

海通证券股份有限公司

关于

深圳证券交易所《关于对浙江金科文化产业股份有限公司的重组问询函》

之

专项核查意见

独立财务顾问



签署日期：二零一七年九月

**海通证券股份有限公司关于
深圳证券交易所《关于对浙江金科文化产业股份有限公司的
重组问询函》之专项核查意见**

深圳证券交易所创业板公司管理部：

浙江金科文化产业股份有限公司（以下简称“金科文化”或“公司”）于 2017 年 9 月 6 日收到贵部下发的《关于对浙江金科文化产业股份有限公司的重组问询函》（创业板许可类重组问询函【2017】第 49 号）。海通证券作为该次重组的独立财务顾问，现根据问询函所涉问题进行说明和解释，具体内容如下：

本专项核查意见所述的词语或简称与《浙江金科文化产业股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）（修订稿）》中“释义”所定义的词语或简称具有相同的涵义。

一、报告书披露，联合好运以 10 亿美元的对价收购 Outfit7 的 100%股权，你公司全资子公司金科香港分别于 2017 年 1 月、6 月收购联合好运 10%、25%股权，间接持有 Outfit7 部分股权。请你公司：（1）补充披露金科香港受让联合好运 35%股权的价格，并说明定价依据及公允性；（2）补充披露金科香港近两年又一期财务数据情况；（3）补充披露联合好运近两年又一期财务数据情况；（4）补充披露 Outfit7 目前股权架构中是否存在股权代持行为。请财务顾问核查并发表明确意见。

回复：

（一）金科香港受让联合好运 35%股权的定价依据及公允性

时间	受让股数 (股)	受让股权比 例(%)	受让价格(美 元)	定价依据
2017年1月	5,000	10	5,000	由于联合好运的资产结构主要为 Outfit7 100%的股权及为取得该股权形成的负债，转让价格参考注册资本，每股注册资本 1 美元
2017年6月	12,500	25	12,500	由于联合好运的资产结构主要为 Outfit7 100%的股权及为取得该股权形成的负债，转让价格参考注册资本，每股注册资本 1 美元
合计	17,500	35	17,500	-

由于联合好运是新设立的公司，公司注册资本为 5 万美元，结合投资人的产业背景及未来双方具有非常大的业务协同性，经双方协商一致，联合好运以原始注册资本作为定价依据，系双方自愿、协商一致的结果，股权转让系双方真实意愿的表示。

根据联合好运的董事会决议，上述交易及交易定价已经联合好运权力机构批准。根据金科香港提供的股权转让款的支付凭证，上述股权转让价款已分别于 2017 年 3 月 29 日和 2017 年 6 月 21 日支付。

（二）金科香港最近两年一期的财务数据

金科香港成立于 2016 年 6 月，其最近一年一期未经审计的主要财务数据如下：

1、金科香港最近一年一期的主要资产负债表数据

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产	1,700.96	34.54
非流动资产	7,875.50	5,377.71
资产总计	9,576.46	5,412.25
流动负债	1,681.34	-
负债合计	1,681.34	-
所有者权益	7,895.12	5,412.25

2、金科香港最近一年一期的主要利润表数据

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
营业收入	1,706.05	-
营业利润	2,434.60	-54.88
利润总额	2,434.60	-54.88
净利润	2,432.74	-54.88

（三）联合好运最近两年一期的财务数据

联合好运成立于 2016 年 11 月，其最近一年一期未经审计的主要财务数据如下：

1、联合好运最近一年一期的主要资产负债表数据

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产	97,283.75	105,689.97
非流动资产	657,113.89	667,354.02
资产总计	754,397.64	773,043.99
流动负债	72,539.49	91,939.11
非流动负债	684,214.40	700,637.00
负债合计	756,753.89	792,576.11
股东权益	-2,356.25	-19,532.12

2、联合好运最近一年一期的主要利润表数据

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
营业总收入	42,404.18	-
营业利润	14,559.14	-19,508.70
利润总额	14,556.89	-19,508.70
净利润	13,528.24	-19,508.70

（四）Outfit7 股权架构中不存在代持行为

截至本报告书签署日，Lily、Ryuki 和联合好运分别持有 Outfit7 的 28%、28% 和 44% 股权。根据 Outfit7 股东 Lily、Ryuki 和联合好运出具的《股权权属情况确认函》及对 Lily、Ryuki 和联合好运的董事的访谈确认，Lily、Ryuki 和联合好运对 Outfit7 的股权拥有完整的所有权，持有的 Outfit7 股权权属清晰，不存在现实或潜在的权属纠纷，不存在委托持股、信托持股或类似安排。

综上所述，Outfit7 目前股权架构中不存在股权代持行为。

（五）核查意见

经核查，本独立财务顾问认为：联合好运是新设公司，注册资本为 5 万美元，金科香港受让联合好运 35% 股权的定价参考联合好运的注册资本，结合投资人的产业背景及未来双方具有的业务协同性，系双方自愿、协商一致的结果，股权转让系双方真实意愿的表示。根据 Lily、Ryuki 和联合好运的确认及对其董事的访谈，Outfit7 目前股权架构中不存在股权代持行为。

二、报告书显示，Outfit7 主要移动应用产品在俄罗斯、巴西、欧美等国家或地区的月均活跃用户占比逐年下降，仅中国、印度等少数国家有所上升。请你公司：（1）按地区补充披露 Outfit7 各主要移动应用产品月活跃用户数据；（2）按地区补充披露报告期内 Outfit7 各主要移动应用产品营业收入；（3）说明 Outfit7 各主要移动应用产品按地区分布的月活跃用户与营业收入变化是否匹配。请财务顾问核查并发表明确意见。

回复：

（一）Outfit7 主要移动应用产品在各地区的月活跃用户数及营业收入匹配

情况

报告期内，Outfit7 从战略发展角度考虑，逐步加大中国等亚太地区的市场推广力度，从而使该等地区活跃用户数快速增长，并带动 Outfit7 主要移动应用产品整体活跃用户数量的增长。其中，2015 年度平均月活跃用户数为 2.33 亿人，2016 年平均月活跃用户数为 2.64 亿人，2017 年 1-6 月平均月活跃用户数达到 3.01 亿人。报告期内，Outfit7 各主要应用产品按地区分布的平均 MAU 及相应地区的营业收入情况如下所示：

1、《我的汤姆猫》

地区	2017 年 1-6 月				2016 年				2015 年			
	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU(万 人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU(万 人)	占比	收入(万 美元)	占比
中国	2,487.39	29.33%	384.06	21.52%	2,012.17	25.67%	867.81	22.79%	869.60	12.35%	905.52	18.77%
印度	647.57	7.64%	50.02	2.80%	401.47	5.12%	76.51	2.01%	232.98	3.31%	81.62	1.69%
俄罗斯	501.34	5.91%	115.18	6.45%	535.02	6.83%	168.41	4.42%	679.28	9.64%	267.31	5.54%
越南	476.47	5.62%	52.99	2.97%	470.63	6.00%	93.18	2.45%	470.20	6.68%	111.78	2.32%
美国	409.58	4.83%	380.64	21.33%	460.00	5.87%	940.86	24.71%	521.09	7.40%	1,208.07	25.04%
巴西	408.66	4.82%	109.92	6.16%	430.03	5.49%	157.38	4.13%	564.23	8.01%	171.29	3.55%
印度尼西亚	253.88	2.99%	33.49	1.88%	186.85	2.38%	58.15	1.53%	118.13	1.68%	40.62	0.84%
土耳其	234.80	2.77%	25.95	1.45%	233.18	2.98%	59.36	1.56%	254.64	3.62%	70.29	1.46%
墨西哥	216.18	2.55%	37.67	2.11%	230.27	2.94%	81.44	2.14%	293.68	4.17%	112.09	2.32%
乌克兰	148.43	1.75%	13.45	0.75%	135.00	1.72%	16.05	0.42%	138.33	1.96%	15.61	0.32%
泰国	129.87	1.53%	18.08	1.01%	138.80	1.77%	42.27	1.11%	148.85	2.11%	48.32	1.00%
哥伦比亚	111.63	1.32%	16.64	0.93%	125.37	1.60%	25.36	0.67%	195.99	2.78%	50.65	1.05%
阿根廷	110.56	1.30%	16.91	0.95%	106.22	1.36%	37.50	0.98%	96.59	1.37%	39.63	0.82%
法国	99.81	1.18%	54.90	3.08%	112.16	1.43%	121.18	3.18%	133.87	1.90%	167.65	3.48%
英国	89.51	1.06%	62.97	3.53%	106.22	1.36%	164.47	4.32%	123.74	1.76%	221.56	4.59%
南非	81.31	0.96%	16.93	0.95%	84.75	1.08%	42.09	1.11%	45.44	0.65%	28.58	0.59%
德国	80.09	0.94%	60.78	3.41%	89.37	1.14%	135.15	3.55%	98.05	1.39%	162.15	3.36%
菲律宾	76.45	0.90%	6.19	0.35%	61.09	0.78%	11.42	0.30%	56.48	0.80%	16.15	0.33%
沙特阿拉伯	66.84	0.79%	16.82	0.94%	81.01	1.03%	29.35	0.77%	105.72	1.50%	31.09	0.64%
波兰	64.82	0.76%	11.72	0.66%	70.82	0.90%	27.12	0.71%	82.43	1.17%	32.80	0.68%

地区	2017 年 1-6 月				2016 年				2015 年			
	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU(万 人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU(万 人)	占比	收入(万 美元)	占比
意大利	56.57	0.67%	17.79	1.00%	63.55	0.81%	49.34	1.30%	73.38	1.04%	65.02	1.35%
其他国家和地区	1,727.85	20.38%	281.50	15.77%	1,703.36	21.73%	603.22	15.84%	1,740.99	24.72%	976.07	20.23%
合计	8,479.62	100.00%	1,784.59	100.00%	7,837.33	100.00%	3,807.63	100.00%	7,043.71	100.00%	4,823.86	100.00%

注：表中 MAU 均指当年/期的平均 MAU，即各年/期的 MAU=当年各月的 MAU 之和/当年该应用运营的月份数，下同。

报告期内，《我的汤姆猫》总体活跃用户数呈现上升趋势，主要原因系 Outfit7 于 2016 年将重心放至亚太地区的推广上，来自中国、印度等国家的活跃用户数上升，其活跃用户数占比亦逐年上升，相应来自中国、印度的营业收入占比亦呈现上升趋势，俄罗斯、美国、巴西、法国等国家的活跃用户数及占比降低，来自该等国家的营业收入占比亦有所下降。因此报告期内，《我的汤姆猫》按地区分布的活跃用户数的变化趋势与来自该等国家或地区的营业收入的变化趋势是匹配的。

2、《我的安吉拉》

地区	2017 年 1-6 月				2016 年				2015 年			
	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比
中国	1,876.17	30.57%	284.38	21.43%	1,294.69	24.54%	605.44	22.01%	456.41	10.71%	546.73	13.24%
巴西	395.31	6.44%	106.94	8.06%	430.21	8.15%	152.21	5.53%	530.48	12.45%	259.56	6.29%
印度	357.24	5.82%	28.71	2.16%	190.88	3.62%	39.41	1.43%	78.20	1.83%	46.58	1.13%
俄罗斯	303.62	4.95%	61.61	4.64%	325.59	6.17%	92.33	3.36%	400.89	9.41%	236.62	5.73%
美国	298.10	4.86%	309.50	23.33%	322.27	6.11%	719.65	26.16%	347.79	8.16%	1,157.95	28.05%
越南	278.17	4.53%	31.09	2.34%	265.13	5.02%	47.86	1.74%	222.51	5.22%	64.12	1.55%

地区	2017 年 1-6 月				2016 年				2015 年			
	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比
印度尼西亚	206.79	3.37%	24.09	1.82%	130.61	2.48%	36.58	1.33%	54.64	1.28%	29.80	0.72%
土耳其	130.76	2.13%	12.71	0.96%	132.70	2.52%	28.39	1.03%	142.47	3.34%	45.56	1.10%
墨西哥	118.00	1.92%	21.62	1.63%	124.93	2.37%	39.53	1.44%	147.42	3.46%	74.54	1.81%
乌克兰	94.01	1.53%	7.46	0.56%	82.74	1.57%	9.07	0.33%	80.78	1.90%	13.11	0.32%
菲律宾	77.91	1.27%	5.89	0.44%	58.56	1.11%	10.32	0.38%	44.69	1.05%	18.70	0.45%
阿根廷	75.73	1.23%	10.67	0.80%	69.99	1.33%	21.24	0.77%	58.30	1.37%	31.51	0.76%
法国	73.69	1.20%	40.56	3.06%	80.81	1.53%	95.19	3.46%	85.05	2.00%	153.12	3.71%
泰国	72.18	1.18%	9.10	0.69%	73.52	1.39%	19.80	0.72%	73.18	1.72%	29.48	0.71%
南非	69.44	1.13%	12.82	0.97%	60.07	1.14%	25.53	0.93%	19.34	0.45%	21.68	0.53%
德国	60.73	0.99%	47.47	3.58%	66.55	1.26%	107.48	3.91%	65.46	1.54%	153.16	3.71%
哥伦比亚	59.98	0.98%	8.59	0.65%	66.86	1.27%	11.92	0.43%	103.12	2.42%	25.77	0.62%
英国	54.56	0.89%	40.09	3.02%	61.65	1.17%	104.68	3.81%	65.79	1.54%	162.74	3.94%
沙特阿拉伯	51.27	0.84%	12.71	0.96%	69.23	1.31%	24.48	0.89%	84.32	1.98%	39.05	0.95%
波兰	50.93	0.83%	9.23	0.70%	56.15	1.06%	20.20	0.73%	61.44	1.44%	35.87	0.87%
意大利	38.85	0.63%	11.94	0.90%	42.60	0.81%	32.40	1.18%	43.64	1.02%	56.12	1.36%
其他国家和地区	1,393.31	22.70%	229.62	17.31%	1,270.47	24.08%	507.05	18.43%	1,096.61	25.73%	926.09	22.44%
合计	6,136.75	100.00%	1,326.80	100.00%	5,276.21	100.00%	2,750.73	100.00%	4,262.52	100.00%	4,127.86	100.00%

报告期内,《我的安吉拉》总体活跃用户数呈上升趋势,主要原因系 Outfit7 于 2016 年将重心放至在亚太地区的推广上,来自中国、印度、印度尼西亚等国家的活跃用户数逐年上升,其活跃用户数占比亦逐年上升,相应来自中国、印度、印度尼西亚等国家的营业收入亦呈现上升趋势,美国、法国、德国等欧美国家的活跃用户数占比相应降低,来自该等国家的营业收入占比亦有所下降。因此报告

期内,《我的安吉拉》按地区分布的活跃用户数的变化趋势与来自该等国家或地区的营业收入的变化趋势是匹配的。

3、《汤姆猫跑酷》

地区	2017 年 1-6 月				2016 年			
	MAU(万人)	占比	收入(万美元)	占比	MAU(万人)	占比	收入(万美元)	占比
中国	2,193.75	46.88%	384.51	31.73%	1,020.16	30.01%	242.62	22.23%
美国	251.94	5.38%	319.33	26.35%	270.64	7.96%	362.50	33.21%
俄罗斯	249.64	5.33%	60.46	4.99%	206.31	6.07%	42.91	3.93%
巴西	176.19	3.77%	43.23	3.57%	213.54	6.28%	36.76	3.37%
印度	161.44	3.45%	11.61	0.96%	128.47	3.78%	8.29	0.76%
越南	156.56	3.35%	17.37	1.43%	140.64	4.14%	10.38	0.95%
土耳其	87.92	1.88%	12.30	1.01%	82.29	2.42%	11.40	1.04%
印度尼西亚	80.67	1.72%	8.09	0.67%	61.26	1.80%	4.92	0.45%
乌克兰	78.38	1.68%	6.69	0.55%	55.89	1.64%	4.38	0.40%
墨西哥	65.66	1.40%	8.92	0.74%	70.36	2.07%	8.09	0.74%
阿根廷	52.44	1.12%	8.71	0.72%	48.53	1.43%	5.83	0.53%
英国	48.82	1.04%	45.27	3.74%	60.35	1.78%	66.33	6.08%
法国	48.19	1.03%	29.77	2.46%	55.54	1.63%	36.97	3.39%
德国	43.34	0.93%	32.29	2.66%	46.93	1.38%	39.86	3.65%
泰国	35.72	0.76%	4.78	0.39%	38.41	1.13%	3.97	0.36%
韩国	33.86	0.72%	27.10	2.24%	24.92	0.73%	17.55	1.61%
波兰	33.73	0.72%	7.49	0.62%	28.76	0.85%	5.88	0.54%
沙特阿拉伯	30.81	0.66%	6.84	0.56%	40.14	1.18%	6.36	0.58%
哥伦比亚	28.25	0.60%	2.90	0.24%	34.15	1.00%	2.82	0.26%

地区	2017 年 1-6 月				2016 年			
	MAU(万人)	占比	收入(万美元)	占比	MAU(万人)	占比	收入(万美元)	占比
其他国家和地区	822.24	17.57%	174.25	14.38%	772.30	22.72%	173.69	15.91%
合计	4,679.54	100.00%	1,211.91	100.00%	3,399.59	100.00%	1,091.52	100.00%

Outfit7 于 2016 年 6 月推出《汤姆猫跑酷》后，其总体的活跃用户数及营业收入均呈现上升趋势，主要原因系来自中国、印度、越南、俄罗斯等国家的活跃用户数上升趋势较为显著，该等国家贡献的收入金额及占比均相应上升。虽然其来自美国、英国、法国、德国等国家的收入占比随着该等国家活跃用户数占比的下降而有所下降，但其下降幅度小于中国、印度、越南、俄罗斯等国家收入的增长幅度，因此《汤姆猫跑酷》总体活跃用户数及营业收入仍呈现上升趋势，《汤姆猫跑酷》的活跃用户数变化趋势与该等国家或地区的营业收入的变化趋势是匹配的。

4、《我的汉克狗》

地区	2017 年 1-6 月			
	MAU(万人)	占比	收入(万美元)	占比
中国	510.99	29.65%	114.97	26.64%
美国	152.14	8.83%	132.35	30.66%
俄罗斯	122.85	7.13%	18.67	4.33%
巴西	100.09	5.81%	16.33	3.78%
印度	78.25	4.54%	4.21	0.98%
越南	60.46	3.51%	4.78	1.11%
印度尼西亚	49.10	2.85%	4.27	0.99%
土耳其	38.75	2.25%	3.52	0.82%
乌克兰	35.45	2.06%	2.11	0.49%

地区	2017 年 1-6 月			
	MAU (万人)	占比	收入 (万美元)	占比
墨西哥	33.33	1.93%	3.51	0.81%
法国	26.19	1.52%	12.24	2.83%
英国	25.11	1.46%	16.27	3.77%
阿根廷	24.07	1.40%	2.32	0.54%
德国	20.08	1.16%	12.89	2.99%
波兰	19.09	1.11%	2.85	0.66%
泰国	17.81	1.03%	1.73	0.40%
其他国家和地区	409.86	23.78%	78.61	18.21%
合计	1,723.63	100.00%	431.64	100.00%

《我的汉克狗》系于 2017 年 1 月进行全球正式发布。该产品来自中国的活跃用户数及收入占比均较高，虽然该产品来自美国的活跃用户数占比仅为 8.83%，但美国贡献的收入达到 30.66%。与美国类似，虽然英国、法国、德国等发达国家的活跃用户数占比较少，但其贡献的营业收入占比较高，主要原因系广告主通过营销服务商向该等地区投放广告的金额较大。

5、《会说话的汤姆猫 2》

地区	2017 年 1-6 月				2016 年				2015 年			
	MAU (万人)	占比	收入 (万美元)	占比	MAU (万人)	占比	收入 (万美元)	占比	MAU (万人)	占比	收入 (万美元)	占比
中国	656.84	39.44%	60.39	46.46%	886.92	40.09%	172.31	48.20%	1,154.73	36.94%	207.75	37.14%
印度	258.35	15.51%	6.91	5.32%	217.72	9.84%	12.77	3.57%	287.67	9.20%	22.91	4.09%
美国	72.58	4.36%	20.09	15.46%	99.54	4.50%	59.73	16.71%	145.35	4.65%	109.75	19.62%
越南	42.24	2.54%	1.58	1.21%	68.96	3.12%	3.89	1.09%	109.31	3.50%	7.26	1.30%

地区	2017 年 1-6 月				2016 年				2015 年			
	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU (万人)	占比	收入(万 美元)	占比	MAU(万 人)	占比	收入(万 美元)	占比
俄罗斯	41.99	2.52%	2.57	1.97%	61.91	2.80%	5.99	1.68%	102.15	3.27%	11.35	2.03%
巴西	36.76	2.21%	7.36	5.66%	56.20	2.54%	10.64	2.98%	79.79	2.55%	17.36	3.10%
印度尼西亚	36.11	2.17%	1.03	0.80%	49.27	2.23%	3.32	0.93%	71.06	2.27%	6.88	1.23%
土耳其	30.47	1.83%	1.41	1.08%	45.95	2.08%	4.20	1.17%	76.41	2.44%	7.34	1.31%
墨西哥	21.71	1.30%	0.99	0.76%	34.70	1.57%	3.67	1.03%	44.87	1.44%	4.77	0.85%
英国	17.39	1.04%	2.98	2.29%	26.25	1.19%	10.85	3.03%	39.33	1.26%	20.45	3.66%
沙特阿拉伯	14.75	0.89%	1.14	0.88%	25.28	1.14%	2.37	0.66%	53.72	1.72%	4.66	0.83%
阿根廷	13.70	0.82%	0.49	0.38%	19.82	0.90%	1.76	0.49%	22.14	0.71%	2.29	0.41%
法国	13.00	0.78%	1.40	1.08%	21.46	0.97%	5.30	1.48%	35.26	1.13%	11.45	2.05%
其他国家和地区	409.69	24.60%	21.65	16.65%	598.11	27.04%	60.67	16.97%	904.50	28.93%	125.17	22.38%
合计	1,665.58	100.00%	129.99	100.00%	2,212.08	100.00%	357.46	100.00%	3,126.29	100.00%	559.39	100.00%

报告期内,《会说话的汤姆猫 2》活跃用户数及收入出现下降,主要原因系《会说话的汤姆猫 2》于 2011 年推出至今,已逐步度过成熟期,来自各国家或地区的收入金额,随着来自各国家或地区的活跃用户数的下降而逐步降低。因此,报告期内《会说话的汤姆猫 2》活跃用户数的变化趋势与该按地区分布的营业收入的变化趋势是匹配的。

综合上述分析,Outfit7 主要应用产品的地区营业收入受应用产品的生命周期、地区月活跃用户数、广告主通过营销服务商向该地区投放广告的金额的综合影响,Outfit7 主要应用产品按地区分布的月活跃用户与营业收入的变化整体是匹配的。

(二) 核查意见

经核查，本独立财务顾问认为：Outfit7 主要应用产品的地区营业收入受应用产品的生命周期、地区月活跃用户数、广告主通过营销服务商向该地区投放广告的金额的综合影响，Outfit7 主要应用产品按地区分布的月活跃用户与营业收入的变化整体是匹配的。

三、报告显示，报告期内 Outfit7 前五大供应商采购金额分别为 6776.9 万元、8709.48 万元、4404.81 万元；营业成本分别为 1218.48 万元、536.86 万元、431.29 万元；销售费用分别为 1550.86 万元、5357.40 万元、2329.27 万元；管理费用分别为 17652.31 万元、12896.69 万元、6119.07 万元。请你公司补充披露：（1）报告期内 Outfit7 前五大供应商具体采购内容；（2）说明报告期内 Outfit7 各期采购规模与营业成本、销售费用、管理费用是否匹配。请会计师和财务顾问核查并发表明确意见。

回复：

（一）报告期内 Outfit7 前五大供应商采购金额及采购内容

报告期内，Outfit7 向供应商采购的主要内容为视频制作、服务器及数据分享服务、广告推广服务、房屋租赁等。

单位：万元

2017 年 1-6 月				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额（不含税）	占当期采购金额比（%）
1	Arx anima animation studio GmbH	视频制作	2,094.05	25.47
2	Google Ireland Ltd.	应用程序和应用产品的引擎服务、服务器、数据分享服务	909.85	11.07
3	AppLovin Limited	广告推广服务	515.45	6.27
4	Unity Technologies Finland Oy	广告推广服务	514.94	6.26
5	Blagovno Trgovski Center, d.d	房屋租赁	370.52	4.51
合计			4,404.81	53.58
2016 年				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额（不含税）	占当期采购金额比（%）
1	Arx anima animation studio GmbH	视频制作	3,860.25	23.95
2	Google Ireland Ltd.	应用程序和应用产品的引擎服务、服务器、数据分享	1,507.05	9.35
3	AppLovin Limited	广告推广服务	1,455.72	9.03

4	Unity Technologies Finland Oy	广告推广服务	1,191.19	7.39
5	Blagovno Trgovski Center, d.d	房屋租赁	695.27	4.31
合计			8,709.48	54.04
2015 年				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额（不含税）	占当期采购金额比（%）
1	Arx anima animation studio GmbH	视频制作	4,177.45	31.94
2	Google Ireland Ltd.	应用程序和应用产品的引擎服务、服务器、数据分享	1,274.74	9.75
3	Blagovno Trgovski Center, d.d	房屋租赁	484.14	3.70
4	ZOMG LTD	版权金	437.69	3.35
5	CDNetworks Inc	应用程序及应用产品的引擎服务	402.87	3.08
合计			6,776.90	51.82

(二) 报告期内 Outfit7 各期采购规模与营业成本、销售费用、管理费用的匹配

报告期各期 Outfit7 采购总额与营业成本、销售费用、管理费用情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
采购总额（A）	8,221.05	16,117.21	13,077.65
其中：营业成本（B）	431.29	536.86	1,218.48
管理费用	6,119.07	12,896.69	17,652.31
扣除：职工薪酬	2,655.13	5,234.85	5,186.30
折旧及摊销	1,104.09	3,981.55	2,205.89
差旅费及业务招待费	112.44	99.81	383.90
股权激励		-613.78	5,602.55
管理费用扣除后小计（C）	2,247.41	4,194.26	4,273.67
销售费用	2,329.27	5,357.40	1,550.86
扣除：差旅及业务招待费	167.12	33.62	101.56
销售费用扣除后小计（D）	2,162.15	5,323.78	1,449.30
外购固定资产（E）	88.57	276.85	205.49
外购无形资产（F）	3,291.63	5,785.46	5,930.71
差异（G=A-B-C-D-E-F）	-	-	-

Outfit7 的 2016 年采购总额较 2015 年上升，同期销售费用上升较大，主要

原因系 Outfit7 于 2016 年加大了在亚太市场的推广力度，销售费用出现增长；管理费用下降，主要原因系 2015 年股权激励费用较大，扣除上述影响后，管理费用略有上升。Outfit7 采购总额 2017 年 1-6 月较 2016 年保持稳定，同期管理费用、销售费用略微下降。此外，Outfit7 营业成本金额较小，对采购总额影响较小。

综上所述，报告期内 Outfit7 采购总额与其营业成本、管理费用及销售费用基本匹配。

（三）核查意见

经核查，本独立财务顾问认为：报告期内 Outfit7 采购规模与营业成本、销售费用、管理费用基本匹配。

四、报告书显示，Outfit7 用户分布于巴西、中国、法国、印度、印尼、美国等国家和地区，公司经营团队分布于斯洛文尼亚、塞浦路斯以及英国。请你公司：

（1）按地区补充披露 Outfit7 员工分布情况；（2）补充披露报告期内 Outfit7 的职工薪酬情况；（3）结合员工地区分布、行业情况说明 Outfit7 职工薪酬水平是否合理。请财务顾问核查并发表明确意见。

回复：

（一）报告期内按地区 Outfit7 员工分布情况

年度	英国	斯洛文尼亚	塞浦路斯	中国	韩国	美国	合计
2017 年 1-6 月	7.0	186.8	11.8	1.0	0.0	0.0	206.6
2016 年度	7.7	172.6	9.8	0.6	0.8	0.7	192.2
2015 年度	12.4	131.5	8.7	0.0	2.0	4.0	158.6

注：上述按地区分布统计的员工人数系根据当期各月人数加权平均计算所得，为确保准确性，平均人数保留小数。

（二）报告期内 Outfit7 的职工薪酬情况

单位：元

期间	项目	合计
2017 年 1-6 月	职工薪酬	40,223,642.71
	人均职工薪酬	194,693.33

2016 年度	职工薪酬	80,170,425.41
	人均职工薪酬	417,119.80
2015 年度	职工薪酬	71,511,695.21
	人均职工薪酬	450,893.41

注：报告期内 Outfit7 人均职工薪酬出现下降，主要原因系 Outfit7 因业务扩大，新入职的普通员工增加所致。

（三）报告期内 Outfit7 员工地区分布、行业情况与职工薪酬匹配情况

报告期内，Outfit7 员工主要分布于斯洛文尼亚、英国、塞浦路斯，Outfit7 在各主要国家的员工平均薪酬水平与当地 IT 行业的职工平均薪酬对比情况如下：

单位：元

年度	英国		斯洛文尼亚		塞浦路斯	
	可比薪酬水平 ¹	Outfit7 薪酬水平	可比薪酬水平	Outfit7 薪酬水平	可比薪酬水平	Outfit7 薪酬水平 ²
2017 年 1-6 月	148,176.39	255,445.09	95,112.66	165,348.63	103,704.00	624,044.79
2016 年度	290,782.97	624,321.96	185,384.37	345,594.69	211,176.00	1,362,970.21
2015 年度	276,593.68	768,234.44	173,801.01	326,224.91	194,101.67	1,370,771.06

注 1：可比薪酬水平系根据 Outfit7 主要员工所在国家的统计机构发布的 IT 行业员工平均薪酬数据，并进行换算取得；

注 2：Outfit7 在塞浦路斯的员工平均薪酬水平较高，主要原因系塞浦路斯员工为 Outfit7 的高级管理人员。

根据上述对比，报告期内 Outfit7 在各主要国家的员工平均薪酬水平均高于当地 IT 行业平均员工薪酬。

（四）核查意见

经核查，本独立财务顾问认为：报告期内 Outfit7 各地区的员工薪酬水平具有合理性。

五、本次交易利润补偿方案中，仅朱志刚、王健两人承诺了业绩补偿，补偿上限为其获得的交易对价总额，存在补偿承诺保障不足的风险。请你公司补充说明业绩补偿方案的公允性。请财务顾问核查并发表明确意见。

回复：

（一）本次交易业绩承诺安排符合《重组管理办法》的规定

根据《重组管理办法》第三十五条规定：“采取收益现值法、假设开发法等基于未来收益预期的方法对拟购买资产进行评估或者估值并作为定价参考依据的，上市公司应当在重大资产重组实施完毕后 3 年内的年度报告中单独披露相关资产的实际盈利数与利润预测数的差异情况，并由会计师事务所对此出具专项审核意见；交易对方应当与上市公司就相关资产实际盈利数不足利润预测数的情况签订明确可行的补偿协议。

.....

上市公司向控股股东、实际控制人或者其控制的关联人之外的特定对象购买资产且未导致控制权发生变更的，不适用本条前二款规定，上市公司与交易对方可以根据市场化原则，自主协商是否采取业绩补偿和每股收益填补措施及相关具体安排。”

根据中国证监会于 2015 年 9 月 18 日发布的《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》：“《重组管理办法》第三十五条‘交易对方应当与上市公司就相关资产实际盈利数不足利润预测数的情况签订明确可行的补偿协议’应当如何理解？答：交易对方为上市公司控股股东、实际控制人或者其控制的关联人，应当以其获得的股份和现金进行业绩补偿。”

本次交易中，朱志刚作为金科文化的实际控制人，依照前述规定，应当由朱志刚以获得的交易对价进行业绩补偿。王健作为金科文化的董事及总经理，看好标的公司及上市公司的业务发展及整合效应，同时为了更好地保障上市公司的中小股东利益，自愿承担业绩补偿责任。其他交易对方上虞杭天、深圳霖枫、徐波、上虞朱雀在本次交易中作为金科文化的非关联方，与金科文化自主协商后，未进行业绩承诺安排。

综上，本次交易中朱志刚、王健进行业绩承诺安排，其他交易对方未进行业绩承诺安排，符合《重组管理办法》第三十五条及相关规定。

（二）其他交易对方均为财务投资人，对未来上市公司及标的公司的经营不具有控制力

本次交易前，除朱志刚、王健以外的其他交易对方上虞杭天、深圳霖枫、徐波、上虞朱雀持股标的公司及参与本次交易均系其看好标的公司及上市公司的业务发展及整合效应，以资产增值获得投资收益为目的，具有典型的财务投资人特点，未来无意参与标的公司的日常生产经营。本次交易后，财务投资人对未来上市公司及标的公司的经营不具有控制力，亦不参与上市公司的生产经营管理和经营决策，因此其未作出业绩承诺具有合理性。

综上，本次交易业绩承诺符合中国证监会的相关规定，具备合理性。

（四）核查意见

经核查，本独立财务顾问认为：本次交易业绩承诺安排系交易各方商业谈判的结果，符合中国证监会的相关规定，具备合理性。

（以下无正文）

（本页无正文，为《海通证券股份有限公司关于深圳证券交易所<关于对浙江金科文化产业股份有限公司的重组问询函>之专项核查意见》之签章页）

海通证券股份有限公司

年 月 日