（上接A37版）

以下为竹园国旅研发的几个不同目的地产品的例子：

2、采购模式

竹园国旅出境旅游业务的采购项目主要包括旅游接待服务及机票、酒店、交通运输等单项服务，具体采购模式如下：

（1）旅游接待服务采购

旅游接待服务主要指境外地接社提供的服务。竹园国旅旅游接待服务的采购中，对于境外地接社的采购选择范围系按照国家旅游局规定，在国家旅游局网站上公布的目的地国家或地区具有接待中国公民资格的境外地接社中选择，境外地接社的服务项目一般包括安排酒店、境外餐厅、旅游运输等综合服务。

根据目的地接待设施完善程度，成本效益等因素，竹园国旅在部分情况下通过境外地接社采购上述综合服务项目，部分情况下公司直接与境外酒店、旅游运输、餐厅等服务商联系，对接待服务实行分项采购。竹园国旅一般与供应商签订长期合作协议，通过ERP系统进行管理，采用集中采购和远期采购等方式控制成本。

集中采购：指竹园国旅在对各境外接待服务单位进行严格的筛选考核后，把出境旅游业务所需要素集中到主要的接待服务单位上进行采购，以取得更加优惠的价格。

远期采购：竹园国旅各产品部门在每年年底根据当年线路产品统计数据及下一年度产品销售任务预算，制定产品大纲，按照产品架构、产品数量来调整供应商的结构、合作政策，签订全年合作方案，预订所需的大部分资源。

竹园国旅在选择境外地接社的时候具有严格的标准，以保证能为游客提供优质的服务：是否具有充足的常规旅游团队接待能力、足够的合约酒店数量、充分的交通运输公司数量；是否具有各项安全保障措施；以往的接待质量及投诉率、满意率是否合格；是否具有突发事件的解决能力及与公司的协同能力；是否为公司提供了具有竞争力的价格等。

（2）机票、邮轮、酒店、保险等各类单项服务的采购

竹园国旅机票采购使用远期采购和集中采购的方式，一般根据过往的销售数据及对未来的销售预测，向航空公司预先提交年度或季度的座位需求，以保证在航空公司淡季获得足够优惠的价格，旺季获得足够的机位。

对其他单项产品的采购主要实行集中采购，保证产品的质量和丰富度，控制产品成本。

3、销售模式

竹园国旅出境游产品批发给代理商，由代理商将产品销售给终端消费者。竹园国旅的产品设计完成后，通过估算确定发团量，发团人数等信息，提前采购机票、酒店，核算成本，确定价格，然后开始通过代理商进行销售。主要销售代理商可分为电商和传统旅游门店两个渠道，电商包括途牛网、携程网、驴妈妈、悠哉旅游、去哪儿、八爪鱼等，传统旅游门店则包括各旅游客源地旅行社，如北青旅、中旅总社、神舟国旅等，传统旅游门店因客源地不同而不同。从当前情况来看，两个销售板块中，传统旅游门店仍占据了比较大的份额，但近年来电商渠道有快速发展趋势。

4、团队运作模式

竹园国旅利用ERP系统，在出团计划控制与发布，签证及保险，机票、酒店、旅游运输预订，地接服务确认，质量跟踪，成本决算等多个方面进行管理，对团队运作进行全程监控，实现高效经济的团队运作，为客户提供优质经济的服务，在保证服务质量的基础上控制成本。

5、后续服务模式

团队旅游结束后，根据客人意见反馈和与领队沟通的情况，及时回访游客及代理商，收集意见，了解旅游过程。公司由专人对游客进行跟踪反馈，满意度调查，根据反馈情况改进产品及服务品质，对反馈发现的问题及时进行追踪处理。

（四）报告期内的业务发展状况

竹园国旅报告期内主营业务均为境外旅游批发业务，旅游目的地涵盖欧洲、澳洲、美洲、中东非、亚洲等地，游客来源地则涵盖全国大部分省市。

1、报告期内按旅游目的地分类的销售收入情况

从旅游目的地来看，长线出境游特别是欧洲长线出境游是竹园国旅业务最重要的组成部分，且报告期内营业收入呈持续增长态势，优势明显。同时，竹园国旅逐步拓展亚洲等短线出境游目的地，营业收入快速增长。报告期内，竹园国旅按旅游目的地分类的销售收入情况如下表：

单位：万元

目的地	2014年1-6月		2013年		2012年	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
欧洲	51,470.16	47,156.37	87,628.73	80,188.24	55,350.76	51,363.61
亚洲	23,438.69	21,854.45	56,953.18	53,654.79	28,690.98	27,333.72
澳洲	4,414.06	4,097.62	6,307.85	5,975.12	6,836.03	6,593.13
美洲	1,097.60	1,011.41	1,561.42	1,477.71	1,244.20	1,206.27
中东非	1,376.46	1,275.20	1,973.92	1,951.49	2,046.28	1,949.31
合计	81,796.97	75,395.05	154,425.10	143,247.34	94,168.26	88,446.03

2、报告期内按客源地分类的销售收入情况

从终端游客来源地来看，竹园国旅业务涵盖全国大部分省市，竹园国旅出境游产品的终端消费者主要来源于经济发达的地区，如北京大区、华东大区等。报告期内，竹园国旅按客户来源所在地分类的销售收入情况如下表：

单位：万元

地区名称	2014年1-6月		2013年度		2012年度	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
北京大区	31,409.37	28,863.66	69,745.62	64,596.40	35,848.74	33,535.85
华东大区	22,977.77	21,327.47	34,335.75	32,013.14	22,807.97	21,676.72
西南大区	12,316.86	11,318.29	19,574.21	18,128.29	12,091.21	11,310.87
中原大区	8,198.88	7,534.15	17,973.76	16,646.07	13,214.85	12,361.99
东北大区	3,700.91	3,400.86	7,879.54	7,297.52	6,768.28	6,331.47
华中大区	1,791.54	1,649.05	3,846.34	3,568.64	3,410.17	3,203.60
华南大区	1,401.63	1,301.58	1,069.88	997.28	27.03	25.54
合计	81,796.97	75,395.05	154,425.10	143,247.34	94,168.26	88,446.03

注：北京大区包括北京、河北、天津；东北大区包括黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古；华东大区包括上海、江苏、浙江；华南大区包括福建、广东、广西、海南；华中大区包括安徽、湖北、湖南、江西；西南大区包括四川、重庆、贵州、云南；中原大区包括甘肃、河南、宁夏、青海、山东、山西、陕西、西藏、新疆。

3、报告期内主要旅游产品的销售价格及变动情况

竹园国旅主要根据市场竞争情况，综合考虑成本及供求等因素，根据产品销售区域不同，确定并随时调整产品的批发价格，同时对代理商向终端消费者销售的零售价格给予建议。报告期内，根据与代理商的合作情况、代理商规模、代理商在当地的影响力、代理商所处区域等因素，竹园国旅在统一确定的批发价格基础上，给予不同代理商一定的价格优惠，价格优惠基本是在每项出境游产品批发价格的基础上直接给予折扣。

从竹园国旅出境游产品按目的地分类的产品平均单价来看，由于各目的地行程远近、消费水平不一，以及同一目的地内各类旅游产品所包括的线路、酒店、餐馆等服务内容差别较大，因此各类旅游产品价格差异较大，且同一产品价格在淡旺季也有较大差异。

报告期内出境游业务的主要产品均价如下：

单位：元/人次

目的地	2014年1-6月	2013年	2012年
欧洲	13,789.73	14,277.59	12,887.56
亚洲	5,103.02	5,334.44	5,651.39
澳洲	14,827.21	13,530.35	13,606.75
美洲	10,493.32	12,840.62	12,246.08
中东非	15,243.16	13,301.34	16,622.94

4、报告期内各期向前五名客户的销售情况

①2014年1-6月

客户名称	金额（万元）	占比（%）
北京途牛国际旅行社有限公司	8,247.79	10.08
北京青年旅行社股份有限公司	3,359.98	4.11
北京神舟国际旅行社集团有限公司	3,209.89	3.92
上海携程国际旅行社有限公司	1,538.40	1.88
四川省中国青年旅行社有限公司	1,265.76	1.55
合计	17,621.82	21.54

②2013年度

客户名称	金额（万元）	占比（%）
北京途牛国际旅行社有限公司	14,842.78	9.61
北京青年旅行社股份有限公司	8,506.64	5.51
北京神舟国际旅行社集团有限公司	8,091.32	5.24
中国旅行社总社（北京）有限公司	4,293.09	2.78
天津市经典假期国际旅行社有限公司	2,864.57	1.85
合计	38,598.40	24.99

③2012年度

客户名称	金额（万元）	占比（%）
北京途牛国际旅行社有限公司	4,493.68	4.77
北京神舟国际旅行社集团有限公司	4,435.16	4.71
北京青年旅行社股份有限公司	4,392.40	4.66
四川省新东方国际旅行有限责任公司	2,134.82	2.27
中国旅行社总社（北京）有限公司	2,017.89	2.14
合计	17,473.94	18.55

报告期内，得益于竹园国旅稳定的代理商网络及区域布局，竹园国旅前五名客户比较稳定，北京途牛国际旅行社有限公司、北京神舟国际旅行社集团有限公司、北京青年旅行社股份有限公司一直排名报告期前五。少数前五位客户的变化主要是由于竹园国旅代理商队伍的进一步扩大，以及业务覆盖区域的进一步扩展所致。

（五）原材料、能源及其供应情况

1、主要产品或服务的原材料及其供应情况

竹园国旅为客户提供旅游产品时，需要对外采购境外接待服务、机票、酒店、邮轮、景点等上游资源，上述资源存在接待容量或运输能力的问题。但整体来看，竹园国旅所需资源能够满足现有业务发展的需要，竹园国旅产品不存在上游资源供应问题。

2、主要原材料的价格变动趋势

竹园国旅旅游产品所需要素的价格主要受国家政策、供求状况以及市场竞争因素的影响，报告期内竹园国旅旅游产品要素的价格有所波动，并在旅游黄金季节普遍上升。凭借多年经营积累的规模优势，以及在内部建立和实施的集中及远期采购等制度，竹园国旅在采购方面具有一定主动性，能够准确预测并把握价格波动，具有较高的议价能力，可以有效控制采购成本。

3、主要原材料和能源占成本的比重

竹园国旅为消费者提供旅游产品需要采购的要素中，占比最高的主要是机票和地接费用，上述两项费用报告期内占成本的比重如下表：

单位：万元、%

项目	2014年1-6月	2013年度	2012年度
机票地接采购金额	67,333.89	131,561.48	82,349.14
占当期成本比例	89.31	91.84	93.11

机票和地接费用占成本比重逐年下降趋势，主要由于近年来境外酒店住宿费、餐费、景点门票（上述费用通常包含于地接费用中由竹园国旅向地接进行支付）的增长，竹园国旅对上游旅游资源直接采购的比例不断增加减少了地接费用所致。

4、报告期内竹园国旅向前五名供应商的采购情况

①2014年1-6月

供应商名称	金额（万元）	占比（%）
安科运达（注）	4,692.66	6.22
中国国际航空股份有限公司	4,136.57	5.49
印度尼西亚鹰航空公司	2,355.74	3.12
Travel Corporation Asia	2,323.18	3.08
Havi Reizen ISC B.V.	1,790.83	2.38
合计	15,298.98	20.29

注：北京安科运达科技发展有限公司与天津安科运达航空代理服务有限公司存在关联关系，故合并披露，下同。

②2013年度

供应商名称	金额（万元）	占比（%）
安科运达	13,263.39	9.26
普吉安顺旅行社	8,740.92	6.10
德国汉莎航空公司	7,124.44	4.97
中国国际航空股份有限公司	7,114.55	4.97
海南航空股份有限公司	5,555.84	3.88
合计	41,799.13	29.18

③2012年度

供应商名称	金额（万元）	占比（%）
中国国际航空股份有限公司	7,738.82	8.75
普吉安顺旅行社	6,553.90	7.41
德国汉莎航空公司	4,895.24	5.53
中国东方航空股份有限公司	4,799.01	5.43
海南航空股份有限公司	4,138.49	4.68
合计	28,125.48	31.80

由于上半年是欧洲游市场的淡季，而竹园国旅向德国汉莎航空采购的主要是欧洲航线，因此2014年上半年竹园国旅的前五大供应商中没有德国汉莎航空。2014年，普吉岛旅游受到泰国局势动荡的影响，竹园国旅对普吉安顺旅行社的采购情况也有所下降。北京安科运达科技发展有限公司作为包机服务代理商，近年来竹园国旅对其的采购额有较大增长，2013年及2014年1-6月安科运达均是竹园国旅的第一大供应商。

（六）资质证书情况

设立任何类型旅行社，都必须要向相关的旅游行政管理部门提出申请，申请获得批准后，旅游行政管理部门向申请获批准的申请人颁发旅行社营业许可证，申请人持旅行社营业许可证向工商行政管理部门领取营业执照。

竹园国旅旅行社持有旅行社业务经营许可证，具体情况如下：

经营主体	许可证编号	许可范围	发证机关	期限
竹园国际旅行社有限公司	L-BJ-CJ00043	1.入境旅游业务 2.国内旅游业务 3.出境旅游业务	国家旅游局	2009年12月18日至-

（七）安全生产和环保情况

1、安全生产情况

旅游行业是一个高关联性和综合性的行业，任何旅游目的地、客源地、旅游交通的安全隐患，均会降低旅游者的出行愿望。竹园国旅作为旅游产品和服务的提供商，将提供安全可靠的产品，保障旅游者的人身和财产安全作为竹园国旅的首要职责。

竹园国旅旅游安全管理目的是使竹园国旅每一位员工了解行业的特点，具备忧患意识，建立预防和及时处理旅游突发事件的应急能力和管理水平，提高公司的整体防范水平和抗风险能力，保证旅游者的人身和财产安全，保证公司业务安全、有序、可持续地开展。

在旅游安全管理上，竹园国旅通过事前预防和监测、事中决策和处理、事后总结和改进，达到减少、避免安全事故的发生，了解旅游安全事故发生发展的特点和规律，建立科学化、系统化的管理体系。

报告期内竹园国旅未曾发生安全事故。2014年9月5日，北京市旅游发展委员会出具《证明》，证明：竹园国旅近三年未违反《旅行社条例》的规定，未收到北京市旅游委的处罚。

（1）旅行社责任保险及旅游意外保险的投保情况

竹园国旅每年均按《旅行社条例》和《旅行社责任保险管理办法》规定投保旅行社责任保险。旅行社责任保险的保险责任，包括旅行社在组织旅游活动中依法对旅游者的人身伤亡、财产损失承担的赔偿责任和依法对受旅行社委派并为旅游者提供服务的导游或者领队人员的人身伤亡承担的赔偿责任。具体包括以下情形：（一）因旅行社疏忽或过失应当承担赔偿责任的；（二）因发生意外事故旅行社应当承担赔偿责任的；（三）国家旅游局会同中国保险监督管理委员会规定的其他情形。具体投保情况如下：

单位：万元

投保地点	每次事故责任限额	全年累计责任限额	每人人身伤亡的赔偿限额	每人财产损失责任限额
北京	600	1,000	80	2

《旅行社条例实施细则》第四十条规定，“为减少自然灾害等意外风险给旅游者带来的损害，旅行社在招徕、接待旅游者时，可以提示旅游者购买旅游意外保险。”为进一步保障旅游者的安全，竹园国旅为参团游客投保了旅游意外伤害保险等保险产品，以覆盖非旅行社责任造成的旅游者的人身伤亡和财产损害。

一旦发生意外，旅行社责任险、旅游意外险的赔偿限额可以累加。在游客参团报名之初，竹园国旅即向游客告知旅游意外伤害保险的保险责任、责任赔偿限额，如果游客需要增加保障额度，可以另行购买。

（2）安全事故、突发事件的责任承担

对于安全事故、突发事件产生的相关损失，主要由旅行社责任保险、旅游意外伤害保险提供保障。系旅行社责任的，可以由旅行社责任险赔偿，也可由旅游意外险赔偿，旅行社责任保险、旅游意外伤害保险的赔偿限额可以累计；非旅行社责任的，经旅游意外伤害保险赔偿。如事故的损失超出了保险的赔偿限额，是旅行社责任的，超出部分由旅行社承担；是旅游者责任的，超出部分由游客承担。

2、环保情况

旅游行业不属于重污染行业，2014年8月13日，北京市朝阳区环境保护局出具《证明》，证明竹园国旅近两年一期未因违反环境保护法律法规而受到处罚。

（八）主要产品和服务的质量控制情况

竹园国旅严格遵守《旅游法》、《旅行社条例》、《旅行社条例实施细则》、《旅行社出境旅游服务规范》等规定的要求，将质量管理贯穿从产品开发到服务实施的始终，把旅游服务质量当做竹园国旅安身立命之本和生存发展的生命线，以不断提供旅游者满意的旅游产品和服务为企业使命。竹园国旅已经通过ISO9001：2008质量管理体系认证，制定了各个环节的工作标准和要求，对产品服务实行标准化、规范化管理，让各个业务环节均在受控的范围内。竹园国旅以产品为核心，把旅游者的服务感受放在首位，推动产品服务的持续改进。

1、质量控制标准

竹园国旅质量控制从产品研发与资源采购、业务流程与规范操作、领队服务与考核以及客户回访四个层面入手，监控从产品研发设计到销售实施全流程的每一环节，以此保证产品和服务质量。

①产品研发与资源采购

好的旅游产品首先产生在产品的研发与采购阶段。线路设计合理，服务安排得当，是产品质量达标的基本保证。在产品研发与采购上，竹园国旅制定根据其产品研发与设计标准，对每个产品的特色和卖点、行程设计与编排、酒店、车、餐厅等供应商评定，产品的质量与标准、参团旅游者感受等方面做了详尽的规定。

产品经理在产品研发与采购阶段，必须充分掌握各项资源的特点，如航班搭配、酒店等级及实施条件、旅游车辆车况、交通及路况和景区景点的情况等，确保线路编排的合理性，产品的质量达到设计标准，满足参与者感受。为保证产品的质量，竹园国旅在产品研发中，特别强调整个行程的合理性、流畅性、强调细节服务和关怀服务，注重旅游者的感受。

②业务流程与操作规范

竹园国旅一直强调团队运作的专业性，业务流程的完美和规范，建立集约型、高效型的执行团队。竹园国旅通过了ISO9001：2008质量管理体系认证，制定了质量手册和程序文件，包括各部门的工作手册、岗位职责、业务流程和操作规范，为业务的各流程与环节提供依据和标准，提高工作水平，降低出错率，确保服务质量。竹园国旅通过现有的ERP综合运营管理系统能够实现参团报名、收客、出签、出团等团队管理功能，通过流程和审批权限的设定以及实时提醒功能，保证业务流程的规范和各环节的有效控制，提高了工作效率，降低了工作失误率。

在向代理商推广产品时竹园国旅的销售人员会向代理商明确各产品的接待标准。出团前，由领队召开行前说明会，为客人讲解出团的注意事项及接待情况。通过这此措施，让客人更多了解产品信息，明确接待服务标准，有助于最终提升客人满意度。

③领队服务与考核

领队是竹园国旅产品质量和服务的执行者和监督者，是旅游者能否实现满意旅游的关键人物。竹园国旅制定了领队服务管理制度、领队服务标准及工作规范，对领队的服务工作提出了明确的要求，涵盖了领队带团的各个环节，包括出团准备、出入境服务、进入酒店、餐厅、景点服务、各种提醒服务，各项禁止行为等；采集境外接待服务的质量信息，督促境外接待方按照合同执行产品的质量要求；对违规和受到投诉的领队，视情节严重性给予停团甚至解聘等处罚。

④客户回访

竹园国旅向旅游者发放客人意见调查表，了解客人对旅游质量的满意度，包括领队服务、行程安排、酒店、餐厅、交通等各项服务设施的满意度等。依照客人意见调查表的反馈信息，质量控制与培训部完成客户关系管理系统的信息录入，进行客人回访，统计和分析产品质量和客人满意度，并向产品部门反馈。

2、质量控制措施

竹园国旅建立了较为完善的质量监督机制，制定了投诉管理规定和流程，不仅包括外部质量问题及投诉，还包括竹园国旅内部部门间的投诉。具体措施有：

①客户的投诉由各业务线的负责人及时处理解决，或提出可行性解决方案。

②在旅游合同、竹园国旅网站、客人意见调查表上公布投诉、服务电话。

③向每位客人发放客人意见调查表，对客人进行回访，及时解决客人的问题和要求，并向相关产品部门反馈，督促产品质量的持续改进。

④每年对供应商进行一次等级评定和筛选。

⑤定期组织竹园国旅相关人员对质量管理体系的适宜有效性，竹园国旅产品与服务的合法合规性及是否达到客人要求及满意度等进行审核。对审核中发现的问题进行整改，限期改进。

3、质量纠纷情况

报告期内，竹园国旅未发生重大质量纠纷，未在旅游安全、服务方面受到过旅游质量监督管理部门处罚。

（九）主要获得荣誉及奖项情况

经过多年的发展，竹园国旅现已成为国内领先的出境游批发商，在长线游、短线游方面具有较强的竞争优势，近年来在各项颁奖典礼及航空公司内部评奖中获得了较多荣誉，主要奖项如下：

序号	所获荣誉及奖项	颁发或表彰单位
1	2013年度金国旅行社百强排名第12名	国家旅游局
2	2013年度全国旅行社税收十强排名第8名	国家旅游局
3	5A级旅行社	北京旅行社等级评定委员会
4	2013年度杰出贡献奖	海南航空
5	2012-2013年度杰出贡献奖	东方航空
6	2013年度最佳乙元供应商、最佳营销策划供应商	途牛

（十）税收优惠、政府补助等情况

近两年一期竹园国旅未有计入当期损益的政府补助或奖励，亦不享有任何税收优惠政策。

十、竹园国旅股权评估情况

中通诚以公开市场和企业持续经营为前提，结合竹园国旅的实际情况，综合考虑各种影响因素，采用资产基础法和收益法对竹园国旅的股东全部权益进行评估，最终选用收益法的评估结果作为本次评估结论。

根据中通诚出具的中通评报字[2014]360号《资产评估报告》，截至评估基准日2014年6月30日，在持续经营前提下，经收益法评估，竹园国旅公司股东全部权益的收益法评估价值为90,070.34万元，比股东权益账面值8,289.13万元增值81,781.21万元，增值率为986.61%。经交易双方友好协商，本次竹园国旅70%股权的交易金额为63,000万元。

（一）评估机构情况

本次交易拟购买资产的评估机构为中通诚，该评估机构具备证券期货相关业务评估资格。

（二）评估对象与评估范围

本次评估对象为竹园国旅70%的股东权益价值。评估范围为竹园国旅的2014年6月30日表内各项资产及负债。

（三）评估假设

1、基本假设

（1）交易假设。交易假设是假定所有待评估资产已经处在交易过程中，评估师根据待评估资产的交易条件等模拟市场进行估价。

（2）公开市场假设。公开市场假设是假定待评估资产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，是一个有且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）被评估企业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）假设被评估企业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。能保持被评估企业正常经营态势，发展规划及生产经营计划能如期基本实现。

（4）假设被评估企业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政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。

（四）评估方法的选择

执行企业价值评估业务，需要根据评估目的、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。

1、评估方法的选择

资产评估基本方法包括资产基础法、收益法和市场法。

资产基础法是指在合理评估企业各项资产价值和负债的基础上确定评估对象价值的评估方法。被评估企业竹园国旅公司资产及负债结构清晰，各项资产和负债价值可以单独评估确认，因此选用资产基础法作为本次评估的一种方法。

收益法是指通过估算被评估企业未来的预期收益并折算成现值（评估基准日的现在价值量），借以确定被评估企业价值的一种方法。该方法评估是通过将被评估企业未来的预期收益资本化或折现以确定其市场价值。竹园国际是具有独立获利能力的企业，资产与经营收益之间存在稳定的比例关系，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，从企业自身状况来看具备应用收益法的条件。

市场法是指将评估对象与可比上市公司或者可比交易案例进行比较，确定评估对象价值的评估方法。由于与被评估企业竹园国旅相关行业、相关规模企业转让的公开交易案例无法取得，而且无合适的参考企业，故本次评估不具备采用市场法的适用条件。

综上，本次评估分别采用资产基础法及收益法进行，在比较两种评估方法所得出评估结论的基础上，分析差异产生原因，最终确认评估值。

（五）资产基础法评估情况

1、评估结果

在评估基准日2014年6月30日，竹园国际旅行社有限公司的资产账面价值为39,250.16万元，负债账面价值为30,961.03万元，净资产账面价值为8,289.13万元；经评估后，总资产评估值为39,247.80万元，负债评估值为30,961.03万元，净资产评估值为8,286.77万元，总资产评估值比账面值减值2.36万元，减值率0.006%；净资产评估值比账面值减值2.36万元，减值率0.028%。

2、资产评估结果汇总表

资产基础法评估结果详细情况见下表：

单位：万元

项目		账面价值	评估价值	金额	占比（%）
		A	B	C=B-A	D=C/A*100%
流动资产	1	37,799.56	37,799.56	0.00	0.00
非流动资产	2	1,450.60	1,448.24	-2.36	-0.16
其中：固定资产	3	299.85	297.71	-2.14	-0.71
无形资产	4	183.47	183.25	-0.22	-0.12
长期待摊费用	5	583.16	583.16	0.00	0.00
递延所得税资产	6	174.12	174.12	0.00	0.00
其他非流动资产	7	210.00	210.00	0.00	0.00
资产总计	8	39,250.16	39,247.80	-2.36	-0.006
流动负债	9	30,961.03	30,961.03	0.00	0.00
非流动负债	10	0.00	0.00	0.00	-
负债总计	11	30,961.03	30,961.03	0.00	0.00
净资产（所有者权益）	12	8,289.13	8,286.77	-2.36	-0.028

（六）收益法评估情况

1、评估结果

在评估基准日2014年6月30日，竹园国旅公司股东全部权益的收益法评估价值为90,070.34万元，比股东权益账面值8,289.13万元增值81,781.21万元，增值率为986.61%。

2、收益预测的假设条件

（1）被评估企业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）假设被评估企业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。能保持被评估企业正常经营态势，发展规划及生产经营计划能如期基本实现。

（4）假设被评估企业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政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。

3、基本模型

本次评估以企业审计后的会计报表为基础，首先运用DCF模型计算企业整体收益折现值，再加上非经营性资产和溢余资产的价值，减去非经营性债务价值和有息负债，得出被评估企业股东全部权益评估值。

具体计算公式为

（2）收益年限的确定

被评估单位竹园国旅公司，主营业务为出境游批发业务。被评估单位成立时间较长，未来经营前景良好，评估基准日没有明确证据表明被评估单位将在未来某个时点终止，因此确定被评估单位收益年限为无限年期。

4、营业收入及成本的预测

基于评估对象的业务特点和运营模式，评估机构通过预测企业的未来收入、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。

被评估企业未来各年的预测损益表具体如下：

单位：万元

项目	2014年7-12月（E）	2015年（E）	2016年（E）	2017年（E）	2018年（E）	2019年（E）	永续
营业收入	136,981.11	286,982.83	349,820.58	396,936.14	439,074.65	482,829.33	482,829.33
营业成本	126,406.17	265,114.74	323,199.23	366,769.00	405,748.88	446,230.86	446,230.86
营业税金附加	594.31	1,228.99	1,496.12	1,695.39	1,872.91	2,056.83	2,056.83
营业费用	3,588.67	8,484.12	10,350.60	11,758.27	12,893.85	14,123.29	14,123.29
管理费用	1,142.72	2,414.86	2,680.49	2,862.76	2,994.23	3,024.04	3,024.04
财务费用	94.54	208.50	219.67	224.62	227.00	242.78	242.78
资产减值损失	-70.71	159.45	146.91	110.15	98.51	102.29	102.29
营业利润	5,225.41	9,372.17	11,727.56	13,515.95	15,239.27	17,049.24	17,049.24
利润总额	5,225.41	9,372.17	11,727.56	13,515.95	15,239.27	17,049.24	17,049.24
所得税费用	1,306.35	2,343.04	2,931.89	3,378.99	3,809.82	4,262.31	4,262.31
净利润	3,919.06	7,029.13	8,795.67	10,136.96	11,429.45	12,786.93	12,786.93

（1）营业收入的预测

竹园国旅公司属旅游服务行业企业，其收入来源为出境游批发业务收入。历史年度主营业务收入的情况如下

单位：万元

项目	2012年	比重（%）	2013年	比重（%）	2014年1-6月	比重（%）
欧洲	55,350.76	58.78	87,628.73	56.75	51,470.16	62.92
亚洲	28,690.98	30.47	56,953.18	36.88	23,438.69	28.66
澳洲	6,836.03	7.26	6,307.85	4.08	4,414.06	5.40
美洲	1,244.20	1.32	1,561.42	1.01	1,097.60	1.34
中东非	2,046.28	2.17	1,973.92	1.28	1,376.46	1.68
合计	94,168.26	100.00	154,425.10	100.00	81,796.97	100.00

竹园国旅公司2012年度至2014年度1-6月营业收入构成中，长线出国旅游目的地中欧洲和短线出境游（目的地亚洲）业务收入占当年度营业收入比例处于比较稳定的状态，其中长线出国旅游目的地中欧洲出境游批发业务收入占营业收入的平均比例为59.48%，短线出境游（目的地亚洲）出境游批发业务占营业收入的平均比例为32.00%，两项合计占营业收入的平均比例达到91.48%，并且在竹园国旅公司营业收入的构成处于相对稳定的水平。

出境游具有上游资源多、流程复杂、出境时间长、情况多变的特点，同时消费者对高端产品和高品质服务的需求越来越多、个性化、差异化需求日趋明显。能否有效整合境外旅游资源，是否具备强强的产品研发能力，能否进行有效团队运作，是出境游旅行社核心竞争要素之一。

竹园国旅一直坚持专业的出境游运营商定位，坚持实施现有发展战略，突出主营业务，加强对出境游产业链各环节的整合和控制，在资源采购、产品研发、销售推广、团队运作和内部管理等环节上不断提高专业水平，满足客户需要，为消费者提供专业的一站式全方位服务。通过多年经营，公司已经具备了良好的出境游资源整合、产品研发和综合团队运作能力，形成了专业运作优势。竹园国旅目主研发产品，率先推出新产品，不断对产品进行升级换代，对产品进行产品标准化和分级管理，实施差异化产品战略，形成了具有全面和差异优势的产品线。目前竹园国旅既是产品的研发和制造商，又是服务的提供商，强调旅行社运作全流程的改造和优化，通过操作规范化、标准化保证并持续提高服务质量。

竹园国旅2012年度实现营业收入941,682,630.24元，2013年度实现营业收入1,544,251,020.50元，2014年上半年实现营业收入817,969,710.59元，其中2013年营业收入相对2012年营业收入增长63.99%。根据竹园国旅历史年度营业收入中不同目的地业务旅游人数和单价的走势、构成以及企业经营发展现状、以及出团和拟成团等统计情况，对其各个目的地业务预测期收入进行估算。

①长线（目的地欧洲）出境游批发业务收入预测

长线（目的地欧洲）出境游批发业务为竹园国旅主要的出境游批发业务之一，具体包括希腊一地游、法国一地游、英国+爱尔兰十三天游、北欧四国+双峡湾游、希腊+土耳其8晚11天游、英国一地VS爱伦8晚10天游等众多产品。从竹园国旅历史年度业务收入构成比例看，近几年均保持较高的水平。2012至2014年1-6月，欧洲出境游批发业务占企业总营业收入的平均比例为59.57%。竹园国旅欧洲出境游批发业务收入呈增长趋势，2012年欧洲出境游批发业务收入553,507,638.67元，2013年为876,287,308.59元，2014年上半年为514,701,603.94元。其中，2013年营业收入相对2012年营业收入增长58.32%。

②短线（目的地亚洲）出境游批发业务收入预测

从企业历史年度业务收入构成看，短线（目的地亚洲）出境游批发业务近几年均也保持较高的比重，短线（目的地