

北京天健兴业资产评估有限公司
关于四川迅游网络科技股份有限公司
发行股份购买资产反馈意见的回复



中国证券监督管理委员会：

根据贵会于 2017 年 8 月 14 日出具的《中国证监会行政许可项目审查反馈意见通知书》（171484 号）及所附的《四川迅游网络科技股份有限公司发行股份购买资产核准反馈意见》（以下简称“反馈意见”）的要求，北京天健兴业资产评估有限公司作为四川迅游网络科技股份有限公司项目的评估机构，对反馈意见所述问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予以审核。

一. 请材料显示，天合汇科技设立至今未实际开展任何经营业务，2016 年亏损 1.32 亿元，2017 年 1-4 月亏损 910 万元。狮之吼于 2016 年 7 月受让其他股东持有的天合汇科技股权，持股比例从 6.67% 升至 100%。请你公司：1）补充披露天合汇科技在无经营业务的情况下，于 2016 年、2017 年 1-4 月连续出现亏损的原因；该公司是否具备与主营业务相关的盈利能力，如是，盈利能力的稳定性与持续性；以及天合汇科技前述业绩情况对狮之吼评估值的影响。请评估师核查并发表明确意见。

1、天合汇科技 2016 年和 2017 年 1-4 月连续出现亏损的原因

回复：成都天合汇科技有限公司成立于 2016 年 2 月，无实质性经营业务。

德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）成都分所分别对成都天合汇科技有限公司 2016 年数据及 2017 年 1-4 月财务数据进行审计，由于天合汇科技公司没有实际开展经营业务，净利润分别为-13,270.82 元和-910.96 元。出现亏损的主要原因为存在因维持公司存续所需的部分费用支出，如租赁费用、财务费用等。财务数据如下：

单位：元

项目	2016-12-31	2017-4-30
总资产	20,553.18	13,852.22
总负债	13,824.00	8,034.00
净资产	6,729.18	5,818.22
营业收入	0.00	0.00
营业成本	13,270.82	0.00
净利润	-13,270.82	-910.96

2、该公司是否具备与主营业务相关的盈利能力，如是，盈利能力的稳定性

与持续性；以及天合汇科技前述业绩情况对狮之吼评估值的影响。

回复：根据天合汇科技于 2017 年 7 月 4 日出具的说明，确认天合汇科技设立至今未开展任何经营业务。因此天合汇科技目前无主营业务，也不存在与主营业务相匹配的盈利能力。

本次采用收益法对成都狮之吼科技有限公司股东全部权益进行评估，以未来若干年度内的企业自由现金净流量作为依据，采用适当折现率折现后加总计算得出企业整体营业性资产的价值，然后再加上溢余资产、非经营性资产价值、长期股权投资减去有息债务得出股东全部权益价值。公式如下：

$$E = V - D \quad \text{公式一}$$

$$V = P + C_1 + C_2 + E' \quad \text{公式二}$$

上式中：

E：股东全部权益价值；

V：企业整体价值；

D：付息债务评估价值；

P：经营性资产评估价值；

C_1 ：溢余资产评估价值；

C_2 ：非经营性资产评估价值；

E' ：（未在现金流中考虑的）长期股权投资评估价值。

本次对于业务模式相一致的采用合并口径的方法进行评估收益法预测，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	成都狮之吼科技有限公司
子公司	Lionmobi Holding Limited

而对于成都天合汇科技有限公司目前没有实质的经营业务，发生租赁费用、财务费用也较小，评估人员经过分析认为成都天合汇科技有限公司未来年度收益情况无法确定，故对于成都天合汇科技有限公司采用资产基础法进行估值。成都狮之吼科技有限公司加上长期股权投资的价值得出评估值。

评估机构核查意见：

经评估机构核查,天合汇科技目前无实质性经营业务,也不存在与主营业务相匹配的盈利能力,狮之吼管理层计划来主要用于实施募投项目中的“互联网广告综合运营平台升级项目”,根据评估师的假设条件本次评估值是在现有经营模式下作出的市场价值的判断,并未考虑募集配套资金投入对狮之吼的影响,故不会对狮之吼估值产生影响,采用资产基础法对其加回测算具备合理性。

二、申报材料显示,本次交易拟募集配套资金不超过 8.73 亿元,其中 4.08 亿元用于“移动网络 APP 新产品开发项目”和“互联网广告综合运营平台升级项目”。上市公司目前资产负债率水平适中,流动性指标良好,具备债务融资的基础和能力。狮之吼截止 2017 年 4 月底的净资产为 2.11 亿元。请你公司:3)补充披露募集配套资金投入是否影响拟购买资产业绩承诺期间财务费用及业绩承诺金额。请评估师核查并发表明确意见。

回复:根据德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)成都分所出具的德师报(审)字(17)第 S00248 号无保留意见审计报告财务数据显示,2015 年及 2016 年企业的财务数据如下:

项目	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	431,071,344.95	29,867,101.70
减:营业成本	502,518.32	122,753.08
销售费用	285,736,519.85	41,856,343.24
管理费用	16,213,718.52	15,712,051.25
财务费用	-2,096,721.07	-277,647.81
加:投资收益	1,050,000.00	
二、营业利润	131,765,309.33	-27,546,398.06
加:营业外收入	2,588,173.16	512,624.12
三、利润总额	134,353,482.49	-27,033,773.94
减:所得税费用	10,258,801.19	
四、净利润	124,094,681.30	-27,033,773.94
归属母公司净利润	124,094,681.30	-27,033,773.94
其他综合收益的税后净额	7,430,604.52	206,171.48
五、综合收益总额	131,525,285.82	-26,827,602.46

项目	2016 年度	2015 年度
归属母公司综合收益 总额	131,525,285.82	-26,827,602.46

评估机构根据企业的财务费用进行分析，财务费用包括利息支出、利息收入及手续费。被评估单位资金充裕，截止至评估基准日无长期及短期借款，故对未来利息支出不予预测。未来利息收入及手续费支出发生额由于具有不确定性，故在收益法测算时对于利息收入及手续费不予预测。

本次评估报告的假设条件为 1、假设评估基准日后企业的产品或服务保持目前的市场竞争态势。2、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。3、假设被评估企业主要客户群体未发生变化，客户对产品及服务的需求未发生较大变化。4、本次评估是基于成都狮之吼科技有限公司现行的经营战略、经营能力、经营状况作出的，没有考虑将来管理层变动可能对评估结果产生的影响。

评估机构核查意见：

经评估机构核查，本次评估假设条件是在企业目前经营模式下考虑未来营业预测情况，本次评估值是在现有经营模式下作出的市场价值的判断，并未考虑募集配套资金投入对成都狮之吼公司财务费用及业绩承诺金额影响，同时也未考虑收购成功后上市公司对于标的公司协同效益的影响。

三. 申请材料显示，截至评估基准日 2016 年 12 月 31 日，狮之吼所有者权益账面值为 24,923.87 万元，评估值为 277,849.62 万元，评估增值 252,925.75 万元，增值率 1014.79%。请你公司结合狮之吼的行业地位、核心竞争力、市场竞争以及同行业收购案例等，补充披露狮之吼评估增值率较高的原因以及合理性。请评估师核查并发表明确意见。

回复：

1、狮之吼公司行业地位及市场竞争力

成都狮之吼科技有限公司成立于 2014 年，公司主营业务集中于移动互联网领域，主要从事手机系统工具软件的研发、运营、发行。公司根据自身特有的市场战略思路，对产品投放的国家或地区会进行预先筛选。目前，因国内 Android 系统清理工具市场份额竞争激烈，公司目前的业务开展主要集中于海外智能手机

用户市场，公司产品主要面向除中国大陆地区以外的全球范围进行推广，主要竞争对手包括猎豹移动、奇虎 360 和百度等。截止 2017 年 4 月，公司旗下产品的用户数量已达到约 3 亿，公司的产品在多个国家和地区的工具类应用榜单中名列前茅。根据 App Annie 的统计数据，截止 2017 年 6 月 2 日，Power Clean 已经在全球 97 个国家 Google Play 应用市场中进入过工具类 APP 的前十榜单，目前在美国市场中位列前三；另一款主力产品 Power Battery 曾在全球 72 个国家的应用市场中进入工具类 App 榜单前十名。公司在行业内具备较高的知名度和较强的竞争优势。

2、核心竞争力

狮之吼公司的主要竞争力体现在以下几个方面

（1）团队优势：狮之吼专注于移动互联网工具类应用的研发，为轻资产行业，核心技术人才是公司的核心竞争力之一。公司董事长鲁锦先生为 PC 端系统工具类软件 Windows 优化大师及鲁大师的创始人，上述两款产品的用户数量曾达到千万级别。公司核心技术团队成员大部分来自原“Windows 优化大师”与“鲁大师”核心团队，从事 IT 及移动互联网行业经验达数十年，具有丰富的系统工具类软件开发经验，因此可以时刻把握市场动向及用户需求，及时作出决策及反应。同时，核心技术团队成员在行业内的高知名度，也为公司吸引、留存了大批高素质的移动应用开发人员。在移动互联网行业迅速扩张、人才储备不足的情况下，公司研发团队保持了高度的稳定性，具有较强的团队凝聚力，是公司保持快速发展的重要因素。

（2）技术优势：公司核心技术团队经验丰富，拥有较强的操作系统工具研发能力。公司核心研发团队此前研发的产品，如 Windows 优化大师、鲁大师等，均在市场上取得成功，受到电脑及智能手机用户喜爱。基于丰富的产品开发经验，公司团队精准把握产品的市场定位，充分发挥自身技术优势对产品进行完善及优化，为用户创造了良好的使用体验。

（3）投放优势：狮之吼作为一家移动工具应用型企业，除了拥有自身技术研发团队与产品，也具备自我投放推广能力。自投放优势主要在于节省因第三方推广带来的中间差价和质量问题，避免了与竞争对手因购买流量而产生的溢价竞争；此外，狮之吼通过大数据测算出每个地区用户所带来的价值，保证了每一个新增用户的获取成本均低于其创造的收益，可更灵活自主选定投放地区、策略和

目标用户群体，从而提高产品投放效率。

3、同行业收购案例

成都狮之吼公司的核心竞争力是软件开发，属于移动互联网行业，同时狮之吼主要的盈利模式是通过精准广告投放平台，根据以下标准本次评估机构选择了16个同行业收购案例，选取标准如下：

（1）从行业分类来看，被收购公司均从事互联软件开发，同属于互联网服务行业。

（2）从盈利模式来看，被收购公司其业务收入的实现，主要是通过互联网广告平台来实现。

（3）从财务指标来看，可比案例与标的公司的毛利水平、业务成长性相当。

本次评估机构通过公开信息查询，收集了以下同行业并购交易案例基本信息：

序号	标的公司	交易涉及股权比例	估值（万元）	账面净资产（万元）	增值率	动态市盈率	定价方法
1	互众广告	100%	135,000.00	6,518.59	1,971.20%	13.49	收益法
2	万圣伟业	100%	207,200.00	7,457.98	2,678.54%	14.00	收益法
3	宁波诺信	100%	630,000.00	20,144.56	2,907.33%	16.00	资产基础法
4	幻想悦游	93.5417%	393,004.22	74,045.78	430.76%	13.67	收益法
5	真趣网络	100%	93,180.00	47,426.70	96.47%	15.51	收益法
6	Avazu Inc.	100%	206,937.81	7,590.50	2,626.27%	16.05	收益法
7	万象新动	100%	56,140.00	2,233.06	2,414.04%	14.00	收益法
8	悦然新动	100%	49,100.00	44,734.67	1,024.77%	14.85	收益法
9	亿起联科技	100%	48,013.77	1,864.69	2,474.89%	12.97	收益法
10	亿万无线	100%	32,600.00	2,123.45	1,435.24%	12.96	收益法
11	爱德康赛	100%	35,530.95	2,788.77	1,174.07%	13.00	收益法
12	无双科技	100%	49,600.00	1,985.68	2,397.88%	14.16	收益法
13	智趣广告	100%	75,696.11	1,677.63	4,412.09%	12.84	收益法
14	爱创天杰	100%	95,621.35	8,056.26	1,086.92%	14.00	收益法
15	智阅网络	100%	63,041.32	5,584.68	1,028.83%	17.00	收益法
16	上海激创	100%	101,500.00	6,975.65	1,355.06%	14.50	收益法
	平均值				1,844.65%	14.31	

注：宁波诺信案例中，以2016年4月30日为评估基准日，宁波诺信100.00%股东权益分别采用资产基础法和市场法进行评估。在资产基础法评估中，宁波诺信主要资产为对香港诺睿100.00%的长期股权投资，并通过香港诺睿持有BBHI99.998%股权，评估师对该部分股权价值使用收益法进行评估。

通过同行业并购案例数据显示，并购案例对应市盈率倍数平均值为 14.31。评估增值率为 1844.65%。本次评估机构通过对狮之吼公司进行测算，截至评估基准日 2016 年 12 月 31 日，狮之吼所有者权益经营性现金流估值为 253,362.55 万元，动态市盈率为 13.20，增值率 1014.79%，均低于同行业的对比案例。

评估机构核查意见：

评估人员通过对狮之吼的行业地位、核心竞争力、市场竞争进行分析，并收集同行业收购案例进行对比，上市公司购买狮之吼 100%股权的交易作价具备合理性。

四. 申请材料显示，收益法评估时预测狮之吼 2017 年将实现主营业务收入 60,371.58 万元，净利润 18,991.5 万元。请你公司结合经营实际，补充披露狮之吼 2017 年预测收入和净利润的可实现性。请评估师核查并发表明确意见。

回复：

1、标的公司历史业绩及实现收入和利润爆发性增长的原因

标的公司 2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-4 月分别实现营业收入 29,867,101.70 元、431,071,344.95 元和 126,777,279.77 元，净利润-27,033,773.94 元、124,094,681.30 元和 33,530,340.62 元。

标的公司业绩增长得益于其核心竞争力在如下方面的体现：

（1）标的公司能够读懂用户并快速应对变化

标的公司作为互联网行业内公司，其优势在于提供的产品能够满足客户功能性要求，并能够对客户的需求进行及时的响应，在软件产品设计及更新方面提升用户体验。正因为此，标的公司产品能够在较长时间内处于榜单排名前列，市场及用户接受程度高。

（2）标的公司拥有专业推广团队

标的公司对于其产品有严谨的推广策略。通过在欧美地区的成功推广提高产品知名度及认可度，并进一步向其他国家和地区推广。该推广策略能够使得标的公司在控制推广成本的同时提升其收益水平。

（3）标的公司拥有具备一流操作系统工具研发能力的团队

以标的公司产品 Power Clean 为例，产品安装包仅有 2MB，为同类型产品安装包大小的 1/8-1/6，对用户流量和设备需求小，更有利于推广。而 Power Clean 的系统扫描速度比同类型产品快一倍，团队却仅为三十人。

基于上述核心竞争力，配合标的公司加大对产品的推广力度，标的公司月活跃用户数由 2015 年末的 1,800 万增至 2016 年末的 8,300 万，于 2017 年 7 月末进一步增加至 1.09 亿，活跃用户数的增加导致公司的广告展示收入呈现爆发性增长。

2、标的公司与 Facebook 和 Google 的合作历史及未来展望

Facebook 和 Google 为海外市场主要的广告代理平台，可以为移动应用商提供较为优质丰富的广告源，可以保证充分填充标的公司自有产品的广告展示位。同时，Facebook、Google 等大型移动广告平台也在移动互联网广告行业已经形成了较为成熟的广告资源分配及匹配、广告收入分成结算的业务模式。标的公司与 Facebook 和 Google 的合作自 2015 年开始。迄今为止，双方在用户获取、广告表现等方面均有深度合作，双方合作的规模在不断壮大，合作的成长速度很快。目前为标的公司已经成为 Facebook 全球战略合作伙伴和 Google 中国区的大客户。

标的公司与 Google 和 Facebook 合作良好，未来将随着标的公司的业务发展而进一步拓展双方间的合作。

3、标的公司 2017 年度财务业绩说明

根据标的公司管理层数据，标的公司 2017 年一季度实现收入约 9,421 万元人民币，净利润 2,530 万元人民币；2017 年 1-6 月实现营业收入约 2.18 亿元，净利润约 6,400 万元。

对比其 2016 年度数据，标的公司 2016 年一至四季度分别实现营业收入 4,618 万元、7,939 万元、13,611 万元和 16,939 万元；净利润 962 万元人民币、1,664 万元人民币、4,495 万元人民币和 5,289 万元人民币。其 2016 年三季度起营业收入和净利润明显上升原因为暑期来临使得广告千次展示单价明显上升所致。标的公司 2017 年一季度、2017 年 1-6 月实现营业收入相比较 2016 年一季度、2016 年 1-6 月分别增长约 104%和 74%，净利润分别增长约 163%和 144%。

根据标的公司历史运营数据及移动广告行业季节性波动原因，随着暑期的来临及四季度圣诞节的来临，广告千次展示单价上升将导致广告收入的大幅上涨。标的公司 2016 年度实现的营业收入和净利润中上下半年比例分别约为 1:2.4 和 1:3.7，考虑到标的公司 2017 年上半年已实现营业收入超过 2 亿元，已实现净利润超过 6,000 万元，其 2017 年度实现收益法评估预测中的主营业务收入和净利润可能性较高。

评估机构核查意见：

综上分析评估机构认为本次评估预测 2017 年预测收入和净利润的可实现性较高，本次评估预测具有合理性。

五. 申请材料显示，狮之吼主营业务收入为广告收入，其计算公式为：主营业务收入=千次展示单价*千次展示数量，对于未来年度每款产品收入预测，评估人员通过分析对比 2015 年及 2016 年产品千次展示单价及千次展示次数数值的变化，合理确定参数。请你公司：1) 以列表形式按产品逐个披露预测期应用产品的主要运营参数情况，比对报告期主要产品的用户总数、新增用户数等数值，说明千次展示次数趋势预测的合理性。2) 补充披露狮之吼未来年度主要产品收入增长预测依据及合理性，与报告期游戏产品生命周期、主要产品流水经营数据是否相符。3) 结合行业发展、狮之吼所处行业地位以及经营实际，补充披露对千次展示单价的预测是否足够谨慎，并揭示风险。请独立财务顾问和评估师核查并发表明确意见。

1、以列表形式按产品逐个披露预测期应用产品的主要运营参数情况，比对报告期主要产品的用户总数、新增用户数等数值，说明千次展示次数趋势预测的合理性。

回复：狮之吼以手机工具类软件的研发和推广为主要业务，其收入主要来源为在自有移动软件内向用户展示广告带来的收入。根据产品的用途及主要特点，狮之吼研发并发行的产品主要可以分为清理类、电池类、网络类、安全类和其他。其中，清理类产品的主要功能为清理手机内无用的文件、关闭后台非活跃状态的程序等，从而提升手机存储空间和运行速度，主要产品包括 Power Clean、Optimize Master、Power Clean-Clean Duplicate Photos, Scan Network 等；电池类产品的主要功能为充电管理、优化手机用电模式、节省电量等，主要包括 Power Battery 等；网络类产品的主要功能为测试网络速度、分析网络安全、提升网络访问速度等，为用户提供移动数据流量管理和无线网络管理；安全类产品主要功能为防范手机病毒、保护个人隐私，主要产品包括 Power Security 等。

截至报告期末，狮之吼产品主要通过 Google Play、第三方应用和线下预装三种渠道进行安装，其中 Google Play 的安装量约占狮之吼产品总安装量的 90%，三星应用商店、LG store、App store 等其他应用商店的安装量约占总安装量的 8%，线下预装方式的安装量约占总安装量的 2%。本次对于各地区新增用户数和

总安装用户数预测参考历史年度企业实际发生的数据进行判断。另根据各产品2017年1-7月份企业实际发生运营数据与本次评估预测1-7月份数据进行对比，对比情况如下表：

清理类软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
用户总数	64,712,000	50,360,000	66,571,500	181,643,500
新增用户数	13,668,000	15,637,500	18,693,000	47,998,500
千次展示单价	27.96	14.45	1.70	13.71
千次展示次数（千次）	2,930,976	2,228,819	3,615,471	8,775,268
收入金额（万元）	8,195.03	3,219.80	615.85	12,030.68
实际发生数值				
用户总数	63,454,000	50,937,000	68,416,000	182,807,000
新增用户数	13,924,000	15,727,000	20,029,000	49,680,000
千次展示单价	23.07	14.44	1.41	12.37
千次展示次数（千次）	3,337,798	2,436,257	3,716,638	9,490,693
收入金额（万元）	7,699.69	3,517.37	523.69	11,740.75

电池类软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
用户总数	25,975,500	30,834,000	47,051,000	103,860,500
新增用户数	7,839,000	9,576,000	12,436,000	29,851,000
千次展示单价	21.71	10.63	1.47	8.25
千次展示次数（千次）	2,204,239	1,383,678	4,862,645	8,450,563
收入金额（万元）	4,786.37	1,471.38	712.94	6,970.68
实际发生数值				
用户总数	24,907,000	32,202,000	48,358,000	105,467,000
新增用户数	6,325,000	10,860,000	13,227,000	30,412,000
千次展示单价	21.18	10.23	1.37	8.23
千次展示次数（千次）	2,381,934	1,459,623	4,925,250	8,766,807
收入金额（万元）	5,044.43	1,493.42	673.95	7,211.80

网络类软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
用户总数	5,856,000	7,846,000	12,807,000	26,509,000

新增用户数	3,216,000	4,556,000	6,566,000	14,338,000
千次展示单价	22.90	10.45	1.41	8.40
千次展示次数（千次）	688,771	920,326	1,700,847	3,309,944
收入金额（万元）	1,577.39	961.54	240.41	2,779.34
实际发生数值				
用户总数	5,808,000	8,307,000	13,590,000	27,705,000
新增用户数	3,016,000	4,835,000	7,122,000	14,973,000
千次展示单价	22.58	10.42	1.33	8.36
千次展示次数（千次）	697,083	925,552	1,680,717	3,303,352
收入金额（万元）	1,574.31	964.34	223.82	2,762.47

IOS 软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
用户总数	422,500	2,422,000	3,110,000	5,954,500
新增用户数	201,000	1,380,000	1,680,000	3,261,000
千次展示单价	49.66	19.23	3.44	13.40
千次展示次数（千次）	23,076	194,282	197,822	415,180
收入金额（万元）	114.60	373.70	68.08	556.38
实际发生数值				
用户总数	432,000	2,296,000	3,186,000	5,914,000
新增用户数	203,000	1,224,000	1,836,000	3,263,000
千次展示单价	49.02	19.09	3.46	13.11
千次展示次数（千次）	23,057	186,498	201,207	410,762
收入金额（万元）	113.03	356.05	69.63	538.71

安全类软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
用户总数	2,985,000	6,340,000	12,820,000	22,145,000
新增用户数	2,120,000	4,430,000	9,600,000	16,150,000
千次展示单价	29.70	11.24	1.39	7.63
千次展示次数（千次）	426,873	958,413	2,067,677	3,452,963
收入金额（万元）	1,267.91	1,077.67	288.37	2,633.95
实际发生数值				
用户总数	2,957,000	6,385,000	13,762,000	23,104,000
新增用户数	2,052,000	4,435,000	10,242,000	16,729,000
千次展示单价	26.06	10.63	1.26	6.96
千次展示次数（千次）	439,889	979,730	2,108,653	3,528,272
收入金额（万元）	1,146.52	1,041.82	266.06	2,454.40

工具类其他软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
用户总数	4,111,000	4,432,000	5,441,000	13,984,000
新增用户数	1,340,000	1,340,000	2,010,000	4,690,000
千次展示单价	22.72	12.66	1.37	9.56
千次展示次数（千次）	262,196	240,028	512,486	1,014,710
收入金额（万元）	595.76	303.76	70.04	969.56
实际发生数值				
用户总数	3,939,000	4,352,000	4,877,000	13,155,000
新增用户数	1,098,000	1,220,000	1,301,000	3,619,000
千次展示单价	22.46	12.20	1.32	10.66
千次展示次数（千次）	372,421	204,256	503,668	1,080,345
收入金额（万元）	836.37	249.23	66.30	1,151.90

通过上图对比数据，本次评估预测数据新增用户数、用户总数与企业实际发生的数据基本相符且趋势判断一致，评估机构认为本次预测千次展示次数趋势具有合理性。

2、补充披露狮之吼未来年度主要产品收入增长预测依据及合理性。

本次对于狮之吼公司各款软件产品广告展示量及千次展示单价划分为三个大区域分别来预测，分别为：区域一：北美洲、欧洲、澳大利亚等地区；区域二：日、韩、新加坡、港、台、中东地区；区域三：南美洲、非洲、印度、印尼、泰国等部分亚洲地区；对于每个地区分别统计出历史年度的运行数据。

主营业务收入（月流水）=月广告展示量*千次展示单价

月广告展示量=月活跃用户数*每月广告展示次数

其中月活跃用户数=总安装用户数*月活跃用户率

举例说明产品一预测情况：Power Clean 清理类软件预测

北美洲、欧洲、澳大利亚等地区历史数据统计

时间（月度）	总安装用户数（人）	新增用户数（人）	月活跃用户数（人）	活跃用户率	广告展示量	单用户广告展示次数	千次展示单价
2015年1月	680,000.00	180,000.00	408,000.00	0.60			
2015年2月	890,000.00	210,000.00	507,300.00	0.57			

2015 年 3 月	1,110,000.00	220,000.00	610,500.00	0.55			
2015 年 4 月	1,350,000.00	240,000.00	715,500.00	0.53			
2015 年 5 月	1,600,000.00	250,000.00	824,000.00	0.52			
2015 年 6 月	1,870,000.00	270,000.00	944,350.00	0.51			
2015 年 7 月	2,180,000.00	310,000.00	1,079,100.00	0.50			
2015 年 8 月	2,630,000.00	450,000.00	1,270,290.00	0.48			
2015 年 9 月	3,710,000.00	1,080,000.00	1,747,410.00	0.47	1,360,000.00		35.45
2015 年 10 月	5,100,000.00	1,390,000.00	2,346,000.00	0.46	9,650,000.00		36.53
2015 年 11 月	6,680,000.00	1,580,000.00	3,006,000.00	0.45	29,800,000.00		37.36
2015 年 12 月	8,660,000.00	1,980,000.00	3,810,400.00	0.44	289,000,000.00		37.09
2016 年 1 月	10,720,000.00	2,060,000.00	4,609,600.00	0.43	281,185,600.00	61.00	17.15
2016 年 2 月	12,680,000.00	1,960,000.00	5,325,600.00	0.42	282,256,800.00	53.00	14.57
2016 年 3 月	15,190,000.00	2,510,000.00	6,227,900.00	0.41	286,483,400.00	46.00	28.78
2016 年 4 月	18,380,000.00	3,190,000.00	7,535,800.00	0.41	324,039,400.00	43.00	30.56
2016 年 5 月	21,930,000.00	3,550,000.00	8,772,000.00	0.40	350,880,000.00	40.00	32.29
2016 年 6 月	25,610,000.00	3,680,000.00	10,244,000.00	0.40	358,540,000.00	35.00	32.56
2016 年 7 月	29,460,000.00	3,850,000.00	11,636,700.00	0.40	407,284,500.00	35.00	35.19
2016 年 8 月	33,480,000.00	4,020,000.00	13,224,600.00	0.40	462,861,000.00	35.00	38.71
2016 年 9 月	37,600,000.00	4,120,000.00	14,664,000.00	0.39	498,576,000.00	34.00	42.08
2016 年 10 月	41,690,000.00	4,090,000.00	16,050,650.00	0.39	513,620,800.00	32.00	40.76
2016 年 11 月	45,670,000.00	3,980,000.00	17,354,600.00	0.38	520,638,000.00	30.00	41.26
2016 年 12 月	49,530,000.00	3,860,000.00	18,326,100.00	0.37	513,130,800.00	28.00	37.59

(1) 月活跃用户率参数

根据表格显示该地区活跃用户数率相对稳定,但处于缓慢下滑趋势,评估人员人员经过与企业沟通了解产品的用户特性,当产品在该地区达到一定市场份额后,随着累计用户的不断增长,转化率不断下降,但降幅不断缩小。在累计用户增长到一定阶段后,用户黏性不断加大,转化率降幅将会收窄。

(2) 月活跃用户参数

月活跃用户数=总安装用户*月活跃用户率

总安装用户数=上月安装用户数+本月新增用户数

2016 年月新增用户数 340 万人,年新增用户数 4087 万人; 本次预测 2017 年年度月增用户数 200 万人,年新增用户数 2448 万人; 2018 年年度月增用户数 160 万人,年新增用户数 1920 万人; 2019 年年度月增用户数 136 万人,年新增用户数 1632 万人; 年新增用户数呈现下降趋势。根据企业盈利预测及行业数据显示:(1)启动期:年总量新增用户 100 万-500 万;(2)高速增长期:年总量

新增用户 3000 万到 5000 万；（3）缓期增长期：年总量新增用户 1000 万到 3000 万；（4）平稳增长期：年总量新增用户 500 万到 1000 万；（5）维持总量期：年总量用户维持不增不降

（3）单用户月广告展示次数参数

根据历史数据显示，在产品上线初期，标的公司为了收入增加，月用户广告展示次数处于较高水平，随着产品运营进入稳定阶段，标的公司为了保证用户的体验度和满意度，月广告展示次数将逐步减少。经过与企业访谈了解，单用户月广告展示次数保持在 22 次，客户粘性能够保证在较高水平。

（4）千次展示单价参数

根据历史数据对比不同自然年相同月份的单价，千次展示单价呈现 2%至 10% 上升趋势，本次对于千次展示单价未来年度单价，保持在 2%-5%的增长率进行预测。

（5）同行业并购案例经营数据

评估人员收集本次市场法评估选取同行业并购案例，（1）吴通控股收购互众广告（上海）有限公司项目。（2）梅泰诺收购宁波诺信睿聚投资有限责任公司项目。（3）利欧股份收购江苏万圣伟业网络科技有限公司项目，同时对比预测收入增长率水平及净利润水平。数据统计如下表：

	项目名称	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
互众广告	收入增长率	80.02%	38.66%	30.16%	24.42%	18.13%
宁波诺信	收入增长率	39.69%	22.18%	18.83%	12.88%	8.09%
万圣伟业	收入增长率	39.79%	22.73%	15.42%	7.98%	0.00%
平均增长率	收入增长率	53.17%	27.86%	21.47%	15.09%	8.74%
狮之吼公司	收入增长率	40.05%	27.76%	18.98%	11.25%	8.76%
互众广告	净利润增长率	98.26%	29.92%	30.03%	25.85%	10.06%
宁波诺信	净利润增长率	35.48%	20.98%	16.89%	10.42%	6.77%
万圣伟业	净利润增长率	32.85%	23.97%	16.30%	2.51%	0.00%
平均增长率		55.53%	24.95%	21.08%	12.93%	5.61%
狮之吼公司	净利润增长率	46.03%	31.63%	19.97%	12.16%	3.43%

经过比较，评估机构预测的营业收入及净利润水平符合行业并购案例标准，标的资产定价公允、合理。

3、与报告期游戏产品生命周期、主要产品流水经营数据是否相符

回复：

A、报告期工具类软件产品与游戏产品的生命周期的区别。

成都狮之吼科技有限公司为互联网工具类软件开发企业，工具类软件生命周期不同于游戏产品生命周期，根据猎豹全球智库的数据，工具类 App 安装量远高于其他类型 App，活跃人数仅次于通讯类 App。评估人员经过与企业沟通了解产品的用户特性，当产品在该地区达到一定市场份额后，随着累计用户的不断增长，转化率不断下降，但降幅不断缩小。在累计用户增长到一定阶段后，用户黏性不断加大，转化率降幅将会收窄，产品的用户数量也将保持相对稳定的状态。

自 2014 年成立以来，成都狮之吼科技有限公司一直致力于通过研发、发行移动客户端软件，为智能手机用户提供手机卡顿、耗电快、缺乏安全性等手机功能性问题的解决方案。公司的六款产品全部属于移动客户端软件中的系统工具类软件，用户对产品具有较强的依耐性。得益于全球移动应用市场增长和智能手机用户的不断增加，工具类应用成为了移动应用中下载量最大的类别之一。由于工具类应用主要满足用户的功能性需求，如手机系统清理、电池管理、病毒防护、拍照等，产品生命周期高于大部分其它智能手机应用类型，因此公司业务自成立以来一直保持持续性和稳定性。

智能手机的高速增长是移动互联网发展的重要基础，据 eMarketer 的统计，2016 年全球手机用户达 43 亿，占全球总人口的 58.7%，其中 49.7%的手机用户使用的是智能手机。根据统计，北美仍然是全球最大的手机市场，2016 年北美手机用户中 78.7%使用的是智能手机；西欧紧随其后(71.7%)。到 2020 年，这两地区智能手机用户占比将分别达到 87.1%和 82.7%。从操作系统来看，谷歌的 Android 系统是最普遍的手机操作系统，截至目前，全球安卓系统用户数为 20 亿，安卓系统亦是最普遍的手机操作系统。但是，基于安卓系统的内在属性，其用户对于手机系统清理、电池管理、病毒防护、拍照等功能需求旺盛并有较强依赖性，相关 App 会被持续高频使用，大公司产品刚需和高频使用的特性，将给公司未来市场增长带来潜在成长空间。

标的公司产品获得了 Google Play 和三星市场长期推荐，占据 Google Play 平台工具类应用榜前列。根据与标的公司管理层访谈并查询行业资料，工具类 App 研发行业并没有明确的产品用户增长区分划分，行业内公司通常按照上述标准予

以把握。整体来说，标的公司研发的产品通常优先投放于欧美地区，并在该地区获取用户并形成高速增长，同时标的公司亦会布局亚洲、非洲、美洲等地区，在保持北美、欧洲、新加坡、日本、台湾等高质量区域用户量持续增长的同时，加强在获取用户成本较低的拉丁美洲、东南亚、南亚、非洲、中东等市场进行战略布局。随着标的公司加强在获取用户成本较低的拉丁美洲、东南亚、南亚、非洲、中东等市场进行战略布局，未来新兴国家市场也将为公司带来用户数量迅速增长的聚集效应。

根据企业盈利预测数据显示：（a）启动期：年总量新增用户 100 万-500 万；（b）高速增长期：年总量新增用户 3,000 万到 5,000 万；（c）缓期增长期：年总量新增用户 1,000 万到 3,000 万；（d）平稳增长期：年总量新增用户 500 万到 1,000 万；（e）维持总量期：年总量用户维持不增不降

本次评估在未来年度设定的模型数据如下：

清理类产品

时间	地区		
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲
2015	缓速增长期	缓速增长期	启动期
2016	高速增长期	高速增长期	启动期
2017	缓速增长期	缓速增长期	缓速增长期
2018	平稳增长期	缓速增长期	高速增长期
2019	平稳增长期	平稳增长期	高速增长期
2020	维持期总量期	平稳增长期	平稳增长期
2021	维持期总量期	维持期总量期	平稳增长期

电池类产品

时间	地区		
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲
2015	缓速增长期	启动期	启动期
2016	高速增长期	高速增长期	启动期
2017	缓速增长期	缓速增长期	缓速增长期
2018	平稳增长期	缓速增长期	高速增长期
2019	平稳增长期	平稳增长期	高速增长期
2020	维持期总量期	平稳增长期	平稳增长期
2021	维持期总量期	维持期总量期	平稳增长期

网络类产品

时间	地区		
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲
2015			
2016	启动期	启动期	启动期
2017	高速增长期	高速增长期	启动期
2018	缓速增长期	缓速增长期	高速增长期
2019	平稳增长期	缓速增长期	高速增长期
2020	平稳增长期	平稳增长期	缓速增长期
2021	维持期总量期	平稳增长期	缓速增长期

安全类产品

时间	地区		
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲
2015			
2016	启动期	启动期	启动期
2017	缓速增长期	缓速增长期	缓速增长期
2018	高速增长期	高速增长期	高速增长期
2019	缓速增长期	高速增长期	高速增长期
2020	平稳增长期	缓速增长期	高速增长期
2021	平稳增长期	平稳增长期	缓速增长期

IOS 类产品

时间	地区		
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲
2015			
2016	启动期	启动期	启动期
2017	平稳增长期	平稳增长期	平稳增长期
2018	平稳增长期	平稳增长期	平稳增长期
2019	平稳增长期	平稳增长期	平稳增长期
2020	维持期总量期	维持期总量期	维持期总量期
2020	维持期总量期	维持期总量期	维持期总量期

通过上述论述，评估机构认为，工具类软件生命周期远长于游戏产品的生命周期，现有产品能够支持其未来 3-5 年度的业绩增长并保持相对稳定的状态。

B、主要产品流水经营数据是否相符

评估人员对本次预测 2017 年 1-7 月企业数据与实际发生的数据进行对比，
对比情况如下：

清理类软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
千次展示单价	27.96	14.45	1.70	13.71
千次展示次数（千次）	2,930,976	2,228,819	3,615,471	8,775,267
收入金额（万元）	8,195.03	3,219.80	615.85	12,030.68
实际发生数值				
千次展示单价	23.07	14.44	1.41	12.37
千次展示次数（千次）	3,337,798	2,436,257	3,716,638	9,490,693
收入金额（万元）	7,699.69	3,517.37	523.69	11,740.75

电池类软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
千次展示单价	21.71	10.63	1.47	8.25
千次展示次数（千次）	2,204,239	1,383,678	4,862,645	8,450,563
收入金额（万元）	4,786.37	1,471.38	712.94	6,970.68
实际发生数值				
千次展示单价	21.18	10.23	1.37	8.23
千次展示次数（千次）	2,381,934	1,459,623	4,925,250	8,766,807
收入金额（万元）	5,044.43	1,493.42	673.95	7,211.80

网络类软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
千次展示单价	22.90	10.45	1.41	8.40
千次展示次数（千次）	688,771	920,326	1,700,847	3,309,944
收入金额（万元）	1,577.39	961.54	240.41	2,779.34
实际发生数值				
千次展示单价	22.58	10.42	1.33	8.36
千次展示次数（千次）	697,083	925,552	1,680,717	3,303,352
收入金额（万元）	1,574.31	964.34	223.82	2,762.47

IOS 软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
千次展示单价	49.66	19.23	3.44	13.40
千次展示次数（千次）	23,076	194,282	197,822	415,180
收入金额（万元）	114.60	373.70	68.08	556.38
实际发生数值				
千次展示单价	49.02	19.09	3.46	13.11
千次展示次数（千次）	23,057.47	186,498	201,207	410,762
收入金额（万元）	113.03	356.05	69.63	538.71

安全类软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
千次展示单价	29.70	11.24	1.39	7.63
千次展示次数（千次）	426,873	958,413	2,067,677	3,452,963
收入金额（万元）	1,267.91	1,077.67	288.37	2,633.95
实际发生数值				
千次展示单价	26.06	10.63	1.26	6.96
千次展示次数（千次）	439,889	979,730	2,108,653	3,528,272
收入金额（万元）	1,146.52	1,041.82	266.06	2,454.40

工具类其他软件产品运营数据对比

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
千次展示单价	22.72	12.66	1.37	9.56
千次展示次数（千次）	262,196.40	240,027.58	512,485.60	1,014,709.58
收入金额（万元）	595.76	303.76	70.04	969.56
实际发生数值				
千次展示单价	22.46	12.20	1.32	10.66
千次展示次数（千次）	372,421	204,256	503,668	1,080,345
收入金额（万元）	836.37	249.23	66.30	1,151.90

通过对本次预测数与企业实际发生数据进行对比，评估机构认为预测运营数据与企业实际发生的运营数据基本相符，预测数据具有可靠性。

4、结合行业发展、狮之吼所处行业地位以及经营实际，补充披露对千次展示单价的预测是否足够谨慎，并揭示风险。请独立财务顾问和评估师核查并发表明确意见。

回复：

(1) 行业发展、狮之吼所处行业地位

成都狮之吼科技有限公司成立于 2014 年，公司主营业务集中于移动互联网领域，主要从事手机系统工具软件的研发、运营、发行。公司根据自身特有的市场战略思路，对产品投放的国家或地区会进行预先筛选。目前，因国内 Android 系统清理工具市场份额竞争激烈，公司目前的业务开展主要集中于海外智能手机用户市场，公司产品主要面向除中国大陆地区以外的全球范围进行推广，主要竞争对手包括猎豹移动、奇虎 360 和百度等。截止 2017 年 4 月，公司旗下产品的用户数量已达到约 3 亿，公司的产品在多个国家和地区的工具类应用榜单中名列前茅。根据 App Annie 的统计数据，截止 2017 年 6 月 2 日，Power Clean 已经在全球 97 个国家 Google Play 应用市场中进入过工具类 APP 的前十榜单，目前在美国市场中位列前三；另一款主力产品 Power Battery 曾在全 72 个国家的应用市场中进入工具类 App 榜单前十名。公司在行业内具备较高的知名度和较强的竞争优势。

狮之吼公司的主要竞争力体现在以下几个方面

1) 团队优势：狮之吼专注于移动互联网工具类应用的研究，为轻资产行业，核心技术人才是公司的核心竞争力之一。公司董事长鲁锦先生为 PC 端系统工具类软件 Windows 优化大师及鲁大师的创始人，上述两款产品的用户数量曾达到千万级别。公司核心技术团队成员大部分来自原“Windows 优化大师”与“鲁大师”核心团队，从事 IT 及移动互联网行业经验达数十年，具有丰富的系统工具类软件开发经验，因此可以时刻把握市场动向及用户需求，及时作出决策及反应。同时，核心技术团队成员在行业内的高知名度，也为公司吸引、留存了大批高素质的移动应用开发人员。在移动互联网行业迅速扩张、人才储备不足的情况下，公司研发团队保持了高度的稳定性，具有较强的团队凝聚力，是公司保持快速发展的重要因素。

2) 技术优势：公司核心技术团队经验丰富，拥有较强的操作系统工具研发能力。公司核心研发团队此前研发的产品，如 Windows 优化大师、鲁大师等，均在市场上取得成功，受到电脑及智能手机用户喜爱。基于丰富的产品开发经验，公司团队精准把握产品的市场定位，充分发挥自身技术优势对产品进行完善及优化，为用户创造了良好的使用体验。

3) 投放优势: 狮之吼作为一家移动工具应用型企业, 除了拥有自身技术研发团队与产品, 也具备自我投放推广能力。自投放优势主要在于节省因第三方推广带来的中间差价和质量问题, 避免了与竞争对手因购买流量而产生的溢价竞争; 此外, 狮之吼通过大数据测算出每个地区用户所带来的价值, 保证了每一个新增用户的获取成本均低于其创造的收益, 可更灵活自主选定投放地区、策略和目标用户群体, 从而提高产品投放效率。

4) 标的公司能够读懂用户并快速应对变化

标的公司作为互联网行业内公司, 其优势在于提供的产品能够满足客户功能性要求, 并能够对客户的需求进行及时的响应, 在软件产品设计及更新方面提升用户体验。正因为此, 标的公司产品能够在较长时间内处于榜单排名前列, 市场及用户接受程度高。

基于上述核心竞争力, 配合标的公司加大对产品的推广力度, 标的公司月活跃用户数由 2015 年末的 1,800 万增至 2016 年末的 8,300 万, 于 2017 年 7 月末进一步增加至 1.09 亿, 活跃用户数的增加导致公司的广告展示收入呈现爆发性增长。

5)、标的公司与 Facebook 和 Google 的合作历史及未来展望

Facebook 和 Google 为海外市场主要的广告代理平台, 可以为移动应用商提供较为优质丰富的广告源, 可以保证充分填充标的公司自有产品的广告展示位。同时, Facebook、Google 等大型移动广告平台也在移动互联网广告行业已经形成了较为成熟的广告资源分配及匹配、广告收入分成结算的业务模式。标的公司与 Facebook 和 Google 的合作自 2015 年开始。迄今为止, 双方在用户获取、广告表现等方面均有深度合作, 双方合作的规模在不断壮大, 合作的成长速度很快。目前为标的公司为 Facebook 全球战略合作伙伴, 为谷歌中国的大客户。

标的公司与 Google 和 Facebook 合作良好, 未来将随着标的公司的业务发展而进一步拓展双方间的合作。

(2) 补充披露对千次展示单价的预测是否足够谨慎, 并揭示风险。

狮之吼公司现有 APP 主要产品为清理类软件 Power Clean、电池类软件 Power Battery、网络类软件 Network Master、IOS 类软件 Power Clean-IOS、安全类软件 Power Security、工具类其他产品。历史年度数据统计如下:

项目名称	2015 年	2016 年
产品一 Power Clean		
广告展示量(亿次)	8.93	130.44
千次展示单价(千次)	19.02	17.47
业务收入(万元)	1,699.51	22,793.80
产品二 Power Battery		
广告展示量(亿次)	10.37	139.01
千次展示单价(千次)	11.74	10.49
业务收入(万元)	1,217.43	14,577.38
产品三 NetworkMaster		
广告展示量(亿次)		21.24
千次展示单价(千次)		12.54
业务收入(万元)		2,663.34
产品四 Power Clean-IOS		
广告展示量(亿次)		1.14
千次展示单价(千次)		19.18
业务收入(万元)		218.58
产品五 Power Security		
广告展示量(亿次)		7.49
千次展示单价(千次)		11.86
业务收入(万元)		888.76
产品六工具类其他产品		

项目名称	2015 年	2016 年
广告展示量(亿次)	0.34	13.36
千次展示单价(千次)	20.31	14.70
业务收入(万元)	69.77	1,965.27
合计	2,986.71	43,107.13

由于狮之吼产品在不同国家,广告展示量和展示单价存在较大差异,本次评估对于每款产品分为三块区域分别来预测:区域一:北美洲、欧洲、澳大利亚地区);区域二:日、韩、新加坡、港、台、中东地区;区域三:南美洲、非洲、印度、印尼、泰国等部分亚洲地区。

对于未来年度每款产品收入预测,评估人员通过分析对比 2015 年及 2016 年产品千次展示单及千次展示次数数值的变化,合理确定参数。

未来年度主营收入预测如下

项目名称	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年及 永续
Power Clean						
广告展示量(亿次)	161.86	187.17	218.07	239.88	259.07	290.16
千次展示单价(千次)	15.90	15.70	15.54	15.38	15.23	15.23
业务收入(万元)	25,742.37	29,378.45	33,887.29	36,903.26	39,456.97	39,456.97
Power Battery						
广告展示量(亿次)	150.76	168.89	199.14	219.05	236.57	236.57
千次展示单价(千次)	10.91	11.14	10.91	10.69	10.48	10.48
业务收入(万元)	16,443.44	18,807.87	21,732.08	23,427.19	24,795.33	24,795.33
NetworkMaster						
广告展示量(亿次)	68.78	107.28	149.35	182.21	209.54	209.54

项目名称	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年及 永续
千次展示单价 (千次)	11.02	11.07	10.96	10.74	10.53	10.53
业务收入 (万元)	7,579.59	11,878.65	16,371.45	19,573.70	22,059.56	22,059.56
Power Clean-IOS						
广告展示量(亿次)	8.53	14.89	19.86	22.84	25.58	25.58
千次展示单价 (千次)	16.58	14.99	14.69	14.39	14.11	14.11
业务收入 (万元)	1,413.19	2,231.99	2,917.04	3,287.50	3,608.36	3,608.36
Power Security						
广告展示量(亿次)	68.84	113.16	130.13	149.65	172.10	172.10
千次展示单价 (千次)	10.00	10.50	10.29	10.09	9.89	9.89
业务收入 (万元)	6,883.60	11,886.60	13,396.20	15,097.52	17,014.90	17,014.90
工具类其他产品						
广告展示量(亿次)	18.47	21.44	25.73	28.82	31.70	31.70
千次展示单价 (千次)	12.50	13.74	13.47	13.20	12.94	12.94
业务收入 (万元)	2,309.40	2,946.96	3,465.62	3,803.86	4,100.57	4,100.57
合计	60,371.58	77,130.50	91,769.68	102,093.03	111,035.69	111,035.69

现举例标的公司主要产品 Power Battery 评估机构对于千次展示单价的预测逻辑:

Power Battery 千次展示单价预测情况说明: 2015 年、2016 年标的公司产品 Power Battery 千次展示单价分别为 11.74 万元、10.49 万元, 呈下降趋势。采用收益法对未来年度主营收入进行预测时, 2017 年、2018 年 Power Battery 的千次展示单价分别 10.91、11.14, 呈上升趋势, 主要原因为:

Power Battery 于 2015 年 8 月投入运营, 投入地区为全球 100 多个国家,

AppAnnie 数据显示, Power Battery 在 2017 年 2 月 4 日每日排名中, 2 个国家进入总榜前五, 5 个国家进入总榜前十, 74 个国家总榜进入前一百。3 个国家排应用榜首位, 2 个国家进入应用榜前五, 8 个国家进入应用榜前十, 84 个国家进入应用榜前 100 名。9 个国家工具榜 TOP1, 39 个国家工具榜 TOP5, 70 个国家工具榜 TOP10, 103 个国家进入工具榜前 100 名。

根据 Power Battery 产品地区分布特点, 本次划分为三个大区域分别来预测, 分别为: 区域一 (发达国家): 北美洲、欧洲、澳大利亚等地区; 区域二 (亚洲发达国家): 日、韩、新加坡、港、台、中东地区; 区域三 (发展中国家): 南美洲、非洲、印度、印尼、泰国等部分亚洲地区, 本次报告书千次展示单价为三个区域的综合单价。

评估机构通过统计狮之吼 Power Battery 软件千次展示数量和千次展示单价历史数据, 了解到不同国家和地区千次展示单价差异较大, 千次展示单价区域一 (发达国家) > 区域二 (亚洲发达国家) > 区域三 (发展中国家), 统计数据如下:

时间	地区		
	欧美 (单价)	日、韩、中东 (单价)	东南亚、南美、非洲 (单价)
2015	35.39	17.68	1.45
2016	27.77	13.66	1.37

同时评估人员经过与企业人员访谈了解, 狮之吼公司产品投放策略及发展情况如下:

Power Battery产品

时间	地区		
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲
2015	缓速增长期	启动期	启动期
2016	高速增长期	高速增长期	启动期
2017	缓速增长期	缓速增长期	缓速增长期
2018	平稳增长期	缓速增长期	高速增长期
2019	平稳增长期	平稳增长期	高速增长期
2020	维持期总量期	平稳增长期	平稳增长期
2021	维持期总量期	维持期总量期	平稳增长期

通过上述统计，评估人员通过与企业人员访谈了解，产品投入初期由于发达国家和亚洲发达国家市场已相对成熟，千次展示单价较高，故狮之吼公司对于发达国家和发展中国家投放的推广费较多，获取的用户也较多；而对于发展中国家市场不成熟，为了进入市场并保证市场占有率获取用户，在产品投放初期，不收取广告费或采用较低的价格收取广告费，发展中国家的千次展示单价显著低于发达国家，2016 年发达国家地区用户量保持增长，但是用户量占整体用户量的比例有一定幅度下降，因此千次展示单价受到千次展示单价较低的发展中国家用户数量占比上升的影响，2016 年千次展示单价相比于 2015 年有所下降。随着产品使用人数的增加及市场环境的变化，狮之吼公司产品矩阵形成后，将继续保持现有的各地区用户数量占比不变，同时受益于市场整体的正常增长，本次评估预测千次展示单价在 2017 年及 2018 年产品展示综合单价环比将呈现出 2-4%小幅度提升,2018 年至永续年，随着发展中国家用户人数的增多，在收入中所占的比重不断提升，未来年度的单价将呈现 2%-4%环比降的趋势。

本次评估人员统计出狮之吼公司提供的各产品 2017 年 1-7 月份运营数据并与评估预测的预测数据进行对比，对比情况如下：

时间	地区			合计
	欧美	日、韩、中东	东南亚、南美、非洲	
评估预测数值				
千次展示单价	21.71	10.63	1.47	8.25
千次展示次数（千次）	2,204,239.80	1,383,678.00	4,862,645.25	8,450,563.1
收入金额（万元）	4,786.37	1,471.38	712.94	6,970.68
实际发生数值				
千次展示单价	21.18	10.23	1.37	8.23
千次展示次数（千次）	2,381,934	1,459,623	4,925,250	8,766,807
收入金额（万元）	5,044.43	1,493.42	673.95	7,211.80

经过分析后评估机构预测的数值与企业实际发生的数值基本相符，综合单价水平基本一致，本次对于千次展示单价的预测合理。

评估机构核查意见：

综上，评估机构（1）通过核查成都狮之吼公司预测期应用产品的主要运营参数情况，比对报告期主要产品的用户总数、新增用户数等数值，评估机构认为未来年度千次展示次数趋势预测的具有合理性；（2）通过披露狮之吼未来年度主

要产品收入增长预测依据，并分析软件产品生命周期、主要产品流水经营数据，评估机构认为预测经营数据与企业实际发生数据基本相符，未来收入预测具有可靠性。(3)通过分析行业发展情况、狮之吼所处行业地位情况以及实际运营数据，评估机构认为预测期千次展示单价具有合理性。

六. 申请材料显示，本次交易完成后，在上市公司合并资产负债表中因本次收购狮之吼 100%股权将形成商誉 268,240.01 万元，占上市公司截至 2017 年 4 月 30 日备考总资产比例 71.54%。请你公司补充披露：1) 本次交易对商誉影响数的具体测算过程及依据，是否符合《企业会计准则》的相关规定。2) 备考合并报表编制是否已充分辨认和合理判断狮之吼拥有的但未在其财务报表中确认的无形资产，包括但不限于专利权、商标权、著作权、专有技术、销售网络、客户关系、特许经营权、合同权益等。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

1、商誉测算过程及依据

回复：

根据上市公司 2017 年 6 月 23 日召开的第二届董事会第三十次会议审议通过的《四川迅游网络科技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（草案）》（修订稿），本次交易的评估基准日为 2016 年 12 月 31 日，标的公司狮之吼全部股权的评估价值为 277,849.62 万元。经交易各方协商，狮之吼 100%股权的交易作价为 270,000.00 万元，其中以现金方式支付 32,500.00 万元、以发行股份的方式支付 237,500.00 万元。

原备考合并财务报表假设发行股份及支付现金购买资产的交易已于 2016 年 1 月 1 日实施完成，上市公司自 2016 年 1 月 1 日将狮之吼纳入合并范围。本次备考合并财务报表之商誉，以长期股权投资成本 270,000.00 万元与 2016 年 1 月 1 日可辨认净资产公允价值之间的差额确定。由于合并日狮之吼的可辨认净资产公允价值暂时无法取得，2016 年 1 月 1 日狮之吼合并入账的各项净资产价值暂以狮之吼经审计后的账面价值确定。

商誉的具体测算过程如下表

(单位：万元)：

项目	2016 年 1 月 1 日
合并成本①	270,000.00
可辨认净资产公允价值（暂以账面值确定）②	1,759.99

上市公司收购比例③	100%
上市公司取得的可辨认净资产公允价值份额(④=②×③)	1,759.99
合并成本超过取得的可辨认净资产公允价值份额的差额 (⑤=①-④)	268,240.01
商誉	268,240.01

收到贵会反馈意见后,为了让备考合并财务报表的信息更接近于并购完成后的实际情况,为投资者提供更有价值的财务信息,上市公司聘请我公司对狮之吼可辨认资产和负债公允价值进行了评估,对截止 2016 年 12 月 31 日狮之吼可辨认资产、负债的价值重新进行了辨认和确认,并重新修订了备考合并财务报告。

根据我公司出具的《成都狮之吼科技有限公司可辨认资产和负债公允价值项目评估报告书》【天兴评报字(2017)第 1007 号】,2016 年 12 月 31 日狮之吼可辨认净资产公允价值为 37,618.78 万元。修订后的备考合并财务报表之商誉系以本次交易对价与狮之吼 2016 年 12 月 31 日可辨认净资产公允价值之间的差额,考虑所得税影响,并假定此商誉金额自 2016 年 1 月 1 日起持续不变,,确认商誉价值 234,175.60 万元,具体测算过程如下表(单位:万元):

项目	2016 年 1 月 1 日
合并成本①	270,000.00
评估确定的可辨认净资产公允价值②	37,618.78
应确认的递延所得税③	1,794.39
考虑所得税影响后可辨认净资产公允价值(④=②-③)	35,824.39
上市公司收购比例⑤	100%
上市公司取得的可辨认净资产公允价值份额(⑥=④×⑤)	35,824.39
合并成本超过取得的可辨认净资产公允价值份额的差额 (⑦=①-⑥)	234,175.61
商誉	234,175.61

迅游科技已按上述商誉计算过程和结果重新修订了备考合并财务报表,并在备考合并财务报表附注及中对商誉的确认过程作了充分披露。

需说明的是,由于备考合并财务报表基准日和实际购买日不一致,因此备考合并财务报表中确定的商誉与交易完成后基于实际购买日的状况的商誉可能会存在差异。

2、备考合并报表编制中对狮之吼拥有的无形资产确认情况

上市公司对截止 2016 年 12 月 31 日狮之吼可辨认资产、负债的价值重新进行了梳理和确认，根据我公司出具的《成都狮之吼科技有限公司可辨认资产和负债公允价值项目评估报告书》【天兴评报字（2017）第 1007 号】，2016 年 12 月 31 日狮之吼可辨认净资产公允价值为 37,618.78 万元，其中狮之吼拥有的但未在其财务报表中确认的无形资产为 10,253.62 万元，明细如下：

内容或名称	数量	公允价值（万元）
软件著作权	16	10,253.00
注册商标	2	0.62

根据《企业会计准则》相关规定，迅游科技对狮之吼拥有的无形资产进行了充分分析和判断。根据狮之吼拥有的资产形态和经营实际，截止评估基准日，狮之吼拥有的无形资产包括软件著作权和注册商标，不存在根据《企业会计准则》可以作为无形资产确认的专利权、专有技术、销售网络、客户关系、特许经营权、合同权益等。根据《企业会计准则》相关规定，该等软件著作权和注册商标符合《企业会计准则》相关规定，应确认为无形资产。

迅游科技在备考合并财务报表编制过程中，以聘请的评估机构出具的专业评估报告为参考依据，确认的狮之吼无形资产包括软件著作权和注册商标。

软件著作权的评估：评估机构在提供专业评估意见过程中，将软件著作权作为技术类无形资产，采用收益法（技术提成方法）对软件著作权进行估值。该估值方法假设公司产品的生产、销售过程中技术对其创造的利润是有贡献的，故采用适当方法估算确定技术对产品所创造利润的贡献率，并进而确定技术对产品现金流的贡献，再选取恰当的折现率，将产品中每年技术对现金流的贡献折为现值，以此作为技术的评估价值。

商标权的评估：狮之吼成立于 2014 年，商标注册时间为 2016 年 6 月，评估机构认为截止评估基准日，该商标的注册时间短且不是知名商标，目前企业产品的收益主要依托于软件产品，鉴于狮之吼相关产品及服务主要以软件著作权等技术资源为核心，商标作为该等技术资源的外在表现，主要起标识作用，对狮之吼的业绩贡献并不显著，故采用成本法进行评估。

评估机构核查意见：

经核查,评估机构认为迅游科技修订后备考合并财务报表有关商誉影响数的测算过程及依据符合《企业会计准则》的相关规定,本次所出具可辨认净资产的报告已充分辨认和合理判断狮之吼拥有但未在其财务报表中确认的无形资产。

（本页无正文，为《北京天健兴业资产评估有限公司关于四川迅游网络科技股份有限公司发行股份及支付现金购买资产申请文件反馈意见的回复》之盖章页）

资产评估师（签名）：
王春年

陈煜
陈煜

