

深圳万润科技股份有限公司
拟发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金所涉及的
北京万象新动移动科技有限公司股东全部权益价值评估报告
沪申威评报字〔2016〕第0517号

上海申威资产评估有限公司
2016年9月2日



上海申威资产评估有限公司
地址：上海市东体育会路 816 号 C 楼
电 话：021-31273006
传 真：021-31273013 邮编：200083
E-mail: shenwei_co@163.com

目 录

声 明.....	1
摘 要.....	3
一、委托方、被评估单位和业务约定书约定的其他评估报告使用者概况	5
二、评估目的.....	23
三、评估对象和评估范围.....	23
四、价值类型及其定义.....	24
五、评估基准日.....	26
六、评估依据.....	26
七、评估方法.....	28
八、评估程序实施过程和情况.....	34
九、评估假设.....	35
十、评估结论.....	37
十一、特别事项说明.....	38
十二、评估报告使用限制说明.....	40
十三、评估报告日.....	41
十四、评估机构.....	41
附 件.....	43



声 明

本声明系资产评估报告书不可分割的部分。

一、我们在执行本资产评估业务中，遵循相关法律法规和资产评估准则，恪守独立、客观和公正的原则；根据我们在执业过程中收集的资料，评估报告陈述的内容是客观的，并对评估结论合理性承担相应的法律责任。

二、评估对象涉及的资产、负债清单由委托方、被评估单位申报并经其签章确认；提供必要的资料并保证所提供资料的真实性、合法性、完整性，恰当使用评估报告是委托方和相关当事方的责任。

三、我们与评估报告中的评估对象没有现存或者预期的利益关系；与相关当事方没有现存或者预期的利益关系，对相关当事方不存在偏见。

四、我们已对评估报告中的评估对象及其所涉及的资产进行现场调查；我们已对评估对象及其所涉及资产的法律权属状况给予必要的关注，对评估对象及其所涉及资产的法律权属资料进行了查验，并对已经发现的问题进行了如实披露，且已提请委托方及相关当事方完善产权以满足出具评估报告的要求。但我们仅对委估资产的价值发表意见，我们无权对它们的法律权属作出任何形式的保证。本报告不得作为任何形式的产权证明文件使用。

五、我们出具的评估报告中的分析、判断和结论受评估报告中假设和限定条件的限制，评估报告使用者应当充分考虑评估报告中载明的假设、限定条件、特别事项说明及其评估结论的影响。

六、注册资产评估师执行资产评估业务的目的是对评估对象价值进行估算并发表专业意见，并不承担相关当事人决策的责任。资产评估结论不应当被认为是对评估对象可实现价格的保证。

七、我们及所在的评估机构具备本评估业务所需的执业资质和相关专业评估经验。除已在评估报告中披露的运用其他评估机构或专家的工作外，评估过程中没有运用其他评估机构或专家的工作成果。



上海申威资产评估有限公司
地址：上海市东体育会路 816 号 C 楼
电 话：021-31273006
传 真：021-31273013 邮编：200083
E-mail: shenwei_co@163.com

八、我们对设备等实物资产的勘察按常规仅限于其表观的质量、使用状况、保养状况，未触及内部被遮盖、隐蔽及难于接触到的部位，我们没有能力也未接受委托对上述资产的内部质量进行专业技术检测和鉴定，我们的评估以委托方提供的资料为基础，如果这些评估对象的内在质量有瑕疵，评估结论可能会受到不同程度的影响。

九、本报告仅供委托方为本报告所列明的评估目的服务和送交财产评估主管部门审查使用，本评估报告的使用权归委托方所有。除按规定报送有关政府管理部门或依据法律需公开的情形外，未经本评估公司许可，报告的全部或部分内容不得发表于任何公开的媒体上。



深圳万润科技股份有限公司
拟发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金所涉及的
北京万象新动移动科技有限公司股东全部权益价值评估报告

沪申威评报字〔2016〕第 0517 号

摘 要

以下内容摘自资产评估报告正文，欲了解本评估项目的详细情况
和合理理解评估结论，应当阅读评估报告正文。

一、委托方、被评估单位和业务约定书约定的其他评估报告使用者

本次评估的委托方为深圳万润科技股份有限公司，被评估单位为北京万象新动移动科技有限公司，报告使用方为深圳万润科技股份有限公司及其他国家法律法规规定的评估报告使用者。

二、评估目的

深圳万润科技股份有限公司拟发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金。

三、评估对象和评估范围

评估对象为北京万象新动移动科技有限公司股东全部权益在基准日的市场价值。评估范围为北京万象新动移动科技有限公司申报的在 2016 年 6 月 30 日的全部资产和负债。（详见资产评估明细表）

四、价值类型

市场价值。

五、评估基准日

2016 年 6 月 30 日。

六、评估方法

采用资产基础法、收益法。



七、评估结论

评估前北京万象新动移动科技有限公司总资产账面值为 89,023,571.68 元，负债账面值为 66,692,947.92 元，所有者权益账面值为 22,330,623.76 元。

本评估报告选用收益法的评估结果作为评估结论。具体结论如下：

经评估，以 2016 年 6 月 30 日为评估基准日，在假设条件成立的前提下，北京万象新动移动科技有限公司股东全部权益价值评估值为 56,140.00 万元，大写：人民币伍亿陆仟壹佰肆拾万元整。评估增值 53,906.94 万元，增值率 2,414.04%。

评估报告使用有效期为一年，即在 2016 年 6 月 30 日到 2017 年 6 月 29 日期间内有效，可以作为实现本次评估目的的作价参考依据。

八、重大特别事项

具体内容详见评估报告正文“十一、特别事项说明”。

为了正确使用评估结论，评估报告使用者应当充分考虑评估报告中载明的假设、限定条件、特别事项说明及其对评估结论的影响。

本评估报告提出日期为 2016 年 9 月 2 日。



上海申威资产评估有限公司
地址：上海市东体育会路 816 号 C 楼
电 话：021-31273006
传 真：021-31273013 邮编：200083
E-mail: shenwei_co@163.com

深圳万润科技股份有限公司
拟发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金所涉及的
北京万象新动移动科技有限公司股东全部权益价值评估报告
正 文

沪申威评报字〔2016〕第0517号

深圳万润科技股份有限公司：

上海申威资产评估有限公司接受贵公司的委托，根据有关法律、法规和资产评估准则、资产评估原则，采用资产基础法、收益法，按照必要的评估程序，对北京万象新动移动科技有限公司股东全部权益在 2016 年 6 月 30 日的市场价值进行了评估。现将资产评估情况报告如下：

一、委托方、被评估单位和业务约定书约定的其他评估报告使用者概况

（一）、委托方：深圳万润科技股份有限公司

委托单位名称：深圳万润科技股份有限公司

统一社会信用代码：914403007451740990

公司类型：上市股份有限公司

住所：深圳市光明新区观光路 3009 号招商局光明科技园 A3 栋 05B3 室

法定代表人：李志江

成立日期：2002 年 12 月 13 日

（二）、被评估单位：北京万象新动移动科技有限公司

统一社会信用代码：911101083182799968

住所：北京市海淀区知春路 51 号慎昌大厦 5 层 5011 室

法定代表人：易平川



注册资本：100 万元

类型：其他有限责任公司

成立日期：2014 年 10 月 23 日

经营期限：2014 年 10 月 23 日至 2034 年 10 月 22 日

经营范围：技术开发、技术转让、技术咨询、技术推广、技术服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

1. 历史沿革

（1）公司设立

北京万象新动移动科技有限公司（以下简称“万象新动”或“标的公司”或“被评估单位”）成立于 2014 年 10 月 23 日，注册资本为 100 万元人民币，股东易平川以货币认缴 51 万元的出资额，股东朱利涛以货币认缴 49 万元的出资额。

（2）第一次股权变更

2015 年 4 月 9 日，万象新动股东朱利涛与彭豪博签订股权转让协议，同意将其持有的万象新动出资额 490,000.00 元转让给彭豪博。本次股权转让后易平川持有万象新动 51% 的股权，彭豪博持有万象新动 49% 股权。万象新动就上述变更事项于 2015 年 4 月 21 日在北京市工商行政管理局海淀分局办理完毕工商变更登记手续。

（3）第二次股权变更

2016 年 1 月 29 日，万象新动股东彭豪博与股东易平川签订股权转让协议，同意将其持有的万象新动出资额 100,000.00 元转让给易平川。本次股权转让后易平川持有万象新动 61% 的股权，彭豪博持有万象新动 39% 股权。万象新动就上述变更事项于 2016 年 2 月 18 日在北京市工商行政管理局海淀分局办理完毕工商变更登记手续。



(4) 第三次股权变更

2016 年 4 月 1 日，万象新动股东彭豪博与余江县万象新动投资管理中心（有限合伙）签订股权转让协议，同意将其持有的万象新动出资额 390,000.00 元转让给余江县万象新动投资管理中心（有限合伙）；同时股东易平川与余江县万象新动投资管理中心（有限合伙）签订股权转让协议，同意将其持有的万象新动出资额 600,000.00 元转让给余江县万象新动投资管理中心（有限合伙）；本次股权转让后余江县万象新动投资管理中心（有限合伙）持有万象新动 99%的股权，易平川持有万象新动 1%股权。万象新动就上述变更事项于 2016 年 4 月 8 日在北京市工商行政管理局海淀分局办理完毕工商变更登记手续。

截至评估基准日，被评估单位的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
余江县万象新动投资管理中心（有限合伙）	99.00	99.00%
易平川	1.00	1.00%
合计	100.00	100.00%

2.主要会计政策及税收政策

万象新动执行企业会计准则及其他相关规定。会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止；以权责发生制为记账基础，以人民币为记账本位币。万象新动增值税税率为 6%；城市维护建设税为应纳流转税额的 7%；教育费附加为应纳流转税额的 3%；地方教育费附加为应纳流转税额的 2%；企业所得税税率为 25%。

3.万象新动所处行业情况

3.1 万象新动所在行业

万象新动属于移动互联网广告行业。根据中国证券监督管理委员会公布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），标的公司均属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“I64 互联网和相关服务”。



3.2 行业概述

互联网广告是以互联网作为广告投放载体的广告。互联网广告根据传播终端类型的不同，可分为 PC 端互联网广告和移动互联网广告；根据实现方式的不同，可分为展示类广告、搜索引擎广告、内容营销、移动互联网广告等多种形式。

移动互联网广告是基于移动互联网的网站、浏览器、APP 客户端等进行的营销，主要针对使用智能终端（智能手机或平板电脑）进行上网的用户，在提供用户服务的同时也包含了营销内容的展示，以各种移动媒体形式向用户发布产品、活动或服务的促销或品牌信息。

3.3 行业监管体制和法律法规

（1）行业监管部门

我国广告行业的主管部门是国家工商行政管理总局，下设广告监督管理司，主要负责拟订广告业发展规划、政策措施并组织实施；拟订广告监督管理的具体措施、办法；组织、指导监督管理广告活动；组织监测各类媒介广告发布情况；查处虚假广告等违法行为；指导广告审查机构和广告行业组织的工作。

国家工业和信息化部是互联网行业的主管部门，主要负责制定并组织实施工业、通信业的行业发展规划、产业政策、技术标准和规范；依法对电信与信息服务市场进行监管；指导推进信息化建设；承担通信网络安全及相关信息安全管理责任。

（2）行业自律组织

我国广告行业的自律管理机构包括中国广告协会、中国商务广告协会、中国商务广告协会综合代理专业委员会等。主要从事制定行业自律规则、开展行业资质评审、行业培训、学术理论研究、国际交流合作等活动。

（3）行业主要监管法规及发展政策

序号	文件	颁布单位	实施年份
----	----	------	------



上海申威资产评估有限公司
地址：上海市东体育会路 816 号 C 楼
电 话：021-31273006
传 真：021-31273013 邮编：200083
E-mail: shenwei_co@163.com

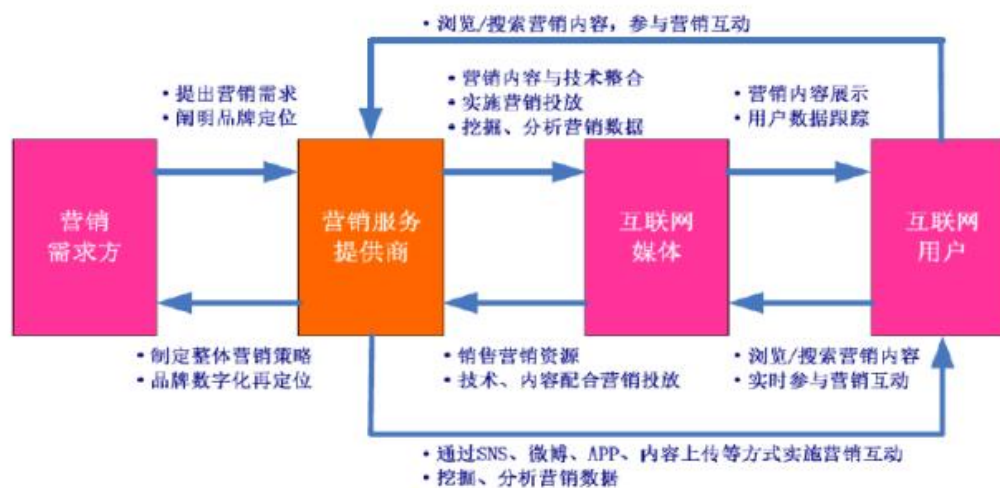
序号	文件	颁布单位	实施年份
1	《互联网广告管理暂行办法》	工商总局	2016 年 7 月
2	《中华人民共和国广告法》	人大常委会	2015 年 9 月
3	《关于深入推进文化金融合作的意见》	文化部、财政部、人民银行	2014 年 3 月
4	《产业结构调整指导目录（2011 年本）》（2013 年修订）	发改委	2013 年 5 月
5	《信息安全技术：公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》	质检总局、标准化管委会	2013 年 2 月
6	《信息网络传播权保护条例》	国务院	2013 年 1 月
7	《关于加强网络信息保护的決定》	人大常委会	2012 年 12 月
8	《互联网行业“十二五”发展规划》	工信部	2012 年 5 月
9	《广告产业发展“十二五”规划》	工商总局	2012 年 5 月
10	《关于推进广告战略实施的意见》	工商总局	2012 年 4 月
11	《关于推进广告战略实施的意见》	工商总局	2012 年 4 月
12	《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》	工信部	2012 年 3 月
13	《“十二五”时期文化产业倍增计划》	文化部	2012 年 2 月
14	《大众传播媒介广告发布审查规定》	工商总局、中共中央宣传部、国务院新闻办	2012 年 2 月
15	《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》	中共中央办公厅、国务院办公厅	2011 年 12 月
16	《关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》	工商总局	2010 年 3 月
17	《网络公关服务规范》	中国国际公共关系协会公关公司工作委员会	2010 年 3 月
18	《广播电视广告播出管理办法》	国家广电总局	2010 年 1 月
19	《文化产业振兴规划》	国务院办公厅	2009 年 9 月
20	《关于促进广告业发展的指导意见》	工商总局、国家发改委	2008 年 4 月
21	《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》	国务院办公厅	2008 年 3 月
22	《国务院关于加快发展服务业的若干意见》	国务院	2007 年 3 月
23	《2006—2020 年国家信息化发展战略》	中共中央办公厅、国务院办公厅	2006 年 3 月
24	《非经营性互联网信息服务备案管理办法》	信息产业部	2005 年 3 月
25	《广告管理条例施行细则》	工商总局	2005 年 1 月
26	《广告经营许可证管理办法》	工商总局	2005 年 1 月
27	《互联网信息服务管理办法》	国务院	2000 年 9 月

序号	文件	颁布单位	实施年份
28	《广告经营资格检查办法》	工商总局	1998 年 12 月
29	《广告语言文字管理暂行规定》	工商总局	1998 年 12 月
30	《广告管理条例》	国务院	1987 年 10 月

3.4 产业链情况

(1) 互联网广告行业产业链情况

互联网广告行业产业链示意图如下：



1) 营销需求方（广告主）

广告主是互联网广告的需求方，也是互联网广告公司的下游客户。在信息传播的过程中，广告主最关心的是如何将广告所欲传递的信息高效、精准地传递到目标消费者群体并影响其消费行为，达到广告传播目的。因此需要广告公司通过需求分析、目标群体分析、广告媒介资源的覆盖范围及传播效果分析帮助广告主确定合适的广告形式，并根据广告播放中的监测与持续的跟踪分析进行调整，以帮助广告主提高其广告投放的效果。

2) 营销服务提供商

占据产业链主要位置的是营销服务提供商，包括：媒介资源代理商，广告代理公司，精准营销数据分析公司，营销方案策划、广告制作等众多公司。其主要角色是帮



助广告主顺利投放互联网广告，在整个互联网广告营销产业链中起着关键作用；其主要任务为根据广告主及推广产品特征提出广告投放策划方案，并配备对应受众的广告位，最后负责广告投放方案实施，通过完成互联网广告投放获取相应报酬。

3) 互联网媒体

互联网媒体为广告主提供了信息展示和互动的平台，直接对接广告受众。互联网媒体行业中马太效应明显，广告收入集中于少数最大的媒体。互联网媒体主要可以分为搜索引擎、门户网站、垂直网站、电商网站、视频网站和社交平台等，其他互联网媒体类型还有网络游戏、手机 APP 应用及 APP 应用商店等，其中搜索引擎是互联网广告最大的承载平台。关于主要互联网媒体类型的具体情况请见下表所示：

类型	定义及特征	广告投放主要方式	代表性媒体
门户网站	大中型综合性资讯网站，是互联网用户日常接触最多的互联网媒体类型之一	侧重于品牌展示的横幅广告、弹窗广告；侧重于内容传递的植入广告等	腾讯、新浪、搜狐、网易等
垂直网站	侧重于特定细分领域信息服务的专业型网站		易车网、汽车之家、珍爱网、途牛网
电商网站	互联网用户网上购物的电子商务平台	品牌展示或活动链接广告，首页推荐广告	天猫商城、京东商城、亚马逊（中国）、1 号店
视频网站	互联网用户在线发布、浏览和分享视频作品的网络媒体	贴片广告、暂停广告、插播广告、交互广告、植入广告、病毒营销、微电影	优酷土豆、搜狐视频、新浪视频、爱奇艺、乐视网
搜索引擎	互联网用户通过输入关键词直接搜索相关信息的网站	搜索引擎广告，主要包括关键词竞价排名、关键词投放托管、搜索结果优化等	百度、360、搜狗
社交平台	平台具有社交属性、用户具有人格属性的虚拟网络世界	社会化媒体营销，主要包括口碑营销、病毒营销、社会化媒体账号代运营等	微信、微博及其他社交平台

4) 目标受众——互联网用户

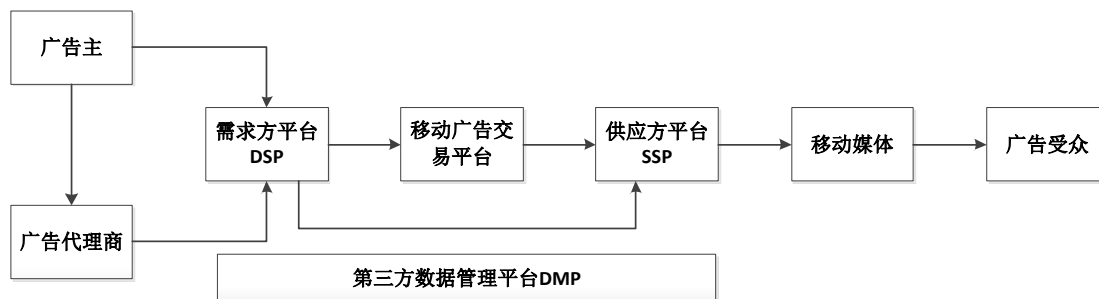
互联网用户是互联网广告信息传递链条的最后一环，是广告推广内容的潜在消费者。广告信息抵达互联网用户的及时性与精准度、以及互联网用户接收信息后的响应行为，是互联网广告的绩效评估标准之一。

(2) 移动互联网广告行业产业链情况

1) 产业链发展现状

移动互联网广告市场与传统广告市场以及 PC 端互联网广告市场相比，有着更长的产业链长度，原因在于移动互联网时代，用户有着更加明显的标签属性，需要有专业的第三方机构对数据资源进行充分挖掘，使广告营销更加高效的呈现在潜在客户面前。

在信息爆炸的互联网时代，一方面为提高广告投放针对性，避免重复的广告到达，需要有专业的广告资源需求方平台对广告主所有的广告投放进行整体把控，为广告主或广告代理商优化广告投放策略；另一方面，为整合广告营销的媒体资源并扩大广告营销影响力，需要有专门的广告资源供应平台整合全方位、多层次的媒体资源。广告资源需求方 DSP 平台与广告资源供应方 SSP 平台通过移动互联网广告交易平台进行交易，可有效提高广告营销的性价比，优化广告营销效果。随着广告资源供需双方 DSP 和 SSP 平台企业不断延伸自身产业链，有可能发展成为综合性的第三方数据管理 DMP 平台，进而在互联网资源整合上发挥更加重要的作用。



2) 产业链发展趋势

①数据积累与技术创新推动产业链地位转变

移动互联网广告发展的早期阶段，掌握移动互联网媒体资源的移动媒体以及供应方 SSP 平台占据相对较高的产业链地位，但未来随着移动互联网数据的爆发式增长以及需求方 DSP 平台在技术开发上的持续投入，以程序化购买为代表的移动互联网广告核心技术的重要性将逐渐攀升，未来移动互联网广告行业各产业链之间的地位将逐步转变。

②综合移动互联网广告服务平台的产生

目前百度、阿里巴巴、腾讯三家公司掌握着我国互联网核心数据资源，不同互联网领域的专业化数字特征、信息保密以及合作信任度等问题使市场数据呈现高度碎片化的现状，进而数据整合受到制约，目前独立的第三方数据管理 DMP 平台的角色相对缺失，我国移动互联网广告交易平台上参与交易的双方多以中小型供需平台为主，平台规模有限。未来随着移动互联网的不断发展，以及对长尾市场用户的重视程度提升，移动营销市场对数据挖掘、资源整合能力以及技术优势的需求将进一步提升，综合型的移动互联网广告服务平台将应运而生。

3.5 移动互联网广告行业的未来发展趋势

近年来，移动互联网广告平台总体规模实现高速增长，整体的移动互联网广告市场开始逐步走向成熟，竞争更为有序化。一方面广告主不断增加在移动端的广告投入，行业广告主需求旺盛，品牌广告主预算增加；另一方面媒体环境变得更加成熟，原生广告、视频广告等更加丰富的广告形式的出现为媒体提供了更广阔的广告空间。

(1) 移动互联网广告优势明显

移动互联网广告行业优势非常明显：1) 移动互联网传播可以从时间、地域、人群等多个层次为广告主定制灵活的广告传播策略；2) “精准传播”特点帮助广告主增加传播深度：帮助广告主提升传播的纵向深度，在展开大范围传播的同时，增加传播精准度，提升实际传播效果与最终销售业绩；3) 多维度媒体组合帮助广告主实现移动互联网的全方位影响，多类别传播方式帮助广告主搭建移动互联网综合性传播体系，满足多样化的营销需求；4) 移动互联网传播性价比远高于传统媒体，移动互联网具有高覆盖、高转化、高性价比的特征，能帮助广告主利用更少的钱创造更大的价值。

(2) 广告形式多样化成为未来市场发展方向

在用户即数据、数据即价值的大数据时代，用户数据价值得到更深的体现，掌握



最新的行业趋势，以数据获得更为准确的用户信息，了解其购买动机与习惯，提高广告营销效果，成为广告主的重要需求。广告主对于精准广告投放的需求推动了 DSP 行业的发展，进而推动了越来越多的媒体向程序化购买转变，开放更多的媒体库给程序化购买资源池成为媒体发展的一个趋势。未来媒体的程序化购买转型将针对不同资源存类型，将其放入不同的资源池中，通过自有的平台或外部的平台，采用非程序化购买以及不同类型的程序化购买方式进行差异化的交易，实现资源优化配置。

（3）用户多屏接触已成主流，跨屏程序化购买成未来重点

随着科技进步，人们花费在移动互联网端的时间越来越长，移动营销亦逐渐成为主流的营销方式之一，伴随着互联网 HTML5 规范、云端大数据技术成熟，跨屏追踪与程序化购买技术的完善，2015 年移动营销市场规模达到 901.3 亿元，预计 2018 年中国移动互联网广告市场规模将达到 3,267.3 亿元。随着广告行业逐渐成熟，市场认知水平不断提升，广告主对于精准投放广告的需求不断提升，未来程序化购买将持续保持超高速增长。

DSP+移动、DSP+视频、DSP 的跨屏投放将是未来的重要增长点。跨屏类程序化购买平台加速发展，未来三维终端的数据终将融合。DMP 的数据供应商在技术和数据量上适应行业发展将要求更高，建立行业标准化的数据交换机制后，DMP 更加强调数据交换和共享。

（4）数据市场放量增长，专业化的 DSP 平台将在移动互联网广告领域迎来新机遇

随着移动互联网和社会化媒体的发展，用户群体碎片化时间的利用率越来越高，其细分特征也越来越显著，精准营销因此得以利用大量的用户沉淀数据来进行数据分析，完成用户画像，从而快速匹配符合营销诉求的目标受众，实现广告的精准投放。

市场上大量的移动互联网广告 DSP 服务商服务实力良莠不齐，中小服务商受技术



实力制约，服务同质化严重。随着 DSP 平台在移动互联网广告市场应用认可度的提高，广告主对 DSP 服务商的鉴别能力增强，中小 DSP 平台服务商生存环境恶化，行业将面临重新洗牌。

4.资产结构和经营情况

被评估单位近期的资产、负债情况如下：

金额单位：人民币元

项目	2014 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2016 年 6 月 30 日
流动资产	-	19,627,544.17	87,966,074.97
固定资产净额	-	7,373.00	23,725.98
递延所得税资产	-	200,265.13	1,033,770.73
资产合计	-	19,835,182.30	89,023,571.68
流动负债	22,850.00	14,922,444.49	66,692,947.92
非流动负债	-	-	-
负债合计	22,850.00	14,922,444.49	66,692,947.92
净资产	-22,850.00	4,912,737.81	22,330,623.76

被评估单位近期的经营情况如下：

金额单位：人民币元

项目	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-6 月
营业总收入	-	40,532,396.63	121,043,826.14
减：营业成本	-	32,536,257.28	93,240,264.83
营业税金及附加	-	17,976.97	167,164.73
销售费用	-	319,180.43	304,917.83
管理费用	22,850.00	916,302.42	1,436,495.17
财务费用	-	1,664.19	-2,124.71
资产减值损失	-	801,060.51	3,336,323.35
加：公允价值变动收益	-	-	-
投资收益	-	-	-
营业利润	-22,850.00	5,939,954.83	22,560,784.94



上海申威资产评估有限公司
地址：上海市东体育会路 816 号 C 楼
电 话：021-31273006
传 真：021-31273013 邮编：200083
E-mail: shenwei_co@163.com

项目	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-6 月
加：营业外收入	-	-	-
减：营业外支出	-	-	-
利润总额	-22,850.00	5,939,954.83	22,560,784.94
减：所得税费用	-	1,494,367.02	5,652,898.99
净利润	-22,850.00	4,445,587.81	16,907,885.95

上述 2014 年、2015 年及评估基准日资产负债表及利润表数据摘自立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“信会师报字[2016]第 350070 号”审计报告。

5. 被评估单位情况介绍

5.1 主营业务概况

万象新动作为一家移动互联网广告公司，整合了数字营销策略规划、程序化购买与数据分析等专业优势，专注于为广告主提供移动互联网端的精准营销服务，为客户实现最优商业价值。

万象新动深入挖掘广告主的需求，制定差异化的广告推广策略。自成立以来，万象新动不断研发、优化其 DSP 平台；在广告投放的过程中，注重大数据分析及广告投放监测和实时优化；同时，对接了国内最优质的渠道平台，形成了独特的资源和技术优势。凭借着自身的资源、技术和服务优势，万象新动吸引了大量优质广告主，业务规模逐渐进入爆发式增长阶段。根据万象新动经审计的财务报表，2016 年 1-6 月及 2015 年度，万象新动分别实现营业收入 12,104.38 万元及 4,053.24 万元。

万象新动的主要业务分为精准广告投放及应用分发两个部分：

1) 精准广告投放

在精准广告投放业务中，万象新动的具体服务内容包括广告策略制定、广告投放、广告效果监测及优化等。万象新动通过深入的数据挖掘和分析，结合广告主的需求制定效果最优的广告精准投放策略，通过 DSP 平台和自有数据管理平台（DMP）为广告



主精准定位目标受众，利用大数据分析及 RTB 实时竞价技术将广告内容精准、高效的投放至优质的媒体资源。2015 年 8 月，万象新动研发了“新动 DSP 平台”，对接各类 Ad Exchange 平台、SSP 平台及媒体渠道。截至 2016 年 6 月 30 日，新动 DSP 平台已经全面接入广点通、应用宝、百度助手等多个用户规模过亿的移动流量平台，帮助广告主触达海量优质移动端用户，根据广告主的具体投放需求对媒介资源进行竞价和采购。在广告投放的过程中，万象新动实时跟踪记录、监控传播效果，根据最终广告受众的访问时间、偏好等投放结果，利用大数据分析及时优化投放策略及媒体采购价格，进一步提升广告的宣传效果。

精准广告投放是指终端用户访问网页、应用商店等媒体时，通过对访问用户的性别、爱好、消费特征、访问地点、访问时间及访问习惯等用户特征进行精准画像后推断访问用户的行为轨迹及潜在需求，结合用户访问的媒体网址、网页内容等媒体特征，将合适的广告内容准确推送到不同的访问用户的数字营销方式。相较于传统广告营销方式，对于广告主来说精准营销具有用户可知、投放可控、效果可知的特点，越来越受到广告主的青睐。

RTB 实时竞价技术，是一种利用第三方技术在数以百万计的网站上针对每一个用户展示行为进行评估以及出价的竞价技术。与大量购买投放频次不同，实时竞价规避了无效的受众到达，只针对有意义的用户进行购买。在 RTB 广告交易模式中，广告主将自己的广告需求放到 DSP 平台上，媒体主将自己的广告流量资源放到 SSP 平台上。通过与广告交易平台 Ad Exchange 的技术对接，DSP 平台可以完成实时竞价购买。对于媒体来说，RTB 技术可以带来更多的广告销量、实现销售过程自动化，并降低各项费用支出。而对于广告商和代理公司来说，RTB 技术将提高广告投放效果与投资回报率。

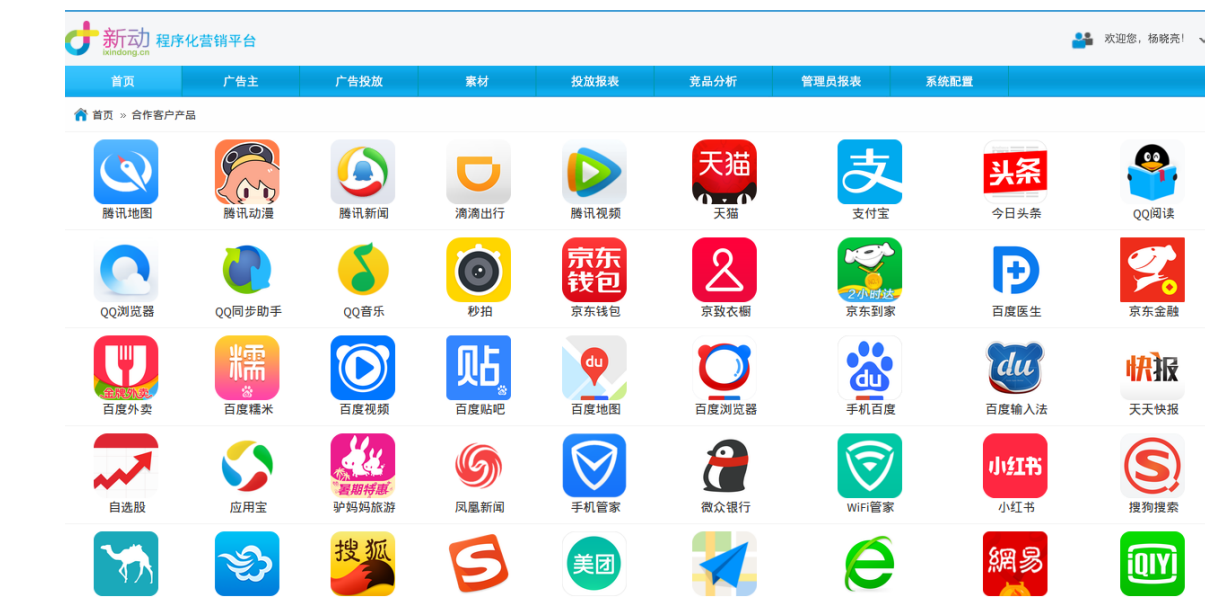
2) 应用分发



上海申威资产评估有限公司
地址：上海市东体育会路 816 号 C 楼
电 话：021-31273006
传 真：021-31273013 邮编：200083
E-mail: shenwei_co@163.com

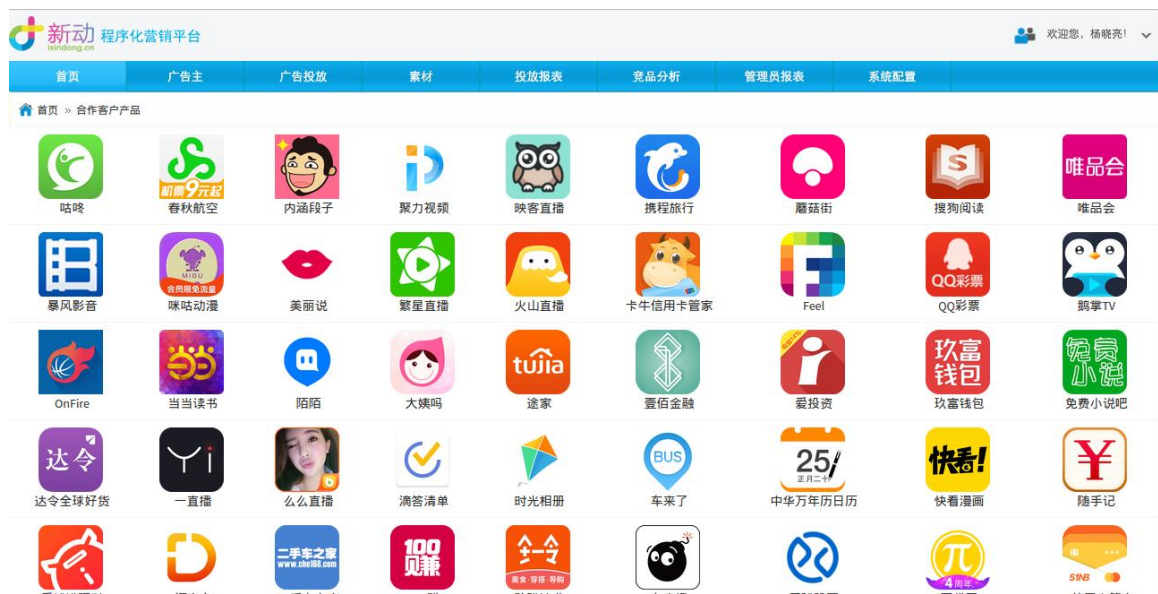
万象新动主要通过第三方广告平台为广告主提供应用分发服务，通过在特定应用市场、网站等渠道展示图片链接、文字说明或者随系统附送等多种营销途径，将移动应用推广给手机用户，从而实现用户下载、安装、激活、使用，以提高广告主应用产品的用户量。万象新动对接了一系列的渠道媒体（如各类应用商店、应用宝、垂直类 APP 等），及各类渠道媒体代理商，通过采购渠道媒体的广告位，为广告主应用产品进行展示推广，提高广告主应用产品的用户量。万象新动根据广告主应用产品的特点，制定合适推广营销模型和推广方案，选择合适的渠道资源，统筹安排产品推广日程，将不同类型的产品对接有效的媒体渠道资源，实行差异化、多样化的广告展示，实现有效率、有效果的广告投放。

万象新动是国内发展较快的移动互联网广告公司之一，已对接了腾讯、百度、华为应用商店等国内优质渠道媒体资源；服务广告主有腾讯、百度、搜狐、搜狗、大众点评、去哪儿、爱奇艺、今日头条等多家行业领先互联网企业。万象新动已为多款热门 APP 提供推广，如应用宝、腾讯手机管家、QQ 阅读、百度手机助手、百度视频、凤凰视频、秒拍、美团、途家、大姨吗、春秋航空等。2016 年初，万象新动成功成为腾讯 A 级广告代理商，品牌知名度不断提高。





上海申威资产评估有限公司
地址：上海市东体育会路 816 号 C 楼
电 话：021-31273006
传 真：021-31273013 邮编：200083
E-mail: shenwei_co@163.com



图：万象新动服务的广告主

5.2、经营模式

万象新动主营业务为精准广告投放及应用分发，各类业务的销售模式、采购模式、费用结算模式及盈利模式如下：

（1）销售模式

1) 精准广告投放

万象新动精准广告投放业务的客户类型主要包括各广告主和广告代理商，其销售流程主要分为以下三个阶段：1) 客户的开拓及维护；2) 了解用户需求，制定精准营



销方案并签订框架合作协议；3）根据营销方案制定推广策略、投放策略及创意优化。

万象新动通过市场开拓活动获取具有广告推广需求的广告主，凭借其优质的媒体渠道资源，吸引了大量的广告代理公司。与广告主及广告代理公司确定合作意向后，万象新动团队会深入了解、分析和挖掘客户需求，根据客户的自身情况制定适合的营销方案，达成意向后，双方签订框架合作协议。万象新动根据客户需求选择适当的媒体渠道和位置，锁定目标用户，并结合团队丰富的广告投放经验，制定效果最佳的投放策略。与客户确认媒体渠道及投放策略后，万象新动会根据前期制定的投放策略在指定媒体渠道进行广告投放，并通过检测投放效果不断优化投放策略。

在整个销售环节，万象新动通过其团队丰富的精准营销经验、强大的数据分析、高效的 DSP 平台、优质的服务质量及丰富的媒体资源，能够为广告主实现高效、精准的广告投放，从而不断提升客户忠诚度，并不断提升万象新动的行业地位，以吸引更多的优质客户。

2) 应用分发

万象新动应用分发业务的客户类型包括广告主及广告代理商，其主要销售流程分为以下四个阶段：1）客户的开拓及维护；2）根据客户需求选择合适的推广渠道及时间规划并签订框架合作协议；3）根据具体产品需求制定差异化的推广方式及收费单价；4）与广告主确认实际投放效果，并按照结算单确认收入。

万象新动应用拓展客户的方式主要通过行业交流会议及同行转介的模式。在确定合作意向后，万象新动会与客户签订框架合同，针对推广应用的属性（游戏类产品、应用类产品、工具类产品及新闻类产品等）及潜在目标用户，经过综合分析后，选取适当的媒体渠道开展应用分发业务。其媒体流量主要来自于媒体渠道的广告位、应用市场及部分网站的长尾流量等。万象新动在有效利用媒体资源的同时最大化地提高了 APP 下载激活量，为广告主拓展了用户数量，达到了较好的推广效果。



（2）采购模式

1) 精准广告投放

在精准广告投放过程中，万象新动主要通过新动 DSP 平台对接各大媒体渠道。新动 DSP 平台已经全面接入广点通、应用宝、百度助手等多个用户规模过亿的移动流量主要平台，可帮助广告主触达海量优质的移动端客户。

万象新动在与媒体渠道或渠道代理公司确定合作意向后签订框架合作协议，并将新动 DSP 系统与媒体渠道程序化购买平台（如腾讯、百度等）进行对接。万象新动会在媒体渠道程序化购买平台开设账户，进行预充值；为广告主进行精准广告的实际投放后，媒体渠道会按照消耗量扣减充值余额。另外，在精准广告投放中，万象新动与部分供应商按照排期表或对账单确认采购金额。

2) 应用分发

在应用分发业务中，万象新动根据广告主产品适用的渠道媒体及覆盖受众，与相关渠道媒体进行洽谈，采购一定期间的特定媒体资源位置。

在选择移动媒介及分配预算前，万象新动通常会对客户的产品进行自身特征、竞品投放情况、媒体用户数量及结构进行分析并匹配，根据分析结果及经验向客户提供具体的投放方案。具体根据投放方案进行采购时，由万象新动的广告部开拓媒体资源，进行价格谈判，签署框架协议。投放完成后，万象新动及供应商按照广告主提供的后台下载激活数据进行结算，一般次月与供应商进行对账，并由供应商发送对账单予以确认。

（3）费用结算模式

1) 万象新动与客户之间的结算模式

1.1) 精准广告投放

在精准广告投放中，万象新动与广告主或广告代理的计费方式主要包括 CPT、



CPM、CPC、及 CPD。在部分精准广告投放业务中，客户会支付预充值款，万象新动会按照消耗扣除广告主投放费用；除此之外，万象新动以其后台统计数据、媒体渠道平台后台数据或第三方数据作为依据，与广告主进行对账，并于次月发送上月对账单与客户确认投放金额。部分客户与万象新动还在合同中约定了返点，当广告主投放达到一定额度后，万象新动会按照约定比例返还现金。万象新动可以使用获取的积分或广告位为其他客户投放广告或直接将积分或广告位出售。

1.2) 应用分发

在应用分发业务中，万象新动与广告主或广告代理的计费方式主要采用 CPA 方式，即按照应用产品的每个激活量确认收入。万象新动一般以广告主的后台数据作为依据，每月与广告主进行对账，并于次月发送上月对账单核对激活数量并确认应用分发收入金额。

2) 万象新动与供应商之间的结算模式

2.1) 精准广告投放

在精准广告投放中，万象新动与渠道供应商的计费方式主要包括 CPT、CPM、CPC 及 CPD。在部分精准广告投放业务中，万象新动会支付预充值款至在渠道开设的账户，渠道媒体按照消耗扣除投放费用；除此之外，万象新动一般以其后台统计数据、媒体渠道平台或第三方数据作为依据，与供应商进行对账；渠道供应商一般于次月向万象新动发送上月对账单与万象新动确认投放金额。万象新动与部分媒体渠道或渠道代理商约定了返点，当万象新动在单个媒体渠道投放达到约定的金额后，万象新动会取得媒体渠道返还的现金、积分或广告位。

2.2) 应用分发

在应用分发业务中，万象新动与渠道供应商的计费方式为 CPA 方式，按照应用产品的激活量进行结算。渠道供应商与万象新动的结算一般以广告主的后台数据作为依



据，每月与万象新动进行对账，并于次月发送上月对账单核对激活数量并确认服务费用金额。

（4）盈利模式

1) 收取服务费

作为移动互联网营销服务提供商，万象新动为广告主提供专业化的精准营销服务及应用分发服务并收取相应的服务费用。

2) 媒体渠道返点

媒体渠道返点是指万象新动进行媒体渠道采购,如对开通的账户充值时，媒体渠道供应商会按照一定的标准给予万象新动一定的现金返还。不同的媒体渠道有不同的返点政策，通常情况下根据采购金额的大小区间定期按照特定比例对其代理商进行绩效奖励。当万象新动达到与媒体约定的采购金额，即可获得约定比例的返点，万象新动根据广告主的预算进行充值，获得的媒体返点冲减成本，从中赚取利润。

（三）、委托方与被评估单位的关系

截止评估报告出具日，委托方为被评估单位意向收购方。

（四）、业务约定书约定的其他评估报告使用者：

除与本经济行为相关的法律、法规规定的报告使用者外，无其他评估报告使用者。

二、评估目的

深圳万润科技股份有限公司拟发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金，由深圳万润科技股份有限公司委托上海申威资产评估有限公司对该经济行为涉及的北京万象新动移动科技有限公司股东全部权益价值进行估算，并发表专业意见。

已取得的经济行为文件：

1、深圳万润科技股份有限公司关于筹划发行股份购买资产停牌的进展公告（十



三);

2、资产评估业务约定书。

三、评估对象和评估范围

评估对象为北京万象新动移动科技有限公司股东全部权益在基准日的市场价值。
评估范围为北京万象新动移动科技有限公司申报的 2016 年 6 月 30 日的全部资产和负债。具体为：

(一)、企业申报的表内资产及负债对应的会计报表经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，其具体类型和账面金额如下：

金额单位：人民币元

项 目	账面金额（元）
流动资产	87,966,074.97
其中：货币资金	534,953.87
应收账款净额	77,719,624.88
预付账款净额	3,030,397.46
其他应收款净额	5,090,508.53
存货净额	1,590,590.23
非流动资产	1,057,496.71
其中：固定资产净额	23,725.98
递延所得税资产	1,033,770.73
资产合计	89,023,571.68
流动负债	66,692,947.92
其中：应付账款	55,021,731.97
预收账款	2,049,436.43
应付职工薪酬	285,237.17
应交税费	7,996,532.46
其他应付款	1,340,009.89
负债合计	66,692,947.92
净资产	22,330,623.76

上述资产和负债摘自立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“信会师报字[2016]第 350070 号”审计报告。

(二)、企业申报的表外资产的类型、数量：



企业申报的表外无形资产为 6 项软件著作权及 1 项域名。

企业申报的表外实物资产为位于办公室内的 16 项电子设备。

(三)、评估范围中主要资产情况：

实物资产主要包括：电子设备，详见下表：

项 目	账面净值（元）	数 量	现状	分布地点
电子设备	23,725.98	24 项	正常使用	各办公室

其中位于办公室内的 16 项电子设备为企业申报的表外实物资产。

(四)、企业申报的账面记录或未记录的无形资产情况：

1、无形资产——计算机软件著作权登记证书

序号	软件名称	简称	版本	登记号	首次发表日期/完成日期	登记日期
1	爱购微店导购平台	爱购微店	V1.0.1	2016SR016146	2015/9/18	2016/1/22
2	万象新动爱尚安卓应用市场软件	应用市场	V1.0.1	2016SR016195	2015/9/5	2016/1/22
3	橙子购物应用软件	橙子购物	V1.0.1	2016SR016189	2015/9/10	2016/1/22
4	爱运动体育导购应用软件	体育导购	V1.0.1	2016SR016178	2015/10/18	2016/1/22
5	爱圈子微信同学会平台	微信同学会	V1.0.1	2016SR016730	2015/10/1	2016/1/22
6	新动 DSP 系统	DSP 系统	V1.0.1	2016SR016734	2015/8/1	2016/1/22

2、无形资产——域名

序号	域名	域名所有者	网站名称	注册时间	到期时间	网站备案/许可证号
1	ixindong.cn	万象新动	爱新动	2014.10.9	2019.10.9	京 ICP 备 14039215 号-2

(五)、引用其他机构出具的报告的结论所涉及的资产类型、数量和账面金额：

未引用其他机构出具的报告的结论。

被评估单位经营办公场所系租赁取得，本次不纳入评估范围。

除上述纳入评估范围的资产、负债外，北京万象新动移动科技有限公司承诺无其他应纳入评估范围的表外资产及负债，上述委托评估对象和范围与经济行为涉及的评估对象和范围一致。



四、价值类型及其定义

价值类型及定义：根据本次评估目的，评估采用市场价值类型。所谓市场价值是指自愿买方和自愿卖方在各自理性行事且未受任何强迫的情况下，评估对象在基准日进行正常、公平交易的估计数额。

本次评估选择该价值类型，主要是基于本次评估目的、市场条件、评估假设及评估对象自身条件等因素。需要说明的是，同一资产在不同市场的价值可能存在差异。

五、评估基准日

本项目资产评估基准日为 2016 年 6 月 30 日。

评估基准日由委托方确定，主要考虑尽可能与评估目的实现日接近，以便评估结果有效服务于评估目的，尽量减少评估基准日后事项对评估结果的影响。

本次评估的一切取价标准和利率、汇率、税率均为评估基准日有效的价格标准和利率、汇率、税率。

六、评估依据

（一）法律、法规依据

- 1、《中华人民共和国公司法》（2013 年修订）；
- 2、《中华人民共和国证券法》（2014 年修订）；
- 3、《中华人民共和国企业所得税法》（中华人民共和国主席令第六十三号）；
- 4、《中华人民共和国增值税暂行条例》（国务院令 第 538 号）；
- 5、《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）；



- 6、《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36 号）；
- 7、《上市公司重大资产重组管理办法》（中国证券监督管理委员会令第 109 号）；
- 8、《上市公司收购管理办法》（中国证券监督管理委员会令第 108 号）；
- 9、《企业会计准则——基本准则》（财政部令第 33 号）；
- 10、其他有关法规和规定。

（二）评估准则依据

- 1、《资产评估准则——基本准则》财企（2004）20 号；
- 2、《资产评估职业道德准则——基本准则》财企（2004）20 号；
- 3、《资产评估准则——企业价值》中评协（2011）227 号；
- 4、《资产评估准则——评估报告》中评协（2011）230 号；
- 5、《资产评估准则——评估程序》中评协（2007）189 号；
- 6、《资产评估准则——业务约定书》中评协（2011）230 号；
- 7、《资产评估价值类型指导意见》中评协（2007）189 号；
- 8、《资产评估准则——无形资产》中评协（2008）217 号；
- 9、《著作权资产评估指导意见》中评协（2010）215 号；
- 10、《资产评估准则——机器设备》中评协（2007）189 号；
- 11、《注册资产评估师关注评估对象法律权属指导意见》会协（2003）18 号；
- 12、《资产评估职业道德准则——独立性》中评协（2012）248 号；
- 13、财政部、中评协发布的其他相关资产评估准则、资产评估指南和资产评估指导意见。

（三）经济行为依据

- 1、资产评估业务约定书；
- 2、深圳万润科技股份有限公司关于筹划发行股份购买资产停牌的进展公告（十



三)。

(四) 权属依据

- 1、北京万象新动移动科技有限公司章程；
- 2、固定资产购买合同或购置发票；
- 3、北京万象新动移动科技有限公司软件著作权登记证书；
- 4、其他产权证明资料；
- 5、委托方及被评估单位承诺函。

(五) 取价依据

- 1、当地有关计价取费标准的法规、规章；
- 2、国家有关部门发布的统计资料；
- 3、评估基准日有效的利率、汇率、税率；
- 4、《资产评估常用方法与参数手册》（机械工业出版社）；
- 5、《机电产品报价手册》（机械工业出版社）；
- 6、国内证券市场的历史收益统计分析数据；
- 7、立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“信会师报字[2016]第 350070 号”审计报告；
- 8、通过 WIND 咨询系统查询的相关行业的资本市场的 β 系数指标值；
- 9、公司管理层未来中期经营计划及盈利预测；
- 10、评估人员现场勘察记录；
- 11、评估人员收集的各类与评估相关的佐证资料。

七、评估方法

(一) 评估方法适应性分析



企业价值评估方法一般可分为市场法、收益法和资产基础法三种。

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。能够采用市场法评估的基本前提条件是需要存在一个该类资产交易十分活跃的公开市场。

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。收益法的基本原理是一个理智的购买者在购买一项资产时所愿意支付的货币额不会高于所购置资产在未来能给其带来的回报。运用收益法评估资产价值的前提条件是预期收益可以量化、预期收益年限可以预测、与折现密切相关的预期收益所承担的风险可以预测。

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，合理评估企业表内及表外各项资产、负债价值，确定评估对象价值的评估方法。即将构成企业的各种要素资产的评估值加总减去负债评估值求得企业股东权益价值的方法。资产基础法的思路是任何一个投资者在决定投资某项资产时所愿意支付的价格不会超过组建该项资产的现行成本。

三种基本方法是从不同的角度去衡量资产的价值，从理论上说，在完全市场条件下，三种基本方法得出的结果会趋于一致，但受市场条件、评估目的、评估对象、掌握的信息情况等诸多因素，以及人们的价值观不同，三种基本方法得出的结果会存在着差异。

本次评估为企业整体价值评估，由于我国目前资本市场处于初级阶段，企业整体交易案例极少，虽然存在上市公司公开信息，但相关交易背景信息极难收集、可比因素信息极难收集，可比因素对于企业价值的影响难于量化，因此本项评估不适用市场法评估。

被评估单位是一个具有较高获利能力的企业或未来经济效益可持续发展的企业，



预期收益可以量化、预期收益年限可以预测、与折现密切相关的预期收益所承担的风险可以预测，因此本次评估适用收益法评估。

企业价值又是由各项有形资产和无形资产共同参与经营运作所形成的综合价值的反映，因此本次评估适用资产基础法评估。

根据上述适应性分析以及资产评估准则的规定，结合委估资产的具体情况，采用资产基础法和收益法分别对委估资产的价值进行评估。评估人员对形成的各种初步价值结论进行分析，在综合考虑不同评估方法和初步价值结论的合理性及所使用数据的质量和数量的基础上，形成合理评估结论。

（二）评估方法介绍

A. 收益法

企业价值评估中的收益法，是指通过将被评估企业预期收益资本化或折现以确定评估对象价值的评估思路。

根据本次评估尽职调查情况以及评估对象资产构成和主营业务的特点，本次评估的基本思路是以评估对象经审计的报表口径为基础，即首先按收益途径采用现金流折现方法(DCF)，估算企业的经营性资产的价值，再加上基准日的其他非经营性及溢余性资产的价值，来得到评估对象的企业价值，并由企业价值经扣减付息债务价值后，来得出评估对象的股东全部权益价值。

评估公式为：

$$E=B-D \quad (1)$$

式中：

E：被评估企业的股东全部权益价值

B：被评估企业的企业价值

D：被评估企业的付息债务价值



$$B = P + \sum C_i \quad (2)$$

P：被评估企业的经营性资产价值；

$\sum C_i$ ：被评估企业基准日存在的非经营性及溢余性资产的价值；

$$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{n+1}}{r(1+r)^n} \quad (3)$$

式中：

Ri：评估对象未来第 i 年的预期收益（自由现金流量）；

r：折现率；

n：评估对象的未来预测期。

其中，评估对象的未来预测期的确定：本次评估根据被评估单位的具体经营情况及特点，假设收益年限为无限期。并将预测期分二个阶段，第一阶段为 2016 年 7 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日；第二阶段为 2022 年 1 月 1 日直至永续。其中，假设 2022 年及以后的预期收益额按照 2021 年的收益水平保持稳定不变。

B. 资产基础法

企业价值评估中的成本法也称资产基础法，是指在合理评估企业各项资产价值和负债的基础上确定评估对象价值的评估思路。其中各项资产的价值应当根据其具体情况选用适当的具体评估方法得出，主要资产评估方法简述如下：

1、流动资产的评估

本次委估的流动资产为货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款和存货。

1.1 货币资金的评估

通过盘点现金，核查银行对账单及余额调节表，按核实后的账面值评估。

1.2 应收账款的评估



借助于历史资料和评估中调查了解的情况，通过核对明细账户，发询证函或执行替代程序对各项明细予以核实。根据每笔款项可能收回的数额确定评估值。坏账准备评估为零。

1.3 预付账款的评估

各种预付款项，估计其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，按核实后的账面值为评估值。对于有确凿证据表明收不回相应货物或权益的预付款，逐笔确认，其评估值为零。对于很可能部分收不回的，比照应收款项的评估方法进行评估。

1.4 其他应收款的评估

借助于历史资料和评估中调查了解的情况，通过核对明细账户发询证函或执行替代程序对各项明细予以核实。根据每笔款项可能收回的数额确定评估值。坏账准备评估为零。

1.5 存货的评估

1.5.1 库存商品的评估

被评估单位库存商品为虚拟积分。经评估人员通过对库存商品入库、出库环节进行核实，库存商品账账、账表相符，现被评估单位经营情况正常，库存商品周转流动较快，评估人员通过市场询价，以近期市场价格作为评估值。

2、固定资产的评估

电子设备的评估：

电子设备的评估采用成本法。

评估值=重置全价×成新率



重置全价是指在现时条件下，重新购置、建造或形成与评估对象完全相同或基本类似的全新状态下的资产所需花费的全部费用。重置全价由评估基准日时点的现行市场价格和运杂、安装调试费及其它合理费用组成。即：

重置全价=设备购置价+运杂、安装调试费+其它合理费用—可抵扣增值税

国产设备的重置全价的确定

设备重置全价的选取通过在市场上进行询价，以现行市场价值加上合理的运输安装费之和作为重置全价。

运杂、安装费通常根据机械工业部[机械计（1995）1041 号文]1995 年 12 月 29 日发布的《机械工业建设项目概算编制办法及各项概算指标》中，有关设备运杂费、设备基础费、安装调试费概算指标，并按设备类别予以确定。

其它合理费用主要是指资金成本。对建设周期长、价值量大的设备，按建设周期及付款方法计算其资金成本；对建设周期较短，价值量小的设备，其资金成本一般不计。

成新率反映评估对象的现行价值与其全新状态重置全价的比率。成新率采用使用年限法时，计算公式为：

年限法成新率=尚可使用年限/（已使用年限+尚可使用年限）×100%；

尚可使用年限依据专业人员对设备的利用率、负荷、维护保养、原始制造质量、故障频率、大中修及技术改造情况、环境条件诸因素确定。

对价值、技术含量低的简单设备的成新率采用年限法评估。

将重置全价与成新率相乘，得出设备的评估值。

3、无形资产的评估

对于被评估单位应用的软件著作权类无形资产，由于目前国内外与评估对象相似的无形资产转让案例极少，信息不透明，缺乏可比性，因此不适宜采用市场法评估。



3.1、对于有收益的无形资产

根据本次评估可以收集到资料的情况，最终确定采用收益法进行评估。即预测运用待估无形资产形成的产品未来可能实现的收益，通过一定的分成率（即待估资产在未来收益中应占的份额）确定评估对象能够为被评估单位带来的利益，并通过折现求出评估对象在一定的经营规模下在评估基准日的公允价值。

本次对独立应用于产品软件著作权单独评估。

3.2、对于尚未有收益的无形资产

由于被评估单位尚未对该类无形资产进行投产应用，对未来的收益无法进行合理预测，因此本次通过成本法对其进行评估。成本法的技术思路是把取得资产的成本、期间费用以及合理利润加和得出无形资产重置成本，减去无形资产损耗或贬值来确定无形资产的价格。

4、递延所得税资产的评估

递延所得税资产为坏账准备、递延收益等计提的递延所得税，根据应收账款、其他应收款、递延收益等实际评估结果确定评估值。

5、负债的评估

负债是企业承担的能以货币计量的需以未来资产或劳务来偿付的经济债务。

负债评估值根据评估目的实现后的被评估单位实际需要承担的负债项目及金额确认。

八、评估程序实施过程 and 情况

1、了解委评对象概况、评估目的和评估项目情况，进行初步风险评价。

2、接受评估委托、商定与评估目的相关的评估范围和对象，商定评估基准日，评估机构与委托方订立资产评估业务约定书，并按规定作出承诺。



- 3、组成评估项目组，拟订评估方案。
- 4、指导被评估单位对委评对象进行清查，填写资产清查明细表，准备并提供评估所需的各种资料。
- 5、到被评估单位现场，听取有关人员对被评估单位情况及委评对象历史和现状的介绍，查证主要委评资产的权属资料 and 成本资料，对被评估单位填写的各种资产评估申报明细表的内容和数额进行了实物核对、勘查，并与被评估单位的账表内容、数据和财会原始凭证进行抽查核对，根据需要进行必要的取证。
- 6、根据评估目的、评估现场作业了解的情况、搜集的资料以及被评估单位的具体情况选择适当的评估方法，搜集市场价格信息和相关参数资料，评定估算委评对象的评估值。
- 7、根据评估人员对委评对象的初步评估结果，评估项目组进行汇总分析，防止发生重复和遗漏，对评估初步结果进行调整、修改和完善。
- 8、根据评估工作情况和分析调整后的评估结果，起草资产评估报告书，经内部三级审核，并征询委托方反馈意见后，向委托方出具正式资产评估报告书。

九、评估假设

评估人员根据资产评估准则的要求，认定以下假设条件在评估基准日时成立，当未来经济环境发生较大变化时，评估人员将不承担由于假设条件改变而推导出不同评估结果的责任。

（一）基本假设

- 1、本次评估以本资产评估报告所列明的特定评估目的为基本假设前提；评估范围仅以委托方或被评估单位提供的资产评估申报表为准；
- 2、本次评估的各项资产均以评估基准日的实际存量为前提，有关资产的现行市价



以评估基准日的国内有效价格为依据；

3、国家现行的有关法律法规及政策、国家宏观经济形势无重大变化，本次交易各方所处的政治、经济和社会环境无重大变化，无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响。

4、针对评估基准日资产的实际状况，假设被评估单位持续经营。

5、假设被评估单位的经营者是负责的，且被评估单位管理层有能力担当其职务。

6、除非另有说明，假设被评估单位完全遵守所有有关的法律法规。

7、假设被评估单位未来将采取的会计政策和编写此份报告时所采用的会计政策在重要方面基本一致。

8、假设被评估单位在现有的管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致。

9、有关利率、汇率、赋税基准及税率、政策性征收费用等不发生重大变化。

10、无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响。

（二）特殊假设

1、被评估单位提供的业务合同以及公司的营业执照、章程，签署的协议，审计报告、财务资料等所有证据资料是真实的、有效的；

2、被评估单位现有的股东、高层管理人员和核心团队应持续为被评估单位服务，不在和被评估单位业务有直接竞争的企业担任职务，被评估单位经营层损害被评估单位运营的个人行为在预测被评估单位未来情况时不作考虑；

3、被评估单位股东不损害被评估单位的利益，经营按照章程和合资合同的规定正常进行；

4、被评估单位的成本费用水平的变化符合历史发展趋势，无重大异常变化；

5、被评估单位以前年度及当年签订的合同有效，并能得到有效执行；



6、在评估测算过程中，假设股东和管理层有义务使被评估单位的货币资金处于经营安全保障状态、有义务使被评估单位维持或达到一定经营状态进行必要的资本支出。

7、本次评估采用收益法评估时对未来预测作以下假设前提：

(1)、被评估单位在存续期间内能平稳发展，即被评估单位资产所产生的未来收益是被评估单位现有规模及管理水平的继续；被评估单位设定的未来经营模式及其相关预测能够顺利实施，其所需经营资源能够按其预期合理取得。评估人员根据资产评估的要求，认定这些前提条件在评估基准日时成立，当未来经济环境发生较大变化时，评估人员将不承担由于前提条件改变而推导出不同评估结果的责任；

(2)、净现金流量的计算以会计年度为准，假定收支均发生在年中；

(3)、本次评估仅对企业未来五年一期（2016 年 7 月—2021 年）的营业收入、各类成本、费用等进行预测，自 2021 年以后各年的收益假定保持在 2021 年的水平上。

十、评估结论

评估前北京万象新动移动科技有限公司总资产账面值为 89,023,571.68 元，负债账面值为 66,692,947.92 元，所有者权益账面值为 22,330,623.76 元。

（一）资产基础法的评估结论

经评估，以 2016 年 6 月 30 日为评估基准日，在假设条件成立的前提下，北京万象新动移动科技有限公司总资产评估值为 107,827,940.03 元，负债评估值为 66,692,947.92 元，股东全部权益评估值为 41,134,992.11 元，大写：人民币肆仟壹佰壹拾叁万肆仟玖佰玖拾贰元壹角壹分。评估增值 18,804,368.35 元，增值率 84.21%。委评资产在评估基准日 2016 年 6 月 30 日的评估结果如下表：

资产评估结果汇总表

评估基准日：2016 年 6 月 30 日

金额单位：人民币万元



上海申威资产评估有限公司
地址：上海市东体育会路 816 号 C 楼
电 话：021-31273006
传 真：021-31273013 邮编：200083
E-mail: shenwei_co@163.com

项目	账面价值	评估价值	增值额	增值率%
一、流动资产合计	8,796.61	9,206.20	409.59	4.66
二、非流动资产合计	105.75	1,576.59	1,470.84	1,390.87
固定资产	2.37	7.30	4.93	208.02
无形资产	-	1,568.31	1,568.31	-
递延所得税资产	103.38	0.98	-102.40	-99.05
三、资产合计	8,902.36	10,782.79	1,880.43	21.12
四、流动负债合计	6,669.29	6,669.29	-	-
五、净资产	2,233.06	4,113.50	1,880.44	84.21

（二）收益法的评估结论

经评估，以 2016 年 6 月 30 日为评估基准日，在假设条件成立的前提下，北京万象新动移动科技有限公司股东全部权益价值评估值为 56,140.00 万元，大写：人民币伍亿陆仟壹佰肆拾万元整。评估增值 53,906.94 万元，增值率 2414.04%。

（三）最终评估结论

经采用两种方法评估，收益法的评估结果为 56,140.00 万元，资产基础法评估结果为 4,113.50 万元，收益法的评估结果高于资产基础法的评估结果 52,026.50 万元，主要原因是收益法评估是从资产的未来盈利能力的角度对企业价值的评价，是被评估单位的客户资源、内控管理、核心技术、管理团队、管理经验和实体资产共同作用下的结果，是从资产未来盈利能力的角度对被评估单位价值的评价；被评估单位预计经营前景良好，具有较高的盈利能力，资产组合能够发挥相应效用，因而使得收益法结果高于成本法评估值。考虑到本次评估目的，故本次取收益法评估结果作为本次评估结论。

评估结论详细情况见资产评估明细表。

十一、特别事项说明

(一)本报告所称“评估价值”，是指所评估的资产在现有用途不变并继续使用以及在评估基准日的外部经济环境前提下，根据公开市场原则确定的市场价值，没有考虑将



来可能承担的抵押、担保事宜，以及特殊的交易方式可能追加付出的价格等对评估价值的影响；同时，本报告也未考虑国家宏观经济政策发生重大变化以及遇有自然力和其它不可抗力对资产价值的影响。

(二)本报告评估结果未考虑各类资产评估增、减值可能涉及的税费影响。

(三)对被评估单位存在的可能影响资产评估结果的有关瑕疵事项，在企业委托时未做特殊说明，而评估人员根据从业经验一般不能获悉的情况下，评估机构和评估人员不承担相应责任。

(四)在评估股东权益价值时，评估结论是股东全部权益的客观市场价值。我们未考虑股权发生实际交易时交易双方所应承担的费用和税项等因素对评估结论的影响。

(五)本报告对评估资产和相关负债所做的评估，是为客观反映北京万象新动移动科技有限公司委评资产在评估基准日的价值，仅为实现评估目的而做，我公司无意要求被评估单位按本报告评估结果进行相关的账务处理。如需进行账务处理应由被评估单位的上级财税、主管部门批准决定。

(六)本次评估仅对股东全部权益价值发表意见。鉴于市场资料的局限性，本次评估未考虑由于控股权和少数股权等因素产生的溢价或折价。股东部分权益价值并不必然等于股东全部权益价值与股权比例的乘积。

(七)由于无法获取行业及相关资产产权交易情况资料，缺乏对资产流动性的分析依据，故本次评估中没有考虑资产的流动性对评估对象价值的影响。

(八)本评估报告是在委托方及相关当事方提供基础文件数据资料的基础上做出的。提供必要的资料并保证所提供的资料及相关业务的真实性、合法性、完整性是委托方及相关当事方的责任；注册资产评估师的责任是对评估对象在评估基准日特定目的下的价值进行分析、估算并发表专业意见。

(九)本次评估是建立在委托方设定的万象新动未来经营模式及其相关预测基础之



上的，若其所需经营资源不能够按其预期合理取得，其未来经营模式不能实现及其相关预测数据缺乏合理性，则本次评估结论不成立。委托方及其他利益相关者应充分关注该经营模式及其预测的收入和成本在未来实现的可能性。本评估结论是在本报告载明的评估假设和限制条件下，为本报告列明的评估目的而提出的被评估单位于评估基准日的股东全部权益的市场价值的参考意见，当前述条件以及评估中遵循的持续经营使用原则等其它情况发生变化时，评估结论一般会失效。评估机构不承担由于这些条件的变化而导致评估结果失效的相关法律责任。

(十)截至评估报告出具日，万象新动已经向商标主管部门递交了“万象新动”、“爱新动”、“IXINDONG CN”及“ ”等商标注册申请，但尚未取得国家商标总局出具的商标注册受理通知书。

(十一)至评估基准日，被评估单位承诺，本次委评的资产中无抵押、担保、涉讼等可能影响评估结果的重大事项。但评估机构提请评估报告使用者仍需不依赖本报告而对委估资产的抵押、担保等情况作出独立的判断。

至评估报告提出之日，除上述事项外，评估人员在本项目的评估过程中没有发现，且委托方及被评估单位也没有提供有关可能影响评估结论并需要明确揭示的特别事项情况。

特别事项可能会对评估结论产生影响，评估报告使用者应当予以关注。

十二、评估报告使用限制说明

1、本报告仅供委托方和本报告载明的使用者为本报告所列明的评估目的服务和送交财产评估主管部门审查使用，本评估报告的使用权归委托方所有。除按规定报送有关政府管理部门或依据法律需公开的情形外，在未征得对方的许可前，本评估公司和委托方均不得将本评估报告的内容摘抄、引用或披露于公开媒体。



2、如存在评估基准日期后、有效期以内的重大事项，不能直接使用本评估结论。
在评估基准日后、评估结果有效期内若资产数量发生变化，应根据原评估方法对资产额进行相应调整，若资产价格标准发生变化，委托方在资产实际作价时应进行相应调整，但若已对资产评估价格产生明显影响时，委托方应及时聘请评估机构重新确定评估价值。

3、当政策调整对评估结论产生重大影响时，应当重新确定评估基准日进行评估。

4、本评估报告使用有效期为一年（自评估基准日算起至 2017 年 6 月 29 日止）。

5、本评估报告意思表达解释权为出具报告的评估机构，除国家法律、法规有明确的特殊规定外，其他任何单位和部门均无权解释。

十三、评估报告日

本评估报告提出日为 2016 年 9 月 2 日。

十四、评估机构

本项目评估机构为上海申威资产评估有限公司

办公地址：上海市东体育会路 816 号置汇谷 C 楼

邮 编：200083

联系电话：021—31273006

传 真：021—31273013



上海申威资产评估有限公司
地址：上海市东体育会路 816 号 C 楼
电 话：021-31273006
传 真：021-31273013 邮编：200083
E-mail: shenwei_co@163.com

(本页无正文)

评估机构：上海申威资产评估有限公司

法定代表人： 崔建平

资产评估师：

资产评估师：

2016 年 9 月 2 日



附 件

(除特别注明的外，其余均为复印件)

- 1、深圳万润科技股份有限公司关于筹划发行股份购买资产停牌的进展公告（十三）；
- 2、深圳万润科技股份有限公司企业法人营业执照；
- 3、北京万象新动移动科技有限公司企业法人营业执照；
- 4、北京万象新动移动科技有限公司评估基准日审计报告；
- 5、北京万象新动移动科技有限公司章程；
- 6、北京万象新动移动科技有限公司计算机软件登记证等；
- 7、委托方、被评估单位的承诺函（原件）；
- 8、资产评估机构和资产评估人员的承诺函（原件）；
- 9、资产评估机构资格证书；
- 10、评估人员资质证书；
- 11、资产评估机构企业法人营业执照；
- 12、资产评估业务约定书。