

股票代码：002712

股票简称：思美传媒

上市地点：深圳证券交易所



思美传媒股份有限公司

发行股份及支付现金购买资产

并募集配套资金暨关联交易报告书

标的公司	交易对方	住所/通讯地址
杭州掌维科技股份有限公司	张子钢	杭州市滨江区南环路 4028 号 3 号楼 C 座 101 室
	张瑾	杭州市滨江区南环路 4028 号 3 号楼 C 座 101 室
	张萍	杭州市滨江区南环路 4028 号 3 号楼 C 座 101 室
	张琦	杭州市滨江区南环路 4028 号 3 号楼 C 座 101 室
	杭州鼎维投资管理合伙企业（有限合伙）	杭州市滨江区长河街道山一社区陈家村 131 号一层
	杭州萌皓投资管理合伙企业（有限合伙）	杭州市上城区白云路 22 号 153 室
	诸暨华睿文华股权投资合伙企业（有限合伙）	诸暨市暨阳街道人民中路 356 号财税大楼 13 楼
	诸暨华睿新锐投资合伙企业（有限合伙）	诸暨市暨阳街道人民南路 81 号
	宁波高新区上哲永晖投资管理合伙企业（有限合伙）	宁波高新区扬帆路 999 弄 5 号 435 室
上海观达影视文化有限公司	上海鹿捷企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	上海市崇明县横沙乡富民支路 58 号 A1-5245 室（上海横泰经济开发区）
	芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	上海市浦东新区南汇新城镇环湖西二路 800 号 F1601 室
	上海骅伟股权投资基金合伙企业（有限合伙）	中国（上海）自由贸易试验区张江高科园区松涛路 489 号 1 幢 C 座 319 室
	舟山青春旋风股权投资合伙企业（有限合伙）	舟山港综合保税区企业服务中心 301-875 室
上海科翼文化传播有限公司	陆慧斐	闵行区沪闵路 6088 号 32-13/14/15/16 室
	邓翀	闵行区沪闵路 6088 号 32-13/14/15/16 室

独立财务顾问



签署日期：二〇一七年一月

声明

本公司及董事会全体成员保证本报告书及其摘要内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

公司负责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、完整。

本报告书及其摘要所述的本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。审批机关对于本次交易的相关事项所做的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或保证。

本次交易完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次交易引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对报告书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

交易对方承诺

本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方均已出具承诺函,承诺为本次交易所提供的有关信息均为真实、准确和完整的,不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。承诺人承诺向参与本次交易的各中介机构所提供的资料均为真实、准确、完整的原始书面资料或副本资料,资料副本或复印件与其原始资料或原件一致,所有文件的签名、印章均是真实的,不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。承诺人承诺愿对所提供信息的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

将及时向上市公司提供本次交易相关信息,并保证所提供的信息真实、准确、完整,如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,给上市公司或者投资者造成损失的,将依法承担赔偿责任。

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,承诺人将暂停转让其在该上市公司拥有权益的股份。

中介机构承诺

本次交易的独立财务顾问国信证券股份有限公司、法律顾问浙江天册律师事务所、审计机构天健会计师事务所（特殊普通合伙）、资产评估机构北京中企华资产评估有限责任公司承诺：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，独立财务顾问、法律顾问、审计机构、资产评估机构未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。

修订说明

根据中国证监会反馈要求，本公司对本报告书进行了补充、修改 与完善。本报告书补充和修改的主要内容如下：

1、上市公司在重组报告书“重大事项提示”、“第一节 本次交易概况”修改披露了本次募集配套资金发行股份的价格不进行调价的安排。

2、上市公司在重组报告书“重大事项提示”、“第一节 本次交易概况”修改披露了本次交易已履行的决策和审批程序。

3、上市公司在重组报告书“重大风险提示”及“第十二节 风险因素”中修改披露了本次交易可能暂停、终止或取消的风险，删除了关于本次交易还存在因中国证监会审核无法通过而取消或部分取消的风险的披露内容，修改了标的公司经营风险。

4、上市公司在重组报告书“第一节 本次交易概况”中补充披露了观达影视未来年度观达影视电视剧预测情况。

5、上市公司在重组报告书“第二节 上市公司基本情况”修改披露了公司股本变动情况，本次交易前后上市公司股权结构情况。

6、上市公司在重组报告书“第四节 标的公司基本情况之掌维科技”修改披露了掌维科技销售分类情况及掌维科技与第三方机构合作情况，掌维科技业务资质情况。

7、上市公司在重组报告书“第五节 标的公司基本情况之观达影视”修改披露了网络剧及周播栏目主要法律法规及政策、行业政策变化对观达影视未来经营及评估值的影响，观达影视报告期内影视剧作品及收入实现情况和结算情况、正在或计划拍摄电视剧情况、委托发行模式情况。

8、上市公司在重组报告书“第六节 标的公司基本情况之科翼传播”修改披露了霍尔果斯科翼情况、电视节目最新监管政策及变化对科翼传播的影响、科翼传播向前五大客户销售情况、科翼传播向前五大供应商采购情况及变动原因分析。

9、上市公司在重组报告书“第七节 本次交易发行股份情况”修改披露了掌维科技动漫 IP 库建设项目情况。

10、上市公司在重组报告书“第八节 交易标的评估情况”修改披露了掌维科技收益法评估中各类业务付费率、ARPPU 值等参数预测的合理性，未来年度收入预测的合理性，个别风险系数、折现率合理性，未来年度净利润预测的合理性及可实现性情况，保障掌维科技业绩承诺切实履行的具体措施和对相关方的追偿措施。

11、上市公司在重组报告书“第八节 交易标的评估情况”修改披露了观达影视个别风险系数、折现率合理性，未来年度净利润预测的合理性及可实现性情况，保障观达影视业绩承诺切实履行的具体措施和对相关方的追偿措施，观达影视定价合理性分析。

12、上市公司在重组报告书“第八节 交易标的评估情况”修改披露了科翼传播未来年度收入预测的合理性及可实现性、个别风险系数、折现率合理性、科翼传播未来年度净利润预测的合理性及可实现性、保障科翼传播业绩承诺切实履行的具体措施和对相关方的追偿措施、未来年度预测毛利率合理性。

13、上市公司在重组报告书“第九节 本次交易合同的主要内容”修改披露了各标的公司考核实现的净利润具体范围。

14、上市公司在重组报告书“第十节 本次交易的合规性分析”修改披露了交易对方合规性分析情况。

15、上市公司在重组报告书“第十一节 管理层讨论与分析”修改披露了掌维科技同行业毛利率分析、观达影视报告期内应收款及回款情况、观达影视存货情况分析、观达影视成本结转方法、观达影视同行业公司的毛利率情况、科翼传播同行业毛利分析。

16、上市公司在重组报告书“第十三节 同业竞争与关联交易”修改披露了观达影视关联采购、销售交易产生原因、必要性及作价依据。

17、上市公司在重组报告书“第十五节 其他重要事项”修改披露了 2015 年 11 月收购科翼传播 80%股权作价依据及决策程序。

18、根据天健会计师更新 2016 年 1-8 月数据出具的标的公司《审计报告》和上市公司《审阅报告》，更新了标的公司、上市公司的相关财务数据，并更新《重组报告书》中涉及的相关内容。

19、根据《掌维科技业绩补偿协议之补充协议》《掌维科技业绩补偿协议之补充协议二》、《观达影视业绩补偿协议之补充协议》、《科翼传播收购协议之补充协议》，上市公司在重组报告书“重大事项提示”、“第一节 本次交易概况”、“第四节 标的公司基本情况之掌维科技”、“第五节 标的公司基本情况之观达影视”、“第六节 标的公司基本情况之科翼传播”、“第九节 本次交易合同的主要内容”修改披露了本次交易方案的相关调整内容。

目录

声明.....	1
交易对方承诺.....	2
中介机构承诺.....	3
修订说明.....	4
目录.....	7
释义.....	12
一、普通术语.....	12
二、专业术语.....	16
重大事项提示.....	19
一、本次交易方案概述.....	19
二、本次发行股份的价格和数量.....	21
三、股份锁定安排.....	24
四、业绩补偿及奖励.....	26
五、交易标的评估情况.....	27
六、本次交易构成重大资产重组.....	28
七、本次交易构成关联交易.....	28
八、本次交易不构成借壳上市.....	28
九、本次交易对上市公司的影响.....	29
十、本次交易已履行的决策和审批程序.....	30
十一、本次交易相关各方作出的重要承诺.....	32
十二、本次交易对中小投资者权益保护的安排.....	34
十三、独立财务顾问的保荐机构资格.....	35
重大风险提示.....	36
一、本次交易可能暂停、终止或取消的风险.....	36
二、标的资产估值风险.....	36
三、配套融资审批及实施风险.....	37
四、交易标的业绩承诺无法实现的风险.....	37
五、业绩补偿承诺实施的违约风险.....	37
六、商誉减值的风险.....	38
七、标的公司的经营风险.....	38
八、并购整合风险.....	45
九、募投项目未能达到预期的风险.....	45
十、本次重大资产重组可能摊薄即期回报的风险.....	45
十一、股市波动风险.....	46
第一节 本次交易概况.....	47
一、本次交易的背景及目的.....	47

二、本次交易的决策过程和批准情况	72
三、本次交易具体方案	74
四、本次交易对上市公司的影响	82
第二节 上市公司基本情况	84
一、公司基本情况	84
二、历史沿革及股本变动情况	84
三、公司最近三年公司的守法情况	89
四、公司最近三年控制权变动情况	89
五、控股股东及实际控制人	89
六、上市公司主营业务概况	90
七、主要财务指标	91
八、最近三年重大资产重组情况	92
第三节 交易对方情况	93
一、本次交易对方总体概况	93
二、掌维科技交易对方的基本情况	94
三、观达影视交易对方的基本情况	120
四、科翼传播交易对方的基本情况	132
五、交易对方与上市公司是否存在关联关系和向上市公司推荐董事或者高级管理人员的情况	133
六、交易对方及其主要管理人员最近五年内受到处罚情况及诚信情况	134
七、交易对方涉及的私募投资基金备案情况	134
第四节 标的公司基本情况之掌维科技	136
一、掌维科技基本情况	136
二、掌维科技历史沿革	136
三、交易标的产权控制关系	141
四、交易标的股东出资及合法存续情况	144
五、掌维科技主要资产的权属状况、主要负债情况及对外担保情况	145
六、最近三年主营业务发展情况	149
七、报告期经审计的财务数据	149
八、最近三年评估或估值情况	151
九、交易标的涉及的相关报批事项	154
十、资产许可使用情况	154
十一、掌维科技债权债务转移情况	154
十二、掌维科技主营业务情况	154
十三、标的公司报告期的会计政策及相关会计处理	184
第五节 标的公司基本情况之观达影视	189
一、观达影视基本情况	189
二、观达影视历史沿革	189
三、交易标的产权控制关系	191
四、交易标的股东出资及合法存续情况	194
五、观达影视主要资产的权属状况、主要负债情况及对外担保情况	195

六、最近三年主营业务发展情况	199
七、报告期经审计的财务指标	199
八、最近三年评估或估值情况	201
九、交易标的涉及的相关报批事项	204
十、资产许可使用情况	204
十一、标的公司债权债务转移情况	205
十二、标的公司主营业务情况	205
十三、标的公司报告期的会计政策及相关会计处理	234
第六节 标的公司基本情况之科翼传播	238
一、科翼传播基本情况	238
二、科翼传播历史沿革	238
三、交易标的产权控制关系	240
四、交易标的股东出资及合法存续情况	247
五、科翼传播主要资产的权属状况、主要负债情况及对外担保情况	248
六、最近三年主营业务发展情况	251
七、报告期经审计的财务指标	251
八、最近三年评估或估值情况	253
九、交易标的涉及的相关报批事项	253
十、资产许可使用情况	253
十一、科翼传播债权债务转移情况	254
十二、科翼传播主营业务情况	254
十三、标的公司报告期的会计政策及相关会计处理	285
第七节 本次交易发行股份情况	290
一、本次交易方案	290
二、本次发行股份具体情况	291
三、本次交易前后主要财务数据比较	301
四、本次发行前后公司股本结构变化	302
五、本次交易未导致公司控制权变化	303
六、本次募集配套资金用途	303
七、本次募集配套资金使用的必要性分析	307
八、前次募集资金使用情况	310
第八节 交易标的评估情况	317
一、掌维科技评估情况	317
二、观达影视评估情况	365
三、科翼传播评估情况	400
四、董事会对本次交易标的评估合理性及定价公允性分析	441
五、董事会对本次发行股份购买资产股份定价合理性的分析	478
六、独立董事对本次交易评估事项的意见	479
第九节 本次交易合同的主要内容	480
一、上市公司与掌维科技签署的交易合同	480
二、上市公司与观达影视签署的交易合同	488

三、上市公司与科翼传播签署的交易合同	495
第十节 本次交易合规性分析	504
一、本次交易符合《重组管理办法》第十一条相关规定	504
二、本次交易符合《重组管理办法》第四十三条相关规定	506
三、本次交易符合《重组管理办法》第十四条、第四十四条及其适用意见要求	509
四、不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的不得非公开发行股票的情形	510
五、关于相关主体是否存在依据《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》第十三条不得参与任何上市公司的重大资产重组的情形的核查	511
六、不存在不符合《关于与并购重组行政许可审核相关的私募投资基金备案的问题与解答》相关要求的情形	511
七、本次交易中有关业绩承诺补偿安排的可行性和合理性分析	513
八、交易对方是否涉及有限合伙、资管计划、理财产品、以持有标的资产股份为目的的公司	514
九、本次交易对方穿透计算后的总人数情况	535
十、标的公司符合《非上市公众公司监管指引第4号》相关规定	537
十一、相关合伙企业中是否存在结构化安排	538
十二、相关证券服务机构对本次交易是否符合《重组管理办法》规定的合规性意见	539
第十一节 管理层讨论与分析	540
一、本次交易前上市公司财务状况和经营成果分析	540
二、掌维科技行业特点和经营情况的讨论与分析	544
三、观达影视行业特点和经营情况的讨论与分析	570
四、科翼传播行业特点和经营情况的讨论与分析	614
五、本次交易对上市公司的持续经营能力、未来发展前景、当期每股收益等财务指标和非财务指标的影响分析	643
第十二节 财务会计信息	653
一、掌维科技近两年及一期简要财务报表	653
二、观达影视近两年及一期简要财务报表	654
三、科翼传播近两年及一期简要财务报表	655
四、上市公司 2015 年度及 2016 年 1-8 月简要备考财务报表	656
第十三节 同业竞争与关联交易	661
一、掌维科技关联交易情况	661
二、观达影视关联交易情况	662
三、科翼传播关联交易情况	675
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的同业竞争情况	677
五、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情况	677
第十四节 风险因素	678
一、本次交易可能暂停、终止或取消的风险	678
二、标的资产估值风险	678
三、配套融资审批及实施风险	679

四、交易标的业绩承诺无法实现的风险	679
五、业绩补偿承诺实施的违约风险	680
六、商誉减值的风险	680
七、标的公司的经营风险	680
八、并购整合风险	687
九、募投项目未能达到预期的风险	687
十、本次重大资产重组可能摊薄即期回报的风险	688
十一、股市波动风险	688
第十五节 其他重要事项	689
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或其他关联人提供担保的情形	689
二、本次交易对上市公司负债结构的影响	689
三、上市公司最近十二个月发生的资产交易情况	689
四、本次交易对上市公司治理机制的影响	694
五、利润分配政策	695
六、相关主体买卖上市公司股票的自查情况	697
七、公司股票连续停牌前股价未发生异动说明	699
八、本次交易相关主体不存在依据《暂行规定》第十三条不得参与上市公司重大资产重组之情形	700
九、本次重组摊薄即期回报情况及相关填补措施	700
十、标的公司的股东及其关联方对拟购买资产非经营性资金占用的说明	703
第十六节 独立董事及中介机构关于本次交易的意见	704
一、独立董事的意见	704
二、独立财务顾问的意见	705
三、法律顾问的意见	706
第十七节 本次有关中介机构情况	707
一、独立财务顾问	707
二、律师事务所	707
三、审计机构	707
四、资产评估机构	708
第十八节 公司及有关中介机构声明	709
一、上市公司及其董事、监事、高级管理人员声明	709
二、独立财务顾问声明	710
三、律师声明	711
四、审计机构声明	712
五、评估机构声明	713
第十九节 备查文件	714
一、备查文件	714
二、文件查阅时间	714
三、文件查阅地址	714

释义

在本报告书中，除非文义载明，下列简称具有如下含义：

一、普通术语

思美传媒、本公司、公司、上市公司	指	思美传媒股份有限公司
首创投资	指	昌吉州首创投资有限合伙企业
掌维科技	指	杭州掌维科技股份有限公司
掌维有限	指	杭州掌维科技有限公司
北京品书	指	北京品书网络科技有限公司
鼎维投资	指	杭州鼎维投资管理合伙企业（有限合伙）
萌皓投资	指	杭州萌皓投资管理合伙企业（有限合伙）
华睿文华	指	诸暨华睿文华股权投资合伙企业（有限合伙）
华睿新锐	指	诸暨华睿新锐投资合伙企业（有限合伙）
上哲永晖	指	宁波高新区上哲永晖投资管理合伙企业（有限合伙）
观达影视	指	上海观达影视文化有限公司
霍尔果斯观达	指	霍尔果斯观达影视文化传播有限公司
青春旋风	指	舟山青春旋风股权投资合伙企业（有限合伙）
舟山乐灵果	指	舟山乐灵果股权投资管理有限公司
鹿捷咨询	指	上海鹿捷企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
骅伟投资	指	上海骅伟股权投资基金合伙企业（有限合伙）
芒果投资	指	芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）
科翼传播	指	上海科翼文化传播有限公司

瑞盟文化	指	上海瑞盟文化传播有限公司
天时利和	指	北京天时利和文化传播有限公司
霍尔果斯科翼	指	霍尔果斯科翼文化传播有限公司
巧瞰投资	指	上海巧瞰投资管理中心（有限合伙）
璞跃投资	指	上海璞跃投资管理有限公司
咪咕数字	指	咪咕数字传媒有限公司
中文在线（300364）	指	中文在线数字出版集团股份有限公司
掌阅科技	指	掌阅科技股份有限公司
点众科技	指	北京点众科技股份有限公司
博易创为	指	博易创为（北京）数字传媒股份有限公司
标的公司	指	掌维科技、观达影视、科翼传播
交易标的、标的资产、标的股权	指	掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权、科翼传播 20%股权
交易对方、转让方	指	掌维科技、观达影视的全体股东，科翼传播的股东陆慧斐、邓翀
补偿义务人	指	掌维科技之股东张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资；观达影视之股东鹿捷咨询、青春旋风及其实际控制人周丹、沈璐、严俊杰；科翼传播的股东陆慧斐、邓翀及原股东巧瞰投资
发行对象	指	包括交易对方和配套融资投资者
交易各方	指	上市公司、交易对方
本次交易	指	上市公司发行股份及支付现金购买掌维科技 100%股权、发行股份及支付现金购买观达影视 100%股权、发行股份购买科翼传播 20%股权，同时拟向不超过 10 名符合条件的特定投资者发行股份募集配套资金
本次发行	指	发行股份购买资产和配套募集资金的非公开发行
本次重组、本次重大资产重组、本次收购、本次发行股份及支付	指	上市公司发行股份及支付现金购买掌维科技 100%股权、发行股份及支付现金购买观达影视 100%股权、发行股份购买科翼传播 20%股权

现金购买资产		
本次募集配套资金	指	上市公司在实施本次发行股份及支付现金购买资产的同时，向不超过 10 名符合条件的特定投资者发行股份募集配套资金，配套融资金额不超过 74,143.17 万元
现金对价	指	根据交易协议约定，上市公司就购买标的资产而应向转让方中有关各方支付的现金部分对价
股份对价	指	根据交易协议约定，上市公司就购买标的资产而应向转让方中有关各方非公开发行的人民币普通股股份
承诺期、业绩承诺期	指	如本次交易于 2016 年度实施完毕，则掌维科技、观达影视的承诺期为 2016 年度、2017 年度、2018 年度；如本次交易在 2017 年实施完毕，则掌维科技、观达影视的承诺期为 2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度；科翼传播的承诺期为 2016 年度、2017 年度、2018 年度
资产交割日	指	标的资产过户至上市公司名下之日，即标的资产之上的股东权利、义务、风险和责任全部转由上市公司享有及承担之日
过渡期	指	评估基准日至资产交割日的期间
定价基准日	指	上市公司第三届董事会第二十九次会议决议公告日，即 2016 年 8 月 3 日
新增股份上市之日	指	本次交易新增股份于深圳证券交易所上市之日
专项审核意见	指	具有证券期货从业资格的会计师事务所就标的公司盈利承诺期内各年度盈利承诺实现情况出具的专项审核意见
《购买资产协议》、本协议	指	思美传媒与掌维科技全体股东签署的《掌维科技发行股份及支付现金购买资产协议》，与观达影视全体股东签署的《观达影视发行股份及支付现金购买资产协议》，与科翼传播的股东陆慧斐、邓翀签署的《科翼传播发行股份购买资产协议》
《业绩补偿协议》、本补偿协议	指	公司与补偿义务人签署的《业绩补偿协议》
本评估报告、评估报告	指	中企华为本次交易出具的中企华评报字（2016）第 3603 号《思美传媒股份有限公司拟购买股权涉及的杭州掌维科技股份有限公司股东全部权益项目评估报告》、中企华评报字（2016）第 3602 号《思美传媒股份有限公司拟购买股权涉及的上海观达影视文化有限公司股东全部权益项目评估报告》、中企华评报字（2016）第 3601 号《思美传媒股份有限公司拟收购股权涉及的上海科翼文化传播有限公司股东全部权益项目评估报告》

本报告书、本重组报告书	指	思美传媒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暨关联交易报告书
评估机构、中企华	指	北京中企华资产评估有限责任公司
审计机构、天健会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
法律顾问、天册律师	指	浙江天册律师事务所
独立财务顾问、国信证券	指	国信证券股份有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
国家新闻出版广电总局	指	中华人民共和国国家新闻出版广电总局，系由原国家新闻出版总署、国家广播电影电视总局整合组建
国家知识产权局	指	中华人民共和国国家知识产权局
《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》
《格式准则第 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申请文件》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则》
评估基准日	指	2016 年 3 月 31 日
审计基准日、报告期末	指	2016 年 8 月 31 日
报告期、最近两年及一期	指	2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-8 月
报告期各期末	指	2014 年末、2015 年末及 2016 年 8 月末

元、万元	指	人民币元、人民币万元

二、专业术语

数字出版	指	利用数字技术进行内容编辑加工，并通过网络传播数字内容产品的一种新型出版方式，其主要特征为内容生产数字化、管理过程数字化、产品形态数字化和传播渠道网络化。
数字阅读	指	阅读的数字化，主要包括两层含义：一是阅读对象的数字化，即阅读的内容是以数字化的方式呈现的，如电子书、网络小说、博客、网页等；二是阅读方式的数字化，即阅读的载体、终端不是平面的纸张，而是带屏幕显示的电子仪器，如 PC 电脑、手机、PDA、阅读器等。
电信运营商	指	提供固定电话、移动电话和互联网接入的通信服务公司。
增值电信业务	指	利用公共网络基础设施提供的电信与信息服务的业务。
娱乐营销	指	借助娱乐的元素或形式将产品与客户的情感建立联系，从而达到销售产品，建立忠诚客户的目的的营销方式。
整合营销	指	对各种营销工具和手段的系统化结合，根据环境进行即时性的动态修正，以使交换双方在交互中实现价值增值的营销理念与方法。
精准营销	指	在精准定位的基础上，依托现代信息技术手段建立个性化的顾客沟通服务体系。
百度指数	指	某个关键词在百度的搜索规模有多大，一段时间内的涨跌态势以及相关的新闻舆论变化，关注这些词的网民是什么样的，分布在哪里，同时还搜了哪些相关的词，帮助用户优化数字营销活动方案。
新媒体	指	新媒体亦是一个宽泛的概念，利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态。
综艺节目	指	一种娱乐性的节目形式，通常包含了许多性质的演出，例如音乐、舞蹈、杂技与搞笑等类型，大部分的综艺节目会邀请现场观众参加录影，但也有现场实况播出的节目。
制作许可证	指	电视剧制作许可证分为《电视剧制作许可证（甲种）》和《电视剧制作许可证（乙种）》两种，其中电视剧制作许可证（甲种）有效期两年，有效期届满前，对持证机构制作的所有电视剧均有效；电视剧制作许可证（乙种）仅限于所标明的剧目使用，有效期不超过 180 日，特殊情况下经发证机关批准后，可适当延期。

发行许可证	指	电视剧摄制完成后，经国家广电总局或省级广电局审查通过后取得的《电视剧发行许可证》，只有取得该许可证方可发行播出电视剧
版权	指	是指文学、艺术、科学作品的权利所有人对作品享有的著作权及其分项权利
剧组	指	影视业所特有的一种生产单位和组织形式，是在拍摄阶段为从事影视剧具体拍摄工作所成立的临时工作团队
制片人	指	影视剧投资方的代表，是单个影视剧项目的负责人
执行制片	指	协助制片人对剧组进行管理，主要负责影视剧拍摄阶段的现场管理工作
导演	指	制作戏剧或影视片的过程中，整合全部艺术元素的艺术生产负责人
剧本	指	一种文学形式，是戏剧艺术创作的文本基础，编导与演员根据剧本进行演出
一剧两星	指	2014年4月15日，广电总局召开2014年全国电视剧播出工作会，并于会上宣布自2015年1月1日开始，广电总局将对卫视综合频道黄金时段电视剧播出方式进行调整。具体内容包括：同一部电视剧每晚黄金时段联播的综合频道不得超过两家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过二集
植入广告	指	在影视剧拍摄中将某些企业或产品融入影视剧内容中以达到宣传企业或产品的目的，是影视剧衍生产品的一种
Android 系统	指	一个以Linux为基础的开源移动设备操作系统，主要用于智能手机和平板电脑。
APP	指	即 Application 的简称，是智能手机、社交网站上运用的第三方开发的应用软件程序。
KPI	指	即 Key Performance Indicator，是用于衡量工作人员工作绩效表现的量化指标。
IP	指	IntellectualProperty，即知识产权，权利人对其所创作的智力劳动成果所享有的专有权利
4G	指	第四代移动通信技术，该技术包括 TD-LTE 和 FDD-LTE 两种制式，4G 是集 3G 与 WLAN 于一体，并能够快速传输数据、高质量、音频、视频和图像等。
SNS	指	Social Network Site，即“社交网站”或“社交网”。
LTE	指	Long Term Evolution，也被通俗的称为 3.9G，具有 100Mbps 的数据下载能力，被视作从 3G 向 4G 演进的主流技术。

CPA	指	Cost Per Action，是按广告投放实际效果计费的计价方式，即按发生特定行为（注册、试玩等）来计费。
CPS	指	Cost Per Sale，是按销售额计费的计价方式，即以广告产生的销售金额进行分成。
ARPPU	指	Average Revenue Per Paying User，平均每付费用户收入。
WAP	指	无线应用协议（Wireless Application Protocol 的缩写），一种实现移动电话与互联网结合的应用协议标准。
PV	指	页面浏览量（Page View 的缩写），也俗称为点击量。
UV	指	独立访客（Unique Visitors 的缩写），访问某个站点或点击某条新闻的不同 IP 地址的人数。

特别说明：敬请注意，本报告书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入造成。

重大事项提示

特别提醒投资者认真阅读本报告书全文，并特别注意下列事项：

一、本次交易方案概述

本次交易标的为掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 20%股权。本次重组中，针对不同标的资产的交易互不为前提，任何一项因未获得所需的批准而无法实施不影响其他交易的实施。

交易包括两部分：发行股份及支付现金购买标的公司股权和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不以募集配套资金的成功实施为前提，募集配套资金成功与否不影响发行股份及支付现金购买资产的履行及实施。发行股份募集配套资金在发行股份及支付现金购买资产的基础上实施，前述三项标的资产中任一项获准实施，则发行股份募集配套资金均可申请实施，募集配套资金金额不超过本次交易中以发行股份方式购买资产的交易价格 100%。

（一）本次收购

思美传媒拟向交易对方张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、萌皓投资、华睿文华、华睿新锐、上哲永晖发行股份及支付现金购买掌维科技 100%股权；向交易对方鹿捷咨询、青春旋风、芒果投资、骅伟投资发行股份及支付现金购买观达影视 100%股权；向交易对方陆慧斐、邓翀发行股份购买科翼传播 20%股权。

各交易对方的交易对价、支付方式及金额的具体情况如下：

标的公司	交易对方	交易对方在标的公司的持股比例（%）	转让对价（元）	对价支付方式及金额		
				现金对价金额（元）	股份对价金额（元）	股份对价数量（股）
掌维科技	张子钢	71.50	378,950,000.00	189,475,000.25	189,474,999.75	6,544,905
	鼎维投资	10.00	53,000,000.00	26,500,009.55	26,499,990.45	915,371
	张瑾	7.00	37,100,000.00	18,550,026.95	18,549,973.05	640,759
	萌皓投资	3.20	16,960,000.00	6,784,017.10	10,175,982.90	351,502
	华睿文华	3.00	15,900,000.00	15,900,000.00	-	-

	张萍	2.00	10,600,000.00	5,300,007.70	5,299,992.30	183,074
	华睿新锐	2.00	10,600,000.00	15.40	10,599,984.60	366,148
	上哲永晖	0.80	4,240,000.00	1,696,018.75	2,543,981.25	87,875
	张琦	0.50	2,650,000.00	1,325,016.40	1,324,983.60	45,768
	小计	100.00	530,000,000.00	265,530,112.10	264,469,887.90	9,135,402
观达 影视	鹿捷咨询	88.58	813,775,820.00	326,990,197.10	486,785,622.90	16,814,702
	芒果投资	8.33	75,298,014.20	43,377,657.35	31,920,356.85	1,102,603
	骅伟投资	2.08	18,824,502.55	10,844,435.05	7,980,067.50	275,650
	青春旋风	1.00	9,186,556.76	9,186,556.76	-	-
	小计	100.00	917,084,893.51	390,398,846.26	526,686,047.25	18,192,955
科翼 传播	陆慧斐	10.00	49,999,979.25	-	49,999,979.25	1,727,115
	邓翀	10.00	49,999,979.25	-	49,999,979.25	1,727,115
	小计	20.00	99,999,958.50	-	99,999,958.50	3,454,230
合计		-	1,547,084,852.01	655,928,958.36	891,155,893.65	30,782,587

注：以上股份对价数量计算结果经四舍五入后精确到个位并取整；若发行价格调整的，股份对价数量相应调整。

上市公司拟通过发行股份及支付现金方式收购观达影视 100%的股权和掌维科技 100%的股权，拟通过发行股份收购科翼传播 20%的股权。本次交易之前，上市公司已持有科翼传播 80%的股权；本次交易完成后，观达影视、掌维科技、科翼传播将成为上市公司的全资子公司。

标的公司掌维科技将于资产交割日前由股份有限公司变更为有限责任公司，每一转让方分别持有变更后掌维科技的股权比例与持有变更前的股份比例相同，每一转让方以转让掌维科技变更为有限责任公司后对应比例股权的形式实现资产的转让。

《掌维科技资产购买协议》中约定“本次发行股份及支付现金购买资产在经中国证监会核准后，标的公司应立即办理变更为有限责任公司的工商变更登记，并应于本次交易在经中国证监会核准后的 30 个工作日内办理完成变更为有限责任公司的工商变更登记及转让方合计持有的标的公司 100%股权过户到受让方名下的工商登记，转让方同意上述变更并对上述变更予以配合。

（二）发行股份募集配套资金

本次交易拟向不超过 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 74,143.17 万元，且不超过本次拟以发行股份方式购买资产交易价格的 100.00%，配套募集资金扣除本次交易相关费用后，拟投向：65,592.90 万元用于向交易对手支付本次交易的现金对价；剩余金额用于掌维科技动漫 IP 库建设项目。

二、本次发行股份的价格和数量

本次交易涉及的股份发行包括发行股份购买资产和发行股份募集配套资金两部分，定价基准日为本公司第三届董事会第二十九次会议决议公告日。

（一）购买资产发行股份的价格和数量

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。

本次发行股份购买资产交易，上市公司采用董事会决议公告日前 60 个交易日的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%作为发行价格的基础，即 86.98 元/股。

根据公司 2015 年度利润分配方案，公司向全体股东每 10 股转增 20 股，每 10 股派发现金股利 1.50 元（含税）。2016 年 6 月 17 日，上述利润分配方案实施完毕，公司购买资产的股份发行价格和发行数量上限将进行相应调整，调整后价格为 28.95 元/股，发行股份数量为 30,782,587 股。

定价基准日至本次发行股份在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记至各交易对方名下之日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行股份的发行价格和发行数量将作相应调整。

（二）募集配套资金发行股份的价格和数量

上市公司本次募集配套资金的股份发行底价为定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%，即不低于 87.47 元/股。

根据公司 2015 年度利润分配方案，公司拟向全体股东每 10 股转增 20 股，每 10 股派发现金股利 1.50 元（含税）。2016 年 6 月 17 日，上述利润分配方案实施完毕，公司本次发行股份募集配套资金的股份发行底价将进行相应调整，调整后发行价为不低于 29.11 元/股，募集配套资金总额不超过 74,143.17 万元，且不超过本次拟以发行股份方式购买资产交易价格的 100.00%。

定价基准日至本次发行股份在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记至各交易对方名下之日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行股份的发行价格和发行数量将作相应调整。

1、发行价格调整方案

在公司审议本次交易的股东大会决议公告日至本次交易获得中国证监会审核通过前，公司董事会可根据公司股票二级市场价格走势，并经合法程序召开董事会会议（决议公告日为调价基准日），对募集配套资金的发行底价进行一次调整，调整后的发行底价为调价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%。

具体调整方案如下：

①价格调整方案对象

本次募集配套资金的发行底价。

②价格调整方案生效条件

上市公司股东大会审议通过本次价格调整方案。

③可调价期间

在上市公司股东大会审议通过本次交易的决议公告日至本次交易获得中国证监会核准前。

④触发条件

A、可调价期间内，中小板综合指数（399101.SZ）在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较上市公司因调整发行股份及支付现金购

买资产并募集配套资金方案停牌日前一交易日，即 2016 年 4 月 8 日收盘点数跌幅超过 10%；

B、可调价期间内，深圳文化产业指数（399654.SZ）在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较上市公司因调整发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案停牌日前一交易日即 2016 年 4 月 8 日收盘点数跌幅超过 10%；

上述 A、B 项条件中的“任一交易日”均指可调价期间内的某同一个交易日。

⑤调价基准日

可调价期间内，触发条件中 A 或 B 项条件满足至少一项后的任一交易日当日。

⑥发行价格调整机制

当调价基准日出现时，上市公司有权在调价基准日出现后召开董事会会议审议决定是否按照本价格调整方案对本次交易的发行价格进行调整。

⑦发行股份数量调整

交易标的价格不进行调整、发行股份购买资产的发行价格不进行调整。

募集配套资金总额不进行调整，发行股份数量根据调整后的发行价格相应进行调整。

2、上市公司董事会决定不进行调价安排

上市公司于 2016 年 11 月 9 日召开第三届董事会第三十五次会议并通过决议，审议通过了《关于思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产暨关联交易的股票发行价格不予调整的议案》，根据上述决议，根据目前二级市场整体价格走势情况，上市公司将不对本次交易的股票发行价格进行调整。

经核查，独立财务顾问和天册律师认为：上市公司董事会根据思美传媒 2016 年第二次临时股东大会决议授权，审议的相关决议符合法律、法规、思美传媒公司章程及其股东大会授权，决议真实、有效。同时，根据上市公司于 2016 年 11

月9日召开第三届董事会第三十五次会议决议，上市公司将不对本次交易的股票发行发行价格进行调整。

三、股份锁定安排

(一) 购买资产发行股份的锁定安排

1、掌维科技

交易对方	锁定期安排
张子钢	在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起 12 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售： (1) 自上述股份上市之日起满 12 个月之后，掌维科技 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售； (2) 自上述股份上市之日起满 12 个月之后，掌维科技 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售； (3) 自上述股份上市之日起满 36 个月之后，掌维科技 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 20%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售； (4) 自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。
张瑾、 张萍、 张琦	若在本次发行中认购的思美传媒股份在 2016 年 8 月 31 日之前完成新增股份登记，则自该新增股份上市日起 36 个月内不得转让。自上述新增股份上市日起 36 个月届满后各自所持 85%股份扣除已补偿股份（如有）解除限售，自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。 若在本次发行中认购的思美传媒股份在 2016 年 8 月 31 日之后完成新增股份登记，则该新增股份上市日起 12 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售： (1) 自上述股份上市之日起满 12 个月之后，掌维科技 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 25%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售；

	(2) 自上述股份上市之日起满 24 个月之后, 掌维科技 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售; (3) 自上述股份上市之日起满 36 个月之后, 掌维科技 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售; (4) 自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份解除限售。
鼎维投资、 张子钢	在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起 36 个月内不得转让, 上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售: (1) 自上述股份上市之日起满 36 个月之后, 掌维科技 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 上述股份中的 85%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售; (2) 自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份(如有)解除限售。 (3) 张子钢作为鼎维投资之执行事务合伙人, 通过持有鼎维投资财产份额而间接持有的股份亦遵循上述锁定承诺。
萌皓投资、 华睿新锐、 上哲永晖	认购的思美传媒股份自上市日起 36 个月内不得转让。

2、观达影视

承诺人	锁定期安排
鹿捷咨询、 严俊杰、 周丹、 沈璐	(1) 在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起 12 个月内不得转让, 自上述股份上市起满 12 个月后、观达影视业绩承诺期间 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 本次发行中认购的思美传媒股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售。 (2) 在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起满 24 个月后、观达影视业绩承诺期间 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且观达影视管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务(如有)后(以较晚满足的条件满足之日为准), 本次发行中认购的思美传媒股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售。 (3) 在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起满 36 个月后、观达影视业

	绩承诺期间 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且观达影视管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），观达影视管理层股东本次发行中认购的思美传媒股份的 20% 扣除上述补偿义务履行过程中观达影视管理层股东应补偿股份数的部分解除限售。 （4）在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起满 48 个月后观达影视管理层股东持有的剩余全部 20% 股份扣除约定的暂缓解锁部分解除限售。 （5）周丹、沈璐和严俊杰三位自然人所持有的鹿捷咨询的合伙份额亦遵循上述锁定期的承诺。
芒果投资、 骅伟投资	在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起 36 个月内不得转让。

3、科翼传播

交易对方	锁定期安排
陆慧斐、 邓翀	转让方在本次交易中认购的上市公司股份，自上述股份上市日起满 24 个月届满、科翼传播 2018 年度专项审核意见已经出具、且转让方已履行完毕其应当履行的利润补偿义务（如有）后，解锁 50%；剩余股份于科翼传播 2019 年度审计报告出具后解锁，上述时间以较晚成就的时间为准。上述解锁条件成就后，扣除约定的暂缓解锁部分解除限售。

（二）募集配套资金发行股份的锁定安排

参与配套募集资金认购的投资者以现金认购的股份自股份发行上市之日起 12 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。

四、业绩补偿及奖励

如本次交易于 2016 年度实施完毕，张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资共同承诺：掌维科技 2016 年、2017 年、2018 年应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于 3,600 万元、4,400 万元和 5,500 万元。如本次交易在 2017 年实施完毕，则张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资共同承诺：掌维科技 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年实现的“考核实现的净利润”应分别不少于 3,600 万

元、4,400 万元、5,500 万元和 5,800 万元。

如本次交易于 2016 年度实施完毕，鹿捷咨询、青春旋风、严俊杰、周丹、沈璐共同承诺：观达影视 2016 年、2017 年、2018 年应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于 6,200 万元、8,060 万元和 10,075 万元。如本次交易在 2017 年实施完毕，鹿捷咨询、青春旋风、严俊杰、周丹、沈璐共同承诺：观达影视 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元和 12,335 万元。

陆慧斐、邓翀、巧瞰投资共同承诺：科翼传播 2016 年、2017 年、2018 年应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于 3,350 万元、4,020 万元和 4,824 万元。

具体业绩补偿及奖励办法参见本报告书“第九节 本次交易合同的主要内容”相关内容。

五、交易标的评估情况

中企华分别采用了资产基础法和收益法对掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 100%股权进行了评估，并选取收益法评估结果作为标的资产的最终评估结论。

根据中企华对各标的公司出具的《资产评估报告》、天健会计师对各标的公司出具的《审计报告》，各标的资产 2016 年 3 月 31 日的账面净资产、评估值、评估增值如下表所示：

单位：万元

标的公司	掌维科技	观达影视	科翼传播
审计报告	天健审（2016）7025 号	天健审（2016）7023 号	天健审（2016）7024 号
账面净资产	3,452.78	2,114.35	291.19
评估报告	中企华评报字〔2016〕 第 3603 号	中企华评报字〔2016〕 第 3602 号	中企华评报字〔2016〕 第 3601 号
评估值	53,134.53	91,827.35	10,306.05
交易价格	53,000.00	91,708.49	10,000.00
增值率(%)	1,438.89	4,243.04	3,439.24

注：账面净资产和评估值分别指掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 20%股权对应的账面净资产和评估值。

六、本次交易构成重大资产重组

本次交易标的资产为掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 20%股权。根据思美传媒、交易标的 2015 年度财务数据及交易定价情况，相关判断指标计算如下：

单位：万元

项 目	资产总额与 交易金额孰高	资产净额与 交易金额孰高	营业收入
掌维科技	53,000.00	53,000.00	4,673.92
观达影视	91,708.49	91,708.49	16,567.23
科翼传播[注]	50,000.00	50,000.00	7,515.55
合计	194,708.49	194,708.49	28,756.70
思美传媒	169,337.55	93,106.76	249,372.63
占比 (%)	114.98	209.12	11.53

注：2015 年 12 月，上市公司现金收购了科翼传播 80%的股权，成交金额为 40,000.00 万元，根据《重组管理办法》的规定，与本期收购 20%股权，成交金额合计计算。

根据《重组管理办法》的规定，本次交易构成中国证监会规定的上市公司重大资产重组行为。

七、本次交易构成关联交易

由于本次发行股份购买资产的标的公司科翼传播执行董事为朱明虬先生，朱明虬为思美传媒董事长、控股股东、实际控制人；同时，在未考虑配套融资情况下，本次发行股份及支付现金购买资产完成后，预计鹿捷咨询将持有上市公司超过5%的股份，故上述标的资产与思美传媒存在关联关系。因此，本次交易构成关联交易。

八、本次交易不构成借壳上市

本次交易前朱明虬直接持有131,573,433股上市公司股份，持股占比46.03%，同时持有本公司股东首创投资42.99%的合伙份额，首创投资直接持有公司5.64%股份，朱明虬为公司的控股股东、实际控制人。按照标的资产交易作价、募集配套资金数量、上市公司股份发行价格初步测算，本次交易完成后，朱明虬持股比例为38.46%，首创投资持有公司比例为4.71%，朱明虬仍为上市公司实际控制人。因此，本次交易不会导致上市公司控制权发生变化。

综上分析，思美传媒自上市之日起实际控制人未发生变更，本次交易亦不会导致公司实际控制权变更，不属于《重组办法》第十三条规定的借壳上市情形。

九、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

本次交易前上市公司总股本为 285,865,230 股，按照本次交易方案，上市公司本次将发行 30,782,587 股股票及支付 655,928,958.36 元现金用于购买掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 20%股权。拟发行普通股不超过 2,547 万股用于募集配套资金。

本次发行股份及支付现金购买资产前后公司的股权结构变化如下表所示：

主体	股东名称	本次发行股份及支付 现金购买资产前		发行后			
				配套融资前		配套融资后	
		持股数量 (股)	持股比例 (%)	持股数量 (股)	持股比例 (%)	持股数量 (股)	持股比例 (%)
上市公司	朱明虬	131,573,433	46.03	131,573,433	41.55	131,573,433	38.46
	首创投资	16,116,327	5.64	16,116,327	5.09	16,116,327	4.71
	董监高持股	7,206,921	2.52	7,206,921	2.28	7,206,921	2.11
	上市公司现有其他股东	130,968,549	45.81	130,968,549	41.36	130,968,549	38.28
	小计	285,865,230	100.00	285,865,230	90.28	285,865,230	83.56
掌维科技	张子钢	-	-	6,544,905	2.07	6,544,905	1.91
	鼎维投资	-	-	915,371	0.29	915,371	0.27
	张瑾	-	-	640,759	0.20	640,759	0.19
	萌皓投资	-	-	351,502	0.11	351,502	0.10
	张萍	-	-	183,074	0.06	183,074	0.05
	华睿新锐	-	-	366,148	0.12	366,148	0.11
	上哲永晖	-	-	87,875	0.03	87,875	0.03
	张琦	-	-	45,768	0.01	45,768	0.01
观达影视	鹿捷咨询	-	-	16,814,702	5.31	16,814,702	4.91
	芒果投资	-	-	1,102,603	0.35	1,102,603	0.32
	骅伟投资	-	-	275,650	0.09	275,650	0.08
科翼	陆慧斐	-	-	1,727,115	0.55	1,727,115	0.50

传播	邓翀	-	-	1,727,115	0.55	1,727,115	0.50
配套融资认购对象		-	-	-	-	25,470,000	7.44
合计		285,865,230	100.00	316,647,817	100.00	342,117,817	100.00

注：配套融资后的股权结构按募集配套资金发股数量上限计算。

（二）本次交易对上市公司主要财务指标的影响

根据天健会计师出具的天健审（2016）7827号《审阅报告》并经计算，本次发行股份及支付现金购买资产前后上市公司主要财务指标比较如下：

项 目	财务数据 (万元)	备考财务数据 (万元)	增长率 (%)
2016年8月31日/2016年1-8月			
总资产（万元）	268,326.07	433,393.04	61.52
归属于母公司所有者的权益（万元）	142,839.33	295,980.95	107.21
营业收入（万元）	238,441.23	266,545.77	11.79
利润总额（万元）	12,659.12	22,754.59	79.75
净利润（万元）	9,138.69	18,389.27	101.22
归属于母公司股东净利润（万元）	8,624.88	18,427.13	113.65
每股收益（元/股）	0.31	0.59	90.32
2015年12月31日/2015年度			
总资产（万元）	169,337.55	321,969.90	90.13
归属于母公司所有者的权益（万元）	92,793.40	237,880.61	156.36
营业收入（万元）	249,372.63	277,671.14	11.35
利润总额（万元）	11,876.24	18,074.75	52.19
净利润（万元）	8,880.04	13,616.33	53.34
归属于母公司股东净利润（万元）	8,833.40	13,584.88	53.79
每股收益（元/股）	1.03	1.42	37.86

本次发行股份及支付现金购买资产完成后，上市公司的资产规模、营业收入、净利润、每股收益等指标均将得到显著提高，上市公司的盈利能力进一步增强。

十、本次交易已履行的决策和审批程序

1、上市公司的决策和审批程序

2016年8月1日，思美传媒召开了第三届董事会第二十九次会议，审议通过了本次重组的相关议案；

思美传媒独立董事于2016年8月1日出具了关于第三届董事会第二十九次会议相关事项的独立意见，对本次重大资产重组相关事项出具了同意意见。

2016年8月11日，董事会收到的股东关于本次重组的相关临时提案，并提交2016年第二次临时股东大会审议；

思美传媒独立董事于2016年8月13日出具了关于调整本次发行股份募集配套资金、股份发行数量上限及其用途等相关事项的独立意见，同意调整上述事项；

2016年8月22日，思美传媒召开了2016年度第二次临时股东大会，审议通过了本次重组的相关议案。

2016年11月9日，思美传媒召开了第三届董事会第三十五次会议，补充审议通过了本次重组的相关议案。

思美传媒独立董事于2016年11月9日出具了关于第三届董事会第三十五次会议相关事项的独立意见，对本次重大资产重组相关事项出具了同意意见。

2、标的公司的决策和审批程序

2016年7月，掌维科技股东大会审议通过了本次交易的相关事项；

2016年7月，观达影视股东会审议通过了本次交易的相关事项；

2016年7月，科翼传播股东会审议通过了本次交易的相关事项。

3、交易对方的决策和审批程序

本次交易对方中除自然人外的9家机构，分别履行了以下授权与批准程序

（1）2016年7月，鼎维投资合伙人会议决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

（2）2016年7月，萌皓投资合伙人会议决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

(3) 2016年7月，华睿文华执行事务合伙人及投资决策委员会决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

(4) 2016年7月，华睿新锐执行事务合伙人及投资决策委员会决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

(5) 2016年7月，上哲永晖合伙人会议决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

(6) 2016年7月，鹿捷咨询合伙人会议决议，同意将其持有的观达影视全部股权转让给思美传媒。

(7) 2016年7月，芒果投资投资决策委员会会议决议、执行事务合伙人同意，将其持有的观达影视全部股权转让给思美传媒。

(8) 2016年7月，骅伟投资基金管理人及基金投资决策委员会决议，同意将其持有的观达影视全部股权转让给思美传媒。

(9) 2016年7月，青春旋风合伙人会议决议，同意将其持有的观达影视全部股权转让给思美传媒。

4、本次交易已获得中国证监会的核准。

十一、本次交易相关各方作出的重要承诺

本次交易相关各方作出的承诺如下：

承诺方	承诺内容
1、关于所提供信息真实性、准确性和完整性的承诺	
上市公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员；标的公司及全体交易对方	承诺人承诺为本次交易所提供的有关信息均为真实、准确和完整的，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。承诺人承诺向参与本次交易的各中介机构所提供的资料均为真实、准确、完整的原始书面资料或副本资料，资料副本或复印件与其原始资料或原件一致，所有文件的签名、印章均是真实的，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。承诺人承诺愿对所提供信息的真实性、准确性和完整性承担法律责任。 承诺人将及时向上市公司提供本次重组相关信息，并保证所提供的信息真实、准确、完整，如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给上市公司或者投资者造成损

	失的，将依法承担赔偿责任。 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，承诺人将暂停转让其在该上市公司拥有权益的股份。
2、关于本次交易标的资产权属的承诺	
全体交易对方	承诺人已经依法履行对标的公司的出资义务，出资均系自有资金，出资真实且已足额到位，不存在任何虚假出资、延期出资、抽逃出资等违反作为股东所应承担的义务及责任的行为，不存在可能影响标的公司合法存续的情况。 承诺人合法持有标的公司的股权，对该等股权拥有完整、有效的所有权，该等股权权属清晰，不存在权属纠纷或者潜在纠纷，不存在任何形式的委托持股、信托持股或代他人持有的情形亦不存在其他利益安排，不存在禁止转让、限制转让的承诺或安排。 承诺人持有标的公司的股权未设置抵押、质押、留置等任何担保权益，也不存在任何可能导致上述股权被有关司法机关或行政机关查封、冻结、征用或限制转让的未决或者潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或者司法程序。 承诺人自愿作出上述保证与承诺，并愿为上述保证和承诺承担法律责任。
3、关于本次交易取得的股份锁定期的承诺	
张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、萌皓投资、华睿新锐、上哲永晖、鹿捷咨询、芒果投资、骅伟投资、陆慧斐、邓翀	见本节之“三、股份锁定安排”之“（一）购买资产发行股份的锁定安排”相关内容。
4、关于本次交易的业绩承诺	
业绩补偿责任人（张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、鹿捷咨询、青春旋风、周丹、沈璐、严俊杰、陆慧斐、邓翀、巧瞰投资）	见本报告书“第九节 本次交易合同的主要内容”相关内容。
5、关于任职期限及竞业限制的承诺	
核心团队成员	见本报告书“第九节 本次交易合同的主要内容”相关内容。
6、关于减少和避免关联交易的承诺	
张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、鹿捷咨询、青春旋风、陆慧斐、邓翀	承诺人及承诺人直接或间接控制或影响的企业将规范并尽可能减少关联交易。对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，承诺人承诺将遵循市场化原则和公允价格进行公平操作，并按照有关法律法规、规范性文件和上市公司《公司章程》、

	标的公司《公司章程》等有关规定依法签订协议，履行合法程序，依法履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证不通过关联交易损害上市公司及其他股东的合法权益。 承诺人及承诺人直接或间接控制或影响的企业将严格避免向上市公司及其控股和参股公司拆借、占用上市公司及其控股和参股公司资金或采取由上市公司及其控股和参股公司代垫款、代偿债务等方式侵占公司资金，在任何情况下不得要求上市公司为其提供担保。 本次交易完成后承诺人将继续严格按照有关法律法规、规范性文件以及上市公司章程、标的公司公司章程的有关规定行使股东权利；在上市公司股东大会对有关涉及承诺人的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务；承诺人不会利用上市公司股东地位，损害上市公司及其他股东的合法利益。 承诺人保证不通过关联交易取得任何不正当的利益或使上市公司及其控股和参股公司承担任何不正当的义务。 如果因违反上述承诺导致上市公司或其控股和参股公司损失或利用关联交易侵占上市公司或其控股和参股公司利益的，承诺人应赔偿上市公司及其子公司的损失。
7、关于不存在泄露内幕信息或进行内幕交易的承诺	
上市公司及其全体董事、监事、高级管理人员；全体交易对方	承诺人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。
8、关于合法合规的承诺	
上市公司及其全体董事、监事、高级管理人员；标的公司（掌维科技、观达影视、科翼传播）；部分交易对方（张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、鹿捷咨询、青春旋风、陆慧斐、邓翀、巧瞰投资）	本公司全体股东、本公司及其子公司的董事、监事、主要管理人员最近五年内不存在受行政处罚、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，不存在被证券监管部门立案调查、或被证券交易所公开谴责的情形或其他不良记录，亦不存在涉嫌有重大违法行为的情形。
9、关于公司重大资产重组摊薄即期回报采取填补措施的承诺	
上市公司董事、高级管理人员	本人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；本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；本人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；本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。如违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，本人将依法承担补偿责任。

十二、本次交易对中小投资者权益保护的安排

（一）及时、公平披露本次交易的相关信息

本公司及相关信息披露义务人将严格按照《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《重组管理办法》、《上市公司收购管理办法》等相关规定，切实履行信息披露义务，公平地向所有投资者披露可能对上市公司股票交易价格产生较大影响的重大事件。本报告书披露后，公司将继续按照相关法律、法规的要求，及时、准确的披露公司本次交易的进展情况。

（二）严格履行上市公司审议及表决程序

1、本次交易的标的资产由具有相关证券期货相关业务资格的会计师事务所和资产评估公司进行审计和评估；独立财务顾问、法律顾问对本次交易出具独立财务顾问报告和法律意见书。

2、针对本次交易事项，思美传媒严格按照相关规定履行法定程序进行表决、披露。董事会审议本次交易事项时，独立董事就该等事项发表了独立意见。

3、本次交易构成关联交易，涉及到关联交易的处理遵循了公开、公平、公正的原则并履行了合法程序，有关关联方在董事会及股东大会上回避表决，以充分保护全体股东，特别是中小股东的利益。

（三）股东大会及网络投票

公司根据中国证监会《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，除现场投票外，公司将就本次交易方案的表决提供网络投票平台，公司股东可以直接通过网络进行投票表决。

（四）本次交易后不存在摊薄每股收益的情况

本次交易前，上市公司 2016 年 1-8 月基本每股收益为 0.31 元/股。根据经天健会计师审计的对本次交易模拟实施后上市公司 2016 年 1-8 月备考财务报表计算得出，基本每股收益为 0.59 元/股，基本每股收益上升 0.28 元/股。因此，本次交易后不存在每股收益被摊薄的情况。

十三、独立财务顾问的保荐机构资格

本公司聘请国信证券担任本次交易的独立财务顾问，国信证券系经中国证监会批准依法设立，具备保荐机构资格。

重大风险提示

一、本次交易可能暂停、终止或取消的风险

1、若交易过程中，拟购买资产出现资产、业务、财务状况、所有者权益的重大不利变化，交易基础丧失或发生根本性变更，交易价值发生严重减损以及发生其他不可预知的重大影响事项，则本次交易可能将无法按期进行。

2、公司制定了严格的内幕信息管理制度，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。但仍不排除有关机构和个人利用本次交易内幕信息进行内幕交易的行为，公司存在因可能涉嫌内幕交易造成股价异常波动或异常交易而暂停、终止或取消本次交易的风险。

3、本报告书公告后，若标的公司业绩大幅下滑或未达预期，可能导致本次交易无法进行的风险或即使继续进行将需要重新估值定价的风险。

4、其他原因可能导致本次交易被暂停、中止或取消风险。

二、标的资产估值风险

本次交易拟购买的资产为观达影视 100%股权、掌维科技 100%股权和科翼传播 20%股权，本次交易对标的资产的定价参考收益法评估的价值。

本次交易以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，各标的资产账面净资产、评估值、评估增值、评估增值率情况如下：

单位：万元

标的公司	账面净资产	评估值	评估增值	评估增值率(%)
掌维科技 100%股权	3,452.78	53,134.53	49,681.75	1,438.89
观达影视 100%股权	2,114.35	91,827.35	89,713.00	4,243.04
科翼传播 20%股权	291.19	10,306.05	10,014.85	3,439.24

由上表可知，标的资产评估增值较大。本次交易的标的资产的评估值相较于对应的净资产增值较高，主要是由于标的公司均属于“轻资产”行业，主要是人力资本投入，本次评估主要使用基于未来盈利预测而进行的收益法。盈利预测是

基于历史经营情况和行业发展速度等综合考虑进行谨慎预测,但仍存在由于行业发展放缓、市场竞争加剧等变化使得未来实际盈利未达预测而导致交易标的的实际价值低于目前评估结果的风险。

本次交易标的资产的估值较账面净资产增值较高,特提醒投资者关注本次交易定价估值较账面净资产增值较高的风险。

三、配套融资审批及实施风险

本次交易中,公司拟向交易对方合计支付现金对价 65,592.90 万元。作为交易方案的一部分,公司拟向特定投资者发行股份募集配套资金,预计募集资金额不超过 74,143.17 万元,扣除本次交易相关费用后用于支付现金对价及掌维科技动漫 IP 库建设项目,募集配套资金事项尚需中国证监会核准,存在一定的审批风险。

受股票市场波动及投资者预期的影响,或市场环境变化可能引起本次募集配套资金金额不足乃至募集失败。若本次募集配套资金金额不足乃至募集失败,公司将以自有资金或采用银行贷款等债务性融资方式解决公司资金需求。若公司以自有资金或采用银行贷款等债务性融资方式筹集所需资金,将给公司带来一定的财务风险和融资风险。

四、交易标的业绩承诺无法实现的风险

本次对交易标的的评估主要依据收益法的评估结果,即对交易标的的未来各年的净利润、现金流净额进行预测,从而得到截至评估基准日的评估结果。交易标的所处的相关行业发展较快,市场规模快速扩张,交易标的在行业内具有较强的实力,未来发展前景可期。相关交易对方对交易标的的未来业绩进行了承诺,若交易标的的业绩承诺无法实现,补偿义务人将向上市公司进行业绩补偿。但若届时行业发展放缓或企业经营状况发生较大改变,交易标的可能发生业绩承诺无法实现的风险。

五、业绩补偿承诺实施的违约风险

尽管交易对方已与本公司就标的资产实际盈利数不足利润预测数的情况约定了明确可行的补偿安排,但由于交易对方获得的股份对价低于本次交易的总对

价，如标的资产在承诺期内无法实现业绩承诺，将可能出现交易对方处于锁定状态的股份数量少于应补偿股份数量的情形；虽然按照约定，交易对方须用等额现金进行补偿，但由于现金补偿的可执行性较股份补偿的可执行性低，有可能出现业绩补偿承诺实施的违约风险。

六、商誉减值的风险

公司本次收购观达影视 100%股权和掌维科技 100%股权属于非同一控制下的企业合并。根据企业会计准则，非同一控制下的企业合并中，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份额的差额，应当确认为商誉。该等商誉不作摊销处理，但需要在未来每年会计年末进行减值测试。根据天健出具的天健审〔2016〕7827号《审阅报告》，公司在本次交易完成后，将新增商誉 137,271.86 万元。若标的公司未来经营中不能较好地实现收益，那么收购标的资产所形成的商誉将会面临减值风险，从而对公司资产情况和经营业绩产生不利影响。

七、标的公司的经营风险

（一）掌维科技相关经营风险

1、行业监管风险

数字阅读行业受到工信部、国家新闻出版广电总局、国家版权局、行业协会等相关政府部门和组织的共同监管。掌维科技作为数字阅读企业，为阅读用户提供手机阅读、互联网阅读等多种数字阅读产品。随着相关监管部门对数字阅读行业持续增强的监管力度，数字阅读行业的准入门槛可能会有所提高，若掌维科技在未来不能达到新政策的要求，则将对其持续经营产生不利影响。

2、市场竞争风险

随着近年来移动互联网的蓬勃发展，数字阅读行业受到越来越多的关注，2013 年以来，随着腾讯、百度、阿里等互联网企业纷纷进入数字阅读领域，行业呈现日益竞争激烈的态势。2015 年初，腾讯收购盛大文学，并成立了包括起点中文网、创世中文网等文学网站的阅文集团，在提升数字阅读行业的市场关注度的同时，也进一步加剧了数字阅读行业的市场竞争。如果掌维科技未来不能有

效地制定实施业务发展规划，积极应对市场竞争日益激烈所带来的挑战，则可能在市场竞争中处于不利地位，丧失其原本具有的竞争优势，进而影响掌维科技的经营业绩和发展潜力。

3、数字内容盗版侵权风险

保护知识产权是数字阅读行业生存和发展的关键，也是数字阅读企业的核心竞争力之一。然而，现阶段我国数字内容的版权保护机制尚不完善，信息技术的快速发展让数字出版侵权案件面临取证难、认定难、维权成本高等问题，数字内容被盗版侵权时有发生。由于掌维科技现有业务主要收入来源为数字阅读业务，因此盗版侵权行为将直接影响到掌维科技的营业收入，对其经营业绩造成不利影响。此外，盗版侵权行为亦将影响作者的创作积极性，危害优质数字版权的创作，给整个数字阅读行业产生不利影响。

近年来，政府有关部门通过逐步完善知识产权保护体系、加强打击盗版侵权行为力度，在知识产权保护方面取得了一定的成效。但是打击盗版侵权行为、规范市场秩序是一个长期的过程，掌维科技在一定时期内仍将面临盗版侵权的风险。

4、版权采集价格上涨的风险

优质数字内容是吸引客户付费阅读的重要因素，随着数字阅读行业的不断发展，数字内容版权交易的活跃程度迅速提高，从而导致版权所有者要求的买断价格和分成比例也逐年上升。同时，随着数字阅读行业盈利模式的逐渐成熟，不断有新的市场主体加入到行业中，使得对优质数字内容版权的竞争进一步加剧。报告期内，掌维科技加大了对优质数字版权的采集，其版权采集价格也呈逐年上升趋势。如果优质数字内容版权竞争持续加剧，版权采集价格持续上涨，而未能带来预期收入的增加，将对掌维科技的持续盈利能力和成长性产生不利影响。

5、对单一客户依赖的风险

报告期内，中国移动手机阅读基地（2014年之前由中国移动通信集团浙江有限公司运营，2015年起相关业务改为由咪咕数字传媒有限公司运营）是掌维科技的重要客户。根据掌维科技与中国移动手机阅读基地签订的主要协议，掌维

科技为中国移动手机阅读基地提供数字阅读产品及推广服务，2014 年、2015 年、2016 年 1-8 月向中国移动手机阅读基地销售收入分别为 1,437.58 万元、3,040.52 万元、3,663.79 万元，占掌维科技当期营业收入的比例分别为 68.40%、65.05%、29.27%。

中国移动手机阅读基地作为国内手机阅读业务的主要运营平台和掌维科技的主要客户，对掌维科技的经营业绩有重要影响。如果中国移动手机阅读业务经营状况不佳或者中国移动手机阅读基地在未来的合作过程中提出解除或者不再与掌维科技续签新的合作合同，或在合作过程中改变合作模式、降低与掌维科技的结算价格等，都将对掌维科技未来的盈利能力和成长性产生不利影响。

（二）观达影视相关经营风险

1、行业竞争风险

近年来，在国内影视剧行业发展迅速，市场容量不断增加，行业产值屡创新高的背景下，大量的资本和企业进入影视剧制作领域，带动影视剧制作机构数量快速增长，影视剧供应量迅速增加。据国家新闻出版广电总局统计，截至 2016 年 4 月，持有 2016 年度《电视剧制作许可证（甲种）》的机构有 132 家，持有 2016 年度《广播电视节目制作经营许可证》的机构有 10,232 家，从而造成影视剧市场整体上呈现出供大于求，而精品影视剧却供不应求的结构性失衡局面。观达影视未来能否积极调整经营策略，以应对影视剧行业日趋激烈的竞争，将成为观达影视面临的重要风险。

2、行业政策风险

影视剧制作、发行行业作为具有意识形态特殊属性的重要产业，受国家有关法律、法规及政策的严格监督管理。目前的行业监管主要体现为制作许可制度和内容管理制度。本次交易完成后，观达影视在影视剧制作发行过程中，可能面临的风险包括：未能严格把握好政策导向，违反行业政策或相关监管规定，而被监管部门处罚甚至被吊销相关许可证及市场禁入的风险；未能及时把握政策导向进行拍摄和发行，在备案公示阶段，项目未获备案的风险；拍摄出的影视剧作品未获内容审查通过、无法获得发行许可证的风险；已发行的影视剧，因政策导向的

变化而无法播出或被勒令停止播放的风险。虽然根据过往的制作发行经验，观达影视均严格按照政策导向进行影视剧的业务经营，把握发行时机，出品了多部具有一定影响力的电视剧，但是，仍存在因严格的行业监管和政策导向变化而发生电视剧制作成本无法收回或受到监管处罚的可能性。

报告期内，观达影视的影视剧作品涉及电视剧、网络剧、周播栏目等多种形式，上述剧目形式受到的行业监管政策有所不同。

电视剧方面，根据《广播电视节目制作经营管理规定》和《电视剧内容管理规定》等规定，依法设立的电视剧制作机构取得《广播电视节目制作经营许可证》后从事电视剧摄制工作必须经过国家新闻出版广电总局的备案公示并取得制作许可后方可进行。根据《电视剧内容管理规定》，电视剧实行内容审查和发行许可制度，即电视剧摄制完成后，必须经国家新闻出版广电总局或省级广播电影电视行政管理部门审查通过并取得《电视剧发行许可证》之后方可发行。

网络剧方面，《互联网视听节目服务管理规定》、《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》、《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》等相关规定对网络剧的内容制作、审核、播出等方面进行了监管，对网络剧、微电影等网络视听节目实行先审后播管理制度，要求互联网视听节目服务单位在播出网络剧、微电影等网络视听节目前应组织审核员对拟播出的网络剧、微电影等网络视听节目进行内容审核，并在上网播出前完成节目信息备案。

周播栏目方面，目前国家政策尚无明确规定。

报告期内，观达影视均根据不同剧目形式的不同政策要求履行了相应程序。但是，若未来国家对上述剧目形式的监管政策发生变化，导致观达影视的作品因未取得备案或许可证等无法播出等情况，可能对观达影视的经营业绩造成一定影响。观达影视及其合作方将依托自身现有资质情况和制作发行报批经验，及时关注行业动向，根据最新政策要求及时调整创作方向和经营思路，及时履行相应审批或备案程序，尽可能减少对生产经营的影响。

3、核心人员流失风险

观达影视主要从事的电视剧的制作与发行业务，致力于为观众提供优质的影视作品，拥有较高专业水准和丰富行业经验的人才团队是观达影视的核心竞争力。观达影视已建立了较为完善的薪酬、考核制度，树立了优良的企业文化和良好的工作氛围，以培养核心运营管理团队的归属感和忠诚度。本次交易协议中对观达影视的核心人员的服务期限及竞业禁止作出了约定。本次交易后，本公司将对观达影视进行深度整合，进一步完善薪酬制度和激励机制，尽量避免优秀人才的流失。但整合过程中，若本公司与观达影视在管理制度及企业文化方面未能有效地融合，可能会造成观达影视核心管理人员流失，进而对其业务稳定发展带来不利影响。

4、营业收入集中于少数剧目的风险

观达影视专注于电视剧的策划、制作和发行，为电视台和网络视频新媒体提供优质电视剧内容。观达影视成立于 2014 年，成立时间较短，截至本报告书签署日，观达影视已完成 4 部电视剧和网络剧的制作发行，2 部电视剧的代理发行，相关剧目在湖南卫视、浙江卫视、福建东南卫视、广东卫视等各省级电视台和优酷土豆、乐视网等网络视频新媒体企业播出，并打入海外市场，在韩国 MBC 电视台、日本 Home Drama Channel 等媒体播出，取得了较好的社会效益和经济效益。观达影视 2014 年收入主要来源于网络剧《球爱酒吧》和代理发行收入；2015 年收入主要来源于《旋风少女》和《美丽的秘密》；2016 年 1-3 月的收入主要来源于《美丽的秘密》和《十五年等待候鸟》。报告期内，观达影视各期的营业收入集中于少数剧目，如果当期预排剧目的发行价格不及预期或因其他原因无法播出，而电视剧创作从前期筹备到发行通常需要较长的时间，则观达影视当年的营业收入可能会受到较大影响，从而出现较大的业绩波动，甚至可能出现亏损，因此存在营业收入集中于少数剧目的风险。

5、制作成本上升带来的风险

虽然电视剧市场总体供过于求，但精品电视剧供不应求，这导致市场的投资冲动不断，资金不断涌进影视作品制作领域。这致使制片方千方百计请大牌演员以提高作品质量，进而导致一线演员的片酬和知名编剧、导演的价格的不断上涨，二三线演员的片酬也水涨船高，造成电视剧作品制作成本上升。制作成本的增加

引起销售价格的不断提高，如果一部高投入的影视作品不能取得良好的销售，将对影视作品制作机构的盈利产生重大不利影响。

6、终端用户偏好变化的风险

随着我国人民生活水平的逐步提高，社会大众对于文化产品的需求日益增强，同时对影视作品的欣赏水平在不断提升，对包括影视剧作品在内的文化产品的多样性、新颖性和品质的要求十分迫切。基于前述情况，观达影视将面临终端客户需求偏好的不断变化，若不能及时跟踪和掌握市场动向，将面临自身制作的电视剧作品不能满足终端用户的喜好或需求，进而降低其自身的品牌形象和盈利能力。

7、知识产权纠纷风险

根据《中华人民共和国著作权法》的有关规定，影视作品制作机构在制作影视作品的过程中使用的题材、剧本、音乐等，均需获得该知识产权的所有者的许可，然而影视作品往往存在多方主张知识产权权利的情形，因此影视作品制作机构存在侵犯第三方知识产权而产生纠纷乃至诉讼的潜在风险。知识产权纠纷及诉讼会分散影视作品制作机构的人力和精力，并可能因赔偿问题导致财务损失。

8、电视剧预售的违约风险

电视剧预售方式是指影视剧制作机构在电视剧作品取得发行许可证之前，就通过签订预售协议的方式将未来电视剧的电视播映权或信息网络传播权提前销售给电视台、网络视频服务企业等客户。然而，影视制作从立项、投资资金到位、剧本的撰写、演员确定、具体完成拍摄到后期制作、取得相关部门的审查和许可，直至平台播放，周期较长，投资较大、不可控因素较多，变动的可能性大。如果预售的电视剧最终不能发行，影视剧制作机构将会因不能履行合同而承担相应的违约责任。虽然报告期内观达影视不存在电视剧最终未能取得发行许可证导致承担违约责任的情形，但不能保证未来不会发生该等情形，从而对观达影视的财务状况和经营业绩带来的潜在不利影响。

（三）科翼传播相关经营风险

1、行业竞争加剧的风险

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，具体可分为综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作三大业务板块。科翼传播凭借自身资源优势和长期经验积累，在内容整合营销传播和内容制作领域拥有了一定的口碑和声誉，具有一定的竞争优势。但是上述行业目前市场集中度较低，宏观政策环境相对宽松，并且行业不存在较高的进入壁垒，行业未来可能会面临竞争加剧的风险。面对行业竞争的加剧，如果科翼传播不能持续提升服务水平、引进优秀人才、拓展优质客户、扩大业务规模和增强抗风险能力、准确把握行业的发展趋势和客户需求的变化，则可能将对科翼传播经营业绩产生不利影响。

2、行业监管政策变动带来的经营及估值风险

目前，相对于传统媒体，互联网（包括移动互联网）作为新兴的媒体传播渠道，所受到的政策监管相对宽松，行业进入门槛不高，行业竞争较为充分，媒体资源量充裕，为互联网整合营销行业的持续快速发展提供了良好的外部环境。但是如果未来国家对互联网的监管政策发生变化，致使互联网领域内的创新、竞争或信息传播受到影响，将会对科翼传播业务经营产生不利影响。

此外，科翼传播的业务主要涉及综艺节目这一文化消费品，而综艺节目对监管政策的敏感度较高，相关政策法规的发布会对综艺节目的发展趋势和前景带来一定的影响。目前，国家新闻出版广电总局出台的相关政策并不存在对科翼传播业务产生重大不利影响，但综艺节目的发展在我国一直处于高度监管的领域，不排除未来国家对综艺节目的监管政策发生变动，致使综艺节目的发展受到限制，对科翼传播经营业绩产生负面影响，从而影响科翼传播的估值。

3、核心人员流失的风险

作为娱乐整合营销服务提供商及新媒体内容提供商，稳定、高素质的核心人员是科翼传播的关键要素资源之一，是保持和提升科翼传播竞争力的重要因素。虽然为保证核心人员的稳定，科翼传播已采取了签署相应的劳动合同，与核心人员约定服务年限等措施，但如果在整合过程中，科翼传播的核心人员不能适应上市公司的企业文化和管理模式，仍有可能出现核心人员流失的风险，进而对上市公司经营及收购效果带来负面影响。为了保证核心人员的稳定，上市公司在人才选聘、激励机制等方面将充分尊重科翼传播的原有安排，并与科翼传播共同努

力不断优化人才晋升及激励机制，以最大程度降低核心人员流失的风险。

4、与强势媒体持续合作的风险

目前，科翼传播与众多强势媒体建立了合作关系，为浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、深圳卫视、腾讯视频、爱奇艺、灿星制作等电视台、视频网站及内容制作公司提供综艺节目及影视剧宣发服务或内容提供服务。科翼传播在与强势媒体合作的过程中处于弱势地位，在双方的合作过程中，如果科翼传播未能达到强势媒体的有关 KPI 考核指标，则将面临无法顺利续签的风险，对其经营带来不利影响。

八、并购整合风险

本次交易完成后，掌维科技、观达影视、科翼传播将成为上市公司的全资子公司，上市公司将主要在企业文化、团队管理和激励、资源共享与协同等方面对各标的公司进行整合，不会对其组织架构和人员安排进行重大调整。虽然上市公司已经在收购整合中积累了一定的经验，但本次交易完成后能否通过并购整合既保证上市公司对标的公司的控制力又保持标的公司原有竞争优势并充分发挥本次交易的协同效应，具有不确定性。

九、募投项目未能达到预期的风险

本次募投项目为“掌维科技动漫 IP 库建设项目”，拟初步利用掌维科技原有的网络小说 IP 储备，筛选出 100 部小说作品，聘请外部动画师进行动漫的绘制，建设动漫 IP 库，并在此基础上初步搭建在线动漫阅读平台，后续拟同时采用自主 IP 绘制动漫及吸引动漫作者加盟的模式，不断壮大该动漫阅读平台。然而，目前我国网络漫画平台已经形成了“腾讯动漫”以及“有妖气”双雄并立的格局，不仅吸引了主流的动漫作者，同时吸引了主流的阅读流量，掌维科技此平台的搭建存在激烈的市场竞争风险，该项目存在不能达到预期的风险。

十、本次重大资产重组可能摊薄即期回报的风险

本次重大资产重组实施完成后，公司的总股本规模较发行前将出现一定增长。本次重大资产重组的标的公司预期将为公司带来较高收益，将有助于公司每

股收益的提高。但未来若上市公司或标的公司经营效益不及预期，公司每股收益可能存在下降的风险，提醒投资者关注本次重大资产重组可能摊薄即期回报的风险。

本次重组实施完毕当年，上市公司若出现即期回报被摊薄的情况，上市公司拟采取相关措施填补即期回报，公司董事、高级管理人员已出具《关于公司重大资产重组摊薄即期回报采取填补措施的承诺函》，拟增强公司持续回报能力，但是该等填补即期回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

十一、股市波动风险

股票价格不仅取决于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、利率、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偏离其价值。本次交易需要有关部门审批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。

第一节 本次交易概况

一、本次交易的背景及目的

（一）本次交易的背景

1、国家文化产业战略地位提升，助力文化企业实现跨越式发展

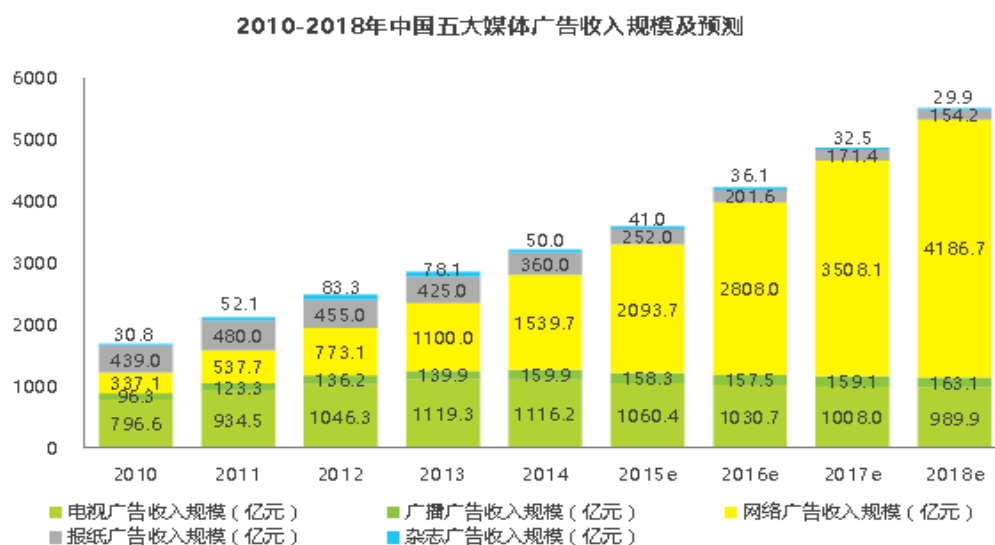
2016年3月，经第十二届全国人民代表大会第四次会议批准发布的《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》明确提出，今后五年经济社会发展的主要目标之一是公共文化服务体系基本建成，文化产业成为国民经济支柱性产业，中华文化影响持续扩大；同时指出要推进文化事业和文化产业双轮驱动，实施重大文化工程和文化名家工程，为全体人民提供昂扬向上、多姿多彩、怡养情怀的精神食粮；加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏等新兴产业，推动出版发行、影视制作、工艺美术等传统产业转型升级；推进文化业态创新，大力发展创意文化产业，促进文化与科技、信息、旅游、体育、金融等产业融合发展；推动文化企业兼并重组，扶持中小微文化企业发展，扩大和引导文化消费。将发展文化产业作为国家重大战略已被提升到新的高度。

在文化产业成为国民经济支柱性产业的背景下，国家相关部委连续发布了《文化产业振兴规划》、《关于加快文化产业发展的指导意见》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》、《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》、《“十二五”时期文化改革发展规划》、《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》、《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》等多项扶持文化产业的配套政策、文件，鼓励推动跨地区、跨行业联合或重组，尽快壮大企业规模，提高集约化经营水平，促进文化领域资源整合和结构调整；鼓励有实力的文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，培育文化产业领域战略投资者；鼓励已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组，迅速做大做强。

我国文化产业战略地位的不断提升和国家政策对文化产业的大力扶持将为我国文化产业发展提供难得的战略机遇，将助力文化企业实现跨越式发展。思美传媒作为行业内的上市企业面临较好的发展机遇和广阔的发展空间。

2、网络新媒体呈现出爆发式增长，传媒企业面临转型升级

近年来，随着 PC 互联网、移动互联网、社会化网络的快速发展，网络新媒体呈现爆发式的增长趋势，而传统媒体业务受新媒体的持续冲击。根据 iResearch 《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》，2015 年，中国网络营销收入突破 2,000 亿元，同期电视广告收入 1,060 亿元，2015 年网络营销收入接近广电（电视+广播）整体广告规模的 2 倍；受网民人数增长，数字媒体使用时长增长、网络视听业务快速增长等因素推动，未来几年，网络营销收入增长空间仍较大。



数据来源：iResearch 《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》

此外，根据群邑智库的统计数据，2015 年，广告主在纸质媒介方面，报纸广告花费减少 30%，杂志广告花费减少 19%；在电视媒介方面，受“广告限播令”和“受众注意力碎片化”的双重影响下，电视媒介发展呈现硬广减少，软广植入花费增长迅猛的趋势，软广的优势越来越明显，受到了更多广告主的注意，2015 年传统硬广厂商数量较上年数量下降 5%，而植入广告厂商数量则较上年增长了 30%。卫视是植入广告的主要阵地，尤其是集中在一线卫视的热门综艺及影视剧上，特别是随着《中国好声音》、《奔跑吧兄弟》、《欢乐颂》、《美人鱼》等热门综艺及影视剧的出现，使软广植入呈现爆发式的增长。

在传统媒体业务增长乏力，硬广投放向软广植入转变的背景下，传媒企业纷纷加快了向传媒全产业链布局的步伐，围绕 IP、互联网营销的并购规模不断扩大，以掌握媒介业务的主动权，更好地满足客户需要，实现企业的战略转型升级。

3、本次并购的各标的公司业务市场前景良好，且具有突出的竞争优势

本次并购标的公司为掌维科技、观达影视、科翼传播，各标的公司业务具有良好的市场前景，且各标的公司业务在各自所在行业具有突出的竞争优势。

掌维科技主要从事网络文学的版权运营服务，主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务，所处行业为数字阅读行业。受国家产业政策的大力支持，数字出版阅读已成为文化产业新的经济增长点。根据中国新闻出版研究院《2014-2015中国数字出版产业年度报告》显示，2014年我国数字出版产业收入为3,387.7亿元，比2013年增长33.35%，数字出版产业收入占新闻出版产业收入的总占比由2013年的13.9%提升至17.1%。掌维科技致力于为用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权IP推广、运营和服务，并在内容、渠道、技术、运营等方面具有突出的竞争优势。

观达影视主要从事电视剧的策划、制作及发行业务，所处行业为电视剧行业。近年来，一系列扶持文化产业及电视剧行业发展政策的相继出台，为文化行业快速发展提供了良好的政策环境。根据中国产业信息网统计，2010年到2014年，我国电视剧市场规模从62亿元增至130亿元，复合年均增速达到20.3%。根据艾瑞咨询统计，2014年，中国在线视频市场规模已达239.7亿元，同比增加76.4%，2015年市场规模超过400亿元。同时，主管部门推出鼓励国产电视剧精品化、限制进口电视剧的政策，以及消费者观剧方式从电视台端向网络端的快速转变的背景下，电视剧整体市场规模稳步提升，电视剧发行数量回归理性，电视剧行业进入了卫视电视剧平稳发展、网络电视剧快速发展的黄金时期。在良好的行业背景下，观达影视拥有强大的发行和预售能力、全业务链的主创团队、充足的版权资源储备、品牌化运营及系列化开发的可持续发展策略、契合市场的精准作品定位、出色的网络文学版权改编能力以及完善的成本控制体系，大大提高了观达影视的竞争力和持续经营能力。

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，具体可分为综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作三大业务板块，行业涉及互联网整合营销行业和综艺节目制作行业。近年来，互联网整合营销行业和综艺节目制作行业保持了较快的发展速度。就互联网整合营销行业，随着中国互联网

产业的飞速发展，互联网整合营销市场发展迅速。根据 iResearch《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》，2015 年，我国互联网营销市场规模达到 2,093.7 亿元，同比增长 36.0%，并预计至 2018 年整体规模有望突破 4,000 亿元。就综艺节目制作行业，近年来国内综艺节目市场呈现高速增长的态势，特别是随着《中国好声音》、《我是歌手》、《奔跑吧兄弟》等热门综艺节目的出现，其商业价值，特别是广告收入已呈现出爆发式增长的态势。科翼传播在综艺节目及影视剧宣发领域已树立了较高的品牌知名度和市场影响力，参与了《奔跑吧兄弟》、《中国好声音》等国内众多热门综艺的互联网整合营销；在商业品牌整合营销领域，科翼传播已为上海大众、可口可乐、伊利、美丽说、百雀羚、蒙牛、相宜本草、宝马等知名企业提供整合营销服务；在内容制作领域，科翼传播联合腾讯视频、爱奇艺、爱享文化等合作伙伴制作了《燃卡 100 天》、《魅力野兽》、《有料》、《剧透》等网络自制内容，在新媒体内容制作行业获得了一定的市场口碑。同时，科翼传播在商业模式、媒体资源、行业经验、管理团队等方面具有突出的竞争优势。

4、内生式增长与外延式发展并举是实现公司发展战略的重要手段

为积极实现公司的长期发展战略，公司将继续采取内生式成长与外延式发展的方式向这一目标迈进。公司内生式成长战略主要是围绕产品服务、运营模式和市场三个维度，通过提高公司管理能力、管理效率、业务水平，提升现有业务人员素质、增强公司竞争力的方式实现。公司外延式发展战略主要是通过并购具有独特业务优势、较强的竞争实力、与公司现有业务产生协同效应的相关公司，以促进上市公司原有产业业绩的提升，增强公司抗风险能力，从而实现公司跨越式发展。

2015 年以来，公司深入研判行业发展趋势、积极谋划发展新思路，紧紧抓住国家推进传统媒体与新媒体融合发展的战略契机，在新媒体业务方面果敢布局，积极谋划传统媒体与新媒体业务融合发展。2015 年 12 月，公司收购科翼传播 80%的股权，积极布局内容整合营销领域；2016 年 3 月，公司收购爱德康赛 100%的股权，积极布局数字营销领域。本次拟收购掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权、科翼传播 20%股权，可以横向扩展公司的业务板块，纵向开拓公司业务的产业链，助力公司业务登上新的台阶。

（二）本次交易的目的

1、加快完善公司在内容产业链布局，形成大营销、泛内容的业务格局

近年来，在“促发展、调结构”的宏观大背景下，传统行业与新兴行业呈现冰火之势，在国民可支配收入大幅增长以及互联网和互联网技术革新的大背景下，文化消费依然具有巨大的潜力空间。文化行业的各细分领域边界越来越模糊，在创意、娱乐、科技等元素的作用下，彼此融合渗透，形成大文化生态圈。从当前市场来看，大量的营销、游戏、内容企业均将大文化、泛内容定为自己的发展战略，全文化产业链的布局 and 整合运营将变成新常态。

在此背景下，思美传媒根据自身特点与优势，制定了“全景·精准·传播”的发展定位，致力于为客户提供一站式整合营销传播服务。在公司整体发展战略上，将继续夯实原有主营业务发展的基础上，加强公司各业务板块之间的协同发展，以此沉淀积累大量品牌客户，同时继续通过内生与外延结合的方式加快完善在内容产业链的布局，形成大营销、泛内容的格局。

本次交易的标的公司掌维科技是一家优秀的网络文学版权运营商，观达影视是电视剧制作领域的优秀企业，科翼传播在综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和综艺节目制作领域具有一定的竞争力。依托本次收购，公司将横向扩充内容整合营销领域的业务类型，纵向加深公司在内容产业链的布局，逐渐往产业链上游内容端拓展，有望使公司业务增速登上新的台阶。

2、实现上市公司与各标的公司之间资源共享，发挥协同效应

上市公司目前主要业务包括电视广告业务、内容营销业务、互联网广告业务、户外广告业务、品牌管理业务及其他广告业务等，主要为客户提供全方位的整合营销传播服务。经过多年在广告行业的经营，沉淀了欧莱雅、相宜本草、中粮集团、娃哈哈、上海通用、一汽大众、中国平安、中国银行、农业银行、阿里巴巴、京东、滴滴出行、三九医药、滇虹药业等一大批知名的商业品牌客户，并与国内主流地方卫视媒体建立了良好的合作关系，包括浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、湖南卫视等。

本次交易的各标的公司业务同处于文化传媒产业链上下游，交易完成后，可

以通过上市公司平台对各标的公司进行整合，充分发挥协同效应，以增加公司的服务内容，为商业品牌客户提供多维度、全方位的营销服务，提升公司客户粘性，同时也提高了上市公司在争取客户时的比稿竞争力，从而增强公司在行业中的整体竞争力。

通过上市公司对各标的公司的整合，可以在以下方面实现协同效益：



IP 资源方面：掌维科技的主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务，目前掌维科技已拥有丰富的、优质的网络文学 IP 资源，并已开始基于该等优质 IP 资源开展衍生业务。本次交易完成后，掌维科技可以为观达影视的电视剧制作业务、科翼传播的内容制作业务等提供优质 IP 内容，并由观达影视、科翼传播对相关优质 IP 进行衍生开发，极大的提高了优质 IP 的商业变现能力。

客户资源方面：观达影视主要从事电视剧的策划、制作与发行业务，致力于创作观众喜爱的“青春女性品牌剧”，在青春题材市场日益火爆的背景下，由观达影视所制作的《旋风少女》、《美丽的秘密》、《十五年等待候鸟》等青春品牌剧在国内影视市场尤为亮眼。同时，科翼传播已经进入“互联网+娱乐制作”领域，积极参与到互联网综艺制作中，目前主要专注于网络原生内容的研发、制作和投资。本次交易完成后，观达影视、科翼传播可以充分利用上市公司的商业品牌客户资源，在观达影视拍摄的青春影视剧或科翼传播制作的网络综艺中植入大量的商业品牌，实现上市公客户商业品牌价值的最大化，提升上市公司的客户服务能力。

媒体资源方面：科翼传播作为国内内容整合营销领域的领先企业，拥有一定的行业地位和市场影响力，在综艺节目及影视剧营销领域，形成以浙江卫视、东

方卫视、江苏卫视等国内众多强势媒体为主的客户群体；同时，观达影视主要从事电视剧的策划、制作与发行业务，与湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视、东方卫视等各省级电视台在内的数十家电视剧播出机构建立了良好的合作关系。本次交易完成后，一方面，科翼传播可以利用其在影视剧宣发领域的优势对观达影视剧作品进行网络推广，以扩大观达影视制作的影视剧影响力；另一方面，将进一步加强上市公司与国内主流地方卫视媒体的业务合作，增强公司在与地方卫视媒体业务合作中的话语权。

此外，科翼传播作为近年来国内众多现象级综艺节目的全案整合营销服务提供商，对众多现象级综艺节目模式均有深入研究，使得科翼传播对于优质内容有着超前精准的判断能力，而这种超前判断能力可以帮助上市公司的大量商业品牌客户实现精准的广告投放需求，同时科翼传播自身具备丰富的商业品牌内容整合营销服务经验，可以使商业品牌与内容本身进行完美的融合，并利用互联网进行广泛的二次传播，由此上市公司客户粘性将得到极大提高，也提升了上市公司在争取客户时的比稿竞争力。

3、本次交易有利于增强上市公司盈利能力，提升上市公司整体价值

上市公司本次并购的标的为掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 20%股权，本次并购标的公司所处行业具有良好的市场前景，且各标的公司业务在各自所在行业具有突出的竞争优势，各标的公司具有良好的可持续盈利能力。

本次交易完成后，掌维科技、观达影视、科翼传播将成为思美传媒的全资子公司，上市公司盈利能力和可持续发展能力将得到大幅提升。根据各交易对手方对各标的公司的利润承诺：如本次交易于 2016 年度实施完毕，掌维科技 2016 年、2017 年、2018 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 3,600 万元、4,400 万元、5,500 万元；观达影视 2016 年、2017 年、2018 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元；科翼传播 2016 年、2017 年、2018 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 3,350 万元、4,020 万元、4,824 万元。如本次交易在 2017 年实施完毕，掌维科技 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 3,600 万元、4,400 万元、

5,500 万元、5,800 万元；观达影视 2016 年、2017 年、2018 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元、12,335 万元。

因此，通过本次交易将进一步扩大上市公司业务规模，大幅增强上市公司未来的盈利能力，进而有助于提升上市公司整体价值，更好的回报公司股东。

（三）各标的公司业绩承诺预计净利润增长的依据

1、掌维科技

（1）良好的行业发展趋势为掌维科技业绩大幅增长创造了有利的外部环境

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，致力于为网络用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务，其主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务，其所处行业为数字阅读行业。数字阅读是互联网行业和数字出版行业交叉形成的细分行业，伴随近年来互联网（包含移动互联网）行业和数字出版产业的高速发展，以及国民数字化阅读比率的提升、手机阅读的快速发展、优质网络文学巨大商业价值变现等因素的影响，数字阅读行业正处于快速发展的阶段，数字阅读具有良好的发展前景。

（2）国家产业政策对数字阅读行业的发展提供大力支持

数字阅读属于国家鼓励发展的产业。一方面，近年来国家相关部门颁布了一系列鼓励行业发展的产业政策，为行业发展建立了良好的政策环境。如：2009 年 09 月国务院发布的《文化产业振兴规划》明确指出，要大力发展有声读物、电子书、手机报和网络出版物等新兴业态；2013 年 11 月召开的党的十八届三中全会指出，鼓励非公有制文化企业发展；2014 年 04 月国家新闻出版广电总局出版的《关于推动新闻出版业数字化转型升级的指导意见》明确指出，提升数字化转型升级技术装备水平，加强数字出版人才队伍建设，探索数字化转型升级新模式。另一方面，国家加大了对盗版侵权行为的打击力度，如：国家最近几年开展的打击网络侵权盗版“剑网行动”，针对网络（手机）文学、音乐、影视、游戏、动漫、软件等重点领域的盗版侵权行为进行严厉处罚。随着国家打击盗版侵权行为的不断加强，有效肃清了数字阅读行业中的不良因子，净化了行业发展环境。因此，国家产业政策的大力支持，为数字阅读行业及数字阅读企业的长期

稳定发展奠定了良好的基础。

（3）掌维科技在数字阅读行业具有突出的竞争优势

掌维科技是国家高新技术企业、中国数字与音像出版协会理事单位，致力于为网络用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务，其主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。掌维科技在内容、渠道、技术、运营等方面具有突出的竞争优势。

内容方面，掌维科技通过与众多版权机构、作者建立长期的合作关系，并运营自有互联网阅读平台“原创书殿”、“言情书殿”及手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”，建立了稳定的数字内容获取渠道。经过不懈努力，掌维科技已经积累了丰富的数字内容。截至报告期末，掌维科技已成功签约作者 1,700 余名，签约优质版权数量 2,100 余本。数字内容涵盖玄幻仙侠、现代言情、古代言情、游戏竞技、军事历史、悬疑灵异等多个阅读系列。

渠道方面，经过近年来的持续经营，掌维科技积累了大量的用户资源，截至报告期末，掌维科技互联网阅读平台累计注册用户数超过 740 万，其中“原创书殿”作为最主要的阅读平台，累计注册用户数超过 670 万；“奇悠阅读 APP”累计下载用户超 3,600 万，激活用户超 1,200 万，月活跃用户超过 470 万，日活跃用户超过 24 万。同时截至报告期末，掌维科技运营的“原创书殿”和“小说阅读”微信订阅号合计关注用户已超过 220 万，为掌维科技通过向微信订阅号推送优质内容以吸引阅读用户提供了良好的渠道。

技术方面，掌维科技是国家高新技术企业，拥有一支富有创造力的研发团队。自成立以来，掌维科技始终坚持以技术研发带动企业运营，注重数字阅读行业的相关技术的跟踪、研究和开发。目前掌维科技已拥有数字出版物版权保护技术、数字出版物运营管理技术、数字出版物仿真翻页算法技术、数字出版物连载章节自动更新技术等多项核心技术，构建起了运营数字阅读业务所需要的完整技术体系。截至报告期末，掌维科技共拥有计算机软件著作权 15 项。

运营方面，掌维科技的运营管理平台能够及时获取客户端用户的需求数据，通过整合与分析，能够针对不同的渠道、用户或地域进行个性化内容推送和运营。

同时，可以挑选出较理想的营销渠道或组合，一定程度上降低企业的营销成本。同时，掌维科技自主研发的“奇悠阅读 APP”客户端通过技术缓存的手段可以支持大量用户同时在线，并可实现多机房的动态、平行切换，在出现紧急情况时，仍可保证客户端的正常运行。

（4）经营业绩增长的合理性分析

最近两年一期，掌维科技归属于母公司所有者的净利润分别为 286.39 万元、483.13 万元和 4,005.06 万元，2015 年度因确认股权激励费用 733.46 万元导致当期净利润较低；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 228.66 万元、1,163.14 万元和 3,956.08 万元，分别较上期增长 408.68%和 410.18%（年化），保持较高增速。掌维科技报告期内业绩增长主要源于行业发展机遇、企业自身竞争优势、营销推广的投入和用户数量的增长等因素。

根据本次交易相关业绩承诺，如本次交易于 2016 年度实施完毕，掌维科技 2016 年度、2017 年度和 2018 年度净利润分别不少于 3,600 万元、4,400 万元和 5,500 万元。如本次交易在 2017 年实施完毕，掌维科技 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年度净利润分别不少于 3,600 万元、4,400 万元、5,500 万元和 5,800 万元。其中，预测 2016 年度净利润较 2015 年度增长 209.51%，延续了公司历史上较高的增长，预测 2016 年度净利润为 2016 年 1-8 月实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润的 91.00%，当期业绩承诺较为谨慎；2017 年、2018 年承诺业绩分别较上期增长 22.22%、25.00%，增长幅度与行业及同行业相比处于合理水平。

（5）业绩承诺与同行业公司的比较分析

①同行业公司历史经营业绩情况分析

近两年，同行业上市公司、挂牌公司或拟上市公司营业收入及净利润情况如下：

可比公司	项目	2015 年度 (万元)	2014 年度 (万元)	增长率 (%)
点众科技 (836285)	营业收入	4,862.59	1,410.95	244.63
	净利润	1,010.55	187.18	439.88

博易创为（836025）	营业收入	5,130.54	1,926.62	166.30
	净利润	1,530.56	244.84	525.14
中文在线（300364）	营业收入	39,024.62	26,973.81	44.68
	净利润	2,936.66	4,610.12	-36.30
掌阅科技	营业收入	63,967.09	41,961.65	52.44
	净利润	3,536.40	6,418.17	-44.90

由上表可见，同行业公司 2015 年度营业收入均实现较大比例的增加。中文在线、掌阅科技因 2015 年度确认金额较大的股权激励及其他费用导致当期净利润下降，与掌维科技规模相近同行业公司点众科技、博易创为 2015 年度净利润均实现大幅增长。

②同行业公司未来预计经营业绩情况分析

近期上市公司收购数字阅读行业标的公司的案例中，各被收购企业的业绩承诺情况如下：

上市公司	标的公司	项目	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
凯撒股份	幻文科技	净利润（万元）	-22.94	402.95	4,000.00*	5,000.00*	6,250.00*
		增长率（%）	-	-	892.67	25.00	25.00
浙报传媒	爱阅读	净利润（万元）	-	355.87	530.61*	920.21*	1,164.49*
		增长率（%）	-	-	49.10	73.42	26.55
华媒控股	精典博雅	净利润（万元）	-837.84	713.26	2,400.00*	2,888.00*	3,456.00*
		增长率（%）	-	-	236.48	20.33	19.67

注：上述财务数据“*”标注并加粗显示的净利润均为承诺净利润，2013 年度和 2014 年度为收购前实现净利润。

由上表可见，被收购的数字阅读企业的未来承诺业绩较报告期内的经营业绩均有较大幅度提升，显示了同行业企业对行业未来发展的良好预期。

综上所述，基于掌维科技的历史经营数据，综合考虑行业的发展趋势及公司竞争优势、渠道建设、用户积累等因素，掌维科技未来三年的业绩承诺基本符合行业发展情况以及公司自身经营现状，具有合理性。

2、观达影视

（1）行业发展带来观达影视的成长机遇

①传统电视广告向领先卫视的集中趋势和在线视频市场的快速增长保证了目标市场规模在未来年度中仍能保持较高速的增长

观达影视产品的主要销售对象是领先的卫视频道和主流网络视频媒体，这两个目标市场在未来年度预期都将保持较高速的增长。

尽管电视媒体的总体广告收入增长放缓，但广告投放向领先卫视集中的趋势愈加显著，2015年湖南卫视的广告收入突破了100亿，成为央视一套以外又一个收入过百亿的单一频道。与此同时，浙江卫视、江苏卫视在2015年已经迈过了50亿年收入的门槛，东方卫视也逼近50亿年收入的关口。综合我国电视市场的整体规模和传播价值，在全国性的电视广告投放越来越向前列卫视集中的发展趋势下，领先的全国性卫视频道的收入在未来年度仍然会保持较大的增长。

同时以优酷土豆、腾讯、爱奇艺、乐视、搜狐、芒果TV等为代表的网络视频媒体，也将在未来年度继续保持高速的增长。2010年至2014年，在线视频行业规模由31.3亿元激增至245亿元，年复合增长率高达67.5%，仍处于快速上升的通道中。用户规模方面，2008年至2015年6月，我国网络视频用户规模由2亿人迅速增至4.61亿人，网络视频的传播价值重要性与日俱增。与此同时，2015年，我国视频用户的付费比例达到17%，较2014年增长5.3个百分点，国内视频网站付费用户规模达到2,200万，较2014年的945万增长133%。付费观看收入的高速增长也将保障网络视频媒体收入在未来年度持续以较高速度增长。由于在线视频具备多元化、便捷性、互动性等独特优势，展现出比传统电视市场更高的弹性，未来将继续维持良好的增长态势。

②播出平台对优质青春类影视剧节目的需求

目前我国优质电视剧依旧是稀缺资源，呈现供不应求的卖方市场局面。为了保证稳定的收视率，二三线卫视只能选择二三轮播放大制作的剧集。优质影视内容的市场价格，在领先卫视和网络视频的需求推动下，保持着较高的增长趋势。近两年的价格增长趋势尤为明显，精品电视剧在2014年的单集版权总收入（电视台+网络）为600万左右，2015年突破800万，2016年已有部分电视剧达到

1500 万的天价，但与美国优质剧集动辄 300-400 万美元、甚至 1000 万美元的制作成本相比，未来仍然有一定的增长空间。

领先卫视和网络视频媒体在激烈的竞争中都迫切需要能够带来高关注度、高收视高点击、具有品牌效应的“爆品”，例如 2015 年年底播出的《芈月传》。在 2015 年的同档期，卫视收视率仅次于《芈月传》的电视剧就是观达影视出品的《美丽的秘密》，同时，该剧也是 2016 年上半年湖南卫视全国网收视率最高的电视剧。

从观达影视出品的《旋风少女》的受众来看，该作品 23 岁以下观众占比 43%，女性观众占比 62%，小学到高中加起来占比达 87%，其中初中占比 41%。暑假期间，学生观众回流，从这些年轻女性学龄观众集中的节目作品可以看出，《旋风少女》是当之无愧的“学龄定制项目”，从收视走高到完美落幕，成为了最符合湖南卫视年轻学龄观众胃口的青春偶像类剧目品牌，很好地契合了领先卫视和网络视频媒体对优质青春类影视剧节目的需求。

③领先卫视对周播栏目的迫切需求

2015 年，芒果影视获独家授权，正式负责统筹湖南卫视两大周播品牌之一的《青春进行时》。2015 年暑期档，由芒果影视与观达影视联合出品的青春热血励志作品《旋风少女》在湖南卫视每周二、三晚 22 点档的《青春进行时》掀起了一阵收视高峰。根据 CSM 全国网数据统计，从 7 月 7 日上档播出，至 8 月 26 日大结局，该作品共播出 16 天 32 集，凭借热门文学 IP 改编的影视化契机，依托“小鲜肉、高颜值”的演员阵容、热血青春励志的剧情、台网双屏互动平台全开放、暑期年轻观众回流等利好因素，《旋风少女》凭借 15.31%的平均份额和 2.42%的平均收视率遥遥领先其它剧目，是第二名《爱的妇产科 2》份额的 2.5 倍，成为《青春进行时》收视最高的剧目。《旋风少女》播出期间，湖南卫视周二、周三后晚间时段(22:00-24:00)的平均收视率达到 2.17%、市场份额为 14.53%，稳居同时段第一；第二名央视六套同时段收视率 0.51%、市场份额 3.43%，湖南卫视是其份额的 4 倍有余。《旋风少女》微博话题讨论数超过 56 亿次，被湖南电视台台长称为“周播爆款”。

可见，《旋风少女》无论是作品的特色定位还是受众的精准对接，都非常契

合湖南卫视暑期核心观众的惯性收看体验，对湖南卫视后晚间时段的收视率拉动明显，不仅提升了湖南卫视的周播栏目品牌，更有助于提升观众对于播出平台的忠诚度。在网络同步追看热播综艺节目的风潮下，《旋风少女》成功地培养出了更多适应电视周播模式的收视人群，而这批人多以年轻学龄观众为主，也是未来电视节目的收视主力。

经过数年的培育，目前周播剧场已进入爆发期，通过不同的播放形式，使观众获得了更丰富的电视剧观看体验，也培育了一批新的电视剧受众，带动了电视剧市场的创新和繁荣。周播剧的战略地位凸显，价值有待不断挖掘，俨然成为各大卫视新的竞争领域。湖南卫视在经历数年的尝试后，2015年周播电视剧《花千骨》横空出世，短时间内成为现象级作品，浙江卫视和江苏卫视随即都推出各自的周播剧计划，其他电视台也跃跃欲试，计划打入周播剧市场。

④在线视频市场的高速增长引发对优质内容的渴求

根据艾瑞咨询的统计和预测，2015年中国在线视频市场规模超过400亿，同比增长率为61.2%，到了2018年，中国在线视频市场规模将超过1000亿。在线视频整体市场规模保持快速增长，并且出现了一些新的增长点：首先，视频用户付费市场在各家视频企业的推动下有了长足的增长，付费用户数量大幅增加；其次，视频行业对于内容的追求精益求精，IP策略和内容运营以及对内容自制的推动，使得视频内容有了更多的利润想象空间。

相比2014年，2015年用户付费市场实现了爆发性增长。未来几年仍是付费用户的爆发期，市场环境已经发展成熟，在各视频企业的推动下，视频增值服务将逐渐发展为与广告同等重要的收入来源。而独播的内容则成为各企业吸引用户付费的重要筹码，用户除了付费之外很难通过其他渠道获得这些独播的内容。许多企业都将独播战略作为增强自身竞争力的手段，电视台和在线视频企业之间的竞争不断加剧，双方对优质内容的争夺力度逐渐加大。

丰富的内容是视频网站吸引用户的根本动力。随着对知识产权保护力度的提升，主流视频企业都大力采购丰富的版权内容以吸引用户，使得在线视频生态不断完善，形成了丰富的多层次的在线视频内容体系，不但能够为用户提供更多的选择，同时也为吸引用户付费，提供不同层次的内容服务创造了空间。而且，从

用户的付费意愿上来看，用户更愿意为影视剧内容付费，这是视频资源的稀缺程度以及内容质量决定的。

此外，2015 年被称为网络文学的“IP”元年，视频企业也争相将热门 IP 纳入自己的内容体系内，力图借助热门 IP 打造更多热门影视剧和现象级作品。而热门 IP 改编本身属于“粉丝经济”的一部分，IP 本身就拥有大量的关注者，改编成影视剧之后更容易形成爆点。观达影视自成立以来，一直致力于网络电视剧的制作和网络文学版权的运营，陆续推出了网络电视剧《球爱酒吧》、网络人气文学作品《旋风少女》、《十五年等待候鸟》，取得了良好的收视效果，目前《旋风少女 2》已经于 2016 年暑假档期在湖南卫视播出。由此可见，观达影视在网络文学版权的运营上具备熟练的操作和丰富的经验，在网络视频市场的份额争夺中处于优势地位。

（2）观达影视在行业内的竞争优势

①强大的发行和预售能力

观达影视已与湖南卫视、浙江卫视、福建东南卫视、广东卫视等各省级电视台在内的数十家电视剧播出机构和优酷土豆、乐视网等网络视频新媒体企业建立了合作关系，形成了较为完整的电视剧发行网络。自成立至今，观达影视的所有作品均由自己的发行团队负责宣传发行，每部作品均实现了在国内领先的卫视频道首播播出或在优酷土豆、乐视网等知名视频网站播出。强大的发行和预售能力确保观达影视规避了电视剧作品最重要的销售风险，在客户端则积攒了良好的口碑，将双方的战略合作引入良性循环，同时，作品的预售带来了预收账款，保障了观达影视现金流的稳定。

②全业务链的主创团队

观达影视的核心主创团队由周丹、沈璐和严俊杰三人组成，其中严俊杰负责策划和创作业务，周丹负责策划和制片业务，沈璐负责发行业务。三位团队成员不仅均在电视剧产业从业多年，具有丰富的专业经验，而且作为一个完整的管理团队，曾在克顿传媒共事多年，管理业绩记录优良，具备良好的合作关系和创业基础，形成了完整的“创意策划-剧本创作-拍摄制作-宣传发行”主创团队，构筑

了观达影视在行业内的牢固市场竞争力。

③充足的版权资源储备

自成立以来，观达影视一直注重优秀小说改编权或剧本的储备，目前已确定的联合拍摄项目有安宁的小说《温暖的弦》、电影版《旋风少女》，已获得的电视剧改编权包括酒小七的小说《隔壁那个饭桶》和《浪花一朵朵》、盈风的小说《约会黑色盛装骑士》，已达成购买意向的电视剧改编权包括明晓溪的《旋风少女》系列第三季和第四季。

同时，随着经营规模的扩大，观达影视策划部也不断扩充，有序培养自己的策划团队和创作团队。自有团队对政策导向、观众偏好有着较为准确的把握和预见，能够将主流文化价值与普通观众欣赏需求相结合，既保证了影视剧的品质和风格，又大大保证和提高了制作的效率。目前观达影视正在策划和创作的储备作品包括《超感恋人》、《玄天战士》、《幸福的意外》、《篮球兄弟》等。

目前观达影视储备的小说改编权和原创策划项目数量足够自身开发 3-4 年。

④品牌化运营及系列化开发的可持续发展策略

自观达影视成立以来，创始团队一直秉承品牌化运营的理念。基于对市场趋势的把握和对客户需求的调研，观达影视以青春优质偶像为题材、以周播栏目为形式，帮助客户在细分市场迅速占据了领先地位，并在短时间内树立了自身的品牌，成为周播栏目的金牌制作企业。

观达影视创始团队在任职好剧影视期间，连续完成了多部青春女性情感系列影视作品，认识到了影视剧系列化开发的价值，并作为观达影视的可持续发展策略。系列化开发不但可以延长影视剧产品的生命周期，能让客户更快接受并购买新的影视剧产品，而且可以围绕不断积累的影视剧 IP 开发更多商业机会。

⑤契合市场的精准作品定位

电视剧作为一种大众文化消费产品，对作品的喜好程度主要取决于消费者的感觉，这就要求电视剧作品必须吻合广大消费者和目标市场的审美和喜好。青春和爱情是影视剧作品中广泛涉及的创作元素，青春偶像剧和都市爱情剧也是受众

广泛、得到各大卫视和视频网站高度认可的剧种。

观达影视基于对市场趋势的敏锐观察、对卫视和视频网站节目需求的深入研究并结合自身创作和管理团队的优势，将作品定位和制作风格明确为：为年轻观众打造的“青春优质偶像剧”和为女性观众打造的“青春女性情感剧”。青春优质偶像剧和青春女性情感剧不仅在形式上有所互补，降低了观达影视的经营风险，而且也有效满足了电视台和视频网站的采购需求。

⑥出色的网络文学版权运营能力

由于原创剧本创作耗时久、效果不确定，近年来已越来越无法满足电视剧市场对于优秀版权的需求，进而，优质的网络文学版权则受到电视剧市场的看好，这些网络文学作品拥有大量的粉丝，确保了电视剧的受众群体和播出效果。

观达影视自成立以来，一直致力于网络电视剧的制作和网络文学版权的运营，2014年推出了网络电视剧《球爱酒吧》，2015年推出了由明晓溪的网络人气文学作品《旋风少女》改编的同名周播栏目，2016年推出了由盈风的网络小说《十五年等待候鸟》改编的同名周播栏目，均取得了良好的收视效果。《旋风少女2》已在2016年暑假档期在湖南卫视播出，首播时全国网平均收视率1.58%，平均份额为9.77%，CSM52城市网平均收视率1.003%，平均份额为5.236%，位列双网同时段第一。

此外，观达影视已确定合作拍摄的项目有安宁的网络小说《温暖的弦》，同时，取得了酒小七的网络小说《隔壁那个饭桶》、盈风的网络小说《约会黑色盛装骑士》等网络文学作品的电视剧版权，并开始了剧本的改编工作，将陆续推出。由此可见，观达影视在网络文学版权的运营上具备熟练的操作和丰富的经验，在电视剧市场的转型浪潮中处于优势地位。

（3）经营业绩增长的合理性分析

最近两年一期，观达影视归属于母公司所有者的净利润分别为125.57万元、3,034.03万元和5,964.64万元，分别较上期增长2,316.21%和293.36%（年化）；其中2015年较2014年增长幅度较大，主要系公司成立于2014年，基数较小，2016年1-8月实现的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润5,798.02

万元，占 2016 年承诺利润的 93.52%，当期业绩承诺较为保守。

根据本次交易相关业绩承诺，如本次交易于 2016 年度实施完毕，观达影视 2016 年度、2017 年度和 2018 年度净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元。如本次交易在 2017 年实施完毕，观达影视 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年度净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元、12,335 万元。

观达影视的作品主要分为周播栏目和电视剧。为降低经营风险，观达影视发行部及市场部会就较为成熟的储备项目与主要卫视客户进行沟通，包括剧情梗概、主要演员等，获得主要卫视客户认可后，继续完成剧本编写和修改工作，并立项准备拍摄。如拍摄项目为周播栏目，客户会于短期内与观达影视签订委托摄制协议并预付前期拍摄投资款；如拍摄项目为电视剧，观达影视会于电视剧拍摄后期，剪辑样片供给主要卫视客户观看，如明确意向，在取得发行许可证前即会与客户签订播映权转让协议。因此，观达影视立项拍摄的周播栏目和电视剧的销售情况良好，经营风险较低。在未来收入预测过程中，结合了上述剧目安排、并参考目前市场价格对收入进行了预测。根据收入预测明细表统计，报告期内及未来预测期间公司制作、销售影视剧（不含二轮播出）的集数、收入及平均单价如下表：

年度	集数（集）	收入（万元）	平均单价（万元/集）
2014 年	47	5,474.94	116.49
2015 年	71	16,008.63	225.47
2016 年（E）	82	21,766.92	265.45
2017 年（E）	100	35,750.00	357.50
2018 年（E）	132	47,913.21	362.98

周播栏目和电视剧的发行收入预测主要根据原创小说的热门程度、剧本情节的接受范围、主要演员的选取、作品的题材类型以及系列 IP 开发程度，同时参考市场行情。例如，《旋风少女》第二季已经具备了第一季的粉丝基础，又选取了知名偶像作为男主角，每期节目的单价即上涨了约 44.6%。而随着该 IP 的持续开发制作，未来第三季和第四季的每期单价有望继续保持上升。

观达影视目前已策划并进行实施的电视剧项目已可覆盖 2016-2018 年三年的业务且能部分覆盖 2019-2020 年的收入，随着团队的发展、规模的增长，观达影视的主营业务对于支撑未来收入和盈利预测具有积极的推动作用。

(4) 未来年度观达影视电视剧预测情况如下：

单位：万元

序号	年份	剧目名称	题材	集数	总投资额	预测单集价格	发行渠道	销售方式
1	2016	旋风少女第二季	青春	36	8,320.00	349	委托制作方发行	预售（受托制作）
2	2017	情感 1	情感	56	8,960.00	315	自主发行	拟预售
3	2017	青春 1 二轮	青春	36		28	委托制作方发行	拟成片后发行
4	2017	青春 2	青春	36	11,880.00	500	自主发行	拟预售
5	2017	情感 2	情感	36	9,000.00	340	自主发行	拟预售（受托制作）
6	2018	情感 2 二轮	情感	36		25	委托制作方发行	成片后发行
7	2018	喜剧 1	情景喜剧	20	2,000.00	155	自主发行	拟预售
8	2018	情感 3	情感	42	10,080.00	370	自主发行	拟预售
9	2018	情感 4	情感	42	16,800.00	640	自主发行	拟预售
10	2018	情感 5	情感	28	6,160.00	300	自主发行	拟预售（受托制作）
11	2019	青春 3	青春	32	9,600.00	400	委托制作方发行	拟预售（受托制作）
12	2019	古装 1	古装玄幻	40	16,000.00	690	自主发行	拟预售
13	2019	情感 6	情感	32	11,200.00	600	自主发行	拟预售
14	2019	情感 7	情感	28	8,400.00	400	自主发行	拟预售（受托制作）
15	2020	青春 3 二轮	青春热血	32		28	委托制作方发行	拟预售
16	2020	喜剧 2	情景喜剧	20	3,000.00	220	自主发行	拟预售
17	2020	青春 4	青春	35	11,200.00	420	自主发行	拟预售（受托制作）
18	2020	青春 5	青春	36	12,960.00	580	自主发行	拟预售
19	2020	青春 6	青春	32	11,200.00	480	委托制作方发行	拟预售（受托制作）

20	2020	情感 8	情感	30	9,000.00	460	自主发行	拟预售
21	2020	情感 7 二轮	情感	28		25	委托制作 方发行	拟预售
22	2021	青春 4 二轮	青春	35		28	委托制作 方发行	拟预售
23	2021	青春 6 二轮	青春	32		28	委托制作 方发行	拟预售
24	2021	青春 7	青春	35	12,250.00	470	自主发行	拟预售（受托制作）
25	2021	情感 9	情感	32	11,200.00	470	自主发行	拟预售（受托制作）
26	2021	喜剧 3	情景 喜剧	24	4,080.00	275	自主发行	拟预售
27	2021	青春 8	青春	40	14,000.00	480	自主发行	拟预售
28	2021	情感 10	情感	32	10,240.00	480	自主发行	拟预售

（5）单集价格预测依据及合理性

① 电视剧市场单集价格情况

根据《2015腾讯娱乐白皮书》的年度统计，卫视购买精品大剧单集价格2014年为200万至300万元，2015年则基本在240万至300万，价格小幅上升。与此同时，视频网站的单集购买价格从2014年的150万上涨到2015年的300万至350万，增长217%。

近年来，国内影视剧行业发展迅速，市场容量不断增加，行业产值屡创新高，电视剧精品大剧的每集销售单价水涨船高，相关数据如下：

年度	电视剧名称	单价（万元/集）		
		电视版权	网络版权	合计
2012 年	《甄嬛传》	95	25	120
2014 年	《武媚娘传奇》	338	82	420
2015 年	《琅琊榜》	335	145	480
2015 年	《芈月传》	620	190	810
未开播	《如懿传》	600	900	1500
电视剧单集销售价格累计涨幅				1150%

② 观达影视电视剧市场价值

2015年暑假，由芒果影视与上海观达影视联合出品的《旋风少女》在湖南卫视每周二、三晚22点档的《青春进行时》掀起了一阵收视高峰，凭借15.31%的平均份额和2.42%的平均收视率遥遥领先其它剧目。《旋风少女》播出期间，湖南卫视周二、周三后晚间（22：00至24:00）平均收视率达2.17%、市场份额14.53%，稳居同时段第一；第二名央视六套同时段收视率0.51%、市场份额3.43%，湖南卫视是其份额的4倍有余。

观达影视制作的《美丽的秘密》在2015年的同档期，卫视收视仅次于《芈月传》，该剧还是2016年上半年湖南卫视全国网收视率最高的剧目。

观达影视制作的《十五年等待候鸟》是轻体量的偶像剧足够青春，原著的情结以及青春逼人的主演们，吸引不少年轻的网生代粉丝。2016年3月份同步电视台热播的电视剧中，《十五年等待候鸟》iMarket指数排名第三，日均搜索热度超过10万。

观达影视制作的《旋风少女2》，从开播以后，为所有省级卫视频道周播剧类项目收视冠军，播出期间位列全国网和城市网同时段省级卫视收视第一。《旋风少女2》全国网平均收视率1.49%，份额9.9%，全国网份额位列2016年以来所有省级卫视频道晚间剧类项目收视份额第一；城市网平均收视率1.072%，平均收视份额5.75%，单集最高收视突破1.445%，为2016年以来省级卫视周播剧类项目中唯一一个城市网平均收视率破1的项目。

③ 观达影视单集价格预测依据及合理性

2015年：青春热血周播栏目《旋风少女》，电视台及网络视频销售对象为湖南卫视和芒果TV，单集收入合计为238.62万元；都市情感励志剧《美丽的秘密》，电视台及网络视频销售对象为湖南卫视和乐视视频，单集收入合计为214.68万元。

2016年：都市青春偶像周播栏目《十五年等待候鸟》，电视台及网络视频销售对象为湖南卫视和芒果TV，单集收入合计为195.06万元；青春热血周播栏目《旋风少女》第二季，电视台及网络视频销售对象为湖南卫视和芒果TV，单集收入

合计为329.40万元；都市情感励志剧《因为遇见你》，网络播映权已完成销售，销售对象为乐视视频，电视台播映权尚在价格沟通阶段。

观达影视历史年度影视作品单集的销售单价呈上涨趋势，主要因为影视剧作品的成本增长：

A 小说版权价格快速上涨。如《旋风少女》系列的版权，随着《旋风少女》系列出品了两季，观众人数持续增加，《旋风少女》的热度不断提高，相关作品开发的授权费用也有较大幅度的上涨。

B 演员费用的增加。观达影视的一些版权进行多季开发，第一季的演员会在后面继续使用，会遇到演员意愿和费用的问题。例如，《旋风少女》的男主角杨洋，在拍摄第二季时，身价已为第一季时的数倍，即便更换男主角，价格也较第一季有大幅上涨。

C 制作费用的增长。多季制作的电视剧，要求后续在制作上对第一季有更大的突破。例如《旋风少女2》的制作，第一季没有海外拍摄，第二季去了日本拍摄，相关费用增加了几百万；第二季的比赛场景数量是第一季的好几倍，特技制作时长也是第一季的好几倍，这都在拍摄时间差别不大的情况下增加了制作成本。

D 宣传费用的增长。由于市场竞争的激烈，更由于社交媒体的广泛应用，网络视频和电视台对电视剧播出时的宣传要求更高，导致宣传费用的增长。

观达影视未来年度单集价格预测是根据已签售及在洽谈各渠道合同价格，预计其首轮卫星电视、二三轮卫视、地面电视、网络发行，并结合行业内同类型电视剧平均价格预计其单集发行收入。由于未来年度版权费用、演员成本、制作费用和宣传费用的增加，观达影视电视剧单集价格将出现一定幅度的上涨，但仍处于目前电视剧市场单集价格的合理范围内。

经核查，独立财务顾问和中企华认为：观达影视未来年度收入预测符合影视剧市场发展趋势和公司自身发展战略、人员储备、版权储备情况，具有合理性。

（6）与同业公司的比较分析

①同行业可比公司情况

报告期内，同行业上市公司或挂牌公司营业收入及净利润情况如下：

可比公司	项目	2015 年度 (万元)	2014 年度 (万元)	增长率 (%)
华谊兄弟	营业收入	387,356.51	238,902.28	62.14%
	净利润	121,823.49	103,436.83	17.78%
华策影视	营业收入	265,730.33	191,607.32	38.68%
	净利润	49,971.69	40,657.32	22.91%
光线传媒	营业收入	152,329.47	121,807.16	25.06%
	净利润	41,661.07	35,186.93	18.40%
华录百纳	营业收入	188,488.72	75,957.46	148.15%
	净利润	26,857.74	15,012.71	78.90%
新文化	营业收入	102,608.74	62,068.63	65.31%
	净利润	24,826.88	12,137.95	104.54%
唐德影视	营业收入	53,746.72	40,778.86	31.80%
	净利润	11,225.71	8,571.29	30.97%
幸福蓝海	营业收入	143,726.81	86,397.45	66.36%
	净利润	11,424.82	8,393.25	36.12%

由上表可见，同行业公司 2015 年度营业收入和净利润均实现较大比例的增加。

②近期上市公司收购类似行业标的公司情况分析

近期上市公司收购类似行业标的公司的重大资产重组案例中，标的公司业绩承诺情况如下：

上市公司	标的公司	项目	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
骅威股份	梦幻星生园	净利润（万元）	1,855.99	1,235.17	10,000*	13,400*	16,525*	-
		增长率（%）	-	-33.45	709.61	34.00	23.32	
喜临门	绿城传媒	净利润（万元）	825.99	4,100.88	6,850*	9,200*	12,000*	-
		增长率（%）	-	396.48	67.04	34.31	30.43	
ST 星美	欢瑞世纪	净利润（万元）	2,950.52	5,110.67	15,200*	22,300*	27,000*	34,300*
		增长率（%）	-	73.21	197.42	46.71	21.08	27.04

注：上述财务数据“*”标注并加粗显示的 2015 年度-2018 年度净利润均为承诺净利润，2013 年度和 2014 年度为收购前实现净利润。

由上表可见，同行业标的公司 2014 年度和 2015 年度净利润均大幅增长，未来业绩承诺增长率保持平稳增长。

基于观达影视的历史经营数据，综合考虑行业的发展趋势及公司核心竞争力、经营状况、剧本储备、人才储备情况等因素，观达影视的未来营业收入预测符合行业发展情况以及公司剧本储备、人才储备、销售能力等经营现状，具有合理性。

3、科翼传播

（1）科翼传播所处行业发展速度较快

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，致力于为综艺节目及影视剧、商业品牌等客户提供全方位、全过程的整合营销传播及内容制作服务，所处行业涉及互联网整合营销行业和综艺节目制作行业。近年来，互联网整合营销行业和综艺节目制作行业保持了较快的发展速度。就互联网整合营销行业，随着中国互联网产业的飞速发展，互联网整合营销市场发展迅速。根据 iResearch《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》，2015 年，我国互联网营销市场规模达到 2,093.7 亿元，同比增长 36.0%，并预计 2017 年、2018 年我国互联网营销市场规模增长率分别为 24.90%、19.30%，至 2018 年整体规模有望突破 4,000 亿元。就综艺节目制作行业，随着人民物质生活水平的不断提高带动文化类产品的消费需求增加以及制播分离极大地提高了综艺节目制作行业的专业化程度，近年来国内综艺节目市场呈现高速增长的态势，特别是随着《中国好声音》、《我是歌手》、《奔跑吧兄弟》等热门综艺节目的出现，其商业价值特别是广告收入已呈现出爆发式增长的态势。

（2）科翼传播在行业内具有突出的竞争优势

经过近年来的快速发展，科翼传播在综艺节目及影视剧宣发领域已树立了较高的品牌知名度和市场影响力，形成以浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、深圳卫视、灿星制作等强势卫视及制作公司为主的客户群体，参与了《奔跑吧兄弟》、《中国好声音》等国内众多热门综艺的互联网整合营销；在商业品牌整合营销领

域，科翼传播已为上海大众、可口可乐、伊利、美丽说、百雀羚、蒙牛、相宜本草、宝马等知名企业提供整合营销服务；在内容制作领域，科翼传播联合腾讯视频、爱奇艺、爱享文化等合作伙伴制作了《燃卡 100 天》、《魅力野兽》、《有料》、《剧透》等网络自制内容，在新媒体内容制作行业获得了一定的市场口碑。同时，科翼传播在商业模式、媒体资源、行业经验、管理团队等方面具有突出的竞争优势。

（3）经营业绩增长的合理性分析

最近两年及一期，科翼传播归属于母公司所有者的净利润分别为 216.42 万元、1,397.38 万元和 2,781.81 万元，分别较上期增长 579.14%和 177.15%（年化），保持了较高的增长态势。2016 年 1-8 月实现的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 2,737.91 万元，占 2016 年承诺利润的 76.06%，当期业绩承诺较为合理。

根据本次交易相关业绩承诺，科翼传播 2016 年度、2017 年度和 2018 年度净利润分别不少于 3,350 万元、4,020 万元和 4,824 万元。

其中，预测 2016 年度净利润较 2015 年度增长 139.73%，延续公司 2014 年度和 2015 年度较高的增长，预测 2016 年度净利润为 2016 年 1-8 月实现净利润的 1.20 倍。

（4）与同业公司的比较分析

①同行业公司历史经营业绩情况分析

近两年，同行业挂牌公司营业收入及净利润情况如下：

可比公司	项目	2015 年度 (万元)	2014 年度 (万元)	增长率 (%)
星推网络 (836511)	营业收入	4,903.46	847.98	478.25
	净利润	1,248.90	-155.64	-
爱尚传媒 (834382)	营业收入	683.42	466.83	46.40
	净利润	-34.21	91.68	-137.31
自在传媒 (834476)	营业收入	3,096.10	1,972.92	56.93
	净利润	517.74	136.90	278.19

由上表可见，除爱尚传媒 2015 年挂牌支付中介费等导致当期亏损外，近两年同行业挂牌公司营业收入及净利润均呈现大幅增长。

②同行业公司未来预计经营业绩情况分析

近期上市公司收购与科翼传播同行业的标的公司案例中，各被收购企业的业绩承诺情况如下：

上市公司	标的公司	项目	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
天神娱乐	合润传媒	净利润（万元）	2,914.81	3,056.58	5,500*	6,875*	8,594*
		增长率（%）	-	4.86	79.94	25.00	25.00
刚泰控股	瑞格传播	净利润（万元）	-	1,974.35	4,000*	5,400*	7,300*
		增长率（%）	-	-	102.60	35.00	35.19
华录百纳	蓝色火焰	净利润（万元）	9,058.66	19,823.06*	24,882.58*	31,246.94*	-
		增长率（%）	-	118.83	25.52	25.58	-
浙富控股	梦想强音	净利润（万元）	5,070.83	22,000*	28,000*	30,000*	-
		增长率（%）	-	333.85	27.27	7.14	-
高金食品	印纪传媒	净利润（万元）	27,585.68	42,980*	55,840*	71,900*	-
		增长率（%）	-	55.81	29.92	28.76	-
远东股份	华夏视觉、汉华易美	净利润（万元）	8,034.25	11,487.38*	16,328.02*	22,341.27*	27,741.00*
		增长率（%）	-	42.98	42.14	36.83	24.17

注：上述财务数据“*”标注并加粗显示的均为承诺净利润，其中和润传媒 2015 年度-2017 年度净利润均为承诺净利润，2013 年度和 2014 年度为收购前实现净利润；瑞格传播 2015 年度-2017 年度净利润均为承诺净利润，2014 年度为收购前实现净利润；蓝色火焰、梦想强音、印纪传媒 2014 年度-2016 年度净利润均为承诺净利润，2013 年度为收购前实现净利润；华夏视觉、汉华易美 2014 年度-2017 年度净利润均为承诺净利润，2013 年度为收购前实现净利润。

由上表可见，被收购的与科翼传播同行业的标的公司的未来承诺业绩较报告期内的经营业绩均有较大幅度提升，显示了同行业企业对行业未来发展的良好预期。

综上所述，基于科翼传播的历史经营数据，综合考虑行业的发展趋势及公司竞争优势、客户积累、在手订单等因素，科翼传播未来三年的业绩承诺基本符合行业发展情况以及公司自身经营现状，具有合理性。

二、本次交易的决策过程和批准情况

1、上市公司的决策和审批程序

2016年8月1日，思美传媒召开了第三届董事会第二十九次会议，审议通过了本次重组的相关议案；

思美传媒独立董事于2016年8月1日出具了关于第三届董事会第二十九次会议相关事项的独立意见，对本次重大资产重组相关事项出具了同意意见。

2016年8月11日，董事会收到的股东关于本次重组的相关临时提案，并提交2016年第二次临时股东大会审议；

思美传媒独立董事于2016年8月13日出具了关于调整本次发行股份募集配套资金、股份发行数量上限及其用途等相关事项的独立意见，同意调整上述事项；

2016年8月22日，思美传媒召开了2016年度第二次临时股东大会，审议通过了本次重组的相关议案。

2016年11月9日，思美传媒召开了第三届董事会第三十五次会议，补充审议通过了本次重组的相关议案。

思美传媒独立董事于2016年11月9日出具了关于第三届董事会第三十五次会议相关事项的独立意见，对本次重大资产重组相关事项出具了同意意见。

2、标的公司的决策和审批程序

2016年7月，掌维科技股东大会审议通过了本次交易的相关事项；

2016年7月，观达影视股东会审议通过了本次交易的相关事项；

2016年7月，科翼传播股东会审议通过了本次交易的相关事项。

3、交易对方的决策和审批程序

本次交易对方中除自然人外的9家机构，分别履行了以下授权与批准程序

(1) 2016年7月，鼎维投资合伙人会议决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

(2) 2016年7月，萌皓投资合伙人会议决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

(3) 2016年7月，华睿文华执行事务合伙人及投资决策委员会决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

(4) 2016年7月，华睿新锐执行事务合伙人及投资决策委员会决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

(5) 2016年7月，上哲永晖合伙人会议决议，同意将其持有的掌维科技全部股权转让给思美传媒。

(6) 2016年7月，鹿捷咨询合伙人会议决议，同意将其持有的观达影视全部股权转让给思美传媒。

(7) 2016年7月，芒果投资投资决策委员会会议决议、执行事务合伙人同意，将其持有的观达影视全部股权转让给思美传媒。

(8) 2016年7月，骅伟投资基金管理人及基金投资决策委员会决议，同意将其持有的观达影视全部股权转让给思美传媒。

(9) 2016年7月，青春旋风合伙人会议决议，同意将其持有的观达影视全部股权转让给思美传媒。

4、本次交易已获得中国证监会的核准。

三、本次交易具体方案

本次交易标的为掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 20%股权。本次重组中，针对不同标的资产的交易互不为前提，任何一项因未获得所需的批准而无法实施不影响其他交易的实施。

交易包括两部分：发行股份及支付现金购买标的公司股权和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不以募集配套资金的成功实施为前提，募集配套资金成功与否不影响发行股份及支付现金购买资产的履行及实施。发行股份募集配套资金在发行股份及支付现金购买资产的基础上实施，前述三项

标的资产中任一项获准实施，则发行股份募集配套资金均可申请实施，募集配套资金金额不超过本次交易中以发行股份方式购买资产的交易价格 100%。

（一）本次收购概述

思美传媒拟向交易对方张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、萌皓投资、华睿文华、华睿新锐、上哲永晖发行股份及支付现金购买掌维科技 100%股权；向交易对方鹿捷咨询、青春旋风、芒果投资、骅伟投资发行股份及支付现金购买观达影视 100%股权；向交易对方陆慧斐、邓翀发行股份购买科翼传播 20%股权。

各交易对方的交易对价、支付方式及金额的具体情况如下：

标的公司	交易对方	交易对方在标的公司的持股比例（%）	转让对价（元）	对价支付方式及金额		
				现金对价金额（元）	股份对价金额（元）	股份对价数量（股）
掌维科技	张子钢	71.50	378,950,000.00	189,475,000.25	189,474,999.75	6,544,905
	鼎维投资	10.00	53,000,000.00	26,500,009.55	26,499,990.45	915,371
	张瑾	7.00	37,100,000.00	18,550,026.95	18,549,973.05	640,759
	萌皓投资	3.20	16,960,000.00	6,784,017.10	10,175,982.90	351,502
	华睿文华	3.00	15,900,000.00	15,900,000.00	-	-
	张萍	2.00	10,600,000.00	5,300,007.70	5,299,992.30	183,074
	华睿新锐	2.00	10,600,000.00	15.40	10,599,984.60	366,148
	上哲永晖	0.80	4,240,000.00	1,696,018.75	2,543,981.25	87,875
	张琦	0.50	2,650,000.00	1,325,016.40	1,324,983.60	45,768
	小计	100.00	530,000,000.00	265,530,112.10	264,469,887.90	9,135,402
观达影视	鹿捷咨询	88.58	813,775,820.00	326,990,197.10	486,785,622.90	16,814,702
	芒果投资	8.33	75,298,014.20	43,377,657.35	31,920,356.85	1,102,603
	骅伟投资	2.08	18,824,502.55	10,844,435.05	7,980,067.50	275,650
	青春旋风	1.00	9,186,556.76	9,186,556.76	-	-
	小计	100.00	917,084,893.51	390,398,846.26	526,686,047.25	18,192,955
科翼传播	陆慧斐	10.00	49,999,979.25	-	49,999,979.25	1,727,115
	邓翀	10.00	49,999,979.25	-	49,999,979.25	1,727,115
	小计	20.00	99,999,958.50	-	99,999,958.50	3,454,230
合计		-	1,547,084,852.01	655,928,958.36	891,155,893.65	30,782,587

注：以上股份对价数量计算结果经四舍五入后精确到个位并取整；若发行价格调整的，股份对价数量相应调整。

上市公司拟通过发行股份及支付现金方式收购观达影视 100%的股权和掌维科技 100%的股权，拟通过发行股份收购科翼传播 20%的股权。本次交易之前，上市公司已持有科翼传播 80%的股权；本次交易完成后，观达影视、掌维科技、科翼传播将成为上市公司的全资子公司。

标的公司掌维科技将于资产交割日前由股份有限公司变更为有限责任公司，每一转让方分别持有变更后掌维科技的股权比例与持有变更前的股份比例相同，每一转让方以转让掌维科技变更为有限责任公司后对应比例股权的形式实现资产的转让。

《掌维科技资产购买协议》中约定“本次发行股份及支付现金购买资产在经中国证监会核准后，标的公司应立即办理变更为有限责任公司的工商变更登记，并应于本次交易在经中国证监会核准后的 30 个工作日内办理完成变更为有限责任公司的工商变更登记及转让方合计持有的标的公司 100%股权过户到受让方名下的工商登记，转让方同意上述变更并对上述变更予以配合。

（二）发行股份募集配套资金

本次交易拟向不超过 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 74,143.17 万元，且不超过本次拟以发行股份方式购买资产交易价格的 100.00%，配套募集资金扣除本次交易相关费用后，拟投向：65,592.90 万元用于向交易对手支付本次交易的现金对价；剩余金额用于掌维科技动漫 IP 库建设项目。

（三）本次发行股份的价格和数量

本次交易涉及的股份发行包括发行股份购买资产和发行股份募集配套资金两部分，定价基准日为本公司第三届董事会第二十九次会议决议公告日。

1、购买资产发行股份的价格和数量

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。

本次发行股份购买资产交易，上市公司采用董事会决议公告日前 60 个交易日的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%作为发行价格的基础，即 86.98 元/股。

根据公司 2015 年度利润分配方案，公司向全体股东每 10 股转增 20 股，每 10 股派发现金股利 1.50 元（含税）。2016 年 6 月 17 日，上述利润分配方案实施完毕，公司购买资产的股份发行价格和发行数量上限将进行相应调整，调整后价格为 28.95 元/股，发行股份数量为 30,782,587 股。

定价基准日至本次发行股份在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记至各交易对方名下之日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行股份的发行价格和发行数量将作相应调整。

2、募集配套资金发行股份的价格和数量

上市公司本次募集配套资金的股份发行底价为定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%，即不低于 87.47 元/股。

根据公司 2015 年度利润分配方案，公司拟向全体股东每 10 股转增 20 股，每 10 股派发现金股利 1.50 元（含税）。2016 年 6 月 17 日，上述利润分配方案实施完毕，公司本次发行股份募集配套资金的股份发行底价将进行相应调整，调整后发行价为不低于 29.11 元/股，募集配套资金总额不超过 74,143.17 万元。

定价基准日至本次发行股份在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记至各交易对方名下之日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行股份的发行价格和发行数量将作相应调整。

1、发行价格调整方案

在公司审议本次交易的股东大会决议公告日至本次交易获得中国证监会审核通过前，公司董事会可根据公司股票二级市场价格走势，并经合法程序召开董

事会会议（决议公告日为调价基准日），对募集配套资金的发行底价进行一次调整，调整后的发行底价为调价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%。

具体调整方案如下：

①价格调整方案对象

本次募集配套资金的发行底价。

②价格调整方案生效条件

上市公司股东大会审议通过本次价格调整方案。

③可调价期间

在上市公司股东大会审议通过本次交易的决议公告日至本次交易获得中国证监会核准前。

④触发条件

A、可调价期间内，中小板综合指数（399101.SZ）在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较上市公司因调整发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案停牌日前一交易日，即 2016 年 4 月 8 日收盘点数跌幅超过 10%；

B、可调价期间内，深圳文化产业指数（399654.SZ）在任一交易日前的连续三十个交易日中有至少二十个交易日较上市公司因调整发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案停牌日前一交易日即 2016 年 4 月 8 日收盘点数跌幅超过 10%；

上述 A、B 项条件中的“任一交易日”均指可调价期间的某同一个交易日。

⑤调价基准日

可调价期间内，触发条件中 A 或 B 项条件满足至少一项后的任一交易日当日。

⑥发行价格调整机制

当调价基准日出现时，上市公司有权在调价基准日出现后召开董事会会议审议决定是否按照本价格调整方案对本次交易的发行价格进行调整。

⑦发行股份数量调整

交易标的价格不进行调整、发行股份购买资产的发行价格不进行调整。

募集配套资金总额不进行调整，发行股份数量根据调整后的发行价格相应进行调整。

2、上市公司董事会决定不进行调价安排

上市公司于 2016 年 11 月 9 日召开第三届董事会第三十五次会议并通过决议，审议通过了《关于思美传媒股份有限公司发行股份及支付现金购买资产暨关联交易的股票发行价格不予调整的议案》，根据上述决议，根据目前二级市场整体价格走势情况，上市公司将不对本次交易的股票发行价格进行调整。

（四）股份锁定期

1、购买资产发行股份的锁定安排

（1）掌维科技

交易对方	锁定期安排
张子钢	在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起 12 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售： （1）自上述股份上市之日起满 12 个月之后，掌维科技 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售； （2）自上述股份上市之日起满 12 个月之后，掌维科技 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售； （3）自上述股份上市之日起满 36 个月之后，掌维科技 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 20%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售；

	(4) 自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。
张瑾、 张萍、 张琦	若在本次发行中认购的思美传媒股份在 2016 年 8 月 31 日之前完成新增股份登记，则自该新增股份上市日起 36 个月内不得转让。自上述新增股份上市日起 36 个月届满后各自所持 85%股份扣除已补偿股份（如有）解除限售，自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。 若在本次发行中认购的思美传媒股份在 2016 年 8 月 31 日之后完成新增股份登记，则该新增股份上市日起 12 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售： (1) 自上述股份上市之日起满 12 个月之后，掌维科技 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 25%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售； (2) 自上述股份上市之日起满 24 个月之后，掌维科技 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售； (3) 自上述股份上市之日起满 36 个月之后，掌维科技 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售； (4) 自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份解除限售。
鼎维投资、 张子钢	在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起 36 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售： (1) 自上述股份上市之日起满 36 个月之后，掌维科技 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 85%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售； (2) 自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。 (3) 张子钢作为鼎维投资之执行事务合伙人，通过持有鼎维投资财产份额而间接持有的股份亦遵循上述锁定承诺。
萌皓投资、 华睿新锐、 上哲永晖	认购的思美传媒股份自上市日起 36 个月内不得转让。

(2) 观达影视

承诺人	锁定期安排
鹿捷咨询、 严俊杰、 周丹、 沈璐	(1) 在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起 12 个月内不得转让，自上述股份上市起满 12 个月后、观达影视业绩承诺期间 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），本次发行中认购的思美传媒股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售。 (2) 在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起满 24 个月后、观达影视业绩承诺期间 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且观达影视管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），本次发行中认购的思美传媒股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中应补偿股份数的部分解除限售。 (3) 在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起满 36 个月后、观达影视业绩承诺期间 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且观达影视管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），观达影视管理层股东本次发行中认购的思美传媒股份的 20%扣除上述补偿义务履行过程中观达影视管理层股东应补偿股份数的部分解除限售。 (4) 在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起满 48 个月后观达影视管理层股东持有的剩余全部 20%股份扣除约定的暂缓解锁部分解除限售。 (5) 周丹、沈璐和严俊杰三位自然人所持有的鹿捷咨询的合伙份额亦遵循上述锁定期的承诺。
芒果投资、 骅伟投资	在本次发行中认购的思美传媒股份自上市日起 36 个月内不得转让。

(3) 科翼传播

交易对方	锁定期安排
陆慧斐、 邓翀	转让方在本次交易中认购的上市公司股份，自上述股份上市日起满 24 个月届满、科翼传播 2018 年度专项审核意见已经出具、且转让方已履行完毕其应当履行的利润补偿义务（如有）后，解锁 50%；剩余股份于科翼传播 2019 年度审计报告出具后解锁，上述时间以较晚成就的时间为准。上述解锁条件成就后，扣除约定的暂缓解锁部分解除限售。

2、募集配套资金发行股份的锁定安排

参与配套募集资金认购的投资者以现金认购的股份自股份发行上市之日起 12 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。

四、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

本次交易前上市公司总股本为 285,865,230 股，按照本次交易方案，上市公司本次将发行 30,782,587 股股票及支付 655,928,958.36 元现金用于购买掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 20%股权。拟发行普通股不超过 2,547 万股用于募集配套资金。

本次发行股份及支付现金购买资产前后公司的股权结构变化如下表所示：

主体	股东名称	本次发行股份及支付 现金购买资产前		发行后			
				配套融资前		配套融资后	
		持股数量 (股)	持股比例 (%)	持股数量 (股)	持股比例 (%)	持股数量 (股)	持股比例 (%)
上市公司	朱明虬	131,573,433	46.03	131,573,433	41.55	131,573,433	38.46
	首创投资	16,116,327	5.64	16,116,327	5.09	16,116,327	4.71
	董监高持股	7,206,921	2.52	7,206,921	2.28	7,206,921	2.11
	上市公司现有其他股东	130,968,549	45.81	130,968,549	41.36	130,968,549	38.28
	小计	285,865,230	100.00	285,865,230	90.28	285,865,230	83.56
掌维科技	张子钢	-	-	6,544,905	2.07	6,544,905	1.91
	鼎维投资	-	-	915,371	0.29	915,371	0.27
	张瑾	-	-	640,759	0.20	640,759	0.19
	萌皓投资	-	-	351,502	0.11	351,502	0.10
	张萍	-	-	183,074	0.06	183,074	0.05
	华睿新锐	-	-	366,148	0.12	366,148	0.11
	上哲永晖	-	-	87,875	0.03	87,875	0.03
	张琦	-	-	45,768	0.01	45,768	0.01
观达影视	鹿捷咨询	-	-	16,814,702	5.31	16,814,702	4.91
	芒果投资	-	-	1,102,603	0.35	1,102,603	0.32
	骅伟投资	-	-	275,650	0.09	275,650	0.08

科翼传播	陆慧斐	-	-	1,727,115	0.55	1,727,115	0.50
	邓翀	-	-	1,727,115	0.55	1,727,115	0.50
配套融资认购对象		-	-	-	-	25,470,000	7.44
合计		285,865,230	100.00	316,647,817	100.00	342,117,817	100.00

注：配套融资后的股权结构按募集配套资金发股数量上限计算。

（二）本次交易对上市公司主要财务指标的影响

根据天健会计师出具的天健审〔2016〕7827号《审阅报告》并经计算，本次发行股份及支付现金购买资产前后上市公司主要财务指标比较如下：

项 目	财务数据 (万元)	备考财务数据 (万元)	增长率 (%)
2016年8月31日/2016年1-8月			
总资产（万元）	268,326.07	433,393.04	61.52
归属于母公司所有者的权益（万元）	142,839.33	295,980.95	107.21
营业收入（万元）	238,441.23	266,545.77	11.79
利润总额（万元）	12,659.12	22,754.59	79.75
净利润（万元）	9,138.69	18,389.27	101.22
归属于母公司股东净利润（万元）	8,624.88	18,427.13	113.65
每股收益（元/股）	0.31	0.59	90.32
2015年12月31日/2015年度			
总资产（万元）	169,337.55	321,969.90	90.13
归属于母公司所有者的权益（万元）	92,793.40	237,880.61	156.36
营业收入（万元）	249,372.63	277,671.14	11.35
利润总额（万元）	11,876.24	18,074.75	52.19
净利润（万元）	8,880.04	13,616.33	53.34
归属于母公司股东净利润（万元）	8,833.40	13,584.88	53.79
每股收益（元/股）	1.03	1.42	37.86

本次发行股份及支付现金购买资产完成后，上市公司的资产规模、营业收入、净利润、每股收益等指标均将得到显著提高，上市公司的盈利能力进一步增强。

第二节 上市公司基本情况

一、公司基本情况

公司名称：思美传媒股份有限公司

英文名称：Simei Media Co.,Ltd.

公司简称：思美传媒

代码：002712

法定代表人：朱明虬

注册资本：28,586.5230 万元

成立日期：2000 年 8 月 9 日

注所：浙江省杭州市南复路 59 号

办公地址：浙江省杭州市虎玉路 41 号八卦田公园正大门内

统一社会信用代码：91330000723628803R

邮政编码：310008

联系电话：0571-86588028

传真：0571-87926126

经营范围：一般经营项目：设计、制作、代理、发布国内外各类广告，企业形象策划，市场调研服务，会展服务，培训服务，经济信息咨询服务。

二、历史沿革及股本变动情况

（一）公司改制与设立情况

2007 年 12 月 1 日，首创投资、广电投资、同德投资等 3 位法人及朱明虬、朱明芳、余欢、程晓文、吕双元、徐兴荣、朱昌一、边恒、盛为民、虞军、颜骅、等 11 位自然人共同签署《关于变更设立浙江思美传媒股份有限公司之发起人协议书》，各发起人确认，公司由有限责任公司整体变更为股份公司。公司以经发

起人会计师审计的截至 2007 年 11 月 30 日的净资产 9,506.473462 万元为依据，将净资产中 7,000 万元按照 1: 1 的比例折合为 7,000 万股，每股面值 1.00 元，剩余净资产 2,506.473462 万元作为股份溢价计入资本公积，整体变更为股份公司前后，各股东的持股比例不变。

2007 年 12 月，浙江思美传媒股份有限公司在浙江省工商行政管理局完成工商登记，注册资本 7,000 万元，并取得注册号为 3300000000010178 的《企业法人营业执照》。2008 年 1 月，公司更名为思美传媒股份有限公司。

公司设立时股本结构如下表所示：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	朱明虬	4,263.00	60.90
2	广电投资	700.00	10.00
3	首创股份	560.00	8.00
4	朱明芳	336.00	4.80
5	余欢	336.00	4.80
6	同德投资	280.00	4.00
7	程晓文	151.20	2.16
8	吕双元	84.00	1.20
9	徐兴荣	84.00	1.20
10	边恒	47.60	0.68
11	盛为民	47.60	0.68
12	虞军	47.60	0.68
13	朱昌一	35.00	0.50
14	颜骅	28.00	0.40
合计		7,000.00	100.00

（二）公司设立后至首次公开发行并上市前的股权变更

2009 年 6 月，财政部、国务院国有资产监督管理委员会、证监会、全国社会保障基金理事共同发布“财企[2009]94”号《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》，广电投资属国有控股公司，应履行国有股转持义务。广电控股预计持有公司股份的整体投资收益将低于预期水平，经广电控股董事会同意后，决定转让其持有思美传媒 700 万股股份。2009 年 9 月 11 日，文广

控股与中胜实业签订《国有股权转让协议》，将其持有思美传媒 10%的股份以 4,448 万元的价格转让给中胜实业。

2009 年 10 月，公司股东大会决定将公司注册资本由 7,000.00 万元增至 7,296.80 万元，并同意由唐刚、陶凯、陈静波、俞建华、王秀娟按截至 2008 年 12 月 31 日思美传媒经审计的每股净资产扣除依据 2008 年度股东大会决议已分配利润后的净资产价值（2.05 元/每股）认购 84.00 万股、70.00 万股、47.60 万股、47.60 万股、47.60 万股。2009 年 10 月 22 日，发行人会计师出具浙天会验（2009）第 194 号《验资报告》，验证思美传媒已收到唐刚、陶凯、陈静波、俞建华、王秀娟缴纳的新增出资额 608.44 万元，其中新增注册资本 296.80 万元，各股东均以货币出资。2009 年 11 月 10 日，思美传媒完成此次增资的工商变更登记。

2009 年 11 月 17 日，中胜实业与其控股股东吴红心签订《股权转让协议》，将其持有的思美传媒 10%（计 700 万股）的股份转让给吴红心，转让价格为 4,494 万元。

（三）公司首次公开发行并上市

2014 年经中国证监会“证监许可（2014）31 号”文核准，公司首次向社会公众公开发行人民币普通股（A 股）股票 21,329,878 股（其中发行新股数量为 12,351,509 股，老股转让数量为 8,978,369 股），每股发行价格为人民币 25.18 元，发行新股募集资金总额为人民币 311,010,996.62 元，扣除相关费用后，实际募集资金净额为人民币 275,590,177.11 元。发行后，公司股本由 72,968,000 元变更为 85,319,509 元。2014 年 1 月 23 日，公司发行的人民币普通股股票在深圳证券交易所挂牌上市。

新股发行后，公司的股权结构如下：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
一、有限售条件股份	63,989,631	75.00
朱明虬	40,895,171	47.93
吴红心	6,715,137	7.87
首创投资	5,372,109	6.30
余欢	3,223,266	3.78

程晓文	1,450,470	1.70
吕二元	805,817	0.94
徐兴荣	805,817	0.94
唐刚	805,817	0.94
陶凯	671,514	0.79
陈静波	456,630	0.54
边恒	456,630	0.54
虞军	456,630	0.54
俞建华	456,630	0.54
王秀娟	456,630	0.54
盛为民	357,000	0.42
朱昌一	335,757	0.39
颜骅	268,606	0.31
二、无限售条件股份	21,329,878	25.00
合 计	85,319,509	100.00

（四）上市后股本变动情况

1、限制性股票激励计划

2014年12月6日，公司召开第三届董事会第十次会议和第三届监事会第八次会议审议通过了《思美传媒股份有限公司限制性股票激励计划（草案）》及其摘要等相关议案。2015年1月6日，公司获悉证监会已对公司报送的《限制性股票激励计划（草案）》确认无异议并进行了备案。2015年1月29日，公司召开2015年第一次临时股东大会，审议通过了本次股权激励计划相关议案。

2015年2月4日，思美传媒召开第三届董事会第十二次会议和第三届监事会第九次会议审议通过了《关于调整限制性股票激励对象名单的议案》和《关于向激励对象授予限制性股票的议案》。根据上述限制性股票激励计划，公司向66名激励对象授予了267万股限制性股票，授予日为2015年2月4日，授予价格为每股28.08元。天健会计师于2015年2月25日出具了天健验〔2015〕37号验资报告，对本次增资事项进行了审验。2015年3月6日，公司在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理完成了限制性股票变更登记手续，2015年3月16日，公司办理完成了针对本次增资的工商变更登记。变更后公司注册资本

为人民币 87,989,509 元，股份总数为 87,989,509 股。

2015 年 9 月 22 日，思美传媒召开第三届董事会第二十次会议审议通过了《关于向激励对象授予预留部分限制性股票的议案》，召开第三届监事会第十三次会议审议通过了《关于核实公司预留部分限制性股票激励对象名单的议案》。根据上述预留部分限制性股票激励计划，公司向 4 名激励对象授予了 30 万股预留部分限制性股票，授予日为 2015 年 9 月 22 日，授予价格为每股 25.76 元。天健会计师于 2015 年 11 月 16 日出具了天健验〔2015〕457 号验资报告，对本次增资事项进行了审验。2015 年 12 月 1 日，公司在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理完成了预留部分限制性股票变更登记手续，2016 年 1 月 11 日，公司办理完成了针对本次增资的工商变更登记。变更后公司注册资本为人民币 88,289,509 元，股份总数为 88,289,509 股。

2、发行股份购买资产

公司经中国证券监督管理委员会《关于核准思美传媒股份有限公司向刘申等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可〔2016〕350号文）核准，向刘申、西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）发行人民币普通股（A股）股票2,431,661股以购买其持有的爱德康赛股权；同时，采用非公开发行方式，发行了人民币普通股（A股）股票4,640,740股，每股面值人民币1.00元，发行价为每股人民币62.49元，募集资金总额为人民币289,999,842.60元，扣除发行费用后募集配套资金净额为273,722,770.20元。天健会计师于2016年4月11日出具了天健验〔2016〕96号验资报告，对本次增资事项进行了审验。2016年4月28日，公司发行的人民币普通股股票在深圳证券交易所挂牌上市，2016年4月29日，公司办理完成了针对本次增资的工商变更登记。变更后公司注册资本为人民币95,361,910元，股份总数为95,361,910股。

3、2016 年资本公积转增股本

经公司 2016 年 5 月 27 日召开的 2015 年度股东大会批准，公司向全体股东按每 10 股派发 1.50 元人民币现金（含税），同时以资本公积按每 10 股转增 20 股，共计转增 190,723,820 股。该次分配方案实施后公司股本总额增加至 286,085,730 股。

4、回购注销已离职股权激励对象所持已获授但尚未解锁的限制性股票

2016年10月27日，公司召开第三届董事会第三十四次会议和第三届监事会第二十次会议审议通过了《关于回购注销已离职股权激励对象所持已获授但尚未解锁的限制性股票的议案》，根据公司限制性股票激励计划的规定，原激励对象倪懿娜、任鹏飞及汪顺因个人原因离职，已不符合激励条件，公司董事会将回购注销以上三位激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票共计22.05万股，回购价格为9.26元/股。本次回购注销完成后，思美传媒总股本将从286,085,730股减至285,865,230股。

5、回购注销已离职股权激励对象所持已获授但尚未解锁的限制性股票

2016年12月20日，公司召开第三届董事会第三十七次会议和第三届监事会第二十二次会议审议通过了《关于回购注销已离职股权激励对象所持已获授但尚未解锁的限制性股票的议案》，根据公司限制性股票激励计划的规定，原激励对象张琴因个人原因离职，已不符合激励条件，公司董事会将回购注销其已获授但尚未解锁的限制性股票8.4万股，回购价格为9.26元/股。本次回购注销完成后，思美传媒总股本将从285,865,230股减至285,781,230股。思美传媒尚未履行完毕上述股票回购及减资的其他法定程序。

三、公司最近三年公司的守法情况

截至本报告书签署日，公司不存在涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉及违法违规被中国证监会立案调查的情况。

最近三年，公司不存在受到行政处罚或者刑事处罚的情况。

四、公司最近三年控制权变动情况

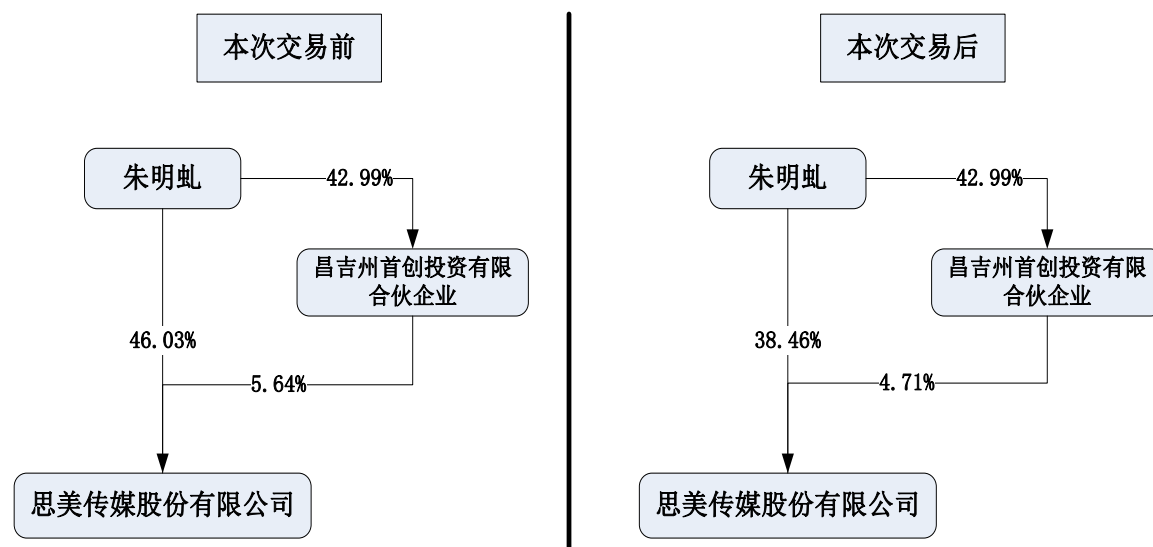
最近三年，公司控制权未发生变动。

五、控股股东及实际控制人

本次交易前，朱明虬先生直接持有上市公司46.03%的股份，同时持有上市公司股东昌吉州首创投资有限合伙企业42.99%的出资份额，昌吉州首创投资有限合伙企业直接持有上市公司5.64%的股份，朱明虬为上市公司的控股股东、实

际控制人。本次交易完成后，朱明虬先生直接持有上市公司 38.46%的股份，同时持有上市公司股东昌吉州首创投资有限合伙企业 42.99%的出资份额，昌吉州首创投资有限合伙企业直接持有上市公司 4.71%的股份，朱明虬仍为上市公司的控股股东、实际控制人。

本次交易前后（募集配套资金按底价发行计算），上市公司股权结构情况如下：



本次交易完成后，上市公司实际控制人未发生变更。

经核查，独立财务顾问认为，本次交易完成后，上市公司实际控制人未发生变更。

六、上市公司主营业务概况

公司是中国 4A 协会副理事长单位、中国广告协会会员单位、国家一级广告企业，以全景、精准、传播为定位，以提供合理传播方案、提升客户品牌价值为使命，以坚持、专一、专注、创新作风，以细节成就经典为核心理念，在变革中转型、在创新中提升，致力于为客户提供一站式整合营销传播服务。

2015 年以来，公司深入研判行业发展趋势，顺应产业趋势的发展变化，全面发力内容营销和数字营销，于 2015 年 12 月收购了科翼传播 80%的股权，积极布局内容整合营销领域，于 2016 年 3 月收购了爱德康赛 100%的股权，积极布局

数字营销领域，形成了“电视广告营销+内容营销+数字营销”的整合营销体系，极大提升了公司在行业内的差异化竞争能力，客户的粘性和获取能力也得到进一步加强，新增同程、贝贝、蘑菇街、观致、江铃福特等大客户，同时已有的众多存量大客户也为公司在内容营销和数字营销的迅速做大奠定坚实基础。

2015 年度，公司营业收入规模进一步扩大，营业利润进一步提升，实现营业收入 249,372.63 万元，同比增长 15.95%；营业利润 11,417.77 万元，同比增长 25.42%；归属于上市公司股东净利润 8,833.40 万元，同比增长 24.73%。

七、主要财务指标

根据天健会计师为思美传媒出具的天健审〔2014〕2908 号《审计报告》、天健审〔2015〕3058 号《审计报告》、天健审〔2016〕5188 号《审计报告》以及公司 2016 年 1-8 月未经审计的财务报告，公司最近三年一期的财务数据如下：

（一）资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2016.8.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总额	268,326.07	169,337.55	119,325.99	79,729.13
负债总额	124,665.27	76,230.78	36,135.36	28,685.88
归属于母公司所有者权益合计	142,839.33	92,793.40	83,095.37	51,014.01

（二）利润表主要数据

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	238,441.23	249,372.63	215,076.13	163,848.51
利润总额	12,659.12	11,876.24	9,573.02	11,091.50
净利润	9,138.69	8,880.04	7,147.95	8,396.51
归属于母公司所有者的净利润	8,624.88	8,833.40	7,081.93	8,408.83

（三）主要财务指标

项 目	2016 年 1-8 月 /2016.8.31	2015 年度 /2015.12.31	2014 年度 /2014.12.31	2013 年度 /2013.12.31

合并资产负债率（%）	46.46	45.02	30.28	35.98
归属于母公司所有者的每股净资产（元）	4.99	10.51	9.74	6.99
每股收益（元）	0.31	1.03	0.84	1.15
净资产收益率（%）	7.31	10.08	9.04	17.96

八、最近三年重大资产重组情况

最近三年，公司未发生重大资产重组情况。

第三节 交易对方情况

一、本次交易对方总体概况

本次交易，思美传媒拟以发行股份及支付现金的方式购买张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、萌皓投资、华睿文华、华睿新锐、上哲永晖 9 名股东合计持有的掌维科技 100%股权、拟以发行股份及支付现金的方式购买鹿捷咨询、青春旋风、芒果投资、骅伟投资 4 名股东合计持有的观达影视 100%股权、拟以发行股份的方式购买陆慧斐、邓翀 2 名股东合计持有的科翼传播 20%股权；并向不超过 10 名投资者发行股份募集配套资金，配套资金不超过本次拟以发行股份方式购买资产交易价格的 100.00%。

截至本报告书签署日，各交易对方持有标的公司的股权/股份及各交易对方的交易对价、支付方式、金额的具体情况如下：

标的公司	交易对方	交易对方在标的公司的持股比例(%)	转让对价(元)	对价支付方式及金额		
				现金对价金额(元)	股份对价金额(元)	股份对价数量(股)
掌维科技	张子钢	71.50	378,950,000.00	189,475,000.25	189,474,999.75	6,544,905
	鼎维投资	10.00	53,000,000.00	26,500,009.55	26,499,990.45	915,371
	张瑾	7.00	37,100,000.00	18,550,026.95	18,549,973.05	640,759
	萌皓投资	3.20	16,960,000.00	6,784,017.10	10,175,982.90	351,502
	华睿文华	3.00	15,900,000.00	15,900,000.00	-	-
	张萍	2.00	10,600,000.00	5,300,007.70	5,299,992.30	183,074
	华睿新锐	2.00	10,600,000.00	15.40	10,599,984.60	366,148
	上哲永晖	0.80	4,240,000.00	1,696,018.75	2,543,981.25	87,875
	张琦	0.50	2,650,000.00	1,325,016.40	1,324,983.60	45,768
	小计	100.00	530,000,000.00	265,530,112.10	264,469,887.90	9,135,402
观达影视	青春旋风	1.00	9,186,556.76	9,186,556.76	-	-
	鹿捷咨询	88.58	813,775,820.00	326,990,197.10	486,785,622.90	16,814,702
	芒果投资	8.33	75,298,014.20	43,377,657.35	31,920,356.85	1,102,603
	骅伟投资	2.08	18,824,502.55	10,844,435.05	7,980,067.50	275,650
	小计	100.00	917,084,893.51	390,398,846.26	526,686,047.25	18,192,955

科翼传播	陆慧斐	10.00	49,999,979.25	-	49,999,979.25	1,727,115
	邓翀	10.00	49,999,979.25	-	49,999,979.25	1,727,115
	小计	20.00	99,999,958.50	-	99,999,958.50	3,454,230
合计		-	1,547,084,852.01	655,928,958.36	891,155,893.65	30,782,587

注：以上股份对价数量计算结果经四舍五入后精确到个位并取整；若发行价格调整的，股份对价数量相应调整。

二、掌维科技交易对方的基本情况

（一）张子钢

1、基本情况

姓名	张子钢
性别	男
国籍	中国
身份证	33062119760907*****
住所	杭州市滨江区御江苑****
通讯地址	杭州市滨江区伟业路银色港湾****
是否取得其他国家或地区居留权	否

2、最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职单位名称	担任职务	任职期间	是否与任职单位存在产权关系
掌维有限	执行董事、总经理	2008年4月至2015年10月	是
掌维科技	董事长、总经理	2015年11月至今	是
鼎维投资	执行事务合伙人	2015年7月至今	是
舟山骏耀投资管理合伙企业	执行事务合伙人	2016年5月至今	是
北京品书	总经理	2016年7月至今	是

3、控制的企业和关联企业的基本情况

截至本报告书签署日，除持有掌维科技 71.50%的股权外，张子钢控制的企业和关联企业的基本情况如下：

公司名称	出资额(万元)	出资比例(%)	经营范围
鼎维投资	120.3075	70.10	服务：投资管理、投资咨询（除证券、期货）。
舟山骏耀投	785.00	91.08	投资管理（未经金融等监管部门批准不得从

资管理合伙企业（有限合伙）			事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）、投资咨询（除证券、期货）

（二）鼎维投资

1、基本信息

企业名称	杭州鼎维投资管理合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
主要经营场所	杭州市滨江区长河街道山一社区陈家村131号一层
执行事务合伙人	张子钢
注册资金	171.6246万元人民币
成立日期	2015年7月15日
统一社会信用代码	91330108341863736K
经营范围	服务：投资管理、投资咨询（除证券、期货）。

2、历史沿革

（1）2015年7月，鼎维投资成立

鼎维投资设立于2015年7月15日，系由张子钢、张勇等23名自然人合伙设立的有限合伙企业。鼎维投资设立时认缴出资额为171.6246万元，全体合伙人均以货币认缴。

鼎维投资设立时，各合伙人认缴出资金额及比例如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	张子钢	123.5687	72.00	普通合伙人
2	张勇	10.2975	6.00	有限合伙人
3	黄蓉蓉	4.2906	2.50	有限合伙人
4	秦财平	3.4328	2.00	有限合伙人
5	宋栋波	3.4328	2.00	有限合伙人
6	史丰	3.4328	2.00	有限合伙人
7	陈梦	2.7460	1.60	有限合伙人
8	蔡磊	2.7460	1.60	有限合伙人
9	朱文忠	1.3730	0.80	有限合伙人
10	周婷	1.3730	0.80	有限合伙人

11	周绪凤	1.3730	0.80	有限合伙人
12	张宁宁	1.3730	0.80	有限合伙人
13	章涛	1.3730	0.80	有限合伙人
14	祁鑫	1.3730	0.80	有限合伙人
15	刘嵘	1.3730	0.80	有限合伙人
16	潘霞萍	1.3730	0.80	有限合伙人
17	刘娟	1.3730	0.80	有限合伙人
18	李怀亮	1.3730	0.80	有限合伙人
19	徐鑫	1.3730	0.80	有限合伙人
20	周灵杰	0.8581	0.50	有限合伙人
21	刘锋	0.6865	0.40	有限合伙人
22	王进玉	0.5149	0.30	有限合伙人
23	支路路	0.5149	0.30	有限合伙人
合计		171.6246	100.00	-

(2) 2015 年 12 月，合伙人变更

2015 年 12 月 18 日，经全体合伙人一致通过，并作出《全体合伙人决定书》，同意吸收何鑫、刘慧和邓三萍 3 名合伙人入伙，张子钢减少出资额至 117.5615 万元，何鑫、刘慧和邓三萍为新合伙人出资额分别为：3.4328 万元、1.7163 万元和 0.8581 万元；同日，新入伙合伙人与原全体合伙人签订《入伙协议》、《合伙协议》、《出资确认书》。本次变更完成后，各合伙人认缴出资额及比例如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	张子钢	117.5615	68.50	普通合伙人
2	张勇	10.2975	6.00	有限合伙人
3	黄蓉蓉	4.2906	2.50	有限合伙人
4	秦财平	3.4328	2.00	有限合伙人
5	宋栋波	3.4328	2.00	有限合伙人
6	史丰	3.4328	2.00	有限合伙人
7	何鑫	3.4328	2.00	有限合伙人
8	陈梦	2.7460	1.60	有限合伙人
9	蔡磊	2.7460	1.60	有限合伙人
10	刘慧	1.7163	1.00	有限合伙人

11	朱文忠	1.3730	0.80	有限合伙人
12	周婷	1.3730	0.80	有限合伙人
13	周绪凤	1.3730	0.80	有限合伙人
14	张宁宁	1.3730	0.80	有限合伙人
15	章涛	1.3730	0.80	有限合伙人
16	祁鑫	1.3730	0.80	有限合伙人
17	刘嵘	1.3730	0.80	有限合伙人
18	潘霞萍	1.3730	0.80	有限合伙人
19	刘娟	1.3730	0.80	有限合伙人
20	李怀亮	1.3730	0.80	有限合伙人
21	徐鑫	1.3730	0.80	有限合伙人
22	周灵杰	0.8581	0.50	有限合伙人
23	邓三萍	0.8581	0.50	有限合伙人
24	刘锋	0.6865	0.40	有限合伙人
25	王进玉	0.5149	0.30	有限合伙人
26	支路路	0.5149	0.30	有限合伙人
合计		171.6246	100.00	-

截至 2015 年 7 月 28 日,上述各合伙人的出资金额以货币方式全部出资到位。

(3) 2016 年 1 月, 合伙人变更

2016 年 1 月 15 日, 经全体合伙人一致通过, 并作出《全体合伙人决定书》, 同意蔡磊退伙; 张子钢出资额增加至 118.248 万元, 徐鑫出资额增加至 3.4325 万元, 蔡磊出资额减少至 0 万元。同日, 全体合伙人签订《合伙协议》、《出资确认书》。本次变更完成后, 各合伙人认缴出资额及比例如下:

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
1	张子钢	118.2480	68.90	普通合伙人
2	张勇	10.2975	6.00	有限合伙人
3	黄蓉蓉	4.2906	2.50	有限合伙人
5	秦财平	3.4328	2.00	有限合伙人
6	宋栋波	3.4328	2.00	有限合伙人
7	史丰	3.4328	2.00	有限合伙人

8	徐鑫	3.4325	2.00	有限合伙人
4	何鑫	3.4328	2.00	有限合伙人
9	陈梦	2.7460	1.60	有限合伙人
10	刘慧	1.7163	1.00	有限合伙人
11	朱文忠	1.3730	0.80	有限合伙人
12	周婷	1.3730	0.80	有限合伙人
13	周绪凤	1.3730	0.80	有限合伙人
14	张宁宁	1.3730	0.80	有限合伙人
15	章涛	1.3730	0.80	有限合伙人
16	祁鑫	1.3730	0.80	有限合伙人
17	刘嵘	1.3730	0.80	有限合伙人
18	潘霞萍	1.3730	0.80	有限合伙人
19	刘娟	1.3730	0.80	有限合伙人
20	李怀亮	1.3730	0.80	有限合伙人
21	周灵杰	0.8581	0.50	有限合伙人
22	邓三萍	0.8581	0.50	有限合伙人
23	刘锋	0.6865	0.40	有限合伙人
24	王进玉	0.5149	0.30	有限合伙人
25	支路路	0.5149	0.30	有限合伙人
合计		171.6246	100.00	-

(4) 2016 年 4 月，合伙人变更

2016 年 4 月 18 日，经全体合伙人一致通过，并作出《全体合伙人决定书》，同意祁鑫退伙；张子钢出资额增加至 119.621 万元，祁鑫出资额减少至 0 万元。同日，全体合伙人签订《合伙协议》、《出资确认书》。本次变更完成后，各合伙人认缴出资额及比例如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	张子钢	119.6210	69.70	普通合伙人
2	张勇	10.2975	6.00	有限合伙人
3	黄蓉蓉	4.2906	2.50	有限合伙人
5	秦财平	3.4328	2.00	有限合伙人

6	宋栋波	3.4328	2.00	有限合伙人
7	史丰	3.4328	2.00	有限合伙人
8	徐鑫	3.4325	2.00	有限合伙人
4	何鑫	3.4328	2.00	有限合伙人
9	陈梦	2.7460	1.60	有限合伙人
10	刘慧	1.7163	1.00	有限合伙人
11	朱文忠	1.3730	0.80	有限合伙人
12	周婷	1.3730	0.80	有限合伙人
13	周绪凤	1.3730	0.80	有限合伙人
14	张宁宁	1.3730	0.80	有限合伙人
15	章涛	1.3730	0.80	有限合伙人
16	刘嵘	1.3730	0.80	有限合伙人
17	潘霞萍	1.3730	0.80	有限合伙人
18	刘娟	1.3730	0.80	有限合伙人
19	李怀亮	1.3730	0.80	有限合伙人
20	周灵杰	0.8581	0.50	有限合伙人
21	邓三萍	0.8581	0.50	有限合伙人
22	刘锋	0.6865	0.40	有限合伙人
23	王进玉	0.5149	0.30	有限合伙人
24	支路路	0.5149	0.30	有限合伙人
合计		171.6246	100.00	-

(4) 2016 年 6 月，合伙人变更

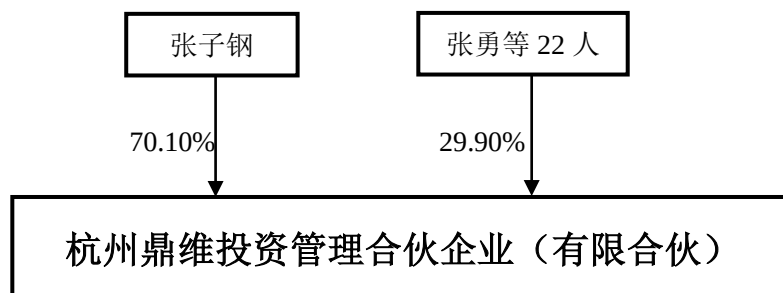
2016 年 6 月 28 日，经全体合伙人一致通过，并作出《全体合伙人决定书》，同意刘锋退伙；张子钢出资额增加至 120.3075 万元，刘锋出资额减少至 0 万元。同日，全体合伙人签订《合伙协议》、《出资确认书》。本次变更完成后，各合伙人认缴出资额及比例如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	张子钢	120.3075	70.10	普通合伙人
2	张勇	10.2975	6.00	有限合伙人
3	黄蓉蓉	4.2906	2.50	有限合伙人

5	秦财平	3.4328	2.00	有限合伙人
6	宋栋波	3.4328	2.00	有限合伙人
7	史丰	3.4328	2.00	有限合伙人
8	徐鑫	3.4325	2.00	有限合伙人
4	何鑫	3.4328	2.00	有限合伙人
9	陈梦	2.7460	1.60	有限合伙人
10	刘慧	1.7163	1.00	有限合伙人
11	朱文忠	1.3730	0.80	有限合伙人
12	周婷	1.3730	0.80	有限合伙人
13	周绪凤	1.3730	0.80	有限合伙人
14	张宁宁	1.3730	0.80	有限合伙人
15	章涛	1.3730	0.80	有限合伙人
16	刘嵘	1.3730	0.80	有限合伙人
17	潘霞萍	1.3730	0.80	有限合伙人
18	刘娟	1.3730	0.80	有限合伙人
19	李怀亮	1.3730	0.80	有限合伙人
20	周灵杰	0.8581	0.50	有限合伙人
21	邓三萍	0.8581	0.50	有限合伙人
22	王进玉	0.5149	0.30	有限合伙人
23	支路路	0.5149	0.30	有限合伙人
合计		171.6246	100.00	-

截至本报告书签署日，鼎维投资合伙人及出资情况未发生变更。

3、出资关系图



4、主要合伙人基本情况

鼎维投资共有 1 名普通合伙人和 22 名有限合伙人，其普通合伙人张子钢基本情况详见本部分“（一）张子钢”相关内容。截至本报告书签署日，上述 23 名合伙人均在掌维科技及子公司任职。

5、最近三年主营业务情况

鼎维投资成立于 2015 年 7 月 15 日，主要从事股权投资。

截至 2015 年 12 月 31 日，鼎维投资资产总额为 177.75 万元、负债总额为 6.31 万元、净资产为 171.44 万元，2015 年鼎维投资净利润为-0.18 万元。

以上数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本报告书签署日，鼎维投资除持有掌维科技 10%的股权外，无其他对外投资。

（三）张瑾

1、基本情况

姓名	张瑾
性别	女
国籍	中国
身份证	33060219771110****
住所	杭州市滨江区御江苑****
通讯地址	杭州市滨江区伟业路银色港湾****
是否取得其他国家或地区居留权	否

2、最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职单位名称	担任职务	任职期间	是否与任职单位存在产权关系
中国移动通信集团浙江有限公司	管理员	2003 年 4 月至 2013 年 4 月	否
掌维有限	商务拓展	2014 年 4 月至 2015 年 10 月	是
掌维科技	董事、商务拓展	2015 年 11 月至今	是

北京品书	监事	2016 年 7 月至今	是

3、控制的企业和关联企业的基本情况

截至本报告书签署日，除持有掌维科技 7.00%的股权外，张瑾控制的企业和关联企业的基本情况如下：

公司名称	出资额(万元)	出资比例(%)	经营范围
舟山骏耀投资管理合伙企业（有限合伙）	70.00	8.92	投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）、投资咨询（除证券、期货）

（四）萌皓投资

1、基本信息

企业名称	杭州萌皓投资管理合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
经营场所	上城区白云路22号153室
执行事务合伙人	朱江明
注册资金	10,000.00万元人民币
成立日期	2015年7月7日
注册号	330102000150524
组织机构代码证	34185350-3
经营范围	服务：投资管理，投资咨询（除证券、期货），实业投资。

2、历史沿革

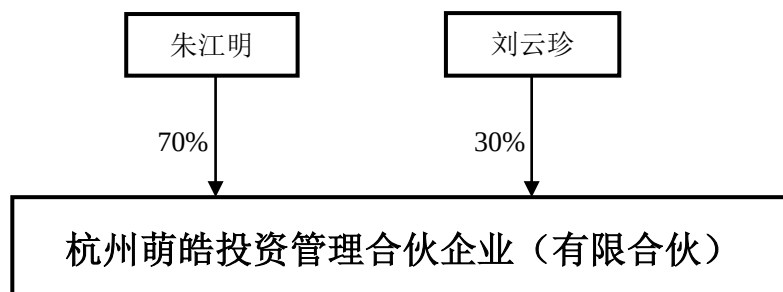
萌皓投资设立于 2015 年 7 月 7 日，系由朱江明和刘云珍合伙设立的有限合伙企业。萌皓投资设立时认缴出资总额为 10,000 万元，全体合伙人均以货币认缴。

萌皓投资设立时，各合伙人认缴出资金额及比例如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	朱江明	7,000.00	70.00	普通合伙人
2	刘云珍	3,000.00	30.00	有限合伙人
合计		10,000.00	100.00	

截至本报告书签署日，萌皓投资合伙人及出资情况未发生变更。

3、出资关系图



4、主要合伙人基本情况

萌皓投资共有 1 名普通合伙人和 1 名有限合伙人，其中普通合伙人朱江明担任执行事务合伙人，其基本情况如下：

姓名	身份证号	住所
朱江明	33010619670407****	杭州市西湖区星洲花园****

5、最近三年主营业务情况

萌皓投资成立于 2015 年 7 月 7 日，主要从事股权投资。

截至 2015 年 12 月 31 日，萌皓投资资产总额为 3,459.24 万元、负债总额为 0.13 万元、净资产为 3,459.11 万元，2015 年度萌皓投资净利润为-1.79 万元。

以上数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本报告书签署日，萌皓投资除持有掌维科技 3.20%的股权外，投资的其他下属企业具体情况如下：

公司名称	注册资本/认缴出资额（万元）	持股比例/认缴出资比例（%）	经营范围
苏州礼泰创业投资中心（有限合伙）	50,000.00	8.00	创业投资、实业投资、资产管理、投资管理、企业管理、投资咨询、商务咨询、企业管理咨询、会务服务。（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）

			活动)
杭州君溢创业投资合伙企业(有限合伙)	20,000.00	5.00	服务: 创业投资业务, 为创业企业提供创业管理服务业务, 创业投资咨询业务。
杭州奥通环保科技股份有限公司	1,000.00	5.00	服务: 电气设备、自动化设备、工业废气、废液及废渣处理技术、新材料生产技术和设备、光电产品的技术开发、技术服务、成果转让, 电气设备、自动化系统工程、工业废气、废液及废渣处理设备、特种纤维生产工程和设备(涉及许可证项目除外)的设计、安装; 批发、零售: 计算机软、硬件, 电气设备, 自动化设备, 特种纺织纤维, 光电产品; 承接环保工程; 货物进出口(法律、行政法规禁止经营的项目除外, 法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营); 其他无需报经审批的一切合法项目。

(五) 华睿文华

1、基本信息

企业名称	诸暨华睿文华股权投资合伙企业(有限合伙)
企业类型	有限合伙企业
注册地址/主要办公地点	诸暨市暨阳街道人民中路356号财税大厦13楼
执行事务合伙人	浙江富华睿银投资管理有限公司(委派代表: 寿志萍)
注册资金	24,510.00万元人民币
成立日期	2015年6月10日
统一社会信用代码	9133068134401457XJ
经营范围	股权投资及相关咨询服务。

2、历史沿革

(1) 2015年6月, 华睿文华成立

华睿文华设立于2015年6月10日, 系由浙江华睿投资管理有限公司等8家公司和陈英骅等29名自然人合伙设立的有限合伙企业。华睿文华设立时认缴出资额为25,800万元, 全体合伙人均以货币认缴。

华睿文华设立时, 各合伙人认缴出资金额及比例如下:

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	浙江华睿投资管理有限公司	1,500.00	5.814	普通合伙人
2	五都投资有限公司	2,000.00	7.7519	有限合伙人
3	陈英骅	1,500.00	5.814	有限合伙人
4	浙江磐道投资管理有限公司	1,000.00	3.8759	有限合伙人
5	美好资本投资有限公司	1,000.00	3.8759	有限合伙人
6	浙江出版集团投资有限公司	1,000.00	3.8759	有限合伙人
7	杭州嘉银投资有限公司	1,000.00	3.8759	有限合伙人
8	施国荣	1,000.00	3.8759	有限合伙人
9	李立峰	1,000.00	3.8759	有限合伙人
10	浙江巨擎投资有限公司	1,000.00	3.8759	有限合伙人
11	马玲	700.00	2.7132	有限合伙人
12	倪宗杰	600.00	2.3256	有限合伙人
13	陈德馨	500.00	1.938	有限合伙人
14	应炳杨	500.00	1.938	有限合伙人
15	夏赛丽	500.00	1.938	有限合伙人
16	张利福	500.00	1.938	有限合伙人
17	马青	500.00	1.938	有限合伙人
18	浙江诸暨惠风创业投资有限公司	500.00	1.938	有限合伙人
19	童菊儿	500.00	1.938	有限合伙人
20	童引南	500.00	1.938	有限合伙人
21	余军	500.00	1.938	有限合伙人
22	林金仪	500.00	1.938	有限合伙人
23	章贤妃	500.00	1.938	有限合伙人
24	潘美珍	500.00	1.938	有限合伙人
25	戴峰	500.00	1.938	有限合伙人
26	朱超	500.00	1.938	有限合伙人
27	丁闻雁	500.00	1.938	有限合伙人
28	陈建良	500.00	1.938	有限合伙人
29	姚吉春	500.00	1.938	有限合伙人
30	高其伟	500.00	1.938	有限合伙人
31	张陆兴	500.00	1.938	有限合伙人
32	李波	500.00	1.938	有限合伙人

33	沈宝兴	500.00	1.938	有限合伙人
34	李明	500.00	1.938	有限合伙人
35	徐红霞	500.00	1.938	有限合伙人
36	陈枫	500.00	1.938	有限合伙人
37	宗佩民	500.00	1.938	有限合伙人
合计		25,800.00	100.00	

(2) 2015 年 12 月，认缴出资额变更

2015 年 12 月，经全体合伙人一致通过并签署相关协议，同意马青、童菊儿退伙，同意吴始禄、姚春芬入伙，出资额分别为 475 万元，同时减少认缴出资金额 1,290 万元，由各出资人按原出资比例减少。本次变更完成后，各合伙人认缴出资额及比例如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	浙江华睿投资管理有限公司	1,425.00	5.814	普通合伙人
2	五都投资有限公司	1,900.00	7.7519	有限合伙人
3	陈英骅	1,425.00	5.814	有限合伙人
4	浙江磐道投资管理有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
5	美好资本投资有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
6	浙江出版集团投资有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
7	杭州嘉银投资有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
8	施国荣	950.00	3.8759	有限合伙人
9	李立峰	950.00	3.8759	有限合伙人
10	浙江巨擎投资有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
11	马玲	665.00	2.7132	有限合伙人
12	倪宗杰	570.00	2.3256	有限合伙人
13	陈德馨	475.00	1.938	有限合伙人
14	应炳杨	475.00	1.938	有限合伙人
15	夏赛丽	475.00	1.938	有限合伙人
16	张利福	475.00	1.938	有限合伙人
17	吴始禄	475.00	1.938	有限合伙人
18	浙江诸暨惠风创业投资有限公司	475.00	1.938	有限合伙人
19	姚春芬	475.00	1.938	有限合伙人

20	童引南	475.00	1.938	有限合伙人
21	余军	475.00	1.938	有限合伙人
22	林金仪	475.00	1.938	有限合伙人
23	章贤妃	475.00	1.938	有限合伙人
24	潘美珍	475.00	1.938	有限合伙人
25	戴峰	475.00	1.938	有限合伙人
26	朱超	475.00	1.938	有限合伙人
27	丁闻雁	475.00	1.938	有限合伙人
28	陈建良	475.00	1.938	有限合伙人
29	姚吉春	475.00	1.938	有限合伙人
30	高其伟	475.00	1.938	有限合伙人
31	张陆兴	475.00	1.938	有限合伙人
32	李波	475.00	1.938	有限合伙人
33	沈宝兴	475.00	1.938	有限合伙人
34	李明	475.00	1.938	有限合伙人
35	徐红霞	475.00	1.938	有限合伙人
36	陈枫	475.00	1.938	有限合伙人
37	宗佩民	475.00	1.938	有限合伙人
合计		24,510.00	100.00	

(3) 2016 年 6 月，变更合伙人

2016 年 6 月，经全体合伙人一致通过并签署相关协议，同意浙江华睿投资管理有限公司退伙并将其持有的实缴出资额 1,425 万元转让给浙江富华睿银投资管理有限公司；同意陈枫退伙并将其持有的实缴出资额 475 万元转让给郭华情；经全体合伙人协商一致，同意委托浙江富华睿银投资管理有限公司为执行事务合伙人；同意合伙人美好资本投资有限公司更名为美好资本投资股份有限公司。

本次变更完成后，各合伙人认缴出资额及比例如下：

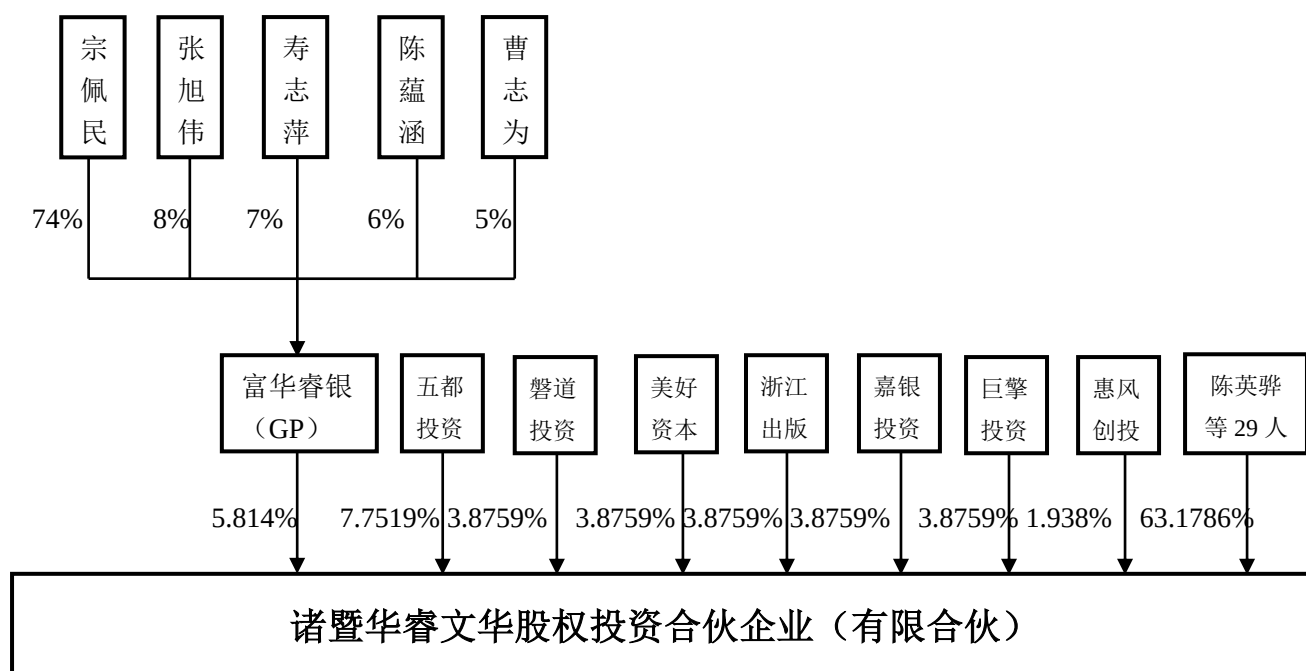
序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	浙江富华睿银投资管理有限公司	1,425.00	5.814	普通合伙人
2	五都投资有限公司	1,900.00	7.7519	有限合伙人
3	陈英骅	1,425.00	5.814	有限合伙人

4	浙江磐道投资管理有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
5	美好资本投资股份有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
6	浙江出版集团投资有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
7	杭州嘉银投资有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
8	施国荣	950.00	3.8759	有限合伙人
9	李立峰	950.00	3.8759	有限合伙人
10	浙江巨擎投资有限公司	950.00	3.8759	有限合伙人
11	马玲	665.00	2.7132	有限合伙人
12	倪宗杰	570.00	2.3256	有限合伙人
13	陈德馨	475.00	1.938	有限合伙人
14	应炳杨	475.00	1.938	有限合伙人
15	夏赛丽	475.00	1.938	有限合伙人
16	张利福	475.00	1.938	有限合伙人
17	吴始禄	475.00	1.938	有限合伙人
18	浙江诸暨惠风创业投资有限公司	475.00	1.938	有限合伙人
19	姚春芬	475.00	1.938	有限合伙人
20	童引南	475.00	1.938	有限合伙人
21	余军	475.00	1.938	有限合伙人
22	林金仪	475.00	1.938	有限合伙人
23	章贤妃	475.00	1.938	有限合伙人
24	潘美珍	475.00	1.938	有限合伙人
25	戴峰	475.00	1.938	有限合伙人
26	朱超	475.00	1.938	有限合伙人
27	丁闻雁	475.00	1.938	有限合伙人
28	陈建良	475.00	1.938	有限合伙人
29	姚吉春	475.00	1.938	有限合伙人
30	高其伟	475.00	1.938	有限合伙人
31	张陆兴	475.00	1.938	有限合伙人
32	李波	475.00	1.938	有限合伙人
33	沈宝兴	475.00	1.938	有限合伙人
34	李明	475.00	1.938	有限合伙人
35	徐红霞	475.00	1.938	有限合伙人
36	郭华情	475.00	1.938	有限合伙人

37	宗佩民	475.00	1.938	有限合伙人
合计		24,510.00	100.00	

截至本报告书签署日，华睿文华合伙人及出资情况未发生变更。

3、出资关系图



注：富华睿银：浙江富华睿银投资管理有限公司；五都投资：五都投资有限公司；磐道投资：浙江磐道投资管理有限公司；美好资本：美好资本投资有限公司；出版投资：浙江出版集团投资有限公司；嘉银投资：杭州嘉银投资有限公司；巨擎投资：浙江巨擎投资有限公司；惠风创投：浙江诸暨惠风创业投资有限公司。

4、主要合伙人基本情况

华睿文华共有 1 名普通合伙人和 36 名有限合伙人，其普通合伙人浙江富华睿银投资管理有限公司的基本情况如下：

企业名称	浙江富华睿银投资管理有限公司
公司类型	有限责任公司
注册地址	杭州市滨江区滨安路1197号4幢305室
法定代表人	宗佩民
注册资本	10,000.00万元
成立日期	2015年12月24日

统一社会信用代码	91330000MA27U01X70
经营范围	投资管理，投资咨询、经济信息咨询、财务咨询、资产管理咨询服务。

华睿文华的执行事务合伙人委派代表为寿志萍，寿志萍的基本情况如下：

姓名	身份证号	住所
寿志萍	33010319691212****	杭州市下城区浙报公寓****

5、最近三年主营业务情况

华睿文华成立于 2015 年 6 月 10 日，主要从事股权投资。

截至 2015 年 12 月 31 日，华睿文华资产总额为 27,051.64 万元、负债总额为 223.26 万元、净资产为 26,828.37 万元，2015 年度华睿文华净利润为 2,318.37 万元。

以上数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本报告书签署日，华睿文华除持有掌维科技 3%的股权外，投资的其他下属企业具体情况如下：

公司名称	注册资本/认缴出资额（万元）	持股比例/认缴出资比例（%）	经营范围
杭州宇石网络科技有限公司	625.00	8.00	技术研发、技术服务、技术咨询、技术成果转让；计算机软硬件、网络信息技术、网络游戏；服务：网站设计、第二类增值电信业务中的信息服务业务
杭州+星人影视科技有限公司	1,400.00	6.00	技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；立体电影技术、计算机软硬件、计算机网络技术、计算机系统集成、图像处理技术、数据服务；计算机设备维修、成年人的非证书劳动职业技术培训（设计前置审批的项目除外）、动漫设计、经济信息咨询（除商品中介）、承展览展示、文化艺术交流活动策划（除演出及演出中介）、企业形象策划、市场营销策划、房地产营销策划、投资管理、投资咨询（除证页设计）；设计、制作、代理、发布：国内广告（除网络广告发布）；销售：计算机软硬件、电子产品、机械设备、工艺品；货

			物进出口，法规禁止经营项目除外，法规、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目。
杭州音淘网络科技有限公司	135.8695	6.67	服务：网络信息技术、计算机软硬件、办公软件的技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让，网页设计，企业管理咨询，文化创意策划；批发、零售：计算机软硬件，日用百货。
杭州映墨科技有限公司	109.1508	4.66	服务：计算机软硬件、电子产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；服务：承接计算机网络工程（涉及资质证凭证经营），企业管理咨询，成年人的非文化教育培训（涉及前置审批的项目除外）；批发：计算机软硬件及配件，电子产品、通讯器材（除专控），电子元器件（不涉及《外商投资产业指导目录》限制类、禁止类项目）（涉及许可证或专项审批的凭许可证或待审批后经营）。
杭州黑岩网络科技有限公司	115.3847	6.67	网络技术、计算机软硬件的技术开发、技术服务；动漫设计（限计算机）；利用信息网络经营动漫产品；校外成年人的非证书的文化教育培训、校外成年人的非证书的劳动职业技能培训（涉及前置审批的除外）。
北京卓然影业有限公司	392.22	7.50	电脑图文设计、制作；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；技术推广服务；经济贸易咨询；市场调查；企业管理咨询；舞台灯光音响设备租赁。

（六）张萍

1、基本情况

姓名	张萍
性别	女
国籍	中国
身份证	33060219690824****
住所	浙江省绍兴市越城区罗门西村****
通讯地址	浙江省绍兴市越城区罗门西村****
是否取得其他国家或地区居留权	否

2、最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职单位名称	担任职务	任职期间	是否与任职单位存在产权关系
绍兴县兰亭小白鹅羽绒制品有限公司	职员	2007 年至今	否
北京品书	执行董事	2016 年 7 月至今	是

3、控制的企业和关联企业的基本情况

截至本报告书签署日，除持有掌维科技 2.00%的股权外，张萍不存在控制的企业和关联企业。

(七) 华睿新锐

1、基本信息

企业名称	诸暨华睿新锐投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
主要经营场所	诸暨市暨阳街道人民南路81号
执行事务合伙人	浙江华睿控股有限公司（委派代表：宗佩民）
注册资金	10,500.00万元人民币
成立日期	2015年6月10日
注册号	330681000302477
组织机构代码证	34398620-3
经营范围	股权投资及相关咨询服务。

2、历史沿革

华睿新锐设立于 2015 年 6 月 10 日，系由浙江华睿投资管理有限公司等 6 家公司和吴铮等 42 名自然人合伙设立的有限合伙企业。华睿新锐设立时认缴出资额为 10,500 万元，全体合伙人均以货币认缴。华睿新锐设立时，各合伙人认缴出资金额及比例如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	浙江华睿投资管理有限公司	200.00	1.9048	普通合伙人
2	浙江磐道投资管理有限公司	1,000.00	9.5238	有限合伙人

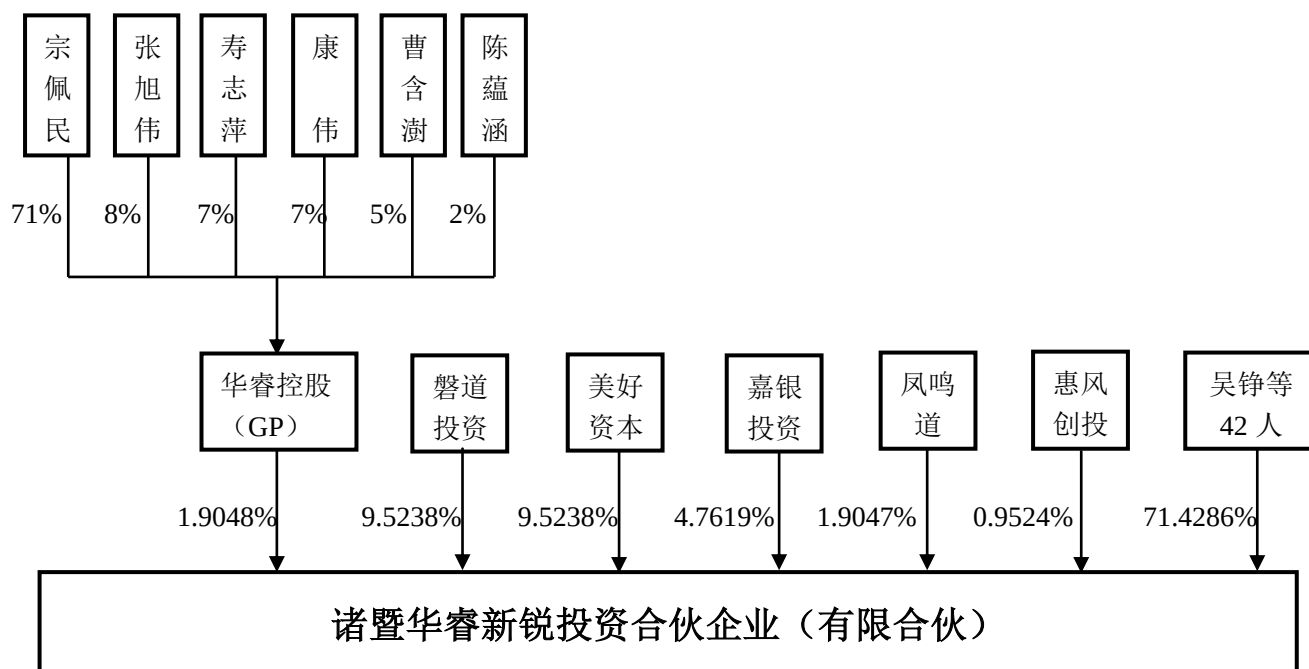
3	美好资本投资有限公司	1,000.00	9.5238	有限合伙人
4	吴铮	500.00	4.7619	有限合伙人
5	杭州嘉银投资有限公司	500.00	4.7619	有限合伙人
6	郭锦江	500.00	4.7619	有限合伙人
7	施国荣	500.00	4.7619	有限合伙人
8	李立峰	500.00	4.7619	有限合伙人
9	余军	500.00	4.7619	有限合伙人
10	吴荣金	300.00	2.8571	有限合伙人
11	许凌云	300.00	2.8571	有限合伙人
12	李波	300.00	2.8571	有限合伙人
13	杨一萍	300.00	2.8571	有限合伙人
14	浙江凤鸣道实业有限公司	200.00	1.9047	有限合伙人
15	章贤妃	200.00	1.9047	有限合伙人
16	竺素娥	200.00	1.9047	有限合伙人
17	潘美珍	200.00	1.9047	有限合伙人
18	张诚	200.00	1.9047	有限合伙人
19	范周春	200.00	1.9047	有限合伙人
20	浙江诸暨惠风创业投资有限公司	100.00	0.9524	有限合伙人
21	田仕华	100.00	0.9524	有限合伙人
22	郑秀林	100.00	0.9524	有限合伙人
23	钱勤	100.00	0.9524	有限合伙人
24	颜阿龙	100.00	0.9524	有限合伙人
25	潘凤珍	100.00	0.9524	有限合伙人
26	梁流芳	100.00	0.9524	有限合伙人
27	徐秀品	100.00	0.9524	有限合伙人
28	朱志灵	100.00	0.9524	有限合伙人
29	朱超	100.00	0.9524	有限合伙人
30	周云祥	100.00	0.9524	有限合伙人
31	高其伟	100.00	0.9524	有限合伙人
32	郑建立	100.00	0.9524	有限合伙人
33	高书芳	100.00	0.9524	有限合伙人
34	赵俊	100.00	0.9524	有限合伙人
35	方小军	100.00	0.9524	有限合伙人

36	马新荣	100.00	0.9524	有限合伙人
37	施启超	100.00	0.9524	有限合伙人
38	潘云飞	100.00	0.9524	有限合伙人
39	吴丽生	100.00	0.9524	有限合伙人
40	杨英智	100.00	0.9524	有限合伙人
41	周一琼	100.00	0.9524	有限合伙人
42	陈燕华	100.00	0.9524	有限合伙人
43	黄永毅	100.00	0.9524	有限合伙人
44	丁闻雁	100.00	0.9524	有限合伙人
45	李建东	100.00	0.9524	有限合伙人
46	郑瑜	100.00	0.9524	有限合伙人
47	杨钦飏	100.00	0.9524	有限合伙人
48	张丹琴	100.00	0.9524	有限合伙人
合计		10,500.00	100.00	

2016年3月浙江华睿投资管理有限公司更名为浙江华睿控股有限公司。

截至本报告书签署日，华睿新锐合伙人及出资情况未发生变更。

3、出资关系图



注：华睿控股：浙江华睿控股有限公司；磐道投资：浙江磐道投资管理有限公司；美好

资本：美好资本投资有限公司；嘉银投资：杭州嘉银投资有限公司；风鸣道：浙江风鸣道实业有限公司；惠风创投：浙江诸暨惠风创业投资有限公司。

4、主要合伙人基本情况

华睿新锐共有 1 名普通合伙人和 47 名有限合伙人，其普通合伙人浙江华睿控股有限公司的基本情况如下：

企业名称	浙江华睿控股有限公司（曾用名：浙江华睿投资管理有限公司，2016 年 3 月完成名称变更）
公司类型	有限责任公司
注册地址	杭州市文二路 207 号文欣大厦 1602 室
法定代表人	宗佩民
注册资本	5,000.00 万元
成立日期	2002 年 8 月 6 日
统一社会信用代码	91330000742016642P
经营范围	投资咨询、经济信息咨询（不含期货、证券）、投资项目管理及咨询服务、财务咨询、资产管理咨询服务。

华睿新锐的执行事务合伙人委派代表为宗佩民，宗佩民的基本情况如下：

姓名	身份证号	住所
宗佩民	33010619640105****	杭州市西湖区桂花城春晓苑****

5、最近三年主营业务情况

华睿新锐成立于 2015 年 6 月 10 日，主要从事股权投资。

截至 2015 年 12 月 31 日，华睿新锐资产总额为 9,645.69 万元、负债总额为 0 万元、净资产为 9,645.69 万元，2015 年度华睿新锐净利润为-854.31 万元。

以上数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本报告书签署日，华睿新锐除持有掌维科技 2%的股权外，投资的其他下属企业具体情况如下：

公司名称	注册资本/认缴出资额（万元）	持股比例/认缴出资比例（%）	经营范围
杭州特扬网络	1,176.4706	6.25	服务：计算机软硬件、计算机网络技术开

科技有限公司			发、技术咨询、技术服务、成果转让；批发零售：计算机软硬件
杭州协能科技股份有限公司	1,362.3978	2.29	服务：电池维护、计算机软件维护，计算机软件、计算机系统集成、均衡芯片、储能电池管理系统、充换电设备、电动汽车电池管理系统的技术开发、技术服务、成果转让；批发、零售：电子产品、电力设备、电池及电池系统、冲换电设备、节能环保设备、计算机软件；货物进出口。（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得项目许可后方可经营）
杭州华途软件有限公司	1,609.507	3.33	服务：计算机软硬件及系统集成的技术开发、技术服务、成果转让，承接网络工程、通信工程（涉及资质证凭证经营），楼宇智能化的设计、咨询、施工（凭资质证经营）；批发、零售：计算机软硬件，电子产品、通信设备（除专控）。
杭州广脉科技股份有限公司	5,200.00	5.59	服务：计算机网络技术、计算机软件、通信设备、计算机系统集成的技术开发、技术服务、成果转让。承接：通信工程、建筑智能化工程、安防工程、计算机网络工程、楼宇综合布线；批发、零售：通讯产品，电子产品。
贵州威门药业股份有限公司	12,080.18	0.50	硬胶囊剂、颗粒剂、片剂、（含中药提取）粉针剂、冻干粉针剂、原料药的自产自销；经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务（国家限定和禁止的除外）；从事国家规定的贸易进出口业务；中药材种植（杜仲、厚朴、甘草、麝香除外）。
北京卓然影业有限公司	392.22	2.50	电脑图文设计、制作；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；技术推广服务；经济贸易咨询；市场调查；企业管理咨询；舞台灯光音响设备租赁。

（八）上哲永晖

1、基本信息

企业名称	宁波高新区上哲永晖投资管理合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业

注册地址 /主要办公地点	宁波高新区扬帆路999号5号435室
执行事务合伙人	浙江上哲至成投资管理有限公司（委派代表：郑清）
注册资金	1,000.00万元人民币
成立日期	2015年7月8日
统一社会信用代码	91330201340480557N
经营范围	投资管理及咨询服务。

2、历史沿革

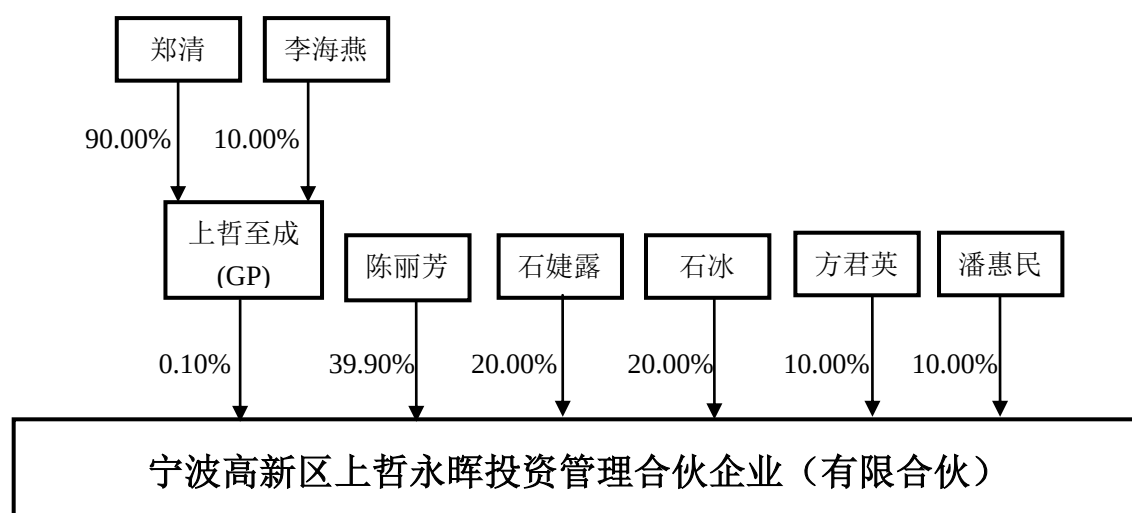
上哲永晖设立于 2015 年 7 月 8 日，系由浙江上哲至成投资管理有限公司和陈丽芳等 5 名自然人合伙设立的有限合伙企业。上哲永晖设立时认缴出资额为 1,000 万元，全体合伙人均以货币认缴。

上哲永晖设立时，各合伙人认缴出资金额及比例如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	浙江上哲至成投资管理有限公司	1.00	0.10	普通合伙人
2	陈丽芳	399.00	39.90	有限合伙人
3	石婕露	200.00	20.00	有限合伙人
4	石冰	200.00	20.00	有限合伙人
5	方君英	100.00	10.00	有限合伙人
6	潘惠民	100.00	10.00	有限合伙人
合计		1,000.00	100.00	

截至本报告书签署日，上哲永晖合伙人及出资情况未发生变更。

3、出资关系图



注：上哲至成：浙江上哲至成投资管理有限公司。

4、主要合伙人基本情况

上哲永晖共有 1 名普通合伙人和 5 名有限合伙人，其普通合伙人浙江上哲至成投资管理有限公司的基本情况如下：

企业名称	浙江上哲至成投资管理有限公司
公司类型	有限责任公司
注册地址	杭州市余杭区仓前街道文一西路1218号8幢2单元101室
法定代表人	郑清
注册资本	1,000.00万元
成立日期	2014年3月24日
注册号	330184000285362
组织机构代码	09613988-2
经营范围	投资管理、投资咨询（除证券、期货）。

上哲永晖的执行事务合伙人委派代表为郑清，郑清的基本情况如下：

姓名	身份证号	住所
郑清	33062319800706****	浙江省慈溪市浒山街道****

5、最近三年主营业务情况

上哲永晖成立于 2015 年 7 月 8 日，主要从事股权投资。

截至 2015 年 12 月 31 日，上哲永晖资产总额为 560.11 万元、负债总额为 0.5 万元、净资产为 559.61 万元，2015 年度上哲永晖净利润为-0.35 万元。

以上数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本报告书签署日，上哲永晖除持有掌维科技 0.80%的股权外，投资的其他下属企业具体情况如下：

公司名称	注册资本/认缴出资额（万元）	持股比例/认缴出资比例（%）	经营范围
宁波江北上哲丰源股权投资合伙企业（有限合伙）	1,214.00	32.95	股权投资（除金额、证券等国家专项审批项目），投资管理，投资咨询。未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务。
北京视友科技有限责任公司	220.00	5.45	技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让、技术推广；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值 1.5 以上的云计算数据中心除外）；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；销售电子产品、计算机、软件及辅助设备。
杭州豆贝网络科技有限公司	125.16	5.00	技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；计算机软硬件、计算机系统集成、计算机信息技术；设计、制作、代理、发布：国内广告（除网络广告发布）；批发、零售：计算机软硬件。

（九）张琦

1、基本情况

姓名	张琦
性别	男
国籍	中国
身份证	33060219740415****
住所	浙江省绍兴市越城区府山西路****
通讯地址	浙江省绍兴市越城区新建北路****
是否取得其他国家或地区居留权	否

2、最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职单位名称	担任职务	任职期间	是否与任职单位存在产权关系
绍兴市越城正	负责人	2005 年 7 月至今	是

创电脑商行			

3、控制的企业和关联企业的基本情况

截至本报告书签署日，除持有掌维科技 0.50%的股权外，张琦经营绍兴市越城正创电脑商行

三、观达影视交易对方的基本情况

（一）鹿捷咨询

1、基本情况

企业名称	上海鹿捷企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
经营场所	上海市崇明县横沙乡富民支路 58 号 A1-5245 室（上海横泰经济开发区）
执行事务合伙人	周丹
注册资金	100 万元
成立日期	2016 年 4 月 21 日
合伙期限	2016 年 4 月 21 日至 2036 年 4 月 20 日
统一社会信用代码	91310230MA1JXBDB9D
经营范围	企业管理咨询，商务服务，企业形象策划，市场营销策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

2、历史沿革

鹿捷咨询设立于 2016 年 4 月 21 日，系由周丹、沈璐和严俊杰等 3 名自然人合伙设立的有限合伙企业。鹿捷咨询设立时认缴出资额为 100 万元，全体合伙人均以货币认缴。

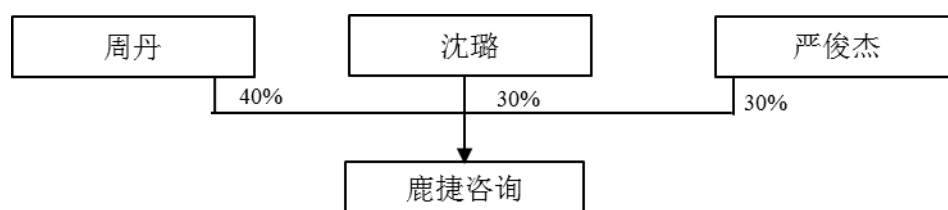
鹿捷咨询设立时，各合伙人认缴出资金额及比例如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人性质
1	周丹	40.00	40.00	普通合伙人
2	沈璐	30.00	30.00	有限合伙人
3	严俊杰	30.00	30.00	有限合伙人
合计		100.00	100.00	

截至本报告书签署日，鹿捷咨询合伙人及出资情况未发生变更。

3、出资关系图

截至本报告书签署之日，鹿捷咨询的产权控制关系如下：



4、主要合伙人基本情况

鹿捷咨询共有 1 名普通合伙人和 2 名有限合伙人，其中普通合伙人周丹担任执行事务合伙人，其基本情况如下：

姓名	身份证号	住所
周丹	33040219800921****	上海市长宁区中山西路****

5、最近三年主营业务情况

鹿捷咨询成立于 2016 年 4 月 21 日，主营业务为股权投资。

截至 2016 年 6 月 30 日，鹿捷咨询资产总额为 265.75 万元、负债总额为 265.75 万元、净资产为 0.00 万元，2016 年上半年鹿捷咨询净利润为 0.00 万元。（鹿捷咨询成立于 2016 年，此处提供 2016 年 6 月财务报表）

以上数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本报告书签署之日，除观达影视外，鹿捷咨询未持有其他任何公司股权或控制其他任何公司。

（二）芒果投资

1、基本情况

企业名称	芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
经营场所	上海市浦东新区南汇新城镇环湖西二路 800 号 F1601 室
执行事务合伙人	易泽资本管理有限公司（委派代表：蔡怀军）

注册资金	311,700.00 万元
成立日期	2015 年 12 月 11 日
合伙期限	2015 年 12 月 11 日至 2021 年 12 月 10 日
统一社会信用代码	91310000MA1FL0YB3M
经营范围	股权投资，实业投资，投资管理，投资咨询，股权投资管理，创业投资。【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】

2、历史沿革

(1) 2015 年 12 月，芒果投资成立

芒果投资设立于 2015 年 12 月 11 日，系由易泽资本管理有限公司、江阴中南重工股份有限公司、芒果传媒有限公司合伙设立的有限合伙企业。芒果投资设立时认缴出资总额为 101,200 万元，全体合伙人均以货币认缴。

芒果投资设立时，各合伙人认缴出资金额及比例如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	易泽资本管理有限公司	200.00	0.20	普通合伙人
2	江阴中南重工股份有限公司	51,000.00	50.40	有限合伙人
3	芒果传媒有限公司	50,000.00	49.40	有限合伙人
合计		101,200.00	100.00	

(2) 2016 年 2 月，合伙人变更

2016 年 2 月 24 日，经全体合伙人一致通过，并作出《变更决定书》，同意吸收上海兴晟股权投资管理有限公司、厦门建发集团有限公司、天津金晨房地产开发有限责任公司、厦门市创业投资有限公司、深圳中民资本管理有限公司、西藏泰富文化传媒有限公司、西藏易娱文化传媒有限公司、上海招银股权投资基金管理有限公司、盐城三石投资管理中心（有限合伙）、厦门国际信托有限公司、上海麓麟投资管理中心（有限合伙）、上海禾麓企业管理咨询合伙企业（有限合伙）等 12 名合伙人入伙，上述新合伙人出资额分别为 30,000 万元、15,000 万元、5,000 万元、2,000 万元、50,000 万元、24,000 万元、6,000 万元、20,000 万元、2,500 万元、5,000 万元、45,000 万元和 6,000 万元。同日，新入伙合伙人与原全体合伙人签订《入伙协议》、《合伙协议》、《认缴出资确认函》。本次变更完成后，

各合伙人认缴出资额及比例如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	易泽资本管理有限公司	200.00	0.06	普通合伙人
2	江阴中南重工股份有限公司	51,000.00	16.36	有限合伙人
3	芒果传媒有限公司	50,000.00	16.04	有限合伙人
4	上海兴晟股权投资管理有限公司	30,000.00	9.62	有限合伙人
5	厦门建发集团有限公司	15,000.00	4.81	有限合伙人
6	天津金晨房地产开发有限责任公司	5,000.00	1.60	有限合伙人
7	厦门市创业投资有限公司	2,000.00	0.64	有限合伙人
8	深圳中民资本管理有限公司	50,000.00	16.04	有限合伙人
9	西藏泰富文化传媒有限公司	24,000.00	7.70	有限合伙人
10	西藏易娱文化传媒有限公司	6,000.00	1.92	有限合伙人
11	上海招银股权投资基金管理有限公司	20,000.00	6.42	有限合伙人
12	盐城三石投资管理中心(有限合伙)	2,500.00	0.80	有限合伙人
13	厦门国际信托有限公司	5,000.00	1.60	有限合伙人
14	上海麓麟投资管理中心(有限合伙)	45,000.00	14.44	有限合伙人
15	上海禾麓企业管理咨询合伙企业(有限合伙)	6,000.00	1.92	有限合伙人
合计		311,700.00	100.00	

(3) 2016年3月，合伙人变更

2016年3月31日，经全体合伙人一致通过，同意深圳中民资本管理有限公司退伙，上海禾麓企业管理咨询合伙企业（有限合伙）出资额增加至 56,000 万元。本次变更完成后，各合伙人认缴出资额及比例如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	易泽资本管理有限公司	200.00	0.06	普通合伙人
2	江阴中南重工股份有限公司[注]	51,000.00	16.36	有限合伙人
3	芒果传媒有限公司	50,000.00	16.04	有限合伙人

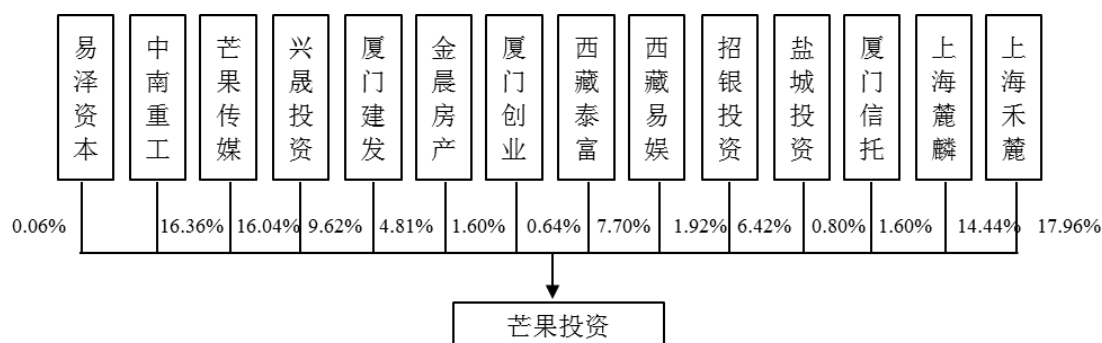
4	上海兴晟股权投资管理有限公司	30,000.00	9.62	有限合伙人
5	厦门建发集团有限公司	15,000.00	4.81	有限合伙人
6	天津金晨房地产开发有限责任公司	5,000.00	1.60	有限合伙人
7	厦门市创业投资有限公司	2,000.00	0.64	有限合伙人
8	西藏泰富文化传媒有限公司	24,000.00	7.70	有限合伙人
9	西藏易娱文化传媒有限公司	6,000.00	1.92	有限合伙人
10	上海招银股权投资基金管理有限公司	20,000.00	6.42	有限合伙人
11	盐城三石投资管理中心（有限合伙）	2,500.00	0.80	有限合伙人
12	厦门国际信托有限公司	5,000.00	1.60	有限合伙人
13	上海麓麟投资管理中心（有限合伙）	45,000.00	14.44	有限合伙人
14	上海禾麓企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	56,000.00	17.96	有限合伙人
合计		311,700.00	100.00	

[注]：江阴中南重工股份有限公司已于 2016 年 5 月更名为中南红文化集团股份有限公司，芒果投资尚未办理合伙人名称变更的有关工商登记事宜

截至本报告书签署日，芒果投资合伙人及出资情况未发生变更。

3、出资关系图

截至本报告书签署之日，芒果投资的产权控制关系如下：



4、主要合伙人基本情况

芒果投资共有 1 名普通合伙人和 13 名有限合伙人，其中普通合伙人易泽资本管理有限公司担任执行事务合伙人，其基本情况如下：

企业名称	易泽资本管理有限公司
公司类型	有限责任公司
注册地址	上海市浦东新区环湖西二路800号F1601室
法定代表人	蔡怀军

注册资本	5,000万元
成立日期	2015年12月4日
统一社会信用代码	91310000MA1FL0TU7U
经营范围	股权投资管理，资产管理，投资管理，投资咨询，创业投资管理，资产管理，实业投资，创业投资。【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】

芒果投资的执行事务合伙人委派代表为蔡怀军，蔡怀军的基本情况如下：

姓名	身份证号	住所
蔡怀军	32062119771228****	长沙市开福区金鹰小区****

5、最近三年主营业务情况

芒果投资成立于2015年12月11日，主营业务为股权投资。

截至2015年12月31日，芒果投资资产总额为63,351.46万元、负债总额为1,350万元、净资产为62,001.46万元，2015年芒果投资净利润为1.46万元。

以上数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本报告书签署之日，除观达影视外，芒果投资的其他下属企业具体情况如下：

公司名称	注册资本/ 认缴出资额（万元）	持股比例/ 认缴出资比例	经营范围
上海芒果互娱科技有限公司		34.53%	从事计算机技术、网络技术、通信设备技术、电子产品技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，计算机系统集成，软件开发，电子产品、通讯器材的销售，设计、制作、代理各类广告，实业投资，公关活动组织策划，体育赛事策划，文化艺术交流策划，图文设计制作，动漫设计，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）。【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】
上海骅伟股权投资基金合伙	36,000.00	41.67%	股权投资，实业投资，投资管理，投资咨询，股权投资管理，创业投资。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展

企业（有限合伙）			经营活动】
天津奇信志成科技有限公司	5,753.2945	1.31%	科学研究和技术服务业；信息传输、软件和信息技术服务业；商务服务业；批发和零售业。（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）
天津奇信通达科技有限公司	5,617.6628	0.44%	科学研究和技术服务业；信息传输、软件和信息技术服务业；商务服务业；批发和零售业。（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）
上海柠萌影视传媒有限公司	480.7693	2.00%	广播电视节目制作、发行，电影发行，影视文化艺术活动交流策划，舞台艺术造型策划，文学创作，动漫设计，设计、制作各类广告，利用自有媒体发布广告，企业营销策划，展览展示服务，摄影摄像服务，翻译服务，影视器材、服装、舞台灯光音响租赁（除金融租赁）。【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】
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	24,247.0013	1.85%	第二类增值电信业务中的信息服务业务；互联网杂志、互联网音像出版物、互联网游戏出版物、手机出版物经营（有效期至2019年12月3日）；文化产品的销售与相关服务；数据库及计算机网络服务；计算机网络系统工程软件开发、销售；文化、体育、艺术交流活动的策划、经营；广告制作、发布；商务代理、策划、咨询。（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）

（三）骅伟投资

1、基本情况

企业名称	上海骅伟股权投资基金合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
经营场所	中国（上海）自由贸易试验区张江高科园区松涛路489号1幢C座319室
执行事务合伙人	上海敦鸿资产管理有限公司（委派代表：袁国良）
注册资金	36,000 万元
成立日期	2015 年 12 月 8 日
合伙期限	2015 年 12 月 8 日至 2021 年 12 月 7 日

统一社会信用代码	91310000MA1FL0W94B
经营范围	股权投资，实业投资，投资管理，投资咨询，股权投资管理，创业投资。【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】

2、历史沿革

(1) 2015 年 12 月，骅伟投资成立

骅伟投资设立于 2015 年 12 月 8 日，系由姚金明和陶玉合伙设立的有限合伙企业。骅伟投资设立时认缴出资总额为 50,000 万元，全体合伙人均以货币认缴。

芒果投资设立时，各合伙人出资金额及比例如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人性质
1	陶玉	40,000.00	80.00	普通合伙人
2	姚金明	10,000.00	20.00	有限合伙人
合计		50,000.00	100.00	

(2) 2016 年 6 月，合伙人变更

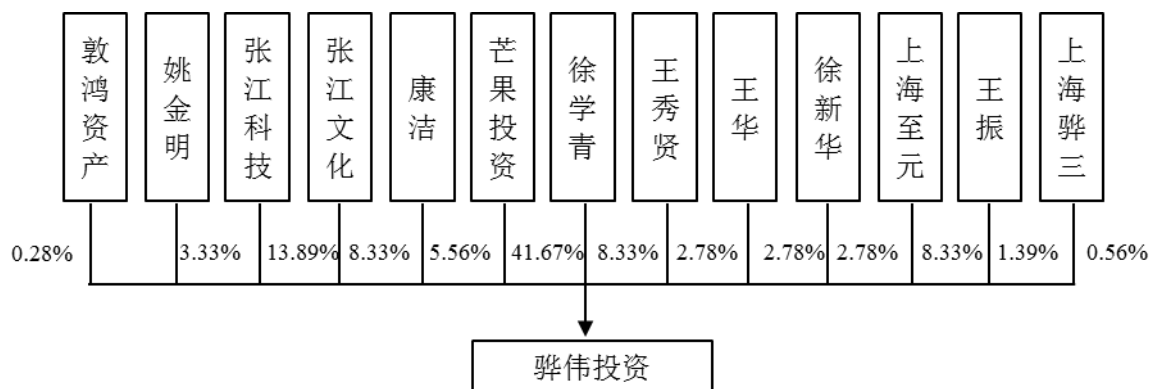
2016 年 6 月 7 日，经全体合伙人一致通过，同意陶玉退伙，吸收上海敦鸿资产管理有限公司、上海张江科技创业投资有限公司、上海张江文化控股有限公司、康洁、芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）、徐学青、王秀贤、王华、徐新华、上海至元企业管理合伙企业（有限合伙）、王振、上海骅三投资管理中心（有限合伙）等 12 名合伙人入伙，同时认缴出资总额由 50,000 万元减少至 36,000 万元。本次变更完成后，各合伙人认缴出资总额及比例如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	认缴出资比例 (%)	合伙人性质
1	上海敦鸿资产管理有限公司	100.00	0.28	普通合伙人
2	姚金明	1,200.00	3.33	有限合伙人
3	上海张江科技创业投资有限公司	5,000.00	13.89	有限合伙人
4	上海张江文化控股有限公司	3,000.00	8.33	有限合伙人
5	康洁	2,000.00	5.56	有限合伙人
6	芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	15,000.00	41.67	有限合伙人

7	徐学青	3,000.00	8.33	有限合伙人
8	王秀贤	1,000.00	2.78	有限合伙人
9	王华	1,000.00	2.78	有限合伙人
10	徐新华	1,000.00	2.78	有限合伙人
11	上海至元企业管理合伙企业 (有限合伙)	3,000.00	8.33	有限合伙人
12	王振	500.00	1.39	有限合伙人
13	上海骅三投资管理中心(有限 合伙)	200.00	0.56	有限合伙人
合计		36,000.00	100.00	

3、出资关系图

截至本报告书签署之日，骅伟投资的产权控制关系如下：



4、主要合伙人基本情况

骅伟投资共有 1 名普通合伙人和 12 名有限合伙人，其中普通合伙人上海敦鸿资产管理有限公司担任执行事务合伙人，其基本情况如下：

其普通合伙人上海敦鸿资产管理有限公司的基本情况如下：

企业名称	上海敦鸿资产管理有限公司
公司类型	有限责任公司
注册地址	浦东新区南汇新城镇环湖西二路800号F1106室
法定代表人	陶玉
注册资本	200万元
成立日期	2015年11月30日
统一社会信用代码	91310115MA1H76RJ6J

经营范围	资产管理，投资管理，投资咨询（除经纪）。【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】

骅伟投资的执行事务合伙人委派代表为袁国良，袁国良的基本情况如下：

姓名	身份证号	住所
袁国良	32010619700219****	上海市徐汇区零陵路777弄****

5、最近三年主营业务情况

骅伟投资成立于 2015 年 12 月 8 日，主营业务为股权投资。

截至 2015 年 12 月 31 日，骅伟投资资产总额为 0 万元、负债总额为 0 万元、净资产为 0 万元，2015 年骅伟投资净利润为 0 万元。

以上数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本报告书签署之日，除观达影视外，骅伟投资的其他下属企业具体情况如下：

公司名称	注册资本/认缴出资额（万元）	持股比例/认缴出资比例	经营范围
上海骅名投资管理中心(有限合伙)	7,710	51.88%	投资管理，实业投资，投资咨询，创业投资。【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】
上海骅先投资管理中心(有限合伙)	4,915	61.04%	投资管理，实业投资，投资咨询，创业投资。【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】
上海芒果互娱科技有限公司	7,296.8014	1.67%	从事计算机技术、网络技术、通信设备技术、电子产品技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，计算机系统集成，软件开发，电子产品、通讯器材的销售，设计、制作、代理各类广告，实业投资，公关活动组织策划，体育赛事策划，文化艺术交流策划，图文设计制作，动漫设计，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）。【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】

（四）青春旋风

1、基本信息

企业名称	舟山青春旋风股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
主要经营场所	舟山港综合保税区企业服务中心 301-875 室
执行事务合伙人	舟山乐灵果股权投资管理有限公司（委托代表：董仲莲）
注册资金	1,000万元人民币
成立日期	2015年12月22日
合伙期限	2015年12月22日至2025年12月21日
统一社会信用代码	91330901MA28K11F9G
经营范围	股权投资、投资管理、投资咨询、项目投资、资产管理、实业投资。（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）

2、历史沿革

青春旋风设立于 2015 年 12 月 22 日，系由舟山乐灵果、周丹、沈璐和严俊杰合伙设立的有限合伙企业。青春旋风设立时认缴出资 1,000 万元，全体合伙人均以货币认缴。

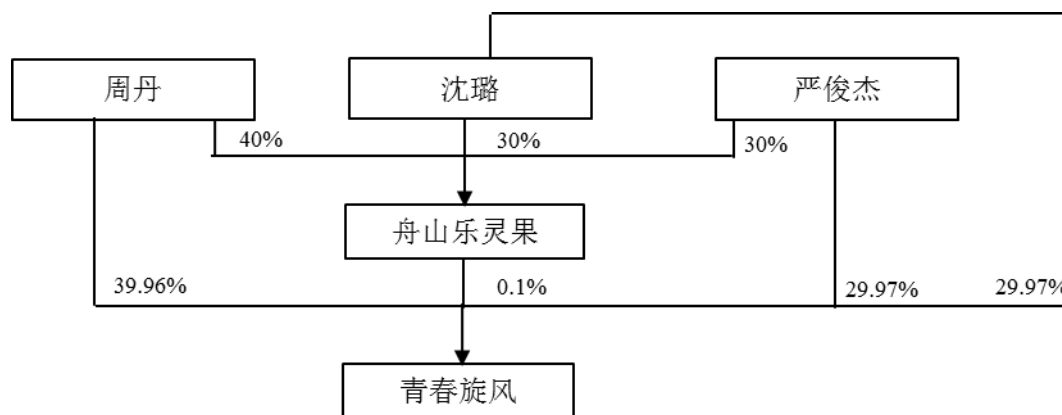
青春旋风设立时，各合伙人认缴出资额及比例如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人性质
1	舟山乐灵果	1.00	0.10	普通合伙人
2	周丹	399.60	39.96	有限合伙人
3	沈璐	299.70	29.97	有限合伙人
4	严俊杰	299.70	29.97	有限合伙人
合计		1,000.00	100.00	

截至本报告书签署日，青春旋风合伙人及出资情况未发生变更。

3、出资关系图

截至本报告书签署之日，青春旋风的产权控制关系如下：



4、主要合伙人基本情况

截至本报告书签署之日，青春旋风共有舟山乐灵果等 1 名普通合伙人和周丹、沈璐、严俊杰等 3 名有限合伙人，其中普通合伙人舟山乐灵果担任执行事务合伙人，其基本情况如下：

企业名称	舟山乐灵果股权投资管理有限公司
公司类型	有限责任公司
注册地址	舟山港综合保税区企业服务中心301-856室
法定代表人	周丹
注册资本	100万元
成立日期	2015年12月15日
统一社会信用代码	91330901MA28K0W94W
经营范围	股权投资管理及咨询；股权投资；实业投资；项目投资。（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）

青春旋风的执行事务合伙人委派代表为董仲莲，董仲莲的基本情况如下：

姓名	身份证号	住所
董仲莲	33040219460619****	杭州市西湖区曲港巷****

5、最近三年主营业务情况

青春旋风成立于 2015 年 12 月 22 日，主营业务为股权投资。

截至 2015 年 12 月 31 日，青春旋风资产总额为 240.00 万元、负债总额为 240.00 万元、净资产为 0.00 万元，2015 年青春旋风净利润为 0.00 万元。

以上数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本报告书签署之日，除观达影视外，青春旋风未持有其他任何公司股权或控制其他任何公司。

四、科翼传播交易对方的基本情况

（一）陆慧斐

1、基本情况

姓名	陆慧斐
性别	女
国籍	中国
身份证	31023019740410****
住所	上海市徐汇区番禺路 1160 弄
通讯地址	闵行区沪闵路 6088 号 32-13/14/15/16 室
是否取得其他国家或地区居留权	否

2、最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职单位名称	担任职务	任职期间	是否与任职单位存在产权关系
科翼传播	执行董事、总经理	2012 年 10 月至 2015 年 12 月	是
科翼传播	总经理	2016 年 1 月至今	是
瑞盟文化	执行董事	2015 年 6 月至今	是
天时利和	执行董事、总经理	2015 年 9 月至今	是
巧瞰投资	执行董事	2015 年 10 月至今	是
璞跃投资	执行董事	2015 年 10 月至今	是
霍尔果斯科翼	执行董事、总经理	2016 年 6 月至今	是

3、控制的企业和关联企业的的基本情况

截至本报告书签署日，除持有科翼传播 10%的股权外，陆慧斐投资的企业基本情况如下：

公司名称	注册资本/认缴出资额（万元）	持股比例/认缴出资比例（%）	经营范围
巧瞰投资	1,000.00	49.95	投资管理，实业投资，投资咨询、商务信息咨询（咨询类项目除经纪）。

璞跃投资	10.00	50.00	投资管理，投资咨询（除经纪），实业投资。

（二）邓翀

1、基本情况

姓名	邓翀
性别	男
国籍	中国
身份证	43011119830421****
住所	上海市闵行区莘松路 958 弄江山道 5 号 801 室
通讯地址	闵行区沪闵路 6088 号 32-13/14/15/16 室
是否取得其他国家或地区居留权	否

2、最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职单位名称	担任职务	任职期间	是否与任职单位存在产权关系
科翼传播	监事	2012 年 10 月至今	是
瑞盟文化	监事	2014 年 3 月至今	是
天时利和	监事	2015 年 9 月至今	是
巧瞰投资	监事	2015 年 10 月至今	是
璞跃投资	监事	2015 年 10 月至今	是
霍尔果斯科翼	监事	2016 年 6 月至今	是

3、控制的企业和关联企业的的基本情况

截至本报告书签署日，除持有科翼传播 10%的股权外，邓翀控制的企业和关联企业的的基本情况如下：

公司名称	注册资本/认缴出资额（万元）	持股比例/认缴出资比例（%）	经营范围
巧瞰投资	1,000.00	49.95	投资管理，实业投资，投资咨询、商务信息咨询（咨询类项目除经纪）。
璞跃投资	10.00	50.00	投资管理，投资咨询（除经纪），实业投资。
上海凯臻人力资源服务有限公司	50.00	100.00	人才咨询、企业管理咨询（资讯类项目除经纪）。

五、交易对方与上市公司是否存在关联关系和向上市公司推荐董

事或者高级管理人员的情况

截至本报告书签署日，交易对方中陆慧斐、邓翀为上市公司子公司少数股东，

本次交易完成后，在未考虑配套融资情况下，本次发行股份及支付现金购买资产完成后，预计鹿捷咨询将持有上市公司超过 5%的股份。根据《上市规则》，鹿捷咨询和青春旋风在前述情形下将视同上市公司的关联人。

除上述情况外，其他交易对手与不存在关联关系。

根据上市公司与交易对手签署的关于本次交易相关协议，交易对方不存在向上市公司推荐董事或者高级管理人员的情况。

六、交易对方及其主要管理人员最近五年内受到处罚情况及诚信情况

根据各标的公司及交易对手出具的相关承诺，交易对手及其主要管理人员最近五年内不存在受到行政处罚、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，不存在被证据监督部门立案调查、或被证据交易所公开谴责的情形或其他不良记录，亦不存在涉嫌重大违法行为的情形。

七、交易对方涉及的私募投资基金备案情况

本次交易对方中，张子钢、张瑾、张萍、张琦、陆慧斐、邓翀为自然人，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所认定的私募股权投资基金范畴，不需要履行相关备案手续。

鼎维投资系由掌维科技员工自愿出资成立的有限合伙企业，其不存在非公开募集资金且资产由基金管理人或普通合伙人管理的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》界定的私募投资基金管理人或私募投资基金，不需要履行登记或备案程序。

萌皓投资为朱江明、刘云珍出资成立的有限合伙企业，其不存在非公开募集资金且资产由基金管理人或普通合伙人管理的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》界定的私募投资基金管理人或私募投资基金，不需要履行登记或

备案程序。

青春旋风系由观达影视之核心管理层严俊杰、周丹、沈璐及前述3人投资设立之舟山乐灵果共同出资成立的有限合伙企业，其不存在非公开募集资金且资产由基金管理人或普通合伙人管理的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》界定的私募投资基金管理人或私募投资基金，不需要履行登记或备案程序。

鹿捷咨询系由观达影视之核心管理层严俊杰、周丹、沈璐出资成立的有限合伙企业，其不存在非公开募集资金且资产由基金管理人或普通合伙人管理的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》界定的私募投资基金管理人或私募投资基金，不需要履行登记或备案程序。

华睿文华的基金管理人为浙江富华睿银投资管理有限公司，该公司已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金管理人登记（登记编号：P1032271）；华睿文华已在中国证券投资基金业协会完成私募基金备案手续（基金编码为：S60903）。

华睿新锐的基金管理人为浙江华睿控股有限公司，该公司已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金管理人登记（登记编号：P1001662）；华睿新锐已在中国证券投资基金业协会完成私募基金备案手续（基金编码为：S60900）。

上哲永晖的基金管理人为浙江上哲至成投资管理有限公司，该公司已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金管理人登记（登记编号：P1015709）；上哲永晖系私募投资基金，已在中国证券投资基金业协会完成私募基金备案手续（基金编码：S64770）。

芒果投资的基金管理人为易泽资本管理有限公司，该公司已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金管理人登记（登记编号：P1030146）；芒果投资系私募投资基金，已在中国证券投资基金业协会完成私募基金备案手续（基金编码：SH8856）。

骅伟投资的基金管理人为上海敦鸿资产管理有限公司，该公司已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金管理人登记（登记编号：P1029954）；骅伟投资系私募投资基金，已在中国证券投资基金业协会完成私募基金备案手续（基金

编码：SE6208）

第四节 标的公司基本情况之掌维科技

一、掌维科技基本情况

本次交易标的为掌维科技 100%股权，掌维科技基本情况如下表所示：

企业名称	杭州掌维科技股份有限公司
企业类型	股份有限公司
注册地址	杭州市滨江区南环路 4028 号 3 号楼 C 座 101 室
主要办公地点	杭州市滨江区南环路 4028 号 3 号楼 C 座 101 室
法定代表人	张子钢
注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	1,000 万元人民币
有限公司成立日期	2008 年 4 月 10 日
股份公司成立日期	2015 年 11 月 3 日
统一社会信用代码	913301006739601020
经营范围	计算机软硬件、通信技术的技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让；服务：第二类增值电信业务中的信息服务业务，利用信息网络经营动漫产品，市场调查，企业管理咨询；设计、制作、代理、发布：国内广告（除网络广告发布）；图书、电子出版物的批发、零售。（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）

二、掌维科技历史沿革

（一）2008 年 4 月，掌维有限设立，及首期出资

掌维有限设立于 2008 年 4 月 10 日，系由张子钢、俞秀珍共同以货币方式出资设立，设立时注册资本 100 万元，实收资本 20 万元。

2008 年 4 月 7 日，杭州中业联合会计师事务所出具了“杭中业验字（2008）第 077 号”《验资报告》，对此次出资进行了审验。经审验，截至 2008 年 4 月 2 日止，掌维有限（筹）已收到股东首次缴纳的注册资本 20 万元，各股东均以货币出资。掌维有限成立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）

1	张子钢	90.00	18.00	90.00
2	俞秀珍	10.00	2.00	10.00
合计		100.00	20.00	100.00

（二）2010年3月，掌维有限第二期出资

2010年3月29日，掌维有限第二期出资80万元，其中张子钢新增出资72.00万元、俞秀珍新增出资8.00万元，各股东均以货币出资。2010年3月29日，浙江中孜会计师事务所有限公司出具了“浙中孜验字(2010)第055号”《验资报告》，对此次出资进行了审验。本次出资后，掌维有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	出资比例(%)
1	张子钢	90.00	90.00	90.00
2	俞秀珍	10.00	10.00	10.00
合计		100.00	100.00	100.00

2010年3月30日，掌维有限完成了上述事项工商变更登记。

（三）2012年7月，掌维有限第一次增资

2012年7月23日，经掌维有限股东会同意，掌维有限增加注册资本400万元，本次增资按出资额1:1由股东按其原出资比例以货币形式出资。2012年7月25日，浙江中孜会计师事务所有限公司出具了“浙中孜验字(2012)第620号”《验资报告》，对上述出资进行了审验。本次增资后，掌维有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	张子钢	450.00	90.00
2	俞秀珍	50.00	10.00
合计		500.00	100.00

2012年7月26日，掌维有限完成了本次增资的工商变更登记。

（四）2015年7月，掌维有限第一次股权转让

2015年6月25日，经掌维有限股东会同意和双方签订的《股权转让协议》，俞秀珍将其持有本公司8.01%（出资额40.0458万元）的股权转让给张瑾，俞秀珍将其持有本公司1.99%（出资额9.9542万元）的股权转让给张萍，张子钢将其

持有本公司 0.30%（出资额 1.4874 万元）的股权转让给张萍，张子钢将其持有本公司 0.57%（出资额 2.8604 万元）的股权转让给张琦。上述股权转让价格均按照出资额 1:1 计算。本次股权转让后，掌维有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张子钢	445.6522	89.13
2	张瑾	40.0458	8.01
3	张萍	11.4416	2.29
4	张琦	2.8604	0.57
合计		500.00	100.00

2015 年 7 月 28 日，掌维有限完成了本次股权转让的工商变更登记。

（五）2015 年 8 月，掌维有限第二次增资

2015 年 8 月 6 日经掌维有限股东会同意，掌维有限增加注册资本 57.2082 万元，全部由鼎维投资以货币资金认缴。鼎维投资实际缴纳 171.6246 万元，其中 57.2082 万元计入注册资本，114.4164 万元计入资本公积。本次增资后，掌维有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张子钢	445.6522	79.98
2	鼎维投资	57.2082	10.27
3	张瑾	40.0458	7.19
4	张萍	11.4416	2.05
5	张琦	2.8604	0.51
合计		557.2082	100.00

2015 年 8 月 7 日，掌维有限完成了本次增资的工商变更登记。

（六）2015 年 8 月，掌维有限第二次股权转让、第三次增资

2015 年 8 月 11 日，经掌维有限股东会同意和签订的《股权转让协议》，张子钢分别将其持有本公司 3.2854%（出资额 18.3066 万元）的股权、2.0534%（出资额 11.4416 万元）的股权、0.8214%（出资额 4.5767 万元）的股权、0.4107%（出资额 2.2884 万元）的股权转让给萌皓投资、华睿新锐、上哲永晖、华睿文

华，股权转让价格分别为 800 万元、500 万元、200 万元、100 万元。上述股权转让价格为每元出资额 43.70 元。

2015 年 8 月 19 日，经掌维有限股东会同意，掌维有限增资注册资本 14.8742 万元，全部由华睿文华以货币资金认缴。华睿文华实际缴纳 650 万元，其中 14.8742 万元计入注册资本，635.1258 万元计入资本公积。增资价格为每元出资额 43.70 元。

本次股权转让、增资后，掌维有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张子钢	409.0389	71.50
2	鼎维投资	57.2082	10.00
3	张瑾	40.0458	7.00
4	萌皓投资	18.3066	3.20
5	华睿文华	17.1626	3.00
6	张萍	11.4416	2.00
7	华睿新锐	11.4416	2.00
8	上哲永晖	4.5767	0.80
9	张琦	2.8604	0.50
合计		572.0824	100.00

2015 年 8 月 20 日，掌维有限完成了上述事项的工商变更登记。

（七）2015 年 8 月，掌维有限第四次增资

2015 年 8 月 21 日，经掌维有限股东会同意，以资本公积金 427.9176 万元转增注册资本。本次增资后，掌维有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张子钢	715.00	71.50
2	鼎维投资	100.00	10.00
3	张瑾	70.00	7.00
4	萌皓投资	32.00	3.20
5	华睿文华	30.00	3.00
6	张萍	20.00	2.00

7	华睿新锐	20.00	2.00
8	上哲永晖	8.00	0.80
9	张琦	5.00	0.50
合计		1,000.00	100.00

2015年8月24日，掌维有限完成了本次增资的工商变更登记。

(八) 2015年8月，整体变更为股份有限公司

2015年8月26日，经掌维有限股东会决议同意，整体变更设立“杭州掌维科技股份有限公司”。

2015年9月30日，中汇会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“中汇会审[2015]3643号”《审计报告》，确认截至2015年8月31日，掌维有限的净资产为2,491.27万元。

2015年10月8日，天源资产评估有限责任公司出具了“天源评报字[2015]第0344号”《评估报告》，确认以2015年8月31日为评估基准日，掌维有限的净资产评估值为2,513.60万元。

2015年10月8日，经掌维有限股东会决议，确认上述审计及评估结果，同意以截至2015年8月31日公司经审计的净资产2,491.27万元折合为股份有限公司的实收股本1,000.00万元，每股面值1元，股本总额1,000万股，其余部分1,491.27万元计入资本公积。

2015年10月23日，中汇会计师事务所（特殊普通合伙）出具“中汇会验[2015]3769号”《验资报告》，确认截至2015年10月23日止，掌维科技已收到全体股东以其拥有的掌维有限截至2015年8月31日止经审计后的净资产人民币2,491.27万元，其中1,000.00万元按1:1折合股份总数1,000.00万股，每股面值1元，剩余1,491.27万元计入资本公积。

2015年10月23日，掌维科技全体发起人召开创立大会，确认上述评估结果，审议通过整体变更设立股份公司的相关议案。

2015年11月3日，公司在杭州市市场监督管理局完成变更登记，取得了统一社会信用代码为913301006739601020的营业执照。

股份公司设立时，掌维科技的股权结构如下：

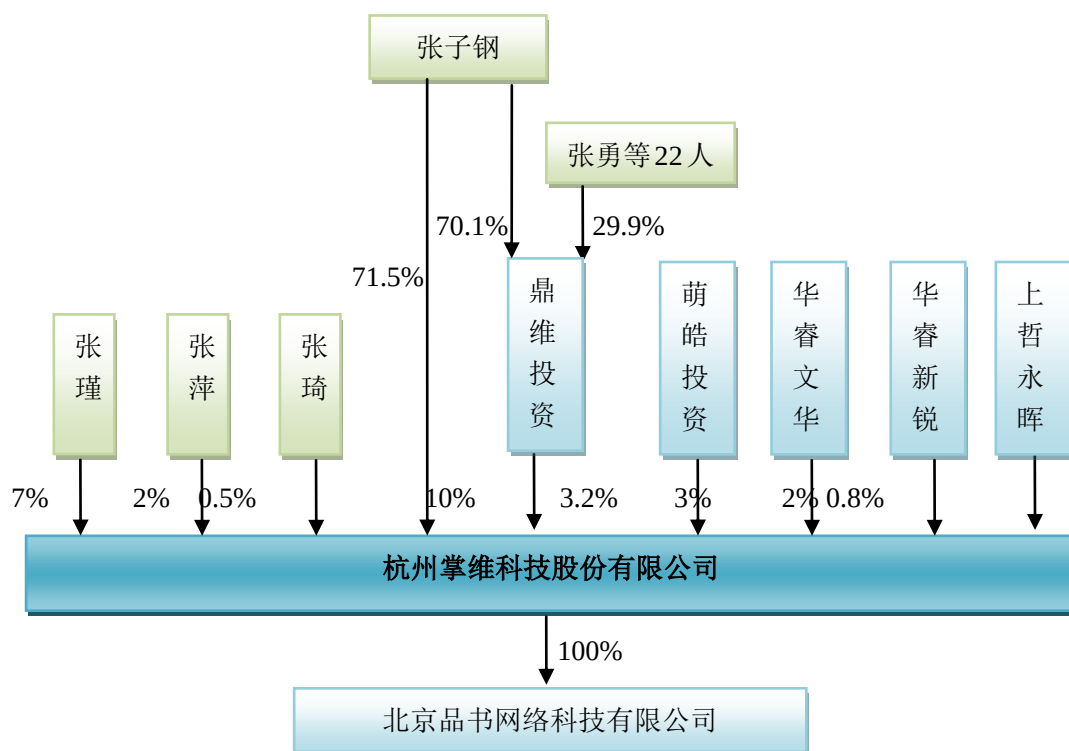
序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	张子钢	715.00	71.50
2	鼎维投资	100.00	10.00
3	张瑾	70.00	7.00
4	萌皓投资	32.00	3.20
5	华睿文华	30.00	3.00
6	张萍	20.00	2.00
7	华睿新锐	20.00	2.00
8	上哲永晖	8.00	0.80
9	张琦	5.00	0.50
合计		1,000.00	100.00

截至本报告书签署日，掌维科技上述股份数量及持股结构未发生变化。

三、交易标的产权控制关系

（一）产权或控制关系

截至本报告书签署日，掌维科技的股权及控制关系如下图所示：



掌维科技之股东张子钢、张瑾、张萍、张琦之间存在亲属关系，其中张瑾系张子钢之配偶，张萍系张子钢之姐姐，张琦系张瑾之哥哥。此外，张子钢系鼎维投资之执行事务合伙人，持有鼎维投资 70.10%的财产份额。

（二）掌维科技下属公司情况

截至本报告书签署日，掌维科技有北京品书一家全资子公司。

1、北京品书基本情况

截至本报告书签署日，掌维科技持有北京品书 100%股权。北京品书基本情况如下：

企业名称	北京品书网络科技有限公司
企业类型	有限责任公司（法人独资）
注册地址	北京市平谷区夏各庄镇马各庄南街 83 号
法定代表人	张萍
注册资本	100.0032 万元人民币
实收资本	100.0032 万元人民币
成立日期	2011 年 4 月 1 日

统一社会信用代码	91110117571202693X
经营范围	技术开发及转让、技术咨询与服务；电脑图文设计、制作；工艺美术设计版权代理；承办展览展示；组织文化艺术交流活动；市场调查；企业管理咨询；涉及、制作、代理、发布广告；计算机系统服务；软件开发；销售计算机软硬件、电子产品、日用品；从事互联网文化活动。

2、北京品书历史沿革

(1) 2011 年 4 月，北京品书设立

北京品书设立于 2011 年 4 月 1 日，系由张子钢以货币方式出资设立，设立时注册资本 100.0032 万元。

2011 年 4 月 1 日，北京中益信华会计师事务所有限公司出具了“中益信华内验字（2011）0338 号”《验资报告》，对此次出资进行了审验。经审验，截至 2011 年 4 月 1 日止，北京品书（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）100.0032 万元，各股东均以货币出资。

北京品书设立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张子钢	100.0032	100.00
	合计	100.0032	100.00

2011 年 4 月 1 日，北京品书在北京市工商行政管理局海淀分局注册成立。

(2) 2015 年 7 月，第一次股权转让

2015 年 7 月 17 日，经北京品书股东做出决定，张子钢与掌维有限签订《股权转让协议》，张子钢将其持有的北京品书 100%的股权（计 100.0032 万元出资额）转让与掌维有限，转让价格按照出资额 1:1 确定。

本次股权转让后，北京品书的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	掌维有限	100.0032	100.00
	合计	100.0032	100.00

2015 年 8 月 5 日，北京品书办理完成本次工商变更登记。

截至本报告书签署日，北京品书上述股份数量及持股结构未发生变化。

3、北京品书业务状况

北京品书主要从事数字内容版权采集和销售业务。

4、北京品书主要财务数据

报告期内，北京品书主要财务数据如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产总额	2,127.78	239.61	253.01
负债总额	1,846.77	118.65	86.28
所有者权益	281.01	120.96	166.73
项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	2,489.64	1,647.97	327.84
利润总额	213.36	6.11	50.07
净利润	160.05	4.23	37.15

注：以上数据经天健事务所审计

（三）掌维科技控股股东、实际控制人及其控制其他企业情况

截至本报告书签署日，张子钢直接持有掌维科技 715.00 万股股份，持股占比 71.50%，同时持有掌维科技之股东鼎维投资 70.10% 的合伙份额，鼎维投资直接持有掌维科技 10.00% 股份，张子钢为掌维科技的控股股东、实际控制人。

张子钢控制的其他企业情况详见本报告书“第三节交易对方情况”之“二、掌维科技交易对方的基本情况”之“（一）张子钢”之“3、控制的企业和关联企业的的基本情况”。

四、交易标的股东出资及合法存续情况

本次交易对方已经依法履行对掌维科技的出资义务，出资均系自有资金，出资真实且已足额到位，不存在任何虚假出资、延期出资、抽逃出资等违反作为股东所应承担的义务及责任的行为，不存在可能影响掌维科技合法存续的情况。本次交易对方合法持有掌维科技的股权，对该等股权拥有完整、有效的所有权，该等股权权属清晰，不存在权属纠纷或者潜在纠纷，不存在任何形式的委托持股、

信托持股或代他人持有的情形亦不存在其他利益安排，不存在禁止转让、限制转让的承诺或安排。本次交易对方持有掌维科技的股权未设置抵押、质押、留置等任何担保权益，也不存在任何可能导致上述股权被有关司法机关或行政机关查封、冻结、征用或限制转让的未决或者潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或者司法程序。

截至本报告书签署日，掌维科技不存在出资不实或影响其合法存续的情况，也不存在影响掌维科技独立性的协议或其他安排。掌维科技的公司章程中不存在对本次交易产生影响的相关投资协议、高级管理人员的安排，亦不存在影响掌维科技独立性的协议或其他安排。

五、掌维科技主要资产的权属状况、主要负债情况及对外担保情况

（一）主要资产及其权属情况

1、房屋建筑物情况

截至本报告签署日，掌维科技及其子公司均无房屋建筑物，其主要办公场所通过租赁方式取得，具体情况如下：

序号	承租人	出租方	地址	面积（平方米）	租赁期限
1	掌维科技	杭州中恒世纪科技实业有限公司	杭州市滨江区南环路4028号3号楼C座101、201、202室	378.24	2015.8.16-2017.8.15
2	北京品书	杭州中恒世纪科技实业有限公司	杭州市滨江区南环路4028号3号楼C座102室	136.90	2016.2.16-2017.8.15
3	北京品书	马东梅	北京市平谷区新斗北路51号楼4-10	65.85	2013.10.1-2016.12.31
4	掌维科技	杭州中恒世纪科技实业有限公司	杭州市滨江区南环路4028号1号楼315室	70.29	2016.9.26-2018.10.14

2、商标

截至本报告书签署日，掌维科技及其子公司拥有的商标权情况如下：

序号	所有权人	注册号	商标名称或标识	注册类别	有效期限	取得方式
1	掌维有限	12188523	奇悠阅读	9	2014.8.7-2024.8.6	受让取得
2	掌维有限	12188556	奇悠阅读	41	2014.8.7-2024.8.6	受让取得
3	掌维有限	17692825	书殿	9	2016.10.7-2026.10.6	自行申请
4	掌维有限	17693132	书殿	42	2016.10.7-2026.10.6	自行申请
5	掌维有限	17693158	书殿	41	2016.10.7-2026.10.6	自行申请
6	掌维有限	17693275	原创书殿	42	2016.10.7-2026.10.6	自行申请
7	掌维有限	17693060	言情书殿	42	2016.10.7-2026.10.6	自行申请
8	掌维有限	17692888	言情书殿	9	2016.10.7-2026.10.6	自行申请
9	掌维有限	17692949	言情书殿	41	2016.10.7-2026.10.6	自行申请

3、专利

截至本报告书签署日，掌维科技及其子公司尚无取得专利权。

4、软件著作权

截至本报告书签署日，掌维科技及其子公司拥有的软件著作权情况如下：

序号	所有权人	登记号	名称	开发完成日期	取得方式
1	掌维科技	2015SR082174	掌维数字出版物版权保护系统算法软件 V1.0	2013 年 6 月 1 日	原始取得
2	掌维科技	2015SR082065	掌维数字出版物运营管理平台软件 V1.0	2012 年 7 月 5 日	原始取得
3	掌维科技	2015SR082173	掌维数字出版物仿真翻页算法软件 V1.0	2012 年 12 月 1 日	原始取得

4	掌维科技	2015SR082171	掌维数字出版物连载章节自动更新算法软件 V1.0	2014 年 5 月 1 日	原始取得
5	掌维科技	2015SR082172	掌维数字出版物深度阅读监控系统软件 V1.0	2014 年 5 月 12 日	原始取得
6	掌维科技	2015SR081945	掌维数字出版物在线阅读平台软件[简称：奇悠阅读]V1.0	2012 年 6 月 1 日	原始取得
7	掌维科技	2015SR082003	掌维数字出版终端个性化排版算法软件 V1.0	2013 年 9 月 8 日	原始取得
8	掌维科技	2016SR112704	掌维数字阅读抽奖管理平台软件 V1.0	2015 年 6 月 30 日	原始取得
9	掌维科技	2016SR112463	掌维数字阅读个性化推荐算法软件 V1.0	2015 年 5 月 31 日	原始取得
10	掌维科技	2016SR112391	掌维数字阅读基于不同渠道自动升级算法软件 V1.0	2015 年 5 月 31 日	原始取得
11	掌维科技	2016SR113764	掌维数字阅读应用自动分发算法软件 V1.0	2015 年 12 月 30 日	原始取得
12	掌维科技	2016SR114136	掌维数字阅读用户反馈管理平台软件 V1.0	2015 年 10 月 30 日	原始取得
13	掌维科技	2016SR212215	掌维数字出版物在线阅读手机终端 Android 版软件[简称：原创书殿(Android版)] V1.0	2016 年 8 月 10 日	原始取得
14	掌维科技	2016SR277075	掌维数字出版物在线阅读手机终端 IOS 版软件 V1.0	2016 年 8 月 1 日	原始取得
15	掌维科技	2016SR212215	掌维数字出版物在线阅读手机终端 Android 版软件	2016 年 8 月 1 日	原始取得

5、域名

截至本报告书签署日，掌维科技及其子公司拥有的域名情况如下：

序号	域名注册人	域名	注册时间	到期时间
1	掌维科技	ycsd.cn	2011年10月26日	2019年10月26日
2	掌维科技	yqsd.net	2011年3月4日	2017年3月4日
3	掌维科技	Zw88.net	2014年8月15日	2017年8月15日
4	掌维科技	Zd1999.com	2012年3月26日	2017年3月26日
5	掌维科技	yqsd.cn	2011年3月4日	2017年3月4日
6	北京品书	cmwrite.net	2011年10月16日	2019年10月16日
7	北京品书	cmwrite.cn	2011年10月16日	2019年10月16日
8	掌维科技	cmxie.com	2011年10月16日	2019年10月16日

6、作品登记证书

登记号	作品名称	作品类别	作者	著作权人	首次发表时间	登记日期
国作登字-2016-F-00301531	原创书殿	美术作品	掌维科技	掌维科技	2014-6-10	2016-9-9

掌维科技已办理完成上述美术作品的登记程序。

（二）资产抵押、质押、对外担保情况

截至本报告书签署日，掌维科技及其子公司不存在对外担保的情况，掌维科技及其子公司的主要资产不存在抵押、质押或担保等权利受到限制的事项，不存在涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者存在妨碍权属转移的情况。

（三）主要负债情况

截至2016年8月31日，掌维科技主要负债情况如下：

项 目	2016年8月31日	
	金额（万元）	占比（%）
流动负债：		
应付账款	1,714.69	41.40
预收款项	2,091.28	50.49
应付职工薪酬	4.34	0.10
应交税费	330.17	7.97
应付股利	-	-

其他应付款	1.75	0.04
流动负债合计	4,142.23	100.00
非流动负债：		
非流动负债合计	-	-
负债合计	4,142.23	100.00

截至 2016 年 8 月 31 日，掌维科技的负债主要为流动负债，流动负债主要由应付账款、预收款项和应交税费等构成。

（四）未决诉讼情况

截至本报告书签署日，标的公司及其子公司不存在未决诉讼的情况。

六、最近三年主营业务发展情况

掌维科技是国家高新技术企业、中国数字与音像出版协会理事单位，主要从事网络文学版权运营服务，致力于为网络用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务，其主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。

最近两年及一期，掌维科技的主营业务收入分产品实现情况如下：

单位：万元

收入类别	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
数字阅读业务	12,518.99	4,662.15	2,101.65
其中：互联网阅读产品	8,468.33	1,093.64	78.40
手机阅读产品	4,050.65	3,568.51	2,023.25
版权衍生业务	-	11.76	-
主营业务收入合计	12,518.99	4,673.92	2,101.65

报告期内，掌维科技主营业务收入主要来源于数字阅读业务。

七、报告期经审计的财务数据

根据天健出具的天健审〔2016〕7824 号《审计报告》，掌维科技最近两年及一期的主要财务数据（合并口径）如下：

（一）简要资产负债表

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产合计	10,347.18	3,668.67	1,521.34
非流动资产合计	353.54	97.24	78.40
资产总计	10,700.72	3,765.91	1,599.74
流动负债合计	4,142.23	792.48	549.72
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	4,142.23	792.48	549.72
归属于母公司所有者 权益合计	6,558.49	2,973.43	1,035.22
少数股东权益	-	-	14.79
所有者权益合计	6,558.49	2,973.43	1,050.01

(二) 简要利润表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	12,518.99	4,673.92	2,101.65
营业利润	4,703.00	677.21	398.33
利润总额	4,684.49	667.66	396.60
净利润	4,005.06	475.74	287.80
归属于母公司所有者的净利润	4,005.06	483.13	286.39
扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者的净利润	3,956.08	1,163.14	228.66

报告期内，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 228.66 万元、1,163.14 万元和 3,956.08 万元，呈增长趋势。

报告期内，掌维科技归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为 57.73 万元、-680.01 万元和 48.98 万元，2014 年度和 2016 年 1-8 月，掌维科技非经常性损益较低，对净利润影响较小，且不具有持续性。2015 年度，掌维科技非经常性损益主要系当期确认了 733.46 万元的股权激励费用所致。

(三) 简要现金流量表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度

经营活动产生的现金流量净额	5,953.16	1,970.19	93.68
投资活动产生的现金流量净额	1,781.60	-2,134.79	-29.21
筹资活动产生的现金流量净额	-420.00	814.23	-
现金及现金等价物净增加额	7,314.77	649.63	64.47

报告期内，掌维科技经营活动现金流较好，随着收入规模及净利润增加而增加，投资活动产生的现金流量净额主要为购买银行理财产品产生的现金流出，筹资活动产生的现金流量净额主要为吸收新增股东产生的现金流入。

八、最近三年评估或估值情况

（一）最近三年进行的股权转让、增资或改制情况

1、2015 年 6 月 25 日，俞秀珍将其持有掌维有限股权转让给张瑾、张萍，张子钢将其持有掌维有限部分股权转让给张萍、张琦，转让价格为 1 元/每出资额。

2、2015 年 8 月 6 日，掌维有限增加注册资本，由鼎维投资以货币资金认缴，增资价格为 3 元/每出资额。该次增资整体估值为 1,671.62 万元。

3、2015 年 8 月 11 日，张子钢将其持有掌维有限部分股权转让给萌皓投资、华睿新锐、上哲永晖、华睿文华，转让价格为 43.70 元/每出资额。2015 年 8 月 19 日，掌维有限增资注册资本，由华睿文华以货币资金认缴，增资价格为 43.70 元/每出资额。该次股权转让及增资整体估值为 2.5 亿元。

4、2015 年 8 月 26 日，掌维有限股东会决议同意，整体变更掌维科技。2015 年 9 月 30 日，中汇会计师事务所(特殊普通合伙)出具了“中汇会审(2015)3643 号”《审计报告》，确认截至 2015 年 8 月 31 日，掌维有限的净资产为 2,491.27 万元。2015 年 10 月 8 日，天源资产评估有限责任公司出具了“天源评报字〔2015〕第 0344 号”《评估报告》，确认以 2015 年 8 月 31 日为评估基准日，掌维有限的净资产评估值为 2,513.60 万元。

（二）与本次交易评估情况的差异原因

上述历次股权转让及增值中，2015 年 6 月股权转让为张子钢及其亲属之间转让，故转让价格按照出资额确定；2015 年 8 月增资对象为掌维有限员工持股

的鼎维投资，主要为进行员工激励，故转让价格参照交易时点掌维有限净资产确定。2015 年 8 月对外部股权转让及增资，均为引进外部投资者，价格由各方协商确定。

2015 年 8 月，整体变更设立股份公司时，经审计净资产为 2,491.27 万元，净资产评估值为 2,513.60 万元，增值率 0.90%。股份改制时评估与本次交易评估价格差异主要为评估目的不同，采用了不同的评估方法，股份改制时采用资产基础法进行评估，本次交易评估采用了收益法进行评估。

本次交易评估与 2015 年 8 月对外部股权转让及增资价格差异原因主要如下：

1、掌维科技处于高增长性行业

根据中国新闻出版研究院《2014-2015 中国数字出版产业年度报告》显示，近年来，我国数字出版产业规模持续扩大，年均增长率达 30%以上；2014 年我国数字出版产业收入为 3,387.7 亿元，比 2013 年增长 33.35%，数字出版产业收入在新闻出版产业收入的总占比由 2013 年的 13.9%提升至 17.1%。

近年来，随着互联网、移动终端和云存储技术的发展，阅读渠道日益多元化，人们可以随时随地进行阅读，并体验到多终端无差别的阅读体验，我国国民数字阅读比率呈逐年上升趋势。根据中国新闻出版研究院《第十三次全国国民阅读调查》显示，2015 年我国 18-70 周岁国民数字化阅读方式（网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、光盘阅读、PDA/MP4/MP5 阅读等）的接触率为 64%，比 2014 年增加了 5.9 个百分点。

2、评估时点资产规模和盈利能力不同

报告期初，掌维科技主要收入来源为手机阅读产品，该业务在报告期内稳步增长，2014 年度和 2015 年度手机阅读产品收入为 2,023.25 万元和 3,568.51 万元。2014 年下半年掌维科技主要互联网阅读运营平台原创书殿开始正式推广运营，用户数逐渐增加，用户消费金额日益增大，互联网阅读平台实现收入大幅增加，2014 年度和 2015 年度实现收入分别为 78.40 万元和 1,093.64 万元。2015 年 8 月引入外部投资者时，互联网阅读平台正式运营 1 年左右，尚未形成规模。根据掌维科技 2015 年扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 1,163.14 万元

计算，2015年8月，外部投资者参股或受让的市盈率倍数为21.49倍。

本次交易以2016年3月31日为评估基准日，与上次交易相比，掌维科技在业务规模、经营管理、公司治理等方面均得到提升，公司展现出较强的盈利能力，经营状况良好。掌维科技资产总额2016年3月31日达到5,580.74万元，比2015年8月31日资产总额2,499.43万元增长123.28%，比2014年12月31日的资产总额1,599.74万元增长248.85%；2016年承诺净利润为3,600万元，比2015年度净利润475.74万元增长604.17%（不考虑当期确认的股权费用733.46万元当期净利润为1,209.20万元，2016年承诺净利润较此增长177.04%），比2014年度净利润287.80万元增长1064.02%。

截至本重组报告书签署日，掌维科技互联网阅读平台收入持续高速增长，2016年1-3月，实现收入1,759.65万元，手机阅读业务收入保持平稳增加，2016年1-3月，实现收入1,255.58万元。2016年1-3月实现净利润899.35万元，实现2016年承诺业绩的可能性很大，因此，掌维科技的业务处于快速发展阶段，公司盈利能力持续增强，公司价值得到比较明确的体现。本次交易掌维科技估值为53,000.00万元，以2016年承诺业绩计算，上市公司收购的市盈率倍数为14.72倍，较前次估值的市盈率倍数低。

3、本次交易以评估结果为依据，交易对方就掌维科技业绩进行了承诺

中企华评估以2016年3月31日为评估基准日，出具了中企华评报字(2016)第3603号《评估报告》，对掌维科技100%股权进行了评估，采用收益法评估的评估值为53,134.53万元。根据评估结果并经交易各方充分协商，掌维科技100%股权的整体价值确定为53,000万元。本次交易作价小于评估值，因此本次交易定价合理。同时，独立董事对评估机构、评估假设前提的合理性和交易定价的公允性发表了独立意见。

如本次交易在2016年实施完毕，张子钢等5名交易对方承诺掌维科技2016年、2017年和2018年按照中国会计准则编制的且经具有证券、期货业务资格的会计师事务所审计的标的公司合并报表中归属于母公司股东的税后净利润和扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润孰低者不少于3,600万元、4,400万元和5,500万元，并就实现净利润不足承诺净利润的部分按约定向公司进行补

偿。如本次交易在 2017 年实施完毕,则张子钢等 5 名交易对方承诺掌维科技 2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年的承诺净利润分别为不少于 3,600 万元、4,400 万元、5,500 万元和 5,800 万元。

4、交易作价未高于行业平均市盈率水平

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》分类,掌维科技所处行业属于“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”。

截至评估基准日（2016 年 3 月 31 日），互联网和相关服务上市公司中剔除“B 股”上市公司、市盈率为负值或者超过 100 倍的上市公司，共 12 家，平均市盈率为 69.09 倍。以掌维科技 2016 年承诺利润计算，本次交易作价市盈率为 14.72 倍。与同行业上市公司相比，掌维科技定价具有合理性。

九、交易标的涉及的相关报批事项

掌维科技及其子公司不涉及立项、环保、行业准入、用地、规划、建设用地图许可等相关报批事项。

十、资产许可使用情况

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，通过与版权机构、作者针对具体的作品签订版权许可使用协议，获得版权授权，在一定的期限和范围内按照约定的方式使用相关版权。掌维科技有权根据移动终端需求、运营商规范要求、产品技术要求对被许可使用的作品进行必要的修改，有权按照协议使用作品并获得收益，并按协议支付给版权机构、作者一定的报酬。同时，掌维科技也可以将已拥有的版权授权给其他企业进行数字内容版权衍生业务。

十一、掌维科技债权债务转移情况

掌维科技及其子公司不涉及债权债务的转移。

十二、掌维科技主营业务情况

（一）掌维科技所处行业的主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务。根据中国证监会发布的《上市公

司行业分类指引（2012 年修订）》规定，掌维科技属于“I 信息传输、软件和信息技术服务业”项下的“I64 互联网和相关服务”。

数字阅读是指阅读的数字化，主要包括两层含义：一是阅读对象的数字化，即阅读的内容是以数字化的方式呈现的，如电子书、网络小说、博客、网页等；二是阅读方式的数字化，即阅读的载体、终端不是平面的纸张，而是带屏幕显示的电子仪器，如 PC 电脑、手机、PDA、阅读器等。与传统的纸质出版物相比，数字化电子出版物具有存储量大、检索便捷、便于保存、成本低廉等优点。因此，数字化阅读日益受到年轻人的欢迎和追捧。

1、所处行业监管部门及监管体制

数字阅读是互联网行业和数字出版行业交叉形成的细分行业，行业行政主管部门主要有工业和信息化部、国家新闻出版广电总局、国家版权局等，行业自律监管机构包括中国互联网协会、中国版权协会、中国出版协会、中国音像与数字出版协会等。

（1）行业主管部门

①工业与信息化部

工业与信息化部是我国互联网行业的政府主管部门，其主要职责包括：负责制定并组织实施行业规划、产业政策和标准；起草相关法律法规草案，制定规章；提出优化产业布局、结构的政策建议；拟订行业技术规范和标准并组织实施；管理通信业，指导行业质量管理工作；负责增值电信业务经营许可证的申请审批工作等。

②国家新闻出版广电总局

国家新闻出版广电总局是数字出版行业主要的监管部门，其主要职责包括：拟订新闻出版广播影视宣传的方针政策，把握正确的舆论导向和创作导向；起草新闻出版广播影视和著作权管理的法律法规草案，制定部门规章、政策、行业标准并组织实施和监督检查；监督管理新闻出版广播影视机构和业务以及出版物、广播影视节目的内容和质量，实施依法设定的行政许可并承担相应责任，指导对市场经营活动的监督管理工作，组织查处重大违法违规行为；对互联网出版和开

办手机书刊、手机文学业务等数字出版内容和活动进行监管；著作权管理和公共服务，组织查处有重大影响和涉外的著作权侵权盗版案件等。

②国家版权局

国家版权局是我国最高的著作权行政管理部门和执法机关，其主要职能包括：负责贯彻实施著作权法律、法规；起草著作权方面的法律、法规草案；制定著作权管理的规章和重要管理措施并组织实施和监督检查；组织推进全国软件正版化工作和数字网络版权监管工作；负责批准设立、监督指导著作权集体管理机构和涉外代理机构；监督管理作品著作权登记、涉外著作权合同备案和法定许可使用作品的工作；监管著作权贸易和版权代理，促进发展版权产业。

（2）行业自律组织

中国互联网协会成立于 2001 年 5 月 25 日，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织，主要职能是组织制定互联网行约、行规，维护行业整体利益，实现行业自律；协调行业与政府主管部门的交流与沟通等。中国互联网协会下设的网络版权联盟是由网络运营商、内容服务商、著作权人三方共同发起的，全国性的非营利性的自律组织，其宗旨是推动信息网络版权法律的实施，为中国互联网用户提供具有合法授权的内容和服务。

中国出版协会是中国出版界自愿结成的全国性全行业的社会团体，其会员涵盖图书、期刊、音像、电子出版物、印刷和发行等出版全行业。其主要工作职能包括：组织出版单位和出版从业人员学习理论；协助政府主管部门进行职业道德教育、业务培训工作，开展出版理论研究和业务交流活动；受政府有关部门委托，参与制订行业标准和行业发展规划，开展专业资质认证等。

中国版权协会是国家新闻出版广电总局主管的全国性版权专业社会团体，其主要职能包括：协助国家立法、司法和行政管理部门推动版权法的实施，宣传普及版权知识，组织版权专业培训；协助与版权相关的产业建立起版权保护机制；开展国内外有关版权的学术与信息交流；推动版权集体管理，承接版权鉴定，为版权代理、版权贸易等提供服务；调查举报侵权盗版，维护权利人的合法权益等。

中国音像与数字出版协会（原名中国音像协会），中国音像协会于 1994 年 4 月 29 日经国家新闻出版总署和民政部批准成；2013 年 3 月经国家新闻出版总署和民政部批准更名为中国音像与数字出版协会。协会单位会员涵盖：音像与数字出版内容创作、内容传播，内容播放终端建设、出版产业标准规范，产业发展研究等单位；在唱片创作、光盘制作、教育音像、数字音像、音视频工程、音乐产业促进、游戏出版、反盗版，以及专业数字、大众数字内容制作，数字传媒及数字分销等多个方面设有分支机构。其主要职能包括：团结全体会员，执行党和国家对音像与数字出版业的法律法规及各项政策，维护会员的合法权益；促进国内外行业交流等。

2、行业主要法律法规及产业政策

（1）主要行业法律法规

数字阅读行业既需要遵循传统纸质出版行业关于著作权和新闻出版的相关法律法规，又因为其独特的互联网传播而要遵循电信、互联网等行业相关法规，主要法律法规如下：

序号	法律法规名称	发布机构	发布时间	相关内容
1	《网络出版服务管理规定》	国家新闻出版广电总局、工业和信息化部	2016 年 2 月	国家鼓励图书、音像、电子、报纸、期刊出版单位从事网络出版服务，加快与新媒体的融合发展；从事网络出版服务，必须依法经过出版行政主管部门批准，取得《网络出版服务许可证》。
2	《出版管理条例》（2016 年修订）	国务院	2016 年 2 月	公民在出版物上自由表达自己的见解和意愿，自由发表自己研究、创作等成果；从事出版物印刷或者复制业务的单位，应当向人民政府出版行政主管部门提出申请，经审核许可，并依照国家有关规定到工商行政管理部门办理相关手续后，方可从事出版物的印刷或者复制。
3	《中华人民共和国电信条例》	国务院	2016 年 2 月	国家对电信业务经营按照电信业务分类，实行许可制度。经营电信业

	(2016 年修订)			务，必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。
4	《信息网络传播权保护条例》 (2013 年修订)	国务院	2013 年 1 月	权利人享有的信息网络传播权受著作权法和本条例保护。除法律、行政法规另有规定的外，任何组织或者个人将他人的作品、表演、录音录像制品通过信息网络向公众提供，应当取得权利人许可，并支付报酬。
5	《中华人民共和国著作权法实施条例(2013 修订)》	国务院	2013 年 1 月	出版者、表演者、录音录像制作者、广播电台、电视台行使权利，不得损害被使用作品和原作品著作权人的权利。
6	《互联网信息服务管理办法》 (2011 年修订)	国务院	2011 年 1 月	国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。
7	《中华人民共和国著作权法》 (2010 年修正)	全国人民代表大会	2010 年 2 月	保护文学、艺术和科学作品作者的著作权，以及与著作权有关的权益，鼓励有益于社会主义精神文明、物质文明建设的作品的创作和传播，促进社会主义文化和科学事业的发展与繁荣。
8	《电子出版物出版管理规定》	国家新闻出版广电总局	2008 年 2 月	国家对电子出版物出版活动实行许可制度；未经许可，任何单位和个人不得从事电子出版物的出版活动。
9	《互联网著作权行政保护办法》	国家版权局、信息产业部	2005 年 04 月	各级著作权行政管理部门依照法律、行政法规和本办法对互联网信息服务活动中的信息网络传播权实施行政保护，对侵犯互联网信息服务活动中的信息网络传播权的行为实施行政处罚。

(2) 主要产业政策

数字阅读属于国家鼓励发展产业。近年来，国家相关部门颁布了一系列鼓励行业发展的产业政策，为行业发展建立了良好的政策环境。主要相关产业政策如下：

序号	产业政策名称	发布机构	发布时间	相关内容
1	《深化新闻出版体制改革实施方案》	国家新闻出版广电总局	2014 年 10 月	建立健全多层次出版产品和要素市场；建立全国统一的出版产品信息交换平台，着力推动出版信息标准化建设；鼓励和支持版权、股权、商标、品牌等交易。
2	《关于推动新闻出版业数字化转型升级的指导意见》	国家新闻出版广电总局	2014 年 04 月	开展数字化转型升级标准化工作，提升数字化转型升级技术装备水平，加强数字出版人才队伍建设，探索数字化转型升级新模式。
3	《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》	中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议	2013 年 11 月	鼓励非公有制文化企业发展，允许参与对外出版、网络出版，允许以控股形式参与国有影视制作机构、文艺院团改制经营；支持各种形式小微文化企业发展；允许制作和出版、制作和播出分开；鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合；完善文化经济政策，扩大政府文化资助和文化采购，加强版权保护。
4	《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》	中宣部、发改委	2012 年 02 月	加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业；实施文化数字化建设工程；培育一批网络内容生产和服务骨干企业；引导网络文化发展，实施网络内容建设工程，制作适合互联网和手机等新兴媒体传播的精品佳作；鼓励和引导文化企业面向资本市场融资。
5	《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的	中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议	2011 年 10 月	加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业；推进文化科技创新，增强文化产业核心竞争力；实施网络内容建设工程，推动文化精品网络传播，制作适合新兴媒体传播的精品佳作；

	决定》			发展网络新技术新业态，占领网络信息传播制高点。
6	《版权工作“十二五”规划》	国家版权局	2011 年 04 月	强化版权服务功能，完善公共服务和社会参与体系；鼓励版权创造运用，促进版权相关产业健康发展；完善宣传培训机制，提高公众版权保护意识；完善法律政策体系，加强版权执法监管能力；强化国际应对体系，切实维护国家根本利益。
7	《新闻出版产业“十二五”时期发展规划》	国家新闻出版广电总局	2011 年 04 月	明确“十二五”时期新闻出版业发展的主要目标，“十二五”期间行业增长速度达 19.2%，期末实现全行业总产出 29,400 亿元，实现增加值 8,440 亿元。
8	《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》	国家新闻出版广电总局	2010 年 08 月	提出了加快数字出版产业发展的总体目标、主要任务和保障措施。
9	《文化产业振兴规划》	国务院	2009 年 09 月	文化产业已经上升为国家的战略性新兴产业；大力发展新兴文化业态，采用数字、网络等高新技术，推动产业升级；发展有声读物、电子书、手机报和网络出版物等新兴出版发行业态；加大金融支持，支持企业上市融资，鼓励已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组，迅速做大做强。
10	《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	提出网络媒体信息资源开发利用计划，开发科技、教育、新闻出版、广播影视、文学艺术等领域的信息资源，建成若干互联网骨干网站群，提供人民群众数字化信息服务；扶持国家重点新闻网站建设；鼓励公益性网络媒体信息资源的开发利用；开发优秀的信息产品，全面营造健康的网络信息环境；注重研究互联网传播规律和新技术发展对网络传媒的深远影响。

（二）主要产品、服务及用途

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，致力于为网络用户提供优质、丰

富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务，其主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。

1、数字阅读业务

掌维科技通过与版权机构、作者签约等方式获得图书、小说等作品版权，然后对这些作品进行数字化，制作成各类数字阅读产品，通过自有渠道提供给不同的阅读用户。目前，掌维科技旗下拥有两大互联网阅读平台“原创书殿 <http://www.ycsd.cn/>”和“言情书殿 <http://www.yqsd.cn/>”以及 Android 系统手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”。

（1）互联网阅读产品

互联网阅读产品是指掌维科技通过自有互联网阅读平台“原创书殿 <http://www.ycsd.cn/>”、“言情书殿 <http://www.yqsd.cn/>”为用户提供数字阅读服务产品，上述网站同时推出 WAP 端阅读模式专门为手持终端的阅读用户提供阅读平台。目前，掌维科技已建立了覆盖不同用户对象、多层次的互联网阅读服务渠道。

掌维科技通过首页推荐、排行榜、积分奖励、互动体系、邮件提醒、短信提示、联盟推广、营销策划、渠道推广等手段吸引阅读用户。用户可以通过网络银行、手机短信、第三方支付平台等方式向账户充值。截至报告期末，掌维科技旗下两大互联网阅读平台“原创书殿”和“言情书殿”累计注册用户超过 740 万，其中“原创书殿”作为主要的互联网阅读运营平台，累计注册用户超过 670 万。截至本报告书签署日，原创书殿上架作品总量超过 2,000 余册，为注册用户提供商用玄幻仙侠、现代言情、古代言情、游戏竞技、军事历史、悬疑灵异等不同类型的高品质阅读服务。

以“原创书殿”为例，其网页界面、内容及支付方式如下所示：



报告期内，原创书殿每月滤重注册用户数、月浏览量（PV）、月访客数（UV）、日浏览量（PV）、日访客数（UV）况如下：

时间	月滤重注册用户数(人)	月浏览量(PV)	月访客数(UV)	日平均浏览量(PV)	日平均访客数(UV)
2014年6月	923	148,961	25,203	11,459	1,939
2014年7月	6,292	973,322	135,049	31,397	4,356
2014年8月	16,478	3,693,281	286,981	119,138	9,257

2014年9月	10,065	3,149,303	207,027	104,977	6,901
2014年10月	8,926	3,161,249	197,222	101,976	6,362
2014年11月	18,417	4,037,074	257,304	134,569	8,577
2014年12月	36,379	8,460,161	461,487	272,908	14,887
2015年1月	39,371	9,925,449	518,284	320,176	16,719
2015年2月	43,117	9,954,794	465,765	343,269	16,061
2015年3月	41,075	10,995,820	512,801	354,704	16,542
2015年4月	41,127	11,611,210	523,915	387,040	17,464
2015年5月	47,602	11,930,644	569,136	384,859	18,359
2015年6月	79,186	17,853,672	832,498	595,122	27,750
2015年7月	122,268	26,532,165	1,287,794	855,876	41,542
2015年8月	121,534	25,410,261	1,279,166	819,686	41,263
2015年9月	137,271	31,491,992	1,512,071	1,049,733	50,402
2015年10月	131,907	36,710,762	2,040,027	1,184,218	65,807
2015年11月	188,752	55,917,829	2,635,274	1,863,928	87,842
2015年12月	291,773	91,652,990	3,940,572	2,956,548	127,115
2016年1月	430,423	164,337,276	6,456,944	5,301,202	208,289
2016年2月	444,129	190,671,240	7,609,088	6,809,687	271,753
2016年3月	700,516	316,931,182	12,502,911	10,223,587	403,320
2016年4月	726,162	403,500,921	14,360,866	13,450,031	478,696
2016年5月	1,101,255	586,854,670	21,066,364	18,930,796	679,560
2016年6月	891,596	560,735,135	19,711,905	18,691,171	657,064
2016年7月	864,025	568,501,669	21,038,408	18,338,764	678,658
2016年8月	610,593	502,770,723	18,548,270	16,218,410	598,331

注1：原创书殿自2014年6月开始上线运营。

注2：日浏览量（PV）、日访客数（UV）根据当月每天的浏览量（PV）、访客数（UV）加总除以当月的天数计算得出。

（2）手机阅读产品

手机阅读产品包括两个方面：一方面是指掌维科技作为数字内容提供商，与中国移动、中国电信、中国联通等三大电信运营商合作，向其提供适合在手机上的数字内容产品，并以内容分成的形式获得收入；另一方面是指掌维科技作为电信运营商的分销渠道为其提供推广服务。目前，掌维科技该业务主要与中国

移动合作为主,掌维科技作为中国移动手机阅读基地(即咪咕数字传媒有限公司)的分销渠道,基于中国移动手机阅读基地开放平台的接口,通过掌维科技自主研发的 Android 系统手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”接入到中国移动阅读基地的所有数字内容,为移动互联网用户提供手机阅读服务产品,并以推广分成的形式获得收入。因此,“奇悠阅读 APP”的上架作品量与中国移动手机阅读基地保持一致,截至本报告书签署日,中国移动手机阅读基地上架作品量超过 16 万余册。

电信运营商通过用户订阅手机阅读业务,向用户收取费用。目前,电信运营商手机阅读产品收费方式分为点播和包月两类,点播类型分为按章点播与按本点播两种,用户点播后可长期阅读该章或该本内容;包月用户在支付费用后可以在月内免费阅读专区内所有产品。

“奇悠阅读 APP”是一款专业的数字化图书阅读软件,通过接入中国移动阅读基地的所有数字内容获取海量的优质图书内容,并以推荐、专题、排行、分类、搜索等方式向用户提供阅读服务,具有仿真书架、连载图书自动更新、手机话费支付子系统、离线浏览等特色功能。

“奇悠阅读 APP”软件界面及产品内容如下图所示:



报告期内,Android 系统手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”月活跃用户数和日平均活跃用户数的情况如下:

时间	月活跃用户数	日平均活跃用户数
2014 年 1 月	1,996,044	105,253
2014 年 2 月	1,058,345	67,858
2014 年 3 月	1,269,697	73,259
2014 年 4 月	2,063,323	89,628
2014 年 5 月	3,677,617	177,094
2014 年 6 月	4,536,561	197,152
2014 年 7 月	5,563,546	236,569
2014 年 8 月	5,868,530	241,096
2014 年 9 月	5,360,155	270,883
2014 年 10 月	6,076,287	291,193
2014 年 11 月	6,583,522	356,588
2014 年 12 月	4,730,567	254,390
2015 年 1 月	4,342,542	249,110
2015 年 2 月	4,284,735	238,733
2015 年 3 月	4,071,434	219,276
2015 年 4 月	4,253,754	211,569
2015 年 5 月	4,333,419	210,156
2015 年 6 月	4,052,762	204,649
2015 年 7 月	4,028,356	223,111
2015 年 8 月	3,711,905	254,385
2015 年 9 月	3,217,024	227,427
2015 年 10 月	3,079,272	201,409
2015 年 11 月	3,248,160	210,204
2015 年 12 月	3,175,057	186,303
2016 年 1 月	3,234,448	182,353
2016 年 2 月	3,308,733	189,845
2016 年 3 月	4,046,897	216,151
2016 年 4 月	3,438,939	170,273
2016 年 5 月	3,409,652	157,972
2016 年 6 月	3,521,899	181,223
2016 年 7 月	4,642,644	206,676
2016 年 8 月	4,730,423	247,999

注：“奇悠阅读 APP”订阅方式分点播和包月两种，主要以手机短信订阅的方式获取阅读内容，用户不需注册，因此“奇悠阅读 APP”月活跃用户数以当月滤重的点播访问用户数和包月用户数合计统计，日平均活跃用户数以当月每天访问用户数加总除以当月天数统计。

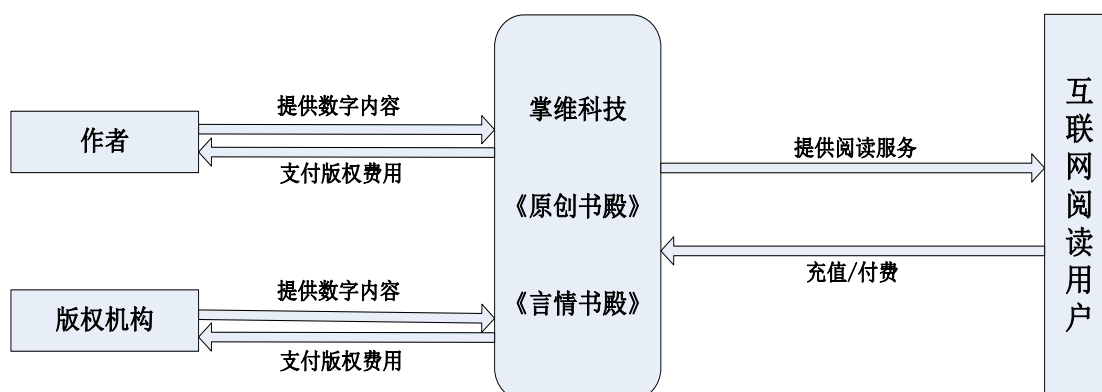
2、版权衍生业务

版权衍生业务是指为实现数字内容资源价值最大化，掌维科技对拥有版权的数字内容深度挖掘，经过筛选和审核，将优质数字内容改编为影视剧、游戏、动漫作品等产品，或将优质内容的改编权授权给其他第三方进行数字内容改编。目前，掌维科技已与万花筒影业（天津）有限公司签订《影视投资合作协议》，就掌维科技优质小说作品《天价前妻》进行网络剧的衍生开发。

（三）业务流程

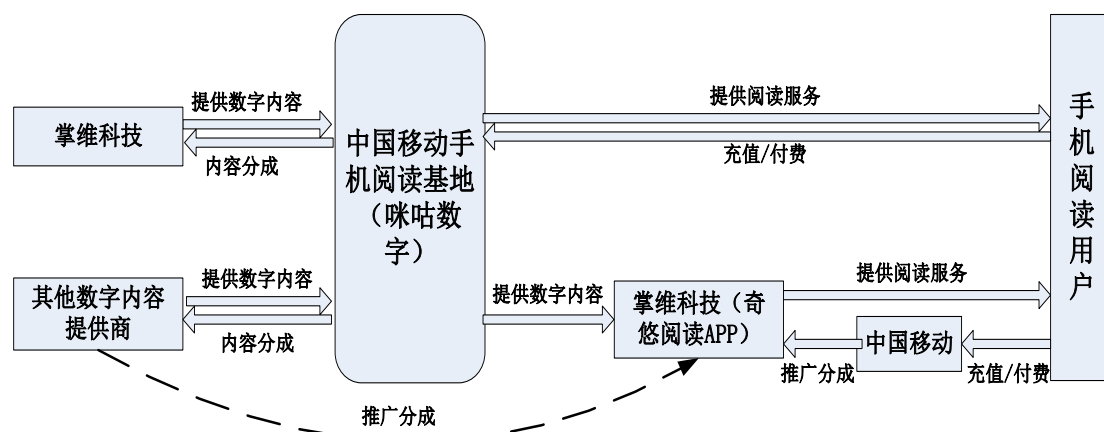
1、数字阅读业务流程

（1）互联网阅读产品



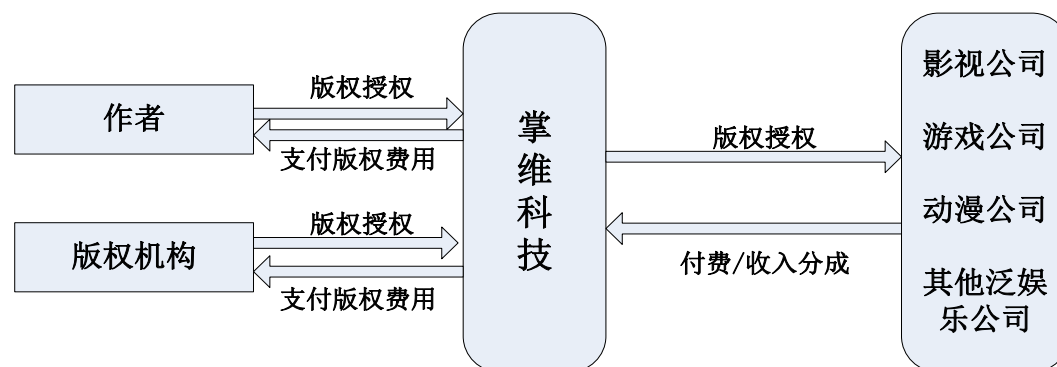
掌维科技以“原创书殿”和“言情书殿”两个互联网阅读平台为基础，向作者或版权机构采购相应的数字内容，并支付相应的版权费用，然后通过自有平台，为互联网用户提供阅读服务，并获得相应的收入。

（2）手机阅读产品（以中国移动为例）



一方面，掌维科技和其他数字内容提供商为中国移动手机阅读基地提供数字内容，各自获得相应的内容分成收入；另一方面，掌维科技作为中国移动手机阅读基地的分销渠道，手机阅读用户通过“奇悠阅读 APP”客户端订购阅读内容产生的收入，按照一定的比例与中国移动进行推广分成；此外，对于掌维科技“奇悠阅读 APP”客户端推广其他数字内容提供商的内容的，其他数字提供商需要将其从中国移动获得的内容分成中的一定比例以推广费用的形式支付给掌维科技。

2、版权衍生业务流程



在版权衍生业务领域，源头是作者和版权机构，掌维科技取得相应授权后对版权进行存储、管理和推广，并且对作者和版权机构以多种形式付费，然后通过影视公司、游戏公司、动漫公司以及其他泛娱乐公司进行战略合作，针对优质版权进行衍生开发，或者将版权授权给这些泛娱乐公司进行衍生开发，获得多种形式的收入分成。

(四) 业务模式情况

1、采购模式

掌维科技的主要采购内容包括数字版权的采集和推广掌维科技经营产品而采购的推广服务。

（1）数字版权采集

数字版权的采集由掌维科技版权部及子公司北京品书负责，掌维科技数字版权的采集渠道包括版权机构、作者等。掌维科技通过与版权机构、作者针对具体的作品签订版权许可使用协议，获得版权授权，在一定的期限和范围内按照约定的方式使用相关版权。

掌维科技采购数字版权分为买断版权和分成版权两种形式。随着优质数字内容资源竞争激烈，掌维科技采取了“优质版权买断优先于分成”的采集策略。

关于买断版权，掌维科技以约定的价格向授权方支付报酬，获得协议约定的版权权利范畴，不再额外支付其他任何稿酬或福利。掌维科技向作者买断价格执行标准如下：

作者类型	价格区间
有一定可挖掘潜力作者，作品质量可以，但无比较丰富创作经验	15 元/千字-20 元/千字
拥有一定丰富创作经验的潜力作者	20 元/千字-30 元/千字
较成熟的职业作家，拥有较多优秀作品写作经验或优秀的半职业作家有固定读者群	30 元/千字-50 元/千字
通常为知名作家或拥有大批量固定读者的畅销作家	50 元/千字-100 元/千字

关于分成版权，掌维科技根据授权作品产生的收入，以约定的分成比例向授权方支付报酬。掌维科技的版权分成比例通常为该版权业务收入扣除推广成本后的 50%左右。其中，对于特别优秀的作者，实行保底加分成的形式。掌维科技首先确定保底范围，然后以约定的价格向授权方支付保底报酬，并按约定的分成比例对实现的净收入进行分成，获得协议约定的版权权利范畴。

此外，原创书殿和言情书殿为签约分成版权的作者提供福利。福利主要包括全勤奖和激励奖等。全勤奖根据作者级别不同，在满足每日新增章节字数等合同约定的要求之后，可以获得每千字 3~9 元的奖励；激励奖是指签约作者月度或季

度稿费或更新数字达到一定标准后，掌维科技根据作者级别分发 50~300 元的固定金额奖励，或者按当月稿费 20%左右给予奖励。

（2）推广服务采购

为获取更多阅读用户，掌维科技向第三方采购推广服务以推广其主营产品手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”和两大互联网阅读平台“原创书殿”、“言情书殿”。推广服务的具体操作方式为推广方将掌维科技拟推广的链接布置在第三方网站，用户点击链接后，进入掌维科技自有网站产品界面或手机阅读基地界面，进行注册或对阅读产品的订阅。掌维科技对于其手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”的推广主要采用 CPA 和 CPS 两种计费方式向渠道合作商支付服务费。其中，CPA 模式是渠道合作商通过其自有营销渠道成功安装手机客户端至用户终端上并产生有效安装激活量（每个有效安装激活的行为，都产生一个有效的 CPA），基本推广费用在 1.2~1.5 元/CPA；CPS 模式是按照激活用户在奇悠阅读上的订阅支出的一定分成比例向营销渠道支付服务费。掌维科技自有网站主要通过微博、微信等网络社交平台进行推广。此外，掌维科技对部分推广方采取按月或季度支付固定推广费用或者按照合同约定的金额支付推广费用的方式。

2、生产模式

掌维科技的生产主要是对采购的数字内容进行编辑、加工，主要包含鉴权、数字化和产品化三个生产环节。

鉴权即鉴定版权，主要是指对拟采购和签约的数字内容的版权进行鉴定核验，确保该版权的有效性和完整性，以便企业可以获得排他性的收益权。鉴权是数字阅读企业所有业务的基础，一方面保证企业在采集内容的同时采集到对应的版权；另一方面保证采集的权利能够符合企业各业务环节使用的需要。鉴权既是数字内容提供及推广服务的基础，也为后续数字内容增值业务提供了初步的甄别手段和质量控制。

数字化是指对于采集的内容文件（电子文档或者优质图书等）按照要求进行排版、抽取目录、转换格式等操作，使原始内容成为真正意义上的“数字内容”。目前，掌维科技采集到的数字内容已经是数字化格式，掌维科技数字化的重点工

作是待这些内容质检合格并进入初级品数据库后,进行格式转换和初步的数字加工。

产品化主要指已经数字化的内容产品入库后,根据不同销售渠道的要求将数字内容加工为适合渠道销售的各类产品。

3、销售及盈利模式

掌维科技主要经营数字阅读业务和版权衍生业务,在数字阅读业务方面,主要收入来源为掌维科技为用户提供阅读服务而形成的收入;在版权衍生业务方面,主要收入来源为数字版权的对外出售或授权合作形成的收入。

(1) 互联网阅读产品

掌维科技的互联网阅读产品业务主要依托于其两个自有平台“言情书殿”和“原创书殿”,通过平台向阅读用户展示大量的阅读书籍,用户可以先免费预览电子书少部分内容,后续内容开始正式收费,每个阅读用户可以通过支付宝、微信、网银和手机短信等多种方式进行充值,并自动转换成阅读网站的虚拟货币,后续通过订阅书籍、包月等方式消耗虚拟货币,以实际消耗的虚拟货币确认阅读收入。

(2) 手机阅读产品

一方面,掌维科技作为数字内容提供商为电信运营商手机阅读基地提供数字内容,获得相应内容分成收入;另一方面,掌维科技作为电信运营商手机阅读基地的分销渠道,手机阅读用户通过“奇悠阅读 APP”客户端订购阅读内容产生的收入,按照一定的比例与电信运营商进行推广分成;此外,对于掌维科技“奇悠阅读 APP”客户端推广的阅读类产品版权属于第三方机构,则所属的第三方机构将其从电信运营商获得的内容分成中的一部分以推广费的形式支付给掌维科技。

(3) 版权衍生业务

掌维科技对拥有版权的数字内容深度挖掘,经过筛选和审核,将优质的数字内容改编为影视剧、游戏、动漫作品等产品进行出售产生收入,或将数字内容的改编权授权给其他第三方进行数字内容改编,从而获得分成收入。

（五）销售情况

1、主要产品销售情况

最近两年及一期，掌维科技的主营业务收入分产品实现情况如下：

单位：万元

收入类别	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
数字阅读业务	12,518.99	4,662.15	2,101.65
其中：互联网阅读产品	8,468.33	1,093.64	78.40
手机阅读产品	4,050.65	3,568.51	2,023.25
版权衍生业务	-	11.76	—
主营业务收入合计	12,518.99	4,673.92	2,101.65

报告期内，掌维科技数字阅读业务按照销售渠道类型分类情况如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
互联网阅读产品 (自有平台)	8,468.33	67.64	1,093.64	23.46	78.40	3.73
手机阅读产品 (基于第三方机构)	4,050.66	32.36	3,568.51	76.54	2,023.25	96.27
合计	12,518.99	100.00	4,662.15	100.00	2,101.65	100.00

从上表中可以看出，掌维科技收入增长主要来源于互联网阅读产品收入的大幅增加及手机阅读产品逐渐增加。

互联网阅读产品为掌维科技自有平台。报告期内，互联网阅读产品实现收入分别为 78.40 万元、1,093.64 万元和 8,468.33 万元，占当期数字阅读产品收入分别为 3.73%、23.40%和 67.64%，收入金额及占比均呈大幅增长趋势，主要互联网阅读运营平台原创书殿 2014 年下半年开始正式上线运行，用户数逐渐增加，用户消费金额日益增大。

手机阅读产品为基于第三方机构实现的收入。报告期内，手机阅读产品实现收入分别为 2,023.25 万元、3,568.51 万元和 4,050.66 万元，收入金额呈增长趋势；占当期数字阅读产品收入分别为 96.27%、76.54%和 32.36%，收入占比有所下降，主要系互联网阅读产品收入增速高于手机阅读产品所至。

报告期内，随着掌维科技互联网阅读产品的快速发展，互联网阅读产品收入大幅增加；手机阅读产品收入平稳增加但占比大幅下降，掌维科技对第三方机构依赖逐渐降低。上述情形增强了掌维科技自有渠道资源、提升了渠道方的竞争优势。

2、主要客户销售情况

掌维科技主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务，数字阅读业务是其主要的收入来源，数字阅读业务包括互联网阅读产品和手机阅读产品。互联网阅读产品收入是指掌维科技通过自有互联网阅读平台为用户提供数字阅读服务时产生的收入，该类业务直接面向数量众多、高度分散化的互联网阅读用户，用户通过在掌维科技自有平台充值并实际消费时确认相应的收入金额，平均每个用户的消费金额较小。手机阅读产品收入包括两个方面，一方面掌维科技作为数字内容提供商，与中国移动、中国电信、中国联通等三大电信运营商合作，向其提供适合在手机上阅读的数字内容产品，并以内容分成的形式获得收入；另一方面掌维科技作为电信运营商的分销渠道为其提供推广服务从而形成收入。该类业务的最终收入来源于手机阅读用户实际消费阅读服务而形成的收入，但掌维科技在该类业务的开展过程中主要与企业客户进行合作，单一客户的收入相对较大。

最近两年及一期，掌维科技前五名客户销售情况如下：

年度	序号	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占营业收入比例
2016年 1-8月	1	咪咕数字传媒有限公司及中国移动通信集团浙江有限公司	数字内容及推广服务	3,663.79	29.27%
	2	杭州蓝狮子文化创意股份有限公司	推广服务	268.66	2.15%
	3	北京大麦中金科技有限公司	推广服务	67.63	0.54%
	4	掌阅科技股份有限公司	数字内容	54.37	0.43%
	5	北京中文在线文化传媒有限公司	推广服务	52.00	0.42%
	小 计		—	4,106.45	32.80%
2015年度	1	咪咕数字传媒有限公司及中国移动通信集团浙江有限公司	数字内容及推广服务	3,040.52	65.05%
	2	北京中文在线数字出版集团股份有限公司	推广服务	89.94	1.92%
	3	北京幻想纵横网络技术有限公司	推广服务	60.33	1.29%

	4	北京雪凝盛源科技有限公司	推广服务	43.72	0.94%
	5	上海玄霆娱乐信息科技有限公司	推广服务	42.06	0.90%
	小 计		—	3,276.57	70.10%
2014 年度	1	咪咕数字传媒有限公司及中国移动通信集团浙江有限公司	数字内容及推广服务	1,437.58	68.40%
	2	上海玄霆娱乐信息科技有限公司	推广服务	70.88	3.37%
	3	成都古羌科技有限公司	推广服务	65.14	3.10%
	4	北京中文在线数字出版集团股份有限公司	推广服务	59.19	2.82%
	5	北京空中信使信息技术有限公司	推广服务	38.15	1.82%
	小 计		—	1,670.94	79.51%

最近两年及一期，掌维科技对咪咕数字传媒有限公司的销售收入占比分别为 68.40%、65.05%、29.27%，咪咕数字传媒有限公司是中国移动手机阅读基地的运营商，其运营的咪咕阅读是目前国内最大的移动阅读平台。

掌维科技董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，其他主要关联方或持有掌维科技 5%以上股份的股东与前五名客户不存在关联关系，在前五名客户中也不占有权益。

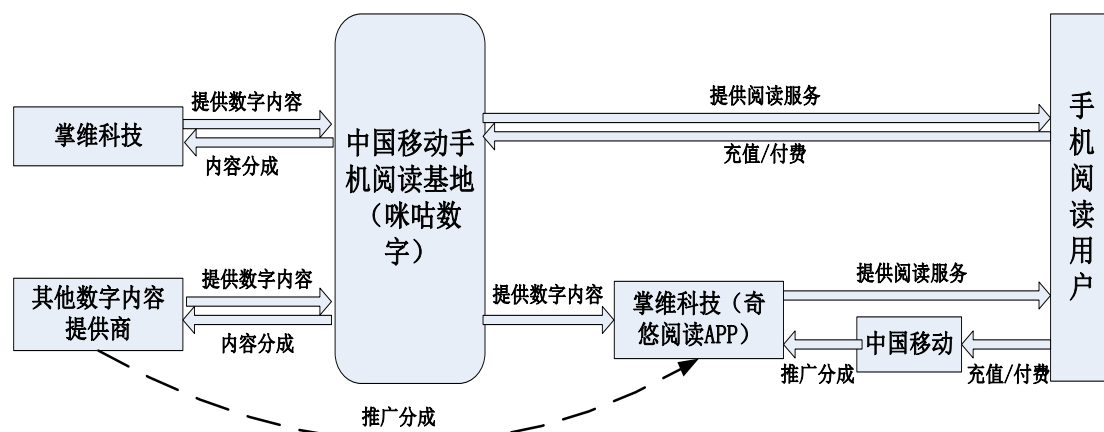
（1）掌维科技与第三方机构合作情况

掌维科技与第三方机构的合作模式、结算模式，同类型业务相近似，此处以第一大客户咪咕数字传媒有限公司（以下简称咪咕数字）为例进行具体阐述。

①具体合作模式

手机阅读产品包括两个方面：一方面是指掌维科技作为数字内容提供商，与电信运营商合作，向其提供适合在手机上阅读的数字内容产品，并以内容分成的形式获得收入；另一方面是指掌维科技作为电信运营商的分销渠道为其提供推广服务。目前，掌维科技该业务主要与中国移动合作为主，掌维科技作为中国移动手机阅读基地（即咪咕数字传媒有限公司）的分销渠道，基于中国移动手机阅读基地开放平台的接口，通过掌维科技自主研发的 Android 系统手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”接入到中国移动阅读基地的所有数字内容，为移动互联网用户提供手机阅读服务产品，并以推广分成的形式获得收入。

具体业务流程如下（以中国移动为例）：



一方面，掌维科技和其他数字内容提供商为中国移动手机阅读基地提供数字内容，各自获得相应的内容分成收入；另一方面，掌维科技作为中国移动手机阅读基地的分销渠道，手机阅读用户通过奇“悠阅读 APP”客户端订购阅读内容产生的收入，按照一定的比例与中国移动进行推广分成；此外，对于掌维科技“奇悠阅读 APP”客户端推广其他数字内容提供商的内容的，其他数字提供商需要将其从中国移动获得的内容分成中的一定比例以推广费用的形式支付给掌维科技。

② 结算模式

根据双方签订的合同，掌维科技与咪咕数字具体结算模式如下：

作品内容结算:以掌维科技作品在手机阅读平台上产生的咪咕数字不含税实收信息费为基础进行结算,咪咕数字按不含税实收信息费收入的一定比例向掌维科技支付使用费,根据咪咕数字计费系统数据以月为结算周期,月结算报表通常将在实际业务发生后的两个月内产生,咪咕数字在结算报表产生后 10 日内向掌维科技出具结算依据,有特殊约定的按特殊约定处理。

推广费结算：咪咕数字根据掌维科技渠道就中国移动手机阅读业务的营销效果，以咪咕数字的数据及中国移动手机阅读业务营销管理平台统计确认的数据为基础向掌维科技支付营销合作推广费，以月为结算周期，月结算报表通常将在实际业务发生后的两个月内产生，咪咕数字在结算报表产生后 20 日内向掌维科技提供结算数据。

③相关会计处理

掌维科技与咪咕数字收入确认会计处理如下：

A、收入确认原则

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1) 将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2) 公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3) 收入的金额能够可靠地计量；4) 相关的经济利益很可能流入；5) 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

B、收入确认的具体方法

掌维科技可在咪咕数字系统平台查看阅读流量和营销推广数据，对方根据合同约定时间向掌维科技提供结算单（结算模式见上说明。一般时间间隔为 2 月）。

掌维科技按双方确认的结算单确认收入，在尚未取得结算单的情况下，根据系统平台数据和合同约定的分成方法暂估确认收入。

手机阅读产品主要与第三方合作，具体收入确认的方法和时点如下：

根据最终阅读用户实际消费情况，按双方确认的结算单确认收入。在无法及时取得结算单的情况下，根据系统平台阅读流量和合同约定的分成方法确认收入。

上述收入确认方法和时点具有合理性。

(2) 掌维科技与咪咕数字合作情况

报告期内，掌维科技主要为咪咕数字提供数字内容和内容推广服务。

掌维科技成立后，与咪咕数字在“短信俱乐部”、“彩信超市”、“手机阅读杂志内容”等业务方面进行合作。

2011 年 9 月，北京品书与中国移动通信集团浙江有限公司（2014 年之前中国移动旗下数字阅读业务由中国移动通信集团浙江有限公司负责运营，2015 年起相关业务改为由咪咕数字传媒有限公司运营）签订了《手机阅读内容合作协议》，成为中国移动的内容提供商，为其提供数字内容。上述合同每两年签订一次，目前执行的有效合同为 2015 年 11 月签订，有效期为 2015 年 11 月 20 日至

2017年8月31日。

2012年1月，掌维科技与中国移动通信集团浙江有限公司签订了《手机阅读业务内置推广合作协议》，为其手机阅读业务提供营销推广服务。上述合同每年签订一次，目前执行的有效合同为2016年5月签订，有效期为2016年1月1日至2016年12月31日。

咪咕数字为中国移动手机阅读产品的运营方，掌维科技主要为其提供数字内容和营销推广服务。双方合作时间较长，随着双方业务规模的逐渐提升，掌维科技已成为咪咕数字主要的内容和推广合作伙伴，同时根据项目组向咪咕数字访谈确认，目前双方合作情况良好，双方合作关系具有稳定性和可持续性。

报告期内，掌维科技向咪咕数字销售收入分别为1,437.58万元、3,040.52万元、3,663.79万元，双方合作关系较为稳定性且具有可持续性，同时随着占掌维科技收入规模的快速增长，向咪咕数字销售收入占当期营业收入的比例分别为68.40%、65.05%、29.27%，逐渐降低，掌维科技向咪咕数字之间的合作关系，不会对未来经营业绩造成重大不利的影响。

（3）掌维科技是否存在大客户业务依赖及应对措施

①在新客户拓展方面

为获取更多的阅读用户，掌维科技从数字内容、渠道建设、推广投入等方面加强了数字阅读产品的推广力度。

在数字内容方面，掌维科技通过与众多版权机构、作者建立长期的合作关系，并运营自有互联网阅读平台“原创书殿”、“言情书殿”及手机阅读客户端“奇悠阅读APP”，建立了稳定的数字内容获取渠道。经过不懈努力，掌维科技已经积累了丰富的数字内容。截至2016年8月末，掌维科技已成功签约作者1,700余名，签约优质版权数量2,100余本。数字内容涵盖玄幻仙侠、现代言情、古代言情、游戏竞技、军事历史、悬疑灵异等多个阅读系列，日益丰富的数字内容吸引了更多的阅读用户。

在渠道优化方面，经过近年来的积累，掌维科技的两大互联网阅读平台积累了大量的用户资源，截至2016年8月末，掌维科技互联网阅读平台累计注册用

户数超过 740 万，其中“原创书殿”作为最主要的阅读平台，累积注册用户数超过 670 万；“奇悠阅读 APP”累计下载用户超过 3,600 万，激活用户超过 1,200 万，月活跃用户超过 470 万，日活跃用户超过 24 万；掌维科技运营的“原创书殿”和“小说阅读”微信订阅号合计关注用户超过 220 万。掌维科技多元化的渠道优势为更多的阅读用户提供阅读便利，也使得消费公司阅读产品的用户数逐渐增加。

在推广投入方面，为获取更多的阅读用户，掌维科技加大了对阅读产品的推广力度，持续加大了对渠道平台的投入，推广成本的绝对金额逐年增加，推广成本的持续投入带来了良好的市场效果，报告期内收入逐年增长。报告期内，掌维科技推广支出分别为 1,104.66 万元、2,187.38 万元和 6,218.22 万元，随着推广投入的大幅增加相应数字阅读业务收入亦大幅提升。

②与中国移动合作情况

报告期内，咪咕数字是掌维科技的重要客户。根据掌维科技与咪咕数字签订的主要协议，掌维科技为其提供数字阅读产品及推广服务，2014 年、2015 年、2016 年 1-8 月向咪咕数字销售收入分别为 1,437.58 万元、3,040.52 万元、3,663.79 万元，占掌维科技当期营业收入的比例分别为 68.40%、65.05%、29.27%，收入占比逐渐降低。

中国移动手机阅读基地作为国内手机阅读业务的主要运营平台和掌维科技的主要客户，对掌维科技的经营业绩仍有重要影响。如果中国移动手机阅读业务经营状况不佳或者中国移动手机阅读基地在未来的合作过程中提出解除或者不再与掌维科技续签新的合作合同，或在合作过程中改变合作模式、降低与掌维科技的结算价格等，都将对掌维科技未来的盈利能力和成长性产生一定影响。

经核查，独立财务顾问、天健会计师认为：

（1）报告期内，随着掌维科技互联网阅读产品的快速发展，互联网阅读产品收入大幅增加；手机阅读产品收入平稳增加但占比大幅下降，掌维科技对第三方机构依赖逐渐降低。上述情形增强了掌维科技自有渠道资源、提升了渠道方的核心竞争优势。

（2）结合掌维科技与第三方机构具体合作模式及结算模式，相关会计确认

原则、时点、依据符合会计准则规定，具有合理性。

(3) 掌维科技与咪咕数字合作时间较长，双方合作关系具有稳定性和可持续性，不会对未来经营业绩造成不利的影响。

(4) 手机阅读产品收入占掌维科技营业收入的比重逐年下降，互联网阅读产品收入占比大幅增长，掌维科技对重大客户依赖程度逐年下降。

(六) 采购情况

最近两年及一期，掌维科技向前五名供应商的采购情况如下：

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	占营业成 本比例
2016 年 1-8 月	1	定州首游互动网络科技有限公司	推广服务	1,147.88	16.95%
	2	北京创易开创网络文化有限公司	推广服务	510.16	7.53%
	3	杭州掌盟软件股份有限公司	推广服务	285.94	4.22%
	4	威海热微文化传媒有限公司	推广服务	287.90	4.25%
	5	东阳横店睿语影视文化工作室	推广服务	283.02	4.18%
	小 计		—	2,514.89	37.14%
2015 年度	1	杭州掌盟软件股份有限公司	推广服务	834.74	33.99%
	2	深圳云览科技有限公司	推广服务	134.09	5.46%
	3	杭州妙神企业管理有限公司	推广服务	111.26	4.53%
	4	上海摩普网络技术有限公司	推广服务	94.27	3.84%
	5	北京中科云智信息技术有限公司	推广服务	80.08	3.26%
	小 计		—	1,254.44	51.08%
2014 年度	1	杭州掌盟软件技术有限公司	推广服务	202.38	17.31%
	2	广州三再文化活动策划有限公司	推广服务	71.49	6.12%
	3	杭州阅莱网络科技有限公司	推广服务	59.06	5.05%
	4	深圳云览科技有限公司	推广服务	55.77	4.77%
	5	上海摩普网络技术有限公司	推广服务	27.26	2.33%
	小 计		—	415.95	35.58%

最近两年及一期，掌维科技对单个供应商的采购额占比均低于营业成本的 50%，不存在对单一的供应商的重大依赖。

掌维科技与上述供应商之间不存在关联关系，掌维科技董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及主要关联方或持有掌维科技 5%以上股份的股东均未在上述供应商中拥有权益或存在其他形式的关联关系。

（七）业务资质情况

目前，掌维科技拥有的相关资质证书情况如下：

经营许可证编号	证书名称	发证机构	有效期至	权属
浙 B2-20110067	增值电信业务经营许可证	浙江省通信管理局	2021.3.13	掌维科技
浙网文[2015]0333-103号	网络文化经营许可证	浙江省文化厅	2018.4.8	掌维科技
新出发浙批字第 400460号	出版物经营许可证	浙江省新闻出版广电局	2022.8.23	掌维科技

此外，根据《网络出版服务管理规定》，2016 年 7 月，国家新闻出版广电总局出具《关于同意杭州掌维科技股份有限公司从事网络出版服务的批复》（新广出审【2016】823 号），同意掌维科技从事网络出版服务。

掌维科技于 2016 年 7 月 1 日取得中华人民共和国国家新闻出版广电总局（新广出审[2016]823 号文）关于同意掌维科技从事网络出版服务的批复，并向浙江省新闻出版广电局申请办理《网络出版服务许可证》，截至本重组报告书签署之日，掌维科技尚未取得《网络出版服务许可证》。

2016 年 10 月 12 日，中介机构走访了浙江省新闻出版广电局，根据上述走访情况：《网络出版服务管理规定》施行后，该局尚未取得《网络出版服务许可证》证书样本，该局尚未向任何企业颁发过上述证书；掌维科技生产经营符合《网络出版服务管理规定》相关规定，不存在因掌维科技自身原因导致其无法取得、持有《网络出版服务许可证》的情况，截止目前未发现掌维科技未来无法继续获得上述许可的情形。该局在《网络出版服务许可证》证书样本确定后尽快向掌维科技核发正式的《网络出版服务许可证》；掌维科技暂未办结《网络出版服务许

可证》的情况不影响该企业生产经营的合规性及其现有业务的开展；不会因暂未办结《网络出版服务许可证》导致行政处罚。

2016年10月12日，浙江省新闻出版广电局出具的《情况说明》：“掌维科技生产经营符合《网络出版服务管理规定》相关规定，不存在因掌维科技自身原因导致其无法取得、持有《网络出版服务许可证》的情况，截止目前未发现掌维科技未来无法继续获得上述许可的情形，其暂未办结《网络出版服务许可证》的情况不影响该企业生产经营的合规性及其现有业务的开展，该局不会因掌维科技目前暂未办结《网络出版服务许可证》对其进行行政处罚。”

掌维科技已向主管部门提出申请，截至本重组报告书签署之日尚未取得《网络出版服务许可证》；根据浙江省新闻出版广电局出具的《情况说明》，掌维科技不存在因掌维科技自身原因导致无法办结的情况，掌维科技暂未取得上述许可证的情况不影响该企业生产经营的合规性及其现有业务的开展，不会对掌维科技的估值产生重大不利影响。

经核查，独立财务顾问、天册律师和中企华认为，掌维科技不存在因其自身原因导致无法办结《网络出版服务许可证》的情况，暂未取得上述许可证的情况不影响该企业生产经营的合规性及其现有业务的开展，不会对掌维科技的估值产生重大不利影响。

（八）境外经营和境外资产情况

掌维科技不存在境外经营和境外资产的情况。

（九）环保情况

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，不涉及环境污染的情形。

（十）质量控制情况

掌维科技结合自身产品及业务特征，将数字内容版权和用户体验作为质量管理体系的核心，并实行立体化的质量管理体系，即在各业务环节内部监控自身质量的基础上，不同业务环节之间充分互动互查，协调进展，并将质量管理贯穿到产品的整个生命周期。

在数字内容版权方面，掌维科技技术研发部时刻关注互联网行业相关政策、以及国家新闻出版广电总局最新条例和管理政策，对版权实行严格的内容质检，针对可能出现的盗版侵权风险、市场风险、政策风险、策略风险等进行识别、跟踪和分析，并制定应对方案，达到质量控制的目的。

在用户体验方面，掌维科技在设计软件基本框架的基础上，不断优化方案，便于产品后期二次开发和维护，不断适应产品用户增加可能产生的运营问题，并提高数字阅读用户的体验效果。

报告期内，掌维科技与客户之间不存在因质量问题而发生纠纷的情况。

（十一）主要产品生产技术及所处阶段

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，其主要核心技术包括：

技术名称	主要功能及特点
数字出版物版权保护技术	该技术设计了数字出版物版权保护系统算法，数据在源头、传输、本地存储环节都采用加密和压缩的处理，保证数据的完整性，降低数据流量带宽，并防止盗版和破解；开发了应用加固监控系统，对应用程序加固处理，自动检测是否被恶意软件篡改，并自动报警。
数字出版物运营管理技术	该技术集成开发了包括客户端软件内容、渠道管理、用户管理、第三方管理、统计管理等多个版块的数字出版物运营管理平台，覆盖面非常广，功能强大；设计了由一台前端反向代理服务器+多台后端业务处理服务器+数据库服务器+文件存储服务器组成的集群系统，支持数据高并发，支持日千万级 PV 访问请求。
数字出版物仿真翻页算法技术	该技术设计了精密排版算法，实现了屏幕的分辨率和密度自动适应，并可针对不同的字体大小、行距和边距对展示内容进行排版，使不同的手机达到相同的排版效果；开发了翻页软件系统，采用 3D 仿真翻页算法技术，真实模拟手机上看书时翻书的 3D 效果，提升用户体验度。
数字出版物连载章节自动更新新技术	该技术设计了数字出版物连载章节自动更新算法，根据用户的阅读习惯自动调整图书更新的频率，让用户第一时间可以获得相关图书更新信息；开发连载章节自动更新系统，使用文字、图片、声音等多种形式通

	知用户图书更新信息，记住用户对图书更新信息的操作方式，自动调整显示方式。
数字出版物深度阅读监控技术	该技术开发了用户深度阅读数据监测系统，实现了海量用户行为数据分布式存储，扩展性强；开发了用户深度阅读数据分析与控制系统，根据用户阅读记录，自动分析用户阅读习惯，自动推荐相关读者、作者。
数字出版物在线阅读技术	该技术设计开发了仿真书架，自适应屏幕大小，展示效果如真实书架；开发了连载图书自动更新系统，并友好提示用户更新信息；开发了手机话费支付子系统，提高付费转化率，用户付费更便捷；设计多种组合存储方式，实现了本地存储、离线浏览确保没有网络时也能流畅看书。
数字出版终端个性化排版技术	该技术设计了数字出版物终端个性化排版算法，实现了左右自动对齐的中文排版效果，并可自由方便设定间距和边距；开发了用户排版数据自动读取与更新系统，安全可靠数据存储，自动记录、读取用户的设定数据。
内容提供商在线结算管理技术	该技术开发了智能结算数据管理系统，实现了结算数据自动实时同步，并可根据设定比例自动调整分成信息费，大大降低人力工作；还可以按日期，图书等维度导出结算数据，提高对账效率；开发了结算数据分析系统，在网页上通过曲线图、柱状图显示相关数据，更美观、直观，为管理者提供决策支持。
数字出版物渠道推广效果监控	该技术开发了数字出版物渠道数据监控系统，对渠道造假数据自动监测报警，避免经济损失，并自动分析渠道相关数据，智能预测渠道数据收益，为渠道合作提供决策依据；开发了渠道管理和结算系统，实现了一个平台支持按下载量计费渠道、按激活量计费渠道、按收益分成渠道等多种线上渠道，大大方便渠道管理和结算。
数字出版物标签管理技术	该技术开发了数字出版物标签管理系统，实现了可根据图书内容自动计算标签，并可根据标签自动匹配相关图书或作者；设计了应用内存缓存和定时计算策略，实现了标签的自动更新，提供高速可用的用户体验服务。
基于安卓操作系统的数字出	该技术把阅读核心功能整合成一个软件包，第三方可以基于此软件包快速开发一个移动阅读应用；整合的渠道管理功能，方便区分渠道数据、

版技术	评估渠道质量和结算；除了数据接口，把常用界面也打包到软件包中，免除第三方琐碎的界面开发工作
数字出版物内容传输加密压缩技术	该技术设计了 HTTPS+SSL 方式与服务器交互，保证数据安全；选择合适的压缩算法，平衡压缩所需高 cpu 资源和更快的传输效率之间的矛盾；基于 DES 加密算法对动态数据签名加固安全性，防止未授权的仿冒访问请求
数字出版书库的搜索技术	该技术开发了数字出版书库的搜索引擎，通过全文索引实现书名、作者、关键字的关联性搜索，方便用户一次搜索得到全部相关结果；通过中文自动分词技术，提供语义级的搜索结果；采用并行处理机制，在海量数据中快速搜索到结果并返回给用户。
数字出版物个性化推荐技术	该技术开发了个性化推荐系统，综合用户的阅读习惯、付费记录、内容属性等多个维度，自动分析用户属性，并推荐对应的图书，增强个性化阅读体验；设计开发了“书友圈”，把阅读用户的社交需求实现，大大方便用户推书和找书。

（十二）报告期核心技术人员特点分析及变动情况

1、核心技术人员概述

核心技术人员是掌维科技的关键要素资源之一，是保持和提升掌维科技竞争力的重要因素。核心技术人员的流失将对掌维科技生产经营产生一定的负面影响，进而对上市公司经营及收购效果带来负面影响。为保持掌维科技核心技术人员的稳定，上市公司将在人才选聘、激励机制等方面充分尊重掌维科技的原有安排，以最大程度降低核心技术人员的流失。

截至报告期末，掌维科技共有员工 62 人，其中 43 人具备本科以上学历；技术研发人员达 15 人，占掌维科技员工人数比例 24.19%以上。报告期内，掌维科技核心技术团队保持较高的稳定性。

2、核心技术人员简历

核心技术人员简历如下：

张子钢先生：1976 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于哈

尔滨工业大学自动化测试与控制专业，硕士研究生学历。先后就职于东方通信股份有限公司、UT 斯达康股份有限公司，从事手机研发相关工作。2008 年 4 月创立杭州掌维科技有限公司，担任执行董事兼总经理。现任掌维科技董事长兼总经理、北京品书总经理、鼎维投资执行事务合伙人、舟山骏耀投资管理合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人。

张勇先生：1991 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。历任杭州舒畅网络科技有限公司编辑、南京地平线网络科技有限公司主编。2014 年 3 月加入公司，先后担任杭州掌维科技有限公司主编、原创事业部总监；现任掌维科技董事、副总经理。

何鑫先生：1982 年 7 月生，毕业于哈尔滨师范大学计算机广告设计专业，本科学历。先后担任北京无限新空技术有限公司内容部主管、快乐米信息技术有限公司运营经理、中国移动手机阅读基地（咪咕数媒）运营经理、天津爱悦读科技有限公司运营总监。2015 年 12 月加入掌维科技，现任掌维科技平台事业部总监、副总经理。

十三、标的公司报告期的会计政策及相关会计处理

（一）收入的确认原则和计量方法、应收款项坏账准备计提政策

1、收入成本的确认原则和计量方法

（1）收入确认原则

①销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2）公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3）收入的金额能够可靠地计量；4）相关的经济利益很可能流入；5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

②提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、

交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已完工作的测量确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

③让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（2）收入确认的具体方法

公司的营业收入主要包括互联网阅读产品、手机阅读产品、版权衍生业务收入，具体收入确认原则如下：

互联网阅读产品：根据与客户签订的合同，用户在自有互联网平台实际消费时，按照合同约定的结算方式和条件确认收入。

手机阅读产品：提供数字内容服务后，按双方确认的结算单确认收入。在无法及时取得结算单的情况下，根据系统平台阅读流量和合同约定的分成方法确认收入。

版权衍生业务：根据与客户签订的合同，在提供有关产品或服务后，相关成本能够可靠计量时，按照合同约定的结算方式和条件确认收入。

2、应收款项坏账准备计提政策

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	占应收款项账面余额10%以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	经单独进行减值测试有客观证据表明发生减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；经单独进行减值测试未发生

	减值的，将其划入具有类似信用风险特征的若干组合计提坏账准备。

(2) 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

①具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
合并范围内关联往来组合	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

②以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法

账龄	应收账款 计提比例(%)	其他应收款 计提比例(%)
3个月内	1	5
4-6个月	5	
7-12个月	10	
1-2年	20	20
2-3年	50	50
3年以上	100	100

(3) 单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	有确凿证据表明可收回性存在明显差异
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

(4) 对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(二) 会计政策和会计估计与同行业或同类资产之间的差异及对拟购买资产利润的影响

掌维科技的会计政策和会计估计与同行业可比上市公司中文在线(300364)、博易创为(836025)、点众科技(836285)不存在重大差异，对掌维科技利润无重大影响。

（三）财务报表编制基础，确定合并报表时的重大判断和假设，合并财务报表范围、变化情况及变化原因

1、财务报表的编制基础

掌维科技财务报表以持续经营为基础编制。

2、合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》编制。

3、合并财务报表范围及其变化情况

报告期内，掌维科技纳入合并范围的子公司情况及其合并期间变化情况如下：

序号	公司名称	注册资本	截至本报告书签署日所占权益比例	合并期间
1	北京品书	100.0032万	100.00%	2015.7.31-2016.3.31
2	杭州玩多网络科技有限公司[注]	50万	-	2014.1.1-2015.12.16

注：杭州玩多网络科技有限公司成立于 2012 年 10 月 18 日，注销前掌维科技持有杭州玩多网络科技有限公司 51%的股权，经营范围为：技术开发、技术服务、技术咨询、成功转让：计算机网络技术、计算机软硬件、通信技术、电子产品。

（1）2015 年 7 月 17 日，经北京品书股东做出决定，张子钢与掌维有限签订《股权转让协议》，张子钢将其持有的北京品书 100%的股权（计 100.0032 万元出资额）转让与掌维有限，转让价格按照出资额 1:1 确定。北京品书已于 2015 年 8 月 5 日办妥工商变更登记手续。

（2）2015 年 9 月 30 日，经杭州玩多网络科技有限公司股东会决议，同意该公司解散，于 2015 年 12 月 16 日办妥注销手续。

（四）资产转移剥离调整情况

报告期内，掌维科技不存在资产转移剥离调整的情况。

（五）会计政策和会计估计与思美传媒之间的差异及对拟购买资产利润的影响

掌维科技收入确认原则系根据会计准则及行业特性确定，与上市公司的收入确认原则不存在较大差异。掌维科技的重大会计政策或会计估计与上市公司不存在重大差异。

报告期内，掌维科技的重大会计政策或会计估计未发生变更、不存在按规定将要进行变更的情形。

（六）行业特殊的会计处理政策

报告期内，掌维科技不存在行业特殊的会计处理政策。

第五节 标的公司基本情况之观达影视

一、观达影视基本情况

本次交易标的为观达影视 100%股权，观达影视基本情况如下表所示：

企业名称	上海观达影视文化有限公司
企业类型	有限责任公司
注册地址	上海市松江区富永路 425 弄 212 号 1570 室
主要办公地点	上海市黄浦区雁荡路 109 号 409、411 室
法定代表人	周丹
注册资本	300 万元人民币
实收资本	300 万元人民币
有限公司成立日期	2014 年 1 月 29 日
统一社会信用代码	9131011709184606XD
经营范围	广播电视节目制作、发行，电影摄制，影视策划与咨询，文化艺术活动交流策划，企业形象策划，文学创作，动漫、动画设计，设计、制作、代理、发布各类广告，摄影摄像，影视领域内的技术开发、技术服务、技术咨询，会展服务，礼仪服务，商务信息咨询（除经纪）。【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】

二、观达影视历史沿革

（一）2014 年 1 月，观达影视设立，及首期出资

观达影视设立于 2014 年 1 月 29 日，系由周丹、沈璐共同以货币方式出资设立，设立时注册资本 50 万元，实收资本 50 万元。

2014 年 1 月 23 日，上海永真会计师事务所出具了永真会师内验字（2014）0148 号《验资报告》，对本次设立事宜进行审验。经审验，截至 2014 年 1 月 20 日止，观达影视（筹）已收到股东缴纳的注册资本 50 万元，各股东均以货币出资。观达影视成立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	周丹	25.50	51.00
2	沈璐	24.50	49.00

合计	50.00	100.00

（二）2014 年 3 月，观达影视第一次增资

2014 年 3 月 14 日，观达影视召开股东会，决议同意注册资本由 50 万元增加至 300 万元，其中，原股东周丹和沈璐分别以货币增资 94.5 万元和 65.5 万元；新增股东严俊杰，以货币出资 90 万元。2014 年 4 月 28 日，上述股东相应增资款缴足。首次增资完成后，观达影视股权结构如下：

序号	股东名称	变更前出资额 (万元)	本次增资额(万 元)	变更后出资额 (万元)	出资比例
1	周丹	25.50	94.50	120.00	40.00%
2	沈璐	24.50	65.50	90.00	30.00%
3	严俊杰	-	90.00	90.00	30.00%
合计		50.00	250.00	300.00	100.00%

2014 年 3 月 25 日，观达影视完成工商变更登记。

（三）2015 年 12 月，观达影视第一次股权转让

2015 年 12 月 24 日，经观达影视股东会同意和双方签订的《股权转让协议》，周丹、沈璐、严俊杰分别将其持有本公司 32%（出资额 96 万元）、24%（出资额 72 万元）、24%（出资额 72 万元）股权按出资额 1：1 转让给舟山青春旋风股权投资合伙企业（有限合伙）。本次股权转让后，观达影视的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	青春旋风	240.00	80.00
2	周丹	24.00	8.00
3	沈璐	18.00	6.00
4	严俊杰	18.00	6.00
合计		300.00	100.00

2015 年 12 月 29 日，观达影视完成了本次股权转让的工商变更登记。

（四）2015 年 12 月，观达影视第二次股权转让

2015 年 12 月 30 日，经观达影视股东会同意和签订的《股权转让协议》，青春旋风将其所持观达影视 8.3333%、2.0833% 股权分别以 4,000 万元和 1,000 万元

价格转让给芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）和上海骅伟股权投资基金合伙企业（有限合伙）。

本次股权转让后，观达影视的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	青春旋风	208.75	69.58
2	芒果投资	25.00	8.33
3	周丹	24.00	8.00
4	沈璐	18.00	6.00
5	严俊杰	18.00	6.00
6	骅伟投资	6.25	2.08
合计		300.00	100.00

2016年3月22日，观达影视完成了上述事项的工商变更登记。

（五）2016年6月，观达影视第三次股权转让

2016年6月8日，经观达影视股东会同意和签订的《股权转让协议》，青春旋风、周丹、沈璐、严俊杰分别将所持观达影视68.58%、8.00%、6.00%和6.00%股权分别以205.75万元、24.00万元、18.00万元和18.00万元价格平价转让给上海鹿捷企业管理咨询合伙企业（有限合伙）。

本次股权转让后，观达影视的股权结构如下：

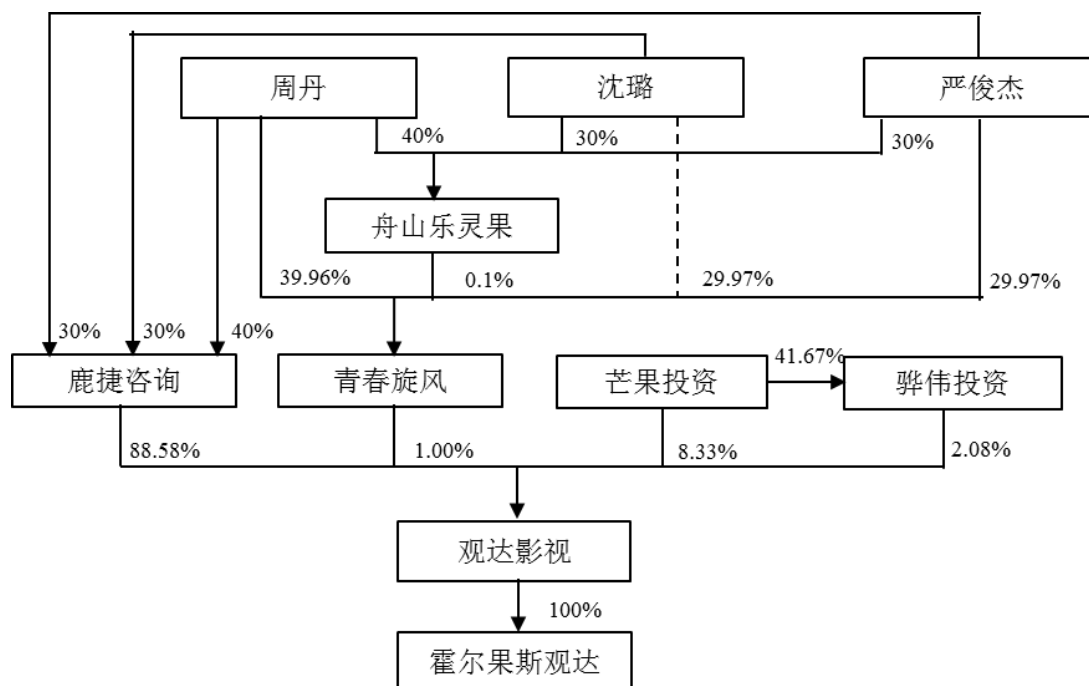
序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	鹿捷咨询	265.75	88.58
2	芒果投资	25.00	8.33
3	骅伟投资	6.25	2.08
4	青春旋风	3.00	1.00
合计		300.00	100.00

截至本报告书签署日，观达影视上述股份数量及持股结构未发生变化。

三、交易标的产权控制关系

（一）产权或控制关系

截至本报告书签署日，观达影视的股权及控制关系如下图所示：



(二) 观达影视下属公司情况

截至本报告书签署日，观达影视拥有霍尔果斯观达影视文化传播有限公司一家全资子公司。

1、霍尔果斯观达基本情况

截至本报告书签署日，观达影视持有霍尔果斯观达 100% 股权。霍尔果斯观达基本情况如下：

企业名称	霍尔果斯观达影视文化传播有限公司
成立日期	2015 年 9 月 18 日
企业类型	有限责任公司（法人独资）
注册资本	300 万元人民币
实收资本	300 万元人民币
法定代表人	周丹
注册地址	新疆伊犁州霍尔果斯市北京路以西、珠海路以南合作中心配套区查验业务楼 8-6-20
统一社会信用代码/注册号	91654004328764952F
经营范围	广播电视节目制作、发行；影视策划与咨询、文化艺术交流策划；文学创

	作；动漫、动画设计；设计、制作、代理、发布各类广告；摄影、摄像；影视领域内的技术开发、技术服务、技术咨询；会展服务；礼仪服务；商务信息咨询（除经纪）（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）

2、霍尔果斯观达历史沿革

（1）2015 年 9 月，霍尔果斯观达设立

2015 年 9 月 9 日，周丹、沈璐、严俊杰以货币出资共同发起设立霍尔果斯观达。其中，周丹以货币认缴出资 120 万元，沈璐以货币认缴出资 90 万元，严俊杰以货币认缴出资 90 万元。

霍尔果斯观达设立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	周丹	120.00	40.00
2	沈璐	90.00	30.00
3	严俊杰	90.00	30.00
合计		300.00	100.00

2015 年 9 月 18 日，霍尔果斯观达完成工商设立登记。

（2）2015 年 12 月，第一次股权转让

2015 年 12 月 7 日，经霍尔果斯观达股东做出决定，原股东与观达影视签订《股权转让协议》，周丹、沈璐、严俊杰分别将其所持霍尔果斯观达 40%、30% 和 30% 股权以 120 万元、90 万元和 90 万元转让给观达影视，转让价格按照出资额 1:1 确定。

本次股权转让后，霍尔果斯观达的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	观达影视	300.00	100.00
合计		300.00	100.00

2015 年 12 月 18 日，霍尔果斯观达完成工商变更登记。

截至本报告书签署日，霍尔果斯观达上述股份数量及持股结构未发生变化。

3、霍尔果斯观达业务状况

霍尔果斯观达主要从事影视节目的策划、制作和发行等业务。

4、霍尔果斯观达主要财务数据

报告期内，霍尔果斯观达主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资产总额	135,694,734.09	45,076,599.98
负债总额	72,084,504.53	35,742,525.64
所有者权益	63,610,229.56	9,334,074.34
项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度
营业收入	141,017,492.56	18,321,626.18
利润总额	54,276,155.22	6,334,074.34
净利润	54,276,155.22	6,334,074.34

注：以上数据经天健事务所审计

（三）观达影视控股股东、实际控制人及其控制其他企业情况

截至本报告签署日，鹿捷咨询持有观达影视 88.58%股权，为观达影视控股股东；周丹、沈璐和严俊杰合计持有鹿捷咨询 100%的合伙份额和青春旋风 100%的合伙份额，鹿捷咨询和青春旋风共持有观达影视 89.58%股权，故周丹、沈璐和严俊杰为观达影视共同实际控制人。

除观达影视外，鹿捷咨询未持有其他任何公司股权或控制其他任何公司。

除观达影视、鹿捷咨询、青春旋风和舟山乐灵果外，周丹、沈璐和严俊杰未持有其他任何公司股权或控制其他任何公司。

四、交易标的股东出资及合法存续情况

本次交易对方已经依法履行对观达影视的出资义务，出资均系自有资金，出资真实且已足额到位，不存在任何虚假出资、延期出资、抽逃出资等违反作为股东所应承担的义务及责任的行为，不存在可能影响观达影视合法存续的情况。本次交易对方合法持有观达影视的股权，对该等股权拥有完整、有效的所有权，该等股权权属清晰，不存在权属纠纷或者潜在纠纷，不存在任何形式的委托持股、

信托持股或代他人持有的情形亦不存在其他利益安排，不存在禁止转让、限制转让的承诺或安排。本次交易对方持有观达影视的股权未设置抵押、质押、留置等任何担保权益，也不存在任何可能导致上述股权被有关司法机关或行政机关查封、冻结、征用或限制转让的未决或者潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或者司法程序。

截至本报告书签署日，观达影视不存在出资不实或影响其合法存续的情况，也不存在影响观达影视独立性的协议或其他安排。观达影视的公司章程中不存在对本次交易产生影响的相关投资协议、高级管理人员的安排，亦不存在影响观达影视独立性的协议或其他安排。

五、观达影视主要资产的权属状况、主要负债情况及对外担保情况

（一）主要资产情况

1、房屋及建筑物

截至本报告书签署日，观达影视及其子公司无自有产权房屋，其办公场所通过租赁方式取得，具体情况如下：

出租方	承租方	地址坐落	租赁面积	租赁期限
上海复兴广场文娱有限公司	观达影视	黄浦区雁荡路 109 号 409、411 室	274.49 平方米	2015.12.1-2017.11.30
上海复兴广场文娱有限公司	观达影视	上海市黄浦区雁荡路 109 号 401、403、405、407	638.69 平方米	2016.11.16-2017.11.30
上海仓城文化创意发展有限公司	观达影视	松江区富永路 425 弄 212 号 1570 室	30 平方米	2014.1.16-2034.1.15

2、主要无形资产

观达影视拥有的无形资产为电视剧著作权，具体情况如下：

①电视剧著作权

截至本报告书签署日，观达影视及其子公司拥有的电视剧作品著作权及相关权益情况如下：

序号	电视剧名称	类型	著作权情况	发行许可证
1	《美丽的秘密》	电视剧	观达影视单独享有	(沪)剧审字(2015)第019号
2	《球爱酒吧》	网络剧	观达影视与合一信息分享	不适用
3	《旋风少女》	周播栏目	观达影视与芒果影视分享	不适用
4	《十五年等待候鸟》	周播栏目	观达影视与芒果影视分享	不适用
5	《旋风少女2》	周播栏目	观达影视与芒果影视分享	不适用

注1:《球爱酒吧》为网络剧,无需取得发行许可证。

注2:《旋风少女》、《十五年等待候鸟》、《旋风少女2》目前已在湖南卫视以周播栏目形式播映,无需发行许可证;根据合同约定,如需将上述作品以电视剧形式播出,由芒果影视文化(湖南)有限公司办理相关备案、制作和发行许可证。

②主要资质

观达影视及其下属子公司拥有的相关资质情况如下:

序号	证书名称	许可内容	证书编号	发证机关	发证时间	有效期
1	《广播电视节目制作经营许可证》(观达影视)	广播电视节目制作、发行	(沪)字第0957号	上海市文化广播影视管理局	2015年03月03日	2015年03月03日-2017年04月01日
2	《广播电视节目制作经营许可证》(霍尔果斯)	广播电视节目制作、经营、发行	(新)字第00175号	新疆维吾尔自治区新闻出版广电局	2015年11月10日	2015年11月10日-2017年04月01日

观达影视及其下属子公司制作、发行相关影视剧所取得的许可情况具体如下:

序号	证书名称	剧目名称	证书编号	发证机关	发证时间	有效期
1	《电视剧制作许可证(乙种)》	《致美丽的你》	沪乙第2014-039号	上海市文化广播影视管理局	2014年12月22日	-
2	《国产电视剧发行许可证》	《美丽的秘密》	(沪)剧审字(2015)第19号	上海市文化广播影视管理局	2015年07月17日	-
3	《电视剧制作许可证(乙种)》	《因为遇见你》	沪乙第2016-012号	上海市文化广播影视管理局	2016年03月31日	2016年03月31日-2016年10月01日

注：《致美丽的你》更名为《美丽的秘密》。

另外，根据国家广播电影电视总局电视剧电子政务平台备案公示信息，观达影视及其子公司相关拍摄制作的电视剧均已按要求在国家新闻出版广电总局进行电视剧拍摄制作备案，备案情况具体如下：

序号	剧名	报备机构	备案时间	题材	体裁	集数	拍摄日期	制作周期
1	《因为遇见你》	观达影视	2015年10月	当代都市	一般	50	2016年02月	4个月

③文学作品改编权

截至本报告书签署日，观达影视及其子公司拥有的文学作品改编权如下：

序号	作品名称	许可方	被许可方	作者署名	作者原名	许可内容	许可期限	许可方式	改编后的作品著作权
1	《十五年等待候鸟》	盈风	观达影视	盈风	孟滢莹	电影、网络剧、电视剧、周播栏目改编权	2014年6月21日起七年	独家	观达影视
2	《旋风百草》(1-4部)	上海明若影视文化工作室	观达影视	明晓溪	栗剑	改编拍摄电视剧《旋风少女》第二季	2015年8月31日-2017年1月31日	独家	观达影视
3	《旋风少女》	上海明若影视文化工作室	观达影视	明晓溪	栗剑	电影剧本改编权、摄制语言为中文的电影（单片）摄制权	2015年9月5日-2018年9月4日	独家	观达影视
4	《旋风少女》(1-4部)	栗剑	观达影视	明晓溪	栗剑	手机游戏改编权	2015年2月1日-2017年1月31日	独家	观达影视
5	《约会黑色盛装骑士》	盈风	观达影视	盈风	孟滢莹	电影、网络剧、电视剧、周播栏目改编权	2016年3月14日起7年	独家	观达影视

序号	作品名称	许可方	被许可方	作者署名	作者原名	许可内容	许可期限	许可方式	改编后的作品著作权
6	《隔壁那个饭桶》	崔燕冬	霍尔果斯观达	酒小七	崔燕冬	影视剧、游戏、动画、舞台剧、广播剧等其他形式的完全著作权（复制权、改编权、摄制权等）	2016年5月15日至2022年5月14日	独家	霍尔果斯观达
7	《浪花一朵朵》	崔燕冬	观达影视	酒小七	崔燕冬	改编权（影视、动漫、游戏）、摄制权、发表权	2015年10月1日至2020年9月30日	独家专有	观达影视

（二）对外担保情况

截至本报告书签署日，观达影视不存在对外担保情况。

（三）主要负债及或有负债情况

截至2016年8月31日，观达影视负债总额8,514.04万元，全部为流动负债。公司主要负债情况如下表：

单位：万元

项 目	2016年8月31日	
	金额（万元）	占比（%）
流动负债：		
应付账款	733.70	8.62
预收款项	4,635.59	54.45
应付职工薪酬	2.28	0.03
应交税费	373.15	4.38
应付股利	2,057.54	24.17
其他应付款	711.79	8.36
流动负债合计	8,514.04	100.00
非流动负债：	-	-

非流动负债合计	-	-
负债合计	8,514.04	100.00

截至 2016 年 8 月 31 日，观达影视流动负债主要由应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、应付股利和其他应付款构成。其中应付账款主要为应付联合拍摄分成款、影视剧摄制相关采购款以及剧本购买和改编创作费用等；预收款项主要系观达影视采用受托制作和联合拍摄模式以及预售模式，预收电视台和网络新媒体平台的委托制作款、联合摄制款以及预售播映权款。

（四）未决诉讼情况

截至本报告书签署日，观达影视不存在涉及诉讼、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。该经营性资产不存在涉嫌犯罪被司法机关或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查的情形。

六、最近三年主营业务发展情况

截至本报告书签署日，观达影视主要从事电视剧的策划、制作与发行业务。

最近两年及一期，观达影视的主营业务收入分产品实现情况如下：

单位：万元

收入类别	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
主营业务收入	15,585.56	16,567.23	5,902.76
主营业务收入合计	15,585.56	16,567.23	5,902.76

报告期内，观达影视收入均来源于主营业务收入，即电视剧的制作和发行。

七、报告期经审计的财务指标

根据天健出具的天健审〔2016〕7586 号《审计报告》，观达影视最近两年及一期的主要财务数据（合并口径）如下：

（一）简要资产负债表

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产合计	15,844.56	10,448.83	3,956.81

非流动资产合计	21.81	66.38	33.37
资产总计	15,866.36	10,515.21	3,990.18
流动负债合计	8,514.04	7,127.53	3,564.60
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	8,514.04	7,127.53	3,564.60
归属于母公司所有者 权益合计	7,352.33	3,387.68	425.57
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	7,352.33	3,387.68	425.57

(二) 简要利润表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年	2014 年
营业收入	15,585.56	16,567.23	5,902.76
营业利润	5,931.43	3,600.25	102.70
利润总额	6,130.11	3,811.03	170.74
净利润	5,964.64	3,034.03	125.57
归属于母公司所有者 的净利润	5,964.64	3,034.03	125.57
扣除非经常性损益后 归属于母公司所有者的 净利润	5,798.02	2,210.96	53.92

报告期内，观达影视扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 53.92 万元、2,210.96 万元和 5,798.02 万元，呈增长趋势。

报告期内，观达影视归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为 71.65 万元、823.06 万元和 166.62 万元。2014 年度和 2016 年 1-8 月，观达影视非经常性损益较低，对净利润影响较小，且不具有持续性。报告期内，观达影视非经常性损益主要来自于政府补助、理财产品收益、同一控制下企业合并的损益等。

(三) 简要现金流量表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年	2014 年
经营活动产生的现金流量净额	-4,209.88	2,446.14	1,063.99
投资活动产生的现金流量净额	1,050.59	1.74	-1,005.64

筹资活动产生的现金流量净额	605.76	-500.15	800.00
现金及现金等价物净增加额	-2,553.53	1,947.73	858.36

观达影视 2014、2015 年经营活动现金流量净额均为正，主要系观达影视采用受托制作和联合摄制模式，与湖南卫视、乐视网等电视台和网络新媒体平台合作拍摄，既减轻公司资金压力，加快资金流转，又保障了公司电视剧作品的后期播映渠道。

八、最近三年评估或估值情况

（一）最近三年进行的股权转让情况

观达影视最近三年内曾进行过 3 次股权转让，具体情况如下表所示：

序号	转让时间	转让方	受让方	转让出资额 (万元)	转让价格 (万元)	定价方式
1	2015 年 12 月 24 日	周丹	青春旋风	96	96	按注册资本平价转让
		沈璐		72	72	按注册资本平价转让
		严俊杰		72	72	按注册资本平价转让
2	2015 年 12 月 30 日	青春旋风	芒果投资	25	4,000	整体估值 4.8 亿元
			骅伟投资	6.25	1,000	整体估值 4.8 亿元
3	2015 年 6 月 8 日	周丹	鹿捷咨询	24	24	按注册资本平价转让
		沈璐		18	18	按注册资本平价转让
		严俊杰		18	18	按注册资本平价转让
		青春旋风		205.75	205.75	按注册资本平价转让

（二）最近三年进行的增资情况

观达影视设立于 2014 年 1 月，设立时注册资本为人民币 50 万元。

2014 年 3 月 14 日，观达影视召开股东会，决议同意注册资本由 50 万元增加至 300 万元，其中，原股东周丹和沈璐分别以货币增资 94.5 万元和 65.5 万元；

新增股东严俊杰，以货币出资 90 万元。本次增资按照 1 元/股的注册资本平价增资。

（三）本次评估值与最近三年股权转让和增资评估差异的说明

根据上市公司与观达影视签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》，上市公司拟发行股份及支付现金购买观达影视 100% 股权。因此以 2016 年 3 月 31 日为基准日进行评估的目的是反映观达影视股东全部权益于评估基准日的市场价值，为上述经济行为提供价值参考依据。

观达影视成立于 2014 年 1 月 29 日，2014 年 3 月增资时，由于标的公司成立时间尚短，业务发展形态处于初期，价值尚未完全得到体现，且由原股东和高管出资，故按照注册资本增资，与本次交易无可比性。

2015 年 12 月 24 日股权转让，系观达影视实际控制人将所持股权向其设立的持股平台转让，实际控制人未发生变化，故按照注册资本平价转让，与本次交易无可比性。

2015 年 12 月 30 日股权转让，引入芒果投资和骅伟投资时，交易时标的公司整体估值为 4.8 亿元。

本次交易评估与 2015 年 12 月对外部股权转让价格差异原因主要如下：

1、观达影视处于高增长性行业

近年来，一系列扶持文化产业及电视剧行业发展政策的相继出台，为文化行业快速发展提供了良好的政策环境。根据中国产业信息网统计，2010 年到 2014 年，我国电视剧市场规模从 62 亿元增至 130 亿元，复合年均增速达到 20.3%。根据艾瑞咨询统计，2014 年，中国在线视频市场规模已达 239.7 亿元，同比增加 76.4%，2015 年市场规模超过 400 亿元。同时，主管部门推出鼓励国产电视剧精品化、限制进口电视剧的政策，以及消费者观剧方式从电视台端向网络端的快速转变的背景下，电视剧整体市场规模稳步提升，电视剧发行数量回归理性，电视剧行业进入了卫视电视剧平稳发展、网络电视剧快速发展的黄金时期。

2、评估时点资产规模和盈利能力不同

观达影视成立于 2014 年，但创始管理层团队年轻有为且经验丰富，引起了不少投资者的兴趣，2015 年 6 月，不少股权投资基金即开始与观达影视接洽参股事宜。

当时，观达影视正在制作周播栏目《旋风少女》，由于周播栏目的节目形式较为新颖，播出效果未得到验证，因此，各投资者对观达影视的整体估值持保守态度。随着《旋风少女》播出效果的体现，并筹备拍摄《美丽的秘密》等作品，股权投资基金加快了投资参股的步伐。最终，芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）及上海骅伟股权投资基金合伙企业（有限合伙）于 2015 年 12 月与观达影视原股东签订了股权转让协议，约定观达影视整体估值为 4.8 亿元，根据观达影视经审计的 2015 年净利润 3,034 万元计算，基金投资者参股的市盈率倍数为经审计净利润的 15.82 倍。

本次交易以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，与上次交易相比，观达影视在业务规模、经营管理、公司治理等方面均得到提升，公司展现出较强的盈利能力，经营状况良好。观达影视 2016 年承诺净利润为 6,200 万元，比 2015 年度净利润 3,034.03 万元增长 104.35%，比 2014 年度净利润 125.57 万元增长 4837.49%。

截至重组报告书签署日，观达影视拍摄的周播栏目《十五年等待候鸟》已播出完毕，《旋风少女》第二季正在播出，正在拍摄的《因为遇见你》已预售出网络播映权，实现 2016 年承诺业绩的可能性非常大，因此，观达影视的业务处于快速发展的黄金阶段，管理团队的能力也得到了证明，公司价值得到比较明确的体现。

本次交易观达影视估值为 91,708.49 万元，以 2016 年承诺业绩计算，上市公司收购的市盈率倍数为 14.79 倍，较前次收购的市盈率倍数低。

3、本次交易以评估结果为依据，交易对方就观达影视业绩进行了承诺

中企华评估以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，出具了中企华评报字(2016)第 3602 号《评估报告》，对观达影视 100%股权进行了评估，采用收益法评估的评估值为 91,827.35 万元。根据评估结果并经交易各方充分协商，观达影视 100%股权的整体价值确定为 91,708.49 万元。本次交易作价小于评估值，因此本次交

易定价合理。同时，独立董事对评估机构、评估假设前提的合理性和交易定价的公允性发表了独立意见。

如本次交易在 2016 年实施完毕，鹿捷咨询、青春旋风、严俊杰、周丹、沈璐共同承诺：观达影视 2016 年、2017 年和 2018 年按照中国会计准则编制的且经具有证券、期货业务资格的会计师事务所审计的标的公司合并报表中归属于母公司股东的税后净利润和扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润孰低者不少于 6,200 万元、8,060 万元和 10,075 万元，并就实现净利润不足承诺净利润的部分按约定向公司进行补偿。如本次交易在 2017 年实施完毕，则鹿捷咨询、青春旋风、严俊杰、周丹、沈璐共同承诺：观达影视 2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年的承诺净利润分别为不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元、12,335 万元。

4、交易作价未高于行业平均市盈率水平

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》分类，观达影视属于“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。

截至评估基准日（2016 年 3 月 31 日），广播、电视、电影和影视录音制作业相关上市公司中剔除市盈率超过 100 倍的上市公司，共 12 家，平均市盈率为 63.71 倍。以观达影视 2016 年承诺利润计算，本次交易作价市盈率为 14.79 倍。与同行业上市公司相比，观达影视定价具有合理性。

2016 年 6 月 8 日股权转让，系观达影视实际控制人将所持股权在其控制的持股平台间转让，实际控制人未发生变化，故按照注册资本平价转让，与本次交易相比，不具备可比性。

九、交易标的涉及的相关报批事项

观达影视及其子公司不涉及立项、环保、行业准入、用地、规划、建设用地许可等相关报批事项。

十、资产许可使用情况

观达影视及其子公司不涉及许可他人使用自有资产的情况。

十一、标的公司债权债务转移情况

观达影视及其子公司不涉及债权债务的转移。

十二、标的公司主营业务情况

（一）观达影视所处行业的主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

观达影视主要从事电视剧的策划、制作与发行业务。参照中国证监会2012年10月26日公布的《上市公司行业分类指引》，观达影视属于“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86广播、电视、电影和影视录音制作业”。

1、所处行业监管部门及监管体制

目前电视剧行业的主管部门主要有中宣部、新闻出版广电总局、文化部以及商务部。

①中宣部

中宣部的主要职能是管控意识形态、新闻出版甚至教育方针。中宣部对中国大陆与媒体、网络和文化传播相关的各种机构的监督以及对新闻、出版、电视和电影的审查，另外对国务院组成部门中华人民共和国文化部和国务院直属机构国家广播电影电视总局也有监督权，在省级及省级以下文化与广播电视行政管理机构由同级党委宣传部管理。

②新闻出版广电总局

新闻出版广电总局负责新闻出版、广播电影电视和信息网络视听节目服务的法律法规草案、宣传创作的方针政策、舆论导向和创作导向的把握、事业产业发展规划、节目的进口和收录管理、活动宣传交流监管等一系列与影视娱乐相关的业务。

③文化部

中华人民共和国文化部是中国文化行政的最高机构。是国务院的职能部门，在国务院领导下管理全国文化艺术事业。中华人民共和国文化部是中华人民共和国

国国务院负责文化、艺术事业的组成部门，是中华人民共和国成立最早并一直保留至今的政府部门之一。

④商务部

中华人民共和国商务部是由中华人民共和国国务院主管的商业经济和贸易的组成部门。为适应中国加入世贸组织后，中国市场与全球市场将会融为一体，很难再继续严格地区分内贸和外贸。2003年举行的第十届全国人民代表大会第一次会议决定，把原国家经济贸易委员会内负责贸易的部门和原对外经济贸易合作部合并成“商务部”，由其统一负责国内外经贸事务。

2、行业主要法律法规及产业政策

序号	生效时间	名称	颁发机构及文件号
1	1997.09.01	广播电视管理条例	国务院令[1997]第 228 号
2	2000.06.15	电视剧管理规定	国家广电总局令[2000]第 2 号
3	2002.09.15	中华人民共和国著作权法实施条例	国务院令[2002]第 359 号
4	2004.08.01	音像制品出版管理规定	新闻出版总署令 第 22 号
5	2004.08.20	广播电视节目制作经营管理规定	国家广电总局令[2004]第 34 号
6	2004.10.11	互联网等信息网络传播视听节目管理办法	国家广电总局令[2004]第 39 号
7	2004.10.21	中外合作制作电视剧管理规定	国家广电总局令[2004]第 41 号
8	2004.10.23	境外电视节目引进、播出管理规定	国家广电总局令[2004]第 42 号
9	2006.05.01	电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法	国家广电总局
10	2006.05.18	信息网络传播权保护条例	国务院令[2006]第 468 号
11	2010.04.01	中华人民共和国著作权法	国家主席令[2010]第 26 号
12	2010.07.01	电视剧内容管理规定	国家广电总局令[2010]第 63 号
13	2011.03.19	音像制品管理条例	国务院令[2011]第 595 号
14	2012.01.01	《广播电视广告播出管理办法》的补充规定	国家广电总局令[2011]第 66 号
15	2013.01.30	国务院关于修改《中华人民共和国著作权法实施条例》的决定	国务院令[2002]第 633 号
16	2013.01.30	国务院关于修改《信息网络传播权保护条例》的决定	国务院令[2013]第 634 号

3、网络剧及周播栏目主要法律法规及政策

(1) 近年来，广电总局关于网络播放内容的监管政策如下：

序号	政策名称	出台时间	主要内容
1	互联网视听节目服务管理规定	2007.12	从事互联网视听节目服务，应当依照本规定取得广播电影电视主管部门颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（以下简称《许可证》）或履行备案手续。
2	《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》	2012.7	1、从事网络剧、微电影等网络视听节目播出的互联网视听节目服务单位，应具有满足审核需求的经国家或省级网络视听节目行业协会培训合格的审核人员，具备健全的节目内容编审管理制度，并依法取得广播影视行政部门颁发的《信息网络传播视听节目许可证》，严格按照许可业务范围开展业务； 2、从事生产制作并在本网站播出网络剧、微电影等网络视听节目的互联网视听节目服务单位，应同时依法取得广播影视行政部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》和相应许可的《信息网络传播视听节目许可证》； 3、互联网视听节目服务单位要按照“谁办网谁负责”的原则，对网络剧、微电影等网络视听节目实行先审后播管理制度； 4、互联网视听节目服务单位应将审核通过的网络剧、微电影等网络视听节目信息报本单位所在地省级广播影视行政部门备案。
3	《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》	2014.1	1、从事生产制作网络剧、微电影等网络视听节目的机构，应依法取得广播影视行政部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》。互联网视听节目服务单位不得播出未取得《广播电视节目制作经营许可证》机构制作的网络剧、微电影等网络视听节目； 2、互联网视听节目服务单位自审自播的网络剧、微电影等网络视听节目，应在上网播出前完成节目信息备案和备案号标注工作。未按要求备案或未标注备案号的节目不得上网播出。
4	《关于进一步落实网上境外影视剧管理有关规定的通知》	2014.9	网上播出的境外电影、电视剧，应依法取得新闻出版广电部门颁发的《电影片公映许可证》或《电视剧发行许可证》等批准文件，并取得著作权人授予的信息网络传播权；从2015年4月1日起，未经登记的境外影视剧不得上网播放。
5	《关于进一步加强社会类、娱乐类新闻节目管理的通知》	2016.8	加强广播电视节目制作播出机构、互联网视听节目服务机构资质管理；互联网视听节目服务机构不得超出许可证载明的业务范围制作和播出社会类、娱乐类新闻节目。只有取得《信息网络传播视听节目许可证》，且许可项目中含有相关资质的网站，才能首发或转载社会类、娱乐类新闻节目

根据上述政策内容，目前网络剧制作和发行相关资质许可要求如下：

	许可要求
审核机制	自审制，互联网服务单位自身配备内部审核人员和审核机构
资质要求	1、制作端：机构单位需取得《广播电视节目制作经营许可证》； 2、发行端：互联网服务单位需取得《信息网络传播视听节目许可证》。
程序要求	完成节目信息备案，取得备案号即可上网播出

（2）根据现有规定，从事广播电视节目制作经营活动实行许可制度，应当取得《广播电视节目制作经营许可证》；电视栏目等节目制作目前没有审批、备案的强制要求。

（3）观达影视报告期内审批和备案的情况

①观达影视报告期内影视作品资质许可办理情况

观达影视报告期内涉及的网络剧和周播栏目情况如下：

A 网络剧

报告期内，观达影视与合一信息技术（北京）有限公司（以下简称“合一信息”）联合摄制网络剧《球爱酒吧》。根据双方合同约定，观达影视主要负责剧本创作、制作等工作，合一信息主要负责上线、发行工作（合一信息拥有独占性信息网络传播权，剧目在合一信息运营网站等平台独家播映）。

根据前述网络剧资质许可要求，观达影视作为制作方需取得《广播电视节目制作经营许可证》；合一信息作为发行方需取得《信息网络传播视听节目许可证》，并完成上线播映前的自审及备案工作。

经核查，观达影视拥有上海市文化广播影视管理局颁发的《广播电视节目制作经营许可证》（（沪）字第 0957 号），合一信息拥有国家新闻出版广电总局颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（0108283 号），且《球爱酒吧》已完成相关备案工作（节目编号 0108283140601004）。综上，《球爱酒吧》制作机构与发行机构均分别具备网络剧制作机构与发行机构相应的资质许可，已履行相应的备案程序，报告期内观达影视无其他已发行网络剧的制作。

B 周播栏目

报告期内，观达影视受芒果影视文化有限公司（以下简称“芒果影视”）委托，

摄制了《旋风少女》和《十五年等待候鸟》等 2 部周播作品。根据双方合同约定，观达影视作为受托方主要负责作品创作和制作等工作，芒果影视作为委托方主要负责作品宣传推广、报批、送审、播映等工作。

根据对芒果影视的函证及访谈，芒果影视承担了湖南卫视周播栏目“青春进行时”的统筹运作工作，《旋风少女》和《十五年等待候鸟》均为芒果影视委托观达影视为上述栏目制作的项目。经核查，观达影视持有上海市文化广播影视管理局核发的《广播电视节目制作经营许可证》（（沪）字第 0957 号），符合上述规定关于广播电视节目制作的资质要求。

综上，《旋风少女》和《十五年等待候鸟》系观达影视受托制作项目，不涉及观达影视应当履行的而未履行的审批或备案程序。

②观达影视取得监管部门无违法违规情况

根据上海市文化广播影视管理局出具的《证明》：“上海观达影视文化有限公司持有我局核发的《广播电视节目制作经营许可证》【（沪）字第 0957 号】，有效期至 2017 年 4 月 1 日。持证期间，该公司在历年年度广播电视节目制作经营机构年度业绩审核工作中被定为“合格”等级，未发现违规违纪行为。”

根据观达影视的确认并经核查，观达影视报告期内不存在违反审批和备案播映相关剧目的情况，根据观达影视现股东上海鹿捷、青春旋风出具的《承诺函》，观达影视将严格依照法律、法规及其他规范性文件规定履行影视节目制作所需的备案、登记、审批程序，如因观达影视在影视节目制作方面的违法、违规行为导致观达影视和上市公司产生损失的，承诺人将予以全额赔偿。

独立财务顾问和天册律师经核查后认为：报告期内，观达影视已取得业务经营相关许可资质，其影视作品也已按照对应政策监管要求履行相关审批或备案程序，不存在违反审批和备案播映相关剧目的情况，也未受到相关处罚。

4、行业政策变化对观达影视未来经营及评估值的影响

(1)行业主要法律法规及监管政策

序号	政策名称	出台时间	主要内容

1	广播电视管理条例	1997.09	1、广播电视节目由广播电台、电视台和省级以上人民政府广播电视行政部门批准设立的广播电视节目制作经营单位制作。广播电台、电视台不得播放未取得广播电视节目制作经营许可的单位制作的广播电视节目； 2、广播电台、电视台对其播放的广播电视节目内容，应当依照本条例第三十二条的规定进行播前审查，重播重审。 3、设立电视剧制作单位，应当经国务院广播电视行政部门批准，取得电视剧制作许可证后，方可制作电视剧。
2	广播电视节目制作经营管理规定	2004.08	1、国家对设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动实行许可制度。设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动应当取得《广播电视节目制作经营许可证》。 2、电视剧由持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构、地市级（含）以上电视台（含广播电视台、广播影视集团）和持有《摄制电影许可证》的电影制片机构制作，但须事先另行取得电视剧制作许可。 3、发行、播放电视剧、动画片等广播电视节目，应取得相应的发行许可。 4、广播电视播出机构不得播放未取得《广播电视节目制作经营许可证》的机构制作的和未取得发行许可的电视剧、动画片。
3	电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法	2006.05	国家广播电影电视总局对于电视剧的拍摄制作生产实行备案公示管理制度。
4	互联网视听节目服务管理规定	2007.12	从事互联网视听节目服务，应当依照本规定取得广播电影电视主管部门颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（以下简称《许可证》）或履行备案手续。
5	电视剧内容管理规定	2010.5	1、国产剧、合拍剧的拍摄制作实行备案公示制度。 2、国务院广播影视行政部门负责全国拍摄制作电视剧的公示。省、自治区、直辖市人民政府广播影视行政部门负责受理本行政区域内制作机构拍摄制作电视剧的备案，经审核报请国务院广播影视行政部门公示。 3、国产剧、合拍剧、引进剧实行内容审查和发行许可制度。未取得发行许可的电视剧，不得发行、播出和评奖。 4、电视台在播出电视剧前，应当核验依法取得的电视剧发行许可证。电视台对其播出电视剧的内容，应当依照本规定内容审核标准，进行播前审查和重播重审。
6	《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》	2012.7	1、从事网络剧、微电影等网络视听节目播出的互联网视听节目服务单位，应具有满足审核需求的经国家或省级网络视听节目行业协会培训合格的审核人员，具备健全的节目内容编审管理制度，并依法取得广播影视行政部门颁发的《信息网络传播视听节目许可证》，严格按照许可业务范围开展业务； 2、从事生产制作并在本网站播出网络剧、微电影等网络视听节目的互联网视听节目服务单位，应同时依法取得广播影视行

			政部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》和相应许可的《信息网络传播视听节目许可证》； 3、互联网视听节目服务单位要按照“谁办网谁负责”的原则，对网络剧、微电影等网络视听节目实行先审后播管理制度； 4、互联网视听节目服务单位应将审核通过的网络剧、微电影等网络视听节目信息报本单位所在地省级广播影视行政部门备案。
7	《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》	2014.1	1、从事生产制作网络剧、微电影等网络视听节目的机构，应依法取得广播影视行政部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》。互联网视听节目服务单位不得播出未取得《广播电视节目制作经营许可证》机构制作的网络剧、微电影等网络视听节目； 2、互联网视听节目服务单位自审自播的网络剧、微电影等网络视听节目，应在上网播出前完成节目信息备案和备案号标注工作。未按要求备案或未标注备案号的节目不得上网播出。
8	《关于进一步加强社会类、娱乐类新闻节目管理的通知》	2016.8	加强广播电视节目制作播出机构、互联网视听节目服务机构资质管理；互联网视听节目服务机构不得超出许可证载明的业务范围制作和播出社会类、娱乐类新闻节目。只有取得《信息网络传播视听节目许可证》，且许可项目中含有相关资质的网站，才能首发或转载社会类、娱乐类新闻节目

(2) 电视剧、网络剧等剧目审核或备案程序要求

根据上述政策内容，目前法律法规对周播栏目的审批或备案程序无明确要求，电视剧、网络剧的审核或备案程序要求如下：

	电视剧	网络剧
审核机制	专审制，省部级以上广播影视行政部门配备专业人员和审核机构	自审制，互联网服务单位自身配备内部审核人员和审核机构
资质要求	1、制作端：机构单位需取得《广播电视节目制作经营许可证》，完成电视剧备案公示，并取得《电视剧制作许可证》； 2、发行端：取得《电视剧发行许可证》。	1、制作端：机构单位需取得《广播电视节目制作经营许可证》； 2、发行端：互联网服务单位需取得《信息网络传播视听节目许可证》。
程序要求	完成备案公示——取得《电视剧制作许可证》——取得《电视剧发行许可证》——发行上映	完成节目信息备案，取得备案号即可上网播出

(3) 报告期内，观达影视及其子公司均拥有《广播电视节目制作经营许可证》，许可从事广播电视节目制作、发行等内容。观达影视均按照不同剧目类型的法律法规要求履行了相应审批或备案程序，且未受到广播电影电视主管部门的行程处罚。观达影视的合作方芒果影视拥有《电视剧制作许可证（甲种）》（甲

第 213 号)，对其制作的所有电视剧均有效。行业政策变化对观达未来经营及估值不会产生重大影响：

①观达影视核心团队成员均为具有丰富行业经验的专业人士，在过往的行业规则变化过程中，均能够积极有效应对监管层的规则变化，积累了丰富的应对经验，且核心团队成员均长期在专业团队工作，形成了良好的规则意识与规范运作习惯。

②观达影视部分作品依约由合作单位承担审批、备案的相关义务，上述合作单位均为业内资深的从业机构，拥有丰富的行业资源及有效的应对策略，能够对政策变化做出有效反应。

③观达影视经过已有作品的经验积累，其作品类型、投放媒体均在逐步扩展，并积极积累了不同题材的文学作品改编权及在制项目，能够有效应对不同的监管要求，分化行业风险。

④观达影视过往作品中多采用委托制作模式或定制剧模式，通过协议锁定下游媒体或剧目采购方的方式降低影视作品发行风险。

因此，如果未来行业政策变化，观达影视可以按照最新政策要求及时调整创作方向和经营思路，及时履行相应审批或备案程序，尽可能减少对生产经营的影响。

根据观达影视现股东上海鹿捷、青春旋风出具的《承诺函》：观达影视将严格依照法律、法规及其他规范性文件规定履行影视节目制作所需的备案、登记、审批程序，如因观达影视在影视节目制作方面的违法、违规行为导致观达影视和上市公司产生损失的，承诺人将予以全额赔偿。

经核查，独立财务顾问、天册律师和中企华认为：观达影视及其合作方均拥有行业相关经营资质和相关制作发行报批经验，如果行业政策变动，观达影视及其合作方可以及时按照最新政策要求履行相应的审批或备案程序，对观达影视未来的生产经营和评估值无重大影响。

（二）观达影视的主营业务概况

观达影视成立于 2014 年，致力于创作观众喜爱的“青春女性品牌剧”，以“观好剧，达人心，用影视作品传递正能量”为宗旨，主打“青春派·少女心”的口号，立志做全世界都爱看的电视剧。观达影视主要业务自设立以来未发生重大变化。

影视行业作为文化创意产业，属于智力密集型行业，如何将优秀的创作资源、制作资源、演员资源以及管理资源有机结合，发挥各自创造性是影视制作公司主要解决的问题。观达影视核心团队是一个拥有十余年丰富影视经验的团队，已与业内优秀的导演、演员、编剧等一起创作了数部优秀的影视作品，如《旋风少女》、《美丽的秘密》、《十五年等待候鸟》和《球爱酒吧》。

（三）观达影视报告期内的业务发展状况

1、主要电视剧作品

自成立以来，观达影视投资、制片或合作摄制的电视剧和周播栏目共 5 部，代理发行电视剧 2 部。

（1）已拍摄作品

序号	作品名称	类型	集数	内容题材	摄制方式	版权归属	发行许可证编号
1	《美丽的秘密》	电视剧	39	当代都市	联合摄制	观达影视	（沪）剧审字（2015）第 019 号
2	《球爱酒吧》	网络剧	20	当代都市	联合摄制	观达影视与合一信息分享	不适用
3	《旋风少女》	周播栏目	32	当代都市	受托摄制	观达影视与芒果影视分享	不适用
4	《十五年等待候鸟》	周播栏目	22	当代都市	受托摄制	观达影视与芒果影视分享	不适用
5	《旋风少女 2》	周播栏目	36	当代都市	受托摄制	观达影视与芒果影视分享	不适用

注 1：《球爱酒吧》为网络剧，无需取得发行许可证；网络信息传播权归合一信息，其他著作权由观达影视和合一信息各占 50%

注 2：《旋风少女》、《十五年等待候鸟》、《旋风少女 2》目前已在湖南卫视以周播栏目形式播映，无需发行许可证；根据合同约定，如需将上述作品以电视剧形式播出，由芒果影视文化（湖南）有限公司办理相关备案、制作和发行许可证；双平台播映权归芒果影视，其他著作权观达影视和芒果影视占比分别为 30%和 70%

作品名称	类型	主要演员	播出频道	首播时间	首播 CSM 全国网收视率

球爱酒吧		当代都市	袁成杰、王姿允、郑家彬、杨迪、张语格、金世佳、苑琼丹、SNH48、黄艺馨	优酷、土豆	2014年	点击量：优酷土豆-2亿
旋风少女		当代都市	杨洋、胡冰卿、陈翔、白敬亭、赵圆瑗、吴磊、谭松韵、雨婷儿、蒋依依、张雪迎	湖南卫视、芒果TV	2015年	2.42%
美丽的秘密		当代都市	宋茜、何润东、魏千翔、弦子、邵雨薇、李颖	湖南卫视、东南卫视、芒果TV、乐视等	2015年	3.98%
十五年等待候鸟		当代都市	张若昀、孙怡、邓伦、张雪迎、李宗霖、刘美含、朱元冰、代超	湖南卫视、芒果TV	2016年	0.67%

旋风少女2		当代都市	池昌旭、陈翔、安悦溪、谭松韵、吴磊	湖南卫视、芒果TV	2016年	1.94%

注：收视率为大结局播出当日的收视率

观达影视报告期内影视剧作品的名称、题材、采购模式、拍摄模式、版权比例、拍摄集数、拍摄进度、取得著作权及发行许可证的情况、收入实现情况及结算情况如下：

序号	作品名称	题材	采购模式	拍摄模式	版权比例	拍摄集数	拍摄进度	取得著作权情况	取得发行许可证情况	收入实现情况（万元）			结算情况
										2014	2015	2016(1-8月)	
1	《球爱酒吧》	当代都市	自主制作	联合摄制	50%	20	完成	取得除网络信息播映权以外的著作权	不适用	586.15	-	-	已结算完毕
2	《旋风少女》	当代都市	自主制作	受托摄制	30%	32	完成	取得除双平台播映权以外的著作权	不适用	-	7,635.99	477.77	已结算完毕
3	《美丽的秘密》	当代都市	自主制作	联合摄制	100%	39	完成	取得所有著作权	(沪)剧审字(2015)第019号	-	8,372.64	1,004.05	已结算完毕
4	《十五年等待候鸟》	当代都市	自主制作	受托摄制	30%	24	完成	取得除双平台播映权以外的著作权	不适用	-	-	4,884.74	已结算完毕
5	《旋风少女2》	当代都市	自主制作	受托摄制	30%	36	完成	取得除双平台播映权以外的著作权	不适用	-	-	9,217.00	未结算完毕

(2) 代理发行作品

公司成立初期，承担了 2 部电视剧的代理发行工作，具体情况如下：

序号	作品名称	集数	授权方	授权事宜	授权期限
1	《一见不钟情》	27	宜辰影视	中国大陆地区独家电视播映权及发行权、独家信息网络传播权	自取得发行许可证起 8 年
2	《西游记 2》	40	尚世影业	中国大陆地区无线、有线、卫星电视播映权和分授权	自授权节目通过广电总局审批当日起 30 个月

2、正在或计划拍摄电视剧情况

截至本报告书签署日，观达影视正在拍摄或计划拍摄的剧目如下表所示：

序号	暂定剧目名称	题材
1	《旋风少女 2》	青春热血
2	《旋风少女之燃烧的青春》电影	青春热血
3	《因为遇见你》	都市情感
4	《约会黑色盛装骑士》	情感悬疑
5	《隔壁那个饭桶》	都市情感
6	《温暖的弦》	都市情感
7	《浪花一朵朵》	青春热血
8	《超感恋人》	情感悬疑
9	《玄天战士》	古装玄幻
10	《篮球兄弟》	青春热血

注 1：《旋风少女之燃烧的青春》已完成广电总局电影局备案同意拍摄，（影剧备字[2015]第 5185 号）

注 2：《因为遇见你》已完成备案并取得制作许可证

注 3：《旋风少女 2》已完成拍摄，并于 2016 年 7 月 20 日-2016 年 9 月 15 日在湖南卫视以周播栏目形式播映。

（1）截至本报告书出具日，观达影视正在拍摄或计划拍摄的影视剧目情况如下：

序号	名称	题材	集数	拍摄计划	人员团队	取得著作权及发行许可证情况	拍摄模式	收益比例
1	《旋风少女》第二季	青春热血	36	已播出	导演：成志超； 编剧：明晓溪、李雷 主要演员：池昌旭、安	已取得该项目 30%的著作权	受托制作	委托制作费

					悦溪、陈翔、吴磊、谭松韵、郭俊辰、赵圆媛、蒋依依等			
2	《旋风少女之燃烧的青春》电影	青春热血	1	拟 2017 年开机	编剧：明晓溪； 导演和演员待定	按投资比例分享著作权；已备案公示（影剧备字[2015]第 5185 号）	联合投资，观达负责制作	投资比例不高于 65%，按投资比例分享收益
3	《因为遇见你》	都市情感	56	2016 年 5 月开机，已完成剧组拍摄	导演：周晓鹏； 编剧：璐敏工作室； 主演：孙怡、邓伦、刘敏涛、潘仪君、吴优、代超等	按投资比例分享著作权；已取得制作许可证并拍摄完毕，预计 2016 年年内取得发行许可证	联合投资，观达负责制作	预计投资比例为 70%，按投资比例分享收益
4	《浪花一朵朵》	青春热血	36	拟 2017 年开机	编剧：林瑞、简思 其他待定	已取得文学作品改编权	预计为联合投资，观达负责制作	预计投资比例为 90%，按投资比例分享收益
5	《超感恋人》	情感悬疑	36	拟 2017 年开机	编剧：郭博雅 其他待定	原创项目，拟按投资或制作约定分享著作权	预计为受托制作	委托制作费
6	《温暖的弦》	都市情感	42	拟 2017 年开机	编剧：昀桐 其他待定	已签署联合制作协议，与获得文学作品改编权的机构共同制作，按投资占比分享著作权和收益	联合投资，观达负责制作	投资比例为 60%，按投资比例分享收益
7	《约会黑色盛装骑士》	情感悬疑	28	拟 2018 年开机	编剧：李雷 其他待定	已取得文学作品改编权	预计为受托制作	委托制作费
8	《玄天战士》	古装玄幻	40	拟 2018 年开机	待定	原创项目，拟按投资或制作约定分享著作权	预计为联合投资，观达负责制作	预计投资比例为 60%，按投资比例分享收益
9	《隔壁那个饭桶》	都市情感	32	拟 2019 年开机	待定	已取得文学作品改编权	预计为联合投	预计投资比例不低于

							资，观 达负责 制作	60%，按投资 比例分享收 益
10	《篮球兄弟》	青春 热血	35	拟 2019 年开 机	待定	原创项目，拟 按投资或制 作约定分享 著作权	预计为 全额投 资	预计为全额 收益

(2) 截至本报告书出具日，观达影视上述影视剧目拍摄进展情况如下：

序号	名称	拍摄计划				拍摄进展、与预计 差异
		拍摄时 间	后期制 作时间	首播时 间	确定首轮预售/委 托制作意向时间	
1	《旋风少女》 第二季	2016 年 3 月	2016 年 6 月	2016 年 7 月	-	已完成拍摄并播 出，与预计无差异
2	《旋风少女之 燃烧的青春》 电影	2017 年 3 月	2017 年 5 月			已完成备案公示， 与预计无差异
3	《因为遇见你》	2016 年 5 月	2016 年 9 月	2017 年 6 月	网络视频已签约； 首轮卫视预计 2016 年 12 月签约	已完成拍摄，后期 制作中，与预计无 差异
4	《浪花一朵 朵》	2017 年 1 月	2017 年 4 月	2017 年 7 月	预计 2016 年 12 月	剧本创作中，与预 计无差异
5	《超感恋人》	2017 年 3 月	2017 年 6 月	2017 年 9 月	预计 2017 年 2 月	剧本创作中，与预 计无差异
6	《温暖的弦》	2017 年 5 月	2017 年 9 月	2018 年 3 月	预计网络视频 2017 年 4 月；卫视 频道 2017 年 8 月	剧本创作中，与预 计无差异
7	《约会黑色盛 装骑士》	2018 年 3 月	2018 年 6 月	2018 年 8 月	预计 2018 年 2 月	剧本创作中，与预 计无差异
8	《玄天战士》	2018 年 9 月	2019 年 1 月	2019 年 6 月	预计网络视频 2018 年 8 月；卫视 频道 2018 年 12 月	剧本策划中，与预 计无差异
9	《隔壁那个饭 桶》	2019 年 5 月	2019 年 8 月	2020 年 1 月	预计网络视频 2019 年 4 月；卫视 频道 2019 年 7 月	剧本策划中，与预 计无差异
10	《篮球兄弟》	2019 年 11 月	2020 年 1 月	2020 年 5 月	预计 2019 年 10 月	剧本策划中，与预 计无差异

由上表可知，观达影视相关剧目均与原计划拍摄进度保持一致，不存在重大差异，对评估值无重大影响。

(3) 截至本报告书出具日，观达影视与以下编制、导演、艺人等签署了合作协议，具体合作情况如下：

序号	姓名	身份	代表作	与观达已签约项目	合作协议主要内容
1	明晓溪	作家、编剧	文学作品《旋风少女》、《明若小溪》、《泡沫之夏》、《第一夜的蔷薇》等	《旋风少女》、《旋风少女》第二季、《旋风少女》电影	1、观达影视向明晓溪工作室购买文学作品《旋风百草(1-4部)》用于《旋风少女》第二季的独家电视剧改编权，有效期至2017年1月31日； 2、观达影视向明晓溪工作室购买文学作品《旋风少女》的独家电影改编权，有效期至2018年9月4日； 3、观达影视向明晓溪个人购买文学作品《旋风少女(1-4部)》的独家手机游戏改编权，有效期至2017年1月31日； 4、担任《旋风少女》和《旋风少女》第二季的剧本策划； 5、担任《旋风少女》电影的编剧。
2	李雷	编剧	《旋风少女》第二季	《旋风少女》第二季、《约会黑色盛装骑士》	1、创作《约会黑色盛装骑士》剧本 2、3年内，观达影视委托李雷创作不少于一部或30集的影视剧本，剧本题材以体育竞技等现实题材为主，3年合计不少于3部 3、3年内，李雷有意将其独立创作并拥有著作权的剧本或其他文字作品，在同等条件下，优先授权给观达影视改编拍摄为影视作品
3	郭博雅	编剧	网络剧《球爱酒吧》、《女人帮》，电视剧《孩子回国了》等	《球爱酒吧》、《超感恋人》	1、创作《超感恋人》剧本 2、5年内，观达影视委托郭博雅创作不少于一部或30集的影视剧本，剧本题材以悬疑或喜剧等现实题材为主，5年合计不少于5部 3、5年内，郭博雅有意将其独立创作并拥有著作权的剧本或其他文字作品，在同等条件下，优先授权给观达影视改编拍摄为

					影视作品
4	尤明宇	导演	《球爱酒吧》、《男人不醉》、《女娲成长日记》等	《球爱酒吧》	1、3年内，观达影视有意每年邀请尤明宇执导不少于一部观达影视投资制作的影视项目，3年合计不少于3部。 2、3年内，尤明宇承诺观达影视邀请其执导的项目，尤明宇在档期合适的情况下优先考虑执导，上述项目每年不少于1部，3年合计不少于3部。
5	孙怡	演员	《十五年等待候鸟》、《芈月传》、电影《欢爱》获2016年白玉兰奖亚洲新人奖、电影《我的青春期》	《十五年等待候鸟》、《因为遇见你》	1、5年内，观达影视有意每年邀请孙怡参演不少于一部观达影视投资制作的影视项目，5年合计不少于5部。 2、5年内，孙怡承诺观达影视邀请其参演的项目，孙怡在档期合适的情况下优先考虑出演，上述项目每年不少于1部，5年合计不少于5部。
6	邓伦	演员	《十五年等待候鸟》、《花非花雾非雾》、《封神》、《白鹿原》等	《十五年等待候鸟》、《因为遇见你》	1、5年内，观达影视有意每年邀请邓伦参演不少于一部观达影视投资制作的影视项目，5年合计不少于5部。 2、5年内，邓伦承诺观达影视邀请其参演的项目，邓伦在档期合适的情况下优先考虑出演，上述项目每年不少于1部，5年合计不少于5部。
7	李沁	演员	《红楼梦》、《建党伟业》、《中国1921》、《落难神偷》、《将军日记》、《花开半夏》、《守望的天空》、《有效期限爱上你》、《璀璨人生》、《千金归来》、《如果我爱你》、《极品新娘》、《幸福归来》、《从爱情到幸福》、《致青春 原来你还在这里》、《白鹿原》、《微微一笑很倾城》、《卧底归来》、《闭嘴！爱吧》、《特工皇妃楚乔传》、《如懿传》	-	1、3年内，观达影视有意每年邀请李沁参演不少于一部观达影视投资制作的影视项目，3年合计不少于3部。 2、3年内，李沁承诺观达影视邀请其参演的项目，李沁在档期合适的情况下优先考虑出演，上述项目每年不少于1部，3年合计不少于3部。

8	刘美含	演员	《女生日记》、《宽恕》、《巴啦啦小魔仙》、《金钱本色》、《童话二分之一》、《北上广不相信眼泪》、《十五年等待候鸟》	《十五年等待候鸟》	1、3年内，观达影视有意每年邀请刘美含参演不少于一部观达影视投资制作的影视项目，3年合计不少于3部。 2、3年内，刘美含承诺观达影视邀请其参演的项目，刘美含在档期合适的情况下优先考虑出演，上述项目每年不少于1部，3年合计不少于3部。

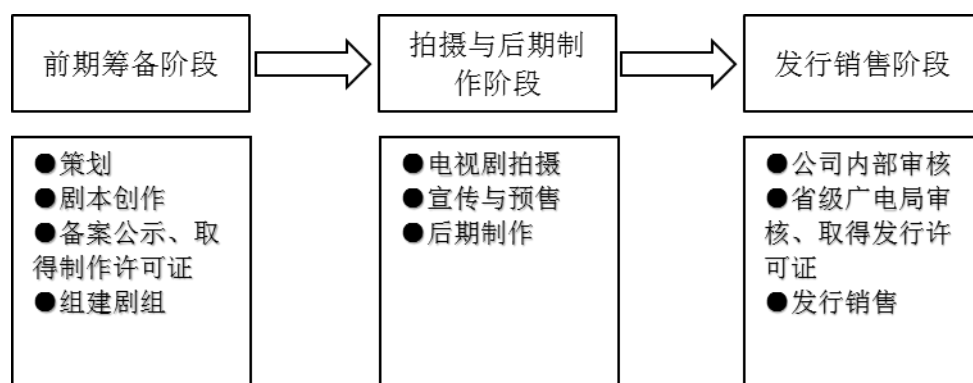
由上表可见，观达影视已与上述编剧、导演、演员合作了《旋风少女》系列、《十五年等待候鸟》等多部作品，建立了良好稳定的合作基础；同时前期作品的热播，也培育了一批市场受众基础，为观达影视及其合作班底的后续作品销售提供了保障。

上述合作的编剧和导演均有较为丰富的剧本创作经验和影视剧导演经验，尤其在青春偶像和都市爱情题材领域；合作的演员既有经验丰富的青年演员，也有入行较短的新秀，但都是以具备潜力的新生代为主，“小鲜肉、高颜值”正符合观达影视青春优质偶像题材的风格，也吻合目前广大消费者和目标市场的审美和喜好。

此外，从合作作品情况来看，目前，观达影视正在拍摄或计划拍摄的部分作品已经与上述编剧、导演和艺人达成合作协议或意向合作协议，可以有效保障公司未来计划剧目的顺利开展，为未来盈利能力的持续提升提供有力保证。

独立财务顾问、天健会计师和天册律师经核查后认为：观达影视拍摄剧目的进展情况与实际相符；与合作编剧、导演和艺人签署的协议均系各方真实意思表示，内容符合法律法规的规定，合法有效；可为观达影视未来盈利能力的持续提升提供有力保障。

（四）观达影视业务流程



1、前期筹备阶段

观达影视由总经理、副总经理、策划部、市场部和制作部组成电视剧策划组。策划部通过市场热点的收集分析和代理公司推荐，收集优质剧本 IP 资源或创作策划案，提交电视剧策划组讨论。市场部根据市场信息和客户意向，分析小说或策划案的市场认可度。制作部结合可匹配的导演、演员情况，分析小说或策划案的制作可行性。电视剧策划组结合市场情况、公司战略定位、目标客户意向和导演及主创人员情况等进行综合论证，最终确定立项项目。

项目立项后，策划组即联系原著作者或代理公司购买小说改编权，寻找合适编剧进行剧本创作。在剧本创作过程中，策划部会依次对分集大纲、剧本初稿、剧本确认稿进行评估并从各方面提出意见，创作团队根据策划组的意见反复修改剧本。剧本创作基本成型后，制作部开始匹配导演人员、主要演员，选择拍摄地点，制作摄制初步方案，进行投资拍摄成本预算和投资概算等，并交总经理审核确定。

根据《广播电视节目制作经营管理规定》、《电视剧内容管理规定》和《电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法》等的规定，依法设立的电视剧制作机构取得《广播电视节目制作经营许可证》后从事电视剧摄制工作必须经过国家新闻出版广电总局的备案公示后方可进行。观达影视对通过内部评估审核的方案及时在国家新闻出版广电总局的备案公示，取得制作许可证后规范制作拍摄。

2、拍摄与后期制作阶段

电视剧拍摄期主要是完成电视剧画面与同期对白、音效的录制工作。拍摄前，导演组与演员讨论剧本、对词，以帮助演员深入把握角色，并根据实情润色剧本；

制片组根据剧本要求考察、设计、布置拍摄场景；摄影组向制片组提供所需摄影器材清单，并检查摄影设置。拍摄期间，由制片组统筹协调各个小组，负责拍摄现场的安检和清理等工作。

观达影视在项目立项后剧本创作过程中，即与电视台、新媒体等目标客户群体沟通，了解客户意向和需求，一般在电视剧作品取得《电视剧发行许可证》之前就与电视台、网络视频服务企业等客户签署预售协议，提前向其出售电视剧播映权或信息网络传播权。同时，观达影视还通过联合摄制方式引入投资方。电视剧预售和联合摄制即有利于减轻公司资金压力，加快资金流转，又保障了电视剧作品的后期播映渠道，从而降低电视剧投资风险。观达影视在拍摄阶段甚至剧本创作阶段即邀请客户或投资方介入，强化公司影视剧作品的宣传工作，也进一步提升电视剧作品的预售比例。目前，观达影视通过预售和联合摄制方式与芒果影视、乐视网等客户均保持良好的合作关系。

后期制作是对前期拍摄素材的再创作过程，将实际拍摄的画面和声音素材进行画面初剪、精剪、配音或修音等，通过三维动画和合成技术制作特技镜头，并根据监管审核意见进行修改，直至取得《电视剧发行许可证》。

3、发行销售阶段

根据《电视剧内容管理规定》，电视剧实行内容审查和发行许可制度，即电视剧摄制完成后，必须经国家新闻出版广电总局或省级广播电影电视行政管理部门审查通过并取得《电视剧发行许可证》之后方可发行。

观达影视在电视剧完成拍摄后，首先进行内部审核以对电视剧质量进行总体把控，进而报送国家新闻出版广电总局或省级广播电影电视行政管理部门进行内容审查，申请取得《电视剧发行许可证》。观达影视在电视剧取得《电视剧发行许可证》后，将电视剧的电视播映权出售给电视台、信息网络传播权出售给网络视频服务企业等。

报告期内，观达影视的电视剧作品在电视剧开拍前或拍摄期间就完成了预售，故在取得《电视剧发行许可证》后，观达影视即准备在电视台或视频网站播出，期间观达影视的市场部会根据上映时间进行不同阶段的宣传，以增强电视剧

播出效果。

（五）观达影视的业务模式

1、采购模式

影视剧行业的采购主要包括剧本创作服务、演职人员劳务、摄影耗材、道具、服装、化妆用品、后期制作，以及专用设施、设备和场景的租赁等。电视剧拍摄前，观达影视制片组和财务部会预先制定采购框架计划，并共同按计划进度执行；拍摄过程中发生的零星采购通常由电视剧制片组和导演组提出，由执行制片负责或监督执行。

剧本是影视剧的基础和源头，剧本的优质与否是影视剧能否成功的先决因素。目前观达影视的剧本来源主要为购买小说改编权或剧本、签约合作编剧对公司前期拍摄热门电视剧进行续集创作等，同时，观达影视也通过创意策划并委托编剧创作剧本来储备自身的原创剧本。

演职人员主要包括电视剧主要演员、特约演员和群众演员以及导演、制片人、摄影、服装、美术、化妆和剧务等人员。观达影视管理团队、策划部和制作部在拍摄前进行集体决策，决定导演组、男女主角、主要配角等剧组主要人员，由观达影视、懿果工作室或爱其工作室与演员经纪服务工作室签约，由演员经纪服务工作室与主要演员签约，并配套提供部分配角、临时演员的服务。

电视剧拍摄前，观达影视一般会将租赁场地、器材和采购服装、化妆用品、道具、摄影耗材等大额服务外包给专业的工作室或专门的服务团队，拍摄过程中的临时采购由观达影视派驻的执行制片负责。剪辑、配音、特效等后期制作服务由观达影视外包给专业公司或专业工作室团队提供。

2、生产服务模式

（1）以剧组为生产单位

观达影视即剧组为生产单位拍摄制作电视剧。剧组是影视行业特有的一种生产单位和组织形式，是在电视剧拍摄阶段为拍摄工作临时成立的工作团队。剧组一般由导演部门、制片部门、摄影部门、录音部门、美术部门、造型部门等组成。

制片人在接受剧本后，确定导演组和制片主任，进而拟定演职人员，并根据剧组实际需要最终组建剧组团队。在生产过程中，制片人负责总策划、指挥、控制和协调工作，贯穿于项目立项、制作、宣传发行、播出收益的全过程；执行制片负责剧组日常管理；导演则负责拍摄工作。

（2）观达影视拍摄模式

影视剧的拍摄模式可以分为独家投资模式和联合投资模式。独家投资模式指由一家制作机构投资、摄制并发行的摄制模式，该模式通常由制作机构独家享有摄制作品的全部后期收益，但对制作机构的资金和资源整合能力要求较高。联合投资模式指由制作机构与其他一家或多家投资者联合投资拍摄电视剧的拍摄模式，该模式根据投资协议约定各方对摄制作品后期收益的分配。目前观达影视主要采用联合投资+自主摄制的模式。

3、发行模式

电视剧销售的实质是知识产权的授权使用，包括电视播映权、信息网络传播权和影像制品出版的销售。截至目前，观达影视的主要销售为电视播映权和信息网络传播权。

电视剧的销售分为两个主要阶段，即前期预售和正式发行，预售是指电视剧在取得发行许可证之前进行的销售行为，是电视剧发行过程中最重要的部分。正式发行是指电视剧产品在取得发行许可证之后进行的发行工作。

（1）前期预售阶段

电视剧预售即向电视台、新媒体等平台销售尚未拍摄制作完成的作品播映权，预售的效果主要取决于剧本题材、核心演员知名度、制片方品牌优势、电视剧投资规模等因素。目前，观达影视摄制作品主要采取预售模式，即在影视剧开拍前或拍摄过程中即制作项目建议书向各大电视台、新媒体等平台目标客户沟通意向，确认方案后开始拍摄，一般均在取得发行许可证前完成首轮卫视和信息网络播放权的销售。

观达影视核心团队拥有十余年影视剧行业经验，与全国主要的电视台和在线视频媒体等有着良好的合作关系。自成立以来，观达影视已与芒果影视、湖南电

视台和乐视网等建立稳定的互利共赢的合作关系。通过预售的模式，观达影视减少了拍摄资金压力，也保障了后续销售播映渠道，降低了拍摄投资风险；电视台和网络平台则通过预售提前抢占优秀电视剧作品的播放权，有利于顺利广告招商，降低投资风险。

（2）正式销售阶段

电视剧制作机构在后期制作完成取得发行许可证后，即进入发行阶段。一般情况下，电视剧发行可分为首轮发行、二轮及多轮发行。首轮发行一般是指电视剧制作公司取得发行许可证后的首次发行（一般自取得发行许可证后的 12 个月内）。二轮及多轮发行是指首轮发行期满后的再发行。由于二轮和多轮发行的发行时间比较滞后，因此二轮和多轮发行与首轮相比收入会下降较多。

4、委托发行模式

（1）观达影视报告期内代理发行业务具体情况

①代理发行业务模式和结算模式

观达影视代理发行业务系观达影视接受电视剧版权所有方的委托，负责相应电视剧剧目在授权区域、授权期限内的全部发行工作，包括负责或协助取得电视剧发行许可证，宣传推广，向电视台、网络新媒体等客户销售电视剧播映权、网络信息播映权等。

报告期内，观达影视代理发行了 2 部电视剧，结算模式具体如下：

剧目名称	结算模式
《一见不钟情》	观达影视取得发行总额 15%的发行费和该剧在大陆地区发行收益的 10%。
《西游记 2》	观达影视确保发行总额不低于 800 万元；若低于 800 万元，由其补足；若超过 800 万元，则超过部分的 90%归观达影视。

②代理发行业务收入、成本确认依据

代理发行收入在电视剧播映带和其他载体转移给购货方并已取得收款权利时确认收入。分成模式相关成本按照收入金额与合同约定的公式计算相应分成成本计入主营业务成本，相关发行费用在成本发生时计入主营业务成本；固定授权

费用模式按照收入占预计总收入比例计算对应授权费用，在收入确认时，相应结转主营业务成本。

③代理发行业务合理性

根据《企业会计准则》以及现有影视类上市公司的确认原则电视剧发行收入确认原则：在电视剧购入或完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过取得《电视剧发行许可证》，电视剧播映带和其他载体转移给购货方，且与交易相关的经济利益很可能流入公司时。

电视剧发行成本的结转的方法一般为“计划收入比例法”。计算公式为：计划销售成本结转率=影视剧库存总成本/预计影视剧成本结转期内的销售收入总额×100%，本期应结转的销售成本=本期影视剧实现销售收入×计划销售成本结转率。

观达影视收入确认收入与上述原则一致。

④从事代理发行原因及未来是否持续

观达影视代理发行业务主要发生在 2014 年度，当时观达影视业务较少，观达影视承接代理发行项目增加收入，2015 年度以后，观达影视自制定制剧和电视剧业务增加，观达影视发行部门主要执行自制定制剧和电视剧发行任务。如无特殊情况，预计未来观达影视不再承接代理发行业务。

经核查，独立财务顾问和天健会计师认为：观达影视相关收入、成本确认依据符合《企业会计准则》规定，收入成本确认合理。报告期从事代理发行业务的原因主要系公司初创业务发展需要，预计未来不再承接代理发行业务。

5、观达预售模式

（1）观达影视预售方式的具体业务模式及结算模式

影视剧制作企业的业务流程通常包括：① 立项。电视剧立项是指对初步选取的电视剧本进行主创人员的匹配、目标客户的意向调查等综合论证后，电视剧项目经公司内部评审通过，相应的投资概算、财务预算和主创人员基本确定，并且通过广电总局备案公示，取得制作许可证。② 拍摄及制作。在取得制作许可

证后，由公司选定执行制片人和主创人员，招募相关工作人员，成立剧组进行拍摄。通常由执行制片人代表制作公司对剧组的拍摄质量和行政事务进行日常监督和管理。现场拍摄结束后，公司还需要进行影视剧的后期制作。③ 发行。一般由公司对播出平台直接发行，如在电视台播出，则需取得发行许可证。目前较为普遍的模式是台网联播，即首轮发行同时售出电视播映权和网络播映权，由电视台和网络平台协调播出时间。

观达影视的作品主要分为周播栏目和电视剧。为降低经营风险，观达影视发行部及市场部会就较为成熟的储备项目与主要客户进行沟通，包括剧情梗概、拟聘用的主要演员等，获得主要目标客户认可后，继续完成剧本编写和修改工作，并立项准备拍摄。拍摄项目为周播栏目时，客户会于短期内与观达影视签订委托摄制协议并预付前期拍摄投资款，例如《旋风少女》、《十五年等待候鸟》及《旋风少女2》，观达影视均于立项拍摄前与客户签订了委托摄制协议。拍摄项目为电视剧时，观达影视于电视剧拍摄后期，剪辑样片供给目标客户（包括电视台和在线视频服务企业）观看，明确销售意向后，即会与在线视频服务企业签订网络播映权转让协议，并与电视台签订电视播映权转让协议，例如《美丽的秘密》、《因为遇见你》。因此，观达影视立项拍摄的周播栏目和电视剧的销售情况良好，经营风险较低。

（2）观达影视收入确认时点、结算时点

① 周播栏目

观达影视收入确认时点为在电视栏目已播出，客户权益已实现，相关的经济利益能够可靠计量，且很可能流入时确认收入。结算时点：以《旋风少女》为例，观达影视与芒果影视约定在签订合同时支付 10%，栏目开始拍摄时支付 20%，播放时按照实际播放进度支付已播放集数*单集价格的 70%，最后在结算时支付剩余款项。

② 电视剧

自制定制剧和电视剧收入确认时点为在电视剧购入或完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过取得《电视剧发行许可证》，电视剧播映带和其他载体

转移给购货方并已取得收款权利时确认收入。结算时点如《美丽的秘密》和湖南卫视约定为在合同签订时支付 20%，在取得发行许可证时支付 20%，在电视剧开始播放时支付 20%，20%在第三次付款后 30 日内支付，最后 20%在第四次付款后 30 日内支付。

（3）报告期主要剧目的收入实现情况及回款情况

报告期内观达影视自制项目收入实现情况及回款情况：

序号	作品名称	收入实现情况（万元）			应收账款余额（万元）			回款情况
		2014	2015	2016(1-8 月)	2014	2015	2016(1-8 月)	
1	《球爱酒吧》	586.15	-	-	131.77	-	-	与合同相符 已全部回款
2	《旋风少女》	-	7,635.99	477.77	-	-	460.00	与合同相符
3	《美丽的秘密》	-	8,372.64	1,004.05	-	3,551.00	312.88	与合同相符
4	《十五年等待候鸟》	-	-	4,884.74	-	-	-	与合同相符 已全部回款
5	《旋风少女 2》	-	-	9,217.00	-	-	6,625.63	与合同相符

注：本期收款均已反映在现金流量表销售商品、提供劳务收到的现金净额中。

观达影视报告期内收入确认准确，回款情况良好，应收账款回款基本与合同相符，与应收账款、预收账款等相关科目变化及现金流量表匹配。（4）核查意见

经核查，独立财务顾问和会计师认为：观达影视收入确认和结算与合同基本一致，与应收账款、预收账款、存货等相关科目变化及现金流量表匹配。

（六）主要客户及供应商情况

1、销售情况

（1）主营业务收入情况

观达影视作为电视剧的制作及发行商，电视剧的销售对象主要为电视台和网络视频网站等客户，最终消费群体为电视观众、视频观众等。观达影视的收入来源主要为电视剧的制作和销售收入，具体包括电视播映权和信息网络传播权的转

让收入、代理发行收入和广告收入等。

(2) 前五大客户销售情况

年度	序号	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占营业收入比例
2016 年 1-8 月	1	芒果影视文化有限公司	《十五年等待候鸟》《旋风少女 2》 《旋风少女》	14,580.71	93.55%
	2	福建省广播影视集团	《美丽的秘密》	664.47	4.26%
	3	中国国际电视总公司	《美丽的秘密》	223.38	1.43%
	4	广东广播电视台	《美丽的秘密》	56.66	0.36%
	5	南京广播电视集团有限责任公司	《美丽的秘密》	40.10	0.26%
	小 计		—	15,565.32	99.87%
2015 年度	1	芒果影视文化有限公司	《旋风少女》	7,583.98	45.78%
	2	湖南广播电视台卫视频道	《美丽的秘密》	4,783.02	28.87%
	3	乐视新媒体文化（天津）有限公司	《美丽的秘密》	2,943.40	17.77%
	4	辽宁世纪鲲鹏影视广告有限公司	《美丽的秘密》	636.79	3.84%
	5	福建省广播影视集团	《一见不钟情》	510.33	3.08%
	小 计		—	16,457.52	99.34%
2014 年度	1	湖南广播电视台卫视频道	《一见不钟情》	2,292.45	38.84%
	2	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	《一见不钟情》	2,037.74	34.52%
	3	浙江广播电视集团	《西游记》	757.36	12.83%
	4	合一信息技术（北京）有限公司	《球爱酒吧》	520.12	8.81%
	5	天视卫星传媒股份有限公司	《西游记》	229.06	3.88%
	小 计		—	5,836.72	98.88%

芒果投资系持有观达影视 5%以上股权的股东，芒果投资的执行事务合伙人为易泽资本。湖南广播电视台全资子公司芒果传媒有限公司持有易泽资本 40% 股权，系易泽资本并列第一大股东。易泽资本的董事包括张勇、黄国雄、袁国良等人，其中，张勇同时担任芒果影视文化有限公司执行董事，张勇和袁国良同时担任湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司董事。因此，芒果影视文化有限公司、湖南广播电视台卫视频道、湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司与观达影视存在

关联关系，但除《旋风少女 2》外，上述电视剧合作关系在芒果投资持股观达影视之前已经确定，且上述合作关系有利于保障观达影视作品的销售渠道。除此之外，观达影视董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，其他主要关联方或持有观达影视 5%以上股份的股东与前五名客户不存在关联关系，在前五名客户中也不占有权益。

2、采购情况

（1）主营业务成本情况

观达影视的采购项目主要包括剧本、剧本改编服务、演职人员薪酬、拍摄设备、服装、场地设备租赁、后期特效制作等。

（2）前五大供应商采购情况

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	占营业成本 比例
2016 年 1-8 月	1	上海杰岑实业有限公司	制片服务	4,156.06	46.51%
	2	上海智岳贸易有限公司	制片服务	1,958.70	21.92%
	3	上海右半恼文化传播有限公司	制片服务	1,657.77	18.55%
	4	上海奥泽影视传媒有限公司	制片服务	1,457.99	16.31%
	5	浙江东阳天娱影视文化有限公司	制片服务	715.73	8.01%
	小 计		—	9,946.26	111.30%
2015 年度	1	上海懿果影视文化工作室	制片服务	3,174.68	27.22%
	2	上海爱其影视文化工作室	制片服务	2,355.77	20.20%
	3	上海好剧影视发行有限公司	分成费用	844.23	7.24%
	4	宜辰（上海）影视文化工作室	分成费用	787.59	6.75%
	5	上海明若影视文化工作室	版权	531.88	4.56%
	小 计		—	7,694.15	65.97%
2014 年度	1	宜辰（上海）影视文化工作室	分成费用	3,710.46	67.88%
	2	上海爱其影视文化工作室	制片服务	454.12	8.31%
	3	东阳腾客影视传媒有限公司	版权	172.50	3.16%
	4	栗剑	版权	120.00	2.20%
	5	上海开圣影视文化传媒有限公司	制片服务	72.50	1.33%

	小 计	—	4,529.59	82.86%

2014 年，观达影视向宜辰（上海）影视文化工作室采购金额为 3,710.46 万元，占营业成本的 67.88%，主要系 2014 年公司成立初期，未大量投资拍摄电视剧，而是依托代理发行提高营业收入，故与宜辰（上海）影视文化工作室的交易为代理发行《一见不钟情》的分账费。

报告期内，上海爱其影视文化工作室系观达影视副总经理严俊杰父亲严中慎设立的企业、上海懿果影视文化工作室系观达影视监事沈璐母亲孙庆燕设立的企业，观达影视主要通过两家工作室采购相关策划服务和影视剧摄制时所需相关服务。2016 年 8 月 18 日，严中慎先生将上海爱其影视文化工作室转让给徐昊，现已更名为上海洁昊影视文化工作室；同日，孙庆燕女士将上海懿果影视文化工作室转让给施平，现已更名为上海昊影影视文化工作室；故截至本报告书出具日，观达影视与上述工作室已不存在关联关系。除此之外，观达影视与上述供应商之间不存在关联关系，观达影视董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及主要关联方或持有观达影视 5%以上股份的股东均未在上述供应商中拥有权益或存在其他形式的关联关系。

（七）境外生产经营情况

报告期内，观达影视不存在境外生产经营的情况。

（八）安全生产和环保情况

观达影视所处行业不属于高危险行业，不存在安全生产相关问题。

观达影视所处行业不属于重污染行业，不存在环保相关问题。

（九）质量控制情况

1、质量控制标准

观达影视严格遵照《广播电视管理条例》、《电视节目制作经营管理规定》、《电视剧内容管理规定》、《电影管理条例》、《电影剧本（梗概）备案、电影片管理规定》、《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》等行业内法律、法规及管理办法。同时，公司制定了相关制度对拍摄过程进行详细严格的规定，以

全程控制剧组拍摄过程、保证摄制作品质量。

2、质量控制措施

观达影视对电视剧生产流程和质量管控进行严格把控。前期筹备阶段，观达影视由电视剧策划组根据市场信息的收集分析和公司战略定位，确定电视剧题材和创作架构，并在剧本创作过程中对剧本创意、素材、架构、大纲、初稿和确认稿等进行反复评估论证。拍摄制作阶段，观达影视建立制片人总负责的生产制度和质量控制体系。制片人作为第一责任人，总体协调生产、发行等各个相关部门；导演组负责影视剧艺术质量的把控，美术、摄影、录音组对各自的专项业务的艺术创作质量负责；演员组负责其所饰角色形象塑造的艺术质量；剪辑组负责初步剪接；最后由制片人、导演、监制、执行制片人等检查审看，发现问题及时采取补救措施。后期制作阶段，由专业团队对样片和成片进行评估，并针对评估修改意见对作品进行修改调整，报送主管部门并申请发行许可证。发行阶段，观达影视采用预售和正式发行模式对影视剧作品进行相关宣传发行工作。

3、质量纠纷

观达影视成立至今未出现与客户的质量纠纷。

（十）报告期核心技术人员特点分析及变动情况

1、核心技术人员概述

核心技术人员是观达影视的关键要素资源之一，是保持和提升观达影视竞争力的重要因素。核心技术人员的流失将对观达影视生产经营产生一定的负面影响，进而对上市公司经营及收购效果带来负面影响。为保持观达影视核心技术人员的稳定，上市公司将在人才选聘、激励机制等方面充分尊重观达影视的原有安排，以最大程度降低核心技术人员的流失。

观达影视是一个年轻的团队，但管理层已拥有十余年的影视经验。截至报告期末，观达影视共有员工 14 人，均在 40 岁以下；其中 30 岁以下的员工有 8 人，占总人数的 57.14%。报告期内，观达影视核心技术团队保持较高的稳定性。

2、核心技术人员简历

核心技术人员简历如下：

周丹女士，1980年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于谢菲尔德哈雷姆大学国际营销学专业，硕士学历。2005年至2011年，任上海剧酷文化传播有限公司总经理助理；2011年至2013年，任上海好剧影视发行有限公司总经理。2014年参与创立观达影视，现任观达影视执行董事、总经理。

沈璐女士，1981年3月出生，中国国籍，拥有澳大利亚永久居留权，大专学历。2003年至2005年，任上海克顿伙伴管理顾问有限公司培训经理；2005年至2011年，任上海剧酷文化传播有限公司发行总监兼副总经理；2011年至2013年，任上海好剧影视发行有限公司副总经理。2014年参与创立观达影视，现任观达影视监事。

严俊杰先生，1977年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于复旦大学新闻传播专业，硕士学历。2002年至2004年，任盛世长城国际广告有限公司顾问；2004年至2012年，任上海克顿伙伴管理顾问有限公司高级顾问兼副总经理；2012年至2013年，任上海好剧影视发行有限公司副总经理。2014年参与创立观达影视，现任观达影视副总经理。

十三、标的公司报告期的会计政策及相关会计处理

（一）收入成本的确认原则和计量方法

1、收入确认原则

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2）公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3）收入的金额能够可靠地计量；4）相关的经济利益很可能流入；5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、

交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

观达影视收入主要为影视剧销售及其衍生收入。主要业务收入的确认方法如下：

电视剧销售收入：在电视剧购入或完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过取得《电视剧发行许可证》，电视剧播映带和其他载体转移给购货方并已取得收款权利时确认收入。

电视栏目制作及衍生业务收入：在电视栏目已播出，客户权益已实现，相关的经济利益能够可靠计量，且很可能流入时确认收入。

（二）会计政策和会计估计与同行业或同类资产之间的差异及对拟购买资产利润的影响

观达影视的收入确认原则与喜临门家具股份有限公司（以下简称“喜临门”）收购浙江绿城文化传媒有限公司（以下简称“绿城传媒”）、骅威科技股份有限公司（以下简称“骅威股份”）收购浙江梦幻星生园影视文化有限公司（以下简称“梦幻星生园”）100%股权的比较如下：

上市公司	标的资产	标的资产收入确认原则
喜临门	绿城传媒	在电视剧购入或完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过

		取得《电视剧发行许可证》，电视剧播映带和其他载体转移给购货方并已取得收款权利时确认收入。
骅威股份	梦幻星生园	在电视剧完成摄制并经电视行政主管部门审查通过，取得《电视剧发行许可证》后，电视剧拷贝、播映带和其他载体转移给购货方，相关经济利益很可能流入公司时确认收入；梦幻星生园网络剧的收入确认方法与电视剧的收入确认方法基本相同，只是不需要取得《电视剧发行许可证》的许可。
思美传媒	观达影视	1、电视剧销售收入：在电视剧购入或完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过取得《电视剧发行许可证》，电视剧播映带和其他载体转移给购货方并已取得收款权利时确认收入。 2、电视栏目制作及衍生业务收入：在电视栏目已播出，客户权益已实现，相关的经济利益能够可靠计量，且很可能流入时确认收入。

观达影视会计政策和会计估计与同行业之间不存在重大差异，对拟购买资产利润无重大影响。

（三）财务报表编制基础，确定合并报表时的重大判断和假设，合并财务报表范围、变化情况及变化原因

1、财务报表的编制基础

观达影视财务报表以持续经营为基础编制。

2、合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》编制。

3、合并财务报表范围及其变化情况

报告期内，观达影视纳入合并范围的子公司情况及其合并期间变化情况如下：

子公司名称	注册地	注册资本	持股比例	取得方式	合并日
霍尔果斯观达	新疆	300.00	100%	同一控制下企业合并	2015 年 12 月 18 日

（四）资产转移剥离调整情况

报告期内，观达影视不存在资产转移剥离调整的情况。

（五）行业特殊的会计处理政策

观达影视所处行业不存在特殊会计处理政策。

第六节 标的公司基本情况之科翼传播

一、科翼传播基本情况

本次交易标的为科翼传播 20%股权，科翼传播基本情况如下表所示：

企业名称	上海科翼文化传播有限公司
企业类型	有限责任公司
注册地址	上海市闵行区虹梅南路 1755 号一幢第三层 E3004 室
主要办公地点	上海市闵行区沪闵路 6088 号 32-13/14/15/16 室
法定代表人	陆慧斐
注册资本	300 万元人民币
实收资本	300 万元人民币
成立日期	2012 年 10 月 10 日
统一社会信用代码	91310112055084432H
经营范围	文化艺术活动交流策划，设计、制作、代理、发布各类广告，市场营销策划，会务服务，商务咨询（除经纪），电子商务（不得从事增值电信、金融业务），从事信息科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。【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】

二、科翼传播历史沿革

（一）2012 年 10 月，科翼传播设立

科翼传播设立于 2012 年 10 月 10 日，系由陆慧斐、邓翀共同以货币方式出资设立，设立时注册资本 3 万元。其中：陆慧斐出资 1.5 万元，邓翀出资 1.5 万元。

2012 年 9 月 13 日，上海泾华会计师事务所有限公司出具“泾华会师报字（2012）XY30457 号”《验资报告》，审验确认截至 2012 年 9 月 13 日止，科翼传播（筹）已收到全体股东缴纳的实收资本合计 3 万元，各股东均以货币出资。

科翼传播设立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陆慧斐	1.50	50.00
2	邓翀	1.50	50.00

合计	3.00	100.00

2012年10月10日，科翼传播在上海市工商行政管理局闵行分局注册成立。

（二）2012年11月，科翼传播第一次增资

2012年11月15日，经科翼传播股东会决议同意，科翼传播注册资本增加至100万元，新增注册资本由原股东按出资额1:1同比例以货币方式认缴。

2012年11月27日，上海泾华会计师事务所有限公司出具“泾华会师报字（2012）NY30576号”《验资报告》，对本次新增出资进行了审验确认。

本次增资后，科翼传播的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陆慧斐	50.00	50.00
2	邓翀	50.00	50.00
合计		100.00	100.00

2012年11月28日，科翼传播完成上述增资事项的工商变更登记。

（三）2014年3月，科翼传播第二次增资

2014年3月21日，经科翼传播股东会决议同意，科翼传播注册资本增加至300万元，新增注册资本由原股东按出资额1:1同比例以货币方式认缴。

2014年3月28日，上海宏创会计师事务所出具“宏创会验（2014）03-0078号”《验资报告》，对本次新增出资进行了审验确认。

本次增资后，科翼传播的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陆慧斐	150.00	50.00
2	邓翀	150.00	50.00
合计		300.00	100.00

2014年3月26日，科翼传播完成上述增资事项的工商变更登记。

（四）2015年10月，科翼传播第一次股权转让

2015年10月27日，经科翼传播股东会决议同意，陆慧斐、邓翀和巧瞰投资签订的《股权转让协议》，陆慧斐和邓翀分别将持有的科翼传播40%的出资额转让给巧瞰投资，转让价格参考2015年9月30日经审计的净资产为基础确定，转让价格均为242.36万元。

本次股权转让后，科翼传播的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	巧瞰投资	240.00	80.00
2	陆慧斐	30.00	10.00
3	邓翀	30.00	10.00
合计		300.00	100.00

2015年10月29日，科翼传播完成上述增资事项的工商变更登记。

（五）2015年11月，科翼传播第二次股权转让

2015年11月20日，经科翼传播股东会决议同意，巧瞰投资和思美传媒签订的《股权转让协议》，巧瞰投资将持有的科翼传播80%的出资额转让给思美传媒，本次交易以科翼传播的业务发展前景和未来盈利能力为基础，同时考虑巧瞰投资、陆慧斐和邓翀对标的公司2016年度、2017年度及2018年度业绩承诺的基础上，经各方协商确定，本次股权转让价格为40,000万元。。

本次股权转让后，科翼传播的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	思美传媒	240.00	80.00
2	陆慧斐	30.00	10.00
3	邓翀	30.00	10.00
合计		300.00	100.00

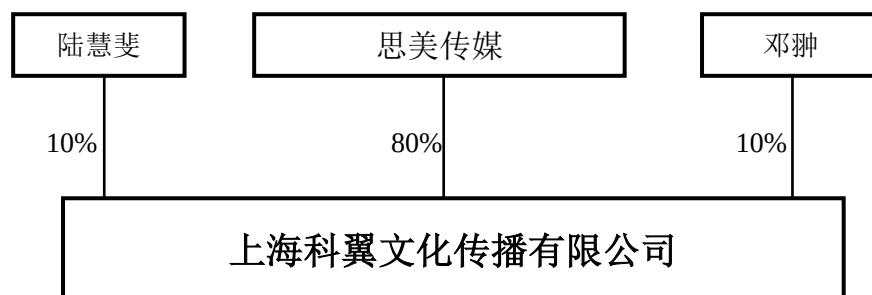
2015年12月14日，科翼传播完成上述增资事项的工商变更登记。

截至本报告书签署日，科翼传播上述出资额及出资比例未发生变化。

三、交易标的产权控制关系

（一）产权或控制关系

截至本报告书签署日，科翼传播的股权及控制关系如下图所示：



（二）科翼传播下属公司情况

截至本报告书签署日，科翼传播共有天时利和、瑞盟传播和霍尔果斯科翼三家全资子公司。

1、天时利和

（1）基本情况

截至本报告书签署日，科翼传播持有天时利和 100% 股权。

天时利和基本情况如下：

企业名称	北京天时利和文化传播有限公司
成立日期	2014 年 03 月 24 日
企业类型	有限责任公司（法人独资）
注册资本	50 万元人民币
实收资本	50 万元人民币
法定代表人	陆慧斐
注册地址	北京市海淀区上地三街 9 号 C 座 8 层 C706
主要办公地点	北京市朝阳区东大桥路 8 号 1 楼 2612 室
统一社会信用代码/注册号	110108016904981
经营范围	组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；承办展览展示活动；会议服务；经济贸易咨询；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；销售电子产品、日用品、文化用品。（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。）

（2）历史沿革

①2014年3月，天时利和设立

北京天时利和文化传播有限公司设立于2014年3月24日，系由卢小丰、蒋榕海共同以货币方式出资设立，设立时注册资本50万元。其中：卢小丰出资25万元，蒋榕海出资25万元。天时利和设立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	卢小丰	25.00	50.00
2	蒋榕海	25.00	50.00
合计		50.00	100.00

2014年3月24日，天时利和在北京市工商行政管理局海淀分局注册成立。

②2015年6月，第一期出资

2015年6月2日，北京中靖诚会计师事务所（普通合伙人）出具“中靖诚验字（2015）第A-139号”《验资报告》，审验确认截至2015年6月2日止，天时利和已收到全体股东缴纳的实收资本合计50万元，各股东均以货币出资。

③2015年9月，天时利和股权转让

2015年9月1日，经天时利和股东会决议同意，卢小丰、蒋榕海将其持有的天时利和全部股权转让给科翼传播；2015年9月7日，卢小丰、蒋榕海分别与科翼传播签订《出资转让协议》，将各自持有的天时利和各50%的股权转让给科翼传播，转让价格均为22.755万元。此次股权转让参考经银信资产评估有限公司出具“银信资评报（2015）沪第0374号”《评估报告》确认的天时利和评估净资产额45.51万元确定。

本次股权转让后，天时利和的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	科翼传播	50.00	100.00
合计		50.00	100.00

2015年9月18日，天时利和完成上述股权转让事项的工商变更登记。

(3) 业务状况

天时利和主要从事综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销业务。。

(4) 主要财务数据

报告期内，天时利和主要财务数据如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产总额	156.02	113.76	0.10
负债总额	175.45	151.47	0.16
所有者权益	-19.43	-37.71	-0.06
项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	170.68	132.51	-
利润总额	18.28	-87.65	-0.06
净利润	18.28	-87.65	-0.06

注：以上数据经天健事务所审计

2、瑞盟文化

(1) 基本情况

截至本报告书签署日，科翼传播持有瑞盟文化 100%股权。

瑞盟文化基本情况如下：

企业名称	上海瑞盟文化传播有限公司
成立日期	2014 年 3 月 26 日
企业类型	有限责任公司（法人独资）
注册资本	500 万元人民币
实收资本	300 万元人民币
法定代表人	陆慧斐
注册地址	上海市松江区富永路 425 弄 212 号 2552 室
主要办公地点	上海市闵行区沪闵路 6088 号 7-15/16 室
注册号	310112001349563
税务登记证号	310227093476218
组织机构代码	09347621-8
经营范围	文化艺术活动交流策划，设计、制作、代理、发布各类广告，市场营销策划，会务服务，商务信息咨询（除经纪），电子商务（不得从事增值电信、

	金融业务），从事信息科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。【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】

（2）历史沿革

①2014年3月，可怡文化设立

瑞盟文化前身为上海可怡文化传播有限公司，设立于2014年3月26日，系由蒋榕海、邓翀共同以货币方式出资设立，设立时注册资本50万元。其中：蒋榕海出资25万元、邓翀出资25万元。可怡文化设立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	蒋榕海	25.00	50.00
2	邓翀	25.00	50.00
	合计	50.00	100.00

2014年3月26日，可怡文化在上海市工商行政管理局松江分局注册成立。

②2014年8月，可怡文化名称变更

2014年7月20日，经可怡文化股东会决议同意，将公司名称由“上海可怡文化传播有限公司”变更为“上海瑞盟文化传播有限公司”。2014年8月28日，可怡文化完成更名事项的工商变更登记。

③2014年12月，瑞盟文化增资

2014年11月25日，经瑞盟文化股东会决议同意，瑞盟文化注册资本增加至500万元，新增注册资本由原股东同比例以货币方式按照出资额1:1认缴。本次增资后，瑞盟文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	蒋榕海	250.00	50.00
2	邓翀	250.00	50.00
	合计	500.00	100.00

2014年12月1日，瑞盟文化完成上述增资事项的工商变更登记。

④2014年12月，瑞盟文化第一次出资

2014年12月3日,上海宏创会计师事务所(普通合伙)出具“宏创会验(2014)12-0016号”《验资报告》,审验确认截至2014年12月3日止,瑞盟文化已收到全体股东缴纳的实收资本合计300万元,各股东均以货币出资。

⑤2015年6月,瑞盟文化股权转让

2015年6月30日,经瑞盟文化股东会决议同意,蒋榕海、邓翀将其持有的瑞盟文化全部股权转让给科翼传播;同日,蒋榕海、邓翀与科翼传播签订《股权转让协议》,将各自持有的瑞盟文化各50%的股权转让给科翼传播,转让价格均为154.58万元。此次股权转让参考经银信资产评估有限公司出具“银信资评报(2015)沪第0373号”《评估报告》确认的瑞盟文化评估净资产额309.16万元确定。本次股权转让后,经瑞盟文化的股权结构如下:

序号	股东名称	出资金额(万元)	出资比例(%)
1	科翼传播	500.00	100.00
合计		500.00	100.00

2015年6月30日,瑞盟文化完成上述股权转让事项的工商变更登记。

(3) 业务状况

瑞盟文化主要从事的业务与其母公司科翼传播从事的业务相同。

(4) 主要财务数据

报告期内,瑞盟文化主要财务数据如下:

单位:万元

项 目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
资产总额	363.30	311.25	440.11
负债总额	55.34	35.90	158.17
所有者权益	307.97	275.35	281.94
项 目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
营业收入	209.44	286.32	143.00
利润总额	41.39	3.77	-18.06
净利润	32.61	2.42	-18.06

注:以上数据经天健事务所审计

3、霍尔果斯科翼

(1) 基本情况

截至本报告书签署日，科翼传播持有霍尔果斯科翼 100%股权。

霍尔果斯科翼基本情况如下：

企业名称	霍尔果斯科翼文化传播有限公司
成立日期	2016 年 06 月 12 日
企业类型	有限责任公司（法人独资）
注册资本	300 万元人民币
实收资本	0 万元人民币
法定代表人	陆慧斐
注册地址	新疆伊犁州霍尔果斯市北京路以西、珠海路以南合作中心配套区查验业务楼 8 楼 8-12-46 号
统一社会信用代码	91654004MA776AUM7P
经营范围	文化艺术活动交流策划、设计、制作、代理、发布各类广告，市场营销策划，会务服务，商务服务（除经纪），电子商务（（不得从事增值电信、金融业务），从事信息技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。

(2) 历史沿革

霍尔果斯科翼文化传播有限公司设立于 2016 年 6 月 12 日，系由科翼传播以货币方式出资设立，设立时注册资本 300 万元。霍尔果斯科翼设立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	科翼传播	300.00	100.00
合计		300.00	100.00

2016 年 6 月 12 日，霍尔果斯科翼在伊犁哈萨克自治州工商行政管理局霍尔果斯口岸工商分局注册成立。

(3) 业务状况

霍尔果斯科翼主要从事综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销业务。

（4）主要财务数据

报告期内，霍尔果斯科翼主要财务数据如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产总额	49.36	-	-
负债总额	37.22	-	-
所有者权益	12.13	-	-
项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	37.74	-	-
利润总额	16.18	-	-
净利润	12.13	-	-

注：以上数据经天健事务所审计

（三）科翼传播控股股东、实际控制人情况

截至本报告书签署日，思美传媒持有科翼传播 80%的股权，为科翼传播之控股股东，朱明虬为科翼传播的实际控制人。

四、交易标的股东出资及合法存续情况

本次交易对方已经依法履行对科翼传播的出资义务，出资均系自有资金，出资真实且已足额到位，不存在任何虚假出资、延期出资、抽逃出资等违反作为股东所应承担的义务及责任的行为，不存在可能影响科翼传播合法存续的情况。本次交易对方合法持有科翼传播的股权，对该等股权拥有完整、有效的所有权，该等股权权属清晰，不存在权属纠纷或者潜在纠纷，不存在任何形式的委托持股、信托持股或代他人持有的情形亦不存在其他利益安排，不存在禁止转让、限制转让的承诺或安排。本次交易对方持有科翼传播的股权未设置抵押、质押、留置等任何担保权益，也不存在任何可能导致上述股权被有关司法机关或行政机关查封、冻结、征用或限制转让的未决或者潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或者司法程序。

截至本报告书签署日，科翼传播不存在出资不实或影响其合法存续的情况，也不存在影响科翼传播独立性的协议或其他安排。科翼传播的公司章程中不存在

对本次交易产生影响的相关投资协议、高级管理人员的安排，亦不存在影响科翼传播独立性的协议或其他安排。

五、科翼传播主要资产的权属状况、主要负债情况及对外担保情况

（一）主要资产及其权属情况

1、房屋建筑物情况

截至本报告签署日，科翼传播及其子公司均无房屋建筑物，其主要办公场所通过租赁方式取得，具体情况如下：

序号	承租人	出租方	地址	面积（平方米）	租赁期限
1	科翼传播	上海碧峰房地产发展有限公司	上海市闵行区沪闵路6088号32-13/14/15/16室	427.56	2014.5.1-2017.4.30
2	瑞盟文化	上海碧峰房地产发展有限公司	上海市闵行区沪闵路6088号7-15/16室	203.42	2015.10.1-2017.6.9
3	天时利和	樊小敏	北京市朝阳区东大桥路8号1楼2612室	226.8	2015.11.21-2017.11.20
4	科翼传播	上海众欣发展有限公司	上海市闵行区虹梅南路1755号一幢第三层E3004室	8	2015.9.15-2020.9.14
5	瑞盟文化	上海仓城文化创意发展有限公司	上海市松江区富永路425弄212号2552室	30	2015.3.3-2035.3.2
6	科翼传播	上海碧峰房地产发展有限公司	上海市闵行区沪闵路6088号32-05室	91.13	2016.5.16-2017.4.30

2、商标

截至本报告书签署日，科翼传播拥有商标权情况如下：

序号	所有权人	注册号	商标名称或标识	注册类别	有效期限	取得方式
1	科翼传播	14024999		41	2015.8.7-2025.8.6	原始取得

2	瑞盟文化	17160438		9	2016.8.21-2026.8.20	原始取得

3、专利

截至本报告书签署日，科翼传播尚无取得专利权。

4、软件著作权

序号	所有权人	登记号	名称	开发完成日期	取得方式
1	科翼传播	2015SR219389	科翼基于大数据平台的移动互联网多媒体舆情分析软件 V1.0	2015/09/10	原始取得
2	科翼传播	2015SR219362	科翼移动互联网多媒体终端播放软件 V1.0	2014/07/22	原始取得
3	科翼传播	2015SR219186	科翼移动互联网多媒体营销策划软件 V1.0	2014/06/25	原始取得
4	科翼传播	2015SR219034	科翼数字动漫生产制作软件 V1.0	2015/08/10	原始取得
5	科翼传播	2015SR219030	科翼数字电影生产制作软件 V1.0	2015/08/25	原始取得
6	科翼传播	2015SR218347	科翼作品管理系统 V1.0	2014/11/26	原始取得
7	科翼传播	2015SR218195	科翼传播行业分析软件 V1.0	2015/05/09	原始取得
8	科翼传播	2015SR217375	科翼移动互联网多媒体广告投放服务平台软件 V1.0	2015/05/06	原始取得
9	科翼传播	2015SR217254	科翼 4D 虚拟舞台背景制作和控制软件 V1.0	2015/08/03	原始取得
10	科翼传播	2015SR217206	科翼 4D 超高清视频传输和显示放映软件 V1.0	2015/08/09	原始取得
11	科翼传播	2015SR217129	科翼跨媒体在线视屏综合管理服务平台软件 V1.0	2013/12/24	原始取得

12	科翼传播	2015SR217127	科翼跨媒体高清视频后期制作软件 V1.0	2013/11/14	原始取得
13	科翼传播	2015SR216961	科翼 4D 超高清视频制作软件 V1.0	2015/09/01	原始取得
14	科翼传播	2016SR231188	科翼多媒体作品管理平台软件	2016/03/02	原始取得
15	科翼传播	2016SR230088	科翼移动互联多媒体数据管理软件	2016/03/03	原始取得

5、域名

序号	域名持有人	域名网址	注册日期	到期日期	取得方式
1	科翼传播	www.keyimedia.com	2013.2.1	2018.2.1	原始取得

（二）资产抵押、质押、对外担保情况

截至本报告书签署日，科翼传播及其子公司不存在对外担保的情况，科翼传播及其子公司的主要资产不存在抵押、质押或担保等权利受到限制的事项，不存在涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者存在妨碍权属转移的情况。

（三）主要负债情况

截至 2016 年 8 月 31 日，科翼传播主要负债情况如下：

项 目	2016 年 8 月 31 日	
	金额（万元）	占比（%）
流动负债：		
应付账款	160.64	9.13
预收款项	457.29	26.00
应付职工薪酬	237.23	13.49
应交税费	527.90	30.01
应付股利	342.83	19.49
其他应付款	32.93	1.87
流动负债合计	1,758.83	100.00
非流动负债：		
非流动负债合计	-	-

负债合计	1,758.83	100.00

截至 2016 年 8 月 31 日，科翼传播的负债主要为流动负债，流动负债主要由预收款项、应交税费和应付股利等构成。

（四）未决诉讼情况

截至本报告书签署日，标的公司及其子公司不存在未决诉讼的情况。

六、最近三年主营业务发展情况

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，具体可分为综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作三大业务板块，科翼传播致力于为综艺节目及影视剧、商业品牌等客户提供全方位、全过程的整合营销传播及内容制作服务。经过近年来的快速发展，科翼传播在综艺节目及影视剧营销领域已经形成以浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、深圳卫视、灿星制作等强势卫视及制作公司为主的客户群体，参与了《奔跑吧兄弟》、《中国好声音》、《欢乐喜剧人》等国内众多热门综艺的互联网整合营销；在商业品牌整合营销领域，科翼传播已为上海大众、可口可乐、伊利、美丽说、百雀羚、蒙牛、相宜本草、宝马等知名企业提供整合营销服务；在内容制作领域，科翼传播联合腾讯视频、爱奇艺、爱享文化等合作伙伴制作了《燃卡 100 天》、《魅力野兽》、《有料》、《剧透》等网络自制内容，在新媒体内容制作行业获得了一定的市场口碑。

最近两年及一期，科翼传播的主营业务收入分产品实现情况如下：

单位：万元

收入类别	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
综艺节目及影视剧宣发	3,575.87	4,072.85	2,325.10
商业品牌整合营销	3,818.64	1,340.26	599.22
内容制作	527.34	2,101.17	474.71
主营业务收入合计	7,921.84	7,514.28	3,399.04

报告期内，科翼传播主营业务收入主要来源于综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作。

七、报告期经审计的财务指标

根据天健出具的天健审〔2016〕7774号《审计报告》，科翼传播最近两年及一期的主要财务数据（合并口径）如下：

（一）简要资产负债表

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产合计	4,965.34	1,972.09	2,464.83
非流动资产合计	122.59	77.41	62.02
资产总计	5,087.93	2,049.50	2,526.85
流动负债合计	1,758.83	1,502.20	1,446.27
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	1,758.83	1,502.20	1,446.27
归属于母公司所有者 权益合计	3,329.10	547.29	1,080.59
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	3,329.10	547.29	1,080.59

（二）简要利润表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	7,921.84	7,515.55	3,399.04
营业利润	3,662.26	1,903.88	295.29
利润总额	3,719.16	1,913.58	294.76
净利润	2,781.81	1,397.38	216.42
归属于母公司所有者的净利润	2,781.81	1,397.38	216.42
扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者的净利润	2,737.91	1,481.81	218.19

报告期内，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 218.19 万元、1,481.81 万元和 2,737.91 万元，呈增长趋势。

报告期内，科翼传播归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为-1.77 万元、-84.43 万元和 43.89 万元，科翼传播非经常性损益较低，对净利润影响较小，且不具有持续性。

（三）简要现金流量表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	195.96	1,883.34	-135.69
投资活动产生的现金流量净额	-15.30	-305.63	-114.61
筹资活动产生的现金流量净额	-374.17	-859.00	500.00
现金及现金等价物净增加额	-193.51	718.71	249.70

八、最近三年评估或估值情况

（一）最近三年进行的股权转让、增资或改制情况

1、2014 年 3 月 21 日，科翼传播增加注册资本，新增注册资本由原股东同比例以货币方式认缴，增资价格为 1 元/每出资额。

2、2015 年 10 月 27 日，陆慧斐和邓翀分别将持有的科翼传播 40%的出资额转让给巧瞰投资，转让价格为 2.02 元/每出资额。（巧瞰投资最终股东为陆慧斐和邓翀各占 50%）

3、2015 年 11 月 20 日，巧瞰投资将持有的科翼传播 80%的出资额转让给思美传媒，转让价格为 166.67 元/每出资额。该次增资整体估值为 5 亿元。

（二）与本次交易评估情况的差异原因

上述历次股权转让及增值中，2014 年 3 月增资为由原股东同比例增资，故增资价格按照出资额确定；2015 年 10 月股权转让为同一控制人下股权转让，故转让价格参照交易时点科翼传播净资产确定。2015 年 11 月股权转让以科翼传播的业务发展前景和未来盈利能力为基础，同时考虑巧瞰投资、陆慧斐和邓翀对标的公司 2016 年度、2017 年度及 2018 年度业绩承诺的基础上，经各方协商确定，整体估值为 5 亿，与本次交易评估不存在重大差异。

九、交易标的涉及的相关报批事项

科翼传播及其子公司不涉及立项、环保、行业准入、用地、规划、建设用地图许可等相关报批事项。

十、资产许可使用情况

科翼传播及其子公司不涉及许可他人使用自有资产的情况。

十一、科翼传播债权债务转移情况

科翼传播及其子公司不涉及债权债务的转移。

十二、科翼传播主营业务情况

（一）科翼传播所处行业的主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，具体可分为综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作三大业务板块。科翼传播的内容整合营销传播业务主要是以互联网媒介作为载体，为客户提供全方位、全过程的整合营销传播服务，属于互联网整合营销行业的范畴；科翼传播的内容制作业务目前主要以网络综艺为主，属于综艺节目制作行业的范畴。

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》规定，科翼传播属于“L 租赁和商务服务业”项下的“L72 商务服务业”及“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。

1、所处行业监管部门及监管体制

（1）互联网整合营销行业

互联网整合营销作为新兴产业，既具有互联网的属性又具有广告的行业属性，同时受工信部和国家工商行政管理部门的监管。工信部信息通信管理局依法对电信和互联网等信息通信服务实行监管，承担互联网（含移动互联网）行业管理职能；国家工商行政管理部门主要负责协助国家立法机关和当地人民政府制定和解释广告管理的法律法规及监管准则、指导广告行业健康规范发展、对广告经营权和经营范围进行登记注册、对广告活动进行日常监督等。

中国互联网协会是互联网行业的自律组织，中国互联网协会下设的网络营销工作委员会的基本任务包括：广泛联系从事数字网络营销服务的互联网企业、服务商和有关机构，积极推动数字网络营销建设与发展，增强数字网络营销行业服务的能力；为成员单位提供服务，维护行业利益，协调相互关系，推动网络营销品牌主和服务商协同合作、共同发展；加强网络营销经验交流，推动国际间交流

与合作，开展培训工作，努力提高全行业数字网络营销水平等。

中国广告协会是广告行业的自律组织，是联系政府广告行政管理机构与广告主、广告经营者、广告发布者的桥梁和纽带；其主要职能是在国家工商行政管理总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务、监督；其主办的《中国广告年鉴》及《现代广告》是业内主要期刊，每年发布“中国广告业年度统计与数字”等行业信息。

（2）综艺节目制作行业

综艺节目制作行业的主管部门为中宣部和国家新闻出版广电总局。

中宣部是中共中央主管意识形态方面的综合职能部门，其主要职责包括：负责指导全国理论研究、学习与宣传工作；负责引导社会舆论；负责从宏观上指导精神产品的生产；负责规划、部署全局性的思想政治工作任务，会同有关部门研究和改进群众思想教育工作；负责提出并宣传思想文化事业发展指导方针，指导文化宣传系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调文化宣传系统各部门之间的关系等。

国家新闻出版广电总局的主要职责包括：拟订新闻出版广播影视宣传的方针政策，把握正确的舆论导向和创作导向；起草新闻出版广播影视和著作权管理的法律法规草案，制定部门规章、政策、行业标准并组织实施和监督检查；对网络视听节目、公共视听载体播放的广播影视节目进行监管，审查其内容和质量等。

2、行业主要法律法规及政策

（1）互联网整合营销行业

互联网整合营销行业属于新兴服务产业，行业内主要相关产业政策如下：

序号	法规政策	发布机构	发布时间	相关内容
1	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	中央全面深化改革领导小组	2014年8月	要推动传统媒体和新兴媒体融合发展，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。

2	《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	2012年2月	推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业。
3	《“十二五”时期文化产业倍增计划》	文化部	2012年3月	“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%，2015年比2010年至少翻一番，实现倍增的奋斗目标。
4	《广告产业发展“十二五”规划》	国家工商行政管理总局	2012年7月	广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，提出在“十二五”期间提升广告企业竞争力、优化广告产业结构、推动广告业自主创新等八项重点任务。
5	《文化产业振兴规划》	国务院	2009年7月	加快发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等重点文化产业。
6	《关于促进广告业发展的指导意见》	国家工商行政管理总局、国家发展和改革委员会	2008年4月	提出广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，其发展水平直接反映一个国家或地区的市场经济发育程度、科技进步水平、综合经济实力和社会文化质量，该文同时提出要促进广告产业向专业化、规模化发展，培育具有国际竞争力的广告企业。

（2）综艺节目制作行业

目前，综艺节目制作行业已初步形成了以《中华人民共和国著作权法》为基础，涵盖行业资质管理、行业业务标准审查、行业质量管理等方面的法律法规和规则体系。主要法律法规及自律规定的主要内容如下表所示：

序号	法规政策	发布机构	发布时间	相关内容
1	《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》	国家新闻出版广电总局	2016年6月	各广播电视机构特别是电视上星综合频道对加强广播电视节目自主创新工作负有主体责任，要把节目原创作为自主创新工作的核心，特别注意提高晚间时段自主原创节目播出比重。
2	《关于加强真人秀节目管理的通	国家新闻出版广电总局	2015年7月	各级广电部门要积极鼓励具有鲜明中国特色、中国风格、中国气派的原创节目模

	知》	总局		式，大力提倡将当代艺术理念与现代技术手段相融合的集成创新，对引进节目模式要适度控制数量，要避免过度集中在某一地区或国家。要充分利用中华文化元素、中华美学精神对引进节目模式进行本土化改造，坚持以我为主、开拓创新。
3	《广播电视管理条例》（2013年修订）	国务院	2013年 12月	广播电视事业应当坚持为人民服务、为社会主义服务的方向，坚持正确的舆论导向。
4	《关于鼓励和引导民间资本投资广播影视产业的实施意见》	国家新闻出版广电总局	2012年8月	鼓励和引导民间资本投资广播电视节目制作领域，从事广播电视节目制作经营活动。
5	《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》	国家新闻出版广电总局	2012年7月	鼓励生产制作健康向上的网络剧、微电影等网络视听节目；强化网络剧、微电影等网络视听节目播出机构准入管理强化网络剧、微电影等网络视听节目内容审核。
6	《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》	中宣部、中国人民银行、财政部等九部委	2010年4月	进一步改进和提升对我国文化产业的金融服务，支持文化产业振兴和发展繁荣，积极探索适合文化产业项目的多种贷款模式，进一步改进和完善对文化企业的金融服务。
7	《广播电视广告播出管理办法》	国家新闻出版广电总局	2009年9月	广播电视广告播出活动应当坚持以人为本，遵循合法、真实、公平、诚实信用的原则；广播影视行政部门对广播电视广告播出活动实行属地管理、分级负责。
8	《关于认真做好广播电视制播分离改革的意见》	国家新闻出版广电总局	2009年6月	电台电视台可以采用“先台内、后社会”的办法，按照现代企业制度要求组建影视剧等节目制作公司，也可采取委托制作、

				联合制作、社会招标采购等方式，调动社会力量加强节目制作生产。
9	《关于进一步加强广播影视节目版权保护工作的通知》	国家新闻出版广电总局	2007 年 9 月	各级广播电视行政管理部门要充分认识保护知识产权工作的重要性，从广播电视发展的全局出发，将知识产权保护工作作为一项长期性的工作任务来抓，贯彻管理工作始终。
10	《互联网视听节目服务管理规定》	国家新闻出版广电总局、工信部	2007 年 12 月	鼓励影视生产基地、电视节目制作单位多生产适合在网上传播的影视剧（片）、娱乐节目，积极发展民族网络影视产业。
11	《关于进一步加强广播电视节目制作经营机构管理的通知》	国家新闻出版广电总局	2005 年 3 月	加强对制作机构的日常监管工作；加强对制作机构人员的政策、法规教育和业务培训。
12	《广播电视节目制作经营管理规定》	国家新闻出版广电总局	2004 年 6 月	鼓励境内社会组织、企事业单位（不含在境内设立的外商独资企业或中外合资、合作企业）设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动。

3、电视节目最新监管政策及变化对科翼传播的影响

2016 年广电总局发布《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的通知》、《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》等文件，旨在促进电视节目的健康发展，支持鼓励自主原创节目。

广电总局发布的《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的通知》（以下简称“上星通知”），要求严格控制未成年人参与真人秀节目，不得借真人秀节目炒作包装明星，也不得在娱乐访谈、娱乐报道等节目中宣传炒作明星子女等。

广电总局发布的《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》（以下简称“创新通知”），支持鼓励自主原创节目，在播出安排和宣传评奖等方面优先

考虑：各电视上星综合频道每年在 19:30—22:30 开播的引进境外版权模式节目，不得超过两档；每个电视上星综合频道每年新播出的引进境外版权模式节目不得超过 1 档，第一年不得在 19:30—22:30 之间播出；同一档真人秀节目，原则上一年内只播出一季，娱乐类节目要注意不得过度安排重播。

上述广电总局发布的相关通知对科翼传播未来经营影响不会产生重大不利影响，原因如下：

（1）科翼传播各项业务发展良好。科翼传播主营业务包括综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作业务，各项业务发展势头较为良好。

最近两年及一期，科翼传播的主营业务收入分产品实现情况如下：

项目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	收入（万元）	占比	收入（万元）	占比	收入（万元）	占比
综艺节目及影视剧宣发	3,575.87	45.14%	4,072.85	54.20%	2,325.10	68.40%
商业品牌整合营销	3,818.64	48.20%	1,340.26	17.84%	599.22	17.63%
内容制作	527.34	6.66%	2,101.17	27.96%	474.71	13.97%
收入合计	7,921.84	100.00%	7,514.28	100.00%	3,399.04	100.00%

由上表可见，报告期内，科翼传播业务结构逐渐调整，综艺节目及影视剧宣发业务占主营业务收入的比例分别为 68.40%、54.20%和 45.14%，占比逐渐下滑，；而商业品牌整合营销业务占主营业务收入的比例分别为 17.63%、17.84%和 48.20%，占比上升较快。商业品牌整合营销业务快速上升主要得益于近年来社交媒体的快速发展，使得商业品牌客户加大了在社会化媒体营销方面的投入力度。

（2）广电总局发布的相关文件影响的综艺节目数量相对较少。为适应监管政策对综艺节目的要求，各地方卫视平台和制作公司在节目模式的选择上也更符合监管要求，科翼传播参与宣发的综艺节目选择也体现了上述趋势。报告期内，在科翼传播承接的综艺节目宣发中，受《上星通知》影响的综艺节目仅为 2014 年承接的 2 个项目，占当期营业收入的 2.83%。受《创新通知》影响的情况为：科翼传播 2014 年承接的综艺节目宣发项目总数为 29 个，其中引进模式 7 个，占当期营业收入的比例为 9.74%；2015 年承接的综艺节目宣发项目总数为 44 个，

其中引进模式节目 13 个，占当期营业收入的比例为 13.65%；2016 年 1-8 月，承接的综艺节目宣发项目总数为 41 个，其中引进模式 5 个，占当期营业收入的比例为 8.82%；由此可见，引进类综艺节目占科翼传播综艺节目宣发项目的比例较低且呈下降趋势，原创类综艺节目的占比相对较高。此外，《创新通知》并未禁止引进模式类综艺节目的播出，而是对该类模式的综艺节目播放进行了调整。

（3）综艺节目总量呈上升趋势。近年来，受“广告限播令”和“受众注意力碎片化”的双重影响下，电视媒介发展呈现硬广减少，软广植入花费增长迅猛的趋势，软广的优势越来越明显。卫视是植入广告的主要阵地，尤其是集中在一线卫视的热门综艺上，特别是随着《奔跑吧兄弟》、《极限挑战》等热门综艺节目的出现，使软广植入呈现爆发式的增长。同时，根据“卫视小露电”、“猫眼电视”第三方收视监测机构每周五、六、日的收视率排行情况，综艺节目占据了黄金档前 10 名，观众对于综艺节目的热度依然较高。因此，综艺节目数量受广告主的认可及观众的喜爱而呈现总量上升的趋势，根据各大卫视曝光的节目来看，2016 年综艺卫视开播数量将达 400 档，几乎是 2015 年的两倍。

（4）综艺节目类型趋于多元化。随着监管政策的积极引导，综艺节目呈现出百花齐放的发展势头。在 2011 年之前各卫视综艺节目以唱歌类、婚恋类节目为主，节目同质化较为严重。而目前各卫视的综艺节目模式由单一化向多元化发展，已不局限于曾经的婚恋交友类、访谈脱口秀、真人秀等，而是根据政策要求及多元的观众需求，开发了类型多样的新节目形态。科翼传播承接的项目多元化趋势明显，如《报告教练》、《中国冠军范》属于体育类综艺，《欢乐喜剧人》、《笑傲江湖》属喜剧类综艺，《十二道锋味》属于美食类综艺等。

（5）综艺节目在新媒体视频播放平台发展迅速。科翼传播除卫视综艺宣传外，去年开始为网络播放平台综艺节目提供推广服务。据公开资料，在最近一两年时间内，网络自制综艺在快速崛起，2016 年各大视频网站已经公布的自制综艺节目已经超过了 70 档，网络综艺逐步变成大众认可的一种主流综艺节目形态。目前广电总局出台的相关文件主要针对各地方卫视播出的综艺节目，并未对网络节目进行限制，预计未来网络综艺将获得较大的发展，如曾在湖南卫视播放的《爸爸去哪儿》今年也改为通过“芒果 TV”平台播出。

综上所述，广电总局发布《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的通知》、《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》等文件，对科翼传播的未来经营不会构成重大不利影响，对科翼传播的估值不会产生影响。

经核查，独立财务顾问、天册律师和中企华认为，广电总局发布的《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的通知》、《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》等文件，对科翼传播的未来经营不会构成重大不利影响，对科翼传播的估值不会产生不利影响。

（二）主要产品、服务及用途

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，具体可分为综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作三大业务板块。

1、综艺节目及影视剧宣发

科翼传播将娱乐营销应用于综艺节目及影视剧的推广宣传，通过节目策划、节目模式、行业深度等多角度挖掘节目宣传点，制定针对节目品牌的整合营销方案，借助电视、网络、平面等立体化传播平台，为客户提供全方位、全过程的整合营销传播服务。该业务主要包括策划、包装、推广和增值服务等环节，科翼传播在接受客户委托后，结合不同的客户需求，对节目进行有针对性的策划、宣传和推广活动。在综艺节目及影视剧制作和播出的过程中，科翼传播通过视频网站、门户网站、手机新闻客户端、微博、微信、贴吧、论坛等推广渠道和技术资源，对节目进行推广，以促进综艺节目及影视剧的宣传效果最大化。

科翼传播在综艺节目及影视剧营销领域已经形成了以浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、深圳卫视、灿星制作等强势卫视及制作公司为主的客户群体，参与了《奔跑吧兄弟》（第 1/2/3/4 季）、《中国好声音》（第 1/2/3/4 季）、《欢乐喜剧人》（第 1/2 季）、《极限挑战》（第 1/2 季）、《龙门镖局》、《明若晓溪》、《蜀山战纪》等国内众多热门综艺节目及影视剧的整合营销。

节目推广案例：某卫视综艺节目

推广期间

2015 年 10 月至 2016 年 2 月	
推广策略	
在节目制作和播出的过程中，通过节目策划、节目形式、行业深度等多角度挖掘节目宣传点，利用视频网站、门户网站、手机新闻客户端、微博、微信、贴吧、论坛等推广渠道和技术资源，对节目进行推广，以促进节目宣传效果最大化。	
推广形式	
新闻稿	节目推广期间，为节目策划、撰写并发布新闻稿；在五大门户网站及手机新闻客户端推荐新闻稿。
微博营销	节目推广期间，为节目策划并安排娱评人/媒体人做每周直播或口碑维护；在微博红人大号上发布与节目相关的微博及评论；在节目官方微博直播节目信息或发布微博活动。
微信营销	节目推广期间，与节目组共同维护和运营官方微信；为节目策划并开发微信互动小游戏及微信 H5 静态分享页面；策划并安排媒体人/娱评人在朋友圈发布节目口碑内容；在微信公众账号发布节目信息相关内容。
论坛贴吧	节目推广期间，策划与节目相关的论坛帖并在百度贴吧进行发帖；在百度贴吧安排加精或置顶帖子。
视频营销	节目推广期间，制作与节目内容相关的花絮视频。
APP 投放	节目开播当天在主要 APP 上投放节目相关信息。
推广海报	节目推广期间，为节目策划网络海报及绘制节目人物漫画。
推广效果	
通过大量的内容传播和网络持续曝光，保证了节目的用户关注度始终维持在较高的水准，为该节目成为 2015 年最具现象级的娱乐节目起到了重要作用。自该节目 2015 年 10 月开播以来，该节目的百度指数呈波状，最高峰值超过了 44 万。	

2、商业品牌整合营销

科翼传播通过将娱乐内容和商业品牌的营销相结合，致力于帮助商业品牌制定内容营销策略、数字化品牌、互动创意和社会化媒体营销服务。该业务是顺应内容营销的趋势，将娱乐内容、商业品牌和传播媒介三方进行有效整合，并基于对消费者特征的多维度分析，借势娱乐产业的内容方，选择营销效果最优的媒介

组合和营销方式，对商业品牌进行精准营销和推广，同时充分利用各方的优势资源，使得营销效果得以提升。科翼传播的商业品牌整合营销业务主要借助其在综艺节目宣发领域的领先优势，为综艺节目的冠名商、赞助商等提供整合营销服务。截至目前，科翼传播已服务的商业品牌客户包括上海大众、可口可乐、伊利、美丽说、百雀羚、蒙牛、相宜本草、宝马等知名企业。

图 1、商业品牌客户



品牌推广案例：某商业品牌（热门综艺节目的主赞助商）

推广期间
2015 年 10 月至 2016 年 1 月
推广策略
某商业品牌作为热门综艺节目的主赞助商，运用节目中与该商业品牌的关联素材，进行二次内容创造，将该商业品牌属性与节目内容完美融合，创造网友感兴趣的话题，并借势节目热度，在外围寻找贴近的话题，引发圈层传播；从大众娱乐的角度出发，利用强大且具有针对性的平台，对潜在的用户和广大网友进行植入式

品牌记忆，产生更长远的品牌传播效应，以提升市场对该商业品牌与产品的认知、认同和信赖。	
推广形式	
新闻稿	品牌推广期间，为品牌客户策划撰写植入新闻稿，并在五大门户网站、A类重点媒体频道、手机新闻客户端植入新闻稿。
微博营销	品牌推广期间，策划节目官方微博与品牌客户官方微博互动内容；植入节目官方微博话题；为品牌客户策划及发布微博热门话题；安排微博红人大号发布与品牌客户相关的微博内容。
微信营销	品牌推广期间，在微信公众号发布品牌客户内容；并安排节目微信内容植入。
论坛营销	品牌推广期间，策划撰写与品牌相关的论坛稿件，并在主要论坛发布稿件，同时安排加精论坛稿件。
视频营销	品牌推广期间，制作与品牌相关的娱乐播报、拆条视频以及产品特别宣传片条。
推广海报	品牌推广期间，策划制作发布产品漫画、预告海报、文案配图及实时营销海报。
推广效果	
通过将商业品牌属性与节目内容完美融合，创造网友感兴趣的话题，并利用微博、微信、论坛、视频网站等媒体渠道，对潜在的用户和广大网友进行品牌形象植入，使得该商业品牌的营销效果最大化。自节目开播以来，该商业品牌的百度指数从原来的 10,000 左右，迅速飙升至 21,000，并在节目播出期间维持在较高水平。	

3、内容制作

科翼传播积极拓展业务边界，现已经进入“互联网+娱乐制作”领域，积极参与到互联网综艺制作的中，专注于网络原生内容的研发、制作和投资。目前，科翼传播联合腾讯视频、爱奇艺、爱享文化等合作伙伴制作了《燃卡 100 天》、《魅力野兽》、《有料》、《oh my 思密达》等网络自制内容，未来科翼传播还将联袂电视媒体、互联网媒体等各类强势媒体开展内容制作方面的深度合作，完成从内容制作到整合营销的全产业链布局。

表 1、主要网络自制综艺介绍

节目名称	节目简介	播放平台

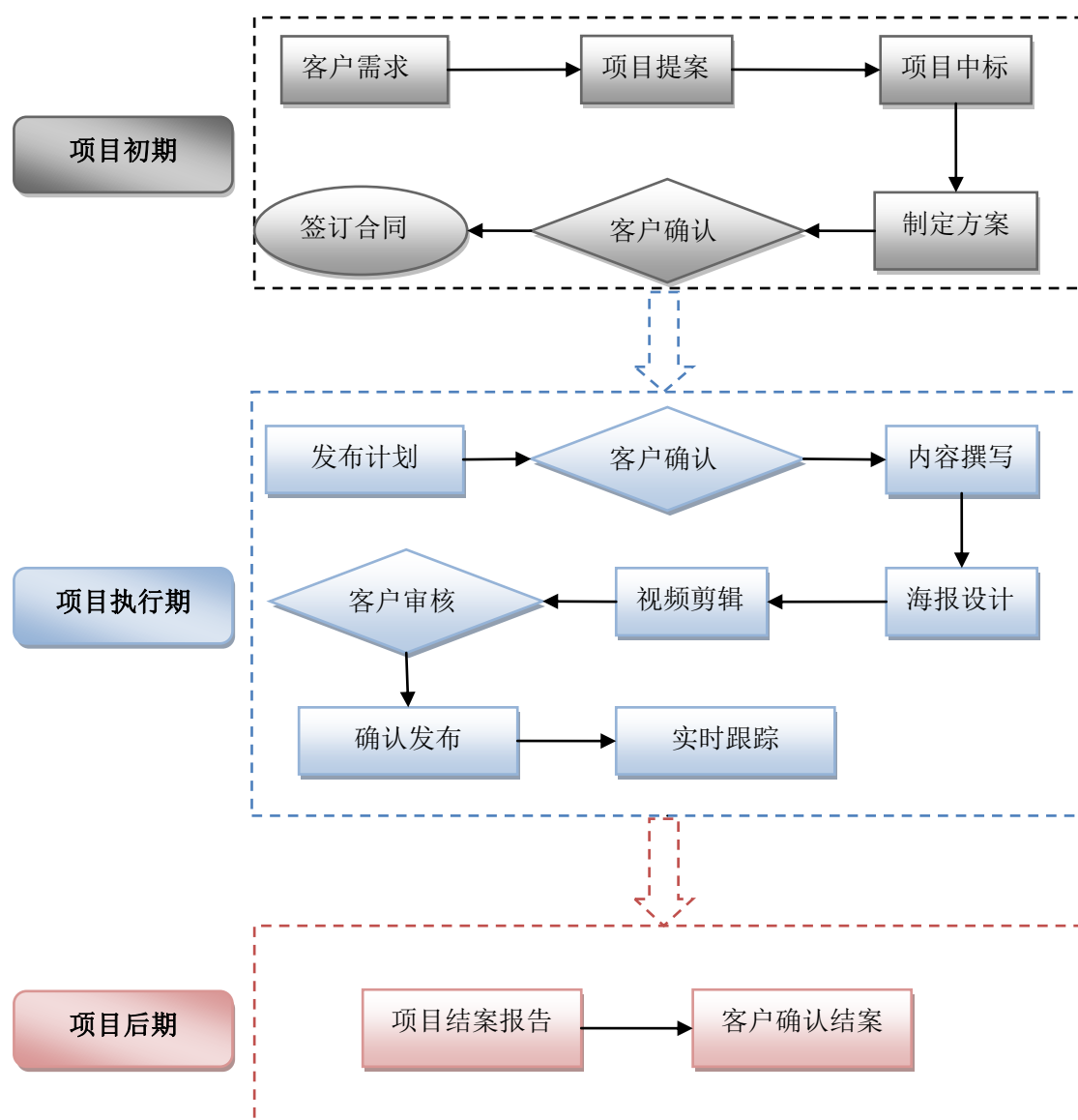
燃卡 100 天		联合爱享文化出品的一档以“瘦身”为话题的衍生网络综艺，节目从网民中海选了4位素人“小胖子”，通过嘉宾互动、游戏竞技、真人体验减肥秘籍等环节，向观众传递全新的健康生活方式。	腾讯视频
魅力野兽		联合腾讯视频携手欧洲著名制作公司 ALL3Media 联合研发的全新特效化妆相亲真人秀节目，通过好莱坞特效化妆术使约会男女无法看到对方真实面貌，而是用真听、真感觉做出心动抉择，打造一档颠覆现有模式的相亲节目。	腾讯视频
有料		联合腾讯视频出品的一档资讯类娱乐节目，对综艺节目及影视剧进行现场探班，点评热播综艺台前幕后的故事。	腾讯视频

Oh my 思密达		国内首档韩娱评论类节目，在腾讯视频平台播出，以接韩国地气的展现方式对热门韩剧、韩星等进行报道及点评，深刻剖析韩娱背后的文化现象。	腾讯视频

（三）业务流程

1、内容整合营销传播服务

科翼传播的内容整合营销传播服务流程如下所示：



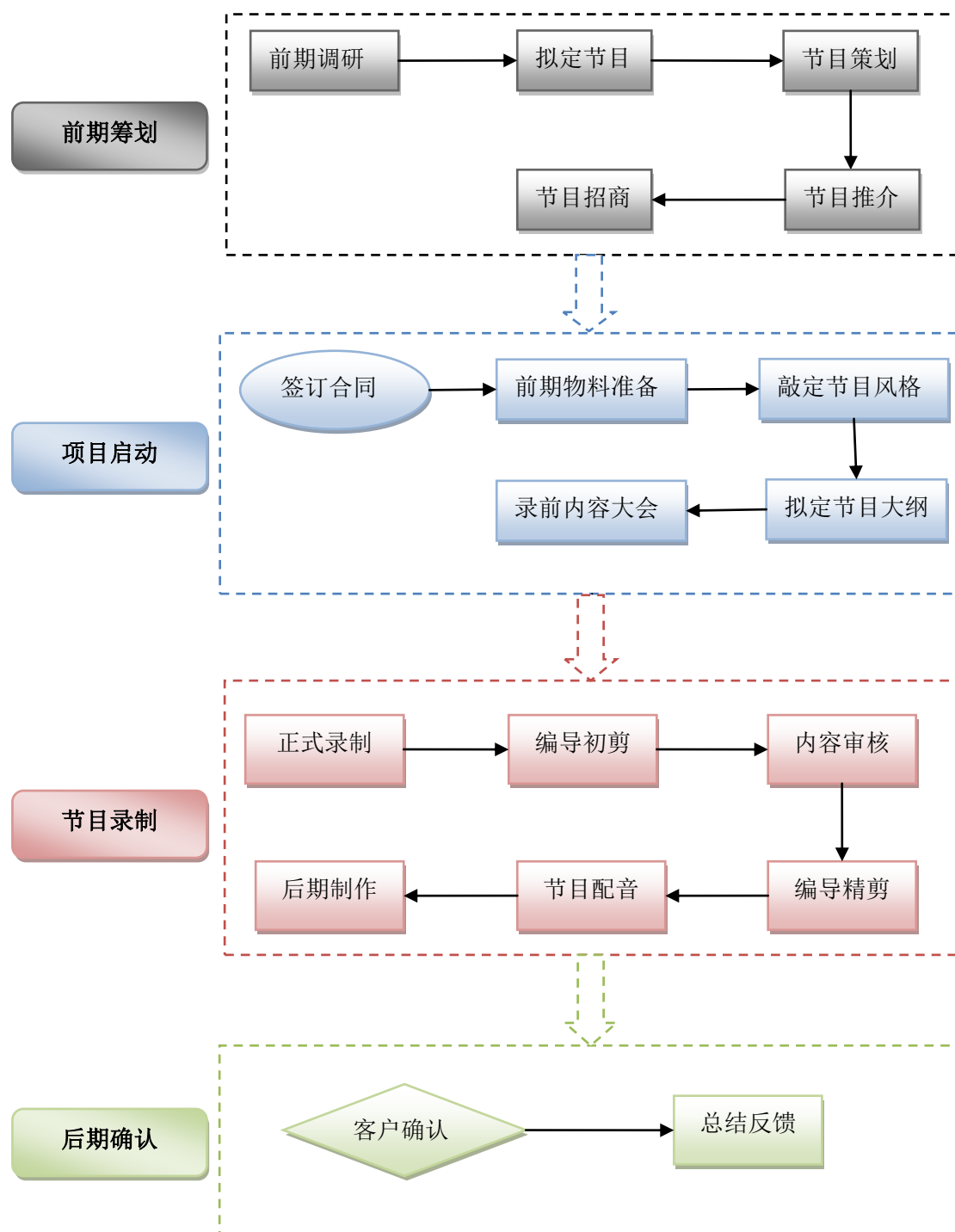
项目初期阶段：在接到客户需求后，将根据综艺节目或商业品牌的特点拟定项目投标方案，项目中标后再制定详细的推广方案和考核KPI，待客户确认后与客户签订合作合同。

项目执行阶段：首先制定每周的发布计划及发布要点，待客户确认后开始撰写发布内容，并预约投放平台，制作宣传海报和视频剪辑等，所有投放物料准备后跟客户确认，客户同意后进行广告投放，投放后对项目推广情况进行实时监控和跟踪。

项目后期阶段：将整理项目内所有的物料投入及其投放链接情况，并制作结案报告，最后将项目考核KPI的完成情况与客户进行确认。

2、内容制作业务流程

科翼传播的内容制作业务流程情况如下：



前期筹划阶段：对国内外优秀节目进行综合研究分析，研发出适宜的节目模式，并对节目内容进行初步的策划，形成节目方案；将策划的初步方案推广给网络平台或者电视媒体等客户，与客户达成共识后进行节目招商。

项目启动阶段：首先与客户签订正式的合作合同，合同签订后进行前期的物料准备，如预订摄影棚、节目服装等；然后敲定整个节目的包装风格确定，包括节目 logo、节目色调、主题音乐等；同时编给出具节目大纲，让客户审批通过；最后再节目录制开始前，将各个环节的人员聚集一起对节目内容进行最后的梳理。

节目录制阶段：在对节目进行现场录制、或外拍和采访之后，对录制内容进行初步的剪辑，然后将初步剪辑的节目送给客户客户审批，客户同意后对节目内容进行详细精剪，然后进入后期制作，后期制作主要包括后期包装、音乐、音效、字幕、特效等，后期制作完成后形成最终的节目内容。

后期确认阶段：将制作成形的节目内容交由客户确认，待客户确认后播出，最后对节目播出的效果进行总结反馈。

（四）业务模式情况

1、内容整合营销传播服务

（1）采购模式

科翼传播的内容整合营销传播服务涉及的采购主要包括：①直接向媒介或媒介代理公司采购用于广告投放；②向自由撰稿人采购用于宣传的稿件；③向新媒体如微博“大号”、微信公众号等营销服务号采购用于发布营销活动或相关稿件；④向其他供应商采购海报、宣传片、花絮等。科翼传播建立了完善、合理的采购制度，对物料采购的各环节进行严格的管理和控制，业务部门根据客户确认后的整合营销方案细化物料采购需求，并提交采购预算单，依次由采购部、项目负责人、部门负责人及总经理审批通过。

（2）销售模式

科翼传播通过公开信息、现有业务渠道以及项目部业务拓展等方式，获取客户的需求信息，并根据不同的客户需求和产品特点，制定基于大数据分析的有针对性的宣传策划方案。与客户确立合作关系并签订服务协议后，项目部将根据预先与客户沟通的商务合作方案，按照服务协议规定及宣传策划方案要求，经项目部、设计部、媒介采购部等多个部门共同配合，通过网络稿件发布、主要门户网

站发布、视频网站播放、主题论坛传播、社交媒体传播等方式，为客户提供全方位、全过程的整合营销传播服务，从而实现客户产品的价值提升。

（3）服务模式

科翼传播的内容整合营销传播服务包括综艺节目及影视剧宣发和商业品牌整合营销。在综艺节目及影视剧宣发方面，科翼传播通过节目形象、节目模式、行业深度等多角度挖掘节目宣传点，并利用视频网站、门户网站、手机新闻客户端、微博、微信、贴吧、论坛等推广渠道和技术资源，对节目进行推广，以促进综艺节目及影视剧的宣传效果最大化；在商业品牌整合营销方面，科翼传播通过将娱乐内容和商业品牌的营销相结合，致力于帮助商业品牌制定内容营销策略、数字化品牌、互动创意和社会化媒体营销服务，将商业植入彻底与内容融为一体，同时利用互联网进行广泛的二次传播，以促进客户品牌的建设、维护、提升以及产品销量的增加。

（4）盈利模式

科翼传播根据与客户签订的《服务协议》为客户提供相应的服务内容，并根据服务内容的执行情况获取相应的报酬。

2、内容制作

（1）采购模式

科翼传播的内容制作业务涉及的采购主要包括物资采购及劳务采购两大方面。

物资采购方面，主要包括节目拍摄过程中所使用的一般耗材、专用设施及设备，一般耗材由科翼传播按市场价格统一采购，在节目录制过程中使用和消耗；大型专用设施及设备，如摄影棚、转播车以及部分拍摄器材等通常采用经营租赁的方式进行采购。

劳务采购方面，主要包括临时外聘的主持、嘉宾、演员、摄像、灯光、美舞等劳务人员。科翼传播已建立了完善、合理的采购制度，对采购的各环节进行严格的管理和控制。节目组根据节目预算方案确定采购需求，并提交采购预算单，

依次由采购部、节目负责人、部门负责人及总经理审批通过。

（2）生产模式

科翼传播的节目生产模式可分为独立制作和受托制作模式。独立制作指科翼传播作为节目的投资方和制作方，自主完成节目创意、节目拍摄、后期制作和发行工作，并拥有节目版权。委托制作指科翼传播根据客户需求提供创意和制作，承担生产流程中的全部或部分工作，向客户交付节目产品，客户验收合格后完成全部工作，节目版权归属客户所有。

节目制作过程中节目团队的主要岗位构成和职能如下表所示：

岗位	职能
制片人	节目策划、定位、制作；负责组建并带领项目团队；规划、改进节目制作方法和流程，提高节目制作效率；培训编导、后期技术人员
编导	节目采访、编辑、制作；执行节目制作管理规定和技术规范
制片组	负责节目成本预算的编制、执行和监督
拍摄组	负责节目过程的录制拍摄
技术组	负责设施、设备、仪器的采购、租赁、管理、调配、维护工作
策划组	负责节目内容的策划，相关节目模式的收集、整理等
宣传组	负责节目宣传
后期包装组	负责节目的剪辑、包装、音乐、音效、旁白、字幕、特效等

（3）销售及盈利模式

科翼传播的内容制作业务主要分为两种销售方式：一种是科翼传播将自身研发制作的节目直接销售给播出平台方并收取相应的节目版权转让费，或接受播出平台方的委托制作相应的节目并收取节目制作费；另一种是科翼传播与播出平台方采取共同经营的方式，由科翼传播提供内容资源，播出平台方或其运营方提供播放平台，双方合作对形成的广告收入进行分成。

（五）销售情况

1、主要产品销售情况

最近两年及一期，科翼传播的主营业务收入分产品实现情况如下：

单位：万元

收入类别	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
综艺节目及影视剧宣发	3,575.87	4,072.85	2,325.10
商业品牌整合营销	3,818.64	1,340.26	599.22
内容制作	527.34	2,101.17	474.71
主营业务收入合计	7,921.84	7,514.28	3,399.04

2、主要客户销售情况

最近两年及一期，科翼传播前五名客户销售情况如下：

年度	序号	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占营业收入比例
2016 年 1-8 月	1	上海上汽大众汽车销售有限公司	商业品牌整合营销	2,068.31	26.11%
	2	上海环胜广告有限公司	商业品牌整合营销	754.50	9.52%
	3	上海灿星文化传播有限公司	综艺节目宣发	538.09	6.79%
	4	深圳腾讯计算机系统有限公司及腾讯科技（北京）有限公司	内容制作及综艺节目宣发	520.03	6.56%
	5	上海东方娱乐传媒集团有限公司	综艺节目宣发	457.01	5.77%
	小 计		—	4,337.94	54.76%
2015 年度	1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	内容制作及综艺节目宣发	2,701.64	35.95%
	2	上海灿星文化传播有限公司	综艺节目宣发	561.51	7.47%
	3	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	商业品牌整合营销	369.92	4.92%
	4	上海东方娱乐传媒集团有限公司	综艺节目宣发	346.33	4.61%
	5	上海上汽大众汽车销售有限公司	商业品牌整合营销	323.88	4.31%
	小 计		—	4,303.27	57.26%
2014 年度	1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	内容制作及综艺节目宣发	1,219.15	35.87%
	2	上海上汽大众汽车销售有限公司	商业品牌整合营销	383.67	11.29%
	3	上海灿星文化传播有限公司	综艺节目宣发	359.12	10.57%
	4	浙江广播电视集团及其关联方	综艺节目宣发	257.88	7.59%
	5	贵州电视文化传媒有限公司	综艺节目宣发	214.75	6.32%
	小 计		—	2,434.57	71.63%

最近两年及一期，科翼传播对单个客户的销售额占比均低于营业收入的50%，不存在对单一客户的重大依赖。

最近两年及一期，科翼传播董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，其他主要关联方或持有科翼传播5%以上股份的股东与前五名客户不存在关联关系，在前五名客户中也不占有权益。

报告期内，科翼传播向前五大客户销售内容对应的播放渠道及具体节目情况如下：

年度	序号	客户名称	销售内容	对应节目	播放渠道	备注
2016年 1-8月	1	上海上汽大众汽车销售有限公司	商业品牌整合营销	—	—	无具体对应节目，科翼传播为上海大众指定的活动或产品提供基于微博、微信的网络推广服务。
	2	上海环胜广告有限公司	商业品牌整合营销	—	—	无具体对应节目，科翼传播为肯德基指定的活动或产品提供基于微博、微信的网络推广服务。
	3	上海灿星文化传播有限公司	综艺节目宣发	《中国好歌曲》第3季	央视综艺频道	—
				《盖世英雄》	江苏卫视	
				《中国新歌声》	浙江卫视	
				《中国之星》	东方卫视	
				《了不起的挑战》	央视三台	
				《蒙面唱将猜猜猜》	江苏卫视	
	4	深圳腾讯计算机系统有限公司及腾讯科技（北京）有限公司	内容制作及综艺节目宣发	《有料》	腾讯视频	—
				《思密达》		
				《乐见大牌》		
				《作战吧偶像》		
				《约吧大明星》		
				《拜托了冰箱》		

2015年 度				《腾讯中国新歌声》		
	5	上海东方娱乐传媒集团有限公司	综艺节目宣发	《笑傲江湖》第3季	东方卫视	—
				《欢乐喜剧人》第2季		
				《花样姐姐》第2季		
	1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	内容制作及综艺节目宣发	《魅力野兽》	腾讯视频	—
				《有料》		
				《思密达》		
				腾讯《中国好声音》第四季		
				《你正常吗》第2季		
		上海灿星文化传播有限公司	综艺节目宣发	《中国好声音》第4季	浙江卫视	—
				《中国好歌曲》第2季	央视三台	
				《来吧灰姑娘》	央视六台	
				《与星共舞》	东方卫视	
				《蒙面歌王》	江苏卫视	
				《中国之星》	东方卫视	
				《了不起的挑战》	央视三台	
	3	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	商业品牌整合营销	《奔跑吧兄弟》第2季	浙江卫视	伊利安慕希酸奶系奔跑吧兄弟第2季冠名商
	4	上海东方娱乐传媒集团有限公司	综艺节目宣发	《花样姐姐》	东方卫视	—
				《欢乐喜剧人》第2季		
				《笑傲江湖》第2季		
	5	上海上汽大众汽车销售有限公司	商业品牌整合营销	—	—	无具体对应节目，科翼传播为上海大众指定的活动或产品提供基于微博、微信的网络推广服务。
2014年 度	1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	内容制作及综艺节目宣发	《有料》	腾讯视频	—
				《思密达》		

			发	《剧透》		
				腾讯视频《中国正在听》		
				腾讯视频《Hi歌》		
				腾讯视频《十二道风味》		
				《你正常吗》		
	2	上海上汽大众汽车销售有限公司	商业品牌整合营销	《奔跑吧兄弟》第1季	浙江卫视	上海大众旗下凌度汽车系奔跑吧兄弟第1季冠名商
	3	上海灿星文化传播有限公司	综艺节目宣发	《出彩中国人》	央视一台	—
				《中国好声音》第3季	浙江卫视	
				《中国好舞蹈》	浙江卫视	
				《来吧灰姑娘》	央视六台	
				《与星共舞》	东方卫视	
	4	浙江广播电视集团及其关联方	综艺节目及影视剧宣发	《因为是医生》	浙江卫视	—
				《爸爸回答吧》		
				《十二道锋味》		
				《奔跑吧兄弟》第1季		
				《爸爸回来了》第1季		
	5	贵州电视文化传媒有限公司	综艺节目宣发	《唱出爱火花》	贵州卫视	—
				《最爱是中华》		
				《完美邂逅》		

由上表可见，科翼传播不存在对单一客户、单一播放渠道或单一具体节目存在重大依赖的情况。

经核查，独立财务顾问认为，科翼传播不存在对单一客户、单一播放渠道或单一具体节目存在重大依赖的情况。

(六) 采购情况

最近两年及一期，科翼传播向前五名供应商的采购情况如下：

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	占营业成本比例
2016 年 1-8 月	1	上海奥臻影视文化有限公司	制作服务、 营销服务	670.14	19.00%
	2	深圳市楼氏文化传播有限公司	营销服务	180.32	5.11%
	3	上海兆数信息技术中心	营销服务	171.67	4.87%
	4	北京推智网络科技有限公司	营销服务	120.75	3.42%
	5	北京牙仙广告有限公司	营销服务	119.20	3.38%
	小 计		—	1,262.09	35.78%
2015 年度	1	北京完美映象文化传媒有限公司	制作服务	1,136.60	25.89%
	2	上海迪赫影视文化工作室	制作服务	842.74	19.20%
	3	上海奥臻影视文化有限公司	制作服务、 营销服务	746.84	17.01%
	4	杭州瓦杰科技有限公司	营销服务	207.55	4.73%
	5	北京讯达网脉科技有限公司	营销服务	121.13	2.76%
	小 计		—	3,054.86	69.59%
2014 年度	1	上海容海影视文化工作室	制作服务	481.55	17.37%
	2	上海迪赫影视文化工作室	制作服务	343.69	12.40%
	3	任豹广告有限公司	营销服务	255.00	9.20%
	4	上海晓丰影视文化工作室	制作服务	140.60	5.07%
	5	上海合贞投资管理公司	营销服务	100.00	3.61%
	小 计		—	1,320.84	47.64%

最近两年及一期，科翼传播对单个供应商的采购额占比均低于营业成本的 50%，不存在对单一供应商的重大依赖。

最近两年及一期，除上海迪赫影视文化工作室、上海容海影视文化工作室系陆慧斐近亲属控制的企业，上海晓丰影视文化工作室系邓翀近亲属控制的企业，上海奥臻影视文化有限公司系最近 12 个月内受陆慧斐近亲属控制的企业外，科翼传播董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，其他主要关联方或持有科翼传播 5%以上股份的股东与前五名供应商不存在关联关系，在前五名供应商中也不占有权益。

1、报告期内因采购需求的变化导致前五供应商报告期内发生变化原因

(1) 科翼传播上游营销服务、制作服务等行业基本属于充分竞争性行业，目前市场供应相对充足；因营销所需的微博号、微信号众多，可选范围较广，为了避免营销受众的审美疲劳，科翼传播公司会在同一或不同项目执行过程中更换传播的微博号、微信号，相应更换供应商。

(2) 为了规范采购程序，科翼传播在 2015 年 9 月即被收购后减少了向关联方的采购。

(3) 2015 年度科翼传播承接深圳市腾讯计算机系统有限公司委托制作《魅力野兽》真人秀节目，科翼传播公司就该项目向北京完美映象文化传媒有限公司采购制作服务，属于偶发性的制作服务采购。

综上所述，报告期内，科翼传播前五大供应商变化较大符合公司经营的实际情况，前五大供应商变动是合理的。

2、前五大供应商变动是否符合行业惯例

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，致力于为综艺节目及影视剧、商业品牌等客户提供全方位、全过程的整合营销传播及内容制作服务，所处行业涉及互联网整合营销行业和综艺节目制作行业。同行业可比上市公司包括星推网络、爱尚传媒和自在传媒，对可比公司近三年的前五供应商情况如下：

(1) 2013 年度-2015 年度，星推网络向前五名供应商的采购情况如下：

年度	序号	供应商名称	采购金额 (万元)	占当期采购 总额比例
2015 年度	1	杭州卡赛科技有限公司	351.92	16.62%
	2	温州瑞尔文化传媒有限公司	339.55	16.04%
	3	杭州推特文化传播有限公司	313.19	14.79%
	4	温州瓯鼎广告有限公司	290.74	13.73%
	5	杭州巨腾科技有限公司	227.36	10.74%
	小计		1,522.76	71.93%

2014 年度	1	杭州中茂商务咨询服务有限公司	84.00	17.86%
	2	温州瓯鼎广告有限公司	83.84	17.82%
	3	成都途播未来文化传播有限公司	44.47	9.45%
	4	杭州康业企业管理咨询有限公司	35.00	7.44%
	5	杭州德悦文化创意有限公司	19.22	4.09%
	小计		266.53	56.66%
2013 年度	1	杭州中茂商务咨询服务有限公司	101.07	32.75%
	2	杭州康业企业管理咨询有限公司	72.07	23.36%
	3	温州瓯鼎广告有限公司	20.00	6.48%
	4	台州市正和通信产品有限公司	17.40	5.64%
	5	厦门飞博共创网络有限公司	15.00	4.86%
	小计		225.54	73.09%

数据来源：星推网络公开转让说明书和 2015 年度报告。

(2) 2013 年度-2015 年度，爱尚传媒向前五名供应商的采购情况如下：

年度	序号	供应商名称	采购金额 (万元)	占当期采购 总额比例
2015 年度	1	中视伟业（北京）国际广告有限公司	183.04	54.05%
	2	北京佰华中杰科技有限公司	48.43	14.30%
	3	北京泰恒文化广告有限公司	41.50	12.25%
	4	北京同案企业策划有限公司	4.53	1.34%
	5	智慧工场（北京）文化传媒有限公司	2.68	0.79%
	小 计		280.18	82.73%
2014 年度	1	中视伟业（北京）国际广告有限公司	120.00	46.15%
	2	嘉兴薇薇一笑文化传播有限公司	100.00	38.46%
	3	北京同岸企业策划有限公司	40.00	15.38%
	小 计		260.00	100.00%
2013 年度	1	北京朝阳建成建筑工程有限公司	10.50	100.00%
	小 计		10.50	100.00%

数据来源：爱尚传媒公开转让说明书和 2015 年度报告。

(3) 2013 年度-2015 年度，自在传媒向前五名供应商的采购情况如下：

年度	序号	供应商名称	采购金额 (万元)	占当期采购 总额比例
2015 年度	1	北京瑞博恩威会展服务有限公司	156.60	19.37%
	2	深圳市华宇讯科技有限公司	45.71	5.65%
	3	广州热门派信息科技有限公司	28.16	3.48%
	4	无锡光合影画影视文化有限公司	14.15	1.75%
	5	重庆四度文化传媒有限公司贵州分公司	13.03	1.61%
	小 计		257.64	31.86%
2014 年度	1	大梓影视文化工作室	310.00	24.92%
	2	北京交广传媒有限公司	142.60	11.46%
	3	北京思瑞营销策划有限公司	121.00	9.73%
	4	北京广安物业管理有限责任公司	119.31	9.59%
	5	北京金蕴时代文化传播有限公司	58.89	4.73%
	小 计		751.80	60.43%
2013 年度	1	北京朝阳建成建筑工程有限公司	57.87	9.49%
	2	北京赛都广告有限责任公司	35.61	5.84%
	3	北京四方弘德文化发展有限公司	34.23	5.61%
	4	北京麒麟网文化股份有限公司	32.44	5.32%
	5	北京最佳拍档营销顾问有限公司	31.30	5.13%
	小 计		191.44	31.39%

数据来源：自在传媒公开转让说明书和 2015 年度报告。

由上表可见，可比公司星推网络、爱尚传媒和自在传媒 2013 年至 2015 年期间前五大供应商均有较大程度的变化。科翼传播报告期前五大供应商变动较大符合行业惯例。

(二) 科翼传播向前五大供应商采购情况

1、报告期内，科翼传播向前五名供应商的采购具体情况如下：

序	供应商名称	采购的	结算方式	采购价格	付款情况	与其他供应

号		具体内容				商是否存在较大差异
2016年1-8月						
1	上海奥臻影视文化有限公司	制作服务、营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分	否
2	深圳市楼氏文化传播有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	月结，月初根据上月实际执行额结算确认支付	否
3	上海兆数信息技术中心	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分	否
4	北京推智网络科技有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分	否
5	北京牙仙广告有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	月结，月初根据上月实际执行额结算确认支付	否
2015年度						
1	北京完美印象文化传媒有限公司	制作服务	银行转账	市场价格	验收合格后分期付款	否
2	上海迪赫影视文化工作室	制作服务	银行转账	市场价格	验收合格后分期付款	否
3	上海奥臻影视文化有限公司	制作服务、营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分	否
4	杭州瓦杰科技有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	验收合格后付款	否
5	北京微播易科技股份有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分	否
2014年度						
1	上海容海影视文化工作室	制作服务	银行转账	市场价格	验收合格后分期付款	否
2	上海迪赫影视文化工作室	制作服务	银行转账	市场价格	验收合格后分期付款	否
3	任豹广告有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分	否
4	上海晓丰影视文化工作室	制作服务	银行转账	市场价格	验收合格后分期付款	否
5	上海合贞投资管理公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分	否

(2) 报告期内，科翼传播向其他供应商的采购具体情况如下：

序号	供应商名称	采购的具体内容	结算方式	采购价格	付款情况
2016年1-6月					

1	上海大触文化传播中心	营销服务	银行转账	市场价格	每两周结算，根据上两周实际执行额结算确认支付
2	上海鑫卓文化传媒工作室	营销服务	银行转账	市场价格	月结，月初根据上月实际执行额结算确认支付
3	北京指尖族科技有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分
4	北京中广传华影视文化咨询有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分
5	上海晨岸广告传媒有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	月结，月初根据上月实际执行额结算确认支付
2015 年度					
1	北京讯达网脉科技有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分
2	微易辉煌(北京)科技有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分
3	北京推智网络科技有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分
4	上海托肯贸易有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分
5	北京创世起点文化传媒有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分
2014 年度					
1	上海丞辉广告有限公司	制作服务	银行转账	市场价格	验收合格后付款
2	上海世信广告有限公司	营销服务	银行转账	市场价格	预付部分，按实际执行额结算支付剩余部分

经对比分析，报告期内，科翼传播向前五大供应商的采购的具体内容、支付结算、采购价格、付款条件与其他供应商不存在较大差异。

经核查，独立财务顾问、天健会计师认为：

（1）报告期内，科翼传播前五大供应商变化较大符合公司经营的实际情况，前五大供应商变动是合理的，经对比可比公司，符合行业惯例。

（2）科翼传播向前五大供应商采购的相关的采购价格、付款条件与其他供应商不存在较大差异。

（七）业务资质情况

截至本报告书签署日，科翼传播及其子公司已取得如下业务资质：

序号	主体	资格证书	证书编号	发证机关	颁发日期或有效期
1	科翼传播	营业性演出许可证	沪市文演（经）00-0894	上海市文化广播影视管理局	2015.12.7-2017.12.31
2	科翼传播	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第1056号	上海市文化广播影视管理局	2015.2.10-2017.4.1
3	瑞盟文化	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第1290号	上海市文化广播影视管理局	2015.4.27-2017.4.1
4	瑞盟文化	营业性演出许可证	沪市文演（经）00-0892	上海市文化广播影视管理局	2015.12.7-2017.12.31

（八）境外经营和境外资产情况

科翼传播不存在境外经营和境外资产的情况。

（九）环保情况

科翼传播主要从事内容整合营销传播服务和文化内容制作业务，不涉及环境污染的情形。

（十）质量控制情况

1、内容整合营销传播服务的质量控制

科翼传播的内容整合营销传播服务以客户需求为导向，致力于为客户提供优质、精准、高效、创新的整合营销服务。为保证对客户服务质量，科翼传播在项目初期，根据客户需求拟定切实可行的推广方案，在合同中对考核指标的内容、方式和时间等作出相应约定；在项目执行过程中，科翼传播对广告投放情况进行实施跟踪和监控，对尚未满足考核指标的情况与客户进行阶段性沟通，并对方案进行优化和调整；在项目后期，科翼传播与客户共同对项目执行情况进行考核，并形成结案报告，同时根据客户的反馈结果总结项目的优缺点，分析原因并制定改进措施。

2、内容制作业务的质量控制

科翼传播的内容制作业务严格按照《广播电视管理条例》等广播电视行业标准开展生产经营活动。科翼传播在投资、制作节目过程中对项目质量实行事前、

事中、事后管理，每个节目在前期筹划和正式录制之前都要经过充分、审慎的考虑，对节目定位、拟聘用的主创人员（导演、编导、主演等）、资金需求、制作效果及社会影响等方面做出详尽的分析和计划；在前期筹划阶段，审慎选择节目立项；在节目启动阶段，反复研讨节目内容；在节目录制阶段，严格把控录制效果；在后期确认阶段，及时跟进并反馈节目播出效果。

报告期内，科翼传播与客户之间不存在因质量问题而发生纠纷的情况。

（十一）主要产品生产技术及所处阶段

目前，科翼传播拥有的核心技术情况如下：

技术名称	主要功能和特点
基于大数据平台的移动互联多媒体舆情分析技术	该技术是通过对移动互联网上的舆论信息进行采集，并进行科学数字化的分析，得到当前舆情高峰信息，从而进行有针对性的营销活动
移动互联多媒体终端播放技术	该技术是将音视频、电视画面、图片、动画、文本、流媒体、数据库等组合成一段精彩的节目，并通过网络将制作好的节目实时的推送至分布在各地的媒体显示终端，从而将精彩的画面、实时的信息咨询在各种指定场所全方位的完美展现
移动互联多媒体营销策划技术	该技术将互联网网站、移动互联网网站以及 APP/APK 应用软件等集中到一个系统进行统一的管理，可以根据推广计划进行全网营销，从而提供运作效率
数字动漫生产制作技术	该技术是针对现在数字化动漫快速发展应运而生的一种数字动漫生产制作技术，通过该技术可以较快的制作出动漫电影，可以让制作者将更多精力花费在动漫的情节内容中
数字电影生产制作技术	该技术是针对现在数字化电影快速发展应运而生的一种数字电影生产制作技术，通过该技术可以较快的制作出数字电影，可以让制作者将更多精力花费在电影的情节内容中
科翼作品管理系统	该系统用于管理科翼传播作品的一款系统，主要包括作品录入、作品查询、作品存档、操作报费、部门管理、员工管理、权限管理等功能，使作品更好的安全保存，并实现快速查阅

传媒行业分析软件技术	该软件技术用于收集网络、手机互联网等大数据，从而分析传媒行业的未来发展方向，为科翼传播未来发展方向提供数据支持
移动互联多媒体广告投放技术	该技术用于移动互联多媒体广告自动投放平台下设置的广告位中，通过该技术可实现广告位的广告投放、到期提醒、过期下线、空期招商等自动化管理功能
4D虚拟舞台背景制作和控制技术	该技术用于在观众观看 4D 电影时，能够真切的感觉到画面效果，如水花、气流等，通过该技术可以虚拟的实现制作完成，直接安放在影院里面让观众使用，增强观众的观感效果
4D超高清视频传输和显示放映技术	该技术主要用于 4D 电视的流量传输和显示放映，以保证画面质量，让观众有更好的视听效果
跨媒体在线视屏综合管理技术	该技术集成了电影、电视、广播、点播等多种视频服务，通过该技术观众可以快速选取自己想看的节目，并可实现回放、慢放、快放等功能
跨媒体高清视频后期制作技术	该技术可以实现高清视频在 3D 及 4D 视频的转换，并保证画面质感
4D超高清视频制作技术	该技术主要用于 4D 超高清视频制作，主要功能包括 4D 画面出来、声音处理、画面剪切等，该技术操作简单，能快速上手，让制作者将更多精力用于制作视频

（十二）报告期核心技术人员特点分析及变动情况

1、核心技术人员概述

核心技术人员是科翼传播的关键要素资源之一，是保持和提升科翼传播竞争力的重要因素。核心技术人员的变动将对科翼传播生产经营产生一定的负面影响，进而对上市公司经营及收购效果带来负面影响。为保持科翼传播核心技术人员的稳定，上市公司将在人才选聘、激励机制等方面充分尊重科翼传播的原有安排，以最大程度降低核心技术人员的流失。

截至报告期末，科翼传播共有员工 105 人，其中 83 人具备本科以上学历；技术研发人员达 26 人，占科翼传播员工人数比例 24.76%以上。报告期内，科翼传播核心技术团队保持较高的稳定性。

2、核心技术人员简历

核心技术人员简历如下：

陆慧斐女士：1974年4月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。历任上海景元科技发展有限公司市场总监；上海太平洋电子咨询有限公司市场策划；天极信息发展有限公司市场总监；海南天涯在线网络科技有限公司上海公司副总经理。2012年10月起，任职于上海科翼文化传播有限公司，现任科翼传播总经理。

邓翀先生：1983年4月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。历任TCL移动通信有限公司市场策划专员；上海广典互动传媒集团公司高级商务拓展经理；海南天涯在线网络科技有限公司高级市场经理；上海聚力传媒技术有限公司高级商务拓展经理。2012年10月起，任职于上海科翼文化传播有限公司，现任科翼传播监事。

陈文先生：1981年11月出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历。历任《职场指南》杂志社记者；新闻晨报上海网频道开发主管；新闻晨报记者。2015年8月起，任职于上海科翼文化传播有限公司，现任科翼传播副总经理。

十三、标的公司报告期的会计政策及相关会计处理

（一）收入的确认原则和计量方法、应收款项坏账准备计提政策

1、收入成本的确认原则和计量方法

（1）收入确认原则

①销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2）公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3）收入的金额能够可靠地计量；4）相关的经济利益很可能流入；5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

②提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已完工作的测量确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

③让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（2）收入确认的具体方法

公司收入来源三大类：综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销、内容制作。

综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销类收入确认的方式：在完成项目合同要求的工作后，向委托方出具完工结案报告，采用完工百分比法确认相应收入与成本。

内容制作类收入确认的方式：按照报告期内制作完成后并交付委托方的期数或集数确认收入，以合同约定的每期或每集金额乘以当年完成的节目数量计算相应应确认的收入金额。

2、应收款项坏账准备计提政策

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	应收账款账面余额10%以上为标准。
单项金额重大并单项计	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计

提坏账准备的计提方法	提坏账准备。

对单项金额重大但未单项计提坏账准备的应收款项纳入信用风险特征组合计提坏账准备。

(2) 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

①具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

②以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法

账龄	应收账款 计提比例(%)	其他应收款 计提比例(%)
1年以内（含，下同）	5.00	5.00
1-2年	10.00	10.00
2-3年	30.00	30.00
3-4年	50.00	50.00
4-5年	80.00	80.00
5年以上	100.00	100.00

(3) 单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(4) 对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(二) 会计政策和会计估计与同行业或同类资产之间的差异及对拟购买资产利润的影响

科翼传播的会计政策和会计估计与同行业可比上市公司星推网络(836511)、爱尚传媒(834476)和自在传媒(834382)不存在显著差异。

（三）财务报表编制基础，确定合并报表时的重大判断和假设，合并财务报表范围、变化情况及变化原因

1、财务报表的编制基础

科翼传播财务报表以持续经营为基础编制。

2、合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》编制。

3、合并财务报表范围及其变化情况

报告期内，科翼传播纳入合并范围的子公司情况及其合并期间变化情况如下：

序号	公司名称	注册资本	截至本报告书签署日所占权益比例	合并期间
1	瑞盟文化	500万	100.00%	2015.6.30—2016.8.31
2	天时利和	50万	100.00%	2015.9.30—2016.8.31
3	霍尔果斯科翼	300万	100.00%	2016.6.12—2016.8.31

（1）2015 年 6 月 30 日，经瑞盟文化股东会决议同意，蒋榕海、邓翀将其持有的瑞盟文化 100%股权转让给科翼传播；同日，蒋榕海、邓翀与科翼传播签订《股权转让协议》，约定股权转让价格按照经评估净资产 309.16 万元确定。

（2）2015 年 9 月 1 日，经天时利和股东会决议同意，卢小丰、蒋榕海将其持有的天时利和 100%股权转让给科翼传播；2015 年 9 月 7 日，卢小丰、蒋榕海与科翼传播签订《出资转让协议》，约定股权转让价格按照经评估净资产 45.51 万元确定。

（3）2016 年 5 月，公司出资设立霍尔果斯科翼，于 2016 年 5 月 20 日办妥工商设立登记手续，并取得注册号为 91654004MA776AUM7P 的《统一社会信用代码/注册号》。

（四）资产转移剥离调整情况

报告期内，科翼传播不存在资产转移剥离调整的情况。

（五）会计政策和会计估计与思美传媒之间的差异及对拟购买资产利润的影响

科翼传播收入确认原则系根据会计准则及行业特性确定，与上市公司的收入确认原则不存在较大差异。科翼传播的重大会计政策或会计估计与上市公司不存在重大差异。

报告期内，科翼传播的重大会计政策或会计估计未发生变更、不存在按规定将要进行变更的情形。

（六）行业特殊的会计处理政策

报告期内，科翼传播不存在行业特殊的会计处理政策。

第七节 本次交易发行股份情况

一、本次交易方案

本次交易中，思美传媒拟以发行股份及支付现金相结合的方式购买掌维科技及观达影视100%的股权、发行股份购买科翼传播20%的股权，并募集配套资金，其中：

（一）拟向张子钢、鼎维投资、张瑾、萌皓投资、张萍、华睿新锐、上哲永晖、张琦以发行股份及支付现金相结合的方式购买其持有的掌维科技 97%的股权，拟向华睿文华以支付现金的方式收购其持有的掌维科技 3%的股权，其中：以发行股份的方式支付交易对价的 49.90%，总计发行股份数为 9,135,402 股；以现金的方式支付交易对价的 50.10%，总计现金 265,530,112.10 元；

（二）拟向鹿捷咨询、芒果投资、骅伟投资以发行股份及支付现金相结合的方式购买其持有的观达影视 99%的股权，拟向青春旋风以支付现金的方式收购其持有的观达影视 1%的股权，其中：以发行股份的方式支付交易对价的 57.43%，总计发行股份数为 18,192,955 股；以现金的方式支付交易对价的 42.57%，总计现金 390,398,846.26 元；

（三）拟向陆慧斐、邓翀以发行股份的方式购买其持有的科翼传播 20%的股权，总计发行股份数为 3,454,230 股；

（四）本次交易拟向不超过 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 74,143.17 万元，且不超过本次拟以发行股份方式购买资产交易价格的 100.00%；发行股份数量不超过 2,547 万股。

本次交易完成后，思美传媒将持有掌维科技、观达影视及科翼传播 100%股权。本次重组中，针对不同标的资产的交易互不为前提，任何一项因未获得所需的批准而无法实施不影响其他交易的实施。

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，募集配套资金成功与否不影响发行股份及支付现金购买资产的履行及实施。发行股份募集配套资金在发行股份及支付现金购买资产的基础上实施，前述三项标的资

产中任一项获准实施，则发行股份募集配套资金均可申请实施，但募集配套资金金额不超过本次交易中以发行股份方式购买资产的交易价格 100%。

二、本次发行股份具体情况

（一）发行种类和面值

本次向特定对象发行的股票为人民币普通股（A 股），每股面值人民币 1.00 元。

（二）发行方式及发行对象

1、发行股份购买资产

本次发行股份购买资产的发行方式为定向发行，发行对象为张子钢、鼎维投资、张瑾、萌皓投资、张萍、华睿新锐、上哲永晖、张琦、鹿捷咨询、芒果投资、骅伟投资、陆慧斐、邓翀。

2、发行股份募集配套资金

本次发行股份募集配套资金的发行方式为非公开发行，发行对象为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、其它境内法人投资者和自然人等不超过 10 名特定投资者。

（三）发行股份的定价依据、定价基准日和发行价格

1、购买资产发行股份的定价依据、定价基准日和发行价格

本次交易涉及的发行股份购买资产定价基准日为公司第三届董事会第二十九次会议决议公告日，即 2016 年 8 月 3 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。

本次发行股份购买资产交易上市公司采用董事会决议公告日前 60 个交易日的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%作为发行价格的基础,即 86.98 元/股。

根据公司 2015 年度利润分配方案,公司向全体股东每 10 股转增 20 股,每 10 股派发现金股利 1.50 元(含税)。2016 年 6 月 17 日,上述利润分配方案实施完毕,公司购买资产的股份发行价格和发行数量上限将进行相应调整,调整后价格为 28.95 元/股。

定价基准日至本次发行股份在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记至各交易对方名下之日期间,上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项,本次发行股份的发行价格和发行数量将作相应调整。

2、募集配套资金发行股份的定价依据、定价基准日和发行价格

根据《上市公司证券发行管理办法》的相应规定,本次发行股份募集配套资金的发行底价为定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%,即不低于 87.47 元/股。

根据公司 2015 年度利润分配方案,公司拟向全体股东每 10 股转增 20 股,每 10 股派发现金股利 1.50 元(含税)。2016 年 6 月 17 日,上述利润分配方案实施完毕,公司本次发行股份募集配套资金的股份发行价格和发行数量上限将进行相应调整,调整后发行价为不低于 29.11 元/股,根据上述发行底价计算,发行股份数量为不超过 2,547 万股。

定价基准日至本次发行股份在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记至各交易对方名下之日期间,上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项,本次发行股份的发行价格和发行数量将作相应调整。

(四) 发行数量

1、发行股份购买资产

公司本次发行股份购买资产的发行价格为 28.95 元/股,发行股份数量为 30,782,587 股,具体情况如下:

标的公司	交易对方	交易对方在标的公司的持股比例（%）	股份对价金额（元）	股份对价数量（股）
掌维科技	张子钢	71.50	189,474,999.75	6,544,905
	鼎维投资	10.00	26,499,990.45	915,371
	张瑾	7.00	18,549,973.05	640,759
	萌皓投资	3.20	10,175,982.90	351,502
	张萍	2.00	5,299,992.30	183,074
	华睿新锐	2.00	10,599,984.60	366,148
	上哲永晖	0.80	2,543,981.25	87,875
	张琦	0.50	1,324,983.60	45,768
	小计	97.00	264,469,887.90	9,135,402
观达影视	鹿捷咨询	88.58	486,785,622.90	16,814,702
	芒果投资	8.33	31,920,356.85	1,102,603
	骅伟投资	2.08	7,980,067.50	275,650
	小计	99.00	526,686,047.25	18,192,955
科翼传播	陆慧斐	10.00	49,999,979.25	1,727,115
	邓翀	10.00	49,999,979.25	1,727,115
	小计	20.00	99,999,958.50	3,454,230
合计		-	891,155,893.65	30,782,587

发行数量将以中国证监会最终核准的发行数量为准。

定价基准日至本次发行股份在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记至各交易对方名下之日期间，上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行股份的发行价格和发行数量将作相应调整。

2、发行股份募集配套资金

上市公司通过询价方式非公开发行股份募集配套资金不超过 74,143.17 万元，且不超过本次交易中以发行股份方式购买资产的交易价格 100%，根据本次发行股份募集配套资金的发行底价 29.11 元/股计算，股份发行数量不超过 2,547 万股，若经合法程序调整发行底价的，发行股份数量根据调整后的发行价格相应进行调整。在该范围内，最终发行数量将由董事会根据股东大会的授权，按照相关法律、行政法规及规范性文件的规定，依据发行对象申购报价的情况，与本次交易的独立财务顾问协商确定。

在本次发行的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等除权除息事项，本次发行股份的发行价格和发行数量将做相应调整。

本次重组中，针对不同标的资产的交易不互为前提，任何一项因未获得所需的批准而无法实施不影响其他交易的实施；如果存在不能实施的交易导致相应的股份支付对价发生变化，公司股东大会授权董事会根据相关法律法规的规定调整本次重组募集配套资金方案，募集配套资金比例不超过拟购买资产交易价格的100%，“拟购买资产交易价格”指本次交易中以发行股份方式购买资产的交易价格，但不包括交易对方在本次交易停牌前六个月内及停牌期间以现金增资入股标的资产部分对应的交易价格。

如证监会、交易所在本次发行实施前有其他应适用于本次发行的相关规定，股东大会授权董事会对根据上述规定对发行数量及发行方式进行相应调整。

（五）上市地点

本次交易所发行的股票拟在深圳证券交易所中小板上市。

（六）锁定期

1、发行股份购买资产

根据思美传媒（以下简称“受让方”）与各交易对方（以下简称“转让方”）分别签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》及相关当事人出具的《承诺函》，本次发行中认购的受让方股份按照如下约定解除限售：

（1）掌维科技

①张子钢在本次发行中认购的受让方股份自该新增股份上市日起12个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售：

自上述股份上市之日起满12个月之后，掌维科技2016年度的《专项审核意见》已经出具并且张子钢、张瑾、张萍、张琦、杭州鼎维投资管理合伙企业（有限合伙）作为管理层股东（以下简称“掌维科技管理层股东”）已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述

股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中张子钢应补偿股份数的部分解除限售；

自上述股份上市之日起满 12 个月之后，掌维科技 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且掌维科技管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中张子钢应补偿股份数的部分解除限售；

自上述股份上市之日起满 36 个月之后，掌维科技 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且掌维科技管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 20%扣除上述补偿义务履行过程中张子钢应补偿股份数的部分解除限售；

自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。

②张瑾、张萍、张琦按照如下约定解除锁定：

若本次交易张瑾、张萍、张琦认购的受让方股份在 2016 年 8 月 31 日之前完成新增股份登记，则自上述新增股份上市日起 36 个月内不得转让。自上述新增股份上市日起 36 个月届满后张瑾、张萍、张琦各自所持 85%股份扣除已补偿股份（如有）解除限售，自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。

若在本次交易中张瑾、张萍、张琦认购的受让方股份在 2016 年 8 月 31 日之后完成新增股份登记，该新增股份上市日起 12 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售：

自上述股份上市之日起满 12 个月之后，掌维科技 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且张瑾、张萍、张琦已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 25%扣除上述补偿义务履行过程中张瑾、张萍、张琦应补偿股份数的部分解除限售；

自上述股份上市之日起满 24 个月之后，掌维科技 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且张瑾、张萍、张琦已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务

（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中张瑾、张萍、张琦应补偿股份数的部分解除限售；

自上述股份上市之日起满 36 个月之后，掌维科技 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且张瑾、张萍、张琦已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中张瑾、张萍、张琦应补偿股份数的部分解除限售；

自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。

③杭州鼎维投资管理合伙企业（有限合伙）在本次发行中认购的受让方股份自该新增股份上市日起 36 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售：

自上述股份上市之日起满 36 个月之后，掌维科技 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且掌维科技管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 85%扣除上述补偿义务履行过程中鼎维投资应补偿股份数的部分解除限售；

自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。

张子钢作为鼎维投资之执行事务合伙人，通过持有鼎维投资财产份额而间接持有的股份亦遵循上述锁定承诺。

④杭州萌皓投资管理合伙企业（有限合伙）、诸暨华睿新锐投资合伙企业（有限合伙）、宁波高新区上哲永晖投资管理合伙企业（有限合伙）认购的思美传媒股份自上述新增股份上市日起 36 个月内不得转让。

⑤张子钢、张瑾、张萍、张琦、杭州鼎维投资管理合伙企业（有限合伙）作为掌维科技管理层股东按照上述约定承担对应的限售义务。如掌维科技管理层股东因履行业绩承诺补偿义务导致其持有的股份数减少，则计算当期可解除限售的股份数时扣除上述已经减少的股份数；如掌维科技管理层股东因履行业绩承诺补

偿义务导致其累计减少的股份数高于当期累计可以解除限售的股份数，则当期不解除限售。

（2）观达影视

①上海鹿捷企业管理咨询合伙企业（有限合伙）作为管理层股东之一（以下简称“观达影视管理层股东”）在本次发行中认购的受让方股份的锁定方式：

观达影视管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市之日起满 12 个月内不得转让，自上述股份上市起满 12 个月后、观达影视业绩承诺期间 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且观达影视管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），观达影视管理层股东本次发行中认购的受让方股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中观达影视管理层股东应补偿股份数的部分解除限售。

观达影视管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市之日起满 24 个月后、观达影视业绩承诺期间 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且观达影视管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），观达影视管理层股东本次发行中认购的受让方股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中观达影视管理层股东应补偿股份数的部分解除限售。

观达影视管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市之日起满 36 个月后、观达影视业绩承诺期间 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且观达影视管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），观达影视管理层股东本次发行中认购的受让方股份的 20%扣除上述补偿义务履行过程中观达影视管理层股东应补偿股份数的部分解除限售。

观达影视管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市之日起满 48 个月后观达影视管理层股东持有的剩余 20%股份扣除约定的暂缓解锁部分的其他剩余股份解除限售。

周丹、沈璐和严俊杰三位自然人所持有的鹿捷咨询的合伙份额亦遵循上述锁定期的承诺。

暂缓解除锁定的股份：

暂缓解除锁定股份数=2,000 万元/发行价格

2018 年应收账款=2018 年度审计报告中观达影视的应收账款总额(扣除思美传媒及其关联公司的应收账款)

2018 年应收账款之当年坏账准备=2018 年度审计报告中观达影视计提的坏账准备余额(扣除针对思美传媒及其关联公司的应收账款计提的坏账准备余额)

2018 年应收账款之 2020 年坏账准备=2020 年度 9 月 30 日三季度报告中对于观达影视 2018 年应收账款尚未收回部分计提的坏账准备余额(扣除针对思美传媒及其关联公司的应收账款计提的坏账准备余额)

新增坏账准备=2018 年应收账款之 2020 年坏账准备-2018 年应收账款之当年坏账准备

受让方委托其年报审计机构于受让方出具 2020 年三季度报表出具后的 30 个工作日内，对观达影视 2018 年应收账款截至 2020 年 9 月 30 日尚未收回的部分进行坏账准备核定：①如新增坏账准备小于或等于 0，且自观达影视管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市日起满 48 个月后，暂缓解除锁定的股份全额解除锁定；②如新增坏账准备大于 0，则观达影视管理层股东应按新增坏账准备金额对受让方进行现金补偿且该等现金补偿金额上限不超过 2,000 万元。管理层支付完毕上述现金补偿且自观达影视管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市日起满 48 个月后，暂缓解除锁定的股份全额解除锁定。

如观达影视管理层股东在审计机构出具 2018 年应收账款之 2020 年坏账准备核定结果后 30 个工作日内，对新增坏账准备金额没有提出异议且没有支付新增坏账准备的现金补偿，则上述暂缓解除锁定股份自观达影视管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市日起满 48 个月后或受让方出具 2018 年应

收账款之 2020 年坏账准备核定结果后满 30 个工作日（孰晚），按照如下公式计算的股份数解除锁定：

$$\text{解除锁定之股份数} = (2,000 \text{ 万元} - \text{新增坏账准备}) / \text{发行价格}$$

对于上述公式计算的可以解除锁定之股份数以外的剩余暂缓解除锁定股份数于 2020 年 12 月 31 日前予以全部注销，解除锁定之股份数如为零或负数，则暂缓解除锁定股份数全额注销。上述注销完成后，观达影视管理层股东不再就上述新增坏账准备承担其他补偿责任。

若管理层已支付的现金补偿对应的应收帐款或上述已注销股份对应的应收账款于管理层支付现金补偿或注销股份后收回，则观达影视管理层股东应得到与其支付的现金补偿等额的现金补偿，或与上述已注销股份按发行价格与注销股份数的乘积等额的现金补偿，该等现金补偿应于受让方确认上述应收帐款已收回的当期季报、半年报或年报出具后的 30 个工作日内支付，观达影视管理层股东拥有观达影视 2018 年应收账款截至该季度最后一天的收回情况的知情权。

如观达影视管理层股东对于 2020 年 9 月 30 日经审计/审阅计提的 2018 年 12 月 31 日应收账款坏账准备有异议，或对受让方此后按季度提交应收帐款收回情况的核定报告结果有异议，或受让方未履行按季度提交应收账款收回情况的核定报告，则观达影视管理层股东可自行委托其他有证券从业资格的会计师事务所进行独立审计和核定，受让方应予以全面配合，双方对最终审计结果和核定结果不能达成合意的，按照本协议约定的纠纷解决机制予以处理。

②芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）、上海骅伟股权投资基金合伙企业（有限合伙）在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市日起满 36 个月内不得转让。

③如观达影视管理层股东因履行业绩承诺补偿义务导致其持有的股份数减少，则计算当期可解除限售的股份数时扣除上述已经减少的股份数；如观达影视管理层股东因履行业绩承诺补偿义务导致其累计减少的股份数高于当期累计可以解除限售的股份数，则当期不解除限售。

（3）科翼传播

陆慧斐、邓翀在本次交易中认购的受让方股份，自上述股份上市日起满 24 个月届满、科翼传播 2018 年度专项审核意见已经出具、且转让方已履行完毕其应当履行的利润补偿义务（如有）后，解锁 50%；剩余股份于科翼传播 2019 年度审计报告出具后解锁，上述时间以较晚成就的时间为准。

上述解锁条件成就后，暂缓锁定的股份应按照如下约定解锁：

暂缓解除锁定股份数=人民币 1,000 万元/发行价格

暂缓解除锁定股份根据科翼传播自 2019 年 1 月 1 日起每年度截至 6 月 30 日及 12 月 31 日经思美传媒年度审计之会计师审阅/审计确定的应收账款回收情况确定上述暂缓解除锁定股份的解锁：

上述暂缓解除锁定股份于上述任一会计期末后解除锁定之股份数=[1,000 万元-(截至 2018 年 12 月 31 日科翼传播经审计确认的应收账款净额-截至该会计期末上述净额已收回金额)]/发行价格

上述股份解除锁定时间为思美传媒该会计期对应审计报告/审阅报告出具之日起 15 日内，上述公式计算之股份数小于等于零的则当期不予解锁。

2、募集配套资金发行股份的锁定安排

参与配套募集资金认购的投资者以现金认购的股份自股份发行上市之日起 12 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。

（七）募集配套资金用途

本次重大资产重组，上市公司通过询价方式非公开发行股份募集配套资金不超过 74,143.17 万元，募集资金的用途如下表所示：

序号	项目名称	拟使用募集资金投入金额（万元）	占比（%）
1	支付本次重组现金对价	65,592.90	88.47
2	预计支付本次交易相关费用	4,000.00	5.39

3	掌维科技动漫 IP 库建设项目	4,550.27	6.14
	合 计	74,143.17	100.00

配套募集资金款项，在扣除 1、2 两项支出后，所余款项用于项目 4。项目 4 所预计所需款项 4,575 万元，若存在资金缺口由掌维科技自筹解决。

掌维科技动漫 IP 库建设项目已于取得杭州市上城区发展与改革委员会颁发的编号为上发改投备案[2016]22 号的《项目备案通知书》。

若上市公司实际支付本次重组现金对价、支付本次交易相关费用等的时间早于本次交易募集配套资金到账的时间，则在本次交易募集配套资金到账后以募集资金置换上市公司先行支付的资金。

三、本次交易前后主要财务数据比较

根据天健会计师出具的天健审（2016）7827号《审阅报告》并经计算，本次发行股份及支付现金购买资产前后上市公司主要财务指标比较如下：

项 目	财务数据 (万元)	备考财务数据 (万元)	增长率 (%)
2016 年 8 月 31 日/2016 年 1-8 月			
总资产（万元）	268,326.07	433,393.04	61.52
归属于母公司所有者的权益（万元）	142,839.33	295,980.95	107.21
营业收入（万元）	238,441.23	266,545.77	11.79
利润总额（万元）	12,659.12	22,754.59	79.75
净利润（万元）	9,138.69	18,389.27	101.22
归属于母公司股东净利润（万元）	8,624.88	18,427.13	113.65
每股收益（元/股）	0.31	0.59	90.32
2015 年 12 月 31 日/2015 年度			
总资产（万元）	169,337.55	321,969.90	90.13
归属于母公司所有者的权益（万元）	92,793.40	237,880.61	156.36
营业收入（万元）	249,372.63	277,671.14	11.35
利润总额（万元）	11,876.24	18,074.75	52.19
净利润（万元）	8,880.04	13,616.33	53.34
归属于母公司股东净利润（万元）	8,833.40	13,584.88	53.79
每股收益（元/股）	1.03	1.42	37.86

本次发行股份及支付现金购买资产完成后，上市公司的资产规模、营业收入、净利润、每股收益等指标均将得到显著提高，上市公司的盈利能力进一步增强。

四、本次发行前后公司股本结构变化

本次交易前上市公司总股本为 285,865,230 股，按照本次交易方案，上市公司本次将发行 30,782,587 股股票及支付 655,928,958.36 元现金用于购买掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 20%股权。拟发行普通股不超过 2,547 万股用于募集配套资金。

本次发行股份及支付现金购买资产前后公司的股权结构变化如下表所示：

主体	股东名称	本次发行股份及支付 现金购买资产前		发行后			
				配套融资前		配套融资后	
		持股数量 (股)	持股比例 (%)	持股数量 (股)	持股比例 (%)	持股数量 (股)	持股比例 (%)
上市公司	朱明虬	131,573,433	46.03	131,573,433	41.55	131,573,433	38.46
	首创投资	16,116,327	5.64	16,116,327	5.09	16,116,327	4.71
	董监高持股	7,206,921	2.52	7,206,921	2.28	7,206,921	2.11
	上市公司现有其他股东	130,968,549	45.81	130,968,549	41.36	130,968,549	38.28
	小计	285,865,230	100.00	285,865,230	90.28	285,865,230	83.56
掌维科技	张子钢	-	-	6,544,905	2.07	6,544,905	1.91
	鼎维投资	-	-	915,371	0.29	915,371	0.27
	张瑾	-	-	640,759	0.20	640,759	0.19
	萌皓投资	-	-	351,502	0.11	351,502	0.10
	张萍	-	-	183,074	0.06	183,074	0.05
	华睿新锐	-	-	366,148	0.12	366,148	0.11
	上哲永晖	-	-	87,875	0.03	87,875	0.03
	张琦	-	-	45,768	0.01	45,768	0.01
观达影视	鹿捷咨询	-	-	16,814,702	5.31	16,814,702	4.91
	芒果投资	-	-	1,102,603	0.35	1,102,603	0.32
	骅伟投资	-	-	275,650	0.09	275,650	0.08
科翼传播	陆慧斐	-	-	1,727,115	0.55	1,727,115	0.50
	邓翀	-	-	1,727,115	0.55	1,727,115	0.50

配套融资认购对象	-	-	-	-	25,470,000	7.44
合计	285,865,230	100.00	316,647,817	100.00	342,117,817	100.00

注：配套融资后的股权结构按募集配套资金发股数量上限计算。

五、本次交易未导致公司控制权变化

朱明虬直接持有本公司46.03%的股份，同时持有本公司股东首创投资42.99%的合伙份额，首创投资直接持有公司5.64%股份，朱明虬为公司的控股股东及实际控制人。

本次发行股份及支付现金购买资产完成后，朱明虬持有公司股份的比例将由本次交易前的46.03%降为38.46%，首创投资对公司股权的持有比例由本次交易前的5.64%降为4.71%，朱明虬仍为公司控股股东及实际控制人，本次交易未导致公司控制权发生变化。

六、本次募集配套资金用途

（一）本次募集配套资金的使用计划及其合规性

本次募集配套资金的使用计划如下表所示：

序号	项目名称	拟使用募集资金投入金额（万元）	占比（%）
1	支付本次重组现金对价	65,592.90	88.47
2	预计支付本次交易相关费用	4,000.00	5.39
3	掌维科技动漫 IP 库建设项目	4,550.27	6.14
	合计	74,143.17	100.00

配套募集资金款项，在扣除1、2两项支出后，所余款项用于项目4。项目4所预计所需款项4,575万元，若存在资金缺口由掌维科技自筹解决。

掌维科技动漫IP库建设项目已于取得杭州市上城区发展与改革委员会颁发的编号为上发改投备案[2016]22号的《项目备案通知书》。

本次拟购买资产交易价格为154,708.49万元，其中以发行股份方式购买资产的交易价格为89,115.59万元，本次交易募集配套资金合计74,143.17万元，比例不超过本次不超过本次交易中以发行股份方式购买资产的交易价格100%，符合《重组管理办法》、《证券期货法律适用意见第12号》、《关于上市公司发行股份购

买资产同时募集配套资金的相关问题与解答》等相关法律法规的规定。

（二）本次募集配套资金投资项目具体情况分析

1、支付本次重组现金对价

根据本次交易方案，本次交易公司拟向标的掌维科技的交易对方支付现金对价26,553.01万元，向标的观达影视的交易对方支付现金对价39,039.88万元，总计65,592.90万元，本公司拟使用募集配套资金中的65,592.90万元支付该现金对价。

2、预计支付本次交易相关费用

支付本次交易的相关费用预计金额为4,000.00万元。

3、掌维科技动漫IP库建设项目

（1）项目概况

随着原创版权价值的逐步提升，对于优秀的原创版权的采购也进入白热化状态。掌维科技拟利用自身的IP储备，通过聘请外部动画画家绘制动漫作品，本期目标为绘制100部动漫作品，初步搭建动漫阅读平台，以增强掌维科技在数字阅读领域的竞争力，同时将业务范围从小说阅读扩展到动漫阅读，进而实现自身IP储备价值的衍生拓展。

（2）募投项目的具体计划、进度安排及投资回报率

实施主体：掌维科技

项目建设期：2017年1月至2019年12月

项目所需资金：人民币4,575万元，具体构成如下表所示：

序号	投入	数量	金额（万元）	占比（%）
一	无形资产投资			
1	动漫作品绘制	100 部	3,000	65.57%
二	IDC 服务器租赁	3 年	225	4.92%
三	运维人员费用	40 人，3 年	1,350	29.51%
	合计	-	4,575	100.00%

项目投入的具体计划如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	第一年		第二年		第三年	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
1	动漫作品绘制（单位：部）	30	900	30	900	40	1200
2	IDC 租赁费用		50		75		100
3	运维人员（单位：人）	20	300	30	450	40	600
3.1	其中：编辑人员	10	100	15	150	20	200
3.2	技术人员	10	200	15	300	20	400

掌维科技计划通过本次项目，提升其在优质IP衍生效益挖掘的能力，同时扩充优质IP的变现渠道。同时，通过实施本项目，有利于提升掌维科技整体业务的影响力和市场竞争力。经测算，该项目的预计收益如下表所示：

单位：万元

时间	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
预测收入	-	225	1,344	2,520	2,976	3,410	3,875	4,320	4,480	4,480
预测净利润	-88	-485	75	662	1,028	1,334	1,664	1,979	2,065	2,022

该项目的税后内部收益率为16.77%，总投资收益率为25.12%。

本次募投项目对掌维科技业绩考核的影响：

根据上市公司与张子钢等相关业绩补偿责任人签署的《关于杭州掌维科技股份有限公司之业绩补偿协议之补充协议》：在业绩承诺期间，因掌维科技使用本次交易的配套募集资金，实施 IP 募投项目，对掌维科技进行业绩考核时应扣除上述配套募集资金投入带来的影响，掌维科技使用的配套募集资金对应的财务费用在业绩承诺期间计算标的公司考核实现的净利润时不予计算，上述募投项目产生的盈利或亏损（如有）均不计入掌维科技考核实现的净利润中。

经核查，独立财务顾问认为：（1）募集资金有明确用途；（2）上市公司在业绩承诺期内对掌维科技进行业绩考核时已扣除上述募集资金投入带来的影响。

（3）可行性分析

在“以IP为核心”的发展思路下，掌维科技积极开展已有IP储备的衍生开发运营。掌维科技对拥有版权的数字内容深度挖掘，经过筛选和审核，将优质数字内容改编为影视剧、游戏、动漫作品等产品，或将优质内容的改编权授权给其他第三方进行数字内容改编。目前，掌维科技已与万花筒影业（天津）有限公司签订《影视投资合作协议》，就掌维科技热门小说作品《天价前妻》进行网络剧的衍生开发。

同时，基于动漫广为流行的大背景，且杭州是中国主要的动漫之都，可以进行业务委托的动漫画家相对充裕。掌维科技将立足自身的IP储备，委托外部动漫画家进行动漫绘制，以提升IP的价值。

①掌维科技已具备上规模的网络小说的 IP 储备

IP 是动漫产业链的核心，整个动漫产业链都围绕 IP 而展开。掌维科技目前拥有 2000 多项小说 IP，具有往动漫阅读方向发展的 IP 基础。在“以 IP 为核心”的发展思路下，掌维科技已积极开展 IP 的衍生开发运营。掌维科技对拥有版权的数字内容深度挖掘，经过筛选和审核，将优质数字内容改编为影视剧、游戏、动漫作品等产品，或将优质内容的改编权授权给其他第三方进行数字内容改编。掌维科技势必需要跟上文化产业的发展趋势，充分发掘现有 IP 储备的价值。

②掌维科技拥有在文化创意产业经营的成功经验

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，致力于为网络用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务，其主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。掌维科技业务发展势头良好，在行业、技术和营运等方面成功经验的将有助于本项目的顺利实施。

③现有业务平台可以提供优质的用户资源

目前，掌维科技已拥有为数众多的活跃用户，均为网络文学爱好者和消费者，网络文学的爱好者中有大比例的动漫爱好者，庞大的用户群体为本项目实施提供了优质的用户资源。此外，公司从初创到现阶段的成功发展经验，也为该项目后续用户的开拓提供坚实的保障。

掌维科技现有平台用户不仅有可能成为未来动漫阅读平台的首批用户，而且

其当前的用户行为数据经公司大数据分析后可直接指导本次募集资金投资项目的开发，帮助公司搭建用户友好的系统平台。

七、本次募集配套资金使用的必要性分析

本次非公开发行股份募集配套资金不超过 74,143.17 万元，募集资金金额不超过本次交易中以发行股份方式购买资产的交易价格 100%。配套资金中 4,000.00 万元用于支付本次交易相关费用，65,592.90 万元用于支付本次重组现金对价，剩余金额用于掌维科技动漫 IP 库建设项目。

（一）支付本次重组现金对价的必要性

本次交易中，公司需向交易对方支付合计 65,592.90 万元现金对价，所需支付款项金额较大。截至 2016 年 3 月 31 日，上市公司合并报表货币资金余额为 24,539.81 万元，资产负债率为 53.67%，如若凭借公司自有资金，则上述款项压力较大，而且考虑到上市公司现有货币资金需要继续满足其持续经营的需要，并需要为应对偶发性风险事件等临时性波动，预留一部分预防资金；如若通过部分银行借款支付，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本次交易的 65,592.90 万元现金对价。

（二）掌维科技动漫 IP 库建设的必要性

掌维科技是一家专业的、优秀的网络文学版权运营商，致力于为网络用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务，其主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。掌维科技已经在数字阅读领域，而版权衍生业务则相对处于落后，掌维科技亟需对已有的 IP 储备进行深入挖掘，此次动漫 IP 库的建设项目即是弥补短板之举，同时，通过该项目的实施，掌维科技将业务领域由文字阅读延伸至漫画阅读，可以有效增强其在网络文学领域的综合实力。

1、国家政策鼓励文化产业及动漫产业发展

2009 年 7 月，国务院审议通过《文化产业振兴规划》，将文化创意、影视制作和动漫产业列为重点发展的产业方向；2009 年 9 月，文化部发布《文化产业

投资指导目录》，将数字内容产品开发、网络游戏、动漫创作、动漫服务平台、动漫衍生产品开发等行业列为鼓励类产业；2013年8月，国务院发布《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》，提出加强数字文化内容产品和服务开发，建立数字内容生产、转换、加工、投送平台，丰富信息消费内容产品供给，推动优秀文化产品网络传播；2014年3月，国务院发布《国务院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》，将加快数字内容产业发展作为重点任务，深入挖掘优秀文化资源，推动动漫游戏等产业优化升级，打造民族品牌。

2、我国文化产业快速发展

随着人民群众精神文化需求的不断增强，在国家政策扶持、市场需求旺盛、内容技术创新、产业融合整合等综合因素的共同推动下，我国的文化产业已处于快速发展阶段。过去十年，文化产业增幅一直快于GDP增幅，2004年我国全部文化产业增加值为3,440亿元，占GDP的2.15%，2015年我国文化产业增加值为27,235亿元，占GDP的3.97%。党的十八大报告指出，要将文化产业培育成为国民经济支柱性产业，我国文化产业仍拥有广阔的发展空间。

3、我国动漫产业市场广阔

近年来，我国动漫产业发展迅猛。随着互联网的日益普及和中国网民的持续快速增长，互联网的迅速发展为网络动漫的兴起创造了条件，一批新媒体动漫平台迅速成长起来，主要以互联网网站形式呈现动漫，逐渐取代以杂志为主要载体的传播方式，自此开启了网络动漫时代。2013年起，中国移动互联网带宽的提升极大的推动了移动互联网的普及，为手机动漫的发展带来了新的契机，手机（移动终端）动漫标准的出台进一步推进了手机动漫行业的规范化。随着智能终端的快速普及和移动网络的高速发展，移动新媒体动漫正呈现爆发式的发展态势，我国动漫产业正从传统媒体向新媒体加速迁移，数字动漫产品的互联网化已成为不可逆转的潮流趋势。

据《中国动漫产业发展报告（2015）》，从总产值上来看，我国动漫产业总产值从2011年的621.72亿元增长到2014年的超过1000亿，年化复合增长率约为17.17%，与此同时2014年我国核心二次元用户规模达到4984万人，而泛二次元

用户规模达到 1 亿人，未来随着动漫 IP 化运营日益显著，动画电影不断渗透，动漫用户的规模将不断增大。预计到 2020 年，中国动漫产业有望在现有规模的基础上翻一番，产值规模突破 2,000 亿元。

4、网络文学改编动漫已经成为趋势

艾瑞的报告数据显示，网文读者观看动画片、动画电影和漫画的比例也非常高，都超过了 50%以上。在消费方面，36.4%的网文读者没有进行过动漫消费，31.5%的用户购买过漫画，购买周边、手办以及虚拟消费的用户比例也都在 15%以上。不过，在消费金额方面，大多数人在动漫领域的消费都在 50 元以上和 500 元以下。

唐家三少的网文代表作《斗罗大陆》改编成漫画，单行本单册销量过百万；天蚕土豆的网络小说《斗破苍穹》改编漫画，常年占据各大漫画平台排行榜前三位；腾讯动漫依据《从前有座灵剑山》的小说改编为漫画作品，与其他几部漫画作品更是以高达 1 亿元的 IP 授权金授给某上市公司进行影视游戏产品的开发。从用户端的认可，到泛娱乐产业链之间的追捧，说明漫画在文化产业链中具备了成熟的市场影响力，已经成为小说 IP 在泛娱乐规划中重要的延伸热点。

（三）本次募集配套资金管理和使用的内部控制制度

为了规范募集资金的管理和使用、切实保护投资者利益、提高资金使用效率和效益，公司根据《公司法》、《证券法》、《中小企业板上市公司规范运作指引》、《上市规则》等法律、法规和规范性文件规定，结合实际情况，制定了《募集资金管理制度》。

根据《募集资金管理制度》规定，上市公司募集资金应当存放于董事会决定的专户集中管理，专户不得存放非募集资金或用作其它用途。

1、公司应当按照募集资金投资计划使用募集资金，做到募集资金使用的规范、公开和透明。出现严重影响募集资金使用计划正常进行的情形时，公司应当及时报告深圳证券交易所并公告。

2、公司应当在召开董事会和股东大会审议通过变更募集资金投向议案后，方可变更募集资金投向。

3、募集资金投资项目不得为持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资，不得直接或者间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司。公司不得将募集资金用于质押、委托贷款或其他变相改变募集资金用途的投资。

4、公司应当确保募集资金使用的真实性和公允性，防止募集资金被关联人占用或挪用，并采取有效措施避免关联人利用募集资金投资项目获取不正当利益。公司股东不得挪用或占用募集资金。

八、前次募集资金使用情况

根据天健会计师出具的“天健审〔2016〕6818号”《前次募集资金使用情况鉴证报告》，上市公司最近5年的募集资金及使用情况如下：

（一）募集资金的基本情况

1、2014年公开发行股票募集资金情况

经中国证券监督管理委员会证监许可〔2014〕31号文核准，并经深圳证券交易所同意，本公司由主承销商国信证券股份有限公司采用公开募集和老股转让方式，向社会公众公开发行人民币普通股（A股）股票21,329,878股，其中老股发售数量为8,978,369股，新股发行数量为12,351,509股，发行价为每股人民币25.18元，共计募集资金311,010,996.62元，坐扣承销和保荐费用27,500,000.00元后的募集资金为283,510,996.62元，已由主承销商国信证券股份有限公司于2014年1月16日汇入本公司募集资金监管账户。另减除上网发行费、招股说明书印刷费、申报会计师费、律师费、评估费等与发行权益性证券直接相关的新增外部费用7,920,819.51元后，公司本次募集资金净额为275,590,177.11元。上述募集资金到位情况业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）验证，并由其出具《验资报告》（天健验〔2014〕9号）。

2、2016年非公开发行股票募集资金情况

经中国证券监督管理委员会证监许可〔2016〕350号文核准，并经深圳证券交易所同意，本公司由主承销商中信建投证券股份有限公司采用非公开募集方式，向特定对象非公开发行人民币普通股（A股）股票4,640,740股，发行价为

每股人民币 62.49 元，共计募集资金 289,999,842.60 元，坐扣承销和保荐费用 10,000,000.00 元后的募集资金为 279,999,842.60 元，已由主承销商中信建投证券股份有限公司于 2016 年 4 月 8 日汇入本公司募集资金监管账户。另减除上网发行费、招股说明书印刷费、申报会计师费、律师费、评估费等与发行权益性证券直接相关的新增外部费用 6,277,072.40 元后，公司本次募集资金净额为 273,722,770.20 元。上述募集资金到位情况业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）验证，并由其出具《验资报告》（天健验〔2016〕96 号）。

（二）募集资金使用和结余情况

1、2014 年公开发行股票募集资金情况

截至 2016 年 5 月 31 日，本公司已累计使用前次募集资金 27,918.19 万元，累计收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额为 359.17 万元，募集资金无余额。

2、2016 年非公开发行股票募集资金情况

截至 2016 年 5 月 31 日，本公司已累计使用前次募集资金 17,400.00 万元，扣除银行手续费 0.08 万元，募集资金余额为 11,599.90 万元（包括累计收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额）。

3、本公司前次募集资金在银行账户的存储情况

截至 2016 年 5 月 31 日，本公司前次募集资金在银行账户的存储情况如下：

单位：人民币万元

开户银行	银行账号	初始存放金额	2016 年 5 月 31 日余额	备注
杭州银行股份有限公司	3301040160001260861	20,000.00	—	2014 年公开发行股票募集资金专户
中国民生银行股份有限公司	626593399	7,559.00	—	2014 年公开发行股票募集资金专户
中国农业银行股份有限公司	19005401040002300	0.02		基本户
杭州银行股份有限公司	3301040160004702588	5,249.80[注]		2016 年非公开发行股票募集资金专户

杭州银行股份有限公司	3301040160004702679	8,250.18	4,349.96	2016 年非公开发行股票募集资金专户
杭州银行股份有限公司	3301040160004702646	14,500.00	7,249.94	2016 年非公开发行股票募集资金专户
合计		55,559.00	11,599.90	

注：已坐扣承销费和发行股份购买资产财务顾问费 1,000.00 万元。

（三）前次募集资金实际使用情况

2014 年公开发行股票募集资金使用情况对照表

截至 2016 年 5 月 31 日

单位：人民币万元

募集资金总额：27,559.02						已累计使用募集资金总额：27,918.19				
变更用途的募集资金总额：5,208.89						各年度使用募集资金总额：27,918.19				
变更用途的募集资金总额比例：18.90%						2014 年：22,582.97				
						2015 年：5,208.89				
						2016 年：126.33				
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状态日期 (或截止日项目完工程度)
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额	
1	媒介传播研发中心项目	媒介传播研发中心项目	7,559.00	2,523.92	2,523.92	7,559.00	2,523.92	2,523.92		100.00
2	扩大媒介代理规模项目	扩大媒介代理规模项目	20,000.00	20,000.00	20,185.38	20,000.00	20,000.00	20,185.38	185.38[注]	100.93
3		永久补充流动资金		5,035.08	5,208.89		5,035.08	5,208.89	173.81[注]	103.45
	合计		27,559.00	27,559.00	27,918.19	27,559.00	27,559.00	27,918.19	359.19	

注：累计收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额。

2014 年公开发行股票募集资金投资项目实现效益情况对照表

截至 2016 年 5 月 31 日

单位：人民币万元

序号	实际投资项目 项目名称	截止日投资项目 累计产能利用率	承诺效益	最近两年一期实际效益			截止日 累计实现效益	是否达到 预计效益
				2014 年	2015 年	2016 年 1-5 月		
1	媒介传播研发中心项目 [注 1]	不适用	不适用					—
2	扩大媒介代理规模项目 [注 2]	不适用	未承诺	1,103.01		5.12	1,108.13	—
3	永久补充流动资金	不适用	未承诺					
	合计			1,103.01		5.12	1,108.13	

注 1：媒介传播研发中心项目的效益因反映在公司的整体经济效益中，本公司招股说明书未披露承诺效益；

注 2：扩大媒介代理规模项目，本公司招股说明书未披露承诺效益。实现的效益=募集资金投入扩大媒介代理收入-代理成本-增值税附加税等-按收入比例分摊的期间费用-所得税费用；募集资金扩大媒介代理规模项目销售款回笼后用于公司日常营运资金周转，因效益反映在公司的整体经济效益中，故无法单独核算。

2016 年非公开发行股票募集资金使用情况对照表

截至 2016 年 5 月 31 日

编 单位：人民币万元

募集资金总额：28,999.98						已累计使用募集资金总额：17,400.00				
变更用途的募集资金总额：0.00						各年度使用募集资金总额：17,400.00				
变更用途的募集资金总额比例：0.00						2016 年：17,400.00				
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状态日期 (或截止日项目完工程度)
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额	
1	扩大媒介代理规模项目及本次发行的相关费用	扩大媒介代理规模项目	6,249.80	6,249.80	6,249.80	6,249.80	6,249.80	6,249.80	0.00	100.00
2	补充上市公司流动资金项目	补充上市公司流动资金项目	8,250.18	8,250.18	3,900.20	8,250.18	8,250.18	3,900.20	-4,349.98	47.27
3	支付本次交易的现金对价项目	支付本次交易的现金对价项目	14,500.00	14,500.00	7,250.00	14,500.00	14,500.00	7,250.00	-7,250.00	50.00
	合计		28,999.98	28,999.98	17,400.00	28,999.98	28,999.98	17,400.00	-11,599.98	

2016 年非公开发行股票募集资金投资项目实现效益情况对照表

截至 2016 年 5 月 31 日

单位：人民币万元

实际投资项目		截止日投资项目 累计产能利用率	承诺效益	最近两年一期实际效益			截止日 累计实现效益	是否达到 预计效益
序号	项目名称			2014 年	2015 年	2016 年 1-5 月		
1	扩大媒介代理规模项目及本次发行的相关费用[注 1]	不适用	未承诺			213.30	213.30	—
2	补充上市公司流动资金项目[注 2]	不适用	未承诺					—
3	支付本次交易的现金对价项目	不适用	[注 3]			418.01	418.01	—
4	合计					631.31	631.31	

注 1：扩大媒介代理规模项目及本次发行的相关费用，公司在发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书中未披露承诺效益；

注 2：补充上市公司流动资金项目，本公司在发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书中未披露承诺效益；

注 3：支付本次交易的现金对价项目有承诺，爱德康赛公司 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度应实现的经审核税后净利润应分别不低于 1,400 万元、2,700 万元、3,510 万元、4,563 万元、5,019.3 万元。爱德康赛公司于 2016 年 3 月 9 日办妥工商变更登记手续，思美传媒于 2016 年 3 月 1 日起将其纳入合并报表范围，截至 2016 年 5 月 31 日，爱德康赛公司 2016 年 3-5 月实现的净利润为 418.01 万元（未经审计）。

第八节 交易标的评估情况

一、掌维科技评估情况

（一）掌维科技评估基本情况

中企华以 2016 年 3 月 31 日为基准日对掌维科技 100%股权进行了评估并出具了《思美传媒股份有限公司拟购买股权涉及的杭州掌维科技股份有限公司股东全部权益项目评估报告》（中企华评报字〔2016〕第 3603 号），具体情况如下：

1、资产评估机构：北京中企华资产评估有限责任公司

2、资产评估目的：北京中企华资产评估有限责任公司接受思美传媒股份有限公司的委托，对思美传媒股份有限公司拟收购股权涉及的杭州掌维科技股份有限公司股东全部权益进行评估，为思美传媒股份有限公司收购股权提供价值参考。

3、评估对象：根据本次评估目的，评估对象是杭州掌维科技股份有限公司的股东全部权益。

4、评估范围：截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，掌维科技总资产账面价值为 5,277.46 万元，总负债账面价值为 1,833.45 万元，股东全部权益账面价值 3,444.02 万元。

5、评估基准日：2016 年 3 月 31 日

6、评估方法：本次评估采用资产基础法和收益法。

7、评估结论：

根据有关法律、法规和资产评估准则，遵循独立、客观、公正的原则，采用资产基础法、收益法，按照必要的评估程序，对思美传媒股份有限公司拟收购股权涉及的杭州掌维科技股份有限公司股东全部权益在评估基准日的市场价值进行了评估。根据以上评估工作，得出如下评估结论：

（1）收益法评估结果

截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，杭州掌维科技股份有限公司总资产账面

价值为 5,580.74 万元，负债账面价值为 2,127.96 万元，股东全部权益账面价值为 3,452.78 万元（账面值为合并口径数据，经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计），股东全部权益评估值为 53,134.53 万元，增值 49,681.75 万元，增值率 1,438.89%。

（2）资产基础法评估结果

截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，杭州掌维科技股份有限公司总资产账面价值为 5,277.46 万元，评估价值为 6,292.29 万元，增值额为 1,014.83 万元，增值率为 19.23%；总负债账面价值为 1,833.45 万元，评估价值为 1,833.45 万元，无增减变化；股东全部权益账面价值为 3,444.02 万元（账面值业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计），股东全部权益评估价值为 4,458.85 万元，增值额为 1,014.83 万元，增值率为 29.47%。

（二）评估假设

本评估报告分析估算采用的假设条件如下：

1、一般假设

（1）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，本次交易各方所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化，无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响。

（2）假设评估基准日后被评估单位持续经营。

（3）公司的经营者是负责的，且公司管理层有能力担当其职务。

（4）除非另有说明，公司完全遵守所有有关的法律法规，不会出现影响公司发展和收益实现的重大违规事项。

（5）公司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。

（6）假设评估基准日后被评估单位的现金流入为平均流入，现金流出为平均流出。

(7) 本次评估报告以产权人拥有评估对象的合法产权为假设前提。

(8) 有关利率、赋税基准及税率、政策性征收费用等不发生重大变化

(9) 由企业提供的与评估相关的产权证明文件、财务报表、会计凭证、资产清单及其他有关资料真实、合法、完整、可信。被评估单位或评估对象不存在应提供而未提供、评估人员已履行评估程序仍无法获知的其他可能影响资产评估值的瑕疵事项、或有事项或其他事项。

2、特殊假设

(1) 假设评估基准日后被评估单位的研发能力和技术先进性保持目前的水平。

(2) 假设委估无形产权利的实施是完全按照有关法律、法规的规定执行的，不会违反国家法律及社会公共利益，也不会侵犯他人任何受国家法律依法保护的权利。

评估师未对各种设备在评估基准日时的技术参数和性能做技术检测，评估师在假定被评估单位提供的有关技术资料和运行记录是真实有效的前提下，通过实地勘察作出的判断。

(3) 评估人员对评估对象的现场勘查仅限于评估对象的外观和使用状况，并未对结构等内在质量进行测试，故不能确定其有无内在缺陷。本报告以评估对象内在质量符合国家有关标准并足以维持其正常使用为假设前提。

(4) 没有考虑将来承担的抵押、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结论的影响。

(5) 杭州掌维科技股份有限公司及下属公司已取得的《增值电信业务经营许可证》、《网络文化经营许可证》、《互联网医疗保健信息服务证》，本次评估以许可期满后仍可继续获相关资质为前提。

(6) 杭州掌维科技股份有限公司于 2015 年 9 月 17 日被浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局、浙江省地方税务局联合认定为高新技术企业，取得编号为 GR201533001192 的高新技术企业证书，证书有效期 3 年，高新技术

企业认证期满后可以继续重新认定。本次评估假设高新技术企业认证期满后仍可继续获得高新技术企业认证并享受相关税收优惠政策。

(7) 根据国家新闻出版广电总局、中华人民共和国工业和信息化部 2016 年第 5 号令,《网络出版服务管理规定》从 2016 年 3 月 10 日实施。杭州掌维科技股份有限公司于 2016 年 7 月 1 日取得中华人民共和国国家新闻出版广电总局(新广出审【2016】823 号)文,关于同意杭州掌维科技股份有限公司从事网络出版服务的批复。杭州掌维科技股份有限公司根据此批复在三十日内到浙江省新闻出版广电局办理《网络出版服务许可证》手续。本次评估假设杭州掌维科技股份有限公司可以顺利取得《网络出版服务许可证》,并许可期满后仍可继续获相关资质为前提。

本评估报告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本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) 评估方法的选择

企业价值评估的基本方法主要有资产基础法、收益法和市场法。

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。

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。

《资产评估准则——企业价值》规定,注册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，因适合市场法的可比交易案例和市场参数较少，本次分别采用资产基础法和收益法评估。

（四）资产基础法评估情况

1、资产基础法具体评估方法

在对企业的各类资产进行评估时，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、应收账款、预付账款、应收股利、其他应收款和其他流动资产。

1) 货币资金包括银行存款和其他货币资金。对于银行存款，我们根据企业提供的科目明细表，采取同银行对账单余额核对的方法，如有未达账项则编制银行存款余额调节表，平衡相符后，并对银行存款进行了函证，以核实后的账面值确认为评估值。对于其他货币资金，评估人员核查了用户充值款相关的充值记录和凭证，以核实无误后的账面价值作为评估值。

2) 对于应收账款和其他应收款，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，估计出这部分可能收不回的款项，作为风险损失扣除后计算评估值；账面上的“坏账准备”科目按零值计算。

3) 预付款项，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。

4) 对于应收股利，评估人员核查了应收股利的凭证和股东会决议，以核实后账面值确认为评估值。

5) 其他流动资产，为理财产品，评估人员核查了理财产品的合同和购买凭

证，该理财产品为收益类型为非保本浮动类型，但是风险程度较低，以核实后账面值确认为评估值。

（2）长期股权投资

评估人员查阅有关的投资协议、公司章程、营业执照、基准日资产负债表等有关资料，并对控股长期股权投资单位按照整体资产评估要求对其进行了现场实地勘察，在其股东投资时间、数额、比例、公司设立日期、经营范围等均无误的基础上对长期股权投资单位的股东全部权益予以评估。

对于长期股权投资-北京品书网络科技有限公司采用资产基础法、收益法(与母公司一起合并预测)两种方法分别进行评估，并按评估后的股东全部权益价值乘以实际持股比例确定评估值。

（3）设备类资产

根据评估目的，结合评估对象实际情况，主要采用成本法进行评估，部分设备采用了二手市场价确定评估值。

1) 重置全价的确定

①对于通用类电子设备，主要通过网上查询及市场询价等方式取得设备购置价，在此基础上考虑各项合理费用，如运杂费等。其中对于部分询不到价格的设备，采用替代性原则，以同类设备价格并考虑合理费用后确定重置全价。

②车辆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。

即：车辆重置全价=购置价+[购置价/(1+增值税税率)]×车辆购置税税率+其他合理费用

根据财政部、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》及财政部、国家税务总局财税（2009）113号《关于固定资产进项税额抵扣问题的通知》，对于符合条件的设备，本次评估重置全价未考虑其增值税。

2) 综合成新率的确定

①对于电子设备，主要通过对设备使用状况的现场勘察，并根据各类设备的经济寿命年限，综合确定其成新率。

②对于车辆，依据国家颁布的车辆强制报废标准，以车辆行驶里程确定成新率，然后结合现场勘察情况进行调整，其公式为：

$$\text{行驶里程成新率} = (\text{规定行驶里程} - \text{已行驶里程}) / \text{规定行驶里程} \times 100\%$$

$$\text{综合成新率} = \text{行驶里程成新率} \times \text{调整系数}$$

3) 评估值的确定

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

(4) 无形资产

1) 外购软件

对于外购软件，采用市场法进行评估。对于评估基准日市场上有销售且无升级版本的外购软件，按照同类软件评估基准日市场价格确定评估值。对于目前市场上有销售但版本已经升级的外购软件，以现行市场价格扣减软件升级费用确定评估值。

2) 计算机软件著作权、版权、域名和商标

采用收益法进行评估。即预测运用待估无形资产对应的产品未来可能实现的收入，通过一定的分成率(即待估资产在未来收入中应占的份额)确定评估对象能够为企业带来的利益，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价值。

计算公式为：

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{R_t \times K}{(1+r)^t}$$

其中：P 为评估价值

r 为折现率

R_t 为第 t 年的收入

K 为分成率

n 为经济寿命年限

t 为时序，未来第 t 年

（5）长期待摊费用

评估范围内的长期待摊费用为各期负担分摊的装修费，评估人员查阅了长期待摊费用的记账凭证，核对了费用的发生日期、预计摊销月数，已摊销月数以及基准日后尚存受益月数，以资产尚存权利的价值作为评估值。

（6）递延所得税资产

评估范围的递延所得税资产是企业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异。企业按照暂时性差异与适用所得税税率计算的结果，确认的递延所得税资产，以核实后账面值确认评估值。

（7）负债

负债为流动负债，具体包括应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、应付股利和其他应付款。评估人员根据企业提供的各项目明细表，对账面值进行了核实，同时对截至现场清查日负债的支付情况进行了调查核实，对于截至现场清查日尚未支付的大额款项寄发了询证函，本次评估以核实后的账面值或根据其实际应承担的负债确定评估值。

2、资产基础法评估结果

截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，杭州掌维科技股份有限公司总资产账面价值为 5,277.46 万元，评估价值为 6,292.29 万元，增值额为 1,014.83 万元，增值率为 19.23%；总负债账面价值为 1,833.45 万元，评估价值为 1,833.45 万元，无增减变化；股东全部权益账面价值为 3,444.02 万元（账面值业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计），股东全部权益评估价值为 4,458.85 万元，增值额为 1,014.83 万元，增值率为 29.47%。

资产评估结果汇总如下表：

单位：万元

项 目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
	A	B	C=B-A	D=C/A*100
一、流动资产	4,980.39	4,980.39	-	-
二、非流动资产	297.07	1,311.90	1,014.83	341.61
其中：长期股权投资	208.58	218.06	9.49	4.55
固定资产	68.18	99.84	31.65	46.42
无形资产	4.73	978.42	973.69	20,571.79
长期待摊费用	13.95	13.95	-	-
递延所得税资产	1.63	1.63	-	-
资产总计	5,277.46	6,292.29	1,014.83	19.23
三、流动负债	1,833.45	1,833.45	-	-
四、非流动负债	-	-	-	-
负债合计	1,833.45	1,833.45	-	-
股东权益合计	3,444.02	4,458.85	1,014.83	29.47

（五）收益法评估情况

1、收益法具体方法和模型的选择

本次采用收益法对掌维科技股东全部权益进行评估，即以未来若干年度内的企业自由现金流量作为依据，采用适当折现率折现后加总计算得出营业性资产价值，然后再加上溢余资产价值、非经营性资产价值，减去有息债务得出股东全部权益价值。

本次预测，采用合并口径对杭州掌维科技股份有限公司股东全部权益进行评估，即本次预测数据包括了杭州掌维科技股份有限公司及合并报表中下属子公司的数据。

（1）评估模型

本次评估拟采用未来收益折现法中的企业自由现金流模型。

（2）计算公式

股东全部权益价值=企业整体价值-有息债务

企业整体价值=经营性资产价值+溢余资产价值+非经营性资产价值

其中：经营性资产价值按以下公式确定

企业自由现金流量折现值=明确的预测期期间的自由现金流量现值+明确的预测期之后的自由现金流量现值

明确的预测期期间是指从评估基准日至企业达到相对稳定经营状况的时间。

（3）预测期的确定

根据杭州掌维科技股份有限公司的实际状况及企业经营规模，预计杭州掌维科技股份有限公司在未来几年公司业绩会稳定增长，据此，本次预测期选择为2016年4月至2021年，以后年度收益状况保持在2021年水平不变。

（4）收益期的确定

根据对杭州掌维科技股份有限公司所从事的经营业务的特点及公司未来发展潜力、前景的判断，考虑杭州掌维科技股份有限公司历年的运行状况、人力状况、客户资源等均比较稳定，可保持长时间的经营，本次评估收益期按永续确定。

（5）自由现金流量的确定

本次评估采用企业自由现金流量，自由现金流量的计算公式如下：

（预测期内每年）自由现金流量=息税前利润×（1－所得税率）+折旧及摊销-资本性支出-营运资金追加额

（6）终值的确定

对于收益期按永续确定的，终值公式为：

$P_n = R_{n+1} \times \text{终值折现系数}$

R_{n+1} 按预测期末年现金流调整确定

（7）年中折现的考虑

考虑到自由现金流量全年都在发生，而不是只在年终发生，因此自由现金流

量折现时间均按年中折现考虑。

(8) 折现率的确定

按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为企业自由现金流量，则折现率选取加权平均资本成本(WACC)。

$$\text{公式： } WACC = K_e \times E / (D + E) + K_d \times D / (D + E) \times (1 - T)$$

式中：K_e：权益资本成本；

K_d：债务资本成本；

T：所得税率；

E/(D+E)：股权占总资本比率；

D/(D+E)：债务占总资本比率；

其中：K_e=R_f+β×MRP+R_c

R_f=无风险报酬率；

β=企业风险系数；

MRP=市场风险溢价；

R_c=企业特定风险调整系数。

(9) 溢余资产价值的确定

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，主要为多余的货币资金。

(10) 非经营性资产价值的确定

非经营性资产、负债是指与被评估单位生产经营无关的，未纳入收益预测范围的资产及相关负债。本次评估采用成本法进行评估。

(11) 有息债务价值的确定

有息债务主要是指被评估单位向金融机构借入款项及相关利息。截至评估基

准日，被评估单位无有息债务。

2、预测期的收益预测

对企业的未来财务数据预测是以企业 2014 年度—2016 年 1-3 月的经营业绩为基础，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，企业的发展规划和经营计划、优势、劣势、机遇及风险等，尤其是企业所面临的市场环境和未来的发展前景及潜力，并结合企业未来年度财务预算对未来的财务数据进行预测，其中主要数据预测说明如下：

（1）营业收入的预测

本次评估对于公司未来营业收入的预测是根据公司目前的经营状况、竞争情况及市场销售情况等因素综合分析的基础上进行的。

1) 营业收入分析

营业收入为手机阅读产品收入、互联网阅读产品收入和其他收入与，历史年度收入明细如下

金额：人民币元

产品类别	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月
手机阅读产品	20,232,528.64	35,685,109.26	12,555,819.25
互联网阅读产品	784,014.69	10,936,424.95	17,596,500.29
其他收入	-	117,629.35	-
合 计	21,016,543.33	46,739,163.56	30,152,319.54

从企业历史年度营业收入构成看，2014 年运手机阅读产品收入为其收入主要来源，占总收入的 96%。随着 2014 年企业自有阅读网站的搭建与推广，2015 年其互联网阅读产品发展速度较快，收入规模不断扩大，截至到 2016 年第一季度互联网阅读产品收入随着其规模的增长，互联网阅读产品收入已超过手机阅读产品收入总额。其他收入为版权衍生业务带来的收入，金额较小，未来具有不确定性，结合企业的发展规划和经营计划对该项收入未来不予预测。手机阅读产品和互联网阅读产品两项收入情况介绍如下：

①手机阅读产品收入

手机阅读产品收入分为推广收入和内容提供收入。

a、推广收入

掌维科技基于咪咕阅读平台(中国移动)通过 WAP 推广及嵌入式推广发展手机阅读图书点播业务，咪咕阅读平台(中国移动)按由该内置推广服务带来的图书点播业务信息费分成结算给掌维科技。

b、内容提供收入

掌维科技子公司北京品书网络科技有限公司将其所有的电子书的网络传播权转授给中国移动通信集团公司、中国移动通信有限公司以及中国移动通信有限公司各省/自治区/直辖市子公司、咪咕文化科技有限公司以及咪咕文化科技有限公司各子公司，咪咕数字传媒有限公司按图书点播业务信息费分成结算给北京品书网络科技有限公司。

上述两种收入模式均来自于移动包月用户及移动单次点播用户。包月用户数、点播用户数通过 2014 年-2015 年度的大力推广，致其 2014-2015 年度付费用户数增长较快，随着企业规模的不断扩大，其经营重心逐渐往互联网阅读产品业务转移，包月用户数、点播用户数的增长有所回落，预计未来保持平稳。

手机阅读产品的付费用户不管是通过包月方式还是点播方式，付费用户月 ARPPU 值的增长较为稳定，对于其手机阅读产品的老客户来说，付费阅读已经逐渐成为一种习惯，且消费金额逐渐提高。包月用户中的内容收入的 ARPPU 值的大幅度增长主要是企业已与手机阅读产品签订的新的内容提供合同所致。未来年度考虑该合同情况下进行预测。

②互联网阅读产品收入

历史年度互联网阅读产品收入来自于两个平台“言情书殿”和“原创书殿”，通过平台向受众群体展示大量的自有书籍，每个用户通过支付宝、微信、网银和手机短信等多种方式进行充值，并自动转换成阅读网站的虚拟货币，后续通过订阅书籍、打赏和包月等方式消耗虚拟货币，以实际消耗的虚拟货币确认自有网站阅读收入。为方便后台管理及运营维护，掌维科技未来将把“言情书殿”和“原创书殿”两个平台合二为一，统一在“原创书殿”平台上进行书籍的投放。

互联网阅读产品自正式推广以来，其注册用户数、付费用户数、月 ARPPU 值均呈增长趋势，主要是由于企业加大了原创书殿网站在互联网的推广力度，掌维科技通过微博、微信和广告等多种方式对原创书殿进行推广，以扩大网站知名度，同时也进一步扩充网站书籍，引进大量内容较为优质的书籍，吸引了用户群，例如：《现在只想爱你》作者炎水淋、《小时代》作者林希、《我的少女时代》作者红泥小火炉、《凤求凰》作者千苒君笑、《半生缘》作者云上暖、《栀子花开》作者姜小牙等。经过两年的运营，自有网站的用户群年龄段相对集中，用户付费行为渐渐培养，付费阅读已经逐渐成为一种习惯，且消费金额逐渐提高。

2) 未来年度收入预测：

互联网数字阅读是互联网数字出版行业的重要细分领域。数字阅读行业自 2011 年后进入高速发展期，2015 年后将迈入成熟发展期。2015 年我国数字阅读行业市场规模达 93 亿元，同比增长 16.25%。

2015 年我国成年国民图书阅读率为 58.4%，较 2014 年上升 0.4%；数字化阅读方式的接触率为 64.0%，较 2014 年上升 5.9%；51.3%的成年国民进行过网络在线阅读，较 2014 年上升 1.9%；60.0%的成年国民进行过手机阅读，较 2014 年上升 8.2%。

随着智能手机、平板电脑、电子阅读器等移动智能终端的逐渐普及、移动网络带宽的持续改善以及 WIFI 基础设施的不断增强，移动互联网用户和访问量在近年来呈现高速增长态势。据统计，截至 2015 年 12 月，我国手机网民规模达 6.20 亿，较 2014 年底增加 6,303 万人。我国网民上网设备中，手机使用率达 90.1%，较 2014 年底上升 4.3%，已成为第一大上网终端设备。据显示，我国 2014 年全年移动电话普及率由 90.8%升至年底的 94.5%。

移动阅读行业在发展初期的产品形态以电信手机阅读产品的移动梦网、手机报和各类互联网公司的 WAP 网站为主，受限于功能手机在操作性能、系统扩展、应用维护等方面的不足以及当时国内移动网络带宽的匮乏，移动阅读用户规模有限，并未形成明确的商业模式。

2014 年我国移动阅读市场规模为 88.4 亿元，较 2013 年同比增长 41.4%；移

动阅读活跃用户数量规模为 5.9 亿，较 2013 年的 4.9 亿增长 20.9%。2010 年至 2014 年，我国移动阅读市场规模的复合增长率为 85.3%，移动阅读活跃用户数量的复合增长率为 40.8%。

2015 年我国成年国民通过网络在线阅读、手机阅读和光盘阅读的方式进行数字化阅读的比例均有所上升，其中 60.0%的成年国民进行过手机阅读，较 2013 年上升了 8.2%，在各类数字化阅读载体增幅第一。

移动阅读行业的快速增长主要受智能终端普及率提高、4G 用户规模持续增长、优质内容的不断产出，以及资本市场力量的注入等促进因素影响。同时，传统出版社对移动阅读的态度更加开放，提升了移动阅读的精品内容供给；移动阅读厂商在市场机遇和资本加持的助力下，在内容端和渠道端加速实现布局，为用户提供更优质的内容和服务，激发了移动智能终端用户的阅读需求。

互联网数字阅读中，网络原创文学以其较低的写作门槛、便利的传播渠道和内容的非传统性，迅速发展成为数字阅读的重要领域。截至 2014 年 12 月，我国网络原创文学用户规模为 2.94 亿，较 2013 年底增长 1,944 万人，增长率为 7.1%；网络原创文学使用率为 45.3%，较 2013 年底增长 0.9%。

近年来，网络原创文学通过互联网实现快速传播，培养忠实读者群，再通过影视剧、动漫及游戏改编、实体书出版等形式挖掘 IP 衍生价值，实现了文学、影视、动漫、游戏等泛娱乐产业的交叉融合，逐步尝试塑造数字阅读行业的创新模式。

掌维科技主要从事网络文学全版运营服务，致力于为网络用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务。

在掌维科技的终端客户中男女比例约为 20:80，20~39 岁的年轻人占比超过 9 成，大部分为高中以上学历，最喜欢在睡觉前看书（其次是下班或放学后、工作休息或课间、上厕所时、吃饭时、通勤路上、起床前后），广东、浙江、江苏、北京等经济发达地区用户较多。

根据《2015 年度中国数字阅读白皮书》的发布显示，从阅读内容来看，个性化阅读凸显，内容题材呈现出市场越分越细的长尾效应。都市言情、玄幻奇幻、

文学经典成为最受用户喜爱的题材，在晚上 7 时至 10 时这个时段阅读的用户比例超过 3/4。此外，用户的内容付费行为习惯基本形成，七成用户愿意购买喜欢的电子书内容。

用户激增极大地释放了数字阅读产业的红利。自 2011 年进入高速发展井喷期，目前数字出版总体产业收入超过 4400 亿元，其中包含数字阅读、数字媒体、网络游戏、网络动漫、在线音乐、网络广告等多个产业。在数字阅读方面，移动阅读收入占比约九成。其中，原创内容远高于出版内容，占比达 82%。

①手机阅读产品收入预测

月阅读收入=月付费用户数×ARPPU 值

月付费用户数=月访问用户数×付费率

各运营指标情况介绍及预测

a、月访问用户数

月访问用户数特指手机阅读产品，移动用户通过 WAP 推广及嵌入式推广点播手机阅读图书的用户。掌维科技手机阅读产品的月访问用户数在历史年度基础上稳定增长。

b、付费率

付费率是付费用户数量占访问用户数的比率。以点播用户付费率为例，手机阅读产品 2014 年平均付费率为 14.7%，2015 年平均付率为 18.08%。付费率的上升主要是由于企业积极引进网络排名较前列的小说以丰富网站内容，同时互联网用户付费习惯也在逐步养成。由于企业在 2016 年加大了推广，2016 年 1-5 月实际经营数据的平均付费率达到了 30.10%。本次在历史年度平均付费率的基础上，结合 2016 年 1-5 月的实际经营数据，预测未来年度的点播用户的年平均付费率情况如下：

年 度	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
年平均付费率	22.98%	18%	18%	19%	19%	19%

注：2016 年 1-5 月按企业实际经营数据预测。

c、ARPPU 值

ARPPU 值即平均每个用户收入贡献。以手机阅读产品点播用户为例，2014 年-2016 年 1-3 月平均 ARPPU 值如下：

金额：人民币元

年 度	2014 年	2015 年	2016 年 1-3 月
年平均 ARPPU 值（推广）	2.02	2.36	2.50
年平均 ARPPU 值（内容）	0.35	1.84	2.77

结合企业历史年度平均 ARPPU 值，未来年度 ARPPU 值预测如下：

金额：人民币元

年 度	2016 年 4-12 月	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
年平均 ARPPU 值（推广）	2.10	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
年平均 ARPPU 值（内容）	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50

②互联网阅读产品收入预测

月阅读收入流水=月订阅用户数×ARPPU 值

月订阅用户数=累计注册用户数×订阅用户占比

各运营指标情况介绍及预测

a、累计注册用户数

累计注册用户数特指自有网站平台用户通过 QQ、微信和新浪微博登录注册的账号(系统生成唯一用户 ID)。掌维科技自有网站平台累计注册用户数经过高速增长后逐步平稳呈稳定增长趋势。

b、订阅用户占比

订阅用户占比是订阅用户数占累计注册用户数的比率。数字阅读行业通常具有用户粘性低，月订阅用户数留存率较低的特点，订阅用户数大部分由新增用户数产生，所以随着累计注册用户数的增长，订阅用户数占比呈一定下降趋势。但是随着互联网用户付费习惯的养成，同时企业积极引进网络排名较前列的小说以丰富网站内容，同时伴随企业加大推广力度，未来年度考虑市场竞争，未来订阅用户占比预计基本维持在 4%-6%之间。

c、ARPPU 值

ARPPU 值即平均每个用户收入贡献。互联网阅读产品历史年度 2014 年-2016 年 1-3 月平均 ARPPU 值如下：

金额：人民币元

年 度	2014 年	2015 年	2016 年 1-3 月
年平均 ARPPU 值	15.27	25.51	33.06

结合企业历史年度平均 ARPPU 值，同时考虑一定的市场竞争及用户流失确认 ARPPU 值。自有网站未来年度 ARPPU 值基本维持在 30-35 元之间。未来年度 ARPPU 值预测如下：

金额：人民币元

年 度	2016 年 4-12 月	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
年平均 ARPPU 值	31.82	33.58	34.00	35.00	35.00	35.00

随着掌维科技对读者需求更加精准的分析，市场推广活动力度加大，市场的逐步扩大及成熟，预计未来年度收入增长较快。

③收益法评估中各类业务付费率、ARPPU 值等参数预测的合理性

掌维科技主营业务主要为手机阅读产品和互联网阅读产品。

掌维科技收益法评估中各类业务付费率、ARPPU 值等参数的预测主要是依据掌维科技历史年度实际经营情况的基础上进行的，并充分考虑了市场相关竞争因素及掌维科技未来业务发展规划等因素。掌维科技所处的数字阅读行业属于充分竞争行业，且行业发展迅速，市场规模不断扩大，行业内较为知名企业的市场份额占有率相对较高。掌维科技为获得更多的阅读用户，提高自身的优势和竞争力，通过丰富数字内容，加大推广力度等多种方式吸引阅读用户。截至报告期末，掌维科技已成功签约作者 1,700 余名，签约优质版权 2,100 余本，外购优质版权 1,400 余本，积累了丰富的数字内容。另一方面，掌维科技加大了对阅读产品的推广力度，报告期内掌维科技阅读产品推广支出分别为 1,104.66 万元、2,187.38 万元和 6,218.22 万元，持续的投入也带来了良好的市场效果，截至报告期末，掌维科技互联网阅读平台累计注册用户数超过 740 万，其中“原创书殿”作为最主要的阅读平台，累积注册用户数超过 670 万；“奇悠阅读 APP”累计下载

用户超过 3,600 万，激活用户超过 1,200 万，月活跃用户超过 470 万，日活跃用户超过 24 万，为掌维科技未来业务的持续发展奠定了良好基础。

A、手机阅读产品付费率、ARPPU 值等参数预测合理性

手机阅读产品用户分点播产品和包月产品，其中以点播产品为主。以点播产品为例，手机阅读点播产品付费率、ARPPU 值等参数预测如下：

a、手机阅读点播产品付费率

手机阅读点播产品付费率指点播付费用户占点播访问用户的比例，手机阅读点播产品历史经营情况及未来年度预测的付费率情况如下：

年度	2014 年	2015 年	2016 年 1-8 月	未来年度
年平均月付费率	14.7%	18.08%	31.27%	19%

由上表可见，手机阅读点播产品 2014 年、2015 年、2016 年 1-8 月年平均月付费率分别为 14.7%、18.08%、31.27%。自 2016 年以来，掌维科技实际年平均月付费率高于未来年度预测付费率 19%，收益法评估中未来年度预测付费率是谨慎合理的。2016 年 1-8 月年平均月付费率高于收益法中评估预测付费率，主要原因系掌维科技自 2016 年开始调整了产品运营策略，推出了一些低价书籍以更多地吸引到付费用户，提升了付费用户的比例。

b、手机阅读点播产品 ARPPU 值

掌维科技向手机阅读点播产品用户收取的费用中包括推广费用和内容费用两部分，手机阅读点播产品历史经营情况及未来年度预测的 ARPPU 值情况如下：

年度	2014 年	2015 年	2016 年 1-8 月	未来年度
年平均月 ARPPU 值(推广)	2.02	2.36	1.60	2.00
年平均月 ARPPU 值(内容)	0.35	1.84	1.92	2.50

由上表可见，手机阅读点播产品 2014 年、2015 年、2016 年 1-8 月年平均月 ARPPU 值(推广)为 2.02 元、2.36 元、1.60 元，年平均月 ARPPU 值(内容)分别为 0.35 元、1.84 元、1.92 元，与收益法评估中手机阅读点播产品未来年度年平均月 ARPPU 值(推广)预测均值 2.00 元，年平均月 ARPPU 值(内容)预测均值 2.50 元较

为接近，实际经营数值略低于未来年度 ARPPU 预测均值。主要原因系掌维科技自 2016 年开始调整了产品运营策略，推出了一些低价书籍以更多地吸引到付费用户，从而降低了 ARPPU 值。但是从整体看，自 2016 年以来掌维科技手机阅读点播产品收入呈现上涨趋势，虽然由于运营策略的调整导致实际经营 ARPPU 值略低于未来年度 ARPPU 预测均值，但长远来看，随着用户的不断筛选和大量付费优质用户的积累，未来年度 ARPPU 值将得到进一步提升。

B、互联网阅读产品付费率、ARPPU 等参数合理性分析

互联网阅读产品付费率指互联网订阅用户数占累计注册用户数的比率。收益法评估中，未来年度互联网阅读产品付费率预测保持在 4%。从历史经营数据看，2014 年、2015 年、2016 年 1-3 月互联网阅读产品付费率分别为 10%、6%、8%。而数字阅读行业通常具有用户粘性低，订阅用户数留存率较低的特点，所以随着累计注册用户数的增长，订阅用户数占比呈一定下降趋势。但是随着互联网用户付费习惯的养成，同时企业积极引进优质数字内容以丰富自有网站平台内容以及企业加大推广力度，掌维科技 2016 年 3 月底订阅用户增量已大于新增用户数，故其订阅用户占比略有提升。在评估预测未来年度时充分考虑市场竞争因素，将互联网阅读产品付费率基本维持在 4% 具有合理性。

收益法评估中，未来年度互联网阅读产品 ARPPU 值预测值为 35 元。从历史年度看，2014 年、2015 年、2016 年 1-3 月互联网阅读产品 ARPPU 值分别为 15.27 元、25.51 元、33.06 元。随着掌维科技未来年度推广力度的加强及阅读用户付费习惯的养成，付费意愿的提高，未来年度 ARPPU 值有望保持在较高水平。2016 年 4-8 月，掌维科技互联网阅读产品平均 ARPPU 值为 36.49 元，稍高于未来年度预测值 35 元，预测具有合理性。

综上，本次预测未来年度的付费率、ARPPU 值等参数是在考虑历史年度经营数据的基础上进行预测，已充分考虑市场竞争因素，企业截止到 2016 年 8 月 31 日实际经营数据优于本次评估预测数据。

经核查，独立财务顾问、中企华认为，掌维科技收益法评估中各类业务付费率、ARPU 值等参数的预测合理，已充分考虑了市场竞争因素，目前的实际情况与评估预测不存在较大差异；掌维科技收益法评估对第三方机构、自有平台参数

预测不一致，已考虑了不同渠道之间的差异情况。

结合企业的发展规划和经营计划、优势、劣势、机遇及风险等，尤其是企业所面临的市场环境和未来的发展前景及潜力，并结合企业未来年度财务预算对未来的财务数据进行预测。具体预测数据见下表：

未来年度主营业务收入类别预测情况如下表所示：

金额：人民币元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
手机阅读产品收入	39,447,413.68	40,216,981.13	43,505,094.34	47,268,084.91	49,099,130.66	50,973,332.48
互联网阅读产品收入	81,457,092.18	144,937,919.81	177,013,462.26	203,222,316.04	221,068,996.98	234,757,316.04
合 计	120,904,505.86	185,154,900.94	220,518,556.60	250,490,400.94	270,168,127.64	285,730,648.51

3) 未来年度收入预测的合理性

①与主要客户签订的合同及分成比例

掌维科技主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务，数字阅读业务是其主要的收入来源，数字阅读业务包括互联网阅读产品和手机阅读产品，互联网阅读产品直接面向数量众多、高度分散化的互联网阅读用户，用户通过在掌维科技自有平台充值并实际消费时确认相应的收入金额，平均每个用户的消费金额较小；手机阅读产品业务的开展过程中主要与运营商及其他企业客户进行合作，单一客户的收入相对较大，尤其是运营商。

手机阅读产品分为营销合作推广服务业务和内容提供业务。营销合作推广服务是由掌维科技与中国移动通信集团浙江有限公司控股子公司咪咕数字传媒有限公司签订的相关服务合同，分成比例具体情况为：通过 WAP 推广或嵌入式推广发展手机阅读图书点播业务，咪咕数字传媒有限公司按由该内置推广服务带来的图书点播业务信息费不含税实际收益的 20% 支付掌维科技。若掌维科技带来的月图书点播业务信息费实际收益达 100 万及以上，咪咕数字传媒有限公司按信息费不含税实际收益的 25% 支付。月图书点播业务信息费实际收益达 300 万及以上，且掌维科技为咪咕数字传媒有限公司认可的深度合作渠道时，按图书点播业务信息费不含税实际收益的 30% 结算。从掌维科技报告期内情况看 2014 年 1-6 月按 25% 结算，7-12 月按 30% 结算，2015 年全年除 10 月、11 月未达到 30% 分

成，其余月份均按 30% 结算，2016 年 1-8 月均按 30% 结算。

内容提供业务由掌维科技全资子公司北京品书网络科技有限公司与中国移动通信集团浙江有限公司控股子公司咪咕数字传媒有限公司签订的相关服务合同，从报告期内 2014 年至 2016 年，咪咕数字传媒有限公司均按不含税实收点播信息费收入的 40% 支付给北京品书网络科技有限公司。

营销合作推广服务业务合同为一年一签，内容提供业务合同为两年一签，截止 2016 年 8 月 30 日，上述条款均未发生变化。从报告期内看，掌维科技与中国移动拥有良好的合作关系，且持续稳定。未来年度随着数字阅读行业的高速发展，双方必将持续稳定在这一市场上开展更多更好的互动协作，故未来年度分成比例按照按照签订掌维科技与咪咕数字传媒有限公司的目前的合同执行条款进行预测，具有合理性。

②用户活跃度及用户增长量分析

A、用户活跃度情况

手机阅读产品业务其主要客户群体为运营商用户，每个用户均为该运营商的付费用户，故没有用户活跃度的情况。互联网阅读产品用户通过平台注册充值进行订阅付费阅读，也没有用户活跃度的情况。

B、用户增长量情况

手机阅读产品业务报告期内月均付费用户 2014 年为 49.76 万人，2015 年月均付费用户为 64.15 万人，增长率为 29%，2016 年 1-3 月月均付费用户达 55.67 万人，截止 2016 年 1-8 月月均付费用户达 134.77 人，是 2015 年月均付费用户人数的两倍多，随着互联网用户付费习惯的养成，数字阅读行业的大力发展，政策对于盗版的打击，同时掌维科技对自身优质内容的开拓，其未来年度付费用户数将持续上涨。

互联网阅读产品业务报告期月均订阅用户 2014 年为 0.96 万人，2015 年月均订阅用户为 7.74 万人，增长率为 707%，2016 年 1-3 月月均订阅用户为 18.47 万人，截止 2016 年 1-8 月月均订阅用户为 31.07 万人，随着互联网用户付费习惯的养成，数字阅读行业的大力发展，同时掌维科技对自有平台内容的丰富及对自有

平台的大力推广，其未来年度订阅用户数将持续上涨。

③IP 资源储备

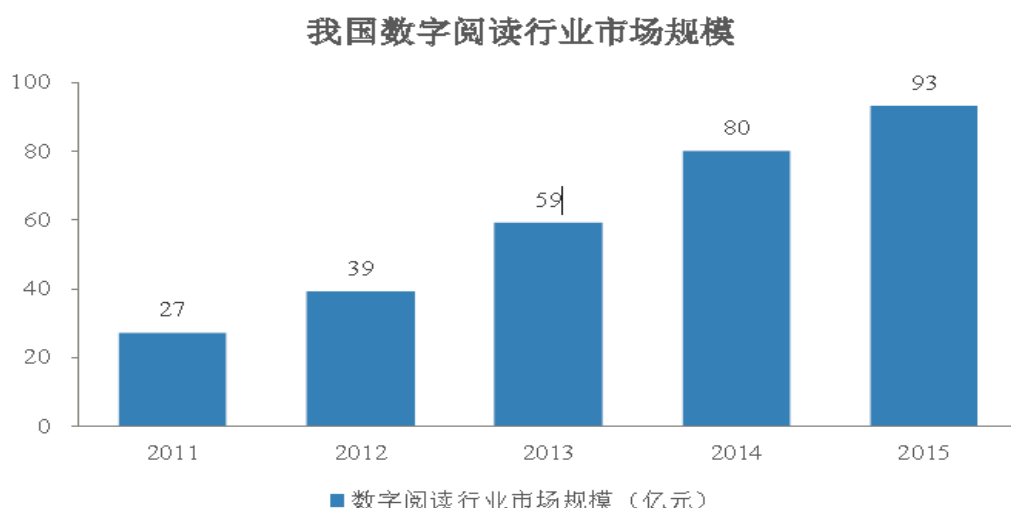
目前掌维科技除了自身拥有 1,700 余名签约作家自创优秀 IP 以外，更投入资金引入大量优质内容的网络当红 IP，截止 2016 年 8 月 31 日，掌维科技已拥有诸多优质的 IP 资源共计 3,566 个，其中签约 IP 小计 2,111 个，外购 IP 小计 1,455 个，如“不眠之夜”、“守婚如玉”、“来自星星的你”、“心花路放”等。随着对优秀 IP 的不断开发，增加了掌维科技优质产品的数量，有利于触发新的利润增长点，从而保障业绩的增长。

④市场竞争分析

随着近年来移动互联网的蓬勃发展，数字阅读行业受到越来越多的关注，2013 年以来，随着腾讯、百度、阿里等互联网企业纷纷进入数字阅读领域，行业呈现日益竞争激烈的态势。2015 年初，腾讯收购盛大文学，并成立了包括起点中文网、创世中文网等文学网站的阅文集团，在提升数字阅读行业的市场关注度的同时，也进一步加剧了数字阅读行业的市场竞争。掌维科技与阅文集团、百度文学等国内知名数字阅读企业相比，在规模、资金投入、用户量数额上还存在一定的距离。但相比其他同类企业，掌维科技依托自有互联网阅读平台和移动阅读 APP 提供的内容采集和运营渠道等方面的优势，其业务模式和产品技术已较为成熟，并通过与中国移动的深度合作，掌维科技现已成为中国移动手机阅读基地的大型分销渠道之一。同时网络原创文学得益于较低的写作门槛、平民化的写作风格，借助于互联网便捷的信息发布和传输渠道，迅速发展壮大，成为网络文化的一个重要组成部分。网络文学作品通过高效的口碑传播聚集大量粉丝，而后通过影视剧、动漫、游戏改编、实体书出版等形式创造衍生价值。因此，掌维科技主力打造原创书殿阅读平台，积极挖掘优秀的原创文学，以保有网站独特卖点，吸引更多阅读用户。企业管理层已明确有效地制定实施未来业务发展规划，积极应对市场竞争日益激烈所带来的挑战，掌维科技就不会在市场竞争中处于不利地位。因此掌维科技在激烈的市场竞争关系中具有较好的发展潜力。

⑤市场容量及市场份额情况

数字阅读是伴随互联网信息技术的快速进步而逐渐崛起的新兴行业，并以其应用便捷和成本低廉的特点，获得了快速的发展。但由于网络盗版侵权的行为时有发生，影响了行业的发展。近年来，国家加大了对盗版侵权行为的惩处力度，有效肃清了数字阅读行业中的不良因子，为数字阅读行业的进一步发展和壮大提供了良好的市场环境。同时，随着移动互联网支付环境日益成熟，第三方支付平台逐渐兴起，也加速了用户付费习惯的养成，有效推动了数字阅读行业进入良性循环。在上述综合因素下，数字阅读用户及市场规模持续稳步增长。根据中国音像与数字出版协会发布的《2015 年度中国数字阅读白皮书》，2015 年我国数字阅读用户规模达到 2.96 亿，数字阅读行业市场规模达 93 亿元，同比增长 16.25%。



资料来源：中国音像与数字出版协会《2015 年度中国数字阅读白皮书》

数字阅读行业属于充分竞争行业，行业内较为知名企业的市场份额占有率相对较高，但是由于行业发展迅速，市场规模不断扩大，行业内的企业根据自身的优势和特点均能获得相应的市场份额。

⑥ 同行业可比公司收入变化趋势及预测情况

掌维科技属于数字阅读行业，由于数字阅读行业为新兴的行业，国内比较知名的数字阅读企业有阅文集团、百度文学、中文在线、掌阅科技等，与掌维科技规模相近的数字阅读企业有点众科技、博易创为等。目前在公开的渠道未能提取阅文集团、百度文学的财务信息，仅能获取中文在线、掌阅科技、点众科技、博

易创为的历史年度相关财务信息。目前同类企业历史年度收入变化趋势情况如下：

单位：万元

项目	2013 年	2014 年	2015 年	复合增长率
中文在线	22,033.62	26,973.81	39,024.62	33.08%
掌阅科技	22,706.66	41,961.65	63,967.09	67.84%
点众科技	1,876.81	1,410.95	4,862.59	60.96%
博易创为	1,171.63	1,926.62	5,130.54	109.26%

从上表中可见同行业公司历史年度营业收入复合增长率平均值为 67.79%，掌维科技未来预测复合增长率为 15.64%，低于同行业可比公司历史增长水平，因此未来预测增长具有合理性。

⑦掌维科技收入实现情况

根据天健会计师出具的“天健审〔2016〕7824 号”《审计报告》，掌维科技 2016 年 1-8 月合并报表实现的营业收入为 12,518.99 万元。根据中企华出具的《思美传媒股份有限公司拟购买股权涉及的杭州掌维科技股份有限公司股东全部权益项目评估报告》（中企华评报字〔2016〕第 3603 号），掌维科技全年预测收入为 15,105.68 万元，截至 2016 年 8 月末，掌维科技已完成 2016 年预测营业收入的 82.88%，因此其 2016 年预测收入具有可完成性。此外，掌维科技 2014 年至 2016 年复合增长率为 168.10%（2016 年为预测收入 15,105.68 万元），而预测未来年度复合增长率为 15.64%，既远低于其历史年度复合增长率，也低于同行业可比公司历史年度复合增长率。

综上所述，在充分考虑市场竞争的前提下，以及基于掌维科技的 IP 储备情况，本次评估对分成比例变化情况、用户增长情况等进行了谨慎预测，其未来年度收入预测具有合理性，与市场容量及市场份额相匹配。

经核查，独立财务顾问、中企华认为，掌维科技未来年度收入预测合理，与市场容量及市场份额相匹配。

（2）主营业务成本的预测

主营业务成本主要包括稿费和推广费，历史年度情况如下：

金额单位：人民币元

项 目	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月
主营业务成本	11,690,141.92	24,560,193.04	16,972,074.86
毛利率	44.38%	47.45%	43.71%

2015 年毛利率比 2014 年有一定幅度的上升，是因为 2014 年的收入中手机阅读产品收入占比较高，而手机阅读产品收入由于需要给运营商分成，故毛利率比互联网阅读产品收入略低。2016 年 1-3 月毛利率比 2015 年出现下降，是因为企业加大了原创书殿网站在互联网的推广力度，掌维科技通过微博、微信和广告等多种方式对原创书殿进行推广，以扩大网站知名度，同时也进一步扩充网站书籍，引进大量内容较为优质的书籍吸引用户。

本次评估根据企业的发展规划，在历史年度主营业务成本率的基础上，对未来年度的主营业务成本进行了谨慎预测，预测见下表：

金额：人民币元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
主营业务成本	71,212,753.95	109,056,236.66	129,885,429.84	147,538,846.16	159,129,027.18	168,295,351.97
合 计	71,212,753.95	109,056,236.66	129,885,429.84	147,538,846.16	159,129,027.18	168,295,351.97
毛利率	41.10%	41.10%	41.10%	41.10%	41.10%	41.10%

（3）营业税金及附加的预测

营业税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加费等。

杭州掌维科技股份有限公司的城市维护建设税按应交流转税的 7% 计缴，子公司北京品书网络科技有限公司的城市维护建设税按应交流转税的 5% 计缴，教育费附加按应交流转税的 3% 计缴，地方教育费附加按应交流转税的 2% 计缴等。未来年度根据历史年度占比进行预测。

（4）销售费用的预测

掌维科技的销售费用主要包括工资、差旅、交通费、广告费和制作费。

人工工资包括工资、奖金、福利、公积金等，参考人事部门提供的未来年度人工需求量因素，并考虑近几年当地社会平均工资的增长水平，预测未来年度员

工人数、薪酬总额。

差旅、交通费、广告费和制作费根据业务量的增加每年以一定比例增长。

（5）管理费用的预测

掌维科技的管理费用主要包括工资、差旅费、办公费、业务招待费、电话费、水电物业费、折旧费、房租费、无形资产、办公室装修、研发费用等费用。

人工工资包括工资、奖金、福利、公积金等，参考人事部门提供的未来年度人工需求量因素，并考虑近几年当地社会平均工资的增长水平，预测未来年度员工人数、薪酬总额。

对于累计折旧和摊销测算，除了现有存量资产外，以后各年为了维持正常经营，随着业务的增长，需要每年投入资金新增资产或对原有资产进行更新，根据资产的未来投资计划(未来年度的资本性支出形成的资产)来测算年折旧和摊销。

差旅费、办公费、业务招待费、电话费、水电物业费、根据业务量的增加每年以一定比例增长。其余费用结合企业未来发展战略和未来年度经营计划，对未来各年度进行预测。

研发费用主要为工资、直接投入、折旧、摊销和其他费用，工资参考人事部门提供的未来年度人工需求量因素，并考虑近几年当地社会平均工资的增长水平，预测未来年度员工人数、工资总额。对于累计折旧的预测详见（9）折旧、摊销的预测。

（6）财务费用的预测

本次评估中采用企业自由现金流量模型，企业自由现金流量不计算财务费用。

（7）营业外收支的预测

掌维科技历史年度的营业外收入主要为非流动资产处置损失、罚款支出、其他子公司园区的房租补助金但无收到相关明确文件未来不做预测，营业外支出为水利建设基金等，本次仅对水利建设基金根据相关计提比例进行预测。

（8）所得税的预测

掌维科技所得税率为 15%，子公司北京品书网络科技有限公司所得税率为 25%。

本次评估根据掌维科技和北京品书网络科技有限公司各自的销售比重和所得税率综合确定其当年的所得税率。

（9）未来年度折旧和摊销的预测

根据公司固定资产计提折旧、长期待摊费用 and 无形资产的摊销的方式，评估人员对存量、增量固定资产、长期待摊费用 and 无形资产，按照企业现行的折旧年限、残值率和已计提折旧(累计摊销)的金额逐一进行了测算。并根据原有固定资产的分类，将测算的折旧及摊销分至管理费用。

（10）资本性支出的预测

未来资本性支出主要为电子设备的购买。

（11）营运资金增加额的预测

营运资金的追加是指随着企业经营活动的变化，因提供商业信用而占用的现金，正常经营所需保持的现金等；同时，在经济活动中，获取他人提供的商业信用，相应可以减少现金的即时支付。通常其他应收款和其他应付款核算内容绝大多数为关联方的经营性往来；应交税费和应付职工薪酬等项目因周转快，拖欠时间较短，且金额相对较小，预测时假定其保持基准日余额持续稳定。所以计算营运资金的增加需考虑正常经营所需保持的现金、应收账款、预付款项、应付账款、预收款项等几个因素。

1) 基准日营运资金的确定

企业基准日营运资金根据资产基础法评估结果，剔除溢余资产、非经营性资产及负债后确定。评估基准日的调整后营运资金为 1,388,581.62 元。

2) 最低现金保有量的预测

一般情况下，企业要维持正常运营，通常需要一定数量的现金保有量。通过对掌维科技 2014 年度至 2016 年 3 月各期营运资金的现金持有量与付现成本情况进行的分析，掌维科技营运资金中现金的持有量约为 2 个月的付现成本费用。

3) 非现金营运资金的预测

评估人员分析企业历史年度应收账款、预付账款、应付账款和预收款项的周转情况,综合分析评估基准日以上科目内容及金额的构成情况及历史年度的周转情况,预测了未来周转天数。则:

预测年度应收账款=当年销售收入×该年预测不同业务对应应收账款加权周转天数/365

预测年度预付款项=当年销售成本×该年预测预付款项周转天数/365

预测年度应付账款=当年销售成本×该年预测应付账款周转天数/365

预测年度预收款项=当年销售收入×该年预测预收款项款周转天数/365

4) 未来年度营运资金追加额

按照以上方法对未来营运资金预测如下:

金额:人民币元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
营运资金	2,430,375.67	2,979,934.71	3,881,335.36	4,685,011.80	5,274,645.69	5,711,002.54
营运资金的变动	1,041,794.05	549,559.04	901,400.66	803,676.44	589,633.89	436,356.85

3、预测期后的价值确定

因收益期按永续确定,预测期后经营按稳定预测,故永续经营期年自由现金流,按预测末年自由现金流调整确定。主要调整包括:

资本性支出:按企业未来规划,若确保企业能够正常的稳定的持久的运营下去,结合目前企业资产的状况和更新投入资产的情况,确定预测期后每年的资本性支出金额为 459,000.00 元;

折旧摊销费:根据企业预测年后的年资本性支出,结合企业的固定资产的折旧政策,确定预测期后每年的折旧摊销费为 390,000.00 元;

管理费用:由于折旧摊销费发生变化,企业管理费用也相应变化,折旧摊销费的变化额,就是管理费用的调整数,故确定预测期后的管理费用为 24,291,568.04 元。

则预测年后按上述调整后的年自由现金流为 73,729,723.03 元。

4、折现率的确定

(1) 无风险收益率的确定

根据 Wind 资讯查询评估基准日银行间固定利率国债收益率(10 年期)的平均收益率确定，因此本次无风险报酬率 R_f 取 2.8419%。

(2) 权益系统风险系数的确定

被评估单位的权益系统风险系数计算公式如下：

$$\beta_L = [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U$$

式中： β_L ：有财务杠杆的权益的系统风险系数；

β_U ：无财务杠杆的权益的系统风险系数；

t ：被评估企业的所得税税率；

D/E ：被评估企业所在行业的平均资本结构。

查询可比上市公司的有财务杠杆风险系数，根据各对应上市公司的资本结构将其还原为无财务杠杆风险系数。

根据 Wind 资讯查询的沪深 A 股股票 700 天互联网信息服务、传媒类相关类似上市公司 Beta 计算确定，具体确定过程如下：

首先根据类似上市公司的 Beta 计算出各公司无财务杠杆的 Beta，然后得出类似上市公司无财务杠杆的平均 Beta 为 1.0909。

(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。

由于国内证券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投机气氛较浓，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，再加上国内市场股权割裂的特有属性，因此，直接通过历史数据得出的股权风险溢价不具有可信度。而在成熟市场中，由于有较长的历史数据，市场总体的股权风险溢价可以直接通过分析历史数据得到。因此国际上新兴市场的风险溢价通常也可以采用成熟市场的风险溢价进行调整确定。

即：市场风险溢价=成熟股票市场的基本补偿额+国家风险补偿额。

式中：成熟股票市场的基本补偿额取 1928-2015 年美国股票与国债的算术平均收益差 6.18%，国家风险补偿额取 0.93%。

则：MRP=6.18%+0.93%

=7.11%

故本次市场风险溢价取 7.11%。

（4）企业特定风险调整系数的确定

企业特定风险调整系数是根据待估企业与所选择的对比企业在企业特殊经营环境、企业规模、经营管理、抗风险能力、特殊因素所形成的优劣势等方面的差异进行的调整系数。

掌维科技属于数字出版行业，数字出版行业受到国家法律法规及政策的严格监管，政策的调整及变化将可能对公司业务带来一定的风险。

数字出版的版权保护机制尚未真正确立。现阶段，数字出版的版权保护机制（包括技术手段、授权模式和保护体系等）的建立尚不完善。版权授权不规范，著作权人的合法权利和出版社的权益难以得到有效保障，现有法律有待进一步修改和补充。信息技术的快速发展让数字出版侵权案件面临取证难、认定难、维权成本高等问题。

人才仍是制约企业发展的关键因素。在新媒体出版及制作单位中，数字出版流程还不完善，缺乏适应数字出版要求的编辑人才。

掌维科技处于数字阅读行业，2015 年初，腾讯收购盛大文学，并成立了包括起点中文网、创世中文网等文学网站的阅文集团，在提升数字阅读行业的市场

关注度的同时，也进一步加剧了数字阅读行业的市场竞争。如果掌维科技未来不能有效地制定实施业务发展规划，积极应对市场竞争日益激烈所带来的挑战，则可能在市场竞争中处于不利地位，丧失其原本具有的竞争优势，进而影响掌维科技的经营业绩和发展潜力。

根据以上分析，企业特定风险调整系数 R_c 取 3%。

掌维科技属于数字阅读行业，由于数字阅读行业为新兴的行业，国内比较知名的数字阅读企业有阅文集团、百度文学、中文在线、掌阅科技等，与掌握科技规模相近的数字阅读企业有点众科技、博易创为等。目前在公开的渠道未能提取阅文集团、百度文学公开财务信息，仅能在公开渠道获取中文在线、掌阅科技、点众科技、博易创为的历史年度相关财务信息。截止本重组报告书签署日，上述公司未有重组并购事项。故仅从互联网服务相关行业参考交易案例个别风险系数及掌维科技自身情况以及评估师的专业判断考虑其风险系数。

互联网服务相关行业参考交易案例个别风险系数如下：

序号	收购方	收购对象	基准日	个别风险系数
1	利欧股份	微创时代	2015-04-30	3.50%
2	联创互联	上海麟动	2015-06-30	3.00%
3	联创互联	上海激创	2015-06-30	3.00%
4	联建光电	深圳力玛	2015-09-30	4.00%
5	利欧股份	智趣广告	2015-09-30	3.00%
6	电广传媒	北京掌阔	2015-12-31	4.00%
7	科达股份	智阅网络	2015-12-31	2.00%
8	科达股份	数字一百	2015-12-31	2.00%
9	南极电商	时间互联	2016-04-30	4.00%
10	启明星辰	赛博兴安	2015-12-31	1.50%
11	四维图新	杰发科技	2015-11-30	2.00%
12	科大讯飞	乐知行	2015-12-31	2.00%
13	真视通	网润杰科	2015-12-31	2.00%
14	佳都科技	华之源	2015-12-31	3.91%
15	太极股份	宝德计算机	2015-07-31	0.50%

16	太极股份	量子伟业	2015-07-31	1.00%
平均				2.59%

掌维科技属于数字出版行业，数字出版行业受到国家法律法规及政策的严格监管，政策的调整及变化将可能对公司业务带来一定的风险。

数字出版的版权保护机制尚未真正确立。现阶段，数字出版的版权保护机制（包括技术手段、授权模式和保护体系等）的建立尚不完善。版权授权不规范，著作权人的合法权利和出版社的权益难以得到有效保障，现有法律有待进一步修改和补充。信息技术的快速发展让数字出版侵权案件面临取证难、认定难、维权成本高等问题。

人才仍是制约企业发展的关键因素。在新媒体出版及制作单位中，数字出版流程还不完善，缺乏适应数字出版要求的编辑人才。

掌维科技处于数字阅读行业，2015 年初，腾讯收购盛大文学，并成立了包括起点中文网、创世中文网等文学网站的阅文集团，在提升数字阅读行业的市场关注度的同时，也进一步加剧了数字阅读行业的市场竞争。如果掌维科技未来不能有效地制定实施业务发展规划，积极应对市场竞争日益激烈所带来的挑战，则可能在市场竞争中处于不利地位，丧失其原本具有的竞争优势，进而影响掌维科技的经营业绩和发展潜力。

综上所述，近年来相关行业可比公司重组项目的个别风险系数取值区间为 0.50%-4.00%，掌维科技的个别风险系数为 3.00%，高于行业平均水平，已充分考虑其风险。

经核查，独立财务顾问、中企华认为，结合掌维科技业务特点、业务发展阶段、面临的经营风险及市场可比交易折现率情况，本次收益法评估中风险系数取值是合理的。

（5）预测期折现率的确定

1) 计算权益资本成本

将上述确定的参数代入权益资本成本计算公式，计算得出被评估单位的权益资本成本。

2) 计算加权平均资本成本

$$WACC = K_e \times E / (D + E) + K_d \times D / (D + E) \times (1 - T)$$

由于企业无有息负债， $K_d=0$ ，则 $WACC=K_e=13.60\%$

掌维科技属于数字阅读行业，由于数字阅读行业为新兴的行业，国内比较知名的数字阅读企业有阅文集团、百度文学、中文在线、掌阅科技等，与掌维科技规模相近的数字阅读企业有点众科技、博易创为等。目前在公开的渠道未能提取阅文集团、百度文学的财务信息，仅能获取中文在线、掌阅科技、点众科技、博易创为的历史年度相关财务信息。截止本重组报告书签署日，上述公司未有重组并购事项。故仅从互联网服务相关行业参考交易案例折现率的情况统计如下：

序号	收购方	收购对象	基准日	折现率
1	利欧股份	微创时代	2015-04-30	13.30%
2	联创互联	上海麟动	2015-06-30	13.23%
3	联创互联	上海激创	2015-06-30	13.63%
4	联建光电	深圳力玛	2015-09-30	13.33%
5	利欧股份	智趣广告	2015-09-30	12.90%
6	电广传媒	北京掌阔	2015-12-31	12.77%
7	科达股份	智阅网络	2015-12-31	12.52%
8	科达股份	数字一百	2015-12-31	12.52%
9	南极电商	时间互联	2016-04-30	13.10%
10	启明星辰	赛博兴安	2015-12-31	13.30%
11	四维图新	杰发科技	2015-11-30	12.77%
12	科大讯飞	乐知行	2015-12-31	13.15%
13	真视通	网润杰科	2015-12-31	12.09%
14	佳都科技	华之源	2015-12-31	12.22%
15	太极股份	宝德计算机	2015-07-31	11.53%
16	太极股份	量子伟业	2015-07-31	12.74%
最大值				13.63%
最小值				11.53%
中位数				12.84%

平均值	12.82%
评估值	13.6%

由上表可以看出近年来互联网行业相关公司重组项目折现率取值区间为11.53%-13.63%，掌维科技折现率为13.6%，高于平均值且处于高位，谨慎合理。

经核查，独立财务顾问、中企华认为，结合市场可比交易折现率情况，本次交易掌维科技评估折现率取值是合理的。

5、测算过程和结果

（1）未来年度企业自由现金流量

根据各项预测，未来年度企业自由现金流量预测如下：

金额单位：人民币万元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 至永续
一、营业收入	12,090.45	18,515.49	22,051.86	25,049.04	27,016.81	28,573.06	28,573.06
减：营业成本	7,121.28	10,905.62	12,988.54	14,753.88	15,912.90	16,829.54	16,829.54
营业税金及附加	82.22	125.91	149.95	170.33	183.71	194.30	194.30
销售费用	128.31	190.40	214.34	239.57	266.15	275.47	275.47
管理费用	1,500.21	1,983.19	2,121.73	2,237.26	2,340.91	2,430.46	2,429.16
财务费用	-	-	-	-	-	-	-
资产减值损失	-	-	-	-	-	-	-
二、营业利润	3,258.43	5,310.37	6,577.29	7,647.99	8,313.13	8,843.30	8,844.60
加：投资收益	-	-	-	-	-	-	-
营业外收入	-	-	-	-	-	-	-
减：营业外支出	15.11	18.52	22.05	25.05	27.02	28.57	28.57
三、利润总额	3,243.33	5,291.86	6,555.24	7,622.94	8,286.11	8,814.73	8,816.03
减：所得税费用	550.15	906.48	1,083.89	1,250.08	1,353.67	1,435.94	1,436.16
四、净利润	2,693.18	4,385.38	5,471.35	6,372.86	6,932.44	7,378.78	7,379.87
扣税后财务费用	-	-	-	-	-	-	-
五、企业自有现金流量	2,693.18	4,385.38	5,471.35	6,372.86	6,932.44	7,378.78	7,379.87
加：折旧及摊销	29.53	44.81	45.08	40.46	32.38	40.30	39.00
减：资本性支出	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00	45.90
营运资金需求净增加	104.18	54.96	90.14	80.37	58.96	43.64	0.00

六、企业自有现金流量	2,588.53	4,345.24	5,396.29	6,302.95	6,875.86	7,355.45	7,372.97

2) 企业的营业性资产价值

收益期内各年预测自由现金流量折现，从而得出企业的营业性资产价值。计算结果详见下表：

金额单位：人民币万元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年 度	2022 年 至永续
一、净现金流量	2,588.53	4,345.24	5,396.29	6,302.95	6,875.86	7,355.45	7,372.97
折现率年限	0.38	1.25	2.25	3.25	4.25	5.25	-
二、折现率	13.60%	13.60%	13.60%	13.60%	13.60%	13.60%	13.60%
折现系数	0.9533	0.8527	0.7506	0.6607	0.5816	0.5120	3.7647
三、各年净现金流量折现值	2,467.67	3,705.02	4,050.37	4,164.52	3,999.16	3,765.94	27,756.68
四、预测期经营价值	49,909.34						

6、其他资产和负债的评估

(1) 溢余资产的评估

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，主要为多余的货币资金，评估基准日评估值为 1,107.71 万元。

(2) 非经营性资产和负债的评估

非经营性资产、负债是指与被评估单位生产经营无关的，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。非经营性资产为其他流动资产中的理财产品和其他应收款个人往来，非经营性负债为应付股利，采用成本法，非经营性资产、负债评估基准日评估值为 2,117.48 万元。

7、收益法评估结果

(1) 企业整体价值的计算

企业整体价值=经营性资产价值+溢余资产+非经营性资产价值

$$=49,909.34+1,107.71+2,117.48$$

=53,134.53 万元

(2) 付息债务价值的确定

截至评估基准日，掌维科技无有息负债。

(3) 股东全部权益价值的计算

股东全部权益价值=企业整体价值-付息债务价值

=53,134.53-0.00

=53,134.53 万元

(4) 少数股东权益价值的计算

本次评估无少数股东权益。

(5) 母公司股东权益价值的计算

母公司股东全部权益价值=股东全部权益价值-少数股东权益价值

=53,134.53-0.00

=53,134.53 万元

8、掌维科技未来年度净利润预测的合理性及可实现性

(1) 目前经营业绩

根据中企华出具的《思美传媒股份有限公司拟购买股权涉及的杭州掌维科技股份有限公司股东全部权益项目评估报告》（中企华评报字（2016）第 3603 号），收益法预测掌维科技 2016 年 4-12 月的营业收入为 12,090.45 万元，净利润 2,693.18 万元。

根据天健会计师出具的“天健审（2016）7824 号”《审计报告》，掌维科技 2016 年 1-8 月合并报表实现的营业收入为 12,518.99 万元，净利润为 4,005.06 万元。

截至 2016 年 8 月末，掌维科技营业收入及净利润的实现情况如下所示：

项目	营业收入（万元）	净利润（万元）

2016 年 1-8 月实际完成情况	12,518.99	4,005.06
2016 年 4-12 月预测数	12,090.45	2,693.18
2016 年 1-12 月预测数	15,105.68	3,592.53
完成比例	82.88%	111.48%

由上表可见，截至 2016 年 8 月末，掌维科技已完成 2016 年预测营业收入的 82.88%，已完成 2016 年预测净利润的 111.48%。

（2）业务拓展情况

掌维科技主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。就数字阅读业务，为获取更多的阅读用户，掌维科技从数字内容、渠道建设、推广投入等方面加强了阅读产品的推广力度。

在数字内容方面，掌维科技通过与众多版权机构、作者建立长期的合作关系，并运营自有互联网阅读平台“原创书殿”、“言情书殿”及手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”，建立了稳定的数字内容获取渠道。经过不懈努力，掌维科技已经积累了丰富的数字内容。截至 2016 年 8 月末，掌维科技已成功签约作者 1,700 余名，签约优质版权数量 2,100 余本。数字内容涵盖玄幻仙侠、现代言情、古代言情、游戏竞技、军事历史、悬疑灵异等多个阅读系列，日益丰富的数字内容吸引了更多的阅读用户。

在渠道优化方面，经过近年来的积累，掌维科技的两大互联网阅读平台积累了大量的用户资源，截至 2016 年 8 月末，掌维科技互联网阅读平台累计注册用户数超过 740 万，其中“原创书殿”作为最主要的阅读平台，累积注册用户数超过 670 万；“奇悠阅读 APP”累计下载用户超过 3,600 万，激活用户超过 1,200 万，月活跃用户超过 470 万，日活跃用户超过 24 万；掌维科技运营的“原创书殿”和“小说阅读”微信订阅号合计关注用户超过 220 万。掌维科技多元化的渠道优势为更多的阅读用户提供阅读便利，也使得消费公司阅读产品的用户数逐渐增加。

在推广投入方面，为获取更多的阅读用户，掌维科技加大了对阅读产品的推广力度，持续加大了对渠道平台的投入，推广成本的绝对金额逐年增加，推广成本的持续投入带来了良好的市场效果，报告期内收入逐年增长。报告期内，掌维科技推广支出分别为 1,104.66 万元、2,187.38 万元和 6,218.22 万元，随着推广投

入的大幅增加相应数字阅读业务收入亦大幅提升。

就版权衍生业务，为实现数字内容资源价值最大化，掌维科技对拥有版权的数字内容深度挖掘，经过筛选和审核，将优质数字内容改编为影视剧、游戏、动漫作品等产品，或将优质内容的改编权授权给其他第三方进行数字内容改编。目前，掌维科技已与万花筒影业（天津）有限公司签订《影视投资合作协议》，就掌维科技优质小说作品《天价前妻》进行网络剧的衍生开发。

（3）主要平台经营数据

掌维科技主营业务主要为手机阅读产品业务和互联网阅读产品业务，截止2016年8月31日两大平台主要完成情况如下：

金额：万元

项目	预测数	2016年1-8月完成数	完成率
互联网阅读产品业务收入	9,905.36	8,468.33	85%
手机阅读产品业务收入	5,200.32	4,050.65	78%

两大平台经营数据如下：

①互联网阅读产品经营数据

掌维科技互联网阅读产品主要依托自有平台原创书殿开展阅读服务业务，2016年1-8月，原创书殿每月滤重注册用户数、月浏览量（PV）、月访客数（UV）、日浏览量（PV）、日访客数（UV）况如下：

时间	月滤重注册用户数(人)	月浏览量(PV)	月访客数(UV)	日平均浏览量(PV)	日平均访客数(UV)
2016年1月	430,423	164,337,276	6,456,944	5,301,202	208,289
2016年2月	444,129	190,671,240	7,609,088	6,809,687	271,753
2016年3月	700,516	316,931,182	12,502,911	10,223,587	403,320
2016年4月	726,162	403,500,921	14,360,866	13,450,031	478,696
2016年5月	1,101,255	586,854,670	21,066,364	18,930,796	679,560
2016年6月	891,596	560,735,135	19,711,905	18,691,171	657,064
2016年7月	864,025	568,501,669	21,038,408	18,338,764	678,658
2016年8月	610,593	502,770,723	18,548,270	16,218,410	598,331

注：日浏览量（PV）、日访客数（UV）根据当月每天的浏览量（PV）、访客数（UV）加总除以当月的天数计算得出。

②手机阅读产品经营数据

掌维科技手机阅读产品主要依托其自主开发的 Android 系统手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”开展阅读服务业务，2016 年 1-8 月，“奇悠阅读 APP”月活跃用户数和日平均活跃用户数的情况如下：

时间	月活跃用户数	日平均活跃用户数
2016 年 1 月	3,234,448	182,353
2016 年 2 月	3,308,733	189,845
2016 年 3 月	4,046,897	216,151
2016 年 4 月	3,438,939	170,273
2016 年 5 月	3,409,652	157,972
2016 年 6 月	3,521,899	181,223
2016 年 7 月	4,642,644	206,676
2016 年 8 月	4,730,423	247,999

注：“奇悠阅读 APP”订阅方式分点播和包月两种，主要以手机短信订阅的方式获取阅读内容，用户不需注册，因此“奇悠阅读 APP”月活跃用户数以当月滤重的点播访问用户数和包月用户数合计统计，日平均活跃用户数以当月每天访问用户数加总除以当月天数统计。

（4）同行业可比公司业绩预测情况对比

掌维科技属于数字阅读行业，由于数字阅读行业为新兴的行业，国内比较知名的数字阅读企业有阅文集团、百度文学、中文在线、掌阅科技等，与掌握科技规模相近的数字阅读企业有点众科技、博易创为等。目前在公开的渠道未能查阅阅文集团、百度文学财务信息，仅能查阅中文在线、掌阅科技、点众科技、博易创为的历史年度相关财务信息。目前同行业公司历史年度利润变化趋势情况如下：

单位：万元

项目	2013 年	2014 年	2015 年	复合增长率
中文在线	3,572.73	3,351.39	1,717.25	-30.67%
掌阅科技	5,171.58	6,305.07	6,796.80	14.64%

点众科技	35.08	181.52	1,008.43	436.16%
博易创为	300.98	246.26	1538.33	126.08%

由上表可见，同行业可比公司历史年度净利润复合增长率平均值为 136.55%。掌维科技 2014 年至 2016 年净利润复合增长率为 253.31%，预测年度复合增长率为 17.86%，既远低于其历史年度复合增长率，也低于同行业可比公司历史年度复合增长率。截止 2016 年 8 月末，掌维科技已实现净利润 4,005.06 万元，已完成 2016 年全年预测数。

综上所述，结合掌维科技目前经营业绩、业务拓展情况、主要平台经营数据、及同行业公司历史增长情况，掌维科技未来年度净利润预测是合理的并具有可实现性。

经核查，独立财务顾问，天健会计师和中企华认为，掌维科技未来年度净利润预测是合理的并具有可实现性

9、保障掌维科技业绩承诺切实履行的具体措施和对相关方的追偿措施

本次交易的具体支付方式如下：

交易对方	交易对方在标的公司的持股比例(%)	转让对价（元）	对价支付方式及金额		
			现金对价金额（元）	股份对价金额（元）	股份对价数量（股）
张子钢	71.50	378,950,000.00	189,475,000.25	189,474,999.75	6,544,905
鼎维投资	10.00	53,000,000.00	26,500,009.55	26,499,990.45	915,371
张瑾	7.00	37,100,000.00	18,550,026.95	18,549,973.05	640,759
萌皓投资	3.20	16,960,000.00	6,784,017.10	10,175,982.90	351,502
华睿文华	3.00	15,900,000.00	15,900,000.00	-	-
张萍	2.00	10,600,000.00	5,300,007.70	5,299,992.30	183,074
华睿新锐	2.00	10,600,000.00	15.40	10,599,984.60	366,148
上哲永晖	0.80	4,240,000.00	1,696,018.75	2,543,981.25	87,875
张琦	0.50	2,650,000.00	1,325,016.40	1,324,983.60	45,768
小计	100.00	530,000,000.00	265,530,112.10	264,469,887.90	9,135,402

上市公司交易对方及补偿责任人签署的《掌维科技收购协议》及《掌维科技业绩补偿协议》标的公司于 2016、2017、2018 会计年度实现的年度“考核实现的

净利润”应分别不少于人民币 3,600 万元、4,400 万元、5,500 万元。

张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资作为补偿责任人承诺，若标的公司在业绩承诺期间内任一会计年度的当年期末考核实现净利润累计数未能达到当年期末承诺净利润累计数，则补偿责任人应按照各自转让的标的公司股份比例向思美传媒进行补偿，具体为首先补偿责任人以其在本次交易中取得的上市公司股份进行补偿，不足部分以现金方式进行补偿。

本次补偿方案中补偿责任人的履约能力及履约保障措施明确可行，原因如下：

(1) 补偿责任人所持标的公司股权比例较高

张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资作为补偿责任人与上市公司签订了《掌维科技业绩补偿协议》，合计持有标的公司 91%的股权，在本次交易中将获得标的公司总估值 91%的转让对价。

(2) 现金对价的分期支付和股票对价的锁定措施能够对补偿责任人的履约提供保障

①现金对价的分期支付

本次交易均为自然人或有限合伙，标的资产交割时将面临缴纳标的资产溢价转让涉及的个人所得税及其他税费，为保障标的资产的交割顺利进行，经交易各方协商确定，上市公司首期向作为补偿责任人的交易对方支付现金对价总额的 50%，剩余的现金对价作为业绩承诺的保证金，由上市公司分期向交易对方支付，具体如下：

“在本次交易对应的标的公司股权转让的工商变更登记实施完毕后（暨营业执照登记日期）20 个工作日内受让方向管理层股东（即张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资）支付第一笔现金对价，即现金对价总额的 50%；受让方在证监会指定媒体披露 2016 年会计年度审计报告后的 10 个工作日内（且不早于第一笔现金对价支付时间）支付第二笔现金对价，即现金对价总额的 25%；受让方在证监会指定媒体披露 2017 年会计年度审计报告后的 10 个工作日内（且不早于第一笔现金对价支付时间）支付第三笔现金对价，即现金对价总额的 25%。受让方在

每一笔现金对价支付中均按照各管理层股东在本次交易中应取得的现金对价比例予以分配。”

②股票对价的锁定措施

同时，本次交易项下的对价股份设置了解禁条件，解禁条件与业绩承诺实现情况挂钩。具体约定如下：

A、乙方一（即张子刚）在本次发行中认购的受让方股份自该新增股份上市日起 12 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售：

a. 自上述股份上市之日起满 12 个月之后，标的公司 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中乙方一应补偿股份数的部分解除限售；

b. 自上述股份上市之日起满 12 个月之后，标的公司 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中乙方一应补偿股份数的部分解除限售；

c. 自上述股份上市之日起满 36 个月之后，标的公司 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 20%扣除上述补偿义务履行过程中乙方一应补偿股份数的部分解除限售；

d. 自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。

B、乙方二、乙方三、乙方四（即张瑾、张萍、张琦）按照如下约定解除锁定：

a. 若本次交易乙方二、乙方三、乙方四认购的思美传媒股份在 2016 年 8 月 31 日之前完成新增股份登记，则自上述新增股份上市日起 36 个月内不得转让。自上述新增股份上市日起 36 个月届满后乙方二、乙方三、乙方四各自所持

85%股份扣除已补偿股份（如有）解除限售，自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。

b. 若在本次交易中乙方二、乙方三、乙方四认购的思美传媒股份在 2016 年 8 月 31 日之后完成新增股份登记，该新增股份上市日起 12 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售：

a) 自上述股份上市之日起满 12 个月之后，标的公司 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且乙方二、乙方三、乙方四已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 25% 扣除上述补偿义务履行过程中乙方二、乙方三、乙方四应补偿股份数的部分解除限售；

b) 自上述股份上市之日起满 24 个月之后，标的公司 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且乙方二、乙方三、乙方四已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30% 扣除上述补偿义务履行过程中乙方二、乙方三、乙方四应补偿股份数的部分解除限售；

c) C.自上述股份上市之日起满 36 个月之后，标的公司 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且乙方二、乙方三、乙方四已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 30%扣除上述补偿义务履行过程中乙方二、乙方三、乙方四应补偿股份数的部分解除限售；

d) 自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。

C、乙方五（即鼎维投资）在本次发行中认购的受让方股份自该新增股份上市日起 36 个月内不得转让，上述期限届满后按照如下约定逐步解除限售：

a. 自上述股份上市之日起满 36 个月之后，标的公司 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），上述股份中的 85%扣除上述补

偿义务履行过程中乙方五应补偿股份数的部分解除限售；

b. 自上述股份上市之日起满 48 个月之后剩余股份扣除已补偿股份（如有）解除限售。

③可补偿对价的覆盖比例

假设上市公司在 2016 年 12 月 31 日前完成股份交割及首期的现金支付，剩余向补偿责任人支付对价的进度与业绩承诺实现进度的关系如下：

单位：万元

	2016 年度	2017 年度	2018 年度
业绩承诺	3,600	4,400	5,500
业绩未完成比例（%）	73.33	40.74	0.00
	2016 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
未支付现金	12,057.50	6,028.75	0.00
未解禁股份对价金额	24,115.00	17,801.38	11,361.88
其中：张子钢	18,947.50	13,263.25	7,579.00
鼎维投资	2,650.00	2,650.00	2,650.00
张瑾	1,855.00	1,391.25	834.75
张萍	530.00	397.50	238.50
张琦	132.50	99.38	59.63
可补偿对价小计	36,172.50	23,830.13	11,361.88
可补偿对价占比(%)	68.25	44.96	21.44

由上表可见，除首期支付的现金对价之外，本次交易对价（包括业绩承诺保证金和股份对价）合计累计支付/解禁进度与标的公司业绩承诺累计实现进度基本一致。因此，业绩承诺期内各期末支付的现金对价和未解禁的股份对价基本能够充足保障补偿责任人对于业绩补偿义务的履行。

（3）补偿责任人具备较强的资金实力

张子钢为掌维科技的创始人，自身具有一定的资金实力以保证其履行协议项下的业绩承诺与补偿义务；鼎维投资为掌维科技之 23 名核心人员持股平台，其中张子钢持有鼎维投资 70.10% 的合伙份额，其余合伙人所持有的合伙份额相对较低；张瑾、张萍、张琦等人因持有掌维科技的股权比例较低，其取得本次交易对价金额较少；因此以上述自然人个人家庭资产和多年薪酬积累，具备一定的资金实力和支付能力。

经核查，独立财务顾问，天健会计师和中企华认为，综合掌维科技 2016 年 1-8 月份已实现的营业收入和净利润，以及正在执行中的合同，并且根据起业务拓展情况，掌维科技 2016-2018 年营业收入、净利润预测具有合理性及可实现性。综合考虑本次交易的业绩补偿安排、标的资产盈利预测可实现性、支付对价安排以及交易对方的资金实力，本次交易具有较好的业绩补偿实施措施及对相关方追偿的约束措施，上市公司及中小股东的利益能够得到有效保障。

（六）评估结果差异原因及选择说明

采用资产基础法评估得到的杭州掌维科技股份有限公司股东全部权益价值为 4,458.85 万元，采用收益法评估得到的股东全部权益价值 53,134.53 万元，差 48,675.69 万元，差异率为 1,091.67%。

资产基础法和收益法评估结果出现差异的主要原因是：资产基础法是指在合理评估企业各分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，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。收益法是从企业的未来获利能力角度出发，反映了企业各项资产的综合获利能力。两种方法的估值对企业价值的显化范畴不同，平台、服务、营销、团队、资质、客户等无形资源难以在资产基础法中逐一计量和量化反映，而收益法则能够客观、全面的反映被评估单位的价值。因此造成两种方法评估结果存在较大的差异。

杭州掌维科技股份有限公司属于数字阅读行业，具有“轻资产”的特点，其固定资产投入相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，也考虑了企业所拥有的资质、业务网络、服务能力、人才团队等重要的无形资源。掌维科技通过与众多版权机构、原创作者建立长期的合作关系，建立了稳定的数字内容获取渠道。经过多年的积累，掌维科技的产品推广渠道涵盖手机、手持终端、互联网等多种渠道。而资产基础法仅对各单项有形资产、无形资产进行了评估，不能完全体现各个单项资产组合对整个公司的贡献，也不能完全衡量各单项资产间的互相匹配和有机组合因素可能产生出来的整合效应，而公司整体收益能力是企业所有环境因素和内部条件共同作用的结果。鉴于本次评估目的，收益法评估的途径能够客观合理地反映杭州掌维科技股份有限

公司的价值。本次评估以收益法的结果作为最终评估结论。

根据以上评估工作，本次评估结论采用收益法评估结果，即：杭州掌维科技股份有限公司的股东全部权益价值评估值为 53,134.53 万元。

（七）评估增值的原因

本次委托评估的掌维科技股东全部权益价值评估结果为 53,134.53 万元，较账面价值 3,452.78 万元的评估增值为 49,681.75 万元，增值率 1,438.89%。评估增值较大的原因及合理性分析如下：

1、掌维科技属于“轻资产”企业

掌维科技主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，掌维科技所处行业属于“I 信息传输、软件和信息技术服务业”项下的“I64 互联网和相关服务”。与传统的制造业相比，数字阅读企业大多采用轻资产运营模式，无传统的生产制造车间、加工生产设备等固定资产，而且，掌维科技的经营场所通过租赁的方式获得。截至报告期末，掌维科技的资产主要由货币资金、应收账款和其他流动资产等构成，其资产主要靠掌维科技自身的经营积累形成，而且自其成立以来未进行较大规模的增资。因此，掌维科技账面净资产金额较小。

2、掌维科技所处行业发展前景良好

掌维科技所处行业为数字阅读行业，数字阅读是互联网行业和数字出版行业交叉形成的细分行业，伴随近年来互联网（包含移动互联网）行业和数字出版产业的高速发展，以及国民数字化阅读比率的提升、手机阅读的快速发展、优质网络文学巨大商业价值变现等因素的影响，数字阅读行业正处于快速发展的阶段，数字阅读具有良好的发展前景。

3、掌维科技未来发展速度较快，具有较强的盈利能力

掌维科技 2014 年、2015 年扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 228.66 万元、1,163.14 万元，2015 年较 2014 年增长 408.68%；掌维科技 2016 年 1-3 月扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 876.70 万

元，占 2015 年扣非后净利润的 75.37%。报告期内，掌维科技的经营业绩实现了较大幅度的增长。

同时，根据本次交易相关业绩承诺，如本次交易于 2016 年度实施完毕，掌维科技 2016 年度、2017 年度和 2018 年度考核净利润分别不少于 3,600 万元、4,400 万元和 5,500 万元；如本次交易在 2017 年实施完毕，掌维科技 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年度考核净利润分别不少于 3,600 万元、4,400 万元、5,500 万元和 5,800 万元；预测未来掌维科技业绩将保持较快增长，具有较强的盈利能力。

4、本次评估定价采用收益法评估结果

掌维科技属于典型的“轻资产”企业，其固定资产投入相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还包含企业所拥有的资质、业务网络、服务能力、人才团队等重要的无形资源。同时，根据本次交易相关业绩承诺，预计掌维科技未来具有较高的净资产收益率，未来净利润增长率较高，盈利能力较强。为客观合理的反映掌维科技的价值，本次评估定价采用收益法结果确定，收益法是从企业的未来获利能力角度出发，客观、全面的反映企业各项资产的综合获利能力。因此，掌维科技的评估定价较账面净值整体偏高。

根据中企华以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，对掌维科技 100%股权进行了评估，采用收益法评估的评估值为 53,134.53 万元，根据评估结果并经交易各方充分协商，掌维科技 100%股权的整体价值确定为 53,000 万元。本次交易作价小于评估值，因此本次交易定价合理。同时，独立董事对评估机构、评估假设前提的合理性和交易定价的公允性发表了独立意见。

5、与同行业上市公司相比，本次评估定价具有合理性

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，掌维科技所处行业属于“I 信息传输、软件和信息技术服务业”项下的“I64 互联网和相关服务”。截至评估基准日（2016 年 3 月 31 日），互联网和相关服务业上市公司中剔除“B 股”上市公司、市盈率为负值或者超过 100 倍的上市公司共 12 家，该 12 家上市公司的平均市盈率为 69.09，同行业上市公司的平均市盈率普遍高启。

如本次交易于 2016 年度实施完毕，按照本次交易对手方张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资承诺，掌维科技 2016 年度、2017 年度和 2018 年度考核净利润分别不少于 3,600 万元、4,400 万元和 5,500 万元，本次交易定价对应的市盈率分别为 14.72、12.05 和 9.62；如本次交易在 2017 年实施完毕，按照本次交易对手方张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资承诺，掌维科技 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年度考核净利润分别不少于 3,600 万元、4,400 万元、5,500 万元和 5,800 万元，本次交易定价对应的市盈率分别为 14.72、12.05、9.62 和 9.46，远低于同行业上市公司的平均市盈率。因此，本次交易作价评估定价处于合理水平。

二、观达影视评估情况

（一）观达影视评估基本情况

中企华以 2016 年 3 月 31 日为基准日对观达影视 100%股权进行了评估并出具了《思美传媒股份有限公司拟购买股权涉及的上海观达影视文化有限公司股东全部权益项目评估报告》（中企华评报字〔2016〕第 3602 号），具体情况如下：

1、资产评估机构：北京中企华资产评估有限责任公司

2、资产评估目的：北京中企华资产评估有限责任公司接受思美传媒股份有限公司的委托，对思美传媒股份有限公司拟收购股权涉及的上海观达影视文化有限公司股东全部权益进行评估，为思美传媒股份有限公司收购股权提供价值参考。

3、评估对象：根据本次评估目的，评估对象是上海观达影视文化有限公司的股东全部权益。

4、评估范围：截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，观达影视总资产账面价值为 13,443.09 万元，总负债账面价值为 12,211.27 万元，股东全部权益账面价值 1,231.83 万元。

5、评估基准日：2016 年 3 月 31 日

6、评估方法：本次评估采用资产基础法和收益法。

7、评估结论：

根据有关法律、法规和资产评估准则，遵循独立、客观、公正的原则，采用资产基础法、收益法，按照必要的评估程序，对思美传媒股份有限公司拟收购股权涉及的上海观达影视文化有限公司股东全部权益在评估基准日的市场价值进行了评估。

（1）收益法评估结果

截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，上海观达影视文化有限公司总资产账面价值为 13,004.97 万元，负债账面价值为 10,890.61 万元，股东全部权益账面价值为 2,114.35 万元（账面值为合并报表数值，业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计），股东全部权益评估值为 91,827.35 万元，增值 89,713.00 万元，增值率 4243.04%。

（2）资产基础法评估结果

截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，上海观达影视文化有限公司总资产账面价值为 13,443.09 万元，负债账面价值为 12,211.27 万元，股东全部权益账面价值为 1,231.83 万元（账面值业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计），股东全部权益评估值为 2,683.08 万元，增值 1,451.25 万元，增值率 117.81%。

（二）评估假设

本评估报告分析估算采用的假设条件如下：

1、一般假设

（1）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，本次交易各方所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化，无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响。

（2）假设评估基准日后被评估单位持续经营。

（3）公司的经营者是负责的，且公司管理层有能力担当其职务。

（4）除非另有说明，公司完全遵守所有有关的法律法规，不会出现影响公

司发展和收益实现的重大违规事项。

(5) 公司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。

(6) 假设评估基准日后被评估单位的现金流入为平均流入，现金流出为平均流出。

(7) 本次评估报告以产权人拥有评估对象的合法产权为假设前提。

(8) 有关利率、赋税基准及税率、政策性征收费用等不发生重大变化

(9) 由企业提供的与评估相关的产权证明文件、财务报表、会计凭证、资产清单及其他有关资料真实、合法、完整、可信。被评估单位或评估对象不存在应提供而未提供、评估人员已履行评估程序仍无法获知的其他可能影响资产评估值的瑕疵事项、或有事项或其他事项。

2、特殊假设

(1) 评估师未对各种设备在评估基准日时的技术参数和性能做技术检测，评估师在假定被评估单位提供的有关技术资料 and 运行记录是真实有效的前提下，通过实地勘察作出的判断。

(2) 评估人员对评估对象的现场勘查仅限于评估对象的外观和使用状况，并未对结构等内在质量进行测试，故不能确定其有无内在缺陷。本报告以评估对象内在质量符合国家有关标准并足以维持其正常使用为假设前提。

(3) 没有考虑将来承担的抵押、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结论的影响。

(4) 根据财税[2011]112号规定，自2010年1月1日至2020年12月31日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》（以下简称《目录》）范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。根据《霍尔果斯经济开发区企业所得税税收优惠管理办法》，2010年1月1日至2020年12月31日期间，对新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》

（以下简称《目录》）范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税，免税期满后，再免征企业五年所得税地方分享部分。子公司霍尔果斯观达影视文化传播有限公司 2015 年取得第一笔生产经营收入，故子公司霍尔果斯观达影视文化传播有限公司 2015 年自 2019 年的所得税税率为 0%，2020 年及以后年度所得税税率按 25% 预测，2020 年和 2021 年享受所得税地方部分返还。

（5）观达影视于 2015 年 3 月 3 日取得了上海市文化广播影视管理局颁发的编号为（沪）字第 0957 号广播电视节目制作经营许可证，有效期至 2017 年 4 月 1 日。广播电视节目制作经营许可证期满后可申请续期。

（6）霍尔果斯观达影视文化传播有限公司于 2015 年 11 月 10 日取得了新疆维吾尔自治区新闻出版广电局颁发的编号为（新）字第 00175 号广播电视节目制作经营许可证，有效期至 2017 年 4 月 1 日。广播电视节目制作经营许可证期满后可申请续期。

本评估报告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本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）评估方法的选择

企业价值评估的基本方法主要有资产基础法、收益法和市场法。

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。

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。

《资产评估准则——企业价值》规定，注册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，因适合市场法的可比交易案例和市场参数较少，本次分别采用资产基础法和收益法评估。

（四）资产基础法评估情况

1、资产基础法具体评估方法

在对企业的各类资产进行评估时，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、应收账款、其他应收款、存货和其他流动资产。

1) 对于货币资金的评估，我们根据企业提供的各科目的明细表，对现金于清查日进行了盘点，根据评估基准日至盘点日的现金进出数倒推评估基准日现金数，以核实后的账面值确认为评估值；对银行存款评估采取同银行对账单余额核对的方法，如有未达账项则编制银行存款余额调节表，平衡相符后，并对银行存款进行了函证，以核实后的账面值确认为评估值。

2) 对于应收账款和其他应收款，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，估计出这部分可能收不回的款项，作为风险损失扣除后计算评估值；账面上的“坏账准备”科目按零值计算。

3) 存货，为剧本、正在拍摄和已经拍摄完成的电视剧。对于正在拍摄和已

经拍摄完成的电视剧，根据账面值占不含税总成本的比重，乘以不含税收入减去销售费用、全部税金和适当数额的税后净利润确定评估值；对于剧本制作费和购买的版权，以核实后的账面值确定评估值。

4) 其他流动资产为理财产品，评估人员核查了理财产品的购买凭证，该理财产品的收益类型为保本收益类型，故以核实后账面值确认为评估值。

(2) 长期股权投资

评估人员查阅有关的投资协议、公司章程、营业执照、基准日资产负债表等有关资料，并对控股长期股权投资单位按照整体资产评估要求对其进行了现场实地勘察，在其股东投资时间、数额、比例、公司设立日期、经营范围等均无误的基础上对长期股权投资单位的股东全部权益予以评估。

对于长期股权投资-霍尔果斯观达影视文化传播有限公司采用资产基础法、收益法(与母公司一起合并预测)两种方法分别进行评估，并按评估后的股东全部权益价值乘以实际持股比例确定评估值。

(3) 设备类资产

根据评估目的，结合评估对象实际情况，主要采用成本法进行评估,部分设备采用了市场价确定评估值。

1) 重置全价的确定

通过网上查询及市场询价等方式取得设备购置价，在此基础上考虑各项合理费用，如运杂费等。其中对于部分询不到价格的设备，采用替代性原则，以同类设备价格并考虑合理费用后确定重置全价。

根据财政部、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》，财政部、国家税务总局财税（2009）113 号《关于固定资产进项税额抵扣问题的通知》，对于符合条件的设备，本次评估重置全价未考虑其增值税。

2) 综合成新率的确定

通过对设备使用状况的现场勘察，并根据各类设备的经济寿命年限，综合确

定其成新率。

3) 评估值的确定

评估值=重置全价×综合成新率

(4) 其他无形资产

其他无形资产为观达影视取得的著作权和文学改编权。

电视剧作品《美丽的秘密》、《球爱酒吧》和《旋风少女》的制作时期较早，在历史年度已经完成了发行，并且企业未来年度预计不再发行，也没有改编、汇编等其他有关权利及作品的计划，未来无可预期的收益，故本次对相应的著作权评估为零。

对于文学改编权《十五年等待候鸟》、《旋风百草（1-4部）》（电视剧改编权）、《旋风少女》（电影改编权）、《旋风少女》（1-4部）（手机游戏改编权）和《约会黑色盛装骑士》，企业库存商品账面值已经包含相关改编权的费用，故本次文学改编权在库存商品价值中评估。

《十五年等待候鸟》的电视剧作品著作权和相关改编权的费用已含在企业库存商品的账面值中，故本次在库存商品价值中评估。

(5) 长期待摊费用

评估范围内的长期待摊费用为各期负担分摊的装修费，评估人员查阅了长期待摊费用的记账凭证，核对了费用的发生日期、预计摊销月数，已摊销月数以及基准日后尚存受益月数，以资产尚存权利的价值作为评估值。

(6) 递延所得税资产

评估范围的递延所得税资产是企业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异。企业按照暂时性差异与适用所得税税率计算的结果，确认的递延所得税资产，以核实后账面值确认评估值。

(7) 负债

负债为流动负债，具体包括应付账款、预收账款、应付职工薪酬、应交税费、应付股利和其他应付款。评估人员根据企业提供的各项目明细表，对账面值进行了核实，同时对截至现场清查日负债的支付情况进行了调查核实，对于截至现场清查日尚未支付的大额款项寄发了询证函，本次评估以核实后的账面值或根据其实际应承担的负债确定评估值。

2、资产基础法评估结果

截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，上海观达影视文化有限公司总资产账面价值为 13,443.09 万元，评估价值为 14,894.34 万元，增值额为 1,451.25 万元，增值率为 10.80%；总负债账面价值为 12,211.27 万元，评估价值为 12,211.27 万元，无增减变化；股东全部权益账面价值为 1,231.83 万元(账面值业经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计)，股东全部权益评估价值为 2,683.08 万元，增值额为 1,451.25 万元，增值率为 117.81%。

资产评估结果汇总如下表：

单位：万元

项 目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
	A	B	C=B-A	D=C/A*100
一、流动资产	12,469.53	13,068.31	598.78	4.80
二、非流动资产	973.57	1,826.03	852.46	87.56
其中：长期股权投资	933.41	1,784.58	851.18	91.19
固定资产	9.81	11.10	1.29	13.14
无形资产	0.00	0.00	0.00	-
长期待摊费用	6.30	6.30	0.00	0.00
递延所得税资产	24.05	24.05	0.00	0.00
资产总计	13,443.09	14,894.34	1,451.25	10.80
三、流动负债	12,211.27	12,211.27	0.00	0.00
四、非流动负债	0.00	0.00	0.00	-
负债合计	12,211.27	12,211.27	0.00	0.00
股东权益合计	1,231.83	2,683.08	1,451.25	117.81

（五）收益法评估情况

1、收益法具体方法和模型的选择

本次采用收益法对观达影视股东全部权益进行评估，即以未来若干年度内的企业自由现金流量作为依据，采用适当折现率折现后加总计算得出营业性资产价值，再加上溢余资产价值和非经营性资产价值，减去有息债务得出股东全部权益价值。

本次预测，采用合并口径对上海观达影视文化有限公司股东全部权益进行评估，即本次预测数据包括了上海观达影视文化有限公司及合并报表中下属子公司的数据。

母公司股东全部权益价值=股东全部权益价值-少数股东权益价值

（1）评估模型

本次评估拟采用未来收益折现法中的企业自由现金流模型。

（2）计算公式

股东全部权益价值=企业整体价值-有息债务

企业整体价值=经营性资产价值+溢余资产价值+非经营性资产价值

其中：经营性资产价值按以下公式确定

企业自由现金流量折现值=明确的预测期期间的自由现金流量现值+明确的预测期之后的自由现金流量现值

明确的预测期期间是指从评估基准日至企业达到相对稳定经营状况的时间。

（3）预测期的确定

根据上海观达影视文化有限公司的实际状况及企业经营规模，预计上海观达影视文化有限公司在未来几年公司业绩会稳定增长，据此，本次预测期选择为2016年4月至2021年，以后年度收益状况保持在2021年水平不变。

（4）收益期的确定

根据对上海观达影视文化有限公司所从事的经营业务的特点及公司未来发展潜力、前景的判断，考虑上海观达影视文化有限公司历年的运行状况、人力状况、客户资源等均比较稳定，可保持长时间的经营，本次评估收益期按永续确定。

（5）自由现金流量的确定

本次评估采用企业自由现金流量，自由现金流量的计算公式如下：

（预测期内每年）自由现金流量=息税前利润×(1-所得税率)+折旧及摊销-资本性支出-营运资金追加额

（6）终值的确定

对于收益期按永续确定的，终值公式为：

$$P_n = R_{n+1} \times \text{终值折现系数}$$

R_{n+1} 按预测期末年现金流调整确定

（7）年中折现的考虑

考虑到自由现金流量全年都在发生，而不是只在年终发生，因此自由现金流量折现时间均按年中折现考虑。

（8）折现率的确定

按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为企业自由现金流量，则折现率选取加权平均资本成本(WACC)。

$$\text{公式： } WACC = K_e \times E / (D + E) + K_d \times D / (D + E) \times (1 - T)$$

式中： K_e ：权益资本成本；

K_d ：债务资本成本；

T ：所得税率；

$E / (D + E)$ ：股权占总资本比率；

$D / (D + E)$ ：债务占总资本比率；

其中： $K_e = R_f + \beta \times MRP + R_c$

R_f =无风险报酬率；

β =企业风险系数；

MRP =市场风险溢价；

R_c =企业特定风险调整系数。

（9）溢余资产价值的确定

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。截至评估基准日被评估单位无溢余资产。

（10）非经营性资产、负债价值的确定

非经营性资产、负债是指与被评估单位生产经营无关的，未纳入收益预测范围的资产及相关负债。本次评估采用成本法进行评估。

（11）有息债务价值的确定

有息债务主要是指被评估单位向金融机构借入款项及相关利息。截至评估基准日，被评估单位无有息债务。

2、预测期的收益预测

对企业的未来财务数据预测是以企业 2014 年度—2016 年 3 月的经营业绩为基础，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，企业的发展规划和经营计划、优势、劣势、机遇及风险等，尤其是企业所面临的市场环境和未来的发展前景及潜力，并结合企业未来年度财务预算对未来的财务数据进行预测，其中主要数据预测说明如下：

（1）营业收入的预测

本次评估对于公司未来营业收入的预测是根据公司目前的经营状况、竞争情况及市场销售情况等因素综合分析的基础上进行的。

1) 主营业务收入分析

目前公司的主营业务收入主要有电视剧收入和周播栏目收入等。2014 年度至 2016 年 3 月份企业营业收入如下表：

金额：人民币元

产品类别	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月
电视剧收入	59,027,565.74	89,312,358.51	9,445,078.28
周播栏目收入		76,359,946.92	24,905,660.38
其他			8,100.94
合 计	59,027,565.74	165,672,305.43	34,358,839.60

2014 年，观达影视成立，当年与优酷土豆合作拍摄网络剧 1 部，代理发行电视剧 1 部，引进发行电视剧 1 部。2015 年，观达影视担任执行制片方并播出的电视剧共 1 部 39 集，制作并播出的周播周播栏目 1 部，均实现在国内主流卫视和网络视频平台播映。2016 年 1-3 月，观达影视制作并播出的周播周播栏目 1 部。

2) 主营业务收入预测

①传统电视广告向领先卫视的集中趋势和网络视频收入的快速增长保证了目标市场规模在未来年度中仍能保持较高速的增长。

观达影视产品的主要销售对象是领先的卫视频道和主要的网络视频媒体，这两个目标市场在未来年度预期都将保持较高速的增长。

尽管电视媒体的总体广告收入增长放缓，但广告投放向领先卫视集中的趋势愈加显著，2015 年湖南卫视的广告收入突破了 100 亿，成为央视一套以外又一个收入过百亿的单一频道。与此同时，浙江、江苏卫视在 2015 年已经迈过了 50 亿年收入的门槛，东方卫视等单一频道的收入也逼近 50 亿。由于我国电视市场的规模和传播价值，在全国性的电视广告投放越来越向前列卫视集中的发展趋势下，领先的全国性卫视的收入在未来年度仍然会保持较大的增长。

同时以优酷土豆、腾讯视频、爱奇艺、乐视视频、搜狐、芒果 TV 等为代表的网络视频媒体，也将在未来年度继续保持高速的增长。2010 年至 2014 年，在线视频行业规模由 31.3 亿元激增至 245 亿元，年复合增长率高达 67.5%，仍处于快速上升的通道中。用户规模方面，2008 年至 2015 年 6 月，我国网络视频用户

规模由 2 亿人迅速增至 4.61 亿人，截至 2015 年 6 月，用户使用率为 69.1%，较 2014 年底上升了 2.4 个百分点，网络视频的传播价值重要性与日俱增，因此广告主对网络视频的广告投放在持续加大。与此同时，网络视频的收入来源已经从单一的广告收入扩展到了向用户收费，2015 年，我国视频用户的付费比例达到 17%，较 2014 年增长 5.3 个百分点，国内视频网站付费用户规模达到 2200 万，较 2014 年的 945 万增长 133%。付费观看收入的高速增长也将保障网络视频媒体收入在未来年度持续以较高速度增长。由此可见，网络视频不仅用户规模庞大，而且用户粘性极高。网络视频由于具备多元化、便捷性、互动性等独特优势，展现出比传统电视更高的弹性，未来将继续维持良好的增长态势。

②领先卫视和网络视频媒体对青春类优质影视剧类节目的需求

目前我国优质电视剧依旧是稀缺资源，呈现供不应求的卖方市场局面。为了保证稳定的收视率，二三线卫视只能选择二三轮播放大制作的剧集，《武媚娘传奇》在已经了首轮和“市场整轮跟播”的情况下，仍依然有七家卫视购买了二三轮的播放权。这充分表明国内优质电视剧较为匮乏，在市场上处于优势地位。优质影视内容的市场价格，在领先卫视和网络视频的需求推动下，保持着较高的增长趋势。部分影视剧的电视台和网络版权价格已经突破了 1000 万一集，但与美国优质剧集 400 万美元至 1500 万美元的制作成本相比，未来仍然有一定的增长空间。

领先卫视和网络视频媒体在激烈的竞争中都迫切需要能够带来高关注度、高收视高点击、具有品牌效应的“爆品”，例如 2015 年年底播出的《芈月传》。而在 2015 年的同档期，卫视收视仅次于《芈月传》的就是观达影视出品的《美丽的秘密》，该剧还是 2016 年上半年湖南卫视全国网收视率最高的剧目。

③领先卫视对周播栏目的迫切需求

2015 年，芒果影视获独家授权，正式负责统筹湖南卫视两大周播品牌之一的《青春进行时》。2015 年暑假，由芒果影视与上海观达影视联合出品的青春巨制《旋风少女》在湖南卫视每周二、三晚 22 点档的《青春进行时》掀起了一阵收视高峰。根据 CSM 全国网数据统计，从 7 月 7 日上档播出，至 8 月 26 日大结局，该作品共播出 16 天 32 集，凭借热门 IP 影视化改编的契机，依托小鲜肉高

颜值的演员阵容、热血青春励志的剧情、台网双屏互动平台全开放、暑期年轻观众回流等利好因素,《旋风少女》凭借 15.31%的平均份额和 2.42%的平均收视率遥遥领先其它剧目,是第二名《爱的妇产科 2》份额的 2.5 倍,成为《青春进行时》收视最高的剧目。《旋风少女》播出期间,湖南卫视周二、周三后晚间(22:00 至 24:00)平均收视率达 2.17%、市场份额 14.53%,稳居同时段第一;第二名央视六套同时段收视率 0.51%、市场份额 3.43%,湖南卫视是其份额的 4 倍有余。微博话题讨论超过 50 亿次,被湖南电视台台长称为“周播爆品”。

根据 CSM 数据分析,《旋风少女》全国网收视率从开播的 1.58%,上涨到结束的 2.71%,涨幅达 72%;市场份额从开播的 10.3%上涨到结局的 16.29%,涨幅达 58%;到达率从开播的 4.6%上涨到结局的 5.6%,涨幅达 22%;忠实度从开播的 34%涨到 48%,涨幅达 41%。从整体上看,随着暑期推进,剧情发展,《旋风少女》每周的收视率和份额均有一定幅度提升,累计到达率 27.6%,推及观众规模 3.5 亿人次;忠实度基本维持在 45%以上。

从分众去看《旋风少女》,该作品 23 岁以下观众占比 43%,女性观众占比 62%,小学到高中加起来占比达 87%,其中初中占比 41%。暑假期间,学生观众回流,从这些年轻女性学龄观众集中的电视作品可以看出,《旋风少女》是当之无愧的“学龄定制项目”,从收视高企到完美落幕,成为了最符合湖南卫视年轻学龄观众胃口的青春偶像类剧目品牌。

根据上述结论我们不难得知,《旋风少女》无论是作品的特色定位还是精准的对接人群,都非常契合湖南卫视暑期核心观众的惯性收看体验,对湖南卫视后晚间收视拉动明显,它的成功,不仅提升了湖南卫视的周播品牌,更有助于观众“锁定”播出平台的忠诚度。在网络同步追看热播综艺节目时髦的当下,它成功地培养出了更多适应电视周播模式的收视人群,而这批人多以年轻人为主,也是未来电视的收视主力之一。

从《旋风少女》第一季制作开始,观达影视就围绕这一可持续开发的 IP 进行深度挖掘,开通了《旋风少女》微博号,并举办数场粉丝见面会,聚拢了大量的忠实粉丝,迄今已有 86 万多的微博粉丝,《旋风少女》微博话题讨论数超过 56 亿次,《旋风少女 2》尚未开播,微博话题讨论数已超过 7 亿次。类似情况包

括《十五年等待候鸟》，拥有 48 万多的微博粉丝，微博话题讨论数超过 10 亿次。

截至评估基准日观达影视已与芒果影视文化有限公司（湖南广播电视集团控股子公司，并受湖南广播电视台委托负责湖南卫视“青春进行时”剧场的内容生产和制作合作）签订委托定制合作框架协议：观达影视承诺自协议签署之日起至 2020 年 12 月 31 日，为芒果影视文化有限公司制作不少于 8 部或 200 集（每集 45 分钟）影视节目，其中每年制作不少于 1 部或不少于 40 集影视节目。双方共同推进上述项目的发行、播出、植入广告和衍生开发，实现协议期内总计不少于人民币 5 亿元的收入。

④电视剧的发展趋势

根据 BDT 大数据显示：2016 年 3 月份同步电视台热播的电视剧中，《因为爱情有幸福》IMarket 指数最高，其次是《我爱男保姆》、《十五年等待候鸟》。IMarket 指数前五位的电视剧均超过 3000。“一剧两星”和“一天两集”的政策影响下，2016 年各大电视台播出的电视剧的“量”在减少的同时，“质”却在显著提高，尤其是借助“互联网+”的东风，国产电视剧的竞争力明显增强。

根据 BDT 大数据显示：3 月份同步热播剧全网健康指数(IHI)中正面率都在 10%左右，负面率在 2%以下。《因为爱情有幸福》的正面率高达 72.0%，负面率几乎为零。这些现象折射的正是国产剧“品质”的变化，富有正能量、高品质的好故事越来越多。现在的电视剧市场呈现年轻化趋势，其中“90 后”形成了一种强劲的新生力量，小观众们更加看重故事的新颖，画面的精良以及整部剧的颜值。基于电视剧定位与演员资源的精准匹配，与新生代颜值明星密集呈现，正是电视剧的年轻化定位。

根据 BDT 大数据显示：3 月份同步热播剧中日均搜索热度超过 10 万的是湖南卫视的黄金时段播出的《因为爱情有幸福》和《十五年等待候鸟》。《因为爱情有幸福》聚集了陈伟霆、唐艺昕、魏大勋、冉旭等新生代高人气偶像，以其贴近生活而跌宕起伏的剧情吸引观众的关注度。《十五年等待候鸟》是轻体量的偶像剧足够青春，足够小清新，还有原著的情结以及青春逼人的主演们，吸引不少年轻的网生代粉丝。袁姗姗主演的《我爱男保姆》，柳岩主演的《两个女人的战争》，虽然电视剧本身热度不高，但胜在女主角有话题，故而在搜索量上有不错的成绩。

由于受到年轻观众的喜爱，故事背景以现代都市为主，广告主更愿意投放广告，因此青春类题材一直都受到领先卫视和网络视频媒体的欢迎。观达影视侧重制作的青春类影视节目，是市场上供应量较少，而客户又比较喜欢的稀缺产品。

《旋风少女 2》已经拍摄完成并定档在 2016 年暑假档期在湖南卫视播出，此外，观达影视已确定合作拍摄的项目有安宁的网络小说《温暖的弦》，同时，取得了酒小七的网络小说《隔壁那个饭桶》、盈风的网络小说《约会黑色盛装骑士》等网络文学作品的电视剧版权，并开始了剧本的改编工作，将陆续推出。

未来年度观达影视潜在的客户主要有湖南卫视、广东卫视和东方卫视等地面卫视台，乐视、腾讯视频和爱奇艺等网络视频网站。

本次评估以历史数据为基础，同时综合考虑行业的发展趋势及公司核心竞争力、经营状况等因素的基础之上，预测未来年度的销售收入情况如下：

金额：人民币元

收入类别	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
电视剧收入	93,792,859.52	245,609,433.96	420,240,566.04	362,754,716.98	386,607,804.46	430,971,440.82
周播栏目收入	133,754,080.65	117,358,490.57	81,132,075.47	236,792,452.83	293,018,867.92	305,566,037.74
电影收入	0.00	15,471,698.11	0.00	0.00	0.00	0.00
主营业务收入合计	227,546,940.18	378,439,622.64	501,372,641.51	599,547,169.81	679,626,672.38	736,537,478.56

（2）营业成本的预测

1) 历史年度主营业务成本

金额：人民币元

产品类别	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月
电视剧成本	54,662,910.28	63,267,979.99	7,726,107.20
周播栏目成本	0.00	54,325,959.81	17,622,963.70
主营业务成本合计	54,662,910.28	117,593,939.80	25,349,070.90

主营业务成本主要有电视剧成本和周播栏目成本组成，成本主要由拍摄成本、演职人员支出、后期制作、宣传发行成本和收益分成成本（若有）。

本次评估对主营业务成本根据剧本、预计投资和权益分成等情况进行了预测，其中权益分成金额根据历史年度合同约定情况预计。未来年度主营业务成本

预测详见如下：

金额：人民币元

收入类别	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
主营业务 成本合计	147,084,354.60	253,811,320.75	346,951,981.13	418,758,396.23	470,466,466.55	509,637,873.07

（3）营业税金及附加的预测

营业税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加费、地方教育费附加费、文化事业建设费和河道管理费。

对于观达影视，城市维护建设税按应交流转税的 5% 计缴，教育费附加按应交流转税的 3% 计缴，地方教育费附加按应交流转税的 2% 计缴，河道管理费按应交流转税的 1% 计缴。

对于霍尔果斯观达影视文化传播有限公司，城市维护建设税按应交流转税的 7% 计缴，教育费附加按应交流转税的 3% 计缴，地方教育费附加按应交流转税的 2% 计缴。

文化事业建设费按广告收入的 3% 计缴。

（4）营业费用的预测

营业费用主要包括员工成本、办公费、会议费、差旅费、车辆使用费、业务招待费及宣传推广费。

员工成本参考人事部门提供的未来年度人工需求量因素，并考虑近几年当地社会平均工资的增长水平，预测未来年度员工人数、工资总额。

办公费、差旅费、宣传推广费等结合企业未来营业规模，对未来各年度进行预测。

（5）管理费用的预测

管理费用主要包括工资、福利费、装修摊销费、折旧费、房租、印花税等费用。

人工工资包括工资、奖金、公积金、社会保险费等，参考人事部门提供的未

来年度人工需求量因素，并考虑近几年当地社会平均工资的增长水平，预测未来年度员工工资总额。

对于累计折旧和摊销的测算，除了现有存量资产外，以后各年为了维持正常经营，随着业务的增长，需要每年投入资金新增资产或对原有资产进行更新，根据未来投资计划，来测算年折旧。详见（8）折旧和摊销的预测。

其余费用结合企业未来发展战略和未来年度经营计划，对未来各年度进行预测

（6）营业外收支的预测

根据《霍尔果斯经济开发区企业所得税税收优惠管理办法》，2010年1月1日至2020年12月31日期间，对新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》（以下简称《目录》）范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税，免税期满后，再免征企业五年所得税地方分享部分。子公司霍尔果斯观达影视文化传播有限公司2015年取得第一笔生产经营收入，故子公司霍尔果斯观达影视文化传播有限公司在预测期中2020年和2021年享受所得税地方部分返还。根据当地税务规定，享受的所得税优惠在次年返还。

（7）所得税的预测

观达影视的企业所得税法定税率为25%。

根据根据财税[2011]112号规定：2010年1月1日至2020年12月31日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》（以下简称《目录》）范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。故子公司霍尔果斯观达影视文化传播有限公司从2015年到2019年所得税税率为0%。2020年及永续年度所得税税率按25%预测。

本次评估根据观达影视和霍尔果斯观达影视文化传播有限公司各自的收入比重和所得税率综合确定其当年的所得税率。

(8) 折旧和摊销的预测

根据公司固定资产计提折旧方式和长期待摊费用的摊销的方式,评估人员对存量、增量固定资产和长期待摊费用,按照企业现行的折旧年限、残值率和已计提累计折旧(累计摊销)的金额逐一进行了折旧测算。

(9) 资本性支出的预测

1) 预测期资本性支出

根据企业的发展规划及目前实际执行情况,未来年度资本性支出具体预测如下:

金额:人民币元

收入类别	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
一、增量资产的购建						
电子设备		105,000.00	45,000.00	45,000.00	90,000.00	15,000.00
二、存量资产的更新						
电子设备					100,000.00	100,000.00
合 计		105,000.00	45,000.00	45,000.00	190,000.00	115,000.00

2) 永续期资本性支出

为了保持企业持续生产经营,2021 年以后到固定资产更新和改造前要保持一定日常维修和保养费用。

电子设备按 5 年的平均使用年限来考虑。

本次评估首先预测更新年度的资本性支出总金额,然后折现计算出 2022 年及以后年度的年资本性支出金额。

(10) 营运资金增加额的预测

营运资金的追加是指随着企业经营活动的变化,因提供商业信用而占用的现金,正常经营所需保持的现金等;同时,在经济活动中,获取他人提供的商业信用,相应可以减少现金的即时支付。通常其他应收款和其他应付款核算内容绝大多数为关联方的经营性往来;应交税费和应付职工薪酬等项目因周转快,拖欠时

间较短。本次预测时假定其他应收款、其他应付款、应交税费和应付职工薪酬保持基准日余额持续稳定。所以计算营运资金的增加需考虑正常经营所需保持的货币资金、应收账款、存货、应付账款及预收款项等几个因素。

1) 基准日营运资金的确定

企业基准日营运资金根据资产基础法评估结果，剔除溢余资产、非经营性资产及负债后确定。评估基准日的调整后营运资金为 31,317,314.82 元。

2) 最低现金保有量的预测

一般情况下，企业要维持正常运营，通常需要一定数量的现金保有量。通过对观达影视 2014 年度至 2016 年 3 月各期营运资金的现金持有量与付现税费情况进行分析，观达影视营运资金中现金的持有量约为 1 个月的付现成本费用。

3) 非现金营运资金的预测

评估人员分析企业历史年度应收账款、存货、应付账款的周转情况，综合分析评估基准日以上科目内容及金额的构成情况及历史年度的周转情况，预测了未来周转天数。则：

预测年度应收账款=当年销售收入×该年预测应收账款周转天数/365

预测年度存货=当年销售成本×该年预测预付款项周转天数/365

预测年度应付账款=当年销售成本×该年预测应付账款周转天数/365

预测年度预收账款=当年销售收入×该年预测应付账款周转天数/365

4) 未来年度营运资金追加额

按照以上方法对未来营运资金预测如下：

金额：人民币元

收入类别	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
营运资金	62,570,392.41	92,870,409.83	126,327,013.35	152,113,008.59	173,586,590.45	188,521,810.27
营运资金增加额	31,253,077.59	30,300,017.42	33,456,603.52	25,785,995.24	21,473,581.86	14,935,219.82

3、预测期后的价值确定

因收益期按永续确定，预测期后经营按稳定预测，故永续经营期年自由现金流，按预测末年自由现金流调整确定。主要调整包括：

资本性支出：按企业未来规划，若确保企业能够正常的稳定的持久的运营下去，结合目前企业资产的状况和更新投入资产的情况，确定预测期后每年的资本性支出金额为 96,600.00 元；

折旧摊销费：根据企业预测年后的年资本性支出，结合企业的固定资产的折旧政策，确定预测期后每年的折旧摊销费为 93,700.00 元；

管理费用：由于折旧摊销费发生变化，企业管理费用也相应变化，折旧摊销费的变化额，就是管理费用的调整数，故确定预测期后的管理费用为 17,959,207.00 元。

则预测年后按上述调整后的年自由现金流为 138,557,106.40 元。

4、折现率的确定

（1）无风险收益率的确定

根据 Wind 资讯查询评估基准日银行间固定利率国债收益率(10 年期)的平均收益率确定，因此本次无风险报酬率 R_f 取 2.8419%。

（2）权益系统风险系数的确定

被评估单位的权益系统风险系数计算公式如下：

$$\beta_L = [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U$$

式中： β_L ：有财务杠杆的权益的系统风险系数；

β_U ：无财务杠杆的权益的系统风险系数；

t ：被评估企业的所得税税率；

D/E ：被评估单位的目标资本结构。

根据 Wind 资讯查询的沪深 A 股股票 700 天行业类似上市公司 Beta 计算确

定，具体确定过程如下：

首先根据行业类似上市公司的 Beta 计算出各公司无财务杠杆的 Beta，然后得出行业上市公司无财务杠杆的平均 Beta 为 0.9824。

再结合企业经营后运行的时间及贷款情况、管理层未来的筹资策略、可比上市公司的资本结构等确定企业的 Beta 为 0.9824。

（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。

由于国内证券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投机气氛较浓，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，再加上国内市场股权割裂的特有属性，因此，直接通过历史数据得出的股权风险溢价不具有可信度。而在成熟市场中，由于有较长的历史数据，市场总体的股权风险溢价可以直接通过分析历史数据得到。因此国际上新兴市场的风险溢价通常也可以采用成熟市场的风险溢价进行调整确定。

即：市场风险溢价=成熟股票市场的基本补偿额+国家风险补偿额。

式中：成熟股票市场的基本补偿额取 1928-2015 年美国股票与国债的算术平均收益差 6.18%，国家风险补偿额取 0.93%。

则：MRP=6.18%+0.93%

=7.11%

故本次市场风险溢价取 7.11%。

（4）企业特定风险调整系数的确定

企业特定风险调整系数是根据待估企业与所选择的对比企业在企业特殊经营环境、企业规模、经营管理、抗风险能力、特殊因素所形成的优劣势等方面的差异进行的调整系数。

文化行业尤其是广播电影电视产业受到国家法律法规及政策的严格监管，电视台播出内容具有重大的导向作用，政策的调整 and 变化将对公司业务带来一定的风险。如观达影视在电视剧制作过程中未能严格把握好政策导向，可能面临电视剧无法获得发行许可证的政策风险。

观达影视作为电视剧制作企业，对编剧、导演、后期制作员、发行人等人力资源的依赖度较高，培养并保有高素质的人才团队是公司保持并不断提升核心竞争能力的关键。人才的流失将对公司的生产经营造成不利影响。

观达影视成立于 2014 年，成立时间较短。观达影视 2014 年收入主要来源于网络剧《球爱酒吧》和代理发行收入；2015 年收入主要来源于《旋风少女》和《美丽的秘密》；2016 年 1-3 月的收入主要来源于《美丽的秘密》和《十五年等待候鸟》。观达影视各期的营业收入集中于少数剧目，如果当期预排剧目的发行价格不及预期或因其他原因无法播出，而电视剧创作从前期筹备到发行通常需要较长的时间，则观达影视当年的营业收入可能会受到较大影响。

近年来，在国内影视剧行业发展迅速，市场容量不断增加，行业产值屡创新高的背景下，大量的资本和企业进入电视剧制作领域，带动电视剧制作机构数量快速增长，影视剧供应量迅速增加。从而造成影视剧市场整体上呈现出供大于求，而精品影视剧却供不应求的结构性失衡局面。观达影视未来能否积极调整经营策略，以应对影视剧行业日趋激烈的竞争，将成为观达影视面临的重要风险。

根据以上分析，企业特定风险调整系数 R_c 取 2.5%。

近年市场可比交易案例风险系数取值的情况统计如下：

序号	收购方	收购对象	基准日	个别风险系数
1	万好万家	青雨影视	2014-04-30	2%
2	北京旅游	世纪伙伴	2014-07-31	3%
3	北京旅游	星河文化	2014-07-31	3%
4	禾欣股份	慈文传媒	2014-08-31	3%
5	捷成股份	中视精彩	2014-10-31	5%
6	捷成股份	瑞吉祥	2014-10-31	5%
7	骅威股份	梦幻星生园	2015-03-31	4.20%

8	星美联合	欢瑞世纪	2015-05-31	3%
平均		3.60%		

文化行业尤其是广播电影电视产业受到国家法律法规及政策的严格监管，电视台播出内容具有重大的导向作用，政策的调整 and 变化将对观达影视的业务带来一定的风险。

近年来，在国内影视剧行业发展迅速，市场容量不断增加，行业产值屡创新高的背景下，大量的资本和企业进入电视剧制作领域，带动电视剧制作机构数量快速增长，影视剧供应量迅速增加。从而造成影视剧市场整体上呈现出供大于求，而精品影视剧却供不应求的结构性失衡局面。观达影视出品的周播栏目剧《旋风少女》、《十五年等待候鸟》和《旋风少女 2》均在湖南卫视播出，取得了良好的收视效果。

观达影视营业收入中包括周播栏目剧收入，周播栏目剧为电视台根据剧本情况，确定播出档期后委托观达影视制作，并根据合同约定，电视台需按照进度预先支付拍摄成本和制作费。相对传统影视公司，观达影视的现金流较好。

观达影视已与芒果影视文化有限公司签订委托定制合作框架协议，观达影视承诺自协议签署之日起至 2020 年 12 月 31 日，为芒果影视文化有限公司制作不少于 8 部或 200 集（每集 45 分钟）影视节目，其中每年制作不少于 1 部或不少于 40 集影视节目。故观达影视相比其他影视公司整体经营风险相对较小。

综上所述，近年来相关行业可比公司重组项目的个别风险系数取值区间为 2.00%-5.00%，观达影视的个别风险系数为 2.50%，略低于行业平均水平，但处于区间之中。

经核查，独立财务顾问、中企华认为，结合观达影视业务特点、业务发展阶段、面临的经营风险及市场可比交易折现率情况，本次收益法评估中风险系数取值是合理的。

（5）预测期折现率的确定

1) 计算权益资本成本

将上述确定的参数代入权益资本成本计算公式，计算得出被评估单位的权益

资本成本。

$$K_e = R_f + \beta \times MRP + R_c$$

$$= 12.33\%$$

2) 计算加权平均资本成本

截至评估基准日，被评估单位无有息负债，故 $WACC = K_e = 12.33\%$ 。

近年市场可比交易案例折现率的情况统计如下：

序号	收购方	收购对象	基准日	折现率
1	万好万家	青雨影视	2014-04-30	11.91%
2	北京旅游	世纪伙伴	2014-07-31	12.09%
3	北京旅游	星河文化	2014-07-31	12.33%
4	禾欣股份	慈文传媒	2014-08-31	11.57%
5	捷成股份	中视精彩	2014-10-31	13.93%
6	捷成股份	瑞吉祥	2014-10-31	13.93%
7	骅威股份	梦幻星生园	2015-03-31	13.32%
8	星美联合	欢瑞世纪	2015-05-31	11.89%
最大值				13.93%
最小值				11.57%
中位数				12.21%
平均值				12.62%
评估值				12.33%

由上表可以看出近年来影视产业相关公司重组项目折现率取值区间为 11.57%至 13.93%，平均约为 12.62%，中位数 12.21%。观达影视的折现率取值 12.33%，略低于近年来影视行业相关公司重组项目的平均折现率，考虑到无风险报酬率等有所下降，折现率是基本接近的，具有合理性。

经核查，独立财务顾问、中企华认为，结合市场可比交易折现率情况，本次交易观达影视评估折现率取值是合理的。

5、测算过程和结果

(1) 未来年度企业自由现金流量

根据各项预测，未来年度企业自由现金流量预测如下：

金额单位：人民币万元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 至永续
一、营业收入	22,754.69	37,843.96	50,137.26	59,954.72	67,962.67	73,653.75	73,653.75
减：营业成本	14,708.44	25,381.13	34,695.20	41,875.84	47,046.65	50,963.79	50,963.79
营业税金及附加	79.44	107.26	253.36	204.27	290.88	301.55	301.55
销售费用	1,011.32	1,433.01	1,703.16	1,827.77	2,004.19	2,118.21	2,118.21
管理费用	881.80	1,270.79	1,479.73	1,620.82	1,711.62	1,798.90	1,795.92
财务费用	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
资产减值损失	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
二、营业利润	6,073.69	9,651.44	12,005.81	14,426.01	16,909.33	18,471.30	18,474.28
加：投资收益	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
加：营业外收入	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	727.10	0.00
减：营业外支出	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
三、利润总额	6,073.69	9,651.44	12,005.81	14,426.01	16,909.33	19,198.40	18,474.28
减：所得税费用	607.37	1,592.49	1,980.96	2,091.77	4,227.33	4,799.60	4,618.57
四、净利润	5,466.32	8,058.95	10,024.85	12,334.24	12,682.00	14,398.80	13,855.71
加：折旧及摊销	9.11	6.80	4.97	5.47	7.52	12.35	9.37
减：资本性支出	0.00	10.50	4.50	4.50	19.00	11.50	9.66
营运资金需求净增加	3,125.31	3,030.00	3,345.66	2,578.60	2,147.36	1,493.52	0.00
五、企业自有现金流量	2,350.12	5,025.25	6,679.66	9,756.61	10,523.16	12,906.13	13,855.42

(2) 企业的营业性资产价值

收益期内各年预测自由现金流量折现，从而得出企业的营业性资产价值。计算结果详见下表：

金额单位：人民币万元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 至永续
净现金流量	2,350.12	5,025.25	6,679.66	9,756.61	10,523.16	12,906.13	13,855.42
折现率年限	0.38	1.25	2.25	3.25	4.25	5.25	
折现率	12.33%	12.33%	12.33%	12.33%	12.33%	12.33%	12.33%
折现系数	0.9573	0.8647	0.7698	0.6853	0.6101	0.5431	4.4049

各年净现金流量折现值	2,249.85	4,345.49	5,142.08	6,686.33	6,420.06	7,009.60	61,031.48
预测期经营价值	92,884.89						

6、其他资产和负债的评估

（1）非经营性资产和负债的评估

非经营性资产、负债是指与被评估单位生产经营无关的，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。非经营性资产为其他流动资产中的理财产品，非经营性负债为应付股利，非经营性资产、负债评估基准日评估值为-1,057.54 万元。

（2）溢余资产的评估

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。截至评估基准日无溢余资产。

7、收益法评估结果

（1）企业整体价值的计算

企业整体价值=经营性资产价值+溢余资产+非经营性资产价值

$$=92,884.89-1,057.54+0$$

$$=91,827.35 \text{ 万元}$$

（2）有息债务价值的确定

截至评估基准日，观达影视无有息债务。

（3）股东全部权益价值的计算

股东全部权益价值=企业整体价值-付息债务价值

$$=91,827.35-0.00$$

$$=91,827.35 \text{ 万元}$$

8、观达影视未来年度净利润预测的合理性及可实现性

（1）截至目前的经营业绩、已签订的合同或协议、预售情况、发行情况

观达影视 2016 年 1-8 月，营业收入 15,585.56 万元，营业成本 8,936.58 万元，利润总额 6,130.11 万元，净利润 5,964.64 万元。

①截至本重组报告书签署日，观达影视拍摄的周播栏目《十五年等待候鸟》、《旋风少女》第二季均已播出完毕。2016 年 1-8 月经审计净利润为 5,964.64 万元，实现 2016 年承诺业绩的可能性非常大。

②截至本重组报告书签署日，《因为遇见你》已于 2016 年 9 月拍摄完毕并售出网络播映权，卫视首轮播映权已进入最终竞价阶段。电影《旋风少女之燃烧的青春》正与合作方紧锣密鼓地进行前期筹备工作。

③周播栏目《浪花一朵朵》、《超感恋人》已进入预售协议磋商阶段，预计可于 2016 年底前完成预售。

④观达影视的管理团队从事影视剧行业十多年，与湖南卫视、福建东南卫视、广东卫视等各省级电视台和优酷土豆、乐视网等在线视频服务企业建立了合作关系。自成立至今，观达影视着力开发周播栏目这一细分市场，通过两年的成功运作，与湖南卫视形成了紧密的合作，双方将来还会就周播栏目进行深入的合作，同时，观达影视与优酷土豆、乐视网等在线视频服务企业也保持着良好的业务合作。

随着观达影视品牌的提升、影视剧作品的增加、细分市场影响力的加大，近期，与观达影视达成合作意向的客户不断涌现，包括东方卫视和腾讯视频等，观达影视的市场和客户资源将不断拓宽。

(2) 市场可比交易案例承诺净利润情况如下：

金额单位：人民币万元

收购方	收购对象	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	增长率
金磊股份	完美影视	17,500.00	24,000.00	30,000.00	-	30.93%
喜盈门	绿城传媒	6,850.00	9,200.00	12,000.00	-	32.36%
北京旅游	世纪伙伴	9,000.00	11,000.00	13,000.00	15,000.00	18.56%
北京旅游	星河文化	5,000.00	6,500.00	8,500.00	10,000.00	25.99%
禾欣股份	慈文传媒	19,500.00	25,000.00	31,000.00	26.09%	26.09%
捷成股份	中视精彩	6,600.00	9,240.00	12,012.00	15,615.60	33.25%
捷成股份	瑞吉祥	9,000.00	11,700.00	15,210.00	19,773.00	30.00%

骅威股份	梦幻星生园	10,000.00	13,400.00	16,525.00	-	28.55%
星美联合	欢瑞世纪	17,000.00	24,100.00	29,000.00	-	30.61%
承诺期内平均净利润增长率		28.48%				

数据来源：上市公司公告

如本次交易于 2016 年度实施完毕，观达影视 2016 年、2017 年、2018 年净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元和 10,075 万元，业绩承诺期内承诺净利润年复合增长率为 27.48%；如本次交易于 2017 年度实施完毕，观达影视 2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元和 12,335 万元，业绩承诺期内承诺净利润年平均增长 25.81%；与市场可比交易案例承诺期内平均净利润增长率基本持平。

（3）观达影视未来年度净利润预测的合理性及可实现性

自观达影视成立以来，先于成立的 2014 年通过试水网络剧、代理发行电视剧等业务拓展公司业务，实现盈亏平衡，再于 2015 年步入电视剧制作业务的正轨，并通过切入周播栏目这一细分市场扩大公司业务规模和影响力，2016 年业务全面铺开，不仅在周播节目上接连出击，树立了良好的品牌，在电视剧制作业务上也继续放大制作规模。从净利润指标来看，从 2014 年的 125.57 万元到 2015 年的 3,034.03 万元，再到 2016 年承诺的 6,200 万元，观达影视的业务处于快速发展的黄金阶段。横向来看，如本次交易于 2016 年度实施完毕，观达影视 2016 年、2017 年、2018 年净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元和 10,075 万元，业绩承诺期内承诺净利润年复合增长率为 27.23%；如本次交易于 2017 年度实施完毕，观达影视 2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元和 12,335 万元，业绩承诺期内承诺净利润年平均增长 25.81%；与市场可比交易案例承诺期内平均净利润增长率基本持平，净利润的预测具备合理性。

观达影视目前储备的项目共有 10 个，除已播出的《旋风少女》第二季，还有 9 个项目在有层次地推进，在可以预见的 2016 年 11 月-2017 年，观达影视将有 3-4 部作品推向市场。观达影视在整体业务上形成青春热血、青春情感和青春玄幻三大系列产品线，业务发展稳健而扎实，业绩提升迅速而强劲，未来预期明确而清晰，管理团队的能力得到了比较充分的证明，公司价值的增长也得到了比

较明确的印证。

9、保障观达影视业绩承诺切实履行的具体措施和对相关方的追偿措施

本次交易的具体支付方式如下：

交易对方	交易对方在标的公司的持股比例(%)	转让对价（元）	对价支付方式及金额		
			现金对价金额（元）	股份对价金额（元）	股份对价数量（股）
鹿捷咨询	88.58	813,775,820.00	326,990,197.10	486,785,622.90	16,814,702
芒果投资	8.33	75,298,014.20	43,377,657.35	31,920,356.85	1,102,603
骅伟投资	2.08	18,824,502.55	10,844,435.05	7,980,067.50	275,650
青春旋风	1.00	9,186,556.76	9,186,556.76	-	-
小计	100.00	917,084,893.51	390,398,846.26	526,686,047.25	18,192,955

上市公司交易对方及补偿责任人签署的《观达影视收购协议》及《观达影视业绩补偿协议》标的公司于 2016、2017、2018 会计年度实现的年度“考核实现的净利润”应分别不少于人民币 6,200 万元、8,060 万元和 10,075 万元。

鹿捷咨询、青春旋风、严俊杰、周丹、沈璐作为补偿责任人承诺，若标的公司在业绩承诺期间内任一会计年度的当年期末考核实现净利润累计数未能达到当年期末承诺净利润累计数，则补偿责任人应按照各自转让的标的公司股份比例向思美传媒进行补偿。具体为首先补偿责任人以其在本次交易中取得的上市公司股份进行补偿，不足部分以现金方式进行补偿。

本次补偿方案中补偿责任人的履约能力及履约保障措施明确可行，原因如下：

（1）补偿责任人所持标的公司股权比例较高

交易对手鹿捷咨询、青春旋风合计持有标的公司 89.58%的股权，周丹、沈璐和严俊杰合计持有鹿捷咨询 100%的合伙份额和青春旋风 100%的合伙份额；鹿捷咨询、青春旋风及观达影视之实际控制人周丹、沈璐、严俊杰作为补偿责任人与上市公司签订了《观达影视业绩补偿协议》，补偿责任人就补偿义务承担连带责任。

(2) 现金对价的分期支付和股票对价的锁定措施能够对补偿责任人的履约提供保障

①现金对价的分期支付

本次交易均为自然人或有限合伙，标的资产交割时将面临缴纳标的资产溢价转让涉及的个人所得税及其他税费，为保障标的资产的交割顺利进行，经交易各方协商确定，上市公司首期向作为补偿责任人的交易对方支付现金对价总额的60%，剩余的现金对价作为业绩承诺的保证金，由上市公司分期向交易对方支付，具体如下：

“在标的公司股权交割日后 20 个工作日内受让方向管理层股东（即鹿捷咨询、青春旋风）支付第一笔现金对价，即现金对价总额的 60%；受让方在证监会指定媒体披露 2016 年会计年度审计报告后的 10 个工作日内（且不早于第一笔现金对价支付时间）支付第二笔现金对价，即现金对价总额的 40%。”

②股票对价的锁定措施

同时，本次交易项下的对价股份设置了解禁条件，解禁条件与业绩承诺实现情况挂钩。具体约定如下：

“管理层股东（即鹿捷咨询、青春旋风）在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市日起满 12 个月内不得转让，自上述股份上市起满 12 个月后、标的公司业绩承诺期间 2016 年度的《专项审核意见》已经出具并且管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），管理层股东本次发行中认购的受让方股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中管理层股东应补偿股份数的部分解除限售。

管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市日起满 24 个月后、标的公司业绩承诺期间 2017 年度的《专项审核意见》已经出具并且管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），管理层股东本次发行中认购的受让方股份的 30%扣除上述补偿义务履行过程中管理层股东应补偿股份数的部分解除限售。

管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市日起满 36 个月后、标的公司业绩承诺期间 2018 年度的《专项审核意见》已经出具并且管理层股东已经履行完毕其当年度应当履行的补偿义务（如有）后（以较晚满足的条件满足之日为准），管理层股东本次发行中认购的受让方股份的 20%扣除上述补偿义务履行过程中管理层股东应补偿股份数的部分解除限售。

管理层股东在本次发行中认购的受让方股份自上述股份上市日起满 48 个月后管理层股东持有的剩余 20%股份扣除本协议 2.8.1 条第（5）项约定的暂缓解锁部分的其他剩余股份解除限售。”

③可补偿对价的覆盖比例

假设上市公司在 2016 年 12 月 31 日前完成股份交割及首期的现金支付，剩余向补偿责任人支付对价的进度与业绩承诺实现进度的关系如下：

单位：万元

	2016 年度	2017 年度	2018 年度
业绩承诺	6,200	8,060	10,075
业绩未完成比例（%）	74.52	41.40	0.00
	2016 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
未支付现金	13,447.07	0.00	0.00
未解禁股份对价金额	48,678.56	34,074.99	19,471.42
可补偿对价小计	62,125.63	34,074.99	19,471.42
可补偿对价占比(%)	67.74	37.16	21.23

由上表可见，除首期支付的现金对价之外，本次交易对价（包括业绩承诺保证金和股份对价）合计累计支付/解禁进度与标的公司业绩承诺累计实现进度基本一致。因此，业绩承诺期内各期末支付的现金对价和未解禁的股份对价基本能够充足保障补偿责任人对于业绩补偿义务的履行。

（3）补偿责任人具备较强的资金实力

周丹、沈璐和严俊杰合计持有鹿捷咨询 100%的合伙份额和青春旋风 100%的合伙份额；周丹、沈璐和严俊杰为观达影视的创始人，自身均具有一定的资金实力以保证其履行协议项下的业绩承诺与补偿义务。

经核查，独立财务顾问、会计师和评估师认为：综合标的公司 2016 年 1-8 月份已实现的营业收入和净利润，以及正在执行中的合同，并且根据起业务拓展情况，标的公司 2016-2018 年营业收入、净利润预测具有合理性及可实现性。综合考虑本次交易的业绩补偿安排、标的资产盈利预测可实现性、支付对价安排以及交易对方的资金实力，本次交易具有较好的业绩补偿实施措施及对相关方追偿的约束措施，上市公司及中小股东的利益能够得到有效保障。

（六）评估结果差异原因及选择说明

采用资产基础法评估得到的上海观达影视文化有限公司股东全部权益价值为 2,683.08 万元，采用收益法评估得到的股东全部权益价值 91,827.35 万元，差异 89,144.28 万元，差异率为 3322.47%。

资产基础法和收益法评估结果出现差异的主要原因是：资产基础法是指在合理评估企业各分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，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。收益法是从企业的未来获利能力角度出发，反映了企业各项资产的综合获利能力。两种方法的估值对企业价值的显化范畴不同，平台、服务、营销、团队、资质、客户等无形资源难以在资产基础法中逐一计量和量化反映，而收益法则能够客观、全面的反映被评估单位的价值。因此造成两种方法评估结果存在较大的差异。

被评估单位系一家电视剧制作发行企业。电视剧制作发行企业普遍采取“轻资产”的经营方式，生产经营过程中的主要要素投入为剧本及剧本研发支出、演职人员劳务、道具及其他制作耗费等，拍摄制作过程中所需的专用设施、设备、场景等主要通过租赁取得，因此不需要投入较多的诸如生产线、厂房等固定资产。

观达影视已与湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视、东方卫视等电视台播出机构和优酷土豆、乐视网等网络视频新媒体企业建立了合作关系，形成了较为完整的电视剧发行网络。自成立至今，观达影视的所有作品均由自己的发行团队负责宣传发行，每部作品均实现了在国内领先的卫视频道首播播出或在优酷土豆、乐视网等知名视频网站播出。目前观达影视与国内主流省级卫视、网络视频播出平台建立了良好的合作关系。

观达影视的核心主创团队由周丹、沈璐和严俊杰三人组成，其中严俊杰负责策划和创作业务，周丹负责策划和制片业务，沈璐负责发行业务。三位团队成员均在电视剧产业从业多年，具有丰富的专业经验。周丹是观达影视的总制片人，拥有十年的电视剧节目策划、采购、制作经验，负责采购的影视剧作品超过 5,000 集，代表作品有《爱的蜜方》、《璀璨人生》、《娘家的故事》三部曲、《爱情有点蓝》。周丹具备丰富的影视剧制片管理经验，能根据影视剧题材类型和目标受众选择合适的编剧、导演和演员等主创人员，确保了作品的原汁原味和艺术质量。严俊杰是观达影视的总策划，具有 12 年电视媒体从业经验，有较强的影视剧本策划和改编能力，能够胜任剧本创作任务，不仅有效地保障作品质量，而且也能为观达影视未来创作更多精品影视作品奠定了坚实的基础。沈璐是观达影视的总发行人，拥有十年的电视剧节目发行经验，与全国 50 余家省市级电视台及主流网络视频播出平台保持良好的战略合作关系，为观达影视搭建了较为完整的电视剧发行网络。严俊杰、周丹和沈璐三人形成了完整的“创意策划-剧本创作-拍摄制作-宣传发行”主创团队，构筑了观达影视在行业内的牢固市场竞争力。

鉴于本次评估目的，收益法评估的途径能够客观合理地反映上海观达影视文化有限公司的价值。本次评估以收益法的结果作为最终评估结论。

根据以上评估工作，本次评估结论采用收益法评估结果，即：上海观达影视文化有限公司的股东全部权益价值评估结果为 91,827.35 万元。

（七）评估增值的原因

本次委托评估的观达影视股东全部权益价值评估结果为 91,827.35 万元，较账面价值 2,114.35 万元的评估增值为 89,713.00 万元，增值率 4243.04%。评估增值较大的原因及合理性分析如下：

1、观达影视属于“轻资产”企业

观达影视主营业务为影视剧的策划、制作与发行。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，观达影视属于“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。与传统的制造业相比，影视剧企业大多采用轻资产运营模式，无传统的生产制造车间、加工生产设备等固定资产，

而且，观达影视的经营场所通过租赁的方式获得。截至报告期末，观达影视的资产主要由货币资金、应收账款、存货和其他流动资产等构成，其资产主要靠观达影视自身的经营积累形成，而且自其成立以来未进行较大规模的增资。因此，观达影视账面净资产金额较小。

2、观达影视所处行业发展前景良好

近年来，一系列扶持文化产业及电视剧行业发展政策的相继出台，为文化行业快速发展提供了良好的政策环境。根据中国产业信息网统计，2010 年到 2014 年，我国电视剧市场规模从 62 亿元增至 130 亿元，复合年均增速达到 20.3%。根据艾瑞咨询统计，2014 年，中国在线视频市场规模已达 239.7 亿元，同比增加 76.4%，2015 年市场规模超过 400 亿元。同时，主管部门推出鼓励国产电视剧精品化、限制进口电视剧的政策，以及消费者观剧方式从电视台端向网络端的快速转变的背景下，电视剧整体市场规模稳步提升，电视剧发行数量回归理性，电视剧行业进入了卫视电视剧平稳发展、网络电视剧快速发展的黄金时期。

3、观达影视未来发展速度较快，具有较强的盈利能力

观达影视 2014 年、2015 年归属于母公司所有者的净利润分别为 125.57 万元、3,034.03 万元，2015 年较 2014 年增长 2,316.21%；观达影视 2016 年 1-3 月归属于母公司所有者的净利润为 726.67 万元，占 2015 年扣非后净利润的 23.95%。报告期内，观达影视的经营业绩实现了较大幅度的增长。

同时，根据本次交易相关承诺，如本次交易于 2016 年度实施完毕，观达影视 2016 年度、2017 年度和 2018 年度考核净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元和 10,075 万元；如本次交易在 2017 年实施完毕，观达影视 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年度考核净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元和 12,335 万元；预计未来观达影视业绩将保持较快增长，具有较强的盈利能力。

4、本次评估定价采用收益法评估结果

观达影视属于典型的“轻资产”企业，其固定资产投资相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还包含企业所拥有

的资质、业务网络、服务能力、人才团队等重要的无形资产。同时，根据本次交易相关业绩承诺，预计观达影视未来具有较高的净资产收益率，未来净利润增长率较高，盈利能力较强。为客观合理的反映观达影视的价值，本次评估定价采用收益法结果确定，收益法是从企业的未来获利能力角度出发，客观、全面的反映企业各项资产的综合获利能力。因此，观达影视的评估定价较账面净值整体偏高。

根据中企华以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，对观达影视 100%股权进行了评估，采用收益法评估的评估值为 91,827.35 万元，根据评估结果并经交易各方充分协商，观达影视 100%股权的整体价值确定为 91,708.49 万元。本次交易作价小于评估值，因此本次交易定价合理。同时，独立董事对评估机构、评估假设前提的合理性和交易定价的公允性发表了独立意见。

5、与同行业上市公司相比，本次评估定价具有合理性

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》分类，观达影视属于“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。截至评估基准日（2016 年 3 月 31 日），广播、电视、电影和影视录音制作业相关上市公司中剔除市盈率为负值或者超过 100 倍的上市公司，共 12 家，该 12 家上市公司平均市盈率为 63.71 倍，同行业上市公司的平均市盈率普遍高启。

按照本次交易对手方鹿捷咨询、青春旋风及周丹、沈璐、严俊杰共同承诺，如本次交易于 2016 年度实施完毕，观达影视 2016 年度、2017 年度和 2018 年度考核净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元和 10,075 万元，本次交易定价对应的市盈率分别为 14.79、11.38 和 9.10；如本次交易于 2017 年度实施完毕，观达影视 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年度考核净利润分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元和 12,335 万元，本次交易定价对应的市盈率分别为 14.79、11.38、9.10 和 7.43；远低于同行业上市公司的平均市盈率。因此，本次交易作价评估定价处于合理水平。

三、科翼传播评估情况

（一）科翼传播评估基本情况

中企华以 2016 年 3 月 31 日为基准日对科翼传播 100%股权进行了评估并出

具了《思美传媒股份有限公司拟收购股权涉及的上海科翼文化传播有限公司股东全部权益项目评估报告》（中企华评报字〔2016〕第 3601 号），具体情况如下：

1、资产评估机构：北京中企华资产评估有限责任公司

2、资产评估目的：思美传媒股份有限公司拟收购股权，北京中企华资产评估有限责任公司接受思美传媒股份有限公司委托，对该经济行为涉及的上海科翼文化传播有限公司股东全部权益进行评估，为思美传媒股份有限公司收购股权提供价值参考。

3、评估对象：根据评估目的，上海科翼文化传播有限公司的股东全部权益。

4、评估范围：截至评估基准日，评估范围内的资产包括流动资产、非流动资产（长期股权投资、固定资产、无形资产和递延所得税资产等），总资产账面值为 2,972.12 万元；负债为流动负债，总负债账面值为 1,438.72 万元，股东全部权益账面价值 1,533.40 万元。

5、评估基准日：2016 年 3 月 31 日

6、评估方法：本次评估采用资产基础法和收益法。

7、评估结论：

根据有关法律、法规和资产评估准则，遵循独立、客观、公正的原则，采用资产基础法和收益法，按照必要的评估程序，对上海科翼文化传播有限公司的股东全部权益在 2016 年 3 月 31 日的市场价值进行了评估。本次评估所选用的价值类型为市场价值。

（1）收益法评估结果

截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，上海科翼文化传播有限公司总资产账面价值为 2,796.79 万元，负债账面价值为 1,340.82 万元，股东全部权益账面价值为 1,455.97 万元（账面值为合并口径数据，经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计），股东全部权益评估值为 51,530.23 万元，增值 50,074.26 万元，增值率 3439.24%。

（2）资产基础法评估结果

截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日,上海科翼文化传播有限公司总资产账面价值为 2,972.12 万元,评估价值为 3,220.82 万元,增值额为 248.69 万元,增值率为 8.37 %;总负债账面价值为 1,438.72 万元,评估价值为 1,438.72 万元,无增减变化;股东全部权益账面价值为 1,533.40 万元(账面值业经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计),股东全部权益评估价值为 1,782.09 万元,增值额为 248.69 万元,增值率为 16.22%。

(二) 评估假设

本评估报告分析估算采用的假设条件如下:

1、一般假设

(1) 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,本次交易各方所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化,无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响。

(2) 评估基准日后被评估单位持续经营。

(3) 公司的经营者是负责的,且公司管理层有能力担当其职务。

(4) 除非另有说明,公司完全遵守所有有关的法律法规,不会出现影响公司发展和收益实现的重大违规事项。

(5) 公司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。

(6) 假设评估基准日后被评估单位的现金流入为平均流入,现金流出为平均流出。

(7) 本次评估报告以产权人拥有评估对象的合法产权为假设前提。

(8) 有关利率、赋税基准及税率、政策性征收费用等不发生重大变化。

(9) 由企业提供的与评估相关的产权证明文件、财务报表、会计凭证、资产清单及其他有关资料真实、合法、完整、可信。被评估单位或评估对象不存在应提供而未提供、评估人员已履行评估程序仍无法获知的其他可能影响资产评估

值的瑕疵事项、或有事项或其他事项。

2、特殊假设

(1) 假设评估基准日后被评估单位的研发能力和技术先进性保持目前的水平。

(2) 假设委估无形产权利的实施是完全按照有关法律、法规的规定执行的，不会违反国家法律及社会公共利益，也不会侵犯他人任何受国家法律依法保护的权力。

(3) 评估师未对各种设备在评估基准日时的技术参数和性能做技术检测，评估师在假定委托方提供的有关技术资料 and 运行记录是真实有效的前提下，通过实地勘察作出的判断；

(4) 评估人员对评估对象的现场勘查仅限于评估对象的外观和使用状况，并未对结构等内在质量进行测试，故不能确定其有无内在缺陷。本报告以评估对象内在质量符合国家有关标准并足以维持其正常使用为假设前提。

(5) 没有考虑将来承担的抵押、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结论的影响。

(6) 上海科翼文化传播有限公司及下属公司已取得的《营业性演出许可证》、《广播电视节目制作经营许可证》，本次评估以许可期满后仍可继续获相关资质为前提。

根据资产评估的要求，认定这些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，签字注册资产评估师及本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) 评估方法的选择

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，是指以被评估单位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。

《资产评估准则——企业价值》规定，注册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，科翼传播属于互联网行业细分领域中的互联网内容整合营销业，经评估人员查询，适合市场法的可比交易案例和市场参数较少，本次分别采用资产基础法和收益法评估。

（四）资产基础法评估情况

1、资产基础法具体评估方法

在对企业的各类资产进行评估时，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、应收账款、预付款项和其他应收款等。

1) 对于库存现金的评估，我们根据企业提供的各科目的明细表，对现金于清查日进行了盘点，根据评估基准日至盘点日的现金进出数倒推评估基准日现金数，以经核实后的账面价值确认评估值；对于银行存款，通过核实银行对账单、银行函证等，以核实后账面值作为评估值。

2) 对于应收款项(应收账款、其他应收款)，评估人员通过核查账簿、原始凭证，在进行经济内容和账龄分析的基础上，根据账龄和可收回可能性参照企业

计提坏账准备的方法与计提比例估算风险损失；其他能收回的往来款和近期已收回冲转的，以账面值确认，同时其对应的坏账准备评估为零。

3) 对于预付款项，评估人员向被评估单位相关人员调查了解了预付款项形成的原因、对方单位的资信情况等。按照重要性原则，对大额或账龄较长等情形的预付款项进行了核查，并对相应的原始凭证进行了抽查。对于按照相关原始凭证能够收到相应货物或形成权益的预付款项，以核实后的账面价值作为评估值。

(2) 长期股权投资

评估人员查阅有关的投资协议、公司章程、出资证明、验资报告、营业执照、基准日资产负债表等有关资料，并进行了现场实地勘察，在其股东投资时间、数额、比例、公司设立日期、注册资本、经营范围等均无误的基础上对长期股权投资单位的股东全部权益予以评估。

对于全资的长期股权投资—上海瑞盟文化传播有限公司、北京天时利和文化传播有限公司，采用资产基础法、收益法两种方法分别进行评估，其中收益法是与母公司一起合并评估。资产基础法按评估后的股东全部权益价值乘以实际持股比例确定评估值。

(3) 设备类资产

根据评估目的，结合评估对象实际情况，主要采用成本法进行评估。成本法基本公式为：评估值=重置全价×综合成新率

1) 重置全价的确定

根据评估目的，结合评估对象实际情况，主要采用成本法进行评估。成本法基本公式为：评估值=重置全价×综合成新率

①对于通用类电子设备，主要通过网上查询及市场询价等方式取得设备购置价，在此基础上考虑各项合理费用，如运杂费等。其中对于部分询不到价格的设备，采用替代性原则，以同类设备价格并考虑合理费用后确定重置全价。

②车辆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。

即：车辆重置全价=购置价+[购置价/(1+增值税税率)]×车辆购置税税率+其他合理费用

根据财政部、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》及财政部、国家税务总局财税（2009）113号《关于固定资产进项税额抵扣问题的通知》，对于符合条件的设备，本次评估重置全价未考虑其增值税。

2) 成新率的确定

①对于电子设备，主要通过对设备使用状况的现场勘察，并根据各类设备的经济寿命年限，综合确定其成新率。

②对于车辆，依据国家颁布的车辆强制报废标准，以车辆行驶里程确定成新率，然后结合现场勘察情况进行调整，其公式为：

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=行驶里程成新率×调整系数

3) 评估值的确定

设备评估值=设备重置全价×综合成新率

其中：自2004年9月28日起因上海的公车牌照已由原来执行的集团控购发放制度实际转变为以公开竞标拍卖定价取得新增公车额度，在确定该类车辆评估值时，须加计基准日公车额度平均中标价。

(4) 无形资产

1) 计算机软件著作权的评估

对计算机软件著作权，由于目前国内外与评估对象相似的技术转让案例极少，信息不透明，缺乏可比性，因此不适宜采用市场法评估。

由于计算机软件著作权的投入、产出存在比较明显的弱对应性，即很难通过投入的成本来反应资产的价值，因此也不适宜采用成本法评估。

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

测运用待估软件著作权产生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企业带来的利益，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。

计算公式为：

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{R_t \times K}{(1+r)^t}$$

其中：P 为评估价值

r 为折现率

R_t 为第 t 年的收入

K 为分成率

n 为经济寿命年限

t 为时序，未来第 t 年

2) 对于商标和域名

纳入评估范围的商标并非为驰名商标，只是为了防止法律风险，起标识作用，本次采用成本法评估。

纳入评估范围的域名，为介绍公司和展示公司产品所用，本次采用成本法评估。

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。

计算公式为：评估价值=重置全价-贬值

（5）递延所得税资产

递延所得税资产是企业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异。评估人员就其差异产生的原因、形成过程进行了调查和了解。以核实后账面值确认评估值。

（6）负债

关于负债中应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、应付股利和其他应付款的评估，我们根据企业提供的各项目明细表，对账面值进行了核实，以核实后的账面值或根据其实际应承担的负债确定评估值。

2、资产基础法评估结果

截至评估基准日 2016 年 3 月 31 日，上海科翼文化传播有限公司总资产账面价值为 2,972.12 万元，评估价值为 3,220.82 万元，增值额为 248.69 万元，增值率为 8.37 %；总负债账面价值为 1,438.72 万元，评估价值为 1,438.72 万元，无增减变化；股东全部权益账面价值为 1,533.40 万元（账面值业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计），股东全部权益评估价值为 1,782.09 万元，增值额为 248.69 万元，增值率为 16.22%。

资产评估结果汇总如下表：

单位：万元

项 目	账面价值	评估价值	增减值	增值率 %
	A	B	C=B-A	D=C/A*100
一、流动资产	2,580.35	2,580.35	-	-
二、非流动资产	391.78	640.47	248.69	63.48
其中：长期股权投资	312.16	213.42	-98.75	-31.63
固定资产	59.69	64.10	4.41	7.38
无形资产	-	343.03	343.03	-
递延所得税资产	19.92	19.92	-	-
资产总计	2,972.12	3,220.82	248.69	8.37
三、流动负债	1,438.72	1,438.72	-	-
四、非流动负债	-	-	-	-
负债合计	1,438.72	1,438.72	-	-
股东权益合计	1,533.40	1,782.09	248.69	16.22

（五）收益法评估情况

1、收益法具体方法和模型的选择

本次预测，采用合并口径对科翼传播股东全部权益进行评估，即本次预测数据包括了科翼传播及其下属子公司的数据。以未来若干年度内的企业自由现金流量作为依据，采用适当折现率折现后加总计算得出营业性资产价值，然后再加上溢余资产价值、非经营性资产价值，减去有息债务得出股东全部权益价值。

本次收益法预测，采用合并口径数据。合并数据由下列公司组成：

公司级别	公司名称
母公司	上海科翼文化传播有限公司
子公司	上海瑞盟文化传播有限公司
子公司	北京天时利和文化传播有限公司

（1）评估模型

本次评估拟采用未来收益折现法中的企业自由现金流模型。

（2）计算公式

股东全部权益价值=企业整体价值-有息债务

企业整体价值=经营性资产价值+溢余资产+非经营性资产价值

其中：经营性资产价值按以下公式确定

企业自由现金流量折现值=明确的预测期期间的自由现金流量现值+明确的预测期之后的自由现金流量现值

明确的预测期期间是指从评估基准日至企业达到相对稳定经营状况的时间。

（3）预测期的确定

根据上海科翼文化传播有限公司的实际状况及企业经营规模，预计上海科翼文化传播有限公司在未来几年公司业绩会稳定增长，据此，本次预测期选择为2016年4-12月至2021年，以后年度收益状况保持在2021年水平不变。

（4）收益期的确定

根据对上海科翼文化传播有限公司所从事的经营业务的特点及公司未来发展潜力、前景的判断，考虑上海科翼文化传播有限公司历年的运行状况、人力状

况、客户资源等均比较稳定，可保持长时间的经营，本次评估收益期按永续确定。

（5）自由现金流量的确定

本次评估采用企业自由现金流量，自由现金流量的计算公式如下：

（预测期内每年）自由现金流量=息税前利润×（1－所得税率）+折旧及摊销-资本性支出-营运资金追加额

（6）终值的确定

对于收益期按永续确定的，终值公式为：

$P_n = R_{n+1} \times \text{终值折现系数}$ 。

R_{n+1} 按预测期末年现金流调整确定。

（7）年中折现的考虑

考虑到自由现金流量全年都在发生，而不是只在年终发生，因此自由现金流量折现时间均按年中折现考虑。

（8）折现率的确定

按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为企业自由现金流量，则折现率选取加权平均资本成本(WACC)。

公式： $WACC = K_e \times E / (D + E) + K_d \times D / (D + E) \times (1 - T)$

式中： K_e ：权益资本成本；

K_d ：债务资本成本；

T ：所得税率；

$E / (D + E)$ ：股权占总资本比率；

$D / (D + E)$ ：债务占总资本比率；

其中： $K_e = R_f + \beta \times MRP + R_c$

R_f = 无风险报酬率；

β =企业风险系数;

MRP=市场风险溢价;

Rc=企业特定风险调整系数。

(9) 溢余资产价值的确定

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。

(10) 非经营性资产价值的确定

非经营性资产、负债是指与被评估单位生产经营无关的,未纳入收益预测范围的资产及相关负债,采用成本法评估。

(11) 有息债务价值的确定

有息债务主要是指被评估单位向金融机构或其他单位、个人等借入款项及相关利息,截至评估基准日,被评估单位无有息债务。

2、预测期的收益预测

对企业的未来财务数据预测是以企业 2014 年度—2016 年 1-3 月的经营业绩为基础,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,企业的发展规划和经营计划、优势、劣势、机遇及风险等,尤其是企业所面临的市场环境和未来的发展前景及潜力,并结合企业未来年度财务预算对未来的财务数据进行预测,其中主要数据预测说明如下:

(1) 营业收入的预测

本次评估对于公司未来营业收入的预测是根据公司目前的经营状况、竞争情况及市场销售情况等因素综合分析的基础上进行的。

1) 主营业务收入分析

上海科翼文化传播有限公司 2014 年度至 2016 年 1-3 月营业收入如下表:

金额单位:人民币元

产品类别	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月

综艺影视推广收入	23,251,037.39	40,728,478.32	9,946,933.45
商业推广收入	5,992,191.09	13,402,610.40	10,650,719.20
节目制作收入	4,747,133.77	21,011,662.27	1,272,815.10
其他收入	-	12,792.45	-
合 计	33,990,362.25	75,155,543.45	21,870,467.75

从上表中可以看出，企业主营业务收入分为综艺影视推广收入、商业推广收入、节目制作收入和其他收入。其中综艺影视推广收入占其主营业务收入的 50% 以上，为企业主要收入来源。从企业历史经营情况看，企业通过历史年度的经营打响了品牌知名度，综艺影视行业在 2014 年后迎来了黄金发展期，其 2014 年、2015 年综艺影视宣发收入大幅度增长。随着传统广告向互联网广告的转变，互联网商业冠名推广也日益增长，经过大行业的转变，企业通过努力维护客户关系等方式提高客户续签率，使其 2015 年商业推广收入提升了一个层次。同时企业 2014 年新增节目制作收入，主要为网络自制综艺节目的制作，随着观众观影模式的转变，以及 4G 手机的普及，互联网视频的点播率日益增长，对于网络自制节目的需求越来越大，2015 年节目制作收入较 2014 年有了成倍增长。其他收入为租金收入，未来年度不再发生，故本次不做预测。

①综艺节目及影视剧宣发

科翼传播将娱乐营销应用于综艺节目及影视剧的推广宣传，通过明星话题、节目形式、行业深度等多角度挖掘节目宣传点，借势营销策划时间和话题，借助电视、网络、平面等立体化娱乐行销平台，提供全方位、全过程的整合营销传播服务，使节目宣传效果最大化。科翼传播在综艺节目及影视剧营销领域已经形成以中央电视台、浙江卫视、湖南卫视、东方卫视、江苏卫视、灿星制作等全国强势卫视及制作公司为主的客户群体，参与了《奔跑吧！兄弟》、《中国好声音》、《欢乐喜剧人》、《蒙面歌王》、《极限挑战》、《十二道风味》、《中国好舞蹈》、《中国好歌曲》、《爸爸回来了》、《花样姐姐》、《极速前进》、《中国梦之声》、《龙门镖局》、《明若晓溪》、《蜀山战纪》等热门综艺及影视剧的整合营销。

②商业品牌整合营销推广

科翼传播通过将娱乐内容和商业品牌的营销相结合，致力于帮助商业品牌制

定内容营销策略、数字化品牌、互动创意和社会化媒体营销服务。顺应内容营销的趋势,将商业植入彻底与内容融为一体,同时利用互联网进行广泛的二次传播。目前,科翼传播形成了以上海大众、可口可乐、伊利、美丽说、百雀羚、蒙牛、相宜本草、宝马等中国及世界 500 强企业为主的客户群体,并获得了商业品牌客户的高度赞誉。

③节目内容制作

科翼传播积极拓展业务边界,已经进入“互联网+娱乐制作”领域,积极参与到互联网综艺制作的中,专注于网络原生内容的研发、制作和投资,为互联网用户量身定做他们所需要的内容。目前,科翼传播联合腾讯视频、爱奇艺等合作伙伴制作了《魅力野兽》、《有料》、《剧透》、《ohmy 思密达》、《我的老妈是极品》、《男左女右网络版》等网络自制内容,未来科翼传播还将联袂电视媒体、互联网媒体等各类强势媒体开内容制作方面的深度合作,完成从内容制作到整合营销的全产业链布局,以提升科翼传播的市场影响力。

科翼传播近年来为国内众多现象级的综艺节目及国内较大品牌商提供了营销服务,同时服务的价值也从各大视频点播量中充分体现,相信未来科翼传播通过对优质内容的超前精准的判断能力,持续保持其在国内内容整合营销领域的领先地位。

2) 主营业务收入预测

截至评估报告出具日,2016 年企业已签订未完工的项目合同金额及预计可签订项目金额如下:

金额单位:人民币元

项 目	2015 年已签订未完工项目金额	2016 年已签订未完工项目金额	2016 年项目执行中、合同流程中的项目金额	2016 年预计可签项目金额
综艺节目及影视剧宣发	621.57	3,414.06	556.60	235.85
商业品牌整合营销	7.44	1,518.61	1,367.92	-
内容制作	73.08	295.28	-	1,367.92
合 计	702.09	5,227.95	1,924.53	1,603.77

上述已签订合同执行情况如下：

①2015 年已签订未完工项目情况如下：

单位：人民币万元

项 目	2015 年已签订 未完工项目金额	2016 年 4-8 月确 认收入金额	2016 年 9-12 月预计 可确认收入金额	差异金额
综艺节目及影视剧宣发	621.57	516.52	105.01	0.04
商业品牌整合营销	7.44	-	-	7.44
内容制作	73.08	180.60	42.02-	-149.53
合 计	702.09	697.12	147.03	-142.05

注：差异金额系 2015 年已签订未完工项目金额与 2016 年 4-8 月确认收入金额和 2016 年 9-12 月预计可确认收入金额之间的差异。

2015 年已签订未完工的综艺节目及影视剧宣发项目金额与 2016 年 4-8 月确认收入金额和 9-12 月预计可确认收入金额之和存在 0.04 万元的差异，系部分合同金额与结算金额存在的小额差异。

2015 年已签订未完工的商业项目金额为 7.44 万元，系少量尾款。

2015 年已签订未完工的内容制作项目金额少于 2016 年 4-8 月份确认收入金额，主要系制作内容播出节目效果较好，在执行完原合同后，一直在持续制作播出。2016 年 4-8 月，该制作内容确认收入 180.60 万元，超原合同确认收入 107.52 万元。目前，合同仍在执行过程中，预计至 2016 年 12 月，该制作内容能带来约 42.02 万元的收入。

②2016 年已签订未完工项目情况如下：

单位：人民币万元

项 目	2016 年已签订 未完工项目金额	2016 年 4-8 月确 认收入金额	2016 年 9-12 月预计 可确认收入金额	差异金额
综艺节目及影视剧宣发	3,414.06	1,873.86	1,065.90	474.30
商业品牌整合营销	1,518.61	1,292.90	—	225.71
内容制作	295.28	316.79	77.39	-98.90

合 计	5,227.95	3,483.55	1,143.29	601.11

注：差异金额系 2016 年已签订未完工项目金额与 2016 年 4-8 月确认收入金额和 2016 年 9-12 月预计可确认收入金额之间的差异。

A、2016 年已签订未完工的综艺影视项目金额与 2016 年 4-8 月确认收入金额和 9-12 月预计可确认收入金额之和存在 474.30 万元的差异，主要原因如下：

a、其中 2 个项目由于对应节目的档期调整，相应的工作延期到明年，该两个项目合同金额共计 471.70 万元。

b、其中有 3 个项目的合同金额根据项目情况进行了调整，调整后合同金额共计减少 2.60 万元。

B、2016 年已签订未完工的商业项目金额与 2016 年 4-8 月确认收入金额和 9-12 月预计可确认收入金额之和存在 225.71 万元的差异，主要原因如下：

a、其中 6 个项目的合同金额根据项目情况进行了调整，调整后合同金额共计增加 37.03 万元。

b、其中 1 个项目在客户与公司协商后，已终止，该项目原合同金额为 188.68 万元。

C、2016 年已签订未完工的节目制作项目金额与 2016 年 4-8 月确认收入金额和 9-12 月预计可确认收入金额之和存在 98.90 万元的差异，主要原因如下：

a、其中 2 个项目的合同金额根据项目情况进行了调整，调整后合同金额共计增加 21.51 元。

b、其中 1 个制作节目在合同结束后，仍在持续制作播出，预计至 2016 年 12 月，该制作节目仍能带来约 77.39 万元的收入，新合同仍在签订过程中。

③2016 年项目执行中、合同流程中的项目情况如下：

单位：人民币万元

项 目	2016 年项目执行中、合同流程中的项目金额	2016 年 4-8 月确认收入金额	2016 年 9-12 月预计可确认收入金额	差异金额
综艺节目及影视剧宣发	556.60	116.21	291.27	149.12

商业品牌整合营销	1,367.92	763.33	557.42	47.17
内容制作				
合 计	1,924.53	879.54	848.69	196.29

注：差异金额系 2016 年项目执行中、合同流程中的项目金额与 2016 年 4-8 月确认收入金额和 2016 年 9-12 月预计可确认收入金额之间的差异。

2016 年项目执行中、合同流程中的综艺影视项目金额与 2016 年 4-8 月确认收入金额和 9-12 月预计可确认收入金额之和存在 149.12 万元的差异，主要原因如下，系其中 2 个项目的收入预计在 2017 年确认，收入金额共计 149.12 万元。

2016 年项目执行中、合同流程中的商业项目金额与 2016 年 4-8 月确认收入金额和 9-12 月预计可确认收入金额之和存在 47.17 万元的差异，系其中 1 个项目的合同金额根据项目情况进行了调整，调整后合同金额减少 47.17 万元。

④预计新增项目合同具体情况

科翼传播收益法评估中披露的科翼传播预计新增项目为 1,603.77 万元，预计新增项目合同预测与实际执行项目略有差异，差异的主要原因系部分已签合同的项目终止，部分合同在项目执行中对最终确认金额进行了调整所致。

科翼传播评估报告出具后截至目前，科翼传播实际新签合同及正在执行的项目尚未签订合同统计情况如下：

单位：人民币万元

项目	实际新签合同及正在执行的项目金额	2016 年 4-8 月确认收入金额	2016 年 9-12 月预计可确认收入金额	2017 年预计可确认收入金额
综艺节目及影视剧宣发	1,886.05	147.37	393.73	1,344.95
商业品牌整合营销	1,685.35	655.72	5.66	1,023.98
内容制作	48.11		33.96	14.15
合计	3,619.52	803.09	433.35	2,383.08

上述实际新签合同及正在执行的项目收入确认符合科翼传播收入确认标准，对上述收入的确认具有合理性。

未来年度数字营销行业增长的最大动力是来自于上游行业网络广告业务收

入的增长。根据艾瑞咨询报告，2015 年国内网络广告市场规模达到 2093.7 亿元，同比增长 36%。较去年增速有所放缓，但仍保持高位。随着网络广告市场发展不断成熟，未来几年的增速将趋于平稳，预计至 2018 年整体规模有望突破 4000 亿元。预计 2017-2018 年中国网络广告市场规模增长率为：24.90%、19.30%。

公司在过去年度中培育了数量众多知名客户，并在和客户合作中形成了良好的关系，客户质量相对较高，具有明显的客户资源优势。结合企业未来年度预算，参考艾瑞公司对于我国网络广告整体市场及增长速度的分析和预测数据，最终确定企业未来规模。

综上所述，未来年度的销售收入情况如下：

金额单位：人民币元

产品类别	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
综艺影视推广收入	48,280,826.00	69,873,311.00	82,450,507.00	93,993,578.00	101,513,064.00	107,603,848.00
商业推广收入	28,939,749.00	47,508,562.00	56,060,103.00	63,908,517.00	69,021,198.00	73,162,470.00
节目制作收入	17,362,863.00	22,362,814.00	26,388,121.00	30,082,458.00	32,489,055.00	34,438,398.00
合 计	94,583,438.00	139,744,687.00	164,898,731.00	187,984,553.00	203,023,317.00	215,204,716.00

3) 未来年度收入预测的合理性及可实现性

①客户稳定性及客户拓展情况

科翼传播主要从事综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作业务。在综艺节目及影视剧宣发业务方面，综艺节目及影视剧的宣传效果直接影响了节目和影视剧的收视率。为促进综艺节目及影视剧的宣传效果最大化渠道较好的收视率，该类业务客户在选择推广服务商时一般较为谨慎，因为需要推广服务商对节目模式、制作团队、播放平台、节目艺人等进行全方位的综合分析，并对节目及影视剧内容具有深刻的理解和播放效果有着超前精准的判断。尤其对于连拍多季的综艺节目，该类客户一旦选中推广企业，一般不会轻易更换，具有较强的客户粘性。如科翼传播是《奔跑吧兄弟》、《中国好声音》、《欢乐喜剧人》、《极限挑战》等综艺节目连续多季的网络推广服务提供商。

在商业品牌整合营销业务方面，该类业务是通过娱乐内容和商业品牌的营销相结合，将娱乐内容、商业品牌和传播媒介三方进行有效整合，并基于对消费者

特征的多维度分析，借势娱乐产业的内容方，选择营销效果最优的媒介组合和营销方式，对商业品牌进行精准营销和推广。目前科翼传播的该类业务主要借助其在综艺节目宣发领域的领先优势，为综艺节目的冠名商、赞助商等提供整合营销服务。为该类业务客户提供服务时，需要商业品牌整合营销服务商既要懂得娱乐内容又要懂得商业品牌内涵，要求相对较高。而一旦获得该类商业品牌客户的认可，成为其合格供应商，未来的业务合作也将保持一定的稳定性。如科翼传播通过为《奔跑吧兄弟》第一季冠名商凌度汽车提供商业品牌整合营销服务，成功进入上海大众的供应商系统，此后在上海大众的后续新产品发布或产品推广方面与科翼传播也继续保持了合作。

在内容制作业务方面，科翼传播主要专注于网络原生内容的研发、制作和投资，以网络衍生节目、娱乐资讯类短视频制作为主。目前，科翼传播该类业务主要合作客户为腾讯视频，经过近年来的合作，科翼传播与腾讯视频建立了良好、稳定的合作关系。

在客户拓展方面，科翼传播经过近年来在内容整合营销领域的业务实践，凭借不断积累的项目经验以及对于市场的深入理解，在积极维护现有客户的同时，加强了重点优质客户的开发力度。报告期内，科翼传播业务呈现持续增长的趋势。

②过近年来的快速发展，科翼传播形成了丰富的媒介资源优势。在微博、微信资源方面，科翼传播与传媒内参、广电独家、广电时评等知名娱乐资讯类微博、微信供应商签署年度框架合作协议，同时与知名意见领袖、行业号等微博、微信公众号开展深度合作；在视频媒体方面，科翼传播与国内主要视频网站如腾讯视频、爱奇艺、搜狐视频、乐视、优酷、美拍、秒拍、开眼等视频新媒体网站就综艺节目宣发开展合作；在 APP 渠道投放方面，包括知乎、豆瓣、果壳、大众点评等各类 APP，多渠道、多类型的媒介资源为科翼传播业务发展提供广阔的渠道资源。

③合同签订与执行情况、意向性合同情况

截止目前，科翼传播已签订合同及意向合同执行情况如下：

单位：人民币万元

项 目	2016年1-8月已完工合同金额	2016年9-12月可确认收入	2016年可完工项目合同总金额
综艺节目及影视剧宣发	3,575.87	1,855.92	5,431.78
商业品牌整合营销	3,818.64	563.08	4,381.72
内容制作	527.34	153.37	680.71
合 计	7,921.84	2,572.37	10,494.21

由上表可见，截至目前，科翼传播 2016 年可完工项目当年可确认收入合计数为 10,494.21 万元，收益法评估中预测收入为 11,645.39 万元，完成率达 90% 以上。因此，2016 年预测收入具有可实现性。

④同行业可比收购案例收入变化趋势或预测情况

收购方	收购对象	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
利欧股份	微创时代	132.72%	32.37%	32.63%	20.12%	10.00%
联创互联	上海麟动	160.98%	50.00%	21.08%	20.09%	10.00%
联创互联	上海激创	54.71%	35.35%	30.74%	17.64%	12.25%
联建光电	深圳力玛	51.44%	43.42%	20.08%	18.19%	16.58%
利欧股份	智趣广告	162.00%	30.00%	30.00%	12.00%	10.00%
电广传媒	北京掌阔	58.00%	28.24%	25.25%	23.30%	22.41%
科达股份	智阅网络	173.46%	27.00%	19.99%	17.74%	15.82%
科达股份	数字一百	79.92%	19.13%	17.80%	13.70%	9.46%
平均增长率		109.15%	33.19%	24.70%	17.85%	13.32%
思美传媒	科翼传播	54.95%	20.00%	18.00%	14.00%	8.00%

科翼传播历史年度复合增长率为 85.10%，预测年度复合增长率为 14.91%，低于历史年度，从同行业可比收购案例收入预测趋势来看，科翼传播未来年度增长率低于平均数，具有合理性。

经核查，独立财务顾问和中企华认为，1) 科翼传播已签订合同按其制定的会计政策确认收入，已签订合同确认收入与科翼传播实际经营情况向匹配；2) 科翼传播新增项目合同预测具有合理性；3) 科翼传播未来年度收入预测是合理的并具有可实现性。

经核查，天健会计师认为，科翼传播已签订合同按公司制定的会计政策符合确认收入条件，上述合同预计均在 2016 年确认收入与科翼传播实际经营情况相匹配的。

（2）主营业务成本的预测

历史年度主营业务成本

金额单位：人民币元

项 目	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月
综艺影视推广成本	19,076,519.05	24,169,568.70	3,847,543.22
商业推广成本	4,437,017.45	5,873,702.31	2,721,069.97
节目制作成本	4,214,314.86	13,853,469.43	1,050,935.87
合 计	27,727,851.36	43,896,740.44	7,619,549.07

主营业务成本主要为主营业务收入相对应的成本，分为综艺影视宣发成本、商业推广成本、节目制作成本。

主营业务毛利率如下：

项 目	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月
综艺影视推广毛利率	18%	41%	61%
商业推广毛利率	26%	56%	74%
节目制作毛利率	11%	34%	17%
综合毛利率	18%	42%	65%

科翼传播经过 2013 年的经营企业树立了良好的品牌效应，2014 年业务量大增，因为企业初立规模较小故使用了外部供应商提供服务，外购成本较高，导致 2014 年整体盈利能力较弱，2015 年企业对供应商进行管理、筛选，对成本进行合理控制，其整体毛利率大幅上升。

2016 年 1-3 月毛利率较高，主要是因为科翼传播根据等额确认收入、成本，因项目完工时间不同，各月份完工的项目金额不同，使得毛利率在各月波动起伏，在项目集中完工的月份，尤其是大额项目，会带动毛利率上升。

经过几年行业积累，科翼传播逐渐成为市场细分的行业龙头，对供应商议价能力增强，与供应商之间也获得了价格上的折扣，使其提高以后年度的毛利率。

本次评估通过对企业管理层沟通了解，在历史数据的基础上，结合企业未来年度的实际经营状况，对毛利率进行了预测。科翼传播预测未来年度毛利率为55%。

未来年度预测毛利率合理性如下：

1) 市场竞争状况

科翼传播主要从事综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作业务，致力于为综艺节目及影视剧、商业品牌等客户提供全方位、全过程的整合营销传播及内容制作服务。

科翼传播的综艺节目及影视剧宣发业务和商业品牌整合营销业务主要依赖于微博、微信、贴吧、论坛等社会化媒体进行发布和传播，属于互联网整合营销中的社会化媒体营销范畴。社会化媒体营销是随着近年来微博、微信等社交媒体的迅速发展而逐渐兴起，而如今社会化媒体营销已经成为互联网整合营销的必备工具。与传统营销的市场竞争格局不同，目前互联网媒体的政策管制相对宽松，互联网整合营销领域内的市场竞争较为充分，市场准入门槛相对较低，同时由于互联网媒体的类型和数量巨大，大大小小的互联网整合营销企业可生存的空间相对宽泛，因此导致互联网整合营销领域的从业企业数量较多，行业集中度相对较低，呈现出“大市场、小公司”的竞争格局。

但是优秀的互联网整合营销企业既要深刻理解互联网媒体的特性，又要熟悉互联网用户的行为习惯和思维方式，能够准确把握行业和技术的发展趋势，为客户提供高质量的整合营销服务。就目前来看，优秀的互联网整合营销企业不仅通过自身规模的扩大以及服务质量的提高来抢占市场份额，也会通过外延式扩张来扩大市场份额。目前，在综艺节目及影视剧宣发领域市场较为知名的企业包括科翼传播、星推网络、爱尚传媒、自在传媒等。科翼传播参与推广的节目包括《奔跑吧兄弟》（第1/2/3/4季）、《中国好声音》（第1/2/3/4季）、《欢乐喜剧人》（第1/2季）、《极限挑战》（第1/2季）、《龙门镖局》、《明若晓溪》、《蜀山战纪》等；星推网络参与推广的节目有《一步之遥》、《最美和声》等；爱尚传媒参与推广的节目有《超级演说家》、《我为歌狂（1、2季）》、《火线英雄》、《江南四大才子》、《天龙八部》等；自在传媒推广的电影包括《煎饼侠》、《失孤》、《催眠大师》、

《窃听风云 3》、《白发魔女传》等。从执行的项目知名度来看，科翼传播处于同行业领先水平。

科翼传播的内容制作业务主要专注于网络原生内容的研发、制作和投资。目前，科翼传播联合腾讯视频、爱奇艺、爱享文化等合作伙伴制作了《燃卡 100 天》、《魅力野兽》、《有料》、《oh my 思密达》等网络自制内容。综艺节目制作行业属于充分竞争的市场，行业内企业数量众多。与国外相比，我国从事电视、视频网站新媒体内容供应的社会制作机构起步相对较晚，但发展迅速。目前市场上活跃的优秀综艺节目制作公司有数十家，如推出《中国好声音》、《中国好歌曲》、《中国好舞蹈》等的灿星制作，推出《中国梦想秀》、《舞动奇迹》等的世熙传媒，推出《最美和声》、《疯狂的麦咭》、《女神的新衣》等的蓝色火焰，上述各制作公司制作的内容和播放平台各有侧重，具有较高的市场化程度。由于一档大型的综艺节目资金投入较大，受限于资金压力，目前科翼传播主要以网络衍生节目、娱乐资讯类短视频制作为主，该类节目内容制作投入相对较小。

2) 议价能力变化情况

报告期内，科翼传播各类业务收入金额、占比及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-8 月			2015 年			2014 年		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
综艺影视推广	3,575.87	45.14%	56.91%	4,072.85	54.19%	40.66%	2,325.10	68.40%	17.95%
商业品牌推广	3,818.64	48.20%	55.33%	1,340.26	17.83%	56.17%	599.22	17.63%	25.95%
内容制作	527.34	6.66%	46.87%	2,101.17	27.96%	34.07%	474.71	13.97%	11.22%
合计	7,921.84	100.00%	55.48%	7,515.55	100.00%	41.58%	3,399.04	100.00%	18.42%

由上表可见，报告期内科翼传播营业规模及整体毛利率呈逐步上升的趋势。科翼传播综艺影视推广客户主要为浙江卫视、东方卫视、灿星制作等，商业品牌推广客户主要为上海大众、肯德基等知名企业，内容制作主要客户为腾讯视频，科翼传播在与上述客户的合作过程中议价能力相对较弱。

科翼传播议价能力主要体现在采购方面，科翼传播主要采购内容包括①直接向媒介或媒介代理公司采购用于广告投放；②向自由撰稿人采购用于宣传的稿件；③向新媒体如微博“大号”、微信公众号等营销服务号采购用于发布营销活动或相关稿件；④向其他供应商采购海报、宣传片、花絮等。随着科翼传播经营规模的不断扩大，通过与供应商签署框架协议的形式，使其向供应商的采购议价能力不断增强。

2014 年科翼传播经营规模相对较小，其与供应商之间的议价能力相对较低，采购成本较高，导致了 2014 年的毛利率较低。2015 年起，科翼传播的业务规模不断扩大，通过对供应商进行管理、筛选等形式，使其议价能力逐渐提高，降低了采购成本，提升了其毛利率。

3) 同行业可比公司情况

同行业可比公司毛利率情况如下：

证券代码	证券简称	毛利率（%）		
		2014 年年报	2015 年年报	2016 年中报
002143.SZ	印记传媒	32.52	47.42	40.14
834476.OC	自在传媒	36.94	55.13	49.23
836511.OC	星推网络	44.53	56.83	44.38
834382.OC	爱尚传媒	40.15	50.45	57.05
430282.OC	优睿传媒	—	69.95	71.28
平均		38.54	55.96	52.42

数据来源：wind 资讯

由上表可见，同行业可比公司 2015 年平均毛利率为 55.96%，2016 年半年度平均毛利率为 52.42%。科翼传播未来年度预测的平均毛利率为 55%，略低于同行业可比公司 2015 年的平均毛利率，略高于 2016 年半年度的平均毛利率，与同行业可比公司毛利率基本相当。同时结合科翼传播 2016 年 1-8 月毛利率为 55.48%，预测未来年度毛利率 55%具有合理性。

经核查，独立财务顾问、中企华认为，科翼传播未来年度毛利率预测具有合理性。

未来年度主营业务成本预测结果如下表：

金额单位：人民币元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
主营业务成本	43,620,979.76	62,774,688.46	74,074,132.69	84,444,511.16	91,200,072.09	96,672,076.30

（3）营业税金及附加的预测

营业税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加和地方教育费附加。

上海科翼文化传播有限公司城市维护建设税按应交流转税的 7% 计缴，教育费附加按应交流转税的 3% 计缴，地方教育费附加按应交流转税的 2% 计缴。本次以企业历史年度平均数进行预测。

（4）销售费用的预测

上海科翼文化传播有限公司的销售费用主要包括差旅费、业务招待费、车辆费用、展览宣传费及其他等费用。

差旅费、业务招待费、车辆费用、展览宣传费等费用根据业务量的增加每年以一定比例增长。其余费用等结合企业未来发展战略和未来年度经营计划，对未来各年度进行预测。

（5）管理费用的预测

上海科翼文化传播有限公司的管理费用主要包括工资及福利费、办公费、差旅费、房屋物业费、中介咨询费、业务招待费、折旧费、印花税及研发费用等费用。

人工工资包括工资、奖金、津贴等，参考人事部门提供的未来年度人工需求量因素，并考虑近几年当地社会平均工资的增长水平，预测未来年度员工人数、工资总额。

房租物业费等根据合同约定情况进行预测。

对于累计折旧的测算，除了现有存量资产外，以后各年为了维持正常经营，随着业务的增长，需要每年投入资金新增资产或对原有资产进行更新，根据企业的资本性支出情况，来测算年折旧和摊销。

税金为印花税等相关税金，按历史年度平均数进行缴纳。

差旅费、办公费、业务招待费、中介咨询费等费用根据业务量的增加每年以一定比例增长。其余费用结合企业未来发展战略和未来年度经营计划，对未来各年度进行预测。

研发费用主要为职工薪酬、差旅费、设计费、办公费和折旧费等，职工薪酬包括工资、奖金、福利、公积金等，参考人事部门提供的未来年度人工需求量因素，并考虑近几年当地社会平均工资的增长水平，预测未来年度员工人数、薪酬总额。对于累计折旧的测算，除了现有存量资产外，以后各年为了维持正常经营，随着业务的增长，需要每年投入资金新增资产或对原有资产进行更新，根据企业的资本性支出情况，来测算年折旧和摊销。差旅费、设计费和办公费等其他费用根据业务量的增加每年以一定比例增长。

（6）财务费用的预测

本次评估中采用企业自由现金流量模型，企业自由现金流量不计算财务费用。

（7）营业外收支的预测

上海科翼文化传播有限公司 2014 年度至 2016 年 1-3 月营业外收入主要为政府补助等，不具有连续性，且未来是否发生不确定，出于谨慎性原则，未来年度营业外收支将不予预测。

营业外支出主要为水利建设基金、文化建设事业费等。水利建设专项基金和文化建设事业费按照企业历史年度数据进行预测。

（8）所得税的预测

所得税根据所得税率 25%进行预测。

（9）折旧的预测

根据公司固定资产计提折旧的方式，评估人员对存量、增量固定资产，按照企业现行的折旧年限、残值率和已计提折旧的金额逐一进行了测算。并根据原有固定资产的分类，将测算的折旧分至管理费用。

（10）资本性支出的预测

未来资本性支出主要为电子设备的购买。

（11）营运资金增加额的预测

营运资金的追加是指随着企业经营活动的变化，因提供商业信用而占用的现金，正常经营所需保持的现金等；同时，在经济活动中，获取他人提供的商业信用，相应可以减少现金的即时支付。通常其他应收款和其他应付款核算内容绝大多数为关联方的经营性往来；应交税费和应付职工薪酬等项目因周转快，拖欠时间较短。本次预测时假定其他应收款、其他应付款、应交税费和应付职工薪酬保持基准日余额持续稳定。所以计算营运资金的增加需考虑正常经营所需保持的货币资金、应收账款、预付款项、应付账款及预收款项等几个因素。

1) 基准日营运资金的确定

企业基准日营运资金根据资产基础法评估结果，剔除溢余资产、非经营性资产及负债后确定为 5,379,298.76 元。

2) 最低现金保有量的预测

一般情况下，企业要维持正常运营，通常需要一定数量的现金保有量。通过对上海科翼文化传播有限公司 2014 年度至 2016 年 1-3 月各期营运资金的现金持有量与付现成本情况进行的分析，上海科翼文化传播有限公司营运资金中现金的持有量约为 1 个月的付现成本费用。

3) 非现金营运资金的预测

评估人员分析企业历史年度应收账款、预付款项、应付账款、预收款项的周转情况，综合分析评估基准日以上科目内容及金额的构成情况及历史年度的周转情况，预测了未来周转天数。则：

预测年度应收账款=当年销售收入×该年预测应收账款周转天数/365

预测年度预付款项=当年销售成本×该年预测预付款项周转天数/365

预测年度应付账款=当年销售成本×该年预测应付账款周转天数/365

预测年度预收款项=当年销售收入×该年预测预收款项周转天数/365

4) 未来年度营运资金追加额

按照以上方法对未来营运资金预测如下：

金额单位：人民币元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
营运资金	2,416,731.80	3,218,225.09	4,498,185.50	5,595,470.49	6,354,097.84	6,984,337.03
营运资金的变动	-2,962,566.96	801,493.29	1,279,960.41	1,097,284.99	758,627.35	630,239.18

3、预测期后的价值确定

因收益期按永续确定，预测期后经营按稳定预测，故永续经营期年自由现金流，按预测末年自由现金流调整确定。主要调整包括：

资本性支出：按企业未来规划，若确保企业能够正常的稳定的持久的运营下去，结合目前企业资产的状况和更新投入资产的情况，确定预测期后每年的资本性支出金额为 226,600.00 元；

折旧摊销费：根据企业预测年后的年资本性支出，结合企业的固定资产的折旧政策，确定预测期后每年的折旧摊销费为 203,700.00 元；

管理费用：由于折旧摊销费发生变化，企业管理费用也相应变化，折旧摊销费的变化额，就是管理费用的调整数，故确定预测期后的管理费用为 28,724,187.22 元。

则预测年后按上述调整后的年自由现金流为 65,939,639.13 元。

4、折现率的确定

(1) 无风险收益率的确定

根据 Wind 资讯查询评估基准日银行间固定利率国债收益率（10 年期）的平均收益率确定，因此本次无风险报酬率 R_f 取 2.8419%。

(2) 权益系统风险系数的确定

被评估单位的权益系统风险系数计算公式如下：

$$\beta_L = [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U$$

式中： β_L ：有财务杠杆的权益的系统风险系数；

β_U ：无财务杠杆的权益的系统风险系数；

t：被评估企业的所得税税率；

D/E：被评估企业所在行业的平均资本结构。

根据 Wind 资讯查询的沪深 A 股股票 100 周营销服务行业类似上市公司 Beta 计算确定，具体确定过程如下：

首先根据营销服务行业类似上市公司的 Beta 计算出各公司无财务杠杆的 Beta，然后得出营销服务行业上市公司无财务杠杆的平均 Beta 为 1.0218。

（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。

由于国内证券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投机气氛较浓，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，再加上国内市场股权割裂的特有属性，因此，直接通过历史数据得出的股权风险溢价不具有可信度。而在成熟市场中，由于有较长的历史数据，市场总体的股权风险溢价可以直接通过分析历史数据得到。因此国际上新兴市场的风险溢价通常也可以采用成熟市场的风险溢价进行调整确定。

即：市场风险溢价=成熟股票市场的基本补偿额+国家风险补偿额。

式中：成熟股票市场的基本补偿额取 1928-2015 年美国股票与国债的算术平均收益差 6.18%；国家风险补偿额取 0.93%。

则：MRP=6.18%+0.93%

=7.11%

故本次市场风险溢价取 7.11%。

（4）企业特定风险调整系数的确定

企业特定风险调整系数是根据待估企业与所选择的对比企业在企业特殊经营环境、企业规模、经营管理、抗风险能力、特殊因素所形成的优劣势等方面的差异进行的调整系数。

科翼传播属于互联网整合营销服务行业，互联网整合营销服务行业受到国家法律法规及政策的严格监管，政策的调整及变化将可能对公司业务带来一定的风险。市场竞争风险，互联网整合营销服务行业目前市场集中度较低，宏观政策环境相对宽松，并且行业不存在较高的进入壁垒，行业未来可能会面临竞争加剧的风险。

相对于传统媒体，互联网（包括移动互联网）作为新兴的媒体传播渠道，所受到的政策监管相对宽松，行业进入门槛不高，行业竞争较为充分，媒体资源量充裕，为互联网整合营销行业的持续快速发展提供了良好的外部环境。但是如果未来国家对互联网的监管政策发生变化，致使互联网领域内的创新、竞争或信息传播受到影响，将会对科翼传播业务经营产生不利影响。此外，科翼传播的业务主要涉及综艺节目这一文化消费品，而综艺节目对监管政策的敏感度较高，相关政策法规的发布会对综艺节目的发展趋势和前景带来一定的影响。目前国家对综艺节目的发展尚处于政策支持态度，但不排除未来国家对综艺节目的监管政策发生变动，致使综艺节目的发展受到现在，从而对科翼传播经营业绩产生负面影响。

人才流失的风险，科翼传播拥有专业化的管理团队和技术人才队伍，该等核心人才对互联网行业发展趋势、用户需求偏好有着深入的理解，经营管理团队和核心技术人才能否保持稳定是决定收购后整合是否成功的重要因素。如果在整合过程中，科翼传播的经营管理团队和核心技术人员不能适应公司的企业文化和管理模式，有可能会出现人才流失的风险，进而对公司经营及收购效果带来负面影响。

根据以上分析，企业特定风险调整系数 R_c 取 2%。

近年市场可比交易案例风险系数取值的情况统计如下：

序号	收购方	收购对象	基准日	个别风险系数
1	利欧股份	微创时代	2015-04-30	3.50%
2	联创互联	上海麟动	2015-06-30	3.00%
3	联创互联	上海激创	2015-06-30	3.00%
4	联建光电	深圳力玛	2015-09-30	4.00%
5	利欧股份	智趣广告	2015-09-30	3.00%
6	电广传媒	北京掌阔	2015-12-31	4.00%
7	科达股份	智阅网络	2015-12-31	2.00%
8	科达股份	数字一百	2015-12-31	2.00%
平均				3.06%

互联网整合营销作为新兴产业，既具有互联网的行业属性又具有广告的行业属性，随着国家法律法规及政策对互联网内容加大监管力度，未来政策的调整 and 变化将对科翼传播的业务带来一定的风险。

市场竞争风险，互联网整合营销服务行业目前市场集中度较低，宏观政策环境相对宽松，并且行业不存在较高的进入壁垒，行业未来可能会面临竞争加剧的风险。

科翼传播参与了国内近年来众多现象级综艺节目的全案整合营销，在综艺节目宣发领域积淀了丰富的行业经验和资源优势，宣发作为内容产业链中承上启下的一个重要环节，具有信息来源广、快、全等特点，这使得科翼传播对于节目内容与互联网用户有着深刻的理解。科翼传播通过作为热门综艺节目整合营销服务提供商的资源优势成功切入顶级商业品牌的互联网营销服务供应商，赢得了上海大众、可口可乐、伊利、宝马等知名商业品牌客户的青睐。同时，科翼传播的内容制作业务与综艺节目宣发业务、商业品牌客户内容整合营销业务具有较强的协同效应，促使客户、媒体与内容的有效互动，形成了特有的商业模式优势。相对于传统媒体，互联网（包括移动互联网）作为新兴的媒体传播渠道，所受到的政策监管相对宽松，行业进入门槛不高，媒体资源量充裕，为互联网整合营销行业的持续快速发展提供了良好的外部环境。因此科翼传播整体经营风险相对较小。

综上所述，近年来相关行业可比公司重组项目的个别风险系数取值区间为2.00%-4.00%，科翼传播的个别风险系数为2.00%，略低于行业平均水平，主要

是因为科翼传播是国内内容整合营销领域的领先企业，服务客户对象均为目前市场现象级节目，与上述公司略有差异，但个别风险系数仍处于行业区间之中，具有合理性。

经核查，独立财务顾问、中企华认为，结合科翼传播业务特点、业务发展阶段、面临的经营风险及市场可比交易折现率情况，本次收益法评估中风险系数取值是合理的。

（5）预测期折现率的确定

1) 计算权益资本成本

将上述确定的参数代入权益资本成本计算公式，计算得出被评估单位的权益资本成本。

$$K_e = R_f + \beta \times MRP + R_c$$

$$= 12.11\%$$

2) 计算加权平均资本成本

截至评估基准日，被评估单位无有息负债，故 $WACC = K_e = 12.11\%$ 。

近年市场可比交易案例折现率的情况统计如下：

序号	收购方	收购对象	基准日	折现率
1	利欧股份	微创时代	2015-04-30	13.30%
2	联创互联	上海麟动	2015-06-30	13.23%
3	联创互联	上海激创	2015-06-30	13.63%
4	联建光电	深圳力玛	2015-09-30	13.33%
5	利欧股份	智趣广告	2015-09-30	12.90%
6	电广传媒	北京掌阔	2015-12-31	12.77%
7	科达股份	智阅网络	2015-12-31	12.52%
8	科达股份	数字一百	2015-12-31	12.52%
最大值				13.63%
最小值				12.52%
中位数				13.07%

平均值	13.03%
评估值	12.11%

由上表可以看出近年来互联网广告及数字营销相关公司重组项目折现率取值区间为 12.18%至 13.63%，科翼传播折现率为 12.11%，略低于近年来相关行业相关公司重组项目，主要是因为科翼传播是国内内容整合营销领域的领先企业，服务客户对象均为目前市场现象级节目，与上述公司略有差异，考虑到无风险报酬率等有所下降，折现率是基本接近的，具有合理性。

经核查，独立财务顾问、中企华认为，结合市场可比交易折现率情况，本次交易科翼传播评估折现率取值是合理的。

5、测算过程和结果

（1）未来年度企业自由现金流量

根据各项预测，未来年度企业自由现金流量预测如下：

金额单位：人民币万元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 至永续
一、营业收入	9,458.34	13,974.47	16,489.87	18,798.46	20,302.33	21,520.47	21,520.47
减：营业成本	4,362.10	6,277.47	7,407.41	8,444.45	9,120.01	9,667.21	9,667.21
营业税金及附加	47.29	69.87	82.45	93.99	101.51	107.60	107.60
销售费用	45.00	49.50	54.45	59.90	65.88	72.47	72.47
管理费用	1,745.87	2,280.63	2,523.80	2,620.29	2,741.28	2,877.42	2,872.42
财务费用	-	-	-	-	-	-	-
资产减值损失	-	-	-	-	-	-	-
二、营业利润	3,258.08	5,297.00	6,421.76	7,579.83	8,273.64	8,795.77	8,800.77
加：营业外收入	-	-	-	-	-	-	-
减：营业外支出	3.81	5.71	6.75	7.70	8.32	8.82	8.82
三、利润总额	3,254.27	5,291.29	6,415.02	7,572.13	8,265.33	8,786.95	8,791.95
减：所得税费用	813.57	1,322.82	1,603.75	1,893.03	2,066.33	2,196.74	2,197.99
四、净利润	2,440.71	3,968.47	4,811.26	5,679.10	6,199.00	6,590.21	6,593.96
财务费用及资产减值 损失（税后）	-	-	-	-	-	-	-
五、息前税后净利润	2,440.71	3,968.47	4,811.26	5,679.10	6,199.00	6,590.21	6,593.96

加：折旧及摊销	16.97	28.39	29.06	28.29	20.52	25.37	20.37
减：资本性支出	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	22.66
营运资金需求净增加	-296.26	80.15	128.00	109.73	75.86	63.02	0.00
六、净现金流量	2,733.93	3,896.70	4,692.32	5,577.66	6,123.65	6,532.56	6,591.67

2) 企业的营业性资产价值

收益期内各年预测自由现金流量折现，从而得出企业的营业性资产价值。计算结果详见下表：

金额单位：人民币万元

项 目	2016 年 4-12 月	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 至永续
净现金流量	2,733.93	3,896.70	4,692.32	5,577.66	6,123.65	6,532.56	6,591.67
折现率年限	0.38	1.25	2.25	3.25	4.25	5.25	-
折现率	12.11%	12.11%	12.11%	12.11%	12.11%	12.11%	12.11%
折现系数	0.9580	0.8669	0.7732	0.6897	0.6152	0.5487	4.5313
各年净现金流量折现值	2,619.21	3,377.86	3,628.17	3,846.87	3,767.23	3,584.68	29,868.87
预测期经营价值	50,692.90						

6、其他资产和负债的评估

(1) 非经营性资产和负债的评估

非经营性资产、负债是指与被评估单位生产经营无关的，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，主要为应付股利，评估基准日评估值为-342.84 万元。

(2) 溢余资产的评估

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，被评估单位的溢余资产主要为溢余的货币资金，本次评估采用成本法进行评估，金额为 1,180.16 万元。

7、收益法评估结果

(1) 企业整体价值的计算

企业整体价值=经营性资产价值+非经营性资产价值+溢余资产价值

$$=50,692.90-342.84+1,180.16$$

$$=51,530.23 \text{ 万元}$$

(2) 有息债务价值的确定

截至评估基准日，上海科翼文化传播有限公司无有息负债。

(3) 股东全部权益价值的计算

根据以上评估工作，上海科翼文化传播有限公司的股东全部权益价值为：

股东全部权益价值=企业整体价值－付息债务价值

$$=51,530.23-0.00$$

$$=51,530.23 \text{ 万元}$$

8、科翼传播未来年度净利润预测的合理性及可实现性

(1) 目前经营业绩

根据中企华出具的《思美传媒股份有限公司拟收购股权涉及的上海科翼文化传播有限公司股东全部权益项目评估报告》（中企华评报字〔2016〕第 3601 号），收益法预测科翼传播 2016 年 4-12 月的营业收入为 9,458.34 万元，净利润 2,440.71 万元。

根据天健会计师出具的“天健审〔2016〕7774 号”《审计报告》，科翼传播 2016 年 1-8 月合并报表实现的营业收入为 7,921.84 万元，净利润为 2,781.80 万元。

截至 2016 年 8 月末，科翼传播营业收入及净利润的实现情况如下所示：

项目	营业收入（万元）	净利润（万元）
2016 年 1-8 月实际完成情况	7,921.84	2,781.80
2016 年 4-12 月预测数	9,458.34	2,440.71
2016 年 1-12 月预测数	11,645.39	3,349.38
完成比例	68.03%	83.05%

由上表可见，截至 2016 年 8 月末，科翼传播已完成 2016 年预测营业收入的 68.03%，已完成 2016 年预测净利润的 83.05%。

(2) 已有合同及意向性合同情况

已有合同及意向性合同情况详见本节“三、科翼传播评估情况”之“2、预测期的收益预测”相关内容。

(3) 同行业可比公司业绩预测情况

市场可比交易案例承诺净利润情况如下：

收购方	收购对象	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	复合增长率
利欧股份	微创时代	6,000.00	7,200.00	9,360.00		24.90%
联创互联	上海麟动	3,400.00	5,000.00	6,250.00	7,820.00	32.00%
联创互联	上海激创	7,000.00	8,750.00	10,937.00		25.00%
联建光电	深圳力玛	5,500.00	7,300.00	9,200.00	11,100.00	26.37%
利欧股份	智趣广告	5,800.00	7,540.00	9,802.00		30.00%
电广传媒	北京掌阔	5,000.00	7,000.00	10,000.00		41.42%
科达股份	智阅网络	4,200.00	5,250.00	6,562.50		25.00%
科达股份	数字一百	3,000.00	3,600.00	4,320.00		20.00%
承诺期内平均净利润复合增长率		28.09%				

由上表可见，同行业可比收购案例净利润预测平均增长率为 28.09%。科翼传播 2016 年、2017 年、2018 年净利润分别不少于 3,350 万元、4,020 万元和 4,824 万元，业绩承诺期内承诺净利润年复合增长率为 20.00%，历史年度净利润复合增长率为 149.21%，低于历史年度及同行业可比收购案例预测净利润增长率，未来年度预测净利润具有可实现性。

经核查，独立财务顾问、天健会计师和中企华认为，科翼传播未来年度预测净利润具有可实现性。

9、保障科翼传播业绩承诺切实履行的具体措施和对相关方的追偿措施

思美传媒于 2015 年 11 月 18 日与科翼传播及其股东上海巧瞰投资管理中心（有限合伙）（以下简称“巧瞰投资”）、陆慧斐、邓翀签订《上海科翼文化传播有限公司之股权转让合同》（以下简称“《原合同》”）以现金方式收购巧瞰投资持有的科翼传播 80% 股权，上述交易对价为人民币 40,000 万元（大写：肆亿元人民币整）。2015 年 12 月 14 日，科翼传播已经办理完成了上述股权转让的工商

变更登记。上述股权转让完成后，思美传媒持有科翼传播 80%股权，陆慧斐持有科翼传播 10%股权，邓翀持有科翼传播 10%股权。

本次交易全部交易对价均以受让方向转让方非公开发行股份的方式支付，本次交易的具体支付方式如下：

序号	转让方姓名/名称	股份对价（股）
1	陆慧斐	1,727,115
2	邓翀	1,727,115
合 计		3,454,230

上市公司交易对方及补偿责任人签署的《科翼传播收购协议》及《科翼传播业绩补偿协议》标的公司于 2016、2017、2018 会计年度实现的年度“考核实现的净利润”应分别不少于人民币 3,350 万元、4,020 万元和 4,824 万元。

巧瞰投资、陆慧斐、邓翀作为补偿责任人承诺，若标的公司在业绩承诺期间内任一会计年度的当年期末考核实现净利润累计数未能达到当年期末承诺净利润累计数，则补偿责任人应按照各自转让的标的公司股份比例向思美传媒进行补偿。具体为首先补偿责任人以其在本次交易中取得的上市公司股份进行补偿，不足部分以现金方式进行补偿。

本次补偿方案中补偿责任人的履约能力及履约保障措施明确可行，原因如下：

（1）补偿责任人所持标的公司股权比例较高

原合同签订前，巧瞰投资、陆慧斐、邓翀合计持有标的公司 100%的股权，本次交易中，巧瞰投资、陆慧斐、邓翀作为补偿责任人与上市公司签订了《科翼传播业绩补偿协议》，补偿责任人就补偿义务承担连带责任。

（2）现金对价的分期支付和股票对价的锁定措施能够对补偿责任人的履约提供保障

①现金对价的分期支付

2015 年 11 月，上市公司与由于巧瞰投资签订《上海科翼文化传播有限公司

之股权转让合同》（以下简称“《原合同》”），以现金方式收购巧瞰投资持有的科翼传播 80%股权。

上述交易对方为有限合伙，标的资产交割时将面临缴纳标的资产溢价转让涉及的个人所得税及其他税费，为保障标的资产的交割顺利进行，经交易各方在《原合同》中约定，上市公司首期向巧瞰投资支付现金对价总额的 60%，剩余的现金对价作为业绩承诺的保证金，由上市公司分期支付，具体如下：

“本次交易的转让对价合计人民币 400,000,000 元，第一笔付款：由甲方于标的股权交割完成后的十个工作日内向乙方支付本次交易转让对价的 60%即人民币 240,000,000 元；第二笔付款：标的公司 2016 年度业绩经审计并由甲方指定的具有证券从业资格的会计师事务所出具专项审核意见后的十个工作日内由甲方支付本次交易对价的 25%即人民币 100,000,000 元；第三笔付款：标的公司 2017 年度业绩经审计并由甲方指定的具有证券从业资格的会计师事务所出具专项审核意见后的十个工作日内甲方支付现金对价的 15%即人民币 60,000,000 元。”

②股票对价的锁定措施

本次交易中上市公司拟通过发行股票的方式受让陆慧斐、邓翀所持有的科翼传播剩余 20%股权。本次交易项下的对价股份设置了解禁条件，解禁条件与业绩承诺实现情况挂钩。具体约定如下：

“转让方在本次交易中认购的上市公司股份，自上述股份上市日起满 24 个月届满、科翼传播 2018 年度专项审核意见已经出具、且转让方已履行完毕其应当履行的利润补偿义务（如有）后，解锁 50%；剩余股份于科翼传播 2019 年度审计报告出具后解锁，上述时间以较晚成就的时间为准。”

③可补偿对价的覆盖比例

假设上市公司在 2016 年 12 月 31 日前完成本次股份交割，剩余向补偿责任人支付对价的进度与业绩承诺实现进度的关系如下：

单位：万元

	2016 年度	2017 年度	2018 年度
业绩承诺	3,350.00	4,020.00	4,824.00
业绩未完成比例（%）	72.53	39.56	0.00

	2016 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
未支付现金	16,000.00	6,000.00	0.00
未解禁股份对价金额	10,000.00	10,000.00	10,000.00
可补偿对价小计	26,000.00	16,000.00	10,000.00
可补偿对价占比(%)	52.00	32.00	20.00

由上表可见，除首期支付的现金对价之外，本次交易对价（包括业绩承诺保证金和股份对价）合计累计支付/解禁进度与标的公司业绩承诺累计实现进度基本一致。因此，业绩承诺期内各期末未支付的现金对价和未解禁的股份对价基本能够充足保障补偿责任人对于业绩补偿义务的履行。

（3）补偿责任人具备较强的资金实力

陆慧斐、邓翀合计持有巧瞰投资 100%的合伙份额；陆慧斐、邓翀为科翼传播的创始人，自身均具有一定的资金实力以保证其履行协议项下的业绩承诺与补偿义务。

经核查，独立财务顾问、天健会计师和中企华认为，综合科翼传播 2016 年 1-8 月份已实现的营业收入和净利润，以及正在执行中的合同，并且根据起业务拓展情况，科翼传播 2016-2018 年营业收入、净利润预测具有合理性及可实现性。综合考虑本次交易的业绩补偿安排、科翼传播盈利预测可实现性、支付对价安排以及交易对方的资金实力，本次交易具有较好的业绩补偿实施措施及对相关方追偿的约束措施，上市公司及中小股东的利益能够得到有效保障。

（六）评估结果差异原因及选择说明

采用资产基础法评估得到的上海科翼文化传播有限公司股东全部权益价值为 1,782.09 万元，采用收益法评估得到的股东全部权益价值 51,530.23 万元，差 49,748.14 万元，差异率为 2791.56%。

资产基础法和收益法评估结果出现差异的主要原因是：资产基础法是指在合理评估企业各分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，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。收益法是从企业的未来获利能力角度出发，反映了企业各项资产的综合获利能力。两种方法的估值对企业价值的显化范畴不同，平台、服务、营销、团队、资质、客户等无形资源难以在资产基础法中逐一计量和量化反映，而收益法

则能够客观、全面的反映被评估单位的价值。因此造成两种方法评估结果存在较大的差异。

上海科翼文化传播有限公司是家互联网整合营销服务公司，具有“轻资产”的特点，生产经营过程中的主要要素投入为每个项目的研发支出、项目人员劳务、道具及其他制作耗费等，因此不需要投入较多的诸如生产线、厂房等固定资产。

科翼传播的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，也考虑了企业所拥有的资质、业务网络、服务能力、人才团队等重要的无形资源。上海科翼文化传播有限公司先后与众多优质媒体建立了良好合作关系，为浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、深圳卫视、腾讯视频、爱奇艺、灿星制作等电视台、视频网站及内容制作公司提供综艺节目及影视剧宣发服务或内容提供服务。作为近年来国内众多现象级综艺节目的全案整合营销服务提供商，通过舆情监测、播后数据分析等手段对众多现象级综艺节目模式均有深入研究，使得科翼传播对于优质内容有着超前精准的判断能力，同时科翼传播自身具备丰富的商业品牌内容整合营销服务经验，可以使商业品牌与内容本身进行完美的融合，并利用互联网进行广泛的二次传播。其拥有的丰富的经验、优质的资源与广阔的渠道，构筑了可以传播在行业内的牢固市场竞争力。鉴于本次评估目的，收益法评估的途径能够客观合理地反映上海科翼文化传播有限公司的价值。本次评估以收益法的结果作为最终评估结论。

根据以上评估工作，本次评估结论采用收益法评估结果，即：上海科翼文化传播有限公司的股东全部权益价值评估值为 51,530.23 万元。

（七）评估增值的原因

本次委托评估的科翼传播股东全部权益价值评估结果为 51,530.23 万元，较账面价值 1,455.97 万元的评估增值为 50,074.26 万元，增值率 3439.24%。评估增值较大的原因及合理性分析如下：

1、科翼传播属于“轻资产”企业

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，科翼传播所处行业属于“L 租赁

和商务服务业”项下的“L72 商务服务业”及“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。该类企业大多采用轻资产运营模式，固定资产投入相对较小，账面值不高。科翼传播生产经营过程中的主要要素投入为每个项目的研发支出、项目人员劳务、道具及其他制作耗费等，因此不需要投入较多的诸如生产线、厂房等固定资产，而且，科翼传播的经营场所通过租赁的方式获得。截至报告期末，科翼传播的资产主要由货币资金和应收账款等构成，其资产主要靠科翼传播自身的经营积累形成，自其成立以来，未引进外部投资。因此，科翼传播账面净资产金额较小。

2、科翼传播所处行业发展速度较快

科翼传播所处行业涉及互联网整合营销行业和综艺节目制作行业。近年来，互联网整合营销行业和综艺节目制作行业保持了较快的发展速度。就互联网整合营销行业，随着中国互联网产业的飞速发展，互联网整合营销市场发展迅速。根据 iResearch《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》，2015 年，我国互联网营销市场规模达到 2,093.7 亿元，同比增长 36.0%，并预计 2017 年、2018 年我国互联网营销市场规模增长率分别为 24.90%、19.30%，至 2018 年整体规模有望突破 4,000 亿元。就综艺节目制作行业，随着人民物质生活水平的不断提高带动文化类产品的消费需求增加以及制播分离极大地提高了综艺节目制作行业的专业化程度，近年来国内综艺节目市场呈现高速增长的态势，特别是随着《中国好声音》、《我是歌手》、《奔跑吧兄弟》等热门综艺节目的出现，其商业价值特别是广告收入已呈现出爆发式增长的态势。

3、科翼传播未来发展速度较快，具有较强的盈利能力

科翼传播 2014 年、2015 年归属于母公司所有者的净利润分别为 216.42 万元、1,397.38 万元，2015 年较 2014 年增长 545.68%；科翼传播 2016 年 1-3 月归属于母公司所有者的净利润为 908.67 万元，占 2015 年扣非后净利润的 65.03%。报告期内，科翼传播的经营业绩实现了较大幅度的增长。

同时，根据本次交易相关业绩承诺，科翼传播 2016 年度、2017 年度和 2018 年度的考核净利润分别不少于 3,350 万元、4,020 万元和 4,824 万元，未来科翼传播业绩将保持较快增长，具有较强的盈利能力。

4、本次评估定价采用收益法评估结果

科翼传播属于典型的“轻资产”企业，其固定资产投入相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还包含企业所拥有的资质、业务网络、服务能力、人才团队等重要的无形资源。同时，根据本次交易对手方陆慧斐、邓翀及原股东巧瞰投资的业绩承诺，科翼传播未来具有较高的净资产收益率，未来净利润增长率较高，盈利能力较强。为客观合理的反映科翼传播的价值，本次评估定价采用收益法结果确定，收益法是从企业的未来获利能力角度出发，客观、全面的反映企业各项资产的综合获利能力。因此，科翼传播的评估定价较账面净值整体偏高。

根据中企华以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，对科翼传播 20%股权进行了评估，采用收益法评估的评估值为 10,306.05 万元，根据评估结果并经交易各方充分协商，科翼传播 20%股权的价值确定为 10,000 万元。本次交易作价小于评估值，因此本次交易定价合理。同时，独立董事对评估机构、评估假设前提的合理性和交易定价的公允性发表了独立意见。

5、与同行业上市公司相比，本次评估定价具有合理性

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，科翼传播所处行业属于“L 租赁和商务服务业”项下的“L72 商务服务业”及“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。截至评估基准日（2016 年 3 月 31 日），上市公司中剔除“B 股”上市公司、市盈率为负值或者超过 100 倍的上市公司，商务服务业共 12 家，广播、电视、电影和影视录音制作业共 12 家。该 12 家商务服务业上市公司的平均市盈率为 53.57，该 12 家广播、电视、电影和影视录音制作业上市公司的平均市盈率为 63.91，同行业上市公司的平均市盈率普遍高启。

按照本次交易相关业绩承诺，科翼传播 2016 年度、2017 年度和 2018 年度的考核净利润分别不少于 3,350 万元、4,020 万元和 4,824 万元，本次交易定价对应的市盈率分别为 14.93、12.44 和 10.36，远低于同行业上市公司的平均市盈率。因此，本次交易作价评估定价处于合理水平。

四、董事会对本次交易标的评估合理性及定价公允性分析

（一）对资产评估机构或估值机构的独立性、假设前提的合理性、评估或估值方法与目的的相关性发表意见

根据《重组管理办法》、《格式准则第 26 号》的有关规定，董事会在认真审阅了公司所提供的本次交易相关评估资料后，就评估机构的独立性、评估假设前提的合理性、评估方法与评估目的的相关性以及评估定价的公允性发表意见如下：

1、本次评估机构具备独立性

公司聘请中企华承担此次交易的评估工作，并签署了相关协议，选聘程序合规。中企华作为本次交易的评估机构，具有从事评估工作丰富的业务经验，能胜任本次评估工作。中企华及其评估人员与公司、交易对方、标的公司无其他关联关系，具有独立性。

2、本次评估假设前提合理

本次评估假设的前提均按照国家有关法规与规定进行，遵循了市场的通用惯例或准则，符合评估对象的实际情况，未发现与评估假设前提相悖的事实存在，评估假设前提合理。

3、评估方法与评估目的的相关性一致

根据评估方法的适用性及评估对象的具体情况，本次评估采收益法、资产基础法两种方法对标的公司的权益进行了评估，根据两种方法的适用性及评估对象的具体情况，评估机构最终参考收益法评估结果得出本次交易标的的最终评估结论。

鉴于本次评估的目的系确定标的资产于评估基准日的公允价值，为公司本次交易提供价值参考依据，本次评估机构所选评估方法恰当，评估结果客观、公正地反映了评估基准日评估对象的实际状况，评估方法与评估目的的相关性一致。

4、本次评估定价具备公允性

本次评估实施了必要的评估程序，遵循了独立性、客观性、科学性、公正性等原则，评估结果客观、公正地反映了评估基准日评估对象的实际状况，各类资

产的评估方法适当，本次评估结论具有公允性。本次拟交易标的资产均以评估结果作为定价的基础，交易价格公平、合理，不会损害公司及广大中小股东利益。

（二）交易标的评估的合理性分析

本次评估中评估机构采用了国际通行的 WACC 模型对折现率进行测算，测算过程中评估机构对相关参数选取合理。

本次评估中对预测期收入、成本、期间费用和净利润等相关参数的估算主要根据标的公司历史经营数据以及评估机构对其未来成长的判断进行测算的，评估机构使用的预测期收益参数正确、引用的历史经营数据真实准确、对标的公司的成长预测合理、测算金额符合标的公司的实际经营情况。

1、掌维科技

报告期内掌维科技主营业务实现了较快发展，营业收入和净利润均实现了快速增长。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-3 月掌维科技实现归属于母公司所有者的净利润分别为 286.39 万元、483.13 万元和 899.35 万元，2015 年度因确认股权激励费用 733.46 万元导致当期净利润较低，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 228.66 万元、1,163.14 万元和 876.70 万元，整体呈现增长趋势。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-3 月毛利率分别为 44.38%、47.45% 和 43.71%，保持了较强的盈利能力。

本次评估业绩预测期中 2016 年 4-12 月、2017 年度和 2018 年度掌维科技预测的净利润分别为 2,693.18 万元、4,385.38 万元和 5,471.35 万元，2017 年度和 2018 年度增长率分别为 22.07%和 24.76%，与掌维科技预期未来业绩增长情况基本相符。

2、观达影视

报告期内观达影视主营业务实现了较快发展，营业收入和净利润均实现了快速增长。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-3 月观达影视实现归属于母公司所有者的净利润分别为 125.57 万元、3,034.03 万元和 726.67 万元，整体呈现增长趋势。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-3 月毛利率分别为 7.39%、29.02%和 26.22%，保持了较强的盈利能力。

本次评估业绩预测期中 2016 年 4-12 月、2017 年度和 2018 年度观达影视预测的净利润分别为 5,466.32 万元、8,058.95 万元和 10,024.85 万元，2017 年度和 2018 年度增长率分别为 30.13%和 24.39%，与观达影视预期未来业绩增长情况基本相符。

(1) 结合观达影视市场份额、核心竞争优势、产品定位、客户的稳定性与业务拓展情况、资金实力与未来资本性支出，以及电视剧市场需求变化、市场竞争、同行业水平等情况，补充披露观达影视收益法评估中营业收入预测的合理性。

①电视剧市场需求变化

A 电视剧市场总体供大于求，但优质精品电视剧仍为稀缺产品，且利润率高

近年来，我国电视剧产量维持在每年约 400 至 500 部的水平。2008 至 2015 年，按取得发行许可证口径统计，我国电视剧产量 14,498 集增长至 16,540 集，年均复合增长率为 1.90%，电视剧市场总体已出现供大于求的状况。

然而优质精品电视剧仍面临供不应求的局面，经常出现诸多电视台抢播同一部电视剧，热门电视剧被电视台反复重播的现象。2015 年 1 月 1 日开始实施“一剧两星”政策后，更加剧了各大电视台间的收视率竞争，也带动了市场对电视剧品质的追求。领先卫视通过购买首轮独家播映权来占领更大市场份额，二三线卫视为了保证稳定的收视率只能选择二三轮播放大制作的剧集。例如《武媚娘传奇》在已经实现了首轮播放和“市场整轮跟播”的情况下，仍依然有七家卫视购买了二三轮的播放权。

优质精品电视剧的供不应求局面也推动了其价格的上涨。过往的经验来看，普通电视剧市场价格一般在每集 30 万元至 60 万元，而优质电视剧的价格可以达到每集 100 万元至 300 万元，收视率在 1%以上的精品电视剧价格在每集 240 万元至 300 万元。但近两年的价格增长趋势明显，精品电视剧在 2014 年的单集版权总收入（电视台+网络）为 600 万左右，2015 年突破 800 万，2016 年已有部分电视剧达到 1500 万的天价。

B 三网融合与新媒体的崛起为电视剧行业拓展了新的空间

三网融合是指推进电信网、广播电视网和互联网融合发展，实现三网互联互通、资源共享，为用户提供话音、数据和广播电视等多种服务。三网融合后，实力强大的国有电信企业将可以从事互联网视听节目信号传输、新闻视听节目转播服务、IPTV 传输服务、手机电视分发服务，并拥有内容转播平台。与此同时，我国新媒体市场中的网络媒体市场处于快速上升通道，网络视频用户不断攀升，在线视频服务行业爆发式增长。根据艾瑞咨询的统计和预测，2015 年中国在线视频市场规模超过 400 亿，同比增长率为 61.2%，到了 2018 年，中国在线视频市场规模将超过 1000 亿。2015 年，我国视频用户的付费比例达到 17%，较 2014 年增长 5.3 个百分点，国内视频网站付费用户规模达到 2,200 万，较 2014 年的 945 万增长 133%。付费观看收入的高速增长也将保障网络视频媒体收入在未来年度持续以较高速度增长。三网融合和新媒体的崛起极大丰富了文化传媒产品的终端和载体，挖掘潜在市场，从而为传统电视剧制作行业带来了新机遇，开拓了新的发展空间。

C 领先卫视竞争优势凸显

2013 年以来电视台广告收入整体增长放缓，广告投放逐渐向领先卫视集中，使得部分实力较弱的二三线电视台采购压力增大，电视剧采购市场呈现出寡头垄断的特点，优势剧目不断流向强势平台。根据 CSM 统计，2015 年晚间 19:30-21:30 时段，在全国市场共有 47 部电视剧平均收视率不低于 1%，分别在 8 个频道播出：其中，湖南卫视占 15 部，中央台一套占 11 部，前两名已经瓜分了半数以上的优势剧目，剩余的电视台中，山东卫视占 5 部，江苏卫视和中央台八套各占 4 部，东方卫视和浙江卫视各占 3 部，北京卫视占 2 部。

D 网络剧、周播栏目等成为行业新宠

网络视频等新媒体平台的兴起，使观众对内容的注意力呈现多元化，年轻化等特征，需求端的变化也不断影响内容制作方的发展思路。随着消费者付费习惯的培养，网络收费模式趋于成熟，加之网络监管政策的落地，网络剧市场将迎来持续扩张期。

与此同时，经过数年的培育，周播剧场也已进入爆发期，通过不同的播放形式，使观众获得了更丰富的电视剧观看体验，也培育了一批新的电视剧受众，带

动了电视剧市场的创新和繁荣。周播剧的战略地位凸显，价值有待不断挖掘，俨然成为各大卫视新的竞争领域。湖南卫视在经历数年的尝试后，2015年周播电视剧《花千骨》横空出世，短时间内成为现象级作品，浙江卫视和江苏卫视随即都推出各自的周播剧计划，其他电视台也跃跃欲试，计划打入周播剧市场。

② 市场竞争、同行业水平

A 整体竞争情况

我国电视剧制作行业属于充分竞争的市场，行业内企业数量众多，市场集中度低。据国家新闻出版广电总局统计，截至2016年4月，持有2016年度《电视剧制作许可证（甲种）》的机构有132家，持有2016年度《广播电视节目制作经营许可证》的机构有10,232家，电视剧制作机构数量自2008年以来呈逐年上升的趋势。

虽然持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构数量众多，但实际生产电视剧的机构数量则相对较低。2013年至2015年，全国通过电视剧备案公示的电视剧制作机构数量分别为622家、663家和663家，占持有《广播电视节目制作经营许可证》机构数量的10.07%、9.15%和7.74%；而同期获得发行许可证的机构数量仅为275家、295家和277家，占持有《广播电视节目制作经营许可证》机构数量的4.45%、4.07%和3.23%。

此外，我国绝大多数电视剧制作机构产量较低。根据国家新闻出版广电总局统计，2013年、2014年及2015年，国内取得发行许可证的电视剧部数分别为441部、429部和394部，排名前十的机构合计占比16.10%、11.89%和14.72%；国内取得发行许可证的电视剧集数分别为15,770集、15,983集和16,540集，排名前十的机构合计占比17.86%、13.61%和14.72%。可见，我国电视剧制作行业呈现高度分散的格局，这也为具备优秀的精品剧制作能力和强大发行销售能力的电视剧制作公司提供了良好的竞争环境。

B 同行业上市公司情况

目前，国内从事影视剧制作及发行业务的公司有很多，按所有制性质划分，可分为国有制作机构和民营制作机构，其中实力较强的民营制作机构包括华谊兄

弟、华策影视、华录百纳、新文化、唐德影视、幸福蓝海、完美环球、长城影视、慈文传媒等上市公司。此外，欢瑞世纪、梦幻星生园、绿城传媒等也纷纷通过并购重组登陆资本市场。

上述同行业上市公司（或上市公司子公司）的经营情况如下：

公司名称	2015 年市场占有率		营业收入（万元）			净利润（万元）		
	部数	集数	2015	2014	增长率	2015	2014	增长率
华谊兄弟	2.28%	2.29%	387,357	238,902	62.14%	121,823	103,437	17.78%
华策影视	8.12%	8.17%	265,730	191,607	38.68%	49,972	40,657	22.91%
华录百纳	0.51%	0.53%	188,489	75,957	148.15%	26,858	15,013	78.90%
新文化	1.78%	1.70%	102,609	62,069	65.31%	24,827	12,138	104.54%
唐德影视	0.76%	0.77%	53,747	40,779	31.80%	11,226	8,571	30.97%
幸福蓝海	0.76%	0.74%	143,727	86,397	66.36%	11,425	8,393	36.12%
完美环球	0.51%	0.72%	112,937	92,578	21.99%	29,911	21,316	40.32%
长城影视	2.54%	2.94%	99,344	51,013	94.74%	29,049	20,265	43.35%
慈文传媒	2.28%	2.22%	85,600	49,423	73.20%	20,224	11,879	70.25%
欢瑞世纪	0.76%	0.96%	47,438	29,420	61.24%	17,128	5,113	234.99%
梦幻星生园	0.76%	0.74%	31,109	9,460	228.85%	10,833	1,235	777.17%
晟喜华视 （原绿城传媒）	-	-	23,995	16,877	42.18%	7,428	4,101	81.13%

注 1：市场占有率=公司当年制作并取得电视剧发行许可证的部数（或集数）/2015 年全年市场取得电视剧发行许可证的总部数（或总集数），其中 2015 年全年市场取得电视剧发行许可证总部数为 394 部，总集数为 16,540 集。

注 2：欢瑞世纪于 2016 年成功借壳星美联合进入资本市场，梦幻星生园和晟喜华视则于 2015 年分别注入骅威文化和喜临门两家上市公司进入资本市场。

注 3：喜临门 2015 年年报中未详细披露晟喜华视 2015 取得发行许可证的电视剧情况，故无法计算晟喜华视 2015 年市场占有率。

从同行业情况来看，电视剧制作行业的市场集中度较低，同行业实力较强的上市公司的市场占有率均较低。此外，2015 年，同行业上市公司的营业收入和净利润均实现较大比例的增加，可见电视剧行业的发展机会和发展空间仍较大。

③观达影视的市场占有率和竞争优势

观达影视于 2014 年成立，当年即与优酷土豆合作拍摄网络剧 1 部，代理发行电视剧 2 部。2015 年，观达影视担任执行制片方并播出的电视剧共 1 部 39 集，制作并播出的周播栏目 1 部，均实现在国内主流卫视和网络视频平台播映。2016 年 1-8 月，观达影视制作并播出的周播栏目 2 部，均已在湖南卫视播出，同时正在拍摄的电视剧《因为遇见你》也将于 2016 年第四季度取得发行许可证并于 2016 年底或 2017 年初实现播映。

报告期内观达影视的市场占用率情况如下：

项 目	2015 年度	2014 年度
观达影视制作并取得电视剧发行许可证的部数	1	-
取得电视剧发行许可证的总部数	394	429
观达影视市场份额	0.25%	-
观达影视制作并取得电视剧发行许可证的集数	39	-
取得电视剧发行许可证的总集数	16,540	15,983
观达影视市场份额	0.24%	-

报告期内，观达影视成立时间较短，故拍摄电视剧作品数量较少，市场占有率不高。但考虑到电视剧制作行业自身固有特点，拍摄一部作品需要较长时间，电视剧制作机构每年可完成的作品量较为有限。从前述行业情况也可以看出，该行业的市场集中度不高，实力较强的同行业公司市场占有率也不高。

此外，观达影视的竞争优势也较为突出：

A 强大的发行和预售能力

观达影视已与湖南卫视、浙江卫视、福建东南卫视、广东卫视等各省级电视台在内的数十家电视剧播出机构和优酷土豆、乐视网等网络视频新媒体企业建立了合作关系，形成了较为完整的电视剧发行网络。自成立至今，观达影视的所有作品均由自己的发行团队负责宣传发行，每部作品均实现了在国内领先的卫视频道首播播出或在优酷土豆、乐视网等知名视频网站播出。强大的发行和预售能力确保观达影视规避了电视剧作品最重要的销售风险，在客户端则积攒了良好的口碑，将双方的战略合作引入良性循环，同时，作品的预售带来了预收账款，保障了观达影视现金流的稳定。

B 全业务链的主创团队

观达影视的核心主创团队由周丹、沈璐和严俊杰三人组成，其中严俊杰负责策划和创作业务，周丹负责策划和制片业务，沈璐负责发行业务。三位团队成员不仅均在电视剧产业从业多年，具有丰富的专业经验，而且作为一个完整的管理团队，曾在克顿传媒共事多年，管理业绩记录优良，具备良好的合作关系和创业基础，形成了完整的“创意策划-剧本创作-拍摄制作-宣传发行”主创团队，构筑了观达影视在行业内的牢固市场竞争力。

C 充足的版权资源储备

自成立以来，观达影视一直注重优秀小说改编权或剧本的储备，目前已确定的联合拍摄项目有安宁的小说《温暖的弦》、电影版《旋风少女》，已获得的电视剧改编权包括酒小七的小说《隔壁那个饭桶》和《浪花一朵朵》、盈风的小说《约会黑色盛装骑士》，已达成购买意向的电视剧改编权包括明晓溪的《旋风少女》系列第三季和第四季。

同时，随着经营规模的扩大，观达影视策划部也不断扩充，有序培养自己的策划团队和创作团队。自有团队对政策导向、观众偏好有着较为准确的把握和预见，能够将主流文化价值与普通观众欣赏需求相结合，既保证了影视剧的品质和风格，又大大保证和提高了制作的效率。目前观达影视正在策划和创作的储备作品包括《超感恋人》、《玄天战士》、《幸福的意外》、《篮球兄弟》等。

目前观达影视储备的小说改编权和原创策划项目数量足够自身开发 3-4 年。

D 品牌化运营及系列化开发的可持续发展策略

自观达影视成立以来，创始团队一直秉承品牌化运营的理念。基于对市场趋势的把握和对客户需求的调研，观达影视以青春优质偶像为题材、以周播栏目为形式，帮助客户在细分市场迅速占据了领先地位，并在短时间内树立了自身的品牌，成为周播栏目的金牌制作企业。

观达影视创始团队在任职好剧影视期间，连续完成了多部青春女性情感系列影视作品，认识到了影视剧系列化开发的价值，并作为观达影视的可持续发展策

略。系列化开发不但可以延长影视剧产品的生命周期，能让客户更快接受并购买新的影视剧产品，而且可以围绕不断积累的影视剧 IP 开发更多商业机会。

E 契合市场的精准作品定位

电视剧作为一种大众文化消费产品，对作品的喜好程度主要取决于消费者的感觉，这就要求电视剧作品必须吻合广大消费者和目标市场的审美和喜好。青春和爱情是影视剧作品中广泛涉及的创作元素，青春偶像剧和都市爱情剧也是受众广泛、得到各大卫视和视频网站高度认可的剧种。

观达影视基于对市场趋势的敏锐观察、对卫视和视频网站节目需求的深入研究并结合自身创作和管理团队的优势，将作品定位和制作风格明确为：为年轻观众打造的“青春优质偶像剧”和为女性观众打造的“青春女性情感剧”。青春优质偶像剧和青春女性情感剧不仅在形式上有所互补，降低了观达影视的经营风险，而且也有效满足了电视台和视频网站的采购需求。

F 出色的网络文学版权运营能力

由于原创剧本创作耗时久、效果不确定，近年来已越来越无法满足电视剧市场对于优秀版权的需求，进而，优质的网络文学版权则受到电视剧市场的看好，这些网络文学作品拥有大量的粉丝，确保了电视剧的受众群体和播出效果。

观达影视自成立以来，一直致力于网络电视剧的制作和网络文学版权的运营，2014 年推出了网络电视剧《球爱酒吧》，2015 年推出了由明晓溪的网络人气文学作品《旋风少女》改编的同名周播栏目，2016 年推出了由盈风的网络小说《十五年等待候鸟》改编的同名周播栏目，均取得了良好的收视效果。《旋风少女 2》已在 2016 年暑假档期在湖南卫视播出，首播时全国网平均收视率 1.58%，平均份额为 9.77%，CSM52 城市网平均收视率 1.003%，平均份额为 5.236%，位列双网同时段第一。

此外，观达影视已确定合作拍摄的项目有安宁的网络小说《温暖的弦》，同时，取得了酒小七的网络小说《隔壁那个饭桶》、盈风的网络小说《约会黑色盛装骑士》等网络文学作品的电视剧版权，并开始了剧本的改编工作，将陆续推出。

由此可见，观达影视在网络文学版权的运营上具备熟练的操作和丰富的经验，在电视剧市场的转型浪潮中处于优势地位。

未来，观达影视将凭借其突出的竞争优势，不断增强业务规模，提高市场占有率。

④ 观达影视的产品定位、客户的稳定性与业务拓展情况

青春和爱情是影视剧作品中广泛涉及的创作元素，青春偶像剧和都市爱情剧也是受众广泛、得到各大卫视和视频网站高度认可的剧种。观达影视基于对市场趋势的敏锐观察、对卫视和视频网站节目需求的深入研究并结合自身创作和管理团队的优势，将作品定位和制作风格明确为：为年轻观众打造的“青春优质偶像剧”和为女性观众打造的“青春女性情感剧”。青春优质偶像剧和青春女性情感剧不仅在形式上有所互补，降低了观达影视的经营风险，而且也有效满足了电视台和视频网站的采购需求。

自成立至今，观达影视着力开发周播栏目这一细分市场，通过两年的成功运作，与湖南卫视形成了紧密的合作，双方将来还会就周播栏目进行深入的合作。观达影视已与芒果影视文化有限公司签订委托定制合作框架协议，至 2020 年 12 月 31 日，观达影视为芒果影视文化有限公司制作不少于 8 部或 200 集（每集 45 分钟）影视节目，其中每年制作不少于 1 部或不少于 40 集影视节目。同时，观达影视与优酷土豆、乐视网等在线视频服务企业也保持着良好的业务合作。

随着观达影视品牌的提升、影视剧作品的增加、细分市场影响力的加大，近期，与观达影视达成合作意向的客户不断涌现，包括东方卫视和腾讯视频等，观达影视的市场和客户资源将不断拓宽。

⑤ 资金实力与未来资本性支出

观达影视公司下游客户主要为各大电视台和国内知名视频网站，通常情况下，双方签订合同后预收 10%-20% 款项，取得发行许可证并交付母带支付至 30-40%，开始播放后支付至 50%-60%，播放完毕后支付剩余款项。因此，观达影视的销售回款情况较好，现金流健康，能够支持后续的影视剧投资支出。

因此，结合观达影视市场份额、核心竞争优势、产品定位、客户的稳定性与业务拓展情况、资金实力与未来资本性支出，以及电视剧市场需求变化、市场竞争、同行业水平等情况，观达影视营业收入预测具备合理性。

(2) 结合历史业绩及同行业可比公司情况，补充披露观达影视收益法评估中预测毛利率、净利率的合理性

① 历史年度毛利率、净利率情况

观达影视历史年度毛利率、净利率情况如下：

科目	2014 年	2015 年	2016 年 1-8 月
毛利率	7.39%	29.02%	42.66%
净利率	2.13%	18.31%	38.27%

观达影视毛利率分别为7.39%、29.02%和42.66%。2014年，观达影视成立初期，收入主要来自于代理发行，故毛利率较低。随着多部电视剧的制作及发行，观达影视业务规模不断扩大，盈利能力也不断提升。

观达影视主营业务收入毛利率略有波动主要原因系：（1）电视剧属于非标准化产品，各部电视剧毛利率均不同，总体来说，委托摄制的周播栏目毛利率偏低，电视剧作品毛利率较高；（2）具有不同毛利率的电视剧在各年度收入确认不均匀。观达影视向电视台、网络新媒体平台等出售电视剧播映权或信息网络传播权等版权通常综合参考制作成本、电视剧质量（包括题材价值、演员阵容、主创人员名气、制作精良程度等）以及市场行情等因素确定销售价格，进而影响单部电视剧毛利率，由此造成毛利率的小幅波动。

② 可比公司毛利率、净利率情况

同行业可比上市公司毛利率、净利率情况如下：

证券代码	证券简称	毛利率（%）		净利率（%）	
		2014 年报	2015 年报	2014 年报	2015 年报
300027.SZ	华谊兄弟	44.36	41.31	43.3	31.45
300426.SZ	唐德影视	45.07	42.47	21.02	20.89
300291.SZ	华录百纳	34.96	24.44	19.76	14.25
300133.SZ	华策影视	40.43	37.2	21.22	18.81

300336.SZ	新文化	36.59	40.39	19.56	24.2
300528.SZ	幸福蓝海	50.12	27.15	9.71	7.95
002624.SZ	完美环球	49.62	49.47	23.02	26.48
002071.SZ	长城影视	63.00	49.06	40.69	29.24
002343.SZ	慈文传媒	43.89	48.68	24.04	23.63
平均		45.25	39.99	24.70	21.88
观达影视		7.39	29.02	2.13	18.31

注 1：数据来源：wind 资讯

注 2：上述上市公司由于业务较多，如分类毛利率中有披露电视剧毛利率，则披露电视剧毛利率，未分类则披露整体毛利率。

注 3：慈文传媒 2015 年借壳上市，其 2014 年数据采用借壳注入的影视资产的数据。

观达影视未来年度预测的平均毛利率为 31.60%，平均净利率为 19.18%。毛利率和净利率略高于历史年度水平，主要是因为随着多部电视剧的制作及发行，观达影视业务规模不断扩大，盈利能力也不断提升，但均低于同行业可比上市公司水平，预测具有合理性。

经核查，独立财务顾问和评估师认为：观达影视未来年度营业收入预测具有合理性；预测毛利率和净利率水平符合公司实际发展情况，且均低于同行业可比上市公司水平，具有合理性。

3、科翼传播

报告期内科翼传播主营业务实现了较快发展，营业收入和净利润均实现了快速增长。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-3 月科翼传播实现归属于母公司所有者的净利润分别为 216.42 万元、1,397.38 万元和 908.67 万元，整体呈现增长趋势。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-3 月毛利率分别为 18.42%、41.59%和 65.16%，保持了较强的盈利能力。

本次评估业绩预测期中 2016 年 4-12 月、2017 年度和 2018 年度科翼传播预测的净利润分别为 2,440.71 万元、3,968.47 万元和 4,811.26 万元，2017 年度和 2018 年度增长率分别为 18.48%和 21.24%，与科翼传播预期未来业绩增长情况基本相符。

综上所述，本次评估参数选择合理，评估依据是充分和合理的。

（三）对交易标的后续经营过程中政策、宏观环境、技术、行业、税收优惠

等方面的变化趋势及应对措施及其对评估或估值的影响

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，致力于为网络用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务，其主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。掌维科技所处行业属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“164 互联网和相关服务”，系国家鼓励发展的行业。

观达影视主要从事电视剧的策划、制作与发行业务，属于电视剧制作行业。随着我国国民经济的持续稳定增长，人民物质生活水平不断提高，文化消费能力不断增强，带动了包括影视剧行业在内的文化行业持续发展和繁荣。同时，中共中央要求推进文化产业结构调整、发展壮大影视制作等传统文化产业，国家发改委也将广播影视制作列入鼓励发展的行业。

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，具体可分为综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作三大业务板块，科翼传播致力于为综艺节目及影视剧、商业品牌等客户提供全方位、全过程的整合营销传播及内容制作服务。科翼传播所处行业属于“L 租赁和商务服务业”项下的“L72 商务服务业”及“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”，系国家鼓励发展的行业。

截至本报告书签署日，掌维科技、观达影视、科翼传播在经营中所需遵循的国家和地方的现行法律、法规、制度及社会政治和经济政策、行业和技术预计不会发生重大不利变化。

收益法资产评估中，假设掌维科技在高新技术企业的税收优惠期到期后，仍然能够按照 15%的税率计缴企业所得税。按照 25%的企业所得税税率计算，掌维科技 100%股权评估值为 47,876.17 万元，较 15%所得税率计算的结果 53,134.53 万元减少 5,258.37 万元，下降比例 9.90%，所得税率提高对估值影响比例较小。因此，税收优惠政策对掌维科技评估值的影响较小。

科翼传播未享受重大税收优惠，税收优惠变化趋势对其估值影响较小。

收益法资产评估中，假设子公司霍尔果斯观达 2015 年自 2019 年的所得税税

率为 0%，2020 年及以后年度税率为 25%，2020 年和 2021 年享受所得税地方部分返还。未来全部按照 25%的企业所得税税率计算并不享受所得税地方部分返还，观达影视 100%股权评估值为 88,101.62 万元，较目前评估情况 91,827.35 万元减少 3,725.73 万元，下降比例 4.06%，所得税率提高对估值影响比例较小。因此，税收优惠政策对观达影视评估值的影响较小。

（四）评估结果的敏感性分析

收益法评估中，部分重要参数对交易标的全部股权的评估值影响如下：

单位：亿元

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	股东全部权益价值	股权价值变动率
掌维科技								
-20%	4.04	-24%	-20%	3.38	-36%	-20%	4.43	-17%
-15%	4.36	-18%	-15%	3.86	-27%	-15%	4.62	-13%
-10%	4.67	-12%	-10%	4.35	-18%	-10%	4.83	-9%
-5%	4.99	-6%	-5%	4.83	-9%	-5%	5.06	-5%
0%	5.31	0%	0%	5.31	0%	0%	5.31	0%
5%	5.63	6%	5%	5.80	9%	5%	5.59	5%
10%	5.95	12%	10%	6.28	18%	10%	5.90	11%
15%	6.27	18%	15%	6.76	27%	15%	6.25	18%
20%	6.59	24%	20%	7.25	36%	20%	6.64	25%
观达影视								
-15%	3.02	-67%	-15%	4.73	-48%	-15%	11.09	21%
-10%	5.07	-45%	-10%	6.21	-32%	-10%	10.38	13%
-5%	7.13	-22%	-5%	7.70	-16%	-5%	9.75	6%
0%	9.18	0%	0%	9.18	0%	0%	9.18	0%
5%	11.24	22%	5%	10.67	16%	5%	8.67	-6%
10%	13.29	45%	10%	12.15	32%	10%	8.21	-11%
15%	15.35	67%	15%	13.64	48%	15%	7.79	-15%
20%	17.40	90%	20%	15.12	65%	20%	7.40	-19%
-15%	3.02	-67%	-15%	4.73	-48%	-15%	11.09	21%
科翼传播								

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	折现率率变动	股东全部权益价值	股权价值变动率
-20%	2.70	-47.65%	-20%	3.79	-26.50%	-20%	6.49	25.98%
-15%	3.31	-35.74%	-15%	4.13	-19.88%	-15%	6.10	18.32%
-10%	3.93	-23.83%	-10%	4.47	-13.25%	-10%	5.75	11.53%
-5%	4.54	-11.91%	-5%	4.81	-6.63%	-5%	5.43	5.46%
0%	5.15	0%	0%	5.15	0%	0%	5.15	0%
5%	5.77	11.91%	5%	5.49	6.63%	5%	4.90	-4.93%
10%	6.38	23.83%	10%	5.84	13.25%	10%	4.67	-9.40%
15%	6.99	35.74%	15%	6.18	19.88%	15%	4.46	-13.48%
20%	7.61	47.65%	20%	6.52	26.50%	20%	4.27	-17.21%

（五）标的公司与上市公司的协同效应

标的公司与思美传媒、以及各标的公司之间存在协同效应，参见本报告书“第一节本次交易概况”之“一、本次交易的背景及目的”之“（二）本次交易的目的”之“2、实现上市公司与各标的公司之间资源共享，发挥协同效应”相关内容，但不存在显著可量化的协同效应，因此本次评估未考虑上述协同效应的影响。

（六）交易标的定价公允性分析

1、掌维科技

（1）本次掌维科技交易作价市盈率、市净率

本次掌维科技 100%股权交易作价为 53,000 万元。根据经审计的财务数据，掌维科技 2016 年 3 月 31 日的归属于母公司所有者权益为 3,452.78 万元，归属于母公司所有者的净利润为 899.35 万元，同时交易对方承诺掌维科技 2016 年实现净利润不少于 3,600 万元。据此计算掌维科技的相对估值水平如下：

项 目	2016 年 3 月 31 日	2016 年承诺
归属于母公司所有者的净利润（万元）	899.35	3,600
归属于母公司所有者权益（万元）	3,452.78	-
本次交易作价（万元）	53,000.00	
交易市盈率（倍）	-	14.72
交易市净率（倍）	15.35	-

（2）可比上市公司市盈率、市净率分析

掌维科技主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，掌维科技所处行业属于“I 信息传输、软件和信息技术服务业”项下的“I64 互联网和相关服务”。

截至评估基准日（2016 年 3 月 31 日），互联网和相关服务上市公司中剔除“B 股”上市公司、市盈率为负值或者超过 100 倍的上市公司，共 12 家，其估值情况如下：

代码	简称	市盈率	市净率
600804	鹏博士	41.49	5.22
300059	东方财富	44.43	9.90
002315	焦点科技	52.21	4.19
300295	三六五网	58.83	7.88
002354	天神娱乐	63.78	4.75
002174	游族网络	65.37	15.01
603000	人民网	71.92	7.21
002555	三七互娱	74.76	10.04
300392	腾信股份	83.22	13.25
002439	启明星辰	84.22	10.33
300113	顺网科技	90.82	12.72
300418	昆仑万维	98.10	14.22
平均值		69.09	9.56
中位值		68.65	9.97

掌维科技以 2016 年承诺净利润计算的市盈率为 14.72 倍，低于同行业上市公司市盈率的平均值和中位值；掌维科技 2016 年 3 月 3 日的市净率为 15.35 倍，高与同行业上市公司市净率的平均值、中位值，由于业务经营特点，掌维科技属于轻资产公司，其净资产规模较小，近两年掌维科技业务快速发展，净利润大幅增长，盈利能力增强，因此收益法估值较高，因此导致市盈率处于合理水平，而市净率处于较高水平。与同行业上市公司相比，交易标的定价具有合理性，符合公司及全体股东的利益。

（3）市场可比交易的交易定价分析

本次选择近期上市公司收购类似行业标的公司的重大资产重组案例中，标的公司的估值情况如下：

股票代码	股票名称	交易标的	主营业务	最后采用评估方法	承诺期首年市盈率	基准日市净率
002425	凯撒股份	幻文科技	文学在线阅读平台运营为主	收益法	13.50	20.17
600633	浙报传媒	爱阅读	移动阅读平台、移动阅读服务提供商	收益法	25.85	9.97
000607	华媒控股	精典博雅	图书策划、版权管理、内容创意加电子阅读为主，并辅以影视推荐及名家经纪业务	收益法	12.80	5.24
平均值					17.38	15.04

注：承诺期首年 PE=标的评估值/业绩承诺期首年承诺扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润。

本次交易的承诺期首年市盈率、基准日市净率与同行业可比交易市盈率水平相当，较为公允的反映了掌维科技在资本市场中的价值。

2、观达影视

（1）本次观达影视交易作价市盈率、市净率

本次观达影视 100%股权交易作价为 91,708.49 万元。根据经审计的财务数据，观达影视 2016 年 3 月 31 日的归属于母公司所有者权益为 2,114.35 万元，归属于母公司所有者的净利润为 726.67 万元，同时交易对方承诺观达影视 2016 年实现净利润不少于 6,200 万元。据此计算观达影视的相对估值水平如下：

项 目	2016 年 3 月 31 日	2016 年承诺
归属于母公司所有者的净利润（万元）	726.67	6,200
归属于母公司所有者权益（万元）	2,114.35	-
本次交易作价（万元）	91,708.49	
交易市盈率（倍）	-	14.79
交易市净率（倍）	43.37	-

（2）可比上市公司市盈率、市净率分析

观达影视主要从事电视剧的策划、制作与发行业务。参照中国证监会 2012

年 10 月 26 日公布的《上市公司行业分类指引》，观达影视属于“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。

截至评估基准日（2016 年 3 月 31 日），广播、电视、电影和影视录音制作业相关上市公司中剔除市盈率超过 100 倍的上市公司，共 12 家，其估值情况如下：

代码	简称	市盈率	市净率
000156	华数传媒	57.10	3.42
000665	湖北广电	24.50	1.70
002071	长城影视	31.25	7.95
002343	慈文传媒	77.94	13.69
002624	完美环球	65.89	18.52
002739	万达院线	79.52	10.35
300027	华谊兄弟	39.86	3.92
300133	华策影视	61.07	4.91
300251	光线传媒	83.96	4.92
300291	华录百纳	69.00	4.75
300336	新文化	81.88	7.67
300426	唐德影视	92.54	11.98
平均值		63.71	7.82
中位值		67.45	6.30

观达影视以 2016 年承诺净利润计算的市盈率为 14.79 倍，低于同行业上市公司市盈率的平均值和中位值；观达影视 2016 年 3 月 31 日的市净率为 43.37 倍，高与同行业上市公司市净率的平均值和中位值，主要系观达影视业务发展期较短，未进行过融资行为，净资产规模不大；而可比同行业上市公司业务发展期较长，且通过资本市场进行过多轮融资，其净资产规模较大。综上所述，上市公司收购观达影视 100%股权的作价具有合理性，符合公司及全体股东的利益。

（3）市场可比交易的交易定价分析

本次选择近期上市公司收购类似行业标的公司的重大资产重组案例中，标的公司的估值情况如下：

股票代码	股票名称	交易标的	主营业务	最后采用 评估方法	承诺期 首年市盈率	基准日 市净率
002502	骅威股份	梦幻星生园	电视剧的策划、 制作与发行业务	收益法	12.06	10.14
603008	喜临门	绿城传媒	电视剧的投资、 制作、发行及衍 生业务	收益法	10.51	10.91
000892	ST 星美	欢瑞世纪	影视剧的制作发 行、艺人经纪、 游戏及其他影视 衍生业务	收益法	17.67	3.79
平均值					13.41	8.28

注：承诺期首年 PE=标的评估值/业绩承诺期首年承诺扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润。

本次交易的承诺期首年市盈率与同行业可比交易市盈率水平相当，本次交易基准日市净率低于同行业可比交易市净率，主要系观达影视业务发展期较短，未进行过融资行为，净资产规模较小。综合来看，本次交易收购观达影视 100%股权较为公允的反映了观达影视在资本市场中的价值。

（4）观达影视成立于 2014 年 1 月，创始管理层团队均有 10 年以上的影视行业从业经历，年轻有为且经验丰富。观达影视的创始管理层团队于 2011 起负责独立运作克顿传媒子公司好剧影视，至 2012 年，好剧影视的盈利水平已达到 4,100 万以上。可见，观达影视的创始管理层团队具有完整的“创意策划-剧本创作-拍摄制作-宣传发行”业务实力，也具备独立运作且在 2-3 年内将影视公司培养做大的实力，这也是观达影视成立并迅速成长的重要基础。

成立一年多的时间里，观达影视制作了一部网络剧，代理发行了两部电视剧，公司成立当年即实现盈利，这也引起了不少投资者的兴趣。2015 年 6 月起，一些股权投资基金开始与观达影视接洽参股事宜，并就 2015 年 6 月 30 日观达影视的整体估值进行商谈。当时，观达影视正在制作周播栏目《旋风少女》，由于周播栏目的节目形式较为新颖，播出效果未得到验证，因此，各投资基金对观达影视的整体估值持保守态度。随着《旋风少女》播出效果的体现，而且观达影视筹备拍摄《美丽的秘密》等作品，具有前瞻眼光的股权投资基金加快了投资参股的步伐。最终，芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）及上海骅伟股权投资基金合伙企业（有限合伙）于 2015 年 12 月与观达影视原股东签订了股

权转让协议，以 2015 年 6 月 30 日为基准日，观达影视整体估值为 4.8 亿元。

① 资产规模的变化情况

单位：万元

	2015 年 6 月 30 日/ 2015 年 1-6 月	2016 年 3 月 31 日/ 2016 年 1-3 月	2016 年 8 月 31 日/ 2016 年 1-8 月
资产总额	10,696.59	13,004.97	15,866.36
净资产	323.69	2,114.35	7,352.33
营业收入	0.00	3,435.88	15,585.56
净利润	-101.89	726.67	5,964.64
估值	48,000.00	91,708.49	91,708.49
净资产增值率	14829%	4337%	1247%

由上表可见，观达影视 2016 年 3 月 31 日的净资产增值率相比 2015 年 6 月 30 日的净资产增值率大幅下降。截至 2016 年 8 月 31 日，观达影视的净资产增值率继续大幅下降。

② 估值提高主要缘于盈利能力增长

单位：万元

	2015 年	2016 年
估值	48,000.00	91,708.49
承诺净利润	1,000.00	6,200
实际净利润	3,034.03	-
估值较承诺净利润 PE 倍数	48.00	14.79
估值较实际净利润 PE 倍数	15.82	-

由上表可见，本次交易以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，本次交易估值较前次收购市盈率倍数低。

本次交易中，业绩承诺人承诺，如本次交易于 2016 年度实施完毕，观达影视于 2016 年度、2017 年度、2018 年度“考核实现的净利润”应分别不少于人民币 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元；如本次交易于 2017 年度实施完毕，观达影视于 2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度“考核实现的净利润”应分别不少于人民币 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元和 12,335 万元。截至本重组报告书签署日，观达影视拍摄的周播栏目《十五年等待候鸟》、《旋风少女》

第二季均已播出完毕，2016 年 1-8 月经审计净利润为 5,965 万元，电视剧《因为遇见你》已拍摄完成并预售出网络播映权，实现 2016 年承诺业绩的可能性非常大。

成立至今，以净利润为指标来看，从 2014 年的 125.57 万元到 2015 年的 3,034.03 万元，再到 2016 年承诺的 6,200 万元，观达影视的业务处于快速发展的黄金阶段，管理团队的能力得到了比较充分的证明，公司价值的增长也得到了比较明确的印证。

③ 未来业务拓展

截至本重组报告书签署日，观达影视正在拍摄或计划拍摄的影视剧目情况如下：

序号	名称	题材	集数	拍摄计划	人员团队	取得著作权及发行许可证情况	拍摄模式
1	《旋风少女》第二季	青春热血	36	已播出	导演：成志超； 编剧：明晓溪、李雷 主要演员：池昌旭、安悦溪、陈翔、吴磊、谭松韵、郭俊辰、赵圆媛、蒋依依等	已取得该项目 30%的著作权	受托制作
2	《旋风少女之燃烧的青春》电影	青春热血	1	拟 2017 年开机	编剧：明晓溪； 导演和演员待定	按投资比例分享著作权； 已备案公示（影剧备字[2015]第 5185 号）	联合投资，观达负责制作
3	《因为遇见你》	都市情感	56	2016 年 5 月开机，已完成剧组拍摄	导演：周晓鹏； 编剧：璐敏工作室； 主演：孙怡、邓伦、刘敏涛、潘仪君、吴优、代超等	按投资比例分享著作权； 已取得制作许可证并拍摄完毕，预计 2016 年年内	联合投资，观达负责制作

						取得发行许可证	
4	《浪花一朵朵》	青春热血	36	拟 2017 年开机	编剧：林瑞、简思 其他待定	已取得文学作品改编权	预计为联合投资，观达负责制作
5	《超感恋人》	情感悬疑	36	拟 2017 年开机	编剧：郭博雅 其他待定	原创项目，拟按投资或制作约定分享著作权	预计为受托制作
6	《温暖的弦》	都市情感	42	拟 2017 年开机	编剧：昀桐 其他待定	已签署联合制作协议，与获得文学作品改编权的机构共同制作，按投资占比分享著作权和收益	联合投资，观达负责制作
7	《约会黑色盛装骑士》	情感悬疑	28	拟 2018 年开机	编剧：李雷 其他待定	已取得文学作品改编权	预计为受托制作
8	《玄天战士》	古装玄幻	40	拟 2018 年开机	待定	原创项目，拟按投资或制作约定分享著作权	预计为联合投资，观达负责制作
9	《隔壁那个饭桶》	都市情感	32	拟 2019 年开机	待定	已取得文学作品改编权	预计为联合投资，观达负责制作
10	《篮球兄弟》	青春热血	35	拟 2019 年开机	待定	原创项目，拟按投资或制作约定分享著作权	预计为全额投资

截至本重组报告书签署日,《旋风少女》第二季已于 2016 年 9 月在湖南卫视播出完毕,《因为遇见你》已于 2016 年 9 月拍摄完毕并售出网络播映权。电影《旋风少女之燃烧的青春》正与合作方紧锣密鼓地进行前期筹备工作,电视节目《浪花一朵朵》、《超感恋人》已进入预售协议磋商阶段,预计可于 2016 年底前完成预售。其余的 5 部作品也正按原定计划进行前期策划和剧本创作工作。

自观达影视成立以来,先于成立的 2014 年通过试水网络剧、代理发行电视剧等业务拓展公司业务,实现盈亏平衡,再于 2015 年步入电视剧制作业务的正轨,并通过切入周播栏目这一细分市场扩大公司业务规模和影响力,2016 年业务全面铺开,不仅在周播节目上接连出击,树立了良好的品牌,在电视剧制作业务上也继续放大制作规模,而在可以预见的 2016 年 11 月-2017 年,观达影视又将有 3-4 部作品推向市场,在整体业务上形成青春热血、青春情感和青春玄幻三大系列产品线。观达影视的业务发展稳健而扎实,业绩提升迅速而强劲,未来预期明确而清晰,是影视剧制作行业中的优质标的资产。

④ 市场可比交易案例

本次选择近期上市公司收购类似行业标的公司的重大资产重组案例中,标的公司的估值情况如下:

股票代码	股票名称	交易标的	最后采用评估方法	承诺期 首年市盈率	基准日 市净率
002502	骅威股份	梦幻星生园	收益法	12.06	10.14
603008	喜临门	绿城传媒	收益法	10.51	10.91
000802	北京旅游	世纪伙伴	收益法	15.00	3.73
		星河文化	收益法	15.09	12.88
300182	捷成股份	中视精彩	收益法	13.80	7.30
		瑞吉祥	收益法	13.00	8.52
000892	ST 星美	欢瑞世纪	收益法	17.67	3.79
002712	思美传媒	观达影视	收益法	14.79	43.37

注:承诺期首年 PE=标的评估值/业绩承诺期首年承诺扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润。

本次交易的承诺期首年市盈率与同行业可比交易市盈率水平相当,本次交易基准日市净率高于同行业可比交易市净率,主要系观达影视业务发展期较短,未

进行过融资行为，净资产规模较小。综合来看，本次交易收购观达影视 100%股权较为公允的反映了观达影视在资本市场中的价值。

⑤ 核查意见

经核查，独立财务顾问和评估师认为：观达影视的资产规模和盈利能力都有较大的提升，业务拓展情况良好，估值提升与业绩增长相匹配，与市场可比案例定价相近，估值合理。

(5) 观达影视与可比公司的可比性

① 结合业务规模、资金实力、经营业绩、主要作品、艺人及团队、行业地位及市场占有率等，补充披露观达影视与上述可比公司的可比性，及对本次交易评估作价合理性的影响

观达影视主要从事电视剧的策划、制作与发行业务。参照中国证监会 2012 年 10 月 26 日公布的《上市公司行业分类指引》，观达影视属于“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。

观达影视同行业上市公司 2015 年度在业务规模、资金实力、经营业绩、主要作品、艺人及团队、行业地位及市场占有率等方面的情况如下：

公司名称	业务规模（万元）		经营业绩（万元）		资金实力（万元）		艺人及团队（员工人数）	主要作品（当年取得发行许可证电视剧数）		市场占有率	
	总资产	归母净资产	营业收入	归母净利润	货币资金	经营活动现金流量净额		部数	集数	部数	集数
华谊兄弟	1,789,398	993,475	387,357	97,614	366,163	52,696	2,329	9	378	2.28%	2.29%
华策影视	815,250	590,807	265,730	47,548	224,166	-61,931	753	32	1,352	8.12%	8.17%
华录百纳	469,801	387,495	188,489	26,690	41,503	-14,380	285	2	87	0.51%	0.53%
新文化	372,257	264,845	102,609	24,817	26,035	-5,216	434	7	282	1.78%	1.70%
唐德影视	147,888	86,801	53,747	11,235	32,940	-12,480	234	3	127	0.76%	0.77%
幸福蓝海	181,676	128,628	143,727	10,707	34,636	38,358	1,398	3	123	0.76%	0.74%

完美 环球	303,076	102,575	112,937	28,845	109,800	19,834	234	2	119	0.51%	0.72%
长城 影视	291,712	96,397	99,344	23,193	18,429	15,061	401	10	486	2.54%	2.94%
慈文 传媒	289,472	106,198	85,600	19,921	30,025	-9,673	218	9	368	2.28%	2.22%
观达 影视	10,515	3,388	16,567	3,811	990	-1,175	20	1	39	0.25%	0.24%

注：上表市场占有率=公司当年制作并取得电视剧发行许可证的部数（或集数）/2015 年全年市场取得电视剧发行许可证的总部数（或总集数），其中 2015 年全年市场取得电视剧发行许可证总部数为 394 部，总集数为 16,540 集。

从上表可见，在业务规模、资金实力、经营业绩、主要作品、艺人及团队、行业地位及市场占有率等方面，观达影视现有业务规模均小于同行业上市公司。

但从市场占有率来看，同行业上市公司的市场占有率均较低，可见我国电视剧行业是充分竞争的市场，市场集中度较低；同时，近年来国家对电视剧制作行业的监管政策不断放开，准入门槛也相对较低，为观达影视等小规模民营企业提供了有利的发展环境。

此外，上述同行业上市公司的主营业务均为影视剧策划、制作和发行业务，在行业中的相对规模较大，行业地位较高，故上述同行业上市公司的经营情况可部分反映整个行业的发展状态和趋势，为观达影视本次交易估值作价提供行业发展依据。

②结合行业发展、竞争状况、观达影视市场占有率及与主要竞争对手的比较分析，进一步补充披露本次交易评估作价的合理性

1) 行业发展状况和趋势

A 电视剧市场总体供大于求，但优质精品电视剧仍为稀缺产品，且利润率高

近年来，我国电视剧产量维持在每年约 400 至 500 部的水平。2008 至 2015 年，按取得发行许可证口径统计，我国电视剧产量 14,498 集增长至 16,540 集，年均复合增长率为 1.90%，电视剧市场总体已出现供大于求的状况。

然而优质精品电视剧仍面临供不应求的局面，经常出现诸多电视台抢播同一部电视剧，热门电视剧被电视台反复重播的现象。2015 年 1 月 1 日开始实施“一

剧两星”政策后，更加剧了各大电视台间的收视率竞争，也带动了市场对电视剧品质的追求。领先卫视通过购买首轮独家播映权来占领更大市场份额，二三线卫视为了保证稳定的收视率只能选择二三轮播放大制作的剧集。例如《武媚娘传奇》在已经实现了首轮播放和“市场整轮跟播”的情况下，仍依然有七家卫视购买了二三轮的播放权。

优质精品电视剧的供不应求局面也推动了其价格的上涨。过往的经验来看，普通电视剧市场价格一般在每集 30 万元至 60 万元，而优质电视剧的价格可以达到每集 100 万元至 300 万元，收视率在 1% 以上的精品电视剧价格在每集 240 万元至 300 万元。但近两年的价格增长趋势明显，精品电视剧在 2014 年的单集版权总收入（电视台+网络）为 600 万左右，2015 年突破 800 万，2016 年已有部分电视剧达到 1500 万的天价。

B 三网融合与新媒体的崛起为电视剧行业拓展了新的空间

三网融合是指推进电信网、广播电视网和互联网融合发展，实现三网互联互通、资源共享，为用户提供话音、数据和广播电视等多种服务。三网融合后，实力强大的国有电信企业将可以从事互联网视听节目信号传输、新闻视听节目转播服务、IPTV 传输服务、手机电视分发服务，并拥有内容转播平台。与此同时，我国新媒体市场中的网络媒体市场处于快速上升通道，网络视频用户不断攀升，在线视频服务行业爆发式增长。根据艾瑞咨询的统计和预测，2015 年中国在线视频市场规模超过 400 亿，同比增长率为 61.2%，到了 2018 年，中国在线视频市场规模将超过 1000 亿。2015 年，我国视频用户的付费比例达到 17%，较 2014 年增长 5.3 个百分点，国内视频网站付费用户规模达到 2,200 万，较 2014 年的 945 万增长 133%。付费观看收入的高速增长也将保障网络视频媒体收入在未来年度持续以较快速度增长。三网融合和新媒体的崛起极大丰富了文化传媒产品的终端和载体，挖掘潜在市场，从而为传统电视剧制作行业带来了新机遇，开拓了新的发展空间。

C 领先卫视竞争优势凸显

2013 年以来电视台广告收入整体增长放缓，广告投放逐渐向领先卫视集中，使得部分实力较弱的二三线电视台采购压力增大，电视剧采购市场呈现出寡头垄

断的特点,优势剧目不断流向强势平台。根据 CSM 统计,2015 年晚间 19:30-21:30 时段,在全国市场共有 47 部电视剧平均收视率不低于 1%,分别在 8 个频道播出:其中,湖南卫视占 15 部,中央台一套占 11 部,前两名已经瓜分了半数以上的优势剧目,剩余的电视台中,山东卫视占 5 部,江苏卫视和中央台八套各占 4 部,东方卫视和浙江卫视各占 3 部,北京卫视占 2 部。

D 网络剧、周播栏目等成为行业新宠

网络视频等新媒体平台的兴起,使观众对内容的注意力呈现多元化,年轻化等特征,需求端的变化也不断影响内容制作方的发展思路。随着消费者付费习惯的培养,网络收费模式趋于成熟,加之网络监管政策的落地,网络剧市场将迎来持续扩张期。

与此同时,经过数年的培育,周播剧场也已进入爆发期,通过不同的播放形式,使观众获得了更丰富的电视剧观看体验,也培育了一批新的电视剧受众,带动了电视剧市场的创新和繁荣。周播剧的战略地位凸显,价值有待不断挖掘,俨然成为各大卫视新的竞争领域。湖南卫视在经历数年的尝试后,2015 年周播电视剧《花千骨》横空出世,短时间内成为现象级作品,浙江卫视和江苏卫视随即都推出各自的周播剧计划,其他电视台也跃跃欲试,计划打入周播剧市场。

2)行业竞争状况

A 整体竞争情况

我国电视剧制作行业属于充分竞争的市场,行业内企业数量众多,市场集中度低。据国家新闻出版广电总局统计,截至 2016 年 4 月,持有 2016 年度《电视剧制作许可证(甲种)》的机构有 132 家,持有 2016 年度《广播电视节目制作经营许可证》的机构有 10,232 家,电视剧制作机构数量自 2008 年以来呈逐年上升的趋势。

虽然持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构数量众多,但实际生产电视剧的机构数量则相对较低。2013 年至 2015 年,全国通过电视剧备案公示的电视剧制作机构数量分别为 622 家、663 家和 663 家,占持有《广播电视节目制作经营许可证》机构数量的 10.07%、9.15%和 7.74%;而同期获得发行许可证的机

构数量仅为 275 家、295 家和 277 家，占持有《广播电视节目制作经营许可证》机构数量的 4.45%、4.07%和 3.23%。

此外，我国绝大多数电视剧制作机构产量较低。根据国家新闻出版广电总局统计，2013 年、2014 年及 2015 年，国内取得发行许可证的电视剧部数分别为 441 部、429 部和 394 部，排名前十的机构合计占比 16.10%、11.89%和 14.72%；国内取得发行许可证的电视剧集数分别为 15,770 集、15,983 集和 16,540 集，排名前十的机构合计占比 17.86%、13.61%和 14.72%。可见，我国电视剧制作行业呈现高度分散的格局，这也为具备优秀的精品剧制作能力和强大发行销售能力的电视剧制作公司提供了良好的竞争环境。

B 同行业上市公司情况

目前，国内从事影视剧制作及发行业务的公司有很多，按所有制性质划分，可分为国有制作机构和民营制作机构，其中实力较强的民营制作机构包括华谊兄弟、华策影视、华录百纳、新文化、唐德影视、幸福蓝海、完美环球、长城影视、慈文传媒等上市公司。此外，欢瑞世纪、梦幻星生园、绿城传媒等也纷纷通过并购重组登陆资本市场。

上述同行业上市公司（或上市公司子公司）的经营情况如下：

公司名称	2015 年市场占有率		营业收入（万元）			净利润（万元）		
	部数	集数	2015	2014	增长率	2015	2014	增长率
华谊兄弟	2.28%	2.29%	387,357	238,902	62.14%	121,823	103,437	17.78%
华策影视	8.12%	8.17%	265,730	191,607	38.68%	49,972	40,657	22.91%
华录百纳	0.51%	0.53%	188,489	75,957	148.15%	26,858	15,013	78.90%
新文化	1.78%	1.70%	102,609	62,069	65.31%	24,827	12,138	104.54%
唐德影视	0.76%	0.77%	53,747	40,779	31.80%	11,226	8,571	30.97%
幸福蓝海	0.76%	0.74%	143,727	86,397	66.36%	11,425	8,393	36.12%
完美环球	0.51%	0.72%	112,937	92,578	21.99%	29,911	21,316	40.32%
长城影视	2.54%	2.94%	99,344	51,013	94.74%	29,049	20,265	43.35%
慈文传媒	2.28%	2.22%	85,600	49,423	73.20%	20,224	11,879	70.25%
欢瑞世纪	0.76%	0.96%	47,438	29,420	61.24%	17,128	5,113	234.99%
梦幻星生	0.76%	0.74%	31,109	9,460	228.85%	10,833	1,235	777.17%

园								
晟喜华视 (原绿城 传媒)	-	-	23,995	16,877	42.18%	7,428	4,101	81.13%

注 1: 市场占有率=公司当年制作并取得电视剧发行许可证的部数(或集数)/2015 年全年市场取得电视剧发行许可证的总部数(或总集数), 其中 2015 年全年市场取得电视剧发行许可证总部数为 394 部, 总集数为 16,540 集。

注 2: 欢瑞世纪于 2016 年成功借壳星美联合进入资本市场, 梦幻星生园和晟喜华视则于 2015 年分别注入骅威文化和喜临门两家上市公司进入资本市场。

注 3: 喜临门 2015 年年报中未详细披露晟喜华视 2015 取得发行许可证的电视剧情况, 故无法计算晟喜华视 2015 年市场占有率。

从同行业情况来看, 电视剧制作行业的市场集中度较低, 同行业实力较强的上市公司的市场占有率均较低。此外, 2015 年, 同行业上市公司的营业收入和净利润均实现较大比例的增加, 可见电视剧行业的发展机会和发展空间仍较大。

3) 观达影视的市场占有率和竞争优势

观达影视于 2014 年成立, 当年即与优酷土豆合作拍摄网络剧 1 部, 代理发行电视剧 2 部。2015 年, 观达影视担任执行制片方并播出的电视剧共 1 部 39 集, 制作并播出的周播栏目 1 部, 均实现在国内主流卫视和网络视频平台播映。2016 年 1-8 月, 观达影视制作并播出的周播栏目 2 部, 均已在湖南卫视播出, 同时正在拍摄的电视剧《因为遇见你》也将于 2016 年第四季度取得发行许可证并于 2016 年底或 2017 年初实现播映。

报告期内观达影视的市场占用率情况如下:

项 目	2015 年度	2014 年度
观达影视制作并取得电视剧发行许可证的部数	1	-
取得电视剧发行许可证的总部数	394	429
观达影视市场份额	0.25%	-
观达影视制作并取得电视剧发行许可证的集数	39	-
取得电视剧发行许可证的总集数	16,540	15,983
观达影视市场份额	0.24%	-

报告期内, 观达影视成立时间较短, 故拍摄电视剧作品数量较少, 市场占有率不高。但考虑到电视剧制作行业自身固有特点, 拍摄一部作品需要较长时间,

电视剧制作机构每年可完成的作品量较为有限。从前述行业情况也可以看出，该行业的市场集中度不高，实力较强的同行业公司的市场占有率也不高。

此外，观达影视的竞争优势也较为突出：

A 强大的发行和预售能力

观达影视已与湖南卫视、浙江卫视、福建东南卫视、广东卫视等各省级电视台在内的数十家电视剧播出机构和优酷土豆、乐视网等网络视频新媒体企业建立了合作关系，形成了较为完整的电视剧发行网络。自成立至今，观达影视的所有作品均由自己的发行团队负责宣传发行，每部作品均实现了在国内领先的卫视频道首播播出或在优酷土豆、乐视网等知名视频网站播出。强大的发行和预售能力确保观达影视规避了电视剧作品最重要的销售风险，在客户端则积攒了良好的口碑，将双方的战略合作引入良性循环，同时，作品的预售带来了预收账款，保障了观达影视现金流的稳定。

B 全业务链的主创团队

观达影视的核心主创团队由周丹、沈璐和严俊杰三人组成，其中严俊杰负责策划和创作业务，周丹负责策划和制片业务，沈璐负责发行业务。三位团队成员不仅均在电视剧产业从业多年，具有丰富的专业经验，而且作为一个完整的管理团队，曾在克顿传媒共事多年，管理业绩记录优良，具备良好的合作关系和创业基础，形成了完整的“创意策划-剧本创作-拍摄制作-宣传发行”主创团队，构筑了观达影视在行业内的牢固市场竞争力。

C 充足的版权资源储备

自成立以来，观达影视一直注重优秀小说改编权或剧本的储备，目前已确定的联合拍摄项目有安宁的小说《温暖的弦》、电影版《旋风少女》，已获得的电视剧改编权包括酒小七的小说《隔壁那个饭桶》和《浪花一朵朵》、盈风的小说《约会黑色盛装骑士》，已达成购买意向的电视剧改编权包括明晓溪的《旋风少女》系列第三季和第四季。

同时，随着经营规模的扩大，观达影视策划部也不断扩充，有序培养自己的策划团队和创作团队。自有团队对政策导向、观众偏好有着较为准确的把握和预

见，能够将主流文化价值与普通观众欣赏需求相结合，既保证了影视剧的品质和风格，又大大保证和提高了制作的效率。目前观达影视正在策划和创作的储备作品包括《超感恋人》、《玄天战士》、《幸福的意外》、《篮球兄弟》等。

目前观达影视储备的小说改编权和原创策划项目数量足够自身开发 3-4 年。

D 品牌化运营及系列化开发的可持续发展策略

自观达影视成立以来，创始团队一直秉承品牌化运营的理念。基于对市场趋势的把握和对客户需求的调研，观达影视以青春优质偶像为题材、以周播栏目为形式，帮助客户在细分市场迅速占据了领先地位，并在短时间内树立了自身的品牌，成为周播栏目的金牌制作企业。

观达影视创始团队在任职好剧影视期间，连续完成了多部青春女性情感系列影视作品，认识到了影视剧系列化开发的价值，并作为观达影视的可持续发展策略。系列化开发不但可以延长影视剧产品的生命周期，能让客户更快接受并购买新的影视剧产品，而且可以围绕不断积累的影视剧 IP 开发更多商业机会。

E 契合市场的精准作品定位

电视剧作为一种大众文化消费产品，对作品的喜好程度主要取决于消费者的感觉，这就要求电视剧作品必须吻合广大消费者和目标市场的审美和喜好。青春和爱情是影视剧作品中广泛涉及的创作元素，青春偶像剧和都市爱情剧也是受众广泛、得到各大卫视和视频网站高度认可的剧种。

观达影视基于对市场趋势的敏锐观察、对卫视和视频网站节目需求的深入研究并结合自身创作和管理团队的优势，将作品定位和制作风格明确为：为年轻观众打造的“青春优质偶像剧”和为女性观众打造的“青春女性情感剧”。青春优质偶像剧和青春女性情感剧不仅在形式上有所互补，降低了观达影视的经营风险，而且也有效满足了电视台和视频网站的采购需求。

F 出色的网络文学版权运营能力

由于原创剧本创作耗时久、效果不确定，近年来已越来越无法满足电视剧市场对于优秀版权的需求，进而，优质的网络文学版权则受到电视剧市场的看好，这些网络文学作品拥有大量的粉丝，确保了电视剧的受众群体和播出效果。

观达影视自成立以来，一直致力于网络电视剧的制作和网络文学版权的运营，2014年推出了网络电视剧《球爱酒吧》，2015年推出了由明晓溪的网络人气文学作品《旋风少女》改编的同名周播栏目，2016年推出了由盈风的网络小说《十五年等待候鸟》改编的同名周播栏目，均取得了良好的收视效果。《旋风少女2》已在2016年暑假档期在湖南卫视播出，首播时全国网平均收视率1.58%，平均份额为9.77%，CSM52城市网平均收视率1.003%，平均份额为5.236%，位列双网同时段第一。

此外，观达影视已确定合作拍摄的项目有安宁的网络小说《温暖的弦》，同时，取得了酒小七的网络小说《隔壁那个饭桶》、盈风的网络小说《约会黑色盛装骑士》等网络文学作品的电视剧版权，并开始了剧本的改编工作，将陆续推出。由此可见，观达影视在网络文学版权的运营上具备熟练的操作和丰富的经验，在电视剧市场的转型浪潮中处于优势地位。

未来，观达影视将凭借其突出的竞争优势，不断增强业务规模，提高市场占有率。

4) 同行业比较分析

如前所述，同行业上市公司的资产规模、经营业绩、人力资源等均高于观达影视，因此，我们选取近年来同行业可比交易案例中与观达影视资产规模、经营业绩较为相似的两个案例进行比较。

A 可比交易业绩承诺情况

上市公司	标的公司	项目	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
骅威股份	梦幻星生园	净利润（万元）	1,855.99	1,235.17	10,000*	13,400*	16,525*	-
		增长率（%）	-	-33.45	709.61	34.00	23.32	
喜临门	绿城传媒	净利润（万元）	825.99	4,100.88	6,850*	9,200*	12,000*	-
		增长率（%）	-	396.48	67.04	34.31	30.43	
北京旅游	世纪伙伴	净利润（万元）	3,323.59	9,000.00*	11,000.00*	13,000.00*	15,000.00*	-

		增长率（%）		170.79	22.22	18.18	15.38	-
	星河文化	净利润（万元）	3,414.36	4,970.00*	6,530.00*	8,430.00*	10,040.00*	-
		增长率（%）		45.56	31.39	29.10	19.10	-
捷成股份	中视精彩	净利润（万元）	708.26	6,600.00*	9,240.00*	12,012.00*	15,615.60*	-
		增长率（%）		831.86	40.00	30.00	30.00	-
	瑞吉祥	净利润（万元）	111.33	9,000.00*	11,700.00*	15,210.00*	19,773.00*	-
		增长率（%）		7984.07	30.00	30.00	30.00	-
思美传媒	观达影视	净利润（万元）	-	125.57	3,034.03	6,200*	8,060*	10,075*
		增长率（%）	-	-	2,316.21	104.35	30.00	25.00

注：上述财务数据“*”标注并加粗显示为承诺净利润

B 可比交易估值情况

股票代码	股票名称	交易标的	最后采用评估方法	承诺期 首年市盈率	基准日 市净率
002502	骅威股份	梦幻星生园	收益法	12.06	10.14
603008	喜临门	绿城传媒	收益法	10.51	10.91
000802	北京旅游	世纪伙伴	收益法	15.00	3.73
		星河文化	收益法	15.09	12.88
300182	捷成股份	中视精彩	收益法	13.80	7.30
		瑞吉祥	收益法	13.00	8.52
000892	ST 星美	欢瑞世纪	收益法	17.67	3.79
002712	思美传媒	观达影视	收益法	14.79	43.37

从同行业可比交易比较来看，本次交易观达影视业绩承诺情况与可比交易基本一致，承诺期首年市盈率与可比交易市盈率水平也相当，基准日市净率高于可比交易市净率，主要系观达影视业务发展期短于可比交易标的公司，未进行过融资行为，净资产规模较小。

因此，结合观达影视所处行业发展情况和发展趋势、竞争状况、观达影视市场占有率及自身优势、以及同行业可比交易情况，观达影视本次交易估值具有合理性。

经核查，独立财务顾问和评估师认为：观达影视本次交易估值具有合理性。

3、科翼传播

(1) 本次科翼传播交易作价市盈率、市净率

本次科翼传播 20%股权交易作价为 10,000 万元。根据经审计的财务数据，科翼传播 2016 年 3 月 31 日的归属于母公司所有者权益为 1,455.97 万元，归属于母公司所有者的净利润为 908.67 万元，同时交易对方承诺科翼传播 2016 年实现净利润不少于 3,600 万元。据此计算科翼传播的相对估值水平如下：

项 目	2016 年 3 月 31 日	2016 年承诺
归属于母公司所有者的净利润（万元）	908.67	3,350
归属于母公司所有者权益（万元）	1,455.97	-
20%股权交易作价（万元）	10,000.00	
交易市盈率（倍）	-	14.93
交易市净率（倍）	34.34	-

(2) 可比上市公司市盈率、市净率分析

科翼传播主要从事内容整合营销传播服务和内容制作业务，其中内容整合营销传播服务包括综艺节目及影视剧宣发和商业品牌整合营销两大业务板块。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，科翼传播所处行业属于“L 租赁和商务服务业”项下的“L72 商务服务业”及“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。

截至评估基准日（2016 年 3 月 31 日），上市公司中剔除“B 股”上市公司、市盈率为负值或者超过 100 倍的上市公司，商务服务业共 12 家、广播、电视、电影和影视录音制作业共 12 家，其估值情况如下：

代码	简称	市盈率	市净率
商务服务业			
600790	轻纺城	21.12	1.65
002344	海宁皮城	21.29	2.33
601888	中国国旅	29.59	3.75
002400	省广股份	30.23	6.50
002027	分众传媒	37.48	24.20
600057	象屿股份	41.34	1.95
600113	浙江东日	41.52	7.74

300071	华谊嘉信	48.31	5.53
600138	中青旅	51.23	3.20
000062	深圳华强	53.89	5.53
002143	印纪传媒	54.74	18.58
600415	小商品城	60.49	4.34
002769	普路通	61.61	9.78
002183	怡亚通	62.58	5.90
000861	海印股份	65.34	4.53
002210	飞马国际	75.52	5.40
002127	南极电商	78.34	10.77
300178	腾邦国际	83.22	8.52
002712	思美传媒	99.99	9.24
平均值		53.57	7.34
中位值		53.89	5.53
广播、电视、电影和影视录音制作业			
000665	湖北广电	24.50	1.67
002071	长城影视	33.66	7.96
300027	华谊兄弟	39.90	4.01
000156	华数传媒	58.43	3.32
300133	华策影视	61.07	4.74
002624	完美环球	65.81	18.33
300291	华录百纳	68.99	4.70
002343	慈文传媒	76.55	14.09
002739	万达院线	79.52	9.74
300336	新文化	81.88	7.58
300251	光线传媒	84.09	4.95
300426	唐德影视	92.54	11.86
平均值		63.91	7.75
中位值		67.40	6.27

科翼传播以 2016 年承诺净利润计算的市盈率为 14.93 倍，低于同行业上市公司市盈率的平均值和中位值；科翼传播 2016 年 3 月 31 日的市净率为 34.34 倍，高与同行业上市公司市净率的平均值和中位值。由于业务经营特点，科翼传播属于轻资产公司，其净资产规模较小，近两年科翼传播业务快速发展，净利润大幅

增长，盈利能力增强，因此收益法估值较高，因此导致市盈率处于合理水平，而市净率处于较高水平。与同行业上市公司相比，交易标的定价具有合理性，符合公司及全体股东的利益。

（3）市场可比交易的交易定价分析

本次选择近期上市公司收购类似行业标的公司的重大资产重组案例中，标的公司的估值情况如下：

股票代码	股票名称	交易标的	主营业务	最后采用评估方法	承诺期首年市盈率	基准日市净率
002354	天神娱乐	合润传媒	品牌内容整合营销	收益法	14.00	4.25
600687	刚泰控股	瑞格传播	广播电视节目制作、发行	收益法	11.00	6.74
300291	华录百纳	蓝色火焰	品牌内容整合营销、文化内容制作运营及媒介代理	收益法	12.50	7.49
002266	浙富控股	梦想强音	娱乐营销及内容投资及制作	收益法	9.55	21.54
002143	高金食品	印纪传媒	整合营销服务	收益法	15.43	9.53
000681	远东股份	华夏视觉、汉华易美	信息传播服务	收益法	31.59	16.70
平均值					15.68	11.04

注：承诺期首年 PE=标的评估值/业绩承诺期首年承诺扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润。

本次交易的承诺期首年市盈率与同行业可比交易市盈率水平相当，本次交易基准日市净率低于同行业可比交易市净率，主要系科翼传播业务发展期较短，未进行过融资行为，净资产规模较小。综合来看，本次交易收购科翼传播 20%股权较为公允的反映了科翼传播在资本市场中的价值。

（七）评估基准日至本报告书签署日交易标的发生的重要变化事项及其对交易对价的影响

评估基准日后至本报告书签署日，掌维科技、观达影视、科翼传播均未发生重要变化事项，不存在对交易作价有重大不利影响的情形。

（八）交易定价与评估结果的差异说明

掌维科技 100%股权的评估值为 53,134.53 万元,根据评估结果并经交易各方充分协商,掌维科技 100%股权的交易价格确定为 53,000.00 万元。

观达影视 100%股权的评估值为 91,827.35 万元,根据评估结果并经交易各方充分协商,观达影视 100%股权的交易价格确定为 91,708.49 万元。

科翼传播 100%股权的评估值为 51,530.23 万元,根据评估结果并经交易各方充分协商,掌维科技 20%股权的交易价格确定为 10,000.00 万元。

五、董事会对本次发行股份购买资产股份定价合理性的分析

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。

本次发行股份购买资产交易上市公司采用董事会决议公告日前 60 个交易日的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%作为发行价格的基础,即 86.98 元/股。

根据公司 2015 年度利润分配方案,公司向全体股东每 10 股转增 20 股,每 10 股派发现金股利 1.50 元(含税)。2016 年 6 月 17 日,上述利润分配方案实施完毕,公司购买资产的股份发行价格和发行数量上限将进行相应调整,调整后价格为 28.95 元/股,发行股份数量为 30,782,587 股。

定价基准日至本次发行股份在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记至各交易对方名下之日期间,上市公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项,本次发行股份的发行价格和发行数量将作相应调整。

本次交易将提升上市公司的盈利能力和持续发展能力。本次交易前,上市公司 2016 年 1-3 月基本每股收益为 0.27 元。根据经天健会计师的对本次交易模拟实施后思美传媒 2016 年 1-3 月备考财务报表,基本每股收益为 0.44 元,基本每股收益上升 0.17 元。

因此,公司本次交易所发行股份的定价依据符合相关法律法规及规范性文件的规定,定价合理,符合公司及公司全体股东的利益。

六、独立董事对本次交易评估事项的意见

公司独立董事对本次交易评估相关事项发表独立意见如下：

“1、公司本次交易聘请的审计机构与评估机构具有相关资格证书与从事相关工作的专业资质；该等机构与公司及公司本次交易对象之间除正常的业务往来关系外，不存在其他的关联关系；该等机构出具的审计报告、评估报告等报告符合客观、独立、公正、科学的原则。

2、评估机构对标的资产进行评估过程所采用的假设前提参照了国家相关法律、法规，综合考虑了市场评估过程中通用的惯例或准则，其假设符合标的资产的实际情况，假设前提合理。评估机构在评估方法选取方面，综合考虑了标的资产行业特点和资产的实际状况，评估方法选择恰当、合理。

3、公司本次购买的标的资产的最终交易价格以评估值为依据，由各方在公平、自愿的原则下协商确定，资产定价具有公允性、合理性，不会损害中小投资者利益。”

第九节 本次交易合同的主要内容

一、上市公司与掌维科技签署的交易合同

（一）合同主体、签订时间

2016年8月1日，思美传媒（以下简称“受让方”）与掌维科技（以下简称“标的公司”）及掌维科技之股东张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、萌皓投资、华睿文华、华睿新锐、上哲永晖（以下简称“转让方”）签署了《思美传媒股份有限公司与杭州掌维科技股份有限公司及其股东关于发行股份及支付现金购买资产的协议》（以下简称“《掌维科技收购协议》”）。

2016年8月1日，思美传媒与掌维科技之股东张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资（以下简称“掌维科技补偿责任人”）签署了《关于杭州掌维科技股份有限公司之业绩补偿协议书》（以下简称“《掌维科技业绩补偿协议》”）。

2016年11月9日，思美传媒与掌维科技之股东张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资（以下简称“掌维科技补偿责任人”）签署了《关于杭州掌维科技股份有限公司之业绩补偿协议书之补充协议》（以下简称“《掌维科技业绩补偿协议之补充协议》”）。

2016年12月6日，思美传媒与掌维科技之股东张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资（以下简称“掌维科技补偿责任人”）签署了《关于杭州掌维科技股份有限公司之业绩补偿协议之补充协议（二）》（以下简称“《掌维科技业绩补偿协议之补充协议二》”）。

（二）交易价格及定价依据

根据中企华出具的中企华评报字〔2016〕第3603号《资产评估报告》，掌维科技100%股权的评估值为53,134.53万元。各方协商确认本次交易上市公司需向转让方支付的对价合计为53,000万元。

（三）支付方式

本次交易的具体支付方式如下：

交易对方	交易对方在标的公司的持股比例(%)	转让对价（元）	对价支付方式及金额		
			现金对价金额（元）	股份对价金额（元）	股份对价数量（股）
张子钢	71.50	378,950,000.00	189,475,000.25	189,474,999.75	6,544,905
鼎维投资	10.00	53,000,000.00	26,500,009.55	26,499,990.45	915,371
张瑾	7.00	37,100,000.00	18,550,026.95	18,549,973.05	640,759
萌皓投资	3.20	16,960,000.00	6,784,017.10	10,175,982.90	351,502
华睿文华	3.00	15,900,000.00	15,900,000.00	-	-
张萍	2.00	10,600,000.00	5,300,007.70	5,299,992.30	183,074
华睿新锐	2.00	10,600,000.00	15.40	10,599,984.60	366,148
上哲永晖	0.80	4,240,000.00	1,696,018.75	2,543,981.25	87,875
张琦	0.50	2,650,000.00	1,325,016.40	1,324,983.60	45,768
小计	100.00	530,000,000.00	265,530,112.10	264,469,887.90	9,135,402

上市公司向交易对方发行股份的具体数量以上市公司向交易对方支付的股份对价除以股份发行价格进行确定，股份数量保留到个位数，之间差额由上市公司以现金方式向交易对方补足。

（四）资产交付或过户的时间安排

本次发行股份及支付现金购买资产在经中国证监会核准后，标的公司应立即办理变更为有限责任公司的工商变更登记，并应于本次交易在经中国证监会核准后的30个工作日内办理完成变更为有限责任公司的工商变更登记及转让方合计持有的标的公司100%股权过户到受让方名下的工商登记，转让方同意上述变更并对上述变更予以配合；转让方未能遵守或履行相关约定、义务或责任、陈述或保证，应负责赔偿公司因此而受到的损失。

（五）交易标的自审计评估基准日至交割日期间损益的归属

根据《掌维科技收购协议》，各方同意，过渡期内，标的公司所产生的收入和利润由上市公司享有，标的公司不得实施分红派息或进行其他形式的利润分配；若标的公司在过渡期内产生亏损的，则在亏损数额经审计确定后15个工作日内（且受让方就本次发行验资之前），由转让方按各自在标的公司的原持股比例向上市公司以现金方式补足。

各方同意，标的公司于评估基准日的滚存未分配利润在交割日后由受让方享有，为避免疑义，各方确认过渡期内标的公司不实施利润分配（除已经完成的利润分配以外）。

受让方本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东共同享有。

（六）合同的生效条件和生效时间

根据《掌维科技收购协议》，该等协议项下各方的承诺与保证条款、违约责任和保密条款自协议签署之日即生效，其他条款于以下条件均满足之日生效：

1、上市公司董事会、股东大会批准包括该等协议下的发行股份及支付现金购买资产在内的本次发行事项，并且审议通过该等协议；

2、标的公司董事会、股东大会批准包括该等协议下的发行股份及支付现金购买资产在内的本次发行事项，并且审议通过该等协议；

3、中国证监会核准包括该等协议下的发行股份及支付现金购买资产在内的本次发行。

（七）业绩承诺及补偿

根据《掌维科技业绩补偿协议》，本此交易的业务补偿原则如下：

1、业绩承诺情况

根据《掌维科技业绩补偿协议》，张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资作为补偿责任人承诺，掌维科技于2016年度、2017年度、2018年度应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于3,600万元、4,400万元、5,500万元。根据《掌维科技业绩补偿协议之补充协议（二）》，如本次交易于2016年度实施完毕，张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资作为补偿责任人承诺，掌维科技于2016年度、2017年度、2018年度应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于3,600万元、4,400万元、5,500万元；如本次交易于2017年度实施完毕，则掌维科技于2016年度、2017年度、2018年、2019年度应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于3,600万元、4,400万元、5,500万元、5,800万元。否则补偿责任人将按照《掌维科技业绩补偿协议》之约定对上市公司进行赔偿。

“考核实现的净利润”指受让方指定的具有从事证券期货相关业务资格的会计师事务所根据中国会计准则对标的公司进行审计后确认的标的公司合并报表口径下归属于母公司股东的净利润，以扣除非经常性损益前后孰低者为准。

业绩承诺期内计算“考核实现的净利润”时，应在标的公司合并报表口径下归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为准）的基础上，扣除标的公司实际使用上市公司提供的财务资助/资金相关的财务费用，加上标的公司向上市公司及其子公司提供的财务资助/资金相关的财务费用，上述财务费用依据当年度实际使用或提供的财务资助资金之和，参照实际资金成本确定；无实际资金成本参照的，依据中国人民银行同期银行贷款基准利率确定。

在业绩承诺期间，因掌维科技使用本次交易的配套募集资金，实施IP募投项目，对掌维科技进行业绩考核时应扣除上述配套募集资金投入带来的影响，掌维科技使用的配套募集资金对应的财务费用在业绩承诺期间计算标的公司考核实现的净利润时不予计算，上述募投项目产生的盈利或亏损（如有）均不计入掌维科技考核实现的净利润中。

2、业绩承诺期间

各方同意，如本次交易于2016年度实施完毕，掌维科技补偿责任人对思美传媒的业绩承诺期间为2016年度、2017年度、2018年度；如本次交易于2017年度实施完毕，掌维科技补偿责任人对思美传媒的业绩承诺期间为2016年度、2017年度、2018年度、2019年度。

3、盈利差异的补偿

（1）根据会计师事务所出具的《专项审核意见》，如果标的公司在业绩承诺期间内任一会计年度的当年期末考核实现净利润累计数未能达到当年期末承诺净利润累计数，则思美传媒应在该年度的《专项审核意见》披露之日起十（10）日内，以书面方式通知补偿责任人关于标的公司在该年度考核实现净利润累计数小于预测净利润累计数的事实，并要求补偿责任人优先以股份补偿的方式进行利润补偿，不足部分以现金补偿的方式进行利润补偿。

（2）具体股份补偿数额和现金补偿金额的计算方式如下：

当年应补偿股份数=（标的公司截至当期期末承诺净利润累计数－标的公司截至当期期末考核实现净利润累计数）÷标的公司业绩承诺期间内各年度的承诺净利润数总和×标的资产交易总价格÷发行价格－已补偿股份数量

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，具体补偿金额计算方式如下：

当年应补偿现金金额=（当年应补偿股份数-当年已补偿股份数）×发行价格-已补偿现金金额。

在计算任一会计年度的当年应补偿股份数或应补偿金额时，若当年应补偿股份数或应补偿金额小于零，则按零取值，已经补偿的股份及金额不冲回。

4、减值测试及补偿

在业绩承诺期间届满且业绩承诺期间最后一个会计年度的《专项审核意见》已经出具后，思美传媒将聘请具有证券从业资格的会计师事务所对标的资产进行减值测试并出具资产减值测试报告（以下简称“《资产减值测试报告》”）。

根据《资产减值测试报告》，若标的资产期末减值额>（已补偿股份总数×发行价格+现金补偿金额），则补偿责任人应按照以下公式计算股份补偿数量并另行补偿：

应补偿股份数=（标的资产期末减值额-已补偿股份总数×发行价格-已补偿现金金额）÷发行价格

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，按以下公式计算确定现金补偿金额：

应补偿现金金额=（标的资产期末减值额－已补偿股份总数×发行价格－已补偿现金金额）－当年可另行补偿的股份数×发行价格。

上述“减值额”为标的资产的初始作价减去标的资产的当期评估值并扣除业绩承诺期间内标的公司股东增资、减资、接受赠与以及利润分配的影响。

5、补偿股份数量的调整

如果利润补偿期内思美传媒实施转增股本或送股而导致补偿责任人持有的思美传媒之股份数量发生变化,则应补偿股份数调整为:当年应补偿股份数(调整后)=当年应补偿股份数 $\times$ (1+转增或送股比例)

若思美传媒在业绩承诺期间实施现金分红的,现金分红的部分补偿责任人应作相应返还,计算公式为:返还金额=每股已分配现金股利 $\times$ 补偿股份数量。

如因下列原因导致业绩承诺期间内标的公司考核实现的净利润累计数小于同期预测净利润累计数,本协议各方可协商一致,以书面形式对约定的补偿股份数量予以调整:发生签署协议时所不能预见、不能避免、不能克服的任何客观事实,包括但不限于水灾、自然灾害、旱灾、台风、地震及其它自然灾害、交通意外、罢工、骚动、暴乱及战争。上述不可抗力事件导致标的公司发生重大经济损失、经营陷入停顿或市场环境严重恶化的,各方可根据公平原则,结合实际情况协商免除或减轻补偿责任人的补偿责任。

6、利润补偿方式

股份补偿方式首先采用股份回购注销方案,即由思美传媒回购补偿责任人所持有的等同于当年应补偿股份数的思美传媒部分股份,该部分股份不拥有表决权且不享有股利分配的权利。思美传媒应在会计师事务所出具《专项审核意见》后40个工作日内召开董事会及股东大会审议关于回购补偿责任人应补偿的股份并注销的相关方案。

若思美传媒股东大会审议通过该股份回购议案,思美传媒将以人民币1.00元的总价定向回购当年应补偿股份,并予以注销,且同步履行通知债权人等法律、法规关于减少注册资本的相关程序。思美传媒应在股东大会决议公告后10个工作日内将股份回购数量书面通知补偿责任人。补偿责任人有义务协助思美传媒尽快办理该等股份的回购、注销事宜。

若股东大会未能审议通过该股份回购议案,则思美传媒将在股东大会决议公告后10个交易日内书面通知补偿责任人实施股份赠送方案,并在自股东大会决议公告之日起30日内,授权思美传媒董事会按有关规定确定并公告股权登记日,将等同于上述应补偿数量的股份赠送给该股权登记日登记在册的其他股东(指上市

公司股东名册上除补偿责任人外的其他股东)，上市公司其他股东按其持有的股份数量占股权登记日上市公司扣除补偿责任人合计持有的股份数后的股本数量的比例获赠股份。

如股份补偿数额不足以补偿时，差额部分由补偿责任人在股份补偿的同时，按上述公式计算的应补偿现金金额向上市公司进行现金补偿。

补偿责任人根据其各自转让的标的公司股权比例分担上述应补偿股份数和应补偿现金金额。

7、超额完成业绩的奖励措施

根据《掌维科技收购协议》，上市公司同意，在业绩承诺期间最后一个会计年度专项审核意见出具后，将业绩承诺期间累计实现的经审核税后净利润数和累计承诺净利润进行对比考核，对于超额完成业绩承诺指标的部分（即累计实现审核税后净利润-累计承诺净利润），受让方同意将超额部分50%的金额，由标的公司以现金方式向掌维科技管理层股东及/或由掌维科技管理层股东确认的公司员工进行奖励。

上述奖励的相关税费由标的公司受奖励的员工依法自行承担。上述奖励计入标的公司当期费用，在考核业绩承诺指标完成情况时将上述奖励费用视同非经常性损益处理。上述奖励总额不得超过本次交易作价的20%。如标的公司核心团队成员在业绩承诺期末离职人数超过1/3则不予支付。

（八）竞业禁止

根据《掌维科技收购协议》，掌维科技已与核心团队成员签订了服务期限届满日期不早于2019年12月31日的《劳动合同》。如在上述期间离职，视为离职一方违约，违约方应按照上述各方于本次交易中所获对价总额的20%向上市公司承担违约责任；离职一方为鼎维投资合伙人的，视为鼎维投资违约，应按照离职一方在鼎维投资所持财产份额对应的鼎维投资在本次交易中所获对价总额的20%承担违约责任。

如上述核心团队成员在业绩承诺期间及其后2年内从事与标的公司及其子公司、上市公司及其子公司存在竞争关系的行为，视为该主体违约，从事上述竞争

行为的为鼎维投资合伙人的视为鼎维投资违约并由鼎维投资承担相应责任，违约方应将其从事上述行为产生的全部收益以现金方式补偿给上市公司，并赔偿标的公司、上市公司因此产生的损失。

（九）违约责任条款

《掌维科技收购协议》约定的违约责任如下：

本协议签署后、本次交易实施完毕前，上市公司如提出解除本协议、拒绝继续履行本协议、拒绝依照本协议约定履行交易程序则视为违约，则上市公司应向转让方支付违约金合计2,000万元（转让方委托张子钢收取上述违约金并按照各自持股比例分配给各转让方），但经上市公司委托的中介机构在本协议签署前的尽职调查及本次交易审核过程中发现标的公司存在不适宜进行原协议项下“本次交易”的事项、证券监督主管部门否决本次交易等事项豁免上述违约责任。

如转让方提出解除本协议、拒绝继续履行本协议、拒绝依照本协议约定履行交易程序则视为违约，在上述违约发生之日，违约一方应向上市公司承担总额为2,000万元的违约金责任，多方违约的承担违约金总额为2,000万元，违约各方按照各自转让比例分摊且相互承担连带责任。

本协议签署后本次交易实施完毕前，协议任何一方均应遵守其声明和保证，履行协议项下的义务。除不可抗力以外，任何一方不履行或不及时、不适当履行本协议项下其应履行的任何义务，或违反其在本协议项下做出的任何陈述、保证或承诺，或违反本协议书签订后至交割日前签订的与本协议有关的补充协议、备忘录、单方承诺的，或在本协议下的承诺与保证事项有重大不实的或存在虚假陈述的，均构成其违约。如果一方出现本协议本条之约定的任一违约，则守约方应书面通知对方予以改正或做出补救措施，并给予对方20个工作日的宽限期。如果宽限期届满违约方仍未适当履行本协议或未以守约方满意的方式对违约行为进行补救，则本协议自守约方向违约方发出终止本协议的通知之日终止，守约方有权要求违约方赔偿。

就本协议下的义务及责任，除业绩承诺补偿相关责任以外，转让方之间承担共同连带责任。

二、上市公司与观达影视签署的交易合同

（一）合同主体、签订时间

2016年8月1日，思美传媒（以下简称“上市公司”、“受让方”）与观达影视（以下简称“标的公司”）及观达影视之股东青春旋风、鹿捷咨询、芒果投资、骅伟投资（以下简称“转让方”）签署了《思美传媒股份有限公司与上海观达影视文化有限公司及其股东关于发行股份及支付现金购买资产之协议书》（以下简称“《观达影视收购协议》”）。

2016年8月1日，思美传媒与观达影视之股东青春旋风、鹿捷咨询、周丹、沈璐、严俊杰（以下简称“观达影视补偿责任人”）签署了《关于上海观达影视文化有限公司之业绩补偿协议书》（以下简称“《观达影视业绩补偿协议》”）。

2016年12月6日，思美传媒与观达影视之股东青春旋风、鹿捷咨询、周丹、沈璐、严俊杰（以下简称“观达影视补偿责任人”）签署了《关于上海观达影视文化有限公司之业绩补偿协议之补充协议》（以下简称“《观达影视业绩补偿协议之补充协议》”）。

（二）交易价格及定价依据

根据中企华出具的中企华评报字〔2016〕第3602号《资产评估报告》，观达影视100%股权的评估值为91,827.35万元。各方协商确认本次交易上市公司需向转让方支付的对价合计为917,084,893.51元。

（三）支付方式

本次交易的具体支付方式如下：

交易对方	交易对方在标的公司的持股比例(%)	转让对价（元）	对价支付方式及金额		
			现金对价金额（元）	股份对价金额（元）	股份对价数量（股）
鹿捷咨询	88.58	813,775,820.00	326,990,197.10	486,785,622.90	16,814,702
芒果投资	8.33	75,298,014.20	43,377,657.35	31,920,356.85	1,102,603
骅伟投资	2.08	18,824,502.55	10,844,435.05	7,980,067.50	275,650
青春旋风	1.00	9,186,556.76	9,186,556.76	-	-
小 计	100.00	917,084,893.51	390,398,846.26	526,686,047.25	18,192,955

上市公司向交易对方发行股份的具体数量以上市公司向交易对方支付的股份对价除以股份发行价格进行确定，股份数量保留到个位数，之间差额由上市公司以现金方式向交易对方补足。

（四）资产交付或过户的时间安排

本次发行股份及支付现金购买资产在经中国证监会核准后，标的公司应于本次交易在经中国证监会核准后的30日内办理完成将转让方合计持有的标的公司100%股权过户到受让方名下的工商登记，转让方同意上述变更并对上述变更予以配合；转让方未能遵守或履行相关约定、义务或责任、陈述或保证，应负责赔偿公司因此而受到的损失。

（五）交易标的自审计评估基准日至交割日期间损益的归属

根据《观达影视收购协议》，各方同意，过渡期内，标的公司所产生的收入和利润由上市公司享有，标的公司不得实施分红派息或进行其他形式的利润分配；若标的公司在过渡期内产生亏损的，则在亏损数额经审计确定后15个工作日内（且受让方就本次发行验资之前），由转让方按各自在标的公司的原持股比例向上司公司以现金方式补足。

各方同意，标的公司于评估基准日的滚存未分配利润由受让方享有。

受让方本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东共同享有。

（六）合同的生效条件和生效时间

根据《观达影视收购协议》，该等协议项下各方的承诺与保证条款、违约责任和保密条款自协议签署之日即生效，其他条款于以下条件均满足之日生效：

1、上市公司董事会、股东大会批准包括该等协议下的发行股份及支付现金购买资产在内的本次发行事项，并且审议通过该等协议；

2、标的公司股东会批准包括该等协议下的发行股份及支付现金购买资产在内的本次发行事项，并且审议通过该等协议；

3、中国证监会核准包括该等协议下的发行股份及支付现金购买资产在内的本次发行。

（七）业绩承诺及补偿

根据《观达影视业绩补偿协议》，本此交易的业务补偿原则如下：

1、业绩承诺情况

根据《观达影视业绩补偿协议》，青春旋风、鹿捷咨询、周丹、沈璐、严俊杰作为补偿责任人承诺，观达影视于 2016 年度、2017 年度、2018 年度应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元；根据《观达影视业绩补偿协议之补充协议》，如本次交易于 2016 年度实施完毕，青春旋风、鹿捷咨询、周丹、沈璐、严俊杰作为补偿责任人承诺，观达影视于 2016 年度、2017 年度、2018 年度应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元；如本次交易于 2017 年度实施完毕，观达影视于 2016 年度、2017 年度、2018 年、2019 年度应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元、12,335 万元。否则补偿责任人将按照《观达影视业绩补偿协议》之约定对上市公司进行赔偿。

“考核实现的净利润”指受让方指定的具有从事证券期货相关业务资格的会计师事务所根据中国会计准则对标的公司进行审计后确认的标的公司合并报表口径下归属于母公司股东的净利润，以扣除非经常性损益前后孰低者为准。

业绩承诺期内计算考核实现的净利润时，应在标的公司经会计师事务所审计后确认归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益孰低者）的基础上，扣除标的公司实际使用受让方提供的财务资助相关的财务费用，财务费用根据标的公司当年度实际使用财务资助加权合计金额，依据中国人民银行同期银行贷款利率确定。在业绩承诺期间内、经周丹、沈璐、严俊杰书面申请且受让方决议对标的公司通过增资方式提供资金支持的，标的公司无需支付财务费用，但在考核业绩承诺实现情况时应按照周丹、沈璐、严俊杰书面申请额度与受让方通过增资方式提供的资金支持孰低金额根据前述约定的财务费用计算方式计算资金成本，并将上述资金成本在计算标的公司业绩承诺期间实现净利润时予以扣除。

2、业绩承诺期间

各方同意，如本次交易于 2016 年度实施完毕，观达影视补偿责任人对思美

传媒的业绩承诺期间为 2016 年度、2017 年度、2018 年度；如本次交易于 2017 年度实施完毕，观达影视补偿责任人对思美传媒的业绩承诺期间为 2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年度。

3、盈利差异的补偿

(1) 根据会计师事务所出具的《专项审核意见》，如果标的公司在业绩承诺期间内任一会计年度的当年期末考核实现的净利润累计数未能达到当年期末承诺净利润累计数，则思美传媒应在该年度的《专项审核意见》披露之日起十(10)日内，以书面方式通知补偿责任人关于标的公司在该年度考核实现的净利润累计数小于预测净利润累计数的事实，并要求补偿责任人优先以股份补偿的方式进行利润补偿，不足部分以现金补偿的方式进行利润补偿。

(2) 具体股份补偿数额和现金补偿金额的计算方式如下：

当年应补偿股份数=（标的公司截至当期期末承诺净利润累计数－标的公司截至当期期末考核实现的净利润累计数）÷标的公司业绩承诺期间内各年度的承诺净利润数总和×标的资产交易总价格÷发行价格－已补偿股份数量

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，具体补偿金额计算方式如下：

当年应补偿现金金额=（每一年度应补偿股份数-每一年度已补偿股份数）×发行价格-已补偿现金金额。

在计算任一会计年度的当年应补偿股份数或应补偿金额时，若当年应补偿股份数或应补偿金额小于零，则按零取值，已经补偿的股份及金额不冲回。

4、减值测试及补偿

在业绩承诺期间届满且业绩承诺期间最后一个会计年度的《专项审核意见》已经出具后，思美传媒将聘请具有证券从业资格的会计师事务所对标的资产进行减值测试并出具资产减值测试报告（以下简称“《资产减值测试报告》”）。

根据《资产减值测试报告》，若标的资产期末减值额>（业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格+现金补偿金额），则补偿责任人应按照以下公式计算股份补偿数量并另行补偿：

应补偿股份数=（标的资产期末减值额-业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格-业绩承诺期间已补偿现金金额）÷发行价格

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，按以下公式计算确定现金补偿金额：

应补偿现金金额=（标的资产期末减值额－业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格－业绩承诺期间已补偿现金金额）－当年可另行补偿的股份数×发行价格。

上述“减值额”为标的资产的初始作价减去标的资产的当期评估值并扣除业绩承诺期间内标的公司股东增资、减资、接受赠与以及利润分配的影响。

5、补偿股份数量的调整

如果利润补偿期内思美传媒实施转增股本或送股而导致补偿责任人持有的思美传媒之股份数量发生变化，则应补偿股份数调整为：当年应补偿股份数（调整后）=当年应补偿股份数×（1+转增或送股比例）

若思美传媒在业绩承诺期间实施现金分红的，现金分红的部分补偿责任人应作相应返还，计算公式为：返还金额=每股已分配现金股利×补偿股份数量。

如因下列原因导致业绩承诺期间内标的公司考核实现的净利润累计数小于同期承诺净利润累计数，本协议各方可协商一致，以书面形式对约定的补偿股份数量予以调整：发生签署协议时所不能预见、不能避免、不能克服的任何客观事实，包括但不限于水灾、自然灾害、旱灾、台风、地震及其它自然灾害、交通意外、罢工、骚动、暴乱及战争。上述不可抗力事件导致标的公司发生重大经济损失、经营陷入停顿或市场环境严重恶化的，各方可根据公平原则，结合实际情况协商免除或减轻补偿责任人的补偿责任。

6、利润补偿方式

股份补偿方式首先采用股份回购注销方案，即由思美传媒回购补偿责任人所持有的等同于当年应补偿股份数的思美传媒部分股份，该部分股份不拥有表决权且不享有股利分配的权利。思美传媒应在会计师事务所出具《专项审核意见》后40个工作日内召开董事会及股东大会审议关于回购补偿责任人应补偿的股份并注销的相关方案。

若思美传媒股东大会审议通过该股份回购议案，思美传媒将以人民币1.00元的总价定向回购当年应补偿股份，并予以注销，且同步履行通知债权人等法律、法规关于减少注册资本的相关程序。思美传媒应在股东大会决议公告后10个工作日内将股份回购数量书面通知补偿责任人。补偿责任人有义务协助思美传媒尽快办理该等股份的回购、注销事宜。

若股东大会未能审议通过该股份回购议案，则思美传媒将在股东大会决议公告后10个交易日内书面通知补偿责任人实施股份赠送方案，并在自股东大会决议公告之日起30日内，授权思美传媒董事会按有关规定确定并公告股权登记日，将等同于上述应补偿数量的股份赠送给该股权登记日登记在册的其他股东（指上市公司股东名册上除补偿责任人外的其他股东），上市公司其他股东按其持有的股份数量占股权登记日上市公司扣除补偿责任人合计持有的股份数后的股本数量的比例获赠股份。

如股份补偿数额不足以补偿时，差额部分由补偿责任人在股份补偿的同时，按上述公式计算的应补偿现金金额向上市公司进行现金补偿。

补偿责任人根据其各自转让的标的公司股权比例分担上述应补偿股份数和应补偿现金金额。

7、超额完成业绩的奖励措施

根据《观达影视收购协议》，在业绩承诺期间，若标的公司累计实际完成的经审计扣除非经常性损益的净利润超过累计承诺净利润数，则股权受让方承诺将超额部分的50%以现金方式奖励给管理层，上述奖励于观达2018年度专项审核报告出具后且符合下列条件下于一月内支付。

上述奖励计入标的公司当期费用，在考核业绩承诺指标完成情况时将上述奖励费用视同非经常性损益处理。具体奖励方案由受让方董事会审议确认。

上述奖励支付的前提为周丹、沈璐、严俊杰在业绩承诺期内未离职。（因受让方以股东身份作出降低核心团队成员薪酬、奖励、福利及其他待遇且整体幅度超过20%而导致其主动离职的除外）。

上述奖励的相关税费由奖励对象依法自行承担。

上述奖励总额不得超过本次交易作价的20%。

（八）竞业禁止

根据《观达影视收购协议》，观达影视已与核心团队成员签订了服务期限届满日期不早于2018年12月31日的《劳动合同》，并保证核心团队成员承诺在上述服务期限内不主动离职（因上市公司以股东身份作出降低核心团队成员薪酬、奖励、福利及其他待遇且整体幅度超过20%而导致其主动离职的除外），保证核心团队成员与公司就其在上述期限及离职后2年内（以上任职期间及离职后2年内合称“竞业禁止期限”）不从事与上市公司及其子公司截至基准日实际从事的业务存在竞争关系的行为、不从事与标的公司及其子公司在上述竞业禁止期限内实际从事业务存在竞争关系的行为（因上市公司以股东身份作出降低核心团队成员薪酬、奖励、福利及其他待遇且整体幅度超过20%而导致其主动离职的除外）。

如标的公司核心团队成员在其任职期间及离职后2年内从事与标的公司及其子公司在竞业禁止期限内实际从事业务存在竞争关系的行为、从事与上市公司及其子公司截至基准日实际从事的业务存在竞争关系的行为（因上市公司以股东身份作出降低核心团队成员薪酬、奖励、福利及其他待遇且整体幅度超过20%而导致其主动离职的除外），视为观达影视管理层股东违约，从事上述行为的核心团队成员应将其从事上述行为产生的全部收益以现金方式补偿给上市公司，并赔偿标的公司、上市公司因此产生的损失，观达影视管理层股东就上述补偿义务及赔偿责任承担连带保证责任。

（九）违约责任条款

《观达影视收购协议》约定的违约责任如下：

本协议签署后、生效前，协议任何一方均应遵守其声明和保证，履行协议项下的义务。除不可抗力以外，任何一方不履行或不及时、不适当履行本协议项下其应履行的任何义务，或违反其在本协议项下作出的任何陈述、保证或承诺，或违反本协议书签订后至交割日前签订的与本协议有关的补充协议、备忘录、单方承诺的，或在本协议下的承诺与保证事项有重大不实的或存在虚假陈述的，均构成其违约。如果一方出现本协议本条约定的任一违约，则守约方应书面通知对方予以改正或作出补救措施，并给予对方20个工作日的宽限期。如果宽限期届满违约方仍未适当履行本协议或未以守约方满意的方式对违约行为进行补救，则本协议自守约方向违约方发出终止本协议的通知之日终止，守约方有权要求违约方赔偿。

本协议签署后本次交易实施完毕前，如上市公司单方面提出解除合同（因本次交易的审核机构相关要求解除的除外），上市公司需向转让方支付违约金2,000万元；如转让方中的任何一方单方面提出解除合同（因本次交易的审核机构相关要求解除的除外），转让方中的该方需向上市公司支付违约金2,000万元，转让方中提出解除本协议的主体超过一方的，转让方中各违约方合计赔付违约金总额为2,000万元，各主体按照各自取得的上市公司支付对价的比例承担相应赔偿责任。

本协议生效后，若上市公司未能按照本协议约定的付款期限、付款金额向转让方支付现金对价或股份对价的，每逾期一日，应当以应付未付金额为基数按照万分之二/天向转让方支付违约金，但由于转让方各自自身的原因或其他非因上市公司原因导致逾期付款的除外。若转让方中的一方违反本协议的约定，未能在约定的期限内办理完毕标的资产的交割手续，每逾期一日，应当以具体违约方在标的公司的持股比例乘以本次交易对价总额为基数按照万分之二/天向上市公司支付违约金，但由于上市公司的原因导致逾期办理标的资产交割的除外。

就本协议下的义务及责任（业绩补偿义务除外），转让方之间承担共同连带责任。

三、上市公司与科翼传播签署的交易合同

（一）合同主体、签订时间

1、前次交易相关合同

思美传媒于2015年11月18日与科翼传播及其股东上海巧瞰投资管理中心(有限合伙)(以下简称“巧瞰投资”)、陆慧斐、邓翀签订《上海科翼文化传播有限公司之股权转让合同》(以下简称“《原合同》”)以现金方式收购巧瞰投资持有的科翼传播80%股权,上述交易对价为人民币40,000万元(大写:肆亿元人民币整)。2015年12月14日,科翼传播已经办理完成了上述股权转让的工商变更登记。上述股权转让完成后,思美传媒持有科翼传播80%股权,陆慧斐持有科翼传播10%股权,邓翀持有科翼传播10%股权。

2、本次交易相关合同

2016年8月1日,思美传媒(以下简称“受让方”)与巧瞰投资、科翼传播(以下简称“标的公司”)及其股东陆慧斐、邓翀(以下简称“转让方”)签署了《思美传媒股份有限公司与上海科翼文化传播有限公司及其股东关于发行股份购买资产之协议》(以下简称“《科翼传播收购协议》”)。

2016年8月1日,思美传媒与巧瞰投资、陆慧斐、邓翀《关于上海科翼文化传播有限公司之业绩补偿协议书》(以下简称“《科翼传播业绩补偿协议》”)

2016年12月6日,思美传媒与巧瞰投资、陆慧斐、邓翀《思美传媒股份有限公司与上海科翼文化传播有限公司及其股东关于发行股份购买资产之协议之补充协议》(以下简称“《科翼传播收购协议之补充协议》”)

(二) 交易价格及定价依据

根据中企华出具的中企华评报字(2016)第3601号《资产评估报告》,科翼传播100%股权的评估值为51,530.23万元。参考上述评估价值,并经转让方、受让方协商一致,确认科翼传播20%股权的转让价款为人民币99,999,958.50元(大写:人民币玖仟玖佰玖拾玖万玖仟玖佰伍拾捌元伍角)。

(三) 支付方式

本次交易全部交易对价均以受让方向转让方非公开发行股份的方式支付,本次交易的具体支付方式如下:

序号	转让方姓名/名称	股份对价（股）
1	陆慧斐	1,727,115
2	邓翀	1,727,115
合 计		3,454,230

（四）资产交付或过户的时间安排

根据《科翼传播收购协议》，标的公司应于本次交易在经中国证监会核准后的30个工作日内办理完成将转让方合计持有的标的公司20%股权过户到受让方名下的工商登记，转让方同意上述变更并对上述变更予以配合；转让方未能遵守或履行相关约定、义务或责任、陈述或保证，应负责赔偿公司因此而受到的损失。

（五）交易标的自审计评估基准日至交割日期间损益的归属

根据《科翼传播收购协议》，各方同意，过渡期内，标的公司所产生的收入和利润中标的股权对应的部分由思美传媒享有；若标的公司在过渡期内产生亏损的，则在亏损数额经审计确定后15个工作日内（且不晚于股权交割日），由转让方将标的股权对应的亏损部分（即亏损金额的20%）向思美传媒以现金方式补足。

各方同意，标的公司于基准日的滚存未分配利润由标的公司的全体股东享有。

（六）合同的生效条件和生效时间

根据《科翼传播收购协议》，该协议项下各方的承诺与保证条款、违约责任和保密条款自协议签署之日即生效，其他条款于以下条件均满足之日生效：

- 1、上市公司董事会、股东大会批准包括该等协议下的发行股份购买资产在内的本次发行事项，并且审议通过该等协议；
- 2、标的公司股东会批准包括该等协议下的发行股份购买资产在内的本次发行事项，并且审议通过该等协议；
- 3、中国证监会核准包括该等协议下的发行股份购买资产在内的本次发行。

（七）业绩承诺及补偿

根据《科翼传播业绩补偿协议》，本此交易的业务补偿原则如下：

1、业绩承诺情况

根据《科翼传播业绩补偿协议》，巧瞰投资、陆慧斐、邓翀作为补偿责任人承诺，科翼传播于2016年度、2017年度、2018年度应实现的“考核实现的净利润”应分别不少于3,350万元、4,020万元、4,824万元。否则业绩承诺方将按照《科翼传播业绩补偿协议》之约定对上市公司进行赔偿。

“考核实现的净利润”指受让方指定的具有从事证券期货相关业务资格的会计师事务所根据中国会计准则对标的公司进行审计后确认的标的公司合并报表口径下归属于母公司股东的净利润，以扣除非经常性损益前后孰低者为准。

业绩承诺期内计算考核实现的净利润时，应在标的公司经会计师事务所审计后确认归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益孰低者）的基础上，扣除标的公司实际使用受让方提供的财务资助相关的财务费用，财务费用根据标的公司当年度实际使用财务资助加权合计金额，依据中国人民银行同期银行贷款利率确定。在业绩承诺期间内、经陆慧斐、邓翀书面申请且受让方决议对标的公司通过增资方式提供资金支持的，标的公司无需支付财务费用，但在考核业绩承诺实现情况时应按照陆慧斐、邓翀书书面申请额度与受让方通过增资方式提供的资金支持孰低金额根据前述约定的财务费用计算方式计算资金成本，并将上述资金成本在计算标的公司业绩承诺期间实现净利润时予以扣除。

2、业绩承诺期间

各方同意，科翼传播补偿责任人对思美传媒的业绩承诺期间为2016年度、2017年度、2018年度。

3、盈利差异的补偿

鉴于原合同中约定了巧瞰投资就其原转让给思美传媒股权应承担的业绩补偿义务，本次交易中陆慧斐、邓翀承诺承担其本次股权转让应承担的业绩补偿义务，协议各方约定，就标的公司业绩承诺期间的考核及业绩补偿义务进行统一约定。

(1) 根据会计师事务所出具的《专项审核意见》，如果标的公司在业绩承诺期间内任一会计年度的当年期末考核实现的净利润累计数未能达到当年期末承诺净利润累计数，则思美传媒应在该年度的《专项审核意见》披露之日起十(10)日内，以书面方式通知补偿责任人关于标的公司在该年度考核实现的净利润累计数小于承诺净利润累计数的事实，并要求补偿责任人优先以股份补偿的方式进行利润补偿，不足部分以现金补偿的方式进行利润补偿。

(2) 具体股份补偿数额和现金补偿金额的计算方式如下：

补偿责任人就本条项下补偿义务承担连带责任，并优先以陆慧斐、邓翀所持有受让方股份进行补偿，陆慧斐、邓翀就股份补偿义务按照各自50%比例承担。股份应补偿股份数计算方式如下：

当年应补偿股份数=（标的公司截至当期期末承诺净利润累计数－标的公司截至当期期末考核实现净利润累计数）÷标的公司业绩承诺期间内各年度的承诺净利润数总和×标的资产交易总价格÷发行价格－已补偿股份数量

若补偿责任人持股数量不足以补偿时，差额部分由补偿责任人以现金补偿，并由补偿责任人就上述补偿义务承担连带责任，应补偿现金金额计算方式如下：

当年应补偿现金金额=（每一测算期间应补偿股份数-每一测算期间已补偿股份数）×发行价格-已补偿现金金额。

在计算任一会计年度的当年应补偿股份数或应补偿金额时，若当年应补偿股份数或应补偿金额小于零，则按零取值，已经补偿的股份及金额不冲回。

4、减值测试及补偿

在业绩承诺期间届满且业绩承诺期间最后一个会计年度的《专项审核意见》已经出具后，思美传媒将聘请具有证券从业资格的会计师事务所对标的公司100%股权进行减值测试并出具资产减值测试报告（以下简称“《资产减值测试报告》”）。

根据《资产减值测试报告》，若标的公司100%股权期末减值额>（业绩承诺期间内已补偿股份总数×发行价格+现金补偿金额），则补偿责任人应另行补偿，

补偿责任人就本条项下补偿义务承担连带责任，并优先以陆慧斐、邓翀所持受让方股份进行补偿。陆慧斐、邓翀就股份补偿义务按照各自50%比例承担，应补偿股份数计算方式如下：

应补偿股份数=（标的公司100%股权期末减值额-业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格-业绩承诺期间已补偿现金金额）÷发行价格

若补偿责任人所持思美传媒股份数量不足以补偿的，差额部分由补偿责任人以现金补偿，并由补偿责任人就上述补偿义务承担连带责任，应补偿现金金额计算方式如下：

应补偿现金金额=（标的公司100%股权期末减值额-业绩承诺期间已补偿股份总数×发行价格-业绩承诺期间内已补偿现金金额）-当年可另行补偿的股份数×发行价格。

上述“减值额”为标的资产的初始作价减去标的资产的当期评估值并扣除业绩承诺期间内标的公司股东增资、减资、接受赠与以及利润分配的影响。

5、补偿股份数量的调整

如果利润补偿期内思美传媒实施转增股本或送股而导致补偿责任人持有的思美传媒之股份数量发生变化，则应补偿股份数调整为：当年应补偿股份数（调整后）=当年应补偿股份数×（1+转增或送股比例）

若思美传媒在业绩承诺期间实施现金分红的，现金分红的部分补偿责任人应作相应返还，计算公式为：返还金额=每股已分配现金股利×补偿股份数量。

如因下列原因导致业绩承诺期间内标的公司实际实现的扣除非经常性损益后的净利润累计数小于同期承诺净利润累计数，本协议各方可协商一致，以书面形式对约定的补偿股份数量予以调整：发生签署协议时所不能预见、不能避免、不能克服的任何客观事实，包括但不限于水灾、自然灾害、旱灾、台风、地震及其它自然灾害、交通意外、罢工、骚动、暴乱及战争。上述不可抗力事件导致标的公司发生重大经济损失、经营陷入停顿或市场环境严重恶化的，各方可根据公平原则，结合实际情况协商免除或减轻补偿责任人的补偿责任。

6、利润补偿方式

股份补偿方式首先采用股份回购注销方案，即由思美传媒回购补偿责任人所持有的等同于当年应补偿股份数的思美传媒部分股份，该部分股份不拥有表决权且不享有股利分配的权利。思美传媒应在会计师事务所出具《专项审核意见》后40个工作日内召开董事会及股东大会审议关于回购补偿责任人应补偿的股份并注销的相关方案。

若思美传媒股东大会审议通过该股份回购议案，思美传媒将以人民币1.00元的总价定向回购当年应补偿股份，并予以注销，且同步履行通知债权人等法律、法规关于减少注册资本的相关程序。思美传媒应在股东大会决议公告后10个工作日内将股份回购数量书面通知补偿责任人。补偿责任人有义务协助思美传媒尽快办理该等股份的回购、注销事宜。

若股东大会未能审议通过该股份回购议案，则思美传媒将在股东大会决议公告后10个交易日内书面通知补偿责任人实施股份赠送方案，并在自股东大会决议公告之日起30日内，授权思美传媒董事会按有关规定确定并公告股权登记日，将等同于上述应补偿数量的股份赠送给该股权登记日登记在册的其他股东（指上市公司股东名册上除补偿责任人外的其他股东），上市公司其他股东按其持有的股份数量占股权登记日上市公司扣除补偿责任人合计持有的股份数后的股本数量的比例获赠股份。

如股份补偿数额不足以补偿时，差额部分由补偿责任人在股份补偿的同时，按上述公式计算的应补偿现金金额向上市公司进行现金补偿。

补偿责任人根据其各自转让的标的公司股权比例分担上述应补偿股份数和应补偿现金金额。

7、超额完成业绩的奖励措施

上市公司同意在标的公司2018年度专项审核意见出具后15日内，就业绩承诺期间标的公司各年度累计实现净利润超过各年度累计业绩承诺部分的50%由标的公司以现金方式向转让方及/或由转让方确认的公司员工进行奖励。

业绩承诺期间应实施的奖励金额=(业绩承诺期间累计实现净利润-业绩承诺期间累计承诺净利润)*50%

上述奖励于标的公司2018年度专项审核意见出具后计算确认,具体奖励方案由转让方提交标的公司执行董事审核确认,执行董事于转让方提交上述奖励方案后10日内予以审核,上述奖励应于2018年度专项审核意见出具后15日内发放。如公司核心团队人员截至2018年末离职的人员超过20%、或标的公司对应的商誉发生减值,则取消上述奖励。截至2019年12月31日尚未收回的2018年年末经审计确认的应收账款净额的部分,如就三年实现的超额业绩已经实施了奖励,则转让方应将上述未收回部分补偿给上市公司(转让方补偿金额不超过上述实际发放奖励金额),如后续标的公司收回上述款项,则上市公司应将转让方已经支付的补偿返还转让方。

上述奖励总额不得超过本次交易作价的20%。

(八) 竞业禁止

根据《科翼传播收购协议》,陆慧斐、邓翀承诺,自原合同项下交割日起,陆慧斐、邓翀在标的公司的任职期限应不少于3年即36个月且不早于业绩承诺期届满之日(非因该股东主观原因离职的除外)。若有违约,由违约方向思美传媒承担相当于标的公司本次交易估值总额50%的违约责任。

在标的公司任职期间及离职后2年内,陆慧斐、邓翀承诺自己及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满18周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母、关联方,不得直接或间接从事与上市公司、标的公司及其各自子公司现有业务存在竞争关系的业务,不会自行或与他人联合实施下列任何限制事项:不得在上市公司、标的公司以外,直接或间接通过其他经营主体或以自然人名义从事与上市公司及标的公司相同或相类似的业务;不在同上市公司或标的公司存在相同或者相类似业务的实体任职或者担任任何形式的顾问;不得以上市公司及标的公司以外的名义为上市公司及标的公司客户提供与上市公司及标的公司现有业务相竞争的服务。陆慧斐、邓翀违反本条不竞争承诺的经营利润归上市公司所有,从事上述竞争业务的陆慧斐或邓翀需赔偿上市公司及标的公司因此产生的全部损失。

转让方及标的公司共同保证，于标的公司与团队核心成员签订截止日不早于原合同项下交易实施完毕之日起3年的劳动合同以及承诺其离职后2年内不从事竞争业务的相关协议，促使核心团队在标的股权交割之日起3年即36个月内不得离职，促使核心团队在离职后2年内不得从事竞争业务。

（九）违约责任条款

《科翼传播收购协议》约定的违约责任如下：

协议签署后，除不可抗力以外，任何一方不履行或不及及时、不适当履行协议项下其应履行的任何义务，或违反其在协议项下作出的任何陈述、保证或承诺，或违反协议书签订后至交割日前签订的与协议有关的补充协议、备忘录、单方承诺的，或在协议下的承诺与保证事项有重大不实的或存在虚假陈述的，均构成其违约。

除非协议另有约定，协议成立后（含生效前），如思美传媒提出解除协议或以任何方式拒绝履行协议的，应向转让方支付总额为2,000万元的违约金；转让方提出解除协议或以任何方式拒绝履行协议的，应向思美传媒支付总额为2,000万元的违约金。

如果一方出现协议约定的任一违约，则守约方应书面通知对方予以改正或作出补救措施，并给予对方15个工作日的宽限期。如果宽限期届满违约方仍未适当履行协议或未以守约方满意的方式对违约行为进行补救，则协议自守约方向违约方发出终止协议的通知之日终止，且守约方有权要求违约方支付相当于依据协议项下该违约方所进行的股权交易的交易价款的30%作为违约金，同时，守约方不放弃追究违约方的其他违约责任的权利。

如无特别约定，巧瞰投资、陆慧斐、邓翀相互之间就协议的相关补偿义务、违约责任等承担连带责任。

第十节 本次交易合规性分析

一、本次交易符合《重组管理办法》第十一条相关规定

(一) 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

1、本次交易符合国家产业政策

思美传媒拟通过本次交易取得掌维科技100%股权、观达影视100%股权、科翼传播20%股权，掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，所处行业为数字阅读行业；观达影视主要从事电视剧的策划、制作与发行业务，所处行业为电视剧行业；科翼传播的主营业务是内容整合营销传播服务和内容制作业务，所处行业涉及互联网整合营销行业和综艺节目制作行业。

近年来，国家相继出台了一系列相关政策法规，支持上述相关行业发展，本次交易符合国家产业政策。

2、本次交易符合环境保护、土地管理、反垄断等法律和法规的规定

本次交易不涉及环境保护报批事项，不涉及土地房产的权属转移，不存在违反国家关于土地方面有关法律和行政法规的规定的情形。此外，根据《中华人民共和国反垄断法》的相关规定，上市公司本次收购不构成行业垄断行为，也未违反其他法律和法规的规定。

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规定。

(二) 本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件

本次交易完成后（仅考虑发行股份购买资产部分），思美传媒的股本将增加至 316,868,317 股；若考虑募集配套资金，按照募集配套资金发行股份上限 2,547 万股计算，思美传媒的股本将增加至 342,338,317 股；社会公众股东合计持股比例将不低于本次交易完成后上市公司总股本的 25%。具体情况参见本报告书“重大事项提示”之“九、本次交易对上述公司的影响”之“（一）本次交易对上市公司

股权结构的影响”。因此，本次交易完成后，公司仍满足《公司法》、《证券法》及《上市规则》等法律法规规定的股票上市条件。

因此，本次交易不会导致上市公司的股权结构出现不符合股票上市条件的情形。

（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

本次交易标的资产的定价以具有证券、期货相关业务资格的资产评估机构出具的评估报告中的评估结果为参考基础，最终由交易各方协商确定，资产定价公允，不存在损害公司和股东合法权益的情形。有关本次交易标的资产的定价公平合理性的具体情况详见本报告书“第八节交易标的评估情况”的相关内容。

因此，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。

（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

本次交易的交易对方持有的掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权、科翼传播 20%股权权属清晰，未设置质押权或其他任何第三方权益，不存在被司法查封或冻结的情形，不存在权属纠纷，转让给上市公司不存在法律障碍。本次交易不涉及债权债务转移事宜。

因此，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，本次交易不涉及债权债务转移。

（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，掌维科技、观达影视、科翼传播将成为上市公司的全资子公司，本次交易标的公司的盈利能力较强且在各自业务领域具有较强的市场竞争力，本次交易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。

（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，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的相关规定。

因此，本次交易有利于上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与控股股东及实际控制人保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定。

（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

本次交易前，上市公司已严格按照《公司法》、《证券法》及中国证监会、深圳交易所的相关要求，建立了股东大会、董事会、监事会等组织机构并制定相应的议事规则，具有健全的组织和完善的法人治理结构。本次交易完成后，上市公司将进一步规范管理、完善治理结构、提升经营效率，实现公司及全体股东的长远利益。

因此，本次交易的实施，将有利于上市公司继续保持健全有效的法人治理结构。

二、本次交易符合《重组管理办法》第四十三条相关规定

（一）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；有利于上市公司减少关联交易、避免同业竞争，增强独立性

1、有利于提高上市公司资产质量、改善财务状况、增强持续盈利能力

交易完成后，掌维科技、观达影视、科翼传播将成为上市公司的全资子公司，由于标的公司盈利能力较强且在各自业务领域具有较强的市场竞争力，本次交易有利于上市公司增强持续经营能力。具体请参见本报告书“第十一节管理层讨论与分析”。

同时随着上市公司与各标的公司，及标的公司之间业务协同效应的体现，未来上市公司的竞争力将显著增强，上市公司业务规模和盈利水平也将显著提升。本次交易从根本上符合上市公司及全体股东的利益。因此，本次交易有利于提高上市公司资产质量、改善公司财务状况、增强持续盈利能力。

2、本次交易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

本次交易前，上市公司控股股东及实际控制人及其关联企业不存在经营与思美传媒相同或类似业务的情形，本次交易完成后，公司将持有掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权、科翼传播 100%股权。本次交易前后，公司控股股东及实际控制人未发生变化。因此本次交易完成后，公司与控股股东和实际控制人及其关联企业不存在同业竞争情况。

本次交易前，上市公司已依照《公司法》、《证券法》及中国证监会、深圳证券交易所的有关规定，制定了关联交易管理制度并严格执行。公司监事会、独立董事能够依据相关法律、法规及公司相关管理制度的规定，勤勉尽责，切实履行监督职责，对关联交易及时发表独立意见。本次交易完成后，如未来发生关联交易，将继续遵循公开、公平、公正的原则，严格按照中国证监会、深圳证券交易所及其他有关的法律法规执行并履行披露义务，不会损害上市公司及全体股东的利益。

（二）上市公司最近一年及一期财务会计报告被注册会计师出具无保留意见审计报告

上市公司 2015 年度财务会计报告已经天健会计师审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审〔2016〕5188 号）。

（三）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

截至本报告书签署日，根据上市公司的公告、上市公司及其董事、高级管理人员的承诺，上市公司及现任董事、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。

（四）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

本次交易标的资产为掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权、科翼传播 20%股权，上述股权资产为权属清晰的经营性资产，不存在法律纠纷或其它对权属转移造成限制的情况，股权变更不存在法律障碍，预计能在约定期限内办理完毕权属转移手续。

（五）上市公司为促进产业的整合、转型升级，在其控制权不发生变更的情况下，可以向控股股东、实际控制人或者其控制的关联人之外的特定对象发行股份购买资产

截至本报告书签署日，上市公司总股本为 285,865,230 股，按照本次交易方案，上市公司本次将发行 30,782,587 股股票用于购买资产。拟发行普通股不超过 2,547 万股用于募集配套资金。

本次发行股份及支付现金购买资产前后公司的股权结构变化如下表所示：

主体	股东名称	本次发行股份及支付 现金购买资产前		发行后			
				配套融资前		配套融资后	
		持股数量 (股)	持股比 例 (%)	持股数量 (股)	持股比 例 (%)	持股数量 (股)	持股比 例 (%)
上市公司	朱明虬	131,573,433	45.99	131,573,433	41.52	131,573,433	38.43
	首创投资	16,116,327	5.63	16,116,327	5.09	16,116,327	4.71
	董监高持股	12,096,323	4.23	12,096,323	3.82	12,096,323	3.53
	上市公司现有其他股东	126,299,647	44.15	126,299,647	39.86	126,299,647	36.89
	小计	286,085,730	100.00	286,085,730	90.29	286,085,730	83.57
掌维科技	张子钢	-	-	6,544,905	2.07	6,544,905	1.91
	鼎维投资	-	-	915,371	0.29	915,371	0.27
	张瑾	-	-	640,759	0.20	640,759	0.19
	萌皓投资	-	-	351,502	0.11	351,502	0.10
	张萍	-	-	183,074	0.06	183,074	0.05
	华睿新锐	-	-	366,148	0.12	366,148	0.11
	上哲永晖	-	-	87,875	0.03	87,875	0.03
	张琦	-	-	45,768	0.01	45,768	0.01
观达影视	鹿捷咨询	-	-	16,814,702	5.31	16,814,702	4.91
	芒果投资	-	-	1,102,603	0.35	1,102,603	0.32

	骅伟投资	-	-	275,650	0.09	275,650	0.08
科翼传播	陆慧斐	-	-	1,727,115	0.55	1,727,115	0.50
	邓翀	-	-	1,727,115	0.55	1,727,115	0.50
配套融资认购对象		-	-	-	-	25,470,000	7.44
合计		286,085,730	100.00	316,868,317	100.00	342,338,317	100.00

注：配套融资后的股权结构按募集配套资金发股数量上限计算。

本次交易完成后，朱明虬仍为上市公司的控股股东、实际控制人，因此本次交易不会导致公司控制权的变化。

上市公司拟通过发行股份及支付现金的方式购买掌维科技 100%股权、观达影视 100%股权和科翼传播 20%股权。本次交易完成后，上市公司将横向扩充内容整合营销领域的业务类型，纵向加深公司在内容产业链的布局，逐渐往产业链上游内容端拓展，上市公司与各标的公司间具有良好的协同效益。本次交易系上市公司为促进产业整合，增强与现有主营业务的协同效应而采取的重要举措。

因此，本次交易完成后上市公司的控制权不会发生变更，有利于发挥协同效应，增强上市公司主营业务的核心竞争力。

三、本次交易符合《重组管理办法》第十四条、第四十四条及其适用意见要求

《重组管理办法》第十四条对计算《重组管理办法》第十二条、第十三条规定的比例作出了规定。本次交易拟发行股份及支付现金购买掌维科技100%股权、观达影视100%股权、科翼传播20%股权，本次交易前上市公司于2015年12月收购了科翼传播80%股权，按照《重组管理办法》第十四条规定，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。上市公司收购科翼传播80%股权情况详见本报告书“第十五节 其他重要事项”之“三、上市公司最近十二个月内发生的资产交易情况”。本报告书已按照《重组管理办法》第十四条的规定的对于本次交易是否符合重大资产重组的规定比例进行计算，详见本报告书“重大事项提示”之“六、本次交易构成重大资产重组”，计算过程符合《重组管理办法》第十四条的规定。

《重组管理办法》第四十四条及其适用意见规定及《关于上市公司发行股份

购买资产同时募集配套资金用途等问题与解答》：上市公司发行股份购买资产的，可以同时募集部分配套资金，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》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相关规定，考虑到并购重组的特殊性，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；上市公司发行股份购买资产同时募集的部分配套资金，所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；其中，“拟购买资产交易价格”指本次交易中以发行股份方式购买资产的交易价格，但不包括交易对方在本次交易停牌前六个月内及停牌期间以现金增资入股标的资产部分对应的交易价格。

本次交易募集配套资金扣除本次交易相关费用后，拟投向：65,592.90万元用于向交易对手支付本次交易的现金对价；剩余金额用于掌维科技动漫IP库建设项目，符合《关于上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金用途等问题与解答》关于募集配套资金用途的规定。

同时本次交易思美传媒拟募集配套资金不超过74,143.17万元，本次拟购买资产交易价格为154,708.49万元，其中，以发行股份方式购买资产的交易价格为89,115.59万元，本次交易募集配套资金比例不超过本次拟购买资产交易价格的100%，将一并提交并购重组审核委员会审核。

综上，本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见。

四、不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的不得非公开发行股票的情形

思美传媒不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的以下情形：

- 1、本次发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；
- 2、上市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；
- 3、上市公司及其附属公司违规对外提供担保且尚未解除；

4、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；

5、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；

6、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。保留意见、否定意见或无法表示意见所涉及事项的重大影响已经消除或者本次发行涉及重大重组的除外；

7、严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

因此，本次交易不存在《上市公司证券发行管理办法》第三十九条规定的不得非公开发行股票的情形。

五、关于相关主体是否存在依据《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》第十三条不得参与任何上市公司的重大资产重组的情形的核查

本次发行股份购买资产的交易各方，上市公司及其董事、监事、高级管理人员，上市公司控股股东、实际控制人、各交易对手方均出具了承诺，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。

本次交易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。

本次重组相关主体没有从事内幕交易、操纵证券市场等违法活动，不存在因涉嫌与本次发行股份购买资产相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查且尚未结案的情形，最近36个月内不存在因与本次发行股份购买资产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，从而依据《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》第十三条不得参与任何上市公司重大资产重组的情形。

六、不存在不符合《关于与并购重组行政许可审核相关的私募投资基金备案的问题与解答》相关要求的情形

根据《关于与并购重组行政许可审核相关的私募投资基金备案的问题与解答》的规定：在并购重组行政许可申请中，私募投资基金一般通过五种方式参与：一是上市公司发行股份购买资产申请中，作为发行对象；二是上市公司合并、分立申请中，作为非上市公司（吸并方或非吸并方）的股东；三是配套融资申请中，作为锁价发行对象；四是配套融资申请中，作为询价发行对象；五是要约豁免义务申请中，作为申请人。

本次交易包括发行股份及支付现金购买资产和募集配套资金两部分，发行方式为向发行对象非公开发行A股股票的方式。发行股份购买资产的发行对象为张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、萌皓投资、华睿新锐、上哲永晖、鹿捷咨询、芒果投资、骅伟投资、陆慧斐、邓翀等13名交易对手。

发行股份募集配套资金的发行对象为不超过10名符合条件的特定投资者。

根据《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定，私募投资基金指在中华人民共和国境内，以非公开方式向投资者募集资金以投资活动为目的设立的公司或者合伙企业，不包括境内自然人。

因此，发行股份购买资产的发行对象中，张子钢、张瑾、张萍、张琦、陆慧斐、邓翀为自然人，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所认定的私募股权投资基金范畴，不需要履行相关备案手续。

鼎维投资系由掌维科技员工自愿出资成立的有限合伙企业，其不存在非公开募集资金且资产由基金管理人或普通合伙人管理的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》界定的私募投资基金管理人或私募投资基金，不需要履行登记或备案程序。

萌皓投资为朱江明、刘云珍出资成立的有限合伙企业，其不存在非公开募集资金且资产由基金管理人或普通合伙人管理的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》界定的私募投资基金管理人或私募投资基金，不需要履行登记或备案程序。

鹿捷咨询系由观达影视之核心管理层严俊杰、周丹、沈璐出资成立的有限合

伙企业，其不存在非公开募集资金且资产由基金管理人或普通合伙人管理的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》界定的私募投资基金管理人或私募投资基金，不需要履行登记或备案程序。

华睿新锐的基金管理人为浙江华睿控股有限公司，该公司已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金管理人登记（登记编号：P1001662）；华睿新锐已在中国证券投资基金业协会完成私募基金备案手续（基金编码为：S60900）。

上哲永晖的基金管理人为浙江上哲至成投资管理有限公司，该公司已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金管理人登记（登记编号：P1015709）；上哲永晖系私募投资基金，已在中国证券投资基金业协会完成私募基金备案手续（基金编码：S64770）。

芒果投资的基金管理人为易泽资本管理有限公司，该公司已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金管理人登记（登记编号：P1030146）；芒果投资系私募投资基金，已在中国证券投资基金业协会完成私募基金备案手续（基金编码：SH8856）。

骅伟投资的基金管理人为上海敦鸿资产管理有限公司，该公司已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金管理人登记（登记编号：P1029954）；骅伟投资系私募投资基金，已在中国证券投资基金业协会完成私募基金备案手续（基金编码：SE6208）。

七、本次交易中有关业绩承诺补偿安排的可行性和合理性分析

根据上市公司与标的公司及其股东签署的《购买资产协议》，上市公司与交易对方就标的公司未来实际盈利数不足利润承诺数情况下的补偿安排进行了约定。具体情况详见本报告书“第九节 本次交易合同的主要内容”之“业绩承诺及补偿”相关内容。

根据天健会计师出具的天健审〔2016〕7827号《审阅报告》计算得出，本次交易不会摊薄公司每股收益。

因此，交易各方约定的利润承诺补偿安排具有合理性和可行性。本次交易不会摊薄上市公司当期基本每股收益。

八、交易对方是否涉及有限合伙、资管计划、理财产品、以持有标的资产股份为目的的公司

本次交易的交易对方包括：观达影视现股东鹿捷咨询、青春旋风、骅伟投资、芒果文创；掌维科技现股东张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、萌皓投资、华睿文华、华睿新锐、上哲永晖；科翼传播现股东陆慧斐、邓翀。其中，鹿捷咨询、青春旋风、骅伟投资、芒果文创、鼎维投资、萌皓投资、华睿文华、华睿新锐、上哲永晖系有限合伙企业，张子钢、张瑾、张萍、张琦、陆慧斐、邓翀系自然人。

经交易对手确认，并经核查，本次交易的交易对手中不包括资管计划、理财产品、以持有标的资产股份为目的的公司。

本次交易对手中的有限合伙企业穿透披露至最终出资的法人或自然人的情况如下：

（1）鼎维投资

鼎维投资于2015年8月通过增资取得掌维科技股权，其全体合伙人出资及取得权益情况如下：

序号	合伙人/最终股东	出资方式	出资比例	取得权益的时间	资金来源
1	张子钢	货币	70.10%	2015年7月	自有资金
2	张勇	货币	6.00%	2015年7月	自有资金
3	黄蓉蓉	货币	2.50%	2015年7月	自有资金
4	秦财平	货币	2.00%	2015年7月	自有资金
5	宋栋波	货币	2.00%	2015年7月	自有资金
6	史丰	货币	2.00%	2015年7月	自有资金
7	徐鑫	货币	2.00%	2015年7月	自有资金
8	何鑫	货币	2.00%	2015年12月	自有资金
9	陈梦	货币	1.60%	2015年7月	自有资金
10	刘慧	货币	1.00%	2015年12月	自有资金
11	朱文忠	货币	0.80%	2015年7月	自有资金
12	周婷	货币	0.80%	2015年7月	自有资金

13	周绪凤	货币	0.80%	2015年7月	自有资金
14	张宁宁	货币	0.80%	2015年7月	自有资金
15	章涛	货币	0.80%	2015年7月	自有资金
16	刘嵘	货币	0.80%	2015年7月	自有资金
17	潘霞萍	货币	0.80%	2015年7月	自有资金
18	刘娟	货币	0.80%	2015年7月	自有资金
19	李怀亮	货币	0.80%	2015年7月	自有资金
20	周灵杰	货币	0.50%	2015年7月	自有资金
21	邓三萍	货币	0.50%	2015年12月	自有资金
22	王进玉	货币	0.30%	2015年7月	自有资金
23	支路路	货币	0.30%	2015年7月	自有资金

(2) 萌皓投资

萌皓投资于2015年8月通过股权受让取得掌维科技股权，其全体合伙人出资及取得权益情况如下：

序号	股东	出资方式	出资比例	取得权益的时间	资金来源
1	朱江明	货币	70%	2015年7月	自有资金
2	刘云珍	货币	30%	2015年7月	自有资金

(3) 华睿文华

华睿文华于2015年8月通过股权受让及增资取得掌维科技股权，其全体合伙人出资及取得权益情况如下：

序号	股东	出资方式	出资比例	取得权益的时间	资金来源
1	浙江富华睿银投资管理有限公司	货币	5.81%	2016年7月	自有资金
1-1	宗佩民	货币	74.00%	2015年12月	自有资金
1-2	张旭伟	货币	8.00%	2015年12月	自有资金
1-3	寿志萍	货币	7.00%	2015年12月	自有资金
1-4	陈蕴涵	货币	6.00%	2015年12月	自有资金
1-5	曹志为	货币	5.00%	2015年12月	自有资金
2	五都投资有限公司	货币	7.75%	2015年6月	自有资金
2-1	浙江日发控股集团有 限公司	货币	100%	2008年4月	自有资金

2-1-1	吴捷	货币	34.14%	1997年2月	自有资金
2-1-2	吴良定	货币	13.48%	1997年2月	自有资金
2-1-3	陈爱莲	货币	3.29%	1997年2月	自有资金
2-1-4	俞浩铭	货币	2.76%	1997年2月	自有资金
2-1-5	俞少怀	货币	2.74%	1997年2月	自有资金
2-1-6	沈迪	货币	2.22%	1997年2月	自有资金
2-1-7	石季芳	货币	2.15%	1997年2月	自有资金
2-1-8	俞海云	货币	2.14%	1997年2月	自有资金
2-1-9	王本善	货币	1.87%	1997年2月	自有资金
2-1-10	郑和军	货币	1.78%	1997年2月	自有资金
2-1-11	余兴焕	货币	1.61%	1997年2月	自有资金
2-1-12	章贤妃	货币	1.44%	1997年2月	自有资金
2-1-13	何旭平	货币	1.30%	1997年2月	自有资金
2-1-14	王勇	货币	1.25%	1997年2月	自有资金
2-1-15	吴楠	货币	1.12%	1997年2月	自有资金
2-1-16	石其忠	货币	0.89%	1997年2月	自有资金
2-1-17	董益光	货币	0.87%	1997年2月	自有资金
2-1-18	郑廷钢	货币	0.79%	1997年2月	自有资金
2-1-19	王文林	货币	0.78%	1997年2月	自有资金
2-1-20	厉永江	货币	0.42%	1997年2月	自有资金
2-1-21	王吉	货币	0.42%	1997年2月	自有资金
2-1-22	董仲南	货币	0.32%	1997年2月	自有资金
2-1-23	丁金潮	货币	0.16%	1997年2月	自有资金
2-1-24	盛伟良	货币	0.16%	1997年2月	自有资金
2-1-25	新昌县财通惠信息服务合伙企业（普通合伙）	货币	21.92%	2011年7月	自有资金
2-1-25-1	许金开	货币	10.38%	2011年7月	自有资金
2-1-25-2	毕琳	货币	7.56%	2011年7月	自有资金
2-1-25-3	俞晶桥	货币	2.91%	2011年7月	自有资金
2-1-25-4	陈红	货币	2.52%	2011年7月	自有资金
2-1-25-5	赵叶萍	货币	2.46%	2011年7月	自有资金
2-1-25-6	俞长春	货币	2.28%	2011年7月	自有资金
2-1-25-7	孙江春	货币	2.13%	2011年7月	自有资金

2-1-25-8	俞军	货币	2.04%	2011年7月	自有资金
2-1-25-9	吕俊	货币	1.92%	2011年7月	自有资金
2-1-25-10	陈晓光	货币	1.92%	2011年7月	自有资金
2-1-25-11	梁海青	货币	1.92%	2011年7月	自有资金
2-1-25-12	梁萌敏	货币	1.90%	2011年7月	自有资金
2-1-25-13	石史丰	货币	1.77%	2011年7月	自有资金
2-1-25-14	章陆军	货币	1.77%	2011年7月	自有资金
2-1-25-15	吴志江	货币	1.65%	2011年7月	自有资金
2-1-25-16	周志越	货币	1.60%	2011年7月	自有资金
2-1-25-17	俞均兴	货币	1.44%	2011年7月	自有资金
2-1-25-18	刘晓良	货币	1.44%	2011年7月	自有资金
2-1-25-19	魏旭峰	货币	1.44%	2011年7月	自有资金
2-1-25-20	邵鸿	货币	1.44%	2011年7月	自有资金
2-1-25-21	王新奎	货币	1.38%	2011年7月	自有资金
2-1-25-22	吴乐定	货币	1.20%	2011年7月	自有资金
2-1-25-23	吴锦华	货币	1.20%	2011年7月	自有资金
2-1-25-24	吕永新	货币	1.20%	2011年7月	自有资金
2-1-25-25	丁亚灿	货币	1.08%	2011年7月	自有资金
2-1-25-26	赵红波	货币	1.05%	2011年7月	自有资金
2-1-25-27	俞晓平	货币	1.02%	2011年7月	自有资金
2-1-25-28	张卓挺	货币	1.02%	2011年7月	自有资金
2-1-25-29	吴樱妃	货币	1.02%	2011年7月	自有资金
2-1-25-30	陆平山	货币	0.96%	2011年7月	自有资金
2-1-25-31	周国祥	货币	0.94%	2011年7月	自有资金
2-1-25-32	盛一平	货币	0.92%	2011年7月	自有资金
2-1-25-33	王洪贵	货币	0.90%	2011年7月	自有资金
2-1-25-34	潘永良	货币	0.86%	2011年7月	自有资金
2-1-25-35	张晓峰	货币	0.86%	2011年7月	自有资金
2-1-25-36	黄海波	货币	0.86%	2011年7月	自有资金
2-1-25-37	俞利民	货币	0.84%	2011年7月	自有资金
2-1-25-38	夏新	货币	0.78%	2011年7月	自有资金
2-1-25-39	夏越璋	货币	0.72%	2011年7月	自有资金
2-1-25-40	徐桂兰	货币	0.72%	2011年7月	自有资金
2-1-25-41	施松茂	货币	0.72%	2011年7月	自有资金

2-1-25-42	费国江	货币	0.72%	2011年7月	自有资金
2-1-25-43	周有来	货币	0.72%	2011年7月	自有资金
2-1-25-44	袁永	货币	0.72%	2011年7月	自有资金
2-1-25-45	杨安铨	货币	0.72%	2011年7月	自有资金
2-1-25-46	杨吉光	货币	0.72%	2011年7月	自有资金
2-1-25-47	杨宇超	货币	0.72%	2011年7月	自有资金
2-1-25-48	叶岚	货币	0.72%	2011年7月	自有资金
2-1-25-49	石小东	货币	0.60%	2011年7月	自有资金
2-1-25-50	袁芳	货币	0.60%	2011年7月	自有资金
2-1-25-51	王国洋	货币	0.60%	2011年7月	自有资金
2-1-25-52	王炜	货币	0.60%	2013年10月	自有资金
2-1-25-53	师超	货币	0.58%	2011年7月	自有资金
2-1-25-54	袁伟琳	货币	0.58%	2011年7月	自有资金
2-1-25-55	俞小富	货币	0.55%	2011年7月	自有资金
2-1-25-56	徐美英	货币	0.51%	2011年7月	自有资金
2-1-25-57	王一明	货币	0.48%	2011年7月	自有资金
2-1-25-58	程卫平	货币	0.48%	2011年7月	自有资金
2-1-25-59	任正法	货币	0.48%	2011年7月	自有资金
2-1-25-60	曹大友	货币	0.45%	2011年7月	自有资金
2-1-25-61	阮铃俐	货币	0.45%	2011年7月	自有资金
2-1-25-62	张晓锋	货币	0.44%	2011年7月	自有资金
2-1-25-63	张宪军	货币	0.43%	2011年7月	自有资金
2-1-25-64	黄尔平	货币	0.39%	2011年7月	自有资金
2-1-25-65	陆修晶	货币	0.36%	2013年10月	自有资金
2-1-25-66	梁文波	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-67	郭云龙	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-68	王莲莲	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-69	张恩	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-70	王林海	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-71	王新军	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-72	俞文进	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-73	钟福来	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-74	庄渊萍	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-75	吕洪光	货币	0.36%	2011年7月	自有资金

2-1-25-76	陈晓明	货币	0.36%	2011年7月	自有资金
2-1-25-77	李燕	货币	0.34%	2014年9月	自有资金
2-1-25-78	张勇	货币	0.34%	2011年7月	自有资金
2-1-25-79	张丽英	货币	0.34%	2013年10月	自有资金
2-1-25-80	章慧勇	货币	0.31%	2014年9月	自有资金
2-1-25-81	陈元妹	货币	0.30%	2011年7月	自有资金
2-1-25-82	沈国庆	货币	0.30%	2011年7月	自有资金
2-1-25-83	顾利江	货币	0.30%	2011年7月	自有资金
2-1-25-84	周健颖	货币	0.30%	2011年7月	自有资金
2-1-25-85	张梅妃	货币	0.30%	2011年7月	自有资金
2-1-25-86	李晓东	货币	0.29%	2011年7月	自有资金
2-1-25-87	陈敏	货币	0.27%	2013年10月	自有资金
2-1-25-88	吴国民	货币	0.24%	2011年7月	自有资金
2-1-25-89	刘岳敏	货币	0.24%	2011年7月	自有资金
2-1-25-90	章列平	货币	0.24%	2015年9月	自有资金
2-1-25-91	何永明	货币	0.24%	2011年7月	自有资金
2-1-25-92	王金喜	货币	0.24%	2011年7月	自有资金
2-1-25-93	秦群艳	货币	0.24%	2013年10月	自有资金
2-1-25-94	求永南	货币	0.24%	2014年9月	自有资金
2-1-25-95	金坤	货币	0.22%	2011年7月	自有资金
2-1-25-96	何小芹	货币	0.19%	2013年10月	自有资金
2-1-25-97	陈伟明	货币	0.18%	2013年10月	自有资金
2-1-25-98	丁新良	货币	0.18%	2011年7月	自有资金
2-1-25-99	周伟勇	货币	0.17%	2014年9月	自有资金
2-1-25-100	黄林军	货币	0.17%	2011年7月	自有资金
2-1-25-101	陈韩霞	货币	0.15%	2011年7月	自有资金
2-1-25-102	俞彭飞	货币	0.15%	2011年7月	自有资金
2-1-25-103	王建明	货币	0.15%	2011年7月	自有资金
2-1-25-104	石尧军	货币	0.15%	2011年7月	自有资金
2-1-25-105	李永华	货币	0.15%	2011年7月	自有资金
2-1-25-106	石林妃	货币	0.15%	2011年7月	自有资金
2-1-25-107	梅亚辉	货币	0.15%	2011年7月	自有资金
2-1-25-108	李秀月	货币	0.15%	2011年7月	自有资金
2-1-25-109	刘继峰	货币	0.14%	2014年9月	自有资金

2-1-25-110	张美英	货币	0.14%	2013 年 10 月	自有资金
2-1-25-111	张亚英	货币	0.14%	2013 年 10 月	自有资金
2-1-25-112	吕靖	货币	0.12%	2014 年 9 月	自有资金
2-1-25-113	董亚军	货币	0.12%	2014 年 9 月	自有资金
2-1-25-114	张伟松	货币	0.12%	2014 年 9 月	自有资金
2-1-25-115	潘玮	货币	0.12%	2014 年 9 月	自有资金
2-1-25-116	石晓江	货币	0.12%	2011 年 7 月	自有资金
2-1-25-117	金维斌	货币	0.12%	2015 年 9 月	自有资金
2-1-25-118	杨鑫忠	货币	0.12%	2013 年 10 月	自有资金
2-1-25-119	陈勇	货币	0.12%	2011 年 7 月	自有资金
2-1-25-120	李灿英	货币	0.12%	2013 年 10 月	自有资金
2-1-25-121	俞桂燕	货币	0.12%	2013 年 10 月	自有资金
2-1-25-122	石贤兴	货币	0.09%	2011 年 7 月	自有资金
2-1-25-123	王罡	货币	0.08%	2013 年 10 月	自有资金
2-1-25-124	吕明夫	货币	0.08%	2013 年 10 月	自有资金
2-1-25-125	潘伟民	货币	0.06%	2014 年 9 月	自有资金
2-1-25-126	朱美君	货币	0.02%	2013 年 10 月	自有资金
2-1-25-127	陈晓光	货币	0.30%	2011 年 7 月	自有资金
3	浙江磐道投资管理有限公司	货币	3.88%	2015 年 6 月	自有资金
3-1	浙江华成控股集团有限公司	货币	60%	2014 年 4 月	自有资金
3-1-1	沈凤飞	货币	51%	2000 年 3 月	自有资金
3-1-2	沈波	货币	36.5%	2000 年 3 月	自有资金
3-1-3	胡赵娟	货币	12.5%	2000 年 3 月	自有资金
3-2	浙江华成置业发展有限公司	货币	40%	2014 年 4 月	自有资金
3-2-1	沈波	货币	72.5%	2016 年 7 月	自有资金
3-2-2	浙江华成控股集团有限公司	货币	27.5%	2000 年 1 月	自有资金
4	美好资本投资股份有限公司	货币	3.88%	2015 年 6 月	自有资金
4-1	杭州东颖投资咨询有限公司	货币	1.27%	2010 年 7 月	自有资金
4-1-1	沈月华	货币	90%	2009 年 6 月	自有资金
4-1-2	金辰	货币	10%	2007 年 6 月	自有资金

4-2	美好控股集团有限公司	货币	98.73%	2008年3月	自有资金
4-2-1	金粮	货币	6.25%	2001年3月	自有资金
4-2-2	杭州东颖投资咨询有限公司	货币	93.75%	2009年3月	自有资金
5	浙江出版集团投资有限公司	货币	3.88%	2015年6月	自有资金
5-1	浙江出版联合集团有限公司	货币	100%	2002年6月	自有资金
5-1-1	浙江省人民政府	货币	100%	2006年12月	自有资金
6	杭州嘉银投资有限公司	货币	3.88%	2015年6月	自有资金
6-1	翁健	货币	10%	2009年11月	自有资金
6-2	孔小仙	货币	90%	2008年11月	自有资金
7	浙江巨擎投资有限公司	货币	3.88%	2015年6月	自有资金
7-1	杭州热联集团股份有限公司	货币	100%	2011年8月	自有资金
7-1-1	蒋元庆	货币	2.43%	2001年3月	自有资金
7-1-2	吕永洪	货币	1.57%	2001年3月	自有资金
7-1-3	蒋元顺	货币	1.46%	2001年3月	自有资金
7-1-4	胡浩	货币	0.90%	2001年3月	自有资金
7-1-5	晏浩	货币	0.75%	2001年3月	自有资金
7-1-6	张铝勇	货币	0.72%	2001年3月	自有资金
7-1-7	何秀惠	货币	0.55%	2001年3月	自有资金
7-1-8	吴晓炜	货币 其他	0.44%	2012年7月	自有资金
7-1-9	厉益	货币	0.40%	2001年3月	自有资金
7-1-10	陈瑾	货币	0.39%	2001年3月	自有资金
7-1-11	李丰华	货币	0.28%	2007年6月	自有资金
7-1-12	胡克平	货币	0.26%	2001年3月	自有资金
7-1-13	王虹	货币 其他	0.23%	2009年12月	自有资金
7-1-14	俞李杰	货币	0.23%	2012年7月	自有资金
7-1-15	周伟	货币 其他	0.23%	2001年3月	自有资金
7-1-16	赵三军	货币	0.22%	2014年12月	自有资金
7-1-17	周南	货币 其他	0.20%	2006年12月	自有资金

7-1-18	王晓禹	其他	0.19%	2008 年 9 月	自有资金
7-1-19	张玺	货币 其他	0.17%	2012 年 7 月	自有资金
7-1-20	周涛	货币 其他	0.16%	2009 年 12 月	自有资金
7-1-21	蒋宏华	货币 其他	0.15%	2012 年 7 月	自有资金
7-1-22	蒋明	货币 其他	0.15%	2010 年 7 月	自有资金
7-1-23	张瑞荣	货币 其他	0.13%	2009 年 12 月	自有资金
7-1-24	吴伟萍	货币	0.11%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-25	严晓燕	货币	0.11%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-26	曹丽慧	货币 其他	0.09%	2010 年 7 月	自有资金
7-1-27	杜晋华	货币 其他	0.09%	2009 年 12 月	自有资金
7-1-28	郝启林	货币 其他	0.09%	2010 年 7 月	自有资金
7-1-29	严鑫	货币 其他	0.09%	2012 年 7 月	自有资金
7-1-30	裘立	货币 其他	0.08%	2010 年 7 月	自有资金
7-1-31	钱炜	货币 其他	0.07%	2012 年 7 月	自有资金
7-1-32	杨丽娟	货币 其他	0.07%	2012 年 7 月	自有资金
7-1-33	张宇	货币	0.07%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-34	陈洁	货币	0.06%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-35	瞿胤彦	货币	0.05%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-36	陈立峰	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-37	李鲁越	其他	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-38	李庆法	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-39	刘杨	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-40	钱美琴	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-41	滕云	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-42	张慧慧	其他	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-43	章云	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-44	邹晓望	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金

7-1-45	柴朝林	货币	0.03%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-46	陈瑛	货币	0.03%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-47	邓沙	货币	0.03%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-48	蒋丽君	货币	0.03%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-49	李子雄	货币	0.03%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-50	徐婧	货币	0.03%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-51	余安南	货币 其他	0.03%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-52	俞程铭	货币	0.03%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-53	张安琪	货币	0.03%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-54	章乐	货币	0.03%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-55	丁斌	货币	0.02%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-56	丁淼淼	货币	0.02%	2016 年 1 月	自有资金
7-1-57	蒋晓燕	货币	0.02%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-58	李红利	货币	0.02%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-59	李乃燕	货币	0.02%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-60	卢青	货币	0.02%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-61	毛远淑	货币	0.02%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-62	穆雨燕	货币	0.02%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-63	王伟	货币	0.02%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-64	谢磊	货币	0.02%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-65	颜元怡	货币	0.02%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-66	俞一俊	货币	0.02%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-67	张峰	货币	0.02%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-68	张季磊	货币	0.02%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-69	郑增珠	货币	0.02%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70	杭州汽轮投资股份有 限公司	货币	50%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-1	蒋元庆	货币	4.86%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-2	吕永洪	货币	3.15%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-3	蒋元顺	货币	2.92%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-4	胡浩	货币	1.79%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-5	晏浩	货币	1.50%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-6	张铝勇	货币	1.44%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-7	何秀惠	货币	1.10%	2014 年 12 月	自有资金

7-1-70-8	吴晓炜	货币	0.88%	2014年12月	自有资金
7-1-70-9	厉益	货币	0.81%	2014年12月	自有资金
7-1-70-10	陈瑾	货币	0.78%	2014年12月	自有资金
7-1-70-11	李丰华	货币	0.56%	2014年12月	自有资金
7-1-70-12	胡克平	货币	0.52%	2014年12月	自有资金
7-1-70-13	王虹	货币	0.46%	2014年12月	自有资金
7-1-70-14	周伟	货币	0.46%	2014年12月	自有资金
7-1-70-15	俞李杰	货币	0.45%	2014年12月	自有资金
7-1-70-16	赵三军	货币	0.45%	2014年12月	自有资金
7-1-70-17	周南	货币	0.41%	2014年12月	自有资金
7-1-70-18	王晓禹	货币	0.38%	2014年12月	自有资金
7-1-70-19	张玺	货币	0.33%	2014年12月	自有资金
7-1-70-20	周涛	货币	0.33%	2014年12月	自有资金
7-1-70-21	蒋宏华	货币	0.31%	2014年12月	自有资金
7-1-70-22	蒋明	货币	0.30%	2014年12月	自有资金
7-1-70-23	张瑞荣	货币	0.26%	2014年12月	自有资金
7-1-70-24	吴伟萍	货币	0.22%	2014年12月	自有资金
7-1-70-25	严晓燕	货币	0.21%	2014年12月	自有资金
7-1-70-26	郝启林	货币	0.19%	2014年12月	自有资金
7-1-70-27	严鑫	货币	0.18%	2014年12月	自有资金
7-1-70-28	曹丽慧	货币	0.17%	2014年12月	自有资金
7-1-70-29	杜晋华	货币	0.17%	2014年12月	自有资金
7-1-70-30	裘立	货币	0.17%	2014年12月	自有资金
7-1-70-31	钱炜	货币	0.14%	2014年12月	自有资金
7-1-70-32	杨丽娟	货币	0.14%	2014年12月	自有资金
7-1-70-33	张宇	货币	0.14%	2014年12月	自有资金
7-1-70-34	陈洁	货币	0.12%	2014年12月	自有资金
7-1-70-35	瞿胤彦	货币	0.10%	2016年6月	自有资金
7-1-70-36	陈立峰	货币	0.08%	2016年6月	自有资金
7-1-70-37	李鲁越	货币	0.08%	2014年12月	自有资金
7-1-70-38	李庆法	货币	0.08%	2014年12月	自有资金
7-1-70-39	刘杨	货币	0.08%	2016年6月	自有资金
7-1-70-40	钱美琴	货币	0.08%	2014年12月	自有资金
7-1-70-41	滕云	货币	0.08%	2014年12月	自有资金

7-1-70-42	张慧慧	货币	0.08%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-43	章云	货币	0.08%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-44	邹晓望	货币	0.08%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-45	蒋丽君	货币	0.07%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-46	柴朝林	货币	0.06%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-47	陈瑛	货币	0.06%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-48	邓沙	货币	0.06%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-49	李子雄	货币	0.06%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-50	徐婧	货币	0.06%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-51	余安南	货币	0.06%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-52	俞程铭	货币	0.06%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-53	张安琪	货币	0.06%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-54	章乐	货币	0.06%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-55	丁斌	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-56	丁淼淼	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-57	蒋晓燕	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-58	李红利	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-59	李乃燕	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-60	卢青	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-61	毛远淑	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-62	穆雨燕	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-63	王伟	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-64	谢磊	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-65	颜元怡	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-66	俞一俊	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-67	张峰	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-68	张季磊	货币	0.04%	2016 年 6 月	自有资金
7-1-70-69	郑增珠	货币	0.04%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-70	杭州汽轮动力集团有 限公司	货币	51%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-70-1	杭州市国资委	货币 其他	100%	1992 年 12 月	自有资金
7-1-70-71	天津京裕正大建筑材 料有限公司	货币	10.36%	2014 年 12 月	自有资金
7-1-70-71-1	付乃忠	货币	48.44%	2010 年 7 月	自有资金

7-1-70-71-2	邵义东	货币	51.56%	2010年7月	自有资金
7-1-70-72	辛集市海昇投资管理 有限公司	货币	10.36%	2014年12月	自有资金
7-1-70-72-1	黄建平	货币	95%	2015年12月	自有资金
7-1-70-72-2	薛英来	货币	5%	2015年12月	自有资金
7-1-71	杭州汽轮动力集团有 限公司	货币	25.5%	2001年3月	自有资金
7-1-71-1	杭州市国资委	货币 其他	100%	1992年12月	自有资金
7-1-72	天津京裕正大建筑材 料有限公司	货币	5.18%	2012年7月	自有资金
7-1-72-1	付乃忠	货币	48.44%	2010年7月	自有资金
7-1-72-2	邵义东	货币	51.56%	2010年7月	自有资金
7-1-73	辛集市海昇投资管理 有限公司	货币	5.18%	2012年7月	自有资金
7-1-73-1	黄建平	货币	95%	2015年12月	自有资金
7-1-73-2	薛英来	货币	5%	2015年12月	自有资金
8	浙江诸暨惠风创业投 资有限公司	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
8-1	赵林中	货币	38.77%	2008年8月	自有资金
8-2	傅国柱	货币	8.44%	2008年8月	自有资金
8-3	应叶华	货币	6.65%	2008年8月	自有资金
8-4	陈黎伟	货币	6.08%	2008年8月	自有资金
8-5	王坚	货币	5.42%	2008年8月	自有资金
8-6	骆丹君	货币	4.80%	2008年8月	自有资金
8-7	何海清	货币	4.05%	2008年8月	自有资金
8-8	郭晓映	货币	4.01%	2008年8月	自有资金
8-9	杨雷	货币	3.98%	2008年8月	自有资金
8-10	杨陆军	货币	3.75%	2008年8月	自有资金
8-11	马力	货币	2.75%	2008年8月	自有资金
8-12	何平	货币	2.59%	2008年8月	自有资金
8-13	赵育	货币	2.45%	2008年8月	自有资金
8-14	赵海	货币	1.81%	2008年8月	自有资金
8-15	周相根	货币	1.77%	2008年8月	自有资金
8-16	蔡育清	货币	1.66%	2008年8月	自有资金
8-17	卢伯军	货币	1.02%	2008年8月	自有资金

9	陈英骅	货币	5.81%	2015年6月	自有资金
10	施国荣	货币	3.88%	2015年6月	自有资金
11	李立峰	货币	3.88%	2015年6月	自有资金
12	马玲	货币	2.71%	2015年6月	自有资金
13	倪宗杰	货币	2.33%	2015年6月	自有资金
14	陈德馨	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
15	应炳杨	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
16	夏赛丽	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
17	张利福	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
18	吴始禄	货币	1.94%	2015年12月	自有资金
19	姚春芬	货币	1.94%	2015年12月	自有资金
20	童引南	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
21	余军	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
22	林金仪	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
23	章贤妃	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
24	潘美珍	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
25	戴峰	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
26	朱超	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
27	丁闻雁	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
28	陈建良	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
29	姚吉春	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
30	高其伟	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
31	张陆兴	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
32	李波	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
33	沈宝兴	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
34	李明	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
35	徐红霞	货币	1.94%	2015年6月	自有资金
36	郭华情	货币	1.94%	2016年7月	自有资金
37	宗佩民	货币	1.94%	2015年6月	自有资金

(4) 华睿新锐

华睿新锐于2015年8月通过股权受让取得掌维科技股权，其全体合伙人出资及取得权益情况如下：

序号	股东	出资方式	出资比例	取得权益的时间	资金来源
1	浙江磐道投资管理有限公司（华睿文华-3）	货币	9.52%	2015 年 6 日	自有资金
2	美好资本投资股份有限公司（华睿文华-4）	货币	9.52%	2015 年 6 日	自有资金
3	杭州嘉银投资有限公司（华睿文华-6）	货币	4.76%	2015 年 6 日	自有资金
4	浙江华睿控股有限公司	货币	1.90%	2015 年 6 日	自有资金
4-1	宗佩民	货币	71.00%	2002 年 8 月	自有资金
4-2	张旭伟	货币	8.00%	2010 年 4 月	自有资金
4-3	寿志萍	货币	7.00%	2012 年 11 月	自有资金
4-4	康伟	货币	7.00%	2009 年 2 月	自有资金
4-5	曹含澍	货币	5.00%	2014 年 9 月	自有资金
4-6	陈蕴涵	货币	2.00%	2014 年 9 月	自有资金
5	浙江凤鸣道实业有限公司	货币	1.90%	2015 年 6 月	自有资金
5-1	徐孝方	货币	90%	2010 年 12 月	自有资金
5-2	徐冠明	货币	10%	2010 年 12 月	自有资金
6	浙江诸暨惠风创业投资有限公司（华睿文华-8）	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
7	吴铮	货币	4.76%	2015 年 6 月	自有资金
8	郭锦江	货币	4.76%	2015 年 6 月	自有资金
9	施国荣	货币	4.76%	2015 年 6 月	自有资金
10	李立峰	货币	4.76%	2015 年 6 月	自有资金
11	余军	货币	4.76%	2015 年 6 月	自有资金
12	吴荣金	货币	2.86%	2015 年 6 月	自有资金
13	许凌云	货币	2.86%	2015 年 6 月	自有资金
14	李波	货币	2.86%	2015 年 6 月	自有资金
15	杨一萍	货币	2.86%	2015 年 6 月	自有资金
16	章贤妃	货币	1.90%	2015 年 6 月	自有资金
17	竺素娥	货币	1.90%	2015 年 6 月	自有资金
18	潘美珍	货币	1.90%	2015 年 6 月	自有资金
19	张诚	货币	1.90%	2015 年 6 月	自有资金
20	范周春	货币	1.90%	2015 年 6 月	自有资金
21	吴丽生	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
22	杨英智	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金

23	陈燕华	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
24	黄永毅	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
25	丁闻雁	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
26	李建东	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
27	郑瑜	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
28	田仕华	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
29	郑秀林	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
30	钱勤	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
31	颜阿龙	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
32	潘凤珍	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
33	梁流芳	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
34	徐秀品	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
35	朱志灵	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
36	朱超	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
37	杨钦飏	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
38	周云祥	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
39	高其伟	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
40	郑建立	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
41	高书芳	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
42	赵俊	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
43	方小军	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
44	马新荣	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
45	施启超	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
46	潘云飞	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
47	周一琼	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金
48	张丹琴	货币	0.95%	2015 年 6 月	自有资金

(5) 上哲永晖

上哲永晖于 2015 年 8 月通过股权受让取得掌维科技股权，其全体合伙人出资及取得权益情况如下：

序号	股东	出资方式	出资比例	取得权益的时间	资金来源
1	浙江上哲至成投资管理有限公司	货币	0.1%	2015 年 7 月	自有资金

1-1	郑清	货币	90.00%	2014 年 3 月	自有资金
1-2	李海燕	货币	10.00%	2014 年 3 月	自有资金
2	陈丽芳	货币	39.90%	2015 年 7 月	自有资金
3	石婕露	货币	20.00%	2015 年 7 月	自有资金
4	石冰	货币	20.00%	2015 年 7 月	自有资金
5	方君英	货币	10.00%	2015 年 7 月	自有资金
6	潘惠民	货币	10.00%	2015 年 7 月	自有资金

(6) 鹿捷咨询

鹿捷咨询于 2016 年 6 月通过股权受让取得观达影视股权，其全体合伙人出资及取得权益情况如下：

序号	股东	出资方式	出资比例	取得权益的时间	资金来源
1	周丹	货币	40%	2016 年 4 月	自有资金
2	沈璐	货币	30%	2016 年 4 月	自有资金
3	严俊杰	货币	30%	2016 年 4 月	自有资金

(7) 芒果文创

芒果文创于 2015 年 12 月签订相应股权转让合同、2016 年 3 月办理完成股权转让的工商变更登记，通过上述股权受让方取得观达影视股权，其全体合伙人出资及取得权益情况如下：

序号	股东	出资方式	出资比例	取得权益的时间	资金来源
1	易泽资本管理有限公司	货币	0.06%	2015 年 12 月	自有资金
1-1	厦门建发新兴产业股权投资有限责任公司	货币	7%	2016 年 2 月	自有资金
1-1-1	厦门建发集团有限公司	货币	90%	2014 年 12 月	自有资金
1-1-1-1	厦门市人民政府国有资产监督管理委员会	货币	100%	2000 年 12 月	自有资金
1-1-2	厦门华益工贸有限公司	货币	10%	2014 年 12 月	自有资金
1-1-2-1	厦门建发集团有限公司 (1-1-1)	货币	100%	1996 年 1 月	自有资金
1-2	中南红文化集团股份有限公司 (证券代码：002445)	货币	13%	2015 年 12 月	自有资金
1-3	芒果传媒有限公司	货币	40%	2015 年 12 月	自有资金

1-3-1	湖南广播电视台	货币	100%	2007年7月	自有资金
1-4	上海敦惠企业管理咨询中心 (有限合伙)	货币	40%	2016年2月	自有资金
1-4-1	上海麓柏企业管理 咨询有限公司	货币	0.5%	2016年7月	自有资金
1-4-1-1	黄国雄	货币	60%	2016年2月	自有资金
1-4-1-2	袁国良	货币	40%	2016年2月	自有资金
1-4-2	黄国雄	货币	59.5%	2016年7月	自有资金
1-4-3	袁国良	货币	40%	2016年7月	自有资金
2	中南红文化集团股份 有限公司(1-2)	货币	16.36%	2015年12月	自有资金
3	芒果传媒有限公司(1-3)	货币	16.04%	2015年12月	自有资金
4	上海兴晟股权投资 管理有限公司	货币	9.62%	2016年3月	自有资金
4-1	兴业财富资产管理有限公司	货币	100%	2014年12月	自有资金
4-1-1	兴业基金管理有限公司	货币	100%	2013年6月	自有资金
4-1-1-1	兴业银行股份有限公司 (证券代码: 601166)	货币	90%	2013年4月	自有资金
4-1-1-2	中海集团投资有限公司	货币	10%	2013年4月	自有资金
4-1-1-2-1	中海集装箱运输股份有限公 司 (证券代码: 2866.HK)	货币	100%	2016年3月	自有资金
5	厦门建发集团有限公司 (1-1-1)	货币	4.81%	2016年3月	自有资金
6	天津金晨房地产开发 有限责任公司	货币	1.6%	2016年3月	自有资金
6-1	厦门建发股份有限公司	货币	100%	2009年7月	自有资金
7	厦门市创业投资有限公司	货币	0.64%	2016年3月	自有资金
7-1	厦门金圆金控股份有限公司	股权	100%	2015年12月	自有资金
7-1-1	厦门金圆投资集团有限公司	货币	1%	2016年6月	自有资金
7-1-1-1	厦门市财政局	货币	100%	2016年4月	自有资金
7-1-2	厦门金融控股有限公司	货币	99%	2015年10月	自有资金
7-1-2-1	厦门金圆投资集团有限公司 (7-1-1)	股权	100%	2015年11月	自有资金
8	西藏泰富文化传媒有限公司	货币	7.7%	2016年3月	自有资金
8-1	上海志仁文化传媒有限公司	货币	100%	2014年12月	自有资金
8-1-1	上海硬通网络科技有限公司	货币	100%	2014年8月	自有资金
8-1-1-1	三七互娱(上海)科技有限公	货币	100%	2013年11月	自有资金

	司				
8-1-1-1-1	芜湖顺荣三七互娱网络科技股份有限公司 (证券代码: 002555)	货币	100%	2015 年 2 月	自有资金
9	西藏易娱文化传媒有限公司	货币	1.92%	2016 年 3 月	自有资金
9-1	上海易娱网络科技有限公司	货币	100%	2016 年 2 月	自有资金
9-1-1	北京猎豹网络科技有限公司	货币	4%	2014 年 9 月	自有资金
9-1-1-1	刘伟	货币	50%	2012 年 7 月	自有资金
9-1-1-2	徐鸣	货币	50%	2012 年 7 月	自有资金
9-1-2	芜湖艾娱文化产业管理咨询合伙企业(有限合伙)	货币	10%	2014 年 9 月	自有资金
9-1-2-1	胡宏杰	货币	0.1%	2016 年 7 月	自有资金
9-1-2-2	韦炜	货币	99.9%	2016 年 7 月	自有资金
9-1-3	西藏熙鑫投资管理合伙企业(有限合伙)	货币	65%	2016 年 2 月	自有资金
9-1-3-1	胡宏杰	货币	99%	2016 年 1 月	自有资金
9-1-3-2	胡民响	货币	1%	2016 年 1 月	自有资金
9-1-4	芜湖德萃文化产业管理咨询合伙企业(有限合伙)	货币	5%	2011 年 10 月	自有资金
9-1-4-1	韦炜	货币	40%	2014 年 7 月	自有资金
9-1-4-2	许杰	货币	40%	2014 年 7 月	自有资金
9-1-4-3	胡宏杰	货币	20%	2013 年 12 月	自有资金
9-1-5	喻智丽	货币	16%	2011 年 10 月	自有资金
10	上海招银股权投资基金管理有限公司	货币	6.42%	2016 年 3 月	自有资金
10-1	招商财富资产管理有限公司	货币	100%	2014 年 3 月	自有资金
10-1-1	招商基金管理有限公司	货币	100%	2013 年 2 月	自有资金
10-1-1-1	招商银行股份有限公司 (证券代码: 600036)	货币	55%	2002 年 12 月	自有资金
10-1-1-2	招商证券股份有限公司 (证券代码: 600999)	货币	45%	2002 年 12 月	自有资金
11	盐城三石投资管理中心(有限合伙)	货币	0.8%	2016 年 3 月	自有资金
11-1	朱梦星	货币	96%	2016 年 2 月	自有资金
11-2	盐城三水投资管理有限公司	货币	4%	2016 年 2 月	自有资金
11-2-1	朱友江	货币	85%	2016 年 1 月	自有资金
11-2-2	王俊	货币	15%	2016 年 1 月	自有资金

12	厦门国际信托有限公司	货币	1.6%	2016年3月	自有资金
12-1	厦门港务控股集团有限公司	货币	10%	2002年5月	自有资金
12-1-1	厦门市人民政府国有资产 管理监督委员会	货币	100%	2014年7月	自有资金
12-2	厦门建发集团有限公司（6-1）	货币	10%	2002年5月	自有资金
12-3	厦门市金圆金控股份有限公司	货币	80%	2002年5月	自有资金
13	上海麓麟投资管理中心 （有限合伙）	货币	14.44%	2016年3月	自有资金
13-1	王树美	货币	15.5%	2015年12月	自有资金
13-2	中俊骏业投资有限公司	货币	19.38%	2016年3月	自有资金
13-2-1	何俊生	货币	80%	2010年7月	自有资金
13-2-2	何学敏	货币	10%	2010年7月	自有资金
13-2-3	何小龙	货币	10%	2010年7月	自有资金
13-3	上海安良资产管理有限公司	货币	0.58%	2015年12月	自有资金
13-3-1	徐丹	货币	100%	2015年11月	自有资金
13-4	力合股份有限公司 （证券代码：000532）	货币	5.81%	2016年5月	自有资金
13-5	天津金晨房地产开发 有限责任公司	货币	9.69%	2015年12月	自有资金
13-5-1	厦门建发股份有限公司 （证券代码：600153）	货币	100%	2015年8月	自有资金
13-6	湖南乾真资产管理有限公司	货币	6.4%	2016年5月	自有资金
13-6-1	湖南意自达投资管理有限公司	货币	54.55%	2016年4月	自有资金
13-6-1-1	廖真	货币	100%	2016年3月	自有资金
13-6-2	湖南乾乾投资管理有限公司	货币	45.45%	2016年4月	自有资金
13-6-2-1	周恋	货币	100%	2016年3月	自有资金
13-7	仁重股权投资（上海）有限公司	货币	15.5%	2015年12月	自有资金
13-7-1	谢平	货币	80%	2014年10月	自有资金
13-7-2	庆光梅	货币	20%	2014年10月	自有资金
13-8	陈浩	货币	27.13%	2015年12月	自有资金
14	上海禾麓企业管理咨询 合伙企业（有限合伙）	货币	17.97	2016年3月	自有资金
14-1	上海麓柏企业管理咨询 有限公司（1-4-1）	货币	1.67%	2016年9月	自有资金
14-2	黄国雄	货币	98.33%	2016年2月	自有资金

(8) 骅伟投资

骅伟投资于 2015 年 12 月签订相应股权转让合同、2016 年 3 月办理完成股权转让的工商变更登记，通过上述股权受让方取得观达影视股权，其全体合伙人出资及取得权益情况如下：

序号	股东	出资方式	出资比例	取得权益的时间	资金来源
1	芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）（交易对手（7））	货币	41.67%	2016 年 6 月	自有资金
2	上海张江科技创业投资有限公司	货币	13.89%	2016 年 6 月	自有资金
2-1	上海张江（集团）有限公司	货币	100%	2004 年 10 月	自有资金
2-1-1	上海市浦东新区国有资产管理委员会	货币	100%	1992 年 7 月	自有资金
3	上海张江文化控股有限公司	货币	8.33%	2016 年 6 月	自有资金
3-1	上海张江（集团）有限公司（2-1）	货币	100%	2008 年 3 月	自有资金
4	上海至元企业管理合伙企业（有限合伙）	货币	8.33%	2016 年 6 月	自有资金
4-1	金彪	货币	90%	2015 年 1 月	自有资金
4-2	金刚	货币	10%	2015 年 1 月	自有资金
5	上海骅三投资管理中心（有限合伙）	货币	0.56%	2016 年 6 月	自有资金
5-1	李学芳	货币	50%	2016 年 5 月	自有资金
5-2	刘黎	货币	50%	2016 年 5 月	自有资金
6	上海敦鸿资产管理有限公司	货币	0.28%	2016 年 6 月	自有资金
6-1	上海敦富投资管理中心（有限合伙）	货币	75.00%	2016 年 9 月	自有资金
6-1-1	袁国良	货币	73.33%	2016 年 3 月	自有资金
6-1-2	吕佳碟	货币	8.00%	2016 年 3 月	自有资金
6-1-3	陆建军	货币	8.00%	2016 年 3 月	自有资金
6-1-4	刘黎	货币	5.33%	2016 年 3 月	自有资金
6-1-5	张权	货币	5.33%	2016 年 3 月	自有资金
6-2	上海骅开投资管理中心（有限合伙）	货币	15.00%	2016 年 9 月	自有资金

6-2-1	袁国良	货币	50.00%	2016 年 8 月	自有资金
6-2-2	金彪	货币	20.00%	2016 年 8 月	自有资金
6-2-3	康洁	货币	13.33%	2016 年 8 月	自有资金
6-2-4	徐学青	货币	10.00%	2016 年 8 月	自有资金
6-2-5	姚金明	货币	6.67%	2016 年 1 月	自有资金
6-3	易泽资本管理有限公司 (芒果文创-1)	货币	10.00%	2016 年 9 月	自有资金
7	徐学青	货币	8.33%	2016 年 6 月	自有资金
8	康洁	货币	5.56%	2016 年 6 月	自有资金
9	姚金明	货币	3.33%	2015 年 12 月	自有资金
10	王秀贤	货币	2.78%	2016 年 6 月	自有资金
11	徐新华	货币	2.78%	2016 年 6 月	自有资金
12	王华	货币	2.78%	2016 年 6 月	自有资金
13	王振	货币	1.39%	2016 年 6 月	自有资金

(9) 青春旋风

青春旋风于 2015 年 12 月通过股权受让取得观达影视股权,其全体合伙人出资及取得权益情况如下:

序号	股东	出资方式	出资比例	取得权益的时间	资金来源
1	舟山乐灵果股权投资 管理有限公司	货币	0.1%	2015 年 12 月	自有资金
1-1	周丹	货币	39.96%	2015 年 12 月	自有资金
1-2	沈璐	货币	29.97%	2015 年 12 月	自有资金
1-3	严俊杰	货币	29.97%	2015 年 12 月	自有资金
2	周丹	货币	40%	2015 年 12 月	自有资金
3	沈璐	货币	30%	2015 年 12 月	自有资金
4	严俊杰	货币	30%	2015 年 12 月	自有资金

九、本次交易对方穿透计算后的总人数情况

因筹划资产重组事项,思美传媒股票自 2016 年 4 月 11 日开市起开始停牌。本次重组方案获深交所事后审核通过并于 2016 年 8 月 17 日开市复牌。故本次交易停牌前六个月内及停牌期间为 2015 年 10 月 11 日至 2016 年 8 月 16 日。

本次交易对方共 15 名,包括张子钢、张瑾、张萍、张琦、陆慧斐、邓翀等

6 名自然人，鼎维投资、萌皓投资、华睿文华、华睿新锐、上哲永晖、青春旋风、鹿捷咨询、芒果文创、骅伟投资等 9 家合伙企业。青春旋风、华睿文华均仅取得现金对价不参与本次发行股份购买资产的定向发行，鹿捷咨询、骅伟投资、芒果文创、鼎维投资、萌皓投资、华睿新锐、上哲永晖、张子钢、张瑾、张萍、张琦、陆慧斐、邓翀为本次发行股份购买资产的定向发行的认购对象，上述认购对象的最终股东经汇总本次交易发行股票购买资产的发行对象最终股东情况如下：

标的公司	交易对方	交易对方在标的公司的持股比例（%）	出资形式	首次取得标的资产权益日期	初始取得标的资产方式	最终股东人数（名）
掌维科技	鼎维投资	10.00	货币	2015 年 8 月	现金增资	22【注 2】
	萌皓投资	3.20	货币	2015 年 8 月	现金增资	2
	华睿新锐	2.00	货币	2015 年 8 月	现金增资	75
	上哲永晖	0.80	货币	2015 年 8 月	现金增资	7
	张子钢	71.5	货币	2008 年 4 月	初始设立	1
	张瑾	7	货币	2015 年 7 月	股权受让	1
	张萍	2	货币	2015 年 7 月	股权受让	1
	张琦	0.5	货币	2015 年 7 月	股权受让	1
观达影视	鹿捷咨询	88.5834	货币	2016 年 6 月	股权受让	3
	芒果文创	8.3333	货币	2015 年 12 月	股权受让	33
	骅伟投资	2.0833	货币	2015 年 12 月	股权受让	15【注 3】
科翼传播	陆慧斐	10	货币	2012 年 10 月	初始设立	1
	邓翀	10	货币	2012 年 10 月	初始设立	1
合 计						163

注 1：交易对手华睿文华、青春旋风不参与本次发行在此不予统计；不同认购对象间重复出现的最终股东予以剔除外，单个认购对象中重复出现的最终股东已在该认购对象最终股东人数中予以剔除。

注 2：认购对象张子钢同时直接参与认购，在此不予计算。

注 3：芒果文创、袁国良、黄国雄、厦门市人民政府国有资产监督管理委员会、中南红文化集团股份有限公司、湖南广播电视台等 6 名最终股东与芒果文创最终股东重叠，在此不予计算。

根据标的公司确认，并经核查，本次交易停牌前六个月内及停牌期间存在交易对手取得标的资产权益的情况，但上述交易对手均系通过股权受让取得对应股权，不存在通过向标的公司现金增资取得标的资产权益的情况。

本次发行股份购买资产的定向发行认购对象鹿捷咨询、骅伟投资、芒果文创、

鼎维投资、萌皓投资、华睿新锐、上哲永晖、张子钢、张瑾、张萍、张琦、陆慧斐、邓翀穿透核查至自然人、股份公司（上市公司）、社团法人、国有资产管理主体后，最终参与本次发行股份购买资产之股份发行的认购对象合计为 163 名，未超过 200 人。

十、标的公司符合《非上市公司监管指引第 4 号》相关规定

根据《非上市公司监管指引第 4 号-股东人数超过 200 人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》（以下简称“《非上市公司监管指引第 4 号》”）的规定，股东人数超过 200 人的未上市股份有限公司（以下简称“200 人公司”）申请行政许可的合规性应当符合《非上市公司监管指引第 4 号》规定的要求：存在工会代持、职工持股会代持、委托持股或信托持股等股份代持关系或者存在通过“持股平台”间接持股的安排以致实际股东超过 200 人的，在依据《非上市公司监管指引第 4 号》申请行政许可时，应当已经将代持股份还原至实际股东、将间接持股转为直接持股，并依法履行了相应的法律程序；以私募股权基金、资产管理计划以及其他金融计划进行持股的，如果该金融计划是依据相关法律法规设立并规范运作，且已经接受证券监督管理机构监管的，可不进行股份还原或转为直接持股。

本次交易的交易对手最终股东情况经汇总各标的公司根据《非上市公司监管指引第 4 号》还原至最终股东情况如下：

标的公司	交易对方	主体性质	穿透至自然人、法人的最终股东人数（名）	是否登记备案
掌维科技	鼎维投资	有限合伙企业	22【注 1】	不适用
	萌皓投资	有限合伙企业	2	不适用
	华睿文华	有限合伙企业（私募基金）	1	创业投资基金已备案
	华睿新锐	有限合伙企业（私募基金）	1	创业投资基金已备案
	上哲永晖	有限合伙企业（私募基金）	1	创业投资基金已备案
	张子钢	自然人	1	不适用
	张瑾	自然人	1	不适用
	张萍	自然人	1	不适用

	张琦	自然人	1	不适用
小 计			31	
观达影视	鹿捷咨询	有限合伙企业	3	不适用
	芒果文创	有限合伙企业 (私募基金)	1	股权投资基金已 备案
	骅伟投资	有限合伙企业 (私募基金)	1	股权投资基金已 备案
	青春旋风	有限合伙企业	-【注 2】	不适用
小 计			5	
科翼传播	思美传媒	上市公司	1	不适用
	陆慧斐	自然人	1	不适用
	邓翀	自然人	1	不适用
小 计			3	

注 1：认购对象张子钢同时直接参与认购，在此不予计算。

注 2：周丹、沈璐、严俊杰等 3 名最终股东与鹿捷咨询最终股东重叠，在此不予计算。

掌维科技的股东中，华睿文华、华睿新锐、上哲永晖均已在中国基金业协会备案，根据《非上市公众公司监管指引第4号》规定，属于“已经接受证券监督管理机构监管的私募股权基金”，可不进行股份还原或转为直接持股。因此，掌维科技还原后的最终股东合计为31名，未超过200人，符合《非上市公众公司监管指引第4号》相关规定。

观达影视的股东中，芒果文创、骅伟投资均已在中国基金业协会备案，根据《非上市公众公司监管指引第4号》规定，属于“已经接受证券监督管理机构监管的私募股权基金”，可不进行股份还原或转为直接持股。因此，观达影视还原后的最终股东合计为5人，未超过200人，符合《非上市公众公司监管指引第4号》相关规定。

科翼传播追溯至自然人、股份公司（上市公司）、社团法人、国有资产管理主体等最终股东合计为3人，未超过200人，符合《非上市公众公司监管指引第4号》相关规定。

十一、相关合伙企业中是否存在结构化安排

独立财务顾问和律师核查了本次交易的交易对方鹿捷咨询、青春旋风、骅伟投资、芒果文创、鼎维投资、萌皓投资、华睿文华、华睿新锐、上哲永晖的《合

伙协议》，书面核查了上述主体出具的《确认函》，经上述交易对手确认并经核查，上述合伙企业通过股权受让、增资持有标的公司权益的资金全部源于自有资金或有合法处分权的资金，不存在分级收益、优先劣后等结构化安排，各合伙人的最终出资不包含任何杠杆融资结构化设计产品。

经核查，独立财务顾问和天册律师认为：本次交易的交易对手中不包括资管计划、理财产品、以持有标的资产股份为目的的公司；本次非公开发行股票购买资产的发行对象穿透核查至最终出资的自然人、法人实体后，最终出资人合计为163人，未超过200人，符合《证券法》第十条发行对象不超过200名的相关规定。各标的资产符合《非上市公众公司监管指引第4号》等相关规定。交易对方涉及的相关合伙企业中不存在结构化安排。

十二、相关证券服务机构对本次交易是否符合《重组管理办法》规定的合规性意见

（一）独立财务顾问对本次交易是否符合《重组管理办法》规定的合规性意见

本公司聘请国信证券作为本次交易的独立财务顾问。根据国信证券出具的《国信证券股份有限公司关于思美传媒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暨关联交易之独立财务顾问报告》，国信证券认为本次交易方案符合《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》、《重组若干规定》等法律、法规和规范性文件的规定。

（二）律师对本次交易是否符合《重组管理办法》规定的合规性意见

本公司聘请了天册律师作为本次交易的法律顾问。根据天册律师出具的《关于思美传媒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暨关联交易之法律意见书》，天册律师认为：本次交易符合《发行管理办法》、《重组管理办法》等法律、法规的规定的实质性条件。

第十一节 管理层讨论与分析

一、本次交易前上市公司财务状况和经营成果分析

上市公司 2014 年度和 2015 年度的财务数据已经天健会计师事务所审计（天健审〔2015〕3058 号、天健审〔2016〕5188 号），2016 年 1-8 月的财务数据未经审计。

（一）财务状况分析

1、资产结构及其变化分析

报告期各期末，上市公司资产结构如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
流动资产	187,394.59	69.84	125,561.50	74.15	116,163.36	97.35
非流动资产	80,931.48	30.16	43,776.04	25.85	3,162.63	2.65
资产总额	268,326.07	100.00	169,337.55	100.00	119,325.99	100.00

报告期各期末，公司业务发展良好，资产总额分别为 119,325.99 万元、169,337.55 万元和 268,326.07 万元，增长率达 41.91%和 58.46%。报告期各期末，公司流动资产占总资产的比例分别为 97.35%、74.15%和 69.84%，呈现逐年下降趋势，主要系上市公司为扩展业务范围，收购了科翼传播和爱德康赛形成较大商誉所致。

（1）流动资产构成分析

报告期各期末，上市公司流动资产结构如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
货币资金	57,450.86	30.66	22,461.58	17.89	20,872.13	17.97
应收票据	670.67	0.36	9,385.61	7.47	1,830.61	1.58

应收账款	86,112.52	45.95	67,571.50	53.82	83,422.28	71.81
预付款项	19,338.61	10.32	9,552.53	7.61	9,232.95	7.95
其他应收款	9,263.27	4.94	706.94	0.56	699.56	0.60
存货	783.02	0.42	-	-	-	-
其他流动资产	13,775.64	7.35	15,883.35	12.65	105.85	0.09
流动资产合计	187,394.59	100.00	125,561.50	100.00	116,163.36	100.00

报告期各期末，公司流动资产的主要构成较为稳定，其中货币资金、应收账款和预付账款合计占流动资产的比重分别为 97.73%、79.31%和 86.93%，为流动资产的主要组成部分。

报告期各期末，公司应收账款分别为 83,422.28 万元、67,571.50 万元和 86,112.52 万元，占流动资产的比例分别为 71.81%、53.82%和 45.95%，总体呈下降趋势。

（2）非流动资产构成分析

报告期各期末，公司非流动资产的结构如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
长期股权投资	11,007.77	13.60	749.87	1.71	-	-
固定资产	638.49	0.79	422.69	0.97	388.85	12.30
在建工程	-	-	649.26	1.48	753.89	23.84
无形资产	1,312.15	1.62	476.56	1.09	511.82	16.18
商誉	63,271.89	78.18	39,424.12	90.06	109.98	3.48
长期待摊费用	2,647.46	3.27	545.66	1.25	265.77	8.40
递延所得税资产	2,053.71	2.54	1,507.88	3.44	1,132.31	35.80
非流动资产合计	80,931.48	100.00	43,776.04	100.00	3,162.63	100.00

报告期各期末，公司非流动资产逐年增加。2015 年末公司非流动资产较 2014 年末增加 40,613.41 万元，主要系本期收购科翼传播 80%的股权形成商誉 39,314.15 万元所致。2016 年 8 月末非流动资产较 2015 年末增加 37,155.43836 万元，主要系本期收购爱德康赛 100%的股权形成商誉所致。

2、负债结构及其变化分析

报告期各期末，公司负债的构成如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
短期借款	17,000.00	13.64	-	-	-	-
应付票据	14,000.00	11.23	5,300.00	6.95	4,366.67	12.08
应付账款	31,102.74	24.95	37,749.66	49.52	23,684.39	65.54
预收款项	20,020.94	16.06	2,765.50	3.63	1,026.40	2.84
应付职工薪酬	423.48	0.34	263.39	0.35	2.02	0.01
应交税费	4,260.49	3.42	5,315.02	6.97	5,879.58	16.27
应付利息	129.55	0.10				
应付股利	387.38	0.31	393.60	0.52	-	-
其他应付款	10,255.14	8.23	213.51	0.28	1,176.30	3.26
一年内到期的非流动负债	2,225.18	1.78	2,237.19	2.93	-	-
流动负债合计	99,804.88	80.06	54,237.87	71.15	36,135.36	100.00
长期应付款	18,900.00	15.16	16,000.00	20.99	-	-
其他非流动负债	5,960.38	4.78	5,992.92	7.86	-	-
非流动负债合计	24,860.38	19.94	21,992.92	28.85	-	-
负债合计	124,665.27	100.00	76,230.78	100.00	36,135.36	100.00

报告期各期末，公司负债总额分别为 36,135.36 万元、76,230.78 万元和 124,665.27 万元，增长率分别为 110.96%和 63.54%。2015 年末公司负债总额较 2014 年末增加 40,095.43 万元，主要系①随着公司业务规模扩大相应的媒体采购增加导致应付账款 14,065.27 万元；②本期确认限制性股票激励计划形成的一年内到期的非流动负债、其他非流动负债合计 8,230.11 万元；③尚未支付的科翼传播股权转让款形成的长期应付款 16,000.00 万元。2016 年 8 月末公司负债总额较 2015 年末增加 48,434.48 万元，主要系尚未支付的爱德康赛股权转让款形成的其他应付款 29,000.00 万元和短期借款增加 17,000.00 万元。

3、偿债能力分析

报告期各期末，上市公司主要偿债能力指标如下：

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.88	2.32	3.21
速动比率（倍）	1.87	2.32	3.21
合并资产负债率（%）	46.46	45.02	30.28

报告期各期末，流动比率和速动比率呈现整体下降趋势，公司资产负债率呈现整体上升趋势，主要为报告期内公司负债规模大幅增加所致。

4、营运能力分析

最近两年及一期，公司营运能力指标如下：

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	4.65	3.30	3.98
存货周转率（次/年）	-	-	-

注：2016 年 1-8 月存货周转率、应收账款周转率为年化数据。

报告期内，公司应收账款周转率变动不大，处于正常水平。应收账款质量较好，主要系公司制定了严格的应收账款管理制度，能够及时收回货款。

（二）盈利能力分析

1、最近两年及一期，公司经营成果实现情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	238,441.23	249,372.63	215,076.13
营业成本	209,824.50	220,531.92	189,111.28
营业利润	11,436.54	11,417.77	9,103.48
利润总额	12,659.12	11,876.24	9,573.02
净利润	9,138.69	8,880.04	7,147.95
归属于母公司所有者的净利润	8,624.88	8,833.40	7,081.93

最近二年及一期，公司营业收入、营业利润、利润总额和净利润均呈现逐年增加趋势，整体情况良好。

2、盈利能力分析

最近两年及一期，公司盈利能力指标如下：

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
销售毛利率（%）	12.00	11.57	12.07
销售净利率（%）	3.83	3.56	3.32

最近二年及一期，公司的销售毛利率和销售净利率保持基本稳定。

二、掌维科技行业特点和经营情况的讨论与分析

（一）掌维科技行业特点

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，致力于为网络用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务，其主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务，属于数字阅读行业。

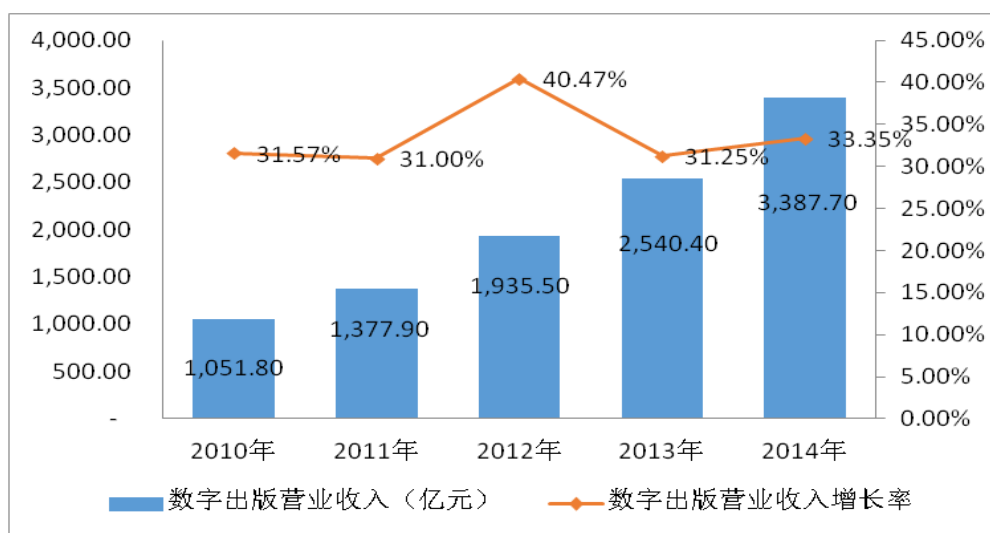
1、行业概况

（1）数字出版产业规模逐年持续增长

数字出版是人类文化的数字化传承，是建立在计算机技术、通讯技术、网络技术、流媒体技术、存储技术、显示技术等高新技术基础上，融合并超越了传统出版内容而发展起来的新兴出版产业。数字出版产业在我国虽然起步较晚，但是发展迅速，目前已经形成了电子图书、数字报纸、数字期刊、网络文学、网络地图、数字音乐、网络动漫、网络游戏等代表性数字出版产品。

根据中国新闻出版研究院《2014-2015中国数字出版产业年度报告》显示，近年来，我国数字出版产业规模持续扩大，年均增长率达30%以上；2014年我国数字出版产业收入为3,387.7亿元，比2013年增长33.35%，数字出版产业收入在新闻出版产业收入的总占比由2013年的13.9%提升至17.1%。

2010年至2014年，我国数字出版产业营业收入情况如下图所示：

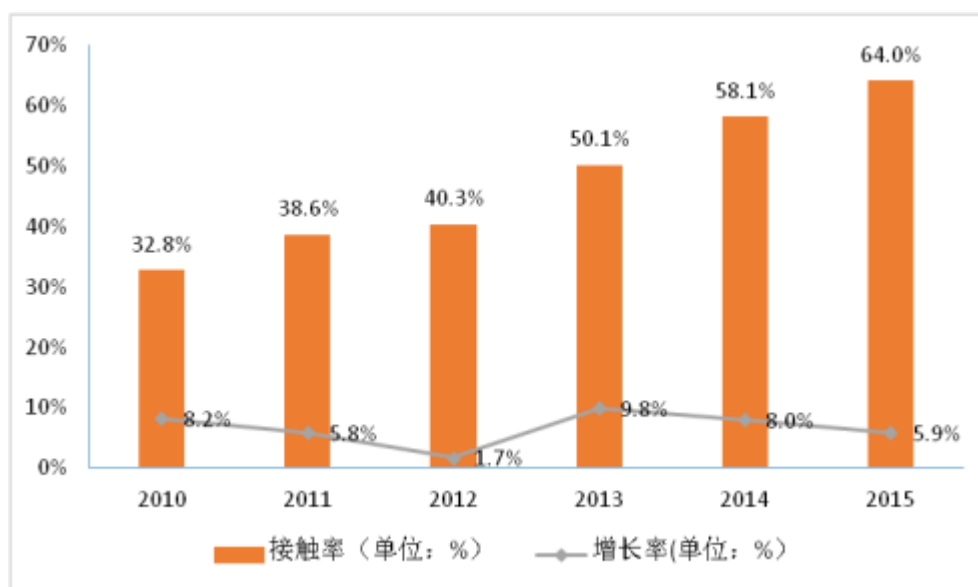


数据来源：中国新闻出版研究院

(2) 国民数字化阅读比率逐年上升

近年来，随着互联网、移动终端和云存储技术的发展，阅读渠道日益多元化，人们可以随时随地进行阅读，并体验到多终端无差别的阅读体验，我国国民数字阅读比率呈逐年上升趋势。根据中国新闻出版研究院《第十三次全国国民阅读调查》显示，2015年我国18-70周岁国民数字化阅读方式（网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、光盘阅读、PDA/MP4/MP5阅读等）的接触率为64%，比2014年增加了5.9个百分点。

2010年至2015年，我国国民数字化阅读方式接触率情况如下图所示：



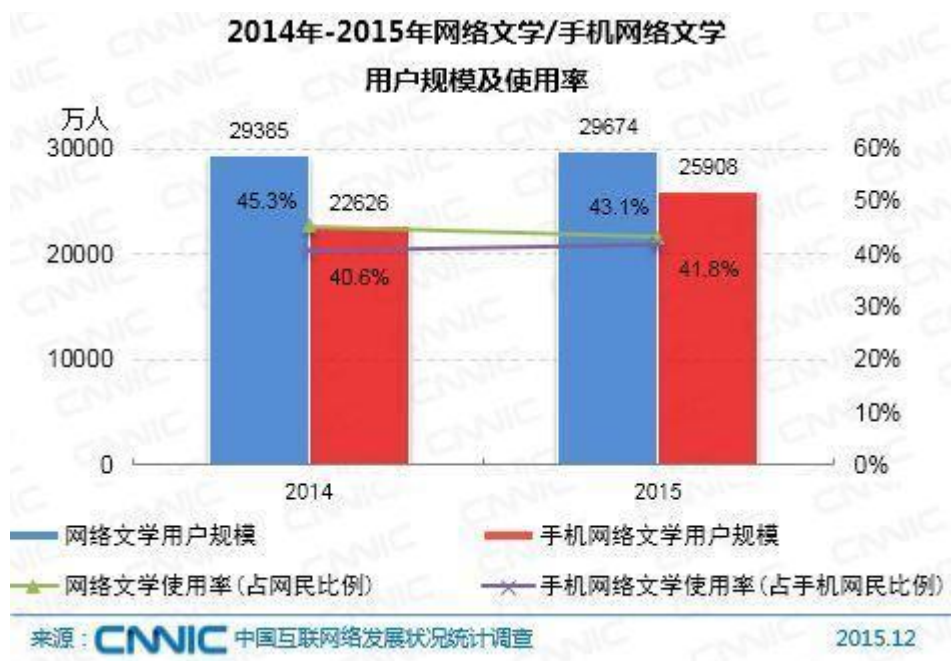
资料来源：中国新闻出版研究院

（3）手机阅读已成为发展最快的数字出版新业态。

手机阅读是移动互联网的典型应用之一，受阅读时间和地点的限制较小，且能够为一些上网条件差的地区和人群提供阅读便利。近年来，我国手机网民规模不断增长，手机阅读已成为发展最快的数字阅读新业态，目前中国移动、中国联通和中国电信均已推出手机阅读业务。根据中国互联网络信息中心发布的《第37次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2015年12月，我国手机网民规模达6.20亿，较2014年底增加6,303万人；网民中使用手机上网人群的占比由2014年85.8%提升至90.1%，手机依然是拉动网民规模增长的首要设备。

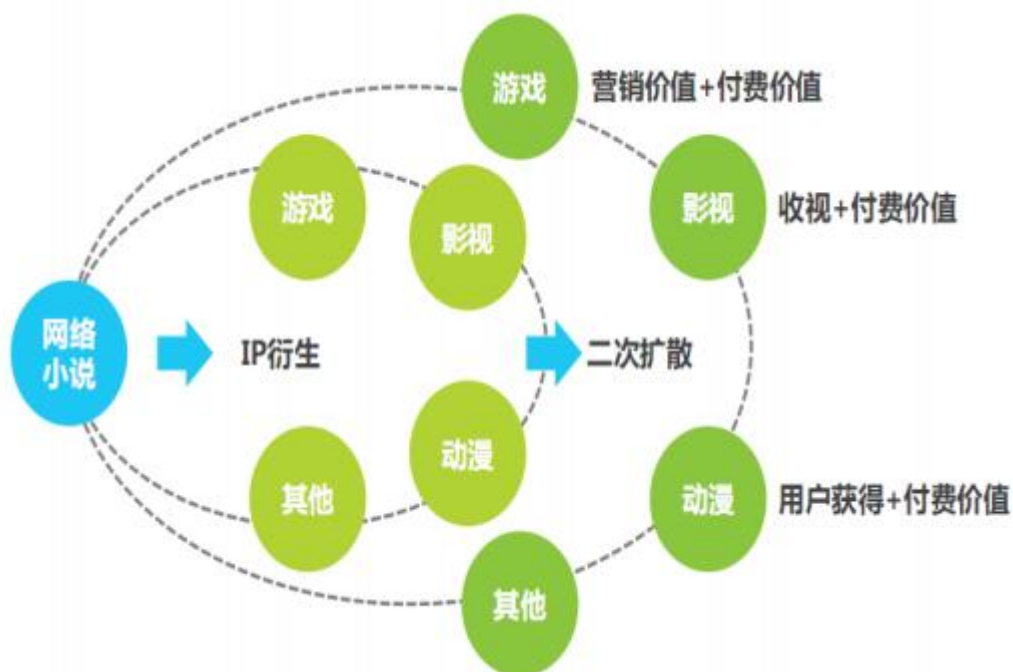


伴随手机网民规模的不断扩大，手机网络文学用户的规模亦不断增长。根据中国互联网络信息中心发布的《第37次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2015年12月，中国网络文学用户规模达到2.97亿，较2014年底增加了289万，占网民总体的43.1%；其中手机网络文学用户规模为2.59亿，较2014年底增加了3,283万，占手机网民的41.8%；手机网络文学用户增长较快。



(4) 优质网络文学作品商业价值潜力巨大

以知识产权 (IP) 为核心的网络娱乐产业链在 2015 年展现出巨大商业价值, 由热门网络文学作品改编的影视作品不仅屡创收视新高, 改编的游戏也能迅速获得忠实粉丝的关注, 而影视和游戏的改编成功又反哺了网络文学本身的发展, 促使其商业模式由单纯向用户收费转变为利用免费模式扩大受众群体进而培养优质 IP。



图表来源：艾瑞咨询

作为 IP 生产的最上游，网络文学在过去的一年多时间里受到大型互联网企业的高度重视，百度、腾讯、阿里巴巴先后成立了自己的网络文学部门。起点中文网、纵横中文网、书旗小说网等老牌网络文学网站纷纷被整合到各自新成立的网络娱乐事业群中。而完成整合的新网络文学集团利用自身资源优势积极与影视、游戏公司进行合作，使得 IP 的二次开发形式和效率大大增加。伴随着 2015 年电影和游戏行业营收显著增长的大趋势，优质网络文学作品的商业价值在未来将获得更多表现机会。

2、行业市场化程度及竞争格局

数字阅读行业是依托互联网技术发展起来的新兴行业，在数字化浪潮的推动下，内容提供商、技术提供商和渠道运营商之间的相互融合越来越深入。作为数字内容的采集与发布平台，该行业的竞争主要集中在上游的数字内容采集和下游的用户资源积累。由于政策、技术、资本等因素对行业发展的的大力支持，行业已经从初创阶段进化到规模化、集聚阶段，为了拓宽数字内容采集渠道、丰富优质数字版权、提高用户黏性和产业盈利能力，部分企业就数字内容采集达成战略合作，数字阅读行业呈现出既竞争又合作的发展态势。

（1）内容资源的竞争

优质的内容是数字阅读企业生存和发展的根本，是企业可持续增长的基础，尤其是当下 IP 大热，数字内容版权衍生开发和迅速变现已经成为该行业重要的新增长点。随着数字内容产业的发展，作者开始将数字版权剥离出来，单独签订数字版权合同。由于作者创作作品需要一定的时间投入和精力投入，而且每年能够创作的优秀作品有限，因此对优质内容数字版权的竞争成为业内竞争的焦点。数字阅读企业往往采取预付、买断、提高分成比例、支付奖励金等手段来获取优质内容的数字版权。

（2）用户资源的竞争

用户资源是数字阅读企业生存发展的基础，随着数字阅读渠道的多样化发展，尤其是拥有大量用户基数的社交软件公司腾讯、阿里、百度等向数字阅读行业的进军，数字阅读行业争夺用户之战更加激烈。为了获得更多的用户资源，数

字阅读企业需要不断推出满足用户需求的内容，优化网站与 APP 的使用体验和个性化服务。用户资源的竞争主要体现在用户黏度、注册用户和付费用户量等方面。

数字阅读行业属于充分竞争行业，行业参与者众多，目前行业集中度不高。由于行业发展时间较短，行业内各参与者结合自身定位、资源差异、经营优劣势等不同因素，综合考量自身定位，参与市场竞争，整个行业的市场化程度较高。

3、影响行业发展的有利因素和不利因素

（1）有利因素

①国家政策的大力支持

近年来，国家出台了一系列支持数字阅读产业发展的产业政策。如：2013 年 11 月召开的党的十八届三中全会指出，鼓励非公有制文化企业发展，降低社会资本进入门槛；2009 年 09 月国务院发布的《文化产业振兴规划》明确指出，要大力发展有声读物、电子书、手机报和网络出版物等新兴业态；2014 年 04 月国家新闻出版广电总局出版的《关于推动新闻出版业数字化转型升级的指导意见》明确指出，开展数字化转型升级标准化工作，提升数字化转型升级技术装备水平，加强数字出版人才队伍建设，探索数字化转型升级新模式。国家政策的大力支持，为数字阅读行业及公司的长期稳定发展奠定了良好的基础。

②国家打击盗版的力度不断加强

2016 年 4 月，国务院办公厅发布《关于印发 2016 年全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作要点的通知》，开展 2016 红盾网剑专项行动，针对网络（手机）文学、音乐、影视、游戏、动漫、软件等重点领域，开展第十二次打击网络侵权盗版“剑网行动”，加大对盗版侵权行为的惩处力度。2016 年 5 月，百度贴吧发起全面整顿清查盗版内容行动，对数千个文学类目贴吧进行暂时关闭处理，全面清查其中可能存在的盗版侵权内容。随着国家打击盗版侵权行为的不断加强，有效肃清了数字阅读行业中的不良因子，净化了创作环境，有利于以传播正版原创小说为主营业务的数字阅读企业的进一步发展和壮大。

③阅读用户付费习惯逐步养成

随着手机阅读等多样化阅读方式在用户中的普及,以及互联网衍生的包括网络小说、游戏、影视及音乐等娱乐服务的开发和供给,网民的娱乐需求数量和层次都在不断提升,网民的付费习惯也逐步养成。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)于2015年2月发布的《2014年中国手机网民娱乐行为报告》显示,手机阅读用户的付费比例达到13.1%,其中月均花费在5元以下和10-50元的用户是主要群体,分别占42.1%和35.3%。同时,支付宝、微信支付等第三方支付方式的普及也极大地推动了用户付费习惯的形成,用户付费意愿的增加提升了行业整体的盈利水平。



(2) 不利因素

①版权保护机制尚不完善

目前,我国数字阅读的版权保护机制(包括技术手段、授权模式和保护体系等)尚不完善。即使近年来国家连续出台的相关法规政策加强对盗版侵权行为的打击力度,使得盗版侵权行为得到一定程度的遏制和改善,但打击盗版侵权行为依然任重道远。此外,信息技术的快速发展让数字出版侵权案件面临取证难、认定难、维权成本高等问题。

②传统出版行业资源分散,数字化整合仍有难度

目前,数字阅读内容仍主要以网络原创文学为主,主要是由于网络原创文学诞生自互联网,同数字阅读的形式与生俱来,且互联网行业高度市场化运行的特

点也使得网络原创文学的创作、版权运营、发行推广等环节能够更高效地通过市场竞争整合资源，促进行业发展。

然而，在出版图书方面，由于我国传统出版行业条块分割、地区保护、资源高度分散的状况仍然存在，数字阅读企业对传统出版图书内容资源的大规模获取和高效率整合仍然存在一定难度。

4、进入该行业的障碍

（1）行业准入壁垒

数字阅读行业同时涉及互联网行业和数字出版行业，行业准入体制较为严格，政策壁垒较高。数字阅读行业主要受到工业和信息化部、新闻出版广电主管部门和文化主管部门的监管，业务经营需要的资质许可主要为《网络出版服务许可证》和《网络文化经营许可证》等，对从事数字阅读服务的企业的运营资质、业务范围等做出具体要求。此外，数字阅读企业还需要取得电信管理部门对于增值电信业务的资质许可。

（2）内容版权壁垒

数字阅读行业具有海量存储，传输快速的特点，数字阅读企业必须拥有丰富的数字内容版权方能开始运营，而由于数字内容版权具有一定的授权期限、时效性等原因，数字阅读企业在经营过程中必须持续的进行数字内容版权的采购及更新。

（3）运营经营壁垒

互联网行业通常具有用户粘性低的特点，数字阅读企业为提高用户粘性，通常需要建立完整的经营链条，来提高用户的体验效果。同时，由于数字阅读行业存在内容海量、渠道多元化的特点，数字阅读企业需要具有丰富的平台运营管理经验。而目前大多数数字阅读企业尚不具备从内容来源、发行、推广直到销售终端的完整渠道及相应的运营经营。

（4）专业技术壁垒

数字阅读行业属于技术密集型行业，技术的发展与更新速度较快，行业技术门槛也越来越高，这要求企业必须具备较强的研发能力与技术积累。此外，随着

互联网应用技术、计算机工程技术、信息技术的不断深化与更新，运营商应当具备持续研发能力，需要不断更新、优化技术，才能满足市场需求。

5、行业技术水平和特点

数字阅读行业涉及的主要技术涵盖数字内容的生产、加工、运营、发布等环节，并涉及到数据格式标准、行业规范和数字版权保护等相关技术。

生产环节，主要包括传统出版物的数字化和网络原创制作。前者将传统内容在格式和表现方式上转换为数字化内容，其中大部分关键技术以工具软件的方式呈现；后者在数字化的环境下，直接形成可用于传播的数字内容产品，多数以系统平台的方式集成各种网络创作、编撰相关技术。

加工环节，行业内大多采用以相对成熟的内容格式转换技术和内容再编辑技术形成的工具软件。

运营环节，行业内主要以数字资源管理、产品销售数据管理、数字内容产品结算等平台化技术为主，与其他行业的数字化管理平台（如 ERP）相比，数字阅读行业的运营平台还处在前期的整合和摸索阶段。

发布环节，按渠道划分，目前发布环节分别形成以互联网、手机、手持终端等方面的发布系统，但相应的技术水平也参差不齐。随着数字阅读市场的扩大，渠道也逐步呈现出多样化组合，因此，多渠道的整合发布技术、数字阅读的统一化服务技术及用户阅读体验技术有更广阔的发展空间。

6、行业特有的经营模式

（1）“先授权，后传播”原则

数字版权保护是数字阅读行业可持续发展的关键。数字阅读企业在业务运作过程中，必须按照《著作权法》的规定，采取“先授权，后传播”的方式，严格遵照授权权限，合理合法使用数字版权，进一步规范版权作品交易秩序。

（2）内容聚合，渠道分销

数字阅读企业以版权机构、作者为正版数字内容来源，将作品版权从零散的创作写手聚合到网络平台，建立作者和读者的沟通渠道，增加对内容的审核编辑，获得海量内容资源。同时，企业根据手机、手持终端、互联网等渠道的要求对内容进行数字化加工、加密等，并通过上述渠道将内容提供给读者，实现版权内容

的多渠道分销，增大作品曝光率，降低读者的阅读成本，从而有效实现内容的版权价值。

7、行业的周期性、区域性、季节性特征

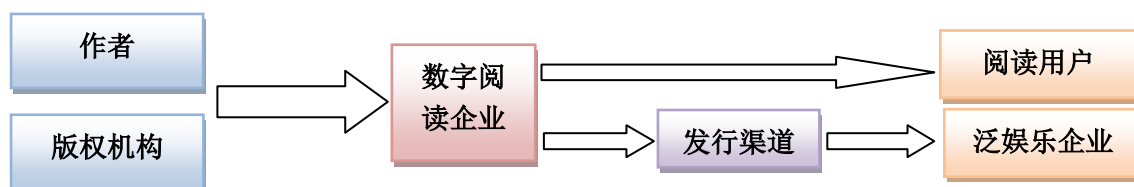
数字阅读行业与国民经济的快速发展和人民生活水平显著提高有较为密切的关系，但其市场需求受宏观经济波动的影响较小，行业周期性不明显。

数字阅读是基于手机、手持终端及互联网等电子网络设备的基础上发展起来的新型业务，其主要依赖于消费者的生活习惯、收入水平和文化水平。因此，在经济更发达，文化程度更高的地区，数字阅读业务规模明显偏大。

数字阅读行业季节性不明显。从消费者年龄来看，高中生、大学生占了较大的比例，受学生寒假、暑假等节假日的影响，呈现一定的季节性。

8、上下游行业情况分析

数字阅读企业从作者、版权机构处获得数字内容的版权授权，通过编辑、加工将数字内容制成产品，通过自有渠道或第三方发行渠道提供给阅读用户，或将数字内容衍生开发版权销售给泛娱乐企业进行衍生开发。



数字阅读行业的上游为数字内容的作者或版权机构，数字内容的数量、质量和更新速度都对数字阅读企业的发展有直接影响。近年来随着移动互联网技术的更新，网络文学用户的培育和成长，以及国家对知识产权的保护，作者和版权机构不仅在数量和规模上有较大的增长，在内容构思上也不断推陈出新，产品质量有所改善，上游行业呈现蓬勃健康发展的态势。

数字阅读行业的下游为数字内容的阅读用户和泛娱乐企业等，一方面，随着手机、手持终端、互联网等数字阅读设备的普及，大大提高了阅读的便利性，降低了阅读成本，人们的数字阅读意愿加强；另一方面，随着数字内容增值业务的发展，网络文学 IP 衍生开发逐渐兴起，包括影视、游戏、动漫等泛娱乐企业对

优质内容的需求也逐渐上升。随着大众娱乐消费倾向的增长与爆发，下游行业具备良好的客户基础和发展前景。

（二）掌维科技的核心竞争力及行业地位

1、核心竞争力

（1）内容优势

掌维科技通过与众多版权机构、作者建立长期的合作关系，并运营自有互联网阅读平台“原创书殿”、“言情书殿”及手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”，建立了稳定的数字内容获取渠道。经过不懈努力，掌维科技已经积累了丰富的数字内容。

①稳定的数字内容获取渠道

掌维科技坚持“先授权，后传播”的版权传播理念，在行业中树立了良好的经营形象，保证了其未来内容资源供应的稳定和可靠。掌维科技的内容来源有两个方面：一是依托自有网站平台，挖掘并签约培养网络小说作家，通过各种激励手段激励作家提供作品内容；二是通过数据分析调研以及与业内资深的版权机构合作，选择优质内容，通过合同协议等方式获得版权授权，以增加掌维科技的网络文学网站和手机阅读平台的版权容量。

截至报告期末，掌维科技已成功签约作者 1,700 余名，签约优质版权数量 2,100 余本。内容涵盖玄幻仙侠、现代言情、古代言情、游戏竞技、军事历史、悬疑灵异等多个阅读系列。

掌维科技的签约的代表作家及其代表作品如下：

代表作家	作家简介	代表作品
紫色流苏	言情书殿人气作者，常幻想横刀策马、铁血柔情的古代生活，善于透过文字表现感悟出的深层意义，以轻快的文字滋润人心。	《媚君欢：一品弃妃》、《霸气宝宝：带着娘亲闯江湖》
秀儿	原创书殿白金作者，擅长描述以灵异为背景的，男女爱情纠葛的故事，其作品引起灵异爱情类风格作品的火爆，并被其他同类网站大量推荐和模仿。	《我的猛鬼新郎》、《我的吸血鬼恋人》
嬗舒	原创书殿知名作者，主打现言总裁，虐恋情深。笔下痴男怨女的爱恨故事，催人泪下。作品受到广大粉丝的喜爱，日点击破千万，连续打榜原创书殿、言情书殿销售前列。	《甜蜜蜜》、《爱情保卫战》
灵溪蝌蚪	原创书殿白金作者，新锐言情作家，文字趋于成熟，	《豪门首席的心尖宠

	风格偏向严肃，擅长人物的内心独白和空间感的塑造，角色塑造清淡却又不失个性。作品中有七堇年、安妮宝贝等众家神韵，语境清洁，表面松散、质地紧凑，拨人心弦，受到广大女性读者的青睐。	儿》
小阿妆妆妆	原创书殿白金作者，笔法真实残酷，风格偏于抒情，善于掌控男女主人公内心描写，留有限想象空间，用文字方式诉说苍白人生中的一丝光明挚爱，作品中有飞烟、海岩等众家独特描写方式，创造童话意境缺不失伦常。	《对不起，我爱你》

②年轻化的数字内容吸引青少年读者

根据艾瑞咨询《中国网络文学行业研究报告（2016）》对网络文学行业的用户分析，网络文学用户的年龄分布以 35 岁以下为主，35 岁以下的用户占有所有用户的 71.4%。其中，用户年龄在 25 岁以下的占 30.9%。

年轻化的用户群不仅更加适应网络阅读的环境，且其对网络付费和 IP 衍生更加抱有热忱。掌维科技的目标客户群也是这部分人群。为了吸引主要的网文用户，抓住年轻用户的眼球，掌维科技的数字内容产品主要覆盖玄幻仙侠、现代言情、古代言情、游戏竞技、军事历史、悬疑灵异等多种青春文学作品。掌维科技签约的主要作品如下表所示：

作品类型	代表作品
玄幻仙侠	《丹帝独尊》《星辰神尊》《疾风剑豪》《花贼异界行》《逍遥玄天》《火影之 lol 召唤师》《至尊玄兽》《异界邪君》《傲视天地》《老子就是孙猴子》
现代言情	《不眠之夜》《小时代》《守婚如玉》《现在只想爱你》《我的少女时代》《大漠皇妃》《半生缘》《花样年华》《栀子花开》《心花路放》
古代言情	《凰医废后》《锦绣未央》《皇后驾到》《第一嫡女》《狂女重生：纨绔七皇妃》《浴血承欢》《天下第一盗：神偷王妃》《香色生活：傲娇女财迷》《弃妃宝典》《美人心计》
游戏竞技	《英雄联盟》《英雄联盟之战斗之夜》《英雄联盟之职业联赛》《英雄联盟之战斗无眠》《英雄联盟之绝对信仰》《英雄联盟之网恋时代》《英雄联盟 O》《英雄联盟之国服教父》《英雄联盟之谁主沉浮》《超神学院》
军事历史	《郎无此意》《误读红楼》《极品掌柜》《白话史记》《重生之逆臣》《桃花初溅血》《居中的局外人》《混在明朝玩暧昧》《我是雇佣兵》《秦朝遗民》
悬疑灵异	《最后一个风水师》《盗墓鬼纪》《风水师怪谈》《我和僵尸有个约会》《幽冥地藏使》《哈喽，鬼小姐》《蛇女》《生存游戏》《探花道士》《阴阳判官》

（2）渠道优势

随着互联网信息技术的发展，数字内容阅读渠道更加多元化、智能化。互联网、手机、手持阅读器的普及，使数字内容多渠道出版受到用户的大力支持和欢迎。对整个行业而言，拓宽内容发布渠道是积累用户，扩大影响力，提升行业地位和实现规模收益必要手段。经过多年的积累，掌维科技的产品推广渠道涵盖手机、手持终端、互联网等多种渠道。

①自有渠道

掌维科技的两大互联网阅读平台在企业发展前期积累了大量的用户资源，截至报告期末，掌维科技互联网阅读平台累计注册用户数超过 740 万，其中“原创书殿”作为最主要的阅读平台，累计注册用户数超过 670 万。一般而言，注册用户对阅读平台具有较大黏性，认可网站平台提供的数字内容，并且有进一步发展成为签约作者或者网站平台的粉丝的可能性。同时，掌维科技为了获得高速增长的手机阅读用户而自主研发的手机阅读软件“奇悠阅读 APP”，在用户汇聚和深度运营上更有潜力。凭借和中国移动的深度合作推广，截至报告期末，“奇悠阅读 APP”累计下载用户超 3,600 万，激活用户超 1,200 万，月活跃用户超过 470 万，日活跃用户超过 24 万。此外，掌维科技运营的“原创书殿”和“小说阅读”微信订阅号截至报告期末合计关注用户已超过 220 万，为掌维科技通过向微信订阅号推送优质内容以吸引阅读用户提供了良好的渠道。

②合作方渠道

目前，掌维科技与中国移动、中国联通、中国电信等三大运营商均开展了手机阅读内容合作业务，其中，中国移动手机阅读基地是国内最大的手机阅读平台。掌维科技是中国移动手机阅读基地的深度合作伙伴，为中国移动手机阅读基地提供内容和运营支撑服务。作为正处于发展上升阶段的企业，掌维科技优质的合作方渠道为其内容的推广和用户群的积累，提供了重要的支持和保障。

（3）技术优势

掌维科技是一家国家高新技术企业，拥有一支富有创造力的研发团队。掌维科技高度重视数字阅读技术的自主研发，经过多年的开发和积累，在技术方面已经具有独到的优势。

掌维科技自成立以来，始终坚持以技术研发带动企业运营，注重数字阅读行业的相关技术的跟踪、研究和开发。目前掌维科技已拥有数字出版物版权保护技术、数字出版物运营管理技术、数字出版物仿真翻页算法技术、数字出版物连载章节自动更新技术等多项核心技术，构建起了运营数字阅读业务所需要的完整技术体系。截至本报告书签署日，掌维科技共拥有计算机软件著作权 15 项。同时，掌维科技根据多年在数字阅读领域的研发经验，系统的总结了一套技术研发流程，培养形成了一支掌握数字阅读专业技术知识的研发团队。

（4）运营优势

数字阅读存在内容海量化、权利种类多样化、作品授权时间期限差异化等特点，综合管理的难度较大。同时，读者阅读需求各异、渠道媒介多元化等因素导致用户对数字产品内容及质量的要求不尽相同，数字阅读需要将海量的内容和繁杂的渠道进行有效的对接，建立起读者和作者的有效沟通平台。

掌维科技的运营管理平台能够及时获取客户端用户的需求数据，通过整合与分析，能够针对不同的渠道、用户或地域进行个性化内容推送和运营。同时，可以挑选出较理想的营销渠道或组合，一定程度上降低企业的营销成本。

同时，掌维科技自主研发的“奇悠阅读 APP”客户端通过技术缓存的手段可以支持大量用户同时在线，并可实现多机房的动态、平行切换，在出现紧急情况时，仍可保证客户端的正常运行。

2、主要竞争对手及行业地位

（1）主要竞争对手

序号	竞争对手	企业简介
1	阅文集团	2015 年 3 月，阅文集团正式挂牌，成为国内最大的网络文学集团。整合腾讯文学与盛大文学成立的全新的阅文集团，拥有中文数字阅读最强大的原创品牌矩阵，旗下拥有起点中文网、言情小说吧等众多网络原创品牌，腾讯文学图书频道、华文天下等图书出版及数字发行品牌，天方听书等音频听书品牌，以及承载上述内容和服务的领先移动 APP——QQ 阅读和起点读书。
2	纵横中文网	纵横中文网系百度文学旗下的大型中文原创阅读网站，坚持原创精品的建站理念，扶助并引导大师级作者与史诗级作品的产生，拥有“纵横中文”、“纵横动漫”等诸多优秀品牌与资源，

		深入贯穿线上阅读，线下出版、动漫改编、游戏改编、影视改编等整条文化产业链，书库存量超过 16 万部，日独立 IP 超过 260 万，PV 超过 6000 万。
3	中文在线	中文在线主要从事数字阅读产品服务、数字出版运营服务和数字内容增值服务，系国内数字出版第一家上市公司，股票代码（300364）。中文在线是国内最大的正版数字内容提供商之一，自有用户超 7,000 万，合作用户超 4 亿，该公司拥有数字内容资源过百万种，签约版权机构 600 余家，签约知名作家、畅销书作者 2000 余位，驻站网络作者超过 100 万名。旗下拥有互联网文学平台包括 17K 小说网、汤圆创作和中文书城。
4	掌阅科技	掌阅科技主要从事互联网数字阅读服务及增值服务业务，其运营的掌阅 iReader 是其主打产品，是国内卓越的手机移动阅读品牌，为 5 亿的用户提供高品质的图书内容及智能化的用户体验，目前拥有优质图书数字版权 40 万册。
5	点众科技	点众科技主要从事手机阅读业务，其运营的“快看小说”手机客户端是国内知名的手机移动阅读品牌，为超过 1 亿多的用户提供高品质的图书内容及智能化的用户体验，目前拥有优质图书数字版权 20 万册，点众科技于 2016 年 2 月在全国中小企业股份转让系统挂牌（代码 836285）。
6	博易创为	博易创为是一家以数字阅读为基础，以 IP 运营为核心，将数字阅读内容打造及传播、IP 粉丝营销汇聚、垂直化版权经济融为一体的在数字内容泛娱乐企业。其主要运营的阅读平台为香网和天地中文网，博易创为于 2016 年 3 月在全国中小企业股份转让系统挂牌（代码 836025）。

资料来源：上述各企业网站。

（2）行业地位

由于数字阅读行业为新兴的行业，国内比较知名的数字阅读企业有阅文集团、百度文学、中文在线、掌阅科技等，与掌维科技规模相近的数字阅读企业有点众科技、博易创为等。目前在公开的渠道尚无权威的、全面的市场统计数据反映数字阅读行业各细分市场的排名情况。

掌维科技与阅文集团、百度文学等国内知名数字阅读企业相比，掌维科技在规模、资金投入、用户量数额上还存在一定的距离。但相比其他同类企业，掌维科技依托自有互联网阅读平台和移动阅读 APP 提供的内容采集和运营渠道等方面的优势，其业务模式和产品技术已较为成熟，并通过与中国移动的深度合作，掌维科技现已成为中国移动手机阅读基地的大型分销渠道之一。

（三）掌维科技财务状况分析

1、资产结构

报告期各期末，掌维科技的资产构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
流动资产：						
货币资金	8,278.02	77.36	963.25	25.58	313.62	19.60
应收账款	1,781.05	16.64	663.78	17.63	798.86	49.94
预付款项	256.82	2.40	8.59	0.23	-	-
其他应收款	31.30	0.29	33.05	0.88	408.87	25.56
其他流动资产	-	-	2,000.00	53.11	-	-
流动资产合计	10,347.18	96.70	3,668.67	97.42	1,521.34	95.10
非流动资产：						
固定资产	65.35	0.61	72.47	1.92	68.61	4.29
无形资产	225.85	2.11	8.05	0.21	7.95	0.50
长期待摊费用	55.15	0.52	15.50	0.41	-	-
递延所得税资产	7.19	0.07	1.22	0.03	1.84	0.11
非流动资产合计	353.54	3.30	97.24	2.58	78.40	4.90
资产总计	10,700.72	100.00	3,765.91	100.00	1,599.74	100.00

最近二年一期，掌维科技的资产规模快速上升，资产总额分别为 1,599.74 万元、3,765.91 万元、10,700.72 万元，主要系掌维科技的主营业务发展良好，业务规模快速增长，导致资产规模快速上升。

从资产结构上来看，流动资产占总资产的比例较高，报告期各期末，掌维科技流动资产占总资产的比例分别为 95.10%、97.42%、96.70%，资产流动性较好。

报告期各期末，公司流动资产主要由货币资金、应收账款和其他流动资产构成。2015 年末和 2016 年 6 月末，掌维科技其他流动资产余额较大，主要为购买理财产品所致。

2、负债结构

报告期各期末，掌维科技的负债构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)

流动负债:						
应付账款	1,714.69	41.40	245.76	31.01	250.05	45.49
预收款项	2,091.28	50.49	368.81	46.54	29.14	5.30
应付职工薪酬	4.34	0.10	32.96	4.16	60.33	10.97
应交税费	330.17	7.97	144.03	18.18	207.15	37.68
其他应付款	1.75	0.04	0.92	0.12	3.06	0.56
流动负债合计	4,142.23	100.00	792.48	100.00	549.72	100.00
非流动负债:						
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-
负债合计	4,142.23	100.00	792.48	100.00	549.72	100.00

报告期各期末,掌维科技负债总额分别为549.72万元、792.48万元和4,142.23万元,负债总额的提高主要系规模不断扩大所致。报告期内,掌维科技的负债全部为流动负债。2015年末和2016年8月末,掌维科技的流动负债增加较多,主要系应付账款、预收账款和应交税费大幅增加,应付账款和应交税费增加主要为随着业务规模增加采购及税费相应增加,预收账款增加主要为掌维科技互联网阅读产品业务规模快速发展,会员充值未消费累计大幅增加。

3、资产减值准备

掌维科技的资产减值准备全部为坏账准备,包括应收账款坏账准备和其他应收款坏账准备。

报告期各期末,掌维科技坏账准备的计提情况如下:

单位:万元

项 目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
坏账准备	34.66	13.54	30.00

4、偿债能力分析

报告期内,掌维科技的偿债能力指标如下:

项 目	2016年8月31日 /2016年1-8月	2015年12月31日 /2015年度	2014年12月31日 /2014年度
流动比率(倍)	2.50	4.63	2.77
速动比率(倍)	2.50	4.63	2.77

合并资产负债率（%）	38.71	21.04	34.36
息税折旧摊销前利润（万元）	4,754.19	687.30	411.55
利息保障倍数（注）	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	5,953.16	1,970.19	93.68

注：掌维科技不存在银行借款。

报告期内，掌维科技流动比率和速度比率保持较高水平，资产负债率保持较低水平，具有较好的短期和长期偿债能力，偿债风险较小。

报告期内，掌维科技息税折旧摊销前利润逐年上升，掌维科技偿债能力较强。报告期内，掌维科技经营活动现金流量净额为随着业务规模的增加逐渐增加，经营活动现金流较好。

5、资产周转能力分析

报告期内，掌维科技的资产周转能力指标如下：

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	15.36	6.39	2.63
存货周转率（次/年）	-	-	-

注：2016 年 1-8 月应收账款周转率和存货周转率均为年化数据。

报告期内，掌维科技应收账款周转率逐渐增加，主要系掌维科技收入大幅增加，应收账款变动不大。报告期内，掌维科技自有平台收入大幅增加，此业务不会产生应收账款。

6、最近一期末持有的财务性投资分析

截至 2016 年 8 月 31 日，掌维科技不存在其他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的情形。投资银行理财主要为利用自有闲置资金进行低风险的短期理财产品投资，投资的可回收性较高，不存在减值情形。

（四）掌维科技盈利能力分析

1、营业收入分析

报告期内，掌维科技营业收入均为主营业务收入，主营业务收入分产品情况

如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
数字阅读业务	12,518.99	100.00	4,662.15	99.75	2,101.65	100.00
版权衍生业务	-	-	11.76	0.25	-	-
主营业务收入合计	12,518.99	100.00	4,673.92	100.00	2,101.65	100.00

报告期内，掌维科技主营业务收入主要来源于数字阅读业务，占主营业务收入的比例分别为 100.00%、99.75%和 100.00%。

报告期内，掌维科技数字阅读业务按照销售渠道类型分类情况如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
互联网阅读产品	8,468.33	67.64	1,093.64	23.46	78.40	3.73
手机阅读产品	4,050.65	32.36	3,568.51	76.54	2,023.25	96.27
数字阅读业务合计	12,518.99	100.00	4,662.15	100.00	2,101.65	100.00

从上表中可以看出，掌维科技收入增长主要来源于互联网阅读产品收入的大幅增加及手机阅读产品逐渐增加。掌维科技主要互联网阅读运营平台原创书殿 2014 年下半年开始正式上线运行，用户数逐渐增加，用户消费金额日益增大。

报告期内，掌维科技营业收入大幅增长的原因如下：

(1) 数字阅读行业整体保持良好的发展态势

近年来，伴随互联网（包含移动互联网）行业和数字出版产业的高速发展，以及国民数字化阅读比率的提升、手机阅读的快速发展、阅读用户付费习惯逐步养成、优质网络文学巨大商业价值变现等因素的影响，以及国家产业政策的大力支持和国家打击盗版的力度不断加强，数字阅读行业整体保持良好的发展态势。

近两年，同行业公司营业收入情况如下：

可比公司	2015 年度（万元）	2014 年度（万元）	增长率（%）
点众科技（836285）	4,862.59	1,410.95	244.63

博易创为（836025）	5,130.54	1,926.62	166.30
中文在线（300364）	39,024.62	26,973.81	44.68
掌阅科技	63,967.09	41,961.65	52.44
掌维科技	4,662.15	2,101.65	121.83

数据来源：公司公告

由上表可见，数字阅读行业公司近两年营业收入均呈现快速上涨的趋势。

（2）掌维科技日益丰富的数字内容吸引了更多的阅读用户

掌维科技通过与众多版权机构、作者建立长期的合作关系，并运营自有互联网阅读平台“原创书殿”、“言情书殿”及手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”，建立了稳定的数字内容获取渠道。经过不懈努力，掌维科技已经积累了丰富的数字内容。截至报告期末，掌维科技已成功签约作者 1,700 余名，签约优质版权数量 2,100 余本。数字内容涵盖玄幻仙侠、现代言情、古代言情、游戏竞技、军事历史、悬疑灵异等多个阅读系列，日益丰富的数字内容吸引了更多的阅读用户。

（3）多元化的渠道优势为更多的阅读用户提供阅读便利

经过近年来的积累，掌维科技的两大互联网阅读平台积累了大量的用户资源，截至报告期末，掌维科技互联网阅读平台累计注册用户数超过 740 万，其中“原创书殿”作为最主要的阅读平台，累计注册用户数超过 670 万；“奇悠阅读 APP”累计下载用户超 3,600 万，激活用户超 1,200 万，月活跃用户超过 470 万，日活跃用户超过 24 万。同时截至报告期末，掌维科技运营的“原创书殿”和“小说阅读”微信订阅号合计关注用户已超过 220 万。掌维科技多元化的渠道优势为更多的阅读用户提供阅读便利，也使得消费公司阅读产品的用户数逐渐增加。

（4）掌维科技加大了对公司阅读产品的推广力度

为获取更多的阅读用户，掌维科技加大了对阅读产品的推广力度，持续加大了对渠道平台的投入，推广成本的绝对金额逐年增加，推广成本的持续投入带来了良好的市场效果，报告期内收入逐年增长。

推广服务的具体操作方式为推广方将掌维科技拟推广的链接布置在第三方网站，用户点击链接后，进入掌维科技自有网站产品界面或手机阅读基地界面，

进行注册或对阅读产品的订阅。掌维科技对于其手机阅读客户端“奇悠阅读 APP”的推广主要采用 CPA 和 CPS 两种方式。掌维科技自有网站主要通过微博、微信等网络社交平台进行推广，同时掌维科技还利用其运营的“原创书殿”和“小说阅读”微信订阅号进行推广。

报告期内，推广投入与数字阅读业务收入变动关系如下：

期间	推广成本 (万元)	年化增长率 (%)	收入 (万元)	年化增长率 (%)
2014 年度	1,104.66	-	2,101.65	-
2015 年度	2,187.38	98.01	4,662.15	121.83
2016 年 1-8 月	6,218.22	326.42	12,518.99	302.79

报告期内，掌维科技推广支出分别为 1,104.66 万元、2,187.38 万元和 6,218.22 万元，随着推广投入的大幅增加相应数字阅读业务收入亦大幅提升。

(5) 掌维科技用户规模逐渐增加

报告期内，掌维科技通过加强网络文学内容资源采购、推广成本的大幅投入和渠道的开拓，阅读用户数逐渐增加。截至报告期末，掌维科技互联网阅读平台累计注册用户数超过 740 万，其中“原创书殿”作为最主要的阅读平台，累计注册用户数超过 670 万；“奇悠阅读 APP”累计下载用户超 3,600 万，激活用户超 1,200 万，月活跃用户超过 470 万，日活跃用户超过 24 万。

掌维科技主要互联网阅读运营平台原创书殿自 2014 年下半年开始正式上线运行，订阅用户数大幅增加，贡献的收入亦随之增多。

2、利润的主要来源、可能影响盈利能力连续性和稳定性的主要因素

报告期内，掌维科技的经营成果情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	12,518.99	4,673.92	2,101.65
营业成本	6,772.02	2,456.02	1,169.01
营业利润	4,703.00	677.21	398.33
利润总额	4,684.49	667.66	396.60

净利润	4,005.06	475.74	287.80

报告期内，掌维科技利润主要来源于其主营业务的增长。影响掌维科技盈利能力连续性和稳定性的主要因素包括：（1）掌维科技所处的行业的产业政策是否会发生预期外的重大变化；（2）市场需求是否会稳定并保持持续增长；（3）掌维科技能否保持较强的推广能力、优秀的服务能力与优质的产品供给。

3、盈利能力的驱动要素分析

报告期内，掌维科技的利润来源构成如下表所示：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	12,518.99	4,673.92	2,101.65
毛利	5,746.97	1,523.22	526.30
营业利润	4,703.00	677.21	398.33
营业外收入	1.46	2.76	0.10
营业外支出	19.97	12.32	1.82
利润总额	4,684.49	667.66	396.60
所得税费用	679.43	191.92	108.81
净利润	4,005.06	475.74	287.80
归属于母公司股东的净利润	4,005.06	483.13	286.39
扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	3,956.08	1,163.14	228.66

报告期内，营业利润为掌维科技利润的主要来源，营业外收入、营业外支出均较低，所得税费用随利润总额的增加而增加。

报告期内，掌维科技归属于母公司所有者的净利润分别为 286.39 万元、483.13 万元和 4,005.06 万元；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 228.66 万元、1,163.14 万元和 3,956.08 万元，表明掌维科技主营业务的盈利能力不断增强。

4、主营业务毛利率分析

报告期内，掌维科技主营业务毛利率如下表所示：

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度

	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)
数字阅读业务	5,746.97	45.91	2,206.13	47.32	932.64	44.38
版权衍生业务	-	-	11.76	100.00	-	-
合 计	5,746.97	45.91	2,217.90	47.45	932.64	44.38

报告期内，掌维科技主营业务毛利率分别为 44.38%、47.45%和 45.91%，整体保持稳定。

同行业毛利率分析

掌维科技主要从事网络文学版权运营服务，致力于为网络用户提供优质、丰富的网络文学内容资源，并基于优质文学内容开展全版权 IP 推广、运营和服务，主营业务包括数字阅读业务和版权衍生业务。公开披露的可比公司主要为中文在线（300364）、点众科技（836285）、博易创为（836025）和掌阅科技。

报告期内，公司与同行业可比公司的毛利率对比如下：

公司名称	2016 年 1-8 月(%) [注]	2015 年度 (%)	2014 年度 (%)
中文在线	52.66	47.18	46.34
点众科技	54.89	35.99	45.29
博易创为	56.00	59.02	57.89
掌阅科技	-	48.72	50.78
可比公司平均值	54.52	47.73	50.07
本公司	45.91	47.45	44.38

注：中文在线、点众科技、博易创为 2016 年 1-6 月数据，掌阅科技因未更新招股说明书，无 2016 年数据。

资料来源：中文在线、点众科技、博易创为来源于其公开披露的定期报告，掌阅科技来源于其公开披露的招股说明书。

报告期内，掌维科技稍低于可比公司，毛利率各期变动不大。

经核查，独立财务顾问和天健会计师认为：掌维科技毛利率略低于可比公司平均值，报告期内各期变动不大，掌维科技的毛利率是合理的。

5、利润表主要科目分析

报告期内，掌维科技的利润表主要科目情况如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
一：营业收入	12,518.99	100.00	4,673.92	100.00	2,101.65	100.00
减：营业成本	6,772.02	54.09	2,456.02	52.55	1,169.01	55.62
营业税金及附加	65.94	0.53	20.21	0.43	14.50	0.69
销售费用	58.71	0.47	30.83	0.66	27.11	1.29
管理费用	966.19	7.72	1,523.22	32.59	526.30	25.04
财务费用	-0.63	-0.01	-8.08	-0.17	-27.44	-1.31
资产减值损失	-0.63	-0.01	-16.46	-0.35	-6.15	-0.29
加：投资收益	67.35	0.54	9.03	0.19	-	-
二、营业利润	4,703.00	37.57	677.07	14.49	398.33	18.95
加：营业外收入	1.46	0.01	2.90	0.06	0.10	0.00
减：营业外支出	19.97	0.16	12.32	0.26	1.82	0.09
三、利润总额	4,684.49	37.42	667.66	14.28	396.60	18.87
减：所得税费用	679.43	5.43	191.92	4.11	108.81	5.18
四、净利润	4,005.06	31.99	475.74	10.18	287.80	13.69

其中，营业收入分析详见前文“1、营业收入分析”的相关内容。

（1）销售费用

报告期内，掌维科技销售费用分别为 27.11 万元、30.83 万元和 58.71 万元，主要为职工薪酬、业务促销费、广告宣传费等。

（2）管理费用

报告期内，掌维科技管理费用具体明细如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
股份支付	-	733.46	-
技术开发费	646.35	356.68	123.03
职工薪酬	214.95	287.87	221.90
折旧及摊销	17.36	18.86	13.72
办公、通讯费	19.18	53.05	86.07
差旅、交通费	8.21	20.05	64.29

房租、水电物管	23.19	20.51	3.68
税金	7.37	5.73	2.24
业务招待费	7.89	6.33	5.54
中介服务费	21.70	19.47	5.84
其他	-	1.21	-
合 计	966.19	1,523.22	526.30

报告期内，掌维科技管理费用占营业收入的比例分别为 25.04%、32.59%和 7.72%，2015 年度管理费用占营业收入较高，主要为当期确认 733.46 万元的股权激励费用导致当期管理费用增加较多，扣除此影响后占比呈下降趋势，主要系掌维科技收入规模逐年扩大，管理成本增加不大。

报告期内，掌维科技的管理费用主要为股份支付、技术开发费和职工薪酬等。报告期内，掌维科技技术开发费金额分别为 123.03 万元、356.68 万元和 646.35 万元，占营业收入的比重分别为 5.85%、7.63%和 5.16%，掌维科技研发费不存在资本化的情况。

(3) 财务费用

报告期内，掌维科技的财务费用分别为-27.44 万元、-8.08 万元和-0.63 万元，金额较小，主要为利息收入和手续费。

(4) 营业外收支

报告期内，掌维科技营业外收支明细如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业外收入	1.46	2.76	0.10
营业外支出	19.97	12.32	1.82
营业外收支净额	-18.51	-9.56	-1.72

报告期内，掌维科技营业外收入、营业外支出金额均较低，主要为固定资产处置利得、损失及水利建设基金等。

6、非经常性损益分析

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-4.70	-
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	0.03	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1.19	-	-
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	6.94	27.34
委托他人投资或管理资产的损益	67.35	9.03	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	41.85	37.15
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-9.24	-0.35	0.10
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-733.46	-
小计	59.30	-680.66	64.59
减：企业所得税影响数（所得税减少以“－”表示）	10.32	2.94	6.86
少数股东权益影响额（税后）	-	-3.59	-
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	48.98	-680.01	57.73
归属于母公司股东的净利润	4,005.06	483.13	286.39
扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	3,956.08	1,163.14	228.66

报告期内，掌维科技归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为 57.73 万元、-680.01 万元和 48.98 万元，2015 年度非经常损益较高，主要为本期确认的股权激励费用 733.46 万元所致。除股权激励外，报告期内，掌维科技非经常损益较低，对净利润影响较小。

7、报告期内掌维科技股权激励

基于稳定优秀人才的目的，掌维科技报告期内实施了股权激励，通过持有鼎维投资份额间接持有掌维科技股份。

2015 年 8 月 6 日经掌维有限股东会同意，掌维有限增加注册资本 57.2082 万元，全部由鼎维投资以货币资金认缴。鼎维投资实际缴纳 171.6246 万元，其

中 57.2082 万元计入注册资本，114.4164 万元计入资本公积。

鼎维投资系由张子钢、张勇等 23 名自然人于 2015 年 7 月 15 日合伙设立的有限合伙企业。鼎维投资设立时认缴出资总额为 171.6246 万元，全体合伙人均以货币出资，其中张子钢认缴出资比例为 72%；2015 年 12 月 18 日，经全体合伙人一致通过，并作出《全体合伙人决定书》，同意吸收何鑫、刘慧和邓三萍 3 名合伙人入伙，截至 2015 年末，张子钢认缴出资比例为 68.50%。

鼎维投资合伙人均为掌维科技员工，除掌维科技实际控制人张子钢外的鼎维投资合伙人增资价格（1:3）与 2015 年 8 月外部投资者对公司的增资、转让价格（1:43.70）的差异，适用股份支付的相关规定。经测算，2015 年，公司因股份支付增加管理费用 733.46 万元。

三、观达影视行业特点和经营情况的讨论与分析

（一）观达影视行业特点

观达影视主要从事电视剧的策划、制作与发行业务。参照中国证监会2012年10月26日公布的《上市公司行业分类指引》，观达影视属于“R文化、体育和娱乐业”项下的“R86广播、电视、电影和影视录音制作业”。

1、行业概况

（1）电视剧行业概况

我国的电视剧行业兴起于上世纪90年代初，在计划经济的背景下，最初都是由电视台的自有资金制作。2003年，《中共中央、国务院关于深化文化体制改革的若干意见》发布后，民营资本进入电视剧行业，开始了“制播分离”改革的试点。2009年12月，中国电视剧制作中心完成转企改制标志着电视剧制作走上市场化运作的道路。根据中国产业信息网统计，2010年到2014年，我国电视剧市场规模从62亿元增至130亿元，复合年均增速达到20.3%。

但2014年“一剧两星”政策出台，即从2015年1月1日起，同一部电视剧作品只允许在两家上星卫视播出，并且黄金时档只能播放两集。受此政策影响，2015年上半年获准发行的电视剧数量为159部，同比2014年同期下降14.1%。

同时，主管部门推出鼓励国产电视剧精品化、限制进口电视剧的政策，以及消费者观剧方式从电视台端向网络端的快速转变的背景下，电视剧整体市场规模稳步提升，电视剧发行数量回归理性，电视剧行业进入了平稳发展期。

（2）行业竞争格局和市场化程度

2005年国务院出台了《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》，专门对非公有资本进入电影、电视剧制作和发行行业作出明确规定。随着文化体制改革的深入，国家鼓励文化行业自我发展、做大做强，对电视剧制作和发行业务的准入许可也逐步放松，目前国家对境内资本从事电视剧制作和发行业务已基本放开。

我国电视剧制作行业属于充分竞争的市场，行业内企业数量众多，市场集中度低，精品剧和网络端成为主要竞争方向。据国家新闻出版广电总局统计，截至2016年4月，持有2016年度《电视剧制作许可证（甲种）》的机构有132家，持有2016年度《广播电视节目制作经营许可证》的机构有10,232家，电视剧制作机构数量自2008年以来呈逐年上升的趋势。下表列示了2008年以来取得经营许可的电视剧制作机构数量：

项 目	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度
持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构数量	2,874	3,343	4,057	4,678	5,363	6,175	7,428	8,563	10,232
持有《电视剧制作许可证（甲种）》的机构数量	117	132	132	129	130	137	137	133	132

根据《广播电视节目制作经营管理规定》的有关规定，电视剧制作企业需要取得《电视剧制作许可证》后方可制作电视剧。电视剧制作许可证分为《电视剧制作许可证（甲种）》和《电视剧制作许可证（乙种）》两种，其中电视剧制作许可证（甲种）有效期两年，有效期届满前，对持证机构制作的所有电视剧均有效；电视剧制作许可证（乙种）仅限于所标明的剧目使用，有效期不超过180日，特殊情况下经发证机关批准后，可适当延期。因此，虽然拥有广播电视节目制作资质的企业众多，但真正有实力制作电视剧的企业相对较少，特别是具备制作精

品电视剧能力的企业属于行业的稀缺资源。根据国家广电总局的统计，取得2016年电视剧制作许可证（甲种）的机构为132家，仅占持有《广播电视节目制作经营许可证》机构数量的1.29%。

我国绝大多数电视剧制作机构产量较低，根据国家新闻出版广电总局统计，2015年1-6月，国内取得发行许可证的电视剧共计159部，其中市场占有率排名第一的浙江华策影视股份有限公司仅制作5部，占比3.14%，排名前十的影视制作机构合计制作电视剧25部，占比15.72%；国内取得发行许可证的电视剧共计6,330集，其中市场占有率排名第一的浙江华策影视股份有限公司仅制作205集，占比3.24%，排名前十的影视制作机构合计制作电视剧1,089集，占比17.20%。由此可见，我国电视剧制作行业呈现高度分散的格局。

随着电视台广告收入出现了整体负增长的趋势，电视台对购买电视剧的态度趋于谨慎，特别是部分实力较弱的二三线电视台采购压力较大，电视剧采购市场呈现出寡头垄断的特点，优势剧目不断流向强势平台。因此，近几年电视剧制作行业结构性分化的趋势更加明显，精品电视剧供不应求的局面仍将延续，而中低档电视剧则面临较大的发行压力，实力较弱的小型制作机构将不断被淘汰出局，而具备优秀的精品剧制作能力和强大发行能力的电视剧制作公司有望进一步扩大市场份额。

（3）行业内主要企业及其市场份额

按所有制性质划分，中国电视剧制作业由国有制作机构和民营制作机构组成，其中国有制作机构又分为广播电影电视系统（以下简称“广电系统”）内制作机构和广电系统外制作机构。下表列示了中国电视剧制作机构的分类和各类型的代表机构。

所有制性质	主要类型	明细类型	代表机构
国有制作机构	广电系统内制作机构	电视台内部制作机构	中国电视剧制作中心有限责任公司
			四川电视台电视剧制作中心
		广电集团及下属制作机构	浙江广电集团
			深圳广播电影电视集团深广传媒有限公司
		电影制片厂（集团）及下	中国电影集团公司

	广电系统 外制作机 构	属制作公司	上海电影（集团）有限公司
		军队系统制作机构	八一电影制片厂
			空军政治部电视艺术中心
		出版系统制作机构	国际文化交流音像出版社
			九州音像出版公司
		中直机构或部委下属制作机构	华录百纳
			公安部金盾影视文化中心
		行业协会下属制作机构	中国电视艺术家协会影视部
			中国电影家协会影视制作中心
民营 制作机构	民营 制作机构	民营制作机构	华谊兄弟
			华策影视
			完美影视
			长城影视
			华润影视
			慈文传媒
			欢瑞世纪
			唐德影视
			海润影视
			梦幻星生园
			观达影视

根据中国产业信息网的统计，2015年1-6月获得发行许可证电视剧部数、集数统计，行业内的主要企业及其市场份额如下：

排名	制作机构	获得发行许可		排名	制作机构	获得发行许可	
		集数	市场份额			部数	市场份额
1	浙江华策影视股份有限公司	205	3.24%	1	浙江华策影视股份有限公司	5	3.14%
2	海润影视制作有限公司	158	2.50%	2	海润影视制作有限公司	4	2.52%
3	广东珠江电影集团有限公司	120	1.90%	3	东阳长城影视传媒有限公司	2	1.26%
4	东阳长城影视传媒有限公司	114	1.80%	4	凤凰传奇影业有限公司	2	1.26%
5	广东南方电视台	102	1.61%	5	南方影视节目联合制作中心	2	1.26%

6	上海剧酷文化传播有限公司	87	1.37%	6	山西作家影视艺术制作有限公司	2	1.26%
7	凤凰传奇影业有限公司	83	1.31%	7	上海剧酷文化传播有限公司	2	1.26%
8	西安乐橙影视文化有限公司	78	1.23%	8	深圳广播电影电视集团	2	1.26%
9	天视卫星传媒股份有限公司	72	1.14%	9	四川星空影视文化传媒有限公司	2	1.26%
10	南方影视节目联合制作中心	70	1.11%	10	天视卫星传媒股份有限公司	2	1.26%
前十名合计		1,089	17.20%	前十名合计		25	15.72%
总计		6,330	100%	总计		159	100%

资料来源：中国产业信息网

(4) 市场供求状况及变动原因

①电视剧市场供给现状

我国电视剧制作总量整体保持稳步增长。根据国家新闻出版广电总局的统计，1983年，全国电视剧年产量仅为500集，随着行业政策的开放，中国电视剧产业进入高速发展期。2003年，电视剧年产量首次突破1万集。2015年度全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的剧目共计394部16,540集。2010年-2015年期间中国国产电视剧产量统计如下图所示：

项 目	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
产量（部）	402	469	506	441	429	394
剧集数（集）	12,910	14,909	17,668	15,770	15,983	16,540
单剧集数（集）	32	32	35	36	37	42

资料来源：根据国家新闻出版广电总局的政府网站公布的关于全国《国产电视剧发行许可证》颁发情况统计结果的通告整理

随着近年来电视剧市场竞争愈发激烈，产能过剩使得市场内出现了大量得不到播放平台的剧集，虽然国家广电总局通过“一剧两星”等政策欲拉高播出新剧的数量，但市场仍旧出现了严重的供大于求的状况。另一方面，尽管我国电视剧制作在总量上显示出供大于求的趋势，但优质精品电视剧却一直面临着供不应求的局面，经常出现诸多电视台抢播同一部电视剧，热门电视剧被电视台反复重播

的现象，充分表明国内优质电视剧较为匮乏，电视剧市场规模未能有效扩张。国家广电总局关于同时播出一部剧的卫视频道数目不能超过4家的规定出台后，各省级卫视对于优秀剧目的争夺更加激烈，2012-2013年，省级卫视继续以大容量播出的方式参与电视剧市场的收视竞争，联播和独播成为省级卫视当时电视剧编排的主要形式。

2014年4月15日，新闻出版广电总局宣布，自2015年1月1日开始，同一部电视剧每晚黄金时段联播的卫视综合频道不得超过两家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过两集。主管部门强有力的政策干预，加上市场自身的调节机制，2014-2015年电视剧产业回归理性，电视剧制作部数呈现了明显的稳步下降的趋势。

从2010年-2015年电视剧制作的部数、集数以及单剧集数来看，除2012年前后出现了投资电视剧的狂热现象导致电视剧产量激增外，电视剧制作的整体部数下降，单剧集数增长，保持着广电总局引导的追求精品剧集、减产提质的良好趋势。

②电视剧市场需求现状

国内电视剧制作公司收入主要来自电视剧发行，因此，电视剧市场的需求状况主要参考各大电视台及网络视频服务企业对电视剧的采购状况。

A、电视台端需求状况

根据CSM统计，2013年-2014年全国80大城市全天全年播出的新剧数量在呈现下降趋势，由于进入播出市场的电视剧绝对数量在持续增长，但传统电视频道数量不会有太大变动，播出市场的接纳容量有一定限度。但新闻出版广电总局宣布自2015年1月1日开始实施“一剧两星”政策，意图消化电视剧库存，使得更多的电视剧有机会播出。根据CSM统计，2015年晚间19:00-21:00时段，卫视共播出内地剧447部，卫视的首播新剧比率是53.2%（2014年50.4%），二轮剧比率是46.8%（2014年49.6%），从数据上看，卫视的首播新剧比率有所上升，采购新剧的数量增多，“一剧两星”政策有效提振刺激了电视台对新剧的需求。

与市场整体供需情形不同的是，优质电视剧依旧是稀缺资源，呈现供不应求

的卖方市场局面。为了保证稳定的收视率，二三线卫视只能选择二三轮播放大制作的剧集，《武媚娘传奇》在已经实现了首轮播放和“市场整轮跟播”的情况下，仍依然有七家卫视购买了二三轮的播放权。这充分表明国内优质电视剧较为匮乏，在市场上处于优势地位。如以收视率作为分档标准：收视率达到并超过2%的为顶尖剧目，收视率位于1-2%之间的为优势剧目，收视率位于0.5%-1%之间的为中档剧目，而收视率低于0.5%的则属于劣势剧目。根据CSM统计，2015年晚间首播档剧，卫视顶尖剧目的比重仅占1.2%，优势剧目的比重占5%，中档剧目的比重占17.8%，劣势剧目的比重则占76%。

2016 年上半年电视剧全国网排行榜

剧目/播出平台	收视率	收视份额	排名
美丽的秘密/湖南卫视	2.8	8.02	1
亲爱的翻译官/湖南卫视	2.65	8.78	2
芈月传/北京卫视	2.41	6.29	3
天天有喜之人间有爱/湖南卫视	2.25	6.35	4
芈月传/上海东方卫视	2.05	5.36	5
继父回家/山东卫视	1.85	4.88	6
搭错车/山东卫视	1.82	4.81	7
遥远的婚约/中央台八套	1.82	6.87	8
武神赵子龙/湖南卫视	1.81	5.58	9
彭德怀元帅/中央电视台综合频道	1.74	5.54	10
因为爱情有幸福/湖南卫视	1.66	4.97	11
小丈夫/湖南卫视	1.63	5.27	12

注：均截至到 2016 年 6 月 30 日，只计算播出结束剧，跨年剧只计算 2016 年收视数据

从电视台的角度来看，2013年以来电视台广告收入整体增长放缓，2015年电视台广告收入更是出现了整体负增长的趋势，电视台对购买电视剧的态度趋于谨慎，特别是部分实力较弱的二三线电视台采购压力较大，电视剧采购市场延续了近几年的趋势，呈现出寡头垄断的特点，优势剧目不断流向强势平台。根据CSM统计，2015年晚间19:30-21:30时段，在全国市场共有47部电视剧平均收视率不低于1%，分别在8个频道播出：其中，湖南卫视占15部，中央台一套占11部，前两名已经瓜分了半数以上的优势剧目，剩余的电视台中，山东卫视占5部，江苏卫视和中央台八套各占4部，东方卫视和浙江卫视各占3部，北京卫视占2部。

B、网络端需求状况

近年来，网络视频端进入快速发展期，呈现了与电视端不同的情形，对电视剧作品的需求持续旺盛。而且，随着对知识产权保护力度的提升，网络视频服务企业积极采取正版运营模式，2009年3月，原国家广电总局出台《关于加强互联网视听节目内容管理的通知》，规定从事互联网视听节目服务的单位要完善节目版权保护制度，所播节目应具有相应版权。2010年11月，原国家广电总局发布《广播影视知识产权战略实施意见》，实施打击侵犯知识产权的专项行动，严厉打击互联网侵权盗版，重点打击影视剧作品侵权盗版行为。2011年1月，最高人民法院、最高人民检察院、公安部印发《关于办理侵犯知识产权刑事案件适用法律若干问题的意见》，从非法经营数额、传播他人作品数量、作品被点击的次数、注册会员人数等方面进一步明确对网络侵犯知识产权犯罪的定罪量刑标准，为打击通过信息网络实施的侵犯知识产权犯罪提供具体明确的法律依据。

乐视网信息技术（北京）股份有限公司、优酷网有限公司、土豆控股有限公司、酷6传媒有限公司、上海众源网络有限公司（PPS）、广州市千钧网络科技有限公司（56网）、上海聚力传媒技术有限公司（PPLive）等国内网络视频服务企业纷纷上市或者被上市公司收购，再加上腾讯控股有限公司、搜狐有限公司等本就具有雄厚资本实力的已上市互联网企业大力发展视频业务，网络视频服务的资本壁垒不再困扰相关企业，采取正版运营模式也成为主要网络视频服务企业的共识。

根据艾瑞咨询提供数据，电视端的视频播放覆盖人数整体稳定在3.4亿人左右，而网络端同期的视频覆盖人数则呈爆发增长态势，2015年5月覆盖人数已达4.2亿人。2014年，中国在线视频市场规模已达239.7亿元，同比增加76.4%，2015年市场规模超过400亿元。

单位：亿元	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
中国在线视频行业市场规模	31.4	62.7	91.8	135.9	239.7	401.0

资料来源：艾瑞咨询

随着网络端的视频覆盖人数则呈爆发增长态势，在线视频服务企业广告收入也大幅增长，2015年，中国在线视频市场广告收入达231.9亿元人民币，同比增

长52.7%。未来随着国家监管力度的加大，网络收费点播有望成为网络视频服务企业新的收入增长点。更为重要的是，国内智能手机的渗透率已较高，移动互联网应用快速崛起，受众容量和市场规模快速扩张，移动终端的流量已经成为重要的流量来源以及增长动力，而随着用户移动端观看视频习惯不断强化，以及LTE运营后移动网络速度的大幅提升，未来网络视频服务企业来自移动端的收入有望快速增长。此外，网络视频服务企业纷纷推出了机顶盒、路由器、智能电视，积极布局互联网电视产业，能让部分非网民接触网络视频，将其转化为自身用户，开拓收入来源。收入的增长促使网络视频服务企业不断加大投入，提升剧集采购能力，保持视频内容的竞争力。

（5）行业利润水平的变动趋势及变动原因

从成本来看，近年来，编剧、演职人员、剧组等电视剧主要生产成本不断上升，同时，优质电视剧供不应求的局面也促使电视剧制作机构在剧本、拍摄技术、演职人员等方面的投入越来越大，电视剧制作成本总体呈上升趋势。

从价格来看，市场整体供大于求和优质电视剧供不应求的局面造成普通电视剧价格和精品电视剧价格相差较大。过往的经验来看，普通电视剧市场价格一般在每集30万元至60万元，而优质电视剧的价格可以达到每集100万元至300万元，收视率在1%以上的精品电视剧价格在每集240万元至300万元。但近两年的价格增长趋势明显，精品电视剧在2014年的单集版权总收入（电视台+网络）为600万左右，2015年突破800万，2016年已有部分电视剧达到1500万的天价。

综合来看，虽然电视剧总体供应远大于需求，但客户端对优秀电视剧的渴求从未间断，这也导致了电视剧制作行业的分化非常明显：优秀电视剧利润率较高，普通电视剧维持低利润率或仅能保本，而不能播出的电视剧则无法收回成本。

从近几年的趋势来看，优质电视剧的版权价格涨幅明显，但未来仍有较大提升空间，主要原因如下：

A、从电视台的需求来看，各大电视台之间的收视率竞争日趋激烈，而同时段收视率的“马太效应”让各大电视台不得不在黄金档电视剧播放这一主要栏目上使出浑身解数。为争夺黄金收视率，各大卫视通过购买首轮独家播出来占领更

大市场份额。首轮独家播出的形式具有资源的独享性、编排的自主性、广告植入的便利性以及注意力的话题性等优势，使目标受众只能锁定单一电视台，给该电视台带来更高的收视率和更大的广告收益，且有利于塑造品牌力和影响力，成为实力雄厚的电视台的必然战略选择。譬如，湖南卫视和江苏卫视在黄金档独播电视剧的比例较高，随之给电视台带来广告收入的大幅度提升，显示出独播剧对于领先省级卫视收视率的重要支撑作用，给其他电视台带来了明显的示范作用，吸引更多的电视台加入优质电视剧独播版权的竞争。

B、周播剧场经过数年的培育已经进入了爆发期，通过不同的播放形式，使观众获得了更丰富的电视剧观看体验，也培育了一批新的电视剧受众，带动了电视剧市场的创新和繁荣。周播剧的战略地位凸显，价值有待不断挖掘，俨然成为各大卫视新的竞争领域。湖南卫视在经历数年的尝试后，2015年周播电视剧《花千骨》横空出世，短时间内成为现象级作品，浙江卫视和江苏卫视随即都推出各自的周播剧计划，其他电视台也跃跃欲试，计划打入周播剧市场。

C、2015年作为在线视频电视剧的付费元年，有15部国产电视剧需通过付费模式观看，腾讯视频、爱奇艺和优酷土豆各有6部、5部和4部付费电视剧上线。在线视频服务企业不断加大投入，进入电视剧市场，直接蚕食传统的电视台市场份额，与此对应的是，2015年，收视率在1%以上的优秀电视剧网站采购价格在每集300万元至360万元，相比去年同期上升100%以上。从以下两方面可见在线视频服务企业的投入决心：一方面，精品电视剧的网络版权价格已经超过卫视首播价格，例如《如懿传》网络版权价格为每集900万，远远超过每集600万的卫视首播价格；另一方面，纯网络电视剧的价格也大幅上涨，《盗墓笔记》的价格为每集800万。

除了介入电视剧播出市场，在线视频服务企业同时也大手笔进入电视剧制作行业，吸纳了一些传统影视的优秀制作团队。随着在线视频服务产业规模的持续爆发式增长，在线视频服务企业对优质电视剧资源的渴求也不断加码，对传统电视台的竞争力度也持续加重。

D、与美国、韩国等电视剧行业发达国家相比，国内优质电视剧单集售价仍有较大的提升空间。美国系列剧集的单集累计收入可达到400万美元左右，当然

其制作成本也相当高昂，平均单集投入为200万美元左右，最顶尖的剧集，如《权力的游戏》，单集投入可达到1,000万美元以上，相应的回报也更高。在韩国，一些精品剧的单集售价也可达到300万美元左右。随着国内电视剧制作水平的提升，精品类的系列剧集不断涌现，销售单价也有望继续攀升，利润空间也存在上升空间。

2、影响行业发展的有利和不利因素

（1）有利因素

①国家产业政策大力扶持文化产业发展

2009年9月国务院发布的《文化产业振兴规划》指出，要重点发展影视制作等重点文化产业，影视制作业要提升影片、电视剧和电视节目的生产能力，扩大影视制作、发行、播映和后产品开发，满足多种媒体、多种终端对影视数字内容的需求；鼓励非公有资本进入影视制作等领域；支持文化企业参加境外影视展等国际大型文化活动；落实税收政策，加大税收扶持力度，支持文化产业发展；加大金融支持，鼓励银行业金融机构加大对文化企业的金融支持力度，支持有条件的文化企业进入主板、创业板上市融资。

2010年3月，中共中央宣传部、中国人民银行、财政部等九部委出台《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》，要求银行、证券和保险相关金融机构要加大对文化产业的金融资源投入，全方位支持文化产业的发展；银行要开发多元化、多层次的信贷产品，满足不同类型和不同阶段文化企业的资金需求，如并购贷款、应收账款质押贷款、收益权质押贷款等；支持成熟期、经营较为稳定的文化企业在主板市场上市，鼓励已上市的文化企业通过公开增发、定向增发等方式进行并购和重组，支持中小文化企业在创业板上市。

2011年3月，国家发改委发布《产业结构调整指导目录（2011年本）》，将广播影视制作、发行、交易、播映、出版、衍生品开发列入鼓励发展的行业。

2011年10月，中共中央发布《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，提出了新形势下推进文化体制改革的指导思想、重要方针、目标任务和政策举措，是当前和今后一个时期推进我国文

化改革和发展的行动纲领，具有长远的指导意义。决定指出要在重点领域实施一批重大项目，推进文化产业结构调整，发展壮大影视制作等传统文化产业。

2013年11月，中共十八届三中全会提出：“紧紧围绕建设社会主义核心价值体系、社会主义文化强国深化文化体制改革，加快完善文化管理体制和文化生产经营机制，建立健全现代公共文化服务体系、现代文化市场体系，推动社会主义文化大发展大繁荣”。十八届三中全会审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，其中专门章节从“完善文化管理体制”、“建立健全现代文化市场体系”、“构建现代公共文化服务体系”和“提高文化开放水平”等几个方面来推进文化体制机制创新。

2016年4月15日，在中共中央宣传部和财政部的组织和指导下，中国资产评估协会制定并发布了《文化企业无形资产评估指导意见》，目的就是为了解决目前我国文化企业在兼并重组过程中经常遇到“轻资产、融资难”的问题。根据文化企业的发展特点，考虑到作为文化企业的核心资产和重要资源的无形资产其价值增长空间较大，将无形资产的价值合理地反映在企业评估价值中，为文化企业的上市、兼并重组、对外投资和融资铺平道路。

这一系列扶持文化产业及电视剧行业发展政策的相继出台，为文化行业快速发展提供了良好的政策环境，有助于国内电视剧制作行业的长远发展。

②国家经济总量的增长和人民物质生活水平的提高推动了文化消费

随着我国国民经济的持续稳定增长，人民物质生活水平不断提高，我国居民在物质生活条件日益改善后必然会对精神生活有着更高的需求，继而释放出对文化产品的购买欲望，同时，物质生活水平的提高也奠定了文化消费能力的基础。因此，居民持续稳定的文化消费行为将带动包括影视剧行业在内的文化行业持续发展和繁荣。

③收视率竞争和市场细分带动电视剧行业需求和发展

随着电视台的市场化程度越来越高，电视台特别是省级卫视为了获得更多的广告份额，相互之间的竞争日益激烈，而收视率是决定电视台收入、影响力的关键因素和主要评判标准。各省级卫视之间的收视率大战，落脚点主要就是节目内

容，从新闻、综艺到电视剧，不一而足。由此产生的省级卫视对优质电视剧的需求必然呈增长趋势。

近年来各电视台之间的竞争使得实力的差距逐渐显现，各电视台也依据自身定位走差异化的路线，对主打电视剧的类型也产生了清晰的偏好。按照电视剧目标群体的市场细分来看，针对年轻观众、白领阶层、中老年观众等不同的收视人群，主要分为青春偶像剧、情感伦理剧和红色经典剧等几种类型，而从电视台来看，湖南卫视主要定位于青春偶像剧，安徽卫视主要定位于情感伦理剧，中央电视台主要定位于红色经典剧和情感伦理剧。电视台的不同定位和其对电视剧类型的偏好，推动了电视剧市场的专业化和细分化，同时刺激了电视剧制作的精品化和差异化。

④三网融合与新媒体的崛起为电视剧行业拓展了新的空间

三网融合是指推进电信网、广播电视网和互联网融合发展，实现三网互联互通、资源共享，为用户提供话音、数据和广播电视等多种服务。三网融合后，实力强大的国有电信企业将可以从事互联网视听节目信号传输、新闻视听节目转播服务、IPTV传输服务、手机电视分发服务，并拥有内容转播平台。与此同时，我国新媒体市场中的网络媒体市场处于快速上升通道，网络视频用户不断攀升，在线视频服务行业爆发式增长。三网融合将极大地丰富文化传媒产品的终端和载体，挖掘潜在市场，从而极大推动我国文化传媒产业的发展。各大平台需要更多优质的内容资源来提高自身竞争力，广泛的市场竞争将更加优化资源配置，包括电视剧制作行业在内的内容提供商也将拥有更广泛的发行渠道及受众资源。这为传统电视剧制作行业带来了新机遇，开拓了新的发展空间。

⑤广阔的海外市场发展空间

2011年，文化部出台《关于促进文化产品和服务“走出去”2011-2015年总体规划》，这是继2010年商务部等十部委出台《关于进一步推进国家文化出口重点企业和项目目录相关工作的指导意见》后，国家再次明确表示培育一批能够在国际文化市场长期立足的、代表中华优秀传统文化的骨干文化企业和产品，在国际文化市场上初步形成重点产业类别中国文化产品营销网络，促进我国文化产品和服务在周边国家影响持续扩大。随着国家对于文化企业加大资金支持力度、实行税

收优惠政策、提供金融支持、提高出口便利化水平，电视剧产业海外市场发展空间也将进一步打开。

（2）不利因素

①国际市场竞争冲击

国内电视剧市场的竞争已逐渐有序，向专业化和精品化的方向发展，但不可否认的是，国产电视剧在制作水平上与国际水平仍存在一定的差距。虽然国产剧在政策保护下具备播出时段和播出时间上的优势，但部分引进剧即便在非黄金时段播出也取得了良好的收视效果，这些优秀的海外电视剧潜移默化地培养了一批特定收视人群的收视习惯和收视偏好，其中以美剧和韩剧最具代表性。由于在线视频服务企业与电视台存在差异化竞争，其在海外电视剧内容的采购上比例也相对更高，随着网络视频产业的规模不断增长，国内电视剧制作行业面临的冲击并未消除。而随着中国电视剧市场对外开放进程的加快，国产电视剧将会面临境外优秀电视剧作品更有力的正面竞争。

②资金瓶颈制约

电视剧行业具有前期投入较高和业务周期较长的行业特点，因此业内企业的持续运营和快速发展往往需要大量的资金投入，这成为了制约企业发展的主要瓶颈。在保持产量持续增长的前提下，若企业的资金管理能力强且不能有效统筹电视剧项目的进度，公司的营运资金将面临较大压力。而电视剧制作发行企业普遍具有“轻资产”的经营特点，很难通过资产抵押或单凭企业信用等途径进行传统的银行贷款融资，大多数电视剧制作企业只能凭借自身积累实现规模扩张，规模过快扩张将骤然提升资金压力。因此，电视剧投资及制作资金的大量需求与企业融资能力有限的矛盾，使规模较小、资金紧张、实力较弱的业内企业较难扩大其业务规模，甚至出现存续乏力的现象。

③优秀剧本缺乏

近年来随着文化产业的大踏步发展，原创文学和剧本创作也进入了发展的快车道，网络小说和创作剧本的数量和质量双双提升。但由于电视剧产业链上编剧整体地位不高导致创作热情不足等原因，具备精彩故事、传神情节、鲜活人物、

鲜明性格以及深刻思想的优秀剧本所占比例仍然较小，整体而言，同质题材比较集中，跟风现象较为严重，近两年IP大热的局面也从侧面进行了印证。剧本创作现阶段在一定程度上制约了电视剧制作行业的专业化和精品化的进程。

④优秀专业人才缺乏

高品质的电视剧制作对于专业化的要求较高，而相比高度产业化的欧美及日韩电视剧制作行业，国产电视剧制作在艺术创作及效果制作方面都存在明显差距，相应的，拍摄、制作及发行等各个环节上的优秀专业人才都是稀缺人才，而熟稔电视剧行业特点、精准把握市场需求、擅长媒体经营的综合影视管理人才更是凤毛麟角。优秀人才的培养需要一定的时间周期和实践阶段，即使是经历影视剧制作专业院校教育的人才，缺乏针对性强的实践过程，在短期内也无法弥补行业整体人才水平。随着影视剧行业整体规模的扩大，现有的优秀专业人才数量已经与市场需求不相匹配，制作企业对优秀专业人才的争夺现象比较严重，在线视频服务企业等新媒体的加入更加剧了这一现象。因此，优秀专业人才的培养瓶颈在现阶段制约了国内电视剧制作行业向更高水平发展。

3、进入该行业的主要障碍

（1）行业准入壁垒

电视剧行业属于国家许可经营范围，行业的准入和监管体系涉及电视剧经营、立项、制作、发行等多个环节，政策壁垒较高。国家广电总局对电视剧的制作、发行、引进、播出等都制定了一套严格且具体的规定，以加强行政管理，电视剧制作企业须取得《广播电视节目制作经营许可证》方可经营电视剧的制作，电视剧拍摄完成后，必须按管辖权范围通过广电总局或省级广电局审查，取得《电视剧发行许可证》后方可进入发行市场。同时，对于已取得《电视剧发行许可证》的电视剧，行业主管部门可以根据公共利益的需要，作出不得发行或者停止播出的决定。

根据《外商投资产业指导目录（2011年修订）》，广播电视节目制作经营公司是属于禁止外商投资产业。

（2）资金壁垒

电视剧制作行业具有资本密集型的特点，目前的业务模式均要求制作机构前期投入大量资金以支付制作成本。与此同时，国内电视剧市场呈现总体供大于求的特点，大部分已制作完毕的电视剧产品会因为剧集质量、市场政策等原因而无法发行，这就形成了资金沉淀，对电视剧制作企业提出了较高的资金要求以抵御周转风险。随演员及人工成本的不断攀升及电视剧制作的精品化，对于资金实力不强、融资渠道欠缺、品牌效应尚不明显的电视剧制作机构而言，资金实力就成为较为明显的壁垒。

（3）资源整合壁垒

电视剧是一种综合性文化产品，但制作过程又需要高度的专业化分工，需要大量专业人才的共同参与。拍摄前，电视剧制作企业需要紧密把握市场状况、电视台定位及观众需求变化，筛选出符合条件的优秀创意和剧本；拍摄过程中，需要整合导演、演员、摄影、剪辑等专业人才进行作品创作和团队配合；发行过程中，具有丰富经验的专业发行人员进行针对性发行也是电视剧制作企业不可或缺的环节。由于电视剧创作具有较大的主观性因素影响，因此，凝聚专业人才在一定时间内有效地创作并发行优秀作品是电视剧制作企业的核心竞争能力。

我国电视剧制作行业要素资源较为分散，呈现个性化特征，新进入该行业的企业即使拥有较为充沛的资金、聘用了相关专业人士，在短期内也不一定能成功将各种核心资源悉数进行有效整合。因此，良好的资源整合能力构成了电视剧制作行业的重要进入壁垒。

（4）品牌壁垒

电视台之间的竞争主要在于节目内容的质量，因此对电视剧作品的质量要求普遍较高，对于电视剧制作企业过往产品的成功案例数量、收视率统计及其行业知名度有较高的要求，具有明显品牌优势的电视剧制作企业更容易得到电视台的信赖。品牌优秀、实力强大的电视剧制作企业往往能吸引一流的编剧、导演、演员等演职人员，为电视剧创作的质量提供了良好的保障，而电视剧质量优秀又使得好的电视剧制作企业更容易得到电视台等播出平台的认可，有利于其与播出平台建立良好的合作关系，占用黄金资源，从而实现良性循环，进一步巩固其品牌优势。

良好的品牌形象是一个长期积累的过程，新成立的制作机构在短期内较难树立有影响力的品牌，面对播出平台时处于弱势地位。

4、行业技术水平及技术特点，经营模式，周期性，区域性或季节性特征

（1）行业的技术水平及技术特点

电视剧作为一种文化产品，不同于一般的商品，具有文化商品和意识形态的双重属性，同时承担娱乐功能和审美教育功能。电视剧所表达的思想内容、审美取向和情感格调往往能够较为直接地对受众群体的世界观、人生观和价值观产生潜移默化的重要影响。优秀的电视剧作品，能通过制作团队高超的艺术技巧和高尚的艺术品格，将电视剧主题传达的正能量和内容的可看性结合在一起，唤起观看对于崇高理想的追求，引导观众树立积极向上的人生态度。

电视剧创作有着强烈的文化产品属性，主观性非常强，作品之间的差异化非常大，不存在统一的评判标准，而收视群体之间也千差万别，观众往往是根据自己的主观偏好来决定是否观看电视剧作品，随着社会环境和人生阅历的变化，观众的主观偏好也会不断发生变化。

因此，电视剧制作企业需要通过市场调研、电视台定位以及主创团队的经验预测来进行策划和制作，这也体现了企业对于市场需求是否具备较高的敏锐度以及对于市场机会是否具备较强的把握能力。

（2）行业经营模式

由于行业竞争激烈，为了保持经营的灵活性和机动性，电视剧制作企业普遍采取“轻资产”的经营方式。制作企业在生产经营过程中的主要投入为剧本采购或剧本创作、演职人员劳务、道具、服装、摄制耗材、道具、服装、化妆用品、化妆用品等，而拍摄制作过程中所需的专用设备及场景等主要通过租赁取得，无需投入大量资金建设生产线或厂房等固定资产。

制作企业投入的资金主要在预付账款（预付演职人员及供应商款项等）、存货（影视剧作品在产品等）、应收账款（应收电视台的电视剧电视播映权转让款）及预收账款（播出平台采购版权的预付款）之间流转。

电视剧制作企业的主要产品为电视剧作品，其销售的是电视剧的播映权、信息网络传播权以及音像制品出版版权等知识产权，具有长尾效应的特点。对于成本已经结转的电视剧作品，几乎无需额外的成本投入，即可通过持续的后期销售取得版权收入，此外通过衍生品的授权也可获取相关收入。

（3）行业的周期性、区域性和季节性特征

①周期性

电视剧行业的发展与国民经济和收入水平的增长密切相关，因此，国民经济的繁荣及人均收入水平的提高对电视剧产业的发展有极大的促进作用。但根据国外的经验统计，在经济不景气的时候，虽然物质需求出现紧缩，但对电视剧等大众文化消费的需求并不会出现明显减少，因此，电视剧行业整体体现出较为明显的抗周期性的特点。

②区域性

电视剧制作行业具有较强的区域性特征。由于电视剧制作业务具有资本密集型特点，并且其制作生产具有较高的技术含量，因此国内电视剧制作企业约有半数分布在北京、上海、广东、浙江、江苏等经济发达地区。

而各地区均保有自身特色的地方文化，因此，电视剧的内容和收视习惯也与各地的地方文化息息相关。

③季节性

电视剧行业的季节性特征并不明显。电视剧的播放档期与电影档期不同，虽然会受到摄制进度和审批情况等因素影响，但在同一年度之间保持较为平稳的态势，收视率的季节性波动不明显。

青春偶像及运动题材的电视剧受学生寒暑假档期的影响，具有一定的季节性。

5、所处行业与上、下游行业之间的关系

（1）电视剧上游行业情况及影响

电视剧制作行业的上游主要包括剧本采购或剧本创作服务、导演和演职人员劳务、以及场地器材、服装化妆、道具耗材、后期制作等要素或服务的采购。

①剧本采购或剧本创作服务

由于原创性是电视剧最核心的卖点，因此，拥有优秀的剧本已经成为制作高质量电视剧的前提，而优秀剧本就成为上游采购的重中之重。剧本作为文化作品，创作和采购的主观性较强，其价格估量不具有规律性，而优质剧本是市场上追捧的稀缺资源，剧本价格的两极分化现象较为严重。

目前，剧本的采购模式主要有三种：一、由电视剧制作企业独立策划选题，并根据确定的选题写出故事大纲，再去聘请与选题相适应的专业编剧写出分集剧本和分集场景剧本；二、由电视剧制作企业直接购买已完成的剧本；三、由电视剧制作企业购买文学作品改编权，并聘请专业编剧改编为电视剧剧本。

②导演和演职人员劳务

电视剧主创人员包括导演、制片人、主要演员及剧组其他核心职员（如摄影师、造型师、美术师等）。其中，导演综合电视剧制作过程中的各种元素对影片进行艺术创作和指导，制片人贯彻制作机构的理念对影片制作过程进行把控，主要演员负责将导演的艺术要求表达于影片中。

优秀的制片人、导演和主要演员等主创人员，是提升电视剧的整体质量和市场影响力的有力保证，同时，优秀的主创人员需要通过创作出优秀的电视剧进一步提高其自身知名度和市场号召力。

电视剧制作企业需要综合考虑拟投拍的电视剧题材、电视剧预算、演职人员形象和艺术特点等因素，通过市场化方式遴选恰当的主创人员。

③场地器材、服装化妆、道具耗材、后期制作等要素或服务的采购

电视剧制作过程中，还需要租赁场地、器材和采购服装、化妆用品、道具、摄影耗材等，这些要素通常由专业的工作室或专门的服务团队提供，市场供应充足，整体价格水平波动性不大。剪辑、配音、特效等后期制作服务由专业公司或专业工作室团队提供，部分大型电视剧制作企业也设立了自己的业务团队，服务

价格整体较为稳定。

根据所拍摄电视剧的具体情况而言，古装电视剧的服装及道具费用较高，科幻电视剧的特效制作及后期制作费用较高。

（2）电视剧下游行业情况及影响

电视剧制作行业下游客户主要为电视台、在线视频服务为代表的新媒体以及音像制品出版企业等。

电视台是电视剧最主要的播出渠道，来自电视台的电视剧电视播映权收入目前是电视剧制作企业最重要的收入来源，在线视频服务企业的崛起带来了电视剧的新增需求，为电视剧行业注入了新的活力。电视剧行业与电视台、在线视频服务企业等播出渠道之间是相互依存、相互促进的关系。广告收入是电视台、在线视频服务企业等播出渠道最主要的收入来源，广告投放者最重视的指标就是收视率或点击率，电视节目的收视率是电视台收入和业绩评价的主要指标，而网络视频的点击率则是新媒体收入和业绩评价的主要指标。优质的电视剧作品能够在播出渠道保持高收视率或高点击率，提升播出渠道剧场广告位的价值，同时带动舆论关注度，促进影音制品和周边衍生品的销售。广告位价值提升带来广告收入的增加，促使电视台和在线视频服务企业加大对优质电视剧作品的采购力度，从而推动电视剧制作企业向专业化制作深入发展，加大投资和优质资源投入，聚焦于精品电视剧的生产，提高电视剧作品的整体质量水平。

此外，电视剧制作企业也将电视剧的音像制品版权售予音像制品出版社，获取音像版权转让收入，而音像制品出版社通过发行音像制品出售获利。现阶段，除了收看电视外，观众观看电视剧的方式已逐渐迁移至在线观看，音像版权转让收入通常占电视剧发行收入的比例较低。

（二）观达影视的核心竞争力及行业地位

1、观达影视的核心竞争力

（1）强大的发行和预售能力

观达影视已与湖南卫视、浙江卫视、福建东南卫视、广东卫视等各省级电视

台在内的数十家电视剧播出机构和优酷土豆、乐视网等网络视频新媒体企业建立了合作关系，形成了较为完整的电视剧发行网络。

自成立至今，观达影视的所有作品均由自己的发行团队负责宣传发行，每部作品均实现了在国内领先的卫视频道首播播出或在优酷土豆、乐视网等知名视频网站播出。目前观达影视与国内主流省级卫视、网络视频播出平台建立了良好的合作关系，依托与发行客户的深度战略合作，观达影视的作品在前期策划和剧本创作阶段即开展了与播出渠道的对接沟通，精准的定向营销、优质的剧本创意、合理的演职团队、良好的制片执行，使得观达影视推出的作品在早期就能得到播出渠道的认可，观达影视所有作品在取得发行许可证前均完成了卫视首轮独播权及视频网站独播权的预售。不仅如此，观达影视成立伊始，鉴于自身影视作品仍在策划筹备过程中，发行团队尚有余力代理发行其他电视剧制作企业的作品。

强大的发行和预售能力确保观达影视规避了电视剧作品最重要的销售风险，在客户端则积攒了良好的口碑，将双方的战略合作引入良性循环，同时，作品的预售带来了预收账款，保障了观达影视现金流的稳定。

（2）全业务链的主创团队

观达影视的核心主创团队由周丹、沈璐和严俊杰三人组成，其中严俊杰负责策划和创作业务，周丹负责策划和制片业务，沈璐负责发行业务。三位团队成员不仅均在电视剧产业从业多年，具有丰富的专业经验，而且作为一个完整的管理团队，曾在克顿传媒共事多年，管理业绩记录优良，具备良好的合作关系和创业基础。

周丹是观达影视的总制片人，在观达影视成立前曾在剧酷文化、好剧影视工作多年，曾担任剧酷文化采购总监、好剧影视总经理及制片人，拥有十年的电视剧节目策划、采购、制作经验，负责采购的影视剧作品超过5,000集，代表作品有《爱的蜜方》、《璀璨人生》、《娘家的故事》三部曲、《爱情有点蓝》。周丹具备丰富的影视剧制片管理经验，对于业内编剧、导演和演员的风格和特点较为熟悉，能根据影视剧题材类型和目标受众选择合适的编剧、导演和演员等主创人员，确保了作品的原汁原味和艺术质量。

严俊杰是观达影视的总策划，具有12年电视媒体从业经验，在观达影视成立前曾在克顿传媒顾问公司担任副总经理，曾负责或参与江苏卫视、湖南卫视、云南卫视、中国教育电视台等电视台咨询项目，服务内容包含卫星电视频道定位、营销规划、栏目编播、节目采购，对于电视剧制作企业定位和剧本题材的商业潜质具有较强的把握能力，同时，严俊杰具有较强的影视剧本策划和改编能力，能够胜任剧本创作任务，不仅有效地保障作品质量，而且也为观达影视未来创作更多精品影视作品奠定了坚实的基础。

沈璐是观达影视的总发行人，在观达影视成立前曾在剧酷文化、好剧影视工作多年，曾担任剧酷文化发行总监、好剧影视副总经理及发行总监，拥有十年的电视剧节目发行经验，与全国50余家省市级电视台及主流网络视频播出平台保持良好的战略合作关系，为观达影视搭建了较为完整的电视剧发行网络。

严俊杰、周丹和沈璐三人形成了完整的“创意策划-剧本创作-拍摄制作-宣传发行”主创团队，构筑了观达影视在行业内的牢固市场竞争力。

（3）充足的版权资源储备

自成立以来，观达影视一直注重版权资源的储备，目前已确定的联合拍摄项目有安宁的小说《温暖的弦》，同时也不断加大优秀小说改编权或剧本的储备，包括明晓溪的《旋风少女》系列第三季和第四季、酒小七的小说《隔壁那个饭桶》和《浪花一朵朵》、盈风的小说《约会黑色盛装骑士》等。

除了上述小说改编权外，观达影视也在与合作关系密切的作家就小说改编权进行洽谈，除了前期已经对外授权的小说外，对于其他小说（包括正在创作和未来创作的小说）的影视改编权，观达影视具有优先购买权。

同时，随着经营规模的扩大，观达影视策划部也不断扩充，有序培养自己的策划团队和创作团队。自有团队对政策导向、观众偏好有着较为准确的把握和预见，能够将主流文化价值与普通观众欣赏需求相结合，既保证了影视剧的品质和风格，又大大保证和提高了制作的效率。目前观达影视正在策划和创作的储备作品包括《超感恋人》、《玄天战士》、《篮球兄弟》、《幸福的意外》等。

目前观达影视储备的小说改编权和原创策划项目数量足够自身开发3-4年。

（4）品牌化运营及系列化开发的可持续发展策略

自观达影视成立以来，创始团队一直秉承品牌化运营的理念。基于对市场趋势的把握和对客户需求的调研，观达影视以青春优质偶像为题材、以周播栏目为形式，帮助客户在细分市场迅速占据了领先地位，并在短时间内树立了自身的品牌，成为周播栏目的金牌制作企业。

观达影视创始团队在任职好剧影视期间，连续完成了多部青春女性情感系列影视作品，认识到了影视剧系列化开发的价值，并作为观达影视的可持续发展策略。系列化开发不但可以延长影视剧产品的生命周期，能让客户更快接受并购买新的影视剧产品，而且可以围绕不断积累的影视剧IP开发更多商业机会。

（5）契合市场的精准作品定位

电视剧作为一种大众文化消费产品，对作品的喜好程度主要取决于消费者的感觉，这就要求电视剧作品必须吻合广大消费者和目标市场的审美和喜好。

青春和爱情是影视剧作品中广泛涉及的创作元素，青春偶像剧和都市爱情剧也是受众广泛、得到各大卫视和视频网站高度认可的剧种。

观达影视基于对市场趋势的敏锐观察、对卫视和视频网站节目需求的深入研究并结合自身创作和管理团队的优势，将作品定位和制作风格明确为：为年轻观众打造的“青春优质偶像剧”和为女性观众打造的“青春女性情感剧”。青春优质偶像剧和青春女性情感剧不仅在形式上有所互补，降低了观达影视的经营风险，而且也有效满足了电视台和视频网站的采购需求。

（6）出色的网络文学版权运营能力

由于原创剧本创作耗时久、效果不确定，近年来已越来越无法满足电视剧市场对于优秀版权的需求，进而，优质的网络文学版权则受到电视剧市场的看好，这些网络文学作品拥有大量的粉丝，确保了电视剧的受众群体和播出效果。随着《芈月传》、《步步惊心》、《何以笙箫默》、《花千骨》、《琅琊榜》等一系列网络小说改编的电视剧火爆荧屏，网络文学改编的电视剧一时间风起云涌、大放异彩。

观达影视自成立以来，一直致力于网络电视剧的制作和网络文学版权的运营，2014年推出了网络电视剧《球爱酒吧》，2015年推出了由明晓溪的网络人气文学作品《旋风少女》改编的同名周播栏目，2016年推出了由盈风的网络小说《十五年等待候鸟》改编的同名周播栏目，其中《旋风少女》和《十五年等待候鸟》均在湖南卫视播出，取得了良好的收视效果。明晓溪的《旋风少女2》已在2016年暑假档期在湖南卫视播出，首播时全国网平均收视率1.58%，平均份额为9.77%，CSM52城市网平均收视率1.003%，平均份额为5.236%，位列双网同时段第一。

此外，观达影视已确定合作拍摄的项目有安宁的网络小说《温暖的弦》，同时，取得了酒小七的网络小说《隔壁那个饭桶》、盈风的网络小说《约会黑色盛装骑士》等网络文学作品的电视剧版权，并开始了剧本的改编工作，将陆续推出。由此可见，观达影视在网络文学版权的运营上具备熟练的操作和丰富的经验，在电视剧市场的转型浪潮中处于优势地位。

不仅在网络文学版权上进行储备、制作等良性运营，而且在相关的电视剧作品的互联网运营上，观达影视也有着丰富的经验。从《旋风少女》第一季制作开始，观达影视就围绕这一可持续开发的IP进行深度挖掘，开通了《旋风少女》微博号，并举办数场粉丝见面会，聚拢了大量的忠实粉丝，迄今已有86万多的微博粉丝，《旋风少女》微博话题讨论数超过56亿次，《旋风少女2》尚未开播，微博话题讨论数已超过7亿次。类似情况包括《十五年等待候鸟》，拥有48万多的微博粉丝，微博话题讨论数超过10亿次。

（7）完善的成本控制体系

观达影视建立了精细预算、制片管理及财务监督的完整成本控制流程。

在影视剧前期策划准备阶段，观达影视会编制统一完整的剧目成本预算，突出预算的控制作用，在主创人员选择、主要服务采购等方面实行集体决策制度，大额支出均采用预订确认，加强预算的可控性。

在拍摄过程中，观达影视的执行制片人全程进驻剧组，一方面，确保拍摄效果达到剧本要求，同时控制剧组拍摄进度，一方面监督剧组的大批量采购工作，

有效防范了采购过程中的道德风险，降低了采购成本。剧组拍摄在执行制片人的统一调配下，不但可以保质保量完成拍摄任务，而且能够合理控制费用、压缩拍摄和后期制作周期。

在财务管理中，由观达影视直接向剧组委派剧组财务，现场复核原始凭证及审核费用支出，观达影视公司财务对费用支出进行复核，实施精细化的费用分析和控制。这些成本控制方面的措施，保证了观达影视在成立两年就实现了良好的经营业绩。

观达影视在电视剧业务的前期策划和剧本创作、拍摄制作、发行销售三大环节上都建立了自己的核心能力，为观达影视电视剧作品不断扩大的市场影响力和持续增厚的良好经济效益提供了坚实的保障。

2、观达影视最近三年的市场占有率情况及未来变化趋势情况

2014年，观达影视成立，当年与优酷土豆合作拍摄网络剧1部，代理发行电视剧2部。2015年，观达影视担任执行制片方并播出的电视剧共1部39集，制作并播出的周播栏目1部，均实现在国内主流卫视和网络视频平台播映。2016年1-3月，观达影视制作并播出的周播栏目1部。

截至本报告书签署日，观达影视有1部周播栏目和1部电视剧正在制作拍摄中，其中：周播栏目《旋风少女2》已在2016年暑假档期在湖南卫视播出；电视剧《因为遇见你》预计2016年9月底拍摄完成，2016年度四季度取得发行许可证并于2016年底或2017年初实现播映。

根据国家广播电影电视总局电视剧电子政务平台的统计，报告期内观达影视的市场占用率情况如下：

项 目	2015 年度	2014 年度
观达影视制作并取得电视剧发行许可证的部数	1	-
取得电视剧发行许可证的总部数	394	429
观达影视市场份额	0.25%	-
观达影视制作并取得电视剧发行许可证的集数	39	-
取得电视剧发行许可证的总集数	16,540	15,983
观达影视市场份额	0.24%	-

数据来源：国家广播电视总局

周播栏目具备电视节目的创新性和品牌效应，电视剧具备良好的播出效果，这都为观达影视树立了良好的口碑，通过打造系列青春优质偶像剧和系列青春女性情感剧，一方面延长观达影视电视剧产品的生命周期，另一方面，品牌化运营也使得客户更快接受并购买新的影视剧产品，更容易得到观众的认可。

除了购买优质的小说改编权外，观达影视也持续扩充自身策划部门，不断在剧本创意上进行探索，增加原创剧本的储备，避免陷入题材跟风现象并有效降低剧本采购成本。同时，观达影视自成立以来，不断学习国外的先进制作理念和探索国内电视剧的策划和营销模式，提高自身在策划、制作、发行等方面的综合能力，建立自身在电视剧全业务链上的竞争优势并不断巩固和加强。

观达影视将继续秉承品牌化运营、系列化开发的理念，不断强化自身的优势，坚持可持续发展。在系列化作品沉淀了精品IP、培育了粉丝基础后，观达影视将逐步涉足电影行业，同时，围绕自身精品影视剧项目进行全方位商业机会的开发，包括游戏、动漫、图书、玩偶等相关衍生产品的开发，不断加固核心IP的壁垒，提高盈利能力和市场竞争力。

（三）观达影视财务状况分析

1、主要资产、负债构成

根据天健审（2016）7586号《审计报告》，观达影视最近两年一期经审计的资产负债表如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产			
货币资金	252.56	2,807.59	858.36
应收账款	7,028.58	3,484.84	660.90
其他应收款	68.88	294.59	38.69
存货	8,494.54	2,831.81	1,317.77
其他流动资产	-	1,030.00	1,081.08
流动资产合计	15,844.56	10,448.83	3,956.81
非流动资产			

固定资产	8.47	11.06	10.50
长期待摊费用	3.67	7.87	14.17
递延所得税资产	9.66	47.45	8.70
非流动资产合计	21.81	66.38	33.37
资产合计	15,866.36	10,515.21	3,990.18
流动负债			
短期借款	-	1.35	-
应付账款	733.70	2,622.59	809.33
预收款项	4,635.59	3,347.33	2,196.53
应付职工薪酬	2.28	-	-
应交税费	373.15	1,056.99	56.44
应付股利	2,057.54	71.92	-
其他应付款	711.79	27.35	502.32
流动负债合计	8,514.04	7,127.53	3,564.60
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	8,514.04	7,127.53	3,564.60
所有者权益			
实收资本	300.00	300.00	300.00
盈余公积	238.33	238.83	12.56
未分配利润	6,813.50	2,848.85	113.02
归属于母公司所有者 权益	7,352.33	3,387.68	-
所有者权益合计	7,352.33	3,387.68	425.57
负债及所有者权益合计	15,866.36	10,515.21	3,990.18

(1) 资产结构和变化分析

从资产规模来看，报告期各期末观达影视资产总额分别为3,990.18万元、10,515.21万元和15,866.36万元，资产规模整体呈上升趋势。从资产结构来看，观达影视流动资产占资产总额的比例分别为99.16%、99.37%和99.86%，观达影视的主营业务为电视剧的策划、制作和发行，流动资产占比较高是该行业的特点。报告期各期末，观达影视的主要流动资产包括货币资金、应收账款、其他应收款、存货和其他流动资产，主要非流动资产包括固定资产、长期待摊费用和递延所得税资产。

①货币资金

观达影视2015年末货币资金较2014年末增长1,949.23万元，增长227.09%，主要系2015年观达影视收到制片款、联合拍摄款等所致。2016年8月末货币资金较2015年末减少-2,555.03万元，减少91.00%，主要系《旋风少女2》和《因为遇见你》开机后需支付剧组拍摄成本。

②应收账款

观达影视2015年末应收账款余额为3,484.84万元，较2014年末增长了427.28%，主要是《美丽的秘密》于2015年底分别在湖南电视台和乐视网开始播出，确认了营业收入和相应的应收账款3,551万，截至本报告书签署日，该等应收账款均已收回。2016年8月末，观达影视应收账款为7,028.58万元，主要系《美丽的秘密》二轮等后续播映款312.88万元，《旋风少女》二轮等后续播映款460.00万元和《旋风少女2》首轮播映的应收款6,625.63万元。

1) 观达影视报告期内应收款及回款情况

A 2016年8月31日应收款及回款情况

客户名称	应收账款余额	账龄	坏账准备	期后回款情况
芒果影视文化有限公司	47,756,300.00	1年以内	2,387,815.00	
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	23,100,000.00	1年以内	1,155,000.00	
福建省广播影视集团	2,293,200.00	1年以内	114,660.00	
广东广播电视台	600,600.00	1年以内	30,030.00	300,300.00
南京广播电视集团有限责任公司	212,550.00	1年以内	10,627.50	
深圳广播电影电视集团有限公司	22,403.87	1年以内	1,120.19	
合 计	73,985,053.87		3,699,252.69	300,300.00

注：期后回款截止2016年10月10日 B 2015年12月31日应收款及回款情况

客户名称	应收账款余额	账龄	坏账准备	期后回款情况
湖南广播电视台卫视频道	26,000,000.00	1年以内	1,300,000.00	26,000,000.00
乐视新媒体文化（天津）有限公司	5,520,000.00		276,000.00	5,520,000.00

辽宁世纪鲲鹏影视广告有限公司	3,990,000.00	1 年以内	199,500.00	3,990,000.00
天视卫星传媒股份有限公司	1,214,000.00	1-2 年	121,400.00	1,214,000.00
深圳广播电影电视集团有限公司	22,403.87	1 年以内	1,120.19	
合 计	36,746,403.87		1,898,020.19	36,724,000.00

C 2014 年 12 月 31 日应收款及回款情况

客户名称	应收账款余额	账龄	坏账准备	期后回款情况
浙江广播电视集团	3,211,200.00	1 年以内	160,560.00	3,211,200.00
天视卫星传媒股份有限公司	2,428,000.00	1 年以内	121,400.00	2,428,000.00
合一信息技术（北京）有限公司	1,214,000.00	1 年以内	121,400.00	1,214,000.00
合 计	6,853,200.00		403,360.00	6,853,200.00

2) 观达影视信用政策

观达影视公司下游客户主要为各大电视台和国内知名视频网站。观达影视信用政策系根据合同约定的收款进度收取款项。通常情况下，双方签订合同后预收 10%-20% 款项，取得发行许可证并交付母带支付至 30-40%，开始播放后支付至 50%-60%，播放完毕后支付剩余款项。

3) 观达影视坏账准备计提政策及与同行业比较情况

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
长城影视	5%	10%	50%	100%
华策影视	5%	10%	50%	100%
新文化	5%	10%	50%	100%
幸福蓝海	1%	5%	50%	100%
唐德影视	1%	5%	50%	100%
华谊兄弟	1%	5%	50%	100%
华录百纳	0%	10%	50%	100%
完美世界	1%	10%	50%	100%
慈文传媒	5%	10%	50%	100%
平均	2.67%	8.33%	50%	100%

观达影视	5%	10%	50%	100%

观达影视应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司基本一致，坏账准备计提充分。观达影视自成立以来，回款良好，未发生坏账核销情况。

经核查，独立财务顾问和天健会计师认为：观达影视应收账款主要欠款单位为电视台和国内知名网络视频网站，期后回款情况良好；应收账款坏账准备计提政策谨慎、合理，坏账准备计提充分，符合会计准则的相关规定。

③其他应收款

观达影视的其他应收款主要是剧组的备用金、押金、定金等。观达影视2015年末其他应收款为294.59万元，较2014年末增加了255.90万元，增加661.32%，主要系周丹领用的海外版权采购备用金291.77万元。2016年8月末，观达影视的其他应收款为68.88万元，较2015年末减少了-225.71万元，主要系周丹归还领用的采购备用金。

④存货

观达影视存货主要为在产品和库存商品，2014年末、2015年末和2016年8月末账面存货余额分别为1,317.77万元、2,831.81万元和8,494.54万元。2015年末存货余额较2014年末增长了114.89%，其中库存商品主要为已播出的《美丽的秘密》根据第二轮或后续播映收入比例计算的未结转成本619.17万元，在产品主要为《十五年等待候鸟》的拍摄成本1,077.65万元、《旋风少女2》前期成本126.09万元、电影《旋风少女》前期成本440.43万元以及储备剧本的前期成本568.47万元。2016年8月末存货余额较2015年末增长了199.97%，其中库存商品主要为已播出的《美丽的秘密》根据第二轮或后续播映收入比例计算的未结转成本148.88万元、《旋风少女》未结转成本6.72万元、以及《旋风少女2》的未结转成本1,623.55万元，在产品主要为《因为遇见你》拍摄成本5,724.91万元、电影《旋风少女》前期成本440.59万元以及其他储备剧本的前期成本549.90万元。

1) 结合报告期电视剧拍摄资金投入、拍摄进度、销售情况、成本结转及同行业公司情况，补充披露观达影视报告期存货是否处于合理水平

A 报告期内观达影视存货结构如下：

项目名称	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
原材料	9,904,857.70	11,349,900.82	3,611,344.90
在拍影视剧	57,249,081.24	10,776,530.80	9,566,339.81
完成拍摄影视剧	17,791,443.95	6,191,709.13	1.00
小 计	84,945,382.89	28,318,140.75	13,177,685.71
占总资产比例	53.54%	26.94%	33.03%

B 原材料影视剧剧本储备

观达影视账面影视剧剧本储备9部，未来每年拍摄3-4部电视剧，公司储备电视剧足够观达影视近两年拍摄计划使用。

C 在拍影视剧分析：

项目名称	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
《美丽的秘密》			9,566,339.81
《十五年等待的候鸟》		10,776,530.80	
《因为遇见你》	57,249,081.24		
小 计	57,249,081.24	10,776,530.80	9,566,339.81

观达影视在拍影视剧，生产业务流程涵盖剧组筹备、作品拍摄以及后期制作。电视剧作品通过政府部门备案公示或周播栏目剧本获得委托方通过即可组建成立剧组，剧组筹备周期一般在3至6个月，从现场拍摄到取得发行许可证的时间一般在6个月至1年，观达影视报告期内在拍电视剧均在1年内完成并开始发行计划。观达影视报告期末在产品为《因为遇见你》，截止至本重组报告书签署日，该剧已完成拍摄，正在进行后期制作，预计2016年内向主管机构申请发行许可证。《因为遇见你》拍摄进度正常、可控，在产品余额合理。

D 完成拍摄影视剧情况分析

报告期内观达影视拍摄的电视剧库存余额、销售情况及成本结转如下：

作品名称	期末库存商品			累计结转成本
	2016.8.31	2015.12.31	2014.12.31	
旋风少女 2	16,302,674.54			55,781,460.28
十五年等待的候鸟				25,690,113.66

旋风少女				55,308,818.70
美丽的秘密	1,488,768.41	6,191,708.13		48,476,263.70
球爱酒吧	1.00	1.00	1.00	9,939,535.31
合 计	17,791,443.95	6,191,709.13	1.00	195,196,191.65

(续上表)

作品名称	发行年度	累计实现收入	尚有库存原因
旋风少女 2	2016 年	92,170,094.34	尚未播放完毕
十五年等待的候鸟	2016 年	48,847,408.23	
旋风少女	2015 年	81,157,597.56	
美丽的秘密	2015 年	93,766,870.74	预计未来还能取得销售收入
球爱酒吧	2014 年	5,861,527.94	
合 计		321,803,498.81	

观达影视库存商品为取得发行许可证的电视剧及正在播放的周播栏目，结存电视剧余额尚未满 2 年，预计尚能取得收入，无滞销存货。成本结转方法与其会计政策相符，成本结转谨慎，存货余额合理。

E 同行业公司存货情况比较

公司名称	2016 年 1-8 月			2015 年度			2014 年度		
	存货周转率	存货/流动资产	存货/总资产	存货周转率	存货/流动资产	存货/总资产	存货周转率	存货/流动资产	存货/总资产
华谊兄弟	0.81	10.39%	4.18%	2.51	9.77%	4.00%	1.34	15.55%	8.31%
唐德影视	0.25	36.09%	28.52%	0.68	41.55%	41.19%	0.67	44.14%	43.58%
华录百纳	3.19	9.74%	5.33%	4.35	11.20%	5.91%	1.60	18.99%	9.06%
华策影视	0.56	31.97%	22.76%	1.32	24.94%	18.75%	1.53	32.03%	19.74%
新文化	0.60	25.35%	14.94%	1.05	27.65%	16.43%	0.89	35.33%	31.24%
幸福蓝海	1.11	26.23%	17.89%	2.57	21.70%	14.62%	1.21	32.80%	23.58%
完美世界	1.39	7.19%	5.19%	1.41	13.78%	11.36%	1.65	29.15%	27.43%
长城影视	1.17	21.76%	11.29%	1.45	23.82%	12.49%	0.86	31.65%	24.89%

慈文传媒	0.39	32.85%	22.49%	1.05	33.65%	21.02%	5.61	20.43%	12.49%
平均	1.05	22.40%	14.73%	1.82	23.12%	16.20%	1.71	28.90%	22.26%
观达影视	2.37	53.61%	53.54%	5.67	27.10%	26.93%	4.15	33.30%	33.03%

注：同行业上市公司 2016 年 1-8 月数据选用半年度报告数据，2015 年度、2014 年度数据选用其各年度报告数据。

从上表可以看出，报告期内，观达影视与同行业上市公司相比，存货周转速度较快，主要系观达影视每年投拍影视剧节目较少，电视剧从开拍、发行、播放周期较短，流转较快。其他上市公司由于投资影视剧较多，周期较长，周转较慢。

存货占资产比例，观达影视也显著高于同行业上市公司，主要系观达影视主要资产为货币资金、应收账款、存货，资产总额较少，相应存货占比较高。与同行业上市公司相比，观达影视存货流转速度更快，存货结构相对合理。

2)补充披露观达影视报告期存货在产品具体情况，并分析存货在产品面临无法通过审查或者通过审查无法顺利实现销售的可能性

观达影视报告期内存货构成情况详见上。

影视产品制作完成后，可能会面临作品审查风险和市场风险，如果作品无法通过审查或者通过审查后无法顺利实现销售的情况，则存在较大的存货减值风险，这也是影视行业企业共同面临的行业风险。上市公司已在重组报告书“第十四节风险因素”中就“行业政策风险”进行了充分揭示和披露。

观达影视拥有专业团队从项目立项开始就跟踪市场趋势、剧本创作情况、演职人员安排等对剧本进行持续评估，通过评估的剧本方能投入制作拍摄，从源头上有效防范影视剧的投资风险。

观达影视历史上未出现过在产品未通过审查的情况，根据公司在行业内的口碑、作品题材及作品一贯的质量保证，在拍电视剧不通过审查可能性极低。

观达影视历史上摄制的影视剧作品均已顺利实现销售，2016 年 8 月末库存电视剧已签有预售合同，未来有充足的销售收入可实现，不存在自首次发行日起 24 个月内未结转的库存商品；此外公司部分作品采用受托摄制模式，也有效保障作品的销售。

3) 结合报告期主要产品的生产和销售情况, 补充披露观达影视存货跌价准备计提的充分性

报告期内, 观达影视未计提存货跌价准备。

A 存货跌价准备计提政策

资产负债表日, 观达影视存货按照成本与可变现净值孰低计量, 按照单个存货项目计提存货跌价准备。可变现净值为存货的预计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用及相关税费后的金额。

原材料的减值测试: 原材料主要核算影视剧本成本, 当影视剧本在题材、内容等方面如果与国家现有政策相抵触, 而导致其较长时间内难以立项时, 应提取减值准备。

在拍影视剧的减值测试: 影视产品投入制作后, 因在题材、内容等方面如果与国家现有政策相抵触, 而导致其较长时间内难以取得发行(放映)许可证时, 应提取减值准备。

完成拍摄影视剧的减值测试: 库存商品的成本结转是基于计划收入比例法, 过程包含了对影视产品可变现净值的预测, 可变现净值低于库存商品部分提取减值准备。

B 观达影视存货减值分析

观达影视影视剧本尚在制作中, 均已制定了在未来年度进行拍摄的计划, 未发现明显减值迹象, 无需计提存货跌价准备。

观达影视在拍电视剧报告期末仅有《因为遇见你》, 该剧尚在后期制作中, 已与西藏乐视网信息技术有限公司签订预售网络播放权合同, 预计未来能产生足额经济利益流入, 无需计提存货跌价准备。

观达影视完成拍摄影视剧主要为《旋风少女2》、《美丽的秘密》, 《旋风少女2》在2016年9月15号播放完毕, 截止本重组报告书签署日, 观达影视正与芒果影视文化结算制作费用及收视奖励。《美丽的秘密》仍有卫视频道第三轮播放权正在协商中, 预计未来能产生足额经济利益流入, 无需计提存货跌价准备。

4)核查意见

经核查，独立财务顾问和天健会计师认为：观达影视报告期内存货处于合理水平，公司账面影视剧存货预计均可实现经济利益流入，无需计提存货跌价准备。

⑤其他流动资产

其他流动资产主要为货币基金理财产品。2014年末、2015年末和2016年8月末账面余额分别为1,081.08万元、1,030.00万元和0.00万元。

(2) 负债结构和变化分析

观达影视的所有负债均为流动负债。报告期各期末，负债余额分别为3,564.60万元、7,127.53万元和8,514.04万元，观达影视的主要流动负债包括应付账款、预收款项、应交税费和应付股利，上述四项负债合计金额占当年负债总额的比例为85.91%、99.60%和91.61%。

①应付账款

观达影视应付账款主要为应付联合拍摄分成款、影视剧摄制相关采购款以及剧本购买和改编创作费用等。观达影视2014年末、2015年末和2016年8月末应付账款余额分别为809.33、2,622.59万元和733.70万元。2015年末，观达影视应付账款较2014年末增加1,813.26万元，增加224.05%，主要系一方面《美丽的秘密》、《旋风少女》采用联合投资模式，随着相关销售收入的实现，确认相关联合投资的分成款项723.32万元；另一方面，2015年观达影视拍摄了《旋风少女》、《美丽的秘密》、《十五年等待候鸟》等多部作品，拍摄相关的外包服务采购增加，合计1,899.27万元。2016年8月末，观达影视应付账款主要为采用联合投资模式摄制的《美丽的秘密》二轮及后续播映收益分成款708.99万元；2016年8月末应付账款较2015年末减少了1,888.89万元，减少-257.45%，主要系观达影视前期投资的影视作品陆续投入市场并取得较好的收益，大幅提升公司资金规模和资金周转率，增强公司对摄制相关采购成本的支付能力。

②预收款项

观达影视2014年末、2015年末和2016年8月末预收款项余额分别为2,196.53

万元、3,347.33万元和4,635.59万元。观达影视预收款项较多主要系其采用受托制作和联合拍摄模式以及预售模式，预收电视台和网络新媒体平台的委托制作款、联合摄制款以及预售播映权款所致。2015年末预收款项较2014年末增加1,150.80万元，增加了52.39%，主要包括：预收电视台和网络新媒体平台关于《美丽的秘密》海外版权预售款、《十五年等待候鸟》委托摄制预收款合计1,843.99万元，预收《美丽的秘密》联合投资及摄制款1,503.33万元。2016年8月末预收款项较2015年末增加128.82万元，主要系《因为遇见你》的预售款。

③应交税费

观达影视2014年末、2015年末和2016年8月末应交税费分别为56.44万元、1,056.99万元和373.15万元。应交税费增长较快，主要系观达影视《旋风少女》《美丽的秘密》《十五年等待候鸟》《旋风少女2》等多部作品反映良好，公司快速实现销售，收入迅速增长。

④应付股利

2015年、2016年观达影视进行了股利分配。2014年末、2015年末和2016年8月末账面余额分别为0.00万元、71.92万元和2,057.54万元。

(3) 主要资产减值情况分析

观达影视计提减值准备的主要资产是应收款项，计提原则为单项计提结合账龄组合法。报告期内，观达影视资产减值准备具体情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
应收账款坏账准备	369.93	189.80	34.78
其他应收款坏账准备	4.57	16.24	2.04
合 计	374.50	206.04	36.82

报告期内，观达影视资产减值准备的变动情况与相应资产变动情况一致。2015年末资产减值准备较2014年末增加了169.22万元，主要系2015年底《美丽的秘密》分别在湖南卫视和乐视网播出，实现了销售收入，应收账款大幅增加，故按账龄计提的坏账准备相应增加。2016年8月末，资产减值准备主要为《美丽的秘密》和《旋风少女》二轮等后续播映的应收款、《旋风少女2》首轮播映应收

款对应计提的坏账准备。

2、财务指标分析

(1) 偿债能力指标分析

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动比率	1.86	1.47	1.11
速动比率	0.86	1.07	0.74
资产负债率 (合并口径)	53.66%	67.78%	89.33%
息税折旧摊销前利润 (万元)	6,138.44	3,817.25	176.58

报告期内，观达影视的流动比率、速动比率均较为稳定，略有波动。2015年流动比率和速动比率均较2014年有所上升主要系2015年观达影视业务发展较快，拍摄并发行了多部电视剧，使得货币资金、应收账款和存货等大幅上升，从而使流动资产随之增加。2016年8月末，观达影视速动比率较2015年末有所下降，主要系《旋风少女2》完成拍摄后正在首轮播映，相应成本尚未结转完毕，且《因为遇见你》正在拍摄，同时积极投资储备未来拟摄制剧本等，故使得2016年8月末存货余额较大。

观达影视资产负债率较高，主要系观达影视的电视剧发行以预售为主，预收账款余额较大，资产负债率一直保持比较高的程度。

(2) 现金流量分析

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	-4,209.88	2,446.14	1,063.99
投资活动产生的现金流量净额	1,050.59	1.74	-1,005.64
筹资活动产生的现金流量净额	605.76	-500.15	800.00
现金及现金等价物净增加额	-2,553.53	1,947.73	858.36

观达影视2014、2015年经营活动现金流量净额均为正，主要系观达影视采用受托制作和联合摄制模式，与湖南卫视、乐视网等电视台和网络新媒体平台合作拍摄，既减轻公司资金压力，加快资金流转，又保障了公司电视剧作品的后期播

映渠道。

观达影视2016年1-8月经营活动产生的现金流量净额为负，主要系：一方面2016年初开拍《旋风少女2》截至2016年8月正在首轮播映中，相关投资采购成本尚未完全收回；另一方面，观达影视于2016年5月开拍《因为遇见你》，截至2016年8月正在拍摄中，使得采购金额及相应的电视剧制作成本大幅增长。

（3）资产周转能力指标分析

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率	4.45	7.99	8.93
存货周转率	2.37	5.67	4.15

注：2016 年 1-8 月周转率数据为年化值

报告期内，观达影视资产周转能力较为稳定，业务经营健康。2015年较2014年，观达影视的存货周转率略有提升，说明观达影视的影视剧作品可以较为快速地实现收入。

此外，观达影视采用受托制作和联合摄制模式，应收账款比例较小，且观达影视的主要客户为电视台和网络新媒体，信誉较好，应收账款回款周期较短，同时观达影视在对应收账款的控制、收回等方面管理较为严格，应收账款回收风险较小。

（四）观达影视盈利能力分析

报告期内，观达影视盈利能力的主要数据情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	15,585.56	16,567.23	5,902.76
营业成本	8,936.58	11,759.39	5,466.29
营业利润	5,931.43	3,600.25	102.70
利润总额	6,130.11	3,811.03	170.74
净利润	5,964.64	3,034.03	125.57

1、营业收入构成及变动分析

观达影视最近两年一期的营业收入构成如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
主营业务收入	15,585.56	16,567.23	5,902.76
合 计	15,585.56	16,567.23	5,902.76

观达影视专注于电视剧的策划、制作及发行领域。报告期内，观达影视的营业收入均来自主营业务收入。

报告期内，观达影视按影视作品分类的业务收入情况如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
《球爱酒吧》	-		-		586.15	9.93
《西游记》	-		-		986.42	16.71
《一见不钟情》	-		558.59	3.37	4,330.19	73.36
《旋风少女》	478.95	3.07	7,635.99	46.09	-	
《美丽的秘密》	1,004.05	6.44	8,372.64	50.54	-	
《十五年等待候鸟》	4,885.56	31.35	-		-	
《旋风少女 2》	9,217.01	59.14				
合 计	15,585.56	100.00	16,567.23	100.00	5,902.76	100.00

观达影视成立于2014年1月，2014年的主要收入为《西游记》和《一见不钟情》的代理发行收入和网络剧《球爱酒吧》的制作发行收入，故规模较小。2015年开始，观达影视开始投资拍摄多部电视剧，主营业务收入增长较快，盈利能力显著提升，2015年的收入主要来自于《旋风少女》和《美丽的秘密》两部作品。2016年1-8月的收入则主要来自于《旋风少女》二轮、海外等后续播映收入，《美丽的秘密》二轮等后续播映收入、《十五年等待候鸟》首轮和后续播映收入以及《旋风少女2》首轮播映收入。未来随着观达影视不断推出新剧集、提升产量，单个影视剧对观达影视总收入的影响将不断降低。

2、营业成本构成及变动分析

观达影视最近两年一期的营业成本构成如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
主营业务成本	8,936.58	11,759.39	5,466.29
合 计	8,936.58	11,759.39	5,466.29

与业务收入结构相对应，观达影视营业成本均为主营业务成本。随着观达影视电视剧制作发行业务的正常运营，主营业务成本也随之增加。

根据《电影企业会计核算方法》，观达影视公司成本结转方法按照计划收入比例法，当期成本=当期实际收入*制片总成本/预计总收入。报告期内涉及跨期确认收入的只有《美丽的秘密》。故举例《美丽的秘密》电视剧的销售情况。

(1) 《美丽的秘密》发行计划情况

单位：万元

预计收入				
一轮	二轮	三轮	其他收入	合计
7,726.42	664.47	294.34	961.64	9,646.87

注：一轮、二轮、三轮指电视剧一般在两年内通过卫星频道进行三轮发行，三轮以后由于价格较低基本忽略不计，其他收入包括植入广告收入，地面电视台收入及海外收入。

(2) 《美丽的秘密》的收入成本结转情况

单位：万元

年度	实际收入	实际收入占 预测收入比 例	实际制作 成本	实际制作成 本占总制作 成本比例	分成成本	毛利率
2015 年	8,372.64	86.79%	4,341.57	86.89%	1,325.75	32.31%
2016 年 1-8 月	1,004.05	10.41%	506.06	10.13%	185.08	31.16%
库存商 品余额			148.88	2.98%	-	-
合计	9,376.69	97.20%	4,996.50	100.00%	1,510.83	32.19%

《美丽的秘密》成本结转按照计划收入比例法，当期成本=实际总成本*当期收入/预计收入，报告期内《美丽的秘密》的各期成本与当期收入配比，期末结存存货与期末库存商品余额比例一致。观达影视成本结转方法合理准确，符合企业会计准则规定，结转数额准确。

(3) 核查意见

经核查，独立财务顾问和会计师认为：影视剧成本结转方法合理、准确，符合《企业会计准则》规定。

3、毛利率变动分析

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)
主营业务	6,648.98	42.66	4,807.84	29.02	436.47	7.39
合 计	6,648.98	42.66	4,807.84	29.02	436.47	7.39

观达影视的利润主要来源于电视剧制作与发行。报告期内，观达影视毛利率分别为7.39%、29.02%和42.66%。2014年，观达影视成立初期，收入主要来自于代理发行，故毛利率较低。随着多部电视剧的制作及发行，观达影视业务规模不断扩大，盈利能力也不断提升。

此外，报告期内，观达影视主营业务收入毛利率略有波动主要原因系：（1）电视剧属于非标准化产品，各部电视剧毛利率均不同，总体来说，委托摄制的周播栏目毛利率偏低，电视剧作品毛利率较高；（2）具有不同毛利率的电视剧在各年度收入确认不均匀。观达影视向电视台、网络新媒体平台等出售电视剧播映权或信息网络传播权等版权通常综合参考制作成本、电视剧质量（包括题材价值、演员阵容、主创人员名气、制作精良程度等）以及市场行情等因素确定销售价格，进而影响单部电视剧毛利率，由此造成毛利率的小幅波动。

观达影视同行业公司的毛利率情况如下：

公司名称	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
唐德影视（300426）	57.76%	42.47%	45.07%
长城影视（002071）	20.24%	49.06%	63.00%
新文化（300336）	20.76%	40.39%	36.59%
华策影视（300336）	42.05%	36.92%	39.62%
华谊兄弟（300027）	48.40%	41.31%	44.36%
华录百纳（300291）	43.88%	24.44%	34.96%

幸福蓝海（300528）	50.80%	27.15%	50.12%
完美世界（002624）	57.59%	49.47%	49.62%
慈文传媒（002343）	26.34%	48.68%	43.89%
平均毛利率	40.87%	39.99%	45.25%
观达影视	42.66%	29.02%	7.39%

注 1：上述上市公司由于业务较多，如分类毛利率中有披露电视剧毛利率，则披露电视剧毛利率，未分类则披露整体毛利率。

注 2：同行业公司 2016 年 1-8 月数据系采用上述公司 2016 年半年报 1-6 月数据。

从上表可见，观达影视同行业公司毛利率在 40%左右，而观达影视报告期内毛利率逐年升高，2016 年 1-8 月观达影视毛利率与同行业公司基本一致。

报告期内观达影视公司毛利率增加原因：① 观达影视 2014 年仅制作发行《球爱酒吧》等 1 部网络剧及代理发行《一见不钟情》、《西游记》等 2 部电视剧，其中制作《球爱酒吧》时，观达影视刚涉足网络剧拍摄，尝试采用与优酷视频广告分成的创新方式收款，互联网视频广告市场尚处于培育增长期，广告收入不及预期，从而导致制作亏损；而代理发行业务总体毛利率也偏低，故 2014 年度毛利率较低；② 2015 年，观达影视受托摄制了《旋风少女》周播栏目及联合摄制《美丽的秘密》电视剧，其中受托摄制周播栏目是观达影视首次与芒果影视进行该种类型的尝试，因此毛利率略低，故观达影视整体毛利率有所提升，但仍略低于同行业电视剧制作公司毛利率；③ 2016 年 1-8 月，观达影视受托摄制了《十五年等待的候鸟》及《旋风少女 2》，基于《旋风少女》的良好效果，观达影视与芒果影视加深合作，提高了剧目单集价格，使得观达影视毛利率继续有所提升。

经核查，独立财务顾问和会计师认为：观达影视与同行业上市公司毛利率水平相当，报告期内毛利率增加合理，符合企业实际经营情况。

4、利润主要来源以及盈利能力的驱动要素分析

报告期内，观达影视利润构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例

营业利润	5,931.43	96.76%	3,600.25	94.47%	102.70	60.15%
营业外收支净额	198.68	3.24%	210.78	5.53%	68.03	39.85%
利润总额	6,130.11	100.00%	3,811.03	100.00%	170.74	100.00%

从上表可知，观达影视报告期内的利润总额主要来自于营业利润，报告期内营业利润占利润总额的比例分别达60.15%、94.47%和96.76%。2014年，观达影视营业外收支占比较大，主要系取得相关政府补助。

从以上对利润来源和构成的分析可知，营业利润是观达影视主要的利润来源，而影视剧产生的毛利是观达影视综合毛利最重要的组成部分。因此，电视剧的策划、制作和发行是盈利能力的主要驱动因素。

5、销售费用构成及变动分析

报告期内，观达影视销售费用构成情况如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
工资	216.45	80.12	209.70	26.67	161.90	77.07
宣传推广费	28.35	10.49	569.21	72.40	31.42	14.95
办公费	7.97	2.95	7.19	0.91	7.85	3.74
差旅费	17.39	6.44	0.12	0.02	8.91	4.24
合 计	270.15	100.00	786.21	100.00	210.08	100.00

观达影视销售费用主要由工资、宣传推广费、办公费和差旅费构成，其中工资和宣传推广费占比较高，报告期内，上述两项费用合计占销售费用总额比例分别为78.96%、99.07%和90.61%。

2015年销售费用较2014年增加576.13万元，增长274.25%，主要系观达影视2015年投资拍摄了《旋风少女》、《美丽的秘密》、《十五年等待候鸟》等多部电视剧，增加了公司的宣传推广费用。

6、管理费用构成及变动分析

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)

职工薪酬	85.14	41.40	37.65	16.86	19.71	18.45
租金及物业费	36.05	17.53	62.65	28.05	58.41	54.67
折旧及摊销费	8.33	4.05	10.94	4.90	7.20	6.74
办公费	20.10	9.77	13.04	5.84	10.52	9.84
中介机构费用	30.52	14.84	33.26	14.89	1.50	1.40
税金	24.61	11.97	64.41	28.84	6.79	6.35
其他	0.91	0.44	1.39	0.62	2.71	2.54
合 计	205.66	100.00	223.34	100.00	106.84	100.00

观达影视管理费用主要由职工薪酬、租金及物业费、折旧摊销、办公费、中介机构费用、税金等。其中职工薪酬、租金及物业费、税金等占比较高，报告期内上述三项费用占管理费用总额的比例分别为79.47%、73.75%和70.89%。

2015年管理费用较2014年增加116.59万元，增加109.04%，主要系随着公司业务规模扩大，公司员工数量增加，相应办公费和税金增加；此外，公司还增加了财务、税务和法务的等中介咨询费用。

7、财务费用构成及变动分析

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
利息收入	-3.97	-5.31	-1.79
利息支出	0.00	-	-
手续费及其他	1.69	0.58	0.44
合 计	-2.27	-4.73	-1.35

报告期内，观达影视财务费用主要为手续费及其他，金额较小。

8、营业外收支构成及变动分析

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
政府补助	202.00	215.30	69.30
其他	1.76	0.64	-
营业外收入合计	203.76	215.94	69.30
营业外支出合计	5.08	5.15	1.27
营业外收支净额	198.68	210.78	68.03

2014年、2015年和2016年1-8月，观达影视营业外收入分别为69.30万元、215.94万元和203.76万元，主要由政府补助构成，包括上海市松江区人民政府永丰街道办事处发放补助款、上海市网络视听产业专项基金、上海市文化发展基金会项目资助协议和上海市松江区投资促进服务中心补助款等项目。

9、非经常性损益分析

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	202.00	215.30	69.30
委托他人投资或管理资产的损益	22.18	36.94	26.23
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	633.41	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2.01	0.64	-
小计	222.17	886.28	95.53
减：企业所得税影响数（所得税减少以“－”表示）	55.54	63.22	23.88
少数股东权益影响额(税后)	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	166.62	823.06	71.65

报告期内，观达影视非经常性损益净额为71.65万元、823.06万元和166.62万元。2015年度金额较大，主要系当期同一控制下企业合并的霍尔果斯观达初至合并日的净损益及当期政府补助金额较大。

四、科翼传播行业特点和经营情况的讨论与分析

（一）科翼传播行业特点

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，具体可分为综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作三大业务板块。科翼传播的内容整合营销传播业务主要是以互联网媒介作为载体，为客户提供全方位、全过程的整合营销传播服务，属于互联网整合营销行业；科翼传播的内容制作业务目前主要以网络综艺为主，属于综艺节目制作行业。

1、行业概况

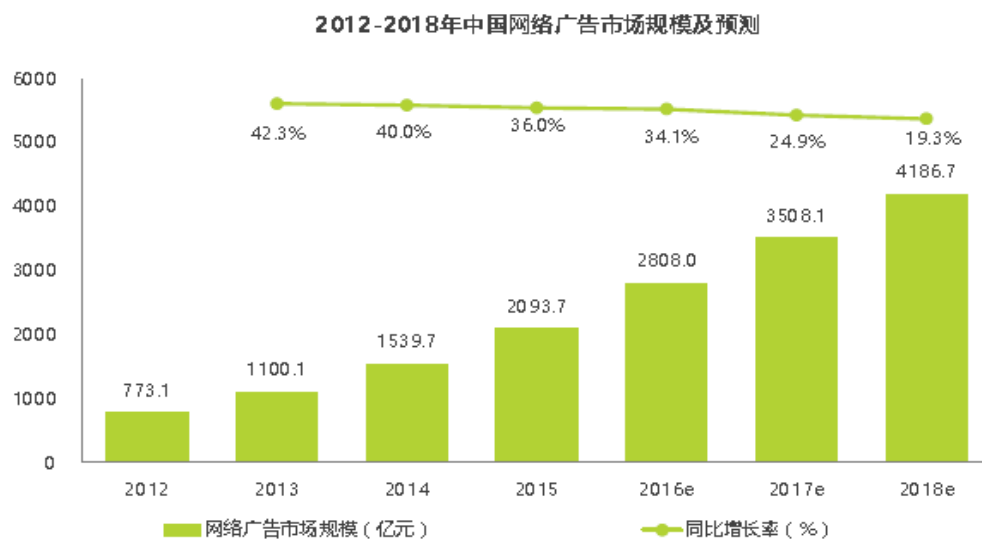
（1）互联网整合营销行业

互联网整合营销是以互联网（包括移动互联网）作为实施载体开展的营销活动，包括了营销策略制定、创意内容策划、媒体代理投放、营销效果监测和优化、媒体价值提升等内容的营销服务。

互联网整合营销是伴随互联网诞生而出现的，具备形式新颖、内容丰富、效果准确等特点，具有广阔的成长前景。近年来，中国互联网产业处于飞速发展期，网民数量每年都保持着快速的增长。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第37次中国互联网络发展状况统计报告》，截至2015年12月，据CNNIC的统计，中国网民规模达6.88亿，全年共计新增网民3,951万人，互联网普及率为50.3%，较2014年底提升了2.4个百分点。

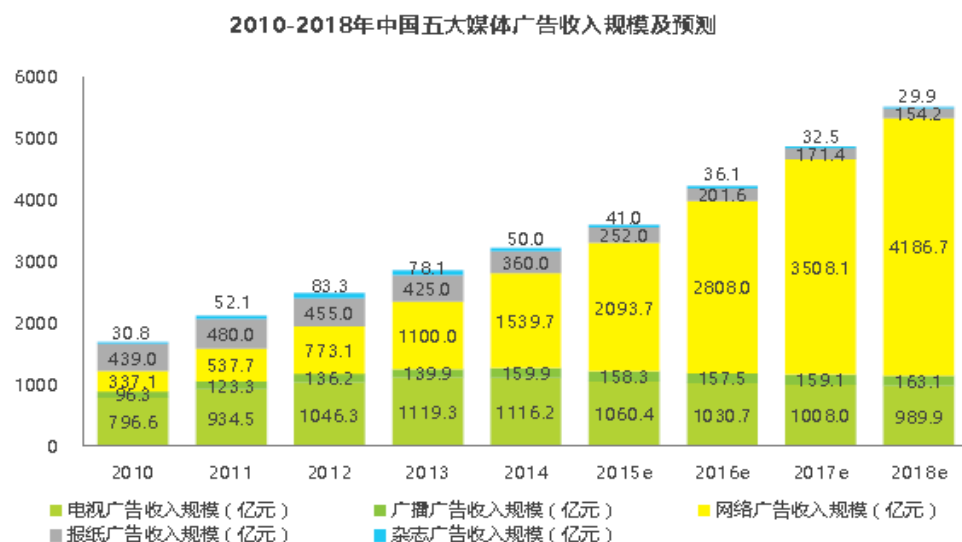


伴随庞大的网民数量带来了巨大的流量，网络媒体因此也越来越受广告主的青睐。根据iResearch《中国网络广告行业年度监测报告2016年》，2015年，我国互联网营销市场规模达到2,093.7亿元，同比增长36.0%。最近几年，我国互联网营销市场一直处于高速发展期，市场规模年均增长保持在40%左右。未来几年，我国互联网营销的市场规模仍将保持稳定增长态势，在市场规模突破2,000亿大关后，随着市场成熟度不断提高，预计未来几年的增速将趋于平稳，预计至2018年整体规模有望突破4,000亿元。



数据来源：iResearch《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》

近三年来，就国内广告市场而言，电视、报纸、杂志、户外等传统营销方式增幅相对较慢，甚至出现负增长，而同期互联网营销则增长相对较快，对传统营销方式的冲击较为明显。根据 iResearch《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》，2015 年，我国互联网营销的市场规模突破 2,000 亿元，同期电视广告收入 1,060 亿元，网互联网营销收入接近广电（电视+广播）整体广告规模的 2 倍。受网民人数增长，数字媒体使用时长增长、网络视听业务快速增长等因素推动，未来几年，报纸、杂志、电视广告将继续下滑，而互联网营销收入增长空间仍较大。



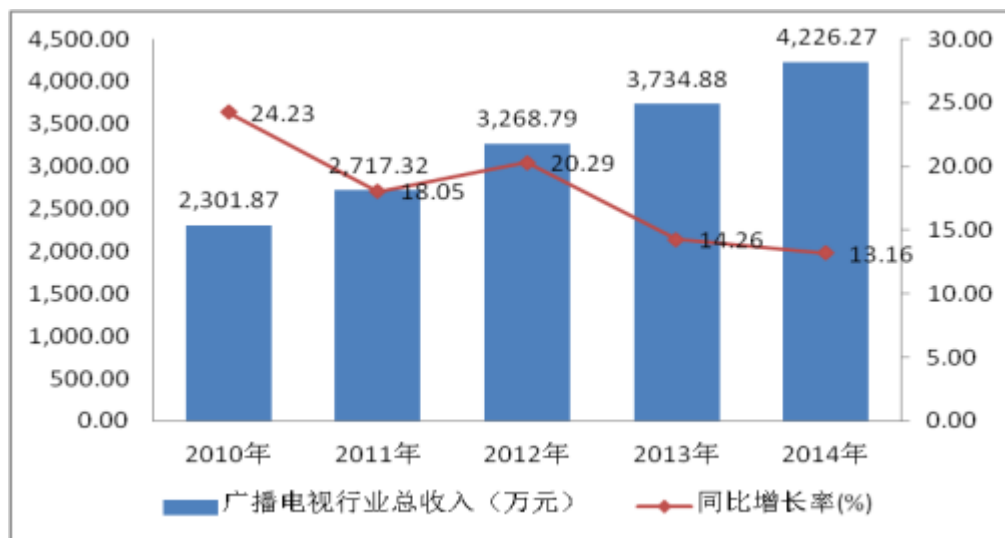
数据来源：iResearch《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》

(2) 综艺节目制作行业

综艺节目是电视台或视频网站新媒体播出的相对独立的信息单元，主要是单个节目的组合，是按照一定内容（如新闻、知识、文艺）编排布局的完整表现形式。它有固定的名称、固定的播出时间（即起止时间固定）、固定的节目宗旨，每期播出不同的内容，来吸引人们的视线，给人们带来信息知识、享受、欢乐和兴趣，具有审美性、娱乐性、观赏性和趣味性等特点。随着我国经济发展水平的不断提高，人们对于精神文化生活的需求也日益增长，作为文化生活的重要组成部分，综艺节目市场百花齐放，不论是数量、品类还是质量都有着长足的发展。

目前，我国已建成世界上覆盖人口最多，中央电视媒体与地方电视媒体，有线、无线、卫星等多种手段并用的广播电视网。综艺节目交易市场持续稳定发展，流通渠道不断丰富，流通组织不断增多。近年来，在深化广播电视体制机制改革，大力推动广播电视产业发展的大好形势下，全国广播电视产业继续保持良好的发展态势。据国家新闻出版广电总局统计，2014年，全国广播电视总收入为4,226.27亿元，较2013年增长了13.16%。

2010年至2014年，全国广播电视行业总收入情况如下图所示：

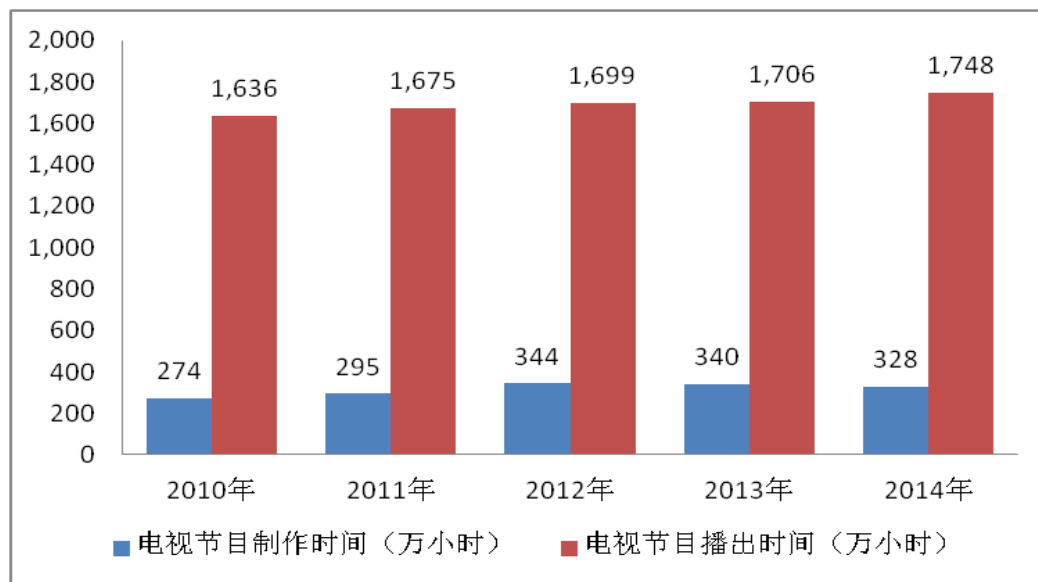


数据来源：国家新闻出版广电总局

在全国广播电视产业保持良好发展的背景下，我国综艺节目生产能力不断增长，但仍不能满足电视媒体、视频网站新媒体等的播出需求，综艺节目的供需缺口较大，重播率较高，而精品、优质的综艺节目供需缺口就更大。根据国家新闻出版广电总局统计，2014年，电视节目的制作时长为327.74万小时，电视节目播放

时长为 1,747.61 万小时，是节目制作时长的 5.33 倍，重播率达 81.25%。由此看来，电视节目的供需缺口将为综艺节目制作机构带来巨大的业务增长空间。

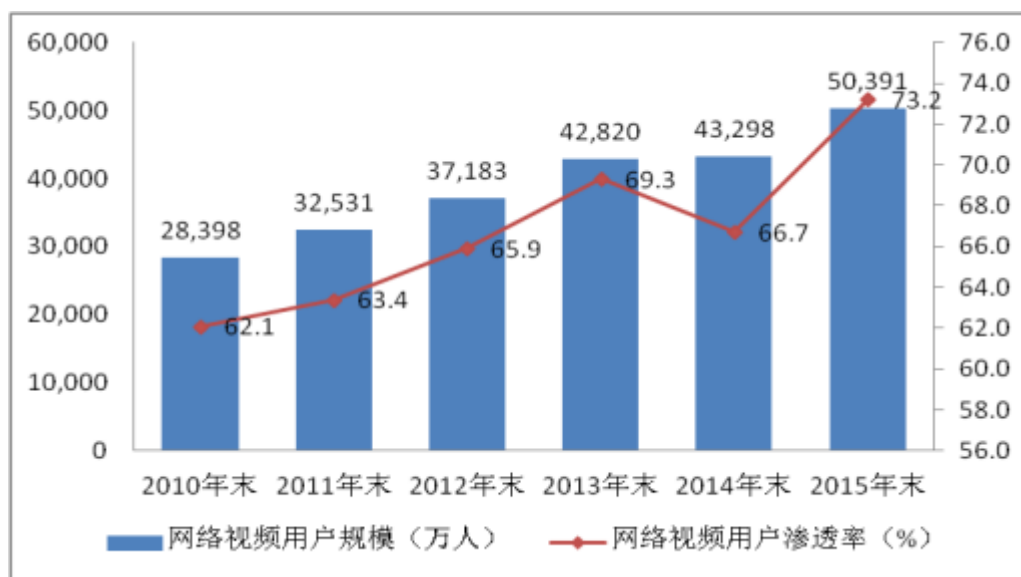
2010 年至 2014 年，全国电视节目制作、播出时间统计情况如下图所示：



数据来源：国家新闻出版广电总局

与此同时，随着近年来视频网站新媒体的快速发展，视频网站已发展成为人们获取综艺节目的重要媒体渠道。近几年，国内网络视频用户规模逐年上升，截至 2015 年 12 月，国内网络视频用户规模 50,391 万人，在网民中的渗透率约为 73.2%；与 2014 年 12 月相比，网络视频用户人数增长了 7,093 万人，渗透率增长了 6.5%。

2010 年至 2015 年各年末，网络视频用户规模和网络视频用户渗透率情况如下：



数据来源：中国互联网络信息中心（CNNIC）

随着国内网络视频的用户规模的不断提高，网络视频播放平台为提升关注度，开始改变经营策略，精选优质内容，推出个性化的视频节目，并与专业的综艺节目制作机构合作为其定制节目内容。因此，网络视频媒体的发展为综艺节目制作行业提供了广阔的发展平台。

2、行业市场化程度及竞争格局

（1）互联网整合营销行业

与传统广告行业内的市场竞争格局不同，目前互联网媒体的政策管制相对宽松，互联网整合营销领域内的市场竞争较为充分，市场准入门槛相对较低，同时由于互联网媒体的类型和数量巨大，大大小小的互联网整合营销企业可生存的空间相对宽泛，因此导致互联网整合营销领域的从业企业数量较多，行业集中度相对较低。

但是优秀的互联网整合营销企业既要深刻理解互联网媒体的特性，又要熟悉互联网用户的行为习惯和思维方式，能够准确把握行业和技术的发展趋势，为客户提供高质量的整合营销服务。就目前来看，优秀的互联网整合营销企业不仅通过自身规模的扩大以及服务质量的提高来抢占市场份额，也会通过外延式扩张来扩大市场份额。因此可以预期互联网整合营销行业会进行进一步的行业整合，行业的集中度会逐步提升。

（2）综艺节目制作行业

综艺节目制作行业属于充分竞争的市场，行业内企业数量众多。根据国家新闻出版广电总局的统计，截至 2016 年 4 月，持有 2016 年度《广播电视节目制作经营许可证》的机构有 10,232 家，其中民营企业占据了绝对多数，形成了较为充分的市场竞争格局。

与国外相比，我国从事电视、视频网站新媒体内容供应的社会制作机构起步相对较晚，但发展迅速。目前市场上活跃的优秀综艺节目制作公司有数十家，如推出《中国好声音》、《中国好歌曲》、《中国好舞蹈》等的灿星制作，推出《中国梦想秀》、《舞动奇迹》等的世熙传媒，推出《最美和声》、《疯狂的麦咭》、《女神的新衣》等的蓝色火焰，上述各制作公司制作的内容和播放平台各有侧重，具有较高的市场化程度。

3、行业利润水平与变动趋势

（1）互联网整合营销行业

近年来，我国互联网营销市场一直处于高速发展期，互联网整合营销行业作为新兴产业，行业具有较强的盈利能力，利润水平较高。随着近年来行业的高速增长和高利润水平，吸引了越来越多的参与者进入这一市场，供给的增加无疑会导致行业平均利润水平的下降。另外，随着未来中国经济的发展而稳步增长，行业增长水平将趋于平缓，同时在媒体资源采购成本和人力资源成本不断提高的影响因素下，行业的利润空间也将不断压缩，行业之间的竞争将更加激烈。

（2）综艺节目制作行业

随着制播分离模式在国内综艺节目市场不断演进，越来越多的民营综艺节目制作公司加入到行业中来，这些企业的加入使得综艺节目数量和综艺节目制作水平都取得了长足的进步。然而伴随更多新的竞争主体的加入，有可能会在一定程度上加剧行业的竞争，从而有可能降低行业的利润水平。

但另一方面，随着我国娱乐产业的蓬勃发展以及网络视频平台的大力推广，市场需求会愈加旺盛。加之整体市场环境的不断改善和日趋成熟，市场资源将向大型综艺节目制作机构倾斜，使得具有资金、人才优势的优质综艺节目制作公司的盈利能力仍可以在竞争加剧的环境中保持较高的盈利水平。

4、影响行业发展的有利因素

（1）互联网整合营销行业

①国家产业政策的积极支持

互联网整合营销行业是我国现代服务业的重要组成部分，属于国家鼓励发展的行业。近年来，国家出台了一系列支持行业发展的产业政策，如《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》、《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》、《“十二五”时期文化产业倍增计划》等，上述政策的出台为行业的发展提供了良好的经营环境。

②互联网行业的高速发展

我国互联网用户数量巨大且持续增长，互联网应用深入社会经济、生活的各个方面，并且覆盖了主流消费人群，具有较大的营销潜力。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）的统计数据，截至 2015 年 12 月，中国网民规模达 6.88 亿，全年共计新增网民 3951 万人，互联网普及率为 50.3%，较 2014 年底提升了 2.4 个百分点。互联网整合营销以互联网的发展为前提，互联网行业的高速发展为互联网整合营销行业的快速发展奠定了坚实的基础。

③市场主体的互联整合网营销意识不断深化

互联网营销以其成本低、效率高、传播速度快、覆盖范围广、效果可即时监测等特性受到越来越多的市场主体关注，互联网营销意识正不断深化，互联网营销投放总额也保持逐年增加的态势。对于能够提供包括市场竞品分析、广告创意、媒体策略及投放、品牌定位、公关活动等业务内容的综合性整合营销服务商将更能获得市场主体的青睐。

（2）综艺节目制作行业

①物质生活水平的不断提高带动文化类产品的消费需求

近年来，随着我国国民经济的持续增长，人民生活质量和受教育水平不断提高，人民对精神文化生活需求日益增长，人们从偏重物质需求到重视精神文化需求的转变，推动了我国消费结构以及产业结构的不断升级。文化产业的振兴、文化产品的繁荣将是经济结构调整的客观要求和必然结果。综艺节目对于丰富人们精神生活起着重要的作用，这也为综艺节目制作产业创造了巨大的市场空间。

②制播分离极大地提高了综艺节目制作行业的专业化程度

2009年8月，国家新闻出版广电总局下发《关于认真做好广播电视制播分离改革的意见》，鼓励实施制播分离改革，也标志着我国广播电视进入产业化发展的新时期。这会给资本市场带来更多的投资机会，促进资本和产权的整合，也必将促进综艺节目交易市场的创新和发展。

专业的制作机构在新的商业环境下，可以将更多地资源集中到综艺节目的制作环节中来，投入大资金形成一批专业水平高、市场影响力大和观众覆盖面广的节目产品，并在商务推广和节目价值变现等方面与播出平台开展广泛的合作，提高综艺节目制作行业的专业化程度。

③电视台及视频网站新媒体的竞争推动综艺节目制作的需求

近年来，随着国家对文化产业的大力支持与发展，全国广播电视及视频网站新媒体企业总收入逐年增长，广告收入作为电视台及视频网站新媒体企业的主要收入来源，规模持续增加，电视台及视频网站新媒体企业作为综艺节目制作行业的下游主要客户，其收入增加将提高对综艺节目制作的购买力，提升综艺节目制作的市场需求。

同时，优质的综艺节目内容播出亦能为电视台带来较高收视率，提高广告收入，随着广告收入的稳步增长，电视台在争夺优质综艺节目播映权方面的竞争日趋激烈；视频网站新媒体企业为进一步提高广告收入水平，对综艺节目网络版权的争夺亦日益激烈，这也为行业的发展提供了难得的发展机遇。

5、影响行业发展不利因素

（1）互联网整合营销行业

①专业人才缺乏

互联网整合营销行业从业人员的素质和能力直接影响着行业的整体发展水平。由于互联网整合营销的理论和实践在我国开展的较晚，我国互联网整合营销教育方面较为落后。与此同时整合营销服务能力还需要通过实践项目的经验积累和总结。由于行业内优秀人才流动性较高和内部培训不足的现状，造成我国互联网整合营销行业高端专业化人才较为缺乏。

②资金不足制约发展

互联网整合营销行业对资金的需求量较高。一方面，为了提供更为优质的服务内容，互联网整合营销服务商往往需要投入一笔不菲的资金用于购买媒体数据、各行业市场和消费者的数据，并建立自己的分析模型和信息系统。另一方面，传播需求方往往会要求互联网整合营销服务商为其垫付一定的媒体购买或者其他相关费用，对互联网整合营销服务商的资金能力提出了较高的要求。

（2）综艺节目制作行业

①专业人才缺乏

综艺节目制作需要导演、编导、剪辑、摄像等经验丰富的专业人才，面对行业快速发展的现状，我国现有的相关专业人员比较短缺，而且综艺节目制作是一项团队工作，剧组成员需要一定的时间进行磨合、培养默契，因此人才短缺在一定程度上也限制了制作企业在保证制作质量的前提下扩大自身规模。

②知识产权保护尚不完善

综艺节目制作属于是文化创意，好的综艺节目需要完善的知识产权保护，不然会影响到综艺节目创作的积极性，而我国现阶段对知识产权的保护尚不完善，综艺节目模式存在互相抄袭的情况，损害了综艺节目创作人员的切身利益。同时盗版、盗播现象也时有发生，分流了电视台和视频网站的收视观众，对综艺节目制作企业造成了不利影响。

③资金不足的制约

综艺节目制作的前期阶段往往需要综艺节目制作企业垫付大量的资金，尤其是制作一档现象级的综艺节目需要的资金更大，而综艺节目制作企业大多属于轻资产型公司，很难通过银行融资解决资金需要。因此很多企业制作综艺节目时不得不对成本进行压缩，影响了综艺节目制作的质量。

6、进入该行业的壁垒

（1）互联网整合营销行业

①行业经验壁垒

与传统广告媒体相比，互联网媒体具有种类繁多、信息量巨大、传播速度快等特点，基于传统媒体营销方式的行业经验在互联网环境下不再完全适用。因此，

对互联网整合营销服务商而言，必须对互联网、互联网技术、互联网媒体以及互联网环境下的消费者行为模式、生活习惯、心理特征有深刻理解，通过长期积累才能形成具有竞争力且能为客户创造价值的行业经验，进而形成自身核心竞争力，该行业具有一定的行业经验壁垒。

②专业人才壁垒

互联网整合营销要求从业人员既要熟悉传统的营销理论、经验、方法，又要对互联网、互联网技术、互联网媒体具有深刻理解，同时还要对互联网用户的行为模式、生活习惯、心理特征等有深入了解。而由于我国互联网整合营销的发展历程较短，加之上述各种因素影响，整体上互联网整合营销专业人才一直处于较为紧缺的状态。而对介入互联网整合营销领域较早的企业，在人才建设上具有一定的比较优势，对后进入行业的企业存在专业人才壁垒。

③资金壁垒

互联网整合营销行业是一个资金密集型的行业。一方面，为了提供更为优质的服务内容，互联网整合营销服务商往往需要投入一笔不菲的资金用于购买媒体数据、各行业市场和消费者的数据，并建立自己的分析模型和信息系统。另一方面，传播需求方往往会要求互联网整合营销服务商为其垫付一定的媒体购买或者其他相关费用。上述因素形成了对行业新进入者的资金壁垒。

（2）综艺节目制作行业

①行业准入壁垒

目前，我国综艺节目的制作需要取得《广播电视节目制作经营许可证》，因此进入本行业首先要取得相应的资质许可，这也是进入本行业的首要壁垒。国家新闻出版广电总局对用于传播的影视作品的制作、发行、引进、播出等都制定了一套严格且具体的规定来加强对行业的监督管理。同时，根据《外商投资产业指导目录（2011年修订）》，广播电视节目制作列入禁止外商投资的产业目录。

②专业人才壁垒

综艺节目制作需要大量的专业人才，如导演、编导、摄像、后期剪辑等，都需要丰富的专业技能。同时，节目策划人员也需要具备较强的创新意识，能够敏锐地把握日新月异的市场需求，既要使节目符合社会主义核心价值观，又要满足

观众的节目喜好。一个优秀的节目制作机构需要同时具备各个领域的专业人才，才能保证综艺节目的市场竞争力。因此，专业人才也构成了行业进入壁垒之一。

③资金壁垒

综艺节目制作的前期阶段往往需要综艺节目制作企业垫付大量的资金，尤其是制作一档现象级的综艺节目需要的资金更大。同时，近些年随着综艺节目制作行业市场的快速发展，导演、编剧和嘉宾等生产要素价格有所提升，这对综艺节目内容制作企业前期资金投入提出了更高的要求。而综艺节目制作企业大多属于轻资产型公司，很难通过银行融资解决资金需要，因此行业的资金壁垒较为明显。

7、行业技术水平和特点

（1）互联网整合营销行业

互联网整合营销行业的技术水平主要体现在两个方面：一是营销创意策划，二是基于数据分析和媒体价值评估系统所做的媒体投放方案。

在营销创意策划方面，其核心要点在于人才，作为一项创造性导向的工作，关键在于对客户所处行业的了解、对消费者偏好的判断、对客户企业特征的洞悉以及对产品亮点的挖掘。知识技能的培训和项目经验的积累有助于人才的培养和行业技术水平的提高。

在媒体投放方案方面，其核心在于运用合适的工具软件和合理的评估系统，并根据客户的传播需求制定一套与之相契合的媒体投放方案。相对于营销创意策划而言，媒体投放规划更偏重于科学导向，需要企业整理媒体数据、分析传播效果和评估媒体价值。

（2）综艺节目制作行业

近年来，由于计算机、微电子、信息处理、通信以及激光等技术的迅速发展，以计算机为核心集图像与声音处理于一体的多媒体技术开始越来越广泛参与到综艺节目制作的过程中。在信号的记录和传输手段上从模拟复合、模拟分量信号到数字复合、数字分量和 X 数字分量，出现了数字摄像机、磁盘录像机等新设备。综艺节目制作技术的广泛应用，不仅使得电视图像和声音质量达到了以往模拟设备和模拟技术难以达到的高指标；同时它也改变了传统综艺节目制作的生产方式，给综艺节目制作带来了全新技术手段；更重要的是它给综艺节目创造观念

带来了全新的理念，电视编导人员过去难以做到的创意可以在综艺节目制作过程中得以实现。目前，数字化制作技术已经进入综艺节目制作的各个领域，在一定程度上正在改变着综艺节目的艺术形态和生产方式。

8、行业特有的经营模式

（1）互联网整合营销行业

互联网整合营销服务提供商作为连接营销服务需求方与供给方的中介，能够有效地撮合双方之间的交易、大幅节约双方的人力物力成本、提高交易成功率，显著降低了社会交易成本。根据互联网整合营销服务商所提供服务的侧重点不同以及立足点不同，可以将互联网整合营销领域内的企业划分为三类：以客户服务为导向的营销模式、以技术为导向的营销模式、以媒介代理为导向的营销模式。

以客户服务为导向的营销模式主要特点为：互联网整合营销服务商以客户的需求为导向，为客户提供整合式的营销服务，包括按照广告主的需求制定营销策略、制作营销创意、执行营销方案、分析营销投放数据、监测和反馈营销效果、优化营销策略等；该种模式下除了营销投放收入外，营销服务佣金也是其主要收入来源。

以技术为导向的营销模式主要特点为：该种模式主要以满足客户特定的媒体采购需求为主，并提供少量创意、监测与评估等服务，不提供内容、产品平台等深入整合营销服务，该种模式下业务规模相对较小，缺乏资源整合能力。

以媒介代理为导向的营销模式主要特点为：该种模式主要以出售所集中购入的媒体资源为业务导向，主要通过媒体资源买卖差价获取收入，业务规模相对较小，缺乏资源整合能力。

（2）综艺节目制作行业

自“制播分离”实施以来，综艺节目制播模式主要包括三种：电视台自制模式、全国发行模式和制播合作模式。国内各大电视台的传统电视综艺节目多采用电视台自制模式，如湖南卫视的《快乐大本营》、《天天向上》等；全国发行模式和制播合作模式目前国内仍采用较少，但发展迅速，是未来发展的趋势，最典型的案例是灿星制作和浙江卫视的成功合作。市场化程度更高的外部民营制作公司更易于把握市场和观众的收视需求，及时捕捉观众的喜好变化，制作出接受

度更高的综艺节目。制播分离真正实现了综艺节目为市场而制作，实现了电视播出平台跨区合作，是综艺节目制作发展的必然产物，也是未来国内综艺节目制作的必然趋势。

在制播分离模式下，制作公司主要有三种盈利途径：一种是拿纯粹的制作加工费，该种模式下制作公司将仅收取综艺节目的制作加工费，不收取综艺节目的分成收入，该种形式的利润不高；第二种是共同经营模式，即制作公司负责投资运作，电视台或网络视频新媒体负责招商运营，对综艺节目收取的广告费用按比例分成，该种模式风险高，且受制于电视台或网络视频新媒体，如果制作的综艺节目做到现象级，则能获得较高的利润，反之盈利较差甚至亏损；第三种则是包盘经营模式，即制作公司向电视台采购固定的时段或向网络新媒体采购固定的展台，由其全权负责综艺节目投资、制作、广告运营，该种模式需要较强的广告招商能力。

9、行业的周期性、区域性、季节性特征

（1）互联网整合营销行业

①周期性

一般而言，广告主的营销费用支出与整个宏观经济的发展有着较强的正相关性，互联网整合营销行业的景气程度也与该因素相关。但互联网整合营销行业属于新兴产业，正处于高速发展时期，行业内生的扩张动力和旺盛的市场需求均将支持行业较长时间的持续增长。

②区域性

互联网整合营销行业的区域性主要取决于全国互联网用户和移动网络用户的区域性，随着我国近年来互联网基础建设的不断完善、移动网络普及率的全面提高，行业的发展已无明显的区域性特征。

③季节性

互联网整合营销行业作为互联网服务行业的一个细分行业，其业务的开展并不依赖于自然环境的变化，因此并无明显的季节性。

（2）综艺节目制作行业

①周期性

综艺节目制作行业作为文化娱乐产业，其发展与国民经济发展和人均 GDP 的增长水平密切相关，经济的强势增长能有效促进文化产业的发展。同时，经济不景气的时候，虽然人们物质需求会紧缩，但综艺节目作为一种文化消费品，既能满足人们的精神需要，又符合其经济承受能力，需求会相对增加。因此，综艺节目行业呈现一定的抗周期性。

②区域性

目前国内收视率领先的电视台有中央电视台、湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视、东方卫视和北京卫视等，主流视频网站有爱奇艺、腾讯视频、乐视网、优酷网、土豆网等，上述电视台及视频网站所在区域综艺节目制作企业集中程度较高。

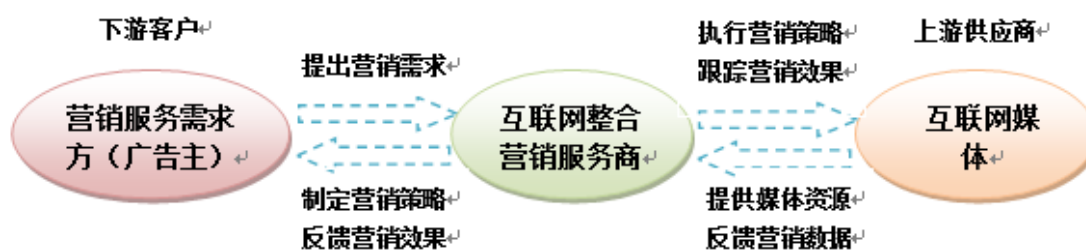
③季节性

综艺节目制作受季节影响较小，全年都有大量节目制作需求，因此行业无明显季节性特征。

10、上下游行业情况分析

（1）互联网整合营销行业

互联网整合营销行业产业链主要涉及营销服务需求方（广告主）、互联网整合营销服务商以及互联网媒体，产业链情况如下图所示：



互联网整合营销行业的上游行业为互联网媒体行业，随着近年来互联网经济规模的不断扩大、互联网技术和模式的快速发展，互联网媒体已成为一种主流的媒体资源。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）统计，截至 2015 年 12 月，我国网站数量为已达 423 万个，年增长 26.3%，远远超过了传统媒体的数量，并且仍呈持续增长状态。互联网媒体通常具有先发优势特点，早期发展的许多知名网站目前在行业内往往保持着较大的优势，因此互联网媒体的优势资源相对集

中。但随着 SNS、微博、微信等社交类互联网应用的迅猛发展，未来的互联网媒体将进一步去中心化，互联网媒体领域的竞争将不断加剧，这也会导致互联网媒体资源的价格逐步下降。此时，集中大量客户资源的互联网营整合销企业的议价能力会得到提高。

互联网整合营销行业的下游行业为整合营销服务需求方，即广告主。随着中国经济的持续增长、网络媒体的快速兴起以及网络营销成本的降低，越来越多的广告主参与网络营销中，广告主的构成日趋多元化，不仅有知名品牌企业，还有许多中小企业；与传统营销相比，互联网营销成本低且精准度高，因此许多广告主也愿意进一步提高互联网营销的投入预算。

（2）综艺节目制作行业

①上游行业情况

综艺节目制作行业的上游主要为综艺节目的策划、拍摄、嘉宾等专业人员所提供的劳务，剧本创作和服装、化妆、道具等的采购，以及专用设施、设备和场景的经营租赁等。

优秀的创作团队、制片人、导演、编剧、嘉宾和主持人的参与，往往能够显著提升综艺节目的整体质量和市场影响力。综艺节目制作机构可以通过签约合作等形式，获得创作团队、制片人、导演、编剧、嘉宾和主持人等资源，进行资源整合，提升整体盈利能力。

服装、化妆、道具等也是栏内容不可缺少的要素，该类要素均有专业的市场化服务团队，综艺节目制作机构可以选择经营丰富、成本控制严格的合作者；专用设施、设备和场景的租赁市场主体众多，价格透明，综艺节目制作机构主要通过经营租赁的方式取得。

②下游行业情况

综艺节目制作行业的下游主要是电视媒体、视频网站新媒体等行业。电视媒体是目前最主要的综艺节目播放平台，综艺节目制作机构的主要收入来源于电视媒体。综艺节目制作机构与电视媒体之间是相互促进的关系：电视媒体播出优质的综艺节目的内容可以增加电视媒体知名度，提升电视频道收视率，增加广告收入；广告收入的增加以及电视频道收视率竞争会提高电视媒体对优质综艺节目的内容

的需求，加速综艺节目制播分离的推进，推动综艺节目制作机构加大资金投入以制作出更优质的综艺节目内容。

近年来随着视频网站、网络点播等新媒体的快速发展，给综艺节目制作行业带来了新的发展机遇，各类网络媒体在激烈的竞争环境中将加大对优质内容的需求，这也促进了综艺节目内容行业的发展。根据 iResearch《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》，2015 年中国在线视频广告收入市场规模为 233.9 亿元，同比增长 54.1%。在线视频广告市场近几年保持较为平稳的增长态势，市场发展已经较为成熟。预计未来几年在线视频广告市场也将稳步增长，预计 2018 年在线视频行业广告收入市场规模超过 500 亿。因此视频网站、网络点播等新媒体的快速发展，必将带动综艺节目制作行业的繁荣。

（二）科翼传播的核心竞争力及行业地位

1、核心竞争力

（1）商业模式优势

科翼传播参与了国内近年来众多现象级综艺节目的全案整合营销，在综艺节目宣发领域积淀了丰富的行业经验和资源优势，宣发作为内容产业链中承上启下的一个重要环节，具有信息来源广、快、全等特点，这使得科翼传播对于节目内容与互联网用户有着深刻的理解。科翼传播通过作为热门综艺节目整合营销服务提供商的资源优势成功切入顶级商业品牌的互联网营销服务供应商，赢得了上海大众、可口可乐、伊利、宝马等知名商业品牌客户的青睐。同时，科翼传播的内容制作业务与综艺节目宣发业务、商业品牌客户内容整合营销业务具有较强的协同效应，促使客户、媒体与内容的有效互动，形成了特有的商业模式优势。

（2）与国内众多强势媒体稳定合作的资源优势

科翼传播是国内领先的内容整合营销服务提供商，在综艺节目及影视剧营销领域，形成以浙江卫视、东方卫视、江苏卫视等国内众多强势媒体为主的客户群体，并与之建立了稳定的合作关系。而近年来国内各大强势媒体加强了在综艺节目领域的投入力度，基于在综艺节目及影视剧营销领域的成功经验和深刻见解，科翼传播能够在强势媒体大力推广综艺节目的快速发展中获得恰当的合作机遇，

通过不断的运营更多成功项目实现合作共赢，进而加深与国内各大强势媒体的合作关系，促使科翼传播业务快速发展。

（3）丰富的行业经验积累优势

科翼传播经过近年来在内容整合营销领域的业务实践，参与了《奔跑吧兄弟》、《中国好声音》、《极限挑战》、《龙门镖局》、《明若晓溪》、《蜀山战纪》等热门综艺及影视剧的整合营销，以及上海大众、可口可乐、伊利、宝马等知名商业品牌客户的内容整合营销，积累了丰富的行业经验，磨练了出众的项目预判、项目策划和项目执行能力，能够较为精准的把握市场趋势，以贴合市场的前瞻性思维，较强的洞察能力和预判能力为客户提供全方位的整合营销传播服务。科翼传播丰富的行业经验，在满足了不同客户的多样化、差异化需求同时，也形成了自身在行业内的核心竞争力。

（4）拥有专业的管理团队和制作团队优势

通过近年来在内容整合营销领域的沉淀，科翼传播从模式研发到内容预判、再到渠道开拓等方面均形成了自身独特的业务体系，并拥有专业的管理团队和制作团队。目前，科翼传播的管理团队和制作团队均是专业从事内容整合营销、社会化媒体营销、内容制作等领域的优秀人才，对内容整合营销领域具有非常深入的理解和研究，能够准确把控行业未来发展趋势，为科翼传播取得更大成功奠定了坚实基础。

2、主要竞争对手及行业地位

（1）主要竞争对手

序号	竞争对手	企业简介
1	星推网络	星推网络（杭州星推网络科技有限公司）成立于 2011 年，该公司主要业务为通过娱乐核心要素的内容再造，通过专有技术手段设计传播方案，结合新媒体与传统媒体资源为娱乐项目和企业品牌提供整合营销服务；该公司推广的综艺节目有《一步之遥》、《最美和声》等。
2	爱尚传媒	爱尚传媒（北京爱尚文化传媒股份有限公司）成立于 2011 年，该

		公司的主要业务包括综艺节目推广和影视剧推广两方面，是一家有着丰富影视资源、宣传推广经验和卓越有效推广体系的专业的创意整合营销公司；该公司推广的综艺节目及影视剧包括《超级演说家》、《我为歌狂（1、2季）》、《火线英雄》、《江南四大才子》、《天龙八部》等。
3	自在传媒	无限自在（北京无限自在文化传媒股份有限公司）成立于 2011 年，该公司是一家为商业电影、电视剧、电视栏目、网络自制剧及节目提供包括精准定位、投放策略、推广规划、战略执行在内的全案、战略执行在内的全案、战略执行在内的全案营销的专业娱乐营销机构；该公司主要以推广电影为主，推广的电影包括《煎饼侠》、《失孤》、《催眠大师》、《窃听风云 3》、《白发魔女传》等。
4	华扬联众	华扬联众（华扬联众数字技术股份有限公司）成立于 2002 年，自成立以来一直专注于为客户提供互联网综合营销服务，主要业务包括展示类营销、搜索引擎营销、精准营销、内容营销、移动互联网营销等；主要客户包括上海通用、中国银行、人保财险、中国移动、百胜集团、苏宁、蒙牛、宝洁等。
5	安瑞索斯	安瑞索斯（中国）成立于 2001 年，是一家提供创新整合营销服务综合代理商，致力于创建企业互动营销标准并不断与传统营销相融合，为客户提供最创新的整合营销解决方案；该公司主要客户包括奔驰中国、上汽集团、一汽集团、上海大众、北京华泰、多乐士等。

（2）行业地位

经过近年来的快速发展，科翼传播在综艺节目及影视剧宣发领域已树立了较高的品牌知名度和市场影响力，具有突出的竞争优势，参与了《奔跑吧兄弟》、《中国好声音》等国内众多热门综艺的互联网整合营销；在商业品牌整合营销领域，科翼传播已为上海大众、可口可乐、伊利、美丽说、百雀羚、蒙牛、相宜本草、宝马等知名企业提供整合营销服务，在内容制作领域，科翼传播联合腾讯视频、爱奇艺、爱享文化等合作伙伴制作了《燃卡 100 天》、《魅力野兽》、《有料》、《剧透》等网络自制内容，在新媒体内容制作行业获得了一定的市场口碑。由于科翼传播各业务板块所处行业市场化程度较高，目前无法获得准确且权威的市场

占有率数据。

（三）科翼传播财务状况分析

1、资产结构

报告期各期末，科翼传播的资产构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
流动资产：						
货币资金	796.16	15.65	989.68	48.29	270.96	10.72
应收账款	4,028.86	79.18	815.68	39.80	1,211.65	47.95
预付款项	100.04	1.97	130.08	6.35	243.01	9.62
其他应收款	39.81	0.78	36.66	1.79	629.39	24.91
存货	-	-	-	-	6.27	0.25
其他流动资产	0.47	0.01	-	-	103.55	4.10
流动资产合计	4,965.34	97.59	1,972.09	96.22	2,464.83	97.55
非流动资产：						
固定资产	66.34	1.30	63.08	3.08	17.50	0.69
递延所得税资产	56.25	1.11	14.33	0.70	44.52	1.76
非流动资产合计	122.59	2.41	77.41	3.78	62.02	2.45
资产总计	5,087.93	100.00	2,049.50	100.00	2,526.85	100.00

最近二年一期，科翼传播资产总额分别为 2,526.85 万元、2,049.50 万元、5,087.93 万元，资产规模有所增加。

从资产结构上来看，流动资产占总资产的比例较高，报告期各期末，科翼传播流动资产占总资产的比例分别为 97.55%、96.22%、97.59%，资产流动性较好。

报告期各期末，公司流动资产主要由货币资金和应收账款构成。

2、负债结构

报告期各期末，科翼传播的负债构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
流动负债:						
应付账款	160.64	9.13	35.66	2.37	1,115.57	77.13
预收款项	457.29	26.00	323.53	21.54	89.91	6.22
应付职工薪酬	237.23	13.49	261.29	17.39	14.89	1.03
应交税费	527.90	30.01	464.23	30.90	210.18	14.53
应付股利	342.83	19.49	393.60	26.20	-	-
其他应付款	32.93	1.87	23.89	1.59	15.70	1.09
流动负债合计	1,758.83	100.00	1,502.20	100.00	1,446.27	100.00
非流动负债:						
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-
负债合计	1,758.83	100.00	1,502.20	100.00	1,446.27	100.00

报告期各期末，科翼传播负债总额分别为 1,446.27 万元、1,502.20 万元和 1,758.83 万元，负债总额变动不大。报告期内，科翼传播的负债全部为流动负债。

报告期各期末，公司流动负债主要由应付账款、预收账款、应交税费和应付股利构成。

3、资产减值准备

科翼传播的资产减值准备全部为坏账准备，包括应收账款坏账准备和其他应收款坏账准备。

报告期各期末，科翼传播坏账准备的计提情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
坏账准备	228.60	61.09	123.18

4、偿债能力分析

报告期内，科翼传播的偿债能力指标如下：

项 目	2016 年 8 月 31 日 /2016 年 1-8 月	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
流动比率（倍）	2.82	1.31	1.70

速动比率（倍）	2.82	1.31	1.70
合并资产负债率（%）	34.57	73.30	57.24
息税折旧摊销前利润（万元）	3,729.62	1,925.63	296.78
利息保障倍数（注）	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	195.96	1,883.34	-135.69

注：科翼传播不存在银行借款。

报告期内，科翼传播流动比率和速度比率保持较高水平，2015 年末资产负债率较高主要为期末计提形成的应付职工薪酬、应交税费较高和利润分配形成的应付股利，2014 年末和 2016 年 8 月末均在合理水平。科翼传播具有较好的短期和长期偿债能力，偿债风险较小。

报告期内，科翼传播息税折旧摊销前利润逐年上升，科翼传播偿债能力较强。报告期内，科翼传播经营活动现金流量净额为随着业务规模的增加逐渐增加，经营活动现金流较好。

5、资产周转能力分析

报告期内，科翼传播的资产周转能力指标如下：

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	4.91	7.41	2.81
存货周转率（次/年）	-	1,400.50	884.64

注：2016 年 1-8 月应收账款周转率和存货周转率均为年化数据。

报告期内，科翼传播应收账款周转率逐渐增加，主要系科翼传播收入大幅增加，应收账款变动不大。报告期各期末，科翼传播无存货或金额较小，存货周转率较高。

6、最近一期末持有的财务性投资分析

截至 2016 年 8 月 31 日，科翼传播不存在其他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的情形。投资银行理财主要为利用自有闲置资金进行低风险的短期理财产品投资，投资的可回收性较高，不存在减值情形。

（四）科翼传播盈利能力分析

1、营业收入分析

报告期内，科翼传播营业收入分类情况如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
主营业务收入	7,921.84	100.00	7,514.28	99.98	3,399.04	100.00
其他业务收入	-	-	1.28	0.02	-	-
业务收入合计	7,921.84	100.00	7,515.55	100.00	3,399.04	100.00

报告期内，科翼传播营业收入基本来源于主营业务收入，主营业务收入占比分别为 100.00%、99.98%和 100.00%。科翼传播营业收入主营业务收入分产品情况如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
综艺节目及影视剧宣发	3,575.87	45.14	4,072.85	54.20	2,325.10	68.40
商业品牌整合营销	3,818.64	48.20	1,340.26	17.84	599.22	17.63
内容制作	527.34	6.66	2,101.17	27.96	474.71	13.97
主营业务收入合计	7,921.84	100.00	7,514.28	100.00	3,399.04	100.00

报告期内，科翼传播主营业务收入为综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作。

报告期内，科翼传播收入呈现稳步上升的趋势。随着综艺节目及影视剧的持续繁荣，对互联网宣发需求大幅提高，科翼传播综艺节目及影视剧宣发收入稳步增加，科翼传播在综艺节目及影视剧营销领域已经形成了以浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、深圳卫视、灿星制作等强势卫视及制作公司为主的客户群体，参与了《奔跑吧兄弟》（第 1/2/3/4 季）、《中国好声音》（第 1/2/3/4 季）、《欢乐喜剧人》（第 1/2 季）、《极限挑战》（第 1/2 季）、《龙门镖局》、《明若晓溪》、《蜀山战纪》等国内众多热门综艺节目及影视剧的整合营销。科翼传播在与原有综艺节目合作的基础上为上海大众、可口可乐、伊利、美丽说、百雀羚、蒙牛、

相宜本草、宝马等知名企业提供整合营销服务；在内容制作领域，科翼传播联合腾讯视频、爱奇艺、爱享文化等合作伙伴制作了《燃卡 100 天》、《魅力野兽》、《有料》、《剧透》等网络自制内容，在新媒体内容制作行业获得了一定的市场口碑。

2、利润的主要来源、可能影响盈利能力连续性和稳定性的主要因素

报告期内，科翼传播的经营成果情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	7,921.84	7,515.55	3,399.04
营业成本	3,526.94	4,389.67	2,772.79
营业利润	3,662.26	1,903.88	295.29
利润总额	3,719.16	1,913.58	294.76
净利润	2,781.81	1,397.38	216.42

报告期内，科翼传播利润主要来源于其主营业务的增长。影响科翼传播盈利能力连续性和稳定性的主要因素包括：（1）科翼传播所处的行业的产业政策是否会发生预期外的重大变化；（2）市场需求是否会稳定并保持持续增长；（3）科翼传播能否保持较强的销售能力、优秀的服务能力与优质的产品供给。

3、盈利能力的驱动要素分析

报告期内，科翼传播的利润来源构成如下表所示：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	7,921.84	7,515.55	3,399.04
毛利	4,394.90	1,238.74	218.97
营业利润	3,662.26	1,903.88	295.29
营业外收入	58.53	12.79	1.00
营业外支出	1.63	3.09	1.53
利润总额	3,719.16	1,913.58	294.76
所得税费用	937.36	516.20	78.34
净利润	2,781.81	1,397.38	216.42
归属于母公司股东的净利润	2,781.81	1,397.38	216.42

扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	2,737.91	1,481.81	218.19

报告期内，营业利润为科翼传播利润的主要来源，营业外收入、营业外支出均较低，所得税费用随利润总额的增加而增加。

报告期内，科翼传播归属于母公司所有者的净利润分别为 216.42 万元、1,397.38 万元和 2,781.81 万元；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 218.19 万元、1,481.81 万元和 2,737.91 万元，表明科翼传播主营业务的盈利能力不断增强。

4、主营业务毛利率分析

报告期内，科翼传播主营业务毛利率如下表所示：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)
综艺节目及影视剧宣发	2,034.95	56.91	1,655.89	40.66	417.45	17.95
商业品牌整合营销	2,112.78	55.33	752.89	56.17	155.52	25.95
内容制作	247.17	46.87	715.82	34.07	53.28	11.22
合 计	4,394.90	55.48	3,124.60	41.58	626.25	18.42

报告期内，科翼传播主营业务毛利率分别为 18.42%、41.58%和 55.48%，整体呈现上升趋势。

报告期内，科翼传播高效的执行能力，赢得了稳定的客户基础，业务规模快速发展，树立了良好的品牌效应，收入快速提升。

2014 年度，科翼传播成立不长，业务规模较低，使用较多的外部供应商提供服务，外购成本较高，毛利率相对较低。2015 年度，随着业务规模逐渐提高，科翼传播逐渐成为市场细分的领先企业，对供应商进行管理、筛选，增强对供应商议价能力，宣发及整合营销成本降低。

报告期内，综艺节目及影视剧持续繁荣，科翼传播基于综艺节目的商业品牌整合营销发展迅速，其毛利率相对较高。

(1) 同行业毛利分析

科翼传播公司主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，致力于为综艺节目及影视剧、商业品牌等客户提供全方位、全过程的整合营销传播及内容制作服务，所处行业涉及互联网整合营销行业和综艺节目制作行业。科翼传播同行业可比公司为星推网络(836511)、自在传媒(834476)和爱尚传媒(834382)，星推网络的网络推广业务，自在传媒的影视营销业务，爱尚传媒的影视推广业务，科翼传播公司的综艺宣发业务和品牌推广业务均系互联网整合营销。

报告期内，公司与同行业可比公司主营业务毛利率对比如下：

公司简称	项目	2016年1-8月 (%) [注]	2015年度 (%)	2014年度 (%)
星推网络	网络推广	44.38	57.44	50.22
	代运营	-	37.58	37.58
	线下活动	-	31.25	31.25
	主营业务毛利率	44.38	56.83	44.53
自在传媒	影视营销	49.03	55.13	36.94
	主营业务毛利率	49.03	55.13	36.94
爱尚传媒	影视推广	57.05	50.45	40.15
	主营业务毛利率	57.05	50.45	40.15
可比公司平均值		50.15	54.13	40.54
科翼传播	综艺宣发	56.91	40.66	17.95
	品牌推广	55.33	56.17	25.95
	节目制作	46.87	34.07	11.22
	其中：短视频制作	46.87	74.63	11.22
	长视频制作	-	14.35	-
	主营业务毛利率	55.48	41.58	18.42

注：星推网络、爱尚传媒、自在传媒为 2016 年 1-6 月数据。

资料来源：星推网络、爱尚传媒、自在传媒来源于其公开披露的定期报告。

科翼传播 2014 年度毛利率 18.42%，远低于同行业可比公司同类业务毛利率水平，主要原因系科翼传播于 2012 年 10 月成立，开办之初承接的项目合同金额较小，且科翼传播营销团队组建过程的初期人员较少，多数服务外包，导致 2014 年度的毛利率偏低。

科翼传播 2015 年度毛利率回归合理水平为 41.58%（扣除长视频制作后的主营业务毛利率为 47.90%）。主要系随着科翼传播的快速发展和业务拓展，参与了《奔跑吧兄弟》、《中国好声音》《欢乐喜剧人》《极限挑战》等综艺宣发，上海大众、可口可乐、伊利等品牌推广，制作了《燃卡 100 天》、《魅力野兽》、《有料》、《oh my 思密达》等网络自制内容，业务规模的逐渐扩大，市场影响力逐渐提升，议价能力有所提高，规模化经济形成的成本增幅低于收入增幅，职工人均产出增加。

科翼传播公司 2016 年 1-8 月主营业务毛利率较 2015 年度增加 13.90%，主要系科翼传播公司深耕综艺宣发业务，通过公司自身的议价优势增加收入，同时加大精细化管理，合理分配人员及控制合同成本。

（2）公司毛利率变动具体原因分析

①收入议价能力提高

项 目	2016 年 1-8 月较 2015 年度 每期收入单位增幅	2015 年度较 2014 年度 每期收入单位增幅
综艺宣发	22.40%	148.44%
品牌推广[注]	175.80%	136.01%
节目制作（短视频制作）	33.88%	109.56%

注：品牌推广不按期数核算，按照商业推广的内容议价，此处单位增幅系按项目个数平均后的增长幅度。

②成本增幅与收入增幅

项 目	人工成本 每期增幅	采购成本 每期增幅	其他成本 每期增幅	合计成本 每期增幅	收入 每期增幅
2016 年 1-8 月					
综艺宣发	77.26%	-26.02%	39.66%	-10.36%	22.40%
品牌推广[注]	43.20%	135.53%	131.77%	118.88%	107.56%
节目制作（短视频制作）	288.26%	-32.07%	637.52%	117.97%	33.88%
2015 年度					
综艺宣发	276.78%	73.52%	-10.24%	82.73%	148.44%
品牌推广	238.38%	49.70%	-11.52%	62.21%	191.79%

节目制作（短视频制作）	92.29%	-51.58%	-49.89%	-31.55%	109.56%

注：品牌推广不按期数核算，此处单位增幅系按项目个数平均后的增长幅度。

科翼传播 2015 年度较 2014 年度，收入每期增幅均大于成本每期增幅，长视频制作的节目制作业务目前仅在 2015 年度发生，故未作增幅比较。

经核查，独立财务顾问、天健会计师认为：报告期内，科翼传播毛利率提高主要系业务规模扩大，议价能力提高，单位成本下降。目前，毛利率与同行业公司情况相符，毛利率水平合理。

5、利润表主要科目分析

报告期内，科翼传播的利润表主要科目情况如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
一：营业收入	7,921.84	100.00	7,515.55	100.00	3,399.04	100.00
减：营业成本	3,526.94	44.52	4,389.67	58.41	2,772.79	81.58
营业税金及附加	33.43	0.42	32.14	0.43	15.18	0.45
销售费用	48.59	0.61	20.37	0.27	10.31	0.30
管理费用	485.82	6.13	1,238.74	16.48	218.97	6.44
财务费用	-2.70	-0.03	-0.49	-0.01	0.40	0.01
资产减值损失	167.51	2.11	-62.09	-0.83	86.90	2.56
加：投资收益	-	-	6.68	0.09	0.80	0.02
二、营业利润	3,662.26	46.23	1,903.88	25.33	295.29	8.69
加：营业外收入	58.53	0.74	12.79	0.17	1.00	0.03
减：营业外支出	1.63	0.02	3.09	0.04	1.53	0.04
三、利润总额	3,719.16	46.95	1,913.58	25.46	294.76	8.67
减：所得税费用	937.36	11.83	516.20	6.87	78.34	2.30
四、净利润	2,781.81	35.12	1,397.38	18.59	216.42	6.37

其中，营业收入分析详见前文“1、营业收入分析”的相关内容。

（1）销售费用

报告期内，科翼传播销售费用分别为 10.31 万元、20.37 万元和 48.59 万元，

金额较小，主要为职工薪酬、物料消耗和差旅费等。

（2）管理费用

报告期内，科翼传播管理费用具体明细如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
职工薪酬	170.97	190.10	25.09
办公费	43.54	81.21	32.93
差旅费	16.04	51.22	78.05
业务招待费	5.30	1.25	0.38
研发费用	84.03	669.86	-
印花税	5.16	1.30	0.10
咨询中介费	7.09	72.93	2.25
房租物业费	116.51	104.57	71.14
其他	37.16	66.32	9.02
合 计	485.82	1,238.74	218.97

报告期内，科翼传播管理费用占营业收入的比例分别为 6.44%、16.48%和 6.13%，2015 年度管理费用占营业收入较高，主要为当期研发费用大幅增加导致当期管理费用增加较多。

报告期内，科翼传播的管理费用主要为职工薪酬、办公费、差旅费、研发费用和房租物业费等。报告期内，科翼传播研发费用金额分别为 0 万元、669.86 万元和 84.03 万元，占营业收入的比重分别为 0%、8.91%和 1.06%，科翼传播研发费不存在资本化的情况。

（3）财务费用

报告期内，科翼传播的财务费用分别为 0.40 万元、-0.49 万元和-2.70 万元，金额较小，主要为利息收入和银行手续费。

（4）营业外收支

报告期内，科翼传播营业外收支明细如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业外收入	58.53	12.79	1.00
营业外支出	1.63	3.09	1.53
营业外收支净额	56.90	9.70	-0.53

报告期内，科翼传播营业外收入、营业外支出金额均较低，主要为收到小额政府补助及水利建设基金支出。

6、非经常性损益分析

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	58.00	8.00	1.00
委托他人投资或管理资产的损益	-	6.68	0.80
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-99.03	-3.12
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.52	4.78	-
小计	58.52	-79.57	-1.32
减：企业所得税影响数（所得税减少以“－”表示）	14.63	4.86	0.45
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	43.89	-84.43	-1.77
归属于母公司股东的净利润	2,781.81	1,397.38	216.42
扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	2,737.91	1,481.81	218.19

报告期内，科翼传播归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为-1.77万元、-84.43万元和43.89万元，金额不大，对净利润影响较小。

五、本次交易对上市公司的持续经营能力、未来发展前景、当期每股收益等财务指标和非财务指标的影响分析

（一）本次交易完成后，上市公司财务状况和盈利能力分析

根据天健会计师出具的《审阅报告》（天健审〔2016〕7827号），本次交易模拟实施前后，上市公司2015年度和2016年1-8月主要财务数据比较如下：

1、财务情况分析

(1) 资产结构分析

项 目	2016 年 8 月 31 日			2015 年 12 月 31 日		
	思美传媒 (万元)	备考数 (万元)	增长率 (%)	思美传媒 (万元)	备考数 (万元)	增长率 (%)
流动资产:						
货币资金	57,450.86	65,981.43	14.85	22,461.58	26,232.41	16.79
应收票据	670.67	670.67	-	9,385.61	9,385.61	-
应收账款	86,112.52	94,922.14	10.23	67,571.50	71,720.12	6.14
预付款项	19,338.61	19,595.43	1.33	9,552.53	9,365.50	-1.96
其他应收款	9,263.27	9,363.46	1.08	706.94	1,034.58	46.35
存货	783.02	9,578.86	-	-	3,115.61	-
其他流动资产	13,775.64	13,775.64	-	15,883.35	18,913.35	19.08
流动资产合计	187,394.59	213,887.63	14.14	125,561.50	139,767.18	11.31
非流动资产:						
长期股权投资	11,007.77	11,007.77	-	749.87	749.87	-
固定资产	638.49	712.31	11.56	422.69	506.22	19.76
在建工程	-	-	-	649.26	649.26	-
无形资产	1,312.15	2,464.72	87.84	476.56	1,475.80	209.68
商誉	63,271.89	200,543.75	216.96	39,424.12	176,695.98	348.19
长期待摊费用	2,647.46	2,706.29	2.22	545.66	569.03	4.28
递延所得税资产	2,053.71	2,070.56	0.82	1,507.88	1,556.55	3.23
非流动资产合计	80,931.48	219,505.41	171.22	43,776.04	182,202.71	316.22
资产总计	268,326.07	433,393.04	61.52	169,337.55	321,969.90	90.13

本次交易完成后，公司的资产总额由本次交易前的 268,326.07 万元增加至 433,393.04 万元，资产总额增加了 165,066.97 万元，增幅为 61.52%。本次交易完成后，公司的资产结构主要变化如下：

①本次交易前，公司流动资产占资产总额的比重为 69.84%，本次交易后，公司流动资产占资产总额的比重为 49.35%，流动资产占资产比重出现了一定程度的下降，主要系本次交易确认商誉所致。

②公司非流动资产由本次交易前 80,931.48 万元增加至 219,505.41 万元，增

幅为 171.22%，主要为受上述商誉影响所致。

综上所述，备考上市公司财务报表的资产结构综合反映了本次交易完成后上市公司的资产结构。本次交易完成后，公司资产规模有所增大，抵御风险的能力增强。

(2) 负债结构分析

项 目	2016 年 8 月 31 日			2015 年 12 月 31 日		
	思美传媒 (万元)	备考数 (万元)	增长率 (%)	思美传媒 (万元)	备考数 (万元)	增长率 (%)
流动负债:						
短期借款	17,000.00	17,000.00	-	-	1.35	-
应付票据	14,000.00	14,000.00	-	5,300.00	5,300.00	-
应付账款	31,102.74	33,551.12	7.87	37,749.66	40,422.39	7.08
预收款项	20,020.94	26,747.80	33.60	2,765.50	6,481.64	134.38
应付职工薪酬	423.48	430.10	1.56	263.39	296.35	12.51
应交税费	4,260.49	4,963.81	16.51	5,315.02	6,516.05	22.60
应付股利	387.38	2,444.91	531.15	393.60	465.52	18.27
其他应付款	10,255.14	10,968.67	6.96	213.51	241.77	13.24
一年内到期的 非流动负债	2,225.18	2,225.18	-	2,237.19	2,237.19	-
流动负债合计	99,675.34	112,331.61	12.70	54,237.87	61,962.26	14.24
非流动负债:						
长期应付款	18,900.00	18,900.00	-	16,000.00	16,000.00	-
其他非流动负 债	5,960.38	5,960.38	-	5,992.92	5,992.92	-
非流动负债合 计	24,860.38	24,860.38	-	21,992.92	21,992.92	-
负债合计	124,535.72	137,191.99	10.16	76,230.78	83,955.18	10.13

本次交易完成后，公司的负债总额由本次交易前的 124,535.72 万元增加至 137,191.99 万元，负债总额增加了 12,656.27 万元，增幅为 10.16%。负债的增长幅度低于资产的增长幅度，公司的资产负债率较本次交易前有所下降。本次交易完成后，公司的负债结构主要变化如下：

本次交易前，公司流动负债占负债总额的比重为 80.04%，本次交易后，公

司流动资产占资产总额的比重为 81.88%，，公司与标的公司负债结构中流动负债的占比均较高，公司负债结构未发生重大变化。

综上所述，本次交易完成后，公司的负债规模有所上升，但公司负债结构基本未发生变化，仍保持较合理的结构。

（3）本次交易完成后公司偿债能力和财务安全性分析

本次交易前后，公司偿债能力指标如下：

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	思美传媒	备考数	思美传媒	备考数
资产负债率（%）	46.41	31.66	45.02	26.08
流动比率（倍）	1.88	1.90	2.32	2.26
速动比率（倍）	1.87	1.82	2.32	2.21

因合并标的公司带来资产的增长幅度高于负债的增长幅度，公司本次交易完成后资产负债率有所下降。

由于流动资产增长与流动负债的增长幅度相差不大，公司本次交易完成后流动比率、速动比率均变动不大。

本次交易前后，上市公司的偿债能力保持相对稳定，财务安全性较强。

（4）资产周转能力分析

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度	
	思美传媒	备考数	思美传媒	备考数
应收账款周转率（次/年）	4.65	12.80	3.30	3.87
存货周转率（次/年）	-	142.54	-	76.69

本次交易完成后，公司应收账款周转率有所上升；因交易前，思美传媒基本无存货，交易后标的公司并入小额存货，导致存货周转率较高。

2、盈利能力分析

（1）利润构成分析

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度

	思美传媒 (万元)	备考数 (万元)	增长率 (%)	思美传媒 (万元)	备考数 (万元)	增长率 (%)
一、营业收入	238,441.23	266,545.77	11.79	249,372.63	277,671.14	11.35
减：营业成本	209,824.50	226,187.76	7.80	220,531.92	238,930.77	8.34
营业税金及附加	242.27	405.95	67.56	161.11	277.58	72.29
销售费用	7,413.00	7,741.85	4.44	7,681.59	8,512.50	10.82
管理费用	9,229.96	10,466.27	13.39	10,303.69	13,232.57	28.43
财务费用	148.20	145.29	-1.96	47.94	35.33	-26.30
资产减值损失	497.43	687.00	38.11	-601.34	-499.70	-16.90
加：投资收益（损失以“-”号填列）	350.66	440.19	25.53	170.05	222.69	30.96
二、营业利润	11,436.54	21,351.84	86.70	11,417.77	17,404.77	52.44
加：营业外收入	1,388.71	1,593.93	14.78	727.76	959.25	31.81
减：营业外支出	166.13	191.18	15.08	269.28	289.27	7.42
三、利润总额	12,659.12	22,754.59	79.75	11,876.24	18,074.75	52.19
减：所得税费用	3,520.42	4,365.32	24.00	2,996.21	4,458.42	48.80
四、净利润	9,138.69	18,389.27	101.22	8,880.04	13,616.33	53.34
归属于母公司所有者的净利润	8,624.88	18,427.13	113.65	8,833.40	13,584.88	53.79
少数股东损益	513.81	-37.86	-107.37	46.64	31.45	-32.56

如上表所示，本次交易完成后，公司的营业收入及利润规模均有所上升。公司 2016 年 1-8 月的营业收入由交易前的 238,441.23 万元增加到 266,545.77 万元，增幅为 11.79%。2016 年 1-8 月归属于母公司所有者的净利润由交易前的 8,624.88 万元增加到 18,427.13 万元，增幅为 113.65%。本次交易完成后，公司营业成本的增长幅度小于营业收入的增长幅度，销售毛利率将有所提高。

综上所述，本次交易完成后，公司的销售规模、盈利能力都将有一定程度的提升，公司的持续盈利能力增强。

（2）盈利指标分析

本次交易前后，公司的盈利指标变化情况如下：

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度	
	思美传媒	备考数	思美传媒	备考数
销售毛利率（%）	12.00	15.14	11.57	13.95

销售净利率（%）	3.83	6.90	3.56	4.90
净资产收益率（%）	7.31	1.77	10.08	5.90
基本每股收益（元/股）	0.31	0.59	1.03	1.42

本次交易完成后，公司销售毛利率、销售净利率均出现了一定程度的上升。净资产收益率出现了一定幅度的下降，主要系本公司在编制备考合并财务报表时，将重组方案确定的支付对价作为备考合并财务报表 2015 年 1 月 1 日的购买成本，根据以拟发行的股份总数和发行价格计算确定的支付对价调整归属于母公司所有者权益所致；本次交易完成后，每股收益出现了一定幅度的上升。

综上所述，本次交易将有利于增强公司的持续盈利能力，有利于保护广大中小股东的利益。

（二）本次交易对上市公司的持续经营能力影响的分析

1、本次交易有助于公司加快完善在内容产业链布局，形成大营销、泛内容的业务格局

近年来，在“促发展、调结构”的宏观大背景下，传统行业与新兴行业呈现冰火之势，在国民可支配收入大幅增长以及互联网和互联网技术革新的大背景下，文化消费依然具有巨大的潜力空间。文化行业的各细分领域边界越来越模糊，在创意、娱乐、科技等元素的作用下，彼此融合渗透，形成大文化生态圈。从当前市场来看，大量的营销、游戏、内容企业均将大文化、泛内容定为自己的发展战略，全文化产业链的布局 and 整合运营将变成新常态。

在此背景下，思美传媒根据自身特点与优势，制定了“全景·精准·传播”的发展定位，致力于为客户提供一站式整合营销传播服务。在公司整体发展战略上，将继续夯实原有主营业务发展的基础上，加强公司各业务板块之间的协同发展，以此沉淀积累大量品牌客户，同时继续通过内生与外延结合的方式加快完善在内容产业链布局，形成大营销、泛内容的格局。

本次交易的标的公司掌维科技是一家优秀的网络文学版权运营商，观达影视是影视剧制作领域的优秀企业，科翼传播在综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和综艺节目制作领域具有一定的竞争力。本次交易完成后，公司将横向扩充内容整合营销领域的业务类型，纵向加深公司在内容产业链的布局，逐渐往产

业链上游内容端拓展，有望使公司业务增速登上新的台阶。

2、本次交易有助于公司与各标的公司之间实现资源共享，发挥协同效应

上市公司目前主要业务包括电视广告业务、内容营销业务、互联网广告业务、户外广告业务、品牌管理业务及其他广告业务等，主要为客户提供全方位的整合营销传播服务。经过多年在广告行业的经营，沉淀了欧莱雅、上海家化、相宜本草、中粮集团、娃哈哈、上海通用、一汽大众、克莱斯勒、北京现代、中国平安、中国银行、农业银行、江苏银行、阿里巴巴、京东、滴滴出行、三九医药、滇虹药业、养生堂等一大批优质的商业品牌客户，而这些商业品牌客户拥有大量的广告投放需求。

本次交易的各标的公司业务同处于文化传媒产业链上下游，能够为商业品牌客户提供多维度、全方位的营销服务，通过上市公司对各标的公司的整合，可以在以下方面实现协同效益：掌维科技可以为观达影视的影视剧制作业务、科翼传播的内容制作业务等提供优质 IP 内容，并由观达影视、科翼传播对相关优质 IP 进行衍生开发，极大的提高了优质 IP 的商业变现能力；掌维科技主营数字阅读业务，需要与其他渠道合作推广其主要经营产品，推广的目的是为数字阅读平台和数字阅读产品获取阅读用户，在产品推广方面掌维科技可以与科翼传播产生协同合作；观达影视目前主要定位于青春偶像剧拍摄，在其拍摄的影视剧中可以植入大量的商业品牌，这也能够很好的利用上市公司丰富的商业品牌客户资源；最后，观达影视将制作成品的影视剧播出时，可以利用科翼传播的影视剧宣发业务优势对其作品进行网络推广，以扩大影视剧及观达影视的影响力；科翼传播作为国内内容整合营销领域的领先企业，拥有一定的行业地位和市場影响力，科翼传播可以帮助上市公司的大量商业品牌客户实现精准的广告投放需求，同时科翼传播自身具备丰富的商业品牌内容整合营销服务经验，可以使商业品牌与内容本身进行完美的融合，并利用互联网进行广泛的二次传播，由此上市公司客户粘性将得到极大提高，也提升了上市公司在争取客户时的比稿竞争力。

3、本次交易有助于提升公司业务规模和盈利水平，增强上市公司抗风险能力

本次交易完成后，掌维科技、观达影视、科翼传播将成为思美传媒的全资子公司，纳入合并报表范围，上市公司盈利能力和可持续发展能力将得到大幅提升。根据各交易对手方对各标的公司的利润承诺：如本次交易于 2016 年度实施完毕，掌维科技 2016 年、2017 年、2018 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 3,600 万元、4,400 万元、5,500 万元；观达影视 2016 年、2017 年、2018 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元；科翼传播 2016 年、2017 年、2018 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 3,350 万元、4,020 万元、4,824 万元。如本次交易在 2017 年实施完毕，掌维科技 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 3,600 万元、4,400 万元、5,500 万元、5,800 万元；观达影视 2016 年、2017 年、2018 年各年考核实现的净利润分别不少于人民币 6,200 万元、8,060 万元、10,075 万元、12,335 万元。本次收购完成后，公司在业务规模、盈利水平等方面将得到提升，抗风险能力将进一步增强。

（三）本次交易对上市公司未来发展前景影响的分析

1、本次交易完成后对标的公司的整合方案

（1）业务方面

本次交易完成后，上市公司将依据各标的公司业务特点及经营模式，从宏观层面将各标的公司的业务经验、经营理念、市场拓展等方面的工作纳入公司的整体发展蓝图之中，将上市公司与各标的公司各个方面的规划整体统筹，协同发展，以实现整体及各方自身平衡、有序、健康的发展，最大限度的发挥上市公司与各标的公司、以及各标的公司之间的协同效应。

（2）财务方面

本次交易完成后，掌维科技、观达影视、科翼传播将成为思美传媒的全资子公司，其在财务管理、人力资源、运营合规性等方面均需达到上市公司的标准。目前各标的公司已形成了以法人治理结构为核心的现代企业制度和较为规范的公司运作体系，做到了业务独立、资产独立、财务独立、机构独立和人员独立。交易完成后，上市公司将结合各标的公司的经营特点、业务模式及组织架构等继

续对其原有的管理制度进行适当地调整，以严格达到监管部门对上市公司的要求。

（3）人员方面

本次交易完成后，上市公司将在保持标的公司管理层现有团队基本稳定、给予其充分发展空间的基础上，引入具有规范治理经验的优秀管理人才、投融资人才及具有并购等资本运作经验的人才，以保障标的公司满足上市公司的各项规范性要求，并协助其借助资本市场壮大自身实力；上市公司也会根据标的公司所属行业的发展情况和标的公司本身业务规划的需要，适时从市场上引进专业的对口运营和开发人才派驻至标的公司，或者聘请专业顾问向标的公司提供咨询服务，协助其业务获得快速发展。

通过以上几方面，上市公司可以实现对标的公司的有效整合，从而确保并购协同效应的实现。

2、未来发展计划

上市公司始终以全景、精准、传播为定位，以提供合理传播方案、提升客户品牌价值为使命，以坚持、专一、专注、创新作风，以细节成就经典为核心理念，在变革中转型，在创新中提升，致力于为客户提供一站式整合营销传播服务。在公司未来发展战略上，将继续夯实原有主营业务发展的基础上，加强公司各业务板块之间的协同发展，以此沉淀积累大量品牌客户，同时继续通过内生与外延结合的方式加快完善在内容产业链布局，形成大营销、泛内容的格局。

本次交易完成后，掌维科技、观达影视、科翼传播将成为上市公司的全资子公司，上市公司将依据各标的公司业务特点及经营模式，对各标的公司优势资源进行整合，以实现整体及各方自身平衡、有序、健康的发展，最大限度的发挥上市公司与各标的公司、以及各标的公司之间的协同效应。通过本次收购，上市公司将横向扩充内容整合营销领域的业务类型，纵向加深公司在内容产业链的布局，逐渐往产业链上游内容端拓展，使公司业务增速登上新的台阶。

（四）本次交易对上市公司当期每股收益等财务指标和非财务指标影响的分析

1、本次交易对上市公司主要财务指标的影响

本次交易前后，公司的盈利能力指标变化情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月		2015 年度	
	思美传媒	备考数	思美传媒	备考数
营业收入	238,441.23	266,545.77	249,372.63	277,671.14
净利润	9,138.69	18,389.27	8,880.04	13,616.33
归属于母公司所有者的净利润	8,624.88	18,427.13	8,833.40	13,584.88
基本每股收益（元/股）	0.31	0.59	1.03	1.42

从上表中可以看出，本次交易完成后，上市公司业务规模和盈利能力均得到一定提升，每股收益不存在被摊薄的情形。

2、本次交易对上市公司未来资本性支出的影响

本次交易中，为购买观达影视 100%股权、掌维科技 100%股权和科翼传播 20%股权，上市公司需向交易对方合计支付现金对价 65,592.90 万元，形成较大的资本性支出。

本次交易完成后，上市公司资产负债率仍将处于较安全的水平，上市公司未来将通过增加银行借款等债务性融资及股权融资满足其他资本性支出的需求。

3、本次交易成本对上市公司的影响

本次交易涉及的税负成本由相关责任方各自承担，中介机构费用等按照市场收费水平确定，上述交易成本不会对上市公司造成较大影响。

第十二节 财务会计信息

一、掌维科技近两年及一期简要财务报表

根据天健出具的天健审〔2016〕7824号《审计报告》，掌维科技最近两年及一期的主要财务数据（合并口径）如下：

（一）简要资产负债表

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产合计	10,347.18	3,668.67	1,521.34
非流动资产合计	353.54	97.24	78.40
资产总计	10,700.72	3,765.91	1,599.74
流动负债合计	4,142.23	792.48	549.72
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	4,142.23	792.48	549.72
归属于母公司所有者 权益合计	6,558.49	2,973.43	1,035.22
少数股东权益	-	-	14.79
所有者权益合计	6,558.49	2,973.43	1,050.01

（二）简要利润表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	12,518.99	4,673.92	2,101.65
营业利润	4,703.00	677.21	398.33
利润总额	4,684.49	667.66	396.60
净利润	4,005.06	475.74	287.80
归属于母公司所有者的净利润	4,005.06	483.13	286.39
扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者的净利润	3,956.08	1,163.14	228.66

报告期内，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 228.66 万元、1,163.14 万元和 3,956.08 万元，呈增长趋势。

报告期内，掌维科技归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为 57.73

万元、-680.01 万元和 48.98 万元，2014 年度和 2016 年 1-8 月，掌维科技非经常性损益较低，对净利润影响较小，且不具有持续性。2015 年度，掌维科技非经常性损益主要系当期确认了 733.46 万元的股权激励费用所致。

（三）简要现金流量表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	5,953.16	1,970.19	93.68
投资活动产生的现金流量净额	1,781.60	-2,134.79	-29.21
筹资活动产生的现金流量净额	-420.00	814.23	-
现金及现金等价物净增加额	7,314.77	649.63	64.47

报告期内，掌维科技经营活动现金流较好，随着收入规模及净利润增加而增加，投资活动产生的现金流量净额主要为购买银行理财产品产生的现金流出，筹资活动产生的现金流量净额主要为吸收新增股东产生的现金流入。

二、观达影视近两年及一期简要财务报表

根据天健出具的天健审〔2016〕7586 号《审计报告》，观达影视最近两年及一期的主要财务数据（合并口径）如下：

（一）简要资产负债表

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产合计	15,844.56	10,448.83	3,956.81
非流动资产合计	21.81	66.38	33.37
资产总计	15,866.36	10,515.21	3,990.18
流动负债合计	8,514.04	7,127.53	3,564.60
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	8,514.04	7,127.53	3,564.60
归属于母公司所有者 权益合计	7,352.33	3,387.68	425.57
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	7,352.33	3,387.68	425.57

(二) 简要利润表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年	2014 年
营业收入	15,585.56	16,567.23	5,902.76
营业利润	5,931.43	3,600.25	102.70
利润总额	6,130.11	3,811.03	170.74
净利润	5,964.64	3,034.03	125.57
归属于母公司所有者的净利润	5,964.64	3,034.03	125.57
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,798.02	2,210.96	53.92

报告期内，观达影视扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 53.92 万元、2,210.96 万元和 5,798.02 万元，呈增长趋势。

报告期内，观达影视归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为 71.65 万元、823.06 万元和 166.62 万元。2014 年度和 2016 年 1-8 月，观达影视非经常性损益较低，对净利润影响较小，且不具有持续性。报告期内，观达影视非经常性损益主要来自于政府补助、理财产品收益、同一控制下企业合并的损益等。

(三) 简要现金流量表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年	2014 年
经营活动产生的现金流量净额	-4,209.88	2,446.14	1,063.99
投资活动产生的现金流量净额	1,050.59	1.74	-1,005.64
筹资活动产生的现金流量净额	605.76	-500.15	800.00
现金及现金等价物净增加额	-2,553.53	1,947.73	858.36

观达影视2014、2015年经营活动现金流量净额均为正，主要系观达影视采用受托制作和联合摄制模式，与湖南卫视、乐视网等电视台和网络新媒体平台合作拍摄，既减轻公司资金压力，加快资金流转，又保障了公司电视剧作品的后期播映渠道。

三、科翼传播近两年及一期简要财务报表

根据天健出具的天健审〔2016〕7774号《审计报告》，科翼传播最近两年及一期的主要财务数据（合并口径）如下：

（一）简要资产负债表

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产合计	4,965.34	1,972.09	2,464.83
非流动资产合计	122.59	77.41	62.02
资产总计	5,087.93	2,049.50	2,526.85
流动负债合计	1,758.83	1,502.20	1,446.27
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	1,758.83	1,502.20	1,446.27
归属于母公司所有者 权益合计	3,329.10	547.29	1,080.59
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	3,329.10	547.29	1,080.59

（二）简要利润表

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	7,921.84	7,515.55	3,399.04
营业利润	3,662.26	1,903.88	295.29
利润总额	3,719.16	1,913.58	294.76
净利润	2,781.81	1,397.38	216.42
归属于母公司所有者的净利润	2,781.81	1,397.38	216.42
扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者的净利润	2,737.91	1,481.81	218.19

报告期内，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 218.19 万元、1,481.81 万元和 2,737.91 万元，呈增长趋势。

报告期内，科翼传播归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为-1.77 万元、-84.43 万元和 43.89 万元，科翼传播非经常性损益较低，对净利润影响较小，且不具有持续性。

四、上市公司 2015 年度及 2016 年 1-8 月简要备考财务报表

天健会计师针对本次交易模拟实施后思美传媒 2015 年度及 2016 年 1-8 月备考合并财务报表进行了审阅，并出具了《审阅报告》（天健审〔2016〕7827 号）。

（一）审阅意见

根据天健会计师的审阅，天健会计师没有注意到任何事项使其相信思美传媒备考合并财务报表没有按照备考合并财务报表的编制基础编制。

（二）备考合并财务报表的编制基础

1、本备考合并财务报表根据中国证券监督管理委员会《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——上市公司重大资产重组申请文件》的相关规定编制，仅供本公司实施本次重大资产重组事项使用。

2、除下述事项外，本公司编制备考合并财务报表时采用的会计政策符合企业会计准则的相关规定，并以持续经营为编制基础。本备考合并财务报表真实、完整的反映了本公司 2015 年 12 月 31 日和 2016 年 8 月 31 日的备考合并财务状况，以及 2015 年度和 2016 年 1-8 月的备考合并经营成果。

1) 本备考合并财务报表假设本次重大资产重组事项已于本备考合并财务报表期初 2015 年 1 月 1 日实施完成，即上述重大资产重组交易完成后的架构在 2015 年 1 月 1 日已经存在。

在编制本次备考合并财务报表时，假设当本次发行股份购买科翼传播的少数股东持有的 20% 股权交易完成后的股权架构于 2015 年 1 月 1 日已经存在，并按此假设的股权架构合并后作为财务报表报告主体。

2) 2015 年 1 月 1 日至 2016 年 8 月 31 日，观达影视、掌维科技和科翼传播对原股东的利润分配，也视同对本公司股东的利润分配。

3) 本备考合并财务报表系以业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计的本公司 2015 年度的财务报表，业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审阅的 2016 年 1-8 月的财务报表，和业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计的观达影视、掌维科技和科翼传播 2015 年度及 2016 年 1-8 月的财务报表为基础，

按以下方法编制。

①购买成本

由于本公司拟以发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的方式完成本次重大资产重组，本公司在编制备考合并财务报表时，将重组方案确定的观达影视和掌维科技支付对价 1,447,084,893.51 元作为备考合并财务报表 2015 年 1 月 1 日的购买成本，并根据以拟发行的股份总数和发行价格计算确定的支付对价 791,155,935.15 元调整归属于母公司所有者权益；本公司为募集配套资金拟向 10 名特定投资者发行股份，其中用于支付本次重大资产重组现金对价的部分 655,928,958.36 元调整归属于母公司所有者权益，其余募集配套资金部分不在本备考合并财务报表中列示。

②观达影视和掌维科技的各项资产、负债在假设购买日（2015 年 1 月 1 日）的初始计量

对于按照公允价值进行后续计量的各项资产、负债，按照 2015 年 1 月 1 日的公允价值确定。

对于按照历史成本进行后续计量的各项资产和负债（包括观达影视和掌维科技个别财务报表未予确认，但在备考合并财务报表中确认的各项资产和负债），本备考合并财务报表以本次重组交易评估基准日的评估值为基础调整确定 2015 年 1 月 1 日观达影视和掌维科技各项可辨认资产、负债的公允价值，并以此为基础在既定的会计政策和会计估计进行后续计量。对于 2015 年 1 月 1 日存在而于重组交易评估基准日已不存在的资产和负债按照账面价值进行备考。

③商誉

本备考合并财务报表以上述购买成本扣除重组方按交易完成后享有的观达影视于重组交易评估基准日的可辨认净资产公允价值份额后的差额 886,916,572.54 元，确认为备考合并财务报表的商誉。购买成本扣除商誉的余额与按持股比例享有的 2015 年 1 月 1 日观达影视可辨认净资产公允价值份额的差额 37,072,163.14 元调整归属于母公司所有者权益。

本备考合并财务报表以上述购买成本扣除重组方按交易完成后享有的掌维

科技于重组交易评估基准日的可辨认净资产公允价值份额后的差额 485,802,019.45 元，确认为备考合并财务报表的商誉。购买成本扣除商誉的余额与按持股比例享有的 2015 年 1 月 1 日掌维科技可辨认净资产公允价值份额的差额 12,616,080.45 元调整归属于母公司所有者权益。

④权益项目列示

鉴于备考合并财务报表之特殊编制目的，本备考合并财务报表的所有者权益按“归属于母公司所有者权益”和“少数股东权益”列示，不再区分“股本”、“资本公积”、“其他综合收益”、“盈余公积”和“未分配利润”等明细项目。

⑤鉴于备考合并财务报表之特殊编制目的，本备考合并财务报表不包括备考合并现金流量表及备考合并股东权益变动表，并且仅列报和披露备考合并财务信息，未列报和披露母公司个别财务信息。

⑥由本次重大资产重组交易而产生的费用、税收等影响未在备考合并财务报表中反映。

(三) 上市公司备考合并财务报表

1、备考合并资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动资产	213,887.63	139,767.18
非流动资产	219,505.41	182,202.71
资产总额	433,393.04	321,969.90
流动负债	112,461.15	61,962.26
非流动负债	24,860.38	21,992.92
负债总额	137,321.54	83,955.18
归属于母公司所有者权益	295,980.95	237,880.61
少数股东权益	90.55	134.11
所有者权益合计	296,071.50	238,014.72

2、备考合并利润表主要数据

单位：万元

项 目	2016 年 1-8 月	2015 年度
营业收入	266,545.77	277,671.14
营业成本	226,187.76	238,930.77
营业利润	21,351.84	17,404.77
利润总额	22,754.59	18,074.75
净利润	18,389.27	13,616.33
归属于母公司所有者的净利润	18,427.13	13,584.88

第十三节 同业竞争与关联交易

一、掌维科技关联交易情况

（一）经常性关联交易

2014 年度、2015 年度，掌维科技向杭州品书网络科技有限公司采购信息服务 12.91 万元和 6.00 万元，占当期营业成本比例为 1.10%和 0.24%。信息服务占公司当期营业成本比例极低，对公司财务状况和经常成果的影响很小。

杭州品书网络科技有限公司（以下简称杭州品书）成立于 2011 年 11 月，注册资本 50 万元，张子钢持有其 90%股权，经营范围为：技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让：计算机网络技术、计算机软硬件、电子产品。杭州品书网络科技有限公司已于 2015 年 12 月注销。

（二）偶发性关联交易

1、受让北京品书股权

2015 年 7 月 17 日，经北京品书股东做出决定，张子钢与掌维有限签订《股权转让协议》，张子钢将其持有的北京品书 100%的股权（计 100.0032 万元出资额）转让与掌维有限，转让价格按照出资额 1:1 确定。北京品书已于 2015 年 8 月 5 日办妥工商变更登记手续。

2、出让车位

2015 年 5 月 12 日，掌维有限与张子钢签订《银色港湾地下车库有偿转让合同》，掌维有限将其拥有的位于银色港湾小区 2 个车位转让给张子钢，转让价格参考周边车位价格确定为 28 万元。

3、非经营性资金往来

2014 年度、2015 年度，张子钢向掌维科技及子公司北京品书拆借资金，拆借资金按照一年期贷款基准利率计算，2014 年度结算关联方资金使用费 27.34 万元，2015 年度结算关联方资金使用费 6.94 万元。

2016 年度起，掌维科技未发生非经营性资金往来。截至本报告书签署日，掌维科技及子公司北京品书已收回上述资金。

（三）关联方的应收应付款项余额

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他应收款						
张子钢	30.00	1.50	34.28	5.82	430.11	21.51
应付账款						
杭州品书	-	-	-	-	12.91	-

二、观达影视关联交易情况

（一）经常性关联交易

1、接受劳务和购买商品的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
上海爱其影视文化工作室	策划费	-	2,297.88	440.89
上海懿果影视文化工作室	策划费	-	3,082.22	-
上海艾薇影视文化工作室	策划费及电视剧分账费	35.08	281.41	73.95
合计		35.08	5,661.51	514.84

注 1：上海爱其影视文化工作室成立于 2014 年 4 月 9 日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有注册号为“310117003107567”的《营业执照》，投资人为严中慎，出资额 50 万元，住所为上海市松江区富永路 425 弄 212 号 2074 室。严中慎系观达影视副总经理严俊杰的父亲。2016 年 8 月 18 日，严中慎先生将爱其工作室转让给徐昊，现该工作室已更名为上海洁昊影视文化工作室

注 2：上海懿果影视文化工作室成立于 2015 年 4 月 21 日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有注册号为“310117003249571”的《营业执照》，投资人为孙庆燕，出资额 50 万元，住所为上海市松江区富永路 425 弄 212 号 2619 室。孙庆燕系观达影视监事沈璐的母亲。2016 年 8 月 18 日，孙庆燕女士将懿果工作室转让给施平，现该工作室已更名为上海昊影影视文化工作室

注 3：上海艾薇影视文化工作室成立于 2012 年 11 月 2 日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有注册号为“310117002973980”的《营业执照》，投资人为董仲莲，出资

额 50 万元，住所为上海市松江区玉树路 269 号 5 号楼 304 室。董仲莲系观达影视总经理周丹的母亲。

2、提供劳务和销售商品的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
芒果影视文化有限公司	电视剧销售	10,288.25	7,583.98	-
上海芒果互娱科技有限公司	版权出售	-	48.55	-
湖南广播电视台卫视频道	电视剧销售	-	4,783.02	2,292.45
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	电视剧销售	4,292.45	-	2,037.74
合计		14,580.71	12,415.55	4,330.19

注 1：芒果投资系持有观达影视 5%以上股权的股东，芒果投资的执行事务合伙人易泽资本。湖南广播电视台全资子公司芒果传媒有限公司持有易泽资本 40%股权，系易泽资本并列第一大股东。易泽资本的董事包括张勇、黄国雄、袁国良等人，其中，张勇同时担任芒果影视文化有限公司执行董事，黄国雄同时担任上海芒果互娱科技有限公司董事，张勇和袁国良同时担任湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司董事。

注 2 芒果影视文化有限公司成立于 2001 年 11 月 7 日，在湖南省工商行政管理局登记注册，持有统一社会信用代码为“91430000732851484T”的《营业执照》，法定代表人为何瑾，注册资本 5,000 万元，住所为长沙市开福区金鹰影视文化城主楼 8 楼 801 房。

注 3：上海芒果互娱科技有限公司成立于 2014 年 4 月 10 日，在上海市嘉定区市场监督管理局登记注册，持有统一社会信用代码为“91310114093640161W”的《营业执照》，法定代表人为郑华平，注册资本 7,296.8014 万元，住所为上海市嘉定区陈翔路 768 号 6 幢B区 1258 室。

注 4：湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司成立于 2006 年 5 月 26 日，在湖南省工商行政管理局登记注册，持有统一社会信用代码为“914300007880367535”的《营业执照》，法定代表人为丁诚，注册资本 24,247.0013 万元，住所为长沙市开福区浏阳河东金鹰大厦附楼 1208 室。

（二）偶发性关联交易

2015 年 12 月 18 日，经霍尔果斯观达公司股东会决议同意，周丹、沈璐、严俊杰将其持有的霍尔果斯观达 100.00%股权转让给观达影视，约定股权转让价格 300.00 万元。

（三）关联方的应收应付款项余额

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款						
芒果影视文化有限公司	5,265.63	263.28	-	-	-	-
湖南广播电视台卫视频道	-		2,600.00	130.00	-	-
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	1,820.00	91.00				
小计	7,085.63	354.28	2,600.00	130.00	-	-
其他应收款						
周丹	22.62	1.13	291.77	14.59	-	-
小计	22.62	1.13	291.77	14.59	-	-
预收账款						
上海艾薇影视文化工作室	-	-	66.16	-	-	-
小计	-	-	66.16	-	-	-
其他应付款						
周丹	-	-	-	-	200.00	-
沈璐	190.00	-	-	-	150.00	-
严俊杰	430.00	-	-	-	150.00	-
小计	620.00	-	-	-	500.00	-

(四) 关联采购、销售产生的相关情况

1、上述关联采购、销售交易产生原因、必要性及作价依据，

(1) 观达影视关联交易涉及的主要关联方情况

①爱其影视

上海爱其影视文化工作室成立于 2014 年 4 月 9 日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有注册号为“310117003107567”的《营业执照》，投资人为严中慎，认缴出资额 50 万元，住所为上海市松江区富永路 425 弄 212 号 2074 室。严中慎系观达影视副总经理严俊杰的父亲。

2016年8月，严中慎将其对爱其影视的出资以56万元转让给徐昊，同时爱其影视更名为“上海洁昊影视文化工作室”。因此，报告期内，爱其影视系观达影视的关联方，自上述股权转让完成后，爱其影视与观达影视之间不再有关联关系。

自2016年1月1日起，观达影视与爱其影视未发生交易，预计未来也不再发生交易。

②懿果影视

上海懿果影视文化工作室成立于2015年4月21日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有注册号为“310117003249571”的《营业执照》，投资人为孙庆燕，认缴出资额50万元，住所为上海市松江区富永路425弄212号2619室。孙庆燕系观达影视监事沈璐的母亲。

2016年8月，孙庆燕将其对懿果影视的出资以35万元转让给施平，同时懿果影视更名为上海昊影影视文化工作室，懿果影视于2016年8月18日办理完成上述出资转让及更名的工商变更登记。因此，报告期内，懿果影视系观达影视的关联方，自上述股权转让完成后，懿果影视与观达影视之间不再有关联关系。

自2016年1月1日起，观达影视与懿果影视未再发生交易，预计未来也不再发生交易。

③艾薇影视

上海艾薇影视文化工作室成立于2012年11月2日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有注册号为“310117002973980”的《营业执照》，投资人为董仲莲，认缴出资额50万元，住所为上海市松江区玉树路269号5号楼304室。董仲莲系观达影视总经理周丹的母亲。

自2015年起，观达影视与艾薇影视仅签订了《美丽的秘密》联合摄制合同，相关交易皆为《美丽的秘密》不同轮次的发行收益分成。

除《美丽的秘密》后续轮次发行收益分成外，观达影视与艾薇影视未再发生交易，预计未来也不再发生交易。

④湖南电视台及其下属企业

2015年12月30日，经观达影视股东会同意和签订的《股权转让协议》，原股东青春旋风将其所持观达影视8.3333%、2.0833%股权分别转让给芒果文创（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“芒果文创”）与上海骅伟股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“骅伟投资”）。自此，芒果文创与骅伟投资成为观达影视之股东。

芒果投资系持有观达影视5%以上股权的股东，芒果投资的执行事务合伙人为易泽资本。湖南广播电视台全资子公司芒果传媒有限公司持有易泽资本40%股权，系易泽资本并列第一大股东。易泽资本的董事包括张勇、黄国雄、袁国良等人，其中，张勇同时担任芒果影视文化有限公司执行董事，黄国雄同时担任上海芒果互娱科技有限公司董事，张勇和袁国良同时担任湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司董事。故湖南电视台及其下属企业作为观达影视关联方披露。

（2）关联采购交易产生原因、必要性及作价依据

报告期内，观达影视关联采购情况如下：

关联方	关联交易内容	2016年1-8月	2015年度	2014年度
上海爱其影视文化工作室	策划费	-	2,297.88	440.89
上海懿果影视文化工作室	策划费	-	3,082.22	-
上海艾薇影视文化工作室	策划费及电视剧分账费	35.08	281.41	73.95
合计		35.08	5,661.51	514.84

①关联采购交易产生原因

观达影视成立之初，注册资本规模较小，相对而言影视项目的采购支出和剧组费用较高，主要是由其股东代为垫付。考虑到订立合同、开具发票等财务流程的规范性要求，观达影视股东设立了上海懿果影视文化工作室和上海爱其影视文化工作室，通过关联工作室进行服务外包或在必要时垫付采购成本和费用。随后，关联工作室会将这些成本和费用汇总，以平价或加收少量服务费的方式向观达影视整体收取采购成本和费用。

②关联采购交易必要性

采用关联工作室模式主要出于以下目的：1) 观达影视成立时的注册资本规模较小，而影视项目投资动辄几千万，在采购影视服务时，供应商往往担心有限公司只承担有限责任的顾虑，希望观达影视及其股东能提供更多担保。为了方便正常业务的开展，观达影视的股东通过各自的直系亲属设立了关联工作室。由于关联工作室的股东承担个人无限连带责任，供应商对与观达开展合作更为放心。2) 影视行业采用工作室对接的业务形式比较普遍，业内供应商接受度较高。

观达影视的业务在这两年发展得很快，不仅在资金上有了健康的周转，而且在各项外包服务中均与一些外部供应商有了稳定的合作关系，即便是与新的供应商开展业务，也具备了足够的信誉。自 2016 年起，观达影视与关联工作室之间未发生采购服务，将来亦无通过关联工作室进行采购业务的必要，因此，2016 年 8 月，观达影视股东已将上海懿果影视文化工作室和上海爱其影视文化工作室转让给无关联关系的第三方。除《美丽的秘密》分成外，上海艾薇影视文化工作室未来将不再与观达影视发生关联交易。观达影视预计未来将不会通过关联工作室的模式进行采购，不会再与上述关联工作室发生交易。

③关联采购交易作价依据

2014-2015 年期间，关联工作室主要起了采购服务的分包和衔接作用，不以盈利为目的，以平价或加收少量服务费的方式向观达影视整体收取采购成本和费用。因此，关联工作室自成立以来一直保持微利状态，相对于观达影视的盈利规模，关联工作室的累计未分配利润较小。

(3) 关联销售交易产生原因、必要性及作价依据

报告期内，观达影视关联销售情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
芒果影视文化有限公司	电视剧销售	10,288.25	7,583.98	-
上海芒果互娱科技有限公司	版权出售	-	48.55	-
湖南广播电视台卫视频道	电视剧销售	-	4,783.02	2,292.45
湖南快乐阳光互	电视剧销售	4,292.45	-	2,037.74

动娱乐传媒有限公司				
合计		14,580.71	12,415.55	4,330.19

①关联销售交易产生原因

自 2015 年 12 月起，由于芒果文创通过受让股权成为持有观达影视 5%以上股权的股东，成为观达影视之关联方。

易泽资本系芒果文创之执行事务合伙人，湖南广播电视台全资子公司芒果传媒有限公司持有易泽资本 40%股权，系易泽资本并列第一大股东；易泽资本之董事同时担任湖南广播电视台之下属企业：芒果影视文化有限公司、上海芒果互娱科技有限公司、湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司等单位的董事，故 2015 年 12 月湖南广播电视台及其下属企业亦作为观达影视之关联方披露。

为谨慎起见，《重组报告书》中对观达影视与湖南广播电视台及下属企业在报告期内的交易均视同关联交易披露。

截至本重组报告书签署日，观达影视与湖南广播电视台及下属企业共签订业务合同 5 单，除 2016 年签约的系列节目《旋风少女》第二部外，其余 4 单业务合同均于芒果文创及骅伟投资入股前签订。具体合同金额及签署期间如下：

报告期内观达影视与湖南广播电视台及下属企业签订的业务合同如下：

剧目	发行年度	签约客户	类型	签约日期
一见不钟情	2014	阳光互动	代理发行	2014 年 8 月
		湖南卫视频道		
旋风少女	2015	芒果影视	周播栏目	2015 年 2 月
美丽的秘密	2015	湖南卫视频道	电视剧	2015 年 6 月
十五年等待候鸟	2016	芒果影视	周播栏目	2015 年 10 月
旋风少女 2	2016	阳光互动	周播栏目	2016 年 2 月
		芒果影视		

因此，关联关系对于观达影视的影视节目销售无实质性影响。

②关联销售交易必要性

A 周播栏目作为一种较为新颖的节目形式，于近两年被湖南卫视打造成功后，才渐渐进入一线卫视的主流播出计划。

由于周播栏目形式较为新颖，与电视剧连续播出的效果相比，观众对栏目的接受程度不太确定，因此，在过去的两三年中，湖南卫视打造周播品牌的过程也遇到一定的波折，实力雄厚的大型电视剧制作企业不愿意冒险尝试投入，实力较弱的小型电视剧制作企业又无法得到湖南卫视的信任。而观达影视处于业务初创期，需要快速做大业务规模，对于新颖的业务模式愿意进行尝试，观达影视的管理团队在任职克顿传媒期间与湖南卫视曾有不少业务往来，其业务水平和能力也得到湖南卫视的认可，因此，双方尝试进行新型业务的第一次合作，由芒果影视委托观达影视制作周播栏目《旋风少女》，一方面便于芒果影视控制项目质量，一方面也分散了观达影视的制作发行风险。周播栏目播出后，效果较好，在同时段节目中平均收视取得第一。此后，在这次成功合作的基础上，芒果影视连续与观达影视进行合作，制作并播出了周播栏目《十五年等待候鸟》和《旋风少女》第二季，并都取得了良好的播出效果。

在周播栏目这一新形式的电视节目市场里，湖南卫视和观达影视通过紧密的合作，取得了双赢的结果：湖南卫视以多部热门节目成为周播栏目的大赢家，观达影视通过三部作品在周播栏目制作上树立了口碑。在湖南卫视的周播栏目运作过程中，双方还将保持较为紧密的合作关系，共同提升双方在周播栏目市场的品牌价值。

下图为百度百科列出的 2011-2015 年湖南卫视周播剧收视率排名前十位：

湖南卫视全国网所有周播剧收视排名			
	名称/频道	收视率%	市场份额%
1	花千骨	2.69	17.77
2	旋风少女	2.42	15.31
3	古剑奇谭	1.64	11.62
4	轩辕剑之天之痕	1.61	9.46
5	神雕侠侣	1.25	9.13
6	不一样的美男子	1.09	6.94
7	追鱼传奇	1.02	6.66
8	立正姐姐向前走	0.91	6.09
9	爱的妇产科	0.88	5.76
10	明若晓溪	0.83	6.76

下图为百度百科列出的“青春进行时”周播剧场收视率情况：

收视情况

排名	青春剧集	CSM52城	收视份额	全国网	收视份额	制作方
1	旋风少女	1.680	8.87	2.43	15.31	观达影视
2	旋风少女第二季	1.072	5.71	1.49	9.80	观达影视
3	明若晓溪	0.688	4.10	0.88	7.33	可米影视
4	十五年等待候鸟	0.657	3.59	0.65	4.88	观达影视
5	爱的妇产科第二季	0.581	3.38	0.70	5.73	湖南经视
6	相爱穿梭千年	0.567	2.91	0.65	5.00	CJ E&M
7	是！尚先生	0.527	3.11	0.75	5.64	和力辰光
8	寻找爱的冒险	0.522	2.59	0.78	5.09	天马途腾
9	爱你万缕千丝	0.517	2.95	0.61	5.38	春秋风云
10	只因单身在一起	0.507	2.83	0.53	4.61	耀达光芒
11	爱情碟中谍	0.434	2.53	数据缺失		尚世影业
12	奇妙的时光之旅	0.424	2.43	0.47	3.68	美丽双鱼
13	三里屯的朋友圈	0.235	1.55	0.28	2.56	芒果影视
14	相爱穿梭千年2	即将播出	即将播出	即将播出	即将播出	Studio Dragon

B 从电视台的角度来看，2013 年以来电视台广告收入整体增长放缓，2015 年电视台广告收入更是出现了整体负增长的趋势，电视台对购买电视剧的态度趋

于谨慎，特别是部分实力较弱的二三线电视台采购压力较大，电视剧采购市场延续了近几年的趋势，呈现出寡头垄断的特点，优势剧目不断流向强势平台。

湖南卫视是国内一线卫视的领先品牌，对于优秀的影视剧资源有较大的吸引力，能与湖南卫视进行业务合作，即是对影视剧制作企业实力的认可，可大幅度提高其市场形象和信誉。与湖南广播电视台及下属企业的合作，无疑能将观达影视定位于高水平的电视剧制作企业，可大大降低其作品在向其他一线卫视销售时的门槛。

C 由于湖南卫视处于一线卫视的领先地位，因此对于电视剧的播出基本采用“独播”的方式，导致即便存在“一剧两星”的政策，观达影视的电视播映权只能面向一个客户出售。但同时，观达影视在向与湖南卫视收视群体接近的在线视频服务网站进行作品发行时议价能力更强，得到的付款条件更优厚。所以，从网络播映权的较高收益来看，面向湖南广播电视台进行影视剧发行能够实现更大的整体回报。

随着观达影视在细分市场的知名度提升以及其他一线卫视在周播剧场的重金投入，观达影视与其他一线卫视及主流在线视频服务网站也展开了深入的业务接洽，为其定制周播栏目，并有望于年内签约。

D 近年来各电视台也依据自身定位走差异化的路线，对主打电视剧的类型也产生了清晰的偏好。按照电视剧目标群体的市场细分来看，主要分为青春偶像剧、情感伦理剧和红色经典剧等几种类型，湖南卫视主要定位于青春偶像剧。

观达影视基于对市场趋势的观察、对卫视和视频网站节目需求的研究并结合自身创作和管理团队的优势，将作品定位和制作风格明确为：为年轻观众打造的“青春优质偶像剧”和为女性观众打造的“青春女性情感剧”。

因此，从目标客户群体来看，观达影视与湖南卫视高度重合，天然具备合作的基础。

③ 关联销售交易作价依据

观达影视与湖南广播电视台及下属企业的交易均按市场价格进行。

湖南广播电视台作为国有的电视台，其采购流程整体环节非常严格：湖南电视台会组建数个独立的评估小组分别对电视剧或影视节目的主创团队及播放效果进行综合评估，只有通过评估小组的一致通过后，电视剧片目和相关内容才会被提交联合购片小组进行评审。联合购片小组成员由监察、审计等多部门人员组成，评审通过后，进入议价谈判和购买流程。由专职谈判人员组成议价谈判小组，独立进行与制作方的议价谈判，整个议价谈判过程进行全程文字记录并备案。

2、上述关联采购、销售合同主要条款、价格及付款条件，与其他客户或供应商是否存在较大差异，并结合市场可比价格，补充披露上述关联交易定价的公允性

（1）报告期内关联交易内容

①关联销售

单位：元

关联方	关联交易内容	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
芒果影视文化有限公司	电视剧销售	102,882,523.97	75,839,847.77	
上海芒果互娱科技有限公司	版权出售		485,493.06	
湖南广播电视台卫视频道	电视剧销售		47,830,188.69	22,924,528.32
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	电视剧销售	42,924,528.30		20,377,358.52
合计		145,807,052.27	124,155,529.52	43,301,886.84

主要销售合同主要条款、价格及付款条件

单位：元

关联方名称	发行年度	销售剧目	播放平台	销售价格(含税)
阳光互动	2014	一见不钟情	芒果 TV	21,600,000.00
湖南卫视频道	2014	一见不钟情	湖南卫视	24,300,000.00
湖南卫视频道	2015	美丽的秘密	湖南卫视	50,700,000.00
芒果影视	2015	旋风少女	湖南卫视	77,440,000.00
芒果影视	2016	十五年等待候鸟	湖南卫视	48,360,000.00

阳光互动	2016	旋风少女 2	芒果 TV	56,000,000.00
芒果影视	2016	旋风少女 2	湖南卫视	56,000,000.00

报告期内观达影视与湖南广播电视台主要业务为电视剧销售及周播栏目销售，电视剧付款条件为根据交付母带及播放进度为时点进行付款。如观达影视和湖南卫视频道签订的电视剧《美丽的秘密》销售协议，约定在合同签订时支付总价款的 20%，在观达影视取得《美丽的秘密》发行许可证时支付总价款的 20%，在电视剧开始播放时支付总价款的 20%，第四次支付总价款的 20%在第三次付款后 30 日内支付，最后 20%在第四次付款后 30 日内支付。周播栏目付款条件为按照制作进度与播放进度付款，如观达影视和芒果影视签订的《旋风少女》销售协议，约定在签订合同时支付总价款的 10%，栏目开始拍摄时支付总价款的 20%，播放时按照实际播放进度支付已播放集数*单价的 70%，最后在结算时支付剩余款项。

报告期内观达影视公司与湖南卫视合作主要系电视剧、周播栏目的首轮播放，价格较高，与观达影视公司其他客户销售价格不具有可比性。湖南卫视系国内领先的卫视频道，其对电视剧的采购价格有一套严格的评审制度，观达影视与其之间的销售是严格按照湖南广播电视台采购流程，销售价格是经过双方协商后确定的，符合市场实际情况。

②关联采购

单位：元

关联方	关联交易内容	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
上海爱其影视文化工作室	策划费		22,978,806.20	4,408,942.34
上海懿果影视文化工作室	策划费		30,822,154.58	
上海艾薇影视文化工作室	策划费及电视剧分账费	350,791.76	2,814,110.00	739,470.25
合 计		350,791.76	56,615,070.78	5,148,412.59

主要采购合同主要条款、价格及付款条件

关联方名称	销售内容	合同金额（元）	付款条件

上海爱其影视文化工作室	《美丽的秘密》影视策划服务	13,462,611.57	相关服务事项完成后付款
	《旋风少女》影视策划服务	9,854,558.83	相关服务事项完成后付款
	《球爱酒吧》影视策划服务	3,650,484.84	相关服务事项完成后付款
	《球爱酒吧》影视策划服务	650,225.20	相关服务事项完成后付款
	影视策划服务	117,000.00	相关服务事项完成后付款
	影视策划服务	117,000.00	相关服务事项完成后付款
	影视策划服务	117,000.00	相关服务事项完成后付款
	影视策划服务	123,500.57	相关服务事项完成后付款
	影视策划服务	117,000.00	相关服务事项完成后付款
	影视策划服务	117,000.00	相关服务事项完成后付款
上海懿果影视文化工作室	《旋风少女》影视策划服务	14,172,942.91	相关服务事项完成后付款
	《美丽的秘密》影视策划服务	17,045,446.27	相关服务事项完成后付款
	《浪花一朵朵》剧本策划服务及《浪花一朵朵》授权三方合同	528,430.05	相关服务事项完成后付款
上海艾薇影视文化工作室	《美丽的秘密》联合摄制合同	8,000,000.00	电视剧相关收益流入后支付
	《球爱酒吧》影视策划服务	739,470.25	相关服务事项完成后付款

除与上海艾薇影视文化工作室《美丽的秘密》联合摄制合同外，观达影视其他关联采购以加收少量服务费或平价的方式向观达影视整体收取采购成本和费用，与其他供应商采购不存在重大差异。联合摄制协议与其他非关联投资方分成比例一致。

因此，观达影视上述关联采购、销售与其他客户或供应商不存在较大差异，关联交易价格公允。

3、关联交易未来是否可持续，评估预测占比及其影响

在周播栏目这一细分市场，观达影视树立了较好的品牌形象，已与芒果影视文化有限公司建立了良好的合作关系，因此，双方有意在未来继续保持紧密的合作关系。根据观达影视的预测，在2016-2020年期间，平均每年将为芒果影视制作1部周播栏目。因此，预测期内，观达影视与湖南电视台及其下属企业的交易具有可持续性。

观达影视未来年度收入预测中上述交易的占比情况如下：

单位：万元

科目	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年

预测收入	26,190.58	37,843.96	50,137.26	59,954.72	67,962.67	73,653.75
其中：关联收入	17,983.54	11,331.30		8,000.00	10,115.20	515.20
占比	68.66%	29.94%	0.00%	13.34%	14.88%	0.70%

本次交易完成后，观达影视成为上市公司全资子公司，芒果文创与骅伟投资将成为上市公司股东，且持股比例不超过 5%，观达影视与湖南电视台及其下属企业将不再成为关联方。

经核查，独立财务顾问、天健会计师和评估师认为：观达影视的关联采购是公司成立初期采购第三方供应商服务的主要衔接方式且不以盈利为目的，公司业务成熟后不再采用关联采购的模式，观达影视的关联销售主要为关联股东入股前发生且以严格信息披露为目的。观达影视的主营业务不依赖于关联采购和关联销售，关联采购和关联销售的定价公允，本次交易符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四十三条第一款第一项的相关规定。

三、科翼传播关联交易情况

（一）经常性关联交易

报告期内，科翼传播接受关联方营销服务如下：

单位：万元

关联方	采购内容	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度
奥臻影视[注 1]	视频制作、营销服务	670.14	746.84	2.76
迪赫影视[注 2]	视频制作	-	842.74	343.69
晓丰影视[注 3]	视频制作	-	67.20	140.60
容海影视[注 4]	视频制作	-	-	481.55
合计		670.14	1,656.77	968.60

注 1：上海奥臻影视文化有限公司成立于 2014 年 12 月 2 日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有统一社会信用代码为“91310117323194268X”的《营业执照》，注册资本 300 万元，公司成立时股权结构为范玉娥持有其 95%股权、夏平英持有其 5%股权，2015 年 5 月 26 日，范玉娥将其股权转让给周全、夏平英将其股权转让给朱羽，目前股权结构为周全持有其 95%股权、朱羽持有其 5%股权。范玉娥系科翼传播股东陆慧斐配偶蒋榕海的母亲。

注 2：上海迪赫影视文化工作室成立于 2014 年 12 月 9 日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有注册号为“310117003204529”的《个人独资企业营业执照》，注册资本

10 万元，负责人为范玉娥。范玉娥系科翼传播股东陆慧斐配偶蒋榕海的母亲，迪赫影视已于 2015 年 9 月 28 日注销。

注 3：上海容海影视文化工作室成立于 2014 年 12 月 5 日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有注册号为“310117003203938”的《个人独资企业营业执照》，注册资本 10 万元，负责人为蒋榕海。蒋榕海系科翼传播股东陆慧斐配偶，容海影视已于 2015 年 9 月 28 日注销。

注 4：上海晓丰影视文化工作室成立于 2014 年 12 月 12 日，在上海市松江区市场监督管理局登记注册，持有注册号为“310117003206240”的《个人独资企业营业执照》，注册资本 10 万元，负责人为卢小丰。卢小丰系科翼传播股东邓翀配偶，晓丰影视已于 2015 年 9 月 28 日注销。

（二）偶发性关联交易

2015 年 6 月 30 日，经瑞盟文化股东会决议同意，蒋榕海、邓翀将其分别持有的瑞盟文化 50%股权转让给科翼传播；同日，蒋榕海、邓翀与科翼传播签订《股权转让协议》，约定股权转让价格按照经评估净资产 309.16 万元确定。

2015 年 9 月 1 日，经天时利和股东会决议同意，卢小丰、蒋榕海将其分别持有的天时利和 50%股权转让给科翼传播；2015 年 9 月 7 日，卢小丰、蒋榕海与科翼传播签订《出资转让协议》，约定股权转让价格按照经评估净资产 45.51 万元确定。

（三）关联方的应收应付款项余额

单位：万元

项 目	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
预付账款						
奥臻影视	4.29	-	44.67	-	-	-
小计	4.29	-	44.67	-	-	-
其他应收款						
蒋榕海	-	-	-	-	20.41	1.02
邓翀	-	-	-	-	200.55	10.03
小计	-	-	-	-	220.96	11.05
应付账款						
容海影视	-	-	-	-	296.00	-
迪赫影视	-	-	-	-	304.00	-
晓丰影视	-	-	-	-	140.60	-

奥臻影视	2.76	-	2.76	-	2.76	-
小计	2.76	-	2.76	-	743.36	-
其他应付款						
蒋榕海	22.48	-	22.48	-	0.16	-
小计	22.48	-	22.48	-	0.16	-

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的同业竞争情况

本次交易完成后，上市公司将持有掌维科技 100%股权、观达影视 100%、科翼传播 100%股权。本次交易前后，上市公司控股股东及实际控制人未发生变化。因此本次交易完成后，上市公司与控股股东和实际控制人及其关联企业不存在同业竞争情况。

为避免同业竞争损害上市公司及其他股东的利益，上市公司控股股东、实际控制人朱明虬在上市之初就做出避免同业竞争的承诺。自做出承诺以来，上市公司控股股东和实际控制人信守承诺，没有发生与上市公司同业竞争的行为。本次交易完成后，上市公司控股股东和实际控制人将继续履行该承诺。

五、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情况

（一）关联交易情况

本次交易完成后，不存在新增上市公司与控股股东、实际控制人及其关联企业之间的关联交易的情况。

（二）规范关联交易的措施

目前公司已建立了完善的公司治理制度，在公司《章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》等制度中，规定了有关关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等，以保证公司关联交易的合规性、公允性，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。对于必要的关联交易，公司将通过制定严格、细致的关联交易协议条款，保证决策程序的合规性及交易价格的公允性。

第十四节 风险因素

一、本次交易可能暂停、终止或取消的风险

1、若交易过程中，拟购买资产出现资产、业务、财务状况、所有者权益的重大不利变化，交易基础丧失或发生根本性变更，交易价值发生严重减损以及发生其他不可预知的重大影响事项，则本次交易可能将无法按期进行。

2、公司制定了严格的内幕信息管理制度，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。但仍不排除有关机构和个人利用本次交易内幕信息进行内幕交易的行为，公司存在因可能涉嫌内幕交易造成股价异常波动或异常交易而暂停、终止或取消本次交易的风险。

3、本报告书公告后，若标的公司业绩大幅下滑或未达预期，可能导致本次交易无法进行的风险或即使继续进行将需要重新估值定价的风险。

4、本次交易尚需中国证监会审核，因此本次交易还存在因中国证监会审核无法通过而取消或部分取消的风险。

5、其他原因可能导致本次交易被暂停、中止或取消风险。

二、标的资产估值风险

本次交易拟购买的资产为观达影视 100%股权、掌维科技 100%股权和科翼传播 20%股权，本次交易对标的资产的定价参考收益法评估的价值。

本次交易以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，各标的资产账面净资产、评估值、评估增值、评估增值率情况如下：

单位：万元

标的公司	账面净资产	评估值	评估增值	评估增值率(%)
掌维科技 100%股权	3,452.78	53,134.53	49,681.75	1,438.89
观达影视 100%股权	2,114.35	91,827.35	89,713.00	4,243.04
科翼传播 20%股权	291.19	10,306.05	10,014.85	3,439.24

由上表可知，标的资产评估增值较大。本次交易的标的资产的评估值相较于对应的净资产增值较高，主要是由于标的公司均属于“轻资产”行业，主要是人力资本投入，本次评估主要使用基于未来盈利预测而进行的收益法。盈利预测是基于历史经营情况和行业发展速度等综合考虑进行谨慎预测，但仍存在由于行业发展放缓、市场竞争加剧等变化使得未来实际盈利未达预测而导致交易标的的实际价值低于目前评估结果的风险。

本次交易标的资产的估值较账面净资产增值较高，特提醒投资者关注本次交易定价估值较账面净资产增值较高的风险。

三、配套融资审批及实施风险

本次交易中，公司拟向交易对方合计支付现金对价 65,592.90 万元。作为交易方案的一部分，公司拟向特定投资者发行股份募集配套资金，预计募集资金额不超过 74,143.17 万元，扣除本次交易相关费用后用于支付现金对价及掌维科技动漫 IP 库建设项目，募集配套资金事项尚需中国证监会核准，存在一定的审批风险。

受股票市场波动及投资者预期的影响，或市场环境变化可能引起本次募集配套资金金额不足乃至募集失败。若本次募集配套资金金额不足乃至募集失败，公司将以自有资金或采用银行贷款等债务性融资方式解决公司资金需求。若公司以自有资金或采用银行贷款等债务性融资方式筹集所需资金，将给公司带来一定的财务风险和融资风险。

四、交易标的业绩承诺无法实现的风险

本次对交易标的的评估主要依据收益法的评估结果，即对交易标的的未来各年的净利润、现金流净额进行预测，从而得到截至评估基准日的评估结果。交易标的所处的相关行业发展较快，市场规模快速扩张，交易标的在行业内具有较强的实力，未来发展前景可期。相关交易对方对交易标的的未来业绩进行了承诺，若交易标的的业绩承诺无法实现，补偿义务人将向上市公司进行业绩补偿。但若届时行业发展放缓或企业经营状况发生较大改变，交易标的可能发生业绩承诺无法实现的风险。

五、业绩补偿承诺实施的违约风险

尽管交易对方已与本公司就标的资产实际盈利数不足利润预测数的情况约定了明确可行的补偿安排,但由于交易对方获得的股份对价低于本次交易的总对价,如标的资产在承诺期内无法实现业绩承诺,将可能出现交易对方处于锁定状态的股份数量少于应补偿股份数量的情形;虽然按照约定,交易对方须用等额现金进行补偿,但由于现金补偿的可执行性较股份补偿的可执行性低,有可能出现业绩补偿承诺实施的违约风险。

六、商誉减值的风险

公司本次收购观达影视 100%股权和掌维科技 100%股权属于非同一控制下的企业合并。根据企业会计准则,非同一控制下的企业合并中,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份额的差额,应当确认为商誉。该等商誉不作摊销处理,但需要在未来每年会计年末进行减值测试。根据天健出具的天健审〔2016〕7827号《审阅报告》,公司在本次交易完成后,将新增商誉 137,271.86 万元。若标的公司未来经营中不能较好地实现收益,那么收购标的资产所形成的商誉将会面临减值风险,从而对公司资产情况和经营业绩产生不利影响。

七、标的公司的经营风险

(一) 掌维科技相关经营风险

1、行业监管风险

数字阅读行业受到工信部、国家新闻出版广电总局、国家版权局、行业协会等相关政府部门和组织的共同监管。掌维科技作为数字阅读企业,为阅读用户提供手机阅读、互联网阅读等多种数字阅读产品。随着相关监管部门对数字阅读行业持续增强的监管力度,数字阅读行业的准入门槛可能会有所提高,若掌维科技在未来不能达到新政策的要求,则将对其持续经营产生不利影响。

2、市场竞争风险

随着近年来移动互联网的蓬勃发展，数字阅读行业受到越来越多的关注，2013年以来，随着腾讯、百度、阿里等互联网企业纷纷进入数字阅读领域，行业呈现日益竞争激烈的态势。2015年初，腾讯收购盛大文学，并成立了包括起点中文网、创世中文网等文学网站的阅文集团，在提升数字阅读行业的市场关注度的同时，也进一步加剧了数字阅读行业的市场竞争。如果掌维科技未来不能有效地制定实施业务发展规划，积极应对市场竞争日益激烈所带来的挑战，则可能在市场竞争中处于不利地位，丧失其原本具有的竞争优势，进而影响掌维科技的经营业绩和发展潜力。

3、数字内容盗版侵权风险

保护知识产权是数字阅读行业生存和发展的关键，也是数字阅读企业的核心竞争力之一。然而，现阶段我国数字内容的版权保护机制尚不完善，信息技术的快速发展让数字出版侵权案件面临取证难、认定难、维权成本高等问题，数字内容被盗版侵权时有发生。由于掌维科技现有业务主要收入来源为数字阅读业务，因此盗版侵权行为将直接影响到掌维科技的营业收入，对其经营业绩造成不利影响。此外，盗版侵权行为亦将影响作者的创作积极性，危害优质数字版权的创作，给整个数字阅读行业产生不利影响。

近年来，政府有关部门通过逐步完善知识产权保护体系、加强打击盗版侵权行为力度，在知识产权保护方面取得了一定的成效。但是打击盗版侵权行为、规范市场秩序是一个长期的过程，掌维科技在一定时期内仍将面临盗版侵权的风险。

4、版权采集价格上涨的风险

优质数字内容是吸引客户付费阅读的重要因素，随着数字阅读行业的不断发展，数字内容版权交易的活跃程度迅速提高，从而导致版权所有者要求的买断价格和分成比例也逐年上升。同时，随着数字阅读行业盈利模式的逐渐成熟，不断有新的市场主体加入到行业中，使得对优质数字内容版权的竞争进一步加剧。报告期内，掌维科技加大了对优质数字版权的采集，其版权采集价格也呈逐年上升趋势。如果优质数字内容版权竞争持续加剧，版权采集价格持续上涨，而未能带来预期收入的增加，将对掌维科技的持续盈利能力和成长性产生不利影响。

5、对单一客户依赖的风险

报告期内，中国移动手机阅读基地（2014 年之前由中国移动通信集团浙江有限公司运营，2015 年起相关业务改为由咪咕数字传媒有限公司运营）是掌维科技的重要客户。根据掌维科技与中国移动手机阅读基地签订的主要协议，掌维科技为中国移动手机阅读基地提供数字阅读产品及推广服务，2014 年、2015 年、2016 年 1-8 月向中国移动手机阅读基地销售收入分别为 1,437.58 万元、3,040.52 万元、3,663.79 万元，占掌维科技当期营业收入的比例分别为 68.40%、65.05%、29.27%。

中国移动手机阅读基地作为国内手机阅读业务的主要运营平台和掌维科技的主要客户，对掌维科技的经营业绩有重要影响。如果中国移动手机阅读业务经营状况不佳或者中国移动手机阅读基地在未来的合作过程中提出解除或者不再与掌维科技续签新的合作合同，或在合作过程中改变合作模式、降低与掌维科技的结算价格等，都将对掌维科技未来的盈利能力和成长性产生不利影响。

（二）观达影视相关经营风险

1、行业竞争风险

近年来，在国内影视剧行业发展迅速，市场容量不断增加，行业产值屡创新高的背景下，大量的资本和企业进入影视剧制作领域，带动影视剧制作机构数量快速增长，影视剧供应量迅速增加。据国家新闻出版广电总局统计，截至 2016 年 4 月，持有 2016 年度《电视剧制作许可证（甲种）》的机构有 132 家，持有 2016 年度《广播电视节目制作经营许可证》的机构有 10,232 家，从而造成影视剧市场整体上呈现出供大于求，而精品影视剧却供不应求的结构性失衡局面。观达影视未来能否积极调整经营策略，以应对影视剧行业日趋激烈的竞争，将成为观达影视面临的重要风险。

2、行业政策风险

影视剧制作、发行行业作为具有意识形态特殊属性的重要产业，受国家有关法律、法规及政策的严格监督管理。目前的行业监管主要体现为制作许可制度和内容管理制度。本次交易完成后，观达影视在影视剧制作发行过程中，可能面临

的风险包括：未能严格把握好政策导向，违反行业政策或相关监管规定，而被监管部门处罚甚至被吊销相关许可证及市场禁入的风险；未能及时把握政策导向进行拍摄和发行，在备案公示阶段，项目未获备案的风险；拍摄出的影视剧作品未获内容审查通过、无法获得发行许可证的风险；已发行的影视剧，因政策导向的变化而无法播出或被勒令停止播放的风险。虽然根据过往的制作发行经验，观达影视均严格按照政策导向进行影视剧的业务经营，把握发行时机，出品了多部具有一定影响力的电视剧，但是，仍存在因严格的行业监管和政策导向变化而发生电视剧制作成本无法收回或受到监管处罚的可能性。

报告期内，观达影视的影视剧作品涉及电视剧、网络剧、周播栏目等多种形式，上述剧目形式受到的行业监管政策有所不同。

电视剧方面，根据《广播电视节目制作经营管理规定》和《电视剧内容管理规定》等规定，依法设立的电视剧制作机构取得《广播电视节目制作经营许可证》后从事电视剧摄制工作必须经过国家新闻出版广电总局的备案公示并取得制作许可后方可进行。根据《电视剧内容管理规定》，电视剧实行内容审查和发行许可制度，即电视剧摄制完成后，必须经国家新闻出版广电总局或省级广播电影电视行政管理部门审查通过并取得《电视剧发行许可证》之后方可发行。

网络剧方面，《互联网视听节目服务管理规定》、《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》、《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》等相关规定对网络剧的内容制作、审核、播出等方面进行了监管，对网络剧、微电影等网络视听节目实行先审后播管理制度，要求互联网视听节目服务单位在播出网络剧、微电影等网络视听节目前应组织审核员对拟播出的网络剧、微电影等网络视听节目进行内容审核，并在上网播出前完成节目信息备案。

周播栏目方面，目前国家政策尚无明确规定。

报告期内，观达影视均根据不同剧目形式的不同政策要求履行了相应程序。但是，若未来国家对上述剧目形式的监管政策发生变化，导致观达影视的作品因未取得备案或许可证等无法播出等情况，可能对观达影视的经营业绩造成一定影响。观达影视及其合作方将依托自身现有资质情况和制作发行报批经验，及时关

注行业动向，根据最新政策要求及时调整创作方向和经营思路，及时履行相应审批或备案程序，尽可能减少对生产经营的影响。

3、核心人员流失风险

观达影视主要从事的电视剧的制作与发行业务，致力于为观众提供优质的影视作品，拥有较高专业水准和丰富行业经验的人才团队是观达影视的核心竞争力。观达影视已建立了较为完善的薪酬、考核制度，树立了优良的企业文化和良好的工作氛围，以培养核心运营管理团队的归属感和忠诚度。本次交易协议中对观达影视的核心人员的服务期限及竞业禁止作出了约定。本次交易后，本公司将对观达影视进行深度整合，进一步完善薪酬制度和激励机制，尽量避免优秀人才的流失。但整合过程中，若本公司与观达影视在管理制度及企业文化方面未能有效地融合，可能会造成观达影视核心管理人员流失，进而对其业务稳定发展带来不利影响。

4、营业收入集中于少数剧目的风险

观达影视专注于电视剧的策划、制作和发行，为电视台和网络视频新媒体提供优质电视剧内容。观达影视成立于 2014 年，成立时间较短，截至本报告书签署日，观达影视已完成 4 部电视剧和网络剧的制作发行，2 部电视剧的代理发行，相关剧目在湖南卫视、浙江卫视、福建东南卫视、广东卫视等各省级电视台和优酷土豆、乐视网等网络视频新媒体企业播出，并打入海外市场，在韩国 MBC 电视台、日本 Home Drama Channel 等媒体播出，取得了较好的社会效益和经济效益。观达影视 2014 年收入主要来源于网络剧《球爱酒吧》和代理发行收入；2015 年收入主要来源于《旋风少女》和《美丽的秘密》；2016 年 1-3 月的收入主要来源于《美丽的秘密》和《十五年等待候鸟》。报告期内，观达影视各期的营业收入集中于少数剧目，如果当期预排剧目的发行价格不及预期或因其他原因无法播出，而电视剧创作从前期筹备到发行通常需要较长的时间，则观达影视当年的营业收入可能会受到较大影响，从而出现较大的业绩波动，甚至可能出现亏损，因此存在营业收入集中于少数剧目的风险。

5、制作成本上升带来的风险

虽然电视剧市场总体供过于求，但精品电视剧供不应求，这导致市场的投资冲动不断，资金不断涌进影视作品制作领域。这致使制片方千方百计请大牌演员以提高作品质量，进而导致一线演员的片酬和知名编剧、导演的价格的不断上涨，二三线演员的片酬也水涨船高，造成电视剧作品制作成本上升。制作成本的增加引起销售价格的不断提高，如果一部高投入的影视作品不能取得良好的销售，将对影视作品制作机构的盈利产生重大不利影响。

6、终端用户偏好变化的风险

随着我国人民生活水平的逐步提高，社会大众对于文化产品的需求日益增强，同时对影视作品的欣赏水平在不断提升，对包括影视剧作品在内的文化产品的多样性、新颖性和品质的要求十分迫切。基于前述情况，观达影视将面临终端客户需求偏好的不断变化，若不能及时跟踪和掌握市场动向，将面临自身制作的电视剧作品不能满足终端用户的喜好或需求，进而降低其自身的品牌形象和盈利能力。

7、知识产权纠纷风险

根据《中华人民共和国著作权法》的有关规定，影视作品制作机构在制作影视作品的过程中使用的题材、剧本、音乐等，均需获得该知识产权的所有者的许可，然而影视作品往往存在多方主张知识产权权利的情形，因此影视作品制作机构存在侵犯第三方知识产权而产生纠纷乃至诉讼的潜在风险。知识产权纠纷及诉讼会分散影视作品制作机构的人力和精力，并可能因赔偿问题导致财务损失。

8、电视剧预售的违约风险

电视剧预售方式是指影视剧制作机构在电视剧作品取得发行许可证之前，就通过签订预售协议的方式将未来电视剧的电视播映权或信息网络传播权提前销售给电视台、网络视频服务企业等客户。然而，影视制作从立项、投资资金到位、剧本的撰写、演员确定、具体完成拍摄到后期制作、取得相关部门的审查和许可，直至平台播放，周期较长，投资较大、不可控因素较多，变动的可能性大。如果预售的电视剧最终不能发行，影视剧制作机构将会因不能履行合同而承担相应的违约责任。虽然报告期内观达影视不存在电视剧最终未能取得发行许可证导致承

担违约责任的情形，但不能保证未来不会发生该等情形，从而对观达影视的财务状况和经营业绩带来的潜在不利影响。

（三）科翼传播相关经营风险

1、行业竞争加剧的风险

科翼传播主营业务包括内容整合营销传播服务和内容制作业务，具体可分为综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作三大业务板块。科翼传播凭借自身资源优势和长期经验积累，在内容整合营销传播和内容制作领域拥有了一定的口碑和声誉，具有一定的竞争优势。但是上述行业目前市场集中度较低，宏观政策环境相对宽松，并且行业不存在较高的进入壁垒，行业未来可能会面临竞争加剧的风险。面对行业竞争的加剧，如果科翼传播不能持续提升服务水平、引进优秀人才、拓展优质客户、扩大业务规模和增强抗风险能力、准确把握行业的发展趋势和客户需求的变化，则可能将对科翼传播经营业绩产生不利影响。

2、行业监管政策变动带来的经营及估值风险

目前，相对于传统媒体，互联网（包括移动互联网）作为新兴的媒体传播渠道，所受到的政策监管相对宽松，行业进入门槛不高，行业竞争较为充分，媒体资源量充裕，为互联网整合营销行业的持续快速发展提供了良好的外部环境。但是如果未来国家对互联网的监管政策发生变化，致使互联网领域内的创新、竞争或信息传播受到影响，将会对科翼传播业务经营产生不利影响。

此外，科翼传播的业务主要涉及综艺节目这一文化消费品，而综艺节目对监管政策的敏感度较高，相关政策法规的发布会对综艺节目的发展趋势和前景带来一定的影响。目前，国家新闻出版广电总局出台的相关政策并不存在对科翼传播业务产生重大不利影响，但综艺节目的发展在我国一直处于高度监管的领域，不排除未来国家对综艺节目的监管政策发生变动，致使综艺节目的发展受到限制，对科翼传播经营业绩产生负面影响，从而影响科翼传播的估值。

3、核心人员流失的风险

作为娱乐整合营销服务提供商及新媒体内容提供商，稳定、高素质的核心人员是科翼传播的关键要素资源之一，是保持和提升科翼传播竞争力的重要因素。

虽然为保证核心人员的稳定，科翼传播已采取了签署相应的劳动合同，与核心人员约定服务年限等措施，但如果在整合过程中，科翼传播的核心人员不能适应上市公司的企业文化和管理模式，仍有可能出现核心人员流失的风险，进而对上市公司经营及收购效果带来负面影响。为了保证核心人员的稳定，上市公司在人才选聘、激励机制等方面将充分尊重科翼传播的原有安排，并与科翼传播共同努力不断优化人才晋升及激励机制，以最大程度降低核心人员流失的风险。

4、与强势媒体持续合作的风险

目前，科翼传播与众多强势媒体建立了合作关系，为浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、深圳卫视、腾讯视频、爱奇艺、灿星制作等电视台、视频网站及内容制作公司提供综艺节目及影视剧宣发服务或内容提供服务。科翼传播在与强势媒体合作的过程中处于弱势地位，在双方的合作过程中，如果科翼传播未能达到强势媒体的有关 KPI 考核指标，则将面临无法顺利续签的风险，对其经营带来不利影响。

八、并购整合风险

本次交易完成后，掌维科技、观达影视、科翼传播将成为上市公司的全资子公司，上市公司将主要在企业文化、团队管理和激励、资源共享与协同等方面对各标的公司进行整合，不会对其组织架构和人员安排进行重大调整。虽然上市公司已经在收购整合中积累了一定的经验，但本次交易完成后能否通过并购整合既保证上市公司对标的公司的控制力又保持标的公司原有竞争优势并充分发挥本次交易的协同效应，具有不确定性。

九、募投项目未能达到预期的风险

本次募投项目为“掌维科技动漫 IP 库建设项目”，拟初步利用掌维科技原有的网络小说 IP 储备，筛选出 100 部小说作品，聘请外部动画师进行动漫的绘制，建设动漫 IP 库，并在此基础上初步搭建在线动漫阅读平台，后续拟同时采用自主 IP 绘制动漫及吸引动漫作者加盟的模式，不断壮大该动漫阅读平台。然而，目前我国网络漫画平台已经形成了“腾讯动漫”以及“有妖气”双雄并立的格局，不仅吸引了主流的动漫作者，同时吸引了主流的阅读流量，掌维科技此平

台的搭建存在激烈的市场竞争风险，该项目存在不能达到预期的风险。

十、本次重大资产重组可能摊薄即期回报的风险

本次重大资产重组实施完成后，公司的总股本规模较发行前将出现一定增长。本次重大资产重组的标的公司预期将为公司带来较高收益，将有助于公司每股收益的提高。但未来若上市公司或标的公司经营效益不及预期，公司每股收益可能存在下降的风险，提醒投资者关注本次重大资产重组可能摊薄即期回报的风险。

本次重组实施完毕当年，上市公司若出现即期回报被摊薄的情况，上市公司拟采取相关措施填补即期回报，公司董事、高级管理人员已出具《关于公司重大资产重组摊薄即期回报采取填补措施的承诺函》，拟增强公司持续回报能力，但是该等填补即期回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

十一、股市波动风险

股票价格不仅取决于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、利率、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偏离其价值。本次交易需要有关部门审批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。

第十五节 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或其他关联人提供担保的情形

本次交易前，公司不存在被实际控制人或其他关联人非经营性占用资金、资产的情形，不存在为实际控制人或其他关联人提供担保的情形。本次交易完成后，公司实际控制人未发生变化，公司不存在资金、资产被实际控制人或其他关联方非经营性占用的情形，不存在为实际控制人或其他关联人提供担保的情形。

二、本次交易对上市公司负债结构的影响

根据天健会计师审阅的本次交易完成后公司备考财务报告，本次交易前后公司负债结构变化情况如下：

单位：万元

项 目	2016.8.31		2015.12.31	
	重组前	备考重组后	重组前	备考重组后
资产总额	268,326.07	433,393.04	169,337.55	321,969.90
负债总额	124,535.72	137,191.99	76,230.78	83,955.18
资产负债率（%）	46.41	31.66	45.02	26.08

从上表可以看到，本次交易完成后，公司资产负债率有所下降，不存在因本次交易使上市公司长期偿债能力指标恶化的情况。本次交易对上市公司负债结构的影响请参见本报告书“第十一节 管理层讨论与分析”之“五、本次交易对上市公司的持续经营能力、未来发展前景、当期每股收益等财务指标和非财务指标的影响分析”。

三、上市公司最近十二个月发生的资产交易情况

上市公司最近十二个月发生的资产交易情况具体如下：

1、2015年7月15日，公司第三届董事会第十七次会议，审议通过了《关于与浙江复聚投资管理有限公司共同发起设立并购基金的议案》，公司、浙江复

聚投资管理有限公司与吴炜等 20 位自然人共同发起设立宁波思美复聚股权投资合伙企业（有限合伙）。宁波思美复聚股权投资合伙企业（有限合伙）认缴出资金额 10,000 万元，公司认缴出资金额 3,000 万元，认缴出资比例 30%，公司为宁波思美复聚股权投资合伙企业（有限合伙）非执行事务合伙人。截至 2016 年 3 月 31 日，公司已支付投资款 750 万元。

2、2015 年 11 月 18 日，公司与上海巧瞰投资管理中心（有限合伙）签署了《上海科翼文化传播有限公司之股权转让合同》。2015 年 12 月 8 日，公司召开 2015 年第三次临时股东大会审议通过了《关于思美传媒股份有限公司收购上海科翼文化传播有限公司 80%股权的议案》。公司以现金方式收购科翼传播股东上海巧瞰投资管理中心（有限合伙）持有的科翼传播 80%股权，交易金额为人民币 40,000 万元，截至 2016 年 3 月 31 日，公司已支付股权转让款 24,000 万元。

（1）前次交易作价依据

2015 年 12 月 8 日，上市公司召开 2015 年第三次临时股东大会，审议通过以现金收购科翼传播 80%股权。前次交易作价的依据是以科翼传播的业务发展前景和未来盈利能力为基础，同时考虑巧瞰投资、陆慧斐和邓翀对科翼传播 2016 年度、2017 年度及 2018 年度的业绩承诺分别为 3,350 万元、4,020 万元、4,824 万元，经交易各方协商确定，前次交易收购科翼传播 80%股权的交易价格为 40,000 万元。

（2）前次交易作价合理性

前次交易收购科翼传播 80%股权的交易作价 40,000 万元，其合理性如下：

①科翼传播所处行业发展速度较快

科翼传播所处行业涉及互联网整合营销行业和综艺节目制作行业。近年来，互联网整合营销行业和综艺节目制作行业保持了较快的发展速度。就互联网整合营销行业，随着中国互联网产业的飞速发展，互联网整合营销市场发展迅速。根据 iResearch《中国网络广告行业年度监测报告 2016 年》，2015 年，我国互联网营销市场规模达到 2,093.7 亿元，同比增长 36.0%，并预计 2017 年、2018 年我国互联网营销市场规模增长率分别为 24.90%、19.30%，至 2018 年整体规模有望突

破 4,000 亿元。就综艺节目制作行业，随着人民物质生活水平的不断提高带动文化类产品的消费需求增加以及制播分离极大地提高了综艺节目制作行业的专业化程度，近年来国内综艺节目市场呈现高速增长的态势，特别是随着《中国好声音》、《我是歌手》、《奔跑吧兄弟》等热门综艺节目的出现，其商业价值特别是广告收入已呈现出爆发式增长的态势。

②科翼传播在行业内具有突出的竞争优势

科翼传播主要从事综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和内容制作业务，其致力于为综艺节目及影视剧、商业品牌等客户提供全方位、全过程的整合营销传播及内容制作服务。经过近年来的快速发展和经验积累，科翼传播在商业模式、媒体资源、行业经验、管理团队等方面具有突出的竞争优势。

A、商业模式优势

科翼传播参与了国内近年来众多现象级综艺节目的全案整合营销，在综艺节目宣发领域积淀了丰富的行业经验和资源优势，宣发作为内容产业链中承上启下的一个重要环节，具有信息来源广、快、全等特点，这使得科翼传播对于节目内容与互联网用户有着深刻的理解。科翼传播通过作为热门综艺节目整合营销服务提供商的资源优势成功切入顶级商业品牌的互联网营销服务供应商，赢得了上海大众、可口可乐、伊利、宝马等知名商业品牌客户的青睐。同时，科翼传播的内容制作业务与综艺节目宣发业务、商业品牌客户内容整合营销业务具有较强的协同效应，促使客户、媒体与内容的有效互动，形成了特有的商业模式优势。

B、与国内众多强势媒体稳定合作的资源优势

科翼传播是国内领先的内容整合营销服务提供商，在综艺节目及影视剧营销领域，形成以浙江卫视、东方卫视、江苏卫视等国内众多强势媒体为主的客户群体，并与之建立了稳定的合作关系。而近年来国内各大强势媒体加强了在综艺节目领域的投入力度，基于在综艺节目及影视剧营销领域的成功经验和深刻见解，科翼传播能够在强势媒体大力推广综艺节目的快速发展中获得恰当的合作机遇，通过不断的运营更多成功项目实现合作共赢，进而加深与国内各大强势媒体的合作关系，促使科翼传播业务快速发展。

C、丰富的行业经验积累优势

科翼传播经过近年来在内容整合营销领域的业务实践，参与了《奔跑吧兄弟》、《中国好声音》、《极限挑战》、《龙门镖局》、《明若晓溪》、《蜀山战纪》等热门综艺及影视剧的整合营销，以及上海大众、可口可乐、伊利、宝马等知名商业品牌客户的内容整合营销，积累了丰富的行业经验，磨练了出众的项目预判、项目策划和项目执行能力，能够较为精准的把握市场趋势，以贴合市场的前瞻性思维，较强的洞察能力和预判能力为客户提供全方位的整合营销传播服务。科翼传播丰富的行业经验，在满足了不同客户的多样化、差异化需求同时，也形成了自身在行业内的核心竞争力。

D、拥有专业的管理团队和制作团队优势

通过近年来在内容整合营销领域的沉淀，科翼传播从模式研发到内容预判、再到渠道开拓等方面均形成了自身独特的业务体系，并拥有专业的管理团队和制作团队。目前，科翼传播的管理团队和制作团队均是专业从事内容整合营销、社会化媒体营销、内容制作等领域的优秀人才，对内容整合营销领域具有非常深入的理解和研究，能够准确把控行业未来发展趋势，为科翼传播取得更大成功奠定了坚实基础。

③相对于未来承诺业绩前次交易作价处于合理水平

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，科翼传播所处行业属于“L 租赁和商务服务业”项下的“L72 商务服务业”及“R 文化、体育和娱乐业”项下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。与科翼传播相同行业上市公司的平均市盈率普遍高启。

科翼传播自成立以来，其主营业务保持了较快的发展速度。前次交易时，基于科翼传播所处行业良好的发展态势和其在行业中的竞争优势，巧瞰投资、陆慧斐和邓翀对科翼传播未来三年的业绩承诺为：2016 年度、2017 年度及 2018 年度实现的“考核实现的净利润”应分别不少于人民币 3,350 万元、4,020 万元、4,824 万元。前次交易定价对应的市盈率分别为 14.93、12.44 和 10.36，远低于同行业上市公司的平均市盈率。因此，前次交易作价处于合理水平。

（3）前次交易与本次交易关于科翼传播的未来预期是否发生变化

前次交易与本次交易关于科翼传播的未来预期未发生变化。理由如下：①前次交易时，巧瞰投资、陆慧斐和邓翀对科翼传播的业绩承诺为：2016 年度、2017 年度及 2018 年度实现的“考核实现的净利润”应分别不少于人民币 3,350 万元、4,020 万元、4,824 万元；本次交易时，交易对手方对科翼传播的业绩承诺未发生改变；②前次交易完成后，科翼传播所处市场环境及自身业务发展符合预期，根据天健会计师出具的“天健审〔2016〕7774 号”《审计报告》，科翼传播 2016 年 1-8 月实现净利润为 2,781.80 万元，已完成 2016 年承诺净利润的 83.03%，预计 2016 年能够完成业绩承诺，与本次交易的预期保持一致。

（4）前次交易履行的决策程序情况

前次交易履行的相关决策程序如下：

2015 年 11 月 20 日，思美传媒召开第三届董事会第二十二次会议，经审议通过了《关于公司收购上海科翼文化传播有限公司 80%股权的议案》、《关于召开公司 2015 年第三次临时股东大会的议案》等相关议案。同日，思美传媒独立董事就上述交易事项发表了独立意见。

2015 年 11 月 20 日，科翼传播召开股东会并通过决议，审议通过了上述交易。

2015 年 12 月 8 日，思美传媒召开 2015 年第三次临时股东大会，经审议通过了《关于思美传媒股份有限公司收购上海科翼文化传播有限公司 80%股权的议案》。

经核查，独立财务顾问、天册律师和中企华认为，上市公司收购科翼传播 80%股权作价合理，前次交易与本次交易关于科翼传播的未来预期未发生变化；前次交易已履行了必要的决策程序，符合相关的法律、法规、规章、规范性文件及上市公司章程的规定。

3、2015 年 12 月 28 日，公司第三届董事会第二十三次会议，审议通过了《关于拟对外投资设立股权投资有限合伙企业的议案》。公司与江苏华映资本管理有限公司、苏州工业园区八二五新媒体投资企业（有限合伙）共同出资设立舟山华

映华美股权投资合伙企业（有限合伙）。舟山华映华美股权投资合伙企业（有限合伙）认缴出资金额 7,000 万元，公司认缴出资金额 5,000 万元，认缴出资比例 71.43%，公司为舟山华映华美股权投资合伙企业（有限合伙）非执行事务合伙人。截至 2016 年 3 月 31 日，公司已全部支付投资款 5,000 万元。

4、2016 年 1 月 8 日，公司第三届董事会第二十四次会议，审议通过了《关于投资设立浙江文化产业成长基金（有限合伙）的议案》。公司拟与浙江东阳阿里巴巴影业有限公司、柳海彬等共同出资设立浙江成长文化产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）。浙江成长文化产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）认缴出资金额 50 亿元，公司认缴出资金额 5,000 万元，认缴出资比例 0.01%，公司为浙江成长文化产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）非执行事务合伙人。截至 2016 年 3 月 31 日，公司尚未出资。

5、经中国证券监督管理委员会《关于核准思美传媒股份有限公司向刘申等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可〔2016〕350 号）核准，本公司获准向刘申和西藏爱信威诚投资管理中心（有限合伙）发行人民币普通股（A 股）股票及支付现金购买北京爱德康赛广告有限公司 100%股权，交易金额为人民币 29,000 万元。

截至本报告书签署日，除上述交易外，上市公司最近十二个月未发生其他重大资产交易。

2015 年 11 月收购科翼传播 80%股权与本次交易标的资产之一为同一资产。除此之外，上述交易与本次重组相互独立，不存在任何关联关系。

四、本次交易对上市公司治理机制的影响

本次交易前，公司严格按照《公司法》、《证券法》及《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等法律法规的要求，不断完善公司法人治理结构，建立现代企业制度，自觉履行信息披露义务，做好投资者关系管理，促进企业规范运作水平的不断提升。截至本报告书出具日，公司治理的实际状况符合《上市公司治理准则》和《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等相关

法律法规的要求。本次交易后，上市公司将继续按照相关法规和公司章程的要求，不断完善公司的治理机制，因此本次交易将不会对上市公司的治理机制产生不利影响。

五、利润分配政策

（一）利润分配政策

根据现行的《公司章程》：

“公司的利润分配政策为：

（1）公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性并兼顾公司的可持续发展，公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围；

（2）公司的利润分配方案由董事会根据公司业务发展情况、经营业绩拟定并提请股东大会审议批准。公司可以采取现金或股票等方式分配利润，但在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红；

（3）公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的百分之十五；进行利润分配时，现金分红在该次利润分配中所占比例最低应达到 20%，具体比例由董事会根据公司实际情况制定后提交股东大会审议通过。公司在确定以现金分配利润的具体金额时，应充分考虑未来经营活动和投资活动的影响以及公司现金存量情况，并充分关注社会资金成本、银行信贷和债权融资环境，以确保分配方案符合全体股东的整体利益；

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。

(4) 如以现金方式分配利润后仍有可供分配的利润且董事会认为以股票方式分配利润符合全体股东的整体利益时，公司以股票方式分配利润；公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益；

(5) 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；

(6) 公司董事会未作出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；

(7) 存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，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) 公司应在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况；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) 最近三年现金分红情况

最近三年，公司累计的现金分红金额为 5,309.86 万元，最近三年实现的年均可分配利润为 7,373.44 万元，公司最近三年以现金方式分配的利润占最近三年实现的年均可分配利润的 24.00%。

公司最近三年现金分红的具体情况如下：

单位：万元

分红年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度
现金分红金额（含税）	1,430.43	1,319.84	2,559.59
归属于上市公司股东的净利润	8,833.40	7,081.93	8,408.83
占归属于上市公司股东的净利润的比例（%）	16.19	18.64	30.44
当年实现的可供分配净利润	8,499.01	5,775.04	7,846.29
占当年实现的可供分配净利润	16.83	22.85	32.62

的比例（%）

六、相关主体买卖上市公司股票的自查情况

上市公司自 2016 年 4 月 11 日上午开市起停牌后，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。

本次自查期间为思美传媒停牌前六个月，本次自查范围包括：思美传媒及实际控制人、现任董事、监事、高级管理人员及其他知情人员；交易对方及现任董事、监事、高级管理人员，交易标的及现任董事、监事、高级管理人员；相关中介机构及具体业务经办人员；以及前述自然人的直系亲属，包括配偶、父母及年满 18 周岁的子女等。

（一）自查人员自查期间买卖思美传媒股票的情形

根据各方的自查报告及中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的查询记录，本次自查期间，除下述情况外，其他自查主体在上述自查期间均不存在买卖思美传媒股票的情形。

姓名/名称	身份	交易日期	交易方向	买卖股票（股）
朱明虬	董事长	2016-4-28	买入	2,962,640
吕其豪	董事、副总经理吕 双元之父亲	2015-10-21	买入	1,000
		2015-10-22	卖出	1,000
黄浩挺	总经理	2015-10-12	卖出	1,000

（二）自查人员在自查期间买卖思美传媒股票行为的性质

思美传媒董事长朱明虬于 2016 年 4 月 28 日买入 2,962,640 股，为认购非公开发行股份募集配套资金，上述交易的发生与本次重大资产重组无关，不存在利用内幕信息进行交易的情况。

思美传媒总经理黄浩挺于 2015 年 10 月 12 日卖出 1,000 股，主要为公司拟聘任其担任公司高管，在任职前卖出其持有的公司股票，上述交易的发生与本次重大资产重组无关，不存在利用内幕信息进行交易的情况。（2015 年 12 月 28 日，第三届董事会第二十三次会议审议同意聘任黄浩挺担任公司总经理）。

思美传媒董事、副总经吕双元的父亲吕其豪于 2015 年 10 月 21 日买入 1,000 股，2015 年 10 月 22 日卖出 1,000 股。吕其豪主要基于对股票二级市场行情的独立判断，上述交易的发生与本次重大资产重组无关，不存在利用内幕信息进行交易的情况。

就上述股票交易行为：

朱明虬、吕二元承诺如下：

“1、本人承诺未将思美传媒本次筹划重大资产重组的相关信息透露给本人直系亲属，亦未透露任何涉及思美传媒的内幕信息。

2、针对本人直系亲属买卖思美传媒股票的行为，本人确认其买卖行为是完全基于对市场的独立判断而进行的交易；截至其买卖思美传媒股票的交易日期，本人并不知情思美传媒本次筹划重大资产重组的内幕信息。

3、本人及本人直系亲属不存在任何利用本次筹划重大资产重组的内幕信息进行股票交易、谋取非法利益的情形。

4、本人保证上述陈述和承诺不存在虚假记载、重大遗漏的情形，并对其真实性、准确性和完整性依法承担相应的法律责任。”

吕其豪承诺如下：

“1、针对本人买卖思美传媒股票的行为，本人确认买卖行为是完全基于对市场的独立判断而进行的交易；截至本人买卖思美传媒股票的交易日期，本人并不知情思美传媒本次筹划重大资产重组的内幕信息。

2、本人不存在任何利用本次筹划重大资产重组的内幕信息进行股票交易、谋取非法利益的情形。

3、本人保证上述陈述和承诺不存在虚假记载、重大遗漏的情形，并对其真实性、准确性和完整性依法承担相应的法律责任。”

黄浩挺承诺如下：

“1、本人承诺未将思美传媒本次筹划重大资产重组的相关信息透露给本人直系亲属，亦未透露任何涉及思美传媒的内幕信息。

2、针对本人买卖思美传媒股票的行为，本人确认买卖行为是完全基于公司职务安排而进行的交易；截至本人买卖思美传媒股票的交易日期，本人并不知情思美传媒本次筹划重大资产重组的内幕信息。

3、本人及本人直系亲属不存在任何利用本次筹划重大资产重组的内幕信息进行股票交易、谋取非法利益的情形。

4、本人保证上述陈述和承诺不存在虚假记载、重大遗漏的情形，并对其真实性、准确性和完整性依法承担相应的法律责任。”

七、公司股票连续停牌前股价未发生异动说明

公司因筹划重大事项，为避免对公司股价造成重大影响，向深圳证券交易所申请公司股票自 2016 年 4 月 11 日开市时起停牌。

根据中国证监会发布的《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》第五条之规定，本独立财务顾问对思美传媒股票停牌当日前 20 个交易日的股票价格波动情况，以及该期间大盘因素和同行业板块因素进行了核查比较。

思美传媒停牌前一交易日（2016 年 4 月 8 日）收盘价格为 114.20 元/股，停牌前第 21 个交易日（2016 年 3 月 10 日）收盘价格为 80.00 元/股。本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金事项公告停牌前 20 个交易日内公司股票收盘价格累计涨幅为 42.75%，同期中小板综合指数（代码：399101）累计涨幅为 14.19%，根据 WIND 数据库数据计算，同期广告业（CSI 可选消费-媒体 II-媒体 III-广告）所有股票收盘价累计涨幅的算术平均值为 25.07%。

综上，剔除大盘因素后，公司股票在本次停牌前 20 个交易日累计涨幅为 28.56%，超过《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》第五条规定的相关标准，公司股价累计涨幅超过 20%；剔除同行业板块因素后，公司股票在本次停牌前 20 个交易日累计涨幅为 17.68%，未超过《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》第五条规定的相关标准。因此，思美传媒股票价格未发生异动。

八、本次交易相关主体不存在依据《暂行规定》第十三条不得参与上市公司重大资产重组之情形

本次发行股份购买资产的交易各方，上市公司及其董事、监事、高级管理人员，上市公司控股股东及交易对方均出具了承诺，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。

本次交易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。

本次重组相关主体没有从事内幕交易、操纵证券市场等违法活动，不存在因涉嫌与本次发行股份购买资产相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查且尚未结案的情形，最近36个月内不存在因与本次发行股份购买资产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，从而依据《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》第十三条不得参与任何上市公司重大资产重组的情形。

九、本次重组摊薄即期回报情况及相关填补措施

（一）本次重组摊薄即期回报情况分析

按照上市公司公告的2015年度报告以及交易对方对标的公司2016年度的业绩承诺，本次交易前后上市公司的每股收益情况如下：

项 目	2015 年扣除非经常性损益后归属于上市公司股东净利润为 8,184.63 万元	
	2015 年	2016 年
假设上市公司 2016 年净利润与 2015 年持平，标的公司完成 2016 年盈利预测的 100%		
扣除非经常性损益后基本每股收益（元/股）	0.95	1.08
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元/股）	0.93	1.05
假设上市公司 2016 年净利润与 2015 年持平，标的公司完成 2016 年盈利预测的 51%		
扣除非经常性损益后基本每股收益（元/股）	0.95	0.95
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元/股）	0.93	0.93

主要假设如下：

(1) 以下假设仅为测算本次重大资产重组摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对2016年经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任；

(2) 假设公司于2016年9月底完成本次重大资产重组（此假设仅用于分析本次重大资产重组摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对于业绩的预测，亦不构成对本次重大资产重组实际完成时间的判断），最终完成时间以经中国证监会核准后实际发行完成时间为准；

(3) 假设宏观经济环境、证券行业情况没有发生重大不利变化；

(4) 假设本次重大资产重组发行股份数量为30,782,587股，本次配套募集配套资金发行股份数量为25,470,000股；

(5) 假设公司2016年度扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润与2015年持平；

(6) 未考虑上市公司2016年非公开发行股份、公积金转增股本、股票股利分配等其他对股份数有影响的事项（且一并考虑了本次重大资产重组和配套融资发行的股份数量）；

(7) 公司经营环境未发生重大不利变化；

(8) 未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响。

根据上述测算及假设，本次交易有利于增厚上市公司的每股收益，提升上市公司的股东回报。但是如果标的公司经营业绩未达预期，则本次重组存在即期回报指标被摊薄的风险。

(二) 上市公司即期回报被摊薄的填补措施

针对本次重组存在的即期回报指标被摊薄的风险，公司拟采取以下填补措施，增强公司持续回报能力：

1、加快完善公司在内容产业链布局，提升公司价值

思美传媒根据自身特点与优势，制定了“全景·精准·传播”的发展定位，致力于为客户提供一站式整合营销传播服务。在公司整体发展战略上，将继续夯实原有主营业务发展的基础上，加强公司各业务板块之间的协同发展，以此沉淀积累大量品牌客户，同时继续通过内生与外延结合的方式加快完善在内容产业链的布局。

本次交易的标的公司掌维科技是一家优秀的网络文学版权运营商，观达影视是电视剧制作领域的优秀企业，科翼传播在综艺节目及影视剧宣发、商业品牌整合营销和综艺节目制作领域具有一定的竞争力。本次交易完成后，公司将横向扩充内容整合营销领域的业务类型，纵向加深公司在内容产业链的布局，逐渐往产业链上游内容端拓展，有望使公司业务增速登上新的台阶，显著提升上市公司未来核心竞争力和抗风险能力。

2、发挥上市公司与标的公司之间的协同效应

本次交易完成后，掌维科技、观达影视和科翼传播将成为上市公司全资子公司，各标的公司业务同处于文化传媒产业链上下游，上市公司与各标的公司将IP资源、客户资源、媒介资源等方面产生良好的协同效应，以增加公司的服务内容，为商业品牌客户提供多维度、全方位的营销服务，提升公司客户粘性，同时也提高了上市公司在争取客户时的比稿竞争力，从而增强公司在行业中的整体竞争力，切实提升上市公司核心竞争力和经营业绩。

3、加快配套融资项目实施，提高股东回报

本次配套融资扣除中介机构费用后，用于支付本次重组现金对价、支付科翼传播现金收购款及掌维科技动漫IP库建设项目。掌维科技已经在数字阅读领域，而版权衍生业务则相对处于落后，掌维科技亟需对已有的IP储备进行深入挖掘。本次募集资金投资项目掌维科技动漫IP库建设项目将有助于弥补掌维科技的短板，同时，通过该项目的实施，掌维科技将业务领域由文字阅读延伸至漫画阅读，可以有效增强其在网络文学领域的综合实力。通过上述配套融资项目的实施，上市公司将实现公司业务的可持续发展，提高公司未来的回报能力，增厚未来收益。

4、加强对募集资金的管理

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》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司募集资金管理办法》的有关规定，加强募集资金使用的管理，公司董事会将对募集资金进行专户存储，保障募集资金的投向和使用进度按计划执行，并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。

5、进一步完善利润分配政策，提高股东回报

为完善公司的利润分配制度，推动公司建立更为科学、合理的利润分配和决策机制，更好地维护股东和投资者的利益，公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《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，结合公司的实际情况，在《公司章程》中对利润分配政策进行了明确的规定。未来，若上述制度与适用的法律、法规等规范性文件存在不符之处，上市公司将按照相关法律法规以及公司章程等内部规范性文件的要求及时对公司的相关制度进行修订。

十、标的公司的股东及其关联方对拟购买资产非经营性资金占用的说明

截至本报告书签署日，标的公司的股东及其关联方不存在对拟购买资产非经营性资金占用的情况。

第十六节 独立董事及中介机构关于本次交易的意见

一、独立董事的意见

公司关于本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易相关事项的独立意见如下：

1、本次提交董事会审议的《关于公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易方案的议案》等关于本次交易相关议案，在提交董事会审议前，已事先提交独立董事审阅。经认真审议，独立董事同意将上述议案提交公司董事会审议。

2、根据《公司法》、《证券法》等法律、法规及规范性文件的相关规定，思美传媒拟向交易对方张子钢、张瑾、张萍、张琦、鼎维投资、萌皓投资、华睿文华、华睿新锐、上哲永晖发行股份及支付现金购买掌维科技 100%股权；向交易对方青春旋风、鹿捷咨询、芒果投资、骅伟投资发行股份及支付现金购买观达影视 100%股权；向交易对方陆慧斐、邓翀发行股份购买科翼传播 20%股权；并拟向不超过 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。

由于本次发行股份购买资产的标的公司科翼传播执行董事为朱明虬先生，朱明虬为思美传媒董事长、控股股东、实际控制人；同时，在未考虑配套融资情况下，本次发行股份及支付现金购买资产完成后，预计鹿捷咨询将持有上市公司超过 5%的股份，故上述标的资产与思美传媒存在关联关系。因此，本次交易构成关联交易。

3、本次交易的相关事项经公司第三届董事会第二十九次会议审议通过。董事会在审议本次交易的相关议案时，关联董事在表决过程中均依法回避了表决。董事会会议的召集召开程序、表决程序及方式符合《上市规则》、《公司章程》以及相关规范性文件的规定。

4、本次交易方案符合国家法律、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。

5、本次拟购买的资产价格以具有证券从业资格的具有独立性的资产评估机构出具的评估报告之评估结果为参考基础，并需经公司股东大会确定，符合公司和全体股东的利益，不会损害中小股东的利益。

6、本次发行新股的定价原则符合相关规定，定价公平合理。

7、本次交易有利于提高公司增强持续盈利能力，有利于公司的长远发展，增强抗风险能力，符合公司全体股东的利益。

8、本次交易方案调整及补充协议的签订符合国家法律、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，有利于提高公司增强持续盈利能力，有利于公司的长远发展，增强抗风险能力，符合公司全体股东的利益。

独立董事一致同意公司董事会就本次交易事项的总体安排。

二、独立财务顾问的意见

国信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《上市公司重大资产重组财务顾问业务指引（试行）》等法律法规的规定和中国证监会的要求，通过尽职调查和对本报告书和信息披露文件的审慎核查，并与思美传媒、交易对方及其他中介机构经过充分沟通后，认为：

本次交易履行了必要的信息披露和关联交易审批等程序，符合《公司法》、《证券法》、《重组办法》和《上市规则》等相关法律法规的要求；

本次交易拟购买资产已经过具有证券业务资格的审计机构和评估机构的审计和评估，拟购买资产的价格以评估值为基础，由交易各方协商确定；向特定对象发行股份的发行价格符合中国证监会的相关规定，不存在损害上市公司和股东合法权益的情形。

本次交易的实施将有利于提高上市公司资产质量和盈利能力、改善上市公司财务状况、增强上市公司持续经营能力，符合上市公司及全体股东的利益。

本次交易已充分考虑对中小股东利益的保护，交易方案切实、可行。对本次交易可能存在的风险，上市公司已进行充分披露，有助于全体股东和投资者对本次交易进行客观评判。

三、法律顾问的意见

浙江天册律师事务所作为本次交易的法律顾问，出具了法律意见书，其结论性意见为：

本次交易符合《公司法》、《证券法》和《重组管理办法》等法律、法规及规范性文件规定的实质条件；本次交易的主体均具有相应的资格；本次交易标的资产权属清晰，标的资产转移不存在法律障碍；本次交易涉及的相关协议内容不存在违反相关法律、法规规定的情形，该等协议经签订且生效条件具备后对协议各方均具有约束力；本次交易涉及的有关事项在现阶段已经履行了能够履行的全部必要的手续，本次交易在获得公司股东大会审核通过及中国证监会核准后方可实施。

第十七节 本次有关中介机构情况

一、独立财务顾问

国信证券股份有限公司

地址：杭州市体育场路 105 号凯喜雅大厦 5 楼

法定代表人：何如

电话：0571-85115307

传真：0571-85215102

联系人：汪怡、何侃、田英杰、刘洪志、叶乃馨

二、律师事务所

浙江天册律师事务所

地址：浙江省杭州市杭大路 1 号黄龙世纪广场 A 座 11 楼

负责人：章靖忠

电话：0571-87901111（总机）

传真：0571-87901500

联系人：熊琦、孔瑾

三、审计机构

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

地址：杭州市西溪路 128 号新湖商务大厦 6-10 楼

负责人：吕苏阳

电话：0571-88216888

传真：0571-88216999

联系人：胡燕华、王福康、罗衡、陈晓冬

四、资产评估机构

北京中企华资产评估有限责任公司

地址：北京市朝阳区门外大街 22 号泛利大厦九层

法定代表人：权忠光

电话：010-65881818

传真：010-65882651

签字注册资产评估师：胡奇、张齐虹

第十八节 公司及有关中介机构声明

上市公司及其董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺保证《思美传媒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暨关联交易报告书》及其摘要的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

_____ 朱明虬	_____ 徐兴荣	_____ 黄浩挺
_____ 陈静波	_____ 张国昀	_____ 潘海强
_____ 钟瑞庆	_____ 许永斌	_____ 孔爱国

全体监事签字：

_____ 王秀娟	_____ 王磊	_____ 高倩

其他高级管理人员签字：

虞军

思美传媒股份有限公司

年 月 日

独立财务顾问声明

本公司及经办人员同意思美传媒股份有限公司在《思美传媒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暨关联交易报告书》及其摘要中引用本公司出具的结论性意见，且所引用的本公司出具的结论性意见已经本公司及经办人员审阅，确认《思美传媒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暨关联交易报告书》及其摘要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个别或连带的法律责任。

如本公司及经办人员未能勤勉尽责，导致本次重大资产重组申请文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的，本公司将承担连带赔偿责任。

项目协办人：_____

田英杰 刘洪志 叶乃馨

财务顾问主办人：_____

汪 怡 何 侃

法定代表人：_____

何 如

国信证券股份有限公司

年 月 日

律师声明

本所及经办律师同意思美传媒股份有限公司在《思美传媒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暨关联交易报告书》及其摘要中引用本所出具的结论性意见,且所引用的结论性意见已经本所及经办律师审阅,确认《思美传媒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暨关联交易报告书》及其摘要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个别或连带的法律责任。

如本所及经办律师未能勤勉尽责,导致本次重大资产重组申请文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的,本所将承担连带赔偿责任。

负责人: _____
章靖忠

承办律师: _____
熊 琦 孔 瑾

浙江天册律师事务所

年 月 日

审计机构声明

本所及经办注册会计师同意思美传媒股份有限公司在《思美传媒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暨关联交易报告书》及其摘要中引用本所出具的结论性意见，且所引用的结论性意见已经本所及经办注册会计师审阅，确认《思美传媒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暨关联交易报告书》及其摘要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个别或连带的法律责任。

如本所及经办注册会计师未能勤勉尽责，导致本次重大资产重组申请文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的，本所将承担连带赔偿责任。

会计师事务所负责人： _____
吕苏阳

经办注册会计师： _____
胡燕华 王福康

_____ _____
罗 衡 陈晓冬

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

年 月 日

评估机构声明

本公司及经办注册资产评估师同意思美传媒股份有限公司在《思美传媒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暨关联交易报告书》及其摘要中引用本公司出具的结论性意见，且所引用的结论性意见已经本公司及经办注册资产评估师审阅，确认《思美传媒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暨关联交易报告书》及其摘要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个别或连带的法律责任。

如本公司及经办注册资产评估师未能勤勉尽责，导致本次重大资产重组申请文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的，本公司将承担连带赔偿责任。

评估人员签名： _____
胡 奇 张齐虹

法定代表人签名： _____
权忠光

北京中企华资产评估有限责任公司

年 月 日

第十九节 备查文件

一、备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

- （一）关于本次交易的上市公司董事会决议、股东大会决议；
- （二）关于本次交易的上市公司独立董事意见；
- （三）思美传媒与交易对方签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》、《业绩补偿协议》；
- （四）标的公司审计报告；
- （五）上市公司备考财务报表审阅报告；
- （六）标的公司评估报告和评估说明；
- （七）法律意见书；
- （八）独立财务顾问报告。

二、文件查阅时间

工作日上午 9：00～11：30；下午 14：00～17：00

三、文件查阅地址

上市公司：思美传媒股份有限公司

地址：浙江省杭州市虎玉路 41 号八卦田公园正大门内

联系电话：0571-86588028

联系人：周栋