

德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)  
对《关于对江南嘉捷电梯股份有限公司重大资产出售、置换及发行股份购买资产报告书(草案)信息披露的问询函》相关问题回复之意见

德师报(函)字(17)第 Q00981 号

江南嘉捷电梯股份有限公司：

德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“我们”或“德勤”)接受委托，对三六零科技股份有限公司(以下简称“三六零”)2017年1月1日至6月30日止期间、2016年度、2015年度及2014年度的财务报表执行了审计并出具了标准无保留意见的审计报告；对江南嘉捷电梯股份有限公司(以下简称“江南嘉捷”或“上市公司”)2017年1月1日至6月30日止期间及2016年度的备考财务报表执行了审计并出具了标准无保留意见的审计报告。

2017年11月3日，我们收到了江南嘉捷转来的《关于对江南嘉捷电梯股份有限公司重大资产出售、置换及发行股份购买资产报告书(草案)信息披露的问询函》(以下简称“问询函”)。作为此次江南嘉捷重大资产出售、置换及发行股份购买资产暨关联交易的审计机构，基于我们对上述财务报表所执行的审计工作，我们对问询函中涉及会计师的相关问题进行了逐项核查，现将有关情况回复如下：

除非特殊指明，本回复中所采用的词语含义与《江南嘉捷电梯股份有限公司重大资产出售、置换及发行股份购买资产暨关联交易报告书(草案)》一致。

本回复所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。

本回复中部分合计数与各明细数之和在尾数上如有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

反馈问题 3、互联网广告、游戏是三六零的主要收入来源，其中，互联网广告业务三年又一期的营业收入分别为 41.3 亿元、58.9 亿元、59.2 亿元和 38.3 亿元(2017 年半年度)，游戏业务营业收入分别为 29.5 亿元、26.6 亿元、26.1 亿元和 8.8 亿元(2017 年半年度)。请补充披露：结合报告期内上半年广告收入和游戏业务收入的金额及占比，说明标的资产 2017 年上半年广告业务和游戏业务的收入及规模同比发生较大幅度变动的原因及合理性。请财务顾问和会计师发表意见。

## 一、 公司说明

报告期内，三六零互联网广告及服务收入及游戏业务收入情况如下：

单位：千元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度
	金额	增速[注]	金额	增速	金额	增速	金额
互联网广告及服务	3,827,522	29.25%	5,922,844	0.50%	5,893,491	42.75%	4,128,681
游戏	876,333	-32.93%	2,613,077	-1.69%	2,657,971	-9.77%	2,945,621

注：将2017年上半年数据年化后计算2017年上半年的增速水平

### 1、2017年上半年三六零互联网广告及服务收入同比波动分析

2017年上半年，三六零互联网广告及服务收入38.28亿元，其收入金额及占主营业务收入比例均增长较快，主要原因有：

#### 1)2017年上半年互联网广告行业继续保持快速增长

随着互联网的普及，网络媒介以其独有的方便性、快捷性和可选择性成为人们获取信息的第一选择，对目标受众的覆盖率不断提高。受互联网用户人数增长，数字媒体使用时长增加、网络视听业务快速增长等因素推动，2017年上半年互联网广告继续保持快速增长。根据艾瑞咨询统计数据，2017年上半年中国互联网广告收入达到1,560.5亿元，同比增长11.48%。行业的快速增长带动三六零的互联网广告业务继续保持增长。

#### 2)三六零积极调整业务架构，进一步加强了互联网广告及服务业务能力

三六零通过积极调整互联网广告的业务架构，有效整合相关业务和资产，提升管理效率，进一步提高了三六零互联网广告及服务的业务能力。随着2016年底至2017年初业务结构调整逐步到位，2017年上半年三六零的互联网广告收入保持快速增长。

### 3)三六零进一步提升了互联网广告平台的运营效率，继而提升了互联网广告收入

首先，三六零通过优化销售管理，提高了客户覆盖率。对于大客户，通过对细分行业进行扁平化管理，精耕细作，不断提高专业化服务水平；对于中小客户，实行渠道下沉进一步拓展销售覆盖。其次，基于互联网产品带来的海量用户，通过大数据的深度挖掘和依托 AI 时代人工智能技术提升精准投放，进行精细化运营，提升了用户的商业化转化率。2017 年上半年，三六零的互联网广告效果得到有效提升，CTR((Click Through Rate, 点击通过率)稳步提升，2017 年 2 季度较 2016 年 4 季度 PC 端 CTR 增长超过 100%，移动端 CTR 增长超过 30%。第三，三六零通过完善广告资源的智能销售体系，将广告资源按照 CPT(Cost Per Try, 按时长售卖)、CPM(Cost Per Mille, 按千人成本售卖)、CPC(Cost Per Click, 按点击售卖)等多种方式相结合的混合售卖方式，有效提升了广告资源的利用率。

### 4)三六零加强了个性化、内容化的产品升级

2016 年，三六零加强了商业产品研发团队(尤其是展示广告产品团队)和商业数据产品团队，升级了个性化方面的产品。凭借自身的数亿级互联网用户，互联网流量入口优势，以及大数据和自身在搜索和推荐算法上的积累，三六零为商业客户提供跨端(PC 和移动端产品)联动推广，有效提升了三六零互联网产品的使用市场和广告展现机会，增加了 PC 端展示广告资源和移动端的推广广告资源，进一步拓展了互联网广告的业务空间、使用时长和广告展现机会。

## 2、2017 年上半年三六零游戏业务收入同比波动分析

报告期内，三六零游戏业务收入按游戏种类分类情况如下：

单位：千元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
手游	534,387	60.98%	1,603,382	61.36%	1,458,240	54.86%	963,576	32.71%
页游	325,676	37.16%	993,275	38.01%	1,193,753	44.91%	1,982,045	67.29%
端游	16,270	1.86%	16,420	0.63%	5,978	0.22%	-	-
合计	<b>876,333</b>	<b>100%</b>	<b>2,613,077</b>	<b>100%</b>	<b>2,657,971</b>	<b>100%</b>	<b>2,945,621</b>	<b>100%</b>

三六零 2017 年上半年游戏业务收入下降的主要原因如下：

①手游业务收入下滑的原因

1)2017 年上半年，三六零逐步调整了手游业务的运营和策略，同时调整了现有手游业务的人员，因此三六零的主动调整导致当期手游业务收入下降。

2)在独家代理游戏发行方面，2017 年上半年三六零待发行游戏储备不足，同时为了贯彻精品游戏战略，三六零严格把控和优化待发行游戏，主动延后了部分游戏的上线时间，导致当期手游业务收入下降。

3)在联合运营游戏的分发方面，2017 年上半年，整个国内手游市场爆款手机游戏较少，导致三六零等游戏分发平台的联合运营游戏收入下降。

②页游业务收入下滑的原因

1)页游市场依然呈下滑趋势。根据艾瑞咨询出具的《2017 年中国网络游戏行业研究报告》，受移动端游戏影响，页游市场规模逐步萎缩。2016 年中国页游市场规模下滑 26.1%，2017 年较 2016 年依然呈下滑趋势。因此，受行业整体趋势影响，2017 年上半年三六零的页游收入依然延续下滑趋势。

2)2017 年上半年，三六零对游戏业务团队进行了调整，同时修正了页游的运营策略，从平台分发为主调整为以精品游戏为主，逐步提高游戏平台运营的利润率和产品生命周期，因此造成了短期的业务波动。

## 二、会计师意见

公司上述有关三六零 2017 年上半年广告业务和游戏业务的收入及规模同比发生较大幅度变动的原因及合理性分析与我们在审计财务报表过程中了解到的信息一致。

**反馈问题 5、报告期内，标的资产的营业收入分别为 78.2 亿元、93.6 亿元、99.0 亿元和 52.9 亿元，归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润分别为 5.3 亿元、10.7 亿元、7.4 亿元和 10 亿元，标的资产营业收入稳定增长的同时，净利润波动较大。请补充披露：(1)结合标的资产的业务模式和会计处理，净利润波动的原因及合理性；(2)标的资产 2017 年净利润大幅增长的原因及合理性。请财务顾问和会计师发表意见。**

## 一、公司说明

报告期内，三六零与业绩相关主要财务数据如下：

单位：千元

项目	2017年 1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
<b>一、营业总收入</b>	<b>5,287,666</b>	<b>9,904,341</b>	<b>9,357,095</b>	<b>7,819,547</b>
营业成本	1,479,823	3,027,076	2,202,041	1,341,438
毛利	3,807,843	6,877,265	7,155,054	6,478,109
毛利率	72.01%	69.44%	76.47%	82.85%
销售费用	815,395	2,066,613	2,269,144	1,552,540
销售费率	15.42%	20.87%	24.25%	19.85%
管理费用	1,519,882	3,865,958	4,255,234	3,509,102
管理费率	28.74%	39.03%	45.48%	44.88%
资产减值损失	15,623	131,958	405,117	8,297
投资收益(损失)	299,473	1,375,748	1,181,938	136,929
<b>二、营业利润</b>	<b>1,655,607</b>	<b>2,108,042</b>	<b>1,266,174</b>	<b>1,423,295</b>
营业外收入	70,043	314,524	133,105	52,229
营业外收入占营业收入比例	1.32%	3.18%	1.42%	0.67%
<b>三、利润总额</b>	<b>1,724,509</b>	<b>2,410,571</b>	<b>1,382,557</b>	<b>1,472,865</b>
所得税费用	290,015	562,343	439,822	286,909
<b>四、归属于母公司所有者的净利润</b>	<b>1,410,761</b>	<b>1,871,788</b>	<b>1,340,257</b>	<b>1,182,541</b>
归属于母公司的非经常性损益	415,539	1,127,419	274,797	652,795
<b>五、扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润</b>	<b>995,222</b>	<b>744,369</b>	<b>1,065,460</b>	<b>529,746</b>

如上表所示，报告期内，三六零营业收入分别为 78.20 亿元、93.57 亿元、99.04 亿元和 52.88 亿元，同期扣除非经常性损益后归属母公司净利润分别为 5.30 亿元、10.65 亿元、7.44 亿元和 9.95 亿元，扣除非经常性损益后归属母公司净利润呈现波动性，原因及合理性逐年分析如下：

### **(1)2015 年扣除非经常性损益后归属于母公司净利润大幅增加原因及合理性**

与 2014 年相比，三六零 2015 年的业务毛利率下降、销售费率和管理费率上升，而扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润较 2014 年大幅上升 5.35 亿元，主要原因 2015 年三六零的营业收入大幅增加，从 2014 年的 78.20 亿元上升到 2015 年的 93.57 亿元，在业务毛利率下降的情况下，营业毛利仍实现大幅增长，从 2014 年的 64.78 亿元上升到 2015 年的 71.55 亿元，增长 6.77 亿元。

### **(2)2016 年扣除非经常性损益后归属于母公司净利润大幅下降的原因及合理性**

与 2015 年相比，2016 年扣除非经常性损益后归属于母公司净利润大幅下降，从 2015 年的 10.65 亿元，下降到 2016 年的 7.44 亿元，下降 3.21 亿元，主要原因：1)受业务毛利率下降的影响，在营业收入增长的情况下，业务毛利有所下降，从 2015 年的 71.55 亿元下降到 2016 年的 68.77 亿元，下降 2.78 亿元；2)2016 年 7 月，三六零将原尚未摊销完的股份支付加速摊销完毕，2016 年度同比 2015 年度增加股权激励费用金额为人民币 4.78 亿元。

### **(3)2017 年上半年扣除非经常性损益后归属于母公司净利润大幅增加原因及合理性**

2017 年上半年扣除非经常性损益后归属于母公司净利润大幅增加，主要原因：1)三六零互联网广告及服务收入增长较快，增长较快的原因见本意见中反馈问题 3 中“一、公司说明/1、2017 年上半年三六零互联网广告及服务收入同比波动分析”之相关回复。同时，互联网广告及服务业务较高的毛利率提升了三六零综合业务毛利率水平，三六零 2017 年上半年实现业务毛利 38.08 亿元，增长较快。2)随着三六零业务结构调整、战略聚焦及管理效率提升，2017 年上半年三六零的销售费用及管理费用下降。

## **二、会计师意见**

公司上述有关三六零净利润波动以及 2017 年净利润大幅增长的原因及合理性分析与我们在审计财务报表过程中了解到的信息一致。

反馈问题 6、标的资产 2017 年度、2018 年度和 2019 年度盈利预测业绩分别不低于 22 亿元、29 亿元和 38 亿元，较报告期内业绩增幅较大。主要原因是评估假设盈利预测期内营业收入增长，同时标的资产盈利预测期内的毛利率维持较高水平。请补充披露：(1)具体说明行业竞争情况和标的资产竞争优势以及相应营业收入是否发生重大变化；(2)结合前述市场竞争和标的资产情况，量化分析标的资产盈利预测期内营业收入持续增长的依据和合理性；(3)可比上市公司和标的资产的业务结构数据，说明标的资产毛利率高于可比上市公司的具体原因。请财务顾问和会计师发表意见。

## 一、公司说明

(1)在评估预测期内，行业竞争情况、标的资产竞争优势未发生重大变化，营业收入预测变化未受上述因素影响。

### ①互联网行业竞争激烈

目前互联网行业竞争激烈，互联网公司为了推广品牌、争夺优秀人才、抢占市场份额、吸引用户使用等，往往需要消耗巨大的资金成本和人力成本，这样既增加了互联网公司的运营负担，也在某种程度上降低了资源使用的效率，对市场的创新水平也容易造成一定程度的削弱。

### ②标的公司竞争优势

#### 1)运营体系优势

三六零建立了用户产品服务体系、商业化产品体系两条具有竞争力的业务线。立足于互联网安全，提供 360 安全卫士、360 杀毒、360 安全浏览器、360 手机助手等一系列全方位的安全应用产品，积累了大量用户。互联网广告及服务、互联网增值服务、智能硬件业务等商业化产品为技术研发提供了更好的资金支持，两条业务线互为补充，形成了基于网络安全的产品生态链。同时，三六零拥有优秀的核心管理团队，凭借多年互联网产品的研发、管理经验，利用其丰富的经验引导三六零战略定位、产品研发发生管理等环节，凭借良好的业内口碑与品牌知名度，三六零在广告、游戏、智能硬件等方面与客户也建立了长期稳定的合作关系。

## 2)用户规模优势

用户基础和流量是互联网企业持续发展的重要基础。三六零是免费安全的首倡者，将 360 安全卫士、360 杀毒等系列安全产品免费提供给数亿互联网用户，凭借安全产品先进的技术水平和良好的用户体验，三六零成功开拓和积累了广泛的用户基础，持续保持用户粘性，树立了良好的品牌形象。

iResearch 数据表明，截至 2017 年 3 月，360 在多个细分领域中用户数均排名第一。其中：基于 PC 的安全产品的月度活跃用户总人数为 5.09 亿人，市场渗透率为 95.06%；基于 PC 的安全浏览器月度活跃用户达到 4.03 亿人，市场渗透率为 75.04%；360 搜索 PC 端市场渗透率达到 58.02%，活跃用户达 2.91 亿。

三六零获得了广泛的用户基础，有利于三六零形成大数据资源。三六零自主研发了大数据存储与计算平台、云计算平台、云安全、搜索引擎以及人工智能等核心技术，通过技术之间的交叉融合，构建了完善的 360 核心安全技术体系，进一步提升了安全技术水平，从而有利于三六零持续为用户提供优质安全产品。

广泛的用户基础有利于三六零拓展新产品、新业务。三六零在推出新产品、新业务时，可以迅速在原有用户中推广，降低推广时间及推广成本。海量用户基础有利于三六零提升品牌知名度、信任度，也有利于三六零新产品、新业务被用户所接受。

同时，广泛的用户基础也使三六零建立起竞争壁垒，保证三六零在行业竞争中的核心竞争优势，使得三六零保持良好的盈利能力。

## 3)技术优势

三六零以技术研发为核心，以技术创新推动三六零整体业务持续发展。三六零将网络攻防技术、大数据技术、云计算技术及人工智能技术作为互联网核心技术，以主动防御、漏洞挖掘、病毒查杀等为核心安全技术主要方向，构建核心技术体系。在此基础上，三六零将安全技术产品化，全力保障用户的个人信息安全及生活安全，打造泛安全生态下的安全产品体系，提供了包括 360 儿童智能手表、360 智能摄像机、360 行车记录仪及 360 安全路由器等一系列智能硬件产品，致力于通过 IOT 安全产品为用户解决个人安全、出行安全、家居安全等问题。

三六零的网络安全研究人员在核心技术方面深入研究，不断提高能力水平。2016 年三六零共获得 408 次来自微软、苹果、谷歌、VMWare、Adobe 的致谢，已超过谷歌在全球漏洞举报数量上排名第一。360 安全团队多次在世界顶级漏洞攻防对抗大赛中获奖，2017 年 3 月在 Pwn2Own 2017 世界黑客破解大赛上积分第一，获得“破解大师”总冠军头衔。



#### 4)品牌优势

通过在行业内的持续发展，三六零将“360”打造成为国内互联网及互联网安全领域内的知名品牌，形成品牌优势，获得了优秀的品牌知名度与信任度。

广泛的品牌知名度有利吸引优质的合作伙伴，并在研发与运营方面增加同行业企业之间合作的机会，进而有利于三六零建立良性的商业关系。广泛而深入的品牌知名度为三六零进行市场推广、广告客户开发、新业务模式拓展创造了良好条件。另外，品牌知名度的优势还能够帮助三六零吸引优秀人才，增强员工自豪感和归属感，激励员工为企业创造出更大的价值。

品牌信任度对于互联网公司(尤其是互联网安全公司)而言极其重要。随着互联网行业的发展中，越来越多的客户关键信息被互联网公司所掌握，一旦互联网公司失去了客户的信任,便无法继续经营。对这些信息的严格保护、防止隐私被盗用，既是互联网安全公司的使命，也是其保持品牌信任度的根本保障。

#### 5)数据优势

三六零自成立之初，就非常重视数据的积累，也是首家在安全软件领域引入云查杀等大数据技术的公司，引领了个人信息安全软件的变革与发展。随着互联网时代的蓬勃发展，万物互联时代的即将来临，用户安全需求日益宽泛。从PC端的计算机安全到上网安全，再到移动网络安全，安全概念的外延不断延伸。三六零将依靠长期积累的安全大数据基础，持续地为用户在个人信息安全领域、个人生活安全领域等方面保驾护航。

在三六零核心安全产品得到中国数亿使用者的认可的同时，三六零也在持续地对用户数据进行积淀和分析，形成数据量庞大的、跨越PC/移动端的大数据体系。通过对用户数据的分析，三六零得以获取用户对于产品功能的需求，从而对新产品的研发提供思路和导向，真正做到“以用户安全需求为基础、提升用户体验为核心”的研发理念；通过对用户数据的分析，三六零能够准确地获取用户标签，对用户的兴趣和行为做出精准推测，从而实现用户与信息精准匹配与个性化推荐，在满足用户信息需求的同时，也极大地提高了广告分发效率，提升商业化效果。

## 6)人才优势

作为国内最优秀的互联网公司之一，拥有高素质、稳定的互联网人才队伍一直是三六零保持行业领先地位的重要保障。

三六零一直十分重视加强核心技术人员培养与储备，通过建立有竞争力的薪酬福利体系，确保核心人员的持续稳定；通过建立优秀人才培养模式，内外相结合的培训体系，实现核心人员的成长和梯队建设，有效地降低人才流失的风险；借鉴业界优秀管理架构，建立适合三六零业务特点的运营平台，让各类人才专精所长，充分发挥自己的才能；同时，三六零通过建立具有专业化、人性化的行政服务制度，提升员工的工作体验和办公环境舒适度，增强团队凝聚力和员工归属感。

在评估预测期内，行业竞争情况、标的资产竞争优势未发生重大变化，营业收入预测变化未受上述因素影响。

(2)结合前述市场竞争和标的资产情况，量化分析标的资产盈利预测期内营业收入持续增长的依据和合理性；

①三六零营业收入预测情况

收入预测情况见下表：

单位：千元

项目		2017年 4-12月	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年 及以后
互联网广告及服务	收入	7,125,353	9,979,342	11,344,858	12,092,030	12,863,491	13,692,688
	成本	1,505,917	2,091,292	2,356,983	2,502,519	2,653,320	2,814,610
	毛利率	78.87%	79.04%	79.22%	79.30%	79.37%	79.44%
互联网增值服务	收入	1,533,472	2,286,638	2,689,986	3,168,167	3,438,988	3,736,891
	成本	522,406	778,986	916,395	1,079,296	1,171,556	1,273,043
	毛利率	65.93%	65.93%	65.93%	65.93%	65.93%	65.93%
智能硬件	收入	754,629	1,158,413	1,390,096	1,529,105	1,682,016	1,850,218
	成本	641,435	955,691	1,112,077	1,223,284	1,345,613	1,480,174
	毛利率	15.00%	17.50%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%
其他	收入	114,268	149,849	163,682	181,664	193,353	202,315
	成本	57,134	74,924	81,841	90,832	96,677	101,157
	毛利率	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%
合计	收入	<b>9,527,722</b>	<b>13,574,242</b>	<b>15,588,621</b>	<b>16,970,966</b>	<b>18,177,848</b>	<b>19,482,112</b>
	成本	<b>2,726,892</b>	<b>3,900,894</b>	<b>4,467,295</b>	<b>4,895,931</b>	<b>5,267,165</b>	<b>5,668,984</b>
	毛利率	<b>71.38%</b>	<b>71.26%</b>	<b>71.34%</b>	<b>71.15%</b>	<b>71.02%</b>	<b>70.90%</b>

三六零营业收入主要来源于互联网广告及服务业务、互联网增值服务业务、智能硬件业务等，总体呈现持续稳定的增长态势。

②营业收入预测持续增长的依据和合理性分析

三六零营业收入持续增长，收入的持续增长主要得益于：国家产业政策对互联网行业的支持推动了整个行业的发展，三六零作为互联网行业的重要参与者经营业绩也随之提升；互联网及移动互联网的普及和用户不断增长推动了市场需求的持续增长；三六零互联网安全业务带来海量的用户基础。

## 1)互联网广告及服务收入预测合理性分析

### A.客户对互联网广告及服务的需求持续增长

受互联网用户人数增长、数字媒体使用时长增长、网络视听业务快速增长等因素推动，互联网广告迅速成为最重要的广告形式之一。根据艾瑞咨询《2017年中国网络广告市场年度监测报告》，在我国，互联网广告已经成为最重要的媒介载体，收入规模在杂志、广播、报纸、网络和电视广告中，占据接近70%的市场份额，越来越多的客户将营销预算投入到互联网和移动互联网上来。

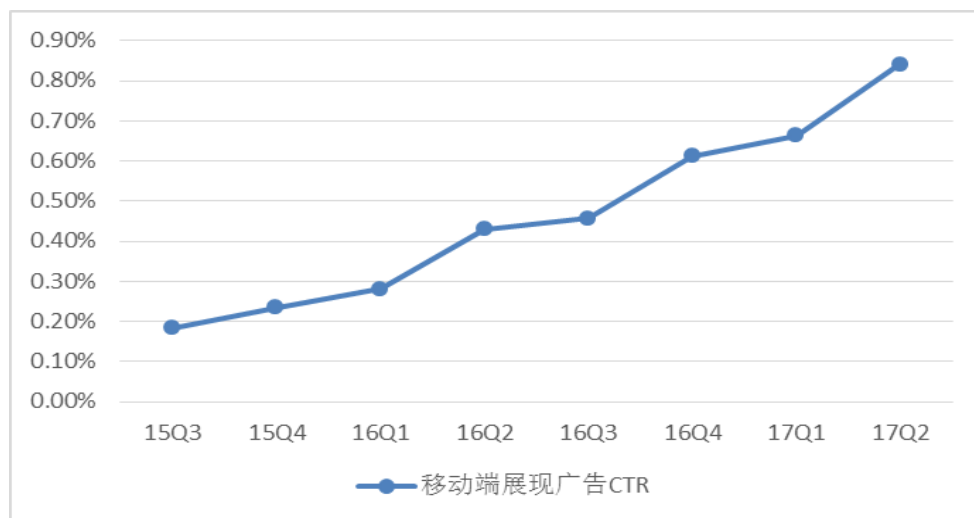
### B.三六零覆盖广泛优质媒体资源，组合投放提高营销效率

在三六零的互联网广告及服务业务平台上，客户可实现对三六零全线媒体资源和合作外部资源的一站式投放管理，可以对同一创意描述、关键词等在三六零提供的PC端和移动端广告位资源中进行共用，实现在包括360搜索、360导航、360安全浏览器、360手机助手和其他自有产品资源、以及外部合作资源的组合投放，极大的提高了客户的营销效率。

### C.三六零基于大数据技术实现广告的精准投放

三六零利用全产品线对用户自然属性(地域、性别等)、长期兴趣爱好和短期特定行为(搜索和浏览行为)的数据积累，借助对三六零庞大的互联网用户行为数据库的大数据分析技术和精准的受众定向技术，实现人群精准定向，帮助客户锁定目标人群，并通过三六零庞大的媒体流量矩阵帮助客户向目标人群进行精准的营销推荐，同时通过分析工具精准细致的追踪和分析营销效果，实时调整营销投放策略，大大提高了客户的投资回报率，从而吸引客户加大在360广告及服务业务上的投入，以及对于三六零大数据技术服务的依赖。

360展示广告精准投放效果趋势图



数据来源：根据360商业化后台下载数据后计算

D.三六零海量的用户基础和流量促进了互联网广告及服务收入的稳定增长。

三六零将 360 安全卫士、360 杀毒、360 浏览器、360 手机卫士等系列安全产品免费提供给互联网用户，凭借安全产品先进的技术水平和良好的用户体验，三六零成功开拓和积累了广泛的用户基础，持续保持用户粘性。海量的用户流量是三六零商业化的基础，三六零通过互联网广告及服务实现该流量的商业化变现。未来三六零计划继续以安全产品为根基，不断创新产品，为用户提供更多服务。目前，三六零已成功拓展 360 搜索、360 导航等信息获取类产品，正加速发展内容类产品，形成从信息安全到信息获取、内容聚合的完整的安全信息、内容服务闭环链条。

360 搜索发展年份较短，且前期发展战略导致 360 搜索商业化营收市场占比远低于流量占比，因此还有较大的增长潜力，搜索变现尚有提升空间。三六零的搜索日均页面浏览量增长主要来源于移动搜索页面浏览量增长，移动搜索页面浏览量增长主要来源于搜索用户市场份额稳步增长以及移动端浏览器流量增长。借助 360 在 PC 端浏览器品牌认知优势，360 从 2016 年下半年大力发展移动端浏览器，迅速获取市场。

360 导航用户忠诚度较高，其主要来自自有渠道 360 浏览器，360 浏览器有着广大忠实用户基数。360 不断投入产品和技术团队优化浏览器用户体验，保持良好产品口碑。根据艾瑞数据表明，截至 2017 年 3 月基于 PC 的安全浏览器月度活跃用户达到 4.03 亿人。360 导航作为流量最大、最安全的上网起始页，不断推出定制化创意，在确保大流量高曝光、吸引用户眼球的同时，突显客户品牌行业地位，成为大平台营销深度合作伙伴们之一。此外，三六零不断创新产品的营销推荐样式，除传统文字链，不断创新富媒体和品牌直达等样式，从而不断提升用户转化，增强搜索产品的实际变现能力。

360 内容类产品商业化起步相对较晚，但三六零正依据平台用户画像系统所揭示的用户喜好和特性，通过智能化广告推荐等手段，不断优化客户的使用体验，增强用户使用粘性，提升广告投放效率，从而增强三六零内容类产品商业化的议价能力和变现能力。目前，三六零还有一些新产品没有进行商业化变现，但已经积累了大量的用户，如 360 娱乐是 2016 年 Q4 新发布的产品，短短几个月迅速获得大量用户的喜爱，月度活跃用户 7000 万，未来增长潜力较大。

综上所述，随着客户对互联网广告及服务需求的持续增长，产品的不断优化拓展，广告精准投放、商业化变现能力以及客户投放意愿的提升，三六零互联网广告及服务收入稳步增加具备一定合理性和可行性。

## 2)游戏业务收入预测合理性分析

### ①三六零报告期内游戏收入占比情况

单位：千元

项目名称		2014年	2015年	2016年	2017年1-3月
营业收入		7,819,547	9,357,095	9,904,341	2,438,434
游戏收入	收入	2,945,621	2,657,971	2,613,077	515,575
	占比	37.67%	28.41%	26.38%	21.14%

报告期内，三六零游戏业务收入按游戏种类分类情况如下：

单位：千元

项目	2014年度		2015年度		2016年度		2017年1-3月	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
手游	963,576	32.71%	1,458,240	54.86%	1,603,382	61.36%	317,346	61.55%
页游	1,982,045	67.29%	1,193,753	44.91%	993,275	38.01%	191,258	37.10%
端游	-	-	5,978	0.22%	16,420	0.63%	6,970	1.35%
合计	2,945,621	100.00%	2,657,971	100.00%	2,613,077	100.00%	515,575	100.00%

报告期内，三六零的手游业务收入金额分别为 96,357.63 万元、145,823.99 万元、160,338.20 万元和 31,734.64 万元，占游戏业务收入的比例分别为 32.71%、54.86%、61.36%和 61.55%，占比呈上升趋势。页游业务收入金额分别为 198,204.49 万元、119,375.33 万元、99,327.46 万元和 19,125.84 万元，占游戏业务收入的比例分别为 67.29%、44.91%、38.01%和 37.10%，占比呈下降趋势。端游业务收入金额为 597.76 万元、1,642.03 万元和 696.99 万元，占游戏业务收入的比例分别为 0.22%、0.63%和 1.35%，占比呈上升趋势。

## ②三六零游戏业务收入变动的主要原因

1) 手游方面，近几年随着移动互联网的普及、智能手机用户的不断增长，整个游戏行业格局发生了变化，手游市场大规模增长。三六零积极布局手游市场、大力拓展手游运营业务，历史年度手游运营收入保持稳定增长；2017年以来，受行业政策、市场和自身经营策略、人员调整等因素影响，短期出现一定波动，但整体来看，未来几年随着行业的快速增长，手游业务仍将保持增长态势。

2) 页游方面，在整个页游市场下滑的行业背景下，三六零通过主动调整业务团队、修正运营策略，筛选游戏和投放渠道提升运营效率，逐步提高游戏平台运营的利润率和产品生命周期，但是受行业整体趋势影响，页游收入仍有所下降。

3) 端游方面，公司在2016年成立专职端游团队。端游业务开展时间相对较短，但通过三六零本身PC端过亿用户市场规模与手游、页游的游戏用户数据基础，端游运营收入具备一定的成长空间。

## ③预测未来收入的合理性分析

### 1) 游戏收入未来预测收入及占比情况

单位：千元

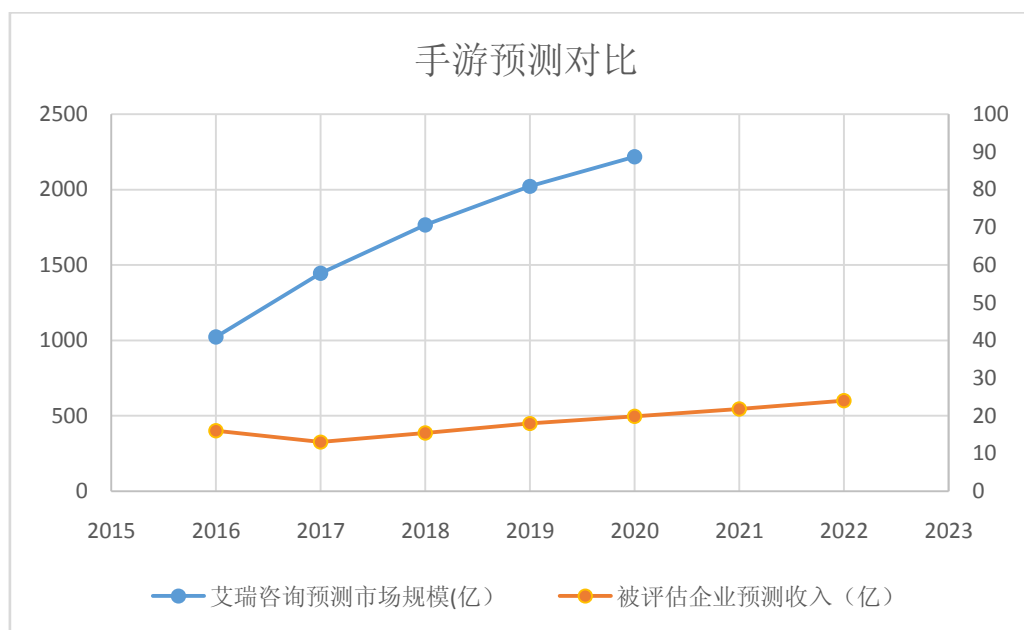
项目名称	2017年 4-12月	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
营业收入	9527,722	13,574,242	15,588,621	16,970,966	18,177,848	19,482,112
游戏收入	收入	1,533,472	2,286,638	2,689,986	3,168,167	3,438,988
	占比	<b>16.09%</b>	<b>16.85%</b>	<b>17.26%</b>	<b>18.67%</b>	<b>18.92%</b>

历史期，游戏收入占比分别为37.67%、28.41%、26.38%、21.14%，未来预测游戏收入占比为16%-19%之间，较历史期游戏预测收入相对稳健保守。

## 2) 各游戏业务预测合理性分析

### A. 手游业务

三六零手游业务未来收入预测与艾瑞咨询《2017年中国网络游戏行业研究报告》手游市场规模预测比较如下：

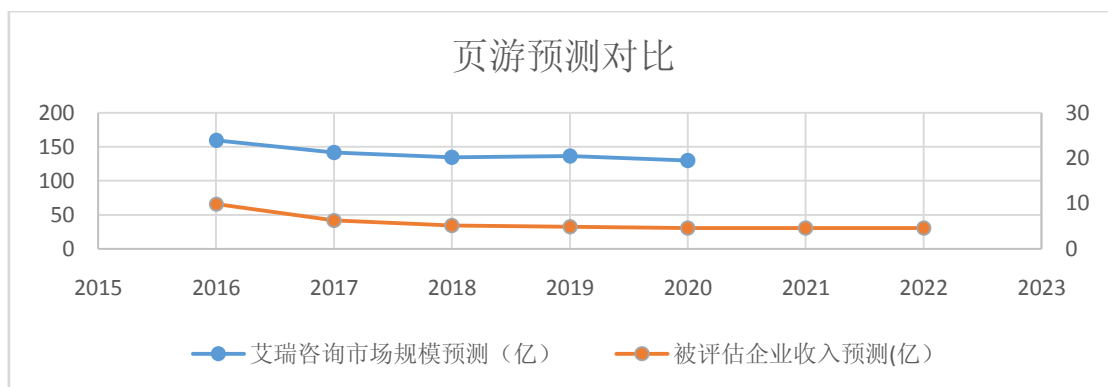


从市场分析来看，三六零手游业务未来增长趋势与行业增长趋势相比相对谨慎。从手游运营经验来看，截至2017年3月31日，三六零游戏在线运营手机游戏有数千款，联运游戏累计下载量约29.65亿次，三六零具有较为丰富的游戏运营经验。从游戏储备来看，三六零手游与国内多家一线厂商建立了长期的合作关系，可确保未来稳定的游戏储备。三六零的用户规模优势有利于在推荐新游戏时，可以迅速在原有用户中推广，降低推广时间及推广成本。其发行经验形成的数据量庞大的、跨越PC/移动端的大数据体系有利于三六零游戏能够准确地获取用户标签，对用户的兴趣和行为做出精准推测，极大地提高了游戏分发效率，提升商业化效果。在此基础上，三六零计划未来持续加大游戏独代产品储备，提升整体手游发行规模。此外，自2017年开始，三六零已逐步开拓海外发行市场。

### B. 页游业务

根据艾瑞《2017年中国网络游戏行业研究报告》，受到手机游戏的影响，用户跨屏转移导致了页游市场规模的衰减。针对页游市场规模连续下降趋势，三六零调整业务策略，减少外部投放比例，并通过内部大数据分析 & 数据计算，挑选出回报高的渠道进行投放，实现页游盈利水平的提升。

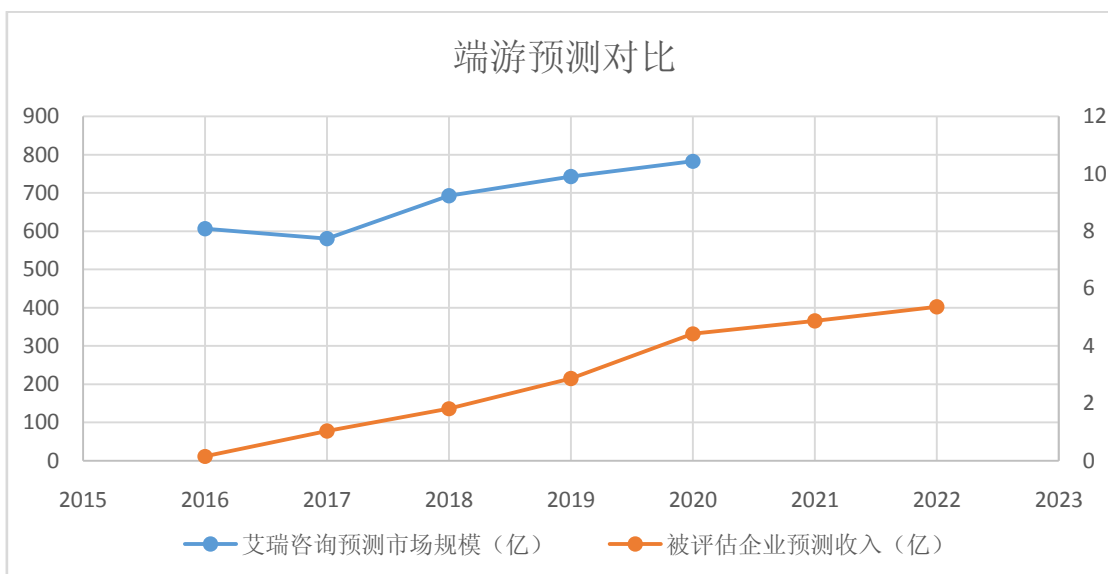




三六零 PC 端流量保持相对稳定，后续将通过优质游戏的上线运营增强流量的变现。同时，三六零通过渠道精细运营、素材多元化、增加新开资源位、进入游戏路径缩短以及智能推荐等方面不断提升渠道的使用效能。

### C.端游业务

端游市场规模相对稳定，且游戏生命周期长、玩家相对成熟、游戏利润水平较高。三六零借助自身在 PC 端庞大的用户规模及长期建立的厂商合作关系，联合运营发行端游，成为三六零游戏新的增长点。作为市场后入者，三六零在端游业务上利用对三六零玩家特征分析与大数据，引入国际顶尖厂商的产品，进行本土化运营及发行。

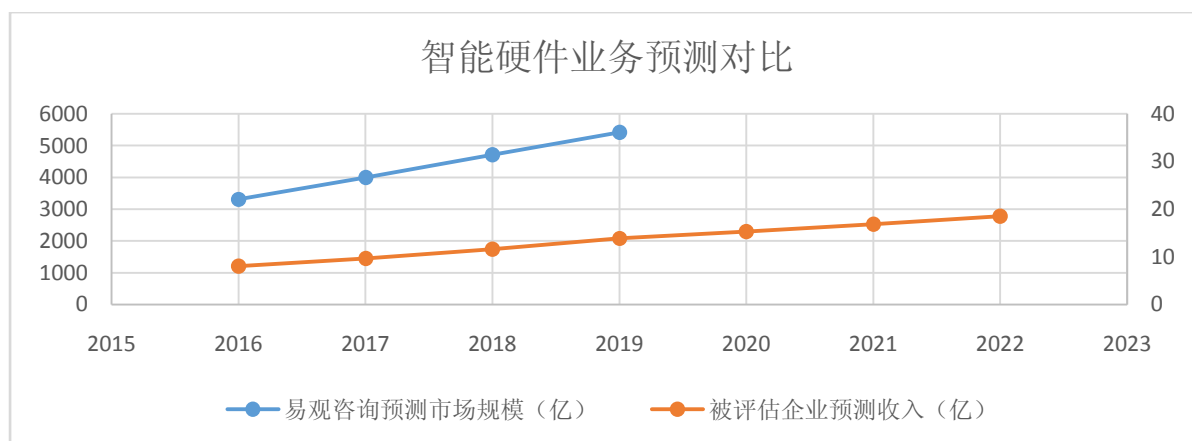


三六零预测端游业务增长趋势快于行业趋势。这是由于三六零端游市场收入基数较小，在未来几年预计会带来持续的较大幅度增长。

综上所述，三六零的手游、页游、端游业务预测均具备一定合理性和可行性。

### 3)智能硬件业务收入预测合理性分析

三六零智能硬件业务的主要盈利模式是依托三六零在品牌知名度、安全领域技术能力、APP应用程序的丰富性、360社区生态圈等多方面的优势，不断研发和推出新产品、新应用，主要采用OEM模式，产品包括儿童智能手表、智能摄像机、行车记录仪等智能硬件产品。2015年、2016年和2017年1-3月，智能硬件业务收入金额分别为27,692.00万元、80,445.40万元和21,071.50万元，其中，2016年较2015年增长了190.50%，智能硬件业务收入有较大幅度增长。未来三六零将围绕重点核心人群开发系列产品，在智能硬件业务健康发展的前提下提供更多的增值服务，加强智能硬件的社区建设，进一步提高产品的用户粘性及核心竞争力，提高三六零的盈利能力。



从三六零的智能硬件业务的历史增长和未来与预测市场规模增长对比来看，智能硬件业务预测具备一定合理性和可行性。

(3)可比上市公司和标的资产的业务结构数据，说明标的资产毛利率高于可比上市公司的具体原因。

可比上市公司与三六零分业务的收入情况如下：

单位：千元(其中搜狐与新浪收入单位为千美元)

公司名称	项目	2017年1-6月		2016年		2015年		2014年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
腾讯	网络广告	10,148,000	17.93%	26,970,000	17.75%	17,468,000	16.98%	8,308,000	10.53%
	增值服务	36,804,000	65.02%	107,810,000	70.96%	80,669,000	78.42%	63,310,000	80.21%
	电子商务服务	-	-	-	-	-	-	4,753,000	6.02%
	其他	9,654,000	17.05%	17,158,000	11.29%	4,726,000	4.59%	2,561,000	3.24%
	<b>合计</b>	<b>56,606,000</b>	<b>100%</b>	<b>151,938,000</b>	<b>100%</b>	<b>102,863,000</b>	<b>100%</b>	<b>78,932,000</b>	<b>100%</b>
百度	互联网营销	17,883,000	85.67%	64,525,115	91.46%	64,037,006	96.47%	48,495,215	98.86%
	其他	2,991,000	14.33%	6,024,249	8.54%	2,344,723	3.53%	557,103	1.14%
	<b>合计</b>	<b>20,874,000</b>	<b>100%</b>	<b>70,549,364</b>	<b>100%</b>	<b>66,381,729</b>	<b>100%</b>	<b>49,052,318</b>	<b>100%</b>
搜狐	品牌广告	167,483	20.05%	447,956	27.14%	577,114	29.79%	541,158	32.35%
	搜索及搜索相关	328,782	39.36%	597,133	36.18%	539,521	27.85%	357,839	21.39%
	<b>互联网广告合计</b>	<b>496,265</b>	<b>59.41%</b>	<b>1,045,089</b>	<b>63.32%</b>	<b>1,116,635</b>	<b>57.64%</b>	<b>898,997</b>	<b>53.73%</b>
	网络游戏	207,723	24.87%	395,709	23.98%	636,846	32.88%	652,008	38.97%
	其他	131,283	15.72%	209,633	12.70%	183,610	9.48%	122,072	7.30%
	<b>合计</b>	<b>835,271</b>	<b>100%</b>	<b>1,650,431</b>	<b>100%</b>	<b>1,937,091</b>	<b>100%</b>	<b>1,673,077</b>	<b>100%</b>
新浪	门户广告	137,722	21.62%	304,090	29.50%	340,814	38.70%	375,504	48.88%
	微博	452,574	71.05%	651,915	63.24%	477,891	54.26%	334,172	43.50%
	其他	46,701	7.33%	74,931	7.27%	61,964	7.04%	58,565	7.62%
	<b>合计</b>	<b>636,997</b>	<b>100%</b>	<b>1,030,936</b>	<b>100%</b>	<b>880,669</b>	<b>100%</b>	<b>768,241</b>	<b>100%</b>
网易	网络游戏	9,430,175	70.50%	27,980,491	73.29%	17,314,148	75.93%	9,266,158	79.11%
	广告	595,593	4.45%	2,152,379	5.64%	1,789,377	7.85%	1,344,829	11.48%
	电子邮箱、电商及其他	3,350,280	25.05%	8,045,974	21.07%	3,699,370	16.22%	1,101,847	9.41%
	<b>合计</b>	<b>13,376,048</b>	<b>100%</b>	<b>38,178,844</b>	<b>100%</b>	<b>22,802,895</b>	<b>100%</b>	<b>11,712,834</b>	<b>100%</b>
人民网	广告及宣传服务	-	-	641,746	44.82%	727,450	45.33%	571,733	36.09%
	移动增值服务	-	-	460,173	32.14%	522,190	32.54%	429,839	27.14%

	信息服务	-	-	304,408	21.26%	267,349	16.66%	269,429	17.01%
	互联网彩票服务	-	-	-	-	46,709	2.91%	285,666	18.03%
	其他业务	-	-	25,466	1.78%	41,064	2.56%	27,392	1.73%
	<b>合计</b>	<b>562,237</b>	<b>100%</b>	<b>1,431,793</b>	<b>100%</b>	<b>1,604,762</b>	<b>100%</b>	<b>1,584,059</b>	<b>100%</b>
新华网	网络广告	-	-	633,836	46.56%	478,318	47.95%	348,346	54.96%
	信息服务	-	-	386,182	28.37%	277,664	27.84%	147,038	23.20%
	移动互联网	-	-	271,928	19.97%	169,332	16.98%	65,133	10.28%
	网站建设及技术服务	-	-	72,154	5.30%	72,219	7.24%	73,785	11.64%
	内部抵消	-	-	-2,743	-0.20%	-	-	-472	-0.07%
	<b>合计</b>	<b>562,845</b>	<b>100%</b>	<b>1,361,357</b>	<b>100%</b>	<b>997,534</b>	<b>100%</b>	<b>633,830</b>	<b>100%</b>
三六零	互联网广告及服务	3,827,522	72.44%	5,922,844	59.80%	5,893,491	62.98%	4,128,681	52.80%
	互联网增值服务	880,548	16.66%	2,624,086	26.49%	2,745,699	29.34%	3,533,533	45.19%
	1)游戏	876,333	16.58%	2,613,077	26.38%	2,657,971	28.41%	2,945,621	37.67%
	2)其他	4,215	0.08%	11,009	0.11%	87,728	0.94%	587,912	7.52%
	智能硬件	463,588	8.77%	804,454	8.12%	276,920	2.96%	-	-
	其他	112,707	2.13%	552,957	5.58%	440,985	4.71%	157,333	2.01%
	<b>合计</b>	<b>5,284,365</b>	<b>100%</b>	<b>9,904,341</b>	<b>100%</b>	<b>9,357,095</b>	<b>100%</b>	<b>7,819,547</b>	<b>100%</b>

可比上市公司分业务的毛利率情况如下：

单位：%

公司名称	项目	2017年 1-6月	2016年	2015年	2014年
腾讯	增值服务	60.60	65.10	64.77	67.43
	网络广告	37.85	42.91	48.81	43.91
	电子商务服务	-	-	-	6.44
	其他	22.39	15.95	9.69	55.21
	<b>主营业务毛利率</b>	<b>50.01</b>	<b>55.61</b>	<b>59.53</b>	<b>60.89</b>
百度	互联网营销	-	-	-	-
	其他	-	-	-	-
	<b>主营业务毛利率</b>	<b>49.31</b>	<b>50.00</b>	<b>58.64</b>	<b>61.50</b>
搜狐	品牌广告	-22.36	17.16	33.60	43.14
	搜索及搜索相关	45.62	51.41	55.71	54.19

	互联网广告毛利率	22.68	36.73	44.29	47.54
	网络游戏	86.46	75.70	75.45	78.14
	其他	35.08	51.16	56.09	41.46
	主营业务毛利率	40.49	47.90	55.65	59.02
新浪	门户广告	59.97	55.21	53.68	54.17
	微博	78.61	73.78	70.29	74.98
	其他	42.30	36.53	42.62	40.81
	主营业务毛利率	71.92	65.59	61.92	62.21
网易	网络游戏	63.15	64.35	68.85	78.48
	广告	67.60	65.15	66.52	65.91
	电子邮箱、电商及其他	11.32	28.03	7.89	44.25
	主营业务毛利率	50.37	56.74	58.78	72.15
人民网	广告及宣传服务	-	43.15	49.78	58.04
	移动增值服务	-	46.09	54.71	52.79
	信息服务	-	37.17	44.77	46.84
	互联网彩票服务	-	-	69.77	68.88
	其他业务	-	24.00	73.17	74.07
	主营业务毛利率	33.63	42.49	51.75	56.94
新华网	网络广告	-	56.62	62.34	65.95
	信息服务	-	73.06	80.58	55.15
	移动互联网	-	11.03	9.05	15.18
	网站建设及技术服务	-	22.22	39.79	53.15
	内部抵消	-	-	-	-
	主营业务毛利率	50.17	50.30	56.74	56.79
可比公司毛利率平均值		49.41	52.67	57.58	61.36
三六零	互联网广告及服务	80.32	79.28	82.30	79.04
	互联网增值服务	66.45	66.16	71.91	88.07
	1)游戏	66.30	66.03	71.55	87.14
	2)其他	97.46	97.20	82.78	92.75
	智能硬件	16.36	9.85	13.91	0.00
	其他	61.50	66.23	66.18	65.32
	主营业务毛利率	72.01	69.44	76.47	82.85

从上表可知，三六零的业务结构与可比上市公司的业务结构均存在较大差异，同时各公司相似业务类型的毛利率之间也存在较大差异。报告期内，三六零的毛利率水平高于上述可比上市公司，主要原因是：①三六零采用免费提供互联网安全产品，为用户提供安全的互联网活动接入点和信息内容，在此基础上进行商业化转换的运营模式，其主要用户流量均来自自身的互联网安全等相关产品，外部内容采购成本、流量采购成本等占比较小，而相关互联网安全产品的研发投入计入管理费用，因此，较可比上市公司，三六零毛利率较高的同时期间费用率也偏高。②三六零的主营业务收入中互联网广告及服务的收入占比较大，而三六零的互联网广告及服务的毛利率相对于其他业务毛利率较高，因此，三六零的综合毛利率高于上述可比上市公司。

## 二、会计师意见

公司上述有关目前三六零所在行业竞争情况以及报告期毛利率高于可比公司的原因及合理性分析与我们在审计财务报表过程中了解到的信息一致。

反馈问题 7、标的资产互联网广告及服务的销售模式分为直客模式和代理模式，计费模式具体包括固定收费类、竞价类等；标的资产游戏业务收入一般在游戏币的消耗时点确认；其中部分游戏，由于三六零承担游戏内相关道具数据的维护责任，因此收入在道具的消耗时点确认。请补充披露：(1)结合标的资产互联网广告业务的具体业务模式，说明标的资产互联网广告业务的具体收入确认方法，包括计费次数的数据来源、客户确认接受服务次数的条件、周期以及方式方法等；(2)报告期内，标的资产各期游戏业务充值金额，以及其中活跃用户的充值金额；(3)结合用户充值、购买游戏币、购买道具、道具合成转换和消耗等流程，说明标的资产游戏业务的具体收入确认方法。请财务顾问和会计师发表意见。

## 一、公司说明

### 1)三六零互联网广告业务的具体收入确认方法

三六零通过提供免费的安全业务及相关产品聚集了海量用户，进而在海量用户基础上通过商业化业务进行变现。在具体业务实施中，三六零借助由 360 安全产品、360 信息及内容类产品积聚的庞大用户群体，凭借良好的品牌价值，成为商业客户推广其产品的重要平台，进而通过 360 搜索、360 导航、360 安全浏览器、360 手机助手等产品提供互联网广告及服务。

三六零的互联网广告及服务业务可分为固定费用类及竞价类两种类型：

#### ①固定费用类互联网广告

固定费用类互联网广告及服务为三六零与客户在业务合同中明确约定营销推荐方式，如：位置、时间及价格等，三六零按照合同约定进行营销推荐，如客户未在合同约定的异议期内(一般为 3 天)提出书面异议，则视同客户确认服务提供完毕。对于固定费用类的互联网广告收入，三六零在合同期内按照直线法确认收入。

#### ②竞价类互联网广告

竞价类互联网广告主要为按用户的特定行为收费，按带来的销售量、按点击次数、展示次数或者下载数量等方式进行收费。三六零在互联网广告及服务业务平台上为客户提供资源的组合投放，客户针对某一时间段的营销推荐位置动态竞价，价格由客户竞价决定，受客户付费意愿、所属行业等因素影响。互联网广告及服务业务平台统计用户的特定行为数量(如点击次数、展示次数或下载次数等)，并将客户的动态竞价结果作为销售价格，向客户提供实时或分日报表。如客户未在合同约定的异议期内(一般为 3 天)提出书面异议，则视同客户确认服务提供完毕。对于竞价类互联网广告，三六零以互联网广告及服务业务平台中的计费数量乘以销售价格确认收入。

涉及商业折扣的，按照扣除商业折扣后的金额确定收入金额。

## (2)各期游戏业务充值金额

报告期内，三六零游戏平台用户充值金额及活跃用户充值金额如下：

时间	游戏业务充值金额(千元)
2014年	4,617,881
2015年	4,564,517
2016年	4,389,579
2017年1-6月	1,434,775

## (3)三六零游戏业务的具体收入确认方法

三六零游戏业务是集游戏发行、运营、推广和服务为一体的综合游戏资源平台，拥有运营包括页游、端游、移动端在线游戏、单机游戏分发等全品类互联网游戏的能力，形成了以360手机助手、360游戏大厅等移动端平台为核心的移动游戏运营分发平台，以wan.360.cn、www.youxi.com为主的网页游戏运营平台。

三六零获得一款游戏的运营权或代理权后，游戏研发商将游戏链接放于360游戏平台上，依靠三六零庞大的用户群对游戏进行推广。游戏玩家通过三六零的网络平台或通过手机端注册为360游戏玩家，而后通过结算系统对账户进行充值；充值后，按照与游戏研发商合同约定的比率兑换为游戏币；游戏玩家在游戏内可以直接使用游戏币或购买道具后使用。

根据三六零与游戏研发商的协议，针对在360游戏平台上运营的游戏，三六零负责游戏的推广、在线充值客服及充值收款的统一管理，游戏研发商承担维护游戏服务器稳定及游戏道具消耗数据的义务。因此，三六零在游戏币购买道具时已经提供完毕服务，由此，在游戏币的消耗时点确认收入。

如果根据与研发商的协议，除上述提及的义务外，三六零还承担游戏内相关道具数据的维护责任，则三六零在道具消耗完毕时点确认收入。



## 二、会计师意见

公司上述有关三六零互联网广告业务和游戏业务的具体业务模式以及游戏业务充值金额与我们在审计财务报表过程中了解到的信息一致。公司互联网广告业务及游戏业务的收入确认原则符合《企业会计准则》的相关规定。

反馈问题 10、标的资产近三年曾进行过多次重组，包括受让控股股东持有的公司股权、拆除奇虎科技等 8 个公司的 VIE 结构、通过吸收合并并入境外股权资产等。请补充披露：(1)近三年被重组方的公司名称、资产总额、营业收入和净利润，是否与重组方为同一控制；(2)参照《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条发行人最近 3 年内主营业务没有发生重大变化的适用意见—证券期货法律适用意见第 3 号》等规定，说明本次交易前后，上市公司主营业务是否发生根本变化。请财务顾问、会计师和律师发表意见。

### 一、公司说明

(1)近三年被重组方的公司名称、资产总额、营业收入和净利润，是否与重组方为同一控制；

标的公司 2014 年度未进行重大资产重组，2015 年度被重组的主要公司及其前一会计年度相关财务数据如下表：

单位：千元

被重组公司名称	2014 年 12 月 31 日/2014 年度		
	总资产	营业收入	净利润
奇虎测腾	13,208	18,071	5,089
世界星辉	2,183,055	2,140,327	518,117
奇虎科技	3,082,541	2,680,233	188,749
其他被重组公司	231,330	87,469	20,166
合计	<b>5,510,134</b>	<b>4,926,100</b>	<b>732,121</b>

注：奇虎测腾、世界星辉、奇虎科技财务数据为母公司口径，其下属子公司财务数据包含在其他被重组公司财务数据中。

标的公司 2016 年度及 2017 年以来被重组的主要公司及重组前一会计年度相关财务数据如下表：

单位：千元

被重组公司名称	2015 年 12 月 31 日/2015 年度		
	总资产	营业收入	净利润
奇虎 360 科技	6,312	-	-135
奇虎智能	362,993	223,794	-75,276
奇逸软件	10,952	-	-48
北京远图	474,667	5	244,433
鑫富恒通	408,396	-	399,129
Qifei International	2,582,461	-	265,401
摩比神奇	353,619	135,798	-441,390
其他被重组公司	1,250,664	874,983	-448,049
<b>合计</b>	<b>5,450,064</b>	<b>1,234,580</b>	<b>-55,935</b>

注：奇虎 360 科技、奇虎智能、奇逸软件、北京远图、鑫富恒通、Qifei International、摩比神奇财务数据为母公司口径，其下属子公司财务数据包含在其他被重组公司数据中；奇虎 360 科技、奇逸软件、北京远图、鑫富恒通、Qifei International 主要业务为股权投资。

《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第七条规定：“合并财务报表的合并范围应当以控制为基础予以确定。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。本准则所称相关活动，是指对被投资方的回报产生重大影响的活动。被投资方的相关活动应当根据具体情况进行判断，通常包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处置、研究与开发活动以及融资活动等。”

周鸿祎自 2014 年 1 月 1 日起至私有化交割之日(2016 年 7 月 15 日)前，根据 Qihoo 360 年报显示，截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2016 年 2 月 29 日，周鸿祎拥有 Qihoo 360 股份的投票权比例分别为 38.1%、39.4%和 42.7%。持续足以对 Qihoo 360 股东大会决议产生重大影响。同时相较公司第二大股东其投票权比例差额均超过 20%，差异较为显著。此外，周鸿祎自 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 7 月 28 日境外退市期间，一直担任 Qihoo 360 董事长兼首席执行官(CEO)，为公司经营的实际管理者，因此周鸿祎为 Qihoo 360 的实际控制人。私有化之前的重组主要为标的公司与 Qihoo 360 控制的其他企业之间的重组，为同一控制下的重组。

2016年私有化后，周鸿祎拥有标的公司12.90%的股份，且通过奇信志成和天津众信实际控制标的公司54.78%的股份。根据奇信志成的股东于2016年3月31日签署的《天津奇信志成科技有限公司股东协议》及后续补充协议，就标的公司股东会决议事项中需奇信志成行使表决权的任何事项，奇信志成同意均应根据周鸿祎之指示进行表决。因此，周鸿祎拥有标的公司67.68%的股东表决权。此外，根据标的公司《公司章程》，董事会由七名董事组成，其中周鸿祎有权提名四名董事候选人。私有化之后的重组，被重组方系周鸿祎通过奇信志成控制的其他企业，与重组方系在同一控制人控制下进行。

**(2)按照《证券期货法律适用意见第3号》等规定，说明本次交易前后，上市公司主营业务是否发生根本变化。**

根据《证券期货法律适用意见第3号》，三六零重组前后主营业务未发生重大变化，具体如下：

①被重组方与三六零受同一控制人控制

近三年被重组方与三六零受同一控制人控制，具体参见本题第(1)问回复。

②被重组方业务与三六零重组前业务具有相关性

三六零通过一系列资产重组实现了对实际控制人控制下的相关资产、业务的整合，将互联网安全技术的研发、互联网安全产品的设计、研发、推广，以及基于互联网安全产品的互联网广告及服务、互联网增值服务、智能硬件业务等商业化服务集中于三六零。被重组方与三六零的业务具有相关性。

③重组对三六零资产总额、营业收入或利润总额的影响未超过100%

2016 年以来三六零同一控制下重组的指标测算如下：

单位：千元

项目	总资产	营业收入	利润总额
被重组方合计 (抵消关联交易后) 2015 年度/年末	5,450,064	1,234,580	-21,100
天津奇思(重组方) 2015 年度/年末	7,993,221	8,122,515	1,403,657
占比	68.18%	15.20%	-1.50%

由上表可见，被重组方重组前一个会计年度的营业收入及利润总额均未达到重组前标的公司相应项目的 50%。被重组方重组前一个会计年度末的资产总额超过重组前标的公司相应项目的 50%，但未超过 100%。上述重组属于标的公司报告期内对同一控制权人下相同、类似或相关业务进行重组的情况。根据《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条发行人最近 3 年内主营业务没有发生重大变化的适用意见——证券期货法律适用意见第 3 号》的规定，标的公司主营业务未发生重大变化。

综上，三六零实施的资产重组系对实际控制人控制下相同、类似或相关业务的全 面整合，被重组方重组前一个会计年度的相关财务数据均未超过重组前三六零相应项 目的 100%，三六零主营业务未发生重大变化。

## 二、会计师意见

公司上述有关近三年被重组方的公司名称、资产总额、营业收入和净利润以及本 次交易前后上市公司主营业务未发生根本变化的说明与我们在审计财务报表过程中了 解到的信息一致。公司对于上述同一控制下企业合并的会计处理符合《企业会计准则》 的相关规定。

(本页无正文，为《德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)对<关于对江南嘉捷电梯股份有限公司重大资产出售、置换及发行股份购买资产报告书(草案)信息披露的问询函>相关问题回复之意见》之签字盖章页)

德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)

中国·上海

中国注册会计师

付建超

单莉莉

2017年11月6日