

证券代码：300336

上市地：深圳证券交易所

证券简称：新文化



上海新文化传媒集团股份有限公司
发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金
暨重大资产重组报告书

交易标的	交易对方	住所	通信地址
郁金香广告传播（上海）股份有限公司	上海银久广告有限公司	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601-11	
	Wise Genesis Limited	香港中环金融街 8 号国际金融中心二期 67 楼 6703 室	
	Fame Hill Media Corporation Limited	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室	
	上海欣香广告有限公司	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 8611 室	
	Panpacific Outdoor Media Company Limited	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室	
	上海狮电文化传播有限公司	上海市嘉定区前曹公路 166 弄 1-3 号 4 幢 1130 室	
	成都禅悦广告传媒有限公司	成都市武侯区人民南路三段 17 号附 1 号	
	上海慧裕文化传播有限公司	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601 室	
	北京智百扬广告有限公司	北京市海淀区香山路 81 号院 7 号楼 07 号	
	上海聚丰广告有限公司	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601-12	
	Yumi Media Corporation Limited	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室	
	BNO Media Corporation Limited	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室	
	Switch Media Corporation Limited	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室	
	Asha New Media Limited	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室	
	上海鸣瑞广告传媒有限公司	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601-14	
	沈阳悟石整合广告传媒有限公司	沈阳市沈河区西顺城街 170-1 号新恒基国际大厦 7008 室	
上海鑫秩文化传播有限公司	上海嘉定区环城路 200 号 D519		
沈阳达可斯广告有限公司	韩慧丽	沈阳市皇姑区宁山中路**号**	沈阳市沈河区五爱街**号**
	周晓平	沈阳市皇姑区宁山中路**号**	沈阳市和平区长白西路**号**

独立财务顾问



二零一四年十月

公司声明

本公司及董事会全体成员保证本报告书内容的真实、准确、完整，并对本报告书的虚假记载、误导性陈述或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、准确、完整。

中国证监会、其他政府机关对本次重大资产重组所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者收益的实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假和不实陈述。

本次交易完成后，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责；因本次交易导致的投资风险，由投资者自行负责。请全体股东及其他公众投资者认真阅读有关本次交易的全部信息披露文件，以做出谨慎的投资决策。本公司将根据本次交易的进展情况，及时披露相关信息提请股东及其他投资者注意。投资者如有任何疑问，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。

本报告书所述本次交易相关事项的生效和完成尚需取得有关审批机关的批准与核准。

修订说明

本公司于2014年6月4日在中国证监会指定的创业板信息披露网站上公告了《新文化：发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨重大资产重组报告书（草案）》（以下简称“重组报告书”）。现根据中国证监会审核的要求，对重组报告书进行了相应补充和更新，主要内容如下：

1、本次交易已取得中国证监会的核准，故已在本次交易的决策过程等处增加了本次交易取得上述核准的说明，并删除了与审核相关的风险提示。

2、补充披露重组后上市公司的主营业务构成、定位及发展方向，具体详见重组报告书“第一章 交易概述/第一节 本次交易背景和目的”。

3、补充披露上市公司现有业务与标的资产相关业务之间的整合计划，具体详见重组报告书“第十章 董事会讨论与分析/第四节 交易完成后公司的资产、业务整合及人员调整计划”；并就可能产生的经营管理风险和整合风险进行详细分析和披露，具体详见重组报告书“第十五章 风险因素/一、与本次重组相关的风险”。

4、补充披露标的资产在搭建红筹构架时是否符合外资、外汇、税收等有关规定，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/二、郁金香传播历史沿革”。

5、补充披露标的资产是否享受过外商投资的税收优惠，在解除红筹架构时是否按照《外商投资企业和外国企业所得税法》补缴其通过外商投资企业税收优惠政策而免缴的企业所得税，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/二、郁金香传播历史沿革”。

6、补充披露标的资产历史红筹架构的建立、解除的合规性及对本次交易的影响，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/二、郁金香传播历史沿革”。

7、补充披露标的资产及其子公司历次股权转让和增减资原因、价格、定价

依据，以及与本次交易价格差异的合理性，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/二、郁金香传播历史沿革”、“第九章 本次交易定价依据及公平合理性分析/第二节 本次交易定价的公平合理性分析/四、本次交易定价与标的资产历次股权转让和增资价格比较分析”、“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/五、交易标的参控股子公司情况”、“第四章 标的资产基本情况/第二节 交易标的达可斯广告基本情况/二、达可斯广告历史沿革”及“第四章 标的资产基本情况/第二节 交易标的达可斯广告基本情况/五、达可斯广告参控股子公司情况”。

8、补充披露郁金香股份诉太和美亿案件的诉讼进展及对日常经营的影响，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/十、郁金香传播涉及的诉讼或仲裁情况”。

9、补充披露标的资产收入确认的会计政策，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/七、郁金香传播的主营业务情况”及“第四章 标的资产基本情况/第二节 交易标的达可斯广告基本情况/七、达可斯广告的主营业务情况”。

10、补充披露标的资产应收账款坏账准备计提的充分性，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/八、郁金香传播的主要资产、负债状况、对外担保及抵押、质押情况”及“第四章 标的资产基本情况/第二节 交易标的达可斯广告基本情况/八、达可斯广告的主要资产、负债状况、对外担保及抵押、质押情况”。

11、补充披露郁金香传播报告期内净利润下滑的原因，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/六、郁金香传播最近两年及一期的财务数据及财务指标”。

12、补充披露深圳市郁金香广告有限公司和江西郁金香广告有限公司与郁金香传播是否存在关联关系，以及应收深圳市郁金香广告有限公司的 530 万元款项预计无法收回的原因，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/八、郁金香传播的主要资产、负债状况、对外担保及抵押、质押情况”。

13、补充披露达可斯广告通过沈阳庞达代理销售的定价公允性，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第二节 交易标的达可斯广告基本情况/八、达可斯广告最近两年及一期的财务数据及财务指标”。

14、补充披露沈阳庞达计划注销的原因，以及对达可斯广告未来经营的影响，并提示风险，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第二节 交易标的达可斯广告基本情况/七、达可斯广告主营业务情况”及“第十五章 风险因素/二、交易标的的经营风险”。

15、补充披露郁金香传播未来营业收入的测算过程及依据，具体详见重组报告书“第五章 交易标的的评估情况/第一节 郁金香传播的评估情况/三、收益法评估说明”。

16、补充披露标的资产盈利预测的可实现性，具体详见重组报告书“第十一章 财务会计信息/四、郁金香传播盈利预测审核报告”及“第十一章 财务会计信息/五、达可斯广告盈利预测审核报告”。

17、补充披露标的资产租赁房屋到期续展情况，对日常经营的影响及标的资产所有租赁房屋的用途，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的的郁金香传播基本情况/八、郁金香传播的主要资产、负债状况、对外担保及抵押、质押情况”及“第四章 标的资产基本情况/第二节 交易标的的达可斯广告基本情况/八、达可斯广告的主要资产、负债状况及对外担保情况”。

18、补充披露北京中汇广场屏幕到期续展情况，部分广告展示牌、LED显示屏办理设置权续期失败的补救措施及其对日常经营的影响，具体详见重组报告书“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的的郁金香传播基本情况/七、郁金香传播的主营业务情况”及“第四章 标的资产基本情况/第二节 交易标的的达可斯广告基本情况/七、达可斯广告主营业务情况”。

19、补充披露本次重组中对中小投资者权益保护的安排，具体详见重组报告书“第十六章 其他重要事项/第六节 保护投资者合法权益的相关安排”。

20、补充披露标的公司郁金香传播曾申请首次公开发行 A 股股票并上市的情况说明，具体详见重组报告书“重大事项提示/十、标的公司郁金香传播曾申

请首次公开发行 A 股股票并上市的情况说明”及“第四章 标的资产基本情况/第一节 交易标的郁金香传播基本情况/二、郁金香传播历史沿革”。

21、补充披露标的资产最近一期经审计的财务数据，根据公司 2014 年半年度报告补充披露相关数据，并相应调整了重组报告中相关分析内容。

重大事项提示

一、本次交易方案概述

本公司于 2014 年 6 月 19 日召开的 2014 年度第一次临时股东大会审议通过了本次交易的相关议案。

本次交易中，新文化拟以发行股份及支付现金的方式购买郁金香传播 100% 股权和达可斯广告 100% 股权，并募集配套资金，其中：

（一）发行股份及支付现金购买资产

本次交易价格合计为 150,000.00 万元，其中支付现金 62,985.12 万元，发行股份 3,364.84 万股支付交易对价 87,014.88 万元，具体情况如下：

1、新文化以发行股份及支付现金的方式购买郁金香传播 100% 股权，其中以现金方式购买 Wise Genesis、Fame Hill、Panpacific、Yumi、BNO、Switch 和 Asha 合计持有的郁金香传播 42.38% 的股份，共支付现金 50,857.92 万元；以发行股份方式购买上海银久、上海鑫秩合计持有的郁金香传播 30.79% 的股份，共发行股份 1,428.97 万股支付交易对价 36,953.28 万元；以发行股份及支付现金的方式购买上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞和沈阳悟石合计持有的郁金香传播 26.82% 的股份，其中支付现金 8,047.20 万元，发行股份 933.55 万股支付交易对价 24,141.60 万元。

2、新文化以发行股份及支付现金的方式购买韩慧丽、周晓平合计持有的达可斯广告 100% 股权，其中支付现金 4,080.00 万元，发行股份 1,002.32 万股支付交易对价 25,920.00 万元。

本次交易完成后，新文化将持有郁金香传播 100% 股权和达可斯广告 100% 股权。

（二）发行股份募集配套资金

根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，新文化拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金，配套资金总额不

超过 50,000 万元。本次募集配套资金用于支付本次交易中的现金对价，不足部分公司将自筹资金解决。本次拟募集配套资金不超过本次交易总额的 25%（本次拟募集配套资金上限=（发行股份及支付现金购买资产交易金额 150,000 万元+本次拟募集配套资金上限 50,000 万元）×25%）。

本次交易不以募集配套资金的成功为前提，募集配套资金的成功与否不影响本次交易的履行及实施。如募集配套资金未能实施，新文化将自筹资金支付该部分现金。

二、本次交易标的资产的定价

根据坤元评估出具的坤元评报[2014]166 号《资产评估报告》，以 2013 年 12 月 31 日为评估基准日，郁金香传播 100% 股权以收益法评估的评估值为人民币 120,205.19 万元。根据坤元评估出具的坤元评报[2014]167 号《资产评估报告》，以 2014 年 1 月 31 日为评估基准日，达可斯广告 100% 股权以收益法评估的评估值为人民币 30,080.00 万元。

参照上述资产评估值，经交易各方协商，交易标的郁金香传播 100% 股权的交易价格合计为人民币 120,000.00 万元，达可斯广告 100% 股权的交易价格为人民币 30,000.00 万元，合计为人民币 150,000.00 万元。

三、本次发行股份的价格、数量及锁定期安排

（一）发行价格

本次交易涉及向标的公司股东发行股份购买资产和向其他特定投资者发行股份募集配套资金两部分。

1、发行股份购买资产的定价依据和发行价格

本次发行股份购买资产的定价基准日为新文化第二届董事会第七次会议决议公告日。

本次新文化发行股份购买资产的发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价，即 52.21 元/股。

2014 年 4 月 23 日，新文化实施了 2013 年年度权益分派方案，以总股本 9,600

万股为基数，向全体股东每 10 股派 5.00 元现金（含税），同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股。根据上述除权除息事项，本次发行股份购买资产的发行价格相应调整为 25.86 元/股。

在定价基准日至发行日期间，公司如有发生派息、送股、资本公积金转增股本等除息、除权行为，将按照深圳证券交易所的相关规则对上述发行价格作相应调整。

2、发行股份募集配套资金的定价依据和发行价格

根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，本次发行股份募集配套资金的发行价格将按照以下方式之一进行询价：

（1）不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价；

（2）低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十。

最终发行价格将按照《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》等相关规定，根据竞价结果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。

（二）发行数量

1、购买资产发行股份的数量

本次交易标的资产的总体评估值为人民币 150,285.19 万元，经交易各方协商的交易价格为 150,000.00 万元。其中 87,014.88 万元部分以股份支付，按照本次发行价格 25.86 元/股计算，本次购买资产股份发行数量为 3,364.84 万股。

在定价基准日至发行日期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，将按照深交所的相关规则对上述发行数量作相应调整。

2、募集配套资金发行股份的数量

本次拟募集配套资金不超过 50,000 万元。在该范围内，最终发行数量将由董事会根据股东大会的授权与本次交易的独立财务顾问协商确定。

（三）锁定期安排

1、郁金香传播股东和达可斯广告股东锁定期安排

上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞和沈阳悟石承诺其取得的本次发行的股份自发行上市之日起十二个月内不得转让。

上海银久和上海鑫秩承诺其取得的本次发行的股份自发行上市之日起二十四个月内不得转让，且自前述股份锁定期届满至新文化 2017 年年报出具之日期间的任意时点，上海银久和上海鑫秩累计所出售的新文化股份占其所持有新文化股份总数的比例不高于经具有证券业务资格的会计师事务所出具专项审核意见确认的郁金香传播已实现的实际净利润数占盈利补偿期间净利润承诺数总额的比例。上海银久、上海鑫秩进一步承诺，于新文化 2018 年年报出具前，其所持新文化股份不低于其于本次交易中认购的新文化股份数的 10%。

达可斯广告股东韩慧丽和周晓平取得的本次发行的股份自发行上市之日起十二个月内不得转让；股份锁定期届满后，韩慧丽在本次交易中取得的新文化股份中的 2,412,993 股解除锁定，周晓平在本次交易中取得的新文化股份中的 649,652 股解除锁定；韩慧丽剩余之 4,524,362 股和周晓平剩余之 2,436,194 股（以下简称“剩余股份数”），自股份锁定期届满至购买方 2017 年年报出具之日期间的任意时点，累计所出售的剩余股份所占其剩余股份总数的比例不高于经具有证券业务资格的会计师事务所出具专项审核意见确认的达可斯广告已实现的实际净利润数占出售方盈利补偿期间净利润承诺数总额的比例。韩慧丽、周晓平进一步承诺，于新文化 2018 年年报出具前，其所持新文化股份不低于其剩余股份数的 10%。

同时，前述各方承诺由于新文化送红股、转增股本等原因而增持的新文化股份，亦遵守上述承诺。

2、配套募集资金认购方锁定期安排

根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，配套募集资金认购方锁定期安排如下：

(1) 最终发行价格不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的，发行

股份募集配套资金之新增股份数自发行结束之日起可上市交易；

(2) 最终发行价格低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十的，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。

四、业绩承诺与补偿安排

(一) 交易对方之郁金香传播全体股东盈利预测及补偿安排

根据新文化与郁金香传播全体股东签订的《发行股份及支付现金购买资产协议》以及《盈利补偿协议》，本次交易利润补偿的承诺期间为2014年、2015年、2016年和2017年。郁金香传播全体股东承诺郁金香传播2014年、2015年、2016年和2017年实现的经审计的合并报表中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6,916.25万元、8,604.30万元、10,812.86万元和13,320.41万元。

交易各方同意，若盈利补偿期间郁金香传播实现的实际净利润数低于净利润承诺数，则郁金香传播股东须就不足部分向新文化进行补偿。具体的业绩承诺与补偿安排详见本报告书“第七章/第一节公司与郁金香传播股东签订的交易合同的主要内容”。

(二) 交易对方之达可斯广告股东盈利预测及补偿安排

根据新文化与韩慧丽和周晓平签订的《发行股份及支付现金购买资产协议》以及《盈利补偿协议》，本次交易利润补偿的承诺期间为2014年、2015年、2016年和2017年。达可斯广告全体股东承诺达可斯广告2014年、2015年、2016年和2017年实现的经审计的合并报表中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2,310万元、2,750万元、3,312万元和3,974万元。

交易各方同意，若盈利补偿期间达可斯广告实现的实际净利润数低于净利润承诺数，则达可斯广告股东须就不足部分向上市公司进行补偿。具体的业绩承诺与补偿安排详见本报告书“第七章/第二节公司与达可斯广告股东签订的交易合同的主要内容”。

五、本次交易构成重大资产重组

根据《上市公司重大资产重组管理办法》第十一条规定：上市公司及其控股或者控制的公司购买、出售资产，达到下列标准之一的，构成重大资产重组：

（一）购买、出售的资产总额占上市公司最近一个会计年度经审计的合并财务会计报告期末资产总额的比例达到 50% 以上；

（二）购买、出售的资产在最近一个会计年度所产生的营业收入占上市公司同期经审计的合并财务会计报告营业收入的比例达到 50% 以上；

（三）购买、出售的资产净额占上市公司最近一个会计年度经审计的合并财务会计报告期末净资产额的比例达到 50% 以上，且超过 5,000 万元人民币。

本次交易标的为郁金香传播 100% 股权和达可斯广告 100% 股权，经交易各方协商确定的交易价格合计为 150,000.00 万元。

根据新文化、郁金香传播、达可斯广告 2013 年度经审计财务数据及交易定价情况，相关判断指标计算如下：

单位：万元

项目	郁金香传播	达可斯广告	合计	新文化	成交金额	财务指标占比（资产总额或资产净额与成交金额孰高）
资产总额	62,359.61	5,131.54	67,491.16	117,163.06	150,000.00	128.03%
资产净额	40,100.69	3,458.42	43,559.12	92,483.20		162.19%
营业收入	45,911.01	3,957.46	49,868.47	48,171.24	-	103.52%

根据《重组管理办法》的规定，本次交易构成上市公司重大资产重组。

六、本次交易不构成关联交易

本次交易的交易对方在本次交易前与上市公司及其关联方之间均不存在关联关系，本次交易不构成关联交易。

七、本次交易未导致本公司控制权变化

本次发行股份购买资产完成后，本公司控股股东渠丰国际仍持有本公司 6,000 万股股份，但其持股比例将由原来的 31.25% 降至 30% 以下。本次持股比例

变动之后，渠丰国际仍是公司第一大股东，保持对公司的控制力。本公司实际控制人杨震华先生持有渠丰国际 87.92%的股权以及本公司第二大股东丰禾朴实 45.00%的股权，本次发行股份购买资产完成后，本公司总股本将增至 225,648,444 股（不含募集配套资金部分），渠丰国际、丰禾朴实将分别持有本公司 26.59%、24.33%股权，杨震华先生所享有的表决权仍足以对本公司股东大会的决议产生重大影响，公司控股股东及实际控制人未发生变化，公司控股股东持股比例变化不会对公司治理产生实质性影响。

八、独立财务顾问的保荐机构资格

本公司聘请海通证券股份有限公司担任本次交易的独立财务顾问，海通证券股份有限公司经中国证监会批准依法设立，具备保荐人资格。

九、本次交易特别风险提示

本次重大资产重组还存在如下风险：

（一）与本次重组相关的风险

1、本次重组无法按期进行的风险

（1）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，公司存在因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）本次重组报告书公告后，若标的资产业绩大幅下滑可能导致本次重组无法进行的风险，或即使继续进行将需要重新估值定价的风险。（3）由于本次重大资产重组将受到多方因素的影响且本方案的实施尚须满足多项条件，使得重组工作时间进度存在一定的不确定性风险。

若本次重组无法进行，或需要重新召开董事会审议重组事宜的，公司董事会重新作出发行股份及支付现金购买资产决议时，应当以该次董事会决议公告日作为发行股份的定价基准日。公司董事会将在本次重大资产重组过程中及时公告相关工作的进度，以便投资者了解本次交易进程，并作出相应判断。特此提请广大

投资者充分注意上述重组工作时间进度以及重组工作时间进度的不确定性所可能导致的重新计算股票发行价格的风险。

2、本次交易标的之郁金香传播组织形式不能按时变更的风险

本次交易完成后，本次交易标的之郁金香传播将成为公司的全资子公司，其组织形式将由股份有限公司变更为一人有限责任公司，且企业性质由中外合资企业变更为内资公司，尚需取得上海市商委的批复。

若郁金香传播不能取得上海市商委的批复，不能按时完成组织形式变更，将影响本次交易的交割进度。

3、标的资产的估值风险

本次交易中评估机构采用收益法和市场法对标的公司进行评估，并采用收益法评估结果作为最终评估定价依据。本次标的资产之郁金香传播 100% 股权的评估值为 120,205.19 万元，增值率为 263.16%；达可斯广告 100% 股权的评估值为 30,080 万元，增值率为 705.39%。标的资产的交易价格系参考评估值由双方协商确定。

公司特提醒广大投资者，虽然评估机构在评估过程中严格按照评估的相关规定，并履行了勤勉、尽职的义务，但由于收益法基于一系列假设并基于对未来的预测，如未来情况出现预期之外的重大变化，可能导致资产估值与实际情况不符，提请投资者注意评估增值较大风险。

4、盈利预测风险

根据坤元评估出具的坤元评报[2014]166 号《资产评估报告》、坤元评报[2014]167 号《资产评估报告》，坤元评估运用收益法分别对郁金香传播、达可斯广告进行评估时，对郁金香传播、达可斯广告相关年度的净利润进行了预测。

虽然坤元评估在运用收益法进行评估过程中，对预测净利润的测算充分考虑了公司经营环境、发展阶段以及行业情况，遵循了评估行业通用准则，履行了相关评估程序，但是，由于标的公司的业务模式、业务结构、客户基础以及未来市场开拓等方面仍存在不确定性，户外 LED 大屏行业的特点导致标的公司存在实

际净利润低于上述预测净利润的风险。

5、盈利补偿期间交易对方现金补偿承诺不能切实履行的风险

本次交易盈利补偿的承诺期间为 2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年。交易双方均同意，若盈利补偿期间标的公司实现的实际净利润数低于净利润承诺数，则交易对方须就不足部分向新文化进行补偿。

本次交易中，认购新文化发行股份的交易对方应首先以其于本次交易中认购的新文化股份进行补偿，如本次交易中认购的股份不足补偿，则其进一步以现金进行补偿。本次交易中仅收取现金对价的郁金香传播外资股东应以其于本次交易中获得的现金对价进行补偿。

在盈利补偿期间届满后，若标的资产发生减值，交易对方还需相应向新文化进行补偿。

为了降低盈利补偿期间交易对方不能切实履行承诺的风险，新文化已对交易对方的股份做了锁定安排，并对现金支付做了分期安排。另外，上海银久承诺，其对除上海银久外的其他郁金香传播股东的盈利补偿和减值补偿义务承担连带责任。但本次交易仍然存在盈利补偿期间交易对方现金补偿承诺不能切实履行的风险。

（二）交易标的经营风险

1、政策风险

由于户外 LED 大屏幕媒体是一种区别于传统媒体形式的新兴媒体类型，且同时由于其屏幕媒体的设置与所处物理位置具有特殊性，户外 LED 大屏幕媒体在点位设置、广告内容播放等行为的过程中相对于其他媒体平台会受到多个政府部门的交叉管理，如工商、市容、规划、城市管理等。

国内各地区对户外广告管理（如广告设施的设置许可、户外广告登记）的地方性规定以及实际执行的管理措施也是各有不同，规范的统一化程度较低。若未来对户外 LED 大屏幕媒体管理标准提高，规范的统一标准出台，则可能会对公司的运营产生影响。

2、媒体资源续约的风险

标的公司主要依托覆盖全国的户外 LED 大屏幕媒体网络经营户外 LED 大屏幕广告发布业务，分布于全国各个城市商圈的户外 LED 大屏幕媒体资源是公司最为重要的资源之一。屏幕媒体资源的稳定是公司经营的重要保障。

标的公司的屏幕媒体可以分为自有屏幕、独家代理屏幕、一般代理屏幕。在自有屏幕方面，场地租赁合同的期限均为中长期，普遍为 7-10 年且同时约定到期优先续约权，为公司的稳定经营提供保障；独家代理屏幕方面，标的公司同样通过与媒体资源控制方签署中长期独家代理合同的方式确保媒体资源的稳定，合同期限普遍为 3-7 年，同时附优先续约权，到期滚动存续；一般代理屏幕方面，除部分中长期合同外，多采用 1 年期合同附优先续约权滚动存续的更为灵活的代理模式，以便于公司根据市场需求的变化调节自身媒体资源网络的布局。

虽然标的公司结合自身战略规划，采取合理措施确保不同类型的媒体资源稳定运营，但是不能排除相关合同到期不能续约造成的屏幕媒体资源稳定性下降，从而给公司的经营造成不利影响。

3、场地租金和媒体资源代理费用变动的风险

作为户外 LED 大屏幕媒体运营商，对于媒体资源的持续运营是公司经营活动中的必有内容。根据媒体运营方式的不同，自有屏幕的场地租金和独家代理屏幕的媒体资源代理费用是营业成本的主要组成部分。

场地租金和媒体资源代理费用的增减变动与所签约的广告位场地产权人、使用权人和媒体资源相关利益方有关，虽然标的公司为了控制未来营业成本上升的风险，通过签署长期场地租赁合同和长期媒体资源独家代理协议的方式提前锁定了主要营业成本，但未来在上述合同到期续约时，场地租金和媒体资源代理费用可能根据经济情况有所增长。若届时广告发布业务的收入不能实现同步增长，公司的盈利能力可能会因此而受到影响。

4、应收账款金额较高且占比相对较大的风险

截至 2012 年末、2013 年末及 2014 年 6 月末，标的公司之郁金香传播应收账款账面价值分别为 19,500.14 万元、24,878.36 万元和 32,437.05 万元，占其资

产总额的比例分别为 31.80% 、 39.89%和 51.96%，应收账款金额较大且占比较高。2014 年 6 月末，郁金香传播 2 年以内的应收账款余额占全部应收账款余额比例为 84.60%，且回款情况良好。目前，主要客户均与郁金香传播建立了良好的合作关系且主要为业内知名企业，具有较好的支付能力。尽管如此，如果主要客户的财务状况出现恶化，或者经营情况和商业信用发生重大不利变化，公司应收账款发生坏账的可能性将增加，从而对公司的经营产生不利影响。

除上述风险外，本报告书“第十五章风险因素”详细披露了与本次重组相关的风险，提醒投资者认真阅读，注意投资风险。

十、标的公司郁金香传播曾申请首次公开发行 A 股股票并上市的情况说明

标的公司郁金香传播曾于 2012 年 12 月 24 日向中国证监会发行部提交了首次公开发行股票申请文件，并于 2012 年 12 月 28 日取得中国证监会第 122228 号《中国证监会行政许可申请受理通知书》。在申请文件初步审核阶段，标的公司郁金香传播由于计划实施重大资本运作，向中国证监会提交了《关于撤回郁金香广告传播（上海）股份有限公司首次公开发行股票申请文件审查的申请》，并于 2014 年 6 月 4 日收到中国证监会《行政许可申请终止审查通知书》（【2014】86 号）。

目录

公司声明	2
重大事项提示	7
目录	18
释义	20
第一章 交易概述	23
第一节 本次交易背景和目的	23
第二节 本次交易具体方案	30
第三节 本次交易决策过程	32
第四节 交易标的及交易对方的名称	33
第五节 本次交易定价情况	34
第六节 本次交易不构成关联交易	35
第七节 本次交易构成重大资产重组	35
第八节 本次交易不会导致公司控股权变化	36
第二章 上市公司情况	38
第一节 公司基本情况	38
第二节 公司设立及股本变动情况	38
第三节 最近三年控股权变动情况及重大资产重组情况	43
第四节 公司主营业务情况及主要财务指标	45
第五节 控股股东及实际控制人情况	46
第三章 交易对方情况	48
第一节 交易对方之郁金香传播股东情况	48
第二节 交易对方之达可斯广告股东情况	88
第四章 标的资产基本情况	91
第一节 交易标的郁金香传播基本情况	91
第二节 交易标的达可斯广告基本情况	150
第五章 交易标的评估情况	186
第一节 郁金香传播的评估情况	186
第二节 达可斯广告的评估情况	201
第六章 发行股份情况	215
第一节 本次发行情况简介	215
第二节 本次发行前后主要财务数据对比	219
第三节 本次发行前后股本结构变化	219
第七章 本次交易合同的主要内容	221
第一节 公司与郁金香传播股东签订的交易合同的主要内容	221
第二节 公司与达可斯广告股东签订的交易合同的主要内容	227

第八章 本次交易合法、合规性分析	235
第一节 本次交易符合《重组管理办法》第十条的规定	235
第二节 本次交易符合《重组管理办法》第四十二条的规定	239
第九章 本次交易定价依据及公平合理性分析	242
第一节 本次交易的定价依据	242
第二节 本次交易定价的公平合理性分析	243
第三节 本次交易新增股份发行价格的合理性分析	248
第四节 董事会对本次评估的意见	249
第五节 独立董事对本次交易定价的意见	250
第十章 董事会讨论与分析	252
第一节 交易前财务状况和经营成果讨论与分析	252
第二节 交易标的行业特点讨论与分析	255
第三节 交易完成后的财务状况、盈利能力及未来趋势分析	279
第四节 交易完成后公司的资产、业务整合及人员调整计划	284
第十一章 财务会计信息	288
第十二章 同业竞争与关联交易	299
第一节 同业竞争	299
第二节 关联交易	301
第十三章 资金占用及关联担保情况说明	303
第十四章 本次交易对公司治理结构的影响分析	304
第十五章 风险因素	311
第十六章 其他重大事项	318
第一节 上市公司最近十二个月内重大资产交易情况	318
第二节 连续停牌前上市公司股票价格波动情况	318
第三节 停牌前六个月内本次交易相关人员买卖上市公司股票的自查情况	319
第四节 上市公司近五年内受到监管部门的处罚情况	320
第五节 重大诉讼事项	320
第六节 保护投资者合法权益的相关安排	321
第十七章 中介机构意见	325
第一节 独立财务顾问意见	325
第二节 法律顾问的意见	326
第十八章 本次交易相关证券服务机构	328
第十九章 董事及中介机构声明	330
第二十章 备查文件及备查地点	335

释义

本报告中，除非文中另有所指，下列简称具有如下特定含义：

上市公司、新文化、 本公司、购买方	指	上海新文化传媒集团股份有限公司
郁金香传播、郁金香股份	指	郁金香广告传播（上海）股份有限公司
达可斯广告	指	沈阳达可斯广告有限公司
沈阳达可思庞达	指	沈阳达可思庞达广告传媒有限公司
宁波达可斯庞达	指	宁波达可斯庞达广告传媒有限公司
沈阳裕华	指	沈阳裕华传媒广告有限公司
本次交易、本次重组、本次 发行、本次重大资产重组	指	本次上海新文化传媒集团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的行为
标的资产、拟购买资产	指	郁金香传播 100% 股权、达可斯广告 100% 股权
交易标的、标的公司	指	郁金香传播、达可斯广告
交易对方、出售方	指	郁金香传播全体股东、达可斯广告全体股东
本报告书	指	《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》
集团有限	指	新文化前身上海新文化传媒投资集团有限公司
有限公司	指	集团有限前身上海新文化传媒投资有限公司
渠丰国际	指	新文化控股股东上海渠丰国际贸易有限公司
丰禾朴实	指	新文化股东丰禾朴实投资管理（北京）有限公司
郁金香有限	指	郁金香广告传播（上海）有限公司
华锦广告	指	华锦广告传媒（上海）有限公司，系郁金香广告传播（上海） 有限公司的前身
郁金香多媒体	指	郁金香多媒体技术（上海）有限公司，系华锦广告传媒（上海） 有限公司和郁金香广告传播（上海）有限公司及郁金香广告传 播（上海）股份有限公司的前身
郁金香广告	指	上海郁金香广告有限公司
郁金香传媒	指	上海郁金香广告传媒有限公司
上海银久	指	上海银久广告有限公司
Wise Genesis	指	Wise Genesis Limited
Fame Hill	指	Fame Hill Media Corporation Limited
上海欣香	指	上海欣香广告有限公司
Panpacific	指	Panpacific Outdoor Media Company Limited
上海狮电	指	上海狮电文化传播有限公司

成都禅悦	指	成都禅悦广告传媒有限公司
上海慧裕	指	上海慧裕文化传播有限公司
北京智百扬	指	北京智百扬广告有限公司
上海聚丰	指	上海聚丰广告有限公司
Yumi	指	Yumi Media Corporation Limited
BNO	指	BNO Media Corporation Limited
Switch	指	Switch Media Corporation Limited
Asha	指	Asha New Media Limited
上海鸣瑞	指	上海鸣瑞广告传媒有限公司
沈阳悟石	指	沈阳悟石整合广告传媒有限公司
上海鑫秩	指	上海鑫秩文化传播有限公司
郁金香传播外资股东	指	包括 Wise Genesis、Fame Hill、Panpacific、Yumi、BNO、Switch 和 Asha 等七家郁金香传播外资股东
郁金香传播内资股东		包括上海银久、上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩等十家郁金香传播内资股东
香港郁金香	指	郁金香媒体(国际)有限公司(Tulip Mega Media (International) Limited)
Warburg Pincus	指	Warburg Pincus Private Equity IX, L.P.
职工持股会	指	上海郁金香广告有限公司职工持股会
刊例价	指	媒体单位所发行的广告报价手册上的广告收费定价
刊挂率	指	实际销售的广告时段与可供销售的广告时段的比率,用以反映广告发布业务的产能利用率
4A 广告公司	指	加入美国广告公司协会(American Association of Advertising Agencies)的广告公司
中广协	指	中国广告协会
最近两年	指	2012 年及 2013 年
最近两年及一期	指	2012 年、2013 年及 2014 年 1-6 月
最近三年	指	2011 年、2012 年及 2013 年
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
上海市商委	指	上海市商务委员会
海通证券、独立财务顾问	指	海通证券股份有限公司
众华	指	众华会计师事务所(特殊普通合伙)(原名上海众华沪银会计师事务所有限公司)
上海宏华	指	上海宏华会计师事务所有限公司
上海中鉴	指	上海中鉴会计师事务所有限公司

上海同诚	指	上海同诚会计师事务所
坤元评估	指	坤元资产评估有限公司
律师、法律顾问	指	通力律师事务所
《发行股份及支付现金购买资产协议》	指	《上海新文化传媒集团股份有限公司与上海银久广告有限公司等十七家郁金香广告传播（上海）股份有限公司股东之发行股份及支付现金购买资产协议》、《上海新文化传媒集团股份有限公司与韩慧丽及周晓平之发行股份及支付现金购买资产协议》
《盈利补偿协议》	指	《上海新文化传媒集团股份有限公司与上海银久广告有限公司等十七家郁金香广告传播（上海）股份有限公司股东之发行股份及支付现金购买资产之盈利补偿协议》、《上海新文化传媒集团股份有限公司与韩慧丽及周晓平之发行股份及支付现金购买资产之盈利补偿协议》
郁金香传播评估基准日	指	2013年12月31日
达可斯广告评估基准日	指	2014年1月31日
《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》
《收购管理办法》	指	《上市公司收购管理办法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
《重组规定》	指	《关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》
《暂行规定》	指	《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》
《发行管理办法》	指	《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》
元、万元	指	人民币元、万元

注：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。本报告书中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异，系四舍五入造成。

第一章 交易概述

第一节 本次交易背景和目的

一、本次交易的背景

（一）国家政策鼓励文化传媒企业资源整合、跨越式发展

近年来，国家出台了一系列政策大力支持文化产业的发展。2011年3月发布的《国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》明确提出要推动文化产业成为国民经济支柱性产业，标志着我国文化产业的战略定位已被提升到新的高度。

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

国家对文化产业的战略定位与政策扶持为文化传媒企业的资源整合、跨越式发展奠定了坚实的基础，公司作为行业内上市企业面临历史性的发展机遇和广阔的发展空间。

（二）LED 大屏幕媒体成为户外高价值的媒介形式

随着电子信息技术不断发展以及 LED 技术水平进步，近年来以 LED 为载体的媒介形式迅速发展，LED 媒体形式丰富了以报刊杂志、展示牌、灯箱等为主的传统媒介形式，并表现出较强的市场价值及竞争优势。

LED 大屏幕媒体的主要竞争优势表现出以下几方面：第一，LED 大屏幕媒体能够播放动态的画面，相比静止画面的平面媒体，其广告传播效果更具感染力；

第二，LED 大屏幕视频媒体可以根据客户的个性化诉求传播具有针对性、交互性和实时性的内容，从而使原本枯燥的信息被动接收方式变为主动参与的方式，有助于提高传播的效用；第三，LED 大屏幕媒体可滚动播放多个媒体内容，提高了媒体平台的实际利用效率。

（三）LED 大屏幕数字媒体能够极大地满足广告主的需求

由于 LED 大屏幕数字媒体的区位优势和视觉表现优势，LED 大屏幕数字媒体能够极大地满足广告主的需求，主要体现在以下两点：

第一、理想的精准投放媒体。LED 大屏幕多集中于商圈、CBD、交通要道等位置，媒体所覆盖的人群多以高知、高职、高质等群体为主，具有较高的购买力和品牌识别度，对旅游、IT 数码、金融服务、服装配饰、汽车等产品都较为关注。根据 AC 尼尔森 2011 年的研究报告显示，LED 大屏覆盖的人群以都市白领为主，消费能力较强。因此，户外 LED 大屏幕媒体是品牌与目标消费者之间沟通的理想精准投放媒体。

第二、满足广告主对互动营销的需求。随着智能手机的普及，利用手机应用软件（APP）的功能，可以实现户外 LED 大屏幕与观众之间的多种互动形式，开启户外数字媒体与观众的双向互动传播时代。通过互动技术的应用，吸引消费者主动的参与到品牌传播的过程中，并主动传播、分享广告内容，为广告主带来事半功倍的宣传效果。

（四）内生式增长与外延式发展并举，成为综合性传媒集团是公司的长期发展战略

公司目前主要从事影视剧的投资、制作、发行及衍生业务。经过多年的经营，公司在电视剧制作和发行领域内保持领先的竞争地位。公司将继续在电视剧领域深耕细作，持续加大电视剧的制作发行力度和海外销售广度，拓展影视剧产品向海外输出，以求更高的海内外市场占有率，打造电视剧行业一流、国际化品牌形象。

在优势业务巩固与提升的基础上，公司将充分利用对于文化产业发展的深刻理解以及上市公司资本运作平台优势，稳步、深入地进行全产业链布局，向电影、

互联网媒体等方向全面拓展，针对具有一定竞争力并且与公司业务具有一定协同性的企业积极通过并购等方式实现外延式发展。

目前，公司通过投资方式拓展产业链布局已初见成效。上市以来，公司分别投资并取得上海兰馨影业有限公司、上海凯羿影视传播有限公司、哇棒（北京）国际传媒股份有限公司、惊幻科技发展（上海）有限公司等公司的股权，实现了在电影院线、电影制作与营销、移动互联网、3D 视频产品等相关业务领域的布局。

未来，公司通过内生式增长、外延式发展以及产业链整合，将不同主体间的内容、渠道、平台进行融合，促进公司各种不同内容、形态的业务交叉渗透、相互支持，并在业务、渠道和平台资源等方面协同发展，使上市公司成为集内容制作、平台传播、综合营销为一体的，具有强大创意力、传播力、影响力的综合性传媒集团，为公司股东带来持续、良好的投资回报。

二、本次交易的目的

（一）本次交易有利于大幅提升上市公司现有业务规模和盈利水平

1、郁金香传播和达可斯广告均为行业内领先的广告企业

郁金香传播不仅是国内运营户外 LED 大屏幕媒体规模最大的广告公司之一，而且是该领域的开拓者和创新者，是国内最早经营户外 LED 大屏幕、最早引入异形 LED 屏的广告公司之一。目前，郁金香传播运营的户外 LED 大屏幕媒体数量超过 200 块，已经建立了全国性媒体网络，覆盖了全国近 90 个城市，包括四大直辖市以及 90% 的省会城市。郁金香传播运营的位于北京京信大厦以及上海东方商厦的 LED 大屏幕媒体，被业内冠以“屏王”的称号。同时，郁金香传播利用 APP、微信等平台建立广告主与消费者的联系，以互动的形式吸引消费者关注，将在核心商圈为持续关注其 APP 平台上活动的消费者提供室外 WIFI 服务，提高消费者的粘合度，在移动互联领域持续开拓业务。

达可斯广告是东北地区运营户外 LED 大屏幕媒体规模最大的广告公司之一，拥有的 LED 大屏幕数字视频媒体已经全面覆盖沈阳中心城区核心商圈，具有明显的区域优势。

本次上市公司将收购国内运营户外 LED 大屏幕媒体的行业龙头和区域强企，收购完成后，上市公司的业务规模将得到大幅扩张，业务领域将向媒体平台延伸，运营全国性户外 LED 大屏幕媒体网络，一举在户外广告行业占据领先地位，实现上市公司媒体平台业务在国内重点经济区域的战略布局，为未来建立全国性大型媒体网络奠定坚实基础。

2、上市公司的盈利水平将显著增强

根据郁金香传播经审计的 2012 年、2013 年财务报表，其年末总资产分别相当于上市公司同期年末总资产的 59.46%和 53.22%，年度营业收入分别相当于上市公司同期营业收入的 115.81%和 95.31%，归属于母公司股东净利润分别相当于上市公司同期归属于母公司股东净利润的 61.05%和 37.96%。

根据达可斯广告经审计的 2012 年、2013 年模拟合并财务报表，其年末总资产分别相当于上市公司同期年末总资产的 3.17%和 4.38%，年度营业收入分别相当于上市公司同期营业收入的 5.55%和 8.22%，归属于母公司股东净利润分别相当于上市公司同期归属于母公司股东净利润的 9.78%和 20.26%。

本次交易完成后，郁金香传播和达可斯广告将成为上市公司的全资子公司，上市公司的总资产、营业收入和净利润规模均将得到较大幅度的提升。

(二) 本次交易能够充分发挥上市公司与标的资产之间的协同效应

1、标的资产为上市公司的视频产品提供良好的宣传平台

上市公司目前的业务领域覆盖电视剧、电影、互联网媒体等。上市公司通过陆续投资上海兰馨影业有限公司、上海凯羿影视传播有限公司、哇棒（北京）国际传媒股份有限公司、惊幻科技发展（上海）有限公司等进行业务扩展。通过上市公司业务的不断拓展，上市公司已能够跨平台提供优质的视频产品。

上市公司的视频产品收入与宣传力度及效果具有较强的相关性，宣传效果影响上市公司视频产品的盈利能力。LED 大屏幕数字媒体相对于传统媒体在宣传方面具有更强的优势，LED 大屏幕数字视频媒体在画面表现力上具有较强的震撼力，有利于达到更优的广告传播效果，更容易吸引观众的注意力，并激起其观赏和消费欲望，从而增加视频产品的收入。

通过此次并购，上市公司将拥有为视频产品进行宣传推广的良好平台，该平台丰富了上市公司视频产品的推广渠道，将有效推进上市公司视频产品的宣传，提升上市公司视频产品的市场价值，同时提高上市公司的知名度，增强上市公司的盈利能力。

2、上市公司在视频制作领域的丰富经验能够大幅提升标的资产投放广告的视频冲击力

经过多年的发展，上市公司的视频产品已从电视剧拓展到电影、互联网媒体等，并于 2013 年与加拿大 3D International Media Partners Incorporated 合作设立惊幻科技发展（上海）有限公司。3DIMP 公司为一家主要从事 3D 电影拍摄、培训和技术研发的公司，具有深厚的影视设备技术背景，丰富的制作与合作经验，以及极为广泛、深刻的国际业界关系。在 3D 立体影像领域的技术、电影电视摄制和 3D 培训等方面能力尤为突出，具备了全球领先的数字创意运营能力。

标的资产已建立了全国 LED 大屏幕视频媒体的网络化布局和多层次的广告传播平台。将来，标的资产在其 LED 大屏幕视频媒体设备上为广告主提供广告投放服务时，可以利用上市公司在视频制作领域、尤其是 3D 媒体领域的优势为广告主提供更加优质的服务，大幅提升广告的视频冲击力，提高广告的附加值，增强该业务的盈利能力。

（三）对客户资源进行整合共享，实现业务的互相渗透和延伸

标的资产广告发布业务的主要客户是各类广告公司和广告主，上市公司在影视剧贴片广告、植入广告业务中与相关广告公司、广告主建立了良好的合作关系，上市公司与交易标的在业务形态上形成互补，在客户资源上整合共享，双方可以利用各自既有的客户渠道和业务资源，相互进行渗透和延伸，扩大双方的业务规模，提升双方的盈利水平。

影视剧植入广告系把产品或服务具有代表性的品牌符号融入视频产品中的一种广告方式，给观众留下相当深刻的印象，以达到潜移默化的宣传效果，从而实现营销目的。随着上市公司电视剧、电影衍生业务的迅速发展，近年来影视剧植入广告等业务发展较快。同时，标的资产的主要客户均集中于国际、国内知名

企业，资产规模相对较高，广告投放力度较大且投放渠道较为分散。本次收购完成后，上市公司可以利用标的资产优质的客户资源进行影视剧植入广告等业务推广，丰富上市公司该业务的客户来源，提高其盈利能力。

上市公司的客户主要为各大电视台及网络视频网站，上市公司与客户建立了长期良好的合作关系，电视台及网络视频网站具有大量良好的广告主资源。本次收购完成后，上市公司在与电视台及网络视频网站合作的同时，可利用良好的合作关系，向标的资产推荐广告主资源，扩大其业务规模。

（四）上市公司和标的资产可以促进品牌溢价的共享

多年来，上市公司经营“新文化”品牌，在电视剧行业长期精耕细作，并围绕以电视剧业务为核心，在电影业务、互联网媒体等领域多方面发展，其视频产品形成强大的传播力和影响力，逐步形成了强劲的品牌价值。标的资产郁金香传播和达可斯广告分别作为户外 LED 大屏媒体广告行业全国和区域领先企业，已构建覆盖全国的媒体网络版图，经过长久以来的努力开拓与经营，标的资产拥有了良好的业界口碑与品牌形象。

本次重组完成后，上市公司将持续支持标的资产的品牌建设，通过上市公司现有品牌增强标的资产在户外 LED 媒体领域的品牌影响力；另一方面，标的资产将纳入上市公司的管理体系，实现品牌间的价值与效应协同，推进整个上市公司媒体品牌溢价的共享。

三、交易完成后上市公司主营业务构成、定位及发展方向

（一）主营业务构成

目前，上市公司主要从事影视剧的投资、制作、发行及衍生业务。经过多年的经营，公司在电视剧制作和发行领域内保持领先的竞争地位。同时，上市公司积极通过投资方式进行外延式扩张，拓展产业链布局。上市以来，公司分别投资了上海兰馨影业有限公司、上海凯羿影视传播有限公司、哇棒（北京）国际传媒股份有限公司、惊幻科技发展（上海）有限公司等公司，实现了在影院院线、电影制作与营销、移动互联网广告、3D 视频制作等相关业务领域的布局。

本次重组完成后，上市公司的主营业务将主要由影视剧业务和户外 LED 媒

体广告业务构成。根据众华出具的《上海新文化传媒集团股份有限公司 2014 年度备考合并盈利预测审核报告》，本次重组完成后新文化主营业务收入结构如下：

单位：万元

年度	2013 年已实现数 (备考)	比例	2014 年预测数	比例
影视剧业务	48,061.25	49.08%	67,948.00	54.50%
户外 LED 媒体广告业务	49,868.47	50.92%	56,718.82	45.50%
主营业务收入合计	97,929.72	100.00%	124,666.82	100.00%

本次重组完成后，上市公司将文化内容产品的项目化运营和户外 LED 大屏幕广告业务的平台化运营有效结合，形成“内容+平台”的业务结构，将上市公司主营业务从影视剧业务领域扩展至户外 LED 媒体广告业务，实现产业链的有机延伸。

（二）上市公司的定位及发展方向

重组完成后，上市公司将以“优化人力资源、聚合行业资源、完善公司治理”的三大保障措施为基础，贯彻“规模化、集约化、创新性经营”的三大经营策略，形成以内容为核心，以传播平台为延伸的战略定位。上市公司在稳固现有影视剧业务的基础上，将加强如下三个核心方面的业务发展：

1、加强对传播平台业务潜力的挖掘

上市公司将在传播平台现有的业务基础上，充分挖掘该平台的业务潜力。从平台覆盖率来看，上市公司将继续推进网络化和立体化的户外 LED 大屏幕传播平台，进一步提升该平台在全国范围内核心商圈的覆盖率；从平台价值来看，上市公司计划将该平台打造成为日后电影发行业务的重要宣传阵地，通过新客户的不断导入，进一步提升该传播平台的商业价值；从平台扩展性来看，上市公司将充分利用和开发移动互联网技术，实现户外大屏和手机小屏的线上线下互动，拓展新的商业模式。

2、加强核心文化内容产品与广告传播平台的业务共享

上市公司将把自身一流的内容制作能力和新技术应用能力(特别是 3D 技术)植入到标的资产传播平台，通过新创意和新技术的应用有效提升户外 LED 屏幕

的视觉冲击力和传播效果；同时，标的资产的户外 LED 传播平台具备网络化、多层次、核心受众明确和传播时效性强的特点，上市公司利用该平台对自身文化内容产品进行宣传，将有效聚合核心商圈潜在的消费人群，形成同一文化内容产品立体式多屏覆盖，极大地提升上市公司文化内容产品的传播效果。

3、加强核心客户资源的整合共享

标的资产广告发布业务的主要客户集中于国际、国内知名企业，而上市公司的影视剧贴片和植入广告业务可充分利用标的资产的客户资源；同时，上市公司在电视剧行业长期的深耕细作过程中与各大电视台客户形成了良好的合作基础，标的资产可充分利用上述客户资源与各大电视台形成战略合作，扩大客户基础。上市公司和标的资产将利用各自既有的客户渠道和业务资源，相互进行渗透和延伸，扩大双方的业务规模，提升双方的盈利水平。

第二节 本次交易具体方案

本次交易中，新文化拟以发行股份及支付现金的方式购买郁金香传播 100% 股权和达可斯广告 100% 股权，并募集配套资金，其中：

一、发行股份及支付现金购买资产

本次交易价格合计为 150,000.00 万元，其中支付现金 62,985.12 万元，发行股份 3,364.84 万股支付交易对价 87,014.88 万元，具体情况如下：

（一）新文化以发行股份及支付现金的方式购买郁金香传播 100% 股权，其中以现金方式购买 Wise Genesis、Fame Hill、Panpacific、Yumi、BNO、Switch 和 Asha 合计持有的郁金香传播 42.38% 的股份，共支付现金 50,857.92 万元；以发行股份方式购买上海银久、上海鑫秩合计持有的郁金香传播 30.79% 的股份，共发行股份 1,428.97 万股支付交易对价 36,953.28 万元；以发行股份及支付现金的方式购买上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞和沈阳悟石合计持有的郁金香传播 26.82% 的股份，其中支付现金 8,047.20 万元，发行股份 933.55 万股支付交易对价 24,141.60 万元。

（二）新文化以发行股份及支付现金的方式购买韩慧丽、周晓平合计持有的

达可斯广告 100% 股权，其中支付现金 4,080.00 万元，发行股份 1,002.32 万股支付交易对价 25,920.00 万元。

交易标的之郁金香传播 100% 股权的交易价格为 120,000.00 万元，具体交易对方、交易价格、支付方式如下表所示：

序号	交易对方	持股数 (万股)	持股 比例	交易对价 (万元)	支付方式	
					股份 (股)	现金 (万元)
1	上海银久	4,950.00	30.00%	36,000.00	13,921,113	-
2	Wise Genesis	3,157.84	19.14%	22,966.08	-	22,966.08
3	Fame Hill	1,755.25	10.64%	12,765.48	-	12,765.48
4	上海欣香	1,305.15	7.91%	9,492.00	2,752,900	2,373.00
5	Panpacific	1,035.59	6.28%	7,531.56	-	7,531.56
6	上海狮电	708.68	4.30%	5,154.00	1,494,780	1,288.50
7	成都禅悦	579.98	3.52%	4,218.00	1,223,318	1,054.50
8	上海慧裕	566.94	3.44%	4,123.20	1,195,824	1,030.80
9	北京智百扬	552.92	3.35%	4,021.20	1,166,241	1,005.30
10	上海聚丰	354.42	2.15%	2,577.60	747,564	644.40
11	Yumi	264.00	1.60%	1,920.00	-	1,920.00
12	BNO	261.21	1.58%	1,899.72	-	1,899.72
13	Switch	261.21	1.58%	1,899.72	-	1,899.72
14	Asha	257.86	1.56%	1,875.36	-	1,875.36
15	上海鸣瑞	212.69	1.29%	1,546.80	448,608	386.70
16	沈阳悟石	145.20	0.88%	1,056.00	306,264	264.00
17	上海鑫秩	131.08	0.79%	953.28	368,631	-
	合计	16,500.00	100.00%	120,000.00	23,625,243	58,905.12

交易标的之达可斯广告的交易价格为 30,000 万元，具体交易对方、交易价格、支付方式如下表所示：

序号	交易对方	持股比例	交易对价 (万元)	支付方式	
				股份 (股)	现金 (万元)
1	韩慧丽	65%	19,500.00	6,937,355	1,560.00
2	周晓平	35%	10,500.00	3,085,846	2,520.00
	合计	100%	30,000.00	10,023,201	4,080.00

本次交易完成后，新文化将持有郁金香传播 100% 股权和达可斯广告 100% 股权。

二、发行股份募集配套资金

根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，新文化拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金，配套资金总额不超过 50,000 万元。本次募集配套资金用于支付本次交易中的现金对价，不足部分公司将自筹资金解决。本次拟募集配套资金不超过本次交易总额的 25%（本次拟募集配套资金上限=（发行股份及支付现金购买资产交易金额 150,000 万元+本次拟募集配套资金上限 50,000 万元）×25%）。

本次交易不以募集配套资金的成功为前提，募集配套资金的成功与否不影响本次交易的履行及实施。如募集配套资金未能实施，新文化将自筹资金支付该部分现金。

第三节 本次交易决策过程

本次交易涉及有关各方的决策过程如下：

一、本次交易已经获得的授权和批准

（一）新文化的批准和授权

2014 年 6 月 3 日，新文化召开第二届董事会第七次会议，审议通过了本次重大资产重组的相关议案。

新文化独立董事于 2014 年 6 月 3 日出具了关于第二届董事会第七次会议相关事项的独立意见，对本次重大资产重组相关事项出具了肯定性意见。

2014 年 6 月 3 日，新文化召开第二届监事会第六次会议，审议通过了本次重大资产重组相关的议案。

2014 年 6 月 19 日，新文化召开 2014 年度第一次临时股东大会，审议通过了本次重大资产重组相关的议案。

2014 年 9 月 11 日，经中国证监会上市公司并购重组审核委员会 2014 年第 47 次会议审核，新文化本次重大资产重组获得无条件审核通过。

2014 年 10 月 20 日，新文化收到中国证监会出具的《关于核准上海新文化传媒集团股份有限公司向上海银久广告有限公司等发行股份购买资产并募集配

套资金的批复》（证监许可[2014]1068号），中国证监会正式核准新文化发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨重大资产重组事项。

（二）郁金香传播法人股东的批准与授权

上海银久、Wise Genesis、Fame Hill、上海欣香、Panpacific、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、Yumi、BNO、Switch、Asha、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩已分别作出股东会决议或股东决定，同意将其合计持有的郁金香传播 100%股权转让给新文化。

（三）达可斯广告的批准与授权

达可斯广告已作出股东会决议，审议同意韩慧丽、周晓平等 2 名原股东将其合计持有的达可斯广告 100%的股权转让给新文化，同意韩慧丽、周晓平与新文化签署《发行股份及支付现金购买资产协议》、《盈利补偿协议》，韩慧丽、周晓平已分别出具《关于放弃优先购买权的声明函》，同意上述股权转让事宜并对其他股东拟转让的股权放弃优先购买权。

二、本次交易尚需获得的授权和批准

根据《重组管理办法》等法律、行政法规、部门规章、规范性文件的规定及《发行股份及支付现金购买资产协议》等协议的约定，本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨重大资产重组事项尚需取得的授权和批准，包括但不限于：就郁金香传播股权变更及郁金香传播变更为一人有限责任公司取得上海市商务委员会的批准。

第四节 交易标的及交易对方的名称

一、本次交易的交易标的

本次交易的交易标的为郁金香传播 100%股权和达可斯广告 100%股权。

二、交易对方的名称

本次交易的交易对方为郁金香传播所有股东，包括：上海银久、Wise Genesis、Fame Hill、上海欣香、Panpacific、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百

扬、上海聚丰、Yumi、BNO、Switch、Asha、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩；达可斯广告所有股东，包括：韩慧丽和周晓平。

交易对方基本情况详见本报告书之“第三章交易对方情况”。

第五节 本次交易定价情况

一、拟注入资产的定价及溢价情况

根据本公司与交易对方签订的相关《发行股份及支付现金购买资产协议》，本次交易涉及的郁金香传播 100%股权和达可斯广告 100%股权的交易价格分别以资产评估机构以 2013 年 12 月 31 日和 2014 年 1 月 31 日为评估基准日出具的资产评估报告所确定的评估值为依据，由交易各方协商确定，并经本公司股东大会批准。

根据坤元评估出具的相关《资产评估报告》，本次交易中评估机构采用收益法和市场法对标的公司进行评估，并采用收益法评估结果作为最终评估定价依据。本次交易的标的资产郁金香传播 100%股权的评估值为 120,205.19 万元，增值率为 263.16%；达可斯广告 100%股权的评估值为 30,080.00 万元，增值率为 705.39%。

参照上述资产评估值，经交易各方协商，交易标的郁金香传播 100%股权和达可斯广告 100%股权的交易价格合计为人民币 150,000.00 万元。

关于本次交易拟注入资产的详细情况、具体评估情况，请参见本报告书“第四章标的资产基本情况”、“第五章交易标的评估情况”以及“第九章本次交易定价依据及公平合理性分析”等相关章节。

二、发行股份定价情况

本次交易涉及向标的公司股东发行股份购买资产和向其他特定投资者发行股份募集配套资金两部分。

（一）发行股份购买资产的定价依据和发行价格

本次发行股份购买资产的定价基准日为新文化第二届董事会第七次会议决议公告日。

本次新文化发行股份购买资产的发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价，即 52.21 元/股。

2014 年 4 月 23 日，新文化实施了 2013 年年度权益分派方案，以总股本 9,600 万股为基数，向全体股东每 10 股派 5.00 元现金（含税），同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股。根据上述除权除息事项，本次发行股份购买资产的发行价格相应调整为 25.86 元/股。

在定价基准日至发行日期间，公司如有发生派息、送股、资本公积金转增股本等除息、除权行为，将按照深圳证券交易所的相关规则对上述发行价格作相应调整。

（二）发行股份募集配套资金的定价依据和发行价格

根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，本次发行股份募集配套资金的发行价格将按照以下方式之一进行询价：

（1）不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价；

（2）低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十。

最终发行价格将按照《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》等相关规定，根据竞价结果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。

第六节 本次交易不构成关联交易

本次发行股份及支付现金购买资产的交易对方之郁金香传播股东上海银久、Wise Genesis、Fame Hill、上海欣香、Panpacific、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、Yumi、BNO、Switch、Asha、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩，以及交易对方之达可斯广告股东韩慧丽和周晓平在本次交易前与上市公司及其关联方之间均不存在关联关系。本次交易不构成关联交易。

第七节 本次交易构成重大资产重组

本次交易标的资产为郁金香传播 100%股权和达可斯广告 100%股权，总体评估值为人民币 150,285.19 万元，经交易各方协商的交易价格合计为 150,000.00 万元。

根据新文化、郁金香传播、达可斯广告 2013 年度经审计财务数据及交易定价情况，相关判断指标计算如下：

单位：万元

2013.12.31/ 2013 年度	郁金香传播	达可斯 广告	合计	新文化	成交金额	财务指标占比（资 产总额或资产净额 与成交金额孰高）
资产总额	62,359.61	5,131.54	67,491.16	117,163.06	150,000.00	128.03%
资产净额	40,100.69	3,458.42	43,559.12	92,483.20		162.19%
营业收入	45,911.01	3,957.46	49,868.47	48,171.24	-	103.52%

根据《重组管理办法》的规定，本次交易构成上市公司重大资产重组。同时，本次交易涉及发行股份购买资产，需经中国证监会上市公司并购重组审核委员会审核。2014 年 9 月 11 日，经中国证监会上市公司并购重组审核委员会 2014 年第 47 次会议审核，新文化本次重大资产重组获得无条件审核通过。

第八节 本次交易不会导致公司控股权变化

本次交易标的资产的总体评估值为人民币 150,285.19 万元，经交易各方协商的交易价格为 150,000.00 万元。其中 87,014.88 万元部分以向交易对方发行 3,364.84 万股股份支付，该等股份占本次发行股份购买资产完成后上市公司股份总额 225,648,444 股（不含募集配套资金部分）的 14.91%。

本次发行股份购买资产实施后，本公司控股股东渠丰国际仍持有本公司 6,000 万股股份，但其持股比例将由原来的 31.25% 降至 30% 以下。本次持股比例变动之后，渠丰国际仍是公司第一大股东，保持对公司的控制力。本公司实际控制人杨震华先生持有渠丰国际 87.92% 的股权以及本公司第二大股东丰禾朴实 45.00% 的股权，本次发行股份购买资产完成后，本公司总股本将增至 225,648,444 股（不含募集配套资金部分），渠丰国际、丰禾朴实将分别持有本公司 26.59% 和 24.33% 股权，杨震华先生所享有的表决权仍足以对本公司股东大会的决议产生重大影响，公司控股股东及实际控制人未发生变化。本次交易实施后公司股权

结构情况参见本报告书“第六章/第三节本次发行前后股本结构变化”。

第二章 上市公司情况

第一节 公司基本情况

- (一) 注册中文名称：上海新文化传媒集团股份有限公司
注册英文名称：Shanghai New Culture Media Group Co., Ltd.
- (二) 股票上市地：深圳证券交易所
- (三) 证券简称：新文化
- (四) 证券代码：300336
- (五) 企业法人营业执照注册号：310000000087442
- (六) 法定代表人：杨震华
- (七) 成立日期：2004 年 12 月 30 日
- (八) 注册地址：上海市虹口区东江湾路 444 号北区 238 室
- (九) 办公地址：上海市虹口区东江湾路 444 号北区 238 室
- (十) 邮政编码：200081
- (十一) 联系电话：021- 65871976
- (十二) 联系传真：021- 65873968
- (十三) 联系人：盛文蕾
- (十四) 电子信箱：xinwenhua@ncmedia.com.cn
- (十五) 注册资本：19,200.00 万元
- (十六) 经营范围：电视节目制作，摄制电影（单片，有效期至 2015 年 2 月 3 日），企业形象策划，投资管理。（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）

第二节 公司设立及股本变动情况

一、公司设立及首次公开发行情况

本公司系由上海新文化传媒投资集团有限公司整体变更设立的股份有限公

司。本次整体变更以 2009 年 12 月 31 日为审计基准日，将经《审计报告》（沪众会字[2010]第 2258 号）确认的上海新文化传媒投资集团有限公司净资产 6,208.43 万元中的 6,000 万元折为 6,000 万股，其余 208.43 万元计入资本公积。

本次整体变更出资经上海众华沪银会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（沪众会字[2010]第 2259 号）审验。上海新文化传媒集团股份有限公司于 2010 年 4 月 27 日取得上海市工商行政管理局核发的变更后的《企业法人营业执照》，法定代表人为杨震华，注册号：310000000087442，注册资本为 6,000 万元。

由于公司对坏账准备的计提比例进行了调整，对财务报表进行相应调整后上海新文化传媒投资集团有限公司截至 2009 年 12 月 31 日净资产为 6,023.56 万元，折股后确定股份公司的股本总额为 6,000 万股，其余 23.56 万元计入股份公司的资本公积。

经过历次增资，截至首次公开发行股票并上市前，公司注册资本为 7,200 万元。

2012 年 6 月，经中国证券监督管理委员会证监许可[2012]689 号文核准，公司向社会公众公开发行人民币普通股 2,400 万股，发行后总股本为 9,600 万股，经深圳证券交易所《关于上海新文化传媒集团股份有限公司人民币普通股股票在创业板上市的通知》（深证上（2012）213 号）同意，公司本次发行的人民币普通股股票于 2012 年 7 月 10 日在深圳证券交易所创业板上市，证券代码 300336。

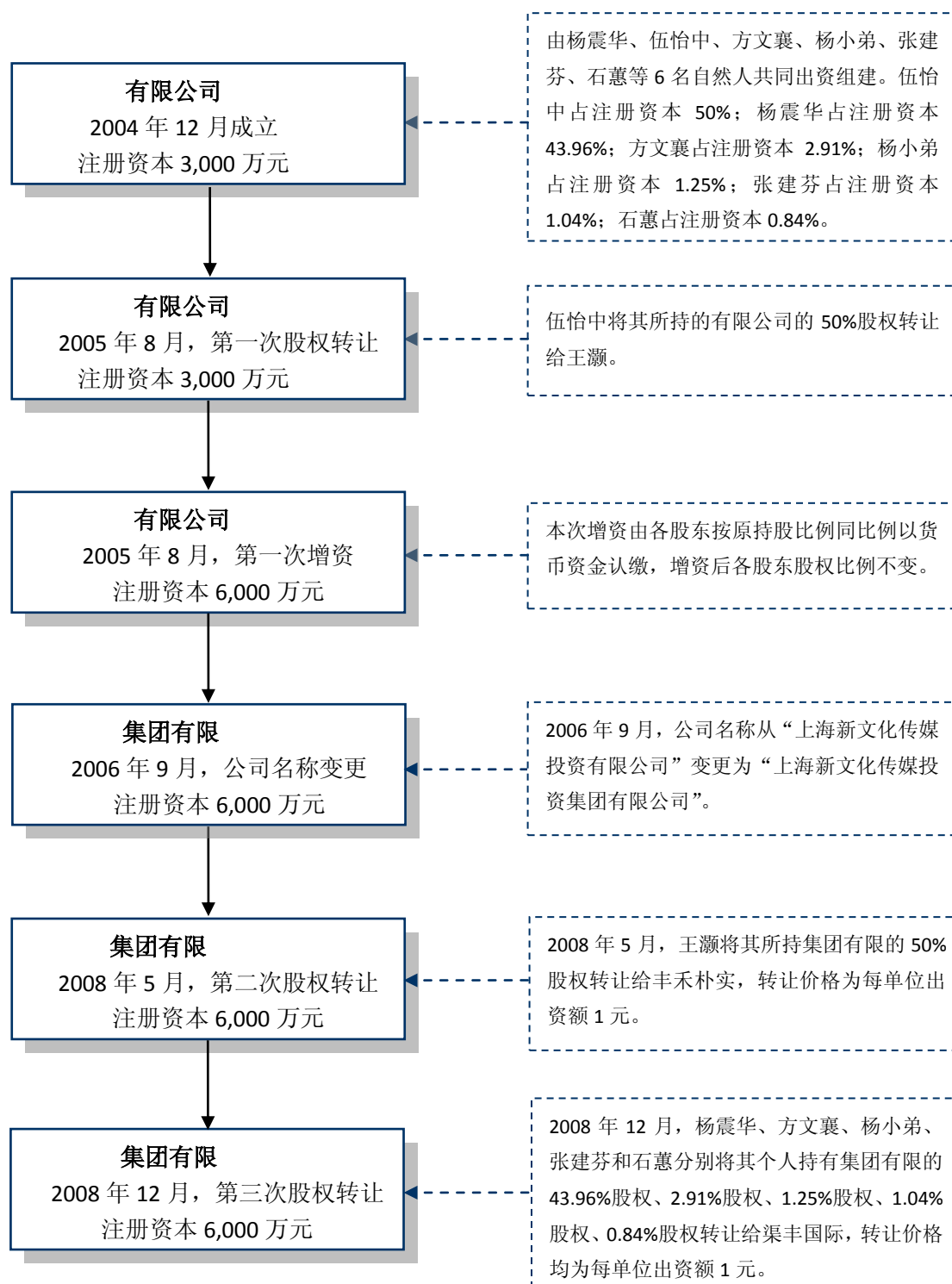
公司上市时股本结构如下：

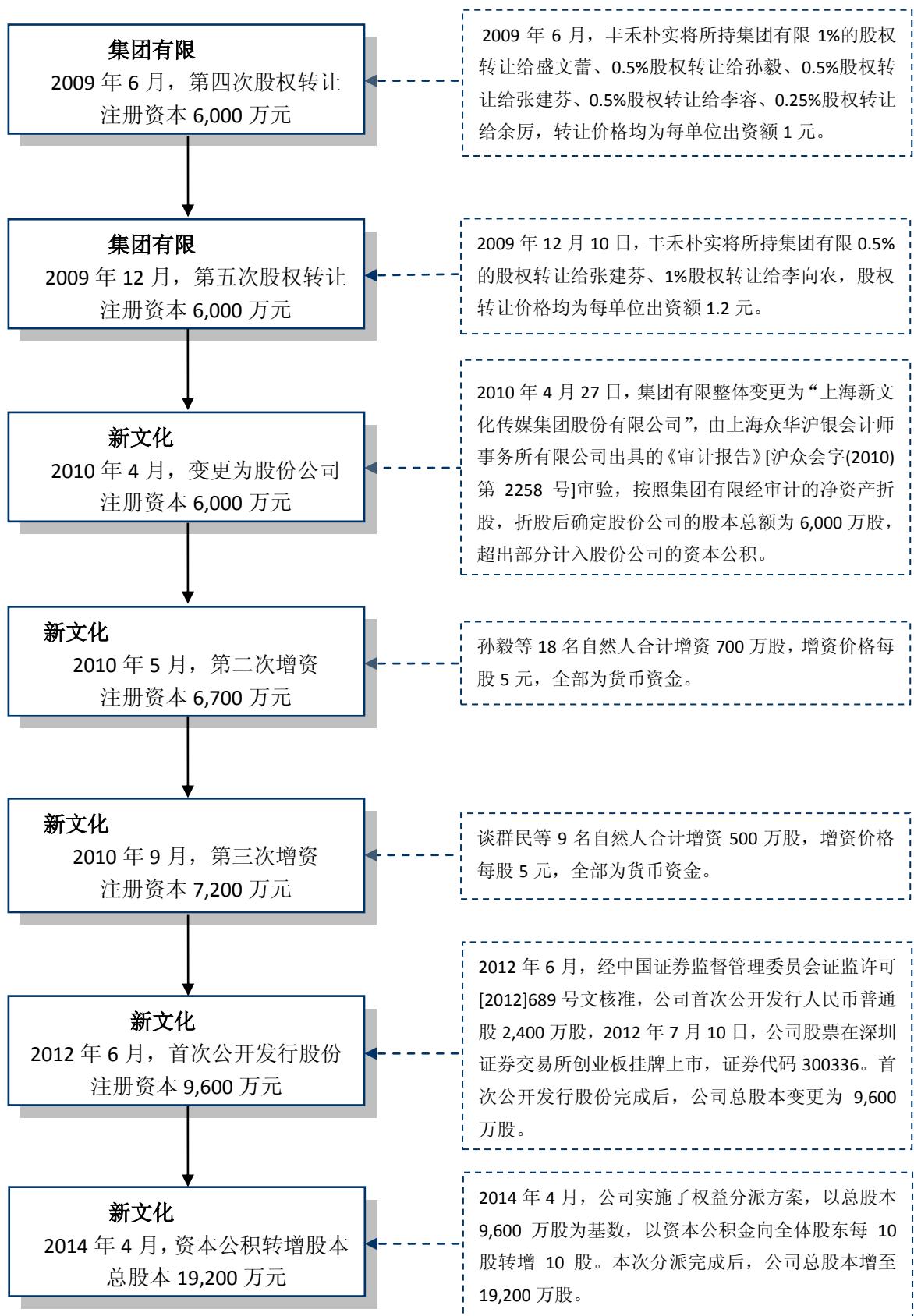
股东姓名或名称	发行前		发行后		股权性质
	持股数 (万股)	持股比例 (%)	持股数 (万股)	持股比例 (%)	
有限售条件的股份	7,200	100.00	7,200	75.00	
其中：渠丰国际	3,000	41.66	3,000	31.25	法人股
丰禾朴实	2,745	38.13	2,745	28.59	法人股
盛文蕾	100	1.39	100	1.04	自然人股
王政钧	100	1.39	100	1.04	自然人股
王姬	100	1.39	100	1.04	自然人股
于立清	100	1.39	100	1.04	自然人股
徐骏	100	1.39	100	1.04	自然人股
孙毅	80	1.11	80	0.83	自然人股
金彤	70	0.97	70	0.73	自然人股

张建芬	60	0.83	60	0.63	自然人股
李向农	60	0.83	60	0.63	自然人股
叶啸天	60	0.83	60	0.63	自然人股
曹祥军	55	0.76	55	0.57	自然人股
杨湛	55	0.76	55	0.57	自然人股
张慧玲	50	0.69	50	0.52	自然人股
边晓军	50	0.69	50	0.52	自然人股
陈辽元	50	0.69	50	0.52	自然人股
万荣	50	0.69	50	0.52	自然人股
徐长源	40	0.56	40	0.42	自然人股
钱钧炎	40	0.56	40	0.42	自然人股
王陵	40	0.56	40	0.42	自然人股
史敏	40	0.56	40	0.42	自然人股
李容	30	0.42	30	0.31	自然人股
余厉	25	0.35	25	0.26	自然人股
谈群民	25	0.35	25	0.26	自然人股
肖乐	20	0.28	20	0.21	自然人股
邵文依	15	0.21	15	0.16	自然人股
魏辉	10	0.14	10	0.10	自然人股
石珉	10	0.14	10	0.10	自然人股
何晓辉	10	0.14	10	0.10	自然人股
李菲	10	0.14	10	0.10	自然人股
社会公众股(A股)	-	-	2,400	25.00	
合计	7,200	100.00	9,600	100.00	

二、历次股本变动情况

新文化的股本形成及其变化情况具体如下：





三、本次发行前公司股权结构及前十大股东情况

(一) 最近一期末股本结构

截至 2014 年 6 月 30 日，本公司股本结构如下表：

单位：股	
有限售条件股份	117,997,500
无限售条件股份	74,002,500
人民币流通股	74,002,500
总股本	192,000,000

(二) 最近一期末前十大股东的持股情况

截至 2014 年 6 月 30 日，本公司前十大股东情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例	股东性质
1	渠丰国际	60,000,000	31.25%	境内非国有法人
2	丰禾朴实	54,900,000	28.59%	境内非国有法人
3	盛文蕾	1,500,000	0.78%	境内自然人
4	张建芬	1,200,000	0.63%	境内自然人
5	财通证券有限责任公司客户信用交易担保证券账户	1,040,704	0.54%	境内一般法人
6	中信证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	1,000,842	0.52%	境内一般法人
7	孙毅	1,000,000	0.52%	境内自然人
8	林鸿生	976,600	0.51%	境内自然人
9	章颖	754,052	0.39%	境内自然人
10	张慧玲	750,000	0.39%	境内自然人

第三节 最近三年控股权变动情况及重大资产重组情况

一、最近三年控股权变动情况

截至本报告书签署日，本公司控股股东渠丰国际、第二大股东丰禾朴实分别持有本公司 31.25%、28.59% 股份，杨震华先生分别持有渠丰国际 87.92% 的股权以及丰禾朴实 45.00% 的股权，杨震华先生为本公司实际控制人。

最近三年，公司控股权变动情况如下：

2010年9月，公司增资后，渠丰国际持有公司3,000万股股份，占公司总股本的41.66%；丰禾朴实持有公司2,745万股股份，占公司总股本的38.13%。

2012年7月，公司首次公开发行股票并上市后，渠丰国际持有公司3,000万股股份，占公司总股本的31.25%；丰禾朴实持有公司2,745万股股份，占公司总股本的28.59%。

2014年4月，公司以资本公积金转增股本后，渠丰国际持有公司6,000万股股份，占公司总股本的31.25%；丰禾朴实持有公司5,490万股股份，占公司总股本的28.59%。

最近三年，渠丰国际一直为本公司单一第一大股东，为本公司控股股东；杨震华先生一直持有渠丰国际87.92%的股权及本公司第二大股东丰禾朴实45.00%的股权，为本公司实际控制人。

综上，公司最近三年控股权未发生变更。

公司控股股东与实际控制人的具体情况详见本章“第五节、控股股东及实际控制人情况”。

二、最近三年重大资产重组情况

最近三年，新文化未进行重大资产重组。

三、公司对外投资情况

截至本报告书签署日，本公司主要参控股公司基本情况如下：

序号	公司名称	注册资本 (万元)	持股比例	主营业务
1	浙江天合盛世影视制作有限公司	500	100%	电视剧制作发行
2	上海新文化国际交流有限公司	500	100%	电视剧制作发行
3	上海派锐纳国际文化传播有限公司	300	100%	电视剧制作发行
4	上海华琴影视科技发展有限公司	150	51%	影视技术专业服务
5	上海新文化影业有限公司	300	70%	影视策划，摄制电影
6	鹰潭龙虎山水影视制作传播有限公司	300	51%	影视投资
7	上海凯羿影视传播有限公司	1,000	60%	影视策划，摄制电影
8	上海兰馨影业有限公司	2,000	60%	电影放映
9	中制联环球（北京）影视文化有限公司	1,000	1%	文化服务，影视策划

10	哇棒（北京）国际传媒股份有限公司	1,111.11	10%	移动互联网广告策划、投放
11	惊幻科技发展（上海）有限公司	290 万美 元	96.55%	3D 影视制作服务

第四节 公司主营业务情况及主要财务指标

一、公司主营业务及主要产品

公司主要从事影视剧的投资、制作、发行及衍生业务。

公司电视剧投拍业务形成的产品为电视剧作品，包括电视台播放的电视剧、新媒体播放的电视剧、音像制品以及衍生产品等。公司电影业务形成的产品为电影作品，包括影院公映的电影、新媒体播放的电影、音像制品以及衍生产品等。

公司始终坚持以“传承文化，创造新文化”为使命，以“源自上海，融入全国，面向世界”为经营理念，通过优质影视内容的规模量产，不断加大创意开发和优秀人才资源储备，经过多年的经营，公司与一大批省市级电视台、新媒体等客户建立了良好的合作关系，能够持续为客户提供质量优秀、口碑良好的内容服务，保证了公司在与众多影视剧制作机构的竞争中保持领先地位。近年来，公司整体经营情况良好，影视业务收入呈现稳步增长态势，出品的电视剧产品播出后均获得良好的收视与口碑，“新文化”品牌影响力得到进一步提升。

二、最近两年主要会计数据及财务指标

单位：万元

项目	2013.12.31	2012.12.31
资产总计	117,163.06	103,122.00
负债总计	23,243.97	17,241.55
所有者权益合计	93,919.09	85,880.45
其中：归属于母公司所有者权益	92,483.20	85,647.10
项目	2013 年度	2012 年度
营业收入	48,171.24	38,605.71
营业利润	14,114.19	11,050.68
利润总额	15,331.62	12,085.23
归属于母公司的净利润	11,474.10	9,055.81
归属于母公司的每股净资产（元/股）	9.63	8.92

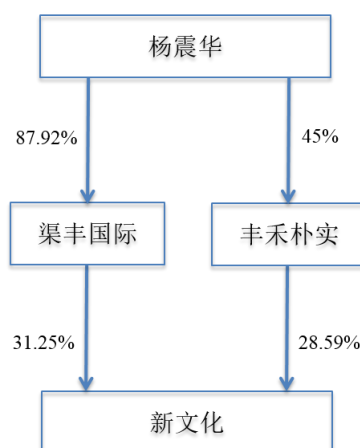
资产负债率	19.84%	16.72%
基本每股收益（元/股）	1.20	1.10
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	1.10	1.01
经营活动产生的现金流量净额	-7,027.50	-6,671.22
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.73	-0.69
加权平均净资产收益率	13.01%	18.52%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率	11.96%	16.92%

注：以上数据已经审计。

第五节 控股股东及实际控制人情况

一、公司与控股股东、实际控制人股权关系

截至本报告书签署日，公司与控股股东、实际控制人股权关系结构图如下：



二、控股股东的基本情况

公司名称：	上海渠丰国际贸易有限公司
法定代表人：	杨震华
注册资本：	3,000 万元
成立日期：	2008 年 10 月 27 日
注册地址：	上海市浦东新区乳山路 227 号 3 楼 D-188 室
经营范围：	国际贸易，转口贸易，保税区内企业间的贸易及贸易代理，通过国内有进出口经营权的企业代理与非保税区企业从事贸易业务，保税区内商业性简单加工，建筑材料、金属材料的销售，商务信息咨询（除经纪）。
股东构成及控制情况：	杨震华持有其 87.92% 股权、方文襄持有其 5.83% 股权、杨小弟持有其 2.50% 股权、张建芬持有其 2.08% 股权、石蕙持有其 1.67% 股权。杨震华为其控股股东。

三、实际控制人的基本情况

杨震华先生,中国国籍,无境外永久居留权,1960年生,工商管理硕士(MBA),艺术管理博士,高级经营师。杨震华先生曾任上海音像出版社电视部主任、发行总站常务副站长、中华文艺音像出版社常务副社长。现为上海文化发展基金会评审评估专家,中国电视剧制作产业协会副会长,上海市广播电视节目制作业行业协会会长、上海电视艺术家协会副主席。现任上海渠丰国际贸易有限公司执行董事、丰禾朴实投资管理(北京)有限公司、浙江天合盛世影视制作有限公司、上海新文化国际交流有限公司、上海华琴影视科技发展有限公司、鹰潭龙虎山水影视制作传播有限公司、上海派锐纳国际文化传播有限公司、上海新文化影业有限公司、上海兰馨影业有限公司、上海凯羿影视传播有限公司董事长。2008年被中国广播电视协会评为全国优秀出品人,2010年获得澳门国际电视节优秀制片人奖,2011年被评为中国电视剧产业二十年突出贡献出品人,2013年被评为第七届上海德艺双馨电视艺术工作者。2004年公司成立至今任新文化董事长兼总经理。

第三章 交易对方情况

第一节 交易对方之郁金香传播股东情况

一、交易对方及其持股情况

本次交易对方之郁金香传播的全体股东，分别为上海银久、Wise Genesis、Fame Hill、上海欣香、Panpacific、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、Yumi、BNO、Switch、Asha、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩。

郁金香传播的股权结构情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	上海银久	49,500,000	30.0000
2	Wise Genesis	31,578,360	19.1384
3	Fame Hill	17,552,535	10.6379
4	上海欣香	13,051,500	7.9100
5	Panpacific	10,355,895	6.2763
6	上海狮电	7,086,750	4.2950
7	成都禅悦	5,799,750	3.5150
8	上海慧裕	5,669,400	3.4360
9	北京智百扬	5,529,150	3.3510
10	上海聚丰	3,544,200	2.1480
11	Yumi	2,640,000	1.6000
12	BNO	2,612,115	1.5831
13	Switch	2,612,115	1.5831
14	Asha	2,578,620	1.5628
15	上海鸣瑞	2,126,850	1.2890
16	沈阳悟石	1,452,000	0.8800
17	上海鑫秩	1,310,760	0.7944
	合计	165,000,000	100

二、交易对方基本情况

（一）上海银久

1、基本情况

公司名称	上海银久广告有限公司
公司类型	有限责任公司（国内合资）
住所	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601-11
办公地址	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601-11
法定代表人	王敏
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
营业执照注册号	310114001548623
税务登记证号	国/地税沪字 310114781536974 号
成立日期	2005 年 10 月 19 日
经营范围	灯箱广告制作服务。（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

（1）2005 年 10 月成立

上海银久系由自然人张毅、奚华芬于 2005 年 10 月 19 日以现金方式出资设立，设立时注册资本为 100 万元，实收资本为 100 万元，张毅持股比例为 50%，奚华芬持股比例为 50%。2005 年 10 月 17 日，上海同诚会计师事务所就上述出资事项出具了同诚会验[2005]第 14838 号《验资报告》。

（2）2011 年 1 月第一次股权转让

2011 年 1 月 6 日，张毅、奚华芬分别与王敏签订《股权转让协议》，约定张毅、奚华芬分别将各自持有的上海银久 50 万元出资额作价 50 万元转让给王敏。

2011 年 1 月 6 日，上海银久召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后，上海银久注册资本为 100 万元，王敏持股比例为 100%。

（3）2012 年 9 月第二次股权转让

2012 年 9 月 7 日，王敏分别与张磊、王巍、陶淑茵、陈喆签订《股权转让协议》，约定王敏将所持有的上海银久出资额中的 2.1533 万元、1.0767 万元、1.0767 万元、1.0767 万元分别作价 2.1533 万元、1.0767 万元、1.0767 万元、1.0767 万元转让给张磊、王巍、陶淑茵、陈喆。

2012年9月7日，上海银久召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

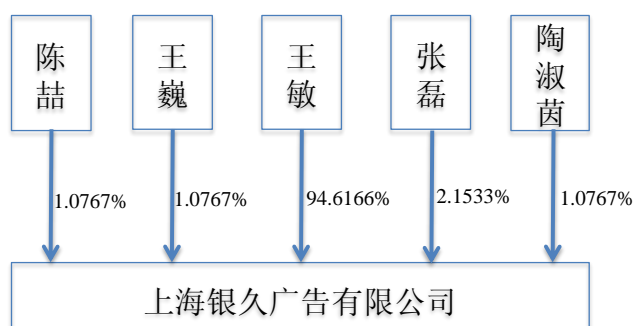
本次股权转让完成后，上海银久注册资本为100万元，王敏持股比例为94.6166%，张磊持股比例为2.1533%，王巍、陶淑茵、陈喆持股比例均为1.0767%。

截至本报告书签署日，上海银久的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	王敏	94.6166	94.6166
2	张磊	2.1533	2.1533
3	王巍	1.0767	1.0767
4	陶淑茵	1.0767	1.0767
5	陈喆	1.0767	1.0767
合计		100.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，上海银久的股权控制关系如下图所示：



上海银久控股股东为王敏女士。王敏女士基本情况参见本报告书“第四章/第一节/四/（二）实际控制人”相关内容。

陈喆现任郁金香传播董事兼财务负责人，张磊现任郁金香传播技术总监、监事会主席，王巍现任郁金香传播监事，陶淑茵系王敏的兄弟的配偶，目前在郁金香传播任职。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年上海银久主营业务为灯箱广告制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	12,048.17	10,745.01
负债总额	3,672.45	3,675.93
所有者权益	8,375.72	7,069.08
营业收入	5.00	5.00
净利润	1,306.64	1,668.64

注：以上 2013 年数据已经审计，2012 年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署之日，除持有郁金香传播 30.00% 股权外，上海银久没有其他下属公司。

(二) Wise Genesis

1、基本情况

公司名称	Wise Genesis Limited
住所及主要经营地	香港中环金融街 8 号国际金融中心二期 67 楼 6703 室
法定股本	港币 10,000 元
已发行股份	1 股
公司注册证书编号	1194488
成立日期	2007 年 12 月 12 日
主营业务	提供广告后期制作服务

2、历史沿革

(1) 2007 年 12 月成立

2007 年 12 月 12 日，Wise Genesis 在香港设立，Gnl07 Limited 持有其 100% 股权。

(2) 2008 年 1 月第一次股权转让

2008 年 1 月 3 日，Gnl07 Limited 将其持有的 Wise Genesis 的 1 股股份转让给陈书瑛，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，Wise Genesis 股份总数为 1 股，陈书瑛持股比例为 100%。

(3) 2011 年 5 月第二次股权转让

2011 年 5 月 11 日，陈书瑛将其持有的 Wise Genesis 的 1 股股份转让给林健

诚，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，Wise Genesis 股份总数为 1 股，林健诚持股比例为 100%。

(4) 2011 年 6 月第三次股权转让

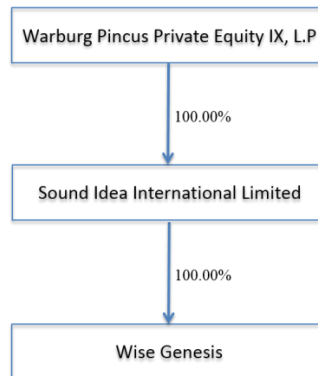
2011 年 6 月 10 日，林健诚将其持有的 Wise Genesis 的 1 股股份转让给 Sound Idea International Limited，转让价格为港币 100,000 元。本次转让完成后，Wise Genesis 股份总数为 1 股，Sound Idea International Limited 持股比例为 100%。

截至本报告书签署日，Wise Genesis 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	Sound Idea International Limited	1	100
	合计	1	100

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，Wise Genesis 的股权控制关系如下图所示：



Sound Idea International Limited 为 Wise Genesis 控股股东。Sound Idea International Limited 于 2003 年 11 月 29 日在英属维尔京群岛注册成立，法定股本为 3,000 万美元，该公司唯一股东为 Warburg Pincus Private Equity IX,L.P。Warburg Pincus Private Equity IX,L.P 系于美国特拉华州设立的股权投资基金。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年 Wise Genesis 在香港主要业务为广告后期制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：港币万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	2,955.54	2,951.59
负债总额	2,964.20	2,956.82
所有者权益	-8.66	-5.22
营业收入	1.28	2.88
净利润	-3.44	-1.60

注：以上数据经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 19.1384% 股权外，Wise Genesis 没有其他下属公司。

(三) Fame Hill

1、基本情况

公司名称	Fame Hill Media Corporation Limited
住所及主要经营地	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室
法定股本	港币 10,000 元
已发行股份	10,000 股
公司注册证书编号	1243513
成立日期	2008 年 6 月 3 日
主营业务	提供灯箱广告制作服务

2、历史沿革

(1) 2008 年 6 月成立

2008 年 6 月 3 日，Fame Hill 在香港设立，Gnl08 Limited 持有其 100% 股权。

(2) 2008 年 6 月第一次股权转让

2008 年 6 月 3 日，Gnl08 Limited 将其持有的 Fame Hill 的 1 股股份转让给赵子荣，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，Fame Hill 股份总数为 1 股，赵子荣持股比例为 100%。

(3) 2010 年 12 月第二次股权转让

2010 年 12 月 29 日，赵子荣将其持有的 Fame Hill 的 1 股股份转让给庄泳，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，Fame Hill 股份总数为 1 股，庄泳持股比例为 100%。

(4) 2012年9月发行新股

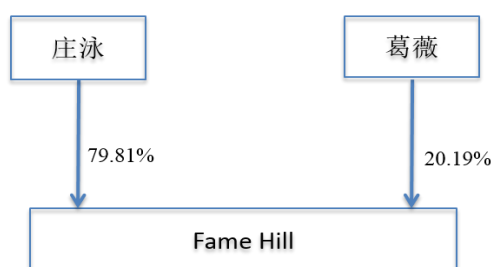
2012年9月13日，Fame Hill 发行新股，庄泳获分配 7,980 股，葛薇获分配 2,019 股，发行价格为每股港币 1 元，本次发行新股完成后，Fame Hill 股份总数为 10,000 股，庄泳持股比例为 79.81%，葛薇持股比例为 20.19%。

截至本报告书签署日，Fame Hill 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	庄泳	7,981	79.81
2	葛薇	2,019	20.19
合计		10,000	100

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，Fame Hill 的股权控制关系如下图所示：



庄泳女士为 Fame Hill 控股股东。庄泳女士，中国国籍，香港永久居留权，身份证号 P6423**（2），现任郁金香传播副董事长兼副总裁、香港郁金香董事、Fame Hill 董事、Able Sea Trading Ltd. 董事。

葛薇女士，持有香港永久性居民身份证，身份证号为 P5520**（2）。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年 Fame Hill 在香港主要业务为灯箱广告制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：港币万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	1,648.27	1,648.08
负债总额	1,647.62	1,647.59
所有者权益	0.65	0.49
营业收入	5.82	5.53

净利润	0.16	-0.94
-----	------	-------

注：以上数据经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 10.6379% 股权外，Fame Hill 没有其他下属公司。

（四）上海欣香

1、基本情况

公司名称	上海欣香广告有限公司
公司类型	一人有限责任公司（法人独资）
住所	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 8611 室
办公地址	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 8611 室
法定代表人	黄芳
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
营业执照注册号	310114001293470
税务登记证号	国/地税沪字 310114772877320 号
成立日期	2005 年 3 月 22 日
经营范围	灯箱广告制作服务。（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

（1）2005 年 3 月成立

上海欣香系由自然人吴沛青、王建民于 2005 年 3 月 22 日以现金方式出资设立，设立时注册资本为 50 万元，实收资本为 50 万元，吴沛青持股比例为 70%，王建民持股比例为 30%。2005 年 3 月 17 日，上海同诚会计师事务所就上述出资事项出具了同诚会验[2005]第 3269 号《验资报告》。

（2）2010 年 12 月股权转让

2010 年 12 月 16 日，吴沛青、王建民分别与上海新潮创业投资有限公司签订《股权转让协议》，约定吴沛青、王建民分别将各自持有的上海欣香 30 万元、15 万元出资额分别作价 35 万元、15 万元转让给上海新潮创业投资有限公司。

2010年12月16日，上海欣香召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

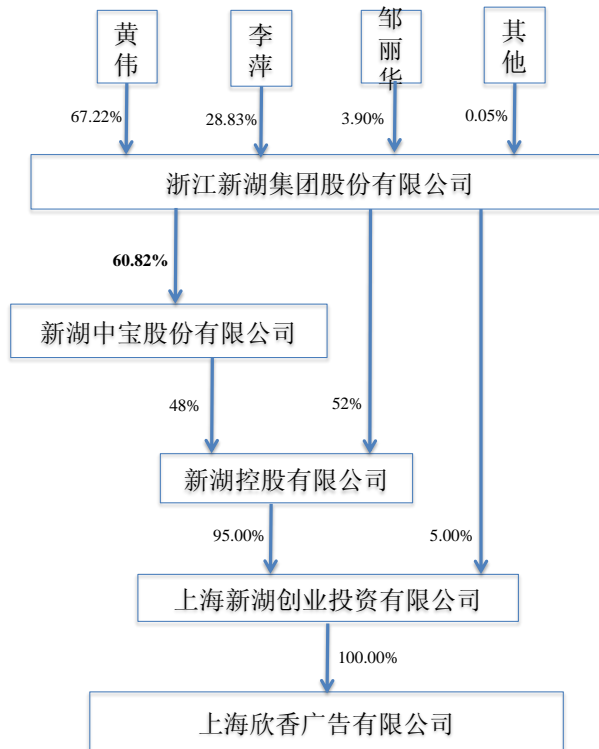
本次股权转让完成后，上海欣香注册资本为50万元，上海新湖创业投资有限公司持股比例为100%。

截至本报告书签署日，上海欣香的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	上海新湖创业投资有限公司	50.00	100.00
合计		50.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，上海欣香的股权控制关系如下图所示：



上海欣香控股股东为上海新湖创业投资有限公司，该公司成立于2010年11月8日，注册地址为中山北路470号5幢522室，注册资本10,000万元人民币，法定代表人为林俊波，经营范围为：创业投资，创业投资咨询，创业投资管理。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营。）

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年上海欣香主营业务为灯箱广告制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	9,228.35	9,274.74
负债总额	10,300.22	10,350.26
所有者权益	-1,071.87	-1,075.52
营业收入	6.80	7.77
净利润	3.88	-1,132.52

注：以上 2013 年数据已经审计，2012 年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署之日，除持有郁金香传播 7.91% 股权外，上海欣香没有其他下属公司。

(五) Panpacific

1、基本情况

公司名称	Panpacific Outdoor Media Company Limited
住所及主要经营地	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室
法定股本	港币 1,000 元
已发行股份	100 股
公司注册证书编号	1215086
成立日期	2008 年 3 月 4 日
主营业务	提供灯箱广告制作服务

2、历史沿革

(1) 2008 年 3 月成立

2008 年 3 月 4 日，Panpacific 在香港设立，Golden(H.K) United Ltd 持有其 50% 股权，中涛会计及秘书有限公司持有其 50% 股权。

(2) 2009 年 1 月第一次股权转让

2009 年 1 月 6 日，Golden(H.K) United Ltd 将其持有的 Panpacific 的 50 股股份转让给 Smart Will Management Ltd，转让价格为 0。本次转让完成后，Panpacific 股份总数为 100 股，中涛会计及秘书有限公司持股比例为 50%，Smart Will

Management Ltd 持股比例为 50%。

(3) 2010 年 12 月第二次股权转让

2010 年 12 月 22 日，中涛会计及秘书有限公司将其持有的 Panpacific 的 50 股股份转让给中涛秘书有限公司（前称“Smart Will Management Ltd”），转让价格为 0。本次转让完成后，Panpacific 股份总数为 100 股，中涛秘书有限公司持股比例为 100%。

(4) 2011 年 6 月第三次股权转让

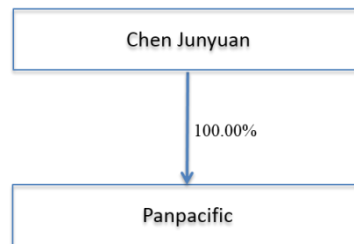
2011 年 6 月 21 日，中涛秘书有限公司将其持有的 Panpacific 的 100 股股份转让给 Chen Junyuan，转让价格为 0。本次转让完成后，Panpacific 股份总数为 100 股，Chen Junyuan 持股比例为 100%。

截至本报告书签署日，Panpacific 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	Chen Junyuan	100	100
	合计	100	100

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，Panpacific 的股权控制关系如下图所示：



Chen Junyuan 女士为 Panpacific 控股股东。Chen Junyuan 持有圣克里斯托弗和尼维斯联邦护照，护照号为 R00489**。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年 Panpacific 在香港主要业务为灯箱广告制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：港币万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	980.98	980.87
负债总额	980.95	980.94
所有者权益	0.03	-0.07
营业收入	5.59	5.13
净利润	0.10	-0.62

注：以上数据经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 6.2763% 股权外，Panpacific 没有其他下属公司。

(六) 上海狮电

1、基本情况

公司名称	上海狮电文化传播有限公司
公司类型	一人有限责任公司（自然人独资）
住所	上海市嘉定区前曹公路 166 弄 1-3 号 4 幢 1130 室
办公地址	上海市嘉定区前曹公路 166 弄 1-3 号 4 幢 1130 室
法定代表人	陈晓波
注册资本	10 万元
实收资本	10 万元
营业执照注册号	310114001893647
税务登记证号	国/地税沪字 310114679324668 号
成立日期	2008 年 8 月 21 日
经营范围	设计、制作、发布、代理各类广告，企业形象策划，商务咨询，公关活动策划，展览展示服务，摄影服务（除冲扩），工艺品的销售。（涉及行政许可的，凭许可证经营）

2、历史沿革

(1) 2008 年 8 月成立暨首期出资

上海狮电系由自然人孟菲、田超于 2008 年 8 月 21 日以现金方式出资设立，设立时注册资本为 10 万元，实收资本为 3 万元，田超实际出资比例为 15.30%，孟菲实际出资比例为 14.70%。2008 年 8 月 18 日，上海佳安会计师事务所就上述出资事项出具了佳安会验[2008]第 1641 号《验资报告》。

(2) 2010 年 12 月第一次股权转让暨第二期出资

2010年12月27日，田超、孟菲分别与上海英泰化工贸易有限公司签订《股权转让协议》，约定将田超、孟菲分别将各自持有的上海狮电1.53万元、1.47万元出资额分别作价1.53万元、1.47万元转让给上海英泰化工贸易有限公司。同时，上海狮电未到位注册资金7万元由上海英泰化工贸易有限公司以现金认缴。

2010年12月27日，上海狮电召开股东会并作出决议，同意上述股权转让及出资事宜；2010年12月29日，上海佳安会计师事务所就上述出资事项出具了佳安会验[2010]第6864号《验资报告》。

本次股权转让及出资完成后，上海狮电注册资本为10万元，上海英泰化工贸易有限公司持股比例为100%。

(3) 2013年7月第二次股权转让

2013年7月30日，上海英泰化工贸易有限公司与陈晓波签订《股权转让协议》，约定上海英泰化工贸易有限公司将其持有的上海狮电10万元出资额作价10万元转让给陈晓波。

2013年7月30日，上海狮电召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让及出资完成后，上海狮电注册资本为10万元，陈晓波持股比例为100%。

截至本报告书签署日，上海狮电的股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陈晓波	10.00	100.00
	合计	10.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，上海狮电股权控制关系如下图所示：



上海狮电控股股东为陈晓波女士。陈晓波女士，中国国籍，无境外居留权，身份证号为 33020619710224****。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年上海狮电主营业务设计、制作、发布、代理各类广告，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	5,015.58	5,021.05
负债总额	5,200.66	4,996.06
所有者权益	-185.08	24.98
营业收入	0.00	0.00
净利润	-200.09	-0.11

注：以上 2013 年数据已经审计，2012 年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署之日，除持有郁金香传播 4.2950% 股权外，上海狮电没有其他下属公司。

(七) 成都禅悦

1、基本情况

公司名称	成都禅悦广告传媒有限公司
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
住所	成都市武侯区人民南路三段 17 号附 1 号
办公地址	成都市武侯区人民南路三段 17 号附 1 号
法定代表人	沈会群
注册资本	50 万元

实收资本	50 万元
营业执照注册号	510107000079412
税务登记证号	川税字 510107677160006 号
成立日期	2008 年 7 月 7 日
经营范围	设计、制作、代理、发布国内各类广告（不含气球广告及固定形式印刷品广告）；礼仪服务；会务代理；企业形象策划；国内商务信息咨询。（以上经营范围国家法律法规规定限制的除外，需许可证的凭许可证在有效期内经营）

2、历史沿革

（1）2008 年 7 月成立

成都禅悦系由自然人田雨于 2008 年 7 月 7 日以现金方式出资设立，设立时注册资本 50 万元，实收资本 50 万元，田雨持股比例为 100%。2008 年 7 月 4 日，四川立信会计师事务所有限公司就上述出资事项出具了川立信会事司验[2008]第 G043 号《验资报告》。

（2）2010 年 11 月股权转让

2010 年 11 月 18 日，田雨与苏州同亨投资管理有限公司签订《成都禅悦广告传媒有限公司股东股权转让协议》，约定田雨将所持有的成都禅悦 50 万元出资额作价 50 万元，转让给苏州同亨投资管理有限公司。

2011 年 11 月 18 日，成都禅悦召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

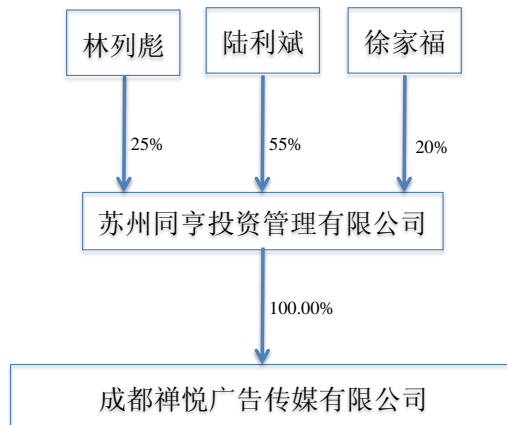
本次股权转让完成后，成都禅悦注册资本为 50 万元，苏州同亨投资管理有限公司持股比例为 100%。

截至本报告书签署日，成都禅悦的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	苏州同亨投资管理有限公司	50.00	100.00
	合计	50.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，成都禅悦的股权控制关系如下图所示：



成都禅悦控股股东为苏州同亨投资管理有限公司，该公司成立于 2010 年 7 月 8 日，注册地址为吴江区七都镇桔园路 38 号，注册资本 1,000 万元人民币，法定代表人为陆利斌，经营范围为：对外投资、资产管理。（以上涉及许可的，取得许可后方可经营）。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年成都禅悦主营业务为设计、制作、代理、发布国内各类广告，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	59.42	58.21
负债总额	0.03	0.16
所有者权益	59.39	58.05
营业收入	6.85	5.56
净利润	1.33	1.33

注：以上 2013 年数据已经审计，2012 年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署之日，除持有郁金香传播 3.5150% 股权外，成都禅悦没有其他下属公司。

（八）上海慧裕

1、基本情况

公司名称	上海慧裕文化传播有限公司
公司类型	有限责任公司（国内合资）
住所	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601 室
办公地址	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601 室
法定代表人	陈然方
注册资本	460 万元
实收资本	460 万元
营业执照注册号	310114001864395
税务登记证号	国/地税沪字 310114672718349 号
成立日期	2008 年 4 月 1 日
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告，企业形象策划，会展会务服务，商务咨询，广告材料、办公用品、工艺品的销售。（涉及行政许可的，凭许可证经营）

2、历史沿革

(1) 2008 年 4 月成立

上海慧裕系由自然人孙苓、周德琴于 2008 年 4 月 1 日以现金方式出资设立，设立时注册资本 10 万元，实收资本 10 万元，孙苓持股比例为 80%，周德琴持股比例为 20%。2008 年 3 月 14 日，上海佳安会计师事务所就上述出资事项出具了佳安会验[2008]第 363 号《验资报告》。

(2) 2010 年 11 月第一次股权转让

2010 年 11 月 29 日，孙苓与上海慧玉投资中心（有限合伙）签订《股权转让协议》，周德琴分别与上海慧玉投资中心（有限合伙）、上海慧眼投资管理有限公司签订《股权转让协议》，约定孙苓将其持有的上海慧裕 8 万元出资额作价 8 万元转让给上海慧玉投资中心（有限合伙），周德琴将其持有的上海慧裕出资额中的 1.9 万元、0.1 万元作价 1.9 万元、0.1 万元分别转让给上海慧玉投资中心（有限合伙）、上海慧眼投资管理有限公司。

2010 年 12 月 1 日，上海慧裕召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后，上海慧裕注册资本为 10 万元，上海慧玉投资中心（有限合伙）持股比例为 99%，上海慧眼投资管理有限公司持股比例为 1%。

(3) 2011 年 3 月第二次股权转让

2011年3月30日，上海慧玉投资中心（有限合伙）、上海慧眼投资管理有限公司、上海桥石投资中心（有限合伙）共同签订《股权转让协议》，约定上海慧玉投资中心（有限合伙）、上海慧眼投资管理有限公司分别将其持有的上海慧裕4.3444万元出资额、0.1万元出资额作价4.3444万元、0.1万元转让给上海桥石投资中心（有限合伙）。

2011年4月1日，上海慧裕召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后，上海慧裕注册资本为10万元，上海慧玉投资中心（有限合伙）持股比例为55.56%，上海桥石投资中心（有限合伙）持股比例为44.44%。

（4）2011年4月增资

2011年4月1日，上海慧裕召开股东会并作出决议，同意上海慧裕注册资本增加至460万元，新增注册资本450万元由原股东上海慧玉投资中心（有限合伙）、上海桥石投资中心（有限合伙）分别以现金认缴250万元、200万元。

2011年4月12日，上海创达会计师事务所就上述增资事项出具了创达验报[2011]第116号《验资报告》。

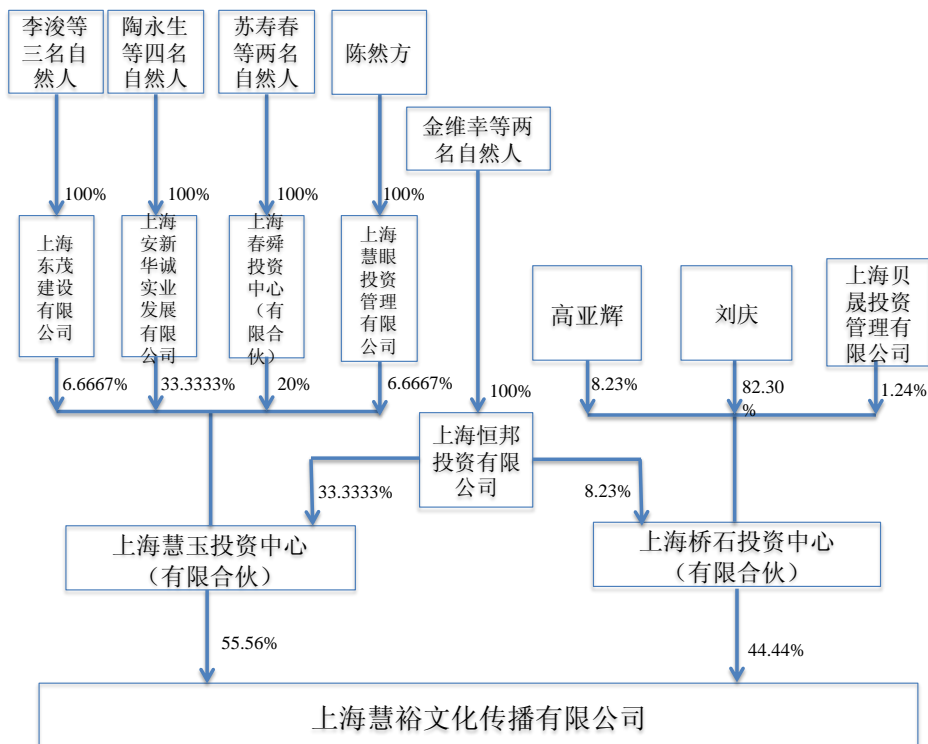
本次增资完成后，上海慧裕注册资本为460万元，上海慧玉投资中心（有限合伙）持股比例为55.56%，上海桥石投资中心（有限合伙）持股比例为44.44%。

截至本报告书签署日，上海慧裕的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	上海慧玉投资中心（有限合伙）	255.5556	55.56
2	上海桥石投资中心（有限合伙）	204.4444	44.44
合计		460.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，上海慧裕的股权控制关系如下图所示：



上海慧裕控股股东为上海慧玉投资中心（有限合伙），该合伙企业成立于2010年11月13日，注册地址为浦东新区东陆路1982号二层C室，出资额30,000万元人民币，执行事务合伙人为上海慧眼投资管理有限公司（委派代表：陈然方），经营范围为：实业投资，投资咨询、商务咨询、投资管理咨询、企业管理咨询（以上均除经纪），投资管理。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年上海慧裕主营业务为设计、制作、代理、发布各类广告，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013年	2012.12.31/2012年
资产总额	4,024.82	4,025.37
负债总额	3,555.24	3,555.67
所有者权益	469.58	469.70
营业收入	0.00	5.20
净利润	-0.12	0.75

注：以上2013年数据已经审计，2012年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告签署之日，除持有郁金香传播 3.4360% 股权外，上海慧裕没有其他下属公司。

（九）北京智百扬

1、基本情况

公司名称	北京智百扬广告有限公司
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
住所	北京市海淀区香山路 81 号院 7 号楼 07 号（住宅）
办公地址	北京市海淀区香山路 81 号院 7 号楼 07 号（住宅）
法定代表人	金兆鑫
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
营业执照注册号	110112011419727
税务登记证号	京税证字 110108681993377 号
成立日期	2008 年 10 月 28 日
经营范围	设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含棋牌）、承办展览展示、信息咨询（不含中介服务）、企业形象策划、公关顾问、会议服务、技术推广服务。

2、历史沿革

（1）2008 年 10 月成立

北京智百扬系由自然人沈大建于 2008 年 10 月 28 日以现金方式出资设立，设立时注册资本为 50 万元，实收资本为 50 万元，沈大建持股比例为 100%。2008 年 10 月 27 日，北京东易君安会计师事务所有限公司就上述出资事项出具了东易验字[2008]第 1566 号《验资报告》。

（2）2010 年 11 月股权转让

2010 年 11 月，沈大建与金兆鑫签订《出资转让协议书》，约定沈大建将其持有的北京智百扬 50 万元出资额作价 50 万元转让给金兆鑫。

2010 年 11 月 20 日，北京智百扬召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后，北京智百扬注册资本为 50 万元，金兆鑫持股比例为 100%。

(3) 2010 年 12 月增资

2010 年 12 月 30 日，北京智百扬召开股东会并作出决议，同意北京智百扬注册资本增加至 1,000 万元，新增注册资本 950 万元由原股东金兆鑫以现金认缴。

2011 年 1 月 5 日，北京润鹏冀能会计师事务所有限责任公司就上述增资事项出具了京润（验）字[2010]第 200581 号《验资报告》。

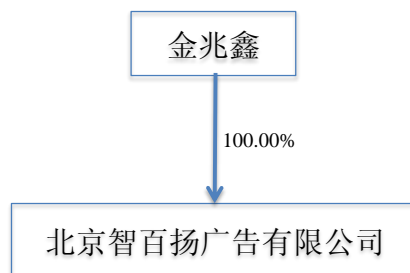
本次增资完成后，北京智百扬注册资本为 1,000 万元，金兆鑫持股比例为 100%。

截至本报告书签署日，北京智百扬的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	金兆鑫	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，北京智百扬的股权控制关系如下图所示：



北京智百扬控股股东为金兆鑫先生。金兆鑫先生，中国国籍，无境外居留权，身份证号为 15212219700207****。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年北京智百扬主营业务为设计、制作、代理、发布广告，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	4,458.20	4,456.33
负债总额	3,443.48	3,439.21
所有者权益	1,014.72	1,017.12
营业收入	0.97	4.86
净利润	-2.40	0.14

注：以上 2013 年数据已经审计，2012 年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告签署日，除持有郁金香传播 3.3510% 股权外，北京智百扬没有其他下属公司。

(十) 上海聚丰

1、基本情况

公司名称	上海聚丰广告有限公司
公司类型	有限责任公司（国内合资）
住所	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601-12
办公地址	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601-12
法定代表人	周新明
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
营业执照注册号	310114001442792
税务登记证号	国/地税沪字 310114778089317 号
成立日期	2005 年 7 月 21 日
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告，图文设计制作，企业形象设计，会务服务，展览展示服务，广告材料（除危险化学品）、包装材料、办公用品、工艺品、文化用品、体育用品的销售。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）

2、历史沿革

(1) 2005 年 7 月成立

上海聚丰系由自然人刘坚、刘忠德于 2005 年 7 月 21 日以现金方式出资设立，设立时注册资本为 50 万元，实收资本为 50 万元，刘坚持股比例为 90%，刘忠德持股比例为 10%。2005 年 7 月 21 日，上海同诚会计师事务所就上述出资事项出具了同诚会验[2005]第 10569 号《验资报告》。

(2) 2011年3月股权转让

2011年3月14日，刘坚分别与周新明、吴淦江签订《股权转让协议》，刘忠德与薛国平签订《股权转让协议》，约定刘坚将其持有的上海聚丰出资额中的25万元、20万元作价25万元、20万元分别转让给周新明、吴淦江，刘忠德将其持有的上海聚丰5万元出资额作价5万元转让给薛国平。

2011年3月14日，上海聚丰召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

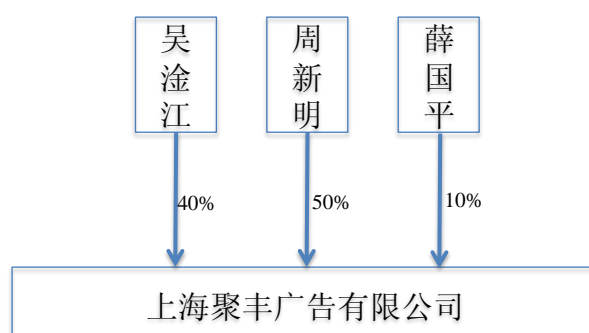
本次股权转让完成后，上海聚丰注册资本为50万元，周新明持股比例为50%，吴淦江持股比例为40%，薛国平持股比例为10%。

截至本报告书签署日，上海聚丰的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	周新明	25.00	50.00
2	吴淦江	20.00	40.00
3	薛国平	5.00	10.00
合计		50.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，上海聚丰的股权控制关系如下图所示：



周新明，中国国籍，无境外居留权，身份证号为 33051119651018****。

吴淦江，中国国籍，无境外居留权，身份证号为 33051119690512****。

薛国平，中国国籍，无境外居留权，身份证号为 33051119660911****。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年上海聚丰主营业务为设计、制作、代理、发布各类广告，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	2,587.66	2,587.66
负债总额	2,532.30	2,532.43
所有者权益	55.36	55.23
营业收入	5.83	5.63
净利润	0.13	0.34

注：以上 2013 年数据已经审计，2012 年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 2.1480% 股权外，上海聚丰没有其他下属公司。

(十一) Yumi

1、基本情况

公司名称	Yumi Media Corporation Limited
住所及主要经营地	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室
法定股本	港币 10,000 元
已发行股份	10,000 股
公司注册证书编号	1215786
成立日期	2008 年 3 月 6 日
主营业务	提供灯箱广告制作服务

2、历史沿革

(1) 2008 年 3 月成立

2008 年 3 月 6 日，Yumi 在香港设立，谢家渝持有其 100% 股权。

(2) 2011 年 1 月第一次股权转让

2011 年 1 月 24 日，谢家渝将其持有的 Yumi 的 1 股股份转让给丁明生，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，Yumi 股份总数为 1 股，丁明生持股比例为 100%。

(3) 2011年5月第二次股权转让

2011年5月16日，丁明生将其持有的 Yumi 的 1 股股份转让给庄泳，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，Yumi 股份总数为 1 股，庄泳持股比例为 100%。

(4) 2011年10月发行新股

2011年10月3日，Yumi 发行新股，丁明生获分配 9,874 股，罗甘获分配 125 股，发行价格为每股港币 1 元，本次发行新股完成后，Yumi 股份总数为 10,000 股，庄泳持股比例为 0.01%，丁明生持股比例为 98.74%，罗甘持股比例为 1.25%。

(5) 2011年10月第三次股权转让

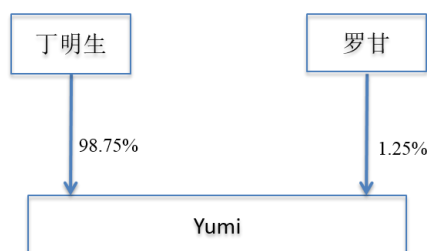
2011年10月7日，庄泳将其持有的 Yumi 的 1 股股份转让给丁明生，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，Yumi 股份总数为 10,000 股，丁明生持股比例为 98.75%，罗甘持股比例为 1.25%。

截至本报告书签署日，Yumi 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	丁明生	9,875	98.75
2	罗甘	125	1.25
	合计	10,000	100

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，Yumi 的股权控制关系如下图所示：



丁明生先生为 Yumi 控股股东。丁明生先生，中国国籍，香港永久居留权，身份证号为 P8773**（4），现任郁金香传播董事兼副总裁、Yumi 董事。

罗甘先生现于郁金香传播销售部门任职。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年 Yumi 在香港主要业务为灯箱广告制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：港币万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	256.03	256.29
负债总额	255.42	255.81
所有者权益	0.61	0.48
营业收入	5.16	5.32
净利润	0.13	-1.03

注：以上数据经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 1.6% 股权外，Yumi 没有其他下属公司。

(十二) BNO

1、基本情况

公司名称	BNO Media Corporation Limited
住所及主要经营地	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室
法定股本	港币 10,000 元
已发行股份	1 股
公司注册证书编号	1092632
成立日期	2006 年 12 月 4 日
主营业务	提供灯箱广告制作服务

2、历史沿革

(1) 2006 年 12 月成立

2006 年 12 月 4 日，BNO 在香港设立，梁永杰持有其 100% 股权。

(2) 2011 年 1 月股权转让

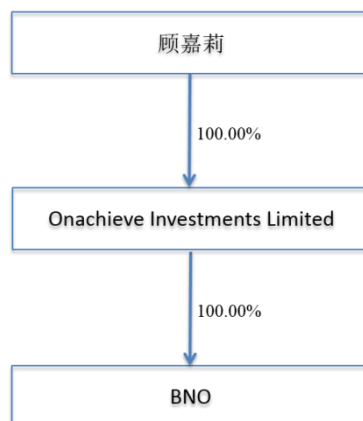
2011 年 1 月 19 日，梁永杰将其持有的 BNO 的 1 股股份转让给 Onachieve Investments Limited，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，BNO 股份总数为 1 股，Onachieve Investments Limited 持股比例为 100%。

截至本报告书签署日，BNO 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	Onachieve Investments Limited	1	100
	合计	1	100

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，BNO 的股权控制关系如下图所示：



Onachieve Investments Limited 为 BNO 控股股东。Onachieve Investments Limited 于 2005 年 7 月 8 日在英属维尔京群岛注册成立，法定股本为 5 万美元，该公司唯一股东为顾嘉莉。

顾嘉莉女士，持有香港永久性居民身份证，身份证号为 P2743**（2）。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年 BNO 在香港主要业务为灯箱广告制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：港币万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	263.11	255.60
负债总额	263.50	256.13
所有者权益	-0.39	-0.54
营业收入	4.99	5.31
净利润	0.15	-1.20

注：以上数据经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 1.5831% 股权外，BNO 没有其他下属公司。

(十三) Switch

1、基本情况

公司名称	Switch Media Corporation Limited
住所及主要经营地	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室
法定股本	港币 10,000 元
已发行股份	1 股
公司注册证书编号	1083985
成立日期	2006 年 10 月 31 日
主营业务	提供灯箱广告制作服务

2、历史沿革

(1) 2006 年 10 月成立

2006 年 10 月 31 日，Switch 在香港设立，中涛会计及秘书有限公司持有其 100% 股权。

(2) 2011 年 1 月股权转让

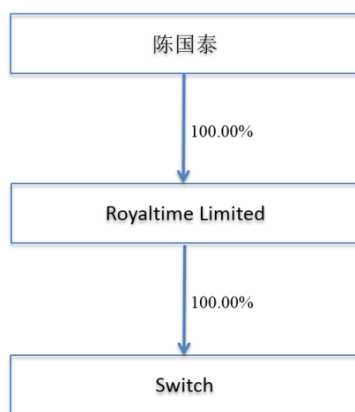
2011 年 1 月 19 日，中涛会计及秘书有限公司将其持有的 Switch 的 1 股股份转让给 Royaltime Limited，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，Switch 股份总数为 1 股，Royaltime Limited 持股比例为 100%。

截至本报告书签署日，Switch 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	Royaltime Limited	1	100
	合计	1	100

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，Switch 的股权控制关系如下图所示：



Royaltime Limited 为 Switch 控股股东。Royaltime Limited 于 2006 年 9 月 12 日在英属维尔京群岛注册成立，法定股本为 5 万股，该公司唯一股东为陈国泰。

陈国泰先生，持有香港永久性居民身份证，身份证号为 P0832**（2）。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年 Switch 在香港主要业务为灯箱广告制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：港币万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	251.16	250.60
负债总额	251.44	251.01
所有者权益	-0.28	-0.41
营业收入	4.52	5.56
净利润	0.13	-0.92

注：以上数据经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 1.5831% 股权外，Switch 没有其他下属公司。

（十四）Asha

1、基本情况

公司名称	Asha New Media Limited
住所及主要经营地	香港铜锣湾骆克道 447-449 号中威商业大厦 602 室
法定股本	港币 10,000 元

已发行股份	10,000 股
公司注册证书编号	1216371
成立日期	2008 年 3 月 10 日
主营业务	提供灯箱广告制作服务

2、历史沿革

(1) 2008 年 3 月成立

2008 年 3 月 10 日，Asha 在香港设立，陈震持有其 100% 股权。

(2) 2010 年 12 月股权转让

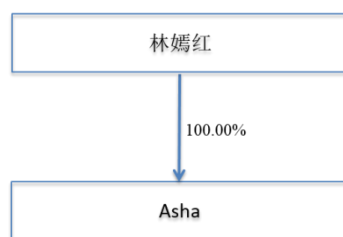
2010 年 12 月 24 日，陈震将其持有的 Asha 的 10,000 股股份转让给林嫣红，转让价格为港币 1 元。本次转让完成后，Asha 股份总数为 10,000 股，林嫣红持股比例为 100%。

截至本报告书签署日，Asha 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	林嫣红	10,000	100
	合计	10,000	100

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，Asha 的股权控制关系如下图所示：



林嫣红女士为 Asha 控股股东。林嫣红女士持有香港永久性居民身份证，身份证号为 K2572**（2）。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年 Asha 在香港主要业务为灯箱广告制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：港币万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	250.30	250.42
负债总额	249.54	249.78
所有者权益	0.76	0.63
营业收入	5.21	5.16
净利润	0.13	-0.91

注：以上数据经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 1.5628% 股权外，Asha 没有其他下属公司。

(十五) 上海鸣瑞

1、基本情况

公司名称	上海鸣瑞广告传媒有限公司
公司类型	有限责任公司（国内合资）
住所	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601-14
办公地址	上海市嘉定区嘉罗公路 1661 弄 8 号 601-14
法定代表人	李俐
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
营业执照注册号	310114001176150
税务登记证号	国/地税沪字 310114769415184 号
成立日期	2004 年 11 月 18 日
经营范围	设计、制作、发布、代理国内（外）各类广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、历史沿革

(1) 2004 年 11 月成立

上海鸣瑞系由自然人查建国、叶蕾于 2004 年 11 月 18 日以现金方式出资设立，设立时注册资本为 50 万元，实收资本为 50 万元，查建国持股比例为 60%，叶蕾持股比例为 40%。2004 年 11 月 18 日，上海同诚会计师事务所就上述出资事项出具了同诚会验[2004]第 8556 号《验资报告》。

(2) 2011 年 6 月第一次股权转让

2011年6月17日，查建国分别与朱季伦、谷玉华签订《股权转让协议》，叶蕾分别与谷玉华、李俐签订《股权转让协议》，约定查建国将其持有的上海鸣瑞出资额中的23.30万元、6.70万元作价23.30万元、6.70万元分别转让给朱季伦、谷玉华，叶蕾将其持有的上海鸣瑞出资额中的6.65万元、13.35万元作价6.65万元、13.35万元分别转让给谷玉华、李俐。

2011年6月17日，上海鸣瑞召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后，上海鸣瑞注册资本为50万元，朱季伦持股比例为46.60%，谷玉华、李俐持股比例均为26.70%。

(3) 2012年第二次股权转让

2012年10月17日，朱季伦与郭永钊签订《股权转让协议》，约定朱季伦将其持有的上海鸣瑞23.30万元出资额作价23.30万元转让给郭永钊。

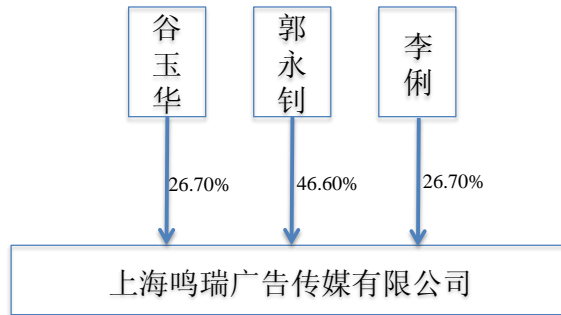
2012年10月17日，上海鸣瑞召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后，上海鸣瑞注册资本为50万元，郭永钊持股比例为46.60%，谷玉华、李俐持股比例均为26.70%。截至本报告书签署日，上海鸣瑞的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额(万元)	持股比例(%)
1	郭永钊	23.30	46.60
2	谷玉华	13.35	26.70
3	李俐	13.35	26.70
合计		50.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，上海鸣瑞的股权控制关系如下图所示：



郭永钊，中国国籍，无境外居留权，身份证号为 12010319671105****。

谷玉华，中国国籍，无境外居留权，身份证号为 32091119801114****。

李俐，中国国籍，无境外居留权，身份证号为 32010619671004****。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年上海鸣瑞主营业务为设计、制作、发布、代理国内（外）各类广告，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	1,515.25	1,567.49
负债总额	1,465.25	1,517.49
所有者权益	50.00	50.00
营业收入	0.00	5.50
净利润	-2.40	0.56

注：以上 2013 年数据已经审计，2012 年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 1.2890% 股权外，上海鸣瑞没有其他下属公司。

（十六）沈阳悟石

1、基本情况

公司名称	沈阳悟石整合广告传媒有限公司
公司类型	有限责任公司
住所	沈阳市沈河区西顺城街 170-1 号新恒基国际大厦 7008 室

办公地址	沈阳市沈河区西顺城街 170-1 号新恒基国际大厦 7008 室
法定代表人	吴绮敏
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
营业执照注册号	210103000020451
税务登记证号	沈河国税字 210103679529049 号/税字 210103679529049 号
成立日期	2008 年 11 月 3 日
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告；文化艺术交流（法律、法规禁止及应经审批而未获批准的项目外）；展览展示策划服务。

2、历史沿革

(1) 2008 年 11 月成立

沈阳悟石系由悟石整合（北京）广告传媒有限公司于 2008 年 11 月 3 日以现金方式出资设立，设立时注册资本为 50 万元，实收资本为 50 万元，悟石整合（北京）广告传媒有限公司持股比例为 100%。2008 年 10 月 31 日，辽宁银剑会计师事务所有限责任公司就上述出资事项出具了辽剑会验字[2008]第 S-0395 号《验资报告》。

(2) 2010 年 12 月股权转让

2010 年 12 月 7 日，悟石整合（北京）广告传媒有限公司分别与上海易居生源股权投资中心（有限合伙）、上海易居生泉股权投资中心（有限合伙）签订《股权转让协议书》，约定悟石整合（北京）广告传媒有限公司将其持有的沈阳悟石出资额中的 29.41 万元、20.59 万元作价 29.41 万元、20.59 万元分别转让给上海易居生源股权投资中心（有限合伙）、上海易居生泉股权投资中心（有限合伙）。

2010 年 12 月 7 日，沈阳悟石召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后，沈阳悟石注册资本为 50 万元，上海易居生源股权投资中心（有限合伙）持股比例为 58.82%，上海易居生泉股权投资中心（有限合伙）持股比例为 41.18%。

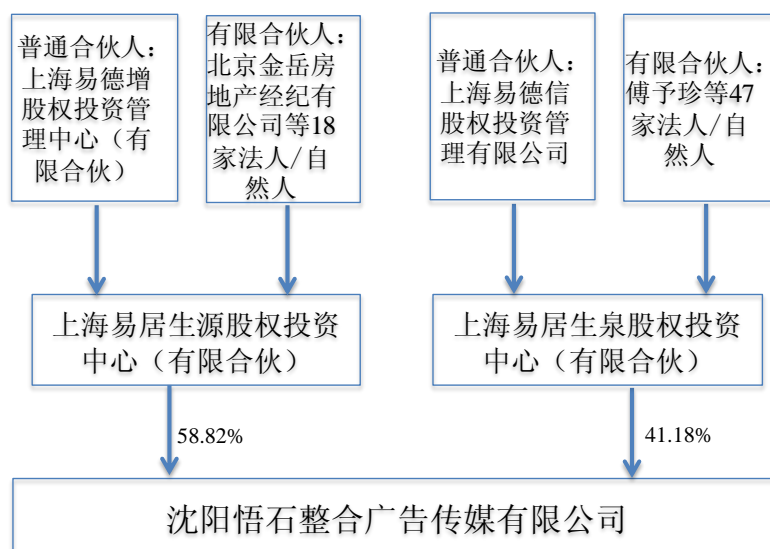
截至本报告书签署日，沈阳悟石的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	上海易居生源股权投资中心（有限合伙）	29.41	58.82

2	上海易居生泉股权投资中心（有限合伙）	20.59	41.18
	合计	50.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，沈阳悟石的股权控制关系如下图所示：



沈阳悟石控股股东为上海易居生源股权投资中心（有限合伙），该合伙企业成立于2010年1月26日，注册地址为上海市闸北区秣陵路80号2幢604E，出资额50,000万元人民币，执行事务合伙人为上海易德增股权投资管理中心（一般普通合伙）（委派代表：周忻），经营范围为：股权投资，投资咨询，资产管理。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年沈阳悟石主营业务为设计、制作、发布、代理国内外各类广告，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013年	2012.12.31/2012年
资产总额	1,099.08	1,102.80
负债总额	1,045.92	1,045.86
所有者权益	53.16	56.94
营业收入	1.00	2.00
净利润	-3.78	-2.36

注：以上 2013 年数据已经审计，2012 年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 0.8800% 股权外，沈阳悟石没有其他下属公司。

(十七) 上海鑫秩

1、基本情况

公司名称	上海鑫秩文化传播有限公司
公司类型	有限责任公司（国内合资）
住所	上海嘉定区环城路 200 号 D519
办公地址	上海嘉定区环城路 200 号 D519
法定代表人	高茹
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
营业执照注册号	310114001071248
税务登记证号	国/地税沪字 310114765983862 号
成立日期	2004 年 8 月 18 日
经营范围	灯箱广告制作服务。（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

(1) 2004 年 8 月成立

上海鑫秩系由自然人崔捷、乔旭庆于 2004 年 8 月 18 日以现金方式出资设立，设立时注册资本为 50 万元，实收资本为 50 万元，崔捷持股比例为 90%，乔旭庆持股比例为 10%。2004 年 8 月 13 日，上海同诚会计师事务所就上述出资事项出具了同诚会验[2004]第 5-1536 号《验资报告》。

(2) 2011 年 1 月第一次股权转让

2011 年 1 月 6 日，崔捷与王敏、乔旭庆与徐刚分别签订《股权转让协议》，约定崔捷将其持有的上海鑫秩 45 万元出资额作价 45 万元转让给王敏，乔旭庆将其持有的上海鑫秩 5 万元出资额作价 5 万元转让给徐刚。

2011 年 1 月 6 日，上海鑫秩召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后,上海鑫秩注册资本为 50 万元,王敏持股比例为 90%,徐刚持股比例为 10%。

(3) 2011 年 10 月第二次股权转让

2011 年 10 月 12 日,王敏分别与徐刚、齐航、陈建平、许培康、莫平、邹峰、彭顺顺、陈谦、高茹、郑丽莎、王钧签订《股权转让协议》,约定王敏将其持有的上海鑫秩出资额中的 26.245 万元、5.005 万元、2.5 万元、2.5 万元、1.875 万元、1.875 万元、1.25 万元、1.25 万元、1.25 万元、0.625 万元、0.625 万元作价 26.245 万元、5.005 万元、2.5 万元、2.5 万元、1.875 万元、1.875 万元、1.25 万元、1.25 万元、1.25 万元、0.625 万元、0.625 万元分别转让给徐刚、齐航、陈建平、许培康、莫平、邹峰、彭顺顺、陈谦、高茹、郑丽莎、王钧。

2011 年 10 月 12 日,上海鑫秩召开股东会并作出决议,同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后,上海鑫秩注册资本为 50 万元,徐刚持股比例为 62.49%,齐航持股比例为 10.01%、陈建平、许培康持股比例均为 5%,莫平、邹峰持股比例均为 3.75%、彭顺顺、陈谦、高茹持股比例均为 2.5%、郑丽莎、王钧持股比例均为 1.25%。

(4) 2012 年 5 月第三次股权转让

2012 年 5 月 17 日,陈谦与王骞签订《股权转让协议》,约定陈谦将其持有的上海鑫秩 1.25 万元出资额作价 1.25 万元转让给王骞。

2012 年 5 月 17 日,上海鑫秩召开股东会并作出决议,同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后,上海鑫秩注册资本为 50 万元,徐刚持股比例为 62.49%,齐航持股比例为 10.01%、陈建平、许培康持股比例均为 5%,莫平、邹峰持股比例均为 3.75%、彭顺顺、王骞、高茹持股比例均为 2.5%、郑丽莎、王钧持股比例均为 1.25%。

(5) 2013 年 10 月第四次股权转让

2013年10月30日，莫平与徐刚签订《股权转让协议》，约定莫平将其持有的上海鑫秩1.875万元出资额作价1.875万元转让给徐刚。

2013年10月30日，上海鑫秩召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后，上海鑫秩注册资本为50万元，徐刚持股比例为66.24%，齐航持股比例为10.01%、陈建平、许培康持股比例均为5%，邹峰持股比例为3.75%、彭顺顺、王骞、高茹持股比例均为2.5%、郑丽莎、王钧持股比例均为1.25%。

(6) 2013年12月第五次股权转让

2013年12月12日，徐刚与陈嘉贤签订《股权转让协议》，约定徐刚将其持有的上海鑫秩出资额中的1.875万元作价1.875万元转让给陈嘉贤。

2013年12月12日，上海鑫秩召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。

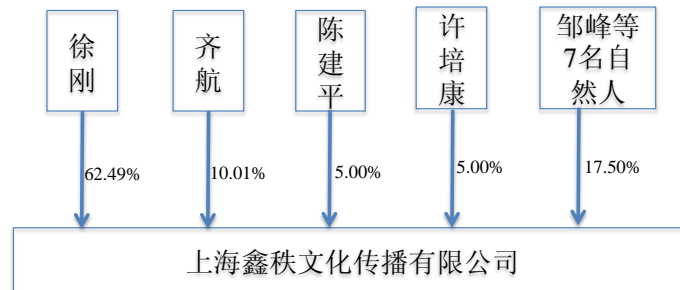
本次股权转让完成后，上海鑫秩注册资本为50万元，徐刚持股比例为62.49%，齐航持股比例为10.01%、陈建平、许培康持股比例均为5%，陈嘉贤、邹峰持股比例均为3.75%、彭顺顺、王骞、高茹持股比例均为2.5%、郑丽莎、王钧持股比例均为1.25%。

截至本报告书签署日，上海鑫秩的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	徐刚	31.245	62.49
2	齐航	5.005	10.01
3	陈建平	2.5	5.00
4	许培康	2.5	5.00
5	陈嘉贤	1.875	3.75
6	邹峰	1.875	3.75
7	彭顺顺	1.25	2.50
8	王骞	1.25	2.50
9	高茹	1.25	2.50
10	郑丽莎	0.625	1.25
11	王钧	0.625	1.25
合计		50.00	100.00

3、产权控制关系

截至本报告书签署日，上海鑫秩的股权控制关系如下图所示：



上海鑫秩控股股东为徐刚先生。徐刚先生，中国国籍，无境外居留权，身份证号为 32048219781020****。

齐航、陈建平、许培康、陈嘉贤、邹峰、彭顺顺、王骞、郑丽莎、王钧在郁金香传播销售部任职，高茹现任郁金香传播总裁助理。

4、最近三年主营业务发展状况

最近三年上海鑫秩主营业务为灯箱广告制作服务，经营规模较小。

5、最近两年主要财务数据

单位：万元

项目	2013.12.31/2013 年	2012.12.31/2012 年
资产总额	156.27	156.90
负债总额	99.84	100.53
所有者权益	56.43	56.37
营业收入	0.10	7.77
净利润	0.06	7.11

注：以上 2013 年数据已经审计，2012 年数据未经审计。

6、主要参控股企业情况

截至本报告书签署日，除持有郁金香传播 0.7944% 股权外，上海鑫秩没有其他下属公司。

三、交易对方与上市公司关系及交易对方向上市公司推荐董事、监事或者高级管理人员情况

（一）交易对方与上市公司的关联关系说明

交易对方上海银久、Wise Genesis、Fame Hill、上海欣香、Panpacific、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、Yumi、BNO、Switch、Asha、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩在本次交易前与上市公司及其关联方之间不存在关联关系。

（二）交易对方向上市公司推荐的董事、监事及高级管理人员情况

截至本报告书签署日，交易对方上海银久、Wise Genesis、Fame Hill、上海欣香、Panpacific、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、Yumi、BNO、Switch、Asha、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩未向上市公司推荐董事、监事和高级管理人员。

（三）交易对方及其主要管理人员最近五年内未受行政处罚、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁情况说明

交易对方之上海狮电作为上海盈泰国际贸易有限公司（以下简称“盈泰贸易”）与上海汇金融资担保有限公司（以下简称“汇金担保”）签订的《借款担保合同》之连带责任保证反担保人曾因追偿权纠纷涉及相关诉讼，具体情况如下：2013年8月，因盈泰贸易未按要求还款，汇金担保代偿其借款2,000万元后向上海市浦东新区人民法院（以下简称“浦东新区法院”）提起诉讼，其中要求上海狮电等9名保证人对代偿金及利息费用承担连带保证责任。同月，根据浦东新区法院（2013）浦民六（商）初字第7217号《民事裁定书》及《协助执行通知书》，裁定冻结上海狮电所持郁金香传播708.6750万股股权及相关孳息、红利，冻结期限二年。根据2014年5月20日浦东新区法院（2013）浦民六（商）初字第7217号《民事调解书》，汇金担保于收到上海狮电向其支付的200万元之日申请撤销对前述郁金香传播股权的保全查封。根据同日浦东新区法院（2013）浦民六（商）初字第7217-2号《民事裁定书》，裁定解除上海狮电所持郁金香传播全部股权及相关孳息、红利的保全措施。

除上述情况外，根据上海银久、Wise Genesis、Fame Hill、上海欣香、Panpacific、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、Yumi、BNO、Switch、

Asha、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩出具的声明，最近五年内，该等公司及其主要管理人员不存在其他受到行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁的情况。

第二节 交易对方之达可斯广告股东情况

一、交易对方及其持股情况

本次交易对方系达可斯广告的股东韩慧丽和周晓平 2 名自然人。

韩慧丽和周晓平对达可斯广告的出资情况如下：

序号	交易标的	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	沈阳达可斯广告有限公司	韩慧丽	880.9181	65
		周晓平	474.3405	35
合计			1,355.2586	100

二、交易对方基本情况

（一）韩慧丽

1、韩慧丽基本情况

姓名	韩慧丽
性别	女
国籍	中国
身份证号码	23210219740406****
住所	沈阳市皇姑区宁山中路**号**
通讯地址	沈阳市沈河区五爱街**号**
通讯方式	024-22895101
是否取得其他国家或者地区的居留权	否

韩慧丽现任达可斯广告执行董事、沈阳达可思庞达执行董事、宁波达可斯庞达执行董事。

2、最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职单位	起止时间	职务	是否与任职单位存在产权关系
达可斯广告	2009年8月至今	执行董事	是（注1）
沈阳达可思庞达	2013年10月至今	执行董事	是（注2）
宁波达可斯庞达	2014年1月至今	执行董事	是（注2）
沈阳尊荣大智广告有限公司	2010年5月至 2014年4月	监事	否（注3）

注1：韩慧丽持有达可斯广告65%股权。

注2：达可斯广告分别持有沈阳达可思庞达100%股权及宁波达可斯庞达100%股权，韩慧丽通过持有达可斯广告65%股权从而间接持有沈阳达可思庞达及宁波达可斯庞达股权。

注3：为了专注于达可斯广告的业务发展，韩慧丽已于2014年4月将其持有的该公司90%股权全部转让给王子龙，王子龙系韩慧丽外甥。

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书签署日，除持有达可斯广告65%股权外，韩慧丽女士未持有其他公司股权或控制其他公司。

(二) 周晓平

1、周晓平基本情况

姓名	周晓平
性别	男
国籍	中国
身份证号码	21072219710713****
住所	沈阳市皇姑区宁山中路**号**
通讯地址	沈阳市和平区长白西路**号**
通讯方式	024-22895101
是否取得其他国家或者地区的居留权	否

周晓平现任达可斯广告总经理、沈阳裕华执行董事兼总经理、沈阳达可思庞达总经理、宁波达可斯庞达总经理、沈阳庞达广告有限公司（简称“沈阳庞达”）执行董事兼总经理。

2、最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职单位	起止时间	职务	是否与任职单位存在产权关系
达可斯广告	2009年6月至今	总经理	是（注1）
沈阳裕华	2013年12月至今	执行董事兼总经理	是（注2）
沈阳达可思庞达	2013年10月至今	总经理	是（注2）
宁波达可斯庞达	2014年1月至今	总经理	是（注2）
沈阳庞达	2011年1月至 2014年4月	监事	是（注3）
	2014年4月至今	执行董事兼总经理	

注1：周晓平持有达可斯广告35%股权。

注2：达可斯广告分别持有沈阳裕华50%股权、沈阳达可思庞达100%股权及宁波达可斯庞达100%股权，周晓平通过持有达可斯广告35%股权从而间接持有沈阳裕华、沈阳达可思庞达及宁波达可斯庞达股权。

注3：周晓平持有沈阳庞达25%股权。

3、控制的核心企业和关联企业的基本情况

截至本报告书签署日，除持有达可斯广告35%股权、沈阳庞达25%股权外，周晓平先生未持有其他公司股权或控制其他公司。

三、交易对方与上市公司关系及交易对方上市公司推荐董事、监事或者高级管理人员情况

(一) 交易对方与上市公司的关联关系说明

交易对方韩慧丽、周晓平在本次交易前与上市公司及其关联方之间不存在关联关系。

(二) 交易对方上市公司推荐的董事、监事及高级管理人员情况

截至本报告书签署日，交易对方韩慧丽、周晓平未向上市公司推荐董事、监事和高级管理人员。

(三) 交易对方最近五年内未受行政处罚、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁情况说明

根据韩慧丽、周晓平出具的声明，最近五年内，其均不存在受到行政处罚、刑事处罚或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁，不存在被证券监管部门、证券交易所调查的情形或其他不良记录。

第四章 标的资产基本情况

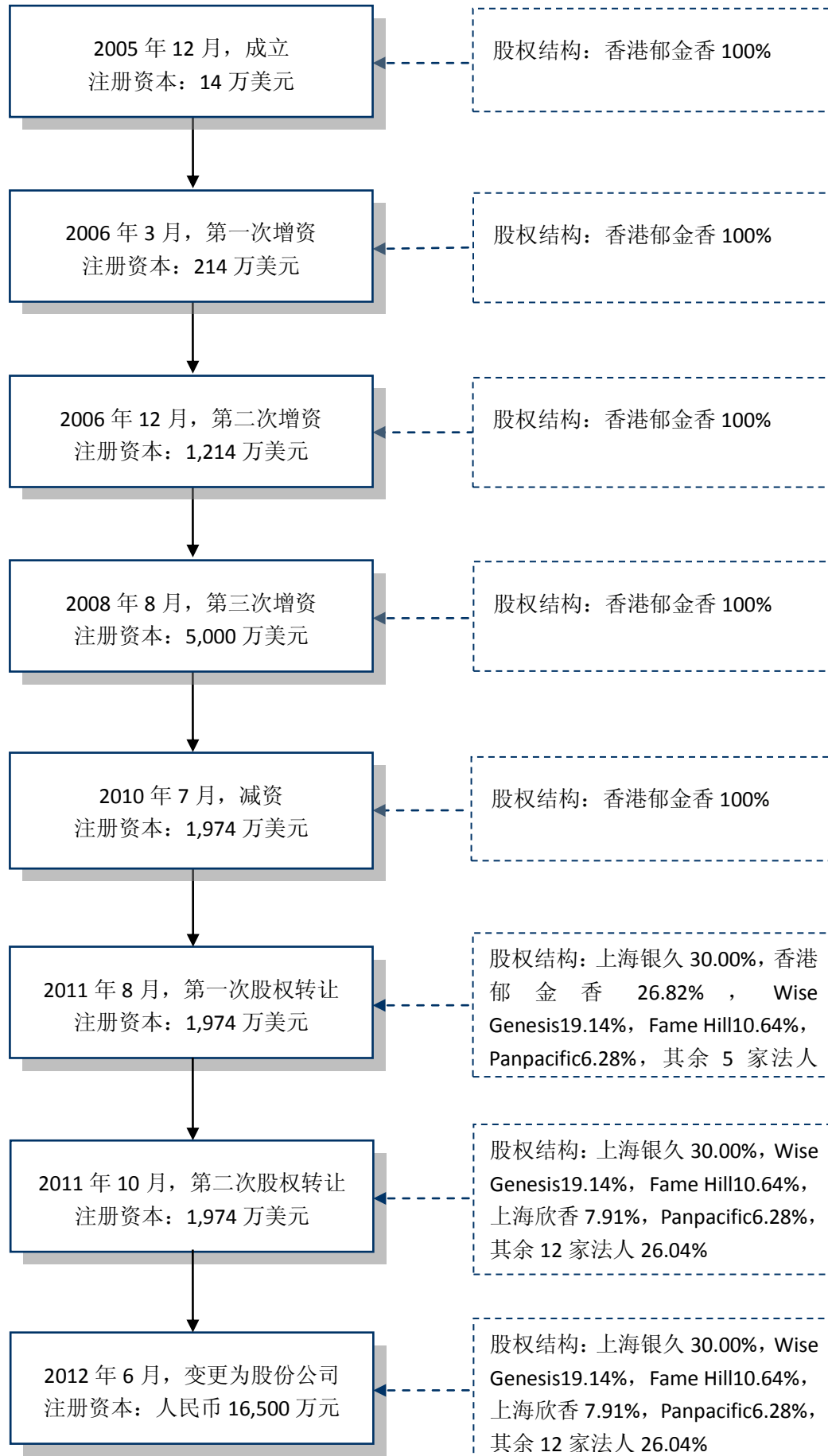
第一节 交易标的郁金香传播基本情况

一、基本信息

- (一) 中文名称：郁金香广告传播（上海）股份有限公司
- (二) 英文名称：Tulip Advertising & Media (Shanghai) Corporation
- (三) 注册资本：16,500 万元
- (四) 实收资本：16,500 万元
- (五) 公司类型：股份有限公司（台港澳与境内合资、未上市）
- (六) 税务登记证号码：国/地税沪字 310104783136069 号
- (七) 法定代表人：王敏
- (八) 有限公司成立日期：2005 年 12 月 8 日
- (九) 股份公司设立日期：2012 年 6 月 29 日
- (十) 公司住所：上海市徐汇区宜山路 333 号 803-2 室
- (十一) 办公地址：上海市延安西路 1088 号长峰中心 27 楼
- (十二) 邮政编码：200052
- (十三) 电话：（86）021-62523000
- (十四) 传真：（86）021-62512773
- (十五) 电子信箱：info@tulipmegamedia.com
- (十六) 公司网址：<http://www.tulipmedia.com.cn/>
- (十七) 经营范围：设计、制作、发布、代理国内外各类广告（不含灯箱广告制作）；多媒体技术、网络技术的开发、设计；计算机软件的开发、设计、制作。（涉及行政许可的凭许可经营）

二、郁金香传播历史沿革

（一）股本形成及变化概况



（二）郁金香传播设立及历史沿革

1、2005 年 12 月，有限公司设立

公司前身郁金香多媒体系香港郁金香出资设立，注册资本 14 万美元，投资总额 20 万美元，企业类型为外商独资（港澳台）。

2005 年 12 月 5 日，郁金香多媒体取得了上海市张江高科技园区领导小组办公室出具的沪张江园区办项字[2005]758 号《关于郁金香多媒体技术（上海）有限公司设立的批复》；2005 年 12 月 6 日，取得了上海市人民政府核发的商外资沪张独资字[2005]3517 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2005 年 12 月 8 日，郁金香多媒体在上海市工商局浦东新区分局登记注册，取得企业法人营业执照。公司经营范围：多媒体技术、网络技术的开发、设计；计算机软件的开发、设计、制作、销售自产产品，并提供相关的技术咨询和技术服务（涉及行政许可的，凭许可证经营）。

2006 年 2 月 6 日，上海中鉴出具中鉴验字[2006]第 0214 号验资报告，证实截至 2005 年 12 月 29 日，公司注册资本足额到位，以美元现汇出资。

郁金香多媒体成立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	占比（%）
1	香港郁金香	14.00	100
	合计	14.00	100

2、2006 年 3 月，第一次增资

2006 年 3 月 2 日，经董事会决议通过，郁金香多媒体注册资本增至 214 万美元。新增注册资本全部由香港郁金香认缴，香港郁金香出资 200 万美元，每一美元出资对应一美元注册资本。

经核查，并根据郁金香传播、香港郁金香的确认，本次增资系为增强公司资金实力以扩大经营之目的。

2006 年 3 月 8 日，郁金香多媒体取得上海市张江高科技园区领导小组办公室出具的沪张江园区办项字[2006]128 号《关于郁金香多媒体技术（上海）有限

公司增加投资总额和注册资本的批复》；2006年3月14日，郁金香多媒体取得上海市工商局浦东新区分局准予变更登记通知书。

2006年6月12日，上海宏华出具了宏华验资[2006]0234号验资报告，证实截至2006年5月24日，新增注册资本足额到位，以美元现汇出资。

此次变更后，郁金香多媒体股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	占比（%）
1	香港郁金香	214.00	100
	合计	214.00	100

3、2006年4月，协议控制郁金香广告

2006年4月，郁金香多媒体与郁金香广告及郁金香传媒签订业务重组协议，郁金香多媒体与郁金香广告全体股东及郁金香传媒全体股东签订《担保协议》，香港郁金香与郁金香广告及其全体股东、郁金香传媒及其全体股东签订《股权未来转让协议》，郁金香多媒体协议控制郁金香广告及郁金香传媒（相关情况参见本节“二/（三）历史境外上市架构的建立和解除过程”）。

4、2006年12月，第二次增资

2006年7月10日，经董事会决议通过，郁金香多媒体注册资本增至1,214万美元，经营范围变更为：多媒体技术、网络技术的开发、设计；计算机软件的开发、设计、制作；销售自产产品；多媒体设备的租赁，并提供相关的技术咨询和技术服务（涉及许可经营的凭许可证经营）。新增注册资本全部由香港郁金香认缴，香港郁金香出资1,000万美元，每一美元出资对应一美元注册资本。

经核查，并根据郁金香传播、香港郁金香的确认，本次增资系为增强公司资金实力以扩大经营之目的。

2006年9月14日，郁金香多媒体取得了上海市外国投资工作委员会出具的沪外资委协[2006]3861号《关于同意郁金香多媒体技术（上海）有限公司增资及变更经营范围的批复》。

2006年11月13日，上海宏华出具了宏华验资[2006]0488号验资报告，证实截至2006年11月2日，新增注册资本足额到位，以美元现汇出资。

2006年12月28日，郁金香多媒体取得上海市工商局浦东新区分局准予变更登记通知书。此次变更后，郁金香多媒体股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	占比（%）
1	香港郁金香	1,214.00	100
合计		1,214.00	100

5、2008年8月，第三次增资

2007年10月22日，经董事会决议通过，郁金香多媒体注册资本增至5,000万美元。新增注册资本全部由香港郁金香认缴，本次增资价格为每一美元出资对应一美元注册资本。

经核查，并根据郁金香传播、香港郁金香的确认，本次增资系为增强公司资金实力以扩大经营之目的。

2007年12月25日，郁金香多媒体取得上海市外国投资工作委员会出具的沪外资委批[2007]5537号《关于同意郁金香多媒体技术（上海）有限公司增资及修改公司章程的批复》。

2008年7月7日，上海宏华出具了宏华验资[2008]2277号验资报告，证实截至2008年6月17日，首批新增注册资本760万美元足额到位，以美元现汇出资。

2008年8月12日，郁金香多媒体向上海市外国投资工作委员会申请延长批文有效期并于2008年8月18日获得同意。

2008年8月25日，郁金香多媒体取得上海市工商局浦东新区分局准予变更登记通知书。此次变更后，郁金香多媒体股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	占比（%）	实缴出资额（万美元）	占比（%）
1	香港郁金香	5,000.00	100	1,974.00	39.4800
合计		5,000.00	100	1,974.00	39.4800

6、2010年3月，收购郁金香广告，变更公司名称和经营范围

2009年11月，郁金香多媒体解除协议控制郁金香广告，并受让郁金香广告100%股权（相关情况参见本节“二/（三）历史境外上市架构的建立和解除过程”）。

2009年12月18日，经董事会决议通过，郁金香多媒体名称变更为华锦广告，经营范围变更为：设计、制作、发布、代理国内外各类广告；多媒体技术、网络技术的开发、设计；计算机软件的开发、设计、制作；销售自产产品；多媒体设备的租赁，并提供相关的技术咨询和技术服务（涉及行政许可的，凭许可证经营）。

2009年12月8日，郁金香多媒体取得国家工商行政管理总局出具的工商广函字[2009]333号《关于同意郁金香多媒体技术（上海）有限公司变更投资事项的批复》。2010年1月12日，郁金香多媒体取得了上海市商务委员会的沪商外资批[2010]102号《市商务委关于同意郁金香多媒体技术（上海）有限公司更名及增加经营范围的批复》。2010年3月2日，郁金香多媒体取得上海市工商局准予变更登记通知书。

7、2010年7月，减资、变更公司名称

2010年3月8日，经董事会决议通过，华锦广告减少注册资本至1,974万美元，减少投资总额至5,900万美元。2010年5月28日，经董事会决议通过，华锦广告名称变更为郁金香有限。

经核查，并根据郁金香传播、香港郁金香的确认，截至2010年3月，郁金香传播前身华锦广告的注册资本为5,000万美元，实缴注册资本为1,974万美元，鉴于当时华锦广告实缴注册资本已能完全支持公司正常、良好运营，无需过多的闲置资金，华锦广告作出董事会决议，同意减少注册资本及投资总额。

2010年6月17日，郁金香有限取得了上海市商务委员会出具的沪商外资批[2010]1524号《市商务委关于同意华锦广告传媒（上海）有限公司减资及更名的批复》。

2010年6月24日，上海宏华出具了宏华验资[2010]2339号验资报告，证实截至2010年6月20日，郁金香有限注册资本为1,974万美元，实收资本为1,974万美元。

2010年7月6日，郁金香有限取得上海市工商局准予变更登记通知书。

此次变更后，郁金香有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	占比（%）
1	香港郁金香	1,974.00	100
合计		1,974.00	100

8、2011年8月，第一次股权转让

2011年6月30日，香港郁金香分别与上海银久等9家公司分别签订股权转让协议，以郁金香有限注册资本为作价依据，将其持有郁金香有限的73.1760%股权转让给上述公司。

经核查，并根据郁金香传播、香港郁金香的确认，本次股权转让实际系解除境外上市及协议控制架构的过程，受让方系香港郁金香最终权益持有人、郁金香有限管理层持股或控制的公司，因此股权转让的转让价格以注册资本为定价依据。

具体股权转让份额及转让价格情况如下：

序号	转让方	受让方	转让价格（万美元）	转让股权份额（%）
1	香港郁金香	上海银久	592.20	30.0000
2		Wise Genesis	377.79	19.1384
3		Fame Hill	209.99	10.6379
4		Panpacific	123.89	6.2763
5		Yumi	31.58	1.6000
6		BNO	31.25	1.5831
7		Switch	31.25	1.5831
8		Asha	30.85	1.5628
9		上海鑫秩	15.68	0.7944
合计			1,444.48	73.1760

2011年8月11日，郁金香有限取得了上海市商委出具的沪商外资批[2011]2547号《市商务委关于同意郁金香广告传播（上海）有限公司股权转让及改制的批复》，公司类型由港商独资企业变更为沪港合资企业。2011年8月26日，郁金香有限取得上海市工商局准予变更登记通知书。

本次股权变更后，郁金香有限股权结构如下：

序号	股东	出资额（万美元）	占比（%）
1	上海银久	592.20	30.0000

2	香港郁金香	529.52	26.8240
3	Wise Genesis	377.79	19.1384
4	Fame Hill	209.99	10.6379
5	Panpacific	123.89	6.2763
6	Yumi	31.58	1.6000
7	BNO	31.25	1.5831
8	Switch	31.25	1.5831
9	Asha	30.85	1.5628
10	上海鑫秩	15.68	0.7944
合计		1,974.00	100

9、2011年10月，第二次股权转让

2011年8月，香港郁金香分别与北京智百扬等8家公司签订股权转让协议，将其持有的郁金香有限26.8240%股权转让给上述公司，其他股东均申明放弃优先受让权利。

经核查，并根据郁金香传播、香港郁金香的确认，本次股权转让实际系引入境内投资者的过程，股权转让的转让价格以郁金香有限11.64亿元的估值为定价依据。

具体股权转让份额及转让价格约定如下：

序号	转让方	受让方	转让价格（万元）	转让股权份额（%）
1	香港郁金香	北京智百扬	3,900	3.3510
2		成都禅悦	4,092	3.5150
3		上海慧裕	4,000	3.4360
4		上海聚丰	2,500	2.1480
5		上海鸣瑞	1,500	1.2890
6		上海狮电	5,000	4.2950
7		上海欣香	9,207	7.9100
8		沈阳悟石	1,024	0.8800
合计			31,223	26.8240

2011年9月20日，郁金香有限取得了上海市商委出具的沪商外资批[2011]3024号《市商务委关于同意郁金香广告传播（上海）有限公司股权转让的

批复》。2011年10月13日，郁金香有限取得了上海市工商局准予变更登记通知书。

此次变更后，郁金香有限股权结构如下：

序号	股东	出资额（万美元）	占比（%）
1	上海银久	592.2000	30.0000
2	Wise Genesis	377.7900	19.1384
3	Fame Hill	209.9900	10.6379
4	上海欣香	156.1442	7.9100
5	Panpacific	123.8900	6.2763
6	上海狮电	84.7965	4.2950
7	成都禅悦	69.3974	3.5150
8	上海慧裕	67.8372	3.4360
9	北京智百扬	66.1413	3.3510
10	上海聚丰	42.3982	2.1480
11	Yumi	31.5800	1.6000
12	BNO	31.2500	1.5831
13	Switch	31.2500	1.5831
14	Asha	30.8500	1.5628
15	上海鸣瑞	25.4389	1.2890
16	沈阳悟石	17.3663	0.8800
17	上海鑫秩	15.6800	0.7944
合计		1,974.0000	100

10、2012年6月，整体变更为股份有限公司

2012年4月28日，经郁金香有限董事会通过，由现有股东作为发起人，以郁金香有限2012年1月31日经审计的净资产29,890.79万元为出资，以2.0013:1折合股份14,935.96万股，将公司整体变更为股份有限公司。每股面值1元，共计入股本14,935.96万元，其余部分计入资本公积。

2012年5月11日，公司取得了上海市商委的沪商外资批[2012]1330号《市商务委关于同意郁金香广告传播（上海）有限公司改制为外商投资股份制企业的批复》。

在股份制改制过程中，考虑到郁金香传播发展的需要，各发起人希望进一步充实股份公司股本。2012年6月2日，经郁金香有限董事会通过，由现有股东作为发起人，各发起人签订新的《关于设立郁金香广告传播（上海）股份有限公司发起人协议》，以郁金香有限2012年1月31日经审计的净资产298,907,903.86元为出资，以1.8116:1的比例折合股份总额16,500万股，将公司整体变更为股份有限公司。每股面值1元，共计入股本16,500万元，其余部分计入资本公积金。

2012年6月18日，公司取得上海市商委出具的沪商外资批[2012]1868号《市商务委关于同意调整郁金香广告传播（上海）有限公司股本总额及注册资本的批复》，同意更改“沪商外资批[2012]1330号”批复的部分内容，郁金香广告传播（上海）股份有限公司的股本总额和注册资本分别调整为1.65亿股和1.65亿元。

2012年6月19日，公司取得上海市人民政府核发的批准号为商外资沪股份字[2005]3517号的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2012年6月21日，众华出具了沪众会字[2012]第2167号《验资报告》，对公司整体变更的净资产折股情况进行了验证。

2012年6月22日，公司召开创立大会，审议通过股份公司设立事宜。

2012年6月29日，公司在上海市工商局完成了变更登记。

此次变更后，郁金香传播股权结构如下：

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）
1	上海银久	4,950.0000	30.0000
2	Wise Genesis	3,157.8360	19.1384
3	Fame Hill	1,755.2535	10.6379
4	上海欣香	1,305.1500	7.9100
5	Panpacific	1,035.5895	6.2763
6	上海狮电	708.6750	4.2950
7	成都禅悦	579.9750	3.5150
8	上海慧裕	566.9400	3.4360
9	北京智百扬	552.9150	3.3510

10	上海聚丰	354.4200	2.1480
11	Yumi	264.0000	1.6000
12	BNO	261.2115	1.5831
13	Switch	261.2115	1.5831
14	Asha	257.8620	1.5628
15	上海鸣瑞	212.6850	1.2890
16	沈阳悟石	145.2000	0.8800
17	上海鑫秩	131.0760	0.7944
合计		16,500.0000	100

股份公司成立后，截至本报告书签署日，郁金香传播的股权结构和注册资本均未发生变更。

（三）历史境外上市架构的建立和解除过程

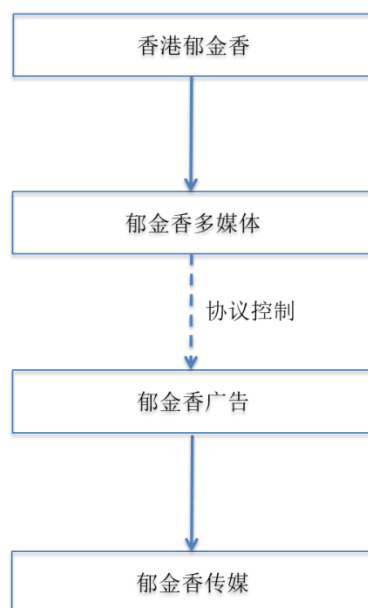
1、境外上市及协议控制架构的建立

（1）协议控制架构的建立

2006年，郁金香广告拟于境外申请上市，建立了境外拟上市主体香港郁金香、境内外商独资企业郁金香多媒体、并通过郁金香多媒体协议控制郁金香广告及郁金香传媒的境外上市法律架构。有关香港郁金香、郁金香多媒体以及郁金香广告、郁金香传媒的基本情况参见本节“二/（二）郁金香传播设立及历史沿革、（三）历史境外上市架构的建立和解除过程”以及“五、交易标的参控股子公司情况”。

2006年4月，郁金香多媒体与郁金香广告及郁金香传媒签订下列协议：《技术转让协议》、《商标和商号转让协议》、《资产收购协议》、《独家技术服务协议》、《商标和商号许可协议》、《租赁及服务协议》，郁金香多媒体与郁金香广告全体股东及郁金香传媒全体股东签订《担保协议》，香港郁金香与郁金香广告及其全体股东、郁金香传媒及其全体股东签订《股权未来转让协议》，郁金香多媒体协议控制郁金香广告及郁金香传媒。

上述协议签订后，香港郁金香、郁金香多媒体、郁金香广告及郁金香传媒控制结构如下：



(2) 香港郁金香、郁金香广告股东的股权安排

郁金香传播协议控制郁金香广告后，郁金香广告的股权结构为名义持股，郁金香广告股东的实际权益归属将体现在香港郁金香股东层面。

香港郁金香于 2002 年 10 月 7 日于香港设立，注册编号为 816907，设立时法定股本港币 10,000 元，发行股本 10,000 股，王敏、庄泳持股比例分别为 80%、20%。2006 年 5 月，香港郁金香进行了股权结构调整、股权转让，具体包括：

①香港郁金香以 4,000,000 美元的价格回购王敏持有的 595 股股份；

②香港郁金香法定股本由港币 10,000 元增加至港币 100,000 元，其中普通股 75,000 股（每股面值港币 1 元），优先股 25,000 股（每股面值港币 1 元）；

③王敏将其持有的香港郁金香 653 股普通股以港币 100 元的价格转让给庄泳，将其持有的香港郁金香 708 股普通股以 2,500,000 美元的价格转让给 China Alliance Investment Limited；

④香港郁金香以港币 2,195 元的价格向 Media Partners International(HK) Limited 发行 2,195 股普通股，以 26,000,000 美元的价格向 Warburg Pincus Private Equity IX, L.P 发行 3,867 股优先股。

前述股权变动完成后，香港郁金香股权结构如下：

序号	股东	持股数量（股）	股本占比（%）
----	----	---------	---------

1	王敏	6,044	39.0767
2	庄泳	2,653	17.1526
3	China Alliance	708	4.5775
4	Warburg Pincus (优先股)	3,867	25.0016
5	Media Partners	2,195	14.1915
	合计	15,467	100

在上述境外上市及协议控制架构中，王敏及其一致行动人庄泳合计持有香港郁金香 56.23%的股权，王敏为香港郁金香、郁金香传播及郁金香广告的实际控制人。王敏在香港郁金香设立后，于 2005 年就境外投资事宜于国家外汇管理局上海分局办理了境内居民个人境外投资外汇登记。

2006 年 4 月，郁金香广告原股东王敏、陈蔚莉、葛薇、张磊、陈喆、陶淑茵、王巍分别将其持有的部分郁金香广告股权转让给 Warburg Pincus 指定的名义持有人周朗朗（相关情况参见本节“五/（一）上海郁金香广告有限公司”）。

上述股权调整后，郁金香广告股东王敏、陈蔚莉（系庄泳母亲）、周朗朗的权益已经体现在香港郁金香股权结构中，郁金香广告其他剩余小股东葛薇、张磊、陈喆、陶淑茵、王巍等当时未持有香港郁金香股权的郁金香广告境内自然人股东将在办理完毕境内居民个人境外投资外汇登记手续后取得香港郁金香部分股权，具体股权比例将在取得香港郁金香股权时协商确定。由于未能办理境内居民个人境外投资外汇登记手续，葛薇、张磊、陈喆、陶淑茵、王巍事实上一直未能取得香港郁金香股权（上述自然人后续于境外上市架构解除过程中，分别以受让股权或认购发行股份等方式间接持有郁金香传播股权，具体情况参见本节“二/（三）/2/（3）境外上市及协议控制架构解除过程”相关内容）。

2、境外上市架构的解除

（1）境外架构解除前，香港郁金香股东最终权益持有人情况

根据香港郁金香全体股东及最终权益持有人出具的《确认函》及林锡光陈啟鴻律师行出具的法律意见书、LyntonSpencer 律师事务所出具的法律意见书，香港郁金香于 2011 年境外上市架构解除前的股东及最终权益持有人情况如下：

序号	香港郁金香股东名称	最终权益持有人	持股比例（%）
1	王敏	王敏	38.08

2	庄泳	庄泳	16.15
3	China Alliance	Chen Junyuan	9.53
4	Warburg Pincus	Warburg Pincus	13.74
5	Onachieve	顾嘉莉	2.40
6	Royaltime	陈国泰	2.40
7	All Beyond	Warburg Pincus	15.33
8	Harvest	林嫣红	2.37
合计			100.00

(2) 境外架构解除的具体安排

根据王敏、庄泳、Warburg Pincus、Chen Junyuan、顾嘉莉、陈国泰和林嫣红出具的确认函，2011年，为满足境内上市要求，香港郁金香全体股东及最终实际权益持有人一致同意香港郁金香持有之郁金香有限股权分别转让给香港郁金香最终实际权益持有人控制的境内外公司，解除境外上市架构，同时对郁金香有限管理层进行股权激励并引入境内财务投资者，具体安排如下：

①为激励郁金香有限管理层，香港郁金香将其持有之郁金香有限的2.3944%股权分别转让给郁金香有限之管理层持股公司 Yumi 及上海鑫秩；

②为引入境内财务投资者，香港郁金香将其持有之郁金香有限的26.82%股权转让给境内财务投资者；

③除上述转让给郁金香有限管理层及境内投资者的股权外，香港郁金香将其持有之郁金香有限70.7856%股权分别转让给香港郁金香最终权益持有人分别控制的境内、境外公司，其中，香港郁金香将其持有之郁金香有限30%的股权转让给王敏控制的上海银久，剩余郁金香有限40.7856%的股权按其他最终权益持有人于香港郁金香的持股比例分配后分别转让给其他最终权益持有人控制的境内外公司；

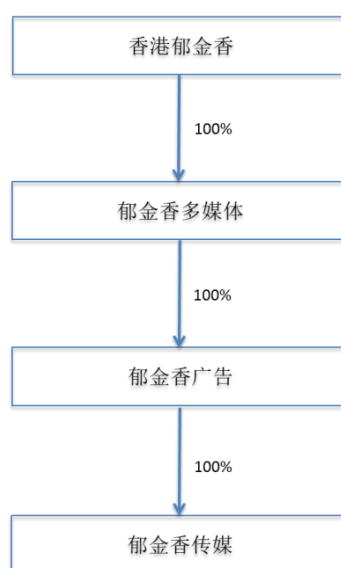
④王敏及庄泳承诺将负责解决郁金香广告小股东葛薇、张磊、陈喆、王巍、陶淑茵后续期间接受让郁金香有限股权事宜。

(3) 境外上市及协议控制架构解除过程

①2009年11月，解除协议控制并收购郁金香广告100%股权

2009年11月，郁金香多媒体、郁金香广告、郁金香传媒签署《关于终止<租赁及服务协议>、<独家技术服务协议>、<商标和商号许可协议>及相关协议的协议书》，约定2006年4月26日各方签订的业务重组协议自2010年1月1日起不再履行。

2009年11月，郁金香多媒体受让郁金香广告100%股权（相关情况参见本节“五/（一）上海郁金香广告有限公司”）。本次郁金香广告股权转让完成后，香港郁金香、郁金香多媒体、郁金香广告及郁金香传媒股权结构如下：



②2011年8月，香港郁金香将其持有的郁金香有限（郁金香多媒体2010年更名为郁金香有限）73.18%的股权分别转让给香港郁金香最终权益持有人及郁金香有限管理层持股或控制的上海银久、Wise Genesis、Fame Hill、Panpacific、Yumi Media、BNO、Switch、Asha 和上海鑫秩（相关情况参见本节“二/（二）郁金香传播设立及历史沿革”）。

本次股权转让系以注册资本为依据的价格进行转让，香港郁金香基于有关税务主管部门的纳税调整要求缴纳了其就转让郁金香有限股权给上海银久和上海鑫秩所应缴纳的所得税。鉴于有关税务主管部门并未对香港郁金香转让郁金香有限股权给 Wise Genesis、Fame Hill、Panpacific、Yumi、BNO、Switch、Asha 事宜进行纳税调整，香港郁金香并未缴纳相应所得税。香港郁金香承诺，如未来有关税务主管部门对转让郁金香有限股权给 Wise Genesis、Fame Hill、Panpacific、Yumi、BNO、Switch、Asha 事宜进行纳税调整，香港郁金香将根据有关税务主

管部门的要求缴纳相应的所得税。

③2011年10月，香港郁金香将其持有的郁金香有限26.82%的股权分别转让给境内投资者上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞和沈阳悟石（相关情况参见本节“二/（二）郁金香传播设立及历史沿革”）。香港郁金香已就本次股权转让缴纳了相应的所得税。

④2012年9月，王敏将所持有的上海银久股权转让给原郁金香广告股东张磊、陈喆、王巍、陶淑茵（相关情况参见本报告书“第三章/第一节/二/（一）上海银久”）。

⑤葛薇已取得香港永久性居民身份证，王敏一致行动人庄泳解决其利益安排问题。2012年9月，Fame Hill发行新股，发行价格为港币1元/股，庄泳获分配7,980股，葛薇获分配2,019股（相关情况参见本报告书“第三章/第一节/二/（三）Fame Hill”）。

经核查，郁金香传播前身郁金香多媒体系于上海市浦东新区注册的外商投资企业。经核查税务机关确认的历年纳税申报表，郁金香传播自其设立至2008年之前享受企业所得税15%的优惠税率，自2008年后根据新税法等相关规定逐步过渡到25%的法定税率。郁金香传播于2011年解除红筹架构前后企业性质和注册地均未发生变化，且原于浦东新区设立的内资企业亦按15%的税率缴纳企业所得税，因此其解除红筹架构时不存在需按照《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》的规定补缴企业所得税的情形。

3、境外上市架构解除后郁金香传播股权结构

境外上市架构解除后，截至本报告书签署日，原香港郁金香实际权益持有人及管理层持股公司持有郁金香传播股权情况如下：

实际权益持有人	持有持股公司 股权比例（%）	持股公司	持有郁金香多媒体 股权比例（%）
王敏	94.6166	上海银久	30.0000
张磊	2.1533		
陈喆	1.0767		
王巍	1.0767		
陶淑茵	1.0767		

Warburg Pincus	100.0000	Wise Genesis	19.1384		
庄泳	79.8100	Fame Hill	10.6379		
葛薇	20.1900				
Chen Junyuan	100.0000	Panpacific	6.2763		
顾嘉莉	100.0000	BNO	1.5831		
陈国泰	100.0000	Switch	1.5831		
林嫣红	100.0000	Asha	1.5628		
丁明生	98.7500	Yumi	1.6000		
罗甘	1.2500				
徐刚	62.4900	上海鑫秩	0.7944		
齐航	10.0100				
陈建平	5.0000				
许培康	5.0000				
陈嘉贤	3.7500				
邹峰	3.7500				
彭顺顺	2.5000				
王骞	2.5000				
高茹	2.5000				
郑丽莎	1.2500				
王钧	1.2500				
境内投资者				26.8240	
合计				100.0000	

根据王敏、庄泳、Chen Junyuan、顾嘉莉、陈国泰、林嫣红、葛薇、张磊、陈喆、王巍、陶淑茵以及 Warburg Pincus Private Equity IX, L.P 出具的《关于境外上市及协议控制架构的建立及解除过程相关问题之承诺函》，前述各方已确认郁金香传播境外上市及协议控制架构的建立及解除安排及实施过程系经香港郁金香全体股东及最终权益持有人以及原上海郁金香广告有限公司全体股东协商一致同意，系前述各方的真实意思表示，不存在任何股权代持行为，也不存在任何纠纷或潜在纠纷。若郁金香传播境外上市及协议控制架构的建立及解除安排及实施过程中存在任何纠纷、潜在纠纷或对郁金香传播股权产生任何争议而导致上市公司的任何损失，前述各方将承担相应的法律责任并向上市公司承担赔偿责任。

经核查，独立财务顾问和申请人律师认为：建立境外拟上市主体、境内外商

独资企业、协议控制郁金香广告的红筹法律架构过程已履行了有关法律法规规定的所必需的程序，符合外资、外汇、税收等有关法律、法规以及规范性文件的规定。

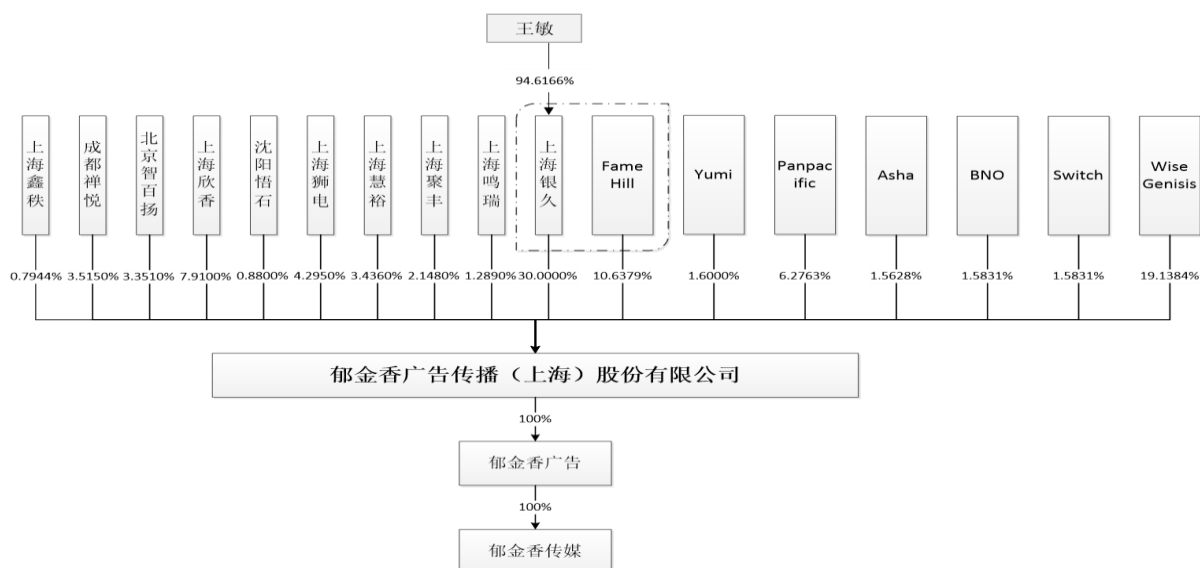
经核查，独立财务顾问和申请人律师认为：郁金香传播搭建、解除境外上市及协议控制架构时已履行了有关法律法规规定的所必需的程序，符合有关法律、法规以及规范性文件的规定。郁金香传播境外上市及协议控制架构的搭建及解除不会对本次交易产生实质性法律障碍。

（四）标的公司郁金香传播曾申请首次公开发行 A 股股票并上市的情况说明

标的公司郁金香传播曾于 2012 年 12 月 24 日向中国证监会发行部提交了首次公开发行股票申请文件，并于 2012 年 12 月 28 日取得中国证监会第 122228 号《中国证监会行政许可申请受理通知书》。在申请文件初步审核阶段，标的公司郁金香传播由于计划实施重大资本运作，向中国证监会提交了《关于撤回郁金香广告传播（上海）股份有限公司首次公开发行股票申请文件审查的申请》，并于 2014 年 6 月 4 日收到中国证监会《行政许可申请终止审查通知书》（【2014】86 号）。

三、股权结构及控制关系情况

截至本报告书签署日，郁金香传播股权结构及控制关系情况如下



四、控股股东和实际控制人及管理团队

（一）控股股东情况

截至本报告书签署日，上海银久持有郁金香传播 30% 股权，为郁金香传播单一第一大股东、控股股东，上海银久及其一致行动人 Fame Hill 合计持有郁金香传播 40.64% 股权（一致行动关系相关情况参见本节“四/（二）实际控制人”）。

上海银久具体情况参见本报告书“第三章/第一节/二/（一）上海银久”。

（二）实际控制人

截至本报告书签署日，郁金香传播实际控制人为王敏女士。（1）王敏通过控股上海银久间接控制公司 30.00% 的股权；（2）王敏、庄泳已于 2003 年 10 月 18 日签署《共同进退协议》，双方作为郁金香传播原控股股东香港郁金香的股东及董事，在香港郁金香行使表决权时达成共同进退协议。2011 年 6 月 30 日，郁金香传播主要创始人王敏、庄泳及其分别控制的公司上海银久、Fame Hill 签订了《一致行动协议》约定：“王敏、庄泳同意，自本协议签署之日起，双方作为公司创始人将继续在公司决策性事务上开展积极合作，确保上海银久和 Fame Hill 按照本协议的约定作为一致行动人行使公司股东权利，以维持王敏对公司的实际控制；上海银久和 Fame Hill 同意在本协议有效期间就本协议所述事项互为一致行动人”。而庄泳通过控股 Fame Hill 间接控制郁金香传播 10.64% 的股权。因此，王敏实际可支配郁金香传播 40.64% 的表决权，为郁金香传播实际控制人。

王敏女士，中国国籍，无境外居留权，身份证号 31010819610513****，1961 年 5 月出生，大专学历。王敏女士现任郁金香传播董事长兼总裁、郁金香广告执行董事、郁金香传媒执行董事、上海银久执行董事、上海鑫秩监事、香港郁金香董事。

（三）最近三年实际控制人未发生变化

自 2005 年 12 月郁金香传播设立至 2011 年 8 月香港郁金香向上海银久等 9 家公司转让所持部分郁金香传播股权前，香港郁金香一直持有郁金香传播 100% 股权，为其控股股东。上述期间，王敏及其一致行动人庄泳合计持有香港郁金香股权一直超过 50%，王敏为香港郁金香和郁金香传播的实际控制人。

自 2011 年 8 月上海银久受让郁金香传播股权以来至今，上海银久及其一致行动人 Fame Hill 一直合计持有郁金香传播 40.64% 股权，上海银久为郁金香传播控股股东。上述期间，王敏持有上海银久股权一直未低于 94.6166%，王敏为上海银久和郁金香传播的实际控制人。

最近三年，郁金香传播均由王敏控制，实际控制人未发生变化。

（四）管理团队

截至本报告书签署日，郁金香传播的管理团队及核心人员如下：

序号	姓名	在郁金香传播任职
1	王敏	董事长兼总裁
2	庄泳	副董事长兼副总裁
3	丁明生	董事兼副总裁
4	陈喆	董事兼财务负责人

上述人员简历如下：

1、王敏女士，1961年5月出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。历任上海西南飞帆广告有限公司副总经理、巍珂庆余广告有限公司副总经理、上海郁金香文化传播有限公司董事、成都郁金香广告有限公司董事、郁金香传媒董事、郁金香多媒体及郁金香有限董事长兼总经理。现任上海银久执行董事、郁金香广告执行董事、郁金香传媒执行董事、上海鑫秩监事、香港郁金香董事，郁金香传播董事长兼总裁。

2、庄泳女士，1972年8月出生，中国国籍，香港永久居留权，专科学历。国家游泳运动员，获得多项游泳世界冠军及奥运会冠军，并打破亚洲纪录。曾获国际运动健将、全国游泳十佳运动员、全国“三八”红旗手称号等荣誉称号。历任凤凰卫视中文台体育频道主持人、ESPN Star Sports 主持人、郁金香多媒体及郁金香有限董事兼副总经理。现任香港郁金香董事、Fame Hill 董事、Able Sea Trading Ltd.董事，郁金香传播副董事长兼副总裁。

3、丁明生先生，1957年12月出生，中国国籍，香港永久居留权，博士研究生学历。历任高盛（国际）有限公司投资银行部研究员，高盛（亚洲）有限公司投资银行部研究员，德意志银行香港分行全球公司金融部副总裁，中国有线传媒集团首席财务官，郁金香多媒体及郁金香有限首席财务官。现任 Yumi 董事，郁金香传播董事兼副总裁。

4、陈喆女士，1962年5月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。历任上海微型轴承厂会计、上海润讯通信发展有限公司会计、郁金香多媒体及郁金香有限董事兼财务经理。现任郁金香广告监事、香港郁金香董事，郁金香传播董事兼财务负责人。

五、交易标的参控股子公司情况

截至本报告书签署日，郁金香传播拥有一家全资子公司、一家二级子公司，并有一家参股公司（已吊销）。

（一）上海郁金香广告有限公司

1、基本情况

公司名称	上海郁金香广告有限公司
公司类型	一人有限责任公司（法人独资）
住所	上海市徐汇区南丹东路 109 号 4 幢 148 室
法定代表人	王敏
注册资本	303 万元
实收资本	303 万元
营业执照注册号	310114000365370
税务登记证	国/地税沪字 310104632071958 号
成立日期	1998 年 10 月 19 日
经营范围	设计、制作、发布、代理国内各类广告，礼仪策划，百货、建筑装潢材料、电脑、通讯器材的批发（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）

2、历史沿革

（1）1998 年 10 月，郁金香广告设立

1998 年 10 月 19 日，郁金香广告职工持股会与自然人王敏共同出资 150 万元，设立郁金香广告，取得企业法人营业执照。

1998 年 9 月 28 日，上海嘉申会计师事务所出具了嘉申会验[1998]第 1750 号验资报告，证实截至 1998 年 9 月 28 日，郁金香广告注册资本足额到位，均以货币资金出资。

郁金香广告成立时股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	郁金香广告职工持股会	82.50	55.00
2	王敏	67.50	45.00
	合计	150.00	100.00

根据上海市嘉定区体制改革办公室出具的嘉体改办[1998]第 71 号《关于同意组建上海郁金香广告有限公司职工持股会的批复》，郁金香广告职工持股会组建。

(2) 2001 年 12 月，增资

2001 年 12 月 19 日，经郁金香广告股东会决议通过，股东按持股比例增资至 303 万元。本次增资价格为每一元出资对应一元注册资本。

经核查，并根据郁金香广告、王敏、庄泳的确认，本次增资系为郁金香广告业务发展之需要。

2001 年 12 月 20 日，上海同诚出具了同诚会验[2001]第 6044 号验资报告，证实截至 2001 年 12 月 20 日，新增注册资本已足额到位，均以货币资金出资。

2001 年 12 月 26 日，郁金香广告就本次增资事宜办理了工商变更登记。

本次增资后，郁金香广告股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	郁金香广告职工持股会	166.65	55.00
2	王敏	136.35	45.00
	合计	303.00	100.00

(3) 2002 年 10 月，解散职工持股会，第一次股权转让

2002 年 4 月 20 日，经郁金香广告职工持股会决议通过，解散持股会。2002 年 4 月 28 日，经郁金香广告股东会决议通过，解散职工持股会，原职工持股会所持股权，以注册资本为作价依据，转让给 7 位自然人。

经核查，并根据郁金香广告、王敏、庄泳的确认，本次股权转让系因当时职工持股会中的部分员工将从郁金香广告离职，故决定解散职工持股会并将职工持股会所持股权转让给仍在郁金香广告任职的员工及部分亲友。经核查并根据郁金香广告、王敏、庄泳的确认，该次股权转让的受让方张磊、王怡、陶淑茵、王巍均为郁金香广告员工，葛薇为王敏的朋友，陈蔚莉系庄泳母亲并作为该等股权的名义持有人代庄泳受让上述股权，股权转让的转让价格以注册资本为定价依据。

2002 年 4 月 15 日，郁金香广告职工持股会与 7 位自然人签订股权转让协议，具体情况如下：

序号	转让方	受让方	对价（万元）	转让股权份额（%）
----	-----	-----	--------	-----------

1	职工持股会	王敏	77.2650	25.5000
2		陈蔚莉	54.0855	17.8500
3		葛薇	20.1495	6.6500
4		张磊	6.0600	2.0000
5		陶淑茵	3.0300	1.0000
6		王巍	3.0300	1.0000
7		王怡	3.0300	1.0000
		合计	166.6500	55.0000

2002年7月4日，上海同诚出具了同诚会验[2002]第1-753号验资报告，证实截至2002年6月30日，本次股权转让各方均已用现金交割。2002年7月8日，上海市嘉定区体制改革办公室作出同意撤销职工持股会批复。

2002年10月14日，郁金香广告就本次股权转让事宜办理了工商变更登记。

本次股权转让后，郁金香广告股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	王敏	213.615	70.5000
2	陈蔚莉	54.0855	17.8500
3	葛薇	20.1495	6.6500
4	张磊	6.0600	2.0000
5	陶淑茵	3.0300	1.0000
6	王巍	3.0300	1.0000
7	王怡	3.0300	1.0000
	合计	303.0000	100.0000

（4）2005年9月，第二次股权转让

2005年8月26日，经股东会决议通过，王敏与陈喆签订《股权转让协议》，将其持有的郁金香广告1%（计3.03万元）股权按注册资本以3.03万元的价格转让给陈喆；王怡与陈蔚莉签订《股权转让协议》，将其持有的郁金香广告1%（计3.03万元）股权按注册资本以3.03万元的价格转让给陈蔚莉。

经核查，并根据郁金香广告、王敏以及陈喆的确认，本次股权转让系因当时王怡从郁金香广告离职，陈喆加入郁金香广告而进行的股权转让，转让价格以注册资本为定价依据。

2005年9月9日，郁金香广告就本次股权转让事宜办理了工商变更登记。

本次股权转让后，郁金香广告股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	王敏	210.5850	69.5000
2	陈蔚莉	57.1155	18.8500
3	葛薇	20.1495	6.6500
4	张磊	6.0600	2.0000
5	陶淑茵	3.0300	1.0000
6	王巍	3.0300	1.0000
7	陈喆	3.0300	1.0000
	合计	303.0000	100.0000

（5）2006年5月，第三次股权转让

2006年4月，郁金香多媒体与郁金香广告及郁金香传媒签订业务重组协议，郁金香多媒体与郁金香广告全体股东及郁金香传媒全体股东签订《担保协议》，香港郁金香与郁金香广告及其全体股东、郁金香传媒及其全体股东签订《股权未来转让协议》，郁金香多媒体协议控制郁金香广告及郁金香传媒。此后，郁金香广告股权为名义股权，公司真实股权结构反应在香港郁金香中。

由于在协议控制结构下，香港郁金香在境内的运营公司郁金香广告中不持有股权，香港郁金香股东 Warburg Pincus 希望在郁金香广告中由其信任的境内人士持有相应股权。2006年4月28日，经郁金香广告股东会决议通过，王敏、陈蔚莉、葛薇、张磊、王巍、陶淑茵、陈喆分别与 Warburg Pincus 指定的周朗朗签订《股权转让协议》，将其持有的郁金香广告合计 25% 股权按注册资本转让给周朗朗，具体情况如下：

序号	转让方	受让方	对价（万元）	转让股权份额（%）
1	王敏	周朗朗	35.30	11.6502
2	陈蔚莉		25.00	8.2508
3	葛薇		8.82	2.9109
4	张磊		2.64	0.8713
5	王巍		1.33	0.4389
6	陶淑茵		1.33	0.4389

7	陈喆		1.33	0.4389
	合计		75.75	25.0000

经核查，本次股权转让实际系郁金香传播搭建境外上市及协议控制架构的过程，系应 Warburg Pincus Private Equity IX, L.P 的要求在郁金香广告股东层面反映其持有香港郁金香股权而应享有的郁金香广告权益而进行的股权转让，因此本次股权转让的转让价格以注册资本为定价依据。根据 Warburg Pincus Private Equity IX, L.P 出具的确认函，周朗朗系受 Warburg Pincus Private Equity IX, L.P 指示受让并名义持有上述郁金香广告 25% 股权，周朗朗系上述郁金香广告 25% 股权的名义持有人。

2006 年 5 月 16 日，郁金香广告就本次股权转让事宜办理了工商变更登记。

本次股权转让后，郁金香广告股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	王敏	175.2850	57.8498
2	周朗朗	75.7500	25.0000
3	陈蔚莉	32.1155	10.5992
4	葛薇	11.3295	3.7391
5	张磊	3.4200	1.1287
6	陶淑茵	1.7000	0.5611
7	王巍	1.7000	0.5611
8	陈喆	1.7000	0.5611
	合计	303.0000	100.0000

（6）2007 年 12 月，第四次股权转让

2007 年 11 月 29 日，经郁金香广告全体股东一致同意，周朗朗与赵一清签订《股权转让协议》，周朗朗将其所持郁金香广告 25% 的股权按注册资本以 75.75 万元的价格转让给赵一清，赵一清系 Warburg Pincus 指定的另一名境内人士。

经核查，本次股权转让实际系周朗朗根据 Warburg Pincus Private Equity IX, L.P 指示将其名义持有的郁金香广告 25% 的股权转让给另一 Warburg Pincus Private Equity IX, L.P 指定的名义持有人赵一清，本次股权转让的转让价格以注册资本为定价依据。

2007 年 12 月 7 日，郁金香广告就本次股权转让事宜办理了工商变更登记。

本次股权转让后，郁金香广告股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	王敏	175.2850	57.8498
2	赵一清	75.7500	25.0000
3	陈蔚莉	32.1155	10.5992
4	葛薇	11.3295	3.7391
5	张磊	3.4200	1.1287
6	陶淑茵	1.7000	0.5611
7	王巍	1.7000	0.5611
8	陈喆	1.7000	0.5611
	合计	303.0000	100.0000

(7) 2009年12月，第五次股权转让

2009年11月，香港郁金香放弃境外上市计划，转为以郁金香多媒体为主体在境内上市，因此相应解除相关境外上市、协议控制的架构。2009年11月25日，经郁金香广告全体股东一致同意，王敏、赵一清、陈蔚莉、葛薇、张磊、王巍、陶淑茵、陈喆分别与郁金香多媒体签订《股权转让协议》，将其所持郁金香广告全部股权按注册资本转让给郁金香多媒体，具体情况如下：

序号	转让方	受让方	转让价格（万元）	转让股权份额（%）
1	王敏	郁金香多媒体	175.2850	57.8498
2	赵一清		75.7500	25.0000
3	陈蔚莉		32.1155	10.5992
4	葛薇		11.3295	3.7391
5	张磊		3.4200	1.1287
6	陶淑茵		1.7000	0.5611
7	王巍		1.7000	0.5611
8	陈喆		1.7000	0.5611
	合计		303.0000	100.0000

经核查，本次股权转让实际系为满足境内上市要求解除境外上市及协议控制架构的过程，本次股权转让的转让价格以注册资本为定价依据。

2009年12月15日，郁金香广告就本次股权转让事宜办理了工商变更登记。

本次股权转让后，郁金香广告股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	郁金香多媒体	303.00	100
	合计	303.00	100

截至本报告书签署日，郁金香广告股权结构未发生变更。

3、简要财务数据

单位：万元

指标	2014.06.30/2014年 1-6月	2013.12.31/2013年	2012.12.31/2012年
资产总额	5,278.21	5,176.85	5,120.48
负债总额	3,923.23	3,829.18	3,868.44
所有者权益	1,354.98	1,347.67	1,252.04
营业收入	775.02	1,289.70	2,131.31
营业利润	9.79	180.02	-328.62
利润总额	9.79	215.51	-329.06
净利润	7.31	95.62	-247.03

注：以上数据已经审计。

（二）上海郁金香广告传媒有限公司

1、基本情况

公司名称	上海郁金香广告传媒有限公司
公司类型	一人有限责任公司（法人独资）
住所	上海市徐汇区宜山路 333 号 1 幢 803-8 室
法定代表人	王敏
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
营业执照注册号	310104000287611
税务登记证	国/地税沪字 310104763969901 号
成立日期	2004 年 6 月 16 日

经营范围	设计、制作、发布、代理各类广告，婚庆礼仪服务，利用自有媒体发布广告，从事货物进出口及技术进出口业务，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），计算机网络领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，计算机软件开发，计算机软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、电子产品、办公用品、建筑装潢材料、五金交电、日用百货、工艺礼品、机械设备、服装鞋帽、化妆品、针纺织品、钟表、眼镜（除角膜接触镜及护理液）、通讯器材、汽车装饰品、体育用品、洗涤用品、母婴用品、厨房用品、家居用品、家具、宠物用品、玩具、百货、家用电器、汽车配件（除蓄电池）、金银珠宝首饰的销售。（涉及许可经营的凭许可证经营）
------	--

2、历史沿革

(1) 2004 年 6 月，郁金香传媒设立

2004 年 6 月 16 日，郁金香广告与自然人徐勇谋共同出资 303 万元，设立郁金香传媒，取得企业法人营业执照。

2004 年 6 月 10 日，上海宏华出具宏华验字[2004]C3051 号验资报告，证实截至 2004 年 6 月 8 日，郁金香传媒注册资本已足额到位，均以货币资金出资。

郁金香传媒设立时，股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	郁金香广告	272.70	90.00
2	徐勇谋	30.30	10.00
	合计	303.00	100.00

注：徐勇谋系王敏配偶。

(2) 2006 年 2 月，增资

2006 年 2 月 7 日，经郁金香传媒股东会决议通过，注册资本增至 1,000 万元，新增注册资本由郁金香广告认缴。本次增资价格为每一元出资对应一元注册资本。

经核查，并根据郁金香广告、郁金香传媒的确认，本次增资系为郁金香传媒业务发展之需要。

2006 年 2 月 10 日，上海宏华出具了宏华验资[2006]0041 号验资报告，证明截至 2006 年 2 月 8 日，新增注册资本已足额到位，均以货币资金出资。

2006 年 2 月 21 日，郁金香传媒就本次增资事宜办理了工商变更登记。

本次变更后，公司股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	郁金香广告	969.70	96.97
2	徐勇谋	30.30	3.03
	合计	1,000.00	100.00

（3）2008年7月，股权转让

2007年12月19日，经郁金香传媒股东会决议通过，徐勇谋与郁金香广告签订《股权转让协议》，徐勇谋将其所持郁金香传媒3.03%股权（计30.3万元）以30.3万元的价格转让给郁金香广告。

经核查，本次股权转让的转让方徐勇谋系郁金香传媒实际控制人王敏的丈夫，本次股权转让系王敏实际控制下的郁金香广告和郁金香传媒的内部重组行为，转让价格以注册资本为定价依据。

2008年7月9日，郁金香传媒就本次股权转让事宜办理了工商变更登记。

本次股权转让后，郁金香传媒股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	占比（%）
1	郁金香广告	1,000.00	100
	合计	1,000.00	100

截至本报告书签署日，郁金香传媒股权结构未发生变更。

3、简要财务数据

单位：万元

指标	2014.06.30/2014年 1-6月	2013.12.31/2013年	2012.12.31/2012年
资产总额	30,882.34	35,450.17	36,555.24
负债总额	23,525.16	28,797.11	31,370.91
所有者权益	7,357.18	6,653.06	5,184.33
营业收入	12,556.97	42,834.71	40,574.36
营业利润	956.05	1,270.37	6,929.52
利润总额	956.05	1,771.22	7,133.47
净利润	704.12	1,468.73	5,310.22

注：以上数据已经审计。

（三）上海中畅商务咨询有限公司

郁金香传播的全资子公司郁金香广告拥有一家已吊销参股公司——上海中畅商务咨询有限公司（以下简称“上海中畅”），该公司成立于 2002 年 4 月 5 日，注册资本及实收资本均为 50 万元，上海商报文化发展有限公司（以下简称“商报文化”）持有其 51% 股权，郁金香广告持有其 49% 的股权。2004 年，上海中畅因未按时参加工商年检而被工商行政管理机构吊销营业执照。此后，郁金香传播曾与商报文化协商注销上海中畅，但因商报文化一直未办理相关注销手续，故至今上海中畅尚未能办理工商注销手续。郁金香广告一直未参与该公司实际经营，并已全额计提长期股权投资减值准备。郁金香传播已出具说明，确认上海中畅设立至今未发生导致郁金香传播面临任何法律风险之事宜，郁金香传播将继续与商报文化协商，争取尽快办理上海中畅相关注销手续。

六、郁金香传播最近两年及一期的财务数据及财务指标

根据众华出具的众会字[2014]第 4648 号《审计报告》。郁金香传播 2012 年、2013 年及 2014 年 1-6 月的主要财务数据（合并口径）如下：

（一）资产负债表简要数据

单位：万元

项目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31
流动资产合计	45,121.56	44,382.08	40,934.16
非流动资产合计	17,305.78	17,977.54	20,383.90
资产总计	62,427.34	62,359.61	61,318.06
流动负债合计	20,716.73	22,258.92	25,572.92
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	20,716.73	22,258.92	25,572.92
归属于母公司所有者权益	41,710.62	40,100.69	35,745.15
所有者权益合计	41,710.62	40,100.69	35,745.15

（二）利润表简要数据

单位：万元

项目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2013 年较 2012 年变动额
营业收入	22,472.43	45,911.01	44,710.37	1,200.64
营业成本	14,957.20	29,778.75	27,153.16	2,625.60
毛利	7,515.23	16,132.26	17,557.21	-1,424.95
营业税金及附加	507.56	1,109.73	1,191.46	-81.73
销售费用	2,385.26	5,358.15	5,308.47	49.68

管理费用	1,070.06	2,662.85	1,922.51	740.34
财务费用	529.73	999.36	875.35	124.01
资产减值损失	856.61	920.06	711.80	208.26
营业利润	2,166.01	5,082.12	7,547.62	-2,465.51
营业外收入	-	956.74	208.27	748.47
营业外支出	-	305.80	312.65	-6.85
利润总额	2,166.01	5,733.05	7,443.24	-1,710.19
所得税费用	556.09	1,377.51	1,915.03	-537.52
净利润	1,609.93	4,355.54	5,528.21	-1,172.66
归属于公司所有者的净利润	1,609.93	4,355.54	5,528.21	-1,172.66

郁金香传播 2013 年较 2012 年净利润下滑的主要原因为：（1）公司近年来加大代理屏幕业务发展，实施屏幕资源的全国网络化布局，导致自有屏幕和独家代理屏幕毛利有所下降；（2）由于偶发性原因导致部分期间费用上升；（3）计提坏账准备导致资产减值损失增加。具体分析如下：

1、毛利下降分析

近两年，郁金香传播的营业收入及营业成本构成情况如下表所示：

单位：万元

屏幕性质	2013 年度			2012 年度			变动率		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
一、户外 LED 屏幕	44,296.02	28,280.18	36.16%	43,258.61	25,875.38	40.18%	2.40%	9.29%	-4.03%
1、自有屏幕	21,971.83	9,619.62	56.22%	23,846.54	10,195.00	57.25%	-7.86%	-5.64%	-1.03%
2、独家代理	17,516.04	16,076.40	8.22%	16,586.03	14,122.20	14.85%	5.61%	13.84%	-6.64%
3、一般代理	4,808.15	2,584.16	46.25%	2,826.04	1,558.18	44.86%	70.14%	65.84%	1.39%
二、户外传统大牌	1,614.99	1,498.57	7.21%	1,451.76	1,277.78	11.98%	11.24%	17.28%	-4.78%
合计	45,911.01	29,778.75	35.14%	44,710.37	27,153.16	39.27%	2.69%	9.67%	-4.13%

近两年，郁金香传播的毛利构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2013 年度		2012 年度		变动	
	毛利	毛利占比	毛利	毛利占比	变动额	变动率
一、户外 LED 屏幕	16,015.84	99.28%	17,383.24	99.01%	-1,367.40	-7.87%
1、自有屏幕	12,352.21	76.57%	13,651.54	77.75%	-1,299.33	-9.52%
2、独家代理	1,439.64	8.92%	2,463.83	14.03%	-1,024.19	-41.57%
3、一般代理	2,223.99	13.79%	1,267.87	7.22%	956.12	75.41%

二、户外传统大牌	116.42	0.72%	173.98	0.99%	-57.56	-33.08%
合计	16,132.26	100.00%	17,557.21	100.00%	-1,424.95	-8.12%

近两年，郁金香传播以自有屏幕为基础，有序推进独家代理和一般代理屏幕资源的开发。其中，自有屏幕及独家代理业务毛利下降的原因如下：

（1）自有屏幕业务分析

自有屏幕广告业务一直是郁金香传播毛利的最主要来源，2012年及2013年其毛利占公司毛利总额比例分别为77.75%和76.57%。2013年，自有屏幕广告毛利较2012年下降1,299.33万元。毛利下降的原因在于客户一般同时购买多块屏幕广告，随着公司实施全国网络销售政策，代理屏幕的增加对自有屏幕广告收入有所分流而其成本相对固定。但从总体来看，自有屏幕业务相对平稳，亦体现出公司核心价值资源。

（2）独家代理业务分析

独家代理广告业务毛利2013年同比减少1,024.19万元，主要系2013年续签及新签四家独家代理合同，根据会计核算要求，独家代理成本在租赁期内按照直线法平均摊销计入当期损益，收入则需随着新增屏幕成熟平稳运行后逐步上涨。

2、部分期间费用上升

（1）管理费用

郁金香传播的管理费用主要包括人工费用、租赁及管理费、专业服务费等。郁金香传播2013年管理费用同比增加740.34万元，主要原因系：1）郁金香传播支付首次公开发行股份的相关中介机构服务费518.64万元，为偶发性费用；2）职工薪酬上升146.54万元。

（2）财务费用

最近两年，郁金香传播的财务费用分别为875.35万元和999.36万元，2013年财务费用增加的原因是公司短期借款的利息支出增加所致。

3、资产减值损失增加

最近两年，郁金香传播的资产减值损失分别为711.80万元和920.06万元，

均为计提的应收账款坏账准备，2013 年资产减值损失增加的原因是公司应收账款余额增加以及部分应收账款账龄增加所致。

随着郁金香传播进行全国屏幕媒体的网络化布局，代理屏幕数量大幅增加，导致支付的代理费用有所增加且对自有屏幕业务造成一定的分流，从而出现经营业绩有所下滑情况。随着新签独家代理屏幕的广告业务量提高，以及一般代理屏幕由于合作方式灵活以及刊挂率较高其毛利及毛利率呈上涨趋势，公司业绩将不断提高。2014 年 1-6 月，郁金香传播实现的营业收入和净利润较 2013 年 1-6 月分别增长 1,741.01 万元和 1,037.36 万元，由于 LED 户外广告行业存在一定的季节性，一般下半年业绩明显好于上半年，预计公司 2014 年业绩较 2013 年将大幅提高。

（三）现金流量表简要数据

单位：万元

项目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	-4,009.35	933.28	7,374.82
投资活动产生的现金流量净额	-297.88	-1,895.88	-1,951.99
筹资活动产生的现金流量净额	-1,939.93	137.49	-1,365.65
现金及现金等价物净增加额	-6,247.16	-825.11	4,057.17

（四）主要财务指标

项目	2014.6.30/ 2014 年 1-6 月	2013.12.31/2013 年度	2012.12.31/2012 年度
资产负债率	33.19%	35.69%	41.71%
每股净资产（元）	2.53	2.43	2.17
毛利率	33.44%	35.14%	39.27%
净利润率	7.16%	9.49%	12.36%
基本每股收益（元）	0.10	0.26	0.34
加权平均净资产收益率	3.94%	11.49%	16.76%

七、郁金香传播的主营业务情况

（一）主营业务概述

郁金香传播是中国运营户外 LED 大屏幕媒体规模最大的广告公司之一，自 2005 年设立以来一直致力于户外 LED 大屏幕的媒体资源开发和广告发布业务。郁金香传播 2005 年建立第一块户外 LED 大屏幕，开启了中国户外 LED 大屏幕

媒体广告产业的序幕，作为该领域的开拓者和创新者，在中国最早经营户外 LED 大屏幕、最早引入异形 LED 屏幕。

截至本报告书签署之日，郁金香传播运营的屏幕媒体覆盖了全国近 90 个城市，包括四大直辖市以及 90% 的省会城市，运营的屏幕媒体数量为 224 块，屏幕面积达 31,797 平方米，保持行业领先地位。

户外 LED 屏幕媒体位于各个城市的商圈，覆盖人群的消费能力较高；而且商圈的高层建筑较为密集，有限的停车空间导致步行式交通普遍，使得户外 LED 广告的到达率较高，具有较强的广告效用。以“上海徐家汇商圈”为例，郁金香传播拥有 4 块自有屏幕，均位于商圈最核心的位置，东方商厦的 LED 屏幕媒体更是被业内冠以“屏王”的称号；该商圈是上海的商业中心、购物中心和交通中心，拥有 15 座写字楼、5 家百货商场、3 家专业数码产品商场、5 条地铁线路等，工作日人流量超过 14 万，周末人流量更是超过 21 万，持续大流量的高消费水平人流使得户外 LED 广告效用获得广告主的一致认可。

根据对屏幕媒体的开发和控制方式的不同，郁金香传播的屏幕媒体类型可以分为自有屏幕、独家代理屏幕和一般代理屏幕。其中：自有屏幕是指郁金香传播在与业主或合作方签署阵地租赁合同后，由郁金香传播负责建造、安装新屏或通过收购获得，产权归郁金香传播所有的户外大型 LED 屏幕。独家代理屏幕是指公司与合作方签署合作协议，取得该屏幕一定年限内的独家经营权。一般代理屏幕是指郁金香传播与合作方签订代理协议，在一定期限内通过购买固定时段、支付固定费用等方式将其纳入销售体系，获得该屏幕一定时段的代理权。

自 2005 年位于上海徐家汇东方商厦的第一块屏幕建成，郁金香传播开始进行全国屏幕媒体的网络化布局，从一线城市核心商圈的媒体资源点位开始，公司“多层次、广覆盖”的广告传播平台逐步构建。2005 年至 2007 年期间，郁金香传播的屏幕媒体以自有屏幕为主，媒体资源开发战略主要是凭借着行业的先发优势，优先于一线城市，特别是上海的最核心商圈进行布局，占领了最为优质的屏幕媒体资源。2007 年至 2009 年期间，郁金香传播开始进入北京、广州等其他一线城市进行媒体资源的开发，并与当地的屏幕媒体资源控制方进行深度合作，通过独家代理屏幕的方式，当地优质的屏幕媒体资源开始逐步被纳入郁金香传播的

媒体资源体系。2009 年以来，随着客户数量的增加和行业分布的丰富，多元化的投放需求开始对公司屏幕媒体的网络化程度提出了更进一步的要求，郁金香传播开始通过发展更为经济、灵活的一般代理屏幕的方式进入二、三线城市，迅速增强自身的媒体网络，逐步构筑了公司三种屏幕媒体类型有机结合、协调发展的广告传播平台。

目前，郁金香传播全国屏幕媒体的网络化布局和多层次广覆盖的广告传播平台已经建立，单体优质屏幕媒体点位和网络化媒体覆盖均得到了良好的发展，持续保持行业领先地位。

郁金香传播在向客户销售的过程中，可根据客户自身需求进行网络化的广告投放，实现跨屏幕、跨商圈、跨城市、跨地域的广告宣传，能够充分利用郁金香传播拥有的媒体网络优势，发挥出最优的广告效用，突出了媒体网络规模化的商业价值，同时在最大程度上实现了效益。

近年来，郁金香传播的业务发展稳步增长，业绩收入表现良好。近两年及一期，郁金香传播的营业收入分别为 44,710.37 万元、45,911.01 万元和 22,472.73 万元，净利润分别为 5,528.21 万元、4,355.54 万元和 1,609.93 万元。

（二）提供的主要服务

郁金香传播主要依托设置于全国各个城市商圈的标志性建筑、商厦以及购物中心外墙的户外 LED 大屏幕媒体进行广告发布业务。郁金香传播的屏幕资源具体情况如下：

1、自有屏幕

截至本报告书签署日，郁金香传播及下属公司自有户外 LED 屏幕 24 块，屏幕面积 6,913 平方米，使用情况良好，均拥有阵地租赁到期优先续约权。具体情况如下：

序号	阵地位置	屏幕面积 (平方米)	阵地租赁期限	抵押情况
1	上海徐家汇东方商厦	301.06	2005.6.1- 2014.12.31	最高额抵押借款，期限至 2015 年 12 月 31 日
2	上海陆家嘴西路正大广场 A	155.17	2007.1.10- 2017.1.9	最高额抵押借款，期限至 2015 年 12 月 31 日

3	上海陆家嘴西路正大广场 B	155.17	2007.1.10- 2017.1.9	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
4	上海港汇广场	147.00	2006.6.1- 2016.5.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
5	上海淮海路二百永新	172.06	2006.9.1- 2016.8.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
6	上海中融恒瑞国际大厦	109.82	2009.5.21- 2016.3.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
7	上海南京西路 1038 号“梅龙镇广 场”	239.62	2007.2.1- 2017.1.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
8	上海徐家汇美罗城	3000.00	2007.8.1- 2019.7.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
9	上海徐家汇太平洋百货	229.79	2014.1.1- 2018.12.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
10	广州中怡广场 A	371.40	2006.10.1- 2016.9.30	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
11	广州中怡广场 B	60.21	2006.10.1- 2016.9.30	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
12	沈阳置力商城	127.79	2007.4.1- 2017.3.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
13	杭州银泰百货	97.92	2007.5.1- 2017. 5.1	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
14	重庆市三峡广场安泰大厦	142.68	2007.1.22- 2018.1.21	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
15	天津市南京路 199 号“号外时尚 馆”墙面	145.15	2007.10.1- 2016.9.30	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
16	成都王府井百货二号店	132.71	2011.12.1- 2021.11.30	无
17	广州天河北路新达城广场	168.51	2008.2.1- 2018.1.30	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
18	深圳华强北赤尾大厦	184.32	2013.6.1- 2018.5.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
19	武汉光谷广场	214.95	2008.9.1- 2023.8.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
20	西安开元商城	94.62	2008.9.15- 2018.9.15	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
21	北京王府井工美大厦	182.97	2006.11.28- 2017.5.31	无
22	成都市 A 世界资讯广场	196.61	2008.4.1- 2018.3.31	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
23	郑州市华联商厦	150.92	2008.8.20- 2021.8.19	最高额抵押借款, 期限至 2015 年 12 月 31 日
24	杭州延安路 238 号“大光明眼睛”	132.14	2013.10.15- 2019.10.14	无

2、独家代理屏幕

截至本报告书签署日，郁金香传播及下属公司独家代理户外 LED 屏幕 18 块，屏幕面积 4,083 平方米，使用情况良好，均拥有代理期限到期优先续约权。具体情况如下：

序号	阵地位置	屏幕面积（平方米）	代理期限
1	南京大洋百货	237.89	2013.1.1-2017.12.31
2	北京来福士广场	173.00	2010.5.15-2019.5.14
3	北京中汇广场	324.40	2014.7.16-2015.7.15
4	北京京信大厦	758.66	2013.4.1-2016.11.30
5	北京西单大悦城 A	68.80	2011.4.15-2014.10.14
6	北京西单大悦城 B	68.80	2011.4.15-2014.10.14
7	北京丰联广场	277.00	2011.1.1-2018.12.31
8	武汉中山大道武汉工艺大楼	120.00	2011.1.1-2016.12.31
9	广州北京路步行街	178.28	2010.9.1-2018.8.31
10	南京金轮广场	265.42	2014.1.1-2018.12.31
11	无锡中山路红豆广场	288.00	2012.4.1-2019.3.31
12	武汉江汉路步行街中心广场	53.80	2013.1.1-2018.12.31
13	重庆解放碑商业大厦	184.32	2014.2.1-2015.1.31
14	北京京信大厦 LED 时钟	292.45	2012.6.1-2015.5.31
15	北京富力广场	202.00	2013.7.1-2016.6.30
16	长沙黄兴路步行街	147.46	2013.10.1-2020.9.30
17	上海汇金百货（虹桥店）	154.40	2013.10.1-2016.9.30
18	北京朝外大街东大桥环岛	288.58	2014.7.1-2017.6.30

3、一般代理屏幕

近年来，郁金香传播的一般代理业务发展迅速，截至本报告书签署日，郁金香传播及下属公司一般代理户外 LED 屏幕 182 块，屏幕面积 20,801 平方米，使用情况良好。

4、传统广告牌

截至本报告书签署日，郁金香传播及下属公司户外传统广告牌 6 处，屏幕面积 1,241.95 平方米，使用情况良好，均拥有阵地租赁到期优先续约权。

5、户外 LED 资源的媒体价值

郁金香传播的户外 LED 大屏幕由于位于城市主商圈、交通干道和地标建筑等黄金位置，人流量和车流量相当密集，区域影响力大，且屏幕一般都为超大尺

寸、画面清晰度高、可视距离远范围广，在户外环境下具有强大的视觉冲击力，充分保证了受众对广告信息的关注，具有重大的媒体价值。

目前，郁金香传播自有及独家代理的部分标志性户外 LED 屏幕的媒体价值情况如下：

屏幕图片	位置及面积	媒体优势
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 上海徐家汇美罗城； ➤ 球半径 20 米,约 3000 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 处于上海商业中心徐家汇商圈；
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 上海徐家汇东方商厦； ➤ 301.06 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地铁、多条公交线路及长途汽车站环伺左右,周边有东方商厦、太平洋百货、港汇广场、美罗城等高档购物、办公场所； ➤ 独一无二的媒体造型,极具视觉冲击力及广告创造力；
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 上海徐家汇太平洋百货； ➤ 229.79 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 可视范围广,覆盖整个地区
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 上海南京西路梅龙镇广场； ➤ 239.62 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于上海顶级办公、消费中心的南京西路,周边密布办公、购物中心,如恒隆广场、中信泰富及上海商城等,其中汇聚了诸多世界顶级时尚品牌,如 LV, DIOR, Salvatore Ferragamo, CHANEL, HERMES ➤ 贴近人车流,正对视线 ➤ 有效覆盖高端商务人群和高消费力购物者

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 上海陆家嘴正大广场; ➤ 155.17 平方米 x 2 块; 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 坐落于浦东陆家嘴 CBD,设置在购物、餐饮、娱乐中心正大广场的正门外墙面,面向陆家嘴中心区域 ➤ 周边分布着众多金融办公中心,最热门旅游景点(东方明珠和金茂大厦,上海环球金融中心) ➤ 有效覆盖金融、贸易精英及高购买力消费者
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 北京东三环京信大厦; ➤ 758.66 平方米; 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于东三环中央商业区,覆盖区域中遍布顶级写字楼,五星级酒店,是在华世界 500 强企业总部的密集地 ➤ 面积巨大,正对东三环,极具视觉冲击力 ➤ 有效覆盖商业领袖、办公白领
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 北京东二环丰联广场; ➤ 277 平方米; 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于东二环中央商务区,靠近机场快轨(市区直达首都机场的轨道交通),覆盖高人车流 ➤ 北京唯一政府、商圈结合的大型户外 LED 媒体,紧邻朝阳门区政府、外交部、使馆区,同时覆盖中国石油大厦、中国石化大厦、中国海洋石油大厦、昆泰国际中心、中国人寿大厦、泛利大厦、联合大厦、MEN 财富中心和丰联广场等高档写字楼中的世界 500 强公司 ➤ 工体时尚圈的必经之路
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 广州中怡时尚广场; ➤ 一块屏幕 371.4 平方米、一块屏幕 60.21 平方米; 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于广州 CBD 天河的中心区域, ➤ 一块面天河路,面对广州 2010 亚运会主要场馆及广州城市快速公交系统(BRT)站台,一块面体育西路,正对天河城广场出入口,有效覆盖多向人车流 ➤ 正对视线,贴近人车流

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 南京新街口大洋百货； ➤ 237.89 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于南京最负盛名的新街口商圈，周边百货公司、现代化商贸金融楼宇林立，如中央商场、苏宁电器、万达广场等 ➤ 位于中山南路、淮海路路口，正对车流方向，覆盖高交通量 ➤ 视角广，无遮挡，冲击力强
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 深圳华强北赤尾大厦； ➤ 184.32 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于深圳第一主干道深南大道和深圳第一商业街华强北路的交汇处，周边写字楼、商场、电器、IT 卖场密集 ➤ 无遮挡，同时覆盖多向人车流 ➤ 正对视线，长可视距离
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 无锡中山路红豆广场； ➤ 288 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 目前无锡最大的户外 LED 大屏幕，位于无锡最高的地标性建筑——红豆广场，周边汇聚众多高档写字楼及商场 ➤ 屏幕视角广、无遮挡，冲击力强
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 武汉光谷广场； ➤ 214.95 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于鲁巷广场商圈，商圈内有大洋百货、苏宁电器、IT 卖场等多元化商业 ➤ 处在多条道路的汇集处，视野开阔，有效覆盖高交通量 ➤ 正对车流方向，视距长

6、部分 LED 屏幕及广告展示牌设置批文续期情况及其对日常经营的影响

(1) 部分 LED 屏幕及广告展示牌设置权续期情况

① 已取得设置批复情况

位于上海市肇嘉浜路 1068 号墙面的展示牌已经取得了上海市徐汇区绿化和市容管理局出具的《徐汇区绿化市容局关于准予户外广告设施设置的行政许可决定》(沪徐绿容许[2014]155 号)。

② 正在办理设置手续情况

公司位于广州天河区天河路 200 号“中怡时尚”购物广场的两处 LED 显示屏的设置原已取得广州市城市管理委员会于 2013 年 3 月 27 日出具的《户外广告设置审查意见书》，该设置意见有效期为一年，已于 2014 年 3 月 27 日到期。该两

处 LED 显示屏目前正在相关市容管理行政管理机构办理设置权续期手续，目前该两处 LED 显示屏都在正常使用过程中。根据公开市场信息查询，郁金香传播未因使用前述 LED 显示屏而受到相关市容管理行政机构的处罚。

（2）续期失败的补救措施

公司将根据相关规定及要求尽快办理户外广告设置的续期手续，降低公司经营风险。同时，上海银久、王敏以及庄泳已出具《承诺函》，承诺其对郁金香传播及其控股子公司因 LED 显示屏及展示牌未取得相关主管部门设置许可而导致的全部损失承担连带赔偿责任。

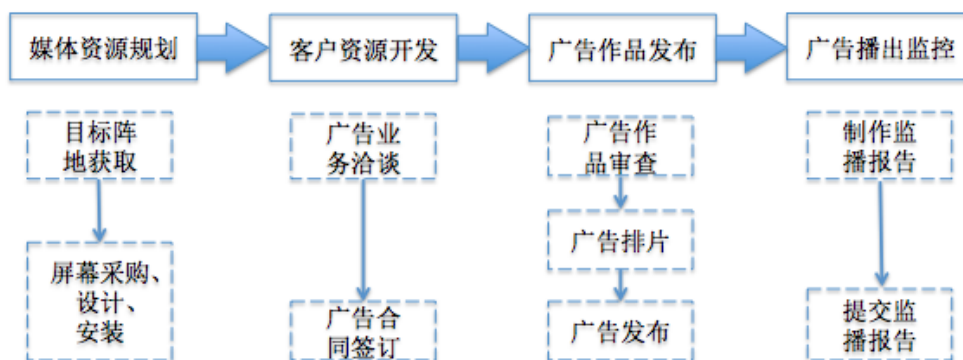
（3）续期失败对日常经营的影响

若该屏幕最终续期失败，其对公司的业务和业绩影响均较小。鉴于公司运营的屏幕媒体数量为 224 块，屏幕面积达 31,797 平方米，而公司未取得续期设置批文的屏幕 2 块，屏幕面积 431.61 平方米，占公司运营屏幕比例较小，且上述两块屏幕剩余折旧期限为 2 年，账面价值较小。

（三）业务流程及业务模式

1、业务流程

郁金香传播的业务运作流程图如下：



2、业务模式

郁金香传播主要通过自有屏幕、独家代理屏幕、一般代理屏幕等不同方式取得媒体资源，并通过自营或外包给其他方代理两种方式进行广告发布业务。具体业务模式如下：

（1）采购模式

①媒体资源采购

郁金香传播对媒体资源的采购主要集中于对屏幕设置点位场地使用权的采购和对屏幕媒体经营权的采购，具体的体现形式即场地租金和代理费用。公司对拟采购的媒体资源一般采取市场化议价的方式进行资源采购。具体而言，公司的媒体资源采购存在以下三种模式：

A.自有屏幕模式

自有屏幕的具体开发方式包括自建、收购、合作共建等，主要针对一线城市的优质屏幕和二线城市的核心屏幕。投入成本主要是初始的设备采购费用和每年的场地租金费用。

B.独家代理模式

独家代理模式主要是针对那些掌握着优质媒体资源，认可公司的运营能力，并愿意将媒体资源完全交由公司独家运营的合作方。投入成本主要是每年的独家代理费用。

C.一般代理模式

一般代理模式主要是针对那些公司认可其媒体价值，双方均有意愿进行合作，但尚未成熟到适合进行独家代理的合作方。

通过对以上三种媒体资源开发模式的深入运用，郁金香传播在满足客户日趋多元的广告投放需求并有效节约运营成本的基础上，构筑了一张多层次广覆盖的户外 LED 大屏幕媒体网络。

②屏幕设备采购

郁金香传播采购的屏幕设备主要为户外 LED 大屏幕媒体的显示屏屏体、屏幕控制系统、显示屏钢结构、屏幕空调系统以及其他配套设备等。公司通常采用比价方式进行屏幕设备采购。

(2) 销售模式

郁金香传播主要以自营方式开展广告发布业务，另有部分屏幕通过外包给其他方代理方式开展广告发布业务，其中，自营模式指公司在媒体资源上自营户外广告发布业务；外包模式指公司与合作方签订代理协议、授权合作方在一段时间内运营公司户外广告屏幕并向其收取代理费用的模式。目前，郁金香传播的外包模式仅为外包给一般代理商进行广告发布业务。

不同的销售模式下，郁金香传播收入确认的会计政策如下：

①自营模式

自营模式下，公司广告发布业务收入同时满足下列条件的予以确认：广告已经播出；收入的金额能够可靠计量；相关经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠计量。

②外包模式

外包模式下，公司广告发布业务收入按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算，同时满足下列条件的予以确认：收入的金额能够可靠计量；相关经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠计量。

(3) 定价模式

郁金香传播有一套完整的户外 LED 大屏幕媒体的屏幕估值模型和刊例价定价模型。根据每块屏幕媒体的面积、所处城市、日均人流量、区域定位、位置情况以及竞争程度为基础，参考并结合当前市场环境和其他竞争对手的报价水平，调整确定刊例价。在实际报价过程中，郁金香传播会根据动态折扣管理系统综合分析客户的播放时点、播放方式、屏幕组合的选择以及广告投放额度，并结合客户的重要性程度、历史合作期限等因素后给予一定的折扣，最终客户实际的广告投放价格即刊例价与折扣的乘积。

(4) 客户服务模式

广告上刊前，郁金香传播针对客户需求向客户提供媒体策略及建议。随后，公司根据广告合同约定的播放内容、播放时间、播放屏幕及播放频次，制作出相应的上刊排期表和播放文件。

广告上刊时，郁金香传播运用 Tulip Earth 地图系统搭载的实时监控系统，协助客户查看屏幕媒体的广告实时播放情况，为客户提供全面的增值服务。

广告上刊后，郁金香传播以内部监播控制与聘用独立第三方监播公司进行监播相结合的方式对广告发布情况进行监控。

在广告发布完成之后，郁金香传播根据客户需求提供投放效果评估服务，并根据客户反馈意见及时修订、完善广告投放的整体服务流程。

(四) 主要服务的销售情况

1、营业收入构成情况

郁金香传播近两年及一期的营业收入构成情况如下表：

单位：万元

项目	2014年1-6月		2013年度		2012年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一、户外LED屏幕	21,674.99	96.45%	44,296.02	96.48%	43,258.61	96.75%
1、自有屏幕	11,346.74	50.49%	21,971.83	47.86%	23,846.54	53.34%
2、独家代理	7,984.72	35.53%	17,516.04	38.15%	16,586.03	37.10%
3、一般代理	2,343.53	10.43%	4,808.152	10.47%	2,826.04	6.32%
二、户外传统大牌	797.44	3.55%	1,614.99	3.52%	1,451.76	3.25%
合计	22,472.43	100.00%	45,911.01	100.00%	44,710.37	100.00%

2、服务的主要客户群体

郁金香传播服务的客户群体整体质量较高，且行业分布广泛，主要集中于交通、酒、化妆日用、电子通讯、个人用品、商业服务、金融、娱乐休闲等行业。郁金香传播的部分客户品牌名单如下：

行业类型	客户（品牌）
汽车	    Audi Mercedes-Benz
酒类	    贵州茅台集团 水井坊 五加皮 泸州老窖
食品饮料	    可口可乐 KFC 蒙牛 光明 我家的乳品专家

手表	   
化妆品	   
电子产品	   
金融类	   
航空公司	   
电子通讯类	   
休闲娱乐	   

3、前五名客户情况

单位：万元

2014年1-6月		
客户名称	销售金额	营业收入占比
阳狮集团下属公司	3,032.05	13.49%
WPP集团下属公司	2,676.39	11.91%
四川汇金商贸有限公司	959.04	4.27%
HS Ad Inc	688.93	3.07%
广州峰博广告有限公司	680.19	3.03%
合计	8,036.59	35.76%
2013年度		
客户名称	销售金额	营业收入占比
WPP集团下属公司	5,377.78	11.71%
阳狮集团下属公司	4,837.42	10.54%
四川汇金商贸有限公司	3,058.12	6.66%
宏盟集团下属公司	1,799.60	3.92%
北京电通广告有限公司	1,506.15	3.28%
合计	16,579.06	36.11%
2012年度		
客户名称	销售金额	营业收入占比
WPP集团下属公司	6,775.77	15.15%
一汽-大众销售有限责任公司	3,739.03	8.36%
阳狮集团下属公司	2,472.72	5.53%
宏盟集团下属公司	2,181.86	4.88%

四川汇金商贸有限公司	1,777.08	3.97%
合计	16,946.46	37.90%

注：

1、凯帝珂广告（上海）有限公司、群邑（上海）广告有限公司均为 WPP 集团下属公司；

2、阳狮广告有限公司上海分公司、盛世长城国际广告有限公司、上海李奥贝纳广告有限公司均为阳狮集团下属公司；

3、广州恒美广告有限公司、北京恒美广告有限公司均为宏盟集团下属公司。

郁金香传播不存在向单个客户销售或受同一实际控制人控制的客户累计销售超过销售总额 50% 或严重依赖于少数客户，或该客户为公司关联方的情况。

（五）主要资源的供应情况

1、主要采购内容

郁金香传播的主要采购内容包括阵地租赁、代理媒体购买和用于 LED 屏幕建设及维修的屏体、硬件系统、软件系统等设备。

2、前五名供应商情况

单位：万元

2014 年 1-6 月		
供应商名称	金额	营业成本占比
北京咏琳阁文化传媒有限公司	3,657.49	24.45%
北京北广传媒城市电视有限公司	1,435.50	9.60%
广州天鸿房地产开发有限公司	431.82	2.89%
北京磊金广告有限公司	424.17	2.84%
上海徐家汇商城股份有限公司六百分公司	420.33	2.81%
合计	6,369.32	42.58%
2013 年度		
供应商名称	金额	营业成本占比
北京咏琳阁文化传媒有限公司	7,314.98	24.56%
北京北广传媒城市电视有限公司	3,476.14	11.67%
广州天鸿房地产开发有限公司	863.64	2.90%
北京磊金广告有限公司	863.35	2.90%
上海徐家汇商城股份有限公司六百分公司	840.67	2.82%
合计	13,358.78	44.86%
2012 年度		
供应商名称	金额	营业成本占比
北京蓝天新视野传媒广告有限公司	7,646.87	28.16%
北京北广传媒城市电视有限公司	3,363.56	12.39%

广州天鸿房地产开发有限公司	1,011.95	3.73%
北京磊金广告有限公司	912.50	3.36%
上海徐家汇商城股份有限公司六百分公司	720.00	2.65%
合计	13,654.88	50.29%

郁金香传播不存在向单个供应商采购或受同一实际控制人控制的供应商累计采购超过采购总额 50% 或严重依赖于少数供应商, 或该供应商为公司关联方的情况。

(六) 安全生产和环境保护情况

1、安全生产情况

郁金香传播所处的广告业属于服务业。公司及下属公司的经营管理活动不存在高危险的情况, 且均符合国家关于安全生产方面的要求。最近三年, 公司不存在违反安全生产相关法律法规、造成重大安全生产事故以及由于安全生产的原因受到处罚的情况。

2、环境保护情况

郁金香传播经营的业务不属于重污染行业, 不存在重污染的情况。公司及下属公司严格按照国家及地方的有关环境保护标准和规定执行, 其经营管理活动符合国家关于环境保护方面的要求。最近三年, 公司不存在违反环境保护相关法律法规以及由于环境污染原因受到环保部门处罚的情况。

(七) 质量控制情况

1、质量控制标准

郁金香传播严格遵照《广告法》、《广告管理条例》等法律法规的要求审查广告内容的合法合规性, 并按照《中华人民共和国电子行业标准—LED 显示屏检测方法》和《建筑施工高处作业安全技术规范》等规定开展户外 LED 大屏的竣工验收、安装、维护和保养工作。

2、质量控制措施

(1) 广告发布前的审核

根据《广告法》和《广告管理条例》等法律法规的要求, 广告发布者有责任查验所发布广告的有关证明文件并核实广告内容。为了确保所发布广告的合法性

和真实性。郁金香传播实行广告发布前的内部审核制度，在广告发布前需要严格审查广告主的主体资质、广告产品以及与广告内容相关的证明文件，并重点关注广告内容是否存在违法违规、内容不实、夸大宣传、误导消费等情形。

(2) 广告发布后的监播

广告监播是郁金香传播在广告发布之后用以确认广告播出事实、保证广告发布质量、完善客户服务管理的一项重要机制。郁金香传播采取内部监播控制与外部独立第三方监播检查相结合的模式，对户外 LED 大屏幕媒体的播放情况进行动态监控，对播放过程中所产生的问题作出及时反应，按时为客户提供监播报告，确保客户在获得广告信息高质量传播效果的同时体验到公司的优质服务。

3、产品质量纠纷处理情况

郁金香传播拥有完善的客户管理与维护机制，能够对客户的反馈意见做出及时的处理。公司的质量控制标准严格，质量控制措施得当，最近三年不存在重大质量纠纷的情况。

在广告发布的整体过程中，若发生错播、漏播或因其他原因需要补播时，公司会与客户保持及时且紧密的沟通，在双方协议的基础上提供合理的补救措施，确保错播、漏播或因其他原因需要补播的问题得到有效的解决。

八、郁金香传播的主要资产、负债状况、对外担保及抵押、质押情况

(一) 主要资产状况

截至 2014 年 6 月 30 日，郁金香传播的资产情况如下：

单位：万元

项目	金额	占比
货币资金	3,263.68	5.23%
应收票据	239.00	0.38%
应收账款	32,437.05	51.96%
预付款项	8,607.04	13.79%
其他应收款	569.79	0.91%
其他流动资产	5.00	0.01%
流动资产合计	45,121.56	72.28%
固定资产	9,807.68	15.71%
在建工程	133.60	0.21%
无形资产	17.13	0.03%

长期待摊费用	247.93	0.40%
递延所得税资产	4,807.14	7.70%
其他非流动资产	2,292.31	3.67%
非流动资产合计	17,305.78	27.72%
资产总额	62,427.34	100.00%

1、货币资金

截至 2014 年 6 月 30 日，郁金香传播的货币资金为 3,263.68 万元，占资产总额比例为 5.23%，主要为银行存款。

2、应收账款

(1) 应收账款基本情况

单位：万元

账龄	2014 年 6 月 30 日			2013 年 12 月 31 日			2012 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	25,618.84	70.60%	1,280.94	19,471.28	69.87%	973.56	17,009.19	78.42%	850.46
1-2 年	5,079.22	14.00%	507.92	5,109.92	18.34%	510.99	3,540.51	16.33%	354.05
2-3 年	4,262.32	11.75%	852.46	2,042.77	7.33%	408.55	51.20	0.24%	10.24
3 年以上	237.20	0.65%	237.20	152.91	0.55%	152.91	177.64	0.82%	177.64
单项计提	1,090.05	3.00%	972.05	1,090.05	3.91%	942.55	909.05	4.19%	795.05
合计	36,287.63	100%	3,850.58	27,866.93	100%	2,988.57	21,687.58	100%	2,187.44

截至 2014 年 6 月 30 日，郁金香传播的应收账款为 32,437.05 万元，占资产总额比例为 51.96%。公司应收账款较大的原因主要有以下两个方面：第一，公司应收账款的形成与公司收入确认的方式以及回款方式相关，公司确认收入后一般给予客户一定的信用期后才能收回款项；第二，随着公司业务的扩张以及营业收入规模的增长，公司应收账款相应增加。

虽然公司应收账款余额较大，但账龄在 2 年以内的应收账款余额占比为 84.60%，占比相对较大；2-3 年的应收账款余额占比为 11.75%，3 年以上长账龄的应收账款余额占比较低。

(2) 应收账款方情况

经过多年的发展，郁金香传播已与众多国际、国内知名公司建立了良好的、长期的战略合作关系。总体而言，郁金香传播的应收账款方呈现以下特点：

①客户行业分布广泛，并不依赖单一行业，涉及行业包括汽车、金融保险、酒类、化妆品、快消品、奢侈品等，此外还有中高端品牌及产品的营销推广活动。

②主要客户涵盖各行业的优质企业，其中：广告代理公司以国际 4A 广告公司为主，包括凯帝珂广告(上海)有限公司、盛世长城国际广告有限公司、广州恒美广告有限公司、群邑(上海)广告有限公司等；直接客户包括一汽大众销售有限责任公司、东风日产汽车销售有限公司、中国移动通信有限公司、内蒙古伊利实业集团股份有限公司等。上述主要应收账款方信誉良好，业务发展稳健，和郁金香传播保持良好的长期合作关系，不会产生重大坏账情况。

③此外，公司应收账款方还包括国内一般类广告代理公司，比如江西郁金香广告有限公司、北京精和美源广告有限公司、北京七色异维广告有限公司及深圳思飞扬广告有限公司等，其回款受其直接客户付款进度的影响，而其直接客户的付款又受制于其产品销售回款的影响，从而导致一般类广告代理公司对公司的回款普遍存在较长的周期。

(3) 期后回款情况

2014 年上半年，郁金香传播 2013 年末的应收账款余额回款 7,942.71 万元，占 2013 年末剔除已单项计提坏账准备的应收账款余额比重为 30%。2014 年 7 月，郁金香传播 2013 年末的应收账款余额回款 696.69 万元，其中 2-3 年的应收账款回款 450.00 万元，占 2-3 年的应收账款余额比例达 22.03%，长账龄的应收账款回款情况明显好转。

郁金香传播不同账龄下的应收账款均有较高的可回收性，具体情况如下：

①公司 2014 年加大对应收账款的管理，2014 年新增应收账款的回款情况良好，2014 年 1-7 月回款总额超过 1.4 亿元，回款情况良好。

②公司一直严格控制 3 年以上的应收账款发生。其中，2012 年末、2013 年末、2014 年 6 月末，3 年以上的应收账款余额分别为 177.64 万元、152.91 万元及 237.20 万元，金额相对很小。

③公司继续高度关注账龄在 1-3 年的应收账款的回款情况。截至本报告书签署日，部分客户向公司出具具体的还款计划，承诺将于 2014 年底偿还其 1-3 年

的应收账款。

同时，郁金香传播未来将进一步加强应收账款的管理，保障应收账款的可收回性处于较高水平，具体措施包括：

①公司将严格执行有关客户信用政策，对于一般类广告代理公司，审批人员需重点关注其代理的最终客户情况，除最终客户为信誉良好的知名品牌以及个别实力雄厚、合作时间长久、资质良好的广告公司外，审核人员将严格限制该类客户的信用期；对于初次合作的普通客户以及在以往合作中出现过非正当理由逾期付款或产生过坏账的客户，审核人员也将严格限制该类客户的信用期。

②公司将严格执行定期汇总应收账款情况，并督办相关业务人员对客户回款的督促工作。如果客户逾期未付款，销售人员应按照正规的流程与客户沟通开展催款工作，催收记录（包括往来函电）都需要妥善保存，并于每周向财务部门反馈催款进展。

③公司将严格执行并进一步完善对销售人员业绩考核的机制，将客户回款情况作为重要的考核指标之一，其与业务人员的薪酬直接挂钩，从而有效发动业务人员督促客户回款的主动性与积极性。

（4）坏账准备计提政策

①单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准	对于单项金额大于 100 万元的应收款项，当存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时，确认相应的坏账准备。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	根据该款项预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。

②单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项：

单项计提坏账准备的理由	当存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时，确认相应的坏账准备。
坏账准备的计提方法	根据该款项预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。

③按组合计提坏账准备应收款项：

确定组合的依据	
按款项性质的组合	对于未单项计提坏账准备的应收款项按款项性质特

	征划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收账款组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定各项组合计提坏账准备的比例，据此计算应计提的坏账准备。
按款项账龄的组合	对于未单项计提坏账准备的应收款项按账龄划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收账款组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定各项组合计提坏账准备的比例，据此计算应计提的坏账准备。
按组合计提坏账准备的计提方法	
按款项性质的组合	个别认定法
按款项账龄的组合	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)
1年以内(含1年)	5%
1至2年	10%
2至3年	20%
3年以上	100%

(5) 同行业可比公司坏账准备计提政策

可比公司	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
香榭丽传媒	1%	5%	30%	80%	80%	100%
凤凰都市传媒	0-3%	20%	50%	100%	100%	100%
省广股份(002400)	0.50%	10%	20%	100%	100%	100%
蓝色光标(300058)	0-2%	30%	100%	100%	100%	100%
浙报传媒(600633)	5%	10%	20%	50%	80%	100%
电广传媒(000917)	1-5%	10%	20%	50%	80%	100%
中视传媒(600088)	0%	5%	10%	30%	50%	100%
思美传媒(002712)	5%	10%	30%	50%	80%	100%
郁金香传播	5%	10%	20%	100%	100%	100%

郁金香传播应收款项坏账准备计提比例与可比上市公司水平基本相当，没有明显高于或低于同行业坏账准备计提范围。

(6) 应收账款坏账损失情况

单位：万元

项目	2014年1-6月	2013年度	2012年度
截至期末应收账款坏账准备余额	3,850.58	2,988.57	2,187.44
当期实际核销的应收账款金额	-	60.93	1.27

从上表可知，报告期内郁金香传播各期应收账款坏账准备余额大于实际核销的应收账款金额。

(7) 深圳郁金香、江西郁金香与郁金香传播不存在关联关系

深圳市郁金香广告有限公司（下称“深圳郁金香”）曾为郁金香传播的代理商，代理运营郁金香传播深圳和天津的两块 LED 屏幕。江西郁金香广告有限公司（下称“江西郁金香”）为广告代理公司，为郁金香传播的客户。除上述业务关系外，深圳郁金香和江西郁金香与郁金香传播不存在其他关联关系。

独立财务顾问及申请人会计师通过查阅深圳郁金香、江西郁金香及郁金香传播的工商登记资料，并对深圳郁金香、江西郁金香及郁金香传播主要负责人进行访谈，结合深圳郁金香、江西郁金香及郁金香传播分别出具的无关联关系确认函，各方均确认深圳郁金香、江西郁金香与郁金香传播之间不存在关联关系。

(8) 应收深圳郁金香款项预计无法收回的原因

郁金香传播为开拓深圳赤尾大厦屏幕业务，于 2008 年与具有当地资源和背景的深圳郁金香签署了《独家买断合同》及其《补充协议》，由深圳郁金香买断经营该显示屏 50% 广告时间，经营期限自 2008 年 5 月 15 日至 2011 年 8 月 14 日，代理费用合计 539 万元。另外，深圳郁金香还独家代理郁金香传播位于天津市南京路 199 号“号外时尚馆”墙面的 LED 屏幕，经营期限自 2008 年 12 月 1 日至 2010 年 11 月 30 日，代理费用合计 175 万元。上述屏幕在合作期间内未取得很好的效果，开发的客户数量达不到预期，合同到期后均未续签。

截至 2013 年 12 月 31 日，郁金香传播应收深圳郁金香款项 530 万元，预计无法收回，已全额计提坏账准备。通过对深圳郁金香、郁金香传播以及会计师的相关人员访谈，深圳郁金香的经营状况较差，对于拖欠的款项已无力偿还，因此郁金香传播预计该笔款项全额收回的可能性较低。

3、预付款项

截至 2014 年 6 月 30 日，郁金香传播的预付款项为 8,607.04 万元，占资产总额比例为 13.79%，主要是预付独家代理费、预付 LED 场租、预付一般代理费和预付大牌场租。

4、固定资产

郁金香传播的主要固定资产为从事户外 LED 大屏幕媒体广告发布业务的经营性设备。截至 2014 年 6 月 30 日，公司的固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
机器设备	25,499.46	15,811.09	-	9,688.38
运输工具	198.03	139.61	-	58.43
计算机及电子设备	322.78	262.08	-	60.71
办公设备	3.35	3.18	-	0.17
合计	26,023.63	16,215.95	-	9,807.68

(1) 房产及房屋租赁情况

截至本报告书签署日，郁金香传播及下属公司无房屋产权，所使用房屋均系租赁取得，使用情况良好。郁金香传播及下属公司已与出租方就租赁期限将在 2014 年年底到期的 8 处租赁物业续签了新的租赁合同，具体情况如下：

序号	租赁房屋	承租方	出租方	租赁期限	租赁面积 (平方米)	用途
1	北京朝阳区建外 SOHO A 座 2001、2003、2005 室	郁金香传播	刘时春	2014.9.20- 2015.9.19	587.78	办公
2	上海长宁区延安西路 1088 号 2609 室	郁金香传播	上海长峰房地产开 发有限公司	2014.8.16- 2017.8.15	151.66	办公
3	上海长宁区延安西路 1088 号 2701-2703 室	郁金香广告	上海长峰房地产开 发有限公司	2014.8.16- 2017.8.15	571.47	办公
4	上海长宁区延安西路 1088 号 2705 室	郁金香传播	上海长峰房地产开 发有限公司	2014.8.16- 2017.8.15	151.66	办公
5	上海长宁区延安西路 1088 号 2706 室	郁金香传播	上海长峰房地产开 发有限公司	2014.8.16- 2017.8.15	193.07	办公
6	上海长宁区延安西路 1088 号 2707 室	郁金香传媒	上海长峰房地产开 发有限公司	2014.8.16- 2017.8.15	151.66	办公
7	上海长宁区延安西路 1088 号 2708-2709 室	郁金香传媒	上海长峰房地产开 发有限公司	2014.8.16- 2017.8.15	303.63	办公
8	上海徐汇区宜山路 333 号 803-2 室	郁金香传播	上海洲海房地产开 发有限公司	2012.7.26- 2032.7.25	20.00	办公
9	上海徐汇区宜山路 333 号 803-8 室	郁金香传媒	上海洲海房地产开 发有限公司	2013.8.2- 2016.8.1	20.00	办公
10	广州天河区天河路 240 号丰兴 广场 C 座第 25 层 03-05 单元	郁金香传播	广东丰伟物业管理 有限公司	2014.7.16- 2015.7.15	475.05	办公

(2) 户外 LED 屏幕情况

截至本报告书签署日，郁金香传播及下属公司自有户外 LED 屏幕 24 块，独家代理户外 LED 屏幕 18 块，一般代理户外 LED 屏幕 182 块，使用情况良好，具体情况参见本节“七/（二）提供的主要服务”。

5、无形资产

（1）土地使用权

截至本报告书签署日，郁金香传播无土地使用权。

（2）商标权

截至本报告书签署日，郁金香传播共拥有 4 项注册商标，具体情况如下：

序号	注册商标	证书编号	核定服务项目	有效期限
1		3257305	第 35 类	2014.4.7-2024.4.6
2		3257306	第 35 类	2014.4.7-2024.4.6
3		3257307	第 35 类	2014.4.7-2024.4.6
4		5947395	第 35 类	2010.4.21-2020.4.20

（3）著作权

截至本报告书签署日，郁金香传播共拥有 8 项著作权，具体情况如下：

序号	著作名称	登记号	权利范围	首次发表日期
1	郁金香监播照片管理软件 V1.0	2010SR071429	全部权利	2010 年 8 月 9 日
2	郁金香流程管理软件 V1.0	2010SR071430	全部权利	2009 年 7 月 25 日
3	郁金香客户关系管理软件 V1.0	2012SR001508	全部权利	2011 年 9 月 20 日
4	郁金香动态折扣计算软件 V1.0	2012SR001509	全部权利	2011 年 8 月 20 日
5	郁金香销售跟踪管理软件 V1.0	2013SR011488	全部权利	2012 年 7 月 25 日
6	郁金香竞争对手分析软件 V1.0	2013SR011343	全部权利	2012 年 7 月 25 日
7	郁金香媒介控制室管理软件 V1.0	2014SR007444	全部权利	2013 年 7 月 25 日
8	郁金香市场调研数据分析软件 V1.0	2014SR007460	全部权利	2013 年 7 月 25 日

(4) 专利权

截至本报告书签署日，郁金香传播无专利权。

(二) 主要负债状况

截至 2014 年 6 月 30 日，郁金香传播的负债情况如下：

单位：万元		
项目	金额	占比
短期借款	12,500.00	60.34%
应付账款	5,384.32	25.99%
预收款项	868.69	4.19%
应付职工薪酬	385.73	1.86%
应交税费	1,473.12	7.11%
应付利息	23.19	0.11%
其他应付款	81.68	0.39%
流动负债合计	20,716.73	100.00%
非流动负债合计	-	-
负债合计	20,716.73	100.00%

截至 2014 年 6 月 30 日，郁金香传播的负债全部为流动负债，主要包括短期借款、应付账款、预收款项、应付职工薪酬和应交税费等。

(三) 对外担保情况

截至本报告书签署日，郁金香传播不存在对外担保情况。

(四) 抵押、质押情况

1、2011 年 9 月 28 日，郁金香传播与中国工商银行股份有限公司上海市卢湾支行（下称“工商银行卢湾支行”）签署了《最高额抵押合同》，将其拥有的部分户外 LED 屏幕（具体详见本节（一）主要固定资产情况/2、户外 LED 屏幕情况）抵押给工商银行卢湾支行，为其申请的 2 亿元最高额抵押借款提供担保，借款期限为 2010 年 12 月 31 日至 2013 年 12 月 31 日。

2013 年 11 月 25 日，郁金香传播与工商银行卢湾支行签署了《补充协议》，双方同意借款期限延长到 2015 年 12 月 31 日，郁金香传播继续以上述动产提供担保。

2、2011年9月28日，郁金香广告与工商银行卢湾支行签署了《最高额抵押合同》，将其拥有的郁金香传媒100%股权质押给工商银行卢湾支行，为其申请的3亿元最高额抵押借款提供担保，借款期限为2010年12月31日至2013年12月31日。

2013年11月25日，郁金香广告与工商银行卢湾支行签署了《补充协议》，双方同意借款期限延长到2015年12月31日，继续以上述股权质押提供担保。

3、2011年9月28日，郁金香广告与工商银行卢湾支行签署了《最高额抵押合同》，将其现有及未来所有应收账款质押给工商银行卢湾支行，为其申请的3亿元最高额抵押借款提供担保，借款期限为2010年12月31日至2013年12月31日。

2013年11月25日，郁金香广告与工商银行卢湾支行签署了《补充协议》，双方同意借款期限延长到2015年12月31日，继续以其现有及未来所有应收账款质押提供担保。

4、2011年9月28日，郁金香传媒与工商银行卢湾支行签署了《最高额抵押合同》，将其现有及未来所有应收账款质押给工商银行卢湾支行，为其申请的3亿元最高额抵押借款提供担保，借款期限为2010年12月31日至2013年12月31日。

2013年11月25日，郁金香传媒与工商银行卢湾支行签署了《补充协议》，双方同意借款期限延长到2015年12月31日，继续以其现有及未来所有应收账款质押提供担保。

5、2014年7月8日，郁金香传播与工商银行卢湾支行签署了《国内保理业务合同》（合同编号：04146001101），以其18笔应收账款申请办理有追索权的国内保理业务，融资期限自2014年7月8日至2015年4月7日，利率为中国人民银行公布的同时同档次人民币贷款利率上浮5%。

九、郁金香传播非经营性资金占用情况

2012年6月，郁金香传播股份制改制时，公司代扣代缴全体外资股东的企业所得税款合计66.29万元，上述款项已于2014年6月全部归还完毕。

截至本报告书签署日，郁金香传播的股东、关联方不存在对郁金香传播非经营性资金占用的情形。

十、郁金香传播涉及的诉讼或仲裁情况

截至本报告书签署日，郁金香传播不存在重大未决诉讼或仲裁情况。

截至本报告书签署日，郁金香传播的未决诉讼或仲裁情况如下：

（一）诉讼进展情况

郁金香传播与太和美亿(北京)广告有限公司(以下简称“太和美亿”)于2012年10月1日签订《户外广告场地租赁运营协议》。依合同约定，太和美亿将位于北京市安定门东大街1号的“电子四院”大楼东侧外墙墙面租赁给郁金香传播，用于制作LED全彩LED显示屏并进行广告发布运营，场地使用期限为10年，自2013年3月1日起至2023年2月28日止，场地使用费共计4,000万元。

郁金香传播依约向北京市市政市容管理委员会申请办理设置LED显示屏的审批手续，并向太和美亿支付首年50%的场地使用费150万元及50万元履约保证金。2013年12月18日，北京市市政市容管理委员会出具复函，明确表示不同意郁金香传播关于租赁场地设置LED显示屏的申请事项。郁金香传播因太和美亿所提供的户外广告场地不符合设置户外LED显示屏的条件，致使租赁合同目的无法实现，要求解除租赁合同。

因双方无法就合同解除达成一致，郁金香传播于2014年5月4日向北京市东城区人民法院提起民事诉讼，请求判令解除其与太和美亿于2012年10月1日签订的《户外广告场地租赁运营协议》，并请求判令太和美亿返还郁金香传播已支付的50万元履约保证金及场地使用费150万元。目前，该诉讼事项正在审理过程中。

根据郁金香传播就上述合同纠纷案聘请的代理律师北京市万商天勤律师事务所卢二松、卿森泉律师于2014年8月6日出具的《关于郁金香广告传播(上海)股份有限公司诉太和美亿(北京)广告有限公司租赁合同纠纷案的处理进展通报》，该案已于2014年7月15日第一次开庭，待相关问题核实后将再次开庭。代理律师认为郁金香传播请求解除租赁协议并要求返还200万元已付款项的主张应可获得法院的支持，但案件的处理有赖于法院对案件全部事实(包括对租赁协议条

款的分析和认定)、证据及法律规定的综合衡量作出, 案件的最终处理结果仍将存在一定的不确定性。

(二) 诉讼对日常经营的影响

1、对公司业务的影响

郁金香传播是中国运营户外 LED 大屏幕媒体规模最大的广告公司之一, 其运营的屏幕媒体覆盖了全国近 90 个城市, 包括四大直辖市以及 90% 的省会城市。截至本报告书签署日, 郁金香传播运营的屏幕媒体数量为 224 块, 屏幕面积达 31,797 平方米, 即使该块屏幕不能建设, 对公司的业务不会造成重大不利影响。

2、对公司业绩的影响

截至本报告书签署日, 郁金香传播支付的场地使用费 150 万元计入营业成本、50 万元履约保证金计入其他非流动资产。由于郁金香传播作为原告, 且涉诉金额相对较小, 因此该诉讼不会对公司业绩造成较大影响。

十一、郁金香传播出资及合法存续情况

交易对方之郁金香传播股东 17 名法人股东已出具相关承诺, 具体内容如下:

(一) 本公司所持有之标的资产权属清晰, 不存在纠纷和潜在纠纷, 不存在资产权属方面的抵押、质押等担保情形, 不存在任何可能导致标的资产被有关司法机关或行政机关拍卖、查封、冻结、征用或限制转让的情形, 不存在与资产权属相关的未决或潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或司法程序, 如相关法律程序得到适当履行, 标的资产在约定期限内办理完毕股权过户或相关转移手续不存在法律障碍。

(二) 本公司合法持有郁金香传播的股权, 不存在委托持股、信托持股或其他任何为第三方代持股份的情形。

(三) 本公司对郁金香传播不存在出资不实、虚假出资或者抽逃出资的情形。

(四) 本公司及本公司的董事、监事和高级管理人员最近 5 年内未受过行政处罚、刑事处罚或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁, 不存在被证券监管部门、证券交易所调查的情形或其他不良记录。

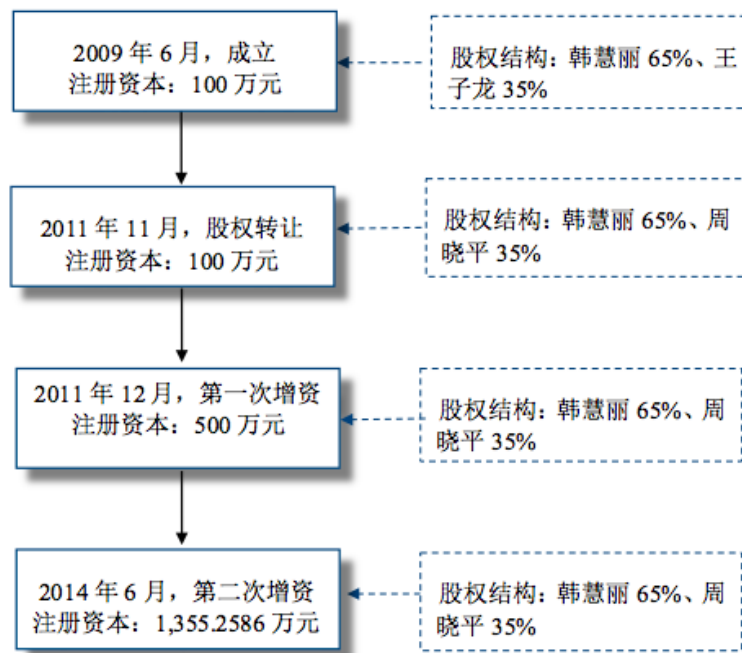
第二节 交易标的达可斯广告基本情况

一、基本信息

- (一) 中文名称：沈阳达可斯广告有限公司
- (二) 注册资本：1,355.2586 万元
- (三) 公司类型：有限责任公司
- (四) 税务登记证号码：和平国税沈和平字 21010268749064X 号/税字 21010268749064X 号
- (五) 法定代表人：韩慧丽
- (六) 成立日期：2009 年 6 月 24 日
- (七) 公司住所：沈阳市和平区和平北大街 65 号（1909）
- (八) 办公地址：沈阳市和平区和平北大街 65 号总统大厦 A 座 1909
- (九) 邮政编码：110003
- (十) 电话：（86）024-22895101
- (十一) 传真：（86）024-22895107
- (十二) 经营范围：设计、制作、发布、代理国内外各类广告。

二、达可斯广告历史沿革

1、股本形成及变化概况



2、设立及历史沿革

(1) 2009年6月成立

达可斯广告系由自然人韩慧丽、王子龙以货币出资设立，注册资本 100 万元。

2009年6月22日，沈阳华义会计师事务所有限责任公司出具沈华义会师验字[2009]第165号验资报告，证实截至2009年6月19日，公司注册资本足额到位。

2009年6月24日，达可斯广告在沈阳市和平区工商行政管理局登记设立，并取得《企业法人营业执照》。公司设立时的经营范围：设计、制作、代理、发布国内外各类广告。

达可斯广告成立时股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	韩慧丽	65.00	65.00
2	王子龙	35.00	35.00
合计		100.00	100.00

(2) 2011年11月股权转让

2011年11月10日，王子龙与周晓平签订《股权转让协议》，约定王子龙将其持有的达可斯广告35万元出资额作价35万元转让给周晓平。

经核查，并根据韩慧丽、周晓平以及王子龙的确认，2009年6月，韩慧丽与其外甥王子龙共同设立了达可斯广告，其设立时工商登记的注册资本为100万元，主要从事户外广告的发布业务。2011年，王子龙因无意继续参与户外广告业务，其希望将股权转让给第三方并退出达可斯广告经营管理层。韩慧丽看好LED屏幕广告行业发展前景，并希望将达可斯广告做大做强，考虑到周晓平在户外广告业务领域具有丰富的经营管理经验，韩慧丽即决定邀请周晓平进入达可斯广告共同经营。经韩慧丽、王子龙以及周晓平协商一致后，王子龙按照每1元注册资本作价1元的价格，将其持有的达可斯广告全部股权作价35万元转让给周晓平。

2011年11月10日，达可斯广告召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。2011年11月16日，达可斯广告取得沈阳市和平区工商行政管理局《公司变更登记核准通知书》。

本次股权转让完成后，达可斯广告的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	韩慧丽	65.00	65.00
2	周晓平	35.00	35.00
合计		100.00	100.00

经核查，达可斯广告2011年股权转让事宜中，由于周晓平在户外广告业务领域具有丰富的经营管理经验，其入股达可斯广告有利于达可斯广告的进一步发展，符合达可斯广告业务发展需求，且周晓平与转让方王子龙间曾系亲属关系，经韩慧丽、王子龙及周晓平协商一致后，王子龙以平价将其所持全部股权转让给周晓平，王子龙与周晓平之间的股权转让以每1元注册资本作价1元的转让作价合理，且是转让各方真实意愿的表示，不存在侵害其他股东利益的情况，也不存在任何纠纷和潜在争议。上述2011年股权转让价格与本次交易经各方市场化谈判协商确定以资产评估报告确定的评估价值为定价依据存在差异具有合理性。

(3) 2011年12月第一次增资

2011年12月8日，达可斯广告召开股东会，同意达可斯广告注册资本增加至500万元，新增注册资本400万元中，由原股东韩慧丽以其对公司260万元债权、原股东周晓平以货币140万元分别认缴。

经核查，并根据韩慧丽、周晓平的确认，随着达可斯广告主营业务的逐步扩大，其对资金需求量也越来越大。为了进一步发展公司业务，扩大公司在沈阳地区户外 LED 广告发布领域的市场份额，经达可斯广告股东会决议通过，同意将达可斯广告的注册资本增至 500 万元，其中，由原股东韩慧丽以 2009 年 7 月至 2010 年 12 月期间对达可斯广告 260 万元的债权转为股权增资，原股东周晓平以 140 万元现金增资，本次增资价格为每 1 元注册资本作价 1 元。

2011 年 11 月 28 日，沈阳华义会计师事务所有限公司出具了沈华义会师审字[2011]033 号《沈阳达可斯广告有限公司债权转股权专项审计报告》，对股东韩慧丽对达可斯广告持有的 263.50 万元债权予以确认。

2011 年 12 月 8 日，沈阳华义会计师事务所有限公司就上述增资事项出具了沈华义会师验字[2011]第 297 号《验资报告》。

2011 年 12 月 15 日，达可斯广告取得沈阳市和平区工商行政管理局《准予变更登记通知书》。

本次增资完成后，达可斯广告的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	韩慧丽	325.00	65.00
2	周晓平	175.00	35.00
	合计	500.00	100.00

经核查，达可斯广告 2011 年增资系以扩大公司经营规模为目的，由公司全体股东以每 1 元注册资本作价 1 元的增资价格作价合理，本次增资价格与本次交易经各方市场化谈判协商确定以资产评估报告确定的评估价值为定价依据存在差异具有合理性。

（4）2014 年 6 月第二次增资

2014 年 5 月 23 日，达可斯广告召开股东会，同意达可斯广告注册资本增加至 13,552,586 元，新增注册资本 8,552,586 元中，由原股东韩慧丽、周晓平按各自持股比例认缴，即韩慧丽以人民币 5,559,181 元认缴新增注册资本 5,559,181 元，周晓平以人民币 2,993,405 元认缴新增注册资本 2,993,405 元。

经核查，并根据韩慧丽、周晓平的确认为，2014年5月，基于和新文化进行资产重组的目的，达可斯广告及沈阳达可思庞达、宁波达可斯庞达、沈阳裕华之间进行内部重组，内部重组的过程包括股权转让以及增资两阶段，即韩慧丽、周晓平将其合计持有的沈阳达可思庞达100%的股权、宁波达可斯庞达100%的股权以及周晓平持有的沈阳裕华50%的股权转让给达可斯广告，同时，为进一步增强公司的资金实力、扩大经营规模，韩慧丽、周晓平将前述股权转让所得款项（税前）8,552,586元以每1元注册资本作价1元的价格全部用于对达可斯广告的增资。

2014年6月5日，达可斯广告取得沈阳市和平区工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》。

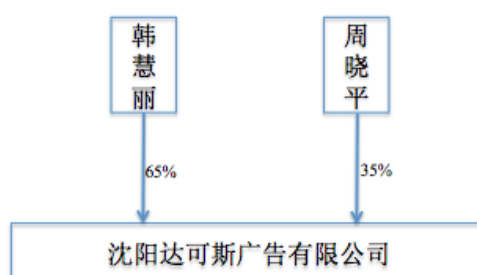
本次增资完成后，达可斯广告的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	韩慧丽	880.9181	65.00
2	周晓平	474.3405	35.00
合计		1,355.2586	100.00

经核查，为对达可斯广告进行内部重组，并进一步增强公司资金实力、扩大经营规模，达可斯广告原股东将其因内部重组股权转让所得款项以每1元注册资本作价1元的价格全部用于对公司的增资，其定价合理，本次增资价格与与本次交易经各方市场化谈判协商确定以资产评估报告确定的评估价值为定价依据存在差异具有合理性。

三、达可斯广告股权结构及控制关系情况

截至本报告书签署日，达可斯广告股权结构及控制关系情况如下：



四、达可斯广告控股股东和实际控制人及管理团队

根据韩慧丽和周晓平签订的《一致行动协议》，韩慧丽女士和周晓平先生共同控制达可斯广告。

截至本报告书签署日，达可斯广告的管理团队及核心人员如下：

序号	姓名	在达可斯广告任职
1	韩慧丽	执行董事
2	周晓平	总经理
3	鄂茜	财务负责人

上述人员简历如下：

韩慧丽和周晓平的具体情况见“第三章/第二节/二、交易对方基本情况”。

鄂茜女士，1976年8月出生，中国国籍，无境外居留权，历任沈阳沈黎泵业制造有限公司会计、沈阳华伦邦德广告有限公司会计，现任沈阳达可斯广告有限公司财务负责人。

五、达可斯广告参控股子公司情况

（一）沈阳达可思庞达广告传媒有限公司

1、基本信息

公司名称	沈阳达可思庞达广告传媒有限公司
公司类型	有限责任公司
住所	沈阳市和平区和平北大街65号（1902）
法定代表人	韩慧丽
注册资本	100万元
实收资本	100万元
营业执照注册号	210102000120940
税务登记证	和平国税沈和平字210102079112215号/税字210102079112215号
成立日期	2013年10月29日
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告。

2、历史沿革

（1）2013年10月设立

2013年10月，自然人韩慧丽、周晓平以货币出资设立沈阳达可思庞达，注册资本100万元。

2013年10月28日，沈阳华义会计师事务所有限公司出具沈华义会师验[2013]418号验资报告，证实截至2013年10月28日，公司注册资本足额到位。

2013年10月29日，沈阳达可思庞达在沈阳市和平区工商行政管理局登记设立，并取得《企业法人营业执照》。公司设立时的经营范围：设计、制作、发布、代理国内外各类广告。

沈阳达可思庞达成立时股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	韩慧丽	65.00	65.00
2	周晓平	35.00	35.00
合计		100.00	100.00

（2）2014年6月股权转让

2014年5月23日，韩慧丽、周晓平分别与达可斯广告签订《股权转让协议书》，约定韩慧丽将其持有的沈阳达可思庞达650,000元出资额、周晓平将其持有的沈阳达可思庞达350,000元出资额分别作价650,000元、350,000元转让给达可斯广告。

经核查，并根据韩慧丽、周晓平的确认，本次股权转让系基于与新文化进行资产重组的目的而进行的内部重组，沈阳达可思庞达本次股权转让系关联方之间的股权转让，转让价格参考净资产并经协商一致后确定为每1元注册资本作价1元，定价依据合理。

2014年5月23日，沈阳达可思庞达召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。2014年6月5日，沈阳达可思庞达取得沈阳市和平区工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，沈阳达可思庞达的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	达可斯广告	100.00	100.00
合计		100.00	100.00

3、简要财务数据

单位：元

指标	2014.6.30/2014年1-6月	2013.12.31/2013年
资产总额	10,434,172.24	999,579.22
负债总额	6,992,811.76	0.00
所有者权益	3,441,360.48	999,579.22
营业收入	10,866,706.60	0.00
营业利润	3,825,677.84	-420.78
利润总额	3,825,677.84	-420.78
净利润	2,441,781.26	-420.78

注：以上数据已经审计。

(二) 宁波达可斯庞达广告传媒有限公司

1、基本信息

公司名称	宁波达可斯庞达广告传媒有限公司
公司类型	有限责任公司
住所	宁波大榭开发区永丰路128号34幢207室
法定代表人	韩慧丽
注册资本	100万元
实收资本	100万元
营业执照注册号	330216000017107
税务登记证	国税甬字330206084781835号
成立日期	2014年1月8日
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告。（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目）

2、历史沿革

(1) 2014年1月设立

2014年1月，自然人韩慧丽、周晓平以货币出资设立宁波达可斯庞达，注册资本100万元。

2014年1月7日，宁波文汇会计师事务所有限公司出具文会验字[2014]1008号验资报告，证实截至2014年1月6日，公司注册资本足额到位。

2014年1月8日，宁波达可斯庞达在宁波市工商行政管理局登记设立，并取得《企业法人营业执照》。公司设立时的经营范围：设计、制作、发布、代理国内外各类广告。

宁波达可斯庞达成立时股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	韩慧丽	65.00	65.00
2	周晓平	35.00	35.00
合计		100.00	100.00

（2）2014年6月股权转让

2014年5月23日，韩慧丽、周晓平分别与达可斯广告签订《股权转让协议书》，约定韩慧丽将其持有的宁波达可斯庞达650,000元出资额、周晓平将其持有的宁波达可斯庞达350,000元出资额分别作价4,746,680.74元、2,555,905.01元转让给达可斯广告。

经核查，并根据韩慧丽、周晓平的确认，本次股权转让系基于与新文化进行资产重组的目的而进行的内部重组，宁波达可斯庞达本次股权转让系关联方之间的股权转让，转让价格参考净资产，定价依据合理。

2014年5月23日，宁波达可斯庞达召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。2014年6月11日，宁波达可斯庞达取得宁波市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，宁波达可斯庞达的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	达可斯广告	100.00	100.00
合计		100.00	100.00

3、简要财务数据

单位：元

指标	2014.6.30/2014年1-6月
资产总额	12,799,371.98
负债总额	2,319,005.52
所有者权益	10,480,366.46
营业收入	14,543,831.01
营业利润	12,640,488.62

利润总额	12,640,488.62
净利润	9,480,366.46

注：以上数据已经审计。

（三）沈阳裕华传媒广告有限公司

1、基本信息

公司名称	沈阳裕华传媒广告有限公司
公司类型	有限责任公司
住所	沈阳市和平区太原南街 16-1 号
法定代表人	周晓平
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
营业执照注册号	210102000118529
税务登记证	和平国税沈和平字 210102071526640 号/税字 210102071526640 号
成立日期	2013 年 8 月 13 日
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告；文化艺术交流活动策划（法律、法规禁止的或需经前置审批而未获批准的项目除外）；会议及展览展示服务；企业营销策划；摄影服务；美术装潢设计；礼仪庆典服务（不含礼炮）。

2、历史沿革

（1）2013 年 8 月成立

2013 年 8 月，自然人刘颖、王风巍以货币出资设立沈阳沃土，注册资本 50 万元。

2013 年 8 月 9 日，辽宁捷嘉联合会计师事务所出具辽捷会验字[2013]第 2006 号验资报告，证实截至 2013 年 8 月 9 日，公司注册资本足额到位。

2013 年 8 月 13 日，沈阳沃土在沈阳市和平区工商行政管理局登记设立，并取得《企业法人营业执照》。公司设立时的经营范围：设计、制作、发布、代理国内外各类广告；文化艺术交流活动策划（法律、法规禁止的或需经前置审批而未获批准的项目除外）；会议及展览展示服务；企业营销策划；摄影服务；美术装潢设计；礼仪庆典服务（不含礼炮）。

沈阳沃土成立时股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	刘颖	30.00	60.00
2	王风巍	20.00	40.00
合计		50.00	100.00

（2）2013年11月变更公司名称

2013年11月15日，经公司股东会议决议通过，沈阳沃土名称变更为沈阳裕华。2013年11月15日，沈阳裕华取得沈阳市和平区工商行政管理局《公司变更登记核准通知书》。

（3）2013年12月第一次股权转让

2013年12月17日，刘颖与王风巍、周晓平分别签订《股权转让协议书》，约定刘颖将其持有的沈阳裕华出资额中的5万元、25万元分别作价5万元、25万元转让给王风巍、周晓平。

经核查，并根据刘颖、周晓平、王风巍的确认，沈阳裕华系由王风巍与其妻子刘颖共同投资设立的公司，主要从事户外广告发布业务。周晓平与王风巍夫妇系朋友关系，王风巍夫妇为发展壮大沈阳裕华业务规模，希望在户外广告业务领域具有丰富经营管理经验的周晓平能投资入股沈阳裕华；另一方面，周晓平也希望进一步扩大大其所运营管理LED屏幕资源优势，充分实施屏资源合作运营的经营策略，经刘颖、王风巍、周晓平协商一致，刘颖将其持有的沈阳裕华全部出资额中的25万元、5万元以每1元注册资本作价1元的价格分别转让给周晓平、王风巍，由周晓平和王风巍共同经营沈阳裕华。本次股权转让价格以每1元注册资本作价1元的定价依据合理。

2013年12月17日，沈阳裕华召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。2013年12月17日，沈阳裕华取得沈阳市和平区工商行政管理局《公司变更登记核准通知书》。

本次股权转让完成后，沈阳裕华的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	周晓平	25.00	50.00
2	王风巍	25.00	50.00
合计		50.00	100.00

(4) 2014年6月第二次股权转让

2014年5月23日，周晓平与达可斯广告签订《股权转让协议书》，约定周晓平将其持有的沈阳裕华250,000元出资额作价250,000元转让给达可斯广告。沈阳裕华原股东王风巍同意上述股权转让并放弃优先购买权。

经核查，并根据周晓平的确认，本次股权转让系基于与新文化进行资产重组的目的而进行的内部重组，沈阳裕华本次股权转让系关联方之间的股权转让，转让价格参考净资产并经协商一致后确定为每1元注册资本作价1元，定价依据合理。

2014年5月23日，沈阳裕华召开股东会并作出决议，同意上述股权转让事宜。2014年6月5日，沈阳裕华取得沈阳市和平区工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，沈阳裕华的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额(万元)	持股比例(%)
1	达可斯广告	25.00	50.00
2	王风巍	25.00	50.00
合计		50.00	100.00

3、简要财务数据

单位：元

指标	2014.6.30/2014年1-6月	2013.12.31/2013年
资产总额	5,303,852.61	1,208,155.40
负债总额	5,222,026.25	859,188.00
所有者权益	81,826.36	348,967.40
营业收入	132,075.47	0.00
营业利润	-267,641.04	-151,032.60
利润总额	-267,641.04	-151,032.60
净利润	-267,141.04	-151,032.60

注：以上数据已经审计。

(四) 达可斯广告内部重组情况

2014年5月，韩慧丽和周晓平与达可斯广告签订股权转让协议，转让两人持有的沈阳达可思庞达100%股权、宁波达可斯庞达100%股权及周晓平持有的沈阳裕华50%股权。截至本报告书签署日，股权转让的相关工商变更程序已办理

完毕，相关重组具体情况如下：

1、被收购公司的实际业务开展情况

截至本报告书签署日，沈阳达可思庞达代理达可斯广告东北地区客户开展广告发布业务，宁波达可斯庞达代理达可斯广告华东等地区客户开展户外广告发布业务，沈阳裕华负责沈阳市百盛购物中心 LED 屏的运营。

2、被收购公司与达可斯广告之间的业务往来情况

达可斯广告与上述三家公司拟采用一体化经营的模式，即达可斯广告负责自有 LED 屏幕资源的维护和运营；沈阳达可思庞达采取本地化运营的经营策略，代理达可斯广告东北地区客户的广告发布业务；宁波达可斯庞达采取贴近上海地区 4A 广告公司客户的经营策略，代理达可斯广告华东等地区客户的广告发布业务；沈阳裕华采取屏资源合作运营的经营策略，负责沈阳市百盛购物中心 LED 屏的运营。

3、新设被收购公司及其被并购的原因

基于上述“立足本地，拓展全国，模式创新”的业务经营发展战略，韩慧丽和周晓平投资设立了沈阳达可思庞达、宁波达可斯庞达和沈阳裕华三家公司，与标的公司达可斯广告形成一体化经营的协同效应。

通过重组整合沈阳达可思庞达、宁波达可斯庞达和沈阳裕华三家公司，达可斯广告可更大地发挥上述协同效应，同时使得本次收购标的的股权结构和业务结构更加清晰。

六、达可斯广告最近两年及一期的财务数据及财务指标

达可斯广告于 2014 年 6 月实施了同一控制下的重组，其最近两年及一期的合并财务数据系假设该重组在 2012 年 1 月 1 日即完成的情况下模拟编制。根据众华出具的众会字（2014）第 4557 号《审计报告》，达可斯广告最近两年及一期合并财务数据如下：

（一）资产负债表简要数据

单位：万元

项目	2014.06.30	2013.12.31	2012.12.31
----	------------	------------	------------

流动资产合计	4,632.63	2,620.19	717.10
非流动资产合计	2,856.33	2,511.35	2,556.67
资产总计	7,488.96	5,131.54	3,273.78
流动负债合计	2,601.99	1,655.67	1,564.91
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	2,601.99	1,655.67	1,564.91
归属于母公司所有者权益	4,882.88	3,458.42	1,708.87
所有者权益合计	4,886.97	3,475.87	1,708.87

(二) 利润表简要数据

单位：万元

项目	2014年1-6月	2013年度	2012年度
营业收入	3,228.96	3,957.46	2,141.85
营业成本	621.74	1,035.82	688.33
营业利润	1,958.90	2,390.73	1,205.21
利润总额	1,958.90	2,390.73	1,202.52
净利润	1,311.10	2,317.00	885.45
归属于母公司所有者的净利润	1,324.45	2,324.55	885.45

(三) 现金流量表简要数据

单位：万元

项目	2014年1-6月	2013年度	2012年度
经营活动产生的现金流量净额	241.52	894.40	1,228.67
投资活动产生的现金流量净额	-1,067.43	-350.57	-346.36
筹资活动产生的现金流量净额	955.26	-550.00	-900.00
现金及现金等价物净增加额	129.35	-6.17	-17.69

(四) 主要财务指标

项目	2014.06.31/2014年1-6月	2013.12.31/2013年度	2012.12.31/2012年度
资产负债率	34.74%	32.26%	47.80%
毛利率	80.74%	73.83%	67.86%
净利润率	40.60%	58.55%	41.34%

(五) 达可斯广告和郁金香传播毛利率与净利率比较分析

最近两年及一期，郁金香传播和达可斯广告的毛利率、净利率如下表所示：

单位：万元

公司	项目	2014年1-6月	2013年度	2012年度
郁金香传播	毛利率	33.44%	35.14%	39.27%
	净利率	7.16%	9.49%	12.36%
达可斯广告	毛利率	80.74%	73.83%	67.86%

	净利率	40.60%	58.55%	41.34%
--	-----	--------	--------	--------

由上表可知，达可斯广告的毛利率和净利率高于郁金香传播，郁金香传播和达可斯广告在毛利率和净利率方面的差异原因分析如下：

1、达可斯广告和沈阳庞达关联交易概况

最近两年及一期内，沈阳庞达是达可斯广告的主要客户之一，2012年、2013年和2014年1-6月，达可斯广告通过沈阳庞达代理销售的收入占其营业收入的比重分别为100.00%、73.54%和32.22%，关联交易比例快速下降。

沈阳庞达自2005年成立之日起一直从事户外广告的代理发布业务，在沈阳地区拥有广泛的客户资源。2009年，达可斯广告成立，并陆续通过自建、购买等方式取得了户外自有LED屏幕资源，为开拓市场业务，达可斯广告选择沈阳庞达作为自己的独家代理商从事户外广告发布业务，迅速打开了市场局面，并在和沈阳庞达的合作中逐步积累自身的市场经验和客户资源。自2013年起，达可斯广告开始自营户外广告发布业务，积极推动业务转型，2013年，达可斯广告通过沈阳庞达代理销售的收入占比由上年的100%下降至当年的73.54%，自营业务初见成效。2014年1-6月，达可斯广告通过沈阳庞达代理销售的收入占比进一步下降至32.22%。

2012年、2013年和2014年1-6月，达可斯广告收入如下表所示：

项目	2014年1-6月	2013年度	2012年度
达可斯广告收入	3,228.96	3,957.46	2,141.85
其中：通过沈阳庞达代理销售的收入	1,040.23	2,910.19	2,141.85
通过沈阳庞达代理销售收入占比	32.22%	73.54%	100.00%
自营收入占比	67.78%	26.46%	0.00%

由上表可知，2012年、2013年和2014年1-6月，达可斯广告和沈阳庞达的关联交易金额分别为2,141.85万元、2,910.19万元和1,040.23万元，全部为沈阳庞达代理达可斯广告户外广告发布业务的收入，相关交易的价格系根据公允、合

理和市场化原则确定。

2、独立财务顾问和申请人会计师对达可斯广告与沈阳庞达关联交易定价公允性所采取的核查

(1) 独立财务顾问和申请人会计师查阅沈阳庞达 2012 年度、2013 年度的每年前 15 大客户合同和 2014 年 1-6 月份前 15 大客户合同，按照实际刊播日期的口径确认各期收入金额如下：

单位：万元

项目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度
核查范围	前 15 大客户	前 15 大客户	前 15 大客户
当期实际刊播的收入金额	494.30	2,357.60	1,616.63
占原始报表收入总额的比例	42.28%	61.86%	38.51%

独立财务顾问和申请人会计师通过核查沈阳庞达上刊照片和记录、刊播视频记录、下刊照片和记录、发票以及收款情况后认为，报告期内沈阳庞达的合同定价遵循了公允、合理和市场化原则，对应的收入均真实有效，实现了最终销售。

(2) 独立财务顾问和申请人会计师查阅沈阳庞达的原始税务申报报表，实地检查沈阳庞达的实际经营情况。

报告期内沈阳庞达主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度
收入	1,169.02	3,811.45	4,198.40
成本	1,020.40	3,354.22	3,830.77
利润总额	31.31	55.57	57.11
净利润	23.48	41.68	42.84

注：上述财务数据未经审计

由上表可知，最近两年及一期沈阳庞达均处于盈利状态。

(3) 独立财务顾问和申请人会计师通过对比沈阳庞达主营业务毛利率和同行业公司独家代理业务的毛利率情况，进一步验证沈阳庞达毛利率的合理性

由于沈阳庞达主要从事独家代理业务，沈阳庞达和郁金香传播独家代理业务的毛利率如下表所示：

项目	2013 年度	2012 年度	两年平均
沈阳庞达	12.00%	8.76%	10.29%
郁金香传播独家代理业务	8.22%	14.85%	11.44%

注：沈阳庞达财务数据未经审计

根据上述情况，沈阳庞达实际经营情况良好，平均毛利率未明显低于郁金香传播独家代理业务的毛利率。

3、独立财务顾问通过对达可斯广告和郁金香传播的管理层进行访谈、查阅上述公司的审计报告和大额合同、相关流转凭证以及收入、成本明细表等方式对双方的毛利率和净利率差异进行分析。

2013 年，达可斯广告毛利率为 75.83%，郁金香传播的毛利率为 35.14%，二者差异较大，主要原因如下：

①业务结构差异

2013 年，达可斯广告和郁金香传播的业务结构和毛利率如下表所示：

单位：万元

项目	达可斯广告			郁金香传播		
	金额	收入比例	毛利率	金额	收入比例	毛利率
自有屏幕	3,851.73	97.33%	74.20%	21,971.83	47.86%	56.22%
一般代理	105.73	2.67%	60.11%	4,808.15	10.47%	46.25%
独家代理	-	-	-	17,516.04	38.15%	8.22%
户外传统大牌	-	-	-	1,614.99	3.52%	7.21%
合计	3,957.46	100.00%	73.83%	45,911.01	100.00%	35.14%

由上表可知，达可斯广告以经营自有屏幕业务为主，2013 年，达可斯广告自有屏幕业务收入占达可斯广告营业收入比例为 97.33%；郁金香传播则以经营自有屏幕和独家代理业务为主，2013 年，郁金香传播自有屏幕业务收入占其营业收入比例为 47.86%，独家代理业务收入占其营业收入比例为 38.15%。

由于达可思广告以经营高毛利的自有屏幕业务为主，且自有屏幕业务收入比例高于郁金香传播，导致达可思广告毛利率和净利率相对较高。

②营业成本差异

2013 年，达可斯广告自有屏幕业务毛利率为 74.20%，高于郁金香传播自有屏幕业务的毛利率，主要系达可斯广告自有屏幕均位于沈阳地区，而郁金香传播

自有屏幕主要位于京、沪、广、深等一线城市的核心商圈，故达可斯广告自有屏幕的场租成本低于郁金香传播自有屏幕的场租成本，导致达可斯广告自有屏幕业务的毛利率相对较高。2013 年，达可斯广告和郁金香传播自有屏幕场租情况如下表所示：

公司	自有屏幕数量（块）	自有屏幕场租金额（万元）	平均租金（万元）
达可斯广告	8	467.46	58.43
郁金香传播	24	4,457.92	185.75

由上表可知，达可斯广告自有屏幕平均租金显著低于郁金香传播自有屏幕平均租金。

经核查，独立财务顾问认为，达可斯广告营业收入和毛利率真实、合理。达可斯广告的毛利率和净利率显著高于郁金香传播，主要系达可斯广告以经营高毛利的自有屏幕业务为主，且达可斯广告场租成本相对较低，导致达可斯广告综合毛利率相对较高。

七、达可斯广告主营业务情况

（一）主营业务概述

达可斯广告系东北地区领先的户外 LED 大屏幕媒体运营商，目前主要从事沈阳地区户外自有 LED 屏幕以及东北其他城市一般代理 LED 屏幕的广告代理发布业务，在东北地区 LED 大屏幕媒体市场占有较高的市场份额。

达可斯广告深耕沈阳地区市场，其 LED 大屏幕已经全面覆盖沈阳中心城区核心商圈。

图达可斯广告户外 LED 屏幕分布



截至本报告书签署日，达可斯广告运营的自有 LED 屏幕媒体数量为 9 块，屏幕面积达 2,410.60 平方米，在沈阳地区保持行业领先地位。

经过几年的发展，达可斯广告已在东北地区建立了屏幕媒体的区域化布局和多层次的广告投放平台，以沈阳核心商圈户外自有 LED 屏幕为核心媒体资源，同时逐步拓展东北三省的屏幕代理业务并整合更多优质资源，不断扩大媒介资源网络，形成规模优势。

2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，达可斯广告的模式合并营业收入分别为 2,141.85 万元、3,957.46 万元和 3,228.96 万元，归属于母公司所有者的净利润分别为 885.45 万元、2,324.55 万元和 1,324.45 万元。

（二）提供的主要服务

达可斯广告是东北地区领先的户外 LED 大屏幕媒体运营商，主要通过自有 LED 屏幕和一般代理 LED 屏幕从事东北地区户外广告代理发布业务。

1、自有屏幕

截至本报告书签署日，达可斯广告运营的自有 LED 屏幕媒体数量为 9 块，屏幕面积达 2,410.60 平方米，使用情况良好，且各屏幕均拥有阵地租赁优先续约权，具体情况如下：

序号	阵地位置	屏幕面积 (平方米)	阵地租赁期限	建成时间	所有者
1	沈阳和平区欧亚联营大厦	176.95	2009.10.1-2019.10.1	2009.10.1	达可斯广告
2	索菲特酒店楼体北侧裙楼 5-6 层外墙及 6 层楼顶	207.36	2009.12.30-2014.12.30	2009.11.1	达可斯广告
3	沈阳金科大厦 4-5 楼外墙楼面	228.10	2011.1.1-2020.12.31	2010.12.15	达可斯广告
4	沈阳新世界百货津桥店楼面	174.18	2011.5.1-2019.4.30	2011.4.1	达可斯广告
5	辽宁省博物馆展楼西侧外墙	145.92	2011.10.1-2019.9.30	2011.9.1	达可斯广告
6	沈阳沈河区五爱汉庭酒店裙楼楼面	192.61	2012.8.1-2022.7.31	2012.7.25	达可斯广告
7	沈阳东宇大厦裙楼楼面及其楼顶	715.97	2012.12.1-2015.11.30/ 2012.12.1-2022.11.30	2012.12.1	达可斯广告
8	沈阳国美电器北行店楼梯外立面	120.38	2013.5.1-2023.6.30	2013.10.1	达可斯广告
9	沈阳太原街百盛购物中心正门墙体	449.13	2014.6.1-2019.5.30	2014.5.5	沈阳裕华

2、一般代理屏幕

截至本报告书签署日，达可斯广告运营的一般代理户外 LED 屏幕 22 块，屏幕面积合计 5,739.40 平方米，使用情况良好。

3、传统广告牌

为满足客户趋于多元化的广告投放需求，达可斯广告还通过租赁户外广告牌的方式为客户提供广告发布服务。截至本报告书签署日，达可斯广告共运营 3 块户外传统广告牌。

4、户外 LED 资源的媒体价值

达可斯广告自有的 LED 屏幕分布于太原街、北行商圈、金廊 CBD 等沈阳各大核心商圈，屏幕点位辐射区域广泛，区域内呈现综合百货、餐饮娱乐、金融服

务等多元化的商业业态格局，区域所覆盖的人群具有较高的品牌识别度和购买力，广告投放的传播效用十分显著，其媒体价值具体如下：

屏幕图片	位置及面积	媒体优势
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 沈阳欧亚联营大厦； ➤ 176.95 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地处太原街商圈核心位置，人车流量极大； ➤ 点位覆盖区域是沈阳市中心地带的繁华商业区，是集商业、餐饮服务、文化娱乐为一体的多功能商业社区
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 索菲特酒店； ➤ 207.36 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于沈阳中轴线，是沈阳金廊 CBD 核心区的核心点位，是市区通往机场和沈大、沈哈、沈丹和沈本高速的必经之路； ➤ 区域内覆盖索菲特、万豪酒店、世贸酒店（在建）、久丽百货、GUCCI、LV、ARMANI 等高端酒店、奢侈品旗舰店
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 沈阳金科大厦； ➤ 228.10 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地处三好街和文化路（一环）交叉口，是东北数码、IT 等批发零售的集散地； ➤ 区域周围分布省市广播电视台、银行和高校等众多白领阶层密集单位；
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 沈阳新世界百货津桥店； ➤ 174.18 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于沈阳高档购物中心； ➤ 周边业态丰富、受众群体集中、高端楼盘众多；

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 辽宁省博物馆; ➤ 145.92 平方米; 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于沈阳市区中心点,该区域是沈阳市东、西、南、北四向人车流交汇点,是沈阳政治、经济、文化的核心; ➤ 周边分布市政府、市人大、法院、银行、购物广场等众多政府机关、金融机构、商业中心;
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 沈阳五爱汉庭酒店; ➤ 192.61 平方米; 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于沈阳主城区南北交通大动脉——南北二干线的交通节点,是沈阳交通最繁忙的三大路口之一; ➤ 五爱市场是东北亚经济圈和环渤海经济圈最大的流转型轻工产品交易中心,人车流量巨大;
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 沈阳东宇大厦; ➤ 715.97 平方米; 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 区域内银行、证券、保险机构众多,业态齐全、交易活跃,是东北地区的金融资本中心; ➤ 区域内聚集大量高等行政机关和国内外知名大型总部型企业,如辽宁省委、辽宁证监局、通用电器等;
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 沈阳国美电器北行店; ➤ 120.38 平方米; 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于沈阳三大传统商圈之一的北行商圈核心地带; ➤ 区域内商业业态齐全,人车流巨大,且该屏正对路口,距地面仅 5 米,视觉冲击力较强;

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 沈阳太原街百盛购物中心； ➤ 449.13 平方米； 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 位于沈阳市太原街步行街街内，人流量极大； ➤ 点位覆盖区域是沈阳市中心地带的最繁华商业区，以大型综合百货商店为主体，是集商业、餐饮服务、文化娱乐为一体的多功能商业社区。
---	---	---

5、部分 LED 屏幕及广告展示牌设置批文续期情况及其对日常经营的影响

(1) 部分 LED 屏幕及广告展示牌设置权续期情况

目前，公司自有 LED 屏幕中，位于沈阳金科大厦的屏幕设置批文续期手续已办理完毕，位于沈阳索菲特酒店、辽宁省博物馆、沈阳百盛购物中心等 3 块 LED 屏幕以及位于沈阳金杯大厦、沈阳冠信创意大厦、沈阳东宇大厦等 3 块广告展示牌的设置权批准正在办理过程中。具体情况如下：

编号	设置地点	媒体形式	设置权出让合同或确认
1	和平区文化路 19 号金科大厦 5 楼楼顶	LED 显示屏	续期手续已办理完毕，并已与沈阳市市容景观设施管理中心签订《沈阳市户外广告设置使用权出让合同》，取得其签发的《关于户外电子显示屏设置点位使用确认函》。
2	和平区青年大街 386 号索菲特酒店楼体北侧裙楼 5-6 层外墙及 6 层楼顶(最高不得高出女儿墙 3 米)	LED 显示屏	根据沈阳市市容景观设施管理中心出具的情况说明，达可斯广告位于沈阳索菲特酒店的 LED 显示屏设置权批准正在办理过程中。
3	沈河区市府大路 363 号辽宁省博物馆楼面	LED 显示屏	根据沈阳市市容景观设施管理中心出具的情况说明，达可斯广告位于辽宁省博物馆的 LED 显示屏设置权批准正在办理过程中。
4	和平区中华路 21 号沈阳太原街百盛购物中心正门墙体(朝向东北角)	LED 显示屏	已取得沈阳市市容景观设施管理中心签发的《关于户外电子显示屏设置点位使用确认函》，点位出让合同正在办理中。
5	和平区中华路 57 号金杯大厦苏宁电器专卖店东侧	广告展示牌	根据沈阳市市容景观设施管理中心出具的情况说明，达可斯

			广告位于沈阳金杯大厦的广告展示牌设置权批准正在办理过程中。
6	北顺城路和津桥路、东顺城路与德增街的交叉路口沈阳冠信创意大厦楼顶	广告展示牌	根据沈阳市市容景观设施管理中心出具的情况说明，达可斯广告位于沈阳冠信创意大厦的广告展示牌设置权批准正在办理过程中。
7	和平区和平南大街2号东宇大厦26层楼顶东北向	广告展示牌	根据沈阳市市容景观设施管理中心出具的情况说明，达可斯广告位于沈阳东宇大厦的广告展示牌设置权批准正在办理过程中。

(2) 续期失败的补救措施

达可斯广告将积极关注当地政府关于户外广告的管理政策变化，严格按照相关法规政策开展业务，将政策变化的影响减到最小。如上述 LED 屏幕及广告展示牌设置权手续未能获得批准，达可斯广告将积极采取相关补救措施，主要包括：

①增强广告排片效率，提高媒体资源管理协调能力

达可斯广告客户众多且行业分布广泛，不同客户对其广告发布的时间、地点、广告时长等均有不同的要求，这需要公司根据合约，在广告播放前提前对不同客户的不同类型广告进行排片，在充分利用公司媒体资源的前提下满足客户广告发布需求。若公司上述 LED 屏幕和广告牌未能取得设置权批准，公司在与客户保持持续、顺畅沟通的同时，将进一步加大投入，增强广告排片效率，提高公司媒体资源管理协调能力。

②积极开展代理屏幕业务，扩大广告发布渠道

目前，除广告展示牌及自有户外 LED 屏幕外，达可斯广告还进行 LED 屏幕的一般代理业务，以满足客户多元化的广告投放需求。若公司上述 LED 屏幕和广告牌未能取得设置权批准，公司将进一步拓展一般代理业务领域，在行业内积极寻找合作方，扩大广告发布渠道，降低自有屏幕未能取得设置权批准给公司正常经营所带来的影响。

③股东出具相关承诺

为保证本次交易完成后，达可斯广告拥有持续稳定的户外广告资源，能正

常从事户外广告的发布业务，达可斯广告全体股东韩慧丽、周晓平承诺，其对达可斯广告及其子公司因 LED 显示屏及广告展示牌未取得相关主管部门设置许可所导致的全部损失承担连带赔偿责任。

（3）续期失败对日常经营的影响

达可斯广告 3 块自有 LED 屏幕及 3 块广告展示牌的设置权批准手续正在办理过程中，且均取得了沈阳市市容景观设施管理中心出具的情况说明，明确待审批程序完成后，由达可斯广告取得上述 LED 屏幕及广告展示牌设置权，不存在重大实质性障碍。近三年，达可斯广告没有发生因未取得屏幕设置批文被主管部门拆除屏幕的情况。若达可斯广告最终仍无法续期设置批文，可能面临屏幕被拆除的风险。对此，达可斯广告已就上述媒体资源尚未取得设置权批准制定了加大投入以提高媒体资源管理协调能力、积极拓展一般代理屏幕业务、股东出具承诺函等一系列补救措施，因此上述情形不会对达可斯广告业务的开展造成重大不利影响。

（三）业务模式及业务流程

1、业务模式

达可斯广告通过自有屏幕、一般代理屏幕等不同方式取得媒体资源，并通过自营和外包两种方式进行广告发布业务。具体业务模式如下：

（1）采购模式

①媒体资源采购

达可斯广告对媒体资源的采购主要集中于对屏幕设置点位场地使用权的采购和对屏幕媒体经营权的采购，具体的体现形式即场地租金和代理费用。公司对拟采购的媒体资源一般采取市场化议价的方式进行资源采购。具体而言，公司的媒体资源采购存在以下两种模式：

A、自有屏幕模式

自有屏幕的具体开发方式包括自建、收购、合作共建等，主要针对沈阳核心商圈的优质屏幕点位，将优质点位的屏幕所有权及广告经营权纳入公司媒体资源体系。

B、一般代理模式

随着在沈阳地区区域优势的逐步形成,达可斯广告逐步拓展东北三省城市的屏幕代理业务。截至本报告书签署日,一般代理户外 LED 屏幕 22 块,屏幕面积合计 5,739.40 平方米。

一般代理模式参见“第四章/第一节/七/（二）/3、一般代理屏幕”。

②屏幕设备采购

屏幕设备采购参见“第四章/第一节/七/（三）/2/（1）/②屏幕设备采购”。

（2）销售模式

达可斯广告主要通过自营和外包的方式进行广告发布业务,其中外包模式系通过沈阳庞达独家代理方式进行广告发布业务。

不同的销售模式下,达可斯广告收入确认的会计政策如下:

①自营模式

自营模式下,公司广告发布业务收入确认的会计政策参见“第四章/第一节/七/（三）/2、业务模式”。

②外包模式

外包模式下,公司广告发布业务收入在合作方广告刊播完成后按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算,同时满足下列条件的予以确认:收入的金额能够可靠计量;相关经济利益很可能流入企业;相关的已发生或将发生的成本能够可靠计量。

2、业务流程

达可斯广告从事的业务为通过媒体资源开发为客户发布广告,其具体流程参见“第四章/第一节/七/（三）/1、业务流程”。

（四）主要服务的销售情况

1、营业收入构成情况

达可斯广告近两年及一期的营业收入构成情况如下表：

单位：万元

项目	2014年1-6月		2013年度		2012年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有屏幕	2,754.44	85.31%	3,851.73	97.33%	2,141.85	100.00%
一般代理	353.33	10.94%	105.73	2.67%	-	-
传统大牌	121.19	3.75%				
合计	3,228.96	100.00%	3,957.46	100.00%	2,141.85	100.00%

2、服务的主要客户群体

达可斯广告服务的客户群体行业分布广泛，主要集中于电子、电器、卫浴用品、个人用品、房地产、汽车、服装、金融业、食品、酒、化妆品等行业。达可斯广告的部分客户品牌如下：

行业类型	客户（品牌）
房地产类	
汽车类	
休闲娱乐类	
手表类	
化妆品类	
快速消费品类	
电子通讯类	

3、前五名客户情况

2012年、2013年和2014年1-6月，达可斯广告前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

2014年1-6月		
客户名称	销售金额	营业收入占比
沈阳庞达广告有限公司	1,040.23	32.22%
凯帝珂广告(上海)有限公司	353.33	10.94%
五矿置业(沈阳)有限公司	155.16	4.81%
沈阳梦郎美容美发会馆	132.08	4.09%
东陶(中国)有限公司	93.83	2.91%
合计	1,774.63	54.97%
2013年度		
客户名称	销售金额	营业收入占比
沈阳庞达广告有限公司	2,910.19	73.54%
沈阳奥体万达广场有限公司	193.71	4.89%
凯帝珂广告(上海)有限公司	93.33	2.36%
沈阳高力置业有限公司	78.68	1.99%
沈阳宏发房屋开发有限公司	61.64	1.56%
合计	3,337.54	84.34%
2012年度		
客户名称	销售金额	营业收入占比
沈阳庞达广告有限公司	2,141.85	100.00%
合计	2,141.85	100.00%

2012年、2013年和2014年1-6月,除沈阳庞达外,达可斯广告前五名客户均为直接客户或广告代理公司,达可斯广告与上述客户不存在关联关系,其交易系根据公平市场化原则进行。

2012年、2013年和2014年1-6月,沈阳庞达的前十名客户均为直接客户或广告代理公司,达可斯广告和上述客户不存在关联关系,其交易系根据公平市场化原则进行。

4、沈阳庞达基本情况

截至本报告书签署日,沈阳庞达股权结构如下:

序号	股东姓名	出资额(万元)	持股比例(%)
1	陈明	37.50	75.00
2	周晓平	12.50	25.00
合计		50.00	100.00

沈阳庞达成立于2005年3月,注册资本为50万元,经营范围为设计、制作、发布、代理各类广告。

沈阳庞达最近两年及一期主要财务数据如下:

单位：万元

项目	2014-6-30/2014年1-6月	2013-12-31/2013年度	2012-12-31/2012年度
总资产	2,428.57	1,640.08	2,051.66
总负债	2,068.31	1,298.64	1,746.21
所有者权益	360.25	341.43	305.45
营业收入	1,169.02	3,811.45	4,198.40
利润总额	31.31	55.57	57.11
净利润	23.48	41.68	42.84

注：上述财务数据未经审计。

2012年和2013年，沈阳庞达是达可斯广告户外广告发布业务的主要代理商。自2014年以来，达可斯广告与沈阳达可思庞达、宁波达可斯庞达和沈阳裕华采用一体化经营的模式，即达可斯广告负责自有LED屏幕资源的维护和运营；沈阳达可思庞达采取本地化运营的经营策略，代理达可斯广告东北地区客户的广告发布业务；宁波达可斯庞达采取贴近上海地区4A广告公司客户的经营策略，代理达可斯广告华东等地区客户的广告发布业务；沈阳裕华采取屏资源合作运营的经营策略，负责沈阳市百盛购物中心LED屏的运营。根据独立财务顾问对沈阳庞达股东的访谈，基于股东自身业务领域的调整，沈阳庞达目前业务主要为继续执行原有部分老客户签订的相关合同，未来随着该等合同执行完毕，计划将对沈阳庞达予以注销。

(1) 沈阳庞达计划注销的原因

基于股东自身业务投资领域和达可斯广告经营策略的调整，沈阳庞达的主要业务为继续执行原有部分老客户签订的相关合同，未来随着该等合同执行完毕，计划对沈阳庞达予以注销。

根据独立财务顾问对沈阳庞达股东的访谈，陈明作为沈阳庞达的控股股东和法定代表人，对其自身的投资地域和业务领域有了新的规划和调整。其希望逐步退出沈阳地区的广告代理发布市场，将精力聚焦于新的投资地域和业务领域。

根据独立财务顾问查阅的达可斯广告相关业务合同，自2013年达可斯广告由代理模式转为自营户外LED屏幕广告发布业务以来，借助于业已积累的客户资源和市场声誉，其自营业务规模快速发展，业务转型初见成效。随着沈阳达可思庞达、宁波达可斯庞达和沈阳裕华相关业务的逐步开展和股权重组整合的完成，

达可斯广告已形成一体化的运营模式，业务体系日趋完善。

(2) 对达可斯广告未来经营的影响

随着达可斯广告自营户外 LED 屏幕的业务收入增加，其对原代理方沈阳庞达的依赖程度逐年降低：2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，达可斯广告通过沈阳庞达代理销售的收入占其营业收入的比重逐年降低，分别为 100.00%、73.54% 和 32.22%；同时，随着达可斯广告客户资源的逐步积累、自身销售团队的建立和业务体系的逐步完善，沈阳庞达的注销对达可斯广告未来经营的影响较小。

根据独立财务顾问对达可斯广告管理团队的访谈，达可斯广告在沈阳地区核心商圈的媒体资源已经获得客户的广泛认可。目前达可斯广告已经积累了核心客户资源，并已建立起独立的销售团队拓展新客户，对外承接户外 LED 屏幕广告投放业务。同时，达可斯广告的一体化运营模式将进一步完善，推动达可斯广告本身自营业务的快速发展。综上所述，沈阳庞达的注销计划对达可斯广告未来经营的影响较小。

(五) 主要资源的供应情况

1、主要采购内容

达可斯广告的主要采购内容包括阵地租赁和用于 LED 屏幕建设及维修的屏体、硬件系统、软件系统等设备。

2、前五名供应商情况

单位：万元

2014 年 1-6 月		
供应商名称	金额	营业成本占比
沈阳惠特物业服务有限公司	94.32	15.17%
沈阳市市容景观设施管理中心	56.62	9.11%
沈阳丽都喜来登商务有限公司	36.17	5.82%
黑龙江省神奇文化传播有限公司	36.16	5.82%
辽宁省文化产业协会	34.45	5.54%
合计	257.72	41.46%
2013 年度		
供应商名称	金额	营业成本占比
沈阳惠特物业服务有限公司	139.10	13.43%
沈阳市市容景观设施管理中心	78.34	7.56%

沈阳丽都喜来登商务有限公司	58.38	5.64%
沈阳雍伦大厦股份有限公司	47.50	4.59%
辽宁金科物业管理有限公司	41.15	3.97%
合计	364.47	35.19%

2012 年度

供应商名称	金额	营业成本占比
沈阳市市容景观设施管理中心	84.04	12.21%
沈阳丽都喜来登商务有限公司	58.38	8.48%
辽宁金科物业管理有限公司	41.15	5.98%
沈阳新世界百货有限公司津桥店	39.24	5.70%
辽宁省文化产业协会	36.25	5.27%
合计	259.06	37.64%

达可斯广告不存在向单个供应商采购或受同一实际控制人控制的供应商累计采购超过采购总额 50% 或严重依赖于少数供应商, 或该供应商为公司关联方的情况。

(六) 安全生产和环境保护情况

1、安全生产情况

达可斯广告所处的广告行业属于服务业, 其日常经营活动不存在高危险的情况, 且均符合国家关于安全生产方面的要求。最近三年, 公司不存在违反安全生产法律法规、造成重大安全生产事故以及由于安全生产的原因而受到处罚的情况。

2、环境保护情况

达可斯广告经营的业务不属于重污染行业, 不存在重污染的情况。公司严格按照国家及地方的有关环境保护标准和规定执行, 其经营管理活动符合国家关于环境保护方面的要求。最近三年, 公司不存在违反环境保护相关法律法规以及由于环境污染原因受到环保部门处罚的情况。

(七) 质量控制情况

1、质量控制标准及质量控制具体措施

达可斯广告严格遵照《广告法》、《广告管理条例》等法律法规的要求, 审查广告内容的合法合规性, 并制定相应的质量控制措施, 具体参见“第四章/第一节/七/(七) 质量控制情况”。

2、产品质量纠纷处理情况

达可斯广告质量控制标准严格，质量控制措施得当，近三年不存在服务质量纠纷的情况。

在广告发布的整体过程中，若发生错播、漏播或因其他原因需要补播时，达可斯广告会及时告知客户相关信息，并在双方协议的基础上提供合理的补救措施，确保错播、漏播或因其他原因需要补播的问题得到有效的解决。

八、达可斯广告的主要资产、负债状况及对外担保情况

（一）主要资产状况

截至 2014 年 6 月 30 日，达可斯广告资产情况如下：

单位：万元		
项目	金额	占比
货币资金	250.86	3.35%
应收账款	4,242.47	56.65%
预付款项	123.47	1.65%
其他应收款	15.83	0.21%
流动资产合计	4,632.63	61.86%
固定资产	2,504.71	33.45%
长期待摊费用	264.24	3.53%
递延所得税资产	62.38	0.83%
其他非流动资产	25.00	0.33%
非流动资产合计	2,856.33	38.14%
资产总额	7,488.96	100.00%

1、货币资金

截至 2014 年 6 月末，达可斯广告货币资金为 250.86 万元，占资产总额比例为 3.35%，主要为银行存款。

2、应收账款

截至 2014 年 6 月末，达可斯广告应收账款为 4,242.47 万元，占资产总额比例为 56.65%，主要系公司对沈阳庞达的应收账款。

（1）达可斯广告应收账款情况

报告期各期末，达可斯广告应收账款余额和坏账准备如下表所示：

单位：万元

账龄	2014年6月30日		2013年12月31日		2012年12月31日	
	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
1年以内	4,056.18	202.81	2,520.86	126.04	536.14	26.81
1-2年	432.33	43.23	-	-	-	-
合计	4,488.51	246.04	2,520.86	126.04	536.14	26.81

由上表可知，达可斯广告主要应收账款账龄位于1年以内，应收账款账龄结构良好。

(2) 达可斯广告客户结构情况

达可斯广告主要客户包括沈阳庞达广告有限公司、凯帝珂广告（上海）有限公司、五矿置业（沈阳）有限公司、东陶（中国）有限公司以及沈阳当地知名企业。报告期内，达可斯广告逐步发展自营户外广告发布业务，积极推动业务转型，2012年末、2013年末和2014年6月末，达可斯广告应收账款中沈阳庞达应收账款占比分别为100%、81.51%和61.75%，应收账款客户结构逐步优化。

(3) 达可斯广告期后回款情况

截至本报告书出具日，2013年末达可斯广告应收账款余额回款金额为1,029.81万元，占2013年末公司应收账款余额比例为40.85%，达可斯广告应收账款期后回款情况正常。

达可斯广告将进一步加强应收账款的回收管理工作，加大应收账款的催收力度。其中在已偿还达可斯广告部分应收账款的基础上，沈阳庞达进一步承诺截至2014年9月30日，达可斯广告对沈阳庞达的应收账款余额不高于1,350万元；截至2014年12月31日，达可斯广告对沈阳庞达的应收账款余额为0。沈阳庞达的股东陈明和周晓平对上述承诺承担连带责任。

(4) 达可斯广告应收账款坏账准备计提政策

① 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准	对于单项金额重大的应收款项（单项金额在500万元以上，含500万元），当存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时，确认相应的坏账准备。
------------------	--

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	根据该款项预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。
----------------------	--

② 按组合计提坏账准备应收款项：

确定组合的依据	
账龄分析法组合	相同账龄的应收款项具有类似的信用风险特征划分为一个组合
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄分析法组合	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的方法：

账龄	应收账款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5%
1-2 年（含 2 年）	10%
2-3 年（含 3 年）	50%
3 年以上	100%

③ 单项金额虽不重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项计提坏账准备的理由	有确凿证据表明其可收回性存在明显差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；经单独测试未发生减值的，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中计提坏账准备。根据该款项预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。

(5) 同行业可比公司坏账准备计提政策

参见“第四章 /第一节/八/（一）/2、应收账款”。

(6) 达可斯广告应收账款坏账损失情况

报告期内达可斯广告不存在实际发生坏账损失的情况，各期应收账款坏账准备余额大于实际核销的应收账款金额。

3、长期待摊费用

截至 2014 年 6 月末，达可斯广告长期待摊费用为 264.24 万元，占总资产比例为 3.53%，主要为公司自有屏幕的场租，根据合同约定的期限进行摊销。

4、固定资产

(1) 办公用房租赁情况

截至本报告书签署日，达可斯广告无房屋产权，其所使用房屋均系租赁取得，使用情况良好。达可斯广告及子公司已与出租方就租赁期限将在 2014 年年底到期的租赁物业续签了新的租赁合同，具体如下：

序号	租赁房屋	承租方	出租方	租赁期限	租赁面积 (平方米)	用途
1	沈阳市和平区和平北大街 69 号总统大厦 A 座 1901、1902、1909	达可斯广告	沈阳玛莉蓝国际实业有限责任公司	2014.2.26-2016.2.25	309.903	办公
2	沈阳市和平区太原南街 16-1 号	沈阳裕华	王风巍	2013.9.1-2016.8.31	—	办公
3	宁波大榭开发区永丰路 128 号 34 幢 207 室	宁波达可斯庞达	宁波大榭开发区投资控股有限公司	2013.12.24-2014.12.23/2014.12.24-2015.12.23	20	办公

(2) 户外 LED 屏幕情况

截至本报告书签署日，达可斯广告运营的自有 LED 屏幕媒体数量为 9 块，屏幕面积达 2,410.60 平方米，使用情况良好，各屏幕均拥有阵地租赁优先续约权，具体情况参见本节“七/（二）提供的主要服务”。

5、无形资产情况

截至本报告书签署日，达可斯广告未持有土地使用权、商标权、著作权、专利权、域名等无形资产。

(二) 主要负债情况

截至 2014 年 6 月末，达可斯广告负债合计为 2,601.99 万元，主要负债情况如下：

项目	单位：万元	
	金额	占比
应付账款	1,231.56	47.33%
预收款项	201.22	7.73%
应付职工薪酬	5.59	0.21%
应交税费	1,014.08	38.97%
其他应付款	149.55	5.75%
流动负债合计	2,601.99	100.00%
负债合计	2,601.99	100.00%

截至 2014 年 6 月末，达可斯广告的负债全部为流动负债，主要包括应付账款、预收款项、应交税费和其他应付款等。

（三）对外担保情况

截至本报告书签署日，达可斯广告不存在对外担保情况。

九、达可斯广告非经营性资金占用情况

截至本报告书签署日，达可斯广告的股东、关联方均不存在对达可斯广告非经营性资金占用的情形。

十、达可斯广告涉及的诉讼情况

截至本报告书签署日，达可斯广告不存在重大未决诉讼。

十一、达可斯广告出资及合法存续情况

交易对方之达可斯广告股东韩慧丽、周晓平等 2 名法自然人股东已出具相关承诺，具体内容如下：

（一）本承诺人所持有之标的资产权属清晰，不存在纠纷和潜在纠纷，不存在在资产权属方面的抵押、质押等担保情形，不存在任何可能导致标的资产被有关司法机关或行政机关拍卖、查封、冻结、征用或限制转让的情形，不存在与资产权属相关的未决或潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或司法程序，如相关法律程序得到适当履行，标的资产在约定期限内办理完毕股权过户或相关转移手续不存在法律障碍。

（二）本承诺人合法持有沈阳达可斯广告有限公司的股权不存在委托持股、信托持股或其他任何为第三方代持股份的情形。

（三）本承诺人对沈阳达可斯广告有限公司不存在出资不实，虚假出资或者抽逃出资的情形。

（四）本承诺人最近 5 年内未受到过行政处罚、刑事处罚或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁，不存在被证券监管部门、证券交易所调查的情形或其他不良记录。

第五章 交易标的评估情况

第一节 郁金香传播的评估情况

坤元评估以在持续经营和其他假设前提下，结合郁金香传播的实际情况，综合考虑各种影响因素，采用收益法和市场法对郁金香传播 2013 年 12 月 31 日的全部股东权益进行评估，出具了坤元评报[2014]166 号《资产评估报告》。

一、评估假设

（一）基本假设

1、本次评估以委估资产的产权利益主体变动为前提，产权利益主体变动包括利益主体的全部改变和部分改变。

2、本次评估以公开市场交易为假设前提。

3、本次评估以被评估单位提供的有关法律性文件、各种会计凭证、账簿和其他资料真实、完整、合法、可靠为前提。

4、本次评估以宏观环境相对稳定为假设前提，即国家现有的宏观经济、政治、政策及被评估单位所处行业的产业政策无重大变化，或其变化能明确预期；国家货币金融政策基本保持不变，国家现行的利率、汇率等无重大变化，或其变化能明确预期；国家税收政策、税种及税率等无重大变化，或其变化能明确预期。

5、本次评估以企业经营环境相对稳定为假设前提，即企业主要经营场所及业务所涉及地区的社会、政治、法律、经济等经营环境无重大改变；企业能在既定的经营范围内开展经营活动，不存在任何政策、法律或人为障碍。

（二）具体假设

1、本次评估中的收益预测建立在被评估单位提供的发展规划和盈利预测的基础上。

2、假设被评估单位在未来的经营期内，其销售费用和管理费用等各项期间费用不会在现有基础上发生大幅的变化，总体格局维持现状。

3、假设被评估单位管理层勤勉尽责，具有足够的管理才能和良好的职业道德，被评估单位的管理风险、资金风险、市场风险、技术风险、人才风险等处于可控范围或可以得到有效化解。

4、假设被评估单位完全遵守所有有关的法律和法规，其所有资产的取得、使用等均符合国家法律、法规和规范性文件。

5、假设被评估单位每一年度的营业收入、成本费用、改造等的支出，在年度内均匀发生。

6、假设被评估单位的产品或服务所在的市场处于相对稳定状态。

7、假设应收款项能正常回收，应付款项需正常支付。

8、假设无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响。

9、假设评估基准日后被评估单位在现有管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致。

10、假设被评估单位在收益预测期内采用的会计政策与评估基准日时采用的会计政策在所有重大方面一致。

(三) 特殊假设

1、假设郁金香传播正在执行的代理协议和租赁协议到期后，能够继续取得相关资产的代理权和租赁权，且未来签订的代理协议和租赁协议约定的有关条款与双方过去约定的条款保持不变。

2、没有考虑现在或将来可能承担的抵押、担保事宜，以及特殊的交易方式可能追加付出的价格等对评估结论的影响。

评估人员根据资产评估的要求，认定这些前提条件在评估基准日时成立，当以上评估前提和假设条件发生变化，评估结论将失效。

二、评估结论和评估方法的选择

(一) 收益法评估结果

在假设前提基础上，郁金香传播股东全部权益价值采用收益法评估的结果为

120,205.19 万元，较账面价值评估增值 87,105.23 万元，增值率为 263.16%。

（二）市场法评估结果

在假设前提基础上，郁金香传播股东全部权益价值采用市场法评估的结果为 125,832.70 万元，较账面价值评估增值 92,732.74 万元，增值率为 280.16%。

（三）评估结论的选择

郁金香传播股东全部权益价值采用收益法的评估结果为 120,205.19 万元，市场法的评估结果为 125,832.70 万元，两者相差 5,627.51 万元，差异率为 4.68%。

市场法是从企业经营情况及整体市场的表现来评定企业的价值，而收益法是立足于企业本身的获利能力来预测企业的价值，两者是相辅相成的，市场法的结果是收益法结果的市场表现，而收益法结果是市场法结果的坚实基础，是企业的内在价值的合理反映。考虑到郁金香传播主要从事户外 LED 大屏幕的媒体资源开发和广告发布业务；收益法评估中结合评估对象客户资源、收益模式、市场发展等因素变化对未来获利能力的影响，更为合理的反映了评估对象的企业价值。

综上，评估师认为采用收益法评估结果更能合理体现郁金香传播股东全部权益价值，因此本次评估采用收益法的评估结果 120,205.19 万元作为郁金香传播股东全部权益的评估值。

三、收益法评估说明

1、未来收益的确定

（1）营业收入及营业成本的预测

①公司营业收入的预测

A、2014 年度营业收入预测的测算过程

a.测算过程及依据

从客户分类预测的角度，细分确定郁金香传播近四年品牌客户收入贡献度如下表所示：

单位：万元

历年品牌客户收入贡献度					
年份	2010年	2011年	2012年	2013年	平均值
户外LED屏幕收入					
其中：前10名品牌	11,578.96	11,309.31	13,409.73	12,357.94	12,163.99
11-20名品牌	5,249.12	5,012.74	5,263.89	5,724.90	5,312.66
21-50名品牌	7,046.81	8,795.05	8,745.39	11,479.76	9,016.75
51-150名品牌	8,738.63	12,493.15	12,457.72	12,766.57	11,614.02
其他品牌	3,240.24	5,742.60	3,381.87	1,966.86	3,582.89
户外传统大牌收入	1,334.30	1,564.97	1,451.76	1,614.99	1,491.51
合计	37,188.07	44,917.81	44,710.37	45,911.01	43,181.82
前10名品牌收入贡献度	31.14%	25.18%	29.99%	26.92%	28%
11-20名品牌收入贡献度	14.12%	11.16%	11.77%	12.47%	12%
21-50名品牌收入贡献度	18.95%	19.58%	19.56%	25.00%	21%
51-150名品牌收入贡献度	23.50%	27.81%	27.86%	27.81%	27%
前150品牌收入贡献度	87.70%	83.73%	89.19%	92.20%	88%

郁金香传播前10名品牌客户(主要包括汽车行业客户、白酒行业客户、化妆品行业客户以及数码产品行业客户),近4年对公司营业收入的平均贡献值为12,163.99万元,贡献值比重较大,达到28%。11-20名品牌客户,客户类型基本与前10大品牌客户一致,近4年对公司营业收入的平均贡献度为12%,21-50名品牌客户平均贡献度为21%,51-150名品牌客户平均贡献度为27%。总体上看,前150名品牌客户平均贡献度合计达到了88%,构成了公司营业收入来源的主体。故本次预测时,按照各品牌客户投放量归类,分为五大类进行预测:

第一类,前10名品牌客户:

通常,该类客户是户外LED媒体的最大客户,此类品牌客户对户外LED媒体的投放主要是依据其自身的情况进行整体考虑和把握。2010年至2013年间,公司前10名品牌客户的投放量绝对值总体保持增长态势。其中,2013年相对2012年同比有所下降,主要原因为:第一,2012年末,宏观经济增速放缓,客户自身削减了广告成本;第二,受国家政策的影响,酒类品牌投放额有所下降。预计2014年此大类部分客户会恢复常态的广告投放量,同时基于汽车品牌投放量的快速增长形势(2013年较2012年同比增长38.15%),上述因素的不利影响将逐步被抵消。因此,以2013年实际实现的收入为基础,取前四年复合增长率(2%)为2014年此大类收入的增长率进行预测。

第二类，11-20 名品牌客户：

虽然该类客户销售额总量不足前 10 名品牌客户的 50%，但客户行业构成类似，分别包括汽车行业客户、白酒行业客户、化妆品行业客户以及数码产品行业客户，该类客户行业的成长性良好。因此，以 2013 年实际实现的收入为基础，取近两年增长率（9%）为 2014 年此大类收入的增长率进行预测。

第三类，21-50 名品牌客户：

该类客户作为公司的长期客户，过去 4 年销售额有较高的增长速度，复合增长率达到 17.66%，2013 年的收入贡献度达到了 25.00%，接近前 10 名品牌客户水平，是发展大客户的基础。因此，以 2013 年实际实现的收入为基础，取前四年的复合增长率（18%）为 2014 年此大类收入的增长率进行预测。

第四类，51-150 名品牌客户：

该类客户系郁金香传播开发市场和长期培养客户营销策略的客户群代表，对 LED 有一定的了解和投放基础，群体收入贡献保持稳定，一般根据不同的区域或阶段在全国网络进行投放。该类客户在 2011 年增长速度较快，达到 42.96%，2012 年、2013 年收入大幅放缓。该类客户涵盖的行业较多，受整体经济变动影响较为明显，故采用接近于 GDP 增长速率的 8% 为其 2014 年的预测增长率。

第五类，150 名之后的品牌客户：

该类客户初步了解 LED，代表了 LED 未来的主要发展市场，在 2013 年之前，品牌数和平均投放额均呈稳定增长的态势。在 2013 年，受到市场总体经济增长放缓的影响，其对收入的贡献值大幅减少。随着宏观经济逐步企稳及郁金香传播对该类客户服务的逐步覆盖，2014 年有望恢复到高于前 3 年的客户数和平均客户投放量的平均水平，预计 2014 年此大类收入将与 2013 年度持平，上涨幅度较小。预测增长率采用 5%。

此外，户外传统大牌业务并非郁金香传播未来主要业务，该业务 2013 年收入占全年营业总收入的比例约为 3.52%，占比较低。经核查 2014 年已签订的合同，同时考虑计划新签与续签合同，预计 2014 年户外传统大牌业务收入占营业收入比例略有上升至 4% 左右。

基于上述客户分类预测,各品牌客户 2013 年实现销售收入和 2014 年预测销售收入如下:

单位:万元

类别	2013 年收入	2014 年收入	增长率
户外 LED 屏幕收入			
其中:前 10 名品牌	12,357.94	12,629.07	2%
11-20 名品牌	5,724.90	6,226.28	9%
21-50 名品牌	11,479.76	13,507.64	18%
51-150 名品牌	12,766.57	13,787.90	8%
其他品牌	1,966.86	2,076.11	5%
户外传统大牌收入	1,614.99	1,990.46	23%
合计	45,911.01	50,217.46	9%

b.对上述收入测算的合理性验证

i.从市场份额角度

根据易观国际的统计,2012 年和 2013 年户外 LED 大屏幕媒体市场规模均为 15 亿元左右,而根据郁金香传播的营业收入水平,其在户外 LED 大屏幕媒体行业的市场份额约为 30%。按照昌荣传媒市场与媒体研究中心发布的《2014 年中国广告与行业趋势洞察——上-广告篇》报告数据,预测 2014 年户外广告市场增幅将达到 18.8%,市场总体规模将达到约 17.82 亿元。按照目前郁金香传播的市场份额,其 2014 年的营业收入水平预计将达到约 5.35 亿元,与上述收入测算水平相近。

ii.从已签订合同角度

截至 2014 年 7 月底,客户与郁金香传播签订的广告投放合同并约定于 2014 年进行投放的金额约为 3.42 亿元,已签订合同部分金额占 2014 年收入预测的 68% 以上。由于郁金香传播从合同签订到收入确认的周期一般较短,上述合同金额在 2014 年度内基本满足相应条件,可确认为收入。同时,基于广告行业的季节性因素和郁金香传播的历史数据,客户下半年的广告投放量一般大于上半年,故上述郁金香传播 2014 年度收入测算较为合理。

B、2015 年度以后期间营业收入预测的测算过程

依据 2014 年的经济发展态势,宏观经济整体处于复苏阶段,故预计 2015

年和 2016 年收入增长率与 2014 年持平。2017 年、2018 年随着郁金香传播资本投入的增加，三四线城市网络布局的逐步完善，郁金香传播在整个国内户外 LED 市场的占有率将进一步增加。随着郁金香传播市场占有率的提升，议价能力和规模效应均将得到相应提升，因此营业收入将进一步增长，预测上述两年的营业收入增长率为 12%。2018 年以后，郁金香传播基本完成在全国市场的整体布局，业务发展进入平稳期。具体如下：

单位：万元

年份	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	永续期
合计收入	37,188.07	44,917.81	44,710.37	45,911.01	50,217.47	54,927.87	60,080.10	67,289.71	75,364.48	75,364.48
增长率	20%	21%	0%	3%	9%	9%	9%	12%	12%	0%
户外 LED 屏幕收入										
其中：前 10 名品牌	11,578.96	11,309.31	13,409.73	12,357.94	12,629.07	13,813.69	15,109.42	16,922.55	18,953.26	18,953.26
11-20 名品牌	5,249.12	5,012.74	5,263.89	5,724.90	6,226.28	6,810.31	7,449.13	8,343.02	9,344.18	9,344.18
21-50 名品牌	7,046.81	8,795.05	8,745.39	11,479.76	13,507.64	14,774.66	16,160.54	18,099.80	20,271.78	20,271.78
51-150 名品牌	8,738.63	12,493.15	12,457.72	12,766.57	13,787.90	15,081.21	16,495.84	18,475.34	20,692.38	20,692.38
其他品牌	3,240.24	5,742.60	3,381.87	1,966.86	2,076.11	2,693.16	2,945.74	3,299.23	3,695.14	3,695.14
户外传统大牌收入	1,334.30	1,564.97	1,451.76	1,614.99	1,990.46	1,754.83	1,919.43	2,149.76	2,407.74	2,407.74

②公司营业成本及毛利率的预测

从各类型屏幕毛利率上看，自有屏幕和一般代理屏幕的毛利率较高，2013 年的毛利率分别达到了 56.22% 和 46.25%。独家代理屏幕的毛利率较低，2013 年为 8.22%。

根据公司投资计划，公司将在未来 5 年内增加自有屏幕 12 块，投资总额 6,000 万元。自有屏幕毛利率较高，而且随着 LED 技术的不断进步，自有屏幕的建造成本与几年前相比有显著的下降。以目前市场上 LED 屏幕的造价信息，与前几年相比，基本只有原造价的 40%-50%。公司在户外 LED 市场的起步较早，因此历史投入成本较高，与同行业相比，公司在毛利率上有明显不足。以上海香榭丽广告传媒股份有限公司为例，根据公开披露的信息，其 2011 至 2013 年的毛利率稳定在 48% 至 50% 的区间内。因此，增加未来自有屏幕，以及未来自有屏幕的替换成本下降，均将对公司的毛利率提升产生显著影响。

一般代理屏幕主要针对三四线城市市场。目前市场上可供销售的此类屏幕超过 400 块，公司未来主要策略是整合三四线城市资源，以核心网络带动三四线城市的网络，随着三四线城市的整体消费能力提升，亦将对综合毛利率提升产生积

极影响。

公司独家代理业务由于需要支付较高的独家代理费用，导致该业务毛利率较低。根据公司 2014 年经营计划，部分毛利率较低的独家代理屏幕，公司将不再代理。此外，部分独家代理屏幕和自建屏幕因市政规划、LED 屏施工问题等，相关代理成本和自建成本将不再发生，将相应减少预估成本。上述举措将降低公司的营业成本。

综上所述，未来年度的营业收入、营业成本预测如下：

单位：万元

项目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	永续期
营业收入	50,217.47	54,927.87	60,080.10	67,289.71	75,364.48	75,364.48
营业成本	29,873.22	31,635.74	33,090.98	36,069.17	39,567.88	39,567.88
毛利率	40.51%	42.40%	44.92%	46.40%	47.50%	47.50%

(2) 营业税金及附加的预测

郁金香传播的营业税金及附加主要包括城建税、教育费附加、地方教育费附加、河道费、文化事业费等。

根据《关于在上海市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2011〕111 号），公司于 2012 年完成新旧税制转换。本次预测时，对基准日的营业税金及附加占营业收入的比例进行了计算分析，公司税率基本稳定，每年变动幅度不大，故对于未来各年营业税金及附加比率取基准日的值确定为 2.42%。

(3) 期间费用的预测

① 管理费用的预测

管理费用主要由工资性开支(工资、福利费、职工保险等)、可控费用(办公费、车辆经费、修理费、业务招待费和交通费等)和其他费用(折旧费、无形资产摊销、差旅费等)三大块构成。本次评估根据管理费用的性质，主要采用趋势预测分析法进行预测。

② 销售费用的预测

销售费用主要由职工薪酬、差旅费、办公费、业务招待费、车辆经费等构成。本次评估对于销售费用的预测主要采用趋势分析法，以营业收入为参照系数，根据历史数据，结合企业未来面临的市场环境，对公司未来发生的销售费用进行了

预测。

③财务费用的预测

财务费用主要包括利息支出、手续费、存款利息收入等。本次对手续费、存款利息收入等项目，主要采用了趋势预测分析法进行预测。对于利息支出，根据公司的融资规划，未来不会产生较大的融资需求，故按目前利息支出规模进行预测

(4) 资产减值损失的预测

资产减值损失主要为企业往来款的回款损失准备。根据公司的坏账政策并结合以前年度回款情况，预测时综合确定各年度资产减值损失。

(5) 补贴收入、公允价值变动收益的预测

由于补贴收入及公允价值变动收益不确定性强，无法预计，故预测时不予考虑。

(6) 投资收益的预测

本次预测按合并报表口径，故对控股公司已一并考虑。对于其他长期投资单位，由于已歇业，故不考虑对其的投资收益，将其作为非经营性资产考虑。

(7) 营业外收入、支出

由于不确定性太强，无法预计，预测时不予考虑。

(8) 所得税费用

所得税费用根据应纳税所得额的 25% 进行预测。

(9) 净利润的预测

净利润=营业收入-营业成本-营业税金及附加-管理费用-销售费用-财务费用-资产减值损失+营业外收入-营业外支出-所得税

根据上述预测依据，郁金香传播预计未来实现的净利润情况如下：

单位：万元

项目	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	永续期
净利润	6,916.25	8,604.30	10,812.86	13,320.41	16,158.99	16,158.99

(10) 折旧费及摊销的预测

固定资产的折旧是由两部分组成的，即对基准日现有的固定资产(存量资产)按企业会计计提折旧的方法(直线法)计提折旧、对基准日后新增的固定资产(增量资产)，按完工或购入年份的中期作为转固定资产日期开始计提折旧。

年折旧额=固定资产原值×年折旧率

无形资产的摊销主要为管理软件等摊销，预测时按照尚余摊销价值根据企业摊销方法进行了测算。

长期待摊费用的摊销主要为装修费等摊销，预测时按照尚余摊销价值根据企业摊销方法进行了测算。

(11) 营运资金增减额的预测

营运资金主要为非现金流动资产减去不含有息负债的流动负债。

随着公司生产规模的变化，公司的营运资金也会相应的发生变化，具体表现在最低现金保有量、应收账款、预付款项和应付、预收款项的变动上以及其他额外资金的流动。评估人员在分析公司以往年度上述项目与营业收入、营业成本的关系，经综合分析后确定适当的指标比率关系，以此计算公司未来年度的营运资金的变化，从而得到公司各年营运资金的增减额。

(12) 资本性支出的预测

资本性支出包括追加投资和更新支出。根据公司投资计划，公司将在未来5年内增加自有屏幕12块，投资总额6,000万元。更新支出是指为维持企业持续经营而发生的资产更新支出，包括固定资产更新支出、无形资产更新支出和长期待摊费用更新支出等。本次评估根据企业的发展规划及目前实际执行情况预测未来年度资本性支出。

(13) 现金流的预测

企业自由现金流=净利润+税后利息支出+折旧及摊销等+资产减值准备-营运资金增加额-资本性支出

因本次评估的预测期为持续经营假设前提下的无限年期，因此还需对明确的预测期后的永续年份的股权现金流进行预测。评估假设预测期后年份股权现金流将保持稳定，故预测期后年份的企业收入、成本、费用、固定资产折旧及摊销保

持稳定且与 2018 年的金额相等，考虑到 2018 年后公司经营稳定，营运资金变动金额为零。采用上述公式计算得出 2018 年后的企业自由现金流量为 19,549.61 万元。

根据上述预测得出预测期企业自由现金流，并预计 2018 年后企业每年的现金流基本保持不变，具体见下表：

单位：万元

项目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	永续期
净利润	6,916.25	8,604.30	10,812.86	13,320.41	16,158.99	16,158.99
加：税后利息支出	813.64	813.64	813.64	813.64	813.64	813.64
加：折旧摊销等非付现成本	3,613.27	3,935.78	4,331.13	4,034.72	3,930.90	4,339.57
减：营运资金增加	-1,599.05	2,977.95	3,238.20	4,569.31	5,124.21	-
减：资本性支出	1,036.25	1,582.91	2,256.64	5,487.98	3,660.12	1,762.59
企业自由现金流量	11,905.96	8,792.86	10,462.79	8,111.48	12,119.20	19,549.61

2. 折现率的确定

(1) 折现率计算模型

企业自由现金流评估值对应的是企业所有者的权益价值和债权人的权益价值，对应的折现率是企业资本的加权平均资本成本(WACC)。

$$WACC = K_e \times \frac{E}{E+D} + K_d \times (1-T) \times \frac{D}{E+D}$$

式中：WACC——加权平均资本成本；

K_e ——权益资本成本；

K_d ——债务资本成本；

T——所得税率；

D/E——目标资本结构。

债务资本成本 K_d 采用现时的平均利率水平，权数采用企业同行业上市公司平均资本结构计算取得。

权益资本成本按国际通常使用的 CAPM 模型求取，计算公式如下：

$$K_e = R_f + Beta \times MRP + R_c = R_f + Beta \times (R_m - R_f) + R_c$$

式中： K_e ——权益资本成本

R_f ——目前的无风险利率

R_m ——市场回报率

$Beta$ —权益的系统风险系数

MRP —市场的风险溢价

R_c —企业特定风险调整系数

(2) 模型中有关参数的计算过程

①无风险报酬率的确定

无风险报酬率一般采用评估基准日交易的长期国债品种实际收益率确定。本次评估选取2013年12月31日国债市场上到期日距评估基准日10年以上的交易品种的平均到期收益率4.32%作为无风险报酬率。

②资本结构

根据沪、深两市相关上市公司截至评估基准日的资本结构情况，郁金香传播目标资本结构的取值： $E/(D+E)$ 取 97.86%， $D/(D+E)$ 取 2.14%。

③企业风险系数 $Beta$

根据沪、深两地行业上市公司近 3 年含财务杠杆的 $Beta$ 系数，通过公式 $\beta_u = \beta_l \div [1+(1-T) \times (D \div E)]$ (公式中， T 为税率， β_l 为含财务杠杆的 $Beta$ 系数， β_u 为剔除财务杠杆因素的 $Beta$ 系数， $D \div E$ 为资本结构) 对各项 $beta$ 调整为剔除财务杠杆因素后的 $Beta$ 系数，其行业平均值为 0.9137。

由于公司企业所得税为 25%，根据公式 $\beta_l = \beta_u \times [1+(1-t)D/E]$ ，计算郁金香传播带财务杠杆系数的 $Beta$ 系数= 0.9287。

④计算市场的风险溢价

首先计算沪深 300 成分股的各年算术平均及几何平均收益率，以全部成分股的算术或几何平均收益率的加权平均数作为各年股市收益率，再与各年无风险收益率比较，得到股票市场各年的 ERP。由于几何平均收益率能更好地反映股市收益率的长期趋势，故采用几何平均收益率估算的 ERP 的算术平均值作为目前国内股市的风险收益率，即市场风险溢价为 7.47%。

⑤ R_c —企业特定风险调整系数的确定

A.经营风险

在自有屏幕方面，公司场地租赁合同的期限均为中长期，普遍为 7-10 年且同时约定到期优先续约权，为公司的稳定经营提供保障；独家代理屏幕方面，公司同样通过与媒体资源控制方签署中长期独家代理合同的方式确保媒体资源的

稳定，合同期限普遍为 3-7 年，同时附优先续约权，到期滚动存续；一般代理屏幕方面，除部分中长期合同外，多采用 1 年期合同附优先续约权滚动存续的更为灵活的代理模式，以便于公司根据市场需求的变化调节自身媒体资源网络的布局。

虽然公司结合自身战略规划，采取合理措施确保不同类型的媒体资源稳定运营，但是不能排除相关合同到期不能续约造成的公司屏幕媒体资源稳定性下降，从而给公司的经营造成不利影响。故取经营风险为 0.5%。

B.政策风险

由于户外 LED 大屏幕媒体是一种区别于传统媒体形式的新兴媒体类型，且同时由于其屏幕媒体的设置与所处物理位置具有特殊性，户外 LED 大屏幕媒体在点位设置、广告内容播放等行为的过程中相对于其他媒体平台会受到多个政府部门的交叉管理，如工商、市容、规划、城市管理等。

国内各地区对户外广告管理（如广告设施的设置许可、户外广告登记）的地方性规定以及实际执行的管理措施也是各有不同，规范的统一化程度较低。若未来对户外 LED 大屏幕媒体管理标准提高，规范的统一标准出台，则可能会对公司的运营产生影响。故取政策风险为 0.5%。

C.财务风险

根据行业惯例，媒体资源代理费用和场租费用一般以现金方式支付，而广告业务收入系根据发布情况逐步回笼，导致现金流的当期流入和流出不匹配，从而导致公司经营活动净现金流量较低。未来随着公司业务规模的不断扩大，公司如果不能以适当条件及时获得所需资金，将对公司的业务开展产生不利影响。故取财务风险为 0.5%。

故取企业特定风险调整系数为 1.50%。

⑥加权平均成本的计算

A. 权益资本成本 K_e 的计算

$$\begin{aligned} K_e &= R_f + \text{Beta} \times (R_m - R_f) + R_c \\ &= 12.76\% \end{aligned}$$

B. 债务资本成本 K_d 计算

债务资本成本 K_d 采用基准日适用的一年期贷款利率 6%。

C. 加权资本成本计算

$$WACC = K_e \times \frac{E}{E+D} + K_d \times (1-T) \times \frac{D}{E+D}$$

$$= 12.58\%$$

3、评估结果

(1) 企业股权现金流价值的计算

企业自由现金流=净利润+税后利息支出+折旧及摊销等非付现成本-营运资金增加额-资本性支出

因本次评估的预测期为持续经营假设前提下的无限年期，因此还需对明确的预测期后的永续年份的股权现金流进行预测。评估假设预测期后年份股权现金流将保持稳定，故预测期后年份的企业收入、成本、费用、固定资产折旧及摊销保持稳定且与 2018 年的金额相等，考虑到 2018 年后公司经营稳定，营运资金变动金额为零。采用上述公式计算得出 2018 年后的企业自由现金流量为 19,549.61 万元。

根据上述预测得出预测期企业自由现金流，并预计 2018 年后企业每年的现金流基本保持不变，具体见下表：

单位：万元

项目/年度	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	永续期
企业自由现金流	11,905.96	8,792.86	10,462.79	8,111.48	12,119.20	19,549.61
折现率	12.58%	12.58%	12.58%	12.58%	12.58%	12.58%
折现期	0.5	1.5	2.5	3.5	4.5	4.5
折现系数	0.9425	0.8372	0.7436	0.6605	0.5867	4.6638
折现额	11,221.40	7,361.40	7,780.10	5,357.60	7,110.30	91,175.50
企业自由现金流评估值	130,006.30					

(2) 非经营性资产(负债)、溢余资产价值

截至 2013 年 12 月 31 日，郁金香传播的非经营性资产为应收外资股东代扣代缴所得税 66.29 万元，非经营性负债为应付员工劳动争议诉讼费 29.31 万元。

评估人员根据营运资金计算的最低现金保有量，将其与公司基准日账面货币资金的差额部分，确认为溢余资金。截至 2013 年 12 月 31 日，溢余资产评估价值为 4,186.93 万元。

(3) 付息债务价值

截至 2013 年 12 月 31 日，公司付息债务主要为短期借款和应付利息，合计账面值 14,025.03 万元。上述付息债务评估值为 14,025.03 万元。

(4) 收益法评估结果

企业整体价值=企业自由现金流评估值+非经营性资产价值+溢余资产价值
= 134,230.21 万元

企业股东全部权益价值=企业整体价值—付息债务
= 120,205.19 万元

在评估报告所揭示的评估假设基础上，采用收益现值法时，郁金香传播的股东全部权益价值为 120,205.19 万元。

四、市场法评估说明

评估师采用上市公司比较法对郁金香传播的全部股东权益价值进行评估，选取的可比上市公司为：北巴传媒、博瑞传播和省广股份，其主营业务与郁金香传播相似。根据上市公司比较法，在持续经营和缺少流通性前提下的郁金香传播股东全部权益的评估值为 125,832.70 万元。

五、评估增值原因及其合理性说明

本次委托评估的郁金香传播股东全部权益价值评估结果为 120,205.19 万元，较账面价值评估增值 87,105.23 万元，增值率为 263.16%。增值原因系 1) 本次评估从合并口径考虑公司价值，同时考虑了企业的未来获利能力的可能性以及存在的商誉价值。对于郁金香传播来说，其主要价值除了固定资产、营运资金等有形资产之外，还包含企业业务网络、服务能力、人才团队、品牌价值等重要的无形资产。2) 郁金香传播所处的广告行业具有轻资产的特点，生产经营对于资产规模的需求较低。公司自有 LED 屏场地、办公场所等均为来自于租赁。因此，郁金香传播的评估增值率相对传统的生产性行业较高。

六、最近三年的资产评估情况

2012 年 6 月郁金香传播进行整体变更设立股份公司时，上海立信资产评估有限公司出具了信资评报字[2012]第 206 号《资产评估报告》。该次评估采用成

本法评估，评估基准日为 2012 年 1 月 31 日，郁金香传播的净资产值 29,890.79 万元，评估值为 32,619.25 万元，评估增值 2,728.46 万元，增值率 9.13%。

本次重组评估结果与前次评估结果存在较大差异，主要原因如下：

1、评估目的不同。前次评估是为整体变更设立股份公司提供依据，确认无出资不实的情形，前次评估选择成本法。本次评估目的是为交易双方在公平、自愿的原则下交易资产提供作价参考依据，采用收益法能够更好地提供市场化作价依据。

2、评估方法不同。前次评估采用成本法，本次则采用收益法。成本法关注企业现时状态下各项资产的价值，收益法则关注企业的盈利潜力，考虑未来收入的时间价值。

3、评估时点不同。前后两次评估基准日时间间隔近 2 年，期间通过利润滚存和业务发展，公司价值实现一定增长。

第二节 达可斯广告的评估情况

坤元评估以在持续经营和其他假设前提下，结合达可斯广告的实际情况，综合考虑各种影响因素，采用收益法和市场法对达可斯广告 2014 年 1 月 31 日的全部股东权益进行评估，出具了坤元评报[2014]167 号《资产评估报告》。

一、评估假设

（一）基本假设

1、本次评估以委估资产的产权利益主体变动为前提，产权利益主体变动包括利益主体的全部改变和部分改变；

2、本次评估以公开市场交易为假设前提；

3、本次评估以被评估单位维持现状按预定的经营目标持续经营为前提，即被评估单位的所有资产仍然按照目前的用途和方式使用，不考虑变更目前的用途或用途不变而变更规划和使用方式；

4、本次评估以被评估单位提供的有关法律性文件、各种会计凭证、账簿和其他资料真实、完整、合法、可靠为前提；

5、本次评估以宏观环境相对稳定为假设前提，即国家现有的宏观经济、政治、政策及被评估单位所处行业的产业政策无重大变化，或其变化能明确预期；国家货币金融政策基本保持不变，国家现行的利率、汇率等无重大变化，或其变化能明确预期；国家税收政策、税种及税率等无重大变化，或其变化能明确预期；

6、本次评估以企业经营环境相对稳定为假设前提，即企业主要经营场所及业务所涉及地区的社会、政治、法律、经济等经营环境无重大改变；企业能在既定的经营范围内开展经营活动，不存在任何政策、法律或人为障碍。

（二）具体假设

1、本次评估中的收益预测建立在被评估单位提供的发展规划和盈利预测的基础上。

2、假设被评估单位在未来的经营期内，其销售费用和管理费用等各项期间费用不会在现有基础上发生大幅的变化，总体格局维持现状。

3、假设被评估单位管理层勤勉尽责，具有足够的管理才能和良好的职业道德，被评估单位的管理风险、资金风险、市场风险、技术风险、人才风险等处于可控范围或可以得到有效化解。

4、假设被评估单位完全遵守所有有关的法律和法规，其所有资产的取得、使用等均符合国家法律、法规和规范性文件。

5、假设被评估单位每一年度的营业收入、成本费用、改造等的支出，在年度内均匀发生。

6、假设无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响。

7、假设评估基准日后被评估单位在现有管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致。

8、假设被评估单位在收益预测期内采用的会计政策与评估基准日时采用的会计政策在所有重大方面一致。

（三）特殊假设

新文化拟发行股份及支付现金购买整合重组后的沈阳达可斯广告有限公司的股权。本次收购的前提是原股东韩慧丽、周晓平等完成对达可斯广告、沈阳达可思庞达、宁波达可斯庞达及沈阳裕华等四家公司的重组整合，整合后将沈阳达可思庞达的 100% 股权、宁波达可斯庞达的 100% 股权及沈阳裕华的 50% 股权装入达可斯广告，故此次评估是在沈阳达可斯广告有限公司和其关联单位完成整合重组的假设基础上进行的（上述重组相关工商变更程序已于 2014 年 6 月办理完毕）。

假设达可斯广告正在执行的代理协议和租赁协议到期后，能够继续取得相关资产的代理权和租赁权，且未来签订的代理协议和租赁协议约定的有关条款与双方过去约定的条款保持不变。

没有考虑现在或将来可能承担的抵押、担保事宜，以及特殊的交易方式可能追加付出的价格等对评估结论的影响。

评估人员根据资产评估的要求，认定这些前提条件在评估基准日时成立，当未来经济环境发生较大变化时，评估人员将不承担由于前提条件改变而推导出不同评估结果的责任。

二、评估结论和评估方法的选择

（一）收益法评估结果

在本报告所揭示的假设基础上，整合重组后的达可斯广告股东全部权益价值采用收益法评估的结果为 30,080.00 万元，较账面价值(模拟合并报表口径)评估增值 26,345.14 万元，增值率为 705.39%。

（二）市场法评估结果

在本报告所揭示的假设基础上，整合重组后的达可斯广告股东全部权益价值采用市场法评估的结果为 29,954.00 万元，较账面价值(模拟合并报表口径)评估增值 26,219.14 万元，增值率为 702.01%。

（三）评估结论的选择

整合重组后的达可斯广告股东全部权益价值采用收益法的评估结果为

30,080.00 万元，市场法的评估结果为 29,954.00 万元，差异额为 126.00 万元，差异率为 0.42%。

市场法是从企业经营情况及整体市场的表现来评定企业的价值，而收益法是立足于企业本身的获利能力来预测企业的价值，两者是相辅相成的，市场法的结果是收益法结果的市场表现，而收益法结果是市场法结果的坚实基础，是企业的内在价值的合理反映。考虑到整合重组后的达可斯广告主要从事户外 LED 大屏幕的媒体资源开发和广告发布业务；收益法评估中结合评估对象客户资源、收益模式、市场发展等因素变化对未来获利能力的影响，更为合理的反映了评估对象的企业价值。

综上，评估人员认为采用收益法评估结果更能合理体现整合重组后的达可斯广告股东全部权益价值，因此本次评估采用收益法的评估结果 30,080.00 万元(大写为叁亿零捌拾万元整)作为整合重组后的达可斯广告股东全部权益的评估值。

三、收益法评估说明

1、未来收益的确定

(1) 生产经营模式与收益主体、口径的相关性

达可斯广告与沈阳达可思庞达、宁波达可斯庞达及沈阳裕华拟采用一体化经营的模式，即达可斯广告负责自有 LED 屏幕资源的维护和运营；沈阳达可思庞达采取本地化运营的经营策略，计划代理达可斯广告东北地区客户的广告发布业务；宁波达可斯庞达采取贴近上海地区 4A 广告公司客户的经营策略，代理达可斯广告华东等地区客户的广告发布业务；沈阳裕华采取屏资源合作运营的经营策略，负责沈阳市百盛购物中心 LED 屏的运营。新文化拟发行股份及支付现金购买整合重组后的沈阳达可斯广告有限公司的股权。此次股权收购先决条件之一是韩慧丽、周晓平等股东完成达可斯广告、沈阳达可思庞达、宁波达可斯庞达及沈阳裕华等四家公司的重组整合，整合后将沈阳达可思庞达的 100% 股权、宁波达可斯庞达的 100% 股权及沈阳裕华的 50% 股权装入达可斯广告（上述整合重组相关工商变更程序已于 2014 年 6 月办理完毕）。

考虑到被评估单位业务循环的完整性，且采取一体化模式进行业务运营，本

次评估按整合重组后的达可斯广告模拟合并报表口径进行预测。

(2) 企业营业收入及营业成本的预测

①营业收入预测

根据昌荣传媒市场与媒体研究中心发布的《2014 年中国广告与行业趋势洞察——上-广告篇》报告，获益于城市交通的建设和数据技术的发展，中国户外广告市场保持稳健增长，2013 年增幅为 22.3%。基于户外广告前景，昌荣传媒预测，2014 年户外广告市场将持续快速增长，增幅约为 18.8%。

公司作为沈阳市及东北地区户外 LED 大屏幕媒体行业的领先企业，目前以自有 LED 屏幕发布广告业务为主。2013 年，公司自营 LED 屏幕业务收入为 3,851.73 万元，占总收入的 97.33%，一般代理发布业务收入 105.73 万元，占总收入的 2.67%。2011 年-2013 年，公司营业收入的平均增长率约为 32.5%。

根据公司的发展规划，公司未来经营模式主要包括自有 LED 屏幕广告发布、一般代理 LED 屏幕广告发布以及户外荧光灯大牌广告发布业务。公司未来将以沈阳市场为基础，逐步将业务扩展到东北主要城市。

自有 LED 屏幕方面：截至 2014 年 1 月末，公司拥有 8 块 LED 屏幕，均位于沈阳市商业繁华区域。根据公司 2014 年新增投资计划，预计 2014 年公司自有屏幕业务增长率将有较大增长。未来几年，公司将通过提升占有率、调整客户结构、适度提高发布价格等方式增加业务收入，结合昌荣传媒对户外广告业务的预测数据，根据公司实际情况，预计 2015 年-2018 年公司自有屏幕业务的增幅约在 15%左右。

一般代理业务：公司的一般代理业务模式在 2013 年末开始尝试，根据公司管理层计划，未来将在沈阳以外东北地区主要城市通过一般代理模式进行业务推广，依靠原有良好合作关系的国际品牌客户在东北其他主要城市广告投放需求，公司计划带领优质客户完成代理业务有效快速推广。截至评估现场工作日，公司已与近二十家单位签订代理协议，一般代理业务订单合同金额已远超 2013 年实现合同金额，预计 2014 年全年代理业务收入可达 660 万元。未来几年，代理业务将快速发展，预计业务增速前两年将达 30%，后两年增幅将有所放缓。

户外荧光灯大牌广告发布业务：公司 2014 年已取得三块大牌广告发布业务订单，预计未来几年大牌广告发布业务收入将稳步增长。未来各年收入预测情况如下表：

单位：万元

项目	2014年 2-12月	2015年	2016年	2017年	2018年	永续期
自有大屏业务	4,995.16	6,246.54	7,183.52	8,261.04	9,500.20	9,500.20
一般代理业务	613.09	858.50	1,116.10	1,395.10	1,674.10	1,674.10
广告大牌业务	409.20	588.87	618.31	636.86	655.97	655.97
营业收入合计	6,017.45	7,693.91	8,917.93	10,293.01	11,830.27	11,830.27

②营业成本预测

公司的营业成本主要包括 LED 屏幕折旧、自有 LED 场地租费、点位费、电费、维护费、代理成本、大牌场地租用费及其他费用等。公司的营业成本按各明细项目进行测算。对于 LED 屏幕折旧，按企业的会计政策进行测算；对于自有 LED 场地租费，按租赁合同约定的租费进行测算；对于电费，根据近年各屏幕耗电数量统计情况及实际电价，结合未来 LED 屏幕耗电估计情况进行测算；对于维护费，一般按合同约定条款进行测算，对部分未约定保修期外维护条款的屏幕的维护费按预计的维护费进行估算；对于代理成本，按预计的代理毛利率进行测算；对于大牌场地租用费，按签订的协议进行测算。

(3) 营业税金及附加的预测

达可斯广告的营业税金及附加主要包括城建税、教育费附加、地方教育费附加、文化事业费等。

本次预测时，先对 2012 年、2013 年及基准日的营业税金及附加占营业收入的比例进行了计算分析，近两年公司税率基本稳定，每年变动幅度不大，故对于未来各年模拟合并体（不含沈阳裕华）的营业税金及附加比率取近基准日的平均值确定。

考虑到沈阳裕华的 LED 屏幕将于 2014 年 6 月左右投入运营，预计发生的营业税金及附加按预计收入的一定比例进行测算确定。

(4) 期间费用的预测

①管理费用的预测

管理费用主要由工资性开支(工资、福利费、职工保险等)、可控费用(办公费、车辆经费、业务招待费和交通费等)和其他费用(折旧费、差旅费等)三大块构成。根据管理费用的性质,主要采用了趋势预测分析法进行预测。

②销售费用的预测

销售费用主要由职工薪酬、差旅费、办公费、业务招待费、佣金及车辆经费等构成。本次对于销售费用主要采用趋势分析法,根据历史数据,结合企业未来面临的市场环境,对公司未来发生的销售费用进行了预测。

③财务费用的预测

财务费用主要包括利息支出、手续费、存款利息收入等。根据以前年度存款利息收入、手续费支出情况,结合公司未来发展情况进行预测。

(5) 资产减值损失的预测

主要考虑企业往来款的回款损失。通过了解企业的坏账政策并结合以前年度分析,预测时综合确定各年度资产减值损失。

(6) 补贴收入、公允价值变动收益的预测

由于补贴收入及公允价值变动收益不确定性强,无法预计,故预测时不予考虑。

(7) 投资收益的预测

本次预测按合并报表口径,故不考虑投资收益。

(8) 营业外收入、支出

由于不确定性太强,无法预计,预测时不予考虑。

(9) 所得税费用

所得税费用根据应纳税所得额的 25%进行预测。

(10) 净利润的预测

净利润=营业收入-营业成本-营业税金及附加-管理费用-销售费用-财务费用-资产减值损失+营业外收入-营业外支出-所得税

根据上述预测，达可斯广告预计未来实现的净利润情况如下：

单位：万元

项目	2014年2-12月	2015年	2016年	2017年	2018年	永续期
净利润	2,194.28	2,762.75	3,312.30	3,975.09	4,690.01	4,654.82

(11) 折旧费及摊销的预测

固定资产的折旧是由两部分组成的，即对基准日现有的固定资产(存量资产)按企业会计计提折旧的方法(直线法)计提折旧、对基准日后新增的固定资产(增量资产)，按完工或购入年份的中期作为转固定资产日期开始计提折旧。

企业账面无资产摊销，故预测时不考虑。

另外，公司资产减值损失中考虑的往来款回款损失准备，实际构成公司非付现成本，在测算现金流时予以加回，在各年的折旧费及摊销中考虑。

(12) 营运资金增减额的预测

营运资金主要为非现金流动资产减去不含有息负债的流动负债。

随着公司生产规模的变化，公司的营运资金也会相应的发生变化，具体表现在最低现金保有量、应收账款、预付款项和应付、预收款项的变动上以及其他额外资金的流动。评估人员在分析公司以往年度上述项目与营业收入、营业成本的关系，经综合分析后确定适当的指标比率关系，以此计算公司未来年度的营运资金的变化，从而得到公司各年营运资金的增减额。

(13) 资本性支出的预测

资本性支出包括追加投资和更新支出。根据公司投资计划，预计模拟合并体内的沈阳裕华将在2014年上半年投资建设一块LED屏幕，预计固定资产投资360万元，无其他投资计划。

更新支出是指为维持企业持续经营而发生的资产更新支出，具体包括固定资产更新支出等。

另外，公司购置的 LED 屏幕款一般采用分期付款方式，截至基准日尚有未支付设备款共计 970 万元，测算时作为资本支出考虑。

单位：万元

项目	2014 年 2-12 月	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	永续期
资本性支出	1,201.63	134.08	2.85	22.10	4.38	283.59

(14) 借款的增加及偿还

预计公司自有资金未来能满足生产经营。故预测时不考虑借款的增加及偿还。

(15) 现金流的预测

股权现金流评估值 = 利润总额 × (1 - 所得税率) + 折旧及摊销 - 资本性支出 - 营运资金增加额 + 借款的增加 (- 借款的减少)

因本次评估的预测期为持续经营假设前提下的无限年期，因此还需对明确的预测期后的永续年份的股权现金流进行预测。评估假设预测期后年份股权现金流将保持稳定，故预测期后年份的企业收入、成本、费用、固定资产折旧及摊销保持稳定且与 2018 年的金额相等，考虑到 2018 年后公司经营稳定，营运资金变动金额为零。采用上述公式计算得出 2018 年后的企业自由现金流量为 4,881.60 万元。

根据上述预测得出预测期企业自由现金流，并预计 2018 年后企业每年的现金流基本保持不变，具体见下表：

单位：万元

项目	2014 年 2-12 月	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	永续期
净利润	2,194.28	2,762.75	3,312.30	3,975.09	4,690.01	4,654.82
加：折旧及摊销	379.89	456.29	466.69	484.32	510.37	510.37
减：资本支出	1,201.63	134.08	2.85	22.10	4.38	283.59
减：营运资金增加	-706.14	379.07	354.84	398.67	445.70	0.00
股权现金流量	2,078.68	2,705.89	3,421.30	4,038.64	4,750.30	4,881.60

注：上表中净利润包含沈阳裕华实现的少数股东损益

2. 折现率的确定

企业股权现金流评估值对应的是企业所有者的权益价值价值，对应的折现率是企业资本的权益资本成本。

权益资本成本按国际通常使用的 CAPM 模型求取，计算公式如下：

$$K_e = R_f + Beta \times MRP + R_c = R_f + Beta \times (R_m - R_f) + R_c$$

式中： K_e —权益资本成本

R_f —目前的无风险利率

R_m —市场回报率

$Beta$ —权益的系统风险系数

MRP —市场的风险溢价

R_c —企业特定风险调整系数

(2) 模型中有关参数的计算过程

①无风险报酬率的确定。

无风险报酬率一般采用评估基准日交易的长期国债品种实际收益率确定。本次评估选取 2014 年 1 月 31 日国债市场上到期日距评估基准日 10 年以上的交易品种的平均到期收益率 4.36% 作为无风险报酬率。

②资本结构

根据沪、深两市相关上市公司截至评估基准日的资本结构情况，达可斯广告目标资本结构的取值： $E/(D+E)$ 取 97.86%， $D/(D+E)$ 取 2.14%。

③企业风险系数 Beta

根据沪、深两地行业上市公司近 3 年含财务杠杆的 Beta 系数，通过公式 $\beta_u = \beta_l \div [1 + (1 - T) \times (D \div E)]$ (公式中，T 为税率， β_l 为含财务杠杆的 Beta 系数， β_u 为剔除财务杠杆因素的 Beta 系数， $D \div E$ 为资本结构) 对各项 beta 调整为剔除财务杠杆因素后的 Beta 系数，其行业平均值为 0.9137。

由于公司目前及未来预计不会向金融机构借款，实际 D/E 为零，企业所得税为 25%。根据公式 $\beta_l = \beta_u \times [1 + (1 - t) D/E]$ ，计算达可斯广告带财务杠杆系数的 Beta 系数 = 0.9137。

④计算市场的风险溢价

首先计算沪深 300 成分股的各年算术平均及几何平均收益率，以全部成分股的算术或几何平均收益率的加权平均数作为各年股市收益率，再与各年无风险收益率比较，得到股票市场各年的 ERP。由于几何平均收益率能更好地反映股市收益率的长期趋势，故采用几何平均收益率估算的 ERP 的算术平均值作为目前国内股市的风险收益率，即市场风险溢价为 7.47%。

⑤ Rc—企业特定风险调整系数的确定

A.经营风险

在自有屏幕方面，公司场地租赁合同的期限均为中长期，普遍为 7-10 年且同时约定到期优先续约权，为公司的稳定经营提供保障；一般代理屏幕方面，通过代理模式可以较快扩大公司业务规模，代理模式较自有屏幕更便于公司根据市场需求进行媒体资源网络的布局。

虽然公司结合自身战略规划，采取合理措施确保不同类型的媒体资源稳定运营，但是不能排除相关合同到期不能续约造成的公司屏幕媒体资源稳定性下降，从而给公司的经营造成不利影响。

代理业务于 2013 年末开始尝试，但由于企业缺乏代理经营经验，未来代理业务模式发展速度存在一定的不确定性。

本次经营风险确定为 1%。

B.政策风险

由于户外 LED 大屏幕媒体是一种区别于传统媒体形式的新兴媒体类型，且同时由于其屏幕媒体的设置与所处物理位置具有特殊性，户外 LED 大屏幕媒体在点位设置、广告内容播放等行为的过程中相对于其他媒体平台会受到多个政府部门的交叉管理，如工商、市容、规划、城市管理等。

国内各地区对户外广告管理（如广告设施的设置许可、户外广告登记）的地方性规定以及实际执行的管理措施也是各有不同，规范的统一化程度较低。若未来对户外 LED 大屏幕媒体管理标准提高，规范的统一标准出台，则可能会对公

司的运营产生影响。

本次政策风险确定为 0.5%。

C.财务风险

根据行业惯例，媒体资源代理费用和场租费用一般以现金方式支付，而广告业务收入系根据发布情况逐步回笼，导致现金流的当期流入和流出不匹配，从而导致公司经营活动净现金流量较低。未来随着公司业务规模的不断扩大，公司如果不能以适当条件及时获得所需资金，将对公司的业务开展产生不利影响。

本次财务风险确定为 0.5%。

D.规模因素

与同行业上市公司的经营规模相比，被评估单位的规模相对较小，一般而言公司资产规模小，投资风险就会增加。综合公司规模因素考虑，本次确定规模因素风险为 1%。

综上分析，企业特定风险调整系数取为 3%。

⑥权益资本成本 K_e 的计算

$$K_e = R_f + Beta \times (R_m - R_f) + R_c$$
$$= 14.19\%$$

3、评估结果

(1) 企业股权现金流价值的计算

根据前述公式，企业股权现金流价值计算过程如下表所示：

单位：万元

项目	2014年2-12月	2015年	2016年	2017年	2018年	永续期
股权现金流量	2,078.68	2,705.89	3,421.30	4,038.64	4,750.30	4,881.60
折现率	14.19%	14.19%	14.19%	14.19%	14.19%	14.19%
折现期	0.46	1.42	2.42	3.42	4.42	4.42
折现系数	0.9410	0.8287	0.7257	0.6356	0.5566	3.9239
折现额	1,956.04	2,242.37	2,482.84	2,566.96	2,644.02	19,154.91

股权现金流评估值	31,047.14
----------	-----------

(2) 非经营性资产(负债)、溢余资产价值

根据前述说明，在合并报表范围内，公司不存在非经营性资产(负债)和溢余资产。

(3) 少数股权价值

按上述方法对纳入模拟合并范围内的沈阳裕华的股东权益价值进行了测算，具体如下表所示：

项目	2014年2-12月	2015年	2016年	2017年	2018年	永续期
一、净利润	124.39	271.41	307.11	336.83	352.15	337.90
加：折旧及摊销	19.00	34.20	34.20	34.20	34.20	34.20
减：资本支出	360.00	0.00	0.00	0.00	0.00	35.43
减：营运资金增加	59.27	68.00	13.60	11.97	8.08	0.00
加(减)：借款增加(减少)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
二、股权现金流量	-275.88	237.61	327.71	359.06	378.27	336.67
折现率	14.19%	14.19%	14.19%	14.19%	14.19%	14.19%
折现期	0.46	1.42	2.42	3.42	4.42	
折现系数	0.9410	0.8287	0.7257	0.6356	0.5566	3.9239
折现额	-259.60	196.91	237.82	228.22	210.55	1,321.06
三、现金流评估值	1,934.96					
加：溢余资产评估值	0.00					
加：非经营性资产评估值	0.00					
四、股东全部权益价值	1,934.96					

由上表可知。截至评估基准日沈阳裕华 50%少数股东权益价值为 967.48 万元。

(4) 收益法的评估结果

$$\text{① 股权全部权益价值} = \text{股权现金流评估值} + \text{非经营性资产价值} + \text{溢余资产价值} \\ = 31,047.14 \text{ 万元}$$

$$\text{② 委评股东权益价值} = \text{股权全部权益价值} - \text{少数股东权益评估值} \\ = 30,080 \text{ 万元}$$

在本报告所揭示的评估假设基础上，采用收益现值法时，整合重组后的达可斯广告公司的股东全部权益价值为 30,080 万元。

四、市场法评估说明

评估师采用上市公司比较法对达可斯广告的全部股东权益价值进行评估,选取的可比上市公司为:北巴传媒、博瑞传播和省广股份,其主营业务与达可斯广告相似。根据上市公司比较法,在持续经营和缺少流通性前提下的达可斯广告股东全部权益的评估值为 29,954 万元。

五、评估增值原因及其合理性说明

本次委托评估的整合重组后的达可斯广告公司股东全部权益价值评估结果为 30,080 万元,较账面价值评估增值 26,345.14 万元,增值率为 705.39%。

增值原因系 1、本次评估从合并口径考虑公司价值,同时考虑了企业的未来获利能力的可能性以及存在的商誉价值。对于被评估单位来说,其主要价值除了固定资产、营运资金等有形资产之外,还包含企业的业务网络、服务能力、人才团队、品牌价值等重要的无形资产; 2、整合重组后的达可斯广告公司所处的广告行业具有轻资产的特点,生产经营对于资产规模的需求较低。公司的办公场所等均来自于租赁。因此,整合重组后的达可斯广告公司的评估增值率相对传统的生产性行业较高。

六、最近三年的资产评估情况

最近三年,达可斯广告没有进行过资产评估。

第六章 发行股份情况

第一节 本次发行情况简介

本公司于 2014 年 6 月 19 日召开的 2014 年度第一次临时股东大会审议通过了本次交易的相关议案。

本次交易中，新文化拟以发行股份及支付现金的方式购买郁金香传播 100% 股权和达可斯广告 100% 股权，并募集配套资金。

本次交易涉及的发行股份包括：（1）发行股份购买资产：本次拟向交易标的之郁金香传播内资股东上海银久、上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩发行 2,362.52 万股，向交易标的之达可斯广告股东韩慧丽和周晓平发行 1,002.32 万股；（2）向不超过 5 名特定投资者非公开发行股份募集配套资金，配套资金总额不超过 50,000 万元。

一、发行种类和面值

本次向特定对象发行的股票为人民币普通股（A 股），每股面值人民币 1.00 元。

二、发行方式和对象

本次交易包括发行股份及支付现金购买资产和募集配套资金两部分内容，发行方式均系非公开发行。

本次非公开发行股份购买资产的发行对象为交易标的之郁金香传播内资股东上海银久、上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩，与交易标的之达可斯广告股东韩慧丽和周晓平。

本次募集配套资金向不超过 5 名的特定投资者发行。特定投资者包括符合法律法规规定的境内产业投资者、证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、自然人投资者以及其他

合法投资者等。

三、发行股份的价格及定价原则

（一）发行股份购买资产的定价依据和发行价格

本次发行股份购买资产的定价基准日为新文化第二届董事会第七次会议决议公告日。

本次新文化发行股份购买资产的发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价，即 52.21 元/股。

2014 年 4 月 23 日，新文化实施了 2013 年年度权益分派方案，以总股本 9,600 万股为基数，向全体股东每 10 股派 5.00 元现金（含税），同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股。根据上述除权除息事项，本次发行股份购买资产的发行价格相应调整为 25.86 元/股。

在定价基准日至发行日期间，公司如有发生派息、送股、资本公积金转增股本等除息、除权行为，将按照深圳证券交易所的相关规则对上述发行价格作相应调整。

（二）发行股份募集配套资金的定价依据和发行价格

根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，本次发行股份募集配套资金的发行价格将按照以下方式之一进行询价：

（1）不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价；

（2）低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十。

最终发行价格将按照《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》等相关规定，根据竞价结果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。

四、发行数量

（一）购买资产发行股份的数量

本次交易标的资产的总体评估值为人民币 150,285.19 万元,经交易各方协商的交易价格为 150,000.00 万元。其中 87,014.88 万元部分以股份支付,按照本次发行价格 25.86 元/股计算,本次购买资产股份发行数量为 3,364.84 万股。

在定价基准日至发行日期间,公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项,将按照深交所的相关规则对上述发行数量作相应调整。

(二) 募集配套资金发行股份的数量

本次拟募集配套资金不超过 50,000 万元。在该范围内,最终发行数量将由董事会根据股东大会的授权与本次交易的独立财务顾问协商确定。

五、募集配套资金投向

本次募集配套资金用于支付本次交易中的现金对价,不足部分公司将自筹资金解决。

六、认购方式

(一) 购买资产发行股份认购方式

交易对方上海银久、上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞、沈阳悟石和上海鑫秩以其持有的郁金香传播股权,交易对方韩慧丽和周晓平以其持有的达可斯广告股权认购公司本次拟发行的股份。

(二) 募集配套资金发行股份认购方式

募集配套资金发行对象以现金方式认购本次拟发行的股份。

七、上市地点

本次发行的股票将在深圳证券交易所创业板上市。

八、本次发行股份锁定期

(一) 交易对方以资产认购的上市公司股份锁定期

上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞和沈阳悟石承诺其取得的本次发行的股份自发行上市之日起十二个月内不

得转让。

上海银久和上海鑫秩承诺其取得的本次发行的股份自发行上市之日起二十四个月内不得转让，且自前述股份锁定期届满至新文化 2017 年年报出具之日期间的任意时点，上海银久和上海鑫秩累计所出售的新文化股份占其所持有新文化股份总数的比例不高于经具有证券业务资格的会计师事务所出具专项审核意见确认的郁金香传播已实现的实际净利润数占盈利补偿期间净利润承诺数总额的比例。上海银久、上海鑫秩进一步承诺，于新文化 2018 年年报出具前，其所持新文化股份不低于其于本次交易中认购的新文化股份数的 10%。

达可斯广告股东韩慧丽和周晓平取得的本次发行的股份自发行上市之日起十二个月内不得转让；股份锁定期届满后，韩慧丽在本次交易中取得的新文化股份中的 2,412,993 股解除锁定，周晓平在本次交易中取得的新文化股份中的 649,652 股解除锁定；韩慧丽剩余之 4,524,362 股和周晓平剩余之 2,436,194 股（以下简称“剩余股份数”），自股份锁定期届满至购买方 2017 年年报出具之日期间的任意时点，累计所出售的剩余股份所占其剩余股份总数的比例不高于经具有证券业务资格的会计师事务所出具专项审核意见确认的达可斯广告已实现的实际净利润数占出售方盈利补偿期间净利润承诺数总额的比例。韩慧丽、周晓平进一步承诺，于新文化 2018 年年报出具前，其所持新文化股份不低于其剩余股份数的 10%。

同时，前述各方承诺由于新文化送红股、转增股本等原因而增持的新文化股份，亦遵守上述承诺。

（二）上市公司募集配套资金发行股份的锁定期

根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，配套募集资金认购方锁定期安排如下：

1、最终发行价格不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的，发行股份募集配套资金之新增股份数自发行结束之日起可上市交易。

2、最终发行价格低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百

分之九十的，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。

九、上市公司滚存未分配利润安排

本次发行完成后，为兼顾新老股东的利益，由上市公司新老股东共同享有本次发行前的滚存未分配利润。

十、本次发行决议有效期

本次发行股份及支付现金购买资产决议的有效期为自新文化股东大会批准本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金相关方案之日起 12 个月。

第二节 本次发行前后主要财务数据对比

根据众华出具的众会字[2014]第 0067 号《审计报告》及假设新文化 2013 年 1 月 1 日已完成本次交易的情况下出具的众会字[2014]第 4085 号《备考合并财务报表审计报告》，本次发行前后本公司主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2013 年 12 月 31 日/2013 年度		变动
	本次交易前	本次交易后	
	(合并)	(备考合并)	
总资产	117,163.06	290,370.57	147.83%
归属于上市公司股东的所有者权益	92,483.20	185,155.07	100.20%
营业收入	48,171.24	98,039.72	103.52%
利润总额	15,331.62	22,857.93	49.09%
净利润	11,457.44	17,681.88	54.33%
归属于上市公司股东的净利润	11,474.10	17,706.09	54.31%

本次交易完成后，上市公司总资产规模、净资产规模、收入规模、净利润水平将有明显增加。

第三节 本次发行前后股本结构变化

本次交易上市公司拟发行股份 2,362.52 万股和支付现金 8,047.20 万元购买郁金香传播内资股东所持郁金香传播的股权，支付现金 50,857.92 万元购买郁金香传播外资股东所持郁金香传播的股权，拟发行股份 1,002.32 万股和支付现金 4,080.00 万元购买达可斯广告全体股东所持达可斯广告的股权，同时募集配套资

金不超过 50,000 万元。

本公司本次发行股份购买资产完成前后的股权结构如下(不含募集配套资金部分):

股东	发行前		发行后	
	持股数(万股)	持股比例	持股数(万股)	持股比例
渠丰国际	6,000.00	31.25%	6,000.00	26.59%
丰禾朴实	5,490.00	28.59%	5,490.00	24.33%
上海银久	-	-	1,392.11	6.17%
上海欣香	-	-	275.29	1.22%
上海狮电	-	-	149.48	0.66%
成都禅悦	-	-	122.33	0.54%
上海慧裕	-	-	119.58	0.53%
北京智百扬	-	-	116.62	0.52%
上海聚丰	-	-	74.76	0.33%
上海鸣瑞	-	-	44.86	0.20%
沈阳悟石	-	-	30.63	0.14%
上海鑫秩	-	-	36.86	0.16%
韩慧丽	-	-	693.74	3.07%
周晓平	-	-	308.58	1.37%
其他	7,710.00	40.16%	7,710.00	34.17%
合计	19,200.00	100.00%	22,564.84	100.00%

本次拟募集配套资金不超过 50,000 万元。根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定,本次发行股份募集配套资金的发行价格将按照以下方式之一进行询价:(1)不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价;(2)低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十,或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十。因此,本次募集配套资金发行股份数量将根据按照上述询价方式确定的发行价格确定。

本公司实际控制人杨震华先生持有本公司控股股东渠丰国际 87.92%的股权以及本公司第二大股东丰禾朴实 45.00%的股权,本次发行股份购买资产完成后,本公司总股本将增至 225,648,444 股(不含募集配套资金部分),渠丰国际、丰禾朴实将分别持有本公司 26.59%、24.33%股权,杨震华先生所享有的表决权仍足以对公司股东大会的决议产生重大影响,公司控股股东及实际控制人未发生变化,公司控股股东持股比例变化不会对公司治理产生实质性影响。

第七章 本次交易合同的主要内容

第一节 公司与郁金香传播股东签订的交易合同的主要内容

一、合同主体和签订时间

2014年6月3日，新文化与郁金香传播全体股东签署了《发行股份及支付现金购买资产协议》以及《盈利补偿协议》（本节中以下合称“本协议”）。

二、本次交易价格及定价依据

根据坤元评估出具的坤元评报[2014]166号《资产评估报告》，以2013年12月31日为评估基准日，按照收益法评估郁金香传播100%股权的评估价值为120,205.19万元，在此基础上协商确定郁金香传播100%股权的交易价格为12亿元。

三、支付方式

本次交易由新文化通过向郁金香传播股东发行股份和支付现金方式购买郁金香传播100%股权。交易对价及支付方式具体如下：

序号	交易对方	交易对价 (万元)	支付方式	
			股份(万股)	现金(万元)
1	上海银久	36,000.00	1,392.11	-
2	Wise Genesis	22,966.08	-	22,966.08
3	Fame Hill	12,765.48	-	12,765.48
4	上海欣香	9,492.00	275.29	2,373.00
5	Panpacific	7,531.56	-	7,531.56
6	上海狮电	5,154.00	149.48	1,288.50
7	成都禅悦	4,218.00	122.33	1,054.50
8	上海慧裕	4,123.20	119.58	1,030.80
9	北京智百扬	4,021.20	116.62	1,005.30
10	上海聚丰	2,577.60	74.76	644.40
11	Yumi	1,920.00	-	1,920.00
12	BNO	1,899.72	-	1,899.72
13	Switch	1,899.72	-	1,899.72
14	Asha	1,875.36	-	1,875.36
15	上海鸣瑞	1,546.80	44.86	386.70
16	沈阳悟石	1,056.00	30.63	264.00

17	上海鑫秩	953.28	36.86	-
	合计	120,000.00	2,362.52	58,905.12

本次发行股份具体情况参见“第六章/第一节本次发行情况简介”。

四、资产交付或过户的时间安排

（一）郁金香传播股权的交割安排

交易双方同意，于《发行股份及支付现金购买资产协议》生效后 30 日内，交易对方应办理完毕将郁金香传播股权过户至公司名下的工商变更登记手续，新文化应充分配合。

（二）发行股份的交割安排

交易双方同意，于《发行股份及支付现金购买资产协议》生效后 90 日内，新文化应依据登记结算机构的证券登记业务规则办理将新增股份登记于郁金香传播内资股东名下的证券登记手续，郁金香传播内资股东应充分配合。

（三）现金支付的安排

新文化将于本次募集配套资金到位后 10 个工作日内向除上海银久和上海鑫秩外的其他郁金香传播内资股东支付全部现金对价。

新文化向郁金香传播外资股东支付现金对价的期限和进度为：于新文化募集配套资金到位后 10 个工作日内，向各郁金香传播外资股东支付其相应对价的 75%；于新文化 2015 年年度报告出具后 30 个工作日内，向各郁金香传播外资股东支付其相应对价的 25%。

五、定价基准日至交割日期间损益的归属

交易双方同意，如郁金香传播在评估基准日至交割日期间产生了收益，则该收益由新文化享有；如郁金香传播在评估基准日至交割日期间产生了亏损，则该亏损由郁金香传播全体股东以现金方式补足。具体补偿金额由新文化聘请具有证券从业资格的审计机构进行交割审计确认。

六、盈利预测补偿安排

（一）利润补偿期间及补偿额

本次交易利润补偿的承诺期间为 2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年。

郁金香传播全体股东承诺郁金香传播 2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年实现的经审计的合并报表中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 6,916.25 万元、8,604.30 万元、10,812.86 万元和 13,320.41 万元。

(二) 利润补偿的实施

交易双方同意,若盈利补偿期间郁金香传播实现的实际净利润数低于净利润承诺数,则郁金香传播股东须就不足部分向新文化进行补偿。

本次交易中,认购新文化发行股份的郁金香传播内资股东(以下简称“内资补偿方”)应首先以其于本次交易中认购的新文化股份进行补偿,如本次交易中认购的股份不足补偿,则其进一步以现金进行补偿,本次交易中仅收取现金对价的郁金香传播外资股东(以下简称“外资补偿方”)应以其于本次交易中获得的现金对价进行补偿。

盈利补偿期间内每年度的补偿计算方式如下:

当年应补偿金额=(标的资产截至当年期末累计净利润承诺数-标的资产截至当年期末累计实现的实际净利润数)/盈利补偿期间内标的资产的净利润承诺数总额×标的资产交易总价格-已补偿金额。

当年任一内资补偿方应补偿股份数量=当年应补偿金额/本次交易中新文化向内资补偿方发行股份的价格×(该内资补偿方出售标的资产的对价/标的资产交易总价格)。

若新文化在盈利补偿期间实施转增或股票股利分配的,则任一内资补偿方应补偿的股份数量相应调整为:当年应补偿股份数量(调整后)=当年应补偿股份数量×(1+转增或送股比例)。

若新文化在盈利补偿期间实施现金分红的,现金分红的部分内资补偿方应作相应返还,计算公式为:返还金额=每股已分配现金股利×补偿股份数量。

如果任一内资补偿方于本次交易中认购的股份不足补偿,则其进一步以现金进行补偿,计算公式为:

当年任一内资补偿方现金补偿金额=当年应补偿金额×(该内资补偿方出售标的资产的对价/标的资产交易总价格)-(当年该内资补偿方已补偿股份数量×本次交易中新文化向内资补偿方发行股份的价格)。

当年任一外资补偿方应补偿金额=当年应补偿金额×(该外资补偿方出售标的资产的对价/标的资产交易总价格)。

在各年计算的应补偿金额少于或等于 0 时,按 0 取值,即已经补偿的金额不冲回。

如本次交易在 2015 年实施完毕,2014 年郁金香传播实际净利润数与净利润承诺数之间的差异将不进行单独计算。如 2014 年和 2015 年郁金香传播累计实际净利润数低于 2014 年和 2015 年累计净利润承诺数,则郁金香传播股东须就不足部分一并向新文化进行补偿。

如果内资补偿方因郁金香传播实现的实际净利润数低于净利润承诺数而须向新文化进行股份补偿的,新文化应在会计师事务所出具专项审核意见后 30 个工作日内召开董事会及股东大会审议关于回购内资补偿方应补偿的股份并注销相关方案,并同步履行通知债权人等法律、法规关于减少注册资本的相关程序。新文化就内资补偿方补偿的股份,首先采用股份回购注销方案,如股份回购注销方案因未获得新文化股东大会通过等原因无法实施的,新文化将进一步要求内资补偿方将应补偿的股份赠送给其他股东,具体如下:

若新文化股东大会审议通过股份回购注销方案的,则新文化以人民币 1 元的总价回购并注销内资补偿方当年应补偿的股份,并在股东大会决议公告后 5 个工作日内将股份回购数量书面通知内资补偿方。内资补偿方应在收到新文化书面通知之日起 5 个工作日内,向中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司发出将其当年须补偿的股份过户至新文化董事会设立的专门账户的指令。自该等股份过户至新文化董事会设立的专门账户之后,新文化将尽快办理该等股份的注销事宜。

若上述股份回购注销事宜因未获得新文化股东大会通过等原因无法实施,则新文化将在股东大会决议公告后 5 个工作日内书面通知内资补偿方实施股份赠送方案。内资补偿方应在收到新文化书面通知之日起 30 个工作日内尽快取得所

需批准，在符合法律、法规及证券监管要求的前提下，将应补偿的股份赠送给新文化截至审议回购注销事宜股东大会决议公告日登记在册的除内资补偿方之外的其他股东，除内资补偿方之外的其他股东按照其持有的新文化股份数量占审议回购注销事宜股东大会决议公告日新文化扣除内资补偿方持有的股份数后总股本的比例获赠股份。

自内资补偿方应补偿股份数量确定之日起至该等股份注销前或被赠与其他股东前，内资补偿方承诺放弃该等股份所对应的表决权及获得股利分配的权利。

如果郁金香传播股东因郁金香传播实现的实际净利润数低于承诺数而须向新文化进行现金补偿的，新文化应在会计师事务所出具专项审核意见后 10 个工作日内书面通知郁金香传播股东，其应在收到新文化书面通知之日起 20 个工作日内将相应的补偿现金支付至新文化指定的银行账户。

七、减值测试及补偿安排

在盈利补偿期间届满后，新文化与郁金香传播股东应共同聘请具有证券业务资格的会计师事务所对郁金香传播进行减值测试，并在盈利补偿期间最后一年的新文化年度审计报告出具之前或之日出具相应的减值测试审核报告。

如标的资产减值额 > 已补偿股份总数 × 本次交易中新文化向内资补偿方发行股份的价格 + 已补偿现金，则郁金香传播股东应向新文化另行补偿。

任一内资补偿方应补偿股份数 = (标的资产减值额 - 已补偿股份总数 × 本次交易中新文化向内资补偿方发行股份的价格 - 已补偿现金) / 本次交易中新文化向内资补偿方发行股份的价格 × (该内资补偿方出售标的资产的对价 / 标的资产交易总价格)。

如任一内资补偿方于本次交易中认购的股份不足补偿，则其进一步以现金对价进行补偿，计算公式为：

任一内资补偿方应补偿现金金额 = (任一内资补偿方应补偿股份数 - 任一内资补偿方已补偿股份数) × 本次交易中新文化向内资补偿方发行股份的价格。

任一外资补偿方应补偿金额 = (标的资产减值额 - 已补偿股份总数 × 本次交

易中新文化向内资补偿方发行股份的价格－已补偿现金)×(该外资补偿方出售标的资产的对价/标的资产交易总价格)。

标的资产减值额为郁金香传播在本次交易中的作价减去期末评估值并排除盈利补偿期间内的股东增资、接受赠与以及利润分配的影响。

就减值测试所计算的郁金香传播股东须向新文化实施的补偿，交易双方同意参照盈利差异的补偿相关约定实施。

郁金香传播股东因郁金香传播盈利差异及减值测试所产生的，应最终支付的股份补偿和现金补偿总计不超过本次交易总对价。

上海银久承诺，其对除上海银久外的其他郁金香传播股东的盈利补偿和减值补偿义务承担连带责任。

八、股份锁定安排

上海欣香、上海狮电、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、上海鸣瑞和沈阳悟石承诺其取得的本次发行的股份自发行上市之日起十二个月内不得转让。

上海银久和上海鑫秩承诺其取得的本次发行的股份自发行上市之日起二十四个月内不得转让，且自前述股份锁定期届满至新文化 2017 年年报出具之日期间的任意时点，上海银久和上海鑫秩累计所出售的新文化股份占其所持有新文化股份总数的比例不高于经具有证券业务资格的会计师事务所出具专项审核意见确认的郁金香传播已实现的实际净利润数占盈利补偿期间净利润承诺数总额的比例。上海银久、上海鑫秩进一步承诺，于新文化 2018 年年报出具前，其所持新文化股份不低于其于本次交易中认购的新文化股份数的 10%。

九、实际净利润高于承诺净利润的奖励

如盈利补偿期间郁金香传播实现的实际净利润数高于净利润承诺数，则超出部分的百分之五十将于盈利补偿期间结束后用以奖励以王敏为主的郁金香传播经营管理团队。上述奖励的经营管理团队具体范围、具体分配方案和分配时间由新文化董事会决定。

十、协议的生效条件

本协议自各方签字盖章之日起成立，并自下述条件全部成就之首日起生效：

- （一）新文化董事会、股东大会审议通过本协议及本次交易。
- （二）本次交易取得上海市商务委员会的批准。
- （三）本次交易取得中国证监会的批准。

十一、违约责任

根据《发行股份及支付现金购买资产协议》，有关违约责任如下：

“本协议项下任何一方因违反本协议所规定的有关义务、所作出的承诺、声明和保证，即视为该方违约。因违约方的违约行为而使本协议不能全部履行、不能部分履行或不能及时履行，并由此给其他方造成损失的(包括为避免损失而支出的合理费用)，该违约方应承担赔偿责任。

若违约方的违约行为将导致守约方最终不能取得按照本协议的规定应当取得的利益，该违约方应当向守约方赔偿守约方预期取得的一切利益。”

根据《盈利补偿协议》，有关违约责任为：郁金香传播股东承诺将按照本协议之约定履行其补偿义务。如任一股东未能按照本协议的约定按时、足额履行其补偿义务，则每逾期一日，该方应按未补偿部分金额为基数根据中国人民银行公布的同期日贷款利率(年贷款利率/365 天)上浮 10% 计算违约金支付给新文化，直至其补偿义务全部履行完毕为止。

第二节 公司与达可斯广告股东签订的交易合同的主要内容

一、合同主体和签订时间

2014 年 6 月 3 日，新文化与达可斯广告股东韩慧丽、周晓平签署了《发行股份及支付现金购买资产协议》、《盈利补偿协议》（本节中以下合称“本协议”）。

二、本次交易价格及定价依据

根据坤元评估出具的坤元评报[2014]167 号《资产评估报告书》，以 2014 年

1月31日为评估基准日，达可斯广告的评估价值为30,080万元，各方在此基础上协商确定达可斯广告的交易作价为30,000.00万元。

三、支付方式

本次交易由新文化通过向交易对方发行股份和支付现金相结合的方式购买达可斯广告100%股权，其中，发行股份支付对价25,920.00万元，支付现金4,080.00万元。

经各方友好协商，本次发行股份价格为25.86元/股，发行股票数量为1,002.32万股，其中，向韩慧丽发行股票数量为693.74万股，向周晓平发行股票数量为308.58万股。

新文化向交易对方支付现金对价总额为4,080.00万元，其中，向韩慧丽支付现金对价1,560.00万元，向周晓平支付现金对价2,520.00万元。

四、资产交付或过户的时间安排

经各方同意，本次交易的交割以下列先决条件的满足为前提：一、本协议已经生效；二、达可斯广告完成其内部重组所涉及之股权转让工商变更手续；三、各方已就达可斯广告的净利润承诺数与补偿方式达成一致，并签署相关协议。

（一）达可斯广告股权的交割安排

经各方同意，在上述先决条件全部满足之日起30日内，达可斯广告股东应办理完毕将达可斯广告过户至新文化名下的工商变更登记手续，新文化应充分配合。

（二）发行股份的时间安排

经各方同意，在上述先决条件全部满足之日起90日内，新文化应依据登记结算机构的证券登记业务规则办理将新增股份登记于交易对方名下的证券登记手续，交易对方应充分配合。

（三）现金支付的时间安排

上市公司向达可斯广告股东支付现金对价的期限及进度情况如下：

交易对方	上市公司付款时间	付款金额（万元）
韩慧丽	证监会批准之日起 30 日内	1,560
周晓平	证监会批准之日起 30 日内	420
	证监会批准之日起 12 个月内	2,100

五、定价基准日至交割日期间损益的归属

经各方同意，上市公司将在交割日起 30 个工作日内聘请具有证券从业资格的审计机构对达可斯广告在评估基准日（即 2014 年 1 月 31 日）至达可斯广告交割日之间的损益情况进行交割审计。如达可斯广告在评估基准日至交割日期间产生了收益，则该收益由上市公司享有；如达可斯广告在评估基准日至交割日期间产生了亏损，则该亏损在审计结果出具日起三十日内，由达可斯广告股东以现金方式补足。

六、盈利预测补偿安排

（一）利润补偿期间及补偿额

本次交易利润补偿的承诺期间为 2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年。

达可斯广告全体股东承诺达可斯广告 2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年实现的经审计的合并报表中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 2,310 万元、2,750 万元、3,312 万元和 3,974 万元。

（二）利润补偿的实施

经各方同意，若盈利补偿期间达可斯广告实现的实际净利润数低于净利润承诺数，则达可斯广告股东须就不足部分向上市公司进行补偿。

达可斯广告股东本次交易中，达可斯广告股东首先以其于本次交易中认购的上市公司股份进行补偿；若达可斯广告股东于本次交易中认购的上市公司股份不足补偿，则达可斯广告股东进一步以现金进行补偿。

盈利补偿期间内每年度的补偿计算方式如下：

当年应补偿金额 = (达可斯广告截至当年期末累计净利润承诺数 - 达可斯广告截至当年期末累计实现的实际净利润数) / 盈利补偿期间内达可斯广告的净利

润承诺数总额×达可斯广告交易总价格－已补偿金额。

当年韩慧丽应补偿股份数量＝当年应补偿金额/本次交易中上市公司交易对方发行股份的价格×65%。

当年周晓平应补偿股份数量＝当年应补偿金额/本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格×35%。

若上市公司在盈利补偿期间实施转增或股票股利分配的，则交易对方应补偿的股份数量相应调整为：当年应补偿股份数量（调整后）＝当年应补偿股份数量×（1＋转增或送股比例）。

若上市公司在盈利补偿期间实施现金分红的，现金分红的交易对方应作相应返还，计算公式为：返还金额＝每股已分配现金股利×补偿股份数量。

如果达可斯广告股东于本次交易中认购的股份不足补偿，则其进一步以现金进行补偿，计算公式为：

当年韩慧丽现金补偿金额＝当年应补偿金额×65%－（当年韩慧丽已补偿股份数量×本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格）。

当年周晓平现金补偿金额＝当年应补偿金额×35%－（当年周晓平已补偿股份数量×本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格）。

如本次交易在 2015 年实施完毕，2014 年达可斯广告实际净利润数与净利润承诺数之间的差异将不进行单独计算。如 2014 年和 2015 年达可斯广告累计实际净利润数低于 2014 年和 2015 年累计净利润承诺数，则达可斯广告股东须就不足部分一并向新文化进行补偿。

在各年计算的应补偿金额少于或等于 0 时，按 0 取值，即已经补偿的金额不冲回。

如果达可斯广告股东因标的资产实现的实际净利润数低于承诺数而须向新文化进行股份补偿的，新文化应在会计师事务所出具专项审核意见后 30 个工作日内召开董事会及股东大会审议关于回购达可斯广告股东应补偿的股份并注销相关方案，并同步履行通知债权人等法律、法规关于减少注册资本的相关程序。

新文化就达可斯广告股东补偿的股份，首先采用股份回购注销方案，如股份回购注销方案因未获得新文化股东大会通过等原因无法实施的，新文化将进一步要求达可斯广告股东将应补偿的股份赠送给其他股东，具体如下：

若新文化股东大会审议通过股份回购注销方案的，则新文化以人民币 1 元的总价回购并注销达可斯广告股东当年应补偿的股份，并在股东大会决议公告后 5 个工作日内将股份回购数量书面通知达可斯广告股东。达可斯广告股东应在收到新文化书面通知之日起 5 个工作日内，向中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司发出将其当年须补偿的股份过户至新文化董事会设立的专门账户的指令。自该等股份过户至新文化董事会设立的专门账户之后，新文化将尽快办理该等股份的注销事宜。

若上述股份回购注销事宜因未获得新文化股东大会通过等原因无法实施，则新文化将在股东大会决议公告后 5 个工作日内书面通知达可斯广告股东实施股份赠送方案。达可斯广告股东应在收到新文化书面通知之日起 30 个工作日内尽快取得所需批准，在符合法律、法规及证券监管要求的前提下，将应补偿的股份赠送给新文化截至审议回购注销事宜股东大会决议公告日登记在册的除达可斯广告股东之外的其他股东，除达可斯广告股东之外的其他股东按照其持有的新文化股份数量占审议回购注销事宜股东大会决议公告日新文化扣除达可斯广告股东持有的股份数后总股本的比例获赠股份。

自达可斯广告股东应补偿股份数量确定之日起至该等股份注销前或被赠与其他股东前，达可斯广告股东承诺放弃该等股份所对应的表决权及获得股利分配的权利。

如果达可斯广告股东因标的资产实现的实际净利润数低于达可斯广告股东承诺数而须向新文化进行现金补偿的，新文化应在会计师事务所出具专项审核意见后 10 个工作日内书面通知达可斯广告股东，达可斯广告股东应在收到新文化书面通知之日起 20 个工作日内将相应的补偿现金支付至新文化指定的银行账户。

七、减值测试及补偿安排

在盈利补偿期间届满后，上市公司与达可斯广告股东应共同聘请具有证券业

务资格的会计师事务所对达可斯广告进行减值测试，并在盈利补偿期间最后一年的上市公司年度审计报告出具之前或之日出具相应的减值测试审核报告。

如果达可斯广告减值额 > 已补偿股份总数 × 本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格 + 已补偿现金，则达可斯广告股东应向上市公司另行补偿。

韩慧丽应补偿股份数 = (达可斯广告减值额 - 已补偿股份总数 × 本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格 - 已补偿现金) / 本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格 × 65%。

周晓平应补偿股份数 = (达可斯广告减值额 - 已补偿股份总数 × 本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格 - 已补偿现金) / 本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格 × 35%。

如果达可斯广告于本次交易中认购的股份不足补偿，则其进一步以其于本次交易中获得的现金对价进行补偿，计算公式为：

韩慧丽应补偿现金金额 = (韩慧丽应补偿股份数 - 韩慧丽已补偿股份数) × 本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格。

周晓平应补偿现金金额 = (周晓平应补偿股份数 - 周晓平已补偿股份数) × 本次交易中上市公司向交易对方发行股份的价格。

达可斯广告减值额为达可斯广告在本次交易中的作价减去期末达可斯广告评估值并排除盈利补偿期间内的股东增资、接受赠与以及利润分配的影响。达可斯广告股东因达可斯广告盈利差异及减值测试所产生的，应最终支付的股份补偿和现金补偿总计不超过本次交易总对价。

八、股份锁定安排

达可斯广告股东韩慧丽和周晓平取得的本次发行的股份自发行上市之日起十二个月内不得转让；股份锁定期届满后，韩慧丽在本次交易中取得的新文化股份中的 2,412,993 股解除锁定，周晓平在本次交易中取得的新文化股份中的 649,652 股解除锁定；韩慧丽剩余之 4,524,362 股和周晓平剩余之 2,436,194 股（以下简称“剩余股份数”），自股份锁定期届满至购买方 2017 年年报出具之日期间的

任意时点，累计所出售的剩余股份所占其剩余股份总数的比例不高于经具有证券业务资格的会计师事务所出具专项审核意见确认的达可斯广告已实现的实际净利润数占出售方盈利补偿期间净利润承诺数总额的比例。韩慧丽、周晓平承诺，于新文化 2018 年年报出具前，其所持新文化股份不低于其剩余股份数的 10%。

九、实际净利润高于承诺净利润的奖励

如盈利补偿期间达可斯广告实现的实际净利润数高于净利润承诺数，则盈利补偿期间达可斯广告实现的未扣除非经常性损益的实际净利润数超出净利润承诺数部分的 50%将用以奖励以周晓平为主的达可斯广告经营管理团队。上述奖励应在盈利补偿期间最后一个年度的盈利差异专项审核报告以及减值测试报告出具后，由周晓平决定奖励的经营管理团队具体范围、具体分配方案和分配时间。

十、协议的生效条件

本协议自各方签字盖章之日起成立，并自下述条件全部成就之首日起生效：

- （一）上市公司董事会、股东大会审议通过本协议及本次交易；
- （二）本次交易取得中国证监会的批准。

十一、违约责任

根据《发行股份及支付现金购买资产协议》，有关违约责任如下：

“本协议项下任何一方因违反本协议所规定的有关义务、所作出的承诺、声明和保证，即视为该方违约。因违约方的违约行为而使本协议不能全部履行、不能部分履行或不能及时履行，并由此给其他方造成损失的（包括为避免损失而支出的合理费用），该违约方应承担赔偿责任。

若违约方的违约行为将导致守约方最终不能取得按照本协议的规定应当取得的利益，该违约方应当向守约方赔偿守约方预期取得的一切利益。”

根据《盈利补偿协议》，有关违约责任为：达可斯广告股东承诺将按照本协议之约定履行其补偿义务。如任一达可斯广告股东未能按照本协议的约定按时、足额履行其补偿义务，则每逾期一日，该方应按未补偿部分金额为基数根据中国人民银行公布的同期日贷款利率(年贷款利率/365 天)上浮 10% 计算违约金支付给

新文化，直至其补偿义务全部履行完毕为止。

第八章 本次交易合法、合规性分析

本次交易符合《公司法》、《证券法》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》、《重组管理办法》以及《上市规则》等相关法律法规的规定。现就本次交易符合《重组管理办法》第十条、第四十二条相关规定的情况说明如下：

第一节 本次交易符合《重组管理办法》第十条的规定

一、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；

（一）符合国家产业政策

本次交易的标的资产为郁金香传播 100%股权和达可斯广告 100%股权。郁金香传播和达可斯广告主要从事户外 LED 大屏幕的媒体资源开发和广告发布业务。

2009 年 9 月国务院发布《文化产业振兴规划》提出规划目标：重点行业 and 项目对文化的拉动作用明显增强，包括广告业在内的九大文化产业得到较快发展，以资本为纽带推进文化企业兼并重组取得重要进展。

2011 年 10 月《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》及 2012 年 2 月《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》均提出，要加快发展文化产业，发展壮大包括广告业在内的七大传统文化产业。

2012 年 5 月国家工商行政管理总局发布的《广告产业发展“十二五”规划》明确指出，广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，鼓励有实力的国内大型媒体和广告企业通过参股、控股、兼并、收购、联盟等方式做强做大，构建股权多元化、运作市场化的广告集团化运营机制，鼓励和支持具有较强实力的广告企业进行跨地区、跨媒体、跨行业和跨所有制的兼并重组，促进广告资源的优化组合、高效配置和产业结构升级，不断壮大广告企业的规模与实力。

2011 年 3 月国家发展和改革委员会发布的《产业结构调整指导目录（2011

年本)》及其 2013 年 2 月发布《产业结构调整指导目录 (2011 年本)》(修正)均将“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类产业。

综上,本次交易符合国家产业政策。

(二) 符合有关环境保护的法律和行政法规的规定

根据交易标的所在地的环境保护主管部门出具的确认,郁金香传播和达可斯广告 2012 年 1 月 1 日以来遵守有关环保方面的法律法规,未因环境违法行为受到行政处罚。本次交易符合有关环境保护的法律和行政法规的规定。

(三) 符合有关土地方面的法律和行政法规的规定

交易标的未拥有土地使用权,不涉及相关土地管理问题。

(四) 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,未来上市公司在其业务领域的市场份额未达到《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,不存在违反有关反垄断法律和行政法规的规定的情况。

因此,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,符合《重组管理办法》第十条第(一)项的规定。

二、不会导致上市公司不符合股票上市条件;

本次发行股份购买资产完成后,新文化的股本总额将增加至 225,648,444 股(不含募集配套资金部分),社会公众股占总股本的比例将不低于上市公司总股本的 25%。

本次交易完成后,新文化仍然符合《公司法》、《证券法》及《上市规则》等法律法规规定的股票上市条件,符合《重组管理办法》第十条第(二)项的规定。

三、重大资产重组所涉及的资产定价公允,不存在损害上市公司和股东合法权益的情形;

本次交易按照相关法律法规的规定依法进行,由上市公司董事会提出方案,并聘请具有证券期货从业资格的中介机构依据有关规定出具审计、评估、法律、

独立财务顾问等相关报告。

本次交易拟注入资产的交易价格均参考具有证券期货从业资格的评估机构所出具的评估结果，并经交易各方协商确定。整个交易中拟注入资产定价公允、合理，不存在损害上市公司和股东合法权益的情形。

根据《重组管理办法》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》等相关规定，本次用于购买资产的新增股份的发行价格按公司第二届董事会第七次会议决议公告日前二十个交易日股票交易均价确定。本次发行股份募集配套资金的发行价格将按照以下方式之一进行询价：（1）不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价；（2）低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十。

公司独立董事关注了本次交易的背景、交易价格的公允性以及重组完成后公司未来的发展前景，同时就本次交易发表了独立意见，对本次交易的公平性给予认可。具体交易定价公允性分析参见本报告书“第九章本次交易定价依据及公平合理性分析”相关内容。

综上所述，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，符合《重组管理办法》第十条第（三）项的规定。

四、重大资产重组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；

本次交易标的资产为郁金香传播 100%股权和达可斯广告 100%股权。交易对方合计持有郁金香传播 100%股权、达可斯广告 100%股权，该等股权不存在抵押、质押等可能导致标的资产转让受限的情形。

交易对方均已出具承诺，所持有之标的资产权属清晰，不存在纠纷和潜在纠纷，不存在资产权属方面的抵押、质押等担保情形，不存在任何可能导致标的资产被有关司法机关或行政机关拍卖、查封、冻结、征用或限制转让的情形，不存在与资产权属相关的未决或潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或司法程序，如相关法律程序得到适当履行，标的资产在约定期限内办理完毕股权过户或相关转移手续不存在法律障碍。

本次交易所涉及的资产权属清晰，除本次交易尚需取得的批准、核准外，标的资产在约定期限内办理完毕权属转移手续不存在实质性法律障碍，本次交易不涉及债权债务处理事项，符合《重组管理办法》第十条第（四）项的规定。

五、有利于上市公司增强持续经营能力，不存在可能导致上市公司重组后主要资产为现金或者无具体经营业务的情形；

上市公司通过收购郁金香传播和达可斯广告股权，可以拓展在户外媒体领域的产业布局，从文化产业中的内容供应商延伸至渠道供应商，为上市公司实现建立综合性传媒集团的战略目标奠定良好的基础。

通过本次交易，上市公司整体产品、业务体系和市场布局将得到优化，协同效应将逐步显现。本次交易将进一步提升上市公司的资产规模、业务规模以及抵御风险的能力。

本次交易有利于上市公司增强持续经营能力，不存在可能导致上市公司重组后主要资产为现金或者无具体经营业务的情形，符合《重组管理办法》第十条第（五）项的规定。

六、有利于上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与实际控制人及其关联人保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定；

本次交易完成前，上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与实际控制人及其关联人保持独立。本次交易不会导致上市公司的控制权及实际控制人发生变更。本次交易完成后，上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面将继续保持独立性。

因此，本次交易符合《重组管理办法》第十条第（六）项的规定。

七、有利于上市公司形成或者保持健全有效的法人治理结构。

本次交易前，上市公司已建立了以法人治理结构为核心的现代企业制度，按上市公司治理标准规范法人治理结构。本次交易完成后，上市公司将依据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规的要求，进一步保持并完善公司法人治理结构，提升整体经营效率、提高公司盈利能力，遵守中国证监会等监

管部门的有关规定，保持上市公司健全、有效的法人治理结构，规范上市公司运作。

因此，本次交易有利于上市公司保持健全有效的法人治理结构，符合《重组管理办法》第十条第（七）项的规定。

第二节 本次交易符合《重组管理办法》第四十二条的规定

一、有利于提高上市公司资产质量、改善公司财务状况和增强持续盈利能力；有利于上市公司避免同业竞争和减少关联交易，增强独立性

（一）本次交易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

本次交易完成后，郁金香传播和达可斯广告将纳入上市公司的合并范围，上市公司的总资产和净资产规模均将得以提升。交易对方分别承诺了郁金香传播、达可斯广告 2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年的净利润。若本次交易完成后盈利承诺顺利实现，则上市公司的盈利能力将大幅提升。同时，随着业务协同效应的逐步显现，未来上市公司的发展前景良好。

本次交易完成后，将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。具体分析参见本报告书“第十章董事会讨论与分析”的相关内容。

（二）本次交易有利于上市公司避免同业竞争和减少关联交易，增强独立性

本次交易前，上市公司的控股股东为渠丰国际，实际控制人为杨震华。本次交易完成后，上市公司控股股东、实际控制人未发生变更。

本次交易前，上市公司与交易对方不存在关联关系。本次交易完成后，为避免同业竞争，减少和规范将来可能存在的关联交易，相关交易对方出具了关于规范和减少关联交易及避免同业竞争的相关承诺，具体情况参见本报告书“第十二章同业竞争与关联交易”相关内容。

综上，本次交易将有助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；同时在相关承诺得到有效执行的情况下，本次交易有利于避免同

业竞争和规范、减少关联交易。本次交易符合《重组管理办法》第四十二条第(一)项的规定。

二、上市公司最近一年及一期财务会计报告被注册会计师出具无保留意见审计报告

众华已对上市公司 2013 年财务报告出具了众会字[2014]第 0067 号标准无保留意见的审计报告。因此，本次交易符合《重组管理办法》第四十二条第(二)项的规定。

三、上市公司发行股份及支付现金所购买的资产，应当为权属清晰的经营性资产，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续

本次交易标的资产为郁金香传播 100%股权和达可斯广告 100%股权。交易对方各自所持有上述股权不存在抵押、质押等可能导致标的资产转让受限的情形。

本次交易标的资产为权属清晰的经营性资产，不存在权利瑕疵和其他影响过户的情况，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续。

因此，本次交易符合《重组管理办法》第四十二条第(三)项的规定。

四、上市公司为促进行业或者产业整合，增强与现有主营业务的协同效应，在其控制权不发生变更的情况下，可以向控股股东、实际控制人或者其控制的关联人之外的特定对象发行股份购买资产，发行股份数量不低于发行后上市公司总股本的 5%；发行股份数量低于发行后上市公司总股本的 5%的，主板、中小板上市公司拟购买资产的交易金额不低于 1 亿元人民币，创业板上市公司拟购买资产的交易金额不低于 5000 万元人民币。

上市公司通过收购郁金香传播和达可斯广告，可以拓展在户外媒体领域的产业布局，从文化产业中的内容供应商延伸至渠道供应商，上市公司业务体系和市场布局将得到优化，交易完成后上市公司与郁金香传播和达可斯广告均能利用对方的优势与资源，协同效应将逐步显现。

本次交易中，上市公司收购标的资产相应股权后，符合公司的战略发展方向，将进一步增强公司的盈利能力。本次上市公司向交易对方发行的股份数量为

3,364.84 万股，占发行后上市公司总股本 225,648,444 股（不含募集配套资金部分）的 14.91%。交易完成后，上市公司的控制权不会发生变更。

本次交易将有利于上市公司促进产业整合，增强与现有主营业务的协同效应，发行后上市公司控制权不发生变更，发行对象为控股股东、实际控制人或者其控制的关联人之外的特定对象，发行股份数量不低于发行后上市公司总股本的 5%。因此，本次交易符合《重组管理办法》第四十二条第二款的规定。

第九章 本次交易定价依据及公平合理性分析

第一节 本次交易的定价依据

一、本次交易标的资产的定价依据

根据坤元评估出具的坤元评报[2014]166号《资产评估报告》，以2013年12月31日为评估基准日，郁金香传播100%股权以收益法评估的评估值为人民币120,205.19万元。根据坤元评估出具的坤元评报[2014]167号《资产评估报告》，以2014年1月31日为评估基准日，达可斯广告100%股权以收益法评估的评估值为人民币30,080万元。

二、本次交易的定价依据

参照上述资产评估值，经交易各方协商，交易标的郁金香传播和达可斯广告股权的交易价格为人民币150,000.00万元。

三、本次股票发行的定价依据

本次交易涉及向标的公司股东发行股份购买资产和向其他特定投资者发行股份募集配套资金两部分。

（一）发行股份购买资产的定价依据和发行价格

本次发行股份购买资产的定价基准日为新文化第二届董事会第七次会议决议公告日。

本次新文化发行股份购买资产的发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价，即52.21元/股。

2014年4月23日，新文化实施了2013年年度权益分派方案，以总股本9,600万股为基数，向全体股东每10股派5.00元现金（含税），同时以资本公积金向全体股东每10股转增10股。根据上述除权除息事项，本次发行股份购买资产的发行价格相应调整为25.86元/股。

在定价基准日至发行日期间，公司如有发生派息、送股、资本公积金转增股

本等除息、除权行为，将按照深圳证券交易所的相关规则对上述发行价格作相应调整。

（二）发行股份募集配套资金的定价依据和发行价格

根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，本次发行股份募集配套资金的发行价格将按照以下方式之一进行询价：

（1）不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价；

（2）低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十。

最终发行价格将按照《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》等相关规定，根据竞价结果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。

第二节 本次交易定价的公平合理性分析

一、本次交易价格与评估值的比较情况

根据坤元出具的坤元评报[2014]166号《资产评估报告》，郁金香传播股东全部权益价值采用收益法评估的结果为120,205.19万元，较账面价值(合并报表口径)评估增值87,105.23万元，增值率为263.16%。经协商，交易标的郁金香传播100%股权的交易价格为人民币120,000万元。

根据坤元出具的坤元评报[2014]167号《资产评估报告》，达可斯广告股东全部权益价值采用收益法评估的结果为30,080万元，较账面价值(模拟合并报表口径)评估增值26,345.14万元，增值率为705.39%。经协商，交易标的达可斯广告100%股权的交易价格为人民币30,000万元。

根据坤元评报[2014]166号《资产评估报告》和坤元评报[2014]167号《资产评估报告》，郁金香传播的评估增值率为263.16%，达可斯广告的评估增值率为705.39%，二者差异为442.23%。

由于评估增值率是一个相对值指标，主要是比较评估价值与账面原值的差异率，影响评估增值率的原因有很多，评估价值的高低、账面净资产的高低、被评

估单位历史年度的利润积累、股利分配政策、是否进行过增资扩股等因素都会对评估增值率产生影响。

由于评估增值率差异 = 净资产因素造成的差异 + 评估值因素造成的差异，下面通过因素分析法对两家标的公司的评估值差异进行分析：

(一) 净资产因素造成的差异

由于股利分配可以减少账面净资产，导致评估增值率上升，下面对达可斯广告股利分配对其评估增值率的影响进行分析。

2012-2013 年，达可斯广告共分配股利 1,600 万元，导致公司账面净资产减少，而同期郁金香传播未进行股利分配。达可斯广告股利分配对其评估增值率的影响如下表所示：

项目	评估值(万元)	净资产(万元)	评估增值率	差异额
股利分配因素消除前	30,080	3,734.86	705.39%	211.56%
股利分配因素消除后 ^{注1}	31,680	5,334.86	493.83%	

注 1：假设达可斯广告分配的股利为溢余资产，则股利分配因素消除后标的资产评估增值率 = (评估值+股利) / (账面净资产+股利) -1

由上表可知，达可斯广告股利分配造成自身评估增值率出现 211.56% 的差异，占达可斯广告和郁金香传播评估增值率差异总额的 47.84%。

(二) 评估值因素造成的差异

由于达可斯广告和郁金香传播全部股东权益价值系根据收益法评估确定，因此，未来两者的盈利能力差异将会对评估增值率差异造成重要影响。

根据相关评估报告，2014 年及以后年度郁金香传播和达可斯广告的销售净利率如下表所示：

项目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	永续期
郁金香传播	14%	16%	18%	20%	21%	21%
达可斯广告	36%	36%	37%	39%	40%	39%
达可斯广告/郁金香传播	2.65	2.29	2.06	1.95	1.85	1.84

根据 2013 年审计报告，达可斯广告和郁金香传播的资产负债率和总资产周转率如下表所示：

标的公司	资产负债率	总资产周转率 ^{注2}
郁金香传播	35.69%	73.62%
达可斯广告	32.26%	77.12%

注 2：此处总资产周转率根据当年营业收入除以年末总资产计算。

由上表可知，永续期内达可斯广告的销售净利率约为郁金香传播的 1.84 倍，2013 年度郁金香传播和达可斯广告的资产负债率和资产周转率基本相等，假设上述指标在永续期内保持不变，则永续期内达可斯广告的净资产收益率将稳定为郁金香传播的 1.84 倍。

由上述分析可知，达可斯广告和郁金香传播盈利能力存在一定差异，主要是由以下原因造成的：

1、业务结构差异

达可斯广告和郁金香传播的业务结构存在一定差异。达可斯广告以经营自有屏幕业务为主，2013 年，达可斯广告自有屏幕业务收入占其营业收入比例为 97.33%，自有屏幕业务毛利率为 74.20%；郁金香传播则以经营自有屏幕和独家代理业务为主，2013 年，郁金香传播自有屏幕业务收入占其营业收入比例为 47.86%，自有屏幕业务毛利率为 56.22%；独家代理业务收入占其营业收入比例为 38.15%，独家代理业务毛利率为 8.22%。

由于达可思广告以经营高毛利的自有屏幕业务为主，且自有屏幕业务收入比例高于郁金香传播，导致达可思广告毛利率和净利率相对较高。

2、营业成本差异

2013 年，达可斯广告自有屏幕业务毛利率为 74.20%，高于郁金香传播自有屏幕业务的毛利率，主要系达可斯广告自有屏幕均位于沈阳地区，而郁金香传播自有屏幕主要位于京、沪、广、深等一线城市的核心商圈，故达可斯广告自有屏幕的场租成本低于郁金香传播自有屏幕的场租成本，导致达可斯广告自有屏幕业务的毛利率相对较高。

综上所述，达可斯广告营业收入和毛利率真实、合理。达可斯广告的毛利率和净利率显著高于郁金香传播，主要系达可斯广告以经营高毛利的自有屏幕业务

为主，且达可斯广告场租成本相对较低，导致达可斯广告综合毛利率相对较高。

根据上述分析，达可斯广告和郁金香传播因盈利能力差异对评估增值率的影响如下表所示：

项目	评估值 (万元)	净资产 (万元)	评估增值率	差异额
盈利差异因素消除前	31,680.00	5,334.86	493.83%	271.10%
盈利差异因素消除后 ^{注3}	17,217.39	5,334.86	222.73%	

注 3：股利分配差异和盈利差异因素消除后，达可斯广告全部股东权益评估值= $31,680.00/1.84 = 17,217.39$ 万元

由上表可知，达可斯广告因自身盈利能力相对较高造成自身评估增值率出现 271.10% 的差异，占达可斯广告和郁金香传播评估增值率差异总额的 61.30%。

综上所述，达可斯广告和郁金香传播评估增值率差异为 442.23%，其中因股利分配因素造成的差异额约为 211.56%，因盈利能力因素造成的差异额约为 271.10%。

经核查，独立财务顾问认为，达可斯广告评估增值率高于郁金香传播，主要系达可斯广告股利分配导致账面净资产降低以及两家公司盈利能力不同所致，双方评估增值率的差异具有合理性。

二、可比同行业上市公司市盈率、市净率估值对比分析

本次数据对比，选取与标的公司相同或相近业务的上市公司作为可比对象。以 2014 年 1 月 31 日为计算口径，标的公司同行业上市公司估值情况如下：

证券代码	证券简称	静态市盈率	动态市盈率	市净率
002712.SZ	思美传媒	42.34	39.27	6.96
000917.SZ	电广传媒	45.29	29.62	2.30
002400.SZ	省广股份	59.75	63.11	11.55
300058.SZ	蓝色光标	68.21	45.63	7.99
600088.SH	中视传媒	88.05	38.28	5.27
600633.SH	浙报传媒	59.99	81.16	6.94
600880.SH	博瑞传播	47.27	51.47	4.55
平均		58.70	49.79	6.51
标的资产	郁金香传播	27.55	17.35	2.99
	达可斯广告	12.91	13.01	8.03

数据来源：Wind 资讯

注 1: 静态市盈率=当日收盘价/该公司 2013 年每股收益

注 2: 动态市盈率=当日收盘价/预测该公司 2014 年每股收益

注 3: 市净率=当日收盘价/该公司的 2013 年 12 月 31 日每股净资产

注 4: 郁金香传播、达可斯广告市净率=标的资产交易价格/标的资产评估基准日归属于母公司股东净资产

2014 年 1 月 31 日, 同行业上市公司平均静态市盈率为 58.70 倍, 动态市盈率为 49.79 倍。本次交易标的郁金香传播和达可斯广告的静态市盈率分别为 27.55 倍和 12.91 倍, 动态市盈率分别为 17.35 倍和 13.01 倍, 均显著低于同行业上市公司平均水平。

2014 年 1 月 31 日, 同行业上市公司市净率平均为 6.51 倍。按照交易评估基准日计算, 郁金香传播和达可斯广告的市净率分别为 2.99 倍和 8.03 倍, 郁金香传播的市净率明显低于同行业上市公司平均水平, 达可斯广告因分配股利等因素影响, 其市净率略高于同行业上市公司平均水平。总体来看, 本次交易的定价具有合理性, 有利于提升和保护股东利益。

三、结合上市公司的市盈率、市净率水平分析本次交易定价的公允性

新文化 2013 年度实现每股收益 1.20 元, 截至 2013 年 12 月 31 日每股净资产为 9.63 元。根据 2014 年 1 月 31 日新文化股价 59.40 元/股计算, 新文化的静态市盈率为 49.50 倍, 市净率为 6.17 倍。

郁金香传播和达可斯广告的静态市盈率分别为 27.55 倍和 12.91 倍, 动态市盈率分别为 17.35 倍和 13.01 倍, 均显著低于新文化本次交易前的静态市盈率。按照交易评估基准日计算, 郁金香传播及达可斯广告的市净率分别为 2.99 倍和 8.03 倍, 郁金香传播的市净率明显低于新文化市净率, 达可斯广告因分配股利等因素影响, 其市净率略高于新文化市净率。

四、本次交易定价与标的资产历次股权转让和增资价格比较分析

经核查, 独立财务顾问和申请人律师认为: 郁金香传播历次增资、减资均以公司实际经营过程中对资金的需求为调整目的, 经过了必要的政府主管部门核准和登记程序, 符合法律、法规以及规范性文件的规定; 郁金香传播 2011 年第一次股权转让实际系解除红筹结构的过程, 股权转让前后的实际权益持有人未发生变化, 该次股权转让以注册资本为定价依据具有合理性; 郁金香传播 2011 年第

二次股权转让系引进境内投资者的过程，经各方市场化谈判协商确定以郁金香传播 11.64 亿元的估值为定价依据，郁金香传播 2014 年本次重组所涉及股权转让价格经上市公司与交易对方市场化谈判协商确定，系以资产评估报告确定的评估值 12.020519 亿元为定价依据确定为 12 亿元，独立财务顾问和申请人律师认为，郁金香传播 2011 年第二次股权转让和 2014 年本次重组所涉及股权转让的价格差异较小，具有合理性。

综上所述，本次交易作价合理、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。

第三节 本次交易新增股份发行价格的合理性分析

一、本次发行股份定价合规性分析

本次交易涉及向标的公司股东发行股份购买资产和向其他特定投资者发行股份募集配套资金两部分。本次发行股份定价符合中国证监会《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》的相应规定。

（一）发行股份购买资产的定价依据和发行价格

本次发行股份购买资产的定价基准日为新文化第二届董事会第七次会议决议公告日。

本次新文化发行股份购买资产的发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价，即 52.21 元/股。

2014 年 4 月 23 日，新文化实施了 2013 年年度权益分派方案，以总股本 9,600 万股为基数，向全体股东每 10 股派 5.00 元现金（含税），同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股。根据上述除权除息事项，本次发行股份购买资产的发行价格相应调整为 25.86 元/股。

在定价基准日至发行日期间，公司如有发生派息、送股、资本公积金转增股本等除息、除权行为，将按照深圳证券交易所的相关规则对上述发行价格作相应调整。

（二）发行股份募集配套资金的定价依据和发行价格

根据中国证监会《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》的相应规定，本次发行股份募集配套资金的发行价格将按照以下方式之一进行询价：

(1) 不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价；

(2) 低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十。

最终发行价格将按照《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》等相关规定，根据竞价结果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。

二、本次发行股份定价合理性分析

公司作为深交所挂牌上市的公司，二级市场的股票价格可以较为公允的作为其作价的参考。公司本次发行定价基准日前的历史股价与本次发行股份购买资产的股份价格（除权除息前）的比较分析如下：

交易日	股价均价（元）	发行价格（元）	发行价格相对的溢价比例
前 10 个交易日	51.00	52.21	2.37%
前 30 个交易日	54.25	52.21	-3.75%
前 60 个交易日	54.50	52.21	-4.21%
前 90 个交易日	52.12	52.21	0.17%
前 120 个交易日	52.13	52.21	0.15%

上述数据显示，本次发行股份购买资产的股票价格（除权除息前）与公司历史股价差异较小，故本次交易价格相对合理，未损害其他中小股东的权益。

第四节 董事会对本次评估的意见

公司聘请坤元评估担任本次重组的评估机构，其已就标的资产分别出具了坤元评报[2014]166号《资产评估报告》和坤元评报[2014]167号《资产评估报告》。公司董事会根据相关法律、法规和规范性文件的规定，在详细核查了有关评估事项以后，现就评估机构的独立性、评估假设前提的合理性、评估方法与评估目的的相关性及评估定价的公允性发表如下意见：

一、评估机构的独立性

公司聘请的坤元评估具有证券、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，评估机构及其经办资产评估师与公司及交易对方、标的资产不存在影响其提供服务的现实以及预期的利益关系或者冲突，具有充分的独立性。

二、评估假设前提的合理性

本次交易相关评估报告的评估假设前提符合国家相关法规规定、遵循了市行惯例以及准则、符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。

三、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。坤元评估采用了市场法和收益法两种评估方法对标的资产价值进行了评估，并且最终选择了收益法的评估值作为本次评估结果。

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，对交易标的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。

四、评估定价的公允性

本次交易涉及的标的资产作价是以具有证券、期货相关资产评估业务资格的评估机构作出的评估结果为依据，标的资产定价合理。

第五节 独立董事对本次交易定价的意见

本公司独立董事对评估相关事项发表的独立意见原文如下：

“公司已聘请具有证券期货相关业务资格的资产评估机构对标的资产进行评估，评估机构及其经办评估师与交易对方及公司均没有现实的及预期的利益或冲突，具有充分的独立性，其进行评估符合客观、公正、独立的原则和要求。本次评估的前提假设合理，选择的评估方法充分考虑了公司本次交易的目的与评估对象的实际情况，评估方法恰当，评估结果公允合理。我们认为，公司本次聘请的资产评估机构以及标的资产定价原则符合国家相关法律、法规及规范性文件的规定。

本次交易的标的资产的交易价格由交易各方根据具有证券期货相关业务资格的资产评估机构出具的资产评估报告中确认的标的资产评估净值协商确定，标的资产定价具有公允性、合理性，不会损害上市公司及其全体股东的利益，特别是中小股东的利益。

本次交易有利于提高新文化的资产质量，拓展现有业务领域，提升公司在户外媒体领域方面的竞争力，增强盈利能力，有利于新文化的可持续发展，符合新文化及全体股东的利益。

公司本次交易符合国家有关法律、法规和政策的规定，遵循了公开、公平、公正的准则，符合公司和全体股东的利益，对全体股东公平、合理。”

第十章 董事会讨论与分析

第一节 交易前财务状况和经营成果讨论与分析

一、本次交易前上市公司资产结构分析

单位：万元

项目	2013年12月31日		2012年12月31日	
	金额	占比	金额	占比
流动资产：				
货币资金	32,908.84	28.09%	45,598.23	44.22%
应收票据	736.90	0.63%	3,400.69	3.30%
应收账款	29,584.32	25.25%	25,533.93	24.76%
预付款项	4,454.24	3.80%	4,477.75	4.34%
其他应收款	3.77	0.00%	1.76	0.00%
存货	45,380.23	38.73%	23,165.29	22.46%
流动资产合计	113,068.29	96.51%	102,177.63	99.08%
非流动资产：				
长期股权投资	1,010.00	0.86%	10.00	0.01%
固定资产	513.47	0.44%	426.24	0.41%
在建工程	1,428.65	1.22%	-	-
长期待摊费用	471.26	0.40%	112.80	0.11%
递延所得税资产	671.40	0.57%	395.33	0.38%
非流动资产合计	4,094.77	3.49%	944.36	0.92%
资产总计	117,163.06	100.00%	103,122.00	100.00%

注：以上数据已经审计。

公司资产结构比较稳定，主要由流动资产组成，最近两年末流动资产占总资产的比例平均为 97.80%。流动资产占比较高与公司的行业特点相适应，公司所属的影视剧行业属轻资产行业，业务经营主要为创意活动的开展，不需要大量固定资产的投入，公司的业务特点在资产周转方面表现为货币资金、预付款项、存货、应收账款等流动资产项目间的不断转换。

公司 2013 年末货币资金较上年末下降 27.83%，主要系公司 2013 年内继续扩大影视剧资金投入所致；2013 年末存货较上年末增长 95.90%，主要系 2013 年内多部影视剧尚在后期制作阶段，在产品大幅增加所致；2013 年末长期股权投资较上年末增加 1,000 万元，系 2013 年公司出资 1,000 万元投资哇棒（北京）

国际传媒股份有限公司所致；2013年末在建工程较上年末增加1,428.65万元，主要系2013年内上海兰馨电影院改造工程尚未完工结转所致。

二、本次交易前上市公司负债结构分析

单位：万元

项目	2013年12月31日		2012年12月31日	
	金额	占比	金额	占比
流动负债：				
应付账款	7,354.79	6.28%	6,373.16	6.18%
预收款项	11,975.77	10.22%	9,131.83	8.86%
应付职工薪酬	4.40	0.00%	3.94	0.00%
应交税费	2,450.31	2.09%	1,732.61	1.68%
其他应付款	928.70	0.79%	-	-
其他流动负债	530.00	0.45%	-	-
流动负债合计	23,243.97	19.84%	17,241.55	16.72%
负债合计	23,243.97	19.84%	17,241.55	16.72%
所有者权益：				
实收资本	9,600.00	8.19%	9,600.00	9.31%
资本公积	57,831.68	49.36%	57,669.68	55.92%
盈余公积	2,604.40	2.22%	1,267.29	1.23%
未分配利润	22,447.12	19.16%	17,110.13	16.59%
归属于母公司所有者权益合计	92,483.20	78.94%	85,647.10	83.05%
少数股东权益	1,435.89	1.23%	233.35	0.23%
所有者权益合计	93,919.09	80.16%	85,880.45	83.28%
负债和所有者权益总计	117,163.06	100.00%	103,122.00	100.00%

注：以上数据已经审计。

公司资产负债率较低，最近两年末平均资产负债率为18.28%，主要是因为公司2012年IPO上市，募集资金净额为55,246.12万元。公司的负债构成均为流动负债。其中流动负债的主要构成为应付账款及预收款项，2013年末公司预收账款较上年末增长31.14%，主要是因为公司业务规模增长，预收电视剧的节目款及合作方的制片款增加所致。

三、本次交易前上市公司经营业绩情况分析

（一）公司最近两年利润表主要指标：

单位：万元

项目	2013年度	2012年度
营业总收入	48,171.24	38,605.71

营业总成本	34,057.05	27,555.03
其中：营业成本	28,763.42	22,496.57
销售费用	2,795.37	1,845.42
管理费用	1,772.37	1,154.45
财务费用	-683.20	332.26
营业利润	14,114.19	11,050.68
利润总额	15,331.62	12,085.23
净利润	11,457.44	9,051.75
归属于母公司所有者的净利润	11,474.10	9,055.81

注：以上数据已经审计。

近年来，公司通过贯彻“规模化、集约化、创新性经营”的三大经营策略和“优化人力资源、聚合行业资源、完善公司治理”的三大保障措施，保证公司电视剧、电影、新媒体、海外发行、演艺经纪等业务有序推进，实现了公司业绩稳定增长。

2013年，公司实现营业收入48,171.24万元，较上年增长24.78%，主要系公司通过不断开拓新的发行渠道，影视剧业务取得了较好的发行业绩；营业成本28,763.42万元，较上年增长27.86%，主要系公司业务规模扩大，相应增加营业成本。随着公司业务扩展需要，2013年主要期间费用有所增加，其中销售费用同比增长51.48%，主要系影视参展费用、影视剧宣传费及差旅费用等增加所致；管理费用同比增长53.52%，主要系员工人数增加，人工费用、办公费、差旅费以及办公区域装修费用增加所致；财务费用同比减少305.62%，主要系2013年公司无利息支出，且2012年募集资金到位，银行存款利息增加所致。

2013年，公司实现利润总额15,331.62万元，较上年增长26.86%；归属于上市公司股东的净利润11,474.10万元，较上年增长26.70%。

（二）公司最近两年分产品收入及毛利率情况如下：

项目	单位：万元	
	2013年度	2012年度
营业收入	48,061.25	38,589.35
电视剧	48,003.15	38,395.99
电影	-	129.45
其他	58.09	63.91
营业成本	28,763.42	22,496.57
电视剧	28,730.85	22,357.65
电影	-	98.48

其他	32.56	40.44
毛利率	40.15%	41.70%
电视剧	40.15%	41.77%
电影	-	23.92%
其他	43.95%	36.73%

2013年，公司电视剧收入48,003.15万元，较上年增长25.02%，继续呈现稳定的增长态势，实现收入的电视剧主要包括《一代枭雄》、《爱在春天》、《同在屋檐下》、《独生子女的婆婆妈妈》和《传奇英雄》（原名《小鬼子走着瞧》）、《反击》、《烽火铁骑》（原名《黑玫瑰之铁血女骑兵》）以及《第三种幸福》（原名《上有小下有老》）等剧；2013年电视剧成本28,730.85万元，较上年增长28.51%；电视剧毛利率40.15%，较上年微降1.62个百分点，总体保持较好的毛利率水平。

2013年，公司无电影收入。公司于2013年分别出资1,200万元、600万元投资上海兰馨影业有限公司以及上海凯羿影视传播有限公司。上海兰馨影业有限公司主要为电影放映，上海凯羿影视传播有限公司专注于电影投资制作、宣传、发行，品牌电影定制，影视产品营销等。上述两个投资项目的实施，将进一步完善公司在电影领域产业链结构，借助电影投资制作和电影发行放映业务之间相互促进的良好协同效应，为公司未来电影业务的发展奠定坚实的基础。

第二节 交易标的行业特点讨论与分析

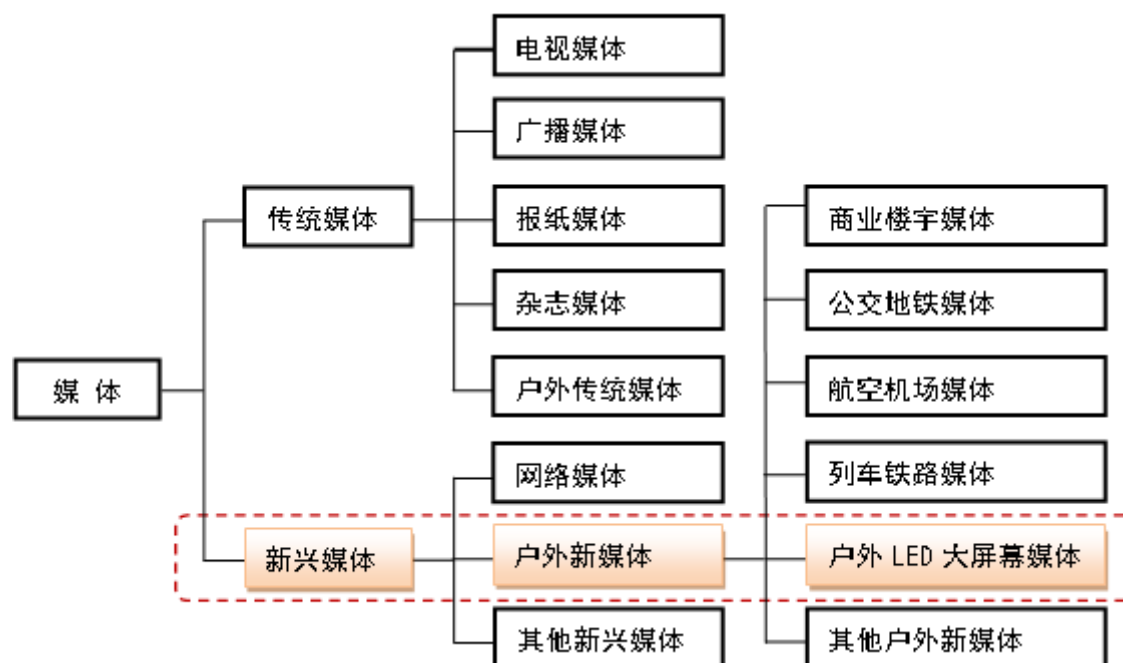
一、标的公司所处行业基本情况

本次交易标的郁金香传播、达可斯广告主要从事户外LED大屏幕的媒体资源开发和广告发布业务。根据国家统计局2012年7月发布的行业分类标准《文化及相关产业分类(2012年)》，标的公司属于文化创意产业中的广告行业，细分子行业为户外广告行业。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），标的公司属于L租赁和商务服务业类别下的L72商务服务业。

（一）行业概述

广告业是通过广告策划、设计、制作、发布、调查、效果评估等方式获取利润的产业门类。广告是为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。

从我国广告业的现状来看，广告媒体大致可以分为电视广播媒体、报刊杂志媒体、户外传统媒体等为代表的传统广告媒体，以及网络媒体、户外新媒体为代表的广告媒体。



户外新媒体广告是指设置在户外的广告，其在露天或室外的公共场所向公众传递信息、推广服务或商品的一种常见的广告形式。户外新媒体广告在促进市场流通、引导大众消费、美化城市空间、营造都市氛围等方面一直发挥着重要的作用，对城市的形象影响大，是城市形象的重要展现的形式之一。户外新媒体广告的常见种类有：商业楼宇广告、公交地铁广告、航空机场广告、列车铁路广告、户外 LED 广告屏等表现形式。随着网络、手机等新媒体的迅猛发展以及互动化、社交化、数字化媒体越来越普及，消费者的媒体接触习惯发生了新的变化，越来越多的消费者开始接触并使用新媒体。

（二）行业管理体系

1、广告业的主管部门与监管体制

标的公司从事的户外 LED 大屏幕的媒体资源开发和广告发布业务隶属于广告业。我国广告业的监管体制为政府监管与行业自律相结合。

（1）行业主管部门

广告业的行业主管部门主要为国家工商行政管理总局以及各地的地方工商行政管理部门。国家工商行政管理总局是国务院主管广告业的直属机构，其职责范围为“指导广告业发展，负责广告活动的监督管理工作”。国家工商行政管理总局内设有广告监督管理司，负责“拟订广告业发展规划、政策措施并组织实施；拟订广告监督管理的具体措施、办法；组织、指导监督管理广告活动；组织监测各类媒介广告发布情况；查处虚假广告等违法行为；指导广告审查机构和广告行业组织的工作”。县级以上工商行政管理部门负责辖区内的广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。

除国家工商行政管理总局外，户外 LED 屏媒体运营商在进行业务过程中，根据当地政府颁布的户外电子显示屏的设置管理规范，可能还需要经过当地的市容环境卫生管理部门、城市规划管理部门、公安交通管理部门、广播电视管理部门、城市管理综合行政部门等政府部门对城市建设、环境保护等方面的监督。

（2）行业自律性组织

①中国广告协会

中国广告协会成立于 1983 年，是国家工商行政管理总局直属事业单位，是经民政部注册登记的全国性社会团体，是我国广告业的行业自律性组织。其围绕“为行业建设与发展提供服务”的宗旨，履行“提供服务、反映诉求、规范行为”的基本职责。由中国广告协会主办的《中国广告年鉴》和《现代广告》是广告业内的权威刊物。

②中国商务广告协会

中国商务广告协会原为中国对外经济贸易广告协会，成立于 1981 年，是我国最早成立的全国性广告行业组织。其主要职能为围绕中华人民共和国商务部的工作，不断提升商务广告对我国内外经济贸易的服务功能。

③中国商务广告协会综合代理专业委员会

中国商务广告协会综合代理专业委员会成立于 2006 年，简称中国 4A，其主管部委是中华人民共和国商务部。中国 4A 是中国广告代理商的高端组合，其成员多为于国内运作的大型国际广告公司以及本土实力强大的综合广告代理商。中国 4A 的成立旨在通过建立行业标准，树立专业的作业规范，引导各公司以一个更健康的方式发展广告业，提升整个中国广告行业的地位和社会形象，同时为中国广告业培养人才。

(3) 屏幕设置及广告发布主管部门

由于国家对户外 LED 广告屏的相关行政法规仍在修改完善当中，我国大部分城市都各自出台了针对户外电子显示屏的设置管理规范，目前户外 LED 屏广告运营商仍需要取得当地相关的政府部门的行政许可，如北京市需要经过公安交通管理部门、广播电视管理部门取得；上海市需要经过市容环境卫生管理局、城市规划管理部门取得；广州市需要经过城市管理行政主管部门、城市管理综合执法机关取得等。

根据《户外广告登记管理规定》，利用户外场所、空间、设施发布的以展示牌、电子显示装置、灯箱、霓虹灯为载体的广告，应当依照该规定向工商行政管理机关申请户外广告登记，领取《户外广告登记证》。此外，对某些特定的商品广告，需由有关的行政主管部门对广告内容进行审查，例如食品药品监管部门需要对食品、药品、医疗器械广告的发布进行监管；农业行政部门对农药、兽药广告的发布进行监管等。

2、广告业的行业政策与主要法律法规

(1) 广告业的主要行业政策

广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，国家鼓励广告业的发展，近年出台了如下相关政策。

2008 年 4 月，国家工商行政管理总局与国家发展和改革委员会联合发布了《关于促进广告业发展的指导意见》，提出要“加快行业结构调整，促进广告产业的专业化、规模化发展，提升广告策划、创意、制作的整体水平；积极推动新

兴广告媒体的发展与规范；以中华民族优秀品牌战略为基础，以广告企业为主干，以优势媒体集团为先导，形成布局合理、结构优化的广告产业体系；广告经营总额继续保持较快增长，使广告业总体发展水平与全面建设小康社会和市场经济的发展水平相适应”。

2011年3月，国家发展和改革委员会发布《产业结构调整指导目录（2011年本）》，将“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列入鼓励类产业目录。

2011年10月，《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》经中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议通过，提出要“加快发展文化产业，必须构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系。要在重点领域实施一批重大项目，推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业”。

2012年2月，中共中央办公厅、国务院办公厅联合发布了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》，提出要“实施一批重大项目，推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业”。

2012年6月，国家工商行政管理总局发布《广告产业发展“十二五”规划》，提出规划目标“广告创意、策划、设计、制作水平全面提升，广告业集约化、专业化和国际化水平大幅提高，规模速度与结构质量协调发展，整体实力与核心竞争力显著增强，对经济社会和文化发展的贡献度不断加大，努力实现由传统广告业向现代广告业、由以国内市场为主向国际市场延伸、由粗放型向集约型、由布局相对分散向合理集聚、由低技术水平和低附加值向高技术和高附加值的转变”。

（2）广告业的主要法律法规

我国广告业目前已初步形成了以《中华人民共和国广告法》为核心，涵盖广告业务资质管理、广告内容审查管理、广告经营活动管理等多方面多层次的广告行业法律法规体系。

广告业主要的法律法规、部门规章以及其他规范性文件列示如下：

序号	法律法规名称	生效日期	文号
1	中华人民共和国广告法	1995年2月1日	中华人民共和国主席令第34号
2	广告管理条例	1987年12月1日	国发[1987]94号
3	广告管理条例实施细则	2005年1月1日	中华人民共和国国家工商行政管理总局令第18号
4	广告经营许可证管理办法	2005年1月1日	中华人民共和国国家工商行政管理总局令第16号
5	广告经营资格检查办法	1998年12月3日	中华人民共和国国家工商行政管理局令第86号修订
6	外商投资广告企业管理规定	2008年10月1日	中华人民共和国国家工商行政管理总局、中华人民共和国商务部令第35号
7	户外广告登记管理规定	2006年7月1日	中华人民共和国国家工商行政管理总局令第25号
8	食品广告发布暂行规定	1998年12月3日	中华人民共和国国家工商行政管理局令第86号修订
9	药品广告审查办法	2007年5月1日	国家食品药品监督管理局、国家工商行政管理总局令第27号
10	医疗广告管理办法	2007年1月1日	中华人民共和国国家工商行政管理总局、中华人民共和国卫生部令第26号修订
11	化妆品广告管理办法	1993年10月1日	国家工商行政管理局令第12号
12	烟草广告管理暂行办法	1996年12月30日	国家工商行政管理局令第69号修订
13	酒类广告管理办法	1996年1月1日	国家工商行政管理局令第39号
14	房地产广告发布暂行规定	1998年12月3日	国家工商行政管理局令第86号修订
15	上海市户外广告设施管理办法	2011年1月1日	上海市人民政府令第56号
16	北京市户外广告设置管理办法	2004年10月1日	北京市人民政府令第200号修订
17	广州市户外广告和招牌设置管理办法	2010年8月12日	广州市人民政府令第36号
18	深圳经济特区户外广告管理规定	1994年10月18日	深圳市人民政府令第77号修订
19	成都市城市户外广告和招牌设置管理条例	2006年6月1日	2008年1月16日四川省第十届人民代表大会常务委员会第三十二次会议批准修订

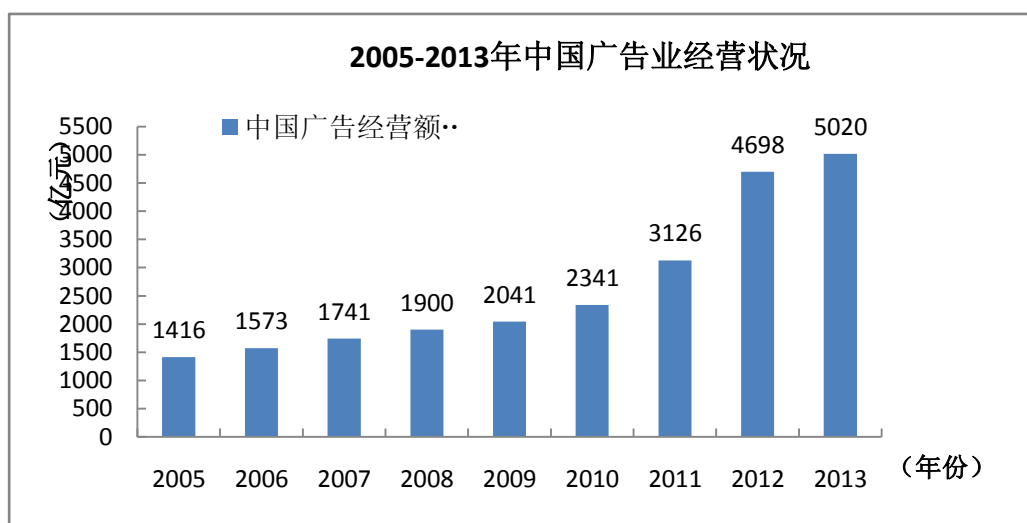
(二) 行业发展概况

1、我国广告业发展概况

(1) 我国广告业整体发展情况

近几年，随着我国宏观经济态势的稳定和国民经济的高速发展，我国广告行业市场规模也实现了高速增长。2013年，中国广告经营额首次超过5,000亿元，达到5,020亿元，增长6.84%，广告行业对国民经济增长的贡献较大。广告业作为文化传媒产业的分支行业，正逐步发展成为国民经济增长的重要推动力量，贡献程度不断上升。

近几年，我国广告市场发展情况如下图所示：



资料来源：历年《中国传媒产业发展报告》

(2) 广告经营单位情况

根据2012年-2014年《中国传媒产业发展报告》，2011至2013年，我国广告业经营单位也呈现递增趋势。2012年我国广告公司数量为20.48万户，同比增长20.29%；2012年兼营广告企业数量为10.63万户，同比增长45.93%；2013年我国广告公司数量为20.76万户，同比增长1.38%；2013年，我国广告公司数量为20.76万户，兼营广告企业数量为16.27万户。随着广告市场规模的增长，广告经营单位数量快速增加，一方面繁荣了广告市场，另一方面也进一步推动了市场竞争。

单位：户

项目	2013年	增长率(%)	2012年	增长率(%)	2011年
广告公司	207,575	1.38%	204,757	20.29	170,215

兼营广告企业	162,709	53.14%	106,250	45.93	72,808
--------	---------	--------	---------	-------	--------

数据来源：2012 年、2013 年和 2014 年《中国传媒产业发展报告》

（3）区域广告市场发展情况

从我国各个地区的广告市场发展情况来看，国内各地区的市场规模和发展状况差异较大，经济发达地区的广告经营额较高，广告市场较为繁荣，而经济欠发达地区的广告市场规模还留有较大的发展空间。

区域广告市场的发展情况依托于地区经济的繁荣程度，其主要原因在于良好的地区经济发展状态才能吸引广告服务行业相关公司的入驻。2011 年、2012 年和 2013 年，我国广告经营额连续三年排名前五位的地区分别为北京、上海、广东、江苏和浙江，上述五个省市同样也是国内经济相对较发达的区域，其国内广告市场地位近年来保持着相对的稳定。

根据《中国统计年鉴》，截至 2013 年底，我国城镇人口比重达到 53.73%，超过全国总人口的半数。随着我国城镇化进程的加速、城镇人口比重的上升以及经济欠发达地区经济水平的逐步提高，我国广告市场新的增长点向二线城市、甚至三线及以下城市扩张的趋势将会更加明显。可以预计，我国二线及三线城市将会成为今后我国新一轮经济发展与社会消费的增长极，从而促进我国广告行业的进一步发展，并推动广告市场规模的不断扩张和市场层次的不断丰富。

（4）各种媒体的广告投放份额

从我国广告投放所选择的媒体情况来看，以电视、报纸、广播、期刊杂志为代表的传统媒体依然占据广告市场的主导地位。但是，户外广告媒体凭借成本低、受众广、精准化营销和差异化定位等优势，影响力逐步提升。中国户外广告行业近年来快速增长，户外广告媒体规模化、网络化的发展势头迅猛。受益于国民经济的增长和城市化进程的深入，我国户外广告市场规模呈现持续性扩张的趋势。2008 年至 2011 年，户外广告经营额分别达到了 179.63 亿元、192.22 亿元、273.63 亿元和 276.41 亿元。

（5）各行业广告投放情况

2013 年度，我国广告投放额排名前五的行业分别为汽车、化妆品及卫生用品、房地产、食品和药品，前五大行业的广告投放额合计占全国广告投放总额的 50.94%，具体情况如下表所示：

单位：亿元

排行	行业	2013 年 投放额	2012 年 投放额	2013 年较 2012 年增长率 (%)
1	汽车	603.96	437.17	38.15
2	化妆品及卫生用品	594.79	-	-
	其中：化妆品	456.32	509.58	-10.45
3	房地产	586.33	408.03	43.70
4	食品	537.51	379.71	41.56
5	药品	234.47	266.06	-11.87
6	家用电器及电子产品	229.73	205.09	12.01
7	酒类	206.35	171.41	20.39
8	信息传播软件及信息技术服务	174.86	164.56	6.26
9	金融保险	149.26	152.13	-1.88
10	服装服饰及珠宝首饰	143.47	152.40	-5.86

数据来源：《2014 年中国传媒产业发展报告》

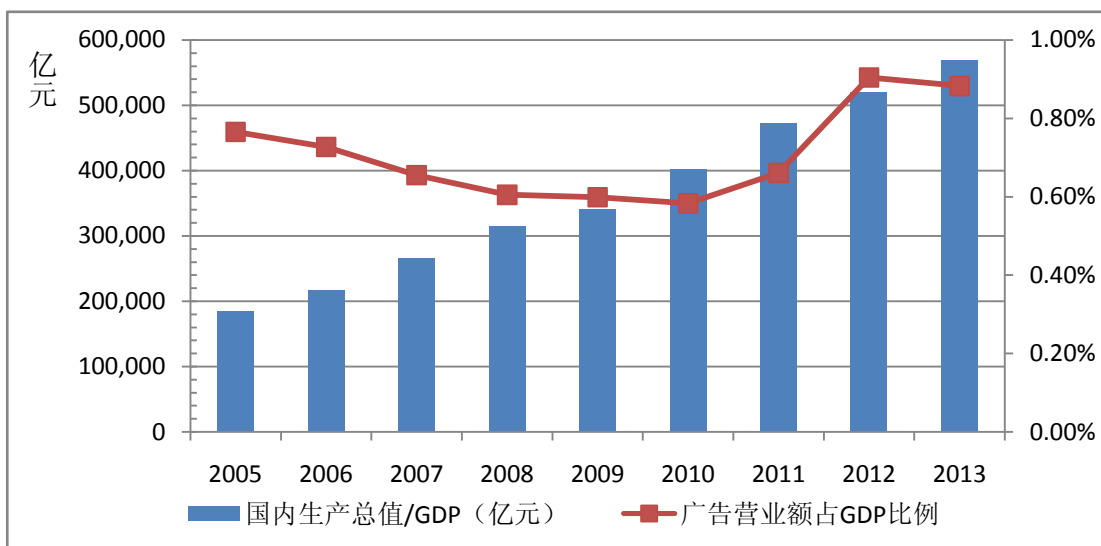
得益于经济发展和战略投资力度的进一步加大，近年来，绝大多数行业广告投放额实现大幅增长，带动我国户外 LED 屏幕广告业务相应大幅提高。

(6) 我国广告市场未来发展潜力巨大

我国广告行业近二十年来成长迅速并形成了良好的发展势头，但就其在整个国民经济中的比重来看，整体规模仍然偏小，尚有很大的市场增长空间。

2013 年，中国广告经营额虽然达到 5,020 亿元的历史新高，占当年 GDP 的比重为 0.88%，但是，该数据相较于发达国家的相应比重仍然偏低。可以预计，随着我国国民经济的持续增长，居民消费能力和消费水平的逐步提高，未来我国广告市场潜力巨大。

2005 年至 2013 年我国广告经营额在 GDP 中的占比如下图所示：

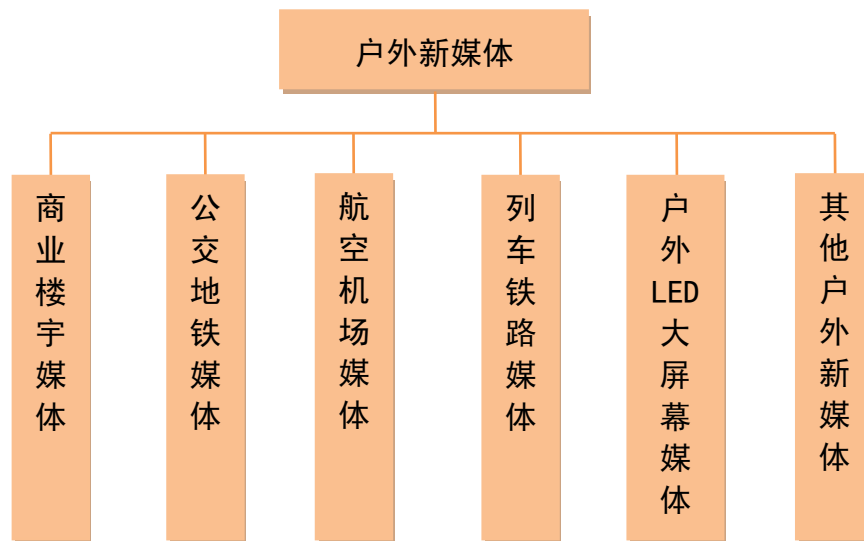


数据来源：历年《中国统计年鉴》和《中国传媒产业发展报告》

2、户外新媒体发展概况

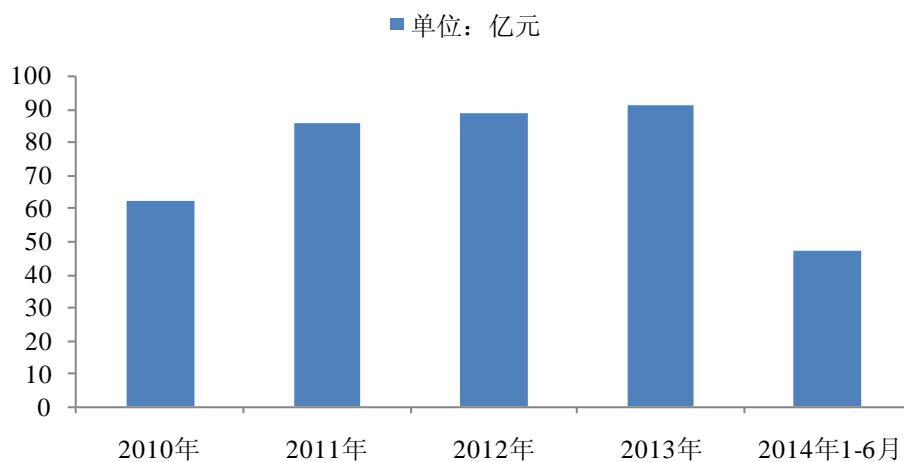
户外新媒体是有别于传统户外媒体（如霓虹灯、传统大牌、灯箱、车体等）的新型户外媒体形式。户外新媒体采用 LED 显示屏等新的媒介载体，通过商务楼宇、公交地铁、户外大屏幕等新的传播渠道进行广告信息的发布。户外新媒体具备灵活、互动、费用较低、定向传播、及时反馈和方案定制等优势，较好的满足了广告主对于广告传播精准化和差异化的要求，近年来日益受到广告主的青睐，市场规模不断提升。

户外新媒体按照发布渠道分类，可以分为商业楼宇媒体、公交地铁媒体、航空机场媒体、列车铁路媒体、户外 LED 大屏幕媒体及其他户外新媒体等。形式多样的户外新媒体广告投放媒介为广告主提供了众多的选择，使得广告市场细分程度日益加深，降低了广告主对传统媒体的依赖。此类户外新兴媒体凭借其精准化传播和差异化定位的优势，逐渐成为户外广告市场增长的主要动力和发展方向。



根据易观国际统计数据显示，2010年至2013年我国户外电子屏广告市场规模分别为62.30亿元、85.51亿元、88.31亿元及90.88亿元，2014年上半年为46.91亿元。

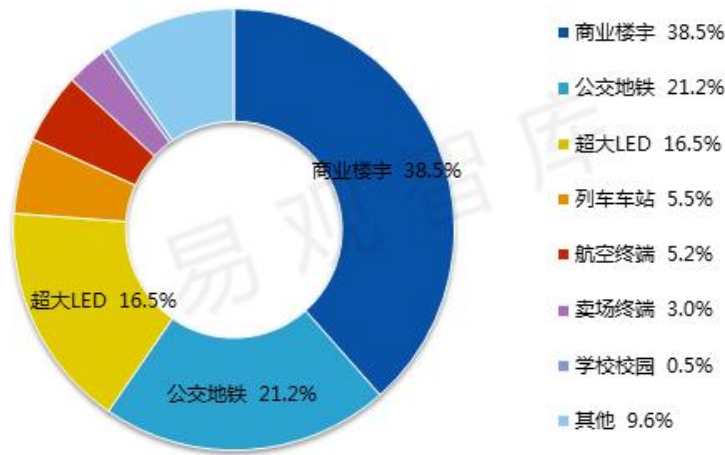
2010-2013年中国户外电子屏广告市场规模



数据来源：易观国际

根据易观国际关于2014年上半年中国户外电子屏广告细分市场份额的统计数据显示，商业楼宇、公交地铁及超大LED电子屏广告占比分列前三名，分别占比为38.5%、21.2%及16.5%。

2014年第2季度中国户外电子屏广告细分市场份额



数据来源：易观国际

3、户外 LED 大屏幕媒体发展概况

相比于大牌、灯箱、单立柱等传统户外广告媒体可视距离有限、画面单一固定的不足，户外 LED 大屏幕媒体具备可视范围广、便于更替的动态画面、色彩艳丽和视觉效果震撼的优势，可以有效地吸引受众群体注意，广告表现效果较好。

近年来，户外 LED 大屏幕媒体行业发展态势良好，这一新兴媒体类型得到了广告主越来越多的关注和认可。同时，客户数量的增多和客户结构的丰富也对行业的服务内容和服务水平提出了更高的要求。为了满足客户多元化的广告投放需求，构建一张覆盖全国的屏幕媒体网络成为了媒体运营商们努力实现的目标。

目前，户外 LED 大屏幕媒体行业的现状如下：

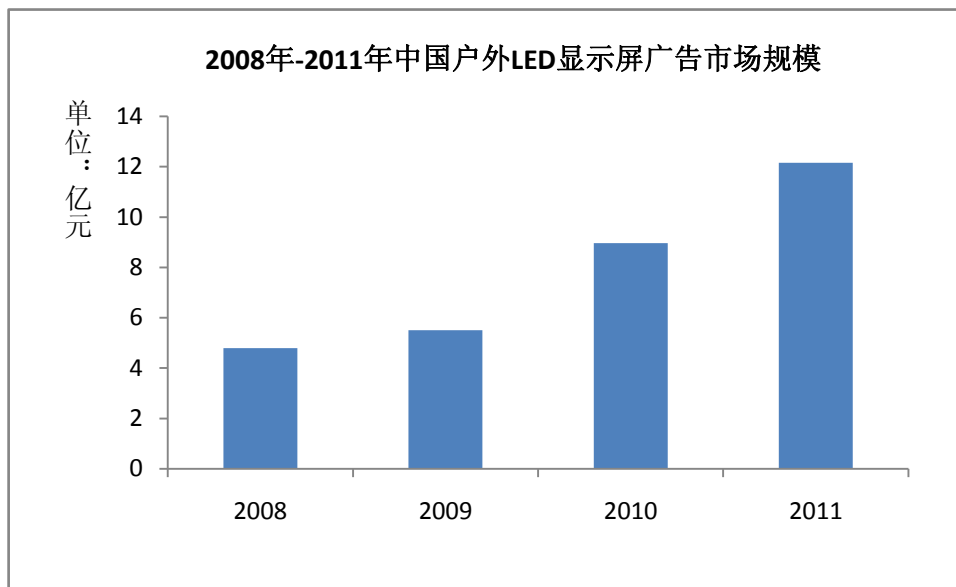
（1）媒体资源可开发空间大，屏幕媒体数量增长迅速

在城镇化进程不断加速的大背景下，一方面，新兴商圈的形成和新老商圈的更替为行业可供开发媒体资源的规模提供了广阔的空间；另一方面，户外 LED 大屏幕媒体数量增长迅速，一线城市核心商圈的优质点位已大都被包括郁金香在内的几家大型媒体运营商所控制，二三线城市屏幕媒体数量高速增长，地方性小型媒体运营商不断涌现。

（2）客户的媒体关注度和认可度不断提高

从我国户外 LED 大屏幕广告市场的广告主行业构成来看，除了已有的汽车、金融保险、中高档化妆品之外，其他行业的投放规模也呈增长趋势。广告主行业板块的丰富印证了客户对此类新兴媒体的关注程度和认可程度不断提高，并最终带动行业市场规模稳定增长。

根据易观国际发布的《中国 LED 户外电子屏广告市场研究报告 2012》显示，2011 年我国户外 LED 大屏幕广告市场收入规模达到 12.15 亿元，同比增长 35.45%。户外 LED 大屏幕优秀的表现力深受广告主青睐是其市场规模高速增长的首要原因，而未来该市场规模能够持续增长则有赖于对于现有 LED 大屏的深度利用。



数据来源：易观国际

（三）行业发展的有利因素及不利因素

1、有利因素

（1）中国经济增长态势稳健，居民消费能力提升，广告主预算不断增加

从消费者角度来说，随着我国国民经济的持续增长，人民生活水平不断提高，对物质文化生活需要日益增长。消费者对市场品牌及产品信息的获取提出更高要求，广告客户相应的广告投放需求增加，有利于促进广告行业的快速发展。

从广告主角度来说，随着国民经济的持续增长，广告主投入广告的预算不断增加，推动了广告行业市场规模的上升。同时，由于近年来中国市场在全球消费市场中的地位日渐提高，国内外各品牌对中国市场的重视程度也日益提高。为了

提高品牌知名度，这些消费品牌在国内广告市场进一步加大投入，从而推动了中国广告行业的快速发展。

（2）全国城镇化进程加速，城市亮化工程助推户外广告媒体市场发展

城镇化是扩大内需的最大潜力，我国改革开放至今 30 多年来经历了世界上速度最快的城镇化进程。2013 年，我国城镇化率达到 53.73%，其中，“户籍城镇化率”仅为 35.70%左右，远低于发达国家的平均水平。可以预见，随着中国经济持续发展，城镇化进程进一步加速，以城市为中心的区域经济愈发繁荣，城市人口数量和消费能力也将显著增强。对于户外 LED 大屏幕媒体行业来说，一方面，人口和产业活动进一步聚集，一个个新兴商圈将逐步形成；另一方面，人们的生活态度、消费观念更加贴近都市，在此过程中，拉动区域经济发展的城市核心商圈日渐发达。这些因素都给户外 LED 大屏幕媒体创造了天然的发展基础。

近年来，各城市地方政府均十分重视城市的亮化工程，并将城市亮化工程的建设作为改善和美化城市环境的重要举措之一，同时，利用 LED 照明技术来实现减少能源消耗的目的。城市亮化工程主要是针对商场、街道等人流量较高的区域，这与户外 LED 大屏幕媒体的设置定位是一致的，因此将易于得到地方政府的支持。

综上，政府的高度重视和积极推进为中国户外 LED 大屏幕媒体广告市场的发展奠定了坚实的基础，政策方面的支持也进一步促进了行业市场规模的不断壮大。

（3）贴近消费终端，促成购买行为，定位“最后一公里”广告

广告主投放广告最为直接的目的是为了引导消费者购买产品，以提升产品的销售量。从广告投放意义的角度来分析，分布于城市核心商圈的户外 LED 大屏幕媒体与传统的广告媒体形式不同。其更为贴近消费终端，在消费者决策前进行信息传播，降低了时间上的损耗，强化了消费者的品牌意识，形成了直接的消费动机，并最终促进购买行为的发生。

户外 LED 大屏幕媒体是帮助广告主实现“最后一公里”销售的媒体类型，由于其能够直接帮助广告主达成广告投放目标，因此受到了越来越多的关注和认可。

(4) 新兴技术的快速发展为户外 LED 大屏幕媒体行业发展提供了技术支持

户外 LED 大屏幕媒体属于数字媒体，其发展及创新依赖于数字技术的进步。历史经验表明，每一次传媒产业的飞跃都始于技术进步。正如印刷技术、电子技术的发展促进了图书、报刊、广播、电视的大众化普及，如今数字技术也是媒介融合的基础，是数字媒体广告价值提升的必要条件。数字技术和网络传输技术的革命性发展，带来了信息量和传播渠道的急剧增加，各种新技术的应用将极大提高客户信息的传播效果。

同时，户外 LED 大屏幕媒体以数字化形式进行信息加工和传播，无需以报刊、杂志、海报、传单、光盘等实物形式分发到最终消费者，节能性能良好，因此具有节能环保的特点，符合未来发展趋势。

2、不利因素

(1) 广告行业受宏观经济波动的影响较大

客户投放广告的最终目的是为了产品实现销售和品牌价值积累，而最终产品销售情况由市场的消费能力决定。因此，宏观经济通过影响人们的收入水平直接影响其购买力，从而导致广告业的投放需求变化。

(2) 户外广告多头监管，行业规范尚未统一

对于户外 LED 大屏幕媒体行业来说，由于其媒体形态及所处物理位置的特殊性，其在点位设置、广告内容播放等行为的过程中相对于其他媒体平台会受到多个政府部门的交叉管理，如工商、市容、规划、城市管理等等。同时，各地区对户外广告的地方性规定也是各有不同，行业规范尚不统一。因此，在行业存在监管交叉以及行业规范尚未统一的市场环境下，户外 LED 大屏幕媒体行业的规范运作需要各媒体运营商依靠自身的自律来共同维系。

(3) 统一的广告效果评估行业标准尚未形成

作为一种新兴媒体类型，户外 LED 大屏幕媒体兼具电视媒体和户外媒体的特点，又有自身独特的媒体属性，这就使得对于该种媒体的效果评估方法受到广告投放客户更多的关注。

与其他成熟媒体相比，户外 LED 大屏幕媒体行业目前尚未形成统一的广告投放效果评估标准，广告主对于户外 LED 广告投放效果尚有待进一步认可和接受，也是导致户外 LED 大屏幕媒体的实际价值未被市场充分发掘的原因之一。

（四）进入本行业的主要障碍

1、商圈媒体资源壁垒

占据优质的商圈媒体资源并将这些资源组织成网络化的广告传播平台，是体现户外 LED 大屏幕媒体运营商竞争实力的核心要素。户外 LED 大屏幕媒体运营商所拥有媒体资源的位置和数量直接决定了其媒体网络的覆盖范围、层次、服务水平以及广告传播价值，是广告主衡量媒体运营商的重要因素。

由于户外 LED 大屏幕媒体运营商行业的核心商圈优质广告位的资源排他性强，一线城市的行业竞争格局基本稳定，行业内少数有实力的公司通过与场地方签署长期的合作协议，构建了较为稳定的合作关系，从而掌握了较多的优质广告位资源，并形成了覆盖范围广、层次丰富的广告发布网络，具备了较为明显的先发优势。缺乏优质的媒体资源成为行业新进入者的主要壁垒。

随着城镇化进程的加快、民众生活习惯和消费观念的转变以及新兴商圈的逐步形成，相较于一线城市屏幕媒体资源的稳定状态，国内二三线城市尚有更为丰富的媒体资源开发空间。原有媒体运营商凭借其在一线城市的媒体网络运营经验和长期积累下的行业品牌优势，在商圈媒体资源的开发上也将对行业新进入者形成壁垒。

2、客户资源壁垒

在广告媒体行业中，与大型广告公司以及广告主直接客户建立长期战略合作的门槛较高。上述优质客户选择媒体运营商的条件非常严格，不仅仅要求运营商能够提供契合广告需求的媒体点位，还会对其媒体规模、行业声誉、市场口碑、案例经验、服务团队水平以及媒体运营专业程度等因素进行综合考量并最终作出判断。普通的中小型媒体运营商通常无法满足上述条件，因而难以得到这些优质客户的订单。

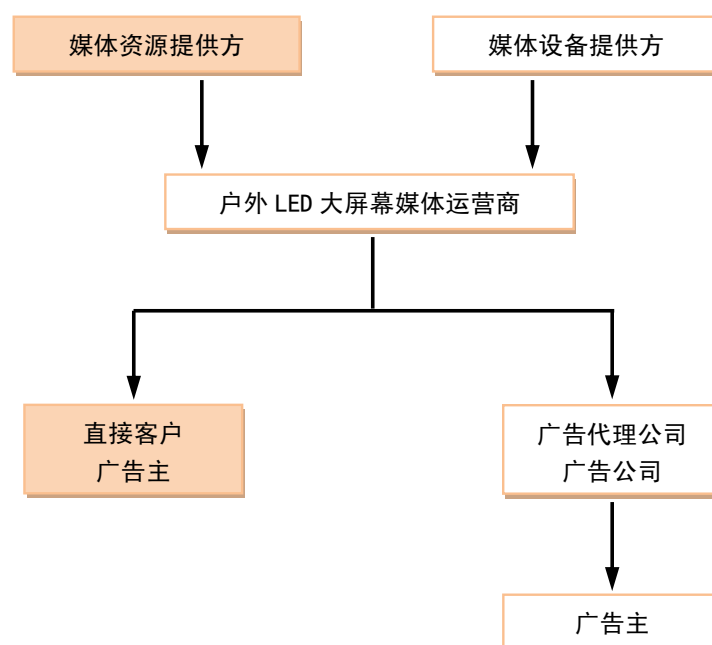
3、资金壁垒

户外 LED 大屏幕媒体行业属于资金密集型行业，行业内的运营商需要具备一定的资金实力。依据媒体从前期开发到实现日常运营的整个流程来分析，主要的资金投入有以下几个方面：

首先，在媒体资源的开发阶段，媒体运营商为取得核心商圈的优质广告位需要每年向场租方或资源供应方支付较大金额的场地租金或代理费用；其次，在媒体建设过程中，需要一次性投入大量资金用于相关设备的采购并支付设备安装费用；最后，在媒体投入正常运营之后，还会负担包括维护更新、税费、电费、人工等多项费用。因此，本行业在整个业务活动的过程中需要投入大量的资金，形成了行业的资金壁垒。

（五）行业的经营模式

户外 LED 大屏幕媒体行业的经营业务主要可以分为媒体资源开发以及广告发布业务两个部分。行业的主要经营模式为：媒体运营商通过自有屏幕、独家代理屏幕、一般代理屏幕等媒体资源开发方式取得户外 LED 大屏幕媒体，并依托所控制的屏幕媒体资源为客户提供广告发布业务，以实现最终收入。户外 LED 大屏幕媒体行业的主要经营模式情况如下：



（六）行业发展趋势

1、一线城市屏幕媒体布局趋于理性，资源开发重心向二三线城市转移

一线城市优质点位的屏幕媒体资源已经趋于稳定，受限于持续运营成本较高的压力，媒体运营商们对于屏幕媒体资源的开发将会更趋理性，因此未来对于一线城市屏幕媒体的主要任务在于对现有媒体价值的深度挖掘，以便提高屏幕刊挂率及实现媒体价值最大化。

对于二三线城市而言，消费者的消费水平已逐渐提升，但由于各地户外 LED 大屏幕媒体广告市场的成熟程度不一，广告主对这类媒体的认可度与传统媒体相比仍有提高空间。总体来看，随着全国城镇化进程的加快以及城市亮化工程的推进，相较于一线城市，二三线城市商圈的屏幕媒体资源尚有很大的开发空间。

2、网络化布局强化媒体规模优势

目前，行业主要的户外 LED 大屏幕媒体运营商均已意识到屏幕媒体网络化布局的意义，并初步构建了各自的媒体网络雏形。但除少数几家以外，大部分户外 LED 大屏幕媒体运营商在实际销售中仍以单屏销售的方式为主，尚未完全发挥出网络化布局的规模优势。在出现越来越多的对广告发布覆盖面有较高要求的新客户以及有意愿将产品推入二三线城市的老客户的双重需求下，媒体运营商不断优化并加强自身的媒体网络化布局是行业的必然趋势。

3、系统化运营提升营销服务水平

在屏幕媒体网络化布局的基础之上，系统化运营的管理模式将全面提升各媒体运营商的营销服务水平，包括利用数字化工具进行对媒体资源开发环节的支持、辅助客户广告投放决策以促进订单成交方面的支持以及对客户全程服务以及增值服务的支持等。

4、行业资源进一步向龙头企业集中

随着近年来全球经济的复苏和国内广告市场的不断发展，户外 LED 大屏幕媒体运营商的发展态势也是逐步向好。从一个产业的发展规律来看，当市场运行到一定规模后，必将经过收购兼并的阶段，实现行业资源的整合。

因此，行业内居于领先地位的媒体运营商将更易凭借其客户资源优势、网络化优势对握有优质媒体资源的中小运营商进行收购，以补强其媒体网络。行业的聚集效应将逐步显现，屏幕媒体资源将进一步向业内的龙头企业集中。

（七）行业的周期性、区域性和季节性特征

1、季节性

由于广告产品本身的特性不同，各产品在其自身的销售旺季都会加大广告投放力度，因此，广告业具有一定的季节性特征。对于户外 LED 媒体运营商来说，一般下半年广告收入强于上半年。

2、区域性

广告业与地区的经济发达程度之间具有很强的相关性。发达地区经济发展状况良好，居民生活水平高，消费能力强，广告主投放广告的动机较强。如北京、上海、广东、江苏、浙江已连续三年排名国内广告投放的前五名。而一些经济欠发达的城市则对广告主的吸引力相对较弱，广告业的发展也相对的缓慢。

3、周期性

由于市场主体的广告支出与国民经济的发展有着很强的正相关性，户外 LED 大屏幕广告媒体行业作为广告业下属的细分子行业，其景气程度也与该因素相关。目前，我国经济状况良好，增长势头稳定，市场主体的广告支出呈上升趋势，预计本行业将处于景气周期。

二、郁金香传播核心竞争力及行业地位

（一）郁金香传播的竞争地位

郁金香传播是国内进入行业较早、规模领先的户外 LED 大屏幕媒体运营商，在行业内具有明显的竞争优势和品牌影响力，目前是我国户外 LED 大屏幕媒体广告行业中的三大运营商之一。

郁金香传播始终致力于将所运营的户外 LED 大屏幕媒体打造成为一张覆盖全国的媒体网络，构建成为一个多层次的广告传播平台。自设立以来，公司业务规模逐步扩大、营业收入快速增长，在媒体资源质量、网络覆盖范围以及综合性

数据支持平台的建设等方面始终处于户外 LED 大屏幕媒体这一细分行业中的领先地位。

根据中国广告协会网站公布的 2012 年我国广告企业户外广告营业收入前 100 名统计数据，郁金香传播的营业额排列第 15 名，占全国广告经营额的比重为 0.09%。我国户外广告行业主要企业及其占全国广告经营市场份额如下表所示：

排名	单位全称	户外广告营业额 (亿元)	占全国广告经营额的 比重
1	凯帝珂广告(上海)有限公司	34.04	0.72%
2	上海分众德峰广告传播有限公司	31.10	0.66%
3	大贺投资控股集团有限公司	13.36	0.28%
4	海南白马广告媒体投资有限公司	11.80	0.25%
5	上海机场德高动量广告有限公司	9.77	0.21%
6	北京电通广告有限公司	9.29	0.20%
7	上海定向广告传播有限公司	8.41	0.18%
8	上海新分众广告传播有限公司	7.83	0.17%
9	上海雅仕维广告有限公司	6.63	0.14%
10	上海申通德高地铁广告有限公司	6.17	0.13%
11	德高广告(上海)有限公司	6.11	0.13%
12	号百信息服务有限公司	5.60	0.12%
13	北京巴士传媒股份有限公司	5.08	0.11%
14	上海驰众广告传播有限公司	4.71	0.10%
15	郁金香广告传播(上海)股份有限公司	4.47	0.09%
16	上海铁路文化广告发展有限公司	4.19	0.09%
17	北京首都机场广告有限公司	3.67	0.08%
18	广州铁路集团文化广告总公司	3.59	0.08%
19	广东省广告股份有限公司	3.50	0.07%
20	上海迪岸广告有限公司	3.00	0.06%

注：郁金香传播相关数据以合并口径计算，其他公司数据按中国广告协会公布数据计算。

(二) 郁金香传播的竞争优势

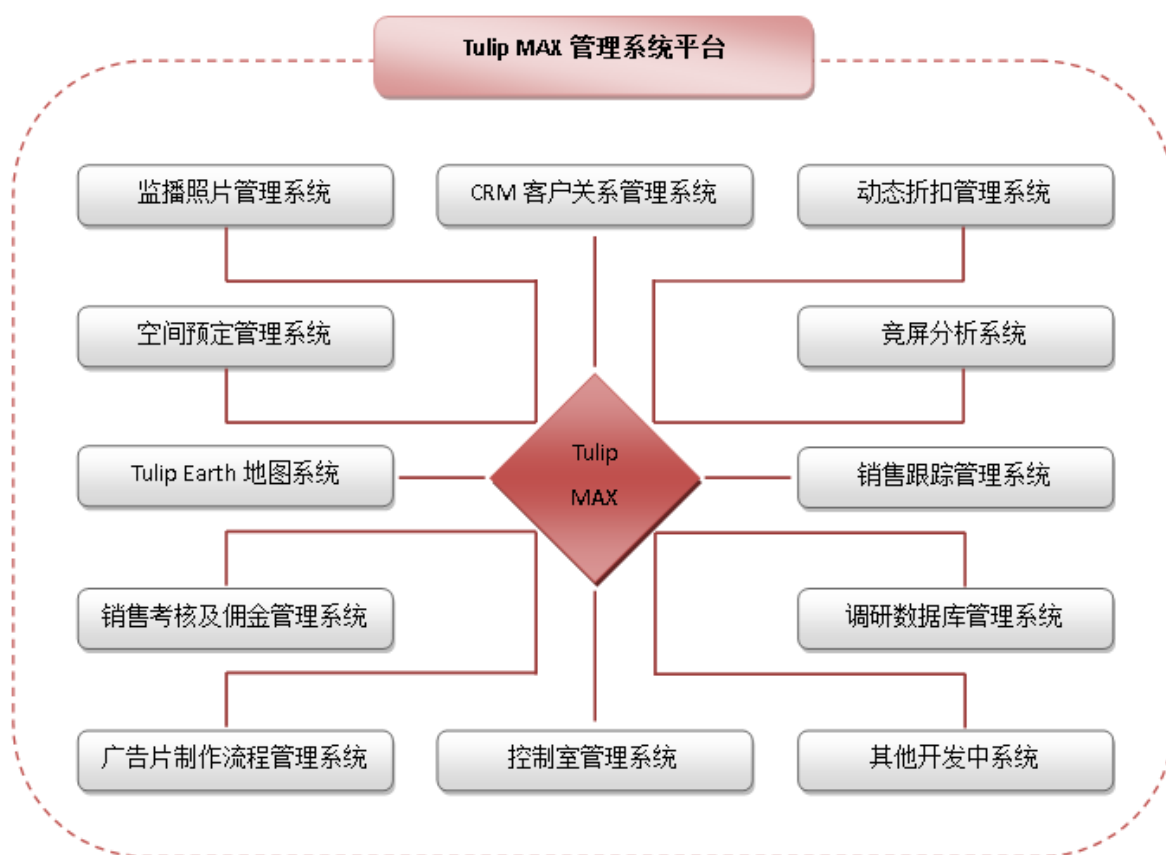
1、媒体覆盖领域最广、大部分位于核心商圈的网络化优势

对于户外 LED 大屏幕媒体运营商来说，屏幕媒体是其最为重要的资源之一。媒体网络化，不仅要考量所控制的屏幕媒体数量，还应当综合考虑屏幕媒体所处的商圈点位和媒体网络分布情况等因素。总的来说，对于媒体运营商所控制的屏幕媒体资源价值的判断主要依据两个维度：一是屏幕媒体资源的质量，主要是看

单个屏幕所处的城市、位置朝向、面积、日均人流量等；二是媒体网络的分布情况，主要是分析媒体网络的覆盖面以及满足客户多层次广告投放需求的程度。

郁金香传播控制下的屏幕媒体资源价值具备显著的竞争优势。一方面，公司在一线城市的屏幕媒体资源质量较高，如上海的东方商厦、北京的京信大厦等均是受到客户追捧的优质屏幕，对其业务开拓起到了非常重要的作用；另一方面，郁金香媒体的网络化布局程度日趋深入，已构建起多层次广覆盖的广告传播平台，使得客户日渐兴起的多城市广告组合投放的需求得以更好地满足。截至本报告书签署之日，郁金香传播自有屏幕达到 24 块，独家代理屏幕达 18 块，并获得了许多城市近 200 块屏幕的一般代理权，运营的屏幕媒体合计数量和质量在行业内处于领先地位，建立了网络化的媒体投放渠道。

2、高效率、多维度、统一化的系统平台优势



为了更好的整合并运用营运信息，建立统一的管理系统平台，形成信息的收集、检索、运用、反馈这一良性循环，郁金香传播建立了 Tulip MAX 管理系统平台。目前该系统平台由 11 个子系统构成，主要包括：监播照片管理系统、CRM

客户关系管理系统、动态折扣管理系统、空间预订管理系统、竞屏分析系统、Tulip Earth 地图系统、销售跟踪管理系统、销售考核及佣金管理系统、调研数据库管理系统、广告片制作流程管理系统和控制室管理系统。这些系统对公司各个业务环节起到了衔接和支撑的作用，有效提高了公司在客户管理、销售支持、广告制作发布、播放质量控制等方面的工作效率和工作质量。

3、众多行业的优质客户资源优势

郁金香传播的客户群体质量较高，一是体现在客户行业分布广泛，并不依赖单一行业；二是表现为客户均为各行业的优质企业。客户主要行业包括汽车、金融保险、酒类、化妆品、快消品、奢侈品等，此外还有中高端品牌及产品的营销推广活动。广告代理公司以大型广告公司为主。

郁金香传播强调了解广告主的实际需求，并围绕广告主的需求变化制定相应的服务内容，因此郁金香非常重视对广告主的直销环节。通过直销，公司在向广告主推介户外 LED 大屏幕媒体价值的同时也推广了其品牌文化和影响力，取得了多数广告主的认可和订单。

4、户外 LED 大屏幕媒体广告行业先入者的先发优势

郁金香传播是户外 LED 大屏幕媒体这一细分行业的先入者和领先者，在行业内均有很高的知名度和认可度。自设立时起，公司即专注于户外 LED 大屏幕的媒体资源开发和广告发布业务，在多年的经营实践中掌握了大量的媒体资源，并在运营管理、客户营销和管理系统建设等各方面积累了丰富的行业运作经验，相对于市场后来者具有较为明显的先发优势。

此外，由于我国户外 LED 大屏幕媒体的优质点位资源有限，而公司已完成了全国网络化屏幕媒体的战略性布局，未来随着我国城镇化进程的推进、新兴商圈的不断兴起和新老商圈的交替出现，还将进一步获取更多的屏幕媒体资源。由于公司主要采取签署长期协议的方式来实现对优质媒体资源的控制，并且普遍约定了到期优先续约的权利，使得其他市场后来者难以通过大规模抢占现有媒体资源的方式对公司构成竞争威胁，进一步巩固了公司的先发优势。

5、业内长期培养的销售团队和管理团队优势

与传统的广告媒体相比，户外 LED 大屏幕媒体在国内的导入时间较晚，因此仍有不少广告主对其价值没有形成清晰的认知，这就需要专业的销售人员来对广告主进行市场培育。因此，郁金香传播现有的专业化销售团队显得尤为重要，是现阶段推动公司业绩不断向上的重要力量。同时，公司内部分享型的团队培养机制也为优化公司的人才队伍提供了不可或缺的助力。

在拥有专业化销售团队的基础之上，郁金香传播建立了平行和垂直两个维度的网状团队管理体系。一方面加强了各平行部门间的协同效应，另一方面提高了上下级垂直管理关系间的制衡力，突出了客户对公司而非对个人的粘度，有效保障了公司的客户资源。

（三）主要竞争对手

1、凤凰都市传媒

凤凰都市传媒系由凤凰卫视控股的户外 LED 大屏幕媒体运营公司，管理运营总部设于北京，并相继在江苏、浙江、上海、深圳、四川、广州等地设立经营机构。凤凰都市传媒虽然进入行业的时间较晚，但发展迅速，是行业内的三大媒体运营商之一，也是公司的主要竞争对手之一。

2、香榭丽传媒

香榭丽传媒是中国主要的户外 LED 大屏幕媒体运营商之一，2006 年开始进行户外 LED 大屏幕媒体的投资和运营，在上海、北京、广州拥有分公司，现已占据了一定的优质媒体资源，形成了自身的行业竞争力。香榭丽传媒作为行业内的三大媒体运营商之一，同样也是公司的主要竞争对手之一。

三、达可斯广告核心竞争力及行业地位

（一）达可斯广告的竞争地位

达可斯广告系东北地区领先的户外 LED 大屏幕媒体运营商，目前主要从事沈阳地区户外自有 LED 屏幕的广告代理发布业务，在沈阳地区 LED 大屏幕媒体市场具备领先的区域化竞争优势，占有较高的市场份额。

达可斯广告紧紧把握沈阳核心商圈的户外 LED 媒体资源，致力于精耕细作东北地区市场，构建区域化媒体网络和多层次的广告投放平台。自设立以来，达可斯广告媒体资源规模逐步扩大、客户认可度不断上升、营业收入快速增长，其在东北地区市场尤其是沈阳市场处于户外 LED 大屏幕媒体这一细分行业中的领先地位。

（二）达可斯广告的竞争劣势

1、不可替代的区域化媒体资源优势

经过近几年的发展，达可斯广告逐步成长为东北地区户外 LED 屏幕运营的区域强企，其已在东北地区建立屏幕媒体的区域化布局和多层次的广告投放平台，确立了其在东北地区户外 LED 屏幕运营市场的领先地位。达可斯广告以沈阳核心商圈户外自有 LED 屏幕为核心媒体资源，同时逐步拓展东北三省的屏幕代理业务并整合更多优质资源，不断扩大媒介资源网络，媒体资源的区域垄断优势逐步呈现。

截至本报告书签署日，公司运营的 9 块自有户外 LED 屏幕已经覆盖沈阳市中心城区六大核心商圈，在东北地区居市场前列；一般代理的 22 块户外 LED 屏幕覆盖东北三省主要地级城市。凭借多年来在东北地区市场的深耕细作，达可斯广告积累了广泛的媒体资源，区域化媒体网络优势已逐步确立。

2、多层次广告媒体运营的协同性优势

达可斯广告确立了明确的“三步走”发展战略，即在深耕沈阳市场的基础上，将媒体资源和客户资源逐步拓展到东北地区市场，进而在全国范围内进行媒体网络和客户网络的布局。围绕“三步走”战略，达可斯广告及其子公司业务分工明确，相互之间形成有力的协同效应，有利于客户资源和媒体资源平台的搭建。其中，达可斯广告掌控沈阳市内商圈优质媒体点位，主要负责开发媒体资源、拓展客户网络；沈阳达可思庞达系东北地区总代理，在深耕沈阳市场的基础上，负责开拓东北其他市场的客户资源；宁波达可斯庞达系全国总代理，主要负责除东北以外的其他市场的开拓；沈阳裕华系合作经营模式的初探，有利于充分利用各方有利资源，节约经营成本，提高经营效率。

3、深厚的区域客户资源优势

达可斯广告深耕沈阳及东北地区市场，服务的客户群体行业分布广泛，主要集中于电子、电器、卫浴用品、个人用品、房地产、汽车、服装、金融业、食品、酒、化妆品等行业，具备深厚的区域客户资源优势。

（三）主要竞争对手

除凤凰都市传媒、香榭丽传媒、郁金香传播等全国性的户外 LED 大屏幕运营商外，达可斯广告的竞争对手还包括沈阳当地的其他 LED 屏幕运营商。

第三节 交易完成后的财务状况、盈利能力及未来趋势分析

一、财务状况和安全性分析

（一）本次交易前后的资产分析

根据众华出具的众会字[2014]第 4085 号《备考审计报告》，假设新文化 2013 年 1 月 1 日已完成本次资产重组的情况下，2013 年 12 月 31 日新文化备考合并报表和合并报表的资产规模对比如下：

单位：万元

项目	交易后（备考）		交易前	
	金额	占比	金额	占比
货币资金	42,541.20	14.65%	32,908.84	28.09%
应收票据	1,310.90	0.45%	736.90	0.63%
应收账款	56,244.66	19.37%	29,584.32	25.25%
预付款项	13,350.02	4.60%	4,454.24	3.80%
其他应收款	630.71	0.22%	3.77	0.00%
存货	45,380.23	15.63%	45,380.23	38.73%
流动资产合计	159,457.73	54.92%	113,068.29	96.51%
长期股权投资	1,010.00	0.35%	1,010.00	0.86%
固定资产	13,557.98	4.67%	513.47	0.44%
在建工程	1,562.25	0.54%	1,428.65	1.22%
无形资产	20.30	0.01%	-	-
商誉	106,175.97	36.57%	-	-
长期待摊费用	1,000.21	0.34%	471.26	0.40%
递延所得税资产	5,153.70	1.77%	671.40	0.57%
其他非流动资产	2,432.41	0.84%	-	-
非流动资产合计	130,912.84	45.08%	4,094.77	3.49%

资产总计	290,370.57	100.00%	117,163.06	100.00%
------	------------	---------	------------	---------

本次交易完成后，新文化资产总额为 290,370.57 万元，较本次交易前增加 173,207.51 万元，增长 147.83%。本次交易完成后，新文化的资产规模和净资产规模进一步增加，增强了公司的综合实力与抵御风险的能力。

（二）本次交易前后的负债分析

单位：万元

项目	交易后（备考）		交易前	
	金额	占比	金额	占比
短期借款	14,000.00	13.49%	-	-
应付账款	13,399.67	12.91%	7,354.79	31.64%
预收款项	14,206.79	13.69%	11,975.77	51.52%
应付职工薪酬	533.36	0.51%	4.40	0.02%
应交税费	3,344.03	3.22%	2,450.31	10.54%
应付利息	25.03	0.02%	-	-
其他应付款	57,723.29	55.63%	928.70	4.00%
其他流动负债	530.00	0.51%	530.00	2.28%
流动负债合计	103,762.16	100.00%	23,243.97	100.00%
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	103,762.16	100.00%	23,243.97	100.00%

本次交易完成后，新文化负债总额为 103,762.16 万元，其中其他应付款为 57,723.29 万元，主要为本次交易中新文化需要支付的现金对价。本次交易前后，新文化负债均为流动负债，不存在非流动负债，资产负债率仍处于合理水平。

（三）本次交易完成后上市公司财务安全性分析

本次交易前后，新文化的偿债能力指标比较如下：

指标	2013 年 12 月 31 日	
	交易后（备考）	交易前
资产负债率	35.73%	19.84%
流动比率	1.54	4.86
速动比率	1.10	2.91

本次交易完成后，截至 2013 年 12 月 31 日，公司资产负债率有所上升，流动比率、速动比率有所下降，主要系本次交易中新文化需要支付现金对价导致其他应付款增加所致，但公司总体偿债能力依然较强。根据备考报表，2013 年 12

月 31 日的货币资金为 42,541.20 万元，短期借款为 14,000 万元，不存在到期银行借款无法偿还的情况。

截至本报告书签署日，除本报告书“第四章标的资产基本情况/第一节交易标的郁金香传播基本情况/八、郁金香传播的主要资产、负债状况及对外担保情况”已披露的户外 LED 大屏幕用于工商银行卢湾支行的最高额抵押借款情况外，公司及标的公司均不存在资产抵押、质押或对外担保的情形，亦不存在因或有事项导致公司形成或有负债的情形。

综上所述，本次收购未对公司的财务安全性产生重大影响。

二、盈利能力分析

（一）本次交易前后盈利情况分析

单位：万元

项目	2013 年度		变动	
	交易后(备考)	交易前	金额	比例
一、营业收入	98,039.72	48,171.24	49,868.48	103.52%
减：营业成本	59,577.99	28,763.42	30,814.57	107.13%
营业税金及附加	1,569.30	304.83	1,264.47	414.81%
销售费用	8,243.41	2,795.37	5,448.04	194.90%
管理费用	4,620.58	1,772.37	2,848.21	160.70%
财务费用	316.23	-683.20	999.43	-146.29%
资产减值损失	2,722.64	1,104.27	1,618.37	146.56%
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	20,989.56	14,114.19	6,875.37	48.71%
加：营业外收入	2,179.17	1,222.43	956.74	78.27%
减：营业外支出	310.80	5.00	305.80	6116.03%
其中：非流动资产处置损失	276.49	-	276.49	-
三、利润总额	22,857.93	15,331.62	7,526.31	49.09%
减：所得税费用	5,176.05	3,874.19	1,301.86	33.60%
四、净利润	17,681.88	11,457.44	6,224.44	54.33%
归属于母公司所有者的净利润	17,706.09	11,474.10	6,231.99	54.31%

本次交易完成后，新文化 2013 年的营业收入为 98,039.72 万元，比本次交易前增加 49,868.48 万元，增长 103.52%；营业利润、利润总额以及归属于母公司所有者的净利润分别较交易前增长 48.71%、49.09% 及 54.31%。本次交易完成后，新文化的收入规模、盈利能力将大幅提升。

（二）本次交易完成后上市公司的盈利能力及可持续性分析

根据众华出具的众会字[2014]第 4086 号《盈利预测审核报告》，假设新文化 2013 年 1 月 1 日已完成本次资产重组的情况下，2013 年度已实现利润和 2014 年预测利润情况如下：

单位：万元

项目	2013 年已实现数	2014 年预测数
一、营业收入	98,039.72	125,155.82
减：营业成本	59,577.99	76,488.09
营业税金及附加	1,569.30	1,860.00
销售费用	8,243.41	10,292.17
管理费用	4,620.58	4,762.64
财务费用	316.24	665.21
资产减值损失	2,722.64	2,842.58
加：公允价值变动收益	-	-
投资收益	-	-
二、营业利润	20,989.56	28,245.13
加：营业外收入	2,179.17	248.00
减：营业外支出	310.80	-
三、利润总额	22,857.93	28,493.13
减：所得税费用	5,176.05	7,187.03
四、净利润	17,681.88	21,306.10
归属于母公司所有者的净利润	17,706.09	21,138.47
少数股东损益	-24.21	167.63

本次交易完成后，上市公司 2013 年、2014 年营业收入及净利润较本次交易完成前有明显的提高，上市公司的盈利能力将得到进一步的提升。

三、本次交易对公司主营业务和未来发展趋势的影响

近年来，国家出台了一系列政策大力支持文化产业的发展。文化产业成为国民经济支柱性产业，相关部委连续发布多项扶持文化产业的配套政策、文件，鼓励推动跨地区、跨行业联合或重组，尽快壮大企业规模，提高集约化经营水平，促进文化领域资源整合和结构调整；鼓励有实力的文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，培育文化产业领域战略投资者；鼓励已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组，迅速做大做强。

国家对文化产业的战略定位与政策扶持为文化传媒企业的资源整合、跨越式发展奠定了坚实的基础，公司作为行业内上市企业面临历史性的发展机遇和广阔的发展空间。

经过多年的经营，公司整体经营情况良好，影视剧业务持续保持领先的竞争地位，收入呈现稳步增长态势，视频产品播出后均获得良好的收视与口碑，“新文化”品牌影响力得到进一步提升。在优势业务巩固与提升的基础上，公司充分利用对于文化产业发展的深刻理解以及上市公司资本运作平台优势，稳步、深入地进行产业链布局，上市以来，公司分别投资并取得上海兰馨影业有限公司、上海凯羿影视传播有限公司、哇棒（北京）国际传媒股份有限公司、惊幻科技发展（上海）有限公司等公司的股权，实现了在电影院线、电影制作与营销、移动互联网、3D 视频产品等相关业务领域的拓展。

（一）由内容生产向媒体渠道拓展的布局，成为综合性传媒集团

本次交易是新文化实施外延式发展战略的重要步骤之一。通过本次交易，上市公司从影视剧业务扩展至户外 LED 媒体广告业务，实现产业链的有机延伸。通过各种不同内容、形态的业务交叉渗透、相互支持，在业务、渠道和平台资源等方面协同发展，使上市公司成为集内容制作、平台传播、综合营销为一体的，具有强大创意力、传播力、影响力的综合性传媒集团。

（二）占据核心地区的内容宣传阵地，提供推广的良好平台

LED 大屏幕媒体的主要竞争优势表现出以下几方面：第一，LED 大屏幕媒体能够播放动态的画面，相比静止画面的平面媒体，其广告传播效果更具感染力；第二，LED 大屏幕视频媒体可以根据客户的个性化诉求传播具有针对性、交互性和实时性的内容，从而使原本枯燥的信息被动接收方式变为主动参与的方式，有助于提高传播的效用；第三，LED 大屏幕多集中于商圈、CBD、交通要道等位置，媒体所覆盖的人群多以高知、高职、高质等群体为主，具有较高的购买力和品牌识别度。

上市公司目前的业务领域覆盖电视剧、电影、互联网媒体等，跨平台提供优质的视频产品。视频产品的收入与宣传力度及效果具有较强的相关性，户外 LED 屏幕的表现特点对推广视频产品具有天然的优势，上市公司与标的资产之间的业务具有强烈的融合性。通过此次并购，上市公司将拥有为视频产品进行宣传推广的良好平台，该平台丰富了上市公司视频产品的推广渠道，将有效推进上市公司

视频产品的宣传，提升上市公司视频产品的市场价值，同时提高上市公司的知名度，增强上市公司的盈利能力。

（三）上市公司与标的资产协同发展

上市公司本次收购的标的资产为国内运营户外 LED 屏幕媒体的行业龙头和区域强企。郁金香传播作为中国运营户外 LED 大屏幕媒体规模最大的广告公司之一，在华东、华北市场具有显著优势，达可斯广告在东北市场具有明显优势，双方的合作整合，使得公司一举成为国内运营户外 LED 大屏幕媒体规模领先的企业。随着中国经济持续发展，城镇化进程进一步加速，新兴商圈将不断形成，为户外 LED 屏幕媒体的发展创造了天然的发展基础。同时，近年来户外 LED 屏幕媒体的快速发展，一线城市屏幕媒体布局趋于理性，公司该领域未来业务开发模式将是以优势区域市场为核心、以网络化运营为手段、重点开拓二三线城市媒体资源市场。

本次标的资产已建立了全国性屏幕媒体的网络化布局和多层次广覆盖的广告传播平台，新文化的上市公司资本运作平台优势有助于支持标的资产进一步通过自身发展和行业整合发展其屏幕媒体布局和平台建设。

本次交易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，提高公司的资产规模，提升公司的盈利水平，增强抗风险能力和可持续发展的能力，带动公司业务发展，有利于上市公司的长远发展和进一步发展壮大。

第四节 交易完成后公司的资产、业务整合及人员调整计划

一、交易完成后公司对标的资产实施有效控制的具体措施或安排

本次交易完成后，标的资产郁金香传播和达可斯广告将成为上市公司的全资子公司，上市公司有权依据有关法律法规及公司章程的规定行使股东权利，包括但不限于董事、监事提名权、股东会表决权等，能够对标的资产实施有效控制。

鉴于上市公司与交易对方在《发行股份及支付现金购买资产协议》以及《盈利补偿协议》中约定了盈利补偿期间，为了在盈利补偿期间内保证标的资产的正

常运营，上市公司将尽力维持标的资产的独立运作和管理层稳定，保持标的资产现有的经营运作机制不做重大调整。本次交易完成后，在盈利补偿期间内，标的资产的现任核心管理团队保持不变，上市公司可以委派董事、监事以及高级管理人员进入标的资产，对其财务、人事、合规等方面进行管理和监督，但不干涉现有经营团队的经营管理决策。但若标的资产现有经营团队作出改变标的资产现有经营方针的重大决策及不利于标的资产经营的决策，则上市公司将予以干涉。同时，作为上市公司的全资子公司，标的资产还需遵守上市公司有关决策程序、信息披露的规定。

为了进一步保证标的资产经营团队的稳定性，郁金香传播的董事长兼总裁王敏女士、副董事长兼副总裁庄泳女士、董事兼副总裁丁明生先生以及董事兼财务负责人陈喆女士以及达可斯广告的执行董事韩慧丽女士、总经理周晓平先生以及财务负责人鄂茜女士均出具了《任职承诺函》，承诺自本次交易完成后五年内不主动辞去所担任的职务，具体参见“第十二章/第一节/二、本次交易完成后，公司与交易对方不存在同业竞争”。

根据上市公司与郁金香传播的股东签订的《盈利补偿协议》，如盈利补偿期间郁金香传播实现的实际净利润数高于净利润承诺数，则超出部分的百分之五十将于盈利补偿期间结束后用以奖励以王敏为主的郁金香传播经营管理团队。上述奖励的经营管理团队具体范围、具体分配方案和分配时间由上市公司董事会决定。

鉴于达可斯广告规模较小，为充分调动达可斯广告经营管理团队的积极性，上市公司与达可斯广告的股东签订的《盈利补偿协议》中约定，如盈利补偿期间达可斯广告实现的实际净利润数高于净利润承诺数，则盈利补偿期间达可斯广告实现的未扣除非经常性损益的实际净利润数超出净利润承诺数部分的百分之五十将于盈利补偿期间结束后用以奖励以周晓平为主的标的资产经营管理团队。由周晓平决定奖励的经营管理团队具体范围、具体分配方案和分配时间。

二、上市公司与标的资产的整合计划

为实现本次并购重组的战略目标，实现上市公司与标的资产的协同效应，提高整体盈利能力，上市公司结合自身和标的公司的业务情况和发展战略，制订了企业文化、团队管理、技术研发、销售渠道、客户资源等多方面的整合计划，具

体如下：

（一）企业文化方面的整合

企业文化是企业的灵魂，企业文化的融合与发展对重组效益的发挥具有重大意义。本次重组完成后，上市公司将充分尊重标的资产间的文化差异，充分发挥标的资产企业文化的既有优势，实现企业文化创新和企业活力的激发。

在此基础上，上市公司将进一步提炼上市公司与标的资产的共同企业文化精神内核，形成以创新为立身之本、以市场和客户为导向、以有内涵的文化产品为追求的企业精神；形成一致的企业愿景，丰富和深化上市公司“传承文化，创造新文化”的精神内涵，形成上市公司与标的资产统一的企业文化；在日常的运营中，各职能部门将根据上市公司统一的企业文化，通过员工在职培训、员工交流分享、内部刊物发行、团队活动和公司年会等多种方式宣传企业文化，使企业文化深入至每一位员工。

（二）团队管理方面的整合

团队建设和人才战略的实施是企业发展的重要基石，特别是本次重组完成后，上市公司的业务领域将从文化内容产品制作领域向广告传播平台拓展，更需要强有力的团队来实施企业发展战略，以实现上市公司和标的资产的协同效应。

上市公司和标的公司将保持现有各业务团队的稳定，确保资产重组和业务整合期内各家公司平稳运营；同时，上市公司与标的资产的团队将通过交流分享、项目合作和团队建设等具体方式加强对彼此的了解，促进团队融合；上市公司职能部门将制订统一的团队建设计划，形成良好的人才开发战略，为业务团队源源不断地输送优秀人才。

（三）技术研发方面的整合

整合上市公司和标的资产的技术研发资源是企业创新能力的重要保障。上市公司在影视剧内容制作、移动互联网广告和 3D 视频制作等领域，标的资产在客户关系管理系统和传播平台互动等方面均已积累了较为丰富的技术研发资源。

本次重组完成后，上市公司将在标的资产原有的客户管理和传播平台系统基

基础上，结合上市公司的实际情况进行升级改造，打造一套适合上市公司整体发展的媒介传播体系。同时，上市公司相关职能部门将制订统一的技术研发战略，形成多层次的技术研发路径，合理配置技术研发资源；技术研发团队之间、技术研发团队和业务团队之间通过项目合作和业务交流等方式实现技术的共享和应用，充分发挥技术研发对实际业务发展的支撑作用；形成良好的技术研发氛围，以市场和客户为导向开发相关产品，有效提高企业创新能力，保持企业发展活力。

（四）销售渠道和客户资源的整合

上市公司和标的资产在业务发展过程中均积累了大量优质的客户，在各自的业务领域内建立起了较强品牌优势，培育了稳定的销售渠道。本次重组完成后，上市公司和标的资产将加强各自销售渠道和客户资源的整合，深入挖掘现有销售渠道的潜力，充分了解各自客户的需求，提高上市公司和标的资产销售渠道对客户需求的响应速度；建立上市公司与标的资产的业务共享机制，就各方潜在的业务合作机会进行规划和分析，为销售渠道和客户资源的整合提供制度保障；基于各自客户需求，在内部实现销售渠道和客户资源的共享，实现交叉销售。

第十一章 财务会计信息

一、交易标的之一——郁金香传播最近两年及一期的财务报表

根据众华出具的众会字[2014]第 4648 号《审计报告》。郁金香传播 2012 年、2013 年及 2014 年 1-6 月的主要财务数据（合并口径）如下：

（一）资产负债表简要数据

单位：万元

项目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31
流动资产合计	45,121.56	44,382.08	40,934.16
非流动资产合计	17,305.78	17,977.54	20,383.90
资产总计	62,427.34	62,359.61	61,318.06
流动负债合计	20,716.73	22,258.92	25,572.92
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	20,716.73	22,258.92	25,572.92
归属于母公司所有者权益	41,710.62	40,100.69	35,745.15
所有者权益合计	41,710.62	40,100.69	35,745.15

（二）利润表简要数据

单位：万元

项目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度
营业收入	22,472.43	45,911.01	44,710.37
营业成本	14,957.20	29,778.75	27,153.16
营业利润	2,166.01	5,082.12	7,547.62
利润总额	2,166.01	5,733.05	7,443.24
净利润	1,609.93	4,355.54	5,528.21
归属于母公司所有者的净利润	1,609.93	4,355.54	5,528.21

（三）现金流量表简要数据

单位：万元

项目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	-4,009.35	933.28	7,374.82
投资活动产生的现金流量净额	-297.88	-1,895.88	-1,951.99
筹资活动产生的现金流量净额	-1,939.93	137.49	-1,365.65
现金及现金等价物净增加额	-6,247.16	-825.11	4,057.17

二、交易标的之二——达可斯广告最近两年及一期的财务报表

根据众华出具的众会字[2014]第 4557 号《审计报告》，达可斯广告最近两年及一期模拟合并财务数据如下：

(一) 资产负债表简要数据

单位：万元

项目	2014.06.30	2013.12.31	2012.12.31
流动资产合计	4,632.63	2,620.19	717.10
非流动资产合计	2,856.33	2,511.35	2,556.67
资产总计	7,488.96	5,131.54	3,273.78
流动负债合计	2,601.99	1,655.67	1,564.91
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	2,601.99	1,655.67	1,564.91
归属于母公司所有者权益	4,882.88	3,458.42	1,708.87
所有者权益合计	4,886.97	3,475.87	1,708.87

(二) 利润表简要数据

单位：万元

项目	2014年1-6月	2013年度	2012年度
营业收入	3,228.96	3,957.46	2,141.85
营业成本	621.74	1,035.82	688.33
营业利润	1,958.90	2,390.73	1,205.21
利润总额	1,958.90	2,390.73	1,202.52
净利润	1,311.10	2,317.00	885.45
归属于母公司所有者的净利润	1,324.45	2,324.55	885.45

(三) 现金流量表简要数据

单位：万元

项目	2014年1-6月	2013年度	2012年度
经营活动产生的现金流量净额	241.52	894.40	1,228.67
投资活动产生的现金流量净额	-1,067.43	-350.57	-346.36
筹资活动产生的现金流量净额	955.26	-550.00	-900.00
现金及现金等价物净增加额	129.35	-6.17	-17.69

三、上市公司备考合并财务报表

根据众华出具的众会字[2014]第 4085 号《备考审计报告》，假设新文化 2013 年 1 月 1 日已完成本次资产重组的情况下，按照本次交易完成后的架构编制的新文化最近一年备考合并财务报表如下：

(一) 备考资产负债表简表

单位：万元

项目	2013.12.31
流动资产合计	159,457.73
非流动资产合计	130,912.84
资产总计	290,370.57

流动负债合计	103,762.16
非流动负债合计	-
负债合计	103,762.16
归属于母公司所有者权益	185,155.07
所有者权益合计	186,608.41

(二) 备考利润表简表

单位：万元

项目	2013年
营业收入	98,039.72
营业成本	59,577.99
营业利润	20,989.56
利润总额	22,857.93
净利润	17,681.88
归属于母公司所有者的净利润	17,706.09

四、郁金香传播盈利预测审核报告

根据众华出具的众会字[2014]第 4091 号《盈利预测审核报告》，郁金香传播盈利预测数据如下：

单位：万元

项目	2013年已实现数	2014年预测数
一、营业收入	45,911.01	50,217.47
减：营业成本	29,778.75	29,873.22
营业税金及附加	1,109.73	1,214.00
销售费用	5,358.15	5,708.75
管理费用	2,662.85	2,189.12
财务费用	999.36	1,051.14
资产减值损失	920.06	959.58
加：公允价值变动收益	-	-
投资收益	-	-
二、营业利润	5,082.11	9,221.66
加：营业外收入	956.74	-
减：营业外支出	305.80	-
三、利润总额	5,733.05	9,221.66
减：所得税费用	1,377.51	2,305.41
四、净利润	4,355.54	6,916.25
归属于母公司所有者的净利润	4,355.54	6,916.25
少数股东损益	-	-

由上表可知，郁金香传播 2014 年营业收入和净利润的预测数分别为 50,217.47 万元和 6,916.25 万元。根据众华出具的《审计报告》，2014 年 1 至 6 月郁金香传播已实现的营业收入和净利润金额分别为 22,472.43 万元和 1,609.93

万元，占上述盈利预测数的比例分别为 44.75%和 23.28%。

受广告行业的季节性因素及公司自身财务结构的影响，郁金香传播上半年已实现的营业收入和利润水平较全年盈利预测相应指标偏低，但符合户外广告行业的整体比例水平，亦与公司近几年水平基本一致。郁金香传播盈利预测的可实现性较高主要基于下述原因：

首先，近年来广告行业整体发展状况良好；其次，郁金香传播固定成本占营业成本比例较高且全年发生较为均匀，期间费用相对营业收入较为稳定，导致公司边际贡献率很高，使得公司下半年营业收入相对上半年的增长可基本表现为利润的增加；最后，郁金香传播截至目前的合同签订情况较为乐观。

上述因素均为郁金香传播既定盈利预测的可实现性提供了保障。具体分析如下：

（一）广告行业发展情况

广告行业的整体发展势头良好。随着我国宏观经济态势的稳定和国民经济的发展，近年来我国广告行业市场规模也实现了稳定的增长。2012 年及 2013 年，中国广告经营额分别达到 4,698 亿元及 5,020 亿元，呈现稳步增长的态势。

广告业作为文化传媒产业的分支行业，正逐步发展成为国民经济增长的重要推动力量，贡献程度不断上升，近年来其增长态势未出现明显波动，整体发展状况良好。

（二）行业季节性因素及公司财务结构

1、行业季节性因素影响收入结构

受客户投放的季节性因素影响，广告行业企业上半年业务收入占全年的比例普遍偏低，户外广告行业公司 2013 年上半年收入占全年收入比重情况如下：

单位：万元

股票代码	公司简称	上半年	全年	上半年占比
收购标的	香榭丽传媒	11,644.69	26,978.70	43.16%
8243.HK	大贺传媒	19,357.60	42,895.40	45.13%

0100.HK	白马户外媒体	77,778.60	164,745.50	47.21%
002400.SZ	省广股份	236,232.34	559,089.73	42.25%
000917.SZ	电广传媒	242,016.78	510,278.46	47.43%
300058.SZ	蓝色光标	118,325.86	358,399.81	33.02%
600088.SH	中视传媒	52,164.32	124,032.51	42.06%
600633.SH	浙报传媒	92,975.31	235,574.92	39.47%
600880.SH	博瑞传播	70,321.88	151,809.64	46.32%
002181.SZ	粤传媒	75,933.59	167,100.69	45.44%
平均数				43.15%

上表选取与郁金香传播同为从事户外 LED 屏幕广告 of 的香榭丽传媒、大贺传媒及白马户外媒体及其他具有代表性的从事户外广告业务上市公司作为对比，从对比结果可以看出，户外广告行业公司上半年营业收入占全年营业收入的比重普遍较低。

郁金香传播上半年营业收入占全年营业收入的比重与行业保持基本一致，具体如下：

单位：万元

年份	上半年	全年	上半年占比
2012 年	20,099.29	44,710.37	44.95%
2013 年	20,731.42	45,911.01	45.16%
2014 年	22,472.43	50,217.47（预测数）	44.75%

从公司近年来上半年营业收入占总收入比重看，上半年营业收入占比均保持在 45%左右，下半年营业收入占全年的比重为 55%左右，与行业基本一致。

以近年来与郁金香传播全年保持业务合作且规模较大的国际 4A 广告公司及其他重大客户凯帝珂广告（上海）有限公司、群邑（上海）广告有限公司、北京恒美广告有限公司、四川汇金商贸有限公司为例，其 2013 年上半年在郁金香传播的广告投放量占其在郁金香传播全年广告投放量的比例约为 45%、42%、46%、48%，与上述趋势基本一致。

2、郁金香传播的成本结构

郁金香传播的财务结构呈现“固定成本较高且均匀发生，边际贡献率较大，期间费用稳定”的特点，其业务量达到盈亏平衡点后，营业收入的增长将大部分贡献于利润，剔除所得税等因素的影响，其对净利润的影响亦较为明显。以与郁金香传播营业成本构成、业务模式相似的香榭丽传媒为例，2013年，其上半年营业收入占全年比例约为43%，上半年净利润占全年比例约为24%，与郁金香传播基本一致。

(1) 固定成本较高、边际贡献率较大

公司营业成本主要由运营资产折旧、场租费、代理费等费用组成，营业成本中90%以上为固定成本，其金额不随广告投放量的增加而增长。

近两年及一期，随着公司运营屏幕数量、面积的变化等原因，营业成本存在小幅波动，但保持基本稳定且上下半年发生额较为平均。公司上半年营业成本占全年成本的比例如下：

单位：万元

年份	上半年	全年	上半年占比
2012年	13,504.82	27,153.16	49.74%
2013年	14,662.68	29,778.75	49.24%
2014年	14,804.70	29,873.22（预测数）	49.56%

从上表可以看出，近两年，公司全年营业成本发生额比较平均，上半年营业成本占全年的比例均为约50%。2014年上半年已实现营业成本占全年营业成本预测数的比例亦约50%。

在公司刊挂率水平较低的前提下，营业成本随着广告投放量的增加保持基本稳定，使得公司可在营业成本总额基本不变的前提下，增加营业收入以直接贡献于利润。

(2) 期间费用稳定

相对某一年度，除销售费用外，公司其余期间费用相对营业收入而言较为稳定。2012及2013年，郁金香传播上半年期间费用占当年期间费用总额的比例均

为 47%，上下半年保持基本稳定。

（三）郁金香传播的签订合同金额

截至 2014 年 7 月底，客户与郁金香传播签订广告投放合同并约定于 2014 年进行投放的金额约为 3.42 亿元，其中上半年已投放并确认收入的广告投放额约为 2.25 亿元，根据历史数据，2014 年合同金额已较 2013 年同期有所增长，由于客户从签订投放合同至广告投放的时间间隔约为 1 至 2 个月，本年度实现预测营业收入可能性较大。

综上所述，广告行业整体发展状况良好；郁金香传播全年营业成本发生额比较均匀，且营业成本中主要为固定成本，变动成本很小，即公司营业收入在达到盈亏平衡点之后的边际贡献很高，除部分销售人员的奖金及所得税的影响之外，下半年营业收入相对上半年的增加均可直接贡献于公司的净利润；以及郁金香传播截至 2014 年 7 月底的合同签订情况；均保障了公司既定盈利预测的实现。

五、达可斯广告盈利预测审核报告

根据众华出具的众会字[2014]第 4095 号《盈利预测审核报告》，达可斯广告盈利预测数据如下：

单位：万元

项目	2013 年已审 实际数	2014 年度		
		1 月份已审数	2-12 月预测数	合计数
一、营业收入	3,957.46	483.90	6,017.45	6,501.35
减：营业成本	1,035.82	134.08	1,463.79	1,597.87
营业税金及附加	154.74	19.08	241.92	261.00
销售费用	89.90	63.03	1,020.39	1,083.42
管理费用	185.36	14.93	306.59	321.52
财务费用	0.07	-	0.07	0.07
资产减值损失	100.84	16.79	62.21	79.00
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	2,390.73	235.99	2,922.48	3,158.47
加：营业外收入	-	-	-	-

减：营业外支出	-	-	-	-
三、利润总额	2,390.73	235.99	2,922.48	3,158.47
减：所得税费用	73.73	61.92	728.20	790.12
四、净利润	2,317.00	174.07	2,194.28	2,368.35
归属于母公司所有者的净利润	2,324.55	176.43	2,129.92	2,306.35
少数股东损益	-7.55	-2.36	64.36	62.00

由上表可知，达可斯广告 2014 年营业收入和归属于母公司所有者净利润的预测数分别为 6,501.35 万元和 2,306.35 万元。根据众华出具的《审计报告》，达可斯广告 2014 年 1-6 月实现收入 3,228.96 万元，归属于母公司股东净利润 1,324.45 万元，占上述盈利预测数的比例分别约为 49.67%和 57.43%。公司盈利预测的可实现性较高，主要原因如下：

1、公司预测收入的可实现性较高，主要系公司努力聚焦优势客户资源、积极推动一般代理业务所致

(1) 公司聚焦优质客户资源，进一步确立区域竞争优势

报告期内，达可斯广告前五大客户具有良好的市场形象和行业声誉，客户对于户外广告需求较大且持续增长，具有较高的业务黏性，报告期内上述客户同达可斯广告保持了良好的合作关系，公司在东北地区的客户资源优势 and 媒体资源优势已逐步确立。优质的客户资源和媒体资源有望使公司未来业绩持续增长。

(2) 公司大力发展一般代理业务，有力拓宽了公司的业务空间

2013 年以来，达可斯广告大力发展一般代理业务，努力拓展屏幕资源，积极优化业务结构，推动一般代理业务实现快速增长。

从屏幕数量来看，截至本报告书出具日，达可斯广告自有屏幕和一般代理屏幕情况如下表所示：

项目	屏幕数量(块)	屏幕面积(平方米)
1、自有屏幕	9	2,410.60
2、一般代理	22	5,739.40

由上表可知，截至本报告书出具日，达可斯广告拥有一般代理屏幕共 22 块，屏幕面积合计 5,739 平方米,从而进一步加强了公司的资源优势,拓宽了公司的业

务空间。

从收入增长来看，报告期内公司一般代理业务收入如下表所示：

单位：万元

项目	2014年1-6月	2013年	2012年
一般代理	353.33	105.73	0
一般代理年化增长率	568.37%	-	

由上表可知，2014年1-6月，达可斯广告实现一般代理收入353.33万元，年化增长率为568.37%，一般代理业务收入实现快速增长。

由于公司一般代理业务开展年限较短，屏幕利用率相对较低，目前公司一般代理业务规模相对较小，未来随着公司一般代理屏幕资源的逐步扩展，公司自有屏幕和一般代理屏幕之间的营销互动将逐步加强，公司一般代理屏幕的利用率将得到有效提升，因此公司一般代理业务收入存在较大的提升空间。

综上，公司通过聚焦优质客户资源确立自身竞争优势，通过大力发展一般代理业务拓展自身经营空间，报告期内，公司主要客户保持稳定，一般代理业务快速增长，公司预测收入的可实现性较高。

2、公司预测净利润的可实现性较高，主要系公司自营业务快速增长、场租成本金额较低所致

(1) 自营业务快速增长，有力提升了公司的盈利空间

公司自有屏幕业务分为自营模式和外包模式，自营模式指公司在媒体资源上自营户外广告发布业务；外包模式指公司与合作方签订代理协议、授权合作方在一段时间内运营公司户外广告屏幕并向其收取代理费用的模式。2013年以前，公司主要发展外包模式，通过沈阳庞达独家代理广告发布业务，公司向其收取代理费用；2013年以来，公司积极推动业务转型，大力发展自营业务，自营业务收入规模快速增长，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2014年1-6月	2013年	2012年
自营业务收入	2,188.73	1,047.27	0
自营业务占比	67.78%	26.46%	0

在自营模式下，由于公司享有经营户外广告业务的全部收益，有效提升了公

公司的盈利能力，报告期内达可斯广告主营业务毛利率如下表所示：

项目	2014年1-6月	2013年	2012年
达可斯广告主营业务毛利率	80.74%	73.83%	67.86%

由上表可知，随着公司自营业务的比例逐步扩大，公司主营业务毛利率由 67.86% 上升至 80.74%，公司盈利能力显著提高。未来随着公司自营业务比例的逐步扩大，公司主营业务盈利能力将进一步提高。

(2) 公司场租成本金额较低，导致公司主营业务盈利能力较强

达可斯广告主要成本为场租成本，由于公司自有屏幕均位于沈阳地区，场租成本相对较低且保持稳定，因此达可斯广告主营业务毛利率高于全国性户外媒体广告公司。2013 年，达可斯广告主营业务毛利率为 73.83%，高于同行业公司水平

同行业公司	2013年毛利率
凤凰都市传媒	65.62%
香榭丽传媒	51.78%
郁金香传播	35.14%（其中自有屏幕业务为 56.22%）
达可斯广告	73.83%

综上，由于达可斯广告自营业务比例持续提高，场租成本较低且保持稳定，公司主营业务盈利空间将进一步扩大，公司预测净利润的可实现性较高。

3、达可斯广告合同签订情况

截至 2014 年 6 月 30 日，客户在达可斯广告已投放并确认收入的广告投放额约为 3,228.96 万元。根据历史数据，2014 年合同收入将较 2013 年同期有所增长，由于户外广告行业具有明显的季节性，下半年客户通常会逐步扩大广告开支，与此对应，媒体运营商下半年的广告业务收入通常会明显高于上半年，因此本年度达可斯广告实现预测营业收入可能性较大。

4、达可斯广告实际经营情况和盈利预测情况对比

达可斯广告目前经营正常，业务发展顺利，具备较强的持续盈利能力。2014 年 1-6 月，公司实际实现的收入为 3,228.96 万元、净利润 1,324.45 万元；按评估预测数测算公司 2014 年 1-6 月收入为 3,250.68 万元，净利润 1,184.18 万元。公司实现的收入和评估预测数据相近，净利润超过评估预测数据，结合公司实际经

营情况，达可斯广告的盈利预测可实现性较高。

六、上市公司合并盈利预测报告

根据众华出具的众会字[2014]第 4086 号《盈利预测审核报告》，新文化盈利预测数据如下：

单位：万元

项目	2013 年已实现数	2014 年预测数
一、营业收入	98,039.72	125,155.82
减：营业成本	59,577.99	76,488.09
营业税金及附加	1,569.30	1,860.00
销售费用	8,243.41	10,292.17
管理费用	4,620.58	4,762.64
财务费用	316.24	665.21
资产减值损失	2,722.64	2,842.58
加：公允价值变动收益	-	-
投资收益	-	-
二、营业利润	20,989.56	28,245.13
加：营业外收入	2,179.17	248.00
减：营业外支出	310.80	-
三、利润总额	22,857.93	28,493.13
减：所得税费用	5,176.05	7,187.03
四、净利润	17,681.88	21,306.10
归属于母公司所有者的净利润	17,706.09	21,138.47
少数股东损益	-24.21	167.63

第十二章 同业竞争与关联交易

第一节 同业竞争

一、本次交易完成后，公司与实际控制人及其关联企业不存在同业竞争

本次交易并未导致公司实际控制人变更，公司实际控制人为杨震华。

截至本报告书签署之日，公司实际控制人杨震华除持有公司控股股东渠丰国际 87.92% 股权及持有公司第二大股东丰禾朴实 45.00% 的股权外，不存在控制其他企业的情况。

公司控股股东渠丰国际主营业务为投资管理，截至本报告书签署之日，渠丰国际除持有公司 31.25% 的股权外，不存在控制其他企业的情况。

丰禾朴实的主营业务为投资管理，截至本报告书签署之日，丰禾朴实除持有公司 28.59% 的股权外，不存在控制其他企业的情况。

本次交易前后，公司与控股股东及实际控制人均不经营相同或类似的业务，不存在同业竞争情况。

二、本次交易完成后，公司与交易对方不存在同业竞争

（一）本次交易完成后，公司与郁金香传播股东不存在同业竞争

根据《外商投资广告企业管理规定》，设立中外合营广告企业，应具备以下条件：合营各方应是经营广告业务的企业；合营各方须成立并运营 2 年以上；有广告经营业绩。

郁金香传播系中外合资企业，其法人股东均为广告企业，但该法人股东均不经营户外 LED 屏幕广告和户外大牌广告业务。因此，本次交易前，本次交易对方之郁金香传播全体股东在本次交易前不经营与郁金香传播相同或相近的业务。

本次交易完成后，为避免与新文化可能产生的同业竞争，上海银久及其实际控制人王敏、上海鑫秩及其实际控制人徐刚向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺在本次交易完成后十二个月内及上海银久、上海鑫秩持有新文化

股份的期间内，上海银久、上海鑫秩及其实际控制人及其实际控制的企业不会参与或进行与新文化及其控股子公司实际从事的业务存在竞争的业务活动。上海银久、上海鑫秩及其实际控制人将赔偿新文化因上海银久、上海鑫秩及其实际控制人违反本承诺而遭受或产生的任何损失或开支。

同时，郁金香传播的董事长兼总裁王敏女士、副董事长兼副总裁庄泳女士、董事兼副总裁丁明生先生以及董事兼财务负责人陈喆女士出具了《任职承诺函》，承诺自本次交易完成后五年内不主动辞去所担任郁金香传播的职务，如违反上述承诺，则应将相当于其最近一年薪酬总额的金额赔偿给郁金香传播；且在郁金香传播任职期间及离职后两年内，不得在新文化、郁金香传播以外从事与新文化、郁金香传播相同或类似的主营业务或通过直接或间接控制的其他经营主体从事该等业务，不在同新文化、郁金香传播存在相同或者类似主营业务的公司任职或者担任任何形式的顾问，违反上述承诺的所得将归郁金香传播所有。

（二）本次交易完成后，公司与达可斯广告股东不存在同业竞争

本次交易前，本次交易对方之达可斯广告股东不经营与达可斯广告相同或相近业务。

本次交易完成后，为避免与新文化可能产生的同业竞争，交易对方韩慧丽、周晓平均向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺在本次交易完成后十二个月内及韩慧丽和周晓平持有新文化股份的期间内，韩慧丽和周晓平及其各自实际控制的企业不会参与或进行与新文化及其控股子公司实际从事的业务存在竞争的业务活动。韩慧丽和周晓平将赔偿新文化因其违反本承诺而遭受或产生的任何损失或开支。

同时，达可斯广告的执行董事韩慧丽女士、总经理周晓平先生以及财务负责人鄂茜女士出具了《任职承诺函》，承诺自本次交易完成后五年内不主动辞去所担任达可斯广告的职务，如违反上述承诺，则应将相当于其最近一年薪酬总额的金额赔偿给达可斯广告；且在达可斯广告任职期间及离职后两年内，不得在新文化、达可斯广告以外从事与新文化、达可斯广告相同或类似的主营业务或通过直接或间接控制的其他经营主体从事该等业务，不在同新文化、达可斯广告存在相

同或者类似主营业务的公司任职或者担任任何形式的顾问，违反上述承诺的所得将归达可斯广告所有。

第二节 关联交易

一、本次交易完成后，公司与实际控制人及其关联企业的关联交易

本次交易完成后，公司的实际控制人未发生变化，公司与实际控制人及其关联企业之间关联交易将继续严格按照公司的《关联交易管理制度》和有关法律法规及《公司章程》的要求履行关联交易的决策程序，遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，定价依据充分、合理，确保不损害公司和股东的利益，尤其是中小股东的利益。

二、本次交易完成后，公司与交易对方的关联交易

本次交易前，公司与郁金香传播和达可斯广告之间不存在关联关系和关联交易，与交易对方之间亦不存在关联关系和关联交易。

本次交易完成后，为规范交易对方与上市公司及标的公司之间的关联交易，维护上市公司及其股东的合法权益，促进上市公司长远稳定发展，郁金香传播的股东上海银久及其实际控制人王敏、上海鑫秩及其实际控制人徐刚以及达可斯广告的股东韩慧丽和周晓平出具了《关于减少及规范关联交易的承诺函》，承诺如下：

“本人/本公司及本公司实际控制人与新文化之间将尽量减少和避免关联交易；在进行确有必要且无法规避的关联交易时，将保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按法律、法规以及规范性文件的规定履行关联交易程序及信息披露义务；不会通过关联交易损害新文化及其他股东的合法权益；

本人/本公司及本公司的实际控制人不会利用新文化股东地位，损害新文化及其他股东的合法利益；

本人/本公司及本公司的实际控制人将杜绝一切非法占用上市公司的资金、资产的行为，在任何情况下，不要求新文化向本人/本公司、本公司实际控制人及其控制的企业提供任何形式的担保。”

三、公司为减少及规范关联交易采取的措施

本次交易完成后，如公司发生新的关联交易，则该等交易将在符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《公司章程》、《上市公司治理准则》等相关规定的前提下进行，同时公司将严格遵守《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》及其它有关法律、法规的规定，及时履行相关信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益，维护投资者利益。

第十三章 资金占用及关联担保情况说明

一、本次交易完成后资金、资产占用情况

（一）关于标的公司资产、资金占用情况的说明

2012年6月，郁金香传播股份制改制时，公司代扣代缴全体外资股东的企业所得税款合计66.29万元，上述款项已于2014年6月归还完毕。

截至本报告书签署日，郁金香传播和达可斯广告均不存在资金、资产被股东及其关联方非经营性资金占用的情况。

（二）关于上市公司资产、资金占用情况说明

本次交易完成前后，公司均不存在资金、资产被控股股东、实际控制人及其他关联人违规占用的情形。

二、本次交易完成后关联担保情况说明

截至本报告书签署日，上市公司不存在为实际控制人及其关联方提供担保的情形。本次交易完成后，公司《公司章程》、《融资和对外担保管理办法》等已明确对外担保的审批权限和审议程序，公司将严格执行以上相关制度，避免违规担保的发生。

第十四章 本次交易对公司治理结构的影响分析

本次交易前，公司已按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》及其他有关法律法规的要求，建立并逐步完善法人治理结构，规范公司运作，同时加强信息披露工作。公司先后制订了《公司章程》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《股东大会议事规则》、《信息披露管理制度》等。

公司将严格按照《上市公司治理准则》等法律法规的要求，进一步完善相关内部决策和管理制度，建立健全有效的法人治理结构，规范上市公司运作。

一、关于股东和股东大会

本次交易完成后，公司将继续严格按照《上市公司股东大会规则》的要求和公司制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》的要求召集、召开股东大会，平等对待所有股东，保证每位股东能充分行使表决权，并享有对公司重大事项的知情权与参与权。

公司《公司章程》和《股东大会议事规则》中，已经明确规定股东大会的召开和表决程序，包括通知、登记、提案的审议、投票、计票、表决结果的宣布、会议决议的形成、会议记录及其签署、公告等。公司章程中，规定了股东大会对董事会的授权原则。公司将在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，包括充分运用现代信息技术手段，扩大股东参与股东大会的比例，保证股东大会时间、地点的选择有利于让尽可能多的股东参加会议。股东既可以亲自到股东大会现场投票，也可以委托代理人代为投票，两者具有同样的法律效力。公司董事会、独立董事和符合有关条件的股东，可向上市公司股东征集其在股东大会上的投票权。投票权的征集，应采取无偿的方式进行，并应向被征集人充分披露信息。

二、关于上市公司与控股股东、实际控制人

根据《公司章程》规定：公司控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。

本次交易完成后，公司将继续积极督促控股股东严格依法行使出资人的权利，切实履行对公司及其他股东的诚信义务，不直接或间接干预公司生产经营活动，不得利用其控股地位损害公司和社会公众股股东的利益，维护中小股东的合法权益。

三、关于董事与董事会

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名。本次交易完成后，公司将采取各种措施进一步提升公司治理水平，充分发挥董事会专业委员会作用，落实公司《董事会审计委员会工作细则》、《董事会战略决策委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》等制度，实现公司治理的规范运作。

公司还将进一步完善董事会制度要求，确保董事会公正、科学、高效地进行决策，进一步确保独立董事在职期间，能够依据法律法规要求履行职责，积极了解公司的各项运作情况，自觉履行职责，对董事会的科学决策和公司的发展起到积极作用，促进公司良性发展，切实维护公司整体利益和中小股东利益。

四、关于监事和监事会

公司监事会由 3 名监事组成，其中有 1 名职工代表监事，符合《公司法》及公司《公司章程》的规定。公司监事会能够严格依据《公司法》、《公司章程》所赋予的权利与义务，认真履行职责，行使合法职权；公司监事会已制订了《监事会议事规则》，完善了有关制度；公司监事能够认真履行职责，本着对股东和公司利益负责的态度，对公司财务以及公司董事、公司经理层和其他高级管理人员履行职责的情况进行监督，促进了公司生产经营与发展目标的顺利实现。本次交易完成后，公司将继续严格按照公司《监事会议事规则》的要求，完善监事会

结构，促使公司监事会和监事有效地履行监督职责，确保监事会对公司财务以及董事、经理和其他高级管理人员履行职责的合法、合规性进行监督的权力，维护公司以及股东的合法权益。

五、关于信息披露和透明度

本次交易前，公司制定了较为完善的信息披露制度，并设定专职部门负责信息披露、接听股东来电、接待股东来访和咨询工作。公司能够按照《信息披露管理制度》和有关法律、法规的要求，真实、准确、及时、完整地披露有关信息，确保所有股东享有平等机会获取信息，维护其合法权益。

本次交易完成后，公司将进一步完善《信息披露管理制度》，指定董事会秘书负责信息披露工作、接待股东来访和咨询，确保真实、准确、完整、及时地披露信息。除按照强制性规定披露信息外，公司保证主动、及时地披露所有可能对股东和其他利益相关者的决策产生实质性影响的信息，保证所有股东有平等的机会获得信息。

六、关于公司利润分配政策

（一）公司最近三年利润分配情况

经公司2011年度股东大会审议并通过《关于公司2011年度利润分配的议案》，2011年末公司累计可供分配利润为43,057,196.42元，2011年度不进行利润分配。

经公司2012年度股东大会审议并通过《关于公司2012年度利润分配的议案》，以2012年12月31日的总股本96,000,000股为基数，按每10股派发现金股利人民币5元（含税），共计派发现金股利人民币48,000,000元（含税）。

经公司2013年度股东大会审议并通过《关于公司2013年度利润分配的议案》，以2013年12月31日公司股份总数96,000,000股为基数，向全体股东按每10股派发现金股利人民币5元（含税），合计派发现金股利48,000,000元（含税）；同时，以资本公积金向全体股东每10股转增10股，转增后公司总股本将由96,000,000股增加至192,000,000股。

（二）公司利润分配政策

根据新文化现行《公司章程》的规定，公司利润分配政策为：

第一百六十条：公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司当年度实现盈利，根据第一百五十八条的规定在依法弥补以前年度亏损、提取法定公积金、任意公积金后进行利润分配。

公司主要采取现金分红的利润分配政策。公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。公司如无重大资金支出安排等事项发生，应当采取现金方式分配股利。重大资金支出安排是指公司在一年内购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产百分之三十以上的事项。根据公司章程规定，重大资金支出安排应经董事会审议后，提交股东大会表决通过。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

在完成上述现金股利分配后，若公司经营状况良好、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时且公司未分配利润达到或超过股本的 30%时，公司可实施股票股利分配。

除上述年度股利分配外，公司可进行中期现金分红。

第一百六十一条：公司董事会未作出现金分配预案的，应当在定期报告中披露原因及留存资金的具体用途，独立董事应当对此发表独立意见。

公司当年未分配利润将用于生产经营或者留待以后年度进行分配。

公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出利润分配议案，公司董事会
在利润分配方案论证过程中，需与独立董事充分讨论，在考虑对全体股东持续、
稳定、科学的回报基础上，形成利润分配预案；在经公司二分之一以上独立董事
同意后，方能提交公司董事会、监事会审议，并交付股东大会进行表决。涉及股
利分配相关议案，公司独立董事可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集
其在股东大会上的投票权，独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分
之一以上的同意。

公司如需调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和
证券交易所的有关规定；有关调整利润分配政策的议案需经二分之一以上独立董
事同意后提交董事会、监事会和股东大会批准。股东大会审议有关调整利润分配
政策议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司应安排通过
证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东
大会提供便利。

七、本次交易对上市公司独立性的影响

本次交易前后，上市公司的实际控制人未发生变更。本次交易前，郁金香传
播、达可斯广告与上市公司及其控股股东、实际控制人不存在关联关系，郁金香
传播、达可斯广告分别具备独立性；上市公司一直在业务、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。本次交易完成后，公司仍将继续保持公司资产完整，人员、财务、机构、
业务、资产与实际控制人及其关联方的相互独立。因此，本次交易符合中国证监
会关于上市公司独立性的相关规定。

（一）资产完整独立性

公司资产与股东的资产严格分开，产权明晰，并完全独立运营。公司业务和经营必需的经营性资产的权属完全由公司独立享有，不存在与股东单位共用的情况。公司对其所有资产拥有所有权或使用权，并实际占有和支配该等资产。

（二）机构独立性

公司具备健全的组织机构，设有股东大会、董事会、监事会、经理等决策、监督和执行机构，各机构均独立于公司实际控制人及其控制的其他企业，并依照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》等规定规范运行，公司不存在与股东或关联企业机构混同的情况。

（三）人员独立性

公司董事、监事、高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生和任职。公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员未在实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也未在实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司财务人员未在实际控制人及其控制的其他企业兼职。

（四）财务独立性

公司设立独立的财务部门，配备合格的财务人员，建立完整的会计核算体系，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司拥有独立的银行账户，依法独立纳税。公司的财务活动、资金运用由经营管理层、董事会、股东大会在各自的职权范围内独立作出决策，由财务部负责公司财务会计核算业务。

（五）业务独立性

公司主要从事影视剧的投资、制作、发行及衍生业务。公司拥有独立完整的制作及发行业务系统，业务与公司控股股东及其控制的企业相互独立，不存在依赖股东及其他关联方的情况，具备独立面向市场自主经营的能力。

本次交易完成后，公司将继续保持人员、资产、财务、机构、业务的独立性，保持公司独立于控股股东及实际控制人及其关联方。

第十五章 风险因素

一、与本次重组相关的风险

（一）本次重组无法按期进行的风险

（1）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，公司存在因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）本次重组报告书公告后，若标的资产业绩大幅下滑可能导致本次重组无法进行的风险，或即使继续进行将需要重新估值定价的风险。（3）由于本次重大资产重组将受到多方因素的影响且本方案的实施尚须满足多项条件，使得重组工作时间进度存在一定的不确定性风险。

若本次重组无法进行，或需要重新召开董事会审议重组事宜的，公司董事会重新作出发行股份及支付现金购买资产决议时，应当以该次董事会决议公告日作为发行股份的定价基准日。公司董事会将在本次重大资产重组过程中及时公告相关工作的进度，以便投资者了解本次交易进程，并作出相应判断。特此提请广大投资者充分注意上述重组工作时间进度以及重组工作时间进度的不确定性所可能导致的重新计算股票发行价格的风险。

（二）本次交易标的之郁金香传播组织形式不能按时变更的风险

本次交易完成后，本次交易标的之郁金香传播将成为公司的全资子公司，其组织形式将由股份有限公司变更为一人有限责任公司，且企业性质由中外合资企业变更为内资公司，尚需取得上海市商委的批复。

若郁金香传播不能取得上海市商委的批复，不能按时完成组织形式变更，将影响本次交易的交割进度。

（三）标的资产的估值风险

本次交易中评估机构采用收益法和市场法对标的公司进行评估,并采用收益法评估结果作为最终评估定价依据。本次标的资产之郁金香传播 100%股权的评估值为 120,205.19 万元,增值率为 263.16%;达可斯广告 100%股权的评估值为 30,080 万元,增值率为 705.39%。标的资产的交易价格系参考评估值由双方协商确定。

公司特提醒广大投资者,虽然评估机构在评估过程中严格按照评估的相关规定,并履行了勤勉、尽职的义务,但由于收益法基于一系列假设并基于对未来的预测,如未来情况出现预期之外的重大变化,可能导致资产估值与实际情况不符,提请投资者注意评估增值较大风险。

(四) 盈利预测风险

根据坤元评估出具的坤元评报[2014]166 号《资产评估报告》、坤元评报[2014]167 号《资产评估报告》,坤元评估运用收益法分别对郁金香传播、达可斯广告进行评估时,对郁金香传播、达可斯广告相关年度的净利润进行了预测。

虽然坤元评估在运用收益法进行评估过程中,对预测净利润的测算充分考虑了公司经营环境、发展阶段以及行业情况,遵循了评估行业通用准则,履行了相关评估程序,但是,由于标的公司的业务模式、业务结构、客户基础以及未来市场开拓等方面仍存在不确定性,户外 LED 大屏行业的特点导致标的公司存在实际净利润低于上述预测净利润的风险。

(五) 盈利补偿期间交易对方现金补偿承诺不能切实履行的风险

本次交易盈利补偿的承诺期间为 2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年。交易双方均同意,若盈利补偿期间标的公司实现的实际净利润数低于净利润承诺数,则交易对方须就不足部分向新文化进行补偿。

本次交易中,认购新文化发行股份的交易对方应首先以其于本次交易中认购的新文化股份进行补偿,如本次交易中认购的股份不足补偿,则其进一步以现金进行补偿。本次交易中仅收取现金对价的郁金香传播外资股东应以其于本次交易中获得的现金对价进行补偿。

在盈利补偿期间届满后,若标的资产发生减值,交易对方还需相应向新文化

进行补偿。

为了降低盈利补偿期间交易对方不能切实履行承诺的风险，新文化已对交易对方的股份做了锁定安排，并对现金支付做了分期安排。另外，上海银久承诺，其对除上海银久外的其他郁金香传播股东的盈利补偿和减值补偿义务承担连带责任。但本次交易仍然存在盈利补偿期间交易对方现金补偿承诺不能切实履行的风险。

（六）本次交易形成的商誉减值风险

根据交易双方在评估值基础上确定的交易价格，标的资产的成交价格较账面净资产增值较高。同时，由于本次股权购买是非同一控制下的企业合并，根据《企业会计准则》，购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉。该等商誉不作摊销处理，但需要在未来每年会计年末进行减值测试。

本次股权购买完成后公司将会确认较大额度的商誉，若标的公司未来经营中不能较好地实现收益，那么收购标的资产所形成的商誉将会有减值风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（七）业务整合可能产生的经营管理和整合风险分析

上市公司和标的资产自身业务体系完整，客户资源丰富，盈利水平较强，因此重组造成的经营风险较小。本次重组带来的风险主要在于业务整合和管理风险：即战略协同风险、组织架构调整风险和规范运作风险。

1、战略协同风险

上市公司和标的资产在各自的业务领域均具有较强优势，各企业在业务平台、市场渠道、客户资源、人力资源等很多方面具备可协同之处，充分挖掘各自业务潜力，发挥协同效应，将实现整体效益大于加和的重组效果。但重组后仍可能存在受到发展战略、管理团队、运营模式等多方面因素影响，限制上述协同效应充分发挥的风险。

2、组织架构调整风险

上市公司和标的公司在本次重组前均采取相对专业的业务运作模式，重组完成后上市公司管理团队将面临多元化业务的管理挑战，组织架构应当适应业务进行调整。同时，由于上市公司组织架构将视各标的资产的运营情况进行一定程度的调整，将带来一定程度的调整和管控风险。

3、规范运作风险

本次重组前，标的公司均为非上市公司，通过本次重组标的公司将成为上市公司的全资子公司且规模较大，标的公司能否满足证券市场法规要求规范运作，尚存在一定的风险。

针对上述风险，上市公司已经启动研究重组完成后上市公司战略规划、制定组织架构调整方案、并进一步完善相应的管理制度体系，以保证战略协同效应的充分发挥，组织架构调整的平稳推进以及标的资产纳入上市公司体系后的规范运作。

二、交易标的的经营风险

（一）政策风险

由于户外 LED 大屏幕媒体是一种区别于传统媒体形式的新兴媒体类型，且同时由于其屏幕媒体的设置与所处物理位置具有特殊性，户外 LED 大屏幕媒体在点位设置、广告内容播放等行为的过程中相对于其他媒体平台会受到多个政府部门的交叉管理，如工商、市容、规划、城市管理等。

国内各地区对户外广告管理（如广告设施的设置许可、户外广告登记）的地方性规定以及实际执行的管理措施也是各有不同，规范的统一化程度较低。若未来对户外 LED 大屏幕媒体管理标准提高，规范的统一标准出台，则可能会对公司的运营产生影响。

（二）行业经济周期波动的风险

广告行业属于周期性行业，与宏观经济的发展密切相关，其特点在于行业内企业的营业收入和利润水平受经济周期波动的影响明显，并呈正相关。在经济增

长时，广告主加大广告投入力度；而在经济衰退时，广告主对广告投入会相应减少。

近年来，我国国民经济持续稳定发展，居民消费水平不断提升，为广告行业提供了良好的发展机遇。但经济周期性波动的内在规律始终存在，该种波动势必会在一定程度上影响到公司广告业务的稳定发展。

（三）市场竞争激烈的风险

标的公司主要从事户外 LED 大屏幕的媒体资源开发和广告发布业务。由于城市核心商圈的优质点位具有稀缺性和排他性，同行业为数不多的几家公司已基本完成了对一线城市商圈屏幕媒体点位的布局，正逐步向二三线城市商圈的优质点位进行拓展，建立起各自的竞争优势。

此外，户外广告媒体除 LED 大屏幕媒体之外，还有楼宇媒体、地铁媒体、机场媒体、铁路媒体、巴士媒体等其他广告媒体。虽然 LED 大屏幕媒体与上述户外媒体之间存在受众对象、触媒环境、表现效果及感官体验等诸多方面的不同，但就媒体本身安置于户外这一特点而言依然具有一致性。

因此，户外 LED 大屏幕媒体市场存在着两个层面的风险，一是大屏幕媒体市场内部对优质媒体资源激烈竞争的风险；二是整个户外广告媒体市场存在着广告价格竞争的风险。

（四）媒体资源续约的风险

标的公司主要依托覆盖全国的户外 LED 大屏幕媒体网络经营户外 LED 大屏幕广告发布业务，分布于全国各个城市商圈的户外 LED 大屏幕媒体资源是公司最为重要的资源之一。屏幕媒体资源的稳定是公司经营的重要保障。

标的公司的屏幕媒体可以分为自有屏幕、独家代理屏幕、一般代理屏幕。在自有屏幕方面，场地租赁合同的期限均为中长期，普遍为 7-10 年且同时约定到期优先续约权，为公司的稳定经营提供保障；独家代理屏幕方面，标的公司同样通过与媒体资源控制方签署中长期独家代理合同的方式确保媒体资源的稳定，合同期限普遍为 3-7 年，同时附优先续约权，到期滚动存续；一般代理屏幕方面，

除部分中长期合同外，多采用 1 年期合同附优先续约权滚动存续的更为灵活的代理模式，以便于公司根据市场需求的变化调节自身媒体资源网络的布局。

虽然标的公司结合自身战略规划，采取合理措施确保不同类型的媒体资源稳定运营，但是不能排除相关合同到期不能续约造成的屏幕媒体资源稳定性下降，从而给公司的经营造成不利影响。

（五）场地租金和媒体资源代理费用变动的风险

作为户外 LED 大屏幕媒体运营商，对于媒体资源的持续运营是公司经营活动中的必有内容。根据媒体运营方式的不同，自有屏幕的场地租金和独家代理屏幕的媒体资源代理费用是营业成本的主要组成部分。

场地租金和媒体资源代理费用的增减变动与所签约的广告位场地产权人、使用人和媒体资源相关利益方有关，虽然标的公司为了控制未来营业成本上升的风险，通过签署长期场地租赁合同和长期媒体资源独家代理协议的方式提前锁定了主要营业成本，但未来在上述合同到期续约时，场地租金和媒体资源代理费用可能根据经济情况有所增长。若届时广告发布业务的收入不能实现同步增长，公司的盈利能力可能会因此而受到影响。

（六）应收账款金额较高且占比相对较大的风险

截至 2012 年末、2013 年末及 2014 年 6 月末，标的公司之郁金香传播应收账款账面价值分别为 19,500.14 万元、24,878.36 万元和 32,437.05 万元，占其资产总额的比例分别为 31.80%、39.89%和 51.96%，应收账款金额较大且占比较高。2014 年 6 月末，郁金香传播 2 年以内的应收账款余额占全部应收账款余额比例为 84.60%，且回款情况良好。目前，主要客户均与郁金香传播建立了良好的合作关系且主要为业内知名企业，具有较好的支付能力。尽管如此，如果主要客户的财务状况出现恶化，或者经营情况和商业信用发生重大不利变化，公司应收账款发生坏账的可能性将增加，从而对公司的经营产生不利影响。

（七）沈阳庞达计划注销的风险

基于股东自身业务投资领域和达可斯广告经营策略的调整，沈阳庞达的主要业务为继续执行原有部分老客户签订的相关合同，未来随着该等合同执行完毕，

计划对沈阳庞达予以注销。沈阳庞达的注销计划可能对达可斯广告的业务经营带来一定风险，但随着达可斯广告客户资源的逐步积累、自身销售团队的建立和一体化运营的业务体系逐步完善，沈阳庞达的注销对达可斯广告未来经营的影响较小。

第十六章 其他重大事项

第一节 上市公司最近十二个月内重大资产交易情况

新文化在最近 12 个月内发生了以下日常经营活动之外购买、出售资产及通过新设、增资方式进行资产交易的行为如下：

序号	交易对方	投资标的	交易日	投资金额（万元）	投资方式	持股比例
1	上海浦东文化有限公司	上海兰馨影业有限公司	2013 年 9 月 6 日	1,200	增资	60%
2	冯凯帅	上海凯羿影视传播有限公司	2013 年 12 月 30 日	600	增资	60%
3	姬长伟等十五名股东	哇棒（北京）国际传媒股份有限公司	2014 年 01 月 27 日	1,000	增资	10%
4	3D International Media Partners Incorporated	惊幻科技发展（上海）有限公司	2014 年 04 月 02 日	280（万美元）	新设	96.55 %

除上述资产交易外，新文化于本次重大资产重组前 12 个月内未发生其他重大资产交易。

上述资产交易均履行了必要程序，符合《公司法》、《证券法》、《上市规则》等法律法规及公司《重大经营与投资决策管理制度》等规章制度的规定，新文化已依法履行了信息披露义务。上述资产交易不涉及关联交易，也不构成《重组管理办法》规定的重大资产重组情况，且与本次重大资产重组不存在关联关系。

第二节 连续停牌前上市公司股票价格波动情况

因筹划发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金事项，公司于 2014 年 3 月 24 日申请公司股票停牌。

新文化本次停牌前一交易日（2014 年 3 月 21 日）收盘价格为 47.95 元/股，停牌前第 21 个交易日（2014 年 2 月 21 日）收盘价格为 57.94 元/股，本次发行股份及支付现金购买资产事项公告停牌前 20 个交易日内（即 2014 年 2 月 24 日

至 2014 年 3 月 21 日期间) 公司股票收盘价格累计涨幅-17.24%，同期深圳综指(代码: 399106.SZ)的累计涨幅为-4.45%，同期创业板指数(代码: 399006,SZ)累计涨幅-6.57%，同期深证文化指数(399248)累计涨幅-8.24%。

按照《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》第五条的相关规定，剔除大盘因素和同行业板块因素影响，即剔除深圳综指、创业板指数和深证文化指数指数因素影响后，新文化股价在本次停牌前 20 个交易日内累计涨跌幅未超过 20%，无异常波动情况。

第三节 停牌前六个月内本次交易相关人员买卖上市公司股票的自查情况

上市公司自 2014 年 3 月 24 日停牌后，立即进行内幕信息知情人登记及自查工作，并及时向深圳证券交易所上报了内幕信息知情人名单。

本次自查期间为新文化董事会就本次交易事项首次作出决议前六个月至本次重大资产重组报告书公布之日止，即 2013 年 9 月 24 日至 2014 年 6 月 3 日期间。本次自查范围包括：上市公司现任董事、监事、高级管理人员、持股 5% 以上股东及其他知情人；交易对方及标的公司董事、监事、高级管理人员；相关中介机构及具体业务经办人员；以及前述自然人的直系亲属，包括配偶、父母及年满 18 周岁的子女等。

根据各方的自查报告及中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的查询记录，相关各方买卖、持有新文化股票情况如下：

公司董事孙毅于 2014 年 1 月 24 日卖出 100,000 股新文化股票。独立财务顾问海通证券自营业务股票账户在该期间累计买入新文化股票 5800 股，累计卖出新文化股票 5800 股；其资产管理业务股票账户在该期间累计买入新文化股票 49,900 股，累计卖出新文化股票 54,534 股。

孙毅系上市公司董事，其董事锁定股年度解锁部分于年初解禁。孙毅已做出声明，“上述买卖行为系本人个人判断，已预先向公司董事会递交申请并在股票

买卖行为发生后及时进行了申报，买卖股票期间不属于信息敏感期，且公司尚未开始筹划本次重大资产重组事项。”

独立财务顾问海通证券已做出声明，“本公司上述自营业务股票账户和资产管理业务股票账户买卖新文化股票行为与本次重大资产重组不存在关联关系，本公司不存在公开或泄露相关信息的情形，也不存在利用该信息进行内幕交易或操纵市场的情形。”

法律顾问出具意见，认为“上述孙毅、海通证券买卖发行人股票的行为不属于《证券法》等法律法规所禁止的证券交易内幕信息知情人利用内幕信息从事证券交易的活动，上述人员买卖发行人股票的行为亦未构成本次交易的法律障碍。”

除上述买卖股票的情形外，其他自查主体在自查期间均不存在买卖上市公司股票的情形。

本次重大资产重组的交易对方及其控股股东、实际控制人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。

本次重组相关主体不存在依据《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。

第四节 上市公司近五年内受到监管部门的处罚情况

最近五年来，新文化各项业务的运营均符合相关法律法规的规定，不存在受到相关监管部门处罚的情形。

新文化现任董事、监事、高级管理人员不存在最近三十六个月内受到中国证监会的行政处罚、或者最近十二个月内受到过证券交易所公开谴责的情况，不存在《证券发行管理办法》第三十九条第四款规定的情形。

新文化或其现任董事、监事、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况，不存在《证券发行管理办法》第三十九条第五款规定的情形。

第五节 重大诉讼事项

截至本报告书签署日，新文化不存在尚未了结的重大诉讼或仲裁案件。

第六节 保护投资者合法权益的相关安排

公司董事会在本次重大资产重组的决策过程中，按照《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》的精神和中国证监会《上市公司重大资产重组管理办法》的规定，采取了多项措施以保护中小投资者的权益，主要措施如下：

一、股东大会表决情况

2014年6月19日，公司召开2014年第一次临时股东大会，本次会议以现场投票和网络投票相结合的方式召开，其中现场会议于当日13:30在上海市虹口区东江湾路444号虹口足球场三楼贵宾厅召开。

出席会议的股东及股东授权委托代表共61人，代表股份数119,764,472股，占公司股份总数的62.38%。其中，出席现场会议的股东及股东授权委托代表11人，代表股份数118,460,346股，占公司股份总数的61.70%，参加网络投票的股东50人，代表股份数1,304,126股，占公司股份总数的0.68%。

本次股东大会审议通过了以下议案：

1、《关于公司符合发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨进行重大资产重组条件的议案》；

2、《关于公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨重大资产重组的议案》（本次发行股份及支付现金购买资产的交易方案及交易方式、交易标的、交易对方、拟购买资产的交易价格、定价依据、发行股份的定价基准日、定价依据和发行价格、期间损益归属、交易标的办理权属转移的合同义务和违约责任、本次发行股份及支付现金购买资产决议的有效期限、发行股票类型、每股面值、发行数量、发行方式和认购方式、上市地点、锁定期安排、本次发行前公司滚存未分配利润的处理；发行股份募集配套资金的发行对象及发行方式、发行股份的定价依据和发行价格、决议有效期限、发行股票类型、每股面值、发行数量、募集资金投向、锁定期安排、本次发行前公司滚存未分配利润的处理、上市地点；对

董事会办理本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨重大资产重组事宜的具体授权)；

3、《关于本次交易符合<上市公司重大资产重组管理办法>第四十二条第二款规定的议案》；

4、《关于本次交易符合 <关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定>第四条规定的议案》；

5、《关于本次发行股份及支付现金购买资产是否构成关联交易的议案》；

6、《关于签订附生效条件的<发行股份及支付现金购买资产协议>和<发行股份及支付现金购买资产之盈利补偿协议>的议案》；

7、《关于<上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书(草案)>及其摘要的议案》；

8、《关于公司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>（证监公司字[2007]128号）第五条相关标准的说明的议案》；

9、《关于修改<上海新文化传媒集团股份有限公司章程>的议案》。

上述议案的表决结果均为：同意股份数 119,710,332 股，反对股份数 53,940 股，弃权股份数 200 股。本次股东大会审议的所有议案获通过得到的同意股份占出席会议有效表决权股数的 99.95%。

公司聘请了具有证券从业资格的通力律师事务所陈臻律师、张征轶律师对本次股东大会进行现场见证，并出具了法律意见书。法律意见书结论意见如下：“本次会议的召集、召开程序符合有关法律法规及公司章程的规定，出席本次会议人员资格、本次会议召集人资格均合法有效，本次会议的表决程序符合有关法律法规及公司章程的规定，本次会议的表决结果合法有效。”

二、网络投票的落实情况

公司于 2014 年 6 月 4 日在中国证券监督管理委员会指定信息披露网站上发布了《关于召开 2014 年度第一次临时股东大会会议通知的公告》。本次会议的网络投票通过深圳证券交易所交易系统进行，网络投票的时间为 2014 年 6 月 19

日上午 9:30-11:30，下午 13:00-15:00；通过互联网投票系统进行投票的时间为 2014 年 6 月 18 日下午 15:00 至 2014 年 6 月 19 日下午 15:00 期间的任意时间。

本次会议实际参加网络投票的股东 50 人，代表股份数 1,304,126 股，占公司股份总数的 0.68%。

三、采用股东大会特别决议表决程序

根据《公司法》、《公司章程》和《重组管理办法》的相关规定，本次交易的相关议案经出席会议的非关联股东所持表决权的三分之二以上通过。

四、独立董事针对本次交易发表独立意见

公司全体独立董事审阅了关于公司本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨重大资产重组的相关材料，一致同意提交第二届董事会第七次会议审议。同时，独立董事就该事项发表了同意的独立意见。

五、资产定价的公允性

本次交易标的资产的交易价格以具有证券从业资格的评估机构出具的评估报告作为定价依据。

根据众华出具的标的公司《审计报告》和《盈利预测报告》，按照交易评估基准日测算，本次交易标的郁金香传播和达可斯广告的静态市盈率分别为 27.55 倍和 12.91 倍，动态市盈率分别为 17.35 倍和 13.01 倍，均低于同行业上市公司平均水平；郁金香传播和达可斯广告的市净率分别为 2.99 倍和 8.03 倍，郁金香传播的市净率明显低于同行业上市公司平均水平，达可斯广告因分配股利等因素影响，其市净率略高于同行业上市公司平均水平。

根据《上市公司重大资产重组管理办法》的规定，公司董事会针对评估机构的独立性、评估假设前提的合理性、评估方法与评估目的的相关性以及评估定价的公允性发表了明确意见。公司独立董事针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了独立意见。详细内容请参见本报告书“第九章 本次交易定价依据及公平合理性分析”。

六、本次重组摊薄当期每股收益的填补回报安排

根据众华出具的众会字[2014]第 4085 号《备考审计报告》，假设新文化 2013 年 1 月 1 日已完成本次资产重组的情况下，新文化 2013 年基本每股收益（除权后）为 0.78 元，高于新文化基本每股收益（除权后）0.60 元，公司在本次交易后的每股收益上升 0.18 元，不存在因本次交易而导致即期每股收益被摊薄的情况。

根据交易各方签订的《盈利补偿协议》，交易对方承诺标的资产 2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年实现的净利润以坤元评估为标的资产出具的《评估报告》中采用收益法评估结论的公司归属于母公司净利润合计数为依据，具体承诺净利润如下：

单位：万元

年度	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
郁金香传播承诺净利润	6,916.25	8,604.30	10,812.86	13,320.41
达可斯广告承诺净利润	2,310	2,750	3,312	3,974

若郁金香传播和达可斯广告能实现各年度的承诺业绩，上市公司的每股收益将在本次重组完成后得到提升；若郁金香传播和达可斯广告实际实现的利润低于上述承诺利润，交易对方将按照《盈利预测补偿协议》的相关规定对上市公司进行补偿，以填补即期回报。上述措施能做到对全体股东，特别是中小股东利益的切实保护。

第十七章 中介机构意见

第一节 独立财务顾问意见

海通证券作为本次新文化发行股份及支付现金购买资产的独立财务顾问，认真核查了本报告书及相关文件，发表如下独立财务顾问核查意见：

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《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》、《重组规定》等有关法律、法规的规定，并按有关法律、法规的规定履行了相应的程序。

二、本次交易符合国家相关产业政策，符合环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规的相关规定，不存在违反环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规规定的情形。

三、本次交易拟购买资产已经过具有证券期货相关业务资格的会计师事务所和资产评估机构的审计和评估，且资产评估假设、方法合理，本次交易的价格定价公允合理，不存在损害上市公司及其股东利益的情形。本次交易拟购买资产的价格是以评估值为参考，由交易双方协商确定的，交易价格客观、公允。

四、本次交易不构成关联交易；本次交易有利于上市公司提升市场地位，改善经营业绩，增强持续发展能力；本次交易有利于上市公司的持续发展，不存在损害股东合法权益，尤其是中小股东的合法权益的问题。

五、本次交易所涉及的资产，为权属清晰的经营性资产，不存在权利瑕疵和其他影响过户的情况，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续。

六、交易对方就相关资产实际净利润数不足预测净利润数的情况签订了《盈利补偿协议》，协议约定明确，相关补偿安排合理、可行。

七、本次交易是上市公司为促进行业或者产业整合，增强与现有主营业务的协同效应，在其控制权不发生变更的情况下，向控股股东、实际控制人或者其控制的关联人之外的特定对象发行股份购买资产，发行股份数量不低于发行后上市公司总股本的5%。

八、本次交易完成后，上市公司仍具备股票上市的条件。

九、本次交易充分考虑了对中小股东利益的保护，相关措施切实、可行。对本次交易可能存在的风险，新文化已在重组报告书及相关文件中作了充分揭示，有助于全体股东和投资者对本次交易的客观评判。

第二节 法律顾问的意见

通力律师事务所作为本次新文化发行股份及支付现金购买资产的法律顾问，认真核查了本报告书及相关文件，出具法律意见书并发表如下意见：

一、新文化有效存续，具有参与本次交易的主体资格。交易对方之郁金香传播的全体股东有效存续，具有参与本次交易的主体资格。交易对方之达可斯广告的全体股东为具有完全民事行为能力的中国公民，具有参与本次交易的主体资格。

二、本次交易方案符合法律、法规和规范性文件的规定，方案内容不存在侵害新文化股东合法利益的情形。交易双方签署的相关协议和安排不存在违反法律、行政法规强制性规定的情形，相关协议及后续安排内容合法、有效。

三、新文化本次交易已经依其进行阶段取得了法律、法规以及规范性文件所要求的新文化、交易对方以及交易标的内部的批准和授权。新文化本次交易尚待取得上海市商务委员会以及中国证监会的核准。

四、交易对方所持标的资产权属清晰，不存在纠纷和潜在纠纷，不存在资产权属方面的抵押、质押等担保情形，不存在任何可能导致标的资产被有关司法机关或行政机关拍卖、查封、冻结、征用或限制转让的情形，不存在与资产权属相关的未决或潜在的诉讼、仲裁以及任何其他行政或司法程序。

五、本次交易实施完毕后，标的公司涉及之原有债权债务仍分别由该等公司自行承担，不涉及债权、债务的转让。

六、新文化履行了本次交易法定的信息披露义务，新文化与交易对方之间不存在应当披露而未披露的合同、协议、安排或其他事项。

七、本次交易符合《重组管理办法》以及《发行管理办法》规定的相关条件。

八、本次交易不构成关联交易。

九、参与本次交易活动的证券服务机构具有合法的执业资质。

第十八章 本次交易相关证券服务机构

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：王开国

地址：上海市广东路 689 号海通证券大厦

联系电话：021-23219000

传真：021-63411627

项目主办人：何科嘉、许灿

项目经办人员：苏海燕、刘超、苏安弟、张晓峰、黄腾飞、范长平

二、法律顾问

机构名称：通力律师事务所

负责人：俞卫锋

地址：上海市银城中路 68 号时代金融中心 19 楼

联系电话：021-31358666

传真：021-31358600

经办律师：陈臻、张征轶

三、审计机构

机构名称：众华会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：孙勇

办公地址：上海市延安东路 550 号海洋大厦 12 楼

联系电话：021-63525500

传真：021-63525566

经办注册会计师：赵蓉、戎凯宇、林德伟、高咏梅

四、评估机构

机构名称：坤元资产评估有限公司

法定代表人或授权代表：俞华开

办公地址：杭州市教工路 18 号欧美中心 C 区 11 楼

联系电话：0571-88216941

经办注册资产评估师：闵诗阳、邹新、张叔进

第十九章 董事及中介机构声明

全体董事声明

本公司全体董事承诺，《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事（签字）

杨震华

盛文蕾

张慧玲

孙毅

许明乐

江泊

俞建春

上海新文化传媒集团股份有限公司董事会

年 月 日

独立财务顾问声明

本公司同意上海新文化传媒集团股份有限公司在《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》中引用本公司出具的独立财务顾问报告的相关内容，保证其所引用的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《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》不致因上述内容出现虚假记载、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法律责任。

项目协办人：

张晓峰

刘超

项目主办人：

何科嘉

许灿

法定代表人（或授权代表）

任澎

海通证券股份有限公司

年 月 日

法律顾问声明

本所同意上海新文化传媒集团股份有限公司在《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》中引用本所出具的法律意见书的相关内容，保证其所引用的本所出具的法律意见书的相关内容已经本所审阅，确认《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》不致因上述内容出现虚假记载、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法律责任。

签字律师：

陈臻

张征轶

单位负责人：

俞卫锋

通力律师事务所

年 月 日

审计机构声明

本所同意上海新文化传媒集团股份有限公司在《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》中引用本所出具的审计报告、审阅报告及盈利预测报告的相关内容，保证其所引用的本所出具的审计报告、审核报告及盈利预测报告的相关内容已经本所审阅，确认《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》不致因上述内容出现虚假记载、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法律责任。

会计师事务所负责人：

孙勇

签字注册会计师：

赵蓉

戎凯宇

林德伟

高咏梅

众华会计师事务所（特殊普通合伙）

年 月 日

评估机构声明

本公司同意上海新文化传媒集团股份有限公司在《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》中引用本公司出具的资产评估报告的相关内容，保证其所引用的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《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》不致因上述内容出现虚假记载、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法律责任。

评估机构负责人：_____

俞华开

经办注册资产评估师：_____

闵诗阳

邹新

张叔进

坤元资产评估有限公司

年 月 日

第二十章 备查文件及备查地点

一、备查文件目录

- (一) 上市公司董事会会议决议
- (二) 上市公司独立董事的独立意见
- (三) 交易对方关于本次交易的股东会决议、股东决定
- (四) 上市公司与交易对方签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》及《盈利补偿协议》
- (五) 海通证券出具的独立财务顾问报告
- (六) 律师出具的法律意见书
- (七) 会计师出具的审计报告
- (八) 会计师出具的盈利预测审核报告
- (九) 资产评估师出具的资产评估报告
- (十) 其他备查文件

二、备查地点

上海新文化传媒集团股份有限公司

地址：上海市虹口区东江湾路 444 号北区 238 室

电话：021-65871976

传真：021-65873968

联系人：盛文蕾

（此页无正文，为《上海新文化传媒集团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重大资产重组报告书》之签署页）

上海新文化传媒集团股份有限公司

年 月 日