



关于收购停车场道闸广告业务 的可行性研究报告

证券简称：安居宝 证券代码：300155

二〇一七年三月

目 录

一 项目概述.....	1
二 项目实施背景.....	2
三 项目实施的可行性与必要性.....	4
(一) 项目实施的可行性.....	4
(一) 项目实施的必要性.....	5
四 效益预测.....	6
五 项目主要风险.....	6
六 结论.....	8

一、项目概述

1、项目名称：收购停车场道闸广告业务

2、道闸广告业务介绍

停车场道闸广告业务的经营模式主要是停车场广告道闸的产权持有者通过与物业公司签订入场协议，取得物业公司所管辖区域的道闸广告发布权后，根据广告客户的需求，以停车场广告道闸作为媒介载体，在其上面发布广告，以取得广告收入。

停车场广告道闸是一种具有拦截功能的功能性媒体，其主要设置在社区或商业场所的停车场出入口，强制拦截车辆及行人视线，颠覆了传统道闸的外形，广告道闸正反面各 6 平方米广告展示，采用高密度铝型材料并配备 LED 灯带，媒体广告覆盖场景包括小区、写字楼、卖场、商厦、酒店、公寓、娱乐中心等各类型楼宇停车场。

3、实施方案

为实现广东安居宝数码科技股份有限公司（以下简称“公司”或者“安居宝”）发展战略，提升综合竞争力，公司拟使用自有资金 12,408.10 万元收购涉及郑州、长春、太原、南京、南昌、合肥、东莞、大连、成都、贵阳所在城市的 10 家区域性道闸广告运营商的道闸广告业务，从而开展停车场道闸广告业务运营。

4、本次道闸广告业务收购概述

本次收购的停车场道闸广告业务包括被收购方目前正在运营的停车场出入口控制设备合计 5,144 杆；道闸广告发布权；被收购方所拥有的道闸广告客户资源；及与运营停车场道闸广告业务相关的所有商业、技术资料或信息等，包括但不限于与拟收购业务相关的停车场出入口控制设备采购合同、与物业公司之间的

设备使用合同、与广告主道闸广告发布合同及开展道闸广告业务的核心或关键人员的劳动合同等的变更或转让等。

本次业务收购完成后的一定期限内，被收购方将成为公司重要的广告代理合作伙伴，由其根据公司制定的广告运营流程规范继续拓展当地的广告客户资源，以协助公司完成每年在全国或区域性的道闸广告任务目标。

本次业务收购定价方式：根据沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具沃克森评报字[2017]第 0227 号《广东安居宝数码科技股份有限公司拟收购成都众成广告有限公司等多家公司的停车场道闸广告业务评估报告》，本次拟收购的停车场道闸广告业务采用收益法评估值为 12,408.10 万元。

二、项目实施背景

1、全国机动车和驾驶人的快速增长

随着群众生活水平的不断提升，汽车刚性需求保持旺盛，汽车保有量保持迅猛增长趋势，据公安部交管局统计，截至 2016 年底，全国机动车保有量达 2.9 亿辆，其中汽车 1.94 亿辆；机动车驾驶人 3.6 亿人，其中汽车驾驶人超过 3.1 亿人。

全国有 49 个城市的汽车保有量超过百万辆，18 个城市超 200 万辆，6 个城市超 300 万辆。其中汽车保有量超过 200 万辆的 18 个城市依次是北京、成都、重庆、上海、深圳、苏州、天津、郑州、西安、杭州、武汉、广州、石家庄、东莞、南京、青岛、宁波、佛山。

道闸广告主要安装在物业小区、商场、停车场等出入口，是人车出入必经之地，道闸广告的受众目标主要锁定有车一族，定位高端消费人群，随着机动车和驾驶人的快速增长，道闸广告的传播效果更有效、性价比更高。

2、城市停车场的发展

预计到 2017 年，我国停车位数量将达 1.05 亿个，但停车位与我国汽车保有量之间的比例与国际水平相比相差甚远。在 2016 年，国家与各地政府已将停车场建设纳入近年改革重点发展规划，其中国家发展改革委关于印发《加快城市停车场建设近期工作要点与任务分工》的通知，提出 2017 年 12 月前必须完善停车收费政策，建立停车基础数据库；住房城乡建设部关于印发《城市地下空间开发利用“十三五”规划》的通知，提出在保障措施方面要求建立激励机制，制定优惠扶持政策，鼓励社会资本积极参与中心城区地下停车场设施建设运营，提升城市地下空间开发利用的质量和水平。由此可见政府对停车场建设的重视程度。

随着停车场数量的增多，道闸广告更能形成规模优势，未来道闸广告更具发展潜力。

3、广告行业的发展

近年来广告市场规模逐年提升，年综合增长率达 10%以上；互联网广告增速有所放缓；传统广告中，报纸、电台进一步萎缩，而户外广告继续保持强劲的发展趋势，2015 年-2016 年均增长率依然高达 18%。

随着整体经济发展和生活水平提升，消费信心指数上升，户外广告投放占比逐年稳定提升，近两三年增速更是超过互联网位居首位；2015-16 年，世界和中国五百强广告投放额中，户外新媒体广告增长最快，增量占比最高，而当中道闸广告媒体市场的增长最为显著，增长率接近 40%，大大高于“电视、报纸、杂志、电台、户外、互联网”六大媒体增长比例。

私家车保有量的高速增长，形成一群国内最精准、最庞大的中高端用户群体，而停车场的建设也步入高速增长通道，迅速发展的道闸广告媒体则成为拦截和覆

盖该类中高端人群最有效最具潜力的渠道,可为广告主提供精准的中高端用户群体广告投放解决方案。

三、项目实施的可行性与必要性

(一)、项目实施的可行性

1、道闸广告业务市场广阔

据《2015-2020 年中国户外广告行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》统计和预测资料:近 3 年来,中国广告行业整体市场规模年综合平均增长率达 10.8%。同期道闸广告媒体新建数量增长显著,全国每年保守统计新增数十家中等规模以上道闸广告媒体经营公司,道闸广告媒体市场年增长率达预计达 40%,大幅高于“电视、报纸、杂志、电台、户外、互联网”六大媒体增长比例。随着停车场数量的不断增加,道闸广告媒体也会同步递增,并逐渐形成极具影响力的市场规模,行业的市场秩序、运营规范,规模经营效益和整合效应亟待全面提升。

2、道闸广告业务资源的整合价值

资源整合、规模和价值经营是道闸广告的发展趋势,目前市场仍未出现一家绝对领先优势的标杆企业,区域割据明显。公司在停车场管理系统领域深耕多年,2016 年,公司云停车联网项目签约停车场超过 3500 个,涉及停车场道闸杆数超过 1 万根,此时通过外延式发展收购道闸广告业务,在市场规模效应、技术应用、产品服务体系、运营模式、平台管理、客户管理等方面都具有领先的优势,可为广告经营和客户服务提供有力的保障,从而掌握定价权,深挖行业的发展空间,潜力巨大。

3、商业模式的可行性

道闸广告业务的推广销售有代理和直销的模式,同时根据城市经济发展规模

划分，每杆每月的广告销售价格在 1200—3000 元不等。

对区域性的道闸广告业务，主要采用代理模式，可根据广告主的行业分类，将道闸广告业务资源按类别外包给广告公司独家代理经营，由公司制定相应的广告运营管理制度、销售指标。

对全国性的道闸广告业务，主要采用直营模式，将由公司自行制定相关的销售政策和销售指标，有针对性的划分区域性销售团队和全国销售团队。

本次收购道闸广告业务资源有利于提高公司在各个城市区域的接单能力，能产生较好的规模效应。

4、前期业务试点提供良好的业务基础

公司“云停车联网项目”自 2016 年 3 月以来，对符合公司价值要求的停车场通过无偿提供设备获取停车场资源的同时获得广告发布权，该模式的推进，不仅使得项目推进速度加快，有助于获得更多及更加快速的整合停车场资源；同时，使得公司在推进过程中可以马上利用道闸进行广告运营，第一时间实现运营收入。从 2016 年 10 月起，公司尝试运营道闸广告业务，取得了较好的市场反响。

前期业务试点的成功，为公司未来在全国的道闸广告资源整合和规模化经营奠定了良好的业务基础。

（二）项目实施的必要性

1、公司发展战略需求

公司“云停车联网项目”通过自身的发展，在整合停车场资源方面已经取得了初步成果，此次通过自身产业经营与资本收购相结合，有利于公司获得更多及更加快速的整合停车场资源，提升市场占有率及影响力，符合公司发展战略。

2、有利于提升道闸广告的综合效益

目前的道闸广告运营商区域性经营比较强，上架率还有较大的提升空间，公司收购完成后，随着广告点位数量及分布区域的增加，能有效地拓展全国或者跨区域的广告订单，提升原广告点位的上架率，凸显公司广告点位的价值，提升公司道闸广告业务的综合效益。

3、有利于道闸广告业务的拓展

收购各区域道闸广告运营商的道闸广告业务，可有效的借助其原有丰富的客户资源和道闸广告业务运营经验，快速地拓展公司广告业务，增强各区域的广告销售协同效应，降低经营风险。

4、有利于公司“云停车联网项目”的快速发展

目前，公司“云停车联网项目”的推广主要是通过向客户提供停车场设备使用权以获取停车场资源的同时获得广告经营权，随着收购的完成，道闸广告收入的增加，将大大提升“云停车联网项目”的价值，同时随着公司掌握的停车场资源项目增加，将为公司后续开展车位预约分享等车位运营业务的快速发展奠定基础。

四、效益预测

本项目年均投资收益率约 11.28%。

五、项目主要风险

1、广告发布权风险

目前开展道闸广告业务经营，主要是通过通过与停车场出入口控制设备所在的物业公司签署广告发布权合作协议，从而获得道闸广告的发布权。在业务开展过程中，有可能出现因停车场出入口控制设备拆迁、更换物业公司或政府行政审批调整等因素导致广告发布权合作协议的终止或到期后无法续期的风险。

为最大限度降低或消除上述风险，被收购方承诺将通过续签、变更或新签合同的方式，确保公司收购完成后拥有至少 5 年的道闸广告发布权，并承担由于发生上述行为而产生的一定标准的成本费用；如无法达到约定的广告发布权使用年限，被收购方将承担违约赔偿责任。

2、业务交割不完整的风险

由于业务交割过程中会涉及正在履行的广告发布权、广告合同主体的变更，若出现上述合同签约主体（物业公司、广告客户）不想或不愿意办理变更手续，会导致公司本次业务收购存在交割不完整风险。

针对上述风险，公司与被收购方已在《业务收购协议》约定相关交割要求，同时，公司已就被收购方若违反业务交割约定应承担退还收购款、支付补偿款、支付违约金以及损失赔偿事宜出具保证书，以最大限度降低交割风险。

3、经营管理风险

公司拓展至道闸广告业务经营，有可能由于经验不足，导致公司经营管理难度增加、管理能力不足或决策不当，从而带来一定的经营管理风险。

为降低上述风险，公司与被收购方约定，收购完成后的一定期限内，被收购方将成为公司重要的广告代理合作伙伴，由其根据公司制定的广告运营流程规范继续拓展当地的广告客户资源，以协助公司完成每年在全国或区域性的道闸广告任务目标，拓展积累新的客户资源。

4、商誉减值的风险

本次业务收购完成后，在公司报表中将形成较高金额的商誉，如停车场道闸广告业务经营不善，则存在商誉减值的风险，从而对公司当期损益产生不利影响，提请投资者注意风险。

公司将积极发挥原有的小区客户资源优势及利用被收购方的经营优势，积极与各类广告公司合作，拓展广告客户资源，最大限度地发挥全国道闸广告的营销规模效应，从而降低上述风险对公司造成的影响。

5、未知风险

因公司涉足道闸广告业务市场时间较短，可能存在对市场了解认识不足，从而导致潜在的未知风险，或现阶段无法预知的风险，提请投资者注意风险。

六、结论

本项目符合国家产业政策的有关规定和地方政府规划发展方向，符合公司发展战略和经营目标，有利于提升公司核心竞争力，本项目具有良好的可行性和必要性。

广东安居宝数码科技股份有限公司

董事会

2017年3月21日