内书面通知帮林投资。帮林投资应在接到该通知后30日内取得所需批准(如需),并在符合相关证券监管法规、规则和监管部门要求的前提下,于接到上述通知后180日内将应补偿股份无偿赠送给回购股东大会股权登记日登记在册的除帮林投资以外的全体股东,该等股东按照其持有的A股股份数量占股权登记日扣除帮林投资所持股份总数外的岭南园林总股份数的比例获赠股份。

自应补偿股份数量确定之日(指当期年度报告披露之日)起至该等股份注销前或被赠与股东前,帮林投资或岭南园林就该等股份不拥有表决权且不享有收益分配的权利。

(2) 德亿投资应以现金方式向岭南园林进行补偿:

当年度应补偿的现金金额=(当年度预测净利润-当年度实现净利润)×40%÷承诺期内累计预测的净利润之和×《发行股份及支付现金购买资产协议》及其补充协议(如有)约定的标的资产交易价格-累计已补偿现金金额。

上述计算结果小于0时,按0取值。德亿投资向岭南园林支付的补偿总额不超过其在本次交易所获得的现金对价总额1.5亿元。

德亿投资应在当年度专项审核报告在指定媒体披露后的10个工作日内向岭南园林支付当年度应补偿的现金金额。

### 3、超额业绩奖励

#### (1) 超额业绩奖励的具体内容

在中国证监会或其他监管部门允许的范围内,若德马吉承诺期内截至某一年度期末实现的当年度实现净利润超过当年度预测净利润,公司及德马吉同意:将当年度实现净利润超过当年度预测净利润部分(以下简称“当年度超额净利润”)中不超过当年度预测净利润20%的部分全额奖励给德马吉的经营管理团队,当年度超额净利润大于当年度预测净利润20%的,并将当年度超额净利润超出当年度预测净利润20%部分中的35%奖励给德马吉经营管理团队,具体计算公式如下:

1) 当年度超额净利润≤当年度预测净利润\*20%的情形下:

当年度业绩奖励=当年度超额净利润

2) 当年度超额净利润>当年度预测净利润\*20%的情形下:

当年度业绩奖励=当年度预测净利润\*20%+(当年度超额净利润-当年度预测净利润\*20%)\*35%。

上述业绩奖励总额不得超过标的资产交易价格的20%,如监管机构要求对上述业绩奖励总额进行调整,则以监管机构要求为准。

上述业绩奖励应在当年度结束且该年度的专项审核报告出具后30个工作日内由德马吉代扣代缴个人所得税后以现金方式支付给德马吉的经营管理团队。

上述业绩奖励的经营管理团队具体范围由交割日后的德马吉董事会确定,业



绩奖励实施细则由公司或交割日后的德马吉另行制定。

## (2) 设置业绩奖励的原因、依据及合理性

本次交易中设置超额业绩奖励的机制, 主要原因是为了保持德马吉经营管理团队的稳定性, 并提高其经营积极性, 有效绑定上市公司与德马吉经营管理团队, 进一步保障上市公司及广大投资者的利益。

本次超额业绩奖励条款以德马吉实现超额业绩为前提, 是交易双方在充分考虑本次交易完成后上市公司与德马吉经营管理团队对德马吉超额业绩的贡献、上市公司全体股东及中小投资者利益的保护、德马吉的经营情况及经营稳定性、对德马吉经营管理团队的激励效果的背景下, 基于公平交易和市场化并购的原则, 经过多次市场化磋商后协商一致的结果, 具有合理性。

## (3) 业绩奖励的相关会计处理

根据《企业会计准则第9号——职工薪酬》(以下简称“职工薪酬准则”)的相关规定, 职工薪酬界定为“企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿”。因此, 凡是企业为获得职工提供的服务给予或付出的各种形式的对价, 均构成职工薪酬。本次超额业绩奖励是针对德马吉在任的经营管理团队并且要求标的公司实现超额业绩, 其实际性质是上市公司对标的公司经营管理团队向标的公司提供的劳务服务而支付的激励报酬, 从而适用职工薪酬准则。

其会计处理方法是: 上市公司应于业绩利润承诺和利润补偿期间内每年达到超额业绩奖励条件时按约定公式计提应付职工薪酬, 计入上市公司对应年度的管理费用, 具体会计处理如下:

### 1) 发生超额业绩奖励的会计处理

借: 管理费用

贷: 应付职工薪酬

### 2) 发放奖励时的会计处理

借: 应付职工薪酬

贷：银行存款

#### (4) 业绩奖励对上市公司可能造成的影响

如果德马吉实现超额业绩，则根据业绩奖励安排实际支付奖励金额时，将影响上市公司当期净利润与现金流。但由于超额业绩奖励基于德马吉超额完成承诺业绩，不会对当期上市公司及德马吉的生产经营产生重大不利影响。本次交易中的超额业绩奖励安排，有利于促进德马吉经营管理团队的经营积极性，激发其进一步拓展业务的动力，有利于保护上市公司和全体中小股东的权益；同时，实现超额业绩并支付超额业绩奖励后，仍以上市公司为主要受益对象。因此，本次超额业绩奖励安排不会对上市公司未来的生产经营造成不利影响。

#### 4、承诺期届满标的资产减值时的补偿义务

在承诺期届满时，岭南园林将聘请具有证券期货从业资格的审计机构对标的资产进行减值测试，并出具减值测试报告，如标的资产期末减值额超过已补偿股份所对应的金额与已补偿现金金额之和（以下合称“已补偿金额”），就超出部分，帮林投资、德亿投资应在减值测试报告出具之日起 10 个工作日内以现金方式或岭南园林接受的其他方式对岭南园林另行补偿。帮林投资和德亿投资就该等应另行补偿的金额承担连带责任。

需另行补偿的金额=标的资产期末减值额－承诺期内已补偿金额。

前述标的资产期末减值额为标的资产本次重组的交易价格减去承诺期届满减值测试报告所确定标的资产的评估值并扣除承诺期内标的资产股东增资、减资、接受赠与以及利润分配的影响，减值额以标的资产本次重组的交易价格为限。

#### 5、补偿的上限和孳息的处理

帮林投资和德亿投资在《盈利补偿协议》关于承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务所承担补偿金额合计以标的资产的交易价格为限。帮林投资就《盈利补偿协议》承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务，帮林投资用于补偿的累计股份数量以其因本次重组所取得公司股份总数（包括因相应股份所获转增或送股的股份，但不包括因认购配股等帮林投资另行支付对价而增加

的股份)为限。

若岭南园林在承诺期内有送股、资本公积金转增股本,或现金分红的,则“当年度应补偿的股份数量”按以下公式调整:

若岭南园林在承诺期内有送股、资本公积金转增股本的,则“当年度应补偿的股份数量”=按照《盈利补偿协议》第 2.1 条计算公式计算的应补偿股份数×(1+转增或送股比例)

若岭南园林在承诺期内实施有现金分红的,其按《盈利补偿协议》第 2 条约定计算的应补偿股份在补偿实施前各年度累计获得的分红收益(以税前金额为准)应由帮林投资同时以现金形式返还给岭南园林,该等现金补偿应在股份补偿事宜办理完毕之日前(含当日)完成,应返还金额=每股已分配现金股利×当年度应补偿的股份数量。

帮林投资和德亿投资就承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务承担连带责任。

## 五、本次交易对上市公司的影响

### (一) 本次交易对上市公司股权结构的影响

本次交易向帮林投资预计发行数量不超过7,804,370股。同时,拟向不超过10名(含10名)符合条件的特定投资者发行不超过4,941,860股。本次交易完成前后的股权结构如下:

股东名称	本次交易前(截至 2016 年 3 月 31 日)		本次交易后	
	持股数量(股)	持股比例(%)	持股数量(股)	持股比例(%)
尹洪卫	160,545,533	40.15	160,545,533	38.91
新余长袖投资有限公司	32,851,638	8.22	32,851,638	7.96
冯学高	19,160,180	4.79	19,160,180	4.64
彭外生	16,937,191	4.24	16,937,191	4.11
本次交易前的其他股东	170,341,665	42.60	170,341,665	41.29
帮林投资	-	-	7,804,370	1.89
不超过 10 名的特定对象	-	-	4,941,860	1.20

<b>合 计</b>	<b>399,836,207</b>	<b>100.00</b>	<b>412,582,437</b>	<b>100.00</b>
------------	--------------------	---------------	--------------------	---------------

注：以上数据将根据岭南园林本次实际发行股份数量而发生相应变化。

如上表所示，本次交易完成后，岭南园林股本总额不高于412,582,437股，社会公众股持股比例超过10%，岭南园林的股权分布仍符合上市条件。

在不考虑募集配套资金的情况下本次交易完成前后公司的股权结构如下表所示：

股东名称	本次交易前（截至 2016 年 3 月 31 日）		本次交易后	
	持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
尹洪卫	160,545,533	40.15	160,545,533	39.38
新余长袖投资有限公司	32,851,638	8.22	32,851,638	8.06
冯学高	19,160,180	4.79	19,160,180	4.70
彭外生	16,937,191	4.24	16,937,191	4.15
本次交易前的其他股东	170,341,665	42.60	170,341,665	41.79
帮林投资	-	-	7,804,370	1.91
<b>合 计</b>	<b>399,836,207</b>	<b>100.00</b>	<b>407,640,577</b>	<b>100.00</b>

如上表所示，本次交易完成后，岭南园林股本总额不高于 407,640,577 股，社会公众股持股比例超过 10%，岭南园林的股权分布仍符合上市条件。

## （二）本次交易对上市公司主要财务数据的影响

根据正中珠江出具的《备考审计报告》，岭南园林本次交易前后备考合并报表主要财务数据对比如下：

单位：万元

项目	2014年12月31日/ 2014年实现数	2014年12月31日/ 2014年备考数	增幅 (%)	2015年12月31日/ 2015年实现数	2015年12月31日/ 2015年备考数	增幅 (%)
总资产	191,349.45	228,509.64	19.42	363,566.46	402,636.40	10.75
归属于母公司所有者权益	75,314.93	96,706.02	28.40	95,867.85	118,367.85	23.47
营业收入	108,819.29	112,162.40	3.07	188,886.12	195,458.26	3.48
利润总额	14,080.54	14,379.88	2.13	20,279.24	21,547.24	6.25
归属于母公司所有者的净利润	11,701.16	11,922.49	1.89	16,795.11	17,876.68	6.44

## 六、本次交易不构成关联交易

本次交易的交易对方在本次交易前与上市公司及其关联方不存在法律、法规、规章及规范性文件规定的关联关系。本次交易支付方式为发行股份及支付现金，交易完成后，单个交易对方不持有公司5%以上的股份。根据《股票上市规则》，交易对方非上市公司的关联方，本次交易不构成关联交易。

## 七、本次交易不构成借壳上市

根据《重组管理办法》第十三条，构成借壳上市指：自控制权发生变更之日起，上市公司向收购人及其关联方购买的资产总额，占上市公司控制权发生变更的前一个会计年度经审计的合并财务会计报告期末资产总额的比例达到100%以上。

本次交易前，截至2016年3月31日，尹洪卫持有公司股份160,545,533股，占公司总股本的40.15%，为公司的控股股东和实际控制人。本次交易完成后，在考虑本次配套融资的前提下，尹洪卫持有上市公司股权比例为38.91%。因此，本次交易完成后，上市公司的控股股东、实际控制人仍为尹洪卫，本次交易不会导致上市公司实际控制人发生变更。此外，上市公司本次购买的资产总额（以德马吉2015年12月31日资产总额与交易价格相比孰高值为计算标准）为37,500万元，占岭南园林2015年12月31日经审计资产总额363,566.46万元的10.31%。

综上，本次交易并不构成《重组管理办法》第十三条所规定的借壳上市。

## 八、本次交易不构成重大资产重组

根据《重组管理办法》的规定：上市公司在 12 个月内连续对同一或者相关资产进行购买、出售的，以其累计数分别计算相应数额。交易标的资产属于同一交易方所有或者控制，或者属于相同或者相近的业务范围，或者中国证监会认定的其他情形下，可以认定为同一或者相关资产。

本次交易，上市公司拟通过发行股份及支付现金方式购买德马吉合计 100.00% 股权并募集配套资金。德马吉作为创意展示服务提供商，其主营业务为创意展示设计、活动创意策划等，在本次发行股份及支付现金购买资产前 12 个月内，即 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日，上市公司购买资产情况如下：

2015 年 3 月 27 日，岭南园林披露《重大事项停牌公告》，于 2015 年 4 月 10 日公司拟筹划的重大事项确定为重大资产重组，并于 2015 年 5 月 20 日披露《岭南园林股份有限公司重大资产重组报告书》。公司与前次重大资产重组标的公司恒润科技的前股东彭外生、顾梅、刘军、张晓华、吕嗣孝、上海恒膺投资管理合伙企业（有限合伙）就以支付现金方式收购恒润科技 100% 股权，签订了附生效条件的《上海恒润数字科技股份有限公司股份转让协议》。截止本报告书签署日，公司已完成对恒润科技 100% 股权收购的事项。

恒润科技作为国内优秀的文化创意科技企业，其业务主要包括影视文化、主题高科技文化产品及 IP 文化创意项目投资运营在内的主题文化创意类业务，该次收购行为系已按照《重组管理办法》的规定编制并披露重大资产重组报告书的资产交易行为，已履行了必要的审批程序，本次交易无需按照前次重大资产重组的交易价格与本次交易价格的累计数分别计算相应的数额。

根据岭南园林、德马吉的 2015 年度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	岭南园林 2015 年末 /2015 年度	德马吉 2015 年末 /2015 年度	交易对价	占比	是否构成重大资产重组

资产总额	363,566.46	4,044.95	37,500.00	10.31%	否
资产净额	95,867.85	2,481.95	37,500.00	39.12%	否
营业收入	188,886.12	6,572.14	-	3.48%	否

注：岭南园林的资产总额、资产净额取自经审计的 2015 年 12 月 31 日合并资产负债表，营业收入取自经审计的 2015 年度合并利润表；德马吉资产总额、资产净额指标均根据《重组管理办法》的相关规定，以其资产总额、资产净额分别与交易价格相比孰高值为计算标准，即为 37,500 万元。

上述资产净额为归属于母公司的所有者权益。

根据《重组管理办法》的规定，本次交易虽未构成中国证监会规定的上市公司重大资产重组行为，但由于本次交易涉及发行股份购买资产，故需提交中国证监会并购重组审核委员会审核，并在取得中国证监会核准后方可实施。

## 第二章 上市公司基本情况

### 一、公司基本情况

公司名称	岭南园林股份有限公司
英文名称	LingNan Landscape Co.,Ltd.
法定代表人	尹洪卫
注册地址	东莞市东城区光明大道 27 号金丰大厦 A 栋 301 室
办公地址	东莞市东城区光明大道 27 号金丰大厦 A 栋 301 室
企业性质	上市公司
股票代码	002717
股票简称	岭南园林
实际控制人	尹洪卫
注册资本	399,836,207.00 元
经营范围	园林景观工程、市政工程；园林绿化、植树造林工程、石场生态覆绿工程；水电安装工程，室内外装饰、土石方工程；绿化养护、高尔夫球场建造与养护、清洁服务（不含城市生活垃圾经营性清扫、收集、运输、处理服务）（涉证项目，凭有效许可证经营）。（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。）
统一社会信用代码	91441900708010087G
上市日期	2014 年 2 月 19 日

### 二、历史沿革及股权变动情况

#### （一）公司设立时的股权结构

本公司成立于 1998 年 7 月 20 日，成立时名称为“东莞市岭南园林绿化有限公司”。岭南绿化由尹积欢和李少华共同投资设立，注册资本为 50 万元，经营范围为园林绿化工程，苗木、盆景种植；销售园林机械、园林盆景。

岭南绿化成立时的股权结构如下表所示：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
尹积欢	40.00	80.00
李少华	10.00	20.00



股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
合计	50.00	100.00

根据东莞市中联会计师事务所有限公司出具的中联会验字(1998)第065号《验资报告》，截至1998年7月9日，岭南绿化已收到尹积欢和李少华分别以货币资金投入的注册资本合计50万元。

## (二) 公司设立后至首次公开发行并上市前的股权变更

### 1、2003年9月，岭南绿化由50万元增资至1,030万元

2003年8月29日，岭南绿化召开股东会，同意对岭南绿化增资980万元，其中尹积欢增资835.50万元、李少华增资144.50万元。2003年9月2日，岭南绿化在东莞市工商局完成本次增资的工商变更登记手续。本次增资完成后，岭南绿化的股权结构变化情况如下表所示：

股东名称	增资前		增资后	
	出资额(万元)	出资比例(%)	出资额(万元)	出资比例(%)
尹积欢	40.00	80.00	875.50	85.00
李少华	10.00	20.00	154.50	15.00
合计	50.00	100.00	1030.00	100.00

根据东莞市中联会计师事务所有限公司出具的中联会验字(2003)第317号《验资报告》，截至2003年9月1日，岭南绿化已收到股东缴纳的新增注册资本合计980万元，公司实收注册资本增加至1,030万元。

### 2、2003年9月，岭南绿化股权转让

2003年9月3日，岭南绿化召开股东会，同意尹积欢将其持有的岭南绿化全部85%的股权以875.50万元的价格转让给尹洪卫(尹积欢系尹洪卫父亲)，李少华将其持有的岭南绿化全部15%的股权以154.50万元的价格转让给吴文松。2003年9月3日，相关方分别签订了《股权转让合同》，上述股权转让均按原始出资额(即每元注册资本出资一元)计价。2003年9月8日，岭南绿化在东莞市工商局完成本次股权转让的工商变更登记手续。本次股权转让完成后，岭南绿化的股权结构变化情况如下表所示：

股东名称	股权转让前	股权转让后
------	-------	-------

	出资额(万元)	出资比例(%)	出资额(万元)	出资比例(%)
尹积欢	875.50	85.00	-	-
李少华	154.50	15.00	-	-
尹洪卫	-	-	875.50	85.00
吴文松	-	-	154.50	15.00
<b>合计</b>	<b>1,030.00</b>	<b>100.00</b>	<b>1,030.00</b>	<b>100.00</b>

### 3、2006年10月，岭南绿化由1,030万元增资至2,030万元

2006年10月11日，岭南绿化召开股东会，同意对岭南绿化增资1,000万元，其中尹洪卫增资850万元、吴文松增资150万元。2006年10月16日，岭南绿化在东莞市工商局完成本次增资的工商变更登记手续。本次增资完成后，岭南绿化的股权结构变化情况如下表所示：

股东名称	增资前		增资后	
	出资额(万元)	出资比例(%)	出资额(万元)	出资比例(%)
尹洪卫	875.50	85.00	1,725.50	85.00
吴文松	154.50	15.00	304.50	15.00
<b>合计</b>	<b>1,030.00</b>	<b>100.00</b>	<b>2,030.00</b>	<b>100.00</b>

根据东莞市东诚会计师事务所有限公司出具的东诚内验字[2006]第34522号《验资报告》，截至2006年10月13日，岭南绿化已收到股东缴纳的新增注册资本合计1,000万元，公司实收注册资本增加至2,030万元。

### 4、岭南绿化更名至岭南建设

2007年12月17日，岭南绿化召开股东会，同意公司名称由“东莞市岭南园林绿化有限公司”更名为“东莞市岭南园林建设有限公司”。2007年12月27日，岭南建设在东莞市工商局完成本次更名的工商变更登记手续。

### 5、2009年5月，岭南建设股权转让及由2,030万元增资至3,030万元

2009年4月30日，岭南建设召开股东会，同意吴文松将其原持有的岭南建设8.28%的股权以168.15万元的价格转让给尹洪卫；同时对岭南建设增资1,000万元，其中尹洪卫增资636.40万元、新引入的股东冯学高增资363.60万元。2009年4月30日，吴文松和尹洪卫签订了《股权转让合同》，本股权转让按原始出资额计价。2009年5月20日，岭南建设在东莞市工商局完成本次股权转让及增

资的工商变更登记手续。本次股权转让及增资完成后，岭南建设的股权结构变化情况如下表所示：

股东名称	增资前		增资后	
	出资额(万元)	出资比例(%)	出资额(万元)	出资比例(%)
尹洪卫	1,725.50	85.00	2,530.05	83.50
冯学高	-	-	363.60	12.00
吴文松	304.50	15.00	136.35	4.50
<b>合计</b>	<b>2,030.00</b>	<b>100.00</b>	<b>3,030.00</b>	<b>100.00</b>

根据东莞市东诚会计师事务所有限公司出具的东诚内验字[2009]第 210037 号《验资报告》，截至 2009 年 5 月 8 日，岭南建设已收到股东缴纳的新增注册资本合计 1,000 万元，公司实收注册资本增加至 3,030 万元。本次增资业经正中珠江广会所专字[2011]第 09006440161 号《关于岭南园林 2009 年变更验资报告的专项复核意见》复核。

## 6、2010 年 1 月，岭南建设股权转让

为进一步优化公司股权结构，完善公司治理结构，提高经营决策水平和管理科学性，2009 年 10 月 18 日，岭南建设召开股东会，同意尹洪卫将其持有的岭南建设 20% 的股权以 2,089 万元的价格转让给新余长袖，将其持有的岭南建设 0.875% 的股权以 91.3938 万元的价格转让给陈刚；吴文松将其持有的岭南建设 1.125% 的股权以 117.5063 万元的价格转让给陈刚；冯学高将其持有的岭南建设 3% 的股权以 313.35 万元的价格转让给吴双。同日，相关方分别签订了《股权转让合同》，上述股权转让的价格均约为 3.447 元/股，系以截至 2008 年 12 月 31 日岭南建设的每股净资产值为基础，同时考虑公司已于 2009 年 5 月完成增资 1,000 万元，溢价一定比例确定。

2010 年 1 月 13 日，岭南建设在东莞市工商局完成本次股权转让的工商变更登记手续。本次股权转让完成后，岭南建设的股权结构变化情况如下表所示：

序号	股东名称	股权转让前		股权转让后	
		出资额(万元)	出资比例(%)	出资额(万元)	出资比例(%)
1	尹洪卫	2,530.0500	83.5000	1,897.5375	62.6250
2	新余长袖	-	-	606.0000	20.0000
3	冯学高	363.6000	12.0000	272.7000	9.0000

4	吴文松	136.3500	4.5000	102.2625	3.3750
5	吴双	-	-	90.9000	3.0000
6	陈刚	-	-	60.6000	2.0000
合计		<b>3,030.0000</b>	<b>100.00</b>	<b>3,030.0000</b>	<b>100.00</b>

本次股权转让方均已足额缴纳应交个人所得税款。

## 7、2010年7月，岭南建设股权转让及由3,030.00万元增资至3,379.936万元

2010年7月12日，岭南建设召开股东会，同意尹洪卫将其所持有的岭南建设1.0394%的股权以1,086,549元的价格转让给冯学高，同日，相关方签订了《股权转让合同》；同时对岭南建设增资3,499,360元，新增注册资本分别由岭南建设的高级管理人员或业务骨干人员刘勇、武敏、秦国权、王小东、何嘉鸣、尹志扬、刘汉球、梅云桥、杜丽燕、杨帅等十人以货币资金出资认缴，具体认缴情况如下表所示：

序号	股东姓名	认缴资本的出资额(万元)	实际出资额(万元)
1	刘勇	99.1448	342.0495
2	武敏	97.3422	335.8306
3	秦国权	73.2319	252.6500
4	王小东	15.7730	54.4169
5	何嘉鸣	13.5197	46.6430
6	尹志扬	13.5197	46.6430
7	刘汉球	13.5197	46.6430
8	梅云桥	9.0132	31.0955
9	杜丽燕	8.1119	27.9861
10	杨帅	6.7599	23.3216
合计		<b>349.9360</b>	<b>1,207.2792</b>

上述股权转让及增资的价格系参考截至2009年12月31日岭南建设的每股净资产值，略高于前述2010年1月岭南建设股权转让时价格，即为3.45元/股。本次股权转让及增资的主要目的是增强公司未来经营管理的稳定性，确保公司既定发展战略的贯彻实施，有利于公司和股东的长远利益。

尹洪卫已足额缴纳本次股权转让涉及的应交个人所得税款。2010年7月27日，岭南建设在东莞市工商局完成本次股权转让及增资的工商变更登记手续。本

次股权转让及增资完成后，岭南建设股权结构变化情况如下表所示：

序号	股东姓名	变更前		变更后	
		出资额(万元)	出资比例(%)	出资额(万元)	出资比例(%)
1	尹洪卫	1,897.5375	62.6250	1,866.0433	55.2094
2	新余长袖	606.0000	20.0000	606.0000	17.9293
3	冯学高	272.7000	9.0000	304.1942	9.0000
4	吴文松	102.2625	3.3750	102.2625	3.0256
5	刘勇	-	-	99.1448	2.9333
6	武敏	-	-	97.3422	2.8800
7	吴双	90.9000	3.0000	90.9000	2.6894
8	秦国权	-	-	73.2319	2.1667
9	陈刚	60.6000	2.0000	60.6000	1.7929
10	王小东	-	-	15.7730	0.4667
11	何嘉鸣	-	-	13.5197	0.4000
12	尹志扬	-	-	13.5197	0.4000
13	刘汉球	-	-	13.5197	0.4000
14	梅云桥	-	-	9.0132	0.2667
15	杜丽燕	-	-	8.1119	0.2400
16	杨帅	-	-	6.7599	0.2000
合计		<b>3,030.0000</b>	<b>100.0000</b>	<b>3,379.9360</b>	<b>100.0000</b>

根据正中珠江出具的广会所验字[2010]第 09006440069 号《验资报告》，截至 2010 年 7 月 21 日，岭南建设已收到新股东缴纳的新增出资额合计 12,072,792 元，均为货币出资，其中 3,499,360 元列入实收资本，8,573,432 元列入资本公积，公司实收注册资本增加至 33,799,360 元。

## 8、2010 年 8 月，岭南建设股权转让

2010 年 8 月，何嘉鸣移民国外，由于不再方便参与公司管理和履行股东义务，其向公司提出辞职并转让所持股权。2010 年 8 月 6 日，岭南建设召开股东会，同意何嘉鸣将所持有的岭南建设 0.40% 的股权以 46.6429 万元的价格转让给秦国权。同日，相关方签订了《股权转让合同》，本次股权转让价格与何嘉鸣 2010 年 7 月增资时的价格一致。

2010 年 8 月 12 日，岭南建设在东莞市工商局完成本次股权转让的工商变更登记手续。本次股权转让完成后，岭南建设的股权结构变化情况如下表所示：

序号	股东姓名	变更前	变更后
----	------	-----	-----

		出资额(万元)	出资比例(%)	出资额(万元)	出资比例(%)
1	尹洪卫	1,866.0433	55.2094	1,866.0433	55.2094
2	新余长袖	606.0000	17.9293	606.0000	17.9293
3	冯学高	304.1942	9.0000	304.1942	9.0000
4	吴文松	102.2625	3.0256	102.2625	3.0256
5	刘勇	99.1448	2.9333	99.1448	2.9333
6	武敏	97.3422	2.8800	97.3422	2.8800
7	吴双	90.9000	2.6894	90.9000	2.6894
8	秦国权	73.2319	2.1667	86.7516	2.5667
9	陈刚	60.6000	1.7929	60.6000	1.7929
10	王小东	15.7730	0.4667	15.7730	0.4667
11	何嘉鸣	13.5197	0.4000	-	-
12	尹志扬	13.5197	0.4000	13.5197	0.4000
13	刘汉球	13.5197	0.4000	13.5197	0.4000
14	梅云桥	9.0132	0.2667	9.0132	0.2667
15	杜丽燕	8.1119	0.2400	8.1119	0.2400
16	杨帅	6.7599	0.2000	6.7599	0.2000
<b>合计</b>		<b>3,379.9360</b>	<b>100.0000</b>	<b>3,379.9360</b>	<b>100.0000</b>

## 9、2010年9月，岭南建设整体变更设立岭南园林

2010年8月17日，岭南建设股东会审议通过关于岭南建设由有限责任公司整体变更为股份有限公司的相关议案。同日，岭南建设的全体股东尹洪卫、新余长袖、冯学高、吴文松、刘勇、武敏、吴双、秦国权、陈刚、王小冬、尹志扬、刘汉球、梅云桥、杜丽燕、杨帅等14名自然人和1名法人作为发起人股东，共同签署了《东莞市岭南园林股份有限公司发起人协议》，约定以岭南建设2010年7月31日经审计的净资产130,626,797.75元，按照1:0.5742的比例折为股份有限公司的注册资本7,500万股，剩余部分作为股份溢价计入资本公积，折股后各股东的持股比例保持不变，以整体变更方式设立股份公司。

2010年8月31日，正中珠江为岭南园林设立出具了广会所验字[2010]第09006440081号《验资报告》，验证公司全体发起人认缴的出资已足额缴纳，注册资本已全额收到。

2010年9月3日，东莞市工商局向岭南园林核发了注册号为441900000175385的《企业法人营业执照》，注册资本为7,500万元。岭南建设整体变更为岭南园林后，股权结构如下表所示：

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)
1	尹洪卫	41,407,050	55.2094
2	新余长袖	13,446,975	17.9293
3	冯学高	6,750,000	9.0000
4	吴文松	2,269,200	3.0256
5	刘勇	2,199,975	2.9333
6	武敏	2,160,000	2.8800
7	吴双	2,017,050	2.6894
8	秦国权	1,925,025	2.5667
9	陈刚	1,344,675	1.7929
10	王小东	350,025	0.4667
11	尹志扬	300,000	0.4000
12	刘汉球	300,000	0.4000
13	梅云桥	200,025	0.2667
14	杜丽燕	180,000	0.2400
15	杨帅	150,000	0.2000
合计		<b>75,000,000</b>	<b>100.0000</b>

## 10、2012年6月，岭南园林股份转让

2012年3月2日，武敏向岭南园林提交《辞职申请书》，由于其个人原因，向岭南园林申请辞去副总经理职务。经本公司召开的第一届董事会第十三次会议审议，其辞职申请获得批准，本公司并终止与武敏签署的劳动合同。2012年6月22日，武敏与岭南园林控股股东及实际控制人尹洪卫签署了《关于岭南园林股份有限公司的股份转让协议》，武敏将其所持岭南园林216万股股份按入股价格全部转让给尹洪卫。2012年6月28日，尹洪卫将上述股份受让价款支付给武敏。武敏出具了《确认函》，确认其已收到转让所持岭南园林216万股股份应向尹洪卫收取的全部股份转让价款合计335.8306万元，本次股份转让系其本人真实自愿的意思表示，并不再直接或间接持有公司任何股份。2012年9月3日，武敏与尹洪卫签署《确认函》，确认其对于尹洪卫基于上述协议的签订及履行而取得的公司216万股股份的真实性、合法性和有效性没有异议，亦不会以该协议签订时不符合《公司法》和上市公司章程的规定为由，主张本次股份转让行为无效或上述《股份转让协议》无效、就此提出任何其他权利主张或提出任何其他异议。本次股份转让完成后，尹洪卫持有公司43,567,050股股份，占公司股份总数的58.0894%，仍为公司的控股股东和实际控制人；武敏不再直接或间接持有

公司任何股份。

本次股份转让完成前后，岭南园林的股权结构变化情况如下表所示：

序号	股东姓名	股份转让前		股份转让后	
		持股数量(股)	持股比例(%)	持股数量(股)	持股比例(%)
1	尹洪卫	41,407,050	55.2094	43,567,050	58.0894
2	新余长袖	13,446,975	17.9293	13,446,975	17.9293
3	冯学高	6,750,000	9.0000	6,750,000	9.0000
4	吴文松	2,269,200	3.0256	2,269,200	3.0256
5	刘勇	2,199,975	2.9333	2,199,975	2.9333
6	武敏	2,160,000	2.8800	-	-
7	吴双	2,017,050	2.6894	2,017,050	2.6894
8	秦国权	1,925,025	2.5667	1,925,025	2.5667
9	陈刚	1,344,675	1.7929	1,344,675	1.7929
10	王小东	350,025	0.4667	350,025	0.4667
11	尹志扬	300,000	0.4000	300,000	0.4000
12	刘汉球	300,000	0.4000	300,000	0.4000
13	梅云桥	200,025	0.2667	200,025	0.2667
14	杜丽燕	180,000	0.2400	180,000	0.2400
15	杨帅	150,000	0.2000	150,000	0.2000
合计		<b>75,000,000</b>	<b>100.0000</b>	<b>75,000,000</b>	<b>100.0000</b>

### (三) 公司首次公开发行并上市后的股权结构

2014年1月6日，中国证监会下发《关于核准岭南园林股份有限公司首次公开发行股票批复》（证监许可（2014）49号），核准公司公开发行新股不超过2,500万股。公司股东可公开发售股份不超过2,000万股，公开发行股票总量不超过2,500万股。

2014年2月11日公司向社会公开发行了人民币普通股（A股）2,143万股，其中发行新股1,072万股，老股转让1,071万股，每股面值1元，每股发行价22.32元。根据正中珠江于2014年2月14日出具的《验资报告》（广会验字[2014]G14000120025号），截至2014年2月14日止，岭南园林公开发行新股募集资金总额为23,927.04万元，扣除岭南园林应承担的本次发行上市各项费用2,927.04万元，岭南园林实际已收到的募集资金净额为21,000万元，其中新增注册资本1,072万元，增加资本公积19,928万元。本次发行后，岭南园林累计注册



资本为 8,572 万元，股本为 8,572 万元。2014 年 2 月 19 日，公司股票经深交所批准在深交所中小企业板挂牌上市。首次公开发行股票完成后，公司的总股本增加至 8,572 万股。本次公开发行前后，股权结构变化如下表所示：

项目	股东	本次发行前		发售股份数量(股)	本次发行后	
		持股数量(股)	持股比例(%)		持股数量(股)	持股比例(%)
有限售条件股份	尹洪卫	43,567,050	58.0894	6,221,374	37,345,676	43.5700
	新余长袖	13,446,975	17.9293	1,920,228	11,526,747	13.4500
	冯学高	6,750,000	9.0000	963,900	5,786,100	6.7500
	吴文松	2,269,200	3.0256	324,041	1,945,159	2.2700
	刘勇	2,199,975	2.9333	314,156	1,885,819	2.2000
	吴双	2,017,050	2.6894	288,035	1,729,015	2.0200
	秦国权	1,925,025	2.5667	274,894	1,650,131	1.9300
	陈刚	1,344,675	1.7929	192,020	1,152,655	1.3400
	王小冬	350,025	0.4667	49,984	300,041	0.3500
	尹志扬	300,000	0.4000	42,840	257,160	0.3000
	刘汉球	300,000	0.4000	42,840	257,160	0.3000
	梅云桥	200,025	0.2667	28,564	171,461	0.2000
	杜丽燕	180,000	0.2400	25,704	154,296	0.1800
	杨帅	150,000	0.2000	21,420	128,580	0.1500
社会公众股	-	-	10,720,000	21,430,000	25.0000	
<b>合计</b>	<b>75,000,000</b>	<b>100.0000</b>	<b>21,430,000</b>	<b>85,720,000</b>	<b>100.0000</b>	

#### (四) 岭南园林上市以来股本变化情况

2014 年 8 月 18 日，公司召开 2014 年第一次临时股东大会，审议通过以 2014 年 6 月 30 日总股本 8,572 万股为基数，以资本公积金全体股东每 10 股转增 9 股的有关决议。转增完成后公司总股本变更为 16,286.80 万股，正中珠江出具了广会验字[2014]G14037030025 号的《验资报告》对本次新增资本实收情况进行了验证，东莞市工商局于 2014 年 9 月 4 日为公司换发了《营业执照》。

2015 年 3 月 30 日，公司召开 2014 年年度股东大会，审议通过以 2014 年 12 月 31 日总股本 16,286.80 万股为基数，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股的有关决议。转增完成后公司总股本变更为 32,573.60 万股，根据正中珠江于 2015 年 4 月 10 日出具的《验资报告》（广会验字[2015]G15000530088 号），截至 2015 年 4 月 9 日，岭南园林已将资本公积 162,868,000 元转增股本，变更后的注册资本为 325,736,000 元。

2016年1月6日,中国证监会出具《关于核准岭南园林股份有限公司非公开发行股票批复》(证监许可[2016]41),核准岭南园林非公开发行不超过74,100,207股。公司于2016年2月实施了非公开发行股票方案,共发行人民币普通股74,100,207股,发行价格为14.17元/股,募集资金总额为人民币1,049,999,938.00元。上述非公开发行股票的74,100,207股人民币普通股已于2016年2月17日在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理完毕证券登记手续。非公开发行股票后,公司总股本为399,836,207股。

岭南园林已就上述办理了工商变更登记手续。

### (五) 目前股本结构

截至2016年3月31日,公司总股本为399,836,207股,股权结构如下:

股份类别	股数(股)	占总股本比例
<b>一、有限售条件股份</b>	<b>241,346,297</b>	<b>60.36%</b>
1、国家持股	-	-
2、国有法人持股	-	-
3、其他内资持股	241,346,297	60.36%
其中:境内非国有法人持股	28,934,366	7.24%
高管股份	-	-
其他境内自然人持股	212,411,931	53.12%
4、外资持股	-	-
<b>二、无限售条件股份</b>	<b>158,489,910</b>	<b>39.64%</b>
1、人民币普通股	158,489,910	39.64%
2、境内上市外资股	-	-
3、境外上市外资股	-	-
4、其他	-	-
<b>三、股份总数</b>	<b>399,836,207</b>	<b>100.00%</b>

### 三、公司最近三年控制权变动情况

公司的控股股东和实际控制人为尹洪卫。自上市以来,公司未发生控股股东和实际控制人变动的情况。

## 四、控股股东及实际控制人概况

本公司的控股股东和实际控制人为尹洪卫，本次交易前，尹洪卫持有本公司160,545,533股，占公司总股本的40.15%，并担任本公司董事长、总经理。

尹洪卫，男，1965年生，专科学历，高级环境艺术师，广东省风景园林协会第二届理事会副会长，东莞市园林绿化行业协会理事长。毕业于惠州大学，历任东莞市农科所副科长、主任科员、岭南绿化执行董事兼总经理、岭南建设董事长兼总经理，2010年9月至今任本公司董事长、总经理。2010年获“中国优秀民营企业家”称号和“中国园林绿化行业优秀企业家”称号。

## 五、主营业务具体情况

公司致力于成长为生态环境与文化旅游运营商，目前主要从事园林板块业务和文化创意板块业务。其中，园林板块业务是公司自成立以来从事的主要业务，已经打造了集园林工程施工、景观规划设计、绿化养护及苗木产销为一体的园林产业链；而文化创意板块业务主要由公司之子公司恒润科技进行开展。

### （一）园林板块业务

公司的园林板块业务囊括园林工程施工、景观规划设计、绿化养护和苗木产销四类业务，其中，园林工程施工业务是公司营业收入和利润的主要来源；苗木产销业务主要满足公司承接工程项目的自用，部分对外出售。

### （二）文化创意板块业务

公司的文化旅游板块业务主要由恒润科技开展，恒润科技凭借对业主方运营定位、品牌内涵、特色文化、空间特点等方面的深入挖掘及系统规划，按照特定主题将故事情节、环境道具、互动设备、放映设备、舞台剧、脱口秀等多维文化创意元素进行个性定制及跨界整合，为涵盖主题公园、科博馆、大型企事业展馆、城市地标性购物中心体验馆等在内的业主单位打造集主题策划、项目规划、内容摄制、观影设备、工程实施于一体的文化创意整体解决方案，并获得相应的营业收入和利润。

## 六、主要财务数据

### (一) 资产负债表主要数据

单位：元

项目	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
总资产	3,635,664,557.80	1,913,494,513.20	1,204,604,975.51
总负债	2,675,278,431.85	1,160,345,228.75	778,467,248.66
所有者权益合计	960,386,125.95	753,149,284.45	426,137,726.85
归属于母公司所有者 权益合计	958,678,462.57	753,149,284.45	426,137,726.85

### (二) 利润表主要数据

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	1,888,861,160.97	1,088,192,851.22	805,391,015.68
营业利润	199,373,332.49	141,237,027.37	115,601,753.41
利润总额	202,792,360.52	140,805,387.85	116,490,174.76
净利润	168,542,486.73	117,011,557.60	96,630,043.11
归属于母公司所有者 的净利润	167,951,055.82	117,011,557.60	96,630,043.11

### (三) 现金流量表主要数据

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	-137,327,609.08	-191,839,795.53	-31,497,157.56
投资活动产生的现金流量净额	-250,775,111.94	-13,538,555.23	-4,491,359.69
筹资活动产生的现金流量净额	388,043,782.58	366,352,462.09	34,804,231.82
现金及现金等价物净增加额	-58,938.44	160,974,111.33	-1,184,285.43

## 七、最近三年重大资产重组情况

2015年5月18日，公司与彭外生、顾梅、刘军、张晓华、吕嗣孝、上海恒膺投资管理合伙企业（有限合伙）订立了《股份转让协议》，约定岭南园林用现金收购彭外生、顾梅、刘军、张晓华、吕嗣孝、上海恒膺投资管理合伙企业（有限合伙）合计所持上海恒润数字科技股份有限公司100%股权，收购总价格为55,000万元。交易对价系参照中企华资产评估有限责任公司以2014年12月31日为评估基准日经评估的恒润科技股东全部权益价值，经各方协商一致确定。

同日，公司召开第二届董事会第十八次会议，审议并通过了《岭南园林股份有限公司重大资产重组报告书》及相关议案。

2015年6月4日，岭南园林2015年第一次临时股东大会批准该次收购。

2015年6月5日，上海市奉贤区市场监督管理局出具《准予变更登记通知书》，准予了恒润科技的变更登记，原彭外生、顾梅、刘军、张晓华、吕嗣孝、上海恒膺投资管理合伙企业（有限合伙）持有的恒润科技100%的股权已变更至岭南园林名下，相关程序已经完成，恒润科技为岭南园林全资子公司。

除上述情况外，公司不存在其他重大资产重组情况。

## **八、上市公司及其现任董事、高级管理人员被司法机关、证监会调查以及最近三年所受行政处罚或刑事处罚情况的说明**

截至本报告书签署日，上市公司及其现任董事、高级管理人员不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规被中国证监会立案调查的情形。

最近三年内，上市公司及其现任董事、高级管理人员不存在受到行政处罚（与证券市场明显无关的除外）或者刑事处罚的情形。

## **九、上市公司及其董事、监事、高级管理人员诚信情况的说明**

最近三年内，上市公司及其董事、监事、高级管理人员诚信情况良好，不存在未履行承诺、被投诉或被深交所公开谴责的情形。

## 第三章 交易对方基本情况

### 一、本次交易对方总体情况

本公司拟向德马吉股东帮林投资和德亿投资以发行股份及支付现金方式购买其持有的德马吉 100.00% 股权。

### 二、本次交易对方详细情况

#### 1、樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）

##### （1）基本情况

公司名称	樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）
执行事务合伙人	王翔
注册地址	江西省樟树市中药城 E1 栋 25 号楼 120 号
通讯地址	上海市闵行区景联路 398 号 2 号楼 5 楼
企业性质	有限合伙企业
出资额	600 万元人民币
统一社会信用代码	91360982MA35FN5Q65
经营范围	企业投资管理，资产管理。（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 12 月 01 日
经营期限	2015 年 12 月 01 日至 2035 年 11 月 30 日

##### （2）历史沿革

根据工商档案，帮林投资由王翔、师欣欣于 2015 年 12 月 1 日共同出资设立，具体情况如下：

2015 年 11 月 30 日，樟树市工商行政管理局作出《企业名称预先核准通知书》（（樟）名称预核登记[2015]第 0572 号），同意企业名称为“樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）”。

2015 年 11 月 30 日，帮林投资的普通合伙人王翔与有限合伙人师欣欣签署了《樟树市帮林投资管理中心（合伙企业）合伙协议》，约定的出资方式、数额如下：

单位：万元

序号	出资人	出资额	出资比例 (%)
1	王翔	300.00	50.00
2	师欣欣	300.00	50.00
合计		<b>600.00</b>	<b>100.00</b>

2015年12月1日,樟树市工商行政管理局核发了证照编号为098220023186《合伙企业营业执照》,登记的主要经营场所为江西省樟树市中药城E1栋25号楼120号;登记的执行事务合伙人为王翔;登记的经营范围为企业投资管理,资产管理(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)。

帮林投资设立后至今合伙人及出资情况未发生变化。

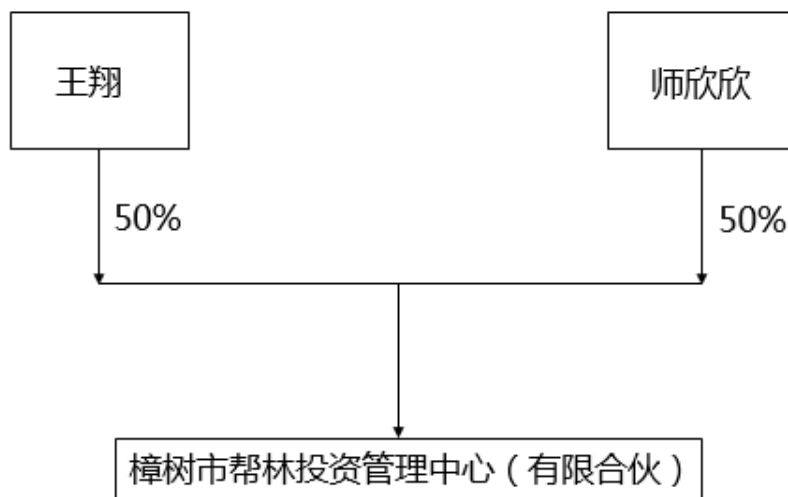
根据帮林投资全体合伙人出具的承诺,王翔和师欣欣所持上述出资权属清晰、完整,其就上述出资均已履行了全额出资义务;其为上述出资的最终和真实所有人,不存在以信托、委托他人或接受他人委托等方式持有上述出资的情形;该等出资份额未设置任何质押、抵押、担保或其他权利限制,不存在纠纷或潜在纠纷,未被行政或司法机关查封、冻结,亦不存在其他限制或禁止转让的情形。

### (3) 主营业务发展状况

帮林投资主要从事企业投资管理、资产管理等业务,自设立以来未发生变化。

### (4) 产权及控制关系

截至本报告书签署日,王翔、师欣欣等2人持有帮林投资100%的出资额。执行事务合伙人为王翔,帮林投资的产权控制结构图如下:



帮林投资实际控制人为王翔和师欣欣，两人为夫妻关系，互为一致行动人。王翔与师欣欣相关情况如下：

### 1) 王翔

#### ①王翔的基本情况

姓名	王翔
性别	男
国籍	中国
居民身份证号	36232*****5
住址	江西省上饶市广丰县永丰街道新潭****
通讯地址	上海市虹梅南路 2555 弄 27 号 101 室
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

王翔为德马吉的创始人之一，于 2012 年德马吉成立至今于德马吉担任执行董事、总经理；2014 年至今在欧马腾担任执行董事、总经理，截至本报告书签署日，王翔持有欧马腾 90% 股权。

#### ③控制或持有的企业的基本情况

截至本报告书签署日，除德亿投资、帮林投资外，王翔持有其他境内公司股权或控制其他境内公司情况如下：

序号	行业	企业名称	持股比例	主营业务
----	----	------	------	------



1	互联网	上海欧马腾软件有限公司	90%	计算机软件开发
2	互联网	上海搜展网络科技有限公司	80%	计算机技术开发
3	互联网	上海雷游网络科技有限公司	20%	计算机技术开发
4	咨询	上海莅阳商务咨询中心（有限合伙）	99%	商务咨询
5	咨询	上海孜孜商务咨询合伙企业（有限合伙）	1%	商务咨询

其中，上海搜展网络科技有限公司、上海莅阳商务咨询中心（有限合伙）和上海孜孜商务咨询合伙企业（有限合伙）自设立以来均未开展实际业务，截止本报告书签署日，上述企业均已向相关部门递交了注销材料，目前在处于注销中。

欧马腾成立于 2014 年 9 月 15 日，注册号 310117003176649，类型为有限责任公司（国内合资），法定代表人吴强，住所为上海市松江区石湖荡镇长塔路 775 弄 1~7 号 1、9 幢 3 楼 A-3，注册资本 300 万元，经营期限：2014 年 9 月 15 日-2044 年 9 月 14 日，经营范围为：计算机软件开发（除计算机信息系统安全专用产品）；计算机网络科技领域内技术开发，技术服务、技术咨询、技术转让；计算机软硬件（除计算机信息系统安全专用产品）销售。

上海搜展网络科技有限公司成立于 2008 年 4 月 9 日，注册号 310226000856016，法定代表人为王翔，住所为上海市奉贤区柘林镇船浜村 13 组，注册资本为 10 万元，经营期限：2008 年 4 月 9 日至 2018 年 4 月 8 日。经营范围为：计算机网络科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让、会务服务、展览展示服务。

上海雷游网络科技有限公司成立于 2015 年 1 月 8 日，注册号 310114002847125，法定代表人为何志英，住所为上海市嘉定区陈翔路 88 号 6 幢 3 楼 A 区 3173 室，注册资本为 1,000 万元。经营期限：2015 年 1 月 8 日至 2045 年 1 月 7 日，经营范围：从事网络科技及计算机技术领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机系统集成，网络工程，动漫设计，创意服务，图文设计制作，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售。

上海莅阳商务咨询中心（有限合伙）成立于 2015 年 11 月 3 日，注册号 310230000863141，类型为有限合伙企业，执行事务合伙人王翔，住所上海市崇明县城桥镇东河沿 68 号 C 幢 505 室（上海城桥经济开发区），注册资本 120 万，

经营期限：2015年11月03日-2025年11月02日，经营范围：投资管理，咨询，商务咨询，市场营销策划，会展服务，展览展示服务。

上海孜孜商务咨询合伙企业(有限合伙)成立于2015年8月28日，注册号：310230000839423，类型为有限合伙企业，执行事务合伙人王翔，住所为上海市崇明县城桥镇东河沿68号C幢417室(上海城桥经济开发区)，注册资本1万元，经营期限：2015年8月28日-2025年8月27日，经营范围：投资管理，咨询，商务咨询，市场营销策划，会展服务，展览展示服务。

## 2) 师欣欣

### ①师欣欣的基本情况

姓名	师欣欣
性别	女
国籍	中国
居民身份证号	13012*****6
住址	河北省石家庄市长安区南村镇北五女村新****
通讯地址	上海市虹梅南路2555弄27号101室
是否取得其他国家或地区 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

师欣欣为德马吉创始人之一，于2012至今在德马吉担任监事。

### ③控制或持有的企业的基本情况

截至本报告签署日，除德亿投资、帮林投资外，师欣欣持有其他境内公司股权或控制其他境内公司情况如下：

序号	行业	企业名称	持股比例	主营业务
1	咨询	上海莅阳商务咨询中心(有限合伙)	1%	商务咨询
2	咨询	上海孜孜商务咨询合伙企业(有限合伙)	98%	商务咨询
3	互联网	上海搜展网络科技有限公司	1%	网络科技开发

上述公司上海搜展网络科技有限公司、上海莅阳商务咨询中心(有限合伙)和上海孜孜商务咨询合伙企业(有限合伙)设立以来均未开展实际业务，截止本报告书签署日，上述企业均已向相关部门递交了注销材料，目前在处于注销中。

## (5) 主要合伙人及其他关联人

截至本报告书签署日, 帮林投资主要合伙人及具体认缴金额、比例情况如下:

合伙人姓名	认缴数额 (万元)	认缴比例 (%)
王翔	300	50.00
师欣欣	300	50.00
<b>合计</b>	<b>600</b>	<b>100.00</b>

## (6) 主要财务数据

单位: 元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
资产总额	9,001,197.08	-
负债总额	9,001,671.00	-
合伙人权益	-473.92	-
资产负债率	100.01%	-
项目	2015年度	2014年度
营业收入	-	-
利润总额	-473.92	-
净利润	-473.92	-
净利率	-	-

注: 以上财务数据未经审计。

## (7) 下属企业名录

截至本报告书签署日, 除德马吉外, 帮林投资没有持有其他企业的投资权益。

## 2、樟树市德亿投资管理中心(有限合伙)

### (1) 基本情况

公司名称	樟树市德亿投资管理中心(有限合伙)
执行事务合伙人	师欣欣
注册地址	江西省樟树市中药城E1栋25号楼121号
通讯地址	上海市闵行区景联路398号2号楼5楼
企业性质	有限合伙企业
出资额	900万元人民币
统一社会信用代码	91360982MA35FN5C19
经营范围	企业投资管理, 资产管理。(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12月01日
经营期限	2015年12月01日至2035年11月30日

## (2) 历史沿革

根据工商档案,德亿投资由师欣欣、王翔于 2015 年 12 月 1 日共同出资设立,具体情况如下:

2015 年 11 月 30 日,樟树市工商行政管理局作出《企业名称预先核准通知书》((樟)名称预核登记[2015]第 0570 号),同意企业名称为“樟树市德亿投资管理中心(有限合伙)”。

2015 年 11 月 30 日,德亿投资的普通合伙人师欣欣与有限合伙人王翔签署了《樟树市德亿投资管理中心(合伙企业)合伙协议》,约定的出资方式、数额如下:

单位:万元

序号	出资人	出资额	出资比例(%)
1	师欣欣	450.00	50.00
2	王翔	450.00	50.00
合计		<b>900.00</b>	<b>100.00</b>

2015 年 12 月 1 日,樟树市工商行政管理局核发了证照编号为 098220023185《合伙企业营业执照》,登记的主要经营场所为江西省樟树市中药城 E1 栋 25 号楼 121 号;登记的执行事务合伙人为师欣欣;登记的经营范围为企业投资管理,资产管理(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)。

德亿投资设立后至今合伙人及出资情况未发生变化。

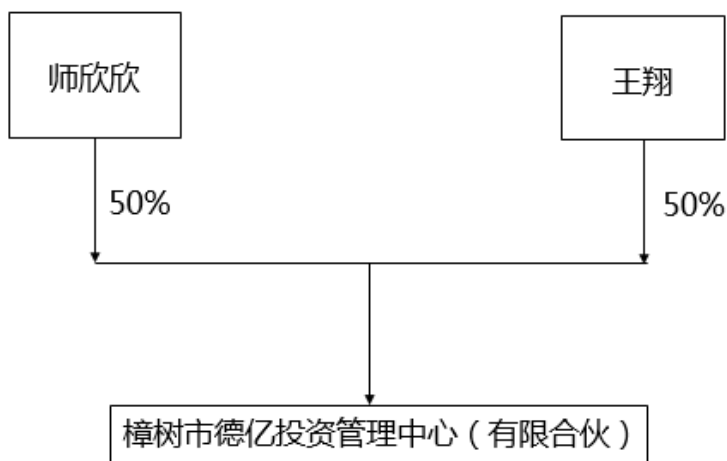
根据德亿投资全体合伙人出具的承诺,王翔和师欣欣所持上述出资权属清晰、完整,其就上述出资均已履行了全额出资义务;其为上述出资的最终和真实所有人,不存在以信托、委托他人或接受他人委托等方式持有上述出资的情形;该等出资份额未设置任何质押、抵押、担保或其他权利限制,不存在纠纷或潜在纠纷,未被行政或司法机关查封、冻结,亦不存在其他限制或禁止转让的情形。

## (3) 主营业务发展状况

德亿投资主要从事企业投资管理、资产管理等业务,自设立以来未发生变化。

## (4) 产权及控制关系

截至本报告书签署日，师欣欣、王翔等 2 人持有德亿投资 100% 的出资额。执行事务合伙人为师欣欣，德亿投资的产权控制结构图如下：



德亿投资实际控制人为师欣欣和王翔，两人为夫妻关系，互为一致行动人。王翔与师欣欣的相关情况请参见本章之“二、本次交易对方详细情况”之“1、樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）”之“（4）产权及控制关系”。

#### （5）主要合伙人及其他关联人

截至本报告书签署日，德亿投资主要合伙人及具体认缴金额、比例情况如下：

合伙人姓名	认缴数额 (万元)	认缴比例 (%)
师欣欣	450	50.00
王翔	450	50.00
合计	<b>900</b>	<b>100.00</b>

#### （6）主要财务数据

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产总额	6,001,197.08	-
负债总额	6,001,671.00	-
合伙人权益	-473.92	-
资产负债率	100.01%	-
项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	-	-
利润总额	-473.92	-

净利润	-473.92	-
净利率	-	-

注：以上财务数据未经审计

### (7) 下属企业名录

截至本报告书签署日,除德马吉外,德亿投资没有持有其他企业的投资权益。

## 三、交易对方向上市公司推荐的董事、监事及高级管理人员情况

截至本报告书签署日,本次交易对方帮林投资、德亿投资均未向上市公司推荐董事、监事和高级管理人员。

## 四、交易对方已经合法拥有标的资产的完整权利以及不存在限制或者禁止转让的情形

### (一) 交易对方已经合法拥有标的资产的完整权利

交易对方帮林投资、德亿投资及实际控制人王翔、师欣欣均已出具承诺函,承诺:本企业/本人合法拥有德马吉的股权,已履行全额出资义务,对该股权有完整的处置权;本企业/本人为标的股权的最终和真实所有人,不存在以信托、委托他人或接受他人委托等方式持有标的股权的情形;该股权未设置任何质押、抵押、担保或其他权利限制,不存在纠纷或潜在纠纷,未被行政或司法机关查封、冻结,亦不存在其他限制或禁止转让的情形。

### (二) 交易行为已经获得帮林投资、德亿投资合伙人会议以及标的公司股东会批准

帮林投资已经召开合伙人会议并通过决议同意向岭南园林出售其持有的德马吉60%股权。

德亿投资已经召开合伙人会议并通过决议同意向岭南园林出售其持有的德马吉40%股权。

德马吉已经召开股东会并通过决议同意全体股东帮林投资、德亿投资向岭南园林出售其持有的德马吉100%股权,本次交易已经取得标的公司章程规定的股

权转让前置条件。

## 五、交易对方及相关中介机构关于本次资产重组未泄露本次交易内幕信息以及未利用本次交易信息进行内幕交易的说明

本次重组的所有交易对方帮林投资、德亿投资均出具了声明，不存在泄露本次交易内幕信息以及利用本次交易信息进行内幕交易的情形。

本次重组的相关中介机构均进行了自查并出具自查报告，不存在泄露本次交易内幕信息以及利用本次交易信息进行内幕交易的情形。

本次重组相关主体不存在因涉嫌与本次交易相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查的情形，最近36个月内不存在因与重大资产重组相关的内幕交易被中国证监会作出行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的情形；上述主体不存在《关于加强与上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》（证监会公告[2012]33号）第十三条规定的不得参与任何上市公司的重大资产重组的情形。

## 六、交易对方与上市公司之间是否具有关联关系的说明

本次交易的交易对方帮林投资、德亿投资已分别出具承诺函，说明其与上市公司之间在本次交易前不存在关联关系和其他利益安排。

## 七、交易对方及其主要管理人员最近五年内行政处罚（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

截至本报告书签署日，本次交易对方帮林投资、德亿投资及交易对方主要管理人员均出具承诺函，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的情形。

## 八、交易对方及其主要管理人员最近五年的诚信情况

截至本报告书签署日，交易对方帮林投资、德亿投资及交易对方主要管理人

员最近三年内没有发生证券市场失信行为；最近五年内不存在以下诚信有失的情况，包括但不限于：未履行有关公开承诺而被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分的情况；受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施；因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见；因涉违法违规行为处于调查之中尚无定论；对所任职（包括现任职和曾任职）公司、企业因重大违法违规行为而被处罚负有责任；个人负有数额较大债务到期未清偿；欺诈或其他不诚实行为等情形。交易对方帮林投资、德亿投资及交易对方主要管理人员最近五年内未受过行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚、未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁（包括正在进行、将要进行或可发生的诉讼、仲裁）。



## 第四章 交易标的基本情况

### 一、德马吉的基本情况

企业名称:	德马吉国际展览有限公司
企业类型:	有限责任公司
企业注册地:	上海市松江区石湖荡镇长塔路 775 弄 17 号 9 幢 3 楼 C-27
企业办公地址:	上海市闵行区景联路 398 号第 2 幢 516 室
法定代表人:	王翔
注册资本:	1,500 万元
成立日期:	2012 年 8 月 24 日
经营期限:	2012 年 8 月 24 日至 2022 年 8 月 23 日
统一社会信用代码:	9131011705297259XP
经营范围:	展览展示服务, 建筑装饰装饰建设工程专业施工, 展览展示器材销售, 站台设计搭建。

### 二、德马吉的历史沿革

#### (一) 上海德马吉国际展览展示工程有限公司的设立

2012 年 2 月 23 日, 上海市工商局出具《企业名称延期核准通知书》(沪名称延核号: 01201108250999 号), 核准企业名称为“上海德马吉展览展示工程有限公司”延期 6 个月, 自 2011 年 8 月 25 日至 2012 年 8 月 25 日。

2012 年 7 月 17 日, 标的公司召开股东会并作出决议, 同意由王翔、师欣欣、上海德马吉展览展示服务有限公司共同出资设立上海德马吉展览展示工程有限公司, 标的公司注册资本 50 万元, 其中王翔出资 25 万元, 持股比例 50%, 师欣欣出资 22.5 万元, 持股比例为 45%, 上海德马吉展览展示服务有限公司出资 2.5 万元, 持股比例 5%。分两次缴付。

第一次缴付共计 10 万元, 其中王翔以货币出资 5 万元, 占第一次缴付总额的 50%, 师欣欣以货币出资 4.5 万元, 占第一次缴付总额的 45%, 上海德马吉展览展示服务有限公司以货币出资 5 千元, 占第一次缴付总额的 5%, 上述出资额于 2012 年 8 月 15 日全部缴付完成。

2012年8月16日,上海君开会计师事务所有限公司出具[沪君会验(2012)YN8-119号]《验资报告》,审验证明,截至2012年8月15日收到全体股东第一期缴纳的实收资本合计人民币10万元,各股东全部以货币出资。

上海德马吉展览展示工程有限公司设立时,各股东认缴及实际出资金额及股权比例如下:

股东	认缴出资金额(万元)/ 第一次实缴(万元)	股权比例	出资方式
王翔	25/5	50%	货币
师欣欣	22.5/4.5	45%	货币
上海德马吉展览展示 服务有限公司	2.5/0.5	5%	货币
<b>合计</b>	<b>50/10</b>	<b>100%</b>	

2012年8月24日,上海市工商局金山分局核发《准予设立登记通知书》(NO.28000001201208230007),核准德马吉设立。

## (二) 历次注册资本变更的情况

### 1、2013年1月10日标的公司第一次股权变更

2013年1月1日,标的公司召开股东会并作出决议,同意上海德马吉展览展示服务有限公司将所属标的公司股权5%作价0.5万元人民币全部转让给师欣欣,并同意就上述股东变更事宜修改公司章程。

2013年1月1日,标的公司股东师欣欣和上海德马吉展览展示服务有限公司签署了《股权转让协议》,约定上海德马吉展览展示服务有限公司将所属标的公司股权5%作价0.5万元人民币转让给师欣欣。

股东	认缴出资金额/实 缴出资额(万元)	股权比例	出资方式
王翔	25/5	50%	货币
师欣欣	25/5	50%	货币
<b>合计</b>	<b>50/10</b>	<b>100%</b>	

2013年1月8日,上海市工商局金山分局出具《准予变更登记通知书》(No.28000003201301060046),对上述变更予以核准。

## 2、2013年2月1日标的公司第一次增资

2013年1月11日标的公司召开股东会并作出决议：同意标的公司注册资本由50万元增加到1,500万元，实收资本变更为1,500万元。其中新增的注册资本中王翔认缴725万，师欣欣认缴725万；王翔实缴货币745万元，师欣欣实缴货币745万元，并同意就上述变更修改公司章程。

2013年1月31日，上海大诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具（沪大诚验字[2013]DC1296号）《验资报告》，审验证明，截至2013年1月31日收到股东王翔缴纳的新增注册资本745万元，股东师欣欣缴纳的新增注册资本745万元，全部以货币出资。本次变更后标的公司实收资本累计实收总额为1,500万元。

本次出资完成后，标的公司的股东实际出资金额及股权成本比例如下：

股东	出资金额(万元)	股权比例	出资方式
王翔	750	50%	货币
师欣欣	750	50%	货币
<b>合计</b>	<b>1,500</b>	<b>100%</b>	

2013年2月4日，上海市工商局金山分局核发《准予变更登记通知书》（NO.28000003201302010040），对上述变更予以核准。

## 3、2014年9月3日标的公司第二次增资

2014年9月1日，标的公司召开股东会并作出决议：同意标的公司注册资本由1,500万元增至5,000万元。其中王翔增加1,750万元，以货币形式出资，约定出资时间2022年4月；师欣欣增加1750万元，以货币形式出资，约定出资时间2022年4月。公司增资后，各股东的出资和持股额为：王翔出资额2,500万元，持股比例50%；师欣欣出资额为2,500万元，持股比例50%；并同意就上述变更修改公司章程。

上述公司注册资本变更后，各股东股权比例如下：

股东	认缴出资额/实缴出资额(万元)	股权比例	出资方式
王翔	2,500/750	50%	货币

师欣欣	2,500/750	50%	货币
<b>合计</b>	<b>5,000/1,500</b>	<b>100%</b>	

2014年9月3日,上海市工商局奉贤分局核发《准予变更(备案)登记通知书》(NO.26000003201409020302),对上述变更予以核准。

#### 4、2015年8月5日标的公司第一次减资

2015年5月5日标的公司召开股东会并作出决议,同意标的公司注册资本由原先的5,000万元减至1,500万元,减资原因系标的公司股东王翔和师欣欣实际并未缴纳2014年9月认缴的增资款3,500万元,基于德马吉的整体战略规划的综合考虑,德马吉注册资本由5,000万元减至1,500万元。标的公司减资后,各股东的出资和持股额为:王翔出资额为750万元,持股比例为50%,师欣欣出资额为750万元,持股比例为50%;并同意就上述变更修改公司章程。

该次标的公司注册资本变更后,各股东股权比例如下:

股东	认缴出资金额/实缴出资额(万元)	股权比例	出资方式
王翔	750/750	50%	货币
师欣欣	750/750	50%	货币
<b>合计</b>	<b>1,500/1,500</b>	<b>100%</b>	

2015年8月5日,上海市松江区市场监督管理局出具《准予变更(备案)登记通知书》(No.27000003201507290129),对上述变更予以核准。

#### 5、2015年12月23日标的公司第二次股权转让

2012年12月17日,标的公司召开股东会并作出决议:同意王翔将所属标的公司股权50%,作价人民币750万元转让给帮林投资;师欣欣将其持有的标的公司10%股权,作价人民币150万转让给帮林投资;师欣欣将其持有的标的公司40%股权,作价人民币600万元转让给德亿投资;并同意就上述变更修改公司章程。

2015年12月17日,标的公司股东王翔、师欣欣和樟树市帮林投资管理中心(有限合伙)、樟树市德亿投资管理中心(有限合伙)签署了《股权转让协议》,王翔将所属标的公司股份50%,作价人民币750万元转让给帮林投资;师欣欣将

其持有的标的公司 10% 股权，作价人民币 150 万转让给帮林投资；师欣欣将其持有的标的公司 40% 股权，作价人民币 600 万元转让给德亿投资。

此次标的公司股份转让后，各股东股权比例如下：

单位：万元

股东	出资金额	股权比例	出资方式
樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）	900.00	60.00%	货币
樟树市德亿投资管理中心（有限合伙）	600.00	40.00%	货币
<b>合计</b>	<b>1,500.00</b>	<b>100.00%</b>	

2015 年 12 月 23 日，上海市松江区市场监督管理局出具《准予变更（备案）登记通知书》（No.27000003201512220267），对上述变更予以核准。

### （三）德马吉最近三年增减资及股权转让的原因、作价依据及合理性

1、2013 年 1 月 1 日，上海德马吉展览展示服务有限公司将所属标的公司股份 5%（实缴出资 0.5 万元）作价 0.5 万元人民币全部转让给师欣欣，由于上海德马吉展览展示服务有限公司实际控制人为师欣欣，本次转让未造成标的公司最终股权持有人发生变化，因此本次转让价格 1 元/每元出资额具有合理性。

该次股权转让已履行必要的审议和批准程序，符合法律法规及公司章程的规定，不存在违反限制或禁止性规定的情况，并已办理完成工商变更登记。

2、2013 年 2 月 1 日标的公司增资，注册资本由 50 万元增至 1,500 万元，增资原因主要为补充德马吉经营所需资金，新增注册资本由标的公司股东王翔、师欣欣同比例的认缴，增资认购价格为 1 元/每元出资额，本次增资不会造成标的公司股权结构的变化，且王翔与师欣欣为夫妻关系，互为一致行动人，同为标的公司实际控制人，标的公司实际控制人因此也未发生变化，因此本次增资价格 1 元/每元出资额具有合理性。

该次股权转让已履行必要的审议和批准程序，符合法律法规及公司章程的规定，不存在违反限制或禁止性规定的情况，并已办理完成工商变更登记。

3、2014 年 9 月 3 日标的公司增资，注册资本由 1,500 万元增至 5,000 万元，增资原因主要为补充德马吉经营所需资金，新增注册资本由标的公司股东王翔、

师欣欣同比例的认缴，增资认购价格为 1 元/每元出资额，本次增资不会造成标的公司股权结构的变化，标的公司实际控制人也未发生变化，因此本次增资价格 1 元/每元出资额具有合理性。

该次股权转让已履行必要的审议和批准程序，符合法律法规及公司章程的规定，不存在违反限制或禁止性规定的情况，并已办理完成工商变更登记。

4、2015 年 8 月 5 日标的公司减资，减资原因系标的公司股东王翔和师欣欣实际并未缴纳 2014 年 9 月认缴的增资款 3,500 万元，基于德马吉的整体战略规划的综合考虑，德马吉注册资本由 5,000 万元减至 1,500 万元。标的公司股东王翔、师欣欣认缴出资额同比例的减少，由于本次减资不会造成标的公司股权结构和实际控制人的变化，并且标的公司实缴资本未发生改变，因此本次减资具有合理性。

该次股权转让已履行必要的审议和批准程序，符合法律法规及公司章程的规定，不存在违反限制或禁止性规定的情况，并已办理完成工商变更登记。

5、2015 年 12 月 23 日标的公司股权转让，原标的公司股东王翔将所属标的公司股份 50%，作价人民币 750 万元转让给帮林投资；原标的公司股东师欣欣将其持有的标的公司 10% 股权，作价人民币 150 万转让给帮林投资；师欣欣将其持有的标的公司 40% 股权，作价人民币 600 万元转让给德亿投资。上述股权转让价格均为 1 元/每元出资额。由于帮林投资和德亿投资的合伙人均为王翔和师欣欣，王翔与师欣欣为夫妻关系，互为一致行动人，同为德马吉实际控制人，本次股权转让不会造成标的公司实际控制人变更，仍为王翔和师欣欣，因此本次股权转让价格 1 元/每元出资额具有合理性。

该次股权转让已履行必要的审议和批准程序，符合法律法规及公司章程的规定，不存在违反限制或禁止性规定的情况，并已办理完成工商变更登记。

### 三、德马吉股权结构及下属公司基本情况

#### (一) 德马吉的股权结构

截至本报告书签署日，德马吉现有股东 2 名，均为非自然人股东，注册地点

均在中国境内，出资比例如下：

股东名称	金额（万元）	出资比例
帮林投资	900.00	60.00%
德亿投资	600.00	40.00%
合计	<b>1,500.00</b>	<b>100.00%</b>

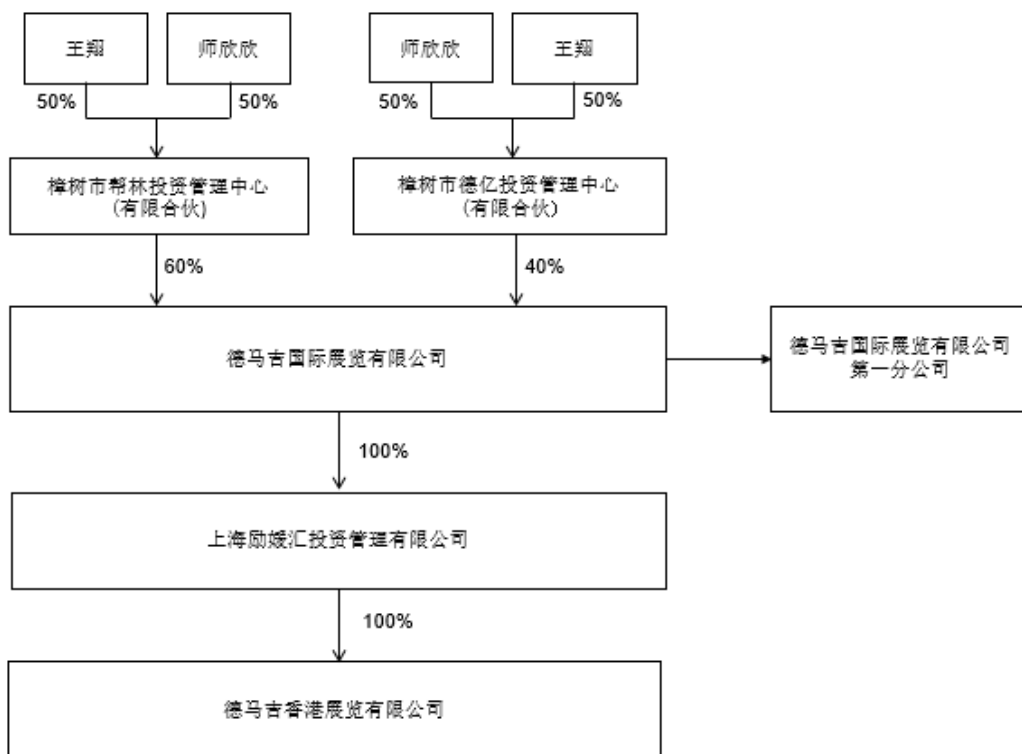
德马吉的产权明晰，《德马吉国际展览有限公司章程》中不存在可能对本次交易产生影响的内容或相关安排。此外，亦不存在影响德马吉资产独立性的协议或安排。

## （二）德马吉的控股及参股公司情况

截至本报告书签署日，德马吉控股的公司概况如下：

公司名称	持股比例	注册资本	营业范围
上海励媛汇	100%	100 万元	投资管理、资产管理、实业投资、投资咨询、会展会务服务、企业形象策划等
香港德马吉	100%	10 万港元	-

除上述公司外，德马吉不存在其他的控股及参股公司。



德马吉分公司以及主要子公司的情况如下：

## 1、德马吉国际展览有限公司第一分公司

德马吉第一分公司基本信息如下：

公司名称	德马吉国际展览有限公司第一分公司
法定代表人	师欣欣
注册地址	上海市闵行区景联路 398 号第 2 幢 516 室
经营范围	展览展示服务，建筑装修装饰建设工程专业施工，展览展示器材销售，展台设计搭建。[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]
统一社会信用代码	91310112MA1GB5BB7Q
成立日期	2016 年 2 月 4 日

## 2、上海励媛汇

### (1) 基本情况

公司名称	上海励媛汇投资管理有限公司
法定代表人	王翔
注册地址	中国（上海）自由贸易试验区德堡路 38 号 1 幢楼四层 401-24 室
企业性质	有限责任公司
注册资本	100 万元人民币
经营范围	投资管理、资产管理、实业投资、投资咨询、会展会务服务、企业形象策划、机电设备租赁、从事计算机领域内的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询、接受金融机构委托从事金融业务流程外包，金融知识流程外包、市场信息咨询调查（不得从事社会调查，民意调查、民意测试），从事货物及技术的进出口业务、区内企业间的贸易代理。
统一社会信用代码	310141000173382
成立日期	2015 年 7 月 8 日
营业日期	自 2015 年 7 月 8 日—2035 年 7 月 7 日

### (2) 历史沿革

2015年6月25日，上海市工商局核发《企业名称预先核准通知书》（沪工商注名预核字第01201506250657号），核准德马吉拟设立的企业名称为“上海励媛汇投资管理有限公司”。

2015年7月1日，上海励媛汇股东作出决定，同意设立上海励媛汇。

2015年7月1日，上海励媛汇制定了公司章程。

2015年7月14日，上海市工商局自由贸易试验区分局核发《准予设立/开业登



记通知书》(NO.41000001201507070018)，核准上海励媛汇设立。

上海励媛汇自设立起至今股权结构未发生变化。

### (3) 主营业务情况

截止本报告书签署日，上海励媛汇尚未开展实际运营业务。

### (4) 简要财务数据

报告期内，上海励媛汇的基本财务情况如下：

单位：万元

项目	2015年12月31日/ 2015年度	2014年12月31日/ 2014年度
总资产	5.39	-
总负债	5.50	-
净资产	-0.11	-
营业收入	-	-
利润总额	-0.11	-
净利润	-0.11	-

注：以上财务数据已经审计。

## 3、香港德马吉

### (1) 基本情况

公司名称	德马吉香港展览有限公司
现任董事	王翔
注册地址	香港湾仔轩尼诗道383号华轩商业中心14楼B室X653
企业性质	有限责任公司
注册资本	10万元港币
公司注册编号	2274437
成立日期	2015年8月13日

### (2) 历史沿革

根据上海励媛汇的说明及《中国(上海)自由贸易试验区投资管理收件凭证》(402000916000990)，截至本报告书签署日，上海励媛汇已向中国(上海)自由贸易试验区投资管理窗口提交办理境外投资备案的申请并获得受理。

根据上海励媛汇的确认、香港德马吉的商业登记证、周年申报表及香港律师卢伟强律师楼于2016年3月21日出具的法律意见（以下简称“香港法律意见”），截至该法律意见出具日，香港德马吉成立于2015年8月13日，注册编号为2274437，地址为香港湾仔轩尼诗道383号轩商业中心14楼B室X653，注册资本为港币100,000元，全部配给上海励媛汇。

香港德马吉的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	上海励媛汇	100,000	100.00%
	合计	100,000	100.00%

根据上海励媛汇的确认、香港德马吉的商业登记证、周年申报表及香港法律意见，香港德马吉的注册资本自成立至今未发生任何变更，香港德马吉有效存续。

综上，有关主管部门已受理上海励媛汇就境外投资设立香港德马吉的备案申请；根据香港法律意见，香港德马吉有效存续，香港德马吉未将其持有的股份设定质押或承诺设定质押或已向第三方承诺将其全部或部分的股权转让。

### （3）主营业务情况

截止本报告书签署日，香港德马吉主要从事创展示设计等相关业务。

### （4）简要财务数据

报告期内，香港德马吉的基本财务情况如下：

单位：万元

项目	2015年12月31日/ 2015年度	2014年12月31日/ 2014年度
总资产	489.16	-
总负债	376.67	-
净资产	112.49	-
营业收入	223.82	-
利润总额	112.49	-
净利润	112.49	-

注：以上财务数据已经审计。

### （5）香港德马吉利润总额与净利润金额一致的原因

标的公司之孙公司香港德马吉2015年度利润总额与净利润一致原因为香港公司无需缴纳利得税。

根据《香港税务条例》第IV部关于利得税相关规定：任何人士，包括法团、合伙业务、受托人或团体，在香港经营行业、专业或业务而从该行业、专业或业务获得于香港产生或得自香港的应评税利润（售卖资本资产所得的利润除外），均须缴纳利得税。

香港德马吉2015年业务开展地点均不在香港，其对应客户均不是在香港本土设立的公司或海外机构在香港设立的分公司，对应所产生的主要成本亦不在香港本地发生。综上，香港德马吉2015年度产生的收入和相应利润并非源自香港本地，根据《香港税务条例》，香港德马吉不适用于相应的应纳税范围规定之内，因此无需缴纳利得税。因此，香港德马吉2015年度的利润总额与净利润款金额一致。

#### 四、德马吉出资及合法存续情况

依据对德马吉历次出资验资报告的核查，截至本报告书签署日，德马吉股东已全部缴足注册资本，实际出资与工商登记资料相符，不存在虚假出资、延期出资、抽逃出资等违反作为股东所应当承担的义务及责任的行为。

德马吉自成立之日起至今合法有效存续，不存在法律、法规、其他规范性文件及其章程规定的需要终止的情形。截至本报告书签署日，德马吉产权清晰，不存在质押、担保权益等权利限制，不涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者存在妨碍权属转移的其他情况，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，不存在受到行政处罚或者刑事处罚的情形。本次交易已通过德马吉股东会决议，取得了全体股东的同意，符合德马吉章程规定的股权转让前置条件。

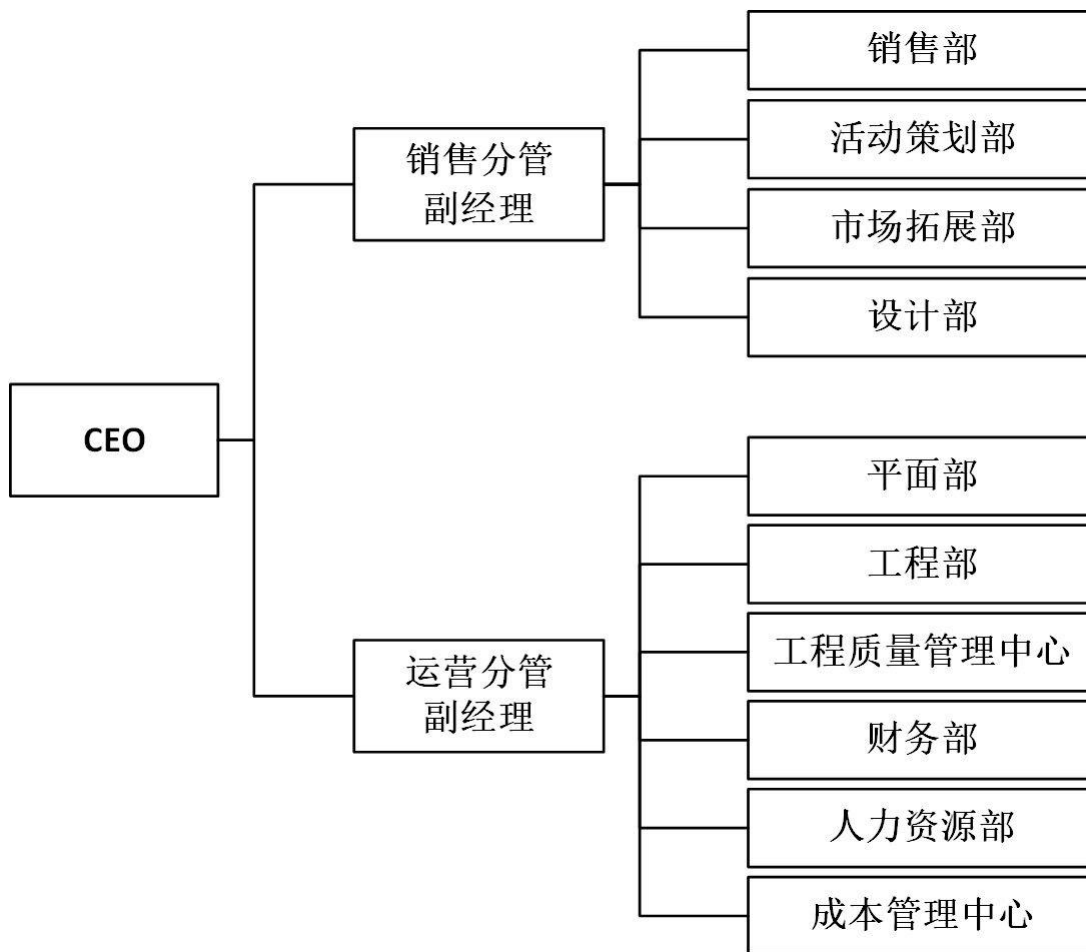
#### 五、德马吉组织架构

##### （一）组织架构

标的公司结构自总经理以下分为销售与运营两大业务板块。销售部门下辖销售部、活动策划部、市场拓展部与设计部；运营部门下辖平面部、工程部、工程

质量管理中心、财务部、人力资源部以及成本管理中心。

德马吉国际展览有限公司组织结构图



## (二) 各部门具体职责

序号	部门	职责
1	销售部	主负责创意展示设计需求的客户的业务拓展、跟进、订单的促成以及后续订单的执行跟进，具体业务内容包括但不限于：下游客户预算的把控、设计需求的传递、工程进度及质量的监管等。
2	活动策划部	主负责活动创意策划需求的客户的业务拓展、跟进、订单的促成以及后续订单的执行跟进，具体业务内容包括但不限于：下游客户预算的把控、设计需求的传递、工程进度及质量的监管等。
3	市场拓展部	主负责客户的潜在需求挖掘、新兴业务拓展，具体业务内容包括但不限于：通过展会、行业协会、主办合作等渠道开发新客户。
4	设计部	主负责项目的创意设计、流程图设计等，将客户的需求通过手绘、3D 图等形式进行展现，具体业务内容包括但不限于：客户需求及潜在需求分析、客户产品的分析、预算把控、安全措施把控等环节，最终促成项目的签单。
5	平面部	主负责项目中的海报、发光字、LOGO 等的设计与制作。
6	工程部	1.主负责国内外项目的后续展台搭建等环节的现场执行工作，具体

序号	部门	职责
		业务内容包括但不限于：配合销售部前期就业务进行询价、报价；根据项目的特点选择匹配的适格的供应商，把控项目工程的整体进度； 2.拓展潜在优质供应商，选择的供应商业务主要包括展台搭建、家具家电制造、大型电子设备供应、花卉供应等。
7	工程质量管理中心	负责各项目的质量控管，具体业务内容包括但不限于： 1.制定质量管理方针、制度，安全管理制度； 2.审核各项目的施工进度、质量，督促各项目的材料的完备； 3.重大工程问题的处理包括事故、质量、客户投诉等； 4.定期拜访 A 级客户，对客户进行回访。
8	人力资源部	1.主负责指定并实施公司运营所需要的人才选拔、任用管理、绩效管理、福利设计、培训分析与安排、文化宣导等； 2.负责人力成本预算的控管及人才分析、梯队建设等相关业务。
9	财务部	主要负责公司财务的核算工作、税务申报、财务报表编制、成本核算与分析等。
10	成本管理中心	负责公司项目的成本及利润的控管，主要业务包括但不限于： 1.公司整体业务流程的设计、执行监测与管理； 2.执行各项目的成本核价工作； 3.执行各项目的成本分析及效益评估工作。

## 六、德马吉的主营业务情况

### (一) 主营业务概述

德马吉是一家以文化创意设计能力为核心，具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商。德马吉所专注的是基于对客户“品牌内涵、业务属性、目标客群诉求、产品或服务卖点”等方面的精准把握，依托“创意展示设计、活动创意策划、展馆创意规划”等业务手段，实现对客户营销诉求的精准传达，增强客户的品牌价值。

2013年度，德马吉着力开展创意展示设计业务，完成了包括山东临工工程机械展、烽火通信展、英轩-北京工程机械展等大型知名项目，德马吉通过创意方案设计、展具创意定制、展品创意展示方案设计、人流动向规划等层面为客户提供全方位的创意展示服务，并积累了一些长期优质客户资源。

#### 1、在文化创意设计能力方面

在文化创意设计方面，德马吉通过创意展示设计、活动创意策划、展馆创意

规划三大主营业务板块，致力于为客户打造企业品牌文化宣传、商业合作推广、整体形象展示的一体化展示平台。在创意展示设计业务中，德马吉着力于将文化创意设计概念植入到展会人流动线研究、展位空间布局规划、展台形象设计、展示道具设计等具体执行层面。德马吉在实践过程中，首次提出了打造EI系统的概念，EI全称Exhibition Identity，通译为展台识别系统。EI系统旨在通过文化创意设计手段，帮助企业打造融合企业文化、企业品牌、经营理念等具备长期性识别特征的企业展台，延长展台使用周期，加深参展商客户对参展商的品牌印象，增强展台辨识度与品牌传播效果。

近年来，客户受到行业竞争驱动影响，其参展的需求逐渐从最初的产品销售的商业驱动，升级到企业品牌文化的推广驱动。展会方式正是利用体验式营销将企业品牌文化推广到消费者当中的重要渠道。而在存在众多竞争对手的展会当中凸显企业产品或服务的独创性特征，正是文化创意展示设计手段的价值与任务所在。德马吉在文化创意方面的核心竞争力，为德马吉带来了创意展示设计业务的高速增长，2015年成功实施的创意展览展示设计案例有248场，业务规模比2014年的147场同比增长了近69%。

德马吉的高管团队均在创意设计领域拥有多年的从业经验，截至本报告书签署日，德马吉创意设计员工占公司总人数的三分之一以上，充分体现了德马吉在创意设计方面的投入力度。德马吉通过制定以“德能与业绩并重考核、逐级晋升与越级晋升、纵向晋升与横向晋升”为原则的考核晋升办法，借助ERP企业管理系统等手段，实行扁平化的管理制度以及开放式的参展经验、设计资料共享制度，使得设计团队的工作积极性及文化创意能力得以保持延伸。

## 2、在全球化的业务范围覆盖能力方面

在全球化业务覆盖方面，德马吉在参展客户全球参展需求带动以及自身“展通天下”的办展战略发展的驱动下，成立以来先后参与了全球32个国家及118个城市的展会展台设计搭建，并在美国、德国、波兰等国家设立了办事处布局国内外运营。2015年，德马吉参与国外展会数量达到77场，比2014年同比增加了75%，占2015年德马吉全球参展数量约30%，足迹遍布29个国家及地区的56个城市，国外订单合同金额总量占2015年德马吉全球金额合同总量约41%。多年的国外办展

经验促进的德马吉的创意设计水平与创意展览展示项目运作能力向国际化靠拢，提升德马吉在国内的品牌影响力。

作为一家中国的会展营销行业的公司，德马吉在业务发展方面，受益于中国加入WTO之后的经济全球化与贸易全球化大趋势。一方面，国内高端客群受竞争及业务升级驱动，产生了海外业务拓展需求，与中国企业一同“走出去”参加国外展会，成为德马吉主营业务订单与收入的重要来源；另一方面，多年的国外办展经验促进德马吉的创意设计水平与创意展览展示项目运作能力向国际化靠拢，提升德马吉在国内的品牌影响力。

### 3、在供应链上下游资源整合能力方面

在供应链上下游资源整合能力方面，德马吉以文化创意展示设计为核心，在国内外均储备了充足且具有长期合作关系的展具制作与展台搭建供应商，实现了以协同分工为基础的全流程一体化服务。截至2015年底，德马吉在国内会展经济发达的省份、美国、德国、波兰等国家或地区，均拥有多家长期合作的供应商。

供应链上下游资源整合能力对创意展示设计业务的发展具有重要意义。在全球不同地区，本土化的供应链资源整合能力能够充分确保客户服务品质，降低跨地域文化差异等因素导致的运营成本；另一方面，能够建立多地域业务风险预警机制，增加储备供应商数量，有效应付突发事件。

### 4、在产业链各环节运作能力方面

在产业各链环节运作能力方面，德马吉现阶段的业务模式包括承接客户订单、创意展示方案设计、供应商协同外包作业、展具展台安装搭建、客户售后反馈及维护等一系列流程，能够覆盖产业链的创意设计、展览道具制作、展台搭建等细分产业链环节。

会展营销行业内大多数服务提供商业务较为单一，如营销策划公司主要提供展示需求分析策划服务；广告公司主要提供终端品牌形象推广服务；家具公司一般提供少量简单的终端展示道具；展示道具生产公司主要提供批量化的终端展示道具生产。不同类型与规模的参展企业对单一类型服务与一体化服务的需求存在差异性，其中，高端参展商企业对企业整体形象品牌推广要求较高，以选择一体

化服务为主。德马吉拥有产业链各环节的运作能力,对其他只提供单一业务环节服务的企业能够形成较高门槛,并能在专注设计与协同外包并行的运行模式下增强参展商的合作体验,增加更多潜在的业务机会。

## (二) 德马吉未来发展战略概述

未来3年左右的时间里,德马吉将紧紧围绕“展通天下”的全球化战略目标,将德马吉的文化创意展示服务带到全球更多的国家与地区,提供符合不同国家及地区特性的当地化的全产业链一体化服务。一方面,德马吉核心业务之一创意展示设计业务的收入来源占德马吉整体业务收入50%以上,全球会展营销行业仍处于上升阶段,公司亟需夯实全球各地区的发展基础,搭建全球化战略版图;另一方面,活动创意策划与展厅创意规划业务,能够满足客户多样化需求、延伸德马吉文化创意设计能力,是其战略规划中的重要组成部分。

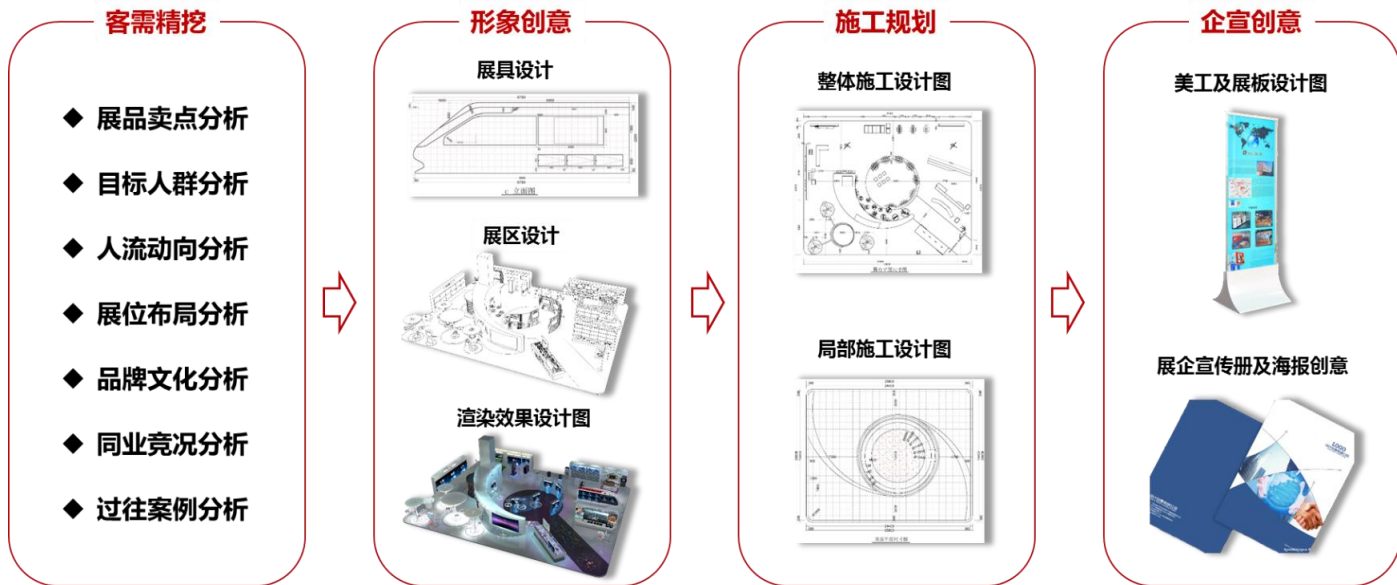
在全球化战略版图搭建方面,德马吉将在北京、深圳等会展经济发达、参展客户企业总部较多的国内城市设立办事处,深化布局国内会展市场。同时,标的公司将继续经营美国、德国、波兰等具有优质海外客户资源及供应商资源的主要国外市场,完善国外办事处的销售、设计、管理等相关职能,平均每个国外办事处的人员数量将设置在10人左右。在主营业务结构优化方面,德马吉将继续深化创意展示设计业务发展,联动活动创意策划业务开展,开拓展厅创意规划业务渠道。

## (三) 主要产品和服务

德马吉定位于“以文化创意设计为核心,具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商”,报告期内,德马吉的主要业务包括“创意展示设计、活动创意策划以及展厅创意规划”3类。德马吉文化创意展示设计核心能力的构建主要依托客需精挖、形象设计、施工规划、企宣创意四个环节。首先,德马吉需要对客户的展品卖点、目标人群、人流动向、展位布局、品牌文化、同业竞况等方面进行深入的分析,然后针对客户及展位的特点进行施工图纸的设计和展位展台的施工。此外,德马吉还为客户提供相应配套的企业创意宣传服务,其中包括展板、宣传样册、海报等宣传载体的设计和制作。



### 德马吉文化创意展示设计核心能力构建

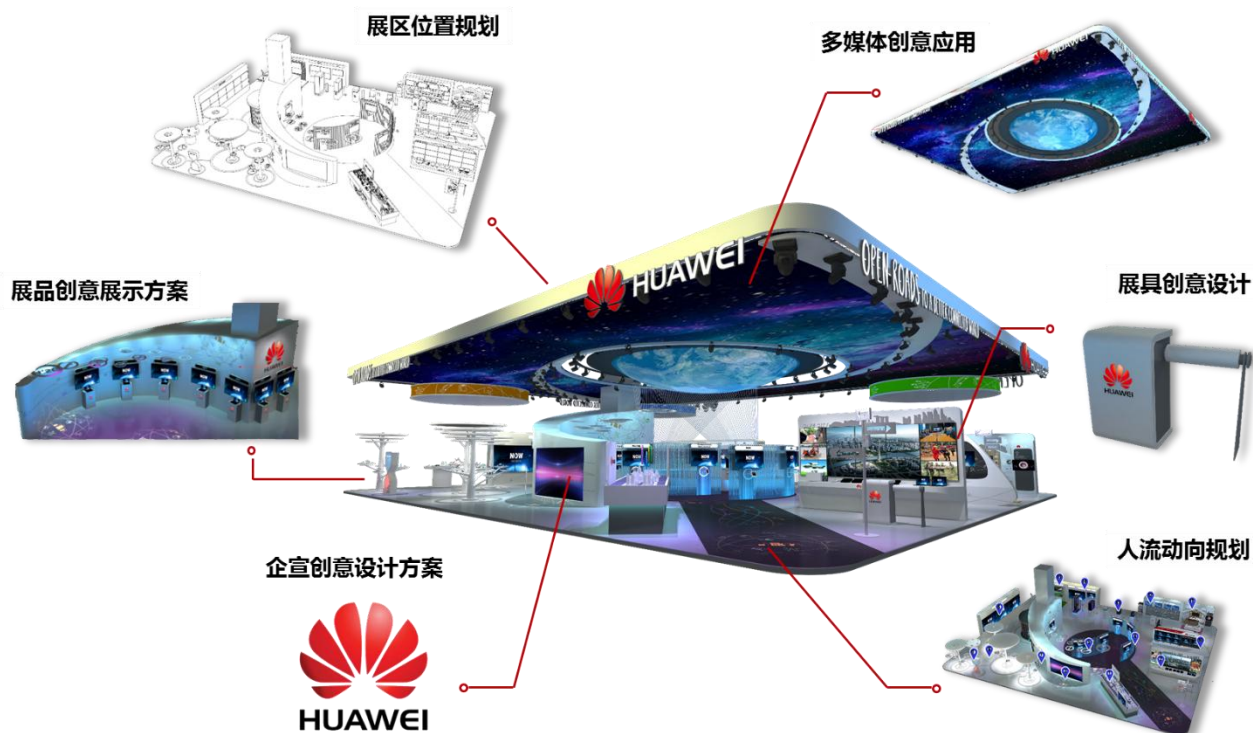


#### 1、创意展示设计

德马吉在服务客户的过程中，以参展商展台为载体，通过企业创意方案设计、展区位置规划、展具创意设计、展品创意展示方案设计、人流动向规划、多媒体创意应用等几大执行层面，将文化创意设计元素融入其中。

德马吉的创意展示设计业务，能够满足参展商客户在企业展示、产品展示、服务展示、技术展示、品牌展示等全方位的展示需求，又能够满足参展商与其客户之间实现互动交流，用体验的方式增强参观者对特定企业的有形感知与无形感知。德马吉通过打造EI系统，为客户打造融合企业文化、企业品牌、经营理念等具备长期向品牌特征的企业展台，最终帮助参展商获得更多订单，实现产品及服务的有效流通。

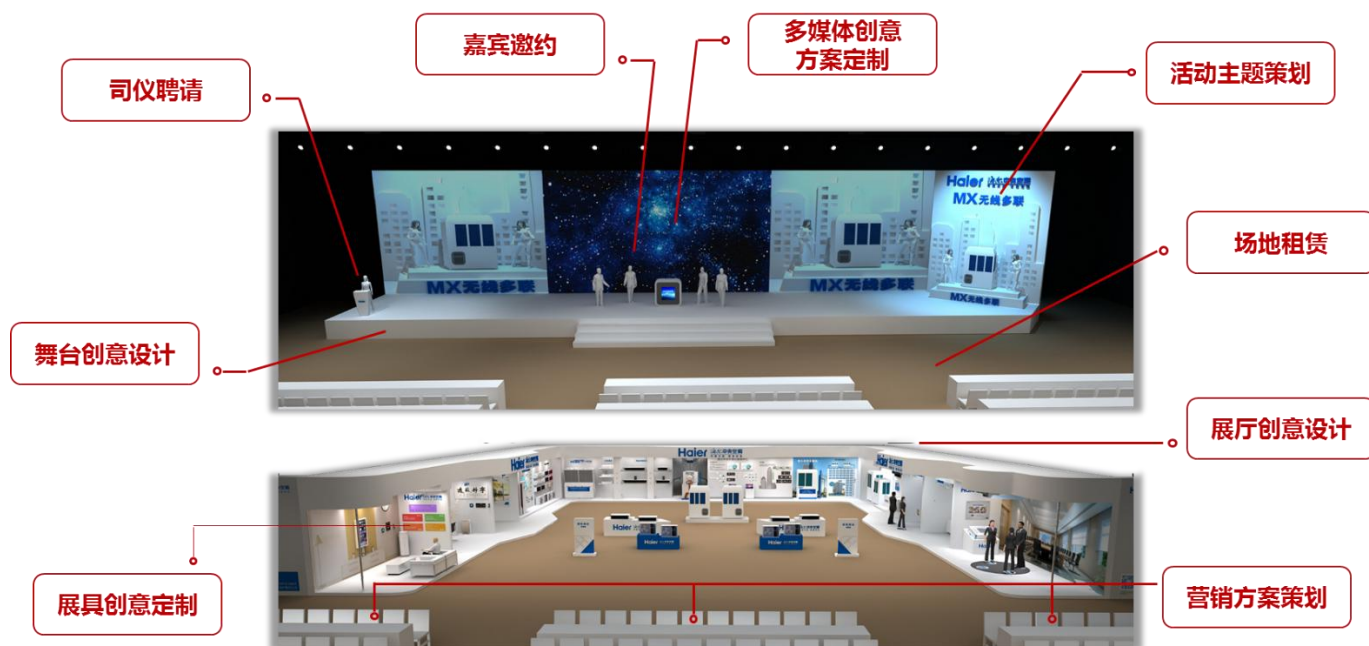
#### 德马吉的创意展示设计业务结构图



## 2、活动创意策划

德马吉活动创意策划的业务内容主要包括展厅创意设计、营销方案策划、展具创意定制、舞台创意设计、活动主题策划、多媒体创意方案定制等方面。

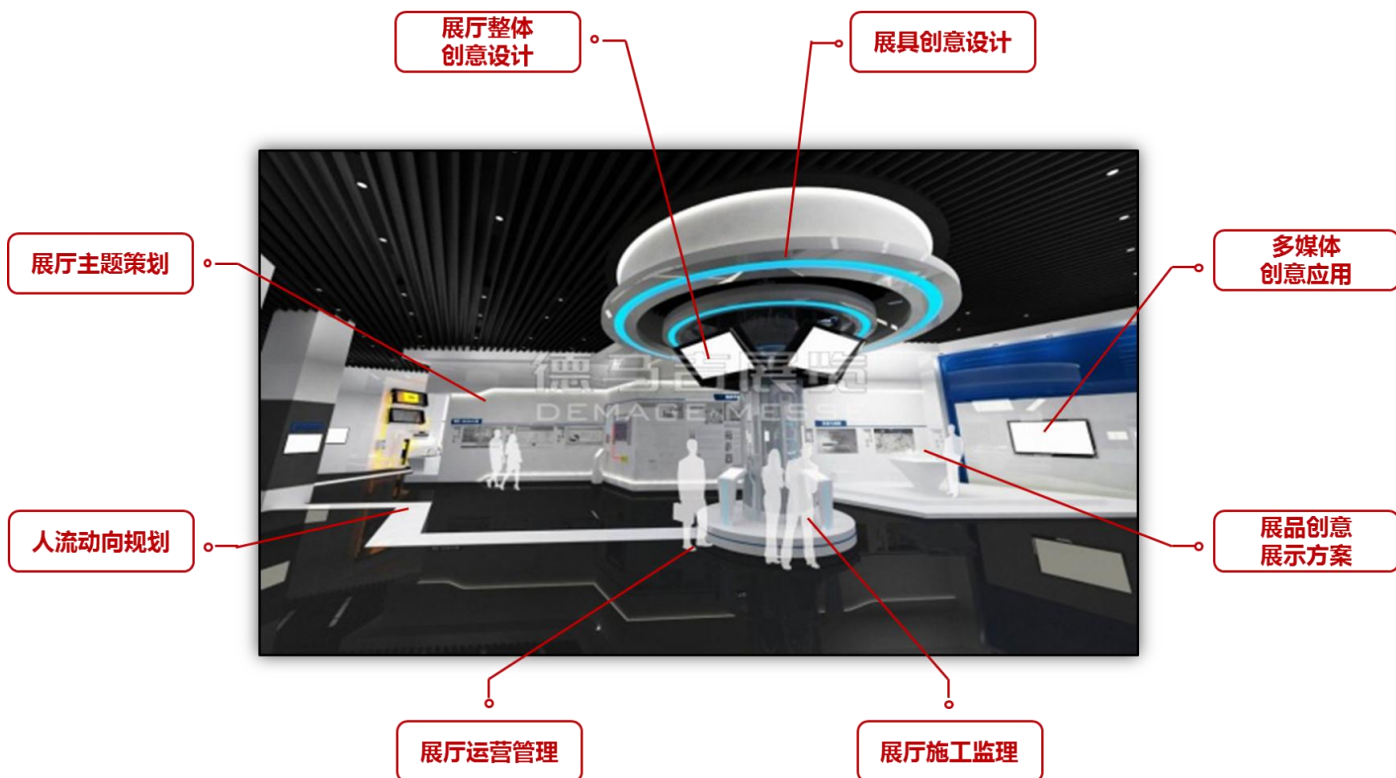
德马吉活动创意策划业务结构图



## 3、展馆创意规划

德马吉展馆创意规划的内容主要包括展厅整体创意设计、展品创意展示方案、展馆主题策划、人流动向规划、多媒体创意应用、展具创意设计、展厅施工监理、展厅运营管理等方

德马吉展厅创意规划业务结构图



#### (四) 主要盈利模式

德马吉业务领域涵盖“创意展示设计、活动创意策划以及展厅创意规划”，2015年创意展示设计业务收入占据德马吉主营业务收入的比重最高，报告期内德马吉主要盈利点来源于该业务。德马吉以创意设计为驱动，以创意展示设计、活动创意策划以及展厅创意规划为盈利着落点。各类业务盈利模式如下：

##### 1、创意展示设计业务盈利模式

创意展示设计业务作为德马吉的核心业务，主要客户包括大中型国企、知名民营企业、在华外资以及上市公司，展览类型主要有国内企业国内展、国内企业国外展以及国外企业国内展。

德马吉以文化创意设计为核心提供全产业链“一体化”的会展营销服务整体

坚决方案，在承接客户项目时，与客户签署总承包项目合同，德马吉自主负责其中的创意展示设计业务，通过创意方案设计、展具创意定制、展品创意展示方案设计、人流动向规划等层面为客户提供全方位的创意展示服务。与此同时德马吉将展品制造和会展工程服务等较低毛利率业务作为整体向外部供应商进行采购。创意展示设计业务与其他业务相比，其毛利率高、议价能力强、以轻资产运营为主。

## 2、活动创意策划业务盈利模式

活动创意策划业务的客户性质与业务模式和创意展示设计业务类似，均为全产业链一体化经营模式。德马吉负责的核心业务环节，不仅包括对展具、展品展示方案进行创意设计，同时还提供包括活动主题策划、嘉宾邀约、舞台创意设计等一站式活动策划服务整体解决方案；其他的业务环节则通过向外部供应商进行采购。

## 3、展厅创意策划业务盈利模式

展厅创意规划业务模式为全流程一体化经营模式。核心业务环节包括展馆主题的策划、展厅整体的创意设计、展厅的运营管理、展厅的施工监理等均由德马吉自主负责，其他业务环节如展具制作、展台搭建等通过向外部供应商进行采购。客户在确认方案并验收通过后支付首期款。

### (五) 主要业务流程

#### 1、创意展示设计业务

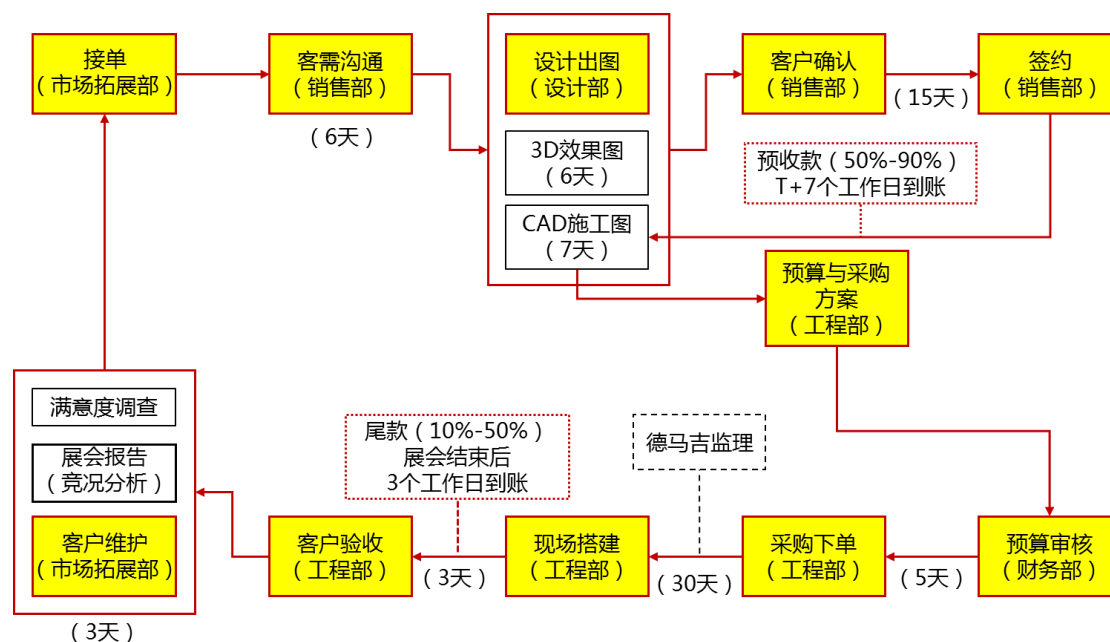
德马吉主要客户是大中型国企、知名民营企业、在华外资以及上市公司如中国中车、华为、万达、阿里巴巴、中石化、TCL、海尔、中国联通，展览类型主要有：国内企业国内展、国内企业国外展以及国外企业国内展。

创意展示设计业务流程：（1）项目承揽是业务流程的第一步，客户的来源方式包括但不限于“会展现场营销、电话营销、老客户介绍以及网络营销”等，项目承揽主要由公司市场拓展部负责；（2）客户沟通，市场拓展部将“意向客户”转交于销售部跟踪负责，销售部沟通一般耗时6天；（3）销售部协同设计部与客户深度沟通，深度了解客户品牌及需求，设计部出具3D效果图及CAD施工图，

该流程一般耗时13天；（4）客户确认施工方案及签约，销售部持续跟踪客户，等待客户的确认，并签署工程合同，签署合同后一般在7天内收取客户50%-90%的预收款；（5）项目预算与采购，收取客户预收款后，工程部根据设计部的CAD施工图，并制定工程具体方案，以及采购供应商；（6）工程搭建，工程的安装及搭建由供应商负责执行，公司负责监督指导；（7）客户验收，会展工程搭建结束，客户验收，会展结束后的3个工作日内收取客户10%-50%尾款，项目总耗时一般2个多月。

报告期内，德马吉主要业务收入来源于创意展示设计业务，其业务流程图如下：

德马吉的创意展示设计业务流程图



## 2、活动创意策划业务

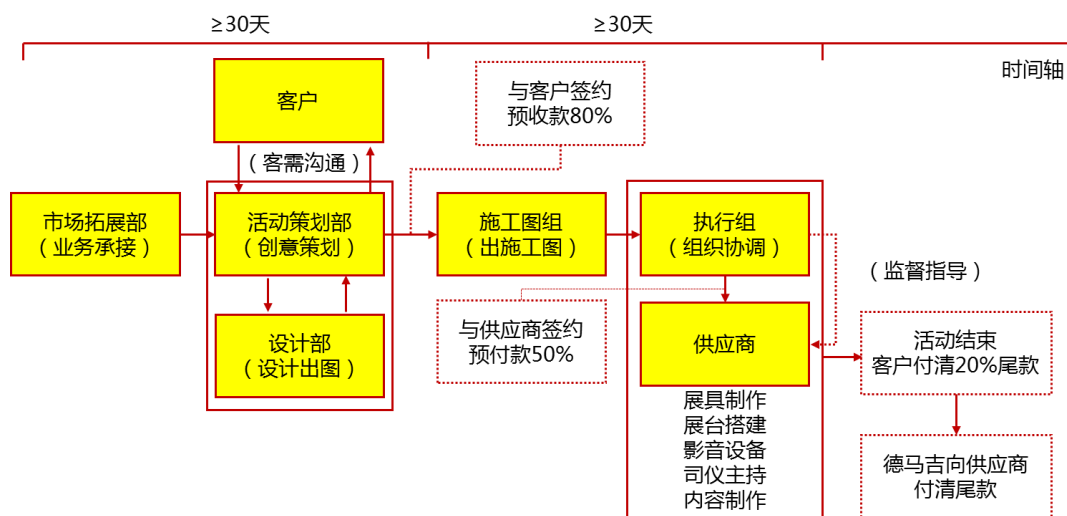
活动创意策划业务的客户性质与创意展示设计业务类似，业务模式也与创意展示设计业务类似，均为全产业链一体化经营模式，核心业务环节均由德马吉自主负责，其他业务环节再次向外部供应商采购。

业务流程：（1）业务承接，市场拓展部通过各种营销渠道承接项目；（2）签署项目合同，市场拓展部将承揽的项目转交给活动策划部，活动策划部陆续跟踪客户，并与客户深度沟通，了解其需求，并协助设计部出具3D效果图及方案，

客户确认后签署项目合同，签署合同后的3-5个工作日内收取客户80%的预收款；

(3) 出具项目施工图及制定施工方案，工程部出具施工图并制定详细的施工方案；(4) 项目施工，供应商负责展具制作、展台搭建、影音以及司仪等，公司负责监督指导及统筹控制；(5) 客户验收，并支付尾款，客户在活动结束后的3个工作日内支付尾款给德马吉。项目一般历时2个多月时间。报告期内，活动创意策划业务是德马吉的第2大业务模块，其业务流程图如下所示：

德马吉活动创意策划业务流程图

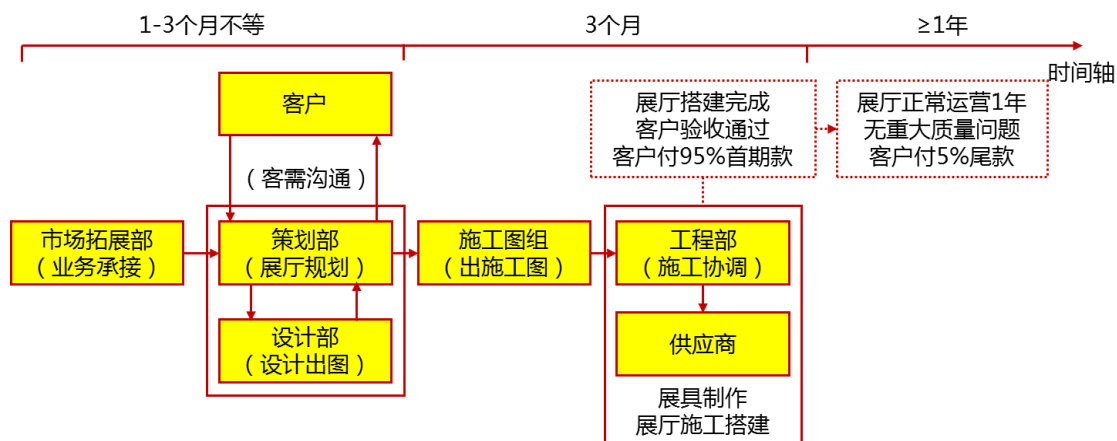


### 3、展厅创意规划业务

展厅创意规划业务的客户性质与创意展示设计业务、活动创意策划业务类似，业务模式也与创意展示设计业务、活动创意策划业务类似，均为全产业链一体化经营模式，核心业务环节均由德马吉自主负责，其他业务环节如展具制作、展台搭建等向外部供应商采购。

业务流程：(1) 业务承接，市场拓展部通过各种营销策略承接订单；(2) 签署工程合同，市场拓展部将客户转交给策划部（展厅创意规划），策划部陆续跟踪客户，并深度沟通了解其需求，设计部协助策划部出具3D效果图及CAD施工图，客户确定并签署工程合同；(3) 工程施工，工程部确定CAD施工图，并制定工程施工具体方案，工程部负责监督指导，供应商负责展具制作、展厅施工搭建，(4) 客户验收，展厅建造结束后，须经客户验收合格。其业务流程图如下所示：

## 德马吉的展厅创意规划业务流程图



## (六) 德马吉报告期内的各业务收入

德马吉分业务类型运营收入情况如下：

单位：万元

项目	2015 年度				
	营业收入	占比	营业成本	占比	毛利率
主营业务收入：	<b>6,550.50</b>	<b>99.67%</b>	<b>3,843.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>41.32%</b>
创意展示设计	4,023.20	61.22%	2,447.72	63.68%	39.16%
活动创意策划	2,009.64	30.58%	1,060.01	27.58%	47.25%
展厅创意规划	517.66	7.88%	335.97	8.74%	35.10%
其他业务收入：	<b>21.64</b>	<b>0.33%</b>	-	-	<b>100.00%</b>
租金收入	21.64	0.33%	-	-	100.00%
合计	<b>6,572.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,843.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>41.52%</b>
项目	2014 年度				
	营业收入	占比	营业成本	占比	毛利率
主营业务收入：	<b>3,339.52</b>	<b>99.89%</b>	<b>1,994.55</b>	<b>100.00%</b>	<b>40.27%</b>
创意展示设计	2,739.40	81.94%	1,627.65	81.60%	40.58%
活动创意策划	511.70	15.31%	309.00	15.49%	39.61%
展厅创意规划	88.42	2.64%	57.90	2.90%	34.51%
其他业务收入：	<b>3.59</b>	<b>0.11%</b>	-	-	<b>100.00%</b>
租金收入	3.59	0.11%	-	-	100.00%
合计	<b>3,343.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,994.55</b>	<b>100.00%</b>	<b>40.34%</b>

按照按不同展示地点和不同客户所在地划分业务类型，德马吉的业务模式主要分为国内企业国内展、国内企业国外展以及国外企业国内展。报告期内，

德马吉按照上述业务类型划分其实现的销售收入及占比如下表所示:

单位: 万元

项目	2015 年度		2014 年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比
主营业务收入:	6,550.50	99.67%	3,339.52	99.89%
国内客户国内展	3,766.54	57.31%	1,699.47	50.84%
国内客户国外展	2,711.27	41.25%	1,640.05	49.06%
国外客户国内展	72.69	1.11%	-	0.00%
其他业务收入:	21.64	0.33%	3.59	0.11%
租金收入	21.64	0.33%	3.59	0.11%
合计	6,572.14	100.00%	3,343.11	100.00%

从上述数据可以看出,报告期内德马吉各项业务类型所实现的销售收入均呈现上升趋势。

#### (七) 德马吉主要项目案例介绍

##### 1、世界移动通信大会(MWC)OPPO展厅

2016年2月22日,备受瞩目的世界移动通信大会MWC在西班牙巴塞罗那举行,全世界各大手机厂商都纷纷参展并亮相自家的最新技术。国内著名手机品牌OPPO,通过德马吉的创意设计策划,为其搭建出完美展台,充分展示OPPO的“Wow the world”的主题。

#### 德马吉助力OPPO参加西班牙世界移动通信大会

主要亮点	效果图
<p>展台整体采用可变化色彩的布灯系统使得展台格外的绚丽通透,营造出时尚动感、青春活力的气质。</p>	



<p>大型液晶 LED 墙采用多个屏幕拼接而成，根据需要可以分开，分屏与合屏时都可以播放产品宣传片，酷炫的效果提升展台的动感魅力。</p>	
<p>螺旋上升的 360 度摄影展示，每一个手机所处一个角度，拍摄的照片会即时显示在大屏幕上，形象的展示了 OPPO 手机 360 度拍摄功能的工作过程，使参观者更直观的感受，印象深刻。</p>	
<p>产品展示不再只局限于静态展示上，此次全息影像技术的投入，对于 OPPO 的新产品来说如虎添翼。全息影像立体感强，形象逼真，借助激光器可以 360 度全方位的展示产品特点，带来非常好的参展效果。</p>	

## 2、新加坡国际通讯展华为展厅

2015年6月2日，第二十六届新加坡国际通讯展在滨海湾金沙会展中心隆重拉开帷幕，德马吉全力打造的华为展台精彩纷呈。展台上无处不在的多媒体技术运用，为观众带来超凡的视觉感受、多种互动体验更是精彩嗨不停，瞬间引爆整个通讯展会现场。

### 德马吉助力华为参加新加坡国际通讯展

主要亮点	效果图
------	-----

整个华为展台上最惹眼的要数展台顶部被德马吉设计师精心打造出一片璀璨星空，参观者抬头就能仰望浩瀚的星河。中央位置醒目的地球造型由数块电子屏组合而成，运用多媒体技术投影出一个不停旋转地动态地球影像，生动形象地与华为本次参展的主题“Open Roads To Better Connected World”相呼应，宣扬了华为“Building A Better Connected World”的企业愿景。



展台一侧独立设置的 360°立体环绕拍照体验区吸引了无数参观者的目光，嘉宾只需站在舞台中央摆出姿态，四周环绕摆放的手机就会拍下全方位无死角的照片，并组合成 GIF 动态图片，实时上传到展台上的大屏幕及华为 Facebook 官方网站上。



在华为智能展示区，德马吉精心设计了动感单车体验环境，参与者佩戴手环运动，即可显示公里数，每骑行一公里，华为将捐献 20 新加坡币。



前来参展的 ITU 秘书长在“Connect Your Footprintz”背景墙上把自己的足迹通过毛线连接起来，彰显了华为连接世界、沟通无限的品牌力量。



### 3、上海世界移动大会（MWC）阿里YunOS展厅

2015年7月15日，世界移动大会（MWC）在上海新国际博览中心隆重举行。本次展会以“移动无极限”为主题，聚集了互联汽车、可穿戴技术、移动支付、智

慧城市等移动技术，世界各地350多家公司参与盛会。全球领先的云计算技术和服务提供商、阿里巴巴集团旗下的云计算品牌阿里YunOS也携手全球专业展览服务商——德马吉高调亮相此次展会。

**创意展示设计业务：德马吉助力阿里YunOS参加世界移动大会MWC**

主要亮点	效果图
<p>为突显阿里“拥抱未来、不断创新”的企业风格，德马吉设计师将展台打造成环绕式的开放格局，360°无死角展示企业和产品的同时，以最大的空间和开阔的视野来容纳众多游客进入展台参观。以德马吉首创的“展台EI系统”为依据，从企业识别系统的标准色中提取出热情活泼的橙色来作为设计元素，展台整体以简约、沉稳的白色为基调，点缀活力四射的橙红色调，营造出欢快、明亮的舒适视觉感受。</p>	
<p>经过德马吉设计师的精心策划，展台的地面上呈现出一幅从中心向四周辐射的概念地图，系统性地完整展示了阿里旗下以YunOS 智能导航系统为核心，衍生出的众多高科技产品。通过专业的解说员向现场嘉宾和观众阐述 YunOS 系统的运用实例和具体操作方式。</p>	
<p>展台一侧独立设置的阿里智能展示区集中展示了阿里最新的一体化家电产品，参展者在这里可以更直观、详细地了解产品的功能和特性，感受科技给未来生活带来的便利。</p>	

简约而不简单的展台造型、活力四射的欢快氛围，加上阿里 YunOS 重磅推出的系列科技产品，吸引了大批行业买手和游客前来参观、咨询，展台上一度人气爆棚，让阿里瞬间成为整场展会的聚焦点，也再次证实了德马吉值得客户信赖的专业水准。



#### 4、中国青岛2015海尔热水器经销商大会

2015年3月24日，德马吉助海尔集团在青岛成功举办“2015海尔热水器经销商大会”。德马吉在成功主办海尔三亚交互峰会过后，又紧接着承办了海尔青岛经销商大会，所展现出的综合专业实力获得了海尔领导的高度赞扬。

##### 活动创意策划业务：德马吉协助海尔成功举办海尔青岛经销商大会

主要亮点	效果图
<p>大会现场绚丽的灯光加上科技时尚的舞台，营造出了美轮美奂的现场氛围，让所有人沉浸在海尔集团致力打造的蓝色中国梦中。</p>	
<p>舞台上的每一个细节之处都经过德马吉策划团队的精心设计，尽显海尔的主场身份。</p>	

<p>大会正式开始后，绚丽的舞台灯光伴随着会议进程时刻变幻。</p>	
<p>除了大会现场的活动创意策划与舞台搭建，海尔当天产品展台也由德马吉一手包办，凭借着全球首创的展台 EI 系统，融入海尔元素充分结合，打造出海尔专属的科技展台。</p>	
<p>现场还布置了充满中国传统文化气息的古筝和茶艺表演环节，为会场气氛增添了一份人文艺术气息。</p>	

## 5、德马吉展厅创意规划业务经典案例

### 展厅创意规划业务案例：义乌廉政走廊





## (八) 前五大客户及供应商

### 1、德马吉报告期内向前五名客户销售情况

2015年度德马吉向前五大客户销售情况：

单位：万元

序号	公司名称	销售业务	收入金额	占营业收入比例
1	浙江晶科能源有限公司	创意展示设计	713.12	10.85%
2	德马吉（中国）展览有限公司	创意展示设计/ 活动创意策划	420.00	6.39%
3	合肥美的电冰箱有限公司	活动创意策划	360.38	5.48%
4	雅迪科技集团有限公司	创意展示设计/ 活动创意策划	325.47	4.95%
5	青岛经济技术开发区海尔热水器有限公司	活动创意策划/ 展馆创意规划	296.79	4.52%
合计			<b>2,115.76</b>	<b>32.19%</b>

2014年度德马吉向前五大客户销售情况：

单位：万元

序号	公司名称	销售业务	收入金额	占营业收入比例
1	浙江晶科能源有限公司	创意展示设计	489.24	14.63%
2	德马吉（中国）展览有限公司	创意展示设计	435.86	13.04%
3	中国中车股份有限公司 [注 1]	创意展示设计/ 活动创意策划	303.25	9.07%
4	潍柴动力股份有限公司	创意展示设计/ 活动创意策划	129.00	3.86%
5	中国联合网络通信集团有限公司宁波分公司	活动创意策划	120.75	3.61%
合计			<b>1,478.10</b>	<b>44.21%</b>

注1：2015年度德马吉与中国中车股份有限公司及其控股的下属公司的销售收入合并列示为对中国中车

股份有限公司的销售收入。

2015年度和2014年度,德马吉向前五大客户合计的销售额占当期销售总额的百分比分别为32.19%、44.21%,不存在向单个客户的销售比例超过总额的50%或严重依赖于少数客户的情形。

报告期内,德马吉(中国)为德马吉实际控制人王翔100%控股的企业,其余主要客户与德马吉及其董事、监事、高级管理人员和核心业务人员,其他主要关联方或持有德马吉5%以上股份的股东均不存在关联关系。截止本报告书签署日,德马吉(中国)已进入注销进程中。

德马吉客户中国中车、华为、万达、阿里巴巴、中石化、TCL、海尔、中国联通等,报告期内,上述披露的主要客户实现的营业收入明细如下表所示:

单位:元

客户名称	2015 年度			2014 年度		
	营业收入	占比	收入排名	营业收入	占比	收入排名
中国中车股份有限公司	2,682,401.10	4.09%	6	3,032,474.45	9.08%	3
华为技术有限公司	1,003,079.21	1.53%	13	562,501.87	1.68%	12
武汉万达东湖置业有限公司	1,684,987.71	2.57%	8	-	-	-
阿里云计算有限公司	424,528.30	0.65%	30	-	-	-
中国石油化工集团公司	-	-	-	971,698.09	2.91%	6
TCL 集团股份有限公司	1,894,999.96	2.89%	7	-	-	-
海尔热水器有限公司	2,967,905.54	4.53%	5	750,943.38	2.25%	9
中国联合网络通信集团有限公司宁波分公司	-	-	-	1,207,547.14	3.61%	5
合计	10,657,901.82	16.27%		6,525,164.93	19.53%	

从上表可以看到,报告期内德马吉与列示的主要客户均存在一定的业务往来,其中,上述主要客户除华为技术有限公司和阿里云计算有限公司收入排名在所属期间较后以外,其余客户均属于当期前十大销售金额的客户,属于德马吉

的主要客户。

华为作为德马吉的战略性客户，未来在全球参展、高端参展定制等方面具有具备较大的潜在需求，未来合作空间广阔，2015 年度，德马吉与华为技术有限公司签订《展览展示服务框架采购协议》，约定在未来一定期间内，华为技术有限公司与德马吉之间的每笔单个交易按照协议所约定的框架进行运作，框架协议签订进一步捆绑了华为技术与德马吉之间的合作关系，战略性客户属于德马吉认定的主要客户范畴，因此作为标的公司的主要客户列示。

阿里巴巴作为德马吉的重要客户，其展示项目的展示手段、展示质量具有一定代表性和创新性。2015 年度 7 月于上海举行的世界移动大会（MWC），阿里巴巴集团旗下的云计算品牌“阿里云”亮相此次展会。为突显阿里“拥抱未来、不断创新”的企业风格，德马吉设计师将展台打造成环绕式的开放格局，全景无死角展示企业和产品的同时，以最大的空间和开阔的视野来容纳众多游客进入展台参观。本次展示案例无论从展示手段还是体验感上均体现了德马吉在创意设计上的水平的展示水平及创新能力，具有一定的代表性，故阿里巴巴作为德马吉的主要客户列示。

综上，上述因素均构成德马吉主要客户并未体现在德马吉 2015 年度前五大客户的原因，德马吉关于主要客户的信息披露不存在矛盾。

德马吉服务客户群集中在新能源、消费类电子、轨道交通、通信通讯等行业，具体情况如下：

行业类型	行业的客户属性	主要客户
新能源	主要以开发利用或正在积极研究、有待推广的能源的企业，如太阳能、地热能、风能、海洋能、生物质能和核聚变能等。	浙江晶科能源有限公司、无锡尚德太阳能电力有限公司、山西潞安太阳能科技有限公司
消费类电子	主要生产供日常消费者生活使用的电子产品的企业。	TCL 集团股份有限公司、合肥美的电冰箱有限公司、海尔热水器有限公司、雅迪科技集团有限公司等。
轨道交通	主要研发或生产以电能为动力，采取轮轨运转方式的快速大运量公共交通或相关系统、轨道等产品的企业。	中国中车股份有限公司、北京易科路通铁道设备有限公司、上海富欣智能交通控制有限公司等。



通信通讯	主要以研究开发或生产与通信、通讯行业相关上下游产品的企业。	华为技术有限公司、阿里云计算有限公司、中国联合网络通信集团有限公司等。
------	-------------------------------	-------------------------------------

## 2、德马吉报告期内的前五大供应商的情况

2015年度德马吉向前五大供应商采购情况：

单位：万元

序号	供应商名称	采购业务	金额	占采购总额比例
1	德马吉（中国）展览有限公司	制作成本	425.48	14.04%
2	北京鸿图雅阁会展服务有限公司	制作成本	176.87	5.84%
3	上海彩兴展览服务有限公司	制作成本	150.28	4.96%
4	厦门因美特展览有限公司	制作成本	101.42	3.35%
5	北京市彤发伟业展览展示制作有限公司	制作成本	94.34	3.11%
合计			<b>948.38</b>	<b>31.30%</b>

2014年度德马吉向前五大供应商采购情况：

单位：万元

序号	供应商名称	采购业务	金额	占采购总额比例
1	德马吉（中国）展览有限公司	制作成本	368.72	22.74%
2	上海彩兴展览服务有限公司	制作成本	199.35	12.30%
3	北京鸿图雅阁会展服务有限公司	制作成本	171.58	10.58%
4	厦门因美特展览有限公司	制作成本	66.81	4.12%
5	华世国际展览(北京)有限公司	制作成本	50.94	3.14%
合计			<b>857.40</b>	<b>52.88%</b>

2015年度和2014年度，德马吉向前五大供应商合计的采购额占当期采购总额的百分比分别为31.30%、52.88%，不存在向单个供应商的采购比例超过总额的50%或严重依赖于少数供应商的情形。

报告期内，德马吉（中国）为德马吉实际控制人王翔100%控股的企业，其余主要供应商与德马吉及其董事、监事、高级管理人员和核心业务人员，其他主要关联方或持有德马吉5%以上股份的股东均不存在关联关系。与德马吉均不存在关联关系。截止本报告书签署日，德马吉（中国）已进入注销进程中。

## （九）项目质量控制情况

德马吉建立了覆盖客户沟通、创意设计、活动创意策划、供应商外包等各个环节的质量管理体系，制定了相关业务程序和工作指引来进行过程控制与关键点控制，从而确保公司经营全过程有序进行。具体质量管控根据项目实施的环节和特点如下：

### 1、客户沟通环节的质量控制

客户沟通对接过程，主要由销售部牵头负责，在各细分环节与设计部、工程部协同合作。销售部通过对客户进行项目尽职调查，对客户的产品、服务、品牌文化、核心竞争力、预算安排等各方面进行全方位的了解，出具项目需求标书函作为项目立项依据，以达到准确了解客户总体需求、提高后续环节的作业效率、减少返工成本的目的。

### 2、创意设计与活动创意策划环节的质量控制

展台创意设计与活动创意策划环节，分别由设计部与活动策划部完成。

于展台创意设计环节，设计部通过企业ERP管理系统与销售部协同合作，进行项目内容共享、项目进度跟踪、客户需求信息获取、项目设计成品上传，对项目质量情况进行双向把控。在设计部内部，设计师通过详细了解客户需求，由设计师出图，经过设计总监审核与反复修改后，交由客户确认及验收。德马吉通过严格的质量控制手段，德马吉设计稿件一次通过率在95%以上。

于活动创意策划环节，由活动策划部把控活动策划业务的整体质量。在创意策划过程中，活动策划部首先按照项目需求标书函，全方位了解客户信息、客户同业品牌信息、行业流行元素等，并负责出具初步策划方案、协同设计部出设计图、与客户进行沟通交流并进行修改等，最终形成完整的策划方案，确保方案能准确把握客户的需求。

### 3、对供应商的质量控制

在选取供应商方面，德马吉对供应商的合格程度进行预审定，审定通过之后，才能进入德马吉的备选供应商名单。在项目实施时，德马吉会从供应商名单中优

先选取合作次数在3次以上的供应商进行合作。在展会整体结束之后，德马吉对供应商进行内部资质评定，以备下次合作时参考前次合作案例及评定结果进行供应商筛选。

在展览展具制作与展台搭建过程中，德马吉全程参与监理及验收。德马吉的工程部在展具制作过程中，会随时到制作现场进行监督检查，若发现问题，将立即根据问题性质向外包单位提出返工或返修要求，直至最终检测合格。在收到成品之后，德马吉对展览展具的外观、相关质量证明文件、送货单据等进行核对检查，展具在被整体验收之后，方能投入到展会中使用。在展台搭建的过程中，德马吉实行全程监督，要求运输单位在进场时填写《进场安全物资、工具、设施、设备验收记录表》，在项目施工时按照德马吉提供的《电工安全技术交底》、《油漆工程安全技术交底》等标准进行作业，确保施工单位严格按照施工图、施工材料、质量标准进行搭建。在展台施工结束之后，工程部要求德马吉参与验收人员以及施工单位负责人，对施工方案、支撑材料、立柱稳定性、木杆连接及扣件以及作业环境进行验收合格之后，共同签署《展台结构验收记录表》。

另外，德马吉在与供应商签订的采购合同中列明相关条款，只有当参展商客户向德马吉结清尾款之后，德马吉才与供应商结清尾款。德马吉通过这种连带约束的方式，提高了供应商在质量控制环节的自觉性，起到间接监督的作用。

## （十）公司团队介绍

### 1、德马吉核心管理团队

序号	姓名	出生年份	学历	最近三年的工作简历
1	王翔	1982	本科	德马吉创始人之一，2012年至今担任德马吉国际展览有限公司执行董事、总经理；2014年至今在欧马腾担任执行董事、总经理。
2	师欣欣	1984	本科	德马吉创始人之一，2012年至今担任德马吉监事。

王翔，德马吉执行董事、总经理，男，中国国籍，无境外永久居留权；1982年出生，毕业于江西师范大学，本科。2004年至2012年担任上海德马吉展览展示服务有限公司执行董事、总经理；2012年至今担任德马吉国际展览有限公司执行董事、总经理；2014年至今担任上海欧马腾软件有限公司执行董事、总经理。

师欣欣，德马吉监事，女，中国国籍，无境外永久居留权；1984年出生，毕业

于东华大学，本科。2007年至2012年担任上海德马吉展览展示服务有限公司监事；2012年至今担任德马吉国际展览有限公司监事。

## 2、德马吉核心业务人员

序号	姓名	出生年份	学历	最近三年的工作简历
1	王欣	1983	本科	2013年3月至今，任职于德马吉国际展览有限公司，担任销售分管副经理，负责公司整体销售业绩以及项目运营。
2	蒋镜颖	1978	专科	2013年5月至今，任职于德马吉国际展览有限公司，担任创意设计经理并负责创意设计组内项目运营。
3	阴铮铮	1985	本科	2012年至今，任职于德马吉国际展览有限公司担任销售总监负责展览设计的销售工作和工程项目管理、协助团队进行项目管理。
4	姚富强	1980	大专	2012年至今，任职于德马吉国际展览有限公司担任设计总监负责管理设计部工作以及参与重要方案设计与构思。

王欣，德马吉销售分管副经理，女，中国国籍，无境外永久居留权；1983年出生，毕业于东北林业大学，本科。2004年至2006年担任上海冠美办公家具有限公司设计主管；2006年至2007年担任招商信诺销售业务人员；2007年至2013年担任上海宽创展览展示有限公司销售总监；2013年至今担任德马吉销售分管副经理。

蒋镜颖，德马吉创意设计经理，女，中国国籍，无境外永久居留权；1983年出生，专科。2013年5月至今，任职于德马吉国际展览有限公司，担任创意设计经理并负责创意设计组内项目运营。

阴铮铮，德马吉销售部项目总监，女，中国国籍，无境外永久居留权；1985年出生，毕业于贵州大学，本科。2009年至2010年，担任上海航空行政部总经理助理；2010年至2011年，担任丹菲雅化妆品连锁（欧莱雅集团）市场营销部营销助理；2011年至今担任德马吉销售部项目总监。

姚富强，德马吉设计部总监，男，中国国籍，无境外永久居留权；1980年出生，毕业于江西渝州电子工业学院，专科。2004年至2007年，担任金艾展览设计部设计师；2007年至2009年，担任鸿韵展览设计部高级设计师；2009年至2012年担任上海德马吉展览展示服务有限公司设计总监；2012年至今担任德马吉设计部总监。

## 3、德马吉核心业务人员变动情况

报告期内，德马吉核心业务人员基本保持稳定。

#### 4、管理团队和核心技术人员是否具有从事标的公司相关业务的经验

上述标的公司核心管理团队成员王翔、师欣欣，以及核心技术人员王欣、姚富强、蒋镜颖、阴铮铮均具有目前从事标的公司所在职位的相关业务的经验。

#### 5、此次并购完成后前述核心人员的任职安排、竞业限制安排及保证主要团队稳定性的相关措施与安排

本次交易完成后，保证主要团队稳定性的相关措施如下：

##### (1) 任职期限安排

各方同意，交割日后，除非德马吉目前总经理严重违反德马吉规章制度、连续两年未能完成考核指标或存在其他不胜任工作情形，德马吉目前总经理在交割日后 60 个月内保持不变。

##### (2) 竞业禁止约定

德马吉承诺，按照公司要求与关键人员签订保密、竞业禁止及避免同业竞争协议，约定该等关键人员自本次股权转让完成之日起在德马吉至少任职 48 个月，在任职期间以及离职后 2 年内，不得从事与公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司的经营业务相竞争的任何业务，不得直接或间接投资任何与公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司存在竞争关系的公司或企业，不得受聘于任何公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司的竞争者或直接或间接地向该等竞争者提供任何建议、协助或业务机会。

#### 6、标的公司人员具体情况

截至 2016 年 3 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日，德马吉的员工人数分别为 134 人、103 人、65 人、37 人和 23 人，德马吉自成立以来不存在通过劳务派遣用工的情况。各职能部门的人员情况具体如下表所示：

单位：人

部门名称	2016.3.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
------	-----------	------------	------------	------------	------------

总经理室	4	3	2	2	2
销售部	30	26	15	10	7
设计部	32	28	24	12	5
市场拓展部	8	4	1	-	-
人力资源部	10	7	6	3	3
平面部	5	4	3	-	-
工程部	17	16	10	7	5
成本管理中心	4	2	-	-	-
工程质量管理中心	11	1	-	-	-
策划部	9	8	2	1	-
财务部	4	4	2	2	1
<b>总计</b>	<b>134</b>	<b>103</b>	<b>65</b>	<b>37</b>	<b>23</b>

## 七、德马吉最近两年主要财务数据及财务指标

### (一) 合并资产负债表主要数据

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产合计	39,374,851.71	19,175,306.81
非流动资产合计	1,074,651.49	2,386,647.18
<b>资产总计</b>	<b>40,449,503.20</b>	<b>21,561,953.99</b>
流动负债合计	15,630,000.98	7,653,056.06
非流动负债合计	-	-
<b>负债总计</b>	<b>15,630,000.98</b>	<b>7,653,056.06</b>
<b>所有者权益总计</b>	<b>24,819,502.22</b>	<b>13,908,897.93</b>

### (二) 合并利润表主要数据

单位：元

项目	2015年度	2014年度
营业收入	65,721,429.38	33,431,115.17
营业成本	38,437,032.98	19,945,518.82
营业利润	12,001,697.32	3,046,244.74
净利润	10,910,604.29	2,258,263.18
非经常性损益影响的净利润	671,500.00	-
扣除非经常性损益后的净利润	10,239,104.29	2,258,263.18

德马吉 2015 年度、2014 年度净利润分别为 10,910,604.29 元和 2,258,263.18 元，非经常性损益影响的净利润分别为 671,500.00 元和 0 元，其中非经常性损益主要由政府补助、捐赠支出构成。

## 八、德马吉主要资产、主要负债以及主要担保情况

### (一) 主要资产情况

#### 1、概况

截至2015年12月31日，德马吉总资产4,044.95万元，其中：流动资产3,937.49万元，非流动资产107.47万元。德马吉的主要资产状况如下表所示：

项目	金额(万元)	占总资产的比例(%)	主要构成
货币资金	2,345.00	57.97	主要由银行存款、库存现金构成。
应收账款	665.52	16.45	主要为应收客户的合同账款。
预付账款	403.23	9.97	主要为预付供应商的采购账款。
其他应收款	346.34	8.56	主要为备用金、保证金等。

#### 2、主要固定资产

##### (1) 最近一期末的固定资产情况(截至2015年12月31日)

单位：元

固定资产类别	原值	累积折旧	净值	成新率
运输工具	1,249,743.59	544,159.22	705,584.37	56.46%
电子设备	435,833.15	149,003.81	286,829.34	65.81%
<b>合计</b>	<b>1,685,576.74</b>	<b>693,163.03</b>	<b>992,413.71</b>	

##### (2) 房屋租赁情况

截至本报告书签署日，德马吉及其控股子公司在中国境内租赁的年租金超过10,000元的房产情况如下：

2013年，德马吉作为承租方与上海万昌隆实业有限公司签订《房屋租赁合同》，约定：上海万昌隆实业有限公司将坐落于上海市闵行区景联路398号第二幢(名义五楼)501-506室、507室、516室、三层305-306室出租给德马吉用于经营、办公，总建筑面积为852平方米。租赁期限为2013年10月17日至2018年10月15日，租金为1.33元/平方米/天(含物业管理费)。

2014年10月，德马吉作为承租方与上海万昌隆实业有限公司签订《<租赁合同>补充协议》，约定：上海万昌隆实业有限公司将坐落于上海市闵行区景联

路 398 号第 2 幢 301、312 室出租给德马吉使用，房屋建筑面积为 442 平方米。租赁期限为 2014 年 11 月 1 日至 2018 年 10 月 15 日，租金为 1.33 元/平方米/天（含物业管理费）。原租赁房屋总建筑面积调整为 1294 平方米。

2015 年 12 月，德马吉与上海万昌隆实业有限公司签订《〈租赁合同〉补充协议二》，约定：上海万昌隆实业有限公司将坐落于上海市闵行区景联路 398 号第 2 幢 612 室的房屋出租给德马吉使用，房屋建筑面积为 360 平方米，租赁期限为 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 10 月 15 日，租金为 1.33 元/平方米/天（含物业管理费）。原租赁房屋总建筑面积调整为 1654 平方米。

2015 年 12 月，德马吉与上海万昌隆实业有限公司签订《〈租赁合同〉补充协议（三）》，约定：上海万昌隆实业有限公司同意德马吉将位于上海市闵行区景联路 398 号第 2 幢 301、312 室、建筑面积为 442 平方米的房屋转租给欧马腾使用，且德马吉无须就该等转租行为承担任何违约责任。

根据德马吉所提供的上述租赁物业的权属证书及德马吉的说明，上述租赁物业的证载房屋用途为工业，实际用途为办公。

上述租赁物业均未经办理房屋租赁登记备案。

根据全国人民代表大会常务委员会颁布的自 1995 年 1 月 1 日起施行并于 2007 年 8 月 30 日修订的《中华人民共和国城市房地产管理法》及住房和城乡建设部发布并于 2011 年 2 月 1 日起实施的《商品房屋租赁管理办法》的规定，房屋租赁的出租人和承租人应当签订书面租赁合同并向房产管理部门登记备案；房屋租赁当事人未在房屋租赁合同订立后三十日内办理房屋租赁登记备案的，由直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门责令限期改正，个人逾期不改正的，处以一千元以下罚款，单位逾期不改正的，处以一千元以上一万元以下罚款。

尽管上述租赁物业未经办理房屋租赁登记备案，根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》，未经办理租赁登记手续不影响房屋承租合同的效力。

另外，德马吉及其控股子公司所承租的上述物业的实际用途与证载用途不符。



全国人民代表大会发布并于 2007 年 10 月 1 日起实施的《中华人民共和国物权法》第一百四十条规定：“建设用地使用权人应当合理利用土地，不得改变土地用途；需要改变土地用途的，应当依法经有关行政主管部门批准。”

全国人大常委会发布、于 1999 年 1 月 1 日起实施并于 2004 年 8 月 28 日修订的《中华人民共和国土地管理法》第十二条规定：“依法改变土地权属和用途的，应当办理土地变更登记手续。”第五十六条规定：“建设单位使用国有土地的，应当按照土地使用权出让等有偿使用合同的约定或者土地使用权划拨批准文件的规定使用土地；确需改变该幅土地建设用途的，应当经有关人民政府土地行政主管部门同意，报原批准用地的人民政府批准。其中，在城市规划区内改变土地用途的，在报批前，应当先经有关城市规划行政主管部门同意。”

全国人大常委会发布并于 2009 年 8 月 27 日修订的《中华人民共和国城市房地产管理法》第十八条规定：“土地使用者需要改变土地使用权出让合同约定的土地用途的，必须取得出让方和市、县人民政府城市规划行政主管部门的同意，签订土地使用权出让合同变更协议或者重新签订土地使用权出让合同，相应调整土地使用权出让金。”

根据德马吉所提供的该租赁物业的权属证书及德马吉的说明，上述租赁物业的证载房屋用途为工业，实际用途为办公。出租方将工业用地变更为商业用途，存在被有关主管部门要求将出租物业恢复原有用途的风险从而导致德马吉及其控股子公司及/或分支机构无法继续使用承租物业的风险；此外，还存在出租方因未按规划用途使用土地被有关部门责令交还土地从而导致德马吉及其控股子公司及/或分支机构无法继续使用承租物业的风险，但德马吉及其控股子公司可依据租赁合同向出租方索赔。

鉴于交易对方已承诺：“在德马吉及其控股子公司承租物业的租赁期限或有权使用期限内，因租赁物业被拆迁、租赁物业产权存在瑕疵、租赁物业出租程序存在瑕疵或其他任何原因致使德马吉及其控股子公司无法继续以现有方式使用相关租赁物业，给德马吉及其控股子公司造成任何损失（包括但不限于实施搬迁费用、替代性场地的租赁费用超出现租赁物业的租赁费用部分、相关主管部门可能给予的处罚）均由交易对方及时、全额承担，且无需德马吉及其控股子公司支

付任何对价,确保不会因此给德马吉及其控股子公司的生产经营造成不利影响。”此外,鉴于上述租赁物业用途均为办公,若租赁条件发生变化,德马吉寻找替代租赁物业不存在实质障碍,不会对德马吉的正常经营产生重大影响。

综上,上述租赁物业未经办理登记租赁手续、实际用途与证载用途不符不会构成本次重组的实质性障碍。

### 3、主要无形资产

#### (1) 专利权

截至本报告书签署日,德马吉拥有6项实用新型专利,具体如下:

实用新型专利名称	获取方式	获取日期	专利号
一种展台 EI 系统的板墙结构	自主研发	2013/10/16	ZL2013 2 0225205.0
一种展台 EI 系统的绷布吊顶	自主研发	2013/11/13	ZL2013 2 0225202.7
一种展台 EI 系统地台	自主研发	2013/12/4	ZL2013 2 0232981.3
一种展台 EI 系统框架	自主研发	2013/12/11	ZL2013 2 0232982.8
一种展台 EI 系统的立体发光字	自主研发	2013/9/25	ZL2013 2 0225207.X
一种展台 EI 系统墙板集装箱	自主研发	2013/10/16	ZL2013 2 0232950.8

#### (2) 商标权

截至本报告书签署日,德马吉拥有7项商标专用权,具体如下:

序号	商标名称	颁发证书机构	类型	权利人	获取日期	有效期
1	展通天下	中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局	42	德马吉	2015/1/21	2015/1/21-2025/1/20
2	展通天下	中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局	37	德马吉	2015/1/21	2015/1/21-2025/1/20
3	搜展	中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局	35	德马吉	2015/1/21	2015/1/21-2025/1/20
4	展通天下	中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局	35	德马吉	2015/1/28	2015/1/28-2025/1/27
5	搜展	中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局	37	德马吉	2015/1/28	2015/1/28-2025/1/27
6	展图天下	中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局	35	德马吉	2015/8/28	2015/8/28-2025/8/27

7	展图天下	中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局	42	德马吉	2015/2/14	2015/2/14-2025/2/13
---	------	----------------------	----	-----	-----------	---------------------

2015年5月26日,德马吉与欧马腾签订了7份《申请商标转让协议书》,约定德马吉上述7个注册商标无偿转让给欧马腾。2015年5月26日,德马吉与欧马腾签订了《<申请商标转让协议书>终止协议》,约定终止双方于2015年5月26日就上述1、2、4号注册商标签署的3份《申请商标转让协议书》,该等《申请商标转让协议书》自始不发生效力。

根据德马吉的确认以及其所提供的文件,截至本报告书签署日,德马吉正在办理将上述7项商标的注册人名称变更为“德马吉国际展览有限公司”及将上述3、5、6、7号注册商标转让给欧马腾的相关手续。根据德马吉的说明,其在业务经营中未实际使用上述4项注册商标,该等注册商标转让不会对其业务经营造成不利影响。

2015年4月7日,上海德马吉展览展示服务有限公司与德马吉签订了7份《申请商标转让协议书》,约定上海德马吉展览展示服务有限公司将注册号分别为8561563、11429575、11429647、11429608、11429564、11429510及10632022的7个商标无偿转让给德马吉。

根据德马吉的确认、其所提供的文件,截至本报告书签署日,上海德马吉展览展示服务有限公司正在办理将上述7项注册商标转让给德马吉的相关手续。

### (3) 软件著作权

截至本报告书签署日,德马吉拥有13项计算机软件著作权,具体如下:

序号	软件名称	颁发证书机构	获取日期	证书号
1	触控屏展示控制软件 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1025514 号
2	动态信息展示系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1025608 号
3	地幕互动控制软件 V1.2	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1025626 号
4	德马吉 3D 影像模拟系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1025729 号
5	拖拽展示系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1025747 号
6	在线渲染管理系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026096 号
7	音视频交互演示系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026110 号
8	虚拟空间增强现实软件 V1.4	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026122 号

9	大屏幕融合管理系统 V1.3	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026418 号
10	3D 立体影像放映展示系统 V2.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026473 号
11	权限管理系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026768 号
12	客户项目关系管理系统 V2.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/22	软著登字第 1027967 号
13	多媒体联动系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/22	软著登字第 1027968 号

其中，上表所列示的序号为6、7、8、11、12、13号的软件著作权属于德马吉和欧马腾双方共有；2016年3月10日，德马吉与欧马腾签署了《软件著作权转让合同》及《〈软件著作权转让合同〉补充协议》，2016年3月15日，德马吉与欧马腾签署了《〈软件著作权转让合同〉补充协议（二）》，上述合同/协议约定：欧马腾将其与德马吉共同享有著作权的上述6项计算机软件著作权项下、欧马腾所享有的全部著作权利无偿转让给德马吉；自合同签订之日起，上述软件的著作权由德马吉享有；欧马腾应向德马吉提供上述软件的全部源代码及其他相关文档，向德马吉提供上述软件相关的技术支持，且不得以任何方式向第三方透露上述软件相关的技术细节；双方在《软件著作权转让合同》签署日（不含当日）前均未因使用上述6项计算机软件著作权所取得任何收益，亦无需向对方支付任何费用；《软件著作权转让合同》签署日（含当日）后，欧马腾不得继续使用上述6项计算机软件著作权中的1项或多项，如需继续使用的，应事先取得德马吉的书面授权，并按双方协商签订的授权协议的约定向德马吉支付许可使用费。

根据德马吉的说明，截至本报告书签署日，其正在办理将上述6项计算机软件著作权变更登记至其名下的相关手续。

#### （4）注册商标、计算机软件著作权转让已履行相应的决策程序

2015年4月7日，上海德马吉展览展示服务有限公司与德马吉签订了7份《申请商标转让协议书》，约定上海德马吉展览展示服务有限公司将申请号/注册号分别为第8561563、11429575、11429647、11429608、11429564、11429510及10632022号的7个商标无偿转让给德马吉。

2016年3月10日，德马吉与欧马腾签署了《软件著作权转让合同》及《〈软件著作权转让合同〉补充协议》；2016年3月15日，德马吉与欧马腾签署了《〈软件著作权转让合同〉补充协议（二）》，上述合同/协议约定：欧马腾将其与德马吉共同享有著作权的以下6项计算机软件著作权项下、欧马腾所享有的

全部著作权利无偿转让给德马吉。相关转让的计算机软件著作权情况如下表所示:

序号	软件名称	颁发证书机构	获取日期	证书号
1	在线渲染管理系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026096 号
2	音视频交互演示系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026110 号
3	虚拟空间增强现实软件 V1.4	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026122 号
4	权限管理系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/21	软著登字第 1026768 号
5	客户项目关系管理系统 V2.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/22	软著登字第 1027967 号
6	多媒体联动系统 V1.0	中华人民共和国国家版权局	2015/7/22	软著登字第 1027968 号

经核查,上述商标转让协议和计算机软件著作权转让协议未附需提交各自内部权力机构审议方能生效的条件。

《公司法》未明确要求有限责任公司购买、出售资产须提交有限责任公司股东会、董事会/执行董事审议/决定,德马吉、上海德马吉展览展示服务有限公司和欧马腾均为有限责任公司;同时经核查上述三家公司的章程,其章程也未要求购买、出售资产须提交各自公司股东会、董事会/执行董事审议/决定。

2016年6月2日,上海德马吉展览展示服务有限公司注销前的全体股东出具书面确认,对上海德马吉展览展示服务有限公司将相关商标转让给德马吉无任何异议,上海德马吉展览展示服务有限公司与德马吉就商标转让事宜签署的相关协议已经合法有效的授权和签署,不存在导致转让行为无效、被撤消的情形,该等协议合法有效。

2016年6月2日,欧马腾的全体股东出具书面确认,对欧马腾将相关计算机软件著作权转让给德马吉无任何异议,欧马腾与德马吉就计算机软件著作权转让事宜签署的相关协议已经合法有效的授权和签署,不存在导致转让行为无效、被撤消的情形,该等协议合法有效。

2016年6月2日,德马吉的全体股东出具书面确认,对德马吉受让上海德马吉展览展示服务有限公司转让的相关商标以及欧马腾转让的相关计算机软件著作权无任何异议,德马吉与上海德马吉展览展示服务有限公司、欧马腾就受让商标、计算机软件著作权签署的相关协议已经合法有效的授权和签署,不存

在导致上述受让行为无效、被撤消的情形，该等协议合法有效。

基于上述，经核查，就上海德马吉展览展示服务有限公司将相关商标、欧马腾将相关计算机软件著作权转让给德马吉事宜，相关方已经履行了相应的决策程序，相关协议合法有效。

(5) 注册商标、计算机软件著作权转让进展、预计办毕时间及逾期未办毕的影响

#### 1) 注册商标的转让进展、预计办毕时间及逾期未办毕的影响

2015年7月1日，商标局分别出具7份《商标转让申请受理通知书》，受理了上述7项商标的转让申请。经于中国商标网核查，截至本报告书签署日，上述7项商标均处于转让状态。

根据德马吉委托的商标代理机构出具的证明，上述7项商标的转让申请已得到商标局受理，目前处于商标局正常的审理过程，办理完成不存在障碍，但完成时间取决于商标局的审理进度，暂无法准确预计。

根据德马吉的说明，上述德马吉正在受让的7项商标主要用于德马吉的业务宣传推广，目前正在实际使用中；该等商标的权属人上海德马吉展览展示服务有限公司已出具《确认函》，同意德马吉在完成上述7项商标转让的相关手续前无偿使用该等商标，亦同意不会在任何时候以任何方式就德马吉无偿使用上述商标提出任何权利主张；且截至该本反馈回复出具之日，上海德马吉展览展示服务有限公司与德马吉就上述商标不存在任何争议及纠纷。综上，德马吉使用上述商标不涉及侵犯上海德马吉展览展示服务有限公司商标权的情形，即使由于监管机关的办理时间存在不确定性而可能导致商标转让手续在一段时间内未能办毕，该等情形应不会影响德马吉使用前述被转让商标，不会对本次交易产生重大不利影响。

#### 2) 计算机软件著作权的转让进展、预计办毕时间及逾期未办毕的影响

根据德马吉提供的《计算机软件著作权登记证书》，并经在中国版权保护中心网站核查，欧马腾转让的6项计算机软件著作权的著作权人已于2016年5月9日全部变更登记至德马吉名下。

因此，欧马腾转让给德马吉的 6 项计算机软件著作权的转让手续已经办理完成。

## (二) 主要负债情况

截至2015年12月31日，德马吉总负债1,563.00万元，其中：流动负债1,563.00万元，无非流动负债。德马吉的主要负债状况如下表所示：

项目	金额(万元)	占总负债的比例(%)	主要构成
应付账款	584.22	37.38	主要为经营性应付账款。
预收款项	566.19	36.22	主要为预收客户的经营性预收款
应交税费	248.72	15.91	主要为应付企业所得税等。

## (三) 主要对外担保情况

截至本报告书签署日，德马吉不存在对外担保情况。

## 九、经营资质证书

截至本报告书签署日，德马吉主要有5项经营资质证书，具体如下：

资质名称	颁发证书机构	获取日期	证书编号
高新技术企业证书	上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局	2015年10月30日	GR201531001211
质量管理体系认证证书	方圆标志认证集团有限公司	2015年3月16日	00213Q13867R0S
中国展览馆协会展览工程企业资质证书	中国展览馆协会	2014年5月28日	Q20141274
中国展览馆协会展览陈列工程设计与施工一体化资质登记证书	中国展览馆协会	2014年5月28日	C20141057
上海会展业企业资质证书	上海市会展行业协会	2014年12月	Q95001076

## 十、德马吉最近三年股权转让、增资、减资及资产评估情况

### (一) 最近三年的股权转让及增减资情况

德马吉最近三年进行了两次股权转让、两次增资以及一次减资,详见“第四章 交易标的基本情况”之“二、德马吉的历史沿革”相关部分内容。

### (二) 最近三年的资产评估情况

德马吉最近三年没有涉及到资产评估情况。

## 十一、德马吉的诉讼、仲裁、行政处罚情况

### (一) 德马吉的诉讼、仲裁或行政处罚情况

根据德马吉书面说明及承诺,德马吉最近五年内未受过行政处罚、刑事处罚、未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁。

### (二) 主要股东的诉讼、仲裁或行政处罚情况

根据德马吉书面说明及交易对方承诺,德马吉主要股东最近五年内未受过行政处罚(与证券市场明显无关的除外)、刑事处罚、未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁。

### (三) 董事、监事和高级管理人员的诉讼、仲裁或行政处罚情况

根据德马吉书面说明及承诺,德马吉董事、监事和高级管理人员最近五年内未受过行政处罚(与证券市场明显无关的除外)、刑事处罚、未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁。

## 十二、债权债务转移情况

本次交易不涉及债权债务转移情况。

## 十三、重大会计政策及相关会计处理

### (一) 收入的确认原则和计量方法

#### 1、收入确认原则



标的公司主要业务为创意展示设计业务、活动创意策划业务和展厅创意规划业务，其业务性质为提供劳务服务。根据《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定，企业在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，应当采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

(1) 收入的金额能够可靠地计量；(2) 相关的经济利益很可能流入企业；(3) 交易的完工进度能够可靠地确定；(4) 交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

考虑标的公司提供劳务时间较短，且成本集中在短时间内发生（业务开始时 1 个月内提供），无需按照完工百分比法进行收入核算，故标的公司三项主要业务均以劳务提供完毕并通过客户验收时间作为收入确认时点。

## 2、计量方法

### (1) 创意展示设计

创意展示设计业务以提供展台设计和搭建工作完毕并获得客户验收确认单时点作为收入确认时点确认收入。

### (2) 活动创意策划

以提供活动策划完毕并获得客户验收确认单时点作为收入的确认时点确认收入，其中巡展活动按已开展活动场次占总需开展活动场次比例确认收入。

### (3) 展厅创意规划

提供展厅设计和装潢完毕并后获得客户验收确认单时点作为收入确认时点确认收入。

## 3、三种类型收入分开确认的具体依据

### (1) 三种类型业务的提供劳务侧重点有所不同

创意展示设计业务主要以提供单场展会的展台设计和搭建服务为主，活动创意策划业务主要提供整场活动的策划与设计服务业务为主，而展厅创意规划业务主要提供展厅的整体的设计和装潢服务为主，三类业务提供的劳务侧重点有所不同，为了便于理解不同业务所带来的贡献及性质的不同，故相关收入进行分开确认。

上述三种类型业务均为劳务服务合同，其合同按照性质的不同划分为提供创意

展示整体解决方案的服务合同及单独提供相应服务性质的设计类合同。就提供创意展示整体解决方案的服务合同中，德马吉所提供的服务环节虽然包含展示道具的制作、展厅装潢和布置等服务环节，但上述展具道具的制作、展厅装饰和布置环节均通过向外部供应商采购的形式进行开展，德马吉在此过程中作为监理和最终验收的角色。综上，公司业务的核心为提供创意设计服务业务，其业务实质并不涉及道具制作等类似家具制造的业务属性，故其行业定位属于商业服务业中的会展营销服务行业，而不作为家具制造业进行分类并按家具制造业的收入确认方式进行收入确认。

### **(2) 三种类型业务的服务可持续性不同**

创意展示设计业务主要为单场展会提供创意设计服务，可持续时间平均在 3 至 5 天；活动创意策划业务主要为单场的完整活动提供策划设计服务，可持续时间平均在 1-2 天，如为巡展活动，视场次及巡展阶段可持续时间平均在 3-6 个月；而展厅创意规划业务体现为为展厅进行整体创意及装潢设计等，其可持续时平均在 1-2 年。

### **(3) 三种类型业务的业务开展由不同职能部门进行**

创意展示设计业务主要以公司设计部和工程部协助进行业务开展，活动创意策划业务主要由活动策划部与工程部协助进行业务开展，而展厅创意规划业务在报告期内业务收入金额较小，目前以德马吉内部独立的展厅规划团队负责该类业务的开展。

综上，上述三项业务所提供的劳务性质有所不同，其服务业务可持续性存在差异，并由不同的职能部门进行独立开展，将德马吉的上述三项业务分开确认具有可分割性及合理性。

## **(二) 标的公司与上市公司的会计政策和会计估计差异情况**

报告期内，标的公司与上市公司不存在重大会计政策与会计估计的差异情况。

## 第五章 发行股份及支付现金情况

### 一、发行股份及支付现金方案概述

上市公司拟通过发行股份及支付现金相结合的方式，购买帮林投资、德亿投资持有的德马吉100.00%股权，同时，上市公司向不超过10名（含10名）符合条件的特定对象发行股份募集配套资金，募集配套资金总额不超过1.7亿元，即不超过标的资产交易价格的45.33%。

### 二、本次发行的具体方案

#### （一）发行股票的种类和面值

本次发行的股票种类为境内上市的人民币普通股（A股），每股面值为人民币1元。

#### （二）发行对象和认购方式

##### 1、发行股份及支付现金购买资产的发行对象和认购方式

本次拟发行股份及支付现金购买资产的对象为德马吉股东帮林投资和德亿投资。帮林投资以其持有的德马吉60%股权获得本次发行的股份对价部分，德亿投资以其持有的德马吉40%股权获得本次交易的现金对价。

##### 2、募集配套资金的发行对象和认购方式

本次募集配套资金的发行对象为不超过10名（含10名）符合条件的特定投资者，其以现金认购上市公司新增股份：包括证券投资基金、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、证券公司、合格境外机构投资者、自然人及其他符合法定条件的合格投资者。证券投资基金管理公司以及其管理的2只以上基金认购本次发行股份募集配套资金的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象，只能以自有资金认购。

### (三) 发行价格及定价依据

本次发行股份购买资产和发行股份募集配套资金的定价基准日均为公司第二届董事会第二十八次会议决议公告日。

在定价基准日至股份发行日期间,若中国证监会对发行价格的确定进行政策调整,则发行价格和发行数量将作相应调整。

在定价基准日至股份发行日期间,本公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项,本次发行价格将做相应调整,具体调整方式以股东大会决议内容为准。

上述定价原则下,发行股份及支付现金购买资产与发行股份募集配套资金的定价情况分别如下:

#### 1、发行股份及支付现金购买资产所涉发行股份的定价

按照《重组管理办法》第四十五条规定,上市公司发行股份的价格不得低于市场参考价的 90%。市场参考价为本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前 20 个交易日、60 个交易日或者 120 个交易日的公司股票交易均价之一。上述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。

本次交易发行股份购买资产的发行价格主要是在充分考虑上市公司股票市盈率及同行业上市公司估值水平的基础上,上市公司通过与交易对方之间的充分磋商,同时在兼顾各方利益的情况下,确定本次发行股份购买资产的发行价格采用定价基准日前 120 个交易日公司股票交易均价作为市场参考价,并以该市场参考价的 90%作为发行底价。

本次发行股份购买资产选取董事会决议公告日前 120 个交易日均价作为市场参考价。本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前 120 个交易日公司股票交易均价(决议公告日前 120 个交易日公司股票交易总额/决议公告日前 120 个交易日公司股票交易总量)为 32.03 元/股,本次发行股份购买资产的股票发行价格为 28.83 元/股,不低于市场参考价的 90%。

公司第二届董事会第二十七次会议及 2015 年度股东大会审议通过了《关于 2015 年度利润分配的方案》，拟以公司 2016 年 3 月 11 日总股本 399,836,207 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.34 元（含税），若前述利润分配实施方案实施完毕，本次发行股份购买资产的发行价格将进行相应调整。

除上述公司 2015 年度利润分配方案实施外，若上市公司在本次发行的定价基准日至发行日期间如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，则按中国证监会及深交所的相关规则对本次发行股份购买资产的发行价格进行相应调整。

上述发行价格已经上市公司股东大会批准。

## 2、募集配套资金所涉发行股份的定价

上市公司本次拟向不超过 10 名（含 10 名）符合条件的特定投资者发行股份募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日股票交易均价的 90%，即不低于 34.40 元/股。

公司第二届董事会第二十七次会议及 2015 年度股东大会审议通过了《关于 2015 年度利润分配的方案》，拟以公司 2016 年 3 月 11 日总股本 399,836,207 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.34 元（含税），若前述利润分配实施方案实施完毕，本次募集配套资金的发行价格将进行相应调整。

最终发行价格在本公司取得中国证监会关于本次重组的核准批文后，由本公司董事会根据股东大会的授权，依据《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》等有关法律、行政法规及其他规范性文件的规定及市场情况，并根据询价情况，与本次发行的独立财务顾问协商确定。

除上述公司 2015 年度利润分配方案实施外，定价基准日至发行日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项的，将依据相关规定对本次发行价格作相应除权除息处理，发行数量也将根据本次发行价格的变动情况进行相应调整。

上述发行价格及确定发行价格的原则已经本公司股东大会批准。

### 3、调价机制

在岭南园林股东大会审议通过本次交易的决议公告日至中国证监会核准本次交易前,出现下列情形之一的,上市公司有权召开董事会对发行股份购买资产的发行价格进行一次调整:

(1) 中小板综合指数(399101.SZ)在任一交易日前的连续30个交易日中至少20个交易日相比于上市公司因本次交易首次停牌日即2016年2月24日收盘点数(即10,892.17点)跌幅超过10%;

(2) 证监会土木工程建筑指数(883153)在任一交易日前的连续30个交易日中有至少20个交易日相比于上市公司因本次交易首次停牌日即2016年2月24日收盘点数(即2,414.78点)跌幅超过10%。

当出现以上任一情形时,公司有权在上述情形出现后自主决定是否召开董事会会议审议是否按照价格调整方案对发行股份购买资产的发行价格进行调整,调价基准日为该次董事会决议公告日,若发行股份购买资产的发行价格高于调价基准日前20个交易日(不包括调价基准日当日)的公司股票交易均价的90%,则发行股份购买资产的发行价格调整为调价基准日前20个交易日(不包括调价基准日当日)的公司股票交易均价的90%,若发行股份购买资产的发行价格低于调价基准日前20个交易日(不包括调价基准日当日)的公司股票交易均价的90%,则发行股份购买资产的发行价格不作调整。

发行价格调整后,认购对价的定价不进行调整,因此发行的股份数量=(标的资产交易价格×60%)÷调整后的发行价格。

在调价基准日至发行日期间,公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项,将按照深交所的相关规则对调整后的发行价格、发行数量再作相应调整。

#### (四) 发行股份及支付现金所涉及发行股份数量

##### 1、发行股份及支付现金的发行数量

根据上述发行价格计算,本公司向帮林投资发行股份数量共计7,804,370股。

具体分配方式如下:

序号	交易对方	股份支付数量(股)
1	帮林投资	7,804,370
合计数		<b>7,804,370</b>

最终发行数量将以标的资产的最终交易价格为依据,由上市公司董事会提请上市公司股东大会批准,并经中国证监会核准的数额为准。

除公司 2015 年度利润分配方案实施外,在定价基准日至发行日期间,如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项做相应调整时,发行数量亦将作相应调整。

## 2、募集配套资金的发行股份数量

本次拟发行股份募集配套资金不超过标的资产交易价格的 45.33%。按照最终评估结果并经交易各方协商确定的交易价格计算,募集配套资金不超过 1.7 亿元;按照不低于定价基准日前 20 个交易日股票交易均价的 90%,即不低于 34.40 元/股计算,向不超过 10 名符合条件的特定投资者发行股份数量不超过 4,941,860 股。最终发行数量将根据最终发行价格,由公司提请股东大会授权董事会根据询价结果与本次交易的独立财务顾问协商确定。

除公司 2015 年度利润分配方案实施外,在定价基准日至发行日期间,如本次发行价格因上市公司出现派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项做相应调整时,发行数量亦将做相应调整。

### (五) 发行股份及支付现金购买资产过渡期间损益的归属

过渡期内,如标的资产所对应净资产值(合并报表)减少,交易对方应根据针对交割而实施的专项审计结果,在审计报告出具日后 10 日内,按其于评估基准日所持德马吉的股权比例以现金方式向公司补足;如标的资产所对应的净资产值(合并报表)增加,则增加的净资产由公司享有,公司无需就此向交易对方作出任何补偿。

### (六) 本次发行股票的锁定期及上市安排

#### 1、发行股份及支付现金购买资产发行股份锁定期

按照《重组管理办法》第四十六条规定：特定对象以资产认购而取得的上市公司股份，自股份发行结束之日起十二个月内不得转让；属于以下方式之一的三十六个月内不得转让：

- (1) 特定对象为上市公司控股股东、实际控制人或者其控制的关联人；
- (2) 特定对象通过认购本次发行的股份取得上市公司的实际控制权；
- (3) 特定对象取得本次发行的股份时，对其用于认购股份的资产持续拥有权益的时间不足十二个月。

本次发行股份购买资产的交易对方帮林投资以资产认购而取得的上市公司股份自股份发行结束并上市之日起三十六个月内不得转让。

本次发行结束后，由于岭南园林送红股、转增股本等原因增持的上市公司股份的相应比例，亦应遵守上述承诺。

## **2、募集配套资金发行股票锁定期**

参与配套募集资金认购的其他特定投资者以现金认购的股份自股份发行结束并上市之日起十二个月内不得转让。

本次发行完成后，由于上市公司送红股、转增股本等原因增持的公司股份，亦应遵守上述约定。待股份锁定期届满后，本次发行的股份将依据中国证监会和深交所的相关规定在深交所交易。

如中国证监会对股份限售有更为严格的规定，则适用中国证监会的相关规定。

### **(七) 股份及现金支付进度安排**

发行股份及支付现金购买资产所涉及的股份交易对价自标的股权交割日后30个工作日内，上市公司完成向帮林投资发行股份的交割，并在登记结算公司将发行的股份登记至帮林投资名下。

发行股份及支付现金购买资产所涉及的现金交易对价分为四期进行支付：

第一期于中国证监会作出核准本次发行股份及支付现金购买资产并募集配



套资金的批复且配套募集资金到账后的 10 个工作日内，或中国证监会作出核准本次发行股份及支付现金购买资产但取消配套融资的批复后 30 个工作日后向德亿投资支付 13,500 万元；

第二期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2016 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元；

第三期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2017 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元；

第四期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2018 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元。

## **(八) 业绩承诺、补偿安排和超额业绩奖励**

### **1、业绩承诺**

根据本公司与帮林投资、德亿投资签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》及《盈利补偿协议》，德亿投资及帮林投资承诺，德马吉 2016 年度、2017 年度、2018 年度实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的预测净利润分别为不低于 2,500 万元、3,250 万元、4,225 万元（均含本数）。

### **2、盈利预测补偿安排**

本次重组完成后，德马吉应在承诺期各个会计年度结束后的 4 个月内聘请为岭南园林出具年度审计报告的会计师事务所对德马吉进行审计，并出具专项审核报告。如在承诺期内，德马吉每年度截至当期期末累计实现的归属于母公司所有者的净利润（以下简称“当年度实现净利润”）低于截至当期期末累计当年度预测净利润，则帮林投资及德亿投资应在当年度专项审核报告在指定媒体披露后分别按照以下约定向岭南园林进行补偿：

(1) 帮林投资应以股份方式向岭南园林进行补偿：

当年度应补偿的股份数量=(当年度预测净利润－当年度实现净利润)×60%÷承诺期内累计预测的净利润之和×《发行股份及支付现金购买资产协议》及其补充协议（如有）约定的标的资产交易价格÷本次发行价格－累计已补偿股份数量。

上述计算结果小于 0 时,按 0 取值。帮林投资向岭南园林支付的补偿总额不超过其在本本次交易所获得的股份对价总额 2.25 亿元。

岭南园林将以人民币 1.00 元的价格向帮林投资回购帮林投资应补偿的股份并依法予以注销。

岭南园林应在当期年度报告披露后的 10 个交易日内发出召开审议上述股份回购事项的股东大会(以下简称“回购股东大会”)会议通知。

如股份回购事宜未获回购股东大会审议通过,岭南园林将在回购股东大会决议公告后 10 个交易日内书面通知帮林投资。帮林投资应在接到该通知后 30 日内取得所需批准(如需),并在符合相关证券监管法规、规则和监管部门要求的前提下,于接到上述通知后 180 日内将应补偿股份无偿赠送给回购股东大会股权登记日登记在册的除帮林投资以外的全体股东,该等股东按照其持有的 A 股股份数量占股权登记日扣除帮林投资所持股份总数外的岭南园林总股份数的比例获赠股份。

自应补偿股份数量确定之日(指当期年度报告披露之日)起至该等股份注销前或被赠与股东前,帮林投资或岭南园林就该等股份不拥有表决权且不享有收益分配的权利。

(2) 德亿投资应以现金方式向岭南园林进行补偿:

当年度应补偿的现金金额=(当年度预测净利润-当年度实现净利润)×40%÷承诺期内累计预测的净利润之和×《发行股份及支付现金购买资产协议》及其补充协议(如有)约定的标的资产交易价格-累计已补偿现金金额。

上述计算结果小于 0 时,按 0 取值。德亿投资向岭南园林支付的补偿总额不超过其在本本次交易所获得的现金对价总额 1.5 亿元。

德亿投资应在当年度专项审核报告在指定媒体披露后的 10 个工作日内向岭南园林支付当年度应补偿的现金金额。

### 3、超额业绩奖励

在中国证监会或其他监管部门允许的范围内,若德马吉承诺期内截至某一年

度期末实现的当年度实现净利润超过当年度预测净利润，公司及德马吉同意：将当年度实现净利润超过当年度预测净利润部分（以下简称“当年度超额净利润”）中不超过当年度预测净利润 20% 的部分全额奖励给德马吉的经营管理团队，当年度超额净利润大于当年度预测净利润 20% 的，并将当年度超额净利润超出当年度预测净利润 20% 部分中的 35% 奖励给德马吉经营管理团队，具体计算公式如下：

（1）当年度超额净利润 $\leq$ 当年度预测净利润 $\times$ 20%的情形下：

当年度业绩奖励=当年度超额净利润

（2）当年度超额净利润 $>$ 当年度预测净利润 $\times$ 20%的情形下：

当年度业绩奖励=当年度预测净利润 $\times$ 20%+（当年度超额净利润-当年度预测净利润 $\times$ 20%） $\times$ 35%。

上述业绩奖励总额不得超过标的资产交易价格的 20%，如监管机构要求对上述业绩奖励总额进行调整，则以监管机构要求为准。

上述业绩奖励应在当年度结束且该年度的专项审核报告出具后 30 个工作日内由德马吉代扣代缴个人所得税后以现金方式支付给德马吉的经营管理团队。

上述业绩奖励的经营管理团队具体范围由交割日后的德马吉董事会确定，业绩奖励实施细则由公司或交割日后的德马吉另行制定。

#### 4、承诺期届满标的资产减值时的补偿义务

在承诺期届满时，岭南园林将聘请具有证券期货从业资格的审计机构对标的资产进行减值测试，并出具减值测试报告，如标的资产期末减值额超过已补偿股份所对应的金额与已补偿现金金额之和（以下合称“已补偿金额”），就超出部分，帮林投资、德亿投资应在减值测试报告出具之日起 10 个工作日内以现金方式或岭南园林接受的其他方式对岭南园林另行补偿。帮林投资和德亿投资就该等应另行补偿的金额承担连带责任。

需另行补偿的金额=标的资产期末减值额-承诺期内已补偿金额。

前述标的资产期末减值额为标的资产本次重组的交易价格减去承诺期届满减值测试报告所确定标的资产的评估值并扣除承诺期内标的资产股东增资、减

资、接受赠与以及利润分配的影响,减值额以标的资产本次重组的交易价格为限。

## 5、补偿的上限和孳息的处理

帮林投资和德亿投资在《盈利补偿协议》关于承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务所承担补偿金额合计以标的资产的交易价格为限。帮林投资就《盈利补偿协议》承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务,帮林投资用于补偿的累计股份数量以其因本次重组所取得公司股份总数(包括因相应股份所获转增或送股的股份,但不包括因认购配股等帮林投资另行支付对价而增加的股份)为限。

若岭南园林在承诺期内有送股、资本公积金转增股本,或现金分红的,则“当年度应补偿的股份数量”按以下公式调整:

若岭南园林在承诺期内有送股、资本公积金转增股本的,则“当年度应补偿的股份数量”=按照《盈利补偿协议》第 2.1 条计算公式计算的应补偿股份数×(1+转增或送股比例)

若岭南园林在承诺期内实施有现金分红的,其按《盈利补偿协议》第 2 条约定计算的应补偿股份在补偿实施前各年度累计获得的分红收益(以税前金额为准)应由帮林投资同时以现金形式返还给岭南园林,该等现金补偿应在股份补偿事宜办理完毕之日前(含当日)完成,应返还金额=每股已分配现金股利×当年度应补偿的股份数量。

帮林投资和德亿投资就承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务承担连带责任。

### (九) 上市地点

本次发行的股份将在深圳证券交易所中小板上市。

### (十) 决议有效期

本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的决议有效期为自公司股东大会审议通过之日起十二个月。

### (十一) 关于本次发行前滚存利润的安排

本次交易完成后, 帮林投资与公司其他新老股东按其在本本次交易完成后所持公司股份比例享有本次交易完成后公司的滚存未分配利润或损益。

交割日前德马吉的滚存未分配利润由交割日后的德马吉股东(即公司)享有。

## 三、发行股份购买资产的价格、定价原则及合理性分析

### (一) 按照《重组管理办法》第四十五条计算的可选发行股份价格

#### 1、决议公告日前二十个交易日股票交易均价

岭南园林第二届董事会第二十八次会议决议公告日前的二十个交易日股票交易均价为 38.22 元/股。

#### 2、决议公告日前六十个交易日股票交易均价

岭南园林第二届董事会第二十八次会议决议公告日前的六十个交易日股票交易均价为 36.92 元/股。

#### 3、决议公告日前一百二十个交易日股票交易均价

岭南园林第二届董事会第二十八次会议决议公告日前的一百二十个交易日股票交易均价为 32.03 元/股。

### (二) 本次发行股份定价合理性分析

本次发行股份购买资产的定价基准日为公司第二届董事会第二十八次会议决议公告日。

按照《重组管理办法》第四十五条规定, 上市公司发行股份的价格不得低于市场参考价的 90%。市场参考价为本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前 20 个交易日、60 个交易日或者 120 个交易日的公司股票交易均价之一。上述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。

本次交易发行股份购买资产的发行价格主要是在充分考虑上市公司股票市盈率及同行业上市公司估值水平的基础上,上市公司通过与交易对方之间的充分磋商,同时在兼顾各方利益的情况下,确定本次发行股份购买资产的发行价格采用定价基准日前 120 个交易日公司股票交易均价作为市场参考价,并以该市场参考价的 90%作为发行底价。

本次发行股份购买资产选取董事会决议公告日前 120 个交易日均价作为市场参考价。本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前 120 个交易日公司股票交易均价(决议公告日前 120 个交易日公司股票交易总额/决议公告日前 120 个交易日公司股票交易总量)为 32.03 元/股,本次发行股份购买资产的股票发行价格为 28.83 元/股,不低于市场参考价的 90%。

公司第二届董事会第二十七次会议及 2015 年度股东大会审议通过了《关于 2015 年度利润分配的方案》,拟以公司 2016 年 3 月 11 日总股本 399,836,207 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.34 元(含税),若前述利润分配实施方案实施完毕,本次发行股份购买资产的发行价格将进行相应调整。

除上述公司 2015 年度利润分配方案实施外,若上市公司在本次发行的定价基准日至发行日期间如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项,则按中国证监会及深交所的相关规则对本次发行股份购买资产的发行价格进行相应调整。

上述发行价格已经上市公司股东大会批准。

## 四、募集配套资金情况

### (一) 募集资金基本情况

上市公司拟向不超过 10 名(含 10 名)符合条件的特定投资者发行股份募集配套资金,募集配套资金总额不超过 170,000,000 元,即不超过标的资产交易价格的 45.33%。

本次发行股份募集配套资金主要用于支付本次交易的现金对价和支付中介费用等与重组相关的其他费用,具体情况如下表所示:

用途	金额(元)	所占比例
支付本次交易的现金对价	150,000,000	88.24%
支付中介费用等与重组相关的其他费用	20,000,000	11.76%
<b>合计</b>	<b>170,000,000</b>	<b>100.00%</b>

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,或配套资金是否足额募集,均不影响本次发行股份及支付现金购买资产行为的实施。

若本次募集配套资金发行失败或募集配套资金金额不足,则公司将以自筹资金支付本次交易的现金对价及相关支出。

## (二) 本次募集配套资金方案符合相关规定

根据《<上市公司重大资产重组管理办法>第十四条、第四十四条的适用意见——证券期货法律适用意见第12号》(2015年4月)，“上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金比例不超过拟购买资产交易价格100%的,一并由并购重组审核委员会予以审核;超过100%的,一并由发行审核委员会予以审核。”

根据证监会对上述适用意见修订的问题与解答,明确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》的相关规定。募集配套资金还可用于:支付本次并购交易中的现金对价;支付本次并购交易税费、人员安置费用等并购整合费用;标的资产在建项目建设等。募集配套资金用于补充公司流动资金的比例不应超过交易作价的25%;或者不超过募集配套资金总额的50%,构成借壳上市的,不超过30%。

本次交易的交易价格为37,500万元,募集配套资金总额17,000万元,未超过交易价格的100%。本次募集配套资金用于支付本次交易的现金对价15,000万元、支付中介费用等与重组相关的其他费用2,000万元,募集配套资金用于补充流动资金0万元,未超过募集配套资金的50%。本次并购重组不构成借壳上市。

公司董事会对照了上述配套融资相关规定,认为公司本次募集配套资金总体方案符合要求。

### (三) 募集配套资金的必要性

本次交易募集配套资金主要是综合考虑本次收购现金对价以及支付本次中介费用等与重组相关的其他费用等因素而制定。

#### 1、支付本次交易的现金对价需要募集配套资金

本次交易的现金对价金额为 150,000,000 元。具体支付进度如下：

单位：元

序号	交易对方	第一期	第二期	第三期	第四期
1	德亿投资	135,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
	合计	135,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000

注：第一期指获得中国证监会审核通过且配套募集资金到账的十个工作日内或中国证监会作出核准本次发行股份及支付现金购买资产但取消配套融资的批复后三十个工作日后；

第二期指在经岭南园林认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉2016年审计报告后的十个工作日内；

第三期指在经岭南园林认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉2017年审计报告后的十个工作日内；

第四期指在经岭南园林认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉2018年审计报告后的十个工作日内。

本次现金对价将全部通过自有资金支付，这对公司未来日常经营和投资活动将产生一定的资金压力；如果全部通过银行举债支付，将显著提高上市公司负债水平和偿债压力，增加利息支出，降低上市公司税后利润。因此需要通过募集配套资金来支付现金对价。

#### 2、募集配套资金金额、用途与上市公司及标的公司现有生产经营规模、财务状况相匹配

本次募集配套资金用于支付本次交易的现金对价和支付中介费用等与重组相关的其他费用，基于本次交易方案和公司财务状况的综合考虑，该部分投入拟通过募集配套资金解决。本次募集配套资金金额、用途与上市公司及标的公司现有生产经营规模、财务状况相匹配。

根据正中珠江出具的《备考审计报告》，截至 2015 年 12 月 31 日，上市公司备考合并报表的资产总额为 402,636.40 万元，其中流动资产总额为 239,148.19



万元。本次募集配套资金 17,000 万元，占 2015 年 12 月 31 日上市公司备考合并报表资产总额的 4.22%，流动资产的 7.11%。

岭南园林《募集资金管理办法》对募集资金存储、使用、变更、监督和责任追究等内容进行明确规定，在现有管理模式下，上市公司管理层将有能力管理好本次配套募集资金，确保募集资金发挥应有的效益。

### **3、上市公司园林绿化施工及景观设计业务的内生式增长需要保持一定的货币资金存量**

2015 年度公司合并报表的营业收入为 188,886.12 万元，业务涉及园林工程施工、文化创意类业务、景观规划类业务等，公司的日常经营活动需要大量的资金需求，主要包括：一是工程质保金及履约保证金的垫付；二是员工工资等人工成本；三是原材料采购支出；四是税费的其他支出。一般情况下，公司一般需要保持一定量的货币资金作为安全线。如果低于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。

### **4、前次募集资金使用情况**

#### **(1) 首次公开发行股票并募集资金情况**

经中国证监会证监许可[2014]49 号文核准，公司首次向社会公众发行人民币普通股（A 股）10,720,000.00 股，每股发行价为人民币 22.32 元，募集资金总额为人民币 239,270,400.00 元，扣除发行费用 29,270,400.00 元，实际募集资金净额为人民币 210,000,000.00 元。

#### **(2) 2015 年公司债券募集资金情况**

经中国证监会证监许可[2015]454 号文核准，公司采取网上面向社会公众投资者公开发行和网下面向机构投资者询价发行相结合的方式发行人民币 250,000,000.00 元公司债券，扣除承销费用 2,500,000.00 元，实际募集资金净额为人民币 247,500,000.00 元。

#### **(3) 2016 年非公开发行股票并募集资金情况**

经中国证券监督管理委员会《关于核准岭南园林股份有限公司非公开发行股

票的批复》(证监许可[2016]41号)核准,公司向尹洪卫、彭外生、上银基金管理有限公司、深圳前海业远股权投资管理中心(有限合伙)、深圳前海瓴建投资管理合伙企业(有限合伙)、刘军、深圳宏升恒通股权投资合伙企业(有限合伙)、龙柯旭、何立新、上海恒奉投资管理合伙企业(有限合伙)等10名自然人及法人非公开发行人民币普通股(A股)74,100,207股,每股面值为1元,每股发行价格14.17元,募集资金总额为人民币1,049,999,938.00元,扣除发行费用人民币22,724,100.21元后,实际募集资金净额为人民币1,027,275,837.79元。

#### (4) 前次募集资金截至2016年1季度末使用情况

截至2016年3月31日止,公司累计使用募集资金888,064,645.63元,其中:

(1) 首次公开发行股票募集资金累计使用141,760,065.62元,包括置换先期已投入募集资金项目的自筹资金9,868,900.14元、直接投入募集资金项目募集资金131,891,165.48元,首次公开发行股票募集资金账户余额70,150,225.02元(其中募集资金68,239,934.38元,专户存储累计利息扣除手续费净额1,910,290.64元);(2) 2015年公司债券的募集资金累计使用247,304,315.01元,全部用于补充流动资金,募集资金账户余额283,688.35元(其中募集资金195,684.99元,专户存储累计利息扣除手续费净额88,003.36元);(3) 2016年非公开发行股票的募集资金累计使用499,000,265.00元,其中用于偿还短期银行借款360,000,000.00元,补充流动资金139,000,265.00元,募集资金账户余额529,583,406.29元(其中募集资金528,275,572.79元,专户存储累计利息扣除手续费333,733.29元,尚未支付的发行费用974,100.21元)。

截止2016年3月31日,前次募集资金使用情况如下:

单位:元

项目名称	募集资金承诺投资总额	截至期末累计投入金额	项目达到预定可使用状态日期	截止日累计实现收益	是否达到预计收益
1、园林工程施工项目营运资金需求	90,000,000.00	90,256,932.53	2014年12月	不适用	不适用
2、四川省泸县得胜镇高端苗木生产基地建设	55,000,000.00	29,677,108.26	不适用	不适用	不适用

3、湖北省孝感市孝南区三汉镇伍陈村苗木生产基地建设项目	65,000,000.00	21,826,024.83	不适用	不适用	不适用
4、补充流动资金	840,375,837.79	386,304,580.01	2016年12月	不适用	不适用
5、偿还短期银行借款	434,400,000.00	360,000,000.00	2016年12月	不适用	不适用
<b>合计</b>	<b>1,484,775,837.79</b>	<b>888,064,645.63</b>			

① 募集资金补充园林工程施工项目营运资金需求项目无法单独核算效益

使用募集资金补充园林工程施工项目营运资金需求项目,有利于解决公司园林工程施工项目的营运资金需求。上市后,公司园林工程施工业务稳步增长,因此营运资金占用的规模和金额也随之增长。园林工程施工项目营运资金需求项目系对公司整体园林工程施工项目的营运资金的补充,而非单独项目整体投入,因此产生效益无法单独核算。公司在首次公开发行股票招股说明书中,也未对该募投项目预计收益作出具体预测。

② 募集资金投入四川省泸县得胜镇高端苗木生产基地建设未产生效益

报告期内,募集资金到位后,公司投入募集资金 2,967.71 万元至四川省泸县得胜镇高端苗木生产基地建设,但由于项目外部实施环境发生较大改变,苗木产销效益甚微,对应公司投入也逐渐减少,以保障公司募集资金使用的合理性。

③ 募集资金投入湖北省孝感市孝南区三汉镇伍陈村苗木生产基地建设未产生效益

湖北省孝感市孝南区三汉镇伍陈村苗木生产基地建设项目系原湖北省荆州市监利县苗木生产基地建设项目,报告期内,湖北省荆州市监利县苗木生产基地由于当地产业布局、土壤、水质等外部因素发生较大变化,如果继续在湖北省荆州市监利县苗木生产基地实施募集资金投资项目,将存在不能充分发挥募集资金预期效益的较大可能。为最大化的实现募集资金的投资效益,更好支持公司园林工程施工业务的发展,经多方研究论证,公司第二届董事会第九次会议、2014年第一次临时股东大会审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的议案》,公司将募集资金投资项目的实施地点由“湖北省荆州市监利县”变更为

“湖北省孝感市孝南区三汊镇伍陈村”。该地块位于孝感市城郊，其地理位置、土壤环境及外部环境优越。目前公司已投入募集资金 2,182.60 万元用于该生产基地的建设，但由于该项目尚属于初期建设投入阶段，尚未进入销售期，因此未产生效益。

#### ④ 补充流动资金项目无法单独核算效益

补充公司营运资金需求，有利于解决公司园林工程施工项目的营运资金需求，此项目并非单独项目整体投入，因此产生的效益无法单独核算。

#### ⑤ 偿还短期银行项目无法单独核算效益

近年来，公司业务规模的扩张驱动着公司营运资金快速增长，而公司主要通过银行贷款等间接融资方式来解决这一资金需求。较高的负债水平使得公司利息偿付压力较大，并限制了公司进一步债务融资的空间，公司通过募集资金偿还银行贷款可控制公司的财务风险并适度降低财务成本，此举措并非单独项目整体投入，因此无法单独核算产生的效益。

#### ⑥ 项目可行性发生重大变化的情况说明

因外部实施环境发生较大改变，项目 2 和 3 目前已不具备实施条件，为更合理有效的使用节余募集资金，公司经审慎研究，拟将募投项目结项。2016 年 3 月 28 日，公司第二届董事会第二十七次会议审议了《关于使用首次公开发行股票节余募集资金永久补充流动资金的议案》，该议案已经公司 2015 年年度股东大会审议。

### 5、上市公司交易完成后的财务状况、资产负债率、经营现金流

#### (1) 上市公司主要财务数据

##### 1) 备考资产负债表

根据《备考审计报告》，假设本次交易于 2014 年 1 月 1 日完成，本次交易后上市公司 2014 年 12 月 31 日和 2015 年 12 月 31 日主要财务状况数据如下：

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
----	------------------	------------------

资产总计:	402,636.40	228,509.64
1、流动资产	239,148.19	151,790.69
(1) 货币资金	27,217.28	25,578.20
2、非流动资产	163,488.21	76,718.96
负债合计	284,097.79	131,803.62
1、流动负债	237,460.86	124,199.83
(1) 短期借款	51,144.14	44,920.17
(2) 应付账款	105,458.14	48,821.12
(3) 一年内到期的非流动 负债	38,676.00	900.00
2、非流动负债	46,636.92	7,603.80
所有者权益	118,538.61	96,706.02

根据《备考审计报告》，截至2015年12月31日，本次交易完成后上市公司资产总额为402,636.40万元，其中流动资产为239,148.19万元，相较于2014年12月31日增长了87,357.51万元，增幅约为57.55%；负债总额为284,097.79万元，其中流动负债为237,460.86万元，相较于2014年12月31日增长了113,261.04万元，较流动资产的上涨幅度更为显著，导致公司流动比率从2014年末的1.22下降至1.01。

上市公司的货币资金余额具有明确用途，根据《备考审计报告》并结合上市公司货币资金未来使用用途，对未来货币资金使用计划安排如下：

单位：万元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
货币资金余额	27,217.28	25,578.20
减：应收款项减应付款项缺口	-61,470.46	-18,227.28
短期借款及一年内到期的长期借款	-60,820.14	-45,820.17
应付恒润科技并购价款一年内到期部分	-29,000.00	-
余额	-124,073.32	-38,469.25

注：应收款项减应付款项缺口=（应收票据+应收账款+其他应收款+一年内到期的非流动资产）-（应付票据+应付账款+应付职工薪酬+应交税费+应付利息+其他应付款）；其中，一年内到期的非流动资产核算的未长期应收款一年以内到期部分金额。

根据上表，考虑下个会计年度内相关应收款项变现金额和应付款项金额的综合影响，并扣除下个会计年度内应偿还的短期借款、一年内到期的长期借款以及应付恒润科技并购价款一年内到期部分的金额，上市公司2015年末货币资

金面临较大缺口。

上市公司于 2016 年 2 月实施了非公开发行股票方案，募集资金总额为人民币 105,000 万元，募集资金用途为偿还公司银行贷款和补充公司流动资金。上述非公开发行事项已明确募集资金的使用用途，并承诺不用于变相支付购买资产的价款，非公开发行股票募集的资金无法用于本次交易应支付的对价。

综合上述情况来看，上市公司资金安排已较为紧张，前次募集资金将用于补充流动资金和偿还银行贷款，通过自有资金支付本次交易现金对价存在较大的资金压力。

## 2) 备考利润表

根据《备考审计报告》，假设本次交易于 2014 年 1 月 1 日完成，本次交易后上市公司 2014 年度和 2015 年度主要经营业绩的数据如下：

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
营业收入	195,458.26	112,162.40
其中：园林工程类业务收入	166,135.68	102,253.08
营业成本	136,859.48	78,751.59
营业利润	21,126.34	14,423.04
利润总额	21,547.24	14,379.88
净利润	17,935.82	11,922.49

根据上表，本次交易完成后上市公司 2015 年度营业收入约为 195,458.26 万元，较 2014 年度增长 83,295.86 万元，增长率约为 74.26%；其中，2015 年度公司园林工程类业务收入 166,135.68 万元，较 2014 年度增长 63,882.60 万元，增长率为 62.47%。

上市公司业务板块包括园林业务与文化创意业务两大业务板块，并以园林业务为主，其中园林工程类业务收入占 2015 年度营业收入总额的 85.00%，占 2014 年度营业收入总额的 91.17%。园林工程类业务具有资金密集型的特点，签约和施工阶段均需要保有相当的流动资金作为基础，如在工程投标阶段缴纳的投标保证金、在工程施工阶段缴纳的工程质保金、工程施工期间因施工周期长所需的代垫资金等。目前公司开展的园林工程类业务以 BT 项目和 PPP 项目两种

模式为主, 两者的工程进度所占用资金情况十分突出, 平均占用时间达 26 个月, 上市公司的运营资金将面临较大压力。

伴随园林工程类业务的逐步增长, 上市公司对营运资金的需求也将逐渐增加。2015 年末上市公司的货币资金及 2016 年 2 月非公开发行募集资金用于补充流动资金的部分, 主要用于满足未来年度开展业务的营运资金需求, 但不足以保证公司大规模资本性支出及拓展市场的需求。

综上, 在不考虑公司业务拓展和大规模资本性支出的前提下, 鉴于上市公司主营业务发展速度较快, 需要保持一定的货币资金存量、降低流动性风险, 公司未来业务开拓亦需要资金支持, 若公司货币资金用于支付本次交易现金对价等, 则公司的资金保有量无法满足日常生产经营所需。本次交易中上市公司通过发行股份的方式募集配套资金用于支付现金对价等, 有利于提高本次交易的整合绩效。

## (2) 资产负债率

上市公司业务包括园林业务与文化创意业务两大业务板块, 并以园林业务为主, 根据证监会公布的《上市公司行业分类指引》(2012 年修订), 上市公司被划入证监会行业分类中的“E48 土木工程建筑业”。根据《备考审计报告》及上市公司 2016 年一季度未经审计的财务数据, 上市公司与行业内可比上市公司两年一期的资产负债率情况如下表所示:

上市公司		资产负债率 (%)		
证券代码	证券简称	2016 年 3 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
002717.SZ	岭南园林	50.85	70.56	57.68
可比上市公司				
600512.SH	腾达建设	66.08	63.55	79.31
600502.SH	安徽水利	78.15	78.77	83.58
600491.SH	龙元建设	79.57	85.08	83.92
600610.SH	中毅达	6.21	6.68	12.00
600545.SH	新疆城建	78.43	78.91	77.31
600528.SH	中铁二局	88.38	88.59	88.33
600463.SH	空港股份	51.71	60.77	69.37
600170.SH	上海建工	81.71	83.26	83.62
600133.SH	东湖高新	89.57	88.30	87.60
600068.SH	葛洲坝	77.74	77.98	74.91

600326.SH	西藏天路	44.80	47.19	54.77
600284.SH	浦东建设	47.32	49.11	56.74
600248.SH	延长化建	63.23	63.69	66.22
600820.SH	隧道股份	72.27	73.15	72.86
601789.SH	宁波建工	79.76	80.35	78.18
601669.SH	中国电建	82.31	82.79	83.24
601668.SH	中国建筑	77.16	77.79	78.58
900906.SH	中毅达B	6.21	6.68	12.00
603778.SH	乾景园林	36.51	39.65	51.18
601800.SH	中国交建	77.18	76.81	79.03
601618.SH	中国中冶	78.84	79.30	82.20
600986.SH	科达股份	54.71	56.50	82.97
600853.SH	龙建股份	90.02	89.45	88.31
600846.SH	同济科技	64.43	63.21	63.95
601390.SH	中国中铁	80.14	80.47	84.03
601186.SH	中国铁建	81.02	81.49	83.32
601117.SH	中国化学	65.92	65.92	68.95
600039.SH	四川路桥	83.15	82.91	84.08
002135.SZ	东南网架	71.62	73.27	74.99
002062.SZ	宏润建设	80.43	81.64	80.92
002060.SZ	粤水电	81.68	81.96	79.94
002310.SZ	东方园林	62.47	63.83	56.22
002307.SZ	北新路桥	78.97	79.91	86.33
002140.SZ	东华科技	63.55	65.34	74.20
002051.SZ	中工国际	66.22	67.56	67.94
000090.SZ	天健集团	62.01	62.56	66.48
000065.SZ	北方国际	70.28	67.30	75.98
000010.SZ	美丽生态	51.85	57.82	31.41
000961.SZ	中南建设	82.53	86.27	84.73
000928.SZ	中钢国际	76.26	78.55	77.43
000498.SZ	山东路桥	67.65	70.82	73.51
002431.SZ	棕榈股份	63.15	64.78	67.48
300197.SZ	铁汉生态	46.15	53.00	59.61
300055.SZ	万邦达	46.17	49.48	28.16
002775.SZ	文科园林	39.81	37.74	58.34
300495.SZ	美尚生态	39.10	40.96	56.38
300355.SZ	蒙草抗旱	49.53	51.20	54.79
300262.SZ	巴安水务	66.49	60.86	48.91
002755.SZ	东方新星	25.97	29.04	42.74
002628.SZ	成都路桥	50.54	53.92	58.20
002586.SZ	围海股份	60.51	63.10	52.78
002542.SZ	中化岩土	38.57	43.34	44.39



002663.SZ	普邦园林	32.18	34.07	34.09
002659.SZ	中泰桥梁	64.07	66.33	67.48
平均值		63.34	64.68	66.93

数据来源:wind 资讯

根据上市公司一季度未经审计的财务数据,截至 2016 年 3 月 31 日,上市公司资产负债率为 50.85%,低于可比上市公司平均水平 63.34%,主要系上市公司于 2016 年 2 月实施了非公开发行股票方案,募集资金总额为人民币 105,000 万元大幅度增加公司总资产所致。但鉴于非公开募集资金已有明确用途,并承诺不用于变相支付购买资产的价款,非公开发行股票募集的资金无法用于本次交易应支付的对价。

此外,上市公司业务的快速增长也将对营运资金的需求进一步扩大,2015 年度上市公司与以园林业务为主要业务的 A 股上市公司的收入增长率对比情况如下表所示:

证券代码	证券简称	2015 年度-营业收入增长率
002310.SZ	东方园林	14.98%
002663.SZ	普邦园林	-23.04%
002431.SZ	棕榈股份	-12.11%
300197.SZ	铁汉生态	30.46%
300355.SZ	蒙草抗旱	8.75%
平均值		3.81%
002717.SZ	岭南园林	73.58%

数据来源:wind 资讯

从上表可得,2015 年度公司营业收入增长率为 73.58%,大大超过同行业同类型业务可比公司的平均收入增长率 3.81%。岭南园林主营业务园林工程施工业务需要占用大量运营资金,且资产负债率处于较高水平,若公司进一步通过债务融资方式筹集资金用于支付本次交易的现金对价,将加重公司经营负担,增加公司整体的财务及偿债风险,不利于上市公司的健康可持续发展,不利于保护公司股东尤其是中小股东的利益。

### (3) 上市公司现金流情况

由于《备考审计报告》并未对本次交易完成后的现金流量进行模拟合并,

故按照上市公司最近两年经审计合并报表及最近一期未经审计的现金流量表对上市公司的现金流量情况进行分析, 相关数据如下表所示:

单位: 万元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
经营活动产生的现金流量净额	-5,327.22	-13,732.76	-19,183.98
投资活动产生的现金流量净额	-20,124.26	-25,077.51	-1,353.86
筹资活动产生的现金流量净额	74,508.16	38,804.38	36,635.25
现金及现金等价物净增加额	49,056.69	-5.89	16,097.41

上市公司最近两年一期合并口径经营活动产生的现金流量净额均为负数, 分别为-5,327.22万元、-13,732.76万元和-19,183.98万元, 主要系上市公司在开展园林工程施工类业务时需要垫付较多的资金所致。在公司未来深耕园林板块业务发展规划的影响下, 公司未来经营将面临较大的资金压力。为满足日常经营资金需求, 有必要通过外部融资, 满足上市公司在扩大主营业务发展、拓展业务渠道、加大研发技术投入等方面的资金需求, 从而有力提升经营业绩。

#### 6、上市公司融资渠道、授信额度

上市公司目前主要的融资渠道为银行借款。截至2016年3月31日, 上市公司银行贷款的授信额度情况如下表所示:

单位: 万元

项目	2016年3月31日
银行贷款授信额度	125,500.00
1、已使用贷款授信额度	63,492.43
2、尚未使用贷款授信额度	62,007.57
银行贷款授信额度	125,500.00
1、长期授信额度	47,500.00
(1) 尚未使用的长期授信额度	15,779.49
2、短期授信额度	78,000.00

截至2016年3月31日, 上市公司拥有银行贷款授信额度总计125,500.00万元, 其中已使用授信额度63,492.43万元(包含已偿还且不续贷的金额), 剩余未使用授信额度62,007.57万元。上市公司现有授信额度与目前公司的业务规模及发展规划相匹配。由于上市公司的主要融资渠道为银行贷款, 且目前

资产负债率水平较高,进一步通过债务融资渠道筹措资金的能力相对有限,通过增加负债方式不仅进一步提高公司整体资产负债率增大公司财务风险,且承担比市场更高的利息成本。

此外,上市公司尚未使用的长期授信额度余额仅 15,779.49 万元,若使用该授信额度支付本次交易的现金对价即 15,000 万元,剩余可使用的长期授信额度大大降低,上市公司将面临未来若有重大长期支出安排无法短期内快速获得足够的授信额度支撑的运营风险。

综上,由于目前上市公司资产负债率较高,且进一步通过债务融资渠道筹措资金的能力相对有限,上市公司需通过本次募集配套资金支付交易中的现金对价,提高本次交易的综合绩效,具有必要性。

#### (四) 本次募集配套资金管理和使用的内部控制制度

自上市以来,公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》和《股票上市规则》等法律、法规及部门规章、交易规则的规定,制订了以《公司章程》为核心的一系列内部规章和管理制度,形成了规范有效的内部控制体系,确保股东大会、董事会、监事会的召集、召开、决策等行为合法、合规、真实、有效。

为规范募集资金的存放、使用和管理,保证募集资金的安全,最大限度地保障投资者的合法权益,岭南园林依照《深圳证券交易所股票上市规则》和《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等法律法规制定了《岭南园林股份有限公司募集资金管理办法》,对募集资金的存储、运用、变更和监督等方面均作了具体明确的规定。该管理办法明确了募集资金使用的分级审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露程序,对募集资金存储、使用、变更、管理与监督等内容进行了明确规定。根据《岭南园林股份有限公司募集资金管理办法》的要求并结合公司经营需要,公司对募集资金采用专户存储制度,对募集资金实行严格的审批制度,便于对募集资金使用情况进行监督,以保证募集资金专款专用。本次交易所涉及的配套募集资金将以上述制度为基础,进行规范化的管理和使用,切实维护公司募集资金的安全、防范相关风险、提高使用效益。

### （五）本次募集配套资金失败的补救措施

本次交易中，公司拟非公开发行股份募集 17,000 万元配套资金，用于支付本次交易的现金对价 15,000 万元和支付中介费用等与重组相关的其他费用 2,000 万元。

若本次交易中募集配套资金失败，公司将根据需要，以自有资金、银行借款等方式解决本次募集资金需求。

### （六）募集配套资金选取询价发行的原因

本次非公开发行募集配套资金采用询价方式，主要是为了适应外部股市剧烈波动而保持发行价格的灵活性。

### （七）独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：本次募集配套资金及发行方式、价格符合证监会的规定，本次募集配套资金与上市公司现有生产经营规模、财务状况、管理能力相匹配，有利于提高本次交易的整合绩效，具有必要性和合理性。上市公司内部制度已经明确规定了本次募集资金管理和使用的内部控制制度，有助于保障上市公司和中小投资者的利益。

## 五、发行前后的主要财务数据变化

根据正中珠江出具的《备考审计报告》，岭南园林本次交易前后备考合并报表主要财务数据对比如下：

单位：万元

项目	2014年12月31日/ 2014年实现数	2014年12月31日/ 2014年备考数	增幅 (%)	2015年12月31日/ 2015年实现数	2015年12月31日/ 2015年备考数	增幅 (%)
总资产	191,349.45	228,509.64	19.42	363,566.46	402,636.40	10.75
归属于母公司所有者权益	75,314.93	96,706.02	28.40	95,867.85	118,367.85	23.47
营业收入	108,819.29	112,162.40	3.07	188,886.12	195,458.26	3.48
利润总额	14,080.54	14,379.88	2.13	20,279.24	21,547.24	6.25
归属于母公司所有者的净利润	11,701.16	11,922.49	1.89	16,795.11	17,876.68	6.44

## 六、发行前后的股本结构变化

本次交易向帮林投资预计发行数量不超过7,804,370股。同时，拟向不超过10名（含10名）符合条件的特定投资者发行不超过4,941,860股。本次交易完成前后的股权结构如下：

股东名称	本次交易前（截至2016年3月31日）		本次交易后	
	持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
尹洪卫	160,545,533	40.15	160,545,533	38.91
新余长袖投资有限公司	32,851,638	8.22	32,851,638	7.96
冯学高	19,160,180	4.79	19,160,180	4.64
彭外生	16,937,191	4.24	16,937,191	4.11
本次交易前的其他股东	170,341,665	42.60	170,341,665	41.29
帮林投资	-	-	7,804,370	1.89
不超过10名的特定对象	-	-	4,941,860	1.20
<b>合计</b>	<b>399,836,207</b>	<b>100.00</b>	<b>412,582,437</b>	<b>100.00</b>

注：以上数据将根据岭南园林本次实际发行股份数量而发生相应变化。

如上表所示，本次交易完成后，岭南园林股本总额不高于412,582,437股，社会公众股持股比例超过10%，岭南园林的股权分布仍符合上市条件。

在不考虑募集配套资金的情况下本次交易完成前后公司的股权结构如下表所示：

股东名称	本次交易前（截至 2016 年 3 月 31 日）		本次交易后	
	持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
尹洪卫	160,545,533	40.15	160,545,533	39.38
新余长袖投资有限公司	32,851,638	8.22	32,851,638	8.06
冯学高	19,160,180	4.79	19,160,180	4.70
彭外生	16,937,191	4.24	16,937,191	4.15
本次交易前的其他股东	170,341,665	42.60	170,341,665	41.79
帮林投资	-	-	7,804,370	1.91
<b>合 计</b>	<b>399,836,207</b>	<b>100.00</b>	<b>407,640,577</b>	<b>100.00</b>

如上表所示，本次交易完成后，岭南园林股本总额不高于 407,640,577 股，社会公众股持股比例超过 10%，岭南园林的股权分布仍符合上市条件。

## 第六章 交易标的评估情况

### 一、本次交易评估的基本情况

#### (一) 评估概况

本次交易的评估基准日为2015年12月31日。根据中企华评估出具的中企华评报字(2016)第3228号的《资产评估报告》，中企华评估根据标的公司的特性以及评估准则的要求，确定采用资产基础法和收益法两种方法对标的资产进行评估，最终采用了收益法评估结果作为本次交易标的股权的评估结论。根据收益法评估结果，本次标的资产德马吉股东全部权益价值为37,618.49万元，评估结论较账面净资产增值35,248.92万元，增值率为1,487.57%。

本次交易拟购买的资产价格以中企华评估出具的中企华评报字(2016)第3228号的《资产评估报告》确认的评估价值为依据，交易双方据此协商确定德马吉100%股权最终的交易价格为37,500万元。

#### (二) 评估结果的差异分析及结果的选取

收益法估值后的德马吉股东全部权益价值为37,618.49万元，资产基础法评估后的股东全部权益价值为2,528.56万元，两者相差35,089.93万元，差异率为1,387.74%。

经分析，评估机构认为上述两种评估方法的实施情况正常，参数选取合理。两种评估方法结果差异主要原因是：两种评估方法考虑的角度不同，资产基础法是从单项资产的再取得途径考虑的，反映的是企业单项资产的市场价值；收益法是从企业的未来获利角度考虑的，反映了企业各项资产的综合获利能力。

本次评估最终确定选取收益法评估结果作为评估结论，主要原因如下：

资产基础法是在持续经营基础上，以重置各项生产要素为假设前提，根据要素资产的具体情况采用适宜的方法分别评定估算企业各项要素资产的价值并累加求和，再扣减相关负债评估价值，得出资产基础法下股东全部权益的评估价值，反映的是企业基于现有资产的重置价值。

收益法是从决定资产现行公允价值的基本依据—资产的预期获利能力的角度评价资产，符合对资产的基本定义。德马吉自成立以来，形成了自己独有的管理理念，积累相对优质的品牌和海外资源，开发了优质的市场客户，同时组建素质较高的经营团队和设计团队，形成了较强的盈利能力。企业未来收益、变化趋势能够合理的预测，评估机构根据德马吉的业务特点及对企业历史财务数据、经营状况等指标分析后，选择采用收益法进行评估，即以企业经营性资产加上溢余资产价值、非经营性资产及负债价值得出股东全部权益价值。

收益法是在对企业未来收益预测的基础上计算评估价值的方法，不仅考虑了各项资产是否在企业中得到合理和充分利用、组合在一起时是否发挥了其应有的贡献等因素对企业股东全部权益价值的影响，也考虑了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、要素协同作用等资产基础法无法考虑的因素对股东全部权益价值的影响。根据德马吉所处行业和经营特点，收益法评估价值能比较客观、全面的反映目前企业的股东全部权益价值。

根据上述分析，评估结论采用收益法评估结果，即：德马吉的股东全部权益价值评估结果为37,618.49万元。

### （三）评估增值原因分析

德马吉作为一家以文化创意设计为核心的文化创意展示服务提供商，具有轻资产的特征，其账面价值不能全部反映企业未来获利能力的价值，采用收益法评估股东全部权益价值可以综合考虑德马吉的行业地位和所属行业的发展趋势、其拥有的核心技术人员队伍、全球化的业务范围覆盖能力、供应链上下游资源整合能力以及产业链各环节运作能力等因素的价值。本次评估增值的具体原因如下：

#### 1、标的公司所处行业发展潜力大

德马吉是一家以文化创意设计为核心，具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商，隶属于会展营销服务业。

会展营销服务行业作为会展行业的配套行业，在经济稳步发展、商业贸易往来频繁、会展市场规模增大、企业参展需求升级等多种因素驱动下，其市场需求潜力逐步得到释放。据中国国际贸易促进委员会统计显示，中国会展行业市场需



求规模从2008年的402亿元增至2014年的3,880亿元，年复合增速高达45.9%。鉴于会展行业的特殊产业属性，其对包括“交通物流、住宿、餐饮、旅游、娱乐、印刷包装”等在内的国民经济周边产业带动效应明显。以2014年为例，彼时中国会展行业市场规模为3,880亿元，其所撬动的周边产业累计产值达3.5万亿元，产值撬动系数为1: 9。德马吉作为会展营销服务行业的领先企业之一，未来行业的持续发展将直接带动德马吉整体业务的增长。

## 2、德马吉处于行业领先地位

德马吉自创立以来一直为中高端市场领域客户提供集“创意设计、展览道具制作、展台搭建等”为一体的会展营销服务，凭借在业内较高品牌知名度、强大的文化创意设计能力、全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力以及产业链各环节运作能力，致力于成为全球会展营销创意展示的倡导者。

德马吉自创立以来先后参与了英国、法国、印度、巴西、南非、新加坡、迪拜、俄罗斯、西班牙等多个国家及城市的展会展台设计搭建，并在美国、德国、波兰等国家设立了办事处，业务已遍及全球多地，并在全球范围内拥有数量较多的成功案例，服务行业涵盖“新能源、消费类电子、房地产、工程建设、石油天然气、轨道交通、机械设备、家电”等多个领域，客户包括但不限于晶科能源、华为集团、中国中车、海信集团、TCL、海尔、中石化、上海机场等在内的众多大型知名企业。在资源整合方面，截至2015年底，德马吉在国内会展经济发达的省份、美国、德国、波兰等国家或地区，均拥有多家以上长期稳定合作的供应商。在运作模式上，德马吉可提供一体化的会展营销服务，与提供单一环节作业的会展营销服务提供商相比，一方面可降低参展商的工作强度，增强参展商的合作体验，另一方面可避免多头对接造成的工作衔接失误。上述优势奠定了德马吉在全球会展营销服务领域的品牌影响力，德马吉处在会展营销服务行业领先地位。德马吉品牌曾荣获2012年上海市会展行业协会授予“最佳企业”证书、荣获中国国际品牌协会推广委员会颁发的“中华品牌”荣誉证书、荣获中国会展之星，中国十大最佳展示设计工程企业等。进一步体现德马吉在国内同行业处于前列位置。在运作模式上，德马吉可提供一体化的会展营销服务，与提供单一环节作业的会展营销服务提供商相比，一方面可降低参展商的工作强度，增强参展商的合作体验，

另一方面可避免多头对接造成的工作衔接失误。上述优势奠定了德马吉在全球会展营销服务领域的品牌影响力，德马吉处在会展营销服务行业领先地位，其知名度处于国内同行业前列。

### 3、德马吉的核心竞争力

#### (1) 具备文化创意设计核心基因，形成品牌议价优势门槛

德马吉创意设计员工占公司总人数的三分之一以上，其核心设计人员在创意展览展示行业的平均从业年限为11年，拥有在上海电气广告有限公司、上海宽创国际创意展览展示有限公司等知名设计策划企业的从业经历。德马吉所处行业对人才的专业性要求较高，通过专业的创意展览展示设计教育的对口人才较少，因此德马吉更侧重内部自主培养，确保核心人才团队的忠诚度。另外，受惠于德马吉在行业内的先发优势，使德马吉积淀了大量的国内外项目实战经验。

#### (2) 整合多地域产业链整合，满足客户一体化服务需求

德马吉业务模式的全产业链覆盖能力主要体现在产业链覆盖程度、细分环节风控与质控程度，以及与同业企业差异化对比。在产业链覆盖层面，德马吉通过自主加外协的方式，覆盖了细分产业中的业务承接、创意策划、设计包装、展具制作、工程搭建、多媒体设备运营、售后增值服务等业务环节。在风控质控层面，德马吉在展具制作、工程搭建等外协环节，采取了必要的风控与质控措施，在重要项目的供应商选择上，均选取合作次数在3次以上的供应商；在工程搭建过程中，德马吉全程参与监理与验收，在展会整体结束之后，对供应商进行内部能力资质评定，以备下次合作时参考前次合作案例及评定结果进行供应商筛选。在德马吉与同业企业差异化对比层面，一方面，德马吉始终以文化创意设计能力为核心，具备供应链上下游整合能力及多地域办展能力，服务于优质精品客群；另一方面，德马吉所服务的客群的品牌意识与付费意愿更强，客户单价更高，跨地域办展的需求更大，因此德马吉在同业当中处于第一梯队的位置。

一体化运营模式，对德马吉的订单量、客户单价以及采购成本等方面都产生了积极影响。从订单量角度，一体化运营模式一方面增强了客户消费体验、提升客户粘性，进而确保了高端精品客群的重复购买意愿和延伸消费意愿，比如客户

需求从创意展示设计业务延伸到德马吉的活动创意策划及展厅创意规划业务；另一方面，德马吉通过引导客户需求升级，从而变相为后进入的同业企业及其他梯队同业竞争者筑建起较高的准入门槛，增加高端客户订单量向德马吉归集的业务机会。从客户单价角度，一体化运营所延伸出的活动创意策划等增值性服务，提升了客户对德马吉的付费意愿。从采购成本角度，一体化服务模式及跨行业的服务能力，使德马吉汇聚了全球范围内的大批精品客群，客群品牌的广域影响力和订单规模化效应使德马吉在对其供应商的筛选和采购中，形成较强的吸引力和议价能力，利于德马吉控制成本。

### **(3) 精品化客群矩阵覆盖全球，保障业务往来良性循环**

经过多年的发展，德马吉已先于同行竞争对手完成了精品客群的原始积累，主要服务客户群覆盖新能源、消费类电子、房地产、工程建设、石油天然气、轨道交通、机械设备、家电等不同行业，包括晶科能源、华为集团、中国中车、海信集团、TCL、中石化、上海机场等在内的在华外企、大型国企、民企巨头。德马吉通过客户积累，增强了创始人及核心设计团队的文化创意设计能力，提高了客户消费体验水平，进而形成较大的客群消费粘性。同时，受到中国国际地位提升以及参展商客户所处行业的同业竞争驱动，部分优质国内企业逐步践行全球化业务拓展战略，而会展营销正是前述客群拓展海外业务的重要桥梁。在企业“走出去”的过程中，德马吉能够依托自身的核心价值能力，为企业打造覆盖品牌文化宣传、商业合作推广、整体形象展示的创意展览展示平台，带动企业全球化业务的开拓。

## **4、资深的创意团队构成德马吉的未来核心竞争优势**

德马吉的核心高管团队均在设计领域拥有多年的从业经验，创始人兼董事长王翔先生，毕业于电脑美术设计与美术教育专业，拥有14年的创意展览展示设计经验，另一创始人师欣欣女士毕业于环境艺术设计专业，拥有9年的展览设计与管理经验，设计总监姚富强先生，在会展营销行业工作近12年，曾在两家展览设计公司担任高级设计师，具有丰富的展台三维设计与项目策划经验。截至本报告书签署日，德马吉创意设计员工占公司总人数的三分之一以上，充分体现了德马吉在创意设计方面的投入力度，构成了德马吉在文化创意方面的未来的核心竞争

力，成为德马吉创意展示业务高速增长的重要驱动因素。

综上，德马吉所处的会展服务行业属于新兴行业，该行业近年来发展迅速，前景看好；德马吉具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力和产业链各环节运作能力，具有一定的行业领先优势；此外，德马吉具备文化创意设计核心基因，其知名度处于国内同行业前列，并且在客户群、资深的创意团队、业务覆盖面、产业链整合等方面具有较大优势；本次评估结果较好的反映了德马吉在行业发展情况、行业地位、核心竞争力等多方面的优势，本次评估增值具有合理性。

#### 5、从德马吉的主营业务、核心竞争力、行业特征及同行业收购案例分析德马吉评估增值率、市盈率较高的依据及合理性

德马吉股东全部权益价值为 37,618.49 万元，收益法评估增值 35,248.92 万元，增值率为 1,467.57%。按 2015 年德马吉实现净利润计算，本次交易市盈率为 34.37 倍，增值率及市盈率的主要原因分析如下：

##### (1) 德马吉主营业务情况

德马吉是一家以文化创意设计能力为核心，具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链环节一体化运作能力的创意展示服务提供商，通过开展包括创意展示设计、活动创意策划以及展厅创意规划等业务，为客户提供一站式展览营销服务，业务覆盖了创意策划、设计包装、展具制作、工程搭建、多媒体设备运营、售后增值服务等多业务环节。德马吉凭借其优秀的文化创意设计能力将最新的设计理念和设计元素融入企业文化之中，展现出客户独特的企业文化内涵；依托其产业链环节一体化的运作能力，为客户提供至创意策划至最终搭建等一系列打包服务，增强客户粘性，提高客群的品牌意识与付费意愿。

综上，凭借其强大的文化创意设计能力和产业链环节一体化的运作能力的核心优势，德马吉在市场上的综合议价能力较强，保障主营业务毛利率处于较高水平。

##### (2) 德马吉核心竞争力

### 1) 拥有丰富经验的设计人才，具备文化创意设计核心基因

创意设计人才是文化创意行业公司发展的关键要素。德马吉在数年的发展过程中，积累了具有丰富经验的创意设计人才。同时标的公司十分重视设计人才的培养，其创意设计员工占公司总人数达三分之一以上，充分体现了德马吉在创意设计方面的投入力度。德马吉所处行业对人才的专业性要求较高，接受专业的创意展览展示设计教育的对口人才较少，因此德马吉更侧重内部自主培养，确保核心人才团队的忠诚度。因此，拥有经验丰富、专业能力强、忠诚度高的创意设计团队使德马吉具备优秀的文化创意设计核心能力。

### 2) 全产业链资源整合能力，满足客户一体化服务需求

德马吉具备展会展营销行业全产业链资源整合能力，其业务链条覆盖前期承接、创意策划、设计包装、展具制作、工程搭建、多媒体设备运营、售后增值服务等环节。同时，德马吉在展具制作、工程搭建等外协环节采取了必要的风控与质控措施，在重要项目上，选取合作次数在 3 次以上的供应商，确保项目施工搭建环节的质量。凭借一体化服务业务的整合能力，德马吉在同行业中脱颖而出，并能满足多样化的客户需求，助力德马吉汇聚了全球范围内付费能力较强的精品客群，为德马吉开拓增量业务奠定了基础。

### 3) 全球范围内的精品客群和本土供应商资源

为便于全球化业务发展，增强对不同区域客户需求的响应能力，德马吉在美国、德国、波兰、香港等地设立了办事处，整合当地供应商资源，并通过雇佣当地员工在所属国家协同业务拓展。2015 年德马吉参与国外展会数量达到 77 场，足迹遍布 29 个国家和地区。凭借其海外会展产业链的先发布局，德马吉在全球范围内完成了一定量的精品案例，形成较大的消费粘性，并吸引更多的精品客群。全球业界范围内的品牌示范和标杆作用，保障了德马吉品牌在保证客单毛利率水平的前提下，获得更多的增量业务机会。同时，品牌的广域影响力使德马吉在对其供应商的筛选时，形成较强的议价能力，利于德马吉控制成本，提升综合毛利率和净利率。

综上，德马吉以其优质的文化创意设计核心基因及全球范围的精品客群储

备优势，依托其多地域产业链整合能力、全球供应链资源整合能力，共同筑起德马吉较强的行业竞争优势，在保障未来稳步发展的同时，有效提升德马吉的综合议价能力，确保主营业务的高毛利率水平，推动增值率和市盈率的上升。

### (3) 行业发展情况及行业特质

#### 1) 行业市场总量快速增长

随着国内企业对外贸易程度的加深与外资企业在中国投资规模的增长，多类国民经济主体的参展需求得到了极大的拉升，并带动了会展营销服务业的蓬勃发展。据中国产业信息网统计显示，中国会展展览数量从 2008 年的 4,490 场增至 2014 年的 8,009 场，年复合增速逾 10%。同期，会展展览面积由 4,517 万平方米增至 10,277 万平方米，年复合增速超 14%。随着中国国内生产总值的不断增长以及服务贸易的不断发展，特别是一带一路的政策推动，会展营销服务行业将迎来历史性的发展机遇，并进入持续快速增长的阶段。

#### 2) 文化创意能力驱动会展营销服务业的发展

相较普通会展营销，嵌入文化创意策划元素的会展营销对产品及品牌的宣传效果更佳，拥有文化创意基因的会展营销服务商更能充分挖掘企业的品牌文化内涵，提升企业品牌影响力。现阶段，消费体验升级的社会业态倒逼现有企业通过创意营销手段来契合终端受众的需求，在此趋势下，愈多企业将选择通过会展营销的方式宣传品牌文化和产品功能属性。随着创意会展营销的品宣效果愈发明显，企业通过会展营销来宣传推广其产品及品牌文化的意愿将逐步提升，具备优质文化创意设计能力的会展营销服务供应商将迎来发展的良好时机。

#### 3) 新兴展示技术的应用带动会展营销业进一步发展

近 10 年来，随着科技的发展，市场产生了一些高科技现代化视觉展示技术，以信息技术为核心的虚拟技术、多媒体展示技术以及 3D 视觉展示技术成为展览展示行业的前沿核心技术。新兴展示技术手段使得实体的展示空间更加丰富、流动、富于变化，让会展效果具有强烈的浸没感和震撼感，提升客户品牌文化宣传和推广的效果，增强企业的参展欲望，推动会展营销行业进一步发展。

综上，会展营销服务行业在政策的鼓励 and 消费体验升级的市场环境的驱动

下,整体处于高速增长阶段。同时,新兴展示技术的涌现进一步增强企业品牌的展示效果,给会展营销服务行业带来巨大的业务拓展空间。会展营销行业市场的良好发展前景是本次收购高评估增值率、高市盈率的重要因素。

#### (4) 德马吉具有轻资产的特点

德马吉所处的会展营销服务行业具有轻资产的特点,业务经营对于资产规模,尤其是固定资产规模的需求较低,如德马吉的办公场所等均为来自于租赁等。因此,德马吉的净资产规模偏小,其评估增值率相对传统的生产性行业较高。

#### (5) 同行业可比交易案例估值情况

由于德马吉所处会展营销服务行业并购案例较少,根据德马吉的业务性质,选择标的资产具备创意服务、品牌策划、线下营销等多重属性的并购案例作为同行业可比交易案例,对本次评估增值率及市盈率进行分析。

2015年以来,上市公司发行股份购买与德马吉业务性质相似的资产的估值增值率情况如下:

单位:万元

序号	上市公司	标的资产	标的资产主营业务	评估基准日	交易价格	账面净资产	增值率
1	科达股份	亚海恒业	亚海恒业是一家集会展综合运营、公关活动策划、广告推广及咨询服务为一体的会展综合服务机构,主营业务内容涵盖:展览综合运营管理、公关广告活动策划、设计特装、企业咨询等。	2015/12/31	119,000.00	7,913.96	1,404%
2	联创股份	上海麟动	上海麟动作为创新型整合营销传播服务机构,致力于帮助客户企	2015/6/30	72,000.00	1,811.79	3,874%

			业在组织内部搭建并完善整合高效的营销传播体系，业务主要分为数字公关传播、品牌活动、产品推广三大板块。				
3	联建光电	华瀚文化	华瀚文化是一家区域性户外广告的媒体提供商。在充分理解客户行业定位以及品牌状况的基础上，华瀚文化会根据客户的传播需求，结合各类型媒体的传播特征以及不同媒体的点位特性，制定客户传播策略，通过公司拥有的户外媒体资源网络，为客户提供广告发布服务。	2015/9/30	36,400.00	3,069.97	1,086%
4	联建光电	励唐营销	励唐营销为客户提供的线下活动管理全业务链一体化服务，主要包括营销策略和活动的策划，活动具体方案的创意和设计，活动现场运营和管理。	2015/9/30	49,600.00	5,958.38	732%
5	南通锻压	上海广润	上海广润的主要服务内容包括品牌服务、各类活动项目服务、业余体育赛事服务以及其它与广告相关的策划、创意、执行管理等	2015/12/31	30,000.00	1,891.51	1,486%



			服务。				
平均值							1,717%
本次交易		创意展示设计服 务等	2015/12/ 31	37,500.0 0	2,369.5 7		1,483%

注：交易增值率=（标的资产的交易价格-标的资产的账面净资产金额）/标的资产的账面净资产金额

数据来源：Wind 资讯

2015 年以来，上市公司发行股份购买与德马吉业务性质相似的资产的估值市盈率情况如下：

单位：万元

序号	上市公司	标的资产	基准期间	基期净利润	市盈率
1	科达股份	亚海恒业	2015 年度	2,925.86	40.67
2	联创股份	上海麟动	2014 年度	555.58	129.59
3	联建光电	华翰文化	2014 年度	1,677.64	21.70
4	联建光电	励唐营销	2014 年度	2,854.12	17.38
5	南通锻压	上海广润	2015 年度	1,050.72	28.55
平均值					47.58
本次交易			2015 年度	1,091.06	34.37

注：交易市盈率=标的资产的交易价格/标的公司的基准期间归属于母公司股东的净利润

数据来源：Wind 资讯

从上表可以看到，同行业可比交易案例的平均估值增值率为 1,717%，平均市盈率为 47.58，整体处于较高的水平；本次上市公司收购德马吉评估增值率 1,483%，市盈率 34.37 倍，较同行业可比较案例的平均增值率和市盈率水平略低，具有一定的合理性。

综上，一方面由于业务性质和行业特点，德马吉具有明显的“轻资产”特点，账面净资产较低；另一方面，会展行业发展趋势乐观向好、德马吉具有明显的竞争优势并有明确的发展战略和方向，各项业务预计未来均可以保持较高的增长率，使得按照收益法评估结果较账面值增值较大。本次评估结果较好的反映了德马吉主营业务、行业发展情况、核心竞争力等多方面的优势，本次评估的增值率、市盈率具有合理性。

## 二、本次评估的假设

### (一) 一般假设

- 1、假设评估基准日后德马吉持续经营；
- 2、假设评估基准日后德马吉所处国家和地区的政治、经济和社会环境无重大变化；
- 3、假设评估基准日后国家宏观经济政策、产业政策和区域发展政策无重大变化；
- 4、假设和德马吉相关的利率、汇率、赋税基准及税率、政策性征收费用等评估基准日后不发生重大变化；
- 5、假设评估基准日后德马吉的管理层是负责的、稳定的，且有能力担当其职务；
- 6、假设德马吉完全遵守所有相关的法律法规；
- 7、假设评估基准日后无不可抗力对德马吉造成重大不利影响。

### (二) 特殊假设

- 1、假设评估基准日后德马吉采用的会计政策和编写本评估报告时所采用的会计政策在重要方面保持一致；
- 2、假设评估基准日后德马吉在现有管理方式和管理水平的基础上，经营范围、运营方式等与目前保持一致；
- 3、假设评估基准日后德马吉的产品或服务保持目前的市场竞争态势；
- 4、假设评估基准日后德马吉的能力和技术先进性保持目前的水平；
- 5、假设评估基准日后德马吉的现金流入为平均流入，现金流出为平均流出；
- 6、假设目前租赁的办公和生产场所到期后能够顺利续租。

评估结论在上述假设条件下在评估基准日时成立，当上述假设条件发生较大变化时，签字注册资产评估师及评估机构将不承担由于假设条件改变而推导出不

同评估结论的责任。

### 三、对交易标的评估方法的选择及其合理性分析

企业价值评估的基本方法主要有收益法、市场法和资产基础法。

企业价值评估中的收益法，是指将预期收益资本化或者折现，确定评估对象价值的评估方法。收益法常用的具体方法包括股利折现法和现金流量折现法。

企业价值评估中的市场法，是指将评估对象与可比上市公司或者可比交易案例进行比较，确定评估对象价值的评估方法。市场法常用的两种具体方法是上市公司比较法和交易案例比较法。

企业价值评估中的资产基础法，是指以被评估企业评估基准日的资产负债表为基础，合理评估企业各项资产、负债价值，确定评估对象价值的评估方法。

《资产评估准则——企业价值》规定，资产评估师执行企业价值评估业务，应当根据评估目的、评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，分析收益法、市场法和资产基础法三种资产评估基本方法的适用性，恰当选择一种或者多种资产评估基本方法。

根据评估目的、评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，以及三种评估基本方法的适用条件，本次评估选用的评估方法为：收益法、资产基础法。评估方法选择理由如下：

不采用市场法主要是因为可比上市公司与德马吉在经营范围、经营区域、资产规模以及财务状况都存在差异，相关指标难以获得及难合理化的修正，此外近期市场上没有类似企业股权的交易案例，达不到选用市场法进行评估的条件。

德马吉主要经营创意展示设计业务，自2012年正式建成运营已有多年，收入、成本及各种经营数据与指标可作为未来年度生产经营项目预测依据，并且根据德马吉历史年度的收益情况，德马吉的收益能力较好，具备收益法预测条件，可采用收益法。

资产基础法能够反映德马吉在评估基准日的重置成本，且德马吉各项资产、负债等相关资料易于搜集，所以具备资产基础法评估的条件。

## 四、资产基础法评估结果、估值参数选取及依据

### (一) 资产基础法评估方法

企业价值评估中的资产基础法,是指以被评估企业评估基准日的资产负债表为基础,合理评估企业各项资产、负债价值,确定评估对象价值的评估方法。在运用资产基础法进行企业价值评估时,各项资产的价值是根据其具体情况选用适当的具体评估方法得出。

本次评估涉及主要的具体评估方法如下:

#### 1、流动资产

评估范围内的流动资产主要包括货币资金、应收票据、应收账款、预付账款、其他应收款和其他流动资产。

(1) 货币资金,包括现金、银行存款和其他货币资金,通过现金盘点、核实银行对账单、余额调节表、询证函等,人民币现金和银行存款以核实后的账面价值确定评估值;外币现金和外币银行存款,以外币账面金额乘以基准日外币对人民币汇率中间价得出评估值。

(2) 应收票据,评估机构通过查阅德马吉的应收票据备查簿,逐笔核对了应收票据的种类、号数和出票日、票面金额、交易合同号和付款人、承兑人、背书人的姓名或单位名称、到期日等资料。应收票据以核实无误后的账面价值作为评估值。

(3) 各种应收款项在核实无误的基础上,根据每笔款项可能收回的数额确定评估值。对于有充分理由相信全都能收回的,按全部应收款额计算评估值;对于很可能收不回部分款项的,在难以确定收不回账款的数额时,借助于历史资料和现场调查了解的情况,具体分析数额、欠款时间和原因、款项回收情况、欠款人资金、信用、经营管理现状等,按照账龄分析法,估计出该部分可能收不回的款项,作为风险损失扣除后计算评估值;对于有确凿根据表明无法收回的,按零值计算;账面上的“坏账准备”科目按零值计算。

(4) 预付账款,根据所能收回的相应货物形成资产或权利的价值确定评估

值。对于能够收回相应货物的或权利的，按核实后的账面值作为评估值。对于那些有确凿证据表明收不回相应货物，也不能形成相应资产或权益的预付账款，其评估值为零。

(5) 其他应收款，评估机构通过向德马吉调查了解了其他应收款形成的原因、应收单位或个人的资信情况、历史年度其他应收款的回收情况等。按照重要性原则，并对相应的合同进行了抽查。其他应收款评估方法表述同应收账款。

(6) 其他流动资产，为德马吉在中国工商银行购买的网上银行企业客户理财产品。评估机构收集了理财产品的相关协议，核对了理财产品的购买方名称、购买金额以及相关利率等内容。其他货币资金以企业理财产品购买金额以及相关理财收益作为评估值。

## 2、可供出售金融资产

对于可供出售金融资产，评估机构与德马吉管理层进行了访谈了解，根据访谈结果获取了德马吉出具的相关说明文件，并查阅了被投资单位即上海德马吉建筑装饰工程有限公司相关资料。

上海德马吉建筑装饰工程有限公司自成立以来没有发生任何经营业务，并无相关财务报表资料，德马吉管理层已出具相关文件说明上海德马吉建筑装饰工程有限公司没有开展任何实际业务且无任何资产和负债，且上海德马吉建筑装饰工程有限公司已经于2016年2月22日经上海市松江区市场监督管理局批准予以注销。故本次评估为零。

## 3、长期股权投资

评估机构对长期股权投资形成的原因、账面值和经营状况进行了核实，并查阅了投资协议、资产负债表、利润表、章程等，以确定长期投资的真实性和完整性，针对长期投资经营的情况分别采用不同的方法进行评估，并选择合理的评估结果。

上海励媛汇为德马吉全资子公司，主要负责对外投资业务，截至评估基准日，上海励媛汇拥有1家全资子公司，该子公司为德马吉为涉外业务而设立，故本次评估采用合并口径预测未来经营数据，不单独进行收益法预测。因在市场上较难

找到在基准日近期与被投资单位经营业务相似企业股权的交易案例及可比上市公司以供参照，因此不具备市场法评估的条件。

资产基础法能够反映被评估企业在评估基准日的重置成本，且被评估企业各项资产、负债等相关资料易于搜集，所以具备资产基础法评估的条件。

#### 4、设备类资产

机器设备类资产主要包括车辆和电子设备，主要采用成本法进行评估。成本法计算公式如下：

评估值=重置全价×成新率

##### (1) 重置全价

依据财政部、国家税务总局(财税〔2008〕170号)《关于全国实施增值税转型改革若干问题的通知》，自2009年1月1日起，购进或者自制(包括改扩建、安装)固定资产发生的进项税额，可根据《中华人民共和国增值税暂行条例》(国务院令第538号)和《中华人民共和国增值税暂行条例实施细则》(财政部、国家税务总局令第50号)的有关规定，从销项税额中抵扣。对于增值税一般纳税人，符合增值税抵扣条件的设备，设备重置全价应该扣除相应的增值税。德马吉属于一般纳税人企业，与之相对应生产经营的设备产生的进项税予以抵扣，故本次评估的车辆和电子设备重置价为不含税价。

德马吉购入的机动车符合固定资产的定义，也属于可以抵扣的范围。根据财税〔2013〕106号文件，增值税一般纳税人自用的应征消费税的摩托车、汽车、游艇，其进项税额准予从销项税额中抵扣。本次评估范围内车辆购置价均为不含税价。

##### 1) 运输车辆重置全价确定

运输设备通过市场询价确定车辆市场购置价，再加上车辆购置税和相关手续牌照费作为其重置全价。

车辆重置全价=不含税购置价+车辆购置税+其他合理费用

其他合理费为牌照费和上牌费，对于上海牌照的车辆，在确定重置全价时对

其车辆牌照费单独进行评估，且不打成新率。

## 2) 电子设备重置全价确定

对电子设备，查询市场的售价或参考相似型号设备售价来确定重置全价。

### (2) 综合成新率的确定

1) 对于办公设备、空调设备等小型设备，主要依据其经济寿命年限来确定其综合成新率；对于大型的电子设备还参考其工作环境、设备的运行状况等来确定其综合成新率。计算公式如下：

年限法成新率=(经济寿命年限-已使用年限)/经济寿命年限×100%

综合成新率=年限法成新率×调整系数

2) 对于车辆，主要依据国家颁布的车辆强制报废标准，以车辆行驶里程、使用年限两种方法根据孰低原则确定理论成新率，然后结合现场勘查情况进行调整。计算公式如下：

使用年限成新率=(规定使用年限-已使用年限)/规定使用年限×100%

行驶里程成新率=(规定行驶里程-已行驶里程)/规定行驶里程×100%

综合成新率=理论成新率×调整系数

### (3) 评估值的确定

电子设备评估值=重置全价×综合成新率

车辆评估值=(不含税购置价+车辆购置税)×成新率+车辆牌照费

## 5、递延所得税资产

递延所得税资产系德马吉核算资产在后续计量过程中因企业会计准则规定与税法规定不同，产生资产的账面价值与其计税基础的差额，该金额按照预期收回该资产期间适用的税率计算确认递延所得税资产。

对于递延所得税资产，评估机构核对了原始凭证和相关账簿，了解企业会计政策与税务规定抵扣政策的差异，查看德马吉明细账、总账、报表数、纳税申报

数是否相符；核实所得税的计算依据，取得纳税凭证，核对是否相符。经核实，该科目核算的金额符合企业会计制度及税法相关规定，评估时根据对应科目的评估处理情况计算确认递延所得税资产。应收款项和其他应收款坏账准备计提引起的递延所得税以核实无误后的账面价值确认评估值。

## 6、流动负债

负债主要包括应付账款、预收账款、应交税费、应付职工薪酬和其他应付款。评估机构根据德马吉提供的各项目明细表，以经过审查核实后的审计数作为其评估值。

### (二) 资产基础法评估情况

德马吉母公司评估基准日总资产账面价值为3,566.05万元，评估价值为3,725.05万元，增值额为159.00万元，增值率为4.46%；总负债账面价值为1,196.48万元，评估价值为1,196.48万元，评估无增减值；净资产账面价值为2,369.57万元，净资产评估价值为2,528.56万元，增值额为159.00万元，增值率为6.71%。

资产基础法具体评估结果详见下列评估结果汇总表：

项目	账面价值(万元)	评估价值(万元)	增减值	增值率(%)
流动资产	3,458.58	3,458.89	0.31	0.01
非流动资产	107.47	266.16	158.69	147.67
其中：长期股权投资	-	112.39	112.39	-
固定资产	99.24	145.55	46.31	46.66
递延所得税资产	8.22	8.22	-	-
<b>资产总计</b>	<b>3,566.05</b>	<b>3,725.05</b>	<b>159.00</b>	<b>4.46</b>
流动负债	1,196.48	1,196.48	-	-
非流动负债	-	-	-	-
<b>负债总计</b>	<b>1,196.48</b>	<b>1,196.48</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>净资产</b>	<b>2,369.57</b>	<b>2,528.57</b>	<b>159.00</b>	<b>6.71</b>

## 五、收益法评估结果、估值参数选取及依据

### (一) 收益法具体方法和模型的选择

《资产评估报告》选用现金流量折现法中的企业自由现金流折现模型。德马吉自由现金流折现模型的具体描述如下：



股东全部权益价值=企业整体价值-付息债务价值

## 1、企业整体价值

企业整体价值是指股东全部权益价值和付息债务价值之和。根据德马吉的资产配置和使用情况，企业整体价值的计算公式如下：

企业整体价值=经营性资产价值+溢余资产价值+非经营性资产负债价值

### (1) 经营性资产价值

经营性资产是指德马吉生产经营相关的，评估基准日后企业自由现金流量预测所涉及的资产与负债。经营性资产价值的计算公式如下：

$$P = \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+r)^{i-0.5}} + \frac{F_n}{r \times (1+r)^{n-0.5}}$$

其中：P：评估基准日的企业经营性资产价值；

Fi：评估基准日后第i年预期的企业自由现金流量；

Fn：预测期末年预期的企业自由现金流量；

r：折现率(加权平均资本成本,WACC)；

n：预测期；

i：预测期第i年；

其中，企业自由现金流量计算公式如下：

企业自由现金流量=息前税后净利润+折旧与摊销-资本性支出-营运资金增加额

其中，折现率(加权平均资本成本,WACC)计算公式如下：

$$WACC = K_e \times \frac{E}{E + D} + K_d \times (1 - t) \times \frac{D}{E + D}$$

其中：ke：权益资本成本；

kd: 付息债务资本成本;

E: 权益的市场价值;

D: 付息债务的市场价值;

t: 所得税率。

其中, 权益资本成本采用资本资产定价模型(CAPM)计算。计算公式如下:

$$K_e = r_f + MRP \times \beta_L + r_c$$

其中: rf: 无风险收益率;

MRP: 市场风险溢价;

$\beta_L$ : 权益的系统风险系数;

rc: 企业特定风险调整系数。

## (2) 溢余资产价值

溢余资产是指评估基准日超过企业生产经营所需, 评估基准日后企业自由现金流量预测不涉及的资产。德马吉的溢余资产为超出维持企业正常经营的营业性现金的富余现金。

## (3) 非经营性资产、负债价值

非经营性资产、负债是指与德马吉生产经营无关的、评估基准日后企业自由现金流量预测不涉及的资产与负债。德马吉的非经营性资产包括部分预付账款、其他应收款、其他非流动资产和递延所得税资产; 非经营性负债为部分应付账款和其他应付款, 评估机构采用成本法对上述非经营性资产及负债进行评估。

## 2、付息债务价值

付息债务是指评估基准日德马吉需要支付利息的负债。

### (二) 收益期与预测期的确定

#### 1、收益期的确定

由于评估基准日德马吉经营正常,没有对影响企业继续经营的核心资产的使用年限进行限定和对企业生产经营期限、投资者所有权期限等进行限定,并可以通过延续方式永续使用。故《资产评估报告》假设德马吉评估基准日后永续经营,相应的收益期为无限期。

## 2、预测期的确定

由于德马吉近期的收益可以相对合理的预测,而远期收益预测的合理性相对较差,按照通常惯例,评估机构将德马吉的收益期划分为预测期和预测期后两个阶段。

评估机构经过对德马吉未来经营规划、行业发展特点的分析,预计德马吉于2020年后达到稳定经营状态,故预测期截止到2020年底。

### (三) 预测期的收益预测

对德马吉的未来财务数据预测是以德马吉2014~2015年度的经营业绩为基础,遵循我国现行的有关法律、法规,根据国家宏观政策、国家及地区的宏观经济状况,德马吉的发展规划和经营计划、优势、劣势、机遇及风险等情况,尤其是德马吉所面临的市场环境和未来的发展前景及潜力进行预测。

#### 1、营业收入的预测

##### (1) 以前年度营业收入情况

德马吉主营业务收入为包括创意展示设计、活动创意策划和展厅创意规划业务及其他业务,各类收入的占比及增长情况如下表:

单位:万元

业务项目	2014年	2015年
创意展示设计业务	2,739.40	4,023.21
活动创意策划业务	511.70	2,009.64
展厅创意规划业务	88.42	517.66
其他业务	3.59	21.64
<b>合计</b>	<b>3,343.11</b>	<b>6,572.14</b>
各业务占比	2014年	2015年
创意展示设计业务	81.94%	61.22%
活动创意策划业务	15.31%	30.58%
展厅创意规划业务	2.64%	7.88%

其他业务	0.11%	0.33%
<b>合计</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>各业务收入增长率</b>	<b>2015年</b>	
创意展示设计业务	46.86%	
活动创意策划业务	292.74%	
展厅创意规划业务	485.43%	
<b>三项业务综合增长率</b>	<b>96.15%</b>	

根据上表所示,德马吉各项业务在2015年均保持着较快的增长速度,其中创意展示设计业务的增长率为46.86%,活动创意策划业务的增长率为292.74%,展厅创意规划业务的增长率为485.43%,上述三项业务的综合增长率为96.15%。活动创意策划业务和展厅创意规划业务的收入占比比重不断增加,主要是因为德马吉将活动创意策划业务和展厅创意规划业务作为企业盈利增长的重要一环,不断加大在活动创意策划领域的投入力度,推动活动创意策划业务增长。2016年1月,德马吉专门成立了展厅规划团队,专门用于负责展厅创意规划业务开展。

其他业务收入为房屋出租的收入。

## (2) 未来年度主营业务收入情况的预测:

未来年度的主营业务收入预测仍按照德马吉现有的收入分类方式分为创意展示设计业务、活动创意策划业务以及展厅创意规划业务及其他业务收入进行预测。

### 1) 创意展示设计业务

对于创意展示设计业务未来年度的收入预测通过德马吉的合同签订情况、德马吉历史年度收入增长情况、行业的发展情况结合德马吉的规划进行预测。

#### ① 德马吉历史发展情况

单位:万元

业务项目	2014年	2015年
创意展示设计业务	2,739.40	4,023.21
活动创意策划业务	511.70	2,009.64
展厅创意规划业务	88.42	517.66
其他业务	3.59	21.64
<b>合计</b>	<b>3,343.11</b>	<b>6,572.14</b>
<b>各业务收入增长率</b>	<b>2015年</b>	

创意展示设计业务	46.86%
活动创意策划业务	292.74%
展厅创意规划业务	485.43%
<b>三项业务综合增长率</b>	<b>96.15%</b>

德马吉在2015年各项业务均保持着较快的增长速度,其中创意展示设计业务的增长率为46.86%,活动创意策划业务的增长率为292.74%,展厅创意规划业务的增长率为485.43%。

### ② 创意展示设计业务的合同签订情况

截至评估基准日,德马吉正在履行和尚未履行的项目合同不含税金额为400.08万元,截至2016年3月10日,德马吉新签订的合同金额约为3,563.40万元,因德马吉的合同周期较短,基本在两个月之内,该部分合同在2016年预计实现3,761.77万元收入,据德马吉预计全年的创意展示设计业务和活动创意策划业务合同收入预计为10,395.78万元。

### ③ 会展营销行业发展前景

会展营销行业属于国家鼓励支持发展的行业,整个会展行业在历史年度保持着飞速增长,行业需求规模从2008年的402.00亿元增至2014年的3,880.00亿元,年复合增速高达45.90%。近年来我国展会的办展数量、办展面积及办展频率在逐步提升,对会展营销行业的发展起到直接的带动作用。我国展会举办场数从2008年的4,490场增加至2014年的8,009场,期间复合增长率超过了10%;我国展览面积从2008年的4,517万m<sup>2</sup>增加至2014年的10,277万m<sup>2</sup>,6年时间净增5,760万m<sup>2</sup>,期间复合增长率超过了14%。

国内会展需求强劲增长,新建会展的不断建成,未来5年的境内办展数量和质量将会有极大提升,将带动会展营销行业的又一轮增长,尤其是定位于高端客户群体的会展营销企业将迎来发展的黄金窗口期。

根据国务院在2015年最近颁布的《关于加快发展服务贸易的若干意见》中对于服务贸易行业的发展要求为:大力发展服务贸易,到2020年,服务进出口额超过1万亿美元。主要政策措施包括打造促进平台。支持商协会和促进机构开展多种形式的服务贸易促进活动,支持企业赴境外参加服务贸易重点展会。积极培育

服务贸易交流合作平台，形成以中国(北京)国际服务贸易交易会为龙头、以各类专业性展会论坛为支撑的服务贸易会展格局，鼓励其他投资贸易类展会增设服务贸易展区。积极与主要服务贸易合作伙伴和“一带一路”沿线国家签订服务贸易合作协议，在双边框架下开展务实合作。

2015年颁布的《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》中首次明确了展览行业的发展目标：到2020年，基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。具体如下：

第一、发展环境日益优化。完善法规政策，理顺管理体制，下放行政审批权限，逐步消除影响市场公平竞争和行业健康发展的体制机制障碍，形成平等参与、竞争有序的市场环境。

第二、市场化水平显著提升。厘清政府和市场的关系，规范和减少政府办展，鼓励各种所有制企业根据市场需求举办展会，市场化、专业化展会数量显著增长，展馆投资建设及管理运营的市场化程度明显提高。

第三、国际化程度不断提高。遵循国际通行的展览业市场规则，发挥我国产业基础好、市场需求大等比较优势，逐步提升国际招商招展的规模和水平。加快“走出去”步伐，大幅提升境外组展办展能力。在国际展览业中的话语权和影响力显著提升，培育一批具备国际竞争力的知名品牌展会。

健全和完善展览展示行业产业链。以展览企业为龙头，发展以交通、物流、通信、金融、旅游、餐饮、住宿等为支撑，策划、广告、印刷、设计、安装、租赁、现场服务等为配套的产业集群，形成行业配套、产业联动、运行高效的展览业服务体系，增强产业链上下游企业协同能力，带动各类展览服务企业发展壮大。

上述两个指导意见明确指出未来5年将持续支持国内企业走出去战略和培养国际化的会展行业企业战略，并建设和筹备相关的交流和会展平台来为国内企业走出去提供切实的政策支持和平台保障。预计未来5年的国内企业在国外办展的数量和质量将会有极大的提升，直接带动行业的发展。

#### ④ 德马吉战略规划

德马吉现有业务遍布全球32家，118个城市。2015年收入按照举办地点的不

同分成境内收入和境外收入，其中境内收入占比较大，德马吉预计在未来3年在巩固国内业务的同时，不断扩展海外市场，争取在2018年将海外业务占收入比重稳定在40-50%。针对该规划，德马吉已经于2015年8月于香港设立了子公司香港德马吉开展涉外业务。

根据上述分析，德马吉管理层预测德马吉未来年度的创意展示设计业务收入如下：

单位：万元

序号	业务类别	预测年度					永续期
		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	
1-1	创意展示设计	6,726.08	8,734.90	11,359.63	13,631.56	14,722.08	14,722.08

## 2) 活动创意策划业务

活动创意策划业务原为德马吉在深度挖掘原有创意展示设计业务客户内在需求的基础上产生与发展的新兴业务，其业务规模受到企业创意展示设计业务业务规模的影响，双方存在一定的正相关性，2015年，德马吉不断扩大活动创意策划业务的客户范围，积极主动挖掘新老客户的活动创意策划业务需求，并取得了明显的成果，2015年的活动创意策划业务收入为2,009.63万元，增长率为292.74%。根据德马吉规划，德马吉未来将不断加大活动创意策划业务的投入力度，在未来年度推动活动创意策划业务收入占比持续提升。

德马吉管理层为实现创意展示设计业务和活动创意策划业务未来的发展规划，预计将持续补充人力资源，特别是设计人员和研发人员数量，以增强德马吉的业务获取能力、技术能力和项目完成质量。

根据上述分析，德马吉管理层预测的未来年度的活动创意策划业务收入如下：

单位：万元

序号	业务类别	预测年度					永续期
		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	
1-2	活动创意策划	3,669.70	5,011.27	6,851.56	8,221.88	8,879.63	8,879.63

## 3) 展厅创意规划业务

对于展厅创意规划业务未来年度的收入预测，主要通过德马吉的现阶段的投

标情况及行业的发展情况进行预测。

① 展厅创意规划业务作为德马吉未来的发展重点之一，2016年1月，德马吉专门组建了展厅规划团队，专门负责展厅创意规划业务开展。截至2016年3月，德马吉已经投标的展厅创意规划业务项目如下表：

月份	客户	项目名称	预算(万元)	面积 sqm	预计定标时间	地点	备注
2月	永新华韵文化产业投资公司	前门非遗文化园	150.00	130.00	2016年3月中	北京	深化设计
3月	华数数字电视传媒集团	华数集团白马湖企业展厅	1,200.00	2,700.00	2016年4月	杭州	投标
2月	万向集团	万向集团企业展厅	300.00	700.00	2016年4月	杭州	应标
2月	湖南湘雅医院	湘雅医院院史馆	1,500.00	2,000.00	2016年6月	长沙	应标
3月	光大国际有限公司	光大环保吴江工厂展厅	130.00	200.00	2016年3月中	吴江	应标
3月	光大国际有限公司	光大环保常州工业旅游展示区	160.00	500.00	2016年3月中	常州	应标
3月	华星光电技术有限公司	武汉华星光电 T3 展厅	500.00	700.00	2016年3月底	武汉	投标结束
3月	江苏省广电有线信息网络公司	江苏有线展厅	1,500.00	790.00	2016年4月中	南京	投标
3月	厦门以晴集团	以晴集团红河州展厅	350.00	3,500.00	2016年4月初	蒙自	应标
3月	天水市政府	天水工业博物馆	15,000.00	20,000.00	2016年4月中	天水	投标
3月	解放军信息工程大学	解放军信息工程大学校史馆	1,300.00	7,000.00	2016年5月底	郑州	应标
3月	钦州市政府	刘永福纪念馆	300.00	1,000.00	2016年5月底	钦州	应标
3月	北京理工华创电动车技术有限公司	企业汽车展厅	15.00	100.00	2016年3月底	北京	签订合同
3月	美的集团制冷研究院	美的集团未来生活馆	200.00	220.00	2016年3月底	佛山	投标
3月	美的集团	美的集团创新实验室	40.00	300.00	2016年3月底	佛山	投标
3月	美的集团合肥公司	美的集团合肥家电展厅	200.00	650.00	2016年3月底	合肥	深化设计
3月	黑龙江省建三江管理局	建三江博物馆	2,300.00	5,000.00	2016年6月	建三江	应标
3月	温州市政府	瓯江口新区规划展示馆	2,000.00	5,000.00	2016年4月	温州	应标
3月	隆丰公司	企业展厅	150.00	700.00	2016年4月	未定	深化设计
<b>合计</b>			<b>27,295.00</b>				

通过上表可知，德马吉现阶段正在接触的项目合同金额预计约为27,295.00万元。据德马吉管理层介绍，下游客户的招标流程为招标—应标—投标(多轮)—评标(多轮)—定标，其中深化设计为评标的最后环节。德马吉已经进展至深化设计阶段的项目共3个，项目金额约为500.00万元。根据德马吉管理层估计，项目的中标影响因素主要为德马吉完成的项目经验、客户关系与设计能力等，历史年度德马吉与美的、光大、华为在内的多家大型公司在展示其创意设计业务上有着



良好的合作经历,这将为德马吉取得展厅规划业务提供极为有利的条件。根据德马吉管理层预测,除天水博物馆项目外,其他项目的预计中标率约20%,合计约2,459.00万元合同金额,预计该部分合同大部分将在2016年履行完毕,预计在2016年能够实现2,000万元展厅规划业务收入。

## ② 展厅规划行业的市场发展状况

展厅规划行业的发展主要受限于未来年度的新建展厅建设规模,近年来我国展会的办展数量、办展面积及办展频率在逐步提升,对会展营销行业的发展起到直接的带动作用。我国展会举办场数从2008年的4,490场增加至2014年的8,009场,期间复合增长率超过了10%;我国展览面积从2008年的4,517万m<sup>2</sup>增加至2014年的10,277万m<sup>2</sup>,6年时间净增5,760万m<sup>2</sup>,期间复合增长率超过了14%。

目前在建展馆的有9个省市,辽宁、浙江各有三座展馆在建;安徽、山西各有两座在建;上海、河南、江西、四川、西藏自治区各有一座在建。其中,上海、四川两座在建展馆面积较大。同时,深圳经贸信息委宣称将于深圳建设国际会展中心,该项目规划会展核心区用地137公顷,配套设施用地42公顷。新展馆室内展厅规划建50万平方米,将分期建设,一期30万平方米室内展厅及基本配套设施计划2016年开工建设,2018年建成投入使用,同时预留20万平方米备建。项目将采用综合开发模式,融入酒店、办公、餐饮、商业等功能。

上海“十三五”计划提出,要把上海建成国际会展之都。要求到2020年,上海要有一流的会展项目,一流的会展企业,一流的专业人才,一流的硬件设施,一流的服务能力,一流的管理体制,一流的法规体系和一流的会展技术。

根据上述分析,未来几年展厅规划行业将面临较好的发展机遇期,企业管理层预测的未来年度的展厅创意规划业务收入如下:

单位:万元

序号	业务类别	预测年度					永续期
		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	
1-3	展厅创意规划业务	2,000.00	2,600.00	3,380.00	4,056.00	4,380.48	4,380.48

## 4) 其他业务

其他业务主要为房屋出租收入,该业务为德马吉将其租赁的位于上海市闵行

区景联路398号2栋3楼的办公室(面积为442.00平方米)转租给欧马腾所产生的房屋出租收入。未来年度的收益主要根据德马吉与欧马腾签订的合同情况进行预测,租赁协议到期后不再预测转租事宜。

综上所述,德马吉管理层对于德马吉未来年度各业务的收入预测情况如下:

单位:万元

序号	业务类别	预测年度					永续期
		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	
1-1	创意展览设计	6,726.08	8,734.90	11,359.63	13,631.56	14,722.08	14,722.08
1-2	活动创意策划	3,669.70	5,011.27	6,851.56	8,221.88	8,879.63	8,879.63
1-3	展厅创意规划	2,000.00	2,600.00	3,380.00	4,056.00	4,380.48	4,380.48
1-4	其他业务	24.84	26.08	22.51	-	-	-
	<b>合计</b>	<b>12,420.62</b>	<b>16,372.25</b>	<b>21,613.70</b>	<b>25,909.43</b>	<b>27,982.19</b>	<b>27,982.19</b>

## 2、主营业务成本的预测

### (1) 以前年度营业成本及成本率

德马吉2014年、2015年主营业务成本及成本率如下:

单位:万元

业务类型	2014年	2015年
创意展示设计业务	1,627.65	2,447.72
活动创意策划业务	309.00	1,060.01
展厅创意规划业务	57.91	335.97
<b>总成本</b>	<b>1,994.55</b>	<b>3,843.70</b>
成本率	2014年	2015年
创意展示设计业务	59.42%	60.84%
活动创意策划业务	60.39%	52.75%
展厅创意规划业务	65.49%	64.90%
<b>综合成本率</b>	<b>59.73%</b>	<b>58.68%</b>

2015年的综合成本率降低的主要原因是德马吉不断完善及健全供应商管理体系,通过完善的供应商管理体系选取每个项目性价比最高的供应商,降低了德马吉整体的业务成本。

### (2) 未来年度营业成本的预测

德马吉业务包括创意展示设计业务、活动创意策划业务以及展厅创意规划业

务，其主营业务成本主要为合同项下的人工、展台制作费、展厅的水电管理费用等组成，各项成本结转与收入结算相配比，成本率相对较稳定，2015年，德马吉通过完善供应商体系降低了业务成本，并将长期持续影响德马吉的毛利水平。故本次评估对于各项业务的成本率均按照各项业务2015年的成本率进行预测。

预测年度主营业务成本如下：

单位：万元

各项业务毛利情况	预测年度					永续期
	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	
创意展示设计	4,092.15	5,314.32	6,911.20	8,293.44	8,956.92	8,956.92
活动创意策划	1,935.63	2,643.26	3,613.95	4,336.74	4,683.68	4,683.68
展厅创意规划	1,298.03	1,687.44	2,193.68	2,632.41	2,843.01	2,843.01
<b>合计</b>	<b>7,325.82</b>	<b>9,645.02</b>	<b>12,718.83</b>	<b>15,262.60</b>	<b>16,483.61</b>	<b>16,483.61</b>

### 3、营业税金及附加的预测

营业税金及附加包括营业税、城建税、教育费附加、地方教育费附加以及河道管理费。

德马吉业务包括创意展示设计业务、活动创意策划业务以及展厅创意规划业务及其他业务，创意展示设计业务、活动创意策划业务以及展厅创意规划业务均缴纳增值税，税率为6%。德马吉分别按照应交增值税款的5%、3%、2%、1%缴纳城建税、教育费附加、地方教育费附加以及河道管理费；其他业务收入缴纳营业税，按照其他业务收入的5%进行缴纳。

根据香港税法条例，香港德马吉无营业税金及附加。

则未来年度的营业税金及附加如下：

单位：万元

项目\年份	预测年度					永续期
	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	
营业税	1.24	1.30	1.13	-	-	-
城市维护建设税	18.37	24.49	32.14	38.53	41.76	41.76
教育费附加	11.02	14.69	19.28	23.12	25.05	25.05
地方教育费附加	7.35	9.80	12.85	15.41	16.70	16.70
河道管理费	3.67	4.90	6.43	7.71	8.35	8.35
<b>合计</b>	<b>41.66</b>	<b>55.18</b>	<b>71.83</b>	<b>84.76</b>	<b>91.87</b>	<b>91.87</b>

#### 4、销售费用的预测

销售费用主要核算内容为人工工资、运费、车杂费、广告费、广告服务、社保及公积金、促销费、服务费、签证费及其他等费用。

人工工资主要根据德马吉人力资源部门确定的销售人员人数变化、现有工资水平增长情况等综合计算确定；社保及公积金根据上海市社保公积金的缴纳政策进行预测。

运费、车杂费、广告服务、促销费根据历史年度费用和收入的比例结合德马吉实际情况确定其预测值；其他费用主要为机票费用等差率费，根据历史年度费用和收入的比例结合德马吉实际情况确定其预测值。

服务费、签证费参照前两年实际水平，结合德马吉历史年度水平按照一定的大致额度进行预测。

德马吉未来年度销售费用预测如下：

单位：万元

编号	项 目	预测年度					永续期
		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	
1	人工成本	355.63	441.71	528.89	593.58	641.09	641.09
2	运费	45.11	59.48	78.57	94.28	101.83	101.83
3	车杂费	3.85	5.08	6.71	8.06	8.70	8.70
4	广告服务	181.21	238.95	315.63	378.75	409.05	409.05
5	促销费	74.87	98.73	130.41	156.49	169.01	169.01
6	服务费	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
7	签证费	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50
8	社保公积金	66.17	83.90	100.46	112.76	121.78	121.78
9	其他	30.96	40.80	53.87	64.57	69.74	69.74
	<b>合 计</b>	<b>763.30</b>	<b>974.17</b>	<b>1,220.04</b>	<b>1,413.99</b>	<b>1,526.70</b>	<b>1,526.70</b>

#### 5、管理费用的预测

管理费用主要核算内容人工成本、社保及公积金、福利费、办公费、差旅费、交通费、折旧费、业务招待费、水电费、租金、物业费、书报费、教育费、认证费、租赁费、会务费、运费、物业费、汽车费用、研发-工资、研发-社保、研发-公积金、研发-折旧、专利费、高新中介费用、上市费用等费用。

人工成本包括工资、福利、社保费用和教育费用等，其中人工成本中的工资、福利、社保费用主要根据德马吉人力资源部门确定的管理人员人数变化、现有工资水平、效益工资增长情况等综合计算确定；人工成本中教育费根据历史年度费用结合德马吉未来年度业务发展规划按照一定的增长比例进行合理预测。

福利费根据德马吉的计提比例及实际发生额与人工工资的比例进行预测。

社保及公积金、研发-工资、研发-社保、研发-公积金根据上海市社保公积金的缴纳政策进行预测。

租金、物业费根据德马吉签订的租赁合同再结合未来租金的增长情况进行合理预测。

差旅费、业务招待费、交通费根据历史年度费用和相应营业收入的比例平均值结合德马吉实际情况确定其预测值。

办公费参照德马吉近两年人均支出水平，根据未来年度人数进行预测。

车辆费用、认证费、会务费及其他等费用，根据历史年度费用结合德马吉未来年度业务发展规划进行合理预测，按照一定的增长比例进行合理预测。

折旧、研发-折旧按德马吉评估基准日现有固定资产，以及以后每年新增的资本性支出资产，按各类资产经济寿命年限综合计算确定。

书报费、租赁费、专利费等根据历史年度大致水平进行预测。

高新中介费用为德马吉高新年审费用，德马吉在2015-2017年享受高新技术企业优惠政策，2018年及以后年度不再预计德马吉享受高新技术企业优惠政策，故在2016-2017年按照德马吉历史年度大致水平进行预测，2018年及以后年度不再预测相关费用。

德马吉未来年度管理费用预测如下：

单位：万元

序号	项 目	预测年度					永续 年度
		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	
1	工资	198.64	283.66	306.11	350.44	378.22	378.22
2	办公费	83.14	109.13	129.66	147.54	158.94	158.94

3	业务招待费	77.29	101.93	134.63	161.56	174.48	174.48
4	交通费	85.33	112.52	148.62	178.35	192.61	192.61
5	差旅费	278.62	367.26	484.84	581.20	627.69	627.69
6	折旧	46.30	53.18	33.61	27.07	28.61	26.26
7	车辆费用	37.76	39.64	41.63	43.71	45.89	45.89
8	物业费	28.53	50.26	50.87	43.76	45.93	45.93
9	书报费	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35
10	认证费	2.89	3.03	3.19	3.34	3.51	3.51
11	租赁费	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
12	会务费	2.96	3.11	3.26	3.43	3.60	3.60
13	租金	38.94	72.32	73.21	62.97	66.10	66.10
14	水电费	26.40	29.04	31.94	35.14	38.65	38.65
15	研发-工资	410.35	609.38	777.82	904.68	1,088.76	1,088.76
16	研发-社保	54.44	82.54	105.35	122.53	147.46	147.46
17	研发-公积金	11.73	17.78	22.69	26.39	31.76	31.76
18	研发-折旧	14.29	16.42	10.38	8.36	8.83	8.11
19	专利费	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81
20	高新中介费用	3.00	3.00	-	-	-	-
21	其他	17.32	19.05	20.96	23.05	25.36	25.36
	<b>合计</b>	<b>1,419.70</b>	<b>1,975.00</b>	<b>2,380.52</b>	<b>2,725.27</b>	<b>3,068.16</b>	<b>3,065.09</b>

## 6、财务费用的预测

财务费用主要核算的是银行存款的利息收入及利息支出及汇兑损益。本次收益法模型为自由现金流口径，不考虑德马吉因借款产生的利息支出，由于多余货币资金已作为溢余资产，故后期不再考虑银行利息收入。历史年度手续费金额较少，未来年度不对其进行预测。

## 7、营业外收支的预测

德马吉历史年度营业外收入主要为政府补助资金及其他收入，支出为捐赠支出，由于政府补助资金类利得为偶尔发生，未来年度无法预计，未来不考虑。

## 8、所得税的预测

预测期所得税费用=(营业收入-营业成本-营业税金及附加-销售费用-管理费用-财务费用)×所得税率

德马吉于2015年10月30日取得高新技术企业证书(证书编号:GR201531001211),自2015-2017年度按15%税率征收企业所得税;根据《高新技

术企业认定管理办法》及其附件《国家重点支持的高新技术领域》的相关规定，由于高新技术企业期满后需重新认定，未来是否可继续获得高新技术企业资格存在不确定性，故本次评估对于德马吉2016-2017年按照15%计算所得税，2018年及以后年度按照25%计算所得税。

对于香港德马吉，其注册地为香港，根据香港税务条例规定，香港公司经营任何业务、服务获得来自于香港的利润(售卖资本性资产所获利润或蒙受的亏损则除外)均需纳税。取得来自海外的利润则无须在香港纳税，即使将款项汇回香港，亦无须纳税。因此香港德马吉在香港取得的业务收入需要缴纳16.5%的利得税，在海外发生地的业务无需缴纳利得税。根据德马吉现有业务及未来年度的发展规划，香港德马吉主要是负责海外和香港地区业务，其在香港地区的业务量占比较少，预计约为香港德马吉业务总量的10%；且香港德马吉需要依靠德马吉的设计人员及销售人员完成项目设计等，因此，按照德马吉管理层的预测，香港德马吉的利润总额率会低于德马吉国际，预计在未来年度会保持在20%。

按照上述分析，未来各年度所得税费用预测数据见下表。

单位：万元

项目	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	永续期
所得税费用	377.05	484.68	1,127.66	1,392.15	1,472.33	1,473.10

## 9、折旧与摊销的预测

固定资产折旧包括车辆和电子设备两大类，在考虑经济寿命年限和尚可使用年限的情况下，对固定资产在预测期的折旧和更新以及预测期后（即永续期）的折旧和更新进行了预测，根据未来各年固定资产折旧总额。按收益期限及使用权期限平均摊销预测年度的折旧费用如下：

单位：万元

项目名称	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	永续期
折旧费用	60.59	69.60	43.98	35.43	37.44	34.36

## 10、资本性支出的预测

德马吉的资本性支出主要由二部分组成：存量资产的正常更新支出(重置支

出)、增量资产的资本性支出(扩大性支出)。

存量资产的更新支出：存量资产的正常更新支出，按估算的重置成本除以经济耐用年限按平均年资本性支出考虑。

增量资产的资本性支出为必要的办公设备，本次预测按新增人员所需的设备及已预付款项进行资本性支出。

对于永续期，固定资产更新支出依据基准日德马吉必须的固定资产和预计的增量资产规模预测。

资本性支出预测如下：

单位：万元

项目	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	永续期
资本性支出	61.80	22.80	16.97	17.01	0.75	42.48

## 11、营运资金增加额的预测

营运资金的追加是指随着德马吉经营活动的变化，因提供商业信用而占用的资金以及正常经营所需预付的资源采购款项等，营运资金的变化一般与营业收入的变化具有相关性。德马吉的营运资金主要体现在德马吉经营所需的展台制作费和相关人工支出等方面，为保障德马吉的正常运营，结合行业高预收的特点，经评估机构和德马吉财务人员现场沟通并参考基准日营运资金情况，未来年度德马吉正常经营需要的营运资金按现有业务在未来年度主营业务收入(不包含租金收入)的8.08%确定。

以确定的比例乘以未来年度预测的主营业务收入得出该年所需的营运资金金额，该金额与上一年度金额的差异为营运资金的变动额。

德马吉基准日营运资金根据成本法评估结果计算如下：

单位：万元

项目	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
营运资金	1,001.02	1,320.04	1,743.60	2,092.32	2,259.70
营运资金增加额	472.04	319.01	423.56	348.72	167.39



## (四) 折现率的确定

### 1、无风险收益率的确定

国债收益率通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小，可以忽略不计。根据Wind资讯系统所披露的信息，银行间固定利率国债在评估基准日的到期年收益率为2.8212%，本评估报告以2.8212%作为无风险收益率。

### 2、权益系统风险系数的确定

德马吉的权益系统风险系数计算公式如下：

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

其中：

$\beta_L$ ：有财务杠杆的权益的系统风险系数；

$\beta_U$ ：无财务杠杆的权益的系统风险系数；

t：德马吉的所得税税率；

D/E：德马吉的目标资本结构。

根据德马吉的业务特点，评估机构通过Wind资讯系统查询了4家沪深A股可比上市公司基准日的 $\beta_L$ 值，然后根据可比上市公司的所得税率、资本结构换算成 $\beta_U$ 值，并取其平均值0.8519作为被评估单位的 $\beta_U$ 值，具体数据见下表：

序号	股票代码	公司简称	$\beta_U$ 值
1	300058.SZ	蓝色光标	0.7508
2	002143.SZ	印纪传媒	1.0956
3	002572.SZ	索菲亚	0.7597
4	600978.SH	宜华木业	0.8014
<b><math>\beta_U</math> 平均值</b>			<b>0.8519</b>

德马吉于评估基准日货币资金充裕，现金流状况良好，未来年度无借款计划，德马吉的目标资本结构为0.00%。被评估单位评估基准日执行的所得税税率按照

德马吉实际承担的所得税率确定。

将上述确定的参数代入权益系统风险系数计算公式,计算得出德马吉的权益系统风险系数。

$$\begin{aligned}\beta_L &= [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U \\ &= 0.8519\end{aligned}$$

### 3、市场风险溢价的确定

市场风险溢价是对于一个充分风险分散的市场投资组合,投资者所要求的高于无风险利率的回报率,由于目前国内A股市场是一个新兴而且相对封闭的市场,一方面,历史数据较短,并且在市场建立的前几年中投机气氛较浓,投资者结构、投资理念在不断的发生变化,市场波动幅度很大;另一方面,目前国内对资本项目下的外汇流动仍实行较严格的管制,因此,直接通过历史数据得出的股权风险溢价包含有较多的异常因素,可信度较差,国际上新兴市场的风险溢价通常采用成熟市场的风险溢价进行调整确定,因此本次评估采用公认的成熟市场(美国市场)的风险溢价进行调整,具体计算过程如下:

市场风险溢价=成熟股票市场的基本补偿额+国家补偿额=成熟股票市场的基本补偿额+国家违约补偿额 $\times$ ( $\sigma$ 股票/ $\sigma$ 国债)

根据上述测算思路和公式,经评估机构的专家委员会研究确定2016年度市场风险溢价(MRP)为7.08%。

### 4、企业特定风险调整系数的确定

(1) 德马吉为非上市公司,内部管理机制、控制机制以及人员管理水平与上市公司相比有一定差距。

(2) 由于测算风险系数时选取的为上市公司,相应的证券或资本在资本市场上可流通,与参照企业(上市公司)相比,德马吉为非上市公司,流通性较低。

(3) 德马吉未来的销售和利润增长更多地依赖于市场的整体情况,具有一定的不确定性。

基于上述几个方面的因素，本次评估中对德马吉特定风险调整系数 $R_c$ 取值4.5%。

## 5、预测期折现率的确定

### (1) 计算权益资本成本

因德马吉未来无贷款，将上述确定的参数代入权益资本成本计算公式，计算得出德马吉的权益资本成本。

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

$$= 13.35\%$$

### (2) 计算加权平均资本成本

将上述确定的参数代入加权平均资本成本计算公式，计算得出德马吉的加权平均资本成本。

$$WACC = K_e \times \frac{E}{D + E} + K_d \times (1 - t) \times \frac{D}{D + E}$$

$$= 13.35\%$$

## 6、预测期后折现率的确定

预测期后折现率为同预测期一致，为13.35%。

## (五) 测算过程和结果

### 1、经营性资产价值

经营性资产是指与德马吉生产经营相关的，评估基准日后企业自由现金流量预测所涉及的资产与负债。预测期内各年企业自由现金流量按年中流出考虑，预测期后稳定期现金流现值按预测年末折现考虑，从而得出德马吉的自由现金流量折现值。

单位：万元

项目	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	永续年度
----	-------	-------	-------	-------	-------	------

<b>一、营业收入</b>	<b>12,420.62</b>	<b>16,372.25</b>	<b>21,613.70</b>	<b>25,909.43</b>	<b>27,982.19</b>	<b>27,982.19</b>
减：营业成本	7,325.82	9,645.02	12,718.83	15,262.60	16,483.61	16,483.61
营业税金及附加	41.66	55.18	71.83	84.76	91.87	91.87
销售费用	763.30	974.17	1,220.04	1,413.99	1,526.70	1,526.70
管理费用	1,419.70	1,975.00	2,380.52	2,725.27	3,068.16	3,065.09
<b>二、营业利润</b>	<b>2,870.15</b>	<b>3,722.87</b>	<b>5,222.48</b>	<b>6,422.81</b>	<b>6,811.86</b>	<b>6,814.93</b>
<b>三、利润总额</b>	<b>2,870.15</b>	<b>3,722.87</b>	<b>5,222.48</b>	<b>6,422.81</b>	<b>6,811.86</b>	<b>6,814.93</b>
所得税率	13.14%	13.02%	21.59%	21.68%	21.61%	21.62%
减：所得税	377.05	484.68	1,127.66	1,392.15	1,472.33	1,473.10
<b>四、净利润</b>	<b>2,493.10</b>	<b>3,238.19</b>	<b>4,094.82</b>	<b>5,030.65</b>	<b>5,339.52</b>	<b>5,341.83</b>
<b>五、税后经营利润</b>	<b>2,493.10</b>	<b>3,238.19</b>	<b>4,094.82</b>	<b>5,030.65</b>	<b>5,339.52</b>	<b>5,341.83</b>
加：折旧	60.59	69.60	43.98	35.43	37.44	34.36
减：资本性支出	61.80	22.80	16.97	17.01	0.75	42.48
营运资本增加额	472.04	319.01	423.56	348.72	167.39	-
<b>六、企业自由现金流量</b>	<b>2,019.85</b>	<b>2,965.98</b>	<b>3,698.27</b>	<b>4,700.36</b>	<b>5,208.82</b>	<b>5,333.71</b>
<b>七、折现率</b>	<b>13.35%</b>	<b>13.35%</b>	<b>13.35%</b>	<b>13.35%</b>	<b>13.35%</b>	<b>13.35%</b>
折现期	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	-
折现系数	0.9393	0.8286	0.7310	0.6449	0.5689	4.2608
折现值	1,897.16	2,457.65	2,703.45	3,031.24	2,963.44	22,725.80
<b>八、企业自由现金流折现值</b>						<b>35,778.75</b>

## 2、非经营性资产负债价值

非经营性资产、负债是指与德马吉生产经营无关的、评估基准日后企业自由现金流量预测不涉及的资产与负债。德马吉的非经营性资产包括与企业经营无关的往来款。

预付账款中的保险费、代付餐费等应作为非经营性资产，账面价值90,766.60元，评估值为90,766.60元；

其他应收款中与德马吉经营无关的个人借款、工资和其他往来等应作为非经营性资产，账面价值1,042,368.69元，评估值为1,042,368.69元；

其他流动资产中的理财产品应作为非经营性资产，账面价值550,000.00元，评估值为553,047.91元；

递延所得税资产主要为坏账准备产生的可抵扣的暂时性差异，应作为非经营性资产，账面价值82,237.78元，评估值为82,237.78元；

应付账款中的长期挂账的代收代付款等应作为非经营性负债，账面值为1,010,000.00元，评估值为1,010,000.00元。

其他应付账款中退还个税和手机款等应作为非经营性负债，账面值为504,283.89元，评估值为504,283.89元；

经测算非经营性资产负债账面值25.11万元，评估值为25.41万元。

### 3、溢余资产

溢余资产是指评估基准日超过企业生产经营所需，评估基准日后企业自由现金流量预测不涉及的资产。德马吉的溢余资产为超出维持正常经营的营业性现金外的富余现金，经测算，企业溢余资产为1,814.33万元。

#### (六) 收益法评估结果

##### 1、企业整体价值的计算

$$\begin{aligned} \text{企业整体价值} &= \text{经营性资产价值} + \text{非经营性资产负债价值} + \text{溢余资产} \\ &= 35,778.75 + 1,814.33 + 25.41 \\ &= 37,618.49(\text{万元}) \end{aligned}$$

##### 2、付息债务价值的确定

评估基准日德马吉有息负债为0万元。

##### 3、股东全部权益价值的计算

$$\begin{aligned} \text{股东全部权益价值} &= \text{企业整体价值} - \text{付息债务价值} \\ &= 37,618.49 - 0 \\ &= 37,618.49(\text{万元}) \end{aligned}$$

## 六、董事会对定价的公允性分析

### (一) 评估机构的独立性、假设前提的合理性、评估方法与目的的相关性说明

根据《上市公司重大资产重组管理办法》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第26号——重大资产重组》、《中小企业板信息披露业务备忘录第8号——重大资产重组相关事项》等有关法律、法规及规范性文件的要求，公司聘请了资产评估机构对本次交易的标的资产进行了评估，本次交易最终交易价格以标的资产的评估结果为依据确定。

董事会认为：

#### “1、关于评估机构的独立性

本次交易聘请的评估机构中企华具备执行证券、期货相关业务资格，该评估机构及其经办人员与公司、交易对方、标的公司及其董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系，不存在业务关系之外的现实的和预期的利害关系，具有充分的独立性。

#### 2、关于评估假设前提的合理性

评估机构及其经办人员对标的公司进行评估所设定的评估假设前提和限制条件按照国家有关法律法规和规范性文件的规定执行，遵循了市场通用的惯例或准则，其假设符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。

#### 3、关于评估方法与评估目的的相关性

本次评估的目的是确定标的公司于评估基准日的市场价值，为本次交易提供价值参考依据。中企华采用了收益法和资产基础法两种评估方法分别对交易标的的价值进行了整体评估，并最终选择了收益法的评估值作为本次评估结果。本次资产评估工作按照国家有关法规与行业规范的要求，遵循独立、客观、公正、科学的原则，按照公认的资产评估方法，实施了必要的评估程序，对交易标的于评估基准日的市场价值进行了评估，所选用的评估方法恰当、合理，与评估目的具有相关性。

#### 4、评估定价的公允性

本次交易拟购买的标的公司的股东全部权益价值评估结果公允反映了标的公司于评估基准日的市场价值。评估结论具有公允性，评估价值分析原理、采用的模型等重要评估参数符合公司本次资产购买的实际情况，预期各年度收益评估依据及评估结论合理。在公平、自愿的原则下，以评估值作为参考，交易双方协商一致后确定本次交易定价，资产定价原则公允、合理，不会损害公司及中小股东的利益。

综上所述，董事会认为：公司本次交易所选聘的评估机构具有独立性，评估假设前提合理，评估方法与评估目的具有相关性，评估定价公允、合理。”

#### (二) 独立董事对本次交易评估事项的意见

根据《中华人民共和国公司法》、《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《深圳证券交易所股票上市规则》及《公司章程》的有关规定，公司的独立董事本着审慎、负责的态度，基于独立判断的立场,经审慎分析，在认真审阅公司重组报告书及其他相关文件后，对本次交易评估的相关事项发表如下独立意见：

##### “1、关于评估机构的独立性

本次交易聘请的评估机构中企华具备执行证券、期货相关业务资格，该评估机构及其经办人员与公司、交易对方、标的公司及其董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系，不存在业务关系之外的现实的和预期的利害关系，具有充分的独立性。

##### 2、关于评估假设前提的合理性

评估机构及其经办人员对标的公司进行评估所设定的评估假设前提和限制条件按照国家有关法律法规和规范性文件的规定执行，遵循了市场通用的惯例或准则，其假设符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。

##### 3、关于评估方法与评估目的的相关性

本次评估的目的是确定标的公司于评估基准日的市场价值，为本次交易提供

价值参考依据。中企华采用了收益法和资产基础法两种评估方法分别对交易标的的价值进行了整体评估,并最终选择了收益法的评估值作为本次评估结果。本次资产评估工作按照国家有关法规与行业规范的要求,遵循独立、客观、公正、科学的原则,按照公认的资产评估方法,实施了必要的评估程序,对交易标的于评估基准日的市场价值进行了评估,所选用的评估方法恰当、合理,与评估目的具有相关性。

#### 4、评估定价的公允性

本次交易拟购买的标的公司的股东全部权益价值评估结果公允反映了标的公司于评估基准日的市场价值。评估结论具有公允性,评估价值分析原理、采用的模型等重要评估参数符合公司本次资产购买的实际情况,预期各年度收益评估依据及评估结论合理。在公平、自愿的原则下,以评估值作为参考,交易双方协商一致后确定本次交易定价,资产定价原则公允、合理,不会损害公司及中小股东的利益。”

### (三) 评估依据的合理性

本次交易标的资产的交易价格以具有证券业务资格的评估机构中企华评估出具的资产评估结果为基础,并经各方协商一致后最终予以确定。

本次交易拟购买资产100%股权的交易价格为37,500.00万元。中企华评估分别采取了收益法和资产基础法对拟购买的德马吉100%股权进行评估,并最终选用收益法评估结果作为评估结果。根据中企华评估出具的中企华评报字(2016)第3228号的《资产评估报告》,德马吉在基准日的股东全部权益评估值为37,618.49万元,评估增值率为1,487.57%。增值原因详见本报告书“第六章 交易标的的评估情况”之“一、本次交易评估的基本情况”之“(三) 评估增值原因分析”。

#### 1、本次交易对价的市盈率和市净率分析

标的公司100%股权的交易价格为37,500万元,结合标的公司的资产状况与盈利能力,选用交易市盈率和交易市净率指标比较分析本次交易定价的公平合理性情况如下:



项目	2015年度	2016年度 (预测)	2017年度 (预测)	2018年度 (预测)	2019年度 (预测)
德马吉的交易价格(万元)	37,500.00				
德马吉归属于母公司净利润(万元)	1,091.06	2,493.10	3,238.19	4,094.82	5,030.65
交易市盈率(倍)	34.37	15.04	11.58	9.16	7.45
<b>评估基准日</b>	<b>2015年12月31日</b>				
德马吉归属于母公司的所有者权益(万元)	2,481.95				
交易市净率(倍)	15.11				

注 1: 交易市盈率=标的公司的交易价格/标的公司的归属于母公司股东的净利润

注 2: 交易市净率=标的公司的交易价格/标的公司归属于母公司的股东权益

注 3: 2016、2017、2018、2019 年度归属于母公司股东的净利润均采用中企华评估出具的《资产评估报告》中收益法下的预测净利润。

## 2、本次交易对价的合理性分析

标的公司所在行业属于中国证监会行业分类中的“L72 商业服务业”。截至本次交易的评估基准日2015年12月31日，“L72 商业服务业”上市公司中剔除市盈率为负值或市盈率高于100倍的公司后，同行业上市公司相对估值法下的估值情况如下：

序号	证券代码	证券简称	市盈率
1	603729.SH	龙韵股份	95.59
2	603117.SH	万林股份	94.86
3	002181.SZ	粤传媒	80.14
4	200058.SZ	深赛格 B	76.10
5	900929.SH	锦旅 B 股	73.59
6	000861.SZ	海印股份	61.61
7	000062.SZ	深圳华强	55.28
8	600057.SH	象屿股份	53.85
9	002400.SZ	省广股份	53.52
10	600138.SH	中青旅	46.39
11	300058.SZ	蓝色光标	39.96
12	601888.SH	中国国旅	39.38
13	600790.SH	轻纺城	25.80
14	002344.SZ	海宁皮城	18.35
可比公司平均数			<b>58.17</b>
德马吉			<b>34.37</b>

注 1: 数据来源于 Wind 资讯。

注 2: 市盈率=可比上市公司 2015 年 12 月 31 日收盘价/2015 年末每股收益

以 2015 年 12 月 31 日的收盘价和 2015 年末归属于母公司的净利润计算, “L72 商业服务业” 上市公司市盈率的平均数为 58.17 倍, 根据本次交易价格计算德马吉的交易市盈率为 34.37 倍, 低于行业平均水平。因此, 以市盈率指标衡量, 本次交易的价格对于上市公司的股东来说是比较有利的, 本次交易价格具有合理性。

### 3、评估依据的合理性

本次收益法评估对德马吉母公司 2016 年至 2020 年期间的营业收入、营业成本、毛利率等数据进行了预测, 历史及预测结果如下表所示:

单位: 万元

项目	历史数据	
	2015 年度	2014 年度
营业收入	6,572.14	3,343.11
营业成本	3,843.70	1,994.55
毛利率	41.52%	40.34%
净利润率	16.60%	6.75%

单位: 万元

项目	预测数据				
	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
营业收入	12,420.62	16,372.25	21,613.70	25,909.43	27,982.19
营业收入增长率	88.99%	31.82%	32.01%	19.88%	8.00%
营业成本	7,325.82	9,645.02	12,718.83	15,262.60	16,483.61
毛利率	41.02%	41.09%	41.15%	41.09%	41.09%
净利润率	20.07%	19.78%	18.95%	19.42%	19.08%

营业收入预测合理性分析: 本次收益法评估对预测期内德马吉各年的营业收入进行了预测, 预测期内年增长率分别为 88.99%、31.82%、32.01%、19.88%、8.00%。随着德马吉海外展示设计业务的开拓及展厅创意规划业务的大力发展, 2016 年营业收入将呈现高增长的态势; 随着市场逐步饱和, 市场趋于成熟, 德马吉 2017-2020 年营业收入的增长速度均低于 2016 年平均营业收入增长率, 并且呈逐年放缓趋势, 总体预测较为稳健。

毛利率预测合理性分析: 预测数据显示, 德马吉 2016-2020 年期间毛利率水

平基本要低于报告期数值，总体保持平稳态势，维持在行业内合理水平。

#### 4、业绩预测较之前年度增幅较大的原因

在国家产业政策的支持、终端消费升级等因素的驱动下，我国文化创意产业呈现快速发展的态势。会展营销服务行业作为文化创意行业的细分行业，也呈现出巨大的发展潜力。

德马吉作为拥有全球化业务覆盖能力、多地域产业链整合的一体化运作能力的文化创意展示服务提供商，充分把握了会展营销服务市场迅猛发展的红利，创意展示设计业务和活动创意策划业务均出现了不同程度的高速增长趋势，其中活动创意策划业务尤其明显。2015年度德马吉活动创意策划业务收入占2015年营业收入的比重为30.58%，较2014年度增长了1,497.94万元，同比增长率为292.74%，同时，德马吉通过多年的客户积累和技术沉淀，拥有包括晶科能源、华为集团、中国中车、等在内的在华外企、大型国企、民企巨头作为其主要服务客户群，并已形成较大的客群消费粘性。2015年度，德马吉抓住该市场机遇，依托自身的核心设计能力，辅助客户进行全球化业务的开拓，帮助客户在全球领域进行品牌展示。报告期内，海外会展业务收入约为2,711.28万元，较2014年度海外会展业务收入增长65.32%，带动德马吉2015年度收入快速增长。

综上，由于德马吉团队在业务结构上的不断优化，以及着力拓展海外业务市场，德马吉2015年度呈现高速增长趋势，其净利润较2014年度增长865.23万元，增长率高达383.13%。根据德马吉管理层的预计，随着市场逐步饱和，市场趋于成熟，德马吉在承诺期内将随着市场的缓和增长趋于相对平稳，2017-2020年营业收入的增长速度均低于2016年平均营业收入增长率，并且呈逐年放缓趋势。根据《盈利补偿协议》，德马吉在承诺期内平均净利润增长率为30%，与德马吉管理层的预测趋势相适应。

#### 5、评估影响因素分析

德马吉所处的文化创意产业于快速发展阶段，文化创意产业作为一种新兴的产业，是经济、文化及技术等相互融合的产物，具有较强的融合性、渗透性和辐射性。文化创意产业的迅速发展，对于促进经济发展方式转变，实现产业结构转

型升级具有重要战略意义。因此近年来我国政府围绕本行业制订了一系列的行业发展政策和指导意见。2014年,国务院连续出台了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,旨在促进文化创意产业与其他科技产业的融合共同发展。2016年2月国务院印发《关于加快众创空间发展、服务实体经济转型升级的指导意见》,该政策的出台旨在进一步充分发挥各类创新主体的积极性和创造性,发挥科技创新的引领和驱动作用,紧密对接实体经济,强化支撑我国经济结构调整和产业转型升级。预期,未来国家将持续增加对文化创意产业的投资,拉动产业健康快速成长。因此,文化创意产业的发展将持续稳定。

德马吉属于文化创意产业下属的会展营销服务行业。会展营销服务行业作为文化创意行业的细分行业,在会展及展馆规模化发展的驱动和下游参展客户参展需求增加的带动下,也将会迎来持续稳定的发展。同时,经过多年的发展与积累,德马吉凭借文化创意设计核心基因,以及全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力和产业链各环节运作能力等因素,在行业内具备一定的优势。

综上所述,上市公司董事会认为上述各项因素在德马吉后续经营中不会发生重大变化,因此不会对本次评估结果产生重大影响。

## 6、评估结果敏感性分析

综合考虑德马吉的业务模式特点和报告期内财务指标变动的的影响程度,董事会认为销售收入、毛利率、折现率对估值有较大影响,该等指标对估值结果的影响测算分析如下:

单位:万元

收入变动率	股东全部权益价值	股权价值变动率	毛利率变动率	股东全部权益价值	股权价值变动率	折现率变动率	股东全部权益价值	股权价值变动率
-10%	42,662.01	13.41%	-10%	28,947.94	-23.05%	-10%	41,955.41	11.53%
-5%	40,140.25	6.70%	-5%	33,283.21	-11.52%	-5%	39,670.57	5.45%
0%	37,618.49	-	0%	37,618.49	-	0%	37,618.49	-
5%	35,096.73	-6.70%	5%	41,953.76	11.52%	5%	35,765.78	-4.92%
10%	32,574.96	-13.41%	10%	46,289.04	23.05%	10%	34,085.16	-9.39%

由上述分析可见,营业收入与股东全部权益价值存在正相关变动关系,假设除营业收入变动以外,其他条件不变,则营业收入上升或下降5%,股东全部权

益价值将同向变动约6.7%。毛利率与股东全部权益价值存在正相关变动关系,假设除毛利率变动以外,其他条件不变,则毛利率每上升或下降5%,股东全部权益价值将同向变动约11.52%。折现率与股东全部权益价值存在反相关变动关系,假设除折现率变动以外,其他条件不变,则折现率每波动5%,股东全部权益价值将反向变动在4.9%以上。

## 7、协同效应分析

此次收购具备较强协同效应,主要体现在以下两个方面。

### (1) 充分发挥战略合作协同效应,提高公司综合运营实力

前次并购后,公司依托自身在生态环境塑造以及主题娱乐体验内容定制等方面的核心资源优势,成功拓展主题文化旅游新兴业态战略板块,实现生态园林观赏性和主题体验项目的互动娱乐性有机融合。而德马吉作为公司本次收购标的,系以文化创意设计能力为核心,具有全球业务覆盖能力的创意展示服务提供商。德马吉所专注的是基于对客户“品牌内涵、业务属性、目标客群诉求、产品或服务卖点”等方面的精准把握,实现对客户营销诉求的精准传达,增强客户的品牌价值。通过本次交易,公司将结合德马吉出色的创意展示和创意策划等优质基因,一方面增强对自身主题文旅项目品牌内涵创意能力和综合展示能力,形成一定的品牌IP效应并逐步增强品牌的广泛识别性,奠定了公司品牌传播和文旅项目异地复制的基础,同时直接增强了公司的综合文化创意能力,为公司的主题文旅项目提供更全面、更精准的创意营销和策划,从而增强公司未来线下文化旅游主题项目的综合运营实力,从而形成较大的收入协同。

### (2) 德马吉丰富的海外作业经验助力公司“走出去、带进来”

通过本次交易,公司可借助德马吉的全球业务渠道而实现自身的技术及业务优势“走出去”,为公司积累国外客户、增加业务机会创造更多的可能性。另外,德马吉丰富的海外作业经验、众多国外办事处及稳定的国外供应商体系将会为公司开拓国外业务提供重要的战略支撑,从而降低其管理运营的成本,缩短其战略布局的时间,加速其“走出去”的步伐此外,境外存在较多的优质标的资产,公司未来可充分利用德马吉的境外资源和通道,实现将优质海外资产“带进来”,

为公司的新产业板块布局和发展提供强有力的支撑,从而整体提高其收入业务协同,并形成较强的成本协同。

上述协同效应有利于增加上市公司未来业绩,但较难量化。谨慎起见,上述协同效应未在本次交易对价中予以考虑。

## 8、评估基准日至重组报告书披露日交易标的重要变化事项

评估基准日至重组报告书披露日交易标的无重要变化事项。

## 9、交易定价与评估结果差异分析

截至评估基准日2015年12月31日,德马吉100%股权评估值为37,618.49万元,经双方友好协商,本次交易定价为37,500万元。本次交易定价与评估结果不存在较大差异。

## 10、2016年预测数据的合理性及2016年预测营业收入和净利润实现的可能性

### (1) 德马吉一季度主要经营状况财务数据

德马吉2016年1-3月未经审计的主要经营状况财务数据如下表所示:

单位:万元

项目	2016年1-3月
营业收入	2,230.97
营业成本	1,208.29
营业利润	670.72
利润总额	687.54
净利润	636.78

注:以上数据未经审计

根据上表,德马吉2016年一季度实现销售收入2,230.97万元,净利润636.78万元。根据《资产评估报告》预测,2016年度预测营业收入12,420.62万元,一季度已实现部分占预测总收入的17.96%,2016年度预测净利润2,493.10万元,一季度已实现部分占预测净利润的25.54%。

德马吉2016年一季度实现净利润情况良好,已实现营业收入较预测收入偏

低,主要系德马吉所处的会展营销行业存在一定的季节性,1-3月份由于受春节假期因素及参展商自身定生产、销售目标等因素影响,参展商及参与展示的受众群体需求较其他季节较少,从而造成第一季度德马吉业务收入及业务数量相对较少。2015年一季度,德马吉实现营业收入1,383.21万元,占2015年全年收入约21%;若按照2015年收入占全年收入的比例对2016年一季度数据进行年化,德马吉2016年营业收入可实现金额占全年预测收入的85.34%。

综上,德马吉2016年一季度实现净利润情况良好,已实现营业收入较预测收入偏低,但全年收入实现预测的可行性依然较大,主要原因如下:

1)德马吉于2016年一季度积极拓展展厅创意规划业务,并专门成立了展厅规划业务团队。截至2016年5月末,德马吉正在接触(包括中标的展厅规划类项目合同金额预计约为27,251.00万元,由于季节性和项目的特殊性,除3个项目合计415万元已确认中标并签订业务合同外,该类型业务在2016年一季度均尚处于已投标或等待启动阶段,德马吉于2016年一季度尚未实现对该业务的大额收入。伴随会展行业步入旺季,展厅规划类业务将于下半年发力,德马吉营业收入可实现性较大。

2)截至2016年5月31日,德马吉已签订的业务合同金额(不含税)总计约为5,947.80万元,已实现2016年度预测营业收入的47.89%,项目储备优势得以显现,确保2016年营业收入的可实现性。

综上,考虑德马吉所在行业及业务经营具有较强的季节性,销售收入确认于第二至第四季度比例较高;综合会展行业整体发展状况、德马吉业务发展规划、截至2016年5月底签订的业务合同情况等因素考虑,德马吉2016年度预测的营业收入和净利润具有较强的可实现性。

11、未来期间在毛利率水平相对稳定的情况下,保持收入、净利润增长的合理性,以及预测营业收入、成本、毛利率等重要参数的选取符合谨慎性要求及判断依据

(1)会展营销服务行业的未来发展、德马吉市场份额变化及可比公司的经营情况

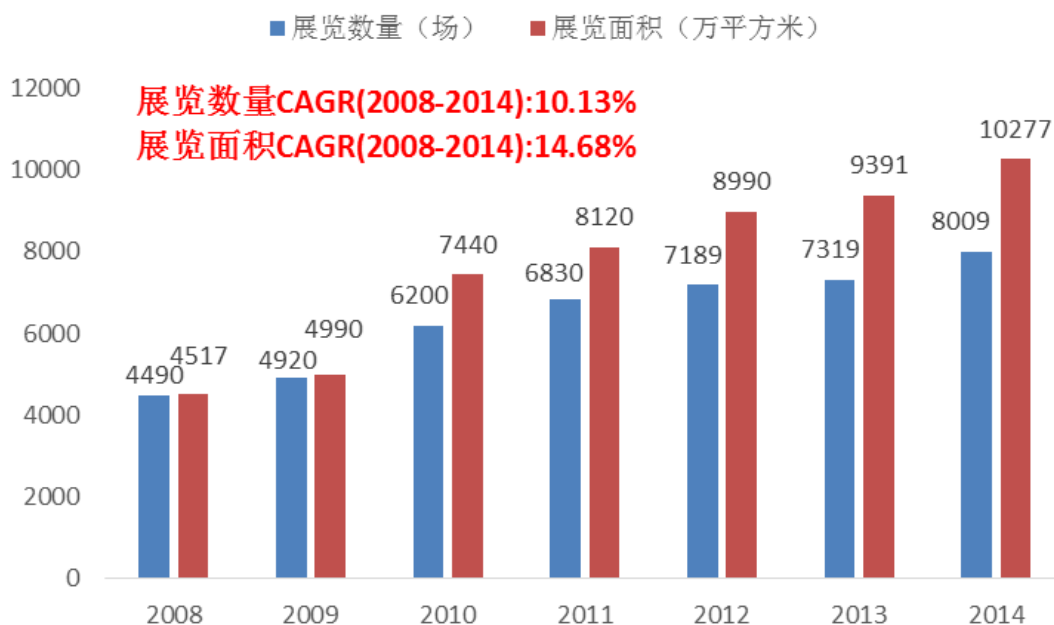
### 1) 行业未来发展前景良好

德马吉作为一家以文化创意设计为核心的创意展示服务提供商，其隶属于商业服务业中的细分行业——会展营销服务业。

会展营销服务行业作为会展行业的配套行业，只有在经济稳步发展、商业贸易往来频繁、会展市场规模增大、企业参展需求升级等因素驱动下，其市场需求潜力才能得到逐步释放。随着国内企业对外贸易程度的加深与外资企业在华投资规模的增长，极大拉动了多类国民经济主体的参展需求，从而带动会展营销服务业的蓬勃发展。

近年来，我国政府陆续出台了系列针对会展产业的鼓励政策，明确提出鼓励各种所有制企业根据市场需求举办展会，使市场化、专业化的展会数量显著增长。据中国产业信息网统计显示，中国会展展览数量从2008年的4,490场增至2014年的8,009场，年复合增速逾10%。同期，会展展览面积由4,517万平方米增至10,277万平方米，年复合增速超14%。

2008-2014年中国展览数量及面积



资料来源：中国产业信息网

随着我国参展企业需求的不断增加，会展行业及配套会展营销服务业将有望保持快速增长趋势，为德马吉提供了业务增长的良好土壤。



## 2) 德马吉占有市场份额提升迅速

根据《审计报告》，2015年度德马吉销售收入增长率为96.59%，远超会展营销服务行业过去七年的复合增长率14.68%，德马吉所在行业的市场占有率提升迅速。随着德马吉在海外市场的的大力开拓及对展厅创意规划业务的持续投入，并凭借德马吉出色的创意展示设计能力、持续全球化的业务布局及展厅规划业务的拓展，德马吉市场占有率将持续扩大。

## 3) 主要竞争对手或可比公司的经营情况

由于目前A股市场的上市公司中，隶属于会展行业的上市公司较少，根据德马吉所在的会展行业，选取了已在深圳证券交易所中小板挂牌上市的深圳市易尚展示股份有限公司（以下简称“易尚展示”），以及已在全国中小企业股份转让系统挂牌交易的深圳市卡司通展览股份有限公司（以下简称“卡司通”）、浙江米奥兰特商务会展股份有限公司（以下简称“米奥会展”）、天津振威展览股份有限公司（以下简称“振威展览”）、西典展览展示股份有限公司（以下简称“西典展览”）、名洋国际会展(北京)股份有限公司（以下简称“名洋会展”）、南京惠通创意展示股份有限公司（以下简称“惠通创意”）、深圳市杰尔斯展览服务有限公司（以下简称“杰尔斯”）等上述7家公司作为德马吉的可比公司进行对比。根据市场上公布信息，上述可比公司近年来的营业收入增长率情况如下所示：

可比公司	主营业务描述	2015年度营业收入增长率
易尚展示	易尚展示主要为国内外知名企业提供展示服务，包括品牌终端展示服务、虚拟展示服务和循环会展服务等服务。	23.71%
卡司通	卡司通主要为客户的营销终端提供展示策划、形象设计、展具和展台构建、运营管理一体化的综合解决方案和体验式服务。公司主营业务结构中车展比例占主要比重，汽车展览服务占2014年度总体收入的90%以上。	46.05%
米奥会展	米奥会展主要提供会展服务涵盖会展项目的策划、会展实施、展位销售以及展览相关的配套服务。	25.90%
振威展览	振威展览作为会展项目的策划、发起及组织运营，自成立以来主营业务未发生重大变化。	23.84%
西典展览	西典展览定位于以文化创意为核心，以高新数字技术展示手段为依托，为各类客户提供空间环境艺术设计服务的国内大型文化创意企业。	102.70%

名洋会展	名洋会展作为会展项目的组织承办商，为行业展览主办机构提供主场运营服务，为参展商提供展位创意设计及服务。	60.63%
惠通创意	惠通创意作为终端展示的整体解决方案提供商，以创意设计为业务核心，通过整合展示道具制作、展示方案实施、智能产品应用等多方资源，为客户提供一站式终端展示服务。	-12.61%
杰尔斯	杰尔斯的主营业务为展示设计实施服务，如展陈系统总体规划、展陈系统整体方案设计、内容搜索整合等。	28.36%
平均营业收入增长率		37.32%
平均营业收入增长率（剔除惠通创意）		44.46%

数据来源：Wind 资讯

惠通创意受 2014 年青年奥林匹克运动会的影响，2014 年度的营业收入增幅较大，而由于 2015 年无上述大型项目的带动，导致 2015 年度惠通创意收入较 2014 年下降约 12.61%。若剔除惠通创意的影响，同行业可比公司平均营业收入增长率约为 44.46%。

报告期和预测期间内，德马吉各年度收入的预测增长率如下表所示：

项目	报告期	预测期				
	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
营业收入增长率	96.59%	88.99%	31.82%	32.01%	19.88%	8.00%

根据上表，预测期间德马吉收入的年均复合增长率 33.61%，低于同行业可比公司的平均营业收入增长率，预测增长率的选择具备一定的谨慎性。

## (2) 保持收入、净利润增长的合理性

收益法预测期间内，德马吉的营业收入、净利润不断增长，具有合理性，理由如下：

报告期和预测期间内，德马吉各年度收入、净利润的预测增长率如下表所示：

项目	报告期	预测期				
	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
营业收入增长率	96.59%	88.99%	31.82%	32.01%	19.88%	8.00%
净利润增长率	383.14%	128.50%	29.89%	26.45%	22.85%	6.14%

### 1) 2016年-快速发展阶段

①德马吉所处的会展营销服务行业在会展及展馆规模化发展的驱动和下游参展客户参展需求增加的带动下，将会迎来较快的发展，德马吉的业务发展拥有良好的市场环境。

②德马吉与可比公司的营业收入情况如下表所示：

单位：万元

可比公司	2015年度-营业收入
易尚展示	53,717.76
卡司通	19,976.17
米奥会展	27,647.64
振威展览	13,885.84
西典展览	12,141.23
名洋会展	1,348.35
惠通创意	11,848.16
杰尔斯	16,638.18
平均营业收入	19,650.42
德马吉	6,572.14

数据来源：Wind 资讯

德马吉成立于2012年8月，成立时间较短，2015年度德马吉收入6,572.14万元，占同行业可比公司平均水平的33.45%，业务体量较同行业可比公司相对偏小，与已上市或挂牌的可比公司相比，德马吉目前的发展阶段仍处于早期。

得益于全球化的业务拓展能力、产业链上下游资源整合能力等多方面竞争优势，标的公司2015年迅速打开市场并捕获较多优质客户的青睐，当年营业收入增长率高达96.59%，体现德马吉高速发展的态势。德马吉目前尚处于快速发展的阶段，2016年度收入预测增长率较高符合行业的发展规律。

③相较同行业可比公司而言，标的公司立足于发展全球性的展览展示服务业务，2015年度实现境外业务收入2,783.96万元，较2014年度境外业务收入增长69.75%；为进一步扩大海外展览展示业务，德马吉于2015年在美国、德国、波兰等地新设办事处，增强在全球不同区域的客户需求及时响应的能力。境外业务的快速增长将成为2016年度德马吉增长的助推器。

此外,德马吉于2015年下半年蓄力开拓展厅创意规划类业务,并专门成立了展厅规划业务团队,积极推动该增量业务未来的发展。展厅创意规划类业务的展厅面积较大,所对应的单个合同金额也更加可观。截至2016年5月末,德马吉正在接触的展厅规划类项目合同金额预计约为27,251.00万元,展厅创意规划类业务的拓展,将积极推动德马吉2016年度整体业务收入和利润的外延式增长。

## 2) 2017年至2019年-持续发展阶段

①在会展行业全球覆盖范围扩大、参展企业跨国经营需求增加、会展行业企业规模化发展以及新兴科技手段运用的环境趋势下,会展营销服务业将呈现出全球化扩展、全产业链延伸以及多功能结合的发展趋势。德马吉经过快速发展阶段后,拥有了一定的业务规模和客户积累,在行业内具备了相对稳定的竞争优势,并进入了持续发展阶段,该阶段预计德马吉业务规模平均在19,000万元左右,与目前可比公司如卡司通、杰尔斯等的发展规模相适应,而卡司通、杰尔斯于2015年度收入平均增长率为37.21%,德马吉在2017年至2018年预测收入增长率处于该发展阶段的合理范围之内。

②随着国内企业品牌建设和展示意愿的增强以及一系列利好政策的出台,尤其是“一带一路”战略构想的提出,为会展营销服务行业创造了全新的发展机会。德马吉于快速发展阶段通过在美国、德国、波兰、香港等地设立办事处,整合当地供应链资源,并雇佣当地员工在所属国家进行业务拓展,有效地增强对区域客户需求的响应能力;通过全球化供应链整合,德马吉将实现国外订单规模的持续增长,进一步保障了其未来收入的增长。

## 3) 2020年及以后-稳定发展阶段

2020年及以后,随着业务规模发展至27,000万元左右,德马吉进入稳定发展阶段。在该阶段,德马吉预计受行业发展的逐步趋稳及增量业务的逐渐减少,其收入增长率回归至8%左右并维持该增长率于永续期间内稳定发展。

### (3) 营业收入预测选择参数的合理性

#### 1) 行业需求旺盛助力德马吉业务快速增长

随着经济的发展，国民生活水平的提升，国民渴望获得更佳消费体验。消费体验升级的社会业态倒逼现有企业通过创意营销手段来契合终端受众的需求；此外，会展营销对企业的产品及品牌推广效果明显。在此双轮趋势下，多数企业将会选择通过会展营销的方式来升级服务品质，宣传品牌文化内涵和产品功能属性。随着会展营销对产品及品牌推广效果的愈加明显，企业通过会展营销来宣传推广其产品及品牌文化的意愿将逐步提升，给会展营销服务行业催生庞大的市场需求空间。

据中国产业信息网统计显示，中国会展展览数量从2008年的4,490场增至2014年的8,009场，年复合增速逾10%。同期，会展展览面积由4,517万平方米增至10,277万平方米，年复合增速超14%。由此，预计会展营销服务行业将保持快速增长的趋势，市场需求旺盛，带动德马吉的业务保持稳定快速的增长。

## 2) 德马吉的核心优势为其业务快速发展奠定基础

德马吉具备文化创意设计核心基因，具有较强的品牌议价优势。文化创意设计能力能够为德马吉带来业务优势，在业内形成承接重要项目的核心准入门槛，有效规避与业界其他企业进行无序低价竞争的风险。另外，由文化创意能力及经验所衍生的嵌入式服务能力，使德马吉能够在议价过程中，进一步对客户进行需求挖掘与需求引导，提升业务附加值与客户消费体验，从而增强德马吉的品牌议价能力。

其次，受到中国国际地位提升以及参展商客户所处行业的同业竞争驱动，德马吉率先布局国内优质的企业践行全球化业务拓展战略，经过多年的发展，德马吉已先于同行竞争对手完成了精品客群的原始积累，精品客群的积累与全球化业务覆盖相辅相成，推动德马吉业务规模的稳定增长。

德马吉在设计能力、全球化业务拓展等方面均具有较强的竞争优势，为未来业务规模持续增长、盈利能力持续提升奠定了坚实的基础。

3) 收入增长率的预测综合考虑了德马吉的历史收入增长率、现阶段合同签订情况、新增类型业务的影响、市场投标情况及潜在的市场及客户等因素，具有合理性

通过对德马吉历史业务经营情况分析,德马吉不断加强市场投入特别是海外市场开拓和新型类业务展厅规划业务的开发,并得益于文化创意和会展营销服务行业的快速发展,业务保持快速增长,德马吉 2015 年度的主营业务收入增长率为 96.15%。本次评估中,在行业整体仍保持快速增长的背景下,综合德马吉的历史收入增长率、现阶段合同签订情况、新增类型业务的影响、市场投标情况、潜在的市场及客户分析等因素,预测 2016 年至 2020 年收入增长率分别为 88.99%、31.82%、32.01%、19.88%和 8.00%,均低于历史增长率水平;随着德马吉海外展示设计业务的开拓及展厅创意规划业务的大力发展,2016 年营业收入将呈现高增长的态势;随着市场逐步饱和,市场趋于成熟,德马吉 2017-2020 年营业收入的增长速度均低于 2016 年营业收入增长率,并且呈逐年放缓趋势,总体预测较为稳健,符合谨慎性原则,具有合理性。

#### 4) 收入增长率与同行业公司的比较

同行业可比公司近年来的营业收入增长率情况如下所示:

可比公司	2015 年度营业收入增长率
易尚展示	23.71%
卡司通	46.05%
米奥会展	25.90%
振威展览	23.84%
西典展览	102.70%
名洋会展	60.63%
惠通创意	-12.61%
杰尔斯	28.36%
平均营业收入增长率	37.32%
平均营业收入增长率(剔除惠通创意)	44.46%

数据来源: Wind 资讯

惠通创意受 2014 年青年奥林匹克运动会的影响,2014 年度的营业收入增幅较大,而由于 2015 年无上述大型项目的带动,导致 2015 年度惠通创意收入较 2014 年下降约 12.61%。若剔除惠通创意的影响,同行业可比公司平均营业收入增长率约为 44.46%,展览展示行业正处于行业生命周期的成长期,行业前景广阔、市场需求旺盛,同行业公司的经营状况良好,营业收入保持较快速度增长。

本次评估中,除 2016 年度收入增长率预期约为 88.99%高于同行业可比公司

近年来平均收入增长率以外，德马吉 2017 年至 2020 年的预测收入增长率低于同行业历史增长率的平均水平。2016 年度德马吉收入增长率预期较高的原因主要是结合德马吉所在行业发展阶段、增量业务的提前布局、现阶段合同签订情况、市场投中标情况以及潜在的市场与客户分析等因素进行的综合判断的预测，具有合理性。

综上所述，在行业快速发展、德马吉市场竞争力较强的背景下，预测期间德马吉的业务规模将保持较快增长；本次评估中德马吉预测收入增长率低于其历史数据，并在同行业水平合理范围之内，该参数的选取符合谨慎性原则，具有合理性。

#### (4) 营业成本、毛利预测选择参数的合理性

本次评估中，通过对德马吉历史年度业务经营情况分析，参考历史年度营业成本占营业收入比例，对预测年度的营业成本及毛利率进行预测。

德马吉历史年度的营业成本及占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	6,572.14	3,343.11
营业成本	3,843.70	1,994.55
营业成本率	58.48%	59.66%
毛利率	41.52%	40.34%

本次评估中，预测德马吉的营业成本占比约为59%，毛利率为41%，与历史毛利率基本保持一致。

此外，德马吉同行业可比公司的毛利率情况如下表：

可比公司	2015 年度	2014 年度
易尚展示	31.75%	32.81%
卡司通	42.87%	41.03%
米奥会展	43.36%	36.94%
振威展览	59.52%	59.35%
西典展览	30.80%	32.41%
名洋会展	51.71%	49.94%
惠通创意	38.18%	40.23%
杰尔斯	33.69%	33.27%

平均毛利率	41.49%	40.75%
德马吉	41.52%	40.34%

数据来源: Wind 资讯

因业务模式或所处业务环节不同等因素的影响,行业内不同公司的毛利率存在一定差异。本次评估中对德马吉营业成本、毛利率的预测,主要参照其自身业务情况确定,并与同行业可比公司的平均值基本保持一致,具有合理性。

综上所述,本次评估中营业成本、毛利率参数的选取主要参考历史年度经营情况,且预测毛利率与历史平均水平保持基本一致,低于同行业平均水平,符合谨慎性原则,具有合理性。

## 12、预测期间净利率高于报告期的原因及合理性

同行业可比公司近年来的净利率情况如下所示:

可比公司	2015 年度	2014 年度
易尚展示	6.75%	8.12%
卡司通	14.51%	10.74%
米奥会展	11.60%	13.27%
振威展览	39.21%	21.93%
西典展览	8.71%	3.60%
名洋会展	16.91%	-3.12%
惠通创意	8.09%	5.74%
杰尔斯	10.82%	10.31%
平均净利率	14.57%	8.82%
德马吉	16.60%	6.75%

数据来源: Wind 资讯

2015年度,德马吉净利率接近同行业可比公司平均水平,而2014年度净利率较同行业可比公司平均净利率偏低,主要系2014年德马吉业务规模较小,彼时处于业务发展的初期阶段,需铺垫较多的销售人员及管理人员等,导致前期支付了较多的业务费用、研发费用及员工费用等,期间费用率较高所致。随着2015年业务进入快速发展阶段,规模经济效益的逐渐显现及老客户持续业务带来的边际成本递减效应,以及取得高新技术企业认定所带来的所得税税率的下降,标的公司2015年度净利润上升至16.60%,并已处于行业的合理范围之内。



报告期与预测期间，德马吉净利率情况如下表所示：

项目	报告期		预测期				
	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
净利率	6.75%	16.60%	20.07%	19.78%	18.95%	19.42%	19.08%

预测期间内的德马吉净利率较报告期内净利率偏高，主要系德马吉凭借其核心竞争优势保证业务高毛利率的前提下，期间费用率随规模经济效应有所下降，具体分析如下：

#### (1) 保持主业的高毛利率水平

德马吉自创立以来一直为中高端市场领域客户提供集“创意设计、展览道具制作、展台搭建等”为一体的会展营销服务，凭借在业内较高品牌知名度、强大的文化创意设计能力、全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力以及产业链各环节运作能力，德马吉面对客户时整体议价能力较强，确保标的公司主营业务维持在高毛利率，进一步保障预测期间的净利率处于较高水平。

#### (2) 规模经济效应显现，期间费用率有所下降

根据《审计报告》与《资产评估报告》，德马吉报告期与评估预测期的销售费用率与管理费用率情况如下：

项目	报告期		预测期				
	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
销售费用率	8.90%	6.86%	6.15%	5.95%	5.64%	5.46%	5.46%
管理费用率	21.47%	15.51%	11.43%	12.06%	11.01%	10.52%	10.96%

预测期间，德马吉的管理费用率与销售费用率除2016年较2015年下降幅度较为显著以外，其余预测期间费用率基本保持在稳定的水平。

2016年期间费用率下降显著主要系由于2016年预测德马吉将维持报告期的增长势头，继续保持营业收入的高速增长，与此同时由于员工对工作熟练度的提升、对业务模式的深入理解以及项目随业务量的增长其异地可复制能力的增强，使同样的人员组合可拓展出更多的项目并创造更多的收入，人工费用率将得到有效控制。由于德马吉属于轻资产运营型企业，期间费用中人工费用为主要费用项目，人均产出的提升意味着人工费用率的下降，从而带动期间费用率下降，2016年度最终净利率得以增长。

按照所有员工为口径计算, 2015年度德马吉人均产值约为63.81万元/人, 较2014年度的51.43万元/人的人均产值提升近24.06%, 侧面印证了德马吉的人员产出效率在逐步提升。2015年度, 同行业可比公司的人均产值情况如下表所示:

可比公司	2015年度-营业收入 (万元)	2015年员工人数 (人)	2015年度人均产值 (万元/人)
易尚展示	53,717.76	782	68.69
卡司通	19,976.17	406	49.20
米奥会展	27,647.64	382	72.38
振威展览	13,885.84	328	42.33
西典展览	12,141.23	70	173.45
名洋会展	1,348.35	37	36.44
惠通创意	11,848.16	128	92.56
杰尔斯	16,638.18	125	133.11
	平均数据		83.52
	德马吉		63.81

数据来源: Wind 资讯

根据上表, 2015年度同行业可比公司的人均产值金额约为83.52万元/人, 较德马吉2015年度高出近20万元/人。2016年度德马吉尚处于业务快速增长期, 其人均产值水平将随着业务收入的快速增长而上升, 在单位工资不发生较大增幅的前提下, 相应的人员费用率将下降, 间接大幅度提升了2016年度净利率水平。

2017年及以后预测期间内, 德马吉预计保持稳定发展阶段, 人员边际产出趋于平缓, 销售费用率和管理费用率维持在稳定的范围之内。

同行业可比公司近两年来的期间费用率情况如下所示:

可比公司	2015年度销售费用率	2014年度销售费用率	2015年度管理费用率	2014年度管理费用率
易尚展示	6.11%	6.35%	11.98%	11.39%
卡司通	4.96%	5.99%	18.09%	16.05%
米奥会展	14.91%	15.35%	13.57%	5.28%
振威展览	16.86%	17.78%	17.71%	18.52%
西典展览	5.92%	7.15%	9.23%	13.12%
名洋会展	13.41%	10.53%	19.37%	42.35%
惠通创意	3.79%	13.30%	21.09%	17.72%

杰尔斯	1.23%	1.21%	13.32%	12.78%
平均数据	8.40%	9.71%	15.55%	17.15%
德马吉	6.86%	8.90%	15.51%	21.47%

数据来源: Wind 资讯

从上表可得,随着业务规模的增长,行业内可比公司的期间费用率均有一定程度的下降:2015年可比公司平均销售费用率为8.40%,较2014年度下降约1.31%;2015年可比公司平均管理费用率为15.55%,较2014年度下降约1.61%,侧面反映了会展行业随着业务规模的扩大将会导致期间费用率有所下降。

由于与上述可比公司相比,德马吉规模较小,尚处于快速增长阶段,期间费用率伴随业务规模的高速增长而下降更为显著:2015年度德马吉管理费用率从21.47%下降至15.51%,2014年度销售费用率从9.71%下降至8.40%,均体现出期间费用率随规模经济效应的下降趋势。2016年度,德马吉预计将保持依然高速增长态势,期间费用率随业务扩张将进一步下降;而2017年及未来预测期间内,德马吉预计将进入稳定发展阶段,期间费用率保持平稳。

### 13、德马吉报告期销售费用率、管理费用率的合理性

根据《审计报告》与《资产评估报告》,德马吉报告期与评估预测期的营业收入、销售费用与管理费用情况如下:

单位:万元

项目	报告期		预测期				
	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
营业收入	3,343.11	6,572.14	12,420.62	16,372.25	21,613.70	25,909.43	27,982.19
销售费用	297.49	451.11	763.30	974.17	1,220.04	1,413.99	1,526.70
管理费用	717.68	1,019.30	1,419.70	1,975.00	2,380.52	2,725.27	3,068.16
销售费用率	8.90%	6.86%	6.15%	5.95%	5.64%	5.46%	5.46%
管理费用率	21.47%	15.51%	11.43%	12.06%	11.01%	10.52%	10.96%

报告期内,德马吉2015年度管理费用率及销售费用率下降显著,其中销售及费用率于8.90%降至6.86%,降幅为2.04%;管理费用率于21.47%降至15.51%,降幅为5.96%。

预测期间内,除2016年较2015年下降较为显著之外,管理费用率与销售费

用率基本保持平稳，并均低于报告期的水平。

2015年和2016年销售费用率和管理费用率下降明显，主要系由于：（1）2014年度的销售费用率、管理费用率处于较高水平，主要源于2014年度标的公司的业务规模较小，彼时处于业务发展的初期阶段，为后续业务蓄力，前期需铺垫较多的销售人员及管理人员等，导致前期支付了较多的业务费用、研发费用及员工费用等；（2）2016年预测德马吉营业收入依然保持高速增长势头，随着前述员工对工作熟练程度的提升，同样的人员组合可拓展出更多的项目以创造更多的收入，减少了销售费用率；同时，随着品牌溢价的显现、客户粘性的进一步增强、项目随业务量的增长其异地可复制能力的增强等，德马吉2016年度管理人员费用的增幅将低于销售收入的增幅。（3）此外，由于2015年末德马吉处置了部分与经营不适用的固定资产，于未来期间该部分固定资产不再确认折旧费用，间接导致2016年度德马吉管理费用率的下降。

2017年及以后预测期间内，德马吉预计保持稳定发展阶段，人员边际产出趋于平缓，销售费用率和管理费用率维持在稳定的范围之内。

根据预测期间的测算情况，其销售和管理费用预测依据如下：

#### （1）销售费用预测

销售费用中的运费、车杂费、广告服务费、促销费及其他费用，主要根据德马吉历史年度各项费用和收入的比例结合企业实际情况确定其预测值。

服务费、签证费参照前两年实际水平，结合德马吉历史年度水平按照一定的大致额度进行预测。

人工工资主要根据德马吉人力资源部门确定的销售人员人数变化、现有工资水平增长情况等综合计算确定；社保及公积金根据德马吉需求人数的增长及结合上海市社保公积金的缴纳政策进行预测。

报告期间与预测期间内，销售费用情况具体如下：

单位：万元

项目	报告期				预测期										预测思路
	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		
	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	
工资	169.15	5.06%	255.2	3.88%	355.63	2.86%	441.71	2.70%	528.89	2.45%	593.58	2.29%	641.09	2.29%	在德马吉人工工资每年增长8%的基础上结合业务需要的人数综合确定
运费	16.03	0.48%	10.82	0.16%	45.11	0.36%	59.48	0.36%	78.57	0.36%	94.28	0.36%	101.83	0.36%	随收入同比增长
车杂费	-	-	2.04	0.03%	3.85	0.03%	5.08	0.03%	6.71	0.03%	8.06	0.03%	8.7	0.03%	随收入同比增长
广告服务费	63.79	1.91%	95.76	1.46%	181.21	1.46%	238.95	1.46%	315.63	1.46%	378.75	1.46%	409.05	1.46%	随收入同比增长
促销费	10.84	0.32%	39.56	0.60%	74.87	0.60%	98.73	0.60%	130.41	0.60%	156.49	0.60%	169.01	0.60%	随收入同比增长
服务费	8.98	0.27%	1.88	0.03%	3	0.02%	3	0.02%	3	0.01%	3	0.01%	3	0.01%	根据德马吉需求预测
签证费	1.88	0.06%	1.15	0.02%	2.5	0.02%	2.5	0.02%	2.5	0.01%	2.5	0.01%	2.5	0.01%	根据德马吉需求预测
社保公积金	20.32	0.61%	28.37	0.43%	66.17	0.53%	83.9	0.51%	100.46	0.46%	112.76	0.44%	121.78	0.44%	根据业务需求人数及上海市公积金缴纳政策预测
其他	6.21	0.19%	16.19	0.25%	30.96	0.25%	40.8	0.25%	53.87	0.25%	64.57	0.25%	69.74	0.25%	随收入同比增长
合计	297.49	8.90%	451.11	6.86%	763.3	6.15%	974.17	5.95%	1,220.04	5.64%	1,413.99	5.46%	1,526.70	5.46%	

由上表可知, 2016年销售费用率较2015年下降约0.71%, 2017年及以后预测期间内保持稳定; 其中, 销售人员工资和社保公积金、广告服务费是销售费用的主要费用项。预测期间内, 除销售人员的工资与社保公积金外, 其它各主要费用项的增长与销售收入同比上升, 故造成2016年度销售费用率下降主要原因为预测人员工资和社保公积金未随着销售收入同比增长。

造成上述情况主要系由于2016年预测德马吉依然保持业务高速增长, 随着销售人员对工作熟练程度的提升, 同样的人员组合可拓展出更多的项目以创造更多的收入, 人均产值的上升将减少对销售人员的需求数量, 从而降低了销售人员的工资和社保公积金等费用占销售收入的比例, 并最终降低了销售费用率。2016年销售人员工资费用率较2015年下降1.02%, 与2015年销售人员工资费用率较2014年下降1.18%吻合, 与德马吉因处于快速增长阶段而显现的人均产值增长的实际情况相适应, 具有合理性。

随着2017年及以后预测期间, 标的公司步入平稳增长阶段, 人均产值逐步达到合理区间, 销售人员工资费用率水平保持稳定, 预测期间内销售费用率稳定在5.5%-6%的合理区间内。

## (2) 管理费用的预测

管理费用主要核算内容德马吉的管理人员的人工成本和社保及公积金、福利费、办公费、差旅费、交通费、折旧费、业务招待费、水电费、租金、物业费、书报费、教育费、认证费、租赁费、会务费、运费、物业费、汽车费用、研发-工资、研发-社保、研发-公积金、研发-折旧、专利费、高新中介费用、上市费用等费用。

人工成本包括工资、福利、社保费用和教育费用等, 其中人工成本中的工资、福利、社保费用主要根据德马吉人力资源部门确定的管理人员人数变化、现有工资水平、效益工资增长情况等综合计算确定; 人工成本中教育费根据历史年度费用结合德马吉未来年度业务发展规划按照一定的增长比例进行合理预测。

福利费根据德马吉的计提比例及实际发生额与人工工资的比例进行预测。

社保及公积金、研发-工资、研发-社保、研发-公积金根据上海市社保公积金的缴纳政策进行预测。

租金、物业费根据德马吉签订的租赁合同再结合未来租金的增长情况进行合理预测。

差旅费、业务招待费、交通费根据历史年度费用和相应营业收入的比例平均值结合企业实际情况确定其预测值。

办公费参照德马吉近两年人均支出水平，根据未来年度人数进行预测。

车辆费用、认证费、会务费及其他等费用，根据历史年度费用结合德马吉未来年度业务发展规划进行合理预测，按照一定的增长比例进行合理预测。

折旧、研发-折旧按德马吉评估基准日现有固定资产，以及以后每年新增的资本性支出资产，按各类资产经济寿命年限综合计算确定。

书报费、租赁费、专利费等根据历史年度大致水平进行预测。

高新中介费用为企业高新年审费用及其他费用，德马吉在2015-2017年享受高新技术企业优惠政策，2018年及以后年度不再预计德马吉享受高新技术企业优惠政策，故在2016-2017年按照德马吉历史年度大致水平预测高新资质年审费用。2018年及以后年度不再预测相关费用。

报告期间与预测期间内，管理费用具体情况如下：

单位：万元

项目	报告期				预测期										预测思路
	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		
	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	
工资	128.77	3.85%	216.09	3.29%	198.64	1.60%	283.66	1.73%	306.11	1.42%	350.44	1.35%	378.22	1.35%	单位人工工资年增8%结合德马吉需求人数确定
办公费	56.9	1.70%	56.78	0.86%	83.14	0.67%	109.13	0.67%	129.66	0.60%	147.54	0.57%	158.94	0.57%	单位人均年递增5%结合德马吉需求人数确定
业务招待费	23.82	0.71%	34.97	0.53%	77.29	0.62%	101.93	0.62%	134.63	0.62%	161.56	0.62%	174.48	0.62%	随收入同比增长
交通费	17.01	0.51%	45.09	0.69%	85.33	0.69%	112.52	0.69%	148.62	0.69%	178.35	0.69%	192.61	0.69%	随收入同比增长
差旅费	92.45	2.77%	146.94	2.24%	278.62	2.24%	367.26	2.24%	484.84	2.24%	581.2	2.24%	627.69	2.24%	随收入同比增长
折旧	29.07	0.87%	57.4	0.87%	46.3	0.37%	53.18	0.32%	33.61	0.16%	27.07	0.10%	28.61	0.10%	根据固定资产规模确定
车辆费用	43.98	1.32%	17.98	0.27%	37.76	0.30%	39.64	0.24%	41.63	0.19%	43.71	0.17%	45.89	0.16%	每年5%递增
物业费	14.5	0.43%	43.37	0.66%	28.53	0.23%	50.26	0.31%	50.87	0.24%	43.76	0.17%	45.93	0.16%	与房租呈线性关系
书报费	0.15	0.00%	0.29	0.00%	0.35	0.00%	0.35	0.00%	0.35	0.00%	0.35	0.00%	0.35	0.00%	根据德马吉需求预测
认证费	0.47	0.01%	2.75	0.04%	2.89	0.02%	3.03	0.02%	3.19	0.01%	3.34	0.01%	3.51	0.01%	每年5%递增
租赁费	12.06	0.36%	0.3	0.00%	0.6	0.00%	0.6	0.00%	0.6	0.00%	0.6	0.00%	0.6	0.00%	根据德马吉需求预测
会务费	28.16	0.84%	2.82	0.04%	2.96	0.02%	3.11	0.02%	3.26	0.02%	3.43	0.01%	3.6	0.01%	每年5%递增
租金	11.77	0.35%	62.88	0.96%	38.94	0.31%	72.32	0.44%	73.21	0.34%	62.97	0.24%	66.1	0.24%	根据租赁合同及需求预测
水电费	2.83	0.08%	7.61	0.12%	26.4	0.21%	29.04	0.18%	31.94	0.15%	35.14	0.14%	38.65	0.14%	每年10%递增



项目	报告期				预测期										预测思路
	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		
	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	金额	占当期收入比例	
研发-工资	198.89	5.95%	208.98	3.18%	410.35	3.30%	609.38	3.72%	777.82	3.60%	904.68	3.49%	1,088.76	3.89%	单位人工工资年增8%结合德马吉需求人数确定
研发-社保	-	-	26.04	0.40%	54.44	0.44%	82.54	0.50%	105.35	0.49%	122.53	0.47%	147.46	0.53%	根据德马吉需求人数与上海市社保缴纳政策确定
研发-公积金	-	-	8.52	0.13%	11.73	0.09%	17.78	0.11%	22.69	0.10%	26.39	0.10%	31.76	0.11%	根据德马吉需求人数与上海市公积金缴纳政策确定
研发-折旧	17.03	0.51%	17.72	0.27%	14.29	0.12%	16.42	0.10%	10.38	0.05%	8.36	0.03%	8.83	0.03%	根据德马吉每年固定资产规模计算所得
专利费	-	-	0.81	0.01%	0.81	0.01%	0.81	0.00%	0.81	0.00%	0.81	0.00%	0.81	0.00%	根据德马吉需求预测
高新中介费用	-	-	20.96	0.32%	3	0.02%	3	0.02%	-	-	-	-	-	-	根据德马吉需求预测
上市费用	-	-	22.71	0.35%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	未来不发生
其他	38.36	1.15%	15.74	0.24%	17.32	0.14%	19.05	0.12%	20.96	0.10%	23.05	0.09%	25.36	0.09%	每年按10%递增
合计	717.68	21.47%	1,019.30	15.51%	1,419.70	11.43%	1,975.00	12.06%	2,380.52	11.01%	2,725.27	10.52%	3,068.16	10.96%	

由上表可知, 2016 年管理费用率较 2015 年下降约 4.08%, 2017 年及以后预测期间内保持稳定; 其中, 造成 2016 年度管理费用率下降的主要原因系管理人员的工资和折旧费用等两项费用未随着销售收入同比增长。上述两项费用在报告期和预测期间所占销售收入比例如下表所示:

管理费用项明细	报告期		预测期				
	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
工资费用率	3.85%	3.29%	1.60%	1.73%	1.42%	1.35%	1.35%
折旧费用率	0.87%	0.87%	0.37%	0.32%	0.16%	0.10%	0.10%
合计	4.72%	4.16%	1.97%	2.05%	1.58%	1.45%	1.45%

根据上表, 2016 年度管理费用的工资费用率下降 1.69%, 主要系由于 2016 年预测德马吉依然保持业务高速增长态势, 随着其品牌溢价的显现、客户粘性的进一步增强、项目随业务量的增长其异地可复制能力的增强等, 德马吉 2016 年度将显现出较强的规模经济效应, 管理员工资属于约束性固定成本, 并不随着销售规模的扩大而同比例增长, 从而间接导致 2016 年度德马吉管理费用率的下降。

根据上表, 2016 年度折旧费用率同比下降 0.5%, 主要系由于 2015 年 12 月份德马吉处置了部分已不适用于正常经营过程中所需的运输设备以及空调等设备所致, 被处置固定资产原值约为 113.95 万元, 每年平均折旧额约 37.64 万元。由于该部分固定资产已于 2015 年计提了相关折旧费用, 于预测期间内不再进行折旧费用的计提, 故导致了预测期间折旧费用率的下降。若考虑被处置部分固定资产折旧的影响, 折旧费用率于 2016 年度约为 0.70%, 较报告期内略微下降, 折旧费用率的预测具有合理性。

随着 2017 年及以后预测期间, 标的公司步入平稳增长阶段, 管理人员与收入的配比逐渐维持在合理区间内, 以及折旧费用趋于平稳, 预测期间内管理费用率未见大幅度波动, 具有合理性。

结合上述销售费用与管理费用的预测分析, 销售费用、管理费用在评估预测期的增长幅度如下表所示:

项目	报告期	预测期				
	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
营业收入增长率	96.59%	88.99%	31.82%	32.01%	19.88%	8.00%
销售费用增长率	51.64%	69.20%	27.63%	25.24%	15.90%	7.97%
管理费用增长率	42.03%	39.28%	39.11%	20.53%	14.48%	12.58%

2015年及2016年,德马吉处于快速发展阶段,随着业务效率的提升、规模经济效应的显现,相应的销售、管理人员费用与德马吉的项目储备、发展计划、所处环境等相适应,与收入规模不存在同比增长关系。随着2017年及以后年度逐渐步入稳定增长阶段,上述主要费用与收入之间匹配性趋于稳定。因此在预测期间内,德马吉销售费用率与管理费用率2016年度呈下降趋势并于未来期间趋于稳定。综上,报告期内与预测期间销售费用率和管理费用率具有合理性。

#### 14、销售费用率和管理费用率对德马吉评估值的影响进行的敏感性分析

德马吉预测期内的销售费用和管理费用相关数据如下表所示:

单位:万元

项目	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
销售费用	763.30	974.17	1,220.04	1,413.99	1,526.70
管理费用	1,419.70	1,975.00	2,380.52	2,725.27	3,068.16
期间费用	2,182.99	2,949.17	3,600.56	4,139.27	4,594.86
期间费用变动额	-	766.18	651.39	538.71	455.59

以预测的未来各年期间费用为基准,假设除期间费用变动以外,其他条件均保持不变,期间费用变动对德马吉估值的敏感性分析如下:

#### 期间费用变动对全部股权价值影响测算表

单位:万元

变动系数	估值金额	估值金额变动额	估值金额变动率
10%	35,175.47	-2,443.02	-6.49%
5%	36,396.98	-1,221.51	-3.25%
0%	37,618.49	-	0.00%
-5%	38,839.99	1,221.50	3.25%
-10%	40,061.50	2,443.01	6.49%

由上述分析可见,期间费用与估值金额存在负相关变动关系,假设除期间费用变动以外,其他条件不变,则期间费用上升或下降5%,估值金额将反向变

动约 3.25%；期间费用上升或下降 10%，估值金额将反向变动约 6.49%，期间费用的变动对最终估值金额的影响较小。

#### 15、选取索菲亚、宜华木业作为可比上市公司 $\beta_u$ 值的原因以及合理性

德马吉是一家以文化创意设计为核心，具有全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的文化创意展示服务提供商，业务内容主要包括创意展示设计业务、活动创意策划业务、展厅创意规划业务等，业务环节包括客需精挖、创意设计、施工规划、企宣创意等四个环节，而施工规划环节主要包括道具生产、布展装修、进馆搭建等。德马吉的业务环节中主要以创意设计为主，但于施工规划环节，其道具生产、布展装修、进馆搭建等环节所占业务成本达 70%以上，德马吉在该业务环节中扮演展示道具的创意设计、展台的整体搭建效果及最终监理的负责人等角色。

$\beta$  值是特定资产的系统性风险，体现了在一段期间内特定资产的价格对整体经济波动的敏感性。因此，在选取可比上市公司计算  $\beta_u$  值的过程中，应当选择与德马吉主营业务、经营模式、盈利模式、成本构成较类似的上市公司。为保证选取样本的全面性及合理性，本次评估选取可比上市公司计算  $\beta_u$  值时，基于《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）的分类标准，选择了包含品牌设计推广业务公司的“L72 商务服务业”，以及具备展示道具生产制作属性的“C21 家具制造业”等作为选取可比上市公司计算  $\beta_u$  值的对标行业。本次评估选取了以设计和品牌推广为主要业务模式的蓝色光标和印纪传媒作为商务服务行业的可比公司，并对家具制造业的上市公司进行了筛选，最终选择了索菲亚和宜华木业作为本次的可比公司，就“C21 家具制造业”的筛选理由如下：

公司简称	证券代码	公司实际主营业务	选择/不选择理由
浙江永强	002489.SZ	浙江永强主要从事户外休闲家具及用品的设计研发、生产和销售。产品主要有户外休闲家具、遮阳伞、帐篷等三大系列。	浙江永强的产品主要以户外休闲家具、遮阳伞、帐篷等户外用品，其产品类型与展示道具等生产制作差别较大，故不作为选择对象。

索菲亚	002572.SZ	<p>索菲亚主要从事全屋定制家具及配套家居产品的设计、生产及销售,为消费者提供全屋定制的空间解决方案,主要产品包括卧室、书房、儿童房、老人房、厨房、客餐厅、衣帽间、入户玄关等家居空间所需的衣柜、橱柜、榻榻米、书柜、床、梳妆台、电视柜、书桌、酒柜、餐柜、鞋柜、饰物柜等全屋定制家具,以及饰品等配套家居产品。</p>	<p>索菲亚主要从事于制定衣柜及其配套定制家具的研发、生产和销售,其产品与展示道具存在类似性,且通过其优质的设计能力及渠道实现产品的高附加值,与德马吉的业务具有有可比性,故作为选择对象。</p>
易尚展示	002751.SZ	<p>易尚展示主要业务是为国内外知名企业提供展览展示服务,主要业务包括三部分:品牌终端展示服务、循环会展服务和虚拟展示服务。</p>	<p>由于易尚展示上市时间为2014年4月份,距评估基准日不足两年,故不作为选择对象。</p>
宜华木业	600978.SH	<p>宜华木业主要从事家具和木地板等家居产品的研发、设计、生产与销售,产品定位中高端,主导产品包括木质家具和木地板、软体家具等产品系列,旗下拥有多个自主品牌。</p>	<p>宜华木业始终专注于实木制品的深加工和开发研究,其产品与展示道具存在类似性,并以设计能力和加工能力作为核心竞争力,毛利水平较高,与德马吉的业务具有有可比性,故作为选择对象。</p>
喜临门	603008.SH	<p>喜临门主要销售以床垫、软床及配套产品为主的中高档卧室家具,喜临门品牌旗下有“喜临门”、“法诗曼”、“BBR”、“爱倍”四大主要系列。</p>	<p>喜临门以床垫、软床及配套产品的研发、生产和销售业务为主,产品类型与展览道具差别较大,故不作为选择对象。</p>

永艺股份	603600.SH	永艺股份是一家专业研发、生产和销售健康座椅的国家高新技术企业,产品主要涉及办公椅、培训椅、按摩椅椅身、休闲椅、儿童椅、沙发及功能座椅配件等。	由于永艺股份的上市时间为2015年1月份,距评估基准日不足两年,故不作为选择对象。
曲美家居	603818.SH	曲美家居主要从事中高档民用家具及配套家居饰品的设计、生产和销售,为消费者提供整体家居解决方案。	由于曲美家居的上市时间为2015年4月份,距评估基准日不足两年,故不作为选择对象。
好莱客	603898.SH	好莱客主要从事整体衣柜及其配套家具的设计、研发、生产和销售,是国内定制家居整体解决方案提供商,其主要产品包括但不限于整体衣柜、整体衣帽间、整体书柜及其它配套产品。	由于好莱客的上市时间为2015年2月份,距评估基准日不足两年,故不作为选择对象。

资料来源: Wind 资讯

在计算标的公司的 $\beta$ 值时,所选取的可比上市公司通常要求与标的公司属于同一行业或受相同经济因素的影响,并对所引用的 $\beta$ 值要求具有较长的回归分析的时间长度, $\beta$ 值的计算通常选用的上市公司已上市时间达2年(约100周)或更长的时间。因此,本次评估在选取可比公司时应考虑其具有足够的上市时间,以免 $\beta$ 值因短期突发经济波动等因素出具明显波动,从而加大估值偏差。根据上述筛选情况,基于评估基准日前上市时间不足两年的上市公司不作为本次的可比公司。其中,易尚展示作为展览展示行业中以道具展具制作为主营业务的上市公司,与标的公司同受会展行业的周期等环境经济因素的影响,但由于较评估基准日上市不足两年,故未将其列为可比公司。

索菲亚主要从事于制定衣柜及其配套定制家具的研发、生产和销售等业务,通过其卓越的设计能力与渠道实现产品的高附加值;宜华木业主要从事家具和木地板等家居产品的研发、设计、生产与销售等业务,产品定位于中高端,主

导产品包括木质家具和木地板、软体家具等产品系列，并以设计能力和加工能力作为核心竞争力，毛利水平较高。索菲亚和宜华木业与德马吉在成本构成以及以设计为核心盈利点的特点均存在类似性。

综上，索菲亚、宜华木业作为家具制造行业的佼佼者，其业务核心竞争力均为通过其强大的创意设计能力和良好的加工能力，实现高溢价产品的销售，上述可比上市公司的业务核心均与德马吉较为接近，且包含了展具设计的核心业务元素。本次评估选择索菲亚和宜华木业作为可比上市公司计算  $\beta_u$  值，具有合理性。

## 第七章 本次交易合同的主要内容

### 一、本次交易的基本情况

本次交易公司拟通过发行股份及支付现金相结合的方式，购买帮林投资、德亿投资持有的德马吉 100.00% 股权。截至本报告书签署日，本公司与交易对方均已签署了附条件生效的《发行股份及支付现金购买资产协议》和《盈利补偿协议》。

本次交易前，本公司未持有德马吉的股权。本次交易完成后，德马吉将成为本公司的全资子公司。

### 二、本次交易的合同主体及签订时间

本次交易的合同主体为岭南园林与德马吉全体股东：帮林投资、德亿投资。

2016 年 4 月 18 日，上市公司与帮林投资、德亿投资以及德马吉签署了《发行股份及支付现金购买资产协议》和《盈利补偿协议》。

### 三、标的资产交易价格及定价依据

根据公司与交易对方签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》和《盈利补偿协议》，标的资产的最终交易价格将以具有证券期货从业资格的评估机构出具的评估报告确认的标的资产于评估基准日的评估结果协商确定。

根据中企华评估出具的《资产评估报告》，德马吉截至评估基准日 2015 年 12 月 31 日的 100% 股权价值为 37,618.49 万元。各方参考前述评估价值，协商确定上述股权交易对价为 37,500 万元（包含需由交易对方缴纳或承担的所有相关税费）。

### 四、交易对价的支付方式

上市公司拟通过发行股份及支付现金相结合的方式，购买德亿投资、帮林投资持有的德马吉 100.00% 股权。本次交易对价由上市公司以发行股份及支付现金方式支付，交易对价 60.00% 部分 225,000,000.00 元以发行股份方式支付，共计发



行股份 7,804,370 股，其余交易对价 40.00% 部分 150,000,000.00 元以现金方式支付。

德亿投资、帮林投资拟出售标的公司股权获得对价情况如下：

序号	交易对方	总对价金额(元)	现金支付		股份支付		
			现金对价金额(元)	占总对价比例(%)	股份对价金额(元)	股份支付数量(股)	占总对价比例(%)
1	德亿投资	150,000,000.00	150,000,000	40.00	-	-	-
2	帮林投资	225,000,000.00	-	-	225,000,000.00	7,804,370.00	60.00
合计		<b>375,000,000.00</b>	<b>150,000,000</b>	<b>40.00</b>	<b>225,000,000.00</b>	<b>7,804,370.00</b>	<b>60.00</b>

## 五、发行股份购买资产的发行价格与调价机制

### (一) 发行价格

本次发行的定价基准日为公司第二届董事会第二十八次会议决议公告日。每股发行价格不低于定价基准日前 120 个交易日公司 A 股股票交易均价（即 32.03 元/股）的 90%，拟定为 28.83 元/股。

若在定价基准日至发行日期间公司有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，发行价格应相应调整。

### (二) 调价机制

在岭南园林股东大会审议通过本次交易的决议公告日至中国证监会核准本次交易前，出现下列情形之一的，上市公司有权召开董事会对发行股份购买资产的发行价格进行一次调整：

(1) 中小板综合指数（399101.SZ）在任一交易日前的连续 30 个交易日中至少 20 个交易日相比于公司因本次交易首次停牌日即 2016 年 2 月 24 日收盘点数（即 10892.17 点）跌幅超过 10%；

(2) 证监会土木工程建筑指数（883153）在任一交易日前的连续 30 个交易日中有至少 20 个交易日相比于公司因本次交易首次停牌日即 2016 年 2 月 24 日收盘点数（即 2414.78 点）跌幅超过 10%。

当出现以上任一情形时，公司有权在上述情形出现后自主决定是否召开董事

会会议审议是否按照价格调整方案对发行股份购买资产的发行价格进行调整,调价基准日为该次董事会决议公告日,若发行股份购买资产的发行价格高于调价基准日前 20 个交易日(不包括调价基准日当日)的公司股票交易均价的 90%,则发行股份购买资产的发行价格调整为调价基准日前 20 个交易日(不包括调价基准日当日)的公司股票交易均价的 90%,若发行股份购买资产的发行价格低于调价基准日前 20 个交易日(不包括调价基准日当日)的公司股票交易均价的 90%,则发行股份购买资产的发行价格不作调整。

发行价格调整后,认购对价的定价不进行调整,因此发行的股份数量=(标的资产交易价格×60%)÷调整后的发行价格。

在调价基准日至发行日期间,公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项,将按照深交所的相关规则对调整后的发行价格、发行数量再作相应调整。

### (三) 发行数量

公司本次向帮林投资发行的股份数量(取整数,精确到个位)=(标的资产交易价格×60%)÷向认购人发行股票的发行价格,共计 7,804,370 股。

若在定价基准日至发行日期间公司有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项,发行数量应相应调整。

若标的资产交易价格超过标的股份总发行价格(即标的股份×1 元/股),超过部分计入公司资本公积金。

## 六、现金对价的支付进度及来源

公司受让现金购买的股权须支付的转让价款合计(取整数,精确到个位)=标的资产交易价格×40%,共计 15,000 万元(包含应由德亿投资缴纳的所有相关税费)。

发行股份及支付现金购买资产所涉及的现金交易对价分为四期进行支付:

第一期于中国证监会作出核准本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的批复且配套募集资金到账后的 10 个工作日内,或中国证监会作出核准

本次发行股份及支付现金购买资产但取消配套融资的批复后 30 个工作日后向德亿投资支付 13,500 万元;

第二期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2016 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元;

第三期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2017 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元;

第四期于经公司认可的具有证券期货从业资格会计师事务所出具德马吉 2018 年度审计报告后的十个工作日内向德亿投资支付 500 万元。

上市公司主要筹集此次交易现金对价的资金的来源是本次重组配套募集资金。

## 七、标的资产和发行股份的交割

### (一) 标的资产的交割

在协议生效之日起 3 个工作日内,交易对方应促使德马吉向工商部门申请将标的资产变更登记至公司名下并取得申请受理回执,在取得申请受理回执后 10 个工作日内德马吉应完成本次股权转让相关工商变更登记手续,并向公司提供工商部门就标的资产依照协议约定变更登记至公司名下出具的核准变更文件。在取得标的资产变更登记至公司名下的工商核准变更文件后 15 个工作日内,交易对方及德马吉应完成国税、地税变更登记,并取得变更后的国税、地税税务登记证。德马吉办理上述变更登记手续时如需公司提供工商、税务部门要求的相关文件或办理相关手续时,须提前 2 个工作日书面通知公司,公司应予以配合。若因工商、税务部门原因导致德马吉未能在上述期限内完成相关手续的,交易对方及德马吉应在上述期限届满之日起 2 日内立即通知公司,并与公司协商解决方案。

### (二) 发行股份的交割

交割日后,由公司聘请具备相关资质的会计师事务所对本次发行进行验资,并出具验资报告。

交割日后 30 个工作日内,公司应根据相关规定及时到中登公司为帮林投资

申请办理标的股份登记在其名下的手续。

### (三) 发行股份的锁定

帮林投资认购的标的股份自上市之日起满 36 个月方可转让或上市交易。

如监管规则或监管机构对锁定期有更长期限要求的,帮林投资的股份锁定按照监管规则或监管机构的要求执行。

本次发行结束后,就帮林投资由于公司送红股、资本公积转增股本等原因基于标的股份而增持的公司股份,亦应遵守上述约定。

## 八、业绩承诺、补偿安排和超额业绩奖励

### (一) 业绩承诺

根据本公司与帮林投资、德亿投资签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》及《盈利补偿协议》,德亿投资及帮林投资承诺,德马吉 2016 年度、2017 年度、2018 年度实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的预测净利润分别为不低于 2,500 万元、3,250 万元、4,225 万元(均含本数)。

### (二) 盈利预测补偿安排

本次重组完成后,德马吉应在承诺期各个会计年度结束后的 4 个月内聘请为岭南园林出具年度审计报告的会计师事务所对德马吉进行审计,并出具专项审核报告。如在承诺期内,德马吉每年度截至当期期末累计实现的归属于母公司所有者的净利润(以下简称“当年度实现净利润”)低于截至当期期末累计当年度预测净利润,则帮林投资及德亿投资应在当年度专项审核报告在指定媒体披露后分别按照以下约定向岭南园林进行补偿:

#### (1) 帮林投资应以股份方式向岭南园林进行补偿:

当年度应补偿的股份数量=(当年度预测净利润-当年度实现净利润)×60%÷承诺期内累计预测的净利润之和×《发行股份及支付现金购买资产协议》及其补充协议(如有)约定的标的资产交易价格÷本次发行价格-累计已补偿股份数量。

上述计算结果小于 0 时,按 0 取值。帮林投资向岭南园林支付的补偿总额不

超过其在本本次交易所获得的股份对价总额 2.25 亿元。

岭南园林将以人民币 1.00 元的价格向帮林投资回购帮林投资应补偿的股份并依法予以注销。

岭南园林应在当期年度报告披露后的 10 个交易日内发出召开审议上述股份回购事项的股东大会（以下简称“回购股东大会”）会议通知。

如股份回购事宜未获回购股东大会审议通过，岭南园林将在回购股东大会决议公告后 10 个交易日内书面通知帮林投资。帮林投资应在接到该通知后 30 日内取得所需批准（如需），并在符合相关证券监管法规、规则和监管部门要求的前提下，于接到上述通知后 180 日内将应补偿股份无偿赠送给回购股东大会股权登记日登记在册的除帮林投资以外的全体股东，该等股东按照其持有的 A 股股份数量占股权登记日扣除帮林投资所持股份总数外的岭南园林总股份数的比例获赠股份。

自应补偿股份数量确定之日（指当期年度报告披露之日）起至该等股份注销前或被赠与股东前，帮林投资或岭南园林就该等股份不拥有表决权且不享有收益分配的权利。

（2）德亿投资应以现金方式向岭南园林进行补偿：

当年度应补偿的现金金额= $(\text{当年度预测净利润} - \text{当年度实现净利润}) \times 40\% \div \text{承诺期内累计预测的净利润之和} \times \text{《发行股份及支付现金购买资产协议》及其补充协议（如有）约定的标的资产交易价格} - \text{累计已补偿现金金额}$ 。

上述计算结果小于 0 时，按 0 取值。德亿投资向岭南园林支付的补偿总额不超过其在本本次交易所获得的现金对价总额 1.5 亿元。

德亿投资应在当年度专项审核报告在指定媒体披露后的 10 个工作日内向岭南园林支付当年度应补偿的现金金额。

### （三）超额业绩奖励

在中国证监会或其他监管部门允许的范围内，若德马吉承诺期内截至某一年度期末实现的归属于母公司所有者的净利润（以下简称“当年度实现净利润”）超

过当年度预测净利润,公司及德马吉同意:将当年度实现净利润超过当年度预测净利润部分(以下简称“当年度超额净利润”)中不超过当年度预测净利润 20%的部分全额奖励给德马吉的经营管理团队,当年度超额净利润大于当年度预测净利润 20%的,并将当年度超额净利润超出当年度预测净利润 20%部分中的 35%奖励给德马吉经营管理团队,具体计算公式如下:

(1) 当年度超额净利润 $\leq$ 当年度预测净利润 $\times$ 20%的情形下:

当年度业绩奖励=当年度超额净利润

(2) 当年度超额净利润 $>$ 当年度预测净利润 $\times$ 20%的情形下:

当年度业绩奖励=当年度预测净利润 $\times$ 20%+(当年度超额净利润-当年度预测净利润 $\times$ 20%) $\times$ 35%。

上述业绩奖励总额不得超过标的资产交易价格的 20%,如监管机构要求对上述业绩奖励总额进行调整,则以监管机构要求为准。

上述业绩奖励应在当年度结束且该年度的专项审核报告出具后 30 个工作日内由德马吉代扣代缴个人所得税后以现金方式支付给德马吉的经营管理团队。

上述业绩奖励的经营管理团队具体范围由交割日后的德马吉董事会确定,业绩奖励实施细则由公司或交割日后的德马吉另行制定。

#### (四) 承诺期届满标的资产减值时的补偿义务

在承诺期届满时,岭南园林将聘请具有证券期货从业资格的审计机构对标的资产进行减值测试,并出具减值测试报告,如标的资产期末减值额超过已补偿股份所对应的金额与已补偿现金金额之和(以下合称“已补偿金额”),就超出部分,帮林投资、德亿投资应在减值测试报告出具之日起 10 个工作日内以现金方式或岭南园林接受的其他方式对岭南园林另行补偿。帮林投资和德亿投资就该等应另行补偿的金额承担连带责任。

需另行补偿的金额=标的资产期末减值额-承诺期内已补偿金额。

前述标的资产期末减值额为标的资产本次重组的交易价格减去承诺期届满减值测试报告所确定标的资产的评估值并扣除承诺期内标的资产股东增资、减

资、接受赠与以及利润分配的影响,减值额以标的资产本次重组的交易价格为限。

### (五) 补偿的上限和孳息的处理

帮林投资和德亿投资在《盈利补偿协议》关于承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务所承担补偿金额合计以标的资产的交易价格为限。帮林投资就《盈利补偿协议》承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务,帮林投资用于补偿的累计股份数量以其因本次重组所取得公司股份总数(包括因相应股份所获转增或送股的股份,但不包括因认购配股等帮林投资另行支付对价而增加的股份)为限。

若岭南园林在承诺期内有送股、资本公积金转增股本,或现金分红的,则“当年度应补偿的股份数量”按以下公式调整:

若岭南园林在承诺期内有送股、资本公积金转增股本的,则“当年度应补偿的股份数量”=按照《盈利补偿协议》第 2.1 条计算公式计算的应补偿股份数×(1+转增或送股比例)

若岭南园林在承诺期内实施有现金分红的,其按《盈利补偿协议》第 2 条约定计算的应补偿股份在补偿实施前各年度累计获得的分红收益(以税前金额为准)应由帮林投资同时以现金形式返还给岭南园林,该等现金补偿应在股份补偿事宜办理完毕之日前(含当日)完成,应返还金额=每股已分配现金股利×当年度应补偿的股份数量。

帮林投资和德亿投资就承诺期实现净利润少于预测净利润时的补偿义务和承诺期届满标的资产减值时的补偿义务承担连带责任。

## 九、滚存未分配利润的处理

本次交易完成后,帮林投资与公司其他新老股东按其在本交易完成后所持公司股份比例享有本次交易完成后公司的滚存未分配利润或损益。

交割日前德马吉的滚存未分配利润由交割日后的德马吉股东(即公司)享有。

## 十、期间损益

过渡期内,如标的资产所对应净资产值(合并报表)减少,交易对方应根据针对交割而实施的专项审计结果,在审计报告出具日后 10 日内,按其于评估基准日所持德马吉的股权比例以现金方式向公司补足;如标的资产所对应的净资产值(合并报表)增加,则增加的净资产由公司享有,公司无需就此向交易对方作出任何补偿。

## 十一、费用

为签订协议聘请审计机构、评估机构、财务顾问而发生的费用由公司承担,交易对方和公司为签订协议各自聘请律师而发生的费用由各自承担。

交易对方个别及连带保证,将依法承担及缴纳因转让标的资产而需由交易对方承担的任何税费,如因其不缴纳相关税费而导致公司或德马吉损失的,应赔偿公司或德马吉的损失,并依照协议承担违约责任。

本次股权转让所涉工商及其他主管部门变更登记、备案的相关费用由德马吉承担。

各方同意,除前条及协议另有约定外,因协议的签订和履行发生的各项税费由各方各自依法承担。因协议的签订和履行发生的其他费用,有规定由哪一方支付的由该方支付,未有规定的,由除德马吉以外的其他方平均分摊。

## 十二、过渡期相关安排

交割前期间内,德马吉和/或交易对方应:

“德马吉应于每月终了后 15 个工作日内向公司提供德马吉该月的财务报表(如无特别说明,财务报表包括母公司财务报表和合并财务报表)。

交易对方应依据法律法规和德马吉章程行使对德马吉的股东权利,不得作出损害德马吉权利和/或利益的行为,并将督促德马吉及其控股子公司依法诚信经营。

交易对方应保证采取所有合理的步骤,尽最大努力促使德马吉及其控股子公



公司在正常经营过程中开展业务,保持现行的业务组织结构且高级管理人员构成无重大变化,保持资产(包括但不限于流动资产、固定资产、知识产权及其他无形资产)及相关权益的良好状态(资产的正常耗损除外),并且保持每一项业务的良好声誉,维系与客户、供应商及相关方的正常业务关系,尽最大努力避免商誉和现有商业价值在交割日前受损。在德马吉或其控股子公司进行超出其正常业务经营的交易、对外投资、资产处置或收购、合并、分立、对外借款、对外担保、提前偿还债务、免除任何债务或放弃任何求偿权、对执行董事和/或高级管理人员设定新的任命条件或改变其薪酬待遇、增加、减少或以其他方式改变注册资本或授予任何人认购注册资本的期权或认购权,或就此作出任何承诺或安排前,交易对方、德马吉和/或其控股子公司应事先通知公司并征得公司同意。

德马吉应根据其签署的协议、合同或其他法律文件的约定,就本次股权转让履行必要的通知义务或取得必要的书面同意。

过渡期内,德马吉应在其执行董事作出任何决定后3日内将该等决定内容以书面形式提供给公司。

公司有权委派人员列席德马吉的股东会,但标的资产在工商部门变更登记至公司名下前公司委派的上述人员不享有任何表决权。德马吉应按照公司章程要求的会议通知时间和程序向公司发出有关召开股东会会议的通知和相关文件。过渡期内,无论是否实际召开会议,所有经股东会签署的文件均应在该文件签署后7日内提供给公司。

为本次股权转让之目的,在过渡期内,德马吉和交易对方应尽职履行其应当履行的任何其他义务和责任。”

交易对方承诺,未经公司事先书面同意,交易对方不得通过任何直接或间接的方式对其出资额、合伙人、合伙人的出资额、出资比例等进行任何形式的调整。

德马吉承诺且交易对方承诺促使德马吉,未经公司事先书面同意,德马吉在过渡期内不得以任何方式向任何德马吉股东分配利润及向股东偿还、支付任何除公司正常经营性业务支出外的款项。

过渡期内,如发生任何情形而可能对本次股权转让有实质不利影响时,德马

吉或交易对方中至少一方应在知悉该情形后 3 日内书面通知公司。该等情形包括但不限于涉及德马吉或其控股子公司的任何有可能对本次股权转让有实质不利影响的市場变动、财务危机、对德马吉或其控股子公司提起的任何诉讼、仲裁、审理、调查或其它程序，或对德马吉或其控股子公司有实质不利影响的任何政府部门的批文或指示，或德马吉或其控股子公司主要资产的实质不利变化等重大事件。各方应就该等事件对本次股权转让的影响进行评估和协商，如果各方在自公司收到德马吉或交易对方发出的书面通知之日起 30 日内不能就继续履行协议达成合意，则公司有权单方终止协议，并要求交易对方承担由此产生的责任。

### 十三、与标的资产相关的人员安排

本次交易不涉及职工安置问题。

### 十四、本次交易完成后的任职要求及竞业禁止

#### （1）任职期限安排

各方同意，交割日后，除非德马吉目前总经理严重违反德马吉规章制度、连续两年未能完成考核指标或存在其他不胜任工作情形，德马吉目前总经理在交割日后 60 个月内保持不变。

#### （2）竞业禁止约定

德马吉承诺，按照公司要求与关键人员签订保密、竞业禁止及避免同业竞争协议，约定该等关键人员自本次股权转让完成之日起在德马吉至少任职 48 个月，在任职期间以及离职后 2 年内，不得从事与公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司的经营业务相竞争的任何业务，不得直接或间接投资任何与公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司存在竞争关系的公司或企业，不得受聘于任何公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司的竞争者或直接或间接地向该等竞争者提供任何建议、协助或业务机会。交易对方进一步承诺，不得泄露公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司保密信息，不得从事与公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司的经营业务相竞争的任何业务，不得直接或间接投资任何与公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司存在竞争关系的公司或企业，不

得受聘于任何公司及其控股子公司、德马吉及其控股子公司的竞争者或直接或间接地向该等竞争者提供任何建议、协助或业务机会。

交易对方承诺,在交割日后三年,交易对方及其关联方或交易对方能施加重大影响的人士或企业不得直接或间接从事、参与或进行与德马吉或其控股子公司、公司或其控股子公司的业务存在竞争或可能构成潜在竞争的任何业务及活动,不会利用从德马吉或其控股子公司、公司或其控股子公司获取的信息从事或直接或间接参与与德马吉或其控股子公司、公司或其控股子公司相竞争的业务,如交易对方及其关联方或交易对方能施加重大影响的人士获得与德马吉或其控股子公司、公司及其控股子公司构成或可能构成同业竞争的业务机会,交易对方及其关联方或交易对方能施加重大影响的人士应尽最大努力,使该等业务机会具备转移给德马吉或其控股子公司、公司或其控股子公司的条件(包括但不限于征得第三方同意),并优先提供给德马吉或其控股子公司、公司或其控股子公司。

若德马吉或其控股子公司、公司及其控股子公司最终未获得该等业务机会,则交易对方及其关联方或交易对方能施加重大影响的人士承诺应将该等业务机会对外转让给与其不存在任何关联关系的第三方或采取公司接受的其他方式解决。

## 十五、合同的生效条件和生效时间

合同自公司、德马吉法定代表人或授权代表签字并加盖公章且帮林投资、德亿投资执行事务合伙人或授权代表签字并加盖公章后成立。

合同自以下条件均获满足之日起生效:

- 1、合同经公司、德马吉法定代表人或授权代表签字并加盖公章且帮林投资、德亿投资执行事务合伙人或授权代表签字并加盖公章;
- 2、按照相关法律法规及各公司章程、合伙企业合伙协议的规定,协议经公司及德马吉各自执行董事/董事会和/或股东(大)会审议通过并经帮林投资、德亿投资合伙人会议决议通过;
- 3、就本次交易取得中国证监会的核准。

## 十六、本次交易后标的公司法人治理结构

各方同意,交割日后,德马吉设立董事会和1名监事。监事由公司委派,而董事会由5名董事组成,其中,交易对方有权向公司推荐2名董事人选,其余3名董事由公司委派,各方应保证并采取一切措施促使交易对方和公司依照约定推荐/委派的董事人选、监事依照法律法规规定及德马吉章程约定成为德马吉的董事、监事。

交易对方及德马吉在根据协议约定办理本次股权转让的工商变更登记手续的同时,将按照本次股权转让的情况及公司的要求对德马吉章程进行修改,并完成与本条约定的董事会以及监事变更相关的工商登记、备案手续。

各方同意,公司可以向德马吉董事会推荐一名主管财务的副总经理,各方应采取一切措施促使该副总经理人选得到德马吉董事会的聘任。

交易对方及德马吉在根据协议约定办理本次股权转让的工商变更登记手续的同时,完成高级管理人员变更相关的工商登记、备案手续。

## 十七、违约责任

除不可抗力因素外,任何一方未能履行其在协议项下之义务或保证或其陈述或保证失实或严重有误,则该方应被视作违反协议。违约方应依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发生的所有直接和间接损失(包括为避免损失而进行的合理费用支出)、诉讼仲裁费用、律师费用及其他实现债权的费用。

交易对方的任何一方需按照协议约定承担违约责任,交易对方对所承担的赔偿责任承担连带责任。

## 第八章 本次交易的合规性分析

### 一、本次交易符合《重组管理办法》第十一条的规定

#### (一) 符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规的规定

标的公司是一家以文化创意设计为核心,具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商。其创意展示设计业务分境外展示设计和境内展示设计,境外展示设计主要是为客户实施全球战略,拓展境外市场参展提供展台设计及搭建服务,境内展示设计主要是为客户境内参展提供展台设计及搭建服务。

从整个会展营销行业发展趋势来看,中国会展业在 2009 年实现了爆发式增长,当年会展业直接产值同比增长了 404.72%,经过两年的高速增长,会展业产值在 2011 年趋于平稳。囿于国内经济增速的放缓,全国第三产业增速逐年下降,我国会展业直接产值也因此受到影响,但均高于第三产业平均增速,2013 年,我国会展业直接产值约 3,870 亿元人民币,同比上升 10.57%,会展经济效益增长持续。2015 年 3 月 29 日,国务院发布《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》,提到:近年来,我国展览业快速发展,已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台,在我国经济社会发展中的作用日益凸显。展览业发展目标:到 2020 年,基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系;遵循国际通行的展览业市场规则,发挥我国产业基础好、市场需求大等比较优势,逐步提升国际招商招展的规模和水平;加快“走出去”步伐,大幅提升境外组展办展能力;在国际展览业中的话语权和影响力显著提升,培育一批具备国际竞争力的知名品牌展会;配合实施国家“一带一路”等重大战略及多双边和区域经贸合作,用好世博会等国际展览平台,培育境外展览项目,改善境外办展结构,构建多元化、宽领域、高层次的境外参展办展新格局。因此,本次交易符合国家相关的产业政策。

标的公司主营业务为创意展示设计、活动创意策划和展厅创意规划业务,不

属于高能耗、高污染的行业，不涉及环境保护问题，亦不存在违反国家环境保护相关法规的情形。

标的公司办公场所系通过租赁方式取得，无土地使用权。本次交易不存在违反国家关于土地管理方面有关法律和行政法规规定的情形。

本次交易完成后，上市公司在会展营销服务业领域的市场份额未达到《中华人民共和国反垄断法》中对于市场支配地位的认定条件，符合相关法律和行政法规的规定。

综上所述，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，符合《重组管理办法》第十一条第（一）项的规定。

## （二）本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件

《股票上市规则》规定如下：“股权分布发生变化不具备上市条件：指社会公众持有的股份连续二十个交易日低于公司股份总数的 25%，公司股本总额超过人民币四亿元的，社会公众持有的股份连续二十个交易日低于公司股份总数的 10%。上述社会公众是指除了以下股东之外的上市公司其他股东：1、持有上市公司 10% 以上股份的股东及其一致行动人；2、上市公司的董事、监事、高级管理人员及其关联人。”

本次交易完成后，若不考虑在定价基准日至发行日期间公司有派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，上市公司总股本不高于 412,582,437 股，其中，社会公众股不低于发行后总股本的 10%，符合《股票上市规则》有关股票上市交易条件的规定。因此，本次发行完成后，不会导致上市公司不符合股票上市条件，符合《重组管理办法》第十一条第（二）项的规定。

## （三）本次交易所涉及的资产定价公允，不存在损害上市公司和股东合法权益的情形

本次交易所涉及的标的资产的交易价格系以标的资产的评估价值为依据由交易双方协商确定，并已经上市公司股东大会审议通过。标的资产的定价依据公允，不存在损害上市公司和股东合法权益的情形。

本次交易发行股份购买资产的发行价格主要是在充分考虑上市公司股票市盈率及同行业上市公司估值水平的基础上,上市公司通过与交易对方之间的充分磋商,同时在兼顾各方利益的情况下,确定本次发行股份购买资产的发行价格采用定价基准日前 120 个交易日公司股票交易均价作为市场参考价,并以该市场参考价的 90%作为定价依据。

本次交易中,上市公司发行股份购买资产的股份发行定价基准日为上市公司审议本次交易相关事项的首次董事会决议公告日,发行价格为 28.83 元/股,不低于定价基准日前 120 个交易日公司股票交易均价的 90%。

公司第二届董事会第二十七次会议及 2015 年度股东大会审议通过了《关于 2015 年度利润分配的方案》,拟以公司 2016 年 3 月 11 日总股本 399,836,207 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.34 元(含税),若前述利润分配实施方案实施完毕,本次发行股份购买资产的发行价格将进行相应调整。

除上述公司 2015 年度利润分配方案实施外,在本次发行的定价基准日至发行日期间,若上市公司发生派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项,则发行价格应进行除权、除息处理,发行数量应据此作相应调整。本次发行股份的定价水平符合《重组管理办法》的相关要求。

本次交易涉及资产的定价原则和上市公司本次股份发行价格符合有关法律、法规规定,不存在损害上市公司和全体股东合法权益的情形,符合《重组管理办法》第十一条第(三)项的规定。

#### **(四) 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,相关债权债务处理合法**

本次交易标的资产为德马吉 100.00% 股权,德马吉是依法设立和存续的有限责任公司,不存在出资不实或影响其合法存续的情形。

根据交易对方出具的承诺,并经中介机构核查确认,截至本报告书出具之日,本次交易对方合法拥有标的资产的股权,权属清晰,不存在质押、担保权益或其它受限制的情形,并能在约定期限内办理完毕权属转移手续。

本次重组为上市公司向交易对方发行股份并支付现金收购其持有的德马吉

100%股权，本次交易完成后，标的公司将成为上市公司的全资子公司，不涉及债权债务的转移问题。

本次交易涉及的资产产权清晰，资产过户或者转移不存在法律障碍，不涉及债权债务处理，符合《重组管理办法》第十一条第（四）项的规定。

**（五）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**

本次交易完成后，上市公司将持有德马吉 100% 股权，德马吉成为上市公司的全资子公司并纳入合并范围。上市公司依托文化创意定制能力，嫁接创意品宣及运营通路，谋求自主品牌在广域消费市场的价值变现，扩充主题文旅战略版图，实现公司自有品牌价值在消费端市场的提升。据此规划以及上市公司传统主业特点，具备文化创意基因且在消费端市场具备自有品牌价值延展性的标的公司将会与上市公司产生较强的协同效应，进一步提升上市公司的盈利能力。

本次交易完成后，上市公司持续经营能力将得到增强，不存在导致上市公司重组后主要资产为现金或者无具体经营业务的情形，符合《重组管理办法》第十一条第（五）项的规定。

**（六）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的相关规定**

本次交易完成前，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。本次交易完成后，上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面将继续保持独立性，符合中国证监会关于上市公司独立性以及《重组管理办法》第十一条第（六）项的相关规定。

**（七）有利于上市公司形成或者保持健全有效的法人治理结构**

上市公司已建立了以法人治理结构为核心的现代企业制度，并按上市公司治理标准规范法人治理结构。本次交易完成后，标的公司亦将加强自身制度建设，依据上市公司要求，也进一步建立和完善已有的管理制度。因此，本次交易有利于上市公司保持健全有效的法人治理结构，符合《重组管理办法》第十一条第（七）项的规定。



## 二、本次交易的整体方案符合《重组管理办法》第四十三条的各项要求

### (一) 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

#### 1、充分发挥战略合作协同效应，增强公司综合实力

经过多年的发展，公司已奠定在园林绿化领域的翘楚地位并提出“二次创业”的战略目标：致力于成长为“美丽生活创造者——生态环境与文化旅游运营商”。公司旨在以文化创意基因作为嫁接通路，以文化旅游作新战略切入点，谋求公司自主品牌在消费潜力更为巨大的终端消费市场的价值变现。

前次并购后，公司依托自身在生态环境塑造以及主题娱乐体验内容定制等方面的核心资源优势，成功拓展主题文化旅游新业态战略板块，实现生态园林观赏性和主题体验项目的互动娱乐性有机融合。而德马吉作为公司本次收购标的，系以文化创意设计能力为核心，具有全球业务覆盖能力的创意展示服务提供商。德马吉所专注的是基于对客户“品牌内涵、业务属性、目标客群诉求、产品或服务卖点”等方面的精准把握，实现对客户营销诉求的精准传达，增强客户的品牌价值。通过本次交易，公司将结合德马吉出色的创意展示和创意策划等优质基因，一方面增强对自身主题文旅项目品牌内涵创意能力和综合展示能力，形成一定的品牌 IP 效应并逐步增强品牌的广泛识别性，奠定了公司品牌传播和文旅项目异地复制的基础，同时直接增强了公司的综合文化创意能力，为公司的主题文旅项目提供更全面、更精准的创意营销和策划，从而增强公司未来线下文化旅游主题项目的综合运营实力，从而增厚盈利水平，进一步扩大产业规模，促进上市公司可持续发展并提升公司的盈利能力。

#### 2、德马吉丰富的海外作业经验助力公司“走出去、带进来”，提升公司竞争力和持续盈利能力

通过本次交易，公司可借助德马吉的全球业务渠道而实现自身的技术及业务优势“走出去”，为公司积累国外客户、增加业务机会创造更多的可能性。另外，德马吉丰富的海外作业经验、众多国外办事处及稳定的国外供应商体系将会为公

司开拓国外业务提供重要的战略支撑,从而降低其管理运营的成本,缩短其战略布局的时间,加速其“走出去”的步伐。此外,境外存在较多的优质标的资产,公司未来可充分利用德马吉的境外资源和通道,实现将优质海外资产“带进来”,为公司的新产业板块布局和发展提供强有力的支撑,综合提升公司的竞争力和持续盈利能力。

### 3、本次收购有利于上市公司在文化创意业务领域盈利能力的增强

前次对恒润科技的收购后,公司实现了自身资源禀赋和高新技术储备的有效扩大。通过收购德马吉100%的股权,公司以内容体验定制能力为依托,借力德马吉在空间创意布置、主题品牌塑造、创意品宣等方面的文化创意展示禀赋与自身已有的资源禀赋及技术优势形成交汇协同,可为客户定制兼具体感互动性和视觉冲击力的创意展示体验空间,增强对客户核心价值及品牌文化内涵的精准表达。如:公司将内容创作、多媒体技术和VR等高科技技术以及互动体验设备嫁接至德马吉的“互动营销”的模式上,构筑成公司多元化的营销组合形式。

通过本次交易,一方面可以为上市公司增加合并报表范围内的利润,提高上市公司盈利能力;另一方面进一步延伸上市公司在文化创意领域的业务范围,并通过将公司与德马吉各自优秀的文化创意基因进行有机融合,共同为公司构筑一个多元的营销组合,总体上提高上市公司价值,为广大股东带来长期稳定的回报。

### 4、本次收购的标的企业德马吉发展潜力较强,可进一步提升上市公司盈利水平

德亿投资及帮林投资承诺,德马吉2016年度、2017年度、2018年度实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的预测净利润分别为不低于2,500万元、3,250万元、4,225万元(均含本数)。因此,通过并购德马吉,上市公司营业收入、净利润规模将显著提升,盈利能力将进一步增强。

综上,上市公司通过购买标的资产将进一步将文化创意业务延伸至创意展示设计、活动创意策划等会展营销服务领域,进一步激活公司构建的文化创意产业链,有利于提高上市公司的资产质量;其在品牌内涵挖掘及展示方面的优势及丰富的海外作业经验、众多国外办事处、稳定的国外供应商体系与上市公司能产生

多方面的协同,有利于整体增加上市公司议价能力,降低运营成本,提升经济效益,有利于改善上市公司财务状况;德马吉自身盈利能力较强,发展潜力巨大,并与上市公司现主业形成较好的互补,有利于增强上市公司持续盈利能力,符合《重组管理办法》第四十三条第(一)项的规定。

## (二) 有利于上市公司减少关联交易和避免同业竞争,增强独立性

### 1、有利于减少关联交易

本次交易的交易对方在本次交易前与上市公司及其关联方不存在法律、法规、规章及规范性文件规定的关联关系。本次交易支付方式为发行股份及支付现金,交易完成后,单个交易对方不持有上市公司5%以上的股份,根据《股票上市规则》,交易对方非上市公司的关联方,本次交易不构成关联交易。

本次交易完成后,德马吉将成为上市公司的全资子公司,同时为减少和规范可能与上市公司及其关联方发生的关联交易,交易对方帮林投资、德亿投资及其实际控制人王翔、师欣欣签署了《规范和减少关联交易的承诺函》。

### 2、本次交易不会产生同业竞争

本次交易完成后,公司的控股股东和实际控制人仍为尹洪卫,公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间仍不存在同业竞争。为避免同业竞争,充分保护上市公司的利益,交易对方帮林投资、德亿投资及其实际控制人王翔、师欣欣分别出具了《避免同业竞争承诺函》。

在相关承诺得到有效执行的情况下,本次交易有助于避免同业竞争和规范、减少关联交易,增强上市公司独立性,符合《重组管理办法》第四十三条第(一)项的规定。

## (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

本次发行前,上市公司最近一年财务会计报告已经正中珠江审计,并出具了广会审字[2016]G16003030043号的标准无保留意见的审计报告,上市公司不存在最近一年财务会计报告被注册会计师出具非标准无保留意见的情形,符合《重

组管理办法》第四十三条第（二）项的规定。

**（四）上市公司及其现任董事、高级管理人员不应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**

上市公司及其现任董事、高级管理人员均出具承诺，上市公司及其现任董事、高级管理人员不存在因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会立案调查的情形，符合《重组管理办法》第四十三条第（三）项的规定。

**（五）上市公司发行股份所购买的资产，应当为权属清晰的经营性资产，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续**

根据核查标的公司的工商底档，以及交易对方帮林投资、德亿投资及实际控制人王翔、师欣欣出具的承诺函，其合法拥有德马吉的股权，已履行全额出资义务，对该股权有完整的处置权；其为标的股权的最终和真实所有人，不存在以信托、委托他人或接受他人委托等方式持有标的股权的情形；该股权未设置任何质押、抵押、担保或其他权利限制，不存在纠纷或潜在纠纷，未被行政或司法机关查封、冻结，亦不存在其他限制或禁止转让的情形。

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，符合《重组管理办法》第四十三条第（四）项的规定。

**（六）为促进行业或产业整合，增强与现有业务的协同效应，向第三方发行股份购买资产之情形**

本次交易系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互补而采取的重要举措，本次交易标的主营业务与上市公司现有业务具有较强的协同效应。本次交易符合《重组管理办法》第四十三条第二款的相关规定。

### **三、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，自然人尹洪卫仍为岭南园林的实际控制人，岭南园林的实际控制权未发生变动，本次交易规模占上市公司前一个会计年度经审计的合并财务会计报告期末资产总额的比例亦未达到 100%。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。

#### 四、本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见要求的说明

根据证监会对上述适用意见修订的问题与解答,明确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》的相关规定。募集配套资金还可用于:支付本次并购交易中的现金对价;支付本次并购交易税费、人员安置费用等并购整合费用;标的资产在建项目建设等。募集配套资金用于补充公司流动资金的比例不应超过交易作价的 25%;或者不超过募集配套资金总额的 50%,构成借壳上市的,不超过 30%。

本次交易岭南园林将募集配套资金 17,000.00 万元,募集配套资金用于支付本次交易的现金对价 15,000 万元以及支付中介费用等与重组相关的其他费用 2,000 万元。本次交易募集配套资金比例未超过本次交易价格的 100%,补充流动资金金额未超过募集资金金额的 50%,本次并购重组不构成借壳上市。因此,本次交易符合《重组办法》第四十四条及其适用意见。

#### 五、不存在《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

岭南园林不存在《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:

- 1、本次交易申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏;
- 2、不存在公司的权益被控股股东或实际控制人严重损害且尚未消除的情形;
- 3、不存在公司及其附属公司违规对外提供担保且尚未解除的情形;
- 4、不存在现任董事、高级管理人员最近三十六个月内受到过中国证监会的行政处罚,或者最近十二个月内受到过证券交易所公开谴责的情形;
- 5、不存在上市公司或其现任董事、高级管理人员因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会立案调查的情形;

6、不存在最近一年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；

7、不存在严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

## 六、本次交易证券服务机构为本次交易出具的结论性意见

### (一) 独立财务顾问意见

广发证券作为本次交易的独立财务顾问，根据《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》和《准则第 26 号》等法律法规的规定和中国证监会的要求，通过尽职调查和对岭南园林发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书以及信息披露文件的审慎核查，并与岭南园林及其他中介机构经过充分沟通后，发表的结论性意见如下：

“1、本次交易符合《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《重组管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定；

2、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；

3、本次交易完成后，上市公司仍具备股票上市的条件；

4、本次交易标的资产的定价原则公允，发行股票的定价方式和发行价格符合证监会的相关规定，不存在损害上市公司及股东合法利益的情形；

5、本次交易的标的资产为德马吉 100% 股权，资产权属清晰，不存在质押、担保权益或其他受限制的情形，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续，资产过户或者转移不存在法律障碍，相关债务债权处理合法，本次交易符合《重组管理办法》等相关法律法规规定的实质性条件；

6、本次交易不构成关联交易，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，有利于保护上市公司全体股东的利益；

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

实际控制及其关联人将继续保持独立,符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定;

8、本次交易完成后,将有利于上市公司形成或者保持健全有效的法人治理结构,符合《重组管理办法》等相关法律法规规定的实质性条件;

9、本次交易所涉及的各项合同及程序合理合法,在交易各方履行本次交易相关协议的情况下,不存在上市公司支付现金后不能及时获得相应对价的情形;

10、本次交易后上市公司实际控制人并未变更,不构成借壳上市。”

综上所述,本次发行股份及支付现金购买资产的独立财务顾问广发证券认为本次交易符合《重组管理办法》的规定。

## (二) 法律顾问意见

君合律所作为上市公司法律顾问,根据《公司法》、《重组管理办法》、《准则第26号》、《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则(试行)》及其他有关法律、法规和中国证监会有关规范性文件的规定,按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神,就岭南园林本次交易出具法律意见如下:

1、本次交易的方案符合法律、法规和规范性文件的规定。

2、岭南园林具有实施本次交易的主体资格,本次交易的其他各参与方具备进行本次交易的主体资格。

3、就本次交易已取得现阶段所需的相关授权和批准,该等授权和批准合法有效;本次交易不构成关联交易。本次交易尚需取得中国证监会的批准或同意。本次交易取得有关批准和同意后,德马吉尚需办理有关变更登记及交接手续。

4、本次交易符合《发行管理办法》规定的实质性条件,符合《重组管理办法》对于上市公司重大资产重组和上市公司发行股份购买资产规定的实质性条件。在有关协议的签署方切实履行协议各项义务的情况下,在取得必要的批准和同意后,实施本次交易不存在实质性法律障碍。

5、岭南园林就本次交易依照《重组管理办法》履行了现阶段的信息披露义

务，岭南园林尚须根据项目进展情况，依法履行相应的信息披露义务。

6、公司2016年度第二次临时股东大会的召集和召开程序、出席会议人员的资格、本次股东大会的表决程序符合法律、法规及公司章程、公司股东大会议事规则的规定，表决结果合法、有效。



## 第九章 管理层讨论与分析

### 一、本次交易前上市公司财务状况与经营成果分析

#### (一) 主要财务数据

最近两年，上市公司的主要财务数据如下：

单位：万元

项 目	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
<b>资产负债表摘要</b>		
资产总计	363,566.46	191,349.45
负债合计	267,527.84	116,034.52
所有者权益合计	96,038.61	75,314.93
归属于母公司所有者权益合计	95,867.85	75,314.93
<b>利润表摘要</b>		
营业收入	188,886.12	108,819.29
营业利润	19,937.33	14,123.70
利润总额	20,279.24	14,080.54
净利润	16,854.25	11,701.16
归属于母公司所有者的净利润	16,795.11	11,701.16
<b>现金流量表摘要</b>		
经营活动现金流量净额	-13,732.76	-19,183.98
投资活动现金流量净额	-25,077.51	-1,353.86
筹资活动现金流量净额	38,804.38	36,635.25

注：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。

#### (二) 本次交易前上市公司财务状况分析

##### 1、资产结构分析

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
<b>流动资产：</b>				
货币资金	24,872.28	6.84	25,323.33	13.23

应收票据	1,517.48	0.42	736.78	0.39
应收账款	54,107.16	14.88	37,626.37	19.66
预付款项	905.44	0.25	592.09	0.31
其他应收款	5,354.26	1.47	5,386.36	2.81
存货	127,929.30	35.19	65,847.73	34.41
一年内到期的非流动资产	20,375.12	5.60	14,360.50	7.50
其他流动资产	149.67	0.04	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>235,210.71</b>	<b>64.70</b>	<b>149,873.16</b>	<b>78.32</b>
<b>非流动资产：</b>				
可供出售金融资产	1,600.00	0.44	-	-
长期应收款	64,510.70	17.74	36,945.72	19.31
固定资产	4,566.48	1.26	2,737.25	1.43
在建工程	6,992.43	1.92	-	-
无形资产	1,861.98	0.51	89.19	0.05
商誉	44,909.60	12.35	-	-
长期待摊费用	422.65	0.12	486.20	0.25
递延所得税资产	3,437.11	0.95	1,085.97	0.57
其他非流动资产	54.80	0.02	131.96	0.07
<b>非流动资产合计</b>	<b>128,355.75</b>	<b>35.30</b>	<b>41,476.29</b>	<b>21.68</b>
<b>资产总计</b>	<b>363,566.46</b>	<b>100.00</b>	<b>191,349.45</b>	<b>100.00</b>

### (1) 资产构成总体分析

公司 2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日的资产总额分别为 363,566.46 万元和 191,349.45 万元，2015 年末较 2014 年末增长了 90.00%。报告期内公司资产结构以流动资产为主，报告期各期末流动资产占总资产的比例平均为 71.51%，但流动资产的比例呈逐年下降趋势。

### (2) 流动资产构成分析

岭南园林的流动资产主要由货币资金、应收账款和存货构成，截至 2015 年 12 月 31 日，前述三项资产账面价值合计占当年流动资产的比例为 87.97%。

#### 1) 货币资金

公司货币资金主要由银行存款构成。2015 年末和 2014 年末，公司货币资金余额分别为 24,872.28 万元和 25,323.33 万元，占流动资产的比例分别为 10.57%

和 16.90%。由于公司所处行业的业务特点以及公司长期应收款回收速度相对较慢、生产经营占用资金规模相对较大，因此，公司主要通过增加银行借款等方式保证了货币资金规模的相对稳定，以满足公司业务规模不断扩大的需求。2015 年末，公司货币资金较 2014 年末减少 451.05 万元，主要系公司园林施工业务开展占用资金占用规模增大，以及支付恒润科技并购价款所致。

## 2) 应收账款

2015 年末和 2014 年末，公司应收账款账面价值分别为 54,107.16 万元和 37,626.37 万元，占流动资产的比例分别为 23.00%和 25.11%；2015 年末应收账款余额较 2014 年增长 16,480.79 万元，增长率为 43.80%。报告期内，公司应收账款规模较大，占流动资产比例较高，主要是因为公司主要以园林工程施工收入为主，受工程施工业务规模的扩大及工程款结算方式的影响，形成年底较大金额的应收账款。此外，公司于 2015 年 6 月收购恒润科技，也进一步提高了公司 2015 年末应收账款余额总规模。

## 3) 存货

2015 年末和 2014 年末，公司存货账面价值分别为 127,929.30 万元和 65,847.73 万元，占流动资产的比例分别为 54.39%和 43.94%，占比很大，且金额呈逐年上升的趋势。主要系公司园林工程施工项目的增加及工程规模的不断扩大，已支出尚未与甲方结算的工程施工余额增加，以及于 2015 年 6 月 30 日将子公司恒润科技纳入合并范围所致。从公司报告期各期末存货结构来看，存货中主要为未结算的工程施工，平均占存货余额比例达到 90%以上。

### (3) 非流动资产构成

非流动资产主要由长期应收款、在建工程和商誉构成，截至 2015 年末，前述三项资产账面价值合计占当年非流动资产的比例为 90.70%。

#### 1) 长期应收款

自 2012 年以来公司开始以 BT 模式承接工程项目，从而形成长期应收款。2015 年末和 2014 年末，公司长期应收款账面价值分别为 64,510.70 万元和 36,945.72 万元，占非流动资产的比例分别为 50.26%和 89.08%，总金额逐年增加，

主要系由于公司 BT 模式下的市政园林景观工程施工项目的持续完工所致。相应的一年内到期的非流动资产金额同比增长 6,014.62 万元，增幅达到 41.88%。

BT 业务经营方式为“建设-移交 (Build-Transfer)”，即政府或代理公司与 BT 业务承接方签订市政工程项目 BT 投资建设回购协议，并授权 BT 业务承接方代理其实施投融资职能进行市政工程建设，工程完工后移交政府，政府根据回购协议在规定的期限内支付回购资金（含投资回报）。由于 BT 业务经营跨期时间长，如提供建造服务，建造期间，对于所提供的建造服务按照“建造合同”的会计准则处理要求，确认相关的收入和成本，建造合同收入按应收取对价的公允价值计量，同时确认长期应收款。未提供建造服务的，应按照建造过程中支付的工程价款等考虑合同规定，确认长期应收款。对 BT 业务所形成的长期应收款，在资产负债表日后一年内可回收的部分，应转入一年内到期的非流动资产核算。

## 2) 在建工程

2015 年末，在建工程余额为 6,992.43 万元，其主要为公司之子公司恒润科技新建厂区工程项目。该项目于 2013 年 12 月 25 日开工建设，由新建综合楼、车间 1-5 号、门卫及设备用房及围墙组成，地点位于位于上海奉贤区青村镇 13 街坊 38/9 丘土地，预计 2016 年中旬完成竣工验收。该项目预算总成本约为 9,737 万元，截至 2015 年 12 月 31 日在建工程已发生成本 6,992.43 万元，项目进度约为 71.81%。

## 3) 商誉

截至 2015 年 12 月 31 日，公司商誉账面金额为 44,909.60 万元，系由公司于 2015 年 6 月以支付现金对价的方式购买恒润科技 100% 股权所产生，总对价 55,000 万元。截至 2015 年 12 月 31 日，该商誉尚不存在减值迹象。

## 2、负债结构分析

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
<b>流动负债：</b>				
短期借款	51,144.14	19.12	44,920.17	38.71

应付票据	4,901.82	1.83	4,596.19	3.96
应付账款	104,873.91	39.20	48,470.08	41.77
预收款项	3,115.80	1.16	406.83	0.35
应付职工薪酬	1,995.65	0.75	1,735.80	1.50
应交税费	16,060.31	6.00	8,193.41	7.06
应付利息	1,055.27	0.39	102.92	0.09
其他应付款	574.96	0.21	609.12	0.52
一年内到期的非 流动负债	38,676.00	14.46	900.00	0.78
<b>流动负债合计</b>	<b>222,397.86</b>	<b>83.13</b>	<b>109,934.52</b>	<b>94.74</b>
<b>非流动负债:</b>				
长期借款	16,374.00	6.12	6,100.00	5.26
应付债券	24,291.66	9.08	-	-
长期应付款	4,000.00	1.50	-	-
递延收益	425.00	0.16	-	-
递延所得税负债	39.32	0.01	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>45,129.98</b>	<b>16.87</b>	<b>6,100.00</b>	<b>5.26</b>
<b>负债合计</b>	<b>267,527.84</b>	<b>100.00</b>	<b>116,034.52</b>	<b>100.00</b>

### (1) 负债构成总体分析

公司 2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日的负债总额分别为 267,527.84 万元和 116,034.52 万元,2015 年末较 2014 年末增长了 130.56%,主要系公司 2015 年 6 月收购恒润科技,以及园林工程施工业务快速发展,业务垫资增加致使公司流动负债增加所致。公司负债主要由流动负债构成,报告期各期末流动负债占负债总额的比例平均为 88.94%。

### (2) 流动负债构成分析

公司流动负债主要由短期借款、应付账款和一年内到期的非流动负债构成,截至 2015 年 12 月 31 日,前述三项负债账面价值合计占当年流动负债的比例为 87.54%。

#### 1) 短期借款

短期借款是公司债务资金的主要来源,主要通过质押、担保和信用等方式借款。2015 年末和 2014 年末,公司短期借款余额分别为 51,144.14 万元和 44,920.17 万元,占总负债的比例分别为 19.12%和 38.71%。2015 年末,公司短期借款占总

负债比例下降主要系由于 2015 年 6 月份公司将恒润科技纳入合并范围, 整体流动负债总额有所增加所致。

## 2) 应付账款

2015 年末和 2014 年末, 公司应付账款金额分别为 104,873.91 万元和 48,470.08 万元, 占总负债的比例分别为 39.20%和 41.77%, 应付账款主要为工程设备、材料采购款等, 应付账款占负债总额的比例较为稳定。

## 3) 一年内到期的非流动负债

2015 年末, 公司一年内到期的非流动负债余额 38,676.00 万元, 较 2014 年末增长 37,776.00 万元, 增长率高达 4,197.33%, 主要系支付恒润科技的股权并购款 55,000 万元的长期应付款一年内到期的部分, 以及长期借款一年内到期部分。

### (3) 非流动负债构成分析

公司非流动负债主要由长期借款和应付债券两部分构成, 截至 2015 年 12 月 31 日, 前述两项负债账面价值合计占当年非流动负债的比例为 90.11%。

## 1) 长期借款

截至 2015 年末和 2014 年末, 公司长期借款金额分别为 26,050.00 万元(其中一年内到期部分金额为 9,676.00 万元)和 7,000.00 万元(其中一年内到期部分金额为 900.00 万元), 长期借款增长迅速, 主要是因为公司的园林工程施工业务逐步向 BT 模式转换所需要大量长期资金, 公司为保证经营的正常进行, 通过长期借款增加对长期资金的需求, 以达到资产与负债类型的匹配。此外, 公司于 2015 年向中国银行东莞分行借入长期贷款 11,000 万元, 用于支付并购恒润科技 100%股权项目的转让价款。

## 2) 应付债券

应付债券科目核算的是公司 2015 年公司债券的应付余额。经公司第二届董事会第十一次会议, 2014 年第二次临时股东大会审议通过, 中国证监会证监许可[2015]454 号文核准, 公司获准向社会公开发行面值不超过 2.5 亿元的公司债券。公司于 2015 年 6 月 19 日成功发行 2.5 亿公司债, 发行价格为每张人民币 100

元，债券年利率为 6.8%，附第 3 年末公司上调票面利率选择权和投资者回售选择权。广东省融资再担保有限公司为本期债券提供不可撤销的连带责任保证担保。

### 3、资本结构与偿债能力分析

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
<b>资本结构：</b>		
资产负债率	73.58%	60.64%
流动资产/总资产	64.70%	78.32%
非流动资产/总资产	35.30%	21.68%
流动负债/负债合计	83.13%	94.74%
非流动负债/负债合计	16.87%	5.26%
<b>偿债能力：</b>		
流动比率	1.0576	1.3633
速动比率	0.4824	0.7643

注 1：资产负债率=负债总额/资产总额\*100%

注 2：流动比率=流动资产/流动负债\*100%；

注 3：速动比率=（流动资产期末数-存货期末数）/流动负债期末数\*100%；

从短期偿债能力来看，报告期内，公司的流动比率和速动比率均处于较合理水平，流动资产基本足以覆盖全部流动负债，其中，流动比率的平均值为 1.21，速动比率的平均值为 0.62，公司的短期偿债能力较为稳健。公司流动负债占总负债比例较高，主要为银行借款等有息负债。

2014 年，公司的资产负债率为 60.64%，主要系由于公司的借款较大所致。2015 年末，公司资产负债率上升至 73.58%，主要系由于于 2015 年度发行公司债券及向银行借入长期贷款所致。

综上，随着公司债务比例的不不断提升，公司的偿债能力持续减弱，流动比率、速动比率持续降低，资产负债率处于偏高的水平。

### （三）本次交易前上市公司经营成果分析

#### 1、经营成果分析

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	188,886.12	108,819.29
营业成本	133,015.78	76,757.04
营业利润	19,937.33	14,123.70
利润总额	20,279.24	14,080.54
净利润	16,854.25	11,701.16
归属于母公司所有者的净利润	16,795.11	11,701.16

2015 年度和 2014 年度，公司营业收入分别为 188,886.12 万元和 108,819.29 万元，增长率高达 73.58%；同期归属于母公司所有者的净利润分别为 16,795.11 万元和 11,701.16 万元，增长率为 43.53%，业务稳定增长，盈利能力提升，一方面是报告期内公司一直注重技术创新和产品研发，不断加大研发投入，以市场为导向，将园林设计、施工理念与创新科技相结合，提升公司综合市场竞争力，业务拓展能力增强所致；另一方面是公司于 2015 年 6 月将恒润科技纳入合并范围，给公司的文化创意板块注入包括主题文化创意设计等业务的收入和利润。

## 2、盈利能力指标分析

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入（万元）	188,886.12	108,819.29
加权平均净资产收益率	19.87%	17.79%
总资产报酬率（年化）	9.12%	10.81%
毛利率	29.58%	29.46%
净利率	8.92%	10.75%

公司在业务稳定增长，销售收入稳步提高的基础上，2015 年度上市公司净利润率小幅度下降，主要系由于公司园林工程 BT 模式业务的深化开展，以及公司进一步发展壮大，筹建了华东、华北等各大区域中心，增加其管理费用、薪酬费用等；同时由于公司实施股权激励计划，股权激励费用增加，导致管理费用增加所致。

2015 年末上市公司加权平均净资产收益率有所上升，主要系由于公司 2014 年度首次公开发行股份并募集资金大大增加其净资产总额所致；2015 年公司总资产报酬率同比有所下降，主要系由于公司业务快速扩张，并实施股权激励计划，股权激励费用增加，导致管理费用率大幅上升至 11.95%所致。随着公司业务不断开展以及业务趋于平稳，其收益率将逐步回归并趋于稳定。



## 二、标的公司行业特点和经营情况的讨论与分析

### (一) 标的资产所属行业的特点

德马吉是一家以文化创意设计为核心,具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商。根据证监会《上市公司分类指引》(2012年修订),标的公司隶属于“商业服务业(L72)”中的细分行业——“会展营销服务业”。因会展营销服务业主要通过创意设计、流程策划、道具设计等方式以实现参展商的产品及品牌文化展示,所以其亦隶属于文化创意产业范畴。文化创意产业的发展将在较大程度上带动会展营销服务行业的发展。

#### 1、行业管理体制及主管部门

我国会展营销服务行业采用政府宏观指导和调控、企业自主经营、行业协会积极参与服务的政策和管理体制。其主管部门包括商务部与文化部等,行业自律组织为中国展览馆协会。上述组织的分管内容如下:

商务部是会展营销服务行业的主管部门,主要负责会展营销服务业的管理和促进等工作。

文化部负责拟订文化发展方针政策、起草文化法律法规草案、制定文化事业发展规划并组织实施;对各类文化经营活动进行行业市场监管,有效推进文化事业建设与发展。

中国展览馆协会是会展营销服务行业的自律性组织,其工作主要包括:向各级政府反映行业情况并提出建议;组织中国国际会议与创意展览展示会及相关研讨会;通过广泛调研探索具有中国特色的展览管理和运营机制,提高行业效益等。

#### 2、行业主要法律法规及产业政策

近年来,为加强会展营销服务行业的监管力度并促进其快速发展,我国相继颁布了一系列的法律法规及产业政策。其中,2011年9月颁布的《服务贸易发展“十二五”规划纲要》指出:相关部门需完善会展行业法律法规体系,建立统一的会展业管理体制;2012年12月颁布的《服务业发展“十二五”规划》提出合理

规划展馆布局、发展会展业等相关内容；2013年9月提出的“一带一路”战略为我国企业“走出去”创造了绝佳的机会，进而为会展营销服务企业发展国外业务提供了条件；2015年3月颁布的《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》提出全面深化展览业管理体制的改革，为我国会展业的健康发展铺平道路。

一系列法律法规及产业政策的出台，使得我国会展营销服务行业的管理体制进一步完善，为我国会展营销服务行业的健康、快速发展奠定基础。

### 会展营销服务行业的主要法律法规及产业政策

相关政策	发布日期	主要内容
《服务贸易发展“十二五”规划纲要》	2011年9月	明确指出“完善会展行业法律法规体系，建立统一的会展业管理体制；建立并完善行业规范和标准，优化会展规划布局，集中资源，合理分布，错位发展；研究出台会展业促进政策措施，培育品牌展会，扶持优秀办展机构，推动优质展馆和展会中心城市建设，加强会展业人才培养；鼓励和推动会展业中介机构发展，研究成立全国性会展业行业协会”。
《服务业发展“十二五”规划》	2012年12月	关于生产性服务业，提出合理规划展馆布局，发展会展业；关于服务业对外开放，提出重点培育通信、金融、传媒、咨询、会展等现代服务贸易。
“丝绸之路经济带”与“海上丝绸之路”(简称“一带一路”)规划	2013年9月	“一带一路”发端于中国，贯通中亚、东南亚、南亚、西亚乃至欧洲部分区域，东牵亚太经济圈，西系欧洲经济圈，覆盖约44亿人口，经济总量约21万亿美元，分别占全球的63%和29%，包括许多新兴经济体、和发展中国家，不少与我国是最大贸易伙伴，为世界上最具发展潜力的经济合作带，充分发挥境内企业“走出去”。
《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》	2015年3月	提出全面深化展览业管理体制的改革，加快政府职能转变和简政放权，坚持市场导向，规范和减少政府办展，鼓励各种所有制企业根据市场需求举办展会，使市场化、专业化展会数量显著增长，到2020年，基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。
《国务院关于进一步	2015年11月	到2020年，展览业基本建成结构优化、

促进展览业改革发展的若干意见》(国发〔2015〕15号)		功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。展览业实现发展环境日益优化、市场化水平显著提升以及国际化程度不断提高。
------------------------------	--	---

### 3、文化创意产业市场情况

#### (1) 文化创意产业定义及驱动因素

文化创意产业是以人的创造力为核心驱动要素的战略产业,它是以文化为元素,以科技为支撑,以市场为导向,以产品为载体,形成融合型的产业链,并通过知识产权的开发和符号价值的反复交易产生巨大的经济效益。文化创意产业不仅包括广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、雕塑、环境艺术、广告装潢、服装设计、软件和计算机服务等细分行业,亦涵盖如会展营销服务等以文化创意作为核心竞争力的商业服务细分行业。文化创意产业具有自主创新、技术含量高、附加值高、融合性强、资源消耗少、环境污染小、需求潜力大等特性,上述特性决定文化创意产业对比起传统产业,具备更加广阔的市场前景。

#### 1) 日趋完善的政策支持体系保障文化创意产业良性发展

文化创意产业作为一种新兴的产业,是经济、文化及技术等相互融合的产物,具有较强的融合性,渗透性和辐射性。文化创意产业的快速发展,对于促进经济发展方式转变,实现产业结构转型升级,提升现代服务业水平,实现社会主义文化大发展、大繁荣,具有重要战略意义。因此,近年来我国政府对此也高度重视,围绕本行业制定并实施了一系列的行业发展政策与指导意见。

2009年,国务院颁布了首部《文化产业振兴规划》,标志着文化产业已成为我国国民经济体系中的一个先导性、战略性产业。我国“十二五”规划中提出要“推动文化产业成为我国的支柱性产业”,其在国民生产总值中的占比需达5%以上。2014年,国务院连续出台了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,该政策的出台促进文化创意产业与其他科技产业的融合共同发展。2016年2月国务院印发《关于加快众创空间发展、服务实体经济转型升级的指导意见》,该政策的出台旨在进一步充分发挥各类创新主体的积极性和

创造性,发挥科技创新的引领和驱动作用,紧密对接实体经济,强化支撑我国经济结构调整和产业转型升级,继续推动众创空间向纵深方向发展。

上述发展政策与指导意见的出台,体现出国家对文化创意产业的支持日益完善,一方面有助于加强我国对文化创意产业的战略选择与规划制定,提高文化创意企业整体竞争优势;另一方面有助于优化新形势下的国民经济结构,加快产业之间的融合进程,提升产业的对外开放水平。

## 2) 消费需求升级与企业竞争加剧带动文化创意产业发展

文化创意产业的发展,既受到消费需求升级的带动,也受到企业之间竞争加剧的驱动。

在消费需求升级方面:现阶段,我国消费群体日趋年轻化,其消费需求不再单纯局限于商品的使用价值,而是更加注重商品在满足时尚追求、品质追求、个性追求等方面的附加价值。在此趋势下,企业在保证商品使用价值的基础上,通过创意设计、创意营销、创意策划等手段,将品牌价值、文化创意元素融入其产品当中,使其具备个性化、差异化特征,从而满足年轻化客群对生活品质的追求。

在企业间竞争驱动方面:随着社会物资的丰富、工业科技水平的进步以及国民经济产业的逐渐细分,企业间的产品品质和销售渠道日趋同质化。企业的盈利空间逐步缩小,市场地位亦较难维持。因此,为了在同质化的竞争中脱颖而出并强化其差异性的市场竞争优势、确立其市场竞争地位,企业愈加注重对品牌内涵、运营模式等极具个性化的运营环节的投入。企业通过将文化创意元素与品牌价值元素植入产品,使其产品更具差异性 & 标识性,有助于其形成差异化的竞争优势。

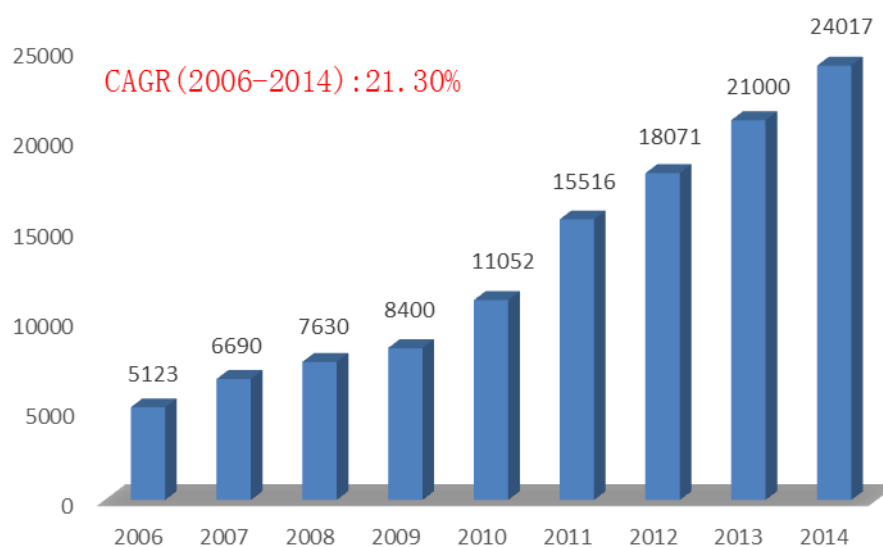
### (2) 文化创意产业市场规模

近年来,随着国人生活水平的提升及消费选择的增多,其在消费时往往不再满足于商品本身的使用价值,而更关注商品中的观念价值,即其中被注入的文化要素。文化创意产业正是通过观念、感情和品位的传达,赋予传统商品某种独特的象征意义,提升其文化附加值,因而可满足人们的精神需求和个性化消费。因此,国人消费理念的转变为文化创意产业带来了新的发展契机。其次,随着社会物资的丰富、工业科技水平的进步以及国民经济产业的逐渐细分,企业间的产品

品质和销售渠道日趋同质化。企业为了强化其市场竞争优势,纷纷加大对品牌内涵、运营模式等极具个性化的运营环节的重视程度及投入力度,以此树立其差异化的品牌形象。而企业在品牌内涵的丰富完善及产品的差异化设计上,无疑需要文化创意的支撑。企业间的竞争加剧在极大程度上推动着文化创意产业的发展。此外,文化创意产业作为我国的新兴行业,因其本身具有高度的融合性、较强的渗透性和辐射力而受到国家政策的大力扶持。

在终端消费理念的升级、市场竞争加剧以及国家产业政策的支持等因素的驱动下,我国文化创意产业在不同行业之间已呈现出多向交互融合的发展态势,市场规模获得快速且稳定的增长。根据中国产业研究所数据显示,中国文化创意产业年增加值由2006年的5,123亿元增至2014年的24,017亿元,年复合增速高达21.30%,表现出良好的增长态势。

2006-2014年中国文化创意产业增加值(亿元)



资料来源:中国产业研究所

#### 4、会展营销服务行业市场情况

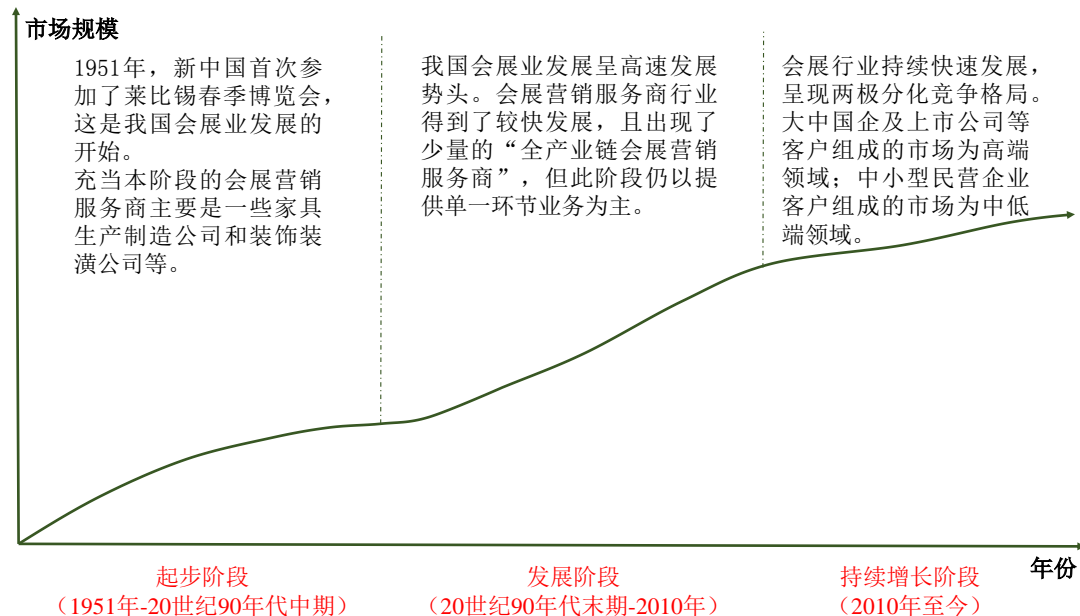
会展,具体是指在一定地域空间,由人群聚集在一起形成的,通过定期或不定期、正式或非正式地进行信息交流传递的群体性社会活动。会展行业囊括了各类型的博览会、展览展销活动、大型会议、体育竞技运动、文化活动、节庆活动等等集体活动。

会展营销服务行业，是在会展行业功能日益细分的趋势下，基于对会展参与者的行业定位、企业文化、品牌价值、产品/服务类型、客群定位、渠道选择等方面具有深入了解的前提下，通过创意设计、流程策划、会展服务、道具设计、工程搭建等方式，实现会展参与者进行产品展示、贸易成交、客户开发、信息获取、形象树立、品牌推广的新兴服务型行业。

### (1) 会展营销行业发展历程

我国会展营销服务行业总共可划为 3 个发展阶段，其分别为起步阶段、发展阶段、持续增长阶段，目前处于持续增长阶段，其行业发展历程如下：

#### 中国会展营销服务行业的发展历程



#### 1) 起步阶段（1951-20 世纪 90 年中期）

1951 年，新中国首次参加了莱比锡春季博览会，这是我国现代会展行业发展的开始。1982 年中国代表团参加美国诺克斯维尔世博会，此次参展标志着中国会展行业真正开始起步。在此阶段，一方面国民经济实力较弱，另外一方面市场参与者数量极为稀少。由于当时市场监管体制不健全，企业参展意愿较为淡薄。另外，因办展成本较高，中小型民企付费意愿不强，因此参展商一般以国有企业等有一定实力的大型企业为主。参展商主要着眼于短期利益，参展的主要目的是销售产品，由于彼时企业品牌意识相对薄弱，创意展览付费意愿较低，对会展营

销服务供应商的选择主要着眼于价格,为迎合当时市场需求导向,充当本阶段的会展营销服务商主要是一些家具生产制造公司和装饰装潢公司等。

## 2) 发展阶段(20世纪90年代末期-2010年)

20世纪90年代末期,由于会展宣传效果的逐步提升,吸引着越来越多企业参加会展,我国会展业发展突飞猛进,呈高速发展势头。在此阶段,民营企业也开始积极参与会展营销,如“海尔、格力、康佳”等一系列优秀民营企业。此阶段企业品牌意识在逐步增强,优秀型企业开始注重其品牌文化的宣传推广,会展营销由产品展示开始过渡到品牌文化的展示。会展营销手段对参展商的盈利增量带动能力愈发明显,从而使会展营销成为当时一种新兴的营销渠道。

## 3) 持续增长阶段(2010年至今)

2010年,随着上海世博会的举办,政府对会展的支持力度逐步加大,会展营销带来的直接或间接经济效益和社会效益非常明显,中国会展行业规模出现跳跃式增长,展览面积增加至7,440万平方米,同比增长了49.10%。规模增长的同时,会展营销服务行业的竞争压力也在增强,客户对供应商的选择愈加严格,再此情况下会展营销服务行业的产业分工逐步细化,该细分行业的上游为展品制造商,中游为创意展示服务运营商,下游为会展工程服务运营商。大中型国企及上市公司对自身品牌文化重视程度逐步提高,对会展营销付费意愿强,对会展营销供应商的筛选较为严格,此类客户构成会展营销服务行业的高端市场领域,会展营销服务业的高端市场具有较高的进入门槛。此外,实力较强的会展营销服务商开始拓展海外市场,实现全球化战略版图。随着会展营销效果的提升,会展营销吸引着越来越多中小型民营企业参与,中小型民营企业预算少,品牌意识薄弱,侧重产品贸易展示,价格敏感强,中小型民营企业客户组成的会展营销市场为中低端领域,因此,会展营销服务行业呈现两极分化的竞争局面。

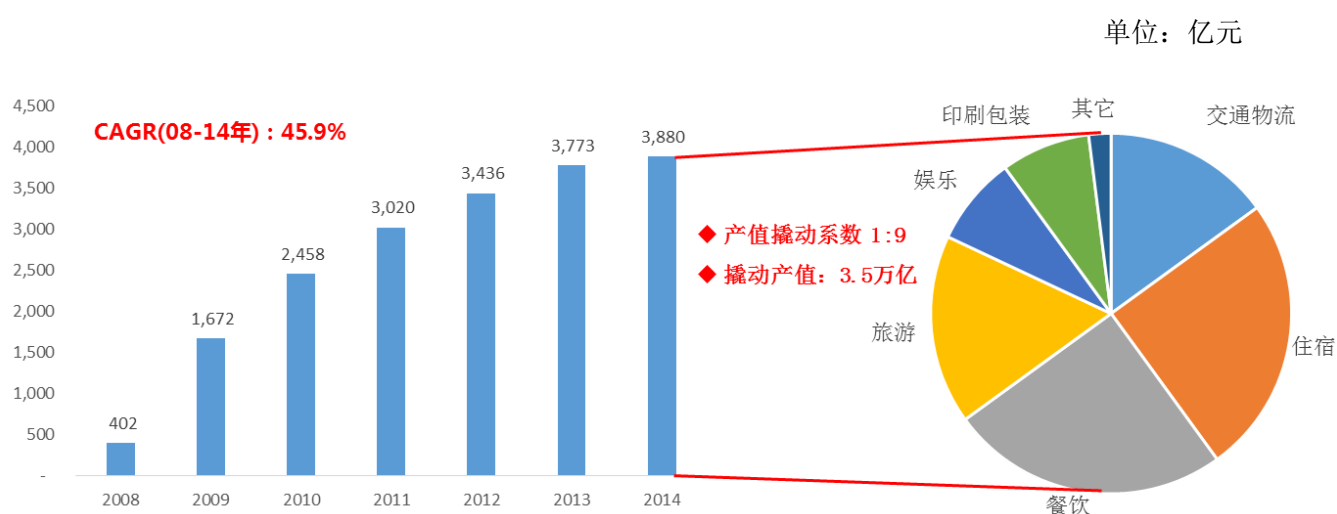
### (2) 会展营销服务行业市场规模与行业发展趋势

#### 1) 会展营销服务行业市场需求规模

会展营销服务行业作为会展行业的配套行业,只有在经济稳步发展、商业贸易往来频繁、会展市场规模增大、企业参展需求升级等因素驱动下,其市场需求

潜力才能得到逐步释放。近年来，国内企业对外贸易程度的加深与外资企业在华投资规模的增长，极大拉动了多类国民经济主体的参展需求。据中国国际贸易促进委员会统计显示，中国会展行业市场需求规模从 2008 年的 402 亿元增至 2014 年的 3,880 亿元，年复合增速高达 45.9%。鉴于会展行业的特殊产业属性，其对包括“交通物流、住宿、餐饮、旅游、娱乐、印刷包装”等在内的国民经济周边产业带动效应明显。以 2014 年为例，彼时中国会展行业市场规模为 3,880 亿元，其所撬动的周边产业累计产值达 3.5 万亿元，产值撬动系数为 1: 9。

### 2008-2014 年中国会展行业及其所撬动周边产业总产值

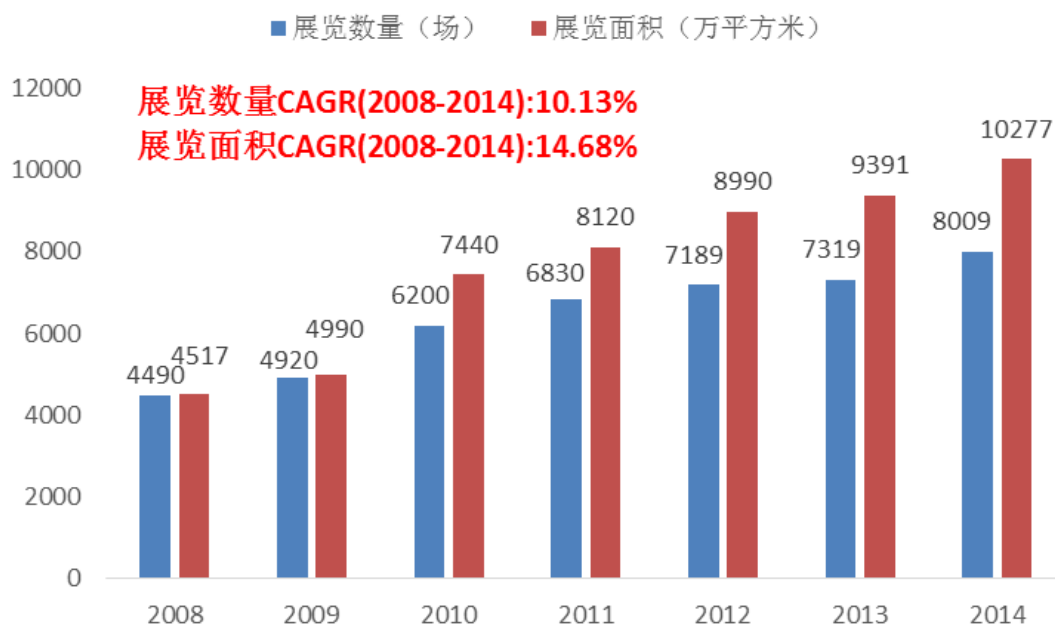


数据来源：中国展览经济发展报告（2015）

鉴于会展产业发展对国民经济整体的撬动效应，近年来我国政府陆续出台了系列针对会展产业的鼓励政策，明确提出鼓励各种所有制企业根据市场需求举办展会，使市场化、专业化的展会数量显著增长。据中国产业信息网统计显示，中国会展展览数量从 2008 年的 4,490 场增至 2014 年的 8,009 场，年复合增速逾 10%。同期，会展展览面积由 4,517 万平方米增至 10,277 万平方米，年复合增速超 14%。

### 2008-2014 年中国展览数量及面积

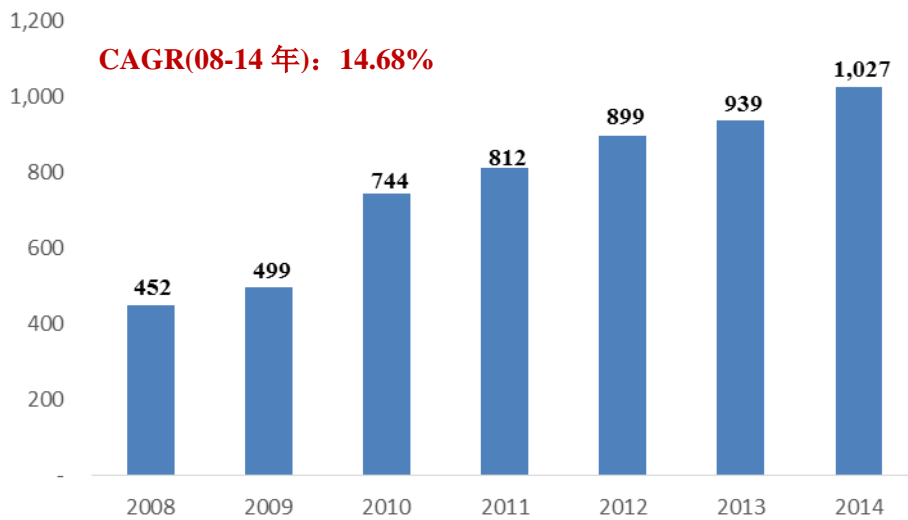




资料来源：中国产业信息网

受到市场竞争驱动的影响，下游参展企业的参展目的与展示方式也随之发生改变。在参展目的方面，参展商的参展的目的由最初的产品宣传与销售，升级到品牌宣传与文化推广层面；在展示方式方面，参展商更倾向于借助 VR、全息投影、3D 技术等趋势型多媒体展示技术以及创意品宣方案，在线下布置极具视觉冲击力和沉浸感体验的虚拟应用场景，实现对参展企业核心业务价值的精准传达。在此趋势下，越来越多的参展企业选择与兼具文化创意设计能力和多产业链环节运营能力的专业会展营销服务提供商合作。藉此，催生出一个需求潜力巨大且持续快速增长的会展营销服务行业。按照会展营销行业运营经验，参展企业在会展营销服务环节的平均支出成本约为 1,000 元/平方米，据此估算得 2014 年中国会展营销服务业市场需求规模为 1,027 亿元，过去 7 年年复合增速达 14.68%。

### 2008-2014 年中国会展营销服务行业市场规模 (亿元)



数据来源：中国产业信息网

## 2) 会展营销服务行业未来发展趋势

在会展行业全球覆盖范围扩大、参展企业跨国经营需求增加、会展行业企业规模化发展以及新兴科技手段运用的环境趋势下，会展营销服务业将呈现出全球化扩展、全产业链延伸以及多功能结合等的发展趋势。

在全球化扩展层面，下游客户的跨国经营带动了会展营销服务业“走出去”。现阶段，我国会展营销服务行业呈现两级分化的竞争格局，高端市场服务领域的主要客群为大中型国企及上市公司，中低端市场服务领域的主要客户群为中小型民营企业。随着经济全球化趋势的发展，企业跨国经营频率逐渐提高，具备优秀文化创意能力且定位于高端市场服务领域的会展营销服务提供商，也跟随客户跨国经营的步伐，将其业务向海外会展营销服务市场延伸，并通过整合全球供应链资源，将业务覆盖至全球范围。

在产业链延伸层面，由于会展行业规模化发展的驱动以及会展营销服务提供商自身实力的壮大，一些实力较强的会展营销服务提供商将抓住市场发展机遇，往会展组织及运营等产业链上游环节进行业务拓展。业务类型的拓展一方面可提高会展营销服务提供商的服务能力，另一方面可增加会展营销服务行业的市场覆盖密度，提升其整体盈利能力。

在多功能结合层面，经济的发展、科技的进步、创意营销手段的升级均为会

展营销服务行业注入许多新的元素。在会展营销服务业发展过程中,新型多媒体技术如全息投影、VR及3D技术的运用、网络会展方式的兴起以及交通物流等配套服务的完善,都将进一步提升本细分行业的整体服务水平,并对会展营销服务提供商的综合能力提出了更高的要求,促进本细分行业进入更高的发展平台。

## 5、行业竞争格局情况

### (1) 行业竞争格局和市场化程度

近10年来,随着会展营销经济效果和社会效益的明显,越来越多的企业通过参加会展的方式来宣传其产品及品牌文化,国家对会展营销的支持力度也逐步加大,下游参展商的巨大市场需求潜力的加速释放和国家的政策支持极大促使会展营销服务行业的快速发展。现阶段,企业间的产品品质和销售渠道日趋同质化,而同质化所带来的是对企业盈利空间和市场地位的稀释,在此趋势下,大中型国企及上市公司等客户更加侧重对自身品牌文化的宣传和推广;此外,随着经济全球化趋势的发展,企业跨国经营频率逐渐提高,全球化参展需求潜力得到释放,因此大中型国企及上市公司主要选择具备创意展示设计、全球业务覆盖、供应链上下游资源整合以及产业链各环节全覆盖等方面能力的会展营销服务提供商,这形成了会展营销服务行业的中高端市场领域;而数量极其庞大的中小型民营企业被会展营销的经济效果吸引而来,由于中小型民营企业具有业务规模小、竞争力较弱、品牌效应低、资金预算有限以及价格敏感等特点,这形成了会展营销服务行业的竞争无序、服务水平参差不齐、服务模式差别较大的低端市场领域。

现阶段,我国从事会展营销服务行业的企业众多,参差不齐,但由于本细分行业标准及监管体系还未完善。市场整体处于百家争鸣的竞争格局。根据企业运营模式、业务规模及竞争特点大致可将会展营销服务业的从业企业分为三个梯队类,其各自的竞争特点如下:

中国会展营销服务行业企业分类结构及竞争特点

企业类型	市场集中度	竞争特点
高端市场领域 第一梯队	高	此梯队企业专业性强,对客户议价能力较高,且具有较强的跨区域办展能力、全球化供应链整合能力及全产业链一体化环节服务能力,主要强调文化创意设计与客户品牌需

企业类型	市场集中度	竞争特点
		求的契合度，服务附加值高。 现阶段主要客户为大型国企及民企巨头，其特点是客单价高、品牌意识强、创意展示付费意愿强及跨地域办展需求高。
中端市场领域 第二梯队	中	此梯队企业的优势在于单环节作业能力，对客户议价能力一般，具备一定的跨地域业务开展能力和多产业链环节协同作业能力，强调展示业务的完整性。 现阶段主要客户为大中型民营企业，其特点是客单价较高、品牌意识逐步增强、创意展示付费意愿一般及市场规模存量较大。
低端市场领域 第三梯队	低	此梯队企业以单地域或单环节作业的业务开展为主，缺乏对业务整体展示需求的引导和规划。 现阶段主要客户为中小型民营企业，其特点是价格敏感性高、参展频率低，参展目的主要以贸易销售产品为主。

会展营销服务行业在我国处于持续增长阶段，面对存量庞大且需求持续加速释放的消费市场，行业整体竞争态势处于缓和阶段，不同运营模式及规模的企业都能占据一席之地，各梯队领先企业营收合计在整体市场中占比较低，目前我国会展营销服务行业市场整体呈现明显的三级梯队的竞争格局。但随着行业监管体系的逐步完善以及企业对会展营销需求的逐步增强，未来行业整体竞争格局将会逐步升级，即：

第一梯队会展营销服务提供商凭借其核心服务价值及高端市场领域所积淀全球化成功案例的示范作用，逐步向需求存量庞大的中端市场领域进行业务渗透。一些实力较强的会展营销服务提供商将抓住市场发展机遇，顺着产业链上游既会展组织及运营领域纵向发展，扩大自身的服务覆盖能力。

第二梯队会展营销服务提供商凭借其跨地域业务开展能力和多产业链环节协同作业能力，并加强自身的文化创意设计、跨区域办展、全球化供应链整合及全产业链一体化环节服务等方面的能力，逐步向高端市场领域进行业务拓展。

第三梯队会展营销服务提供商凭借其优秀的道具生产制造或装饰装潢等单环节作业能力，并加强跨区域业务开展能力及多产业链环节协同作业能力，逐步向中端市场领域进行业务拓展。

## (2) 行业内主要企业

目前，会展营销服务行业呈现三级梯队的竞争格局，会展营销服务行业企业数量众多，参差不齐，但业务范围涵盖“会展营销创意策划、展台整体形象设计、展具设计制作、展台工程搭建、活动创意策划”等一体化全产业链作业环节的高端市场领域的从业企业数量较少，该从业企业主要包括南京惠通创意展示股份有限公司（简称“南京惠通”）、深圳市卡司通展览股份有限公司（简称“卡司通”）、上海妙文会展服务有限公司（简称“妙文会展”）、北京笔克展览服务有限公司（简称“笔克展览”）、上海司马展览建造有限公司（简称“司马展览”）等国内企业，相关情况如下所示：

### 会展营销服务行业内主要企业

名称	公司简介
南京惠通	南京惠通成立于 2007 年 9 月 28 日，作为终端展示的整体解决方案提供商，以创意设计为业务核心，通过整合展示道具制作、展示方案实施、智能产品应用等多方资源，为客户提供一站式终端展示服务。
卡司通	卡司通成立于 2004 年 10 月 27 日，公司主要为客户的营销终端提供展示策划、形象设计、展具和展台构建、运营管理等一体化的综合解决方案和体验式服务。公司主营业务结构中车展比例占主要比重，汽车展览服务占 2014 年度总体收入的 90% 以上。
妙文会展	妙文会展成立于 2007 年 11 月 27 日，是一家集会议策划、会议接待、媒体运作、展览展示、旅游活动、票务预定为一体的专业会议服务公司。
笔克展览	笔克展览成立于 1992 年 09 月 02 日，公司主营展览、企业展厅、形象店、艺术空间、会议的设计和承建，也从事商用空间的设计及展厅装修工程。公司隶属笔克远东集团有限公司（股票代码为 0752.HK）。
司马展览	司马展览的主营业务是商展、陈列室、商店及博物馆的展台建设业务。司马展览隶属于司马展览集团，20 年来，司马展览集团不断在亚扩展业务范围，先后在新加坡、北京、上海、佛山、广州、成都成立了分公司和办事处。

## 6、标的资产所属行业的特征

### (1) 文化创意是会展营销服务行业的核心

随着会展营销行业的快速发展，会展对品牌宣传的作用效果愈加明显，越来越多大中型国企、上市公司通过会展营销的方式来宣传和推广其品牌文化。品牌文化的展示与传统商品陈列相比存在较大差异，其需要会展营销服务商精准把握参展商的品牌内涵、产品卖点、亮点以及需求。相较普通会展营销，嵌入创意策划元素的会展营销对产品品牌的宣传效果更佳。拥有文化创意基因的会展营销服务商更能充分挖掘企业的品牌文化内涵，提升企业品牌影响力，该类服务商以

全方位的展览文化创意设计为核心,深刻理解客户企业文化、品牌内涵及产品功能。通过展览展示的方式,实现客户品牌文化内涵的传播与推广。

## (2) 下游参展商驱动会展营销服务业的发展

随着经济的发展,国民生活水平的提升,国民渴望获得更佳消费体验。消费体验升级的社会业态倒逼现有企业通过创意营销手段来契合终端受众的需求;另外,会展营销对企业的产品及品牌推广效果明显。在此双轮趋势下,多数企业将会选择通过会展营销的方式来升级服务品质,宣传品牌文化内涵和产品功能属性。随着会展营销对产品及品牌推广效果的愈加明显,企业通过会展营销来宣传推广其产品及品牌文化的意愿在逐步提升,给会展营销服务行业催生庞大的市场需求空间。

## (3) 趋势性技术的应用带动会展营销业新一轮增长

近 10 年来,随着科技的发展,市场产生了一些高科技现代化视觉展示技术,例如多媒体展示技术、VR 技术以及 3D 视觉展示技术等。新兴展示技术用于会展营销,一方面可提升客户品牌文化宣传和推广的效果,让会展具有强烈的沉浸感和震撼感,实现客户提升品牌价值的目的;另一方面,对于没有实体产品的企业,例如技术服务类企业、互联网企业等,新兴视觉展示技术将为这些企业的产品及品牌推广提供有利帮助。因此新兴视觉展示技术的出现将为本细分行业带来新一轮的市场发展机遇,促使会展营销服务业继续增长。

## (4) 会展营销服务业市场处于两级分化的局面

随着会展营销效果的提升,企业对会展营销的诉求在逐步加大。国内起初主要是一些大中型国企、上市公司通过参加展会来推广其产品及品牌文化,随着会展效果的明显,进而吸引更多的民企参与,其中不乏有一些体量小、资金实力欠佳、对价格敏感性高的企业。大中型国企及上市公司等客户对会展营销服务供应商的筛选较为严格,此类客户为会展营销服务业中的高端服务领域客群;中小型民营企业因资金有限,而更多需要考虑到成本问题,对供应商的品质要求则相对较低,该类客户为会展营销服务业中的低端领域客群。在此趋势下,会展营销服务行业呈现两级分化的竞争格局,高端领域的服务供应商在跨地域服务能力、一

体化整体服务能力、本土化供应能力以及品牌溢价能力等方面较强,业务毛利率相比较较高。此外,具有较强实力的会展营销供应商抓住国家“一带一路”政策的实施,开始布局海外会展市场,开启全球“一体化”经营模式的战略布局;低端领域的服务供应商的整体作业能力较差,主要通过低报价来吸引参展客户,创意能力水平较低。

## 7、行业季节性、地域性及周期性

### (1) 行业的季节性

我国会展营销行业存在一定的季节性,1-3月份由于受春节假期因素及参展商自身定生产、销售目标等影响,第1季度通常是会展营销行业的淡季。7、8月份由于天气酷热,参展及观展的客户较少,第3季度通常也是会展营销行业的淡季。第2季度及第4季度几乎不受天气及节假日的影响,企业会寻求机会参加各类会展,希望会展能协助其完成年初预定的销售目标。因此,第2季度、第4季度是会展营销行业的旺季,而第1季度、第3季度是会展营销行业的淡季。

### (2) 行业的区域性

会展项目以所在区域的企业、观众、场馆及配套服务机构等基础资源为依托。对于国内展览,从面积上看,2015年华东地区经贸类展览会总面积共计约为2,842万平方米,约占全国展览会总面积的37%,居全国首位;华南地区经贸类展览会总面积达到约1,610万平方米,约占已知全国展览会总面积的21%,位居全国第二;华北地区经贸类展览会总面积达到约1,109万平方米,约占已知全国展览会总面积的15%,位居全国第三。对于出国展览,2015年出国办展项目数列居前10位的国家分别为美国、德国、俄罗斯、巴西、阿联酋、印度、土耳其、法国、意大利和墨西哥,我国赴上述10国的展出总面积占全年总量的68.9%。会展企业通常是基于这些区域性的资源优势而策划发起并组织举办一些会展项目,会展项目多具有比较明显的区域性。

### (3) 行业的周期性

在运营模式上,本细分行业企业有从事单一环节、多环节、全产业链环节服务的企业,当经济环境较好时,参展商的数量较多,需求较旺,采取各种运营模

式的企业均能获得一定的业务量；当经济环境出现不利局面时，会展营销服务需求较淡，从事单一环节或多环节服务的企业受经济环境影响较为明显，采取全产业链环节运营模式的企业影响较低，由于其盈利模块多，多模块业务抗风险能力较强。

会展营销服务提供商有专服务于某一行业领域客户，也有服务于多行业领域客户。由于不同行业的发展状况存在着一定程度的差异，不同行业受经济环境的影响也不一致。当经济不景气时，对于受经济周期影响较大的行业，专服务于该行业的会展营销服务提供商受到影响较大，而服务于多行业的会展营销服务提供商影响较小。因此，专服务于某一行业领域客户的会展营销服务提供商受经济周期的影响较大，而服务于多行业领域客户的会展营销服务提供商受经济周期的影响较小。

## 8、进入本行业的主要壁垒

本行业细分领域的进入壁垒在不断提高，主要表现在以下几个方面：

### (1) 专业创意设计壁垒

大中型国企、上市公司等高端市场服务领域客户对其自身品牌意识较强，其均希望通过会展来提升自身的品牌影响力和知名度。品牌展现效果的关键因素在于会展创意设计，会展创意设计需要在深刻理解企业品牌内涵、产品物理形态、功能以及终端用户视觉体验的基础上，结合客户的宣传推广方案，才能有针对性的设计出体现客户需求的产品，实现客户品牌文化内涵的传播和产品的推广。参展企业亟需通过选择具有优秀会展创意设计基因的会展营销服务供应商来协助宣传和推广其品牌文化。

### (2) 产业链“一体化”运营模式及品牌壁垒

大中型国企及上市公司等高端客户付费能力及品牌文化意识较强，其更倾向于选择具备产业链环节一体化服务能力的会展营销服务供应商，把会展营销服务业务交由一个具备产业链环节一体化服务能力的供应商独立负责。这不仅可降低客户自身的工作强度及管理成本，还可避免客户对接多个供应商造成工作失误的风险。会展营销服务行业涉及“会展创意策划、展示道具生产制造、装饰装潢”



等多个细分领域。业内具有从事单一环节服务的供应商,也有从事多环节服务的供应商,仍有从事产业链环节“一体化”服务能力的供应商。要做到从提供单一环节服务到有能够提供产业链环节“一体化”服务需要较长时间的人才和资源积累。因此,产业链环节“一体化”运营模式将给进入本行业高端领域的企业造成较大壁垒。

另外,高端市场服务领域客户对品牌文化意识较强,对会展营销服务供应商的筛选较为严格,对于会展营销服务供应商的多年来的经营业绩、项目案例以及从业经验在客户中形成的品牌口碑是否突出十分看重。因此,优良的品牌口碑和较高的客户认同度构成了本细分行业的进入壁垒。

### (3) 本土化资源整合壁垒

会展展馆主要分布于全球各地,与全球范围的会展展馆所在地的展示道具生产安装、装饰装潢等优质供应商建立起长期稳定合作关系是产业链“一体化”运营模式服务商的必要需求。会展营销服务业涉及展览创意设计、营销活动创意策划、展示道具的生产安装、展览的装饰装潢以及售后服务等领域,且时效性较强。创意会展营销需要在较短的时间内完成从对品牌理解到展示设计、展示道具生产及装饰装潢的一整套流程,这需要会展营销服务商具有较强的本土化资源整合能力。因此,整合本土化资源、为客户提供优质的会展营销服务、满足客户需求构成进入该行业的壁垒。

## 9、影响行业发展的有利与不利因素

### (1) 影响行业发展的有利因素

#### 1) 社会消费理念升级驱动企业加大对自身品牌的建设及推广

随着人口结构的更替,80、90后逐步成为我国消费主力军,该人群追求时尚品质的生活理念迫使企业提高服务水平、提升自身的品牌形象文化来契合年轻化客群消费需求。在现代信息透明化的经济环境下,企业之间的竞争由最初的产品功能的竞争升级为品牌文化理念的竞争,企业更加认识到品牌的价值和作用,开始注重品牌的建设和宣传推广,国内外知名企业、上市公司均在采取有力措施加大自身名牌文化的宣传和推广,如苹果、联想、华为等企业。会展营销是企业

产品及品牌宣传和推广的重要渠道,成功有效的会展营销能够生动宣传企业品牌形象、品牌文化和品牌所有有价值的信息,对品牌有着不容忽视的现实意义和价值内涵。众多知名跨国公司在跨国经营的过程中,通过积极参与当地的会展营销来增强起其品牌对当地的影响力。

## 2) 新兴经济体发展催生庞大的创意展示新业态

中国早在公元前 11 世纪的商、周时期就出现了会展行业的雏形,我们称为“集市、庙会、墟、场以及市井”等。几千年来,集市一直是我国商品流通的重要途径,也是展示商品的重要渠道。会展模式在我国有着非常悠久的历史,已成为现代经济环境下企业向终端消费者展示其产品及品牌的重要窗口。

近几年来,中国逐步从传统制造经济体转型升级新兴经济体,大力发展各类服务业、高新技术等,并催生了众多知名企业如阿里巴巴、腾讯、百度等。众多服务业及高科技领域企业主要通过品牌运营来增强其市场竞争优势,该类企业亟需通过参加会展营销来建立其品牌价值内涵。

现阶段,大中型国企、上市公司深谙会展营销将有利于其品牌的营销和推广,因此逐步加强对会展的创意设计,通过加强会展的创意设计来提升其品牌在市场上的影响力。随着科技的不断发展,市场已产生了一些如“全息投影技术、多媒体展示技术、3D 投影技术以及虚拟现实 VR”等视觉展示技术,这些视觉展示技术用于会展营销领域,将会有效提升会展营销效果,让展示体验具有浸没感、震撼感。因此采用新信息技术的会展营销更受消费者青睐,也更有利于提升展览展示效果,最终实现企业宣传和推广其品牌的目的。

## 3) 经济全球化及“一带一路”政策带领对外贸易升温,市场潜力巨大

经济全球化、一体化趋势的日益明显,“一带一路”政策的实施,以及发展中国家逐渐成为新型热点经济体,我国与新兴市场贸易往来逐步提升,国际交流合作将更加深化,各类中小企业积极探索并开拓市场、扩大出口贸易、输出技术和管理,多元化、多层次化的经济技术合作将更为频繁。在此背景下,集商品的展示、交易和促进经济合作为一体的各种会展行业,尤其是专业化、目标市场指向性更为鲜明的出国办展将得到广阔的发展空间。国内企业在拓展海外业务时,亟

需通过展会来宣传和推广自身的品牌形象,提升品牌在其他各国的地位,助力实现其开拓海外市场的目标。

## (2) 影响行业发展的不利因素

### 1) 行业集中度低,没有形成统一的业态

会展营销服务业涉及展览创意设计、营销策划推广、广告策划、展示道具生产制造、安装以及装饰装潢等多环节业务领域。随着行业的不断发展,产业链分工更加细化,有从事单一环节业务的企业,也有从事多环节及全环节业务的企业。

现阶段,会展营销对企业产品及品牌的宣传和推广效果愈加明显,吸引着越来越多的企业参展。由于客户群中存在大量的参展企业对价格较为敏感,其预算有限,导致行业出现一批服务质量低下的会展营销服务商。曾经从事下游产业链业务的装饰装潢的企业陆续向会展营销服务行业纵深,也有曾经从事家具生产的企业步入本细分行业,因此会展营销服务行业呈现两级分化的局面,处于低端服务类企业竞争非常激烈,议价能力较低。会展营销服务行业处于一种无序的竞争态势,未形成统一的业务形态。

### 2) 会展营销服务业专业人才短缺

会展营销服务业务涉及平面设计、室内设计、工业设计、家具制造、工程管理、装饰装潢、多媒体技术等多专业、多学科交融的专业性行业。由于本细分行业涉及多领域的复合型业务,需要较多复合型综合人才和专业创意设计人才。创意是本行业主要的业务特征,业务的发展主要依靠创意设计的人才,而创意设计人才基本以企业内部培训为主,流动性较低,造成行业内专业人才供给相对较为匮乏,行业专业人才的稀少对本行业的发展造成了不利影响。

## 10、行业产业链分析

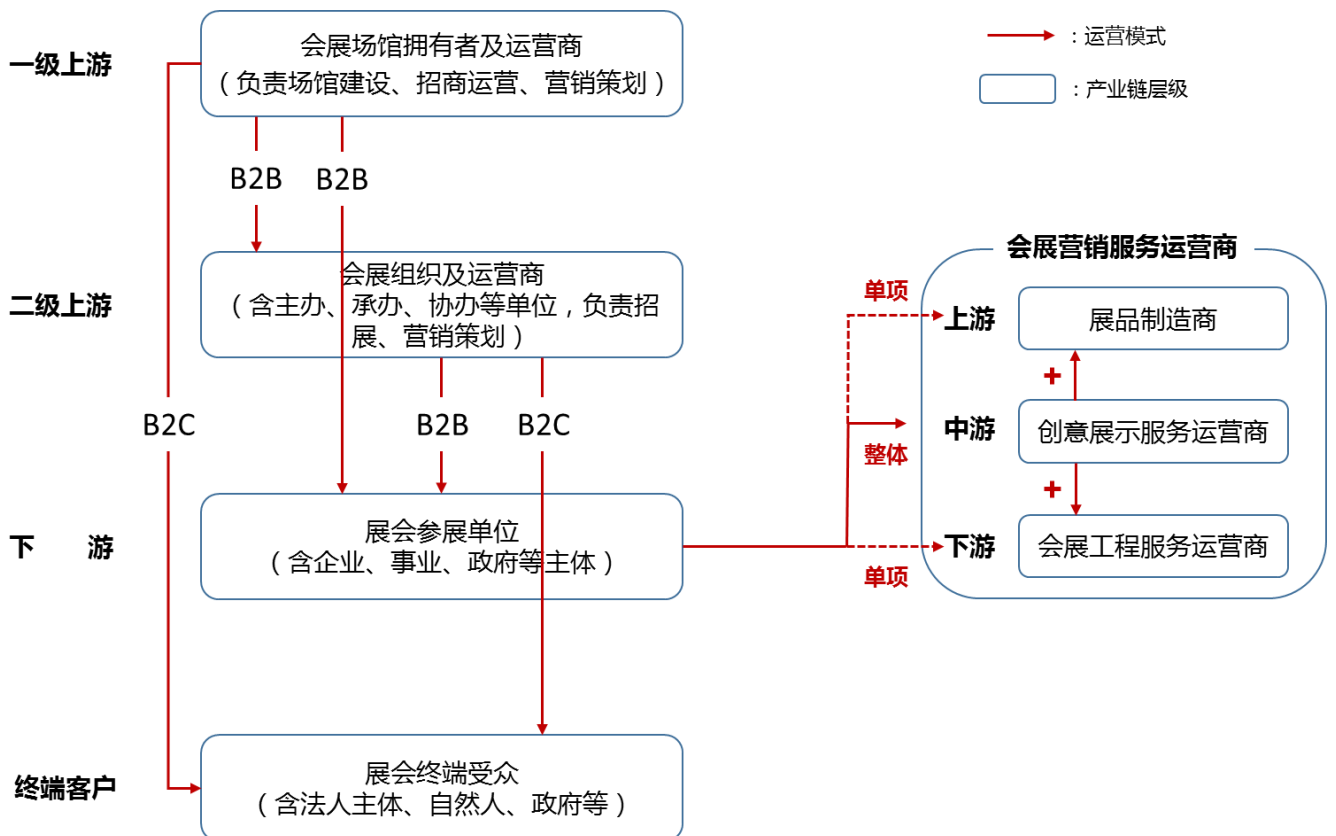
德马吉是一家以文化创意设计为核心,具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商。依据业务性质,德马吉所处的细分行业称为会展营销服务行业。

基于会展营销服务行业的特殊性,德马吉所处的产业链包含2级上游,其所

处的细分行业领域属于产业链下游的辅助者即会展营销服务行业。

德马吉所处产业链分布结构如下：

中国会展营销行业产业链结构图



一级上游：会展营销行业一级上游主要为会展场馆拥有者及运营商，其主要专注于场馆整体设计规划、场馆建设、会展招商、会展运营、营销策划等。按运营模式不同，本层级企业分别采取面向会展组织及运营商招展、面向会展参展单位招展、直接面向展会终端受众销售门票等模式。

二级上游：会展营销行业二级上游主要为会展组织及运营商，按业务分工可将从业主体划分为主办单位、承办单位、协办单位等。前述机构主要专注于会展招展及其所配套的营销策划。

本行业：本行业界定为会展营销服务运营行业，按业务发生及供需顺序，其处于二级上游和下游之间。按照运营模式，可将本细分行业产业分工主体进一步划分为展品制造商、创意展示服务运营商、会展工程服务运营商三个细分层级。本细分行业的形成及市场需求规模的增长主要受终端受众展会消费需求升级驱

动以及下游展会参展单位竞争驱动双重影响。受盈利驱使及竞争驱动，本细分领域各层级从业企业逐步尝试往细分产业链上下游进行业务延伸。

下游：本行业下游主要为展会参展单位，其主要包括企事业单位及政府等；

终端受众：本行业的终端受众指参加展会的法人及自然人。

## （二）标的资产在行业中的竞争情况及核心竞争力

### 1、德马吉的市场地位

德马吉自创立以来一直为中高端市场领域客户提供集“创意设计、展览道具制作、展台搭建等”为一体的会展营销服务，凭借在业内较高品牌知名度、强大的文化创意设计能力、全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力以及产业链各环节运作能力，致力于成为全球会展营销创意展示的倡导者。

德马吉以文化创意设计为手段，在全球会展营销服务行业率先推出展台 EI 系统，该系统可延长展台使用期限，增强展台识别度，加深客户对企业的品牌印象。德马吉自创立以来先后参与了英国、法国、印度、巴西、南非、新加坡、迪拜、俄罗斯、西班牙等 32 个国家及 118 个城市的展会展台设计搭建，并在美国、德国、波兰等国家设立了办事处，业务已遍及全球多地，并在全球范围内拥有数量较多的成功案例，服务行业涵盖“新能源、消费类电子、房地产、工程建设、石油天然气、轨道交通、机械设备、家电”等领域，客户包括但不限于晶科能源、华为集团、中国中车、海信集团、TCL、海尔、中石化、上海机场等在内的众多大型知名企业。在资源整合方面，截至 2015 年底，德马吉在国内会展经济发达的省份、美国、德国、波兰等国家或地区，均拥有多家以上长期稳定合作的供应商。在运作模式上，德马吉可提供一体化的会展营销服务，与提供单一环节作业的会展营销服务提供商相比，一方面可降低参展商的工作强度，增强参展商的合作体验，另一方面可避免多头对接造成的工作衔接失误。这些奠定了标的公司在全球会展营销服务领域的品牌影响力。

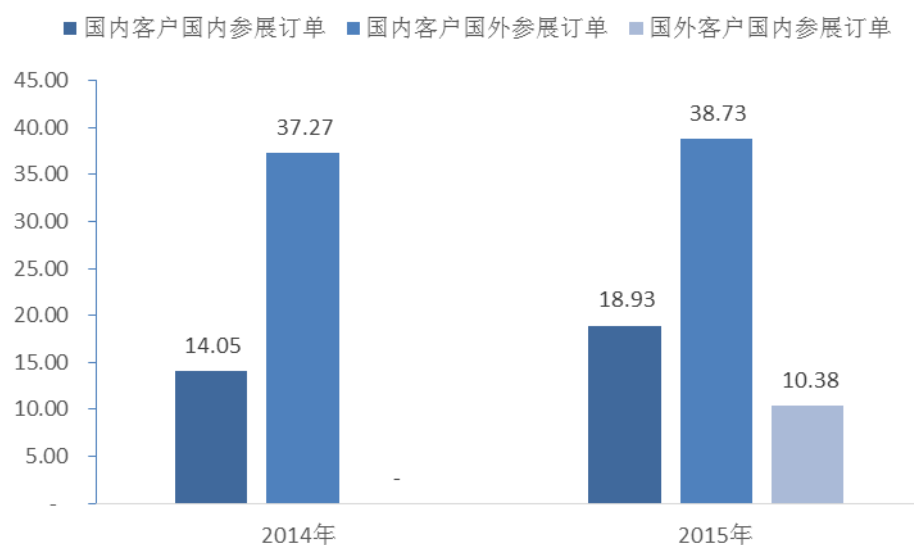
### 2、德马吉的竞争优势

#### 1) 具备文化创意设计核心基因，形成品牌议价优势门槛

在市场经济的大环境下,参展商所在的各行业领域已从单纯的服务竞争、产品竞争、价格竞争等商业贸易竞争为主的竞争态势,逐步向体验竞争、品牌竞争、模式竞争等方向升级转换。参展商对创意展示服务的需求,具备更加鲜明的品牌营销与模式创新的指向性。因此,是否具备契合客户需求的文化创意设计与展示能力,成为下游参展商客户选择服务商的首要标准。

目前,德马吉创意设计员工占公司总人数的三分之一以上,充分体现了德马吉在创意设计方面的投入力度。其中,核心设计人员在创意展览展示行业的平均从业年限为 11 年,拥有在上海电气广告有限公司、上海宽创国际创意展览展示有限公司等知名设计策划企业的从业经历。德马吉所处行业对人才的专业性要求较高,通过专业的创意展览展示设计教育的对口人才较少,因此德马吉更侧重内部自主培养,确保核心人才团队的忠诚度。另外,受惠于德马吉在行业内的先发优势,使德马吉积淀了大量的国内外项目实战经验,以 2015 年为例,德马吉参与实施的国内外案例达到 276 场,设计团队积累了相当丰富的创意展示项目操作经验;德马吉秉承开放共享的培养理念,将过往项目经验进行模块化,通过 ERP 系统实现设计资料、项目资料共享,该举措有利于文化创意设计经验的模块化运作和高效复制。

### 报告期内德马吉场均合同金额(万元/场)



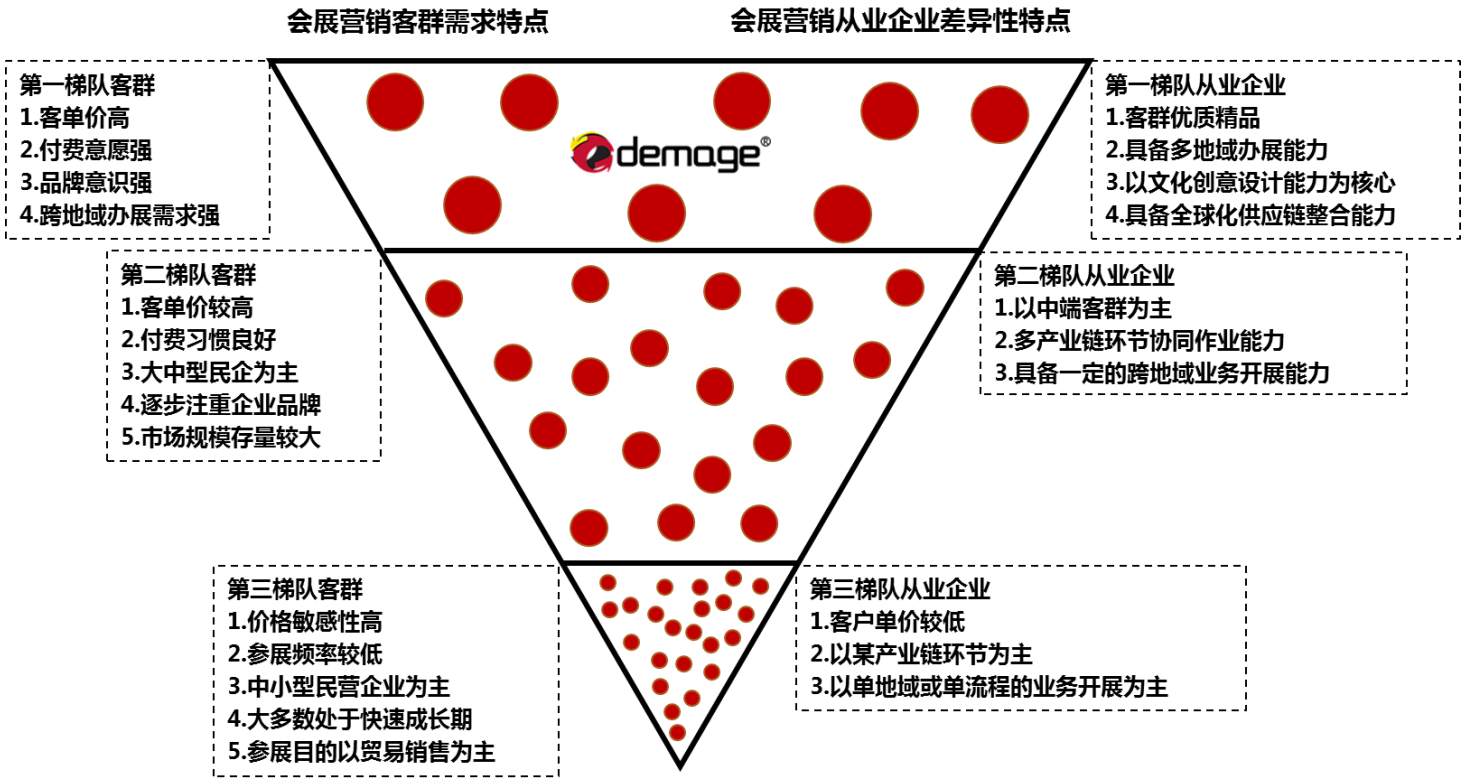
文化创意设计能力能够为德马吉带来业务优势,在业内形成承接重要项目的核心准入门槛,有效规避与业界其他企业进行无序低价竞争的风险。另外,由文

化创意能力及经验所衍生的嵌入式服务能力,使德马吉能够在议价过程中,进一步对客户进行需求挖掘与需求引导,提升业务附加值与客户消费体验,从而增强德马吉的品牌议价能力。而品牌议价能力的形成,一方面能确保德马吉获得较高的客单价,以2014年至2015年为例,国内客户参加国内或国外展会、以及国外客户参加国内展会的场均合同金额均得到了提升;另一方面对产业链优质供应商形成较大的吸引力,有效确保德马吉项目实施控制的整体质量,同时对供应商形成较强的账期控制力度。标的公司目前将应付账款周期控制在30天左右,有效缓解主业现金流压力。

## 2) 整合多地域产业链整合,满足客户一体化服务需求

多地域产业链整合的一体化运营模式,既源于会展营销业态的日趋细化,也受到下游参展商客户对成本把控与效率追求的驱动。在会展营销业态层面,现代会展营销业是一个综合性的新兴产业,其业态整体融和了包括“装饰装潢、家具制造、多媒体内容制作、印刷包装、营销策划、多媒体设备”等多个细分行业。多产业环节主体的业务整合既存在重复作业的可能,亦不利于形成集约化的成本控制能力和流程化的品质管控能力。在下游参展客户层面,德马吉所服务的是以“在华外企、大型国企、民企巨头”等为代表的高端客群,企业规模越大其内部管理越细分。在传统会展营销服务模式下,参展商需要分头筛选、对接、监理会展营销产业链多个细分环节供应商,一方面增加管理成本,另一方面容易在“双多头”对接模式下造成衔接失误。因此,下游参展客户,尤其是付费能力强、注重业务品质的精品化客户更倾向于与具备产业链各环节一体化服务能力的会展营销服务商合作。

### 会展营销同业企业差异化对比结构图



现阶段，德马吉业务模式的全产业链覆盖能力主要体现在产业链覆盖程度、细分环节风控与质控程度，以及与同业企业差异化对比。在产业链覆盖层面，德马吉通过自主加外协的方式，覆盖了细分产业中的业务承接、创意策划、设计包装、展具制作、工程搭建、多媒体设备运营、售后增值服务等业务环节。在风控质控层面，德马吉在展具制作、工程搭建等外协环节，采取了必要的风控与质控措施，在重要项目的供应商选择上，均选取合作次数在3次以上的供应商；在工程搭建过程中，德马吉全程参与监理与验收，在展会整体结束之后，对供应商进行内部能力资质评定，以备下次合作时参考前次合作案例及评定结果进行供应商筛选。在德马吉与同业企业差异化对比层面，一方面，德马吉始终以文化创意设计能力为核心，具备供应链上下游整合能力及多地域办展能力，服务于优质精品客群；另一方面，德马吉所服务的客群的品牌意识与付费意愿更强，客户单价更高，跨地域办展的需求更大，因此德马吉在同业当中处于第一梯队的位置。

一体化运营模式，对德马吉的订单量、客户单价以及采购成本等方面都产生了积极影响。从订单量角度，一体化运营模式一方面增强了客户消费体验、提升客户粘性，进而确保了高端精品客群的重复购买意愿和延伸消费意愿，比如客户需求从创意展示设计业务延伸到德马吉的活动创意策划及展厅创意规划业务；另



一方面，德马吉通过引导客户需求升级，从而变相为后进入的同业企业及其他梯队同业竞争者筑建起较高的准入门槛，增加高端客户订单量向德马吉归集的业务机会。从客户单价角度，一体化运营所延伸出的活动创意策划等增值性服务，提升了客户对德马吉的付费意愿。从采购成本角度，一体化服务模式及跨行业的服务能力，使德马吉汇聚了全球范围内的大批精品客群，客群品牌的广域影响力和订单规模化效应使德马吉在对其供应商的筛选和采购中，形成较强的吸引力和议价能力，利于德马吉控制成本。

### 3) 精品化客群矩阵覆盖全球，保障业务往来良性循环

经过多年的发展，德马吉已先于同行竞争对手完成了精品客群的原始积累，主要服务客户群覆盖新能源、消费类电子、房地产、工程建设、石油天然气、轨道交通、机械设备、家电等不同行业，包括晶科能源、华为集团、中国中车、海信集团、TCL、中石化、上海机场等在内的在华外企、大型国企、民企巨头。德马吉通过客户积累，增强了创始人及核心设计团队的文化创意设计能力，提高了客户消费体验水平，进而形成较大的客群消费粘性。同时，受到中国国际地位提升以及参展商客户所处行业的同业竞争驱动，部分优质国内企业逐步践行全球化业务拓展战略，而会展营销正是前述客群拓展海外业务的重要桥梁。在企业“走出去”的过程中，德马吉能够依托自身的核心价值能力，为企业打造覆盖品牌文化宣传、商业合作推广、整体形象展示的创意展览展示平台，带动企业全球化业务的开拓。

#### 德马吉全球化精品客群案例

中国中车参加上海轨道交通展



华为技术有限公司参加新加坡通信通讯展



晶科能源有限公司参加上海光伏能源展

海信集团有限公司参加德国电子科技展



中国万达地产参加美国房产展



中国石化参加美国石油化工橡胶展



精品客群的积累与全球化业务覆盖相辅相成,推动德马吉业务规模的稳定增长。成立以来,德马吉累计实施的成功案例遍布全球 32 个国家与 118 个城市。2015 年,在全球业务覆盖方面,德马吉参与国外展会数量达到 77 场,同比增长 75%,占 2015 年德马吉全球参展数量约 30%,足迹遍布 29 个国家及地区的 56 个城市;在不同类型客群覆盖方面,国内客户参与国内展览与国外展览的案例数量分别为 199 个与 70 个,同比增长 79%与 59%,国外客户参与国内展览的数量为 7 个,而 2014 年度德马吉并没有国外客户参与国内展览的案例。

相比其他参展单位,以晶科能源、华为集团、中国中车等为例的新能源、消费类电子、轨道交通等利润规模更大,业务国际化程度更深的客群,既注重自身品牌文化的塑造和运营,也会更加尊重和重视文化创意设计服务对品牌价值的增值作用。同时,德马吉的精品化客群在全球业界范围内产生的品牌示范和标杆作用,能够保障德马吉获得更多的增量业务机会。报告期内,通过统计当年客户与上年客户中相同的客户数量,除以当年客户总数,计算出德马吉的老客户重复购买率达到 70%以上。德马吉的客群参与全球化会展的需求,能够对德马吉主业的整体服务保障能力、尤其是文化创意设计能力形成反哺,有利于德马吉深入吸收和捕捉全球多业态的创新及技术动态趋势,进而精耕其主业服务品质,撬动需求

潜力日渐释放的国内会展市场业务，形成业务往来的良性循环。

#### 4) 整合全球供应链资源，优化成本结构，防范潜在风险

基于原有客户的合作粘性基础，并受老客户自身全球化发展诉求带动，德马吉得以获得较多的跨地域业务订单，而跨地域业务的开展对公司本土化运营提出较高要求。全球化经营的障碍之一，是各国各地区之间的文化、语言、习俗等差异，所导致的贸易合作上的摩擦，其次，某些国家的法律法规或经营习惯也将对国外公司进入本土经营产生不同障碍，例如，美国要求雇佣劳工的企业必须在当地取得劳工资质等。因此，本土化经营的重要性在国际贸易往来中属于关键一环。德马吉通过在全球重要国家或地区布局办事处，遵照不同国家标准为客户提供本土化的差异性服务，这一举动成为保障标的公司盈利增长的有效手段，同时也筑起了规避同行竞争的较高门槛。

在具体实施层面，德马吉通过在美国、德国、波兰、香港等地设立办事处，整合当地供应链资源，并雇佣当地员工在所属国家进行业务拓展，能够有效地增强对区域客户需求的响应能力。2015年，国内企业选择德马吉作为参与国外展览设计的案例有70个，比2014年的44个同比增长59%，通过全球化供应链整合，使德马吉实现国外订单规模的持续快速增长。

### 3、德马吉的竞争劣势

德马吉未来5年主要实施国际化发展战略，大力在海外拓展相关业务。为此，德马吉近两年补充和培养了一批相应的人才。但对于德马吉未来发展规模的目标，人才储备远不能支持规模增长速度。故德马吉亟需通过资本市场进一步提高德马吉的知名度和品牌度，从而吸引更多的国内外高端人才的加入合作，支持德马吉全球本土化战略。

### (三) 财务状况分析

#### 1、主要资产、负债构成

##### (1) 资产结构分析

根据正中珠江出具的《审计报告》，德马吉2015年末、2014年末的资产主

要情况如下:

项目	2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
<b>流动资产:</b>				
货币资金	2,345.00	57.97	254.87	11.82
应收票据	122.40	3.03	-	-
应收账款	665.52	16.45	241.72	11.21
预付款项	403.23	9.97	120.06	5.57
其他应收款	346.34	8.56	1,300.89	60.33
其他流动资产	55.00	1.36	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>3,937.49</b>	<b>97.34</b>	<b>1,917.53</b>	<b>88.93</b>
<b>非流动资产:</b>				
可供出售金融资产	-	-	0.10	0.01
固定资产	99.24	2.46	232.52	10.78
递延所得税资产	8.22	0.20	6.05	0.28
<b>非流动资产合计</b>	<b>107.46</b>	<b>2.66</b>	<b>238.67</b>	<b>11.07</b>
<b>资产总计</b>	<b>4,044.95</b>	<b>100.00</b>	<b>2,156.20</b>	<b>100.00</b>

### 1) 资产构成总体分析

报告期内,随着业务和经营规模的快速增长,德马吉的资产总额整体快速上升。2015年末和2014年末,德马吉的资产总额分别为4,044.95万元和2,156.20万元。2015年末较2014年末增加1,888.75万元,同比增长87.60%。

2015年末和2014年末,流动资产占德马吉资产总额比例分别为97.34%和88.93%,流动资产占总资产比维持在较高水平,表明标的公司的资产流动性较强,资产整体质量较高,同时体现出文化创意产业内企业“轻资产”的经营特点。

### 2) 流动资产构成分析

德马吉流动资产主要由货币资金、应收账款、预付账款和其他应收款构成,2015年末和2014年末,上述四项资产账面价值合计占当年流动资产的比例分别为95.49%和100%。

#### ① 货币资金

2015年末和2014年末货币资金余额分别为2,345.00万元和254.87万元,2015年末货币资金余额较2014年末增加2,090.13万元,增长幅度高达820.08%。

主要原因系德马吉 2015 年经营性活动现金净流入 2,077.30 万元所致，2015 年德马吉业务规模增长明显，带动经营性活动现金整体快速上涨。

## ② 应收账款

德马吉 2015 年末和 2014 年末的应收账款账面价值分别 665.52 万元、241.72 万元，占总资产的比例分别为 16.45%、11.21%。2015 年末应收账款账面价值较 2014 年末增加 423.80 万元，同比增加 175.33%，主要系德马吉 2015 年度进一步拓展海外展示设计类业务，多个项目于 2015 年度完成验收，业务规模增长迅速所致。2015 年度，标的公司营业收入为 6,572.14 万元，较 2014 年度增长 96.59%，推动德马吉的应收账款余额上升。

标的公司应收账款客户规模较大且经营实力较强，且标的公司已与客户建立了长期、稳定的业务关系，应收账款发生坏账的风险较小。应收账款账龄分析明细如下：

单位：万元

账龄	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日		
	金额	计提比例	坏账准备	金额	计提比例	坏账准备
1 年以内	689.63	5.00%	34.48	186.12	5.00%	9.31
1-2 年	7.07	10.00%	0.71	72.11	10.00%	7.21
2-3 年	5.00	20.00%	1.00	-	0.00%	-
合计	<b>701.71</b>	<b>5.16%</b>	<b>36.19</b>	<b>258.23</b>	<b>6.40%</b>	<b>16.52</b>

从账龄结构来看，德马吉的应收账款结构相对稳定，2015 年末和 2014 年末，账龄于 2 年之内的应收账款占比分别为 99.29%和 100%；其中，2015 年末 1-2 年账龄的应收账款占比 1.01%，较 2014 年占比 27.92%下降明显，主要系 2014 年度德马吉加大了对账款回收的力度。德马吉按照会计政策计提了相应的应收账款坏账准备。

### A. 德马吉于 2015 年末的应收账款余额在 30 万以上的应收方具体情况如下：

序号	公司	成立日期	注册资本	企业经营范围	2015 年末应收账款余额 (单位：万元)
----	----	------	------	--------	--------------------------

1	合肥美的电冰箱有限公司	1996年9月1日	9,210.9873万元	生产经营冷藏箱、冷冻箱及相关系列产品	114.60
2	武汉万达东湖置业有限公司	2009年12月30日	270,000万元	对商业投资; 房地产开发、商品房销售; 建筑工程施工; 文化、影视、科普项目设施建设; 酒店管理; 信息咨询; 场地出租; 会展服务; 停车场服务; 票务代理; 物业管理; 工艺品、日用百货、酒店用品、健身器材、鲜花销售; 打印、复印、洗衣服务; 资料翻译。(国家有专项规定的, 须取得有效审批文件或许可证后在有效期内方可经营); 住宿; 餐饮服务; 预包装食品; 卷烟、雪茄烟销售; 游泳池、棋牌室、健身馆服务; 美容、美发、洗浴服务。(以上经营项目仅限持证分支机构使用)	64.92
3	中国中车股份有限公司	2007年12月28日	2,728,875.8333万元	铁路机车车辆(含动车组)、城市轨道交通车辆、工程机械、各类机电设备、电子设备及零部件、电子电器及环保设备产品的研发、设计、制造、修理、销售、租赁与技术服务; 信息咨询; 实业投资与管理; 资产管理; 进出口业务。	53.69
4	阿里云计算有限公司	2008年4月8日	5000万元	第一类增值电信业务中的因特网数据中心业务; 第二类增值电信业务中的因特网接入服务业务; 第二类增值电信业务中的信息服务业务(不含固定网电话信息)	45.00

				服务)	
5	德马吉(中国)展览有限公司	2009年11月20日	10,000股	展览展示服务, 建筑装饰装饰建设工程专业施工, 站台设计搭建。	30.31

2015年末德马吉应收账款余额在30万元以上的应收方除德马吉(中国)外, 其余应收方与德马吉均不存在关联方关系。

#### B. 应收账款的构成、向客户提供的信用政策

德马吉通过与客户签署项目合同向客户提供创意展示设计或活动策划服务等展览展示服务业务。德马吉与客户主要结算方式有三种: 一是与客户签订合同后一定时间内要求客户预付一定比例款项, 待展台搭建完成及开展前再预付一定比例的款项, 剩余尾款于展示或活动结束后的一段时间内收取; 二是与客户签订合同后一定时间内要求客户支付大部分款项, 剩余尾款于展会或活动结束后的一定时间内收取; 三是与客户签订合同后即收取客户全部款项。

报告期内, 德马吉针对不同客户给予的账期有所差异, 一般向客户提供的账期期间平均在项目完成并验收确认后的3-6月内。财务处理方面, 德马吉以与客户签署合同后开展前预收客户的账款确认为预收账款, 待项目完工之后并受到客户签订的项目完工单, 将剩余余款确认为应收账款。

#### C. 同行业可比公司情况

根据同行业可比公司公开信息披露, 其各自的应收账款结算安排如下:

公司简称	应收账款结算安排
名洋会展	在劳务已经提供的基础上, 按照已签订的合同收取价款并开具发票或取得收取价款的凭据时确认收入; 通常在展示服务结束一个月内收到账款, 为争取客户, 会适当延长信用期, 但应收账款账期均在1年以内。
米奥会展	向参展企业先预收展位费, 于展会结束后根据实际结算金额确认为收入, 因此应收账款期末余额较小, 对于个别信誉及资质较好的客户, 允许延长客户支付期限, 因此会存在偶发性的应收账款。
卡司通	展览服务提供完毕并取得客户的验收单, 完成的工作量已经结算且经客户确认, 或者按照合同收取价款的凭据时确认收入, 应收账款

	余额主要是受汽车行业贷款的结算期的影响,一般可在6个月内回收。
西典展览	根据完工百分比法确认合同收入和合同费用,应收账款账期一般在一年以内。
易尚展示	于整体展示项目交付经客户验收合格后,确认收入实现,通常服务结束1-2月内收到账款,特殊情况会适当延长信用期,但应收账款账期均在1年以内。
振威展览	与参展企业直接签署参展协议,并根据约定的展位数量及参展人员等情况收取展位费用;展位销售通常在办展前由参展商向公司全额缴纳参展费用,应收账款期末余额较小。
惠通创意	将整体展示项目完成并交付客户,经客户验收合格后,确认收入实现。公司与大客户一般采用滚动结算的方式,正常的信用周期为3-6个月。
杰尔斯	公司按照项目设计完成阶段确认收入,即策划设计方案提交认可后确认收入,应收账款信用期在一年以内。

数据来源: Wind 资讯

综上所述,除西典展览因涉及展厅规划业务等一年期以上的工程施工业务,导致西典展览在应收账款的确认及结算政策与德马吉存在差异,以及米奥会展和振威展览的业务性质为会展承办业务于德马吉存在实质性差异以外,其他可比公司与德马吉应收账款、结算情况、信用政策相比无实质性差异。

2015年末,同行业可比公司应收账款占总资产的比例以及应收账款周转率情况如下表所示:

公司简称	应收账款/总资产	应收账款周转率
名洋会展	4.78%	27.28
米奥会展	0.50%	30.16
卡司通	41.98%	2.26
西典展览	43.77%	4.34
易尚展示	12.55%	2.55
振威展览	1.75%	31.39
惠通创意	19.57%	2.79
杰尔斯	64.31%	2.26
平均	23.65%	12.88
德马吉	16.45%	14.49

2015年末,德马吉应收账款占总资产的比例低于同行业平均水平,应收账款周转率略高于同行业平均水平,主要系德马吉所签订的业务合同约定的预收款比例较同行业偏高,导致应收账款占业务收入的比例偏低所致。



## D. 应收账款期后回款情况

截至本报告书签署日，德马吉于 2015 年末前十大应收账款余额客户的期后收回情况如下：

单位：元

客户名称	2015 年 12 月 31 日	期后收回金额	未收款金额
合肥美的电冰箱有限公司	1,146,000.00	1,146,000.00	-
武汉万达东湖置业有限公司	649,168.36	649,168.36	-
中国中车股份有限公司	536,878.83	432,536.94	104,341.89
阿里云计算有限公司	450,000.00	450,000.00	-
德马吉(中国)展览有限公司	303,145.93	303,145.93	-
央视国际网络有限公司	285,000.00		285,000.00
东莞市慕思寢室用品有限公司	271,600.00	271,600.00	-
江西瑞晶太阳能科技有限公司	266,300.00		266,300.00
上海欧马腾软件有限公司	252,221.33	52,907.40	199,313.93
浙江晶科能源有限公司	246,243.11	192,240.00	54,003.11
合计	4,406,557.56	3,497,598.63	908,958.93

截至本报告书签署日，德马吉于 2014 年末前十大应收账款余额客户的期后收回情况如下：

单位：元

客户名称	2015 年 12 月 31 日	期后收回金额	未收款金额
德马吉(中国)展览有限公司	608,543.33	608,543.33	-
中利腾晖光伏科技有限公司	250,000.00	250,000.00	-
江苏豪森药业股份有限公司	232,766.90	232,766.90	-
四川绵阳好圣汽车零部件制造有限公司	224,000.00	224,000.00	-
长春英利汽车部件有限公司	159,000.00	159,000.00	-
四川海格承联通信技术有限公司	145,800.00	145,800.00	-
中国中车股份有限公司	110,000.00	110,000.00	-
南京高精船用设备有限公司	100,000.00	100,000.00	-
飞狗创新科技(深圳)有限公司	82,800.00	82,800.00	-
博乐特殊钢(上海)有限公司	62,000.00	-	62,000.00
合计	1,974,910.23	1,912,910.23	62,000.00

如上表所述，截至本报告书签署之日，主要应收账款回款情况较好，2015 年末的前十大应收账款期后回收占比为 79.37%。由于存在部分客户的审批流程

复杂而导致付款周期较长,一般实际平均账期在 3-6 个月以内。

上述客户中,尚未回收款项的应收方如中国中车股份有限公司、央视国际网络有限公司等系国内知名轨道交通的综合运营商和国内知名电视媒体综合运营商,客户的资信良好,应收账款回收具有较强的保障。

**B. 德马吉应收账款坏账准备计提的充分性、应收账款可回收性及相应的保障措施**

**i 德马吉应收账款坏账准备计提的充分性**

**1、坏账准备计提比例与同行业可比公司比较**

德马吉依据自身业务模式特点、客户特点、客户信誉及资金实力等,充分评估了不同客户应收账款的风险特征,并借鉴了同行业公司的应收账款坏账准备计提方法,本着谨慎、稳健、合理的原则,制定了符合自身特点的坏账准备计提方法。德马吉坏账计提比例如下表所示:

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
德马吉	5%	10%	20%	50%	80%	100%

同行业可比公司比较坏账计提比例:

账龄\计提比例 (%)	名洋会展	卡司通	西典展览	米奥会展	易尚展示	振威展览	惠通创意	杰尔斯	德马吉
1 年以内	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1-2 年	10	10	10	10	10	30	10	10	10
2-3 年	50	30	30	50	30	50	30	30	20
3-4 年	100	50	50	100	100	100	50	50	50
4-5 年	100	80	80	100	100	100	100	80	80
5 年以上	100	100	100	100	100	100	100	100	100

数据来源: Wind 资讯

如上表所示,与同行业可比公司相比,德马吉坏账计提比例无明显异常。

**2、德马吉应收账款账龄及坏账计提情况**

报告期内,德马吉应收账款账龄分析明细如下:

单位: 万元

账龄	2015年12月31日			2014年12月31日		
	金额	计提比例	坏账准备	金额	计提比例	坏账准备
1年以内	689.63	5.00%	34.48	186.12	5.00%	9.31
1-2年	7.07	10.00%	0.71	72.11	10.00%	7.21
2-3年	5.00	20.00%	1.00	-	0.00%	-
合计	701.71	5.16%	36.19	258.23	6.40%	16.52

如上表所示,德马吉应收账款主要为账龄1年以内应收账款,2015年末、2014年末账龄1年以内应收账款占同期应收账款余额的比例分别为98.28%、72.08%,应收账款账龄较短,回款风险较低,应收账款坏账计提符合实际情况,坏账准备的计提合理、充分。

#### ii 应收账款的可回收性

公司应收账款可回收性较好,主要原因如下:一是德马吉的客户主要为大型国企或国内知名民企,客户资信较为良好,与德马吉保持良好合作关系,最终回款情况良好,可靠性强;二是应收账款主要账龄集中在1年以内,且报告期内不存在实际发生的坏账情况,回收性良好;三是公司对于应收账款回收建立了保障机制,并和业务人员绩效挂钩,保证回收的可能性。

#### iii 应收账款相应的保障措施

德马吉已针对应收账款建立起较完善的保障措施:

##### 1、加强事前控制

德马吉从选择客户阶段进行应收账款风险控制,在承接新客户时重点审查客户的资信能力、资金实力、履约能力、诚信等,尽可能选择与有实力、重诚信、履约能力较强的国内外知名客户合作,并于合同内清晰列明预计项目开展期间、项目金额和收款条款,为应收账款的确认和收回提供实质性依据。

##### 2、加强过程监控

财务部每月定期对应收账款回收情况进行核对、记录和统计,编制应收账款台账、应收账款账龄分析表,建立应收账款信息库,随时掌握应收账款情况,及时发现坏账风险;根据应收账款账龄,制定不同账龄应收账款催款措施,定

期会同财务部、销售部、经理层等召开会议跟进应收账款的回收进度并制定下一步回收工作安排、催收计划。

### 3、建立应收账款考核制度

项目负责人执行收款，将应收账款催收工作落实到个人并建立相应的奖惩考核机制，确保应收账款收款工作能积极推进。

### 4、落实事后控制

针对各客户履约和资信情况进行信用评级，如存在拖欠或无理由拒绝付款的客户，将影响其信用等级，不再作为合作对象，必要时可能走司法程序。

综上，德马吉上述应收账款管理制度的制定和实施，对应收账款的收回有保障和推动性，保证了应收账款的可回收性，降低了坏账损失的可能性。

### ③ 预付账款

根据德马吉的主营业务模式，德马吉与供应商签订了相应的采购合同后7个工作日内，德马吉向供应商支付采购合同记载的金额40%-50%作为预付款，由此产生的德马吉的预付账款。2015年末和2014年末，德马吉的预付账款账面价值分别403.23万元、120.06万元，占总资产的比例分别为9.97%、5.57%。2015年末预付账款账面价值较2014年末增加283.17万元，同比增加235.86%，主要系德马吉整体业务规模的上升，导致德马吉对下游供应商的业务需求增加所致。

报告期内，预付账款按账龄分析明细如下：

单位：万元

账龄	2015年12月31日	2014年12月31日
1年以内	396.07	117.68
1-2年	7.16	2.38
合计	<b>403.23</b>	<b>120.06</b>

报告期内，预付账款账龄主要分布在一年以内，2015年度和2014年度预付账款的账龄在一年以内的比例分别是98.22%和98.02%，体现了标的公司整体较快的项目周转率。

### ④ 其他应收款

其他应收款核算内容主要为备用金、保证金等。报告期内，其他应收款的明细如下表所示：

单位：万元

其他应收款	2015年12月31日	2014年12月31日
备用金	67.00	34.06
押金	42.09	28.04
保证金	45.00	-
股东借款	-	1,165.02
员工借款	125.00	-
其他	89.17	81.45
减去：坏账准备	-21.92	-7.67
<b>合计</b>	<b>346.34</b>	<b>1,300.89</b>

其中，2014年末德马吉其他应收款存在较大的股东借款，主要系实际控制人王翔向德马吉的资金往来款，该款项已于2015年度全部偿还，2015年12月31日未有股东对德马吉的相关暂借款余额。

### 3) 非流动资产构成分析

德马吉的非流动资产由固定资产和递延所得税资产构成。2015年末德马吉非流动资产下降131.20万元，主要系由于2015年度德马吉处置了部分固定资产所致。

#### ① 固定资产

2015年末和2014年末，德马吉固定资产账面价值分别为99.24万元和232.52万元，占当年资产总额比重分别为2.46%和10.78%。

报告期各期末，标的公司固定资产账面价值的主要构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例
运输工具	70.56	71.10%	100.24	43.11%
电子设备	28.68	28.90%	132.28	56.89%
<b>合计</b>	<b>99.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>232.52</b>	<b>100.00%</b>

德马吉的固定资产2015年度账面价值变化幅度较大，主要系报告期内德马吉

处置了部分已不适用于正常经营过程中所需的运输设备以及空调等设备所致。

截至2015年12月31日，德马吉各类固定资产的原值、累计折旧、账面价值等情况如下：

单位：元

固定资产类别	原值	累积折旧	净值	成新率
运输工具	1,249,743.59	544,159.22	705,584.37	56.46%
电子设备	435,833.15	149,003.81	286,829.34	65.81%
<b>合计</b>	<b>1,685,576.74</b>	<b>693,163.03</b>	<b>992,413.71</b>	

德马吉对固定资产的折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用年限和预计净残值率确定固定资产折旧率。

## ② 递延所得税资产

标的公司递延所得税资产主要为资产减值准备所引起，截至2015年12月31日，递延所得税资产的具体情况如下表所示：

单位：元

项目	金额
坏账准备引起的递延所得税资产	82,237.78
<b>合计</b>	<b>82,237.78</b>

## (2) 负债结构分析

根据正中珠江出具的《审计报告》，德马吉2015年末、2014年末的负债结构如下：

项目	2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
<b>流动负债：</b>				
应付账款	584.22	37.38	351.04	45.87
预收款项	566.19	36.22	92.94	12.14
应付职工薪酬	74.03	4.74	73.66	9.63
应交税费	248.72	15.91	93.44	12.21
其他应付款	89.84	5.75	154.22	20.15
<b>流动负债合计</b>	<b>1,563.00</b>	<b>100.00</b>	<b>765.31</b>	<b>100.00</b>
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

负债总计	1,563.00	100.00	765.31	100.00
------	----------	--------	--------	--------

### 1) 负债构成总体分析

2015年末和2014年末，德马吉的负债总额分别为1,563.00万元和765.31万元。2015年末较2014年末增加797.69万元，同比增长104.23%，主要是2015年度主营业务快速发展，带动标的公司对上游供应商采购需求增多，应付账款和预收账款余额快速顺应增长所致。

### 2) 流动负债构成分析

德马吉流动负债主要由应付账款、预收账款和应交税费构成，截至2015年末和2014年末，此三项负债账面价值合计占当年总负债的比例分别89.52%和70.22%。

#### ① 应付账款

德马吉的应付账款主要系对上游供应商应支付的尾款。2015年末和2014年末，德马吉的应付账款余额分别为584.22万元和351.04万元，占总负债的比例分别为37.38%和45.87%。2015年末应付账款余额较2014年末增加233.18万元，同比上升66.43%，主要原因系2015年度德马吉主营业务快速发展，德马吉对供应商应付尾款总体于报告期内顺应增加，导致经营性应付账款相应增加。

#### ② 预收账款

德马吉2015年末和2014年末的预收账款余额分别为566.19万元和92.94万元，占总负债的比例分别为36.22%和12.14%。2015年末预收账款余额较2014年末增长了473.25万元，增长率为509.20%，主要系德马吉于2015年下半年向展厅创意规划类业务发力，2015年末尚有部分展厅创意规划类业务正在进行且尚未完工；基于该类业务单个合同收入金额较大，且展厅创意规划合同一般要求客户于签订合同后7个工作日内支付50%-90%的合同金额作为预收款，导致德马吉2015年末预收账款增长较大。

2015年12月31日，德马吉预收账款余额中没有账龄超过1年的大额预收款项。

#### ③ 应交税费

2015年末应交税费较2014年末增加155.28万元,增长率166.18%,主要系2015年德马吉营业收入增长,以及营改增政策实施,应交税费相应有所增加。报告期内,德马吉的应缴税费主要是营业税、增值税、企业所得税等,随着业务规模的不断扩大,德马吉的营业税金和企业所得税相应逐年增长。

2015年10月,标的公司取得上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》(编号为:GR201531001211),有效期为三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》、《企业所得税法实施条例》和国家税务总局《关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》(国税函〔2009〕203号)的相关规定,标的公司自2015年起享受企业所得税优惠税率15%。

### (3) 主要资产减值准备提取情况

德马吉最近两年的资产减值准备情况如下:

单位:元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
应收账款坏账准备	361,891.27	165,172.43
其他应收款坏账准备	219,199.45	76,662.65
可供出售金融资产减值准备	1,000.00	-
<b>合计</b>	<b>582,090.72</b>	<b>241,835.08</b>

其中,可供出售金融资产为德马吉于2013年对外投资1,000元设立上海德马吉建筑装饰工程有限公司,持股1%,由于自成立以来该公司尚未开展实际运营业务,且该公司已于2016年2月注销,德马吉预计投资款无法收回,故全额计提了可供出售金融资产的减值准备。

德马吉制定了稳健的会计估计政策,各期末均按资产减值准备政策以及各项资产实际情况,足额计提了坏账准备,主要资产的减值准备计提充分、合理。

## 2、主要财务指标分析

### (1) 偿债能力指标分析

报告期内,德马吉的偿债能力指标如下表所示:



项目	2015年12月31日/2015年	2014年12月31日/2014年
流动比率	2.52	2.51
速动比率	2.23	2.35
资产负债率	38.64%	35.49%
息税折旧摊销前利润(万元)	1,354.29	345.63
经营活动现金流净额(万元)	2,077.30	468.70

德马吉2015年末和2014年末的资产负债率分别为38.64%和35.49%。资产负债率在2015年较2014年略有上升的主要原因是2015年底开展了较多的展厅创意规划类业务，该类业务的单体合同金额较大，导致2015年末预收账款余额增多，间接导致2015年末资产负债率略有上升。

流动比率与速动比率在2015年末较2014年末均略有一定下降，主要原因系2015年度德马吉整体业务规模的扩大，助长了2015年度预收账款和应交税费的余额规模，导致2015年末德马吉流动负债余额增加的幅度大于流动资产增长的幅度，短期偿债能力有所下降。

报告期内，德马吉无对外部借款，无利息支出，偿债能力强。

2015年度德马吉经营活动产生的现金流量净额增长迅速，主要原因系德马吉2015年度顺应市场发展机会快速发展原有主业以及大力开展海外会展业务，德马吉2015年业务迅速扩张，基于德马吉的业务在签订合同后先行预收合同金额的50%-90%的性质，德马吉经营活动现金流量有较大的净流入。

## (2) 资产周转能力指标分析

报告期内，德马吉的资产周转能力指标如下表所示：

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
应收账款周转率(次/年)	14.49	16.98
预付账款周转率(次/年)	14.69	21.54

注：应收账款周转率=营业收入/平均应收账款余额

预付账款周转率=营业成本/平均预付账款余额

报告期内，随着德马吉的业务快速发展，德马吉的营业收入及营业成本均出现快速增长，而随着业务经营规模的不断扩大，相应的应收账款、预付账款等余额也有了不同程度的提升，且造成了单体项目金额较大、收付款周期延长等局面。

2015年末和2014年末的应收账款账面余额分别为665.52万元和241.72万元，对应期间的营业收入规模分别为6,572.14万元和3,343.11万元，应收账款规模的快速增长且收款结算周期延长是应收账款周转率有所下滑的主要原因；2015年末和2014年末的预付账款账面余额分别为403.23万元和120.06万元，预付账款规模的快速增长及付款周期延长是预付账款周转率下滑的主要原因。

### (3) 财务性投资分析

截至报告期末，德马吉未持有金额较大的交易性金融资产、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。

### (四) 盈利能力分析

#### 1、利润表主要科目变化分析

根据正中珠江出具的《审计报告》，德马吉2015年度、2014年度的利润表主要科目如下：

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	<b>6,572.14</b>	<b>3,343.11</b>
营业成本	3,843.70	1,994.55
销售费用	451.11	297.49
管理费用	1,019.30	717.68
财务费用	-2.80	0.68
利润总额	1,279.17	304.62
<b>净利润</b>	<b>1,091.06</b>	<b>225.83</b>
毛利润	2,728.44	1,348.56
净利润率	16.60%	6.75%

近两年来德马吉业务迅速发展，德马吉2015年度和2014年度营业收入分别为6,572.14万元和3,343.11万元，2015年度较2014年度的营业收入同比增长为96.59%；同期净利润分别为1,091.06万元和225.83万元，企业盈利水平增强明显。

#### (1) 营业收入和成本

报告期内，德马吉营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2015 年度				
	营业收入	占比	营业成本	占比	毛利率
<b>主营业务收入:</b>	<b>6,550.50</b>	<b>99.67%</b>	<b>3,843.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>41.32%</b>
创意展示设计	4,023.20	61.22%	2,447.72	63.68%	39.16%
活动创意策划	2,009.64	30.58%	1,060.01	27.58%	47.25%
展厅创意规划	517.66	7.88%	335.97	8.74%	35.10%
<b>其他业务收入:</b>	<b>21.64</b>	<b>0.33%</b>	-	-	<b>100.00%</b>
租金收入	21.64	0.33%	-	-	100.00%
<b>营业收入-合计</b>	<b>6,572.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,843.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>41.52%</b>
项目	2014 年度				
	营业收入	占比	营业成本	占比	毛利率
<b>主营业务收入:</b>	<b>3,339.52</b>	<b>99.89%</b>	<b>1,994.55</b>	<b>100.00%</b>	<b>40.27%</b>
创意展示设计	2,739.40	81.94%	1,627.65	81.60%	40.58%
活动创意策划	511.70	15.31%	309.00	15.49%	39.61%
展厅创意规划	88.42	2.64%	57.90	2.90%	34.51%
<b>其他业务收入:</b>	<b>3.59</b>	<b>0.11%</b>	-	-	<b>100.00%</b>
租金收入	3.59	0.11%	-	-	100.00%
<b>营业收入-合计</b>	<b>3,343.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,994.55</b>	<b>100.00%</b>	<b>40.34%</b>

德马吉2015年度和2014年度的营业收入分别为6,572.14万元和3,343.11万元。2015年度较2014年度营业收入增加3,229.03万元，同比上升96.59%，业务增长迅速。其中2015年度及2014年度主要业务收入占营业收入整体的比重分别为99.67%和99.89%，系营业收入的主要组成部分。

德马吉主营业务增长较快的原因在于：

### 1) 主营业务规模扩张拉动营业收入增长

在国家产业政策的支持、终端消费升级等因素的驱动下，我国文化创意产业呈现快速发展的态势。会展营销服务行业作为文化创意行业的细分行业，也呈现出巨大的发展潜力。得益于会展及展馆规模化发展的驱动和下游参展客户参展需求增加的带动，中国会展营销行业市场需求规模从2008年的402亿元增至2014年的3,880亿元，年复合增速高达45.9%。

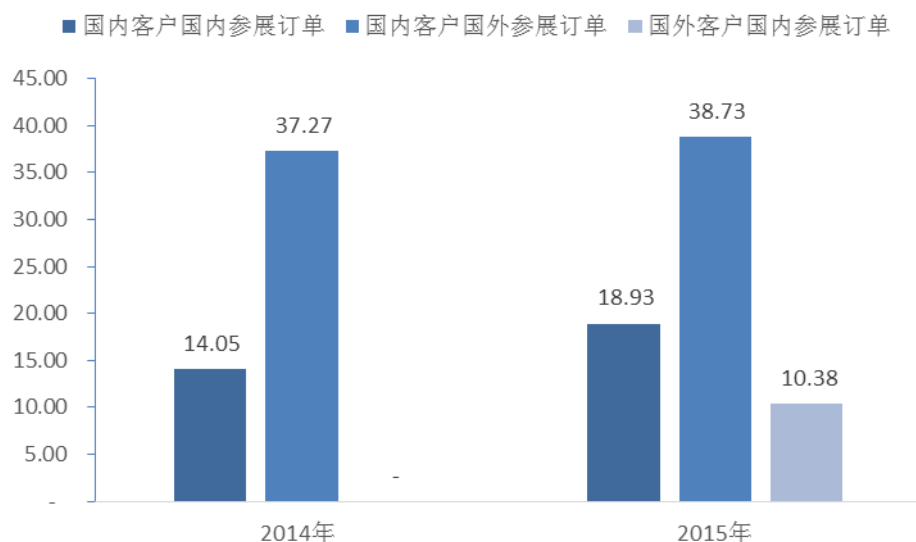
德马吉作为拥有全球化业务覆盖能力、多地域产业链整合的一体化运作能力的文化创意展示服务提供商，充分把握了会展营销服务市场迅猛发展的红利，创意展示设计业务和活动创意策划业务均出现了不同程度的高增长趋势，其中活动创意策划业务尤其明显。德马吉于2015年度专门成立了活动策划部，积极挖掘老

客户在活动创意策划业务上的潜在需求,努力拓展新客户在活动创意策划业务上的合作机会。2015年度德马吉活动创意策划业务收入占2015年营业收入的比重为30.58%,较2014年度增长了1,497.94万元,同比增长率为292.74%,这与德马吉本身的战略规划是相适应的。

## 2) 海外会展业务快速发展带动营业收入增长

德马吉通过多年的客户积累和技术沉淀,拥有包括晶科能源、华为集团、中国中车、海信集团、TCL、中石化、上海机场等在内的在华外企、大型国企、民企巨头作为其主要服务客户群,并已形成较大的客群消费粘性。受到中国国际地位提升以及参展商客户所处行业的同业竞争驱动,部分优质国内企业逐步践行全球化业务拓展战略。2015年度,德马吉抓住该市场机遇,依托自身的核心设计能力,辅助客户进行全球化业务的开拓,帮助客户在全球领域进行品牌展示。报告期内,海外会展业务收入约为2,711.28万元,较2014年度海外会展业务收入增长65.32%,带动德马吉2015年度收入快速增长。

### 报告期内德马吉场均合同金额(万元/场)



海外会展业务的单场平均收入大大高于国内会展业务的单场平均收入,进一步推动德马吉2015年度整体收入水平上涨。

## (2) 毛利率分析

2015年度和2014年度德马吉的综合毛利率分别为41.52%和40.34%,综合毛

利率在报告期内略有上升，其主要原因如下：

### 1) 产业链整合一体化运作模式确保主营业务的高毛利率

德马吉全产业链运作模式的运作配合其强大的创意展示设计能力，提高了德马吉对客户整体议价能力，强而有力保证了标的公司主营业务的高毛利率水平，2014年度与2015年度创意展示设计业务毛利率均保持在40%左右。

### 2) 活动创意策划的溢价能力显现

德马吉于2015年度专门成立了活动策划部，积极挖掘老客户在活动创意策划业务上的潜在需求，努力拓展新客户在活动创意策划业务上的合作机会。活动创意策划业务包括如营销方案策划、舞台创意设计、活动主题策划等体现更高的文化创意能力溢价的内容，随着2015年度德马吉在该业务上的投入，活动创意策划的毛利率提升明显，2015年度活动创意策划业务毛利率为47.25%，较2014年度业务毛利率39.61%提升了7.64%，推高了德马吉2015年度综合毛利率水平。

## (3) 净利润分析

德马吉2015年度实现净利润1,091.06万元，较2014年度225.83万元增加865.23万元，同比增长383.13%，主要是因为营业收入同比大幅增长；同时，一方面是产业链整合能力及活动创意策划能力的增强使得毛利率有所提升，另一方面规模效应显现使得期间费用率有所下降。具体分析如下：

### 1) 营业收入同比大幅增长

2015年度，德马吉实现营业收入6,572.14万元，较2014年度营业收入增长3,229.03万元，同比上升96.59%，而且收入增长主要来源毛利率相对较高的活动创意策划业务，收入增长较快主要系由于公司大力开展现有主营业务和积极拓展海外会展业务所致。

在国家产业政策的支持下，会展营销服务行业呈现出巨大的发展潜力；德马吉作为国内优秀的文化创意展示服务提供商，充分把握了会展营销服务市场迅猛发展的红利，积极开展创意展示设计业务和活动创意策划业务，报告期内上述业务均呈现不同程度的高增长趋势。2015年度德马吉活动创意策划业务收入占2015

年营业收入的比重为30.58%，较2014年度增长了1,497.94万元，同比增长率为292.74%。

此外，受到中国国际地位提升以及参展商客户所处行业的同业竞争驱动，部分优质国内企业逐步践行全球化业务拓展战略。2015年度，德马吉抓住该市场机遇，依托自身的核心设计能力，辅助客户进行全球化业务的开拓，帮助客户在全球领域进行品牌展示。报告期内，海外会展业务收入约为2,711.28万元，较2014年度海外会展业务收入增长65.32%，带动德马吉2015年度收入快速增长。

## 2) 产业链整合能力及活动创意策划能力的增强使得毛利率有所提升

具体请参考本章节之“二、标的公司行业特点和经营情况的讨论与分析”之“（四）盈利能力分析”之“1、利润表主要科目变化分析”之“（2）毛利率分析”的相关内容。

## 3) 规模效应显现使得管理费用率及管理费用率有所下降

随着德马吉业务经营规模的进一步扩大，报告期内德马吉的管理费用率由2014年度的21.47%降至2015年度的15.51%。同期，德马吉在大力拓展海外会展业务，从而整体分摊并降低了人工成本并同时提高了业务的周转效率，2015年度德马吉管理费用中管理员工资、研发费用、业务差旅费等三项项目较2014年仅增长47.61%，远小于营业收入的增长幅度，从而间接提升了最终净利润水平。

## （4）净利率分析

2015年度和2014年度德马吉的净利润率分别为16.60%和6.75%。

德马吉2015年度净利润率与2014年度相比上升9.85个百分点，整体增长较为迅速，主要是德马吉综合毛利率有所提升以及管理费用率（管理费用/营业收入）有所下降所致。2015年度，德马吉综合毛利率较2014年度提升约1.18%，直接拉高了最终整体净利率水平；同时，2015年度德马吉管理费用率从2014年度的21.47%下降至15.51%，管理费用率的下降主要系由于德马吉管理员工资、研发费用、业务差旅费等主要项目并不与营业收入进行线性增长，2015年度德马吉营业收入同比增长了96.59%，但上述三项项目相应增长幅度仅为47.61%，从而导致德马吉2015年度管理费用率一定幅度下降，间接提升了最终整体净利率水

平。

## 2、报告期利润的主要来源及盈利能力的持续性和稳定性分析

德马吉的主营业务为文化创意设计业务及活动创意策划业务。报告期内德马吉利润的主要来源为文化创意设计类项目。从德马吉所处的行业环境来看，在国家产业政策的支持、终端消费升级等因素的驱动下，我国文化创意产业呈现快速发展的态势。会展营销服务行业作为文化创意行业的细分行业，也呈现出巨大的发展潜力。得益于会展及展馆规模化发展的驱动和下游参展客户参展需求增加的带动，中国会展营销行业市场需求规模增长迅速。标的公司作为国内知名的文化创意展示服务提供商，依托其全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力，不断增强德马吉整体的创意设计能力，提升德马吉创意展示设计业务和活动创意策划的市场竞争力和全球市场占有率。德马吉已在业界逐渐建立起了较高的知名度和良好的品牌形象，这正是德马吉未来不断提升盈利能力的有力保障。

另外，德马吉自创立以来先后参与了英国、法国、印度、巴西、南非、新加坡、迪拜、俄罗斯、西班牙等32个国家及118个城市的展会展台设计搭建，并在美国、德国、波兰等国家设立了办事处，业务已遍及全球多地，并在全球范围内拥有数量较多的成功案例，服务行业涵盖“新能源、消费类电子、房地产、工程建设、石油天然气、轨道交通、机械设备、家电”等领域，客户包括但不限于晶科能源、华为集团、中国中车、海信集团、TCL、海尔、中石化、上海机场等在内的众多大型知名企业。报告期内，通过统计当年客户与上年客户中相同的客户数量，除以当年客户总数，计算出德马吉的老客户重复购买率达到70%以上。德马吉具有较高的客户粘性，公司盈利能力的稳定性有所保障。

## 3、盈利能力的驱动要素及可持续性

报告期内，德马吉的利润来源构成如下表所示：

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
营业利润	1,200.17	304.62
营业外收入	84.00	-

营业外支出	5.00	-
<b>利润总额</b>	<b>1,279.17</b>	<b>304.62</b>
所得税费用	188.11	78.80
<b>净利润</b>	<b>1,091.06</b>	<b>225.83</b>

2015年度及2014年度，德马吉的营业利润分别为1,200.17万元和304.62万元，占利润总额的比例分别为93.82%和100%。德马吉利润主要来源于主营业务，对营业外收入的依赖性低，未来具有可持续性。

#### 4、报告期非经常性损益、投资收益以及少数股东损益情况

德马吉2015年度和2014年度的非经常性损益分别为67.15万元和0，对其经营成果无重大影响。2015年度和2014年度的投资收益均为0，对其经营成果无影响。德马吉2015年度和2014年度少数股东损益均为0，对其经营成果不构成影响。

#### 5、2015年销售费用率、管理费用率下降的原因以及合理性

报告期内，德马吉的销售费用和管理费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014年度	2015年度
销售费用	297.49	451.11
管理费用	717.68	1,019.30
销售费用率	8.90%	6.86%
管理费用率	21.47%	15.51%

2015年度德马吉的销售费用率、管理费用率下降明显，主要系德马吉的业务快速发展，营业收入同比大幅度增长，运营效率的提升与规模经济效应随业务增长逐渐的显现导致同期销售费用、管理费用并未随收入呈线性增长。

根据《审计报告》，报告期内销售费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年度				2014年度		
	增幅	金额	占销售费用比例	占当期收入比例	金额	占销售费用比例	占当期收入比例
人工费用	49.66%	283.57	62.86%	4.31%	189.47	63.69%	5.67%



交通及差旅费	-21.73%	14.01	3.11%	0.21%	17.9	6.02%	0.54%
广告宣传费	49.57%	95.8	21.24%	1.46%	64.05	21.53%	1.92%
促销费	264.94%	39.56	8.77%	0.60%	10.84	3.64%	0.32%
其他	19.40%	18.16	4.03%	0.28%	15.21	5.11%	0.45%
合计	51.64%	451.11	100.00%	6.86%	297.49	100.00%	8.90%

从上表可得,报告期内德马吉销售费用从297.49万元增长至451.11万元,增幅为51.64%。2015年度和2014年度德马吉销售费用主要由人工费用和广告宣传费用构成,两项费用金额合计占2015年与2014年当期销售费用比例约为84.10%和85.22%,比例较为稳定。2015年度人工费用与广告宣传费分别增长了49.66%与49.57%,增长率大幅低于同期收入增长率96.59%,导致了销售费用率的下降,主要原因系:(1)随着德马吉销售人员的业务逐渐熟练及客户资源的逐步积累,同样的人员组合可拓展出更多的项目以创造更多的收入,减少了销售费用率;(2)此外,伴随德马吉在行业内的知名度愈来愈高,其广告宣传费用的单位成本将随着规模的扩大而降低,间接导致销售费用率的下降。上述原因导致了德马吉2015年度销售费用率的下降。

根据《审计报告》,报告期内管理费用情况如下表所示:

单位:万元

项目	2015年度				2014年度		
	增幅	金额	占管理费用比例	占当期收入比例	金额	占管理费用比例	占当期收入比例
人工费用	67.81%	216.09	21.20%	3.29%	128.77	17.94%	3.85%
折旧及摊销	97.45%	57.4	5.63%	0.87%	29.07	4.05%	0.87%
研发费用	30.70%	282.21	27.69%	4.29%	215.92	30.09%	6.46%
业务差旅费	58.94%	146.94	14.42%	2.24%	92.45	12.88%	2.77%
租赁费用	165.13%	63.18	6.20%	0.96%	23.83	3.32%	0.71%
汽车交通费	5.14%	65.66	6.44%	1.00%	62.45	8.70%	1.87%

业务招待费	46.81%	34.97	3.43%	0.53%	23.82	3.32%	0.71%
办公费用	-0.21%	56.78	5.57%	0.86%	56.9	7.93%	1.70%
其他	13.72%	96.06	9.42%	1.46%	84.47	11.77%	2.53%
合计	42.03%	1,019.30	100.00%	15.51%	717.68	100.00%	21.47%

从上表可见,报告期内德马吉管理费用从 717.68 万元增长至 1,019.30 万元,增幅为 42.03%。2015 年度、2014 年度的管理费用主要由人工费用、研发费用和业务差旅费构成,三项费用合计金额占 2015 年与 2014 年当期管理费用金额比例约为 63.30%和 60.91%,比例较为稳定。报告期人工费用、研发费用、业务差旅费分别增长了 67.81%、30.70%、58.94%,低于同期收入增长率 96.59%,导致了 2015 年度管理费用率从 21.47%下降至 15.51%。

2014 年度标的公司的业务规模较小,彼时处于业务发展的初期阶段,为后续业务蓄力,前期需铺垫较多的销售人员及管理人员等,由此产生了较高的工资费用和研发费用;随着 2015 年度德马吉实现快速增长,其品牌溢价的显现、客户粘性的进一步增强、项目因业务量的增长其异地可复制能力的增强等,德马吉 2015 年度显现出较强的规模经济效应,该效应推动人工费用、研发费用和业务差旅费等产出更高的边际收益,间接导致 2015 年度德马吉管理费用率的下降。

德马吉人均管理费用与人均销售费用情况如下表所示:

年度	管理费用 (万元)	管理人员 人数(人)	人均 管理费用 (万元/人)	销售费 用(万 元)	销售人员 人数(人)	人均 销售费用 (万元/人)
2015 年度	1,019.30	17	59.96	451.11	30	15.04
2014 年度	717.68	12	59.81	297.49	24	12.40

注:人均管理费用=当期管理费用/当期管理人员人数;人均销售费用=当期销售费用/当期销售人员人数。

由上表可见,2015 年德马吉人均管理费用为 59.96 万元/人,与 2014 年基本持平,而同期人均销售费用略微上升至 15.04 万元/人,主要由于前期铺垫的人员较多所致。在管理人员与销售人员人数增加、营业收入同期大幅度提高的

情况下, 2015 年度德马吉的人均管理费用与人均销售费用保持稳定, 期间费用得到较好控制, 人员费用具有合理性。

综上所述, 德马吉 2015 年销售费用率、管理费用率的下降具有合理性。

#### 6、德马吉 2015 年净利率大幅提高的原因及合理性

根据《审计报告》, 德马吉 2014、2015 年度利润表主要数据如下表所示:

单位: 万元

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	6,572.14	3,343.11
营业成本	3,843.70	1,994.55
销售费用	451.11	297.49
管理费用	1,019.30	717.68
财务费用	-2.80	0.68
利润总额	1,279.17	304.62
净利润	1,091.06	225.83
毛利润	2,728.44	1,348.56
净利率	16.60%	6.75%
毛利率	41.52%	40.34%

##### (1) 期间费用率有所下降

报告期内销售费用率、管理费用率下降的分析请参考本报告书之“第九章 管理层讨论与分析”之“二、标的公司行业特点和经营情况的讨论与分析”之“(四) 盈利能力分分析”之“5、2015 年销售费用率、管理费用率下降的原因以及合理性”。

##### (2) 税收优惠

2014 年德马吉适用于 25%的企业所得税率, 在 2015 年德马吉取得上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》, 适用所得税税率从 25%降至 15%, 税率的下降减少了当期所得税, 间接提高了德马吉的净利率。

综上所述, 德马吉 2015 年净利率较 2014 年度增长较大, 具有合理性。

#### 7、德马吉与同行业、同类业务上市公司毛利率、净利率差异的原因及合

理性。

报告期内，德马吉同行业可比公司毛利率、净利率情况如下表所示：

单位：%

公司名称	毛利率		净利率	
	2015 年度	2014 年度	2015 年度	2014 年度
易尚展示	31.75	32.81	6.75	8.12
卡司通	42.87	41.03	14.51	10.74
米奥会展	43.36	36.94	11.60	13.27
振威展览	59.52	59.35	39.21	21.93
西典展览	30.80	32.41	8.71	3.60
名洋会展	51.71	49.94	16.91	-3.12
惠通创意	38.18	40.23	8.09	5.74
杰尔斯	33.69	33.27	10.82	10.31
平均值	41.49	40.75	14.57	8.82
德马吉	41.52	40.34	16.60	6.76

数据来源：Wind 资讯

其中，易尚展示以展示道具销售业务为主，2015 年和 2014 年展示道具销售收入占其总营业收入比例分别为 62.56%、79.90%，主营业务构成与德马吉业务模式差异较大，不属于同类别业务的可比公司；米奥会展、振威展览与名洋会展主营业务均为会展项目发起、策划及组织承办服务，均属于会展行业的次上游企业，与德马吉为参展商提供“创意设计、展览道具制作、展台搭建等”一体化会展营销服务业务差异明显，不属于同类别业务的可比公司。在剔除上述公司后，德马吉同行业、同类别业务可比公司的毛利率、净利率情况如下：

单位：%

公司名称	毛利率		净利率	
	2015 年度	2014 年度	2015 年度	2014 年度
卡司通	42.87	41.03	14.51	10.74
西典展览	30.80	32.41	8.71	3.60
惠通创意	38.18	40.23	8.09	5.74
杰尔斯	33.69	33.27	10.82	10.31
平均值	36.39	36.73	10.53	7.60
德马吉	41.52	40.34	16.60	6.76

数据来源：Wind 资讯

根据上表,德马吉 2014 年度、2015 年度毛利率分别为 40.34%和 41.52%,高于可比公司平均值,处于合理范围之内。德马吉 2014 年度净利率为 6.76%,略低于可比公司的平均值 7.60%,主要系由于 2014 年德马吉处快速发展阶段,业务规模较小,为后期业务蓄力铺垫了较多前期费用所致;2015 年度德马吉净利率为 16.60%,高于可比公司平均值 10.53%。结合德马吉所在的行业地位、所占份额、竞争优势及经营特色,德马吉与同行业同类别上市公司的毛利率和净利率的分析如下:

### (1) 行业地位及所占份额

德马吉自创立以来一直为中高端市场领域客户提供集“创意设计、展览道具制作、展台搭建等”为一体的会展营销服务。与同行业公司相比,德马吉业务覆盖全球多个国家与地区,自创立以来先后参与了多个国家和城市的展会展台设计搭建,并在美国、德国、波兰等国家均拥有多家稳定合作的供应商。德马吉的客户包含大中型国企、大型民营企业、上市公司等企业,业务涵盖多个行业领域。

西典展览的客户主要为博物馆、科技馆等展馆;杰尔斯主要客户为政府部门、大型企事业单位,相较同行业竞争对手德马吉客户群体覆盖面更加多元化。在运作模式上,德马吉以提供一体化的会展营销服务为主,与提供单一环节作业的会展营销服务提供商相比,一方面可降低参展商的工作强度,增强参展商的合作体验,另一方面可避免多头对接造成的工作衔接失误,上述优势均奠定了德马吉在会展营销服务领域的品牌影响力,保证其毛利率和净利率水平。德马吉品牌曾荣获 2012 年上海市会展行业协会授予“最佳企业”、荣获中国国际品牌协会推广委员会颁发的“中华品牌”荣誉、荣获“中国会展之星”、“中国十大最佳展示设计工程企业”等荣誉,进一步体现德马吉在国内同行业处于前列位置。凭借在业内较高品牌知名度、强大的文化创意设计能力与全球化业务覆盖能力,德马吉的业务议价能力得以提升;其供应链资源整合与产业链各环节的运作能力助力德马吉有效控制业务的成本,降低综合费用率,从而提高毛利率与净利率水平。

2015 年度,德马吉营业收入增长率高达 96.59%,远超中国会展营销服务业

市场需求规模过去 7 年年复合增长率 14.68%，亦大幅领先同行业可比公司同期平均收入增长率 41.13%。随着德马吉投入力度与业务规模的持续提高，德马吉的市场份额将稳步攀升。

## (2) 竞争优势与经营特色

### 1) 竞争优势

#### ①精品客群矩阵覆盖全球，保障业务往来良性循环

德马吉服务的客户群体主要为知名精品企业，覆盖多个行业领域。通过客户积累，德马吉增强了创始人及核心设计团队的文化创意设计能力，提高了客户消费体验水平，形成较大的客群消费粘性。同时，在企业“走出去”的过程中，德马吉能够依托自身的核心价值能力，为企业打造覆盖品牌文化宣传、商业合作推广、整体形象展示的创意展览展示平台，带动企业全球化业务的开拓。

德马吉服务客户群集中在新能源、消费类电子、轨道交通、通信通讯等行业，相比其他参展单位，新能源、消费类电子、轨道交通等行业客户的利润规模更大、业务国际化程度更深，既注重自身品牌文化的塑造和运营，也会更加尊重和重视文化创意设计服务对品牌价值的增值作用。因此，该类客户付费能力更强，也更愿意为优质创意展示品支付更高的价格，从而保证了德马吉的业务单价，使德马吉的毛利率处于较优水平。同时，德马吉的精品化客群在全球业界范围内产生的品牌示范和标杆作用，能够保障德马吉获得更多的增量业务机会。德马吉的客群参与全球化会展的需求，能够对德马吉主业的整体服务保障能力、尤其是文化创意设计能力形成反哺，有利于德马吉深入吸收和捕捉全球多业态的创新及技术动态趋势，进而精耕其主业服务品质，撬动需求潜力日渐释放的国内会展市场业务，形成业务往来的良性循环。

卡司通的主要客户为知名汽车研发制造企业，客户群体集中在汽车行业，其汽车展览业务在 2015 年占其营业收入比例达 86.88%；西典展览的客户主要为博物馆、科技馆等展馆等科博馆类客户；杰尔斯主要客户集中为政府部门、大型企事业等单位。与同业务类别可比公司相比，德马吉客户结构更加多元化，盈利能力受下游参展商行业波动较小，其运营风险较低。

## ②整合全球供应链资源，优化成本结构，提高盈利能力

基于原有客户的合作粘性基础，并受老客户自身全球化发展诉求带动，德马吉得以获得较多的跨地域业务订单，2015年，国内企业选择德马吉作为参与国外展览设计的案例有70个，比2014年的44个同比增长59%。而跨地域业务的开展对公司本土化运营提出较高要求。德马吉通过在美国、德国、波兰等地设立办事处，雇佣当地员工在所属国家进行业务拓展，并在会展主要国家拥有稳定合作的供应商，整合当地供应链资源，能够有效地增强对区域客户需求的响应能力，优化业务开展成本结构，提高服务质量与客户满意度，增强议价能力，从而提高业务毛利率与净利率。

与同类型业务的可比公司如卡司通、西典展览、惠通创意和杰尔斯等相比，德马吉提前布局境外市场，积极拓展境外业务渠道，现阶段境外业务开展成本相比较低，境外业务开展能力较强。德马吉较可比公司具有较强的境外供应链及业务渠道的先发优势。

## 2) 经营特色

德马吉是一家以文化创意设计能力为核心，具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商。德马吉所专注的是基于对客户“品牌内涵、业务属性、目标客群诉求、产品或服务卖点”等方面的精准把握，实现对客户营销诉求的精准传达，增强客户的品牌价值。报告期内，德马吉创意设计员工占公司总人数的三分之一以上，主要业务涵盖创意展示设计、活动创意策划以及展厅创意规划。此外德马吉着眼于全球市场，自创立以来先后参与了多个国家和城市的展会展台设计搭建，业务遍及全球多地并涵盖多个行业领域。凭借其创意设计能力、产业链各环节运作能力、成本控制能力、全球多行业业务覆盖等特点，德马吉2015年毛利率与净利润得到了有效的提升。

综上，德马吉凭借其在业内较高的品牌知名度、强大的文化创意设计能力与全球化业务覆盖能力，在世界范围内吸引了一批覆盖多行业的精品客户群，加之全球化发展理念、供应链上下游资源整合及产业链各环节运作的经营特色，德马吉在行业内的竞争优势及议价能力得以显现，成本结构得以控制、优化，

从而使毛利率、净利率水平处于行业较优水平。

#### 8、汇率变动对德马吉毛利率及盈利能力的影响。

德马吉涉及外币结算的展示设计类业务均由其孙公司香港德马吉来承接，因此汇率变动仅对香港德马吉的业务收入和成本产生影响。2015 年度的所有涉及外币结算的业务中，德马吉以美元结算的业务收入折合人民币约为 216.19 万元，占德马吉 2015 年度所有外币结算业务的 96.59%，其他币种结算业务如以欧元或英镑结算的业务，由于报告期内占比极低，其货币的汇率变动对德马吉的最终利润影响很小。因此，假设德马吉 2015 年度所有以外币结算的收入与成本均按美元进行结算，即通过分析美元汇率的变动，测算该变动对德马吉 2015 年度的毛利率和净利率等运营数据的影响。

假设美元汇率变动区间在 $\pm 5\%$ ，则相关敏感性分析如下表所示：

单位：万元

项目	原始数据	汇率+5%	汇率-5%
2015 年度-美元结算的营业收入	223.82	235.01	212.62
2015 年度-营业收入	6,572.14	6,583.33	6,560.95
2015 年度-美元结算的营业成本	111.62	117.2	106.04
2015 年度-营业成本	3,843.70	3,849.28	3,838.12
2015 年度-毛利率	41.52%	41.53%	41.50%
2015 年度-汇兑损益	-3.78	-3.97	-3.59
2015 年度-净利润	1,091.06	1,096.86	1,085.26
2015 年度-净利率	16.60%	16.66%	16.54%
汇率变动导致 2015 年毛利率变动	-	0.01%	-0.01%
汇率变动导致 2015 年净利率变动	-	0.06%	-0.06%

由上述分析可见，美元汇率的波动与德马吉盈利能力存在正相关变动关系，假设美元汇率变动以外，其他条件不变，则美元汇率上升或下降 5%，毛利率将同向变动约 0.01%，净利率将同向变动 0.06%，美元汇率的波动对德马吉毛利率及盈利能力的影响很小。



### 三、本次交易对上市公司持续经营能力、未来发展前景、当期每股收益等财务指标和非财务指标影响的分析

本次交易完成后，上市公司将持有德马吉100%股权，德马吉将纳入上市公司合并财务报表的编制范围。结合上市公司、德马吉最近两年的财务状况和经营成果，以及正中珠江出具的《备考审计报告》，对本次交易完成后上市公司财务状况和经营成果分析如下：

#### (一) 本次交易完成后对上市公司财务状况的影响

##### 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，本次交易前后上市公司2014年12月31日和2015年12月31日主要资产项构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2015年12月31日					
	实际数据		备考数据		变化情况	
	金额	占比	金额	占比	金额	增长率
<b>流动资产：</b>						
货币资金	24,872.28	6.84%	27,217.28	6.76%	2,345.00	9.43%
应收票据	1,517.47	0.42%	1,639.87	0.41%	122.40	8.07%
应收账款	54,107.16	14.88%	54,772.68	13.60%	665.52	1.23%
预付款项	905.44	0.25%	1,308.67	0.33%	403.23	44.53%
其他应收款	5,354.26	1.47%	5,700.60	1.42%	346.34	6.47%
存货	127,929.30	35.19%	127,929.30	31.77%	-	-
一年内到期的非流动资产	20,375.12	5.60%	20,375.12	5.06%	-	-
其他流动资产	149.67	0.04%	204.67	0.05%	55.00	36.75%
<b>流动资产合计</b>	<b>235,210.71</b>	<b>64.70%</b>	<b>239,148.19</b>	<b>59.40%</b>	<b>3,937.49</b>	<b>1.67%</b>
<b>非流动资产：</b>						
可供出售金融资产	1,600.00	0.44%	1,600.00	0.40%	-	-
长期应收款	64,510.70	17.74%	64,510.70	16.02%	-	-
固定资产	4,566.48	1.26%	4,712.03	1.17%	145.55	3.19%
在建工程	6,992.43	1.92%	6,992.43	1.74%	-	-
无形资产	1,861.98	0.51%	1,861.98	0.46%	-	-
商誉	44,909.60	12.35%	79,888.29	19.84%	34,978.69	77.89%

长期待摊费用	422.65	0.12%	422.65	0.10%	-	-
递延所得税资产	3,437.11	0.95%	3,445.34	0.86%	8.22	0.24%
其他非流动资产	54.80	0.02%	54.79	0.01%	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>128,355.75</b>	<b>35.30%</b>	<b>163,488.21</b>	<b>40.60%</b>	<b>35,132.46</b>	<b>27.37%</b>
<b>资产总额</b>	<b>363,566.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>402,636.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>39,069.95</b>	<b>10.75%</b>

单位：万元

项目	2014年12月31日					
	实际数据		备考数据		变化情况	
	金额	占比	金额	占比	金额	增长率
<b>流动资产：</b>						
货币资金	25,323.33	13.23%	25,578.20	11.19%	254.87	1.01%
应收票据	736.78	0.39%	736.78	0.32%	-	-
应收账款	37,626.37	19.66%	37,868.08	16.57%	241.72	0.64%
预付款项	592.09	0.31%	712.15	0.31%	120.06	20.28%
其他应收款	5,386.36	2.81%	6,687.25	2.93%	1,300.89	24.15%
存货	65,847.73	34.41%	65,847.73	28.82%	-	-
一年内到期的非流动资产	14,360.50	7.50%	14,360.50	6.28%	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>149,873.16</b>	<b>78.32%</b>	<b>151,790.69</b>	<b>66.43%</b>	<b>1,917.53</b>	<b>1.28%</b>
<b>非流动资产：</b>						
可供出售金融资产	-	-	0.10	0.00%	0.10	N/A
长期应收款	36,945.72	19.31%	36,945.72	16.17%	-	-
固定资产	2,737.25	1.43%	2,995.08	1.31%	257.83	9.42%
无形资产	89.19	0.05%	89.19	0.04%	-	-
商誉	-	-	34,978.69	15.31%	34,978.69	N/A
长期待摊费用	486.20	0.25%	486.20	0.21%	-	-
递延所得税资产	1,085.97	0.57%	1,092.02	0.48%	6.05	0.56%
其他非流动资产	131.96	0.07%	131.96	0.06%	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>41,476.30</b>	<b>21.68%</b>	<b>76,718.96</b>	<b>33.57%</b>	<b>35,242.66</b>	<b>84.97%</b>
<b>资产总额</b>	<b>191,349.45</b>	<b>100.00%</b>	<b>228,509.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,160.19</b>	<b>19.42%</b>

本次交易对上市公司2015年12月31日资产结构的主要影响如下：

1) 上市公司资产总额增加39,069.95万元, 增长幅度为10.75%, 其中增长较快的主要资产项目包括: 商誉较重组前增加34,978.69万元, 货币资金较重组前增加2,345.00万元, 应收账款较重组前增加665.52万元等;

2) 由于商誉增加幅度较大, 上市公司非流动资产占资产总额的比例有所上升, 交易前为35.30%, 交易后上升至40.60%。

## 2、负债结构分析

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, 本次交易前后上市公司2014年12月31日和2015年12月31日主要负债项构成及变化情况如下:

单位: 万元

项目	2015年12月31日					
	实际数据		备考数据		变化情况	
	金额	占比	金额	占比	金额	增长率
<b>流动负债:</b>						
短期借款	51,144.14	19.12%	51,144.14	18.00%	-	-
应付票据	4,901.82	1.83%	4,901.82	1.73%	-	-
应付账款	104,873.91	39.20%	105,458.14	37.12%	584.22	0.56%
预收款项	3,115.80	1.16%	3,681.99	1.30%	566.19	18.17%
应付职工薪酬	1,995.65	0.75%	2,069.68	0.73%	74.03	3.71%
应交税费	16,060.31	6.00%	16,309.03	5.74%	248.72	1.55%
应付利息	1,055.27	0.39%	1,055.27	0.37%	-	-
其他应付款	574.95	0.21%	14,164.79	4.99%	13,589.84	2,363.65%
一年内到期的非流动负债	38,676.00	14.46%	38,676.00	13.61%	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>222,397.86</b>	<b>83.13%</b>	<b>237,460.86</b>	<b>83.58%</b>	<b>15,063.00</b>	<b>6.77%</b>
<b>非流动负债:</b>						
长期借款	16,374.00	6.12%	16,374.00	5.76%	-	-
应付债券	24,291.66	9.08%	24,291.66	8.55%	-	-
长期应付款	4,000.00	1.50%	5,500.00	1.94%	1,500.00	37.50%
递延收益	425.00	0.16%	425.00	0.15%	-	-
递延所得税负债	39.32	0.01%	46.27	0.02%	6.95	17.66%
<b>非流动负债合计</b>	<b>45,129.98</b>	<b>16.87%</b>	<b>46,636.92</b>	<b>16.42%</b>	<b>1,506.95</b>	<b>3.34%</b>
<b>负债总额</b>	<b>267,527.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>284,097.79</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,569.95</b>	<b>6.19%</b>

单位: 万元

项目	2014年12月31日					
	实际数据		备考数据		变化情况	
	金额	占比	金额	占比	金额	增长率
<b>流动负债:</b>						
短期借款	44,920.17	38.71%	44,920.17	34.08%	-	-
应付票据	4,596.19	3.96%	4,596.19	3.49%	-	-
应付账款	48,470.08	41.77%	48,821.12	37.04%	351.04	0.72%
预收款项	406.83	0.35%	499.77	0.38%	92.94	22.85%
应付职工薪酬	1,735.81	1.50%	1,809.47	1.37%	73.66	4.24%
应交税费	8,193.41	7.06%	8,286.85	6.29%	93.44	1.14%
应付利息	102.92	0.09%	102.92	0.08%	-	-
其他应付款	609.12	0.52%	14,263.34	10.82%	13,654.22	2241.65%
一年内到期的非流动负债	900.00	0.78%	900.00	0.68%	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>109,934.52</b>	<b>94.74%</b>	<b>124,199.83</b>	<b>94.23%</b>	<b>14,265.31</b>	<b>12.98%</b>
<b>非流动负债:</b>						
长期借款	6,100.00	5.26%	6,100.00	4.63%	-	-
长期应付款	-	-	1,500.00	1.14%	1,500.00	N/A
递延所得税负债	-	-	3.80	0.00%	3.80	N/A
<b>非流动负债合计</b>	<b>6,100.00</b>	<b>5.26%</b>	<b>7,603.80</b>	<b>5.77%</b>	<b>1,503.80</b>	<b>24.65%</b>
<b>负债总额</b>	<b>116,034.52</b>	<b>100.00%</b>	<b>131,803.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,769.10</b>	<b>13.59%</b>

本次交易对上市公司2015年12月31日负债结构的主要影响如下:本次交易完成后负债总额较交易前增加16,569.95万元,增长幅度6.19%,主要系由于其他应付款增加13,589.84万元所致,其他应付款的增加主要源于支付本次交易的现金支付金额的预计一年内到期部分所致。

### 3、资产负债指标分析

项目	2015年12月31日		
	交易后	交易前	增长率
流动比率	1.0071	1.0576	-4.78%
速动比率	0.4684	0.4824	-2.91%
资产负债率	70.56%	73.58%	-4.11%
项目	2014年12月31日		
	交易后	交易前	增长率
流动比率	1.2221	1.3633	-10.35%
速动比率	0.6920	0.7643	-9.47%
资产负债率	57.68%	60.64%	-4.88%

本次交易对上市公司2015年12月31日资产负债指标的主要影响如下：公司流动比率从交易前的1.0576下降至交易后的1.0071；速动比率从交易前的0.4824下降至交易后的0.4684；资产负债率从交易前的73.58%下降至交易后的70.56%；流动比率和速动比例的下降主要系由于公司应付本次交易所支付的现金对价的一年内到期部分导致其他应付款增加所致；资产负债率出现下滑的主要原因系交易完成后商誉的增加带来资产总额的增加所致。

## (二) 本次交易完成后对公司盈利能力的影响

### 1、盈利情况分析

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，本次交易前后，上市公司2014年度和2015年度的经营成果、盈利能力指标情况对比如下：

单位：万元

项目	2014年1-12月		2015年1-12月	
	备考数据	实际数据	备考数据	实际数据
营业收入	112,162.40	108,819.29	195,458.26	188,886.12
营业成本	78,751.59	76,757.04	136,859.48	133,015.78
营业利润	14,423.04	14,123.70	21,126.34	19,937.33
利润总额	14,379.88	14,080.54	21,547.24	20,279.24
净利润	11,922.49	11,701.16	17,935.82	16,854.25

根据备考合并利润表，得益于德马吉高毛利的创意展示设计类业务，本次交易完成后上市公司2015年度备考营业收入、净利润较同期实际营业收入、净利润分别增长了3.48%和6.42%。

### 2、盈利指标分析

项目	2015年1-12月		
	交易后	交易前	增长率
毛利率	29.98%	29.58%	1.36%
净利率	9.18%	8.92%	2.84%
基本每股收益(元)	0.5377	0.5174	3.93%

项目	2014年1-12月		
	交易后	交易前	增长率
毛利率	29.79%	29.46%	1.10%
净利率	10.63%	10.75%	-1.15%

基本每股收益(元)	0.3575	0.3592	-0.49%
-----------	--------	--------	--------

本次交易完成后,公司2015年毛利率从交易前的29.58%小幅提升至交易后的29.98%,增长率为1.36%;销售净利率从8.92%上升至9.18%;基本每股收益从0.5174增长至0.5377,增长率为3.93%。

财务指标的变动表明本次交易拟注入资产具有相对较好的盈利能力,交易完成后2015年上市公司的净利润、每股收益均将得以增长,持续盈利能力将得到进一步增强,从而保障上市公司中小股东的利益。

### 3、本次交易涉及的职工安置对上市公司的影响

本次交易不涉及职工安置。

### 4、本次交易成本对上市公司的影响

本次交易成本(包括但不限于交易税费、中介机构费用等)由上市公司与德马吉根据相关法律法规支付,其中中介机构费用通过本次募集配套资金支付。由于本次交易为以发行股份及支付现金购买标的公司股权,上述中介机构费用将从股本溢价中扣除,对上市公司的经营业绩产生不会产生较大影响。

## (三) 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

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,上市公司将新增商誉34,978.69万元。

### 1、合并成本的确认及依据

根据中企华评估出具的《资产评估报告》,以2015年12月31日为基准日,德马吉100%股权的评估值为37,618.49万元。经交易双方协商,本次德马吉100%股权的最终交易价格为37,500万元。上市公司拟通过发行股份及支付现金的方式购买德马吉100%的股权,其中通过发行股份方式支付22,500万元,以现金支付方式支付15,000万元。

根据《企业会计准则第20号——企业合并》中对于非同一控制下的企业合并的相关规定,本次交易的合并成本为37,500万元。

## 2、可辨认净资产公允价值的确认及依据

根据《企业会计准则应用指南》及《企业会计准则解释第5号》的相关规定，上市公司对德马吉可辨认净资产的公允价值确认主要原则如下：

(1) 货币资金：按照基准日德马吉的账面余额作为其公允价值。

(2) 应收款项：德马吉的应收款项均为短期应收款项，按照应收取的金额作为其公允价值；在确定应收款项的公允价值时，扣除了已计提的坏账准备。

(3) 预付款项：德马吉的预付款项均为短期预付款项，按照预付的金额作为其公允价值；并考虑了发生坏账的可能性，预付款项无需计提坏账准备。

(4) 可供出售金融资产：德马吉的可供出售金融资产不存在活跃市场，且被投资企业已注销，预计无法收回，故该部分投资款已全额计提坏账准备，参照中企华评估出具的《资产评估报告》，其可供出售金融资产的评估结果为0元。

(5) 固定资产：德马吉的固定资产为运输设备及电子设备，参考中企华评估出具的《资产评估报告》的评估结果确认其公允价值。本次交易中，中企华评估就德马吉的固定资产的重置成本作为其评估价值，评估值合计145.55万元，确认基准日德马吉固定资产公允价值为145.55万元。

(6) 递延所得税资产：按照基准日德马吉的账面值作为其公允价值。

(7) 应付账款、预收款项等流动负债：均为短期负债，按照应支付的金额作为其公允价值。

按照上述公允价值的确认原则确定基准日德马吉可辨认公允价值的金额为2,521.31万元（已考虑评估增值资产所确认的递延所得税负债）。

## 3、商誉的确认及依据

根据《管理办法》、《准则第26号》的相关规定，上市公司需对重组后业务的财务报表进行备考合并，编制备考合并财务报表。在编制备考合并报表时，假设备考合并财务报表期初即2014年1月1日上市公司收购德马吉100%股权事项已经完成，据此确定备考合并日为2014年1月1日。

本次交易中，经交易各方协商确定，德马吉100%股权交易作价37,500万元。据此，不考虑视业绩承诺完成情况而约定的相关调整，确定的合并成本为37,500万元。

根据《企业会计准则第20号—企业合并》及《企业会计准则讲解》的有关规定，购买方在购买日应当对合并成本进行分配，按照规定确认所取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债。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的差额，应当确认为商誉。据此，上市公司将合并成本37,500万元与德马吉可辨认净资产公允价值2,521.31万元之间的差额确认为商誉，即34,978.69万元。

#### **4、增值部分摊销对上市公司未来经营业绩的影响**

根据中企华评估出具的《资产评估报告》和可辨认公允价值确认原则，德马吉在评估基准日的可辨认净资产公允价值与账面净资产的差异主要为德马吉的固定资产按重置成本评估增值的部分及评估增值所产生的递延所得税对净资产金额的影响。该固定资产增值部分，根据预计的未来受益年限平均折旧，对上市公司未来年度共计对利润的影响其增值部分，即为46.31万元。

#### **5、商誉减值对上市公司未来经营业绩的影响**

根据《企业会计准则》，企业合并成本超过被合并方可辨认净资产公允价值的部分应确认为商誉；该商誉在持有期间不予摊销，但需在未来每个报告期末进行减值测试。上市公司将于未来每个报告期末对因企业合并形成的商誉进行减值测试。

如果未来期间德马吉经营所处的经济、技术或者法律等环境以及所处的市场发生重大变化从而对企业产生不利影响，或经济绩效已经低于或者将低于预期等情况，导致包含分摊商誉的德马吉资产组合的公允价值净额和资产组合预计未来现金流量的现值低于账面价值的，应当在当期确认商誉减值损失，若其发生减值则将对上市公司当期损益造成不利影响。



## 四、本次交易对公司主营业务和可持续发展能力的影响

### (一) 上市公司未来经营发展战略

受益于近30年来我国社会物资供应环境的改善以及信息化程度的提升,居民生活消费需求结构已发生巨大的跃升,其消费关注点已由商品或服务使用价值的传统需求逐步聚焦到涵盖人与环境、人与文化、人与人之间在内的消费体验追求上,并由此催生出需求潜力巨大且增势迅猛的体验经济新业态。

公司在实现生态价值和社会价值的同时,寻求自有品牌在消费端维度的价值延伸。公司未来将以文化创意基因作为嫁接通路,以文化旅游作新战略切入点,谋求公司自主品牌在消费潜力更为巨大的终端消费市场的价值变现。通过增强人与环境、人与文化间的互动体验,逐步将公司自有品牌定位由现有主业的渠道品牌下沉至更具市场消费潜力的终端品牌,实现公司自有品牌价值在万亿级终端消费市场的提升。

### (二) 本次交易完成后的整合计划

本次交易完成后,德马吉将进入上市公司体系之内,但其资产、业务及人员将保持相对独立和稳定。上市公司不会对德马吉的管理团队、组织架构、主营业务进行重大调整,而是采取多种措施维持其原有管理团队稳定性和经营积极性。同时,上市公司与标的企业将积极探索在客户、管理、资金、资源、战略等方面的协同与整合,上市公司将按照上市公司各类规范要求对德马吉的经营管理进行规范;德马吉也将在业务发展等方面考虑上市公司战略的需要,为上市公司战略提供支持,以实现协同发展,提升上市公司整体价值。

#### 1、业务整合

德马吉作为公司本次收购标的,系以文化创意设计能力为核心,具有全球业务覆盖能力的创意展示服务提供商。德马吉所专注的是基于对客户“品牌内涵、业务属性、目标客群诉求、产品或服务卖点”等方面的精准把握,实现对客户营销诉求的精准传达,增强客户的品牌价值。通过本次交易,公司将结合德马吉出色的创意展示和创意策划等优质基因,一方面增强对自身主题文旅项目品牌内涵创意能力和综合展示能力,形成一定的品牌IP效应并逐步增强品牌的广泛识别

性,奠定了公司品牌传播和文旅项目异地复制的基础,同时直接增强了公司的综合文化创意能力,为公司的主题文旅项目提供更全面、更精准的创意营销和策划,从而增强公司未来线下文化旅游主题项目的综合运营实力。

## 2、公司治理整合

本次交易后,德马吉将成为上市公司的全资子公司,德马吉在人力资源、财务管理以及合规运营等方面需按照上市公司治理标准规范。重组完成后,上市公司将在上述方面结合德马吉业务特点,对其原有的人力、财务以及风险控制等管理制度进行科学适当的调整,以提高德马吉的业务拓展能力、运营效率、降低德马吉的经营风险等,全面提速德马吉发展。

## 3、财务管理和资金统筹整合

本次交易完成后,上市公司将把自身规范、成熟的内部控制体系和财务管理体系引入到德马吉的经营管理中,依据德马吉自身业务模式特点和财务环境特点,因地制宜地在内部控制体系建设、财务人员设置等方面协助德马吉搭建符合上市公司标准的财务管理体系。同时,上市公司将逐步统筹德马吉的资金使用和外部融资,利用上市公司的资本运作平台视必要给予德马吉融资支持,提高德马吉的运营效率,防范财务风险。

## 4、管理团队整合

德马吉拥有一支在文化创意设计领域具有丰富经验的管理团队和核心人才队伍,这是德马吉持续、快速发展的保证。本次交易完成后,德马吉的核心管理团队将继续留任,在保持德马吉经营管理稳定的前提下,加强与上市公司的快速整合,培养壮大业务能力出色、经验丰富的专业团队。

根据本次交易相关安排,德马吉与关键人员签订保密、竞业禁止及避免同业竞争协议,约定该等关键人员自标的股权交割之日起在德马吉至少任职48个月,并同时签署任职期间以及离职后2年内的竞业禁止及保密协议。该等协议将有效保证德马吉核心人员的稳定性。

此外,本次交易完成后,德马吉可利用上市公司平台和资金实力,视该等核心人员的贡献提高其薪酬待遇和发展空间。同时,由于本次发行股份及支付现金

购买资产设置了业绩对赌期内的超额业绩奖励,如可超额完成利润,可将超额部分按一定比例在业绩承诺期满后对经营管理团队进行奖励,这将对维持德马吉管理团队的稳定性、调动管理层工作积极性起到重要作用。

### (三) 本次交易对上市公司盈利能力和可持续发展能力的影响

#### 1、充分发挥战略合作协同效应,增强公司综合实力

经过多年的发展,公司已奠定在园林绿化领域的翘楚地位并提出“二次创业”的战略目标:致力于成长为“美丽生活创造者——生态环境与文化旅游运营商”。公司旨在以文化创意基因作为嫁接通路,以文化旅游作新战略切入点,谋求公司自主品牌在消费潜力更为巨大的终端消费市场的价值变现。

前次并购后,公司依托自身在生态环境塑造以及主题娱乐体验内容定制等方面的核心资源优势,成功拓展主题文化旅游新兴业态战略板块,实现生态园林观赏性和主题体验项目的互动娱乐性有机融合。而德马吉作为公司本次收购标的,系以文化创意设计能力为核心,具有全球业务覆盖能力的创意展示服务提供商。德马吉所专注的是基于对客户“品牌内涵、业务属性、目标客群诉求、产品或服务卖点”等方面的精准把握,实现对客户营销诉求的精准传达,增强客户的品牌价值。通过本次交易,公司将结合德马吉出色的创意展示和创意策划等优质基因,一方面增强对自身主题文旅项目品牌内涵创意能力和综合展示能力,形成一定的品牌 IP 效应并逐步增强品牌的广泛识别性,奠定了公司品牌传播和文旅项目异地复制的基础,同时直接增强了公司的综合文化创意能力,为公司的主题文旅项目提供更全面、更精准的创意营销和策划,从而增强公司未来线下文化旅游主题项目的综合运营实力,从而增厚盈利水平,进一步扩大产业规模,促进上市公司可持续发展并提升公司的盈利能力。

#### 2、德马吉丰富的海外作业经验助力公司“走出去、带进来”,提升公司竞争力和持续盈利能力

通过本次交易,公司可借助德马吉的全球业务渠道而实现自身的技术及业务优势“走出去”,为公司积累国外客户、增加业务机会创造更多的可能性。另外,德马吉丰富的海外作业经验、众多国外办事处及稳定的国外供应商体系将会为公

司开拓国外业务提供重要的战略支撑,从而降低其管理运营的成本,缩短其战略布局的时间,加速其“走出去”的步伐。此外,境外存在较多的优质标的资产,公司未来可充分利用德马吉的境外资源和通道,实现将优质海外资产“带进来”,为公司的新产业板块布局和发展提供强有力的支撑,综合提升公司的竞争力和持续盈利能力。

### 3、本次收购有利于上市公司在文化创意业务领域盈利能力的增强

前次对恒润科技的收购后,公司实现了自身资源禀赋和高新技术储备的有效扩大。通过收购德马吉100%的股权,公司以内容体验定制能力为依托,借力德马吉在空间创意布置、主题品牌塑造、创意品宣等方面的文化创意展示禀赋与自身已有的资源禀赋及技术优势形成交汇协同,可为客户定制兼具体感互动性和视觉冲击力的创意展示体验空间,增强对客户核心业务价值及品牌文化内涵的精准表达。如:公司将内容创作、多媒体技术和VR等高科技技术以及互动体验设备嫁接至德马吉的“互动营销”的模式上,构筑成公司多元化的营销组合形式。

通过本次交易,一方面可以为上市公司增加合并报表范围内的利润,提高上市公司盈利能力;另一方面进一步延伸上市公司在文化创意领域的业务范围,并通过将公司与德马吉各自优秀的文化创意基因进行有机融合,共同为公司构筑一个多元的营销组合,总体上提高上市公司价值,为广大股东带来长期稳定的回报。

### 4、本次收购的标的企业德马吉发展潜力较强,可进一步提升上市公司盈利水平

德亿投资及帮林投资承诺,德马吉2016年度、2017年度、2018年度实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的预测净利润分别为不低于2,500万元、3,250万元、4,225万元(均含本数)。因此,通过并购德马吉,上市公司营业收入、净利润规模将显著提升,盈利能力将进一步增强。

综上,本次交易前,上市公司的主营业务为园林绿化业务和文化创意业务。本次交易完成后,德马吉成为上市公司全资子公司。上市公司通过购买标的资产将文化创意业务延伸至创意展示设计、活动创意策划等会展营销服务领域,进一步激活公司构建的文化创意产业链,上市公司盈利能力将有效提升,未来持续稳

定的现金流入亦将加强公司财务稳健性，提升公司抗风险能力。

## 第十章 财务会计信息

### 一、标的公司最近两年简要财务报表

正中珠江对德马吉 2015 年度和 2014 年度的财务报表进行了审计,并出具了广会专字[2016]G16003030021 号。正中珠江认为:德马吉财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制,公允反映了德马吉 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的财务状况以及 2014 年度、2015 年度的经营成果和现金流量。

德马吉经审计的 2015 年度和 2014 年度的财务报表如下:

#### (一) 合并资产负债表

单位:元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
货币资金	23,450,017.21	2,548,668.23
应收票据	1,224,000.00	-
应收账款	6,655,194.14	2,417,168.08
预付款项	4,032,257.43	1,200,591.62
其他应收款	3,463,382.93	13,008,878.88
其他流动资产	550,000.00	-
<b>流动资产合计</b>	<b>39,374,851.71</b>	<b>19,175,306.81</b>
可供出售金融资产	-	1,000.00
固定资产	992,413.71	2,325,188.41
递延所得税资产	82,237.78	60,458.77
<b>非流动资产合计</b>	<b>1,074,651.49</b>	<b>2,386,647.18</b>
<b>资产总计</b>	<b>40,449,503.20</b>	<b>21,561,953.99</b>
应付账款	5,842,230.29	3,510,383.23
预收款项	5,661,871.91	929,404.14
应付职工薪酬	740,278.61	736,613.97
应交税费	2,487,190.56	934,427.71
其他应付款	898,429.61	1,542,227.01
<b>流动负债合计</b>	<b>15,630,000.98</b>	<b>7,653,056.06</b>
<b>负债合计</b>	<b>15,630,000.98</b>	<b>7,653,056.06</b>
实收资本	15,000,000.00	15,000,000.00
盈余公积	869,566.00	-
未分配利润/未弥补亏损	8,949,936.22	-1,091,102.07
<b>股东权益合计</b>	<b>24,819,502.22</b>	<b>13,908,897.93</b>

负债和股东权益总计	40,449,503.20	21,561,953.99
-----------	---------------	---------------

## (二) 合并利润表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	65,721,429.38	33,431,115.17
减：营业成本	38,437,032.98	19,945,518.82
营业税金及附加	266,377.86	38,988.31
销售费用	4,511,117.16	2,974,881.30
管理费用	10,192,983.95	7,176,806.10
财务费用	-28,035.53	6,840.82
资产减值损失	340,255.64	241,835.08
投资收益	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-
二、营业利润	12,001,697.32	3,046,244.74
加：营业外收入	840,000.00	-
减：营业外支出	50,000.00	-
三、利润总额	12,791,697.32	3,046,244.74
减：所得税费用	1,881,093.03	787,981.56
四、净利润	10,910,604.29	2,258,263.18
五、其他综合收益的税后净额	-	-
六、综合收益总额	10,910,604.29	2,258,263.18

## (三) 合并现金流量表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
经营活动现金流量净额	20,772,986.90	4,686,964.96
投资活动现金流量净额	31,583.94	-2,631,791.19
筹资活动现金流量净额	-	-
汇率变动对现金的影响	96,778.14	-
现金及现金等价物净增加额	20,901,348.98	2,055,173.77

## 二、上市公司备考合并财务报告

正中珠江对上市公司编制的2014年度以及2015年度备考合并财务报表进行了审计，并出具了广会专字[2016]G16003030111号《备考审计报告》，备考财务报告假设本次交易于2014年1月1日已经完成，德马吉自2014年1月1日起即已成为公司的控股子公司，以本公司财务报表、德马吉财务报表为基础，并考虑

合并日德马吉可辨认资产和负债的公允价值后编制。

正中珠江认为：岭南园林股份有限公司备考财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定和备考财务报表附注三所述的编制基础编制，公允反映了岭南园林股份有限公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的备考合并财务状况以及 2014 年度、2015 年度的备考合并经营成果。公司经审计的 2014 年和 2015 年度简要备考合并财务报表如下：

### (一) 备考合并资产负债表简表

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产	239,148.19	151,790.69
非流动资产	163,488.21	76,718.96
<b>资产总计</b>	<b>402,636.40</b>	<b>228,509.64</b>
流动负债	237,460.86	124,199.83
非流动负债	46,636.92	7,603.80
<b>负债合计</b>	<b>284,097.79</b>	<b>131,803.62</b>
<b>所有者权益合计</b>	<b>118,538.61</b>	<b>96,706.02</b>

### (二) 备考合并利润表

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	195,458.26	112,162.40
营业成本	136,859.48	78,751.59
营业利润	21,126.34	14,423.04
利润总额	21,547.24	14,379.88
净利润	17,935.82	11,922.49



## 第十一章 同业竞争和关联交易

### 一、报告期内交易标的的关联交易情况

#### (一) 德马吉的主要关联方

报告期内，德马吉的主要关联方如下：

关联方名称	与德马吉关系
上海励媛汇	德马吉控股子公司
香港德马吉	德马吉控股孙公司
帮林投资	德马吉股东
德亿投资	德马吉股东
王翔	德马吉实际控制人、执行董事
师欣欣	德马吉实际控制人、监事
德马吉(中国)[注 1]	实际控制人曾控制的企业
上海德马吉展览展示服务有限公司[注 2]	实际控制人曾控制的企业
欧马腾	实际控制人控制的企业

注 1：截至本重组报告书签署日，德马吉实际控制人王翔曾控制的企业德马吉(中国)已进入注销程序，德马吉(中国)的情况请参考本章节之“三、本次交易完成后，上市公司与交易对方的同业竞争情况”。

注 2：上海德马吉展览展示服务有限公司于 2016 年 4 月 1 日经上海市奉贤区市场监督管理局批准予以注销。

#### (二) 关联交易情况

##### 1、购销商品、提供和接受劳务的关联交易

###### (1) 采购商品/接受劳务

单位：元

关联方	关联交易内容	2015 年度	2014 年度
德马吉(中国)	接受劳务	4,254,758.44	3,687,157.39

关联方交易的定价方式：执行双方参考市场价格协商确定。

**(2) 出售商品/提供劳务**

单位：元

关联方	关联交易内容	2015 年度	2014 年度
德马吉（中国）	提供创意设计服务	4,200,000.15	4,358,574.23
欧马腾	房屋出租收入	216,361.87	35,859.46

关联方交易的定价方式：执行双方参考市场价格定价。

**2、关联担保情况**

报告期内，标的公司与标的公司的实际控制人不存在对外担保情况，也不存在接受他人的担保的情况。

**3、关联方应收应付款项**

单位：元

关联方名称	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
<b>应收账款</b>		
德马吉（中国）	303,145.93	608,543.33
欧马腾	252,221.33	35,859.46
<b>其他应收款</b>		
德马吉（中国）	-	227,591.00
王翔	-	11,650,155.54
<b>其他应付款</b>		
上海德马吉展览展示服务有限公司	-	1,163,336.00
师欣欣	23,300.00	-
德马吉（中国）	221,698.61	-

上述应收账款余额主要为应收德马吉（中国）的服务收入的相关款项，以及应收欧马腾的租金；其他应收款余额主要为应收德马吉代收第三方客户的账款余额以及应收王翔借款。其他应付款余额为关联方代垫向德马吉支付的款项。

截至 2015 年 12 月 31 日，应收关联方的非经营性资金占用款项已全部归还德马吉，关联方不存在非经营性资金占款行为。

**(三) 关联交易的必要性及定价公允性****1、德马吉通过德马吉（中国）销售的最终实现情况**

报告期内，德马吉作为德马吉（中国）的服务提供商，主要向德马吉（中

国)提供中国境外的展览展示创意设计类服务,德马吉(中国)由此向第三方企业提供相应的展示设计类服务,以此最终实现销售。德马吉(中国)通过向德马吉采购服务实现的最终销售情况如下表所示:

(1) 2014 年度德马吉(中国)向德马吉采购服务实现最终销售情况

关联方	所属期间	主要交易内容	最终销售客户	最终销售业务简介	金额(元)	项目毛利率
德马吉(中国)	2014年度	创意展示设计服务	TCL 集团股份有限公司	TCL2014 年展示项目	4,052,547.83	50.85%
	2014年度	创意展示设计服务	天津长荣印刷设备股份有限公司	长荣印刷 ExpoPrint 展示项目	306,026.40	30.96%
合计					4,358,574.23	

(2) 2015 年度德马吉(中国)向德马吉采购服务实现最终销售情况

关联方	所属期间	主要交易内容	最终销售客户	最终销售业务简介	金额(元)	项目毛利率
德马吉(中国)	2015年度	活动创意策划服务	华为技术有限公司	华为技术新加坡金沙展示项目	3,031,690.57	62.42%
	2015年度	活动创意策划服务	深圳市大疆创新科技有限公司	大疆创新拉斯维加斯展示项目	1,168,309.58	65.27%
合计					4,200,000.15	

经核查,报告期内德马吉(中国)均已在其所属期间内完成了上述展览展示业务,获取了最终销售客户提供的《展示项目完工单》,并确认了对最终客户的销售收入,德马吉通过德马吉(中国)的销售已经最终实现。

2、向关联方采购及销售的必要性和公允性

(1) 德马吉与德马吉(中国)之间采购和销售的必要性

报告期内,德马吉(中国)与德马吉均受同一控制人王翔控制,均以开展创意展示设计类业务和活动创意策划类业务为主。德马吉(中国)注册地点在香港,主要基于开展中国境外项目的便捷性而设立。

1) 德马吉向德马吉(中国)采购的必要性

德马吉(中国)在境外展览展示业务经验相对丰富,具有较多的业务及供应商资源和渠道。报告期内,当涉及有境外展览需求的客户,基于中国境外业务开展的便捷性,以及德马吉(中国)于中国境外供应商储备资源丰富等因素的考虑,德马吉与德马吉(中国)签订相应的采购合同,由德马吉(中国)作为德马吉的中国境外服务提供商和采购商向德马吉提供相应的采购服务,协助德马吉完成境外展会展台的制作、搭建和后期拆撤。

## 2) 德马吉向德马吉(中国)销售的必要性

报告期内,德马吉接触了部分国内客户具有境外展览展示的需求,由于该类客户在境外设有办事处,为便于境外展示业务的沟通,并经与客户沟通,由德马吉(中国)承接该等国内客户的境外展览展示业务,即德马吉作为德马吉(中国)的服务提供商向德马吉(中国)提供相应的创意设计类服务业务,再通过德马吉(中国)向该境外参展需求的客户提供相关境外展示设计类业务服务。

此外,德马吉(中国)以承接中国境外业务为主,境外展览展示业务经验相对丰富,通过德马吉(中国)该境外业务平台与境外业务直接对接,有利于提升德马吉品牌在境外展览展示行业的国际化形象。

综上,报告期内,德马吉与德马吉(中国)发生的关联交易主要系出于业务开展的便捷性考虑,通过德马吉(中国)进行境外业务的开展有利于德马吉快速获取优质的供应商资源且便于直接与客户的业务沟通,有助于德马吉完善其全球的业务布局,确保其全球化项目的顺利实施开展,并利于与客户建立稳定的合作关系,提升德马吉品牌的国际化形象,其关联交易具有必要性。

## (2) 关联采购的公允性

德马吉作为德马吉(中国)的服务采购商,通过德马吉(中国)向第三方客户提供境外展览展示相关的展台搭建等服务业务,业务环节主要包含道具提供、布展装修、进馆搭建等。报告期内,与德马吉(中国)的关联采购情况如下表所示:

### 1) 2014 年度关联采购情况

关联方	所属期间	主要交易内容	最终供应商	采购业务简介	采购金额(元)	展示项目示面积(m <sup>2</sup> )	每平方米单价(元/m <sup>2</sup> )
德马吉(中国)	2014年度	展台制作、搭建、拆卸服务	ExpoRaf	TCL 德国柏林展示项目	1,745,110.14	505	3,455.66
	2014年度	展台制作、搭建、拆卸服务	PURP	联合动力德国汉堡风能展示项目	199,598.00	90	2,217.76
	2014年度	展台制作、搭建、拆卸服务	CircleExhibitionServiceLLC	烽火科技迪拜展示项目	333,520.00	128	2,605.63
	2014年度	展台制作、搭建、拆卸服务	Pentone313conceptltd	潍柴动力新加坡展示项目	255,024.00	135	1,889.07
	2014年度	展台制作、搭建、拆卸服务	Expoconstruct	南车德国柏林展示项目	1,084,124.00	367	2,954.02
	2014年度	展台制作、搭建、拆卸服务	PandaDecorart	晶科缅甸展示项目	69,781.25	24	2,907.55
	2014年合计					3,687,157.39	

## 2) 2015年度关联采购情况

关联方	所属期间	主要交易内容	最终供应商	采购业务简介	采购金额(元)	展示项目示面积(m <sup>2</sup> )	每平方米单价(元/m <sup>2</sup> )
德马吉(中国)	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	ExpoRaf	安德德国汉堡展示项目	40,600.00	3	13,533.33
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	ExpoRaf	安德德国科隆展示项目	349,015.00	150	2,326.77
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	CircleExhibitionServiceLLC	尚德迪拜展示项目	111,600.00	55	2,029.09
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	LLCSiriusExpo	海尔俄罗斯展示项目	227,650.00	80	2,845.63
	2015年	展台制作、	Miscott	南车土耳其	119,747.00	72	1,663.15

关联方	所属期间	主要交易内容	最终供应商	采购业务简介	采购金额(元)	展示项目示面积(m <sup>2</sup> )	每平方米单价(元/m <sup>2</sup> )
	度	搭建、拆卸服务		展示项目			
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	Miscott	吉亿土耳其展示项目	62,788.00	35	1,793.94
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	ConceptG	晶科南非展示项目	98,017.60	54	1,815.14
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	ExpoRaf	海尔德国法兰克福展示项目	239,250.00	158	1,514.24
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	因美特国际展示项目览有限公司	大疆美国展示项目	327,212.50	180	1,817.85
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	Miscott	晶科土耳其展示项目	68,740.00	56	1,227.50
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	DisplayTechnologiesLLC	鹏博士美国展示项目	223,156.25	54	4,132.52
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	CircleExhibitionServiceLLc	慕思阿联酋展示项目	145,390.00	72	2,019.31
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	ConceptG	晶科南非展示项目	73,560.00	36	2,043.33
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	SkylightCreations	晶科约旦展示项目	62,628.00	24	2,609.50
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	ThinkTank	鹏博士新加坡展示项目	195,930.00	56	3,498.75
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	Monter-VisExhibitions	中节能德国展示项目	40,909.00	36	1,136.36
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	USLUGIELEKTROINSTALACYJNEPRZMYSLAWLO	南瑞荷兰展示项目	85,333.00	54	1,580.24

关联方	所属期间	主要交易内容	最终供应商	采购业务简介	采购金额(元)	展示项目示面积(m <sup>2</sup> )	每平方米单价(元/m <sup>2</sup> )
			CHUNSKI				
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	ConceptG	南车南非展示项目	259,375.00	84	3,087.80
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	PURP	晶科德国展示项目	219,198.00	180	1,217.77
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	Monter-Vi sExhibitions	特变德国展示项目	41,550.00	36	1,154.17
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	Surreal	TCL 巴西展示项目	775,582.09	210	3,693.25
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	PixartInt	南车俄罗斯展示项目	354,402.00	52	6,815.42
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	Surreal	晶科巴西展示项目	72,500.00	36	2,013.89
	2015年度	展台制作、搭建、拆卸服务	BDECKExhibitions	特变印度展示项目	60,625.00	72	842.01
	2015年合计				4,254,758.44		

如上表所示,报告期内与德马吉(中国)之间的关联采购业务涉及多个国家和地区,所对应的供应商亦分布在不同地域。供应商报价时依据客户提供的CAD施工图及预计展示面积大小,综合业务开展所需的地板材质、整体展台结构所需工程材料、布景装饰、美工要求、多媒体器材租赁、家具租赁、现场人工费用等因素后,按照预计材料和人工单位数量和当地的单位采购成本进行整体价格预算,形成最终报价金额;由于上述不同项目所涉及的材料及人工在地域分布、型号种类以及类型等方面均存在差异,其单位展示面积的采购成本也存在较大不一致,故展台搭建服务属于非标准化产品,难以获取市场可比价格。

经核查，德马吉从德马吉（中国）接受的服务均为德马吉（中国）以平价从第三方供应商采购，德马吉（中国）向第三方供应商的采购价格与德马吉向德马吉（中国）的采购价格不存在差异。因此，德马吉与德马吉（中国）之间的关联采购交易，为双方基于市场认可的价值作出的交易，交易价格具有公允价。

### （3）关联销售价格的公允性

德马吉向德马吉（中国）提供展览展示设计服务，业务环节主要包含客需精挖、创意设计、施工规划、企宣创意等。由于创意展示设计类服务属于非标准化集成产品，其定价系根据不同项目所涉及的整体项目呈现效果、项目技术难度、设计团队搭配以及展台搭建所需的不同材料成本和人工费用等因素进行的整体考虑，不存在市场可比价格。

经核查，德马吉（中国）从德马吉接受服务后，全部以平价方式销售给最终第三方客户，德马吉（中国）向最终客户的销售价格与德马吉（中国）向德马吉的采购价格不存在差异。关联销售的最终销售的情况及项目毛利率如下表所示：

关联方	所属期间	主要交易内容	最终销售客户	最终销售业务简介	金额（元）	项目毛利率
德马吉（中国）	2014 年度	创意展示设计服务	TCL 集团股份有限公司	TCL2014 年展示项目	4,052,547.83	50.85%
	2014 年度	创意展示设计服务	天津长荣印刷设备股份有限公司	长荣印刷 ExpoPrint 展示项目	306,026.40	30.96%
	2015 年度	活动创意策划服务	华为技术有限公司	华为技术新加坡金沙展示项目	3,031,690.57	62.42%
	2015 年度	活动创意策划服务	深圳市大疆创新科技有限公司	大疆创新拉斯维加斯展示项目	1,168,309.58	65.27%

根据上表，与德马吉（中国）2014 年度发生关联创意展示设计服务业务的



平均毛利率为 40.91%，与 2014 年度该类业务平均毛利率 40.58%基本保持一致；2015 年度发生的关联活动创意策划服务业务平均毛利率为 63.85%，高于 2015 年度该类业务平均毛利率 47.25%，主要由于该两笔业务均属于境外高端展览展示项目，德马吉在境外高端展览展示业务开展在同行业经验相对丰富且布局偏早，具有明显的竞争优势，溢价能力较强，且该销售的客户系华为、大疆创新等付费能力较强的客户，综合提高了单体项目的毛利率，此外，活动创意策划业务于报告期内毛利率水平区间约为 30%-70%，该两笔关联交易业务处于该类业务的区间范围内。整体而言，与德马吉（中国）之间的关联销售业务毛利率处于合理范围之内，定价具有公允性。

综上所述，德马吉与德马吉（中国）之间的关联采购和销售价格具有公允性。

#### （4）减少和规范关联交易的措施

自 2015 年 7 月至本反馈回复出具之日，德马吉与德马吉（中国）之间不存在服务提供和服务采购等关联交易的情形。截至本报告书签署之日，德马吉与德马吉（中国）之间的往来余款已全部结清。

为了减少和规范关联交易，德马吉（中国）实际控制人于 2015 年 7 月将德马吉（中国）的全部股权对外转让，德马吉（中国）于 2016 年 3 月 18 日根据香港有关规定提交了注销申请；截至本报告书签署之日，德马吉（中国）正在办理注销手续。

上述关联交易主要为有两方面：一是关联方与德马吉之间发生的资金往来，二是为购销商品、提供或接受劳务等经营性业务，不存在损害德马吉及其他非关联股东利益的情形，不会对德马吉经营成果和主营业务产生重大不利影响。

报告期内德马吉发生的关联交易主要参考市场价执行，定价具有公允性。

## 二、本次交易完成后，上市公司与实际控制人及其关联企业之间同业竞争的情况

本次交易不会致使公司与实际控制人及其关联企业之间产生同业竞争。本次

交易未导致本公司的实际控制人发生变更。公司的实际控制人及其关联企业没有以任何形式从事与上市公司及上市公司控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

为了从根本上避免和消除公司实际控制人及实际控制人直接或间接控制的除岭南园林及其控股子公司（包括本次交易完成后的德马吉）外的其他方侵占岭南园林及其控股子公司商业机会和形成同业竞争的可能性，维护岭南园林及其中小股东的合法权益，上市公司的控股股东，公司实际控制人尹洪卫承诺如下：

“1、本人目前没有从事、将来也不会利用从岭南园林及其控股子公司获取的信息直接或间接从事、参与或进行与岭南园林及其控股子公司的业务存在竞争或可能构成竞争的任何业务及活动。

2、本人将严格按照有关法律法规及规范性文件的规定采取有效措施避免与岭南园林及其控股子公司产生同业竞争。

3、如本人或本人直接或间接控制的除岭南园林及其控股子公司外的其他方获得与岭南园林及其控股子公司构成或可能构成同业竞争的业务机会，本人将尽最大努力，使该等业务机会具备转移给岭南园林或其控股子公司的条件（包括但不限于征得第三方同意），并优先提供给岭南园林或其控股子公司。若岭南园林及其控股子公司未获得该等业务机会，则本人承诺采取法律、法规及规范性文件许可的方式加以解决，且给予岭南园林选择权，由其选择公平、合理的解决方式。

本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。如出现因本人违反上述承诺而导致岭南园林及其中小股东权益受到损害的情况，本人将依法承担相应的赔偿责任。

本承诺函有效期间自本承诺函签署之日起至本人不再系岭南园林的实际控制人之日止。”

### 三、本次交易完成后，上市公司与交易对方的同业竞争情况

#### （一）德马吉（中国）的相关情况

标的公司实际控制人之一王翔报告期内持有的德马吉（中国）主营业务为与

境外客户或供应商进行创意展示设计类业务的洽谈并直接开展境外展览展示业务等，与标的公司构成同业竞争关系。截止本报告书签署日，德马吉（中国）已转让给自然人邱梦辉，并已进入注销进程中。根据德马吉（中国）所提供的《公司注册证书》、《周年申报表》、《转让协议》及德马吉（中国）的确认，德马吉的基本情况与历史沿革如下：

### 1、德马吉（中国）的基本情况

中文名称：	德马吉（中国）展览有限公司
成立日期：	2009年11月20日
地址：	Unit E 15/F, Cheuk Nang Plaza, 250 Hennessy Road Wanchai, Hong Kong
法律地位：	Body Coporate
董事：	邱梦辉
发行股份：	10,000股
股权结构：	截止本报告书签署日，邱梦辉持有德马吉（中国）100%股份

### 2、德马吉（中国）的历史沿革

#### （1）德马吉（中国）的设立

根据王翔的确认、德马吉（中国）的商业登记证以及周年申报表，德马吉（中国）成立于2009年11月20日，地址为香港湾仔轩尼诗道250号卓能广场15楼E座，注册资本为港币10,000元，全部配给王翔。王翔担任公司董事。截至本报告书签署日，德马吉（中国）的注册资本已认缴但尚未实际缴纳。根据德马吉（中国）的《组织章程大纲及组织章程细则》，德马吉（中国）的注册资本未约定需要进行实际的缴纳。

德马吉（中国）的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	王翔	10,000	100.00%
	合计	10,000	100.00%

#### （2）2015年7月第一次股权转让

2015年7月17日，王翔将其所持有的德马吉（中国）10,000股股份以港币10,000元的价格转让给邱梦辉，邱梦辉担任董事。

2015年7月17日，王翔与邱梦辉签署了《转让协议》，约定：王翔将其所

持有的德马吉（中国）10,000 股股份以港币 10,000 元的价格转让给邱梦辉。

### （3）德马吉（中国）申请注销

截至报告书签署日，德马吉（中国）已向香港公司注册处和香港税务局提交注销申请资料，德马吉（中国）正在按照香港法律办理注销手续。

## 3、德马吉（中国）与标的公司的合作模式

报告期内，德马吉（中国）与标的公司主要的合作模式包括：

（1）标的公司作为德马吉（中国）的服务提供商向德马吉（中国）提供展览展示创意设计类服务业务；

（2）德马吉（中国）作为德马吉的服务采购提供商向德马吉提供中国境外的展览展示创意设计类的搭建服务业务；

（3）德马吉（中国）受德马吉委托向第三方客户收取业务服务费或向供应商支付相关费用业务。

### （二）与德马吉（中国）相关的承诺函

德马吉（中国）主营业务为与境外客户或供应商直接进行创意展示设计类业务的洽谈并直接开展相应的展览展示业务，与德马吉共用同一技术团队。考虑到德马吉（中国）与德马吉存在同业竞争关系，王翔于 2015 年 7 月将其全资公司德马吉（中国）转让给邱梦辉。截止本报告书签署日，德马吉（中国）已按照香港法律予以注销，目前正在办理注销手续中。王翔已出具《关于德马吉（中国）的确认及承诺函》，作出如下确认和承诺：

“本人于 2009 年 11 月在香港特别行政区（以下简称“香港”）设立德马吉(中国)展览有限公司（DEMAGE (CHINA) MESSE LIMITED，以下简称“德马吉中国”），因考虑到与本人控制的德马吉国际展览有限公司（以下简称“德马吉”）经营同类业务存在竞争，本人于 2015 年 7 月将德马吉中国转让给邱梦辉，经了解，德马吉中国目前正在按照香港法律办理注销手续。

德马吉中国自设立起主要从事如下业务，具体包括：

(1) 与境外客户或供应商直接进行创意展示设计类业务的洽谈并直接开展境外展览展示业务;

(2) 作为德马吉的服务采购商向德马吉采购相关展览展示服务业务;

(3) 向德马吉采购中国境外的相关展览展示的搭建服务业务;

(4) 受德马吉委托向第三方客户收取业务服务费或向供应商支付相关费用业务。

自2015年7月起德马吉中国未作为德马吉的服务提供商承接展览展示业务,亦未向德马吉采购相关展览展示的服务业务;自2015年7月起德马吉中国亦未接受德马吉委托向德马吉客户或供应商收取或支付相关款项。

2015年8月,德马吉在香港设立了全资孙公司德马吉香港展览有限公司(DEMAGE HONGKONG MESSE LIMITED,以下简称“香港德马吉”),香港德马吉成立后,通过德马吉或香港德马吉与原德马吉中国的客户或供应商新签署业务合同的方式开展涉外业务,该等客户或供应商与德马吉中国原签订的业务合同履行完毕后不再签署新的业务合同,德马吉或香港德马吉与德马吉中国之间并未签署业务或合同权利义务转移的相关协议或文件,不存在德马吉中国将其尚未履行完毕的业务合同及相关权利义务转移至德马吉或香港德马吉的情形,在该过程中不存在任何纠纷或潜在纠纷。

就上述事宜,本人确认及承诺如下:

1、德马吉中国自成立起至对外转让止(以下简称“本人持股期间”)能够依照所在地或所适用的法律规定进行经营,未发生违法违规事项,也没有受到过行政处罚;如有关部门(包括中国境内部门)今后认定因德马吉中国在本人持股期间的生产经营行为或任何不当行为,对德马吉中国、香港德马吉或德马吉进行处罚或要求德马吉中国、香港德马吉或德马吉补缴相关款项并进而导致香港德马吉或德马吉遭受任何损失的,则本人将向香港德马吉和德马吉足额赔偿因此遭受的所有损失。

2、德马吉中国未向香港德马吉或德马吉转让任何债权债务,亦未向香港德马吉或德马吉转让任何业务合同或相关权利义务,不存在依照所在地或者所适用

的相关法律法规规定或相关业务合同约定就该等实际上的业务转移需取得相关部门、债权人同意或通知债务人的情形。

3、本人设立并经营德马吉中国为本人个人行为，若德马吉及其控股子公司因本人设立并经营德马吉中国而遭受任何损失或受到不利影响，本人将向德马吉及其控股子公司足额赔偿因此遭受的所有损失或消除该等不利影响。

本确认及承诺一经出具就具有不可撤销之法律效力。”

本次交易完成后，为避免以后与岭南园林发生同业竞争，本次交易的交易对方帮林投资和德亿投资以及其实际控制人王翔、师欣欣出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体内容如下：

“1. 除德马吉及其控股子公司外，本企业及本企业的执行事务合伙人/本人将不在中国境内外直接或间接拥有、管理、控制、投资、从事其他任何与岭南园林及其分公司、子公司相同或相近的业务或项目，亦不参与拥有、管理、控制、投资其他任何与岭南园林及其分公司、子公司相同或相近的业务或项目，亦不谋求通过与任何第三人合资、合作、联营或采取租赁经营、承包经营、委托管理等任何方式直接或间接从事与岭南园林及其分公司、子公司构成竞争的业务。

2. 本企业/本人在直接或间接持有岭南园林股权期间，本企业亦遵守上述承诺。

3. 本企业/本人若违反上述承诺，本企业将对由此给岭南园林造成的损失作出全面、及时和足额的赔偿。

4. 本承诺为不可撤销的承诺。”

#### 四、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

本次交易并未导致上市公司实际控制人变更。上市公司与实际控制人及其关联企业不会因为本次交易新增持续性的关联交易。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的关联交易将继续严格按照有关法律法规及《公司章程》的要求履行关联交易的决策程序，遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，

定价依据充分、合理，确保不损害公司和股东的利益，尤其是中小股东的利益。

上市公司的控股股东，公司实际控制人尹洪卫根据国家有关法律法规的规定，就减少和规范与岭南园林及其控股子公司（包括本次交易完成后的德马吉，下同）之间的关联交易，作出如下承诺：

“1、在本次收购完成后，本人及本人直接或间接控制的除岭南园林及其控股子公司外的其他公司及其他关联方将尽量避免与岭南园林及其控股子公司之间发生关联交易；对于确有必要且无法回避的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护岭南园林及其中小股东利益。

2、本人保证严格按照有关法律法规、中国证券监督管理委员会颁布的规章和规范性文件、深圳证券交易所颁布的业务规则及岭南园林公司章程等制度的规定，依法行使股东权利、履行股东义务，不利用实际控制人的地位谋取不当的利益，不损害岭南园林及其中小股东的合法权益。

如违反上述承诺与岭南园林及其控股子公司进行交易而给岭南园林及其中小股东及岭南园林控股子公司造成损失的，本人将依法承担相应的赔偿责任。

本承诺函有效期间自本承诺函签署之日起至本人不再系岭南园林的实际控制人之日止。”

## 五、本次交易完成后，上市公司与交易对方的关联交易情况

本次交易对方帮林投资和德亿投资以及其实际控制人王翔、师欣欣作为德马吉的股东及本次交易的股权出售方，为规范和减少与岭南园林之间可能存在的关联交易，特此做出如下承诺：

“1. 本企业/本人将按照《中华人民共和国公司法》等法律法规以及岭南园林公司章程的有关规定行使股东权利；在股东大会对涉及本企业的关联交易进行表决时，按照《中华人民共和国公司法》等法律法规以及岭南园林公司章程的有关规定履行回避表决的义务。

2. 本企业/本人将杜绝一切非法占用岭南园林及其分公司/子公司的资金、资产的行为, 在任何情况下, 不要求岭南园林及其子公司/分公司向本企业及本企业投资或控制的其它企业提供任何形式的担保。

3. 本企业/本人将尽可能地避免和减少本企业及本企业投资或控制的其它企业与岭南园林及其子公司/分公司的关联交易; 对无法避免或者有合理原因而发生的关联交易, 将遵循市场公正、公平、公开的原则, 并依法签订协议, 履行合法程序, 按照岭南园林公司章程、有关法律法规履行信息披露义务。

4. 本承诺为不可撤销的承诺。”



## 第十二章 风险因素

### 一、与本次重组相关的风险

#### (一) 审批风险

本次交易尚需取得中国证监会对本次交易的核准。本次交易能否取得上述批准或核准及取得上述批准或核准的时间均存在不确定性,提醒广大投资者注意审批风险。

#### (二) 本次交易可能被暂停、中止或取消的风险

上市公司制定了严格的内幕信息管理制度,上市公司与交易对方在协商确定本次交易的过程中,尽可能缩小内幕信息知情人员的范围,减少内幕信息的传播。尽管在本次重组过程中上市公司已经按照相关规定采取了严格的保密措施,但无法排除上市公司股价异常波动或异常交易涉嫌内幕交易致使本次重组被暂停、中止或取消的风险。

请投资者注意因交易双方可能对报告书方案进行重大调整,而导致需重新召开上市公司董事会审议交易方案的风险。并提请投资者关注本次交易可能终止的风险。

若本次重组无法进行,或因重大调整而导致需要重新召开董事会审议重组事宜的,公司董事会重新作出发行股份及支付现金购买资产决议时,应当以该次董事会决议公告日作为发行股份的定价基准日。公司董事会将在本次重大资产重组过程中及时公告相关工作的进度,以便投资者了解本次交易进程,并作出相应判断。特此提请广大投资者充分注意上述重组工作时间进度以及重组工作时间进度的不确定性所可能导致的重新计算股票发行价格的风险。

#### (三) 交易标的评估增值率较高风险

根据中企华评估出具的中企华评报字(2016)第 3228 号的《资产评估报告》,中企华评估根据标的公司的特性以及评估准则的要求,确定采用资产基础法和收益法两种方法对标的资产进行评估,最终采用了收益法评估结果作为本次交易标

的股权的评估结论。本次标的资产德马吉股东全部权益价值为 37,618.49 万元，评估结论较账面净资产增值 35,248.92 万元，增值率为 1,487.57%。

因此，上述标的资产评估增值率较高。在对标的资产的评估过程中，评估机构基于标的公司销售情况、成本及各项费用等指标的历史情况对未来进行了预测。若这些指标在未来较预测值发生较大幅度变动，则将影响到未来标的资产的盈利水平，进而影响标的资产全部股权价值的评估结果。

本公司提请投资者注意，需要考虑特定评估假设以及由于宏观经济波动和行业投资变化等因素影响标的资产盈利能力从而影响标的资产评估价值的风险。

#### **(四) 利润承诺期内各年度资产评估预测的实现存在不确定性的风险**

本次交易的交易对方德亿投资、帮林投资承诺德马吉 2016 年度、2017 年度、2018 年度实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的预测净利润分别为不低于 2,500 万元、3,250 万元、4,225 万元（均含本数）。

标的公司利润承诺期内各年度预测净利润增幅较大，主要系标的公司近两年业务快速发展、所处细分行业未来发展前景良好和标的公司已具有了较强的竞争优势所致。

该盈利承诺系标的公司管理层基于行业未来的发展前景、标的公司目前的运营能力做出的综合判断，最终其能否实现将取决于行业发展趋势的变化和标的公司未来的实际经营状况。为了保护上市公司股东的利益，上市公司与本次交易对方签署确定了利润承诺补偿的相关安排，具体内容请参见本报告书“第七章 本次交易合同的主要内容”之“八 业绩承诺、补偿安排和超额业绩奖励”。本公司提请投资者注意，本次交易存在承诺期内标的资产实际净利润达不到承诺净利润时，如果交易对方尚未出售的股份和现金对价不足支付应补偿的金额，交易对方无法履行业绩补偿承诺实施的违约风险。

#### **(五) 本次交易完成后新增商誉存在的减值风险**

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，上市公司将新增商誉 34,978.69 万元。由于本次交易的估值较标的公司账面净资产增值较高，最终交易价格根据本次交易的评估结果确定。本次交易完成后，在上市公司

合并资产负债表中将形成一定金额的商誉,即标的资产交易价格超出可辨认净资产公允价值部分形成的新增商誉。

根据《企业会计准则》规定,本次交易形成的商誉不作摊销处理,但需在未来每年年终进行减值测试。由于标的资产账面净资产较小,因此收购完成后上市公司将会确认较大金额的商誉。若标的资产不能较好地实现收益,则本次交易形成的商誉将存在较高减值风险,如果未来发生商誉减值,则可能对上市公司业绩造成不利影响。

#### **(六) 本次交易后收购整合风险**

本次交易完成后,标的公司将成为上市公司的全资子公司。上市公司对德马吉的整合主要体现为包括业务、人员、技术、组织架构等方面的整合。在保持标的公司独立运营、不对公司和标的公司现有的组织架构、人员进行重大调整的基础上与标的公司实现优势互补。

虽然上市公司之前在收购中已经积累了一定的并购整合经验,但本次交易的完成及后续整合是否能既保证上市公司对标的公司的控制力又保持其原有竞争优势并充分发挥本次交易的协同效应,实现上市公司与标的公司在业务层面的高效资源整合存在一定不确定性,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。

#### **(七) 股票价格波动风险**

股票价格不仅取决于上市公司的盈利水平及发展前景,也受到市场供求关系、国家相关政策、投资者心理预期以及各种不可预测因素的影响,从而使公司股票的价格往往会偏离其真实价值。本次发行股份及支付现金购买资产需经中国证监会核准方可实施,且需要一定的时间方能完成,在此期间股票市场价格可能出现波动,从而给投资者带来一定的风险。针对上述情况,公司将根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》和《股票上市规则》等有关法律、法规的要求,真实、准确、及时、完整、公平地向投资者披露有可能影响公司股票价格的重大信息,供投资者做出投资判断。

## (八) 募集配套资金失败的风险

本次交易的价格为 37,500.00 万元, 其中 15,000.00 万元将以现金方式支付, 22,500.00 万元以发行股份支付。本次募集配套资金总额不超过 17,000.00 万元, 其中的 15,000.00 万元将用于支付本次交易中的现金对价, 2,000.00 万元用于支付本次交易的中介费用等与重组相关的其他费用。若配套资金未能实施或者募集不足, 岭南园林将通过自有资金或者银行贷款等自筹方式支付该部分现金。以自有资金支付全部现金对价将降低公司的现金储备和投资能力, 进而影响公司日常运营或其他支出的能力。通过银行贷款等方式筹集部分资金将导致公司财务费用增加, 进而影响公司经营业绩。

## (九) 本次交易后, 上市公司每股收益和净资产收益率被摊薄的风险

若不考虑公司于定价基准日至发行日期间实施派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项的影响, 本次交易上市公司拟向交易对方合计发行 7,804,370 股购买资产; 同时拟非公开发行股票募集配套资金不超过 17,000.00 万元, 由于收购整合、标的资产承诺业绩实现以及协同效应等需要一定的时间周期, 且存在延期或无法实现的不确定性。若本次重组完成当年, 公司及标的资产的合并净利润增长速度小于净资产、股本的增长速度, 则公司存在因股本、净资产规模增大而引发的短期内每股收益、净资产收益率被摊薄的风险。

## 二、标的资产的经营风险

### (一) 标的公司创意展示设计业务项目成本控制和供应商管理风险

标的公司专注于创意展示设计业务领域, 系具备产业链各环节的运作能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商, 为客户提供产品及品牌文化创意展示服务整体解决方案。2014 年和 2015 年, 创意展示设计业务收入占营业收入比例为 81.94% 和 61.22%。创意展示设计核心能力的构建主要依托客需精挖、创意设计、施工规划、企宣创意等四个环节。上述主要环节除施工规划环节外, 其余业务环节主要由德马吉自主完成; 而施工规划环节中的模具生产、布展装修、进馆搭建等出于成本考虑外包给装修工程公司进行, 德马吉在之中作为监工的角色, 将整个项目产业链流程纳入统一管理, 以保证项

目质量和最终展示效果。

德马吉创业团队以创意设计人才为主,工程项目管理经验相对不足,由于项目实施过程中涉及的环节多,项目管理难度较大,并且德马吉业务已扩展至全球范围,随着项目数量的增加,尤其是同步实施项目较多的情况下,德马吉项目管理未来有可能出现问题:一方面表现为成本控制不力,导致德马吉盈利水平不高;另一方面,德马吉如对供应商管理不到位,选择了执行力不强的供应商,以及在施工过程中对供应商的沟通协调不到位,工程进度和施工质量将难以得到保证,从而降低客户的满意度,使德马吉品牌受到损失。

### (二) 标的公司创意展示设计业务收入波动风险

德马吉定位于“以文化创意设计为核心,具备全球化业务覆盖能力、供应链上下游资源整合能力、产业链各环节运作能力的创意展示服务提供商”,与客户签订的多为包含项目分析、创意设计、施工图设计、平面设计、模具生产、布展装修、进馆搭建等一揽子解决方案的总承包业务合同,单一项目合同金额较大,报告期内德马吉承接合同金额 100 万以上的项目有:南车澳大利亚展示项目,雅迪科技天津商业展示项目,TCL 集团巴西圣保罗展示项目,万达地产美国达拉斯商业地产展示项目等。近年来上游段客户对品宣需求日益重视,创意展示设计业务服务需求增长迅速,德马吉报告期内营业收入相应逐年增加,2014 年和 2015 年分别为 3,343.11 万元和 6,572.14 万元。

由于单一项目对德马吉收入影响较大,德马吉获得大型项目业务机会受客户项目实施计划及中标情况影响,即使德马吉大型项目投标中标并签订合同,也有可能由于客户调整项目方案等原因而影响项目进度,从而影响德马吉收入确认的进度,德马吉未来收入可能存在较大波动。

### (三) 会展营销服务行业市场竞争风险

在会展营销服务行业中,基于客户品牌及产品的创意展示设计业务属于新兴业务。德马吉凭借对市场发展趋势的准确把握,较早进入了会展营销服务行业,并已凭借“德马吉”品牌在业内奠定了国内领先的地位,形成了良好品牌效应,市场份额逐步提升。随着市场需求的增长,吸引着越来越多的相关企业,如装修企业、设计公司等参与到创意展示设计服务领域的竞争中,虽然下游客

户选择合作方时对其过往业绩和案例十分看重，并倾向于德马吉这类能提供整体解决方案的服务商，但竞争对手的增加，尤其是有人才、资金优势的装修企业的加入，将加大德马吉的市场竞争风险。

#### **(四) 核心人才流失及人才储备不足的风险**

德马吉的主营业务属于文化创意产业范畴，创意设计人才对德马吉发展至关重要，除此之外，营销、管理、平面设计等方面的人才也是德马吉不可或缺的。德马吉成立以来，通过内部培养、外部引进等方式形成了一支专业结构合理、行业经验丰富的人才队伍，为德马吉快速发展奠定了基础，部分核心人才直接体现为德马吉的市场竞争力。为吸引和留住人才，德马吉不断加强企业文化建设，完善薪酬体系，但仍不能排除未来由于竞争对手给予更好的待遇或其他个人原因，导致德马吉发生核心人才流失的风险。

此外，德马吉未来5年主要实施国际化发展战略，大力在海外拓展相关业务。为此德马吉近两年补充和培养了一批相应的人才，但对于德马吉未来发展规模的目标，人才储备不能支持规模增长的速度。标的公司的战略定位和快速发展将带来人才储备不足的风险。

#### **(五) 税收优惠政策变动的风险**

2015年德马吉被确定为高新技术企业，根据《企业所得税法》，德马吉享受15%的高新技术企业所得税优惠税率，有效期为三年，2015年度按15%的税率计缴企业所得税。

高新技术企业认证的有效期为三年，企业应在期满前三个月内提出复审申请，不提出复审申请或复审不合格的，其高新技术企业资格到期自动失效。若高新技术企业需要享受减免税收的优惠政策，则需每年在税务机关进行备案，通过备案后的高新技术企业方可享受政策规定的有关鼓励及优惠政策。如果德马吉未通过税务机关年度减免税备案审核或高新技术企业认证期满后未通过认证资格复审，或者未来国家关于税收优惠的法规变化，德马吉可能无法在未来年度继续享受税收优惠。

### (六) 应收账款比重持续升高导致坏账损失的风险

标的公司在 2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日的应收账款规模分别为 665.52 万元和 241.72 万元，占总资产的比例分别为 16.45% 和 11.21%。随着标的公司业务特别是单笔合同金额较大的展厅创意规划业务的快速发展，德马吉应收账款余额未来将逐年攀升。提请投资者关注未来标的公司的欠款方因财务状况恶化或者经营情况发生重大不利变化而出现无法归还应收账款的情形，进而对德马吉的经营产生不利影响的风险。

### (七) 管理风险

2014 年度和 2015 年度的营业收入分别为 3,343.11 万元和 6,572.14 万元，增幅达到 96.59%。随着德马吉业务的不断拓展和规模扩张，德马吉在管理模式、人才储备、技术（设计）创新及市场开拓等方面将面临更大的挑战。如果德马吉的管理水平和人才储备不能适应德马吉规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随着德马吉规模的扩大而及时调整和完善，将难以保证德马吉安全和高效地运营，进而削弱德马吉的市场竞争力。

### (八) 受宏观经济波动冲击的风险

改革开放以来，我国经济快速发展，已经取得了巨大成就。但不可否认，我国经济增长在年度间仍有所波动。同时，我国已经融入了世界经济体系，经济发展也受世界经济波动的影响，我国乃至世界经济的波动将对会展营销服务行业发展产生一定的冲击，从而对德马吉的生产经营产生不利影响。

### (九) 德马吉独立经营的风险

德马吉与德马吉（中国）的关联交易占交易双方同类交易的比例如下表所示：

项目	2015 年度		2014 年度	
	接受德马吉（中国）服务	向德马吉（中国）提供服务	接受德马吉（中国）服务	向德马吉（中国）提供服务
占德马吉同类交易的比例	14.04%	6.41%	22.74%	13.05%
项目	向德马吉提供服务	接受德马吉服务	向德马吉提供服务	接受德马吉服务

占德马吉(中国)同类交易的比例	11.97%	17.05%	11.40%	18.76%
-----------------	--------	--------	--------	--------

从上表可以看到, 2015年度及2014年度德马吉向德马吉(中国)的采购和销售占德马吉同类交易的比例均较低, 德马吉对德马吉(中国)不存在重大依赖性; 上述关联交易占德马吉(中国)同类交易的比例较低, 德马吉(中国)对德马吉不存在重大依赖。



## 第十三章 其他重要事项

一、本次交易完成后，上市公司不存在资金、资产被实际控制人或其他关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情形

1、公司最近 12 个月内不存在显失公允的关联交易。

2、公司最近 36 个月内不存在被控股股东、实际控制人或其他关联方侵占公司资金的情况，本次交易完成后，亦不会导致公司资金、资产被实际控制人或其他关联人占用的情形。

3、公司最近 12 个月内不存在违规对外提供担保的行为；且承诺本次交易完成后，亦不违规为实际控制人或其他关联人提供担保。

4、公司不存在对控股股东、实际控制人或其他关联方的委托贷款情况。

### 二、本次交易对上市公司负债结构的影响

本次交易前，截至 2015 年 12 月 31 日岭南园林的负债总额为 267,527.84 万元，主要为应付账款、应付债券等，资产负债率（合并口径）为 73.58%。本次交易完成后，根据正中珠江出具的《备考审计报告》，2015 年末岭南园林负债总额为 284,097.79 万元，较 2014 年末的增加额为 152,294.17 万元，资产负债率（合并口径）为 70.56%。从岭南园林整体资本结构来看，本次交易完成后，岭南园林资产负债率略有下降，整体负债结构合理，不存在因本次交易使其负债结构（包括或有负债）严重不合理的情形。

### 三、本公司在最近十二个月内资产交易情况

2015 年 5 月 18 日，公司与彭外生、顾梅、刘军、张晓华、吕嗣孝、上海恒膺投资管理合伙企业（有限合伙）订立了《股份转让协议》，约定岭南园林用现金收购彭外生、顾梅、刘军、张晓华、吕嗣孝、上海恒膺投资管理合伙企业（有限合伙）合计所持上海恒润数字科技股份有限公司 100% 股权，收购总价格为

55,000 万元。交易对价系参照中企华资产评估有限责任公司以 2014 年 12 月 31 日为评估基准日经评估的恒润科技股东全部权益价值，经各方协商一致确定。

同日，公司召开第二届董事会第十八次会议，审议并通过了《岭南园林股份有限公司重大资产重组报告书》及相关议案。

2015 年 6 月 4 日，岭南园林 2015 年第一次临时股东大会批准该次收购。

2015 年 6 月 5 日，上海市奉贤区市场监督管理局出具《准予变更登记通知书》，准予了恒润科技的变更登记，原彭外生、顾梅、刘军、张晓华、吕嗣孝、上海恒膺投资管理合伙企业（有限合伙）持有的恒润科技 100% 的股权已变更至岭南园林名下，相关程序已经完成，恒润科技为岭南园林全资子公司。

除上述重大资产重组事项外，截至本报告书签署日，上市公司最近十二个月内未发生其他重大资产购买、出售、置换的交易行为。

## 四、本次交易对上市公司治理机制和独立性的影响

### （一）本次交易对上市公司治理机制的影响

#### 1、股东与股东大会

本次交易完成后，上市公司将继续严格按照《上市公司股东大会规则》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的要求召集、召开股东大会，平等对待所有股东，保证每位股东能充分行使表决权，确保所有股东，尤其是中小股东享有法律、行政法规和《公司章程》规定的平等权利，切实保障股东的知情权和参与权，并保证股东大会各项议案审议程序合法及经表决通过的议案得到有效执行。

#### 2、控股股东与上市公司

本次交易完成后，公司的控股股东及实际控制人仍为尹洪卫。公司控股股东和实际控制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

本次交易完成后,上市公司将继续采取措施进一步提升上市公司治理水平,确保董事依据法律法规要求履行职责,积极了解公司运作情况;确保董事会公正、科学、高效的决策;尤其充分发挥独立董事在规范公司运作、维护中小股东合法权益、提高公司决策科学性方面的积极作用。

#### **4、监事与监事会**

本次交易完成后,上市公司将继续严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的要求,从切实维护本公司利益和广大中小股东权益出发,进一步加强监事会和监事监督机制,促使监事和监事会有效地履行监督职责,确保其对公司财务以及公司董事、经理和其他高级管理人员履行职责的合法、合规性进行监督,维护公司及股东的合法权益。

#### **5、绩效评价和激励约束机制**

本次交易完成后,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、信息披露制度**

本次交易前,上市公司制定了较为完善的信息披露制度,包括《信息披露管理制度》、《信息披露工作实施细则》、《重大信息内部报告制度》、《内部信息知情人登记管理制度》,指定董事会秘书负责组织协调公司内幕信息管理工作。公司能够按照《信息披露管理制度》和有关法律、法规的要求,真实、准确、及时、完整地披露有关信息,确保所有股东享有平等机会获取信息,维护其合法权益。本次交易完成后,除按照强制性规定披露信息外,上市公司将继续保证主动、及时地披露所有可能对股东和其他利益相关者的决策产生实质性影响的信息,保证所有股东有平等的机会获得信息。

### **(二) 本次交易对上市公司独立性的影响**

#### **1、资产独立、完整**

本次交易前,上市公司具有独立、完整的资产、其资产全部处于岭南园林的控制之下,并为岭南园林独立拥有和运营。控股股东及实际控制人尹洪卫没有以任何方式违法违规占用上市公司的资金、资产,没有以上市公司的资产为自身的债务提供担保。本次交易完成后,德马吉将成为上市公司的子公司,德马吉资产产权完整、清晰,不存在任何权属争议。因此,本次交易完成后,上市公司的资产将继续保持独立完整。

## 2、人员独立

本次交易前,上市公司董事、监事和高级管理人员的产生符合《公司法》、《公司章程》的有关规定,均履行了合法程序。上市公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高管人员在上市公司专职工作,没有在股东单位中担任任何行政职务,也没有在股东单位领薪;上市公司拥有完整独立的劳动、人事及薪酬管理体系,该等体系和控股股东之间完全独立。

本次交易不构成上市公司现有职工的劳动关系变更,不涉及职工安置事宜。在本次交易过程中,德马吉成为上市公司的控股子公司,德马吉的现有人员将继续保留。

因此,本次交易完成后,上市公司人员的独立性仍能得到有效保证。

## 3、财务独立

本次交易前,本公司设立了独立的财务部门,建立了独立的会计核算体系和财务管理制度,独立进行财务决策;公司独立在银行开设账户,不存在与股东单位共用银行账户的现象,公司依法独立进行纳税申报和履行纳税义务;公司不存在股东单位或其他关联方占用本公司货币资金或其他资产的情形;公司独立对外签订合同。本次交易完成后,上市公司的财务独立状况不变。

## 4、机构独立

本次交易前,上市公司拥有健全的股份公司法人治理结构,拥有独立、完整的组织机构;上市公司的股东大会、董事会、独立董事、监事会、总经理等依照法律、法规和公司章程独立行使职权。本次交易完成后,上市公司将继续保持机构独立。

## 5、业务独立

本次交易前，本公司是独立从事生产经营的企业法人，拥有独立、完整的科研、生产、采购、销售体系，具有独立完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，不依赖于股东或其他任何关联方，与控股股东之间无同业竞争，控股股东不存在直接或间接干预公司经营运作的情形。本次交易完成后，德马吉将成为上市公司的控股子公司。上市公司将依法独立从事经营范围内的业务，继续保持和控股股东、实际控制人之间的业务独立性。本次交易不会使公司业务的完整性、独立性受到不利影响。

综上，本次交易不影响上市公司保持健全有效的法人治理结构。

## 五、上市公司的利润分配政策、现金分红规划及相关说明

### （一）公司利润分配政策

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》（中国证券监督管理委员会公告[2013]43号）、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）及广东证监局《关于进一步落实上市公司分红相关规定的通知》（广东证监[2012]91号）的要求，在充分听取、征求股东及独立董事意见的基础上，2015年03月09日公司第二届董事会第十五次会议和2015年03月30日公司2014年年度股东大会分别审议通过了《关于修改公司章程的议案》，公司对章程进行了修订。公司实施积极的利润分配政策，重视投资者的合理投资回报，综合考虑公司的可持续发展。根据目前的《公司章程》，公司的利润分配政策如下：

**“第一百七十七条** 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润

中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的公司股份不参与分配利润。

**第一百七十八条** 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金不得用于弥补公司的亏损。

**第一百七十九条** 法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的 25%。

**第一百八十条** 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。

**第一百八十一条** 公司应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，实行持续、稳定的利润分配政策。在符合相关法律法规和公司章程的前提下，公司利润分配政策应当遵循以下规定：

1、公司视具体情况采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配股利；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

2、公司原则上每年进行一次年度利润分配，公司可以根据公司盈利及资金需求等情况进行中期利润分配。

3、公司以现金方式分配股利的具体条件为：（1）公司当年盈利、累计未分配利润为正值；（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；（3）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金投资项目除外），重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来 12 个月内拟对外投资或收购资产累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过人民币 5000 万元。公司每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%，最近三年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%。在公司具有成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素的条件下，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

4、公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：（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。

5、公司每年利润分配方案由董事会结合公司章程的规定、公司盈利及资金需求等情况提出、拟订。董事会应当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，独立董事应当发表明确意见。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。股东大会对利润分配方案进行审议前，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；在审议利润分配方案时，公司应为股东提供网络投票方式进行表决；监事会应对董事会制定公司利润分配方案的情况及决策程序进行监督；董事会审议利润分配方案时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；股东大会审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

6、如公司符合现金分红条件但不提出现金分红方案，或公司拟分配的现金利润总额低于当年实现的可分配利润的 10%，或最近三年以现金方式累计分配的利润少于该三年实现的年均可分配利润的 30%，公司董事会应就具体原因、留存未分配利润的确切用途以及收益情况进行专项说明，独立董事应当对此发表独立意见，监事会应当审核并对此发表意见，并在公司指定媒体上予以披露。

7、股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

8、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整利润分配

政策（包括现金分红政策）的，调整后的利润分配政策（包括现金分红政策）不得违反相关法律法规、规范性文件和公司章程的有关规定；公司调整利润分配政策（包括现金分红政策）应由董事会详细论证调整理由并形成书面论证报告，独立董事和监事会应当发表明确意见。公司调整利润分配政策（包括现金分红政策）的议案经董事会审议通过后提交公司股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。股东大会审议调整利润分配政策（包括现金分红政策）有关事项时，公司应为股东提供网络投票方式进行表决。

9、公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。”

## （二）最近三年利润分配情况

### 1、最近三年利润分配方案

#### （1）2013 年度利润分配方案

公司 2013 年度利润分配预案均为：不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

#### （2）2014 年度利润分配方案

2014 年半年度利润分配方案为：以公司总股本 85,720,000 股为基数，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 9 股。分红前公司总股本为 85,720,000 股，分红后总股本增至 162,868,000 股。2014 年 8 月 26 日，该方案得以实施。

2014 年度利润分配方案为：以截至 2014 年 12 月 31 日公司总股本 162,868,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.75 元（含税）；同时，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股。分红前公司总股本为 162,868,000 股，分红后总股本增至 325,736,000 股。2015 年 4 月 9 日，该方案得以实施。



### (3) 2015 年度利润分配方案

2015 年度利润分配方案为：以截至 2016 年 3 月 11 日公司总股本 399,836,207 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.34 元（含税）。截至本报告书出具之日，该方案已获得 2015 年度股东大会审议批准。

## 2、最近三年现金分红情况

最近三年公司现金分红情况表如下：

单位：元

年度	现金分红金额(含税)	合并报表中归属于上市公司股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比率
2015 年度	13,594,431.04	167,951,055.82	8.09%
2014 年度	12,215,100.00	117,011,557.60	10.44%
2013 年度	0.00	96,630,043.11	0.00%
最近三年累计现金分红占最近三年实现的年均可分配净利润的比例			<b>20.29%</b>

### (三) 未分配利润使用情况

经审计，公司 2013 年实现归属于上市公司股东的净利润为 9,663.00 万元，年末未分配利润余额为 26,863.02 万元。2013 年度剩余未分配利润主要用于补充 2014 年度流动资金。

经审计，公司 2014 年实现归属于上市公司股东的净利润为 11,701.16 万元，年末未分配利润余额为 37,412.20 万元。2014 年度现金股利为 1,221.51 万元，剩余未分配利润拟用于补充 2015 年度流动资金。

经审计，公司 2015 年实现归属于上市公司股东的净利润为 16,795.11 万元，年末未分配利润余额为 51,646.88 万元。2015 年度现金股利为 1,359.44 万元，剩余未分配利润拟用于补充 2016 年度流动资金。该利润分配尚未实施。

### (四) 《未来三年股东回报规划（2015-2017）》

未来三年，公司将采取以现金、股票、现金和股票相结合等方式分配利润。并遵守下列规定：

- 1、公司视具体情况采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律、

法规允许的其他方式分配股利；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

2、公司原则上每年进行一次年度利润分配，公司可以根据公司盈利及资金需求等情况进行中期利润分配。

3、公司以现金方式分配股利的具体条件为：（1）公司当年盈利、累计未分配利润为正值；（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；（3）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金投资项目除外），重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来 12 个月内拟对外投资或收购资产累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过人民币 5000 万元。公司每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%，最近三年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%。在公司具有成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素的条件下，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

4、公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：（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。

5、公司每年利润分配方案由董事会结合公司章程的规定、公司盈利及资金需求等情况提出、拟订。董事会应当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，独立董事应当发表明确意见。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。股东大会对利润分配方案进行审议前，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；在审议利润分配方案时，公司应为股东提供网络投票方式进行表决；监事会应对董事会制定公司利润

分配方案的情况及决策程序进行监督；董事会审议利润分配方案时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；股东大会审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

## 六、本次交易涉及的相关主体买卖上市公司股票的自查情况

上市公司自2016年2月25日停牌后，立即进行内幕信息知情人登记及自查工作，并及时向深交所上报了内幕信息知情人名单。

本次自查期间为停牌前六个月至重组报告书公告前一日止。本次自查范围包括：上市公司现任董事、监事、高级管理人员、持股5%以上股东及其他知情人；交易对方及其主要负责人；德马吉董事、监事、高级管理人员；相关中介机构具体业务经办人员；以及前述自然人的直系亲属，包括配偶、父母、年满18周岁的子女。

岭南园林已就本次发行股份及支付现金并募集配套资金的内幕信息知情人及其直系亲属情况向登记结算公司查询在自查期间是否存在股票买卖行为。

根据查询的结果，以上相关人员在岭南园林股票停牌日6个月前至本次发行股份及支付现金并募集配套资金报告书公告日期间，存在买卖岭南园林股票的行为。买卖岭南园林股票的情况如下：

### 1、广发证券资产管理（广东）有限公司关于买卖“岭南园林”股票的情况说明和出具的承诺：

经查，在“岭南园林”（股票代码：002717）最近一次因筹划重大事项停牌日前6个月期间，广发证券资产管理（广东）有限公司（以下简称：广发资管）管理的“8号量化避险”在2015年9月18日卖出“岭南园林”2,400股。截止2016年2月24日，“8号量化避险”持仓0股。

以上资管计划上述买卖“岭南园林”股票的行为系计划的投资经理独立自主操作，完全是依据公开信息进行研究和判断而形成的决策，并严格按照资产管理业务的投资交易流程执行。母公司广发证券股份有限公司和广发资管之间有严格的信息隔离墙制度，投资决策和交易执行前后，未获得任何未公开信息，也未与

广发证券投资银行部及上市公司工作人员有过任何非正常接触,不涉及到内幕信息的交易。

## 2、广发证券员工陈禹达之母亲田彩关于买卖“岭南园林”股票的情况说明和出具的承诺:

经查,在“岭南园林”(股票代码:002717)最近一次因筹划重大事项停牌日前6个月期间,田彩于2015年8月26日买入“岭南园林”5,300股,于2015年8月27日卖出“岭南园林”5,300股。截止2016年2月24日,持仓0股。

陈禹达出具承诺和说明如下:

(1) 岭南园林本次重组停牌前(2016年2月24日前)本人未获取与岭南园林本次重组事项有关的内幕信息。

(2) 本人未参与岭南园林本次重组事项的筹划、谈判、决策过程。本人母亲(田彩)买卖岭南园林股票的行为本人并不知情。其买卖岭南园林股票系其基于对公开市场信息的判断,不涉及利用内幕信息进行股票交易的情况。

(3) 在岭南园林股票本次核查期间内,除本人母亲外,本人及本人其他直系亲属均未以实名或非实名账户买卖岭南园林股票,不存在利用内幕信息进行股票交易的情况。

(4) 本人承诺,直至岭南园林本次重组成功实施或岭南园林宣布终止本次重组事项实施,本人及本人的直系亲属将严格遵守相关法律法规及证券主管机关颁布之规范性文件规范交易行为,不利用任何便利获取有关内幕信息进行股票买卖。

田彩出具承诺和说明如下:

(1) 岭南园林本次重组停牌前(2016年2月24日前)本人未获取与岭南园林本次重组事项有关的内幕信息。

(2) 本人及本人之子女均未参与岭南园林本次重组事项的筹划、谈判、决策过程。本人买卖岭南园林股票系本人基于对公开市场信息的判断,不涉及利用内幕信息进行股票交易的情况。

(3) 本人承诺, 直至岭南园林本次重组成功实施或岭南园林宣布终止本次重组事项实施, 本人将严格遵守相关法律法规及证券主管机关颁布之规范性文件规范交易行为, 不利用任何便利获取有关内幕信息进行股票买卖。

### 3、上市公司董监高以及相关人员的买卖说明

#### (1) 尹洪卫关于买卖“岭南园林”股票的情况说明和出具的承诺:

经查, 在“岭南园林”(股票代码: 002717) 最近一次因筹划重大事项停牌日前 6 个月期间, 岭南园林控股股东、实际控制人尹洪卫增持了岭南园林的股票, 2016 年 02 月 23 日增持 17,995,765 股, 尹洪卫出具承诺和说明如下:

第一、公司非公开发行股票于 2016 年 1 月 6 日获得中国证监会《关于核准岭南园林股份有限公司非公开发行股票的批复》(证监许可[2016]41 号)的核准, 2016 年 2 月 24 日在深圳证券交易所上市, 本次非公开发行对象中, 本人作为认购对象之一, 认购的股份于 2016 年 2 月 17 日在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司完成预登记托管手续, 2016 年 2 月 23 日, 股票划入本人账户, 暨本人增持公司股票 17,995,765 股。本次增持行为符合《公司法》、《证券法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》及《深圳证券交易所上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理业务指引》等有关法律、法规的规定。

第二、上述非公开发行股票的相关事项已于 2015 年 6 月 24 日公司召开的 2015 年第二次临时股东大会审议通过, 本人已确认认购上述非公开发行的股票, 因此, 本人在决定认购上述非公开发行前并未获知本次发行股份及支付现金购买资产交易的有关信息及其他内幕信息, 不存在任何利用本次交易内幕信息进行股票交易的情形。

#### (2) 冯学高关于买卖“岭南园林”股票的情况说明和出具的承诺:

经查, 在“岭南园林”(股票代码: 002717) 最近一次因筹划重大事项停牌日前 6 个月期间, 岭南园林董事冯学高增持了岭南园林的股票, 即 2015 年 11 月 27 日增持 100,000 股, 2015 年 11 月 30 日增持 29,000 股。冯学高出具承诺和说明如下:

第一、中国证监会于 2015 年 7 月 8 日发布《关于上市公司大股东及董事、监事、高级管理人员增持本公司股票相关事项的通知》（证监发[2015]51 号），本人应上述通知的规定和要求进行增持岭南园林股份，本次增持行为符合《公司法》、《证券法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》及《深圳证券交易所上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理业务指引》等有关法律、法规的规定。

第二、本人交易前并未获知本次交易有关信息及其他内幕信息，不存在任何利用本次交易内幕信息进行股票交易的情形。

### **(3) 陈刚关于买卖“岭南园林”股票的情况说明和出具的承诺：**

经查，在“岭南园林”（股票代码：002717）最近一次因筹划重大事项停牌日前 6 个月期间，岭南园林董事陈刚增持了岭南园林的股票，即 2015 年 12 月 01 日增持 49,800 股。陈刚出具承诺和说明如下：

第一、中国证监会于 2015 年 7 月 8 日发布《关于上市公司大股东及董事、监事、高级管理人员增持本公司股票相关事项的通知》（证监发[2015]51 号），本人应上述通知的规定和要求进行增持岭南园林股份，本次增持行为符合《公司法》、《证券法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》及《深圳证券交易所上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理业务指引》等有关法律、法规的规定。

第二、本人交易前并未获知本次交易有关信息及其他内幕信息，不存在任何利用本次交易内幕信息进行股票交易的情形。

### **(4) 刘勇关于买卖“岭南园林”股票的情况说明和出具的承诺：**

经查，在“岭南园林”（股票代码：002717）最近一次因筹划重大事项停牌日前 6 个月期间，岭南园林副总经理刘勇增持了岭南园林的股票，即 2015 年 12 月 01 日增持 92,800 股。刘勇出具承诺和说明如下：

第一、中国证监会于 2015 年 7 月 8 日发布《关于上市公司大股东及董事、监事、高级管理人员增持本公司股票相关事项的通知》（证监发[2015]51 号），本人应上述通知的规定和要求进行增持岭南园林股份，本次增持行为符合《公司

法》、《证券法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》及《深圳证券交易所上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理业务指引》等有关法律、法规的规定。

第二、本人交易前并未获知本次交易有关信息及其他内幕信息，不存在任何利用本次交易内幕信息进行股票交易的情形。

#### **(5) 秦国权关于买卖“岭南园林”股票的情况说明和出具的承诺:**

经查，在“岭南园林”（股票代码：002717）最近一次因筹划重大事项停牌日前 6 个月期间，岭南园林副总经理秦国权增持了岭南园林的股票，即 2015 年 11 月 06 日增持 75,900 股。秦国权出具承诺和说明如下：

第一、中国证监会于 2015 年 7 月 8 日发布《关于上市公司大股东及董事、监事、高级管理人员增持本公司股票相关事项的通知》（证监发[2015]51 号），本人应上述通知的规定和要求进行增持岭南园林股份，本次增持行为符合《公司法》、《证券法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》及《深圳证券交易所上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理业务指引》等有关法律、法规的规定。

第二、本人交易前并未获知本次交易有关信息及其他内幕信息，不存在任何利用本次交易内幕信息进行股票交易的情形。

#### **(6) 杜丽燕关于买卖“岭南园林”股票的情况说明和出具的承诺:**

经查，在“岭南园林”（股票代码：002717）最近一次因筹划重大事项停牌日前 6 个月期间，岭南园林财务总监杜丽燕增持了岭南园林的股票，即 2015 年 11 月 20 日增持 6,800 股。杜丽燕出具承诺和说明如下：

第一、中国证监会于 2015 年 7 月 8 日发布《关于上市公司大股东及董事、监事、高级管理人员增持本公司股票相关事项的通知》（证监发[2015]51 号），本人应上述通知的规定和要求进行增持岭南园林股份，本次增持行为符合《公司法》、《证券法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》及《深圳证券交易所上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理业务指引》等有关法律、法规的规定。

第二、本人交易前并未获知本次交易有关信息及其他内幕信息，不存在任何利用本次交易内幕信息进行股票交易的情形。

## 七、本公司股票连续停牌前价格波动的说明

岭南园林于2016年2月25日披露重大事项停牌公告，公司股票开始停牌。该公告披露前最后一个交易日（2016年2月24日）公司股票收盘价为38.35元/股，之前第21个交易日（2016年1月20日）公司股票收盘价为43.20元/股，该20个交易日内公司股票价格累计涨幅为-11.23%。同期，土木工程建筑业和中小板综合指数涨幅分别为-2.19%和-0.03%。剔除行业板块和中小板块因素影响后的公司股票价格累计涨幅分别为-9.04%和-11.20%，累计涨幅未超过20%，公司股价未达到《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）第五条的相关标准。

## 八、本次交易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

岭南园林及相关信息披露义务人已严格按照《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《重组办法》及《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》等相关法律、法规及规范性文件的规定，切实履行信息披露义务，公开、公平地在相关信息披露平台对所有投资者披露可能对公司股票交易价格产生较大影响的相关信息以及交易的进程。

### （二）严格执行相关程序

在本次交易过程中，公司严格按照有关规定进行表决和披露。本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金事项在提交董事会讨论时，独立董事发表了独立意见。

### （三）网络投票安排

公司将根据中国证监会《关于加强社会公众股股东权益保护的若干规定》等有关规定，为参加股东大会的股东提供便利，就本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案的表决提供网络投票平台，股东可以参加现场投票，也可



以直接通过网络进行投票表决。

#### **(四) 资产定价公允、公平、合理**

对于本次交易的资产，上市公司已聘请相关审计、评估机构按照有关规定对其进行审计、评估，确保标的资产的定价公允、公平、合理。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。

#### **(五) 股份锁定安排**

##### **1、发行股份及支付现金购买资产所涉股份的锁定期**

按照《重组管理办法》第四十六条规定：特定对象以资产认购而取得的上市公司股份，自股份发行结束之日起十二个月内不得转让；属于以下方式之一的三十六个月内不得转让：

- (一) 特定对象为上市公司控股股东、实际控制人或者其控制的关联人；
- (二) 特定对象通过认购本次发行的股份取得上市公司的实际控制权；
- (三) 特定对象取得本次发行的股份时，对其用于认购股份的资产持续拥有权益的时间不足十二个月。

本次发行股份购买资产的交易对方帮林投资以资产认购而取得的上市公司股份自股份发行结束并上市之日起三十六个月内不得转让。

本次发行结束后，由于岭南园林送红股、转增股本等原因增持的上市公司股份的相应比例，亦应遵守上述承诺。

##### **2、募集配套资金发行股份的锁定期**

参与配套募集资金认购的其他特定投资者以现金认购的股份自股份发行结束并上市之日起十二个月内不得转让。

本次发行完成后，由于上市公司送红股、转增股本等原因增持的公司股份，亦应遵守上述约定。待股份锁定期届满后，本次发行的股份将依据中国证监会和深交所的相关规定在深交所交易。

如中国证监会对股份限售有更为严格的规定，则适用中国证监会的相关规定。

## （六）其他保护投资者权益的措施

为保证本次交易工作公平、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、评估机构等中介机构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、关于本次交易的结论性意见

### （一）独立董事意见

本公司独立董事基于独立判断的立场，在仔细审阅了本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书的相关材料后，经审慎分析，发表如下独立意见：

#### 1、关于本次交易的独立意见

（1）本次提交董事会审议的本次交易相关议案，在提交董事会审议前，已事先提交我们审阅。经认真审议，我们同意将上述议案提交公司董事会审议。

（2）本次交易议案符合国家法律、法规和其他规范性文件的规定，具备可操作性，无重大法律政策障碍。董事会召集召开及审议表决程序符合有关法律、法规和公司章程的规定。

（3）本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方、标的公司与公司及公司控股股东、实际控制人不存在任何关联关系，本次发行股份及支付现金购买资产发行股份完成后，认购方所持公司股份不超过本次交易完成后公司股本总额的5%，本次交易不构成关联交易。

（4）本次交易方案以及签订的《岭南园林股份有限公司与樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）及樟树市德亿投资管理中心（有限合伙）关于德马吉国际展览有限公司之发行股份及支付现金购买资产协议》、《岭南园林股份有限公司与樟树市帮林投资管理中心（有限合伙）及樟树市德亿投资管理中心（有限合伙）

之盈利补偿协议》，符合《公司法》、《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，本次交易方案具备可操作性。

(5) 本次交易有利于增强公司的核心竞争力和持续发展能力，有利于提高公司的盈利能力与改善公司财务状况。标的资产的实际控制人已就避免同业竞争、减少和规范关联交易等措施等方面出具了相关承诺函，这些行为符合全体股东的现实及长远利益。

(6) 本次交易所涉及关联交易是公开、公平、合理的，符合公司和全体股东的利益。

## **2、对本次交易评估机构的独立性、评估假设前提的合理性和评估定价的公允性等事项的独立意见**

公司为本次交易聘请了具有证券期货业务资格的北京中企华资产评估有限责任公司（以下简称“中企华”）作为评估机构，并由其出具了《岭南园林股份有限公司拟发行股份及支付现金购买资产所涉及的德马吉国际展览有限公司股东全部权益价值项目评估报告》（中企华评报字（2016）第 3228 号），我们认为：

### **(1) 关于评估机构的独立性**

本次交易聘请的评估机构中企华具备执行证券、期货相关业务资格，该评估机构及其经办人员与公司、交易对方、标的公司及其董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系，不存在业务关系之外的现实的和预期的利害关系，具有充分的独立性。

### **(2) 关于评估假设前提的合理性**

评估机构及其经办人员对标的公司进行评估所设定的评估假设前提和限制条件按照国家有关法律法规和规范性文件的规定执行，遵循了市场通用的惯例或准则，其假设符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。

### **(3) 关于评估方法与评估目的的相关性**

本次评估的目的是确定标的公司于评估基准日的市场价值，为本次交易提供

价值参考依据。中企华采用了收益法和资产基础法两种评估方法分别对交易标的的价值进行了整体评估,并最终选择了收益法的评估值作为本次评估结果。本次资产评估工作按照国家有关法规与行业规范的要求,遵循独立、客观、公正、科学的原则,按照公认的资产评估方法,实施了必要的评估程序,对交易标的于评估基准日的市场价值进行了评估,所选用的评估方法恰当、合理,与评估目的具有相关性。

#### (4) 评估定价的公允性

本次交易拟购买的标的公司的股东全部权益价值评估结果公允反映了标的公司于评估基准日的市场价值。评估结论具有公允性,评估价值分析原理、采用的模型等重要评估参数符合公司本次资产购买的实际情况,预期各年度收益评估依据及评估结论合理。在公平、自愿的原则下,以评估值作为参考,交易双方协商一致后确定本次交易定价,资产定价原则公允、合理,不会损害公司及中小股东的利益。

(5) 本次交易涉及的标的资产的定价及发行股份的定价均符合相关法律法规、规范性文件的规定,定价公平合理,不存在损害公司及其他股东特别是中、小股东利益情形。

## (二) 独立财务顾问意见

广发证券作为本次交易的独立财务顾问,根据《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》和《准则第 26 号》等法律法规的规定和中国证监会的要求,通过尽职调查和对岭南园林发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书和信息披露文件的审慎核查,并与岭南园林及其他中介机构经过充分沟通后,发表的结论性意见如下:

“1、本次交易符合《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《重组管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定;

2、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;

3、本次交易完成后,上市公司仍具备股票上市的条件;

4、本次交易标的资产的定价原则公允，发行股票的定价方式和发行价格符合证监会的相关规定，不存在损害上市公司及股东合法利益的情形；

5、本次交易的标的资产为德马吉 100% 股权，资产权属清晰，不存在质押、担保权益或其他受限制的情形，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续，资产过户或者转移不存在法律障碍，相关债务债权处理合法，本次交易符合《重组管理办法》等相关法律法规规定的实质性条件；

6、本次交易不构成关联交易，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，有利于保护上市公司全体股东的利益；

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及其关联人将继续保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定；

8、本次交易完成后，将有利于上市公司形成或者保持健全有效的法人治理结构，符合《重组管理办法》等相关法律法规规定的实质性条件；

9、本次交易所涉及的各项合同及程序合理合法，在交易各方履行本次交易相关协议的情况下，不存在上市公司支付现金后不能及时获得相应对价的情形；

10、本次交易后上市公司实际控制人并未变更，不构成借壳上市。”

综上所述，本次发行股份及支付现金购买资产的独立财务顾问广发证券认为本次交易符合《重组管理办法》的规定。

### （三）律师事务所意见

君合律所作为上市公司法律顾问，根据《公司法》、《重组管理办法》、《准则第26号》、《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》及其他有关法律、法规和中国证监会有关规范性文件的规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，就岭南园林本次交易出具法律意见如下：

1、本次交易的方案符合法律、法规和规范性文件的规定。

2、岭南园林具有实施本次交易的主体资格，本次交易的其他各参与方具备进行本次交易的主体资格。

3、就本次交易已取得现阶段所需的相关授权和批准，该等授权和批准合法有效；本次交易不构成关联交易。本次交易尚需取得中国证监会的批准或同意。本次交易取得有关批准和同意后，德马吉尚需办理有关变更登记及交接手续。

4、本次交易符合《发行管理办法》规定的实质性条件，符合《重组管理办法》对于上市公司重大资产重组和上市公司发行股份购买资产规定的实质性条件。在有关协议的签署方切实履行协议各项义务的情况下，在取得必要的批准和同意后，实施本次交易不存在实质性法律障碍。

5、岭南园林就本次交易依照《重组管理办法》履行了现阶段的信息披露义务，岭南园林尚须根据项目进展情况，依法履行相应的信息披露义务。

6、公司2016年度第二次临时股东大会的召集和召开程序、出席会议人员的资格、本次股东大会的表决程序符合法律、法规及公司章程、公司股东大会议事规则的规定，表决结果合法、有效。

## 十、本次交易相关证券服务机构

### (一) 独立财务顾问

名称：广发证券股份有限公司

法定代表人：孙树明

注册地址：广东省广州市天河区天河北路 183-187 号大都会广场 43 楼  
(4301-4316 房)

电话：020-87555888

传真：020-87557566

财务顾问主办人：王楚媚、陈禹达

## (二) 法律顾问

名称：北京市君合律师事务所

负责人：肖微

注册地址：北京市东城区建国门北大街 8 号华润大厦 20 层

电话：010-85191300

传真：010-85191350

经办律师：黄晓莉、姚继伟

## (三) 审计机构

名称：广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：蒋洪峰

注册地址：广州市东风东路 555 号粤海集团大厦 10 楼

电话：020-66806688

传真：020-83800722

经办注册会计师：王韶华、林恒新

## (四) 评估机构

名称：北京中企华资产评估有限责任公司

法定代表人：权忠光

注册地址：北京市东城区青龙胡同 35 号

电话：0755-33369961

传真：0755-33369991

经办注册资产评估师：郑晓芳、王爱柳

## 第十四章 声明与承诺

### 一、上市公司及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事及高级管理人员承诺《岭南园林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报告书（修订稿）》的内容真实、准确、完整，并对本报告书中的虚假记载、误导性陈述或重大遗漏承担个别和连带的法律责任。



全体董事签名:

尹洪卫

冯学高

陈刚

朱心宁

秋天

杨敏

包志毅

章击舟

邢晶

全体监事签名:

林鸿辉

马秀梅

吴奕涛

全体高级管理人员签名:

尹洪卫

冯学高

刘勇

秦国权

秋天

杜丽燕

张友铭



## 二、独立财务顾问声明

本公司同意《岭南园林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报告书(修订稿)》及其摘要中引用本公司出具的独立财务顾问报告之结论性意见,并对所引述的内容进行了审阅,确认该报告书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本公司承诺:如本次重组申请文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,本公司未能勤勉尽责的,将承担连带赔偿责任。

财务顾问主办人: 王楚媚      陈禹达  
王楚媚                      陈禹达

法定代表人(或授权代表): 孙树明  
孙树明

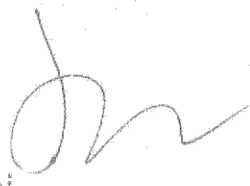


### 三、法律顾问声明

本所同意《岭南园林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报告书(修订稿)》及其摘要中引用本所出具的法律意见书之结论性意见,并对所引述的内容进行了审阅,确认该报告书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本所承诺: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。

事务所负责人:



肖微

经办律师:



黄晓莉



姚继伟

北京市君合律师事务所


2016年6月15日

#### 四、审计机构声明

本所同意《岭南园林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报告书(修订稿)》及其摘要中引用本所出具的审计报告、备考审阅报告之结论性意见,并对所引述的内容进行了审阅,确认该报告书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。


本所承诺: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。

经办注册会计师:

  
王韶华

  
林恒新

事务所负责人:

  
蒋洪峰

广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)



2016年6月15日

## 五、评估机构声明

本公司同意《岭南园林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报告书(修订稿)》及其摘要中引用本公司出具的评估报告之结论性意见,并对所引述的内容进行了审阅,确认该报告书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本所承诺: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。

经办注册资产评估师: 郑晓芳  
郑晓芳

王爱柳  
王爱柳

法定代表人: 权忠光  
权忠光

北京中企华资产评估有限责任公司



## 第十五章 备查文件

### 一、备查文件目录

(一)《岭南园林股份有限公司与樟树市帮林投资管理中心(有限合伙)及樟树市德亿投资管理中心(有限合伙)关于德马吉国际展览有限公司之发行股份及支付现金购买资产协议》;

(二)《岭南园林股份有限公司与樟树市帮林投资管理中心(有限合伙)及樟树市德亿投资管理中心(有限合伙)之盈利补偿协议》;

(三)交易对方关于提供信息真实、准确、完整的承诺函;

(四)岭南园林股份有限公司第二届董事会第二十八次会议决议;

(五)岭南园林股份有限公司第二届监事会第二十二次会议决议;

(六)岭南园林独立董事关于公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金相关事项的独立意见;

(七)岭南园林股份有限公司董事会关于公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金事项履行法定程序的完备性、合规性及提交法律文件有效性的说明;

(八)关于德马吉国际展览有限公司股东已经合法拥有标的资产的完整权利以及不存在限制或者禁止转让的情形的承诺函;

(九)广发证券股份有限公司关于岭南园林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之独立财务顾问报告;

(十)北京市君合律师事务所关于岭南园林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之法律意见书;

(十一)德马吉国际展览有限公司2014-2015年财务报告和审计报告;

(十二)岭南园林股份有限公司2014-2015年备考财务报告、审计报告;

(十三) 德马吉国际展览有限公司评估报告及评估说明;

(十四) 岭南园林股份有限公司董事会关于公司股票价格波动未达到《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)第五条相关标准的说明;

(十五) 并购重组方案概况表;

(十六) 交易进程备忘录;

(十七) 重组报告书独立财务顾问核查意见表。

## 二、备查地点

投资者可于下列地点查阅上述备查文件:

岭南园林股份有限公司

地址: 东莞市东城区光明大道27号金丰大厦A栋301室

电话: 0769-22500085

传真: 0769-22388949

联系人: 秋天

## 三、查阅时间

工作日每日上午9:30-11:30, 下午14:00-17:00

## 四、查阅网址

指定信息披露网址:

深圳证券交易所[www.szse.com.cn](http://www.szse.com.cn); 巨潮资讯网[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)

(本页无正文,为《岭南园林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报告书(修订稿)》之签章页)

