

新时代证券股份有限公司  
关于申科滑动轴承股份有限公司  
发行股份及支付现金购买资产  
并募集配套资金暨关联交易  
行政许可项目审查一次反馈意见回复  
之  
核查意见

独立财务顾问



新时代证券股份有限公司  
New Times Securities Co., Ltd.

(北京市海淀区北三环西路 99 号院 1 号楼 15 层 1501)

二〇一六年十一月

## 中国证券监督管理委员会：

申科滑动轴承股份有限公司（以下简称“申科股份”、“上市公司”或“公司”）收到中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）于 2016 年 10 月 28 日下发的 162736 号《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（以下简称“《反馈意见》”），并按照《反馈意见》的要求对所涉及的事项进行了资料补充和问题答复。新时代证券股份有限公司（以下简称“新时代证券”或“独立财务顾问”）作为本次交易的独立财务顾问，现对申科股份对《反馈意见》的回复（以下简称“反馈意见回复”）进行了核查并出具核查意见（以下简称“本核查意见”）如下，敬请审阅。

在本核查意见中，除非文义载明，相关简称与《申科滑动轴承股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》中“释义”所定义的词语或简称具有相同的含义。

1.申请材料显示，执行事务合伙人负责合伙企业日常运营管理事务，决定合伙企业的经营决策和财务政策，行使合伙企业的经营管理权，对合伙企业进行有效管控。未经执行事务合伙人同意，任何合伙人均不得以其对本合伙企业出资份额上设定质押、担保及其他第三方权益。请你公司：1)结合《合伙企业法》及合伙企业控制权认定相关依据和案例，进一步补充披露执行事务合伙人对合伙企业行使合伙企业经营管理权是否等同于对合伙企业具有控制权。2)结合股权结构安排、实际出资人、合伙或者投资协议主要内容、重大事项决策权和否决权、内部决策权限和程序、相关方权利义务关系及资金往来情况等，进一步补充披露钟声为华创易盛实际控制人的理由及依据。请独立财务顾问和律师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合《合伙企业法》及合伙企业控制权认定相关依据和案例，进一步补充披露执行事务合伙人对合伙企业行使合伙企业经营管理权是否等同于对合伙企业具有控制权。

#### 1、关于实际控制权的定义及认定依据

根据《公司法》的规定，控股股东是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股本总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东；实际控制人，是指虽不是公司的股东，但通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人。

根据《深圳证券交易所股票上市规则》的规定，控股股东是指其持有的股份占公司股本总额 50%以上的股东，或者持有股份的比例虽然不足 50%，但依其持有的股份所享有的表决权已足以对股东大会的决议产生重大影响的股东；实际控制人是指通过投资关系、协议或者其他安排，能够支配、实际支配公司行为的自然人、法人或者其他组织。

根据《深圳证券交易所股票上市规则》的规定，控制是指有权决定一个企业的财务和经营决策，并能据以从该企业的经营中获取利益。有下列情形之一的，为拥有上市公司控制权：上市公司持股 50%以上的控股股东；可以实际支配上市公司股份表决权超过 30%；通过实际支配上市公司股份表决权能够决定公司董事会半数以上成员选任；依其可实际支配的上市公司股份表决权足以对公司股东大会的决议产生重大影响；中国证监会或者深圳证券交易所认定的其他情形。

根据《<首次公开发行股票并上市管理办法>第十二条“实际控制人”没有发生变更的理解和适用——证券期货法律适用意见第 1 号》的规定，公司控制权是能够对股东大会的决议产生重大影响或者能够实际支配公司行为的权力，其渊源是对公司的直接或者间接的股权投资关系，因此，认定公司控制权的归属，既要审查相应的股权投资关系，也需要根据个案的实际情况，综合对发行人股东大会、董事会决议的实质影响、对董事和高级管理人员的提名及任免所起的作用等因素进行分析判断。

## 2、《合伙企业法》关于合伙事务执行的规定

根据《合伙企业法》的规定，有限合伙企业由普通合伙人执行合伙事务，有限合伙人执行合伙事务，但有限合伙人仍可以参与决定普通合伙人的入伙、退伙、对企业的经营管理等提出建议，同时部分其他事项需获得全体合伙人一致同意等。

## 3、认定合伙企业的普通合伙人（GP）拥有合伙企业控制权的案例

序号	证券代码	证券简称	控股股东名称	持股比例	普通合伙人	股份取得方式	实际控制人	实际控制人认定理由概述
1	000892.SZ	星美联合	欢瑞世纪（天津）资产管理合伙企业（有	14%	陈援	协议受让	陈援与钟君艳夫妇	陈援持有 0.26% 的出资份额，钟君艳作为 LP 持有 2.64% 的出资份额，其他 LP 持股比例较高

序号	证券代码	证券简称	控股股东名称	持股比例	普通合伙人	股份取得方式	实际控制人	实际控制人认定理由概述
			有限合伙)					
2	002569.SZ	步森股份	上海睿鸢资产管理合伙企业(有限合伙)	29.86%	北京非凡领投资管理有限公司(非凡领驭)	协议受让	由杨臣、田瑜、毛贵良、刘靖变更为徐茂栋	2015年4月,合伙企业通过协议受让股权的方式成为上市公司控股股东,非凡领驭为GP,持有1.03%出资份额,杨臣、田瑜、毛贵良、刘靖合计持有非凡领驭100%股权,认定四个自然人为实际控制人,2016年8月非凡领驭将其合伙份额转让给北京星河赢用科技有限公司(GP),徐茂栋为北京星河赢用科技有限公司的实际控制人,因此认定徐茂栋为新的实际控制人
3	002629.SZ	仁智股份	西藏瀚澧电子科技合伙企业(有限合伙)	14.64%	金环	协议受让	金环	金环持有合伙企业40%出资份额,其他三个有限合伙人分别持有20%的出资份额
4	002691.SZ	冀凯股份	深圳卓众达富投资合伙企业(有限合伙)	29%	深圳水杉元和投资有限公司	协议受让	刘伟	深圳水杉元和投资有限公司持有合伙企业1%的出资份额,刘伟为GP的控股股东,认定刘伟为实际控制人

序号	证券代码	证券简称	控股股东名称	持股比例	普通合伙人	股份取得方式	实际控制人	实际控制人认定理由概述
5	300125.SZ	易世达	杭州光恒昱股权投资合伙企业(有限合伙)	21.88%	厦门追日投资合伙企业(有限合伙)	协议受让	刘振东	厦门追日投资合伙企业(有限合伙)持有杭州光恒昱股权投资合伙企业(有限合伙)0.76%的出资额,刘振东为厦门追日投资合伙企业(有限合伙)的GP,同时持有99%的出资份额,因此认定刘振东为实际控制人
6	002313.SZ	日海通讯	珠海润达泰投资合伙企业(有限合伙)	19.69%	上海玉翔投资有限公司	协议受让	薛建	上海玉翔投资有限公司持有珠海润达泰投资合伙企业(有限合伙)0.10%的出资份额,薛建持有上海玉翔投资有限公司50%的股权,并且受托管理另外50%的股权,认定薛建为实际控制人
7	000676.SZ	智度股份	北京智度德普股权投资中心(有限合伙)	45.78%	西藏智度投资有限公司	重组新增股份	吴红心	西藏智度投资有限公司作为唯一的普通合伙人持有北京智度德普股权投资中心(有限合伙)0.312%的出资份额,吴红心持有GP100%出资,同时作为有限合伙人直接持有北京智度德普股权投资中心(有限合伙)的14.42%出资,同时间接控制另一有限合伙人的23.37%的出资
8	002464.SZ	金利科技	宁波冉盛盛瑞投资管理合伙企业(有	24.04%	冉盛(宁波)股权投资基金管理有限公司	协议受让(同一控制人下)	郭昌玮	GP持有合伙企业0.01%的出资,实际控制宁波冉盛盛瑞投资管理合伙企业(有限合伙)。郭昌玮先生通过冉盛财富管理有限公司间接持有冉盛(宁波)股权投资基金管理有限公

序号	证券代码	证券简称	控股股东名称	持股比例	普通合伙人	股份取得方式	实际控制人	实际控制人认定理由概述
			有限合伙)		司			司 80%的股权。因此认定郭昌玮先生为宁波冉盛盛瑞投资管理合伙企业(有限合伙)的实际控制人
9	000976.SZ	春晖股份	广州市鸿众投资合伙企业(有限合伙)	18.88%	江晓敏	参与非公开巩固股权	江逢坤	江晓敏为GP,同时持有80%出资份额,江晓敏为江逢坤的女儿,因此定增前后实际控制人未发生变更
10	002111.SZ	威海广泰	新疆广泰空港股权投资有限合伙企业	28.08%	李光太	参与2015年非公开巩固股权	李光太	李光太为GP,持有份额40.16%份额
11	002228.SZ	合兴包装	新疆兴汇股权投资管理有限合伙企业	38.08%	石河子兴信股权投资管理有限公司	-	徐晓光家族(4个人)	实际控制人合计持有合伙企业100%份额
12	002412.SZ	汉森制药	新疆汉森股权投资管理有限合伙企业	51.97%	刘令安	-	刘令安	刘令安持有合伙企业68%的出资份额

序号	证券代码	证券简称	控股股东名称	持股比例	普通合伙人	股份取得方式	实际控制人	实际控制人认定理由概述
13	002429.SZ	兆驰股份	新疆兆驰股权投资合伙企业(有限合伙)	61.61%	顾伟	-	顾伟	顾伟持有合伙企业91.65%的出资份额
14	002432.SZ	九安医疗	石河子三和股权投资合伙企业(有限合伙)	37.28%	刘毅	-	刘毅	刘毅持有合伙企业91.09%的出资份额
15	002518.SZ	科士达	新疆科士达股权投资合伙企业(有限合伙)	60.10%	刘程宇	-	刘程宇、刘玲夫妇	实际控制人合计持有合伙企业100%份额
16	002674.SZ	兴业科技	石河子万兴股权投资合伙企业(有限合伙)	27.95%	吴华春	-	吴华春	吴华春持有合伙企业52.85%出资份额



序号	证券代码	证券简称	控股股东名称	持股比例	普通合伙人	股份取得方式	实际控制人	实际控制人认定理由概述
17	300221.SZ	银禧科技	石河子市瑞晨股权投资合伙企业(有限合伙)	26.34%	谭颂斌	-	谭颂斌、周娟	谭颂斌、周娟合计持有合伙企业 100%出资额
18	300460.SZ	惠伦晶体	新疆惠伦股权投资合伙企业(有限合伙)	38.25%	赵积清	-	赵积清	赵积清持有合伙企业 92%的出资额
19	002459.SZ	天业通联	深圳市华建盈富投资企业(有限合伙)	36.39%	华建业投资有限公司	协议受让	何志平	GP 直接持有合伙企业 97.65%的出资,何志平直接持有合伙企业的 2.35%的出资,同时间接控制 GP 的 100%的出资
20	002637.SZ	赞宇科技	杭州永银投资合伙企业(有限合伙)	16.79%	方银军	非公开发行	方银军	方银军作为合伙企业的普通合伙人持有其 61.76%的出资。方银军直接持有上市公司 9.19%股份,同时通过合伙企业间接持有上市公司 16.79%股份
22	000533.SZ	万家乐	广州蕙富博衍投资	17.37%	广州汇澳丰股权	协议受让	无(由于 GP 无实际控	根据详式权益变动报告书的披露,由于 GP 的股权结构分散(三名股东的持股比例分别为

序号	证券代码	证券简称	控股股东名称	持股比例	普通合伙人	股份取得方式	实际控制人	实际控制人认定理由概述
			合伙企业(有限合伙)		投资基金管理有限公司		制人导致)	40%、30%、30%)，且三名股东各占有1名董事席位，因此认定GP无实际控制人，继而认定上市公司无实际控制人。
23	000586.SZ	汇源通信	广州蕙富骐骥投资合伙企业(有限合伙)	20.68%	广州汇澳丰股权投资管理有限公司	协议受让	无(由于GP无实际控制人导致)	根据详式权益变动报告书的披露，由于GP的股权结构分散(三名股东的持股比例分别为40%、30%、30%)，且三名股东各占有1名董事席位，因此认定GP无实际控制人，继而认定上市公司无实际控制人。
24	002622.SZ	永大集团	广州汇垠日丰投资合伙企业(有限合伙)	23.81%	广州汇澳丰股权投资管理有限公司	协议受让	无(由于GP无实际控制人导致)	广州汇垠日丰投资合伙企业(有限合伙)的普通合伙人和执行事务合伙人为广州汇垠澳丰股权投资基金管理有限公司，持有其99.998%的出资额，而广州汇垠澳丰股权投资基金管理有限公司无实际控制人，因此公司无实际控制人

#### 4、认定合伙企业的普通合伙人(GP)未拥有合伙企业控制权的案例

序号	证券代码	证券简称	控股股东名称	持股比例	普通合伙人	股份取得方式	实际控制人	实际控制人认定理由概述
----	------	------	--------	------	-------	--------	-------	-------------

序号	证券代码	证券简称	控股股东名称	持股比例	普通合伙人	股份取得方式	实际控制人	实际控制人认定理由概述
1	002548.SZ	金新农	新疆成农远股权投资合伙企业	40.95%	陈俊海	-	无实际控制人	2014年2月，合伙企业各合伙人解除了一致行动协议，陈俊海为GP，持有31.99%的出资份额，其他合伙人出资份额不足10%，出资结构比较分散，并且合伙协议约定合伙人会议为最高决策机构，有权决定合伙企业的全部重大事项，因此认定无实际控制人

根据上述案例，除金新农未将普通合伙人认定为拥有合伙企业的实际控制权（由于合伙协议约定合伙人大会为最高决策机构，有权决定合伙企业的全部重大事项，因此认定该合伙企业无实际控制人）外，其他的案例中拥有合伙企业实际控制权的均为该合伙企业的普通合伙人，其中星美联合、步森股份、仁智股份、冀凯股份、易世达、日海通讯的案例中，普通合伙人持有的出资份额均小于50%，并且大部分普通合伙人的出资份额均较小。

#### 5、合伙企业关于实际控制权认定的总结

根据上述关于实际控制权的规定、《合伙企业法》关于合伙企业合伙事务执行的规定以及上述A股上市公司实际控制人认定的披露案例，实际控制人是指通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人，需要综合股权投资关系、对合伙企业的内部决策及合伙事务执行的实质影响、对重要人员的提名及任免所起的作用等因素进行分析判断，执行事务合伙人享有法律及合伙协议规定的执行合伙事务的权利，但同时法律及合伙协议也可能对有限合伙人参与合伙事务的监督、管理进行一定的约定，因此需要综合上述事项进而判断合伙企业的实际控制人，执行事务合伙人对合伙企业行使合伙企业经营管理权并不必然等同于对合伙企业具有控制权。

二、结合股权结构安排、实际出资人、合伙或者投资协议主要内容、重大事项决策权和否决权、内部决策权限和程序、相关方权利义务关系及资金往来情况等，进一步补充披露钟声为华创易盛实际控制人的理由及依据。

1、华创融金对华创易盛拥有实际控制权

根据华创易盛的出资结构、合伙协议的约定，基于下述分析，认定华创融金对华创易盛拥有实际控制权。

(1) 华创融金为普通合伙人，并持有华创易盛 20%的出资份额

截至本反馈意见回复出具之日，华创易盛的出资结构如下：

序号	合伙人名称	合伙人类别	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资 比例
1	华创融金	普通合伙人	87,500.01	60,000.01	20.00%
2	深圳鸿兴伟创科技有限公司	有限合伙人	90,000.00	58,638.74	20.57%
3	杭州展进科技有限公司	有限合伙人	29,999.99	29,999.99	6.86%
4	西安直线科技有限公司	有限合伙人	230,000.00	146,839.53	52.57%
合计			<b>437,500.00</b>	<b>295,478.27</b>	<b>100.00%</b>

根据华创易盛各合伙人的确认，各合伙人持有华创易盛出资份额系真实持有，不存在受他人委托、信托等为他人代持的方式持有华创易盛出资份额的情形。

(2) 华创融金为执行事务合伙人，拥有合伙协议规定的执行合伙企业相关事务的决定权利

华创融金作为执行事务合伙人（委派钟声执行合伙事务），对外代表企业，其他合伙人不再执行合伙事务，但有权监督执行事务合伙人，检查其执行合伙事务的情况。

执行事务合伙人拥有《合伙企业法》及合伙协议所规定的执行合伙企业相关事务的决定权利，包括但不限于：

A、负责合伙企业日常运营；

B、自行决定变更合伙企业的名称、经营范围、主要经营场所的地点并办理

相应的工商登记手续；

C、管理、维持和处分合伙企业的财产，开立、维持和撤销合伙企业的银行账户；

D、聘任经营管理人员，聘用中介机构、顾问等为合伙企业提供服务；

E、采取和维持合伙企业合法存续、以合伙企业身份开展经营活动所必须的一切行动；

F、以合伙企业的利益决定提起诉讼或应诉，进行仲裁。

### (3) 重大事项的决策权限和程序

华创易盛的重大事项的决策方式汇总如下：

序号	涉及事项	决策方式
1	增加出资（募集资金）及每名合伙人的认缴出资方案	普通合伙人决定或同意
2	新合伙人入伙、合伙人退伙	
3	合伙人在其持有的合伙企业出资份额上设定质押、担保及其他第三方权益	
4	合伙期限续期	
5	合伙企业解散	
6	合伙事务的执行，具体包括： 1、负责本企业日常运营； 2、自行决定变更本企业的名称、经营范围、主要经营场所的地点并办理相应的工商登记手续； 3、管理、维持和处分本企业的财产，开立、维持和撤销合伙企业的银行账户； 4、聘任经营管理人员，聘用中介机构、顾问等为合伙企业提供服务； 5、采取和维护本企业合法存续、以本企业身份开展经营活动所必须的一切活动； 6、以本企业的利益决定提起诉讼或应诉，进行仲裁。	执行事务合伙人决定
7	投资决策委员会委员的委派和任免	执行事务合伙人决定，钟声为主任
8	投资项目决策，主要包括审议合伙企业投资政策和管理制度、审议项目投资方案和投资退出方案、决定对所投资的公司行使股东权利等	投资决策委员会过半数委员投票通过，主任对项目及决策拥有一票否决权
9	修改合伙协议	全体合伙人一致同意

序号	涉及事项	决策方式
10	合伙人的除名	其他合伙人一致同意
11	合伙人资格的继承	其他合伙人一致同意
12	普通合伙人与有限合伙人的相互转换	全体合伙人一致同意

根据上述可知，涉及合伙企业的增资及增资方案、引入新的合伙人或协议退伙、合伙企业的续期及解散、合伙事务的执行以及合伙企业重要决策机构成员（投资决策委员会委员的）任免均由华创易盛唯一的普通合伙人及执行事务合伙人华创融金决定或需经其同意，涉及合伙企业的投资项目决策及行使所投资公司的股东权利则由投资决策委员会决策，但华创融金对该投资决策委员会成员的任免具有唯一、绝对和排他的权利，此外的包括修改合伙协议、合伙人的除名、普通合伙人与有限合伙人的相互转换事宜需经全体合伙人一致同意，因此，华创融金作为普通合伙人和执行事务合伙人，根据《合伙企业法》和合伙协议的约定，能够通过其自行决策或者通过其能控制的投资决策委员会，对作为投资型企业的华创易盛的重大经营、财务事项产生决定性的影响。

#### （4）利润分配方式

华创易盛支付约定费用后的利润由合伙人按照如下方式分配：

第一轮分配：首先按各合伙人对合伙企业的实缴出资的比例分配给各合伙人，直至各合伙人累计获得的分配金额达到其实缴出资额。

第二轮分配：若经过第一轮分配后仍有可分配利润，则该等可分配现金的80%按全体合伙人的实缴出资额比例分配给全体合伙人，该等可分配利润的20%分配给普通合伙人。

华创融金作为普通合伙人，享有按照其出资比例分配合伙企业利润的权利。

#### （5）相关方的权利义务关系

如上述，华创融金作为普通合伙人和执行事务合伙人，其有权决定合伙企业的增资及增资方案、引入新的合伙人或协议退伙、合伙企业的续期及解散、执行合伙事务以及任免合伙企业重要决策机构（投资决策委员会）成员，同时作为合伙企业的合伙人之一，也享有包括分配利润、参与作出合伙人除名决议、参与作

出合伙人资格承继的决议等权利；同时华创融金需遵守《合伙企业法》和合伙协议的约定执行合伙事务。

根据合伙协议，有限合伙人不参加执行事务，但有权监督执行事务的合伙人，检查其执行合伙企业事务的情况，同时对于合伙协议约定的需经有限合伙人同意的事项参与决策。

综上，华创融金为华创易盛的普通合伙人，并持有 20%的出资份额，根据《合伙企业法》和合伙协议的约定，华创融金为华创易盛的执行事务合伙人，负责合伙事务的执行，对外代表企业，并对包括合伙企业的增资及增资方案、引入新的合伙人或协议退伙、合伙企业的续期及解散以及合伙企业重要决策机构（投资决策委员会委员）的任免等事项具有唯一的决定权，并因此能对投资决策委员会的决策产生重大决定性影响，钟声作为委托代表和投资决策委员会主任对投资决策委员会拥有一票否决权，因此华创融金能通过其普通合伙人身份及对合伙企业出资而能够实际支配华创易盛的行为，华创融金对华创易盛拥有实际控制权。

## 2、钟声为华创融金的实际控制人

### （1）华创融金的股权结构

经核查，华创融金的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	宋鑫	990	990	19.8%
2	钟声	4,010	4,010	80.2%
合计		<b>5,000</b>	<b>5,000</b>	<b>100%</b>

根据华创融金的股东钟声、宋鑫的确认，钟声、宋鑫持有华创融金的出资份额由其真实持有，不存在受他人委托、信托等为他人代持的方式持有华创融金出资份额的情形。

### （2）华创融金的内部决策程序

根据华创融金的公司章程，股东会为公司的权力机构，股东会会议由股东按照出资比例行使表决权，行使下列职权：

- A、决定公司的经营方针和投资计划；
- B、选举和变更非由职工代表担任的执行董事、监事，决定有关执行董事、监事的报酬事项；
- C、审议批准执行董事的报告；
- D、审议批准监事的报告；
- E、审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- F、审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损的方案；
- G、对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- H、对公司发行债券作出决议；
- I、对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- J、修改公司章程。

②公司不设董事会，设执行董事一人，由股东会选举产生。执行董事行使下列职权：

- A、负责召集股东会，并向股东会议报告工作；
- B、执行股东会的决议；
- C、审定公司的经营计划和投资方案；
- D、制订公司的年度预算方案、决算方案；
- E、制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- F、制订公司增加或者减少注册资本以及发行公司债券的方案；
- G、制订公司合并、分立、变更公司形式、解散的方案；
- H、决定公司内部管理机构的设置；
- I、决定聘任或者解聘经理及其报酬事项，并根据经理的提名决定聘任或者解聘公司副经理、财务负责人及其报酬事项；



J、制定公司的基本管理制度。

③公司设经理，由执行董事决定聘任或者解聘，经理对执行董事负责，行使如下职权：

A、主持公司的生产经营工作，组织实施股东会决议；

B、组织实施公司年度经营计划和投资方案；

C、拟订公司内部管理机构设置方案；

D、拟订公司的基本管理制度；

E、制定公司的具体规章；

F、提请聘任或者解聘公司副经理、财务负责人；

G、决定聘任或者解聘除应由股东会决定聘任或者解聘以外的负责管理人员；

H、股东会授予的其他职权。

钟声为华创融金的执行董事和经理。

基于上述，由于钟声持有华创融金 80.20%的股权，对华创融金的股东会决议能产生决定性影响，并可通过其持股对华创融金的董事会（或执行董事）、经理等高级管理人员的经营决策产生重大影响，因此钟声拥有华创融金的实际控制权。

### 三、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：华创融金为华创易盛的普通合伙人，并持有 20%的出资份额，根据《合伙企业法》和合伙协议的约定，华创融金为华创易盛的执行事务合伙人，负责合伙事务的执行，对外代表企业，并对包括合伙企业的增资及增资方案、引入新的合伙人或协议退伙、合伙企业的续期及解散以及合伙企业重要决策机构成员（投资决策委员会委员）的任免等事项具有唯一的决定权，并因此能对投资决策委员会的决策产生重大决定性影响，钟声作为委托代表和投资决策委员会主任对投资决策委员会拥有一票否决权，因此华创融金能通过其普

通合伙人之身份及对合伙企业出资而能够实际支配华创易盛的行为，华创融金对华创易盛拥有实际控制权，而由于钟声持有华创融金 80.20%的股权，并且担任华创融金执行董事和经理，因此钟声为华创易盛的实际控制人。

**2.请你公司补充披露：1) 华创易盛的合伙协议中关于有限合伙人与无限合伙人相互转换机制的相关约定。2) 有限合伙企业穿透后的合伙人资金来源、收益权和表决权的协议安排、在存续期内的合伙人入伙和退伙的具体安排。3) 华创易盛的实际控制人钟声在本次交易完成后保持控制权稳定的相关安排和承诺。请独立财务顾问和律师核查并发表明确意见。**

回复：

**一、华创易盛的合伙协议中关于有限合伙人与无限合伙人相互转换机制的相关约定**

根据华创易盛的合伙协议及补充协议的约定，普通合伙人转变为有限合伙人，或者有限合伙人转变为普通合伙人，应当经全体合伙人一致同意；有限合伙人转变为普通合伙人的，对其作为有限合伙人期间有限合伙企业发生的债务承担无限连带责任；普通合伙人转变为有限合伙人的，对其作为普通合伙人期间合伙企业发生的债务承担无限连带责任；企业仅剩有限合伙人的，应当解散；企业仅剩普通合伙人的，转为普通合伙人。

根据华创融金出具的承诺，华创融金承诺在华创易盛所持上市公司股份锁定期内，自身不会申请转变为华创易盛的有限合伙人，也不会同意华创易盛任何有限合伙人转变为普通合伙人，也不会引入任何新的单位或者个人作为普通合伙人。

**二、有限合伙企业穿透后的合伙人资金来源、收益权和表决权的协议安排、在存续期内的合伙人入伙和退伙的具体安排**

**1、华创易盛合伙人的出资来源**

经核查华创易盛各合伙人的银行流水、相关借款协议及银行凭证，华创易盛

各合伙人出资的资金来源如下表所示：

合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资比例	出资来源
华创融金	普通合伙人	87,500.01	60,000.01	20%	4,995 万元是自有资金 55,005 万元是来自于北京迅杰新科科技有限公司的借款，借款期限 6 年
杭州展进科技有限公司	有限合伙人	29,999.99	29,999.99	6.86%	3 亿元来源于北京昆仑博越科贸有限公司的借款，借款期限 5 年
深圳鸿兴伟创科技有限公司	有限合伙人	90,000.00	58,638.74	20.57%	1.9 亿元来源于中凯汇川（北京）进出口贸易有限公司，借款期限 5 年 3.6 亿元来源于北京海腾天翔科贸有限公司，借款期限 5 年 0.35 亿元来源于北京苏明新科贸有限公司、捷信泰贸易（北京）有限公司、北京盛海隆嘉贸易有限公司、北京华文益利科贸有限公司的 1 年期短期借款
西安直线科技有限公司	有限合伙人	230,000.00	146,839.53	52.57%	9 亿元为自有资金（注册资本为 10 亿元） 3.55 亿元来源于北京逸兴智通商贸有限公司 5 年期借款 2.1 亿元来源于深圳杰胜宏图科技有限公司 5 年期借款
合计		437,500.00	295,478.27	100%	

## 2、华创易盛收益权和表决权的协议安排

根据华创易盛的合伙协议及其补充协议，华创易盛支付约定费用后的利润由合伙人按照如下方式分配：第一轮分配：首先按各合伙人对合伙企业的实缴出资额的比例分配给各合伙人，直至各合伙人累计获得的分配金额达到其实缴出资额；第二轮分配：若经过第一轮分配后仍有可分配利润，则该等可分配现金的 80%

按全体合伙人的实缴出资额比例分配给全体合伙人，该等可分配利润的 20% 分配给普通合伙人。

根据华创易盛合伙协议及其补充协议的约定，涉及华创易盛的相关事项的决策分为由执行事务合伙人或普通合伙人同意、投资决策委员会表决、全体合伙人一致同意，具体如下：

序号	涉及事项	决策方式
1	增加出资（募集资金）及每名合伙人的认缴出资方案	普通合伙人决定或同意
2	新合伙人入伙、合伙人退伙	
3	合伙人在其持有的合伙企业出资份额上设定质押、担保及其他第三方权益	
4	合伙期限续期	
5	合伙企业解散	
6	合伙事务的执行，具体包括： 1、负责本企业日常运营； 2、自行决定变更本企业的名称、经营范围、主要经营场所的地点并办理相应的工商登记手续； 3、管理、维持和处分本企业的财产，开立、维持和撤销合伙企业的银行账户； 4、聘任经营管理人员，聘用中介机构、顾问等为合伙企业提供服务； 5、采取和维护本企业合法存续、以本企业身份开展经营活动所必须的一切活动； 6、以本企业的利益决定提起诉讼或应诉，进行仲裁。	执行事务合伙人决定
7	投资决策委员会委员的委派和任免	执行事务合伙人决定
8	投资项目决策，主要包括审议合伙企业投资政策和管理制度、审议项目投资方案和投资退出方案、决定对所投资的公司行使股东权利等	投资决策委员会过半数委员投票通过，主任对项目及决策拥有一票否决权
9	修改合伙协议	全体合伙人一致同意
10	合伙人的除名	其他合伙人一致同意
11	合伙人资格的继承	其他合伙人一致同意
12	普通合伙人与有限合伙人的相互转换	全体合伙人一致同意

根据华创易盛各合伙人的书面确认，其对华创易盛的出资额享有完整的权利，包括但不限于表决权、收益权、对出资份额的处分权等，各合伙人自行享有和行使其权益，不存在将其因对华创易盛出资并根据合伙协议而享有的各项权利

委托给任何第三方行使的安排。

### 3、在存续期内的合伙人入伙和退伙的具体安排

根据华创易盛合伙协议及其补充协议的约定，在存续期内合伙人的入伙和退伙安排如下：

#### (1) 入伙

普通合伙人决定后续募集资金（增加对合伙企业的出资），新合伙人入伙或增加现有合伙人的认缴出资均由普通合伙人决定。

#### (2) 退伙

##### ①协议退伙

有下列情形之一的，合伙人可以退伙：**A**、合伙协议约定的退伙事由出现；**B**、经普通合伙人同意退伙；**C**、发生合伙人难以继续参加合伙企业的事由；**D**、其他合伙人严重违反合伙协议约定的义务。

##### ②当然退伙

合伙人有下列情形之一的，当然退伙：**A**、作为合伙人的自然人死亡或者被依法宣告死亡；**B**、个人丧失偿债能力；**C**、作为合伙人的法人或者其他组织依法被吊销营业执照、责令关闭撤销，或者被宣告破产；**D**、法律规定或者合伙协议约定合伙人必须具有相关资格而丧失该资格；**E**、合伙人在合伙企业中的全部财产份额被人民法院强制执行。

##### ③合伙人的除名

执行事务合伙人有下列情形之一的，经其他合伙人一致同意，可以决定将其除名：未按期履行出资义务，因故意或重大过失给合伙企业造成特别重大损失，执行合伙事务时严重违背合伙协议，有不正当行为。对执行事务合伙人的除名决议应当书面通知被除名人，被除名人接到除名通知之日，除名生效，被除名人退伙。

有限合伙人有《合伙企业法》第四十九条规定的情形之一的，经其他合伙人

一致同意，可以决议将其除名。对有限合伙人的除名决议应当书面通知被除名人。被除名人接到除名通知之日，除名生效，被除名人退伙。被除名人对除名决议有异议的，可以自接到除名通知之日起三十日内，向人民法院起诉。

华创易盛普通合伙人华创融金和有限合伙人均已分别出具《关于保持华创易盛出资结构稳定的承诺函》，承诺在华创易盛所持上市公司股份锁定期内，不转让所持有的华创易盛出资份额或退出合伙，不吸收新的合伙人加入华创易盛，保持华创易盛出资结构的稳定。

### 三、华创易盛的实际控制人钟声在本次交易完成后保持控制权稳定的相关安排和承诺

华创易盛、华创融金及钟声已共同作出《关于不放弃上市公司控制权的承诺》，承诺如下：

“1、本次交易完成后，华创易盛通过 2016 年 2 月协议受让的股份及华创易盛通过本次认购本次募集配套资金所获得的全部股份锁定 60 个月；在所持上市公司股份锁定期内，本企业及本人将严格遵守关于股份锁定期的承诺，本企业及其一致行动人目前暂无在本企业所持上市公司股份锁定期届满后的股份减持计划，也无相应的时间表；

2、在本次交易完成后 60 个月内，本企业及本人承诺不会全部或者部分放弃在股东大会、董事会的表决权，不会协助任何第三方增强其在股东大会、董事会的表决权，不会通过任何方式协助任何第三方成为控股股东或者实际控制人；

3、在本次交易完成后 60 个月内，本企业及本人将根据资本市场情况及实际需要，采取各种必要的合法方式和措施（包括但不限于增持股份等），保证本企业及本人对上市公司的控股股东及实际控制人地位不丧失，坚决不放弃控股股东或实际控制人地位，维护上市公司控制权的稳定。”

钟声已进一步出具《关于保持华创融金控股权的承诺函》，承诺：

“在本次交易全部实施完毕前，本人将保证对华创融金的认缴出资额及出资比例不发生变化，并保证华创融金的股权结构不发生变化。

在华创易盛所持上市公司股份锁定期内，本人承诺不减少对华创融金的认缴出资额，不会部分或者全部转让所持有的华创融金的出资额，也不会同意或通过放弃优先认购权等方式变相同意其他股东或者任何第三方单方对华创融金进行增资而导致本人对华创融金的持股比例低于 50%，以保持华创融金股权结构的稳定及本人对华创融金的控股地位。”

#### 四、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：华创易盛合伙协议已约定华创易盛的有限合伙人和普通合伙人的转换机制、入伙和退伙的安排以及相关表决权和收益权安排，华创融金作为华创易盛的普通合伙人和执行事务合伙人，对上述事项均有决定权或否决权（需全体合伙人一致同意的事项华创融金即具有否决权），同时华创融金作为普通合伙人也享有按其出资额分配合伙企业利润的权利，上述事项均有利于保证华创融金对华创易盛的实际控制权；同时钟声作为华创融金的控股股东，已承诺在华创易盛所持上市公司股份锁定期内保持对华创易盛的控股地位，不放弃对本次交易完成后上市公司的控制地位，上述承诺及安排有利于保持本次交易后上市公司实际控制权的稳定。

**3.请你公司结合我会《关于上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金的相关问题与解答》的规定，补充披露本次交易在认定是否构成《上市公司重大资产重组办法》第十三条规定的交易情形时，剔除上市公司控股股东、实际控制人及其一致行动人拟认购募集配套资金的后，控制权是否发生变更，是否构成重组上市。请独立财务顾问和律师核查并发表明确意见。**

回复：

#### 一、本次交易对上市公司股权结构的影响

截至本反馈意见回复出具日，上市公司的总股本为 150,000,000 股。按照本次交易方案，本次交易完成前后的股权结构如下：

股东姓名/名称	本次交易前		本次交易后 (考虑配套融资)		本次交易后 (不考虑配套融资)	
	持股数(股)	股权	持股数(股)	股权	持股数(股)	股权

		比例		比例		比例
华创易盛	20,643,750	13.76%	74,273,666	25.69%	20,643,750	8.77%
何全波及何建东	61,931,250	41.29%	61,931,250	21.42%	61,931,250	26.30%
网罗天下	-	-	45,261,766	15.65%	45,261,766	19.22%
上市公司其他股东	67,425,000	44.95%	67,425,000	23.32%	67,425,000	28.63%
惠为嘉业	-	-	12,894,906	4.46%	12,894,906	5.48%
斐君锆晟	-	-	6,291,424	2.18%	6,291,424	2.67%
中诚永道	-	-	3,562,862	1.23%	3,562,862	1.51%
夏小满	-	-	2,898,130	1.00%	2,898,130	1.23%
张宏武	-	-	2,669,890	0.92%	2,669,890	1.13%
汪红梅	-	-	2,028,368	0.70%	2,028,368	0.86%
付恩伟	-	-	1,779,497	0.62%	1,779,497	0.76%
刘小林	-	-	1,738,878	0.60%	1,738,878	0.74%
和合创业	-	-	1,449,387	0.50%	1,449,387	0.62%
徐小滨	-	-	1,249,516	0.43%	1,249,516	0.53%
高绪坤	-	-	1,036,105	0.36%	1,036,105	0.44%
罗民	-	-	1,014,184	0.35%	1,014,184	0.43%
刘晨亮	-	-	891,038	0.31%	891,038	0.38%
高巍	-	-	444,874	0.15%	444,874	0.19%
东证创投	-	-	290,135	0.10%	290,135	0.12%
<b>合计</b>	<b>150,000,000</b>	<b>100.00%</b>	<b>289,130,876</b>	<b>100.00%</b>	<b>235,500,960</b>	<b>100.00%</b>

本次交易前，何全波持有公司 28.13%的股权，何建东持有公司 13.16%股权，何全波与何建东为父子关系，其构成一致行动关系，两者合计持有公司 41.29%的股权，为公司的控股股东和实际控制人。

## 二、剔除上市公司控股股东、实际控制人及其一致行动人拟认购募集配套资金的后，控制权是否发生变更，是否构成重组上市说明

中国证监会于 2016 年 6 月 17 日发布的《关于上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金的相关问题与解答》有关上市公司控股股东、实际控制人及其一致行动人拟认购募集配套资金的规定如下：

“《上市公司重大资产重组管理办法》第四十四条规定：‘上市公司发行股份购买资产的，可以同时募集部分配套资金’。上市公司发行股份购买资产同时



募集配套资金的，有哪些注意事项？

.....

2.上市公司控股股东、实际控制人及其一致行动人通过认购募集配套资金或取得标的资产权益巩固控制权的，有何监管要求？

答：在认定是否构成《上市公司重大资产重组办法》第十三条规定的交易情形时，上市公司控股股东、实际控制人及其一致行动人拟认购募集配套资金的，相应股份在认定控制权是否变更时剔除计算。

上市公司控股股东、实际控制人及其一致行动人在本次交易停牌前六个月内及停牌期间取得标的资产权益的，以该部分权益认购的上市公司股份，按前述计算方法予以剔除。”

根据上述《关于上市公司发行股份购买资产同时募集配套资金的相关问题与解答》规定，剔除华创易盛认购本次配套募集资金所对应的股份之后，则重组后何全波及何建东父子持有公司股份比例为 26.30%，网罗天下及其一致行动人合计持有公司 21.35%股份；华创易盛持有公司 8.77%股份；何全波及何建东父子仍为公司控股股东和实际控制人，公司的控股股东及实际控制权均未发生变更；因此，公司本次重大资产交易不符合《重组办法》第十三条所规定的情形，本次交易不构成重组上市。

### 三、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：根据证监会相关规定，剔除华创易盛认购本次配套募集资金所对应的股份之后，则重组后何全波及何建东父子持有公司股份比例为 26.30%，网罗天下及其一致行动人合计持有公司 21.35%股份；华创易盛持有公司 8.77%股份；何全波及何建东父子仍为公司控股股东和实际控制人，公司的控股股东及实际控制权均不发生变更；因此，公司本次重大资产交易不符合《重组办法》第十三条所规定的情形，本次交易不构成重组上市。

4.申请材料显示，华创融金共认缴华创易盛出资额 87,500.01 万元，目前已实缴出资 60,000.01 万元（其中 4,995 万元是自有资金；55,005 万元是来自于华创易盛实际控制人钟声控制的北京迅杰新科科技有限公司的信用借款），差额 27,500 万元拟通过向北京迅杰新科科技有限公司信用借款予以解决，上述借款期限为 1 年。请你公司：1) 补充披露华创融金实缴资本到位的年限及相关违约责任。2) 补充披露上述北京迅杰新科科技有限公司借款资金来源，是否存在结构化产品，与华创易盛其他股东及本次交易对方是否存在关联关系。3) 结合成立时间、资金实力等，补充披露华创融金对上述借款的还款安排和还款资金来源，是否存在不能偿付风险，是否存在退还实缴出资的风险，上述情形对上市公司控制权认定及本次交易的影响。请独立财务顾问和律师核查并发表明确意见。

回复：

#### 一、华创融金实缴资本到位的年限及相关违约责任

根据华创易盛的合伙协议及补充协议，华创融金认缴出资的出资时间为 2030 年，作为普通合伙人的华创融金如经仲裁裁决或法院判决程序认定未按期缴纳出资，经其他合伙人一致同意，可以决定将其除名，并推举新的执行事务合伙人；同时合伙人违反合伙协议的，应当赔偿其他合伙人的损失，按照合伙人承担责任类型，承担相应责任。

#### 二、北京迅杰新科科技有限公司借款资金来源，是否存在结构化产品，与华创易盛其他股东及本次交易对方是否存在关联关系

根据北京迅杰新科科技有限公司出具的承诺函，北京迅杰新科科技有限公司向华创融金提供 55,005 万元的借款系来源于其自有及自筹资金，资金来源合法，资金不存在来源于结构化产品的情形，资金未直接或间接来源于华创易盛其他合伙人，亦不存在任何关联关系或利益安排；资金未直接或间接来源于申科股份及本次交易对方或其关联方，亦不存在任何关联关系或利益安排，资金未直接或间接来源于为申科股份本次交易提供服务的中介机构及与本次项目相关的人员。

### 三、还款安排和还款资金来源

2016年11月13日，华创融金与北京迅杰新科科技有限公司签署《借款合同之补充协议》，约定将北京迅杰新科科技有限公司向华创融金借款55,005万元的借款期限延长为6年，在借款期限内经双方协商一致华创融金可以提前归还借款，借款期限届满后，双方协商一致的可延长借款期限；北京迅杰新科科技有限公司同时同意将与华创融金达成的3亿元意向借款的借款期限调整为6年，借款期限自实际借款日起算。

根据北京迅杰新科科技有限公司出具的承诺，北京迅杰新科科技有限公司承诺将遵守与华创融金的借款合同及补充协议的约定，给予华创融金借款6年的还款期限，并在借款期限届满后根据华创融金的实际还款安排及续展需求进一步延长还款期限，给予华创融金充分的资金支持，北京迅杰新科科技有限公司目前不存在依据任何有效的协议或承诺、文件导致北京迅杰新科科技有限公司必须或应当向华创融金收回借款，在所约定的期限内不会应任何单位或个人之请求、要求或主张而向华创融金要求提前收回借款；北京迅杰新科科技有限公司具有充足的资金实力、资产规模及融资能力履行该借款合同及补充协议及该承诺，向华创融金提供借款并延长借款期限不会对北京迅杰新科科技有限公司的正常经营和财务状况产生重大不利影响，不会影响北京迅杰新科科技有限公司的有效存续。

经查询全国企业信用信息公示网及北京迅杰新科科技有限公司提供的财务资料，北京迅杰新科科技有限公司成立于2009年9月11日，法定代表人为钟声，注册资本为20亿元（2014年4月以来），截至2016年9月30日，北京迅杰新科科技有限公司净资产约为65亿元（未经审计），北京迅杰新科科技有限公司现持有国盛金控（002670.SZ）约1亿股股份（占国盛金控总股本10.81%）。

根据钟声出具的承诺，基于华创融金及北京迅杰新科科技有限公司均为钟声本人控制的企业，钟声同意北京迅杰新科科技有限公司向华创融金借款并延长该借款期限至6年，钟声承诺将充分调动其控制的其他企业的资金及资源，根据华创融金的资金安排及需求为华创融金提供充分的资金支持，以保障华创融金对华创易盛控制权的稳定。

根据华创融金出具的说明，华创融金向北京迅杰新科科技有限公司的

55,005 万元的借款将在后续通过获得华创易盛分配的投资收益、其他经营所得及其他合法资金筹集等方式偿还。

#### 四、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：基于北京迅杰新科科技有限公司出具的承诺及本所律师对相关凭证等文件的核查，北京迅杰新科科技有限公司向华创融金提供借款的资金来源于其自有及自筹资金，资金不存在来源于结构化产品的情形，未直接或间接来源于华创易盛其他合伙人或申科股份及本次交易对方或其关联方，也不存在关联关系或利益安排；由于华创融金与北京迅杰新科科技有限公司同为钟声控制的企业，北京迅杰新科科技有限公司已将借款期限延长为 6 年，且北京迅杰新科科技有限公司和钟声已承诺给予充分的资金支持，北京迅杰新科科技有限公司和钟声具有充足的资金实力履行上述借款安排及承诺，因此在上述借款期限内，华创融金不存在偿付风险，不存在退还实缴出资的风险，上述与北京迅杰新科科技有限公司之间的借款安排对本次交易完成后上市公司控制权的认定及本次交易不会产生重大不利影响。

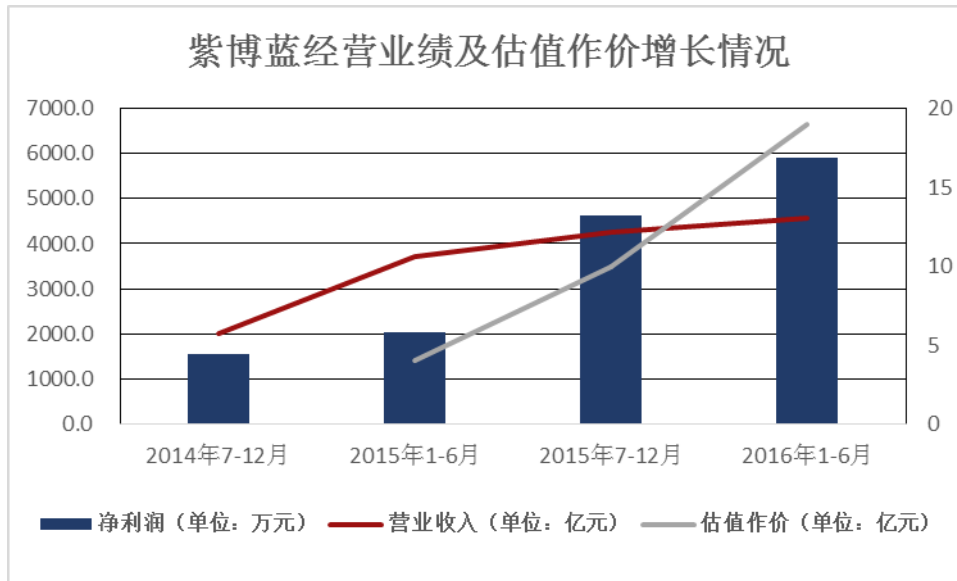
5.申请材料显示，由于历次股权转让的谈判节点不同，紫博蓝的经营业绩有较大差异，从而导致估值水平差异较大：1)2015年4月、5月增资及股权转让，基于2014年业绩，紫博蓝估值分别为3亿元、4亿元。2)2015年11月增资及股权转让，基于2015年1-6月业绩（2015年1-6月收入较上个半年增长86%，净利润较上个半年增长32%），紫博蓝估值为10亿元。3)2016年2月增资，基于2015年业绩（2015年收入同比增长95.35%，净利润同比增长94.89%），紫博蓝估值为19亿元。4)本次交易以2015年12月31日为基准日，紫博蓝评估作价21亿元。请你公司：1)补充披露紫博蓝2015年11月、2016年2月的增资及股权转让与2015年4月、5月相比，其估值作价变化幅度与经营业绩变化幅度是否匹配，重组报告书关于估值作价差异的理由是否充分。2)结合上述情形，进一步补充披露紫博蓝本次交易评估作价与历次股权转让估值水平差异较大的合理性，本次交易作价是否公允反映了紫博蓝的市场价值，是否存在损害上市公司和中小股东权益的情形。请独立财务顾问和评估师核查并发表明确意见。

回复：

#### 一、紫博蓝2015年11月、2016年2月的增资及股权转让与2015年4月、5月的估值情况比较

1、紫博蓝2015年11月、2016年2月的增资及股权转让与2015年4月、5月的估值作价变化幅度与经营业绩变化幅度较为匹配

紫博蓝的历次增资及股权转让的估值作价都是与投资者通过商业谈判的结果，紫博蓝与投资各方无关联关系，估值作价趋势变化是随着整个行业发展及标的公司自身经营情况的变化而变化。



如上图所示，2014年至2016年之间，紫博蓝实现了营业收入和净利润的大幅增长，成为紫博蓝估值作价大幅增长的主要原因。

(1) 紫博蓝2015年11月增资及股份转让与2015年4月、5月增资及股份转让相比较，其估值作价变化幅度与经营业绩变化幅度匹配情况

2015年11月增资及股份转让的谈判时间为2015年8月，当时谈判各方对紫博蓝的价值判断基于2015年1-6月的经营业绩（营业收入为10.6亿元，净利润为2,037.1万元）；2015年4月、5月增资及股份转让的谈判时间为2015年1月，当时谈判各方对紫博蓝的价值判断基于紫博蓝2014年的经营业绩（营业收入为11.7亿元，净利润为3,423.6万元）。因此，2015年1-6月紫博蓝的月平均营业收入为1.77亿元，月平均净利润为339.52万元；2014年紫博蓝的月平均营业收入为0.98亿元，月平均净利润为285.3万元。2015年11月增资及股份转让的估值为10亿元，较2015年4月、5月增资及股份转让的估值3亿和4亿元，分别增长233.3%和150%。对比经营业绩变化，2015年1-6月紫博蓝的月平均营业收入和月平均净利润比2014年紫博蓝的月平均营业收入和月平均净利润分别增长了80.6%和19%。

紫博蓝2015年11月与2015年4月、5月的数据相比，紫博蓝经营业绩差异明显，与估值作价变化幅度相匹配。

(2) 紫博蓝2016年2月增资及股权转让与2015年4月、5月增资及股权

转让相比较，其估值作价变化幅度与经营业绩变化幅度匹配情况

2016年2月增资及股份转让，当时谈判各方对紫博蓝的价值判断基于2015年的经营业绩；2015年4月、5月增资及股权转让，当时谈判各方对紫博蓝的价值判断基于2014年的经营业绩。2015年紫博蓝的营业收入为22.8亿元，较2014年紫博蓝的营业收入11.7亿元增长了94.9%；2015年紫博蓝的净利润为6,672.1万元，较2014年紫博蓝的净利润3,423.6万元增长了94.9%。

对比紫博蓝2016年2月与2015年4月、5月的经营业绩，其变化差异较大与估值作价变化幅度相匹配。

### (3) 历次股权转让增资交易作价的谈判基础及预期市盈率情况

单位：万元

序号	估值交易	谈判时间及谈判基础	净利润	估值	估值 PE
1	2015年4月交易估值	2014年11月进行谈判，基于2014年预计业绩	2,900.00	30,000.00	10.34
2	2015年5月交易估值	于2015年1月进行谈判，谈判基于2014年已实现业绩	3,423.60	40,000.00	11.68
3	2015年11月交易估值	于2015年8月进行谈判，谈判基于2015年1-6月已实现业绩	2,037.10	100,000.00	15.63
		同时根据2015年预期业绩情况	6,400.00	-	-
4	2016年2月交易估值	基于2015年已实现业绩	6,672.10	190,000.00	14.61
		同时根据2016年预期业绩情况	13,002.96	-	-

由上表可知，历次交易估值是交易各方基于不同的谈判时点及估值定价基础情况通过商业谈判友好协商确定，历次交易的市盈率（含预期）分别为10.34、11.68、15.63、14.61倍，总体呈现稳步上升的态势，与互联网行业及紫博蓝自身业绩发展趋势总体相吻合。

## 2、重组报告书关于估值作价差异的理由说明

重组报告书（修订稿）中“第四节 标的企业基本情况”之“十二、最近三年评估、增资、股权交易情况”之“3、紫博蓝最近三年历次增资及股份转让作

价情况及合理性分析”，从紫博蓝谈判时间节点、收购子公司及行业发展等多方面对紫博蓝估值作价差异进行了充分的分析。

## 二、紫博蓝本次交易评估作价与历次股权转让估值水平差异分析

### 1、紫博蓝本次交易评估作价与历次股权转让估值水平差异较大的合理性

#### (1) 历次交易谈判时间不同，紫博蓝经营业绩不同

①经营业绩差异导致本次交易与2015年4月、5月股权转让的估值水平存在较大差异

2015年4月、5月增资及股份转让的谈判时间为2015年1月，当时谈判各方对紫博蓝的价值判断基于紫博蓝2014年的经营业绩，2014年紫博蓝营业收入为11.7亿元、净利润为3,423.6万元。而本次交易前，2015年紫博蓝营业收入为22.8亿元，较2014年同比增长94.9%；2015年紫博蓝净利润为6,672.1万元，较2014年同比增长94.9%。2014年与2015年相比，紫博蓝经营业绩差异明显，因此估值存在差异具备合理性。

②经营业绩差异导致本次交易与2015年11月股权转让的估值水平存在较大差异

2015年11月的股份转让谈判时间为2015年8月，谈判各方对紫博蓝的价值判断基于紫博蓝2015年上半年经营业绩，2015年1-6月紫博蓝营业收入为10.6亿元；2015年1-6月紫博蓝净利润为2,037.1万元。而本次交易前，2015年7-12月紫博蓝营业收入为12.2亿元，较2015年1-6月增长15.1%；2015年7-12月紫博蓝净利润为4,634.9万元，较2015年1-6月增长127.5%。2015年上半年及下半年相比，紫博蓝经营业绩差异明显。综上，2015年紫博蓝的经营业绩大幅增长，成为紫博蓝历次股权转让估值水平差异较大的主要原因。

#### (2) 紫博蓝2016年业绩承诺使公司估值提升

本次交易估值作价考虑到2016年业绩承诺(2016年度净利润不低于13,000万元)，2016年1-6月紫博蓝营业收入为13亿元，较2015年7-12月增长6.6%；2016年1-6月紫博蓝净利润为5,900.2万元，较2015年7-12月增长27.3%。



2016年1-6月紫博蓝的净利润已近达到了2016年度业绩承诺的45.4%，根据2015年紫博蓝1-6月与2015年度的净利润比例为30.5%，所以2016年紫博蓝的经营业绩达到2016年业绩承诺标准为大概率事件。因此本次交易估值作价与历次股权转让估值存在差异具备合理性。

### （3）收购世纪杰晨使公司估值进一步提升

本次交易前，紫博蓝于2015年7月收购了世纪杰晨，世纪杰晨是一家面向电子商务商家提供技术解决方案的研发型公司。2015年8月的谈判中新引进的投资人认为世纪杰晨的收购能够使紫博蓝的研发实力有很大程度的增强，能保证投资的收回；同时，预期通过整合两个公司的技术、产品、客户等资源，紫博蓝的市场竞争力将得到有效提升，获取更多的市场机会，并实现一加一大于二的整合效应。因此收购世纪杰晨使本次交易评估作价较2015年4月、5月的股权转让估值水平存在较大差异具备合理性。

### （4）搜索引擎营销行业为快速发展行业，意向投资者众多客观导致估值增加

紫博蓝主要从事搜索引擎营销业务，为客户提供关键字广告代理及投放等业务。搜索引擎在互联网产业链中处于流量入口的关键位置，是连结用户与媒介的桥梁，搜索引擎广告具有成本低廉、流量巨大、关联度高等特点，迅速发展成为市场份额最大的互联网广告模式。根据艾瑞咨询的统计，2014年中国搜索关键字广告市场规模达到438.8亿元，同比增长达50.6%，占整个中国互联网广告市场的份额达28.5%，在各类互联网广告中占据第一。近年来，中国搜索关键字广告市场规模保持稳健增长态势，未来较长时间内仍将保持快速发展，预计2018年中国搜索关键字广告规模将达到1,200多亿元。特别是行业中相关企业在资本市场中较好的表现，使投资者对搜索引擎营销行业有了更多关注。众多投资者对紫博蓝表达出投资意向，也客观导致了紫博蓝估值的提升。

综上，2014年下半年以来紫博蓝经营业绩大幅增长、2015年7月紫博蓝收购世纪杰晨、紫博蓝意向投资者逐渐增多等因素均致使紫博蓝估值不断提升。因此，紫博蓝本次交易评估作价与历次股权转让估值水平之间存在估值差异具备合理性。

2、本次交易作价是否公允反映了紫博蓝的市场价值，是否存在损害上市公司和中小股东权益的情形分析

(1) 公司聘请的立信评估为具有证券、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，立信评估及其经办评估师与公司及本次交易的交易对方不存在影响其提供服务的现实及预期的利益关系或冲突，该等机构及经办人员与公司、本次交易对方及标的公司之间除正常的业务往来关系外，不存在其他关联关系，具有充分的独立性。

(2) 立信评估为本次交易出具的相关资产评估报告的评估假设前提按照国家有关法律法规执行，遵循了市场通行惯例或准则，符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。

(3) 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，评估机构实际评估的资产范围与委托评估的资产范围一致。立信评估采用了市场法和收益法两种评估方法对紫博蓝 100%股权价值进行了评估，并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有关法规与行业规范的要求，评估机构在评估过程中实施了相应的评估程序，遵循了独立性、客观性、科学性、公正性等原则，运用了合规且符合目标资产实际情况的评估方法，选用的参照数据、资料可靠；资产评估价值公允、准确。评估方法选用恰当，评估结论合理，评估方法与评估目的的相关性一致。

(4) 本次交易标的资产经过了具有证券期货相关业务资格的资产评估机构的评估，本次交易价格以评估结果为依据，由各方在公平、自愿的原则下协商确定，资产定价公平、合理，符合相关法律、法规及公司章程的规定，不会损害公司及股东特别是中小股东的利益。

综上，本次交易定价依据符合法律、法规和规范性文件的规定，已经上市公司董事会、股东大会审议通过，关联董事、关联股东已回避表决，独立董事已发表意见，本次交易作价公允反映了紫博蓝的市场价值，不存在损害上市公司和中小股东权益的情形。

### 三、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：紫博蓝 2015 年 11 月、2016 年 2 月的增资及股权转让与 2015 年 4 月、5 月，其估值作价变化幅度与经营业绩变化幅度基本匹配，重组报告书关于估值作价差异的理由做了详细披露；紫博蓝本次交易评估作价与历次股权转让估值水平差异较大具有合理性，本次交易作价较为公允地反映了紫博蓝的市场价值，不存在损害上市公司和中小股东权益的情形。

**6.申请材料显示，紫博蓝报告期业绩大幅增长。请你公司结合具体业务经营数据、与客户签订的合同及金额情况，补充披露紫博蓝报告期收入、净利润大幅增长的原因及合理性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。**

回复：

#### 一、公司报告期业务经营情况

##### 1、报告期内业务经营情况

根据不同的投放类型和计费方式，2014 年至 2016 年 6 月，其业务数据和经营业绩如下表所示：

投放类型	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年	
	投放量（万次）/家数	收入(万元)	投放量（万次）/家数	收入(万元)	投放量（万次）/家数	收入(万元)
CPC	103,424.00	117,903.51	209,330.00	203,049.80	97,798.00	107,922.00
CPD	495.00	1,055.30	1,788.00	3,629.37	-	-
技术服务	264.00	11,390.79	302.00	21,012.45	153.00	8,636.26

##### 2、报告期内各项业务的业绩情况

单位：万元

产品名称	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
数据营销	107,423.73	95,676.26	186,030.03	176,751.40	100,710.54	94,475.14
移动营销	11,535.08	10,313.58	20,649.13	19,909.55	7,211.46	6,503.57

产品名称	2016年1-6月		2015年度		2014年度	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
技术服务	11,390.79	9,692.88	21,012.45	14,043.29	8,636.26	5,613.92
合计	130,349.60	115,682.72	227,691.61	210,704.24	116,558.26	106,592.63

## 二、报告期内客户合同签订情况

紫博蓝在继续保持百度、腾讯、谷歌等业务稳定增长的基础上，加大了在包括百度手机助手、神马在内的移动端媒体上的拓展力度，针对投放额度较大的客户进行了一对一的市场攻关，并取得了显著的效果。

2014年度千万级大客户合同签订情况如下：

单位：万元

客户名称	厂商名称	产品类别	起始时间	到期时间	合同金额
客户 1	百度	数据营销	2014/3/10	2016/3/9	37,000.00
客户 2	百度	数据营销	2014/4/1	2015/3/31	11,000.00
客户 3	百度	数据营销	2014/3/12	2015/3/11	4,500.00
客户 4	百度	数据营销	2014/2/27	2015/2/26	3,000.00
客户 5	搜狗	数据营销	2014/4/1	2015/4/30	3,000.00
客户 6	搜狗	数据营销	2014/4/24	2015/3/31	2,300.00
客户 7	百度	数据营销	2014/1/14	2015/12/31	2,000.00
客户 8	百度	数据营销	2014/7/1	2015/2/26	2,000.00
客户 9	百度	数据营销	2014/3/5	2015/3/4	1,600.00
客户 10	百度	数据营销	2014/5/31	2015/5/31	1,600.00
客户 11	百度	数据营销	2014/6/1	2015/5/31	1,300.00
客户 12	百度	数据营销	2014/7/26	2015/7/25	1,115.00
合计					<b>70,415.00</b>

2015年度千万级大客户合同签订情况如下：

单位：万元

客户名称	厂商名称	产品类别	起始时间	到期时间	合同金额
客户 1	百度	数据营销	2015/2/2	2016/2/1	25,000.00
客户 2	搜狗	数据营销	2015/2/6	2016/2/5	8,000.00
客户 3	百度	数据营销	2015/1/12	2016/1/11	7,000.00

客户名称	厂商名称	产品类别	起始时间	到期时间	合同金额
客户 4	百度	数据营销	2015/3/10	2016/3/9	7,000.00
客户 5	百度	数据营销	2015/3/10	2016/3/9	7,000.00
客户 6	百度	数据营销	2015/3/31	2015/4/30	7,000.00
客户 7	百度	数据营销	2015/7/1	2016/6/30	7,000.00
客户 8	百度	数据营销	2015/3/10	2016/3/31	5,500.00
客户 9	百度	数据营销	2015/4/1	2016/3/31	5,500.00
客户 10	百度	数据营销	2015/3/19	2016/3/18	5,000.00
客户 11	百度	数据营销	2015/4/22	2016/4/21	4,800.00
客户 12	百度	数据营销	2015/4/15	2016/4/14	4,500.00
客户 13	搜狗	数据营销	2015/4/1	2016/3/31	4,000.00
客户 14	搜狗	数据营销	2015/2/17	2016/2/16	3,500.00
客户 15	百度手助	移动营销	2015/1/19	2016/1/19	3,000.00
客户 16	360	数据营销	2015/2/18	2016/2/17	3,000.00
客户 17	百度手助	移动营销	2015/4/1	2015/12/31	3,000.00
客户 18	百度	数据营销	2015/6/21	2016/6/30	3,000.00
客户 19	百度	数据营销	2015/3/13	2016/3/12	2,800.00
客户 20	百度	数据营销	2015/4/1	2016/3/31	2,800.00
客户 21	百度	数据营销	2015/5/25	2016/5/25	2,000.00
客户 22	百度	数据营销	2015/1/6	2015/4/5	1,664.40
客户 23	百度	数据营销	2015/3/20	2016/3/19	1,550.00
客户 24	百度	数据营销	2015/12/18	2016/12/17	1,490.40
客户 25	百度手助	移动营销	2015/1/1	2015/12/31	1,400.00
客户 26	百度	数据营销	2015/4/1	2016/3/31	1,300.00
客户 27	百度	数据营销	2015/9/11	2016/9/10	1,286.40
客户 28	百度	数据营销	2015/9/1	2016/8/31	1,224.00
客户 29	百度	数据营销	2015/3/1	2016/2/29	1,200.00
客户 30	百度手助	移动营销	2015/3/12	2015/12/31	1,100.00
合计					<b>132,615.20</b>

2016 年度千万级大客户合同签订情况如下：

单位：万元

客户名称	厂商名称	产品类别	起始时间	到期时间	合同金额
------	------	------	------	------	------

客户名称	厂商名称	产品类别	起始时间	到期时间	合同金额
客户 1	百度	数据营销	2016/1/1	2016/12/31	9,000.00
客户 2	神马	移动营销	2016/1/1	2016/12/31	2,000.00
客户 3	百度手助	移动营销	2016/1/1	2016/12/31	2,300.00
客户 4	神马	移动营销	2016/1/1	2016/12/31	2,000.00
客户 5	百度	技术服务	2016/1/1	2016/12/31	1,141.00
客户 6	百度	数据营销	2016/1/12	2017/1/11	10,000.00
客户 7	百度手助	移动营销	2016/1/18	2016/12/31	1,400.00
客户 8	百度	数据营销	2016/1/26	2017/1/25	5,900.00
客户 9	百度手助	移动营销	2016/1/26	2017/1/25	4,200.00
客户 10	百度手助	移动营销	2016/2/1	2017/1/31	4,200.00
客户 11	百度手助	移动营销	2016/2/26	2017/2/25	1,300.00
客户 12	百度手助	移动营销	2016/3/5	2017/3/4	2,800.00
客户 13	百度手助	移动营销	2016/3/9	2017/3/10	3,400.00
客户 14	百度	数据营销	2016/3/10	2017/3/19	9,800.00
客户 15	百度	数据营销	2016/3/21	2017/3/20	4,500.00
客户 16	百度	技术服务	2016/3/21	2017/3/20	1,800.00
客户 17	百度	数据营销	2016/4/1	2017/3/31	20,740.00
客户 18	百度	数据营销	2016/4/1	2017/3/31	14,000.00
客户 19	百度	数据营销	2016/4/1	2017/3/31	4,800.00
客户 20	百度	数据营销	2016/4/1	2017/3/31	3,800.00
客户 21	百度	数据营销	2016/4/1	2017/3/31	2,500.00
客户 22	百度	数据营销	2016/4/1	2017/3/31	5,500.00
客户 23	百度	数据营销	2016/4/6	2017/4/5	1,600.00
客户 24	百度	数据营销	2016/4/21	2017/4/20	4,500.00
客户 25	百度	数据营销	2016/5/5	2017/5/4	20,000.00
客户 26	百度	数据营销	2016/5/13	2017/5/12	5,000.00
客户 27	百度	数据营销	2016/5/23	2017/5/22	1,300.00
客户 28	百度	数据营销	2016/5/25	2017/3/9	25,000.00
客户 29	百度	数据营销	2016/5/27	2017/5/26	6,600.00
客户 30	百度	数据营销	2016/5/31	2017/5/30	5,000.00
客户 31	百度手助	移动营销	2016/6/1	2017/5/31	4,800.00
客户 32	百度	数据营销	2016/6/1	2017/5/31	4,200.00

客户名称	厂商名称	产品类别	起始时间	到期时间	合同金额
客户 33	百度	数据营销	2016/6/3	2017/6/2	5,000.00
客户 34	百度	数据营销	2016/6/7	2017/6/6	4,500.00
客户 35	神马	移动营销	2016/6/18	2017/6/17	2,000.00
客户 36	百度	数据营销	2016/7/18	2017/7/17	3,800.00
客户 37	百度	数据营销	2016/8/1	2017/3/31	4,800.00
客户 38	百度	数据营销	2016/8/1	2016/6/30	5,000.00
客户 39	百度	数据营销	2016/8/3	2017/1/4	1,200.00
客户 40	百度	数据营销	2016/8/4	2017/7/31	6,623.45
客户 41	神马	移动营销	2016/8/19	2016/12/31	1,135.00
客户 42	百度	数据营销	2016/8/26	2017/8/25	3,000.00
客户 43	百度	数据营销	2016/8/26	2017/5/31	1,200.00
客户 44	百度	数据营销	2016/9/7	2017/6/30	3,400.00
客户 45	神马	移动营销	2016/9/12	2016/12/31	1,500.00
合计					<b>238,239.45</b>

紫博蓝公司 2014 年度千万级客户合同共 12 个，合同合计金额 70,415.00 万元，2015 年度千万级客户合同共 30 个，合同合计金额 132,615.20 万元，截止 2016 年度 9 月 30 日千万级客户合同共 45 个，合同合计金额 238,239.45 万元。随着客户数量、质量的提高，报告期内业务呈大幅增长态势。

### 三、报告期各项产品的毛利率及其变化情况

#### 1、2016 年上半年各项业务经营情况

单位：万元/%

产品名称	2016 年 1-6 月					
	营业收入	营业成本	收入占比	利润	利润占比	毛利率
数据营销	107,423.73	95,676.26	82.41	11,747.47	80.10	10.94
移动营销	11,535.08	10,313.58	8.85	1,221.50	8.33	10.59
技术服务	11,390.79	9,692.88	8.74	1,697.91	11.58	14.91
合计	<b>130,349.60</b>	<b>115,682.72</b>	<b>100.00</b>	<b>14,666.87</b>	<b>100.00</b>	<b>11.25</b>

#### 2、2015 年各项业务经营情况：

单位：万元/%

产品名称	2015 年度					
	营业收入	营业成本	收入占比	利润	利润占比	毛利率
数据营销	186,030.03	176,751.40	81.70	9,278.63	54.62	4.99
移动营销	20,649.13	19,909.55	9.07	739.59	4.35	3.58
技术服务	21,012.45	14,043.29	9.23	6,969.15	41.03	33.17
合计	<b>227,691.61</b>	<b>210,704.24</b>	<b>100.00</b>	<b>16,987.37</b>	<b>100.00</b>	<b>7.46</b>

### 3、2014 年各项业务经营情况：

单位：万元/%

产品名称	2014 年度					
	营业收入	营业成本	收入占比	利润	利润占比	毛利率
数据营销	100,710.54	94,475.14	86.40	6,235.40	62.57	6.19
移动营销	7,211.46	6,503.57	6.19	707.89	7.10	9.82
技术服务	8,636.26	5,613.92	7.41	3,022.33	30.33	35.00
合计	<b>116,558.26</b>	<b>106,592.63</b>	<b>100.00</b>	<b>9,965.63</b>	<b>100.00</b>	<b>8.55</b>

由上表可以看出，报告期内数据营销业务收入占全部收入的 80%以上，是紫博蓝主要的收入来源。报告期内收入及利润的增长是由于数据营销业务大幅增长导致。

紫博蓝报告期内数据营销业务最大的供应商是百度，根据上游媒体划分，在百度投放广告的客户收入占总收入的 70%以上，来自于百度的收入占总收入的 70%以上，其业务数据如下：

单位：万元/%

年度	项目	收入	占营销业务收入比例	成本	毛利	毛利率
2016 年 1-6 月	百度业务	99,513.86	92.64	90,957.83	8,556.03	8.60
2015 年度	百度业务	161,308.69	86.71	154,103.65	7,205.04	4.47
2014 年度	百度业务	86,652.44	86.04	82,350.39	4,302.05	4.96
合计		<b>353,030.33</b>	<b>89.56</b>	<b>330,495.32</b>	<b>22,535.01</b>	<b>6.38</b>

报告期内百度业务消耗及返点数据如下：

单位：元



年度	消耗数据	季度返点	年度返点	奖励返点	新客返点	返点合计
2016年 1-6月	108,626.64	5,540.13	2,572.12	1,496.93	4,447.71	14,056.89
2015年 年度	184,951.82	10,356.90	3,172.20	1,920.11	6,356.67	21,805.88
2014年 年度	96,657.62	7,622.12	1,449.86	0.00	0.00	9,071.99
<b>合计</b>	<b>390,236.08</b>	<b>23519.15</b>	<b>7194.18</b>	<b>3,417.03</b>	<b>10,804.38</b>	<b>44,934.76</b>

报告期内百度业务返点政策变化情况如下：

年度	季度返点	年度返点	奖励返点	新客返点
16年 1-6月	1.3%-8.8%	4.50%	0.71%	7-14%
15年度	3%-6%	1.70%	0.36%	7-12%
14年度	5%-10%	1.50%	-	-

对于上游媒体方面，可以看到百度 2015 年和 2016 年对代理商的政策有所变化，将百度返点中的季度返点的比例下调，同时调增了年度返点、新客返点和奖励返点的比例，综合上述因素，整体上百度对紫博蓝的返点比例有所增长。

对于下游客户方面，由于上游媒体季度返点比例的下调，紫博蓝相应地调减了给予客户的折扣比例，以百度业务大客户北京阳光谷地科技发展有限公司为例，其报告期内折扣政策变化情况如下：

年度	客户返点政策	备注
2016年 1-6月	A类返点 40%，B类返点 47%，CD类返点 36%	A类包括 PC 凤巢、问答营销、PC 知心；B类包括无线凤巢、无线知心；C类包括网盟；D类包括 DSP 投放服务
2015年度	推广服务赠送率：100 返 49	搜索/网盟推广产品
2014年度	推广服务赠送率：100 返 58	搜索/网盟推广产品

2016 上半年百度客户的毛利率比 2015 年有一定幅度的增长，百度大客户大客户收入及毛利率情况如下：

单位：元

公司名称	2015 年度数据		2016 年 1-6 月数据	
	收入	毛利率	收入	毛利率
杭州密江网络科技	73,804,075.00	6.00%	118,953,298.42	6.62%

有限公司				
北京链家房地产经纪有限公司	127,916,092.55	1.60%	93,226,286.20	1.98%
北京阳光谷地科技发展有限公司	215,498,656.77	0.52%	77,190,370.75	1.41%
北京创业邦网络科技有限公司	18,110,060.00	0.22%	73,692,285.55	3.93%
北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	179,336,544.37	1.01%	64,716,349.74	1.72%
上海创文信息技术有限公司	138,050,119.51	3.78%	45,261,350.98	8.69%
客户 7	-	-	30,807,533.54	12.72%
客户 8	-	-	28,679,245.29	14.30%
客户 9	67,255,158.61	6.03%	28,404,307.81	11.79%
客户 10	34,906,344.80	8.09%	26,509,434.00	11.05%
客户 11	59,298,693.58	0.52%	25,739,628.50	1.30%
客户 12	-	-	23,228,173.39	8.70%
客户 13	24,674,700.00	2.39%	22,486,792.41	10.94%
客户 14	-	-	19,484,449.00	6.57%
客户 15	24,579,228.95	2.56%	18,538,620.00	7.24%
客户 16	-	-	18,000,000.00	3.98%
客户 17	10,150,000.00	5.15%	17,050,000.00	12.70%
客户 18	-	-	15,653,566.24	11.50%
客户 19	-	-	13,979,161.14	3.59%
客户 20	40,679,875.00	8.24%	10,165,500.00	11.31%
客户 21	38,133,561.60	2.67%	9,602,424.24	5.04%
客户 22	-	-	7,412,128.01	27.19%
客户 23	10,230,000.00	5.67%	7,250,000.00	10.30%

客户 24	-	-	6,920,634.90	4.20%
客户 25	31,576,236.22	5.53%	6,413,353.00	11.75%
客户 26	9,568,214.74	9.14%	6,110,000.00	19.26%
客户 27	6,303,170.74	10.28%	5,910,000.00	11.79%
客户 28	-	-	5,668,667.00	4.31%
客户 29	6,765,600.00	1.92%	5,360,000.00	4.32%
客户 30	5,379,500.00	2.59%	5,272,700.00	5.31%
客户 31	-	-	5,224,500.00	11.48%
客户 32	-	-	5,153,063.96	5.27%
客户 33	-	-	5,148,463.47	6.95%
客户 34	14,785,250.00	3.20%	5,000,000.00	8.33%
客户 35	31,741,377.28	4.84%	4,821,600.00	7.55%
客户 36	-	-	4,526,946.12	1.02%
客户 37	5,378,272.73	1.71%	4,492,847.84	5.43%
客户 38	-	-	4,468,616.99	1.05%
客户 39	-	-	4,414,500.00	11.48%
客户 40	-	-	4,229,906.54	5.22%
客户 41	13,726,160.00	2.66%	4,146,480.00	7.87%
客户 42	-	-	3,716,721.61	5.73%
客户 43	-	-	3,579,165.54	8.32%
客户 44	-	-	3,537,778.00	10.78%
客户 45	-	-	3,450,000.00	5.56%
客户 46	-	-	3,283,216.00	9.06%
客户 47	63,747,837.23	6.50%	-	-
客户 48	47,318,700.00	8.22%	-	-
客户 49	42,787,010.00	3.84%	-	-
客户 50	31,883,393.86	6.03%	-	-
客户 51	20,295,000.00	7.14%	-	-
客户 52	15,359,664.25	2.78%	-	-
客户 53	14,060,240.00	5.66%	-	-
客户 54	14,027,550.00	4.71%	-	-
客户 55	8,998,285.91	5.70%	-	-
客户 56	7,289,523.60	17.37%	-	-

客户 57	7,272,576.00	8.15%	-	-
客户 58	7,204,000.00	7.89%	-	-
客户 59	6,221,200.00	7.45%	-	-
客户 60	6,050,215.73	3.54%	-	-
客户 61	5,840,000.00	9.43%	-	-
客户 62	5,836,669.00	9.63%	-	-
客户 63	5,790,100.00	4.03%	-	-
客户 64	5,665,148.00	0.62%	-	-
客户 65	5,535,576.89	1.44%	-	-
客户 66	5,404,807.15	9.44%	-	-
客户 67	5,353,413.00	4.13%	-	-
客户 68	5,020,746.57	4.23%	-	-
客户 69	4,503,538.00	2.66%	-	-
客户 70	4,450,000.00	11.70%	-	-
客户 71	4,149,870.00	8.70%	-	-
客户 72	3,595,000.00	11.97%	-	-
合计	1,541,506,957.64	3.69%	906,880,066.18	6.45%

综上，上游媒体对紫博蓝的返点有所增加，同时，紫博蓝调减了对下游客户的返点，两种因素叠加，导致紫博蓝 2016 年上半年的毛利率比 2015 年有一定程度的增长。

#### 四、行业发展迅速

##### 1、互联网营销行业高速发展，市场规模快速扩大

根据艾瑞咨询发布的《2015 年中国互联网广告行业监测报告》，2012 年至 2014 年，我国互联网广告市场规模从 773.1 亿元增长到 1,540 亿元，复合增长率为 41.1%。预计到 2018 年，中国互联网广告市场将达到约 4,000 亿元，2014 至 2018 年期间复合增长率预计达 26.95%。

2014 年中国互联网广告整体市场规模为 1,573.4 亿元，增长率为 41.05%。互联网广告多年保持快速增长，目前市场已进入成熟期，未来几年仍将保持较快

增长。预计到 2018 年，中国互联网广告市场将突破 4,000 亿元，市场空间十分广阔。

互联网广告业高速发展，市场规模快速扩大，为紫博蓝公司在 2015 年业绩高速增长提供了基础。

2、紧随互联网营销行业发展趋势，紫博蓝公司整合营销服务，逐步在行业内形成了一定的竞争优势

紫博蓝始终坚持以客户需求为导向的经营理念，重视技术研发与产品创新，注重提供客户整个广告投放过程的一揽子整体服务，通过不断的技术创新，紫博蓝研发了多款支持几大搜索引擎平台的 SEM 管理工具，并提供大数据分析和投放优化服务，提升了客户粘性。

紫博蓝已经与百度、搜狗、谷歌、神马等主流搜索引擎平台建立起长期合作，并逐步建设完善了媒体渠道资源。紫博蓝目前是百度认证五星级代理商，并与搜狗、神马搜索建立了稳定的业务合作关系。随着移动互联网的快速发展，以及百度等主流媒体从 PC 端向移动端的转型趋势，紫博蓝积极拓展移动互联网营销服务业务，一方面通过与百度移动搜索、神马无线搜索等移动互联网搜索引擎媒体合作，积极拓展移动互联网 SEM 服务业务，同时紫博蓝也通过采购移动互联网媒体流量资源的方式解决客户广告投放的多样化需求，帮助客户降低销售成本，提高销售业绩。

经过客户资源的不断积累，紫博蓝目前服务于众多 KA 客户，并与多个优质品牌客户建立了稳定的合作关系，形成了优质客户相对集中的合理客户结构，并形成了高效、完善的 SEM 行业解决方案和深厚的 SEM 服务经验，打造了强大的销售和客服团队，树立了良好的业内口碑和企业形象。随着业务的不断发展和客户、媒体资源的逐步积累和沉淀，紫博蓝已经成为国内优秀的互联网广告企业之一。

综上，紫博蓝收入大幅上升的原因主要系随着移动营销行业高速发展、市场规模快速扩大，紫博蓝紧跟行业发展趋势，相关业务迅速开展。来自于百度业务的收入大幅增长，百度等上游媒体返点比例有所增长，同时对客户折扣下调，导

致毛利增长利润增加。

## 五、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：紫博蓝报告期收入、净利润大幅增长具备合理性。

**7.请你公司结合紫博蓝自身经营情况及同行业可比公司同类业务毛利率的比较分析，补充披露紫博蓝报告期各类业务毛利率水平的合理性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。**

回复：

### 一、紫博蓝报告期毛利率与同行业上市公司相比具备合理性

2014年至2016年上半年，紫博蓝的经营情况如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度
营业收入	130,349.79	227,691.61	116,558.26
营业成本	115,682.72	210,704.24	106,592.63
毛利	14,667.07	16,987.37	9,965.63
毛利率(%)	11.25	7.46	8.55

同行业可比公司毛利率情况如下：

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度
蓝色光标	23.87%	27.55%	31.75%
省广股份	17.51%	17.97%	20.01%
华谊嘉信	16.90%	17.84%	12.80%
平均毛利率	19.43%	21.12%	21.52%
紫博蓝	11.25%	7.46%	8.55%

报告期内，紫博蓝毛利率低于同行业毛利率水平，紫博蓝毛利率较低的主要原因为：①紫博蓝主要面向大客户，如城市网邻、链家地产，单个客户年投方量较高，议价能力较强，同时为了能更好的保持好跟优质大客户的长期合作关系，并吸引更多新的优质大客户，紫博蓝给予客户较大的销售折扣（让渡媒体返点）

力度，这就使得紫博蓝毛利率较低；②毛利率较低的数据营销业务占比较高导致综合毛利率较低，2014年、2015年、2016年1-6月数据营销毛利率分别为6.19%、4.99%和10.94%。

总体上，标的公司盈利指标正常，在同行业公司中处于较低水平，主要与公司经营策略和处于不同的业务细分领域有关。

## 二、标的公司各项业务毛利情况分析

紫博蓝主要产品的毛利率情况如下：

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2015年变动比例
数据营销	10.94%	4.99%	6.19%	-19.39%
移动营销	10.59%	3.58%	9.82%	-63.54%
技术服务	14.91%	33.17%	35.00%	-5.23%

报告期内，紫博蓝综合毛利率由2014年度的8.55%下降到2015年度的7.46%，各产品毛利率均呈下降趋势，其中数据营销、移动营销下降较大。

2015年度数据营销业务毛利率呈下降趋势，主要由于紫博蓝的数据营销业务主要服务于年投放量较大的大客户，近年来，随着搜索引擎服务行业的迅速发展，行业竞争愈加激烈，伴随着大客户投放量的不断增加其议价能力也不断增强，为了能更好的保持与优质大客户的长期合作关系，紫博蓝加大了给予客户的销售折扣（让渡媒体返点）力度，使得2015年度数据营销业务毛利率低于2014年。2016年1-6月的数据营销的毛利率有所上升，主要原因是上游媒体执行新的政策，其中返点政策的变化提高了对紫博蓝的返点比例和金额，同时，紫博蓝公司的市场地位已形成，客户的粘稠度已经非常牢固，紫博蓝公司从2016年开始逐步收紧对客户的折扣政策，调减了对下游客户的返点比例和金额。

移动营销业务毛利率下降幅度较大，主要原因为毛利率较低的百度手机助手业务迅速增长及百度手机助手毛利率下降造成，2015年度、2014年度移动营销收入分别为20,649.13万元、7,211.46万元，其中：百度手机助手占比由2014年度的3.25%上升到了89.92%，单个客户投放量的增加使得客户享受的折扣同时增加，造成百度手机助手毛利率由2014年的3.00%下降到2015年的0.67%，使得2015年度移动营销业务毛利率大幅下降。2016年上半年移动营销的毛利

率水平有较大幅度的提高，主要原因是①自 2016 年开始，百度返点政策发生变化，调增了返点中的特定项目返点，而紫博蓝给予客户的返点有所减少；②移动神马业务的返点政策在保持 2015 年的折扣政策外，2016 年新增了返点政策，返点比例为 20%左右。以上两种原因使得数据营销、移动营销的毛利率大幅提高。

2015 年及 2016 年 1-6 月上游媒体给予紫博蓝的返点情况如下：

上游媒体返点	2016 年 1-6 月	2015 年
返点金额（万元）	19,262.68	29,342.25
消耗总额（万元）	118,958.81	206,679.17
占比	16.19%	14.20%

2015 年及 2016 年 1-6 月紫博蓝给予下游客户返点情况如下：

紫博蓝给予客户返点	2016 年 1-6 月	2015 年
返点金额（万元）	82,560,522.42	21,826.83
消耗总额（万元）	1,189,588,070.3	206,679.17
占比	6.94%	10.56%

由于数据营销及移动营销业务的毛利来自于上游媒体给予紫博蓝与紫博蓝给予下游客户的返点之间的差额，2015 年及 2016 年 1-6 月，上游媒体给予紫博蓝的返点比例从 14.20%增长至 16.19%；而紫博蓝给予下游客户的返点则从 10.56%调减至 6.94%，上述两种因素的叠加，使得数据营销、移动营销 2016 年 1-6 月比上年的毛利由较大幅度的提高；进而使得紫博蓝综合毛利率有所提高，但技术服务毛利率有较大幅度的下降，主要原因如下：

紫博蓝自 2016 年开始对技术服务业务进行调整，暂停了毛利率较高的 DSP 项目，这就使得紫博蓝 2016 年 1-6 月技术服务毛利率大幅下降。

综上，通过与同行业毛利率进行对比，紫博蓝毛利率处于同行业偏低水平，其实际经营情况与波动原因比较匹配，毛利率及净利率的波动趋势与同行业基本一致，毛利率水平比较合理。

### 三、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：紫博蓝经营情况良好，各业务毛利率水平及波



动与整个行业趋势基本保持一致，报告期各类业务毛利率水平具有合理性。

**8.申请材料显示，紫博蓝是一家领先的互联网数据营销服务公司。请你公司结合与主要竞争对手在客户、媒体资源、业务规模、资金实力、核心技术等方面的比较分析，补充披露紫博蓝核心竞争优势及行业领先依据。请独立财务顾问核查并发表明确意见。**

回复：

### 一、紫博蓝的核心竞争优势

紫博蓝在行业内经过多年的深耕细作和不断创新，积累了较为丰富的广告投放经验，增强了数据收集、整合、应用和优化能力，形成了强大的技术研发实力，为客户提供了优质的服务，并在业内形成了良好的口碑和企业形象，树立了较强的品牌影响力，得到了客户及媒体的广泛认可。目前，紫博蓝已树立了其在互联网广告领域的品牌知名度、市场影响力和综合竞争实力，竞争优势明显。

#### 1、媒体合作优势

紫博蓝是互联网数据营销领域的领先企业之一，与国内主要媒体均建立了良好的合作关系。百度是中国市场占有率最大的搜索引擎媒体，百度根据代理商的专业团队、创新案例、服务能力等因素，对其代理商进行等级分类，从一星级到五星级从低到高逐级分类，其中五星级是最高荣誉等级，紫博蓝连续多年是百度认证五星级代理商，并与搜狗、神马搜索、今日头条、谷歌等媒体建立了稳定的业务合作关系，媒体覆盖面较广；紫博蓝不断加强媒体资源的整合，并开发了众多 SEM 管理工具以及与搜索引擎对接的数据平台，成为搜索引擎媒体主要的技术合作伙伴。

根据互联网广告从 PC 端向移动端转换的趋势，紫博蓝也积极拓展移动互联网媒体资源，与大量优质移动 APP 媒体、网络联盟形成了稳定的业务合作关系，促进紫博蓝移动互联网广告业务的快速增长。

#### 2、客户优势

紫博蓝致力于为广告主提供最佳的数据营销整合方案，在电商、旅游、教育、社交、金融、手游等领域积累了大量的优质客户，包括：58 同城网、赶集网，链家网，齐家网，广州创思、9377，蓝港在线，途牛网，优酷网，蘑菇街，中信银行，光大银行，一号店，汇仁药业，葵花药业，健客网，学而思，尚德教育，澳际留学，优信二手车，瓜子二手车等，其中千万级以上大客户有 45 家，紫博蓝将继续强化营销手段，优质客户资源还将持续增长。

优质稳定的客户资源保证了紫博蓝在主流媒体上持续稳定的广告代理投放，从而能够保障获得主流媒体的优质资源，形成媒体和客户的良性循环，同时也为开拓新客户提供有力的支持。

### 3、技术研发优势

紫博蓝通过自主培养和外部引入，目前已建立行业经验丰富的研发及运营团队，专门配备了专业的数据分析团队，对广告投放效果进行实时监测，发现异常情况能够快速预警，为提高广告投放效果提供数据支撑；同时配备了资深的广告投放优化团队和创意设计团队，共同为广告投放参数（搜索关键词出价或广告点击出价、投放的频率、广告内容设计等）进行调整和优化，以提升广告的投放效果满足广告主的 ROI 需求。

为保持良好的市场竞争力，紫博蓝自主研发了紫数平台、紫藤 SSP 系统、博道 TOP 系统、蓝魔方系统、蓝菓系统等，并不断优化其功能，为客户持续提供优质服务。

另外，紫博蓝在多年的发展中积累了大量的技术和数据，为归因系统的模型和参数提供了技术和数据支持，使得紫博蓝能够在竞争中处于优势地位。

### 4、数据优势

随着互联网广告相关技术的不断更新换代，数据资源已经成为竞争的核心要素之一。紫博蓝经过多年的发展，对消费者行为特征、消费偏好进行详细分析，已经积累了大量的优质数据，对这些数据的收集、整合、分析、应用、优化能力是为客户提供数据营销服务的基础，也可以进一步提高广告投放精准度，提升公司服务水准，增加客户数量来源，提升整体市场竞争力。

## 5、整合营销服务能力优势

紫博蓝能够提供覆盖移动端和 PC 端的数据营销业务，能够为广告主提供多种营销解决方案。根据广告主的需求并分析广告属性，能够建议广告主采用多种投放渠道的组合营销方案，以确保综合营销效果。

## 6、较强的资金实力

近年来，紫博蓝业务发展稳健，具有较强的盈利能力和资金实力，截至 2016 年 6 月 30 日，紫博蓝实现营业收入 130,349.60 万元，账面货币资金 4,832.61 万元。

## 二、所获荣誉情况

经过多年的发展，紫博蓝逐步建立起在互联网广告行业的市场地位，通过持续优化服务水准，保持与各方良好关系，逐步获得媒体和客户认可，形成了良好的口碑和较大的市场影响力，紫博蓝取得良好的经营业绩同时，还收获了较多的业务荣誉，具体情况如下：

荣誉名称	获奖时间	颁发机构/荣誉大会
第 23 届“中国广告长城奖·年度营销传播案例大奖”	2016 年	中国广告协会
2016TopDigitalAwards 创新奖、“数据营销服务”类铜奖	2016 年	第四届 TopDigital 创新峰会
效果营销标杆案例大奖、移动营销金坐标奖、整合营销标杆案例大奖	2016 年	第三届金比特奖&金坐标奖
第八届中国广告主峰会案例类金奖	2016 年	第八届中国广告主峰会暨颁奖典礼
2015 金触点·年度十大经典营销案例、实效大数据营销平台	2015 年	金触点 2015 技术与内容营销峰会
2014 年度最佳互联网金融服务企业	2014 年	赛迪网
2014 易观之星营销类最佳搜索引擎营销服务商	2014 年	2014 易观之星奖
2014 年思路电商服务年度风云奖—杰出电商流量推广服务	2014 年	2014 思路电商服务年度大会

## 三、紫博蓝行业地位

紫博蓝是互联网行业综合实力较强的企业之一，连续多年获得百度认证五星

级代理商（截至目前全国五星级代理商共有十九家），同时还是搜狗、神马搜索、今日头条、谷歌等主流媒体的重要合作伙伴，根据专业杂志《互联网周刊》评定的《2015 中国网络广告公司综合服务水平排行榜》，紫博蓝排名第 28 位，居于行业前列，享有较强的行业地位和知名度。

#### 四、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：紫博蓝在客户、媒体资源、业务规模、资金实力、核心技术等方面具有较强的竞争力，在行业内已经形成了较强的行业地位和知名度，是一家较为优秀的互联网广告公司。

9.申请材料显示，根据未经审计数据，紫博蓝 2016 年 1-7 月已完成 2016 年业绩承诺 1.3 亿的 57.72%。同时，紫博蓝未确认收入合同金额合计 202,083 万元，加上 2016 年 1-7 月已完成收入 170,155 万元，合计合同收入为 372,238 万元，占 2016 年全年预测收入 390,366 万元的 95.36%。请你公司：1) 补充披露上述 202,083 万元未确认收入合同的具体情况，以及预计均在 2016 年确认收入的依据。2) 结合截至目前的经营数据及业务拓展情况，补充披露紫博蓝 2016 年业绩预测的可实现性。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

回复：

一、上述 202,083 万元未确认收入合同的具体情况，以及预计均在 2016 年确认收入的依据

上述 202,083 万元指能够在 2016 年 8-12 月确认收入的合同金额，具体情况如下：

单位：万元

客户	开始日期	结束日期	合同金额	截至 2016.7.31 已确认收入金额	预计 2016 年 8-12 月确认收入金额
客户 1	2015/8/10	2016/6/30	200.00	200.00	-
客户 2	2015/9/1	2016/6/30	103.00	103.00	-

客户 3	2015/9/1	2016/6/30	100.00	100.00	-
客户 4	2015/9/1	2016/6/30	100.00	100.00	-
客户 5	2015/9/10	2016/6/30	450.00	450.00	-
客户 6	2015/10/20	2016/6/30	100.00	100.00	-
客户 7	2015/10/20	2016/6/30	80.00	80.00	-
客户 8	2015/11/10	2016/11/9	43.84	18.52	25.32
客户 9	2015/11/20	2016/6/30	300.00	300.00	-
客户 10	2015/11/20	2016/6/30	200.00	200.00	-
客户 11	2015/11/23	2016/6/30	70.00	70.00	-
客户 12	2015/12/7	2016/12/6	100.00	35.20	64.80
客户 13	2015/12/12	2016/12/11	300.00	99.00	201.00
客户 14	2015/12/21	2016/12/20	200.00	60.50	139.50
客户 15	2016/1/1	2016/12/31	9,000.00	4,000.00	5,000.00
客户 16	2016/1/1	2016/12/31	2,000.00	542.30	1,457.70
客户 17	2016/1/1	2016/12/31	2,300.00	623.70	1,676.30
客户 18	2016/1/1	2016/12/31	2,000.00	542.30	1,507.00
客户 19	2016/1/1	2016/12/31	1,141.00	400.00	741.00
客户 20	2016/1/1	2016/12/31	1,000.00	271.70	728.30
客户 21	2016/1/1	2016/12/31	500.00	135.30	364.70
客户 22	2016/1/1	2016/12/31	500.00	135.30	364.70
客户 23	2016/1/1	2016/12/31	500.00	135.30	364.70
客户 24	2016/1/1	2016/12/31	300.00	81.40	218.60
客户 25	2016/1/1	2016/12/31	200.00	53.90	146.10
客户 26	2016/1/1	2016/12/31	200.00	53.90	146.10
客户 27	2016/1/1	2016/12/31	100.00	27.50	72.50
客户 28	2016/1/1	2016/12/31	60.00	16.50	43.50
客户 29	2016/1/1	2016/12/31	50.00	13.20	36.80
客户 30	2016/1/1	2016/12/31	50.00	13.20	36.80
客户 31	2016/1/1	2016/12/31	50.00	13.20	36.80
客户 32	2016/1/1	2016/12/31	50.00	13.20	36.80
客户 33	2016/1/1	2016/12/31	20.00	5.50	14.50
客户 34	2016/1/1	2016/12/31	20.00	5.50	14.50
客户 35	2016/1/1	2016/12/31	20.00	5.50	14.50

客户 36	2016/1/1	2016/12/31	20.00	5.50	14.50
客户 37	2016/1/1	2016/12/31	1,000.00	500.00	500.00
客户 38	2016/1/4	2017/1/3	150.00	39.60	110.40
客户 39	2016/1/5	2017/1/4	200.00	51.70	148.30
客户 40	2016/1/11	2016/12/31	20.00	5.50	14.50
客户 41	2016/1/12	2017/1/11	10,000.00	4,300.00	5,500.00
客户 42	2016/1/14	2017/1/13	300.00	69.30	230.70
客户 43	2016/1/15	2016/12/31	200.00	47.30	152.70
客户 44	2016/1/17	2016/12/31	30.00	6.60	23.40
客户 45	2016/1/17	2017/1/16	10.00	2.20	7.78
客户 46	2016/1/18	2016/12/31	1,400.00	623.40	776.60
客户 47	2016/1/18	2016/12/31	500.00	115.50	384.50
客户 48	2016/1/20	2017/1/19	450.00	96.80	347.00
客户 49	2016/1/22	2017/1/21	200.00	41.80	155.50
客户 50	2016/1/22	2017/1/21	200.00	41.80	155.50
客户 51	2016/1/23	2016/12/31	200.00	44.00	156.00
客户 52	2016/1/25	2016/12/31	280.00	59.40	220.60
客户 53	2016/1/25	2016/12/31	50.00	11.00	39.00
客户 54	2016/1/26	2017/1/25	5,900.00	1,500.00	3,900.00
客户 55	2016/1/26	2017/1/25	4,200.00	1,822.80	2,307.20
客户 56	2016/1/26	2016/12/31	50.00	11.00	39.00
客户 57	2016/1/27	2016/12/31	150.00	30.80	119.20
客户 58	2016/1/29	2016/12/31	70.00	14.30	55.70
客户 59	2016/1/30	2017/1/29	50.00	8.80	40.50
客户 60	2016/2/1	2017/1/31	4,200.00	746.90	3,400.00
客户 61	2016/2/1	2016/12/31	1,000.00	194.70	805.30
客户 62	2016/2/1	2016/12/31	700.00	130.00	570.00
客户 63	2016/2/1	2016/12/31	100.00	19.80	80.20
客户 64	2016/2/1	2016/12/31	100.00	19.80	80.20
客户 65	2016/2/1	2016/12/31	50.00	9.90	40.10
客户 66	2016/2/1	2016/12/31	20.00	4.40	15.60
客户 67	2016/2/1	2016/12/31	270.60	100.00	170.60
客户 68	2016/2/2	2017/2/2	500.00	200.00	300.00

客户 69	2016/2/7	2017/2/6	500.00	80.30	410.00
客户 70	2016/2/13	2017/2/12	100.00	14.30	84.00
客户 71	2016/2/18	2017/2/17	200.00	25.30	162.00
客户 72	2016/2/18	2016/12/31	200.00	28.60	171.40
客户 73	2016/2/18	2016/12/31	200.00	28.60	171.40
客户 74	2016/2/26	2017/2/25	1,300.00	133.10	1,079.00
客户 75	2016/3/1	2016/12/31	500.00	53.90	446.10
客户 76	2016/3/1	2016/12/31	200.00	22.00	178.00
客户 77	2016/3/1	2017/3/1	160.00	14.30	127.00
客户 78	2016/3/1	2016/12/31	70.00	7.70	62.30
客户 79	2016/3/4	2016/12/31	1,000.00	150.00	850.00
客户 80	2016/3/4	2017/3/3	200.00	16.50	155.00
客户 81	2016/3/5	2017/3/4	2,800.00	220.00	2,000.00
客户 82	2016/3/5	2017/3/4	100.00	7.70	78.00
客户 83	2016/3/5	2017/3/4	100.00	7.70	78.00
客户 84	2016/3/7	2017/3/6	250.00	17.60	194.00
客户 85	2016/3/7	2017/3/5	100.00	7.70	78.00
客户 86	2016/3/9	2017/3/10	3,400.00	224.40	2,700.00
客户 87	2016/3/10	2017/3/19	9,800.00	1,100.00	7,800.00
客户 88	2016/3/10	2017/3/9	650.00	40.70	513.00
客户 89	2016/3/10	2017/3/9	530.00	34.10	419.00
客户 90	2016/3/10	2016/12/31	100.00	20.00	80.00
客户 91	2016/3/12	2017/3/11	100.00	5.50	80.00
客户 92	2016/3/13	2017/3/12	720.00	39.60	600.00
客户 93	2016/3/17	2017/3/17	100.00	20.00	70.00
客户 94	2016/3/18	2016/12/31	150.00	7.70	142.30
客户 95	2016/3/20	2017/3/19	250.00	8.80	202.00
客户 96	2016/3/21	2017/3/20	4,500.00	624.00	3,700.00
客户 97	2016/3/21	2017/3/20	1,800.00	53.90	1,500.00
客户 98	2016/3/21	2016/12/31	50.00	2.20	47.80
客户 99	2016/3/23	2017/3/22	200.00	4.40	166.00
客户 100	2016/3/23	2017/3/22	200.00	4.40	166.00
客户 101	2016/3/24	2017/3/23	200.00	19.80	150.00

客户 102	2016/3/28	2017/3/27	10.00	3.30	6.00
客户 103	2016/3/30	2017/3/29	300.00	44.00	200.00
客户 104	2016/3/30	2017/3/29	250.00	22.00	190.00
客户 105	2016/3/31	2016/12/31	500.00	100.00	400.00
客户 106	2016/4/1	2017/3/31	20,740.00	3,000.00	16,164.20
客户 107	2016/4/1	2017/3/31	14,000.00	3,100.00	10,000.00
客户 108	2016/4/1	2017/3/31	4,800.00	800.00	3,700.00
客户 109	2016/4/1	2017/3/31	3,800.00	330.00	3,200.00
客户 110	2016/4/1	2017/3/31	2,500.00	220.00	1,950.00
客户 111	2016/4/1	2017/3/31	5,500.00	800.00	3,200.00
客户 112	2016/4/1	2017/3/31	800.00	73.33	630.00
客户 113	2016/4/1	2017/3/31	400.00	44.00	300.00
客户 114	2016/4/1	2017/3/31	400.00	36.67	306.67
客户 115	2016/4/1	2017/3/31	300.00	27.50	230.00
客户 116	2016/4/1	2017/3/31	210.00	19.25	162.50
客户 117	2016/4/1	2017/3/31	210.00	22.00	160.00
客户 118	2016/4/1	2017/3/31	200.00	18.33	153.33
客户 119	2016/4/1	2017/3/31	200.00	18.33	153.33
客户 120	2016/4/1	2017/3/31	150.00	13.75	112.50
客户 121	2016/4/1	2017/3/31	150.00	11.00	115.00
客户 122	2016/4/1	2017/3/31	100.00	9.17	76.67
客户 123	2016/4/1	2017/3/31	100.00	9.17	76.67
客户 124	2016/4/1	2017/3/31	100.00	9.17	76.67
客户 125	2016/4/1	2016/12/31	38.00	3.48	34.52
客户 126	2016/4/1	2016/12/31	38.00	3.30	34.70
客户 127	2016/4/1	2016/12/31	38.00	3.30	34.70
客户 128	2016/4/1	2017/3/31	10.00	0.92	8.17
客户 129	2016/4/1	2016/9/30	108.19	20.00	88.19
客户 130	2016/4/1	2016/12/31	200.00	20.00	180.00
客户 131	2016/4/1	2017/3/31	62.80	10.00	40.00
客户 132	2016/4/1	2017/3/31	210.00	30.00	120.00
客户 133	2016/4/1	2017/4/1	200.00	50.00	100.00
客户 134	2016/4/4	2017/3/3	144.00	20.00	100.00



客户 135	2016/4/6	2017/4/5	1,600.00	132.00	1,200.00
客户 136	2016/4/6	2017/4/5	510.00	46.75	357.50
客户 137	2016/4/7	2017/4/6	160.00	14.67	111.67
客户 138	2016/4/7	2017/4/6	160.00	11.00	113.00
客户 139	2016/4/10	2017/4/10	100.00	9.17	71.67
客户 140	2016/4/10	2017/4/10	100.00	11.00	70.00
客户 141	2016/4/10	2017/4/30	133.42	20.00	60.00
客户 142	2016/4/12	2016/12/31	100.00	9.17	90.83
客户 143	2016/4/15	2016/12/31	600.00	100.00	500.00
客户 144	2016/4/15	2017/4/14	300.00	27.50	210.00
客户 145	2016/4/15	2017/4/14	300.00	11.00	220.00
客户 146	2016/4/20	2017/4/19	230.00	8.80	167.00
客户 147	2016/4/20	2017/4/19	115.00	11.00	80.00
客户 148	2016/4/21	2017/4/20	4,500.00	253.00	3,300.00
客户 149	2016/4/23	2017/4/22	670.00	27.50	500.00
客户 150	2016/4/24	2016/4/23	130.80	30.00	80.00
客户 151	2016/4/25	2017/4/24	100.00	8.80	72.00
客户 152	2016/5/1	2016/12/31	67.00	6.60	60.40
客户 153	2016/5/1	2016/12/31	30.00	3.30	26.70
客户 154	2016/5/3	2017/5/2	400.00	33.00	270.00
客户 155	2016/5/4	2017/5/3	94.18	10.00	60.00
客户 156	2016/5/5	2017/5/4	20,000.00	2,500.00	15,000.00
客户 157	2016/5/11	2017/5/10	300.00	22.00	210.00
客户 158	2016/5/13	2017/5/12	5,000.00	550.00	3,700.00
客户 159	2016/5/23	2017/5/22	1,300.00	16.50	1,000.00
客户 160	2016/5/23	2017/5/22	100.00	9.17	71.67
客户 161	2016/5/25	2017/3/9	25,000.00	4,000.00	20,000.00
客户 162	2016/5/26	2017/1/10	800.00	73.33	673.33
客户 163	2016/5/27	2017/5/26	6,600.00	1,050.00	5,000.00
客户 164	2016/5/27	2016/12/31	30.00	2.75	27.25
客户 165	2016/5/28	2016/12/31	30.00	2.75	27.25
客户 166	2016/5/30	2016/12/31	30.00	2.75	27.25
客户 167	2016/5/30	2017/6/30	100.00	5.00	50.00

客户 168	2016/5/31	2017/5/30	5,000.00	400.00	3,600.00
客户 169	2016/6/1	2017/5/31	4,800.00	380.00	3,000.00
客户 170	2016/6/1	2017/5/31	4,200.00	200.00	2,500.00
客户 171	2016/6/1	2016/12/31	300.00	25.00	275.00
客户 172	2016/6/1	2016/12/31	234.00	21.45	212.55
客户 173	2016/6/1	2016/12/31	234.00	21.45	212.55
客户 174	2016/6/1	2016/12/31	50.00	4.58	45.42
客户 175	2016/6/1	2016/12/31	12.00	1.10	10.90
客户 176	2016/6/1	2016/12/31	100.00	8.00	92.00
客户 177	2016/6/1	2017/5/31	750.00	60.00	300.00
客户 178	2016/6/1	2016/12/31	50.00	5.00	45.00
客户 179	2016/6/1	2017/5/31	181.00	15.00	100.00
客户 180	2016/6/2	2017/6/1	650.00	10.00	300.00
客户 181	2016/6/3	2017/6/2	5,000.00	400.00	3,600.00
客户 182	2016/6/7	2017/6/6	4,500.00	412.50	3,300.00
客户 183	2016/6/8	2017/6/7	100.00	9.17	61.67
客户 184	2016/6/10	2017/6/9	300.00	27.50	185.00
客户 185	2016/6/15	2016/12/31	50.00	3.00	47.00
客户 186	2016/6/15	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 187	2016/6/18	2017/6/17	750.00	20.00	400.00
客户 188	2016/6/18	2017/6/17	2,000.00	20.00	1,000.00
客户 189	2016/6/24	2017/6/23	300.00	-	210.00
客户 190	2016/6/30	2017/6/29	250.00	-	160.00
客户 191	2016/7/1	2017/6/30	750.00	68.75	500.00
客户 192	2016/7/1	2017/6/30	300.00	-	185.00
客户 193	2016/7/1	2017/6/30	230.00	21.08	140.83
客户 194	2016/7/1	2017/6/30	160.00	14.67	106.67
客户 195	2016/7/1	2016/12/31	50.00	4.58	45.42
客户 196	2016/7/1	2016/12/31	53.00	-	53.00
客户 197	2016/7/1	2016/9/30	49.32	10.00	39.32
客户 198	2016/7/13	2017/6/30	100.00	5.00	50.00
客户 199	2016/7/15	2017/6/30	231.00	5.00	110.00
客户 200	2016/7/18	2017/7/17	3,800.00	-	2,800.00

客户 201	2016/7/25	2017/6/30	110.00	5.00	55.00
客户 202	2016/8/1	2017/3/31	4,800.00	-	3,800.00
客户 203	2016/8/1	2017/7/31	500.00	-	200.00
客户 204	2016/8/1	2016/8/31	80.00	-	80.00
客户 205	2016/8/1	2016/12/31	20.00	-	20.00
客户 206	2016/8/1	2016/12/31	12.00	-	12.00
客户 207	2016/8/1	2016/12/31	10.80	-	10.80
客户 208	2016/8/1	2016/9/30	10.20	-	10.20
客户 209	2016/8/1	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 210	2016/8/1	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 211	2016/8/1	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 212	2016/8/1	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 213	2016/8/1	2017/6/30	5,000.00	-	3,000.00
客户 214	2016/8/3	2017/1/4	1,200.00	-	1,200.00
客户 215	2016/8/4	2017/7/31	6,623.45	-	4,774.00
客户 216	2016/8/4	2016/12/31	12.80	-	12.80
客户 217	2016/8/5	2016/11/5	135.00	-	135.00
客户 218	2016/8/5	2016/12/31	91.57	-	91.57
客户 219	2016/8/7	2017/9/6	180.00	-	70.00
客户 220	2016/8/8	2017/2/8	12.00	-	10.00
客户 221	2016/8/9	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 222	2016/8/10	2016/12/31	21.00	-	21.00
客户 223	2016/8/10	2016/12/31	12.80	-	12.80
客户 224	2016/8/10	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 225	2016/8/10	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 226	2016/8/11	2017/3/31	500.00	-	400.00
客户 227	2016/8/11	2017/6/30	100.00	-	40.00
客户 228	2016/8/11	2016/11/11	12.00	-	12.00
客户 229	2016/8/11	2017/7/31	10.00	-	4.00
客户 230	2016/8/15	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 231	2016/8/15	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 232	2016/8/16	2016/8/31	68.68	-	68.68
客户 233	2016/8/16	2016/12/31	10.00	-	10.00

客户 234	2016/8/17	2016/12/31	500.00	-	500.00
客户 235	2016/8/18	2017/8/17	18.52	-	18.52
客户 236	2016/8/18	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 237	2016/8/19	2016/12/31	1,135.00	-	1,135.00
客户 238	2016/8/19	2016/12/31	40.00	-	40.00
客户 239	2016/8/20	2016/12/19	86.40	-	86.40
客户 240	2016/8/20	2016/9/19	36.04	-	36.04
客户 241	2016/8/22	2016/9/21	40.00	-	40.00
客户 242	2016/8/26	2017/8/25	3,000.00	-	2,000.00
客户 243	2016/8/26	2017/5/31	1,200.00	-	500.00
客户 244	2016/8/26	2016/12/30	10.30	-	10.30
客户 245	2016/8/29	2016/10/28	15.20	-	15.20
客户 246	2016/9/1	2016/9/30	55.51	-	55.51
客户 247	2016/9/1	2016/12/31	20.00	-	20.00
客户 248	2016/9/1	2016/12/31	20.00	-	20.00
客户 249	2016/9/1	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 250	2016/9/1	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 251	2016/9/1	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 252	2016/9/1	2017/8/31	168.00	10.00	50.00
客户 253	2016/9/2	2016/12/31	50.00	-	50.00
客户 254	2016/9/2	2016/12/31	6.00	-	6.00
客户 255	2016/9/5	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 256	2016/9/7	2016/12/6	82.20	-	82.20
客户 257	2016/9/7	2017/6/30	3,400.00	-	2,400.00
客户 258	2016/9/8	2016/12/31	20.00	-	20.00
客户 259	2016/9/8	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 260	2016/9/8	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 261	2016/9/11	2017/9/10	329.28	-	160.00
客户 262	2016/9/12	2016/12/31	1,500.00	-	1,500.00
客户 263	2016/9/12	2016/12/31	500.00	-	500.00
客户 264	2016/9/14	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 265	2016/9/20	2017/6/30	200.00	-	100.00
客户 266	2016/9/20	2016/10/19	36.04	-	36.04

客户 267	2016/9/20	2017/6/30	100.00	-	30.00
客户 268	2016/9/20	2017/6/30	100.00	-	30.00
客户 269	2016/9/20	2016/12/31	20.00	-	20.00
客户 270	2016/9/25	2016/12/31	10.00	-	10.00
客户 271	2016/10/1	2016/12/31	10.00	-	10.00
合计			280,122.93	43,022.32	202,083.10

重组报告书中披露的未确认收入合同金额合计 202,083 万元为预计能在 2016 年 8-12 月确认收入的合同金额。

## 二、截至目前的经营数据及业务拓展情况

### 1、业务拓展情况

紫博蓝不断加大业务的拓展力度，取得了较好的成效，报告期内业务幅度增长；其中 2014 年 1,000 万元以上的服务客户 12 个，合同金额 70,415.00 万元；2015 年 1,000 万元以上的服务客户共计 30 个，比上年增加 18 个，合同金额 132,615.20 万元；2016 年 1-6 月 1,000 万元以上服务客户共计 45 个，比上年增加 15 家，合同合计金额 238,239.45 万元。

### 2、客户粘性

紫博蓝凭借其专业的服务及良好的市场口碑，已积累了众多优质的客户资源，如 58 同城、赶集网、链家、广州创思等知名公司。公司与上述客户保持了良好的合作关系，客户关系稳定，合同执行情况良好。据统计，2016 年 1 月 1 日至 2016 年 10 月 31 日，紫博蓝签订了千万级以上合同 45 份，其中 15 份为老客户续签，充分体现了客户对紫博蓝的忠诚度，具备良好的客户粘性。

### 3、截至目前紫博蓝经营业绩情况良好

紫博蓝 2016 年 1-10 月未经审计合并利润表及 2015 年同期利润表如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-10 月	2015 年 1-10 月
一、营业收入	264,479.00	158,113.73
减：营业成本	236,802.82	146,775.75

营业税金及附加	269.22	116.19
销售费用	8,031.95	2,412.76
管理费用	4,994.27	1,231.32
财务费用	319.80	176.54
资产减值损失	130.94	191.30
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	13,930.00	7,209.86
加：营业外收入	-	-
减：营业外支出	-	-
其中：非流动资产处置损失	-	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	13,930.00	7,209.86
减：所得税费用	3,482.50	1,802.46
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	10,447.50	5,407.39

由 2016 年 1-10 月未经审计数据可知，紫博蓝 2016 年 1-10 月净利润为 10,447.50 万元，与 2016 年全年预测情况基本吻合，已完成 2016 年业绩承诺 1.3 亿的 80.37%；截至 2016 年 10 月 30 日，紫博蓝正在执行的预计能在 2016 年度确认收入合同金额合计 105,109.57 万元，加上 2016 年 1-10 月已完成收入 264,479.00 万元，合计合同收入为 369,588.57 万元，与 2016 年全年预测收入 390,366.30 万元比较，覆盖率达到 94.68%。因此，2016 年完成预测数的可能性较大。

综上所述，紫博蓝 2016 年业绩预测具有可实现性。

### 三、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：截至目前，紫博蓝经营业绩良好，与客户具有较强的粘性，客户开拓工作开展有效，2016 年实现业绩预测具有较大的可实现性。

10.请你公司结合行业增长趋势、市场竞争状况、客户稳定性及拓展情况、客户需求增长与新签订合同情况，以及市场可比交易评估预测情况，补充披露紫博蓝未来年度营业收入预测的合理性。请独立财务顾问和评估师核查并发表明确意见。

回复：

## 一、行业发展趋势及市场竞争状况

### 1、行业发展趋势

互联网营销是伴随着互联网的诞生而出现并不断发展的，目前互联网营销行业规模较大且仍在快速发展中。互联网营销形式新颖、内容丰富、效果精准、覆盖面广、成本较大，具有很多传统营销方式难以比拟的优势，正在不断地替代一些传统广告营销手段，发展前景十分广阔。

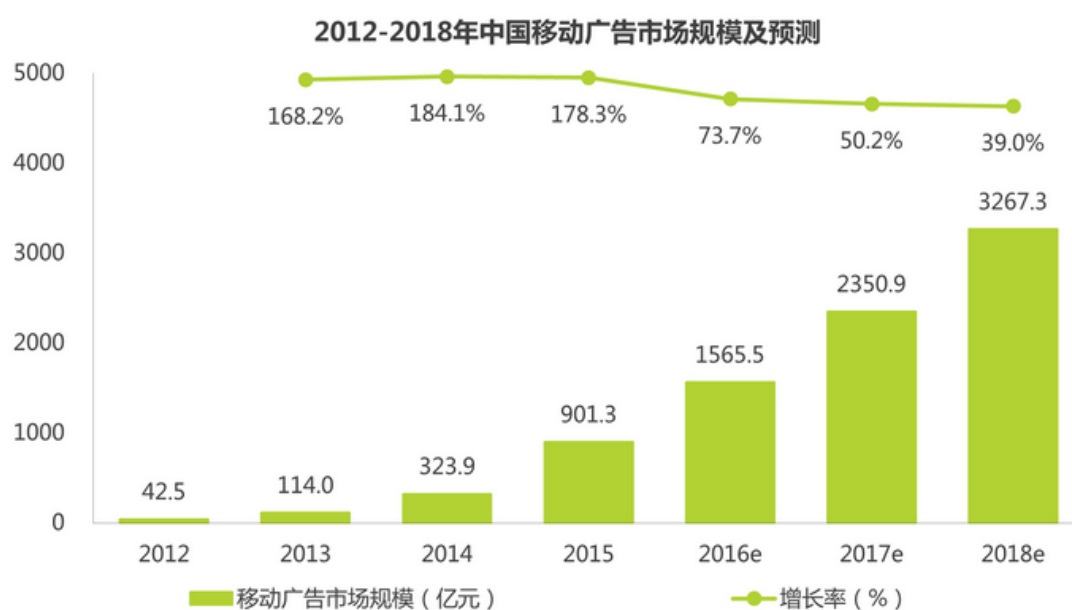
根据艾瑞咨询最新发布的《2016年中国网络广告行业年度监测报告》，中国网络广告市场规模达到 2,093.7 亿元，同比增长 36.0%，较去年增速有所放缓，但仍保持高位。随着网络广告市场发展不断成熟，未来几年的增速将趋于平稳，预计至 2018 年整体规模有望突破 4,000 亿元。



注释：1.互联网广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。  
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

### (1) 移动广告市场规模快速发展

2015 年移动广告市场规模达到 901.3 亿元，同比增长率高达 178.3%，发展势头十分强劲。移动广告的整体市场增速远远高于网络广告市场增速。预计到 2018 年，中国移动广告市场规模将突破 3,000 亿，在网络广告市场的渗透率近 80%。移动互联网的高速发展为移动广告的发展提供了巨大的空间，移动广告市场经过几年的竞争后，逐渐进入了新的发展阶段，针对垂直行业的移动广告平台在各自领域逐渐形成规模化经营，移动广告产品的创新和成熟进一步吸引广告主向移动广告市场倾斜。移动程序化营销、场景营销、泛娱乐营销、自媒体社群营销成为未来几年移动营销发展的趋势。

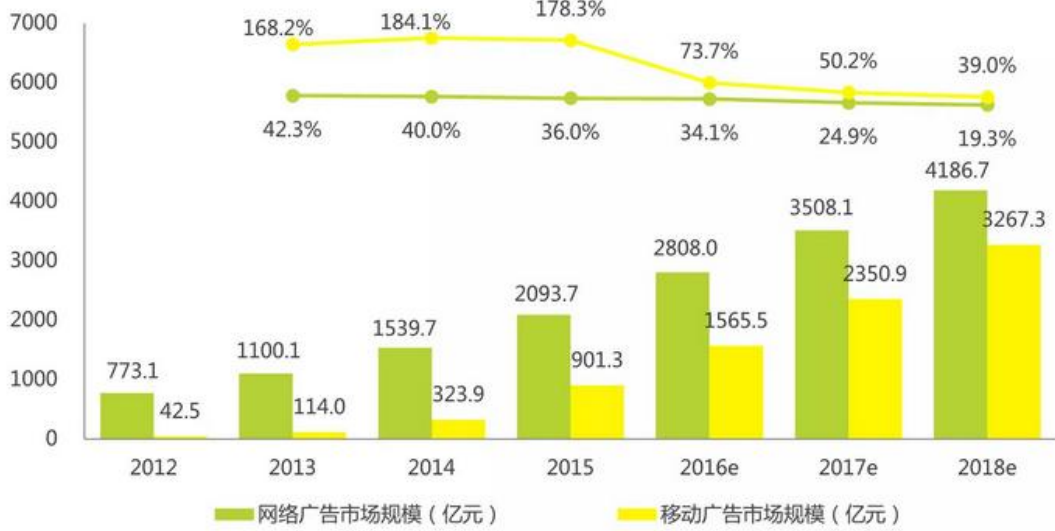


注释：从2014年Q4数据发布开始，不再统计移动营销的市场规模，移动广告的市场规模包括移动展示广告（含视频贴片广告，移动应用内广告等）、搜索广告、社交信息流广告等移动广告形式，统计终端包括手机和平板电脑。短彩信、手机报等营销形式不包括在移动广告市场规模内。  
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考。

2015 年，移动广告市场规模为 901.3 亿，预计到 2018 年将突破 3,000 亿，随着移动广告市场的不断成熟，其增速也将趋于平稳，但仍将保持在较高水平。根据艾瑞最新数据显示，未来几年移动广告在整体互联网广告中的占比将持续增大，预计 2018 年该占比将接近 80%。



2012-2018年中国网络广告&移动广告市场规模及预测

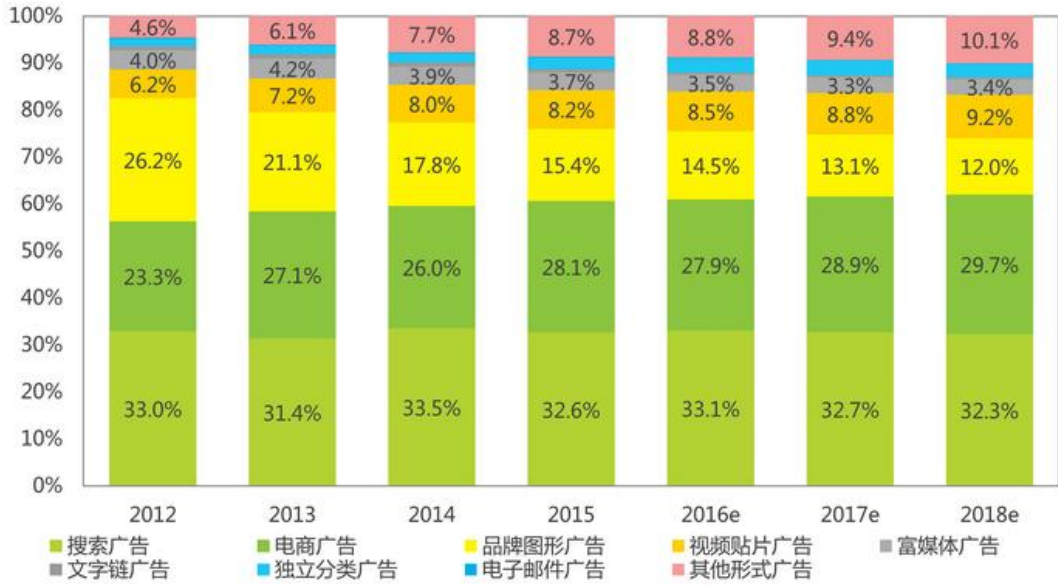


注释：1.互联网广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成；3.网络广告与移动广告有部分重合，重合部分为门户、搜索、视频等媒体的移动广告部分。  
3.移动广告细分市场研究数据由后续单独报告发布。  
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

## (2) 搜索广告占比仍居首位，其他广告形式份额增长迅速

2015年，搜索广告仍旧是份额占比最大的广告类型，占比为32.6%，较2014年占比略有下降。电商广告份额排名第二，占比达28.1%，比2014年增长2个百分点。品牌图形广告市场份额持续受到挤压，位居第三，占比为15.4%。视频贴片广告份额继续增大，占比为8.2%。其他广告形式份额增长迅速，占比达8.7%，主要包括导航广告和门户社交媒体中的信息流广告等。

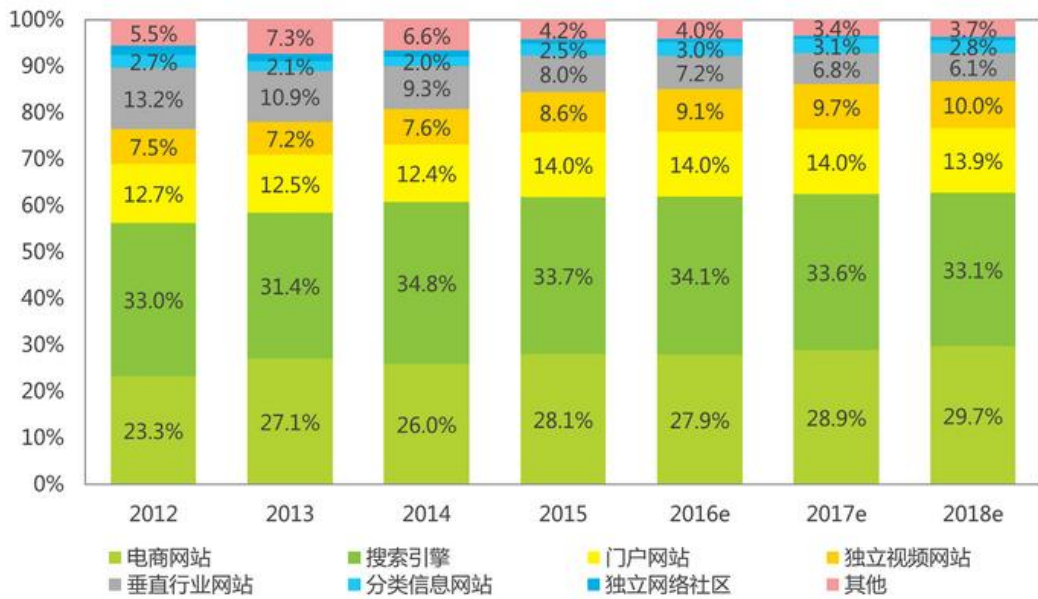
2012-2018年中国不同形式网络广告市场份额及预测



注释：1.搜索广告包括搜索关键字广告及联盟广告，搜索引擎广告>搜索广告>搜索关键词广告；2.电商广告包括垂直搜索类广告以及展示类广告，例如淘宝、京东、去哪儿；3.独立分类广告从2014年开始核算，仅包括58同城、赶集网等分类网站的广告营收，不包含搜房等垂直网站的分类广告营收；4.其他形式广告包括导航和门户及社交媒体中的效果类广告。  
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2015年搜索引擎是占据最大份额的媒体形式，占比达33.7%。电商网站紧随其后，占比为28.1%。未来几年，搜索引擎、电商网站及其他类型展示广告三分天下。门户网站（含旗下视频、微博、微信等）占比为14.0%，较2014年份额亦有所增加。独立视频网站占比为8.6%，随着视频网站变现能力的增强，预计到2018年独立视频网站广告份额将保持稳定发展。垂直行业网站占比为8.0%，未来几年增速减缓。

2012-2018年中国不同类型网络媒体市场份额及预测



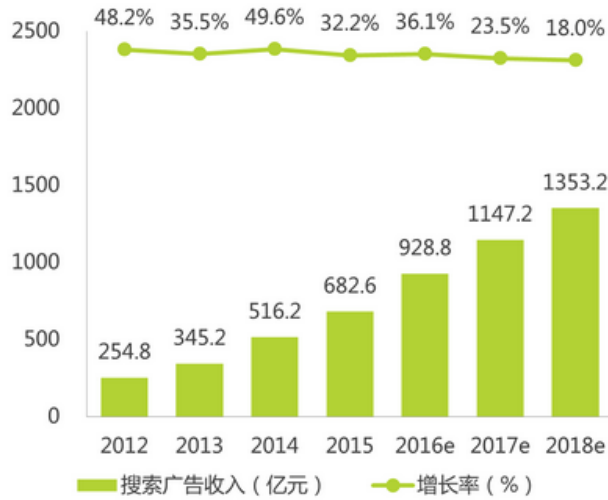
注释：1.网络广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此处搜索引擎收入包括关键词、展示广告收入与导航广告收入，不含网站合并进搜索引擎企业的其他广告收入。搜索引擎广告>搜索广告>搜索关键词广告；3.独立视频网站不含门户网站的视频业务，独立网络社区不包含门户网站的社区业务；4.其他包括导航网站、分类信息网站、部分垂直搜索、客户端、地方网站、游戏植入式广告等。  
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

### (3) 中国搜索广告市场规模

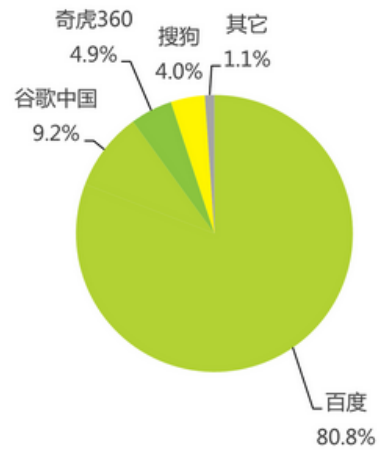
搜索广告收入包括关键词广告及联盟广告收入，是搜索引擎企业的核心广告收入。2015年中国搜索广告收入规模达到682.6亿元，同比增长32.2%。2016年中国搜索广告收入规模预计将超900亿元，同比增长预计将超35%。预计到2018年，市场规模将超1,300亿元。

2015年中国搜索广告业务收入市场份额中，百度搜索广告业务收入占比80.8%；谷歌中国搜索广告收入占比9.2%；奇虎360搜索广告收入占比4.9%；搜狗搜索广告收入占比4.0%，其它搜索广告收入占比1.1%。

2012-2018年中国搜索广告收入规模及趋势



2015年中国搜索广告收入市场份额

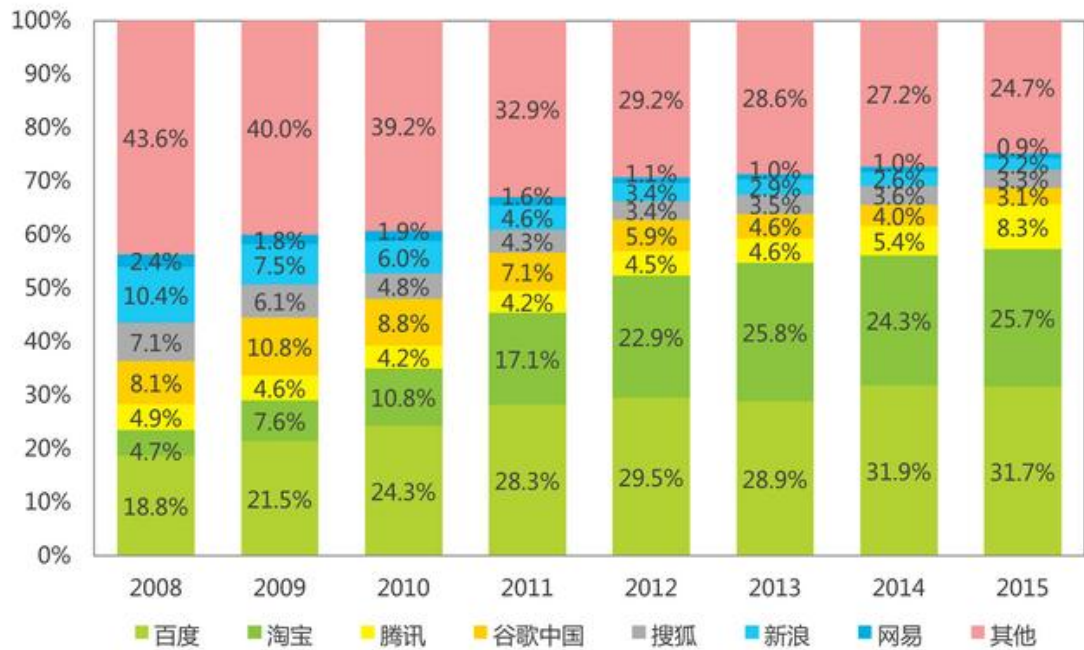


注释：1.搜索引擎企业收入规模为搜索引擎运营商营收总和，不包括搜索引擎渠道代理商营收；2.从2013年开始，市场规模计入360搜索营收，但不计入奇虎360其它营收。3. 搜索广告收入包括关键词广告及联盟展示广告收入，搜索引擎广告>搜索广告>搜索关键词广告。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

#### (4) 网络广告市场进一步向互联网巨头集中

2015年，网络广告市场集中度继续向互联网巨头转移。百度占比31.7%，份额较去年略有下降。淘宝占比较去年略有上升，占比为25.7%。腾讯占比较去年上升明显，增长了近3个百分点。谷歌中国、新浪和网易占比继续下降。BAT三家份额达到65.7%，随着BAT积极进行各自商业生态布局，未来网络广告市场马太效应或将不断加深。

2008-2015年中国网络广告市场核心媒体广告收入结构



注释：1.互联网广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

## 2、市场竞争状况

紫博蓝已形成较强的行业竞争地位。经过多年的快速发展，紫博蓝已经与主要媒体建立了稳固的渠道合作关系，紫博蓝目前为百度五星代理商，同时紫博蓝与搜狗、神马搜索等均建立了稳定的业务合作关系，紫博蓝是国内领先的互联网数字营销服务商。凭借强大的技术研发、运营整合实力和高效的营销能力，紫博蓝致力于为客户提供基于搜索引擎平台的一揽子整合营销服务解决方案，同时紫博蓝顺应互联网广告行业从PC端向移动端发展的趋势，积极布局移动互联网广告业务，形成了数据营销业务、移动营销广告业务以及相关的增值技术服务协调发展的模式。

紫博蓝在行业内经过多年的深耕细作和不断创新，积累了较为丰富的广告投放经验，增强了数据收集、整合、应用和优化能力，形成了强大的技术研发实力，为客户提供了优质的服务，并在业内形成了良好的口碑和企业形象，树立了较强的品牌影响力，得到了客户及媒体的广泛认可。目前，紫博蓝已树立了其在SEM领域的品牌知名度、市场影响力和综合竞争实力，竞争优势明显。

互联网数字营销行业的市场主体众多，紫博蓝主要的竞争对手如下：

### (1) 华扬联众数字技术股份有限公司

华扬联众数字技术股份有限公司成立于 1994 年，自 2002 年以来一直专注于为客户提供互联网综合营销服务，主要业务包括展示类营销、搜索引擎营销、精准营销、内容营销、移动互联网营销等。为百度五星级代理商。根据已披露审计报告，2014 年度，该公司实现营业收入 302,311.10 万元，归属于母公司股东的净利润 9,853.75 万元。

### (2) 北京艾德思奇科技有限公司

北京艾德思奇科技有限公司成立于 2007 年，其主要业务包括搜索引擎广告、移动广告以及 DSP 软件等。为百度五星级代理商。根据已披露公告，2013 年度，该公司实现营业收入 24,719.72 万元人民币。

### (3) 北京煜唐联创信息技术有限公司

北京煜唐联创信息技术有限公司成立于 2012 年 8 月，是专注于搜索引擎营销服务的互联网广告公司，旗下主要运营“品众互动”品牌，为百度五星代理商。2014 年度，该公司实现营业收入 188,085.04 万元，实现净利润 6,563.38 万元。

紫博蓝核心竞争力如下：

#### ① 媒体合作优势

紫博蓝是互联网数据营销领域的领先企业之一，与国内主要媒体均建立了良好的合作关系。百度是中国市场占有率最大的搜索引擎媒体，百度根据代理商的专业团队、创新案例、服务能力等因素，对其代理商进行等级分类，从一星级到五星级从低到高逐级分类，其中五星级是最高荣誉等级，紫博蓝连续多年是百度认证五星级代理商，并与搜狗、神马搜索、今日头条、谷歌等媒体建立了稳定的业务合作关系，媒体覆盖面较广；紫博蓝不断加强媒体资源的整合，并开发了众多 SEM 管理工具以及与搜索引擎对接的数据平台，成为搜索引擎媒体主要的技术合作伙伴。

根据互联网广告从 PC 端向移动端转换的趋势，紫博蓝也积极拓展移动互联网媒体资源，与大量优质移动 APP 媒体、网络联盟形成了稳定的业务合作关系，

促进紫博蓝移动互联网广告业务的快速增长。

## ②客户优势

紫博蓝致力于为广告主提供最佳的数据营销整合方案，在电商、旅游、教育、社交、金融、手游等领域积累了大量的优质客户，包括：**58** 同城网、赶集网、链家网、齐家网、广州创思、**9377**、蓝港在线、途牛网、优酷网、蘑菇街、中信银行、光大银行、一号店、汇仁药业、葵花药业、健客网、学而思、尚德教育、澳际留学、优信二手车、瓜子二手车等，其中千万级以上大客户有 **45** 家，紫博蓝将继续强化营销手段，优质客户资源还将持续增长。

优质稳定的客户资源保证了紫博蓝在主流媒体上持续稳定的广告代理投放，从而能够保障获得主流媒体的优质资源，形成媒体和客户的良性循环，同时也为开拓新客户提供有力的支持。

## ③技术研发优势

紫博蓝通过自主培养和外部引入，目前已建立行业经验丰富的研发及运营团队，专门配备了专业的数据分析团队，对广告投放效果进行实时监测，发现异常情况能够快速预警，为提高广告投放效果提供数据支撑；同时配备了资深的广告投放优化团队和创意设计团队，共同为广告投放参数（搜索关键词出价或广告点击出价、投放的频率、广告内容设计等）进行调整和优化，以提升广告的投放效果满足广告主的 **ROI** 需求。

为保持良好的市场竞争力，紫博蓝自主研发了紫数平台、紫藤 **SSP** 系统、博道 **TOP** 系统、蓝魔方系统、蓝菓系统等，并不断优化其功能，为客户持续提供优质服务。

另外，紫博蓝在多年的发展中积累了大量的技术和数据，为归因系统的模型和参数提供了技术和数据支持，使得紫博蓝能够在竞争中处于优势地位。

## ④数据优势

随着互联网广告相关技术的不断更新换代，数据资源已经成为竞争的核心要素之一。紫博蓝经过多年的发展，对消费者行为特征、消费偏好进行详细分析，



已经积累了大量的优质数据，对这些数据的收集、整合、分析、应用、优化能力是为客户提供数据营销服务的基础，也可以进一步提高广告投放精准度，提升公司服务水准，增加客户数量来源，提升整体市场竞争力。

#### ⑤整合营销服务能力优势

紫博蓝能够提供覆盖移动端和 PC 端的数据营销业务，能够为广告主提供多种营销解决方案。根据广告主的需求并分析广告属性，能够建议广告主采用多种投放渠道的组合营销方案，以确保综合营销效果。

#### ⑥较强的资金实力

近年来，紫博蓝业务发展稳健，具有较强的盈利能力和资金实力，截至 2016 年 6 月 30 日，紫博蓝实现营业收入 130,349.60 万元，账面货币资金 4,832.61 万元。

## 二、客户稳定性及客户拓展情况

### 1、客户稳定性及拓展情况

根据紫博蓝 2013-2015 年客户明细，2013 年 10 万元以上客户共计 266 家，合计营业收入占 2013 年全年收入的 94.05%；2014 年 10 万元以上客户共计 392 家，合计营业收入占 2014 年全年收入的 97.88%；2015 年 10 万元以上客户共计 492 家，合计营业收入占 2015 年全年收入的 99.04%。2013-2015 年紫博蓝客户数量呈稳定上升趋势。

### 2、客户需求增长与新签订合同情况：

根据紫博蓝 2016 年 1-6 月审计报告，合并利润表数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月
一、营业收入	130,349.79
减：营业成本	115,682.72
营业税金及附加	275.06
销售费用	3,580.12
管理费用	2,456.41



财务费用	150.18
资产减值损失	128.37
加：公允价值变动收益	
投资收益	-6.01
二、营业利润	8,070.90
加：营业外收入	33.56
减：营业外支出	1.09
三、利润总额	8,103.37
减：所得税费用	2,203.21
四、净利润	5,900.16
少数股东损益	-192.66
归属于母公司所有者的净利润	6,092.82

紫博蓝 2016 年业绩承诺为归属于母公司所有者的净利润 13,000 万元，则 2016 年 1-6 月完成率为 46.87%。

紫博蓝 2016 年 1-10 月未经审计合并利润表及去年同期数据如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-10 月	2016 年 1-10 月
一、营业收入	158,113.73	264,479.00
减：营业成本	146,775.75	236,802.82
营业税金及附加	116.19	269.22
销售费用	2,412.76	8,031.95
管理费用	1,231.32	4,994.27
财务费用	176.54	319.80
资产减值损失	191.30	130.94
加：公允价值变动收益	-	-
投资收益	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-
二、营业利润	7,209.86	13,930.00
加：营业外收入	-	-
减：营业外支出	-	-
其中：非流动资产处置损失	-	-

三、利润总额	7,209.86	13,930.00
减：所得税费用	1,802.46	3,482.50
四、净利润	5,407.39	10,447.50

由上表数据分析，2016年1-10月与2015年1-10月同期经营数据比较，营业收入同比增长率67.27%，与2016年全年营业收入预测增长率71.45%接近；净利润同比增长率93.21%，与2016年全年净利润预测增长率100.39%接近。2016年1-10月未经审计净利润10,447.50万元，占2016年业绩承诺13,000万元的80.37%。由以上截至目前的经营数据分析可知，紫博蓝经营业绩完成情况与2016年全年预测情况基本吻合。

紫博蓝截至2016年10月31日的业务合同储备情况如下：

紫博蓝未确认收入合同金额合计145,577.41万元，其中预计2016年11-12月确认收入金额104,658.57万元，2017年确认收入金额40,918.84万元。预计2016年11-12月确认收入金额加上2016年1-10月已完成收入，那么合计收入为369,588.57万元，与2016年全年预测收入390,366.30万元比较，覆盖率达到94.68%。综上，紫博蓝2016年完成业绩承诺的可能性较大。

### 三、主要供应商百度的增长将带动紫博蓝的业绩增长

#### 1、百度每年保持较高的增长率

百度2013-2015年的营业收入依次为3,194,392万元、4,905,232万元、6,638,173万元，增长率分别为43%、54%、35%。其中：2015年网络营销营收为人民币640.37亿元，比2014年增长32.0%，2014年网络营销营收为人民币484.95亿元，比2013年增长52.5%，2013年网络营销营收为人民币318.02亿元，比2012年增长43.0%。根据Wind资讯，研究机构一致预测数据，百度未来几年盈利预测情况如下：

关键指标	2013A	2014A	2015A	2016E	2017E
营业收入(百万)	31,943.92	49,052.32	66,381.73	81,495.00	103,606.00
增长率(%)	43.21	53.56	35.33	22.77	27.13

综上，考虑到百度目前的市场地位和行业发展情况，预计百度未来仍将保持一定增长，紫博蓝作为百度重要的代理商，百度的增长将会拉动紫博蓝的增长。

## 2、紫博蓝占百度的业务份额还有较大增长空间

紫博蓝 2013-2015 年占百度网络营销业务的份额数据如下：

单位：亿元

	2013 年	2014 年	2015 年
百度	318.02	484.95	640.37
紫博蓝	4.48	11.66	22.77
占比	1.41%	2.40%	3.56%

由上表中数据分析可知，2013 年-2015 年紫博蓝占百度份额依次为 1.41%、2.40%、3.56%，份额呈上升趋势。未来几年随着紫博蓝自身竞争力的不断增强，管理层预计占百度的业务份额会稳步提高。

## 3、其他媒体供应商业务的增加

目前百度为紫博蓝主要的供应商，未来随着紫博蓝业务规模的扩大及行业竞争力的增强，企业预计会增加其他媒体供应商，这也是紫博蓝未来业务的一个增长点。

## 四、市场可比交易评估比较

市场可比交易评估比较预测情况如下：

单位：万元

证券简称	标的资产	评估对象主营业务	基准日	营业收入预测				
				2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
中昌海运	博雅立方	互联网信息服务	2015/9/30	56,474.00	90,625.00	118,024.00	153,432.00	-
收入增长率				125.27%	60.47%	30.23%	30.00%	-
蓝色光标	Domo b Limited 和多盟智胜	互联网营销	2015/7/31	98,213.31	142,342.06	201,556.59	270,833.22	344,168.69
收入增长率				78.03%	44.93%	41.60%	34.37%	27.08%
蓝色光标	Madhouse Inc.	互联网营销	2015/7/31	95,061.54	141,662.71	193,562.31	253,851.06	306,339.24
收入增长率				172.98%	49.02%	36.64%	31.15%	20.68%
思美传媒	爱德康赛	搜索引擎营销（SEM）服务	2015/9/30	42,856.18	74,659.09	93,081.12	102,135.56	110,046.15
收入增长率				30.58%	74.21%	24.67%	9.73%	7.75%
联创股份	上海麟动	创新型整合营销传播服务	2015/6/30	21,584.80	32,377.36	39,202.51	47,077.58	51,785.35
收入增长率				160.98%	50.00%	21.08%	20.09%	10.00%
联建光电	深圳力玛	互联网搜索引擎的营销服务	2015/9/30	53,734.34	81,374.52	116,703.56	140,137.78	165,634.70
收入增长率				116.62%	51.44%	43.42%	20.08%	18.19%
平均增长率	-	-	-	114.08%	55.01%	32.94%	24.24%	16.74%

由可比交易案例收入预测增长情况可知，该行业营业收入预测增速均较快。

考虑紫博蓝历史经营增长情况及未来业务增长潜力，紫博蓝 2016-2020 年营业收入预测增长率依次为 71.45%、30.36%、29.29%、25.66%、20.03%在合理区间。

## 五、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：结合行业增长趋势、市场竞争状况、客户稳定性及拓展情况、客户需求增长与新签订合同情况，以及市场可比交易评估预测情况，紫博蓝未来年度营业收入预测具有合理性。

**11.2016年6月7日，我会受理了你公司发行股份购买资产并募集配套资金的申请（以下简称“前次申请材料”），申请材料显示紫博蓝不存在资金占用问题，对关联方的拆出资金已经解除。上述重组方案经调整后，2016年9月28日，我会再次受理了你公司相关材料（以下简称“本次申请材料”）。本次申请材料显示，2016年1-3月，紫博蓝新增关联方拆借款2,050.00万元，该款项已于2016年8月16日前全部收回。请你公司：1)补充披露上述披露信息前后不一致的原因，前后两次申请材料相关信息披露是否真实、准确、完整，是否符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四条规定。2)补充披露紫博蓝上述关联方拆借款相关背景及形成原因，是否符合《<上市公司重大资产重组管理办法>第三条有关拟购买资产存在资金占用问题的适用意见——证券期货法律适用意见第10号》相关规定。3)梳理并补充披露紫博蓝的资金占用情形及清理进展，目前是否已消除影响。4)结合公司内部控制制度及执行、公司治理等情况，补充披露后续避免关联方资金占用的应对措施。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。**

回复：

一、补充披露上述披露信息前后不一致的原因，前后两次申请材料相关信息披露是否真实、准确、完整，是否符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四条规定

由于上次申报时间为2016年6月7日，申报时财务数据为2015年12月31日时点数据，而该款项发生在2016年1-3月间，2015年12月31日时点并

未存在,所以在 2016 年 6 月 7 日申报时报告书“第九节 管理层的讨论与分析”之“二、标的公司行业特定和盈利能力分析”之“(三)紫博蓝合并财务状况分析”中未对该款项进行披露;而本次申报财务数据截止时点为 2016 年 3 月 31 日,由于截止 2016 年 3 月 31 日时点该款项仍未收回,所以在本次申报时报告书“第九节 管理层的讨论与分析”之“二、标的公司行业特定和盈利能力分析”之“(三)紫博蓝合并财务状况分析”中对该项目收回情况进行了披露。针对该事项由于两次申报所披露财务数据时点不同,所以披露的信息有所不同,不存在两次申报披露信息不一致的情况,前后两次申请材料相关信息披露真实、准确,符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四条规定。

## 二、补充披露紫博蓝上述关联方拆借款相关背景及形成原因,是否符合《<上市公司重大资产重组管理办法>第三条有关拟购买资产存在资金占用问题的适用意见——证券期货法律适用意见第 10 号》相关规定

上述 2,050 万元拆借款具体情况如下:

款项金额(万元)	拆出方	借款方	拆出时间
2,000.00	紫博蓝	网罗天下	2016.2.1
50.00	紫博蓝	杭州导向科技有限公司	2016.1.15

2016 年 2 月,为满足境内资本运作的政策要求,紫博蓝正在进行逐层拆除 VIE 架构的工作,其中包括紫博蓝收购香港紫博蓝持有的紫博蓝 WOFE 100% 股权,紫博蓝 BVI 回购境外投资者股权。由于香港紫博蓝的银行账户多年未使用,账户被银行注销,紫博蓝收购紫博蓝 WOFE 的股权受让款未能顺利支付至香港紫博蓝,而重新开立新的账户需要时间,为了保证及时将境外投资者退出的股权回购款项支付给境外投资者,避免因香港紫博蓝银行账户问题导致的支付违约;紫博蓝拆出 2,000 万元予网罗天下以向境外投资者支付股权回购价款,网罗天下一直与有关各方沟通支付股权回购价款的方案未果。2016 年 7 月,香港紫博蓝的银行账户重新开立可以接收汇款,紫博蓝于 2016 年 7 月 9 日向香港紫博蓝账户支付 285 万美元,以履行完毕其收购紫博蓝 WOFE 的股权受让款支付义务;至此,原委托网罗天下向境外投资者支付股权回购价款已无必要,因此,网罗天下于 2016 年 7 月 19 日将原用于支付境外投资者股权回购价款的 2,000 万元归

还给紫博蓝。另外，紫博蓝将 50 万元拆借给杭州导向科技有限公司以用于补充其暂时经营性资金缺口。

综上，截至 2016 年 8 月 16 日，网罗天下和杭州导向科技有限公司已全部偿还对紫博蓝的资金占用，相关影响已经全部消除；符合《<上市公司重大资产重组管理办法>第三条有关拟购买资产存在资金占用问题的适用意见——证券期货法律适用意见第 10 号》相关规定。

### 三、紫博蓝的资金占用情形及清理进展情况

紫博蓝资金占用及清理情况如下：

单位：元

拆入方	拆出方	拆出金额（截至 2016 年 6 月末）	全部归还日	影响是否消除
网罗天下	紫博蓝	19,954,142.35	2016.7.19	是
杭州导向科技有限公司	紫博蓝	500,000.00	2016.8.16	是
合计		<b>20,454,142.35</b>		

由上表可知，截至 2016 年 8 月 16 日，网罗天下和杭州导向科技有限公司已全部清偿对标的公司的资金占用，相关影响已经全部消除。

### 四、结合公司内部控制制度及执行、公司治理等情况，补充披露后续避免关联方资金占用的应对措施

#### 1、上市公司已建立规范的公司治理结构

上市公司已制定了《关联交易决策制度》，该办法对关联交易的基本原则、关联交易的授权批准、关联交易的决策制定和对关联交易的监督检查等主要环节进行了明确规定。上述制度可以确保上市公司规范关联交易，保证关联交易决策的公允性，杜绝和防范控股股东及关联方资金占用，能够充分保护公司、股东和债权人的合法权益。同时，公司制订了《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《股东大会议事规则》，建立健全了《独立董事工作制度》，独立董事在公司募集资金使用、对外担保、关联交易等方面严格按照相关规定发表独立意见，起到了有效的监督作用。上述内部控制制度执行情况良好。

## 2、防止标的公司关联方资金占用的措施

为加强内部控制，防止关联方资金拆借，维护公司利益，紫博蓝已制定《防范控股股东及其他关联方资金占用制度》等专门制度，规定了公司的董事、监事和高级管理人员对维护本公司资金安全的法定义务、控股股东及关联方资金占用的界定和防范措施以及公司董事会、监事会和高管人员的责任及监管程序、责任追究及处罚等均作了详细规定，明确了公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东及关联方侵占公司资产时，公司董事会视情节轻重对直接责任人给予处分，对负有严重责任的董事可提议股东大会予以罢免。公司全体董事应当审慎对待和严格控制对外担保产生的债务风险，并对违规或失当的对外担保产生的损失依法承担连带责任。

## 3、标的公司关于避免的关联方资金占用的承诺

为了规范并减少关联方与上市公司将来可能产生的关联交易，确保上市公司及其全体股东利益不受损害，交易标的公司之控股股东网罗天下及其实际控制人樊晖出具了《关于减少及规范关联交易的承诺函》，主要内容如下：

“1、本次交易完成后，本公司及本公司控制的企业/本人及本人控制的企业（包括本人近亲属控制的其他企业）与上市公司之间将尽量减少、避免关联交易。在进行确有必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律、法规、规章等规范性文件及申科股份公司章程的规定履行交易程序及信息披露义务。本公司/本人保证不会通过关联交易损害上市公司及其他股东的合法权益；

2、本公司/本人承诺不利用上市公司股东地位，损害上市公司及其他股东的合法利益；

3、本公司/本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，不要求上市公司向本公司/本人及其关联方提供任何形式的担保。

4、本公司/本人保证将赔偿上市公司及其下属公司因本公司/本人违反本承诺而遭受或产生的任何损失或开支。”



公司将加强内部控制，严格执行关联方交易及资金管理等相关制度，从制度上保障公司资金不被关联方非经营性占用，对违反规定的主体予以惩戒，对由此造成公司损失的，追究其赔偿责任。

## 五、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：针对该事项由于两次申报所披露财务数据时点不同，所以披露的信息有所不同，不存在两次申报披露信息不一致的情况，前后两次申请材料相关信息披露真实、准确，符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四条规定。上市公司已就本次申请材料报告期末标的资产资金拆借的形成原因进行补充披露，其形成符合《〈上市公司重大资产重组管理办法〉第三条有关拟购买资产存在资金占用问题的适用意见—证券期货法律适用意见第 10 号》相关规定。上市公司已就标的资产报告期末及期后资金占用清理进展进行补充披露，目前已消除该影响。申科股份已建立了较为健全的法人治理结构，制定了比较完备的内部控制制度，并确定了后续避免关联方资金占用的应对措施。

**13.申请材料显示，本次交易对方东证创投系东证创新-金信灏洋 1 号新三板投资基金的基金管理人。请你公司补充披露：1) 上述安排是否符合基金投资范围的约定和其他相关规定。是否需履行相关审批或备案程序。2) 本次交易完成后持有上市公司股份的主体、行使上市公司股东权利的相关安排，认购对象、认购份额是否经上市公司股东大会审议通过。请独立财务顾问和律师核查并发表明确意见。**

回复：

### 一、上述安排是否符合基金投资范围的约定和其他规定

根据基金合同，金信灏洋 1 号主要投资于已经在或拟在全国中小企业股份转让系统挂牌的公司股权，资金闲置期间可投资于固定收益类金融工具（包括但不限于在交易所上市交易的国债、央行票据），货币市场工具（包括但不限于现金、银行存款、货币市场基金、债券逆回购）等金融品种。

根据金信灏洋 1 号的基金委托人东证创投、东证期货有限公司的书面确认

函，东证创投、东证期货有限公司作为基金委托人，同意基金管理人（代表金信灏洋 1 号）参与申科股份重大资产重组，以所持紫博蓝的股权认购申科股份新增发行的股份，并同意由基金管理人代为签署相关交易协议等法律文件；同意基金管理人增加并调整基金投资范围，金信灏洋 1 号投资范围在原有投资范围基础上增加“上海及深圳证券交易所上市的股票”为投资范围及投资标的；同意基金管理人为上述确认的事项相应修改基金合同，并承诺同时督促基金管理人，在该函出具之日起 1 个月内完成关于基金合同修改、投资范围调整所需的全部法律程序及手续。

根据东证创投的确认，就基金委托人确认的事项，东证创投与基金委托人、基金保管人已协商同意相应修改基金合同，目前基金管理人及基金委托人已完成基金合同补充协议的签署，基金保管人正在履行其内部用印流程，补充协议经各方签署完毕并报送基金业协会予以备案后生效，东证创投承诺将在该函出具之日起 1 个月内完成关于基金合同修改、投资范围调整所需的全部法律程序及手续。

## **二、本次交易完成后持有上市公司股份的主体，行使上市公司股东权利的相关安排，认购对象、认购份额是否经上市公司股东大会审议通过**

根据《证券账户管理规则》、《关于私募投资基金开户和结算有关问题的通知》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等规定，证券资产托管人或资产管理人，可以按证券登记结算公司规定为证券投资基金、保险产品、信托产品、资产管理计划、企业年金计划、社会保障基金投资组合等依法设立的证券投资产品申请开立证券账户，证券投资基金可开立基金专用证券账户，经备案的私募基金可以申请开立证券相关账户。

根据东证创投的确认，金信灏洋 1 号作为证券投资基金，已在基金业协会完成备案，基金管理人已在证券登记结算机构开立基金专用证券账户，在申科股份本次重组完成后，金信灏洋 1 号认购的新增股份将登记于基金专用账户名下，基金管理人将为基金的利益行使因基金财产投资于证券所产生的权利。根据基金合同的约定及基金管理人、基金委托人的确认，基金管理人享有如下权利：按照基金合同的约定，独立管理和运用基金财产；为基金以基金管理人名义签订与该基金相关的合同，并享有合同的各项权益及财产权益等权利；按照有关规定行使因

基金财产投资所产生的权利；依据法律法规为基金的利益对被投资公司行使股东权利，为基金的利益行使因基金财产投资于证券所产生的权利；以基金管理人的名义，代表基金委托人利益行使诉讼权利或者实施其他法律行为。

根据申科股份第三届董事会第十一次会议、第三届董事会第十三次会议、2016年第二次临时股东大会审议通过的《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关联交易方案的议案》，第三届董事会第十九次会议审议通过的《申科滑动轴承股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）（修订稿）》、申科股份与紫博蓝全体股东签署的《资产购买暨利润补偿协议》及其补充协议等的规定和约定，东证创投代表金信灏洋1号作为交易对方参与本次重组，以所持紫博蓝的股份认购申科股份新增发行股份290,135股，同时东证创投及金信灏洋1号的基本情况均已在《申科滑动轴承股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）（修订稿）》中予以详细说明，上述事项均已经上述申科股份董事会、股东大会审议通过。

### 三、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务认为：金信灏洋1号作为东证创投所持紫博蓝股份的实际权益主体，在本次交易完成后，该部分股权对应的股份将登记于金信灏洋1号的专用证券账户名下，东证创投作为基金管理人，将根据基金合同为基金的利益行使作为申科股份股东的各项权利，东证创投代表金信灏洋1号参与本次交易及具体的认购份额事宜均已经上市公司董事会、股东大会审议通过。

（本页无正文，为《新时代证券股份有限公司关于申科滑动轴承股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易行政许可项目审查一次反馈意见回复之核查意见》之签署页）

财务顾问主办人：\_\_\_\_\_

刘小牛

过震

新时代证券股份有限公司

2016年11月17日