

尚融讲堂

第一百二十二课

深度回顾蓝色光标历次投资并购案例 (下)

十一、蓝色光标增资及收购美广互动 51%股权

北京美广互动广告有限公司是一家为客户提供以互联网广告服务为基础的专业整合营销服务的传播机构。服务项目包括：网站建设、网络维护、网络营销活动、媒介策略及媒介采购、网络公共等。目前服务客户群覆盖汽车, 快速消费品等行业, 拥有多家世界 500 强企业的优质客户。

11.1 交易方案

2011年7月27日，公司以自有资金2,550万元收购美广互动51%的股权，其中：以200万元向美广互动增资；以2,350万元受让增资后美广互动原股东所持美广互动股权。增资及收购完成后，公司共计持有美广互动51%的股权。

11.2 定价原则

美广互动2010年的净利润为206.42万元。美广互动原股东承诺2011年实现经审计税后净利润（扣除非经常性损益）不低于500万元，本次投资按照10倍市盈率确定交易价格。

11.3 业绩承诺

美广互动原股东承诺美广互动 2011 年度的经审计税后净利润（扣除非经常性损益）不低于人民币 500 万元；2012 年度的经审计税后净利润不低于人民币 750 万元；2013 年度的经审计税后净利润不低于人民币 1050 万元。

11.4 对价调整

2011 年会计年度结束后，聘请具有证券从业资格的会计师事务所对美广互动进行审计，根据实际审计后的税后净利润，按如下公式对收购对价进行调整：
2011 年审计后的税后净利润(P2011) PE 值

$P_{2011} \geq 500$ 万 10 倍

$450 \text{ 万} \leq P_{2011} < 500$ 万 9 倍

$400 \text{ 万} \leq P_{2011} < 450$ 万 8 倍

实际收购对价 = P_{2011} (≤ 500 万) \times

对应 PE 值 \times 51%。其中，实际收购对价计算公式中当 P2011 值大于 500 万时，以 500 万作为基数对实际收购对价进行计算。如 2011 年审计后税后利润低于人民币 400 万元，公司有权放弃本次收购。

11.5 公司治理

收购完成后，美广互动董事会应由三名董事组成，其中公司委任两名董事，原股东委任一名董事。美广互动的财务负责人由公司委派，经董事会任命后，对董事会负责并接受公司垂直管理。

11.6 收购效应

此次投资不仅为美广互动注入了业务发展急需的资金，更为美广互动带来了宝贵管理经验及内部控制体系，以及

部分高质量客户，有助于美广互动未来发展。公司与美广互动通过合作，陆续赢得了德国大众，欧洲利洁时的年度大型项目，从而提高了双方的业绩与收入，扩大了业务服务的广度与深度，实现了互联网营销行业的全案广告服务，为客户提供更为便捷优质的一站式服务。

十二、蓝色光标增资收购精准阳光51%股权

精准阳光（北京）传媒广告有限公司是一家从事城市高端社区内户外高清灯箱广告及生活杂志广告服务的广告传媒企业。在北上广深等一线城市 1700 个高端社区拥有 3400 多个高清户外灯箱，以及针对高档社区人群的《户外装备》、《生活速递》等生活类广告杂志，在高端社区户外广告市场拥有领先的市场地位，在中国一线城市高端社区的户外广告市场综合占有率最高。服务的客户群

覆盖汽车, 金融、电信等行业, 客户中有多家世界 500 强企业。

12.1 交易方案

2011 年 7 月 27 日, 公司拟以超募资金 17,400 万元出资向公司全资子公司上海蓝色光标公关服务有限公司增资, 用于投资精准阳光。其中: 以 3,500 万元向精准阳光增资, 以 13,900 万元受让增资后精准阳光原股东杨鲲、李涤非、王微、杨卉、黄明、刘峻谷、李力娜、钱实穆、李磊、张明光 (以上自然人统称“精准阳光原股东”) 所持的精准阳光的股权。增资及收购完成后, 上海蓝色光标公关服务有限公司共计持有精准阳光 51% 的股权。

12.2 定价原则

2010年，精准阳光实现净利润2009万元。公司基于审慎原则，按照精准阳光2011年承诺的税后利润3,250万元的10.5倍市盈率确定本次交易价格。

12.3 业绩承诺

精准阳光原股东对于交易完成后的税后利润数额、年利润增长率和各年度经营性净现金流增长率作出如下承诺：

<1>精准阳光2011年经审计扣除非经常性损益后的税后利润不低于3,250万元；2012年税后利润不低于4,225万元；2013年税后利润不低于5,070万元，且2013年税后利润年增长率不低于20%；
<2>精准阳光在盈利承诺期内（即2011年~2013年）各年度经营性净现金流的增长率不低于同期税后利润的增长率的80%。盈利补偿方式为：

2011年净利润区间（P2011）对价调

整方式

$P_{2011} \geq 3,250$ 万元 $3,250$ 万元 \times
 10.5 倍 $P/E \times 51\%$

3150 万 $\leq P_{2011} < 3250$ 万 2011 年实
际净利 $\times 10.5$ 倍 $P/E \times 51\%$

2500 万 $\leq P_{2011} < 3150$ 万 2011 年实
际净利 $\times 9$ 倍 $P/E \times 51\%$

2000 万 $\leq P_{2011} < 2500$ 万 2011 年实
际净利 $\times 8$ 倍 $P/E \times 51\%$

$P_{2011} < 2000$ 万 公司有权解除投
资协议，如果盈利承诺期内精准阳光经
审计后的 2012、2013 年的税后利润未达
到盈利承诺标准 97% 以上，则精准阳

光原股东应按照以下公式以所持精
准阳光的股份补偿：

每年补偿的股份数量 = (截至当期期
末累积净利润承诺数 - 截至当期期末累
积实际净利润数) \times 收购股份总数 (精
准阳光总股份的 51%) \div 补偿期限内各年
的净利润承诺数总和 - 已补偿股份数量。

精准阳光原股东中各自然人向收购方补偿股权的具体数额，以本次投资前各自然人在精准阳光的持股比例确定，各自然人均对上述补偿义务相互承担连带责任。

12.4 公司治理

本次投资完成后，精准阳光承诺改组董事会，由5名董事组成，其中，蓝色光标委派3名，精准阳光原股东委派2名。精准阳光设监事1名，由精准阳光股东会选举产生。精准阳光的财务负责人由蓝色光标委派。与此同时，精准阳光管理团队及核心业务团队还签署了服务期及竞业禁止承诺。

12.5 收购效应

精准阳光所专注的户外广告行业需要前期投入大量资金来生产灯箱设备，放置于社区。资金一直是制约精准阳光快速扩张的瓶颈。公司作为上市公司，拥有较雄厚的资金实力，为精准阳光的扩张提供有力的支持。同时，蓝色光标拥有的众多高端客户，亦可为精准阳光提供良好的客户资源，有利于双方资源的整合共享。而精准阳光作为国内高端社区户外广告行业的领军企业，具有行业优势资源和良好的口碑，可以为蓝色光标在广告行业的拓展提供有力的支持，其众多的高端客户资源亦可以为蓝色光标共享，可以为公司带来可观的经济效益。

十三、蓝色光标投资智臻网络

上海智臻网络科技有限公司主要从事网络技术、信息技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让、

计算机系统集成设计等。拥有具有核心专利技术的人工智能信息交互平台“小 i 机器人”。

13.1 交易方案

2012年1月18日，公司董事会决定：公司以自有资金出资人民币800万元对智臻网络增资，从而持有增资后的智臻网络20%股权，其中人民币250万元注入注册资本，人民币550万元作为溢价注入智臻网络的资本公积金。本次投资完成后，公司持有智臻网络20%的股权。

13.2 盈利承诺及约定

智臻网络原股东承诺2012年智臻网络实现经审计税后净利润不低于人民币500万元（扣除非经常性损益后）。2013

年、2014 年和 2015 年在业绩承诺期内每年税后利润增长率不低于 30%。在智臻网络完成承诺的基础上，公司有权以现金或定向增发的方式按约定的价格增持其股份。

13.3 投资效益

智臻网络是一家在中文人工智能分析及信息整合服务领域拥有核心专利技术和领先技术优势的高科技企业。其产品广泛应用于电信、金融、政府等多个行业和领域。通过投资智臻网络，公司不仅可以强化自身在互联网传播技术领域的技术优势，同时有助于公司开拓电信、金融行业的客户。

十四、蓝色光标合资设立北京时代

2012年3月30日,经公司董事会批准,公司全资子公司北京智扬唯美科技咨询有限公司以自有人民币190万元用于与自然人郭婷婷、戈辉、乐视投资管理(北京)有限公司、北京商络投资管理有限公司共同出资设立北京时代影响力影视文化公司,北京时代的股权结构为:

股东名称	出资额	股权比例
------	-----	------

智扬唯美	190万元	19%
------	-------	-----

郭婷婷	310万元	31%
-----	-------	-----

戈辉	300万元	30%
----	-------	-----

乐视投资管理(北京)有限公司	100万元	10%
----------------	-------	-----

北京商络投资管理有限公司	100万元	10%
--------------	-------	-----

合计	1000万元	100%
----	--------	------

北京时代主要从事电影、电视视剧的制作、影视营销推广与服务,本次投

资有助于公司介入影视制作领域，获得影视娱乐营销业务的各种资源，进一步强化公司在娱乐营销领域的开拓工作，促进公司娱乐营销业务的全面发展，增强公司综合竞争力，提高公司的业绩。

十五、蓝色光标并购分时传媒

四川分时广告传媒有限公司是中国户外广告行业内的领先企业之一。截至2012年8月31日，分时传媒与全国范围内的8,554家区域性媒体主或媒体运营商合作，建立了覆盖全国325个城市、拥有42,695个广告资源的户外广告资源数据库。分时传媒依托于其特有的商业模式和数据库系统，已为一汽-大众、北京现代、泸州老窖、微软、联想、康佳等国内外100多个知名品牌广告主提供户外广告发布解决方案，赢得国内外一线品牌和4A广告公司的广泛认可。

15.1 交易方案

2012年9月25日,蓝色光标董事会审议通过了本次发行股份购买资产并募集配套资金报告书(草案)的相关议案。本次交易中,蓝色光标拟通过向特定对象非公开发行股份和支付现金相结合的方式购买分时传媒合计100%股权,并募集配套资金,其中:

1、向何吉伦、周昌文、高存平、朱贤洲、黄允炜、罗洁、樊丽菲、张海涛、何晓波、邓泽平、王琦共11名自然人发行股份收购其合法持有的分时传媒合计75%股权(即19.45元/股;发行股数合计为25,449,865股);

2、向何大恩支付现金16,500万元购买其持有的分时传媒25%股权,支付现金来自本次配套募集资金;

3、向不超过 10 名其他特定投资者发行股份募集配套资金，募集资金总额 22,000 万元，不超过本次交易总额（本次收购对价 66,000 万元与本次融资金额 22,000 万元之和）的 25%，将用于支付收购分时传媒 25% 股权现金对价款以及交易完成后的整合。本次交易完成后，蓝色光标将直接持有分时传媒 100% 股权（即 19.45 元/股；发行股份数量不超过 11,311,053 股）。

15.2 定价原则

本次交易标的采用收益法和市场法评估，评估机构以收益法评估结果作为交易标的的最终评估结论。截至评估基准日 2012 年 8 月 31 日，在持续经营前提下，分时传媒公司于评估基准日经审计的账面净资产为 7,267.57 万元，采用收益法评估后的净资产（股东全部权益）价值为 67,495.03 万元，增值额为

60,227.46 万元，增值率 828.72%。根据公司与交易对方签署的各项协议，分时传媒 100%股权作价 66,000 万元。同时，交易各方约定在各年经营业绩达到承诺利润且分时传媒截至 2014 年 12 月 31 日应收账款的 90%已收回、且未收回的应收款项余额不超过 1,000 万元（如未收回的应收账款包括银行承兑汇票可视为收回、但企业承兑汇票不视为收回）的前提下，如果分时传媒 2012 年、2013 年、2014 年实际实现利润超出承诺利润达到一定金额，则公司将以现金形式向分时传媒原股东支付额外的奖励对价，具体安排如下：

利润超额完成情况奖励对价超出承诺利润总额的金额在 3,000 万元至 5,000 万元范围内（含 3,000 万元）

3250 万元超出承诺利润总额的金额在 5,000 万元至 8,000 万元范围内（含 5,000 万元）6500 万元超出承诺利润总额的金额在 8,000 万元以上（含 8,000 万）9750 万元奖励对价中的 80%支付给

周昌文、高存平、朱贤洲、黄允炜、罗洁、樊丽菲、张海涛、何晓波、邓泽平和王琦，具体比例由蓝色光标和何吉伦共同确定，另外 20% 支付给何吉伦，奖励对价将在分时传媒 2014 年审计报告出具且满足上述前提条件后在 15 日内一次性以现金方式支付。未考虑奖励对价时，本次交易对价 6.6 亿元相当于分时传媒 2011 年扣除非经常性损益后净利润的市盈率为 10.79 倍；假设在 6.6 亿元对价的基础上进一步支付奖励对价 3250 万元、6500 万元、9750 万元时，本次交易的市盈率相应增加为 11.32 倍、11.85 倍、12.39 倍。

15.3 业绩承诺

分时传媒全体股东承诺分时传媒 2012 年、2013 年、2014 年经审计的净利润（以归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润为计算依据）分别不低

于人民币 7,475 万元,8,596 万元,9,886 万元。在业绩补偿实施方面,请参照蓝色光标并购今久广告案例。

15.4 公司治理

本次交易完成后,对分时传媒的公司章程进行修改,分时传媒的董事会由 3 名董事组成,由蓝色光标依法委派 2 名,由分时传媒原股东依法委派 1 名。本次交易完成后,董事会将依法聘用何吉伦先生为分时传媒的顾问。本次交易完成后,蓝色光标有权向分时传媒及其子公司委派财务总监,财务部门其他工作人员的聘用原则上由上市公司和交易对方协商确定,但上市公司具有最终决定权。除此之外,蓝色光标计划将分时传媒除交易对方以外的其他核心业务人员纳入蓝色光标股权激励计划。而分时传媒的原股东还签署了竞业禁止、兼业禁止等协议。

15.5 收购效应

本次交易完成后，上市公司不仅可以增加汽车、酒类、IT、金融服务行业的重要客户，同时有可能在为客户提供服务的过程中进行交叉销售，进一步提升上市公司的市场份额。

15.6 收购后续

2012年12月27日，蓝色光标发布关于终止发行股份购买资产并募集配套资金事项的公告，披露本次交易终止的原因系：自公司收到《反馈意见》以来，公司以及相关各方一直积极推进本次发行股份购买资产的相关事宜。由于交易双方需根据反馈意见进一步完善交易方案，而交易双方最终未能就完善交易方案的措施达成共识。为保护上市公司股

东利益，交易双方经协商一致同意终止本次发行股份购买资产事宜。在本次收购终止后，蓝色光标副总经理、董秘许志平告诉经济观察报的记者，在呈报收购方案后，证监会例行询问如果年内不能完成增发收购，双方的业绩协议是否会延长，此时，分时传媒方面拒绝了蓝色光标要求其延长业绩承诺的要求，2012年中我们开始谈判，按照3年的业绩协议标准，如果今年不能完成收购，我们希望将业绩承诺期延长1年，遭到了对方的拒绝。”许志平说。2013年12月20日，联建光电发布公告，联建光电拟以现金及发行股份的方式购买何吉伦等12名交易对方合计持有的分时传媒100%的股权，并募集配套资金。交易对价为86,000万元。在业绩承诺方面，分时传媒原股东承诺分时传媒2013年、2014年、2015年、2016年、2017年经审计的归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润分别不低于人民币8,700万元、10,000万元、11,300万元、

12,200 万元和 12,800 万元。在业绩奖励方面，如分时传媒在承诺期内各年实际实现的净利润之和高于承诺期内承诺的净利润总和 5.5 亿元，则超额部分的 50% 将作为奖金由分时传媒以现金方式支付给截至 2017 年 12 月 31 日的分时传媒管理层。另，联建光电本次交易的独立财务顾问、亦为蓝色光标长期合作的独立财务顾问华泰联合证券。

2012 年 10 月份至 2013 年 12 月份这段时间里，蓝色光标正式实施营销传播服务行业“全产业链”布局和“国际化”战略。蓝色光标分别（1）增持 46% 的股权并控股了蓝色方略（占股 51%）、（2）分两阶段收购博杰广告 100% 股权、（3）收购英国 Huntsworth 公司 19.8% 股权、及（4）收购 We Are Social 公司 82.84% 股权。通过收购，蓝色光标服务的领域覆盖了互联网广告、户外广告、平面广告电视媒体、影院海报、社交媒

体等。在回顾历次并购案例时，蓝色光标的并购能力日臻成熟。在并购扩展及标的的选择上，并购扩张主要是为行业和客户而扩张、为资源（自有的或管理的）而扩张、为特定能力而扩张。而在标的选择的评判标准上，标的公司的行业地位、客户结构、公司组织、管理结构、创始人心态、税后利润、增长驱动方式、正规化程度以及并购后预期协同效果等一系列指标。在并购方式及支付方式上，蓝色光标已驾轻就熟，同时，也开始了以债务融资的方式支付交易对价（如收购 We Are Social）。在并购资金的来源更加多元。在并购整合方面，蓝色光标在每个标的上坚持“前端放开、后台管住”的策略，同时更加注重文化（图腾）的整合。而在并购经验上，蓝色光标的管理层在接受媒体采访时，归纳中国式并购的几项经验：标的业务清楚、业务互补、重并购弱整合、业绩承诺和激励。首项考察标的历史，末项激励标的未来，中间两项考虑协同效应。”在并

购团队方面，蓝色光标似乎已经形成了合作比较默契的职业团队，主要有（1）公司投资部；（2）财务顾问，华泰联合证券；（2）律师，中伦律所；（3）财经公关公司；（4）会计师，天职国际；（5）券商，华泰联合证券；（6）评估师；（7）银行，浦发银行北京分行；（9）基金，如紫金投资、海富通基金等。

十六、蓝色光标合资及控股收购蓝色方略

蓝色方略（北京）咨询有限公司是目前国内最领先的活动策划、管理机构之一，客户以全球和国内中高端企业为主，客户行业覆盖汽车、IT、奢侈品、快消、医疗、服装、能源等诸多领域。以大型活动、会议的策划管理为主营业务，配合展览展示、网络互动、高端培训、客户关怀、商务旅行等细分专业服务，蓝色方略构成了以事件营销为核心

的整合服务平台。蓝色光标在控股蓝色方略共分两阶段完成，第一阶段，2010年8月，蓝色光标与自然人合资设立蓝色方略占股5%；第二阶段，2013年4月，董事会决定收购蓝色方略46%股权。

第一阶段 蓝色光标合资设立蓝色方略

2010年8月4日，公司全资子公司上海蓝色光标品牌顾问有限公司使用自有资金与自然人罗坚共同投资设立蓝色方略。蓝色方略注册资本为50万元，其中上海蓝色光标品牌顾问有限公司出资2.5万元，占蓝色方略注册资本的5%；罗坚出资47.5万元，占蓝色方略注册资本的95%。

第二阶段 蓝色光标收购蓝色方略46%股权

2013年4月3日，公司第二届董事会第二十八次会议审议通过公司全资子公司上海品牌和公司子公司上海励唐签订《股权收购协议》。上海品牌和上海励唐以自有资金共计3,910万元共同收购上海品牌参股公司蓝色方略46%股权。上海品牌出资2,210万元收购蓝色方略26%股权；上海励唐出资1,700万元收购蓝色方略20%股权。收购完成后，公司子公司合计持有蓝色方略51%的股权。

十七、蓝色光标收购博杰广告

博杰广告目前已经成功构建了以电视媒体广告承包代理为核心，以影院数码海报媒体开发和运营为增长点，以媒介策划及市场研究为特色的业务格局，具有较高的市场影响力。博杰广告是中国广告行业内的领先企业之一，2010年

和 2011 年均位居中国广告企业（媒体服务类）广告营业额排名第 6 名。同时博杰广告经营的影院数码海报业务，以在全国 76 个城市的 571 个影院布设的 4,931 块数码海报屏为自有媒体进行广告传播，在重点城市中心区的优质影院覆盖率高达 85%，是该领域绝对的领先者。蓝色光标收购博杰广告共分阶段完成。第一阶段，2013 年 2 月，公司先行以自有资金 17,820 万元对博杰广告进行增资，取得了博杰广告 11%的股权；第二阶段，2013 年 4 月，公司董事会决定通过发行股份及支付现金的方式购买博杰广告 89%股权，并募集配套资金。

第一阶段 蓝色光标增资获得博杰广告 11%股权

17.1.1 交易方案

《增资协议》约定，东方博杰将分别向西藏山南博萌投资咨询合伙企业（有限合伙）、西藏山南博杰投资咨询合伙企业（有限合伙）及自然人李芑、李冰、李萌、刘彩玲转让其持有的西藏博杰 100% 股权，转让完成后，西藏博杰将由台港澳法人独资企业转变为一家内资有限公司。上述股权转让工商登记完成后，《协议》生效，公司将根据《协议》的约定履行对西藏博杰缴纳增资款的义务。根据《协议》，公司以自有资金 17,820 万元对西藏博杰进行增资，增资完成后，公司持有西藏博杰 11.00% 的股权，西藏博杰的注册资本由 63.3520 万元人民币增至人民币 71.182 万元，超出部分计入西藏博杰资本公积。增资前后股权结构变动：

17.1.2 定价原则

西藏博杰 2012 年的净利润为

194,710,641.51 元。根据西藏博杰的盈利能力及经营情况，经蓝色光标与西藏博杰股东协商，参考市场同行业的估值水平，双方约定西藏博杰的作价为其 2012 年净利润的 8.32 倍，即西藏博杰估值为 $1.9471 \text{ 亿元} \times 8.32 \text{ 倍} = 16.20 \text{ 亿元}$ 。上市公司本次增资 1.732 亿元，因此占西藏博杰的股权比例为 $1.782 \text{ 亿元} / 16.20 \text{ 亿元} = 11\%$ 。

第二阶段 蓝色光标收购博杰广告 89%股权

17.2.1 交易方案

本次交易中，蓝色光标拟通过向特定对象非公开发行股份和支付现金相结合的方式购买李芑、刘彩玲、博杰投资、博萌投资合计持有的博杰广告 89%的股权，并募集配套资金，其中：

1、向李芑支付 23,830,602 股上市公司股份和 3,720 万元现金对价以收购其持有的博杰广告 40.05%的股权；

2、向博杰投资支付 17,445,102 股上市公司股份和 16,280 万元现金对价以收购其持有的博杰广告

36.85%的股权；

3、向刘彩玲、博萌投资分别发行 5,583,827 股和 2,007,668 股上市公司股票 收购其分别持有的博杰广告 8.90% 和 3.20%的股权；

4、向不超过 10 名其他特定投资者发行股份募集配套资金，配套资金总额 53,400 万元。募集配套资金不超过本次现金及发行股份购买资产交易总金额（本次收购对价 160,200 万元与本次融资金额 53,400 万元之和）的 25%。（在向特定对象发行股份募集资金使用中其中 20,000 万元将用于支付收购博杰广告股权的现金对价款，20,000 万元用于补充上市公司流动资金，13,400 万元将用于

进一步推进上市公司的外延式发展战略。)本次交易前,蓝色光标已持有博杰广告 11%股权,本次交易完成后,蓝色光标将持有博杰广告 100%股权。在本次股票发行方面,蓝色光标向李芃等 4 名交易对方,以 28.69 元/股发行股数合计为 48,867,199 股。以 25.82 元/股向其他不超过 10 名特定投资者发行股份数量不超过 20,681,642 股。本次现金及发行股份购买资产并募集配套资金完成后,上市公司总股本将增加至不超过 472,278,482 股。

交易完成后的公司股权结构:

股东名称	股权转让前出资比例	股权转让后且增资前出资比例	增资后
东方博杰传媒控股有限公司	100%	-	-
李芃	-	45.00%	40.05%
李冰	-	8.20%	7.30%
李萌	-	8.20%	7.30%
刘彩玲	-	10.00%	8.90%
西藏山南博萌投资咨询合伙企业(有限合伙)	-	3.60%	3.20%
西藏山南博杰投资咨询合伙企业(有限合伙)	-	25.00%	22.25%
北京蓝色光标品牌管理顾问有限公司	-	-	11.00%
合计	100%	100.00%	100.00%

17.2.2 定价原则

本次交易标的采用收益法和市场法评估。以 2013 年 2 月 28 日为基准日，博杰广告 100% 股权的评估值为 180,337.64 万元，89% 股权评估值为 160,500.50 万元。经交易各方友好协商，博杰广告 100% 股权的交易作价为 180,000 万元，89% 股权的交易价格为 160,200 万元。

17.2.3 业绩承诺及对价调整

博杰原股东承诺博杰广告 2013 年、2014 年、2015 年、2016 年经审计的归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润分别不低于人民币 20,700 万元、23,805 万元、27,376 万元、28,745 万元。

在博杰广告 2013 年、2014 年、2015 年任何一年截至当期期末累计实际利润均不低于截至当期期末累计承诺利润的前提下，各方同意按照如下约定调整本

次 交易拟购买资产价格：

(1) 若博杰广告 2013 年、2014 年、2015 年实际利润合计超过 93,366 万元（不含本数）（即 2013 年、2014 年、2015 年每年均按照以 1.8 亿元作为博杰广告 2012 年净利润基数、每年 30% 的复合增长率计算的三年净利润之和），则本次交易的拟购买资产价格调整为现作价的 1.25 倍，即 20.025 亿元；

(2) 若博杰广告 2013 年、2014 年、2015 年实际利润合计在 85,781 万元（不含本数）至 93,366 万元（含本数）之间（即 2013 年、2014 年、2015 年每年均按照以 1.8 亿元作为博杰广告 2012 年净利润基数、每年 25% 至 30% 的复合增长率计算的三年净利润之和），则本次交易拟购买资产价格调整为现作价的 1.15 倍，即 18.423 亿元；

(3) 若博杰广告 2013 年、2014 年、2015 年实际利润合计在 78,624 万元（不含本数）至 85,781 万元（含本数）之间

(即 2013 年、2014 年、2015 年每年均按照以 1.8 亿元作为博杰广告 2012 年净利润基数、每年 20%至 25%的复合增长率计算的三年净利润之和), 则本次交易的拟购买资产价格调整为现作价的 1.11 倍, 即 17.7822 亿元。

17.2.4 交易角色

本次交易中, 华泰联合证券的关联公司紫金投资(紫金投资与华泰联合证券同受华泰证券股份有限公司控制)是本次交易对方博杰投资的有限合伙人, 拥有博杰投资 19.98%的财产份额, 本次交易完成后博杰投资持有上市公司股份比例的上限将不超过 3.92%(募集配套资金前股权比例为 3.92%, 募集配套资金后股权比例为 3.74%)。17.2.5 整合计划上市公司对博杰广告的整合将继续秉承“前端放开、后端管住”的策略, 即博杰广告在前端业务的开拓、管理、维护

和服务上，拥有很大程度的自主性及灵活性；在除业务外的其他后台管理上，由上市公司统一管理，包括博杰广告在内的各子公司均需达到上市公司的统一标准。在业务方面，（1）博杰广告的高管定期参与上市公司的执行委员会会议、业务经营管理会议，博杰广告的高管及总监将定期参加上市公司的年度AD大会，博杰广告的员工将可登录蓝色光标线上分享平台共享业务执行经验、团队优秀案例、员工培训资料等；（2）蓝色光标可将自身客户资源分享给博杰广告，同时博杰广告可将自身客户资源推荐给蓝色光标实现客户资源的共享以及专业服务的优化。在财务方面，上市公司的财务管理系统将嵌入博杰广告的日常经营管理中，上市公司集团财务部将委派财务负责人至博杰广告，以实现在财务上对博杰广告的垂直管理。在系统方面，上市公司将根据博杰广告的业务特点考量其纳入现有系统业务结构的匹配性，根据考量结果选择将其直接纳入现有上

市公司管理系统或为其量身打造特定的管理系统平台。在人力方面，上市公司将保持博杰广告原有的业务团队及管理风格，并为博杰广告的业务开拓和维系提供足够的支持。

17.2.6 收购效应

博杰广告主要从事电视媒体广告承包代理和影院数码海报媒体开发和运营业务，与上市公司现从事的公共关系、广告服务业务均是为客户进行企业形象塑造、产品品牌传播的重要方式。本次交易完成后，博杰广告的资产和业务将纳入上市公司的平台架构内，这一架构有利于上市公司对现有的公关、广告业务进行全面、系统的整合，有助于上市公司实现资源的优化配置，增强协同效应。本次交易有利于进一步提升上市公司的综合竞争能力、市场拓展能力、资源控制能力和后续发展能力，提升公司

的盈利水平，增强抗风险能力和可持续发展的能力，以实现全体股东利益最大化。

十八、蓝色光标收购英国 Huntsworth 公司股权

Huntsworth 是一家总部位于英国，在全球 32 个国家拥有 72 个主要办事处的公关和综合医疗通讯集团。公司在伦敦证交所上市，证券代码为 HNT。公司重点提供消费、金融、公共关系、医疗和技术领域的服务。

18.1 交易方案

2013 年 4 月 25 日，蓝色光标子公司香港蓝标以自有资金认购 Huntsworth 发行的 6,300 万新股，认购价格为 58 便士

/股，共计 3,654 万英镑（折合人民币约为 3.5 亿元），认购完成后，香港蓝标将持有 Huntsworth 19.8% 股权。与此同时，Huntsworth 授予香港蓝标按照该等条款认购相当于以下数量百分之五的股份

（或在重组后的其他相关的相应数量）的权利：(i) Huntsworth 在交割后一刻的已发行股本总数；和 (ii) Huntsworth 根据其在本协议签订之前达成的任何合同义务需要向第三方配发的股份最大数量。认购权的行使条件为 (1) 上市后的三年期间内；及 (2) 在 Huntsworth 决定发行股份以取得非现金对价时（包括根据 Huntsworth 在本协议签订之前达成的任何合同义务进行发行，但不包括根据任何员工持股计划进行发行）（“非现金发行”）。

18.2 定价原则

公司认购 Huntsworth 发行的 6,300

万新股的价格为 58 便士。此价格相对的 Huntsworth 2012 年实际净利润静态市盈率为 8.6 倍，相对的 2013 年预测净利润动态市盈率为 8.2 倍。交易价格相对于 4 月 22 日的收盘价 49.125 便士有 18.1% 的溢价。交易价格相较 55 便士的券商平均目标价格有 5.5% 的溢价。

18.3 公司治理

只要香港蓝标不将其权益出售减持至 47,250,000 股股份（或在重组后的其他相关的相应数量）以下，香港蓝标有权提名一人担任或连任 Huntsworth 董事会非执行董事。交割后，香港蓝标提名的首任认购方董事应为赵文权。

18.4 收购效应

蓝色光标此次海外投资是其实施营销传播服务行业“全产业链”布局和“国际化”战略的重要组成部分，本次投资股权有利于满足客户对国际业务的需求，提升公司竞争能力满足快速增长的要求。

十九、蓝色光标收购 We Are Social

We Are Very Social Limited 将社交媒体服务与数字营销、公共关系、营销技巧相结合，在全球范围内先后设立 8 家子公司，分别位于伦敦、纽约、巴黎、米兰、慕尼黑、新加坡、悉尼和圣保罗。为了满足全球客户多元化的市场需求，公司团队由 400 名专业人员组成，客户包括 Adidas, Jaguar, Mondelez, Cisco, Heineken 和 Lenovo 等知名国际企业。

19.1 交易方案

2013 年 12 月份,蓝色光标子公司蓝标国际以债务融资的方式收购 We Are Very Social 7,512 普通股及 16,224 优先股,收购完成后,蓝标国际持有 WAVS 82.84%股权。公司估值为 2,508 万英镑,其中,首次支付金额为 1,871 万英镑。

19.2 定价原则

WVAS 的估值基础为调整后的 2013 财年 EBIT,即 313.5 万英镑。经公司与 WVAS 董事会协商,参考市场同行业的估值水平,根据公司 2013 财年的各项财务数据综合评估,该公司目前估值为 2,508 万英镑,即公司调整后的 2013 财年 EBIT 的 8 倍。根据《股权转让协议》,公司收购目标公司的总价将会根据目标公司未来 3 年的经营数据有所调整,后续支付金额根据标的公司经营业绩情况逐年确

认。

19.3 收购效应

蓝色光标本次海外投资是其实施营销传播服务行业“全产业链”布局的关键步骤和“国际化”战略的重要组成部分。收购 We Are Very Social 股权符合公司的整体发展战略，与公司制定的国际化发展规划深度契合。本次海外投资不仅可以推动公司的技术进步，还能继续完善公司在营销传播产业链的布局，扩大业务规模，为客户提供更加全面的营销服务。

——感谢您的阅读