

上海东方明珠新媒体股份有限公司
关于对上海证券交易所《关于上海东方明珠新媒体股份有限公司相关股权转让事项的问询函》回复的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

上海东方明珠新媒体股份有限公司（以下简称“公司”）于 2017 年 1 月 11 日收到了上海证券交易所上市公司监管一部下发的《关于上海东方明珠新媒体股份有限公司相关股权转让事项的问询函》（上证公函【2017】0082 号）（以下简称“《问询函》”），现对《问询函》中提及的问题回复如下：

2017 年 1 月 11 日，你公司发布董事会决议公告，称拟以公开挂牌的方式转让北京艾德思奇科技有限公司（以下简称“艾德思奇”）44.7785%股权。经审核，现请你公司就以下事项作进一步补充说明和披露：

一、根据 2015 年年度报告，你公司已在当年以 9,588 万美元的对价正式完成收购艾德思奇 51%股权事项，并纳入合并报表范围。公司称后续将对艾德思奇增资 1 亿元，将其打造为数字营销与广告业务平台。请详细说明公司目前数字营销与广告的业务布局及发展战略，本次出售艾德思奇股权的具体原因，以及相关业务的后续规划。

答复：

1、公司数字营销与广告的业务布局及发展战略沿革及现状

2015 年重大资产重组完成前，百视通新媒体股份公司（以下简

称“原百视通”)第七届董事会决定加速实施新媒体战略,布局互联网广告与数字营销市场,进一步发挥百视通已搭建的跨屏环境应用场景价值。在此战略指导下,原百视通董事会于2014年8月决策控股艾德思奇,期望嫁接其第三方流量及技术优势,打通原百视通体系内多个分散的新媒体广告平台(IPTV和互联网电视广告)、打造跨屏广告精准投放系统,快速提升原百视通在新媒体广告市场的影响力。

2015年6月,原百视通重大资产重组完成,重组完成后的上市公司——上海东方明珠新媒体股份有限公司成为SMG统一的产业平台与资本平台,整合了包括“内容、渠道与平台、服务”在内的线上线下多种传媒娱乐资源。公司数字营销与广告业务也从原百视通单一的线上跨屏广告经营扩展为包括户外公交、地铁、户外新媒体广告等线下广告经营在内的全媒体广告经营。

同时,重大资产重组完成后,公司重组了董事会和经营管理团队,公司第八届董事会从自身资源优势及业务特点出发,提出构筑以互联网电视业务为切入点的互联网媒体生态系统,在广告领域着力发展互联网广告业务,打造中国领先的第三方广告交易平台。在此战略指导下,公司积极整合资源,发挥协同作用,通过后续增资、嫁接SMG广告经营中心合作等方式不断支持艾德思奇的发展,强化其第三方广告交易平台的功能作用。但公司线下广告资源及全媒体整合营销价值也日益凸显,仍然是公司数字营销与广告业务最重要的利润来源。

2016年4月,公司召开第八届董事会第十一次(临时)会议,董事会出于保持管理团队年轻化的需要,聘任张炜先生担任公司总裁,接替即将退休的凌钢总裁。以新总裁为首的经营管理团队上任以来,结合传媒娱乐行业最新发展趋势、公司各项业务发展状况及业务间协同整合的可能性与效益,对公司整体战略进行了调整和优化,提出打造以泛娱乐内容与融合渠道优势为支撑、以用户为核心的“娱乐

+”生态系统。在此战略指导下，公司数字营销与广告业务战略也从以线上第三方流量经营为核心转变为以自身全媒体流量深度经营为核心。公司期望通过自身泛娱乐内容、用户规模优势与大数据分析、用户画像等数字技术的结合，不断提升自身包括新媒体在内的全媒体渠道的广告价值，实现从优势领域对数字营销市场的切入。

2、本次转让事项的具体原因及相关业务的后续规划

本次转让事项的具体原因如下：

首先，在新经营管理团队履职并优化公司总体战略的背景下，此次转让是落实公司战略调整与优化的具体表现。在“娱乐+”战略指导下，公司数字营销与广告业务正从以线上第三方流量经营为核心转变为以自身全媒体流量深度经营为核心。

其次，此次转让是公司在“娱乐+”战略下聚焦主业、整合资源的重要举措。全媒体流量经营是数字营销的重要领域。通过此次转让，有利于公司剥离非核心业务、整合产业资源，推动广告业务自身全媒体流量深度经营模式的发展，从优势领域切入数字营销市场。

第三，此次转让是公司构建“娱乐+”生态体系的有益尝试。通过此次转让，公司期望与广告行业市场主体探索战略、业务、资本多层次合作模式，在实现一定的优势互补、提升资产运营效率、提高资源价值的同时，拓展和壮大“娱乐+”生态的影响力和资本市场价值。

此次转让后，公司数字营销与广告业务将不断整合资源、优化运营，探索自身泛娱乐内容、用户规模优势与大数据分析、用户画像等数字技术的结合路径与商业模式，不断提升自身包括新媒体在内的全媒体渠道的广告价值，实现自身全媒体流量的深度经营。

二、公司在 2015 年完成收购艾德思奇股权后，但仅 2 年即决定出售持有的大部分股权。请公司结合初始收购意图、整合效果及出售

原因,核实公司前期投资决策是否足够审慎,相关进展披露是否充分。

答复:

1、投资艾德思奇项目的沿革

(1) 2014 年投资获得控股权

2014 年 8 月 18 日,经原百视通第七届董事会第二十六次会议审议通过,原百视通通过系列境内和境外的交易,以 9588 万美元获得艾德思奇集团(包含境内及境外主体)的控股权,持有艾德思奇集团权益的比例为 51%。

(2) 2015 年增资

公司获得艾德思奇控股权后,积极整合资源,发挥协同作用,支持艾德思奇的发展。在公司的支持下,艾德思奇业务发展较快、资金需求因而增长。2015 年 6 月 3 日,为支持艾德思奇的经营业务发展,公司第七届董事会第三十五次会议审议通过了对艾德思奇境内外分别增资的议案,后经 2015 年 10 月 29 日召开的公司第八届董事会第七次会议对方案的调整,公司同意以与前次获得控股权时相同的整体估值即 1.88 亿美元对北京艾德思奇增资 1 亿元人民币,持股比例从 51%上升至 54.7785%。

2、公司初始收购意图、整合效果及出售原因

2014 年原百视通第七届董事会从加速实施新媒体战略出发,通过其全资子公司百视通投资收购艾德思奇 51%股权。期望通过这一投资嫁接双方优势资源、打通原百视通体系内多个分散的广告平台(IPTV 和互联网电视广告)、打造跨屏广告精准投放系统,快速提升原百视通在新媒体广告市场的影响力。这一投资项目对当时百视通有着重大的战略意义。

2015 年重大资产重组后,公司第八届董事会致力于提出构筑以互联网电视业务为切入点的互联网媒体生态系统,着力发展互联网广

告业务。通过业务协同及资金支持，艾德思奇第三方广告交易平台的功能作用得到有效强化，实现了收入规模的显著扩大及利润水平的长足提高：营业收入规模从 2014 年的 15.9 亿元增至 2015 年的 27.9 亿元，2015 年毛利润规模较 2014 年增加了 1.29 亿元。

2016 年 4 月公司第八届董事会第十一次（临时）会议聘任新总裁以来，以新总裁为首的经营管理团队对公司整体战略进行了调整和优化，提出打造“娱乐+”生态系统，将数字营销与广告业务核心转变为自身全媒体流量的深度经营。

在此背景下，基于前文回复中详述的本次转让事项的原因，公司全资子公司百视通投资拟以公开挂牌的方式转让艾德思奇 44.7785% 股权，若本次转让事项成功完成，百视通投资将仍持有艾德思奇 10% 股权。

3、对公司前期投资决策审慎性及披露充分性的核实

公司对 2014 年投资艾德思奇及 2015 年增资艾德思奇时的投资决策和信息披露进行了仔细核实。经核实，结论如下：

（1）公司按公司章程及包括对外投资在内的公司一系列内部规定和相关法律法规的要求履行了必要的决策程序，相关决策过程经过了公司内部充分的可行性分析、讨论和论证，相关决策的做出是审慎的且符合公司整体战略、有利于公司发展的。

（2）公司按公司章程及包括信息披露在内的公司一系列内部规定和相关法律法规的要求履行了必要的信息披露义务。

三、请公司严格按照临时公告格式指引《第一号 上市公司收购、出售资产公告》的要求，详细披露本次出售艾德思奇股权的相关信息。

答复：

公司已于 2017 年 1 月 17 日披露《上海东方明珠新媒体股份有限

公司出售资产公告》（临 2017-006）（详见上海证券交易所网站
www.sse.com.cn）。

特此公告。

上海东方明珠新媒体股份有限公司董事会

2017 年 1 月 17 日