

股票简称：金科文化

股票代码：300459

上市地点：深圳证券交易所

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
（修订稿）



发行股份购买资产交易对方名称	住所及通讯地址
朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫以及徐波、上虞朱雀共6名交易对方	详见本报告书“第六节 交易对方基本情况”相关内容
募集配套资金交易对方名称	住所及通讯地址
不超过5名特定投资者	待定

独立财务顾问



签署日期：二零一七年十二月

声明

一、公司声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员保证本报告书内容的真实、准确、完整，对本报告书及其摘要的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏负连带责任。

本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中财务会计报告真实、完整。

本次重大资产重组完成后，本公司经营与收益的变化由本公司负责；因本次重大资产重组引致的投资风险，由投资者自行负责。

本次交易相关事项的生效尚需取得有关审批机关的批准或核准。审批机关对于本次交易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做出实质性判断或保证。

本次发行股份购买资产并募集配套资金已经取得中国证监会的核准。审批机关对于本次发行股份购买资产并募集配套资金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。

投资者在评价本公司本次重大资产重组时，除本报告书内容以及与本报告书同时披露的相关文件外，还应认真考虑本报告书披露的各项风险因素。投资者若对本报告书存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

二、交易对方声明

本次重大资产重组全体交易对方均已出具承诺函，将及时向上市公司提供本次重组相关信息，保证为上市公司本次交易所提供信息的真实性、准确性和完整性，并保证不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，同时承诺向参与本次重组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，并对所提供信息的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

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，将暂停转让其在上市公司拥有权益的股份。

三、本次重大资产重组中介机构承诺

本次重大资产重组的独立财务顾问海通证券、资产评估机构中联承诺：“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，本公司未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。”

本次重大资产重组法律顾问金杜承诺：“如申请文件引用本所出具的法律意见书的内容存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本所未能勤勉尽责的，将承担相应的法律责任。”

本次重大资产重组审计机构天健承诺：“如本所针对本次重组交易出具的专业报告存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本所未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。”

目录

声明	2
一、公司声明	2
二、交易对方声明	3
三、本次重大资产重组中介机构承诺	4
目录	5
特别提示	10
第一节 释义	14
第二节 重大事项提示	18
一、本次交易概要	18
二、本次交易构成关联交易、重大资产重组	18
三、本次交易不构成重组上市	19
四、本次重组方案及募集配套资金安排	20
五、本次交易标的资产的估值及定价	23
六、交易对方出具的业绩承诺情况	23
七、配套融资安排	26
八、本次交易对上市公司影响	26
九、本次交易已履行的决策和审批程序	28
十、本次交易对中小投资者权益保护的安排	29
十一、本次交易相关方做出的重要承诺	32
十二、关于本次重组前标的公司收购 Outfit7 相关事项的说明	37
十三、关于评估基准日后标的公司期后事项的说明	42
十四、上市公司的控股股东及其一致行动人对本次重组的原则性意见，及控股股东及其一致行动人、董事、监事、高级管理人员自本次重组复牌之日起至实施完毕期间的股份减持计划	44
第三节 重大风险提示	46
一、本次重组的交易风险	46
二、交易标的对上市公司持续经营影响的风险	48
三、整合风险	53

四、商誉减值风险	54
五、控股股东及实际控制人股权被稀释及股权质押的风险	54
六、其他风险	54
第四节 本次交易概况	56
一、本次交易的背景及目的	56
二、本次交易已履行的决策和审批程序	60
三、本次交易的具体方案	61
四、本次交易对上市公司影响	65
五、本次交易构成关联交易、重大资产重组	68
六、本次交易不构成重组上市	68
七、本次交易未购买 Outfit7 全部股权的原因、后续收购计划及对上市公司独 立性和法人治理结构的影响	70
第五节 上市公司基本情况	72
一、金科文化基本情况	72
二、公司设立、历次股本变动及重大变更情况	73
三、最近三年控制权变动及重大资产重组情况	76
四、最近三年主营业务发展情况	77
五、最近三年及一期主要财务指标	77
六、公司控股股东及实际控制人情况	78
七、公司前十大股东情况	80
八、最近三年合法合规情况	80
第六节 交易对方基本情况	81
一、杭州逗宝 100%股权交易对方	81
二、上虞码牛 100%股权交易对方	92
三、交易对方与上市公司关联关系	97
四、交易对方之间的关联关系	97
五、交易对方向上市公司推荐董事、监事及高级管理人员情况	98
六、交易对方及其主要管理人员最近五年受到行政和刑事处罚、涉及诉讼或 者仲裁情况及最近五年诚信情况	98

七、私募投资基金登记备案情况.....	98
八、本次重组交易对方及配套募集资金认购对象最终出资人数情况.....	100
九、本次重组交易对方及配套募集资金出资方资金筹措情况及对上市公司的影响.....	103
十、上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀足额缴纳标的公司认缴出资额的情况及本次交易对方“以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日”确定其各自对目标公司股权持续拥有权益的时间的原因.....	116
第七节 标的资产的基本情况	119
一、杭州逗宝的基本情况.....	119
二、上虞码牛的基本情况.....	124
三、Outfit7 的基本情况	130
四、标的公司的业务与技术.....	245
五、标的公司会计政策及相关会计处理.....	322
第八节 非现金支付方式情况及募集配套资金情况	325
一、本次发行股份情况.....	325
二、本次募集配套资金情况.....	333
三、本次募集配套资金涉及事项说明.....	351
第九节 本次交易评估情况	361
一、杭州逗宝评估情况.....	361
二、上虞码牛评估情况.....	366
三、Outfit7 评估情况	371
四、上市公司董事会对评估的合理性及定价的公允性分析.....	426
五、独立董事对评估机构的独立性、评估假设前提的合理性和评估定价的公允性发表的意见.....	433
第十节 本次交易相关合同的主要内容	434
一、《杭州逗宝购买资产协议》的主要内容.....	434
二、《上虞码牛购买资产协议》的主要内容.....	438
三、《业绩补偿协议》的主要内容.....	441
四、《业绩补偿协议之补充协议》的主要内容.....	444

第十一节 本次交易的合规性分析	445
一、本次交易符合《重组管理办法》第十一条的规定	445
二、本次交易不适用《重组管理办法》第十三条的说明	451
三、本次交易符合《重组管理办法》第四十三条要求的说明	451
四、本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见、相关解答要求的说明	454
五、本次重组不存在依据《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重大资产重组的情形	455
六、本次交易配套融资符合《创业板发行管理办法》第九、十、十一条规定的情形	455
七、独立财务顾问和法律顾问的结论性意见	457
第十二节 管理层讨论与分析	458
一、本次交易前上市公司财务状况和经营成果的讨论与分析	458
二、标的资产行业特点及经营状况的讨论与分析	462
三、本次交易对上市公司的持续经营能力影响的分析	510
第十三节 财务会计信息	537
一、杭州逗宝财务会计信息	537
二、上虞码牛财务会计信息	538
三、Outfit7 财务会计信息	539
四、上市公司备考合并财务会计信息	540
第十四节 同业竞争和关联交易	544
一、同业竞争	544
二、关联交易	548
第十五节 风险因素	552
一、本次重组的交易风险	552
二、交易标的对上市公司持续经营影响的风险	556
三、整合风险	561
四、商誉减值风险	561

五、控股股东及实际控制人股权被稀释及股权质押的风险	561
六、其他风险	562
第十六节 其他重大事项	563
一、本次交易完成后，上市公司资金、资产被占用的情况以及为控股股东及其关联方提供担保的情况	563
二、本次交易对上市公司负债结构的影响	563
三、最近十二个月上市公司重大资产交易情况	563
四、本次交易对上市公司治理机制的影响	564
五、本次交易后上市公司的利润分配政策及相应安排	564
六、关于本次交易相关内幕信息知情人买卖上市公司股票的自查情况	565
七、关于上市公司停牌前股票价格波动是否达到《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》第五条相关标准的说明	569
八、上市公司及其控股股东、实际控制人在 IPO 时所作承诺、承诺履行情况 及对本次重组的影响	570
第十七节 独立董事及中介机构的意见	577
一、独立董事意见	577
二、独立财务顾问意见	578
三、法律顾问意见	578
第十八节 本次交易的中介机构	579
一、独立财务顾问	579
二、法律顾问	579
三、审计机构	579
四、资产评估机构	579
第十九节 声明与承诺	581
第二十节 备查文件及备查地点	589
一、备查文件	589
二、备查地点	589

特别提示

根据中国证监会第 171993 号《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》及附件的要求，公司逐项落实了反馈意见通知书中提出的问题，并对本报告中相关部分进行了补充说明，主要内容如下：

1、在“第三节 重大风险提示/一、本次重组的交易风险”中补充披露了：“（五）收益法评估预测可能与实际经营不符的风险”。

2、在“第三节 重大风险提示/一、本次重组的交易风险/（八）交易对方尚未完成私募投资基金备案的风险”及“第六节 交易对方/七、私募投资基金登记备案情况”中补充披露了：上市公司在上虞杭天完成私募投资基金备案前将不会实施本次重大资产重组的承诺。

3、在“第三节 重大风险提示/二、交易标的对上市公司持续经营影响的风险/（二）经营风险”中补充披露了：“4、移动应用产品生命周期带来的收入下滑的风险”。

4、在“第四节 本次交易概况”中补充披露了：“七、本次交易未购买 Outfit7 全部股权的原因、后续收购计划及对上市公司独立性和法人治理结构的影响”。

5、在“第六节 交易对方”中补充披露了：“九、本次重组交易对方及配套募集资金出资方资金筹措情况及对上市公司的影响”及“十、上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀足额缴纳标的公司认缴出资额的情况及本次交易对方‘以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日’确定其各自对目标公司股权持续拥有权益的时间的原因”。

6、在“第七节 标的资产基本情况/三、Outfit7 基本情况”补充披露了：“（九）Outfit7 的股权转让及增资部分涉及股份支付情况，及对 Outfit7 经营业绩的影响”。

7、在“第七节 标的资产基本情况/四、标的公司的业务与技术/（三）标的公司主要产品介绍”中补充披露了：“5、Outfit7 的 2016 年收入波动原因及相关风险”。

8、在“第七节 标的资产基本情况/四、标的公司的业务与技术”中补充披

露了：“（七）标的公司主要客户分析及与行业现状对比”、“（八）标的公司向供应商采购视频内容的原因及与行业现状对比”、“（九）Outfit7的前五大供应商和客户存在重叠的原因及合理性”、“（十二）标的公司的管理团队和核心人员的构成、本次交易完成后保持核心管理团队和核心人员稳定性的具体措施及竞业禁止的具体约定”。

9、在“第八节 非现金支付方式情况及募集配套资金情况/一、本次发行股份情况”补充披露了：“（三）本次交易前朱志刚、王健及其各自一致行动人（如有）持有的上市公司股份的锁定期安排”。

10、在“第八节 非现金支付方式情况及募集配套资金情况/二、本次募集配套资金情况/（三）募集配套资金的必要性”中更新了上市公司货币资金余额、资金需求情况及已使用募集资金余额。

11、在“第八节 非现金支付方式情况及募集配套资金情况”补充披露了：“三、本次募集配套资金涉及事项说明”，包括：“（一）交易对方在本次交易停牌前六个月内及停牌期间不存在以现金增资入股标的资产的情形，本次募集配套资金金额计算符合中国证监会相关规定”、“（二）募投项目的可行性研究报告相关内容，本次募集资金用途不涉及上市公司补充流动资金，募集资金规模与Outfit7业务规模相匹配”、“（三）募投项目相关备案及审查进展情况、所需资质获得情况、项目实施时间计划表”、“（四）Outfit7收益法评估时预测现金流中未包含募集配套资金投入带来的收益及对本次交易评估值的影响”、“（五）募集配套资金投入对拟购买资产业绩承诺期间财务费用及业绩承诺金额的影响”。

12、在“第九节 本次交易评估情况/三、Outfit7评估情况”补充披露了：“（六）Outfit7的经营情况及2017年预测收入和净利润可实现性”、“（七）Outfit7未来年度主要产品收入增长预测依据及合理性及月活跃人数的预测、千次展现收入的预测的合理性”及“（十）Outfit7评估增值率较高的原因以及合理性”。

13、在“第十节 本次交易相关合同的主要内容”补充披露了：“四、《业绩补偿协议之补充协议》的主要内容”。

14、在“第十二节 管理层讨论与分析/二、标的资产行业特点及经营状况的

讨论与分析/（三）财务状况分析/1、资产构成/（7）无形资产”中补充披露了：“1）Outfit7 无形资产摊销的会计政策及会计处理的合理性分析”。

15、在“第十二节 管理层讨论与分析/二、标的资产行业特点及经营状况的讨论与分析/（三）财务状况分析/1、资产构成/（8）开发支出”中补充披露了：“1）2016 年末 Outfit7 开发支出较 2015 年增长较快的原因”。

16、在“第十二节 管理层讨论与分析/二、标的资产行业特点及经营状况的讨论与分析/（四）盈利能力分析/1、营业收入分析”中补充披露了：“（3）Outfit7 报告期业绩真实性的核查情况”。

17、在“第十二节 管理层讨论与分析/二、标的资产行业特点及经营状况的讨论与分析/（四）盈利能力分析”中补充披露了：“4、无形资产摊销的费用化处理原因”及“5、Outfit7 的毛利率水平”。

18、在“第十二节 管理层讨论与分析/三、本次交易对上市公司的持续经营能力影响的分析”中补充披露了：“（四）本次交易后上市公司主营业务构成、未来经营发展战略和业务管理模式”、“（五）本次交易在业务、资产、财务、人员、机构等方面的整合计划、整合风险以及相应管理控制措施”、“（六）上市公司及其下属浙江金科汤姆猫网络科技有限公司与杭州哲信、Outfit7，以及杭州哲信与 Outfit7 在市场、客户、技术等方面协同效应的具体体现”、“（七）报告期内 Outfit7 的业务开展情况、核心竞争力、未来年度预测情况，以及朱志刚、王健承诺净利润的可实现性”、“（八）前次重大资产重组的业绩承诺及实际业绩实现情况”、“（九）上市公司区分本次重组实现业绩与前次重组实现业绩的措施及有效性”。

19、在“第十三节 财务会计信息/四、上市公司备考合并财务会计信息”中补充披露了：“（三）本次交易对商誉影响数的具体测算过程及依据”及“（四）备考合并报表编制已充分辨认和合理判断 Outfit7 拥有的但未在其财务报表中确认的无形资产”。

20、在“第十五节 风险因素/一、本次重组的交易风险”中补充披露了：“（五）收益法评估预测可能与实际经营不符的风险”

21、在“第十五节 风险因素/一、本次重组的交易风险/（八）交易对方尚未

完成私募投资基金备案的风险”中补充披露了：上市公司在上虞杭天完成私募投资基金备案前将不会实施本次重大资产重组的承诺。

22、在“第十五节 风险因素/二、交易标的对上市公司持续经营影响的风险/（二）经营风险”中补充披露了：“4、移动应用产品生命周期带来的收入下滑的风险”。

23、在“第十六节 其他重大事项”中补充披露了：“八、上市公司及其控股股东、实际控制人在 IPO 时所作承诺、承诺履行情况及对本次重组的影响”。

2017 年 12 月 19 日，公司收到中国证监会《关于核准浙江金科文化产业股份有限公司向朱志刚等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可[2017]2305 号），本次发行股份购买资产并募集配套资金方案已获得中国证监会核准。根据本次发行股份购买资产并募集配套资金的实际进展情况，公司对重组报告书及其摘要进行了相应补充、修订和更新，主要内容如下：

1、鉴于本次交易已获得中国证监会的核准，因此在“公司声明”加入“本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金已经取得中国证监会的核准”，并对已经履行的相关程序及尚需履行的相关程序进行了更新。

2、鉴于本次交易已获得中国证监会的核准，对重组报告书中与审核相关的风险提示进行了删除。

第一节 释义

除非另有说明，以下简称在本报告书中的含义如下：

本报告书、重组报告书	指	《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（修订稿）》
金科文化、公司、本公司、上市公司	指	浙江金科文化产业股份有限公司，股票代码 300459
朱志刚	指	上市公司实际控制人，本次重组交易对方之一
金科控股	指	金科控股集团有限公司
王健	指	本次重组交易对方之一，杭州逗宝股东之一
杭州逗宝	指	杭州逗宝网络科技有限公司
上虞码牛	指	绍兴上虞码牛通讯技术有限公司
标的公司/目标公司	指	杭州逗宝、上虞码牛
Outfit7	指	Outfit7 Investments Limited
Outfit7 Limited	指	Outfit7 全资子公司
Ekipa2	指	Ekipa2, mobilne internetne storitve, d.o.o., Outfit7 Limited 子公司
标的资产	指	杭州逗宝 100%股权、上虞码牛 100%股权
联合好运	指	联合好运集团控股有限公司 United Luck Group Holdings Limited
Lily	指	Lily Technology Co., Ltd.
Ryuki	指	Ryuki Technology Co., Ltd.
上虞杭天	指	绍兴上虞杭天股权投资合伙企业（有限合伙）
深圳霖枫	指	深圳霖枫投资咨询有限公司
上虞朱雀	指	绍兴上虞朱雀股权投资合伙企业（有限合伙）
金科香港	指	金科国际（香港）有限公司
徐波	指	本次重组交易对方之一，上虞码牛股东之一
润信泰隆	指	北京润信泰隆投资管理有限公司
中信建投资本	指	中信建投资本管理有限公司
中信信息	指	中信信息科技投资有限公司
深圳枫熙	指	深圳枫熙投资有限公司
“会说话的汤姆猫家族”	指	Outfit7 开发的 IP，包括一系列拟人化卡通动物形象，如汤姆猫、安吉拉猫、金杰猫、狗狗本、狗狗汉克、鸚鵡皮埃尔、河马 Hippo 等
发行股份购买资产交易对方	指	朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫以及徐波、上虞朱雀共 6 名交易对方
募集配套资金交易对方	指	不超过 5 名特定投资者
杭州哲信	指	杭州哲信信息技术有限公司，金科文化的全资子公司

本次交易/本次重组/本次重大资产重组	指	金科文化向朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫以及徐波、上虞朱雀共 6 名交易对方发行股份购买其所持有杭州逗宝 100%及上虞码牛 100%股权并以询价方式向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金
发行股份购买资产	指	金科文化拟向朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫以及徐波、上虞朱雀共 6 名交易对方非公开发行股份购买其持有的标的公司全部股权
募集配套资金、配套融资	指	金科文化拟采用询价方式向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金，募集配套资金总额不超过 31,083.45 万元
《杭州逗宝购买资产协议》	指	金科文化与朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫签署的《浙江金科文化产业股份有限公司与朱志刚、王健、深圳霖枫投资咨询有限公司、绍兴上虞杭天股权投资合伙企业（有限合伙）关于杭州逗宝网络科技有限公司之发行股份购买资产协议》
《上虞码牛购买资产协议》	指	金科文化与徐波、上虞朱雀签署的《浙江金科文化产业股份有限公司与徐波、绍兴上虞朱雀股权投资合伙企业（有限合伙）关于绍兴上虞码牛通讯技术有限公司之发行股份购买资产协议》
《业绩补偿协议》	指	金科文化与朱志刚、王健签署的《浙江金科文化产业股份有限公司与朱志刚、王健关于杭州逗宝网络科技有限公司之业绩承诺补偿协议》
《业绩补偿协议之补充协议》	指	金科文化与朱志刚、王健签署的《浙江金科文化产业股份有限公司与朱志刚、王健关于杭州逗宝网络科技有限公司之业绩承诺补偿协议的补充协议》
评估基准日	指	2017 年 6 月 30 日
审计基准日	指	2017 年 6 月 30 日
报告期、两年及一期	指	2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月
定价基准日	指	金科文化首次审议本次交易的董事会决议公告日
交割日	指	指在《杭州逗宝购买资产协议》及《上虞码牛购买资产协议》生效后，各方协商确定的日期，以该日作为交割日，明确相关资产所有权的转移
过渡期间	指	评估基准日至交割日的期间
独立财务顾问、海通证券	指	海通证券股份有限公司
法律顾问、金杜	指	北京市金杜律师事务所
天健	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
中联	指	中联资产评估集团有限公司
境外律师	指	金科文化聘请的为本次重组中境外相关主体进行法律尽职调查并出具尽职调查报告及法律意见的境外律师事务所，包括 Walkers、Sherrards Solicitors LLP、Phaedon A. Michael & CO LLC、Odvetniki Šelih & partnerji, o.p., d.o.o.、King&Wood Mallesons（Europe）

境外律师法律尽职调查报告	指	金科文化聘请的境外律师就本次重组中境外相关主体相关事宜出具的法律尽职调查报告及法律意见
《Outfit7 审计报告》	指	天健出具的关于 Outfit7 的《审计报告》（报告编号：天健审〔2017〕7850 号）
《杭州逗宝审计报告》	指	天健出具的关于杭州逗宝的《审计报告》（报告编号：天健审〔2017〕7854 号）
《上虞码牛审计报告》	指	天健出具的关于上虞码牛的《审计报告》（报告编号：天健审〔2017〕7853 号）
《上市公司备考审阅报告》	指	天健出具的关于上市公司的《审阅报告》（报告编号：天健审〔2017〕7852 号）
《杭州逗宝资产评估报告》	指	中联出具的《浙江金科文化产业股份有限公司拟收购杭州逗宝网络科技有限公司股权项目资产评估报告》（报告编号：中联评报字[2017]第 1514 号）
《上虞码牛资产评估报告》	指	中联出具的《浙江金科文化产业股份有限公司拟收购绍兴上虞码牛通讯技术有限公司股权项目资产评估报告》（报告编号：中联评报字[2017]第 1515 号）
《Outfit7 资产评估报告》	指	中联出具的《浙江金科文化产业股份有限公司拟收购杭州逗宝网络科技有限公司和绍兴上虞码牛通讯技术有限公司股权项目所涉及的 Outfit7 Investments Limited 项目资产评估报告》（报告编号：中联评报字[2017]第 1513 号）
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、交易所	指	深圳证券交易所
中登公司	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
文化部	指	中华人民共和国文化部
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
广电总局	指	中华人民共和国国家新闻出版广电总局
《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（2016 年修订）》
《创业板发行管理办法》	指	《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》
《上市公司规范运作指引》	指	《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》
《非公开发行股票实施细则》	指	《上市公司非公开发行股票实施细则（2017 年修订）》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2014 年修订）》
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
APP	指	应用程序 Application 的缩写，主要指安装在智能终端上的软件程序
Apple	指	Apple Inc.，一家美国的跨国科技企业
App Store	指	Apple 的在线应用商店
Google	指	Google Inc.，一家美国的跨国科技企业

Google Play	指	由 Google 为 Android 开发的在线应用程序商店，原名为 Android Market
Facebook	指	美国著名的社交网络服务网站
App Annie	指	一家移动应用和数字内容数据分析的网络平台
专业术语		
移动广告	指	通过移动设备访问移动应用或移动网页时显示的广告，包括图片、文字、视频、链接等多种形式
千次展现收入	指	每一千次移动广告展现于终端用户所产生的广告收入
广告平台/移动营销服务商	指	广告平台系归集并协调广告主的广告投放需求及广告位供给的服务厂商，广告主按照网络广告的实际效果向广告平台支付广告费用，广告平台根据其监测的广告投放数据向应用出版商或运营商支付广告位费用
CPS	指	Cost Per Sales，一种按应用程序内消费分成的结算模式
CPM	指	Cost Per Impression，一种根据应用程序内向用户展现广告的次数统计分成的结算模式
CPI	指	Cost Per Install，一种按应用程序内用户下载安装的次数统计分成的结算模式
ARPPU	指	英文 Average Revenue per Paying User 的缩写，指付费用户平均贡献的收益，可较有效地反映应用产品对单个用户的盈利能力，通常的计算方法是 $ARPPU = \text{应用产品付费收入} / \text{产品付费用户数}$
留存率	指	在互联网行业中，开始使用应用一段时间后仍然继续使用应用的用户占当期新增用户的比例
MAU	指	英文 Monthly Active User 的缩写，指每月活跃用户数，可有效反映用户的粘性
IP	指	英文 Intellectual Property 的缩写，意即知识产权，基于智力的创造性活动所产生的权利

特别说明：

1、本报告书中所列数据可能因四舍五入原因而与根据相关单项数据直接相加之和在尾数上略有差异。

2、本报告书所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。

第二节 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、本次交易概要

本次交易总体方案包括：（1）发行股份购买资产；（2）募集配套资金。发行股份募集配套资金的生效和实施以本次重大资产重组的生效和实施为条件，但最终配套募集资金发行成功与否不影响发行股份购买资产的实施。如果募集配套资金出现未能实施或融资金额低于预期的情形，上市公司将自筹解决。

（一）发行股份购买资产

上市公司拟向朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫以及徐波、上虞朱雀共 6 名交易对方非公开发行股份购买其持有的杭州逗宝 100%股权和上虞码牛 100%股权，杭州逗宝及上虞码牛主要资产为其合计持有的 Outfit7 的 56%股权。

（二）募集配套资金

本次交易拟采用询价方式向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金 31,083.45 万元，用于支付本次重组中介机构相关费用和用于实施《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画片制作项目。上市公司的实际控制人或其控制的关联人不参与募集配套资金部分的认购，募集配套资金不超过标的资产交易价格的 100%。

二、本次交易构成关联交易、重大资产重组

（一）本次交易构成重大资产重组

本次发行股份购买资产的交易总金额为 420,000.00 万元，占上市公司最近一个会计年度未经审计的合并财务报告期末资产总额的比例达到 50%以上。根据《重组管理办法》，本次交易构成重大资产重组。本次交易已取得中国证监会核准。

（二）本次交易构成关联交易

本次交易过程中，交易对方朱志刚系上市公司实际控制人，并担任上市公司董事；王健系持有上市公司 5%以上股份的股东，并担任上市公司董事、总经理；上虞朱雀在本次交易完成后将持有上市公司 5%以上股份。根据《重组管理办法》和《上市规则》的相关规定，本次交易构成关联交易。按照上市公司《公司章程》的相关规定，关联董事在审议本次交易的董事会会议上回避表决，关联股东在股东大会上回避表决。

2017 年 8 月 29 日，上市公司召开的第三届董事会第四次会议审议并通过了本次交易方案。出席会议的关联董事朱志刚、王健和朱恬回避表决。

三、本次交易不构成重组上市

本次发行股份购买资产完成前后，上市公司股东持股情况如下：

股东姓名/ 名称	本次交易前		本次交易后 (未考虑配套募集资金)		本次交易后 (考虑配套募集资金)	
	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(%)
金科控股	286,092,501	18.09	286,092,501	14.51	286,092,501	14.30
朱志刚	197,074,259	12.46	259,748,353	13.18	259,748,353	12.99
王健	289,210,932	18.29	351,885,026	17.85	351,885,026	17.59
上虞杭天	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
深圳霖枫	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
徐波	-	-	46,425	0.00	46,425	0.00
上虞朱雀	-	-	194,939,647	9.89	194,939,647	9.75
配套融资 投资者	-	-	-	-	28,861,142	1.44
其他股东	808,883,161	51.15	808,883,161	41.03	808,883,161	40.44
总股本	1,581,260,853	100.00	1,971,232,995	100.00	2,000,094,137	100.00

注：1、上述股东中，金科控股、朱志刚构成一致行动人。此外，朱阳土直接持有上市公司的股份数量为 4,005,000 股，占上市公司总股本的 0.25%。朱阳土与朱志刚是父子关系，两者构成一致行动关系。

2、由于本次配套募集资金采取询价方式，发行价格尚未确定，若假设本次募集配套资金发行价格与本次发行股份购买资产价格同为 10.77 元/股，则在本次募集配套资金为

31,083.45 万元的情况下，募集配套资金发行股份数量为 28,861,142 股。

本次交易前，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 30.56%。未考虑配套募集资金，发行股份购买资产完成后，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 27.69%。考虑配套募集资金后，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 27.29%。本次交易前后，金科控股均为上市公司的控股股东，朱志刚均为上市公司的实际控制人，本次交易不会导致上市公司控制权发生变化。

综上所述，本次交易不会导致上市公司控制权发生变化，本次交易不构成《重组管理办法》第十三条所规定的重组上市。

四、本次重组方案及募集配套资金安排

（一）发行股份购买资产

1、发行价格及定价原则

根据《重组管理办法》相关规定：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。

根据上述规定，上市公司通过与交易对方之间的协商，兼顾各方利益，确定发行价格采用定价基准日前 60 个交易日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%，即 10.77 元/股作为发行价格。

在本次发行的定价基准日至发行日期间，上市公司如再有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，本次交易的发行价格将作相应调整，发行股份的数量也随之进行调整。

2、发行数量

本次发行股份购买资产的股份发行数量为 389,972,142 股（计算公式为：股份发行数量=交易对价÷股份发行价格），具体如下：

序号	发行对象	交易对价（万元）	发行股数（股）
1	朱志刚	67,500	62,674,094
2	王健	67,500	62,674,094

序号	发行对象	交易对价（万元）	发行股数（股）
3	上虞杭天	37,500	34,818,941
4	深圳霖枫	37,500	34,818,941
5	徐波	50	46,425
6	上虞朱雀	209,950	194,939,647
合计		420,000	389,972,142

本次重大资产重组实施前，若上市公司股票发生其他除权、除息等事项，则上述发行数量将进一步进行相应调整。

3、发行股份限售期安排

（1）本次发行股份购买资产的交易对方朱志刚承诺：

“本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理。

本次交易完成后 6 个月内如上市公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者交易完成后 6 个月期末收盘价低于发行价的，本人因本次交易取得的公司股票的锁定期自动延长至少 6 个月。”

（2）本次发行股份购买资产的交易对方王健承诺：

“本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理。”

（3）本次发行股份购买资产的交易对方上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀承诺：

“对于本次购买资产项下取得的对价股份，自发行完成日起 12 个月内不得转让。若截至取得本次交易所发行的股份时，其用于认购上市公司股份的目标公司股权持续拥有权益的时间不足 12 个月的（以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日为准），则相应取得的上市公司股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让。”

上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀于本次购买资产项下取得的对价股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让。

4、过渡期损益安排

根据《杭州逗宝购买资产协议》及《上虞码牛购买资产协议》，自评估基准日至资产交割日，标的公司如实现盈利，或因其他原因而增加的净资产的部分归上市公司所有；如自评估基准日至资产交割日，标的公司发生亏损，或因其他原因而减少的净资产部分，在审计报告出具后 10 个工作日内，由交易对方按照在资产交割日前交易对方各自所持标的公司的出资额占标的公司注册资本的比例，以现金方式分别向标的公司全额补足。上述过渡期的损益及数额应由各方共同认可的具有证券业务资格的会计师事务所进行审计确认。

5、滚存未分配利润安排

本次交易完成后，上市公司于发行股票前滚存未分配利润由股票发行完成后上市公司的新老股东按照其持股比例共同享有。

（二）募集配套资金

1、发行股份价格及数量

本公司拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金，本次发行股份募集配套资金的定价基准日为本次重组中用于募集配套资金所发行股份的发行期首日，上市公司应按不低于发行底价价格发行股票。募集配套资金不超过标的资产交易价格的 100%，且发行股份数量不超过发行前金科文化总股本的 20%。根据中国证监会《创业板发行管理办法》等相关规定，本次发行股份募集配套资金采取询价发行的方式，定价基准日为发行期首日，发行价格不低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价的百分之九十，或者不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的百分之九十。

公司将按照《创业板发行管理办法》、《非公开发行股票实施细则》等相关规定，根据询价情况由公司董事会根据股东大会的授权与本次交易的独立财务顾问协商确定最终发行价格。

若上市公司股票在发行股份募集配套资金的发行期首日至发行前的期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，则依据相关规定对本次发行价格作相应除权除息处理，发行数量也将根据本次发行价格的情况进行相应调整。

2、发行股份限售期安排

根据中国证监会《创业板发行管理办法》等相关规定，配套募集资金认购方锁定期安排如下：

（1）发行股份募集配套资金之新增股份数自发行结束之日起十二个月内不得上市交易。

（2）本次发行结束后，认购方就本次发行所取得的股份由于金科文化送红股、转增股本等原因增加的股份，亦应遵守前述约定。如前述锁定期与证券监管机构的最新监管要求不相符，配套融资认购方将根据监管机构的最新监管意见进行相应调整。

五、本次交易标的资产的估值及定价

本次交易标的资产的评估机构为中联。根据中联出具的《杭州逗宝资产评估报告》及《上虞码牛资产评估报告》，本次评估以 2017 年 6 月 30 日为评估基准日，选取资产基础法对 2 家标的公司的对应权益进行评估，本次交易的标的资产评估增值情况如下：

单位：万元

标的资产	母公司账面净资产	股权评估值	评估增值额	评估增值率
杭州逗宝 100%股权	210,114.16	211,047.49	933.33	0.44%
上虞码牛 100%股权	210,038.49	210,632.10	593.61	0.28%
合计	420,152.65	421,679.59	1,526.94	0.36%

经交易各方友好协商，拟确定本次交易标的资产交易对价为 420,000.00 万元，其中杭州逗宝 100%股权的交易价格为 210,000.00 万元；上虞码牛 100%股权的交易价格为 210,000.00 万元。

六、交易对方出具的业绩承诺情况

（一）业绩承诺

根据上市公司与朱志刚及王健签署的《业绩补偿协议》的约定，朱志刚和王健作为利润补偿义务人，承诺 Outfit7 在 2017 年度、2018 年度和 2019 年度实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别不低于 7,809.04 万欧元、

9,286.68 万欧元和 10,975.80 万欧元。

（二）补偿安排

本次交易实施完毕后，若 Outfit7 在 2017 年度、2018 年度、2019 年度内未能实现承诺净利润的，朱志刚、王健同意按照协议的约定就 Outfit7 实现净利润不足承诺净利润的部分进行补偿。具体补偿方式如下：

1、补偿时间

若 Outfit7 在 2017 年度、2018 年度、2019 年度内的任一会计年度未能实现承诺净利润（即实现净利润<承诺净利润），则朱志刚、王健应在当期即根据本条约定向上市公司进行补偿。上市公司将在该会计年度《专项审核报告》公开披露后 20 个工作日内，依据下述计算公式计算并确定朱志刚、王健当期需补偿的金额并予以公告。

2、补偿金额

补偿义务人应优先以补偿义务人通过本次购买资产而取得的上市公司股份进行补偿，前述股份不足补偿的，由补偿义务人以从二级市场购买或其他合法方式取得的金科文化股份进行补偿。上市公司应在协议约定的期限内，依据下述公式计算并确定补偿义务人需补偿的股份数量：

当期应补偿的股份数量=（截至当期期末 Outfit7 累计承诺扣非净利润总和－截至当期期末 Outfit7 累计实现扣非净利润总和）÷业绩承诺期内 Outfit7 累计承诺扣非净利润总和×补偿义务人各自取得的交易对价÷发行价格－业绩承诺期内累积已补偿股份数。

如依据前述公式计算出的当期应补偿总金额小于0时，按0取值，已经补偿的股份不冲回。

3、补偿方式

上市公司在业绩承诺期内实施转增或股票股利分配的，则补偿股份数量相应调整为：补偿股份数量（调整后）=当年应补偿股份数×（1+转增或送股比例）。

补偿义务人就补偿股份数所获得的已分配现金股利应向上市公司作相应返

还，计算公式为：返还金额=截至补偿前每股已获得的现金股利×当年应补偿股份数量。

在计算得出并确定补偿义务人当年需补偿的股份数量后，根据计算得出的补偿义务人需补偿的股份将由上市公司在该会计年度《专项审核报告》公开披露后60个工作日内以1元总价回购并注销。上市公司董事会、股东大会在审议相关议案时，关联董事、关联股东需回避表决。

（三）资产减值测试

在上市公司2019年度报告出具后20个工作日内，聘请具有证券期货业务资格的会计师事务所对Outfit7出具《减值测试报告》（减值测试的截止时间为业绩承诺期末）。除非法律有强制性规定，否则《减值测试报告》采取的估值方法应与《Outfit7资产评估报告》保持一致。

如Outfit7期末减值额/Outfit7评估值>业绩承诺期限内补偿义务人已补偿股份总数/补偿义务人认购股份总数，则补偿义务人应优先以补偿义务人通过本次购买资产而取得的上市公司股份进行补偿，前述股份不足补偿的，由补偿义务人以从二级市场购买或其他合法方式取得的甲方股份进行补偿。

因Outfit7减值应补偿的股份数的计算公式为：补偿义务人应补偿的股份数=Outfit7期末减值额×28%×补偿义务人各自取得的交易对价÷杭州逗宝的交易价格÷发行价格－业绩承诺期内补偿义务人已补偿股份总数。

上市公司在减值测试期间实施转增或股票股利分配的，则补偿股份数量相应调整为：补偿股份数量（调整后）=当年应补偿股份数×（1+转增或送股比例）。

补偿义务人就减值测试补偿股份数所获得的已分配现金股利应向上市公司作相应返还，计算公式为：返还金额=截至补偿前每股已获得的现金股利×当年应补偿股份数量。

在计算得出并确定补偿义务人因减值需补偿的股份数量后，根据本条计算得出的补偿义务人需补偿的股份将由上市公司在2019年会计年度《专项审核报告》公开披露后60个工作日内以1元总价回购并注销。上市公司董事会、股东大会在审议相关议案时，关联董事、关联股东需回避表决。

七、配套融资安排

本公司拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金 31,083.45 万元，用于支付本次重组中介相关费用和用于实施《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画片制作项目。募集配套资金不超过标的资产交易价格的 100%，且发行股份数量不超过发行前金科文化总股本的 20%。配套融资发行股份具体安排详见本报告书“第八节 非现金支付方式情况及募集配套资金情况”。

八、本次交易对上市公司影响

（一）本次交易对上市公司主营业务的影响

海外移动互联网市场及互联网儿童早期教育市场是上市公司重要业务发展方向。Outfit7 是国际著名的亲子互动类移动应用开发公司，其对亲子互动类移动应用的研发运营、市场营销、数据分析及广告分发能力处于行业领先地位。通过本次交易，上市公司将大幅提升自身在全球移动应用市场的竞争力，切入移动应用大数据广告分发市场，打造全球化的移动应用发行运营及广告分发平台，并借助 Outfit7 精准的用户分析及营销能力，帮助上市公司进行产业链的全面拓展升级，提升营销推广能力，扩大市场占比，落实“国际化生态型移动互联网企业”的发展战略，增强上市公司的持续盈利能力和发展潜力。

（二）本次交易对上市公司主要财务指标的影响

本次交易完成前后，上市公司 2016 年及 2017 年 1-6 月的主要财务指标如下表所示：

财务指标	本次交易前	本次交易后 (备考合并)	本次交易前	本次交易后 (备考合并)
	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日	
总资产（万元）	569,699.75	1,418,650.05	536,170.27	1,385,947.29
总负债（万元）	55,390.64	469,113.70	35,305.94	446,405.88
归属于母公司股东的 净资产（万元）	510,393.50	924,619.60	496,097.27	911,622.76
资产负债率（%）	9.72	33.07	6.58	32.21

财务指标	本次交易前	本次交易后(备考合并)	本次交易前	本次交易后(备考合并)
	2017 年 1-6 月		2016 年度	
营业收入(万元)	65,211.89	106,449.57	89,456.12	157,303.20
归属于母公司股东的净利润(万元)	20,414.64	37,634.58	20,499.89	44,751.75
基本每股收益(元/股)	0.13	0.19	0.19	0.30
全面摊薄净资产收益率(%)	4.00	4.07	4.13	4.91

注：备考合并数据未考虑募集配套资金影响；

全面摊薄净资产收益率=当期归属于母公司股东的净利润/期末归属于母公司股东的净资产。

本次交易完成后，上市公司资产负债率上升，主要原因系：截至 2017 年 6 月 30 日，存在应付联合好运股权收购款项 406,487.12 万元。截至本报告书签署日，上述款项已支付。扣除上述事项影响，本次交易完成后，上市公司 2016 年 12 月 31 日及 2017 年 6 月 30 日的资产负债率为 4.08%及 6.19%。

本次交易完成后（未考虑配套募集资金），上市公司 2016 年度及 2017 年 1-6 月的营业收入、归属于母公司股东的净利润均显著增加，基本每股收益将增厚。

（三）本次交易对股权结构的影响

本次交易完成前后，上市公司股东持股情况如下：

股东姓名/ 名称	本次交易前		本次交易后 (未考虑配套募集资金)		本次交易后 (考虑配套募集资金)	
	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(%)
金科控股	286,092,501	18.09	286,092,501	14.51	286,092,501	14.30
朱志刚	197,074,259	12.46	259,748,353	13.18	259,748,353	12.99
王健	289,210,932	18.29	351,885,026	17.85	351,885,026	17.59
上虞杭天	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
深圳霖枫	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
徐波	-	-	46,425	0.00	46,425	0.00
上虞朱雀	-	-	194,939,647	9.89	194,939,647	9.75
配套融资投资者	-	-	-	-	28,861,142	1.44

股东姓名/ 名称	本次交易前		本次交易后 (未考虑配套募集资金)		本次交易后 (考虑配套募集资金)	
	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(%)
其他股东	808,883,161	51.15	808,883,161	41.03	808,883,161	40.44
总股本	1,581,260,853	100.00	1,971,232,995	100.00	2,000,094,137	100.00

注：1、上述股东中，金科控股、朱志刚构成一致行动人。此外，朱阳土直接持有上市公司的股份数量为 4,005,000 股，占上市公司总股本的 0.25%。朱阳土与朱志刚是父子关系，两者构成一致行动关系。

2、由于本次配套募集资金采取询价方式，发行价格尚未确定，若假设本次募集配套资金发行价格与本次发行股份购买资产价格同为 10.77 元/股，则在本次募集配套资金为 31,083.45 万元的情况下，募集配套资金发行股份数量为 28,861,142 股。

本次交易前，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 30.56%。未考虑配套募集资金，发行股份购买资产完成后，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 27.69%。考虑配套募集资金后，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 27.29%。本次交易前后，金科控股均为上市公司的控股股东，朱志刚均为上市公司的实际控制人，本次交易不会导致上市公司控制权发生变化，本次交易不构成《重组管理办法》第十三条所规定的重组上市。

九、本次交易已履行的决策和审批程序

（一）上市公司的决策过程

2017 年 8 月 29 日，上市公司召开第三届董事会第四次会议，审议通过本次重组方案及相关议案。

2017 年 9 月 22 日，上市公司召开 2017 年第二次临时股东大会，审议通过本次重组方案及相关议案。

（二）交易对方的决策过程

2017 年 8 月，本次发行股份购买资产交易对方上虞杭天作出投资决策委员会投资决议、深圳霖枫作出股东决定，同意上市公司以发行股份方式购买其持有

的杭州逗宝股权。

2017 年 8 月，本次发行股份购买资产交易对方上虞朱雀作出合伙人大会决议，同意上市公司以发行股份方式购买其持有的上虞码牛股权。

（三）证监会批复

2017 年 12 月 19 日，公司收到中国证监会《关于核准浙江金科文化产业股份有限公司向朱志刚等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可[2017]2305 号），本次发行股份购买资产并募集配套资金方案已获得中国证监会核准。

十、本次交易对中小投资者权益保护的安排

（一）严格履行上市公司信息披露义务

公司及相关信息披露义务人将严格按照《证券法》、《重组管理办法》、《上市公司信息披露管理办法》、《创业板信息披露业务备忘录 13 号——重大资产重组相关事项》等要求履行信息披露义务，及时公告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规的要求，真实、准确、完整、及时、公平地披露公司本次交易的进展情况。

（二）严格执行相关决策及审批程序

1、本次重组的正式方案经本公司第三届董事会第四次会议审议，独立董事就本次交易正式方案于 2017 年 8 月 29 日发表独立意见。

2、为保证本次重组工作公平、公正、合法、高效地展开，本公司为本次交易聘请了具有相关专业资格的中介机构，对本次交易方案及全过程进行监督并出具专业核查意见。本次交易中标的资产由具有相关证券业务资格的审计机构和评估机构进行审计和评估；独立财务顾问、法律顾问对本次交易出具了独立财务顾问报告和法律意见书。

3、依法履行关联交易决策程序，关联方对本次交易回避表决。本次交易依法进行，由本公司董事会提出方案，并按程序报有关监管部门审批。在交易中关

联董事朱志刚、王健及朱恬已经回避表决，关联交易的处理遵循公开、公平、公正的原则并履行合法程序，充分保护全体股东，特别是中小股东的利益。

4、本次发行股份购买资产并募集配套资金的方案已经本公司股东大会审议通过。

5、本次交易将依法进行，由本公司董事会提出方案，并按相关程序及规定报监管部门审批通过后方可实施。

（三）资产定价公允

为保证本次交易的公平、公正、合法、高效，上市公司已聘请境内具有专业资格的独立财务顾问、法律顾问、审计机构、评估机构对本次交易方案及全过程进行监督并出具专业意见。本次交易的标的资产定价以评估机构出具的评估报告为依据，由上市公司与交易对方协商定价。

（四）本次交易完成后上市公司架构影响

1、本次重组完成后，本公司将根据重组后的公司业务及组织架构，进一步完善股东大会、董事会、监事会制度，形成权责分明、有效制衡、科学决策、风险防范、协调运作的公司治理结构。

2、本次交易完成后，本公司将在机构、业务、人员、资产、财务方面与控股股东和实际控制人保持独立，规范关联交易，避免同业竞争。

（五）并购重组摊薄每股收益的填补安排

根据天健出具的《上市公司备考审阅报告》，本次交易后上市公司 2016 年及 2017 年 1-6 月实现的归属于母公司股东的净利润分别为 44,751.75 万元及 37,634.58 万元，对应基本每股收益为 0.30 元/股和 0.19 元/股，高于本次交易完成前上市公司 0.19 元/股和 0.13 元/股的基本每股收益，本次重组不存在摊薄每股收益的情况。

根据中联出具的《Outfit7资产评估报告》，Outfit7于2017年度、2018年度和2019年度收益法评估中，预计实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为7,809.04万欧元、9,286.68万欧元及10,975.80万欧元，盈利能力良好。因

此从长期来看，本次重组有利于增厚上市公司每股收益。本次交易后，上市公司重组完成当年每股收益将增加，保护了中小投资者的权益。

按照本次交易中发行股份数量（考虑配套募集资金）、收益法评估中利润预测情况计算，2017年度、2018年度和2019年度本次交易发行股份对应每股收益分别不低于0.81元/股、0.96元/股及1.14元/股（按评估基准日中国人民银行人民币对欧元汇率中间价1欧元=7.7496元人民币折算，同时考虑本次收购Outfit7的56%股权，以Outfit7预测净利润乘以56%计算确定），高于2016年度上市公司每股收益，盈利能力良好。因此从长期来看，本次重组有利于增厚上市公司每股收益。本次交易后，预计上市公司重组完成当年每股收益将增加，不会损害中小投资者的权益。

（六）制定公司利润分配政策

上市公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续性发展。公司充分考虑可持续发展和对投资者的合理回报，在母公司未分配利润为正且当期净利润为正、现金流满足公司正常经营需要、无重大投资计划的情况下，实施积极的利润分配政策，并优先采用现金分红的利润分配方式，且以现金方式分配的利润不少于当期实现的可分配利润的20%，任意连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的40%。除现金分红外，公司在经营情况良好，并且董事会和独立董事认为公司股票价格与公司股本规模、股本结构不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以采取发放股票股利的利润分配方式。

本次重组完成后，公司将按照《公司章程》的约定，继续实行可持续、稳定、积极的利润分配政策，并结合公司实际情况、政策导向和市场意愿，不断提高公司运营绩效，完善公司股利分配政策，增加分配政策执行的透明度，维护公司全体股东利益。

（七）网络投票安排及股东大会表决情况

上市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，就本次重组方案的表决提供网络投票平台，股东可以参加现场投票，也可以直接通过网络进行投票表决。股东大会

会所作决议必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，关联股东回避表决，其所持有表决权不计入出席股东大会的表决权总数。

十一、本次交易相关方做出的重要承诺

本次交易相关方作出的重要承诺如下：

序号	承诺方	承诺要点	承诺主要内容
1	朱志刚、王健、金科控股	关于减少及规范关联交易的承诺函	1. 本承诺函签署后及本次交易完成后，本人/本公司及本人/本公司控制的主体将尽可能减少与上市公司及其下属企业的关联交易，不会利用自身作为上市公司股东之地位谋求与上市公司在业务合作等方面给予优于市场第三方的权利；不会利用自身作为上市公司股东之地位谋求与上市公司达成交易的优先权利。 2. 若发生必要且不可避免的关联交易，本人/本公司及本人/本公司控制的主体将与上市公司及其下属企业按照公平、公允、等价有偿等原则依法签订协议，履行合法程序，并将按照有关法律法规和《浙江金科文化产业股份有限公司章程》等内控制度的规定履行信息披露义务及相关内部决策、报批程序，关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性，亦不利用该等交易从事任何损害上市公司及上市公司其他股东的合法权益的行为。 3. 若违反上述声明和保证，本人/本公司将对因前述行为而给上市公司造成的损失向上市公司进行赔偿。本人保证将依照《浙江金科文化产业股份有限公司章程》的规定参加股东大会，平等地行使相应权利，承担相应义务，不利用股东地位谋取不正当利益，不利用关联交易非法转移上市公司及其下属企业的资金、利润，保证不损害上市公司其他股东的合法权益。
2	上虞朱雀	关于减少和规范关联交易的承诺函	1. 在本次交易之前，本企业上市公司不存在关联交易。 2. 本次交易完成后，本企业及本企业控制的主体将尽可能减少与上市公司及其下属子公司的关联交易，不会利用自身作为上市公司股东之地位谋求与上市公司在业务合作等方面给予优于市场第三方的权利；不会利用自身作为上市公司股东之地位谋求与上市公司达成交易的优先权利。 3. 若发生必要且不可避免的关联交易，本企业及本企业控制的主体将与上市公司及其下属公司按照公平、公允、等价有偿等原则依法签订协议，履行合法程序，并将按照有关法律法规和上市公司章程等内控制度的规定履行信息披露义务及相关内部决策、报批程序，关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性，亦不利用该等交易从事任何损害上

序号	承诺方	承诺要点	承诺主要内容
			市公司及上市公司其他股东的合法权益的行为。 4.若违反上述声明和保证，本企业将对因前述行为而给上市公司造成的损失向上市公司进行赔偿。本企业保证不利用关联交易非法转移上市公司及其下属公司的资金、利润，保证不损害上市公司其他股东的合法权益。本企业保证将依照《浙江金科文化产业股份有限公司章程》的规定参加股东大会，平等地行使相应权利，承担相应义务，不利用股东地位谋取不正当利益，不利用关联交易非法转移上市公司及其下属公司的资金、利润，保证不损害上市公司其他股东的合法权益。
3	朱志刚、金科控股	保持上市公司独立性承诺函	（一）关于保证上市公司人员独立 1.保证上市公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员不在本人/本公司及本人/本公司控制的主体中担任除董事、监事以外的其他职务，且不在本人及本人/本公司控制的主体领薪；保证上市公司的财务人员不在本人/本公司控制的主体中兼职、领薪。 2.保证上市公司拥有完整、独立的劳动、人事及薪酬管理体系，且该等体系完全独立于本人/本公司及本人/本公司控制的主体。 （二）关于保证上市公司财务独立 1.保证上市公司建立独立的财务会计部门，建立独立的财务核算体系和财务管理制度。 2.保证上市公司独立在银行开户，不与本人/本公司及本人/本公司控制的主体共用银行账户。 3.保证上市公司依法独立纳税。 4.保证上市公司能够独立做出财务决策，不干预其资金使用。 5.保证上市公司的财务人员不在本人/本公司控制的主体双重任职。 （三）关于上市公司机构独立 保证上市公司依法建立和完善法人治理结构，建立独立、完整的组织机构，与本人/本公司控制的主体之间不产生机构混同的情形。 （四）关于上市公司资产独立 1.保证上市公司具有完整的经营性资产。 2.保证不违规占用上市公司的资金、资产及其他资源。 （五）关于上市公司业务独立 1.保证上市公司拥有独立开展经营活动的资产、人员、资质以及具有独立面向市场自主经营的能力。 2.尽量减少本人/本公司及本人/本公司控制的主体与上市公司的关联交易；若有不可避免的关联交易，将依法签订协议，并将按照有关法律、法规、上市公司的公司章程等规定，履行必要的法定程序。

序号	承诺方	承诺要点	承诺主要内容
4	王健	保持上市公司独立性承诺函	(一) 关于保证上市公司人员独立 1.保证上市公司的副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员不在本人及本人控制的主体中担任除董事、监事以外的其他职务，且不在本人及本人控制的主体领薪；保证上市公司的财务人员不在本人控制的主体中兼职、领薪。 2.保证上市公司拥有完整、独立的劳动、人事及薪酬管理体系，且该等体系完全独立于本人及本人控制的主体。 (二) 关于保证上市公司财务独立 1.保证上市公司建立独立的财务会计部门，建立独立的财务核算体系和财务管理制度。 2.保证上市公司独立在银行开户，不与本人及本人控制的主体共用银行账户。 3.保证上市公司依法独立纳税。 4.保证上市公司能够独立做出财务决策，不干预其资金使用。 5.保证上市公司的财务人员不在本人控制的主体双重任职。 (三) 关于上市公司机构独立 保证上市公司依法建立和完善法人治理结构，建立独立、完整的组织机构，与本人控制的主体之间不产生机构混同的情形。 (四) 关于上市公司资产独立 1.保证上市公司具有完整的经营性资产。 2.保证不违规占用上市公司的资金、资产及其他资源。 (五) 关于上市公司业务独立 1.保证上市公司拥有独立开展经营活动的资产、人员、资质以及具有独立面向市场自主经营的能力。 2.尽量减少本人及本人控制的主体与上市公司的关联交易；若有不可避免的关联交易，将依法签订协议，并将按照有关法律、法规、上市公司的公司章程等规定，履行必要的法定程序。
5	朱志刚、王健、金科控股	关于避免同业竞争的承诺函	1.本次交易完成后，本人/本公司及本人/本公司控制的主体不会直接或间接经营任何与上市公司及其下属企业经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，亦不会投资任何与上市公司及其下属企业经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。 2.本次交易完成后，如本人/本公司及本人/本公司控制的主体现有业务或该企业为进一步拓展业务范围，与上市公司及其下属企业经营的业务产生竞争，则本人/本公司及本人/本公司控制的主体将采取包括但不限于停止经营产生竞争的业务、将产生竞争的业务纳入上市公司或者转让给无关联关系第三方等合法方式，使本人/本公司及本人/本公司控制的主体不再从事与上市公司及其下属企业主营业务相同或类似的业务，以避免同业竞争。

序号	承诺方	承诺要点	承诺主要内容
6	朱志刚	关于股份锁定的承诺函	1.本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理。 本次交易完成后 6 个月内如上市公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于发行价,或者交易完成后 6 个月期末收盘价低于发行价的,本人因本次交易获得的公司股票锁定期自动延长至少 6 个月。 本人基于通过本次交易取得的上市公司股份因分配股票股利、资本公积转增等情形衍生取得的股份亦遵守上述股份锁定安排。 若上述股份锁定承诺与监管机构的最新监管意见不符,则根据监管机构的最新监管意见进行股份锁定。股份锁定期满后,股份转让按照相关法律法规、中国证监会、深圳证券交易所的相关规定执行。 2.本人授权上市公司直接办理本人通过本次交易取得的上市公司股份的锁定手续。本人违反股份锁定承诺的,应将违反承诺转让所持上市公司股份对应的所得款项上缴上市公司。
7	王健	关于股份锁定的承诺函	1.本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理。 本人基于通过本次交易取得的上市公司股份因分配股票股利、资本公积转增等情形衍生取得的股份亦遵守上述股份锁定安排。 若上述股份锁定承诺与监管机构的最新监管意见不符,则根据监管机构的最新监管意见进行股份锁定。股份锁定期满后,股份转让按照相关法律法规、中国证监会、深圳证券交易所的相关规定执行。 2.本人授权上市公司直接办理本人通过本次交易取得的上市公司股份的锁定手续。本人违反股份锁定承诺的,应将违反承诺转让所持上市公司股份对应的所得款项上缴上市公司。
8	上虞杭天、深圳霖枫、上虞朱雀、徐波	关于股份锁定的承诺函	1.本企业/本公司/本人通过本次交易获得的上市公司股份自该等股份登记至本企业/本公司/本人名下之日起,至自该等股份上市之日起第 12 个月届满之日止的期间内不转让或者委托他人管理。若本企业/本公司/本人取得本次发行的股份时,对于认购股份的杭州逗宝/上虞码牛相应股权持续拥有权益的时间不足 12 个月(以本企业/本公司/本人取得杭州逗宝/上虞码牛相应股权完成工商变更登记之日为准),本次交易所获上市公司股份自该等股份登记至本企业/本公司/本人名下之日起,至自该等股份上市之日起第 36 个月届满之日止的期间内不转让或者委托他人管理。 本企业/本公司/本人基于通过本次交易取得的上市公司股份因分配股票股利、资本公积转增等情形衍生取得的股份亦遵守上述股份锁定安排。

序号	承诺方	承诺要点	承诺主要内容
			若上述股份锁定承诺与监管机构的最新监管意见不符,则根据监管机构的最新监管意见进行股份锁定。股份锁定期满后,股份转让按照相关法律法规、中国证监会、深圳证券交易所的相关规定执行。 2.本企业/本公司/本人授权上市公司直接办理本企业通过本次交易取得的上市公司股份的锁定手续。本企业/本公司/本人违反股份锁定承诺的,应将违反承诺转让所持上市公司股份对应的所得款项上缴上市公司。
9	交易对方	真实、准确、完整性承诺函	1. 本人/本企业/本公司为本次交易提供的所有资料和信息均为真实、准确和完整的,不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对所提供资料和信息真实性、准确性和完整性承担个别及连带的法律责任。 2. 本人/本企业/本公司为本次交易的中介机构提供的资料和信息均为真实、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。 3.本人/本企业/本公司保证为本次交易所出具的说明及确认均为真实、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。本人/本企业/本公司已履行了法定的披露和报告义务,不存在应当披露而未披露的合同、协议、安排或其他事项。 4.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,将暂停转让其在上市公司拥有权益的股份。
10	交易对方	资产权属承诺函	1.本人/本企业/本公司合法持有标的股权,具备作为本次交易的交易对方的资格。 2. 本人/本企业/本公司已经依法履行对杭州逗宝/上虞码牛的出资义务,不存在任何虚假出资、抽逃出资等出资瑕疵等违反本企业作为股东应承担的义务和责任的行为,不存在其他可能影响杭州逗宝/上虞码牛合法存续的其他情况。 3. 本人/本企业/本公司对标的股权拥有完整的所有权,标的股权权属清晰,不存在现实或潜在的权属纠纷或潜在纠纷,不存在委托持股、信托持股或类似安排,不存在质押、司法冻结等妨碍权属转移的事项。 4. 本人/本企业/本公司确认不存在尚未了结或可预见的可能影响本人/本企业/本公司持有的标的股权权属发生变动或妨碍标的股权转让给上市公司的重大诉讼、仲裁及纠纷。本人/本企业/本公司保证在本次交易完成前,不会就标的股权设置质押和其他可能妨碍将标的股权转让给上市公司的

序号	承诺方	承诺要点	承诺主要内容
			限制性权利。 5. 本人/本企业/本公司向上市公司转让标的股权符合相关法律法规及本企业相关内部规定，不存在法律障碍。 6. 杭州逗宝/上虞码牛依法设立且有效存续，其注册资本已全部缴足。杭州逗宝/上虞码牛及其主要资产、主营业务不存在尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁或刑事/行政处罚案件；杭州逗宝/上虞码牛最近三年也不存在受到行政处罚或者刑事处罚的情形，亦不存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为。 7. 如本函签署之后，本人/本企业/本公司发生任何可能影响标的股权权属或妨碍将标的股权转让给上市公司的事项，本人/本企业/本公司将立即通知上市公司及相关中介机构。
11	上市公司	上虞杭天完成私募投资基金备案前不履行重组的承诺	1. 本次重大资产重组的交易对方中，绍兴上虞杭天股权投资合伙企业（有限合伙）属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规定的私募投资基金，需要办理私募基金备案。 2. 前述需要办理私募基金备案的交易对方正在根据前述规定办理所需的私募投资基金及私募基金管理人的备案登记手续，但尚未最终完成相关备案登记。 3. 在前述需要办理私募基金备案的交易对方最终完成前述备案登记前，本公司不会实施本次重大资产重组。
12	上市公司	关于区分本次重组实现业绩与前次重组实现业绩的承诺	为确保区分本次重组实现业绩与前次重组实现业绩，上市公司承诺：本次重组完成后，杭州哲信与 Outfit7 在未来经营中发生的关联交易将遵循公允、合理的市场定价原则，并严格按照上市公司《公司章程》及关联交易决策制度的规定进行。

十二、关于本次重组前标的公司收购 Outfit7 相关事项的说明

本次交易前，标的公司杭州逗宝、上虞码牛共同实施了对 Outfit7 的 56% 股权的收购，本次收购具体过程如下：

（一）联合好运收购 Outfit7 的 100% 股权

2016 年 12 月 21 日，Outfit7 的原全体股东与联合好运签署《股权转让协议》，Izzas Establishment 将持有的 Outfit7 的创始人股 1,000 股以 107,784.66 美元的价格转让予联合好运，Izzas Establishment、TARMEA7 LIMITED 等 6 名股东将持有的 Outfit7 的管理层股 8,660,884 股以 933,510,445.05 美元的价格转让予联合好运，LAYTONERA LIMITED 等 4 名股东将持有的 Outfit7 的观察者股 190,364 股以 20,518,319.19 美元转让予联合好运，Izzas Establishment、Totoulla Limited 等

103 名股东将持有的 Outfit7 的标准股 425,510 股以 45,863,451.10 美元的价格转让予联合好运。

2016 年 12 月 28 日，联合好运以 100,000.00 万美元的对价收购 Outfit7 的 100% 股权，并完成 Outfit7 的交割。

本次收购时，联合好运股权结构如下：

股东名称	持股情况（股）	持股比例（%）
欧亚平	47,500	95
CNCB（BVI）Intelligence I Limited	2,500	5
合计	50,000	100

（二）上市公司参股联合好运

2017 年 1 月 12 日，上市公司全资子公司金科香港收购欧亚平持有的联合好运 10% 股权。2017 年 6 月 7 日，金科香港收购欧亚平持有的联合好运 25% 股权。

上述股权转让后，股权结构如下：

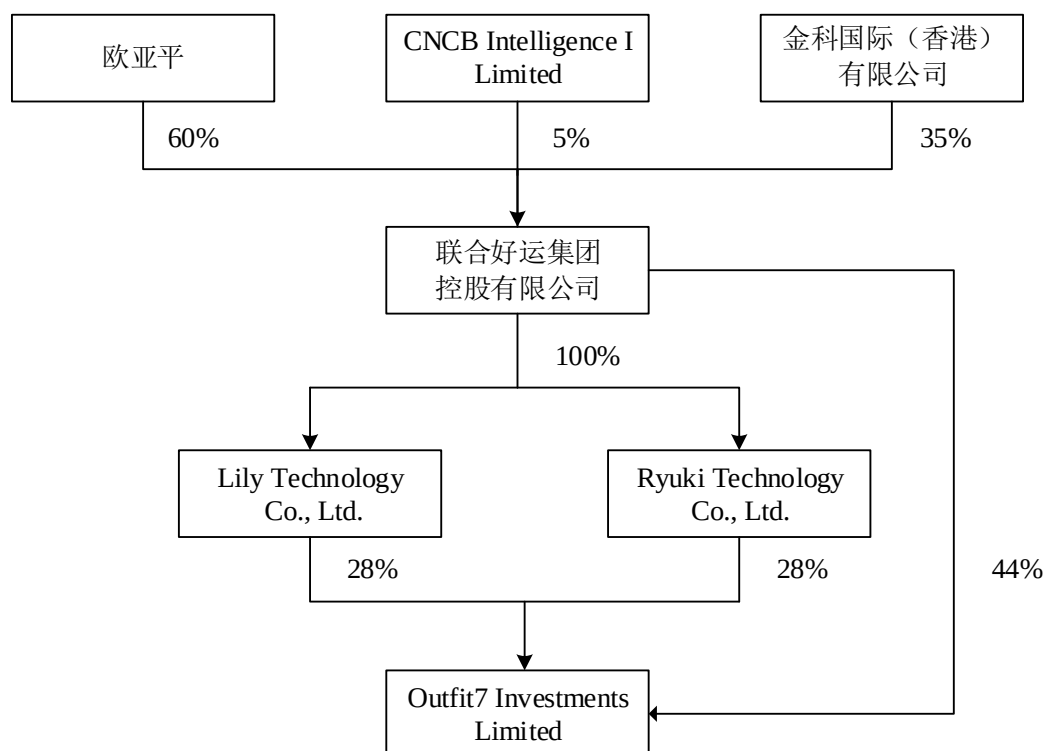
股东名称	持股情况（股）	持股比例（%）
欧亚平	30,000	60
CNCB（BVI）Intelligence I Limited	2,500	5
金科香港	17,500	35
合计	50,000	100

（三）联合好运下设 Lily 及 Ryuki 并分别向其转让 Outfit7 的 28% 股权

2017 年 5 月 24 日，联合好运于英属维尔京群岛分别设立 Lily 及 Ryuki，并取得了由英属维尔京群岛公司注册处颁发的注册证书。

2017 年 6 月 5 日，联合好运分别与 Lily、Ryuki 签署股权转让协议，约定联合好运分别将其持有的 Outfit7 的 28% 股权无偿转让给 Lily、Ryuki。

本步骤完成后，Outfit7 主要架构如下：



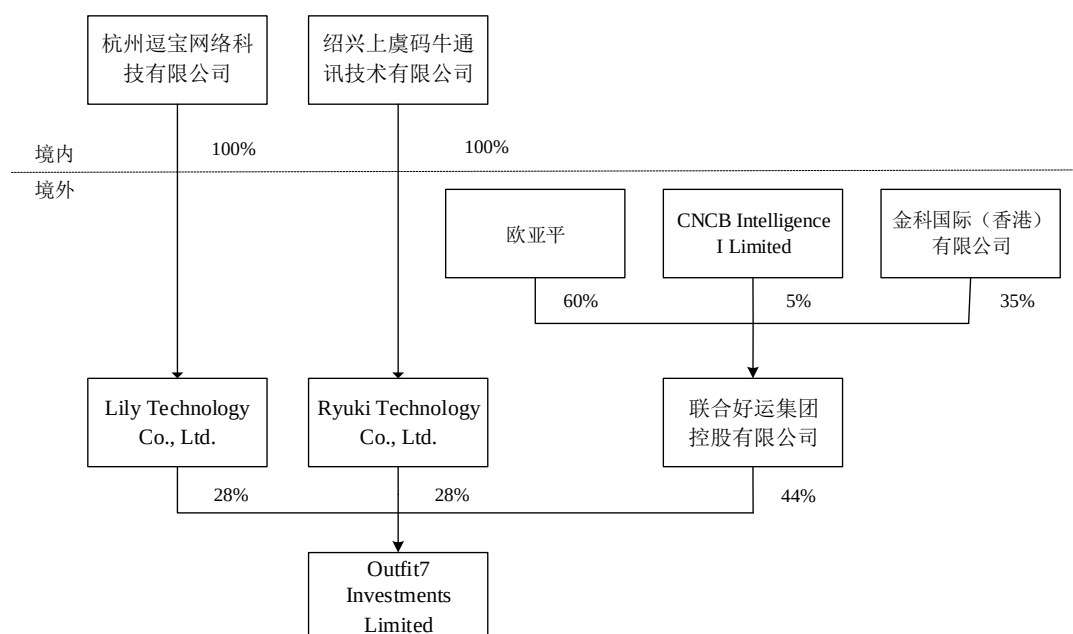
（四）杭州逗宝及上虞码牛收购 Lily 及 Ryuki 股权

2017 年 8 月 10 日，联合好运将其持有的 Lily 全部股权，以 2.996 亿美元的价格转让给杭州逗宝。

2017 年 8 月 10 日，联合好运将其持有的 Ryuki 全部股权，以 2.996 亿美元的价格转让给上虞码牛。

本次交易前，杭州逗宝、上虞码牛已分别完成浙江省发展和改革委员会对外投资备案，取得《境外投资项目备案通知书》（“浙发改境外备字[2017]16 号”及“浙发改境外备字[2017]18 号”），并已按照要求进行国家发展和改革委员会全国境外投资项目备案，取得《境外投资项目备案通过通知单》，同时取得浙江省商务厅核发的《企业境外投资证书》（“境外投资证第 N3300201700243 号”和“境外投资证第 N3300201700259 号”），并在国家外汇管理局浙江省分局及上虞支局登记。上述股权转让对价已于 2017 年 8 月 10 日前支付完毕。

本步骤完成后，Outfit7 主要架构如下：



（五）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。

（六）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	-
所有者权益合计	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

（七）联合好运最近两年一期的主要财务数据

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
股东权益合计	-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

（八）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。

十三、关于评估基准日后标的公司期后事项的说明

评估基准日至本报告书签署日，标的公司进行了股权架构调整并对 Outfit7 完成了股权收购，期间发生的重要变化事项如下：

（一）标的公司进行了股权架构调整

1、杭州逗宝股权架构调整

2017 年 7 月 24 日，绍兴上虞天盈贸易有限公司（以下简称“上虞天盈”）分别与朱志刚、王健、深圳霖枫签署《股权转让协议》，约定上虞天盈将其持有的杭州逗宝 32.1429% 股权、32.0952% 股权、17.8571% 股权分别转让给朱志刚、王健、深圳霖枫；肖莉与王健签署《股权转让协议》，约定肖莉将其持有的杭州逗宝 0.0476% 股权转让给王健。同日，杭州逗宝作出股东会决议，同意上述股权转让，并通过新修订的公司章程。

2017 年 8 月 7 日，杭州逗宝作出股东会决议，一致同意由上虞天盈将其持有的杭州逗宝 17.8571% 股权转让给上虞杭天。2017 年 8 月 8 日，上虞天盈与上

虞杭天签署《股权转让协议》，约定由上虞天盈将其持有的杭州逗宝 17.8571%股权转让给上虞杭天。杭州逗宝于 2017 年 8 月 9 日召开股东会同意修订公司章程。

2、上虞码牛股权架构调整

2017 年 7 月 24 日，杭州串意科技有限公司（以下简称“杭州串意”）与上虞朱雀签署《绍兴上虞码牛通讯技术有限公司股权转让协议》，约定杭州串意将其持有的上虞码牛 99.9762%股权转让给上虞朱雀。同日，上虞码牛作出股东会决议，同意上述股权转让，并通过新修订的公司章程。

（二）杭州逗宝及上虞码牛支付对价收购 Lily 及 Ryuki 股权

2017 年 8 月 10 日，联合好运将其持有的 Lily 全部股权，以 2.996 亿美元的价格转让给杭州逗宝。

2017 年 8 月 10 日，联合好运将其持有的 Ryuki 全部股权，以 2.996 亿美元的价格转让给上虞码牛。

本次交易前，杭州逗宝、上虞码牛已分别完成浙江省发展和改革委员会对外投资备案，取得《境外投资项目备案通知书》（“浙发改境外备字[2017]16 号”及“浙发改境外备字[2017]18 号”），并已按照要求进行国家发展和改革委员会全国境外投资项目备案，取得《境外投资项目备案通过通知单》，同时取得浙江省商务厅核发的《企业境外投资证书》（“境外投资证第 N3300201700243 号”及“境外投资证第 N3300201700259 号”），并在国家外汇管理局浙江省分局及上虞支局登记。上述股权转让对价已于 2017 年 8 月 10 日前支付完毕。

截至本报告书签署日，杭州逗宝、上虞码牛已办理 Lily、Ryuki 交割手续，Lily 成为杭州逗宝的全资子公司，Ryuki 成为上虞码牛的全资子公司。杭州逗宝收购 Lily，上虞码牛收购 Ryuki 后，将分别间接持有 Outfit7 的 28%股权。

由于截至评估基准日，产权尚未交割完成，杭州逗宝、上虞码牛账上尚未体现出对 Outfit7 的长期股权投资价值，本次评估是在审计报表的基础上增加长期股权投资价值后的模拟报表的基础上进行的评估。

十四、上市公司的控股股东及其一致行动人对本次重组的原则性意见，及控股股东及其一致行动人、董事、监事、高级管理人员自本次重组复牌之日起至实施完毕期间的股份减持计划

（一）控股股东及其一致行动人对本次重组的原则性意见

“1、本次交易符合相关法律法规及监管规则的要求，有利于进一步打造上市公司的综合竞争力，有利于提高上市公司资产质量、增强持续盈利能力，有利于增强抗风险能力，符合上市公司的长远发展和上市公司全体股东的利益。

2、本次交易的《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》及其摘要、上市公司与交易对方签署的附条件生效《发行股份购买资产协议》、以及上市公司与交易对方朱志刚、王健签署的《关于杭州逗宝网络科技有限公司之业绩承诺补偿协议》符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》及其他有关法律、法规和中国证监会颁布的规范性文件的规定，本次交易的交易方案具备可行性和可操作性。

3、本次交易构成关联交易。上市公司董事会、监事会、股东大会在审议本次交易时，关联董事、关联监事、关联股东对涉及关联交易议案的表决均进行了回避，董事会、监事会、股东大会的表决程序符合有关法律、法规和《浙江金科文化产业股份有限公司章程》的规定。

4、本次选聘评估机构程序符合法律、法规和上市公司的相关规定；上市公司所选聘的评估机构具有证券业务评估资质；评估机构及其经办评估师与上市公司和交易对方均没有现实的及预期的利益或冲突，具有充分的独立性；评估假设前提合理，评估方法选用适当，出具的资产评估报告的评估结论合理；本次交易的交易定价合理，体现了公平、公开、公正的市场原则，符合上市公司和全体股东的利益。

5、本次交易尚需获得中国证监会的核准。

综上所述，本次交易符合上市公司的利益，对上市公司及其全体股东公平、

合理，不存在损害上市公司及全体股东利益的情形。”

（二）控股股东及其一致行动人、董事、监事、高级管理人员自本次重组复牌之日起至实施完毕期间的股份减持计划

本次重组，控股股东及其一致行动人、董事、监事、高级管理人员自本次重组复牌之日起至本次重组实施完毕期间，无减持上市公司股份的计划。

第三节 重大风险提示

投资者在评价本公司本次交易时，除本报告书的其他内容和与本报告书同时披露的其他相关文件外，还应特别认真地考虑下述各项风险因素。

一、本次重组的交易风险

（一）本次交易可能取消的风险

1、虽然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关于本次交易内幕信息进行内幕交易的行为，本次交易存在因公司股价异常波动或异常交易可能涉嫌内幕交易而暂停、终止或取消本次重组的风险；

2、本次交易存在因标的公司出现无法预见的业绩下滑，而被暂停、中止或取消的风险；

3、在本次交易审核过程中，交易双方可能需根据监管机构的要求不断完善交易方案，如交易双方无法就完善交易方案的措施达成一致，则本次交易存在中止的可能；

4、其他原因可能导致本次重组被暂停、中止或取消的风险。

提请投资者注意本次交易可能取消的风险。

（二）配套融资未能实施或融资金额低于预期的风险

本次交易中上市公司拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金 31,083.45 万元，用于支付本次重组中介机构费用和标的公司募投项目建设资金。募集配套资金事项受到股票市场波动及投资者预期的影响，能否顺利实施存在不确定性。如果配套融资未能实施或融资金额低于预期，则上市公司将自筹资金解决，将可能对本公司的资金使用安排产生影响，提请投资者注意相关风险。

（三）交易标的评估估值风险

标的公司主要资产为其合计持有的 Outfit7 的 56%股权。以 2017 年 6 月 30

日为评估基准日，根据评估结果，Outfit7 的 100%股权评估值为 728,596.52 万元（按评估基准日中国人民银行人民币对欧元汇率中间价折算，1 欧元=7.7496 元人民币），Outfit7 经审计的归属于母公司股东的所有者权益合计为 42,116.38 万元，增值额为 686,480.14 万元，增值率为 1,629.96%。本次 Outfit7 的评估增值率较高。

虽然评估机构在评估过程中勤勉、尽责，并严格执行了评估的相关规定，但仍可能出现因未来实际情况与评估假设不一致，特别是宏观经济波动、行业监管变化，导致出现标的资产的估值与实际情况不符的情形。提请投资者注意评估估值风险。

（四）收益法评估预测可能与实际经营不符的风险

本次交易中，Outfit7 的 56%股权采用收益法和市场法评估，评估机构以收益法评估结论作为 Outfit7 的 56%股权的最终评估结论。以 2017 年 6 月 30 日为评估基准日，根据评估结果，Outfit7 的 100%股权评估值为 728,596.52 万元（按中国人民银行评估基准日人民币对欧元汇率中间价折算，1 欧元=7.7496 元人民币），Outfit7 经审计的归属于母公司股东的所有者权益合计为 42,116.38 万元，增值额为 686,480.14 万元，增值率为 1,629.96%。

在收益法评估中，收益法评估时 Outfit7 未来年度主营业务收入主要为广告收入，其中变量包括月活跃人数、单位活跃用户数展示量及千次展现收入，对于千次展现收入等关键数据，通过参考历史数据进行预测，但是由于预测的千次展现收入与实际运营数据可能存在一定的差距，本次收益法预测的情况与实际经营情况可能存在出现不一致情况，提请广大投资者注意投资风险。

（五）本次交易业绩承诺未覆盖全部交易对价的风险

上市公司与交易对方经过沟通协商，充分考虑各方交易诉求，约定朱志刚、王健以不超过其在本本次交易中获得的交易对价总额为上限承担全额业绩补偿责任。本次交易完成前，补偿义务人获得的交易对价占全部交易对价的比例为 32.14%。因此，尽管《业绩补偿协议》为确保补偿义务人履行业绩承诺义务作出了相关安排，本次交易仍存在业绩承诺未覆盖全部交易对价，即使补偿义务人足额履行补偿义务，上市公司仍将承担额外损失的风险。

（六）业绩承诺无法实现的风险

根据《业绩补偿协议》，交易对方朱志刚、王健承诺 Outfit7 于 2017 年、2018 年和 2019 年将实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 7,809.04 万欧元、9,286.68 万欧元和 10,975.80 万欧元。受行业政策变化、用户需求变化、市场竞争加剧、技术革新等不确定因素影响，Outfit7 未来可能无法达到预计的经营业绩，存在业绩承诺无法实现的风险。

（七）交易对方尚未完成私募投资基金备案的风险

本次交易的交易对方上虞杭天正在办理私募投资基金的备案登记手续，上市公司承诺在上虞杭天最终完成前述备案登记前，不会实施本次重大资产重组。因此，如果上述交易对方未能及时完成私募基金备案相关手续，可能对本次交易构成不利影响。

截至本报告书签署日，上虞杭天的私募投资基金备案手续正在积极办理中。本公司承诺在上虞杭天完成私募投资基金备案前，将不会实施本次重大资产重组。

（八）募集资金投资项目风险

本次发行募集资金除用于支付本次重组中介机构相关费用外，还将投资于《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画片制作项目。上述项目的实施将推动标的公司建立完善的 IP 运营产业链，打造衍生品服务体系，进一步发掘《会说话的家族》系列 IP 的品牌影响力和流量变现能力，延长 IP 的生命周期，提升在移动应用行业的市场竞争地位。但如果因管理与组织方面的原因，募集资金不能及时到位、项目延期实施、市场环境突变或行业竞争加剧等情况；或者项目完成后，实际运营情况无法达到当初预期的正常状态，技术、行业与产品的市场情况发生较大变化，都有可能给募集资金投资项目的预期效益带来较大影响，进而影响公司的经营业绩。

二、交易标的对上市公司持续经营影响的风险

（一）政策风险

1、全球化经营政策风险

Outfit7 是一家专业从事移动互联网应用开发、专注于家庭娱乐教育的全球著名的移动互联网高科技企业，公司业务主要分布在美国、中国、英国、俄罗斯、巴西等全球市场，虽然 Outfit7 移动应用开发、运营的主要国家并没有针对互联网行业建立专门的监管体制，但 Outfit7 在经营过程中仍需遵守税收、网络信息服务、数据隐私等其他方面的法律法规。

如果未来上述国家的政策变化对互联网行业产生不利影响或者导致 Outfit7 在经营活动中不符合相关政策法规的要求，将会对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

针对上述风险，公司将聘请专业的法律、财务人员并建立完备的内部控制制度，同时密切关注主要海外市场的政策变化情况，根据最新的政策变化情况及时调整经营战略。

2、无法继续享受税收优惠而导致业绩波动的风险

报告期内，Outfit7 所得税费用分别为 1,375.75 万元、1,374.83 万元和 1,016.74 万元，占利润总额比例分别为 2.42%、2.88%和 3.22%，占比较低。主要原因系 Outfit7 重要子公司 Outfit7 Limited 为塞浦路斯的纳税居民享受纳税优惠所致。

Outfit7 重要子公司 Outfit7 Limited 于 2013 年 10 月 9 日在英国成立，并于 2014 年 3 月 18 日在塞浦路斯注册登记为塞浦路斯纳税人。根据塞浦路斯税务法规，企业所得税按应纳税所得额乘以适用税率计缴。适用的税率为 12.5%。同时按照塞浦路斯税法，Outfit7 Limited 享受 IP 相关收入的应纳税额减免 80%的税收优惠。

尽管 Outfit7 的经营业绩不依赖于所享受的税收优惠政策，但税收优惠政策有助于其经营业绩的提升。未来纳税优惠政策到期后，若塞浦路斯关于税收优惠的政策发生变化或由于自身经营等原因导致无法持续获得税收优惠，则将对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

（二）市场风险

1、市场竞争风险

目前，随着互联网的快速发展，行业竞争日趋激烈，移动互联网应用产品大量增加，同质化现象日益严重。如果 Outfit7 不能及时响应市场变化，快速组织

并调动资源持续不断地进行新产品和新技术研发，或 Outfit7 对市场需求的理解出现偏差，新产品和新技术与市场需求不符，将导致 Outfit7 失去竞争优势，行业地位、市场份额可能下降，对未来业绩的持续增长产生不利影响。

2、未来产品盈利水平未达预期的风险

随着互联网行业的快速发展，移动互联网应用产品的数量大幅增加，同类移动应用产品之间的竞争日趋激烈。移动互联网应用开发公司必须不断推出新颖，画面精美的高品质新产品才能为市场所认可。但是移动互联网应用开发是一项系统工程，涉及到策划、程序、美术和测试等多个环节，若 Outfit7 在未来研发及运营过程中对用户需求不能做出及时反应，对新技术的发展方向不能及时准确把握，将直接影响公司系列产品的最终品质，导致未来产品的盈利水平不能达到预期水平，进而对 Outfit7 经营业绩造成不利影响。

（三）经营风险

1、对知名 IP“会说话的汤姆猫家族”依赖的风险

Outfit7 创造了“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP，该 IP 通过趣味应用的方式，已经覆盖了数十亿人口，是全球最著名的动漫 IP、休闲应用 IP 之一。目前 Outfit7 的主要应用产品内容均基于“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP 进行开发，互联网市场竞争激烈、市场变化快速，如果产品内容不能持续创新，在市场竞争中很容易处于劣势地位。虽然 Outfit7 规划未来围绕“会说话的汤姆猫家族”继续开发和改良升级，增强用户粘性，以持续丰富“会说话的汤姆猫家族”系列 IP 的内容，但目前 Outfit7 产品对“会说话的汤姆猫家族”系列 IP 的生命力仍存在较大的依赖，提请投资者注意相关风险。

2、Outfit7 主要客户较集中的风险

报告期内，Outfit7 的主营业务为移动应用的研发及运营，其收入来源主要包括移动应用内置广告的分发收入和用户的应用内购买收入，Outfit7 客户为互联网广告商以及应用用户，包括 Google、Inmobi、AppLovin、Unity、Apple、Twitter 等国际知名公司。2015 年、2016 年及 2017 年 1-6 月，Outfit7 对前五名客户销售收入总额分别为 45,678.58 万元、37,174.96 万元和 22,273.37 万元，占全部营业

收入的 60.75%、54.79%和 52.5%。虽然客户集中保证了公司销售的稳定性，且凭借较强的研发能力，Outfit7 能够与上述主要客户实现强强联合，互利共赢。但 Outfit7 仍面临着主要客户较集中的风险，提请投资者注意。

3、移动应用产品生命周期带来的业绩波动风险

互联网行业具有产品更新换代快、用户偏好变化快的特点，因此移动互联网应用产品具有一定的生命周期。Outfit7 拥有“会说话的汤姆猫家族”系列数十款移动应用，且主打应用被评为最受欢迎的 Google Play 应用之一，但仍不排除 Outfit7 因未能及时对目前运营的移动应用进行改良升级，增强用户粘性，或者未能及时推出有竞争力的新应用以实现产品的更新换代而导致公司业绩出现波动的风险。

4、移动应用产品生命周期带来的收入下滑的风险

Outfit7 曾推出超过 20 款移动应用产品，且每年均会推出 1-3 款新的应用产品，巩固用户基础。根据移动应用产品生命周期属性，移动应用产品进入衰退期后，收入将逐年下滑。未来，Outfit7 将继续开发和推出不同类型的应用产品，继续提高 Outfit7 的用户基数、保障应用产品的收入持续增长，但是若 Outfit7 无法及时推出新应用产品，或新推出的应用产品无法完全弥补衰退产品，将可能对 Outfit7 未来收入增长带来一定风险。

Outfit7 未来将继续挖掘“会说话的汤姆猫家族”IP 的潜在价值，不断研发新的移动应用产品，以提高市场占有率，同时，将进一步改进原有的广告业务及内购业务的盈利模式，以保持 Outfit7 收入持续增长。

5、跨国经营风险

本次交易完成后，Outfit7 将借助于上市公司的资金优势及品牌优势，进一步提升其全球影响力及盈利能力。目前，上市公司的业务主要分布在国内市场，Outfit7 的用户主要集中在海外市场，由于不同地域在市场环境、商业文化、技术发展水平等方面有较大的差异，如果上市公司没能建立起适应海外市场的发展战略和商业逻辑，并深入理解海外市场的法律法规、商业规则及劳工条例等，将面临一定的跨国经营风险。

6、未来标的公司盈利分红汇回国内的政策和法律变化风险

本次交易完成后，Outfit7 将成为上市公司间接控股的子公司，Outfit7 在境外获得的盈利需通过分红进入上市公司，由上市公司向股东进行利润分配，前述事项需要履行相应的外汇登记和结汇手续。如国家外汇监管相关的政策和法规发生变化，可能导致标的公司分红资金无法进入上市公司，从而导致上市公司无法按公司章程规定的利润分配政策向上市公司股东进行现金分红。

根据《中华人民共和国企业所得税法》的规定：居民企业从其直接或者间接控制的外国企业分得的来源于中国境外的股息、红利等权益性投资收益，外国企业在境外实际缴纳的所得税税额中属于该项所得负担的部分，可以作为该居民企业的可抵免境外所得税税额，在规定的抵免限额内抵免。目前，塞浦路斯与我国已签订避免双重征税的相关协定，未来 Outfit7 汇回国内盈利分红后，将按照我国的相关税收规定申请办理抵免境外所得税税额事宜。但若未来上述国家或地区关于税收等法律法规发生变化，可能对 Outfit7 盈利分红汇回国内产生影响并对公司及股东收益造成影响。

7、关于标的公司经营业绩波动的风险

2017 年 1-6 月、2016 年度、2015 年度 Outfit7 的营业收入分别为 42,426.18 万元、67,847.08 万元、75,194.35 万元，净利润分别为 30,556.02 万元、46,325.31 万元及 55,481.01 万元。2016 年度 Outfit7 的业绩出现波动，主要原因系 Outfit7 为加大在亚太地区尤其是中国市场的推广效果，重新调整了部分拟发布产品的定位，2016 年 Outfit7 仅发布 1 款应用产品，导致 Outfit7 的 2016 年度业绩出现波动。对此，Outfit7 在 2016 下半年及 2017 年加大了市场推广投入，公司 2017 年 1-6 月业绩有较大幅度增长。未来 Outfit7 将根据实际经营状况择机发布应用产品，并依托上市公司，扩大在亚太地区尤其是中国地区的推广，以获得更大的市场份额。然而，如果 Outfit7 发布的产品无法成功获得市场认可，将会导致经营业绩波动，提请投资者注意 Outfit7 经营业绩波动的风险。

（四）核心人才流失风险

互联网公司的主要资源是核心管理人员和核心技术人员。Outfit7 的管理团队和核心人员均在行业从业多年，具有较强的产品开发及商务谈判能力，丰富的市场开拓、客户服务、运营维护经验和稳定的渠道资源。始终保持一支优秀的核

心人员团队，是 Outfit7 历史上取得成功的关键因素之一。若 Outfit7 的发展和人才政策无法持续吸引和保留发展所需的管理及技术人才，则将对上市公司经营造成不利影响。

（五）可能影响上市公司持续经营的其他风险

1、汇率风险

本次交易完成后，Outfit7 将成为上市公司间接控股的子公司，其经营业绩将纳入上市公司合并报表范围。Outfit7 日常经营主要采用美元核算，而上市公司合并报表采用人民币编制，如果美元等外币汇率发生较大波动，将会对上市公司财务状况产生一定的影响。

2、知识产权风险

互联网公司在从事研发、发行及运营过程中可能产生各类商标、软件著作权等知识产权。虽然 Outfit7 采取了申请无形资产证书、内部权限控制、员工签署的劳动合同中包含保密条款和竞业限制条款等保护措施。但是，考虑到知识产权的特殊性，仍不排除第三方可能会侵犯 Outfit7 知识产权，对 Outfit7 的正常生产经营造成负面影响。如果 Outfit7 保护自有知识产权不到位，可能会导致恶性竞争及用户流失，对公司业绩产生不利影响。

3、网络系统安全性的风险

由于互联网作为面向公众的开放性平台，客观上存在网络设施故障、电讯故障、软硬件漏洞、病毒、黑客攻击等导致后台系统损毁、运营服务中断和用户账户数据丢失等风险，从而降低用户体验，造成用户数量的流失。若 Outfit7 不能及时发现并阻止上述外部干扰，可能对其经营业绩造成不利影响。

三、整合风险

本次交易完成后，Outfit7 将成为上市公司间接控股的子公司，上市公司需在人员、管理、技术和运营等多个方面对 Outfit7 进行整合。本次交易完成后，上市公司将继续保持 Outfit7 在客户资源积累和管理、市场营销等方面的优势，保持 Outfit7 与现有客户之间的关系，进一步挖掘新的客户。上市公司能否通过

整合，既保证上市公司对 Outfit7 的控制力，又保持其在客户资源和管理、市场营销等领域原有的竞争优势，同时充分发挥本次交易的协同效应，具有一定不确定性。

四、商誉减值风险

本次交易过程中，上市公司通过收购杭州逗宝、上虞码牛，间接控股 Outfit7 形成商誉 380,241.94 万元。根据《企业会计准则》规定，商誉不作摊销处理，但需在未来每年年度终了进行减值测试。如果未来行业发生较大波动、Outfit7 在产品和服务市场口碑有所下降或者其他因素导致其未来经营状况未达预期，则上市公司存在商誉减值的风险，从而对上市公司当期损益造成不利影响，提请投资者注意相关风险。

五、控股股东及实际控制人股权被稀释及股权质押的风险

本次交易前后，控股股东及实际控制人持股比例与第二大股东持股比例差距从 12.27%减少至 9.83%（未考虑配套募集资金），且本次交易前，公司控股股东金科控股及实际控制人朱志刚持有股权存在股权质押。若未来股票市场持续下行，且公司控股股东及实际控制人无法通过补充抵押资金和提前回购股权等方式进行操作，将可能造成公司股权结构不稳定，如果未来该两大股东在公司重大经营决策和其他决策方面出现分歧，可能导致相关决策难以及时作出，影响公司经营和管理的效率，从而可能引起公司治理结构不稳定风险。

六、其他风险

（一）股票价格波动风险

股票市场价格波动不仅取决于上市公司的发展战略和经营业绩，还受宏观经济周期、利率、资金供求关系等众多因素的影响，同时也会因国际、国内政治经济形势及投资者心理因素的变化而产生波动，因此，对本次重组事项本身的阐述和分析不能完全揭示投资者进行证券投资所面临的全部风险。针对上述情况，本公司将根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》和《上市规则》等有关法律、法规的要求，真实、准确、及时、完整、公平的向投资者披露有可

能影响上市公司股票价格的重大信息供投资者做出投资判断。

（二）所引用信息或数据不能准确反映行业现状和发展趋势的风险

上市公司于本报告书中所引用的与互联网行业、主要竞争对手等相关的信息或数据，均来自独立第三方研究机构、行业权威机构或相关主体的官方网站。上市公司不能保证所引用的信息或数据能够准确反映移动应用行业、技术或竞争状态的现状和未来发展趋势。任何潜在投资者均应在阅读完整报告书的基础上独立做出投资决策，而不应仅仅依赖于本报告书中所引用的信息和数据。

（三）前瞻性陈述具有不确定性的风险

本报告书所载的内容中包括部分前瞻性陈述，一般采用诸如“将”、“将会”、“预期”、“估计”、“预测”、“计划”、“可能”、“应”、“应该”等带有前瞻性色彩的用词。尽管该等陈述是公司基于行业理性所做出的，但鉴于前瞻性陈述往往具有不确定性或依赖特定条件，包括本节中所披露的已识别的各种风险因素，因此，本报告书所载的任何前瞻性陈述均不应被视作公司对未来计划、目标、结果等能够实现的承诺。任何潜在投资者均应在阅读完整报告书的基础上独立做出投资决策，而不应仅仅依赖于该等前瞻性陈述。

（四）其他风险

本公司不排除因政治、经济等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

第四节 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、全球移动应用行业发展迅速，市场前景广阔

随着居民生活水平与文化消费水平的不断提高，以及在各国政府大力扶持下，新一代高速移动网络和移动智能终端得到迅速普及，特别在移动应用行业，近年来更是取得了强劲的发展。根据 App Annie 发布的《全球移动应用市场 2016 年回顾》报告，2016 年全球移动用户于移动应用上花费的时间较 2015 年继续保持大幅增长，例如，安卓用户使用移动应用时长较 2015 年度增加超过 25%，达到 9,000 亿小时，相当于平均每名安卓用户每天使用移动应用约两小时。与使用时长增长趋势一致，2016 年全球移动应用下载量相较于 2015 年增长了 15%，年度应用下载量达 900 亿次，其中 App Store 和 Google Play 中的应用下载量增长超过 130 亿次。

根据《App Annie 市场预测报告 2016-2021》，2021 年全球移动应用商店下载量将达到 3,529 亿次，所有应用商店的总消费额将超过 1,390 亿美元，年均复合增长率分别超过 19%和 18%。预计未来五年中，美洲和欧洲、中东及非洲地区的移动应用商店的下载量和收入均将在 2016 年基础上增长 1 倍以上，而直到 2021 年，以中国为首的亚太地区都将贡献超过一半的应用下载量和收入，成为下载量和收入最高的地区。

2、Outfit7 拥有较强的移动应用的推广运营经验，核心竞争力突出

Outfit7 是一家集大数据广告分发与互联网儿童早期教育于一体的全球著名移动互联网高科技企业，成立至今已拥有系列化数十款移动应用，适用于 iOS、安卓和 Windows 系统。其主打应用“会说话的汤姆猫家族”，被 Google Play 评为最受欢迎的应用之一。其移动应用累计下载量超过 60 亿次，为全球最大的移动互联网流量平台之一。

Outfit7 创造了“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP，该 IP 通过趣味应用

的方式，已经覆盖了数十亿人口，是全球最著名的动漫 IP 与儿童早期教育 IP 之一，IP 产品先后荣获《美国亲子学习中心认证奖 The National Parenting Center Seal of Approval》、《Tillywig Toy&Media 奖》、《Tabby 最佳 iPad 游戏：孩子、教育和家庭 Best iPad Game: Kid, Education and Family》等奖项。

经过多年的经营积累，Outfit7“会说话的汤姆猫家族”IP 吸引了数十亿用户，在用户基础、移动应用推广运营、数据获取、行为分析、渠道覆盖、精准营销、核心技术储备、团队组成等方面均具有较强的竞争优势。未来经营中，Outfit7 将进一步深化上下游、全方位的综合型创新，进一步完善基于大数据分析基础上的“精准型智能化分发模式”，完成由平台型企业向互联网生态型移动互联网企业的转变，并进一步深化其在儿童教育、衍生品开发、儿童乐园等领域的布局，进一步提升市场竞争能力与企业综合盈利能力。

3、上市公司加快布局全球移动互联网业务市场

金科文化自上市以来，积极关注移动互联网等新兴产业的趋势与转型机遇。2016 年，金科文化对杭州哲信 100%股权进行收购，成功进入移动互联网信息技术产业，实现化工业务和互联网信息技术产业的双主业发展。通过本次交易，上市公司将全球知名的移动互联网高科技企业 Outfit7 纳入旗下，对上市公司快速切入全球移动互联网市场，进一步打造上市公司的移动互联网业务具有重要的意义。

金科文化原主营业务为移动互联网文化内容制作、分发与运营，以及互联网儿童早期教育。Outfit7 的主营业务为大数据广告分发与互联网儿童早期教育。为此，本次交易属于上市公司同行业产业并购，在实现优势互补的同时，对上市公司的业务协同与未来盈利能力的大幅提升，具有重大的意义。

4、对“一带一路”和“网上丝绸之路”的建设具有积极的现实意义

国家大力推动“一带一路”战略与“网上丝绸之路”建设，为我国企业“走出去”创造了难得的历史机遇。Outfit7 诞生地及主要生产经营场所为斯洛文尼亚，是“一带一路”中东欧十六国之一。

Outfit7 是全球知名的互联网高科技企业，本次收购完成后，将进一步增进我

国与斯洛文尼亚及周边国家的经济合作和文化交流，符合我国“一带一路”发展战略。公司将以对Outfit7并购重组为契机，积极投身我国“一带一路”和“网上丝绸之路”建设，通过利用Outfit7自身的先进技术、优质资源和庞大用户数量，将中国文化、产品通过这一平台传播、推广至全球。

本次交易将有助于公司更快速、更有效地融入国际市场，符合“一带一路”与“网上丝绸之路”的国家战略。

5、有利于促进实体经济的发展

本次交易完成后，中国众多的实体经济制造业企业将充分利用Outfit7的全球性广告分发平台，将中国产品推向全球，对促进实体经济的发展，具有重要的战略意义。同时，公司将充分利用“会说话的汤姆猫家族”这一知名IP，在儿童教育、衍生品开发、汤姆猫智慧乐园建设等领域进行全方位布局发展，利用“会说话的汤姆猫”这一知名IP，开发几十个系列的衍生产品与几百家“汤姆猫智慧乐园”，对我国的实体经济的发展具有非常积极的现实意义，并将创造大量的就业机会。

6、信息化符合国家中长期教育改革和教育信息化发展方向

《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》明确指出：“信息技术对教育发展具有革命性影响，必须予以高度重视”，将教育信息化列为发展重点和国家信息化发展整体战略。

2012年，教育部正式发布的《教育信息化十年发展规划（2011-2020年）》指出，教育信息化的核心理念是信息技术与教育实践的深度融合。并明确提出“学习引进国外优质数字教育资源和先进技术”、“建设并不断更新满足各级各类教育需求的优质数字资源”、“帮助所有适龄儿童和青少年平等、有效、健康地使用信息技术，培养自主学习、终身学习能力”、“探索现代信息技术与教育的全面深度融合，以信息化引领教育理念和教育模式的创新”。

7、符合国家与地方政府大力支持的产业政策

《国务院关于加快发对外文化贸易的意见》（国发〔2014〕13号），提出了“加快发展传统文化产业和新兴文化产业，扩大文化产品和服务出口，加大文化领域对外投资，力争到2020年，培育一批具有国际竞争力的外向型文化企业，形

成一批具有核心竞争力的文化产品，打造一批具有国际影响力的文化品牌，搭建若干具有较强辐射力的国际文化交易平台”的发展目标，明确重点“支持文化企业拓展文化出口平台和渠道，鼓励各类企业通过新设、收购、合作等方式，在境外开展文化领域投资合作，建设国际营销网络，扩大境外优质文化资产规模”。

《浙江省文化发展“十三五”规划》还将“促进文化产业与科技融合发展，发挥移动互联网、云计算、大数据、物联网等新一代信息技术的推动作用”、“融入国家‘丝绸之路经济带’和21世纪‘海上丝绸之路’战略，推进与丝绸之路沿线国家的文化交流、文化传播和文化贸易”纳入“十三五”期间浙江省文化发展的主要任务。

（二）本次交易的目的

1、上市公司实施全球化战略的重要举措，具有显著的协同效应

上市公司是具有全球化视野的国内领先的移动互联网高科技企业，一直积极拓展海外业务。Outfit7 主要从事大数据广告分发以及互联网儿童早期教育业务，主要产品包括《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》、《我的汉克狗》、《会说话的汤姆猫》等应用，主要终端用户覆盖美国、英国、俄罗斯、巴西、中国等全球数十个国家和地区，主要广告客户覆盖谷歌、Facebook、Twitter、Applovin、Vungle 等全球 30 余家大型广告平台，其大数据广告分发业务及儿童早教业务与上市公司具有协同效应。

通过本次交易，上市公司将迅速切入全球移动互联网应用市场，践行“国际化生态型移动互联网企业”的发展战略。本次交易完成后，上市公司将大幅提升自身在全球移动互联网应用市场的竞争力，打造全球化的发行运营平台，并借助 Outfit7 精准的用户分析、营销能力和 IP 品牌知名度，进而帮助上市公司进行产业链的全面拓展升级，提升营销推广能力，扩大市场占比，增强上市公司的持续盈利能力和发展潜力。

未来，上市公司将凭借其资本实力和资源整合能力上的优势，持续在广告、儿童教育、儿童乐园、人工智能、衍生品等领域进行全方位、生态化布局，建设具有国际影响力的移动互联网生态型企业。

2、提升上市公司业务规模和盈利水平

本次交易完成后，上市公司的总资产规模与净利润水平都将得到大幅提升，有利于进一步提升上市公司的综合竞争能力、市场拓展能力、资源控制能力和后续发展能力，提升公司的盈利水平，增强上市公司的抗风险能力和可持续发展的能力，增加对股东的回报。

3、获取资源和技术，服务实体经济转型升级

Outfit7开发的亲子互动应用可以和用户进行人机交互，能够辨声、模仿、变声，具备了初级形态的人工智能。其各类亲子互动应用的成功，体现了强大的大数据分析能力和人工智能以及“会说话的汤姆猫家族”作为全球范围内知名IP的稀缺性。

Outfit7自行开发的高度智能化广告投放系统，每天可收集到约50亿条用户行为数据，自行研发的演进机器学习算法，对用户进行画像，进行精准的广告投放。Outfit7的广告系统能依据用户行为反馈，自主在各广告平台间优化流量调配和广告投放，其智能化发行技术的引进，能够大幅提升上市公司广告发行的创收效率。

Outfit7月活用户中约70%来自在除中国以外的全球市场，本次收购完成后，Outfit7将成为由中国公司控制的境外最大用户基数的流量平台公司之一。这为当前中国产品出口、文化出海，提供了一个很好的通道和载体，以及强大的数据流量支持。

二、本次交易已履行的决策和审批程序

（一）上市公司的决策过程

2017年8月29日，上市公司召开第三届董事会第四次会议，审议通过本次重组方案及相关议案。

2017年9月22日，上市公司召开2017年第二次临时股东大会，审议通过本次重组方案及相关议案。

（二）交易对方的决策过程

2017 年 8 月，本次发行股份购买资产交易对方上虞杭天作出投资决策委员会投资决议、深圳霖枫作出股东决定，同意上市公司以发行股份方式购买其持有的杭州逗宝股权。

2017 年 8 月，本次发行股份购买资产交易对方上虞朱雀作出合伙人大会决议，同意上市公司以发行股份方式购买其持有的上虞码牛股权。

（三）证监会批复

2017 年 12 月 19 日，公司收到中国证监会《关于核准浙江金科文化产业股份有限公司向朱志刚等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可[2017]2305 号），本次发行股份购买资产并募集配套资金方案已获得中国证监会核准。

三、本次交易的具体方案

（一）发行股份购买资产

1、发行股份的种类、面值、上市地点

本次发行股份购买资产所发行股份种类为人民币普通股（A 股），每股面值 1.00 元，上市地点为深交所。

2、标的资产交易价格

本次交易标的资产的评估机构为中联。根据中联出具的《杭州逗宝资产评估报告》及《上虞码牛资产评估报告》，本次评估以 2017 年 6 月 30 日为评估基准日，选取资产基础法对 2 家标的公司的对应权益进行评估，本次交易的标的资产评估增值情况如下：

单位：万元

标的资产	母公司账面净资产	股权评估值	评估增值额	评估增值率
杭州逗宝 100%股权	210,114.16	211,047.49	933.33	0.44%
上虞码牛 100%股权	210,038.49	210,632.10	593.61	0.28%
合计	420,152.65	421,679.59	1,526.94	0.36%

经交易各方友好协商，拟确定本次交易标的资产交易对价为 420,000 万元，其中杭州逗宝 100%股权的交易价格为 210,000 万元；上虞码牛 100%股权的交易价格为 210,000 万元。本次交易对价由上市公司以发行股份方式支付。

3、发行方式及发行对象

本次发行股份购买资产的发行方式系向特定对象非公开发行 A 股股票，发行对象为朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫以及徐波、上虞朱雀共 6 名交易对方。

4、发行价格及定价原则

根据《重组管理办法》相关规定：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。

根据上述规定，上市公司通过与交易对方之间的协商，兼顾各方利益，确定发行价格采用定价基准日前 60 个交易日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%，即 10.77 元/股作为发行价格。

在本次发行的定价基准日至发行日期间，上市公司如再有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，本次交易的发行价格将作相应调整，发行股份的数量也随之进行调整。

5、发行数量

本次发行股份购买资产的股份发行数量为 389,972,142 股（计算公式为：股份发行数量=交易对价÷股份发行价格），具体如下：

序号	发行对象	交易对价（万元）	发行股数（股）
1	朱志刚	67,500	62,674,094
2	王健	67,500	62,674,094
3	上虞杭天	37,500	34,818,941
4	深圳霖枫	37,500	34,818,941
5	徐波	50	46,425
6	上虞朱雀	209,950	194,939,647
合计		420,000	389,972,142

本次重大资产重组实施前，若上市公司股票发生其他除权、除息等事项，则

上述发行数量将进一步进行相应调整。

6、股份锁定期安排

(1) 本次发行股份购买资产的交易对方朱志刚承诺：

“本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理。

本次交易完成后 6 个月内如上市公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者交易完成后 6 个月期末收盘价低于发行价的，本人因本次交易取得的公司股票的锁定期自动延长至少 6 个月。”

(2) 本次发行股份购买资产的交易对方王健承诺：

“本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理。”

(3) 本次发行股份购买资产的交易对方上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀承诺：

“承诺对于本次购买资产项下取得的对价股份，自发行完成日起 12 个月内不得转让。若截至取得本次交易所发行的股份时，其用于认购上市公司股份的目标公司股权持续拥有权益的时间不足 12 个月的（以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日为准），则相应取得的上市公司股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让。”

上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀于本次购买资产项下取得的对价股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让。

7、过渡期损益安排

根据《杭州逗宝购买资产协议》及《上虞码牛购买资产协议》，自评估基准日至资产交割日，标的公司如实现盈利，或因其他原因而增加的净资产的部分归上市公司所有；如自评估基准日至资产交割日，标的公司发生亏损，或因其他原因而减少的净资产部分，在审计报告出具后 10 个工作日内，由交易对方按照在资产交割日前交易对方各自所持标的公司的出资额占标的公司注册资本的比例，

以现金方式分别向标的公司全额补足。上述损益归属期间的损益及数额应由各方共同认可的具有证券业务资格的会计师事务所进行审计确认。

8、滚存未分配利润安排

本次交易完成后，上市公司于发行股票前滚存未分配利润由股票发行完成后上市公司的新老股东按照其持股比例共同享有。

（二）募集配套资金

1、募集配套资金总额及募投项目

本公司拟募集配套资金总金额不超过 31,083.45 万元，占本次交易标的资产交易价格的比例为 7.40%（募集配套资金总金额未超过标的资产交易价格的 100%）。

2、发行股票的种类、面值、上市地点

本次募集配套资金所发行股份种类为人民币普通股（A 股），每股面值为人民币 1.00 元，上市地点为深交所。

3、发行对象及认购方式

本次募集配套资金的发行方式为非公开发行，发行对象为不超过 5 名特定投资者。

4、发行方式及定价依据

本公司拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金，本次发行股份募集配套资金的定价基准日为本次重组中用于募集配套资金所发行股份的发行期首日，上市公司应按不低于发行底价价格发行股票。募集配套资金不超过标的资产交易价格的 100%，且发行股份数量不超过发行前金科文化总股本的 20%。根据中国证监会《创业板发行管理办法》等相关规定，本次发行股份募集配套资金采取询价发行的方式，定价基准日为发行期首日，发行价格不低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价的百分之九十，或者不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的百分之九十。

最终发行价格将按照《创业板发行管理办法》、《非公开发行股票实施细则》等相关规定，根据询价情况由公司董事会根据股东大会的授权与本次交易的独立财务顾问协商确定。

若上市公司股票在发行股份募集配套资金的发行期首日至发行前的期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，则依据相关规定对本次发行价格作相应除权除息处理，发行数量也将根据本次发行价格的情况进行相应调整。

5、发行数量

本次交易拟募集配套资金为不超过 31,083.45 万元，发行价格将根据《创业板发行管理办法》的相应规定以询价方式确定，进而确定募集配套资金的发行数量。

6、股份锁定期安排

根据中国证监会《创业板发行管理办法》等相关规定，配套募集资金认购方锁定期安排如下：

（1）发行股份募集配套资金之新增股份数自发行结束之日起十二个月内不得上市交易。

（2）本次发行结束后，认购方就本次发行所取得的股份由于金科文化送红股、转增股本等原因增加的股份，亦应遵守前述约定。如前述锁定期与证券监管机构的最新监管要求不相符，配套融资认购方将根据监管机构的最新监管意见进行相应调整。

四、本次交易对上市公司影响

（一）本次交易对上市公司主营业务的影响

海外移动互联网市场及互联网儿童早期教育市场是上市公司重要业务发展方向。Outfit7 是国际著名的亲子互动类移动应用开发公司，其对亲子互动类移动应用的研发运营、市场营销、数据分析及广告分发能力处于行业领先地位。通过本次交易，上市公司将大幅提升自身在全球移动应用市场的竞争力，切入移动

应用大数据广告分发市场，打造全球化的移动应用发行运营及广告分发平台，并借助 Outfit7 精准的用户分析及营销能力，帮助上市公司进行产业链的全面拓展升级，提升营销推广能力，扩大市场占比，落实“国际化生态型移动互联网企业”的发展战略，增强上市公司的持续盈利能力和发展潜力。

（二）本次交易对上市公司主要财务指标的影响

本次交易完成前后，上市公司 2016 年及 2017 年 1-6 月的主要财务指标如下表所示：

财务指标	本次交易前	本次交易后 (备考合并)	本次交易前	本次交易后 (备考合并)
	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日	
总资产（万元）	569,699.75	1,418,650.05	536,170.27	1,385,947.29
总负债（万元）	55,390.64	469,113.70	35,305.94	446,405.88
归属于母公司股东的净资产（万元）	510,393.50	924,619.60	496,097.27	911,622.76
资产负债率（%）	9.72	33.07	6.58	32.21
财务指标	本次交易前	本次交易后(备 考合并)	本次交易前	本次交易后(备 考合并)
	2017 年 1-6 月		2016 年度	
营业收入（万元）	65,211.89	106,449.57	89,456.12	157,303.20
归属于母公司股东的净利润（万元）	20,414.64	37,634.58	20,499.89	44,751.75
基本每股收益(元/股)	0.13	0.19	0.19	0.30
全面摊薄净资产收益率（%）	4.00	4.07	4.13	4.91

注：备考合并数据未考虑募集配套资金影响。

本次交易完成后，上市公司资产负债率上升，主要原因系：截至 2017 年 6 月 30 日，存在应付联合好运股权收购款项 406,487.12 万元。截至本报告书签署日，上述款项已支付。扣除上述事项影响，本次交易完成后，上市公司 2016 年 12 月 31 日及 2017 年 6 月 30 日的资产负债率为 4.08%及 6.19%。

本次交易完成后（未考虑配套募集资金），上市公司 2016 年度及 2017 年 1-6 月的营业收入、归属于母公司股东的净利润均显著增加，基本每股收益将增厚。根据中联出具的《Outfit7 资产评估报告》，标的公司 2017 年度、2018 年度和 2019 年度收益法评估中，预计实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润

分别为 7,809.04 万欧元、9,286.68 万欧元和 10,975.80 万欧元。本次交易有利于增强本公司的持续盈利能力，符合本公司全体股东的利益。

按照本次交易中发行股份数量（考虑配套募集资金）、收益法评估中利润预测情况计算，2017 年度、2018 年度和 2019 年度本次交易发行股份对应每股收益分别不低于 0.81 元/股、0.96 元/股及 1.14 元/股（按评估基准日中国人民银行人民币对欧元汇率中间价折算，考虑本次收购 Outfit7 的 56%股权，以 Outfit7 预测的净利润乘以 56%计算确定），高于 2016 年度上市公司每股收益，盈利能力良好。因此从长期来看，本次重组有利于增厚上市公司每股收益。本次交易后，预计上市公司重组完成当年每股收益将增加，不会损害中小投资者的权益。

（三）本次交易对股权结构的影响

本次交易完成前后，上市公司股东持股情况如下：

股东姓名/ 名称	本次交易前		本次交易后 (未考虑配套募集资金)		本次交易后 (考虑配套募集资金)	
	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(%)
金科控股	286,092,501	18.09	286,092,501	14.51	286,092,501	14.30
朱志刚	197,074,259	12.46	259,748,353	13.18	259,748,353	12.99
王健	289,210,932	18.29	351,885,026	17.85	351,885,026	17.59
上虞杭天	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
深圳霖枫	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
徐波	-	-	46,425	0.00	46,425	0.00
上虞朱雀	-	-	194,939,647	9.89	194,939,647	9.75
配套融资 投资者	-	-	-	-	28,861,142	1.44
其他股东	808,883,161	51.15	808,883,161	41.03	808,883,161	40.44
总股本	1,581,260,853	100.00	1,971,232,995	100.00	2,000,094,137	100.00

注：1、上述股东中，金科控股、朱志刚构成一致行动人。此外，朱阳土直接持有上市公司的股份数量为 4,005,000 股，占上市公司总股本的 0.25%。朱阳土与朱志刚是父子关系，两者构成一致行动关系。

2、由于本次配套募集资金采取询价方式，发行价格尚未确定，若假设本次募集配套资金发行价格与本次发行股份购买资产价格同为 10.77 元/股，则在本次募集配套资金为 31,083.45 万元的情况下，募集配套资金发行股份数量为 28,861,142 股。

本次交易前，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 30.56%。未考虑配套募集资金，发行股份购买资产完成后，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 27.69%。考虑配套募集资金后，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 27.29%。本次交易前后，金科控股均为上市公司的控股股东，朱志刚均为上市公司的实际控制人，本次交易不会导致上市公司控制权发生变化，本次交易不构成《重组管理办法》第十三条所规定的重组上市。

五、本次交易构成关联交易、重大资产重组

（一）本次交易构成重大资产重组

本次发行股份购买资产的交易总金额为 420,000.00 万元，超过上市公司最近一个会计年度未经审计的合并财务报告期末资产总额的比例达到 50%以上。根据《重组管理办法》，本次交易构成重大资产重组。本次交易已取得中国证监会核准。

（二）本次交易构成关联交易

本次交易过程中，交易对方朱志刚系上市公司实际控制人，并担任上市公司董事；王健系持有上市公司 5%以上股份的股东，并担任上市公司董事、总经理；上虞朱雀在本次交易完成后将持有上市公司 5%以上股份，根据《重组管理办法》和《上市规则》的相关规定，本次交易构成关联交易。按照上市公司《公司章程》的相关规定，关联董事在审议本次交易的董事会会议上回避表决，关联股东在股东大会上回避表决。

2017 年 8 月 29 日，上市公司召开的第三届董事会第四次会议审议并通过了本次交易方案。出席会议的关联董事朱志刚、王健和朱恬回避表决。

六、本次交易不构成重组上市

本次发行股份购买资产完成前后，上市公司股东持股情况如下：

股东姓名/ 名称	本次交易前	本次交易后 (未考虑配套募集资金)	本次交易后 (考虑配套募集资金)

	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(%)
金科控股	286,092,501	18.09	286,092,501	14.51	286,092,501	14.30
朱志刚	197,074,259	12.46	259,748,353	13.18	259,748,353	12.99
王健	289,210,932	18.29	351,885,026	17.85	351,885,026	17.59
上虞杭天	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
深圳霖枫	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
徐波	-	-	46,425	0.00	46,425	0.00
上虞朱雀	-	-	194,939,647	9.89	194,939,647	9.75
配套融资投资者	-	-	-	-	28,861,142	1.44
其他股东	808,883,161	51.15	808,883,161	41.03	808,883,161	40.44
总股本	1,581,260,853	100.00	1,971,232,995	100.00	2,000,094,137	100.00

注：1、上述股东中，金科控股、朱志刚构成一致行动人。此外，朱阳土直接持有上市公司的股份数量为 4,005,000 股，占上市公司总股本的 0.25%。朱阳土与朱志刚是父子关系，两者构成一致行动关系。

2、由于本次配套募集资金采取询价方式，发行价格尚未确定，若假设本次募集配套资金发行价格与本次发行股份购买资产价格同为 10.77 元/股，则在本次募集配套资金为 31,083.45 万元的情况下，募集配套资金发行股份数量为 28,861,142 股。

本次交易前，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 30.56%。未考虑配套募集资金，发行股份购买资产完成后，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 27.69%。考虑配套募集资金后，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 27.29%。本次交易前后，金科控股均为上市公司的控股股东，朱志刚均为上市公司的实际控制人，本次交易不会导致上市公司控制权发生变化。

综上所述，本次交易不会导致上市公司控制权发生变化，本次交易不构成《重组管理办法》第十三条所规定的重组上市。

七、本次交易未购买 Outfit7 全部股权的原因、后续收购计划及对上市公司独立性和法人治理结构的影响

（一）上市公司未购买 Outfit7 全部股权的原因及后续收购计划或安排

1、未购买 Outfit7 全部股权的原因

本次交易前，金科香港持有联合好运 35%股权。本次交易后，联合好运仍持有 Outfit7 的 44%股权。本次交易中，上市公司拟通过收购杭州逗宝和上虞码牛的全部股权，间接控股 Outfit7 的 56%股权，以获取 Outfit7 的资源和技术，切入全球移动互联网应用市场，践行“全球化生态型移动互联网企业”的发展战略，提升上市公司业务规模和盈利水平。

综合考虑宏观环境及并购成本，上市公司采用控股型收购而不是全资收购有利于公司节约资本投入，同时，上市公司注重对投资风险的控制，在实施收购时，除了对交易标的进行详细的调查、分析及研究外，主要采用取得 Outfit7 控制权的方式实施收购，以尽可能小的代价获得 Outfit7 的控制权，实现公司业务的跨越式发展。本次收购有利于 Outfit7 的长期经营发展，有利于更好地保护上市公司及其中小股东的利益。

2、后续收购计划或安排

截至本报告书签署日，上市公司尚无后续收购计划或安排。金科文化未来将综合考虑 Outfit7 业务发展情况、盈利能力、未来的利润实现情况、市场发展前景并综合自身的战略发展需求，择机收购 Outfit7 剩余股权。

（二）上市公司与联合好运及其控股股东未就 Outfit7 的控制权安排、公司治理等达成协议，本次交易对上市公司独立性和法人治理结构的影响及潜在法律风险

1、上市公司与联合好运及其控股股东未就 Outfit7 的控制权安排、公司治理等达成协议

截至本报告书签署日，Outfit7 的股权结构如下：

股东名称	持股数（股）	持股比例（%）

联合好运	4,082,214	44
Lily	2,597,772	28
Ryuki	2,597,772	28
合计	9,277,758	100

根据 Outfit7 的公司章程和各股东持股情况，上市公司与联合好运及其控股股东未就 Outfit7 的控制权安排、公司治理等达成协议。

2、本次交易不会对上市公司独立性、法人治理结构造成不利影响

本次交易前，上市公司已经按照有关法律法规的规定建立规范的法人治理结构和独立运营的管理体制，做到业务独立、资产独立、财务独立、人员独立和机构独立。本次交易对公司控股股东的控制权不会产生重大影响，公司的实际控制人不会发生变化，不会对现有的公司治理结构产生不利影响。本次交易完成后，公司将继续在业务、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。此外，本次交易，朱志刚、王健、金科控股分别出具《保持上市公司独立性的承诺函》，保证上市公司人员独立、资产独立、业务独立、财务独立、机构独立，符合中国证监会关于上市公司独立性相关规定。

本次交易不会对上市公司独立性、法人治理结构造成不利影响，不存在潜在法律风险。

第五节 上市公司基本情况

一、金科文化基本情况

公司全称：	浙江金科文化产业股份有限公司
英文名称：	Zhejiang Jinke Culture Industry Co., LTD.
上市地点：	深圳证券交易所
股票简称：	金科文化
股票代码：	300459
成立时间：	2007 年 6 月 12 日
总股本：	1,581,260,853 股
注册地址：	浙江省杭州湾上虞经济技术开发区
办公地址	浙江省杭州市萧山区钱江世纪城平澜路 299 号浙江商会大厦 36 层
统一社会信用代码：	913300006628918505
法定代表人：	魏洪涛
经营范围：	广播电视节目制作（凭许可证经营），经营演出及经纪业务（凭许可证经营），音像制品的批发（凭许可证经营），互联网游戏经营（凭有效《网络文化经营许可证》和《增值电信业务经营许可证》经营，生产：年产过碳酸钠（SPC）10 万吨、食品级液态二氧化碳 1.2 万吨（凭有效《安全生产许可证》经营），文化娱乐产业投资，过碳酸钠、过硼酸钠研发；三嗪次胺基己酸系列产品、醋酸钠系列产品的研发、生产、销售及其他化工产品的研发及销售（除危险化学品及易制毒品外）；进出口业务贸易，计算机软硬件的设计、开发、销售，网络技术的技术开发、技术咨询、技术服务，游戏开发，图文设计制作，设计、制作、代理、发布国内各类广告，会展服务，影视文化信息咨询，

摄影服务，体育运动项目经营，艺术创作，主题乐园的开发、建设、经营。（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、公司设立、历次股本变动及重大变更情况

（一）股份公司设立

公司为浙江时代金科过氧化物有限公司（以下简称“时代金科”）整体变更设立的股份有限公司。

时代金科成立于 2007 年 6 月 12 日，成立时注册资本 6,000 万元。2011 年 4 月 21 日，经时代金科股东会决议，时代金科以截至 2011 年 3 月 31 日经审计的公司净资产 245,874,525.95 元折股 7,950 万股，每股面值 1 元，其余净资产（扣除专项储备安全生产基金 2,224,847.14 元）计入资本公积，整体变更为浙江金科过氧化物股份有限公司（以下简称“浙江金科”）。

2011 年 4 月 22 日，天健会计师出具了天健验[2011]160 号《验资报告》，确认公司整体变更设立股份有限公司出资到位。2011 年 5 月 18 日，公司在绍兴市工商行政管理局办理了变更登记，并领取了注册号为 330682000008543 的《企业法人营业执照》，法定代表人朱志刚，注册资本 7,950 万元。

浙江金科发起人包括金科控股等 6 位法人以及朱志刚等 13 位自然人，公司设立时发起人具体持股情况如下：

单位：万股

序号	股东名称	股份	持股比例（%）
1	金科控股	2,564.66	32.26
2	浙江利建创业投资有限公司	607.64	7.64
3	上虞市金创投资中心（普通合伙）	557.01	7.01
4	浙江卧龙创业投资有限公司	506.37	6.37
5	苏州恒博创业投资有限公司	126.60	1.59
6	上海盛万彦润投资合伙企业（有限合伙）	126.60	1.59
7	朱志刚	2,501.06	31.46
8	葛敏海	170.14	2.14
9	陈文豪	101.28	1.27
10	章伟新	101.28	1.27
11	韩礼力	101.28	1.27

序号	股东名称	股份	持股比例（%）
12	章金龙	91.15	1.15
13	朱阳土	75.95	0.96
14	俞世铭	75.95	0.96
15	竹钟祥	60.76	0.76
16	金柏仁	60.76	0.76
17	胡仁勇	60.76	0.76
18	魏洪涛	37.98	0.48
19	毛军勇	22.79	0.29
合计		7,950.00	100.00

（二）首次公开发行股票情况

经中国证监会证监许可〔2015〕703号文核准，公司向社会公开发行2,650万股人民币普通股（A股），每股面值1元人民币。公司实际已发行新股2,650万股，发行价格为7.84元/股，募集资金总额为20,776万元，扣除发行费用后实际募集资金净额为17,551.44万元，天健已于2015年5月8日验资并出具天健验[2015]115号《验资报告》。公司股票于2015年5月15日在深交所上市。

公司首次公开发行股票并上市前后，股本结构如下：

单位：万股

股东名称	发行前股权结构		发行后股权结构	
	股份	比例（%）	股份	比例（%）
法人股	3,805.27	47.87	3,805.27	35.90
金科控股	2,564.66	32.26	2,564.66	24.19
浙江利建创业投资有限公司	607.64	7.64	607.64	5.73
浙江卧龙创业投资有限公司	506.37	6.37	506.37	4.78
苏州恒博创业投资有限公司	126.60	1.59	126.60	1.19
其他（合伙企业）	683.61	8.60	683.61	6.45
上虞市金创投资中心（普通合伙）	557.01	7.01	557.01	5.25
上海盛万彦润投资合伙企业（有限合伙）	126.60	1.59	126.60	1.19
自然人股	3,461.13	43.54	3,461.13	32.65
朱志刚	2,501.06	31.46	2,501.06	23.59
其余12人	960.07	12.08	960.07	9.06
小计	7,950.00	100.00	7,950.00	75.00
首次公开发行股份	-	-	2,650.00	25.00
总计	7,950.00	100.00	10,600.00	100.00

（三）2015 年，资本公积转增股本

2015 年 8 月 25 日，公司 2015 年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司 2015 年半年度资本公积金转增股本的方案议案》，以截至 2015 年 6 月 30 日股本总额 106,000,000 股为基数，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 15 股。本次转增股本后公司股本总额增加至 265,000,000 股。

资本公积转增股本方案实施后，公司总股本由 106,000,000 股增加至 265,000,000 股。

（四）2016 年，重大资产重组

2016 年 2 月 5 日，公司发布《浙江金科过氧化物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）》，公司拟以发行股份并支付现金的方式购买杭州哲信的全体股东持有的杭州哲信 100%股权；并向金科控股、王健等 5 名特定投资者发行股份募集配套资金。

2016 年 4 月 29 日，公司收到中国证监会《关于核准浙江金科过氧化物股份有限公司向王健等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可【2016】943 号），同意公司向王健等 9 名交易对方发行 127,994,952 股购买资产，并非公开发行不超过 132,770,000 股新股募集配套资金。2016 年 5 月 16 日，公司 2015 年度股东大会审议通过了《关于 2015 年度利润分配预案的议案》，公司以总股本 26,500 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 0.80 元（含税），合计派送现金红利 2,120 万元，并对本次发行股份购买资产并募集配套资金的发行价格和发行数量作相应调整。

截至本报告书签署日，杭州哲信 100%股权已过户至上市公司，并完成相关工商变更登记手续，非公开发行股份募集配套资金也已完成，上市公司已取得了浙江省工商行政管理局换发的《营业执照》。

上述重大资产重组实施后，公司总股本由 265,000,000 股增加至 527,086,951 股。

（五）2016 年，上市公司变更名称

2016 年 7 月，上市公司变更名称为浙江金科娱乐文化股份有限公司，并取得由浙江省工商行政管理局颁发的《营业执照》。

（六）2016 年，资本公积转增股本

2016 年 8 月 26 日，公司 2016 年第三次临时股东大会审议通过了《关于公司 2016 年半年度利润分配方案的议案》，以总股本 527,086,951 股为基数，向全体股东以资本公积每 10 股转增 20 股，本次转增股本后公司股本总额增加至 1,581,260,853 股。

上述资本公积转增股本方案实施后，公司总股本由 527,086,951 股增加至 1,581,260,853 股。

（七）2017 年，上市公司变更名称

2017 年 7 月，上市公司变更名称为浙江金科文化产业股份有限公司，并取得由浙江省工商行政管理局颁发的《营业执照》。

截至本报告书签署日，公司的股本总额为 1,581,260,853 股。

三、最近三年控制权变动及重大资产重组情况

（一）最近三年控制权变动情况

最近三年（包括自 2015 年 5 月 15 日上市以来）公司的控制权未发生变化，实际控制人为朱志刚。

（二）最近三年重大资产重组情况

最近三年上市公司存在《重组管理办法》规定的重大资产重组情形，具体情况参见本节“二、公司设立、历次股本变动及重大变更情况/（四）2016 年，重大资产重组”。

除上述情况外，上市公司最近三年不存在其它重大资产重组情况。

四、最近三年主营业务发展情况

公司是一家通过聚合各类长尾渠道，依托大数据分析和人工智能技术，兼具文化娱乐内容制作、分发与运营和互联网儿童早期教育的高科技企业。

公司原主要从事氧系漂白助剂 SPC 的研发、生产和销售。为了提升公司持续经营水平，扩大公司利润空间，同时为公司投资者提供更丰厚的回报，公司于 2016 年完成了对杭州哲信的重大资产重组，全面切入移动互联网文化产业领域，转型为精细化工业与移动互联网文化产业双主业经营企业。公司在进行移动互联网文化内容制作、精准分发与运营的同时，通过收购、参控股“星宝乐园（北京）信息科技有限公司”等互联网企业，积极布局互联网儿童早期教育业务，已迅速成为该领域的著名企业之一。

五、最近三年及一期主要财务指标

截至本报告书签署日，公司近三年及一期的主要财务指标如下：

（一）资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产总计	569,699.75	536,170.27	87,671.45	65,753.87
负债合计	55,390.64	35,305.94	22,377.02	24,558.62
归属于母公司股东的权益	510,393.50	496,097.27	62,697.30	41,195.25

注：2014 年度、2015 年度、2016 年度数据已经审计，2017 年 1-6 月数据未经审计，下同。

注：杭州哲信于 2016 年 6 月纳入上市公司合并范围，因此 2016 年主要财务指标较 2015 年变化较大，下同。

（二）利润表主要数据

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	65,211.89	89,456.12	50,644.25	47,690.20
营业利润	22,476.76	24,745.48	6,386.37	3,876.21
利润总额	22,866.68	25,214.55	6,546.55	4,160.36
净利润	21,140.70	21,924.76	5,540.58	3,617.93

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
归属于母公司股东的净利润	20,414.64	20,499.89	4,847.77	3,617.93

（三）主要合并财务指标

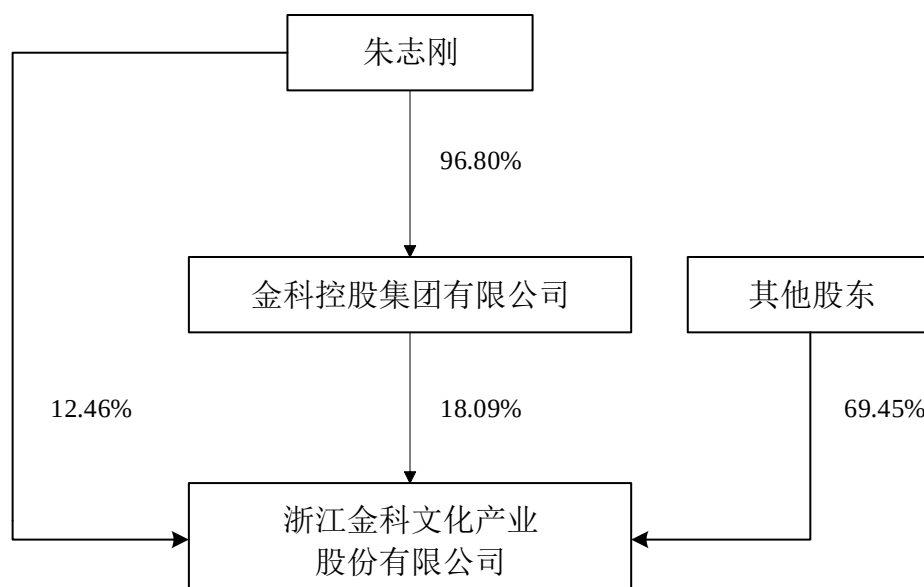
项目	2017 年 6 月 30 日 /2017 年 1-6 月	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
资产负债率（%）	9.72	6.58	25.52	37.35
基本每股收益（元/股）	0.13	0.19	0.14	0.46
全面摊薄净资产收益率（%）	4.00	4.13	7.73	8.78

六、公司控股股东及实际控制人情况

（一）股权控制关系

截至本报告书签署日，朱志刚直接持有公司股份197,074,259股，占公司总股本的12.46%，朱志刚控制的金科控股持有公司股份286,092,501股，占公司总股本的18.09%，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为30.55%。朱志刚为上市公司的实际控制人，金科控股为上市公司的控股股东。

上市公司的股权控制关系图如下：



（二）公司控股股东、实际控制人的基本情况

1、控股股东

名称：金科控股集团有限公司

法定代表人：朱志刚

注册资本：50,000万元

住所：绍兴市上虞区大三角开发区

公司类型：私营有限责任公司（自然人控股或私营性质企业控股）

统一社会信用代码：91330604146113809Y

成立时间：1997年1月6日

经营范围：环保、制冷设备、泳池成套设备、水处理设备设计、制造、安装；金属制品加工、销售；实业投资、控股；塑料粒子销售；进出口业务（法律法规禁止项目除外，限制项目取得许可证后方可经营）。

2、实际控制人

截至本报告书签署日，朱志刚直接持有公司股份 197,074,259 股，占公司总股本的 12.46%，朱志刚控制的金科控股持有公司股份 286,092,501 股，占公司总股本的 18.09%，朱志刚直接和间接控制的上市公司股权比例为 30.56%，朱志刚为上市公司的实际控制人。

朱志刚的基本情况如下：

实际控制人	国籍	永久境外居留权	证件号码
朱志刚	中国	澳门永久居留权	33062219651117XXXX

截至本报告书签署日，朱志刚持有金科控股 96.80%股权，是金科控股的实际控制人，两者构成一致行动关系。朱阳土与朱志刚是父子关系，两者构成一致行动关系，朱阳土除持有金科控股 0.40%的股权外，直接持有上市公司的股份数量为 4,005,000 股，占上市公司总股本的 0.25%。综上，朱志刚、金科控股、朱阳土构成一致行动关系。

七、公司前十大股东情况

截至 2017 年 6 月 30 日，上市公司前十大股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量 (股)	占总股本比例 (%)
1	王健	287,223,332	18.16
2	金科控股	286,092,501	18.09
3	朱志刚	194,540,509	12.30
4	杭州艾泽拉思投资管理合伙企业（有限合伙）	94,979,085	6.01
5	绍兴上虞硅谷科信投资合伙企业（有限合伙）	93,169,959	5.89
6	宁波源开鼎盛投资合伙企业（有限合伙）	53,760,019	3.40
7	方明	46,273,191	2.93
8	杭州凯泰厚德投资合伙企业（有限合伙）	32,268,283	2.04
9	银江股份有限公司	29,330,796	1.85
10	绍兴上虞金创投资合伙企业（有限合伙）	24,332,975	1.54
	合计	1,141,970,650	72.22

八、最近三年合法合规情况

截至本报告书签署日，本公司不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查的情形。本公司最近三年亦未受到过行政处罚或者刑事处罚。

第六节 交易对方基本情况

本次发行股份购买资产的交易对方为朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫、徐波及上虞朱雀。

一、杭州逗宝 100%股权交易对方

(一) 朱志刚

1、基本情况

姓名:	朱志刚
性别:	男
国籍:	中国
身份证号码:	33062219651117XXXX
住所/通讯地址:	浙江省绍兴市上虞区曹娥街道 XXX
其他国家或地区的居留权:	澳门永久居留权

2、最近三年主要职业和职务

序号	任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
1	金科控股	1997 年 1 月至今	执行董事	是
2	浙江金科双氧水有限公司	2007 年 12 月至今	董事	是
3	绍兴上虞雷迪森万锦大酒店有限公司	2007 年 2 月至今	执行董事	是
4	金科文化	2007 年 6 月至今	董事	是
5	浙江金海岸体育发展有限公司	2011 年 3 月至今	董事	是
6	浙江金刚投资有限公司	2016 年 1 月至今	执行董事、经理	是
7	绍兴市上虞财富置业有限公司	2006 年 9 月至今	董事	是
8	绍兴上虞时代广场商贸有限公司	2015 年 6 月至今	执行董事、经理	是
9	绍兴上虞金泰泳池设备有限公司	2014 年 3 月至今	执行董事、经理	是

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

序号	公司名称	注册资本/ 出资额 (万元)	持股比例	经营范围
1	金科控股	50,000	直接持股 96.80%	环保、制冷设备、泳池成套设备、水处理设备设计、制造、安装；金属制品加工、销售；实业投资、控股；塑料粒子销售；进出口业务（法律法规禁止项目除外，限制项目取得许可证后方可经营）。
2	金科文化	158,126	直接持股 12.46%；间接持股 18.09%	广播电视节目制作（凭许可证经营），经营演出及经纪业务（凭许可证经营），音像制品的批发（凭许可证经营），互联网游戏经营（凭有效《网络文化经营许可证》和《增值电信业务经营许可证》经营，生产：年产过碳酸钠（SPC）10万吨、食品级液态二氧化碳1.2万吨（凭有效《安全生产许可证》经营），文化娱乐产业投资，过碳酸钠、过硼酸钠研发；三嗪次胺基己酸系列产品、醋酸钠系列产品的研发、生产、销售及其他化工产品的研发及销售（除危险化学品及易制毒品外）；进出口业务贸易，计算机软硬件的设计、开发、销售，网络技术的技术开发、技术咨询、技术服务，游戏开发，图文设计制作，设计、制作、代理、发布国内各类广告，会展服务，影视文化信息咨询，摄影服务，体育运动项目经营，艺术创作，主题乐园的开发、建设、经营。
3	绍兴上虞六和投资有限公司	500	直接持股 84%	项目投资及经营管理。
4	时代金科置业有限公司	5,000	间接持股 100%	房地产开发、销售。房地产项目投资。
5	绍兴金科房地产有限公司	1,000	间接持股 70%	房地产开发、经营（凭资质经营）。
6	绍兴上虞时代广场商贸有限公司	1,000	间接持股 100%	金属制品、建筑材料、化工产品（除危险化学品和易制毒品）销售；房屋租赁服务；酒店管理服务
7	绍兴上虞时代金科物业管理有限公司	100	间接持股 100%	物业管理。

序号	公司名称	注册资本/ 出资额 (万元)	持股比例	经营范围
8	万锦商贸有限公司	5,000	间接持股 65%	百货、酒店用品、建筑材料、装饰材料、金属材料及制品、塑料原料及制品、针纺织品、橡胶制品、仪器仪表、五金交电、机电产品、机械设备、给排水设备及配件的销售；资本投资；酒店经营管理服务，旅游咨询服务；进出口业务(国家法律法规禁止项目除外，限制项目凭许可经营)。
9	绍兴上虞雷迪森万锦大酒店有限公司	8,000	间接持股 100%	餐饮服务：特大型餐馆（中餐类制售、西餐类制售、含凉菜，含裱花蛋糕，含生食海产品，含沙拉，含现榨果蔬汁）；批发兼零售：预包装食品、酒类（凭有效食品经营许可证经营）；住宿、理发美容、游泳池、酒吧服务（凭有效公共场所卫生许可证、特种行业许可证经营）；卷烟、雪茄烟零售（凭有效烟草专卖许可证经营）；提供营业性演出场所（除歌舞厅等娱乐场所外）服务；工艺品销售；棋牌服务；商务服务；酒店管理服务；物业管理服务；进出口业务（国家法律法规禁止项目除外，限制项目凭许可经营）
10	绍兴上虞区金科时代潮城商贸有限公司	3,000	间接持股 100%	卷烟、雪茄烟零售（凭有效《烟草专卖零售许可证》经营）；预包装食品，散装食品批发兼零售（凭有效《食品经营许可证》经营）。针纺织品、鞋帽服装、百货、日化用品、纺织原料、五金交电、金属材料、装饰材料（除危险化学品和易制毒品）、自行车、摩托车、通讯设备、家具、工艺品、劳保用品、日用杂品、文体用品、金银珠宝、钟表眼镜、照相器材、音像设备、农副产品、蔬菜水果、鲜花、水产品的销售；广告（除网络广告）设计、制作、发布；会展服务。进出口业务贸易（国家法律法规禁止项目除外，限制项目取得许可方可经营）；柜台出租；停车场管理服务。
11	绍兴上虞金泰泳池设备有限公司	6,000	间接持股 100%	泳池设备、玻璃钢水滑道、水上娱乐设施及水处理设备、活水养生设备、洗浴设备、泳池（水上乐园）的设计、安装、制造、销售、服务；金属制品加工、销

序号	公司名称	注册资本/ 出资额 (万元)	持股比例	经营范围
				售；有色金属销售。
12	绍兴市上虞金嘉置业有限公司	24,000	间接持股 100%	房地产开发、经营。
13	浙江金刚投资有限公司	5,000	直接持股 100%	项目投资及经营管理；投资管理咨询服务；建材、金属制品、酒店用品销售；进出口业务。

(二) 王健

1、基本情况

姓名：	王健
性别：	男
国籍：	中国
身份证号码：	33262419880715XXXX
住所/通讯地址：	杭州市下城区东新路 XXX
其他国家或地区的居留权：	无

2、最近三年主要职业和职务

序号	任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
1	金科文化	2016年7月5日至今	董事、总经理	是
2	杭州哲信	2010年5月25日至今	董事长、总经理	是
3	宁波源开启明股权投资合伙企业（有限合伙）	2014年11月19日至今	执行事务合伙人	是
4	宁波哲信创客投资有限公司	2015年11月9日至今	执行董事	是
5	绍兴上虞金科哲信科技有限公司	2016年8月26日至今	执行董事	是
6	杭州哲信影游科技有限公司	2016年4月15日至今	执行董事	是
7	杭州傲来投资管理有限公司	2016年9月8日至今	经理	是

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

序号	公司名称	注册资本/ 出资额 (万元)	持股比例	经营范围
1	宁波源开启明股权投资合伙企业（有限合伙）	3,000	33.40%	股权投资、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）
2	杭州金娱投资管理有限公司	2,000	10%	服务：投资管理，股权投资。（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）

（三）上虞杭天

1、基本情况

名称：绍兴上虞杭天股权投资合伙企业（有限合伙）

执行事务合伙人：北京润信泰隆投资管理有限公司（委派代表：徐涛）

主要经营场所：浙江省绍兴市上虞区曹娥街道世邦万祥城商务楼0801号

合伙类型：有限合伙企业

统一社会信用代码：91330604MA29D1205A

成立时间：2017-07-20

有效期限：2027-07-20

经营范围：泛娱乐文化领域的股权投资及咨询服务（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、历史沿革及股本变动情况

（1）2017年7月，设立

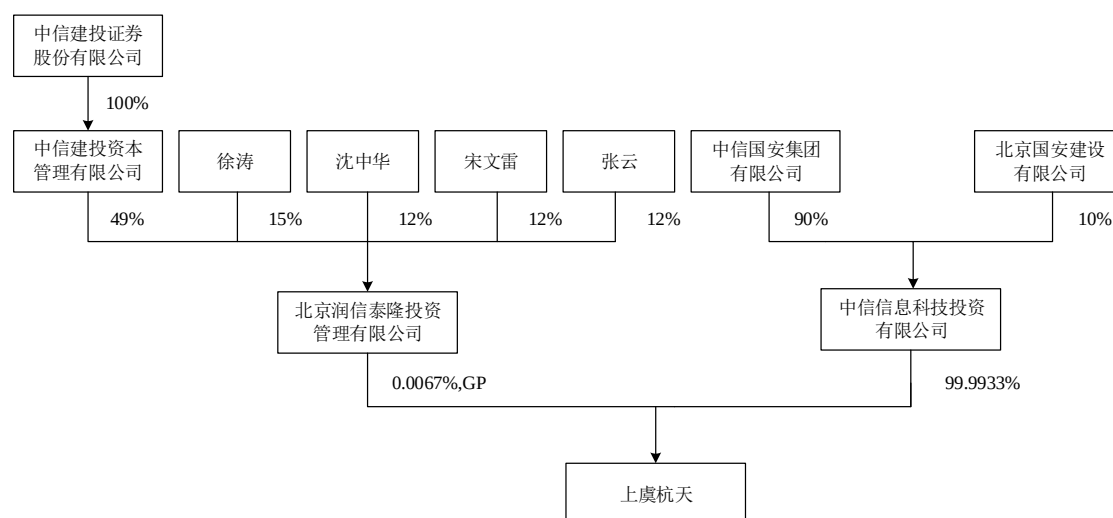
2017年7月20日，润信泰隆和中信信息以货币形式认缴出资15,001.00万元设立上虞杭天，其中普通合伙人润信泰隆认缴出资额1万元，有限合伙人中信信息认缴出资额15,000.00万元。2017年7月20日，上虞杭天取得了绍兴市上虞区市场监督管理局核发的《营业执照》。

上虞杭天设立时的股权结构如下：

合伙人	类型	出资额（万元）	出资比例（%）
润信泰隆	普通合伙人	1.00	0.0067
中信信息	有限合伙人	15,000.00	99.9933
合计		15,001.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，上虞杭天的执行事务合伙人为润信泰隆，润信泰隆的控股股东为中信建投资本。上虞杭天产权控制关系如下：



4、其他主要对外投资情况

截至本报告书签署日，除投资杭州逗宝外，上虞杭天无其他对外投资。

5、主营业务情况及主要财务指标

（1）最近三年主营业务情况

上虞杭天自 2017 年 7 月设立以来，尚未实际对外开展业务。

（2）最近两年主要财务指标

上虞杭天成立于 2017 年 7 月，未编制最近两年财务报表。

6、执行事务合伙人基本情况

上虞杭天的执行事务合伙人为润信泰隆。

（1）基本情况

公司名称:	北京润信泰隆投资管理有限公司
成立日期:	2016 年 1 月 7 日
公司类型:	有限责任公司（自然人投资或控股）
注册地址:	北京市东城区朝阳门内大街 2 号 ABCE 座 12 层 1209 室
法定代表人:	徐涛
注册资本:	30 万元
统一社会信用代码:	91110101MA00326R8F
经营范围:	投资管理。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

（2）历史沿革

1) 2016 年 1 月，设立

2015 年 12 月 10 日，张云、沈中华及宋文雷三人共同以货币形式出资 30 万元设立润信泰隆。2016 年 1 月，润信泰隆完成工商设立登记手续并取得了《营业执照》。

润信泰隆设立时股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例（%）
张云	10.20	34.00
宋文雷	9.90	33.00
沈中华	9.90	33.00
合计	30.00	100.00

2) 2017 年 4 月，股权转让

2017 年 4 月，润信泰隆召开股东会并决议通过股东沈中华、宋文雷及张云分别将其持有的出资 6.30 万元、6.30 万元及 2.10 万元转让予中信建投资本，股东张云将其持有的出资 4.50 万元转让予徐涛。2017 年 4 月 19 日，润信泰隆完成上述股权转让的工商变更登记手续并取得了《营业执照》。

本次股权转让完成后，润信泰隆股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例（%）
中信建投资本	14.70	49.00

股东	出资额（万元）	持股比例（%）
徐涛	4.50	15.00
沈中华	3.60	12.00
宋文雷	3.60	12.00
张云	3.60	12.00
合计	30.00	100.00

（3）其他主要对外投资情况

截至本报告书签署日，除投资上虞杭天外，润信泰隆其他主要对外投资情况如下所示：

序号	企业名称	注册地	出资额（万元）	出资比例	主营业务
1	共青城润信投资中心（有限合伙）	江西	5,100	1.9608%	投资管理，资产管理
2	北京润信瑞吉股权投资管理中心（有限合伙）	北京	2,506	0.0399%	投资管理
3	北京润信瑞恒股权投资管理中心（有限合伙）	北京	1,001	0.0999%	投资管理
4	北京润信瑞泰股权投资管理中心（有限合伙）	北京	1,001	0.0999%	投资管理
5	北京润信瑞丰股权投资管理中心（有限合伙）	北京	1,001	0.0999%	投资管理
6	北京润信瑞隆股权投资管理中心（有限合伙）	北京	1,001	0.0999%	投资管理
7	泰州鑫泰中信股权投资基金合伙企业（有限合伙）	江苏	20,010	0.04997%	从事非证券股权投资活动及相关咨询业务

（4）主营业务情况及主要财务指标

1）最近三年主营业务情况

润信泰隆主营业务为投资管理，主要作为设立基金的普通合伙人，履行相关职责。

2）最近两年主要财务指标

截至 2017 年 6 月 30 日，根据润信泰隆公司章程以及对外投资协议，润信泰隆股东认缴的注册资本及润信泰隆对外出资尚未到达约定的实缴时间，故均未实缴到位，因此润信泰隆无资产无负债，并未编制最近两年一期的财务报表。

7、主要合伙人基本情况

除润信泰隆外，上虞杭天的其他合伙人为中信信息。

(1) 中信信息基本情况

名称:	中信信息科技投资有限公司
法定代表人:	罗宁
注册资本:	5,000万元
住所:	北京市朝阳区新源南路6号2号楼一层116室
公司类型:	其他有限责任公司
统一社会信用代码:	91110105710925913M
成立时间:	2000年2月2日
经营范围:	通信、广播电视网络、电子计算机项目投资；通信设备、电器产品、机械设备、计算机软件；工业自动化仪表、家用电器的研制、开发、销售；通信系统工程的设计、安装；与以上业务相关的咨询服务。（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）（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。）

(四) 深圳霖枫

1、基本情况

名称: 深圳霖枫投资咨询有限公司

法定代表人: 石博

注册资本: 1,000.00万元

住所: 深圳市南山区南山街道后海大道与海德一道交汇处中洲控股金融中心B栋13A1

公司类型: 有限责任公司（法人独资）

统一社会信用代码: 91440300MA5DNWW47F

成立时间: 2016年11月10日

经营范围: 投资兴办实业（具体项目另行申报）；投资咨询；经济信息咨询。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）

2、历史沿革及股本变动情况

(1) 2016 年 11 月，设立

2016 年 11 月 10 日，深圳枫熙投资有限公司（以下简称“深圳枫熙”）以货币形式认缴出资 1,000 万元设立深圳霖枫。2016 年 11 月 10 日，深圳霖枫取得了深圳市市场监督管理局核发的《营业执照》。

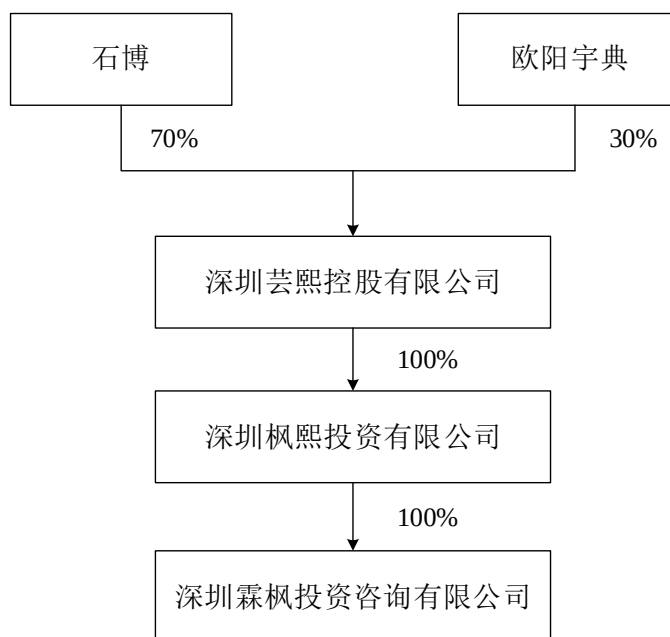
深圳霖枫设立时的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例（%）
深圳枫熙投资有限公司	1,000.00	100.00
合计	1,000.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，深圳霖枫控股股东为深圳枫熙，实际控制人为石博。

深圳霖枫的产权控制关系如下：



4、其他主要对外投资情况

截至本报告书签署日，除投资杭州逗宝外，深圳霖枫其他主要对外投资情况如下所示：

序号	公司名称	注册资本/ 出资额 (万元)	持股比例	主营业务

序号	公司名称	注册资本/ 出资额 (万元)	持股比例	主营业务
1	深圳瑞铂芸熙股权投资合伙企业（有限合伙）	10,001.00	4.9995%	股权投资、创业投资、项目投资。

5、主营业务情况及主要财务指标

（1）最近三年主营业务情况

深圳霖枫自成立以来主要主营业务为投资咨询业务。

（2）最近一年及一期主要财务指标

深圳霖枫成立于 2016 年 11 月，最近一年及一期的主要财务指标如下：

单位：元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日
总资产	504.45	0.00
总负债	0.10	0.10
归属于母公司所有者权益	504.35	-0.10
项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
营业收入	-	-
利润总额	-0.55	-0.10
归属于母公司所有者净利润	-0.55	-0.10

注：以上财务数据未经审计。

6、控股股东基本情况

深圳霖枫的股东为深圳枫熙。

（1）基本情况

公司名称：	深圳枫熙投资有限公司
成立日期：	2016 年 11 月 3 日
公司类型：	有限责任公司（法人独资）
注册地址：	深圳市南山区南山街道后海大道与海德一道交汇处中洲控股金融中心 B 栋 13A1
注册资本：	1,000 万元
法定代表人：	石博
统一社会信用代码：	91440300MA5DNJ2LX8

（2）历史沿革

2016 年 11 月 2 日，深圳芸熙控股有限公司出资设立深圳枫熙，注册资本为 1,000 万元。2016 年 11 月 3 日，深圳枫熙取得了深圳市市场监督管理局核发的《营业执照》。

深圳枫熙设立时的股权结构如下：

股东	出资额（万元）	持股比例（%）
深圳芸熙控股有限公司	1,000.00	100.00
合计	1,000.00	100.00

（3）其他主要对外投资情况

截至本报告书签署日，除投资深圳霖枫外，深圳枫熙无其他对外投资。

（4）主营业务情况及主要财务指标

1）最近三年主营业务情况

深圳枫熙主营业务为项目投资及对投资项目进行管理。

2）最近两年主要财务指标

深圳枫熙成立于 2016 年 11 月，其最近一年一期主要财务指标如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日
总资产	999.29	-
总负债	0.21	0.21
归属于母公司所有者权益	999.09	-0.21
项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
营业收入	-	-
利润总额	-0.71	-0.21
归属于母公司所有者净利润	-0.71	-0.21

注：以上财务数据未经审计。

二、上虞码牛 100%股权交易对方

（一）徐波

1、基本情况

姓名:	徐波
性别:	男
国籍:	中国
身份证号码:	33068219811024XXXX
住所/通讯地址:	浙江省绍兴市上虞区 XXX
其他国家或地区的居留权:	无

2、最近三年主要职业和职务

序号	任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
1	浙江汉莎洗涤用品有限公司	2016 年 5 月至今	监事	否
2	杭州串意科技有限公司	2017 年 6 月至今	执行董事、总经理	是
	绍兴上虞码牛通讯技术有限公司	2017 年 6 月至今	经理	是

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

序号	公司名称	注册资本/ 出资额 (万元)	持股比例	经营范围
1	杭州串意科技有限公司	20	100%	教育软件的研发;商务信息咨询;网站设计与维护;零售:乐器、计算机硬件;其他无需报经审批的一切合法项目。
2	上虞码牛	210,000	0.0238%	服务:通信设备、计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询,成果转让,承接计算机网络系统工程(涉及资质证凭证经营);批发、零售:计算机软硬件,通信设备(除专控);其他无需报经审批的一切合法项目。

(二) 上虞朱雀

1、基本情况

名称: 绍兴上虞朱雀股权投资合伙企业(有限合伙)

执行事务合伙人: 陆伟明

主要经营场所: 浙江省绍兴市上虞区曹娥街道世邦万祥城商务楼1311号

合伙类型: 有限合伙企业

统一社会信用代码：91330604MA29CXKT9L

成立时间：2017-07-13

有效期限：2037-07-12

经营范围：泛娱乐文化领域内的股权投资及咨询服务（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、历史沿革及股本变动情况

（1）2017 年 7 月，设立

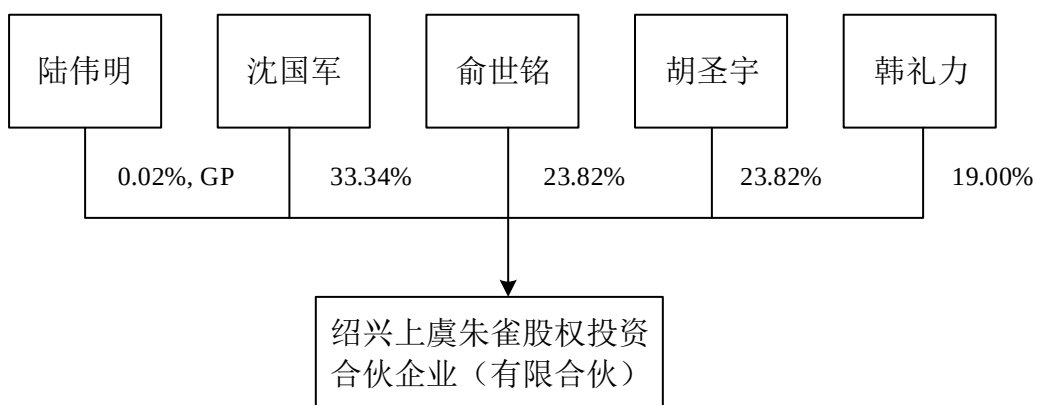
2017 年 7 月 12 日，陆伟明、沈国军、俞世铭、胡圣宇及韩礼力等五名自然人以货币形式认缴出资 209,950 万元设立上虞朱雀，其中普通合伙人陆伟明认缴出资额 50 万元，有限合伙人沈国军认缴出资 70,000 万元，俞世铭认缴出资 50,000 万元，胡圣宇认缴出资 50,000 万元，韩礼力认缴出资 39,900 万元。2017 年 7 月 13 日，上虞朱雀取得了绍兴市上虞区市场监督管理局核发的《营业执照》。

上虞朱雀设立时的股权结构如下：

合伙人	类型	出资额（万元）	持股比例（%）
陆伟明	普通合伙人	50.00	0.02
沈国军	有限合伙人	70,000.00	33.34
俞世铭	有限合伙人	50,000.00	23.82
胡圣宇	有限合伙人	50,000.00	23.82
韩礼力	有限合伙人	39,900.00	19.00
合计		209,950.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，上虞朱雀的执行事务合伙人为陆伟明，主要合伙人为沈国军、俞世铭、胡圣宇及韩礼力。上虞朱雀产权控制关系如下：



4、其他主要对外投资情况

截至本报告书签署日，除投资上虞码牛外，上虞朱雀无其他对外投资。

5、主营业务情况及主要财务指标

（1）最近三年主营业务情况

上虞朱雀自 2017 年 7 月设立以来，尚未实际对外开展业务。

（2）最近两年主要财务指标

上虞朱雀成立于 2017 年 7 月，未编制最近两年财务报表。

6、执行事务合伙人基本情况

上虞朱雀的执行事务合伙人为陆伟明。

（1）基本情况

姓名：	陆伟明
性别：	男
国籍：	中国
身份证号码：	31022519700324XXXX
住所/通讯地址：	上海市南汇区周浦镇 XXXX
其他国家或地区的居留权：	无

（2）最近三年主要职业和职务

序号	任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
1	浙江汉莎洗涤用品有限公司	2011 年 8 月至今	总经理	是

序号	任职单位	任职日期	职务	是否与任职单位存在产权关系
2	上虞朱雀	2017 年 7 月至今	执行事务合伙人	是

(3) 控制的核心企业和关联企业的基本情况

序号	公司名称	注册资本/ 出资额 (万元)	持股比例	经营范围
1	浙江汉莎洗涤用品有限公司	7,531.6286	10%	发用（洗发水）、护肤（洗手液、沐浴露，不含眼部用、婴儿和儿童用）类化妆品生产（凭有效的《化妆品生产企业卫生许可证》经营）生产、加工：洗衣粉、洗衣液、洗洁精、工业清洗剂，销售自产产品（除化学危险品）；进出口业务（除国家法律法规禁止项目外，限制项目凭许可经营）

7、主要合伙人基本情况

除陆伟明外，上虞杭天的其他合伙人为沈国军、俞世铭、胡圣宇及韩礼力。

(1) 沈国军基本情况

姓名：	沈国军
性别：	男
国籍：	中国
身份证号码：	33010619620731XXXX
住所/通讯地址：	杭州市西湖区文一路 XXX
其他国家或地区的居留权：	香港特别行政区

(2) 俞世铭

姓名：	俞世铭
性别：	男
国籍：	中国
身份证号码：	33062219630323XXXX
住所/通讯地址：	浙江省上虞市百官街道 XXX
其他国家或地区的居留权：	无

(3) 胡圣宇基本情况

姓名:	胡圣宇
性别:	男
国籍:	中国
身份证号码:	33062219660103XXXX
住所/通讯地址:	浙江省上虞市百官街道 XXX
其他国家或地区的居留权:	无

(4) 韩礼力基本情况

姓名:	韩礼力
性别:	男
国籍:	中国
身份证号码:	33062219720210XXXX
住所/通讯地址:	浙江省上虞市曹娥街道 XXX
其他国家或地区的居留权:	无

三、交易对方与上市公司关联关系

本次重组的交易对方如下:

交易类型	交易对象
发行股份购买资产	朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫、徐波、上虞朱雀

本次重大资产重组交易对方与上市公司的关联关系如下:

- 1、本次重组交易对方朱志刚为上市公司实际控制人，并担任上市公司董事，因此朱志刚与上市公司构成关联关系；
- 2、本次重组交易对方王健为持有上市公司 5%以上股份的股东，并担任上市公司董事及总经理，因此王健与上市公司构成关联关系。
- 3、本次交易后，上虞朱雀将持有上市公司 5%以上股份，因此上虞朱雀与上市公司构成关联关系。

四、交易对方之间的关联关系

截至本报告书签署日，本次重大资产重组交易对方及交易对方合伙人、最终出资人与参与本次交易的其他有关主体之间不存在关联关系。

五、交易对方向上市公司推荐董事、监事及高级管理人员情况

截至本报告书签署日，本次重组交易对方之朱志刚为上市公司董事，王健为上市公司董事及总经理。除此之外，本次重组其他交易对方未向上市公司推荐董事、监事及高级管理人员。

六、交易对方及其主要管理人员最近五年受到行政和刑事处罚、涉及诉讼或者仲裁情况及最近五年诚信情况

1、本次重组交易对方及其主要管理人员最近五年未受到过任何行政处罚（含证券市场以内的行政处罚、交易所的公开谴责以及其他与证券市场相关的处罚）、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。

2、本次重组交易对方及其主要管理人员最近五年不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺、被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分等情形。

七、私募投资基金登记备案情况

根据《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条的规定，私募投资基金，是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设立的投资基金。

根据《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》第二条的规定，私募投资基金，系指以非公开方式向合格投资者募集资金设立的投资基金，包括资产由基金管理人或者普通合伙人管理的以投资活动为目的设立的公司或者合伙企业。

本次重组交易对方之上虞杭天需履行私募投资基金备案登记手续。深圳霖枫、上虞朱雀不属于私募投资基金，不需要根据《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定在基金业协会履行登记备案程序。

上虞朱雀成立于 2017 年 7 月，上虞朱雀为陆伟明、沈国军、俞世铭、胡圣宇和韩礼力以自有或自筹资金出资成立的有限合伙企业，不存在以任何公开或非

公开方式向投资者、特定对象募集资金等方式设立，亦未聘请任何管理人管理企业事务，亦未作为任何基金的管理人从事基金管理或相关业务，上虞朱雀全体合伙人按照出资比例享受分红收益，上虞朱雀除持有上虞码牛 99.9762%股权外，未持有其他企业股份或股权。

上虞朱雀已出具《关于私募投资基金有关事项的承诺函》，“企业自成立至今，各股东的出资资金均来源于其自有或自筹资金；截至本函出具日，陆伟明、沈国军、俞世铭、胡圣宇、韩礼力等 5 名合伙人直接持有本企业 100%财产份额，本企业自成立至今未以任何公开或非公开方式向投资者、特定对象募集资金，未聘请任何管理人管理本企业事务，亦未作为任何基金的管理人从事基金管理及相关业务。本企业不属于《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规认定的私募基金管理人和私募基金，无需按照前述规定办理私募基金管理人登记和私募基金备案手续。”

基于上述，上虞朱雀不属于《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规认定的私募基金管理人和私募基金，无需按照前述规定办理私募基金管理人登记和私募基金备案手续。

上虞杭天正在履行私募投资基金备案手续。上市公司已出具承诺，在办理私募基金备案的交易对方最终完成私募投资基金备案前，上市公司不会实施本次重大资产重组。

上虞杭天属于证券公司直接投资管理的私募股权投资基金，需要办理私募投资基金备案手续。

根据上虞杭天的管理人中信建投资本 2017 年 10 月 31 日出具的《关于绍兴上虞杭天股权投资合伙企业（有限合伙）基金备案情况的说明》，截至本报告书出具日，上虞杭天的私募投资基金备案手续正在积极办理中。本公司已在《重组报告书》“第三节/一、本次重组的交易风险/（七）交易对方尚未完成私募投资基金备案的风险”中进行风险提示并作出专项说明，并承诺在上虞杭天完成私募投资基金备案前，将不会实施本次重大资产重组。

八、本次重组交易对方及配套募集资金认购对象最终出资人数情况

（一）交易对方中有限合伙企业的权益情况

1、交易对方中有限合伙企业取得标的资产股权的时间，有限合伙企业合伙人的出资形式、目的、资金来源、取得合伙权益的日期

有限合伙企业	取得标的股权时间	有限合伙企业合伙人	合伙人类别	出资形式	投资目的	取得合伙企业权益的日期
上虞杭天	2017年8月11日	润信泰隆	普通合伙人	货币	投资	2017年7月
		中信信息	有限合伙人	货币	投资	2017年7月
上虞朱雀	2017年7月26日	陆伟明	普通合伙人	货币	投资	2017年7月
		沈国军	有限合伙人	货币	投资	2017年7月
		俞世铭	有限合伙人	货币	投资	2017年7月
		胡圣宇	有限合伙人	货币	投资	2017年7月
		韩礼力	有限合伙人	货币	投资	2017年7月

2、交易对方中有限合伙企业的普通合伙人和有限合伙人之间的权利义务关系以及利益分配

有限合伙企业	普通合伙人和有限合伙人之间的权利义务关系	利益分配
上虞杭天	根据合伙协议的约定，上虞杭天的普通合伙人及有限合伙人主要权利义务关系如下： （1）执行事务合伙人对外代表企业，其他合伙人不再执行合伙企业事务。未经全体合伙人一致同意，不得更改执行合伙企业事务的合伙人。不参加执行事务的合伙人有权监督执行事务的合伙人，有权检查其执行合伙企业事务的情况。执行事务合伙人依照约定向其他不参加执行事务的合伙人报告事务执行情况以及合伙企业的经营状况和财务状况，合伙企业收益归全体合伙人，所产生的亏损，由全体合伙人承担。 （2）除合伙人会议决议同意之外，普通合伙人不得自营或者同他人合伙经营与本企业相竞争的业务、损害本企业利益。有限合伙人未经授权而以有限合伙企业名义与他人进行交易，给有限合伙企业或者其他合伙人造成损失的，该有限合伙人承担赔偿责任。 （3）普通合伙人承担无限连带责任，有限合伙人承担有限责任。	按照合伙协议的约定予以分配

有限合伙企业	普通合伙人和有限合伙人之间的权利义务关系	利益分配
上虞朱雀	根据合伙协议的约定，上虞朱雀的普通合伙人及有限合伙人主要权利义务关系如下： （1）执行事务合伙人对外代表企业，其他合伙人不再执行合伙企业事务。未经全体合伙人一致同意，不得更改执行合伙企业事务的合伙人。不参加执行事务的合伙人有权监督执行事务的合伙人，有权检查其执行合伙企业事务的情况。执行事务合伙人依照约定向其他不参加执行事务的合伙人报告事务执行情况以及合伙企业的经营状况和财务状况，合伙企业收益归全体合伙人，所产生的亏损，由全体合伙人承担。 （2）合伙人不得自营或者同他人合伙经营与本企业相竞争的业务，损害本企业利益，有限合伙人除外。有限合伙人未经授权以有限合伙企业名义与他人进行交易，给有限合伙企业或者其他合伙人造成损失的，该有限合伙人承担赔偿责任。 （3）普通合伙人承担无限连带责任，有限合伙人承担有限责任。	按照合伙协议的约定予以分配

（二）交易对方最终出资人情况

截至本报告书签署日，本次重组交易对方穿透至最终出资的法人、自然人或国资管理部门情况如下所示：

1、上虞杭天

序号	股东	取得权益时间	涉及最终出资人数量	备注
1	润信泰隆	2017 年 7 月	5	最终穿透至 1 家上市公司，4 名自然人
2	中信信息	2017 年 7 月	43	最终穿透至国务院、3 家地方国资委、财政部、全国社保基金理事会、国家外汇管理局、北京大学、广州市政府、宋庆龄基金会、2 家上市公司、中国京信电力控股集团有限公司、中信国安集团公司、北京国安建筑装饰材料供应公司、28 名自然人

综上，上虞杭天穿透至最终出资人的数量为 48 名。

2、深圳霖枫

序号	股东	取得权益时间	涉及最终出资人数量	备注
1	深圳枫熙	2017 年 7 月	2	最终穿透至 2 名自然人

综上，深圳霖枫穿透至最终出资人的数量为 2 名。

3、上虞朱雀

序号	股东	取得权益时间	涉及最终出资人数量	备注
1	陆伟明	2017 年 7 月	1	最终穿透至 1 名自然人
2	沈国军	2017 年 7 月	1	最终穿透至 1 名自然人
3	俞世铭	2017 年 7 月	1	最终穿透至 1 名自然人
4	胡圣宇	2017 年 7 月	1	最终穿透至 1 名自然人
5	韩礼力	2017 年 7 月	1	最终穿透至 1 名自然人

综上，上虞朱雀穿透至最终出资人的数量为 5 名。

（三）交易对方穿透情况统计

本次发行股份购买资产的交易对方穿透披露至最终出资人的情况如下所示：

序号	交易对方	穿透披露最终出资人数量
1	上虞杭天	48
2	深圳霖枫	2
3	朱志刚	1
4	王健	1
5	徐波	1
6	上虞朱雀	5
合计		58

根据《证券法》的规定，向特定对象发行证券累计超过 200 人的，属于公开发行，需依法报经中国证监会核准。

根据《非上市公众公司监管指引第 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“《非上市公众公司监管指引第 4 号》”），存在通过单纯以持股为目的的合伙企业、公司等持股主体的“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《非上市公众公司监管指引第 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，且已经接受证券监管管理机构监管的，可不进行股份还原或转为直接持股。

根据上述规定，对本次重组交易对方穿透至最终出资的法人、自然人或国资

管理部门进行了穿透。穿透后，本次发行股份购买资产的交易对方穿透披露至最终出资人的数量为 58 人，未超过 200 人，符合《非上市公司监管指引第 4 号》等相关规定的情况。

九、本次重组交易对方及配套募集资金出资方资金筹措情况及对上市公司的影响

（一）交易对方取得标的资产股权、募集配套资金的出资方认购上市公司股份的资金来源和安排，将持有的上市公司股份向银行等金融机构质押取得融资的情形、短期内偿债的相关安排、还款安排，尚未实缴出资的资金计划到位时间

1、交易对方取得标的资产股权的资金来源和安排，将持有的上市公司股份向银行等金融机构质押取得融资的情形、及短期内偿债的相关安排、还款安排

（1）朱志刚

本次交易中，朱志刚持有杭州逗宝 32.1429%股权，对应的出资额为 67,500 万元。

根据朱志刚出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购杭州逗宝 32.1429%股权的资金来源中，20,250 万元来源于自有资金，47,250 万元来源于中信信托有限责任公司（以下简称“中信信托”）提供的借款（期限为 72 个月），上述资金均为其合法的自有和自筹资金，不直接或间接来源于上市公司以及除本人以外的上市公司其他关联方，也不直接或间接来源于其本人所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购杭州逗宝 32.1429%股权的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

（2）王健

本次交易中，王健持有杭州逗宝 32.1429%股权，对应的出资额为 67,500 万元。

根据王健出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购杭州逗宝

32.1429%股权的资金来源中，12,750 万元来源于自有资金，7,500 万元来源于股票质押所得，47,250 万元来源于中信信托提供的借款（期限为 72 个月），上述资金均为其合法的自有和自筹资金，不直接或间接来源于上市公司以及除本人以外的上市公司其他关联方，其认购杭州逗宝 32.1429%股权的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

根据王健与兴业证券股份有限公司浙江分公司签署的《兴业证券股份有限公司浙江分公司股票质押式回购交易申请表》、银行转账凭证等相关文件，王健于 2017 年 6 月 20 日向兴业证券股份有限公司质押其持有的部分上市公司股票取得了 7,500 万元资金，质押期限为 2017 年 6 月 20 日至 2019 年 6 月 20 日。若上述质押期限届满，王健将通过将剩余未质押股份进行质押融资或其他自有资金进行还款，亦或将与质押权人协商延长质押期限。

（3）深圳霖枫

本次交易中，深圳霖枫持有杭州逗宝 17.8571%股权，对应的出资额为 37,500 万元。

根据深圳霖枫出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购杭州逗宝 17.8571%股权的资金来源中，11,250 万元来源于自有资金，26,250 万元来源于中信信托提供的借款（期限为 72 个月），上述资金均为其合法的自有和自筹资金，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购杭州逗宝 17.8571%股权的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

（4）上虞朱雀

本次交易中，上虞朱雀持有上虞码牛 99.9762%股权，对应的出资额为 209,950 万元。

根据上虞朱雀出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购上虞码牛 99.9762%股权的资金来源于其合伙人的出资，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购上虞码牛 99.9762%股权的资金不存在短期内偿债的相关安排、

还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。具体情况如下：

1) 陆伟明

根据上虞朱雀合伙协议，陆伟明持有上虞朱雀 0.02% 合伙份额，对应的出资额为 50 万元。

根据陆伟明出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购上虞朱雀 0.02% 合伙份额的资金来源为其合法的自有资金，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其本人所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购上虞朱雀 0.02% 合伙份额的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

2) 沈国军

根据上虞朱雀合伙协议，沈国军持有上虞朱雀 33.34% 合伙份额，对应的出资额为 70,000 万元。

根据沈国军出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购上虞朱雀 33.34% 合伙份额的资金来源中，21,000 万元来源于自有资金，49,000 万元来源于中信信托提供的借款（期限为 72 个月），上述资金均为其合法的自有和自筹资金，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其本人所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购上虞朱雀 33.34% 合伙份额的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

3) 俞世铭

根据上虞朱雀合伙协议，俞世铭持有上虞朱雀 23.82% 合伙份额，对应的出资额为 50,000 万元。

根据俞世铭出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购上虞朱雀 23.82% 合伙份额的资金来源中，15,000 万元来源于自有资金，35,000 万元来源于中信信托提供的借款（期限为 72 个月），上述资金均为其合法的自有和自筹资金，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其本人所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购上虞朱雀 23.82% 合伙

份额的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

4) 胡圣宇

根据上虞朱雀合伙协议，胡圣宇持有上虞朱雀 23.82% 合伙份额，对应的出资额为 50,000 万元。

根据胡圣宇出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购上虞朱雀 23.82% 合伙份额的资金来源中，15,000 万元来源于自有资金，35,000 万元来源于中信信托提供的借款（期限为 72 个月），上述资金均为其合法的自有和自筹资金，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其本人所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购上虞朱雀 23.82% 合伙份额的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

5) 韩礼力

根据上虞朱雀合伙协议，韩礼力持有上虞朱雀 19% 合伙份额，对应的出资额为 39,900 万元。

根据韩礼力出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购上虞朱雀 19% 合伙份额的资金来源中，11,970 万元来源于自有资金，27,930 万元来源于中信信托提供的借款（期限为 72 个月），上述资金来源为其合法的自有和自筹资金，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其本人所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购上虞朱雀 19% 合伙份额的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

就上述第（1）项至第（4）项相关各方自中信信托取得的资金，中信信托已于 2017 年 10 月 31 日出具《信托项目说明》，载明下述内容：

①涉及杭州逗宝网络科技有限公司股权投资相关事宜，中信信托通过信托项目分别于 2017 年 7 月 27 日为朱志刚、王健、深圳霖枫投资咨询有限公司提供了 47,250 万元、47,250 万元、26,250 万元资金，还款期限 6 年。

涉及绍兴上虞朱雀股权投资合伙企业（有限合伙）投资相关事宜，中信信托通过信托项目分别于 2017 年 7 月 27 日为沈国军、俞世铭、胡圣宇、韩礼力提供了 49,000 万元、35,000 万元、35,000 万元、27,930 万元资金，还款期限 6 年。

中信信托与上述主体的关系为债权债务关系；截至目前，上述主体所欠债务正常履行中，不存在违约情形。

上述信托项目资金系通过合法途径募集而来。

②上述信托项目已于成立前向中国银行业监督管理委员会北京银监局履行了信托项目事前报告流程，成立时间为 2017 年 7 月 27 日，上述信托计划期限为 72 个月，不存在以公开、变相公开方式向不特定对象募集资金或向超过 200 人以上特定对象筹集资金的情形，且不存在结构化、杠杆等安排。

③在金科文化本次发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易的项目中，目前根据公开可查询资料显示，中信信托与本次交易的交易对方、金科文化及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在一致行动关系、不存在通过委托持股、信托持股或其他协议安排由他人代为持有股份的情形及其他关联关系。

（5）上虞杭天

本次交易中，上虞杭天持有杭州逗宝 17.8571%股权，对应的出资额为 37,500 万元。

根据上虞杭天出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购杭州逗宝 17.8571%股权的资金来源中，15,412.70 万元来源于合伙人中信信息的出资，22,500 万元来源于中信建投证券股份有限公司（以下简称“中信建投”）提供的借款，上述资金均为合法的自有和自筹资金，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购杭州逗宝 17.8571%股权的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

根据中信信息出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购上虞杭天 99.99%合伙份额的资金来源于其合法的自有资金，不直接或间接来源于上市公司

及其关联方，也不直接或间接来源于其所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购上虞杭天 99.99% 合伙份额的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

就上述上虞杭天来源自中信建投取得的借款，中信建投已于 2017 年 11 月 2 日出具《资产管理计划说明》，载明下述内容：

1) 中信建投向上虞杭天于 2017 年 8 月 8 日发放了 22,500 万元委托贷款资金，贷款期限 72 个月，该笔委托贷款资金来源于中信建投·信银 1 号定向资产管理计划，该资管计划的资金系通过合法途径募集而来。

2) 上述资管计划于 2014 年 6 月 24 日成立，已于 2014 年 6 月 30 日履行了资管计划产品备案手续。上述资管计划管理期限至 2025 年 12 月 31 日止，且不存在结构化、杠杆等安排。

(6) 徐波

徐波持有上虞码牛 0.0238% 股权，对应的出资额为 50 万元。

根据徐波出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，其认购上虞码牛 0.0238% 股权的资金来源为其合法的自有资金，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其本人所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购上虞码牛 0.0238% 股权的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

综上，交易对方取得标的资产股权的资金来源均为其合法的自有和自筹资金或合伙人出资，不直接或间接来源于上市公司或除其本身以外的上市公司其他关联方；除王健部分资金来源于其本身所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资外，其余各方不直接或间接来源于其本身所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购标的公司股权的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形。

2、募集配套资金的出资方认购上市公司股份的详细资金来源和安排，将持有的上市公司股份向银行等金融机构质押取得融资的情形、短期内偿债的相关安排、还款安排

本次交易，上市公司拟以询价方式向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金。截至本报告书签署日，募集配套资金对象尚未确定。

3、尚未实缴出资的资金计划到位时间

杭州逗宝的全部出资额已于 2017 年 6 月 7 日全部到位，上虞码牛的全部出资额已于 2017 年 6 月 23 日全部到位，均不存在尚未实缴出资的情况。

杭州逗宝、上虞码牛实缴出资情况详见本报告书“第六节 交易对方/十、上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀足额缴纳标的公司认缴出资额的情况及本次交易对方‘以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日’确定其各自对目标公司股权持续拥有权益的时间的原因”。

（二）上市公司停牌前六个月内及停牌期间，不存在通过现金增资方式取得标的资产权益的出资人

上市公司停牌前六个月及停牌期间，不存在通过现金增资方式取得标的资产权益的交易对方。具体情况详见本报告书“第八节 非现金支付方式情况及募集配套资金情况/三、本次募集配套资金涉及事项说明/（一）交易对方在本次交易停牌前六个月内及停牌期间不存在以现金增资入股标的资产的情形，本次募集配套资金金额计算符合中国证监会相关规定”。

（三）交易对方不存在结构化、杠杆等安排，交易对方或募集资金的出资方与上市公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关联关系

1、交易对方不存在结构化、杠杆等安排

本次发行股份购买资产的自然人交易对方为 3 人，非自然人交易对方的 1 家为有限公司，2 家为有限合伙企业。本次发行股份购买资产的非自然人交易对方穿透至自然人、上市公司或国有控股主体的具体情况如下：

序号	交易对方	穿透情况
1	深圳霖枫	1、深圳枫熙投资有限公司
		1-1 深圳芸熙控股有限公司
		1-1-1 石博
		1-1-2 欧阳字典
2	上虞杭天	1、中信信息
		1-1 中信国安集团有限公司
		1-1-1 中国中信集团有限公司
		1-1-1-1 国务院
		1-1-2 天津市万顺置业有限公司
		1-1-2-1 白少良
		1-1-2-2 白绍鹏
		1-1-3 瑞煜（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）
		1-1-3-1 中非信银（上海）股权投资管理有限公司
		1-1-3-1-1 中非信银投资管理有限公司
		1-1-3-1-1-1 白银有色产业集团有限责任公司
		1-1-3-1-1-1-1 甘肃省经济合作总公司
		1-1-3-1-1-1-1-1 甘肃省人民政府国有资产监督管理委员会
		1-1-3-1-1-1-2 中国信达资产管理股份有限公司
		1-1-3-1-1-1-2-1 国务院
		1-1-3-1-1-1-3 中国长城资产管理股份有限公司
		1-1-3-1-1-1-3-1 财政部
		1-1-3-1-1-1-3-2 全国社会保障基金理事会
		1-1-3-1-1-1-3-3 中国人寿保险（集团）公司
		1-1-3-1-1-1-3-3-1 国务院
		1-1-3-1-1-1-4 中国华融资产管理股份有限公司
		1-1-3-1-1-1-4-1 财政部
		1-1-3-1-1-1-4-2 中国人寿保险（集团）公司
		1-1-3-1-1-1-4-2-1 国务院
		1-1-3-1-1-1-5 中国中信集团有限公司
		1-1-3-1-1-1-5-1 国务院
		1-1-3-1-1-1-6 中国东方资产管理股份有限公司
		1-1-3-1-1-1-6-1 财政部
		1-1-3-1-1-1-6-2 全国社会保障基金理事会
		1-1-3-1-1-1-7 中信国安集团有限公司（同 1-1）
		1-1-3-1-1-1-8 甘肃省人民政府国有资产监督管理委员会
		1-1-3-1-1-1-9 甘肃省新业资产经营有限责任公司
		1-1-3-1-1-1-9-1 甘肃省人民政府国有资产监督管理委员会
		1-1-3-1-1-2 中非发展基金有限公司
		1-1-3-1-1-2-1 国开金融有限责任公司
		1-1-3-1-1-2-1-1 国家开发银行股份有限公司
		1-1-3-1-1-2-1-1-1 财政部
		1-1-3-1-1-2-1-1-2 中央汇金投资有限责任公司

序号	交易对方	穿透情况
		1-1-3-1-1-2-1-1-2-1 中国投资有限责任公司
		1-1-3-1-1-2-1-1-2-1-1 国务院
		1-1-3-1-1-2-1-1-3 全国社会保障基金理事会
		1-1-3-1-1-2-1-1-4 梧桐树投资平台有限责任公司
		1-1-3-1-1-2-1-1-4-1 国家外汇管理局
		1-1-3-1-1-2-2 梧桐树投资平台有限责任公司
		1-1-3-1-1-2-2-1 国家外汇管理局
		1-1-3-1-1-3 杭州长三月投资管理合伙企业（有限合伙）
		1-1-3-1-1-3-1 姚吕
		1-1-3-1-1-3-2 任国强
		1-1-3-1-1-4 中信国安集团有限公司（同 1-1）
		1-1-3-2 方正东亚信托有限责任公司
		1-1-3-2-1 东亚银行有限公司
		1-1-3-2-2 北大方正集团有限公司
		1-1-3-2-2-1 北大资产经营有限公司
		1-1-3-2-2-1-1 北京大学
		1-1-3-2-2-2 北京招润投资管理有限公司
		1-1-3-2-2-2-1 张兆东
		1-1-3-2-2-2-2 冯七评
		1-1-3-2-2-2-3 李友
		1-1-3-2-2-2-4 方中华
		1-1-3-2-2-2-5 余丽
		1-1-3-2-2-2-6 魏新
		1-1-3-2-3 武汉金融控股（集团）有限公司
		1-1-3-2-3-1 武汉市人民政府国有资产监督管理委员会
		1-1-3-3 平安信托有限责任公司
		1-1-3-3-1 上海市糖业烟酒（集团）有限公司
		1-1-3-3-1-1 光明食品（集团）有限公司
		1-1-3-3-1-1-1 上海市国有资产监督管理委员会
		1-1-3-3-1-1-2 上海城投（集团）有限公司
		1-1-3-3-1-1-2-1 上海市国有资产监督管理委员会
		1-1-3-3-1-1-3 上海国盛（集团）有限公司
		1-1-3-3-1-1-3-1 上海市国有资产监督管理委员会
		1-1-3-3-2 中国平安保险（集团）股份有限公司
		1-1-4 黑龙江鼎尚投资管理有限公司
		1-1-4-1 范淑春
		1-1-4-1 曹立春
		1-1-5 共和控股有限公司
		1-1-5-1 关鑫
		1-1-5-2 张岩
		1-1-6 北京合盛源投资管理有限公司
		1-1-6-1 毛德一

序号	交易对方	穿透情况
		1-1-6-2 马骁
		1-1-6-3 北京宝鼎百川投资合伙企业（有限合伙）
		1-1-6-3-1 中信国安（北京）基金管理有限公司
		1-1-6-3-1-1 中信国安集团有限公司（同 1-1）
		1-1-6-3-1-2 北京慧山创投科技有限公司
		1-1-6-3-1-2-1 王雪冰
		1-1-6-3-1-2-2 赵大钧
		1-1-6-3-1-2-3 毛德一
		1-1-6-3-1-3 北京慧石科技有限公司
		1-1-6-3-1-3-1 王雪冰
		1-1-6-3-1-3-2 徐放鸣
		1-1-6-3-1-3-3 毛德一
		1-1-6-3-1-4 上海中静集思股权投资基金管理有限公司
		1-1-6-3-1-4-1 现代创新控股有限公司
		1-1-6-3-1-4-1-1 休宁县淳石企业管理服务有限公司
		1-1-6-3-1-4-1-1-1 包萝
		1-1-6-3-1-4-1-1-2 孙沪君
		1-1-6-3-1-4-1-2 上海华腾资产经营管理有限公司
		1-1-6-3-1-4-1-2-1 上海大衍投资管理有限公司
		1-1-6-3-1-4-1-2-1-1 上海锦人实业有限公司
		1-1-6-3-1-4-1-2-1-1-1 贾智勇
		1-1-6-3-1-4-1-2-1-1-2 沈映丽
		1-1-6-3-1-4-1-2-1-1-3 王迅
		1-1-6-3-1-4-1-3 中静实业（集团）有限公司
		1-1-6-3-1-4-1-3-1 上海高央友人资产经营管理有限公司
		1-1-6-3-1-4-1-3-1-1 陈建新
		1-1-6-3-1-4-1-3-1-2 沈毅
		1-1-6-3-1-4-1-3-2 上海高央家人资产经营管理有限公司
		1-1-6-3-1-4-1-3-2-1 郑亮淇
		1-1-6-3-1-4-1-3-2-2 孙沪君
		1-1-6-3-1-4-1-3-3 上海高央同事资产经营管理有限公司
		1-1-6-3-1-4-1-3-3-1 郑亮淇
		1-1-6-3-1-4-1-3-3-2 孙沪君
		1-1-6-3-1-4-1-3-4 上海宋庆龄基金会
		1-1-6-3-1-4-2 中静实业（集团）有限公司（同 1-1-6-3-1-4-1-3）
		1-1-6-3-2 大业信托有限责任公司
		1-1-6-3-2-1 广东京信电力集团有限公司
		1-1-6-3-2-1-1 广东京信发展有限公司
		1-1-6-3-2-1-1-1 广州京信科技有限公司
		1-1-6-3-2-1-1-1-1 广东京信发展有限公司
		1-1-6-3-2-1-1-1-2 广东京晟投资有限公司
		1-1-6-3-2-1-1-1-2-1 珠海京能电力有限公司

序号	交易对方	穿透情况
		1-1-6-3-2-1-1-2-1-1 中国京信电力控股集团有限公司
		1-1-6-3-2-1-1-2 广东京晟投资有限公司
		1-1-6-3-2-1-1-2-1 珠海京能电力有限公司（同 1-1-6-3-2-1-1-2-1 ）
		1-1-6-3-2-1-2 广州京信科技有限公司（同 1-1-6-3-2-1-1-1）
		1-1-6-3-2-2 中国东方资产管理股份有限公司（同 1-1-3-1-1-1-6）
		1-1-6-3-2-3 广州金融控股集团有限公司
		1-1-6-3-2-3-1 广州市人民政府
		1-2 北京国安建设有限公司
		1-2-1 中信国安集团公司
		1-2-2 北京国安建筑装饰材料供应公司
		2、润信泰隆
		2-1 张云
		2-2 沈中华
		2-3 宋文雷
		2-4 徐涛
		2-5 中信建投资本
		2-5-1 中信建投证券股份有限公司
3	上虞朱雀	1、陆伟明
		2、沈国军
		3、俞世铭
		4、韩礼力
		5、胡圣宇

注：1-1-3-2 方正东亚信托有限责任公司，经查询全国企业信用信息公示系统，方正东亚信托有限责任公司已于 2017 年 5 月 24 日更名为国通信托有限责任公司。

根据本次发行股份购买资产非自然人交易对方深圳霖枫、上虞杭天、上虞朱雀出具的《认购资金来源等相关事项承诺函》，深圳霖枫、上虞杭天、上虞朱雀的公司章程/合伙协议及相关出资凭证，深圳霖枫、上虞杭天、上虞朱雀认购标的股权的资金均为合法的自有和自筹资金，不直接或间接来源于上市公司及其关联方，也不直接或间接来源于其所持上市公司股份向银行等金融机构质押后取得的融资；其认购标的股权的资金不存在短期内偿债的相关安排、还款安排，也不存在利用杠杆融资结构化设计产品的情形，也不存在信托持股、委托持股或任何其他代持情形。

2、交易对方或募集资金的出资方与上市公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关联关系

（1）交易对方或募集资金的出资方与上市公司关联关系

本次交易，交易对方中朱志刚系上市公司的实际控制人、董事，王健系上市公司持股 5%以上的股东、董事、总经理，上虞朱雀在本次交易完成后将成为上市公司 5%以上的股东，均是上市公司的关联方。

除朱志刚、王健和上虞朱雀以外，根据徐波、深圳霖枫及上虞杭天出具的《关于与上市公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系的声明及承诺》，并经穿透深圳霖枫及上虞杭天出资结构，徐波、深圳霖枫、上虞杭天与上市公司均不存在关联关系。

(2) 交易对方或募集资金的出资方与上市公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关联关系

本次交易，交易对方中朱志刚系上市公司的实际控制人、董事，与上市公司控股股东存在关联关系；除上市公司董事、副总经理朱恬系朱志刚的女儿以外，朱志刚与上市公司其他董事、监事、高级管理人员不存在任何形式的关联关系。

王健系上市公司董事、总经理，王健与上市公司实际控制人、控股股东及除王健本人以外的其他董事、监事、高级管理人员不存在任何形式的关联关系。

根据徐波、深圳霖枫、上虞杭天及上虞朱雀出具的《关于与上市公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系的声明及承诺》，并经穿透深圳霖枫、上虞杭天及上虞朱雀出资结构，徐波、深圳霖枫、上虞杭天、上虞朱雀与上市公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系。

本次交易，上市公司拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金。截至本报告书签署日，募集配套资金对象尚未确定。

(四) 交易完成后前述融资安排、还款安排对上市公司股权结构及控制权的稳定性的影响

本次交易完成前后，上市公司的股权结构如下：

股东姓名/ 名称	本次交易前	本次交易后 (未考虑配套募集资金)	本次交易后 (考虑配套募集资金)

	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（%）
金科控股	286,092,501	18.09	286,092,501	14.51	286,092,501	14.30
朱志刚	197,074,259	12.46	259,748,353	13.18	259,748,353	12.99
王健	289,210,932	18.29	351,885,026	17.85	351,885,026	17.59
上虞杭天	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
深圳霖枫	-	-	34,818,941	1.77	34,818,941	1.74
徐波	-	-	46,425	0.00	46,425	0.00
上虞朱雀	-	-	194,939,647	9.89	194,939,647	9.75
配套融资投资者	-	-	-	-	28,861,142	1.44
其他股东	808,883,161	51.15	808,883,161	41.03	808,883,161	40.44
总股本	1,581,260,853	100.00	1,971,232,995	100.00	2,000,094,137	100.00

注：由于本次配套募集资金采取询价方式，发行价格尚未确定，若假设本次募集配套资金发行价格与本次发行股份购买资产价格同为 10.77 元/股，则在本次募集配套资金为 31,083.45 万元的情况下，募集配套资金发行股份数量为 28,861,142 股。

本次交易前，朱志刚为上市公司的实际控制人；本次交易完成后，朱志刚仍为上市公司的实际控制人。

上虞杭天、深圳霖枫、徐波、上虞朱雀持有的上市公司的股份比例均较低，该等交易对方的融资安排和还款安排不会对上市公司股权结构和实际控制权的稳定性产生重大不利影响。

朱志刚出具《承诺函》，承诺未来如通过质押上市公司股份的方式融资，其将在确保控制权稳定的前提下合理确定股份质押比例，且确保有足够的资金偿还相关借款，保证上市公司股权结构和实际控制权的稳定性不因其本人的融资安排和还款安排产生重大不利影响。

王健出具《承诺函》，承诺未来如通过质押上市公司股份的方式融资，其将在确保其本人所持股权稳定的前提下合理确定股份质押比例，且确保有足够的资金偿还相关借款，保证上市公司的股权结构不因其本人的融资安排和还款安排产生重大不利影响。

综上所述，本次交易完成后，本次发行股份购买资产交易对方的融资安排、还款安排不会对上市公司股权结构及控制权的稳定性产生重大不利影响。

十、上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀足额缴纳标的公司认缴出资额的情况及本次交易对方“以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日”确定其各自对目标公司股权持续拥有权益的时间的原因

（一）上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀足额缴纳标的公司认缴出资额的情况

1、杭州逗宝的实缴出资情况

（1）杭州逗宝的出资额实缴到位情况

根据肖莉和上虞天盈于 2017 年 6 月 1 日签署的《杭州逗宝网络科技有限公司章程》，肖莉以货币方式认缴出资 100 万元，约定于 2037 年 2 月 15 日前到位，上虞天盈以货币方式认缴出资 209,900 万元，约定于 2037 年 6 月 1 日前到位。

根据肖莉、上虞天盈提供的银行缴款凭证及天健出具的《杭州逗宝审计报告》，肖莉已于 2017 年 6 月 2 日足额缴纳了认缴的出资额 100 万元；上虞天盈已于 2017 年 6 月 7 日足额缴纳了认缴的出资额 209,900 万元。

截至 2017 年 6 月 7 日，杭州逗宝的出资额已经全部实缴到位。

（2）股权转让款的支付情况

2017 年 7 月 26 日，上虞天盈将其所持杭州逗宝 37,500 万元出资额以 37,500 万元转让给深圳霖枫；2017 年 8 月 11 日，上虞天盈将其所持杭州逗宝 37,500 万元出资额以 37,500 万元转让给上虞杭天。

深圳霖枫已分别于 2017 年 7 月 26 日和 2017 年 7 月 27 日向上虞天盈支付了 37,500 万元出资额对应的股权转让款 37,500 万元；上虞杭天已于 2017 年 8 月 9 日向上虞天盈支付了 37,500 万元出资额对应的股权转让款 37,500 万元。

基于上述，杭州逗宝的出资额已经全部实缴到位，上述股权转让所涉的股权转让款已经全部支付。

2、上虞码牛的实缴出资情况

（1）上虞码牛的出资额实缴到位情况

根据杭州串意、单丽珍和陈锋于 2017 年 6 月 20 日签署的《绍兴上虞码牛通讯技术有限公司章程》，杭州串意以货币方式认缴出资 209,950 万元，约定于 2047 年 6 月 20 日前到位；单丽珍以货币方式认缴出资 32.5 万元，约定于 2047 年 6 月 20 日前到位；陈锋以货币方式认缴出资 17.5 万元，约定于 2047 年 6 月 20 日前到位。

2017 年 6 月 21 日，单丽珍、陈锋将其分别持有的上虞码牛 32.5 万元出资额、17.5 万元出资额均以 0 万元转让给徐波。

徐波已于 2017 年 6 月 23 日足额缴纳了认缴的出资额 50 万元；杭州串意已于 2017 年 6 月 23 日足额缴纳了认缴的出资额 209,950 万元。

截至 2017 年 6 月 23 日，上虞码牛的出资额已经全部实缴到位。

（2）股权转让款的支付情况

2017 年 7 月 26 日，杭州串意将其持有的上虞码牛 209,950 万元出资额以 209,950 万元转让给上虞朱雀。上虞朱雀已于 2017 年 7 月 27 日向杭州串意支付了 209,950 万元出资额对应的股权转让款 209,950 万元。

基于上述，上虞码牛的出资额已经全部实缴到位，上述股权转让所涉的股权转让款已经全部支付。

综上所述，杭州逗宝和上虞码牛的出资额已经全部到位，相应股权转让所涉的股权转让款已经全部支付。

（二）本次交易对方“以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日”确定其各自对目标公司股权持续拥有权益的时间符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四十六条第一款的规定，有利于充分维护上市公司权益

根据《重组管理办法》第四十六条，特定对象以资产认购而取得的上市公司股份，自股份发行结束之日起 12 个月内不得转让；属于下列情形之一的，36 个月内不得转让：（一）特定对象为上市公司控股股东、实际控制人或者其控制的

关联人；（二）特定对象通过认购本次发行的股份取得上市公司的实际控制权；
（三）特定对象取得本次发行的股份时，对其用于认购股份的资产持续拥有权益的时间不足 12 个月。

上述交易对方与上市公司控股股东、实际控制人不存在关联关系，不会通过认购本次发行的股份取得上市公司的实际控制权，未来也无意谋求上市公司控制权，不适用《重组管理办法》第四十六条第一款第（一）项、第（二）项的规定。

上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀取得杭州逗宝或上虞码牛相应股权完成工商变更登记的时间（以下简称“工商登记时间”）及其缴纳出资额或支付股权转让价款的时间（以下简称“支付时间”）如下：

姓名或名称	工商登记时间	支付时间	工商登记时间和支付时间的差异
上虞杭天	2017 年 8 月 11 日	2017 年 8 月 9 日	工商登记时间晚于支付时间 2 日
深圳霖枫	2017 年 7 月 26 日	2017 年 7 月 26 日 和 27 日	工商登记时间与支付时间同日 工商登记时间早于支付时间 1 日
徐波	2017 年 6 月 21 日	2017 年 6 月 23 日	工商登记时间早于支付时间 2 日
上虞朱雀	2017 年 7 月 26 日	2017 年 7 月 27 日	工商登记时间早于支付时间 1 日

如上表所示，工商登记时间和支付时间最大差异在 2 日以内，差异较小，约定上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀“以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日确定其各自对目标公司股权持续拥有权益的时间”符合《重组管理办法》第四十六条第一款第（三）项的规定。

综上所述，上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀所作承诺“对于本次购买资产项下取得的对价股份，若截至取得本次交易所发行的股份时，其用于认购上市公司股份的目标公司股权持续拥有权益的时间不足 12 个月的（以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日为准），则相应取得的上市公司股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让”符合《重组管理办法》第四十六条第一款的规定，有利于维护上市公司权益。

第七节 标的资产的基本情况

本次交易标的资产为杭州逗宝和上虞码牛的全部股权，杭州逗宝和上虞码牛除合计间接持有 Outfit7 的 56% 股权外，暂无其他经营业务。因此本报告书除披露杭州逗宝和上虞码牛的基本情况外，亦将 Outfit7 作为实际运营主体披露其基本情况。

一、杭州逗宝的基本情况

（一）基本信息

公司名称：杭州逗宝网络科技有限公司

公司类型：有限责任公司

住所：浙江省杭州市西湖区万塘路 262 号 6 号楼 6 层 328 室

法定代表人：肖莉

注册资本：210,000 万元

成立日期：2016 年 4 月 28 日

统一社会信用代码：91330106MA27XG019J

经营范围：服务：网络信息技术、电子产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让（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）历史沿革

1、2016 年 4 月，成立

2016 年 4 月 28 日，肖莉签署《杭州逗宝网络科技有限公司章程》，决定以货币形式出资 10 万元成立杭州逗宝。同日，杭州市西湖区市场监督管理局向杭州逗宝核发了《营业执照》。

杭州逗宝设立时的股权结构如下：

股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
肖莉	10	100
合计	10	100

2、2017 年 2 月，增资

2017 年 2 月 21 日，杭州逗宝作出股东决定，决定将杭州逗宝的注册资本由 10 万元增加至 100 万元，其中，新增注册资本 90 万元由肖莉追加认缴。同日，杭州逗宝通过新修订的公司章程，并就上述事项办理了相应的工商变更登记手续。

本次增资完成后，杭州逗宝的股权结构如下：

股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
肖莉	100	100
合计	100	100

3、2017 年 6 月，增资

2017 年 6 月 1 日，杭州逗宝作出股东决定，决定将杭州逗宝的注册资本由 100 万元增加至 210,000 万元，其中，新增注册资本 209,900 万元由上虞天盈认缴。同日，杭州逗宝作出股东会决议，一致同意修改公司章程。

2017 年 6 月 2 日，杭州逗宝就上述事项办理了相应的工商变更登记手续。

本次增资完成后，杭州逗宝的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）
上虞天盈	209,900	99.95
肖莉	100	0.05
合计	210,000	100

4、2017 年 7 月，股权转让

2017 年 7 月 24 日，上虞天盈分别与朱志刚、王健、深圳霖枫签署《股权转让协议》，约定上虞天盈将其持有的杭州逗宝 32.1429%股权、32.0952%股权、17.8571%股权分别转让给朱志刚、王健、深圳霖枫；肖莉与王健签署《股权转让协议》，约定肖莉将其持有的杭州逗宝 0.0476%股权转让给王健。同日，杭州逗宝作出股东会决议，同意上述股权转让，并通过新修订的公司章程。

2017 年 7 月 26 日，杭州逗宝就上述事项办理了相应的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，杭州逗宝的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）
朱志刚	67,500	32.1429
王健	67,500	32.1429

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）
深圳霖枫	37,500	17.8571
上虞天盈	37,500	17.8571
合计	210,000	100

5、2017 年 8 月，股权转让

2017 年 8 月 7 日，杭州逗宝作出股东会决议，一致同意由上虞天盈将其持有的杭州逗宝 17.8571%股权转让给上虞杭天。

2017 年 8 月 8 日，上虞天盈与上虞杭天签署《股权转让协议》，约定由上虞天盈将其持有的杭州逗宝 17.8571%股权转让给上虞杭天。杭州逗宝于 2017 年 8 月 9 日召开股东会同意修订公司章程。

2017 年 8 月 11 日，杭州逗宝就上述事项办理了相应的工商变更登记手续。

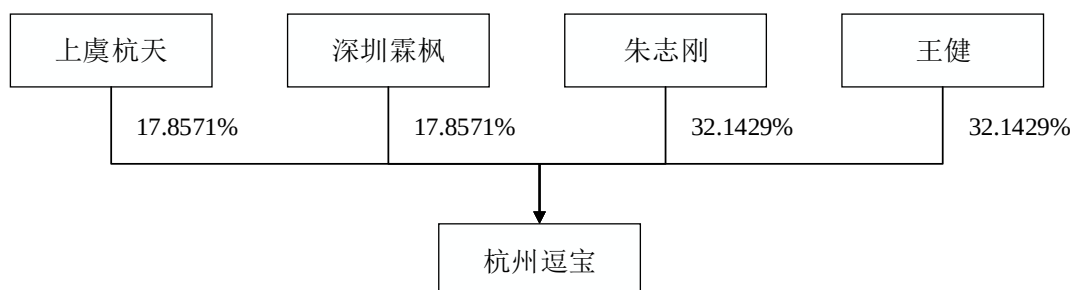
本次股权转让完成后，杭州逗宝的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）
朱志刚	67,500	32.1429
王健	67,500	32.1429
深圳霖枫	37,500	17.8571
上虞杭天	37,500	17.8571
合计	210,000	100

（三）产权控制关系

1、产权关系

截至本报告书签署日，杭州逗宝产权控制结构图如下：



2、持有公司 5%以上股份的主要股东情况

持有杭州逗宝 5%以上股份的主要股东情况参见本报告书“第六节 交易对方基本情况”。

3、公司章程不存在对本次交易产生影响的安排

杭州逗宝的《公司章程》中不存在可能对本次交易产生影响的内容。

4、原高管人员和核心人员的安排

本次交易完成后，杭州逗宝现有人员不存在特别安排事宜，原则上仍沿用原有的管理机构和管理人员。若实际经营需要，将在遵守相关法律法规和其公司章程的情况下进行调整。

5、影响该资产独立性的协议或其他安排

截至本报告书签署日，杭州逗宝不存在影响其资产独立性的协议或其他安排。

（四）最近三年主营业务发展情况

杭州逗宝主要资产为 Outfit7 的 28%股权。

（五）主要资产的权属情况、对外担保和主要负债情况

1、主要资产的权属情况

截至本报告书签署日，杭州逗宝的主要资产为 Outfit7 的 28%股权。Outfit7 及其控股子公司的资产情况请详见本节“三、Outfit7 的基本情况/（五）主要资产的权属情况、对外担保和主要负债情况/1、主要资产的权属情况”。

2、资产抵押、质押、对外担保情况

截至本报告书签署日，杭州逗宝不存在资产抵押、质押及对外担保情况。

3、主要负债情况

截至审计基准日，杭州逗宝负债总额较小，主要为应交税费。截至本报告书签署日，杭州逗宝主要资产为 Outfit7 28%股权，Outfit7 的主要负债情况请详见本节“三、Outfit7 的基本情况/（五）主要资产的权属情况、对外担保和主要负债情况/3、主要负债情况”。

本次交易的标的资产之一为杭州逗宝 100%股权，不涉及杭州逗宝债权债务转移事宜，杭州逗宝的债权债务仍由其享有或承担。

4、或有负债情况

截至本报告书签署日，杭州逗宝不存在或有负债情况。

5、股权质押等情况

杭州逗宝主要资产的产权清晰，不存在抵押、质押等权利限制。亦不涉及诉讼、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。

6、最近三年处罚情况

截至本报告书签署日，杭州逗宝近三年内不存在重大的行政处罚，亦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。

7、特许经营权的情况

截至本报告书签署日，杭州逗宝不存在拥有特许经营权的情况。

8、资产许可使用情况

截至本报告书签署日，杭州逗宝不存在资产许可使用情况。

（六）最近两年及一期的主要财务数据

杭州逗宝成立于 2016 年 4 月，根据《杭州逗宝审计报告》，杭州逗宝最近一年及一期经审计的主要财务数据如下表所示：

1、资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日
资产总计	210,153.89	0.01
负债总计	39.73	0.19
归属于母公司所有者权益	210,114.16	-0.18

杭州逗宝 2017 年 6 月末资产总额大幅增长，主要系股东增资所致。

2、利润表主要数据

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
营业收入	7.59	0.00
利润总额	152.59	-0.18
归属于母公司股东的净利润	114.35	-0.18
扣除非经常性损益的归属于母公司股东的净利润	5.16	-0.08

杭州逗宝的非经常性损益为计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费，非经常性损益不具有可持续性。

（七）杭州逗宝出资及合法存续情况

1、出资及合法存续情况

截至本报告书签署日，杭州逗宝不存在出资不实或影响其合法存续的情况。

2、交易取得其他股东的同意或者符合公司章程规定的股权转让前置条件

本次交易已取得：（1）杭州逗宝的股东决议通过；（2）杭州逗宝的股东内部决策通过，符合公司章程规定的股权转让前置条件。

（八）最近三年股权转让、增资、减资或改制相关估值情况

截至本报告书签署日，除本次交易外，杭州逗宝最近三年股权转让、增资情况详见本报告书“第七节 标的资产的基本情况/一、杭州逗宝的基本情况/（二）历史沿革”，杭州逗宝最近三年的股权转让、增资主要系为收购 Outfit7 股权进行的股权架构调整，未发生资产评估事项。

（九）最近三年涉及的立项、环保、行业准入、用地、规划、建设许可

截至本报告书签署日，杭州逗宝不涉及立项、环保、行业准入、用地、规划、建设许可等有关报批事项。杭州逗宝主营业务不需要专门的生产经营资质。

二、上虞码牛的基本情况

（一）基本信息

公司名称：绍兴上虞码牛通讯技术有限公司

公司类型： 有限责任公司
 住所： 浙江省绍兴市上虞区曹娥街道世邦万祥城商务楼 0915 办公室
 法定代表人： 徐波
 注册资本： 210,000 万元
 成立日期： 2015 年 9 月 1 日
 统一社会信用代码： 91330106352515745W（1/1）
 经营范围： 服务：通信设备、计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询，成果转让，承接计算机网络系统工程（涉及资质证凭证经营）；批发、零售：计算机软硬件，通信设备（除专控）；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）历史沿革

1、2015 年 9 月，设立

2015 年 8 月 31 日，单丽珍、陈锋签署《杭州码牛通讯技术有限公司章程》，约定分别出资 32.5 万元和 17.5 万元，共同成立杭州码牛通讯技术有限公司（上虞码牛原名，以下简称“杭州码牛”），注册资本为 50 万元。

2015 年 9 月 1 日，杭州市西湖区市场监督管理局向杭州码牛核发了《营业执照》。

杭州码牛设立时的股权结构如下：

股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
单丽珍	32.50	65
陈锋	17.50	35
合计	50	100

2、2017 年 6 月，迁址、名称变更

2017 年 6 月 14 日，杭州市西湖区市场监督管理局核发《企业迁移登记注册通知函》（（西）登记内迁出字[2017]第 001811 号），同意杭州码牛迁移至绍兴市

上虞区市场监督管理局登记注册。

2017年6月19日，杭州码牛作出股东会决议，一致同意公司住所变更为“浙江省绍兴市上虞区曹娥街道世邦万祥城商务楼0915办公室”，将公司名称变更为“绍兴上虞码牛通讯技术有限公司”，并通过新修订的公司章程。2017年6月20日，上虞码牛就上述事项办理了相应的工商变更登记手续。

3、2017年6月，增资

2017年6月20日，上虞码牛作出股东会决议，决定将上虞码牛的注册资本由50万元增加至210,000万元，其中，新增注册资本209,950万元由杭州串意认缴；并通过新修订的公司章程。2017年6月21日，上虞码牛就上述事项办理了相应的工商变更登记手续。

本次增资完成后，上虞码牛的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）
杭州串意	209,950	99.9762
单丽珍	32.50	0.0155
陈锋	17.50	0.0083
合计	210,000	100

4、2017年6月，股权转让

2017年6月21日，单丽珍、陈锋分别与徐波签署《股权转让协议》，约定由单丽珍、陈锋分别将其持有的上虞码牛0.0155%股权、0.0083%股权转让给徐波。同日，上虞码牛作出股东会决议，同意上述股权转让。同日，上虞码牛就上述事项办理了相应的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，上虞码牛的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）
杭州串意	209,950	99.9762
徐波	50	0.0238
合计	210,000	100

5、2017年7月，股权转让

2017年7月24日，杭州串意与上虞朱雀签署《绍兴上虞码牛通讯技术有限公司股权转让协议》，约定杭州串意将其持有的上虞码牛99.9762%股权转让给上

虞朱雀。同日，上虞码牛作出股东会决议，同意上述股权转让，并通过新修订的公司章程。

2017年7月26日，上虞码牛就上述事项办理了相应的工商变更登记手续。

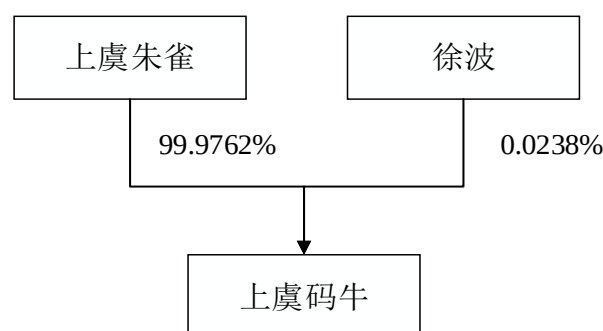
本次股权转让完成后，上虞码牛的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）
上虞朱雀	209,950	99.9762
徐波	50	0.0238
合计	210,000	100

（三）产权控制关系

1、产权关系

截至本报告书签署日，上虞码牛产权控制结构图如下：



2、持有公司5%以上股份的主要股东情况

持有上虞码牛5%以上股份的主要股东情况参见本报告书“第六节 交易对方基本情况”。

3、公司章程不存在对本次交易产生影响的安排

上虞码牛的《公司章程》中不存在可能对本次交易产生影响的内容。

4、原高管人员和核心人员的安排

本次交易完成后，上虞码牛现有人员不存在特别安排事宜，原则上仍沿用原有的管理机构和管理人员。若实际经营需要，将在遵守相关法律法规和其公司章程的情况下进行调整。

5、影响该资产独立性的协议或其他安排

截至本报告书签署日，上虞码牛不存在影响其资产独立性的协议或其他安排。

（四）最近三年主营业务发展情况

上虞码牛主要资产为 Outfit7 的 28% 股权。

（五）主要资产的权属情况、对外担保和主要负债情况

1、主要资产的权属情况

截至本报告书签署日，上虞码牛的主要资产为 Outfit7 的 28% 股权。Outfit7 及其控股子公司的资产情况请详见本节“三、Outfit7 的基本情况/（五）主要资产的权属情况、对外担保和主要负债情况/1、主要资产的权属情况”。

2、资产抵押、质押、对外担保情况

截至本报告书签署日，上虞码牛不存在资产抵押、质押及对外担保情况。

3、主要负债情况

截至审计基准日，上虞码牛负债总额较小，主要为应交税费。截至本报告书签署日，上虞码牛主要资产为 Outfit7 的 28% 股权，Outfit7 的主要负债情况请详见本节“三、Outfit7 的基本情况/（五）主要资产的权属情况、对外担保和主要负债情况/3、主要负债情况”。

本次交易的标的资产之一为上虞码牛 100% 股权，不涉及上虞码牛债权债务转移事宜，上虞码牛的债权债务仍由其享有或承担。

4、或有负债情况

截至本报告书签署日，上虞码牛不存在或有负债情况。

5、股权质押等情况

上虞码牛主要资产的产权清晰，不存在抵押、质押等权利限制。亦不涉及诉讼、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。

6、最近三年处罚情况

截至本报告书签署日，上虞码牛近三年内不存在重大的行政处罚，亦不存在

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。

7、特许经营权的情况

截至本报告书签署日，上虞码牛不存在拥有特许经营权的情况。

8、资产许可使用情况

截至本报告书签署日，上虞码牛不存在资产许可使用情况。

（六）最近两年及一期的主要财务数据

根据《上虞码牛审计报告》，上虞码牛最近两年及一期经审计的主要财务数据如下表所示：

1、资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017年6月30日	2016年12月31日	2015年12月31日
资产总计	210,051.86	-	-
负债总计	13.37	-	-
归属于母公司所有者权益	210,038.49	-	-

截至2017年6月30日，上虞码牛资产总额较上期大幅增长，主要系上虞码牛股东于2017年6月增资所致。

2、利润表主要数据

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度
营业收入	7.69	-	-
利润总额	51.46	-	-
归属于母公司股东的净利润	38.49	-	-
扣除非经常性损益的归属于母公司股东的净利润	5.10	--	-

上虞码牛的非经常性损益主要为计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费，非经常性损益不具有可持续性。

（七）上虞码牛出资及合法存续情况

1、出资及合法存续情况

截至本报告书签署日，上虞码牛不存在出资不实或影响其合法存续的情况。

2、交易取得其他股东的同意或者符合公司章程规定的股权转让前置条件

本次交易已取得：（1）上虞码牛的股东决议通过；（2）上虞码牛的股东内部决策通过，符合公司章程规定的股权转让前置条件。

（八）最近三年股权转让、增资、减资或改制相关估值情况

截至本报告书签署日，除本次交易外，上虞码牛最近三年股权转让、增资情况详见本报告书“第七节 标的资产的基本情况/二、上虞码牛的基本情况/（二）历史沿革”，上虞码牛最近三年的股权转让、增资主要系为收购 Outfit7 股权进行的股权架构调整，未发生资产评估事项。

（九）最近三年涉及的立项、环保、行业准入、用地、规划、建设许可

2017 年 8 月 15 日，上虞码牛“《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目”和“《会说话的家族》系列原创动画片制作项目”分别在绍兴市上虞区发展和改革局完成项目备案。

三、Outfit7 的基本情况

（一）基本信息

公司名称：	Outfit7 Investments Limited
股数：	9,277,758 股普通股
注册号：	08725430, AE 2860
注册地：	235 Old Marleybone Road, London, England EC3V 0EH
公司类型：	私营有限责任公司
成立日期：	2013 年 10 月 9 日
主营业务：	主要业务为控股公司，公司开发诸如品牌、商标、版权、外观设计、专利等形式的知识产权。向终端用户开发软件

应用程序，销售品牌商品，向第三方进行 IP 授权，开发视频等媒体内容

（二）历史沿革

1、2013 年 10 月，设立

2013 年 10 月 9 日，Outfit7 在英国成立，设立当日的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
1	IZZIS Limited	1,000	创始人股
2	IZZIS Limited	5,436,159	管理层股
3	TARMEA7 LIMITED	1,659,325	管理层股
4	SAMEDEA LIMITED	834,880	管理层股
5	NINAZ LIMITED	521,800	管理层股
6	ROMIH LIMITED	417,440	管理层股
7	ZETTA IQ LIMITED	417,440	管理层股
8	DODIKA LIMITED	208,720	管理层股
9	LAYTONERA LIMITED	78,270	观察者股
10	Gedala Limited	52,180	观察者股
11	Marko Lavrin	10,436	观察者股
12	Traverso Consultants Limited	13,532	标准股
13	Jure Prek	6,419	标准股
14	Tine Lesjak	4,445	标准股
15	Gedala Limited	3,458	标准股
16	Primož Strajnar	3,000	标准股
17	Nejc Krokter	2,675	标准股
18	Matej Jenko	1,766	标准股
19	Igor Lautar	1,458	标准股
20	Janez Nejc Login	1,422	标准股
21	Miha Krajnik	1,325	标准股
22	Mihec Pezdirc	1,301	标准股
23	Vanja Flis	1,041	标准股
24	Žan Toplišek	1,000	标准股
25	Ines Kondić	989	标准股
26	Igor Cajnkar	937	标准股
27	Mitja Kravos	937	标准股
28	Miha Klarič	742	标准股
29	Nina Sivec	572	标准股
30	Urša Podobnik	375	标准股
合计		9,685,044	-

注：1、根据 Outfit7 的《公司章程》，创始人股指 Outfit7 创始人持有 Outfit7 的一种股份种类，该类股份的股份持有人拥有参与 Outfit7 决策管理等表决权，该类股份不可被 Outfit7 赎回。

2、根据 Outfit7 的《公司章程》，管理层股指 Outfit7 管理者持有 Outfit7 的一种股份种类，该类股份的股份持有人拥有参与 Outfit7 决策管理等表决权，该类股份可被 Outfit7 赎回。

3、根据 Outfit7 的《公司章程》，观察者股指 Outfit7 观察者持有 Outfit7 的一种股份种类，该类股份的股份持有人参与 Outfit7 决策管理等表决权受到限制，该类股份可被 Outfit7 赎回。

4、根据 Outfit7 的《公司章程》，标准股指 Outfit7 股权激励计划下发行的股份，该类股份的股份持有人参与 Outfit7 决策管理等表决权受到限制，该类股份可被 Outfit7 赎回。

2、2013 年 12 月至 2014 年 11 月，股份回购、发行新股及股份转让

2013 年 12 月 24 日，由于员工 Žan Toplišek 离职，Outfit7 回购其持有的 1,000 股标准股并注销。

2014 年 2 月 2 日，由于员工 Igor Cajnkar 离职，Outfit7 回购其持有的 937 股标准股并注销。

2014 年 3 月 31 日，由于 Andrej Remškar 等 27 名员工行权，Outfit7 发行 61,856 股标准股。

2014 年 4 月 10 日，Janez Nejc Login 以 66,656.38 欧元的价格将 19,957 股标准股转让予 Izzas Establishment。

2014 年 6 月 2 日，由于员工 Alessandro Traverso 离职，Outfit7 回购其全资子公司 Traverso Consultants Limited 持有的 27,064 股标准股并注销；2014 年 6 月 5 日，Igor Lautar 以 13,457.20 欧元的价格将其持有的 3,958 股标准股转让予 Arjabur Ventures Limited；Peter Dolenc 以 3,362.6 欧元的价格将持有的 989 股标准股转让予 Cortenia Limited；Primož Strajnar 以 13,600 欧元的价格将持有的 4,000 股标准股转让予 Cricovaria Holdings Limited；Jure Prek 以 21,824.60 欧元的价格将持有的 6,419 股标准股转让予 Totoulla Limited。

2014 年 8 月 29 日，由于员工 Simon Rade 离职，Outfit7 回购其全资子公司 SAMEDEA LIMITED 持有的 834,880 股管理层股。

2014 年 9 月 30 日，由于 Aleš Grom 等 44 名员工及 Brett Bullington 行权，Outfit7 发行 60,528 股标准股、49,478 股观察者股。

2014 年 10 月 13 日，Miha Obal 以 8,910.00 欧元的价格将持有的 1,500 股标准股转让予 TRGT LIMITED；2014 年 10 月 20 日，IZZIS Limited 将持有的 1,000 股创始人股及 5,436,159 股管理层股无偿转让予 Izzas Establishment。

2014 年 11 月 4 日，Katarina Urbanija 以 7,500 欧元的价格将持有的 1,250 股标准股转让予 Javgura Limited；2014 年 11 月 20 日，由于员工 Tanja Ravnikar 离职，Outfit7 回购其持有的 656 股标准股并注销。

上述股份变更完成后，Outfit7 的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
1	Izzas Establishment	1,000	创始人股
2	Izzas Establishment	5,436,159	管理层股
3	TARMEA7 LIMITED	1,659,325	管理层股
4	NINAZ LIMITED	521,800	管理层股
5	ROMIH LIMITED	417,440	管理层股
6	ZETTA IQ LIMITED	417,440	管理层股
7	DODIKA LIMITED	208,720	管理层股
8	LAYTONERA LIMITED	78,270	观察者股
9	Gedala Limited	52,180	观察者股
10	Brett Bullington	49,478	观察者股
11	Marko Lavrin	10,436	观察者股
12	Izzas Establishment	30,237	标准股
13	Totoulla Limited	12,956	标准股
14	Gedala Limited	10,375	标准股
15	Andrej Remškar	8,200	标准股
16	Arjabur Ventures Limited	7,208	标准股
17	Tine Lesjak	6,930	标准股
18	Matej Jenko	6,287	标准股
19	Paul David Nunn	5,653	标准股
20	Nejc Krokter	3,910	标准股
21	Cindy Sungeun Um	3,428	标准股
22	Cricovaria Holdings Limited	7,000	标准股
23	Cortenia Limited	3,739	标准股

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
24	Mihec Pezdirc	2,551	标准股
25	Vanja Flis	2,228	标准股
26	Mitja Kravos	2,187	标准股
27	Miha Krajnik	2,120	标准股
28	Brane Frančiček Gračnar	2,083	标准股
29	Rok Dervarič	1,812	标准股
30	Randeep Sidhu	1,625	标准股
31	Darjo Vuk	1,572	标准股
32	Nina Sivec	1,509	标准股
33	TRGT LIMITED	1,500	标准股
34	Ines Kondić	1,302	标准股
35	Javgura Limited	1,250	标准股
36	Luka Gratej	1,250	标准股
37	Jan Pečar	1,103	标准股
38	Romana Bogovič	1,000	标准股
39	Urša Podobnik	875	标准股
40	Miha Gerbec	750	标准股
41	Miha Klarič	742	标准股
42	Jan Križaj	625	标准股
43	Dejan Tomažič	541	标准股
44	Janez Plešnar	541	标准股
45	Aleš Grom	500	标准股
46	Boris Vigec	500	标准股
47	Ante Odić	468	标准股
48	Cassandra Harriet Morgan-Chandler	468	标准股
49	ArhiSENS, Polona Kern s.p.	416	标准股
50	Eun Suk Kim	416	标准股
51	Allan Stowe	375	标准股
52	Matjaž Smolej	375	标准股
53	Nejc Stanko	375	标准股
54	Simon Polšak	374	标准股
55	Ana Kušar	312	标准股
56	France Login	203	标准股
57	Ines Ambrožič	125	标准股
58	Primož Bevk	125	标准股
合计		8,992,369	-

3、2015 年 3 月至 2015 年 12 月，发行新股、股份回购及股份转让

2015 年 3 月 31 日，由于 Aleksander Gregorka 等 81 名员工行权，Outfit7 发行 118,422 股标准股。

2015 年 4 月 8 日，由于员工 Primož Strajnar 离职，Outfit7 回购其全资子公司 Cricovaria Holdings Limited 持有的 12,000 股标准股并注销。

2015 年 5 月 21 日，由于员工 Robert Leskovšek 离职，Outfit7 回购其持有的 843 股标准股并注销。

2015 年 8 月 25 日，由于员工 Luka Gratej 离职，Outfit7 回购其持有的 1,562 股标准股并注销。

2015 年 9 月 14 日，由于员工 Randeep Sidhu 离职，Outfit7 回购其持有的 2,375 股标准股并注销；2015 年 9 月 18 日，由于员工 Samo Homšak 离职，Outfit7 回购其持有的 770 股标准股并注销；2015 年 9 月 30 日，由于 Aleksander Gregorka 等 84 名员工行权，Outfit7 发行 75,193 股标准股。

2015 年 10 月 26 日，由于员工 Polona Kern 离职，Outfit7 回购其全资子公司 ArhiSENS, Polona Kern s.p.持有的 723 股标准股并注销。

2015 年 11 月 2 日，France Login 以 15,745.8 欧元的价格将其持有的 460 股标准股转让予 Izzas Establishment；2015 年 11 月 3 日，由于员工 Paul David Nunn 离职，Outfit7 回购其持有的 9,895 股标准股并注销；2015 年 11 月 9 日，由于员工 Wandrille Pruvot 离职，Outfit7 回购其持有的 1,231 股标准股并注销；2015 年 11 月 19 日，由于员工 Jan Pečar 等 3 名员工离职，Outfit7 回购其持有的 11,644 股标准股并注销。

2015 年 12 月 1 日，由于员工 John Stephen Rankin 离职，Outfit7 回购其持有的 8,617 股标准股并注销。

上述股份变更完成后，Outfit7 的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
1	Izzas Establishment	1,000	创始人股
2	Izzas Establishment	5,436,159	管理层股
3	TARMEA7 LIMITED	1,659,325	管理层股
4	NINAZ LIMITED	521,800	管理层股
5	ROMIH LIMITED	417,440	管理层股
6	ZETTA IQ LIMITED	417,440	管理层股
7	DODIKA LIMITED	208,720	管理层股

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
8	LAYTONERA LIMITED	78,270	观察者股
9	Gedala Limited	52,180	观察者股
10	Brett Bullington	49,478	观察者股
11	Marko Lavrin	10,436	观察者股
12	Izzas Establishment	51,256	标准股
13	Totoulla Limited	24,213	标准股
14	Arjabur Ventures Limited	17,708	标准股
15	Gedala Limited	17,293	标准股
16	Cortenia Limited	13,239	标准股
17	Molesona Trading Limited	13,055	标准股
18	Yleksa Trading Limited	11,875	标准股
19	Matej Jenko	10,964	标准股
20	Tine Lesjak	9,209	标准股
21	Andrej Remškar	8,200	标准股
22	Cindy Sungeun Um	5,593	标准股
23	Nejc Krokter	4,939	标准股
24	Igor Dužević	4,328	标准股
25	Mihec Pezdirc	3,801	标准股
26	Blaž Porenta	3,541	标准股
27	Nina Sivec	3,384	标准股
28	Vanja Flis	3,228	标准股
29	GEAMANA VENTURES LIMITED	3,200	标准股
30	TRGT LIMITED	3,000	标准股
31	Miha Krajnik	2,915	标准股
32	Miha Klarič	2,824	标准股
33	Javgura Limited	2,750	标准股
34	Brane Frančiček Gračnar	2,583	标准股
35	Romana Bogovič	2,500	标准股
36	Ines Kondić	2,364	标准股
37	PRO-FREIGHT LIMITED	2,291	标准股
38	Miha Gerbec	2,250	标准股
39	Mitja Kravos	2,187	标准股
40	Darjo Vuk	2,135	标准股
41	STRAETE HOLDINGS LIMITED	2,041	标准股
42	IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED	2,000	标准股
43	Aleš Mlakar	1,932	标准股
44	Rok Dervarič	1,812	标准股
45	Danijel Bajc	1,750	标准股
46	Urša Podobnik	1,375	标准股
47	Dejan Tomažič	1,291	标准股
48	Aljaž Prijatelj	1,187	标准股

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
49	Michał Urbanek	1,166	标准股
50	Allan Stowe	1,125	标准股
51	Matjaž Smolej	1,125	标准股
52	Ante Odić	1,093	标准股
53	Cassandra Harriet Morgan-Chandler	1,093	标准股
54	Simona Kozlevčar	1,062	标准股
55	Rok Kernc	1,041	标准股
56	Eun Suk Kim	1,007	标准股
57	Boris Vigec	937	标准股
58	Janez Medved	937	标准股
59	Anton Urankar	930	标准股
60	Janez Plešnar	926	标准股
61	Jan Križaj	875	标准股
62	Nejc Stanko	875	标准股
63	Simon Polšak	874	标准股
64	Aleš Grom	818	标准股
65	Marko Grzetič	812	标准股
66	Žiga Bobinac	812	标准股
67	Jani Brezavšček	791	标准股
68	Ines Ambrožič	750	标准股
69	Luka Praper	750	标准股
70	Miha Vozelj	750	标准股
71	Dražen Jakšić	726	标准股
72	Aleksander Gregorka	712	标准股
73	COJUSNA ASSETS LIMITED	687	标准股
74	Richard James Neil	653	标准股
75	Ana Kušar	625	标准股
76	Nejc Tomažič	625	标准股
77	Tina Stockbauer Zagorac	625	标准股
78	Jure Logar	593	标准股
79	Jure Grom	487	标准股
80	Urša Dana Saksida	468	标准股
81	Katarina Roškar	443	标准股
82	Rok Papež	437	标准股
83	Jelka Košir	412	标准股
84	Primož Bevk	387	标准股
85	Tony Christophe Semedo	303	标准股
86	Xueping Yang	303	标准股
87	Tomaž Treven	289	标准股
88	Gašper Vrhovšek	275	标准股
89	Jaka Bernardič	275	标准股
90	Luka Strasner	275	标准股

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
91	Maša Marčetič	275	标准股
92	Nejc Sedej	275	标准股
93	Tadej Prijatelj	275	标准股
94	Damjan Kovačič	252	标准股
95	Rok Kompan	240	标准股
96	Luka Maške	230	标准股
97	Ana Guzelj	229	标准股
98	Nuša Gantar	222	标准股
99	Lea Živčič	187	标准股
100	Jaka Benedičič	183	标准股
101	Sandra Melihen	183	标准股
102	Vesna Dumendžič	170	标准股
103	Bruna Biancarelli	167	标准股
104	Klemen Lamut	160	标准股
105	Matjuša Jakopin	137	标准股
106	Ana Lana Vega	134	标准股
107	Davor Val Vega	134	标准股
108	Thomas Russel Mapham	83	标准股
109	Matej Kovač	65	标准股
110	Miha Rejc	60	标准股
111	Gorazd Glešič	53	标准股
合计		9,136,324	-

4、2016 年 1 月至 2016 年 12 月 27 日，股份回购、发行新股及股份转让

2016 年 1 月 18 日，由于员工 Blaž Porenta 离职，Outfit7 回购其持有的 3,541 股标准股并注销；2016 年 1 月 22 日，由于员工 Miha Klarič 等 2 名员工离职，Outfit7 回购其持有的 5,407 股标准股并注销；2016 年 1 月 24 日，由于员工 Simona Kozlevčar 离职，Outfit7 回购其持有的 1,062 股标准股并注销。

2016 年 2 月 4 日，由于员工 Cassandra Harriet Morgan-Chandler 离职，Outfit7 回购其持有的 1,093 股标准股并注销；2016 年 2 月 10 日，由于员工 Andrej Remškar 等 2 名员工离职，Outfit7 回购其持有的 21,255 股标准股并注销；2016 年 3 月 9 日，由于员工 Bruna Biancarelli 离职，Outfit7 回购其持有的 167 股标准股并注销。

2016 年 3 月 24 日，由于员工 Thomas Russel Mapham 离职，Outfit7 回购其持有的 83 股标准股并注销；2016 年 3 月 31 日，由于 Aleksander Gregorka 等 79 名员工行权，Outfit7 发行了 66,587 股标准股。

2016 年 4 月 6 日，由于员工 Nina Sivec 离职，Outfit7 回购其持有的 3,384 股标准股并注销；2016 年 4 月 19 日，由于员工 Miha Gerbec 离职，Outfit7 回购其持有的 3,000 股标准股并注销。

2016 年 5 月 6 日，由于员工 Luka Maške 离职，Outfit7 回购其持有的 332 股标准股并注销；2016 年 5 月 13 日，由于员工 Sandra Melihen 离职，Outfit7 回购其持有的 267 股标准股并注销；2016 年 5 月 31 日，由于员工 Romana Bogovič 离职，Outfit7 回购其持有的 2,500 股标准股并注销。

2016 年 6 月 29 日，由于 Cindy Sungeun Um 等 2 名员工离职，Outfit7 回购其持有的 10,518 股标准股并注销；2016 年 6 月 30 日，由于员工 Katarina Urbanija 离职，Outfit7 回购其全资子公司 Javgura Limited 持有的 3,375 股标准股并注销。

2016 年 8 月 19 日，由于员工 Damjan Kovačič 离职，Outfit7 回购其持有的 319 股标准股并注销；2016 年 8 月 26 日，由于员工 Rok Kernc 离职，Outfit7 回购其持有的 1,853 股标准股并注销。

2016 年 9 月 5 日，由于员工 Vesna Dumendžić 离职，Outfit7 回购其持有的 170 股标准股并注销；2016 年 9 月 12 日，由于员工 Richard James Neil 离职，Outfit7 回购其持有的 963 股标准股并注销；2016 年 9 月 16 日，由于 Gašper Vrhovšek 等 3 名员工离职，Outfit7 回购其持有的 1,849 股标准股并注销；2016 年 9 月 19 日，由于员工 James John Duncan Crabb 离职，Outfit7 回购其持有的 687 标准股并注销；2016 年 9 月 30 日，由于 Aleš Kramolc 等 71 名员工行权，Outfit7 发行 56,674 股标准股。

2016 年 10 月 25 日，由于员工 Aleš Kramolc 离职，Outfit7 回购其持有的 33 股标准股并注销。

2016 年 11 月 23 日，由于 Miha Rejc 离职，Outfit7 回购其持有的 613 股标准股并注销。

2016 年 12 月 2 日，由于 Matej Kovač 离职，Outfit7 回购其持有的 65 股标准股并注销。

上述股份变更完成后，Outfit7 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持有股份类型
1	Izzas Establishment	1,000	创始人股
2	Izzas Establishment	5,436,159	管理层股
3	TARMEA7 LIMITED	1,659,325	管理层股
4	NINAZ LIMITED	521,800	管理层股
5	ROMIH LIMITED	417,440	管理层股
6	ZETTA IQ LIMITED	417,440	管理层股
7	DODIKA LIMITED	208,720	管理层股
8	LAYTONERA LIMITED	78,270	观察者股
9	Gedala Limited	52,180	观察者股
10	Brett Bullington	49,478	观察者股
11	Marko Lavrin	10,436	观察者股
12	Izzas Establishment	71,465	标准股
13	Totoulla Limited	33,000	标准股
14	Arjabur Ventures Limited	28,000	标准股
15	Gedala Limited	24,210	标准股
16	Cortenia Limited	22,879	标准股
17	Yleksa Trading Limited	21,375	标准股
18	Matej Jenko	13,348	标准股
19	GEAMANA VENTURES LIMITED	13,101	标准股
20	Tine Lesjak	9,939	标准股
21	PRO-FREIGHT LIMITED	5,166	标准股
22	Nejc Kroker	4,939	标准股
23	Mihec Pezdirc	4,739	标准股
24	Igor Dužević	4,667	标准股
25	STRAETE HOLDINGS LIMITED	4,540	标准股
26	IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED	4,500	标准股
27	TRGT LIMITED	4,500	标准股
28	Vanja Flis	4,055	标准股
29	Darjo Vuk	3,260	标准股
30	Miha Krajnik	3,180	标准股
31	Aleš Mlakar	3,077	标准股
32	Ines Kondić	2,750	标准股
33	Danijel Bajc	2,500	标准股
34	Boris Vigec	2,447	标准股
35	Mitja Kravos	2,187	标准股
36	Allan Stowe	1,875	标准股
37	Urša Podobnik	1,868	标准股
38	Rok Dervarič	1,812	标准股
39	Dejan Tomažič	1,791	标准股
40	Michał Urbanek	1,678	标准股

序号	股东名称	持股数（股）	持有股份类型
41	COJUSNA ASSETS LIMITED	1,637	标准股
42	Jan Križaj	1,625	标准股
43	Matjaž Smolej	1,625	标准股
44	Aljaž Prijatelj	1,601	标准股
45	Marko Grzetič	1,562	标准股
46	Žiga Bobinac	1,500	标准股
47	Dražen Jakšić	1,476	标准股
48	Anton Urankar	1,430	标准股
49	Ante Odić	1,410	标准股
50	Simon Polšak	1,374	标准股
51	Luka Praper	1,250	标准股
52	Miha Vozelj	1,250	标准股
53	Ines Ambrožič	1,228	标准股
54	Nejc Stanko	1,125	标准股
55	Jani Brezavšček	1,068	标准股
56	Tina Stockbauer Zagorac	1,001	标准股
57	Aleksander Gregorka	947	标准股
58	Janez Medved	937	标准股
59	Janez Plešnar	926	标准股
60	Jure Grom	900	标准股
61	Jelka Košir	825	标准股
62	Aleš Grom	818	标准股
63	Rok Papež	811	标准股
64	Jure Logar	781	标准股
65	Nuša Gantar	767	标准股
66	Jaka Terpinč	633	标准股
67	Ana Kušar	625	标准股
68	Xueping Yang	596	标准股
69	Tadej Prijatelj	587	标准股
70	Maša Marčetič	564	标准股
71	Jaka Bernardič	550	标准股
72	Primož Bevk	521	标准股
73	Jaka Benedičič	470	标准股
74	Urša Dana Saksida	468	标准股
75	Nejc Sedej	457	标准股
76	Rok Kompan	446	标准股
77	Klemen Brajkovič	405	标准股
78	Ana Lana Vega	402	标准股
79	Davor Val Vega	402	标准股
80	Lea Živčič	374	标准股
81	Ana Guzelj	366	标准股
82	Aljaž Kajtna	342	标准股

序号	股东名称	持股数（股）	持有股份类型
83	Tony Christophe Semedo	303	标准股
84	Tomaž Treven	289	标准股
85	Luka Strasner	275	标准股
86	Helder Jose Das Neves Lopes	254	标准股
87	Luka Štebe	251	标准股
88	Anel Čeman	227	标准股
89	David Pokleka	208	标准股
90	Klemen Lamut	160	标准股
91	Kaja Miklavčič	156	标准股
92	Gorazd Glešič	155	标准股
93	Matjuša Jakopin	137	标准股
94	Tilen Bobek	136	标准股
95	Vana Vojdanovski	135	标准股
96	Tadej Mittoni	118	标准股
97	Matjaž Juršič	109	标准股
98	Luka Rade	98	标准股
99	Grega Birska	95	标准股
100	Martina Starc	95	标准股
101	Matic Standeker	90	标准股
102	Nejc Babič	83	标准股
103	Tina Podgornik	83	标准股
104	Sara Krk	79	标准股
105	Klemen Sajovec	68	标准股
106	Nejc Vičič	61	标准股
107	Urša Jevnikar	56	标准股
108	Jernej Anclin	51	标准股
109	Martin Knavs	35	标准股
110	Marko Ravnjak	34	标准股
111	Matic Prosen	30	标准股
合计		9,197,049	-

5、2016 年 12 月 28 日，发行新股

2016 年 12 月 28 日，因 Aleksander Gregorka 等 180 名员工及 Žiga Debeljak 行权，Outfit7 发行了 80,709 股标准股。

上述股份变更完成后，Outfit7 的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
1	Izzas Establishment	1,000	创始人股
2	Izzas Establishment	5,436,159	管理层股
3	TARMEA7 LIMITED	1,659,325	管理层股

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
4	NINAZ LIMITED	521,800	管理层股
5	ROMIH LIMITED	417,440	管理层股
6	ZETTA IQ LIMITED	417,440	管理层股
7	DODIKA LIMITED	208,720	管理层股
8	LAYTONERA LIMITED	78,270	观察者股
9	Gedala Limited	52,180	观察者股
10	Brett Bullington	49,478	观察者股
11	Izzas Establishment	76,481	标准股
12	Totoulla Limited	35,000	标准股
13	Arjabur Ventures Limited	30,000	标准股
14	Gedala Limited	25,363	标准股
15	Cortenia Limited	25,230	标准股
16	Yleksa Trading Limited	23,750	标准股
17	GEAMANA VENTURES LIMITED	15,224	标准股
18	Matej Jenko	14,973	标准股
19	Žiga Debeljak	10,609	标准股
20	PRO-FREIGHT LIMITED	10,593	标准股
21	Marko Lavrin	10,436	观察者股
22	Tine Lesjak	9,939	标准股
23	Dilpesh Shashikant Parmar	6,870	标准股
24	STRAETE HOLDINGS LIMITED	5,041	标准股
25	Nejc Kroker (Polanškova ul. 46, 1231 Ljubljana – Črnuče, Slovenia)	4,939	标准股
26	IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED	4,938	标准股
27	Mihec Pezdirc	4,843	标准股
28	Igor Dužević	4,762	标准股
29	TRGT LIMITED	4,750	标准股
30	Vanja Flis	4,122	标准股
31	Darjo Vuk	4,083	标准股
32	Aleš Mlakar	3,593	标准股
33	Danijel Bajc	3,500	标准股
34	Boris Vigec	3,499	标准股
35	Miha Krajnik	3,180	标准股
36	Anaya Nandaprema	3,100	标准股
37	Ines Kondić	2,770	标准股
38	Jernej Česen	2,635	标准股
39	Michał Urbanek	2,437	标准股
40	Matjaž Smolej	2,299	标准股
41	Mitja Kravos	2,187	标准股

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
42	Aljaž Prijatelj	2,101	标准股
43	Ante Odić	2,100	标准股
44	Allan Stowe	2,062	标准股
45	Urša Podobnik	2,007	标准股
46	Aleš Grom	1,880	标准股
47	Dejan Tomažič	1,875	标准股
48	COJUSNA ASSETS LIMITED	1,862	标准股
49	Rok Dervarič	1,812	标准股
50	Jan Križaj	1,730	标准股
51	Marko Grzetič	1,687	标准股
52	Žiga Bobinac	1,687	标准股
53	Anton Urankar	1,611	标准股
54	Dražen Jakšić	1,601	标准股
55	Miha Vozelj	1,583	标准股
56	Janez Medved	1,520	标准股
57	Janez Plešnar	1,510	标准股
58	Jani Brezavšček	1,497	标准股
59	Nejc Stanko	1,458	标准股
60	Simon Polšak	1,457	标准股
61	Aleksander Gregorka	1,447	标准股
62	Ana Kušar	1,406	标准股
63	Tina Stockbauer Zagorac	1,359	标准股
64	Luka Praper	1,353	标准股
65	Ines Ambrožič	1,332	标准股
66	Tomi Dolinšek	1,317	标准股
67	Tony Christophe Semedo	1,162	标准股
68	Jure Grom	1,107	标准股
69	Jure Logar	1,082	标准股
70	Nuša Gantar	1,072	标准股
71	Jelka Košir	946	标准股
72	Urša Dana Saksida	937	标准股
73	Rok Papež	914	标准股
74	Tomas Lušina	825	标准股
75	Tadej Prijatelj	796	标准股
76	Jaka Terpinc	736	标准股
77	Rok Kompan	726	标准股
78	Primož Bevk	707	标准股
79	Draško Vasić	687	标准股
80	Tomaž Treven	660	标准股
81	Xueping Yang	658	标准股
82	Lea Živčič	654	标准股
83	Maša Marčetič	615	标准股

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
84	Gorazd Glešič	611	标准股
85	Jaka Bernardič	597	标准股
86	Jaka Benedičič	583	标准股
87	Luka Strasner	572	标准股
88	Ana Guzelj	570	标准股
89	Helder Jose Das Neves Lopes	563	标准股
90	Klemen Lamut	553	标准股
91	Gaja Šijanec	527	标准股
92	Jan Kokalj	527	标准股
93	Silpa Gohil	527	标准股
94	Nejc Sedej	525	标准股
95	Klemen Brajkovič	474	标准股
96	Ana Skončnik	469	标准股
97	Davor Gričar	447	标准股
98	Matjaž Štuklek	415	标准股
99	Zerina Kandžić	399	标准股
100	Aljaž Kajtna	387	标准股
101	Matej Finžgar	378	标准股
102	Matjuša Jakopin	364	标准股
103	Matic Standeker	337	标准股
104	Boris Ferš	337	标准股
105	Luka Štebe	314	标准股
106	Marko Ravnjak	290	标准股
107	Alla Dryzhak	274	标准股
108	Anel Ćeman	267	标准股
109	Uroš Pogačnik	235	标准股
110	David Pokleka	234	标准股
111	Inokentii Korshunov	233	标准股
112	Živa Čizman	207	标准股
113	Larisa Perčinlić	197	标准股
114	Ruslan Konovalchuk	193	标准股
115	Nejc Sever	189	标准股
116	Janez Barbič	189	标准股
117	Kaja Miklavčič	183	标准股
118	Lana Hadler	180	标准股
119	Tilen Bobek	174	标准股
120	Anže Sodja	174	标准股
121	Jon Premik	174	标准股
122	Vana Vojdanovski	177	标准股
123	Mitja Stegne	160	标准股
124	Tina Podgornik	157	标准股
125	Matjaž Juršič	142	标准股

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
126	Nevena Veljković	142	标准股
127	Tadej Mittoni	136	标准股
128	Matic Cvenkel	136	标准股
129	Gregor Mubi	136	标准股
130	Špela Ličer	127	标准股
131	Luka Rade	125	标准股
132	Alja Kunovar	125	标准股
133	Blaž Oven	125	标准股
134	Luka Mohorčič	125	标准股
135	Matjaž Švegelj	125	标准股
136	Miha Glavič	125	标准股
137	Primož Kernc	125	标准股
138	Anže Regina	124	标准股
139	Barbka Podbregar	124	标准股
140	Grega Birsá	116	标准股
141	Martina Starc	116	标准股
142	Nejc Babič	104	标准股
143	Sara Krk	102	标准股
144	Nataša Pajič	102	标准股
145	Martin Knavs	99	标准股
146	Klemen Sajovec	83	标准股
147	Nejc Vičič	83	标准股
148	Jorge Manuel Romeo Gómez	83	标准股
149	Nina Jančič	80	标准股
150	Tomaž Skubic	80	标准股
151	Urša Jevnikar	79	标准股
152	Nina Berlič	75	标准股
153	Primož Prislan	73	标准股
154	Tea Dora	73	标准股
155	Tomaž Kramberger	73	标准股
156	Jernej Anclin	66	标准股
157	Uroš Mahnič	66	标准股
158	Rok Stolnik	65	标准股
159	Marjeta Ropotar	62	标准股
160	Mitja Bezenšek	62	标准股
161	Gašper Šavs	61	标准股
162	Maja Jamnik	61	标准股
163	Barbara Erman	61	标准股
164	Matic Prosen	58	标准股
165	Luka Nosan	53	标准股
166	Blaž Mikuljan	53	标准股
167	Eran Alboher	53	标准股

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持有股份类型
168	Marko Marolt	52	标准股
169	Tadej Bukovec	51	标准股
170	Miloš Manojlović	50	标准股
171	Črt Kristl	49	标准股
172	Aleksandra Lanc	49	标准股
173	Urška Pivk	48	标准股
174	Katja Potokar	45	标准股
175	Mateja Dukarić	44	标准股
176	Anja Trobec	44	标准股
177	Neža Glavič	41	标准股
178	Miha Novak	38	标准股
179	Klementina Dolinšek	36	标准股
180	Alenka Turk	32	标准股
181	Bartosz Jabłoński	32	标准股
182	Uroš Faletič	29	标准股
183	Miha Rataj	29	标准股
184	Jure Janet	21	标准股
185	Ana Šimec	17	标准股
186	Gašper Jager	14	标准股
187	Jan Drenovec	14	标准股
188	Jure Debeljak	14	标准股
189	Davor Hafnar	14	标准股
190	Špela Šubelj Nadižar	11	标准股
191	Pablo Almeida Gaiger	8	标准股
192	Stiliyan Ivanov	8	标准股
193	Žiga Sedovnik	7	标准股
194	Bor Kolarič	7	标准股
195	Sašo Oražem	6	标准股
196	Urška Leskovšek	5	标准股
合计		9,277,758	-

6、2016 年 12 月 28 日，股份转让

2016 年 12 月 28 日，Outfit7 全体股东将持有的 Outfit7 全部股份，包括创始人股 1,000 股、管理层股 8,660,884 股、观察者股 190,364 股和标准股 425,510 股分别以 107,784.66 美元、933,510,445.05 美元、20,518,319.19 美元、45,863,451.10 美元，累计 100,000.00 万美元的价格转让予联合好运。

上述股份变更完成后，Outfit7 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持有股份类型

序号	股东名称	持股数（股）	持有股份类型
1	联合好运	1,000	创始人股
2	联合好运	8,660,884	管理层股
3	联合好运	190,364	观察者股
4	联合好运	425,510	标准股
合计		9,277,758	-

7、2017 年 5 月，股份类型变更

2017 年 5 月 5 日，联合好运将持有的 1,000 股创始人股、8,660,884 股管理层股、190,364 股观察者股和 425,510 股标准股全部转换为 9,277,758 股原始股。

本次股份类型变更完成后，Outfit7 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持有股份类型
1	联合好运	9,277,758	原始股
合计		9,277,758	-

8、2017 年 6 月，股份转让

2017 年 6 月 7 日，联合好运分别向其全资子公司 Lily、Ryuki 转让其持有的 2,597,772 股原始股，合计 5,195,544 股。

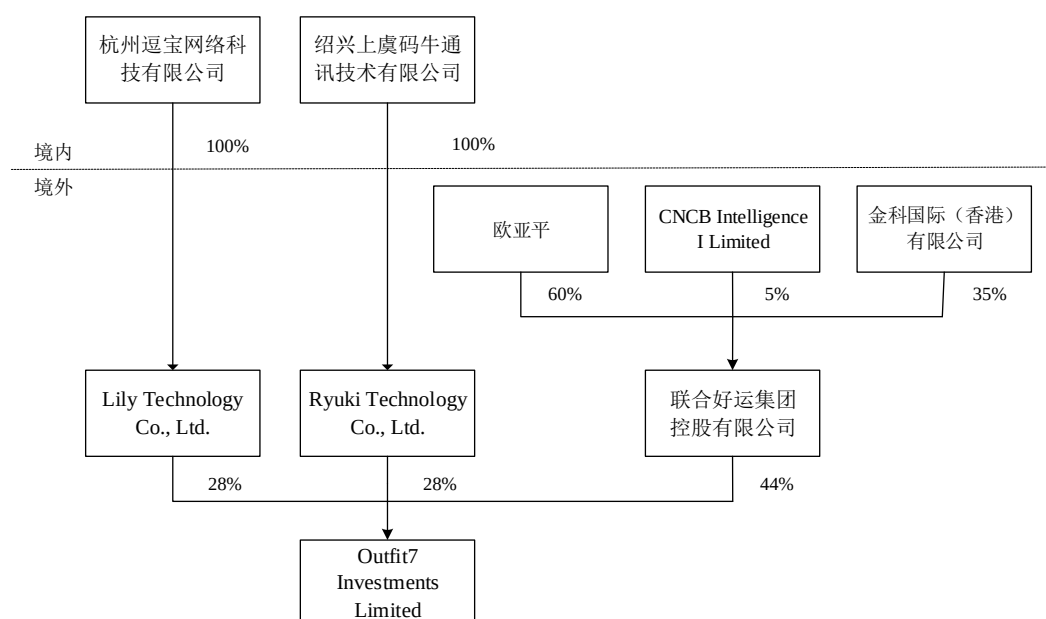
本次股份变更完成后，Outfit7 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例	持有股份类型
1	联合好运	4,082,214	44%	原始股
2	Lily	2,597,772	28%	原始股
3	Ryuki	2,597,772	28%	原始股
合计		9,277,758	100%	-

（三）产权控制关系

1、产权关系

截至本报告书签署日，Outfit7 分别由 Lily 持有 28%的股权，Ryuki 持有 28%的股权，以及联合好运持有 44%的股权。截至本报告书签署日，Outfit7 无实际控制人。Outfit7 的产权控制关系具体如下：



2、公司章程不存在对本次交易产生影响的安排

Outfit7 的《公司章程》中不存在可能对本次交易产生影响的内容。

3、原高管人员和核心人员的安排

本次交易完成后，Outfit7 及其控股子公司现有人员不存在特别安排事宜，原则上仍沿用原有的管理机构和管理人员。若实际经营需要，将在遵守相关法律法规和公司章程的情况下进行调整。

（四）最近三年主营业务发展情况

Outfit7 是一家集大数据广告分发与互联网儿童早期教育于一体的全球著名移动互联网高科技企业。

Outfit7 主打产品“会说话的汤姆猫家族”系列应用以可爱的动物形象，利用人工智能场景，与幼儿、儿童进行对话、互动，引导、教育他们认知各种生活常识与知识，寓教于乐，健康嬉乐，深受全世界父母与儿童的喜爱，被评为最受欢迎的 Google Play 应用之一。Outfit7 通过获取用户与“会说话的汤姆猫家族”系列儿童益智类应用互动过程中产生的大量数据，进行精准的广告分发。目前，Outfit7“会说话的汤姆猫家族”系列移动应用下载量累计超过 60 亿次，为全球最大的移动互联网流量平台之一，公司营业收入约 80%来自互联网广告业务。

报告期内，Outfit7 的营业收入按业务构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
广告收入	33,902.97	79.91	56,083.10	82.66	61,065.68	81.21
其中：移动广告投放	32,973.97	77.72	54,489.40	80.31	59,542.57	79.18
视频广告收入	929.00	2.19	1,593.70	2.35	1,523.11	2.03
用户应用内购买	6,152.20	14.50	8,700.02	12.82	10,501.76	13.97
特许权收入	374.39	0.88	147.73	0.22	627.16	0.83
其他	1,996.62	4.71	2,916.23	4.30	2,999.75	3.99
合计	42,426.18	100	67,847.08	100	75,194.35	100

报告期内，Outfit7 主要运营《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》及《汤姆猫跑酷》等移动应用产品，Outfit7 主要收入来自于基于移动应用产品的大数据广告投放、视频广告收入及用户的应用内购买收入。Outfit7 的主要业务收入来自广告业务收入，广告业务收入在 2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度占营业收入的比例分别为 79.91%、82.66%和 81.21%，占比较为稳定。

（五）主要资产的权属情况、对外担保和主要负债情况

1、主要资产的权属情况

（1）固定资产情况

截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 及其控股子公司固定资产的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值	成新率 (%)
通用设备	340.16	137.45	202.72	59.60
专用设备	654.83	521.48	133.35	20.36
运输设备	8.52	8.52	-	-
合计	1,003.52	667.45	336.06	33.49

1) 房屋建筑物

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司未持有任何房屋建筑物。

2) 房屋租赁情况

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司的房屋租赁情况如下：

序号	出租方	承租方	房屋坐落	租赁期限	注释
1	Blagovno Trgovski Center, d.d	Ekipa2	斯洛文尼亚卢布尔雅那：Ameriška ulica 8, 1000 Ljubljana, Slovenia	2011/11/6 – 2021/8/31	办公
2	Blagovno Trgovski Center, d.d	Ekipa2	斯洛文尼亚卢布尔雅那：Ameriška ulica 8, 1000 Ljubljana, Slovenia	2016/6/16 -2021/9/1	内部食堂
3	Office Bloc Limited	Outfit7 Brit Limited	英国伦敦：47 Dean Street, London. W1D 5BE, United Kingdom	2017/3/1 – 2018/3/1	办公
4	世服宏图商务服务（北京）有限公司第一分公司	北京奥飞特七科技咨询有限公司	北京市朝阳区东三环中路5号财富金融中心26层107室	2017/3/17 -2018/3/18	办公
5	Christakis Liasidis,Evanthia Liasidi	Outfit7 Limited	塞浦路斯：Agiou Georgiou, Pissouri, 4607 Limassol, Cyprus	2015/8/17 始，一年一续	办公

3) 电子设备

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司主要电子设备为用于主营业务经营的计算机及网络设备。

(2) 无形资产情况

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司无形资产具体情况如下：

1) 注册商标

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司在全球持有的主要商标情况如下所示：

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
1		15579605A	11	Outfit7 Limited	2016.02.14	中国
2		15579606A	9	Outfit7 Limited	2016.02.21	中国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
3		15579607	5	Outfit7 Limited	2016.09.07	中国
4		15579608A	3	Outfit7 Limited	2016.02.21	中国
5		15579643	42	Outfit7 Limited	2016.03.28	中国
6		15579644A	41	Outfit7 Limited	2016.02.14	中国
7		15579646A	35	Outfit7 Limited	2016.02.21	中国
8		15579647A	32	Outfit7 Limited	2016.03.14	中国
9		15579648A	30	Outfit7 Limited	2016.03.14	中国
10		15579649A	29	Outfit7 Limited	2016.03.14	中国
11		15579650	28	Outfit7 Limited	2016.11.07	中国
12		15579651	27	Outfit7 Limited	2016.11.07	中国
13		15579652	25	Outfit7 Limited	2016.11.07	中国
14		15579653	24	Outfit7 Limited	2016.11.07	中国
15		15579654	21	Outfit7 Limited	2017.01.21	中国
16		15579655	20	Outfit7 Limited	2017.01.21	中国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
17		15579656	18	Outfit7 Limited	2016.11.07	中国
18		15579657	16	Outfit7 Limited	2016.11.07	中国
19		15579658	14	Outfit7 Limited	2016.11.07	中国
20	奥飞特七	16545859	11	Outfit7 Limited	2016.10.28	中国
21	NEOMARS	16884841	5	Outfit7 Limited	2016.07.07	中国
22	NEOMARS	16884921	16	Outfit7 Limited	2016.07.28	中国
23		17251714	16	Outfit7 Limited	2016.12.07	中国
24		17253632	35	Outfit7 Limited	2016.10.28	中国
25	会说话的汤姆猫	10623977	9	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
26	汤姆猫	10624710	9	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
27	会说话的安吉拉	10641839	9	Outfit7 Limited	2015.05.14	中国
28	会说话的安吉拉	10653579	28	Outfit7 Limited	2015.04.07	中国
29	会说话的本本狗	10639717	9	Outfit7 Limited	2013.05.21	中国
30	会说话的本本狗	10647652	28	Outfit7 Limited	2013.06.07	中国
31	会说话的吉娜长颈鹿	10639837	9	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
32	会说话的吉娜长颈鹿	10647671	28	Outfit7 Limited	2013.06.07	中国
33	会说话的金杰	10640001	9	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
34	会说话的金杰	10653185	28	Outfit7 Limited	2013.06.07	中国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
35	会说话的哈里刺猬	10640603	9	Outfit7 Limited	2013.06.07	中国
36	会说话的哈里刺猬	10653268	28	Outfit7 Limited	2013.06.07	中国
37	会说话的约翰细菌	10641812	9	Outfit7 Limited	2013.05.21	中国
38	会说话的约翰细菌	10653515	28	Outfit7 Limited	2013.06.14	中国
39	会说话的拉里鸟	10640660	9	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
40	会说话的拉里鸟	10653340	28	Outfit7 Limited	2013.06.07	中国
41	会说话的莱拉仙女	10641763	9	Outfit7 Limited	2013.05.21	中国
42	会说话的莱拉仙女	10653446	28	Outfit7 Limited	2013.06.07	中国
43	会说话的皮埃尔鹦鹉	10653658	28	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
44	会说话的皮埃尔鹦鹉	10653889	9	Outfit7 Limited	2013.05.21	中国
45	会说话的圣诞老人	10639914	9	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
46	会说话的圣诞老人	10653090	28	Outfit7 Limited	2015.04.07	中国
47	会说话家族	10624933	28	Outfit7 Limited	2013.07.21	中国
48	会说话家族	10625006	3	Outfit7 Limited	2013.07.21	中国
49	会说话家族	10625162	9	Outfit7 Limited	2013.07.21	中国
50	会说话家族	10625219	11	Outfit7 Limited	2013.07.21	中国
51	会说话家族	10625283	14	Outfit7 Limited	2013.06.28	中国
52	会说话家族	10630881	16	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
53	会说话家族	10630957	18	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
54	会说话家族	10631029	20	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
55	会说话家族	10631341	21	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
56	会说话家族	10631477	24	Outfit7 Limited	2013.08.07	中国
57	会说话家族	10632566	25	Outfit7 Limited	2015.04.07	中国
58	会说话家族	10632593	27	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
59	会说话家族	10632615	41	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
60	会说话家族	10632638	42	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
61	会说话的汤姆猫	10610502	3	Outfit7 Limited	2013.06.14	中国
62	会说话的汤姆猫	10610603	11	Outfit7 Limited	2013.06.14	中国
63	会说话的汤姆猫	10610697	14	Outfit7 Limited	2013.05.07	中国
64	会说话的汤姆猫	10610805	16	Outfit7 Limited	2013.05.07	中国
65	会说话的汤姆猫	10610918	18	Outfit7 Limited	2013.05.07	中国
66	会说话的汤姆猫	10611033	20	Outfit7 Limited	2013.05.07	中国
67	会说话的汤姆猫	10611108	24	Outfit7 Limited	2013.05.07	中国
68	会说话的汤姆猫	10611172	25	Outfit7 Limited	2013.05.07	中国
69	会说话的汤姆猫	10611216	27	Outfit7 Limited	2013.05.07	中国
70	会说话的汤姆猫	10611367	28	Outfit7 Limited	2013.05.07	中国
71	会说话的汤姆猫	10624315	41	Outfit7 Limited	2013.06.14	中国
72	会说话的汤姆猫	10624591	42	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
73	会说话的汤姆猫	10633784	21	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
74	会说话的小河马	10640722	9	Outfit7 Limited	2013.05.14	中国
75	会说话的小河马	10653388	28	Outfit7 Limited	2013.09.14	中国
76	TALKING BEN	12729585	16	Outfit7 Limited	2014.10.28	中国
77	TALKING TOM	12729586	25	Outfit7 Limited	2015.03.28	中国
78	 TALKING TOM	12878137	30	Outfit7 Limited	2014.12.21	中国
79	 TALKING GINGER	12878138	30	Outfit7 Limited	2014.12.21	中国
80	 TALKING BEN	12878039	30	Outfit7 Limited	2014.12.07	中国
81	 TALKING ANGELA	12878040	30	Outfit7 Limited	2014.12.07	中国
82	Talking	201471452	9, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2014.12.04	斯洛文尼亚
83		201471453	9, 16, 18, 20, 21, 28	Outfit7 Limited	2014.12.04	斯洛文尼亚
84	NEOMARS	201570537	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.05.06	斯洛文尼亚
85		201571046	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32,	Outfit7 Limited	2015.09.08	斯洛文尼亚

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
			35, 38, 41, 42			
86		201571047	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.09.08	斯洛文尼亚
87		201571048	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.09.08	斯洛文尼亚
88		201571049	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.09.08	斯洛文尼亚
89		201571050	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.09.08	斯洛文尼亚
90	Talking Tom Cat	009493719	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2010.11.03	欧盟
91	Talking Baby Hippo	009493727	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2010.11.03	欧盟
92	Talking Larry the Bird	009493735	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2010.11.03	欧盟
93	Talking Harry the Hedgehog	009493751	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2010.11.03	欧盟
94	Talking Roby the Robot	009493768	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2010.11.03	欧盟
95	Talking Rex the Dinosaur	009493792	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2010.11.03	欧盟
96	Talking Bacteria John, John & John	009493826	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2010.11.03	欧盟
97	Talking Santa	009493834	41, 42	Outfit7 Limited	2010.11.03	欧盟
98	Talking Ben the Dog	009683608	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.03.29	欧盟

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
99	Talking Gina the Giraffe	009683665	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.03.29	欧盟
100	Talking Lila the Fairy	009683681	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.03.29	欧盟
101	Talking Pierre the Parrot	009888322	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.04.12	欧盟
102	Talking Friends	009913666	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.04.21	欧盟
103	Outfit7	009939893	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.05.04	欧盟
104	Fun delivered.	009939935	9, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.05.04	欧盟
105		010227296	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
106		010227361	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
107		010227403	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
108		010227429	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
109		010227445	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
110		010227461	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
111		010227478	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
112		010227486	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
113	Talking Tom	010227536	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
114	Talking Ben	010227544	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
115	Talking Gina	010227551	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
116	Talking Harry	010227577	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
117	Talking Larry	010227593	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
118	Talking Lila	010227601	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
119	Talking Bacteria	010227668	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
120	Talking Rex	010227684	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
121	Talking Santa	010227701	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
122	Talking Friends	010227718	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
123	Talking Baby Hippo	010227874	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.08.30	欧盟
124		010503647	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
125		010503654	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
126		010503662	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
127		010503671	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
128		010503696	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
129		010503704	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
130		010503721	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
131		010503738	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
132		010503746	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
133		010503753	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
134		010503761	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
135		010503779	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
136		010504181	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
137		010504215	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
138		010504249	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
139		016562944	9, 16, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2017.04.06	欧盟
140	Talking Angela Fashion Splash	016445264	9, 25, 28, 35, 41	Outfit7 Limited	2017.03.07	欧盟
141	TALKING TOM CAMP	016315749	9, 25, 28, 35, 41	Outfit7 Limited	2017.02.06	欧盟
142		015896582	9, 16, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2016.10.06	欧盟
143		015221112	9, 25, 28, 35, 41	Outfit7 Limited	2016.03.16	欧盟
144		014396915	9, 25, 28, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.07.21	欧盟
145	MARS POP	014334973	9, 25, 28, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.07.03	欧盟
146		014277123	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.06.19	欧盟
147		014090401	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.05.18	欧盟
148	MARS BUBBLE JAM	014050777	9, 25, 28, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.05.11	欧盟

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
149	NEOBOT	014050819	9, 25, 28, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.05.11	欧盟
150		014033435	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.05.06	欧盟
151	MARS 7	013753851	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.02.19	欧盟
152	MARS 7	013753801	5, 29, 30, 35	Outfit7 Limited	2015.02.19	欧盟
153	Говорящая Анджела	013753934	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.02.19	欧盟
154	Говорящий Хэнк	013753983	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.02.19	欧盟
155	Говорящий Бен	013754072	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21	Outfit7 Limited	2015.02.19	欧盟
156	Говорящий Том и Друзья	013754031	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.02.19	欧盟
157	Говорящий Джинджер	013754131	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.02.19	欧盟
158		013618558	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.01.05	欧盟
159		013618591	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.01.05	欧盟
160		013618509	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.01.05	欧盟

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
161	говорящий Том	012938511	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.06.04	欧盟
162	талкинг Том	012938494	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.06.04	欧盟
163		012938486	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2014.06.04	欧盟
164	Bee 7	012938452	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2014.06.04	欧盟
165		012690814	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.03.13	欧盟
166	Talking Hank	012691903	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.03.13	欧盟
167	OUTFIT7	012692968	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.03.13	欧盟
168		012692661	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.03.13	欧盟
169	 TALKING HANK	012692398	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.03.13	欧盟
170	SWAMP ATTACK	012688933	9, 28, 41	Outfit7 Limited	2014.03.13	欧盟
171	Talking Hank	012611034	9, 28, 41	Outfit7 Limited	2014.02.18	欧盟
172	Flappy Tom	012609781	9, 28, 41	Outfit7 Limited	2014.02.18	欧盟

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
173		012567731	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.02.05	欧盟
174	TALKING	012567426	9, 25, 28	Outfit7 Limited	2014.02.05	欧盟
175	Talking Tom and Friends	012306254	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 41, 42	Outfit7 Limited	2013.11.13	欧盟
176	 TALKING BEN	012194445	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2013.10.03	欧盟
177	 TALKING ANGELA	012194346	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2013.10.03	欧盟
178	 TALKING GINGER	012194395	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2013.10.03	欧盟
179	 TALKING TOM	012194213	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2013.10.03	欧盟
180	JIGTY	012014081	9, 16, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.09.10	欧盟
181		011727153	9, 16, 18, 20, 21, 28	Outfit7 Limited	2013.04.10	欧盟
182		011727203	9, 16, 18, 20, 21, 28	Outfit7 Limited	2013.04.10	欧盟
183		011727187	9, 16, 18, 20, 21, 28	Outfit7 Limited	2013.04.10	欧盟
184		011727229	9, 16, 18, 20, 21, 28	Outfit7 Limited	2013.04.10	欧盟
185		011727047	9, 16, 18, 20, 21, 28	Outfit7 Limited	2013.04.10	欧盟

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
186		011727104	9, 16, 18, 20, 21, 28	Outfit7 Limited	2013.04.10	欧盟
187	Ginger's Birthday	011721222	9, 16, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.08	欧盟
188	Ginger's Playground	011721231	9, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.08	欧盟
189	Show Me Your Tongue	011599453	9, 25, 41	Outfit7 Limited	2013.02.22	欧盟
190	Talking Ben Superstar	011145547	9, 28	Outfit7 Limited	2012.08.28	欧盟
191	Talking Ginger Superstar	011145521	9, 28	Outfit7 Limited	2012.08.28	欧盟
192	SUPERSTAR	011145448	9, 28	Outfit7 Limited	2012.08.28	欧盟
193	Talking Angela Superstar	011145489	9, 28	Outfit7 Limited	2012.08.28	欧盟
194	Talking Tom Superstar	011145471	9, 28	Outfit7 Limited	2012.08.28	欧盟
195	Talking Friends Superstar	011145463	9, 28	Outfit7 Limited	2012.08.28	欧盟
196	Tom's Messenger	010838878	9, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.04.26	欧盟
197		010747269	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.03.22	欧盟
198		010747236	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.03.22	欧盟
199	Talking Angela	010601722	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.30	欧盟
200	Talking Ginger	010504314	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
201	Talking Pierre	010504322	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
202		010504264	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	欧盟
203	GROW YOUR GAMES	013618459	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2015.01.05	欧盟
204	 TALKING HANK	1835151	28	Outfit7 Limited	2016.12.12	澳大利亚
205	Bee7	1690639	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2014.12.05	澳大利亚
206		1692012	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2014.12.05	澳大利亚
207	Talking Hank	1683502	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	澳大利亚
208	OUTFIT7	1685125	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	澳大利亚
209	Talking Tom Superstar	1578560	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	澳大利亚
210	Talking Friends Superstar	1583832	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	澳大利亚
211	Talking Angela	1544923	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	澳大利亚
212	Talking Pierre	1544921	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	澳大利亚
213		1544920	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	澳大利亚
214	Talking Ginger	1544922	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	澳大利亚

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
215		1484910	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	澳大利亚
216		1484909	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	澳大利亚
217		1484901	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	澳大利亚
218		1484900	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	澳大利亚
219		1484906	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	澳大利亚
220		1484908	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	澳大利亚
221		1484862	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	澳大利亚
222		1481597	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	澳大利亚
223		1484871	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	澳大利亚
224		1484869	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	澳大利亚

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
225		1484870	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	澳大利亚
226	Talking Friends	1484886	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	澳大利亚
227	Talking Ben	1484878	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	澳大利亚
228	Talking Gina	1484879	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	澳大利亚
229	Talking Tom	1484877	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	澳大利亚
230		1484872	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	澳大利亚
231	OUTFIT7	1017072	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	新西兰
232	Talking Hank	1016605	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	新西兰
233		994240	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
234	Talking Angela	982098	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
235		982084	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
236	Talking Ginger	982097	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
237		982081	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
238		982096	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
239		982083	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
240		982082	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
241	Talking Tom	982085	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
242	Talking Friends	982086	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
243	Talking Ben	980370	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	新西兰
244	OUTFIT7	273599	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	以色列
245	Talking Hank	273407	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	以色列
246		265918	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.03.13	以色列
247		268849	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2014.03.13	以色列

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
248		268918	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2014.03.13	以色列
249	 TALKING ANGELA	268917	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2014.03.13	以色列
250		268916	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2014.03.13	以色列
251		265193	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2013.12.17	以色列
252	SUPERSTAR	259477	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	以色列
253	Talking Friends Superstar	259478	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	以色列
254	Talking Tom Superstar	258800	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	以色列
255		254038	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	以色列
256	Talking Pierre	254039	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	以色列
257	Talking Ginger	254040	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	以色列
258	Talking Angela	254041	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	以色列
259		245835	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	以色列

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
260		245838	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	以色列
261	Talking Tom	245839	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	以色列
262		245837	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	以色列
263	Talking Ben	245840	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	以色列
264	Talking Gina	245841	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	以色列
265		245836	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	以色列
266	Talking Friends	245842	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	以色列
267	TALKING TOM	1086960	9, 16, 18, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.12.13	智利
268	 TALKING ANGELA	1086952	9, 16, 18, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.12.13	智利
269		1086949	9, 16, 18, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.12.13	智利
270	 TALKING GINGER	1086956	9, 16, 18, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.12.13	智利

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
271	 TALKING BEN	1086953	9, 16, 18, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.12.13	智利
272		1086951	9, 16, 18, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.12.13	智利
273	 TALKING HANK	1336931	28	Outfit7 Limited	2016.12.12	菲律宾
274	Talking Hank	1240253	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	菲律宾
275	OUTFIT7	1241396	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	菲律宾
276		1150226	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	菲律宾
277	Talking Ginger	1150228	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	菲律宾
278	Talking Angela	1150229	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2013.04.16	菲律宾
279	TALKING FRIENDS SUPERSTAR	1621539	9, 28	Outfit7 Limited	2013.04.08	加拿大
280	TALKING TOM SUPERSTAR	1621443	9, 28	Outfit7 Limited	2013.04.05	加拿大
281		1592514	9, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.31	加拿大

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
282		1557037	9	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
283	TALKING GINGER	1557043	9, 16, 18, 20, 24, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
284		1557036	9	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
285		1557046	9	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
286		1557048	9	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
287		1557044	9, 16, 18, 20, 24, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
288		1557045	9, 16, 18, 20, 24, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
289		1557027	8, 9, 16, 18, 21, 25, 28	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
290		1557041	9	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
291	TALKING PIERRE	1557042	9, 16, 20, 24, 25, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.12.19	加拿大
292		1546730	9	Outfit7 Limited	2011.10.06	加拿大

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
293	Talking Gina	1546742	8, 9, 16, 25, 28	Outfit7 Limited	2011.10.06	加拿大
294		1546731	9, 16, 18, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.10.06	加拿大
295		1546733	9, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.10.06	加拿大
296	Talking Ben	1546743	9, 16, 18, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.10.06	加拿大
297		1546732	9, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.10.06	加拿大
298	Talking Tom	1546734	9, 14, 16, 17, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 35, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.10.06	加拿大
299	Talking Friends	1546745	8, 9, 16, 18, 21, 25, 28	Outfit7 Limited	2011.10.06	加拿大
300	Talking Gina	T1205189J	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27	Outfit7 Limited	2011.09.08	新加坡
301	Talking Ben	T1205188B	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27	Outfit7 Limited	2011.09.08	新加坡
302	SUPERSTAR	T1315900H	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	新加坡
303	Talking Friends Superstar	T1315901F	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	新加坡
304	Talking Tom Superstar	T1314294F	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	新加坡
305		T1303886C	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.08.27	新加坡
306	會說話的湯姆貓	T1203548H	9, 28	Outfit7 Limited	2012.03.15	新加坡
307		T1205315Z	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.01.03	新加坡

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
308		T1205314A	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.01.03	新加坡
309		T1205319B	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.01.03	新加坡
310		T1204082A	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.01.03	新加坡
311		T1205300A	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.01.03	新加坡
312		T1205320F	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.01.03	新加坡
313		T1205321D	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.01.03	新加坡
314	Talking Friends	T1205190D	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27	Outfit7 Limited	2011.09.08	新加坡
315		T1205303F	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27	Outfit7 Limited	2011.09.08	新加坡
316		T1205301Z	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27	Outfit7 Limited	2011.09.08	新加坡
317		T1205302H	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27	Outfit7 Limited	2011.09.08	新加坡

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
318		T1205304D	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27	Outfit7 Limited	2011.09.08	新加坡
319	Talking Tom	T1205187D	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27	Outfit7 Limited	2011.09.08	新加坡
320	Bee7	40201507499P	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2014.12.05	新加坡
321	<i>Bee7</i>	40201507781T	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2014.12.05	新加坡
322	OUTFIT7	40201505548W	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24	Outfit7 Limited	2014.09.12	新加坡
323	Talking Hank	40201505115V	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24	Outfit7 Limited	2014.09.12	新加坡
324	Talking Pierre	T1303734D	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.08.27	新加坡
325	Talking Ginger	T1303735B	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.08.27	新加坡
326	Talking Angela	T1303736J	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25	Outfit7 Limited	2012.08.27	新加坡
327	OUTFIT7	85185046	28	Outfit7 Limited	2010.11.24	美国
328	NEOMARS	79179670	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.07.20	美国
329		79176552	9, 25, 28, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.07.02	美国
330	TALKING HANK	79162295	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	美国
331	OUTFIT7	79162812	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	美国
332	TALKING TOM CAT	85189060	42	Outfit7 Limited	2010.12.02	美国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
333	TALKING TOM CAT	85189053	41	Outfit7 Limited	2010.12.02	美国
334	TALKING TOM CAT	85189056	9	Outfit7 Limited	2010.12.02	美国
335	TALKING TOM	85185075	42	Outfit7 Limited	2010.11.24	美国
336	OUTFIT7	85185040	9	Outfit7 Limited	2010.11.24	美国
337	TALKING TOM	85185071	9	Outfit7 Limited	2010.11.24	美国
338	TALKING TOM	85185073	28	Outfit7 Limited	2010.11.24	美国
339	OUTFIT7	85185050	42	Outfit7 Limited	2010.11.24	美国
340	BEE7	79164268	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2014.12.05	美国
341	JIGTY	79153939	9, 16, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2014.03.10	美国
342	TALKING TOM SUPERSTAR	79135185	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	美国
343	TALKING FRIENDS SUPERSTAR	79136365	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	美国
344		79111037	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	美国
345	TALKING GINGER	79126250	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	美国
346	TALKING ANGELA	79126251	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	美国
347	TALKING PIERRE	79126249	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	美国
348		79126248	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	美国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
349		79110080	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	美国
350		79111038	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	美国
351		79111045	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	美国
352		79111044	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	美国
353		79111041	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	美国
354		79110972	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	美国
355		79111043	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	美国
356		79110984	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	美国
357	TALKING TOM	79110989	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	美国
358		79110981	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	美国
359	TALKING BEN	79110990	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	美国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
360	TALKING GINA	79110991	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	美国
361		79110983	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	美国
362		79110982	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	美国
363	TALKING FRIENDS	79110998	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	美国
364	TALKING SANTA	85189080	42	Outfit7 Limited	2010.12.02	美国
365	TALKING SANTA	85189092	41	Outfit7 Limited	2010.12.02	美国
366	TALKING SANTA	85189085	9	Outfit7 Limited	2010.12.02	美国
367	TALKING SANTA	85189090	28	Outfit7 Limited	2010.12.02	美国
368	TALKING BEN THE DOG	85337194	9	Outfit7 Limited	2011.06.03	美国
369		0119851844656	41	Outfit7 Limited	2017.01.23	墨西哥
370	TALKING TOM	0119851570045	38	Outfit7 Limited	2015.01.22	墨西哥
371		0119851538955	38	Outfit7 Limited	2014.10.17	墨西哥
372		0119851532364	38	Outfit7 Limited	2014.09.30	墨西哥
373	Talking Friends Superstar	1176158	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	世界知识产权组

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
						织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国
374	SUPERSTAR	1176157	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国
375	Talking Tom Superstar	1173173	9, 28	Outfit7 Limited	2013.02.27	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国
376	Talking Pierre	1150227	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、以色列、日本、韩国、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国
377	Talking Angela	1150229	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27,	Outfit7 Limited	2012.08.27	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
			28, 41, 42			士、哥伦比亚、以色列、日本、韩国、墨西哥、挪威、新西兰、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
378	Talking Ginger	1150228	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、哥伦比亚、以色列、日本、韩国、墨西哥、挪威、新西兰、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
379		1150226	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.08.27	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、哥伦比亚、以色列、日本、韩国、墨西哥、挪威、新西兰、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
380		1336931	28	Outfit7 Limited	2016.12.12	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、哥伦比亚、埃及、以色列、印度、伊朗、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、墨西哥、挪威、新西兰、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
381	Bee 7	1244825	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2014.12.05	世界知识产权组织、澳大利亚、日

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
						本、韩国、俄罗斯、新加坡、美国
382		1245088	9, 35, 38, 42	Outfit7 Limited	2014.12.05	世界知识产权组织、澳大利亚、日本、韩国、俄罗斯、新加坡、美国
383	говорящий Том	1250843	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.12.04	世界知识产权组织、白俄罗斯、哈萨克斯坦、俄罗斯、乌克兰
384	талкинг Том	1251531	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.12.04	世界知识产权组织、波黑、白俄罗斯、哈萨克斯坦、塞尔维亚、俄罗斯、乌克兰
385	Talking Hank	1240253	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、哥伦比亚、埃及、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、墨西哥、挪威、新西兰、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
386	OUTFIT7	1241396	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2014.09.12	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、哥伦比亚、埃及、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
						斯加、墨西哥、挪威、新西兰、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
387	Говорящий Том и Друзья	1274600	9, 16, 18, 25, 28, 29, 30, 32, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.08.19	世界知识产权组织、白俄罗斯、哈萨克斯坦、俄罗斯、乌克兰
388	Говорящая Анджела	1274977	9, 16, 18, 25, 28, 29, 30, 32, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.08.19	世界知识产权组织、白俄罗斯、哈萨克斯坦、俄罗斯、乌克兰
389	Говорящий Бен	1274976	9, 16, 18, 25, 28, 29, 30, 32, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.08.19	世界知识产权组织、白俄罗斯、哈萨克斯坦、俄罗斯、乌克兰
390	Говорящий Хэнк	1274975	9, 16, 18, 25, 28, 29, 30, 32, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.08.19	世界知识产权组织、白俄罗斯、哈萨克斯坦、俄罗斯、乌克兰
391	Говорящий Джинджер	1274905	9, 16, 18, 25, 28, 29, 30, 32, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.08.19	世界知识产权组织、白俄罗斯、哈萨克斯坦、俄罗斯、乌克兰
392		1111458	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、韩国、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国
393		1111456	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、日本、韩国、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
394		1111340	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、哥伦比亚、以色列、日本、韩国、墨西哥、挪威、新西兰、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
395		1111443	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	世界知识产权组织、澳大利亚、日本、韩国、新加坡、土耳其、美国、瑞士、俄罗斯
396		1109374	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、以色列、日本、韩国、墨西哥、挪威、新西兰、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
397		1111442	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、日本、韩国、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国
398		1111454	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、日本、韩国、俄罗斯、土耳其、美国
399		1111457	3, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2012.01.03	世界知识产权组织、澳大利亚、瑞士、日本、韩国、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
400		1218781	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2014.03.13	世界知识产权组织、亚美尼亚、白俄罗斯、以色列、哈萨克斯坦、摩尔多瓦、俄罗斯、乌克兰
401	Talking Gina	1111362	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国
402	Talking Friends	1111369	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	世界知识产权组织、澳大利亚、以色列、日本、韩国、马达加斯加、墨西哥、挪威、新西兰、新加坡、土耳其、美国、亚美尼亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、埃及、克罗地亚、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、塞尔维亚、俄罗斯、乌克兰、越南
403	Talking Ben	1111361	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、哥伦比亚、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
						斯加、墨西哥、挪威、新西兰、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
404		1111354	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、哥伦比亚、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、墨西哥、挪威、新西兰、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
405		1111355	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、墨西哥、挪威、新西兰、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
406		1111353	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、哥伦比亚、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
						克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、墨西哥、挪威、新西兰、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
407	Talking Tom	1111360	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、哥伦比亚、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、墨西哥、挪威、新西兰、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、乌克兰、美国、越南
408		1111352	9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 41, 42	Outfit7 Limited	2011.09.08	世界知识产权组织、亚美尼亚、澳大利亚、波黑、白俄罗斯、瑞士、哥伦比亚、埃及、克罗地亚、以色列、日本、韩国、哈萨克斯坦、摩洛哥、摩尔多瓦、马达加斯加、塞尔维亚、俄罗斯、新加坡、土耳其、美国
409	 TALKING ANGELA	1219111	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2014.03.13	世界知识产权组织、亚美尼亚、白俄罗斯、以色列、哈萨克斯坦、摩尔多瓦、俄罗斯、乌克兰

序号	商标图形/名称	注册号/申请号	商品/服务类别	商标权人	注册日/申请日	注册国家/地区
410	 TALKING BEN	1219112	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2014.03.13	世界知识产权组织、亚美尼亚、白俄罗斯、以色列、哈萨克斯坦、摩尔多瓦、俄罗斯、乌克兰
411	 TALKING TOM	1219110	5, 29, 30, 32	Outfit7 Limited	2014.03.13	世界知识产权组织、亚美尼亚、阿塞拜疆、白俄罗斯、以色列、吉尔吉斯斯坦、摩尔多瓦、俄罗斯、塔吉克斯坦、土库曼斯坦、乌克兰、乌兹别克斯坦
412	SWAMP ATTACK	1356944	9, 28, 41	Outfit7 Limited	2016.12.12	世界知识产权组织、俄罗斯、土耳其、美国
413	NEOMARS	1281312	3, 5, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42	Outfit7 Limited	2015.07.20	世界知识产权组织、欧盟、印度、日本、韩国、美国
414	JIGTY	1220496	9, 16, 25, 28, 41	Outfit7 Limited	2014.03.10	世界知识产权组织、日本、墨西哥、俄罗斯、美国
415		1288405	9, 16, 18, 20, 21, 28	Outfit7 Limited	2015.10.01	世界知识产权组织、日本、韩国、俄罗斯
416		1274115	9, 25, 28, 35, 41	Outfit7 Limited	2015.07.02	世界知识产权组织、俄罗斯、美国

2) 专利

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司拥有主要专利情况如下：

序号	专利名称	专利号	权利人	专利类型	申请日	授权公告日	注册国家
1	玩具(会说话的汤姆猫)	ZL201230093122.1	Outfit7 Limited	外观设计	2012.04.01	2012.09.26	中国

序号	专利名称	专利号	权利人	专利类型	申请日	授权公告日	注册国家
2	玩具(会说话的本本狗)	ZL201230093561.2	Outfit7 Limited	外观设计	2012.04.01	2012.09.26	中国
3	玩具(会说话的金杰猫)	ZL201230093205.0	Outfit7 Limited	外观设计	2012.04.01	2012.09.26	中国
4	玩具(会说话的安吉拉猫)	ZL201230093570.1	Outfit7 Limited	外观设计	2012.04.01	2012.09.26	中国
5	玩具(鹦鹉)	ZL201230093615.5	Outfit7 Limited	外观设计	2012.04.01	2012.08.08	中国
6	玩具(会说话的吉娜长颈鹿)	ZL201230093569.9	Outfit7 Limited	外观设计	2012.04.01	2012.09.26	中国
7	玩具(Talking Ben)	ZL201530118868.7	Outfit7 Limited	外观设计	2015.04.28	2015.09.23	中国
8	玩具(Talking Ben)	ZL201530118822.5	Outfit7 Limited	外观设计	2015.04.28	2015.09.23	中国
9	玩具(Talking Tom)	ZL201530118949.7	Outfit7 Limited	外观设计	2015.04.28	2015.09.23	中国
10	玩具(Talking Tom-Hero)	ZL201530119010.2	Outfit7 Limited	外观设计	2015.04.28	2015.09.23	中国
11	玩具(Talking Tom Superstar)	ZL201530118871.9	Outfit7 Limited	外观设计	2015.04.28	2015.09.23	中国
12	玩具(Talking Angela Superstar)	ZL201530118695.9	Outfit7 Limited	外观设计	2015.04.28	2015.09.23	中国
13	玩具(Talking Ginger Superstar)	ZL201530118697.8	Outfit7 Limited	外观设计	2015.04.28	2015.09.23	中国
14	玩具(Talking Gina-Hero)	ZL201530118837.1	Outfit7 Limited	外观设计	2015.04.28	2015.09.23	中国
15	玩具(TALKING BEN HERO 2015)	ZL201530222726.5	Outfit7 Limited	外观设计	2015.06.29	2015.11.11	中国
16	玩具(Talking Hank Hero 2015)	ZL201530223325.1	Outfit7 Limited	外观设计	2015.06.29	2015.11.11	中国
17	玩具(TALKING BEN cartoon)	ZL201530324132.5	Outfit7 Limited	外观设计	2015.08.26	2016.01.06	中国

序号	专利名称	专利号	权利人	专利类型	申请日	授权公告日	注册国家
	character)						
18	玩具 (TALKING GINGER cartoon character)	ZL201530323760.1	Outfit7 Limited	外观设计	2015.08.26	2016.01.06	中国
19	玩具 (TALKING HANK cartoon character)	ZL201530323924.0	Outfit7 Limited	外观设计	2015.08.26	2016.01.06	中国
20	玩具 (TALKING TOM cartoon character)	ZL201530323843.0	Outfit7 Limited	外观设计	2015.08.26	2016.01.06	中国
21	玩具 (ZACK)	ZL201530311119.6	Outfit7 Limited	外观设计	2015.08.18	2016.01.06	中国
22	玩具 (TALKING GINGER KING 2015)	ZL201530223121.8	Outfit7 Limited	外观设计	2015.06.29	2016.01.20	中国
23	玩具 (TALKING TOM CUSHION 2015)	ZL201530223120.3	Outfit7 Limited	外观设计	2015.06.29	2016.03.02	中国
24	玩具 (TALKING TOM KING 2015)	ZL201530223145.3	Outfit7 Limited	外观设计	2015.06.29	2016.03.02	中国
25	玩具 (TALKING ANGELA cartoon character)	ZL201530324394.1	Outfit7 Limited	外观设计	2015.08.26	2016.03.02	中国
26	玩具 (EVE)	ZL201530310979.8	Outfit7 Limited	外观设计	2015.08.18	2016.03.09	中国
27	玩具 (ZACK'S HANDY)	ZL201530311064.9	Outfit7 Limited	外观设计	2015.08.18	2016.03.23	中国

3) 著作权

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司的主要计算机著作权的具体情况如下：

序号	软件名称	权利人	登记号	注册日期	类别	注册国家/地区
1	汤姆猫水上乐园 (TALKING TOM POOL) 游戏软件 V1.0	Outfit7 Limited	2017SR 426142	2017.08.04	计算机软件	中国
2	安吉拉时尚泡泡 (TALKING ANGELA FASHION SPLASH) V1.1.0	Outfit7 Limited	2017SR 102873	2017.04.05	计算机软件	中国
3	汤姆猫战营 (TALKING TOM CAMP) 游戏软件 V1.1.0	Outfit7 Limited	2017SR 089028	2017.03.23	计算机软件	中国
4	汤姆猫快跑 (TALKING TOM GOLD RUN) V1.3.5	Outfit7 Limited	2016SR 405697	2016.12.30	计算机软件	中国
5	MY TALKING HANK (我的汉克狗) V1.0.0	Outfit7 Limited	2016SR 304246	2016.10.24	计算机软件	中国
6	TALKING TOM GOLD RUN[简称：汤姆猫跑酷] V1.0.5	Outfit7 Limited	2016SR 159832	2016.06.28	计算机软件	中国
7	My Talking Angela V2.4.1	Outfit7 Limited	2016SR 159887	2016.06.28	计算机软件	中国
8	My Talking Tom V3.5.2	Outfit7 Limited	2016SR 150047	2016.06.21	计算机软件	中国
9	TALKING TOM CAT 2 软件 V5.0.1	Outfit7 Limited	2016SR 185890	2016.07.19	计算机软件	中国
10	TALKING TOM CAT V3.0.2	Outfit7 Limited	2016SR 165085	2016.07.01	计算机软件	中国
11	TALKING TOM BUBBLE SHOOTER (汤姆猫泡泡射手) V1.3.2	Outfit7 Limited	2016SR 211636	2016.08.10	计算机软件	中国
12	TALKING ANGELA (会说话的安吉拉) V2.6	Outfit7 Limited	2016SR 211639	2016.08.10	计算机软件	中国
13	TALKING GINGER (会说话的金杰猫) V2.3	Outfit7 Limited	2016SR 211643	2016.08.10	计算机软件	中国
14	TALKING GINGER 2 (会说话的金杰猫 2) V2.3	Outfit7 Limited	2016SR 211665	2016.08.10	计算机软件	中国

序号	软件名称	权利人	登记号	注册日期	类别	注册国家/地区
15	TALKING TOM JETSKI (汤姆猫的摩托艇) V1.1.1	Outfit7 Limited	2016SR 211619	2016.08.10	计算机 软件	中国
16	JIGTY JIGSAW PUZZLES (搜索结果: JIGTY) V3.3.1	Outfit7 Limited	2016SR 211656	2016.08.10	计算机 软件	中国
17	SWAMP ATTACK (沼泽 激战) V2.1.1	Outfit7 Limited	2016SR 211648	2016.08.10	计算机 软件	中国
18	TALKING BEN (会说话 的狗狗本) V3.3	Outfit7 Limited	2016SR 211632	2016.08.10	计算机 软件	中国
19	TOM LOVES ANGELA (汤姆猫爱安吉拉) V2.0.1	Outfit7 Limited	2016SR 211652	2016.08.10	计算机 软件	中国
20	TOM'S LOVE LETTERS (汤姆的情书) V2.1.1	Outfit7 Limited	2016SR 211661	2016.08.10	计算机 软件	中国
21	TALKING PIERRE (会 说话的鹦鹉) V3.3	Outfit7 Limited	2016SR 211618	2016.08.10	计算机 软件	中国
22	TALKING TOM AND BEN NEWS (会说话的 新闻) V2.2	Outfit7 Limited	2016SR 211615	2016.08.10	计算机 软件	中国
23	Talking Angela Fashion Day	Outfit7 Limited	R-015/1 7	2017.03.03	计算机 软件	斯洛文 尼亚
24	Talking Tom Camp	Outfit7 Limited	R-008/1 7	2017.02.06	计算机 软件	斯洛文 尼亚
25	My Talking Hank	Outfit7 Limited	R-088/1 6	2016.12.13	计算机 软件	斯洛文 尼亚
26	Talking Tom Gold Run	Outfit7 Limited	R-047/1 6	2016.06.17	计算机 软件	斯洛文 尼亚
27	Talking Tom Cat Relaunch	Outfit7 Limited	R-048/1 6	2016.06.17	计算机 软件	斯洛文 尼亚
28	Swamp Attack	Outfit7 Limited	R-93/15	2015.09.29	计算机 软件	斯洛文 尼亚
29	Mars Pop	Outfit7 Limited	R-033/1 5	2015.05.06	计算机 软件	斯洛文 尼亚
30	My Talking Angela	Outfit7 Limited	R-144/1 4	2014.12.04	计算机 软件	斯洛文 尼亚
31	Talking Lila	Outfit7 Limited	R-076/1 4	2014.09.01	计算机 软件	斯洛文 尼亚

序号	软件名称	权利人	登记号	注册日期	类别	注册国家/地区
32	Talking Rex	Outfit7 Limited	R-077/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
33	Talking Baby Hippo	Outfit7 Limited	R-078/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
34	Talking John	Outfit7 Limited	R-079/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
35	Talking Harry	Outfit7 Limited	R-080/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
36	Show me your tongue	Outfit7 Limited	R-081/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
37	Talking Friends Superstar	Outfit7 Limited	R-083/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
38	I want to be big	Outfit7 Limited	R-084/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
39	Tom loves Angela	Outfit7 Limited	R-085/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
40	Talking Tom&Ben News	Outfit7 Limited	R-086/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
41	Angelas Valentine	Outfit7 Limited	R-087/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
42	Tom's Love letters	Outfit7 Limited	R-088/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
43	Talking Tom	Outfit7 Limited	R-089/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
44	Talking Tom 2	Outfit7 Limited	R-090/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
45	Tom's messenger	Outfit7 Limited	R-091/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
46	Talking Ben	Outfit7 Limited	R-093/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
47	Talking Gina	Outfit7 Limited	R-095/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
48	Talking Larry	Outfit7 Limited	R-097/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
49	Talking Pierre	Outfit7 Limited	R-099/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
50	Talking Angela	Outfit7 Limited	R-101/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚

序号	软件名称	权利人	登记号	注册日期	类别	注册国家/地区
51	Talking Santa	Outfit7 Limited	R-103/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
52	Talking Ginger	Outfit7 Limited	R-105/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
53	My Talking Tom	Outfit7 Limited	R-108/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
54	Prehistoric	Outfit7 Limited	R-050/17	2017.07.25	计算机软件	斯洛文尼亚
55	Talking Tom bandits	Outfit7 Limited	R-051/17	2017.07.25	计算机软件	斯洛文尼亚
56	Talking Tom saves Angels	Outfit7 Limited	R-052/17	2017.07.25	计算机软件	斯洛文尼亚
57	Talking Tom Pool	Outfit7 Limited	R-044/17	2017.07.03	计算机软件	斯洛文尼亚
58	Fire Ball	Outfit7 Limited	R-033/17	2017.05.18	计算机软件	斯洛文尼亚
59	Talking Angela Fashion Day	Outfit7 Limited	R-016/17	2017.03.03	计算机软件	斯洛文尼亚
60	Talking Tom Camp	Outfit7 Limited	R-009/17	2017.02.06	计算机软件	斯洛文尼亚
61	Style Studio	Outfit7 Limited	R-090/16	2016.12.13	计算机软件	斯洛文尼亚
62	My Talking Hank game	Outfit7 Limited	R-070/16	2016.10.03	计算机软件	斯洛文尼亚
63	Talking Tom Gold Run II	Outfit7 Limited	R-054/16	2016.07.13	计算机软件	斯洛文尼亚
64	My Talking Hank Animals	Outfit7 Limited	R-045/16	2016.06.09	计算机软件	斯洛文尼亚
65	Talking Tom Gold Run	Outfit7 Limited	R-032/16	2016.05.10	计算机软件	斯洛文尼亚
66	Talking Tom Cat Relaunch	Outfit7 Limited	R-033/16	2016.05.10	计算机软件	斯洛文尼亚
67	Talking Tom Runner & Builder Game	Outfit7 Limited	R-005/16	2016.02.10	计算机软件	斯洛文尼亚
68	Talking Tom Jetski	Outfit7 Limited	R-110/15	2015.11.25	计算机软件	斯洛文尼亚
69	Talking Tom's Bubbles	Outfit7 Limited	R-111/15	2015.11.25	计算机软件	斯洛文尼亚

序号	软件名称	权利人	登记号	注册日期	类别	注册国家/地区
70	Neomars Environment	Outfit7 Limited	R-061/15	2015.07.23	计算机软件	斯洛文尼亚
71	Mars Pop	Outfit7 Limited	R-032/15	2015.05.06	计算机软件	斯洛文尼亚
72	Talking Hank	Outfit7 Limited	R-92/15	2015.09.29	计算机软件	斯洛文尼亚
73	Cartoon Characters for Talking Tom and Friends II (T4)	Outfit7 Limited	R-080/15	2015.08.14	计算机软件	斯洛文尼亚
74	Neomars Characters	Outfit7 Limited	R-060/15	2015.07.23	计算机软件	斯洛文尼亚
75	Cartoon Characters for Talking Tom and Friends (T4)	Outfit7 Limited	R-047/15	2015.06.30	计算机软件	斯洛文尼亚
76	Zack	Outfit7 Limited	R-009/15	2015.02.19	计算机软件	斯洛文尼亚
77	Eve	Outfit7 Limited	R-010/15	2015.02.19	计算机软件	斯洛文尼亚
78	Flying Robots	Outfit7 Limited	R-011/15	2015.02.19	计算机软件	斯洛文尼亚
79	My Talking Angela	Outfit7 Limited	R-001/15	2015.02.19	计算机软件	斯洛文尼亚
80	Talking Tom	Outfit7 Limited	R-092/14	2015.01.05	计算机软件	斯洛文尼亚
81	Talking Ben	Outfit7 Limited	R-094/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
82	Talking Gina	Outfit7 Limited	R-096/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
83	Talking Larry	Outfit7 Limited	R-098/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
84	Talking Pierre	Outfit7 Limited	R-100/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
85	Talking Angela	Outfit7 Limited	R-102/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
86	Talking Santa	Outfit7 Limited	R-104/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚
87	Talking Ginger	Outfit7 Limited	R-106/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚

序号	软件名称	权利人	登记号	注册日期	类别	注册国家/地区
88	My Talking Tom	Outfit7 Limited	R-109/14	2014.09.01	计算机软件	斯洛文尼亚

4) 域名

截至本报告书签署日，Outfit7 共拥有 7 项主要域名。主要域名的具体情况如下：

序号	域名	权利人	注册日期	到期日期
1	talkingfriends.com	Outfit7 Limited	2000.01.17	2018.01.17
2	outfit7.com	Outfit7 Limited	2009.09.03	2017.09.03
3	outfit7.org	Outfit7 Limited	2009.09.03	2017.09.03
4	to-fu.co	Outfit7 Limited	2011.06.16	2019.06.15
5	talkingtomandfriends.com	Outfit7 Limited	2012.05.05	2018.05.05
6	tfsuperstar.com	Outfit7 Limited	2012.09.03	2018.09.03
7	stuff7.net	Outfit7 Limited	2014.08.13	2018.08.13

2、资产抵押、质押、对外担保情况

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司不存在资产抵押、质押及对外担保情况。

3、主要负债情况

截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 经审计的主要负债情况如下表所示：

单位：万元

项目	金额（万元）	占比（%）
负债合计	5,260.81	100.00
其中：应付账款	1,167.53	22.19
应付职工薪酬	525.77	9.99
应交税费	576.93	10.97
应付股利	2,767.59	52.61

本次交易不涉及 Outfit7 及其控股子公司债权债务转移事宜，Outfit7 及其控股子公司的债权债务仍由其享有或承担。

4、或有负债情况

截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 及其控股子公司不存在或有负债情况。

5、Outfit7 股权质押等情况

截至本报告书签署日，Outfit7 股权权属清晰，Lily 及 Ryuki 合计持有 Outfit7 的 56%股权不存在抵押、质押等权利限制，Outfit7 不涉及诉讼、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。

6、最近三年处罚情况

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司近三年内不存在重大的行政处罚，亦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。

7、因第三方之间争议而可能被诉讼的情况说明

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司不存在因第三方之间争议而可能被诉讼的情况说明。

8、特许经营权的情况

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司不存在拥有特许经营权的情况。

9、资产许可使用情况

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司知识产权许可及授权情况如下：

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
1001 Fonts - Dafont	Outfit7 Limited	授权被许可方在 Outfit7 部分应用程序中使用字体，包括 Marker Felt\Dimbo\DS-Digital，使用范围包括桌面、应用程序或网络	全世界	否	可变费用，取决于采用的字体	04/02/2016	永久
ACM Records Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方在《汤姆的情书》应用程序中使用音乐《Your Love》	全世界	否	许可方可取得 30%的净收入；Outfit7 取得 70% 的净收入	15/03/2012	永久
Acoustic Soul Records, LLC	Outfit7 Limited	授权被许可方在《汤姆的情书》应用程序中使用音乐《I like you》	全世界	否	许可方与被许可方分别取得 50%净收入	06/04/2012	永久
Amazon Fulfillment Services, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方在亚马逊的硬件设备或相关软件中集成 Outfit7 的相关应用产品	全世界	否	0	20/10/2013	20/08/2017 自动预付、自动续新
Antisample obdelava zvoka, Zdravko Djordjević s.p.	Outfit7 Limited	授权被许可方可在未来所有项目（特别是 TT Pool 和其他项目，youtube 的视频等）中使用 The Plunger 声音音效包	全世界	否	36 美元	12/06/2017	永久
Audio Network Plc	Outfit7 Limited	授权被许可方在《汤姆的情书》应用程序中使用音乐《Make Me Feel So Good》	全世界	是	95 英镑	18/01/2012	永久
Audio Network Plc	Outfit7 Limited	授权被许可方可以在使用 iTunes 上的《Make me feel so good》音乐碟，并将其音轨链接嵌入到 outfit7 的应用程序当中	全世界	否	取决于收入，其中 outfit7 分得净收入的 40%（在 iTunes 销售）	12/02/2013	永久
Commercial Type	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Graphik 字体	全世界	否	3800 美元	30/01/2014	永久
DIVA Studio Ltd. - Valentin	Outfit7 Limited	授权被许可方在应用程序和视频中使用使用 Obelix Pro 字体	全世界	否	50 欧元	24/02/2016	永久

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
Antonov							
Envato Pty Ltd	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 ENVATO 的视频、音频、图片、载体、动画材料用于制作视频、营销等内容	全世界	否	约 2200 欧元/月	12/09/2016	永久
Envato Pty Ltd	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 ENVATO 的视频、音频、图片、载体、动画材料用于制作视频、营销等内容	全世界	否	约 2200 欧元/月	18/01/2016	永久
Fandol team: Clerk Ma & Jie Su	Outfit7 Limited	授权被许可方在《汤姆猫跑酷》中使用 FandolHei Bold 等字体	全世界	否	0	25/07/2016	永久
Final Draft, Inc.	Ekipa2	授权被许可方使用 Final Draft 剧场制作软件工具用于查看、编写动画系列脚本和其他工作内容	全世界	否	250 美元	30/11/2016	永久
Firelight Technologies	Outfit7 Limited	授权被许可方使用音频软件 FMOD 用于《汤姆猫泡泡射手》	全世界	否	4500 美元	27/02/2015	永久
Fonthead Design, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Merge Pro 字体用于汤姆猫泡泡系列和其他项目	全世界	否	125 美元	04/11/2015	永久
Fonthead Design, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方在 APP 中使用 Expressway Semibold 等字体	全世界	否	20 美元	11/12/2015	永久
Fonthead Design, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方在 APP 和桌面应用中使用 Expressway Bold 等字体	全世界	否	180 美元	23/04/2015	永久
Fonthead Design, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方测试 Pequena 等字体来制作图片等内容	全世界	否	0	25/02/2016	永久
Fonthead Design, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方在桌面、及网络、和 APP 中使用 Heisei Maru Gothic Std W8 Bold 等字体	全世界	否	895 美元	16/05/2016	永久
Fonthead	Outfit7 Limited	授权使用 Expressway 的字体用于《会说话的汤姆	全世界	否	360 美元	20/02/2013	永久

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
Design, Inc.		猫》等应用中					
Fortumo OÜ	Outfit7 Limited	授权被许可方使用手机和短信支付服务	全世界	否	收入分成	24/02/2014	永久
Free Desktop Fonts	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Chewy 等字体用于本地化, 授权被许可方使用 Arial Hebrew Scholar 等字体用于营销	全世界	否	取决于用的字体	04/01/2016	永久
Guy Buhry	Ekipa2	授权被许可方使用 GROBOLD OV 字体用于桌面应用、APP 和网页	全世界	否	60 欧元	03/02/2016	永久
IDM MUSIC, družba za nove medije, d.o.o.	Outfit7 Limited	授权被许可方在在《会说话的鹦鹉皮埃尔》使用歌曲《Smoke on the water》，并可以使用该歌曲宣传该应用程序	全世界	否	3000 欧元	01/01/2014	永久
iStockphoto LP	Outfit7 Limited	授权被许可方通过 Stuff7 工具上的 STOCK 来发布购买的照片	全世界	否	1000 欧元	13/01/2016	永久
Lost Type Coop.	Outfit7 Limited	授权被许可方在桌面应用、APP 和网页上使用 Airplane 等字体用于营销和截图	全世界	否	65 美元	03/02/2016	永久
Monotype Imaging Holdings Inc.	Ekipa2	授权被许可方许可将字体 Kokoscha 用于创建图像	全世界	否	377 欧元	17/02/2015	永久
Monotype Imaging Holdings Inc.	Ekipa2	授权被许可方使用 Helvetica® Pro Rounded Black 等字体用于营销、截图和视频, 授权被许可方使用 Bree Regular 等字体用于 Jigty Jigsaw Puzzles APP	全世界	否	94 欧元	01/03/2016	永久
Monotype Imaging Holdings Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Amsi Pro Cond Ultra, Expressway Bold 等字体	全世界	否	4,338 欧元	04/03/2016	永久

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
Navarr Enterprises, Inc.	Outfit7 Limited	授权使用 Stock Music Site 上的音乐《Take me Back》	全世界	否	0	22/07/2013	永久
Navarr Enterprises, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Stock Music Site 上的音乐《Jingle Bells》	全世界	否	0	07/02/2012	永久
Navarr Enterprises, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方在《汤姆的情书》应用程序中使用音乐《Feeling Happy》	全世界	否	0	18/01/2012	永久
Navarr Enterprises, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方在《汤姆的情书》应用程序中使用音乐《Feeling Happy》	全世界	否	0	05/03/2012	永久
Navarr Enterprises, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方在《汤姆的情书》应用程序中使用音乐《Your Love》	全世界	否	0	18/01/2012	永久
NeoSpeech, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方在 Facebook 移动平台发布《会说话的安吉拉》	全世界	否	第 1 年: 40,000 美元 第 2 年: 20,000 美元 第 3 年开始每年: 5,000 美元	10/12/2012	永久
NeoSpeech, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Neospeech Voicetext 文字转语音软件	全世界	否	每次软件激活 0.01 美元, 每件产品首笔支付 10,000 美元	24/02/2012	永久
NeoSpeech, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Neospeech Voicetext 文字转语音软件	全世界	否	10,000 美元	19/02/2015	永久

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
Nexage Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Nexage VAST 软件用于视频库， 授权被许可方使用 LiveRail 软件进行广告投放，授 权被许可方将 Vimeo 用于视频服务	全世界	否	0	07/07/2015	永久
Nexage Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方通过 MRAD 协议实现 C2S 广告投放 模块	全世界	否	0	07/07/2015	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Google YouTube upload SDK 等 软件	全世界	否	0	06/10/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 ZStandard 等软件，用于制作， 使用，销售等	全世界	否	0	15/09/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Open SSL 软件	全世界	否	0	07/10/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 nanojpeg 软件	全世界	否	0	25/10/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Ozz-Animation、Curl、MIT Licence 等软件	全世界	否	0	15/09/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 MoPub 程序和服务	全世界	否	0	11/11/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Public Domain 的 Dmalloc 等软 件	全世界	否	0	15/09/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Facebook iOS SDK 等软件	全世界	否	0	28/10/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方在在在中国的安卓系统中使用 NotoSans font 字体	全世界	否	0	18/11/2016	永久

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Google Analytics 等软件	全世界	否	0	06/10/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 SwipeView 软件	全世界	否	0	12/10/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方的 APP 使用两个库：FFmpeg 和 SoundTouch	全世界	否	0	07/10/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方安装和使用 Microsoft.Bcl.Compression 等软件用来设计	全世界	否	0	06/10/2016	永久
Open Source Software	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 SDL 2.0 等软件	全世界	否	0	06/10/2016	永久
Shutterstock, Inc	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Shutterstock 网站上的所有图片、内容	全世界		取决于用的图像	22/03/2013	永久
SM Publishing (Poland) Sp. z o.o	Outfit7 Limited	授权被许可方使用、修改、录制、销售、分发、本地化音乐《Stand By Me》	全世界	否	100,500 美元	07/12/2014	永久
T-26, Inc. Digital Type Foundry	Ekipa2	授权被许可方使用 T26 在线字体商店中的桌面字体 Toonish Font，主要用于推广，截图和本地化	全世界	否	590 美元	03/02/2016	永久
Textures.com	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Textures.com 上的面料，木材，金属，砖，塑料等的 2D 和 3D 素材	全世界	否	0	27/01/2016	永久
Thomson Licensing (SAS)	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 TL 有关 MPEG Layer-3 (MP3) 的专利和专利相关应用来制作、生产、销售和使用包含以上专利的产品，用于《会说话的安吉拉》	全世界	否	2500 美元	01/12/2012	永久

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
Thomson Licensing (SAS)	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 TL 有关 MPEG Layer-3 (MP3) 的专利和专利相关应用来制作、生产、销售和使用包含以上专利的产品，用于《会说话的安吉拉》协议迁移至 Outfit7 Limited	全世界	否	0	30/07/2014	永久
TurboSquid, Inc.	Outfit7 Limited	授权被许可方将 PixelSquid 网站上提供的材料图片用于 YouTube 视频	全世界	否	1500 欧元	20/04/2016	永久
UNITY Technologies Aps	Outfit7 Limited	授权被许可方使用应用开发相关软件及服务内容（隐私及数据保护补充条款）	全世界	否	0	28/06/2016	永久
UNITY Technologies Aps	Outfit7 Limited	授权被许可方使用应用开发相关软件及服务内容（关于 Unity Pro, Unity Plus and Unity Personal Software 等服务的补充条款）	全世界	否	0	28/06/2016	永久
UNITY Technologies Aps	Outfit7 Limited	授权被许可方安装与 Unity 证书项目相关教学材料相关的软件	全世界	否	0	28/06/2016	永久
UNITY Technologies Aps	Outfit7 Limited	授权被许可方使用 Unity 应用开发相关软件及服务内容（包括违约责任、条款修改规则的补充条款）	全世界	否	0	28/06/2016	永久
UNITY Technologies Aps	Outfit7 Limited	授权被许可方获取、观看、下载和打印任何网站内容，但仅作为被许可方自身以及非商业用途使用及其他相关约定条款	全世界	否	0	28/06/2016	永久
Unity Technologies Finland Oy	Outfit7 Limited	授权被许可方在《我的汤姆猫》和《我的安吉拉》中使用 Everyplay 平台接入视频录制和共享功能。（分享到社交媒体-如 Youtube, Facebook, Twitter）。	全世界	否	15000 美元（预估 Outfit7 可从用户所录制视频在 Youtube 等平台变现所	12/11/2015	永久，双方都可提前 30 日书面告知

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
					获得的收益)		后解约
Veronika Elsner Gunther Flake Gbr	Outfit7 Limited	授权被许可方网上商店使用字体软件	全世界	否	取决于所使用的字体	31/05/2012	永久
Outfit7 Limited	Ananã Produções, Eventos e Assessoria de Marketing Ltda.	授权被许可方在电影《Soundtrack》中使用《会说话的汤姆猫》APP	全世界	否	0	23/05/2016	永久
Outfit7 Limited	AT&T Inc.	授权被许可方在 AT&T 网站上使用《会说话的鹦鹉皮埃尔》中的人物形象	全世界	否	0	21/03/2012	永久
Outfit7 Limited	Beachside Films	授权被许可方在电影《People, Places, Things》中利用、广播、展览、宣传《我的汤姆猫》	全世界	否	0	23/08/2014	永久
Outfit7 Limited	Copernicus Studios Inc	授权 Copernicus Studios Inc 与 Outfit 7 共同开发、生产、销售、营销和分销一款暂定名为《English Talking Tom》的英语学习移动应用程序	中国, 日本 和韩国	否	0	18/09/2014	固定- 提出 终止, 18/09/2017
Outfit7 Limited	Copernicus Studios Inc	授权被许可方在其开发的教育应用程序中使用《会说话的家族》中的人物。	中国, 日本 和韩国	否	400,000 美元	24/06/2015	永久
Outfit7 Limited	Ecce Films	授权被许可方在电影《Victoria》中的一个场景中使用《我的安吉拉》APP	全世界	否	0	11/06/2015	永久
Outfit7 Limited	EuropaCorp Films USA, Inc.	授权被许可方在《Nine Lives》电影使用《会说话的汤姆猫》APP	全世界	否	0	22/06/2016	永久

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
Outfit7 Limited	EuropaCorp Films USA, Inc.	授权被许可方在《Nine Lives》电影使用《会说话的汤姆猫》APP	全世界	否	0	10/06/2016	永久
Outfit7 Limited	EuropaCorp Films USA, Inc.	授权被许可方在《Nine Lives》电影中使用《会说话的汤姆猫 2》APP	全世界	否	10,000 欧元	28/05/2015	永久
Outfit7 Limited	Google Inc..	授权被许可方 Google 在一个展示活动中使用包含 Outfit7 Logo 及相关材料	全世界	否	0	03/03/2017	永久
Outfit7 Limited	Kakao Corporation	授权被许可方在 KakaoTalk's mVoIP 服务上增加汤姆猫和本本狗的语音过滤，授权被许可方通过 KakaoTalk 的表情商店销售由 outfit7 提供的人物表情	韩国	否	Outfit7 收入 70% ， Kakao 占 30% 的收入	31/10/2012	永久
Outfit7 Limited	Line Corporation	授权 Line 使用和分发和提供下载 outfit7 提供的《会说话的汤姆猫》人物表情（仅限安卓），换量推广	俄罗斯，日本	否	O7 帮助 Line 在俄罗斯实现 15 万次 Line 应用的下载，以获得 Line 帮 O7 在日本实现 5 万次下载，Plenus 交付 2 套表情	22/04/2014	永久
Outfit7 Limited	Plenus Ltd.	授权被许可方通过韩国的 SMS 平台销售 outfit7 提供的人物表情	中日韩	否	100000 美元预期	09/04/2014	自动续新- 自动预付
Outfit7 Limited	Plenus Ltd.	授权被许可方通过韩国的 SMS 平台销售 outfit7 提供的人物表情	韩国	否	收入分成中净收益的 40%归 Outfit7，60% 归 Plenus	10/04/2013	自动续新 - 自动预付 30/04/2018
Outfit7 Limited	Plenus Ltd.	授权被许可方通过 Kakao 平台销售表情 outfit7 提供的人物表情	韩国	否	0	30/04/2013	永久

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
Outfit7 Limited	QVC, Inc.	授权被许可方 QVC, Inc.在 QVC 电视购物节目、手机应用和电子购物网站演示、推广、销售《会说话的圣诞老人》和《我的汤姆猫》电子产品	全世界	否	0	17/10/2014	永久
Outfit7 Limited	三星电子	授权被许可方三星电子将《会说话的汤姆猫》的 IP 用于开发智能电视应用，授权被许可方全权决定在智能电视平台上以各种格式提供宣传材料	全世界	否	0	24/09/2014	自动续新 - 手动预付 30/09/2017
Outfit7 Limited	三星电子	授权被许可方三星电子将 TF IP 用于开发《会说话的汤姆猫 2》的智能电视应用	全世界	否	按照收入分成	30/09/2013	自动续新 - 手动预付 30/09/2017
Outfit7 Limited	TT & F Licensing Company Ltd.	将与实务产品有关的授权业务以及会说话的家族商店（Talking Shop）业务转让给 TT & F Licensing Company Ltd., 授予被许可方 TT & F LicensingCompany Lt 转许可商品化权利、出版权和推广权的全球专有权利。	全世界	是	扣除代理佣金及税费后的特许权使用费分成后，第一年为 40%，此后为 60%（每 6 个月支付一次，即 6 月 30 日和 12 月 30 日）	26/11/2015	永久
Outfit7 Limited	TT & F Licensing Company Ltd	将与实务产品有关的授权业务以及会说话的家族商店（Talking Shop）业务转让给 TT & F Licensing Company Ltd, 授权被许可方使用带有《会说话的家族》和《会说话的汤姆猫》人物形象的商标	全世界	是	0	01/03/2016	永久
Outfit7 Limited	联合好运	授权联合好运商业化 Outfit7、会说话的汤姆、会说话的安吉拉等授权财产的名称、符号、设计、标志、美术作品、版权、商业外观、商标、专利以及与形象相关的名称，角色和声音；授权联合好运商业化所有由 Outfit7 创造或第三方为 Outfit7 创造或商业	全世界	否	0	16/04/2017	永久

许可方	被许可方	被许可的知识产权	许可范围	是否独家	固定或可变费用	生效/签署日	期限
		化所有 Outfit7 具有适当的权利和（或）授权的，由 第三方根据第三方 IP 创造的产品					
Outfit7 Limited	金科汤姆猫	授权金科汤姆猫在协议期限内全球范围的对财产进行与商品化、推广、出版相关的权利和转许可权的 专有许可	全世界	否	Outfit7 收入 25%	07/07/2017	永久

（六）最近两年及一期的主要财务数据

Outfit7 最近两年及一期经审计的主要财务数据如下表所示：

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资产总计	47,377.20	45,735.07	41,254.47
负债总计	5,260.81	3,454.49	2,089.41
归属于母公司所有者权益	42,116.38	42,280.57	39,165.06

报告期内 Outfit7 的资产总额及归属于母公司所有者权益较为稳定。2016 年年末负债总额较 2015 年年末增加 65.33%，主要系 Outfit7 于 2016 年加大应用产品的推广力度，期末应付市场推广费较高所致。2017 年 6 月末，Outfit7 负债总额较 2016 年年末增加 52.29%，主要系当月末 Outfit7 计提应付股利所致。

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
营业收入	42,426.18	67,847.08	75,194.35
利润总额	31,572.75	47,700.14	56,856.75
归属于母公司股东的净利润	30,556.02	46,325.31	55,481.01
扣除非经常性损益的归属于母公司股东的净利润	30,557.99	46,359.37	55,486.80

2016 年度，Outfit7 的利润总额较 2015 年度有所下降，主要是因为：

（1）新应用产品的发布对 Outfit7 的用户基数以及收入具有显著影响，为加大在亚太地区尤其是中国市场的推广效果，重新调整了部分拟发布产品的定位，2016 年 Outfit7 仅发布 1 款应用产品，导致 Outfit7 的 2016 年度业绩出现下滑。

（2）2016 年下半年 Outfit7 开始加大应用产品的推广力度，采取积极线上推广策略，市场推广费上升较大，影响当年利润水平。2017 年度，Outfit7 的应用产品的用户基数尤其是中国市场用户基数取得显著增长，Outfit7 的 2017 年业绩增长。

(3) 由于汇兑损益影响, Outfit7 于 2015 年度产生汇兑收益 2,098.41 万元, 2016 年度产生汇兑损失 770.17 万元, 导致 2016 年度财务费用较 2015 年上升。

3、非经常性损益情况

单位: 万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015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	0.21	-3.56	-2.48
其他营业收入和支出	-2.45	-37.06	-4.21
小计	-2.24	-40.62	-6.70
所得税影响	-0.27	-6.56	-0.90
少数股东损益影响数			
合计	-1.97	-34.06	-5.80

报告期内各期, Outfit7 的非经常性损益占当期净利润比例较低, 不会对 Outfit7 的经营业绩产生重大影响。

(七) Outfit7 出资及合法存续情况

截至本报告书签署日, Outfit7 不存在出资不实或影响其合法存续的情况。

(八) 最近三年股权转让、增资、减资或改制相关估值情况

1、Outfit7 股权于 2016 年 12 月转让予联合好运前, 其主要股东为公司创始人及核心员工, 最近三年发生的股份转让、增资及减资系 Outfit7 向行权的员工或法人发行新股、向离职员工回购其所持股份、员工所持股份转让予其自有独资公司或关联方。Outfit7 股权转让予联合好运前的股权转让、增资及减资的具体情况请参见本节“二、Outfit7 的基本情况/ (二) 历史沿革”。

2、2016 年 12 月 21 日, 联合好运与 Outfit7 原股东签署了《股权购买协议》(Sale and Purchase Agreement), 约定 Outfit7 的 100% 股权以 100,000 万美元的对价由 Outfit7 的原股东转让至联合好运, 并于 2016 年 12 月 28 日完成股权交割。该次收购系经过各方竞价和谈判的结果, 履行了必要的审议和批准程序, 最终确定支付对价为 100,000 万美元。

3、2017 年 6 月 5 日, 联合好运分别与 Ryuki 与 Lily 签署《股权转让协议》, 约定联合好运分别向 Ryuki 和 Lily 无偿转让其持有的 Outfit7 的 28% 股权, 合计

转让 56%股权。本次股权转让的受让方均为联合好运全资子公司，系同一控制下股权转让，未进行评估或估值。

4、本次交易中，中联对 Outfit7 的股权进行了评估并出具了《Outfit7 资产评估报告》，根据《Outfit7 资产评估报告》，截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 的 100% 股权评估值为 94,017.31 万欧元，本次重组与前次联合好运整体收购时的估值差异较小，具有合理性。

（九）Outfit7 的股权转让及增资部分涉及股份支付情况，及对 Outfit7 经营业绩的影响

1、报告期 Outfit7 的股权转让、增资及减资行为涉及股份支付的分析

（1）Outfit7 报告期内股权变动明细情况

1) 2015 年度

单位：元

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Izzas Establishment	407,627.18	1,532.80	34.29		409,194.27
TARMEA7 LIMITED	123,712.63				123,712.63
NINAZ LIMITED	38,903.32				38,903.32
ROMIH LIMITED	31,122.66				31,122.66
ZETTA IQ LIMITED	31,122.66				31,122.66
DODIKA LIMITED	15,561.33				15,561.33
LAYTONERA LIMITED	5,835.50				5,835.50
Gedala Limited	4,663.85	515.77			5,179.62
Brett Bullington	3,688.88				3,688.88
Totoulla Limited	965.94	839.27			1,805.21
Marko Lavrin	778.07				778.07
Andrej Remškar	611.36				611.36
Arjabur Ventures Limited	537.40	782.84			1,320.24
Cricovaria Holdings Limited	521.89	372.78		894.67	
Tine Lesjak	516.67	169.92			686.59
Matej Jenko	468.73	348.70			817.43
Paul David Nunn	421.46	316.27		737.73	
Nejc Krokter	291.51	76.72			368.23
Cortenia Limited	278.76	708.29			987.05
Cindy Sungeun Um	255.58	161.41			416.99
Mihec Pezdirc	190.19	93.20			283.39

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Vanja Flis	166.11	74.56			240.67
Mitja Kravos	163.05				163.05
Miha Krajnik	158.06	59.27			217.33
Brane Frančiček Gračnar	155.30	37.28			192.58
Rok Dervarič	135.10				135.10
Randeep Sidhu	121.15	55.92		177.07	
Darjo Vuk	117.20	41.98			159.18
Nina Sivec	112.51	139.79			252.30
TRGT LIMITED	111.83	111.84			223.67
Ines Kondić	97.07	79.18			176.25
Javgura Limited	93.20	111.83			205.03
Luka Gratej	93.20	23.26		116.46	
Jan Pečar	82.24	27.95		110.19	
Romana Bogovič	74.56	111.83			186.39
Urša Podobnik	65.24	37.27			102.51
Miha Gerbec	55.92	111.83			167.75
Miha Klarič	55.32	155.23			210.55
Jan Križaj	46.60	18.64			65.24
Dejan Tomažič	40.33	55.92			96.25
Janez Plešnar	40.33	28.71			69.04
Boris Vigec	37.28	32.58			69.86
Aleš Grom	37.28	23.71			60.99
Ante Odić	34.89	46.60			81.49
Cassandra Harriet Morgan-Chandler	34.89	46.60			81.49
Eun Suk Kim	31.02	44.06			75.08
ArhiSENS, Polona Kern s.p.	31.02	22.88		53.90	
Allan Stowe	27.96	55.92			83.88
Matjaž Smolej	27.96	55.92			83.88
Nejc Stanko	27.96	37.28			65.24
Simon Polšak	27.88	37.28			65.16
Ana Kušar	23.26	23.34			46.60
France Login	15.13	19.16	-34.29		
Ines Ambrožič	9.32	46.60			55.92
Primož Bevk	9.32	19.53			28.85
Molesona Trading Limited		973.33			973.33
Yleksa Trading Limited		885.35			885.35
Igor Dužević		322.68			322.68
Blaž Porenta		264.00			264.00
GEAMANA VENTURES LIMITED		238.58			238.58

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
PRO-FREIGHT LIMITED		170.81			170.81
STRAETE HOLDINGS LIMITED		152.17			152.17
IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED		149.11			149.11
Aleš Mlakar		144.04			144.04
Danijel Bajc		130.47			130.47
Aljaž Prijatelj		88.50			88.50
Michal Urbanek		86.93			86.93
Simona Kozlevčar		79.18			79.18
Rok Kernc		77.61			77.61
Janez Medved		69.86			69.86
Anton Urankar		69.34			69.34
Marko Grzetič		60.54			60.54
Žiga Bobinac		60.54			60.54
Jani Brezavšček		58.97			58.97
Luka Praper		55.92			55.92
Miha Vozelj		55.92			55.92
Dražen Jakšič		54.13			54.13
Aleksander Gregorka		53.08			53.08
COJUSNA ASSETS LIMITED		51.22			51.22
Richard James Neil		48.69			48.69
Nejc Tomažič		46.60			46.60
Tina Stockbauer Zagorac		46.60			46.60
Jure Logar		44.21			44.21
Jure Grom		36.31			36.31
Urša Dana Saksida		34.89			34.89
Katarina Roškar		33.03			33.03
Rok Papež		32.58			32.58
Jelka Košir		30.72			30.72
Tony Christophe Semedo		22.59			22.59
Xueping Yang		22.59			22.59
Tomaž Treven		21.55			21.55
Gašper Vrhovšek		20.50			20.50
Jaka Bernardič		20.50			20.50
Luka Strasner		20.50			20.50
Maša Marčetič		20.50			20.50
Nejc Sedej		20.50			20.50
Tadej Prijatelj		20.50			20.50
Damjan Kovačič		18.79			18.79

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Rok Kompan		17.89			17.89
Luka Maške		17.15			17.15
Ana Guzelj		17.07			17.07
Nuša Gantar		16.55			16.55
Lea Živčič		13.94			13.94
Medijska produkcija, Jaka Benedičič s.p.		13.64			13.64
Sandra Melihen		13.64			13.64
Vesna Dumendžić		12.67			12.67
Bruna Biancarelli		12.45			12.45
Klemen Lamut		11.93			11.93
Matjuša Jakopin		10.21			10.21
Ana Skončnik		9.99			9.99
Davor Gričar		9.99			9.99
Thomas Russel Mapham		6.19			6.19
Matej Kovač		4.85			4.85
Miha Rejc		4.47			4.47
Gorazd Glešič		3.95			3.95
John Stephen Rankin		642.45		642.45	
Nina Kranjec		111.83		111.83	
Robert Leskovšek		62.85		62.85	
Samo Homšak		57.41		57.41	
Tomaico investments Limited		646.10		646.10	
Wandrille Pruvot		91.79		91.79	
合计	670,435.06	14,435.16		3,702.45	681,167.77

2) 2016 年度

单位：元

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Izzas Establishment	409,194.27	1,880.68	-411,074.95		
TARMEA7 LIMITED	123,712.63		-123,712.63		
NINAZ LIMITED	38,903.32		-38,903.32		
ROMIH LIMITED	31,122.66		-31,122.66		
ZETTA IQ LIMITED	31,122.66		-31,122.66		
DODIKA LIMITED	15,561.33		-15,561.33		
LAYTONERA LIMITED	5,835.50		-5,835.50		
Gedala Limited	5,179.63	601.67	-5,781.30		
Brett Bullington	3,688.88		-3,688.88		

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Totoulla Limited	1,805.22	804.24	-2,609.46		
Arjabur Ventures Limited	1,320.24	916.44	-2,236.68		
Cortenia Limited	987.05	894.00	-1,881.05		
Molesona Trading Limited	973.33			973.33	
Yleksa Trading Limited	885.35	885.35	-1,770.70		
Matej Jenko	817.43	298.90	-1,116.33		
Marko Lavrin	778.07		-778.07		
Tine Lesjak	686.59	54.43	-741.02		
Andrej Remškar	611.36			611.36	
Cindy Sungeun Um	416.99	270.86		687.85	
Nejc Krokter	368.23		-368.23		
Igor Dužević	322.68	32.36	-355.04		
Mihec Pezdirc	283.39	77.69	-361.08		
Blaž Porenta	264.00			264.00	
Nina Sivec	252.30			252.30	
Vanja Flis	240.67	66.65	-307.32		
GEAMANA VENTURES LIMITED	238.58	896.46	-1,135.04		
TRGT LIMITED	223.67	130.47	-354.14		
Miha Krajnik	217.33	19.76	-237.09		
Miha Klarič	210.55			210.55	
Javgura Limited	205.03	46.60		251.63	
Brane Frančišek Gračnar	192.58			192.58	
Romana Bogovič	186.39			186.39	
Ines Kondić	176.25	30.27	-206.52		
PRO-FREIGHT LIMITED	170.81	618.96	-789.77		
Miha Gerbec	167.75	55.92		223.67	
Mitja Kravos	163.05		-163.05		
Darjo Vuk	159.18	145.24	-304.42		
STRAETE HOLDINGS LIMITED	152.17	223.67	-375.84		
IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED	149.11	219.05	-368.16		
Aleš Mlakar	144.04	123.84	-267.88		
Rok Dervarič	135.10		-135.10		
Danijel Bajc	130.47	130.47	-260.94		
Urša Podobnik	102.51	47.12	-149.63		
Dejan Tomažič	96.25	43.54	-139.79		
Aljaž Prijatelj	88.50	68.14	-156.64		
Michał Urbanek	86.93	94.76	-181.69		
Matjaž Smolej	83.88	87.53	-171.41		

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Allan Stowe	83.88	69.86	-153.74		
Ante Odić	81.49	75.08	-156.57		
Cassandra Harriet Morgan-Chandler	81.49			81.49	
Simona Kozlevčar	79.18			79.18	
Rok Kernc	77.61	60.54		138.15	
Eun Suk Kim	75.08	21.25		96.33	
Boris Vigec	69.86	191.01	-260.87		
Janez Medved	69.86	43.47	-113.33		
Anton Urankar	69.34	50.77	-120.11		
Janez Plešnar	69.04	43.54	-112.58		
Jan Križaj	65.24	63.75	-128.99		
Nejc Stanko	65.24	43.47	-108.71		
Simon Polšak	65.16	43.47	-108.63		
Aleš Grom	60.99	79.18	-140.17		
Marko Grzetič	60.54	65.24	-125.78		
Žiga Bobinac	60.54	65.24	-125.78		
Jani Brezavšek	58.97	52.64	-111.61		
Miha Vozelj	55.92	62.11	-118.03		
Luka Praper	55.92	44.96	-100.88		
Ines Ambrožič	55.92	43.39	-99.31		
Dražen Jakšić	54.13	65.24	-119.37		
Aleksander Gregorka	53.08	54.80	-107.88		
COJUSNA ASSETS LIMITED	51.22	87.60	-138.82		
Richard James Neil	48.69	23.11		71.80	
Ana Kušar	46.60	58.23	-104.83		
Tina Stockbauer Zagorac	46.60	54.72	-101.32		
Nejc Tomažič	46.60	16.85		63.45	
Jure Logar	44.21	36.46	-80.67		
Jure Grom	36.31	46.22	-82.53		
Urša Dana Saksida	34.89	34.97	-69.86		
Katarina Roškar	33.03	15.36		48.39	
Rok Papež	32.58	35.56	-68.14		
Jelka Košir	30.72	39.81	-70.53		
Primož Bevk	28.85	23.86	-52.71		
Tony Christophe Semedo	22.59	64.04	-86.63		
Xueping Yang	22.59	26.47	-49.06		
Tomaž Treven	21.55	27.66	-49.21		
Tadej Prijatelj	20.50	38.84	-59.34		
Maša Marčetič	20.50	25.35	-45.85		

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Jaka Bernardič	20.50	24.01	-44.51		
Luka Strasner	20.50	22.14	-42.64		
Nejc Sedej	20.50	18.64	-39.14		
Gašper Vrhovšek	20.50	5.52		26.02	
Damjan Kovačič	18.79	5.00		23.79	
Rok Kompan	17.89	36.23	-54.12		
Luka Maške	17.15	7.58		24.73	
Ana Guzelj	17.07	25.42	-42.49		
Nuša Gantar	16.55	63.37	-79.92		
Lea Živčič	13.94	34.82	-48.76		
Jaka Benedičič	13.64	29.82	-43.46		
Sandra Melihen	13.64	6.26		19.90	
Vesna Dumendžić	12.67			12.67	
Bruna Biancarelli	12.45			12.45	
Klemen Lamut	11.93	29.30	-41.23		
Matjuša Jakopin	10.21	16.92	-27.13		
Ana Skončnik	9.99	24.98	-34.97		
Davor Gričar	9.99	23.34	-33.33		
Thomas Russel Mapham	6.19			6.19	
Matej Kovač	4.85			4.85	
Miha Rejc	4.47	41.23		45.70	
Gorazd Glešič	3.95	41.60	-45.55		
Žiga Debeljak		790.96	-790.96		
Dilpesh Shashikant Parmar		512.20	-512.20		
Anaya Nandaprema		231.12	-231.12		
Jernej Česen		196.46	-196.46		
Tomi Dolinšek		98.19	-98.19		
Tomas Lušina		61.51	-61.51		
Jaka Terpinc		54.87	-54.87		
Draško Vasić		51.22	-51.22		
Helder Jose Das Neves Lopes		41.98	-41.98		
Silpa Gohil		39.29	-39.29		
Gaja Šijanec		39.29	-39.29		
Jan Kokalj		39.29	-39.29		
Klemen Brajkovič		35.34	-35.34		
Matjaž Štuklek		30.94	-30.94		
Zerina Kandžić		29.75	-29.75		
Aljaž Kajtna		28.85	-28.85		
Matej Finžgar		28.18	-28.18		
Boris Ferš		25.13	-25.13		

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Matic Standeker		25.13	-25.13		
Luka Štebe		23.41	-23.41		
Marko Ravnjak		21.62	-21.62		
Alla Dryzhak		20.43	-20.43		
Anel Čeman		19.91	-19.91		
Uroš Pogačnik		17.52	-17.52		
David Pokleka		17.45	-17.45		
Inokentii Korshunov		17.37	-17.37		
Živa Čižman		15.43	-15.43		
Larisa Perčinlić		14.69	-14.69		
Ruslan Konovalchuk		14.39	-14.39		
Janez Barbič		14.09	-14.09		
Nejc Sever		14.09	-14.09		
Kaja Miklavčič		13.64	-13.64		
Lana Hadler		13.42	-13.42		
Vana Vojdanovski		13.20	-13.20		
Tilen Bobek		12.97	-12.97		
Jon Premik		12.97	-12.97		
Anže Sodja		12.97	-12.97		
Mitja Stegne		11.93	-11.93		
Tina Podgornik		11.71	-11.71		
Matjaž Juršič		10.59	-10.59		
Nevena Veljković		10.59	-10.59		
Tadej Mittoni		10.14	-10.14		
Gregor Mubi		10.14	-10.14		
Matic Cvenkel		10.14	-10.14		
Špela Ličer		9.47	-9.47		
Luka Rade		9.32	-9.32		
Blaž Oven		9.32	-9.32		
Luka Mohorčič		9.32	-9.32		
Matjaž Švegelj		9.32	-9.32		
Primož Kernc		9.32	-9.32		
Miha Glavič		9.32	-9.32		
Alja Kunovar		9.32	-9.32		
Anže Regina		9.24	-9.24		
Barbka Podbregar		9.24	-9.24		
Martina Starc		8.65	-8.65		
Grega Birska		8.65	-8.65		
Nejc Babič		7.75	-7.75		
Sara Krk		7.60	-7.60		
Nataša Pajić		7.60	-7.60		

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Martin Knavs		7.38	-7.38		
Klemen Sajovec		6.19	-6.19		
Jorge Manuel Romeo Gómez		6.19	-6.19		
Nejc Vičič		6.19	-6.19		
Tomaž Skubic		5.96	-5.96		
Nina Jančič		5.96	-5.96		
Urša Jevnikar		5.89	-5.89		
Nina Berlič		5.59	-5.59		
Primož Prislan		5.44	-5.44		
Tea Dora		5.44	-5.44		
Tomaž Kramberger		5.44	-5.44		
Uroš Mahnič		4.92	-4.92		
Jernej Anclin		4.92	-4.92		
Rok Stolnik		4.85	-4.85		
Marjeta Ropotar		4.62	-4.62		
Mitja Bezenšek		4.62	-4.62		
Maja Jamnik		4.55	-4.55		
Gašper Šavs		4.55	-4.55		
Barbara Erman		4.55	-4.55		
Matic Prosen		4.32	-4.32		
Blaž Mikuljan		3.95	-3.95		
Luka Nosan		3.95	-3.95		
Eran Alboher		3.95	-3.95		
Marko Marolt		3.88	-3.88		
Tadej Bukovec		3.80	-3.80		
Miloš Manojlović		3.73	-3.73		
Črt Kristl		3.65	-3.65		
Aleksandra Lanc		3.65	-3.65		
Urška Pivk		3.58	-3.58		
Katja Potokar		3.36	-3.36		
Anja Trobec		3.28	-3.28		
Mateja Dukarić		3.28	-3.28		
Neža Glavič		3.06	-3.06		
Miha Novak		2.83	-2.83		
Klementina Dolinšek		2.68	-2.68		
Bartosz Jabłoński		2.39	-2.39		
Alenka Turk		2.39	-2.39		
Miha Rataj		2.16	-2.16		
Uroš Faletič		2.16	-2.16		
Jure Janet		1.57	-1.57		
Ana Šimec		1.27	-1.27		

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让 或受让额	回购股本 减少额	期末余额
Davor Hafnar		1.04	-1.04		
Jan Drenovec		1.04	-1.04		
Gašper Jager		1.04	-1.04		
Jure Debeljak		1.04	-1.04		
Špela Šubelj Nadižar		0.82	-0.82		
Pablo Almeida Gaiger		0.60	-0.60		
Stiliyan Ivanov		0.60	-0.60		
Bor Kolarič		0.52	-0.52		
Žiga Sedovnik		0.52	-0.52		
Sašo Oražem		0.45	-0.45		
Urška Leskovšek		0.38	-0.38		
Aleš Kramolc		2.46		2.46	
James John Duncan Crabb		51.22		51.22	
United Luck Group Holdings Limited			691,712.53		691,712.53
合计	681,167.77	15,207.19		4,662.43	691,712.53

3) 2017 年 1-6 月

单位：元

股东名称	期初余额	发行股本 增加额	股权转让	回购股本 减少额	期末余额
United Luck Group Holdings Limited	691,712.53				691,712.53
合计	691,712.53				691,712.53

(2) Outfit7 报告期内股权变动构成股份支付情况说明

1) Outfit7 报告期内股权转让的基本情况

报告期内，Outfit7 发生的股权转让基本情况及交易作价情况如下：

序号	转让时间	转让方	受让方	转让作价
1	2015 年 11 月	France Login	Izzas Establishment	15,745.80 欧元
2	2016 年 12 月	Izzas Establishment 等 193 名股东	United Luck Group Holdings Limited	10.00 亿美元

①根据 2015 年 11 月 2 日 France Login 与 Izzas Establishment 签订的股权转让协议，France Login 以 15,745.80 欧元的价格将其持有的 460 股转让给 IzzasEstablishment。

②根据 Outfit7 原股东与 United Luck Group Holdings Limited 签订的股权转让

协议，原股东将其持有 Outfit7 股权整体作价 10.00 亿美元，转让给 United Luck Group Holdings Limited。

上述股权转让均系转让双方公平谈判的结果，不存在股份支付情况。

2) Outfit7 报告期内增资的基本情况

Outfit7 报告期内的增资行为主要为在持有股票期权的员工或法人主体行权时，向该等员工或法人主体发行新股。

Outfit7 在员工入职公司之后，将会授予员工认购一定数量的公司股票的权利，具体授予价格以员工入职当日公司股票的公允价值进行确认，Outfit7 授予员工股票期权后，规定员工需在公司工作一定时间后方可行权，行权日公允价格根据公司当日股票公允价格进行确认。公司将员工行权日公允价格与员工授予价格的差异确认为股份支付金额计入当期损益。

Outfit7 聘请的咨询机构 Taxgroup davčno svetovanje d.o.o.分别以每年 6 月 30 日和 12 月 31 日为基准日确认 Outfit7 公允价值。Outfit7 以基准日的估值为依据，并根据咨询报告中所采用的资本投入期望收益率，作为年化增长率分摊到每日的股票价格上确认当日股票公允价格。

报告期内，Outfit7 发生的增资基本情况及交易作价情况如下：

①2015 年度

单位：元

行权日	股东名称	股份 数	授予日公允价 值	行权日公允价 值
2015 年 3 月	Aleksander Gregorka	437	43.84	90.73
	Aleš Grom	318	23.83	90.73
	Aleš Mlakar	1,250	24.83	90.73
	Aljaž Prijatelj	1,187	17.67	90.73
	Allan Stowe	375	24.53	90.73
	Ana Kušar	313	24.75	90.73
	Ante Odić	313	23.56	90.73
	Anton Urankar	666	23.34	90.73
	ArhiSENS, Polona Kern s.p.	307	28.04	90.73
	Arjabur Ventures Limited	5,250	24.85	90.73
	Blaž Porenta	3,541	23.26	90.73

行权日	股东名称	股份 数	授予日公允价 值	行权日公允价 值
	Boris Vigec	437	33.17	90.73
	Cassie Chandler	313	23.71	90.73
	Cindy Sungeun Um	1,082	19.24	90.73
	Cortenia Limited	4,750	24.75	90.73
	Cricovaria Holdings Limited	5,000	24.29	90.73
	Danijel Bajc	1,000	39.96	90.73
	Darjo Vuk	563	23.30	90.73
	Dejan Tomažič	500	19.76	90.73
	Eun Suk Kim	313	23.93	90.73
	France Login	108	27.69	90.73
	Frančišek Gračnar	500	23.26	90.73
	Gedala Limited	3,459	19.46	90.73
	IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED	750	24.04	90.73
	Igor Dužević	4,328	19.61	90.73
	Ines Ambrožič	375	24.75	90.73
	Ines Kondič	687	22.24	90.73
	Izzas Establishment	10,280	19.39	90.73
	Jan Križaj	250	20.06	90.73
	Jan Pečar	375	27.00	90.73
	Janez Medved	937	23.26	90.73
	Janez Plešnar	250	17.67	90.73
	Jani Brezavšček	791	16.63	90.73
	Javgura Limited	750	23.49	90.73
	Jelka Košir	206	43.99	90.73
	John Stephen Rankin	8,617	25.57	90.73
	Jure Grom	262	43.91	90.73
	Jure Logar	406	24.08	90.73
	Katarina Roškar	218	40.04	90.73
	Luka Gratej	312	23.26	90.73
	Luka Maške	116	43.91	90.73
	Luka Praper	500	24.83	90.73
	Marko Grzetič	437	43.91	90.73
	Matej Jenko	2,103	19.61	90.73
	Matjaž Smolej	375	24.53	90.73
	Matjuša Jakopin	137	44.06	90.73
	Michal Urbanek	653	34.26	90.73
	Miha Gerbec	750	24.60	90.73
	Miha Klarič	2,082	19.74	90.73
	Miha Krajnik	397	19.61	90.73

行权日	股东名称	股份 数	授予日公允价 值	行权日公允价 值
	Miha Vozelj	750	18.27	90.73
	Mihec Pezdirc	626	19.61	90.73
	Molesona Trading Limited	12,305	23.26	90.73
	Nejc Krokter	617	19.38	90.73
	Nejc Stanko	250	23.78	90.73
	Nejc Tomažič	375	25.65	90.73
	Nina Kranjec	1,124	21.70	90.73
	Nina Sivec	1,875	21.12	90.73
	Nuša Gantar	222	44.50	90.73
	Paul Nunn	2,121	23.67	90.73
	Randeep Sidhu	750	16.48	90.73
	Robert Leskovšek	843	21.56	90.73
	Rok Kernc	1,041	20.13	90.73
	Rok Papež	250	39.96	90.73
	Romana Bogovič	750	23.78	90.73
	Samo Homšak	770	19.38	90.73
	Simon Polšak	250	21.36	90.73
	Simona Kozlevčar	1,062	23.45	90.73
	STRAETE HOLDINGS LIMITED	791	23.41	90.73
	Tina Stockbauer Zagorac	312	44.21	90.73
	Tine Lesjak	1,242	19.83	90.73
	Tomaico investments Limited	4,666	43.91	90.73
	Totoulla Limited	5,875	23.70	90.73
	TRGT LIMITED	750	18.27	90.73
	Urša Dana Saksida	281	25.35	90.73
	Urša Podobnik	250	19.01	90.73
	Vanja Flis	500	21.26	90.73
	Wandrille Pruvot	729	43.91	90.73
	Xueping Yang	157	28.51	90.73
	Yleksa Trading Limited	7,125	25.35	90.73
	Žiga Bobinac	437	43.91	90.73
2015 年 9 月	Aleksander Gregorka	275	43.84	224.94
	Aleš Mlakar	682	40.73	224.94
	Allan Stowe	375	24.53	224.94
	Ana Guzelj	229	87.01	224.94
	Ana Skončnik	134	90.36	224.94
	Ante Odić	312	23.56	224.94
	Anton Urankar	264	33.51	224.94
	Arjabur Ventures Limited	5,250	24.85	224.94
	Bruna Biancarelli	167	44.29	224.94

行权日	股东名称	股份 数	授予日公允价 值	行权日公允价 值
	Cassie Chandler	312	23.71	224.94
	Cindy Sungeun Um	1,083	19.24	224.94
	COJUSNA ASSETS LIMITED	687	44.36	224.94
	Cortenia Limited	4,750	24.75	224.94
	Damjan Kovačič	252	44.73	224.94
	Danijel Bajc	750	39.96	224.94
	Davor Gričar	134	90.36	224.94
	Dejan Tomažič	250	19.76	224.94
	Dražen Jakšič	726	23.49	224.94
	Eun Suk Kim	278	23.93	224.94
	France Login	149	52.91	224.94
	Gasper Vrhovšek	275	44.88	224.94
	GEAMANA VENTURES LIMITED	3,200	89.99	224.94
	Gedala Limited	3,459	19.46	224.94
	Gorazd Glešič	53	88.20	224.94
	IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED	1,250	50.36	224.94
	Ines Ambrožič	250	24.72	224.94
	Ines Kondič	375	24.13	224.94
	Izzas Establishment	10,279	19.39	224.94
	Jaka Bernardič	275	44.29	224.94
	Janez Plešnar	135	17.67	224.94
	Javgura Limited	750	23.49	224.94
	Jelka Košir	206	43.99	224.94
	Jure Grom	225	43.91	224.94
	Jure Logar	187	24.08	224.94
	Katarina Roškar	225	40.74	224.94
	Klemen Lamut	160	89.91	224.94
	Lea Živčič	187	89.77	224.94
	Luka Maške	114	64.94	224.94
	Luka Praper	250	24.83	224.94
	Luka Strasner	275	44.29	224.94
	Marko Grzetič	375	43.91	224.94
	Maša Marčetič	275	44.29	224.94
	Matej Jenko	2,574	53.71	224.94
	Matej Kovač	65	88.20	224.94
	Matjaž Smolej	375	24.53	224.94
	Medijska produkcija, Jaka Benedičič s.p.	183	44.66	224.94
	Michal Urbanek	513	42.21	224.94

行权日	股东名称	股份 数	授予日公允价 值	行权日公允价 值
	Miha Gerbec	750	24.60	224.94
	Miha Krajnik	398	19.61	224.94
	Miha Rejc	60	88.20	224.94
	Mihec Pezdirc	624	19.61	224.94
	Molesona Trading Limited	750	23.26	224.94
	Nejc Kroker	412	19.38	224.94
	Nejc Sedej	275	44.29	224.94
	Nejc Stanko	250	23.78	224.94
	Nejc Tomažič	250	25.65	224.94
	Nina Kranjec	376	25.18	224.94
	Paul Nunn	2,121	23.67	224.94
	Primož Bevk	262	24.60	224.94
	PRO-FREIGHT LIMITED	2,291	61.93	224.94
	Richard James Neil	653	43.91	224.94
	Rok Kompan	240	89.84	224.94
	Rok Papež	187	39.96	224.94
	Romana Bogovič	750	23.78	224.94
	Sandra Melihen	183	44.29	224.94
	Simon Polšak	250	21.36	224.94
	STRAETE HOLDINGS LIMITED	1,250	49.44	224.94
	Tadej Prijatelj	275	44.29	224.94
	Thomas Russel Mapham	83	89.91	224.94
	Tina Stockbauer Zagorac	313	44.21	224.94
	Tine Lesjak	1,037	19.92	224.94
	Tomaico investments Limited	4,000	43.91	224.94
	Tomaž Treven	289	52.56	224.94
	Tony Christophe Semedo	303	44.29	224.94
	Totoulla Limited	5,382	24.10	224.94
	TRGT LIMITED	750	18.27	224.94
	Urša Dana Saksida	187	25.35	224.94
	Urša Podobnik	250	19.01	224.94
	Vanja Flis	500	21.25	224.94
	Vesna Dumendžić	170	44.58	224.94
	Wandrille Pruvot	502	43.91	224.94
	Xueping Yang	146	45.90	224.94
	Yleksi Trading Limited	4,750	25.35	224.94
	Žiga Bobinac	375	43.91	224.94

②2016 年度

单位：元

行权日	股东	股份数	授予日 公允价值	行权日 公允价值
2016 年 3 月	Aleksander Gregorka	235	43.84	276.90
	Aleš Kramolc	16	223.07	276.90
	Aljaž Kajtna	204	44.29	276.90
	Aljaž Prijatelj	414	17.67	276.90
	Allan Stowe	375	24.53	276.90
	Ana Guzelj	137	87.01	276.90
	Ana Skončnik	134	90.36	276.90
	Anel Čeman	115	217.93	276.90
	Arjabur Ventures Limited	5,250	24.83	276.90
	Boris Vigec	900	34.82	276.90
	Cindy Sungeun Um	3,633	37.35	276.90
	COJUSNA ASSETS LIMITED	466	85.52	276.90
	Cortenia Limited	4,842	28.41	276.90
	Damjan Kovačič	67	44.73	276.90
	Danijel Bajc	750	39.96	276.90
	Darjo Vuk	1,125	23.34	276.90
	David Pokleka	130	215.09	276.90
	Davor Gričar	134	90.36	276.90
	Dejan Tomažič	250	19.76	276.90
	Dražen Jakšić	375	23.49	276.90
	Eun Suk Kim	285	23.93	276.90
	Gašper Vrhovšek	74	44.88	276.90
	GEAMANA VENTURES LIMITED	4,197	89.99	276.90
	Gedala Limited	3,458	19.46	276.90
	Gorazd Glešič	102	88.20	276.90
	Helder Jose Das Neves Lopes	150	227.32	276.90
	IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED	1,250	50.40	276.90
	Igor Dužević	339	19.61	276.90
	Ines Ambrožič	228	24.68	276.90
	Ines Kondić	323	24.68	276.90
	Izzas Establishment	10,132	20.13	276.90
	Jaka Benedičič	143	52.11	276.90
	Jaka Bernardič	137	44.29	276.90
	Jaka Terpinc	460	44.88	276.90
	James John Duncan Crabb	687	90.73	276.90
	Jan Križaj	500	20.06	276.90
	Jani Brezavšček	277	16.63	276.90
	Javgura Limited	625	23.49	276.90
	Jelka Košir	206	43.99	276.90
	Jure Grom	188	43.91	276.90
	Jure Logar	188	24.08	276.90

行权日	股东	股份数	授予日 公允价值	行权日 公允价值
	Kaja Miklavčič	94	214.42	276.90
	Katarina Roškar	206	40.41	276.90
	Lea Živčič	187	89.77	276.90
	Luka Maške	102	74.11	276.90
	Luka Praper	250	24.83	276.90
	Marko Grzetič	375	43.91	276.90
	Martin Knavs	35	218.37	276.90
	Maša Marčetič	137	44.29	276.90
	Matej Jenko	1,384	44.96	276.90
	Michał Urbanek	512	42.12	276.90
	Miha Gerbec	750	24.60	276.90
	Miha Krajnik	265	19.61	276.90
	Miha Rejc	205	88.20	276.90
	Miha Vozelj	500	18.27	276.90
	Mihec Pezdirc	626	19.61	276.90
	Nejc Sedej	67	44.29	276.90
	Nejc Stanko	250	23.78	276.90
	Nejc Tomažič	226	25.65	276.90
	Nuša Gantar	370	49.06	276.90
	Primož Bevk	134	24.60	276.90
	PRO-FREIGHT LIMITED	1,438	65.39	276.90
	Richard James Neil	310	43.91	276.90
	Rok Kernc	812	25.72	276.90
	Rok Kompan	206	89.84	276.90
	Rok Papež	168	55.32	276.90
	Sandra Melihen	84	44.29	276.90
	Simon Polšak	250	21.40	276.90
	STRAETE HOLDINGS LIMITED	1,249	49.43	276.90
	Tadej Mittoni	63	221.58	276.90
	Tina Podgornik	83	217.93	276.90
	Tine Lesjak	625	20.28	276.90
	Totoulla Limited	4,393	25.13	276.90
	TRGT LIMITED	750	18.27	276.90
	Urša Podobnik	208	19.01	276.90
	Vanja Flis	500	21.25	276.90
	Xueping Yang	147	46.22	276.90
	Yleksa Trading Limited	4,750	25.35	276.90
	Žiga Bobinac	375	43.91	276.90
2016 年 9 月	Aleš Kramolc	17	223.07	286.37
	Aleš Mlakar	1,145	24.83	286.37
	Aljaž Kajtna	138	44.29	286.37

行权日	股东	股份数	授予日 公允价值	行权日 公允价值
	Allan Stowe	375	24.53	286.37
	Ana Skončnik	134	90.36	286.37
	Anel Čeman	112	232.91	286.37
	Ante Odić	317	23.56	286.37
	Anton Urankar	500	23.34	286.37
	Arjabur Ventures Limited	5,042	24.90	286.37
	Boris Vigec	610	49.28	286.37
	COJUSNA ASSETS LIMITED	484	91.85	286.37
	Cortenia Limited	4,798	26.62	286.37
	David Pokleka	78	215.09	286.37
	Davor Gričar	134	90.36	286.37
	Dejan Tomažič	250	19.76	286.37
	Dražen Jakšić	375	23.49	286.37
	GEAMANA VENTURES LIMITED	5,704	89.99	286.37
	Gedala Limited	3,459	19.46	286.37
	Grega Birska	95	265.12	286.37
	Helder Jose Das Neves Lopes	104	269.07	286.37
	IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED	1,250	50.40	286.37
	Ines Ambrožič	250	24.75	286.37
	Ines Kondić	63	44.29	286.37
	Izzas Establishment	10,077	20.28	286.37
	Jaka Benedičič	144	52.04	286.37
	Jaka Bernardič	138	44.29	286.37
	Jaka Terpinc	173	44.88	286.37
	Jan Križaj	250	20.06	286.37
	Jelka Košir	207	43.99	286.37
	Jernej Anclin	51	273.10	286.37
	Jure Grom	225	43.91	286.37
	Kaja Miklavčič	62	219.34	286.37
	Klemen Brajkovič	405	89.77	286.37
	Klemen Sajovec	68	265.12	286.37
	Luka Praper	250	24.83	286.37
	Luka Rade	98	224.94	286.37
	Luka Štebe	251	222.18	286.37
	Marko Grzetič	375	43.91	286.37
	Marko Ravnjak	34	224.94	286.37
	Martina Starc	95	265.12	286.37
	Maša Marčetič	152	64.71	286.37
	Matej Jenko	1,000	89.84	286.37
	Matic Prosen	30	217.93	286.37
	Matic Standeker	90	220.83	286.37

行权日	股东	股份数	授予日 公允价值	行权日 公允价值
	Matjaž Juršič	109	255.13	286.37
	Matjaž Smolej	500	24.53	286.37
	Miha Rejc	348	88.20	286.37
	Mihec Pezdirc	312	19.16	286.37
	Nejc Babič	83	268.25	286.37
	Nejc Sedej	115	44.29	286.37
	Nejc Vičič	61	265.12	286.37
	Nuša Gantar	175	46.67	286.37
	PRO-FREIGHT LIMITED	1,437	65.39	286.37
	Rok Papež	206	58.75	286.37
	Sara Krk	79	255.13	286.37
	Simon Polšak	250	21.40	286.37
	STRAETE HOLDINGS LIMITED	1,250	49.43	286.37
	Tadej Mittoni	55	221.58	286.37
	Tadej Prijatelj	312	98.34	286.37
	Tilen Bobek	136	224.94	286.37
	Tina Stockbauer Zagorac	376	44.21	286.37
	Tine Lesjak	105	20.28	286.37
	Totoulla Limited	4,394	25.13	286.37
	TRGT LIMITED	750	18.27	286.37
	Urša Jevnikar	56	259.16	286.37
	Urša Podobnik	285	49.36	286.37
	Vana Vojdanovski	135	226.72	286.37
	Vanja Flis	327	87.31	286.37
	Xueping Yang	146	45.93	286.37
	Yleksa Trading Limited	4,750	25.35	286.37
	Žiga Bobinac	313	43.91	286.37
2016 年 12 月	Aleksander Gregorka	500	43.84	769.27
	Aleksandra Lanc	49	283.76	769.27
	Alenka Turk	32	265.94	769.27
	Aleš Grom	1,062	23.86	769.27
	Aleš Mlakar	516	99.68	769.27
	Alja Kunovar	125	224.94	769.27
	Aljaž Kajtna	45	44.29	769.27
	Aljaž Prijatelj	500	17.67	769.27
	Alla Dryzhak	274	90.73	769.27
	Allan Stowe	187	24.53	769.27
	Ana Guzelj	204	104.53	769.27
	Ana Kušar	781	24.75	769.27
	Ana Šimec	17	280.33	769.27
	Ana Skončnik	67	90.36	769.27

行权日	股东	股份数	授予日 公允价值	行权日 公允价值
	Anaya Nandaprema	3,100	20.06	769.27
	Anel Čeman	40	234.70	769.27
	Anja Trobec	44	271.61	769.27
	Ante Odić	690	109.75	769.27
	Anton Urankar	181	86.93	769.27
	Anže Regina	124	223.37	769.27
	Anže Sodja	174	224.94	769.27
	Arjabur Ventures Limited	2,000	25.35	769.27
	Barbara Erman	61	264.75	769.27
	Barbka Podbregar	124	226.72	769.27
	Bartosz Jabłoński	32	266.61	769.27
	Blaž Mikuljan	53	266.61	769.27
	Blaž Oven	125	224.94	769.27
	Bor Kolarič	7	368.38	769.27
	Boris Ferš	337	220.83	769.27
	Boris Vigec	1,052	78.13	769.27
	COJUSNA ASSETS LIMITED	225	79.03	769.27
	Cortenia Limited	2,351	27.21	769.27
	Črt Kristl	49	282.87	769.27
	Danijel Bajc	1,000	39.96	769.27
	Darjo Vuk	823	59.64	769.27
	David Pokleka	26	215.09	769.27
	Davor Gričar	45	90.36	769.27
	Davor Hafnar	14	287.79	769.27
	Dejan Tomažič	84	19.76	769.27
	Dilpesh Shashikant Parmar	6,870	61.36	769.27
	Draško Vasić	687	90.73	769.27
	Dražen Jakšić	125	23.49	769.27
	Eran Alboher	53	287.94	769.27
	Gaja Šijanec	527	88.20	769.27
	Gašper Jager	14	285.85	769.27
	Gašper Šavs	61	263.48	769.27
	GEAMANA VENTURES LIMITED	2,123	155.00	769.27
	Gedala Limited	1,153	19.46	769.27
	Gorazd Glešič	456	88.20	769.27
	Grega Birsa	21	265.12	769.27
	Gregor Mubi	136	221.73	769.27
	Helder Jose Das Neves Lopes	309	221.21	769.27
	IALOVENIA ENTERPRISES LIMITED	438	61.73	769.27
	Igor Dužević	95	255.13	769.27
	Ines Ambrožič	104	24.75	769.27

行权日	股东	股份数	授予日 公允价值	行权日 公允价值
	Ines Kondić	20	44.29	769.27
	Inokentii Korshunov	233	215.77	769.27
	Izzas Establishment	5,016	20.28	769.27
	Jaka Benedičič	113	121.60	769.27
	Jaka Bernardič	47	58.08	769.27
	Jaka Terpinc	103	44.88	769.27
	Jan Drenovec	14	286.44	769.27
	Jan Kokalj	527	88.20	769.27
	Jan Križaj	105	73.88	769.27
	Janez Barbič	189	225.76	769.27
	Janez Medved	583	31.61	769.27
	Janez Plešnar	584	17.67	769.27
	Jani Brezavšček	429	69.41	769.27
	Jelka Košir	121	195.78	769.27
	Jernej Anclin	15	273.10	769.27
	Jernej Česen	2,635	88.27	769.27
	Jon Premik	174	224.94	769.27
	Jorge Manuel Romeo Gómez	83	223.15	769.27
	Jure Debeljak	14	286.44	769.27
	Jure Grom	207	140.84	769.27
	Jure Janet	21	283.83	769.27
	Jure Logar	301	40.19	769.27
	Kaja Miklavčič	27	234.85	769.27
	Katja Potokar	45	269.45	769.27
	Klemen Brajkovič	69	97.82	769.27
	Klemen Lamut	393	121.90	769.27
	Klemen Sajovec	15	265.12	769.27
	Klementina Dolinšek	36	275.48	769.27
	Lana Hadler	180	212.78	769.27
	Larisa Perčinlić	197	222.77	769.27
	Lea Živčič	280	89.77	769.27
	Luka Mohorčič	125	224.94	769.27
	Luka Nosan	53	266.02	769.27
	Luka Praper	103	71.65	769.27
	Luka Rade	27	224.94	769.27
	Luka Štebe	63	222.18	769.27
	Luka Strasner	297	44.29	769.27
	Maja Jamnik	61	263.48	769.27
	Marjeta Ropotar	62	268.10	769.27
	Marko Grzetič	125	43.91	769.27
	Marko Marolt	52	267.43	769.27

行权日	股东	股份数	授予日 公允价值	行权日 公允价值
	Marko Ravnjak	256	224.94	769.27
	Martin Knavs	64	223.07	769.27
	Martina Starc	21	265.12	769.27
	Maša Marčetič	51	70.38	769.27
	Matej Finžgar	378	19.01	769.27
	Matej Jenko	1,625	89.84	769.27
	Mateja Dukarić	44	270.04	769.27
	Matic Cvenkel	136	221.58	769.27
	Matic Prosen	28	217.93	769.27
	Matic Standeker	247	220.83	769.27
	Matjaž Juršič	33	255.13	769.27
	Matjaž Smolej	674	105.65	769.27
	Matjaž Štuklek	415	213.08	769.27
	Matjaž Švegelj	125	224.94	769.27
	Matjuša Jakopin	227	59.87	769.27
	Michał Urbanek	759	46.00	769.27
	Miha Glavič	125	224.94	769.27
	Miha Novak	38	281.82	769.27
	Miha Rataj	29	282.87	769.27
	Miha Vozelj	333	18.27	769.27
	Mihec Pezdirc	104	19.16	769.27
	Miloš Manojlović	50	275.48	769.27
	Mitja Bezenšek	62	270.79	769.27
	Mitja Stegne	160	218.90	769.27
	Nataša Pajič	102	255.21	769.27
	Nejc Babič	21	268.25	769.27
	Nejc Sedej	68	44.29	769.27
	Nejc Sever	189	222.18	769.27
	Nejc Stanko	333	23.78	769.27
	Nejc Vičič	22	265.12	769.27
	Nevena Veljković	142	255.13	769.27
	Neža Glavič	41	273.10	769.27
	Nina Berlič	75	269.07	769.27
	Nina Jančič	80	258.19	769.27
	Nuša Gantar	305	128.98	769.27
	Pablo Almeida Gaiger	8	285.85	769.27
	Primož Bevk	186	87.08	769.27
	Primož Kernc	125	224.94	769.27
	Primož Prislan	73	265.94	769.27
	PRO-FREIGHT LIMITED	5,427	201.00	769.27
	Rok Kompan	280	94.84	769.27

行权日	股东	股份数	授予日 公允价值	行权日 公允价值
	Rok Papež	103	58.75	769.27
	Rok Stolnik	65	258.63	769.27
	Ruslan Konovalchuk	193	265.12	769.27
	Sara Krk	23	255.13	769.27
	Sašo Oražem	6	365.92	769.27
	Silpa Gohil	527	88.35	769.27
	Simon Polšak	83	21.32	769.27
	Špela Ličer	127	227.17	769.27
	Špela Šubelj Nadižar	11	365.92	769.27
	Stiliyan Ivanov	8	286.44	769.27
	STRAETE HOLDINGS LIMITED	501	56.29	769.27
	Tadej Bukovec	51	265.42	769.27
	Tadej Mittoni	18	221.58	769.27
	Tadej Prijatelj	209	205.55	769.27
	Tea Dora	73	265.94	769.27
	Tilen Bobek	38	224.94	769.27
	Tina Podgornik	74	217.93	769.27
	Tina Stockbauer Zagorac	358	48.76	769.27
	Tomas Lušina	825	87.01	769.27
	Tomaž Kramberger	73	266.84	769.27
	Tomaž Skubic	80	277.05	769.27
	Tomaž Treven	371	67.77	769.27
	Tomi Dolinšek	1,317	87.75	769.27
	Tony Christophe Semedo	859	44.29	769.27
	Totoulla Limited	2,000	25.35	769.27
	TRGT LIMITED	250	18.27	769.27
	Uroš Faletič	29	282.42	769.27
	Uroš Mahnič	66	278.54	769.27
	Uroš Pogačnik	235	213.90	769.27
	Urša Dana Saksida	469	25.35	769.27
	Urša Jevnikar	23	262.14	769.27
	Urša Podobnik	139	43.91	769.27
	Urška Leskovšek	5	370.69	769.27
	Urška Pivk	48	269.45	769.27
	Vana Vojdanovski	42	243.57	769.27
	Vanja Flis	67	150.01	769.27
	Xueping Yang	62	97.59	769.27
	Yleksa Trading Limited	2,375	25.35	769.27
	Zerina Kandžić	399	233.43	769.27
	Žiga Bobinac	187	43.91	769.27
	Žiga Debeljak	10,609	23.26	769.27

行权日	股东	股份数	授予日 公允价值	行权日 公允价值
	Žiga Sedovnik	7	366.96	769.27
	Živa Čizman	207	270.04	769.27

③2017 年 1-6 月

Outfit7 2017 年 1-6 月不存在增资情况。

3) Outfit7 报告期内减资的基本情况

Outfit7 减资系公司员工离职，Outfit7 根据员工离职当日公司股票的公允价值回购员工所持有的股票，回购价格高于员工行权价格部分作为股份支付处理。

报告期内，Outfit7 发生的减资基本情况及交易作价情况如下：

①2015 年度

单位：元

序号	回购时间	离职股东	回购股份	回购日股权 公允价值	回购日权益 账面价值	计入当期费 用	回购 单价
1	2015 年 4 月	Cricovaria Holdings Limited	12,000.00	1,048,375.81	686,900.83	361,474.98	87.36
2	2015 年 5 月	Robert Leskovšek	843.00	173,569.59	76,640.51	96,929.08	205.90
3	2015 年 8 月	Luka Gratej	1,562.00	335,259.59	72,433.31	262,826.28	214.63
4	2015 年 9 月	Randeep Sidhu	2,375.00	508,765.67	129,437.72	379,327.95	214.22
		Samo Homšak	770.00	165,463.40	70,031.65	95,431.75	214.89
5	2015 年 10 月	ArhiSENS, Polona Kern s.p.	723.00	177,187.55	46,448.39	130,739.16	245.07
6	2015 年 11 月	Paul Nunn	9,895.00	2,427,516.49	1,352,949.46	1,074,567.03	245.33
		Wandrille Pruvot	1,231.00	302,760.94	179,227.10	123,533.84	245.95
		Jan Pečar	1,478.00	366,185.57	73,443.70	292,741.87	247.76
		Nina Kranjec	1,500.00	371,647.13	186,707.32	184,939.81	247.76
		Tomaico investments	8,666.00	2,145,887.18	1,322,721.26	823,165.92	247.62

序号	回购时间	离职股东	回购股份	回购日股权公允价值	回购日权益账面价值	计入当期费用	回购单价
		Limited					
7	2015年12月	John Stephen Rankin	8,617.00	2,154,139.87	781,478.17	1,372,661.70	249.99
合计				10,176,758.79	4,978,419.42	5,198,339.37	

②2016 年度

单位：元

序号	回购时间	离职股东	回购股份	回购日股权公允价值	回购日权益账面价值	计入当期费用	回购单价
1	2016年1月	Blaž Porenta	3,541.00	931,043.79	81,837.81	849,205.98	262.93
		Brane Frančišek Gračnar	2,583.00	680,214.86	59,624.30	620,590.56	263.34
		Miha Klarič	2,824.00	744,331.48	64,567.58	679,763.90	263.57
		Simona Kozlevčar	1,062.00	280,054.11	24,552.18	255,501.93	263.70
2	2016年2月	Cassandra Harriet Morgan-Chandler	1,093.00	289,699.06	25,562.86	264,136.20	265.05
		Andrej Remškar	8,200.00	2,181,687.90	189,862.52	1,991,825.38	266.06
		Molesona Trading Limited	13,055.00	3,473,605.15	302,435.00	3,171,170.15	266.07
3	2016年3月	Bruna Biancarelli	167.00	44,808.82	7,109.21	37,699.61	268.32
		Thomas Russel Mapham	83.00	22,277.52	7,180.94	15,096.58	268.40
4	2016年4月	Nina Sivec	3,384.00	925,775.73	79,339.44	846,436.29	273.57
		Miha Gerbec	3,000.00	780,396.21	73,322.54	707,073.67	260.13
5	2016年5月	Luka Maške	332.00	86,778.63	14,288.29	72,490.34	261.38
		Sandra Melihen	267.00	69,989.93	11,537.32	58,452.61	262.13
		Romana Bogovič	2,500.00	662,396.54	59,002.87	603,393.67	264.96

序号	回购时间	离职股东	回购股份	回购日股权公允价值	回购日权益账面价值	计入当期费用	回购单价
6	2016年6月	Cindy Sungeun Um	9,226.00	2,491,289.94	242,287.61	2,249,002.33	270.03
		Eun Suk Kim	1,292.00	348,655.66	30,550.22	318,105.44	269.86
		Javgura Limited	3,375.00	911,429.86	105,297.00	806,132.86	270.05
7	2016年8月	Damjan Kovačič	319.00	87,917.99	13,965.53	73,952.46	275.61
		Rok Kernc	1,853.00	513,602.58	41,398.56	472,204.02	277.17
8	2016年9月	Vesna Dumendžić	170.00	47,079.80	7,283.82	39,795.98	276.94
		Richard James Neil	963.00	268,909.84	41,933.06	226,976.78	279.24
		Gašper Vrhovšek	349.00	97,455.66	15,353.69	82,101.97	279.24
		Katarina Roškar	649.00	181,469.23	25,651.00	155,818.23	279.61
		Nejc Tomažič	851.00	238,029.89	21,478.02	216,551.87	279.71
		James John Duncan Crabb	687.00	192,477.43	61,998.60	130,478.83	280.17
9	2016年10月	Aleš Kramolc	33.00	11,574.39	6,991.56	4,582.83	350.74
10	2016年11月	Miha Rejc	613.00	224,258.40	53,648.72	170,609.68	365.84
11	2016年12月	Matej Kovač	65.00	23,559.21	5,354.39	18,204.82	362.45
合计			62,536.00	16,810,769.61	1,673,414.64	15,137,354.97	

③2017年1-6月

Outfit7 2017年1-6月不存在减资情况。

根据《企业会计准则—第11号股份支付》的规定，股份支付，是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以

权益结算的股份支付，是指企业为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。以现金结算的股份支付，是指企业为获取服务承担以股份或其他权益工具为基础计算确定的交付现金或其他资产义务的交易。

综上所述，Outfit7 上述发生的股权转让交易均系股东在正常经营活动中的股权转让行为，不涉及股份支付。上述增资行为系 Outfit7 为鼓励员工更好的为公司服务，强化对 Outfit7 的认同感，允许员工在公司工作一段时间后以入职时的价格入股公司，由于员工行权当日的公司每股估值均高于员工认购的价格，上述增资行为构成股份支付。上述减资行为系员工离职后，Outfit7 以员工离职当日的公司每股评估价回购员工所持有的股份，回购当日的价格均高于员工所持有的股份价格，视同对员工在 Outfit7 工作期间对员工的奖励，因此上述减资行为构成股份支付。

2、股份支付的会计处理及对 Outfit7 经营业绩的影响

（1）与权益结算相关的股份支付

上述增资行为涉及的股权激励情况中，对于员工行权购买股票的行为，Outfit7 认为股份授予属于与权益结算相关的股份支付，并且应在等待期内的每个资产负债表日，根据可行权股票的公允价值与授予价格的差额及预计可行权的股票数量确认当期取得的员工服务计入的当期费用，Outfit7 因此事项分别于 2015 年度确认管理费用 45,144,625.51 元，2016 年度确认管理费用 1,283,703.50 元。

相关股权激励费用计算过程如下：

单位：元

年度	可行权股票公允价值	可行权股票授予日价值	计入当期费用
2015 年度	56,102,673.81	10,958,048.30	45,144,625.51
2016 年度	2,624,304.04	1,340,600.54	1,283,703.50
合计	58,726,977.85	12,298,648.84	46,428,329.01

（2）与现金结算相关的股份支付

1) 对于员工离职，Outfit7 将股权赎回日公允价值与行权日公允价值差额支付给员工，属于与现金结算相关的股份支付，Outfit7 因该事项分别于 2015 年度

确认管理费用 5,198,339.37 元，2016 年度确认管理费用 15,137,354.97 元。

员工离职形成的以现金结算的股份支付计算过程如下：

单位：元

年度	回购总额	回购权益	计入当期费用
2015 年度	10,176,758.79	4,978,419.42	5,198,339.37
2016 年度	16,810,769.61	1,673,414.64	15,137,354.97
合计	26,987,528.40	6,651,834.06	20,335,694.34

2) 对于拥有以现金结算的股票期权的员工，在员工将股票期权结算时，将股票期权结算日公允价值与授予日公允价值差额支付给员工并计入当期费用，Outfit7 因该事项于 2015 年度确认管理费用 5,682,543.43 元，2016 年度确认管理费用 3,354,310.42 元。

Outfit7 因员工持有以现金结算的股票期权并到期行权形成的以现金结算的股份支付计算过程如下：

单位：元

终止日期	行权人	股票期权结算日公允价值	股票期权授予日公允价值	计入当期费用
2015 年 1 月	Aleksandar Jordačević	129,959.56	30,651.54	99,308.02
2015 年 4 月	Cricovaria Holdings Limited	56,140.87	15,645.82	40,495.05
	Giverny Melissa Tattersfield	11,220.50	4,870.49	6,350.01
	Jure Novič	25,211.84	7,262.41	17,949.43
2015 年 5 月	Robert Leskovšek	8,133.21	960.90	7,172.31
2015 年 8 月	Luka Gratej	43,028.89	4,483.97	38,544.92
	Grafično oblikovanje Rok Benedik s.p.	77,622.15	15,513.98	62,108.17
2015 年 9 月	Randeep Sidhu	60,914.62	11,452.45	49,462.17
	Samo Homšak	1,845,889.19	160,190.65	1,685,698.54
	Dražen Jakšič	256,704.27	135,539.85	121,164.42
	Eun Suk Kim	58,119.19	51,785.69	6,333.50
	Gorazd Glešič	11,784.94	6,716.15	5,068.79
	Jaka Benedičič	38,259.28	30,574.01	7,685.27
	Jan Pečar	78,172.07	9,401.58	68,770.49
	Janez Plešnar	48,020.85	25,931.26	22,089.59
	Kirsten Allison Duvall	117,153.88	46,830.49	70,323.39
	Matej Kovač	23,189.72	8,236.79	14,952.93
	Miha Bratina	131,329.09	26,117.82	105,211.27
	Miha Rejc	19,895.01	7,603.19	12,291.82

终止日期	行权人	股票期权结算日公允价值	股票期权授予日公允价值	计入当期费用
	Nina Sivec	130,495.25	12,565.09	117,930.16
	Primž Bevk	92,828.80	48,642.29	44,186.51
	Rick Neil	227,149.82	109,548.62	117,601.20
	Tony Semedo	105,472.44	50,727.22	54,745.22
	Wandrille Pruvot	104,851.28	84,216.55	20,634.73
2015 年 10 月	ArhiSENS, Polona Kern s.p.	75,292.82	8,474.47	66,818.35
2015 年 11 月	Paul Nunn	79,348.41	3,794.13	75,554.28
	Wandrille Pruvot	24,647.48	4,232.47	20,415.01
	Nina Kranjec	21,905.24	1,962.98	19,942.26
	Cheryl Koll	604,142.38	63,833.46	540,308.92
	Grant Donovan Quick	54,683.24	18,781.54	35,901.70
	Jan Pečar	24,653.98	2,271.01	22,382.97
	Paul Mark Gunby	208,942.53	35,609.71	173,332.82
	Tomaico investments Limited	42,027.30	7,162.64	34,864.66
	Khim Teck Chua	36,883.96	13,034.66	23,849.30
2015 年 12 月	John Stephen Rankin	2,077,313.82	204,218.57	1,873,095.25
2015 年度合计		6,951,387.88	1,268,844.45	5,682,543.43
2016 年 1 月	Blaž Porenta	272,892.11	42,824.59	230,067.52
	Brane Frančišek Gračnar	219,152.93	19,056.77	200,096.16
	Miha Klarič	188,792.36	13,978.68	174,813.68
	Simona Kozlevčar	98,587.16	8,699.31	89,887.85
2016 年 2 月	Cassandra Harriet Morgan-Chandler	55,368.67	4,873.30	50,495.37
	Molesona Trading Limited	132,864.22	11,438.64	121,425.58
2016 年 3 月	Bruna Biancarelli	23,726.09	6,321.17	17,404.92
	Thomas Russel Mapham	350,426.30	114,250.91	236,175.39
2016 年 4 月	Nina Sivec	170,527.27	13,291.70	157,235.57
	Miha Gerbec	32,482.81	3,024.64	29,458.17
	Dejan Suhoveršnik	26,401.63	21,935.94	4,465.69
2016 年 5 月	Luka Maške	10,473.69	2,906.00	7,567.69
	Sandra Melihen	15,767.73	11,529.86	4,237.87
	Romana Bogovič	264,701.90	23,390.56	241,311.34
2016 年 6 月	Mika Johannes Kuusisto	2,720,578.81	2,211,403.52	509,175.29
	Cindy Sungeun Um	239,482.92	25,348.03	214,134.89
	Eun Suk Kim	28,047.55	2,447.87	25,599.68
	Javgura Limited	101,160.49	8,661.48	92,499.01
2016 年 8 月	Damjan Kovačič	25,398.18	4,047.52	21,350.66
	Luka Narat	14,670.42	13,834.89	835.53

终止日期	行权人	股票期权结算日公允价值	股票期权授予日公允价值	计入当期费用
	Rok Kernc	83,914.97	6,996.49	76,918.48
2016 年 9 月	Vesna Dumendžić	92,916.67	14,645.27	78,271.40
	Richard James Neil	145,435.51	22,501.06	122,934.45
	Gašper Vrhovšek	34,957.52	5,517.68	29,439.84
	Katarina Roškar	56,771.00	8,055.88	48,715.12
	Nejc Tomažič	58,169.30	5,246.52	52,922.78
	James John Duncan Crabb	80,129.59	25,521.52	54,608.07
2016 年 10 月	Andrej Fodor	142,722.57	43,127.20	99,595.37
	Aleš Kramolc	1,083.81	658.16	425.65
2016 年 11 月	Petra Majdič	58,108.30	33,635.47	24,472.83
	Sarah Brodnik	183,041.14	43,238.06	139,803.08
	Miha Rejc	129,890.94	30,793.78	99,097.16
2016 年 12 月	Matej Kovač	138,929.54	40,061.21	98,868.33
2016 年合计		6,197,574.10	2,843,263.68	3,354,310.42

(3) 股权激励计划取消

Outfit7 于 2016 年 12 月份终止股权激励计划，尚未达到行权条件的期权取消，相应冲回该部分期权前期确认的股权激励费用，调减 2016 年度管理费用 25,913,197.80 元，同时公司将提高员工整体薪酬标准以保持员工稳定性。

根据《企业会计准则-股份支付》、股份支付指南以及相关讲解，如果企业在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），企业应当将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本应在剩余等待期内确认的金额。可行权条件包括服务期限条件和业绩条件。服务期限条件指职工或其他方完成规定服务期限才可行权的条件。业绩条件是指企业达到特定业绩目标职工才可行权的条件，具体包括市场条件和非市场条件。市场条件指行权价格、可行权条件以及行权可能性与权益工具的市场价格相关的业绩条件；非市场条件指除市场条件之外的其他业绩条件。

对未达到行权条件的处理，分为未达到非市场条件和达到市场条件。如果激励对象未满足服务期限条件和非市场业绩条件，则最终被授予的权益工具数量为零，相应的，与该股份支付计划相关的累计成本、费用也就为零，需要把以前期间就该股份支付计划已确认的成本、费用全部在当期冲回；如果激励对象能够满足非市场条件而不满足市场条件下取消或终止股权激励计划，应视同加速行权，

将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。

经核查，Outfit7 的 2016 年度业绩增长未达预期，相应股权激励计划取消。上述事项属于未满足非市场业绩条件导致尚未行权的期权取消，根据《企业会计准则》应将前期就该股份支付计划已确认的成本、费用全部在当期冲回。

综上，Outfit7 股份支付对公司经营业绩的影响如下：

单位：元

项目	2015 年度	2016 年度	2017 年 1-6 月
与权益结算相关的股份支付计入当期费用	45,144,625.51	1,283,703.50	-
与现金结算相关的股份支付计入当期费用	10,880,882.80	18,491,665.39	-
股权激励计划取消计入当期费用		-25,913,197.80	-
合计	56,025,508.31	-6,137,828.91	-

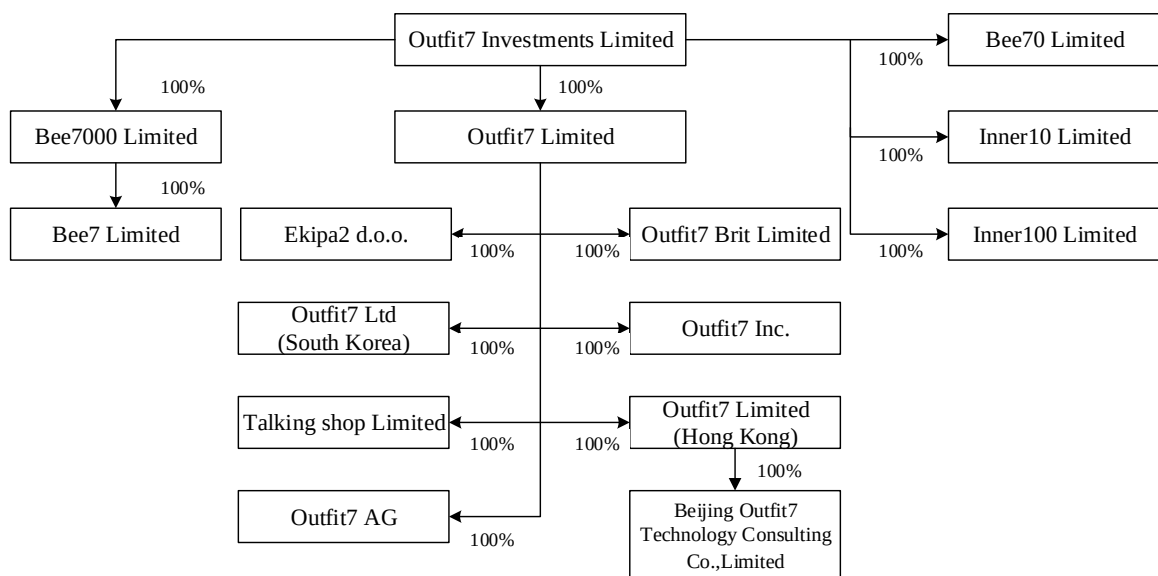
（十）最近三年涉及的立项、环保、行业准入、用地、规划、建设许可

截至本报告书签署日，Outfit7 及其控股子公司不涉及立项、环保、行业准入、用地、规划、建设许可等有关报批事项。Outfit7 主营业务不需要专门的生产经营资质。

（十一）Outfit7 控股子公司概况

1、Outfit7 架构

截至本报告书签署日，Outfit7 的公司架构如下：



2、Outfit7 控股子公司概况

序号	公司名称	层级	直接或间接持股比例（%）	成立时间	注册地	业务性质
1	Outfit7 Limited	1	100	2013 年 10 月 9 日	英国	软件与视频的制作和发行、广告销售业务、IP 授权
2	Bee7000 Limited	1	100	2014 年 6 月 4 日	英国	清算中
3	Bee70 Limited	1	100	2014 年 6 月 4 日	英国	未实际开展业务
4	Inner10 Limited	1	100	2014 年 6 月 4 日	英国	未实际开展业务
5	Inner100 Limited	1	100	2014 年 6 月 4 日	英国	未实际开展业务
6	Ekipa2	2	100	2011 年 1 月 18 日	斯洛文尼亚	软件与视频的制作和发行
7	Outfit7 Brit Limited	2	100	2012 年 1 月 3 日	英国	广告销售与视频本地化
8	Outfit7 Limited(Hong Kong)	2	100	2014 年 6 月 4 日	香港	控股公司
9	Outfit7, Inc.	2	100	2011 年 1 月 14 日	美国	未实际开展业务
10	Talking Shop Limited	2	100	2012 年 4 月 26 日	塞浦路斯	清算中
11	Outfit7 Ltd(South Korea)	2	100	2012 年 1 月 13 日	韩国	清算完毕，尚未注销
12	Outfit7 AG	2	100	2013 年 10 月 18 日	瑞士	未实际开展业务
13	Bee7 Limited	2	100	2014 年 6 月 4 日	英国	清算中

序号	公司名称	层级	直接或间接持股比例(%)	成立时间	注册地	业务性质
14	Beijing Outfit7 Technology Consulting Co.,Ltd	3	100	2015 年 11 月 20 日	中国	视频的本地化及推广

3、主要下属子公司情况

截至本报告书签署之日，Outfit7 共有 14 家子公司，其中最近一期的资产总额、营业收入、资产净额或净利润占 Outfit7 同期相应财务指标 20%以上且有重大影响的子公司为 Outfit7 Limited。Outfit7 Limited 的情况如下：

（1）基本信息

公司名称：Outfit7 Limited
 股数：101 股
 注册号：08725441
 注册地：5th Floor, 52-54 Gracechurch Street, London, United Kingdom, EC3V 0EH
 公司类型：私营股份有限公司
 成立日期：2013 年 10 月 9 日
 主营业务：软件与视频的制作和发行、广告销售业务、IP 授权

（2）历史沿革

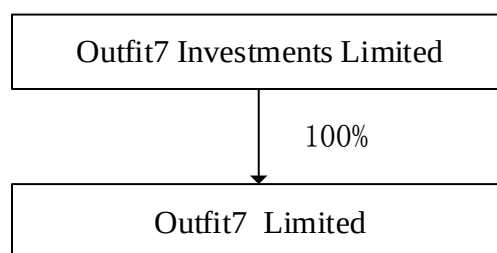
2013 年 10 月 9 日，ATC Nominees Limited 在英国设立 Outfit7 Limited，设立股数为 1 股。

2013 年 10 月 9 日，ATC Nominees Limited 将其持有的 Outfit7 Limited 100% 股权转让给 Outfit7。

2014 年 2 月 5 日，Outfit7 Limited 向 Outfit7 发行 100 股股份。

（3）产权控制关系

截至本报告书签署日，Outfit7 Limited 的产权控制关系如下：



(4) 最近三年主营业务发展情况

最近三年，Outfit7 Limited 主要从事软件与视频的制作和发行、广告销售业务、IP 授权业务。

(5) 最近两年及一期的主要财务数据

截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 Limited 最近两年及一期的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	44,223.88	42,304.66	36,370.94
总负债	5,813.94	3,564.85	5,565.3
归属母公司股东的所有者权益	38,409.94	38,739.81	30,805.64
项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
营业收入	42,397.24	66,689.23	72,977.49
利润总额	31,543.54	47,781.81	61,817.04
归属于母公司所有者的净利润	30,648.61	46,618.01	60,646.70
扣除非经常性损益的归属于母公司股东的净利润	30,650.17	46,628.86	60,650.18

Outfit7 Limited 的非经常性损益主要为非流动资产处置损益等，金额较小，且不具有可持续性。

(6) Outfit7 Limited 注册地在英国却为塞浦路斯的纳税居民的原因及合理性

Outfit7 Limited 选择英国伦敦作为注册地的主要原因系伦敦为国际化大都市且政治经济环境较为稳定，符合 Outfit7 国际化互联网高科技企业的整体战略定位；选择成为塞浦路斯的纳税居民主要原因系税收筹划考虑，根据塞浦路斯税务法规，Outfit7 Limited 可以享受 IP 盒子收入的应纳税额减免 80%计缴企业所得税

的税收优惠，即按照 2.5% 税率计缴企业所得税。

根据塞浦路斯的《收入所得税法》（编号：2002 年 118(I)）第二部分的规定，企业的实际管理机构在塞浦路斯，则该企业将被认定为塞浦路斯的纳税居民。Outfit7 Limited 管理层办公及决策场所（即实际管理机构）位于塞浦路斯，符合上述法规关于塞浦路斯纳税居民的认定。因此，Outfit7 Limited 符合塞浦路斯的《收入所得税法》的有关规定，是塞浦路斯的纳税居民。

根据塞浦路斯律师事务所 Phaeton A. Michael & CO LLC 核查后出具的法律意见书及英国会计师事务所 Wilder Coe Ltd 核查后出具的税务意见，Outfit7 Limited 报告期内的税务架构符合塞浦路斯及英国的法律。

四、标的公司的业务与技术

（一）标的公司主营业务概况

杭州逗宝及上虞码牛除合计持有 Outfit7 的 56% 股权外，暂未开展其他经营业务。

Outfit7 是一家集大数据广告分发与互联网儿童早期教育于一体的世界知名的移动应用开发商和发行商，其核心研发和经营团队分布于斯洛文尼亚、塞浦路斯以及英国。Outfit7 创造了全球知名 IP“会说话的汤姆猫家族”，包括一系列样貌可爱、形象有趣的拟人化卡通动物形象，如冒险乐观的汤姆猫、优雅自信的安吉拉猫、淘气可爱的金杰猫、睿智的狗狗本、呆萌的狗狗汉克、激情的鹦鹉皮埃尔、快乐的河马 Hippo 等，通过赋予该等形象独特的生命内涵，使得该等形象既可以成为用户的宠物，又可以成为用户情感陪护的玩伴，深受全世界父母与儿童的喜爱。Outfit7 根据该 IP，研发和发行了多款在全球范围内极受欢迎的移动应用，诸如《会说话的汤姆猫》、《我的安吉拉》等亲子互动移动应用产品，在包括 App Store、Facebook 和 Google play 等平台进行运营，并因其卡通形象独特的成长背景以及鲜活有趣的风格，使得该等应用在全球范围内广泛传播，收获了大量忠实用户。自成立至今，Outfit7 移动应用产品的累计下载量排名全球前列，根据 App Annie 统计，Outfit7 应用产品在 2012 年 1 月至 2016 年 3 月 Google Play 应用市场的下载量排名前十；在 2015 年全年 iOS 及 Google Play 合计下载量排名

前十等。

此外，Outfit7 根据 IP“会说话的汤姆猫家族”制作了多款动画影视产品，该等影视产品在包括优酷、YouTube 等视频平台播放。通过 Outfit7 的动画影视产品，进一步推广吸引了用户下载和体验其开发运营的移动应用产品。

Outfit7 的业务收入主要来源为基于移动应用的大数据广告分发，小部分来自移动应用内的充值收入，Outfit7 业务覆盖了欧盟、美国、中国、俄罗斯、巴西等全球多个国家和地区。

（二）标的公司所处行业主管部门、监管体制及主要法律法规及政策

1、标的公司所处行业的境内主管部门、监管体制

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 修订），标的公司所处行业为“I 信息传输、软件和信息技术服务业”之“64 互联网和相关服务”。

Outfit7 主要业务为移动应用的研发和运营，并基于自身研发的移动应用进行大数据广告分发，同时获取用户的应用内充值购买金额。Outfit7 所属行业的主管部门及监管体制如下：

（1）标的公司所处广告行业的境内主管部门、监管体制

目前，我国广告行业的管理模式是政府机构监管与行业自律协会管理相结合，其中政府主管部门是国家工商行政管理部门，主要负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作；自律管理机构主要包括中国广告协会、中国商务广告协会、中国商务广告协会综合代理专业委员会等。

我国广告行业的监管体制分为登记管理和行政许可监管以及广告发布监管两类。登记管理和行政许可监管由工商行政管理部门负责，分别包括对广告代理经营单位进行审核并向符合设立条件的广告公司颁发《营业执照》；对兼营广告业务的广播电台、电视台、报刊出版单位，事业单位以及其他法律、行政法规规定的应当办理广告经营许可登记的单位，实行行政许可制度，并向符合申请条件的单位颁发《广告经营许可证》。此外，广告经营者经营或者代理广告业务，应当审查广告内容，不得刊播违反相关管理条例规定的广告。

（2）标的公司所处互联网行业的境内主管部门、监管体制

互联网行业主要受到相关政府部门监督管理及行业协会自律监管。行业行政主管部门包括工信部、文化部、广电总局、国家互联网信息办公室等部门，以上相关部门在各自职责范围内依法对涉及特定领域或内容的互联网信息服务实施监督管理。

1) 工信部

工信部主要负责制定并组织实施行业规划、计划和产业政策，提出优化产业布局、结构的政策建议，起草相关法律法规草案，制定规章，拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作；依法对电信与信息服务实行监管，提出市场监管和开放政策；负责市场准入管理，监管服务质量。

2) 文化部

文化部主要负责制定互联网文化发展与管理的方针、政策和规划，监督管理全国互联网文化活动；依据有关法律、法规和规章，对经营性互联网文化单位实行许可制度，对非经营性互联网文化单位实行备案制度；对互联网文化内容实施监管，对违反国家有关法规的行为实施处罚。

3) 广电总局

广电总局主要负责统筹规划新闻出版广播电影电视事业产业发展，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，负责著作权管理等。

4) 国家互联网信息办公室

国家互联网信息办公室主要职责包括，落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理，指导有关部门做好网络游戏、网络视听、网络出版等网络文化领域业务布局规划，域名注册管理和服务机构等做好域名注册、互联网地址分配、网站登记备案、接入等互联网基础等工作。

5) 其他行业自律性组织

除行政主管部门外，互联网行业还包括中国互联网协会、中国软件行业协会游戏软件分会、中国出版工作者协会游戏工作委员会等自律性组织。

2、标的公司所处行业的境内主要法律法规及政策

标的公司所处行业的相关法规及政策如下：

序号	文件名称	实施日期	颁发部门	文件主要内容
1	《中华人民共和国电信条例》	2016 年修订	国务院	规定国家对电信业务经营按照电信业务分类，实行许可制度；规定了基础电信业务和增值电信业务的经营资质。
2	《网络出版服务管理规定》	2016 年	工信部	申请从事网络出版服务，应当向所在地省、自治区、直辖市出版行政主管部门提出申请，经审核同意后，报国家新闻出版广电总局审批。
3	《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》	2014 年	国务院	《意见》要求，大力推动传统文化单位发展互联网新媒体，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，提升先进文化互联网传播吸引力。深入挖掘优秀文化资源，推动产业优化升级，打造民族品牌。推动动漫游戏与虚拟仿真技术在设计、制造等产业领域中的集成应用。
4	《网络文化经营单位内容自审管理办法》	2013 年	文化部	要求网络文化经营单位应当建立健全内容管理制度，设立专门的内容管理部门，配备取得《内容审核人员证书》的人员负责网络文化产品及服务的内容管理，保障网络文化产品及服务内容的合法性。同时，网络文化经营单位内容管理制度应当明确内容审核工作职责、标准、流程及责任追究办法，并报所在地省级文化行政部门备案。
5	《文化部“十二五”文化科技发展规划》	2012 年	文化部	《规划》提出，要加快发展文化装备制造业，以先进技术支撑文化装备、软件、系统研制和自主发展。提高演艺业、娱乐业、动漫业、游戏业、文化旅游业、艺术品业、工艺美术业、文化会展业、创意设计业、网络文化业、数字文化服务业等重点产业的技术装备水平与系统软件国产化水平；发展面向公共文化服务与传播渠道建设的文化资源处理装备、展演展映展播展览装备和流动服务装备与系统平台。
6	《关于推进广告战略实施的意见》	2012 年	国家工商行政管理总局	支持广告业创新发展。鼓励广告企业加强广告科技研发，加速科技成果转化，提高运用新设备、新技术、新材料、新媒体的水平。促进数字、网络等新技术在广告服务领域的应用。

序号	文件名称	实施日期	颁发部门	文件主要内容
7	《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》	2012 年	文化部	《规划》提出，要积极协调有关部门，逐步完善文化产业各门类政策，改造提升演艺、娱乐、文化旅游、工艺美术等传统文化产业，加快发展动漫、游戏、网络文化、数字文化服务等新兴文化产业，构建结构合理、门类齐全、科技含量高、竞争力强的现代文化产业体系，形成各行业百花齐放、共同繁荣的良好局面，推动文化产业跨越式发展。
8	《国务院办公厅关于加快发展高技术服务业的指导意见》	2011 年	国务院办公厅	《意见》提出，促进数字内容和信息技术融合创新，拓展数字影音、数字动漫、健康游戏、网络文学、数字学习等服务，大力推动数字虚拟等技术在生产经营领域的应用。
9	《互联网信息服务管理办法》	2011 年修订	国务院	主要目的是为了规范互联网信息服务活动，促进互联网信息服务健康有序发展。规定从事经营性、非经营性信息服务的机构分应分别在电信管理机构取得增值电信业务经营许可证、办理备案手续。
10	《互联网文化管理暂行规定》	2011 年修订	文化部	规定申请设立经营性互联网文化单位，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府文化行政部门提出申请，由初审同意后，报文化部审批，经批准后取得《网络文化经营许可证》。
11	《电信业务经营许可管理办法》	2009 年	工信部	规定《基础电信业务经营许可证》和《跨地区增值电信业务经营许可证》由工信部审批，省、自治区、直辖市范围内的《增值电信业务经营许可证》由省、自治区、直辖市通信管理局审批，凡经营电信业务的企业，应当依法取得电信管理机构颁发的经营许可证。
12	《文化产业振兴规划》	2009 年 7 月	国务院	确定将以文化创意、广告、动漫等产业为重点，加大扶持力度，完善产业政策体系，实现跨越式发展。首次把文化产业的发展规划列入国家发展战略来，标志着把文化产业发展作为一个战略性新兴产业提升到了国家战略的层面，意义重大而深远。
13	《关于加快文化产业发展的指导意见》	2009 年	文化部	《意见》要求，增强游戏产业的核心竞争力，推动民族原创网络游戏的发展，提高游戏产品的文化内涵。鼓励研发具有自主知识产权的网络游戏技术、电子游戏软硬件设备，优化游戏产业结构，提升游戏产业素质，促进网络游戏、电子游戏、家用视频游戏的协调发展。鼓励游戏企业打造中国游戏品牌，积极开拓海外市场。

序号	文件名称	实施日期	颁发部门	文件主要内容
14	《关于促进广告业发展的指导意见》	2008 年	国家工商行政管理总局、国家发改委	支持数字化音视频、动漫和网络等实用新技术在广告策划、创意、制作和发布等方面的应用推广；支持互联网、楼宇视频等新兴广告媒介健康有序发展，使其成为广告业新的增长点。

3、标的公司所处行业的海外相关政策

不同国家对移动应用行业的监管方式存在差异，但由于互联网移动应用行业的特殊性，互联网移动应用公司的注册地、业务涉及的服务器架设地、终端用户所在地经常不在同一国境内，目前尚没有统一的法律框架和监管体系。

（三）标的公司主要产品介绍

1、主要网络应用产品概况

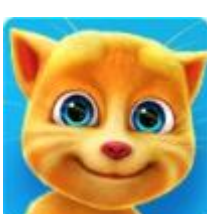
Outfit7 是一家集大数据广告分发与互联网儿童早期教育于一体的世界知名的移动应用开发商和发行商，其核心研发和经营团队分布于斯洛文尼亚、塞浦路斯以及英国。

Outfit7 专注于移动应用的研发和运营，并基于自身研发的移动应用进行大数据广告分发，同时获取用户的应用内充值购买收入。此外，Outfit7 根据其所持有的 IP 开发了多部动画影视产品。

截至目前，Outfit7 共开发和运营了超过 20 款休闲移动应用，其中主要产品包括《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》、《汤姆猫跑酷》、《我的汉克狗》、《会说话的汤姆猫 2》等。

Outfit7 的主要产品具体情况如下：

序号	产品	发布时间	图例	类型	来源	收入构成
Apps						
1	我的汤姆猫	2013 年 11 月		养成类	自研	广告+内购

序号	产品	发布时间	图例	类型	来源	收入构成
2	我的安吉拉	2014 年 10 月		养成类	自研	广告+内购
3	汤姆猫跑酷	2016 年 6 月		跑酷类	自研	广告+内购
4	我的汉克狗	2017 年 1 月		养成类	自研	广告+内购
5	会说话的汤姆猫 2	2011 年 5 月		养成类	自研	广告+内购
6	会说话的汤姆猫	2010 年 6 月		养成类	自研	广告+内购
7	会说话的安吉拉	2012 年 12 月		养成类	自研	广告+内购
8	会说话的金杰猫	2012 年 8 月		养成类	自研	广告+内购

序号	产品	发布时间	图例	类型	来源	收入构成
9	会说话的金杰猫 2	2013 年 4 月		养成类	自研	广告+内购
10	会说话的狗狗本	2012 年 6 月		养成类	自研	广告+内购
11	会说话的皮埃尔	2011 年 11 月		养成类	自研	广告+内购
12	汤姆猫泡泡射手	2015 年 12 月		竞赛类	自研	广告+内购
13	汤姆猫的摩托艇	2015 年 10 月		跑酷类	自研	广告+内购
14	汤姆和本的欢乐新闻	2011 年 10 月		养成类	自研	广告+内购
15	汤姆与安吉拉	2012 年 7 月		养成类	自研	广告+内购

序号	产品	发布时间	图例	类型	来源	收入构成
16	汤姆的情书	2012 年 1 月		养成类	自研	广告+内购
视频						
1	会说话的汤姆猫家族动画系列	2015 年 4 月		视频	外包	广告
2	会说话的汤姆猫家族迷你剧	2015 年 3 月		视频	外包	广告
3	会说话的汤姆猫短剧	2014 年 3 月		视频	外包	广告

2、核心应用产品基本情况

(1)《我的汤姆猫》



《我的汤姆猫》是 Outfit7 的明星主打产品。该应用产品保留了《会说话的

汤姆猫》的重复说话功能，并增加了“果冻连线”、“泡泡射手”、“星球跳跳跳”等十余款小应用。在该应用中，用户可以领养其专属的猫咪，并充分发挥创造力，在 1,000 多种毛色、服装和家具的组合中挑选、打造其专属的汤姆猫，通过喂养、玩耍等陪伴成长的方式让猫咪成为玩家生活的一部分。此外，用户亦可通过定时喂食蔬菜、水果等树立“营养平衡”饮食理念，通过收集机票，环游世界拜访其他的汤姆猫，以认识不同国家的国旗特征和风俗人情。除此之外，用户还可以用来自不同地方的明信片充实相簿，解锁探险家的服装。《我的汤姆猫》曾于 2014 年荣获《Tabby 最佳 iPad 游戏：孩子、教育和家庭 Best iPad Game: Kid, Education and Family》。

1) 报告期内，《我的汤姆猫》的主要运营数据如下：

时间	累计下载量（万人次）	MAU（万人）	充值用户数（万人）	当月取得收入（万美元）	内购收入（万美元）	广告收入（万美元）	ARPPU（美元）	充值消费比（%）
2015 年 1 月	31,354.31	7,702.62	1.38	561.11	58.61	502.50	42.39	91.37
2015 年 2 月	33,571.14	7,348.98	1.12	495.83	47.93	447.90	42.98	90.85
2015 年 3 月	35,712.30	7,594.47	2.02	452.41	40.12	412.28	19.87	80.23
2015 年 4 月	37,576.40	7,074.18	2.50	392.95	34.91	358.04	13.99	83.57
2015 年 5 月	39,346.11	6,773.37	2.83	397.40	34.73	362.67	12.27	84.61
2015 年 6 月	41,119.58	6,551.53	1.54	365.53	30.10	335.44	19.49	87.30
2015 年 7 月	43,417.66	7,180.78	1.41	394.62	33.88	360.73	23.99	90.71
2015 年 8 月	45,758.41	7,172.98	1.10	364.83	28.96	335.87	26.38	88.86
2015 年 9 月	47,658.67	6,367.09	0.87	300.56	17.07	283.49	19.67	88.79
2015 年 10 月	50,020.37	6,697.82	1.16	314.61	22.38	292.23	19.30	91.44
2015 年 11 月	52,480.00	6,687.66	1.31	353.23	24.35	328.88	18.57	91.24
2015 年 12 月	55,252.17	7,372.99	1.52	430.79	29.11	401.68	19.17	93.30
2016 年 1 月	58,309.44	7,772.88	1.92	361.84	33.28	328.56	17.35	93.68
2016 年 2 月	61,359.41	7,752.35	2.12	313.47	32.99	280.47	15.55	93.57
2016 年 3 月	63,801.25	7,169.83	1.43	309.78	28.75	281.03	20.15	93.88
2016 年 4 月	66,347.66	7,104.87	1.27	287.81	25.88	261.94	20.43	93.34
2016 年 5 月	68,996.75	7,213.43	1.92	283.19	23.24	259.95	12.11	92.20
2016 年 6 月	71,687.21	7,332.73	2.27	304.65	23.73	280.92	10.44	90.65
2016 年 7 月	75,532.41	8,718.20	3.28	362.11	30.79	331.32	9.38	91.11
2016 年 8 月	79,707.59	9,244.90	4.70	357.87	27.56	330.30	5.87	89.11
2016 年 9 月	82,700.30	7,916.41	3.00	304.15	21.28	282.86	7.10	88.37
2016 年 10 月	85,939.29	7,970.05	2.87	294.88	23.76	271.12	8.28	89.21

时间	累计下载量（万人次）	MAU（万人）	充值用户数（万人）	当月取得收入（万美元）	内购收入（万美元）	广告收入（万美元）	ARPPU（美元）	充值消费比（%）
2016 年 11 月	88,867.74	7,530.09	2.72	295.07	22.05	273.01	8.12	88.11
2016 年 12 月	92,409.27	8,322.28	3.14	332.82	25.23	307.59	8.03	88.23
2017 年 1 月	97,250.03	9,630.02	3.38	308.20	29.03	279.17	8.59	89.57
2017 年 2 月	101,310.25	8,910.09	2.81	272.58	27.29	245.29	9.73	89.22
2017 年 3 月	104,624.42	9,639.07	2.72	315.80	21.36	294.43	7.85	95.61
2017 年 4 月	107,822.25	7,872.56	2.33	286.65	14.79	271.86	6.35	96.94
2017 年 5 月	110,869.31	7,454.09	2.28	293.68	16.80	276.88	7.36	96.87
2017 年 6 月	113,933.71	7,371.93	2.33	307.68	18.68	289.00	8.02	96.48

《我的汤姆猫》为 Outfit7 的主要产品，自 2013 年 11 月推出以来，《我的汤姆猫》受到广大的儿童和家长喜爱，截至 2017 年 6 月 30 日已累计取得了 113,933.71 万人次的安装量，月度活跃用户数长期维持在 7000 万人至 9000 万人之间。《我的汤姆猫》主要面向儿童、家长等家庭类用户，且其定位为休闲养成类应用，因此在应用内进行购买的用户数量较少，通过用户的应用内购买取得的收入亦较小。《我的汤姆猫》因其庞大的活跃用户基数，进行大数据的广告分发取得收入。

《我的汤姆猫》月度下载量、月度活跃用户数、取得的月度广告收入、内购收入存在较为明显的寒假、暑假周期性，主要是由于每年 7-8 月，12 月至次年 2 月属于假期集中时段，如校园寒假、暑假、春节、圣诞节等均集中于此时段，且《我的汤姆猫》的主要用户为儿童和家长，因此在每年寒暑假期间，其应用安装量及活跃用户数均较其他月份有明显增长。

《我的汤姆猫》月度下载量、月度活跃用户数整体呈现明显增长趋势，这主要是由于：1）Outfit7 在其应用内进行了交叉推广，新应用的发布亦会吸引用户下载和体验现有应用，如 2017 年 1 月发布的《我的汉克狗》，2016 年 6 月发布的《汤姆猫跑酷》，均对《我的汤姆猫》用户数和安装量产生积极影响；2）自 2016 年开始，Outfit7 加大了在中国的推广力度，其应用产品来自中国的下载量和活跃用户数增长明显。

报告期内，《我的汤姆猫》取得的月度广告收入和内购收入除呈现一定的周期性外，总体呈现略微下降的趋势，主要系因《我的汤姆猫》自 2013 年 11 月推

出，已逐渐达到成熟期。

2) 报告期内，《我的汤姆猫》月均活跃用户地区分布情况如下：

序号	地区	2017 年 1-6 月占比	2016 年占比	2015 年占比
1	中国	29.33%	25.67%	12.35%
2	印度	7.64%	5.12%	3.31%
3	俄罗斯	5.91%	6.83%	9.64%
4	越南	5.62%	6.00%	6.68%
5	美国	4.83%	5.87%	7.40%
6	巴西	4.82%	5.49%	8.01%
7	印度尼西亚	2.99%	2.38%	1.68%
8	土耳其	2.77%	2.98%	3.62%
9	墨西哥	2.55%	2.94%	4.17%
10	乌克兰	1.75%	1.72%	1.96%
11	泰国	1.53%	1.77%	2.11%
12	哥伦比亚	1.32%	1.60%	2.78%
13	阿根廷	1.30%	1.36%	1.37%
14	法国	1.18%	1.43%	1.90%
15	英国	1.06%	1.36%	1.76%
16	南非	0.96%	1.08%	0.65%
17	德国	0.94%	1.14%	1.39%
18	菲律宾	0.90%	0.78%	0.80%
19	沙特阿拉伯	0.79%	1.03%	1.50%
20	波兰	0.76%	0.90%	1.17%
21	意大利	0.67%	0.81%	1.04%
22	其他国家和地区	20.38%	21.73%	24.72%
合计		100.00%	100.00%	100.00%

3) 报告期内，《我的汤姆猫》用户年龄在各年/期的平均分布如下：

年龄段	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
13 以下	注 1	注 1	注 1
13 至 24 岁	23%	23%	21%
25 至 44 岁	43%	44%	45%
45 岁以上	35%	34%	34%
13 岁以上用户合计	100%	100%	100%

注 1：虽然 Outfit7 的产品是面向家庭的而并非仅针对儿童，但是 Outfit7 执行了更高的儿童保护标准。Outfit7 制定了完善的《隐私政策》，并在《隐私政策》中引入了美国《儿童网络隐私保护法》相关规定。根据《隐私政策》，Outfit7 对其应用程序的某些功能进行了年龄限制，以确保对年幼用户进行隐私保护。若未达到年龄限制要求，针对用户设备 ID 而收

集并分享个人身份信息的潜在功能将被禁止，且用户无法更改年龄。Outfit7 不会保存用户的出生年份，仅会判断用户的年龄是否达到年龄限制的要求，若 Outfit7 收集了年龄不满 13 岁儿童的个人信息，Outfit7 将采取一切合理的措施尽快删除信息。因此，Outfit7 不会主动收集 13 岁以下儿童的信息，仅区分用户年龄是否大于或小于 13 岁，而未统计用户的具体年龄分布。

注 2：以上用户年龄统计来源自 App Annie，App Annie 根据不同地区和操作系统对用户进行抽样调查，且仅能通过网络获取 13 岁以上用户信息。根据 AppAnnie 调查取得的每个月的用户年龄分布比例，进行平均计算取得上述年龄分布。下同。

（2）《我的安吉拉》



《我的安吉拉》是 Outfit7 主要针对女性用户推出的一款养成类应用，用户可以为安吉拉定制时装、发型、妆容和家居用品，把安吉拉打造成属于自己的超级明星。用户可以通过“刷牙、洗澡、睡觉”等应用场景与安吉拉互动，培养良好的卫生行为和按时作息的习惯。同时，该应用内嵌十余款小应用，例如在贴纸拼图类小应用中，可对用户进行益智和美术教育。用户通过升级、解锁等方式获取应用中的道具，发挥自己的创意，展现自己的时尚品味。《我的安吉拉》曾于 2015 年分别荣获《Tillywig Toy&Media 奖》、《Tabby 最佳 iPad 游戏：孩子、教育和家庭 Best iPad Game: Kid, Education and Family》、《美国亲子学习中心认证奖 The National Parenting Center Seal of Approval》，于 2016 年荣获《360 最佳游戏奖》等多项荣誉。

1) 报告期内,《我的安吉拉》主要运营数据如下:

时间	累计下载量 (万人次)	MAU (万人)	充值用户数 (万人)	当月取得收入 (万美元)	内购收入 (万美元)	广告收入 (万美元)	ARPPU (美元)	充值消费比 (%)
2015 年 1 月	5,221.02	3,666.15	3.39	503.69	99.68	404.01	29.40	95.20
2015 年 2 月	7,193.03	4,018.01	3.74	468.56	119.43	349.13	31.93	95.39
2015 年 3 月	8,998.33	4,531.55	4.48	463.52	135.10	328.42	30.16	95.95
2015 年 4 月	10,524.51	4,395.86	3.94	367.38	94.10	273.28	23.88	95.96
2015 年 5 月	11,873.29	4,235.54	2.45	362.52	92.59	269.93	37.79	96.30
2015 年 6 月	13,183.43	4,102.61	1.66	329.20	64.13	265.07	38.63	94.95
2015 年 7 月	14,722.43	4,383.84	1.52	332.01	60.63	271.38	39.89	95.26
2015 年 8 月	16,323.05	4,426.23	1.33	278.88	55.70	223.18	41.88	95.20
2015 年 9 月	17,635.73	3,987.96	1.04	219.76	34.59	185.17	33.26	94.55
2015 年 10 月	19,285.11	4,308.78	1.19	230.11	39.68	190.42	33.34	94.97
2015 年 11 月	20,937.66	4,399.32	1.54	271.04	47.35	223.69	30.75	95.29
2015 年 12 月	22,736.70	4,694.39	1.80	301.19	51.28	249.91	28.49	95.37
2016 年 1 月	24,775.26	5,070.81	2.19	281.83	54.41	227.42	24.84	95.49
2016 年 2 月	26,697.17	4,974.88	3.02	237.52	53.81	183.71	17.82	94.43
2016 年 3 月	28,393.68	4,889.78	2.35	237.95	53.47	184.48	22.75	94.77
2016 年 4 月	30,070.80	4,792.59	1.95	218.85	44.70	174.14	22.92	94.54
2016 年 5 月	31,801.40	4,837.38	2.37	220.98	44.09	176.89	18.60	92.85
2016 年 6 月	33,706.87	5,092.51	2.92	234.65	45.77	188.88	15.67	90.98
2016 年 7 月	36,266.77	5,882.31	3.57	274.85	52.85	222.00	14.80	90.87
2016 年 8 月	39,032.17	6,216.41	4.01	257.52	48.77	208.74	12.16	90.73
2016 年 9 月	41,004.18	5,278.36	2.85	192.85	32.23	160.63	11.31	90.06
2016 年 10 月	43,142.29	5,329.19	2.96	191.69	33.49	158.21	11.31	90.03
2016 年 11 月	45,217.79	5,254.72	3.00	185.06	33.76	151.30	11.25	89.41
2016 年 12 月	47,680.88	5,695.67	3.42	216.98	39.06	177.92	11.42	89.62
2017 年 1 月	51,159.65	6,942.78	3.87	220.97	43.85	177.12	11.33	98.78
2017 年 2 月	53,974.68	6,454.58	4.17	211.39	46.38	165.02	11.12	98.35
2017 年 3 月	56,312.62	6,628.76	3.22	218.97	32.27	186.70	10.02	98.63
2017 年 4 月	58,612.47	5,601.19	3.20	198.84	26.70	172.14	8.34	98.18
2017 年 5 月	60,866.81	5,406.39	2.75	222.01	33.13	188.88	12.05	98.60
2017 年 6 月	63,316.20	5,786.77	3.17	254.62	35.27	219.35	11.13	99.03

《我的安吉拉》月度活跃用户数长期维持在 4000 万人至 7000 万人之间。《我的安吉拉》主要面向儿童、家长等家庭类用户,且其定位为休闲养成类应用,因此应用内进行购买的用户数量较少,通过用户的应用内购买取得的收入亦较小。

《我的安吉拉》因其庞大的活跃用户基数，进行大数据的广告分发取得收入。

报告期内《我的安吉拉》月度下载量、月度活跃用户数呈现稳定上涨趋势，并具有一定的寒假、暑假周期性，主要是由于：①Outfit7 自 2016 年开始加大了在中国的应用推广力度，《我的安吉拉》自 2016 年开始，来自中国的活跃用户数和安装量呈现明显增长；②Outfit7 在其应用内进行了交叉推广，新应用的发布亦会吸引用户下载和体验其他应用，如 2017 年 1 月发布的《我的汉克狗》，2016 年 6 月发布的《汤姆猫跑酷》，均对《我的安吉拉》用户数和安装量产生积极影响；③每年 7-8 月，12 月至次年 2 月属于假期集中时段，如校园寒假、暑假、春节、圣诞节等均集中于此时段，且《我的汤姆猫》的主要用户为儿童和家长，因此在每年寒暑假期间，其应用安装量及活跃用户数均较其他月份有明显增长。

报告期内，《我的安吉拉》除呈现一定的周期性外，月度内购收入及 ARPPU 总体呈现略微下降的趋势，主要系因《我的安吉拉》自 2014 年 10 月推出以来，已逐渐达到成熟期。

2) 报告期内，《我的安吉拉》活跃用户地区分布情况如下：

序号	地区	2017 年 1-6 月占比	2016 年占比	2015 年占比
1	中国	30.57%	24.54%	10.71%
2	巴西	6.44%	8.15%	12.45%
3	印度	5.82%	3.62%	1.83%
4	俄罗斯	4.95%	6.17%	9.41%
5	美国	4.86%	6.11%	8.16%
6	越南	4.53%	5.02%	5.22%
7	印度尼西亚	3.37%	2.48%	1.28%
8	土耳其	2.13%	2.52%	3.34%
9	墨西哥	1.92%	2.37%	3.46%
10	乌克兰	1.53%	1.57%	1.90%
11	菲律宾	1.27%	1.11%	1.05%
12	阿根廷	1.23%	1.33%	1.37%
13	法国	1.20%	1.53%	2.00%
14	泰国	1.18%	1.39%	1.72%
15	南非	1.13%	1.14%	0.45%
16	德国	0.99%	1.26%	1.54%
17	哥伦比亚	0.98%	1.27%	2.42%
18	英国	0.89%	1.17%	1.54%
19	沙特阿拉伯	0.84%	1.31%	1.98%
20	波兰	0.83%	1.06%	1.44%

序号	地区	2017 年 1-6 月 占比	2016 年 占比	2015 年 占比
21	意大利	0.63%	0.81%	1.02%
22	其他国家和地区	22.70%	24.08%	25.73%
合计		100%	100%	100%

3) 报告期内,《我的安吉拉》用户年龄在各年/期的平均分布如下:

年龄段	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
13 以下	不适用	不适用	不适用
13 至 24 岁	26%	26%	24%
25 至 44 岁	42%	42%	43%
45 岁以上	32%	32%	33%
13 岁以上用户合计	100%	100%	100%

(3) 《汤姆猫跑酷》



《汤姆猫跑酷》是一款以汤姆猫为主角的 Q 版跑酷类应用。故事背景设定为,万恶的小偷趁着汤姆猫出门之际,将他的家扫荡一空,被回来的汤姆猫碰见,于是一场萌猫抓小偷的追逐好戏就此上演。用户需要帮助汤姆猫以最快的速度追上小偷,并夺回被盗的金子。用户可利用左闪右避和上跃下滑来躲避途中的各种障碍物,并尽可能多的收集金币和道具,儿童用户通过控制汤姆猫的运动可以锻炼其反应能力和精细操作能力。此外,用户还可以利用这些金币来帮助汤姆猫和他的小伙伴们打造自己的梦想家园,以此解锁新的场景。随着应用内进程的深入,用户可以逐渐解锁会说话的安吉拉、金杰猫和狗狗本等丰富的卡通角色,可在很大程度上减轻用户的视觉疲劳。

1) 报告期内,《汤姆猫跑酷》主要运营数据如下:

时间	累计下载量（万人次）	MAU（万人）	充值用户数（万人）	当月取得收入（万美元）	内购收入（万美元）	广告收入（万美元）	ARPPU（美元）	充值消费比（%）
2016 年 4 月	0.10	0.00	-	0.00	-	0.00	-	n.a.
2016 年 5 月	63.92	60.95	0.42	1.45	0.39	1.06	0.92	94.03
2016 年 6 月	149.56	111.31	0.22	3.98	1.20	2.78	5.50	95.56
2016 年 7 月	2,379.89	2,185.03	1.18	122.98	30.46	92.52	25.77	92.50
2016 年 8 月	5,266.91	3,743.38	3.12	180.95	50.62	130.32	16.20	88.48
2016 年 9 月	7,449.54	3,577.45	3.15	149.54	43.39	106.15	13.79	84.30
2016 年 10 月	9,572.10	3,678.36	3.65	209.23	34.01	175.21	9.31	80.86
2016 年 11 月	11,309.01	3,382.52	3.44	199.54	36.23	163.31	10.52	75.35
2016 年 12 月	13,423.02	3,830.78	4.08	223.86	45.74	178.12	11.21	76.66
2017 年 1 月	16,754.54	5,179.95	4.82	237.50	62.26	175.23	12.93	99.34
2017 年 2 月	19,742.89	5,266.99	3.96	207.55	60.60	146.95	15.31	98.96
2017 年 3 月	22,072.51	5,362.85	3.32	204.40	48.21	156.19	14.51	98.87
2017 年 4 月	24,090.10	4,301.39	2.71	183.28	41.85	141.43	15.44	98.75
2017 年 5 月	26,009.37	4,031.38	2.24	189.03	39.50	149.53	17.63	98.61
2017 年 6 月	27,913.04	3,934.71	2.00	190.15	33.95	156.20	16.95	99.62

注 1：《汤姆猫跑酷》于 2016 年 4 月进行限制性发行，2016 年 6 月进行正式发行。

注 2：表中数字“0.00”表示金额或人次不足 0.005 万美元或 0.005 万人次。

《汤姆猫跑酷》于 2016 年 6 月正式发布后，其安装量和月度活跃用户数出现大幅增长，其月活跃用户数长期维持在 3000 万人以上。《汤姆猫跑酷》应用内购买的用户数量较少，通过用户的应用内购买取得的收入亦较小，其主要收入来源于应用内的大数据广告分发。自推出以来，其广告收入出现大幅增长。

由于《汤姆猫跑酷》具有一定的竞技属性，因此其应用内购买的用户数量占总用户的比例高于 Outfit7 的其他应用产品，内购收入占总收入的比重亦相对高于其他应用产品。

2) 报告期内，《汤姆猫跑酷》活跃用户地区分布情况如下：

序号	地区	2017 年 1-6 月占比	2016 年占比
1	中国	46.88%	30.01%
2	美国	5.38%	7.96%
3	俄罗斯	5.33%	6.07%
4	巴西	3.77%	6.28%
5	印度	3.45%	3.78%

序号	地区	2017 年 1-6 月占比	2016 年占比
6	越南	3.35%	4.14%
7	土耳其	1.88%	2.42%
8	印度尼西亚	1.72%	1.80%
9	乌克兰	1.68%	1.64%
10	墨西哥	1.40%	2.07%
11	阿根廷	1.12%	1.43%
12	英国	1.04%	1.78%
13	法国	1.03%	1.63%
14	德国	0.93%	1.38%
15	泰国	0.76%	1.13%
16	韩国	0.72%	0.73%
17	波兰	0.72%	0.85%
18	沙特阿拉伯	0.66%	1.18%
19	哥伦比亚	0.60%	1.00%
20	其他国家和地区	17.57%	22.72%
合计		100%	100%

报告期内,《汤姆猫跑酷》用户年龄在各年/期的平均分布如下:

年龄段	2017 年 1-6 月	2016 年
13 以下	不适用	不适用
13 至 24 岁	22%	28%
25 至 44 岁	46%	43%
45 岁以上	32%	29%
13 岁以上用户合计	100%	100%

注 3:《汤姆猫跑酷》于 2016 年 6 月发布,因此未统计 2015 年数据。

(4)《我的汉克狗》



《我的汉克狗》是一款以汉克狗为主角的养成类应用。在应用中，一只名叫汉克的小狗被带到用户在夏威夷岛的房子外面，用户可在此处照顾汉克，确保汉克有足够的食物和睡眠。除了汉克外，岛上还有很多其他的动物。汉克酷爱摄影，他希望给岛上每一只动物拍照。随着进程的深入，用户可以提升汉克的等级，解锁新的场景、食物、玩具、装饰，并为汉克进行装扮，同时吸引不同的动物并让汉克给其拍照，帮助汉克完成他的相册，认识不同的动物。

1) 报告期内，《我的汉克狗》主要运营数据如下：

时间	累计下载量（万人次）	MAU（万人）	充值用户数（万人）	当月取得收入（万美元）	内购收入（万美元）	广告收入（万美元）	ARPPU（美元）	充值消费比（%）
2016年7月	0.01	-	-	-	-	-	-	n.a.
2016年8月	0.02	-	-	-	-	-	-	n.a.
2016年9月	0.05	-	-	-	-	-	-	n.a.
2016年10月	0.11	-	-	-	-	-	-	n.a.
2016年11月	5.59	0.44	-	0.02	-	0.02	15.82	66.67
2016年12月	132.27	10.13	0.14	3.82	0.94	2.88	6.60	90.77
2017年1月	2,367.39	2,142.40	3.49	114.60	19.29	95.31	5.53	99.32
2017年2月	3,794.24	2,052.43	3.26	94.47	21.29	73.18	6.53	99.60
2017年3月	4,863.36	1,924.61	1.77	65.23	13.25	51.98	7.50	99.55
2017年4月	5,807.45	1,571.26	1.23	55.65	9.52	46.13	7.73	99.38
2017年5月	6,556.29	1,329.95	1.06	49.70	8.79	40.92	8.28	99.43
2017年6月	7,346.54	1,321.12	0.74	51.99	7.29	44.70	9.87	99.60

注：1、《我的汉克狗》于2016年7月进行限制性发行，2017年1月进行全球正式发布。

2、表中数字“0.00”表示金额或人次不足0.005万美元或0.005万人次。

2) 报告期内，《我的汉克狗》活跃用户地区分布情况如下：

序号	地区	2017年1-6月占比
1	中国	29.65%
2	美国	8.83%
3	俄罗斯	7.13%
4	巴西	5.81%
5	印度	4.54%
6	越南	3.51%
7	印度尼西亚	2.85%
8	土耳其	2.25%
9	乌克兰	2.06%

序号	地区	2017 年 1-6 月占比
10	墨西哥	1.93%
11	法国	1.52%
12	英国	1.46%
13	阿根廷	1.40%
14	德国	1.16%
15	波兰	1.11%
16	泰国	1.03%
17	其他国家和地区	23.78%
合计		100%

注：《我的汉克狗》于 2017 年 1 月正式发布，因此未统计 2016 年和 2015 年数据。

报告期内，《我的汉克狗》用户年龄在各年/期的平均分布如下：

年龄段	2017 年 1-6 月
13 以下	不适用
13 至 24 岁	28%
25 至 44 岁	42%
45 岁以上	29%
13 岁以上用户合计	100%

注 3：《我的汉克狗》于 2017 年 1 月发布，因此未统计 2016 年和 2015 年数据。

（5）《会说话的汤姆猫 2》



《会说话的汤姆猫 2》是 Outfit7 以经典的《会说话的汤姆猫》为基础重新打造的一款广受欢迎的休闲类应用。新版应用不仅保留了原版中充满乐趣的重复说话的功能，同时新增了汤姆猫的故事背景及多种附属功能，用户可以自己作弄

汤姆，亦可以选择由他的邻居狗狗本作弄他，用户甚至可以在该应用内体验到趣味小应用“攀爬者汤姆”。该应用在全球范围内取得了巨大的成功，塑造了“会说的汤姆猫家族”聪明可爱、寓教于乐的良好形象。

1) 报告期内,《会说话的汤姆猫 2》主要运营数据如下:

时间	累计下载量(万人次)	MAU(万人次)	充值用户数(万人)	当月取得收入(万美元)	内购收入(万美元)	广告收入(万美元)	ARPPU(美元)	充值消费比(%)
2015 年 1 月	63,490.98	3,515.97	0.15	54.32	0.94	53.38	6.27	21.49
2015 年 2 月	65,115.83	3,561.48	0.11	41.60	0.75	40.85	6.82	14.42
2015 年 3 月	66,557.24	3,448.74	0.09	40.73	0.59	40.14	6.56	21.23
2015 年 4 月	67,908.27	3,190.18	0.08	41.09	0.74	40.35	9.25	24.50
2015 年 5 月	69,228.65	3,160.71	0.08	46.85	1.05	45.79	13.13	14.53
2015 年 6 月	70,561.19	3,104.36	0.43	46.05	2.21	43.84	5.14	3.16
2015 年 7 月	72,092.61	3,375.72	0.67	49.28	3.07	46.21	4.58	7.84
2015 年 8 月	73,665.55	3,324.23	0.47	45.12	1.99	43.13	4.23	8.96
2015 年 9 月	74,889.20	2,793.49	0.28	39.74	1.47	38.26	5.25	11.71
2015 年 10 月	76,094.09	2,723.61	0.28	39.76	1.39	38.37	4.96	13.61
2015 年 11 月	77,240.44	2,512.53	0.22	46.24	1.37	44.87	6.23	10.01
2015 年 12 月	78,656.59	2,804.48	0.17	51.16	1.89	49.26	11.12	36.85
2016 年 1 月	80,264.26	2,966.46	0.25	39.78	1.17	38.61	4.68	17.49
2016 年 2 月	82,052.59	2,980.91	0.34	30.08	0.89	29.20	2.62	23.92
2016 年 3 月	83,422.21	2,502.97	0.20	31.29	0.85	30.44	4.25	17.91
2016 年 4 月	84,513.51	2,248.58	0.14	31.67	0.78	30.89	5.57	30.32
2016 年 5 月	85,346.48	1,990.73	0.13	30.81	0.74	30.08	5.69	24.71
2016 年 6 月	86,204.23	1,987.09	0.15	26.83	0.63	26.20	4.20	29.53
2016 年 7 月	87,325.48	2,242.15	0.22	27.86	0.76	27.10	3.45	24.26
2016 年 8 月	88,499.99	2,243.52	0.27	27.39	0.66	26.73	2.44	16.75
2016 年 9 月	89,416.02	1,898.22	0.19	28.43	0.56	27.87	2.95	13.91
2016 年 10 月	90,343.46	1,896.43	0.19	27.61	1.63	25.98	8.58	16.25
2016 年 11 月	91,177.64	1,741.20	0.18	27.10	1.64	25.47	9.11	18.13
2016 年 12 月	92,113.18	1,846.66	0.27	28.60	1.71	26.88	6.33	21.72
2017 年 1 月	93,290.83	2,118.76	0.10	26.68	1.86	24.83	18.60	43.86
2017 年 2 月	94,238.45	1,824.00	0.22	19.43	1.30	18.13	5.91	55.64
2017 年 3 月	95,022.70	1,745.22	0.20	20.72	0.99	19.74	4.95	45.39
2017 年 4 月	95,743.90	1,501.67	0.15	20.08	0.86	19.22	5.73	45.64
2017 年 5 月	96,444.09	1,422.89	0.10	21.30	1.68	19.61	16.80	36.22
2017 年 6 月	97,138.60	1,380.95	0.09	21.78	0.93	20.85	10.33	42.89

《会说话的汤姆猫 2》于 2011 年即已推出，以其充满乐趣和人性化的设计，始终受到广大的儿童和家长喜爱，其生命周期得到大幅度的延展，至今其月活跃用户数仍保持 1000 万人以上。

《会说话的汤姆猫 2》的应用内进行购买用户数量较少，其通过用户的应用内购买取得的收入亦较小。《会说话的汤姆猫 2》因其庞大的活跃用户基数，进行大数据的广告分发取得收入。

《会说话的汤姆猫 2》月度下载量、月度活跃用户数、取得的月度广告收入、内购收入呈现逐月下滑趋势，并存在较为明显的季节周期性，这主要是由于：①每年 7-8 月，12 月至次年 2 月属于假期集中时段，如校园寒假、暑假、春节、圣诞节等均集中于此时段，且《会说话的汤姆猫 2》的主要用户为儿童和家长，因此在每年寒暑假期间，其应用安装量、活跃用户数及相应的广告收入和应用内购收入均较其他月份有明显增长；②《会说话的汤姆猫 2》自 2011 年推出后已历 6 年，该应用已度过成熟期，逐渐进入衰退期。

2) 报告期内，《会说话的汤姆猫 2》活跃用户地区分布情况如下：

序号	地区	2017 年 1-6 月占比	2016 年占比	2015 年占比
1	中国	39.44%	40.09%	36.94%
2	印度	15.51%	9.84%	9.20%
3	美国	4.36%	4.50%	4.65%
4	越南	2.54%	3.12%	3.50%
5	俄罗斯	2.52%	2.80%	3.27%
6	巴西	2.21%	2.54%	2.55%
7	印度尼西亚	2.17%	2.23%	2.27%
8	土耳其	1.83%	2.08%	2.44%
9	墨西哥	1.30%	1.57%	1.44%
10	英国	1.04%	1.19%	1.26%
11	沙特阿拉伯	0.89%	1.14%	1.72%
12	阿根廷	0.82%	0.90%	0.71%
13	法国	0.78%	0.97%	1.13%
14	其他国家和地区	24.60%	27.04%	28.93%
合计		100%	100%	100%

报告期内，《会说话的汤姆猫 2》用户年龄在各年/期的平均分布如下：

年龄段	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
13 以下	不适用	不适用	不适用
13 至 24 岁	19%	18%	15%

年龄段	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
25 至 44 岁	46%	45%	49%
45 岁以上	34%	37%	37%
13 岁以上用户合计	100%	100%	100%

3、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。

4、主要移动应用产品的收入及占比情况

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年	
	收入	占比%	收入	占比%	收入	占比%
我的汤姆猫	12,174.27	28.70	25,350.68	37.36	30,165.24	40.12
我的安吉拉	9,051.29	21.33	18,313.96	26.99	25,812.93	34.33
汤姆猫跑酷	8,267.56	19.49	7,267.18	10.71	-	-
我的汉克狗	2,944.58	6.94	25.56	0.04	-	-
会说话的汤姆猫 2	886.78	2.09	2,379.90	3.51	3,388.83	4.50
主要应用产品收入小计	33,324.48	78.55	53,337.28	78.61	59,367.00	78.95
其他应用产品收入	5,801.68	13.67	9,852.14	14.52	10,677.32	14.20
视频等业务收入	929.00	2.19	1,593.70	2.35	1,523.11	2.03
特许权收入	374.39	0.88	147.73	0.22	627.16	0.83
其他	1,996.62	4.71	2,916.23	4.30	2,999.75	3.99
合计	42,426.18	100.00	67,847.08	100.00	75,194.35	100.00

报告期内，Outfit7 的主要收入为移动应用产品的广告收入，未出现单一应用产品收入占比超过 50%的情况，不存在对单一产品严重依赖的情况。

5、Outfit7 的 2016 年收入波动原因及相关风险

（1）Outfit7 的 2016 年收入较上年度下滑的原因及未来年度继续下滑的风险分析

1) Outfit7 的 2016 年收入较上年度下滑的原因

①Outfit7 报告期内主要应用产品的收入及占比如下：

单位：万元

应用名称	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
我的汤姆猫	12,174.27	28.70	25,350.68	37.36	30,165.24	40.12
我的安吉拉	9,051.29	21.33	18,313.96	26.99	25,812.93	34.33
汤姆猫跑酷	8,267.56	19.49	7,267.18	10.71	-	-
我的汉克狗	2,944.58	6.94	25.56	0.04	-	-
会说话的汤姆猫 2	886.78	2.09	2,379.90	3.51	3,388.83	4.50
主要应用产品小计	33,324.48	78.55	53,337.28	78.61	59,367.00	78.95

由上表可知，Outfit7 2015 年的收入主要来源于《我的汤姆猫》、《我的安吉

拉》以及《会说话的汤姆猫 2》，这 3 款产品分别于 2013 年 11 月、2014 年 10 月、2011 年 5 月正式推出。Outfit7 2016 年的收入主要来源除以上 3 款应用产品外，另来自于《汤姆猫跑酷》，该款产品系 Outfit7 于 2016 年 6 月正式发布。

② Outfit7 2016 年收入较 2015 年下滑的原因：

A.历史数据和行业经验表明，新应用产品的发布对 Outfit7 的用户基数以及收入具有显著影响。2016 年 Outfit7 拟进一步加大儿童早期教育主题应用的开发，对产品定位、设计进行重新定位。受此影响，Outfit7 于 2016 年仅发布《汤姆猫跑酷》1 款应用产品。应用产品发布数量的减少，直接导致了 Outfit7 2016 年度收入的下降。

B.2016 年，《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》自推出以来，已逐渐达到成熟期，《会说话的汤姆猫 2》逐渐进入衰退期，因此 2016 年这 3 款产品收入较 2015 年略有下滑。

2) 未来年度收入情况

①新应用产品发布带来业绩增长

2017 年初，Outfit7 成功发布新应用产品《我的汉克狗》。作为 Outfit7 战略规划调整后发布的首款儿童早期教育应用产品和产品体系中第一个狗类形象人机交互应用，一经发布便十分受用户欢迎。受其积极影响，2017 年 2 月 4 日，Outfit7 当日合计日活跃用户数历史性地突破 5,000 万人，达到 5,006.96 万人，当周 7 日平均日活跃用户数达到 4,711.31 万人，较 2016 年同比上升 54.21%。新应用产品发布带来的活跃用户增加，直接推动了 Outfit7 收入与利润的增长。

未来，战略明晰与产品验证之后，Outfit7 将进一步积极拓展产品线，优化产品策略。Outfit7 未来移动应用的上线计划及进展如下表所示：

序号	新应用名称 (拟用名)	类型	上线时间	开发阶段
1	汤姆猫水乐园	消除类、模拟经营类	2017 年 11 月	研发完成，进行第二轮有限发布测试
2	汤姆猫战营	战斗策略类	2018 年 1 月	研发完成，进行第二轮有限发布测试
3	汤姆猫快跑	横版跑酷类	2018 年 5 月	研发中期，初始可玩版本测试

序号	新应用名称 (拟用名)	类型	上线时间	开发阶段
4	汤姆猫摩托艇 2	运动类、赛车类	2018 年 6 月	研发初期, 美术整体风格确认中
5	我的汤姆猫 2	养成类、模拟类	2018 年 11 月	研发初期, 应用特征确认中
6	汤姆和小偷	餐厅类、收集类	2018 年	研发初期, 原型应用测试
7	安吉拉时尚工作室	消除类、收集类	2019 年	研发完成, 玩法美术等部分内容重制调优中

上述新产品的发布将进一步提升 Outfit7 的用户基数和盈利能力, 完善产品生态体系。在新产品的推动下, 预计未来业绩将取得快速增长。

②用户数量提升, 单个用户平均效益企稳

从 2017 年度的数据情况来看, Outfit7 2017 年 1-6 月平均月活跃用户数和日活跃用户数分别较 2016 年提升超过 13.5%, 且单个活跃用户平均效益较 2016 年企稳回升, 公司移动应用产品体系下的收入得到进一步巩固。

③未来计划深度开发中国市场

自 2016 年下半年以来, Outfit7 加大了在亚太地区, 尤其是中国地区的推广, 来自中国的活跃用户数增长迅速。未来 Outfit7 纳入上市公司体系后, 将和中国地区合作方开展全面的战略合作, 对中国地区移动互联网市场进行充分开发, 具体包括:

A.拓展用户基数: Outfit7 将与中国本土团队合作, 应用产品在数百家国内的渠道进行发行。后续随着 Outfit7 在国内腾讯、360、百度、小米等发行渠道的增加和发行产品数量的增加, 来自中国的用户基数将继续得到大幅度增加。

B.持续优化中国广告盈利模式: Outfit7 将完成从以传统的效果广告的形式为主, 向以品牌广告为主的转化, 聚焦于母婴、早教、儿童等垂直行业市场的品牌广告业务机会的拓展, 从而有效提升广告客户单价和广告业务收入。

C.完善应用内购买盈利模式: Outfit7 将根据中国移动应用市场的业务特点, 对其产品进行本地化改进, 使其在用户体验和盈利能力上都更适应本土市场。

④2017 年 1-9 月营业收入实现情况

根据 Outfit7 2017 年 1-9 月未经审计财务报表, Outfit7 2017 年 1-9 月实现营

业收入 8,560.13 万欧元，占 2017 年预测营业收入 10,940.96 万欧元的 78.24%，公司 2017 年营业收入预测金额具有较强的可实现性。

综上，Outfit7 未来将在继续研发和发布新款移动应用产品的基础上，进一步增加和巩固用户基数，改进盈利模式，并将在与中国地区合作方加强战略合作，凭借 Outfit7 优秀的产品应用研发和运营经验，进一步提升 Outfit7 来自中国地区的用户基数，有效提升 Outfit7 在中国市场的盈利能力。

(2) Outfit7 主要应用产品的生命周期

应用	项目	2015 年	2016 年	2017 年 1-6 月
我的汤姆猫	平均月活跃用户数（万人）	7,043.71	7,837.34	8,479.63
	平均月营业收入（万美元）	401.99	317.30	297.43
	平均月付费人数（万人）	1.56	2.55	2.64
	平均 ARPPU 值（美元）	23.17	11.90	7.98
我的安吉拉	平均月活跃用户数（万人）	4,262.52	5,276.22	6,136.75
	平均月营业收入（万美元）	343.99	229.23	221.13
	平均月付费人数（万人）	173.16	2.88	3.40
	平均 ARPPU 值（美元）	33.28	16.24	10.67
汤姆猫跑酷	平均月活跃用户数（万人）		2,285.53	4,679.55
	平均月营业收入（万美元）		121.28	201.99
	平均月付费人数（万人）		2.41	3.18
	平均 ARPPU 值（美元）		11.65	15.46
我的汉克狗	平均月活跃用户数（万人）		5.29	1,723.63
	平均月营业收入（万美元）		1.92	71.94
	平均月付费人数（万人）		0.14	1.93
	平均 ARPPU 值（美元）		11.21	7.57
会说话的汤姆猫 2	平均月活跃用户数（万人）	3,126.29	2,212.08	1,665.58
	平均月营业收入（万美元）	45.16	29.79	21.67
	平均月付费人数（万人）	0.25	0.21	0.14
	平均 ARPPU 值（美元）	6.96	4.99	10.39

《我的汤姆猫》于 2013 年 11 月推出，虽然报告期内平均月营业收入及平均 ARPPU 值下滑，但是平均月活跃用户数、平均付费数呈上升趋势，《我的汤姆猫》仍处于成熟期。

《我的安吉拉》于 2014 年 10 月推出，虽然报告期内平均 ARPPU 值有所下滑，但是其 2017 年 1-6 月平均月收入较 2016 年保持稳定，平均月活跃用户数、平均付费数呈上升趋势，因此《我的安吉拉》处于成熟期。

《汤姆猫跑酷》于 2016 年 6 月推出，报告期内的平均月活跃用户数、平均月营业收入、平均 ARPPU 值及平均付费人数均呈上升趋势，因此《汤姆猫跑酷》处于成长期。

《我的汉克狗》于 2016 年 7 月在有限地区发行，2017 年 1 月进行全球正式发布，至今仍处于成长期。

《会说话的汤姆猫 2》于 2011 年 5 月推出，报告期内的平均月活跃用户数、平均月营业收入、平均 ARPPU 值及平均付费人数呈逐年缓慢下滑趋势，因此《会说话的汤姆猫 2》处于衰退期。

(3) 移动应用产品生命周期带来的收入下滑的风险

Outfit7 曾推出超过 20 款移动应用产品，且每年均会推出 1-3 款新的应用产品，巩固用户基础。根据移动应用产品生命周期属性，移动应用产品进入衰退期后，收入将逐年下滑。未来，Outfit7 将继续开发和推出不同类型的应用产品，继续提高 Outfit7 的用户基数、保障应用产品的收入持续增长，但是若 Outfit7 无法及时推出新应用产品，或新推出的应用产品无法完全弥补衰退产品，将可能对 Outfit7 未来收入增长带来一定风险。

Outfit7 未来将继续挖掘“会说话的汤姆猫家族”IP 的潜在价值，不断研发新的移动应用产品，以提高市场占有率，同时，将进一步改进原有的广告业务及内购业务的盈利模式，以保持 Outfit7 收入持续增长。

5、Outfit7 移动应用产品的用户数情况

报告期内，由于对 Outfit7 应用产品的喜爱，部分用户同时下载和体验了多款 Outfit7 的应用产品。Outfit7 移动应用产品包括《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》、《汤姆猫跑酷》、《我的汉克狗》等。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。

Outfit7 主要应用产品的平均月活跃用户数及去重后的平均月活跃用户数如下：

应用产品	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
《我的汤姆猫》	84,796,235	78,373,340	70,437,064

应用产品	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
《我的安吉拉》	61,367,453	52,762,149	42,625,210
《汤姆猫跑酷》	46,795,436	33,995,884	-
《我的汉克狗》	17,236,297	-	-
《会说话的汤姆猫 2》	16,655,826	22,120,780	31,262,913
其他应用产品	74,457,019	76,504,329	88,887,673
累计平均月活跃用户数 A	301,308,266	263,756,482	233,212,860
去重后累计平均月活跃用户数 B	198,902,477	165,866,502	150,634,588
平均每名活跃用户当月体验的应用产品数量 C=A/B	1.51	1.59	1.55

注：去重后月活跃用户数以独立设备数计算。

Outfit7 历史累计发行超过 20 款应用产品，当前在运营的产品数量达十余款，Outfit7 运营的应用产品均基于“会说话的汤姆猫家族”系列 IP，具有一定的相似性，报告期内 Outfit7 平均每名活跃用户当月下载体验的应用产品数量约为 1.5-1.6 款，其用户存在一定的重叠。

6、移动应用产品储备情况

未来 Outfit7 将充分发挥现有业务积累的先发优势和品牌优势，依托现有的品牌实力、研发和运营能力，以及未来的资本助力，继续充分挖掘现有 IP 的潜力，研发多种类型应用产品，集中力量打造和推出精品应用产品。同时不断通过版本迭代、玩法更新等方式维护现有市场和拓展新的市场。

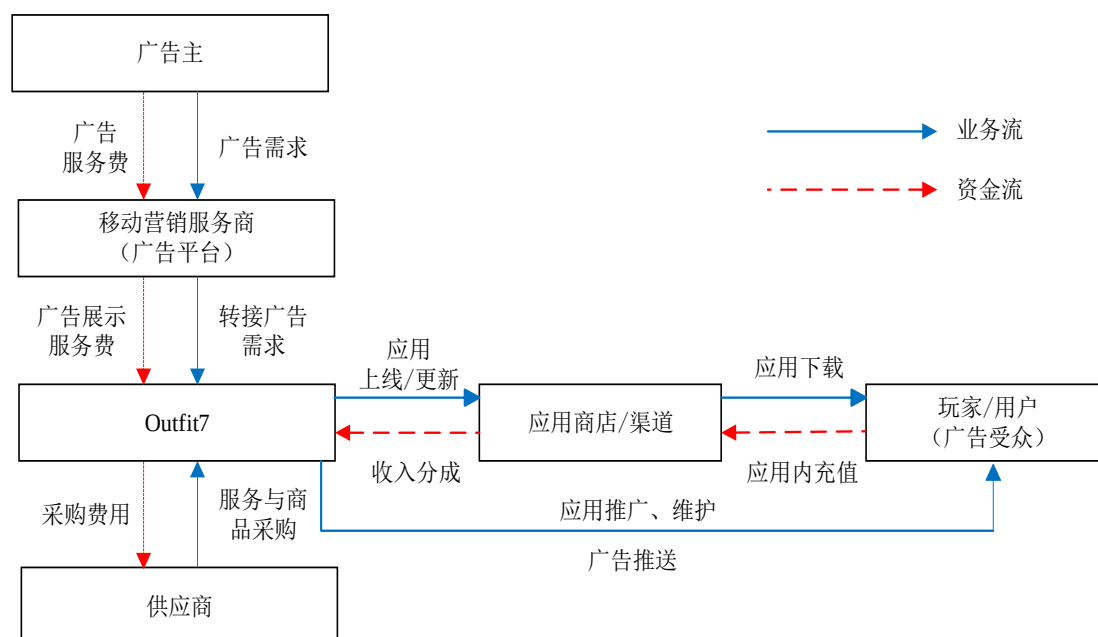
截至本报告书出具日，Outfit7 主要产品储备情况如下：

序列	类型	研发阶段	名称	来源	拟推出时间
1	解谜	产品开发	汤姆猫泳池/汤姆猫派对/汤姆猫水上乐园	自研	2017 年 11 月
2	策略	限制性发行	汤姆猫战地 Talking Tom Camp	联合开发	2018 年 1 月
3	运动	概念	汤姆猫摩托艇 2 Talking Tom Jet Ski 2	联合开发	2018 年度第二季度
4	运动	概念	汤姆快跑 Tom Run Tom	联合开发	2018 年度第二季度
5	策略	原型	汤姆和小偷 Tom vs. Thieves	自研	2018 年度第二季度
6	养成	重制	安吉拉时尚工作室 TA Color Splash (TACS) / TA	自研	2019 年

序列	类型	研发阶段	名称	来源	拟推出时间
			Fashion Splash / Style Studio / Color Switch		

注：应用产品名称为暂定名称，Outfit7 可能根据市场营销需求、行业主管部门意见对名称进行修改。

（四）标的公司主要经营模式



1、采购模式

（1）采购申请

Outfit7 所有的采购和收入均采用项目制。所有项目立项时，均需由项目负责人在内部管理系统 Gecko 填写项目信息（Info）、项目概况（Charter）、项目计划（Plan）、项目预算（Budget），其中项目预算包括以工时计算的内部人工预算，和以金额计算的外部费用，针对外部费用，项目负责人立项时需分别说明已有合作意向及潜在意向的供应商及其预算金额。项目立项需经所有相关部门副总裁以及包括首席执行官、首席运营官、财务总监的管理层的审批。

在项目执行时，所有采购审批程序均通过公司内部流程系统进行，并根据专项采购和零星采购分别进行：1）与供应商签订专项采购协议的专项采购，由相关项目负责人与法务部同事配合与外部供应商拟定协议，协议通过 Novatus 合同

管理系统由分管部门副总裁、公司管理层审批后签署；2）无协议的零星采购，则由项目负责人根据 Gecko 中通过审批的项目计划确定并提出采购需求，直接通过账单审批系统 4th Office 进行审批。

（2）订单及合同处理

相关项目负责人或管理部门根据内部管理系统 Gecko 中的项目信息整理采购清单（若此前曾采购同一服务或产品，则同时整理出采购合同）。对于专项采购，项目负责人与法务部配合，与外部供应商协商拟定协议，该协议在 Novatus 合同管理系统中经由分管部门副总裁、公司管理层审批后，将电子或纸质合同送与供应商签署。

（3）付款与发票处理

在具体执行采购付款时，由项目负责人或外部合作方，向 Outfit7 财务部门专属邮箱发送采购支付账单，由财务部门同事在账单审批系统 4th Office 中填写相关信息，并与项目编号、项目采购合同相关联，确定审批流程，并由项目组组长、项目监督人、高级管理层审批通过。经由管理层审批通过后的采购支付清单及信息自动由账单审批系统 4th Office 回传至公司财务系统 Navision，财务人员每月统计 Navision 财务系统内到期需支付的发票列表，并生成不可人工修改的特定格式付款文件，通过网上银行交由银行进行汇款。

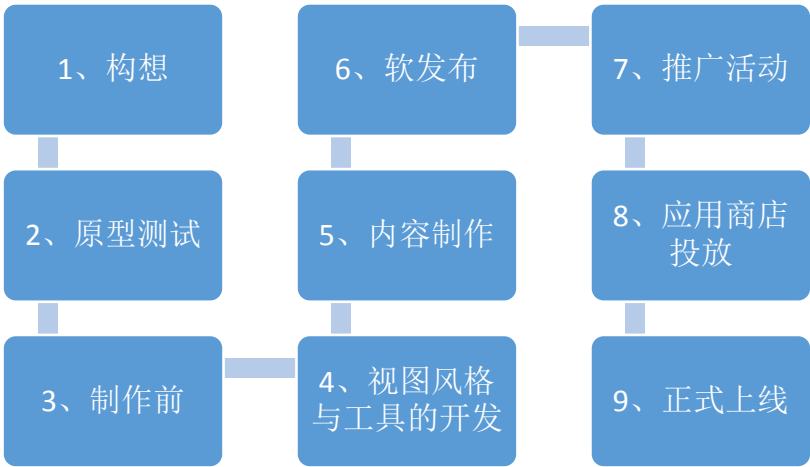
所有与供应商之间进行的与发票相关的处理和沟通，均须通过公司专属财务邮箱地址进行，且发票须在公司账单审批系统 4th Office 中经项目经理、项目负责人、项目监督人、公司管理层审核确认后，方可执行付款流程。

（4）媒体广告资源购买

Outfit7 除为移动营销服务商提供广告服务外，同时亦向移动营销服务商采购移动广告服务，以期通过其他渠道增加 Outfit7 应用产品的受众面，该部分工作由应用销售部门下属的付费推广团队执行。据此，Outfit7 定期根据自身对用户获取广告的需求情况，定期统计移动应用产品的媒体资源预算。每月初，付费推广团队负责人根据当月每款应用的推广需求和目标制定相应的媒体广告资源采购预算，销售部门负责人将审核并批准该预算。为了整体控制推广预算的使用

情况，公司付费推广团队设计并执行了自动算法机制，在综合衡量单个用户推广成本、单个用户终身价值（LTV）、付费推广综合性收益、产品发布与生命周期等诸多因素之下，基于评估的营销广告投放盈利性、准确性和合理性，结合自动算法，并辅以人工干预，系统性地动态调整广告资源购买的策略、力度和方式。

2、研发模式



（1）构想阶段

构想阶段是 Outfit7 在应用产品研发过程中最关键的阶段。在本阶段，Outfit7 主要根据该应用产品模型/类型是否受市场欢迎、预期应用产品的传播、收入转化能力或吸引用户留存率情况、应用产品是否契合公司品牌形象等标准，同时从内部和外部收集优秀的想法。在收集完后，由公司总裁、产品副总裁、产品经理等人组成内部小组对该等想法进行头脑风暴，产品组将在头脑风暴后筛选需保留的想法，并在评估收入转化能力和用户留存情况并就拟开发应用产品初步编写设计文档（Game Design Document）。

（2）原型测试阶段

原型测试阶段通常适用于开发全新的应用产品。在该阶段，Outfit7 模拟应用商店设计并制作应用产品界面，同时制作少量或数分钟的原型产品，并选择数个国家和地区投放，了解用户在看到该应用产品界面后有多大可能点击下载按钮，以初步测试该应用产品机制的产品的受欢迎程度。

（3）制作前阶段

Outfit7 在制作前阶段，需确定应用产品的收入变现形式、独特卖点和情感体验、开发应用产品的故事内核、界定目标用户群体，同时需制定项目计划表、预算和工作内容。在前述内容确定后，项目组需就此出具设计文档，主要涵盖内容包括：应用产品内的角色原型、故事背景、模式和流程、界面、用户体验、应用内经济系统等。

（4）视图风格与工具的开发阶段

在该阶段项目组开发并确定应用产品视图、用户界面的艺术风格、人物模型和角色定位，同时项目组建立可持续动态更新的故事线和其他原型。除此以外，项目组在此阶段亦开发和安装相应的工具以协助应用产品的设计开发。

（5）内容制作阶段

构建应用内的人物、用户界面及 3D/2D 界面场景，构建声音、角色语音、音效以及其他视觉特效等，并完成所有角色的制作。在内容制作阶段，同时需要将应用产品内等级设计，广告投放设计融入应用产品开发过程，并针对部分国家或地区完成应用产品内容的本地化，本地化后的内容交予相关部门进行可用性测试。在整个制作阶段，项目组须时刻做好产品管理、质量控制和用户测试，所有产品版本均需经过产品质量控制组的检测。

（6）软发布

待产品成型后，Outfit7 选择部分国家投放新产品，发布应用产品预告片。在此期间，标的公司同时提供多个版本进行 A/B 测试（多版本同时测试），收集产品软上线期间的用户行为数据和应用产品的关键经营数据，以进行进一步分析和升级改造。

（7）推广活动

制作商店界面宣传材料，制作应用描述和产品预告宣传视频。作为应用出版者，Outfit7 商业团队同时将在本阶段与相关广告营销服务商洽谈应用内置广告的合作形式，并由专门的广告整合团队负责将相关广告需求接入公司应用，并将在之后的应用运营中进行广告投放的优化管理。

（8）应用商店投放

Outfit7 由专门的投放团队负责与全球的应用商店进行接洽，根据往期合作经验以及不同应用商店的地位，与应用商店签订在线投放协议后，Outfit7 在应用商店进行产品的投放，同时在应用商店下载界面展示推广图片或视频。

（9）正式上线

在本阶段，应用产品正式进入上线运营阶段，除正常的维护、推广活动外，Outfit7 亦会在本阶段收集用户的行为特征数据，分析产品的变现能力和应用产品用户留存的驱动因素，同时获取前期 AB 测试的结果，持续收集用户对应用产品体验情况的反馈，并据此确定是否进行迭代更新改进。

3、运营模式

Outfit7 自主研发或委托研发移动应用产品，并向全球用户进行推广。

目前，Outfit7 应用产品主要采取联合运营的模式进行，通过与各大主流应用平台渠道如全球范围内的 iOS App store、Facebook 及 Google Play，以及国内的小米、百度、腾讯、360 等知名渠道保持长期稳定的合作，利用其客户资源最大限度地提高产品的覆盖度。

Outfit7 主要应用产品的收入主要来自于移动应用广告收入，且报告期内移动应用广告收入占比始终较高。Outfit7 在应用产品的运营期间与各家营销服务商进行对接，包括 Applovin、Google、Twitter、Smaato 等，并与该等营销服务商建立了良好的长期合作关系。通过与该等营销服务商直接对接，可间接获取大量广告主的营销需求，且 Outfit7 仅需与营销服务商进行结算。

此外，Outfit7 同时通过用户的应用内充值获取内购收入，即用户通过应用平台渠道下载 Outfit7 应用产品并登录体验，同时可在应用平台渠道的充值系统中进行充值购买虚拟道具，以在应用产品中进行消耗。Outfit7 负责应用产品的运营、服务器维护、客户服务等工作。

在应用产品投放市场后，Outfit7 保持对应用产品的持续和动态的推广及维护，对广告投放、客户服务等内容做统一管理。

4、盈利模式

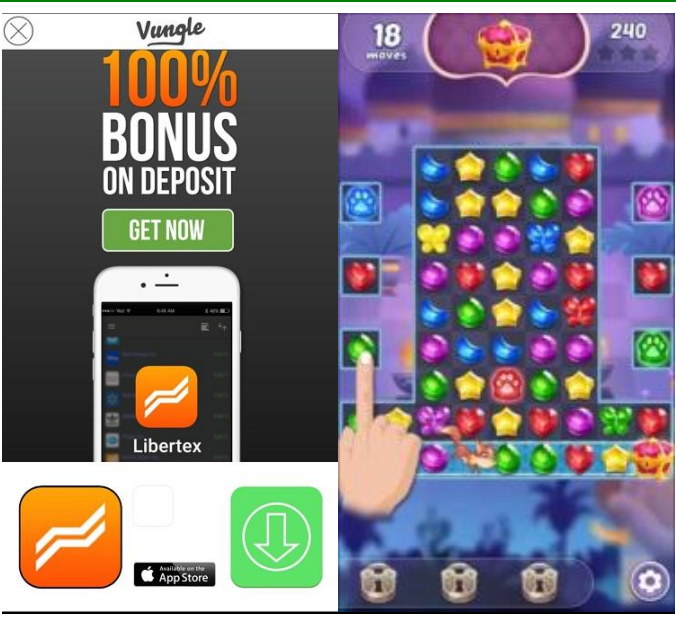
Outfit7 收入主要来源于移动应用广告收入以及用户在应用内的充值购买收入。

(1)报告期内，Outfit7 与数十家营销服务商进行对接合作，包括 Applovin、Google、Twitter、Smaato 等知名广告服务商，通过对接该等广告服务商，获取大量广告主的营销需求，并将该等广告向用户进行推送展示，进而向营销服务商收取广告展示服务费。在实际开展移动广告业务过程中 Outfit7 自建广告控制平台 Mediation，对营销服务商的广告需求进行动态的流量调节，通过该控制平台，Outfit7 可根据当下情况实时动态地选择推送和展示费率较高的营销广告，并对不同用户推送的广告内容进行筛选，以最大化保证 Outfit7 应用产品中广告的填充效率和广告服务费。在推送广告时，该等广告将以插页、条幅、奖励视频、应用墙等多种形式呈现。用户在体验 Outfit7 应用产品的过程中，可通过观看广告、点击广告链接、进行小游戏等获得额外的虚拟道具奖励或效果加成。Outfit7 根据广告展示情况获得广告分成收入。

Outfit7 向用户展示的主要广告形式为插页、条幅、奖励视频、应用墙、弹屏等，其示意图如下：

广告形式	广告示例
插页 用户在第一次进入应用或进入某个功能时，应用内弹出的广告，能对用户形成较强的视觉冲击力，可同时提供多幅同类型的广告。	

广告形式	广告示例
条幅 广告以最低侵扰度的形式，直观地显示在用户停留时间最长的界面上，持续吸引用户注意，为广告主提供了最佳转换机会。若用户点击广告链接或通过链接下载应用，则将形成 Outfit7 的广告收入。	
奖励视频 使用创新的集成技术，以内嵌形式进行随机激励，用户可根据自身需求自主选择是否观看完整的视频广告以获取奖励，奖励形式包括金币、钻石、食物或增强体验效果，通过激励的形式可增加用户参与度。	

广告形式	广告示例
应用墙 Outfit7 使用集成创新技术，根据用户安装或点击每个应用链接的可能性和应用的价值，在同一个页面中精简地显示多个应用链接。用户点击或下载应用后，可获得相应的奖励。 应用墙的形式，可使得推荐广告一目了然，多种选择可提高吸引用户点击或下载的可能性。	
弹屏 在用户操作间隙或因某些功能触发，弹出应用广告（静态或视频），可减少对用户体验的影响。用户点击链接或通过链接下载应用，或观看完整的视频后，将形成 Outfit7 的收入。	

(2) Outfit7 的充值购买收入主要采取的是按虚拟物品收费的盈利模式。Outfit7 为用户提供免费的体验，若用户希望进一步加强应用内体验，可选择充值购买应用内的虚拟物品或获得特殊的增益效果。

(3) 报告期内，Outfit7 同时经营其他业务获取的少量收入，包括视频播放分成收入和特许权授权分成收入。Outfit7 利用其所掌握的 IP 资源，与动画片制作公司合作开发相关系列动画片、短片和迷你剧，在第三方视频播放平台（YouTube、优酷等）进行播放，从而获得相关广告分成收入。同时 Outfit7 向第三方公司进行了汤姆猫的形象授权从而获得特许权收入，在全球给予超过 50 家

产品授权方开发各种类别的产品进而收取授权费，比如与麦当劳合作开发快乐套餐系列，衣服印文、包装物、书籍、手机套等。其他业务收入占 Outfit7 总收入的比例较低。

5、结算模式

(1) 针对移动应用广告业务，Outfit7 与营销服务商建立合作，定期确认广告推送形式、内容和单价水平，根据营销服务商的需求，向用户推送广告。Outfit7 建立移动广告控制平台，根据广告的展示数、链接点击率、有效转化率等指标，采用 eCPM 的计价方式汇总统计当月收入水平，并与营销服务商进行核对确认后，双方进行结算。

(2) 针对应用内购买的收入，Outfit7 按照与平台渠道公司合作协议约定的分成比例进行金额结算。平台渠道公司每月初向 Outfit7 发出上个月的用户充值购买情况对账单，Outfit7 从自有数据库中获取应用产品的运营数据，通过该数据重新计算应收金额并与平台渠道的记录进行对比确认，核对无误后，平台渠道公司将该金额支付予 Outfit7。

(五) 标的公司主营业务发展情况

1、分应用产品营业收入情况及不同计费模式下的销售金额

(1) 分应用产品营业收入情况

报告期内，Outfit7 营业收入按产品构成包括广告收入、用户应用内购买收入、特许权收入及其他，其中 Outfit7 主要的移动应用广告形式包括条幅、插页、奖励视频等。各种业务类别，包括各种广告形式的收入金额。具体营业收入列示如下：

单位：万元

产品类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
广告收入	33,902.97	79.91	56,083.10	82.66	61,065.68	81.21
其中：移动广告投放	32,973.97	77.72	54,489.40	80.31	59,542.57	79.18
——条幅	10,491.21	24.73	21,835.15	32.18	28,535.45	37.95
——插页	12,717.08	29.97	19,678.64	29.00	12,458.00	16.57

产品类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
——奖励视频	9,750.59	22.98	12,506.52	18.43	5,925.42	7.88
——其他	15.09	0.04	469.09	0.69	12,623.70	16.79
视频广告收入	929	2.19	1,593.70	2.35	1,523.11	2.03
用户应用内购买	6,152.20	14.5	8,700.02	12.82	10,501.76	13.97
特许权收入	374.39	0.88	147.73	0.22	627.16	0.83
其他	1,996.62	4.71	2,916.23	4.3	2,999.75	3.99
合计	42,426.18	100	67,847.08	100	75,194.35	100

(2) Outfit7 不同计费模式下的销售金额

报告期内，Outfit7 与营销服务商进行对接，通过营销服务商的转介向用户推送广告。Outfit7 根据自有的广告调节平台，综合考虑 Outfit7 在不同地区实时拥有的不同形式的广告位数量，以及营销服务商对不同广告形式的数量需求和地区需求，实时动态地调节和选择推送的广告形式、数量及推送广告的国家 and 地区，以最大化广告业务收入。

由于营销服务商提供的广告形式、广告地区及数量的需求情况不断变化，Outfit7 亦根据自有广告调节平台动态地选择营销服务商的广告并推送，无法确认 CPM 或 CPI 等不同计费模式下准确的广告展现数量。此外，在 Outfit7 的实际结算过程中，Outfit7 与营销服务商定期进行对账，营销服务商提供的对账单中亦未按照不同计费模式列明广告展现数量、点击量或收入。因此，Outfit7 无法按照计费模式确认准确的销售金额。

2、分业务区域营业收入情况

报告期内，Outfit7 按业务区域划分的营业收入情况如下表：

单位：万元

地区	2017 年 1-6 月	占比 (%)	2016 年度	占比 (%)	2015 年度	占比 (%)
美国	10,502.90	24.76	17,951.88	26.46	19,697.93	26.20
中国	10,525.85	24.81	15,512.48	22.86	12,736.41	16.94
巴西	2,318.36	5.46	3,048.69	4.49	3,579.73	4.76
俄罗斯联邦	2,237.62	5.27	2,657.09	3.92	4,000.89	5.32
英国	1,446.55	3.41	2,974.25	4.38	3,324.34	4.42
德国	1,269.00	2.99	2,380.95	3.51	2,549.45	3.39

地区	2017 年 1-6 月	占比 (%)	2016 年度	占比 (%)	2015 年度	占比 (%)
法国	1,142.74	2.69	2,111.60	3.11	2,630.48	3.50
加拿大	782.35	1.84	1,400.61	2.06	1,497.67	1.99
越南	882.54	2.08	1,235.14	1.82	1,332.32	1.77
印度	909.23	2.14	1,164.53	1.72	1,202.02	1.60
墨西哥	613.01	1.44	1,087.17	1.60	1,529.92	2.03
澳大利亚	636.90	1.50	1,245.16	1.84	1,309.31	1.74
土耳其	486.57	1.15	877.22	1.29	969.48	1.29
意大利	372.04	0.88	784.47	1.16	1,019.47	1.36
韩国	504.45	1.19	826.65	1.22	847.62	1.13
印度尼西亚	611.64	1.44	862.75	1.27	636.35	0.85
其他国家或地区	7,184.43	16.95	11,726.44	17.29	16,330.96	21.71
合计	42,426.18	100.00	67,847.08	100.00	75,194.35	100.00

(六) 标的公司主要客户及供应商情况

1、主要客户情况

Outfit7 的主营业务为移动应用的研发及运营，其收入来源主要包括移动应用内置广告的分发收入和用户的应用内购买收入，其客户包括应用用户以及互联网广告商。

报告期内 Outfit7 前五大客户情况如下：

单位：万元

2017 年 1-6 月			
序号	客户名称	销售金额（不含税）	占当期营业收入比（%）
1	Google Ireland Ltd.	11,869.40	27.98
2	Inmobi Pte Ltd.	2,754.27	6.49
3	AppLovin Corp	2,673.19	6.30
4	Unity Technologies Finland Oy	2,535.12	5.98
5	Apple Inc.（注 1）	2,441.40	5.75
合计		22,273.37	52.50
2016 年			
序号	客户名称	销售金额（不含税）	占当期营业收入比（%）
1	Google Ireland Ltd.	17,508.46	25.81
2	Unity Technologies Finland Oy	6,445.73	9.50
3	Inmobi Pte Ltd.	4,714.14	6.95
4	Apple Inc.	4,345.16	6.40
5	Twitter Inc.	4,161.47	6.13
合计		37,174.96	54.79

2015 年			
序号	客户名称	销售金额（不含税）	占当期营业收入比（%）
1	Google Ireland Ltd.	26,742.65	35.56
2	Apple Inc.	5,412.69	7.20
3	Inmobi Pte Ltd.	4,898.49	6.52
4	Twitter Inc	4,334.60	5.76
5	AOL（注 2）	4,290.15	5.71
合计		45,678.58	60.75

注 1： Apple Distribution International、Apple Sweden 和 Apple Denmark 公司同受 Apple Inc.控制，此处将同受 Apple Inc.控制的公司进行汇总披露；

注 2： Nexage Inc.受 AOL 控制，此处将同受 AOL 控制的公司进行汇总披露。

报告期内，Outfit7 不存在向单个客户的销售额超过当期营业收入 50%的情况，不存在销售收入严重依赖于少数客户的情况。报告期内，Outfit7 现任股东及现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与上述主要客户均不存在关联关系。

2、主要供应商情况

Outfit7 的供应商主要为广告、媒体供应商等。报告期内，Outfit7 向供应商采购的主要内容视频制作、服务器及数据分享服务、广告推广服务、房屋租赁等。

报告期内，Outfit7 前五大供应商及采购内容具体情况如下：

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

报告期内，Outfit7 不存在向单个供应商的采购额超过当期营业成本 50%的情况。报告期内，Outfit7 现任股东及现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与上述主要供应商均不存在关联关系。

3、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

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
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。

（七）标的公司主要客户分析及与行业现状对比

1、Outfit7 前五大客户的业务情况

报告期内，Outfit7 前五大客户的情况如下：

2017 年 1-6 月				
序号	客户名称	销售金额（不含税）	占当期营业收入比（%）	服务内容
1	Google Ireland Ltd.	11,869.40	27.98	广告推广服务、应用内付费购买服务
2	Inmobi Pte Ltd.	2,754.27	6.49	广告推广服务
3	AppLovin Corp	2,673.19	6.30	广告推广服务
4	Unity Technologies Finland Oy	2,535.12	5.98	广告推广服务
5	Apple Inc.（注 1）	2,441.40	5.75	应用内付费购买服务
合计		22,273.37	52.50	

2016 年				
序号	客户名称	销售金额（不含税）	占当期营业收入比（%）	服务内容
1	Google Ireland Ltd.	17,508.46	25.81	广告推广服务、应用内付费购买服务
2	Unity Technologies Finland Oy	6,445.73	9.50	广告推广服务
3	Inmobi Pte Ltd.	4,714.14	6.95	广告推广服务
4	Apple Inc.	4,345.16	6.40	应用内付费购买服务
5	Twitter Inc.	4,161.47	6.13	广告推广服务
合计		37,174.96	54.79	
2015 年				
序号	客户名称	销售金额（不含税）	占当期营业收入比（%）	服务内容
1	Google Ireland Ltd.	26,742.65	35.56	广告推广服务、应用内付费购买服务
2	Apple Inc.	5,412.69	7.20	应用内付费购买服务
3	Inmobi Pte Ltd.	4,898.49	6.52	广告推广服务
4	Twitter Inc.	4,334.60	5.76	广告推广服务
5	AOL（注 2）	4,290.15	5.71	广告推广服务
合计		45,678.58	60.75	

注 1： Apple Distribution International、Apple Sweden 和 Apple Denmark 公司同受 Apple Inc.控制，此处将同受 Apple Inc.控制的公司进行汇总披露；

注 2： Nexage Inc.受 AOL 控制，此处将同受 AOL 控制的公司进行汇总披露。

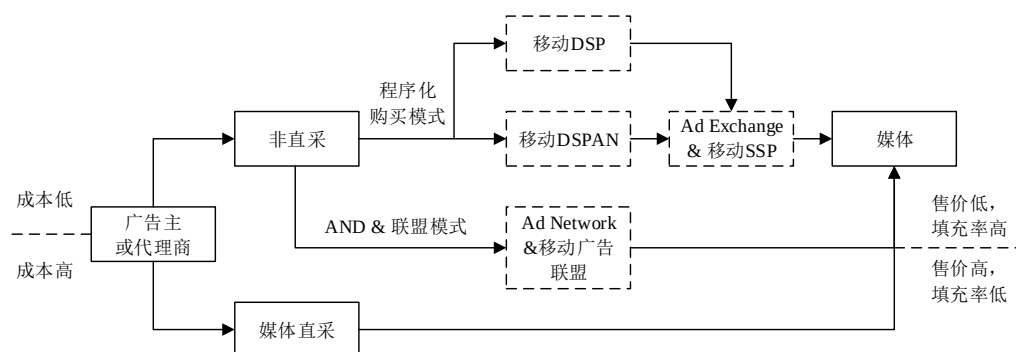
因此，Outfit7 前五大客户主要为互联网广告商，同时包括提供应用商店内购服务的平台。

2、Outfit7 不直接与广告主对接的原因及行业惯例

（1）移动互联网广告的业态模式

广告主、互联网广告商、应用开发商和发行商、最终受众是移动互联网广告产业的主要参与者。

根据艾瑞咨询的《2016 年中国移动营销行业研究报告——程序化时代篇》，移动互联网广告行业目前主要包括下图所示的三类模式：



第一种模式为传统的媒介直采模式，即广告主直接向移动媒体，包括应用产品发行商，对接进行广告投放；第二种模式为广告联盟模式，市场上众多的媒体形成广告联盟，广告主与广告联盟对接广告需求，并与广告联盟进行谈判、定价，广告联盟将广告发布到合适的媒体中；第三种模式为程序化购买模式，广告主通过移动互联网广告商采购广告，移动互联网广告商自动、精准地完成广告投放。

随着移动互联网行业的不断发展，大量移动应用产品、移动媒体不断涌现，广告主越来越多地通过互联网广告商采购广告服务，而非直接与市场上众多的移动产品发行商等移动媒体进行采购。由于大量广告主向互联网广告商采购广告，具有更高广告采购质量和采购效率的程序化购买已渐成主要模式。

（2）Outfit7 广告服务的运营模式

Outfit7 应用产品的收入主要来自于移动应用广告收入。Outfit7 在应用产品的运营期间与多家互联网广告商进行对接，包括 Applovin、Google、Twitter、Smaato、Unity 等。互联网广告商同时整合了大量广告主的需求及包括 Outfit7 在内的大量移动媒体的广告位供给，互联网广告商通过信息技术功能自动对接广告的需求和供给，实现广告的采购和分发。在 Outfit7 的实际运营模式中，互联网广告商负责与广告主进行需求对接、合同签订、广告服务费结算，并向 Outfit7 分发广告、支付广告服务费。

（3）Outfit7 不直接与广告主对接的原因

Outfit7 选择程序化购买模式的主要原因如下：

1)移动互联网的广告主众多，广告主对于广告投放的效果及要求各不相同，若 Outfit7 直接与市场上的大量广告主进行对接，将花费较多的人力物力成本；

2) 程序化购买模式下, 广告主可在互联网广告商“一站式”满足自身多种需求, 且可以根据广告效果动态调整广告投放需求, 而互联网广告服务商能依靠自身对接的大量移动媒体资源, 快速满足广告主的各种需求。因此, 程序化购买模式已渐成主流。

(4) 同行业公司的业态模式

根据迅游科技(300467.SZ)披露的公开信息显示, 成都狮之吼科技有限公司(以下简称“狮之吼”)向 Facebook 和 Google 采购广告主的广告投放需求, Facebook 和 Google 向广告主提供实时竞价的 Ad Exchange 平台, 狮之吼以自有 App 向广告主提供广告位, 并将匹配完成后的广告进行投放, 并从 Facebook 和 Google 获得广告收入, 狮之吼亦未直接与广告主对接。

根据恒大高新(002591.SZ)披露的公开信息显示, 武汉飞游科技有限公司(以下简称“武汉飞游”)主要业务为互联网公司提供软件营销及推广等服务, 客户主要为国内大型互联网公司或这些公司产品的代理商, 如百度、腾讯、广州动景及其营销代理商等, 而非最终的广告主。

根据恒大高新(002591.SZ)披露的公开信息显示, 长沙聚丰网络科技有限公司(以下简称“长沙聚丰”)主要从事软件营销与推广、页面广告业务, 属于互联网营销行业。长沙聚丰的主要客户均为广告代理商, 而非最终的广告主。

根据梅泰诺(300038.SZ)披露的公开信息显示, BBHI 集团为多家媒体提供广告位的管理和运营业务, 为 Yahoo! Bing Network 等广告网络及其广告主提供精准的广告投放业务。在投放广告业务中, BBHI 集团不与上游广告主直接发生业务对接, 而是通过互联网广告服务商为上游广告主提供广告投放服务。

综上所述, 从自身节约成本、同行业公司业务模式、广告行业发展趋势而言, Outfit7 选择与互联网广告商签订合同, 未直接与广告主对接的业态模式符合行业惯例。

3、Outfit7 不存在对单一互联网广告服务商的过度依赖

(1) Outfit7 向其主要互联网广告服务商销售情况

在 Outfit7 的业务模式中, Outfit7 通过 Google、Applovin、Unity 等互联网广

告服务商向广告主提供广告展示服务，并向互联网广告服务商收取广告服务费。

报告期内，Outfit7 通过 Google 销售的金额占当期营业收入比例为 25.81%至 35.56%。Outfit7 应用产品面向全球发布，并覆盖全球多个国家，除 Google 外，Outfit7 同时与全球超过 30 家互联网广告服务商进行合作，其中包括 Twitter、Facebook、Applovin、Unity 等多家全球性的大型知名广告服务商，Outfit7 与该等互联网广告服务商合作时间较长，合作关系较好，且该等互联网广告服务商在移动广告行业的定位及功能与 Google 具有一定的相似性。因此，Outfit7 对 Google 不存在过度依赖。

（2）同行业公司情况

Outfit7 通过 Google 等移动广告服务商转接广告主的广告投放需求，可节省与大量广告主对接所花费的成本，且可以利用广告服务商的资源优势，高效地对接广告主的各种差异化需求。

同行业可比公司的主要客户销售情况如下：

1) 狮之吼

根据迅游科技（300467）发布的公开信息显示，狮之吼主要从事手机系统工具软件的研发和推广，业务收入来源主要为移动软件内置广告。2017 年 1-4 月，狮之吼的前五大客户销售金额占当期营业收入比例分别为 59.23%、40.56%、0.16%、0.02%、0.02%，累计占比为 99.98%。

2) 武汉飞游

根据恒大高新（002591.SZ）发布的公开信息显示，武汉飞游及其子公司的主营业务为软件分发及推广、页面广告业务，属于传媒行业中细分的互联网营销行业。2016 年 1-10 月武汉飞游的客户均为互联网厂商或代理商，武汉飞游向前五大客户销售金额占当期营业收入的比例分别为 22.99%、22.22%、16.96%、6.52%、4.76%，累计占比 73.46%。

3) 长沙聚丰

根据恒大高新（002591.SZ）发布的公开信息显示，长沙聚丰主要从事软件营销与推广、页面广告业务，属于互联网营销行业。2016 年 1-10 月长沙聚丰的

前五大客户均为互联网厂商或代理商，长沙聚丰向前五大客户销售金额占当期营业收入的比例分别为 19.62%、17.41%、14.55%、6.93%、3.72%，累计占比 62.22%。

Outfit7 前五大客户的销售额占当期营业收入的比例低于同行业公司。

综上所述，Outfit7 前五大客户的销售额占收入集中度较高与移动互联网广告行业特殊的业务模式有关，同行业公司也存在类似情况，该经营情况符合行业现状。

（八）标的公司向供应商采购视频内容的原因及与行业现状对比

1、Outfit7 采购视频内容的原因

报告期内，Outfit7 向 Arx anima animation studio GmbH 采购的视频内容均基于 IP“会说话的汤姆猫家族”进行开发的，该等视频内容主要在 YouTube、优酷、iQiYi 等网络播放平台及其他数字电视台等平台进行播放。报告期内，Outfit7 采购的视频内容及在主要平台播放量的具体情况如下：

单位：万次

序号	名称	发布时间	示例	YouTube 播放数	优酷播放数	iQiYi 播放数
1	会说话的汤姆猫家族动画系列	2015 年 4 月		742,977.07	207,290.28	106,177.51
2	会说话的汤姆猫家族迷你剧	2015 年 3 月				
3	会说话的汤姆猫短剧	2014 年 3 月				

Outfit7 采购视频内容的主要考虑因素包括如下几个方面：

（1）采购视频内容是交叉推广 Outfit7 移动应用产品的重要举措

Outfit7 推出的视频内容报告期内在主要网络播放平台累计播放量超过 105.64 亿次，覆盖全球多个国家和地区。该等视频内容生动有趣，很好地展现了 Outfit7“会说话的汤姆猫家族”成员活泼、机智、可爱、快乐的特点。通过播放该等视频内容，Outfit7 可实现应用产品用户与视频观众之间的交叉营销：一方面可以使观众对“会说话的汤姆猫家族”各个成员有更加全面、直观、生动的了解，进一步吸引观众下载和体验 Outfit7 开发的移动应用产品或购买 Outfit7 推出的周边产品，另一方面部分较忠实的移动应用产品用户，亦乐意选择观看相同主题的视频内容。

（2）采购视频内容是探索新的盈利增长点的重要举措

报告期内，Outfit7 通过在优酷、YouTube 等视频播放平台播放视频内容，可以依靠视频内容在该等平台播放时贴片广告取得收益分成。报告期内，Outfit7 累计通过视频内容获取的收入情况如下：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
视频广告收入（万元）	929.00	1,593.70	1,523.11

报告期内，Outfit7 通过视频广告取得的收入呈逐年上升趋势。Outfit7 未来将继续加大在视频内容制作与销售方面的投入，将视频内容打造成 Outfit7 新的重要盈利增长点。

（3）采购视频内容是探索构建 Outfit7 IP 生态链的重要举措

“会说话的汤姆猫家族”是全球最著名的移动应用 IP、动漫 IP、休闲社交 IP 之一，该 IP 不仅为 Outfit7 带来了巨大的用户流量，同时公司未来将围绕“会说话的汤姆猫家族”这一 IP 进行深入开发，探索构建移动应用产品、动画视频内容、影视作品、周边衍生产品、主题乐园的完整生态链，以期充分挖掘该 IP 潜藏的价值。Outfit7 采购该等视频内容，是充分挖掘 IP 价值、探索构建“会说话的汤姆猫家族”生态链的重要举措。

2、Outfit7 采购视频内容对应用产品活跃用户数的影响

报告期内，Outfit7 推出的视频内容在主要播放平台累计播放量超过 105.64 亿次，通过 YouTube、优酷等大型视频播放平台，覆盖全球多个国家和地区，部分观众在观看视频内容后，出于对“会说话的汤姆猫家族”成员的喜爱，将下载和

体验 Outfit7 开发的移动应用产品，因此 Outfit7 采购视频内容将对其移动应用产品的活跃用户数产生积极影响。

3、Outfit7 采购广告推广服务情况

报告期内，Outfit7 除为移动营销服务商提供广告服务外，同时亦向移动营销服务商适量采购移动广告服务，以期增加 Outfit7 应用产品的受众面。一般情况下，Outfit7 主要在新应用产品发行初期、周末及节假日等用户活跃高峰期，分析采购成本与收益产出关系，适量采购广告推广服务。报告期内，Outfit7 采购广告推广服务的金额及其占营业收入的比重如下：

单位：万元

项目	2015 年度		2016 年度		2017 年 1-6 月	
	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比
市场推广费	1,351.11	1.80%	5,249.44	7.74%	2,126.84	5.01%
其中：采购广告推广服务的费用	141.96	0.19%	4,133.57	6.09%	1,996.05	4.70%

报告期内，Outfit7 的市场推广费分别为 1,351.11 万元、5,249.44 万元及 2,126.84 万元，占营业收入的比例为 1.80%、7.74%及 5.01%，市场推广费中采购广告推广服务的费用分别为 141.96 万元、4,133.57 万元、1,996.05 万元，占营业收入的比例分别为 0.19%、6.09%及 4.70%，占比较小。

4、Outfit7 采购广告推广服务金额的合理性

(1) 同行业广告推广服务的采购情况

1) 狮之吼科技有限公司广告推广服务采购金额分析

单位：万元

项目	2017 年 1-4 月		2016 年		2015 年	
	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比
推广服务费	8,669.36	68.38%	28,550.02	66.23%	4,184.07	140.09%

根据迅游科技（300467.SZ）披露的公开信息显示，狮之吼科技有限公司（以下简称“狮之吼”）主要从事手机系统工具软件的研发和推广，并以广告投放为主要收入来源。在 2015 年至 2017 年，为了获得更多的用户量和业务规模增长，狮之吼销售费用投入增长幅度较大，主要为通过 Google 和 Facebook 平台推广产品。

2) 武汉飞游科技有限公司广告推广服务采购金额分析

单位：万元

项目	2016 年 1-10 月		2015 年		2014 年	
	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比
销售费用	45.77	0.74%	21.07	0.79%	10.43	0.70%
其中:市场营销费	1.04	0.02%	0.92	0.03%	0.63	0.04%

根据恒大高新（002591.SZ）披露的公开信息显示，武汉飞游科技有限公司（以下简称“武汉飞游”）主要业务为互联网公司提供软件营销及推广等服务。2014 年、2015 年及 2016 年 1-10 月，武汉飞游的销售费用及市场营销费用占收入的比较小。

3) 长沙聚丰网络科技有限公司广告推广服务采购金额分析

单位：万元

项目	2016 年 1-10 月		2015 年		2014 年	
	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比
销售费用	48.29	0.65%	35.33	0.90%	31.25	1.66%
其中:市场营销费	19.21	0.26%	-	-	-	-

根据恒大高新（002591.SZ）披露的公开信息显示，长沙聚丰网络科技有限公司（以下简称“长沙聚丰”）主要从事软件营销与推广、页面广告业务，属于互联网营销行业。2014 年、2015 年及 2016 年 1-10 月，长沙聚丰的销售费用及市场营销费用占收入比重较小。

4) 上海猎鹰网络有限公司广告推广服务采购金额分析

单位：万元

项目	2015 年 1-9 月		2014 年	
	金额	占移动广告推广收入比	金额	占移动广告推广收入比
销售费用	475.31	2.96%	61.08	3.18%

根据智度投资（000676.SZ）披露的公开信息显示，上海猎鹰网络有限公司（以下简称“猎鹰网络”）作为移动广告平台，其主要业务是整合移动互联网流量资源为广告主提供基于移动应用的广告推广服务。2014 年及 2015 年 1-9 月，猎鹰网络销售金额占其营业收入的比重较小。

（2）Outfit7 广告推广服务采购金额的合理性分析

1) Outfit7 具有较高知名度，用户主动下载和交叉营销效果较好

Outfit7 所有应用产品累计 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，其应用产品其用户基数十分庞大，覆盖欧洲、美国、巴西、中国、澳大利亚等全球大多数国家和地区，且根据月活跃用户数、渠道下载量等不同指标，曾在巴西、中国、法国、印度、印尼、墨西哥、波兰、俄罗斯、土耳其等全球多个国家的排名进入前十，在全球移动应用行业内具有较高知名度和较强的竞争优势。

基于上述原因，Outfit7 的应用产品在用户群体内具有较好的推广效果，大量用户选择主动搜索和下载 Outfit7 应用产品。此外，Outfit7 用户基数十分庞大，各类应用产品之间具有较强的交叉推广能力，因此除对接 Google、Applovin 等互联网广告商的需求外，Outfit7 亦在其应用产品中通过应用墙、插页等形式，推广其自有产品。

自 2016 年 6 月开始，Outfit7 加大了对外采购广告推广服务的力度，自 2016 年 6 月至 2017 年 6 月，Outfit7 主要应用产品的用户主动下载量、通过交叉营销取得下载量及通过采购外部推广服务取得的新增下载量对比如下：

单位：次

月份	用户主动 下载量	交叉营销 获取下载 量	采购外部 推广获取 的下载量	用户主动 下载量	交叉营销 获取下载 量	采购外部 推广获取 的下载量
	《我的汤姆猫》			《我的安吉拉》		
2016 年 6 月	23,934,438	2,970,180	23	16,339,861	2,714,851	16
2016 年 7 月	34,901,243	3,547,869	2,859	21,919,019	3,678,888	1,074
2016 年 8 月	38,443,026	3,308,644	102	24,090,043	3,563,879	70
2016 年 9 月	27,696,273	2,230,370	446	17,435,365	2,284,486	298
2016 年 10 月	29,751,873	2,572,188	65,909	18,568,002	2,783,138	29,886
2016 年 11 月	26,831,034	2,414,146	39,254	18,088,977	2,662,694	3,336
2016 年 12 月	32,348,546	2,999,695	67,136	21,350,784	3,255,058	25,080
2017 年 1 月	44,576,705	3,781,828	49,060	30,984,642	3,776,093	26,954
2017 年 2 月	37,733,800	2,843,775	24,579	25,112,173	3,025,477	12,653
2017 年 3 月	30,798,493	2,342,400	815	21,146,554	2,226,811	6,065
2017 年 4 月	29,772,105	2,206,216	7	20,836,332	2,162,135	3
2017 年 5 月	28,294,450	2,176,126	4	20,347,646	2,195,766	5
2017 年 6 月	28,462,340	2,181,610	0	22,169,323	2,324,563	8
月份	《汤姆猫跑酷》			《我的汉克狗》		

月份	用户主动 下载量	交叉营销 获取下载 量	采购外部 推广获取 的下载量	用户主动 下载量	交叉营销 获取下载 量	采购外部 推广获取 的下载量
2016 年 6 月	476,938	348,986	30,514		-	-
2016 年 7 月	14,320,456	6,941,337	1,041,472	118	-	-
2016 年 8 月	21,562,617	6,133,053	1,174,535	99	-	-
2016 年 9 月	16,891,717	4,184,892	749,721	291	1	-
2016 年 10 月	16,454,702	4,031,929	738,991	625	2	-
2016 年 11 月	13,276,552	3,513,290	579,256	28,444	3	1
2016 年 12 月	16,979,040	3,482,491	678,542	781,821	26,278	6
2017 年 1 月	28,010,500	4,752,196	552,495	13,477,758	443,208	41,813
2017 年 2 月	25,857,051	3,741,947	284,493	8,953,728	8,370,033	503,396
2017 年 3 月	20,260,857	2,689,667	345,664	7,129,637	5,027,722	287,047
2017 年 4 月	17,346,010	2,521,481	308,455	6,459,438	3,471,476	90,054
2017 年 5 月	16,224,047	2,645,572	323,058	5,436,622	2,898,833	82,664
2017 年 6 月	16,351,422	2,346,697	338,556	5,748,008	2,036,878	14,923

注：Outfit7 未通过外部采购获取《会说话的汤姆猫 2》用户。

相比于从外部采购广告推广服务，Outfit7 应用产品的用户主动下载量及通过内部自有产品的交叉营销取得的新增下载量更多，效果更好。因此，Outfit7 在 2016 年 6 月之前并未大量采购广告推广服务。

2) Outfit7 市场推广服务的采购与其发展战略有关

Outfit7 在决定是否采购广告推广服务时，综合衡量单个用户的推广成本、单个用户终身价值 (LTV)、付费推广综合性收益、产品发布与生命周期等因素，以决定广告推广服务的采购策略、力度和方式。2015 年，Outfit7 对外采购广告推广服务的金额较小，2016 年下半年，Outfit7 开始加大应用产品在亚太地区，尤其是中国市场的推广效果，因此采取了更加积极的线上推广策略，2016 年及 2017 年市场推广费上升较大。

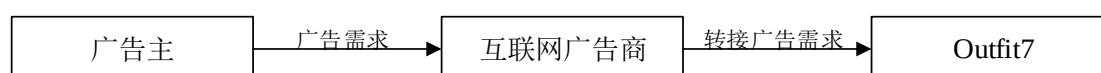
综上所述，Outfit7 采购市场推广服务的费用占营业收入比重与武汉飞游、长沙聚丰与猎鹰网络类似，其推广服务费占收入比均较小，且小于狮之吼，主要系 Outfit7 拥有广泛的知名度，通过用户主动搜索取得下载量及自我交叉营销取得的下载量较多，因此外部采购广告推广服务的金额较小。因此，Outfit7 市场推广服务费用金额的变化及其占收入的比重较小的情况，与 Outfit7 较高的知名度、强大的交叉营销能力、发展战略相关，符合 Outfit7 实际情况。

（九）Outfit7 的前五大供应商和客户存在重叠的原因及合理性

Outfit7 的主要业务模式为研发移动应用产品，并向全球用户进行推广，其收入主要来自于移动应用广告收入。

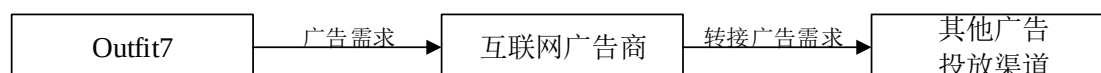
Outfit7 广告业务收入的客户为互联网广告商。Outfit7 以自有移动应用产品为载体，向互联网广告商提供广告位，间接满足第三方广告主的投放需求，并因此获得广告服务收入。报告期内，Outfit7 的主要客户包括 Google、AppLovin 和 Unity 等互联网广告商。

Outfit7 作为供应商投放互联网广告服务商转接的广告需求的业务模式示例如下：



Outfit7 的供应商主要为互联网广告服务商，以及其他与经营需求相关的服务商等。Outfit7 除向互联网广告服务商提供广告位，投放其转介的广告外，亦向 Google、AppLovin 和 Unity 等互联网广告服务商采购广告推广服务，以提高 Outfit7 产品的曝光度、展示量、点击量，或通过其他方式促进用户数的增长。

Outfit7 作为广告主向互联网广告商采购广告推广服务时的模式示例如下：



此外，为满足应用产品的开发、运营和管理需要，Outfit7 向 Google 采购了应用程序和应用产品的引擎服务、服务器、数据分享服务。

报告期内，Outfit7 与 Google、AppLovin、Unity 之间进行的服务内容如下：

厂商名称	作为供应商 向 Outfit7 提供的服务	作为客户 Outfit7 向其提供的服务
Google Ireland Ltd	提供应用程序和应用产品的引擎服务、服务器、数据分享、广告推广	销售应用内广告位、应用内付费购买
AppLovin Corp	提供广告推广服务	销售应用内广告位
Unity Technologies Finland Oy	提供广告推广服务	销售应用内广告位

Google、Applovin 及 Unity 作为互联网广告商，同时对接广告主与移动媒体，帮助广告主在移动媒体上投放广告。Outfit7 一方面为互联网广告商提供广告位投放广告，另一方面需借助该等平台进行产品推广。因此 Google、Applovin 及 Unity 等部分互联网广告商既是 Outfit7 的客户，又是其供应商，该情形符合行业的特征和业务模式，具有合理性。

此外，Outfit7 向 Google 采购了应用程序和应用产品的引擎服务、服务器、数据分享服务，以保证 Outfit7 的移动应用的开发和运营能够顺利进行，符合行业的特征和业务模式，具有合理性。

（十）标的公司质量控制情况

为确保服务和产品质量，Outfit7 在采购环节、移动应用研发及运营环节均建立了完整、系统的质量控制体系。关于 Outfit7 质量控制情况请参见本节之“（四）标的公司主要经营模式”。

（十一）标的公司主要技术及研发情况

1、主要核心技术情况

序号	核心技术名称	技术功能	来源
1	广告调节平台	进行广告流量调节的平台：由于 Outfit7 与多达数十个广告服务商进行合作，该平台可同时动态分配所有应用产品的广告位予所有广告服务商，极大提高广告位利用率和最大化收入水平	自研
2	应用墙平台	利用该平台，可通过在应用内进行直接的广告营销，交叉营销和提高流量变现能力	自研
3	星光应用引擎	应用运行引擎，可在占用更少内存的情况下，支持更快启动应用及更小的装机容量	自研

2、核心技术人员特点分析及变动情况

（1）核心技术人员情况

截至本报告书签署日，Outfit7 核心技术人员情况如下：

姓名	性别	教育背景	职位	简历
Luka Renko	男	卢布尔雅那大学硕士	技术副总裁	Luka Rento 拥有超过 20 年的编程和制作经验。他于 2011 年加入 Outfit7，他负责领导所有开发团队，并监督制作《我的汤姆猫》、

姓名	性别	教育背景	职位	简历
				《我的安吉拉》以及《安吉拉时尚》等项目。在加入 Outfit7 之前，他在 KDE 团队从事 Ubuntu 操作系统下的软件开发工作。
Ziva Cizman	女	波士顿大学学士；卢布尔雅那大学硕士	市场副总裁	Ziva Cizman 拥有超过 8 年的营销经验。她于 2016 年加入 Outfit7，负责领导整个营销团队，她曾制定了《汤姆猫泳池》和《汤姆猫营地》的营销策略。在加入 Outfit7 之前，她曾在达能公司担任品牌经理、在 Google 公司担任客户经理、在哥德巴赫的 Adriatics 公司担任业务发展总监。
Jernej Česen	男	卢布尔雅那大学学士	数据与分析副总裁	Jernej Česen 拥有超过 9 年的数据统计和分析经验。他于 2015 年加入 Outfit7，负责领导整个数据和分析团队，对 Outfit7 的所有产品提供数据分析支持。在加入 Outfit 7 之前，他曾在 Mercator, d.d.担任战略控制部总监。
Helder Jose Das Neves Lopes	男	葡萄牙贝拉英特拉大学学士	动画设计副总裁	Helder Jose Das Neves Lopes 拥有超过 10 年的艺术和动画经验。他于 2015 年加入 Outfit7，负责领导整个艺术设计团队，督导《汤姆猫泳池》，率领艺术团队制定《汤姆猫泳池》的创意和艺术内容。在加入 Outfit7 之前，他曾在 Seed 工作室担任动画设计师。
Rok Zorko	男	卢布尔雅那大学学士	产品开发副总裁	Rok Zorko 拥有超过 14 年的应用设计和开发经验。他于 2009 年加入 Outfit7，他领导产品团队开发了《汤姆猫跑酷》、《我的安吉拉》、《汤姆与小偷》、《汤姆猫营地》等项目。在加入 Outfit7 之前，他在斯洛文尼亚搜索网站 Najdi.si 担任主编。
Bor Kolaric	男	卢布尔雅那大学学士	市场总监	Bor Kolaric 拥有超过 7 年的市场营销和创意经验。他于 2016 年加盟 Outfit7，领导团队制定了《我的汤姆猫》及《汤姆猫跑酷》的营销策略。在加入 Outfit7 之前，他曾在 GoOpti 公司担任市场营销部经理、在 Sinhro d.o.o.公司担任创意总监，、在 Ogilvy & Mather 公司担任文案。
Boris Vigec	男	马里博尔电气工程和计算机科学学校	3D 设计师负责人	Boris Vigec 拥有超过 17 年的应用设计和艺术设计经验。他于 2015 年加入了 Outfit7，他领导艺术团队制定了《我的汤姆猫》和《我的安吉拉》的创意理念和艺术，并进行了《我的汉克狗》的美术开发。在加入 Outfit7 之前，他曾在 Linea 工作室先后担任图形设计师、技术总监，以及在 IBZoot 公司担任主要技术美工。
Grega Birsa	男	多媒体技	3D 设计	Grega Birsa 拥有超过 9 年的艺术设计经验。

姓名	性别	教育背景	职位	简历
		术学院学士	师	他于 2016 年加入 Outfit7，领导艺术团队制定《汤姆猫跑酷》和《汤姆猫和小偷》的创意概念和艺术。在加入 Outfit7 之前，他曾在 Perfo d.o.o 公司担任运动图形动画师和后期制作经理。
Boris Fers	男	马里博尔大学计算机和信息科学学士	研发总监	Boris Fers 拥有超过 9 年的应用设计和开发经验。他于 2015 年加入了 outfit7，领导技术团队开发了《我的汤姆猫》和《我的安吉拉》。在加入 Outfit7 之前，他曾在 Zizi d.o.o.公司从事软件开发工作，在 Klika d.o.o 公司担任项目和团队负责人以及高级软件开发员，在 Sportade AG 公司担任高级软件开发员。
Rok Dervaric	男	卢布尔雅那大学计算机和信息科学学士	高级技术总监	Rok Dervaric 拥有超过 16 年的应用开发经验。他在 2012 年加入 Outfit7，他领导技术团队负责开发《汤姆猫泳池》。在加入 Outfit7 之前，他曾在 Cocoasoft 公司担任研发部负责人，并在 Marg d.o.o 公司担任项目经理。
Jon Premik	男	卢布尔雅那大学计算机和信息科学硕士	软件工程师	Jon Premik 拥有超过 2 年的应用开发经验。他在 2013 年加入了 outfit7，领导团队开发了《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》和《我的汉克狗》的后端系统。在加入 Outfit7 之前，他曾在 Noetova šola 公司从事应用产品研发工作。
Davor Hafnar	男	卢布尔雅那大学政治学学士	产品经理	Davor Hafnar 拥有超过 4 年的产品和项目管理经验。他于 2016 年加入 Outfit7，负责《我的汤姆猫》和《我的安吉拉》的产品管理工作。在加入 Outfit7 之前，他曾在 Draftfcb Pan 担任项目产品经理，任职于 Google 的 Contributor 国际试验部，以及在 Peta bit 创业公司担任产品经理。
Luka Nosan	男	鲁道夫麦斯特学校	产品设计	Luka Nosan 拥有超过 12 年的产品设计和关卡设计经验。他于 2016 年加盟 Outfit7，领导《汤姆猫跑酷》的产品管理、产品设计和关卡设计。在加入 Outfit7 之前，他曾在 Zootfly 公司担任关卡设计师。
Vana Vojdanovski	女	卢布尔雅那大学学士	动画设计总监	Vana Vojdanovski 拥有超过 12 年的艺术设计和产品设计经验。她于 2015 年加入 Outfit7，负责管理《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》和《汤姆猫跑酷》的 UI 资产。在加入 Outfit7 之前，在 Formitas BBDO 担任互联网生产经理，在 Innovatif 做互联网生产经理，在 Sportradar AG 担任产品和 UX 设计师。

(2) 开发人员变动情况

报告期内，Outfit7 各期末的人员构成情况如下：

单位：人

岗位	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 30 日
技术（含测试）	85	77	62
美术	37	32	29
规划（产品管理）	12	9	9
营销	9	6	8
本地化	2	2	1
录音	1	1	1
其他	86	79	80
合计	232	206	190

（3）Outfit7 的核心技术人员近三年的离职情况及离职原因

Outfit7 核心技术人员最近三年不存在离职情形。

（4）Outfit7 的核心技术人员签署竞业禁止协议的情况及主要内容

Outfit7 在与其核心技术人员签订劳动合同中，均对竞业情况进行了特殊约定，该等竞业禁止的约定条款情况及主要内容如下表所示：

序号	姓名	职位	主要内容（注）
1	Luka Renko	技术副总裁	与 Ekipa2 和 Outfit7 均签订竞业禁止约定条款
2	Rok Zorko	产品开发副总裁	与 Ekipa2 和 Outfit7 均签订竞业禁止约定条款
3	Bor Kolaric	市场总监	与 Ekipa2 签订竞业禁止约定条款
4	Ziva Cizman	市场副总裁	与 Ekipa2 和 Outfit7 均签订竞业禁止约定条款
5	Boris Vigec	3D 总设计师	与 Ekipa2 签订竞业禁止约定条款
6	Grega Birska	3D 设计师	与 Ekipa2 签订竞业禁止约定条款
7	Boris Fers	研发总监	与 Ekipa2 签订竞业禁止约定条款
8	Rok Dervaric	高级技术总监	与 Ekipa2 签订竞业禁止约定条款
9	Jon Premik	软件工程师	与 Ekipa2 签订竞业禁止约定条款
10	Davor Hafnar	产品经理	与 Ekipa2 签订竞业禁止约定条款
11	Luka Nosan	产品设计师	与 Ekipa2 签订竞业禁止约定条款
12	Jernej Česen	数据和分析副总裁	与 Ekipa2 和 Outfit7 均签订竞业禁止约定条款
13	Vana Vojdanovski	设计与动画总监	与 Ekipa2 签订竞业禁止约定条款
14	Helder Jose Das Neves Lopes	设计与动画总监	与 Ekipa2 和 Outfit7 均签订竞业禁止约定条款

注：与 Ekipa2 签署的竞业禁止约定条款主要内容为：员工在受雇期间，未经公司允许，不得亲自、代表其他第三方或雇佣他人从事或投资与公司相竞争或将带来竞争的商业活动，

包括：不得利用工作中获取的公司信息、商业关系从事竞争性活动或可能带来竞争后果的活动，不得受雇于其他从事竞争性活动的雇主，不得收购或创建从事竞争性活动的公司，不得在任何从事竞争性活动的公司中担任管理层、董事或监事。若违反合同中约定的竞业禁止规定，涉事员工需赔偿 10,000 欧元，若该行为持续存在，需额外赔偿 250 欧元/天。上述竞业禁止条款的有效期至员工离职后 1 年。

与 Outfit7 签署的竞业禁止约定条款主要内容为：受雇期间管理层员工不得直接或间接、单独或合伙或代表任何其他第三方，从事任何与雇主相竞争的业务，包括：不得参与或从事竞争性活动；不得利用工作中获取的信息、商业关系等从事竞争性活动；不得与将从事竞争性活动的第三方接洽；不得创建或收购从事竞争性活动的公司股权，收购 1%以下的在交易所内上市的公司股权除外；不得在任何从事竞争性活动的公司中担任管理层、董事或监事。该限制有效期为合同执行期间及合同终止后 6 个月内。

3、报告期内按地区 Outfit7 员工分布情况

年度	英国	斯诺文尼亚	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。

4、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。

5、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。

（十二）标的公司的管理团队和核心人员的构成、本次交易完成后保持核心管理团队和核心人员稳定性的具体措施及竞业禁止的具体约定

1、Outfit7 的核心管理团队和技术人员的构成

Outfit7 的核心管理团队和技术人员情况如下：

姓名	性别	教育背景	职位	简历
Žiga Vavpotič	男	卢布尔雅那大学社会科学硕士	董事长兼首席营收官	Žiga Vavpotič 拥有 7 年的公共关系工作经验。于 2014 年加入 Outfit7，目前作为董事长兼首席营收官，主要负责公司对外关系，苹果谷歌等重要客户的商务发展等。在加入 Outfit7 之前，曾担任公益组织 Zavod Ypsilon 董事长，组织创建 ABC Accelerator, Simbioza Genesis 等非盈利组织。
Jure Prek	男	动画设计工程专业	首席执行官	Jure Prek 拥有超过 14 年的动画设计行业经验。于 2011 年加入 Outfit7，目前作为 CEO 负责公司整体经营，主要负责应用产品制作相关的各个环节与部门。加入 Outfit7 之前，曾在 VPK、Ambient Entertainment、Delapost 等公司从事动画设计工作。
Karmen Grabnar	女	布莱德商学院 MBA	首席运营官	Karmen Grabnar Vovk 拥有超过 20 年的管理、市场、商务工作经验。于 2014 年加入 Outfit7，

姓名	性别	教育背景	职位	简历
Vovk				目前作为首席运营官负责公司整体运营，内部流程控制，合同、产品等环节控制。加入 Outfit7 之前，曾在 Linea Directa d.o.o.担任首席运营官，Studio Moderna 担任商务发展总监等工作。
Iza Login	女	卢布尔雅那大学计算机科学硕士 布莱德商学院工商管理项目	董事会顾问	Iza Login 拥有超过 20 年的技术工作、项目管理、商务拓展等经验。于 2010 年开始创业，并于 2013 年创建 Outfit7，目前为董事会顾问，主要负责给予现任管理团队在主要经营管理中给予建议和支持。在创建 Outfit7 之前，曾在微软、LEK 等公司从事技术、项目管理、商务拓展等工作。
Samo Login	男	计算机科学硕士	董事会顾问	Samo Login 拥有超过 20 年的技术工作经验。他于 2010 年开始创业，并于 2013 年创建 Outfit7，目前为董事会顾问，主要负责给予现任管理团队在主要经营管理中给予建议和支持。在加入 Outfit7 之前，曾作为联合创始人创建斯洛文尼亚当地的搜索引擎公司 Najdi.si，并担任首席技术官。
Igor Lautar	男	卢布尔雅那大学计算机科学学士/经济学硕士	数字营销副总裁	Igor Lautar 拥有超过 17 年的编程和技术开发经验。于 2012 年加入 Outfit7，目前负责领导数字销售部门，包括广告销售和应用市场商务等团队。加入 Outfit7 之前，曾在 Hermes Softlab 和 ComTrade Group 公司从事软件开发和软件架构搭建等工作。
Boris Dolenc	男	卢布尔雅那大学电影和电视导演专业	视频内容副总裁	Boris Dolenc 拥有超过 11 年的电影电视导演、制作经验。于 2014 年加入 Outfit7，负责领导整个视频内容团队，并监督制作长篇动画系列剧《会说话的家族》、短篇动画系列剧《会说话的迷你家族》等项目。加入 Outfit7 之前，在 Invida d.o.o.公司从事电影导演、创意导演工作。
Boris Eržen	男	卢布尔雅那大学法学学士 伦敦大学法学硕士	法务主管	Boris Eržen 拥有超过 13 年的法律从业经验。于 2011 年加入 Outfit7，负责领导整个法务团队。加入 Outfit7 之前，曾在 Noviforum d.o.o., TSmedia, d.o.o., Avecom 公司从事公司内法务工作。
Luka Renko	男	卢布尔雅那大学硕士	技术副总裁	Luka Rento 拥有超过 20 年的编程和制作经验。于 2011 年加入 Outfit7，负责领导所有开发团队，并监督制作《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》以及《安吉拉时尚工作室》等项目。加入 Outfit7 之前，曾在 KDE 团队从事 Ubuntu 操作系统下的软件开发工作。
Peter	男	卢布尔雅	财务副	Peter Dolenc 拥有超过 5 年的财务工作经验。

姓名	性别	教育背景	职位	简历
Dolenc		那大学公司金融学士/国际商务硕士	总裁	于 2013 年加入 Outfit7，负责领导财务部门。加入 Outfit7 之前，曾在 Semenarna Ljubljana d.d.o.公司从事内控分析工作。
Rok Zorko	男	卢布尔雅那大学学士	产品开发副总裁	Rok Zorko 拥有超过 14 年的应用设计和开发经验。于 2009 年加入 Outfit7，领导产品团队开发了《汤姆猫跑酷》、《我的安吉拉》、《汤姆与小偷》、《汤姆猫战营》等项目。加入 Outfit7 之前，曾在斯洛文尼亚搜索网站 Najdi.si 担任主编。
Helder Jose Das Neves Lopes	男	葡萄牙贝拉英特拉大学学士	动画设计副总裁	Helder Jose Das Neves Lopes 拥有超过 10 年的艺术和动画经验。于 2015 年加入 Outfit7，负责领导整个艺术设计团队，督导《汤姆猫水乐园》，率领艺术团队制定《汤姆猫水乐园》的创意和艺术内容。加入 Outfit7 之前，曾在 Seed 工作室担任动画设计师。
Mitja Kravos	男	卢布尔雅那大学学士	人事副总裁	Mitja Kravos 拥有超过 12 年的编程和制作经验。于 2013 年加入 Outfit7，目前为人事副总裁和卢布尔雅那分公司总经理，负责领导人力资源团队。加入 Outfit7 之前，曾在 Hermes Softlab 和 ComTrade GroupKDE 团队担任软件工程师或项目经理。
Dilpesh Shashikant Parmar	男	密德萨斯大学计算机科学学士	英国分公司总经理	Dilpesh Shashikant Parmar 拥有超过 12 年的广告行业从业经验。于 2012 年加入 Outfit7，负责领导广告销售团队，对接各主要广告平台客户。加入 Outfit7 之前，曾在 Interactive Investor 和 Shazam Entertainment 公司从事广告商务拓展工作。
Ziva Cizman	女	波士顿大学学士；卢布尔雅那大学硕士	市场副总裁	Ziva Cizman 拥有超过 8 年的营销经验。于 2016 年加入 Outfit7，负责领导整个营销团队，制定了《汤姆猫水乐园》和《汤姆猫战营》的营销策略。加入 Outfit7 之前，曾在达能公司担任品牌经理、在 Google 公司担任客户经理、在哥德巴赫的 Adriatics 公司担任业务发展总监。
Jernej Česen	男	卢布尔雅那大学学士	数据与分析副总裁	Jernej Česen 拥有超过 9 年的数据统计和分析经验。于 2015 年加入 Outfit7，负责领导整个数据和分析团队，对 Outfit7 的所有产品提供数据分析支持。加入 Outfit7 之前，曾在 Mercator, d.d.担任战略控制部总监。
Bor Kolaric	男	卢布尔雅那大学学士	市场总监	Bor Kolaric 拥有超过 7 年的市场营销和创意经验。于 2016 年加盟 Outfit7，领导团队制定了《我的汤姆猫》及《汤姆猫跑酷》的营销策略。

姓名	性别	教育背景	职位	简历
				加入 Outfit7 之前，曾在 GoOpti 公司担任市场营销部经理、在 Sinhro d.o.o.公司担任创意总监，在 Ogilvy & Mather 公司担任文案。
Boris Vigec	男	马里博尔电气工程和计算机科学学校	3D 设计师负责人	Boris Vigec 拥有超过 17 年的应用设计和艺术设计经验。于 2015 年加入了 Outfit7，领导艺术团队制定了《我的汤姆猫》和《我的安吉拉》的创意理念和艺术，并进行了《我的汉克狗》的美术开发。加入 Outfit7 之前，曾在 Linea 工作室先后担任图形设计师、技术总监，以及在 IBZoot 公司担任主要技术美工。
Grega Birsa	男	多媒体技术学院学士	3D 设计师	Grega Birsa 拥有超过 9 年的艺术设计经验。于 2016 年加入 Outfit7，领导艺术团队制定《汤姆猫跑酷》和《汤姆猫和小偷》的创意概念和艺术。加入 Outfit7 之前，曾在 Perfo d.o.o 公司担任运动图形动画师和后期制作经理。
Boris Fers	男	马里博尔大学计算机和信息科学学士	研发总监	Boris Fers 拥有超过 9 年的应用设计和开发经验。于 2015 年加入了 Outfit7，领导技术团队开发了《我的汤姆猫》和《我的安吉拉》。加入 Outfit7 之前，曾在 Zizi d.o.o.公司从事软件开发工作，在 Klika d.o.o 公司担任项目和团队负责人以及高级软件开发员，在 Sportade AG 公司担任高级软件开发员。
Rok Dervaric	男	卢布尔雅那大学计算机和信息科学学士	高级技术总监	Rok Dervaric 拥有超过 16 年的应用开发经验。在 2012 年加入 Outfit7，领导技术团队负责开发《汤姆猫水乐园》。加入 Outfit7 之前，曾在 Cocoasoft 公司担任研发部负责人，并在 Marg d.o.o 公司担任项目经理。
Jon Premik	男	卢布尔雅那大学计算机和信息科学硕士	软件工程师	Jon Premik 拥有超过 2 年的应用开发经验。在 2013 年加入了 outfit7，领导团队开发了《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》和《我的汉克狗》的后端系统。加入 Outfit7 之前，曾在 Noetova šola 公司从事应用产品研发工作。
Davor Hafnar	男	卢布尔雅那大学政治学学士	产品经理	Davor Hafnar 拥有超过 4 年的产品和项目管理经验。于 2016 年加入 Outfit7，负责《我的汤姆猫》和《我的安吉拉》的产品管理工作。加入 Outfit7 之前，曾在 Draftfcb Pan 担任项目产品经理，任职于 Google 的 Contributor 国际试验部，以及在 Peta bit 创业公司担任产品经理。
Luka Nosan	男	鲁道夫麦斯特学校	产品设计	Luka Nosan 拥有超过 12 年的产品设计和关卡设计经验。于 2016 年加盟 Outfit7，领导《汤姆猫跑酷》的产品管理、产品设计和关卡设计。加入 Outfit7 之前，曾在 Zootfly 公司担任关卡设计师。

姓名	性别	教育背景	职位	简历
Vana Vojdanovski	女	卢布尔雅那大学学士	动画设计总监	Vana Vojdanovski 拥有超过 12 年的艺术设计和产品设计经验。于 2015 年加入 Outfit7，负责管理《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》和《汤姆猫跑酷》的 UI 资产。加入 Outfit7 之前，曾在 Formitas BBDO 担任互联网生产经理，在 Innovatif 做互联网生产经理，在 Sportradar AG 担任产品和 UX 设计师。

2、本次交易完成后保持核心管理团队和核心人员稳定性的具体措施及竞业禁止的具体约定

（1）本次交易完成后保持核心管理团队和核心人员稳定性的具体措施

本次交易后上市公司拟采取下述措施保持 Outfit7 核心管理团队和核心人员的稳定性：

1) 完善任职岗位

联合好运对 Outfit7 收购完成后，在原创始人的推荐下，提拔任命 Outfit7 原首席营收官 Žiga Vavpotič 先生为董事长，提拔任命 Outfit7 原设计副总裁 Jure Prek 先生为首席执行官，提拔任命原技术高级总监 Mitja Kravos 先生为人力资源副总裁，提拔任命原设计高级总监 Helder Lopes 先生为设计副总裁；其后在 2017 年业务经营的运作过程中，根据业务需要，进一步提拔原内控分析高级总监 Jernej Cesen 先生为数据与分析副总裁，原市场部高级总监 Ziva Cizman 女士为市场营销副总裁；在公司中层干部队伍中，在上述人员调整的同时，基本沿用了原有的管理团队。上述人员调整对 Outfit7 核心人员的稳定起到了很好的作用。

本次交易完成后，上市公司将继续秉承对原管理团队和核心人员的重视和信任，坚持 Outfit7 自主管理为主，上市公司规范管理为辅的管理模式，同时进一步完善员工的职业发展规划和晋升通道，以及向核心管理团队和优秀人才提供富有竞争力的薪酬激励计划与职业生涯规划，以保持 Outfit7 现有管理团队和核心人员的稳定。

2) 完善薪酬方案

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		斯诺文尼亚		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。

根据上表，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。同时，上市公司已经配合联合好运完善优化了 Outfit7 公司员工薪酬方案，总体遵循以下原则：

①总体薪酬水平：给予 Outfit7 公司员工特别是中高级管理层更有竞争力的薪资报酬，保证总体薪酬稳中有升。

②绩效考核体系：对员工进行短期绩效考核（每月）及中长期员工发展评估（每半年），实际薪酬发放与职级和经营绩效相挂钩。

③高管激励原则：Outfit7 员工职级最高为 7 级，原则上针对职级 5 级及以上的中高级管理层进行重点考核激励，力求对中高层的激励与业绩提升高度挂钩；针对 5 级以下的普通员工，在不低于原薪酬水平的基础上，有一定幅度的提升。

本次交易完成后，上市公司将继续保持目前的员工薪酬水平并进一步出台细化的员工薪酬考核方法，初步方案如下：

①短期，在员工职级工资的基础上，每月初由董事会根据上月业绩情况确定 Outfit7 整体薪酬的浮动比例，由 Outfit7 管理层包括高级总监、副总裁、高级管理层三个层面对下属团队的成员进行月度考核评估，确定员工层面的薪酬浮动比例，浮动部分于下月薪酬中统一进行发放；

②中期，Outfit7 将于 3 月和 9 月分别进行员工半年度绩效考核，对员工整体上进行全方位的整体考核，由 Outfit7 高管和各部门副总裁牵头，由各员工直

属上级对下级进行整体评价后，厘定应予以提拔/涨薪的员工，以及对未达考核要求应予以降级的员工。由副总裁以上管理层讨论后最终确定提拔/涨薪及降级的员工名单并予以公示后，于下个半年度执行。

截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 五级以上中高级员工当年平均月工资较 2016 年有较大幅度的上升。

3) 完善奖金激励计划

本次交易完成后，上市公司为进一步加强 Outfit7 管理团队和核心人员的激励，计划将推出奖金激励方案，方案将遵循以下原则：

①面向全体员工。该方案将为所有 Outfit7 员工设计，根据其在 Outfit7 的任职时间，职级和职位确定奖金系数，让所有员工可以分享 Outfit7 成长发展过程中的收益。

②高管重点激励。对五级以上的员工和管理层将进行重点考核和激励，作为 Outfit7 经营和管理中的骨干，将为其制定相对较高的奖金系数和比例，充分促进骨干员工的工作积极性和原动力。

③业绩指标考核。该方案初步考虑将使用 Outfit7 营业收入和净利润为考核指标，将根据 Outfit7 业绩完成情况，相应增加 Outfit7 员工的奖金。

(2) 关于核心管理团队和核心人员竞业禁止的具体约定

姓名	职位	竞业禁止条款的具体约定	违反竞业禁止条款的违约责任
Žiga Vavpotič	董事长兼首席营收官	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 6 个月	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Jure Prek	首席执行官	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 6 个月	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Karmen Grabnar	首席运营官	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违

姓名	职位	竞业禁止条款的具体约定	违反竞业禁止条款的违约责任
Vovk		况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 6 个月	反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Iza Login	董事会顾问	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 6 个月	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Samo Login	董事会顾问	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 6 个月	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Igor Lautar	数字营销副总裁	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Boris Dolenc	视频内容副总裁	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 6 个月	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Boris Eržen	法务主管	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Luka Renko	技术副总裁	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Peter Dolenc	财务副总裁	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果

姓名	职位	竞业禁止条款的具体约定	违反竞业禁止条款的违约责任
		义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 6 个月	员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Rok Zorko	产品开发副总裁	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Helder Jose Das Neves Lopes	动画设计副总裁	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Mitja Kravos	人事副总裁	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Dilpesh Shashikant Parmar	英国分公司总经理	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 6 个月	如果员工违反了劳动合同的约定，员工需要支付赔偿金
Ziva Cizman	市场副总裁	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Jernej Česen	数据与分析副总裁	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Bor Kolaric	市场总监	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付

姓名	职位	竞业禁止条款的具体约定	违反竞业禁止条款的违约责任
			250 欧元的罚金
Boris Vigec	3D 设计师 负责人	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Grega Birsa	3D 设计师	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Boris Fers	研发总监	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Rok Dervaric	高级技术总监	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Jon Premik	软件工程师	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Davor Hafnar	产品经理	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金
Luka Nosan	产品设计	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金

姓名	职位	竞业禁止条款的具体约定	违反竞业禁止条款的违约责任
Vana Vojdanov ski	动画设计总 监	在合同终止日前，员工收到书面通知并在被支付补偿金的情况下，员工需要履行竞业禁止义务，员工的竞业禁止期限最长为合同终止后 1 年	如果员工违反了竞业禁止的约定，需要就每一条具体约定的违反支付 10,000 欧元的罚金，如果员工长时间地违反竞业禁止某项约定，则每违反一日，需要支付 250 欧元的罚金

综上所述，上市公司已充分考虑并制订了本次交易完成后保持核心管理团队和核心人员稳定性的具体措施和计划。

五、标的公司会计政策及相关会计处理

杭州逗宝及上虞码牛的主要资产为 Outfit7 的 56% 股权。Outfit7 的会计政策及相关会计处理如下：

（一）收入的确认原则和计量方法

1、收入的确认原则

（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）Outfit7 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，并按已经提供劳务占应提供劳务总量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

Outfit7 收入主要来源于“会说话的汤姆猫家族”系列移动应用的平台发行、提供广告载体一系列服务。Outfit7 广告收入根据广告投放平台提供的广告弹出量、单价以及平台客户提供的对账单等结算数据结算，并结合合同约定的收入分成比例及结算对账单确认收入；Outfit7 移动应用收入依据用户移动应用内购买虚拟物品金额及平台客户提供的对账单结算，Outfit7 将平台分得的用户购买虚拟物品款项计入预收款项，并在实际的道具生命周期内按直线法摊销确认收入。

(二) 会计政策与会计估计与同行业可比上市公司的差异

经查阅同行业上市公司年报等资料，Outfit7 的收入确认原则和计量方法、应收账款坏账准备计提政策、固定资产折旧年限及残值率、无形资产摊销年限等主要会计政策和会计估计与同行业上市公司不存在重大差异。

(三) 财务报表的编制基础及合并财务报表范围

1、Outfit7 合并财务报表编制基础

Outfit7 财务报表以持续经营为编制基础，不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

2、Outfit7 合并财务报表范围

Outfit7 合并财务报表范围及变化情况如下表所示：

公司名称	是否纳入合并范围		
	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
Outfit7 Limited	是	是	是
Bee7000 Limited	是	是	是
Bee70 Limited	是	是	是

公司名称	是否纳入合并范围		
	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
Inner10 Limited	是	是	是
Inner100 Limited	是	是	是
Ekipa2	是	是	是
Outfit7 Brit Limited	是	是	是
Outfit7 Limited(Hong Kong)	是	是	是
Outfit7 Inc.	是	是	是
Talking Shop Limited	是	是	是
Outfit7 Ltd(South Korea)	是	是	是
Outfit7 AG	是	是	是
Bee7 Limited	是	是	是
Beijing Outfit7 Technology Consulting Co.,Ltd	是	是	是
Bee7 Inc.	否	否	是

（四）重大会计政策或会计估计与上市公司不存在重大差异

根据天健出具的《Outfit7 审计报告》，Outfit7 重大会计政策或会计估计与上市公司不存在重大差异。

第八节 非现金支付方式情况及募集配套资金情况

一、本次发行股份情况

本次发行股份包括发行股份购买资产和发行股份募集配套资金，具体情况如下：

（一）发行股份购买资产

1、发行股份的种类、面值、上市地点

本次发行股份购买资产所发行股份种类为人民币普通股（A 股），每股面值为人民币 1.00 元，上市地点为深交所。

2、标的资产交易价格

本次交易标的资产的评估机构为中联。根据中联出具的《杭州逗宝资产评估报告》及《上虞码牛资产评估报告》，本次评估以 2017 年 6 月 30 日为评估基准日，选取资产基础法对 2 家标的公司的对应权益进行评估，本次交易的标的资产评估增值情况如下：

单位：万元

标的资产	母公司账面净资产	股权评估值	评估增值额	评估增值率
杭州逗宝 100%股权	210,114.16	211,047.49	933.33	0.44%
上虞码牛 100%股权	210,038.49	210,632.10	593.61	0.28%
合计	420,152.65	421,679.59	1,526.94	0.36%

经交易各方友好协商，拟确定本次交易标的资产交易对价为 420,000.00 万元，其中杭州逗宝 100%股权的交易价格为 210,000.00 万元；上虞码牛 100%股权的交易价格为 210,000.00 万元。本次交易对价由上市公司以发行股份方式支付。

3、发行方式及发行对象

本次发行股份购买资产的发行方式系向特定对象非公开发行 A 股股票，发行对象为朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫以及徐波、上虞朱雀共 6 名交易对方。

4、发行价格及定价原则

根据《重组管理办法》相关规定：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的定价基准日为上市公司审议本次发行股份购买资产事宜的首次董事会会议决议公告日。本公司股票已于 2017 年 6 月 30 日公告停牌，停牌前 20、60、120 日交易均价及其 90% 价格情况如下：

单位：元/股

	均价	均价的 90%
停牌前 20 日	12.17	10.95
停牌前 60 日	11.96	10.77
停牌前 120 日	14.56	13.11

上述发行价格与 A 股同行业可比上市公司（行业分类：证监会行业—信息传输、软件和信息技术服务业—互联网和相关服务）截至公告停牌日的估值指标比较情况如下：

证券简称	证券代码	市盈率	市净率
昆仑万维	300418.SZ	24.08	6.63
科达股份	600986.SH	30.28	2.19
电魂网络	603258.SH	56.89	6.37
巨人网络	002558.SZ	63.43	11.66
吉比特	603444.SH	27.55	9.68
三七互娱	002555.SZ	27.71	8.26
游族网络	002174.SZ	40.75	9.08
金利科技	002464.SZ	60.93	7.96
恺英网络	002517.SZ	30.78	6.84
顺网科技	300113.SZ	35.76	6.32
完美世界	002624.SZ	34.98	5.19
盛天网络	300494.SZ	67.12	6.17
鹏博士	600804.SH	32.77	3.64
富控互动	600634.SH	33.33	2.50
宝通科技	300031.SZ	32.01	3.30
三六五网	300295.SZ	35.66	3.15
明家联合	300242.SZ	28.65	2.72
掌趣科技	300315.SZ	41.07	2.67
天神娱乐	002354.SZ	15.92	2.36
利欧股份	002131.SZ	27.96	2.39
平均值		37.38	5.45

证券简称	证券代码	市盈率	市净率
中间值		33.05	5.68
停牌前 120 日 A 股交易均价的 90% (10.95 元/股)		40.95	3.37
停牌前 60 日 A 股交易均价的 90% (10.77 元/股)		40.28	3.31
停牌前 20 日 A 股交易均价的 90% (13.11 元/股)		49.03	4.03

数据来源：Wind 资讯

注 1：市盈率=2017 年 6 月 29 日总市值÷（2017 年 1-6 月的净利润*2）

注 2：市净率=2017 年 6 月 29 日总市值÷2017 年 6 月 30 日所有者权益

注 3：在计算中剔除市盈率为负或大于 100 以及不可比上市公司

根据上述规定，上市公司通过与交易对方之间的协商，兼顾各方利益，确定发行价格采用定价基准日前 60 个交易日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%，即 10.77 元/股作为发行价格。

上市公司属于轻资产行业，市盈率指标更能够体现公司的估值水平。从上表可以看出，本次发行股份购买资产的股份发行价格的市盈率水平高于 A 股同行业可比上市公司平均值和中位数，保护了上市公司股东的利益。

在本次发行的定价基准日至发行日期间，上市公司如再有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，本次交易的发行价格将作相应调整，发行股份的数量也随之进行调整。

5、发行数量

本次发行股份购买资产的股份发行数量为 389,972,142 股（计算公式为：股份发行数量=交易对价÷股份发行价格），具体如下：

序号	发行对象	交易对价（万元）	发行股数（股）
1	朱志刚	67,500	62,674,094
2	王健	67,500	62,674,094
3	上虞杭天	37,500	34,818,941
4	深圳霖枫	37,500	34,818,941
5	徐波	50	46,425
6	上虞朱雀	209,950	194,939,647
合计		420,000	389,972,142

本次重大资产重组实施前，若上市公司股票发生其他除权、除息等事项，则上述发行数量将进一步进行相应调整。

6、股份锁定期安排

(1) 本次发行股份购买资产的交易对方朱志刚承诺：

“本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理。

本次交易完成后 6 个月内如上市公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者交易完成后 6 个月期末收盘价低于发行价的，本人因本次交易取得的公司股票的锁定期自动延长至少 6 个月。”

(2) 本次发行股份购买资产的交易对方王健承诺：

“本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理。”

(3) 本次发行股份购买资产的交易对方上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀承诺：

“对于本次购买资产项下取得的对价股份，自发行完成日起 12 个月内不得转让。若截至取得本次交易所发行的股份时，其用于认购上市公司股份的目标公司股权持续拥有权益的时间不足 12 个月的（以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日为准），则相应取得的上市公司股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让。”

上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀于本次购买资产项下取得的对价股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让。

7、过渡期损益安排

根据《杭州逗宝购买资产协议》及《上虞码牛购买资产协议》，自评估基准日至资产交割日，标的公司如实现盈利，或因其他原因而增加的净资产的部分归上市公司所有；如自评估基准日至资产交割日，标的公司发生亏损，或因其他原因而减少的净资产部分，在审计报告出具后 10 个工作日内，由交易对方按照在

资产交割日前交易对方各自所持标的公司的出资额占标的公司注册资本的比例，以现金方式分别向标的公司全额补足。上述损益归属期间的损益及数额应由各方共同认可的具有证券业务资格的会计师事务所进行审计确认。

8、滚存未分配利润安排

本次交易完成后，上市公司于发行股票前滚存未分配利润由股票发行完成后上市公司的新老股东按照其持股比例共同享有。

（二）募集配套资金

1、募集配套资金总额

本公司拟募集配套资金总金额不超过 31,083.45 万元，占本次交易标的资产交易价格的比例为 7.40%（募集配套资金总金额未超过标的资产交易价格的 100%）。

2、发行股票的种类、面值、上市地点

本次募集配套资金所发行股份种类为人民币普通股（A 股），每股面值为人民币 1.00 元，上市地点为深交所。

3、发行对象及认购方式

本次募集配套资金的发行方式为非公开发行，发行对象为不超过 5 名特定投资者。

4、发行方式及定价依据

本公司拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金，本次发行股份募集配套资金的定价基准日为本次重组中用于募集配套资金所发行股份的发行期首日，上市公司应按不低于发行底价价格发行股票。募集配套资金不超过标的资产交易价格的 100%，且发行股份数量不超过发行前金科文化总股本的 20%。根据中国证监会《创业板发行管理办法》等相关规定，本次发行股份募集配套资金采取询价发行的方式，定价基准日为发行期首日，发行价格不低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价的百分之九十，或者不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的百分之九十。

最终发行价格将按照《创业板发行管理办法》、《非公开发行股票实施细则》等相关规定，根据询价情况由公司董事会根据股东大会的授权与本次交易的独立财务顾问协商确定。

若上市公司股票在发行股份募集配套资金的发行期首日至发行前的期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，则依据相关规定对本次发行价格作相应除权除息处理，发行数量也将根据本次发行价格的情况进行相应调整。

5、发行数量

本次交易拟募集配套资金为不超过 31,083.45 万元，发行价格将根据《创业板发行管理办法》的相应规定以询价方式确定，进而确定募集配套资金的发行数量。

6、股份锁定期安排

根据中国证监会《创业板发行管理办法》等相关规定，配套募集资金认购方锁定期安排如下：

（1）发行股份募集配套资金之新增股份数自发行结束之日起十二个月内不得上市交易。

（2）本次发行结束后，认购方就本次发行所取得的股份由于金科文化送红股、转增股本等原因增加的股份，亦应遵守前述约定。如前述锁定期与证券监管机构的最新监管要求不相符，配套融资认购方将根据监管机构的最新监管意见进行相应调整。

（三）本次交易前朱志刚、王健及其各自一致行动人（如有）持有的上市公司股份的锁定期安排

《证券法》第九十八条规定：在上市公司收购中，收购人持有的被收购的上市公司的股票，在收购行为完成后的十二个月内不得转让。

《上市公司收购管理办法》第七十四条规定：在上市公司收购中，收购人持有的被收购公司的股份，在收购完成后 12 个月内不得转让。收购人在被收购公

司中拥有权益的股份在同一实际控制人控制的不同主体之间进行转让不受前述 12 个月的限制，但应当遵守本办法第六章的规定。

1、朱志刚及其一致行动人、王健持有的上市公司股份的锁定期安排

(1) 朱志刚

截至本报告书签署日，上市公司实际控制人朱志刚持有上市公司 197,074,259 股股份，上述股份的锁定期安排如下：

1) 朱志刚持有的 187,579,650 股股份，系其通过首次公开发行和资本公积金转增股份获得，上述股份将于 2018 年 5 月 15 日解除限售；届时如有减持，其将根据《公司法》第一百四十一条、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》等相关规定实施。

2) 朱志刚持有的 9,494,609 股股份，系其通过二级市场增持获得；届时如有减持，其将根据《证券法》第四十七条、《公司法》第一百四十一条、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》等相关规定实施。

(2) 朱志刚的一致行动人金科控股

截至本报告书签署日，上市公司实际控制人朱志刚的一致行动人金科控股持有上市公司 286,092,501 股股份，上述股份的锁定期安排如下：

1) 金科控股持有的 192,349,650 股，系其通过首次公开发行和资本公积金转增股份获得，上述股份将于 2018 年 5 月 15 日解除限售；届时如有减持，其将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》等相关规定实施。

2) 金科控股持有的 93,742,851 股，系其通过定向增发获得，上述股份将于 2019 年 6 月 10 日解除限售；届时如有减持，其将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》等相关规定实施。

(3) 朱志刚的一致行动人朱阳土

根据中登公司于 2017 年 10 月 13 日出具的《合并普通账户和融资融券信用账户前 100 名明细数据表》，截至 2017 年 10 月 13 日，上市公司实际控制人朱志刚的一致行动人朱阳土持有上市公司 4,005,000 股股份，上述股份为非限售流通股。

(4) 王健持有的上市公司股份的锁定期安排

截至本报告书签署日，王健持有上市公司 289,210,932 股股份，上述股份的锁定期安排如下：

1) 王健持有的 284,979,132 股股份，系其定向增发获得，上述股份将于 2019 年 6 月 10 日解除限售；届时如有减持，其将根据《公司法》第一百四十一条、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》等相关规定实施。

2) 王健持有的 4,231,800 股股份，系其通过二级市场增持获得；届时如有减持，其将根据《证券法》第四十七条、《公司法》第一百四十一条、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》等相关规定实施。

2、本次交易前后，朱志刚及其一致行动人、王健持有上市公司的股权比例

本次交易完成前后，朱志刚及其一致行动人、王健持有上市公司的股权比例如下：

股东姓名/名称	本次交易前		本次交易后 (未考虑配套募集资金)		本次交易后 (考虑配套募集资金)	
	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 (%)
朱志刚	197,074,259	12.46	259,748,353	13.18	259,748,353	12.99
金科控股	286,092,501	18.09	286,092,501	14.51	286,092,501	14.30
朱阳土	4,005,000	0.25	4,005,000	0.20	4,005,000	0.20
朱志刚及其一致行动人合计	487,171,760	30.81	549,845,854	27.89	549,845,854	27.49
王健	289,210,932	18.29	351,885,026	17.85	351,885,026	17.59

根据上表，本次交易完成后，朱志刚及其一致行动人、王健持有的上市公司股权比例均下降。

综上所述，本次交易前朱志刚及其一致行动人、王健持有的上市公司股份的锁定期符合规定，本次交易完成后朱志刚及其一致行动人、王健持有的上市公司股权比例下降，不存在违反《证券法》第九十八条和《上市公司收购管理办法》第七十四条的规定。

二、本次募集配套资金情况

（一）募集配套资金概况

本公司拟募集配套资金总金额不超过31,083.45万元，占本次交易标的资产交易价格的比例为7.40%（募集配套资金总金额未超过标的资产交易价格的100%）。本次交易募集的配套资金用于以下用途：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟使用配套募集资金
1	《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目	17,806.45	17,806.45
2	《会说话的家族》系列原创动画片制作项目	10,450.00	10,450.00
3	支付本次交易相关中介费用	2,827.00	2,827.00
合计		31,083.45	31,083.45

若本次募集资金到位时间与募集资金投资项目实施进度不一致，上市公司将根据实际需要另行筹措资金先行投入，待募集资金到位后予以全额置换。

本次交易不以本次配套融资的成功实施为前提，本次配套融资成功与否不影响本次收购的实施。

若本次募集配套资金发行失败或募集配套资金不足，由公司自筹资金解决。

（二）募集配套资金投资项目的具体情况

未来经营中，标的公司将在现有模式的基础上继续深化上下游整合型创新，进一步完善基于大数据分析基础上的移动互联网应用研发和大数据广告分发业务能力，进一步发掘《会说话的家族》系列IP的品牌影响力和流量变现能力，提升在移动应用行业的市场竞争地位。

本次募集资金投资项目的规划实施完全基于Outfit7目前的业务模式、经营状况和发展规划，标的公司对募集资金投资项目的投资内容进行了论证，并制定了清晰明确的实施计划。标的公司通过实施“《会说话的家族》系列IP中国区运营中心建设项目”、“《会说话的家族》系列原创动画片制作项目”，进一步加大市场开拓力度，建立完善的IP运营产业链，打造衍生品服务体系，延长IP的生命周

期，加大人才培养储备力度、提升技术研发水平，实现发展成为国际化生态型移动互联网企业的战略目标。

1、《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目

（1）项目概况

通过设立《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心，围绕《会说话的家族》这一知名 IP 资源，以 IP 形象授权、衍生产品研产销、本土广告精准投入等业务形式，最大程度地挖掘《会说话的家族》动漫形象的品牌价值，实现该 IP 价值的积累与壮大。

项目计划投资 17,806.45 万元用于移动应用综合运营平台技术升级与渠道管理中心建设，其中场地购置与装修费用 14,325.00 万元，设备投资 1,347.00 万元，软件投资 863.22 万元，技术人才引进费用投入 1,271.23 万元。

（2）项目背景和必要性

随着我国对知识产权保护力度的不断加强，文化产业中 IP 的价值日渐凸显，以 IP 为核心打造的文化产品日益丰富，优秀的 IP 成为泛娱乐产业中维持用户粘性的纽带。随着优秀 IP 成为文化消费的核心推动力，文化产业公司纷纷进军文化内容产业，意图通过掌握优质 IP 构建产业核心竞争力。但与此同时，优质的 IP 内容需要后期配套的有效运营，后期的有效运营将加持 IP 开发的长期可持续性。有效的 IP 运营可实现 IP 价值的积累与壮大，有利于 IP 进一步借助授权开发和线下场景消费的营造，辐射至人们的衣、食、住、行等日常生活的各个方面，在广阔的周边衍生产品市场中获得更广泛的应用和更全面的价值挖掘。

我国制造业基础较为发达，但随着经济的发展，面临着消费结构变迁、产业成本增加、市场竞争加剧等诸多问题，产业转型的压力及动力与日剧增。近年来，越来越多的制造业企业寻求与动漫企业合作或者直接向动画创意环节延伸，通过文化与产业的结合来提升制造业的附加值，形成差异化竞争。全球金融危机以来，服装、玩具等制造业的转型更是加速了这一进程，动漫企业与制造企业形成了优势互补、共同开发的合作模式，极大地促进了我国动漫衍生产业链的发展，动漫衍生产品的市场规模快速增长。

通过设立《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心，能够发挥 IP 资源优势，提升 IP 变现能力，提高 IP 价值；打造完善的 IP 运营产业链，实现 IP 价值的积累与壮大；打造衍生品服务体系，延长 IP 的生命周期；完善中国境内广告精准投放平台，增强广告变现能力。

（3）项目竞争力优势

1）《会说话的家族》IP 具有强大的品牌影响力

IP 和品牌是衍生品（IP 授权最终也体现为相关衍生品与服务）提供方的核心竞争力。《会说话的家族》系列自首款应用产品《会说话的汤姆猫》于 2010 年发布以来，已经陆续推出了二十余款产品，累计下载量超过了 60 亿次，覆盖了全球超过数十亿人口，已在全球形成了强大的品牌影响力，这也为项目的顺利实施奠定了坚实的用户基础。

2）《会说话的家族》IP 具有庞大的粉丝群体

衍生品的受众主要为 IP 的核心粉丝，《会说话的家族》系列应用自 2010 年推出以来，在全球多个国家和地区拥有庞大的用户群体，其中超过 50% 用户具有较强的消费能力。同时，随着另一个配套募集资金投资项目“原创动画制作项目”的实施，将会为《会说话的家族》IP 注入新的粉丝。动漫游戏积累的粉丝群体可有效转化为衍生品购买者，使得项目衍生品服务推出后能够快速获得良好市场反响，保障了本项目的有效实施。

（4）项目建设内容

项目实施主体为上虞码牛。

1）项目投资概算

单位：万元

序号	投资项目	项目实施第一年	项目实施第二年	投资金额合计	占比
1	场地购置与装修	14,325.00	-	14,325.00	80.45%
2	设备投资	713.80	633.20	1,347.00	7.56%
3	软件投资	512.98	350.24	863.22	4.85%
4	技术人才引进费	400.32	870.91	1,271.23	7.14%
	总投资	15,952.10	1,854.35	17,806.45	100.00%

2) 项目投资具体情况

①办公场地购置与装修

地点	总建筑面积 (m²)	购置单价 (万元/m²)	购置费用 (万元)	装修单价 (万元/m²)	装修费用 (万元)	合计 (万元)
杭州	1,500.00	2.50	3,750.00	0.25	375.00	4,125.00
广州	2,400.00	4.00	9,600.00	0.25	600.00	10,200.00
合计	3,900.00	-	13,350.00	-	975.00	14,325.00

②硬件设备投资

单位：万元

子项目名称	硬件类别	序号	硬件名称	数量 (台、套)	单价 (不含税)	投资金额
授权管理系统开发	研发设备	1	云服务器	5	15.00	75.00
		2	存储系统	3	20.00	60.00
		3	SAN 交换机	6	12.00	72.00
		4	网络交换机	11	2.00	22.00
		5	防火墙	3	5.00	15.00
		6	VPN 接入	3	20.00	60.00
		7	计算机	5	1.00	5.00
		8	笔记本电脑	5	1.20	6.00
			小计	41	-	315.00
	运营设备	1	入侵防御	3	10.00	30.00
		2	流量监控	5	8.80	44.00
		3	防病毒引擎	3	7.20	21.60
		4	计算机	8	1.00	8.00
		5	笔记本电脑	8	1.20	9.60
			小计	27	-	113.20
衍生品商城开发	研发设备	1	云服务器	12	15.00	180.00
		2	存储系统	3	20.00	60.00
		3	SAN 交换机	3	12.00	36.00
		4	网络交换机	5	2.00	10.00
		5	防火墙	2	5.00	10.00
		6	VPN 接入	3	20.00	60.00
		7	APPLE 测试手机	5	0.60	3.00
		8	ANDROID 测试手机	10	0.30	3.00
		9	计算机	16	1.00	16.00
		10	笔记本电脑	20	1.20	24.00

	运营设备		小计	79	-	402.00
		1	入侵防御	4	10.00	40.00
		2	流量监控	12	8.80	105.60
		3	防病毒引擎	8	7.20	57.60
		4	计算机	18	1.00	18.00
		5	笔记本电脑	18	1.20	21.60
			小计	60	-	242.80
广告接入平台	研发设备	1	云服务器	6	15.00	90.00
		2	存储系统	3	20.00	60.00
		3	SAN 交换机	3	12.00	36.00
		4	网络交换机	4	2.00	8.00
		5	防火墙	3	5.00	15.00
		6	VPN 接入	1	20.00	20.00
		7	计算机	10	1.00	10.00
		8	笔记本电脑	20	1.20	24.00
			小计	50	-	263.00
	运营设备	1	计算机	5	1.00	5.00
		2	笔记本电脑	5	1.20	6.00
			小计	10	-	11.00
	合计			267	-	1,347.00

③软件投资

单位：万元

子项目名称	软件类别	序号	软件名称	数量(套)	单价(不含税)	投资金额
授权管理系统开发	研发软件	1	数据库(ORACLE 企业版)	3	25.00	75.00
		2	杀毒软件(卡巴斯基网络版)	4	1.50	6.00
		3	Windows10 专业版	5	0.10	0.50
		4	Windows Server 2016	5	5.00	25.00
		5	Office 2016 专业版	5	0.48	2.40
			小计	22	-	108.90
	运营软件	1	Windows10 专业版	8	0.10	0.80
		2	Windows Server 2016	8	5.00	40.00
		3	Office 2016 专业版	8	0.48	3.84
			小计	24	-	44.64
衍生品商城开发	研发软件	1	数据库(ORACLE 企业版)	10	25.00	250.00

		2	杀毒软件（卡巴斯基网络版）	5	1.50	7.50
		3	Windows10 专业版	16	0.10	1.60
		4	Windows Server 2016	16	5.00	80.00
		5	Office 2016 专业版	16	0.48	7.68
			小计	63	-	346.78
	运营软件	1	PhotoshopCC	10	1.00	10.00
		2	CAD	10	0.60	6.00
		3	Pro/Engineer	10	5.00	50.00
		4	Windows10 专业版	15	0.10	1.50
		5	Windows Server 2016	15	5.00	75.00
		6	Office 2016 专业版	15	0.48	7.20
			小计	75	-	149.70
广告接入平台	研发软件	1	数据库（ORACLE 企业版）	5	25.00	125.00
		2	杀毒软件（卡巴斯基网络版）	3	1.50	4.50
		3	Windows10 专业版	10	0.10	1.00
		4	Windows Server 2016	10	5.00	50.00
		5	Office 2016 专业版	10	0.48	4.80
			小计	38	-	185.30
	运营软件	1	Windows10 专业版	5	0.10	0.50
		2	Windows Server 2016	5	5.00	25.00
		3	Office 2016 专业版	5	0.48	2.40
			小计	15	-	27.90
	合计			237	-	863.22

④研发费用

研发费用是指建设期（两年）内研发人员薪酬福利费开支，具体情况如下：

单位：万元

部门		人员类型	T+1		T+2	
			人数	工资福利	人数	工资福利
IP 推广与管理	研发人员	系统设计师工程师	2	28.80	2	60.48
		平台技术工程师	2	25.92	2	54.43
		测试工程师	1	7.20	1	15.12
		合计	5	61.92	5	130.03

衍生品开发与销售	研发人员	Android 开发工程师	4	57.60	4	120.96
		Java 开发工程师	4	57.60	4	120.96
		前端开发工程师	3	38.88	3	81.65
		后端开发工程师	3	43.20	3	90.72
		测试工程师	1	7.20	3	45.36
		合计	15	204.48	17	459.65
本土精准广告投放与管理	研发人员	Android 开发工程师	2	28.80	2	60.48
		Java 开发工程师	2	28.80	2	60.48
		UI 工程师	1	14.40	1	30.24
		前端开发工程师	2	25.92	2	54.43
		后端开发工程师	2	28.80	2	60.48
		测试工程师	1	7.20	1	15.12
		合计	10	133.92	10	281.23

(5) 项目进度计划

序号	项目阶段划分	T+1 年							T+2 年
		1	2	3	4	5	6	7-12	1-12
1	办公场地购置、装修								
2	软硬件购置及安装								
3	人员招聘及培训								
4	系统研发与升级								
5	系统投放使用								

2、《会说话的家族》系列原创动画片制作项目

(1) 项目概况

本项目拟使用募集资金 10,450.00 万元，用于《会说话的家族》系列原创动画的制作，发挥联动优势，在提升《会说话的家族》系列应用知名度的同时，完善该 IP 产业链，增强整体竞争力与盈利能力。

(2) 项目背景和必要性

动漫产业被誉为 21 世纪最具创意的朝阳产业，在新兴文化产业链中，动漫产业是创新力很强、对高科技的依赖性很强、对日常生活渗透很直接、对相关产业带动性很广、增长快速、发展潜力大的产业类型之一，已经成为全球重要的文化产业之一。在泛娱乐时代，用户不再是单一的身份，文化产品之间相互联动逐渐成为行业未来发展的方向，打造 IP 粉丝经济，围绕 IP 进行泛娱乐布局已是大势所趋。文化产品的结合能够扩大用户群体，为优势 IP 注入能量，放大 IP 的价

值，扩散 IP 影响力，深度结合能够寻找更广阔的商业空间。在项目运营层面，两者之间通过采取相同或类似主题、名称、相互交叉和互动的宣传方案等方式，从多个角度加深受众的消费体验，从而进一步提高影视观众规模、扩大 IP 产品的用户基础，最终实现营业收入的最大化。

（3）项目竞争力优势

1) 项目具备良好的区位资源

项目选址中国动漫产业南方主阵地的杭州，在产业政策、公共资源、人才储备等方面具备良好的区位优势。在项目建设过程中可充分利用以上资源，为原创动画的制作、发行、营销及后期衍生品市场的建设的各个环节提供有力保障。

2) 《会说话的家族》IP 具有强大的品牌效应

《会说话的家族》系列自首款产品《会说话的汤姆猫》于 2010 年发布以来，已经陆续推出了二十余款应用产品，累计下载量超过了 60 亿次，覆盖了全球超过数十亿人口。2014 年推出了《我的安吉拉》，发布 7 日累计下载量超过 1,000 万次，并登顶了 135 个国家的应用商店的排行榜。项目动画片即以《会说话的家族》IP 为核心，在粉丝经济影响下，凭借《会说话的家族》系列应用奠定的强大品牌影响力，以及本项目动画产品本身的高质量，使得以本项目动画产品可以顺利完成市场推广。

3) 《会说话的家族》系列应用具有广而深的用户覆盖

《会说话的家族》系列应用自 2010 年推出以来，一直备受喜爱，目前在全球超过 230 个国家和地区发布和运营。《会说话的家族》这一知名 IP 的品牌效应为项目原创动画积累了大量的消费群体，通过整合现有资源，创作本土化的动画产品，将大大降低项目运营阶段的推广难度和营销成本。

4) 《会说话的家族》前期动画已有较好的市场反响

从 2010 年起，《会说话的汤姆猫》的萌趣形象开始逐渐火遍全球，其家族成员也不断壮大，已经拥有汤姆猫、安吉拉、狗狗本、汉克狗、金杰猫等多位成员，围绕众多成员间的情节故事由 Outfit7 创作成动画片并于 2015 年底推出，获

得良好市场反响，该动画片及相关衍生视频在线观看次数高达 103 亿次，并且月在线观看人次依旧保持稳定增长。《会说话的家族》前期动画的推出，为本项目继续推出该系列动画提供了有力的经验支持。

(4) 项目建设内容

项目实施主体为上虞码牛。

1) 项目投资概算

单位：万元

序号	投资项目	T+1	T+2	T+3	合计
1	动画制作费	4,080.00	3,310.00	3,060.00	10,450.00
	总投资	4,080.00	3,310.00	3,060.00	10,450.00

2) 项目投资具体情况

动画制作费用估算如下：

序号	主要工作	单位	第一季价格	第二季价格	第三季价格	总计（万元）
第一阶段：前期制作（公司内部完成）						
1	剧本	季	250	200	200	650
2	美术	季	250	150	150	550
3	二维分镜	季	80	80	80	240
4	导演带片	季	100	100	100	300
第二阶段：中期制作（外包）						
	CG 制作（总）	季	2400	2000	1800	6200
5	分镜	季	100	100	100	300
6	模型	季	300	150	100	550
7	动画	季	800	700	650	2150
8	特效	季	300	250	200	750
9	渲染	季	300	250	250	800
10	灯光	季	300	250	200	750
11	合成	季	300	300	300	900
第三阶段：后期制作（外包）						
12	音乐	季	200	50	50	300
13	音效	季	100	80	80	260
14	配音	季	200	200	200	600
15	后期特效	季	300	250	200	750
16	剪辑输出	季	200	200	200	600

序号	主要工作	单位	第一季价格	第二季价格	第三季价格	总计（万元）
	总计		4080	3310	3060	10450

(5) 项目进度计划

序号	项目阶段划分	T+1 年	T+2 年	T+3 年
1	第一季动画片制作			
2	第二季动画片制作			
3	第三季动画片制作			

3、支付本次交易相关中介费用

本次交易部分募集配套资金 2,827.00 万元用于支付相关中介费用，有利于保障本次交易的顺利实施。

(三) 募集配套资金的必要性

1、上市公司完成并购后的财务状况

根据天健出具的《上市公司备考审阅报告》，上市公司最近一年一期的备考合并主要财务信息如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产	573,762.37	614,858.94
非流动资产	844,887.69	771,088.34
资产总计	1,418,650.05	1,385,947.29
流动负债	456,985.45	437,707.21
非流动负债	12,128.24	8,698.67
负债合计	469,113.70	446,405.88
归属于母公司股东权益	924,619.60	911,622.76
少数股东权益	24,916.75	27,918.65
股东权益合计	949,536.35	939,541.41
负债和股东权益总计	1,418,650.05	1,385,947.29

本次交易完成后，截至 2017 年 6 月 30 日，上市公司资产规模将达到 141.87 亿元，负债规模将达到 46.91 亿元，扣除已支付的应付联合好运股权收购款项 40.65 亿元影响，上市公司资产规模达到 101.22 亿元，负债规模达到 6.26 亿元。本次募集配套资金规模约 3.11 亿元，占备考合并报表资产总额（扣除应付股权收购款项影响）的 3.07%。本次募集配套资金对上市公司经营资金的运作、管理

方式不会造成重大影响，与上市公司经营规模、资产规模及财务状况相适应，有利于推动本次交易完成后上市公司的整体发展。

2、经营现金流量情况

根据 Outfit7 审计报告、上市公司审计报告和财务报表，上市公司和 Outfit7 的 2016 年度、2017 年 1-6 月经营现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	
	上市公司	Outfit7
经营活动现金流入小计	65,360.26	40,088.40
经营活动现金流出小计	50,677.01	22,296.05
经营活动产生的现金净流量	14,683.25	17,792.36
项目	2016 年度	
	上市公司	Outfit7
经营活动现金流入小计	95,775.83	81,572.57
经营活动现金流出小计	62,024.14	34,164.79
经营活动产生的现金净流量	33,751.68	47,407.78

上市公司 2016 年、2017 年 1-6 月经营活动产生的现金净流量分别为 33,751.68 万元、14,683.25 万元，其经营现金流情况较稳定。Outfit7 2016 年、2017 年 1-6 月经营活动产生的现金净流量分别为 47,407.78 万元、17,792.36 万元，经营现金流情况较好。

本次交易完成后，随着上市公司及 Outfit7 经营规模的扩大，经营活动产生的现金净流量会有所增加，但经营活动产生的现金净流量主要用于满足未来经营活动对资金的需求，不能满足本次募投项目的资金需求。如果不实施配套融资，上市公司通过自筹资金解决，会对上市公司的资金使用安排及短期偿债能力、持续经营能力产生影响，且公司固定资产规模较小，可用于抵押资产较少，在目前较为严峻的宏观融资环境下，较难通过债务融资筹集发展所需的资金，因此配套融资具备必要性。

3、上市公司完成重组后的资产负债率情况

根据天健出具的《上市公司备考审阅报告》，上市公司完成重组前后资产负债率情况如下表所示：

日期	交易完成后资产负债率	交易完成前资产负债率
2017 年 6 月 30 日	6.19%	9.72%

注：截至 2017 年 6 月 30 日，备考审阅报告账面存在应付联合好运股权收购款项 406,487.12 万元。截至本报告书签署日，上述款项均已支付。扣除上述事项影响，本次交易完成后，上市公司 2017 年 6 月 30 日的资产负债率为 6.19%。

上市公司的资产负债率较小，但公司资产中包括：1、前次重组配套资金的 18,930.78 万元；2、公司因收购杭州哲信等公司产生的商誉 272,066.58 万元。由于前次重组配套资金已有明确募集资金用途，且商誉作为非流动资产流动性较差。剔除前次重组配套资金及商誉的影响，上市公司的资产负债率为 19.87%。除本次募投项目建设外，上市公司和标的公司还拟在广告、儿童教育、儿童乐园、人工智能、衍生品等领域进行全方位、生态化布局，计划推动会说话的汤姆猫主题乐园建设和开发汤姆猫 IP 的全系列衍生品，实现公司实业板块跨越式发展。若上市公司与标的公司通过自有资金或债务融资等方式投入相关募投项目，不仅会影响日常业务运营的资金需求，增加利息支出，影响经营业绩，亦会增加上市公司与标的公司的偿债压力，增大财务风险。此外，上市公司固定资产规模较小，授信额度较小，较难通过债务融资筹集发展所需的资金。因此，本次募集配套资金存在必要性。

4、未来支出计划

截至 2017 年 9 月 30 日，上市公司合并范围的货币资金账面余额合计 77,451.06 万元，其中包括 2016 年上市公司前次重组配套资金的 12,406.19 万元，扣除前次重组配套资金外上市公司货币资金账面余额为 65,044.87 万元。上市公司为精细化工业务与移动互联网文化产业双主业经营企业，资金需求主要体现在以下几个方面：

单位：万元

序号	项目名称	计划投资总额	已经履行的决策程序	已投入金额	尚需投入金额
1	收购湖州吉昌化学有限公司 30%股权	10,800	董事会	2,000	8,800
2	移动游戏综合运营平	30,000	股东大会	0	30,000

	台技术升级与渠道管理中心建设项目自有资金补足部分				
3	归还用于暂时补充流动资金的募集资金	50,000	董事会	3,000	47,000
4	镇江“年产 20 万吨包裹型无磷过碳酸钠循环经济项目	163,000	董事会	0	163,000
合计		253,800	-	5,000	248,800

上述项目已获得上市公司股东大会或董事会批准，需要结合项目实施进度和投资规划来安排项目资金使用计划。此外，为了满足生产资金需求，公司还需要保有一定数量的流动资金。

5、融资渠道和授信额度

上市公司主要融资渠道有股权融资与债权融资等融资渠道，除股权融资外，上市公司的融资渠道主要为银行借款，上市公司取得银行授信额度情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 9 月 30 日
已使用银行贷款授信额度	27,700
尚未使用的银行贷款授信额度	31,650
银行贷款授信额度	59,350

截至 2017 年 9 月 30 日，上市公司银行授信额度为 59,350 万元，其中尚可使用的银行贷款授信额度为 31,650 万元。上市公司银行贷款授信额度较小，且主要用途为办理流动贷款、应付票据、国内外信用证等业务，除上述业务外不得使用银行授信。上市公司上述授信额度用途基本为流动性贷款，并非用于专项项目支出，无法满足本次交易募集配套资金投资项目的需要。

综上所述，综合考虑上市公司交易完成后的财务状况、经营现金流量情况、资产负债率、未来支出计划、融资渠道、授信额度等情况，上市公司本次募集配套资金具有充分的必要性。

6、上市公司前次重组配套募集资金情况

经中国证监会《关于核准浙江金科过氧化物股份有限公司向王健等发行股份

购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可【2016】943号）核准，上市公司获准非公开发行不超过132,770,000股新股募集配套资金。2015年度利润分配方案实施完毕后，发行价格调整为15.78元/股，募集配套资金非公开发行的股份数量调整为133,443,103股。公司募集资金总额为2,105,732,165.34元，坐扣承销和保荐费用18,000,000.00元后的募集资金为2,087,732,165.34元，另减除上网发行费、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7,745,283.02元后，公司本次募集资金净额为2,079,986,882.32元。上述募集资金已经天健出具的天健验（2016）174号《验资报告》审验。

截至本报告书签署日，公司已使用募集资金金额151,475.77万元，已使用募集资金占募集资金总额的71.93%，剩余募集资金将按照已批准的用途及计划使用，具体情况如下表：

单位：万元

项目名称	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	投资进度（%）
支付本次交易现金对价	87,000.00	87,000.00	83,764.93	96.28
移动游戏综合运营平台技术升级与渠道管理中心建设项目	88,576.30	58,576.30	15,863.67	27.08
收购杭州每日给力科技有限公司100%股权	-	30,000.00	24,000.00	80.00
研发中心与产业孵化基地建设项目	32,176.92	32,176.92	25,027.17	77.78
发行费用	2,820.00	2,820.00	2,820.00	100.00
合计	210,573.22	210,573.22	151,475.77	71.93

注：1、鉴于原移动游戏建设项目建设与投资回报周期长，到账募集资金利用率相对较低，为进一步提高募集资金使用的效率，公司部分变更“移动游戏建设项目”用途，合计30,000万元，用于收购杭州每日给力科技有限公司100%股权。原募投项目继续实施，资金不足部分由自有资金补足。2016年12月29日，《关于变更募集资金用途暨收购资产的议案》经股东大会审议通过。

截至本报告书出具日，上市公司前次募集资金使用进度正常，募集资金主要投入于支付本次交易现金对价、移动游戏综合运营平台技术升级与渠道管理中心建设、研发中心与产业孵化基地建设项目及支付发行费用。

7、上市公司属于轻资产企业，较难通过债务融资筹集发展所需的资金

截至 2017 年 6 月 30 日，A 股可比上市公司与上市公司的资产负债率对比情况如下：

序号	证券简称	证券代码	资产负债率（%）
1	昆仑万维	300418.SZ	46.00
2	科达股份	600986.SH	41.07
3	电魂网络	603258.SH	12.78
4	巨人网络	002558.SZ	13.44
5	吉比特	603444.SH	22.49
6	三七互娱	002555.SZ	27.26
7	游族网络	002174.SZ	48.12
8	金利科技	002464.SZ	40.70
9	恺英网络	002517.SZ	18.70
10	顺网科技	300113.SZ	20.15
11	完美世界	002624.SZ	47.04
12	盛天网络	300494.SZ	4.48
13	鹏博士	600804.SH	70.64
14	富控互动	600634.SH	36.95
15	宝通科技	300031.SZ	23.53
16	三六五网	300295.SZ	16.30
17	二六三	002467.SZ	18.16
18	明家联合	300242.SZ	20.45
19	掌趣科技	300315.SZ	16.63
20	天神娱乐	002354.SZ	37.25
21	利欧股份	002131.SZ	36.64
平均值			29.47
上市公司			9.72
上市公司（不考虑前次重组配套募集资金及商誉）			19.87

注：上市公司（不考虑前次重组配套募集资金及商誉）的资产负债率=总负债÷（总资产-账面募集资金余额-商誉）

通过可比上市公司及上市公司截至 2017 年 6 月 30 日的资产负债率进行分析，上市公司的资产负债率为 9.72%，公司资产中包括：1、2016 年上市公司前次重组配套资金的 18,930.78 万元；2、公司因收购杭州哲信等公司产生的商誉 272,066.58 万元。由于上述重组配套资金已有明确募集资金用途，且商誉作为非流动资产流动性较差。剔除前次重组配套资金及商誉的影响，上市公司的资产负债率为 19.87%，低于可比上市公司平均水平。

上市公司拟在广告、儿童教育、儿童乐园、人工智能、衍生品等领域进行全方位、生态化布局，计划推动会说话的汤姆猫主题乐园建设和开发汤姆猫 IP 的全系列衍生品，实现公司实业板块跨越式发展。公司属于轻资产企业，可用于抵押资产较少，在目前较为严峻的宏观融资环境下，较难通过债务融资筹集发展所需的资金。

（四）募集配套资金符合现行法规和政策的要求

1、本次交易符合《创业板发行管理办法》第十一条相关规定

1) 前次募集资金基本使用完毕，且使用进度和效果与披露情况基本一致

截至本报告书签署日，公司已使用募集资金金额 151,475.77 万元，已使用募集资金占募集资金总额的 71.93%，募集资金基本使用完毕。

截至本报告书签署日，上市公司前次募集资金使用进度正常，募集资金主要投入于支付本次交易现金对价、移动游戏综合运营平台技术升级与渠道管理中心建设、研发中心与产业孵化基地建设项目及支付发行费用。前次募集资金使用进度和效果与披露情况基本一致。

综上，公司前次募集资金已基本使用完毕，且使用进度和效果与披露情况基本一致，符合《创业板发行管理办法》第十一条第一项的规定。

2) 本次募集资金用途符合国家产业政策和法律、行政法规的规定

本次募集配套资金用于支付本次重组中介机构相关费用和用于实施《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画片制作项目。标的公司所处的行业为信息传输、软件和信息技术服务业。所处行业为国家鼓励产业，符合国家产业政策。

2017 年 8 月 15 日，上虞码牛“《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目”和“《会说话的家族》系列原创动画片制作项目”分别在绍兴市上虞区发展和改革局完成项目备案。

综上，本次募集资金用途符合国家产业政策和法律、行政法规的规定，符合《创业板发行管理办法》第十一条第二项的规定。

3) 除金融类企业外，本次募集资金使用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。

本次募集配套资金用于支付本次重组中介机构相关费用和用于实施《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画片制作项目。不存在用于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，不会直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司，符合《创业板发行管理办法》第十一条第三项的规定。

4) 本次募集资金投资实施后，不会与控股股东、实际控制人产生同业竞争或者影响公司生产经营的独立性

本次募集配套资金用于支付本次重组中介机构相关费用和用于实施《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画片制作项目，与控股股东、实际控制人所涉足领域不同，不会与控股股东、实际控制人产生同业竞争或者影响公司生产经营的独立性，符合《创业板发行管理办法》第十一条第四项的规定。

综上所述，上市公司本次募集配套资金符合《创业板发行管理办法》第十一条规定。

2、本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见要求的说明

《重组管理办法》第四十四条及其适用意见规定：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标的资产交易价格 100%的，一并由并购重组委员会予以审核；超过 100%的，一并由发行审核委员会予以审核。

公司本次拟募集配套资金不超过 31,083.45 万元，不超过本次购买资产交易价格的 100%，将一并提交并购重组委审核。因此，本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见的规定。

3、符合《关于上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》规定

中国证监会上市部 2015 年 9 月 18 日发布的《关于上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》规定：发行股份购买资产部分应当按照《重组管理办法》、《上市公司并购重组财务顾问业务管理办法》等相关规定执行，募集配套资金部分应当按照《创业板发行管理办法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定执行。募集配套资金部分与购买资产部分应当分别定价，视为两次发行。具有保荐人资格的独立财务顾问可以兼任保荐机构。

本次交易募集配套资金符合《创业板发行管理办法》的相关规定。本次交易独立财务顾问为海通证券，具有保荐人资格，本次交易募集配套资金符合《证券发行上市保荐业务管理办法》的相关规定。

4、符合《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》规定

中国证监会上市部 2016 年 6 月 17 日发布的《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》规定：考虑到募集资金的配套性，所募资金仅可用于：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；投入标的资产在建项目建设。募集配套资金不能用于补充上市公司和标的资产流动资金、偿还债务。

本次交易募集配套资金将全部用于支付本次并购相关费用和标的资产在建项目建设，符合《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》的相关规定。

（五）募集配套资金投向

本次交易募集配套资金将全部用于支付本次重组中介机构相关费用和用于实施《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画片制作项目。标的公司 100%股权的收益法评估预测现金流不包括配套募集资金所产生的投资收益。

（六）募集配套资金管理和使用的内部控制制度

公司根据《公司法》、《证券法》、《创业板发行管理办法》、《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《上市规则》、《上市公

司规范运作指引》、《创业板信息披露业务备忘录第1号——超募资金使用（2012年修订）》等法律、行政法规、规范性文件及《公司章程》，并结合本公司实际情况，制定了《募集资金管理办法》，以规范募集资金的存放、管理和使用，保证募集资金的安全，最大限度的保护投资者的合法利益。

（七）募集配套资金失败的影响及补救措施

如果募集配套资金出现未能实施或融资金额低于预期的情形，公司将采用自筹资金解决本次交易所需资金

（八）本次交易的评估值是否包含了募集配套资金投入带来的收益

本次交易标的评估值是在标的资产现有规模、用途、现存状况的假设基础上进行估计的，即未考虑本次募集配套资金投入产生的效益。

三、本次募集配套资金涉及事项说明

（一）交易对方在本次交易停牌前六个月内及停牌期间不存在以现金增资入股标的资产的情形，本次募集配套资金金额计算符合中国证监会相关规定

《重组管理办法》第四十四条及其适用意见规定：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，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；超过100%的，一并由发行审核委员会予以审核。根据中国证监会《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》：“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。

本次交易不存在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的情况，原因如下：

1、交易对方以股权转让方式取得标的公司股权

本次交易的标的资产为杭州逗宝100%股权、上虞码牛100%股权，系本次交易的交易对方在公司停牌期间通过股权转让方式取得，不存在“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”的情形。

2、杭州逗宝及上虞码牛原股东现金出资目的为支付 Outfit7 对价

杭州逗宝原股东肖莉及上虞天盈于 2017 年 6 月现金出资合计 210,000 万元；上虞码牛原股东徐波、杭州串意于 2017 年 6 月现金出资合计 210,000 万元。杭州逗宝及上虞码牛原股东于停牌期间进行现金增资主要用于支付 Outfit7 的对价，具备必要性及合理性。

综上，本次交易不存在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的情况，不存在需要扣除的部分。本次交易金科文化拟募集配套资金总额不超过 31,083.45 万元，本次交易募集配套资金比例不超过拟购买资产交易价格 100%，将一并提交并购重组审核委员会审核。因此，本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见。

（二）募投项目的可行性研究报告相关内容，本次募集资金用途不涉及上市公司补充流动资金，募集资金规模与 Outfit7 业务规模相匹配

1、《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目

（1）项目资金需求情况

根据深圳市前瞻投资顾问有限公司制定的《绍兴上虞码牛通讯技术有限公司<会说话的家族>系列 IP 中国区运营中心建设项目可行性研究报告》，项目计划投资 17,806.45 万元用于移动应用综合运营平台技术升级与渠道管理中心建设，其中场地购置与装修费用 14,325.00 万元，设备投资 1,347.00 万元，软件投资 863.22 万元，技术人才引进费用投入 1,271.23 万元。具体如下：

单位：万元

序号	投资项目	项目实施第一年	项目实施第二年	投资金额合计	拟使用配套募集资金	占比
1	场地购置与装修	14,325.00	-	14,325.00	14,325.00	80.45%
2	设备投资	713.80	633.20	1,347.00	1,347.00	7.56%
3	软件投资	512.98	350.24	863.22	863.22	4.85%
4	技术人才引进费	400.32	870.91	1,271.23	1,271.23	7.14%
	总投资	15,952.10	1,854.35	17,806.45	17,806.45	100.00%

（2）项目收益测算情况

通过项目的预测财务现金流量计算，项目税后内部收益率为 13.28%，项目动态投资回收期（税后）为 7.67 年（含建设期），项目具有较好的收益。

根据国家有关的财政税收政策和依据财务、会计的相关原则，项目所得税按照 25% 计算。按照以上分析的数据进行项目损益表的分析计算，测算的利润如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8
主营业务收入	0.00	6,500.00	9,240.00	12,270.00	14,680.00	16,840.00	18,510.00	20,520.00
主营业务成本	200.87	4,574.50	6,155.41	7,916.08	9,297.94	10,512.93	11,407.28	12,558.22
毛利	-200.87	1,925.50	3,084.59	4,353.92	5,382.06	6,327.07	7,102.72	7,961.78
毛利率		29.62%	33.38%	35.48%	36.66%	37.57%	38.37%	38.80%
营业税金及附加	0.00	53.40	76.28	100.94	121.66	141.41	157.27	176.54
销售费用	0.00	478.68	531.59	588.99	640.00	689.11	733.50	783.19
管理费用	487.32	1,153.71	1,210.96	1,271.83	1,331.89	1,331.75	1,268.18	1,333.80
利润总额	-688.19	239.71	1,265.76	2,392.16	3,288.52	4,164.81	4,943.77	5,668.25
调整后利润总额	-688.19	-448.48	817.28	2,392.16	3,288.52	4,164.81	4,943.77	5,668.25
所得税			204.32	598.04	822.13	1,041.20	1,235.94	1,417.06
净利润	-688.19	239.71	1,061.44	1,794.12	2,466.39	3,123.61	3,707.82	4,251.19
净利润率		3.69%	11.49%	14.62%	16.80%	18.55%	20.03%	20.72%

2、《会说话的家族》系列原创动画片制作项目

（1）项目资金需求情况

根据深圳市前瞻投资顾问有限公司制定的《绍兴上虞码牛通讯技术有限公司〈会说话的家族〉系列原创动画制作项目可行性研究报告》，项目计划投资 10,450.00 万元，用于《会说话的家族》系列原创动画的制作，发挥联动优势，在提升《会说话的家族》系列应用知名度的同时，完善该 IP 产业链，增强整体竞争力与盈利能力。具体如下：

单位：万元

序号	主要工作	单位	第一季价格	第二季价格	第三季价格	总计
第一阶段：前期制作（公司内部完成）						
1	剧本	季	250	200	200	650
2	美术	季	250	150	150	550
3	二维分镜	季	80	80	80	240
4	导演带片	季	100	100	100	300
第二阶段：中期制作（外包）						

	CG 制作(总)	季	2400	2000	1800	6200
5	分镜	季	100	100	100	300
6	模型	季	300	150	100	550
7	动画	季	800	700	650	2150
8	特效	季	300	250	200	750
9	渲染	季	300	250	250	800
10	灯光	季	300	250	200	750
11	合成	季	300	300	300	900
第三阶段：后期制作（外包）						
12	音乐	季	200	50	50	300
13	音效	季	100	80	80	260
14	配音	季	200	200	200	600
15	后期特效	季	300	250	200	750
16	剪辑输出	季	200	200	200	600
小计			4080	3310	3060	10450

（2）项目收益测算情况

通过项目的预测财务现金流量计算，项目税后内部收益率为 13.16%，项目动态投资回收期（税后）为 6.24 年（含建设期），项目具有较好的收益。

根据国家有关的财政税收政策和依据财务、会计的相关原则，项目所得税按照 25% 计算。按照以上分析的数据进行项目损益表的分析计算，测算的利润如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	投产期年均
主营业务收入	0.00	980.00	2,706.00	4,410.00	4,138.00	2,962.00	1,336.00	628.00	2,451.43
主营业务成本	0.00	768.92	1,860.64	2,733.22	2,360.61	1,695.37	709.89	321.35	1,492.86
毛利	0.00	211.08	845.36	1,676.78	1,777.39	1,266.63	626.11	306.65	958.57
毛利率	-	21.54%	31.24%	38.02%	42.95%	42.76%	46.86%	48.83%	39.10%
营业税金及附加	0.00	7.06	19.48	31.75	29.79	21.33	9.62	4.52	17.65
销售费用	0.00	49.00	135.30	220.50	206.90	148.10	66.80	31.40	122.57
管理费用	0.00	14.70	40.59	66.15	62.07	44.43	20.04	9.42	36.77
利润总额	0.00	140.32	649.99	1,358.38	1,478.63	1,052.77	529.65	261.31	781.58
调整后利润总额	0.00	140.32	649.99	1,358.38	1,478.63	1,052.77	529.65	261.31	781.58
所得税		35.08	162.50	339.60	369.66	263.19	132.41	65.33	195.39
净利润	0.00	105.24	487.49	1,018.79	1,108.97	789.58	397.24	195.98	586.18

净利润率	-	10.74%	18.02%	23.10%	26.80%	26.66%	29.73%	31.21%	23.91%

3、募投项目的资金用途不涉及上市公司补充流动资金

《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目拟使用募集资金投资金额 17,806.45 万元，全部用于移动应用综合运营平台技术升级与渠道管理中心建设，不涉及补充流动资金，符合中国证监会《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》的规定。

《会说话的家族》系列原创动画片制作项目拟使用募集资金投资金额 10,450.00 万元，全部用于《会说话的家族》系列原创动画的制作，不涉及补充流动资金，符合中国证监会《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》的规定。

4、本次募投项目投资金额与 Outfit7 相关业务的经营规模相匹配

(1) 募投项目规模与 Outfit7 经营规模情况

根据天健出具的《Outfit 审计报告》，截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 总资产为 47,377.20 万元，净资产为 42,116.38 万元。本次交易拟募集配套资金不超过 31,083.45 万元，其中 28,256.45 万元用于实施《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画片制作项目。募投项目的投资规模与 Outfit7 资产及经营规模的匹配情况如下：

单位：万元

项目	金额	募投项目投资金额占比
Outfit7 2017 年 6 月 30 日总资产	47,377.20	59.64%
Outfit7 2017 年 6 月 30 日净资产	42,116.38	67.09%

互联网行业属于技术密集型行业，其生产经营能力主要取决于管理团队的战略布局能力、研发团队的技术实施能力、运营团队的精细运营能力等。Outfit7“会说话的汤姆猫家族”IP 吸引了数亿用户，在用户基础、移动应用推广运营、数据获取、行为分析、渠道覆盖、精准营销、核心技术储备、团队组成等方面均具有较强的竞争优势。本次募集资金投资项目的规划实施完全基于 Outfit7 目前的业务模式、经营状况和发展规划，标的公司对募集资金投资项目的投资内容进行了论证，并制定了清晰明确的实施计划。

从本次交易募投项目投资的规模来看，募投项目投资金额与 Outfit7 资产及经营规模相匹配。

（2）募投项目投资规模低于同行业平均水平

近期 A 股上市公司收购互联网行业的可比案例中，涉及募投项目且项目实施主体为标的公司的募投项目投资规模及标的公司资产规模情况如下：

单位：万元

上市公司	标的公司	标的公司被收购前最近一期末总资产	标的公司被收购前最近一期末净资产	标的公司募投项目金额	募投项目金额占标的公司总资产比例	募投项目金额占标的公司净资产比例
中南文化	极光网络 90%股权	7,329.42	6,410.80	11,565.00	157.79%	180.40%
赛为智能	开心人信息 100%股权	10,710.39	6,539.72	19,000.00	177.40%	290.53%
汇冠股份	恒峰信息 100%股权	12,373.55	8,771.11	25,000.00	202.04%	285.03%
梅泰诺	宁波诺信 100%股权	647,917.76	630,105.76	122,065.30	18.84%	19.37%
掌趣科技	天马时空 80%股权	14,147.04	9,975.27	57,400.00	147.32%	227.24%
掌趣科技	上游信息 30%股权	24,815.71	15,284.14			
创意信息	邦讯信息 100%股权	38,824.43	9,144.78	25,000.00	64.39%	273.38%
佳都科技	华之源 49%股权	22,685.16	13,577.79	8,810.00	38.84%	64.89%
和晶科技	澳润信息 100%股权	26,735.18	15,537.97	15,240.00	57.00%	98.08%
迅游科技	狮之吼 100%股权	27,929.18	21,128.23	50,813.97	181.94%	240.50%
可比案例平均数		83,082.82	73,647.56	37,210.47	116.17%	186.60%
金科文化	Outfit7 56%股权	47,377.20	42,116.38	28,256.45	59.64%	67.09%

本次交易募投项目规模占 Outfit7 总资产的比例、占 Outfit7 净资产的比例与 Outfit7 资产及经营规模相匹配，且低于同行业平均水平。

如本次募集配套资金总额全部由上市公司或 Outfit7 采用债务融资的方式进行，将对上市公司或 Outfit7 的利润产生一定影响。本次配套募集资金总额相比于 Outfit7 总资产、净资产规模较为合理，同时缓解了 Outfit7 对募投项目资金需

求的压力、保证交易完成后上市公司合理的债务结构，并能够有效推动上市公司、Outfit7 的整体发展。因此，本次募投项目投资金额与 Outfit7 的生产经营规模相匹配，且低于同行业平均水平。

（三）募投项目相关备案及审查进展情况、所需资质获得情况、项目实施时间计划表

1、募投项目相关备案及审查进展情况、所需资质获得情况

本次交易拟采用询价方式向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金 31,083.45 万元，用于支付本次重组中介机构相关费用和用于实施《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画制作项目。上述项目的备案及审查进展情况如下：

项目名称	投资项目备案文件文号
《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目	《绍兴市上虞区企业投资备案项目登记赋码基本信息表》 （项目代码：2017-330682-39-03-045904-000）
《会说话的家族》系列原创动画制作项目	《绍兴市上虞区企业投资备案项目登记赋码基本信息表》 （项目代码：2017-330682-39-03-045903-000）

截至本报告书签署日，《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目和《会说话的家族》系列原创动画制作项目尚未实际实施，目前已经取得现阶段需取得的备案及审查手续。

根据《广播电视节目制作经营管理规定》，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》。上述募投项目实施主体上虞码牛后续将根据项目进度及相关上述法规要求按时办理《广播电视节目制作经营许可证》等所需的资质文件。

2、项目实施计划时间表

根据《绍兴上虞码牛通讯技术有限公司<会说话的家族>系列 IP 中国区运营中心建设项目可行性研究报告》、《绍兴上虞码牛通讯技术有限公司<会说话的家族>系列原创动画制作项目可行性研究报告》，《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画制作项目的项目时间表如下：

（1）《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目

序号	项目阶段划分	T+1 年							T+2 年
		1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7-12 月	1-12 月
1	办公场地购置、装修								
2	软硬件购置及安装								
3	人员招聘及培训								
4	系统研发与升级								
5	系统投放使用								

(2)《会说话的家族》系列原创动画片制作项目

序号	项目阶段划分	T+1 年	T+2 年	T+3 年
1	第一季动画片制作			
2	第二季动画片制作			
3	第三季动画片制作			

(四) Outfit7 收益法评估时预测现金流中未包含募集配套资金投入带来的收益及对本次交易评估值的影响

对于采取收益法评估的 Outfit7，本次评估是在其现有资产、现存状况、现有经营范围、产品结构、运营方式等不发生较大变化基础之上进行的，未考虑募集配套资金对标的公司经营的影响。本次评估未以配套募集资金成功实施作为假设前提，本次配套募集资金成功与否并不影响标的资产的评估值。因此，本次收益法评估预测的现金流不包含募集配套资金投入带来的效益，基于收益法评估的相关资产未来盈利预测进行的业绩承诺中也不包含募集配套资金投入带来的收益。

综上所述，本次对 Outfit7 作收益法评估，其预测现金流中未包含募集配套资金投入带来的收益，不会对本次交易评估值产生影响。

(五) 募集配套资金投入对拟购买资产业绩承诺期间财务费用及业绩承诺金额的影响

1、本次业绩承诺对象为 Outfit7

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的

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。”

本次交易，交易对方朱志刚、王健根据上述规定，对采用收益现值法估值的拟购买资产（即 Outfit7）进行业绩承诺，承诺 Outfit7 于 2017 年、2018 年和 2019 年将实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 7,809.04 万欧元、9,286.68 万欧元和 10,975.80 万欧元。

2、本次募投项目实施主体为上虞码牛

Outfit7 目前经营场所主要在境外，为加大市场开拓力度，建立完善的 IP 运营产业链，打造衍生品服务体系，延长 IP 的生命周期，加大人才培养储备力度、提升技术研发水平及加快项目实施，选择上虞码牛作为“《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目”和“《会说话的家族》系列原创动画片制作项目”实施主体。

3、关于配套募集资金影响 Outfit7 在盈利补偿期间的净利润实现数的相关安排

本次配套募集资金实施主体为上虞码牛，募集配套资金的投入不会影响 Outfit7 业绩承诺期间财务费用及业绩承诺金额。未来如果配套募集资金用于 Outfit7，在计算 Outfit7 的承诺业绩时，将扣除募集配套资金投入效益的影响金额。为避免募投项目投入运营后对 Outfit7 业绩承诺期间财务费用和业绩承诺金额的影响，上市公司与本次交易的补偿义务人签署的《业绩补偿协议之补充协议》约定如下：朱志刚、王健承诺：承诺净利润为扣除非经常性损益后的合并报表口径下归属于母公司所有者的净利润。同时，承诺净利润还应扣除本次交易实施完

成后本次募集配套资金用于 Outfit7 所节省的财务费用。未来如果上市公司募集配套资金用于 Outfit7，本次募集配套资金用于 Outfit7 所节省的财务费用计算公式如下：本次募集配套资金用于 Outfit7 所节省的财务费用=本次募集配套资金实际用于 Outfit7 的金额×同期银行贷款利率×（1－Outfit7 的所得税税率）×资金实际使用天数/365。其中，同期银行贷款利率将根据中国人民银行同期一年期贷款利率确定。

第九节 本次交易评估情况

一、杭州逗宝评估情况

（一）基本情况

本次交易标的资产的评估机构为中联。根据中联出具的《杭州逗宝资产评估报告》，本次评估以 2017 年 6 月 30 日为评估基准日，选取资产基础法对杭州逗宝的股东全部权益进行评估。资产基础法评估后的杭州逗宝股东全部权益价值为 211,047.49 万元，相对于杭州逗宝母公司账面净资产 210,114.16 万元，增值额为 933.33 万元，增值率为 0.44%。

截至评估基准日，杭州逗宝除通过全资子公司 Lily 间接持有 Outfit7 的 28% 股权外，暂未开展其他业务，杭州逗宝的实际经营主体为 Outfit7。中联在《Outfit7 资产评估报告》中，针对 Outfit7 采用收益法和资产基础法进行评估，且由于 Outfit7 为轻资产公司，以资产基础法对 Outfit7 进行评估不能完整反映企业价值，因此采用收益法评估结果作为 Outfit7 的评估价值。杭州逗宝采用资产基础法进行评估，其对 Lily 的长期股权投资价值即是对 Outfit7 的 28% 股权的价值。

（二）资产基础法评估结果

资产基础法评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
流动资产	7,080.20	7,080.20	-	-
非流动资产	203,073.70	204,007.03	933.33	0.46
其中：长期股权投资	203,073.70	204,007.03	933.33	0.46
资产总计	210,153.89	211,087.22	933.33	0.44
流动负债	39.73	39.73	-	-
负债总计	39.73	39.73	-	-
所有者权益	210,114.16	211,047.49	933.33	0.44

（三）评估情况

1、流动资产的评估

纳入评估的流动资产包括货币资金、应收账款、其他应收款。

（1）货币资金

货币资金账面值 1,007,622.27 元，其中银行存款 1,007,622.27 元。

对银行存款账户进行了函证，以证明银行存款的真实存在，同时检查有无未入账的银行借款，检查“银行存款余额调节表”中未达账的真实性，以及评估基准日后的进账情况。银行存款以核实后账面值确定评估值。银行存款评估值 1,007,622.27 元。

货币资金评估值 1,007,622.27 元。

（2）应收账款

应收账款账面价值合计 80,417.00 元，计提坏账准备 4,020.85 元，账面净额 76,396.15 元，为应收客户的销售收入。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，并进行了函证，核实结果账、表、单金额相符。

评估人员在对应收款项核实无误的基础上，借助于历史资料和现在调查了解的情况，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，应收账款采用单项测试和账龄分析法相结合的方式估计评估风险损失。当有迹象表明应收账款的回收出现困难时，计提专项评估风险损失；具体提取比例为：账龄 1 年以内（含 1 年，以下类推）的，按其余额的 5%计提；账龄 1-2 年的，按其余额的 10%计提；账龄 2-3 年的，按其余额的 30%计提；账龄 3 年以上的，按其余额的 100%计提。

按以上标准，确定评估风险损失为 4,020.85 元，以应收账款合计减去评估风险损失后的金额确定评估值。坏账准备按评估有关规定评估为零。

应收账款评估值为 76,396.15 元。

（3）其他应收款

其他应收款账面价值合计 69,717,973.29 元，未计提坏账准备，为杭州逗宝对外提供借款。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，并进行了函证，核实结果账、

表、单金额相符。

评估人员在对其他应收款核实无误的基础上,借助于历史资料和现在调查了解的情况,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。根据各单位的具体情况,采用个别认定法和账龄分析法,对评估风险损失进行估计。具体提取比例为:账龄 1 年以内(含 1 年,以下类推)的,按其余额的 5%计提;账龄 1-2 年的,按其余额的 10%计提;账龄 2-3 年的,按其余额的 30%计提;账龄 3 年以上的,按其余额的 100%计提。有确凿证据表明可收回性存在明显差异的应收款项,单独进行减值测试,并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。经核实,截至《杭州逗宝资产评估报告》出具日,该款项已经收回,故确定评估风险损失为 0.00 元,以其他应收账款合计减去评估风险损失后的金额确定评估值。坏账准备按评估有关规定评估为零。

其他应收款评估值为 69,717,973.29 元。

2、长期股权投资评估

(1) 评估范围

纳入评估范围的长期股权投资共计 1 家,是对 Lily 的 100%股权投资。截至评估基准日,长期股权投资账面价值 2,030,736,950.00 元,未计提长期股权投资减值准备。长期股权投资明细如下:

单位: 元

被投资单位名称	持股比例%	投资成本	账面价值
Lily Technology Co., Ltd	100%	2,030,736,950.00	2,030,736,950.00

(2) 评估方法

评估人员首先对长期股权投资形成的原因、账面值和实际状况进行了取证核实,并查阅了投资协议、股东会决议、章程和有关会计记录等,以确定长期股权投资的真实性和完整性,并在此基础上对被投资单位进行评估。Lily 系为本次收购 Outfit7 而搭建的架构公司,实际业务主体是 Outfit7。评估基准日对 Lily 的 100%股权长期股权投资的评估实际为对 Lily 公司持有的对 Outfit7 的 28%股权的评估。本次评估对 Outfit7 整体选用资产基础法和收益法,并采用收益法结果作为最终

评估结果（具体参见本节“三、Outfit7 评估情况”）。将 Outfit7 评估基准日的评估值净值乘以杭州逗宝的间接持股比例，计算确定本次长期股权投资评估值：

长期股权投资评估值=Outfit7 评估值净值×杭州逗宝间接持股比例（28%）

（3）评估结果

按照上述方法，长期股权投资账面值 2,030,736,950.00 元，评估值 2,040,070,256.00 元。评估增值 9,333,306.00 元，增值率为 0.46%。

3、流动负债的评估

评估范围内的负债为流动负债，流动负债包括应交税费和其他应付款，本次评估在经清查核实的账面值基础上进行。

（1）应交税费

应交税费账面值为 386,890.14 元，主要为企业应缴未缴的增值税、印花税、城建税、教育费附加、企业所得税等，通过对企业账簿、纳税申报表的查证，证实企业税额计算的正确性，评估值以核实后账面值确认。

应交税费评估值为 386,890.14 元。

（2）其他应付款

其他应付款账面值为 10,421.00 元，主要为往来款等。

对于其他应付款，评估人员查阅了相关的记账入账凭证等相关资料。经核实其他应付款账、表、单相符，以账面值确定为评估值。

其他应付款评估值为 10,421.00 元。

（四）最终确定评估结论的理由

依据资产评估准则的规定，企业价值评估可以采用收益法、市场法、资产基础法三种方法。收益法是企业整体资产预期获利能力的量化与现值化，强调的是企业的整体预期盈利能力。市场法是以现实市场上的参照物来评价估值对象的现行公平市场价值，它具有估值数据直接取材于市场，估值结果说服力强的特点。资产基础法是指在合理评估企业各项资产价值和负债的基础上确定评估对象价

值的思路。

截至评估基准日，杭州逗宝通过全资子公司 Lily 间接持有 Outfit7 的 28% 股权外，实际经营主体为 Outfit7，故不适用收益法进行评估。市场上能够公开取得与企业目前的经营状况相似的案例较少，故不适用市场法进行评估。因此，本次评估选择资产基础法进行评估。

根据上述分析本次交易杭州逗宝评估结论采用资产基础法评估结果，即杭州逗宝的股东全部权益价值评估结果为 211,047.49 万元。

（五）评估基准日至重组报告书签署日的重要变化事项及其对评估结果的影响

评估基准日至本报告书签署日，杭州逗宝进行了股权架构调整并对 Outfit7 完成了股权收购，期间发生的重要变化事项如下：

1、杭州逗宝进行了股权架构调整

2017 年 7 月 24 日，上虞天盈分别与朱志刚、王健、深圳霖枫签署《股权转让协议》，约定上虞天盈将其持有的杭州逗宝 32.1429%、32.0952%、17.8571% 股权分别转让给朱志刚、王健、深圳霖枫；肖莉与王健签署《股权转让协议》，约定肖莉将其持有的杭州逗宝 0.0476% 股权转让给王健。同日，杭州逗宝作出股东会决议，同意上述股权转让，并通过新修订的公司章程。

2017 年 8 月 8 日，上虞天盈与上虞杭天签署《股权转让协议》，约定由上虞天盈将其持有的杭州逗宝 17.8571% 股权转让给上虞杭天。同日，杭州逗宝作出股东会决议，同意上述股权转让。杭州逗宝于 2017 年 8 月 9 日召开股东会同意修订公司章程。

2、杭州逗宝支付对价收购 Lily 股权

2017 年 8 月 10 日，联合好运将其持有的 Lily 全部股权，以 2.996 亿美元的价格转让给杭州逗宝，上述股权转让对价已于 2017 年 8 月 10 日前支付完毕。截至本报告书签署日，杭州逗宝已办理 Lily 交割手续，Lily 成为杭州逗宝的全资子公司。杭州逗宝收购 Lily 后，将间接持有 Outfit7 的 28% 股权。

由于截至评估基准日，产权尚未交割完成，杭州逗宝账上尚未体现出对 Outfit7 的长期股权投资价值，本次评估是在审计报表的基础上增加长期股权投资价值后的模拟报表的基础上进行的评估。

二、上虞码牛评估情况

（一）基本情况

本次交易标的资产的评估机构为中联。根据中联出具的《上虞码牛资产评估报告》，本次评估以 2017 年 6 月 30 日为评估基准日，选取资产基础法对上虞码牛的股东全部权益进行评估。资产基础法评估后的上虞码牛股东全部权益价值为 210,632.10 万元，相对于上虞码牛母公司账面净资产 210,038.49 万元，增值额为 593.61 万元，增值率为 0.28%。

截至评估基准日，上虞码牛除通过全资子公司 Ryuki 间接持有 Outfit7 的 28% 股权外，暂未开展其他业务，上虞码牛的实际经营主体为 Outfit7。中联在《Outfit7 资产评估报告》中，针对 Outfit7 采用收益法和资产基础法进行评估，且由于 Outfit7 为轻资产公司，以资产基础法对 Outfit7 进行评估不能完整反映企业价值，因此采用收益法评估结果作为 Outfit7 的评估价值。上虞码牛采用资产基础法进行评估，其对 Ryuki 的长期股权投资价值即是对 Outfit7 的 28% 股权的价值。

（二）资产基础法评估结果

资产基础法评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
流动资产	6,638.44	6,638.44	-	-
非流动资产	203,413.42	204,007.03	593.61	0.29
其中：长期股权投资	203,413.42	204,007.03	593.61	0.29
资产总计	210,051.86	210,645.47	593.61	0.28
流动负债	13.37	13.37	-	-
负债总计	13.37	13.37	-	-
所有者权益	210,038.49	210,632.10	593.61	0.28

（三）评估情况

1、流动资产的评估

纳入评估的流动资产包括货币资金、应收账款、其他应收款。

（1）货币资金

货币资金账面值 500,397.00 元，其中银行存款 500,397.00 元。

对银行存款账户进行了函证，以证明银行存款的真实存在，同时检查有无未入账的银行借款，检查“银行存款余额调节表”中未达账的真实性，以及评估基准日后的进账情况。银行存款以核实后账面值确定评估值。银行存款评估值 500,397.00 元。

货币资金评估值 500,397.00 元。

（2）应收账款

应收账款账面价值合计 79,240.00 元，计提坏账准备 3,962.00 元，应收账款账面净额 75,278.00 元。为应收客户的销售收入。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，并进行了函证，核实结果账、表、单金额相符。

评估人员在对应收款项核实无误的基础上，借助于历史资料和现在调查了解的情况，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，应收账款采用单项测试和账龄分析法相结合的方式估计评估风险损失。当有迹象表明应收账款的回收出现困难时，计提专项评估风险损失；确定具体提取比例为：账龄 1 年以内（含 1 年，以下类推）的，按其余额的 5%计提；账龄 1-2 年的，按其余额的 10%计提；账龄 2-3 年的，按其余额的 30%计提；账龄 3 年以上的，按其余额的 100%计提。对有确凿证据表明可收回性存在明显差异的应收款项，单独进行减值测试，并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。按以上标准，确定评估风险损失为 3,962.00 元，以应收账款合计减去评估风险损失后的金额确定评估值。坏账准备按评估有关规定评估为零。

应收账款评估值为 75,278.00 元。

（3）其他应收款

其他应收款账面价值合计 65,808,708.22 元，未计提坏账准备，为上虞码牛对外提供借款。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，并进行了函证，核实结果账、表、单金额相符。

评估人员在对其他应收款核实无误的基础上，借助于历史资料和现在调查了解的情况，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。根据各单位的具体情况，采用个别认定法和账龄分析法，对评估风险损失进行估计。确定具体提取比例为：账龄 1 年以内（含 1 年，以下类推）的，按其余额的 5%计提；账龄 1-2 年的，按其余额的 10%计提；账龄 2-3 年的，按其余额的 30%计提；账龄 3 年以上的，按其余额的 100%计提。对有确凿证据表明可收回性存在明显差异的应收款项，单独进行减值测试，并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。经核实，截至报告出具日，该款项已经收回，故确定评估风险损失为 0.00 元，以应收账款合计减去评估风险损失后的金额确定评估值。坏账准备按评估有关规定评估为零。

其他应收款评估值为 65,808,708.22 元。

2、长期股权投资评估

（1）评估范围

纳入评估范围的长期股权投资共计 1 家，是对 Ryuki 的 100%股权投资。截至评估基准日，长期股权投资账面价值 2,034,134,200.00 元，未计提长期股权投资减值准备。长期股权投资明细如下：

单位：元

被投资单位名称	持股比例%	投资成本	账面价值
Ryuki Technology Co., Ltd	100%	2,034,134,200.00	2,034,134,200.00

（2）评估方法

评估人员首先对长期股权投资形成的原因、账面值和实际状况进行了取证核实，并查阅了投资协议、股东会决议、章程和有关会计记录等，以确定长期股权投资的真实性和完整性，并在此基础上对被投资单位进行评估。Ryuki 系为本次收购 Outfit7 而搭建的架构公司，实际业务主体是 Outfit7。评估基准日对 Ryuki

的 100%股权长期股权投资实际为对 Ryuki 公司持有的对 Outfit7 的 28%股权的评估。本次评估对 Outfit7 整体选用资产基础法和收益法，并采用收益法结果作为最终评估结果（具体参见本节“三、Outfit7 评估情况”）。将 Outfit7 评估基准日的评估值净值乘以杭州逗宝的间接持股比例，计算确定本次长期股权投资评估值：

长期投资评估值=Outfit7 评估值净值×上虞码牛间接持股比例（28%）

（3）评估结果

按照上述方法，长期股权投资账面值 2,034,134,200.00 元，评估值 2,040,070,256.00 元。评估增值 5,936,056.00 元，增值率为 0.29%。

3、流动负债的评估

评估范围内的负债为流动负债，流动负债包括应交税费和其他应付款，本次评估在经清查核实的账面值基础上进行。

（1）应交税费

应交税费账面值为 129,653.62 元，主要为企业应缴未缴的企业所得税和印花税等，通过对企业账簿、纳税申报表的查证，证实企业税额计算的正确性，评估值以核实后账面值确认。

应交税费评估值为 129,653.62 元。

（2）其他应付款

其他应付款账面值为 4,000.00 元，主要为与个人的往来款等。

对于其他应付款，评估人员查阅了相关的记账入账凭证等相关资料。经核实其他应付款账表单相符，以账面值确定为评估值。

其他应付款评估值为 4,000.00 元。

（四）最终确定评估结论的理由

依据资产评估准则的规定，企业价值评估可以采用收益法、市场法、资产基础法三种方法。收益法是企业整体资产预期获利能力的量化与现值化，强调的是企业的整体预期盈利能力。市场法是以现实市场上的参照物来评价估值对象的现

行公平市场价值，它具有估值数据直接取材于市场，估值结果说服力强的特点。资产基础法是指在合理评估企业各项资产价值和负债的基础上确定评估对象价值的思路。

截至评估基准日，上虞码牛通过全资子公司 Ryuki 间接持有 Outfit7 的 28% 股权外，实际经营主体为 Outfit7，故不适用收益法进行评估。市场上能够公开取得与企业目前的经营状况相似的案例较少，故不适用市场法进行评估。因此，本次评估选择资产基础法进行评估。

根据上述分析本次交易上虞码牛评估结论采用资产基础法评估结果，即上虞码牛的股东全部权益价值评估结果为 210,632.10 万元。

（五）评估基准日至重组报告书签署日的重要变化事项及其对评估结果的影响

评估基准日至本报告书签署日，上虞码牛进行了股权架构调整并对 Outfit7 完成了股权收购，期间发生的重要变化事项如下：

1、上虞码牛进行了股权架构调整

2017 年 7 月 24 日，杭州串意与上虞朱雀签署《绍兴上虞码牛通讯技术有限公司股权转让协议》，约定杭州串意将其持有的上虞码牛 99.9762% 股权转让给上虞朱雀。同日，上虞码牛作出股东会决议，同意上述股权转让，并通过新修订的公司章程。

2、上虞码牛支付对价收购 Ryuki 股权

2017 年 8 月 10 日，联合好运将其持有的 Ryuki 全部股权，以 2.996 亿美元的价格转让给上虞码牛，上述股权转让对价已于 2017 年 8 月 10 日前支付完毕。截至本报告书签署日，上虞码牛已办理 Ryuki 交割手续，Ryuki 成为上虞码牛的全资子公司。上虞码牛收购 Ryuki 后，将间接持有 Outfit7 的 28% 股权。

由于截至评估基准日，产权尚未交割完成，上虞码牛账上尚未体现出对 Outfit7 的长期股权投资价值，本次评估是在审计报告的基础上增加长期股权投资价值后的模拟报表的基础上进行的评估。

三、Outfit7 评估情况

（一）基本情况

本次交易 Outfit7 的评估机构为中联。根据中联出具的《Outfit7 资产评估报告》，本次评估以 2016 年 6 月 30 日为评估基准日，选取收益法及资产基础法对 Outfit7 的股东全部权益进行评估，最终采用收益法确定评估结论。收益法评估后 Outfit7 股东全部权益价值为 94,017.31 万欧元，按照评估基准日时点的欧元兑换人民币汇率 1 欧元=7.7496 元人民币，评估值折算为人民币 728,596.52 万元人民币。Outfit7 股东全部权益价值相对于其归属于母公司股东的净资产 42,116.38 万元，增值额为 686,480.14 万元，增值率为 1,629.96%。

（二）不同评估方法评估结果的差异

收益法评估后的股东全部权益价值为 94,017.31 万欧元，资产基础法评估后的股东全部权益价值为 6,144.34 万欧元，收益法比资产基础法评估值高 87,872.97 万欧元，差异率为 93.46%。

（三）最终确定评估结论的理由

资产基础法评估是以资产的成本重置为价值标准，反映的是资产投入（购建成本）所耗费的社会必要劳动，这种购建成本通常将随着国民经济的变化而变化；企业所处的行业具有“轻资产”的特点，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，还应包含企业各项产品优势、管理经验、优惠政策、业务网络、服务能力、人才团队、品牌优势等重要的无形资源的贡献，而企业的无形资产无法通过量化体现在公司的资产负债表中。因此，建立在企业的账面资产价值上的资产基础法无法准确反映其真实价值。

收益法结果是建立在企业的发展规划基础上，Outfit7 是一家集大数据广告分发与互联网儿童早期教育于一体的世界知名的移动互联网高科技企业，其核心研发和经营团队分布于斯洛文尼亚、塞浦路斯以及英国，创造了全球知名 IP“会说话的汤姆猫家族”，包括一系列样貌可爱、形象有趣的拟人化卡通动物形象，如冒险乐观的汤姆猫、优雅自信的安吉拉猫、淘气可爱的金杰猫等，根据该 IP，研

发和发行了多款在全球范围内极受欢迎的移动应用产品，包括《会说话的汤姆猫》、《我的安吉拉》等亲子互动类移动应用产品。因此，Outfit7具有强大的IP优势和研发优势。

Outfit7专注于移动应用的研发和运营，并基于自身研发的移动应用进行大数据广告分发。目前，Outfit7业务覆盖了欧盟、美国、中国、俄罗斯、巴西等全球多个国家，具有较强的大数据广告分发优势。Outfit7的收入主要为广告收入和应用内购买收入，对企业未来收益能力的预测是基于两个方面，一方面为目前运营产品所占有的客户群体和相关的历史运营数据，另一方面为结合未来的经营计划对未来活跃用户数量、广告展示量、付费率、ARPPU值进行的预测，该部分业务数据与企业的广告分发能力和推广能力直接相关，因此收益法能够更加全面的反映企业的内在价值。

因此，本次评估结果以收益法评估结果作为企业股东全部权益价值的最终评估结论更能客观、科学反映其价值，且符合本次经济行为的评估目的。

根据上述分析本次交易标的公司评估结论采用收益法评估结果，即 Outfit7的股东全部权益价值评估结果为 728,596.52 万元。

（四）对评估结论有重要影响的评估假设

1、一般假设

（1）交易假设

交易假设是假定所有待评估资产已经处在交易的过程中，评估师根据待评估资产的交易条件等模拟市场进行估价。交易假设是资产评估得以进行的一个最基本的前提假设。

（2）公开市场假设

公开市场假设，是假定在市场上交易的资产，或拟在市场上交易的资产，资产交易双方彼此地位平等，彼此都有获取足够市场信息的机会和时间，以便于对资产的功能、用途及其交易价格等作出理智的判断。公开市场假设以资产在市场上可以公开买卖为基础。

（3）资产持续经营假设

资产持续经营假设是指评估时需根据被评估资产按目前的用途和使用的方式、规模、频度、环境等情况继续使用，或者在有所改变的基础上使用，相应确定评估方法、参数和依据。

2、特殊假设

(1) 本次评估假设评估基准日外部经济环境不变，国家现行的宏观经济不发生重大变化；

(2) 企业所处的社会经济环境以及所执行的税赋、税率等政策无重大变化；

(3) 企业未来的经营管理班子尽职，并继续保持现有的经营管理模式；

(4) 评估对象在未来经营期内经营范围和方式、主营业务结构、收入成本构成以及未来业务的销售策略和成本控制等按照未来规划进行，不会在企业计划的基础上发生较大变化；

(5) 在未来的预测期内，评估对象的各项期间费用的固定费用不会在现有基础上发生大幅的变化，仍将保持其最近几年的变化趋势持续，对于变动费用随经营规模的变化而同步变动；

(6) 鉴于企业的货币资金或其银行存款等在生产经营过程中频繁变化且闲置资金均已作为溢余资产考虑，评估时不考虑存款产生的利息收入，也不考虑付息债务之外的其他不确定性损益；

(7) 企业无房屋建筑物，经营方式为租赁房屋，未来假设企业能够保持该方式进行经营，相关的经营条件和租金不会有大的变动。

(8) 根据塞浦路斯税务法规，Outfit7 子公司 Outfit7 Limited 所得税按应纳税所得额乘以适用税率计缴，适用的税率为 12.5%。公司享受 IP 收入的应纳税额减免 80%的税收优惠,该优惠截至到 2020 年。2016 年塞浦路斯出台了新的 IP 收入税收优惠文件，假设该文件能够稳定实施下去，未来所得税预测根据该文件的执行标准确定。

(9) 本次评估的各项资产均以评估基准日的实际存量为前提，有关资产的现行市价以评估基准日的国内有效价格为依据；

(10) 本次评估假设委托方及被评估企业提供的基础资料和财务资料真实、准确、完整；

(11) 评估范围仅以委托方及被评估企业提供的评估申报表为准，未考虑委托方及被评估企业提供清单以外可能存在的或有资产及或有负债；

(12) 本次评估测算的各项参数取值不考虑通货膨胀因素的影响。

当上述条件发生变化时，评估结果一般会失效。

(五) 收益法评估及估值参数说明

1、收益法评估概述

(1) 收益法模型

本次评估的基本模型为：

$$E=B-D-M$$

式中：

E：评估对象的股东全部权益（净资产）价值；

B：评估对象的企业价值；

$$B = P + I + C$$

P：评估对象的经营性资产价值；

$$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{n+1}}{r(1+r)^n}$$

式中：

R_i：评估对象未来第 i 年的预期收益（自由现金流量）；

r：折现率；

n：评估对象的未来经营期；

I：评估对象基准日的长期投资价值；

C: 评估对象基准日存在的溢余或非经营性资产（负债）的价值；

$$C = C_1 + C_2$$

C1: 评估对象基准日存在的流动性溢余或非经营性资产（负债）价值；

C2: 评估对象基准日存在的非流动性溢余或非经营性资产（负债）价值；

D: 评估对象的付息债务价值；

M: 少数股东权益。

（2）净现金流量的确定

本次评估，使用企业的自由现金流量作为评估对象经营性资产的收益指标，其基本定义为：

$$R = \text{净利润} + \text{折旧摊销} + \text{扣税后付息债务利息} - \text{追加资本}$$

根据评估对象的经营历史以及未来市场发展等，估算其未来经营期内的自由现金流量。将未来经营期内的自由现金流量进行折现并加和，测算得到企业的经营性资产价值。

（3）折现率的确定

本次评估采用资本资产加权平均成本模型（WACC）确定折现率 r ：

$$r = r_d \times W_d + r_e \times W_e$$

式中：

W_d ：评估对象的债务比率；

$$W_d = \frac{D}{(E + D)}$$

W_e ：评估对象的权益比率；

$$W_e = \frac{E}{(E + D)}$$

r_d ：所得税后的付息债务利率；

r_e : 权益资本成本。本次评估按资本资产定价模型（CAPM）确定权益资本成本 r_e ;

$$r_e = r_f + \beta_e \times (r_m - r_f) + \varepsilon$$

式中:

r_f : 无风险报酬率;

r_m : 市场期望报酬率;

ε : 评估对象的特性风险调整系数;

β_e : 评估对象权益资本的预期市场风险系数;

$$\beta_e = \beta_u \times (1 + (1 - t) \times \frac{D}{E})$$

β_u : 可比公司的预期无杠杆市场风险系数;

$$\beta_u = \frac{\beta_t}{1 + (1 - t) \frac{D_i}{E_i}}$$

β_t : 可比公司股票（资产）的预期市场平均风险系数;

$$\beta_t = 34\%K + 66\%\beta_x$$

式中:

K : 未来预期股票市场的平均风险值, 通常假设 $K=1$;

β_x : 可比公司股票（资产）的历史市场平均风险系数;

D_i 、 E_i : 分别为可比公司的付息债务与权益资本。

（4）收益期限的确定

在执行评估程序过程中, 假设在可预见的未来保持持续性经营, 因此, 确定收益期限为永续期, 根据公司发展规划目标等资料, 采用两阶段模型, 即从评估基准日至 2021 年根据企业实际情况和政策、市场等因素对企业收入、成本费用、利润等进行合理预测, 2021 年以后各年与 2021 年持平。

2、企业自由现金流量中各项参数的估算

(1) 营业收入预测

1) 广告收入

Outfit7 通过在移动应用内投放第三方公司广告，向广告代理商获取一定比例的广告分成。Outfit7 广告收入主要来源于与广告代理商（主要为 Google Ireland LTD、Inmobi Pte Ltd 以及 Twitter 等）的合作，Outfit7 提供广告播放的载体以及设计广告播放的展现形式，广告代理商向最终广告主获取广告收入，并与 Outfit7 进行收入分成。

广告按照弹出形式分为横幅式广告、插播式广告、奖励式广告和其他广告四种；广告收入分区域，主要为中国、美国、俄罗斯、巴西、英国和其他国家等。其计算方式为

单项广告收入=月活跃人数×（单位活跃用户数展示量×千次展现收入）。

①历史期广告收益情况如下：

项目	2016.1	2016.2	2016.3	2016.4	2016.5	2016.6
展示量(万次)						
横幅式广告	678,232.69	609,178.33	534,904.40	436,530.75	410,147.59	339,316.32
插播式广告	154,491.46	133,674.15	116,530.44	104,842.04	109,279.71	110,171.86
奖励式广告	65,296.72	67,177.19	96,096.21	100,651.12	92,975.33	90,552.58
其他广告	10,460.39	11,715.86	8,244.22	8,158.91	6,898.33	8,879.22
月活跃人数 (万人次)	24,403.85	23,954.36	22,232.53	21,673.47	21,433.34	21,665.71
展示量/月活 跃(次/人次)						
横幅式广告	27.79	24.96	21.92	17.89	16.81	13.90
插播式广告	6.33	5.48	4.78	4.30	4.48	4.51
奖励式广告	2.68	2.75	3.94	4.12	3.81	3.71
其他广告	0.43	0.48	0.34	0.33	0.28	0.36
千次展现收入 (欧元/000)						
横幅式广告	0.48	0.38	0.48	0.55	0.58	0.68
插播式广告	1.39	1.32	1.44	1.41	1.48	1.79
奖励式广告	1.74	1.55	1.23	1.14	1.12	1.18
其他广告	0.33	2.76	0.69	0.74	0.64	0.79
月广告收益						

项目	2016.1	2016.2	2016.3	2016.4	2016.5	2016.6
(万欧元)						
横幅式广告	323.61	234.24	258.69	241.40	236.25	231.01
插播式广告	215.22	176.16	168.15	147.47	162.27	197.75
奖励式广告	113.61	104.34	117.92	114.89	104.34	107.11
其他广告	3.46	32.35	5.73	6.05	4.44	7.01

项目	2016.7	2016.8	2016.9	2016.10	2016.11	2016.12
展示量(万次)						
横幅式广告	369,504.19	369,733.44	360,898.03	377,332.98	372,704.16	407,349.24
插播式广告	139,133.30	144,054.68	116,794.83	127,618.61	123,150.10	139,954.42
奖励式广告	100,453.70	99,737.58	78,122.33	94,146.78	92,734.36	99,793.24
其他广告	1,836.45	863.25	784.93	935.17	585.58	1,085.42
月活跃人数 (万人次)	27,277.25	29,987.04	25,705.85	26,149.84	24,706.25	27,220.06
展示量/月活 跃(次/人次)						
横幅式广告	15.14	15.15	14.79	15.46	15.27	16.69
插播式广告	5.70	5.90	4.79	5.23	5.05	5.73
奖励式广告	4.12	4.09	3.20	3.86	3.80	4.09
其他广告	0.08	0.04	0.03	0.04	0.02	0.04
千次展现收入 (欧元/000)						
横幅式广告	0.69	0.73	0.68	0.61	0.59	0.64
插播式广告	2.16	2.18	2.09	1.99	2.07	1.99
奖励式广告	1.67	1.75	1.74	2.05	2.01	2.06
其他广告	0.85	1.23	1.18	1.02	1.37	0.42
月广告收益 (万欧元)						
横幅式广告	256.14	270.09	246.83	230.10	221.07	259.42
插播式广告	301.02	313.33	244.51	254.53	254.88	278.34
奖励式广告	168.10	174.86	135.80	192.94	186.44	205.57
其他广告	1.56	1.06	0.93	0.95	0.80	0.45

项目	2017.1	2017.2	2017.3	2017.4	2017.5	2017.6
展示量(万次)						
横幅式广告	536,208.52	630,753.17	460,342.58	361,558.04	396,043.79	403,657.28
插播式广告	178,171.00	158,972.75	172,532.55	158,182.97	162,549.62	173,234.28
奖励式广告	130,726.21	109,946.68	102,510.79	101,143.43	103,760.17	114,268.65
其他广告	1,183.92	815.95	765.87	491.79	422.89	518.64

项目	2017.1	2017.2	2017.3	2017.4	2017.5	2017.6
月活跃人数 (万人次)	34,830.75	32,495.25	33,090.23	27,735.64	26,275.95	26,357.15
展示量/月活跃 (次/人次)						
横幅式广告	21.97	25.85	18.86	14.82	16.23	16.54
插播式广告	7.30	6.51	7.07	6.48	6.66	7.10
奖励式广告	5.36	4.51	4.20	4.14	4.25	4.68
其他广告	0.05	0.03	0.03	0.02	0.02	0.02
千次展现收入 (欧元/000)						
横幅式广告	0.45	0.35	0.57	0.63	0.57	0.59
插播式广告	1.75	1.69	1.70	1.70	1.68	1.68
奖励式广告	1.94	1.90	1.96	1.93	2.09	2.04
其他广告	0.48	0.22	0.36	0.62	0.88	0.65
月广告收益 (万欧元)						
横幅式广告	239.82	217.89	261.76	226.88	224.08	239.88
插播式广告	312.52	268.77	293.69	269.23	273.77	291.29
奖励式广告	254.26	208.99	201.15	195.04	216.69	233.41
其他广告	0.57	0.18	0.28	0.30	0.37	0.34

历史期广告收入汇总如下：

项目	2016 年	2017 年 1-6 月
展示量 (万次)		
横幅式广告	438,819.34	464,760.56
插播式广告	126,641.30	167,273.86
奖励式广告	89,811.43	110,392.65
其他广告	5,037.31	699.84
月活跃人数 (万人次)	24,700.80	30,130.83
展示量/月活跃 (次/人次)		
横幅式广告	17.77	15.42
插播式广告	5.13	5.55
奖励式广告	3.64	3.66
其他广告	0.20	0.02
千次展示收入 (欧元/000)		
横幅式广告	6.86	3.03
插播式广告	21.43	10.22
奖励式广告	19.22	11.86
其他广告	12.86	2.92
广告收益 (万欧元)		
横幅式广告	3,008.85	1,410.30

项目	2016 年	2017 年 1-6 月
插播式广告	2,713.63	1,709.27
奖励式广告	1,725.92	1,309.55
其他广告	64.78	2.05

②广告收入预测：

2017 年 7-12 月预测中各参数指标参考历史数据，其中各区域广告月活跃用户数参考基准日最近六个月各区域广告月活跃用户平均数占广告月活跃用户总平均数比重乘以当月移动应用月活跃用户数确定，展示量和千次展现收入指标参考基准日最近六个月平均值确定。

2018 年和 2019 年，在每年第 1 个月，保持展示量/月活跃、千次展现收入保持 5%的增长幅度，其他月份保持当年首月的指标水平。在以上预测思路基础上，2017 年 7 月-2019 年 Outfit7 的广告收入如下表所示：

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
展示量（万次）			
横幅式广告	430,268.48	487,870.24	540,741.67
插播式广告	158,875.47	180,144.76	199,667.40
奖励式广告	103,991.65	117,913.43	130,691.94
其他广告	633.86	718.71	796.60
月活跃人数（万人次）	28,226.69	30,481.44	32,175.97
展示量/月活跃（次/人次）			
横幅式广告	15.24	16.01	16.81
插播式广告	5.63	5.91	6.21
奖励式广告	3.68	3.87	4.06
其他广告	0.02	0.02	0.02
千次展示收入（欧元/000）			
横幅式广告	0.53	0.55	0.58
插播式广告	1.71	1.79	1.88
奖励式广告	1.98	2.08	2.18
其他广告	0.54	0.57	0.60
广告收益（万欧元）			
横幅式广告	1,362.66	3,244.68	3,776.13
插播式广告	1,626.93	3,873.94	4,508.45
奖励式广告	1,235.90	2,942.86	3,424.87
其他广告	2.06	4.92	5.72

根据 Smaato 发布的《Global Trends in Mobile Advertising Q12017》，多数国家的 eCPM（有效的每千次展示费用）在 2017 年第一季度均取得了有史以来最

高的增长率。如同 2016 年第四季度的增长趋势，2017 年第一季度，移动应用内的广告消费持续增加，占据移动端广告总收入的 91%，相比 2016 年第一季度，移动应用内广告消费占比提高 15%。2017 年第一季度全球应用内广告消费金额同比增长 41%，同时应用内广告的 eCPM 为同期移动网络的 2.5 倍，全球范围来看，应用内的广告消费占有所有移动广告消费的比例达到 91%。

基于市场的良好发展趋势，2020 年到 2021 年，结合行业的增长趋势，考虑到一定的不确定性，按照 6% 的速度进行增长，2022 年的收入水平与 2021 年保持一致。Outfit7 2020 年-2022 年预测的广告收入如下表所示：

项目	2020 年	2021 年	2022 年
展示量（万次）			
横幅式广告	573,186.17	607,577.34	607,577.34
插播式广告	211,647.44	224,346.29	224,346.29
奖励式广告	138,533.45	146,845.46	146,845.46
其他广告	844.40	895.06	895.06
月活跃人数（万人次）	34,106.53	36,152.92	36,152.92
展示量/月活跃（次/人次）			
横幅式广告	16.81	16.81	16.81
插播式广告	6.21	6.21	6.21
奖励式广告	4.06	4.06	4.06
其他广告	0.02	0.02	0.02
千次展示收入（欧元/000）			
横幅式广告	0.58	0.58	0.58
插播式广告	1.88	1.88	1.88
奖励式广告	2.18	2.18	2.18
其他广告	0.60	0.60	0.60
月广告收益（万欧元）			
横幅式广告	4,002.69	4,242.86	4,242.86
插播式广告	4,778.96	5,065.70	5,065.70
奖励式广告	3,630.36	3,848.18	3,848.18
其他广告	6.06	6.43	6.43

2) 应用内购买收入

①历史期应用内购买收入情况如下：

对于应用内购买收入，Outfit7 通过 iOS、安卓及其他平台上发布应用，于应用内提供可供用户购买的内容和服务（如金币等）获取的收入。Outfit7 和主要平台客户如 Apple 以及 Google 合作中，Apple 和 Google 向 Outfit7 提供技术支持，

与 Outfit7 进行一定的利润分成。

其计算方式为净收益=月付费人数×ARPPU

其中月付费人数=月活跃人数×付费率

在实际运营中，对净收益分成 Apple、Google、中国平台以及其他渠道四类渠道进行核算。主要移动应用的运营数据如下：

A. 《我的汤姆猫》历史业绩情况：

项目	2016 年 1 月	2016 年 2 月	2016 年 3 月	2016 年 4 月	2016 年 5 月	2016 年 6 月
月活跃人数（万）	7,772.88	7,752.35	7,169.83	7,104.87	7,213.43	7,332.73
月付费人数（万）	1.92	2.12	1.43	1.27	1.92	2.27
付费率	0.02%	0.03%	0.02%	0.02%	0.03%	0.03%
ARPPU（欧元/每人）	15.59	13.80	16.70	16.91	9.93	8.31
净收益（万欧元）	29.90	29.28	23.83	21.41	19.05	18.90
项目	2016 年 7 月	2016 年 8 月	2016 年 9 月	2016 年 10 月	2016 年 11 月	2016 年 12 月
月活跃人数（万）	8,718.20	9,244.90	7,916.41	7,970.05	7,530.09	8,322.28
月付费人数（万）	3.28	4.70	3.00	2.87	2.72	3.14
付费率	0.04%	0.05%	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%
ARPPU（欧元/每人）	7.74	4.94	5.98	6.22	6.01	6.10
净收益（万欧元）	25.41	23.20	17.95	17.85	16.31	19.17
项目	2017 年 1 月	2017 年 2 月	2017 年 3 月	2017 年 4 月	2017 年 5 月	2017 年 6 月
月活跃人数（万）	9,630.02	8,910.09	9,639.07	7,872.56	7,454.09	7,371.93
月付费人数（万）	3.38	2.81	2.72	2.33	2.28	2.33
付费率	0.04%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%
ARPPU（欧元/每人）	7.29	8.21	6.44	4.70	6.80	7.69
净收益（万欧元）	24.63	23.04	17.53	10.95	15.53	17.92

B. 《我的安吉拉》历史业绩情况：

项目	2016 年 1 月	2016 年 2 月	2016 年 3 月	2016 年 4 月	2016 年 5 月	2016 年 6 月
月活跃人数（万）	5,070.81	4,974.88	4,889.78	4,792.59	4,837.38	5,092.51
月付费人数（万）	2.19	3.02	2.35	1.95	2.37	2.92
付费率	0.04%	0.06%	0.05%	0.04%	0.05%	0.06%
ARPPU（欧元/每	22.36	16.03	20.41	20.64	16.03	13.60

人)						
净收益 (万欧元)	48.90	48.35	48.05	40.17	37.95	39.76
项目	2016 年 7 月	2016 年 8 月	2016 年 9 月	2016 年 10 月	2016 年 11 月	2016 年 12 月
月活跃人数 (万)	5,882.31	6,216.41	5,278.36	5,329.19	5,254.72	5,695.67
月付费人数 (万)	3.57	4.01	2.85	2.96	3.00	3.42
付费率	0.06%	0.06%	0.05%	0.06%	0.06%	0.06%
ARPPU (欧元/每人)	12.94	10.23	9.42	9.37	9.34	9.58
净收益 (万欧元)	46.17	41.06	26.88	27.76	28.01	32.78
项目	2017 年 1 月	2017 年 2 月	2017 年 3 月	2017 年 4 月	2017 年 5 月	2017 年 6 月
月活跃人数 (万)	6,942.78	6,454.58	6,628.76	5,601.19	5,406.39	5,786.77
月付费人数 (万)	3.87	4.17	3.22	3.20	2.75	3.17
付费率	0.06%	0.06%	0.05%	0.06%	0.05%	0.05%
ARPPU (欧元/每人)	10.83	10.31	8.67	6.98	11.04	10.35
净收益 (万欧元)	41.86	43.04	27.92	22.35	30.39	32.81

C. 《我的汤姆猫酷跑》历史业绩情况:

项目	2016 年 1 月	2016 年 2 月	2016 年 3 月	2016 年 4 月	2016 年 5 月	2016 年 6 月
月活跃人数 (万)	-	-	-	-	60.05	110.42
月付费人数 (万)	-	-	-	-	0.42	0.22
付费率	-	-	-	-	0.71%	0.20%
ARPPU (欧元/每人)	-	-	-	-	0.82	4.94
净收益 (万欧元)	-	-	-	-	0.35	1.08
项目	2016 年 7 月	2016 年 8 月	2016 年 9 月	2016 年 10 月	2016 年 11 月	2016 年 12 月
月活跃人数 (万)	2,185.03	3,743.38	3,577.45	3,678.36	3,382.52	3,830.78
月付费人数 (万)	1.18	3.12	3.15	3.65	3.44	4.08
付费率	0.05%	0.08%	0.09%	0.10%	0.10%	0.11%
ARPPU (欧元/每人)	23.16	14.56	12.39	8.11	9.19	9.84
净收益 (万欧元)	27.37	45.49	38.99	29.63	31.62	40.17
项目	2017 年 1 月	2017 年 2 月	2017 年 3 月	2017 年 4 月	2017 年 5 月	2017 年 6 月
月活跃人数 (万)	5,179.95	5,266.99	5,362.85	4,301.39	4,031.38	3,934.71
月付费人数 (万)	4.82	3.96	3.32	2.71	2.24	2.00
付费率	0.09%	0.08%	0.06%	0.06%	0.06%	0.05%
ARPPU (欧元/每	12.70	14.99	14.11	14.96	17.29	16.74

人)						
净收益 (万欧元)	61.17	59.31	46.91	40.55	38.72	33.53

D.《我的汉克狗》历史业绩情况:

项目	2016 年 7 月	2016 年 8 月	2016 年 9 月	2016 年 10 月	2016 年 11 月	2016 年 12 月
月活跃人数 (万)	-	-	-	-	-	121.62
月付费人数 (万)	-	-	-	-	-	0.14
付费率	-	-	-	-	-	0.12%
ARPPU (欧元/每人)	-	-	-	-	-	6.60
净收益 (万欧元)	-	-	-	-	-	0.94
项目	2017 年 1 月	2017 年 2 月	2017 年 3 月	2017 年 4 月	2017 年 5 月	2017 年 6 月
月活跃人数 (万)	2,142.40	2,052.43	1,924.61	1,571.26	1,329.95	1,321.12
月付费人数 (万)	3.49	3.26	1.77	1.23	1.06	0.74
付费率	0.16%	0.16%	0.09%	0.08%	0.08%	0.06%
ARPPU (欧元/每人)	5.53	6.53	7.02	7.05	7.71	9.08
净收益 (万欧元)	19.29	21.29	12.41	8.68	8.18	6.71

E.“会说话的汤姆猫家族”其他移动应用历史业绩情况:

项目	2016 年 1 月	2016 年 2 月	2016 年 3 月	2016 年 4 月	2016 年 5 月	2016 年 6 月
月活跃人数 (万)	11,560.16	11,227.14	10,172.90	9,775.97	9,321.58	9,129.15
月付费人数 (万)	1.94	2.11	2.14	2.20	2.22	2.32
付费率	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.03%
ARPPU (欧元/每人)	13.20	10.77	9.05	7.92	6.97	6.30
净收益 (万欧元)	25.60	22.70	19.34	17.39	15.50	14.63
项目	2016 年 7 月	2016 年 8 月	2016 年 9 月	2016 年 10 月	2016 年 11 月	2016 年 12 月
月活跃人数 (万)	10,491.70	10,782.34	8,933.61	9,172.21	8,533.64	9,249.71
月付费人数 (万)	2.69	2.81	2.64	3.08	4.59	4.62
付费率	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.05%	0.05%
ARPPU (欧元/每人)	6.39	6.37	5.59	6.97	6.59	5.85
净收益 (万欧元)	17.19	17.87	14.76	21.43	30.28	27.01
项目	2017 年 1 月	2017 年 2 月	2017 年 3 月	2017 年 4 月	2017 年 5 月	2017 年 6 月
月活跃人数 (万)	10,935.60	9,811.16	9,534.94	8,389.23	8,054.14	7,942.63
月付费人数 (万)	4.34	4.80	6.12	5.91	6.21	6.22

付费率	0.04%	0.05%	0.06%	0.07%	0.08%	0.08%
ARPPU（欧元/每人）	7.90	6.18	4.97	4.26	3.34	3.01
净收益（万欧元）	34.32	29.63	30.43	25.16	20.72	18.76

F.应用内购买历史业绩情况：

产品	项目	2016 年	2017 年 1-6 月
我的汤姆猫	月活跃人数（万）	7,837.33	8,479.62
	月付费人数（万）	2.55	2.64
	付费率	0.03%	0.03%
	ARPPU（欧元/每人）	8.56	6.91
	净收益（万欧元）	262.27	109.59
我的安吉拉	月活跃人数（万）	5,276.21	6,136.75
	月付费人数（万）	2.88	3.40
	付费率	0.05%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）	13.46	9.73
	净收益（万欧元）	465.84	198.36
汤姆猫跑酷	月活跃人数（万）	2,571.00	4,679.54
	月付费人数（万）	2.41	3.18
	付费率	0.09%	0.07%
	ARPPU（欧元/每人）	7.43	14.71
	净收益（万欧元）	214.70	280.20
我的汉克狗	月活跃人数（万）	121.62	1,723.63
	月付费人数（万）	0.14	1.92
	付费率	0.12%	0.11%
	ARPPU（欧元/每人）	0.55	6.63
	净收益（万欧元）	0.94	76.56
“会说话的汤姆猫家族”其他移动应用	月活跃人数（万）	9,862.51	9,111.28
	月付费人数（万）	2.78	5.60
	付费率	0.03%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）	7.31	4.73
	净收益（万欧元）	243.71	159.02
合计	月活跃人数（万）	24,700.19	30,130.83
	月付费人数（万）	9.83	16.74
	付费率	0.04%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）	10.06	8.20
	净收益（万欧元）	1,187.47	823.73

②应用内购买收入预测：

预测中按照 Outfit7 的核算方式，按照 Apple、Google、中国平台以及其他渠道四类渠道对主要的四款移动应用和其他移动应用进行分渠道预测。

A.对于已经线上运营的移动应用，2017 年 7-12 月预测时考虑基准日最近 6 个月的各项指标的水平，同时考虑到未来移动应用的生命周期情况进行预测，由于月活跃用户数、付费率以及 ARPPU 值有一定程度的波动，以评估基准日最近 6 个月的平均值作为 2017 年 7 月月活跃用户数、付费率和 ARPPU 值的水平。2017 年 7 月以后的月活跃用户数和 ARPPU 在 2017 年 7 月的基础上考虑 1%程度的衰减，付费率保持 2017 年 7 月水平不变。

2017 年 7-12 月-2019 年已上线移动应用内购买收入预测：

产品	项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
我的汤姆猫	月活跃人数（万）	8,270.44	7,558.62	6,699.85
	月付费人数（万）	2.57	2.35	2.08
	付费率	0.03%	0.03%	0.03%
	ARPPU（欧元/每人）	6.69	6.12	5.42
	净收益（万欧元）	103.24	172.62	135.63
我的安吉拉	月活跃人数（万）	5,985.36	5,470.21	4,848.71
	月付费人数（万）	3.31	3.02	2.68
	付费率	0.06%	0.06%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）	9.46	8.66	7.67
	净收益（万欧元）	187.86	314.11	246.79
汤姆猫跑酷	月活跃人数（万）	3,799.26	3,472.27	3,077.77
	月付费人数（万）	2.53	2.31	2.05
	付费率	0.07%	0.07%	0.07%
	ARPPU（欧元/每人）	14.76	13.50	11.97
	净收益（万欧元）	224.12	374.74	294.42
我的汉克狗	月活跃人数（万）	1,275.64	1,165.85	1,033.39
	月付费人数（万）	1.33	1.22	1.08
	付费率	0.10%	0.10%	0.10%
	ARPPU（欧元/每人）	6.98	6.38	5.66
	净收益（万欧元）	55.87	93.42	73.40
“会说话的汤姆猫家族”其他移动应用	月活跃人数（万）	8,886.52	8,121.68	7,198.93
	月付费人数（万）	5.61	5.13	4.54
	付费率	0.06%	0.06%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）	4.82	4.41	3.91
	净收益（万欧元）	162.29	271.36	213.20

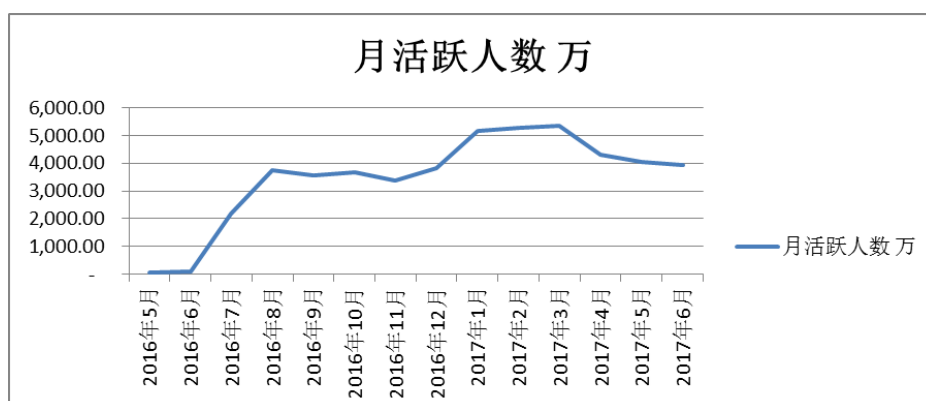
B.未来线上运营的移动应用

同时根据 Outfit7 的研发计划，评估人员对 2017 年-2019 年上线的新应用进行预测。Outfit7 应用产品的上线计划如下：

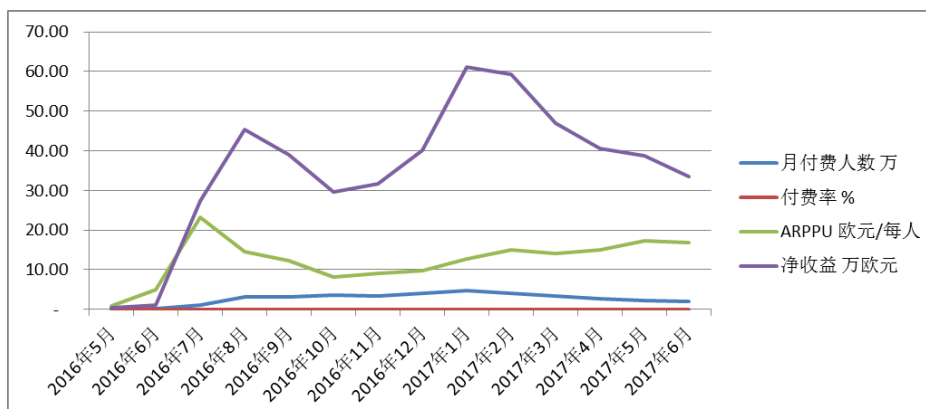
序列	名称	拟推出时间
1	汤姆猫营地 TalkingTomCamp	2018 年 1 月
2	汤姆猫泳池/汤姆猫派对/汤姆猫水上乐园	2017 年 11 月
3	汤姆猫飞行 TalkingTomJetSki2	2018 年度第二季度
4	汤姆快跑 TomRunTom	2018 年度第二季度
5	汤姆和小偷 Tomvs.Thiefes	2018 年度第二季度
6	安吉拉时尚工作室	待定

新上线的移动应用与《汤姆猫跑酷》属于相似类型的移动应用，指标参数具体参考《汤姆猫跑酷》的运营数据；根据与《汤姆猫跑酷》的相似度进行预测，越相似的数据越接近《汤姆猫跑酷》的运营数据。

《汤姆猫跑酷》月活跃用户数变化图



《汤姆猫跑酷》其他指标变化图



由上图可知，《汤姆猫跑酷》的月活跃用户数、月付费人数与应用收入的波动趋势保持一致，该移动应用上线初期，月活跃用户数和移动应用大幅上升，中期有一定程度的波动，后期均保持下降趋势；ARPPU 值在该应用上线初期大幅上升，峰值后开始下降，下降到一定程度后保持一定幅度水平波动；付费率基本从始至终保持一定幅度的水平波动。未来上线应用的变化趋势基本保持上图的变化趋势。

2017 年 7-12 月-2019 年未来上线移动应用内购买收入预测如下：

产品	项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
汤姆猫营地	月活跃人数（万）		2,711.95	3,014.18
	月付费人数（万）		2.27	1.94
	付费率		0.08%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）		12.40	14.85
	净收益（万欧元）		338.12	345.16
汤姆猫水上乐园	月活跃人数（万）	9.47	1,346.52	1,229.37
	月付费人数（万）	0.04	1.05	0.82
	付费率	0.38%	0.08%	0.07%
	ARPPU（欧元/每人）	2.22	13.10	14.34
	净收益（万欧元）	0.48	164.49	140.92
汤姆猫飞行	月活跃人数（万）		619.90	1,416.64
	月付费人数（万）		0.97	0.84
	付费率		0.16%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）		8.76	14.93
	净收益（万欧元）		102.13	150.91
汤姆和小偷	月活跃人数（万）		225.88	1,397.17
	月付费人数（万）		0.50	1.00
	付费率		0.22%	0.07%
	ARPPU（欧元/每人）		8.18	14.20
	净收益（万欧元）		48.58	169.66
安吉拉时尚工作室	月活跃人数（万）			2,259.95
	月付费人数（万）			2.17
	付费率			0.10%
	ARPPU（欧元/每人）			12.93
	净收益（万欧元）			336.90

2020 年至 2021 年，结合行业的增长趋势，考虑到一定的不确定性，月活跃用户数按照 5%的速度进行增长，2022 年收入与 2021 年保持一致。

2020 年-2022 年移动应用内购买收入预测如下：

项目	2020 年	2021 年	2022 年
月活跃人数（万）	33,784.77	35,474.01	35,474.01
月付费人数（万）	20.17	21.18	21.18
付费率	0.06%	0.06%	0.06%
ARPPU（欧元/每人）	9.14	9.14	9.14
移动应用收入（万欧元）	2,211.67	2,322.26	2,322.26

③披露将未开发项目纳入收益法评估范围的说明

本次评估中将Outfit7未开发产品纳入收益法评估范围，主要原因如下：

A.将未来拟开发的应用产品纳入收益法评估范围是持续经营假设的前提

Outfit7专注于移动应用的研发和运营，并基于自身研发的移动应用进行大数据广告分发，同时获取用户的应用内充值购买收入，Outfit7未来开发的新应用产品为企业的主要产品，是企业获得收益的基础，如果企业停止开发新的产品则表明企业经营的结束。故从Outfit7的持续运营假设的角度和未来的战略发展方向考虑，需要将未来开发的应用产品纳入收益法评估范围。如在收益法评估时不考虑未开发的产品，则在数年后当现有和正在开发的产品生命周期结束，则Outfit7将无收入来源，经营终止，则与持续经营性假设相违背。

B.将未来拟开发产品纳入收益法评估范围符合Outfit7的业务特点

Outfit7是一家集大数据广告分发与互联网儿童早期教育于一体的全球著名移动互联网高科技企业，公司主打产品“会说话的汤姆猫家族”系列应用以可爱的动物形象，利用人工智能场景，与幼儿、儿童进行对话、互动，引导、教育他们认知各种生活常识与知识，寓教于乐，健康嬉乐，深受全世界父母与儿童的喜爱，被评为最受欢迎的Google Play应用之一。Outfit7每年均投入大量资源研发新的应用产品，开发新应用产品是企业自身内部的生产过程，在正常持续经营下，新产品的开发过程受外界环境因素影响较小，无法持续开发新产品的可能性极低，故使得预测未来应用产品的开发具有可行性和可靠性。

C.Outfit7具有可持续开发产品的能力

Outfit7自设立以来非常重视研发人才的培养、考核和储备，吸引了大量顶尖的斯洛文尼亚及周边国家的人才加入。通过多年的应用产品研发及运营经验积累，Outfit7已经建立了完善的应用产品研发机制、严格的开发评审流程、完善的考核和激励机制，培养和储备了大量拥有丰富的成功产品的研发及运营经验的员工，建立起多个成熟的研发及运营团队，在市场上具有较强的竞争力和创造力。因此，Outfit7具有持续开发出优秀产品的能力。

D.未来拟运营产品的预测基于历史产品的优异表现和未来规划

截至评估基准日，Outfit7每年均向全球市场推出了优质应用产品。未来销售收入预测正是基于目前运营产品及新开发产品的推广计划，即根据未来年度每年

上线运营产品及每种产品计划采用的运营模式、参考已上线产品运营指标的变化趋势，分别计算确定未来年度各种运营产品的设计运营模式下的单品种运营收入，然后汇总得出全部产品的运营收入。

本次收益预测考虑了已上线产品的盈利预测、在研产品的收益实现及企业未来产品规划。对于未来发布的应用产品，通过对管理层访谈，并结合历史年度应用产品的运营情况和行业发展趋势，结合产品本身的特点，并从谨慎的角度考虑未来产品研发的成功情况，对 Outfit7 的收入进行预测。同时，考虑到未来 Outfit7 的研发人员的增多和研发实力的增强，因此，在一定程度上保证了未来成功开发的产品数量上升，将未来已开发及未来拟开发应用产品纳入收益预测具有合理性。

3) 其他业务收入

除了广告收入和应用内购买收入以外，Outfit7 其他业务收入主要为视频广告收入和特许权使用收入，特许权使用收入是指 Outfit7 向第三方公司进行汤姆猫的形象授权进而获取一定的特许权收入。视频广告业务主要参考历史水平，并考虑企业未来规划保持 5%-10% 的增长率；Outfit7 于 2016 年之前由全资子公司 Talking Shop 进行汤姆猫的形象授权，自 2016 年开始 Outfit7 将汤姆猫的形象代理授权给第三方公司 TT&F；考虑到最新的业务合同中支付给 Outfit7 的分成率有所提高，故未来预测中，该部分费用保持 10% 的增长速度预测，预测明细如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
网络视频广告收入	231.87	486.92	511.27	536.83	
授权收入	54.65	120.22	132.25	145.47	160.02

4) 收入预测汇总

收入未来预测汇总如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
横幅式广告	1,362.66	3,244.68	3,776.13	4,040.45	4,323.29	4,323.29
插播式广告	1,626.93	3,873.94	4,508.45	4,824.05	5,161.73	5,161.73
奖励式广告	1,235.90	2,942.86	3,424.87	3,664.61	3,921.13	3,921.13
其他广告	2.06	4.92	5.72	6.12	6.55	6.55

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
广告收入	4,227.56	10,066.39	11,715.17	12,535.23	13,412.70	13,412.70
月活跃人数（万）	28,226.69	30,481.44	32,175.97	33,784.77	35,474.01	35,474.01
月付费人数（万）	15.39	18.45	19.20	20.17	21.18	21.18
付费率	0.05%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%
ARPPU（欧元/每人）	7.94	8.47	9.14	9.14	9.14	9.14
移动应用收入	733.85	1,879.57	2,107.00	2,211.67	2,322.26	2,322.26
网络视频广告收入	231.87	486.92	511.27	536.83		
授权收入	54.65	120.22	132.25	145.47	160.02	160.02
合计	5,247.93	12,553.10	14,465.68	15,429.21	15,894.97	15,894.97

（2）主营业务成本预测

Outfit7 的主营业务成本包括代理佣金和特许权使用费，主要为企业开发移动应用产品所发生的费用，预测中，按照企业的摊销标准确定摊销额，未来考虑一定幅度的增长。由于广告收入主要是 Outfit7 在“会说话的汤姆猫家族”系列移动应用内投放第三方公司广告获取的广告分成，Outfit7 提供广告播放的载体以及设计广告播放的展现形式，广告几乎无成本，视频在重复播放时主要产生管理成本，因此视频几乎无成本。未来成本的预测主要考虑收入的增长幅度，2017 年 7 月至 2021 年主营业务成本预测按照 10%的增长幅度进行预测。

主营业务成本预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
代理佣金	22.80	47.89	52.67	57.94	63.74
特许权使用费	40.88	85.84	94.42	103.87	114.25
主营成本合计	63.68	133.73	147.10	161.81	177.99
其他业务成本					
成本合计	63.68	133.73	147.10	161.81	177.99

（3）销售税金及附加预测

Outfit7 的税项主要有增值税、城建税和教育税附加等。在预测增值税进项税和营业税时，考虑到企业在不同的国家执行不同的税率，因此，销售税金及附加根据历史期间占收入的比重预测未来情况。由于 2016 年几乎无营业税金及附加费，2017 年 1-6 月产生的营业税金及附加占收入的 0.03%，未来考虑收入的增

加情况，按照占营业收入 0.05%的比重对营业税金及附加进行预测。

销售税金及附加预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
营业收入	5,247.93	12,553.10	14,465.68	15,429.21	15,894.97
营业税金及附加	2.62	6.28	7.23	7.71	7.95

（4）期间费用预测

1) 销售费用预测

销售费用主要为市场推广费、办公及保险费、差旅及业务招待费、仓储费及运费等。考虑到市场推广的效果直接作用于月活跃用户数，因此，市场推广费的预测参考历史期间该费用占月活跃用户总数的比例进行确定。其他费用以历史数据为基础，结合未来业务增长趋势在未来期间考虑 5%的增长水平，预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
市场推广费	267.44	542.74	537.32	531.94	527.00
办公及保险费	5.21	10.45	10.97	11.52	12.10
差旅及业务招待费	24.57	49.25	51.71	54.30	57.01
销售费用合计	297.22	602.44	600.00	597.76	596.11

2) 管理费用预测

Outfit7 的管理费用主要为职工薪酬、折旧及摊销、差旅费及业务招待费、办公费、中介费用、研发费用和其他零星费用。工资根据企业的工资发放标准及薪酬政策以及企业未来的规划确定；折旧摊销按照企业的固定资产（无形资产）原值和折旧（摊销）计提标准预测；研发费用考虑未来研发规划并结合历史期间研发费用占营业收入比重，未来预测中按照占移动应用收入和广告收入合计的 3%比重确定；其他费用以历史数据为基础，结合未来业务增长趋势在未来期间考虑 5%的增长水平，预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
职工薪酬	377.07	807.12	894.65	979.54	1,072.63
折旧及摊销	315.73	631.47	631.47	631.47	241.98
差旅费及业务招待费	24.06	50.53	53.05	55.70	58.49
办公费	126.52	265.70	278.98	292.93	307.58
中介费用	78.97	158.29	166.21	174.52	183.24
税费	5.00	5.25	5.51	5.79	6.08
研发费用	148.84	358.38	414.66	442.41	472.05
其他	4.55	9.13	9.58	10.06	10.57
管理费用合计	1,080.75	2,285.86	2,454.12	2,592.42	2,352.61

(5) 所得税预测

截至评估基准日，根据塞浦路斯税务法规，Outfit7 Limited 所得税按应纳税所得额乘以适用税率计缴。适用的税率为 12.5%。同时按照塞浦路斯税法，公司享受 IP 收入的应纳税额减免 80% 的税收优惠，该税收优惠截至到 2020 年，2021 年及以后所得税率根据塞浦路斯 2016 年出具的税收优惠文件《New IP Box regime》执行。

(6) 折旧摊销等预测

评估对象的固定资产主要为办公用设备，账面无形资产主要为企业的软件著作权。固定资产（无形资产）按取得时的实际成本计价。本次评估，按照企业执行的固定资产折旧（摊销）政策，以基准日经审计的资产账面原值、预计使用期、加权折旧（摊销）率等预测未来经营期的折旧摊销额。

(7) 追加资本预测

追加资本系指企业在不改变当前经营生产条件下，所需增加的营运资金和超过一年期的长期资本性投入。如产能规模扩大所需的资本性投资（购置固定资产或其他非流动资产），以及所需的新增营运资金及持续经营所必须的资产更新等。

在本次评估中，假设评估对象不再对现有的经营能力进行资本性投资，未来经营期内的追加资本主要为持续经营所需的评估基准日现有资产的更新和营运资金增加额。即：

追加资本=资产更新+营运资金增加额+资本性支出

1) 资产更新投资预测

按照收益预测的前提和基础，未来各年只需满足维持扩能后生产经营所必需的更新性投资支出。按企业执行的会计政策标准计提折旧，在永续期更新等于折旧额。

2) 营运资金增加额预测

营运资金增加额系指企业在不改变当前主营业务条件下，为维持正常经营而需新增投入的营运性资金，即为保持企业持续经营能力所需的新增资金。如正常经营所需保持的现金、产品存货购置、代客户垫付购货款（应收款项）等所需的基本资金以及应付的款项等。营运资金的增加是指随着企业经营活动的变化，获取他人的商业信用而占用的现金，正常经营所需保持的现金、存货等；同时，在经济活动中，提供商业信用，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或非经营性的往来；应交税金和应付工资等多为经营中发生，且周转相对较快，拖欠时间相对较短、金额相对较小，预测时假定其按 1 个月的付现成本考虑。

预测营运资金的增加原则上只需考虑正常经营所需保持的现金（最低现金保有量）、存货、应收款项和应付款项等主要因素，营运资金增加额为：

营运资金增加额=当期营运资金-上期营运资金

其中：

营运资金=经营性现金+存货+应收款项-应付款项

经营性现金=年付现成本总额/现金周转率

年付现成本总额=销售成本总额+期间费用总额-非付现成本总额

应收款项=营业收入总额/应收账款周转率

其中，应收款项主要包括应收账款、应收票据、预付账款以及与经营业务相关的其他应收账款等诸项。

存货按照正常处理方式计算其周转率并对未来存货数额进行预测。

应付款项=营业成本总额/应付账款周转率

其中，应付款项主要包括应付账款、应付票据、预收账款以及与经营业务相关的其他应付账款等诸项。

根据对 Outfit7 经营情况的调查，以及经审计的历史经营的资产和损益、收入和成本费用的统计分析以及对未来经营期内各年度收入与成本的预测结果，按照上述定义，可得到未来经营期内各年度的经营性现金（最低现金保有量）、存货、应收款项以及应付款项等及其营运资金增加额。

3) 资本性支出预测

本次评估，评估对象无后续资本性支出。

(8) 现金流预测结果

本次评估中对未来收益的预测，主要是在对企业所处行业的市场调研、分析的基础上，根据相关可比企业的经营状况、市场需求与未来行业发展等综合情况做出的一种专业判断。预测时不考虑不确定的营业外收支、补贴收入以及其它非经常性经营等所产生的损益。Outfit7 未来现金流预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
营业收入	5,247.93	12,553.10	14,465.68	15,429.21	15,894.97	15,894.97
减：营业成本	63.68	133.73	147.10	161.81	177.99	177.99
营业税金及附加	2.62	6.28	7.23	7.71	7.95	7.95
销售费用	297.22	602.44	600.00	597.76	596.11	596.11
管理费用	1,080.75	2,285.86	2,454.12	2,592.42	2,352.61	2,352.61
财务费用	-	-	-	-	-	-
资产减值损失	-	-	-	-	-	-
投资净收益	-	-	-	-	-	-
营业利润	3,803.65	9,524.80	11,257.23	12,069.50	12,760.31	12,760.31
营业外收入	-	-	-	-	-	-
减：营业外支出	-	-	-	-	-	-
利润总额	3,803.65	9,524.80	11,257.23	12,069.50	12,760.31	12,760.31
减：所得税	95.09	238.12	281.43	301.74	701.82	701.82
净利润	3,708.56	9,286.68	10,975.80	11,767.76	12,058.49	12,058.49
折旧摊销等	315.73	631.47	631.47	631.47	241.98	241.98

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
折旧	12.79	25.59	25.59	25.59	25.59	25.59
摊销	302.94	605.88	605.88	605.88	216.39	216.39
扣税后利息	-	-	-	-	-	-
追加资本	143.84	456.00	526.37	384.01	313.85	241.98
营运资金增加额	22.85	214.02	284.39	142.03	71.88	-
资产更新	120.99	241.98	241.98	241.98	241.98	241.98
资本性支出	-	-	-	-	-	-
净现金流量	3,880.46	9,462.15	11,080.90	12,015.22	11,986.62	12,058.49

3、折现率的确定

(1) 无风险收益率 r_f ，参照斯洛文尼亚和英国的近五年发行的中长期债权利率的平均水平，按照十年期以上债权利率平均水平确定无风险收益率 r_f 的近似，即 $r_f = 0.0138$ 。

(2) 市场期望报酬率 r_m ，一般认为，股票指数的波动能够反映市场整体的波动情况，指数的长期平均收益率可以反映市场期望的平均报酬率。通过对斯洛文尼亚和英国最近 5 年的市场平均收益率进行测算，得出市场期望报酬率的近似，即： $r_m = 0.1110$ 。

(3) β_e 值

以截至 2017 年 6 月 30 日的市场价格测算估计，得到可比公司股票的历史市场平均风险系数 $\beta_x = 0.6568$ ，计算得到评估对象预期市场平均风险系数 $\beta_t = 0.7735$ ，得到评估对象预期无财务杠杆风险系数的估计值 $\beta_u = 0.7511$ ，得到评估对象权益资本的预期市场风险系数 $\beta_e = 0.7511$ 。

(4) 权益资本成本 r_e

本次评估考虑到 Outfit7 在公司的融资条件、资本流动性以及公司的治理结构等方面与可比上市公司的差异性所可能产生的特性个体风险，设公司特性风险调整系数 $\varepsilon = 0.04$ ，最终得到评估对象的权益资本成本 $r_e = 0.1268$ 。

(5) 计算 W_d 和 W_e

由公司的资本结构可得到 $W_e = 1$ ， $W_d = 0$ 。

(6) 折现率 WACC

由资本资产加权平均成本模型 $WACC=r_d \times W_d+r_e \times W_e$ 得到的 $WACC=12.68\%$ 。

(7) 作为高风险、高波动公司的折现率和风险系数取值合理性的说明

本次交易为境内上市公司收购境外移动应用研发和运营公司，近年来境外市场具有可比性的交易并披露相关估值数据的案例较少。参考国内A股市场，2016年以来已经完成的上市公司对7家公司收购估值所涉及的折现率和风险系数取值情况如下：

序号	上市公司	标的公司	评估基准日	折现率 WACC	个别风险系数 r_c
1	天创时尚	小子科技 100%股权	2017年3月31日	13.04%	3.50%
2	摩登大道	悦然心动 100%股权	2016年6月30日	13.70%	4.50%
3	迅游科技	狮之吼 100% 股权	2016年12月31日	13.08%	3%
4	利欧股份	万圣伟业 100%股权	2015年3月31日	12.80%	3%
5	梅泰诺	宁波诺信 100%股权	2016年4月30日	12.52%	2%
6	天神娱乐	幻想悦游 93.5417%股权	2015年12月31日	13.10%	3.00%
7	天神娱乐	合润传媒 96.36%股权	2015年12月31日	12.98%	4.50%
平均值				13.03%	3.36%
Outfit7 取值				12.68%	4%

可比案例的个别风险系数在 2%-4.5%之间，平均值为 3.36%，本次交易中标的公司企业个别风险调整系数 r_c 取值为 4%，处于可比案例的范围区间，且高于平均值，个别风险系数取值较为谨慎合理。

可比案例的折现率 WACC 在 12.52%-13.70%之前，平均值为 13.03%，本次交易中 Outfit7 的折现率取值为 12.68%，低于可比交易案例的平均水平，主要原因系 Outfit7 为欧洲企业，其无风险利率参照斯洛文尼亚和英国近五年发行的中长期债权利率的平均水平确定，约为 1.38%，低于国内市场水平（一般在 3%以上），同时其股价的波动幅度相对国内市场较小，因此其折现率略低于部分可比

交易案例。

4、股权价值的计算过程和评估结果

(1) 经营性资产价值预测

由预期净现金流量及折现率计算可得到评估对象的经营性资产价值为 92,985.22 万欧元。

(2) 溢余性或非经营性资产价值预测

经核实，在评估基准日有如下资产的价值在本次预测的经营性资产中未予考虑，应属本次评估所预测的经营性资产价值之外的溢余性资产非经营性资产。

1) 评估基准日流动类溢余或非经营性资产的价值 C1

在本次评估中，有如下流动类资产(负债)的价值在现金流预测中未予考虑：

①Outfit7 基准日账面货币资金扣除最低现金保有量后，余额为 1,389.21 万欧元，经评估人员核实无误，确认该资金存在。

②Outfit7 评估基准日账存在应付股利账面值 357.13 万欧元，为应付股东联合好运的股利，经评估人员核实无误，确认该应付股利存在。

即基准日流动性溢余或非经营性资产（负债）的价值为：

$$C1= 1,032.08 \text{（万欧元）}$$

2) 评估基准日非流动类溢余或非经营性资产的价值 C2

在本次评估中，未发现企业账面存在非流动类资产（负债）性溢余资产。

即评估基准日溢余或非经营性资产（负债）的价值为：

$$C2=0.00 \text{（万欧元）}$$

得到评估对象基准日溢余或非经营性资产（负债）的价值为：

$$C=C1+C2= 1,032.08 \text{（万欧元）}$$

(3) 长期股权投资价值的确定

评估对象于评估基准日的长期股权投资全部纳入合并报表范围隐藏企业在基准日的长期投资价值 I=0 万欧元。

(4) 少数股东权益价值的确定

企业的全部子公司均为 100%控股公司，因此无少数股东权益。少数股东权益价值为 M=0 万欧元。

(5) 权益资本价值的确定

由得到的经营性资产价值 P= 92,985.22 万欧元，评估基准日存在的其它溢余性或非经营性资产的价值 C= 1,032.08 万欧元，长期股权投资 I=0 万欧元，得到评估对象的企业价值 B= 94,017.31 万欧元。

企业在基准日付息债务 D=0 万欧元，少数股东权益价值 M=0 万欧元，得到评估对象的股东全部权益价值为 94,017.31 万欧元，按照评估基准日时点的专项审计欧元兑换人民币汇率 1 欧元=7.7496 元人民币，评估值折算为人民币 728,596.52 万元。

(六) Outfit7 的经营情况及 2017 年预测收入和净利润可实现性

1、Outfit7 的经营实际情况

根据 Outfit7 未经审计的财务数据，Outfit7 于 2017 年 1-9 月实现收入 8,560.13 万欧元，实现净利润 5,952.82 万欧元。实际经营情况与预测的对比如下：

单位：万欧元

项目	2017 年预测数	折合 2017 年 1-9 月	1-9 月实际完成数	完成率
营业收入	10,940.96	8,205.72	8,560.13	104.32%
净利润	7,808.77	5,856.58	5,952.82	101.64%

由上表可见，2017 年 1-9 月 Outfit7 的营业收入较预测数完成率达 104.32%，净利润完成率达 101.64%。

2、Outfit7 的 2017 年预测收入和净利润实现可行性分析

Outfit7 拥有全球知名的顶级 IP“会说话的汤姆猫家族”，具有广泛的用户基础及行业领先的品牌优势，在继续保持精准的广告投放优势及良好的营销服务商合作关系基础上，结合 Outfit7 丰富的全球化运营经验，2017 年及以后的运营情

况将会较为稳定。此外，根据 Outfit7 的业务特点及历史运营数据，Outfit7 应用产品的经营数据存在一定的季节性波动。由于第四季度包含圣诞节等假日，Outfit7 应用产品的活跃用户数、新增安装数以及收入等指标在第四季度将有所上升。Outfit7 的 2017 年的预测净利润具有较强的可实现性。

综上所述，Outfit7 运营情况稳定，根据 2017 年 1-9 月实际运营情况，Outfit7 完成 2017 年的收入及净利润具有可实现性。

（七）Outfit7 未来年度主要产品收入增长预测依据及合理性及月活跃人数的预测、千次展现收入的预测的合理性

1、Outfit7 未来年度主要产品收入增长预测依据及合理性

（1）Outfit7 未来年度主要产品收入增长预测依据

Outfit7 的主要收入为广告收入，该业务通过在移动应用内投放第三方公司广告，并向广告代理商获取一定比例的广告分成，广告按照弹出形式分为横幅式广告、插播式广告、奖励式广告和其他广告四种；广告收入分区域，主要为中国、美国、俄罗斯、巴西、英国和其他国家等。

主营业务收入为四种形式广告的总收入

单项广告收入=月活跃人数×单位活跃用户数展示量×千次展示收入

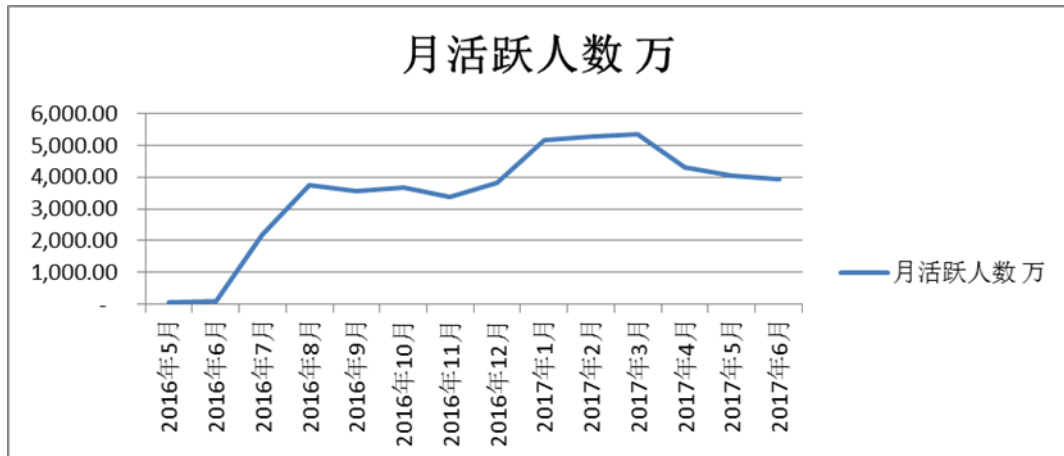
1) 月活跃用户数参数预测依据

在未来预测中，单款应用产品结合 Outfit7 历史应用产品的月活跃用户数情况和未来的新应用开发计划进行预测。在对已运营的产品《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》等预测中，对其活跃用户数按照逐渐衰减进行预测。

对于未来计划内新上线的产品，由于未来计划新上线的移动应用与《汤姆猫跑酷》属于相似类型的移动应用，故以《汤姆猫跑酷》的运营数据为样本，乘以相应调整系数，对新产品的月活跃用户数进行预测。

《汤姆猫跑酷》在 2016 年 6 月发行，截至评估基准日已运营约一年，根据 Outfit7 应用产品的周期性，其处于稳定期。

《汤姆猫跑酷》月活跃用户数变化图



注：由上图可知，《汤姆猫跑酷》的月活跃用户数的波动趋势在该应用上线初期，月活跃用户数上升较快，中期存在一定程度的波动，目前处于稳定。

根据以上原则，对于 2017 年 7-12 月-2019 年各款移动应用月活跃用户数预测见下表：

单位：万人

应用名称	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
我的汤姆猫	8,270.44	7,558.62	6,699.85
我的安吉拉	5,985.36	5,470.21	4,848.71
汤姆猫跑酷	3,799.26	3,472.27	3,077.77
我的汉克狗	1,275.64	1,165.85	1,033.39
会说话的汤姆猫家族其他应用	8,886.52	8,121.68	7,198.93
汤姆猫战营	-	2,711.95	3,014.18
汤姆猫水乐园	-	1,346.52	1,229.37
汤姆猫摩托艇 2	-	619.9	1,416.64
汤姆和小偷	-	225.88	1,397.17
安吉拉时尚工作室	-	-	2,259.95
合计	28,226.69	30,481.44	32,175.97

2020 年至 2021 年，结合行业的增长趋势，考虑到一定的不确定性，月活跃用户数按照 5% 的速度进行增长，2022 年月活跃用户数与 2021 年保持一致。

在对未来月活跃人数的总数进行预测的基础上，结合历史期的各区域月活跃用户数占月活跃用户数总数的权重比例，获取各区域月活跃用户数预测情况。

对未来各区域的月活跃用户数预测如下：

单位：万人

国家	2017 年 1-6 月	2018 年	2019 年

中国	8,684.47	9,378.18	9,899.54
美国	1,638.84	1,769.75	1,868.14
俄罗斯	1,522.28	1,643.88	1,735.27
巴西	1,419.44	1,532.83	1,618.04
英国	325.20	351.18	370.70
其他国家	14,636.45	15,805.61	16,684.28
合计	28,226.69	30,481.44	32,175.97

2) 单位活跃用户数展示次数参数和千次展示单价参数

在历史经营过程中，单位活跃用户数展示次数和千次展示单价随着新的应用推出而呈现波动性，因此在 2017 年 7-12 月预测中按照 2017 年 1-6 月平均值确定。

2018 年到 2019 年，在每年第 1 个月按照上一年 5% 的增长幅度预测，其他月份保持当年首月的水平不变。

2020 年到 2021 年，结合行业的增长趋势按照 2% 的增长率进行预测。整体预测水平保持在历史平均水平范围以内。

(2) Outfit7 未来年度主要产品收入增长预测合理性

1) Outfit7 未来年度主要产品收入增长预测幅度低于行业增长幅度

根据 AppAnnie 发布的《应用经济预测报告》，全球应用内广告的支出规模将从 2016 年的 720 亿美元增至 2021 年的 2010 亿美元，实现近 2 倍的增幅，预计亚太地区将超过其他地区，实现 25% 的复合年增长率，达到 770 亿美元。美洲预计仍将是最大的单一区域，以 26% 的复合年增长率达到 963 亿美元。随着广告客户越来越多地利用新技术和新的广告模式来吸引消费者和衡量广告及其效果，广告业务将继续保持强劲增长，预期复合年增长率为 22%，发行商收入将从 2016 年的 280 亿美元增长到 2021 年的 725 亿美元，广告客户的全球平均支出预计将从每用户 13 美元增加到每用户 52 美元。

本次评估对 Outfit7 未来广告收入预测中，2018 年和 2019 年的增长率为 16%，2020 年和 2021 年的增长率为 7%，均低于上述行业研究预期的行业增长率水平，预测具有合理性。

2) 同行业可比案例增长率分析

根据公开市场资料，同行业可比案例为：1）迅游科技收购狮之吼项目。2）梅泰诺收购宁波诺信项目。3）利欧股份收购万圣伟业项目，对同行业并购案例预测收入增长率水平及净利润增长率水平的对比分别统计如下：

同行业收入增长率统计如下表

项目名称	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
宁波诺信	39.69%	22.18%	18.83%	12.88%	8.09%
万圣伟业	39.79%	22.73%	15.42%	7.98%	0.00%
狮之吼	40.05%	27.76%	18.98%	11.25%	8.76%
平均增长	39.84%	24.22%	17.74%	10.70%	5.62%
Outfit7	14.74%	15.24%	6.66%	3.02%	0.00%

同行业净利润增长率统计如下表

项目名称	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
宁波诺信	35.48%	20.98%	16.89%	10.42%	6.77%
万圣伟业	32.85%	23.97%	16.30%	2.51%	0.00%
狮之吼	46.03%	31.63%	19.97%	12.16%	3.43%
平均增长	38.12%	25.53%	17.72%	8.36%	3.40%
Outfit7	18.93%	18.19%	7.22%	2.47%	0.00%

经过比较，预测的营业收入及净利润水平增长率远低于行业并购案例标准，具有合理性。

（3）未来新应用的预测与报告期应用产品生命周期是相符的

经过多年发展，Outfit7 创造了“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP，基于该 IP 开发的趣味应用和产品，已覆盖全球数亿人口，是全球最著名的移动应用 IP、动漫 IP、休闲社交 IP 之一，其应用的生命周期较长，如《我的汤姆猫》于 2013 年 11 月上线，至评估基准日已运营时间超过 3 年半，目前月活跃用户仍然达到 8,000 万人以上；《我的安吉拉》于 2014 年 10 月上线，至评估基准日已运营时间超过 2 年半，目前月活跃用户仍然达到 6,000 万人以上；《会说话的汤姆猫 2》于 2011 年 5 月上线，至评估基准日已运营时间超过 6 年。本次评估中预测该部分应用的活跃用户数在未来逐渐衰减。

对于新上线的移动应用，《汤姆猫跑酷》于 2016 年 6 月上线，至评估基准日已运营 14 个月，《我的汉克狗》于 2016 年 12 月上线，至评估基准日已运营 7 个月，结合报告期 Outfit7 主要应用产品的已运营时间，未来预测中，对于《汤

姆猫跑酷》及《我的汉克狗》按照剩余生命周期 2 年进行预测，对于新增应用产品的生命周期按照 2 年预测，小于 Outfit7 报告期内主要产品的生命周期，评估具有合理性。

(4) 未来新应用的预测与主要产品流水经营数据是相符的

本次预测 2017 年 7-9 月 Outfit7 实现收入 2,144.92 万欧元，实际实现 2,459.12 万欧元，完成比例为 114.65%，具体数据对比情况如下：

单位：万欧元

	广告业务类型	2017 年 7 月	2017 年 8 月	2017 年 9 月
预测数	横幅式广告	232.78	230.45	228.14
	插播式广告	277.92	275.14	272.39
	奖励式广告	211.12	209.01	206.92
	其他广告	0.35	0.35	0.35
	月广告收益合计	722.17	714.95	707.80
实际数	横幅式广告	273.07	259.04	241.60
	插播式广告	341.29	331.83	268.64
	奖励式广告	268.06	254.06	220.57
	其他广告	0.34	0.33	0.29
	月广告收益合计	882.77	845.26	731.10
完成比例	横幅式广告	117.31%	112.41%	105.90%
	插播式广告	122.80%	120.60%	98.62%
	奖励式广告	126.97%	121.55%	106.60%
	其他广告	97.51%	94.64%	84.25%
	月广告收益合计	122.24%	118.23%	103.29%

通过以上对本次评估预测数与实际发生数据进行对比，预测运营数据与实际发生的运营数据基本相符。

2、Outfit7 未来移动应用产品及广告投入与 Outfit7 月活跃人数预测的分析

(1) 未来移动应用产品情况分析

Outfit7 是一家专业从事亲子互动类移动应用开发和运营的全球著名的移动互联网高科技企业。经过多年发展，Outfit7 创造了“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP，基于该 IP 开发的趣味应用和产品，已覆盖全球数亿人口，是全球最著名的移动应用 IP、动漫 IP、休闲社交 IP 之一。该 IP 为 Outfit7 带来了巨大的用户流量，Outfit7 的程序开发是建立在该 IP 基础上的移动应用软件，是依靠 IP

衍生的软件形成的广告收入，而不是传统意义上的应用内购收入。

评估基准日后移动应用的上线计划及进展如下表：

序号	新应用名称(拟用名)	类型	上线时间	开发阶段
1	汤姆猫水乐园	消除类、模拟经营类	2017 年 11 月	研发完成，进行第二轮有限发布测试
2	汤姆猫战营	战斗策略类	2018 年 1 月	研发完成，进行第二轮有限发布测试
3	汤姆猫快跑	横版跑酷类	2018 年 5 月	研发中期，初始可玩版本测试
4	汤姆猫摩托艇 2	运动类、赛车类	2018 年 6 月	研发初期，美术整体风格确认中
5	我的汤姆猫 2	养成类、模拟类	2018 年 11 月	研发初期，应用特征确认中
6	汤姆和小偷	餐厅类、收集类	2018 年	研发初期，原型应用测试
7	安吉拉时尚工作室	消除类、收集类	2019 年	研发完成，玩法美术等部分内容重制调优中

Outfit7 的研发团队成员具有丰富的研发经验和优秀的创意基因，研究和开发了多款移动应用产品，有效地保障了 Outfit7 产品的内生式发展能力，同时 Outfit7 通过开发动漫产品等方式，有效地拓宽了公司的外延式发展渠道。通过持续的产品内容生产，Outfit7 在行业内形成了深厚的研发和技术基础。

综上，Outfit7 未来移动应用产品系基于已有 IP 的基础，产品储备充足，能够保证 Outfit7 的月活跃人数的稳定性。

（2）未来广告投入分析

Outfit7 所有应用产品累计 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，其应用产品其用户基数十分庞大，覆盖欧洲、美国、巴西、中国、澳大利亚等全球大多数国家和地区，且根据月活跃用户数、渠道下载量等不同指标，曾在巴西、中国、法国、印度、印尼、墨西哥、波兰、俄罗斯、土耳其等全球多个国家的排名进入前十，在全球移动应用行业内具有较高知名度和较强的竞争优势。

基于上述原因，Outfit7 具有较强的移动广告推广能力。除对接 Google、Applovin 等互联网广告商的需求外，Outfit7 亦在其应用产品中进行交叉营销（即通过应用墙、插页等形式推广其自有产品）。自 2016 年开始，Outfit7 加大了对外采购广告推广服务的力度，相比于从外部采购广告推广服务，Outfit7 通过内

部自有产品的交叉营销取得的新增用户数更多。因此，Outfit7 并未进行大量的推广服务采购。Outfit7 的采购的市场推广服务占营业收入比重小于同行业公司占比，与 Outfit7 强大的交叉营销能力、发展战略相关，符合 Outfit7 实际情况。

综上，本次预测中，在保持 Outfit7 运营情况不变的基础上，销售费用能够支撑 Outfit7 的月活跃人数保持稳定。

（3）未来月活跃人数的预测具有审慎性

1) 预测过程及依据具有合理性

在未来预测中，结合 Outfit7 历史应用产品的月活跃用户情况和未来的新应用开发计划进行预测。在对已运营的产品《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》等预测中，对其活跃用户数按照逐渐衰减进行预测。对于未来计划内预计新上线的产品，以已有产品《汤姆猫跑酷》的运营情况为样本，对新产品的各个指标参数按照《汤姆猫跑酷》的一定比例进行预测。

其预测对比如下：

应用名称	指标	月活跃用户数（万人）
汤姆猫跑酷	历史值区间	60.05~5362.85
汤姆猫战营	预测值区间	48.04~4290.28
汤姆猫水乐园	预测值区间	20.02~1787.62
汤姆猫摩托艇 2	预测值区间	20.02~1787.62
汤姆和小偷	预测值区间	20.02~1787.62
安吉拉时尚工作室	预测值区间	40.03~3575.24

由上表可知，未来上线移动应用的指标均在《汤姆猫跑酷》指标范围内，预测具有审慎性。

2) 月活跃人数实际运营情况与预测对比情况分析

评估基准日后，2017 年 7-9 月的实际运营数据与预测数的对比情况如下

单位：万人

	2017 年 7 月	2017 年 8 月	2017 年 9 月	平均
预测月活跃数	28,930.92	28,641.61	28,355.20	28,642.58
实际月活跃数	30,375.70	32,714.43	25,618.57	29,569.57
实际比例	104.99%	114.22%	90.35%	103.24%

从上表可知，Outfit7 的实际月活跃数高于预测数，因此该月活跃人数预测

是较为谨慎的。

3、Outfit7 千次展现收入的预测谨慎性及相关风险

（1）行业发展、Outfit7 所处行业地位

1) 行业发展情况

根据 AppAnnie 发布的《应用经济预测报告》，全球应用内广告的支出规模将从 2016 年的 720 亿美元增至 2021 年的 2010 亿美元，实现近 2 倍的增幅，预计亚太地区将超过其他地区，实现 25% 的复合年增长率，达到 770 亿美元。美洲预计仍将是最大的单一区域，以 26% 的复合年增长率达到 963 亿美元。随着广告客户越来越多地利用新技术和新的广告模式来吸引消费者和衡量广告及其效果，广告业务将继续保持强劲增长，预期复合年增长率为 22%，发行商收入将从 2016 年的 280 亿美元增长到 2021 年的 725 亿美元，广告客户的全球平均支出预计将从每用户 13 美元增加到每用户 52 美元。

据 App Annie 研究估计，中国消费者将大部分可支配收入花在移动端的可能性则是美国消费者的 4 倍有余。此外，中国应用经济的增长基础广泛，盈利模式多样化。预计中国应用商店和应用内广告的消费支出将分别从 2016 年的 192 亿美元和 136 亿美元增加到 2021 年的 565 亿美元和 578 亿美元。对应的，中国发行商的广告收入增长也同样强劲，预计净收入从 2016 年的 105 亿美元增长到 2021 年的 480 亿美元，实现接近 36% 的复合年增长率。

根据艾瑞咨询 2016 年度中国网络广告核心数据显示，中国网络广告市场规模达 2902.7 亿元，同比增长 32.9%，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 2019 年整体规模有望突破 6000 亿元。随着用户使用习惯的转移，未来几年移动广告在整体网络广告中的占比将持续增长，预计 2019 年移动广告市场规模将达到 5000 亿元，占网络广告市场规模约 80%。

2) Outfit7 所处行业地位

Outfit7 根据自身特有战略资源和市场开发运营经验，根据“会说话的汤姆猫家族”这一颇受欢迎的 IP，开发并投放了一系列亲子互动类移动应用，公司的应

用产品面向全球进行推广，截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 移动应用下载量已累计超过 60 亿次，公司的主要产品在多个国家和地区应用榜单中名列前茅。例如，根据 App Annie 发布的《全球移动应用市场 2016 年回顾》，Outfit7 的产品《我的汤姆猫》按照 Android 手机月活跃用户数、全球 iOS 和 Google Play 综合下载量等指标排名，均当选为 2016 年度全球十大热门游戏；《汤姆猫跑酷》iOS 平台的下载量曾在全球多个国家进入所有应用类别排名的前十；《我的安吉拉》下载量在 2017 年上半年全球多个国家的 iOS 家庭类游戏中均进入前十。Outfit7 产品根据月活跃用户数、不同渠道下载量等不同指标，在巴西、中国、法国、印度、印尼、墨西哥、波兰、俄罗斯、土耳其等全球多个国家的排名均进入前十。Outfit7 在全球移动应用行业内具有较高知名度和较强的竞争优势。

（2）对千次展示单价的预测谨慎性及相关风险

广告按照弹出形式分为横幅式广告、插播式广告、奖励式广告和其他广告四种；广告收入分区域，主要为中国、美国、俄罗斯、巴西、英国和其他国家等。2017 年 1-6 月千次展示收益数据统计如下：

单位：欧元/千次

项目	2017 年 1 月	2017 年 2 月	2017 年 3 月	2017 年 4 月	2017 年 5 月	2017 年 6 月
横幅式广告	0.45	0.35	0.57	0.63	0.57	0.59
插播式广告	1.75	1.69	1.70	1.70	1.68	1.68
奖励式广告	1.94	1.90	1.96	1.93	2.09	2.04
其他广告	0.48	0.22	0.36	0.62	0.88	0.65

由于 Outfit7 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中国、美国、俄罗斯、巴西、英国和其他国家六部分分别来预测。

通过分析，新应用产品的发布对 Outfit7 的用户基数以及收入具有显著影响，为加大在亚太地区尤其是中国市场的推广效果，重新调整了部分拟发布产品的定位，随着市场不断拓展，逐步成熟，千次展示的综合收益也逐步提高。

由于 2016 年下半年 Outfit7 开始加大应用产品的推广力度，采取积极线上推广策略，新产品上线初期，其广告的千次展示收益也较低。

在未来预测中，考虑到未来新区域市场逐步成熟以及新产品推出形成常态化

之后，展示单价将会有较大提升，但在未来预测中保持谨慎性，按照 2017 年 1-6 月的平均水平进行预测。具体预测与实际的对比情况见下表：

单位：欧元/千次

预测/实际	广告类型	2017 年 7 月	2017 年 8 月	2017 年 9 月
预测数	横幅式广告	0.53	0.53	0.53
	插播式广告	1.71	1.71	1.71
	奖励式广告	1.98	1.98	1.98
	其他广告	0.54	0.54	0.54
实际数	横幅式广告	0.71	0.72	0.87
	插播式广告	1.71	1.84	2.07
	奖励式广告	2.04	1.95	1.94
	其他广告	2.80	0.87	0.13
完成比例	横幅式广告	133.86%	136.42%	164.36%
	插播式广告	100.20%	107.90%	121.24%
	奖励式广告	103.12%	98.63%	97.88%
	其他广告	515.81%	160.79%	23.28%

通过上表的对比，对千次展示单价的预测低于实际运营数据，因此是较为审慎的。

（八）资产基础法评估及估值参数说明

资产基础法评估结果如下：

单位：万欧元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
流动资产	481.85	481.85	-	-
非流动资产	1,705.02	6,021.14	4,316.12	253.14
其中：长期股权投资	1,705.02	6,021.14	4,316.12	253.14
资产总计	2,186.87	6,502.99	4,316.12	197.37
流动负债	358.65	358.65	-	-
负债总计	358.65	358.65	-	-
所有者权益	1,828.22	6,144.34	4,316.12	236.08

1、流动资产的评估

（1）货币资金

货币资金账面值 904,266.78 欧元，均为银行存款。

对银行存款账户进行了函证，以证明银行存款的真实存在，同时检查有无未入账的银行借款，检查“银行存款余额调节表”中未达账的真实性，以及评估基准

日后的进账情况。外币按评估基准日汇率折算成人民币。银行存款以核实后账面价值确定评估值。银行存款评估值 904,266.78 欧元。

货币资金评估值 904,266.78 欧元。

（2）预付账款

预付账款账面价值合计 152,063.93 欧元，主要为提前一次性支付给 Wilder Coe 等公司的服务费。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，并进行了函证，核实结果账、表、单金额相符，故以核实后账面值作为评估值。

预付账款评估值为 152,063.93 欧元。

（3）应收利息

应收利息账面价值 898.64 欧元，为应收员工因出差借款而产生的利息。评估人员查阅了借款合同等相关资料，并对利息进行了复算，复算结果差额可忽略不计。本次应收利息以账面值作为评估值。

应收利息评估值为 898.64 欧元。

（4）应收股利

应收股利账面值为 3,571,269.14 欧元，为应收 Outfit7 Limited 的股利。评估人员查阅 Outfit7 Limited 的利润（股利）分配政策，审议批准宣告发放利润的董事会决议，确定利润分配准确无误。本次评估以清查核实后账面值作为评估值。

应收股利评估值为 3,571,269.14 欧元。

（5）其他应收款

其他应收款账面价值合计 200,000.00 欧元，计提坏账准备 10,000.00 欧元，主要为应收关联方的往来款等。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，核实结果账、表、单金额相符。

评估人员在对其他应收款核实无误的基础上，借助于历史资料和现在调查了

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。根据各单位的具体情况，采用个别认定法和账龄分析法，对评估风险损失进行估计。确定具体提取比例为：账龄 1 年以内（含 1 年，以下类推）的，按其余额的 5%计提；账龄 1-2 年的，按其余额的 10%计提；账龄 2-3 年的，按其余额的 30%计提；账龄 3 年以上的，按其余额的 100%计提。按以上标准，确定评估风险损失为 10,000.00 欧元，以应收账款合计减去评估风险损失后的金额确定评估值。坏账准备按评估有关规定评估为零。

其他应收款评估值为 190,000.00 欧元。

2、非流动资产的评估

（1）长期股权投资的评估

长期股权投资账面余额 17,050,187.85 欧元，未计提长期股权投资减值准备。纳入评估范围的长期股权投资共计 1 家，是对 Outfit7 Limited 的 100%股权投资。截至评估基准日，Outfit7 Limited 正常营业。评估人员首先对长期投资形成的原因、账面值和实际状况进行了取证核实，并查阅了投资协议、股东会决议、章程和有关会计记录等，以确定长期投资的真实性和完整性，并在此基础上对被投资单位进行评估。由于 Outfit7 Limited 正常营业，对其在评估基准日的整体资产进行了评估，然后将评估基准日净资产评估值乘以 Outfit7 的占股比例计算确定评估值：

长期投资评估值=被投资单位整体评估后净资产×持股比例

评估结果如下：

单位：欧元

被投资单位名称	持股比例	账面值	评估价值
Outfit7 Limited	100%	17,050,187.85	60,211,429.00

Outfit7 Limited 账面价值为 17,050,187.85 欧元，评估值 60,211,429.00 欧元。评估增值 43,161,241.15 欧元，增值率 253.14%。主要系 Outfit7 Limited 无形资产增值以及 Outfit7 Limited 长期股权投资评估增值所致。

Outfit7 Limited 资产评估结果汇总表

单位：万欧元

资产类型	账面价值	评估价值	增值额	增值率%
流动资产	2,838.68	2,838.68	-	-
非流动资产	2,867.92	3,932.68	1,064.76	37.13
其中：长期股权投资	14.88	467.23	452.35	3,039.99
固定资产	2.91	2.59	-0.32	-11.00
无形资产	2,387.39	3,000.12	612.73	25.67
开发支出	452.13	452.13	-	-
递延所得税资产	10.61	10.61	-	-
资产总计	5,706.60	6,771.36	1,064.76	18.66
流动负债	750.22	750.22	-	-
负债总计	750.22	750.22	-	-
所有者权益	4,956.38	6,021.14	1,064.76	21.48

1) Outfit7 Limited 各项流动资产的评估

①货币资金

货币资金账面值 11,710,913.42 欧元，均为银行存款。

对银行存款账户进行了函证，以证明银行存款的真实存在，同时检查有无未入账的银行借款，检查“银行存款余额调节表”中未达账的真实性，以及评估基准日后的进账情况。外币按评估基准日汇率折算成人民币。银行存款以核实后账面值确定评估值。银行存款评估值 11,710,913.42 欧元。

货币资金评估值 11,710,913.42 欧元。

②应收账款

应收账款账面价值合计 16,685,879.73 欧元，计提减值准备 849,011.04 欧元，账面净值 15,836,868.69 欧元。为应收合作商的应用分成款。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，并进行了函证，核实结果账、表、单金额相符。

评估人员在对应收款项核实无误的基础上，借助于历史资料和现在调查了解的情况，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，应收账款采用单项测试和账龄分析法相结合的方式估计评估风险损失。当有迹象表明应收账款的回收出现困难时，计提专项评估风险损失；对

于没有单独测算的应收类款项发生时间在 1 年以内的发生评估风险坏账损失的可能性在 5%；发生时间 1 到 2 年的发生评估风险坏账损失的可能性在 10%；发生时间 2 到 3 年的发生评估风险坏账损失的可能性在 30%；发生时间 3 年以上的发生评估风险坏账损失的可能性在 100%。

按以上标准，确定评估风险损失为 849,011.04 欧元，以应收账款合计减去评估风险损失后的金额确定评估值。坏账准备按评估有关规定评估为零。

应收账款评估值为 15,836,868.69 欧元。

③预付账款

预付账款账面价值 252,350.13 欧元，为预付的供应商业业务款。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，核实结果账、表、单金额相符。评估人员在核实无误的基础上，以核实后的账面值确认评估值。

预付账款评估值为 252,350.13 欧元。

④应收利息

应收利息账面值 6,562.93 欧元，为应收员工因出差借款而产生的利息。评估人员查阅了借款合同等相关资料，并对利息进行了核算，核算结果差额可忽略不计。本次应收利息以账面值作为评估值。

应收利息评估值为 6,562.93 欧元。

⑤其他应收款

其他应收款账面价值合计 60,653.75 欧元，计提坏账准备 17,101.72 欧元，账面净额 43,552.03 欧元，主要为应收关联方的往来款、保证金等。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，核实结果账、表、单金额相符。

评估人员在对其他应收款核实无误的基础上，借助于历史资料和现在调查了解的情况，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。根据各单位的具体情况，采用个别认定法和账龄分析法，对评

估风险损失进行估计。确定具体提取比例为：账龄 1 年以内（含 1 年，以下类推）的，按其余额的 5%计提；账龄 1-2 年的，按其余额的 10%计提；账龄 2-3 年的，按其余额的 30%计提；账龄 3 年以上的，按其余额的 100%计提。按以上标准，确定评估风险损失为 17,101.72 欧元，以应收账款合计减去评估风险损失后的金额确定评估值。坏账准备按评估有关规定评估为零。

其他应收款评估值为 43,552.03 欧元。

⑥其他流动资产

其他流动资产账面值 536,599.07 欧元，主要为企业账面记录的增值税以及资源税等，评估人员核对了账簿记录、抽查了部分相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，核实结果账、表、单金额相符。本次评估以清查核实后账面值作为评估值。

其他流动资产评估值 536,599.07 欧元。

2) Outfit7 Limited 各项非流动资产的评估

①长期股权投资的评估

截至评估基准日，Outfit7 Limited 账面存在 5 项长期股权投资，账面价值 148,798.38 欧元，未计提长期股权投资减值准备。

长期股权投资评估结果如下：

单位：欧元

被投资单位名称	持股比例	账面价值	公司净资产	评估价值	增值率%
Ekipa2	100%	7,500.00	4,130,155.69	4,234,719.69	56,362.93
Outfit7 Brit Ltd	100%	58,581.68	234,448.02	270,876.44	362.39
Outfit7 AG	100%	81,017.58	61,627.14	61,627.14	-23.93
Outfit7 Inc	100%	749.12	105,067.83	105,067.83	13,925.50
Outfit7 HK	100%	950.00	-377,429.13	0.00	-100.00
合计		148,798.38	4,153,869.55	4,672,291.10	3,040.01

长期股权投资账面价值 148,798.38 欧元，评估值 4,672,291.10 欧元。评估增值 4,523,492.72 欧元，增值率为 3,040.01%，增值主要原因系子公司近年来持续盈利，截至评估基准日账面净资产较初始投资成本增值较大。

②固定资产的评估

截至评估基准日，Outfit7 的固定资产为车辆和电子设备，其中车辆账面原值 11,000.00 欧元，账面净值为 0 欧元，是由于企业的办公用车已经财务报废，不再使用。纳入本次评估范围的设备类资产为电子设备，为企业的桌椅、电脑等电子设备，截至评估基准日，电子设备账面原值 51,842.41 欧元，账面净值 29,081.93 欧元。主要采用重置成本法进行评估。

具体计算公式：评估值=重置全价×综合成新率

纳入本次评估范围内电子设备账面原值 51,842.41 欧元，账面净值 29,081.93 欧元；评估原值 35,763.00 欧元，评估净值 25,913.00 欧元，评估原值与账面原值比较减值 16,079.41 欧元，减值率 31.02%，评估净值与账面净值比较减值 3,168.93 欧元，减值率 10.90%。

设备评估值减值的主要原因：目前市场上同类产品的价格普遍低于其购置时的水平，其价格逐年下降。

③无形资产的评估

A.评估范围

纳入评估范围的账面记录无形资产为 Outfit7 Limited 以及 Epika2 d.o.o 账面所记录的视频软件著作权、APP 软件著作权、商标注册费以及外购的办公软件等；纳入评估范围的账面未记录无形资产为 Outfit7 Limited 所持有的主要注册商标、专利、计算机软件著作权以及域名。

B.评估方法

归于账面记录的外购办公软件类无形资产，评估人员查阅相关的证明资料，了解原始入账价值的构成，摊销的方法和期限，查阅了原始合同。由于 Outfit7 拥有的软件是公开市场可以购买的软件，故以基准日的市场价值确定评估值，得出账面值 1,195.00 欧元，评估值 1,200.00 欧元。

对于账面记录的以及未记录的专利、软件、商标等可辨认无形资产，本次采用收益法对其进行评估。收益法是通过预测被评估资产未来预期收益的现值来判

断资产价值的评估方法。对无形资产而言，其之所以有价值，是因为资产所有者能够通过有偿许可使用或附加于产品上带来收益。如果不能给持有者带来收益，则该无形资产没有太大价值。Outfit7 使用的专有技术的产品已有成熟的市场，将是企业经营收益形成的重要因素，因此适合采用收益法进行评估。同时，采用收益法更能体现技术对经营的影响，为企业后续经营提供较为准确的依据。

由于 Outfit7 的域名知名度一般，尚不能够带来超额收益，因此域名不作为可辨认无形资产予以确认。

C.评估计算过程

a.评估模型

$$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} \times K$$

式中：P——待估技术的评估价值；

R_i——预测第 t 年技术产生的收益；

K——收益分成率；

n——被评估对象的未来收益期；

i——折现期；

r——折现率。

利润分成率计算公式如下：

$$K=l+(h-l) \times q$$

式中：K--待估技术收益分成率；

l--分成率的取值下限；

h--分成率的取值上限；

q--分成率的调整系数。

b.计算过程

I.待估技术产生的收益

Outfit7 的所有商标、软件著作权以及 APP 软件著作权均与广告和移动应用业务密切相关，对其根据广告业务以及移动应用的未来收益对其进行分成；玩具相关专利与企业的授权收入密切相关，对其根据授权收入的未来收益进行分成；由于视频重复播放不会重复产生成本，因此，视频软件产生的收益可认为是视频业务未来产生的收入。

根据 Outfit7 的历史情况对企业的移动应用以及广告业务、授权业务和视频业务的未来收益进行预测，具体预测过程详见收益法相关收入预测。

II.收益期限

无形资产的寿命分自然寿命、法律寿命和经济寿命。自然寿命是指该科技成果被新技术替代的时间，法律寿命是法律保护期限或者合同规定的期限，经济寿命是指技术能够带来超额经济收益的期限。

委估的技术主要为与应用与广告有关的软件著作、专利、域名及商标，在分析本评估对象的特点和与企业有关部门负责人访谈后，确定未来的收益年限为 2-4 年。

III.软著所有权分成率

$$K=l+(h-l)\times q$$

式中：K--待估技术利润分成率；

l--分成率的取值下限；

h--分成率的取值上限；

q--分成率的调整系数。

利润分成率计算结果如下：

序号	相关参数		
1	分成率调整系数	q	65.00%
2	分成率区间上限	h	25.00%
3	分成率区间下限	l	0.00%
收入分成率			16.20%

IV.折现率

Outfit7 的资产一般由流动资产、固定资产、无形资产构成，因此企业风险一般也由流动资产风险、固定资产风险、无形资产风险构成，而流动资产所面临的风险一般较低，无形资产所面临的风险高于企业风险，因此在测算时在企业风险的基础上考虑无形资产的特殊风险作为无形资产风险考虑。另外由于在测算收益额中模拟无形资产整体运营过程，无形资产带来的净利润所面临的风险可以模拟为企业风险，收益额的实现除在产品净利润风险的基础上又受到无形资产特殊性影响，因此企业风险加上专利技术所有权特殊风险可以作为无形资产风险考虑。

综上，本次评估按资本资产定价模型（CAPM），并考虑无形资产特有风险确定的折现率 r 视同为专利技术所有权风险：

$$r=r_f+\beta\times(r_m-r_f)+\varepsilon_1+\varepsilon_2$$

式中：

r_f ：无风险报酬率；

r_m ：市场预期报酬率；

β ：评估对象所在行业资产预期市场风险系数；

ε_1 ：企业风险调整系数

ε_2 ：无形资产风险调整系数

取应用与广告以及授权的技术无形资产风险加成率为 $\varepsilon_2=4\%$ ，视频著作权无形资产风险加成率为 $\varepsilon_2=1.5\%$ 。

由此，无形资产折现率为 14.18%和 16.68%。

V.评估结论

根据收益情况，得到与应用和广告相关的商标和软著评估值为 1,590.00 万欧元；与玩具相关的专利评估值为 40.00 万欧元；与视频相关的软件评估值为 1,370.00 万欧元。

纳入本次评估范围内的无形资产账面值 23,873,870.36 欧元，评估值

30,001,200.00 欧元,评估值与账面值比较增值 6,127,329.64 欧元,增值率 25.67%。
增值的原因是企业存在大量表外资产,如商标、软件著作权以及专利等,这些资产与企业的经营收益紧密相关,评估增值。

④开发支出评估方法

开发支出账面值 4,521,298.27 欧元,为 Outfit7 维护开发《我的汤姆猫》、《安吉拉时尚工作室》等无形资产所支出的费用,评估人员查阅的相关支出凭证,与管理人员进行沟通,了解了开发支出的计量方法和投入程度,确定开发支出费用的真实性、准确确定,评估以审计后的值确认评估值。

开发支出评估值 4,521,298.27 欧元。

⑤递延所得税资产

纳入本次评估范围的递延所得税资产账面价值 106,126.38 欧元,核算的是由于计提资产减值准备产生的,根据税法企业已经缴纳,而根据企业会计制度核算需在以后期间转回记入所得税科目的时间性差异的所得税影响金额。

对递延所得税资产的评估,核对明细账与总账、报表余额是否相符,核对与委估明细表是否相符,查阅款项金额、发生时间、业务内容等账务记录,以证实递延所得税资产的真实性、完整性。在核实无误的基础上,以核实后账面值确定为评估值。

递延所得税资产评估值 106,126.38 欧元。

⑥负债评估方法

A.应付账款

应付账款账面值 2,874,705.64 欧元,主要为应付给 Arx Anima、Google Ireland Ltd 等供应商的费用。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证及合同等相关资料,核实交易事项的真实性、业务内容和金额等,以核实后的账面值作为评估值。

应付账款评估值为 2,874,705.64 欧元。

B.预收账款

预收账款账面值 269,104.51 欧元，主要为预收 Google Inc.、Bemobi Media e Entretenimento Ltd 等公司的分成款。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证及合同等相关资料，核实交易事项的真实性、业务内容和金额等，以核实后的账面值作为评估值。

预付账款评估值为 269,104.51 欧元。

C.应付职工薪酬

应付职工薪酬账面值为 31,062.03 欧元。为应付的工资、奖金、津贴和补贴。评估人员核对了应付职工薪酬的提取及使用情况。经核实应付职工薪酬账表单相符，以账面值确定为评估值。

应付职工薪酬评估值为 31,062.03 欧元。

D.应交税费

应交税费账面值为 554,321.52 欧元，主要为企业应交的所得税等。评估人员查阅了该企业的纳税申报资料、计税依据、完税凭证及相关会计账簿，经核其税款计算准确合规、按当地税收管理机关要求纳税，核实结果账表单金额相符。以清查核实后的账面值确定评估值。

应交税费评估值为 554,321.52 欧元。

E.应付利息

应付利息账面值为 898.64 欧元。为应付给股东 Outfit7 的借款利息余额。评估人员核对了借款文件以及利息计算资料。证实企业应付利息计算的正确性，评估值以核实后账面值确认。

应付股利评估值为 898.64 欧元。

F.应付股利

应付股利账面值为 3,571,269.14 欧元。为应付给股东的股息分红。评估人员核对了股东会决议文件以及股利计算资料。证实企业应付股利计算的正确性，评

估值以核实后账面值确认。

应付股利评估值为 3,571,269.14 欧元

G.其他应付款

其他应付款账面值为 200,884.55 欧元，主要为应付母公司的借款以及职工备用金等。

对于其他应付款，评估人员查阅了相关的计税资料以及职工工资单等记账入账凭证、购置发票等相关资料。经核实其他应付款账表单相符，以账面值确定为评估值。

其他应付款评估值为 200,884.55 欧元。

3、负债的评估

Outfit7 负债均为流动负债，流动负债包括应付账款、应付股利和其他应付款，本次评估在经清查核实的账面值基础上进行。具体情况如下：

单位：欧元

资产类型	账面价值	评估价值	增值额	增值率%
应付账款	6,454.69	6,454.69	-	-
应交税费	8,739.34	8,739.34	-	-
应付股利	3,571,269.14	3,571,269.14	-	-
负债合计	3,586,463.17	3,586,463.17	-	-

(1) 应付账款

应付账款账面值 6,454.69 欧元，主要为应付的审计服务费以及应付的房租费等。评估人员核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证及合同等相关资料，核实交易事项的真实性、业务内容和金额等，以核实后的账面值作为评估值。

应付账款评估值为 6,454.69 欧元。

(2) 应交税费

应交税费账面值为 8,739.34 欧元，主要为企业应交的企业所得税、增值税、城市维护建设税和教育费附加税等。评估人员查阅了该企业的纳税申报资料、计税依据、完税凭证及相关会计账簿，经核其税款计算准确合规、按当地税收管理

机关要求纳税，核实结果账表单金额相符。以清查核实后的账面值确定评估值。

应交税费评估值为 8,739.34 欧元。

（3）应付股利

应付股利账面值为 3,571,269.14 欧元。为应付给股东联合好运的股息分红。评估人员核对了股东会决议文件以及股利计算资料。证实企业应付股利计算的正确性，评估值以核实后账面值确认。

应付股利评估值为 3,571,269.14 欧元。

（九）评估基准日至重组报告书签署日的重要变化事项及其对评估结果的影响

2017 年 5 月 29 日，杭州逗宝与联合好运签订了《杭州逗宝网络科技有限公司与 United Luck Group Holdings Limited 之 Lily Technology Co., Ltd 股权转让协议》，由联合好运将其持有的 Lily 100%股权以协议价格转让给杭州逗宝，协议价格为 2.996 亿美元。

2017 年 6 月 22 日，上虞码牛与联合好运签订了《绍兴上虞码牛通讯技术有限公司与 United Luck Group Holdings Limited 之 Ryuki Technology Co., Ltd 股权转让协议》，由联合好运将其持有的 Ryuki 100%股权以协议价格转让给上虞码牛，协议价格为 2.996 亿美元。

（十）Outfit7 评估增值率较高的原因以及合理性

1、Outfit7 行业地位及市场竞争力

Outfit7 根据自身特有战略资源和市场开发运营经验，根据“会说话的汤姆猫家族”这一颇受欢迎的 IP，开发并投放了一系列亲子互动类移动应用，公司的应用产品面向全球进行推广，截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 移动应用下载量已累计超过 60 亿次，公司的主要产品在多个国家和地区应用榜单中均名列前茅。根据 App Annie 发布的《全球移动应用市场 2016 年回顾》，Outfit7 的产品《我的汤姆猫》按照 Android 手机月活跃用户数、全球 iOS 和 Google Play 综合下载量等指标排名，均当选为 2016 年度全球十大热门游戏；《汤姆猫跑酷》iOS 平台的

下载量曾在全球多个国家进入所有应用类别排名的前十；《我的安吉拉》下载量在 2017 年上半年全球多个国家的 iOS 家庭类游戏中均进入前十。Outfit7 产品根据月活跃用户数、不同渠道下载量等不同指标，在巴西、中国、法国、印度、印尼、墨西哥、波兰、俄罗斯、土耳其等全球多个国家的排名均进入前十。Outfit7 在全球移动应用行业内具有较高知名度和较强的竞争优势。

2、市场竞争情况及 Outfit7 核心竞争力

从全球来看，广告营销行业近年来保持着平稳的增长，移动互联网广告行业则保持高速增长。未来，随着用户的注意力进一步向移动应用转移，全球移动应用市场的用户规模将愈加庞大，加上移动应用具有传统广告媒介无可比拟的广告推送优势，广告主必将向移动应用投入更多广告成本，移动应用广告市场将具有更为广阔的市场空间与利润规模。

移动应用市场广阔、发展迅速，但行业竞争也日渐剧烈，同质化现象较为严重。具有较高知名度和较强产品开发创新能力、以及巨大用户流量的企业，必然能进一步提升议价能力，持续保持和提高市场占有率。

Outfit7 的主要竞争力体现在以下几个方面：

1) 持续挖掘顶级 IP 的品牌潜力及影响力

作为全球著名的移动互联网高科技企业，Outfit7 深耕亲子互动类移动应用的开发与运营。经过多年发展，Outfit7 创造了“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP，基于这一全球知名 IP 和丰富的产品开发及运营经验，Outfit7 团队精准把握产品的市场定位，充分发挥自身技术优势对应用和产品进行完善及优化，已覆盖全球数亿人口，为用户创造了良好的使用体验。Outfit7 未来将继续对旗下 IP 进行深入开发，充分挖掘 IP 潜藏的价值，实行线上线下联动布局，诸如建设主题乐园、开发影视产品、开发衍生周边产品等。

2) 深厚的用户积累及行业领先的品牌优势

Outfit7 成立至今其主要应用产品已在全球多个主要市场成功运营，其丰富的移动应用产品自推出以来累计下载已超过 60 亿人次，用户覆盖欧洲、美国、巴西、中国、澳大利亚等全球大多数国家和地区。Outfit7 依靠产品的优秀质量

以及良好的口碑与品牌形象，已逐渐成为全球领域亲子互动类移动应用行业的领导者，在全球范围内具有广泛的用户基础。深厚的用户基础所带来的品牌知名度为其带来更多的用户积累，形成了一种良性循环，Outfit7 通过交叉营销的方式，使得新发布的产品能迅速覆盖用户群体，进而实现良好的经济效益。

3) 卓越自我投放推广和交叉营销能力

Outfit7 具有较强的移动广告自我投放推广能力，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。除对接 Google、Applovin 等互联网广告商的需求外，Outfit7 亦在其应用产品中通过应用墙、插页等形式，推广其自有产品。Outfit7 的市场推广服务费用较小，相比于从外部采购广告推广服务，Outfit7 通过内部自有产品的交叉营销取得庞大的新增用户数，从而更进一步降低获取用户的成本。

4) 领先的大数据精准营销及与长期营销服务商合作关系

为了提高业务质量及利润率，Outfit7 在移动应用的研发和运营中通过数据分析系统建立了以数据为基础、以用户行为为导向的精细化市场营销和运营体系。Outfit7 根据现有产品的庞大用户基数，每天可收集到约 50 亿条用户行为数据，公司自行研发了演进的机器学习算法，将收集到的相关运营数据进行精准分析和比对，优化营销渠道，及时调整市场推广工作，为运营和市场决策提供支持，通过大数据分析用户的特征和偏好，实现精准的广告投放。同时 Outfit7 可根据广告主的营销需求，个性化地提供不同的广告形式，并向移动应用用户进行投放。

Outfit7 的主要产品取得世界范围内用户的良好评价，全球用户数保持了快速增长。Outfit7 与国际主流的广告营销平台建立了良好的长期业务合作关系，包括 Applovin、Google、Twitter 等。通过与该等营销平台的良好关系，同时凭借优质的广告营销能力，该等大型互联网广告服务商将 Outfit7 列为优先广告发布平台，从而在全球范围获得更多的优质广告业务订单。

5) 强大的技术优势及创新能力

经过多年的积淀，Outfit7 已拥有一支高度稳定的、具有较强凝聚力的优秀核心研发团队，优秀的研发团队是公司保持快速发展的重要因素。Outfit7 作为全球知名的互联网科技企业，其研发团队具有丰富的研发经验和优秀的创意

基因，不断开发出一系列的优质移动应用产品，有效地保障了产品的持续创新、用户的不断累积、企业的快速发展。

6) 丰富的全球化产品运营经验

Outfit7 拥有全球范围内投放和运营产品的经验，具备世界范围内网络跨平台营销能力。在全球市场的开拓过程中，Outfit7 逐步打造出一支强大的营销运营团队。通过在目标市场上深耕细作，针对不同地区市场的用户特征、行为偏好、付费能力以及付费习惯等制定产品推广和运营策略，协助 Outfit7 进一步提升市场占有率及盈利能力。丰富的全球化产品运营经验是 Outfit7 保持现有行业领先地位和市场占有率的坚强支撑和重要保障。

3、同行业收购案例

Outfit7 属于移动互联网行业，Outfit7 主要的盈利模式是通过在移动应用内投放第三方公司广告，并向广告代理商获取一定比例的广告分成。根据以下标准本次评估机构选择了 17 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网软件开发，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。

同时考虑到互联网企业属于轻资产企业，其价值体现在收益能力上，因此在选取对比指标时，采用动态 PE 进行对比验证。

序号	标的公司	交易股权比例	估值（万元）	增值率	动态市盈率
1	互众广告	100%	135,000.00	1,971.20%	13.49
2	万圣伟业	100%	207,200.00	2,678.54%	14.00
3	宁波诺信	100%	630,000.00	2,907.33%	16.00
4	幻想悦游	93.54%	393,004.20	430.76%	13.67
5	真趣网络	100%	93,180.00	96.47%	15.51
6	AvazuInc	100%	206,937.81	2,626.27%	16.05
7	万象新动	100%	56,140.00	2,414.04%	14.00
8	悦然新动	100%	49,100.00	1,024.77%	14.85
9	亿起联科技	100%	48,013.77	2,474.89%	12.97
10	亿万无线	100%	32,600.00	1,435.24%	12.96
11	爱德康赛	100%	35,530.95	1,174.07%	13.00

序号	标的公司	交易股权比例	估值（万元）	增值率	动态市盈率
12	无双科技	100%	49,600.00	2,397.88%	14.16
13	智趣广告	100%	75,696.11	4,412.09%	12.84
14	爱创天杰	100%	95,621.35	1,086.92%	14.00
15	智阅网络	100%	63,041.32	1,028.83%	17.00
16	上海激创	100%	101,500.00	1,355.06%	14.50
17	狮之吼	100%	277,849.62	1,014.79%	14.63
平均				1,795.83%	14.33

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 14.33，评估增值率平均值为 1,795.83%。本次评估通过对 Outfit7 进行测算，截至评估基准日 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 所有者权益经营性资产估值为 92,985.22 万欧元，动态市盈率为 11.91，增值率 1610.97%，均低于同行业的对比案例。

综上所述，本次交易中，上市公司购买 Outfit7 的 56%股权的交易作价具备合理性。

四、上市公司董事会对评估的合理性及定价的公允性分析

本公司聘请中联担任本次交易的评估机构，前述评估机构已就标的资产出具了《杭州逗宝资产评估报告》、《上虞码牛资产评估报告》和《Outfit7 资产评估报告》。根据《重组管理办法》等相关规定，经审慎判断，本公司董事会对本次标的资产评估的合理性以及定价的公允性做出如下分析：

（一）资产评估机构的独立性、假设前提的合理性、评估方法与目的的相关性

1、评估机构的独立性

本公司聘请的中联具有证券、期货相关资产评估业务资格。本次评估机构的选聘程序合法合规，评估机构及其经办人员与本次交易各方均不存在现实的及预期的利益或者冲突，其进行评估符合客观、公正、独立的原则和要求，具有充分的独立性。

2、评估假设前提的合理性

中联出具了《杭州逗宝资产评估报告》、《上虞码牛资产评估报告》和《Outfit7 资产评估报告》，上述报告的评估假设前提符合国家相关法规规定、遵循了市场

的通用惯例或准则、符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。

3、评估方法与评估目的的相关性

本次评估的目的是确定标的资产于评估基准日的市场价值，为本次交易提供价值参考依据。针对标的资产评估机构采用了资产基础法进行了评估；针对 Outfit7，评估机构采用了资产基础法和收益法两种评估方法进行了评估，并且最终选择了收益法的评估值作为定价依据，资产基础法仅进行验证使用。

本次资产评估工作按照国家相关法规与行业规范的要求，遵循独立、客观、公正、科学的原则，按照公认的资产评估方法，实施了必要的评估程序，对标的资产在评估基准日的市场价值进行了评估，所选用的评估方法合理，与评估目的的相关性一致。

（二）标的资产估值依据的合理性分析

根据《Outfit7 资产评估报告》，本次收益法评估对 Outfit7 的 2017 年 7 月至 2022 年期间的营业收入、成本费用等财务数据进行了分析及预测，预测结果详见本节“三、Outfit7 评估情况/（五）收益法评估及估值参数说明”。未来各项财务数据均基于历史发生额、比率或增长率进行测算，与报告期内的财务情况差异较小，总体预测较为稳健、合理。

（三）报告期及未来财务预测的相关情况

Outfit7 未来财务数据预测是以 Outfit7 的 2015 年至 2017 年 6 月经营业绩为基础，遵循所在地国家现行的有关法律、法规，根据当地宏观经济、政策、企业所属行业的现状与前景、公司的发展趋势，分析了公司面临的优势与风险，尤其是所面临的市场环境和未来的发展前景及潜力，并参考企业编制的未来发展规划，经过综合分析确定的。

（四）主要指标对评估值影响的敏感性分析

Outfit7 属于互联网行业，为轻资产企业，成本费用构成相较于生产型企业较为简单，对于评估值影响较大的指标主要有营业收入及折现率。

营业收入变动对评估值影响的敏感性分析如下：

收入变动比率	评估值（万元）	评估值变动金额（万元）	评估值变动比率	敏感系数
10%	818,325.11	89,728.59	12%	1.23
0%	728,596.52	-	-	-
-10%	638,944.88	-89,651.64	-12%	1.23

当每年主营业务收入均增长10%时，评估值增长12%，敏感性系数为1.23。

当每年主营业务收入均下降10%时，评估值下降12%，敏感性系数为1.23。

折现率变动对评估值影响的敏感性分析如下：

折现率变动比率	评估值（万元）	评估值变动金额（万元）	评估值变动比率	敏感系数
10%	662,098.24	-66,498.28	-9%	-0.91
5%	693,754.40	-34,842.12	-5%	-0.96
0%	728,596.52			
-5%	767,128.10	38,531.58	5%	-1.06
-10%	809,964.57	42,836.47	6%	-0.59

通过上述比较分析，在其他因素不变的情况下，折现率分别上升 5%、10% 将导致 Outfit7 评估值分别下降 5%、9%；折现率分别下降 5%、10%将导致 Outfit7 评估值分别增加 5%、6%，评估值对折现率的敏感系数为-1 左右，折现率与评估值有接近反向同比变动的趋势。

（五）标的资产与上市公司现有业务的协同效应及其对未来上市公司业绩的影响

本次交易完成后，标的公司将成为上市公司的全资子公司，Outfit7 与上市公司在运营管理、技术研发、业务发展、资本运作和客户资源等多方面可以实现协同效应。但由于上市公司和 Outfit7 业务不存在显著可量化的协同效应，因此，本次评估中不考虑协同效应。

（六）交易定价的公允性

1、本次重组标的资产定价依据

本次交易标的资产为杭州逗宝 100%股权和上虞码牛 100%股权，标的资产的最终交易价格以具有证券期货业务资格的评估机构出具的资产评估报告确认

的评估值为依据，在此基础上由各方协商确定。根据中联出具的《杭州逗宝资产评估报告》、《上虞码牛资产评估报告》，本次评估以 2016 年 6 月 30 日为评估基准日，选取资产基础法对杭州逗宝的股东全部权益进行评估。资产基础法评估后的杭州逗宝股东全部权益价值为 211,047.49 万元，相对于杭州逗宝母公司账面净资产 210,114.16 万元，增值额为 933.33 万元，增值率为 0.44%，经交易各方友好协商，拟确定杭州逗宝 100%股权交易对价为 210,000.00 万元。选取资产基础法对上虞码牛的股东全部权益进行评估，资产基础法评估后的上虞码牛股东全部权益价值为 210,632.10 万元，相对于上虞码牛母公司账面净资产 210,038.49 万元，增值额为 593.61 万元，增值率为 0.28%，经交易各方友好协商，拟确定上虞码牛 100%股权交易对价为 210,000.00 万元。

标的资产的交易价格是以评估机构的评估结果为依据，由交易双方协商确定，定价过程合规，定价依据公允，标的资产定价与评估结果不存在较大差异，符合上市公司和股东合法的利益。

2、Outfit7 定价的公允性分析

（1）Outfit7 估值情况

根据中联出具的《Outfit7 资产评估报告》中对 Outfit7 的盈利预测，Outfit7 在 2017 年扣除非经常性损益后净利润预计为 7,809.04 万欧元，据此，Outfit7 对应估值水平如下：

单位：万欧元

项目	金额/倍
Outfit7 评估值	94,017.31
2016 年扣除非经常性损益后净利润	6,322.45
2017 年扣除非经常性损益后预测净利润	7,809.04
静态市盈率（倍）	14.87
动态市盈率（倍）	12.04

（2）可比上市公司市盈率

Outfit7 是一家从事移动应用研发、运营和广告分发的互联网高科技公司。通过对 A 股上市公司主营业务的梳理，A 股从事类似相关业务的可比上市公司主要有东方财富、迅游科技、东方网络、新华网、盛天网络、人民网、鹏博士、

利欧股份以及暴风集团。截至 2017 年 6 月 30 日，A 股可比上市公司与 Outfit7 的市盈率对比情况如下：

序号	证券简称	证券代码	市盈率 PE (TTM)
1	东方财富	300059.SZ	73.94
2	迅游科技	300467.SZ	185.29
3	东方网络	002175.SZ	137.61
4	新华网	603888.SH	59.64
5	盛天网络	300494.SZ	43.77
6	人民网	603000.SH	660.25
7	鹏博士	600804.SH	33.75
8	利欧股份	002131.SZ	31.42
9	暴风集团	300431.SZ	240.19
平均值			48.50
中位数			43.77
Outfit7			12.04

数据来源：Wind 资讯

注：在计算中剔除市盈率为负或大于 100 以及不可比上市公司。

Outfit7 属于轻资产行业，市盈率指标更能够体现公司的估值水平。本次交易标的资产作价对应的动态市盈率为 12.04 倍，低于可比上市公司的平均值及中位数。

(3) 市场上可比交易定价情况

本次交易为境内上市公司收购境外移动应用研发、运营和广告分发标的公司，近年来境外市场具有可比性的交易并披露相关估值数据的案例较少。考虑国内 A 股市场，近期市场可比交易的价格情况及其对应的市盈率情况与本次交易的对比如下：

上市公司 (收购方)	标的企业	评估基准日	交易对价 (万元)	首年承诺 净利润 (万元)	动态市 盈率	主营业务
天创时尚	小子科技 100%股权	2017 年 3 月 31 日	87,750.00	6,500.00	13.50	移动互联网 营销、移动应 用分发、广告 投放
摩登大道	悦然心动 100%股权	2016 年 6 月 30 日	49,000.00	3,300.00	14.85	移动互联网 社交工具类 应用开发

上市公司 (收购方)	标的企业	评估基准日	交易对价 (万元)	首年承诺 净利润 (万元)	动态市 盈率	主营业务
						和运营
迅游科技	狮之吼 100%股权	2016 年 12 月 31 日	270,000.00	19,200.00	14.06	从事手机系 统工具软件 的研发和推 广
吴通控股	互众广告 100%股权	2015 年 2 月 28 日	135,000.00	10,006.00	13.49	互联网广告 精准投放业 务
利欧股份	万圣伟业 100%股权	2015 年 3 月 31 日	207,200.00	14,800.00	14.00	为大型数字 媒体提供流 量整合服务
梅泰诺	宁波诺信 100%股权	2016 年 4 月 30 日	630,000.00	39,372.96	16.00	为广告网络 及其广告主 提供精准的 广告投放业 务
天神娱乐	幻想悦游 93.5417%股 权	2015 年 12 月 31 日	341,651.71	25,000.00	14.61	国产游戏海 外发行和运 营商及移动 精准广告服 务商
天神娱乐	合润传媒 96.36%股权	2015 年 12 月 31 日	74,200.00	5,500.00	14.00	内容整合手 段进行品牌 营销及宣传 的服务
平均值					14.31	-
中位数					14.03	-

注：动态市盈率=交易对价÷首年承诺净利润

Outfit7 属于轻资产行业，市盈率指标更能够体现公司的估值水平。本次交易标的资产作价对应的动态市盈率为 12.04 倍，低于可比交易均值的平均值及中位数，且 Outfit7 作为全球著名移动互联网高科技企业，业绩成长较为稳定，可持续发展能力强，具有较强的品牌优势和管理、研发团队优势。

3、股份发行价对应的市盈率、市净率水平

本次发行股份购买资产的股份发行价格为 10.77 元/股，不低于定价基准日前 60 个交易日公司股票交易均价的 90%（经分红、资本公积转增股本调整）。上述

发行价格与 A 股同行业可比上市公司截至公告停牌日的市盈率及市净率情况如下：

证券简称	证券代码	市盈率	市净率
昆仑万维	300418.SZ	24.08	6.63
科达股份	600986.SH	30.28	2.19
电魂网络	603258.SH	56.89	6.37
巨人网络	002558.SZ	63.43	11.66
吉比特	603444.SH	27.55	9.68
三七互娱	002555.SZ	27.71	8.26
游族网络	002174.SZ	40.75	9.08
金利科技	002464.SZ	60.93	7.96
恺英网络	002517.SZ	30.78	6.84
顺网科技	300113.SZ	35.76	6.32
完美世界	002624.SZ	34.98	5.19
盛天网络	300494.SZ	67.12	6.17
鹏博士	600804.SH	32.77	3.64
富控互动	600634.SH	33.33	2.50
宝通科技	300031.SZ	32.01	3.30
三六五网	300295.SZ	35.66	3.15
明家联合	300242.SZ	28.65	2.72
掌趣科技	300315.SZ	41.07	2.67
天神娱乐	002354.SZ	15.92	2.36
利欧股份	002131.SZ	27.96	2.39
平均值		37.38	5.45
中间值		33.05	5.68
上市公司发行价格（10.77 元/股）		40.28	3.31

数据来源：Wind 资讯

注 1：市盈率=2017 年 6 月 29 日总市值÷（2017 年 1-6 月的净利润*2）

注 2：市净率=2017 年 6 月 29 日总市值÷2017 年 6 月 30 日所有者权益

注 3：在计算中剔除市盈率为负或大于 100 以及不可比上市公司

上市公司属于轻资产行业，市盈率指标更能够体现公司的估值水平。从上表可以看出，本次发行股份购买资产的股份发行价格的市盈率水平高于 A 股同行业可比上市公司平均值和中位数，保护了上市公司股东的利益。

4、本次发行对上市公司盈利能力、持续发展能力的影响

通过本次交易将增强本公司盈利能力和可持续发展能力，具体影响见本报告书“第十二节管理层讨论与分析”。从本次交易对上市公司盈利能力、持续发展能力

的影响角度来看，标的资产定价是合理的。

综上所述，本次重组标的资产定价公允，充分保护了上市公司全体股东，尤其是中小股东的合法权益。

（七）关于评估基准日至重组报告书披露日标的资产发生的重要变化事项及其对交易作价的影响

关于评估基准日至重组报告书披露日标的资产发生的重要变化事项及其对交易作价的影响请参见本节“一、杭州逗宝评估情况/（五）评估基准日至重组报告书签署日的重要变化事项及其对评估结果的影响”、“二、上虞码牛评估情况/（五）评估基准日至重组报告书签署日的重要变化事项及其对评估结果的影响”和“三、Outfit7 评估情况/（七）评估基准日至重组报告书签署日的重要变化事项及其对评估结果的影响”。

五、独立董事对评估机构的独立性、评估假设前提的合理性和评估定价的公允性发表的意见

根据《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市规则》等相关法律法规及《公司章程》的相关规定，上市公司独立董事就公司聘请中联对本次发行股份购买资产事项进行评估，发表独立意见如下：

本次评估选聘评估机构程序符合法律、法规和公司的相关规定；公司所选聘的评估机构具有证券业务评估资质，评估机构及其经办评估师与公司 and 交易对方均没有现实的及预期的利益或冲突，具有充分的独立性；评估假设前提合理，评估方法选用适当，出具的资产评估报告的评估结论合理；本次交易的交易定价合理，体现了公平、公开、公正的市场原则，符合公司和全体股东的利益。

第十节 本次交易相关合同的主要内容

一、《杭州逗宝购买资产协议》的主要内容

（一）合同主体、签订时间

《杭州逗宝购买资产协议》由上市公司与朱志刚、王健、上虞杭天及深圳霖枫四名交易对方于 2017 年 8 月 29 日签署。

（二）交易价格及定价依据

上市公司以发行股份方式，购买朱志刚、王健、上虞杭天及深圳霖枫合计持有的杭州逗宝 100%股权，即本次购买资产项下的标的资产。

标的资产的交易价格由各方在具有证券期货从业资格的评估机构出具的评估报告所确认的评估值基础上进行协商。根据《杭州逗宝资产评估报告》，杭州逗宝全部股权在评估基准日的价值为 211,047.49 万元。

参考上述评估结果并经各方充分协商后一致同意，上市公司就购买标的资产需向朱志刚、王健、上虞杭天及深圳霖枫支付的交易总对价为 210,000 万元，由上市公司全部以发行股份的方式向朱志刚、王健、上虞杭天及深圳霖枫支付。

（三）支付方式

上市公司全部以发行股份的方式向朱志刚、王健、上虞杭天及深圳霖枫支付。

1、发行股份的种类、面值

本次发行股份购买资产所发行股份种类为人民币普通股（A 股），每股面值 1.00 元。

2、发行方式及发行对象

本次发行股份购买资产的发行方式系向特定对象非公开发行 A 股股票，发行对象为朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫。

3、发行价格

本次发行的发行价格为 10.77 元/股，该发行价格不低于本次购买资产定价基准日前 60 个交易日上市公司股票交易均价（交易均价的计算公式为：定价基准日前 60 个交易日上市公司股票交易均价=定价基准日前 60 个交易日股票交易总额÷定价基准日前 60 个交易日股票交易总量*90%）。

在定价基准日至发行日期间，上市公司如实施派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，发行价格将按照深交所的相关规则进行调整。

4、发行数量

发行的股份总数为 194,986,070 股，具体如下：

转让方	总对价/股份对价	
	股份对价金额（万元）	股份数（股）
朱志刚	67,500	62,674,094
王健	67,500	62,674,094
深圳霖枫投资咨询有限公司	37,500	34,818,941
绍兴上虞杭天股权投资合伙企业 （有限合伙）	37,500	34,818,941
合计	210,000	194,986,070

在定价基准日至发行日期间，上市公司如实施派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项而调整发行价格的，发行数量也将根据发行价格的调整进行相应调整。

5、股份锁定期

（1）本次发行股份购买资产的交易对方朱志刚承诺：

“本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理。

本次交易完成后 6 个月内如上市公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者交易完成后 6 个月期末收盘价低于发行价的，本人因本次交易取得的公司股票的锁定期自动延长至少 6 个月。”

（2）本次发行股份购买资产的交易对方王健承诺：

“本人通过本次交易取得的上市公司股份自发行结束之日起 36 个月内不转

让或者委托他人管理。”

(3) 本次发行股份购买资产的交易对方上虞杭天、深圳霖枫承诺：

“承诺对于本次购买资产项下取得的对价股份，自发行完成日起 12 个月内不得转让。若截至取得本次交易所发行的股份时，其用于认购上市公司股份的目标公司股权持续拥有权益的时间不足 12 个月的（以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日为准），则相应取得的上市公司股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让。”

6、上市地点

本次发行的股票将在深交所创业板上市。

(四) 资产交付或过户的时间安排

上市公司收到中国证监会核准本次交易的批复文件之日起 20 个工作日内，朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫应到杭州逗宝所在地工商行政管理部门提交办理标的资产过户至上市公司的工商变更登记手续的申请，并完成工商变更登记手续，上市公司应提供必要帮助。朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫持有的标的资产过户至上市公司名下之日，为本次购买资产的资产交割日。自资产交割日（包含当日）起，标的资产的风险、收益与负担自转让方转移至上市公司。为避免疑义，审计/评估基准日前目标公司相应的滚存未分配利润归属于上市公司所有。

(五) 交易标的自定价基准日至交割日期间损益的归属

根据《杭州逗宝购买资产协议》，自评估基准日至资产交割日，标的公司如实现盈利，或因其他原因而增加的净资产的部分归上市公司所有；如自评估基准日至资产交割日，标的公司发生亏损，或因其他原因而减少的净资产部分，在审计报告出具后 10 个工作日内，由交易对方按照在资产交割日前交易对方各自所持标的公司的出资额占标的公司注册资本的比例，以现金方式分别向标的公司全额补足。上述损益归属期间的损益及数额应由各方共同认可的具有证券业务资格的会计师事务所进行审计确认。

（六）未分配利润

本次交易完成后，上市公司于发行股票前滚存未分配利润由股票发行完成后上市公司的新老股东按照其持股比例共同享有。

（七）合同的生效条件和生效时间

本次交易的实施取决于以下先决条件的全部成就及满足：

- 1、协议经各方依法签署；
- 2、上市公司董事会、股东大会审议通过本次交易；
- 3、中国证监会核准本次交易。

（八）违约责任

1、《杭州逗宝购买资产协议》任何一方存在虚假不实陈述的情形及/或违反其声明、承诺、保证，不履行其在协议项下的任何责任与义务，即构成违约。违约方应当根据守约方的要求继续履行义务、采取补救措施或向守约方支付全面和足额的赔偿金。如朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫存在虚假不实陈述的情形及/或违反其声明、承诺、保证和约定，则朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫应向上市公司承担责任。

2、若因《杭州逗宝购买资产协议》任何一方不履行协议项下有关义务或不履行中国法律规定的有关强制性义务，其结果实质性地导致协议不能生效或交割不能完成，则该违约方需向守约方支付因本次交易终止导致守约方所蒙受的经济损失金额作为违约赔偿金。

3、本次交易实施的先决条件满足后，朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫中任何一方违反协议的约定，未能按照协议约定的期限办理完毕标的资产交割，每逾期一日，违约方应以标的资产总对价为基数，按照中国人民银行公布的同期日贷款利率上浮 50% 计算违约金支付给上市公司，但由于上市公司的原因导致逾期交割的除外。

二、《上虞码牛购买资产协议》的主要内容

（一）合同主体、签订时间

《上虞码牛购买资产协议》由上市公司与徐波、上虞朱雀两名交易对方于 2017 年 8 月 29 日签署。

（二）交易价格及定价依据

上市公司以发行股份方式，购买徐波、上虞朱雀合计持有的上虞码牛 100% 股权，即本次购买资产项下的标的资产。

标的资产的交易价格由各方在具有证券期货从业资格的评估机构出具的评估报告所确认的评估值基础上进行协商。根据《上虞码牛资产评估报告》，上虞码牛全部股权在评估基准日的价值为 210,632.10 万元。

参考上述评估结果并经各方充分协商后一致同意，上市公司就购买标的资产需向徐波、上虞朱雀支付的交易总对价为 210,000 万元，由上市公司全部以发行股份的方式向徐波及上虞朱雀支付。

（三）支付方式

上市公司全部以发行股份的方式向徐波、上虞朱雀支付。

1、发行股份的种类、面值

本次发行股份购买资产所发行股份种类为人民币普通股（A 股），每股面值 1.00 元。

2、发行方式及发行对象

本次发行股份购买资产的发行方式系向特定对象非公开发行 A 股股票，发行对象为徐波、上虞朱雀。

3、发行价格

本次发行的发行价格为 10.77 元/股，该发行价格不低于本次购买资产定价基准日前 60 个交易日上市公司股票交易均价（交易均价的计算公式为：定价基准

日前 20 个交易日上市公司股票交易均价=定价基准日前 60 个交易日股票交易总额÷定价基准日前 60 个交易日股票交易总量）的 90%。

在定价基准日至发行日期间，上市公司如实施派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，发行价格将按照深交所的相关规则进行调整。

4、发行数量

发行的股份总数为 194,986,072 股，具体如下：

转让方	总对价/股份对价	
	股份对价金额（万元）	股份数（股）
徐波	50	46,425
上虞朱雀	209,950	194,939,647
合计	210,000	194,986,072

在定价基准日至发行日期间，上市公司如实施派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项而调整发行价格的，发行数量也将根据发行价格的调整进行相应调整。

5、股份锁定期

对于本次购买资产项下取得的对价股份，自发行完成日起 12 个月内不得转让。若截至取得本次交易所发行的股份时，其用于认购上市公司股份的目标公司股权持续拥有权益的时间不足 12 个月的（以其取得目标公司相应股权完成工商变更登记之日为准），则相应取得的上市公司股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让。

上虞杭天、深圳霖枫、徐波以及上虞朱雀于本次购买资产项下取得的对价股份，自发行结束日起 36 个月内不得转让。

6、上市地点

本次发行的股票将在深交所创业板上市。

（四）资产交付或过户的时间安排

上市公司收到中国证监会核准本次交易的批复文件之日起 20 个工作日内，徐波、上虞朱雀应到上虞码牛所在地工商行政管理部门提交办理标的资产过户至

上市公司的工商变更登记手续的申请，并完成工商变更登记手续，上市公司应提供必要帮助。徐波、上虞朱雀持有的标的资产过户至上市公司名下之日，为本次购买资产的资产交割日。自资产交割日（包含当日）起，标的资产的风险、收益与负担自转让方转移至上市公司。为避免疑义，审计/评估基准日前目标公司相应的滚存未分配利润归属于上市公司所有。

（五）交易标的自定价基准日至交割日期间损益的归属

根据《上虞码牛购买资产协议》，自评估基准日至资产交割日，标的公司如实现盈利，或因其他原因而增加的净资产的部分归上市公司所有；如自评估基准日至资产交割日，标的公司发生亏损，或因其他原因而减少的净资产部分，在审计报告出具后 10 个工作日内，由交易对方按照在资产交割日前交易对方各自所持标的公司的出资额占标的公司注册资本的比例，以现金方式分别向标的公司全额补足。上述损益归属期间的损益及数额应由各方共同认可的具有证券业务资格的会计师事务所进行审计确认。

（六）未分配利润

本次交易完成后，上市公司于发行股票前滚存未分配利润由股票发行完成后上市公司的新老股东按照其持股比例共同享有。

（七）合同的生效条件和生效时间

本次交易的实施取决于以下先决条件的全部成就及满足：

- 1、协议经各方依法签署；
- 2、上市公司董事会、股东大会审议通过本次交易；
- 3、中国证监会核准本次交易。

（八）违约责任

1、《上虞码牛购买资产协议》任何一方存在虚假不实陈述的情形及/或违反其声明、承诺、保证，不履行其在协议项下的任何责任与义务，即构成违约。违约方应当根据守约方的要求继续履行义务、采取补救措施或向守约方支付全面和足额的赔偿金。如徐波、上虞朱雀存在虚假不实陈述的情形及/或违反其声明、

承诺、保证和约定，则徐波、上虞朱雀应向上市公司承担责任。

2、若因《上虞码牛购买资产协议》任何一方不履行协议项下有关义务或不履行中国法律规定的有关强制性义务，其结果实质性地导致协议不能生效或交割不能完成，则该违约方需向守约方支付因本次交易终止导致守约方所蒙受的经济损失金额作为违约赔偿金。

3、本次交易实施的先决条件满足后，徐波、上虞朱雀中任何一方违反协议的约定，未能按照协议约定的期限办理完毕标的资产交割，每逾期一日，违约方应以标的资产总对价为基数，按照中国人民银行公布的同期日贷款利率上浮 50% 计算违约金支付给上市公司，但由于上市公司的原因导致逾期交割的除外。

三、《业绩补偿协议》的主要内容

（一）合同主体、签订时间

《业绩补偿协议》由金科文化与朱志刚、王健于2017年8月29日签署。

（二）业绩承诺年度及预测净利润

朱志刚和王健作为利润补偿义务人，承诺Outfit7于2017年度、2018年度和2019年度实现的扣除非经常性损益的归属于母公司股东的净利润分别不低于7,809.04万欧元、9,286.68万欧元和10,975.80万欧元。

年度	2017 年	2018 年	2019 年
承诺净利润(万欧元)	7,809.04	9,286.68	10,975.80

（三）补偿安排

本次交易实施完毕后，若 Outfit7 在 2017 年度、2018 年度、2019 年度内未能实现承诺净利润的，朱志刚、王健同意按照协议的约定就 Outfit7 实现净利润不足承诺净利润的部分进行补偿。具体补偿方式如下：

1、补偿时间

若 Outfit7 在 2017 年度、2018 年度、2019 年度内的任一会计年度未能实现承诺净利润（即实现净利润<承诺净利润），则朱志刚、王健应在当期即根据本条约定向上市公司进行补偿。上市公司将在该会计年度《专项审核报告》公开披

露后 20 个工作日内，依据下述计算公式计算并确定朱志刚、王健当期需补偿的金额并予以公告。

2、补偿金额

补偿义务人应优先以补偿义务人通过本次购买资产而取得的上市公司股份进行补偿，前述股份不足补偿的，由补偿义务人以从二级市场购买或其他合法方式取得的金科文化股份进行补偿。上市公司应在协议约定的期限内，依据下述公式计算并确定补偿义务人需补偿的股份数量：

当期应补偿的股份数量=（截至当期期末 Outfit7 累计承诺扣非净利润总和－截至当期期末 Outfit7 累计实现扣非净利润总和）÷业绩承诺期内 Outfit7 累计承诺扣非净利润总和×补偿义务人各自取得的交易对价÷发行价格－业绩承诺期内累积已补偿股份数。

如依据前述公式计算出的当期应补偿总金额小于 0 时，按 0 取值，已经补偿的股份不冲回。

3、补偿方式

上市公司在业绩承诺期内实施转增或股票股利分配的，则补偿股份数量相应调整为：补偿股份数量（调整后）=当年应补偿股份数×（1+转增或送股比例）。

补偿义务人就补偿股份数所获得的已分配现金股利应向上市公司作相应返还，计算公式为：返还金额=截至补偿前每股已获得的现金股利×当年应补偿股份数量。

在计算得出并确定补偿义务人当年需补偿的股份数量后，根据计算得出的补偿义务人需补偿的股份将由上市公司在该会计年度《专项审核报告》公开披露后 60 个工作日内以 1 元总价回购并注销。上市公司董事会、股东大会在审议相关议案时，关联董事、关联股东需回避表决。

（四）资产减值测试

在上市公司 2019 年度报告出具后 20 个工作日内，聘请具有证券期货业务资格的会计师事务所对收益法评估标的资产（Outfit7）出具《减值测试报告》（减

值测试的截止时间为业绩承诺期末)。除非法律有强制性规定,否则《减值测试报告》采取的估值方法应与《Outfit7 资产评估报告》保持一致。

如收益法评估资产 Outfit7 期末减值额/Outfit7 评估值(即 94,017.31 万欧元)>业绩承诺期限内补偿义务人已补偿股份总数/补偿义务人认购股份总数,则补偿义务人应优先以补偿义务人通过本次购买资产而取得的上市公司股份进行补偿,前述股份不足补偿的,由补偿义务人以从二级市场购买或其他合法方式取得的甲方股份进行补偿。

因收益法评估资产 Outfit7 减值应补偿的股份数的计算公式为:补偿义务人应补偿的股份数=收益法评估资产 Outfit7 期末减值额×28%×补偿义务人各自取得的交易对价÷杭州逗宝的交易价格÷发行价格-业绩承诺期内补偿义务人已补偿股份总数。

上市公司在减值测试期间实施转增或股票股利分配的,则补偿股份数量相应调整为:补偿股份数量(调整后)=当年应补偿股份数×(1+转增或送股比例)。

补偿义务人就减值测试补偿股份数所获得的已分配现金股利应向上市公司作相应返还,计算公式为:返还金额=截至补偿前每股已获得的现金股利×当年应补偿股份数量。

在计算得出并确定补偿义务人因减值需补偿的股份数量后,根据本条计算得出的补偿义务人需补偿的股份将由上市公司在 2019 年会计年度《专项审核报告》公开披露后 60 个工作日内以 1 元总价回购并注销。上市公司董事会、股东大会在审议相关议案时,关联董事、关联股东需回避表决。

(五) 合同的生效条件和生效时间

协议于各方签署后成立,且自《杭州逗宝购买资产协议》生效之日起生效。

(六) 违约责任

1、除不可抗力因素外,任何一方如未能履行其在协议项下之义务或承诺,则该方应被视作违反协议。违约方应依协议约定和法律规定向守约方承担违约责任,赔偿守约方因违约行为而遭受的所有损失(包括为避免损失而支出的合理费

用)。

2、如果朱志刚、王健在业绩承诺补偿期限内，发生不能按期履行本协议约定的补偿义务的情况，应赔偿金科文化因此造成的全部直接的经济损失。

四、《业绩补偿协议之补充协议》的主要内容

(一) 合同主体、签订时间

《业绩补偿协议之补充协议》由金科文化与朱志刚、王健于2017年11月3日签署。

(二) 业绩补偿具体安排

朱志刚、王健承诺净利润为扣除非经常性损益后的合并报表口径下归属于母公司所有者的净利润，同时还应扣除本次交易实施完成后本次募集配套资金用于Outfit7所节省的财务费用。

本次募集配套资金用于Outfit7所节省的财务费用计算公式如下：

本次募集配套资金用于Outfit7所节省的财务费用=本次募集配套资金实际用于Outfit7的金额×同期银行贷款利率×(1-Outfit7的所得税税率)×资金实际使用天数/365。其中，同期银行贷款利率将根据中国人民银行同期一年期贷款利率确定。

第十一节 本次交易的合规性分析

本次交易行为符合《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》以及《上市规则》等法律法规。现就本次交易的合规情况说明如下：

一、本次交易符合《重组管理办法》第十一条的规定

（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

本次交易的标的公司持有的主要资产为 Outfit7 的 56% 股权，根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订版），Outfit7 所处行业为“I 类信息传输、软件和信息技术服务业”中的“I64 互联网和相关服务”，根据《境外投资产业指导政策》和《境外投资产业指导目录》，Outfit7 涉及的业务不属于禁止境外投资的业务，符合国家关于境外投资的产业政策，并符合关于境外互联网移动应用的相关法律法规的规定。

2、本次交易符合有关环境保护的法律和行政法规的规定

本次交易的标的公司及其子公司不属于高能耗、高污染的行业，报告期内未发生重大安全、环境污染事故，不存在违反国家环境保护相关法规的情形。

因此，本次交易符合有关环境保护的法律和行政法规的规定。

3、本次交易符合土地管理法律和行政法规的规定

标的公司及其子公司无土地使用权。本次交易为上市公司通过收购标的资产间接收购 Outfit7 的 56% 的股权，不涉及土地使用权纳入上市公司范围或任何变更、转移的情形。标的公司及其子公司最近三年不存在违反土地管理法律法规的行为，符合国家关于土地管理的法律及行政法规的规定。

因此，本次交易符合土地方面有关法律和行政法规的规定

4、本次交易不存在违反有关反垄断法律和行政法规的规定

本次交易完成后，上市公司的市场份额未达到《中华人民共和国反垄断法》中对于市场支配地位的认定条件，本次交易不构成行业垄断行为，不存在违反《中华人民共和国反垄断法》规定的情形。

综上所述，本次交易符合国家相关产业政策，本次交易不涉及环境保护问题，不存在违反国家关于土地管理、反垄断等有关法律、行政法规规定的情形，符合《重组管理办法》第十一条第（一）项的规定。

（二）本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件

本次重组完成后，社会公众股持有的股份占公司股份总数的比例为 10%以上，不会导致上市公司不符合《上市规则》有关股票上市交易条件的规定。因此，本次发行完成后，不会导致上市公司不符合股票上市条件，符合《重组管理办法》第十一条第（二）项的规定。

（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

1、标的资产的定价

本次交易已聘请具有证券期货业务资格的中联进行评估，中联及其经办评估师与公司及本次交易的交易对方不存在关联关系，也不存在影响其提供服务的现实及预期的利益关系或冲突，具有独立性。其出具的评估报告符合客观、公正、独立、科学的原则。标的资产的购买价格以评估结果为依据，由交易各方协商后确定最终转让价格，定价公允。

交易各方将经过充分的谈判协商后签署《杭州逗宝购买资产协议》及《上虞码牛购买资产协议》，同时本次交易经公司董事会审议通过。公司独立董事出席董事会会议，对评估机构的独立性、评估假设前提的合理性和交易定价的公允性发表独立意见，同意本次重大资产重组方案。

2、发行股份的价格

（1）发行股份购买资产的股票发行价格及依据

1) 发行股份购买资产的股票发行价格

本次发行股份购买资产所发行股份的定价基准日为上市公司首次公告本次交易方案的董事会公告日。本次发行股份购买资产发行价格不低于定价基准日前 60 个交易日上市公司股票交易均价的 90%，即本次发行股份购买资产的股份发行价格为 10.77 元/股。根据《重组管理办法》第四十五条相关规定：“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的定价基准日为上市公司审议本次发行股份购买资产事宜的首次董事会会议决议公告日。本次发行股份购买资产的股份发行价格为 10.77 元/股，不低于定价基准日前 60 个交易日上市公司股票交易均价的 90%，定价原则符合《重组管理办法》第四十五条的相关规定。

2) 本次交易发行股票价格的可比情况分析

本次交易发行价格选取了 A 股同行业（行业分类：证监会行业—信息传输、软件和信息技术服务业—互联网和相关服务）可比上市公司截至公告停牌日的市盈率、市净率等指标，比较情况如下：

证券简称	证券代码	市盈率	市净率
昆仑万维	300418.SZ	24.08	6.63
科达股份	600986.SH	30.28	2.19
电魂网络	603258.SH	56.89	6.37
巨人网络	002558.SZ	63.43	11.66
吉比特	603444.SH	27.55	9.68
三七互娱	002555.SZ	27.71	8.26
游族网络	002174.SZ	40.75	9.08
金利科技	002464.SZ	60.93	7.96
恺英网络	002517.SZ	30.78	6.84
顺网科技	300113.SZ	35.76	6.32
完美世界	002624.SZ	34.98	5.19
盛天网络	300494.SZ	67.12	6.17
鹏博士	600804.SH	32.77	3.64
富控互动	600634.SH	33.33	2.50
宝通科技	300031.SZ	32.01	3.30
三六五网	300295.SZ	35.66	3.15
明家联合	300242.SZ	28.65	2.72
掌趣科技	300315.SZ	41.07	2.67

证券简称	证券代码	市盈率	市净率
天神娱乐	002354.SZ	15.92	2.36
利欧股份	002131.SZ	27.96	2.39
平均值		37.38	5.45
中间值		33.05	5.68
停牌前 60 日 A 股交易均价的 90% (10.77 元/股)		40.28	3.31

数据来源：Wind 资讯

注 1：市盈率=2017 年 6 月 29 日总市值÷（2017 年 1-6 月的净利润*2）；

注 2：市净率=2017 年 6 月 29 日总市值÷2017 年 6 月 30 日所有者权益；

注 3：在计算中剔除市盈率为负或大于 100 以及不可比上市公司。

由于上市公司属于轻资产行业，市盈率指标更能够体现公司的估值水平。从上表可以看出，本次发行股份购买资产的股份发行价格的市盈率水平高于 A 股同行业可比上市公司平均值和中位数，保护了上市公司股东的利益。

根据《重组管理办法》第四十五条的相关规定，上市公司通过与交易对方之间的协商，兼顾各方利益，确定发行价格采用定价基准日前 60 个交易日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%，即 10.77 元/股作为发行价格。

（2）募集配套资金的股票发行价格

本公司拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金，本次发行股份募集配套资金的定价基准日为本次重组中用于募集配套资金所发行股份的发行期首日，上市公司应按不低于发行底价价格发行股票。募集配套资金不超过标的资产交易价格的 100%，且发行股份数量不超过发行前金科文化总股本的 20%。根据中国证监会《创业板发行管理办法》等相关规定，本次发行股份募集配套资金采取询价发行的方式，定价基准日为发行期首日，发行价格不低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价的百分之九十，或者不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的百分之九十。根据中国证监会《创业板发行管理办法》、《非公开发行股票实施细则》等相关规定，公司将按照《创业板发行管理办法》等相关规定，根据询价情况由公司董事会根据股东大会的授权与本次交易的独立财务顾问协商确定本次交易募集配套资金最终发行价格。

因此，本次募集配套资金的发行股份定价原则符合《重组管理办法》、《非公

开发行股票实施细则》等相关规定。

3、本次交易程序合法合规

本次交易依法进行，由上市公司的董事会提出方案，聘请具有证券业务资格的独立财务顾问、律师、审计机构和评估机构等中介机构出具相关报告，并按程序报送有关监管部门审批。整个交易严格履行法律程序，充分保护全体股东利益，尤其是中小股东的利益，不存在损害上市公司及全体股东权益的情形。

4、独立董事意见

上市公司独立董事关注了本次交易的背景、交易定价以及交易完成后上市公司的发展前景，就本次交易发表了独立意见，认为本次选聘评估机构程序符合法律、法规和公司的相关规定；公司所选聘的评估机构具有证券期货业务评估资质，具备独立性；评估机构及其经办评估师与公司 and 交易对方均没有现实的及预期的利益或冲突，具有充分的独立性；评估假设前提合理，评估方法选用适当，出具的资产评估报告的评估结论合理；本次交易的交易定价合理，体现了公平、公开、公正的市场原则，符合公司和全体股东的利益。

综上所述，本次交易中，标的资产定价参考具有证券期货业务资格的评估机构出具的《杭州逗宝资产评估报告》、《上虞码牛资产评估报告》，由交易各方协商确定，并经上市公司董事会审议，标的资产定价公允；非公开发行股份的发行价格符合中国证监会的相关规定；同时本次交易严格履行了必要的法律程序，独立董事发表了独立意见，本次交易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

本次交易的标的资产为杭州逗宝 100%股权及上虞码牛 100%股权，标的公司的股权权属清晰、完整。本次交易的各交易对方均出具《关于拟注入资产权属相关事项的声明及承诺函》，确认其合法持有标的公司股权，并具备作为本次交易的交易对方的资格；交易对方已经依法履行对标的公司的出资义务，不存在任何虚假出资、抽逃出资等出资瑕疵等违反作为股东应承担的义务和责任的行为，不存在其他可能影响标的公司合法存续的其他情况；交易对方对标的股权拥有完

整的所有权，标的公司股权权属清晰，不存在现实或潜在的权属纠纷或潜在纠纷，不存在委托持股、信托持股或类似安排，不存在质押、司法冻结等妨碍权属转移的事项；不存在尚未了结或可预见的可能影响本企业持有的标的股权权属发生变动或妨碍标的股权转让给上市公司的重大诉讼、仲裁及纠纷。交易对方保证在本次交易完成前，不会就标的股权设置质押和其他可能妨碍将标的股权转让给上市公司的限制性权利；交易对方向上市公司转让标的股权符合相关法律法规及本企业相关内部规定，不存在法律障碍。

本次交易仅涉及股权转让事宜，标的公司对外的债权债务不会因本次交易产生变化。因此，本次交易不涉及债权债务的转移问题。

因此，本次交易符合《重组管理办法》第十一条第（四）项的规定。

（五）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

本次交易完成后，标的公司将成为上市公司的全资子公司。标的公司主要资产为其合计持有的 Outfit7 的 56% 股权。根据《上市公司备考审阅报告》，本次交易完成后，上市公司的资产规模和盈利能力将得以提升，本次交易有利于上市公司增强持续经营能力。本次交易不会导致交易后上市公司的主要资产为现金或者无具体经营业务的情形，符合《重组管理办法》第十一条第（五）项的规定。

（六）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

本次交易前，上市公司已按照《公司法》、《证券法》等法律、法规和规范性文件的要求建立了独立运营的公司管理体制，在业务、资产、财务、人员、机构等方面与控股股东、实际控制人及其关联人保持独立，信息披露及时，运行规范，未因违反独立性原则而受到中国证监会或深交所的处罚。本次交易完成后，上市公司将继续在业务、资产、财务、人员、机构等方面独立于其控股股东、实际控制人及其关联人，本次重组中朱志刚、金科控股、王健已分别出具《保持上市公司独立性的承诺函》，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定。本次交

易符合《重组管理办法》第十一条第（六）项的规定。

（七）本次交易有利于上市公司保持健全有效的法人治理结构

本次交易前，上市公司已按照《公司法》、《证券法》、《上市规则》等法律、法规及中国证监会、深交所的相关规定，在《公司章程》的框架下，设立了股东大会、董事会、监事会等组织机构并制定相应的议事规则，并建立了完善的内部控制制度，从制度上保证股东大会、董事会和监事会的规范运作和依法行使职权，具有健全的组织结构和完善的法人治理结构。

本次交易完成后，上市公司仍将保持健全有效的法人治理结构。上市公司将依据《公司法》、《证券法》、《上市规则》等法律法规的要求，继续执行上市公司《公司章程》及相关的议事规则或工作细则，保持健全、有效的法人治理结构。

因此，本次交易符合《重组管理办法》第十一条第（七）项的规定。

二、本次交易不适用《重组管理办法》第十三条的说明

本次交易完成前后，朱志刚均为金科文化的实际控制人，金科文化的控制权未发生变更。因此，本次交易不属于《重组管理办法》第十三条所规定的“控制权发生变更”的情形，不适用第十三条的相关规定。

三、本次交易符合《重组管理办法》第四十三条要求的说明

（一）本次交易有利于提高上市公司资产质量、改善公司财务状况和增强持续盈利能力

标的公司主要资产为其持有的 Outfit7 合计 56% 股权。Outfit7 具有较强的盈利能力，根据中联出具的《Outfit7 资产评估报告》，Outfit7 在 2017 年度、2018 年度和 2019 年度收益法评估中，预计实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 7,809.04 万欧元、9,286.68 万欧元和 10,975.80 万欧元。本次交易完成后，上市公司将通过标的公司间接控制 Outfit7，上市公司的总资产、净资产、营业收入和净利润规模均将得到提升。

因此，本次交易事项有利于提高上市公司资产质量、改善上市公司财务状况

和增强持续盈利能力。

（二）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

1、本次交易对关联交易的影响

本次交易完成前，公司已依照《公司法》、《证券法》及中国证监会的相关要求，制定了关联交易的相关规定，对公司关联交易的原则、关联人和关联关系、关联交易的决策程序、关联交易的披露等均制定了相关规定并严格执行，日常关联交易按照市场原则进行。公司监事会、独立董事能够依据法律法规及《公司章程》的规定，勤勉尽责，切实履行监督职责，对关联交易及时、充分发表意见。

本次交易过程中，交易对方朱志刚系上市公司实际控制人，并担任上市公司董事；王健系持有上市公司 5%以上股份的股东，并担任上市公司董事、总经理；上虞朱雀在本次交易完成后将持有上市公司 5%以上股份，根据《重组管理办法》和《上市规则》的相关规定，本次交易构成关联交易。

本次交易的标的资产经过具有证券期货业务资格的会计师事务所和资产评估机构审计和评估，作价客观、公允，不会损害上市公司及非关联股东的利益。

本次交易完成后，公司将严格按照《公司章程》及相关法律、法规的规定，进一步完善关联交易决策制度，加强公司治理，维护本公司及广大中小股东的合法权益。同时，为规范本次交易完成后的关联交易，维护本公司及其中小股东的合法权益，金科控股、朱志刚、王健及上虞朱雀出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》。本次交易完成后公司资产质量和经营能力得到提高，有利于本公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与控股股东、实际控制人及其关联方保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定。

2、本次交易有利于避免同业竞争

本次交易不会导致上市公司与其控股股东、实际控制人及其关联人产生同业竞争。本次交易完成后，为避免同业竞争，金科控股、朱志刚、王健均出具了《关于避免同业竞争承诺函》。在相关承诺得到有效执行的情况下，本次交易有助于避免同业竞争。

3、本次交易有利于增强独立性

本次交易前，上市公司已按照《公司法》、《证券法》等法律、法规和规范性文件的要求建立了独立运营的公司管理体制，在业务、资产、财务、人员、机构等方面与控股股东、实际控制人及其关联人保持独立，信息披露及时，运行规范，未因违反独立性原则而受到中国证监会或深交所的处罚。本次交易完成后，上市公司将继续在业务、资产、财务、人员、机构等方面独立于其控股股东、实际控制人及其关联人，金科控股、朱志刚、王健已分别出具《关于保持上市公司独立性的承诺函》。

因此，本次交易符合《重组管理办法》第四十三条第（一）项的相关规定。

（三）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；被出具保留意见、否定意见或者无法表示意见的审计报告的，须经注册会计师专项核查确认，该保留意见、否定意见或者无法表示意见所涉及事项的重大影响已经消除或者将通过本次交易予以消除

2017年3月31日天健对上市公司2016年度财务报表出具了编号为天健审[2017]1688号的无保留意见《审计报告》，上市公司不存在最近一年一期财务会计报告被注册会计师出具非标准审计报告的情形。

因此，本次交易符合《重组管理办法》第四十三条第（二）项的规定。

（四）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

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。

因此，本次交易符合《重组管理办法》第四十三条第（三）项的规定。

（五）本次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

截至本报告书签署日，标的公司股权权属清晰，不存在抵押、质押或其他受限情形。

根据交易各方签署的《杭州逗宝购买资产协议》及《上虞码牛购买资产协议》，在本次交易取得中国证监会核准批复之日起 20 个工作日内，各方应互相配合完成标的资产股权的交割。

因此，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，本次交易符合《重组管理办法》第四十三条第（四）项的规定。

综上所述，本次交易符合《重组管理办法》第四十三条的相关规定。

四、本次交易符合《重组管理办法》第四十四条及其适用意见、相关解答要求的说明

根据中国证监会发布的《<上市公司重大资产重组管理办法>第十四条、第四十四条的适用意见——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用途等问题与解答》以及《关于上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》，上市公司募集配套资金应当满足下述要求：

（一）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，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；超过 100%的，一并由发行审核委员会予以审核。

本次重组交易拟募集配套融资不超过 31,083.45 万元，本次交易标的资产交易价格为 420,000.00 万元，募集配套资金未超过本次交易标的资产价格总金额的 100%，本次配套募集资金由并购重组委审核，符合相关规定。

（二）募集资金仅可用于：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；投入标的资产在建项目建设。募集配套资金不能用于补充上市公司和标的资产流动资金、偿还债务。

本次募集的配套资金将用于支付本次交易的并购交易税费及投入标的资产在建项目建设，不存在用于补充上市公司流动资金、偿还债务的情况，符合募集配套资金用途的规定。

（三）发行股份购买资产部分应当按照《上市公司重大资产重组管理办法》、

《上市公司并购重组财务顾问业务管理办法》等相关规定执行，募集配套资金部分应当按照《上市公司证券发行管理办法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定执行。募集配套资金部分与购买资产部分应当分别定价，视为两次发行。具有保荐人资格的独立财务顾问可以兼任保荐机构。

本次交易募集配套资金符合《创业板发行管理办法》的相关规定。本次交易独立财务顾问为海通证券，具有保荐人资格，本次交易募集配套资金符合《证券发行上市保荐业务管理办法》的相关规定。

五、本次重组不存在依据《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重大资产重组的情形

本次重组的相关主体均进行了自查并出具自查报告，不存在因涉嫌本次重组相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查的情况，亦不存在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的情况。本次重组不存在依据《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》（2016年9月修订）第十三条不得参与任何上市公司重大资产重组的情形。

六、本次交易配套融资符合《创业板发行管理办法》第九、十、十一条规定的情形

（一）本次交易符合《创业板发行管理办法》第九条规定，即，上市公司符合以下规定：

- 1、最近二年盈利，净利润以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据；
- 2、会计基础工作规范，经营成果真实。内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司财务报告的可靠性、生产经营的合法性，以及营运的效率与效果；
- 3、最近二年按照上市公司章程的规定实施现金分红；
- 4、最近三年及一期财务报表未被注册会计师出具否定意见或者无法表示意

见的审计报告；被注册会计师出具保留意见或者带强调事项段的无保留意见审计报告的，所涉及的事项对上市公司无重大不利影响或者在发行前重大不利影响已经消除；

5、最近一期末资产负债率高于百分之四十五，但上市公司非公开发行股票的除外；

6、上市公司与控股股东或者实际控制人的人员、资产、财务分开，机构、业务独立，能够自主经营管理。上市公司最近十二个月内不存在违规对外提供担保或者资金被上市公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

（二）上市公司不存在《创业板发行管理办法》第十条规定的情形：

1、本次发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

2、最近十二个月内未履行向投资者作出的公开承诺；

3、最近三十六个月内因违反法律、行政法规、规章受到行政处罚且情节严重，或者受到刑事处罚，或者因违反证券法律、行政法规、规章受到中国证监会的行政处罚；最近十二个月内受到证券交易所的公开谴责；因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查；

4、上市公司控股股东或者实际控制人最近十二个月内因违反证券法律、行政法规、规章，受到中国证监会的行政处罚，或者受到刑事处罚；

5、现任董事、监事和高级管理人员存在违反《公司法》第一百四十七条、第一百四十八条规定的行为，或者最近三十六个月内受到中国证监会的行政处罚、最近十二个月内受到证券交易所的公开谴责；因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查；

6、严重损害投资者的合法权益和社会公共利益的其他情形。

综上，本次交易不存在《创业板发行管理办法》第十条规定的不得发行股票的情形。

（三）本次交易符合《创业板发行管理办法》第十一条规定，即，上市公

司募集资金使用符合下列规定：

- 1、前次募集资金基本使用完毕，且使用进度和效果与披露情况基本一致；
- 2、本次募集资金用途符合国家产业政策和法律、行政法规的规定；
- 3、除金融类企业外，本次募集资金使用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；
- 4、本次募集资金投资实施后，不会与控股股东、实际控制人产生同业竞争或者影响公司生产经营的独立性。

综上，本次交易募集配套资金符合《创业板发行管理办法》第九条、第十条、第十一条的有关规定。

七、独立财务顾问和法律顾问的结论性意见

（一）独立财务顾问对本次交易发表的明确意见

本次交易符合《重组管理办法》等有关法律、法规的规定。

（二）法律顾问对本次交易发表的明确意见

本次交易符合《重组管理办法》、《创业板发行管理办法》规定的实质性条件。

第十二节 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的讨论与分析

以下财务分析中，上市公司 2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月数据为上市公司合并财务报表。

（一）本次交易前上市公司财务状况分析

1、资产结构分析

报告期内，上市公司的资产结构如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产：						
货币资金	82,092.37	14.41%	128,504.08	23.97%	19,257.30	21.97%
应收票据	960.92	0.17%	2,326.09	0.43%	785.12	0.90%
应收账款	34,850.86	6.12%	27,093.65	5.05%	9,469.86	10.80%
预付款项	1,593.16	0.28%	529.15	0.10%	469.21	0.54%
应收利息		0.00%				
其他应收款	1,526.33	0.27%	990.07	0.18%	76.48	0.09%
存货	6,389.84	1.12%	5,915.36	1.10%	6,094.03	6.95%
其他流动资产	512.03	0.09%	380.19	0.07%	784.64	0.89%
流动资产合计	127,925.51	22.45%	165,738.59	30.91%	36,936.63	42.13%
非流动资产：						
可供出售金融资产	44,983.70	7.90%	43,253.69	8.07%		
长期股权投资	48,792.36	8.56%	16,969.36	3.16%	2,946.67	3.36%
投资性房地产	923.95	0.16%	953.61	0.18%		
固定资产	35,248.35	6.19%	24,506.35	4.57%	23,803.87	27.15%
在建工程	8,439.04	1.48%	13,402.40	2.50%	4,277.19	4.88%
无形资产	19,035.76	3.34%	17,860.77	3.33%	6,376.14	7.27%
商誉	272,066.58	47.76%	244,364.39	45.58%	11,610.02	13.24%
长期待摊费用	1,052.10	0.18%	1,162.25	0.22%	1,639.94	1.87%
递延所得税资产	325.75	0.06%	269.87	0.05%	80.98	0.09%
其他非流动资产	10,906.66	1.91%	7,689.00	1.43%		
非流动资产合计	441,774.24	77.55%	370,431.68	69.09%	50,734.82	57.87%

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
资产总计	569,699.75	100.00%	536,170.27	100.00%	87,671.45	100.00%

报告期内，2017 年 6 月末较 2016 年年末资产总额增加了 6.25%，主要原因系上市公司业务规模拓展，资产总额增加。2016 年末资产总额较 2015 年末大幅增加了 511.57%，主要系上市公司于 2016 年完成重大资产重组收购杭州哲信形成较大商誉，同时募集配套资金 210,573.22 万元，形成期末大额货币资金。

2017 年 6 月末、2016 年年末和 2015 年年末本公司流动资产分别占资产总额的 22.45%、30.91%和 42.13%，非流动资产占比 77.55%、69.09%和 57.87%，2016 年公司流动资产占比大幅减少主要系 2016 年上市公司完成重组后形成大额商誉，其非流动资产增加幅度高于流动资产增加幅度，因此流动资产占总资产比例降低。2017 年 6 月末流动资产占比较 2016 年末减少 8.46%，主要系募集配套资金的使用导致。

2、负债结构分析

报告期内，上市公司的负债结构情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债：						
短期借款	12,300.00	22.21%	-	-	1,000.00	4.47%
应付票据	4,969.97	8.97%	4,326.17	12.25%	3,232.83	14.45%
应付账款	10,799.83	19.50%	9,587.67	27.16%	2,869.04	12.82%
预收款项	2,295.19	4.14%	2,963.00	8.39%	580.02	2.59%
应付职工薪酬	1,472.99	2.66%	1,774.90	5.03%	498.96	2.23%
应交税费	3,261.63	5.89%	3,705.89	10.50%	902.50	4.03%
应付利息	17.34	0.03%		-	1.33	0.01%
应付股利	13.55	0.02%	13.55	0.04%	534.84	2.39%
其他应付款	10,053.93	18.15%	5,394.23	15.28%	12,328.72	55.10%
其他流动负债						
流动负债合计	45,184.43	81.57%	27,765.41	78.64%	21,948.23	98.08%
非流动负债：						
长期应付款	6,000.00	10.83%	3,235.10	9.16%		
递延所得税负债	3,846.79	6.94%	3,995.46	11.32%		
递延收益	359.42	0.65%	309.98	0.88%	428.80	1.92%

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
非流动负债合计	10,206.21	18.43%	7,540.54	21.36%	428.80	1.92%
负债合计	55,390.64	100.00%	35,305.94	100.00%	22,377.02	100.00%

报告期内，本公司负债规模总体呈上升趋势，2016 年年末负债总额较 2015 年年末增加了 57.78%，主要系上市公司于 2016 年收购杭州哲信后，产生的应付杭州哲信原股东股权转让款。2017 年 6 月末负债总额较 2016 年年末增加了 56.89%，主要系上市公司短期借款、其他应付款及长期应付款增加所致：1）上市公司因生产经营业务需要，于 2017 年进行短期借款；2）上市公司收购杭州每日给力科技有限公司后，上市公司根据约定于 2017 年 6 月末尚有应付未付的股权转让款。

2017 年 6 月末、2016 年年末和 2015 年年末本公司非流动负债占负债总额比例分别为 18.43%、21.36%、1.92%。2016 年年末上市公司非流动负债占负债总额比例提高，主要原因系上市公司 2016 年收购杭州哲信产生的未付股权转让款及杭州哲信纳入合并范围带入的递延所得税负债。

3、偿债能力分析

报告期内，上市公司的偿债能力指标如下所示：

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资产负债率	9.72%	6.58%	25.52%
流动比率	2.83	5.97	1.68
速动比率	2.69	5.76	1.41

注：上述指标的计算公式如下：

- (1) 资产负债率=总负债/总资产
- (2) 流动比率=流动资产/流动负债
- (3) 速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

报告期内，上市公司资产负债率总体呈下降趋势，2017 年 6 月末及 2016 年年末，上市公司资产负债率较 2015 年度大幅下降，主要原因系上市公司 2016 年收购杭州哲信形成大额商誉及募集配套资金 210,573.22 万元，资产总额大幅增长，资产负债率相应下降。

截至 2016 年年末，上市公司流动比率及速动比率高于 2015 年年末，主要系

上市公司于 2016 年收购杭州哲信并募集配套资金 210,573.22 万元，其流动资产及速动资产较上年度出现大幅上升。截至 2017 年 6 月末，上市公司流动比率及速动比率低于 2016 年年末，主要系：（1）上市公司募集配套资金投入使用，期末货币资金余额减少；（2）由于借款、应付未付的股权收购款等原因，导致上市公司流动负债较上年末大幅增加，因此截至 2017 年 6 月末上市公司的流动比率及速动比率低于 2016 年年末。

（二）本次交易前上市公司经营成果讨论与分析

1、经营成果分析

报告期内，上市公司的经营成果如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
营业收入	65,211.89	89,456.12	50,644.25
减：营业成本	35,770.19	51,589.51	38,006.18
营业税金及附加	412.30	1,047.53	294.88
销售费用	1,689.12	3,055.59	2,309.17
管理费用	7,141.68	9,948.97	4,003.82
财务费用	-307.41	-1,179.56	-272.55
资产减值损失	539.16	32.30	-67.67
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）		-	76.83
加：投资（损失）/收益	2,509.91	-216.30	-60.87
其中：对联营企业的投资（损失）/收益	2,259.63	-220.55	-63.37
其他收益	113.03		
营业利润	22,589.79	24,745.48	6,386.37
加：营业外收入	284.12	548.51	280.76
其中：非流动资产处置利得	24.73	5.90	83.13
减：营业外支出	7.23	79.44	120.58
其中：非流动资产处置损失	0.38	12.98	59.02
利润总额	22,866.68	25,214.55	6,546.55
减：所得税费用	1,725.97	3,289.79	1,005.98
净利润	21,140.70	21,924.76	5,540.58
归属于母公司股东的净利润	20,414.64	20,499.89	4,847.77
少数股东损益	726.07	1,424.87	692.81

2016 年度，上市公司完成对杭州哲信的收购，合并范围发生变化，上市公

司的收入及利润水平上升较快，上市公司的盈利能力得到显著提升。

2、营业收入分析

报告期内，上市公司的营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
主营业务	64,949.13	99.60%	88,905.73	99.38%	50,150.60	99.03%
其他业务	262.76	0.40%	550.39	0.62%	493.66	0.97%
合计	65,211.89	100.00%	89,456.12	100.00%	50,644.25	100.00%

报告期内，上市公司营业收入呈现大幅增长，主要系因上市公司 2016 年度收购杭州哲信后合并范围发生变化，收入显著增长。

3、营业利润与净利润分析

报告期内，上市公司的营业利润和净利润情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
营业利润	22,589.79	24,745.48	6,386.37
净利润	21,140.70	21,924.76	5,540.58
归属于母公司所有者的净利润	20,414.64	20,499.89	4,847.77

报告期内，上市公司归属于母公司所有者的净利润增长较快，主要系因上市公司 2016 年度收购杭州哲信后合并范围发生变化，上市公司盈利能力提升较快。

二、标的资产行业特点及经营状况的讨论与分析

本次重大资产重组的标的资产为杭州逗宝及上虞码牛的 100%股权，杭州逗宝及上虞码牛的主要资产为其间接持有的 Outfit7 的 56%股权。Outfit7 的行业特点、行业地位及核心竞争力情况以及财务状况分析、盈利能力分析、现金流量分析如下：

（一）标的公司所属行业特点

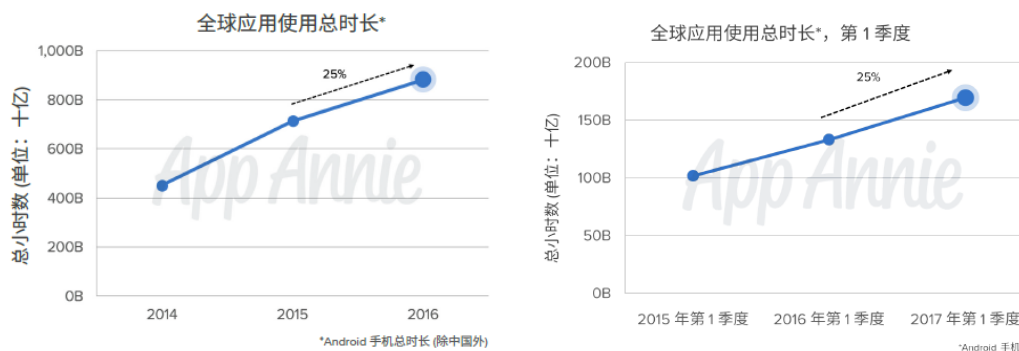
1、标的公司所属移动互联网应用行业特点

随着居民生活水平的提高不断带动文化消费的提升,以及在各国政府大力扶持下,新一代高速移动网络和移动智能终端得到迅速普及。社会各类资本积极介入移动互联网行业,其中移动应用行业在近年来更是取得了强劲的发展,这主要得益于移动应用商店模式的成功。移动应用商店是网络服务提供商专门为移动应用开发者提供应用开发工具和产品发布渠道的网络平台,同时为智能终端持有者提供了以无线互联网等通路形式付费或免费地浏览和下载应用商店内产品的服务。随着移动应用商店的出现,智能终端用户无需借助手机终端厂商或运营商等中间环节来安装应用软件,开发者亦无需为此付出高昂的技术资金成本。移动应用商店作为一个网络平台,同时整合了移动互联网应用产业链的开发者、运营者和终端客户,使得移动应用的开发者可以将开发完成的应用,便捷地发布至商店,同时移动智能终端用户可以方便地进入应用商店选择应用软件。

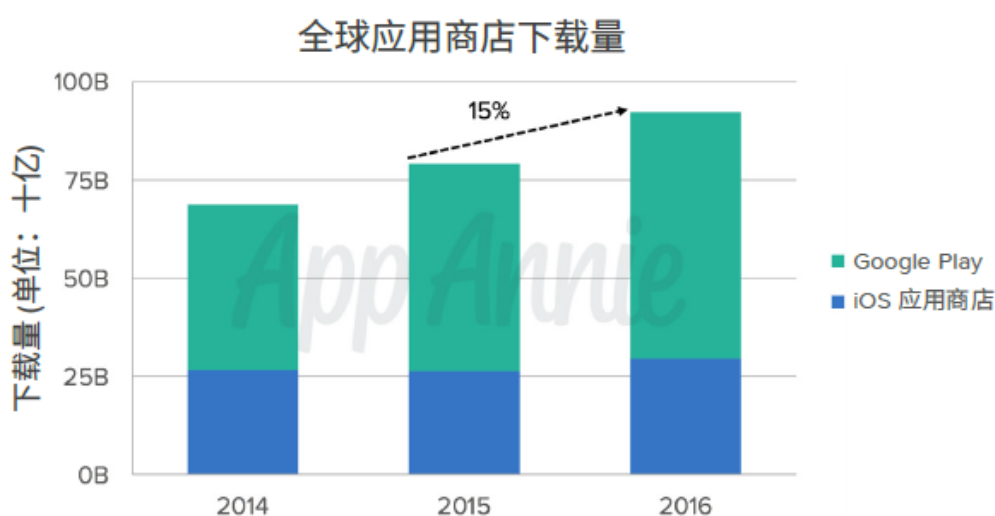
移动应用商店的商业模式因其便捷方便的特性,逐渐取得成功。国内外应用市场上,各大智能终端生产商、互联网厂商、电信运营商、操作系统运营商以及其他第三方厂商等纷纷建立自有的移动互联网应用商店。国内外应用市场上,较为著名的移动应用商店提供者包括 Google、Apple、Facebook、腾讯、小米手机、360 等。

(1) 2016 年全球移动应用市场发展概况

2016 年移动应用市场延续了移动应用市场一贯以来的快速发展趋势。根据 App Annie 发布的《全球移动应用市场 2016 年回顾》报告,2016 年全球移动用户于移动应用上花费的时间较 2015 年继续保持大幅增长,其中除中国外的安卓用户使用移动应用时长较 2015 年度增加超过 25%,达到 9,000 亿小时,相当于平均每名安卓用户每天使用移动应用约两小时。实际上,2016 年全球大多数国家的用户花费于移动应用的时间均较 2015 年增长 20%以上,其中新兴市场国家的增长尤其突出,比如除中国以外,在 2016 年总使用时长排行榜中,前 5 个国家/地区中有 4 个是新兴市场国家,分别是印度、巴西、印尼和墨西哥,其中印度和巴西的增长尤为惊人,这主要得益于用户数量的爆炸式增长以及每用户使用时间的增加。2017 年第一季度数据显示,全球应用使用总时长将继续延续增长的趋势。

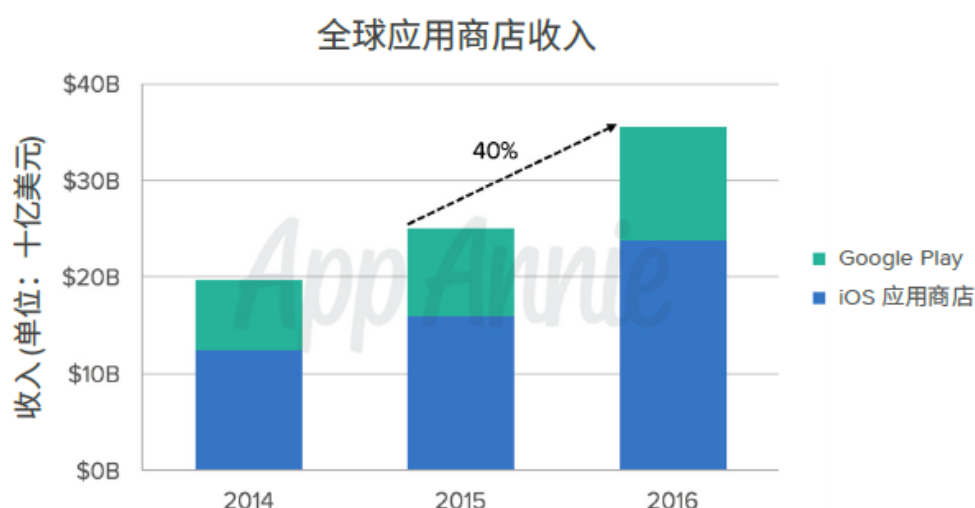


与使用时长增长趋势一致，2016 年全球移动应用下载量相较于 2015 年增长了 15%，年度应用下载量达 900 亿次，其中 App Store 和 Google Play 中的下载量增长超过 130 亿次。在这两个商店中，非游戏类应用对下载量增长的贡献更大。以 App Store 为例，用户下载的热门类别（按绝对增长率排名）分别为财务、旅游和摄影与录像，在 Google Play 中则分别为商务办公、工具和社交。对于纳入分析的所有样本国家而言，平均每名智能机用户平均每天使用至少 9 款应用，每个月使用超过 30 款。与用户使用总时长一样，新兴市场在应用下载量方面也增长明显，除中国外，在 2016 年应用下载量排行榜中，前 5 个国家/地区中有 4 个是新兴市场国家，分别是印度、巴西、印尼、俄罗斯。消费者的行为已经表明，其更加愿意以应用管理自身的生活，同时许多行业的行为亦表明，移动应用已成为多个行业发展的必需品。



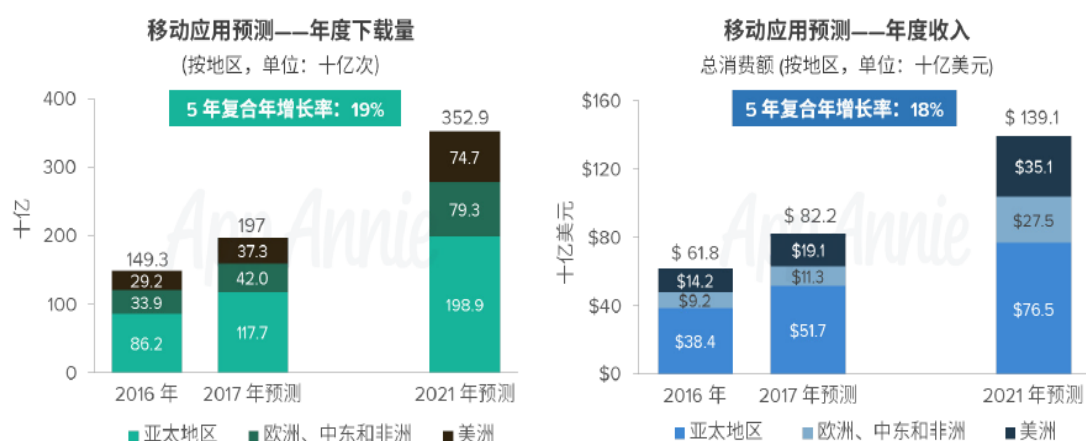
由于 2016 年度用户的下载量和使用时长的大幅度攀升，2016 年度应用发行

商取得收入亦取得明显的增长。如 2016 年 App Store 和 Google Play 共向应用发行商支付了超过 350 亿美元分成收入，相较于 2015 年超过 40%。在这两个应用商店上，游戏贡献的收入分别超过 75%和 90%。若考虑其他第三方安卓应用商店和广告收入，2016 年发行商通过移动应用取得的收入超过 890 亿美元。



(2) 全球移动应用市场发展趋势

根据《App Annie 市场预测报告 2016-2021》，2021 年全球移动应用商店下载量将达到 3529 亿次，所有应用商店的总消费额将超过 1390 亿美元，年均复合增长率分别超过 19%和 18%。未来五年中，美洲和欧洲、中东及非洲地区的移动应用商店的下载量和收入均将在 2016 年基础上增长 1 倍以上，而直到 2021 年，以中国为首的亚太地区都将贡献超过一半的应用下载量和收入，成为下载量和收入最高的地区。



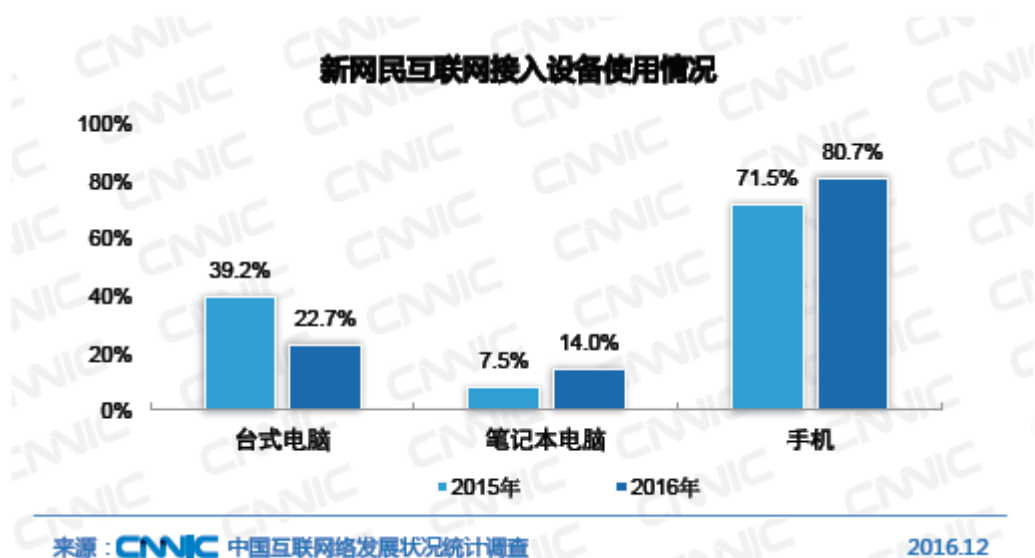
在应用分类方面，2016 年，游戏类应用占 Android 应用使用时长的 11%及所有应用下载量的 39%，应用商店消费额却占到 81%。很多非游戏应用都通过广告或商务获取盈利。这些渠道产生的收入更为可观，据预测，来自于应用商店的在线流媒体、新闻和交友相关类别应用产生的应用内购买收入，将以 25%的年化增长率增长，超越游戏应用的应用内购买收入的增长率，并于 2021 年达到 338 亿美元。



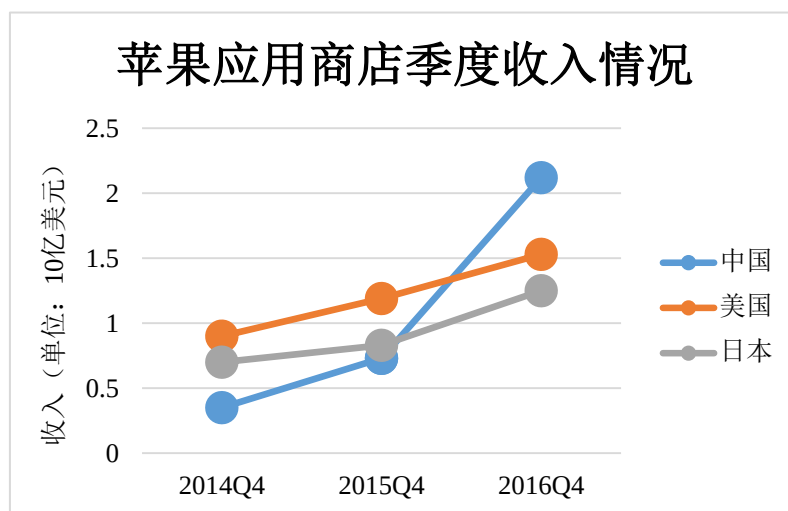
(3) 我国移动互联网应用市场发展概况

近年来，我国移动互联网技术的发展不断加快，移动互联网基础设施迅速普及，网络带宽不断提升，以智能手机为主要代表的智能终端机普及率不断提高，我国互联网行业出现爆发式增长，移动智能终端以其便利性、灵活性吸引了一大批消费者从传统的 PC 端互联网转向移动互联网。

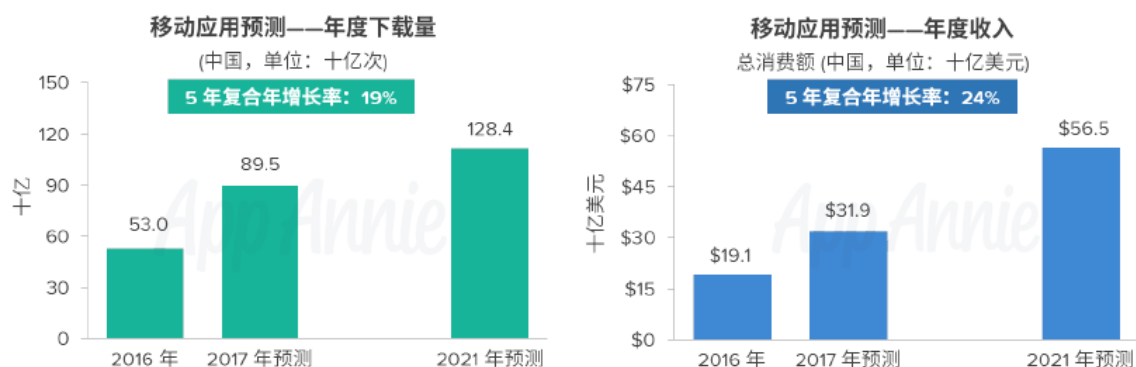
根据《中国互联网发展状况统计报告》，截至 2016 年 12 月，中国手机网民规模达 6.95 亿人，较 2015 年底增加 7,550 万人，占 2016 年度所有新增网民的 80.7%，网民中手机上网人群占比由 2015 年的 90.1% 上升至 95.1%。同时，新增网民的年龄两极化趋势明显，19 岁以下和 40 岁以上人群分别占比 45.8% 和 40.5%，互联网向低龄、高龄人群渗透明显。



根据 App Annie 发布的《App Annie 2016 回顾报告》，在 2016 年度，App Store 下载量的增长主要受到中国市场推动，尤其是在 2016 年第四季度，App Store 中中国贡献的收入已远超过美国和日本，成为全球最大的移动应用市场消费国。



虽然中国市场的购买力尚不及发达国家，但显著高于其他新兴市场国家，消费者的娱乐性支出总体增长明显。App Annie 预计，2016 年至 2021 年，中国地区的应用下载数量将以 19% 的年化增长率增长，消费额将以 24% 增长率增长。预计到 2021 年，中国仍将是全球移动应用商店消费额最高的市场，消费者的消费习惯和愈加强劲的购买力将推动中国的应用商店收入增长到 565 亿美元。



数据来源: App Annie

2、标的公司所处细分行业之移动应用广告行业特点

(1) 移动应用广告行业发展概况

自 1995 年开始,国际上就出现了提供互联网广告服务的相关机构,2000 年,国外互联网广告服务已发展成为较成熟的行业。随着智能手机渗透率和移动互联网网民数量的不断提升,广告主在互联网领域的投放热情逐渐向移动互联网广告倾斜。

移动互联网广告依托于移动互联网和移动终端设备(智能手机、平板电脑等)将广告通过移动应用或移动网页呈现给用户,广告形式可以以各种移动媒体的形式发布,包括:图片、文字、插播广告等。近年来,移动互联网基础设施的高速发展和智能手机、平板电脑等智能移动设备市场的蓬勃繁荣,为移动广告的发展提供了巨大的空间,移动广告日益渗入社会各行各业。经过几年的竞争后,移动广告市场逐渐进入了新的发展阶段,针对垂直行业的移动广告平台在各自领域逐渐形成规模化经营,移动广告产品的创新和成熟进一步吸引广告主向移动广告市场倾斜。移动广告的程序化营销、场景营销、泛娱乐营销、自媒体社群营销将成为未来几年移动营销发展的趋势。

移动应用广告与传统的广告既有一定的相似性,又有其独特的性质。与传统广告业务类似,移动应用广告的本质是广告主根据自己的需求,将自己的广告信息通过移动应用传送到用户的移动通讯终端,让用户接收广告主的广告信息。广告主是移动应用广告的投放商,也是整个产业链的投入源,移动互联网与移动终端,是连接受众与广告主的主要纽带。而移动应用的用户则是广告主所要针对的

广告受众，是信息接受和反馈的目标。

相比于传统广告形式，移动应用广告可以充分利用用户的碎片化时间，大大拓宽了用户的使用情境，用户可以随时随地参与到营销活动当中。另外，在不同的时间段，广告平台可根据用户不同的行为特征，采取不同的广告推送方式，或推送不同内容形式的广告，大大丰富了广告的内涵。此外，基于应用内推送的移动广告，为广告商与消费者之间搭建了一个互动交流平台，让广告主能更及时地了解客户的需求，使消费者的主动性增强，提高互动性。此外，移动应用不仅在量级上取得巨大突破，在应用背后对用户的感知上亦更加精进，应用开发者通过对用户消费行为习惯的大数据分析，可根据用户的兴趣对其实施精准投放，大大提高广告的效率。

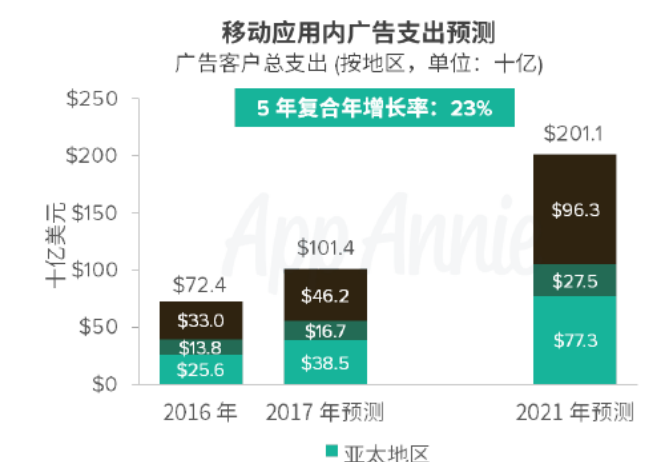
根据 Smaato 发布的《Global Trends in Mobile Advertising Q1 2017》，多数国家的 eCPM（有效的每千次展示费用）在 2017 年第一季度均取得了有史以来最高的增长率。如同 2016 年第四季度的增长趋势，2017 年第一季度，移动应用内的广告消费持续增加，占据移动端广告总收入的 91%，相比 2016 年第一季度，移动应用内广告消费占比提高 15%。2017 年第一季度全球应用内广告消费金额同比增长 41%，同时应用内广告的 eCPM 为同期移动网络的 2.5 倍，全球范围来看，应用内的广告消费占有所有移动广告消费的比例达到 91%。

根据中国互联网络信息中心发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，在开展互联网营销的企业中，通过移动互联网进行营销推广的比例为 83.3%，相比 2015 年的 46% 增长近一倍，其中高达 67.8% 的企业使用了付费推广。随着消费者向移动互联网全面转移，移动流量保持高速增长，在经过一段时间的探索后，专注于移动互联网营销推广的产品逐渐成熟，并得到企业客户的认可和接受。可预见的是，在未来较短时间内，移动互联网营销推广的使用比例将逐渐接近整体互联网营销的推广比例，市场规模也将保持快速增长。

随着我国移动互联网的不断发展，我国网络营销市场中移动互联网营销所占份额不断增加，且超过网络营销市场增速。根据艾瑞咨询的统计，2016 年我国移动广告市场规模已达 1,750.2 亿元，占当年网络广告市场规模比重达 60.3%。

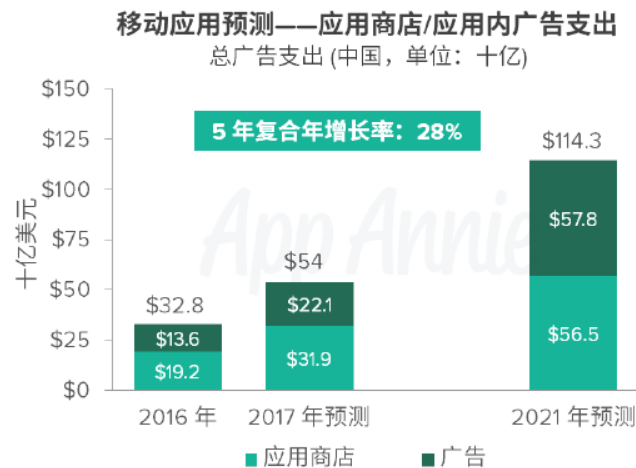
（2）移动应用广告行业发展前景和趋势

根据 App Annie 发布的《应用经济预测报告》，全球应用内广告的支出规模将从 2016 年的 720 亿美元增至 2021 年的 2010 亿美元，实现近 2 倍的增幅，预计亚太地区将超过其他地区，实现 25% 的复合年增长率，达到 770 亿美元。美洲预计仍将是最大的单一区域，以 26% 的复合年增长率达到 963 亿美元。随着广告客户越来越多地利用新技术和新的广告模式来吸引消费者和衡量广告及其效果，广告业务将继续保持强劲增长，预期复合年增长率为 22%，发行商收入将从 2016 年的 280 亿美元增长到 2021 年的 725 亿美元，广告客户的全球平均支出预计将从每用户 13 美元增加到每用户 52 美元。

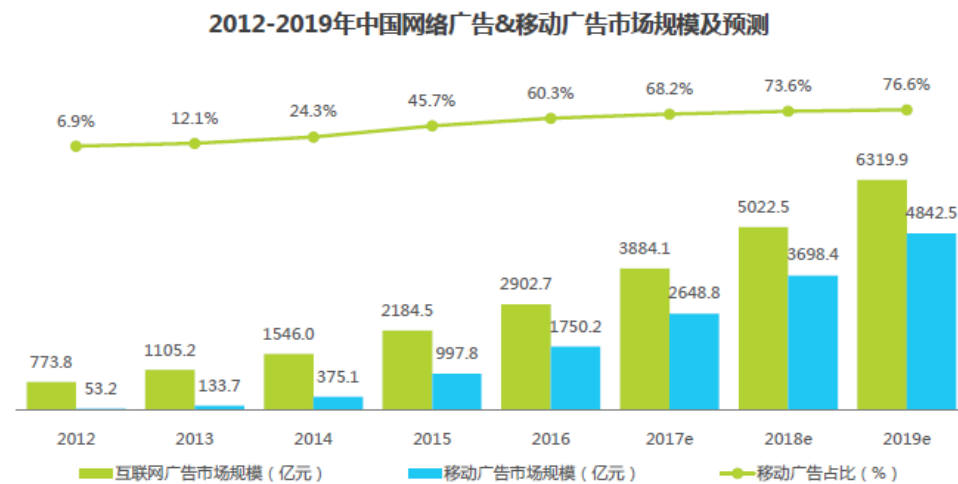


来源: App Annie

据 App Annie 的研究估计，中国消费者通过移动设备购买食品和杂货的可能性几乎是美国消费者的 3 倍，使用应用进行资金转账的可能性是美国消费者的 2 倍，将大部分可支配收入花在移动端的可能性则是美国消费者的 4 倍有余。此外，中国应用经济的增长基础广泛，盈利模式多样化。预计中国应用商店和应用内广告的消费支出将分别从 2016 年的 192 亿美元和 136 亿美元增加到 2021 年的 565 亿美元和 578 亿美元。对应的，中国发行商的广告收入增长也同样强劲，预计净收入从 2016 年的 105 亿美元增长到 2021 年的 480 亿美元，实现接近 36% 的复合年增长率。



根据艾瑞咨询 2016 年度中国网络广告核心数据显示, 中国网络广告市场规模达 2902.7 亿元, 同比增长 32.9%, 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 2019 年整体规模有望突破 6000 亿元。随着用户使用习惯的转移, 未来几年移动广告在整体网络广告中的占比将持续增长, 预计 2019 年移动广告市场规模将达到 5000 亿元, 占网络广告市场规模约 80%。



图片来源: 艾瑞咨询

(3) 行业利润水平的变化趋势

从全球来看, 广告营销行业近年来保持平稳增长速度, 但是移动互联网广告行业则保持高速增长。根据 App Annie 的统计数据, 2016 年, 全球移动应用市场的收入达到 1,270 亿美元, 其中应用商店支付给开发者的广告收入达到 540 亿

美元。未来，随着用户的注意力进一步向移动应用迁移，全球移动应用市场的用户规模将愈加庞大，加上移动应用具有传统广告媒介无可比拟的广告推送优势，广告主必将向移动应用投入更多广告成本，移动应用广告市场将具有更为广阔的市场空间，利润率仍有很大提升空间。

（4）影响行业发展的有利和不利因素

1) 影响行业发展的有利因素

①国家产业政策鼓励行业发展

近年来，国家相继出台了多项鼓励移动互联网发展的政策性文件，如国务院办公厅发布了《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》、《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》、《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，国家工商总局发布了《广告业发展“十三五”规划》等。根据该等文件，国家将增强公共文化服务发展动力，鼓励和引导社会力量参与，加强文化创意产品研发，创新文化产品和服务内容，支持广告业与互联网产业融合发展，规范数字广告程序化交易管理，建立新的数字广告生态，鼓励广告业以“互联网+广告”为核心，实现跨媒介、跨平台、跨终端整合服务。国务院 2017 年《政府工作报告》中也提出“强化创新引擎，新动能快速成长。深入推进“互联网+”行动和国家大数据战略，全面实施《中国制造 2025》，落实和完善“双创”政策措施。与此同时，各地政府也在积极出台政策，鼓励互联网营销行业的发展。移动应用广告产业作为互联网信息产业的重要组成部分，移动应用行业的发展符合国家互联网强国的战略目标。

②移动互联网行业基础设施逐步完善、智能终端迅速普及以及新技术应用

随着全球移动互联网基础建设的大规模投入，4G 网络覆盖范围进一步扩大，城市 WiFi 等基础设施和网络技术建设加速发展，为移动互联网营销提供了坚实的通信网络保障。同时，近年来移动终端消费者的移动网络使用成本快速下降，增加了消费者的覆盖范围和使用时长，间接增加了移动互联网广告的受众面。

由于移动智能终端的价格逐年下降，性能逐渐上升，移动手机用户正在快速转向智能手机，智能终端得到快速普及。作为移动互联网广告的载体，不断提升

的智能终端普及率进一步拓宽了移动互联网广告的投放渠道。

随着“Look-alike”方法、“App-links”技术、二维码等新技术在移动营销行业内的不断应用，提升了移动广告的投放效率。如“Look-alike”通过相似人群扩展，扩大了精准营销的目标人群覆盖面，从而达到提升广告效果的目的。通过“App-links”可在 App 之间传递更丰富的信息，一个 App 的广告链接通过 deep link 可以直接开启另一个 App，给营销效率的提升提供了便利。二维码的广泛使用，带来了更加便捷的移动应用和移动广告的接触途径。

③众多行业对移动应用广告的需求逐渐加剧

由于移动互联网行业的迅速发展，诸如购物、社交、游戏、工具、视频、新闻等各类移动应用纷纷出现，用户花费于移动应用的时间逐渐提高，2016 年全球移动用户下载应用的次数、使用应用的时长均较 2015 年大幅增长，且预计该等趋势仍将持续。由于用户专注于移动应用的时长越来越多，广告商亦跟随消费者的迁移趋势，增加了在移动应用内的广告投入。移动应用的商业模式和技术创新将持续为这个充满活力、生机勃勃的市场注入了不竭的动力，越来越多来自不同行业的不同企业，越来越迫切地选择移动应用的途径进行营销，移动应用行业将呈现出无限商机。

2) 影响行业发展的不利因素

①移动应用广告专业人才不足

移动应用行业是知识和人才密集型行业，在移动互联网时代，围绕智能移动终端设计研发的移动应用已形成新的技术体系，对智能移动应用研发中的策划、程序、美术、测试，以及后期运营中的高端技术人员和管理人员等均有较高要求，需要人才在具备相关知识和技能的同时，具有国际化视野并熟悉全球市场，充分理解用户的需求和行为特性。目前该类高素质人才较为稀缺，而与之相关的培训和教育市场尚未成熟，人才储备不足，加之近年来移动互联网行业的快速发展，更加重了人才紧缺。随着移动互联网产业规模的不断扩大，人才问题将对产业的可持续发展带来一定的制约。

②移动应用行业竞争激烈，同质化现象严重

移动应用行业发展迅速，移动应用开发商数量众多，行业竞争日渐剧烈，为了不在竞争中落下，移动应用开发商每年向市场推出大量的应用产品，而该等应用产品质量参差不齐，部分应用产品模仿当期热销的应用，同质化现象较为严重。优质的创新产品易于受到后续模仿产品的跟进冲击，不利于鼓励创新，不利于行业的健康有序发展。移动应用产品的同质性一方面削弱了开发商的创新研发动力，另一方面也削弱了应用开发商对广告主的议价能力。

（5）进入移动互联网应用行业的主要障碍

移动互联网应用行业的进入壁垒主要表现在如下：

1) 技术壁垒

移动互联网应用的开发是一个系统性工程，涉及到策划、编程、美工、测试、运营等各个方面的配合，并且对这些环节有着较高的技术要求，否则将会对产品的质量产生重要的不利影响。同时，移动应用技术开发的技术更新换代较为频繁，需要时刻保持对市场的关注和创新精神，具备对新技术的持续跟踪和研发能力，以不断更新、优化技术，满足市场发展需求，从而为用户带来较好的用户体验。

2) 人才壁垒

移动应用产品设计开发需要大量熟悉产品策划以及用户心理及行为等多方面知识的复合型人才。随着近年来移动应用行业快速发展和精品化趋势的显现，优秀人才供不应求，对人才的专业程度和综合素质有了更高的要求。对于手机应用研发商而言，对每一款研发的应用都需要投入更有经验的各类人才。因此，应用产品开发和运营方面的高端人才是进入行业的主要壁垒之一。

3) 资金壁垒

移动应用行业发展迅速，竞争激烈，研发企业对人才和新产品有着较高的需求，使得从业员工工资水平持续增长，研发成本上升；为了应对市场竞争，移动应用开发商需要投入大量资金研发产品、培养人才、提高经营管理能力。此外，新开发的产品也需要大量的资金支持运营推广，因此对于行业新的进入者而言，移动应用的研发和运营需要的巨大资金投入构成了较高的壁垒。

（6）行业的技术水平和技术特点

随着 4G 网络的普及，移动端网络带宽和稳定性得到明显增强，同时网络资费也有所降低。国内软件技术和移动应用开发及创新能力的不断提升，移动应用开发越来越看重用户体验的保障和提升，并且不断个性化、实用化、功能化。此外，相关移动支付、第三方支付等应用的成熟，保障了移动应用商业模式的可行性。

未来，移动应用相关技术更新换代速度将显著加快。移动互联网新技术是推动移动互联网发展的重要动力，2012 年二维码得到了广泛的普及和应用，为移动营销的发展提供了创新的模式。NFC（Near Field Communication 的缩写）成为移动支付的新手段，为用户提供更便捷的支付体验，目前已有多款智能手机具备 NFC 功能；智能电视、智能手表以及 Googleglass 等穿戴式智能设备的发展为移动互联网未来发展提供了巨大的想象空间，谷歌、苹果、三星等科技企业的大力推动，将进一步加快市场普及的进程。移动互联网行业正处于技术快速发展和变化的时期，技术更新换代很快，随时可能出现颠覆性的应用新体系。

在行业的经营模式上，移动端应用研发者直接或通过应用发行渠道商向第三方平台提供应用产品进行产品推广，根据用户下载量决定产品销量与推广质量。第三方平台主要通过其互联网广告平台开展业务，按照广告投放的效果或展示次数向广告主收取广告费，并向媒体资源方支付广告投放费用或流量费用。

（7）行业的周期性、季节性和区域性特征

1) 周期性

周期性方面，由于移动应用行业属于相对细分行业，存在着丰富的探索方向，产品技术更新换代很快，从萌芽到爆发的过程中可能出现日新月异的变化。且由于近年来一直保持快速发展态势，因此产品数量较少的企业发展可能会呈现出一定的波动性。

2) 季节性

季节性特征方面，由于移动互联网应用市场的细分领域较多，不同细分领域间的差异较大。例如，白领阶层和学生阶层较为钟爱的社交类应用，无明显季节

性特征；而诸如购物类应用在节假日集中的季节相对活跃。

3) 区域性

区域性方面，App Annie 于 2016 年 2 月出具的移动应用预测报告显示，截至 2020 年，全球移动应用产生的收入将达到 1,011 亿美元，未来五年中，美洲和欧洲、中东及非洲地区的收入将在 2016 年的基础上翻一番，但增长速度仍将慢于亚太地区。2020 年，亚太地区的收入将达到 575 亿美元。

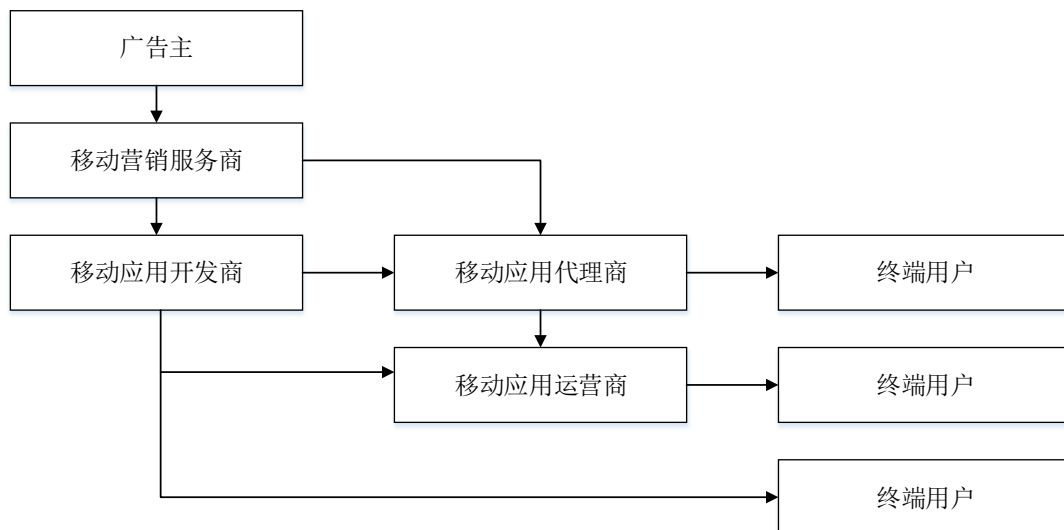
目前，移动应用市场的收入增长主要来自于美国、欧洲、日本、韩国等成熟市场的智能手机用户。未来，虽则印度、印尼、巴西等新兴市场下载量的不断增长以及用户消费习惯的改变，新兴市场将在移动互联网市场的收入中发挥巨大作用。

(8) 上下游行业情况

随着移动应用的深入发展，移动广告产业链已基本形成“广告主-移动广告平台-应用开发商”的基础结构。全球移动设备的普及和基础设施的发展，开启了移动广告发展的时代。在产业链需求端，移动广告平台承接广告主的广告投放需求，通过广告排期、广告投放等措施，为广告主提供全方位的广告推广服务。在产业链供给端，应用开发者接入广告平台的广告，利用自有流量完成广告平台的指定任务，实现流量变现。

1) 移动应用广告产业链基本情况

移动应用广告产业链从上游至下游依次包括广告主、移动营销服务商（移动广告平台）、移动应用开发商和运营代理商、终端用户。



广告主：广告主处于移动广告产业链的上游，按照其所提供的产品和服务产生广告营销需求，并由移动营销服务商通过移动应用软件等渠道进行广告投放。按照投放侧重点不同，可分为效果类广告主和品牌类广告主：前者侧重转化行为，以电商、应用、游戏等行业为主，后者侧重品牌态度如美誉度、忠诚度等，以汽车、快消等传统行业为主。

移动营销服务商：营销服务商是链接广告主与应用研发商和代理商的纽带，移动营销服务商搜寻和获取广告主的广告需求，并向各应用开发商或代理商推送广告。目前广告自动购买成为市场主流趋势，移动程序化购买类广告公司发展迅速，营销服务商即属于程序化类广告公司。

移动应用开发商：针对用户的不同需求研发不同功能属性的应用。标的公司即为移动应用开发商。

移动应用代理商/运营商：移动应用的代理商/运营商主要面向广大移动应用用户，协助移动应用开发商进行应用的推广和运营，同时协调应用研发商和用户支付渠道等各类资源，完成对用户充值购买金额或移动营销服务商的收益结算。

终端用户：为整个行业的终端消费者，移动端广告信息最终触达的人群。移动互联网时代，终端用户的注意力进一步碎片化、个性化，种类繁多的应用激发和满足了不同个体多样的需求，同时也反映了更多维度的用户特征，各类关键指标的聚合，成为广告精准投放的依据。

2) 移动应用广告行业的上下游行业情况及其影响

移动应用广告行业的上游行业主要包括通信行业、硬件设备制造业、软件行业、媒体行业、支付服务行业等。其中通信行业、硬件设备制造业、支付服务行业的发展能为移动应用的发展提供技术支持，增加移动应用对用户的吸引力。

终端用户即该行业下游，主要是移动应用的用户，移动应用的用户数量增长能够促进移动应用广告行业的发展。

（二）标的公司的行业地位及核心竞争力

标的公司的主要经营性资产为其下属控股子公司 Outfit7，其行业地位及核心竞争力情况如下：

1、Outfit7 的行业地位

Outfit7 根据自身特有战略资源和市场开发运营经验，根据“会说话的汤姆猫家族”这一颇受欢迎的 IP，开发并投放了一系列亲子互动类移动应用，公司的应用产品面向全球进行推广，截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 移动应用下载量已累计超过 60 亿次，公司的主要产品在多个国家和地区应用榜单中名列前茅。例如，根据 App Annie 发布的《全球移动应用市场 2016 年回顾》，Outfit7 的产品《我的汤姆猫》按照 Android 手机月活跃用户数、全球 iOS 和 Google Play 综合下载量等指标排名，均当选为 2016 年度全球十大热门游戏；《汤姆猫跑酷》iOS 平台的下载量曾在全球多个国家进入所有应用类别排名的前十；《我的安吉拉》下载量在 2017 年上半年全球多个国家的 iOS 家庭类游戏中均进入前十。Outfit7 产品根据月活跃用户数、不同渠道下载量等不同指标，在巴西、中国、法国、印度、印尼、墨西哥、波兰、俄罗斯、土耳其等全球多个国家的排名均进入前十。Outfit7 在全球移动应用行业内具有较高知名度和较强的竞争优势。

2、Outfit7 的核心竞争力

（1）拥有全球知名的顶级 IP

Outfit7 是一家专业从事亲子互动类移动应用开发的开发运营的全球著名的移动互联网高科技企业。经过多年发展，Outfit7 创造了“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP，基于该 IP 开发的趣味应用和产品，已覆盖全球数十亿人口，是全球最著名的移动应用 IP、动漫 IP、休闲社交 IP 之一。该 IP 不仅在历史上为

Outfit7 带来了巨大的用户流量，同时公司未来亦可根据该 IP 进行深入开发，充分挖掘该 IP 潜藏的价值，诸如建设主题乐园、开发影视产品、开发衍生周边产品等。

（2）具有广泛的用户基础及行业领先的品牌优势

Outfit7 成立至今其主要应用产品已在全球多个主要市场成功运营。Outfit7 属于亲子互动类移动应用行业的领导者，依靠产品的优秀质量在用户间拥有出众的口碑并树立了良好的品牌形象。Outfit7 已积累庞大的应用产品用户资源，拥有了较为广泛的用户基础。Outfit7 的主要产品《我的汤姆猫》、《会说话的安吉拉》、《汤姆猫跑酷》、《我的汉克狗》、《会说话的汤姆猫 2》等自推出以来累计用户超过数亿人次。Outfit7 在亲子互动移动应用市场占据重要地位，其广泛的知名度提高了公司产品对用户的吸引力，为其带来更多的用户积累，形成了一种良性循环，而 Outfit7 庞大的用户库也有利于公司通过交叉营销的方式，使得新发布的产品迅速覆盖用户群体进而实现效益。

（3）精准的广告投放优势及良好的营销服务商合作关系

Outfit7 在移动应用的研发和运营中，为了提高业务质量及利润率，通过其数据分析系统建立了以数据为基础、以用户行为为导向的精细化市场营销和运营体系。Outfit7 根据现有产品的庞大用户基数，每天可收集到约 50 亿条用户行为数据，公司自行研发了演进的机器学习算法，将收集到的相关运营数据进行精准分析和比对，优化营销渠道，及时调整市场推广工作，为运营和市场决策提供支持，同时通过大数据分析用户的特征和偏好，实现精准的广告投放。

Outfit7 的主要产品取得世界范围内用户的良好评价，全球用户数保持了快速增长。Outfit7 与国际主流的广告营销平台建立了良好的长期业务合作关系，包括 Applovin、Google、Twitter 等。通过与该等营销平台的良好关系，Outfit7 获取了大量媒体资源储备，同时公司可根据广告主的营销需求，个性化地提供不同的广告形式，并向移动应用用户进行投放。

（4）优秀的研发及技术优势

Outfit7 为全球知名的互联网科技企业，吸引并招徕了大量斯洛文尼亚当地

优秀的科技人才，并逐渐形成了一支大规模、高执行力的移动应用产品研发团队。研发团队成员具有丰富的研发经验和优秀的创意基因，研究和开发了多款移动应用产品，有效地保障了 Outfit7 产品的内生式发展能力，同时 Outfit7 通过开发动漫产品等方式，有效地拓宽了公司的外延式发展渠道。通过持续的产品内容生产，Outfit7 在行业内形成了深厚的研发和技术基础。

(5) 丰富的全球化运营经验

Outfit7 拥有全球范围内投放和运营产品的经验，具备世界范围内网络跨平台能力。在全球市场的开拓过程中，Outfit7 逐步打造出一支强大的营销运营团队。通过在目标市场上深耕细作，针对不同地区市场的用户特征、行为偏好、付费能力以及付费习惯等制定产品推广和运营策略，协助 Outfit7 最大化市场占有率及利润率。丰富的全球化运营经验是 Outfit7 保持现有行业市场地位、持续保持和提高亲子互动类移动应用市场占有率的坚强支撑和重要保障。

(三) 财务状况分析

1、资产构成

报告期内，Outfit7 资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产：						
货币资金	12,426.06	26.23%	17,842.74	39.01%	18,341.78	44.46%
应收账款	12,278.67	25.92%	10,154.79	22.20%	10,724.57	26.00%
预付款项	412.55	0.87%	265.46	0.58%	158.08	0.38%
其他应收款	44.08	0.09%	79.39	0.17%	178.98	0.43%
其他流动资产	469.75	0.99%	777.96	1.70%	443.76	1.08%
流动资产合计	25,631.10	54.10%	29,120.35	63.67%	29,847.17	72.35%
固定资产	336.06	0.71%	324.91	0.71%	258.62	0.63%
无形资产	17,924.06	37.83%	12,892.61	28.19%	10,912.73	26.45%
开发支出	3,403.22	7.18%	3,329.78	7.28%	167.97	0.41%
递延所得税资产	82.75	0.17%	67.42	0.15%	67.97	0.16%
其他非流动资产	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
非流动资产合计	21,746.09	45.90%	16,614.72	36.33%	11,407.30	27.65%
资产总计	47,377.20	100.00%	45,735.07	100.00%	41,254.47	100.00%

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 总资产分别为 47,377.20 万元、45,735.07 万元和 41,254.47 万元。报告期内 Outfit7 的资产总体规模保持稳定上升趋势，其主要流动资产包括货币资金及应收账款，非流动资产主要包括无形资产及开发支出。

Outfit7 主要资产具体情况分析如下：

(1) 货币资金

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
银行存款	12,426.06	17,842.74	18,341.78
合计	12,426.06	17,842.74	18,341.78

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 的货币资金占流动资产比例分别为 48.48%、61.27%和 61.45%，是 Outfit7 流动资产的主要构成。报告期内，货币资金下降主要原因系 Outfit7 分红所致。

(2) 应收账款

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 应收账款余额分别为 12,278.67 万元、10,154.79 万元和 10,724.57 万元。报告期各期末 Outfit7 的应收账款余额较为稳定。

报告期各期末，Outfit7 应收账款前五名情况如下：

单位：万元

2017 年 6 月 30 日			
序号	企业名称	账面余额	占应收账款余额比例（%）
1	Google Ireland Ltd.	2,079.36	16.07
2	Inmobi Pte Ltd.	1,419.77	10.98
3	Smaato Inc.	746.11	5.77
4	Tianjin Baidu Zitong Technology Co., Ltd	712.46	5.51
5	Twitter Inc.	631.62	4.88
合计		5,589.33	43.21
2016 年 12 月 31 日			
序号	企业名称	账面余额	占应收账款余额比例（%）
1	Google Ireland Ltd.	1,567.86	14.66

2	Inmobi Pte Ltd.	1,359.73	12.71
3	Unity Technologies Finland Oy	903.55	8.45
4	Smaato Inc.	818.69	7.66
5	Twitter Inc.	706.62	6.61
合计		5,356.45	50.09
2015 年 12 月 31 日			
序号	企业名称	账面余额	占应收账款余额比例（%）
1	Inmobi Pte Ltd.	1,736.70	15.36
2	Google Ireland Ltd.	1,684.38	14.90
3	Twitter Inc.	643.24	5.69
4	Facebook Ireland Ltd.	621.53	5.50
5	Smaato Inc.	590.19	5.22
合计		5,276.04	46.67

报告期各期末，Outfit7 的应收账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2017 年 6 月 30 日			2016 年 12 月 31 日			2015 年 12 月 31 日		
	账面余额	占比%	坏账准备	账面余额	占比%	坏账准备	账面余额	占比%	坏账准备
1 年以内	12,747.77	98.54	637.39	10,601.37	99.13	530.07	11,016.03	97.45	550.80
1-2 年	180.96	1.40	18.10	92.77	0.87	9.28	288.16	2.55	28.82
2-3 年	7.75	0.06	2.32	-	0.00	-	-	-	-
小计	12,936.48	100.00	657.81	10,694.14	100.00	539.35	11,304.19	100.00	579.62

2015 年年末、2016 年年末及 2017 年 6 月末，Outfit7 一年以内的应收账款占比分别达到 97.45%、99.13%、98.54%，其应收账款主要为应收第三方移动营销服务商的款项，Outfit7 按照公司的信用政策计提坏账准备，对于 1 年以内、1-2 年、2-3 年的应收账款分别按照账面余额的 5%、10%及 30%计提坏账准备。

（3）预付款项

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 预付款项分别为 412.55 万元、265.46 万元及 158.08 万元，预付款项占流动资产比例分别为 1.61%、0.91%和 0.53%，占比较小。

（4）其他应收款

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 其他应收款占流动资产比例分别为 0.17%、0.27%和 0.60%，主要为租赁押金。

(5) 其他流动资产

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
可抵扣增值税	446.87	395.38	182.90
预缴所得税	22.88	382.58	260.87
合计	469.75	777.96	443.76

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 其他流动资产占流动资产比例分别为 1.83%、2.67%和 1.49%，占比较小。

(6) 固定资产

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 固定资产分别为 336.06 万元、324.91 万元及 258.62 万元，占非流动资产的比例分别为 1.55%、1.96%及 2.27%。Outfit7 属于轻资产互联网科技企业，固定资产占比较小，主要构成为办公类通用设备及与研发相关的专用设备。

(7) 无形资产

报告期内各期末，Outfit7 的无形资产账面价值具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	账面价值	比例%	账面价值	比例%	账面价值	比例%
软件	28.99	0.16	38.23	0.30	74.28	0.68
视频	8,185.93	45.67	6,218.22	48.23	5,759.63	52.78
应用程序及支持系统	8,117.30	45.29	5,278.41	40.94	3,820.32	35.01
注册费	1,591.83	8.88	1,357.76	10.53	1,258.52	11.53
合计	17,924.06	100.00	12,892.61	100.00	10,912.75	100.00

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 无形资产占非流动资产比例分别为 82.42%、77.60%和 95.66%。报告期内，Outfit7 的无形资产主要包括 Outfit7 基于“会说话的汤姆猫家族”开发的视频短剧、通过研发形成的“会说话的汤姆猫家族”系列应用产品及相关支持系统，2017 年 6 月末，Outfit7 的视频、应用程序及支持系统占其无形资产比例累计达 90.96%。

Outfit7 无形资产账面价值呈上升趋势，主要原因系：Outfit7 主营业务为移动应用产品的研发和运营，近年来持续不断地研究开发新应用产品，Outfit7 每年均会研发新的应用程序。

1) Outfit7 无形资产摊销的会计政策及会计处理的合理性分析

①Outfit7 无形资产摊销的会计政策

Outfit7 的无形资产均为使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限及判断依据如下：

项目	摊销年限 (年)	摊销方法	预计使用寿命判断依据
软件	3	直线法	合同规定的受益年限
视频	7	直线法	参考能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命
APP 及支持系统	5	直线法	参考能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命
IP 注册权	10	直线法	法律规定的有效年限

②互联网广告推广行业公司无形资产摊销政策

同行业可比公司	无形资产类型	摊销年限
明家联合（300024）	云时空广告平台、微赢互动广告平台等	5 年
二六三（002467）	内部研发软件及其他-Vclass 在线教育培训平台、G-LIVE 多媒体直播培训平台等	3-5 年
天神娱乐-合润文化	软件类-移动广告平台、OASIS GAMES 游戏推广市场平台	10 年
顺网科技（300113）	软件著作权-网维之星计算机游戏及软件管理系统、顺网游戏推广平台软件等	5 年
Rovio（注）	视频	10 年
迪斯尼（注）	视频	5-10 年
梦工厂（注）	视频	10 年

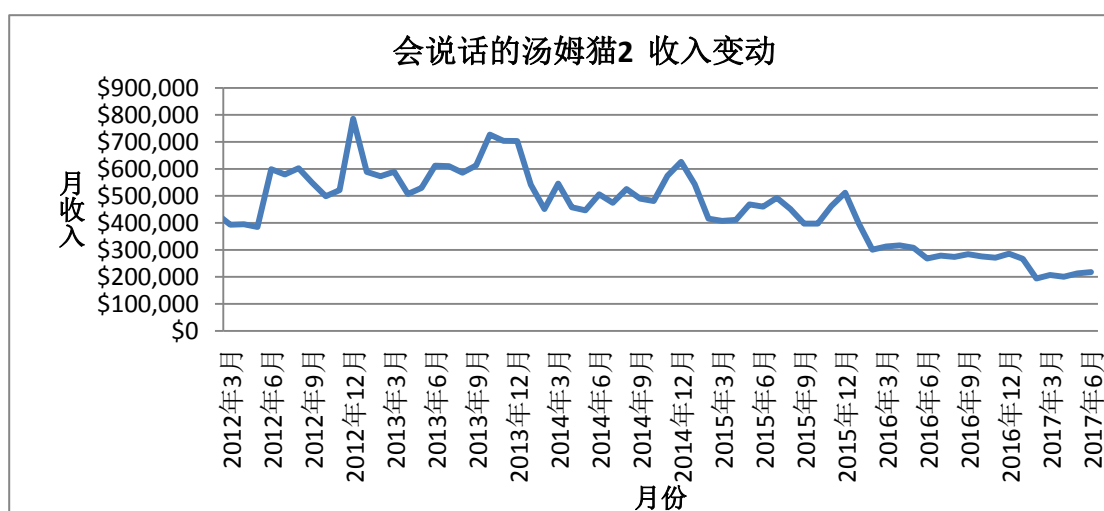
注：Rovio 系芬兰赫尔辛基证交所上市公司，为“愤怒的小鸟”视频及应用制作商；迪斯尼为纽交所上市公司；梦工厂为纳斯达克上市公司。

综合上表对比分析可见，Outfit7 与同行业广告推广互联网公司的无形资产摊销年限不存在重大差异。

③Outfit7 无形资产生命周期

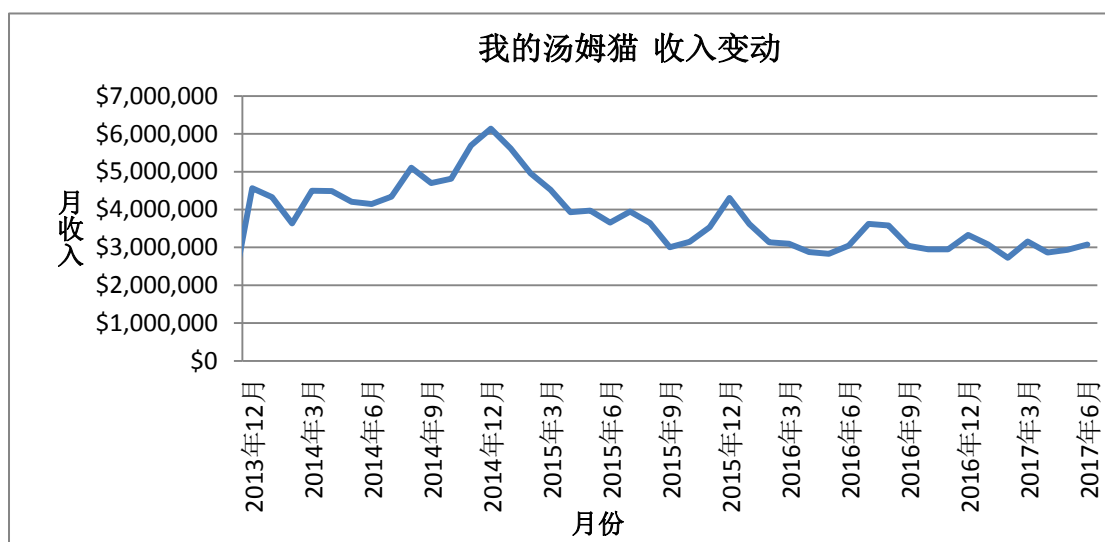
Outfit7 无形资产收益较为稳定，通过对其具有代表性的产品正式发布以来收入变动趋势进行分析，对应用产品生命周期分析：

A. 《会说话的汤姆猫 2》为 Outfit7 发布最早的产品之一，2011 年 5 月进行全球发布，自 2012 年至 2017 年 6 月，累计带来约 3000 万美元的收入，远超其无形资产账面原值。自 2012 年以来收入变动情况列示如下：



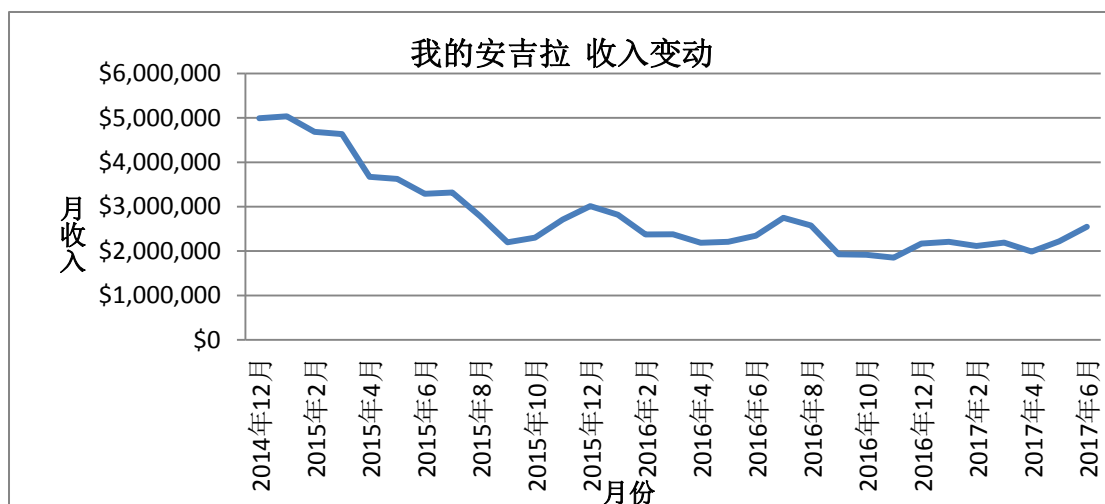
《会说话的汤姆猫 2》自 2012 年 1 月至 2017 年 6 月五年半中，产品带来的收入自发布一年半后达到约 80 万美元/月顶峰后，收入以约 10 万美元/年的速度下降，2017 年月均带来的收入保持在 20 万美元，并且依照变动趋势，未来 1 年后带来直接经济利益流入将会继续下降。《会说话的汤姆猫 2》完整的生命周期大约在 6-7 年的时间。

B. 《我的汤姆猫》为 Outfit7 收入最大的产品之一，于 2013 年 11 月全球发布，至 2017 年 6 月份，累计为 Outfit7 带来约 1.67 亿美元的收入，远超其无形资产账面原值。自发布以来收入变动情况列示如下：



《我的汤姆猫》自发布至 2017 年 6 月，其为 Outfit7 带来的收入自发布一年后至 2014 年 12 月达到 600 万美元/月的顶峰，在接下来的一年，收入逐渐下降，并随后的一年半时间月收入保持稳定在约 300 万美元，并且依照变动趋势，在 2-3 年内直接经济利益流入将会继续下降。《我的汤姆猫》完整的生命周期推测大约在 6-7 年的时间。

C. 《我的安吉拉》系 Outfit7 推出的“会说话的汤姆猫家族”系列产品之一，2014 年 10 月全球发布，自发布至 2017 年 6 月，累计带来约 8,705 万美元的收入，远超其无形资产账面原值。自发布以来收入变动情况列示如下：



《我的安吉拉》自 2014 年 10 月至 2017 年 6 月两年半中，APP 带来的收入自发布初期即达到约 500 万美元/月顶峰后，在随后的一年时间内收入下降，自

2015 年 10 月至 2017 年 6 月，月收入保持在 200 万至 300 万美元之间，无法估计不再带来直接经济利益流入的准确时间。综合考虑客户黏性及 Outfit7 同类产品的推出，估计《我的安吉拉》完整的生命周期大约在 5-7 年的时间。

④无形资产摊销的会计处理

通过对 Outfit7 三款代表性汤姆猫家族衍生 APP 移动应用产品的生命周期分析，可以发现，Outfit7 移动应用生命周期在 5-7 年之间，Outfit7 根据谨慎性原则，APP 类移动应用按 5 年摊销；软件及 IP 注册权按合同或法律收益年限摊销；视频摊销期限对比 Rovio 公司、迪斯尼公司及梦工厂公司等同行业公司，并按照同行业公司中较短的 7 年进行摊销。Outfit7 无形资产摊销符合《企业会计准则》的规定。

(8) 开发支出

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 开发支出分别为 3,403.22 万元、3,329.78 万元、167.97 万元，占非流动资产总额的比例为 15.65%、20.04%、1.47%。开发支出主要系 Outfit7 开发“会说话的汤姆猫家族”系列视频及 App 的支出。

1) 2016 年末 Outfit7 开发支出较 2015 年增长较快的原因

①Outfit7 开发支出构成情况汇总列示如下：

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
“会说话的汤姆猫家族”系列视频内容	-	18,579,436.79
“会说话的汤姆猫家族”系列移动应用产品	1,679,744.89	13,806,740.04
IP 注册费		911,655.99
合计	1,679,744.89	33,297,832.82

A.截至 2015 年 12 月 31 日 Outfit7 开发支出具体明细

单位：元

分类	项目/产品名称	2015 年末金额
移动应用产品	汤姆猫跑酷	549,481.98
移动应用产品	汤姆猫泡泡射手 1.2	548,785.19
移动应用产品	我的安吉拉 2.0	183,983.53
移动应用产品	会说话的汤姆猫 TT1R	172,790.37

分类	项目/产品名称	2015 年末金额
移动应用产品	我的安吉拉 2.1	107,505.63
移动应用产品	汤姆猫泡泡射手 1.3	85,670.49
移动应用产品	汤姆猫的摩托艇 1.1	31,527.70
合计		1,679,744.89

B.截至 2016 年 12 月 31 日 Outfit7 开发支出具体明细

单位：元

分类	项目/产品名称	2016 年末金额
视频内容	会说话的汤姆猫家族动画第二季	18,579,436.78
移动应用产品	我的汉克狗	9,220,740.01
移动应用产品	汤姆猫跑酷更新 2016	1,915,032.09
移动应用产品	汤姆猫战营	1,395,734.92
移动应用产品	安吉拉时尚工作室	505,981.60
移动应用产品	汤姆猫水乐园	334,335.36
移动应用产品	我的汤姆猫更新 2016	211,199.78
移动应用产品	我的安吉拉更新 2016	186,453.26
移动应用产品	Windows 接口系统支持技术	37,263.06
IP 注册费	IP Registration	911,655.96
合计		33,297,832.82

②2016 年末 Outfit7 开发支出较 2015 年增长较快的原因分析

2016 年末 Outfit7 开发支出较 2015 年增长较快的原因为：“会说话的汤姆猫家族”系列视频内容及移动应用产品的开发成本和 IP 注册费均出现较大幅度的上升，具体分析如下：

A.“会说话的汤姆猫家族”系列视频内容金额变动原因

Outfit7“会说话的汤姆猫家族”系列动画视频主要委托 Arx anima animation studio GmbH 公司制作。“会说话的汤姆猫家族”动画系列视频第一季于 2014 年立项，2015 年 8 月交付，截至 2015 年底视频制作均已完成，Outfit7 账面已将第一季视频制作成本 6,559.86 万元结转为无形资产；“会说话的汤姆猫家族”动画系列视频第二季于 2016 年 5 月立项，截至 2016 年底尚在制作中，并未交付，故 Outfit7 支付的相关视频内容制作费用仍以“开发支出”核算，并未结转至无形资产，导致 2016 年末开发支出较 2015 年增长较快。

B.“会说话的汤姆猫家族”系列移动应用产品金额变动原因

Outfit7 对符合资本化条件的“会说话的汤姆猫家族”系列移动应用产品的开

发成本归集为“开发支出”，并在移动应用产品进行正式全球发行时转为无形资产。2016 年末“会说话的汤姆猫家族”系列移动应用产品开发支出金额较 2015 年末金额增加较大，主要原因系截至 2016 年末 Outfit7 处于开发阶段但尚未正式全球发行的应用产品数量较多及其开发支出发生额较大，具体情况如下：

应用产品	立项时间	正式或预计 发行时间	开发 周期	截至 2015 年末发 生额（元）	截至 2016 年末 发生额（元）
汤姆猫跑酷	2015-11-18	2016 年 6 月	8 个月	549,481.98	
汤姆猫战营	2015-12-8	2018 年 2 月	19 个月		1,395,734.92
我的汉克狗	2016-4-14	2017 年 1 月	9 个月		9,220,740.01
汤姆猫水乐园	2016-10-10	2017 年 11 月	14 个月		334,335.36
安吉拉时尚工作室	2016-11-17	2019 年	9 个月		505,981.60
版本更新成本				1,130,262.91	2,349,948.15
合计				1,679,744.89	13,806,740.04

《我的汉克狗》于 2016 年 4 月正式立项，Outfit7 将开发期间符合资本化条件的成本归集为“开发支出”。截至 2016 年年末，《我的汉克狗》仍处于修改优化的状态，尚未正式发行，其累计开发支出金额为 922.07 万元。《我的汉克狗》至 2017 年 1 月《我的汉克狗》正式全球发行后，其开发支出结转为无形资产；《汤姆猫战营》于 2015 年 12 月正式立项，本项目 2015 年度发生开发支出较少，主要开发活动成本发生在 2016 年，截至 2016 年年末累计开发支出金额为 139.57 万元，该应用产品截至 2017 年 6 月尚未进行全球发行；《汤姆猫跑酷》于 2015 年 11 月正式立项，截至 2015 年年末累计开发支出金额为 54.95 万元，《汤姆猫跑酷》于 2016 年进行全球发行，并将其开发支出同步转入无形资产核算。

C.IP 注册费金额变动原因

Outfit7 对掌握的 IP 版权进行全球注册，并将 IP 注册费予以资本化，在相关国家法律要求的审查期限结束后，转为无形资产。2016 年末，Outfit7 在新开发市场（阿根廷、南非等）对原有 IP 版权进行注册维护，以及对当时即将发行的《我的汉克狗》进行新 IP 版权注册维护。由于该等 IP 版权注册仍处于申请审查阶段，不满足结转为无形资产的条件，因此仍在“开发支出”项目核算，2016 年末 IP 注册费金额较大。

③会计处理符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则》，企业内部研究开发项目的支出，应当区分研究阶段支出与开发阶段支出。研究是指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查。开发是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等。企业内部研究开发项目研究阶段的支出，应当于发生时计入当期损益。企业内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能确认为无形资产：**A.完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；B.具有完成该无形资产并使用或出售的意图；C.无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；D.有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；E.归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。**

根据《企业会计准则》的规定，Outfit7 上述视频产品、移动应用产品和 IP 注册费等支出满足资本化的原因如下：**A.Outfit7 具有强大的技术开发团队及丰富的 APP 开发经验，同时其视频委托 Arx anima animation studio GmbH 公司制作，故 Outfit7 完成无形资产视频以及移动应用产品等开发在技术上具有可行性；B.Outfit7 经济利润的流入主要通过视频、应用产品及其支持系统等无形资产的广告推广功能，故 Outfit7 具有完成该无形资产并使用的意图，同时该无形资产未来能够给 Outfit7 带来经济利益流入；C.Outfit7 对内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段进行严格区分，研究阶段工作主要包括：定义新的研发项目思路、准备研发项目基础材料、获取研究项目数据等；开发阶段主要工作包括：设计与图形制作、项目开发、测试与注册等。Outfit7 对内部研究开发项目研究阶段支出和开发阶段支出按开发项目分阶段归集。**

综上所述，Outfit7 结合自身的经营模式、财务资源及技术可行性等因素，将内部研究开发项目开发阶段的支出中符合资本化条件的成本计入开发支出，并在达到预定用途时转为无形资产，符合《企业会计准则》的规定。

（9）递延所得税资产

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 递延所得税资产分别为 82.75 万元、67.42 万元和 67.97 万元，占非流动资产总额的 0.38%、0.41%和 0.60%，占 Outfit7 的资产比例较小。

2、负债构成

报告期内，Outfit7 负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债：						
应付账款	1,167.53	22.19%	2,470.71	71.52%	949.74	45.45%
预收款项	208.55	3.96%	365.35	10.58%	230.98	11.05%
应付职工薪酬	525.77	9.99%	434.39	12.57%	377.38	18.06%
应交税费	576.93	10.97%	174.57	5.05%	183.94	8.80%
应付股利	2,767.59	52.61%	-	-	-	-
其他应付款	14.45	0.27%	9.47	0.27%	347.37	16.63%
流动负债合计	5,260.81	100.00%	3,454.49	100.00%	2,089.41	100.00%
负债合计	5,260.81	100.00%	3,454.49	100.00%	2,089.41	100.00%

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 总负债分别为 5,260.81 万元、3,454.49 万元和 2,089.41 万元。2016 年年末负债总额较 2015 年年末增加 65.33%，主要系 Outfit7 于 2016 年加大应用产品的推广力度，期末应付市场推广费较高所致。2017 年 6 月末，Outfit7 负债总额较 2016 年年末增加 52.29%，主要系当月末 Outfit7 计提应付股利所致。

Outfit7 主要负债情况如下：

（1）应付账款

Outfit7 除为移动营销服务商提供广告服务外，同时亦向移动营销服务商采购移动广告服务，Outfit7 应付账款主要为 Outfit7 向移动营销服务商采购服务的费用，以及部分其他零星款项。截至 2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 应付账款分别为 1,167.53 万元、2,470.71 万元、949.74 万元。2016 年及 2017 年，Outfit7 加大了市场推广力度，2016 年年末及 2017 年 6 月末，Outfit7 应付市场推广费高于 2015 年年末。

（2）预收款项

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 预收款项分别为 208.55 万元，365.35 万元及 230.98 万元，为 Outfit7 预收的应用内道具款。

（3）应付职工薪酬

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 应付职工薪酬分别为 525.77 万元、434.39 万元和 377.38 万元，总体呈上升趋势，主要系随着 Outfit7 的业务规模持续扩大，应付职工薪酬逐年上升。

（4）应交税费

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 应交税费余额分别为 576.93 万元、174.57 万元和 183.94 万元，主要为 Outfit7 应交企业所得税、代扣代缴个人所得税及其他税费。2017 年 6 月末 Outfit7 应交税费余额较高，主要原因系公司计提上半年应交企业所得税，于期后缴纳。

（5）应付股利

2017 年 6 月末，Outfit7 应付股利为 2,767.59 万元，主要为 Outfit7 应向联合好运支付的股利。

（6）其他应付款

2017 年 6 月末、2016 年年末及 2015 年年末，Outfit7 其他应付款余额分别为 14.45 万元、9.47 万元和 347.37 万元，分别占 Outfit7 负债总额的 0.27%、0.27% 及 16.63%。

3、偿债能力分析

报告期内，Outfit7 的偿债能力指标如下：

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资产负债率（%）	11.10	7.55	5.06
流动比率（倍）	4.87	8.43	14.28
速动比率（倍）	4.87	8.43	14.28
息税折旧摊销前利润（万元）	32,735.64	51,822.36	59,121.28

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
利息保障倍数	-	-	-

注：上述指标的计算公式如下：

(1) 资产负债率=总负债/总资产，下同

(2) 流动比率=流动资产/流动负债，下同

(3) 速动比率=(流动资产-存货)/流动负债，下同

(4) 息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出额+折旧+摊销，下同

(5) 利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/利息支出，下同。Outfit7 无利息支出，因此未计算利息保障倍数。

2017 年 6 月末，Outfit7 流动比率、速动比率下降较大，主要原因系 Outfit7 应付股利增加所致。报告期内 Outfit7 资产负债率逐渐升高，主要原因系 Outfit7 2016 年及 2017 年期末市场推广费余额较高及 2017 年 6 月末存在尚未支付的分红款导致负债总额逐渐上升。

报告期内，Outfit7 没有有息负债，亦没有利息支出。

截至 2017 年 6 月末，A 股可比上市公司偿债能力指标如下：

证券简称	资产负债率(%)	流动比率(倍)	速动比率(倍)
东方财富	60.38	1.41	1.40
迅游科技	20.21	1.69	1.69
利欧股份	36.64	1.40	1.30
东方网络	50.27	1.53	1.31
腾信股份	57.14	1.42	1.42
暴风集团	70.71	0.97	0.73
盛天网络	4.48	19.97	19.96
鹏博士	70.64	0.59	0.59
人民网	14.39	5.08	5.05
新华网	25.53	6.22	6.21
平均值	41.04	4.03	3.97
中位数	43.45	1.48	1.41
Outfit7(注)	11.10	4.87	4.87

数据来源：Wind 资讯

Outfit7 资产负债率低于 A 股可比上市公司相关数据，其资本结构较好。Outfit7 的流动比率及速动比率高于 A 股可比上市公司，处于合理范围。

4、营运能力分析

报告期内，Outfit7 的营运能力指标如下：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
应收账款周转率（次）	7.56	6.50	5.72
总资产周转率（次）	1.82	1.56	1.91

注：上述指标的计算公式如下：

（1）应收账款周转率=营业收入（或年化营业收入）/应收账款平均额，下同

（2）总资产周转率=营业收入（或年化营业收入）/总资产平均额，下同

截至 2017 年 6 月末，A 股可比上市公司营运能力指标如下：

证券简称	应收账款周转率（次）	总资产周转率（次）
东方财富	3.29	0.03
迅游科技	48.38	0.24
利欧股份	2.91	0.78
东方网络	2.11	0.22
腾信股份	2.95	1.06
暴风集团	2.68	0.65
盛天网络	8.00	0.39
鹏博士	25.43	0.38
人民网	2.55	0.31
新华网	2.20	0.33
平均值	10.05	0.44
中位数	2.93	0.36
Outfit7	7.56	1.82

数据来源：Wind 资讯

与 A 股可比上市公司相比，Outfit7 的应收账款周转率高于可比上市公司中位数，总资产周转率高于平均水平，体现 Outfit7 具有较好的营运管理能力。

（四）盈利能力分析

Outfit7 最近两年及一期的利润表如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度	
	金额	占营业收入比例%	金额	占营业收入比例%	金额	占营业收入比例%
营业收入	42,426.18	100.00	67,847.08	100.00	75,194.35	100.00

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度	
	金额	占营业收入比例%	金额	占营业收入比例%	金额	占营业收入比例%
减：营业成本	431.29	1.02	536.86	0.79	1,218.48	1.62
营业税金及附加	11.56	0.03	0.17	0.00	0.00	-
销售费用	2,329.27	5.49	5,357.40	7.90	1,550.86	2.06
管理费用	6,119.07	14.42	12,896.69	19.01	17,652.31	23.48
财务费用	1,808.01	4.26	813.00	1.20	-2,013.70	-2.68
资产减值损失	151.99	0.36	502.21	0.74	-77.05	-0.10
加：公允价值变动收益	0.00	-	0.00	-	0.00	-
投资损失	0.00	-	0.00	-	0.00	-
其中：对联营企业的投资损失	0.00	-	0.00	-	0.00	-
营业利润	31,574.99	74.42	47,740.75	70.37	56,863.45	75.62
加：营业外收入	0.42	0.00	0.01	0.00	0.90	0.00
其中：非流动资产处置利得	0.42	0.00	0.00	-	0.89	0.00
减：营业外支出	2.66	0.01	40.62	0.06	7.60	0.01
其中：非流动资产处置损失	0.21	0.00	3.56	0.01	3.38	0.00
利润总额	31,572.75	74.42	47,700.14	70.31	56,856.75	75.61
减：所得税费用	1,016.74	2.40	1,374.83	2.03	1,375.75	1.83
净利润	30,556.02	72.02	46,325.31	68.28	55,481.01	73.78
归属于母公司所有者的净利润	30,556.02	72.02	46,325.31	68.28	55,481.01	73.78
其他综合收益的税后净额	3,106.44	7.32	1,952.88	2.88	-1,742.03	-2.32
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	3,106.44	7.32	1,952.88	2.88	-1,742.03	-2.32
综合收益总额	33,662.46	79.34	48,278.19	71.16	53,738.98	71.47
归属于母公司所有者的综合收益总额	33,662.46	79.34	48,278.19	71.16	53,738.98	71.47

1、营业收入分析

2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度，Outfit7 营业收入分别为 42,426.18 万元、67,847.08 万元和 75,194.35 万元。

(1) 营业收入按产品构成分析

单位：万元

产品类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
广告收入	33,902.97	79.91	56,083.10	82.66	61,065.68	81.21
其中：移动广告投放	32,973.97	77.72	54,489.40	80.31	59,542.57	79.18

产品类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
视频广告收入	929	2.19	1,593.70	2.35	1,523.11	2.03
用户应用内购买	6,152.20	14.5	8,700.02	12.82	10,501.76	13.97
特许权收入	374.39	0.88	147.73	0.22	627.16	0.83
其他	1,996.62	4.71	2,916.23	4.3	2,999.75	3.99
合计	42,426.18	100	67,847.08	100	75,194.35	100

报告期内，Outfit7 主要运营《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》及《汤姆猫跑酷》等移动应用产品，Outfit7 收入包括大数据广告投放收入、用户的应用内购买收入及视频广告收入。Outfit7 的主要业务收入来自广告收入，在 2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度 Outfit7 的广告收入占营业收入的比例分别为 79.91%、82.66%和 81.21%，占比较为稳定。

（2）营业收入地区分析

单位：万元

地区	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
美国	10,502.90	24.76	17,951.88	26.46	19,697.93	26.20
中国	10,525.85	24.81	15,512.48	22.86	12,736.41	16.94
巴西	2,318.36	5.46	3,048.69	4.49	3,579.73	4.76
俄罗斯联邦	2,237.62	5.27	2,657.09	3.92	4,000.89	5.32
英国	1,446.55	3.41	2,974.25	4.38	3,324.34	4.42
德国	1,269.00	2.99	2,380.95	3.51	2,549.45	3.39
法国	1,142.74	2.69	2,111.60	3.11	2,630.48	3.50
加拿大	782.35	1.84	1,400.61	2.06	1,497.67	1.99
越南	882.54	2.08	1,235.14	1.82	1,332.32	1.77
印度	909.23	2.14	1,164.53	1.72	1,202.02	1.60
墨西哥	613.01	1.44	1,087.17	1.60	1,529.92	2.03
澳大利亚	636.90	1.50	1,245.16	1.84	1,309.31	1.74
土耳其	486.57	1.15	877.22	1.29	969.48	1.29
意大利	372.04	0.88	784.47	1.16	1,019.47	1.36
韩国	504.45	1.19	826.65	1.22	847.62	1.13
印度尼西亚	611.64	1.44	862.75	1.27	636.35	0.85
其他国家或地区	7,184.43	16.95	11,726.44	17.29	16,330.96	21.71
合计	42,426.18	100.00	67,847.08	100.00	75,194.35	100.00

注：上述收入分布仅统计了应用产品内购收入及移动广告收入。

根据收入地区分析，报告期内美国、中国、巴西为 Outfit7 主要的收入来源国家和地区。

（3）Outfit7 报告期业绩真实性的核查情况

1) Outfit7 海外收入情况

报告期内，Outfit7 的主营业务收入主要来自于海外的各大互联网广告商及应用商店，包括 Google、Unity、Applovin 及 Apple 等。

2) 针对海外收入进行核查的核查手段及核查范围

针对 Outfit7 主营业务收入情况，海通证券和天健拟定核查程序及核查手段，覆盖的核查范围包括内部控制核查及经营流水核查。具体如下：

①内部控制核查

Outfit7 主营业务为移动应用产品的研发和运营，其收入主要来自其应用产品的大数据广告分发业务。Outfit7 的业务流程及收入核算等管理运营过程均需依赖良好的内部控制，内部控制是否存在并有效运行是业绩真实性的基础，因此独立财务顾问和天健首先对 Outfit7 的内部控制进行检查。

由于 Outfit7 的内部控制过程极大地依赖计算机系统，本次核查中，由天健 IT 审计团队协助对 Outfit7 的内部控制有效性进行了测试，包括应用产品的运营维护、业务数据流转、记录和保存的真实准确完整性等。

②经营流水核查

为了验证 Outfit7 主要移动应用产品的广告业务经营流水是否真实合理，独立财务顾问重点核查了 Outfit7 的《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》、《汤姆猫跑酷》、《我的汉克狗》和《会说话的汤姆猫 2》在报告期内的经营流水情况，核查内容包括应用产品的运营模式、盈利模式、结算模式，收入的分布及其分析，对 Outfit7 与外部第三方的业务往来真实性进行核查。

3) 针对海外收入进行核查的核查手段及核查范围

针对上述拟定的 Outfit7 主营业务收入核查范围，海通证券和天健进行了如下核查程序：

①了解内部控制

独立财务顾问和天健对 Outfit7 主要经营管理人员，以及部分核心研发人员进行了现场访谈，Outfit7 部分核心员工对独立财务顾问及天健进行了现场演示。独立财务顾问和天健了解了 Outfit7 的采购、产品研发、运营和维护、收入确认和结算回款等主要流程模式及其相应的内部控制情况。

经过核查，Outfit7 与主要业务流程相关的内部控制设计合理，未发现上述经营模式和流程存在明显缺陷或异常。

②检查与财务报表相关的一般 IT 控制

独立财务顾问和天健通过了解 Outfit7 控制管理制度的具体流程，检查控制管理制度的建设情况，并分别对 Outfit7 的信息技术治理、信息资产管理、系统安全管理、数据安全、网络及安全管理、开发及变更管理进行了检查，未发现明显异常，Outfit7 与财务报表相关的一般 IT 控制的设计和控制是合理有效的。

③穿行测试

独立财务顾问和天健针对 Outfit7 的 5 款主要应用产品，分别随机选取用户账号进行穿行测试：将随机选取账号在随机时间段内，进行应用内充值并购买虚拟物品的操作，与该账户的操作行为数据在 Outfit7 的后台系统中的记录进行对比。上述应用产品的后台系统可准确、完整地记录用户的行为数据，Outfit7 与收入确认相关的应用控制是有效的。

④系统日志控制测试

测试原始日志中的数据与系统日报表的数据是否一致，并了解到原始日志中的数据与系统日报表的数据差异系因：原始日志数据来源为 Outfit7 服务器记录的用户行为详细数据，系统报表数据来源为外部合作厂商每日发送的日结业务数据，由于网络传输及数据记录完整性等原因，两者数据存在极小差异，除此之外，未发现其他差异。

⑤实质性复核

检查销售协议及对账情况、运营合同及对账情况、期后收款情况：（1）检查 Outfit7 与客户签订的协议，未发现合同条款存在明显不合理的情况；（2）比照查看了 Outfit7 与第三方联运平台的收入结算情况，未发现异常情况；（3）Outfit7 与第三方联运平台的收入结算情况，未发现异常情况；（4）收入结算差异和应收账款的期后收款情况，未发现异常情况。

⑥函证

独立财务顾问和天健综合考虑报告期内收入和采购额的发生金额，以及应收账款和应付账款的期末余额，选取了重要客户和供应商，采用积极函证的方式进行专项函证，并针对 Outfit7 的银行账户进行函证。未发现重大异常。

⑦供应商及客户访谈

独立财务顾问和天健对 Outfit7 的供应商和客户进行实地走访和线上访谈，重点核查以下事项：

A.参观拜访供应商或客户主要经营场所，了解供应商和客户是否具备实质性经营条件；B.供应商和客户的基本情况，包括设立时间、注册资本、股东结构、业务活动，公司的董事、监事、高级管理人员情况，以及受访人员在供应商和客户内任职情况；C.供应商或客户与 Outfit7 之间开始业务往来的时间、合作方式、合作内容；供应商与 Outfit7 是否存在长期供应协议；D.供应商或客户与 Outfit7 的定价方式、信用期、结款方式、结款时点、结款周期、合作期限等内容；⑤供应商或客户与 Outfit7 在报告期内的销售、采购发生金额，期末应收、应付款余额；E.Outfit7 的主要董事、监事、高级管理人员是否对其供应商或客户有任何投资或有任何交易往来，是否与 Outfit7 的核心人员存在关联关系或利益关系；F.客户是否曾要求 Outfit7 降低价格或费率，并以其他方式进行利益补偿；G.Outfit7 是否曾要求客户的股东、董事长、高管或核心人员将其资金转移到 Outfit7 账户内；Outfit7 是否曾通过非公司账户向供应商汇款，是否存在私下利益交换；H.客户是否与 Outfit7 存在融资、担保等除业务往来之外的资金往来情况；I.供应商与客户是否曾与 Outfit7 发生过诉讼或纠纷。

根据以上实地走访程序，独立财务顾问和天健：A.未发现 Outfit7 的供应商和客户及其董事、监事、核心人员与 Outfit7 或其董事、监事、核心人员存在关

联关系；B.未发现 Outfit 的供应商或客户存在从 Outfit7 及其股东、高级管理人员处收取资金，而后以其他方式对 Outfit7 进行汇款的情形；未发现 Outfit7 向其供应商或客户通过其他方式进行利益补偿的情形；C.未发现 Outfit7 供应商及客户与 Outfit7 的款项结算、分成收入存在重大差异。

⑧外部厂商发送的定期业务数据生成的系统报表与 Outfit7 财务报表的核对

Outfit7 的外部合作厂商每日/月向 Outfit7 发送日结业务数据/月结业务数据，并相应生成系统日报表及系统月报表，Outfit7 通过与外部合作厂商发送的系统报表进行核对后确认收款金额。因此通过核对外部合作方发出的系统报表与财务报表确认的收款金额，能较为有效地判断经营流水的真实性。

基于此，独立财务顾问和天健将系统日报表及系统月报表中记录的收入金额分年汇总统计并核对，同时将系统月报表年度收入金额与财务报表年度收入金额核对。未发现明显异常。

⑨主要应用产品的经营数据的变化趋势及合理性分析

Outfit7 广告收入主要与流量变现模式、活跃用户数、用户在线时间、广告展现次数以及付费用户数量与用户付费能力、市场推广效果等有关。独立财务顾问结合上述影响因素，从不同维度，对主要应用产品的收入波动和增长情况进行了进一步分析性复核，其波动情况与节假日、交叉营销、新产品上线、推广力度、生命周期一致，无明显异常。

⑩针对应用产品收入分布进行分析性复核

针对主要应用产品的收入，分别按平台分布、地域分布、充值区间分布进行收入分布合理性分析，无明显异常。

⑪针对主要客户的收入分析

独立财务顾问选取 Outfit7 主要广告业务客户在报告期内的收入及广告展现情况，进行广告业务收入分析。Outfit7 自不同客户处收取广告收入的千次广告展现单价与不同互联网广告商转介的广告形式、广告投放地域一致，无明显异常。

⑫广告收入抽样分析

独立财务顾问和天健分别以广告向用户展现的次数、用户登录次数、用户体验内置小应用的次数作为收入替代指标，根据活跃天数进行分组分析。

2、主要利润来源分析

Outfit7 最近两年及一期的营业收入、营业成本及毛利情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
营业收入	42,426.18	67,847.08	75,194.35
营业成本	431.29	536.86	1,218.48
毛利	41,994.89	67,310.22	73,975.87
毛利率（%）	98.98	99.21	98.38
营业利润	31,574.99	47,740.75	56,863.45
营业利润/营业收入（%）	74.42	70.37	75.62

报告期内，Outfit7 的毛利率较高，系因 Outfit7 为轻资产公司，不存在传统的原材料采购，其营业成本主要为佣金及版权维护费，金额较低。

报告期内，Outfit7 的主要应用产品为亲子互动类应用，2016 年度营业利润较 2015 年度下降，主要原因系：（1）新应用产品的发布对 Outfit7 的用户基数以及收入具有显著影响，为加大在亚太地区尤其是中国市场的推广效果，重新调整了部分拟发布产品的定位，2016 年 Outfit7 仅发布 1 款应用产品，导致 Outfit7 的 2016 年度营业收入出现下滑；（2）2016 年下半年 Outfit7 开始加大应用产品的推广力度，采取积极线上推广策略，市场推广费上升较大，销售费用提高；（3）由于汇兑损益影响，Outfit7 于 2015 年度产生汇兑收益 2,098.41 万元，2016 年度产生汇兑损失 770.17 万元，导致 2016 年度财务费用较 2015 年上升。

2017 年 1-6 月，Outfit7 营业利润增长迅速，主要原因系 2016 年下半年应用产品的推广取得成效，2017 年 1-6 月 Outfit7 的应用产品的用户基数尤其是中国市场用户基数取得显著增长，Outfit7 的 2017 年营业收入增长。

3、期间费用分析

Outfit7 最近两年及一期的期间费用及占营业收入的比例如下表所示：

项目		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
销售费用	金额（万元）	2,329.27	5,357.40	1,550.86
	占营业收入比例（%）	5.49	7.90	2.06

项目		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
管理费用	金额（万元）	6,119.07	12,896.69	17,652.31
	占营业收入比例（%）	14.42	19.01	23.48
财务费用	金额（万元）	1,808.01	813.00	-2,013.70
	占营业收入比例（%）	4.26	1.20	-2.68
合计	金额（万元）	10,256.35	19,067.09	17,189.47
	占营业收入比例（%）	24.17	28.10	22.86

（1）销售费用

报告期内，Outfit7 销售费用主要包括市场推广费、差旅及业务招待费、办公及保险费等，具体明细如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
市场推广费	2,126.84	5,249.44	1,351.11
差旅及业务招待费	167.12	33.62	101.56
办公及保险费	35.30	74.33	75.86
仓储费及运费	0.00	0.00	22.33
合计	2,329.27	5,357.40	1,550.86

报告期内，Outfit7 的主要销售费用为市场推广费。2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度，Outfit7 的市场推广费分别为 2,126.84 万元、5,249.44 万元及 1,351.11 万元，占营业收入的比例为 5.01%、7.74%及 1.80%。Outfit7 除与移动营销服务商对接，为其提供广告服务外，同时亦向移动营销服务商采购移动广告服务，以期通过其他渠道进行市场推广，增加 Outfit7 应用产品的受众面。2016 年下半年，Outfit7 加大了市场推广的力度，尤其是在中国市场进行了大力推广，Outfit7 来自中国市场的用户数取得了显著增长。

报告期内 Outfit7 的差旅及业务招待费、办公及保险费费用金额较低，占营业收入比例均不足 1%。

（2）管理费用

报告期内，Outfit7 管理费用主要包括职工薪酬、研发费用、折旧与摊销、办公费、中介费用、差旅费及业务招待费等，具体明细如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
职工薪酬	2,655.13	5,234.85	5,186.30
研发费用	1,195.32	1,739.71	1,721.35
折旧及摊销	1,104.09	3,981.55	2,205.89
办公费	502.20	556.52	1,195.44
中介费用	534.82	1,701.85	1,329.64
差旅费及业务招待费	112.44	99.81	383.90
股权激励	0.00	-613.78	5,602.55
其他	15.06	196.18	27.24
合计	6,119.07	12,896.69	17,652.31

报告期内 Outfit7 管理费用中职工薪酬较为稳定，2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度，Outfit7 的职工薪酬分别为 2,655.13 万元、5,234.85 万元及 5,186.30 万元，占当年/期营业收入比例分别为 6.26%、7.72%及 6.90%，较为稳定。

报告期内 Outfit7 始终维持一定的研发投入，2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度，Outfit7 的研发费用分别为 1,195.32 万元、1,739.71 万元及 1,721.35 万元，占当年/期营业收入的比例为 2.82%、2.56%及 2.29%，占比较为稳定。

Outfit7 于 2012 年针对其员工推出股权激励方案，该股权激励计划于 2016 年 12 月终止。2015 年度因员工行权产生股权激励费用 5,602.55 万元，2016 年股权激励费用为-613.78 万元，主要系因 Outfit7 于 2016 年 12 月终止该股权激励方案，取消尚未达到行权条件的期权，因此冲回股权激励费用。

报告期内 Outfit7 的折旧及摊销主要为设备的折旧及无形资产的摊销。办公费为租金、快递费及水电费等办公费用。

(3) 财务费用

报告期内，Outfit7 财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
利息收入	-0.50	-4.25	-7.02
汇兑损益	1,796.72	770.17	-2,098.41
手续费及其他	11.78	47.08	91.73
合计	1,808.01	813.00	-2,013.70

2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度，Outfit7 的财务费用分别为 1,808.01 万元、813.00 万元及 -2,013.70 万元，占营业收入的比例为 4.26%、1.20% 及 -2.68%，占比较小，主要为汇兑损益。

4、无形资产摊销的费用化处理原因

（1）Outfit7 的经营情况

1) Outfit7 的经营模式

Outfit7 作为移动应用研发者通过应用发行渠道商向第三方平台提供应用产品进行产品推广，根据用户下载量决定产品销量与推广质量。第三方平台主要通过其互联网广告平台开展业务，按照广告投放的效果或展示次数向广告主收取广告费，并向媒体资源方支付广告投放费用或流量费用。目前，Outfit7 应用产品主要采取联合运营的模式进行，通过与各大主流应用平台渠道如全球范围内的 App store、Facebook 及 Google Play，以及国内的小米、百度、腾讯、360 等知名渠道保持长期稳定的合作，利用其客户资源最大限度地提高产品的覆盖度。

2) Outfit7 的盈利模式

Outfit7 主要应用产品的收入主要来自于移动应用产品广告收入，且报告期内移动应用广告收入占比始终较高。Outfit7 在应用产品的运营期间与各家营销服务商进行对接，包括 Applovin、Google、Twitter、Smaato 等，并与该等营销服务商建立了良好的长期合作关系。通过与该等营销服务商直接对接，可间接获取大量广告主的营销需求，且 Outfit7 仅需与营销服务商进行结算。在实际开展移动广告业务过程中 Outfit7 自建广告控制平台，对营销服务商的广告需求进行动态的流量调节，通过该控制平台，Outfit7 可根据当下情况实时动态地选择推送和展示费率较高的营销广告，并对不同用户推送的广告内容进行筛选，以最大化保证 Outfit7 应用产品中广告的填充效率和广告服务费。在推送广告时，该等广告将以插页、条幅、奖励视频、应用墙等多种形式呈现。用户在体验 Outfit7 应用产品的过程中，可通过观看广告、点击广告链接、进行小游戏等获得额外的虚拟道具奖励或效果加成。Outfit7 根据广告展示情况获得广告分成收入。

Outfit7 利用其所掌握的 IP 资源，与动画片制作公司合作开发相关系列动画片、短片和迷你剧，在第三方视频播放平台（YouTube、优酷等）进行播放，推广 IP 形象、提升 IP 价值的同时获得相关广告分成收入。

（2）无形资产摊销的费用化处理

根据《企业会计准则-无形资产》规定，使用寿命有限的无形资产，其应摊销金额应当在使用寿命内系统合理摊销。无法可靠确定预期实现方式的，应当采用直线法摊销。无形资产的摊销金额一般应当计入当期损益，其他会计准则另有规定的除外。根据《企业会计准则-无形资产》应用指南，某项无形资产包含的经济利益通过所生产的产品或其他资产实现的，其摊销金额应当计入相关资产的成本。

根据 Outfit7 的运营模式及盈利模式，其经济利润的流入主要通过视频、应用程序及其支持系统等无形资产的广告推广功能，并非通过无形资产生产的产品或其他资产实现的，且无形资产摊销金额，与 Outfit7 的广告推广收入并不直接相关。同时，Outfit7 视频类无形资产对 Outfit7 的形象展示起到积极作用，根据《企业会计准则-无形资产》规定，Outfit7 将无形资产在其寿命内按直线法摊销计入管理费用。

5、Outfit7 的毛利率水平

Outfit7 基于自身研发的移动应用进行大数据广告分发，与 Applovin、Google、Twitter、Smaato 等知名营销服务商进行合作，通过对接该等营销服务商，获取大量广告主的营销需求，并将该等广告向用户进行推送展示，进而向营销服务商收取广告展示服务费，报告期内移动广告投放收入占比均高于 75%。此外 Outfit7 亦通过获取用户的应用内购买收入、视频播放分成收入和特许权授权分成收入等其他收入。

Outfit7 主营业务成本主要为支付给代理机构的与公司产品收入直接相关的推广佣金和版权维护费。报告期内，Outfit7 公司毛利率数据如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年

营业收入	42,426.18	67,847.08	75,194.35
营业成本	431.29	536.86	1,218.48
毛利率	98.98%	99.21%	98.38%

与同行业公司毛利率情况对比分析如下：

（1）狮之吼毛利率分析

狮之吼系迅游科技（股票代码：300467）于 2017 年收购的标的公司，主营业务系向全球移动互联网市场推出移动客户端软件产品，产品主要功能为手机系统清理、电池管理、网络管理、系统安全等，业务收入来源主要为移动软件内置广告，即将广告主的广告在狮之吼自有的 APP 产品中进行投放，从广告平台获取广告分成收入。

根据狮之吼披露的 2015 年-2017 年 4 月数据，其毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-4 月	2016 年	2015 年
网络广告展示服务	12,672.73	43,105.31	2,984.72
其他收入	5.00	1.82	1.99
收入合计	12,677.73	43,107.13	2,986.71
网络广告展示服务成本	23.86	50.25	12.28
毛利率	99.81%	99.88%	99.59%

由上表可见，狮之吼业务与 Outfit7 业务相似，毛利率比较接近。

（2）猎豹移动毛利率分析

猎豹移动成立于 2010 年 10 月，致力于为全球移动用户提供更快速、更易用、更安全的移动互联网体验，旗下核心产品有清理大师、猎豹浏览器等。猎豹移动于 2014 年 5 月在美国纽约证券交易所挂牌上市，股票代码 CMCM，该公司 2016 年、2015 年海外移动广告业务收入占营业收入比例分别为 68%、88%。

根据猎豹移动披露的 2014 年-2016 年数据，其毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
营业收入	456,465.00	377,388.00	185,818.00
营业成本	154,382.00	95,635.00	43,866.00

项目	2016 年	2015 年	2014 年
毛利率	66.18%	74.66%	76.39%

Outfit7 公司的毛利率明显高于猎豹移动，主要原因如下：

1) Outfit7 公司主营业务成本主要为支付给代理机构的与公司产品收入直接相关的推广佣金和版权金，金额较小，因此毛利率较高。猎豹移动主营业务成本包括了期权费用、广告流量成本等，金额较大，故毛利率较 Outfit7 公司低。

2) Outfit7 和猎豹移动的产品结构略有差异。根据猎豹移动 2016 年年报披露，与 Outfit7 业务模式类似的移动广告业务收入占营业收入比例为 68%，此外还包括直播和内容等收入，2014 年至 2016 年，由于业务线的多元化和新增业务的前期推广，猎豹移动的毛利率逐渐降低。猎豹移动除了类似于 Outfit7 的广告业务外，还有自己的广告平台 Cheetah AD Platform，故需要支付第三方广告发布商的流量成本，导致毛利率下降。

6、资产减值损失

2017 年 1-6 月、2016 年度、2015 年度，Outfit7 分别确认资产减值损失 151.99 万元、502.21 万元、-77.05 万元，主要为按照账龄计提的坏账减值准备。

7、所得税费用分析

Outfit7 的所得税税率情况如下：

纳税主体名称	所得税税率	注册地
Outfit7 Limited	12.50%	英国
Outfit7 Inc.	27%	美国
Beijing Outfit7 Technology Consulting Co. Ltd	25%	中国大陆
Outfit7 Brit Ltd、Bee7 Ltd、Inner10 Limited、Inner100 Limited	19%	英国
Ekipa2	19%	斯洛文尼亚
Outfit7 Limited(Hong Kong)	16.5%	中国香港
Talking Shop Limited	12.5%	塞浦路斯
Outfit7 Investments Limited、Bee7000 Ltd、Bee70 Limited	12.5%	英国
Outfit7 AG	8.5%	瑞士

报告期内，Outfit7 的所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
当期所得税费用	1,032.06	1,374.27	1,346.77
递延所得税费用	-15.33	0.55	28.98
所得税费用	1,016.74	1,374.83	1,375.75

报告期内，Outfit7 的所得税费用与营业收入及利润总额关系如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
营业收入	42,426.18	67,847.08	75,194.35
利润总额	31,572.75	47,700.14	56,856.75
所得税费用	1,016.74	1,374.83	1,375.75
所得税费用占营业收入的比例	2.40	2.03	1.83
所得税费用占利润总额的比例	3.22	2.88	2.42

报告期内，所得税费用占营业收入的比例及占利润总额的比例较低，主要原因系：Outfit7 Limited 为塞浦路斯的纳税居民，塞浦路斯应纳税所得额适用的税率为 12.5%，按照塞浦路斯税法，Outfit7 可享受 IP 收入的应纳税额减免 80% 的税收优惠。

8、收益指标分析

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
销售净利率（%）	72.02	68.28	73.78
全面摊薄净资产收益率（%）	145.10	109.57	141.66

注：上述指标的计算公式如下：

（1）销售净利率=净利润/营业收入，下同

（2）全面摊薄净资产收益率=归属于母公司股东净利润（或年化归属于母公司股东净利润）/期末归属于母公司股东净资产，下同

2016 年度，Outfit7 销售净利率及全面摊薄净资产收益率低于 2015 年度及 2017 年 1-6 月，主要是由于 2016 年度 Outfit7 的净利润下降所致。

2017 年 1-6 月，A 股可比上市公司收益指标如下：

证券简称	销售净利率（%）	全面摊薄净资产收益率（%）（注 2）
东方财富	54.13	3.99
迅游科技	31.44	10.90
利欧股份	7.23	8.35
东方网络	17.74	7.57

证券简称	销售净利率（%）	全面摊薄净资产收益率（%）（注 2）
腾信股份	0.79	1.91
暴风集团	-9.54	3.48
盛天网络	22.27	9.19
鹏博士	9.14	11.23
人民网	-5.01	-2.10
新华网	19.02	8.58
平均值（注 1）	20.22	7.24
中位值（注 1）	18.38	8.35
Outfit7	72.02	145.10

数据来源：Wind 资讯

注 1：计算平均值及中位值时剔除销售净利率、全面摊薄净资产收益率为负数的可比上市公司；

注 2：可比上市公司的全面摊薄净资产收益率根据如下公式计算确定：可比上市公司全面摊薄净资产收益率=2017 年 1-6 月归属于母公司股东净利润的年化金额/2017 年 6 月末归属于母公司股东净资产

与 A 股可比上市公司相比，Outfit7 的销售净利率及全面摊薄净资产收益率均显著高于行业平均水平，体现了 Outfit7 良好的盈利能力。

（五）现金流量分析

报告期内，Outfit7 最近两年及一期现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	17,792.36	47,407.78	61,458.96
投资活动产生的现金流量净额	-4,647.74	-6,522.35	-6,541.23
筹资活动产生的现金流量净额	-19,945.90	-42,699.73	-50,468.22
汇率变动对现金及现金等价物的影响	1,384.60	1,315.26	167.99
现金及现金等价物净增加	-5,416.68	-499.04	4,617.51

1、经营活动现金流量分析

报告期内，Outfit7 经营活动产生的现金流量主要是销售商品、提供劳务收到的现金。2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度销售商品、提供劳务收到的现金与同期营业收入的比例分别达到 94.38%、119.93%、104.06%，两者具有较强

的相关性，表明公司经营活动回款情况正常，营业收入增长转化为现金的能力较强。报告期内，Outfit7 经营活动产生的现金流量较为充裕，报告期内累计产生经营活动现金流量净额为 126,659.10 万元，为公司快速发展所需资金的重要来源。

2、投资活动现金流量分析

2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度，Outfit7 投资活动产生的现金流量净额分别为-4,647.74 万元、-6,522.35 万元、-6,541.23 万元。报告期内，Outfit7 投资活动现金呈现净流出，投资活动现金流出情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,650.90	8,163.64	6,542.21
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	4,650.90	8,163.64	6,542.21

Outfit7 报告期内的投资活动现金流出主要为开发视频产品、移动应用产品及相关支持系统所支出的现金。

3、筹资活动现金流量分析

2017 年 1-6 月、2016 年度和 2015 年度，Outfit7 筹资活动产生的现金流量净额分别为-19,945.90 万元、-42,699.73 万元及-50,468.22 万元。报告期内，Outfit7 筹资活动现金流出主要为报告期内 Outfit7 持续进行股利分配所致。

三、本次交易对上市公司的持续经营能力影响的分析

（一）本次交易对上市公司盈利能力驱动因素及持续经营能力的影响

1、本次交易对上市公司持续经营能力的分析

上市公司原主要从事氧系漂白助剂 SPC 的研发、生产和销售。为了提升公司持续经营水平，扩大公司利润空间，同时为公司投资者提供更丰厚的回报，公司于 2016 年完成了对杭州哲信的重大资产重组，全面切入移动互联网文化产业

领域，转型为精细化工业务与移动互联网文化产业双主业经营企业。公司在进行精准文化内容制作、分发与运营的同时，通过收购、参控股“星宝乐园（北京）信息科技有限公司”等互联网企业，积极布局互联网儿童早期教育业务，已迅速成为该领域的著名企业之一。目前，上市公司是一家通过聚合各类长尾渠道，依托大数据分析和人工智能技术，兼具文化娱乐内容制作、分发与运营和互联网儿童早期教育的高科技企业。

上市公司发展战略清晰，确立了打造“国际化生态型移动互联网企业”的发展战略。海外移动应用市场是上市公司重要业务发展方向，未来上市公司将加大全球市场的拓展力度，保证市场开拓的连续性和稳定性。本次交易属于上市公司向同行业公司的产业并购，通过本次交易，上市公司将全球最大的移动互联网流量平台之一 Outfit7 纳入旗下。一方面，Outfit7 精准的大数据分析及广告分发能力，将帮助上市公司进行产业链的全面升级，增强盈利能力；其海外移动应用发行运营能力，将帮助上市公司拓展海外移动应用市场，扩大市场占比。另一方面，Outfit7 拥有的品牌优势、管理研发团队、专业技术，有助于为上市公司获得领先的移动应用研发能力和庞大的用户群体，公司将利用 Outfit7 的竞争优势及市场影响力增强移动互联网内容制作及分发业务竞争力，进一步拓展公司在互联网儿童早期教育的业务体系，完善公司在文化娱乐内容制作、分发与运营和互联网儿童早期教育的全面战略布局，增强上市公司的发展潜力和持续盈利能力。

综上所述，本次交易能够进一步完善公司的业务结构，提升盈利水平，增强抗风险能力，有利于公司的持续发展。

2、上市公司未来经营的优势和劣势

（1）本次交易完成后公司未来经营中的优势

1）移动互联网应用发展战略优势

本次交易完成后，Outfit7 将纳入上市公司体系。Outfit7 在移动互联网应用研发和大数据广告分发业务方面均具有较强实力，其广告分发业务及儿童早期教育业务与上市公司具有显著的协同效应。上市公司通过横向整合，丰富了其移动

应用领域产品和业务的多样性，增强了既有业务的竞争能力，完善了在移动互联网应用和儿童早期教育领域的发展战略布局。

2) 品牌影响力优势

Outfit7 主打产品“会说话的汤姆猫家族”，已积累庞大的产品用户资源，被评为有史以来最受欢迎的 Google Play 应用之一。本次交易完成后，上市公司将依托 Outfit7 系列产品广泛而深入的知名度进一步提升在世界范围内的行业影响力及品牌效应，为公司带来更多的用户积累，从而增强公司盈利能力。

3) 海外平台发行和运营优势

Outfit7 的主要产品自公司创立起即在 Facebook、Google Play 和 App Store 等各大国际主流网页及移动平台渠道运营，拥有良好的主流平台渠道合作关系及丰富的全球化运营经验。同时，Outfit7 拥有专业化的营销运营团队，通过在目标市场上深耕细作，针对不同地区市场的法律法规、行为偏好，付费能力以及付费习惯等制定推广和运营策略。上市公司将依托 Outfit7 海外发行和运营，积极拓展海外市场，导入国际知名平台丰富用户流量，提升上市公司产品的影响力及收入规模。

4) 精细化运营与营销优势

Outfit7 在移动应用研发和运营过程中，开发了实时高效的实时数据统计系统、建立了业内领先的用户行为模型以及相应的数据分析系统，以对运营中的应用进行实时监控，并收集相关运营及用户行为数据。本次交易完成后，公司将完善已有数据分析系统，并借助 Outfit7 精准的用户分析能力与市场营销经验，对公司全业务产业链进行全面拓展升级，扩大公司产品市场占比，增强公司用户流量变现能力。

(2) 本次交易完成后公司未来经营中的劣势

尽管 Outfit7 与上市公司在发展战略、业务类型等方面具有较强的协同效应，但考虑到公司不仅需保留 Outfit7 原有海外管理团队及有效延续其运营战略，并利用海外原有管理团队在该领域的丰富经验，投入资源与 Outfit7 进行协同与融

合。上市公司海外管理能力及经营整合能力将面临一定考验，若不能通过积极有效的管理达到并购预期和协同整合，可能对公司经营业务产生一定影响。

（二）本次交易对上市公司未来发展前景影响的分析

1、本次交易整合计划及对上市公司未来发展的影响

为确保标的公司收购后的良好运行与持续、快速地发展，公司拟结合标的公司现状与国内外市场、行业的实际情况，对其进行必要的整合，以求协同、持续、快速地发展。

（1）业务与资产的整合

本次交易完成后，上市公司将保持 Outfit7 资产的相对独立与团队的相对稳定，授予 Outfit7 管理层必要的自主权，以激发其主观能动性。在业务层面，上市公司将加强与 Outfit7 之间在业务上的优势互补与协同发展，上市公司将与 Outfit7 共享客户和渠道资源，借助先进的投放及大数据分析技术开展精准运营及营销，重视内容整合，积累优质 IP，逐步扩大在全球移动应用市场的占有率。上市公司作为国内领先的兼具文化娱乐内容制作、分发与运营和互联网儿童早期教育的高科技企业，具有良好的市场口碑，能够持续为 Outfit7 提供优质精品应用内容的代理授权，帮助 Outfit7 提升亚太市场的占有率。同时，Outfit7 拥有非常丰富的海外市场发行运营能力，将进一步帮助上市公司拓展海外移动应用市场，打造全球化的互联网内容发行运营平台，并借助其精准的用户分析及营销能力，帮助上市公司进行产业链的全面拓展升级，扩大市场占比，增强盈利能力。

（2）财务的整合

标的公司具有良好的财务管理制度与管理能力，本次交易完成后，上市公司将在其原先良好的管理基础上，把 Outfit7 纳入上市公司的财务管理体系，并参照中国上市公司的财务原则及标准，对其预算、资金和财务核算等方面进行统一管理。在预算管理方面，Outfit7 需编制年度预算，由董事会审批，相关支出须在预算内严格执行，如发生大额的预算追加和变更，亦需取得董事会的批准。在资金管控方面，上市公司将建立严格的审批程序，确保 Outfit7 相关支出受到严格管控，上市公司将对 Outfit7 所有银行账户进行有效监管。在财务核算方面，

Outfit7 需按中国会计准则报告编制要求及经营管理需要，及时提供相关财务及经营数据，确保上市公司及时了解 Outfit7 相关财务和业务信息。未来上市公司将根据业务发展不同阶段的实际需求，不断完善财务管理制度，确保对 Outfit7 的财务工作实行有效管控。

（3）人员的整合

为保持 Outfit7 经营计划的连续性与公司的竞争力，本次交易完成后，上市公司对 Outfit7 现有员工、干部均予以留任，同时上市公司将向其管理团队和核心人员提供富有竞争力的薪酬激励计划与职业生涯规划，以保持 Outfit7 现有管理团队和核心人员的稳定。在此基础上，上市公司将协助标的公司在全球范围内，进一步招聘优秀员工的加盟，以期企业取得更好的发展。

（4）治理结构的整合

本次交易完成后，在 Outfit7 层面，现有组织架构及管理层基本保持不变，各业务及管理部门将继续保持高效运转。在上市公司层面，上市公司将选派部分 Outfit7 管理层成员，进入上市公司管理层任职，上市公司亦将选派部分合适的人员进入 Outfit7 管理层，加强对 Outfit7 的沟通和整合。此外，上市公司将进一步引进具有国际视野与互联网运行经验的优秀职业经理团队，全面促进公司治理水平的提高。

（5）企业文化的整合

本次交易完成后，上市公司将制定和实施有效的企业文化整合计划，上市公司将制定公司层面的沟通机制，相互吸收对方的先进经验，加强企业文化层面的相互学习与交流，定期组织核心员工之间的交流学习，制定有针对性的培训计划，以避免文化差异可能出现的误解风险，提高各级员工之间的相互理解与信任，促使 Outfit7 的管理层和核心人员更好地了解上市公司的企业文化，切实增强企业的整体凝聚力。

2、上市公司交易当年和未来两年拟执行的发展计划

（1）深耕亚太地区，布局全球海外市场

海外移动应用市场是上市公司重要业务发展方向。根据《App annie 市场预测报告 2016-2021》，2021 年全球移动应用商店下载量将达到 3,529 亿次，所有应用商店的总消费额将超过 1,390 亿美元，年均复合增长率分别超过 19%和 18%。未来五年中，美洲和欧洲、中东及非洲地区的移动应用商店的下载量和收入均将在 2016 年基础上增长 1 倍以上，而直到 2021 年，以中国为首的亚太地区都将贡献超过一半的应用下载量和收入，成为下载量和收入最高的地区。公司将在深耕亚太市场的同时，大力拓展其他海外地区的移动应用市场。本次交易完成后，公司将依托 Outfit7 国际化的分发渠道，打造全球化的移动应用发行运营平台，加强公司产品在全球市场的推广力度、提升产品在海外市场的竞争力，并通过迭代开发、升级改造、数据挖掘并制定精准的营销和运营策略，提升应用产品的市场占有率及用户流量变现能力。同时，公司在亚太地区的运营平台能够持续为 Outfit7 提供客户资源及渠道，进一步提升亚太市场的占有率。此外，公司也将强化适合海外市场的产品研发储备，产品研发将选取多样化的策划与系统设计，采用多元化的美工风格及 IP，根据不同国家和地区的文化背景及用户偏好、特征等要素进行本地化创作。

（2）完善精细化的市场营销和运营体系，进一步提升运营效率

上市公司是一家通过聚合各类长尾渠道，依托大数据分析和人工智能技术，兼具文化娱乐内容制作、分发与运营和互联网儿童早期教育的高科技企业。在研发和运营过程中，开发了实时高效的“数据分析系统”，能够对海量后台交易日志信息进行数据模型分析，一方面，对用户行为进行分析，较为精准的掌握各类产品的体验、付费改进点，为调优、迭代升级提供数据支持；另一方面，对众多渠道的用户特征进行画像，将适合的产品类型推送到相应的推广渠道，实现精准的市场投放。Outfit7 拥有庞大的全球用户群、优秀的数据分析系统以及精细化的市场营销和优化运营体系。通过整合计划，公司将进一步优化公司大数据分析系统，完善精细化的市场营销和优化运营体系，以此不断推出高品质内容，优化现有产品，提供切实满足用户需求的功能，并及时调整市场推广工作，提高用户流量的变现能力。

（3）坚持精品战略，积极拓展互联网儿童早期教育业务

公司始终坚持精品战略，一切以用户为中心，为用户提供主流健康的精品文化内容是公司的核心宗旨。公司通过收购、控股“星宝乐园（北京）信息科技有限公司”等互联网企业，积极布局互联网儿童早期教育业务，已迅速成为互联网儿童教育领域的著名企业之一。Outfit7 主打产品“会说话的汤姆猫家族”系列亲子互动应用，以其健康可爱形象，寓教于乐，健康嬉乐，深受全世界父母与儿童的喜爱。本次交易完成后，公司将利用 Outfit7 在亲子互动类应用的研发实力，持续坚持、聚焦精品战略，为用户提供主流健康的精品文化内容的同时积极挖掘该 IP 的核心价值，积极拓展互联网儿童早期教育业务。

（4）对核心 IP 进行全方位运营、维护与拓展，进一步扩大、夯实公司 IP 的影响力

公司致力于建设领先的 IP 资源储备池，构建领先的 IP 内容原创能力，建立强大的 IP 内容转化能力，为产品变现提供源头资源，为亿级用户提供优质内容。

通过本次并购，公司将拥有“会说话的汤姆猫家族”系列全球知名 IP。公司将加强该 IP 的综合运营力度，进一步扩大、夯实该 IP 在全球的影响力。

（5）打造具有国际影响力的移动互联网生态型企业，实现公司线上线下的协同发展

本次交易完成后，上市公司将凭借其资本实力和资源整合能力，持续在广告分发、儿童教育、儿童乐园、人工智能、衍生品等领域进行全方位、生态化布局，建设具有国际影响力的移动互联网生态型企业。在广告业务方面，公司将在原先接入全球性广告平台的基础上，增加更多的直客广告与品牌广告，进一步提升流量变现的效率；在儿童教育方面，根据用户特点，加强与国内外儿童教育品牌的合作推广，并持续适时推出汤姆猫 IP 特有的教育类产品；在衍生品方面，将通过 ODM 等形式，开发“会说话的汤姆猫家族”的全系列衍生品，并通过主题乐园、亲子互动应用内商城、电商渠道、线下渠道等多渠道进行销售；在儿童乐园方面，将在全球各地的大型商城，布点“汤姆猫智慧乐园+衍生品”的旗舰店，实现公司线上线下的协同发展。

（6）提升企业整体形象与知名度

上市公司是一家通过聚合各类长尾渠道，依托大数据分析，进行内容分发和互联网儿童早期教育的高科技企业；Outfit7 主要从事大数据广告分发与互联网儿童早期教育等业务，是一家全球著名的互联网高科技企业。

本次收购完成后，将大幅提升上市公司在全球的知名度与影响力，为公司的全球化发展创造了良好的条件与发展机遇，公司将积极关注全部化市场的发展趋势，结合公司实际，不断拓展全球市场，努力将公司打造成全球著名的互联网高科技企业。

（三）本次交易对上市公司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财务指标的影响

（1）本次交易前后每股收益水平比较分析

2017 年 1-6 月，上市公司与本次交易完成后的备考归属于母公司所有者的净利润和每股收益指标变动如下：

项目	本次交易前（实际数）	本次交易后（备考数）
归属于母公司所有者的净利润（万元）	20,414.64	37,634.58
基本每股收益（元/股）	0.13	0.19

本次交易完成后，上市公司归属于母公司所有者的净利润由 20,414.64 万元提高至 37,634.58 万元，增长 84.35%，每股收益由 0.13 元/股上升至 0.19 元/股，增长 46.15%，盈利能力大幅提升。

（2）上市公司未来财务安全性分析

截至 2017 年 6 月 30 日，上市公司的资产负债率、流动比率、速动比率情况如下：

项目	本次交易前（实际数）	本次交易后（备考数）
资产负债率（%）	9.72	33.07
扣除应付联合好运股权收购款后资产负债率（%）	9.72	6.19
流动比率	2.83	1.26
速动比率	2.69	1.24

本次交易完成后，上市公司资产负债率上升，主要原因系：截至 2017 年 6 月 30 日，存在应付联合好运股权收购款项 406,487.12 万元。截至本报告书签署日，上述款项已支付。扣除上述事项影响，本次交易完成后，截至 2017 年 6 月 30 日上市公司资产负债率为 6.19%。

2、本次交易对上市公司未来资本性支出的影响

截至目前，上市公司暂无在本次交易后新增对标的公司未来资本性支出的计划。

3、职工安置方案对上市公司的影响

本次重组中的标的资产为杭州逗宝 100%股权和上虞码牛 100%股权，不涉及职工安置事宜。

4、本次交易成本对上市公司的影响

本次交易成本主要为上市公司聘请的独立财务顾问、法律顾问、审计机构及评估机构所产生的中介服务费用。本次资产重组支付的中介费用对上市公司现金流不构成重大影响。

（四）本次交易后上市公司主营业务构成、未来经营发展战略和业务管理模式

1、上市公司主营业务构成

本次交易完成前，上市公司为了使企业得到更好的发展，于 2016 年完成收购杭州哲信，全面切入移动互联网文化领域，成功转型为精细化工与移动互联网文化产业双主业发展企业。本次交易拟收购的 Outfit7 亦为移动互联网高科技企业，主要从事移动互联网内容发行与儿童教育，属于同行业并购。本次交易后，上市公司将进一步扩大在移动互联网文化领域的发展。

根据本次交易完成后上市公司备考财务会计信息，本次交易后上市公司主营业务构成如下：

单位：万元

业务板块	2017 年 1-6 月	2016 年度

	主营业务收入	占比（%）	主营业务收入	占比（%）
移动互联网数字文化业务	71,440.42	67.30	97,167.45	62.00
化工业务	34,718.28	32.70	59,544.88	38.00
合计	106,158.70	100.00	156,712.34	100.00

本次交易完成后，上市公司的移动互联网文化业务最近一年及一期占主营业务收入比例分别达 62.00%、67.30%，是上市公司的主要收入来源。本次交易完成后，上市公司移动互联网文化业务收入将大幅增加，互联网生态化产业布局将进一步完善，上市公司仍将保持化工业务和移动互联网文化产业的双主业发展战略。

2、上市公司未来经营发展战略

作为氧系漂白助剂 SPC 行业领先企业，上市公司核心技术、产品品质和成本控制能力在国内外同行业中处于领先水平，在国内外市场上均具备较强的综合竞争优势。同时，上市公司积极关注移动互联网新兴产业的走向和发展趋势，在互联网新兴产业领域寻求新的利润增长点。2016 年，金科文化收购杭州哲信 100% 股权，实现化工业务和互联网文化产业的双主业发展，从而奠定上市公司跨越式发展的基础，有效降低行业周期对公司盈利能力的影响，为公司提供更为可靠的业绩保障与发展前景。

本次交易完成后，上市公司将继续推进“精细化工+互联文化产业”的双主业发展战略，持续做大做强，实现公司业务的跨越式发展。

（1）继续保持 SPC 等精细化工业务的持续、健康发展

在精细化工业务方面，上市公司主要从事氧系漂白助剂 SPC 的研发、生产和销售。SPC 作为新型洗涤助剂广泛应用于日化领域，已在欧美、日本等发达国家和地区得到广泛使用，并在新兴市场国家得到较快推广。上市公司在氧系漂白助剂 SPC 领域系行业领先企业，公司的核心技术、产品品质和成本控制能力在国内外同行业中已处于领先水平，在国内外市场上具备了较强的综合竞争优势，在设备、技术、人才等方面具有良好的基础和储备，是亚洲产销量最大的 SPC 生产企业之一，出口量长期稳居国内第一。未来公司将在保持技术、产品、市场优势的基础上，保持原有精细化工新材料业务的持续、健康发展。

（2）完善布局互联网文化产业领域

在互联网文化产业领域，上市公司依托大数据分析，专业从事移动互联网文化内容制作、分发与运营，以及互联网儿童早期教育等业务。经过多年的经营积累，上市公司在移动互联网内容资源、渠道覆盖、用户积累、核心技术储备、团队建设等方面具有明显优势。移动互联网行业前景广阔，上市公司自身盈利能力较强且有清晰的业务规划，将快速实现自身发展壮大。

海外移动互联网市场及互联网儿童早期教育市场是上市公司重要业务发展方向。Outfit7 是国际著名的亲子互动类移动应用开发公司，其对亲子互动类移动应用的研发运营、市场营销、数据分析及广告分发能力处于行业领先地位。通过本次交易，上市公司将置入全球化流量分发平台、全球化知名 IP、精准营销技术和渠道资源，大幅提升自身在全球移动应用市场的竞争力。

本次交易后，上市公司将持续把握互联网行业发展趋势，进一步深化上下游整合型创新，进一步完善基于大数据分析基础上的移动互联网分发与运营业务，持续推进对重点领域的业务扩充覆盖和垂直深化，凭借上市公司的资本实力和资源整合能力上的优势，持续在广告、儿童教育、儿童乐园、人工智能、衍生品等领域进行全方位、生态化布局，建设具有国际影响力的移动互联网生态型企业，增强上市公司的持续盈利能力和发展潜力。

（3）深化落实外延式发展与内生式积累相结合的发展战略

本次交易完成后，上市公司将致力于完善深化本次交易及此前历次外延式并购的资源整合与资产管控，提升并购重组的整合绩效与协同效应，进一步挖掘标的公司的价值；同时，上市公司也将继续大力推进业务拓展、技术研发等内生式经营发展重点，推动上市公司旗下各业务板块持续做大做强，实现外延式发展与内生式积累的深度融合、协同发展。

3、上市公司业务管理模式

本次交易完成后，上市公司未来业务管理模式的规划目标是将上市公司建设成为架构清晰、权责明确、适合行业特点及长远发展的集团化管理平台，优化其作为公共支持、资源整合、资金结算以及资本运作平台的职能。各业务领域在上市公司统一管理下协同运行，高效协调和分配公司资源，提高管理效率，控制经营风险。最终实现公司持续、稳定、高效的发展及良好的盈利，股东获得更好的

回报，员工共同分享发展收益的成果。

本次交易完成后，上市公司将根据未来发展战略，对各业务板块资产进行明确的业务发展及功能定位，以事业部方式统筹各单位资源配置，根据业务模式和业务特点，分别融入不同的事业部进行集约和统筹管理，并根据业务特点实施差异化的管理模式。

通过上述业务管理模式的优化，推动上市公司在本次交易完成后各业务领域的融合发展，实现上市公司经营业绩和盈利能力的持续提升。

（五）本次交易在业务、资产、财务、人员、机构等方面的整合计划、整合风险以及相应管理控制措施

1、本次交易在业务、资产、财务、人员、机构等方面的整合计划

（1）对标的公司业务和资产的整合

通过本次重组，上市公司将全球知名的移动互联网高科技企业 Outfit7 纳入旗下，拓展了上市公司全球化互联网业务领域与市场布局，增加了新的盈利增长点，有助于增强公司的核心竞争力、提升盈利能力和发展空间。同时，上市公司与 Outfit7 在大数据广告分发与互联网儿童早期教育等领域具有较强的协同效应。

上市公司将充分利用上市公司在资源配置、产业整合、市场开发、经营管理方面的优势，积极支持 Outfit7 主营业务的健康发展。一方面，上市公司将保持 Outfit7 的独立运营，以充分发挥原有管理团队在各自业务领域的优势，提升各自业务板块的经营业绩；另一方面，为了更好的落实发展战略，充分挖掘各业务板块的协同效应，上市公司将有效整合内外部资源，梳理技术和市场优势，积极推进内部资源共享。从而增强上市公司整体的盈利能力和行业竞争力。

本次交易完成后，Outfit7 仍将保持资产的独立性，拥有独立的法人财产，并将遵守上市公司关于子公司的资产管理制度。上市公司将依据标的公司行业的实际情况及原有的财务管理制度，结合自身的内控管理经验，对 Outfit7 的资产管理进行优化，并根据需要委派人员对 Outfit7 的资产进行管理和监督，以提高资产管理效率。

（2）对标的公司的财务管理整合

本次交易完成后，金科文化将按照上市公司规范运作的标准，完善 Outfit7 各项财务管理流程、统一内控制度，使其在规范化管理等方面符合上市公司的要求。公司将对 Outfit7 财务制度体系、会计核算体系等实行统一管理和监控，结合 Outfit7 的经营特点、业务模式及组织架构对 Outfit7 原有的管理制度进行适当地调整。Outfit7 基本财务核算原则将参照上市公司的要求，且 Outfit7 财务报表编制符合《企业会计准则》及其他法律、法规的规定并与上市公司会计政策保持一致。

（3）对标的公司人员的整合

本次交易完成后，Outfit7 作为独立的法律主体仍有效存续，不涉及人员安置问题，Outfit7 将继续聘任现有员工，履行与其员工的劳动合同。

Outfit7 的核心管理团队长期从事移动互联网大数据广告分发及相关业务，对行业具有深刻和独到的理解，并在应用产品开发、海外业务运营等方面具有非常丰富的管理及实践经验。为保证 Outfit7 继续保持健康良好的发展，上市公司将在保持 Outfit7 现有管理团队稳定的基础上，给予管理层充分发展空间；同时，上市公司将结合 Outfit7 的经营特点和业务模式对其原有的管理制度进行适当地调整，输出具有规范治理经验的管理人员，帮助 Outfit7 尽快适应上市公司的各类规范要求。此外，上市公司还将考虑适当时机从外部引进优质人才，为 Outfit7 的业务开拓提供必要的支持。

（4）对标的公司机构的整合

本次交易完成后，上市公司将保证 Outfit7 内部组织机构连贯性及稳定性，在其现有的内部组织机构基础上根据上市公司章程等制度规范管理并逐步优化，并根据 Outfit7 实际经营需要进行动态调整。

2、本次交易的整合风险以及相应管理控制措施

本次交易完成后，Outfit7 将成为上市公司的间接控股子公司。上市公司将从业务、资产、财务、人员、机构等方面对 Outfit7 进行整合。虽然上市公司之前已积累了一定的外延式并购重组的整合经验，并取得了良好的整合效果，但本次交易完成后能否通过整合充分发挥双方的协同效应具有一定的不确定性。

为了应对整合风险，上市公司制定了以下措施：

（1）建立有效的公司治理机制，加强公司在业务经营、财务运作、对外投资、抵押担保等方面对标的公司的管理与控制，保证上市公司对标的公司重大事项的决策权，提高公司整体决策水平和抗风险能力。

（2）将标的公司的战略管理、财务管理和风控管理纳入到上市公司统一的管理系统中，加强审计监督、业务监督和管理监督，提高经营管理水平和防范财务风险。

（3）本次交易完成后，上市公司总体规模将有所扩张，经营管理水平需要进一步提升。为了应对这一风险，公司将通过自身培养及外部引入优秀人才相结合的方式，来培养和储备更多的管理人才、专业人才，并提供合理的激励措施来稳定和壮大人才队伍，以适应公司的发展需求。

（4）上市公司将进一步给予标的公司现有管理团队充分的经营自主权，并不断完善人才激励与培养机制，充分利用上市公司的品牌效应和资本平台，提高团队凝聚力和稳定性，预防优秀人才流失。

（5）建立良好有效的管理沟通机制。在双方共同认同的价值观与企业文化的基础上，加强沟通融合，促进不同业务之间的认知与交流，降低因行业信息不对称导致的整合风险；优化上市公司与标的公司经营层和决策层的人员配置，共同进行投资决策和风险管控；在保持标的公司业务独立性的同时，向其导入上市公司规范运作、内部控制、信息披露等方面的理念，降低整合过程中的管理风险。

（六）上市公司及其下属浙江金科汤姆猫网络科技有限公司与杭州哲信、**Outfit7**，以及杭州哲信与 **Outfit7** 在市场、客户、技术等方面协同效应的具体体现

上市公司是具有全球化视野的国内领先的移动互联网高科技企业，始终积极拓展海外业务。杭州哲信是一家依托大数据分析，从事休闲移动互联网文化产品发行运营为主的移动互联网企业。**Outfit7** 主要从事移动互联网广告分发以及互联网儿童早期教育业务。上市公司全资子公司浙江金科汤姆猫网络科技有限公司依托中国地区具有竞争优势的本地产品、运营团队和对中国地区深入的市场理解，

将成为 Outfit7 在中国协同业务全方位落地的平台载体。上市公司及其下属浙江金科汤姆猫网络科技有限公司、杭州哲信与 Outfit7，在市场、客户、技术等方面具有明显的协同效应，具体如下：

1、市场方面

上市公司将打造“全球化生态型移动互联网企业”作为公司长远发展的战略目标。本次并购是上市公司落实这一战略的重要举措。通过本次并购重组，有利于完善上市公司全球化市场的业务布局。

杭州哲信深耕中国移动互联网大数据分发业务多年，具备强大的发行能力。以此为依托，杭州哲信全面代理 Outfit7 的各款主要产品在中国地区的发行和广告变现业务，使 Outfit7 中国市场业务取得了快速增长。同时，杭州哲信一直尝试海外发行业务，推动国内移动互联网产品出海，先后在印尼、中东等国家和地区设立了本土化落地团队。Outfit7 拥有超过 3 亿人的月活跃用户，覆盖美国、英国、俄罗斯、巴西等全球数十个国家和地区。杭州哲信的各类应用与产品将通过 Outfit7 平台将在全球市场进行推广，从而形成强大的业务互补，协同发展。

浙江金科汤姆猫网络科技有限公司的设立，一方面协助 Outfit7 对接中国开发团队和合作方，开发更多优质的应用产品和视频作品，降低制作和推广成本；另一方面将利用 Outfit7 的 IP 资源，在儿童早期教育、电影动漫、衍生品开发、汤姆猫主题乐园等领域进行全方位、立体化的拓展。

2、客户方面

通过本次并购，上市公司、杭州哲信、Outfit7 目前的客户资源将得以交叉利用，实现优质客户资源共享，丰富增值服务内容，创造新的利润增长点。

杭州哲信建立了移动互联网发行综合运营平台，通过该平台积累了庞大的客户资源，并运用大数据分析模型对上述用户进行了数据挖掘，形成了宝贵的多维度用户画像。针对用户行为特征数据，可以针对性地精准推送 Outfit7 优质内容产品。同时，杭州哲信的结算客户还包括新浪、中国移动、中国联通等知名企业，可以为 Outfit7 在国内的收付结算提供支持。

Outfit7 拥有超过 3 亿的月活跃用户，覆盖美国、英国、俄罗斯、巴西等全

球数十个国家和地区，主要广告客户覆盖 Google、Facebook、Twitter、Applovin、Vungle 等全球 30 余家大型广告平台。

随着浙江金科汤姆猫网络科技有限公司主题乐园、衍生品开发等线下项目的建成，未来上市公司、杭州哲信、金科汤姆猫和 Outfit7 将可以为客户提供集线上与线下、国内与国外于一体的全方位综合性服务，以满足客户的多层次需求。

3、技术方面

杭州哲信通过多年的移动游戏平台运营与管理，在大数据管理技术、服务器技术等核心领域具有丰富的技术积累，建立起基于大数据分析基础上的“开放型移动互联网产品自动发行模式”，并基于该模式自主开发了开放型“移动互联网产品综合运营平台”。在数据管理方面，杭州哲信自主研发了通用数据抓取、用户行为分析等技术，为数据分析奠定了坚实基础；在服务器管理方面，杭州哲信的 Web 服务器监视控制系统和服务器集群等技术的应用，有效实现服务器负载均衡，满足大规模用户承载需求，同时也实现了服务器的运行状态监控，保障平台顺利运行。

Outfit7 开发的亲子互动应用可以和用户进行人机交互，能够辨声、模仿、变声，具备了初级形态的人工智能。其各类亲子互动应用的成功，体现了强大的大数据分析能力和人工智能以及“会说话的汤姆猫家族”作为全球范围内知名 IP 的稀缺性。

Outfit7 自行开发的高度智能化广告投放系统，每天可收集到约 50 亿条用户行为数据，自行研发的演进机器学习算法，对用户进行画像，进行精准的广告投放。Outfit7 的广告系统能依据用户行为反馈，自主在各广告平台间优化流量调配和广告投放，其智能化发行技术的引进，能够大幅提升上市公司广告发行的创收效率。

综上，未来经营中，上市公司将进一步整合杭州哲信与 Outfit7 的技术优势，深化综合型创新，进一步完善基于大数据分析基础上的“精准型智能化分发模式”，推动后续业务发展。

(七)报告期内 Outfit7 的业务开展情况、核心竞争力、未来年度预测情况，以及朱志刚、王健承诺净利润的可实现性

1、Outfit7 的业务开展情况

Outfit7 是一家集大数据广告分发与互联网儿童早期教育于一体的世界知名的移动应用开发商和发行商，其核心研发和经营团队分布于斯洛文尼亚、塞浦路斯以及英国。Outfit7 专注于移动应用的研发和运营，并基于自身研发的移动应用进行大数据广告分发，从而获得业务收入。

Outfit7 根据自身特有战略资源和市场开发运营经验，根据“会说话的汤姆猫家族”这一颇受欢迎的 IP，开发并投放了一系列亲子互动类移动应用，公司的应用产品面向全球进行推广，截至 2017 年 6 月 30 日，Outfit7 移动应用下载量已累计超过 60 亿次，公司的主要产品在多个国家和地区应用榜单中名列前茅。例如，根据 App Annie 发布的《全球移动应用市场 2016 年回顾》，Outfit7 的产品《我的汤姆猫》按照 Android 手机月活跃用户数、全球 iOS 和 Google Play 综合下载量等指标排名，均当选为 2016 年度全球十大热门游戏；《汤姆猫跑酷》iOS 平台的下载量曾在全球多个国家进入所有应用类别排名的前十；《我的安吉拉》下载量在 2017 年上半年全球多个国家的 iOS 家庭类游戏中均进入前十。

Outfit7 产品根据月活跃用户数、不同渠道下载量等不同指标，在巴西、中国、法国、印度、印尼、墨西哥、波兰、俄罗斯、土耳其等全球多个国家的排名均处于行业领先地位。Outfit7 在全球移动应用行业内具有较高知名度和较强的竞争优势。

2、Outfit7 的核心竞争力

(1) 持续挖掘顶级 IP 的品牌潜力及影响力

作为全球著名的移动互联网高科技企业，Outfit7 深耕亲子互动类移动应用的开发与运营。经过多年发展，Outfit7 创造了“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP，基于这一全球知名 IP 和丰富的产品开发及运营经验，Outfit7 团队精准把握产品的市场定位，充分发挥自身技术优势对应用和产品进行完善及优化，已覆盖全球数亿人口，为用户创造了良好的使用体验。Outfit7 未来将继续对旗下 IP

进行深入开发，充分挖掘 IP 潜藏的价值，实行线上线下联动布局，诸如建设主题乐园、开发影视产品、开发衍生周边产品等。

（2）深厚的用户积累及行业领先的品牌优势

Outfit7 成立至今其主要应用产品已在全球多个主要市场成功运营，其丰富的移动应用产品自推出以来累计下载已超过 60 亿人次，用户覆盖欧洲、美国、巴西、中国、澳大利亚等全球大多数国家和地区。Outfit7 依靠产品的优秀质量以及良好的口碑与品牌形象，已逐渐成为全球领域亲子互动类移动应用行业的领导者，在全球范围内具有广泛的用户基础。深厚的用户基础所带来的品牌知名度为其带来更多的用户积累，形成了一种良性循环，公司通过交叉营销的方式，使得新发布的产品能迅速覆盖用户群体，进而实现良好的经济效益。

（3）卓越自我投放推广和交叉营销能力

Outfit7 具有较强的移动广告自我投放推广能力，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。除对接 Google、Applovin 等互联网广告商的需求外，Outfit7 亦在其应用产品中通过应用墙、插页等形式，推广其自有产品。Outfit7 的市场推广服务费用较小，相比于从外部采购广告推广服务，Outfit7 通过内部自有产品的交叉营销取得庞大的新增用户数，从而更进一步降低获取用户的成本。

（4）领先的大数据精准营销及与长期营销服务商合作关系

为了提高业务质量及利润率，Outfit7 在移动应用的研发和运营中通过数据分析系统建立了以数据为基础、以用户行为为导向的精细化市场营销和运营体系。Outfit7 根据现有产品的庞大用户基数，每天可收集到约 50 亿条用户行为数据，公司自行研发了演进的机器学习算法，将收集到的相关运营数据进行精准分析和比对，优化营销渠道，及时调整市场推广工作，为运营和市场决策提供支持，通过大数据分析用户的特征和偏好，实现精准的广告投放。同时 Outfit7 可根据广告主的营销需求，个性化地提供不同的广告形式，并向移动应用用户进行投放。

Outfit7 的主要产品取得世界范围内用户的良好评价，全球用户数保持了快速增长。Outfit7 与国际主流的广告营销平台建立了良好的长期业务合作关系，包括 Applovin、Google、Twitter 等。通过与该等营销平台的良好关系，同时凭借

优质的广告营销能力，该等大型互联网广告服务商将 Outfit7 列为优先广告发布平台，从而在全球范围获得更多的优质广告业务订单。

（5）强大的技术优势及创新能力

经过多年的积淀，Outfit7 已拥有一支高度稳定的、具有较强凝聚力的优秀核心研发团队，优秀的研发团队是公司保持快速发展的重要因素。Outfit7 作为全球知名的互联网科技企业。其研发团队成员具有丰富的研发经验和优秀的创意基因，不断开发出一系列的优质移动应用产品，有效地保障了产品的持续创新、用户的不断累积、企业的快速发展。

（6）丰富的全球化产品运营经验

Outfit7 拥有全球范围内投放和运营产品的经验，具备世界范围内网络跨平台营销能力。在全球市场的开拓过程中，Outfit7 逐步打造出一支强大的营销运营团队。通过在目标市场上深耕细作，针对不同地区市场的用户特征、行为偏好、付费能力以及付费习惯等制定产品推广和运营策略，协助 Outfit7 进一步提升市场占有率及盈利能力。丰富的全球化产品运营经验是 Outfit7 保持现有行业领先地位和市场占有率的坚强支撑和重要保障。

3、Outfit7 未来年度预测情况

Outfit7 于 2017 年 7-12 月及未来五年的收益情况预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
营业收入	5,247.93	12,553.10	14,465.68	15,429.21	15,894.97	15,894.97
减：营业成本	63.68	133.73	147.10	161.81	177.99	177.99
营业税金及附加	2.62	6.28	7.23	7.71	7.95	7.95
销售费用	297.22	602.44	600.00	597.76	596.11	596.11
管理费用	1,080.75	2,285.86	2,454.12	2,592.42	2,352.61	2,352.61
财务费用	-	-	-	-	-	-
资产减值损失	-	-	-	-	-	-
投资净收益	-	-	-	-	-	-
营业利润	3,803.65	9,524.80	11,257.23	12,069.50	12,760.31	12,760.31
营业外收入	-	-	-	-	-	-
减：营业外支出	-	-	-	-	-	-

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
利润总额	3,803.65	9,524.80	11,257.23	12,069.50	12,760.31	12,760.31
减：所得税	95.09	238.12	281.43	301.74	701.82	701.82
净利润	3,708.56	9,286.68	10,975.80	11,767.76	12,058.49	12,058.49

评估师根据标的公司的经营业务发展情况对 Outfit7 于 2017 年 7-12 月及未来五年的经营情况进行预测，其中 2017 年 7-12 月、2018 年度及 2019 年度可实现营业总收入分别为 5,247.93 万欧元、12,553.10 万欧元及 14,465.68 万欧元；2017 年 7-12 月、2018 年度及 2019 年度净利润分别为 3,708.56 万欧元、9,286.68 万欧元及 10,975.80 万欧元。具体预测依据如下：

（1）营业收入预测

1) 广告收入

Outfit7 通过在移动应用内投放第三方公司广告，向广告代理商获取一定比例的广告分成。Outfit7 广告收入主要来源于与广告代理商（主要为 Google、Inmobi 以及 Twitter 等）的合作，Outfit7 提供广告播放的载体以及设计广告播放的展现形式，广告代理商向最终广告主获取广告收入，并与 Outfit7 进行收入分成。

2017 年 7-12 月预测中各参数指标参考历史数据，其中各区域广告月活跃用户数参考基准日最近六个月各区域广告月活跃用户平均数占广告月活跃用户总平均数比重乘以当月移动应用月活跃用户数确定，展示量和千次展现收入指标参考基准日最近六个月平均值确定。

2018 年和 2019 年，在每年第 1 个月，保持展示量/月活跃、千次展现收入保持 5%的增长幅度，其他月份保持当年首月的指标水平。在以上预测思路基础上，2017 年 7 月-2019 年 Outfit7 的广告收入如下表所示：

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
展示量（万次）			
横幅式广告	430,268.48	487,870.24	540,741.67
插播式广告	158,875.47	180,144.76	199,667.40
奖励式广告	103,991.65	117,913.43	130,691.94
其他广告	633.86	718.71	796.60
月活跃人数（万人次）	28,226.69	30,481.44	32,175.97
展示量/月活跃（次/人次）			
横幅式广告	15.24	16.01	16.81

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
插播式广告	5.63	5.91	6.21
奖励式广告	3.68	3.87	4.06
其他广告	0.02	0.02	0.02
千次展示收入（欧元/000）			
横幅式广告	0.53	0.55	0.58
插播式广告	1.71	1.79	1.88
奖励式广告	1.98	2.08	2.18
其他广告	0.54	0.57	0.60
广告收益（万欧元）			
横幅式广告	1,362.66	3,244.68	3,776.13
插播式广告	1,626.93	3,873.94	4,508.45
奖励式广告	1,235.90	2,942.86	3,424.87
其他广告	2.06	4.92	5.72

根据 Smaato 发布的《Global Trends in Mobile Advertising Q12017》，多数国家的 eCPM（有效的每千次展示费用）在 2017 年第一季度均取得了有史以来最高的增长率。如同 2016 年第四季度的增长趋势，2017 年第一季度，移动应用内的广告消费持续增加，占据移动端广告总收入的 91%，相比 2016 年第一季度，移动应用内广告消费占比提高 15%。2017 年第一季度全球应用内广告消费金额同比增长 41%，同时应用内广告的 eCPM 为同期移动网络的 2.5 倍，全球范围来看，应用内的广告消费占有所有移动广告消费的比例达到 91%。

基于市场的良好发展趋势，2020 年到 2021 年，结合行业的增长趋势，考虑到一定的不确定性，按照 6% 的速度进行增长，2022 年的收入水平与 2021 年保持一致。Outfit7 2020 年-2022 年预测的广告收入如下表所示：

项目	2020 年	2021 年	2022 年
展示量（万次）			
横幅式广告	573,186.17	607,577.34	607,577.34
插播式广告	211,647.44	224,346.29	224,346.29
奖励式广告	138,533.45	146,845.46	146,845.46
其他广告	844.40	895.06	895.06
月活跃人数（万人次）	34,106.53	36,152.92	36,152.92
展示量/月活跃（次/人次）			
横幅式广告	16.81	16.81	16.81
插播式广告	6.21	6.21	6.21
奖励式广告	4.06	4.06	4.06
其他广告	0.02	0.02	0.02

项目	2020 年	2021 年	2022 年
千次展示收入(欧元/000)			
横幅式广告	0.58	0.58	0.58
插播式广告	1.88	1.88	1.88
奖励式广告	2.18	2.18	2.18
其他广告	0.60	0.60	0.60
月广告收益(万欧元)			
横幅式广告	4,002.69	4,242.86	4,242.86
插播式广告	4,778.96	5,065.70	5,065.70
奖励式广告	3,630.36	3,848.18	3,848.18
其他广告	6.06	6.43	6.43

2) 应用内购买收入

对于应用内购买收入，Outfit7 通过 iOS、安卓及其他平台上发布应用，于应用内提供可供用户购买的内容和服务（如金币等）获取的收入。Outfit7 和主要平台客户如 Apple 以及 Google 合作中，Apple 和 Google 向 Outfit7 提供技术支持，与 Outfit7 进行一定的利润分成。

对于已经线上运营的移动应用，2017 年 7-12 月预测时考虑基准日最近 6 个月的各项指标的水平，同时考虑到未来移动应用的生命周期情况进行预测，由于月活跃用户数、付费率以及 ARPPU 值有一定程度的波动，以评估基准日最近 6 个月的平均值作为 2017 年 7 月月活跃用户数、付费率和 ARPPU 值的水平。2017 年 7 月以后的月活跃用户数和 ARPPU 在 2017 年 7 月的基础上考虑 1%程度的衰减，付费率保持 2017 年 7 月水平不变。

2017 年 7-12 月至 2019 年已上线移动应用内购买收入预测：

产品	项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
我的汤姆猫	月活跃人数（万）	8,270.44	7,558.62	6,699.85
	月付费人数（万）	2.57	2.35	2.08
	付费率	0.03%	0.03%	0.03%
	ARPPU（欧元/每人）	6.69	6.12	5.42
	净收益（万欧元）	103.24	172.62	135.63
我的安吉拉	月活跃人数（万）	5,985.36	5,470.21	4,848.71
	月付费人数（万）	3.31	3.02	2.68
	付费率	0.06%	0.06%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）	9.46	8.66	7.67
	净收益（万欧元）	187.86	314.11	246.79
汤姆猫跑	月活跃人数（万）	3,799.26	3,472.27	3,077.77

产品	项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
酷	月付费人数（万）	2.53	2.31	2.05
	付费率	0.07%	0.07%	0.07%
	ARPPU（欧元/每人）	14.76	13.50	11.97
	净收益（万欧元）	224.12	374.74	294.42
我的汉克 狗	月活跃人数（万）	1,275.64	1,165.85	1,033.39
	月付费人数（万）	1.33	1.22	1.08
	付费率	0.10%	0.10%	0.10%
	ARPPU（欧元/每人）	6.98	6.38	5.66
	净收益（万欧元）	55.87	93.42	73.40
“会说话的 汤姆猫家 族”其他移 动应用	月活跃人数（万）	8,886.52	8,121.68	7,198.93
	月付费人数（万）	5.61	5.13	4.54
	付费率	0.06%	0.06%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）	4.82	4.41	3.91
	净收益（万欧元）	162.29	271.36	213.20

同时根据 Outfit7 的研发计划，评估人员对 2017 年-2019 年上线的新应用进行预测。Outfit7 应用产品的上线计划如下：

序列	名称	拟推出时间
1	汤姆猫战营	2018 年 1 月
2	汤姆猫水乐园	2017 年 11 月
3	汤姆猫摩托艇 2	2018 年第二季度
4	汤姆快跑	2018 年第二季度
5	汤姆和小偷	2018 年第二季度
6	安吉拉时尚工作室	2019 年

2017 年 7-12 月-2019 年未来上线移动应用内购买收入预测如下：

产品	项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
汤姆猫 战营	月活跃人数（万）		2,711.95	3,014.18
	月付费人数（万）		2.27	1.94
	付费率		0.08%	0.06%
	ARPPU（欧元/每人）		12.40	14.85
	净收益（万欧元）		338.12	345.16
汤姆猫 水乐园	月活跃人数（万）	9.47	1,346.52	1,229.37
	月付费人数（万）	0.04	1.05	0.82
	付费率	0.38%	0.08%	0.07%
	ARPPU（欧元/每人）	2.22	13.10	14.34
	净收益（万欧元）	0.48	164.49	140.92
汤姆猫 摩托艇 2	月活跃人数（万）		619.90	1,416.64
	月付费人数（万）		0.97	0.84
	付费率		0.16%	0.06%

产品	项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年
	ARPPU（欧元/每人）		8.76	14.93
	净收益（万欧元）		102.13	150.91
汤姆和小偷	月活跃人数（万）		225.88	1,397.17
	月付费人数（万）		0.50	1.00
	付费率		0.22%	0.07%
	ARPPU（欧元/每人）		8.18	14.20
	净收益（万欧元）		48.58	169.66
安吉拉时尚工作室	月活跃人数（万）			2,259.95
	月付费人数（万）			2.17
	付费率			0.10%
	ARPPU（欧元/每人）			12.93
	净收益（万欧元）			336.90

2020 年至 2021 年，结合行业的增长趋势，考虑到一定的不确定性，月活跃用户数按照 5% 的速度进行增长，2022 年收入与 2021 年保持一致。

2020 年-2022 年移动应用内购买收入预测如下：

项目	2020 年	2021 年	2022 年
月活跃人数（万）	33,784.77	35,474.01	35,474.01
月付费人数（万）	20.17	21.18	21.18
付费率	0.06%	0.06%	0.06%
ARPPU（欧元/每人）	9.14	9.14	9.14
移动应用收入（万欧元）	2,211.67	2,322.26	2,322.26

综上，收入未来预测汇总如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
横幅式广告	1,362.66	3,244.68	3,776.13	4,040.45	4,323.29	4,323.29
插播式广告	1,626.93	3,873.94	4,508.45	4,824.05	5,161.73	5,161.73
奖励式广告	1,235.90	2,942.86	3,424.87	3,664.61	3,921.13	3,921.13
其他广告	2.06	4.92	5.72	6.12	6.55	6.55
广告收入	4,227.56	10,066.39	11,715.17	12,535.23	13,412.70	13,412.70
月活跃人数（万）	28,226.69	30,481.44	32,175.97	33,784.77	35,474.01	35,474.01
月付费人数（万）	15.39	18.45	19.20	20.17	21.18	21.18
付费率	0.05%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%
ARPPU（欧元/每人）	7.94	8.47	9.14	9.14	9.14	9.14
移动应用收入	733.85	1,879.57	2,107.00	2,211.67	2,322.26	2,322.26
网络视频广告收入	231.87	486.92	511.27	536.83		
授权收入	54.65	120.22	132.25	145.47	160.02	160.02

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
合计	5,247.93	12,553.10	14,465.68	15,429.21	15,894.97	15,894.97

(2) 主营业务成本预测

Outfit7 的主营业务成本包括代理佣金和特许权使用费，主要为开发移动应用产品所发生的费用，预测中，按照 Outfit7 的摊销标准确定摊销额，未来考虑一定幅度的增长。由于广告收入主要是 Outfit7 在“会说话的汤姆猫家族”系列移动应用内投放第三方公司广告获取的广告分成，Outfit7 提供广告播放的载体以及设计广告播放的展现形式，广告几乎无成本，视频在重复播放时主要产生管理成本，因此视频几乎无成本。未来成本的预测主要考虑收入的增长幅度，2017 年 7 月至 2021 年主营业务成本预测按照 10%的增长幅度进行预测。

主营业务成本预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
代理佣金	22.80	47.89	52.67	57.94	63.74
特许权使用费	40.88	85.84	94.42	103.87	114.25
主营成本合计	63.68	133.73	147.10	161.81	177.99
其他业务成本					
成本合计	63.68	133.73	147.10	161.81	177.99

(3) 税金及附加预测

Outfit7 的税项主要有增值税、城建税和印花税等。考虑到 Outfit7 在不同的国家执行不同的税率，因此根据 2017 年税金及附加占收入的加权比例以及未来的收入预测，对未来的税金及附加进行预测。

税金及附加预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
营业收入	5,247.93	12,553.10	14,465.68	15,429.21	15,894.97
税金及附加	2.62	6.28	7.23	7.71	7.95

(4) 期间费用预测

1) 销售费用预测

销售费用主要为市场推广费、办公及保险费、差旅及业务招待费、仓储费及运费等。考虑到市场推广的效果直接作用于月活跃用户数，因此，市场推广费的预测参考历史期间该费用占月活跃用户总数的比例进行确定。其他费用以历史数据为基础，结合未来业务增长趋势在未来期间考虑 5% 的增长水平，预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
市场推广费	267.44	542.74	537.32	531.94	527.00
办公及保险费	5.21	10.45	10.97	11.52	12.10
差旅及业务招待费	24.57	49.25	51.71	54.30	57.01
销售费用合计	297.22	602.44	600.00	597.76	596.11

2) 管理费用预测

Outfit7 的管理费用主要为职工薪酬、折旧及摊销、差旅费及业务招待费、办公费、中介费用、研发费用和其他零星费用。职工薪酬根据 Outfit7 的工资发放标准及薪酬政策以及 Outfit7 未来的规划确定；折旧摊销按照 Outfit7 的固定资产（无形资产）原值和折旧（摊销）计提标准预测；研发费用考虑未来研发规划并结合历史期间研发费用占营业收入比重，未来预测中按照占移动应用收入和广告收入合计的 3% 比重确定；其他费用以历史数据为基础，结合未来业务增长趋势在未来期间考虑 5% 的增长水平，预测如下：

单位：万欧元

项目	2017 年 7-12 月	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
职工薪酬	377.07	807.12	894.65	979.54	1,072.63
折旧及摊销	315.73	631.47	631.47	631.47	241.98
差旅费及业务招待费	24.06	50.53	53.05	55.70	58.49
办公费	126.52	265.70	278.98	292.93	307.58
中介费用	78.97	158.29	166.21	174.52	183.24
税费	5.00	5.25	5.51	5.79	6.08
研发费用	148.84	358.38	414.66	442.41	472.05
其他	4.55	9.13	9.58	10.06	10.57
管理费用合计	1,080.75	2,285.86	2,454.12	2,592.42	2,352.61

4、承诺净利润的可实现性

综上，Outfit7 在全球多个国家和地区开展业务，具有突出的核心竞争力，报告期内其业务保持快速发展。结合对 Outfit7 未来年度预测的情况进行综合分析，Outfit7 承诺业绩具有可实现性。

（八）前次重大资产重组的业绩承诺及实际业绩实现情况

根据上市公司与前次重大资产重组交易对方王健、方明签订的《发行股份及支付现金购买资产协议》及《发行股份及支付现金购买资产协议之补充协议》，王健、方明承诺 2016 年度、2017 年度、2018 年度扣除非经常性损益的净利润分别不低于 17,000 万元、23,000 万元、30,000 万元。

根据天健出具的《关于杭州哲信信息技术有限公司业绩承诺完成情况的鉴证报告》（天健审【2017】1692 号），杭州哲信 2016 年度经审计扣除非经常性损益的净利润 19,225.03 万元，超过承诺数 2,225.03 万元，完成本年业绩承诺盈利的 113.09%。

根据上市公司《2017 年半年度报告》2017 年 1-6 月，杭州哲信实现净利润 12,821.07 万元，已完成 2017 年度承诺业绩的 55.74%。

（九）上市公司区分本次重组实现业绩与前次重组实现业绩的措施及有效性

为确保区分本次重组实现业绩与前次重组实现业绩，上市公司承诺：本次重组完成后，杭州哲信与 Outfit7 在未来经营中发生的关联交易将遵循公允、合理的市场定价原则，并严格按照上市公司《公司章程》及关联交易决策制度的规定进行。

同时，上市公司在利润承诺期内各年度的年度审计时将对 Outfit7 当年的实际盈利数与承诺盈利数的差异情况进行审查，并聘请具有证券期货相关业务资格的会计师事务所出具专项审核意见，实际盈利数与承诺盈利数之差额以该专项审核结果确定。

第十三节 财务会计信息

一、杭州逗宝财务会计信息

根据天健出具的《杭州逗宝审计报告》，杭州逗宝最近两年及一期的主要财务会计信息如下：

（一）杭州逗宝最近两年及一期简要资产负债表

单位：万元

资产	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产	210,153.89	0.01
资产总计	210,153.89	0.01
流动负债	39.73	0.19
负债合计	39.73	0.19
所有者权益	210,114.16	-0.18
负债和所有者权益总计	210,153.89	0.01

（二）杭州逗宝最近两年及一期简要利润表

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
营业收入	7.59	-
营业总成本	-144.93	0.08
营业利润	152.51	-0.08
加：营业外收入	0.08	-
减：营业外支出	-	0.10
利润总额	152.59	-0.18
减：所得税费用	38.25	-
净利润	114.35	-0.18

（三）杭州逗宝最近两年及一期简要现金流量表

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量净额	0.75	0.01
二、投资活动产生的现金流量净额	-209,900.00	-
三、筹资活动产生的现金流量净额	210,000.00	-
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	100.75	0.01
六、期末现金及现金等价物余额	100.76	0.01

二、上虞码牛财务会计信息

根据天健出具的《上虞码牛审计报告》，上虞码牛最近两年及一期的主要财务会计信息如下：

（一）上虞码牛最近两年及一期简要资产负债表

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动资产合计	210,051.86	-	-
资产总计	210,051.86	-	-
流动负债合计	13.37	-	-
负债合计	13.37	-	-
所有者权益合计	210,038.49	-	-
负债和所有者权益总计	210,051.86	-	-

（二）上虞码牛最近两年及一期简要利润表

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
营业收入	7.69	-	-
营业总成本	-43.54	-	-
营业利润	51.23	-	-
加：营业外收入	0.23	-	-
减：营业外支出	-	-	-
利润总额	51.46	-	-
减：所得税费用	12.96	-	-
四、净利润	38.49	-	-

（三）上虞码牛最近两年及一期简要现金流量表

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量净额	0.04	-
二、投资活动产生的现金流量净额	-209,950.00	-
三、筹资活动产生的现金流量净额	210,000.00	-
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	50.04	-
六、期末现金及现金等价物余额	50.04	-

三、Outfit7 财务会计信息

本次重大资产重组的标的资产为杭州逗宝及上虞码牛的 100% 股权，杭州逗宝及上虞码牛的主要资产为其间接控制的子公司 Outfit7。根据天健出具的《Outfit7 审计报告》，Outfit7 最近两年及一期的主要财务会计信息如下：

（一）Outfit7 最近两年及一期简要合并资产负债表

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动资产	25,631.10	29,120.35	29,847.17
非流动资产	21,746.09	16,614.72	11,407.30
资产总计	47,377.20	45,735.07	41,254.47
流动负债	5,260.81	3,454.49	2,089.41
非流动负债	-	-	-
负债合计	5,260.81	3,454.49	2,089.41
归属于母公司所有者权益	42,116.38	42,280.57	39,165.06
所有者权益合计	42,116.38	42,280.57	39,165.06
负债和所有者权益总计	47,377.20	45,735.07	41,254.47

（二）Outfit7 最近两年及一期简要合并利润表

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
营业收入	42,426.18	67,847.08	75,194.35
减：营业总成本	10,851.19	20,106.33	18,330.90
营业利润	31,574.99	47,740.75	56,863.45
加：营业外收入	0.42	0.01	0.90
减：营业外支出	2.66	40.62	7.60
利润总额	31,572.75	47,700.14	56,856.75
减：所得税费用	1,016.74	1,374.83	1,375.75
净利润	30,556.02	46,325.31	55,481.01
归属于母公司所有者的净利润	30,556.02	46,325.31	55,481.01

（三）Outfit7 最近两年及一期简要合并现金流量表

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	17,792.36	47,407.78	61,458.96
投资活动产生的现金流量净额	-4,647.74	-6,522.35	-6,541.23

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-19,945.90	-42,699.73	-50,468.22
汇率变动对现金	1,384.60	1,315.26	167.99
现金及现金等价物净增加	-5,416.68	-499.04	4,617.51

四、上市公司备考合并财务会计信息

根据天健出具的《上市公司备考审阅报告》，上市公司最近一年一期的备考合并主要财务信息如下：

（一）上市公司最近一年一期简要备考合并资产负债表

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产	573,762.37	614,858.94
非流动资产	844,887.69	771,088.34
资产总计	1,418,650.05	1,385,947.29
流动负债	456,985.45	437,707.21
非流动负债	12,128.24	8,698.67
负债合计	469,113.70	446,405.88
归属于母公司股东权益	924,619.60	911,622.76
少数股东权益	24,916.75	27,918.65
股东权益合计	949,536.35	939,541.41
负债和股东权益总计	1,418,650.05	1,385,947.29

（二）上市公司最近一年一期简要备考合并利润表

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
营业收入	106,449.57	157,303.20
营业总成本	55,013.25	85,767.05
营业利润	51,436.32	71,536.15
加：营业外收入	284.86	548.52
减：营业外支出	9.89	120.16
利润总额	51,711.28	71,964.50
减：所得税费用	3,557.82	5,822.75
净利润	48,153.46	66,141.75
归属于母公司股东的净利润	37,634.58	44,751.75
少数股东损益	10,518.88	21,390.00

（三）本次交易对商誉影响数的具体测算过程及依据

根据《企业会计准则》的规定，非同一控制下企业合并，企业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，应确认为商誉。

本次交易的评估基准日为 2017 年 6 月 30 日，根据中联出具的《Outfit7 资产评估报告》，Outfit7 的 100%股权评估值为 728,596.52 万元。经交易各方友好协商，金科文化拟分别以 210,000.00 万元、210,000.00 万元收购杭州逗宝和上虞码牛的 100%股权，合计支付对价 420,000.00 万元，杭州逗宝及上虞码牛分别持有 Outfit7 的 28%股权。本次交易对价由上市公司以发行股份方式支付，扣除杭州逗宝和上虞码牛持有的现金，金科文化取得 Outfit7 的 56%股权的实际支付对价为 406,487.12 万元。

根据评估报告，2017 年 6 月 30 日 Outfit7 可辨认净资产公允价值为 46,866.38 万元。金科文化取得的可辨认净资产公允价值份额为 26,245.18 万元，取得 Outfit7 56%股权的实际交易支付对价为 406,487.12 万元，由此确认商誉价值为 380,241.94 万元。具体测算过程如下表：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日
合并成本①	406,487.12
可辨认净资产公允价值②	46,866.38
上市公司收购比例③	56%
上市公司取得的可辨认净资产公允价值份额（④=②*③）	26,245.18
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）	380,241.94
商誉	380,241.94

备考合并报表假设发行股份购买资产的交易已于 2015 年 1 月 1 日实施完成，上市公司自 2015 年 1 月 1 日将 Outfit7 纳入合并范围，为了让备考合并财务报表的信息更接近于重组完成后的实际情况，假定此商誉金额自 2015 年 1 月 1 日起持续不变，合并财务报表确认对 Outfit7 纳入合并范围形成商誉 380,241.94 万元。

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。

（四）备考合并报表编制已充分辨认和合理判断 Outfit7 拥有的但未在其财务报表中确认的无形资产

Outfit7 对截至 2017 年 6 月 30 日可辨认资产、负债的价值进行了梳理和确认。根据中联出具的《Outfit7 资产评估报告》确定纳入备考合并报表的无形资产情况。

中联评估采用收益法和资产基础法对 Outfit7 进行评估，根据资产基础法结果，2017 年 6 月 30 日 Outfit7 拥有的包含在其财务报表中确认和未在其财务报表中确认的无形资产为 23,249.73 万元。

评估人员对 Outfit7 拥有的无形资产进行了充分分析和判断。根据 Outfit7 拥有的资产形态和经营实际，截至评估基准日，Outfit7 无形资产中纳入评估范围的账面记录的无形资产，主要为 Outfit7 子公司 Outfit7 Limited 账面记录的视频软件著作权、APP 软件著作权、商标注册费以及外购的办公软件等；纳入评估范围的账面未记录的无形资产为 Outfit7 子公司 Outfit7 Limited 所拥有的 416 项主要注册商标、27 项主要专利、88 项主要计算机软件著作权以及 7 项主要域名。

Outfit7 无形资产中的销售网络、客户关系、特许经营权、合同权益等，收益无法可靠计量，本次评估中未予确认。

对于账面记录的以及未记录的专利、软件、商标等可辨认无形资产，本次采用收益法对其进行评估。收益法是通过估算被评估资产未来预期收益的现值来判断资产价值的评估方法。对无形资产而言，其之所以有价值，是因为资产所有者能够通过有偿许可使用或附加于产品上带来收益。如果不能给持有者带来收益，则该无形资产没有价值。企业采用专有技术的产品已具备成熟市场，将是企业经营收益形成的重要因素，因此适合采用收益法进行评估。同时，采用收益法更能体现技术对经营的影响，为企业后续经营提供较为准确的依据。

由于 Outfit7 的域名不能够带来超额收益，因此域名不作为可辨认无形资产予以确认。

综上，本次评估已充分辨认和合理判断 Outfit7 拥有的但未在其财务报表中确认的无形资产。

在此基础上，审计机构编制的备考合并报表已充分辨认和合理判断 Outfit7 拥有的但未在其财务报表中确认的无形资产。

第十四节 同业竞争和关联交易

一、同业竞争

（一）本次交易完成前上市公司同业竞争情况

本次交易完成前，上市公司的控股股东为金科控股，实际控制人为朱志刚。截至本报告书签署日，朱志刚直接或间接控制的其他企业如下：

序号	企业名称	与朱志刚的关系	主营业务	是否同业竞争
1	金科控股	朱志刚直接持股 96.80%	环保、制冷设备、泳池成套设备、水处理设备设计、制造、安装；金属制品加工、销售；实业投资、控股；塑料粒子销售；进出口业务（法律法规禁止项目除外，限制项目取得许可证后方可经营）。	否
2	金科文化	朱志刚直接持股 12.46%，通过金科控股持股 18.09%	广播电视节目制作（凭许可证经营），经营演出及经纪业务（凭许可证经营），音像制品的批发（凭许可证经营），互联网游戏经营（凭有效《网络文化经营许可证》和《增值电信业务经营许可证》经营，生产：年产过碳酸钠（SPC）10 万吨、食品级液态二氧化碳 1.2 万吨（凭有效《安全生产许可证》经营），文化娱乐产业投资，过碳酸钠、过硼酸钠研发；三嗪次胺基己酸系列产品、醋酸钠系列产品的研发、生产、销售及其他化工产品的研发及销售（除危险化学品及易制毒品外）；进出口业务贸易，计算机软硬件的设计、开发、销售，网络技术的技术开发、技术咨询、技术服务，游戏开发，图文设计制作，设计、制作、代理、发布国内各类广告，会展服务，影视文化信息咨询，摄影服务，体育运动项目经营，艺术创作，主题乐园的开发、建设、经营。	否
3	绍兴上虞六和投资有限公司	朱志刚直接持股 84%	项目投资及经营管理。	否
4	时代金科置业有限公司	金科控股持股 90%、绍兴上虞六和投资有限公司	房地产开发、销售。房地产项目投资。	否

序号	企业名称	与朱志刚的关系	主营业务	是否同业竞争
		持股 10%		
5	绍兴金科房地产有限公司	时代金科置业有限公司持股 70%	房地产开发、经营（凭资质经营）。	否
6	绍兴上虞时代广场商贸有限公司	时代金科置业有限公司持股 90%、绍兴上虞六和投资有限公司持股 10%	金属制品、建筑材料、化工产品（除危险化学品和易制毒品）销售；房屋租赁服务；酒店管理服务	否
7	绍兴上虞时代金科物业管理有限公司	时代金科置业有限公司持股 90%、绍兴上虞六和投资有限公司持股 10%	物业管理。	否
8	万锦商贸有限公司	金科控股持股 55%、绍兴上虞六和投资有限公司持股 10%	百货、酒店用品、建筑材料、装饰材料、金属材料及制品、塑料原料及制品、针纺织品、橡胶制品、仪器仪表、五金交电、机电产品、机械设备、给排水设备及配件的销售；资本投资；酒店经营管理服务，旅游咨询服务；进出口业务（国家法律法规禁止项目除外，限制项目凭许可经营）。	否
9	绍兴上虞雷迪森万锦大酒店有限公司	万锦商贸有限公司持股 100%	餐饮服务：特大型餐馆（中餐类制售、西餐类制售、含凉菜，含裱花蛋糕，含生食海产品，含沙拉，含现榨果蔬汁）；批发兼零售：预包装食品、酒类（凭有效食品经营许可证经营）；住宿、理发美容、游泳池、酒吧服务（凭有效公共场所卫生许可证、特种行业许可证经营、高危险性体育项目许可）；卷烟、雪茄烟零售（凭有效烟草专卖许可证经营）；提供营业性演出场所（除歌舞厅等娱乐场所外）服务；工艺品销售；棋牌服务；商务服务；酒店管理服务；物业管理服务；停车场服务；进出口业务（国家法律法规禁止项目除外，限制项目凭许可经营）（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）	否
10	绍兴上虞区金科时代潮城商贸有限公司	万锦商贸有限公司持股 90%、绍兴上	卷烟、雪茄烟零售（凭有效《烟草专卖零售许可证》经营）；预包装食品，散装食品批发兼零售（凭有效《食品经营许可证》	否

序号	企业名称	与朱志刚的关系	主营业务	是否同业竞争
	公司	虞时代广场商贸有限公司 10%	经营）。针纺织品、鞋帽服装、百货、日化用品、纺织原料、五金交电、金属材料、装饰材料（除危险化学品和易制毒品）、自行车、摩托车、通讯设备、家俱、工艺品、劳保用品、日用杂品、文体用品、金银珠宝、钟表眼镜、照相器材、音像设备、农副产品、蔬菜水果、鲜花、水产品的销售；广告（除网络广告）设计、制作、发布；会展服务。进出口业务贸易（国家法律法规禁止项目除外，限制项目取得许可方可经营）；柜台出租；停车场管理服务。	
11	绍兴上虞金泰泳池设备有限公司	金科控股持股 90%、绍兴上虞六和投资有限公司持股 10%	泳池设备、玻璃钢水滑道、水上娱乐设施及水处理设备、活水养生设备、洗浴设备、泳池（水上乐园）的设计、安装、制造、销售、服务；金属制品加工、销售；有色金属销售。	否
12	绍兴市上虞金嘉置业有限公司	时代金科置业有限公司持股 100%	房地产开发、经营（凭有效的《房地产开发企业资质证书》经营）；房产中介服务；房产租赁服务。（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）	否
13	浙江金刚投资有限公司	朱志刚持股 100%	项目投资及经营管理；投资管理咨询服务；建材、金属制品、酒店用品销售；进出口业务。	否

本次交易完成前，上市公司的主营业务为精细化工业务与移动互联网文化产业双主业，与上市公司控股股东与实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争。

（二）本次交易完成后上市公司同业竞争情况

本次交易完成后，上市公司的控股股东仍为金科控股，实际控制人仍为朱志刚，金科控股及朱志刚控制的其他企业均未从事与上市公司相同的业务。

（三）关于避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，维护上市公司及中小股东的合法权益，金科控股、朱志刚已出具关于避免同业竞争的承诺：

“本次交易完成后，本人/本公司及本人/本公司控制的主体不会直接或间接经营任何与上市公司及其下属企业经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，亦不会投资任何与上市公司及其下属企业经营的业务构成竞争或可能构成竞争的

其他企业。

本次交易完成后，如本人/本公司及本人/本公司控制的主体的现有业务或该企业为进一步拓展业务范围，与上市公司及其下属企业经营的业务产生竞争，则本人/本公司及本人/本公司控制的主体将采取包括但不限于停止经营产生竞争的业务、将产生竞争的业务纳入上市公司或者转让给无关联关系第三方等合法方式，使本人/本公司及本人/本公司控制的主体不再从事与上市公司及其下属企业主营业务相同或类似的业务，以避免同业竞争。”

王健已出具关于避免同业竞争的承诺：

“1、本次交易完成后，在本人持有上市公司股票期间，本人及本人控制的企业不会直接或间接经营任何与上市公司、杭州逗宝及其下属公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，亦不会投资任何与上市公司、杭州逗宝及其下属公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

2、本次交易完成后，在本人持有上市公司股票期间，如本人及本人控制的企业现有业务或该企业为进一步拓展业务范围，与上市公司及其下属公司经营的业务产生竞争，则本人及本人控制的企业将采取包括但不限于停止经营产生竞争的业务、将产生竞争的业务纳入上市公司或者转让给无关联关系第三方等合法方式，使本人及本人控制的企业不再从事与上市公司及其下属公司主营业务相同或类似的业务，以避免同业竞争。”

（四）中介机构核查意见

独立财务顾问认为：本次交易完成后，上市公司与其控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争。同时，金科控股及朱志刚出具的相关承诺及其措施将有助于避免与上市公司之间的同业竞争问题。

法律顾问认为：本次交易完成后，为避免与金科文化的同业竞争，金科文化的控股股东、实际控制人、本次交易的相关当事方已采取相应措施并出具承诺，该等措施及承诺的内容不存在违反法律法规强制性规定的情形，对作出承诺的当事方具有法律约束力。

二、关联交易

（一）本次交易构成关联交易

本次交易完成后，本次重组交易对方朱志刚、王健及上虞朱雀均为本公司的关联方，故本次交易构成关联交易。

（二）标的公司的关联交易情况

杭州逗宝和上虞码牛的主要经营资产为 Outfit7。本节所披露标的公司的关联交易，系 Outfit7 与其原最终控股公司及其附属公司所发生的关联交易。

1、Outfit7 的主要关联方情况

关联方名称	关联关系
联合好运	Outfit7 母公司
Outfit7 Limited	Outfit7 子公司
Ekipa2	Outfit7 子公司
Outfit7 Brit Ltd	Outfit7 子公司
金科文化	Outfit7 间接参股股东
浙江金科汤姆猫网络科技有限公司	金科文化全资子公司

2、Outfit7 主要关联交易

（1）购销商品、提供和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
浙江金科汤姆猫网络科技有限公司	版权收入	1,203.77	-	-

（2）关键管理人员报酬

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
关键管理人员报酬	1,233.26	1,542.80	1,357.18

（3）其他关联交易

根据联合好运与 Outfit7 原股东达成的协议，由联合好运承担其前次收购 Outfit7 股权的财务顾问费 1,511.84 万欧元，该款项由 Outfit7 于 2016 年度代理结

算，共向联合好运收取代理费 3.78 万欧元。截至本报告书签署日，上述款项已与联合好运结算完毕。

3、关联方应收应付款项

单位：万元

项目名称	关联方	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 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	浙江金科汤姆猫网络科技有限公司	1,251.79	62.59	-	-	-	-
小计		1,251.79	62.59	-	-	-	-
其他应收款	联合好运	-	-	27.62	-	-	-
小计		-	-	27.62	-	-	-

（三）本次交易完成后上市公司的关联交易

本次交易完成前，标的公司的关联交易为 Outfit7 与其原最终控股公司及其附属公司之间的交易，本次交易不会新增上市公司的关联交易。

本次交易完成后，上市公司与实际控制人及其关联企业，以及其他关联方之间的日常交易，将按照一般市场经营规则进行，与其他同类产品或服务的客户同等对待。上市公司与关联方之间不可避免的关联交易，上市公司将履行适当的审批程序，遵照公开、公平、公正的市场原则进行，并参照上市公司同类产品客户的销售价格、结算方式作为定价和结算的依据。

（四）减少和规范关联交易的措施

为了减少及规范关联交易，维护上市公司及中小股东的合法权益，金科控股、朱志刚已出具关于减少和规范关联交易的承诺：

“1、本承诺函签署后及本次交易完成后，本人/本公司及本人/本公司控制的主体将尽可能减少与上市公司及其下属企业的关联交易，不会利用自身作为上市公司股东之地位谋求与上市公司在业务合作等方面给予优于市场第三方的权利；不会利用自身作为上市公司股东之地位谋求与上市公司达成交易的优先权利。

2、若发生必要且不可避免的关联交易，本人/本公司及本人/本公司控制的主体将与上市公司及其下属企业按照公平、公允、等价有偿等原则依法签订协议，

履行合法程序，并将按照有关法律法规和《浙江金科文化产业股份有限公司章程》等内控制度的规定履行信息披露义务及相关内部决策、报批程序，关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性，亦不利用该等交易从事任何损害上市公司及上市公司其他股东的合法权益的行为。

3、若违反上述声明和保证，本人/本公司将对因前述行为而给上市公司造成的损失向上市公司进行赔偿。本人/本公司保证将依照《浙江金科文化产业股份有限公司章程》的规定参加股东大会，平等地行使相应权利，承担相应义务，不利用股东地位谋取不正当利益，不利用关联交易非法转移上市公司及其下属企业的资金、利润，保证不损害上市公司其他股东的合法权益。”

王健、上虞朱雀已出具关于减少和规范关联交易的承诺：

“1、本次交易完成后，本人/本企业及本人/本企业控制的主体将尽可能减少与上市公司及其下属子公司的关联交易，不会利用自身作为上市公司股东之地位谋求与上市公司在业务合作等方面给予优于市场第三方的权利；不会利用自身作为上市公司股东之地位谋求与上市公司达成交易的优先权利。

2、若发生必要且不可避免的关联交易，本人/本企业及本人/本企业控制的主体将与上市公司及其下属公司按照公平、公允、等价有偿等原则依法签订协议，履行合法程序，并将按照有关法律法规和上市公司章程等内控制度的规定履行信息披露义务及相关内部决策、报批程序，关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性，亦不利用该等交易从事任何损害上市公司及上市公司其他股东的合法权益的行为。

3、若违反上述声明和保证，本人/本企业将对因前述行为而给上市公司造成的损失向上市公司进行赔偿。本人/本企业保证不利用关联交易非法转移上市公司及其下属公司的资金、利润，保证不损害上市公司其他股东的合法权益。本人/本企业保证将依照《浙江金科文化产业股份有限公司章程》的规定参加股东大会，平等地行使相应权利，承担相应义务，不利用股东地位谋取不正当利益，不利用关联交易非法转移上市公司及其下属公司的资金、利润，保证不损害上市公司其他股东的合法权益。”

（五）中介机构核查意见

独立财务顾问认为：对于本次交易完成后可能发生的关联交易，金科控股、朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫、徐波及上虞朱雀已向上市公司出具了减少及规范关联交易承诺，为本次交易完成后可能发生的关联交易的公平性、公允性和合理性提供了保障。

法律顾问认为：上市公司控股股东、实际控制人、本次交易的相关交易对方已采取了相应措施并出具承诺，保证本次交易完成后其与金科文化之间的关联交易（如有）公平、公允和合理，该等措施及承诺的内容不存在违反法律法规强制性规定的情形，对作出承诺的当事人具有法律约束力。

第十五节 风险因素

投资者在评价本公司本次交易时，除本报告书的其他内容和与本报告书同时披露的其他相关文件外，还应特别认真地考虑下述各项风险因素。

一、本次重组的交易风险

（一）本次交易可能取消的风险

1、虽然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关于本次交易内幕信息进行内幕交易的行为，本次交易存在因公司股价异常波动或异常交易可能涉嫌内幕交易而暂停、终止或取消本次重组的风险；

2、本次交易存在因标的公司出现无法预见的业绩下滑，而被暂停、中止或取消的风险；

3、在本次交易审核过程中，交易双方可能需根据监管机构的要求不断完善交易方案，如交易双方无法就完善交易方案的措施达成一致，则本次交易存在中止的可能；

4、其他原因可能导致本次重组被暂停、中止或取消的风险。

提请投资者注意本次交易可能取消的风险。

（二）配套融资未能实施或融资金额低于预期的风险

本次交易中上市公司拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金 31,083.45 万元，用于支付本次重组中介机构费用和标的公司募投项目建设资金。募集配套资金事项受到股票市场波动及投资者预期的影响，能否顺利实施存在不确定性。如果配套融资未能实施或融资金额低于预期，则上市公司将自筹资金解决，将可能对本公司的资金使用安排产生影响，提请投资者注意相关风险。

（三）交易标的评估估值风险

标的公司主要资产为其合计持有的 Outfit7 的 56%股权。以 2017 年 6 月 30

日为评估基准日，根据评估结果，Outfit7 的 100%股权评估值为 728,596.52 万元（按中国人民银行评估基准日人民币对欧元汇率中间价折算，1 欧元=7.7496 元人民币），Outfit7 经审计的归属于母公司股东的所有者权益合计为 42,116.38 万元，增值额为 686,480.14 万元，增值率为 1,629.96%。本次 Outfit7 的评估增值率较高。

虽然评估机构在评估过程中勤勉、尽责，并严格执行了评估的相关规定，但仍可能出现因未来实际情况与评估假设不一致，特别是宏观经济波动、行业监管变化，导致出现标的资产的估值与实际情况不符的情形。提请投资者注意评估估值风险。

（四）收益法评估预测可能与实际经营不符的风险

本次交易中，Outfit7 的 56%股权采用收益法和市场法评估，评估机构以收益法评估结论作为 Outfit7 的 56%股权的最终评估结论。以 2017 年 6 月 30 日为评估基准日，根据评估结果，Outfit7 的 100%股权评估值为 728,596.52 万元（按中国人民银行评估基准日人民币对欧元汇率中间价折算，1 欧元=7.7496 元人民币），Outfit7 经审计的归属于母公司股东的所有者权益合计为 42,116.38 万元，增值额为 686,480.14 万元，增值率为 1,629.96%。

在收益法评估中，收益法评估时 Outfit7 未来年度主营业务收入主要为广告收入，其中变量包括月活跃人数、单位活跃用户数展示量及千次展现收入，对于千次展现收入等关键数据，通过参考历史数据进行预测，但是由于预测的千次展现收入与实际运营数据可能存在一定的差距，本次收益法预测的情况与实际经营情况可能存在出现不一致情况，提请广大投资者注意投资风险。

（五）本次交易业绩承诺未覆盖全部交易对价的风险

上市公司与交易对方经过沟通协商，充分考虑各方交易诉求，约定朱志刚、王健以不超过其在本本次交易中获得的交易对价总额为上限承担全额业绩补偿责任。本次交易完成前，补偿义务人获得的交易对价占全部交易对价的比例为 32.14%。因此，尽管《业绩补偿协议》为确保补偿义务人履行业绩承诺义务作出了相关安排，本次交易仍存在业绩承诺未覆盖全部交易对价，即使补偿义务人足额履行补偿义务，上市公司仍将承担额外损失的风险。

(1) 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。

(2) 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。

（六）业绩承诺无法实现的风险

根据《业绩补偿协议》，交易对方朱志刚、王健承诺 Outfit7 于 2017 年、2018 年和 2019 年将实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 7,809.04 万欧元、9,286.68 万欧元和 10,975.80 万欧元。受行业政策变化、用户需求变化、市场竞争加剧、技术革新等不确定因素影响，Outfit7 未来可能无法达到预计的经营业绩，存在业绩承诺无法实现的风险。

（七）交易对方尚未完成私募投资基金备案的风险

本次交易的交易对方上虞杭天正在办理私募投资基金的备案登记手续，上市公司承诺在上虞杭天最终完成前述备案登记前，不会实施本次重大资产重组。因此，如果上述交易对方未能及时完成私募基金备案相关手续，可能对本次交易构成不利影响。

截至本报告书签署日，上虞杭天的私募投资基金备案手续正在积极办理中。本公司承诺在上虞杭天完成私募投资基金备案前，将不会实施本次重大资产重组。

（八）募集资金投资项目风险

本次发行募集资金除用于支付本次重组中介机构相关费用外，还将投资于《会说话的家族》系列 IP 中国区运营中心建设项目以及《会说话的家族》系列原创动画片制作项目。上述项目的实施将推动标的公司建立完善的 IP 运营产业链，打造衍生品服务体系，进一步发掘《会说话的家族》系列 IP 的品牌影响力和流量变现能力，延长 IP 的生命周期，提升在移动应用行业的市场竞争地位。但如果因管理与组织方面的原因，募集资金不能及时到位、项目延期实施、市场

环境突变或行业竞争加剧等情况；或者项目完成后，实际运营情况无法达到当初预期的正常状态，技术、行业与产品的市场情况发生较大变化，都有可能给募集资金投资项目的预期效益带来较大影响，进而影响公司的经营业绩。

二、交易标的对上市公司持续经营影响的风险

（一）政策风险

1、全球化经营政策风险

Outfit7 是一家专业从事移动互联网应用开发、专注于家庭娱乐教育的全球著名的移动互联网高科技企业，公司业务主要分布在英国、俄罗斯、巴西、中国等全球市场，虽然 Outfit7 移动应用开发、运营的主要国家并没有针对互联网行业建立专门的监管体制，但 Outfit7 在经营过程中仍需遵守税收、网络信息服务、数据隐私等其他方面的法律法规。

如果未来上述国家的政策变化对互联网行业产生不利影响或者导致 Outfit7 在经营活动中不符合相关政策法规的要求，将会对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

针对上述风险公司将聘请专业的法律、财务人员并建立完备的内部控制制度，同时密切关注主要海外市场的政策变化情况，根据最新的政策变化情况及时调整经营战略。

2、无法继续享受税收优惠而导致业绩波动的风险

报告期内，Outfit7 所得税费用分别为 1,375.75 万元、1,374.83 万元和 1,016.74 万元，占利润总额比例分别为 2.42%、2.88%和 3.22%，占比较低。主要原因系 Outfit7 重要子公司 Outfit7 Limited 为塞浦路斯的纳税居民享受纳税优惠所致。

Outfit7 重要子公司 Outfit7 Limited 于 2013 年 10 月 9 日在英国成立，并于 2014 年 3 月 18 日在塞浦路斯注册登记为塞浦路斯纳税人。根据塞浦路斯税务法规，企业所得税按应纳税所得额乘以适用税率计缴。适用的税率为 12.5%。同时按照塞浦路斯税法，Outfit7 Limited 享受 IP 相关收入的应纳税额减免 80%的税收优惠。

尽管 Outfit7 的经营业绩不依赖于所享受的税收优惠政策，但税收优惠政策

有助于其经营业绩的提升。未来纳税优惠政策到期后，若塞浦路斯关于税收优惠的政策发生变化或由于自身经营等原因导致无法持续获得税收优惠，则将对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

（二）市场风险

1、市场竞争风险

目前，随着互联网的快速发展，行业竞争日趋激烈，移动互联网应用产品大量增加，同质化现象日益严重。如果 Outfit7 不能及时响应市场变化，快速组织并调动资源持续不断地进行新产品和新技术研发，或 Outfit7 对市场需求的理解出现偏差，新产品和新技术与市场需求不符，将导致 Outfit7 失去竞争优势，行业地位、市场份额可能下降，对未来业绩的持续增长产生不利影响。

2、未来产品盈利水平未达预期的风险

随着互联网行业的快速发展，移动互联网应用产品的数量大幅增加，同类移动应用产品之间的竞争日趋激烈。移动互联网应用开发公司必须不断推出新颖，画面精美的高品质新产品才能为市场所认可。但是移动互联网应用开发是一项系统工程，涉及到策划、程序、美术和测试等多个环节，若 Outfit7 在未来研发及运营过程中对用户需求不能做出及时反应，对新技术的发展方向不能及时准确把握，将直接影响公司系列产品的最终品质，导致未来产品的盈利水平不能达到预期水平，进而对 Outfit7 经营业绩造成不利影响。

（三）经营风险

1、对知名 IP“会说话的汤姆猫家族”依赖的风险

Outfit7 创造了“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP，该 IP 通过趣味应用的方式，已经覆盖了数十亿人口，是全球最著名的动漫 IP、休闲应用 IP 之一。目前 Outfit7 的主要应用产品内容均基于“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名 IP 进行开发，互联网市场竞争激烈、市场变化快速，如果产品内容不能持续创新，在市场竞争中很容易处于劣势地位。虽然 Outfit7 规划未来围绕“会说话的汤姆猫家族”继续开发和改良升级，增强用户粘性，以持续丰富“会说话的汤姆猫家族”系列 IP 的内容，但目前 Outfit7 产品对“会说话的汤姆猫家族”系列 IP 的生命力仍

存在较大的依赖，提请投资者注意相关风险。

2、Outfit7 主要客户较集中的风险

报告期内，Outfit7 的主营业务为移动应用的研发及运营，其收入来源主要包括移动应用内置广告的分发收入和用户的应用内购买收入，Outfit7 客户为互联网广告商以及应用用户，包括 Google、Inmobi、AppLovin、Unity、Apple、Twitter 等国际知名公司。2015 年、2016 年及 2017 年 1-6 月，Outfit7 对前五名客户销售收入总额分别为 45,678.58 万元、37,174.96 万元和 22,273.37 万元，占全部营业收入的 60.75%、54.79%和 52.5%。虽然客户集中保证了公司销售的稳定性，且凭借较强的研发能力，Outfit7 能够与上述主要客户实现强强联合，互利共赢。但 Outfit7 仍面临着主要客户较集中的风险，提请投资者注意。

3、移动应用产品生命周期带来的业绩波动风险

互联网行业具有产品更新换代快、用户偏好变化快的特点，因此移动互联网应用产品具有一定的生命周期。Outfit7 拥有“会说话的汤姆猫家族”系列数十款移动应用，且主打应用被评为最受欢迎的 Google Play 应用之一，但仍不排除 Outfit7 因未能及时对目前运营的移动应用进行改良升级，增强用户粘性，或者未能及时推出有竞争力的新应用以实现产品的更新换代而导致公司业绩出现波动的风险。

4、移动应用产品生命周期带来的收入下滑的风险

Outfit7 曾推出超过 20 款移动应用产品，且每年均会推出 1-3 款新的应用产品，巩固用户基础。根据移动应用产品生命周期属性，移动应用产品进入衰退期后，收入将逐年下滑。未来，Outfit7 将继续开发和推出不同类型的应用产品，继续提高 Outfit7 的用户基数、保障应用产品的收入持续增长，但是若 Outfit7 无法及时推出新应用产品，或新推出的应用产品无法完全弥补衰退产品，将可能对 Outfit7 未来收入增长带来一定风险。

Outfit7 未来将继续挖掘“会说话的汤姆猫家族”IP 的潜在价值，不断研发新的移动应用产品，以提高市场占有率，同时，将进一步改进原有的广告业务及内购业务的盈利模式，以保持 Outfit7 收入持续增长。

5、跨国经营风险

本次交易完成后，Outfit7 将借助于上市公司的资金优势及品牌优势，进一步提升其全球影响力及盈利能力。目前，上市公司的业务主要分布在国内市场，Outfit7 的用户主要集中在海外市场，由于不同地域在市场环境、商业文化、技术发展水平等方面有较大的差异，如果上市公司没能建立起适应海外市场的发展战略和商业逻辑，并深入理解海外市场的法律法规、商业规则及劳工条例等，将面临一定的跨国经营风险。

6、未来标的公司盈利分红汇回国内的政策和法律变化风险

本次交易完成后，Outfit7 将成为上市公司间接控股的子公司，Outfit7 在境外获得的盈利需通过分红进入上市公司，由上市公司向股东进行利润分配，前述事项需要履行相应的外汇登记和结汇手续。如国家外汇监管相关的政策和法规发生变化，可能导致标的公司分红资金无法进入上市公司，从而导致上市公司无法按公司章程规定的利润分配政策向上市公司股东进行现金分红。

根据《中华人民共和国企业所得税法》的规定：居民企业从其直接或者间接控制的外国企业分得的来源于中国境外的股息、红利等权益性投资收益，外国企业在境外实际缴纳的所得税税额中属于该项所得负担的部分，可以作为该居民企业的可抵免境外所得税税额，在规定的抵免限额内抵免。目前，塞浦路斯与我国已签订避免双重征税的相关协定，未来 Outfit7 汇回国内盈利分红后，将按照我国的相关税收规定申请办理抵免境外所得税税额事宜。但若未来上述国家或地区关于税收等法律法规发生变化，可能对 Outfit7 盈利分红汇回国内产生影响并对公司及股东收益造成影响。

7、关于标的公司经营业绩波动的风险

2017 年 1-6 月、2016 年度、2015 年度 Outfit7 的营业收入分别为 42,426.18 万元、67,847.08 万元、75,194.35 万元，净利润分别为 30,556.02 万元、46,325.31 万元及 55,481.01 万元。2016 年度 Outfit7 的业绩出现波动，主要原因系 Outfit7 为加大在亚太地区尤其是中国市场的推广效果，重新调整了部分拟发布产品的定位，2016 年 Outfit7 仅发布 1 款应用产品，导致 Outfit7 的 2016 年度业绩出现波动。对此，Outfit7 在 2016 下半年及 2017 年加大了市场推广投入，公司 2017 年 1-6 月业绩有较大幅度增长。未来 Outfit7 将根据实际经营状况择机发布应用产品，

并依托上市公司，扩大在亚太地区尤其是中国地区的推广，以获得更大的市场份额。然而，如果 Outfit7 发布的产品无法成功获得市场认可，将会导致经营业绩波动，提请投资者注意 Outfit7 经营业绩波动的风险。

（四）核心人才流失风险

互联网公司的主要资源是核心管理人员和核心技术人员。Outfit7 的管理团队和核心人员均在行业从业多年，具有较强的产品开发及商务谈判能力，丰富的市场开拓、客户服务、运营维护经验和稳定的渠道资源。始终保持一支优秀的核心人员团队，是 Outfit7 历史上取得成功的关键因素之一。若 Outfit7 的发展和人才政策无法持续吸引和保留发展所需的管理及技术人才，则将对上市公司经营造成不利影响。

（五）可能影响上市公司持续经营的其他风险

1、汇率风险

本次交易完成后，Outfit7 将成为上市公司间接控股的子公司，其经营业绩将纳入上市公司合并报表范围。Outfit7 日常经营主要采用美元核算，而上市公司合并报表采用人民币编制，如果美元等外币汇率发生较大波动，将会对上市公司财务状况产生一定的影响。

2、知识产权风险

互联网公司在从事研发、发行及运营过程中可能产生各类商标、软件著作权等知识产权。虽然 Outfit7 采取了申请无形资产证书、内部权限控制、员工签署的劳动合同中包含保密条款和竞业限制条款等保护措施。但是，考虑到知识产权的特殊性，仍不排除第三方可能会侵犯 Outfit7 知识产权，对 Outfit7 的正常生产经营造成负面影响。如果 Outfit7 保护自有知识产权不到位，可能会导致恶性竞争及用户流失，对公司业绩产生不利影响。

3、网络系统安全性的风险

由于互联网作为面向公众的开放性平台，客观上存在网络设施故障、电讯故障、软硬件漏洞、病毒、黑客攻击等导致后台系统损毁、运营服务中断和用户账

户数据丢失等风险，从而降低用户体验，造成用户数量的流失。若 Outfit7 不能及时发现并阻止上述外部干扰，可能对其经营业绩造成不利影响。

三、整合风险

本次交易完成后，Outfit7 将成为上市公司间接控股的子公司，上市公司需在人员、管理、技术和运营等多个方面对 Outfit7 进行整合。本次交易完成后，上市公司将继续保持 Outfit7 在客户资源积累和管理、市场营销等方面的优势，保持 Outfit7 与现有客户之间的关系，进一步挖掘新的客户。上市公司能否通过整合，既保证上市公司对 Outfit7 的控制力，又保持其在客户资源和管理、市场营销等领域原有的竞争优势，同时充分发挥本次交易的协同效应，具有一定不确定性。

四、商誉减值风险

本次交易过程中，上市公司通过收购杭州逗宝、上虞码牛，间接控股 Outfit7 形成商誉 380,241.94 万元。根据《企业会计准则》规定，商誉不作摊销处理，但需在未来每年年度终了进行减值测试。如果未来行业发生较大波动、Outfit7 在产品和服务市场口碑有所下降或者其他因素导致其未来经营状况未达预期，则上市公司存在商誉减值的风险，从而对上市公司当期损益造成不利影响，提请投资者注意相关风险。

五、控股股东及实际控制人股权被稀释及股权质押的风险

本次交易前后，控股股东及实际控制人持股比例与第二大股东持股比例差距从 12.29%减少至 9.83%（未考虑配套募集资金），且本次交易前，公司控股股东金科控股及实际控制人朱志刚持有股权存在股权质押。若未来股票市场持续下行，且公司控股股东及实际控制人无法通过补充抵押资金和提前回购股权等方式进行操作，将可能造成公司股权结构不稳定，如果未来该两大股东在公司重大经营决策和其他决策方面出现分歧，可能导致相关决策难以及时作出，影响公司经营和管理的效率，从而可能引起公司治理结构不稳定风险。

六、其他风险

（一）股票价格波动风险

股票市场价格波动不仅取决于上市公司的发展战略和经营业绩，还受宏观经济周期、利率、资金供求关系等众多因素的影响，同时也会因国际、国内政治经济形势及投资者心理因素的变化而产生波动，因此，对本次重组事项本身的阐述和分析不能完全揭示投资者进行证券投资所面临的全部风险。针对上述情况，本公司将根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》和《上市规则》等有关法律、法规的要求，真实、准确、及时、完整、公平的向投资者披露有可能影响上市公司股票价格的重大信息供投资者做出投资判断。

（二）所引用信息或数据不能准确反映行业现状和发展趋势的风险

上市公司于本报告书中所引用的与互联网行业、主要竞争对手等相关的信息或数据，均来自独立第三方研究机构、行业权威机构或相关主体的官方网站。上市公司不能保证所引用的信息或数据能够准确反映移动应用行业、技术或竞争状态的现状和未来发展趋势。任何潜在投资者均应在阅读完整报告书的基础上独立做出投资决策，而不应仅仅依赖于本报告书中所引用的信息和数据。

（三）前瞻性陈述具有不确定性的风险

本报告书所载的内容中包括部分前瞻性陈述，一般采用诸如“将”、“将会”、“预期”、“估计”、“预测”、“计划”、“可能”、“应”、“应该”等带有前瞻性色彩的用词。尽管该等陈述是公司基于行业理性所做出的，但鉴于前瞻性陈述往往具有不确定性或依赖特定条件，包括本节中所披露的已识别的各种风险因素，因此，本报告书所载的任何前瞻性陈述均不应被视作公司对未来计划、目标、结果等能够实现的承诺。任何潜在投资者均应在阅读完整报告书的基础上独立做出投资决策，而不应仅仅依赖于该等前瞻性陈述。

（四）其他风险

本公司不排除因政治、经济等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

第十六节 其他重大事项

一、本次交易完成后，上市公司资金、资产被占用的情况以及为控股股东及其关联方提供担保的情况

截至本报告书签署日，上市公司不存在资金、资产被实际控制人、控股股东及其关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情况。标的公司亦不存在资金、资产被实际控制人、控股股东及其关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情况。

本次交易完成后，上市公司实际控制人、控股股东未发生变化，上市公司不会因本次交易导致资金、资产被实际控制人、控股股东及其关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情况。

二、本次交易对上市公司负债结构的影响

截至 2017 年 6 月 30 日，上市公司的资产负债率情况如下：

项目	本次交易前（实际数）	本次交易后（备考数）
资产负债率（%）	9.72	33.07
扣除应付联合好运股权收购款后资产负债率（%）	9.72	6.19

本次交易完成后，上市公司资产负债率上升，主要原因系：截至 2017 年 6 月 30 日，存在应付联合好运股权收购款项 406,487.12 万元。截至本报告书签署日，上述款项已支付。扣除上述事项影响，本次交易完成后，截至 2017 年 6 月 30 日上市公司资产负债率为 6.19%。

三、最近十二个月上市公司重大资产交易情况

最近十二个月，上市公司重大资产交易情况如下：

2016 年 12 月 14 日，公司召开第二届董事会第二十七次会议，审议通过了《关于变更募集资金用途暨收购资产的议案》，同意金科文化收购杭州每日给力科技有限公司 100%股权，标的股权交易价格合计为 30,000 万元。

2017年1月17日，公司全资子公司金科国际（香港）有限公司（以下简称“金科香港”）与欧亚平签署《股权转让协议》，以自有资金0.5万美元受让由欧亚平先生持有的United Luck Group Holdings Limited（以下简称“联合好运”）95%股权中的10%股权。受让完成后，金科香港持有联合好运10%股权。2017年5月19日，公司召开第二届董事会第三十三次会议，审议通过了《关于全资子公司受让United Luck Group Holdings Limited部分股权的议案》，同意公司全资子公司金科香港以自有资金1.25万美元受让由欧亚平先生持有的联合好运85%股权中的25%股权，受让完成后，金科香港持有联合好运35%股权。

2017年5月26日，公司召开第二届董事会第三十四次会议，审议通过了《关于拟使用自有资金收购湖州吉昌化学有限公司股权的议案》，同意金科文化收购湖州吉昌化学有限公司30%股权，标的股权交易价格合计为10,800万元。

四、本次交易对上市公司治理机制的影响

本次交易完成前，公司已按照《公司法》、《证券法》、《公司章程》等法规及规章的规定建立了规范的法人治理机构和独立运营的公司管理体制，做到了业务独立、资产独立、财务独立、机构独立及人员独立，并制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》和《信息披露事务管理制度》，已建立较为完整的内部控制制度。上述制度的制定与实行，保障了上市公司治理的规范性。

本次交易完成后，公司的控股股东以及实际控制人未发生变化。公司将依据有关法律法规的要求进一步完善公司法人治理结构，继续完善公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事制度》等规章制度的建设与实施，维护公司及中小股东的利益。

五、本次交易后上市公司的利润分配政策及相应安排

上市公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续性发展。公司充分考虑公司的可持续发展和对投资者的合理回报，在母公司未分配利润为正且当期净利润为正、现金流满足公司正常经营需要、无重大投资计划的情况下，实施积极的利润分配政策，并优

先采用现金分红的利润分配方式，且以现金方式分配的利润不少于当期实现的可分配利润的 20%，任意连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 40%。除现金分红外，公司在经营情况良好，并且董事会和独立董事认为公司股票价格与公司股本规模、股本结构不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以采取发放股票股利的利润分配方式。

本次重组完成后，公司将按照《公司章程》的约定，继续实行可持续、稳定、积极的利润分配政策，并结合公司实际情况、政策导向和市场意愿，不断提高公司运营绩效，完善公司股利分配政策，增加分配政策执行的透明度，维护公司全体股东利益。

六、关于本次交易相关内幕信息知情人买卖上市公司股票的自查情况

根据《重组管理办法》，《关于规范上市公司信息披露相关各方行为的通知》（证监公司字【2007】128 号文，以下简称“128 号文”）等文件的规定，本公司对上市公司董事会就本次重组申请股票停止交易前或首次作出决议前（孰早）6 个月至重组报告书披露之前一日止，即自 2016 年 12 月 30 日至本报告书披露之前一日止，本公司及本公司控股股东，标的公司，交易对方，以及上述法人的董事、监事、高级管理人员，或合伙企业的执行合伙人，本次交易相关中介机构及经办人员，以及上述人员的直系亲属（以下简称“相关人员”）买卖本公司股票情况进行了自查。

根据各方出具的自查报告及中登公司出具的查询记录，自查期间内，自查范围内人员买卖上市公司股票的情况如下：

（一）朱志刚买卖金科文化股票的情况

姓名	身份	变更日期	变更股数	结余股数	买卖方向
朱志刚	上市公司实际控制人、董事	2017.04.28	1,687,600	189,267,250	买入
		2017.05.09	1,603,659	190,870,909	买入
		2017.05.10	186,000	191,056,909	买入
		2017.05.23	935,200	191,992,109	买入
		2017.05.25	2,048,400	194,040,509	买入
		2017.06.02	300,000	194,340,509	买入
		2017.06.12	200,000	194,540,509	买入

朱志刚已出具《声明》，载明下述内容：

“本人系上市公司实际控制人、董事。本人基于对上市公司未来持续发展的信心及对上市公司投资价值的认同，为应对市场极端行情，维持上市公司股价稳定，切实维护广大投资者权益，于 2017 年 4 月 19 日向上市公司发出《关于计划增持公司股份的通知》，由上市公司于同日对外披露；并于 2017 年 5 月 26 日向上市公司发出《关于前次增持计划完成并再次实施增持公司股份计划的通知》，由上市公司于同日对外披露。本人在 2017 年 4 月 28 日、5 月 9 日、5 月 10 日、5 月 23 日、5 月 25 日、6 月 2 日、6 月 12 日买入上市公司股票，系因履行上述股票增持计划承诺的需要，且合法合规地履行了增持上市公司股份的信息披露程序，不存在利用内幕信息进行交易的情形。”

（二）王健买卖金科文化股票的情况

姓名	身份	变更日期	变更股数	结余股数	买卖方向
王健	上市公司持股 5% 以上的股东、董事、总经理	2017.04.28	1,037,100	286,016,232	买入
		2017.05.11	64,000	286,080,232	买入
		2017.05.22	71,500	286,151,732	买入
		2017.05.23	1,071,600	287,223,332	买入

王健已出具《声明》，载明下述内容：

“本人系上市公司持股 5% 以上的股东、董事、总经理。本人基于对上市公司未来持续发展的信心及对上市公司投资价值的认同，为应对市场极端行情，维持上市公司股价稳定，切实维护广大投资者权益，于 2017 年 4 月 19 日向上市公司发出《关于计划增持公司股份的通知》，由上市公司于同日对外披露；并于 2017 年 5 月 26 日向上市公司发出《关于前次增持计划完成并再次实施增持公司股份计划的通知》，由上市公司于同日对外披露。本人在 2017 年 4 月 28 日、5 月 11 日、5 月 22 日、5 月 23 日买入上市公司股票，系因履行上述股票增持计划承诺的需要，且合法合规地履行了增持上市公司股份的信息披露程序，不存在利用内幕信息进行交易的情形。”

（三）徐晓红买卖金科文化股票的情况

姓名	身份	买卖日期	变更股数	结余股数	变更摘要
徐晓红	上市公	2017.02.16	1,500	1,500	买入

	司监事	2017.02.17	200	1,700	买入
		2017.02.22	300	2,000	买入
		2017.02.27	200	2,200	买入
		2017.02.28	100	2,300	买入
		2017.03.02	300	2,600	买入
		2017.03.10	300	2,900	买入
		2017.03.15	400	3,300	买入
		2017.03.30	400	3,700	买入
		2017.04.14	500	4,200	买入

徐晓红已出具《声明》，载明下述内容：

“本人于 2017 年 2 月 16 日至 4 月 14 日期间买入上市公司股票，系本人基于上市公司公开披露的信息以及本人对市场的独立判断而进行的投资。本人在上述期间买入上市公司股票时，并非上市公司董事、监事或高级管理人员，且除上市公司公开披露的信息外，并未获知上市公司筹划重大资产重组事项的内幕信息，不存在利用内幕信息进行交易的情形。”

（四）陈国良买卖金科文化股票的情况

姓名	身份	买卖日期	变更股数	结余股数	变更摘要
陈国良	上市公司职工代表监事	2017.01.25	-70,000	70,000	卖出
		2017.02.03	-70,000	0	卖出
		2017.02.07	10,000	10,000	买入
		2017.02.08	10,000	20,000	买入
		2017.02.10	30,000	50,000	买入
		2017.02.15	10,000	60,000	卖出
		2017.02.15	-10,000	50,000	买入
		2017.02.16	8,800	58,800	买入
		2017.02.17	12,000	70,800	买入
		2017.02.21	-20,000	50,800	卖出
		2017.02.22	20,000	70,800	买入
		2017.02.23	11,000	81,800	买入
		2017.02.24	-20,000	61,800	卖出
		2017.02.28	20,000	81,800	买入
		2017.03.01	-20,000	61,800	卖出
		2017.03.02	21,000	82,800	买入
		2017.03.02	-30,000	52,800	卖出
		2017.03.07	30,000	82,800	买入
		2017.03.07	-20,000	62,800	卖出
		2017.03.08	20,000	82,800	买入

		2017.03.20	-30,000	52,800	卖出
		2017.03.21	30,000	82,800	买入
		2017.05.11	-78,400	4,400	卖出
		2017.05.12	-4,000	400	卖出

陈国良已出具《声明》，载明下述内容：

“本人于2017年2月7日至3月21日买入上市公司股票，于1月25日至5月12日卖出上市公司股票，系本人基于上市公司公开披露的信息以及本人对市场的独立判断而进行的投资。本人在上述期间买入上市公司股票时，并非上市公司董事、监事或高级管理人员，除上市公司公开披露的信息外，并未获知上市公司筹划重大资产重组事项的内幕信息，不存在利用内幕信息进行交易的情形。”

（五）夏娟珍买卖金科文化股票的情况

姓名	身份	买卖日期	变更股数	结余股数	变更摘要
夏娟珍	交易对方徐波的母亲	2017.01.25	300	300	买入
		2017.02.03	100	400	买入
		2017.02.06	200	600	买入
		2017.02.07	200	800	买入
		2017.02.08	200	1,000	买入
		2017.02.13	200	1,200	买入
		2017.02.14	200	1,400	买入
		2017.02.17	300	1,700	买入
		2017.02.22	500	2,200	买入
		2017.02.23	200	2,400	买入
		2017.03.01	200	2,600	买入
		2017.03.02	700	3,300	买入
		2017.03.06	-700	2,600	卖出
		2017.03.09	500	3,100	买入
		2017.03.10	200	3,300	买入
		2017.03.15	300	3,600	买入
		2017.03.21	500	4,100	买入
		2017.03.22	400	4,500	买入
		2017.03.30	300	4,800	买入
		2017.03.31	-400	4,400	卖出
		2017.04.05	300	4,700	买入
		2017.04.12	-200	4,500	卖出
		2017.04.13	200	4,700	买入
		2017.04.17	400	5,100	买入
		2017.05.08	100	5,200	买入

		2017.05.09	-200	5,000	卖出
		2017.05.24	-2,000	3,000	卖出
		2017.05.25	1,500	4,500	买入
		2017.06.02	500	5,000	买入
		2017.06.07	-500	4,500	卖出

夏娟珍已出具《声明》，载明下述内容：

“本人于 2017 年 1 月 25 日至 6 月 2 日期间买入上市公司股票，系本人基于上市公司公开披露的信息以及本人对市场的独立判断而进行的投资。本人在上述期间买入上市公司股票时，除上市公司公开披露的信息外，并未获知上市公司筹划重大资产重组事项的内幕信息，不存在利用内幕信息进行交易的情形。”

（六）丁银兰买卖金科文化股票的情况

姓名	身份	买卖日期	变更股数	结余股数	变更摘要
丁银兰	交易对方徐波的配偶	2017.02.06	200	200	买入
		2017.02.13	100	300	买入
		2017.02.28	100	400	买入
		2017.03.24	100	500	买入
		2017.06.09	800	1,300	买入

丁银兰已出具《声明》，载明下述内容：

“本人于 2017 年 2 月 6 日至 6 月 9 日期间买入上市公司股票，系本人基于上市公司公开披露的信息以及本人对市场的独立判断而进行的投资。本人在上述期间买入上市公司股票时，除上市公司公开披露的信息外，并未获知上市公司筹划重大资产重组事项的内幕信息，不存在利用内幕信息进行交易的情形。”

除上述交易情况外，本次交易自查范围内人员及其直系亲属在自查期间无其他交易上市公司股票的行为。

综上所述，本次交易的相关知情人及其直系亲属均不存在泄露本次重大资产重组内幕信息以及利用本次重大资产重组信息进行内幕交易的情形。

七、关于上市公司停牌前股票价格波动是否达到《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》第五条相关标准的说明

根据《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》及深交所《创业

板信息披露业务备忘录第 13 号：重大资产重组相关事项》的相关规定，本公司对公司股票连续停牌前 20 个交易日的股票价格波动情况，以及该期间与创业板综合指数（代码：399102.SZ）、Wind 信息技术指数（882008）、证监会制造业指数（399233）波动情况进行了自查比较。自查比较情况如下：

日期	金科文化股票 价格（元/股）	创业板综合指数 （点）	Wind 信息技术 指数（点）	证监会制造业 指数（点）
2017 年 6 月 2 日 （开盘价）	10.88	2,204.71	3,355.21	1,905.34
2017 年 6 月 29 日 （收盘价）	12.40	2,331.93	3,640.22	2,063.12
涨跌幅	13.97%	5.77%	8.49%	8.28%

金科文化股价在上述期间内上涨幅度为 13.97%，扣除同期创业板综合指数上涨 5.77%因素后，波动幅度为 8.20%；扣除 Wind 信息技术指数上涨 8.49%因素后，波动幅度为 5.48%；扣除中国证监会制造业指数上涨 8.28%因素后，波动幅度为 5.69%。

综上，本公司股票价格波动未达到 128 号文第五条相关标准。

八、上市公司及其控股股东、实际控制人在 IPO 时所作承诺、承诺履行情况及对本次重组的影响

（一）上市公司及其控股股东、实际控制人在 IPO 时所作承诺、承诺履行情况

承诺 事项	承诺 方	承诺内容	承诺 时间	承诺 期限	履行 情况
股 份 限 售 承 诺	金 科 控 股 ； 朱 志 刚	自公司的股票在深圳证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本方直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本方持有的上述股份。	2015 年 5 月 15 日	2018 年 5 月 14 日	正 常 履行， 未 发 生 违 反 承 诺 情 形。
股 份 减 持 承 诺	金 科 控 股 ； 朱 志 刚	（1）本方拟长期持有公司股份，并严格遵守关于股份锁定期的承诺。 （2）如果在锁定期满后，本方拟减持公司股份的，将认真遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，	2015 年 5 月 15 日	长 期 有 效	正 常 履行， 未 发 生 违

承诺事项	承诺方	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
	刚	结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股份减持计划，在该部分股份锁定期满后逐步减持。 (3) 本方减持行为将通过竞价交易、大宗交易等中国证监会、证券交易所认可的方式进行。 (4) 如在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于公司首次公开发行 A 股股票的发行价（本次发行后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，发行价进行相应的除权除息处理）；如在锁定期满两年后减持的，按照市场价格减持。 (5) 公司首次公开发行股票上市后 6 个月内，若公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，所持有公司股票的锁定期自动延长 6 个月（本次发行后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，发行价进行相应的除权除息处理）。 (6) 本方在减持时，会提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知公司，并由公司及时予以公告，自公司公告之日起 3 个交易日后，方可减持公司股份。			反 承 诺 情 形。
分 红 承 诺	金 科 控 股； 朱 志 刚	未来公司股东大会根据公司章程的规定通过利润分配具体方案时，本方表示同意并将投赞成票。	2015 年 5 月 15 日	长 期 有 效	正 常 履 行， 未 发 生 反 承 诺 情 形。
关 于 同 业 竞 争、 关 联 交 易、 资 金 占 用 方 面 的 承 诺	金 科 控 股； 朱 志 刚	一、避免同业竞争的承诺 本公司控股股东金科控股、实际控制人朱志刚承诺： (1) 本方控制的企业（浙江金科过氧化物股份有限公司及其子公司除外）目前并没有以任何形式从事或参与与浙江金科过氧化物股份有限公司及其子公司主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动； (2) 本方依照中国法律法规被确认为浙江金科过氧化物股份有限公司实际控制人、控股股东期间，本方保证本方及本方实际控制的除浙江金科过氧化物股份有限公司及其子公司以外的其他企业将不会在中国境内或境外以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另一公司或企业的股权及其它权益）直接或间接从事或参与任何与浙江金科过氧化物股份有限公司及其子公司构成竞争的任何业务或活动，不以任何方式从事或参与任何与浙江金科过氧化物股份有限公司及其子公司业务相同、相似或可能取代浙江金科过氧化物股份有限公司及其子公司业务的活动； (3) 本方如从任何第三方获得的商业机会与浙江金科过氧	2015 年 5 月 15 日	长 期 有 效	正 常 履 行， 未 发 生 反 承 诺 情 形。

承诺事项	承诺方	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
		化物股份有限公司及其子公司经营的业务有竞争或可能竞争，则本方将立即通知浙江金科过氧化物股份有限公司，并将该商业机会让予浙江金科过氧化物股份有限公司或其子公司； (4)本方承诺不利用任何方式从事影响或可能影响浙江金科过氧化物股份有限公司及其子公司经营、发展的业务或活动。 二、规范和减少关联交易的承诺 本公司控股股东金科控股、实际控制人朱志刚承诺： (1) 本方将严格按照《公司法》等法律法规以及股份公司《公司章程（草案）》等有关规定行使股东权利； (2)在股东大会对有关涉及本方事项的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务； (3)在任何情况下，不要求股份公司向本方提供任何形式的担保； (4)在双方的关联交易上，严格遵循市场原则，尽量避免不必要的关联交易发生； (5)对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，将遵循市场公正、公平、公开的原则，并依法签订协议，履行合法程序，按照股份公司《公司章程（草案）》、有关法律法规和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关规定履行信息披露义务和办理有关审议程序，保证不通过关联交易损害股份公司及其他股东的合法权益。 三、避免资金占用的承诺 本公司控股股东金科控股、实际控制人朱志刚承诺： (1) 严格限制朱志刚、金科控股及其控制的其他关联方与发行人在发生经营性资金往来中占用资金，不要求发行人为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不互相代为承担成本和其他支出； (2)不得利用控股股东及实际控制人身份要求发行人以下列方式将资金直接或间接地提供给金科控股、朱志刚及其控制的其他关联方使用：①有偿或无偿地拆借公司的资金给金科控股、朱志刚及其控制的其他关联方使用；②通过银行或非银行金融机构向金科控股、朱志刚及其控制的其他关联方提供委托贷款；③委托金科控股、朱志刚及其控制的其他关联方进行投资活动；④为金科控股、朱志刚及其控制的其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；⑤代金科控股、朱志刚及其控制的其他关联方偿还债务。 (3) 如果本方及本方控制的企业违反上述承诺，与发行人发生非经营性资金往来，需在持有发行人 1%以上的股东要求时立即返还资金，并赔偿发行人相当于同期银行贷款			

承诺事项	承诺方	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
		利率四倍的资金占用费；视情节轻重由责任人向发行人或其子公司缴纳 10,000 元以上 100,000 元以下的罚款；性质严重的，报送司法机关追究刑事责任。			
IPO 稳定股价承诺	金 科 控 股 ； 朱 志 刚	自发行人本次发行并上市之日起三年内，发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于最近一期每股净资产，在增持发行人股份不会影响发行人的上市地位的前提下，本公司将按照 2014 年 5 月 11 日发行人召开的 2013 年度股东大会审议通过的《浙江金科过氧化物股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并上市后三年内稳定股份的预案》的规定增持发行人股份以稳定股价。 1、启动股价稳定措施的预警条件和具体条件 （1）预警条件：公司股票连续 5 个交易日的收盘价均低于每股净资产的 120%时，公司将在 10 个工作日内召开投资者见面会或通过电子信息交流平台，与投资者就公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。 （2）具体条件：公司稳定股价的具体措施包括回购公司股票并注销；控股股东及公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票。启动上述措施的具体条件分别为： ①回购公司股票并注销的具体条件：公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于最近一期每股净资产；公司上市后满一年；公司最近一年无重大违法行为；公司不处于亏损状态；回购股份后，公司具备持续经营能力；回购股份后，公司的股权分布原则上应当符合上市条件。 ②控股股东及公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票的具体条件：公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于最近一期每股净资产；增持完成后不会影响公司的上市地位。 如果上述两种股价稳定措施的具体条件皆满足，公司和控股股东及公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将协商选择其中一种方式予以实施。 2、启动股价稳定措施的程序 （1）回购公司股票 回购公司股票的具体条件成就后 30 日内，公司董事会应制定回购股票的具体方案，方案中的回购价格不低于每股净资产的价值，回购比例不低于公司股本总额的 2%。 具体方案需经全体董事的过半数表决通过，独立董事应当对具体方案进行审核并发表独立意见。公司股东大会对具体方案作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。 回购股票的期限为自股东大会审议通过本回购股份具体方案之日起六个月内。如果在此期限内回购资金使用金额达到最高限额，则回购方案即实施完毕，回购期限自该日起	2015 年 5 月 15 日	2018 年 5 月 14 日	正 常 履行， 未 发 生 违 反 承 诺 情 形。

承诺事项	承诺方	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
		提前届满。 公司在启动回购股票时，需提前 3 个交易日予以公告具体实施方案。 （2）控股股东增持公司股票 控股股东增持公司股票的具体条件成就后 30 日内，控股股东的股东会需通过增持公司股票的具体方案，方案中的增持价格按照公开市场价格进行，增持比例不低于公司股本总额的 2%。 控股股东在具体方案经股东会审议批准后两个交易日内以书面方式通知公司。 增持股票的期限为自公司公告具体方案之日起 12 个月内。 控股股东在启动增持股票时，需提前 3 个交易日予以公告具体实施方案。 （3）公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票 公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票的具体条件成熟后 30 日内，即可按照公开市场价格进行增持比例，增持比例不高于公司已发行股份的 2%，并且在该事项开始前，按照证监会相关规定、公司章程相关规定的要求完成相关事项的信息披露，同时公司董事（独立董事除外）、高级管理人员在增持时应当遵守《上市公司收购管理办法》的相关规定。 3、信息披露 （1）回购公司股票 公司将在首次回购股份事实发生的次日予以公告。公司回购股份占公司总股本的比例每增加 1%，公司将自该事实发生之日起三日内予以公告。 在回购期间，在每个月的前三个交易日内公告截至上月末的回购进展情况，包括已回购股份的数量和比例、购买的最高价和最低价、支付的总金额等。 在回购期间，公司将在定期报告中公告回购进展情况，包括已回购股份的数量和比例、购买的最高价和最低价、支付的总金额等。 回购期届满或回购方案已实施完毕后的，公司将停止回购行为，并将在三日内公告回购股份情况以及公司股份变动报告，包括已回购股份总额、购买的最高价和最低价以及支付的总金额等内容。 （2）控股股东增持公司股票 控股股东在提出并实施增持公司股票措施的过程中，应当根据分阶段披露原则，在相关重大事项发生之日起的两个交易日内或者实施期限届满之日起的两个交易日内，及时向公司通报增持公司股票措施的相关情况，包括但不限于			

承诺事项	承诺方	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
		提出增持公司股票措施具体方案、股东会批准情况、增持公司股票措施实施情况等，并由公司进行信息披露。 在增持公司股票措施实施期限届满前，公司应当在定期报告中披露控股股东实施增持公司股票措施的情况。 (3) 公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票 公司董事（独立董事除外）、高级管理人员，增持公司股票的信息披露应当遵守《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司收购管理办法》等相关规定。			
其他承诺	金科控股；朱志刚	1、如非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，公司及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕： (1) 公司将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；不得进行公开再融资；对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；不得批准董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更。 (2) 控股股东将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；不得转让公司股份（但因被强制执行、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外）；暂不领取公司利润分配中归属于控股股东的部分；如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。 (3) 实际控制人朱志刚以及公司董事、监事、高级管理人员将不得转让公司股份（但因被强制执行、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外）；暂不领取公司利润分配中归属于本人的部分；可以职务变更但不得主动要求离职；主动申请调减或停发薪酬或津贴；如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。 2、如因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，公司及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕： (1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因。 (2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护本公司投资者利益。	2015年5月15日	长期有效	正常履行，未发生违反承诺情形。

承诺事项	承诺方	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
其他承诺	朱志刚	在发行人上市后，若由于发行人及其子公司在上市前的经营活动中存在应缴未缴的社会保险和住房公积金而被有关政府部门要求补缴或者处罚，将赔偿发行人及其全资子公司由此产生的全部损失。	2015年5月15日	长期有效	正常履行，未发生违反承诺情形。

（二）上市公司及其控股股东、实际控制人在 IPO 时所作承诺对本次重组产生的影响，及本次交易的实施对承诺履行的影响

截至本报告书签署日，上市公司及其控股股东、实际控制人在 IPO 时所作承诺均正在履行中，未发生违反上述承诺的情形，不会对本次重组产生不利影响，不存在因实施本次交易导致承诺无法履行的风险。

第十七节 独立董事及中介机构的意见

一、独立董事意见

“1、本次交易的相关事项已经公司第三届董事会第四次会议审议通过，本次董事会的召开程序、表决程序符合相关法律、法规及《浙江金科文化产业股份有限公司章程》的规定，并在审议本次交易相关议案时履行了法定程序。

2、本次交易符合相关法律法规及监管规则的要求，有利于进一步打造公司的综合竞争力，本次交易有利于提高公司资产质量、增强持续盈利能力，有利于增强抗风险能力，符合公司的长远发展和公司全体股东的利益。

3、本次交易的《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）>》及其摘要、公司与交易对方签署的附条件生效《发行股份购买资产协议》以及公司与交易对方朱志刚、王健签署的《关于杭州逗宝网络科技有限公司之业绩承诺补偿协议》符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》及其他有关法律、法规和中国证监会颁布的规范性文件的规定，本次交易的交易方案具备可行性和可操作性。

4、本次交易构成关联交易。公司董事会在审议本次交易时，关联董事对涉及关联交易议案的表决均进行了回避，董事会表决程序符合有关法律、法规和《浙江金科文化产业股份有限公司公司章程》的规定。

5、本次评估选聘评估机构程序符合公司的相关规定；公司所选聘的评估机构具有证券业务评估资质；评估机构及其经办评估师与公司 and 交易对方均没有现实的及预期的利益或冲突，具有充分的独立性；评估假设前提合理，评估方法选用适当，出具的资产评估报告的评估结论合理；本次交易的交易定价合理，体现了公平、公开、公正的市场原则，符合公司和全体股东的利益。

综上所述，本次交易符合公司的利益，对公司及全体股东公平、合理，不存在损害公司及其股东利益的情形。公司独立董事同意本次交易的总体安排。”

二、独立财务顾问意见

本次交易的独立财务顾问海通证券认为：

“一、本次交易遵守国家相关法律、法规的要求，履行了必要的信息披露程序，符合《重组管理办法》等有关法律、法规的规定。

二、本次交易定价合理、公允，不存在损害上市公司及其股东利益的情形。

三、本次交易完成后，将有助于提高上市公司的财务状况和持续发展能力。

四、对于本次交易完成后可能发生的关联交易，金科控股、朱志刚、王健及上虞朱雀已向上市公司出具了减少及规范关联交易承诺，为本次交易完成后可能发生的关联交易的公平性、公允性和合理性提供了保障。

五、本次交易构成关联交易，关联交易履行的程序符合相关规定，不存在损害上市公司及非关联股东合法权益的情形。

六、本次交易完成后，上市公司与其控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争。同时，金科控股、朱志刚及王健出具的相关承诺及其措施将有助于避免与上市公司之间的同业竞争问题。

七、本次交易公平、合理、合法，有利于上市公司的持续发展，符合上市公司全体股东的长远利益。”

三、法律顾问意见

本次交易的法律顾问金杜律师认为：本次交易在取得公司股东大会批准及中国证监会的核准后，本次交易的实施不存在实质性法律障碍。本次交易已经履行了现阶段应当履行的批准和授权程序，尚需取得中国证监会的核准后方可实施。

第十八节 本次交易的中介机构

一、独立财务顾问

机构名称：海通证券股份有限公司
法定代表人：周杰
住所：上海市广东路 689 号海通证券大厦
联系电话：021-2321 9000
传真：021-6341 1061
项目组成员：李永昊、胡珉杰、胡海锋、陆祎萌、钱路泽、章轶辰

二、法律顾问

机构名称：北京市金杜律师事务所
负责人：王玲
住所：北京市朝阳区东三环中路 7 号北京财富中心写字楼 A 座 40 层
联系电话：010-5878 5324
传真：010-5878 5533
经办律师：徐辉、黄任重

三、审计机构

机构名称：天健会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人：胡少先
住所：杭州市江干区钱江路 1366 号华润大厦 B 座
联系电话：0571-8821 6888
传真：0571-8821 6999
签字注册会计师：程志刚、刘江杰

四、资产评估机构

机构名称：中联资产评估集团有限公司

负责人：胡智
住所：北京市西城区复兴门内大街 28 号凯晨世贸中心东座 F4
层 939 室
联系电话：010-8800 0000
传真：010-8800 0006
经办评估师：范树奎、王菊青

第十九节 声明与承诺

上市公司全体董事声明

本公司全体董事承诺，本次交易的重组报告书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别或连带的法律责任。

公司董事签字：

朱志刚

魏洪涛

王 健

朱 恬

秦海娟

张正锋

马 昊

马贵翔

陈智敏

鲁爱民

蔡海静

浙江金科文化产业股份有限公司

年 月 日

上市公司全体监事声明

本公司全体监事承诺，本次交易的重组报告书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别或连带的法律责任。

公司监事签字：

姚勇

徐晓红

陈国良

浙江金科文化产业股份有限公司

年 月 日

上市公司全体高管声明

本公司全体高管承诺，本次交易的重组报告书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别或连带的法律责任。

公司高管签字：

魏洪涛

王 健

朱 恬

秦海娟

张正锋

梁百其

杨建峰

张维璋

浙江金科文化产业股份有限公司

年 月 日

独立财务顾问声明

本公司同意浙江金科文化产业股份有限公司在本报告书及其摘要中引用本公司出具的独立财务顾问报告的相关内容。

本公司保证浙江金科文化产业股份有限公司在本报告书及其摘要中引用本公司出具的独立财务顾问报告的相关内容已经本公司审阅，确认该报告书及其摘要不致因上述引用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相应的法律责任。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，本公司未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。

项目协办人：

钱路泽

项目主办人：

胡珉杰

胡海锋

李永昊

法定代表人：

周杰

海通证券股份有限公司

年 月 日

法律顾问声明

本所及本所经办律师同意《浙江金科文化产业股份有限公司发行股份购买资产暨关联交易报告书》及其摘要引用本所出具的法律意见书的内容，且所引用内容已经本所及本所经办律师审阅，确认《浙江金科文化产业股份有限公司发行股份购买资产暨关联交易报告书》及其摘要中不致因引用前述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对本所出具的法律意见书的内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

单位负责人：

王 玲

经办律师：

徐 辉

黄任重

北京市金杜律师事务所

年 月 日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《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》（以下简称重组报告书）及其摘要，确认重组报告书及其摘要与本所出具的《审计报告》（天健审〔2017〕7850号）、天健审〔2017〕7851号、天健审〔2017〕7853号、天健审〔2017〕7854号）和《审阅报告》（天健审〔2017〕7852号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江金科文化产业股份有限公司在重组报告书及其摘要中引用的上述报告内容无异议，确认重组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，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

程志刚

刘江杰

天健会计师事务所负责人：

郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

年 月 日

评估机构声明

本公司及经办资产评估师同意浙江金科文化产业股份有限公司在本报告书及其摘要中引用本公司出具的资产评估报告的相关内容。

本公司及经办资产评估师保证浙江金科文化产业股份有限公司在本报告书及其摘要中引用本公司出具的资产评估报告的相关内容已经本公司审阅，确认本次交易的重组报告书及其摘要不致因上述引用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相应的法律责任。如本次重组申请文件中引用本公司出具的资产评估报告的相关内容存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司未能勤勉尽责的，将承担连带赔偿责任。

负责人：

胡 智

资产评估师：

王 菊 青

范 树 奎

中联资产评估集团有限公司

年 月 日

第二十节 备查文件及备查地点

一、备查文件

(一) 金科文化第三届董事会第四次会议决议及第三届董事会第七次会议决议；

(二) 金科文化关于本次交易的股东大会决议；

(三) 金科文化独立董事关于本次交易的独立董事意见；

(四) 金科文化独立董事关于本次交易的独立董事事前认可意见；

(五) 金科文化与朱志刚、王健、上虞杭天、深圳霖枫以及徐波、上虞朱雀签订的《杭州逗宝购买资产协议》及《上虞码牛购买资产协议》，金科文化与朱志刚、王健签订的《业绩补偿协议》及其补充协议；

(六) 海通证券为本次交易出具的《独立财务顾问报告》；

(七) 金杜为本次交易出具的《法律意见书》；

(八) 天健出具的《Outfit7 审计报告》、《杭州逗宝审计报告》、《上虞码牛审计报告》和《上市公司备考审阅报告》；

(九) 中联出具的《杭州逗宝资产评估报告》、《上虞码牛资产评估报告》、《Outfit7 资产评估报告》；

(十) 交易对方的内部决策文件以及出具的相关承诺与声明。

二、备查地点

(一) 浙江金科文化产业股份有限公司

地址：浙江省杭州市萧山区钱江世纪城平澜路 299 号浙江商会大厦 36 层

联系电话：86-571-8382 2339

传真：86-571-8382 2330

联系人：张维璋

（二）海通证券股份有限公司

地址：上海市广东路 689 号海通证券大厦

联系电话：021-2321 9000

传真：021-6341 1061

联系人：胡珉杰、胡海锋

（本页无正文，为《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（修订稿）》之签章页）

浙江金科文化产业股份有限公司

年 月 日