



京都

**深圳雷曼光电科技股份有限公司
拟发行股份及支付现金购买资产所涉及的
深圳市华视新文化传媒有限公司
股东全部权益
评估说明**

京都中新评报字（2016）第 0026 号

（共 1 册 第 1 册）

北京京都中新资产评估有限公司

2016 年 4 月 7 日

目 录

第一部分	关于评估说明使用范围的声明	2
第二部分	企业关于进行资产评估有关事项的说明	3
一、	委托方与被评估单位概况	3
二、	关于经济行为的说明	34
三、	关于评估对象与评估范围的说明	34
四、	关于评估基准日的说明	36
五、	可能影响评估工作的重大事项说明	36
六、	资产负债情况、未来经营和收益状况预测说明	37
七、	资料清单	46
第三部分	资产评估说明	49
第一章	评估对象与评估范围说明	49
一、	评估对象与评估范围说明	49
二、	资产核实总体情况说明	50
第二章	资产基础法评估技术说明	54
一、	流动资产评估技术说明	54
二、	非流动资产评估技术说明	55
三、	流动负债评估技术说明	61
第三章	收益法评估技术说明	63
一、	评估对象和评估范围	63
二、	收益法应用前提即选择的理由和依据	63
三、	收益预测的假设条件	64
四、	影响企业经营的宏观、区域经济分析	65
五、	企业历史年度财务分析	82
六、	评估分析及测算过程	83
七、	收益法评估结果	100
第四章	评估结果及分析	101

第一部分 关于评估说明使用范围的声明

本评估说明仅供财产评估主管机关、企业主管部门审查评估报告书和检查评估机构工作之用，非为法律、行政法规规定，材料的全部或部分内容不得提供给其它任何单位和个人，不得见诸于公开媒体。

北京京都中新资产评估有限公司

2016年4月7日

第二部分 企业关于进行评估有关事项的说明

一、 委托方与被评估单位概况

(一) 委托方概况

企业名称及简称：深圳雷曼光电科技股份有限公司（以下简称“雷曼股份”）

注册号：440301501130760

注册地址：深圳市南山区松白路百旺信高科技工业园二区第八栋

法定代表人：李漫铁

股本：349,787,153.00 股

企业类型：上市股份有限公司

成立日期：2004 年 7 月 21 日

营业期限：自 2004 年 7 月 21 日起至 2024 年 7 月 21 日止

经营范围：一般经营项目：节能环保工程、节能工程设计、节能技术咨询与评估、照明工程、城市亮化、景观工程的咨询、设计、安装、维护；货物的进出口（不含分销，不含专营、专控、专卖商品）；节能技术服务（不含限制项目）；设备租赁；能源管理；从事经营广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）。许可经营项目：研发、生产经营高品质发光二极管及 LED 显示、照明及其他应用产品。

(二) 被评估单位概况

1. 基本情况

企业名称：深圳市华视新文化传媒有限公司（以下简称“华视新公司”或“本公司”）

统一社会信用代码：91440300667082411H

注册号：440301102831491

住 所：深圳市福田区沙头街道农园路香榭里花园 6 栋 202C；福强路 3030 号福田体育公园文化产业总部大厦 8 层 803 室

法定代表人：王钧

企业类型：有限责任公司

成立时间：2007 年 9 月 3 日

营业期限：自 2007 年 9 月 3 日起至 2017 年 9 月 3 日止

2. 历史沿革

华视新公司是在深圳市注册的有限责任公司，于 2007 年 9 月 3 日由华视传媒集团有限公司（以下简称“华视传媒”）和深圳市高清数字电视产业投资有限公司（以下简称“高清投公司”）共同出资设立，并经深圳市市场监督管理局核准登记。

本公司原注册资本为人民币 50.00 万元，其中华视传媒出资 45.00 万元，持股 90%，高清投公司出资 5.00 万元，持股 10%。

2015 年 12 月 16 日，根据本公司与华视传媒签订的《关于将地铁电视媒体广告业务整体转移至深圳市华视新文化传媒有限公司的协议》约定以 2015 年 12 月 31 日为转移基准日，由华视传媒及关联企业将其地铁电视媒体广告业务整体注入本公司。

根据本公司 2015 年 12 月 16 日全体股东签署的股东协议，同意将华视新公司注册资本由 50.00 万元增加至 4,050.00 万元，其中华视传媒新增注册资本人民币 3,600.00 万元，高清投公司新增注册资本人民币 400.00 万元。本次增资业经深圳正先会计师事务所（特殊普通合伙）审验，并于 2016 年 1 月 18 日出具正先验字[2016]第 001 号验资报告。2016 年 1 月 19 日，本公司在深圳市市场监督管理局办理了工商变更登记手续。

本次股权增资后，华视新公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	实缴出资（万元）	股权比例
1	华视传媒集团有限公司	3,645.00	3,645.00	90%
2	深圳市高清数字电视产业投资有限公司	405.00	405.00	10%
合计		4,050.00	4,050.00	100%

截至本报告书签署日，华视新公司上述股权结构未发生变化。

3. 经营业务范围

经营业务范围：电视设备、数字设备、无线设备及相关技术的开发、购销、工程安装与技术咨询；电视节目的策划代理；文化信息咨询及商务信息咨询（不含限制项目）；计算机软件开发；从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）。

4. 公司主营业务简介

华视新公司成立于 2007 年，自成立以来未经营具体业务，2015 年 12 月 16 日，华视新公司股东华视传媒召开董事会，同意以 2015 年 12 月 31 日为基准日，将华视传媒下属地铁电视媒体广告业务整体注入华视新公司。

2015年12月16日，根据华视新公司与华视传媒签订的《关于将地铁电视媒体广告业务整体转移至深圳市华视新文化传媒有限公司的协议》，约定以2015年12月31日为转移基准日，由华视传媒及关联企业将其地铁电视媒体广告业务整体注入华视新文化，包括业务资产及负债的转移；专利、商标、商号等无形资产的授权许可使用；业务合同权利、义务的概括转移；员工安置；由华视传媒关联的与地铁电视媒体广告业务构成潜在同业竞争关系的企业股权委托管理等事项。

2016年4月6日，华视传媒与华视新文化签订《关于将地铁电视媒体广告业务整体转移至深圳市华视新文化传媒有限公司的业务转移协议之补充协议》（以下简称“补充协议”），就业务转移所涉经审计资产、负债数据进行确认，并对业务转移相关的专利、商标、商号等的授权许可、业务转移主体范围进行调整补充。

本次业务重组后，华视新公司成为华视传媒下属唯一经营地铁电视媒体广告业务的公司，主要为广告客户提供地铁电视媒体广告投放服务。华视新公司作为覆盖全国性地铁电视媒体广告联播服务能力的地铁电视媒体广告运营商，客户包括百度，益海嘉里，携程，联合利华，麦当劳，肯德基、贝因美、巨人网络、腾讯科技等国内外一线品牌大客户，华视新公司的地铁广告播放服务业务目前已经覆盖19个中国经济最为发达地铁城市，是国内少数拥有基本完整覆盖全国性地铁电视媒体广告资源的企业。

5. 近二年内经审计后的资产、负债及财务状况

金额单位：人民币万元

项目	2014年12月31日	2015年12月31日
资产总计	52.97	11,454.70
负债总计	5.19	7,428.63
净资产	47.78	4,026.08
项目	2014年度	2015年度
营业收入	0.00	0.00
营业成本	0.00	0.00
利润总额	-0.10	-21.71
净利润	-0.10	-21.71
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
审计意见类型	无保留意见	无保留意见

上述数据摘自华视新公司财务报表。其中2013年财务报表未经审计，2014年、2015年财务报表业经致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具“致同专字(2016)第441ZA2070号”《财务报表审计报告》。

6. 近二年经审计后的模拟合并资产、负债及财务状况:

金额单位: 人民币万元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资产总计	15,080.33	11,454.70
负债总计	15,032.55	7,428.63
净资产	47.78	4,026.08
项目	2014 年度	2015 年度
营业收入	31,443.22	23,352.39
营业成本	25,147.37	15,080.91
利润总额	43.08	4,761.14
净利润	-127.94	3,472.48
流动比率	0.92	1.44
审计机构名称	致同会计师事务所(特殊普通合伙)	致同会计师事务所(特殊普通合伙)
审计意见类型	无保留意见	无保留意见

上述数据摘自本公司模拟合并财务报表。其中2013年模拟合并财务报表未经审计,2014年、2015年模拟合并财务报表业经致同会计师事务所(特殊普通合伙)审计并出具“致同专字(2016)第441ZA1182号”《模拟合并财务报表审计报告》。

模拟合并财务报表系假设2014年1月1日华视新公司基于重组完成后的对外投资架构和各项假设所构成的合并财务报表,合并财务报表按同一控制下业务合并华视传媒地铁广告业务进行编制,具体假设情况如下:

(1) 根据华视新公司与华视传媒签订的业务转移协议及补充协议确定的地铁电视媒体广告业务转移具体方案:

1) 华视传媒及关联企业将基于地铁电视媒体广告业务包括业务资产及负债的转移;专利、商标、商号等无形资产的授权许可使用;业务合同权利、义务的概括转移;员工安置;上述资产的转让价格为2015年12月31日的账面价值。由华视传媒关联的与地铁电视媒体广告业务构成潜在同业竞争关系的企业股权整体托管至本公司。

假设2014年1月1日上述地铁电视媒体广告业务已整体转移至华视新公司,并入模拟合并财务报表。

2) 截至2015年12月31日,华视传媒与地铁资源方或第三方签署的地铁资源购买协议或与客户签订的广告投放协议等其他涉及地铁电视媒体广告业务协议按照如下情形处置:

①对于华视传媒已履行完毕上述相关协议约定的合同义务的，由华视传媒将涉及地铁电视媒体广告业务相关的应收合同款项、已付合同成本或其他费用全部转由华视新文化处理；

②对于华视传媒未履行完毕上述相关协议约定的合同义务及行使合同权利的，由华视传媒负责与协议对方协商一致将合同权利与合同义务概括转移至华视新文化，即由华视新文化作为新的签约主体与对方签署协议并继续履行合同义务、行使合同权利；

③对于华视传媒未履行完毕上述相关协议约定的合同义务及行使合同权利的，如协议对方不同意将合同权利与合同义务概括转移或其他任何原因导致华视新文化变更合同主体后承担违约责任，由华视传媒将涉及地铁电视媒体广告业务相关的收入、成本、费用、应收/应付账款单据核算并转由华视新文化承担或享有。

④自业务转移基准日起，所有新发生的涉及地铁电视媒体广告的业务合同，由华视新文化作为主体与交易对方签订，华视传媒不再从事地铁电视媒体广告并作为主体与相关资源方或客户签订业务合同。

假设 2014 年 1 月 1 日华视传媒全部广告投放协议与资源购买协议已转移至华视新公司，并入模拟合并财务报表。

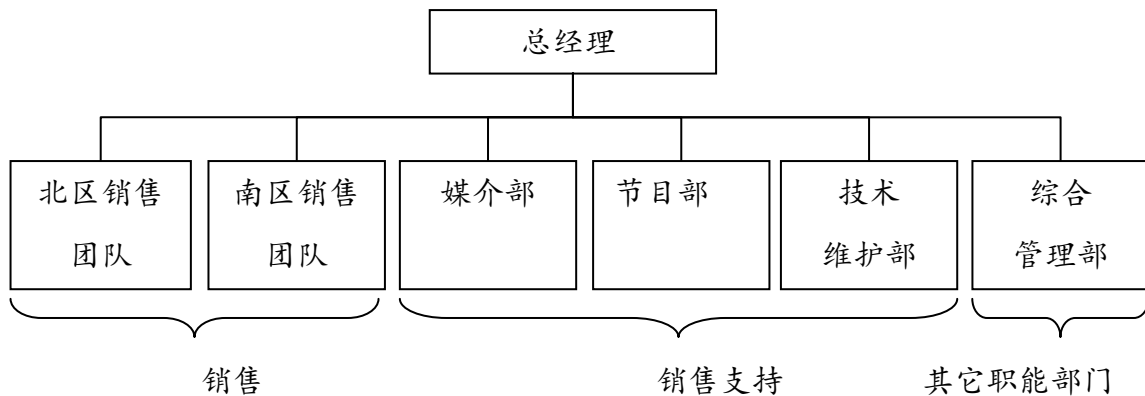
3) 华视传媒关联的涉及与地铁电视媒体广告业务构成潜在同业竞争关系的企业包括南京城轨运营信息咨询有限公司、深圳市城轨运营信息咨询有限公司、天津城轨交通运营信息咨询服务有限公司和重庆捷龙轨道交通广告有限公司。其中南京城轨运营信息咨询有限公司、深圳市城轨运营信息咨询有限公司、天津城轨交通运营信息咨询服务有限公司，在报告期内未进行经营，截至 2015 年 12 月 31 日均处于注销阶段，不并入模拟合并财务报表。根据业务转移协议，重庆捷龙轨道交通广告有限公司被托管给本公司，在托管期间的亏损及收益均由华视新公司按照股权比例承担或享有。

(2) 基于报告期内华视传媒业务模块可分为地铁电视媒体+公交电视媒体及公交 WiFi 网，华视传媒的部分业务部门和职能部门服务于整体业务，上述部门发生的实际费用为公共费用，其中与收入直接相关的费用按照地铁业务收入占比进行划分；与收入不直接相关的费用按照地铁业务和公交业务的显示终端数量占比进行划分，并入了模拟合并财务报表。

(3) 模拟财务报表中的数据对纳入模拟范围的重大内部往来余额进行了抵消。

5. 公司组织结构图

华视新公司在组织机构上实行总经理负责制，分为销售体系、销售支持体系和后勤保障体系，其中销售体系下设北区销售团队和南区销售团队，销售支持体系下设媒介部、节目部和技术维护部，后勤保障体系为综合管理部。该架构设置下，共配置员工 61 名，其中总经理 1 人，销售体系 30 人，销售支持体系 26 人，其它职能部门 4 人。具体架构如下：



7. 执行的会计政策

本公司根据自身生产经营特点，确定固定资产折旧、无形资产摊销、以及收入确认政策，具体会计政策参见 (15)、(18) 和(24)。

(1) 遵循企业会计准则的声明

本公司编制的备考财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的模拟合并财务状况以及 2014 年度、2015 年度的模拟合并经营成果和现金流量等有关信息。

(2) 会计期间

本公司会计期间采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

(3) 营业周期

本公司的营业周期为 12 个月。

(4) 记账本位币

本公司及境内子公司以人民币为记账本位币。本公司编制本财务报表时所采用的货币为人民币。

(5) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1) 同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。合并对价的账面价值与合并中取得的净资产账面价值的差额调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

通过多次交易分步实现同一控制下的企业合并

在个别财务报表中，以合并日持股比例计算的合并日应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为该项投资的初始投资成本；初始投资成本与合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

在合并财务报表中，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量；合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和，与合并中取得的净资产账面价值的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并方在取得被合并方控制权之前持有的长期股权投资，在取得原股权之日与合并方与被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，应分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

2) 非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。在购买日，取得的被购买方的资产、负债及或有负债按公允价值确认。

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，确认为商誉，按成本扣除累计减值准备进行后续计量；对合并成本小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，经复核后计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本。购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，购买日对这部分其他综合收益不作处理，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；

因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在处置该项投资时转入处置期间的当期损益。购买日之前持有的股权投资采用公允价值计量的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

在合并财务报表中，合并成本为购买日支付的对价与购买日之前已经持有的被购买方的股权在购买日的公允价值之和。对于购买日之前已经持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值之间的差额计入当期收益；购买日之前已经持有的被购买方的股权涉及其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日当期收益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

3) 企业合并中有关交易费用的处理

为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

(6) 合并财务报表编制方法

1) 合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制，是指本公司拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。子公司，是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分、结构化主体等）。

2) 合并财务报表的编制方法

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由本公司编制。在编制合并财务报表时，本公司和子公司的会计政策和会计期间要求保持一致，公司间的重大交易和往来余额予以抵销。

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，视同该子公司以及业务自同受最终控制方控制之日起纳入本公司的合并范围，将其自同受最终控制方控制之日起的经营成果、现金流量分别纳入合并利润表、合并现金流量表中。

在报告期内因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，将其现金流量纳入合并现金流量表。

子公司的股东权益中不属于本公司所拥有的部分，作为少数股东权益在合并资产负债表中股东权益项下单独列示；子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额，其余额仍冲减少数股东权益。

3) 购买子公司少数股东股权

因购买少数股权新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，以及在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，均调整合并资产负债表中的资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

4) 丧失子公司控制权的处理

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，剩余股权按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量；处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产账面价值的份额与商誉之和，形成的差额计入丧失控制权当期的投资收益。

与原有子公司的股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转入当期损益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

5) 分步处置股权直至丧失控制权的处理

通过多次交易分步处置股权直至丧失控制权的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况的，本公司将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- ①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- ②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- ③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- ④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

在个别财务报表中，分步处置股权直至丧失控制权的各项交易不属于“一揽子交易”的，结转每一次处置股权相对应的长期股权投资的账面价值，所得价款与处置长期

股权投资账面价值之间的差额计入当期投资收益；属于“一揽子交易”的，在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。

在合并财务报表中，分步处置股权直至丧失控制权时，剩余股权的计量以及有关处置股权损益的核算比照前述“丧失子公司控制权的处理”。在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司自购买日开始持续计算的净资产账面价值份额之间的差额，分别进行如下处理：

①属于“一揽子交易”的，确认为其他综合收益。在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

②不属于“一揽子交易”的，作为权益性交易计入资本公积。在丧失控制权时不得转入丧失控制权当期的损益。

(7) 合营安排的分类及共同经营的会计处理方法

合营安排，是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排。本公司合营安排分为共同经营和合营企业。

1) 共同经营

共同经营是指本公司享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。

本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

- A、确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；
- B、确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；
- C、确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；
- D、按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；
- E、确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

2) 合营企业

合营企业是指本公司仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。

本公司按照长期股权投资有关权益法核算的规定对合营企业的投资进行会计处理。

(8) 现金及现金等价物的确定标准

现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

(9) 外币业务和外币报表折算

本公司发生外币业务，按交易发生日的即期汇率折算为记账本位币金额。

资产负债表日，对外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益；对以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算；对以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，计入当期损益。

(10) 金融工具

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1) 金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

- ① 收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- ② 该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。

2) 金融资产分类和计量

本公司的金融资产于初始确认时分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资

产，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

持有至到期投资

持有至到期投资，是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。持有至到期投资采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、发生减值或摊销产生的利得或损失，均计入当期损益。

应收款项

应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产，包括应收账款和其他应收款等见（12）。应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除上述金融资产类别以外的金融资产。可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，其折溢价采用实际利率法摊销并确认为利息收入。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，可供出售金融资产的公允价值变动确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。与可供出售金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

对于在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按成本计量。

3) 金融负债分类和计量

本公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

金融负债与权益工具的区分

金融负债，是指符合下列条件之一的负债：

- ①向其他方交付现金或其他金融资产合同义务。
- ②在潜在不利条件下，与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务。
- ③将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同，且企业根据该合同将交付可变数量的自身权益工具。

④将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同，但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除外。

权益工具，是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中剩余权益的合同。

如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。

如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是本公司的金融负债；如果是后者，该工具是本公司的权益工具。

4) 衍生金融工具及嵌入衍生工具

本公司衍生金融工具包括。初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。因公允价值变动而产生的任何不符合套期会计规定的利得或损失，直接计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如未指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同，单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

5) 金融工具的公允价值

金融资产和金融负债的公允价值确定方法见(11)。

6) 金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外,本公司于资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查,有客观证据表明该金融资产发生减值的,计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据,是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响,且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

金融资产发生减值的客观证据,包括下列可观察到的情形:

- ①发行方或债务人发生严重财务困难;
- ②债务人违反了合同条款,如偿付利息或本金发生违约或逾期等;
- ③本公司出于经济或法律等方面因素的考虑,对发生财务困难的债务人作出让步;
- ④债务人很可能倒闭或者进行其他财务重组;
- ⑤因发行方发生重大财务困难,导致金融资产无法在活跃市场继续交易;
- ⑥无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少,但根据公开的数据对其进行总体评价后发现,该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量,包括:

- 该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化;
- 债务人所在国家或地区经济出现了可能导致该组金融资产无法支付的状况;

⑦债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化,使权益工具投资人可能无法收回投资成本;

⑧权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌,如权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%(含 50%)或低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月(含 12 个月)。

低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月(含 12 个月)是指,权益工具投资公允价值月度均值连续 12 个月均低于其初始投资成本

⑨其他表明金融资产发生减值的客观证据。

以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值,则将该金融资产的账面价值减记至预

计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

可供出售金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失，予以转出，计入当期损益。该转出的累计损失，为可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

以成本计量的金融资产

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。发生的减值损失一经确认，不得转回。

7) 金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

8) 金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

(11) 公允价值计量

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

本公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，本公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是本公司在计量日能够进入的交易市场。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

存在活跃市场的金融资产或金融负债，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，优先使用相关可观察输入值，只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，是

在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值，是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值，是相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，本公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

(12) 应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款。

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：期末余额达到 100 万元（含 100 万元）以上的应收款项为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明发生了减值，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。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备。

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	涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项
坏账准备的计提方法	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

3) 按组合计提坏账准备应收款项

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
押金	资产类型	以历史损失率为基础
关联方往来款	资产类型	余额百分比法
应收出口退税款及应收全资子公司款项	资产类型	不计提

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）以及未单独测试的单项金额不重大的应收款项，按以下信用风险特征组合计提坏账准备：

A、对账龄组合，采用账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

账龄	应收账款计提比例%	其他应收款计提比例%
1 年以内（含 1 年）	5	5
1-2 年	15	15

账 龄	应收账款计提比例%	其他应收款计提比例%
2-3 年	30	30
3-4 年	50	50
4 年以上	100	100

B、组合中，采用余额百分比法计提坏账准备的比例如下：

组合名称	应收账款计提比例%	其他应收款计提比例%
关联方往来款	2	2

（13） 存货

1) 存货的分类

本公司存货分为原材料、包装物、低值易耗品、自制半成品、库存商品、委托加工物资等。

2) 发出存货的计价方法

本公司存货取得时按实际成本计价。发出时采用先进先出法计价。

3) 存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

4) 存货的盘存制度

本公司存货盘存制度采用永续盘存制。

5) 低值易耗品和包装物的摊销方法

本公司低值易耗品领用时采用一次转销法摊销。

周转用包装物按照预计的使用次数分次计入成本费用。

（14） 长期股权投资

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

1) 初始投资成本确定

形成企业合并的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于其他方式取得的长期股权投资：支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

2) 后续计量及损益确认方法

本公司对子公司的投资，采用成本法核算；对联营企业和合营企业的投资，采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积（其他资本公积）。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，并按照本公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，在转换日，按照原股权的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原股权于转换日的公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》进行会计处理，公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；原股权投资相关的其他所有者权益变动转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

因其他投资方增资而导致本公司持股比例下降、从而丧失控制权但能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，按照新的持股比例确认本公司应享有的被投资单位因增资扩股而增加净资产的份额，与应结转持股比例下降部分所对应的长期股权投资原账面价值之间的差额计入当期损益；然后，按照新的持股比例视同自取得投资时即采用权益法核算进行调整。

本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于本公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。

3) 确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断是否由所有参与方或参与方组合集体控制该安排，其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排；如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50% 的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响；本公司拥有被投资单位 20%（不含）以下的表决权股份时，一般不认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下能够参与被投资单位的生产经营决策，形成重大影响。

4) 减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，本公司计提资产减值的方法见（20）。

（15）固定资产

1) 固定资产确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

2) 各类固定资产的折旧方法

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类别	使用年限（年）	残值率%	年折旧率%
房屋及建筑物	20-40	5	4.75-2.375
机器设备	5、10	5	9.50、19
运输设备	5	5	19
电子及其他设备	5	5	19

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

3) 固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法见(20)。

4) 融资租入固定资产的认定依据、计价方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

①在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

②本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

③即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

④本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

⑤租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

融资租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

5) 每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

6) 大修理费用

本公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

（16）在建工程

本公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

在建工程计提资产减值方法见（20）。

（17）借款费用

1) 借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

① 资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

② 借款费用已经发生；

③ 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2) 借款费用资本化期间

本公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。

3) 借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

(18) 无形资产

本公司无形资产包括土地使用权、办公软件、特许使用权、专利权等。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命	摊销方法	备注
土地使用权	50 年	直线法	
办公软件	2 年、5 年	直线法	
特许使用权	合同约定年限	直线法	
专利权	5 年	直线法	

本公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法见(20)。

(19) 研究开发支出

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出计入当期损益。

本公司研究开发项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，形成项目立项后，进入开发阶段。

已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日转为无形资产。

（20）资产减值

对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、采用成本模式进行后续计量的、固定资产、在建工程、采用成本模式计量的、无形资产、商誉等（存货、按公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（21）长期待摊费用

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

(22) 职工薪酬

1) 职工薪酬的范围

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬”项目。

2) 短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

3) 离职后福利

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

设定提存计划

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险等。

在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划

对于设定受益计划，在年度资产负债表日由独立精算师进行精算估值，以预期累积福利单位法确定提供福利的成本。本公司设定受益计划导致的职工薪酬成本包括下列组成部分：

①服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，当期服务成本，是指职工当期提供服务所导致的设定受益计划义务现值的增加额；过去服务成本，是指设定受益计划修改所导致的与以前期间职工服务相关的设定受益计划义务现值的增加或减少。

②设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息。

③重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，本公司将上述第①和②项计入当期损益；第③项计入其他综合收益且不会在后续会计期间转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

4) 辞退福利

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

实行职工内部退休计划的，在正式退休日之前的经济补偿，属于辞退福利，自职工停止提供服务日至正常退休日期间，拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等一次性计入当期损益。正式退休日期之后的经济补偿（如正常养老退休金），按照离职后福利处理。

5) 其他长期福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照上述关于设定提存计划的有关规定进行处理。符合设定受益计划的，按照上述关于设定受益计划的有关规定进行处理，但相关职工薪酬成本中“重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”部分计入当期损益或相关资产成本。

（23）预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，本公司将其确认为预计负债：

- 1) 该义务是本公司承担的现时义务；
- 2) 该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司；
- 3) 该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。本公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

如果清偿已确认预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿，则补偿金额只能在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

(24) 收入

1) 一般原则

①销售商品

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的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地计量时，确认商品销售收入的实现。

②提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司于资产负债表日按完工百分比法确认收入。

劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入企业；C、交易的完工程度能够可靠地确定；D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

③让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，本公司确认收入。

2) 收入确认的具体方法

本公司广告发布收入确认的具体方法如下：

华视新文化主要为广告客户提供地铁电视媒体广告投放服务。广告投放服务流程包括：①上刊前客户向本公司提供广告片、相应的排期及拟投放广告城市或地铁线路，本公司与客户确认形成“广告投放排期表”，经本公司管理审批程序审批后，发送给地铁资源方，地铁资源方确认后按照“广告投放排期表”播放广告；②上刊时本公司将与地铁资源方确认播出情况，自行安排相关人员通过拍照等方式检查广告上刊情况；③

上刊后本公司会要求地铁资源方提供播出证明，同时本公司向广告客户提供上刊照片及播出证明。此外，根据客户要求，本公司还可以委托第三方监测机构出具相应的播出证明。

根据生效合同中的“广告投放排期表”确认广告发布进度，根据广告发布进度确认广告发布收入。

（25）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。其中，对期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时，按应收金额计量；否则，按照实际收到的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额 1 元计量。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；除此之外，作为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用期限内平均分配，计入当期损益。与收益相关的政府补助，如果用于补偿已发生的相关费用或损失，则计入当期损益；如果用于补偿以后期间的相关费用或损失，则计入递延收益，于费用确认期间计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（26）递延所得税资产及递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

1) 商誉的初始确认, 或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认: 该交易不是企业合并, 并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额;

2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异, 该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减, 本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限, 确认由此产生的递延所得税资产, 除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的:

1) 该交易不是企业合并, 并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额;

2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异, 同时满足下列条件的, 确认相应的递延所得税资产: 暂时性差异在可预见的未来很可能转回, 且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

于资产负债表日, 本公司对递延所得税资产和递延所得税负债, 按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量, 并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日, 本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益, 减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时, 减记的金额予以转回。

(27) 经营租赁与融资租赁

本公司将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁, 除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

1) 本公司作为出租人

融资租赁中, 在租赁开始日本公司按最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值, 同时记录未担保余值; 将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。未实现融资收益在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

经营租赁中的租金, 本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用, 计入当期损益。

2) 本公司作为承租人

融资租赁中，在租赁开始日本公司将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。初始直接费用计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资费用。本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

(28) 重大会计判断和估计

本公司根据历史经验和其它因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键假设进行持续的评价。

很可能导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整风险的重要会计估计和关键假设列示如下：

商誉减值

本公司至少每年评估商誉是否发生减值。这要求对分配了商誉的资产组的使用价值进行估计。估计使用价值时，本公司需要估计未来来自资产组的现金流量，同时选择恰当的折现率计算未来现金流量的现值。

递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，应就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

(29) 重要会计政策、会计估计的变更

1) 重要会计政策变更

本报告期重要会计政策是否变更：否

2) 重要会计估计变更

本报告期重要会计估计是否变更：否

(30) 税项

主要税种及税率如下：

税 种	计税依据	法定税率%
增值税	应税收入	6
文化事业建设费	广告服务含税价款减除支付给其他广告公司或广告发布者的含税广告发布费后的余额	3
城市维护建设税	应纳流转税额	7
教育费附加	应纳流转税额	5
企业所得税	应纳税所得额	25

(三) 委托方和被评估单位之间的关系

委托方雷曼股份拟购买被评估单位华视新公司股权，为本次交易的收购方。

二、 关于经济行为的说明

根据雷曼股份第三届董事会第二次（临时）会议决议，雷曼股份拟通过发行股份和支付现金相结合的方式，购买华视传媒、高清投公司持有的华视新公司 100% 的股权。为此，委托北京京都中新资产评估有限公司对涉及本事项的华视新公司的股东全部权益价值进行评估，为该经济行为提供价值参考。

三、 关于评估对象与评估范围的说明

(一) 评估对象与评估范围内容

本项目的评估对象为华视新公司于评估基准日公司股东全部权益，评估范围为华视新公司全部资产及负债，包括流动资产、非流动资产和流动负债。

根据致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具的报告编号为“致同专字(2016)第 441ZA1182 号”标准无保留意见《模拟合并财务报表审计报告》，评估范围内的各项资产及负债于评估基准日 2015 年 12 月 31 日账面价值如下：

金额单位：人民币万元

项 目	账面价值
流动资产	10,683.58
非流动资产	771.12
其中：固定资产	763.93
在建工程	7.19
资产总计	11,454.70
流动负债	7,428.63
非流动负债	-

项 目	账面价值
负债合计	7,428.63
净资产（所有者权益）	4,026.08

1. 资产

（1）流动资产

流动资产包括货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款。

（2）非流动资产

非流动资产包括固定资产、在建工程。

1) 固定资产

固定资产账面净值为 763.93 万元，为电子设备。共计 144 项，主要为服务器、VGA 编码器、VGA 解码器、交换机、VGA 视频线等地铁项目设备。设备主要安装在位于重庆、北京、天津、南京地铁里的乘客信息系统内，都是 2005 年后开始使用的。

2) 在建工程

在建工程账面净值 7.19 万元，为重庆一号线轻轨项目的设备款。

2. 负债

负债为流动负债。流动负债包括应付账款、预收账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款。

（二）企业申报的账面记录或者未记录的无形资产情况

华视新公司无账面记录的无形资产，也未申报未记录的无形资产。

（三）引用其他机构出具的报告的结论所涉及的资产类型、数量和账面金额

致同会计师事务所（特殊普通合伙）对华视新公司的财务报表进行了审计，以“致同专字(2016)第 441ZA2070 号”出具了标准无保留意见的《财务报表审计报告》。审计报告认为华视新公司财务报表在所有重大方面已经按照企业会计准则的规定编制，公允反映了华视新公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的财务状况以及 2014 年度、2015 年度的经营成果和现金流量。

致同会计师事务所（特殊普通合伙）对华视新公司的模拟合并财务报表进行了审计，以“致同专字(2016)第 441ZA1182 号”出具了标准无保留意见的《模拟合并财务报表审计报告》。审计报告认为华视新公司模拟合并财务报表在所有重大方面已经按照模拟合并财务报表附注中所披露的编制基础编制，公允反映了华视新公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日模拟合并的财务状况以及 2014 年度、2015 年度模拟合并的经营成果。

四、 关于评估基准日的说明

本项目资产评估基准日是 2015 年 12 月 31 日。

基准日是根据经济行为文件，本着有利于保证评估结果有效地服务于评估目的，评估基准日对评估结果没有重大影响，能较为准确地反映相关资产的最新状况，并尽可能地与相关经济行为的实现日接近等原则，确定资产评估基准日。

五、 可能影响评估工作的重大事项说明

1. 本次申报评估的固定资产均是评估基准日由华视传媒因本次地铁业务重组转入。

对于北京地铁 1、2 号线项目电子设备，根据 2014 年北京北广传媒地铁电视有限公司与华视传媒签订的《关于〈北京地铁 1 号、2 号、13 号和八通线地铁电视系统广告经营权协议〉及其补充协议的终止协议》，双方同意 2014 年 8 月起解除《北京地铁 1 号、2 号、13 号和八通线地铁电视系统广告经营权协议》及其补充协议。

对于北京地铁 4 号线项目电子设备，根据 2007 年 1 月 26 日北京东方英龙科技发展有限公司和北京京港地铁有限公司签署的《北京地铁四号线乘客信息系统（PIS）特许经营协议》（合同特许经营期至 2014 年 9 月）及其补充协议，北京东方英龙科技发展有限公司需在特许经营期结束前把乘客信息系统所有权移交给北京京港地铁有限公司，移交范围包括安装在四号线上的所有系统设备，并在 2014 年 6 月 1 日前全面完成乘客信息系统资产及管理权限移交工作，在特许经营期终止时需无偿归还乘客信息系统资产给北京京港地铁有限公司。截至评估基准日，尚未移交所有权（因对方单位为国企手续繁杂）。

对于天津 1 号线项目电子设备，根据 2006 年 11 月 30 日北京东方英龙科技发展有限公司和天津市地铁深远广告策划有限公司签订的《天津市地铁一号线液晶电视传播系统合同书》，协议履行完毕期满终止后（即 2015 年 6 月 30 日），北京东方英龙科技发展有限公司所安装的液晶电视播放系统归天津市地铁深远广告策划有限公司所有。

上述 BOT 项目设备虽均已过了移交期限，但因尚未办理移交手续，仍保留在本公司账上。

2. 鉴于华视传媒为美国纳斯达克上市公司 Vision China Media 协议控制下在国内的运营主体，商标、专利、商号不能无偿转让至华视新公司，经交易方案确定，由华

视传媒及其控制的企业出具排他许可使用协议，约定华视传媒及其控制的企业永久、无偿授权华视新公司使用其所有地铁广告播放服务业务相关的商标、专利、商号等无形资产。排他许可使用协议期限为 2016 年 1 月 1 日至永久。

3. 华视传媒 2011 年 3 月 15 日与广州地铁公司签订了《2011-2016 年广州地铁电视广告代理合同》并于 2013 年 4 月 23 日签订了《2011-2016 年广州地铁电视广告代理合同补充协议》，约定华视传媒以独家经营的方式代理广州地铁电视广告业务。2014 年 10 月，广州地铁公司及华视传媒分别因上述代理合同纠纷起诉对方，目前案件均在审理中。华视传媒承诺与广州地铁公司广告代理合同诉讼产生的任何风险或损失，由华视传媒承担，与华视新公司无关。

4. 根据华视传媒及华视新签订的《业务转移协议之补充协议》，华视传媒承诺并保证于 2016 年 6 月 30 日将截至 2015 年 12 月 31 日应收账款（按照账面原值）全部收回，如逾期未能全部收回，则华视传媒以现金方式于 10 个工作日向华视新公司补足。

5. 华视传媒整体注入地铁广告播放服务业务至华视新公司过程中，本公司将采取措施保持稳定的地铁媒体资源及客户资源，不会因合同主体由华视传媒变更为华视新公司过程中而受影响。

六、 资产负债情况、未来经营和收益状况预测说明

（一）资产负债清查情况说明

1. 列入本次清查范围的资产及负债，包括华视新公司的全部资产及负债，具体账面价值以 2015 年 12 月 31 日资产负债表为准。

列入清查范围的资产类型包括：流动资产、非流动资产和流动负债。

其中：流动资产账面价值 10,683.58 万元，包括货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款。

非流动资产账面价值 771.12 万元，包括固定资产、在建工程。

流动负债账面值 7,428.63 万元，包括应付账款、预收账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款。

2. 清查盘点时间定为 2016 年 1 月 5 日至 2016 年 4 月 7 日。此项工作由财务部门牵头，在清查核实相符的基础上，财务和资产管理人員填写了有关资产评估申报明细表。在资产清查过程中，按评估公司所提供的资产评估资料清单的要求收集准备相关的产权证明文件、资产质量状况及财务和经济指标等相关评估资料。

3. 清查过程和方法

(1) 货币资金

货币资金为银行存款。通过核对银行日记账、财务报表和明细表，查阅银行对账单、余额调节表清查。经核实，银行存款余额相符。

(2) 应收款项

包括应收账款及其他应收款。

通过与明细账、总账、报表余额核对，查阅款项金额、发生时间、业务内容等账务记录，并分析账龄，通过核实应收款项账帐、帐表金额相符。

(3) 预付账款

核对财务报表、总帐和明细账余额，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等，通过核实，账帐、帐表金额相符。

(4) 固定资产

对固定资产进行抽查盘点，确定评估基准日固定资产的数量，同时，核实账面价值的构成情况。

(5) 在建工程

对在建工程明细账、统计台账等资料进行核对，了解其项目进度情况及账面价值的正确性。

(6) 负债

通过核实相关的明细账、总账、报表数及相关的原始凭证进行。

(二) 未来经营和收益状况预测说明

华视新公司在近几年历史财务数据的基础上，考虑国家宏观经济状况和结合广告服务行业政策，作出了 2016 年到 2020 年的盈利预测。

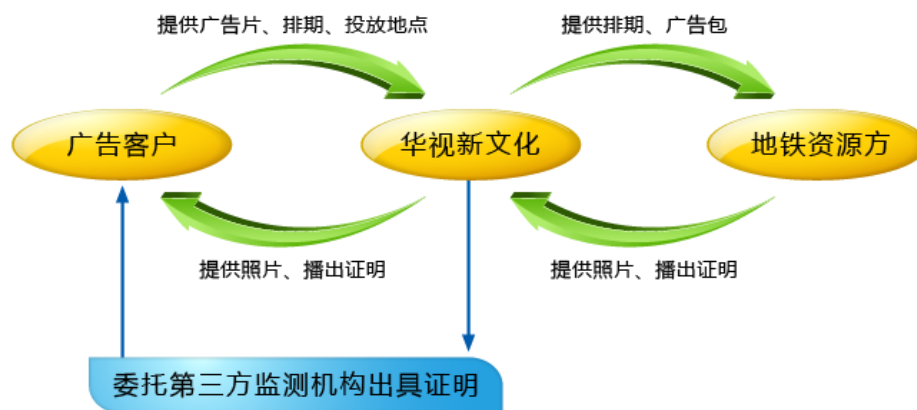
1. 营业收入的预测

营业收入包括地铁广告播放服务业务收入及地铁广告系统维护服务业务收入。

(1) 地铁广告播放服务业务收入介绍

华视新公司成立于 2007 年，本公司自成立以来未经营具体业务，2015 年 12 月 16 日，华视传媒召开董事会，同意以 2015 年 12 月 31 日为基准日，将华视传媒下属地铁广告播放服务业务整体注入华视新公司，华视新公司成为华视传媒下属唯一经营地铁广告播放服务业务的公司。

华视新公司主要为广告客户提供地铁电视媒体广告投放服务。广告投放服务流程包括上刊前（即广告刊播前）客户向公司提供广告片、相应的排期及拟投放广告城市或地铁线路，其中广告片由客户自行向相关主管部门送审通过，公司不负责广告片是否合法合规的审核；上刊时（即广告刊播时）公司将与地铁资源方确认播出情况，自行安排相关人员通过拍照等方式检查广告上刊情况；上刊后（即广告刊播后）公司会要求地铁资源方提供播出证明，同时公司向广告客户提供上刊照片及播出证明。此外，根据客户要求，公司还可以委托第三方监测机构出具相应的播出证明。



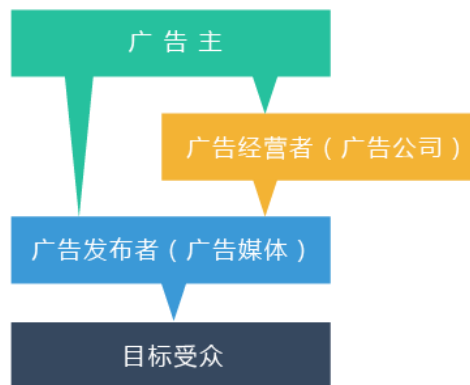
主要服务流程图如下：



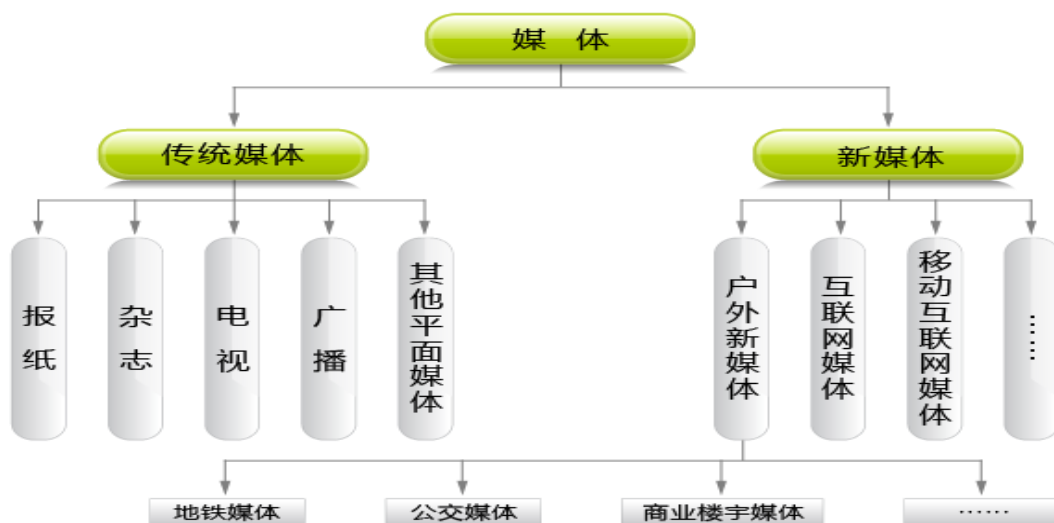
(2) 广告服务行业的介绍

广告是为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体平台，公开并且广泛地向公众传递信息的宣传手段。广告服务行业是指与广告相关，通过提供广告策划、设计、制作、发布、调查、效果反馈等服务从而获取利润的行业。

广告服务产业链主要包含四个参与主体：广告主、广告经营者（广告公司）、广告发布者（广告媒体）以及目标受众。根据《中华人民共和国广告法》中的解释，广告主是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然、法人或者其他组织；广告经营者，是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织；广告发布者，是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然、法人或者其他组织。



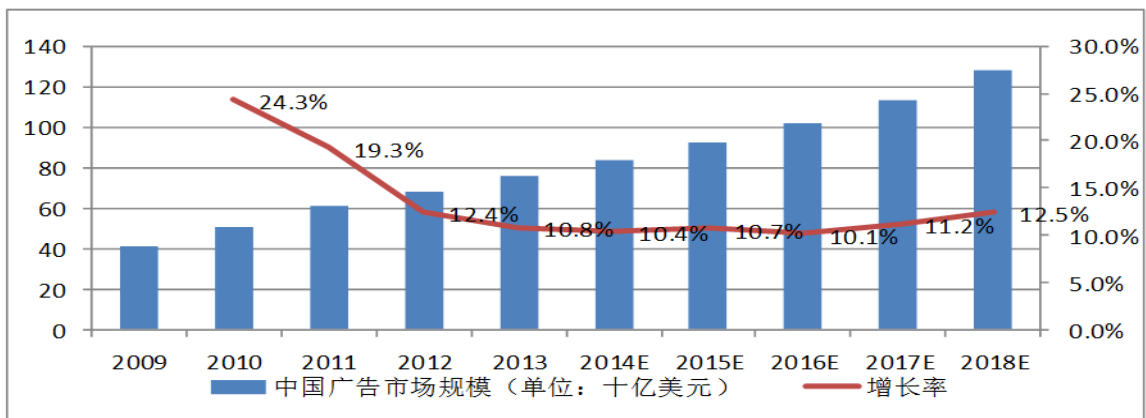
根据表现形式的不同，媒体可以划分为传统媒体和新媒体。传统媒体包括报纸、杂志、电视、广播以及其他平面媒体。新媒体包括户外新媒体、互联网媒体以及移动互联网媒体等。相对于传统媒体，新媒体通常表现为以屏幕为介质，通过数字技术、物联网技术等技术将内容和服务推送给特定的目标受众群体，具备内容丰富多彩、更新速度快以及针对性强等特点。



本公司从事的地铁电视媒体广告运营业务属于新媒体当中户外新媒体的地铁媒体细分领域。

(3) 广告服务行业市场发展状况

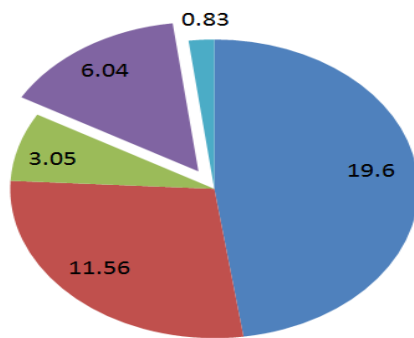
根据中国产业信息网的报告《2014-2018 年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》，广告业在中国近年经历了快速增长，中国的广告市场从 2009 年的 411 亿美元增加至 2013 年的 759 亿美元，预计到 2018 年将进一步增加至 1,277 亿美元。



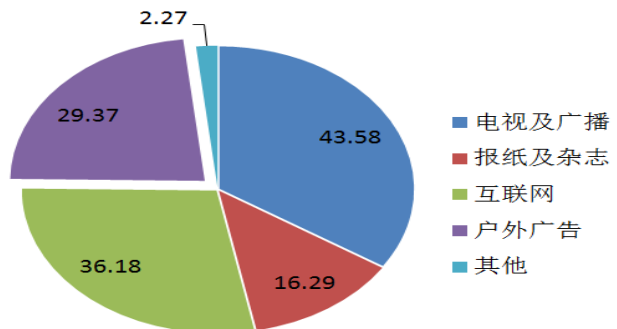
资料来源：中国产业信息网《2014-2018 年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》

其中，2009 年和 2018 年广告行业细分产业市场规模测算分别如下：

2009年广告行业细分产业市场规模测算



2018年广告行业细分产业市场规模测算

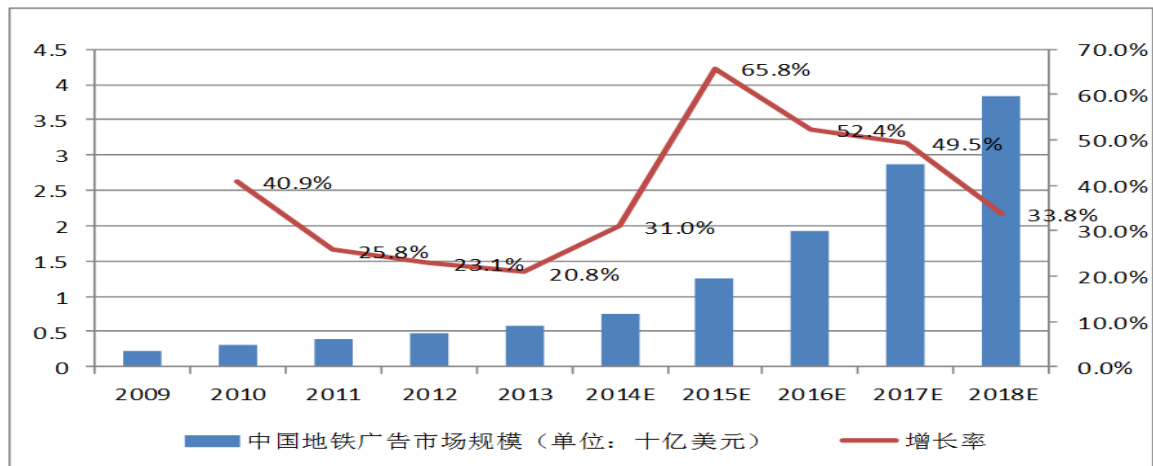


单位：十亿美元

资料来源：中国产业信息网《2014-2018 年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》

从测算结果可以看出，相对于传统媒体，互联网及户外广告等新兴媒体广告业务占整体广告行业业务的比重在扩大。其中，户外广告的市场规模从 2009 年的 60.4 亿

美元增长到 2018 年 293.7 亿美元。使用各种尺寸的 LED 屏幕代替传统的静态显示是户外广告市场整体快速增长的主要因素之一。根据投放位置不同，户外广告可分为机场、地铁、商业大厦、巴士及其它。户外广告的特点是直接的视觉冲击、多种表达方式及长发布时间。由于全国不断地建设新地铁路线，地铁广告市场近年已展露高市场增长潜力。根据中国产业信息网的报告《2014-2018 年中国户外广告行业市场分析及投资前景研究报告》，到 2018 年我国地铁广告市场规模将达到 3.84 亿美金，约合人民币 24 亿元，未来 3 年行业复合增速 26%。



资料来源：中国产业信息网《2014-2018 年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》

综上所述，基于整体广告行业规模的稳步增长及广告细分行业中新兴媒体广告业务比重的逐步扩大，加上全国各地地铁新线路的不断建设，地铁电视媒体广告行业将保持长期发展趋势。

根据上述相关信息，同时结合企业历史年度的经营情况及未来发展规划，综合确定未来年度地铁广告播放服务业务收入。

(4) 地铁广告系统维护服务业务收入

地铁广告系统维护服务业务收入为向重庆捷龙轨道交通广告有限公司（以下简称“重庆捷龙公司”）提供设备硬件和软件维护和技术咨询服务的收入。重庆捷龙公司为华视传媒将股东权利托管于华视新公司的企业。该公司主要经营重庆地铁全线在重庆本地的客户销售。因重庆地铁已经开通 9 年，本地客户增量预计面临一定挑战，而且此项服务业务未来也可能面对市场竞争从而在价格上有一定压力，因此在预测过程中从谨慎角度出发，预测时维护费按每年 5% 递减，至 2020 年开始保持稳定。

2. 营业成本的预测

营业成本包括公司采购媒体资源的播放成本、设备折旧费用和维护部门人员的工资。

公司采购媒体资源主要为三种方式：1) 独家承包；2) 行业承包；3) 报备品牌分钟报价模式。

独家承包为公司对于某一地铁线路上所有地铁广告播放服务业务进行独家承包，凡在独家承包线路投放的广告，须经过公司统一代理投放，该方式下，公司将产生固定承包成本。

行业承包为公司在某一地铁线路上对特定行业的地铁广告播放服务业务进行承包。对于包行业且有保量的行业承包方式，公司产生固定承包成本；对于包行业不设定保量的行业承包方式，按分钟计价；

报备品牌分钟报价模式为公司将合作客户名单向地铁资源方进行报备，报备后按照客户名单进行广告投放并采取按分钟计价结算方式，公司需向地铁资源方以预付款的形式缴纳相应保证金。在实际广告投放过程中，如实际投放广告客户与报备不完全一致，由公司与媒体资源方进行协商调整。

播放成本根据媒体资源的取得方式分为两类，一类为独家线路播放成本，包括所有独家承包线路和按固定承包成本计价的包行业线路所发生的成本；另一类为按非独家播放成本，包括包行业但按分钟计价的线路和所有报备品牌分钟计价的线路所发生的播放成本。

播放成本预测时结合以前年度各线路的播放成本及现有的资源采购合同及华视新公司的自身优势等因素综合确定未来年度的播放成本。

固定资产折旧根据现有固定资产及会计折旧政策计算确定。根据公司的经营规划，以后年度不考虑新增或更新 BOT 设备资产。

对于人员工资，华视新公司营业成本中的工资包括直接生产人员工资以及辅助人员工资，未来的预测主要是根据企业的生产经营情况以及用工计划、工资水平进行预测。

3. 营业税金及附加

企业主要税率如下：

税种	计税依据	法定税率%
文化事业建设费	广告服务含税价款减除支付给其他广告公司或广告发布者的含税广告发布费后的余额	3
城市维护建设税	应纳流转税额	7
教育费附加	应纳流转税额	5

根据目前企业执行的税率、历史年度缴纳情况及未来年度收入成本预测情况，计算企业未来年度的销售税金及附加。

4. 销售费用的预测

企业销售费用主要包括职工薪酬、市场费用、房租物管、广告费用差旅费、业务招待费、及其它销售费用。

职工薪酬的预测主要是根据企业未来年度的用工计划、目前的工资水平及未来劳动力市场成本上升的因素及主营业务收入增长情况进行预测；

租金按照目前的租金水平结合人员增长情况并适当考虑未来租金的上涨进行预测；

广告费用为华视传媒为品牌宣传而发生的分摊费用，以后年度品牌已经免费永久授权给了华视新公司无偿使用，故预测时不予考虑。

市场费用、业务招待费、差旅费及市内交通费等其他销售费用按该费用占收入的比例确定。

5. 管理费用的预测

管理费用主要包括职工薪酬、固定资产折旧、差旅费、业务招待费、汽车费用、办公费用、房租物管费及其它费用。

职工薪酬参照华视新公司目前的职工薪酬水平并结合企业的用工计划及未来劳动力市场成本上升的因素进行预测；

对于固定资产折旧，以后各年为了维持正常经营，需要新增部分电子设备及车辆，按企业会计政策确定的各类资产折旧率综合计算确定。

房租物管费用参照目前已有的租金水平并适当考虑未来租金的上涨进行预测。

对差旅费、业务招待费、汽车费用、办公费用等费用，2016年考虑华视新公司以独立的主体来运作，预期该部分费用会相对增长较多，2016年预计按20%增长，2017年按15%增长，以后年度按10%的比例增长。

6. 财务费用的预测

华视新公司财务费用为少量利息收入，因利息收入金额较小，且存在不确定性，故预测时不予考虑。

7. 营业外收入和支出

营业外收入和支出存在不确定性，因此不考虑其对未来收益的影响。

8. 所得税的预测

华视新公司所得税税率为 25%，预测时采用目前执行的税率。

9. 折旧与摊销的预测

本次评估，折旧、摊销按评估基准日被评估单位现有会计政策测算未来年度的折旧、摊销。

10. 资本性支出预测

根据本公司未来发展的战略规划以及企业为维持以后各年的正常经营，以后年度计划新增一批制作设备、办公用电脑、打印机等设备，并计划在北京、深圳、南京等地各配一台 7 座车辆；BOT 项目设备到合作期限后不再考虑新增或更新，制作设备为技术维护部使用的摄像枪及周边设备、制作人员图形工作站及 19 寸广告机。

11. 营运资金预测、营运资金增加额的确定

营运资金增加额=本期营运资本余额-上期末营运资本余额

其中，营运资金=现金+经营性应收款项+存货-经营性应付款项

本次评估基于企业的具体情况，假设为保持企业的正常持续经营，所需的年现金投入（最低现金保有量）应不少于当期的付现成本总额；

根据对企业历史资产与业务经营收入和成本费用的统计分析以及未来经营期内各年度收入与成本估算的情况，并综合考虑企业未来收益年度资产负债结构的合适水平，进行预测。

12. 未来年度息前税后现金流量的预测

根据上述各项预测，华视新公司未来各年度息前税后现金流量预测如下：

金额单位：人民币万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	永续期
一、营业收入	30,077.06	37,869.60	44,255.96	48,130.10	51,585.84	51,585.84
1、主营业务收入	30,077.06	37,869.60	44,255.96	48,130.10	51,585.84	51,585.84
2、其他业务收入	-	-	-	-	-	-
减：营业成本	18,214.13	22,259.34	25,371.96	26,675.03	27,626.34	27,626.34

项目	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	永续期
1、主营业务成本	18,214.13	22,259.34	25,371.96	26,675.03	27,626.34	27,626.34
2、其他业务成本	-	-	-	-	-	-
减：营业税金及附加	500.90	630.68	737.04	801.56	859.11	859.11
减：销售费用	2,978.62	3,808.41	4,368.81	4,738.51	5,054.40	5,054.40
减：管理费用	300.77	390.34	449.03	484.06	519.19	519.19
减：财务费用						
减：减值损失	97.22	122.41	143.06	155.58	166.75	165.07
加：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						-
加：汇兑收益(损失以“-”号填列)						-
二、营业利润	7,985.41	10,658.42	13,186.06	15,275.37	17,360.06	17,360.06
加：营业外收入	-	-	-	-	-	-
减：营业外支出	-	-	-	-	-	-
三、利润总额	7,985.41	10,658.42	13,186.06	15,275.37	17,360.06	17,360.06
减：所得税	2,020.42	2,694.61	3,331.44	3,856.86	4,380.83	4,380.83
四、净利润	5,964.99	7,963.81	9,854.62	11,418.51	12,979.23	12,979.23
加：折旧、摊销	408.22	241.18	132.09	96.27	45.79	45.79
加：税后利息	-	-	-	-	-	-
减：资本性支出(固定资产、无形资产、递延资产)	69.60	94.90	11.50	12.00	12.00	45.79
减：净营运资金变动	4,988.24	3,233.48	2,635.18	1,594.72	1,421.85	
五、净现金流量	1,315.37	4,876.61	7,340.03	9,908.06	11,591.17	12,979.23

七、 资料清单

1. 资产评估申报表
2. 审计报告
3. 资产权属证明文件、产权证明文件
4. 重大合同、协议等
5. 生产经营统计资料
6. 其他资料



(本页无正文，为《企业关于进行评估有关事项的说明》签字页)

委托方：深圳雷曼光电科技股份有限公司

单位负责人签章：

2016 年 月 日



(本页无正文，为《企业关于进行评估有关事项的说明》签字页)

被评估单位：深圳市华视新文化传媒有限公司

单位负责人签章：

2016 年 月 日

第三部分 评估说明

第一章 评估对象与评估范围说明

一、 评估对象与评估范围说明

(一)评估对象与评估范围内容

本项目的评估对象为华视新公司于评估基准日公司股东全部权益，评估范围为华视新公司全部资产及负债，包括流动资产、非流动资产和流动负债。

根据致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具的报告编号为“致同专字(2016)第441ZA1182号”标准无保留意见《模拟合并财务报表审计报告》，评估范围内的各项资产及负债于评估基准日 2015 年 12 月 31 日账面价值如下：

金额单位：人民币万元

项 目	账面价值
流动资产	10,683.58
非流动资产	771.12
其中：固定资产	763.93
在建工程	7.19
资产总计	11,454.70
流动负债	7,428.63
非流动负债	-
负债合计	7,428.63
净资产（所有者权益）	4,026.08

1. 资产

(1) 流动资产

流动资产包括货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款。

(2) 非流动资产

非流动资产包括固定资产、在建工程。

1) 固定资产

固定资产账面净值为 763.93 万元，为电子设备。共计 144 项，主要为服务器、VGA 编码器、VGA 解码器、交换机、VGA 视频线等地铁项目设备。设备主要安装在位于重庆、北京、天津、南京地铁里的乘客信息系统内，都是 2005 年后开始使用的。

2) 在建工程

在建工程账面净值 7.19 万元，为重庆一号线轻轨项目的设备款。

2. 负债

负债为流动负债。流动负债包括应付账款、预收账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款。

(二) 华视新公司未申报账面记录或者未记录的无形资产

华视新公司无账面记录的无形资产，也未申报未记录的无形资产。

(三) 本次委托评估对象和评估范围与经济行为涉及的评估对象和评估范围一致。

(四) 引用其他机构出具的报告的结论所涉及的资产类型、数量和账面金额

致同会计师事务所(特殊普通合伙)对华视新公司的财务报表进行了审计，以“致同专字(2016)第 441ZA2070 号”出具了标准无保留意见的《财务报表审计报告》。审计报告认为华视新公司财务报表在所有重大方面已经按照企业会计准则的规定编制，公允反映了华视新公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的财务状况以及 2014 年度、2015 年度的经营成果和现金流量。

致同会计师事务所(特殊普通合伙)对华视新公司的模拟合并财务报表进行了审计，以“致同专字(2016)第 441ZA1182 号”出具了标准无保留意见的《模拟合并财务报表审计报告》。审计报告认为华视新公司模拟合并财务报表在所有重大方面已经按照模拟合并财务报表附注中所披露的编制基础编制，公允反映了华视新公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日模拟合并的财务状况以及 2014 年度、2015 年度模拟合并的经营成果。

二、 资产核实总体情况说明

评估机构按照资产的不同类别，组织了专业评估队伍，分成各个专业组，在被评估单位各管理部门的配合下，对申报的资产分别进行了现场核实。核实工作于 2016 年 1 月 5 日开始，至 2016 年 4 月 7 日结束。

(一) 资产清查核实的过程和历史盈利状况核实的过程

1. 前期辅导被评估单位相关人员清查资产、准备评估所需资料

(1) 制定工作计划，先期派遣评估人员，了解被评估单位资产的基本情况，召开由财务人员、各类管理人员参加的培训会，专门讲解《资产评估明细表》和《收益预测表》的填报方法以确保各项资产经济技术指标、账面价值的对应性和准确性。

(2) 辅导被评估单位财务与资产管理方面的相关人员按照资产的实际清查情况如实登记填写《资产评估明细表》账面价值左边各列的内容, 收集委估资产的产权证明文件 and 反映资产性能、技术状态、经济技术指标等情况的资料。

2. 初步审查被评估单位提供的评估明细表

根据被评估单位填报的《资产评估明细表》, 查阅有关资产的财务会计资料、台账及档案资料, 初步检查有无资产项目不明确、明细表项目填列不全的情况, 并根据经验及掌握的有关资料, 检查评估明细表有无重复、漏项等。

3. 根据申报的评估明细表调整完善现场工作计划

4. 现场实地勘查

根据本次评估资产的不同类型, 成立配备了不同专业人员的评估现场核实小组, 以被评估单位填报的评估明细表为基础, 对不同类型的资产分别采取不同的核实方法进行实地勘查核实。同时, 了解企业评估资产的使用状况, 为评估资产的价值准备资料。

5. 各项资产的核实

(1) 货币资金

货币资金为银行存款。通过核对银行日记账、财务报表和明细表, 查阅银行对账单、余额调节表清查。经核实, 银行存款余额相符。

(2) 应收款项

包括应收账款及其他应收款。

通过与明细账、总账、报表余额核对, 查阅款项金额、发生时间、业务内容等账务记录, 并分析账龄, 通过核实应收款项账帐、帐表金额相符。

(3) 预付账款

核对财务报表、总帐和明细账余额, 核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等, 通过核实, 账帐、帐表金额相符。

(4) 固定资产

对固定资产进行盘点, 确定评估基准日固定资产的数量, 同时, 核实账面价值的构成情况。

(5) 在建工程

对在建工程明细账、统计台账等资料进行核对, 了解其项目进度情况及账面价值的正确性。

(6) 负债

通过核实相关的明细账、总账、报表数及相关的原始凭证进行。

6. 历史盈利状况的核实过程

(1) 营业收入

评估人员搜集了企业签订的与营业收入相关的合同、协议，了解了企业营业收入确认的方法，对营业收入进行了核实，经核实无误。

(2) 营业成本

评估人员搜集了与营业成本相关的合同、协议，了解了历史上营业成本的构成与营业收入的关系等相关内容，对营业成本进行了核实，经核实无误。

(3) 营业税金及附加

评估人员了解了企业应缴纳的税种、税率、计税基础和税收优惠政策，并搜集了相关资料，查阅了企业的纳税申报表和交税凭证，经核实无误。

(4) 销售费用

评估人员取得了销售费用明细表，翻阅了企业销售费用明细账，了解了企业费用管理制度，对销售费用进行了核实，经核实无误。

(5) 管理费用

评估人员取得了管理费用明细表，翻阅了企业管理费用明细账，了解了企业费用管理制度，对管理费用进行了核实，经核实无误。

(6) 财务费用

评估人员对财务费用情况进行了核实，经核实无误。

(7) 利润分配

评估人员搜集了企业利润分配制度，对历年利润分配情况进行了核实。

7. 补充、修改和完善评估明细表

根据现场实地勘察结果，与资产申报明细表填报资料不一致的地方与企业相关人员进行充分的沟通和协调，修改完善评估明细表，以使“账”、“表”、“实”相符，满足资产评估的要求。

8. 核对产权

对企业提供评估范围内资产的权属资料进行查阅核对，以了解产权情况。



(二) 影响资产核实的事项及处理方法

无。

(三) 核实结论

1. 通过对华视新公司的资产清查，对评估范围内的资产产权进行核对，净资产清查值和评估申报净资产值相同。

2. 经过资产评估人员对资产的清点、核查，被委托评估的资产产权关系明确。

第二章 资产基础法评估技术说明

一、 流动资产评估技术说明

(一) 货币资金

本次评估的货币资金为银行存款，账面价值 828,940.40 元。

本次评估申报的银行存款账面价值 828,940.40 元，共 1 个账户，为人民币账户。

对于银行存款，评估人员将企业填报的银行存款评估明细表与银行日记账、总账和会计报表进行核对，并向银行发函询证，根据询证回函和企业提供的银行对账单对银行存款情况进行了核实，核实结果与申报资料一致。对于银行存款，以清查核实后的账面值确定其评估值。

评估结果：银行存款的评估值为 828,940.40 元。

(二) 应收账款

本次评估申报的应收账款账面余额 94,236,601.97 元，计提坏账准备为 9,993,395.55 元，账面价值 84,243,206.42 元，主要为应收的广告费。

对于应收账款，评估人员首先将填报的应收账款评估明细表与企业明细账、总账和会计报表进行核对，并查询了企业的历史资料，调查了应收账款形成的具体情况，重点分析了欠款数额、欠款时间、欠款原因、欠款清理情况以及欠款单位资信状况等情况。应收账款账目的核实以发放询证函、核对公司间的往来款项及相关的合同、协议方式为主。在应收账款账目核实了解基础上，根据了解和搜集到的欠款单位近期还款情况、企业资信、是否具备还款能力，应收款项回收风险较小，参照财会上计提坏账准备的方法，估算应收账款的评估风险损失，从应收账款总额中扣除评估风险损失得到应收款项的评估值，本次评估对应收账款计提的坏账准备评估值确定为零。

评估结果：应收账款的评估值为 84,243,206.42 元。

(三) 预付账款

本次评估申报的预付账款账面价值 7,150,640.81 元，为预付的媒体成本。

对于预付账款，评估人员首先对填报的预付账款与有关明细账、总账和会计报表进行核实，具体了解和分析每笔业务发生的时间、业务内容、款项数额、业务往来，并对余额较大的债务单位进行函证。对于能够收回相应货物和获取相应劳务的，按核实后的账面值作为评估值。

评估结果：预付账款的评估值为 7,150,640.81 元。

（四）其他应收款

本次评估申报的其他应收款账面余额 14,613,040.89 元，未计提坏账准备，主要为押金保证金和备用金。

对于其他应收款，评估人员首先对填报的其他应收款与有关明细账、总账和会计报表进行核实，具体了解各项款项的内容和产生原因，并重点分析了债务人的欠款金额、欠款时间、款项以往收付情况、债务人的还款信誉等情况，并对大额其他应收款进行函证。在核实了解的基础上，根据每笔款项可能收回数额确定评估值。

评估结果：其他应收款的评估值为 14,613,040.89 元。

二、非流动资产评估技术说明

非流动资产包括固定资产、在建工程。

（一）固定资产评估技术说明

本次评估申报的固定资产为企业拥有的设备类资产。

设备类固定资产包括电子设备，共计144项，账面原值合计84,383,544.46元，净值合计7,639,306.66元，未计提减值准备。电子设备主要为服务器、VGA编码器、VGA解码器、交换机、VGA视频线等地铁项目设备。设备主要安装在位于重庆、北京、天津、南京地铁里的乘客信息系统内，都是2005年后开始使用的。均是评估基准日由华视传媒因本次地铁业务重组转入。

评估人员根据被评估单位提供的“固定资产-电子设备评估明细表”，进行现场勘察，核对账、物相符情况，查阅设备采购、运行等资料，向有关人员收集评估资料，检查核实被评估的设备类资产的基础资料。

对于北京地铁 1、2 号线项目电子设备，根据 2014 年北京北广传媒地铁电视有限公司与华视传媒签订的《关于<北京地铁 1 号、2 号、13 号和八通线地铁电视系统广告经营权协议>及其补充协议的终止协议》，双方同意 2014 年 8 月起解除《北京地铁 1 号、2 号、13 号和八通线地铁电视系统广告经营权协议》及其补充协议，截至评估基准日，未续签。本次对北京地铁 1、2 号线项目电子设备评估为零。

对于北京地铁 4 号线项目电子设备，根据 2007 年 1 月 26 日北京东方英龙科技发展有限公司和北京京港地铁有限公司签署的《北京地铁四号线乘客信息系统（PIS）特许经营协议》（合同特许经营期至 2014 年 9 月）及其补充协议，北京东方英龙科技

发展有限公司需在特许经营期结束前把乘客信息系统所有权移交给北京京港地铁有限公司，移交范围包括安装在四号线上的所有系统设备，并在 2014 年 6 月 1 日前全面完成乘客信息系统资产及管理权限移交工作，在特许经营期终止时需无偿归还乘客信息系统资产给北京京港地铁有限公司。截至评估基准日，尚未移交所有权（因对方单位为国企手续繁杂），但因合同到期，本次评估对北京四号线上的电子设备评估为零。

对于天津 1 号线项目电子设备，根据 2006 年 11 月 30 日北京东方英龙科技发展有限公司和天津市地铁深远广告策划有限公司签订的《天津市地铁一号线液晶电视传播系统合同书》，协议履行完毕期满终止后（即 2015 年 6 月 30 日），北京东方英龙科技发展有限公司所安装的液晶电视播放系统归天津市地铁深远广告策划有限公司所有。截至基准日虽未办理手续，但因合同已到期，本次评估为零。

对于北京地铁项目和天津地铁项目以外的设备类资产采用成本法或者市场法进行评估。

1. 成本法

成本法是指用现时条件下重新购置和建造一个全新状态的被评估对象所需的全部成本乘以成新率确定被评估对象价值的一种方法。成本法的具体计算公式为：

评估值=重置成本×综合成新率

（1）重置全价确定

此次评估采用的是更新重置成本。更新重置成本是指利用新型材料，并根据现代标准、设计及格式，以现时价格生产或建造具有同等功能的全新资产所需的成本。

根据《财政部国家税务总局关于全国实施增值税转型改革若干问题的通知》（财税【2008】第 170 号）、《关于固定资产进项税额抵扣问题的通知》财税[2009]113 号文件，除文件中不允许进行增值税抵扣的设备外，其他设备重置成本中不含增值税。

电子设备重置成本的确定：

对能询价到评估基准日市场价格的设备，以不含税购置价格加运杂费、安装调试费、资金成本（安装周期长的大型设备考虑安装期间的合理资金成本）等来确定设备的重置成本；

对于无法取得设备现行购置价或建造成本，但可取得同类或相似设备的重置成本的设备，采用功能价值法估算该设备的重置成本，即以所选同类或相似设备的重置成本为基础，通过机器设备与其在生产能力、技术层次、使用地点以及时间等方面进行比较并合理调整，加运杂费、安装调试费来确定设备重置成本。

对于无法取得设备现行购置价或建造成本，也无法取得同类或相似设备的重置成本，技术进步因素对设备价格影响不大的设备，采用价格指数调整法估测其重置成本。即以该设备的账面原值为基础，区分账面原值中不同部分分别采用相应的价格变动指数来调整，以此估测机器设备的重置成本。

通常的计算公式为：

重置成本=不含税购置价格+不含税运杂费+安装调试费+资金成本

如询价所参考或依据的订货合同中规定由供货商负责运输和安装时(在购置价格中已含此部分价格)，则不另加运输及安装费。

① 运杂费

运杂费包括设备从生产厂或发货地到安装现场所发生的装卸、运输、采购、保管等费用。具体计算公式为：

设备运杂费 = 设备购置费 × 运杂费率

国内运杂费率(外地生产)的选取，按所购设备运输方式、路途的远近选取确定，具体参考参数如下表所示：

国内运杂费参数表(外地生产)

运输里程	取费基础	费率(%)	运输里程	取费基础	费率(%)
100KM 以内	设备原价	1	1250KM 以内	设备原价	3.3
200KM 以内	设备原价	1.2	1500KM 以内	设备原价	3.8
300KM 以内	设备原价	1.4	1750KM 以内	设备原价	4.3
400KM 以内	设备原价	1.6	2000KM 以内	设备原价	4.8
500KM 以内	设备原价	1.8	2000KM 以上每增 250KM 增加	设备原价	0.5
750KM 以内	设备原价	2.3			
1000KM 以内	设备原价	2.8			

② 安装调试费

设备安装费 = 设备购置费 × 设备安装费率

对于单项设备进行安装发生的安装费，设备安装调试费率是根据《资产评估常用方法与参数手册》中有关规定标准数据，并根据设备的特点，结合历史发生的安装费率选取确定。

对于整个项目工程承包给承包商发生的安装费，因主要为人工及其相关费用，根据评估基准日同行业人员工资涨幅估算出其重置价，结合每项设备在整个安装项目中的占比进行分摊，从而得出该项目里每项设备的安装调试费。

不需要安装的设备不计安装费。

③ 资金成本

资金成本根据建设项目的合理建设工期和评估基准日贷款利率，按建设期初始一次性投入计取，计算公式如下：

资金成本 = (设备不含税购置费 + 不含税运杂费 + 安装调试费 + 其他费用) × 资金成本率 × 建设工期

(2) 成新率的确定

电子设备成新率的确定：

成新率是评估对象的现行价值与其全新状态重置价值的比率。对于电子设备，根据设备的实际技术状况按年限法确定成新率。

年限成新率由年限法确定，公式为：

年限成新率 = 设备尚可使用年限 / (设备尚可使用年限 + 设备已使用年限) × 100%

或：年限成新率 = 设备尚可使用年限 / (设备总使用年限) × 100%

其中：设备尚可使用年限 = 总使用年限 - 设备已经使用的年限

(3) 评估值的确定

评估值 = 重置成本 × 成新率

2. 市场法

对于部分购置时间较长的电子设备，按照评估基准日的二手市场价格或废品价格，采用市场法进行评估。

【案例】42 英寸等离子电视机 (PT42638NHDX 黑) (固定资产 - 电子设备评估明细表第 54.9 项)

1. 设备简介

所属单位：深圳市华视新文化传媒有限公司

设备名称：42 英寸等离子电视机

规格型号：PT42638NHDX 黑

生产厂家：四川长虹电器股份有限公司

购置年月：2011 年 3 月

启用年月：2011 年 10 月
 数 量：235 台
 所属项目：重庆地铁 3 号线项目
 账面原值：1,204,669.23 元
 账面净值：180,749.05 元
 2. 设备概况

委估设备的技术参数表

基本参数	<ul style="list-style-type: none"> 产品类型 高清等离子电视 屏幕尺寸 <u>42 英寸</u> 屏幕比例 16:9 分辨率 1024*768
音效参数	<ul style="list-style-type: none"> 音效模式 标准, 新闻, 音乐, 环绕, 五段均衡等音效预置 智能音量控制 支持五段均衡, 左右平衡等音效调节 音量输出功率 8W*2
电视接口	<ul style="list-style-type: none"> HDMI 接口 支持 输入端子 S 端子 VGA 接口 分量视频接口 RF 输入
其他参数	<ul style="list-style-type: none"> 工作功耗 165W 待机功率 <1W 机身尺寸 1021*658*73mm 机身重量 含底座: 20.2kg 不含底座: 17kg

3. 重置成本的确定

经评估人员网上查询得知, 目前该款等离子电视机的参考价格为 3,200.00 元/台 (含税)。根据市场调查情况, 确定委估单台等离子电视机的不含税购置价为 $3,200.00/1.17=2,735.04$ 元/台。

(1) 运杂费

经评估人员了解, 该设备购买时已包含运杂费, 故本次对该设备的运杂费不予计算。

(2) 安装调试费

根据评估基准日同行业人员工资涨幅估算出其重置价, 结合其在整个安装项目中的占比进行分摊确定。

重庆3号线项目安装费账面原值为545,443.80元，项目主要在2011年进行安装。根据国家统计局发布的同行业人工工资情况，2011年至评估基准日的人工涨幅约为31%。

整个项目的安装调试费重置价为 $545,443.80 \times (1+31\%) = 714,531.38$ 元。

分摊到该等离子电视机的安装调试费为：

$714,531.38 \times 1,204,669.23 / 5,882,861.55 = 615.15$ 元/台。

(3) 资金成本

资金成本根据建设项目的合理建设工期和评估基准日贷款利率，按建设期初始一次性投入计取，计算公式如下：

资金成本 = (设备不含税购置费 + 不含税运杂费 + 安装调试费 + 其他费用) × 资金成本率 × 建设工期

贷款利率表 (2015-12-31)

项目	年利率%
一、短期贷款	
六个月以内 (含六个月)	4.35
六个月至一年 (含一年)	4.35
二、中长期贷款	
一至三年 (含三年)	4.75
一至五年 (含五年)	4.75
五年以上	4.9

42英寸等离子电视机的建设工期为7个月，选取评估基准日贷款利率为4.35%。

资金成本 = $(2,735.04 + 615.15) \times 4.35\% \times 7 / 12 = 86.17$ 元

综上，42英寸等离子电视机的重置成本 = $(2,735.04 + 615.15 + 86.17) \times 235 = 809,300.00$ 元 (十位取整)

4. 成新率的确定

对于电子设备，根据设备的实际技术状况按年限法确定综合成新率。

该设备更新换代时间较短，经评估人员现场勘查得知该设备使用环境及生产材料并参考《资产评估常用方法与参数手册》综合得知该设备使用年限为6年，委估设备已经使用4.17年，该设备平时维护较好，目前能正常运作。

成新率 = $(6 - 4.17) / 6 \times 100\%$

= 31% (取整)

5. 评估值计算

$$\begin{aligned}
 \text{评估值} &= \text{重置成本} \times \text{综合成新率} \\
 &= 809,300.00 \times 31\% \\
 &= 246,837.00 \text{ 元 (取整)}
 \end{aligned}$$

固定资产评估结果如下:

1. 设备评估结果及增减值情况如下表

金额单位:人民币元

科目名称	账面价值		评估价值		增值率%	
	原值	净值	原值	净值	原值	净值
机器设备	-	-	-	-		
车辆	-	-	-	-		
电子设备	84,383,544.46	7,639,306.66	22,553,270.91	9,110,765.00	-73.27	19.26
合计	84,383,544.46	7,639,306.66	22,553,270.91	9,110,765.00	-73.27	19.26

设备原值评估减值 61,830,273.55 元, 减值率 73.27%; 净值评估增值 1,471,458.34 元, 增值率 19.26 %。

2. 评估结果与账面价值比较变动情况及原因

电子设备评估原值减值、净值增值的主要原因有: 电子设备技术更新较快, 产品价格逐年下降, 导致评估原值减值; 企业计提折旧的年限短于评估时采用的经济使用年限, 导致评估净值增值。

(二) 在建工程

本次评估的在建工程为在建工程-设备安装工程, 共 12 项, 账面价值 71,903.93 元, 均为重庆一号线轻轨项目的设备款。

评估人员通过勘查及查阅在建工程明细账核实, 账面构成为设备费, 账面构成合理, 无不合理费用, 因设备购置时间距评估基准日已有一年, 因此评估值根据设备评估基准日时的现行市场价格加上该建设期的资金成本确定。

评估结果: 在建工程评估值为 71,999.86 元。

三、 流动负债评估技术说明

(一) 应付账款

本次评估申报的应付账款账面价值 9,963,150.78 元, 为应付的媒体成本。

对于应付账款, 评估人员根据填报的评估明细表, 对会计报表、会计账簿和记

账凭证进行了核查，并履行了必要的询证和替代程序，对其真实性进行了核实，核实结果与申报资料基本一致。评估人员在逐笔分析了款项的账龄、金额、经济内容后，以核实后需支付的金额确定评估值。

评估结果：应付账款的评估值为 9,963,150.78 元。

（二） 预收账款

本次评估申报的预收账款账面价值 6,792,091.77 元，为预收的广告款。

评估人员查阅了大额发生合同，具体了解其发生额、债权人、经济内容，发生时间，账面结存等情况后，以核实后金额确定预收账款评估值。

评估结果：预收账款评估值 6,792,091.77 元。

（三） 应付职工薪酬

本次评估申报的应付职工薪酬账面价值 21,439.76 元，为五险一金。

对于应付职工薪酬，评估人员根据填报的评估明细表，对会计报表、会计账簿和记账凭证进行了核查，并了解了企业的薪酬政策和历史利润分配方案，具体了解其发生额、经济内容、发生时间、账面结存等情况后，以核实后的账面值作为评估值。

评估结果：应付职工薪酬的评估值为 21,439.76 元。

（四） 应交税费

本次评估申报的应交税费账面价值 36,587.03 元，为个人所得税和印花税。

评估人员向被评估单位调查了解了应负担的税种、税率、缴纳制度等税收政策。查阅了被评估单位评估基准日最近一期的完税证明，以及评估基准日应交税费的记账凭证等。经核实，应交税费各项金额准确无误，以核实无误后的账面价值作为评估值。

评估结果：应交税费的评估值为 36,587.03 元。

（五） 其他应付款

本次评估申报的其他应付款账面价值 57,473,000.93 元，主要为应付华视传媒的地铁广告业务款和往来款。

对于其他应付款，评估人员根据填报的评估明细表，对会计报表、会计账簿和记账凭证进行了核查，并查看了相关的合同，具体了解其发生额、债权人、经济内容，发生时间，账面结存等情况后，以核实后需支付的金额确定评估值。

评估结果：其他应付款的评估值为 57,473,000.93 元。

第三章收益法评估技术说明

一、 评估对象和评估范围

本次评估对象为华视新公司的股东全部权益。

评估范围为华视新公司的全部资产及相关负债。

二、 收益法应用前提即选择的理由和依据

(一) 收益法的定义及原理

收益法是指通过估算被评估资产未来预期收益并折算成现值，借以确定被评估资产价值的一种资产评估方法。

本次收益法评估选用企业自由现金流量折现模型。其基本计算公式为：

企业自由现金流量=税后净利润+折旧与摊销+税后利息-资本性支出-营运资金净增加额

股东权益价值计算，股东全部权益价值是根据被评估企业实际经营情况，以其正常经营条件下，未来预测期内企业自由现金流量折现扣除付息债务后再加上单独评估资产现值确定的。计算公式： $P = P1 + P2$

公式中： P 为被评估公司股东全部权益价值；

$P1$ 为企业经营活动产生的自由现金流量现值扣除付息债务后的价值(也称作营业资产价值)；计算公式为：

$$P1 = \sum_{i=1}^n R_i \times (1+r)^{-i} + \frac{R_n}{r} \times (1+r)^{-n} - \text{付息债务}$$

公式中： R_i 为第*i*年企业自由现金流量；

r 为加权平均资金成本；

i 为预测年度。

$P2$ 为可以单独估算的资产价值。

按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为企业自由现金流量，则折现率 r 选取加权平均资本成本（WACC），即投资性资本报酬率，这是由股东权益资本与付息债务资本的结构和报酬率所决定的一种综合报酬率，也称投资性资本成本。计算公式为：

$$WACC=K_e \times W_e + K_d \times W_d$$

K_e : 股东权益资本成本

K_d : 债务资本成本 (税后)

W_e : 股东权益资本在资本结构中的百分比

W_d : 付息债务资本在资本结构中的百分比

考虑我国和行业的现状与前景, 经分析华视新公司的经营优势与风险, 评估人员对企业提供的盈利预测进行了必要的分析、判断和沟通, 在此基础上, 确定评估所使用的盈利预测数据。

单独评估资产, 指不对盈利预测经营现金流产生贡献的资产、不参与营业现金流循环的资产、难以预测未来经营现金流且可独立评估的资产。单独评估资产采用资产基础法评估结果。

付息债务, 指评估基准日为企业提供资金并需要企业支付利息的债务。

(二) 收益法的应用前提

1. 企业的资产评估范围产权明确;
2. 企业的未来预期收益可以预测并可以用货币衡量;
3. 企业获得未来预期收益所承担的风险可以预测并可以用货币衡量;
4. 企业预期获利年限可以预测。

(三) 收益法选择的理由和依据

华视新公司的资产及负债构成要素完整, 使用状况正常, 要素资产功能和状态良好, 提供的服务产品能够满足市场需求, 未来收益可以预测, 适于用收益法进行企业价值评估。

三、 收益预测的假设条件

盈利预测是采用收益法评估的基础, 而任何预测都建立在一定假设条件下, 并受到该假设条件的限制; 同时盈利预测亦是建立在一定的基础之上的。

对华视新公司要素资产未来盈利预测是建立在下列假设和限制条件, 且在下列盈利预测基础下:

(一) 假设和限制条件

对华视新公司要素资产未来盈利预测是建立在下列假设和限制条件:

- 1、公开市场假设；
- 2、企业持续经营假设；
- 3、目标公司所在地宏观政治、经济、社会环境不发生重大变化；
- 4、汇率、利率、税负、通货膨胀、人口、产业政策不发生重大变动；
- 5、企业所遵循的现行法律、法规、政策和社会经济环境无重大变化；
- 6、企业所处行业及领域的市场、技术处于正常发展的状态，没有出现重大的市场、技术突变情形；
- 7、假设公司的经营者是负责的，且公司管理层有能力担当其职务；
- 8、假设公司未来将采取的会计政策和编写此份报告时所采用的会计政策在重要方面基本一致；
- 9、委托方和相关当事方提供的资料真实、合法、完整；
- 10、假设评估基准日后被评估单位的服务保持目前的市场竞争态势；
- 11、假设华视传媒原有的地铁媒体资源及客户资源不会因合同主体由华视传媒变更为华视新公司而受影响。
- 12、委托方及被估值单位在生产经营、人员管理、业务渠道等方面能够按照预期顺利整合。

(二) 盈利预测基础

1. 本次评估的预测基础是建立在企业正常经营的前提下，未考虑偶然因素和不可比因素，是企业正常经营的收益。
2. 本次评估的盈利预测是以企业现有业务为基础，并根据公司的市场占有率情况考虑各城市新增线路对业务的影响。
3. 本次评估的盈利预测是建立在华视新公司模拟合并报表审计结果的基础上，依据企业提供的盈利预测，结合评估人员调查搜集到的有关信息资料，对企业的盈利预测进行必要的分析、判断和调整。
4. 华视新公司提供的以前年度经营资料。
5. 华视新公司提供的资源采购合同及地铁媒体合同。
6. 依据的会计处理方法保持一贯性。

四、 影响企业经营的宏观、区域经济分析

(一) 宏观经济分析

1. 综合

初步核算，全年国内生产总值 676708 亿元，比上年增长 6.9%。其中，第一产业增加值 60863 亿元，增长 3.9%；第二产业增加值 274278 亿元，增长 6.0%；第三产业增加值 341567 亿元，增长 8.3%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为 9.0%，第二产业增加值比重为 40.5%，第三产业增加值比重为 50.5%，首次突破 50%。全年人均国内生产总值 49351 元，比上年增长 6.3%。全年国民总收入 673021 亿元。

图1 2011-2015年国内生产总值及其增长速度

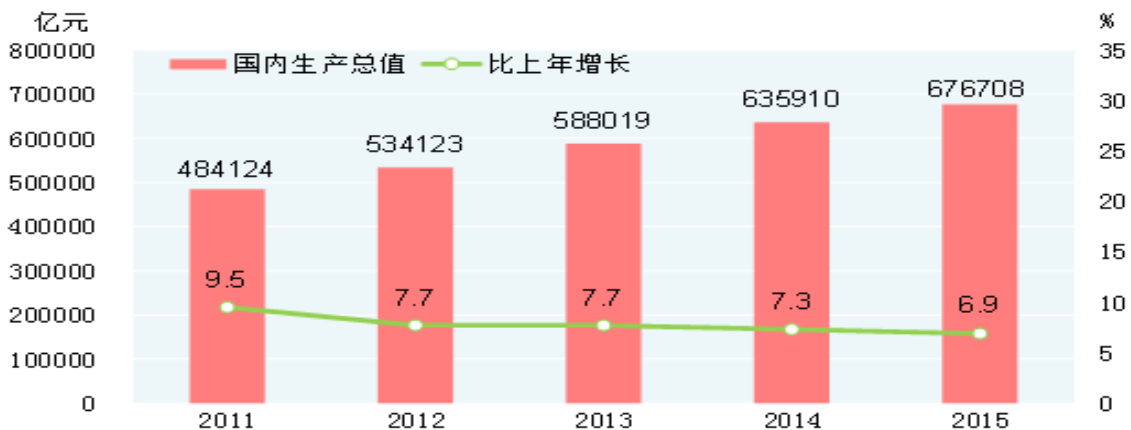
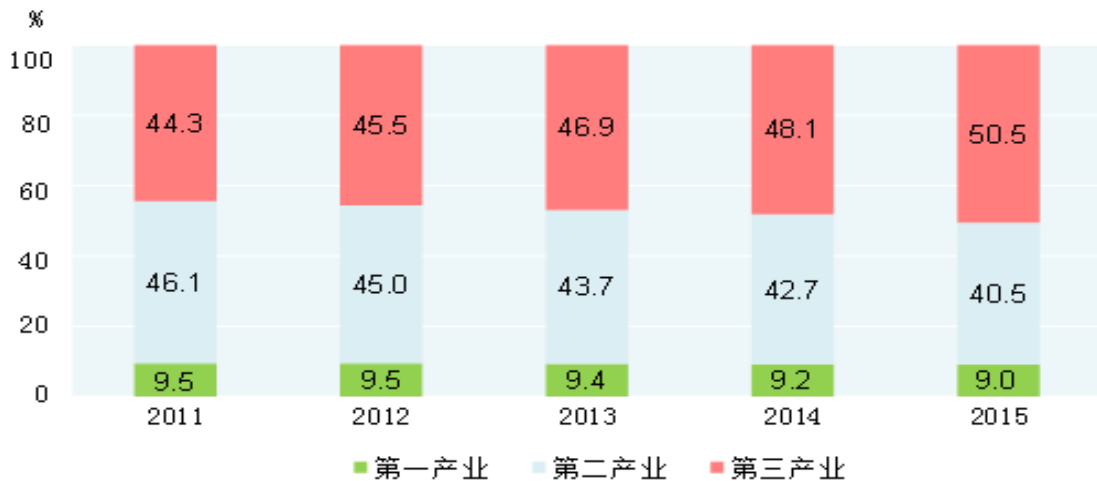


图2 2011-2015年三次产业增加值占国内生产总值比重



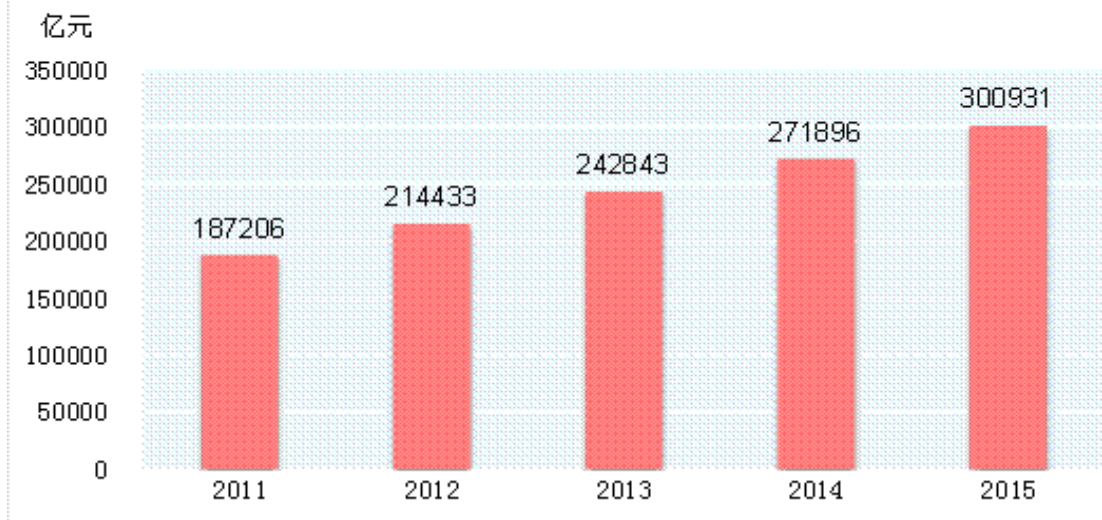
年末全国大陆总人口 137462 万人，比上年末增加 680 万人，其中城镇常住人口 77116 万人，占总人口比重（常住人口城镇化率）为 56.10%，比上年末提高 1.33 个百分点。全年出生人口 1655 万人，出生率为 12.07‰；死亡人口 975 万人，死亡率为 7.11‰；自然增长率为 4.96‰。全国人户分离的人口 2.94 亿人，其中流动人口 2.47 亿人。人均预期寿命 76.34 岁。

表 1 2015 年年末人口数及其构成

标	年末数 (万人)	比重 (%)
全国总人口	137462	100.0
其中: 城镇	77116	56.10
乡村	60346	43.90
其中: 男性	70414	51.2
女性	67048	48.8
其中: 0-15 岁 (含不满 16 周岁)	24166	17.6
16-59 岁 (含不满 60 周岁)	91096	66.3
60 周岁及以上	22200	16.1
其中: 65 周岁及以上	14386	10.5

2. 国内贸易

全年社会消费品零售总额 300931 亿元, 比上年增长 10.7%, 扣除价格因素, 实际增长 10.6%。按经营地统计, 城镇消费品零售额 258999 亿元, 增长 10.5%; 乡村消费品零售额 41932 亿元, 增长 11.8%。按消费类型统计, 商品零售额 268621 亿元, 增长 10.6%; 餐饮收入额 32310 亿元, 增长 11.7%。

图14 2011-2015年社会消费品零售总额


注: 图中 2011 年至 2014 年数据根据第三次经济普查结果进行修订。

在限额以上企业商品零售额中, 粮油、食品、饮料、烟酒类零售额比上年增长 14.6%, 服装、鞋帽、针纺织品类增长 9.8%, 化妆品类增长 8.8%, 金银珠宝类增长 7.3%, 日用品类增长 12.3%, 家用电器和音像器材类增长 11.4%, 中西药品类增长 14.2%, 文

化办公用品类增长 15.2%，家具类增长 16.1%，通讯器材类增长 29.3%，建筑及装潢材料类增长 18.7%，汽车类增长 5.3%，石油及制品类下降 6.6%。

全年网上零售额 38773 亿元，比上年增长 33.3%，其中网上商品零售额 32424 亿元，增长 31.6%。在网上商品零售额中，吃类商品增长 40.8%，穿类商品增长 21.4%，用类商品增长 36%。

(二) 企业所在区域经济分析

2015 年，面对复杂多变的内外部环境，在市委市政府的坚强领导下，深圳以“四个全面”战略布局为统领，坚持解放思想，真抓实干，着力抓改革、促转型、稳增长、惠民生，突出质量引领、创新驱动，主动适应引领经济发展新常态，保持了经济稳中有进、逐步向好的发展态势，实现了有质量的稳定增长和可持续的全面发展。

1. 总体经济稳中趋升

初步核算并经广东省统计局核定，2015 年全市生产总值达 17502.99 亿元，按可比价格计算，比上年（下同）增长 8.9%，增幅分别比全国和全省高 2.0 和 0.9 个百分点。分季度累计增幅看，一季度增长 7.8%，上半年增长 8.4%，前三季度增长 8.7%，全年增长 8.9%，增速逐季提高。分产业看，第一产业增加值 5.66 亿元，下降 1.7%；第二产业增加值 7205.53 亿元，增长 7.3%；第三产业增加值 10291.80 亿元，增长 10.2%。分区域看，龙岗区生产总值 2636.79 亿元，增长 10.5%；光明新区 670.66 亿元，增长 9.4%；坪山新区 458.07 亿元，增长 9.4%；南山区 3714.57 亿元，增长 9.3%；福田区 3256.24 亿元，增长 9.0%；宝安区 2640.92 亿元，增长 9.0%；盐田区 487.23 亿元，增长 8.9%；罗湖区 1728.39 亿元，增长 8.0%；龙华新区 1635.59 亿元，增长 8.0%；大鹏新区 274.53 亿元，增长 4.0%。



图 1 2014-2015 年深圳 GDP 各季度累计总量及累计同比增速走势图

2. 消费增速稳中有升

全年全市社会消费品零售总额 5017.84 亿元，增长 2.0%（扣除汽车限购一次性政策因素后社会消费品零售总额 4429.61 亿元，增长 9.7%），其中限额以上社会消费品零售总额 3436.35 亿元，下降 4.5%。从消费类别看，批发与零售业零售额 4448.14 亿元，增长 1.3%，其中限额以上商业零售额 3055.66 亿元，下降 5.7%，限额以下和个体户零售额 1392.48 亿元，增长 21.2%；住宿餐饮业零售额 569.69 亿元，增长 7.7%。分区域看，大鹏新区社会消费品零售总额 52.02 亿元，增长 8.1%；盐田区 61.90 亿元，增长 8.0%；光明新区 99.70 亿元，增长 6.0%；龙华新区 235.60 亿元，增长 3.3%；龙岗区 549.56 亿元，增长 3.0%；宝安区 721.69 亿元，增长 2.5%；坪山新区 59.34 亿元，增长 2.4%；罗湖区 1033.75 亿元，增长 2.2%；南山区 670.90 亿元，增长 1.2%；福田区 1533.38 亿元，增长 0.8%。

全年全市商品销售总额 23490.77 亿元，增长 0.5%。其中，批发销售总额 19042.69 亿元，增长 0.3%，占商品销售总额比重 81.1%；通过互联网实现的商品销售额 568.21 亿元，增长 36.4%。在十大类主要商品销售中，日用品类增长 18.8%，食品饮料烟酒类增长 9.6%，金银珠宝类增长 9.6%，服装鞋帽针织类增长 7.5%，家用电器和音响器材类下降 2.0%，通讯器材类下降 2.9%，书报杂志类下降 4.9%，文化办公用品类下降 9.5%，汽车类下降 20.0%，体育娱乐用品类下降 51.3%。

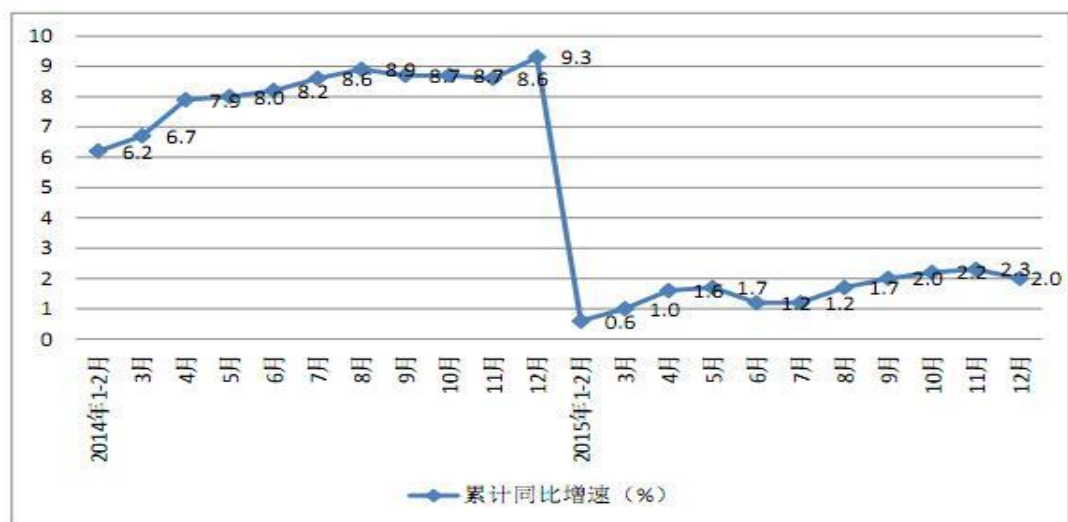


图 4 2014-2015 年深圳社会消费品零售总额各月累计同比增速走势图

3. 经济发展质量不断提高

工业高端化发展势头良好。全年全市先进制造业增加值 5165.57 亿元，增长 11.3%，增速高于全市规模以上工业 3.6 个百分点，占规模以上工业增加值比重 76.1%，比上年提高 1.9 个百分点；高技术制造业增加值 4491.36 亿元，增长 9.6%，增速高于全市规模以上工业 1.9 个百分点，占全市规模以上工业增加值比重 66.2%，比上年提高 3.0 个百分点。其中，计算机、通信和其他电子设备制造业增加值占规模以上工业增加值比重突破六成，达到 62.1%，同比提高 3.6 个百分点。

第三产业比重继续上升，现代服务业快速发展。二三产业结构由上年的 42.6: 57.4 调整为 41.2:58.8，服务业占比提高了 1.4 个百分点。现代服务业快速发展，其中房地产业增加值 1627.77 亿元，增长 16.8%，占 GDP 比重 9.3%，同比提高 1.0 个百分点；其他服务业（主要是信息传输、软件和信息服务业，租赁和商务服务业，科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，教育，卫生和社会工作，文化、体育和娱乐业，公共管理、社会保障和社会组织等现代服务业）增加值 3229.53 亿元，增长 9.5%，占 GDP 比重 18.5%，同比提高 0.6 个百分点。

四大支柱产业稳定增长。全年全市四大支柱产业增加值合计 11194.59 亿元。其中，金融业增加值 2542.82 亿元，增长 15.9%，占 GDP 比重 14.5%；物流业增加值 1782.70 亿元，增长 9.4%，占 GDP 比重 10.2%；文化产业增加值 1021.16 亿元，增长 7.4%，占 GDP 比重 5.8%；高新技术产业增加值 5847.91 亿元，增长 13.0%，占 GDP 比重 33.4%。

七大战略性新兴产业快速发展。全年全市战略性新兴产业增加值 7003.48 亿元，增长 16.1%，占全市 GDP 比重 40.0%。其中生物产业增加值 254.68 亿元，增长 12.4%；新能源产业增加值 405.87 亿元，增长 10.1%；新材料产业增加值 329.24 亿元，增长 11.3%；新一代信息技术产业增加值 3173.07 亿元，增长 19.1%；互联网产业增加值 756.06 亿元，增长 19.3%；文化创意产业增加值 1757.14 亿元，增长 13.1%；节能环保产业增加值 327.42 亿元，增长 12.0%。

工业企业效益总体向好。全年全市规模以上工业企业利税总额 2466.25 亿元，增长 12.3%，其中利润总额 1619.46 亿元，增长 9.6%，高于全国 11.5 个百分点。工业企业主营业务收入增长 1.3%，财务费用成本下降 6.5%，工业经济效益综合指数达到 225.19%，同比提高 9.4 个百分点。

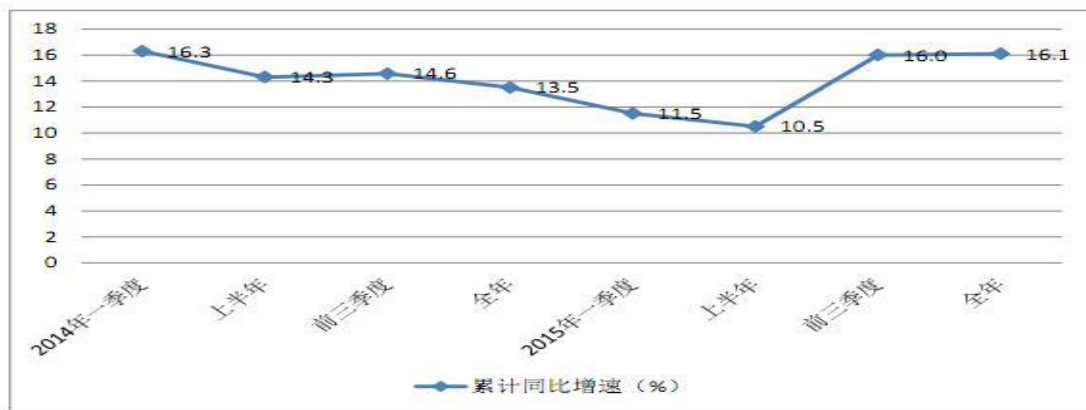


图 7 2014-2015 年深圳战略性新兴产业各季度累计同比增速走势图

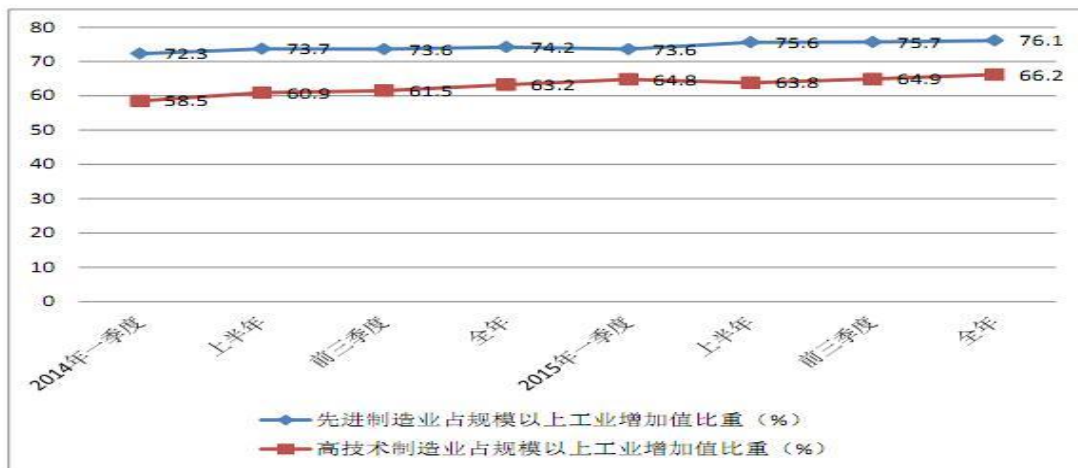


图 8 2014-2015 年深圳先进制造业和高技术制造业占规模以上工业增加值比重走势图



图 9 2014-2015 年深圳工业企业利润各月累计同比增速走势图

4. 居民消费价格运行平稳

全年全市居民消费价格总水平（CPI）同比上涨 2.2%，涨幅较上年提升 0.2 个百分点，分别比全国和全省平均水平高 0.8 和 0.7 个百分点。其中，消费品价格指数上涨 1.4%，服务项目价格指数上涨 3.8%。分类别看，八大类价格“七升一降”，食品价格上涨 3.2%，烟酒价格上涨 1.6%，衣着价格上涨 4.6%，家庭设备用品及维修服务上涨 3.1%，医疗保健和个人用品上涨 2.0%，交通和通信下降 3.4%，娱乐教育文化用品及服务上涨 1.1%，居住上涨 3.4%。



图 10 2014-2015 年深圳居民消费价格上涨情况（月度同比）

5. 经济发展后劲较足

全年全市上报广东省统计局并通过初审的新增“四上”单位 1948 家，占全省比重 22.4%，实现新增入库总量和增长总数全省“双第一”。分专业看，工业 717 家，建筑业 5 家，批发业 555 家，零售业 56 家，住宿业 23 家，餐饮业 52 家，房地产开发业 16 家，其它服务业 499 家，其它有 5000 万以上在建投资项目 25 家；分区域看，福田区 319 家，罗湖区 245 家，盐田区 63 家，南山区 297 家，宝安区 332 家，龙岗区 282 家，光明新区 116 家，龙华新区 215 家，坪山新区 71 家，大鹏新区 8 家。这些企业将成为 2016 年新的经济增长点，为全市经济实现有质量的稳定增长和可持续的全面发展提供有力保障。

总的来看，2015 年深圳经济稳中有进、逐季向好，创新强、结构优、速度稳、质量高成为深圳发展的新常态。与此同时，国内外环境仍然错综复杂，风险和困难不断增多，深圳正处于建成现代化国际化创新型城市的关键时期，面临改革发展任务依然

艰巨。新的一年，要深入贯彻落实党中央国务院、省委省政府和市委市政府的决策部署，以“四个全面”战略布局为统领，紧紧围绕“三个定位、两个率先”目标，适应和引领新常态，坚持质量引领，创新驱动，转型升级，绿色低碳不动摇，着力供给侧结构性改革。为“十三五”起好步、开好头，向“创新更强、结构更优、质量更高”目标发展。

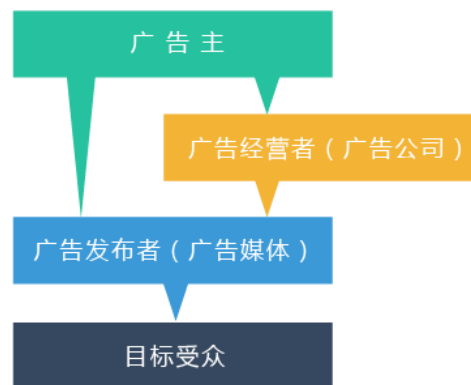
(三) 企业所在行业状况及发展前景

华视新公司成立于 2007 年，公司自成立以来未经营具体业务，2015 年 12 月 16 日，华视传媒召开董事会，同意以 2015 年 12 月 31 日为基准日，将华视传媒下属地铁广告播放服务业务整体注入华视新公司，华视新公司成为华视传媒下属唯一的经营地铁广告播放服务业务。截至本报告日，华视传媒已将其旗下地铁广告播放服务业务全部相关资产、负债、业务、人员注入华视新公司。因此，华视新公司业务将主要从事地铁广告播放服务业务，主要为广告客户提供地铁电视媒体广告投放服务。

1. 广告行业基本概况

广告是为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体平台，公开并且广泛地向公众传递信息的宣传手段。广告服务行业是指与广告相关，通过提供广告策划、设计、制作、发布、调查、效果反馈等服务从而获取利润的行业。

广告服务产业链主要包含四个参与主体：广告主、广告经营者（广告公司）、广告发布者（广告媒体）以及目标受众。根据《中华人民共和国广告法》中的解释，广告主是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然、法人或者其他组织；广告经营者，是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然人、法人或者其他组织；广告发布者，是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然、法人或者其他组织。



根据表现形式的不同，媒体可以划分为传统媒体和新媒体。传统媒体包括报纸、杂志、电视、广播以及其他平面媒体。新媒体包括户外新媒体、互联网媒体以及移动互联网媒体等。相对于传统媒体，新媒体通常表现为以屏幕为介质，通过数字技术、物联网技术等技术将内容和服务推送给特定的目标受众群体，具备内容丰富多彩、更新速度快以及针对性强等特点。户外广告凭借到达率高、视觉冲击强烈等特点，成为继电视、网络之后第三大媒体）

华视新公司从事的地铁电视媒体广告运营业务属于新媒体当中户外新媒体的地铁媒体细分领域。按照中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司归属于商务服务业（行业代码 L72）。公司所处广告服务业主管部门为国家工商行政管理总局及各级地方工商行政管理部门。工商行政管理部门主要职责包括指导广告业发展以及负责广告活动的监督管理工作。此外，由于广告的内容、表现形式和所处位置呈现多样化发展的趋势，因此广告行业涉及的其他监管部门还包括国家新闻出版广电总局、文化部以及工业和信息化部。

2. 广告行业主要政策规定及相关产业政策

（1）主要政策规定

华视新公司所处行业主要遵循《中华人民共和国广告法》、《广播电视节目制作经营管理规定》、《广播电视广告播出管理办法》等法律法规，具体如下：

序号	法律法规名称	颁布机构	生效日期
1	《广告管理条例》	国务院	1987年12月
2	《中华人民共和国广告法》	全国人民代表大会常务委员会	1994年10月
3	《互联网出版管理规定》	国家新闻出版总署、信息产业部	2002年6月
4	《广播电视节目制作经营管理规定》	国家广播电影电视总局	2004年7月
5	《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》	国家广播电影电视总局	2004年7月
6	《互联网文化管理暂行规定》	文化部	2004年7月
7	《互联网视听节目服务管理规定》	国家广播电影电视总局、信息产业部	2007年12月
8	《电信业务经营许可管理办法》	工信部	2009年4月
9	《广播电视广告播出管理办法》	国家广播电影电视总局	2010年1月
10	《互联网信息服务管理办法》	国务院	2011年1月

序号	法律法规名称	颁布机构	生效日期
11	《〈广播电视广告播出管理办法〉的补充规定》	国家广播电影电视总局	2012年1月
12	《中华人民共和国广告法》（2015年修订）	全国人民代表大会常务委员会	2015年4月

（2）主要产业政策

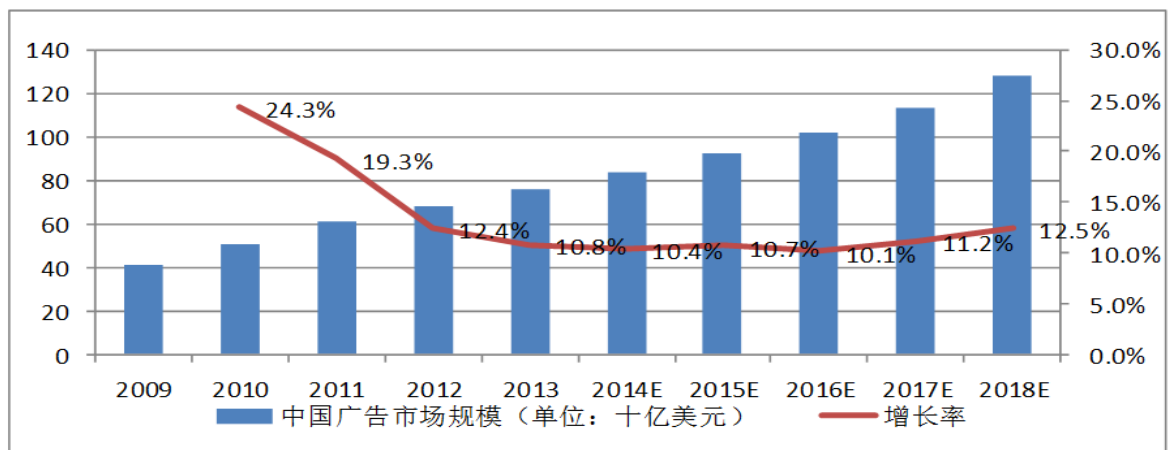
华视新公司所处广告服务业属国家政策鼓励类行业，近年来，国家对广告及相关产业出台了多项支持鼓励与指导性政策和意见。

发布时间	发文单位	文件名称	内容摘要
2011年4月	发改委	《产业结构调整指导目录（2011年本）》	第三十二条商务服务业第7点将“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列入鼓励类产业。
2012年2月	国务院	《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》	拟从“构建现代文化产业体系、形成公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局、推进文化科技创新和扩大文化消费”等方面加快发展文化产业，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，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业；建立健全文化产业投融资体系，鼓励和引导文化企业面向资本市场融资，促进金融资本、社会资本和文化资源的对接。推动条件成熟的文化企业上市融资，鼓励已上市公司通过并购重组做大做强。
2012年6月	国家工商行政管理总局	《广告产业发展“十二五”规划》	提出广告业要提高专业化、集约化、国际化水平，推动行业健康、全面、协调、可持续发展；工商行政管理部门要主动加强与财政、税务、文化、广电等部门的协作，加强宏观调控和政策引导，落实产业政策；要求广告行业组织切实发挥“提供服务、反映诉求、规范行为”的作用，积极协调政府有关部门落实《规划》，为广告行业发展提供服务，不断提升行业形象与公信力。广告业要大力宣传本行业在国民经济和社会发展中的地位、作用，提高广告的社会认同感，形成有利于《规划》顺利实施和促进广告业发展的社会氛围。
2014年8月	中央全面深化改革领导小组	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体。

国家政策及产业规划支持的整体环境，为广告传媒行业发展提供良好契机。

3、广告服务行业市场发展状况

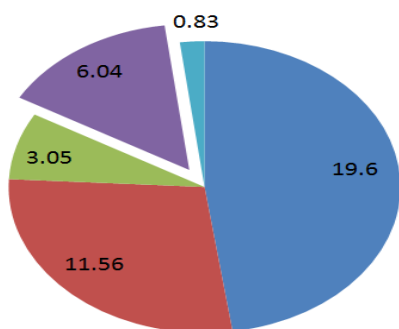
自上世纪 70 年代末以来，我国的广告业经历了一个由小到大的快速发展过程，尤其是近几年，随着我国宏观经济态势的稳定和国民经济的高速发展，我国广告行业市场规模也实现了高速的增长。根据中国产业信息网的报告《2014-2018 年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》，广告业在中国近年经历了快速增长，中国的广告市场从 2009 年的 411 亿美元增加至 2013 年的 759 亿美元，预计到 2018 年将进一步增加至 1,277 亿美元。



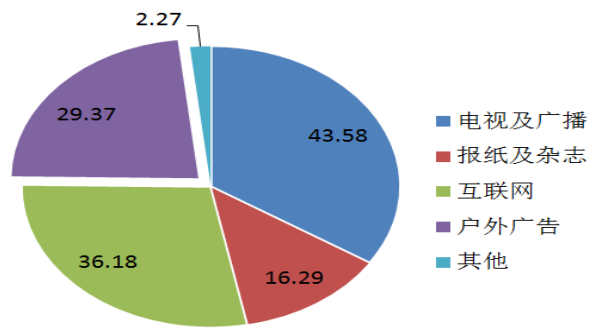
资料来源：中国产业信息网《2014-2018 年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》

其中，2009 年和 2018 年广告行业细分产业市场规模测算分别如下：

2009年广告行业细分产业市场规模测算



2018年广告行业细分产业市场规模测算

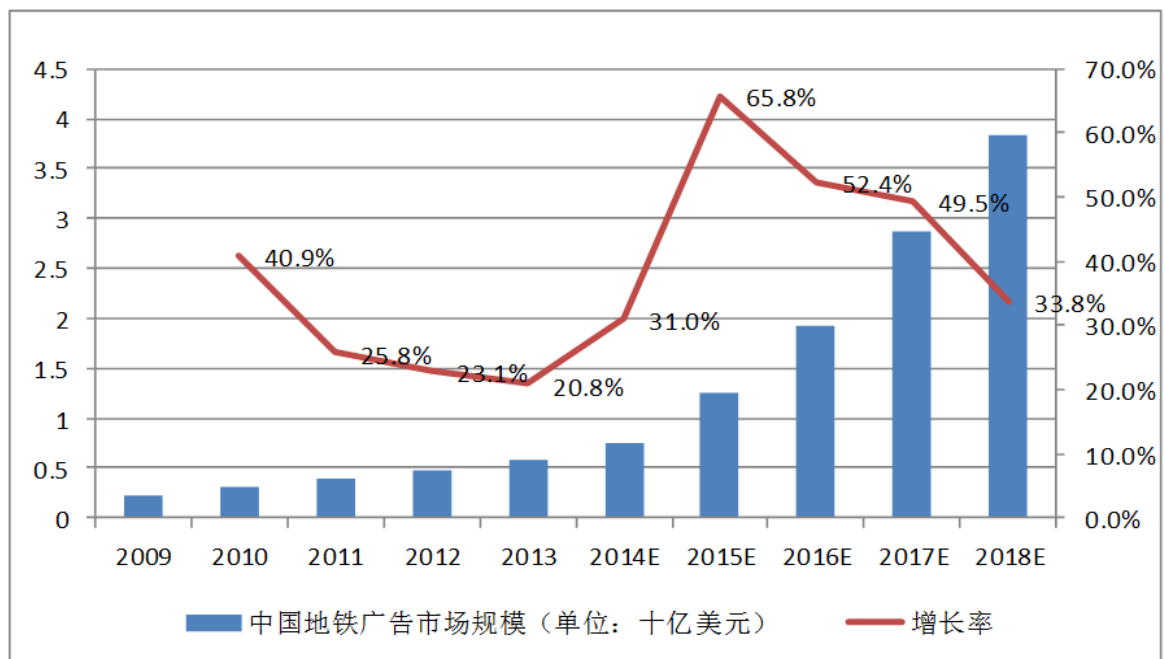


单位：十亿美元。

资料来源：中国产业信息网《2014-2018 年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》

从测算结果可以看出，相对于传统媒体，互联网及户外广告等新兴媒体广告业务占整体广告行业业务的比重在扩大。其中，户外广告的市场规模从 2009 年的 60.4 亿美元增长到 2018 年 293.7 亿美元。使用各种尺寸的 LED 屏幕代替传统的静态显示是户外广告市场整体快速增长的主要因素之一。

根据投放位置不同，户外广告可分为机场、地铁、商业大厦、巴士及其它。与传统电视、报纸、杂志、广播等广告形式相比，户外广告具备到达率高、视觉冲击强烈、分布时间长、千人成本低、城市覆盖率高、单一媒体分散但数量巨大等优势。获益于城市轨道交通的建设和数据技术的发展，地铁广告市场近年已展露较高的市场增长潜力。根据中国产业信息网的报告《2014-2018 年中国户外广告行业市场分析及投资前景研究报告》，到 2018 年我国地铁广告市场规模将达到 3.84 亿美金，约合人民币 24 亿元，未来 3 年行业复合增速 26%。



资料来源：中国产业信息网《2014-2018 年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》

综上所述，基于整体广告行业规模的稳步增长及广告细分行业中新兴媒体广告业务比重的逐步扩大，加上全国各地地铁新线路的不断建设，地铁电视媒体广告行业将保持长期发展趋势。

4、行业壁垒

(1) 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等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无法满足上述条件，因而难以得到这些优质客户的订单。

（2）供应商资源壁垒

由于地铁通信系统具有专属性，因此地铁广告播放资源由各城市地铁运营商独立控制，广告运营商需要直接与地铁公司或其指定的代理商签订合同，购买地铁广告播放资源。

（3）资金壁垒

户外媒体行业属于资金密集型行业，行业内的运营商需要具备较强的资金实力。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。

（4）技术壁垒

地铁出行人流量较大，安全要求相应更高，因此地铁采用内部独立的通信系统，以防止外部通信或互联网系统的入侵。地铁专用通信系统包括传输系统、无线通信系统、乘客信息系统（Passenger Information System，简称 PIS）、地铁信息管理系统等，其中 PIS 系统是依托多媒体网络技术、通过显示终端让乘客了解列车运营信息及播报内容的系统，在地铁建造、列车生产时便一次性安装到位。所以，地铁广告运营商需要在建设早期便与地铁建设承包方、列车制造商、地铁运营商等多方建立业务关系，熟悉并跟踪地铁独特的通信系统格式，实现相应的广告播放技术突破，并结合市场需要提供屏幕布局等专业意见，最终确保以符合专有通信要求及屏幕播放格式的内容播放客户广告并达到良好推广效果。因此地铁广告发布需要较高的计算机信息处理技术水平，形成了行业的技术壁垒。

5、影响行业发展的有利因素和不利因素

(1) 有利因素

① 中国经济的稳健增长

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，对物质文化生活需求日益增长。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 新媒体技术拓宽广告行业发展空间

随着数字媒体技术和多媒体技术，互联网、无线通讯技术，以及新型材料技术等的高速发展，广告行业呈现细分领域和精准投放的发展趋势。户外新媒体使广告行业出现崭新的细分市场，移动媒体技术使广告嫁接到移动终端实现精准投放，网络广告连续多年保持增长速度最快的记录。广告业作为我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，近年来受到国家产业政策的大力支持。国务院及相关部委相继发布《关于推进广告战略实施的意见》、《广告产业发展“十二五”规划》、《产业结构调整指导目录（2011年本）（2013年修正）》、《推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》等政策，全面支持新兴广告媒介健康有序发展，对加快广告业技术创新，提高运用广告新设备、新技术、新材料、新媒体的水平，促进数字、网络等新技术在广告服务领域的应用提出了要求，有利于促进广告产业与高技术产业相互渗透和广告业优化升级。

③ 地铁建设的加快

经查询公开信息，全国2016年及2017年预计将分别新增4个和3个开通地铁城市，新增地铁线路23条和25条（含已开通地铁城市新增线路）。新开通地铁城市及地铁线路的增加将使地铁广告受众群体进一步提升，给地铁广告的发展提供了坚实的基础。

（2）不利因素

①缺乏规范的竞争机制，市场成熟度不高

相对于发达国家，我国广告行业还处在起步阶段，市场竞争机制不完善，市场成熟度不高。由于行业竞争主体数量较多、行业的自律性较弱，竞争秩序还需进一步规范和完善。这种状况不利于广告行业的长期稳定发展，不利于培育规范的市场环境。在这种局面下，势必需要行业监管部门通过制定相关产业政策、出台行业监管措施，同时加强行业自律指导，以提高行业的规范程度，提高市场成熟度。

②专业人才短缺制约行业发展

广告业伴随着整合营销大融合时代的到来，新型复合性广告人才的需求越来越大，这种人才的缺失将成为未来广告业发展的一大障碍。无论是传统广告领域还是新媒体企业都需要既熟悉传统广告运作流程又懂得互联网的技术型复合人才，而这种人才的数量在整个广告行业中所占的比例少之又少。如何建立常态化的人才培养体系，不断培养出适合自身发展需要的专业人是当今广告企业急需解决的问题。

③新媒体技术缺乏行业标准，阻碍广告行业规范发展

新媒体技术是广告行业发展过程中出现的新的增长点，是赶超国际水平的有力平台。我国新媒体技术的出现与国外的步伐基本一致，但是相关的行业规范及标准并未得到相应的建立。行业标准的制定代表着行业的透明度和成熟度，广告主在选择广告投放方式和媒体类型时需要获得相关参数，如覆盖度、到达率、价格和收视率等。然而行业的这些标准尚未有效建立，影响了行业的健康有序发展。

5、华视新公司行业地位

华视新公司作为覆盖全国性地铁电视媒体广告联播服务能力的地铁电视媒体广告运营商，客户包括百度，益海嘉里，携程，联合利华，麦当劳，肯德基、贝因美、巨人网络、腾讯科技等国内外一线品牌大客户，华视新公司已与国内19个城市的地铁媒体资源方建立了业务合作关系，占全国2014年末地铁开通城市数量的85%以上。华视新公司为国内少数可在全国范围向广告主提供广告播放业务的服务提供商，目前除与各地城市存在当地区域性地铁广告代理商竞争外，尚不存在跨区域、成规模主要的竞争对手。其中，在地区性市场（特指广告主在单一城市或特定城市地铁线路投放的广告的市场），华视新公司主要与当地规模较小的广告服务提供商的竞争。

6.华视新公司竞争优势和劣势

（1） 竞争优势

1)平台整合优势

华视新公司的地铁广告播放服务业务目前已经覆盖 19 个中国经济最为发达地铁城市、在 68 条地铁线路上的超过 100,000 个终端，是国内少数拥有基本完整覆盖全国性地铁电视媒体广告资源的企业。华视新公司所具备的平台整合优势能够更好的服务于优质大客户的产品推广与营销。一方面，公司在与地铁等媒体资源方的业务合作上，可依托量大、优质客户资源形成规模效应，从而降低采购成本。另一方面，对于广告主，基于公司全国铺开的地铁联播网及相对较低的广告投放成本，公司可提供更具经济效益的广告投放服务，实现更多的业务合作机会。

2)地铁广告播放服务业务优势

由于地铁的主要乘客的平均年龄低，平均学历高，形成了较好的广告受众人群，加上地铁电视媒体广告是在密闭空间外唯一的流媒体广告，可以用丰富的广告形式，高频率的广告播出次数吸引乘客观看，因此地铁电视媒体广告吸引着移动互联网（包括游戏及电子商务）、快速消费品客户的青睐。

3)客户优势

华视新公司的广告客户主要是 4A 公司和全国性大客户，最终客户包括百度，益海嘉里，携程，联合利华，麦当劳，肯德基、贝因美、巨人网络、腾讯科技等国外及国内知名大客户，覆盖了互联网、消费品等行业的优质公司。公司的直销客户占比大约 60%，4A 及其他代理公司占比大约 40%。

4)管理团队优势

华视新公司核心管理团队具有多年的地铁广告运营和营销经验，对于地铁广告行业有着深刻的理解和认识，也积累了各行业宝贵的大客户资源。在核心管理团队的带领下，公司对于客户及市场需求变化表现出相当的敏感性，并搭配良好的媒体创新和整合，有利于提升公司的核心竞争力以及服务客户能力。

5)资源优势

由于华视传媒从事地铁传媒广告业务起步较早，在行业发展初期即已进入地铁广告播放服务业务，通过多年的积累和良好的口碑，具备了相当的规模和影响力。本次交易前，华视传媒已将地铁广告播放服务业务全部相关经营性资产注入华视新公司，包含各经营城市地铁线路站台、站厅以及车厢内部的电视媒体广告业务。华视新公司承接了华视传媒原有的地铁广告播放服务业务，目前华视新公司开展业务城市数量占国内 2014 年末开通地铁城市数量的比例超过 85%。同时，华视新公司与地铁广告资源

出租方也建立了良好的合作伙伴关系。因此，地铁运营方在开展新的地铁广告播放服务业务招投标项目或者之前项目续约时，通常会优先考虑与华视新公司进行合作。

6) 受众测评体系优势

华视新公司引入受众测评体系从而提炼地铁移动电视媒体价值。公司联手央视市场研究股份有限公司进行地铁移动电视收视率调查。收视率调查使得广告主和广告公司能够对地铁电视广告的媒体价值有较为清晰直观的认识。通过地铁移动电视收视率调查行为搭建相关数据体系，从而形成对目标受众的测评认知，利用该体系使得广告主和广告公司能够更加直接且具备针对性的进行投放，华视新公司能够更好的服务于广告客户的产品投放。

(2) 竞争劣势

1) 华视新公司的竞争劣势主要体现在专业技术人才的欠缺，以前主要侧重业务的拓展及服务的提升，地铁广告播放服务业务领域高新技术人才的储备有待加强，专业技术人才的缺乏在一定程度上限制了华视新公司的发展速度，但这一情形将在本次交易后得到改善。

2) 华视新文化在地铁数字电视业务占绝对市场份额，因此来自与同行业竞争过程中基本上不存在明显劣势。横向对比其他户外媒体，内容创新及社交化方面的尝试华视新公司仍然有改善空间。

五、 企业历史年度财务分析

(一) 非经营性资产、溢余资产、非经营性负债分析

其他应付款中应付华视传媒集团有限公司5,599.15万元往来款，为非企业常态发生款项，本次作为非经营性负债单独扣除。

(二) 企业的历史盈利状况分析

1. 偿债能力分析

2014年12月31日、2015年12月31日流动比率、速动比率、资产负债率如下：

项目	2014 年度	2015 年度
资产负债率	99.68%	64.85%
流动比率	0.92	1.44
速动比率	0.92	1.44

近年来，流动比率、速动比率基本呈上升趋势；资产负债率基本呈下降趋势，总体而言偿债能力逐渐增强。

2. 营运能力分析

项目	2014 年度	2015 年度
应收帐款周转率	2.87	2.24
流动资产周转率	2.66	1.91
总资产周转率	1.78	1.76

从上表来看，应收账款周转率略有下降，流动资产周转率和总资产周转率基本稳定。

3. 盈利能力分析

项目	2014 年度	2015 年度
销售毛利率	18.87%	33.75%
销售利润率	5.31%	20.39%
净资产收益率	-267.45%	170.48%
销售费用比率	9.55%	10.31%
管理费用比率	2.58%	2.74%
财务费用比率	0.00%	0.00%

2014 年以来，销售毛利率和利润率均有较大幅度的上升；同时，销售费用率和管理费用率也有一定的上涨；因地铁广告播放服务业务自身发展不存在外部资金支持的需求，财务费用较少，主要为利息收入。从以上数据可以看出公司盈利能力逐年增强。

六、 评估分析及测算过程

(一) 收益年限的确定

1、预测期的确定

本次评估选定的预测期为2016年到2020年。

2、收益年限的确定

华视传媒将地铁广告播放服务业务转移至华视新公司后，华视新公司将主要从事地铁广告播放服务业务，未发现企业不能持续经营的迹象。本次评估假设企业未来会持续经营，评估收益期限确定为永续期，即2016年至永续。

(二) 未来收益的确定

1、营业收入的预测

(1) 模拟营业收入历史数据分析

华视新公司主营业务收入包括地铁广告播放服务业务及地铁广告系统维护服务业务。华视新公司与客户达成合作意向后签署《广告投放协议书》，明确约定合作期内广告投放城市范围、渠道及相应单价，同时或后续以书面、邮件等方式单独列明广告投放排期表，并经双方确认，广告投放排期表中详细说明合作期内客户广告每日在不同渠道投放的具体起止时间，根据约定的地铁广告单价及广告时长确定地铁广告播放服务业务实现的收入。

根据华视新公司取得媒体资源的方式，分为独家承包和按分钟计价两类客户，截止本次评估基准日采用独家承包方式的城市有：南京、北京、深圳、天津、重庆、杭州共 6 个城市，按分钟计价的客户有：上海、北京、长沙、成都、西安、武汉、天津、无锡、广州、苏州、佛山、宁波、郑州共 13 个城市。

2014 年、2015 年营业收入情况如下：

单位：人民币元

业务类型/年度		2014 年度	2015 年度
地铁广告播放业务收入	独家	251,163,001.38	111,712,542.51
	非独家	57,207,806.72	116,000,122.43
	合计	308,370,808.10	227,712,664.94
地铁广告系统维护服务业务收入		6,061,378.35	5,811,248.09
合 计		314,432,186.45	233,523,913.03

由以上数据分析可知：华视新公司主要收入来源于地铁广告播放服务业务，占总收入的 97% 以上；独家城市地铁广告播放服务业务收入 2015 年相对于 2014 年明显减少，主要是因为广州地铁业务全部由独家转为按分钟计价。

按分钟计价的地铁广告播放服务业务收入 2015 年比 2014 年增长率均超过 100%，高速增长原因一方面是因为北京四条线路由独家经营转为按分钟计价，另一方面因为部分地铁新开通的城市广告售出时间增长较快，从而使该部分城市收入增长较快。

地铁广告播放服务业务收入 2015 年相对于 2014 年明显减少是因为广州地铁及北京地铁由独家承包转为按分钟计价模式后，广告出售时间大幅度减少的原因。

(2) 营业收入预测

1) 地铁广告播放服务业务

华视新公司主要从事地铁广告播放服务业务，业务范围目前已覆盖 19 个中国经济最为发达地铁城市，是国内少数拥有基本完整覆盖全国性地铁电视媒体广告资源的企业。广告发布形式除常规广告外，还可以灵活采用内容植入、专题报道、栏目冠名等多种形式，同时可根据客户的不同需求，量身打造个性化的广告服务。

随着现代科技进步以及广告传媒行业的快速发展，广告宣传方式越来越呈现多样化，广告载体由最初的传统报纸、杂志等平面媒体广告以及广播电视广告，发展为刊平面、广播、电视、互联网、移动手机终端、楼宇、户外大屏、地铁电视移动广告、公交电视移动广告等现代综合化传媒，其中地铁电视媒体广告作为户外传媒的细分市场，不仅丰富了传媒形式，组成全天候、无缝隙广告覆盖网络的一部分，而且，由于国内地铁建设潮流，覆盖消费人群比例持续扩大，地铁电视媒体广告宣传网络效应不断增强；同时结合大数据分析及广告营销技术，为广告主实现精准营销的同时降低了单位投放成本；另外，由于现代城市人群生活方式节奏加快，年轻人接触传统媒体的时间比例不断降低，而地铁电视媒体广告充分利用出行需求的碎片化时间进行强制宣传推荐确保了广告投放的效果，因此受到越来越多广告客户的关注，投放市场需求持续强劲。

目前，华视传媒已将地铁广告播放服务业务全部相关经营性资产注入华视新公司，包含各经营城市地铁线路站台、站厅以及车厢内部的电视媒体广告业务。截至本报告日，华视新公司已在全国 19 个城市运营地铁广告播放服务业务，占 2014 年末国内开通地铁城市数量的 85% 以上，覆盖全国 68 条地铁线路、超过 1,400 个地铁站点、2,100 台列车及覆盖超过 120,000 块地铁屏幕，辐射北京、上海、广州、深圳、南京、重庆、成都、天津、杭州、武汉、苏州、无锡、沈阳、宁波、长沙、郑州等主要经济城市，并在深圳、重庆、杭州、南京、北京（港铁运营地铁线路）等地获得地铁广告播放服务业务独家代理资格。华视新公司地铁广告播放服务业务凭借多年发展已经形成具有全国效应的跨区域地铁广告联播网，形成了较强的市场宣传效应，累计为超过 3,500 个客户及品牌提供地铁电视媒体联播网广告投放业务，每年服务于近 1,000 个客户及品牌的地铁电视媒体广告营销策划及投放。

华视传媒地铁电视广告联播网



华视新公司管理层认为，依托公司的现有优势及户外广告行业的发展前景，华视新公司存在较大的发展机遇，结合华视新公司未来发展规划及发展策略，未来年度营业收入预测情况说明如下：

根据华视新公司取得媒体资源的方式，预测时分为独家承包和按分钟计价两类客户，独家承包城市经过 2015 年整合优化后，2016 年采用独家承包的城市有南京、北京、深圳、重庆、杭州共 5 个城市，以后年度该部分城市的相关线路仍保持独家经营方式；对于其它城市线路以及新增线路均考虑按分钟计价的方式经营。

对新增线路，根据查找的公开信息，预测时只考虑截止本次评估基准日已开工的线路，且在预计开通后的第二年才开展广告业务。

①独家承包线路

因 2016 年适逢奥运会及欧洲杯两大体育赛事，重大赛事期间在广告市场所反映的情况为整体广告市场的需求大幅度增长，售出时间及单分钟售价均有一定幅度上升。2017-2020 年售出时间增长率将由 3% 降至 2%，单分钟售价增长率降为 5% 并保持不变，以后年度售出时间和单分钟售价均保持稳定。

②非独家承包线路

1. 对于原有按分钟计价的线路，2016 年至 2020 年播放时间增长率预计由 5% 降至 2%，单分钟售价增长率为 5%。

II. 对于新增线路，预测时均按分钟计费的方式经营，即根据预计广告售出时间乘以单分钟售价得出新增线路的广告投放收入。

A 单分钟售价的确定

对于预测期新增地铁线路的单分钟售价，以评估基准日为截点，分为原已开展地铁广告播放服务业务的城市新增地铁线路和尚未开通地铁广告播放服务业务的城市新增地铁线路两种情况进行预测。对于截至评估基准日已开展地铁广告播放服务业务的城市新增地铁线路，新增线路的单分钟售价以已有线路 2015 年单分钟售价为标准并考虑一定比例的溢价，再根据新增线路对广告效应的影响程度而考虑不同的权重进行调整确定；对于截至评估基准日尚未开展地铁广告播放服务业务的城市新增地铁线路，由于该城市尚无历史单分钟售价数据，新增地铁线路单分钟售价以同类别已开通地铁广告播放服务业务城市的单分钟售价水平为基准确定该城市的单分钟售价。

B 预计播放时间的确定

对评估基准日已开展地铁广告播放服务业务城市新增地铁线路新增线路播放时间参照已有线路时间确定。

对评估基准日尚未开展地铁广告播放服务业务城市新增地铁线路预计播放时间预测结合华视新公司现有的全国性客户资源及已有城市的运营情况，预测期按 1500、2500、3000、3150 分钟预测。

2) 地铁广告系统维护服务业务收入

地铁维护收入为向重庆捷龙轨道交通广告有限公司（以下简称“重庆捷龙公司”）提供设备硬件和软件维护和技术咨询服务的收入。重庆捷龙公司为华视传媒将股东权利托管于华视新公司的企业。该公司主要经营重庆地铁全线在重庆本地的客户销售。因重庆地铁已经开通 9 年，本地客户增量预计面临一定挑战，预计在重庆捷龙公司经营承受压力的情况下，相关地铁广告系统维护服务在未来年度也将在市场竞争和服务价格上面临挑战，因此在预测过程中从谨慎角度出发，预测时维护费按每年 5% 递减，至 2020 年开始保持稳定。

结合企业历史年度的经营情况及以上分析，预计未来销售收入如下：

金额单位：人民币元

业务类型/年度		2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
地铁广告播放业务收入	独家	127,846,949.17	137,941,732.19	148,626,507.29	160,165,367.29	171,066,264.09
	非独家	167,402,964.75	235,509,597.65	288,950,676.00	316,402,346.19	340,295,523.35
	合计	295,249,913.92	373,451,329.84	437,577,183.30	476,567,713.48	511,361,787.44
地铁广告系统维护服务业务收入		5,520,685.69	5,244,651.40	4,982,418.83	4,733,297.89	4,496,633.00
合 计		300,770,599.60	378,695,981.24	442,559,602.13	481,301,011.37	515,858,420.43

2. 营业成本的预测

(1) 模拟营业成本历史数据分析

模拟营业成本包括向地铁广告资源方支付的播放成本、终端维护费、制作费、检测费、职工薪酬、BOT 资产折旧费、制作设备等其他折旧费、技术服务费及其它。

模拟营业成本中约 88%以上为播放成本。其中播放成本直接按照华视传媒向地铁广告资源方购买的实际成本确认；独家城市播放成本为按线路承包计价，并约定可售时间；而按分钟计价的线路则根据双方约定的每分钟播放成本乘以播放时长计算播放成本。

华视新公司近年模拟播放成本如下：

金额单位：人民币元

业务类型/年度		2014 年度	2015 年度
地铁广告播放业务成本	独家	186,591,684.10	58,114,982.30
	非独家	36,143,288.51	75,719,281.19
	合计	222,734,972.61	133,834,263.49
其它成本		28,738,714.42	16,974,792.20
合 计		251,473,687.03	150,809,055.69

根据上表可知，2015 年播放成本相比 2014 年大幅度减少；主要因为独家城市播放成本降低幅度较大，2015 年较 2014 年下降幅度为 69%，具体原因为广州全部线路及北京部分线路由独家经营变更为按分钟计价，通过终止原独家承包合同并与新的广告资源代理商签订按分钟计价合同，使得 2015 年广州地铁、北京地铁广告成本均相比上年大幅度减少；南京及深圳等城市通过与原广告资源供应商协商并签署降价协议，使得 2015 年南京地铁、深圳地铁广告成本相比上年分别减少 10,277.36 万元、561.51

万元；天津通过与原广告资源供应商协商并签署降价协议以及终止原协议并与新广告资源代理商签订合同，使得 2015 年天津地铁广告成本相比上年减少 526.17 万元。

其它成本包括终端维护费、制作费、检测费、职工薪酬、BOT 资产折旧费、制作设备等其他折旧费、技术服务费及其它。2015 年比 2014 年其它成本下降幅度达 40%，主要因为 2015 年 BOT 资产折旧费及终端维护费用下降幅度较大。BOT 项目形成的固定资产设备计提的折旧，设备原值为 8,438.35 万元，截止评估基准日净值为 763.93 万元，根据企业会计政策，折旧年限为 5 年。因设备购入时间较早，最早为 2005 年，截止评估基准日大部分设备已全额计提折旧；终端维护费用为 BOT 项目线路设备的维护费用，2015 年下降幅度较大，主要因为 2015 年天津所有 BOT 项目及南京和北京部份 BOT 项目线路设备移交给地铁方给护，因而维护费用减少。

（2）营业成本预测

①地铁播放成本的预测

在预测营业成本时，具体情况如下：对于独家播放成本，若目前已签有合同的，预测时按合同约定的价格，否则则以上一年度播放成本为基础，考虑按 5%的比例增长；非独家播放成本：播放成本=播放时间×每分钟播放成本

I 每分钟播放成本

A 原有线路

若已签有合同的，预测时按合同约定的价格；对未签合同的地铁线路，2016-2018 年仍采用 2015 年的播放成本，2019 年、2020 年分钟成本在上一年度分钟成本的基础上分别略有增长。

2016 年-2018 年播放成本不变，主要考虑以下因素：a). 根据过去两年的实际成本情况，非独家成本仍有下调空间，地铁方面也希望通过更优惠价格消化媒体库存；b). 华视新公司在地铁电视媒体销售上占有服务全国性客户的专业优势以及深厚的客户关系，形成对上游强大的议价能力。

B 新增线路

新增线路均考虑为非独家线路，新增地铁线路当年每分钟播放成本在已有线路的每分钟播放成本的基础上考虑一定的溢价，再根据新增线路对广告效应的影响程度而考虑不同的权重确定，以后年度每分钟播放成本参照原有线路确定。

II 播放时间参见营业收入预测说明。

②对其它业务成本的预测说明。

对终端维护费、制作费、检测费及其它成本预测时考虑按现有标准和营业收入的增长变化进行预测。

对 BOT 资产折旧费，根据华视新公司未来经营策略，以后年度不考虑新增 BOT 项目设备，预测时只考虑原有设备折旧。

对于固定资产折旧，以后各年为了维持正常经营，需要新增部分制作设备，按企业会计政策确定的各类资产折旧率综合计算确定。

技术服务费为 BOT 项目移交时发生的一次性软件更新费用，以后年度不会有此项费用，预测时不予考虑。

对于职工薪酬，预测时参照华视新公司 2016 年 3 月技术维护部的职工薪酬水平并结合企业的用工计划进行预测。

综上所述，华视新公司营业成本预测如下：

金额单位：人民币元

业务类型/年度		2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
地铁广告 播放业务 成本	独家	67,002,201.26	70,730,788.96	73,718,451.70	77,404,374.28	81,274,593.00
	非独家	98,645,811.89	134,054,421.28	160,622,315.30	168,774,769.13	173,517,779.98
	合计	165,648,013.15	204,785,210.25	234,340,766.99	246,179,143.41	254,792,372.98
其它成本		16,493,323.69	17,808,214.07	19,378,870.29	20,571,190.90	21,470,989.28
合 计		182,141,336.84	222,593,424.32	253,719,637.29	266,750,334.32	276,263,362.26

3. 营业税金及附加

华视新公司需缴纳的营业税金及附加包括文化事业建设费、城市维护建设税及教育费附加，其计税依据及法定税率如下：

税 种	计税依据	法定税率%
文化事业建设费	广告服务含税价款减除支付给其他广告公司或广告发布者的含税广告发布费后的余额	3
城市维护建设税	应纳流转税额	7
教育费附加	应纳流转税额	5

近年的模拟营业税金及附加数据如下表:

金额单位: 人民币元

项目	2014 年度	2015 年度
城市维护建设税	393,736.17	420,459.13
教育费附加	281,240.12	300,327.95
文化事业建设费	2,943,956.56	3,168,309.02
营业税金及附加合计	3,618,932.85	3,889,096.11

按照 2015 年营业税金及附加占营业收入的比例, 计算企业未来年度的销售税金及附加如下:

金额单位: 人民币元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
营业税金及附加合计	5,009,019.22	6,306,784.81	7,370,366.51	8,015,564.09	8,591,081.53

4. 销售费用的预测

近年华视新公司模拟销售费用如下:

金额单位: 人民币元

项目	2014 年度	2015 年度
职工薪酬	11,776,073.08	10,283,774.41
市场费用	6,133,706.78	5,188,880.15
业务招待费	7,311,177.04	4,874,999.34
房租物管费	1,245,975.70	1,214,198.77
差旅费	1,243,749.16	747,272.35
交通费	700,269.87	518,543.98
广告费用	315,118.91	307,323.03
其他费用	1,311,095.33	931,230.06
合计	30,037,165.88	24,066,222.09

预测时在历史水平的基础上, 考虑费用项目的现有标准和营业收入的增长变化进行估测。

职工薪酬的预测主要是根据企业未来年度的用工计划、目前的工资水平及未来劳动力市场成本上升的因素进行预测; 参照华视新公司目前销售人员的职工薪酬水平并结合企业的用工计划及未来劳动力市场成本上升的因素及主营业务收入的 growth 情况进行预测;

租金按照目前已有的租金水平并适当考虑未来租金的上涨进行预测;

广告费用为华视传媒为品牌宣传而发生的分摊费用，以后年度品牌已经免费永久授权给了华视新公司无偿使用，故预测时不予考虑。

市场费用、业务招待费、差旅费及交通费等其他销售费用按该费用占收入的比例确定。

华视新公司销售费用预测如下：

金额单位：人民币元

项 目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
职工薪酬	13,931,811.99	18,106,739.83	20,393,923.83	22,038,639.05	23,350,418.17
市场费用	6,683,095.42	8,414,590.33	9,833,634.19	10,694,464.78	11,462,327.28
业务招待费	6,278,827.96	7,905,582.92	9,238,787.33	10,047,545.38	10,768,959.06
房租物管费	284,257.80	284,257.80	312,683.58	343,951.94	378,347.13
差旅费	962,460.55	1,211,820.37	1,416,182.82	1,540,154.64	1,650,737.73
交通费	667,866.44	840,901.13	982,711.43	1,068,737.41	1,145,472.75
其他费用	977,838.22	1,320,170.03	1,510,139.59	1,651,559.18	1,787,778.44
合计	29,786,158.37	38,084,062.40	43,688,062.76	47,385,052.37	50,544,040.56

5. 管理费用的预测

近年华视新公司模拟管理费用如下：

金额单位：人民币元

项 目	2014 年度	2015 年度
职工薪酬	4,501,308.46	4,019,242.90
折旧费	573,677.22	688,674.58
差旅费	382,368.58	192,635.22
业务招待费	126,412.02	198,525.79
交通费用	180,405.22	133,522.59
房租物管费	297,704.51	310,520.71
其他费用	2,055,930.14	852,003.12
合计	8,117,806.15	6,395,124.91

本次预测时对于房租物管费按照目前已有的租金水平并适当考虑未来租金的上涨进行预测；

管理人员职工薪酬参照华视新公司管理人员目前的职工薪酬水平并结合企业的用工计划及未来劳动力市场成本上升的因素进行预测；

对于折旧费用，以后各年为了维持正常经营，需要新增部分电子设备及车辆，按企业会计政策确定的各类资产折旧率综合计算确定。

对差旅费、业务招待费、交通费及其它费用，2016年考虑华视新公司以独立的主体来运作，预期该部分费用会相对增长较多，2016年预计按20%增长，2017年按15%增长，以后年度按10%的比例增长。

各年度管理费用预测如下：

金额单位：人民币元

项 目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
职工薪酬	1,292,200.00	1,868,477.38	2,242,172.85	2,376,703.23	2,495,538.39
折旧费	8,000.00	58,000.00	58,000.00	58,000.00	58,000.00
差旅费	231,162.26	265,836.60	292,420.26	321,662.29	353,828.52
业务招待费	238,230.95	273,965.59	301,362.15	331,498.36	364,648.20
交通费用	160,227.11	184,261.18	202,687.29	222,956.02	245,251.63
房租物管费	42,900.00	42,900.00	47,190.00	51,909.00	57,099.90
其他费用	1,034,988.26	1,209,922.37	1,346,511.03	1,477,853.40	1,617,495.12
合计	3,007,708.58	3,903,363.12	4,490,343.59	4,840,582.30	5,191,861.76

6. 财务费用的预测

华视新公司财务费用为少量利息收入，近年模拟财务费用如下：

单位：人民币元

项目	2014 年度	2015 年
利息收入	-397.86	-1,860.72
合计	-397.86	-1,860.72

因利息收入金额较小，且存在不确定性，故以后年度不考虑利息收入；另外华视新公司目前没有明确的借款计划，以后年度不考虑利息支出。故以后年度不考虑财务费用。

7. 资产减值损失

华视新公司资产减值损失为根据账龄按坏账比例及按坏账政策单独计提的应收款项坏账准备。2014年、2015年公司资产减值损失分别为448.06万元、75.49万元。综合上述分析，预测时资产减值损失参照2014及2015年资产减值损失占地铁广告播放服务业务收入的比例进行预测。

8. 营业外收入和支出

2014年模拟营业外支出1,627.36万元，主要是当年因北京地铁1号线、2号线、13号线及八通线广告业务与原资源方解除合同所致。根据与北京北广传媒地铁电视有限公司签订关于《北京地铁1号、2号、13号和八通线地铁电视系统广告经营权协议》及其补充协议的终止协议，双方协商一致自2014年8月1日期解除《经营权协议》，公司已支付给北京北广传媒地铁电视有限公司的保证金和押金不再退还，作为补偿损失。

因此类费用存在极大的不确定性，为偶然支出，因此不考虑其对未来收益的影响。

9. 所得税的预测

华视新公司目前执行 25%的所得税税率，考虑业务招待费用的纳税调整，具体预测如下表：

金额单位：人民币元

年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
所得税额	20,204,237.99	26,946,143.82	33,314,440.40	38,568,562.43	43,808,281.29

10. 折旧与摊销的预测

本次评估，折旧按评估基准日被评估单位现有会计政策测算未来年度的折旧，包括原有 BOT 设备的折旧及新增设备的折旧，预测如下：

金额单位：人民币元

年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
新增设备折旧	139,200.00	329,000.00	352,000.00	376,000.00	400,000.00
原有设备折旧	3,942,953.10	2,082,800.31	968,928.76	586,714.17	57,910.32
合计	4,082,153.10	2,411,800.31	1,320,928.76	962,714.17	457,910.32

11. 资本性支出预测

根据华视新公司未来发展的战略规划以及企业为维持以后各年的正常经营，以后年度计划新增一批制作设备、办公用电脑、打印机等设备，并计划在北京、深圳、南京等地各配一台 7 座车辆；BOT 项目设备到合作期限后不再考虑新增或更新，制作设备为技术维护部使用的摄像枪及周边设备、制作人员图形工作站及 19 寸广告机。

具体预测如下:

金额单位: 人民币元

项 目	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
制作设备	291,000	79,000	0	0	0
电脑打印机等办公设备	405,000	120,000	115,000	120,000	120,000
车辆		750,000			
合计	696,000	949,000	115,000	120,000	120,000

12. 营运资金预测、营运资金增加额的确定

营运资金增加额=本期营运资本余额-上期末营运资本余额

其中, 营运资金=现金+经营性应收款项-经营性应付款项

本次评估基于企业的具体情况, 假设为保持企业的正常持续经营, 所需的年现金投入(最低现金保有量)应不少于当期的付现成本总额。

根据对企业历史资产与业务经营收入和成本费用的统计分析以及未来经营期内各年度收入与成本估算的情况, 并综合考虑企业未来收益年度资产负债结构的合适水平, 进行预测。营运资金测算如下表:

金额单位: 人民币元

年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
营运资金增加额	49,882,374.96	32,334,786.85	26,351,796.39	15,947,214.05	14,218,533.86

13. 净现金流量估算结果

本次评估中对未来收益的估算, 主要是在对公司审定会计报表揭示的营业收入、营业成本和财务数据的核实、分析的基础上, 根据其经营历史、市场需求与未来的发展等综合情况做出的判断。估算时不考虑其他非经常性收入等所产生的损益。根据以上对营业收入、成本、期间费用等的估算, 未来华视新公司权益净现金流量估算如下, 永续期按照 2020 年的水平持续:

金额单位: 人民币万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	永续期
一、营业收入	30,077.06	37,869.60	44,255.96	48,130.10	51,585.84	51,585.84
1、主营业务收入	30,077.06	37,869.60	44,255.96	48,130.10	51,585.84	51,585.84
2、其他业务收入	-	-	-	-	-	-
减: 营业成本	18,214.13	22,259.34	25,371.96	26,675.03	27,626.34	27,626.34
1、主营业务成本	18,214.13	22,259.34	25,371.96	26,675.03	27,626.34	27,626.34
2、其他业务成本	-	-	-	-	-	-

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	永续期
减：营业税金及附加	500.90	630.68	737.04	801.56	859.11	859.11
减：销售费用	2,978.62	3,808.41	4,368.81	4,738.51	5,054.40	5,054.40
减：管理费用	300.77	390.34	449.03	484.06	519.19	519.19
减：财务费用						
减：减值损失	97.22	122.41	143.06	155.58	166.75	165.07
加：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						-
加：汇兑收益(损失以“-”号填列)						-
二、营业利润	7,985.41	10,658.42	13,186.06	15,275.37	17,360.06	17,360.06
加：营业外收入	-	-	-	-	-	-
减：营业外支出	-	-	-	-	-	-
三、利润总额	7,985.41	10,658.42	13,186.06	15,275.37	17,360.06	17,360.06
减：所得税	2,020.42	2,694.61	3,331.44	3,856.86	4,380.83	4,380.83
四、净利润	5,964.99	7,963.81	9,854.62	11,418.51	12,979.23	12,979.23
加：折旧、摊销	408.22	241.18	132.09	96.27	45.79	45.79
加：税后利息	-	-	-	-	-	-
减：资本性支出(固定资产、无形资产、递延资产)	69.60	94.90	11.50	12.00	12.00	45.79
减：净营运资金变动	4,988.24	3,233.48	2,635.18	1,594.72	1,421.85	
五、净现金流量	1,315.37	4,876.61	7,340.03	9,908.06	11,591.17	12,979.23

(三) 折现率的预测

按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为企业自由现金流量，则折现率 r 选取加权平均资本成本（WACC），即投资性资本报酬率，这是由股东权益资本与付息债务资本的结构和报酬率所决定的一种综合报酬率，也称投资性资本成本。计算公式为：

$$WACC = K_e \times W_e + K_d \times W_d$$

K_e ：股东权益资本成本

K_d ：债务资本成本（税后）

W_e ：股东权益资本在资本结构中的百分比

W_d ：付息债务资本在资本结构中的百分比

1. K_e 的确定

根据资本资产定价模型（CAPM），且在此基础上考虑华视新公司个体风险获得，计算公式为：

$$K_e = R_f + \beta \times R_{pm} + A$$

其中：R_f 无风险报酬率

β 行业风险系数

R_{pm} 市场风险溢价

A 个别风险调整

（1） 无风险报酬率 R_f

无风险报酬率反映的是在本金没有违约风险、期望收入得到保证时资金的基本价值。在此情形下，投资者仅仅牺牲了某一时期货币的使用价值或效能。对一般投资者而言，国债利率通常成为无风险报酬率的参考标准。这不仅因为各国的国债利率是金融市场上同类金融产品中最底的，而且还因为国债具有有期性、安全性、收益性和流动性等特点。

由于国债具有以上本质特征，其复利率常被用作无风险利率。

评估人员通过同花顺 IFIND 资讯查询，选取距评估基准日到期年限 10 年期以上的国债到期收益率 3.77%（复利收益率）作为无风险收益率。

无风险回报率 $r_f = 3.77\%$ 。

（2） 企业风险系数 β 值确定

β 被认为是衡量公司相对风险的指标，投资股市中一个公司，如果其 β 值为 1.1，则意味着股票风险比整个股市场平均风险高 10%；相反，如果公司 β 为 0.9，则表示其股票风险比股市场平均低 10%。

个股的合理回报率 = 无风险回报率 + β × (整体股市回报率 - 无风险回报率) + 企业特定风险调整系数

β = 1 时，代表该个股的系统风险 = 大盘整体系统风险；

β > 1 时代表该个股的系统风险高于大盘，一般是易受经济周期影响；

β < 1 时代表该个股风险低于大盘，一般不易受经济周期影响。

有财务杠杆 β = 无财务杠杆 β × [1 + (1-t)D/E]

D/E: 债务市值/权益市值

t: 所得税率

评估人员通过同花顺 IFIND 资讯软件系统，选取委估公司的业务相近的国内 A 股上市的 5 家可比上市公司，查取可比上市公司的有财务杠杆贝塔系数、带息债务与权益资本比值、企业所得税率，并求取可比上市公司无财务杠杆贝塔系数的平均数作为委估企业无财务杠杆 β 的系数为 0.7667，如下表：

可比上市公司无财务杠杆的贝塔系数 β 一览表

序号	证券名称	贝塔系数	年末所得税率	带息债务 / 股权价值	无杠杆贝塔系数	证券代码
1	粤传媒	1.3963	0.2500	0.0030	1.3932	002181.SZ
2	省广股份	0.6535	0.1500	0.0246	0.6401	002400.SZ
3	华策影视	0.5984	0.2500	0.0357	0.5828	300133.SZ
4	华媒控股	0.9670	0.2500	0.0044	0.9638	000607.SZ
5	电广传媒	0.2778	0.2500	0.1288	0.2533	000917.SZ
	算术平均	0.7786			0.7667	

数据来源：同花顺 IFIND

(3) 市场风险溢价 Rpm

根据我公司的研究成果，本次评估市场报酬率为 13.33%。扣除无风险报酬率后，市场风险溢价为 9.56%。

(4) 公司特定风险调整系数 A 的确定

由于目标公司具有特定的优势或劣势，要求的回报率也相应增加或减少。本次被评估单位为非上市公司，而评估参数选取参照的是上市公司，故需通过特定风险调整。综合考虑企业的规模、经营状况、财务状况等，确定委估企业特定风险调整系数为 1.0%。

(5) 权益资本报酬率

项 目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
无风险报酬率 R_f	3.77%	3.77%	3.77%	3.77%	3.77%
市场风险收益率 K_m	13.33%	13.33%	13.33%	13.33%	13.33%
风险系数 β	0.7667	0.7667	0.7667	0.7667	0.7667
市场风险溢价 Rpm	9.56%	9.56%	9.56%	9.56%	9.56%
企业特定风险调整系数 ϵ	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%
CAPM 折现率 $R_e = R_f + \beta \times Rpm + A$	12.10%	12.10%	12.10%	12.10%	12.10%

2. W_e 、 W_d 的确定

截止评估基准日，华视新公司无长期付息债务，以后年度也无长期借款计划，故 2016-2020 年不存在长期付息债务，故 W_d 为零， W_e 为 100%。

3. 折现率 r 的确定

根据 $WACC=K_e \times W_e + K_d \times W_d$ ，按公司有效的所得税税率及上述指标估算：

时间	2016 年	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
折现率	12.10%	12.10%	12.10%	12.10%	12.10%

(四) 经营性资产价值

根据上述预测，计算预测期内的净现金流量，将各期现金流量折现，减去基准日有息负债价值，计算企业经营性资产价值。

金额单位：人民币万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	永续期
五、净现金流量	1,315.37	4,876.61	7,340.03	9,908.06	11,591.17	12,979.23
折现率	12.10%	12.10%	12.10%	12.10%	12.10%	12.10%
折现期	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
折现系数	0.8921	0.7958	0.7099	0.6333	0.5649	4.6686
折现值	1,173.39	3,880.67	5,210.52	6,274.31	6,547.86	60,594.82
六、现金流量折算现值	83,681.57					

(五) 非经营性资产、溢余资产(P2)分析

1. 溢余资产分析

溢余资产是指基准日的货币资金多余安全保底资金部分。经清查，账面货币资金账户存款余额 82.89 万元。经评估人员向企业财务人员了解并分析核实不存在溢余资产。

2. 非经营性资产、负债分析

其他应付款中应付华视传媒集团有限公司 5,599.15 万元往来款，为非企业常态发生款项，本次作为非经营性负债单独扣除。对非经营性资产及负债，评估值采用资产基础法的评估结果。

即单独评估资产现值 $P_2=5,599.15$ （万元）

(六) 股东全部权益价值

$$\begin{aligned}
 P &= P_1 - 5,599.15 \\
 &= 83,681.57 - 5,599.15 \\
 &= 78,082.42 \text{ 万元}
 \end{aligned}$$



七、 收益法评估结果

按照收益法评估，至评估基准日，在持续经营和假设前提成立的情况下，华视新公司股东全部权益评估值为 78,082.42 万元

第四章 评估结果及分析

一、 评估结论

北京京都中新资产评估有限公司接受深圳雷曼光电科技股份有限公司的委托，根据有关法律、法规和资产评估准则，遵循独立、客观、公正的原则，采用资产基础法和收益法两种评估方法，按照必要的评估程序，对深圳市华视新文化传媒有限公司的股东全部权益在 2015 年 12 月 31 日的市场价值进行了评估。根据以上评估工作，得出如下评估结论：

(一) 收益法评估结果

在持续经营和其他假设前提下，华视新公司股东全部权益账面值 4,026.08 万元，评估值 78,082.42 万元，增值额 74,056.34 万元，增值率 1839.42%。

(二) 资产基础法评估结果

在企业持续经营和其他假设前提情况下，华视新公司于评估基准日总资产账面值 11,454.70 万元，评估值 11,601.86 万元，增值额 147.16 万元，增值率 1.28%；负债账面值 7,428.63 万元，评估值 7,428.63 万元，与账面值一致。股东全部权益账面值 4,026.08 万元，评估值 4,173.23 万元，增值额 147.16 万元，增值率 3.66%。

评估汇总情况见下表：

金额单位：人民币万元

项目		账面价值	评估价值	增减值	增值率 %
		A	B	C=B-A	D=C/A×100%
1	流动资产	10,683.58	10,683.58	-	-
2	非流动资产	771.12	918.28	147.16	19.08
3	其中：固定资产	763.93	911.08	147.15	19.26
4	在建工程	7.19	7.20	0.01	0.14
5	资产总计	11,454.70	11,601.86	147.16	1.28
6	流动负债	7,428.63	7,428.63	-	-
7	非流动负债	-	-	-	-
8	负债合计	7,428.63	7,428.63	-	-
9	净资产（所有者权益）	4,026.08	4,173.23	147.16	3.66

(三) 评估结论

从上述结果可以看出，资产基础法和收益法评估结果与企业净资产账面值相比都存在一定幅度的增值。资产基础法和收益法评估结果相比较，收益法评估结果高于资产基础法 73,909.19 万元，两种方法评估结果有一定差异。

以下就两种方法评估结果的可靠性和合理性进行具体的分析。

资产基础法是以资产的成本重置为价值标准，反映的是资产投入（购建成本）所耗费的社会必要劳动，没有充分考虑各项资产和负债组合成为一个整体企业所发挥的总体收益能力；收益法评估是以资产的预期收益为价值标准，反映的是资产的经营能力（获利能力）的大小，评估时结合评估对象行业发展、收入类型、市场需求等因素变化对未来获利能力的影响，能够更合理反映评估对象的企业价值。

华视新公司及原业务经营主体华视传媒作为地铁电视媒体广告运营商，是国内少数拥有基本完整覆盖全国性地铁电视媒体广告资源的企业，其客户包括百度，益海嘉里，携程，联合利华，麦当劳，肯德基、贝因美、巨人网络、腾讯科技等国内外一线品牌大客户，已与国内 19 个城市的地铁媒体资源方建立了业务合作关系，占全国 2014 年末地铁开通城市数量的 85%以上，公司所具备的平台整合优势能够更好的服务于优质大客户的产品推广与营销。华视新公司是具有“轻资产”的特点，其固定资产投入相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源的贡献之外，也考虑了企业所拥有的资质、业务网络、服务能力、人才团队等重要资源的贡献。

经过上述分析判断，我们认为收益法的结果更能反映华视新公司评估基准日的市场价值，本次评估最终选取收益法的评估值 78,082.42 万元作为最终评估结论。

二、 评估结论与账面价值比较变动情况及原因

(一) 收益法增值原因分析

华视新公司评估基准日总资产账面价值为 11,454.70 万元，总负债账面价值为 7,428.63 万元，净资产账面价值为 4,026.08 万元。收益法评估后的股东全部权益价值为 78,082.42 万元，增值额 74,056.34 万元，增值率 1839.42%。评估增值主要原因为：收益法评估主要从企业未来经营活动所产生的净现金流角度反映企业价值。收益法考虑了华视新公司的管理团队、人力资源及正在使用的商标、专利及域名使用权等无形资产的贡献，这些均有助于提高企业盈利能力水平的因素，是形成评估增值的主要原因。

（二）资产基础法增值原因分析：

1. 固定资产增值 147.15 万元，增值率 19.26%，主要原因是电子设备技术更新较快，产品价格逐年下降，导致评估原值减值；企业计提折旧的年限短于评估时采用的经济使用年限，导致评估净值增值。

2. 在建工程增值 0.01 万元，增值率 0.14%，主要原因是在建工程设备购置时间较长，评估值考虑了资金成本，导致增值。

三、流动性对评估对象价值的影响考虑

本评估报告没有考虑股权流动性对评估对象价值的影响。