（上接A34版）

单位：万元

| 业务类别 | | 2014年1-7月 | 2013年度 | 2012年度 |
|---|---|---|---|---|
| 积分墙广告业务 | 收入 | 8,450.94 | 2,156.28 | 240.64 |
| | 占比 | 93.62% | 96.54% | 45.36% |
| 展示广告业务 | 收入 | 306.92 | 77.34 | 289.91 |
| | 占比 | 3.40% | 3.46% | 54.64% |
| 技术服务业务 | 收入 | 268.83 | - | - |
| | 占比 | 2.98% | 0.00% | 0.00% |

（3）分移动操作系统业务收入情况

单位：万元

| 业务类别 | | 2014年1-7月 | 2013年度 | 2012年度 |
|---|---|---|---|---|
| iOS系统广告业务 | 收入 | 8,410.04 | 1,821.84 | 145.41 |
| | 占比 | 96.03% | 81.56% | 27.41% |
| 安卓系统广告业务 | 收入 | 347.82 | 411.78 | 385.14 |
| | 占比 | 3.97% | 18.44% | 72.59% |

（4）前五大客户销售情况

亿起联科技2014年1至7月向前五大客户合计销售金额2,720.86万元，占亿起联科技当年销售总额的30.14%。其中未有对单个客户的销售比例超过总额50%的情形。亿起联科技前五大客户销售情况如下：

| 前五大客户 | 是否为关联方 | 金额（万元） | 占营业收入的比例 |
|---|---|---|---|
| 北京阳光谷地科技发展有限公司 | 否 | 1,193.70 | 13.22% |
| 杭州快迪科技有限公司 | 否 | 549.60 | 6.09% |
| 瑞庭网络技术（上海）有限公司 | 否 | 491.51 | 5.45% |
| 上海汉海信息咨询有限公司 | 否 | 265.65 | 2.94% |
| 唯道智行（北京）信息技术有限公司 | 否 | 220.40 | 2.44% |
| 合计 | | 2,720.86 | 30.14% |

亿起联科技2013年度向前五大客户合计销售金额5,44.36万元，占亿起联科技当年销售总额的24.37%。其中未有对单个客户的销售比例超过总额50%的情形。亿起联科技前五大客户销售情况如下：

| 前五大客户 | 是否为关联方 | 金额（万元） | 占营业收入的比例 |
|---|---|---|---|
| 北京搜狐新媒体信息技术有限公司 | 否 | 173.68 | 7.78% |
| 西安泰为软件有限公司 | 否 | 100.36 | 4.49% |
| 创和文化传播（上海）有限公司 | 否 | 94.93 | 4.25% |
| 北京阳光谷地科技发展有限公司 | 否 | 91.10 | 4.08% |
| 上海游族信息技术有限公司 | 否 | 84.28 | 3.77% |
| 合计 | | 544.36 | 24.37% |

亿起联科技2012年度向前五大客户合计销售金额336.47万元，占亿起联科技当年销售总额的63.42%。其中未有对单个客户的销售比例超过总额50%的情形。亿起联科技前五大客户销售情况如下：

| 前五大客户 | 是否为关联方 | 金额（万元） | 占营业收入的比例 |
|---|---|---|---|
| 前锋网络信息技术（上海）有限公司 | 否 | 191.75 | 36.14% |
| 西安泰为软件有限公司 | 否 | 53.45 | 10.08% |
| 北京搜狐新媒体信息技术有限公司 | 否 | 41.27 | 7.78% |
| 百度在线网络技术（北京）有限公司 | 否 | 25.03 | 4.72% |
| 美丽说（北京）网络科技有限公司 | 否 | 24.97 | 4.71% |
| 合计 | | 336.47 | 63.42% |

上述亿起联科技最近两年一期的重要客户均为亿起联科技移动广告业务的广告主。亿起联科技通过为其提供移动广告推广服务取得相应的销售收入。

3、主营业务采购情况

（1）整体业务成本情况

2012年、2013年及2014年1至7月，亿起联科技的营业成本分别为410.11万元、1,496.26万元、6,107.15万元，主要为业务规模增长所导致的媒体采购量增长所致。

（2）分类业务成本情况

2012年、2013年及2014年1至7月，亿起联科技积分墙广告业务成本占当期营业成本的比例分别为32.37%、96.75%、92.73%，是亿起联科技营业成本的主要构成部分，具体情况如下：

单位：万元

| 业务类别 | | 2014年1-7月 | 2013年度 | 2012年度 |
|---|---|---|---|---|
| 积分墙广告业务 | 成本 | 5,662.88 | 1,447.61 | 132.75 |
| | 占比 | 91.55% | 90.67% | 32.37% |
| 展示广告业务 | 成本 | 199.21 | 48.65 | 277.36 |
| | 占比 | 3.26% | 3.25% | 67.63% |
| 技术服务业务 | 成本 | 245.06 | - | - |
| | 占比 | 4.01% | 0.00% | 0.00% |

（3）分移动操作系统业务成本情况

单位：万元

| 业务类别 | | 2014年1-7月 | 2013年度 | 2012年度 |
|---|---|---|---|---|
| iOS系统广告业务 | 成本 | 5,559.54 | 1,175.51 | 77.57 |
| | 占比 | 94.84% | 78.56% | 18.91% |
| 安卓系统广告业务 | 成本 | 302.55 | 320.75 | 332.54 |
| | 占比 | 5.16% | 21.44% | 81.09% |

（4）前五大供应商采购情况

亿起联科技2014年1至7月向前五大供应商合计采购金额1,588.15万元，占亿起联科技当年度采购总额的26.00%。其中未有对单个供应商的采购比例超过总额50%的情形，亿起联科技前五大供应商采购情况如下：

| 前五大供应商 | 是否为关联方 | 金额（万元） | 占总采购金额的比例 | 主要采购项目 |
|---|---|---|---|---|
| 广州优蜜信息科技有限公司 | 否 | 532.49 | 8.72% | 渠道资源 |
| 成都瑞斯云科技有限公司 | 否 | 368.05 | 6.03% | 媒体资源 |
| 北京井天科技有限公司 | 是 | 245.06 | 4.01% | 岗位外包 |
| 上海圣然信息科技有限公司 | 否 | 224.14 | 3.67% | 媒体资源 |
| 成都宏誉业科技有限公司 | 否 | 218.42 | 3.58% | 媒体资源 |
| 合计 | | 1,588.15 | 26.00% | |

上述亿起联科技2014年1至7月前五大供应商中，井天科技属于亿起联科技的关联方，亿起联科技与井天科技的交易属于关联交易。

亿起联科技2013年度向前五大供应商合计采购金额450.32万元，占亿起联科技当年度采购总额的30.10%。其中未有对单个供应商的采购比例超过总额50%的情形，亿起联科技前五大供应商采购情况如下：

| 前五大供应商 | 是否为关联方 | 金额（万元） | 占总采购金额的比例 | 主要采购项目 |
|---|---|---|---|---|
| 博睿畅达传媒广告（北京）有限公司 | 否 | 126.21 | 8.44% | 渠道资源 |
| 乐风创想（北京）科技 | 否 | 90.37 | 6.04% | 媒体资源 |
| 百灵时代传媒集团有限公司 | 否 | 79.67 | 5.32% | 渠道资源 |
| 北京优思行广告有限公司 | 否 | 77.74 | 5.20% | 渠道资源 |
| 北京凯罗天下科技有限公司 | 否 | 76.33 | 5.10% | 媒体资源 |
| 合计 | | 450.32 | 30.10% | |

亿起联科技2012年度向前五大供应商合计采购金额150.36万元，占亿起联科技当年度采购总额的36.66%。其中未有对单个供应商的采购比例超过总额50%的情形，亿起联科技前五大供应商采购情况如下：

| 前五大供应商 | 是否为关联方 | 金额（万元） | 占总采购金额的比例 | 主要采购项目 |
|---|---|---|---|---|
| 广州铁人网络科技有限公司 | 否 | 38.79 | 9.46% | 渠道资源 |
| 广州市天朗网络科技有限公司 | 否 | 36.60 | 8.92% | 渠道资源 |
| 北京安信鸿凯广告有限公司 | 否 | 29.26 | 7.13% | 渠道资源 |
| 广州市谷果软件有限公司 | 否 | 24.01 | 5.86% | 媒体及渠道资源 |
| 北京鑫海圣轩信息咨询有限公司 | 否 | 21.70 | 5.29% | 渠道资源 |
| 合计 | | 150.36 | 36.66% | |

4、毛利率变动分析

亿起联科技2012年度、2013年度和2014年1至7月毛利情况如下：

单位：万元

| 项目 | 2014年1-7月 | 2013年度 | 2012年度 |
|---|---|---|---|
| 营业收入 | 9,026.69 | 2,233.62 | 530.55 |
| 营业成本 | 6,107.15 | 1,496.26 | 410.11 |
| 毛利 | 2,919.54 | 737.36 | 120.44 |
| 毛利率 | 32.34% | 33.01% | 22.70% |

亿起联科技2014年1至7月、2013年度及2012年度毛利率分别为32.34%、33.01%、22.70%。2013年度和2014年1至7月毛利率基本保持稳定，高于2012年度毛利率，主要原因是2012年移动广告行业尚处于萌芽阶段，盈利模式尚不明朗，APP媒体对移动广告嵌入的接受程度较低，因而造成亿起联科技议价能力较低。同时，由于Android系统广告业务毛利率普遍低于iOS系统，亿起联科技2012年Android系统广告业务占比较高也使得其毛利率低于iOS系统广告业务占比较高的2013年和2014年1至7月。

亿起联科技2012年、2013年级2014年1至7月Android广告业务毛利率分别为13.66%、22.11%、13.02%，毛利率变动的主要原因如下：

2012年亿起联科技Android广告业务处于发展初期，与媒体及广告主的议价能力低，因此亿起联科技Android广告业务毛利率偏低。2013年由于Android广告业务的媒体与广告主逐渐增加，亿起联科技渠道价值提升，议价能力逐渐增强，毛利率有所上升。由于iOS业务在2014年上半年呈现爆发增长，亿起联科技2014上半年重点在于iOS广告业务，对Android广告业务的投入相对较小，加之亿起联科技计划于2014年下半年打造自有Android广告平台，以往的Android业务有所收缩，从而使得Android广告业务毛利率较2013年下滑。

（七）业务质量控制情况

1、《广告事业部业务协调沟通运营规范》

亿起联科技制定了《广告事业部业务协调沟通运营规范》，明确业务流程中广告上线、广告下线、广告调整、假量查询、误差协查、后台修改、财务对账、运营报表等环节的关联岗位工作职责及流程规范，全程控制业务执行规范和质量，同时有助于各部门清晰了解沟通流程，降低沟通成本，提高沟通效率，对协调各部门沟通处理事务形成指导。

2、《点入广告开发者应用审核标准》

为保证移动广告业务的合规性，亿起联科技制定了《点入广告开发者应用审核标准》，对接入点入广告平台SDK的应用审核其是否存合国家法律法规，是否不影响用户体验，并禁止其各类恶意诱导用户点击广告的行为，保证广告投放环境合法合规，符合应用开发者和用户的利益。

（八）技术情况

1、点入广告平台情况

点入广告平台主要由客户端 SDK 库(Android SDK、iOS SDK)、API 数据交互接口(API Interface)、实时数据处理子系统 (Real Time Data Management)、广告及媒体管理后台 (User Console)、报表子系统(Report System Subsystem)、数据挖掘(Data Analysis Subsystem)子系统构成，各部分的工作原理及技术特点简要情况如下：

| 组成部分 | 主要作用及技术特点 |
|---|---|
| 客户端SDK库 | 采用自有广告引擎相比采用原生代码的开发方法解决了SDK热更新问题，减少SDK更新给开发者造成的不必要麻烦;相比采用HTML5广告描述方法，广告引擎有可以减少内存占用，提升响应速度，不受WEBVIEW限制等优势。 |
| API数据交互接口 | 采用集群、异步操作和请求缓冲队列，相比传统的同步API交互系统，显著提升了系统API和SDK请求的吞吐量，在极端情况下保证请求处理的稳定性。 |
| 实时数据处理子系统 | 引入构建在高性能并行计算集群之上的实时数据分析系统大幅提升平台的并行扩展能力。实时分析用户行为，有效防止作弊，返回最优广告，大幅提升广告主广告价值和媒体广告位产出。 |
| 广告及媒体管理后台 | 防作弊系统根据数据分析系统分析出的数据生成防作弊规则有效提升系统防作弊能力，并支持运营人员实时微调从而满足不同广告主的投放需求。各管理模块方便用户调整投放策略及用户广告体验，最大化广告和媒体价值。 |
| 报表子系统 | 报表子系统通过维度配置文件和报表模版汇总生成报表，提升系统扩展能力。报表延时端美观易读，方便用户快速掌握运营情况。 |
| 数据挖掘子系统 | 深入的数据挖掘帮助广告主精准投放，最大限度提升广告价值，将最符合用户预期的广告展示在媒体广告位提升广告位的产出，进而有效提升媒体广告收益。 |

2、研发体系

亿起联科技研发部门人员由管理人员、设计人员、网站研发人员、APP及SDK研发人员、数据分析人员构成。在项目立项审核后，抽调各类人员动态组建项目组。项目组作为亿起联科技的基本研发单位动态并行存在。项目组随着研发管理中心的立项而成立，随着项目的结束而解散。在研发管理中心的领导下，并行存在着多个并行研发的项目。其优势在于人才资源的即时获取和即时释放。所有项目的资源来自统一的技术资源中心，项目立项后，根据项目的需要从统一的技术资源中心配备各类技术人员，当任务完成后，项目组占用的资源马上释放回技术资源中心，供其他项目选用。

研发管理中心是整个研发体系的领导层，负担着整个研发体系的建设、运营和维护。根据亿起联科技董事会制定的年度发展计划，研发管理中心需要制定全年度的产品和方案研发和实施计划，配合销售与市场的发展，并根据产品与市场推广部传递的市场信息，调整研发和方案实施计划，使研发体系的成果与亿起联科技战略发展目标和外部市场需求相统一。研发管理中心设立技术管理委员会，负责项目立项审批、过程监管、项目考核与奖励等管理工作。

3、研发流程

研发工作按照制定项目阶段、需求分析阶段、需求文档编写阶段、系统概要设计阶段、用户界面设计阶段、程序编码阶段、软件测试阶段和交付使用阶段七个步骤进行，各阶段情况如下：

（1）制定项目阶段

提出项目大致定义，对实施风险和竞争对手进行评估，对项目大致复杂度与技术难点进行评估。根据现有技术能力与项目大致开发时间，预估开发时间，确定项目是否可做。技术主管对基本需求进行评估，确定开发费用，制作产品标书，提交业务部门确认。

（2）需求分析阶段

业务部门提出具体项目需求，研发部门与业务部门进行沟通最终确认项目初期目标，编写项目需求文档。技术主管与开发主管对需求进行分析，成立项目小组。

（3）系统概要设计阶段

从该阶段开发正式进入软件的实际开发阶段，本阶段完成系统的大致设计并明确系统的数据结构与软件结构，把一个软件需求转化为软件表示的过程。设计人员做项目基本风格设计，业务人员对设计风格进行评定，确立产品外观风格。项目组长及技术主管与项目经理沟通分析需求，定义系统结构，完成模块划分。此阶段还将给出内部软件和外部系统部件之间的接口定义，业务类别说明等。

（4）用户界面设计阶段

设计人员按照项目进度表，根据模块开发先后顺序，完成整体设计。

（5）程序编码阶段

开发小组按照项目开发进度表进行项目代码编写，对完成模块进行代码测试，作BUG 报告，完成BUG 修正，做每日构建，编写开发文档。

（6）软件测试阶段

测试小组根据测试计划对已交付模块进行功能测试，提交BUG，开发人员及时做BUG 修正。测试人员编写测试用例，测试主管编写测试计划。测试完成交付业务部门测试，业务部门根据测试结果提出增量需求，各部门配合解决。

（7）交付使用阶段

业务部门需求全部完成后，技术部门作部署文档，交由部署人员进行产品最终部署，测试部门对部署完成项目进行测试，完成测试报告，编写用户使用手册和帮助文档，最终交付业务部门。产品开发小组对项目进行总结，完成文档整理。

（九）核心人员情况

王新，35岁，目前担任亿起联科技CEO。2004年毕业北京科技大学计算机科学与技术系。2004年至2005年期间，就职北京当当网信息技术有限公司担任.net高级研发工程师，负责当当网新架构基础程序架构搭建并编写；梳理规范统一数据结构；负责流量统计系统开发及管理；2005年至2006年期间，王新就职于北京洪浪广告有限公司，历经技术经理、CTO首席技术官职位，负责公司整体技术体系搭建及公司技术架构组织管理等相关工作，主要负责组织研发中心完成月业绩KPI；提出adnetwork产品平台交叉服务模式并对交叉业务大数据组织架构分析并研发，实现精准定向人群服务；2006年至2007年期间就职谷歌信息技术（中国）有限公司，根据产品需求，进行项目调研、设计并制定研发工艺实施方案，负责LBS地图基础业务项目开发，为项目开发提供规格技术支持，负责数据作业平台、工具的设计，形成MAP作业平台中国区汉化API、工具的开发，并参与功能测试，协助规划公司技术战略发展等。2007年10月加入亿起联科技，全面负责新网联盟广告互联网运营及管理工作，制定和实施企业目标战略，负责公司业务开发和拓展，推进公司内部管理的制度化、规范化，管理体系的完善和落实。2011年6月经过对互联网广告行业深入思索后，决定放弃原有互联网业务，全面布局移动互联网广告运营平台，并出任亿起联科技CEO首席执行官及董事长。2011年11月开始打造移动互联网广告业务平台“点入广告平台”。2013年，王新带领点入广告先后在上海、广州落户，业务规模已发展到国内除北京外的上海、广州、深圳、杭州、成都、武汉、福州、西安、南京等多个一二线城市。王新在移动互联网布局、技术体系搭建、公司战略、内部控制与管理方面具备丰富的经验。

李勇，38岁，目前担任亿起联科技COO。2001年毕业于河北经贸大学会计学院。2001年至2007年期间，李勇就职于香港上市公司慧聪网，先后担任南京分公司销售部经理、集团行业销售部经理。在慧聪网任职期间，曾经取得个人月度营销冠军、部门月度营销冠军。2009年至2010年就职于香港上市公司中视金桥国际传媒集团有限公司，担任互联网事业部销售总监，负责网络广告的销售管理工作，服务客户包括奥美、华扬联众、电通等知名4A广告公司及VOLVO、大众、联想、华晨等著名企业。2010年至2011年，就职于唯楷（北京）国际传媒有限公司，担任营销中心总监，负责营销体系搭建、全国销售管理及渠道管理工作。2011年底，加入北京亿起联科技有限公司担任COO。李勇拥有10多年互联网及移动互联网广告营销及管理经验，在中小型客户销售管理、大客户行销管理及运营管理方面都拥有非常丰富的经验。

温云龙，33岁，目前担任亿起联科技CTO。2004年毕业于安徽财经大学。2005年至2009年期间，就职于北京洪浪广告有限公司。2005年担任开发工程师职务，负责公司部分产品功能模块开发；2006年至2009年出任公司CTO，全面负责技术部工作，参与公司发展战略和计划的制定，加强技术队伍建设和管理。制订并组织实施技术系统工作目标和工作计划，组织制订并实施技术系统规章制度和实施细则。期间完成公司研发体系的建立，重构叁壹伍搜招商加盟网，建立公司运营管理系统，开发垂直领域、网络爬虫及信息抽取和全文检索系统，网站访问情况统计分析系统。2009年底至2014年7月组建北京叁加伍软件技术有限公司并出任公司CEO，负责制定年度经营计划和实施方案，将企业年度经营计划分解各副总直属职能管理的工作，对年度经营计划的实施进行监督、控制和指导。期间带领同仁从零开始建立了公司产品体系，快速的实现了公司的盈利。其间深度参与PweerCDN广域网负载均衡系统，PowerCDN运营管理系统，DyDNS智能域名管理系统，及用户行为防火墙，商机通在线客服系统等产品的设计与研发。

十、亿起联科技100%股权评估情况

（一）评估机构及人员

本次交易标的资产的评估机构为具有证券期货从业资格的中通诚评估，签字注册资产评估师为黄华福、方炜。

（二）评估对象、评估范围及评估基准日

评估对象为亿起联科技100%的股东权益价值。评估范围包括亿起联科技于评估基准日的各项资产及负债。

评估基准日为2014年7月31日。

（三）评估假设

1、基本假设

（1）交易假设。交易假设是假定所有亿起联科技已经处在交易过程中，评估师根据亿起联科技的交易条件等模拟市场进行估价。

（2）公开市场假设。公开市场假设是假定亿起联科技在公开市场中进行交易，从而实现其市场价值。资产的市场价值受市场机制的制约并由市场行情决定，而不是由个别交易决定。这里的公开市场是指充分发达与完善的市场条件，是一个有自愿的买者和卖者的竞争性市场，在这个市场上，买者和卖者的地位是平等的，彼此都有获得足够市场信息的机会和时间，买卖双方的交易行为都是在自愿的、理智的，而非强制或不受限制的条件下进行的。

2、具体假设

（1）亿起联科技经营所遵循的国家及地方现行的有关法律法规及政策、国家宏观经济形势无重大变化，本次交易各方所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化，无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响。

（2）针对评估基准日资产的实际状况，假设企业持续经营。

（3）假设亿起联科技现有的和未来的经营管理者是尽职的，且公司管理层有能力担当其职务。能保持亿起联科技正常经营态势，发展规划及生产经营计划能如期基本实现。

（4）假设亿起联科技完全遵守国家所有相关的法律法规，不会出现影响公司发展和收益实现的重大违规事项。

（5）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。

（6）假设公司在现有的管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致。

（7）假设根据国家规定，目前已执行或已确定将要执行的有关利率、汇率、税赋基准和税率以及政策性收费规定等不发生重大变化。

（8）无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响。

根据资产评估的要求，认定这些假设条件在评估基准日时成立，当未来经济环境发生较大变化时，将不承担由于假设条件改变而推导出不同评估结论的责任。

（四）评估方法的选择

根据《资产评估准则——企业价值》（中评协〔2011〕227号），注册资产评估师执行企业价值评估业务，应当根据评估目的、评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，分析收益法、市场法和资产基础法三种资产评估基本方法的适用性，恰当选择一种或多种资产评估基本方法。

对市场法而言，由于与亿起联科技相关行业、相关规模企业转让的公开交易案例无法取得，而且无足够的参考企业，故本次评估不具备采用市场法的适用条件。

收益法是从决定资产现行公平市场价值的基本依据—资产的预期获利能力的角度评价资产，符合对资产的基本定义。该方法评估的技术路线是通过将亿起联科技未来的预期收益资本化或折现以确定其市场价值。经过调查了解，亿起联科技收入、成本和费用之间存在比较稳定的配比关系，未来收益可以预测并能量化。与获得收益相对应的风险也能预测并量化，因此符合收益法选用的条件。

亿起联科技资产及负债结构清晰，各项资产和负债价值也可以单独评估确认，因此选用资产基础法作为本次评估的另一种方法。

综上所述，本次采用资产基础法与收益法进行评估，在最终分析两种评估方法合理性的基础上，选取最为合理的评估方法确定评估结论。

（五）资产基础法评估情况

1、评估结果

中通诚评估采用资产基础法对亿起联科技股东全部权益进行评估得出结论如下：

在评估基准日2014年7月31日，亿起联科技的资产账面价值为2,594.52万元，负债账面价值为729.83万元，净资产账面价值为1,864.69万元；经评估后，总资产评估值为2,532.73万元，负债评估值为729.83万元，净资产评估值为1,802.90万元，总资产评估值比账面值减值61.79万元，减值率2.38%；净资产评估值比账面值减值61.79万元，减值率3.31%。

2、资产评估结果汇总表

单位：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 | 2,443.61 | 2,443.61 | 0.00 | 0.00% |
| 2 | 非流动资产 | 150.91 | 89.11 | -61.80 | -40.95% |
| 3 | 其中：长期股权投资 | 110.00 | 44.45 | -65.55 | -59.59% |
| 4 | 固定资产 | 38.70 | 34.91 | -3.79 | -9.79% |
| 5 | 无形资产 | 1.07 | 9.18 | 8.11 | 757.94% |
| 6 | 资产总计 | 2,594.52 | 2,532.73 | -61.79 | -2.38% |
| 7 | 流动负债 | 729.83 | 729.83 | 0.00 | 0.00% |
| 8 | 非流动负债 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00% |
| 9 | 负债总计 | 729.83 | 729.83 | 0.00 | 0.00% |
| 10 | 净资产(所有者权益) | 1,864.69 | 1,802.90 | -61.79 | -3.31% |

3、主要增减值项目分析

（1）长期股权投资评估减值655,462.71元，减值率为59.59%。减值原因是对亿起联科技2家全资子公司一“点入传媒科技（天津）有限公司”和“北京欢聚科技有限公司”评估后的净资产较长期股权投资账面金额有一定幅度减值。

（2）固定资产—设备类评估减值37,906.34元，减值率为9.80%。减值的主要原因是：由于技术水平的不断提高，电子类产品的更新换代速度越来越快，相同配置的电子类产品，市场价格处于不断的下降趋势。另外，国内外厂商的激烈竞争使得该类产品的销售价格呈逐年下跌趋势，导致该类产品的重置价格有较大幅度的下滑，使得本次电子设备评估有一定幅度的减值。

（3）固定资产清理评估减值5,637.10元，减值率为97.41%。减值原因是待处置的报废设备处置价远远低于其账面净值，造成评估减值。

（4）无形资产—其他无形资产评估增值81,099.92元，增值率为759.04%。增值原因是企业拥有的6项软件著作权是公司自主开发，相关成本已经费用化处理，评估基准日未在账面反映，本次评估根据这些软件的开发需要的研发成本确认评估值。

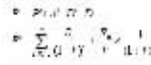
（六）收益法评估情况

中通诚评估采用现金流折现方法（DCF）对亿起联科技股东全部权益进行了评估。在评估基准日2014年7月31日，亿起联科技股东全部权益的评估价值为48,013.77万元，较股东权益账面值1,864.69万元增值46,149.08万元，增值率2474.89%。

2、收益模型的选取

本次评估以企业审计后的单户报表为基础，采用现金流折现的方法计算企业价值。首先运用企业折现现金流量模型计算企业整体收益折现值，加上非经营性资产及溢余资产的价值，减去有息负债和非经营性债务，得出亿起联科技股东权益价值。

具体计算公式为：



式中：

P—亿起联科技股东全部权益评估值

P′—企业整体收益折现值

D—亿起联科技有息负债

A′—非经营性资产及溢余资产

D′—非经营性负债

R,—未来第i个收益期的预期收益额（企业自由现金流）

i:收益年期,i=0.42、1.42、2.42、……、n

r:折现率

2、预测期及收益期的确定

评估时在对企业收入成本结构、资本结构、资本性支出、投资收益和风险水平等综合分析的基础上，结合宏观政策、行业周期及其他影响企业进入稳定期的因素合理确定预测期，假设收益年限为无限期。并将预测期分二个阶段，第一阶段为2014年8月1日至2019年12月31日；第二阶段为2020年1月1日直至永续。其中，假设2020年及以后的预期收益额按照2019年的收益水平保持稳定不变。

3、未来收益的确定

基于评估对象的业务特点和运营模式，评估人员通过预测企业的未来收入、成本、期间费用、所得税等变量确定企业未来的净利润，并根据企业未来的发展计划、资产购置计划和资金管理计划，预测相应的资本性支出、营运资金变动情况后，最终确定企业自由现金流。

本次评估的预测数据由亿起联科技提供，评估人员对其提供的预测进行了独立、客观分析。分析工作包括充分理解编制预测的依据及其说明，分析预测的支持证据、预测的基本假设、预测选用的会计政策以及预测数据的计算方法等。

（1）营业收入的预测

北京亿起联科技有限公司成立于2007年2月，是一家专注于移动互联网平台开发及网络技术服务，并为广告主提供精准、高效的广告投放服务的公司。公司的营业收入均为主营业务收入（包括iOS积分墙广告收入、Android积分墙广告收入、点击广告收入及其他广告收入）。历史年度的营业收入情况如下：

**2012-2014年7月北京亿起联科技有限公司营业收入统计表**

单位：万元

| 序号 | 项目 | 2012年 | 2013年 | 2014年1-7月 |
|---|---|---|---|---|
| | 营业收入 | 530.55 | 2,233.62 | 9,026.69 |
| 一 | 主营业务收入 | 530.55 | 2,233.62 | 9,026.69 |
| 1 | Android广告 | 385.14 | 411.78 | 347.82 |
| 2 | iOS广告 | 145.41 | 1,821.84 | 8,410.04 |
| 3 | 其他 | - | - | 268.83 |

评估人员在分析亿起联科技历史年度营业收入的变化趋势和经营状况的基础上，通过与企业经营管理人员访谈了解企业未来的经营战略，核查企业经营预测数据的合理性及准确性。

亿起联科技未来的广告业务主要依托于手机的Android系统平台和iOS系统平台进行。

①Android广告业务

2014年8 月 15 日，百度发布《移动互联网发展趋势报告》，该报告主要以百度移动搜索、百度手机助手、百度移动统计及其相关数据挖掘为基础。报告显示，智能机大盘中 Android 和 iPhone 阵营的份额差距不断扩大，Android 与 iPhone 用户规模对比由 11Q2 的3:1 上升至 14Q2 的6:1。尽管Android市场竞争激烈，未来Android市场潜力仍旧巨大，市场趋向深耕细作。

亿起联科技评估基准日前没有Android系统的自有广告平台，经营Android广告业务主要依赖于其他公司的广告平台。目前公司正加紧Android系统自有广告平台的开发，预计2014年10月份会投入运营，自有广告平台投入使用后，公司现有的iOS系统客户及开发者资源均可即时导入，不仅可以节约支付给其他Android系统广告平台的费用还能迅速扩大公司的市场占有率，提高公司的毛利。

亿起联科技在开发自有平台的同时，积极与互联网巨头建立战略合作关系。近期将会与国内的某知名互联网公司及电信运营商签署战略合作协议，建立战略合作关系。这些外部资源的导入也将为公司Android广告业务增长提供保证。

此外，2015年亿起联科技将逐步拓展海外业务，海外拓展主要是以Android系统平台为主，能实现公司现有的平台与海外的移动广告平台对接，在打造Android系统的游戏分发平台或为广告主提供包括积分墙、插屏、全屏等广告形式在内的一揽子解决方案的同时积极拓展海外的开发者及广告主。海外业务的拓展也将是促使公司Android广告业务收入有较大增长。

由于依赖于其他公司平台经营Android广告业务时毛利率较低，所以2014年1-7月公司在这块业务上的开发力度小于iOS广告业务，2014年1-7月Android广告业务的收入占公司总营业收入的3.85%，但随着公司Android系统自有广告平台的投入使用和公司海外业务的拓展，预计从2014年10月份开始公司Android广告业务的收入和该业务占公司总收入比重都会有较乐观的增长。

②iOS广告业务

亿起联科技iOS广告业务在2014年增长迅速，目前是公司营业收入的主要来源，2014年1至7月这块业务收入占公司总收入的93.17%。除了现有的iOS积分墙外，公司正致力于拓展iOS广告平台的其他广告形式如插屏、全屏、流媒体广告等。但随着公司Android系统自有广告平台的投入使用和公司海外业务的拓展，公司iOS广告业务收入虽会保持稳定的增长，但占公司总收入的比重会有所下降。

③其他业务

亿起联科技其他业务核算的是一笔技术服务费收入，由于这些业务有较大的不确定性，所以未来年度不对其他业务收入进行预测。

结合上述分析，通过预测未来各年度广告业务的业务规模，确定未来各年度的营业收入，具体预测数据见下表：

单位：万元

| 序号 | 项 目 | 2014年8-12月 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年~∞ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 营业收入 | 10,075.47 | 27,146.23 | 38,553.07 | 50,483.54 | 60,142.63 | 66,572.79 | 66,572.79 |
| 一 | 主营业务收入 | 10,075.47 | 27,146.23 | 38,553.07 | 50,483.54 | 60,142.63 | 66,572.79 | 66,572.79 |
| 1 | Android广告 | 1,745.28 | 5,086.48 | 9,495.68 | 13,127.34 | 16,860.97 | 20,007.75 | 20,007.75 |
| 2 | iOS广告 | 8,330.19 | 22,059.75 | 29,057.39 | 37,356.20 | 43,281.66 | 46,565.04 | 46,565.04 |
| 3 | 其他 | - | - | - | - | - | - | - |
| 二 | 其他业务收入 | - | - | - | - | - | - | - |

（2）营业成本的预测

亿起联科技营业成本核算的均为主营业务成本。历史年度的营业成本情况如下：

**2012-2014年1-7月北京亿起联科技有限公司营业成本统计表**

单位：万元

| 序号 | 项 目 | 2012年 | 2013年 | 2014年1-7月 |
|---|---|---|---|---|
| | 营业成本 | 410.11 | 1,496.26 | 6,107.15 |
| 一 | 主营业务成本 | 410.11 | 1,496.26 | 6,107.15 |
| 1 | Android广告 | 332.54 | 320.75 | 302.55 |
| 2 | iOS广告 | 77.57 | 1,175.51 | 5,559.54 |
| 3 | 其他 | - | - | 245.06 |
| 二 | 其他业务成本 | - | - | - |

**2012-2014年1-7月北京亿起联科技有限公司毛利率统计表**

| 序号 | 项 目 | 2012年 | 2013年 | 2014年1-7月 |
|---|---|---|---|---|
| | 总毛利率 | 22.70% | 33.01% | 32.34% |
| 一 | 主营业务毛利率 | 22.70% | 33.01% | 32.34% |
| 1 | Android广告业务毛利率 | 13.66% | 22.11% | 13.02% |
| 2 | iOS广告业务毛利率 | 46.65% | 35.48% | 33.89% |
| 3 | 其他业务毛利率 | - | - | 8.84% |

（3）营业税金及附加的预测

亿起联科技的营业税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加和文化事业建设费。以预测年度的营业收入为基础结合评估基准日适用的税率确定未来年度的营业税金及附加。

评估基准日亿起联科技执行的税率详见下表：

| 税 种 | 税 率 |
|---|---|
| 增值税 | 6% |
| 城市维护建设税 | 5% |
| 教育税附加 | 3% |
| 地方教育费附加 | 2% |
| 文化事业建设费 | 3% |

未来年度营业税金及附加见下表：

单位：万元

| 项目名称 | 2014年8-12月 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年~∞ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 营业税金及附加 | 33.95 | 87.23 | 120.93 | 153.42 | 176.65 | 194.09 | 194.09 |

（4）销售费用的预测

销售费用主要为销售人员职工薪酬、差旅费、推广宣传费以及其他费用。评估人员对各类费用分别预测如下：

销售人员职工薪酬包括人员工资和根据人员工资计提的社保等。人员工资是公司营运过程中产生的销售部门人员的工资奖金，评估人员根据历史的人员工资水平，结合公司的人事发展策略通过预测未来年度的销售业务人员人数和人均月工资确定预测期的人员工资。同时，评估人员在分析历史年度各项费用的计提比例和实际耗用情况后，以预测的销售业务人员工资为基础，预测未来年度的附加人工费。

亿起联科技运营过程中产生的与营业收入存在较大相关性的费用结合未来营业收入的增长情况进行考虑。

对于其他销售费用，评估人员根据各项费用在历史年度中的支付水平，以企业发展规模和收入增长情况为基础，参考企业历史年度的费用发生额确定合理的增长比率预测未来年度中的相应费用。

单位：万元

| 序号 | 项 目 | 2014年8-12月 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年~∞ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 销售费用合计 | 470.39 | 1,343.01 | 1,635.02 | 1,951.74 | 2,193.71 | 2,380.61 | 2,380.61 |
| 1 | 工资 | 267.18 | 741.93 | 946.50 | 1,162.28 | 1,347.67 | 1,488.68 | 1,488.68 |
| 2 | 办公费 | 3.38 | 11.04 | 11.04 | 11.04 | 11.04 | 11.04 | 11.04 |
| 3 | 通讯费 | 0.68 | 1.66 | 1.66 | 1.66 | 1.66 | 1.66 | 1.66 |
| 4 | 交通费 | 5.25 | 12.60 | 15.12 | 16.80 | 18.48 | 18.48 | 18.48 |
| 5 | 业务招待费 | 10.15 | 25.20 | 29.40 | 33.60 | 36.96 | 36.96 | 36.96 |
| 6 | 折旧费 | 4.79 | 20.02 | 26.70 | 30.79 | 32.96 | 22.87 | 22.87 |
| 7 | 社保费 | 10.28 | 28.07 | 29.47 | 30.94 | 32.49 | 32.49 | 32.49 |
| 8 | 福利费 | 7.66 | 21.92 | 27.16 | 27.83 | 30.83 | 30.83 | 30.83 |
| 9 | 费用摊销 | 1.80 | 5.52 | 5.52 | - | - | - | - |
| 10 | 差旅费 | 5.25 | 16.80 | 21.00 | 23.52 | 25.87 | 25.87 | 25.87 |
| 11 | 快递费 | 1.10 | 2.76 | 2.76 | 2.76 | 2.76 | 2.76 | 2.76 |
| 12 | 公积金 | 2.15 | 7.34 | 7.71 | 8.09 | 8.50 | 8.50 | 8.50 |
| 13 | 房租 |