

大信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于中国证券监督管理委员会对国旅联合股份有限公司发
行股份及支付现金购买资产并配套募集资金暨关联交易
申请文件反馈意见的回复

中国证券监督管理委员会：

贵会于2017年11月22日签发《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（172182号）（以下简称“反馈意见”）。大信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”、“大信所”）对反馈意见中涉及会计师的问题回复如下，请予审核。

如无特殊说明，本回复说明采用的释义与《国旅联合股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）》一致；本回复中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

“3. 申请材料显示，上海度势体育文化传播有限公司（以下简称度势体育或标的资产）自2016年开始全面开展体育营销等体育相关业务，2016年和2017年上半年，度势体育向前五大客户的销售比例分别为86.50%和84.11%，从前五大供应商的采购比例分别为84.43%和98.39%。请你公司补充披露度势体育与报告期内前五大客户有无长期合作框架协议、历史合作年度有无经济纠纷、主要业务合同签订周期，并充分披露客户依赖产生的原因、对度势体育持续盈利稳定性的具体影响及应对措施。请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。”

【回复】：

一、补充披露度势体育与报告期内前五大客户有无长期合作框架协议、历史合作年度有无经济纠纷、主要业务合同签订周期。

（一）度势体育与2016年度、2017年上半年前前五大客户有无长期合作框架协议

度势体育自2016年开始全面开展体育营销等体育相关业务。2016年度势体育的前五大客

户分别为National Olympic Committee of Turkmenistan、Puri Sport Marketing Limited、博迪加科技（北京）有限公司、乐视体育文化产业发展（北京）有限公司和上海宇腾电讯科技有限公司，2017年上半年度势体育的前五大客户分别为浙江莱茵体育运营有限公司、上海游族体育文化传播有限公司、Asia Sports and Media Limited、暴风体育（北京）有限责任公司和北京明道文化传播有限公司。度势体育未与上述客户签订长期合作框架协议。

（二）度势体育与 2016 年度、2017 年上半年前五大客户历史合作年度有无经济纠纷

截至本回复报告签署日，度势体育与上述客户就业务合作事项不存在诉讼、仲裁、其他争议或纠纷。

（三）度势体育与 2016 年度、2017 年上半年前五大客户主要业务合同签订周期

1、2017年上半年合同签订情况

单位：万元

客户名称	主要服务内容	合同金额	合同周期
浙江莱茵体育运营有限公司	为其收购体育资产提供专业咨询服务	980.00	2016年10月至2017年6月
上海游族体育文化传播有限公司	为其收购体育资产提供专业咨询服务	700.00	2017年1月至2017年12月
Asia Sports and Media Limited	促成其与版权需求方达成合作	95.00（万美元）	2017年4月至2017年12月
暴风体育（北京）有限责任公司	与其就其赞助爱球迷平台暨爱超联赛事宜达成合作	380.00	2017年1月至2017年12月
	体育品牌营销推广	48.00	2017年6月至2017年8月
北京明道文化传播有限公司	为某知名体育品牌举办体育赛事营销活动提供专业咨询服务	500.00	2017年1月至2017年12月 （如双方均有继续合作的意愿，合同期可顺延两年）

2、2016年合同签订情况

单位：万元

客户名称	主要服务内容	合同金额	合同周期
National Olympic Committee of Turkmenistan	促成其与某知名体育品牌就其主办的第五届亚洲室内运动及武道大会赞助事宜达成合作等	80.00（万美元）	2016年1月至2016年12月
Puri Sport Marketing Limited	促成某国奥委会与某知名体育品牌就赞助事宜达成合作	75.00（万美元）	2016年2月至2016年12月
博迪加科技（北京）有限公司	为博迪加提供体育营销资源整合推广的全案策略及策划、提供定制的品牌宣传服务、促成体育人士、组织使用博迪加产品的推广服务等	500.00	2016年1月至2016年12月
乐视体育文化产业发展（北	为其《女神欧洲杯》体育栏目制	460.00	2016年3月至2016年7月

客户名称	主要服务内容	合同金额	合同周期
京)有限公司	作提供专业咨询服务等		
上海宇腾电讯科技有限公司	促成其与日本体育品牌美津浓就代理事宜达成合作	435.00	2016年1月至2016年12月

二、客户集中度较高的原因、对度势体育持续盈利稳定性的具体影响及应对措施

(一) 客户集中度较高的原因

2016年和2017年上半年，度势体育前五大客户及销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例
2017年 1-6月	1	浙江莱茵体育运营有限公司	924.53	28.65%
	2	上海游族体育文化传播有限公司	660.38	20.46%
	3	Asia Sports and Media Limited	607.10	18.81%
	4	暴风体育(北京)有限责任公司	286.79	8.89%
	5	北京明道文化传播有限公司	235.85	7.31%
	合 计		2,714.65	84.11%
2016年	1	National Olympic Committee of Turkmenistan	523.55	19.41%
	2	Puri Sport Marketing Limited	490.83	18.19%
	3	博迪加科技(北京)有限公司	471.70	17.48%
	4	乐视体育文化产业发展(北京)有限公司	437.24	16.21%
	5	上海宇腾电讯科技有限公司	410.38	15.21%
	合 计		2,333.68	86.50%

自2016年以来，度势体育致力于为上游体育资源方实现商业价值变现以及为目标品牌客户实现营销推广等需求。就报告期内度势体育已向客户提供的部分专业服务而言，例如促成土库曼斯坦等国奥委会与国内知名体育品牌就其主办的第五届亚洲室内运动及武道大会赞助事宜达成合作、为国内体育公司收购体育资产提供专业咨询服务、促成版权资源方与版权需求方达成合作等，同一客户该等业务需求重复发生的频率相对较低。因此，报告期内，度势体育前五大客户各个期间不尽相同，尚不存在对其中特定客户的重大依赖。

度势体育自2016年开始全面开展体育营销等体育相关业务，2016年和2017年上半年，度势体育向前五大客户的销售比例分别为86.50%和84.11%，客户集中度较高，主要原因如下：

1、度势体育项目相对较少。报告期内度势体育尚处于业务开拓期，受限于资金、人力资源等因素，度势体育无法同时承接大量业务，度势体育在开展业务过程中优先保障重点项目的落地，该等重点项目通常具有合作伙伴知名度较高、过往合作良好、项目本身可产生较好

的市场声誉和品牌效应等特点，且单个项目规模相对较大，因而导致项目数量相对较少、客户集中度较高。

2、客户集中度高符合行业惯例。我国体育产业起步较晚，体育行业内优秀企业较为集中、对头部体育资源的需求亦较为集中，同行业可比公司前五大客户收入占比情况如下：

公司名称	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年
苏州双刃剑	无公开信息	94.98%	92.83%	96.74%	无公开信息
欧迅体育	20.49%	36.23%	60.60%	87.69%	73.33%

注1：苏州双刃剑2015年前五大客户收入占比系1-5月数据（苏州双刃剑于2016年1月被当代明诚（600136.SH，原证券简称为“道博股份”）全资收购）。

注2：欧迅体育（430617.OC，现证券简称为“ST欧讯”）于2014年1月挂牌新三板。

上述可比公司在登录资本市场前的前五大客户收入占比均处于较高水平。其中，欧迅体育在挂牌新三板后通过定向增发募集资金、拓宽业务模式、扩大业务规模，前五大客户收入占比有所下降。因此，度势体育主要客户集中度较高符合行业惯例。

本次重组完成后，借助上市公司平台，度势体育将提升业务获取能力和业务承接能力。随着度势体育业务稳步发展，客户集中度将逐渐下降。

（二）客户集中度较高对度势体育持续盈利稳定性的具体影响

报告期内，度势体育客户集中度较高，且度势体育部分业务存在同一客户同类业务需求重复发生的频率相对较低的情况，因而导致度势体育前五大客户各个期间不尽相同。因此，度势体育尚需通过持续开拓新的体育资源和客户、扩大业务范围、增加业务种类等方式确保持续盈利稳定性。

尽管度势体育与体育资源方和目标品牌客户均有着良好的合作关系，在体育专业服务上有着较强的运作能力，中国体育行业快速发展亦将有力推动度势体育各项业务的快速发展，确保度势体育持续盈利的稳定性。但是，除本回复报告及本次重组报告书中已披露的度势体育已与有关客户签订的在手业务合同之外，度势体育各业务板块未来能否持续开拓新的体育资源和客户、并持续获得体育资源方和目标品牌客户的业务需求和商业机会尚存在不确定性。

度势体育客户集中度较高，且其未来业务开拓尚存在不确定性，可能导致度势体育未来的收入规模和利润水平发生不利变动，从而对其持续盈利稳定性造成不利影响。

（三）度势体育对客户集中度较高的应对措施

度势体育主要从以下方面降低客户集中度较高对其持续盈利稳定性的不利影响：

1、行业发展空间较大，度势体育将通过持续强化自身核心优势提升市场竞争力、维持盈

利稳定性

2014年11月，国务院颁布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（国发〔2014〕46号），该文指出，2025年中国体育产业总规模将达到5万亿。在该文基础上国家体育总局预测，2015年体育产业将基本实现增加值4000亿元，按照规划年复合增速将达28.7%；据统计，全国31个省（区、市）在2025年体育产业规模的目标值合计超过7万亿元，即相应年复合增速达到33.14%。根据体育总局最新统计数字，预计到2020年，产业总规模将超过3万亿元，占GDP比重将达1.0%，2016-2020年增长空间为2.6万亿，年复合增速达到49.62%。总体来看，未来5-10年体育产业将处于高速发展阶段。其中，我国体育服务行业产值占体育产业增加值的比重低于美国等发达国家水平，随着产业结构调整与升级，我国体育服务产业年均复合增长率将远高于体育产业的整体增长率。体育营销作为体育服务的核心内容，有望迎来高速发展。

度势体育作为一家专注于体育行业的综合性专业服务企业，其核心竞争力主要在于其拥有优质的资源和具有专业的运作团队。度势体育核心股东的教育背景、任职经历、专业能力和职业素养使其具有优秀的国际化视野以及直接与国际顶级体育资源方或其代理机构顺畅沟通的渠道和能力，目前，度势体育仍在持续加强整合优质资源和建设人才队伍，提高为客户提供高质量全方位体育专业服务的能力，从而持续提升度势体育市场口碑和行业地位，为度势体育维护现有优质客户和开拓新客户、进而扩大业务规模、提升盈利能力提供基础。

报告期内度势体育尚处于高速发展阶段，营业收入规模相对较小，增长潜力较大，且具有相对竞争优势，因此，度势体育通过持续强化自身核心优势提升市场竞争力，有能力达到和超过市场平均增长速度，有助于维持度势体育盈利的稳定性。

2、度势体育与现有体育资源方之间建立长期合作模式、且持续开发新的体育资源

目前，依托于自身拥有的国内外优秀体育资源、资深团队的专业服务水平，度势体育仍在持续丰富服务内容、挖掘上下游合作伙伴的业务需求。

一方面，度势体育致力于通过提供多样化的服务内容等方式与核心体育资源建立长效合作机制。例如度势体育曾为亚奥理事会提供版权贸易服务；目前，度势体育已与亚奥理事会共同推动创立亚洲电子竞技协会并将围绕该协会的商业运作持续开展合作，且正在与亚奥理事会就协助其在亚洲室内运动会、亚运会、亚沙会等大型赛事活动中引入电竞项目事宜商谈合作；此外，度势体育作为主要发起方之一正在积极推动亚奥体育频道的建设和运营。度势体育与亚奥理事会建立长效合作机制亦推动了度势体育与亚洲各个国家和地区的奥委会以及单项体育协会建立起稳定的长期合作关系。

另一方面，度势体育仍在持续开拓新的体育资源和业务范围，并取得了良好效果。2017年下半年以来，度势体育新开拓的体育资源情况如下：

体育资源	项目主要内容	项目金额	
斯里兰卡奥委会	促成其与某知名品牌就2018年亚运会、青奥会，2019年英联邦运动会、南亚运动会赞助事宜达成合作	35.00万美元	
菲律宾奥委会	促成其与某知名品牌就2018年亚运会、青奥会，2019年英联邦运动会赞助事宜达成合作	45.00万美元	
孟加拉奥委会	促成其与某知名品牌就2018年亚运会、青奥会赞助，2019年南亚运动会赞助事宜达成合作	20.00万美元	
巴基斯坦奥委会		20.00万美元	
尼泊尔奥委会		41.00万美元	
乌兹别克斯坦奥委会	促成其与某知名品牌就2018年亚运会、青奥会、冬奥会赞助事宜达成合作	参见注释	
文莱奥委会	促成其与某知名品牌就2018年亚运会、青奥会赞助事宜达成合作		
吉尔吉斯斯坦奥委会			
塔吉克斯坦奥委会			
马尔代夫奥委会			36.00万美元
土库曼斯坦奥委会			48.00万美元
蒙古国奥委会			45.00万美元
伊拉克奥委会			42.00万美元
叙利亚奥委会			已确定合作意向，暂未确定项目金额
南安普顿足球俱乐部		与浙江莱茵或其关联方合作开展南安普顿足球俱乐部中国地区商务开发	已确定合作意向，暂未确定项目金额

注1：度势体育与孟加拉奥委会、巴基斯坦奥委会的合作系通过Asia Sports and Media Limited间接展开，项目金额各为20万美元；度势体育与菲律宾奥委会、文莱奥委会的合作系通过Culture Group Pte. Ltd.间接开展，项目金额合计为45万美元；度势体育与吉尔吉斯斯坦奥委会、乌兹别克斯坦奥委会、塔吉克斯坦奥委会的合作系通过Sportao Marketing Management International Incorporated间接开展，项目金额合计为87万美元。

注2：报告期内，度势体育已与土库曼斯坦奥委会建立业务合作关系，并于2017年下半年就新的体育相关业务达成合作。

度势体育通过维护现有核心体育资源并持续开发新的体育资源，有助于增强为各类客户提供服务的深度和广度，进一步加深度势体育与各类客户的合作关系，促进度势体育业务发展形成良性生态环境，实现度势体育的业务创新与发展，进而有助于维持度势体育盈利的稳定性。

三、结论性意见

经核查，我们认为：度势体育自2016年开始全面开展体育营销等体育相关业务，未与其2016年度和2017年上半年的前五大客户签订长期合作框架协议，与其前五大客户就业务合作事项不存在诉讼、仲裁、其他争议或纠纷；报告期内，度势体育尚不存在对特定客户的重要

大依赖，度势体育的客户集中度较高主要系由于度势体育尚处于业务开拓期、项目相对较少所致，符合行业惯例；报告期内，度势体育客户集中度较高，且其未来业务开拓尚存在不确定性，可能导致度势体育未来的收入规模和利润水平发生不利变动，从而对其持续盈利稳定性造成不利影响；度势体育已针对客户集中度较高的风险采取了相应的应对措施，有助于维持度势体育盈利的稳定性。

“4. 申请材料显示，度势体育各报告期末应收账款占当期营业收入比例分别为 2.21%、32.93%、105.03%。请你公司结合应收账款应收方情况、期后回款情况、向客户提供的信用政策、同行业可比公司坏账准备计提情况等，补充披露度势体育应收账款坏账准备计提的充分性、应收账款可回收性及相应的保障措施。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。”

【回复】：

一、应收账款具体情况：

（一）应收账款应收方情况、期后回款情况：

度势体育截至 2017 年 6 月 30 日应收账款对应客户、账面余额、以及期后回款情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	账面余额	占比	期后回款	回款比例
1	浙江莱茵体育运营有限公司	980.00	28.06%	980.00	100.00%
2	上海游族体育文化传播有限公司	700.00	20.04%	600.00	85.71%
3	Asia Sports and Media Limited	643.53	18.42%	571.77	88.85%
4	National Olympic Committee of Turkmenistan	360.03	10.31%	132.20	36.72%
5	暴风体育（北京）有限责任公司	228.00	6.53%	228.00	100.00%
6	北京明道文化传播有限公司	150.00	4.29%	150.00	100.00%
7	乐视体育文化产业发展（北京）有限公司	138.00	3.95%	-	-
8	厦门智渊广告有限公司	135.00	3.87%	135.00	100.00%
9	上海宇腾电讯科技有限公司	120.00	3.44%	120.00	100.00%
10	上海绿地申花足球俱乐部有限公司	30.00	0.86%	30.00	100.00%
11	上海雅会广告传播有限公司	8.00	0.23%	8.00	100.00%
	合计	3,492.56	100.00%	2,954.97	84.61%

注：期后回款情况未经审计。

截至 2017 年 6 月 30 日，度势体育应收账款中包括应收非关联方乐视体育款项 138.00 万元，鉴于该笔应收款项存在无法全部收回的风险，度势体育已按 50%单独计提坏账准备。

除乐视体育以外，报告期末应收账款余额较大的客户均为尚在正常经营、行业信誉良好、综合实力较强的业内知名企业。其中，浙江莱茵体育运营有限公司与上市公司莱茵体育（000558.SZ）系受同一实际控制人控制；上海游族体育文化传播有限公司与上市公司游族网络（002174.SZ）系受同一实际控制人控制；暴风体育（北京）有限责任公司系上市公司暴风集团（300431.SZ）的关联企业；Asia Sports And Media Limited 系亚奥理事会重要合作伙伴；National Olympic Committee of Turkmenistan 系土库曼斯坦奥委会；北京明道文化传播有限公司系为香港上市公司安踏体育（证券代码：HK.02020）提供广告代理服务的广告营销公司。

截至目前，度势体育期后回款整体情况良好，客户发生坏账的信用风险较小，发生坏账损失的风险较低。

（二）向客户提供的信用政策

报告期内，度势体育体育相关业务的定制化程度较高，度势体育根据各项具体业务的服务内容、客户信用情况及合作历史等，在合同或备忘录等文件中对付款安排作出约定。报告期内，度势体育重要客户的付款安排及截至目前的履行情况如下：

序号	客户名称	合同或备忘录等文件约定的付款安排	是否已收回
1	浙江莱茵体育运营有限公司	甲方最晚应于本备忘录签署后60日内将服务费用支付给乙方，乙方应先行开具经甲方认可的足额有效的发票。	是
2	上海游族体育文化传播有限公司	(1) 2017年10月31日前支付本次结算的咨询服务费的25%； (2) 2017年11月30日前支付本次结算的咨询服务费的25%； (3) 2017年12月31日前支付本次结算的咨询服务费的50%。	除未达约定付款时间节点的部分款项外，其余均已收回
3	Asia Sports and Media Limited	在同时满足下述条件后30日内付款：(1) ASM收到每笔分销协议下的总净收入；(2) 度势体育开具了相应的佣金发票。	大部分收回
4	National Olympic Committee of Turkmenistan	服务接收方应在收到服务提供商的发票的情况下，在30日内向服务提供商支付货款。	部分收回
5	暴风体育（北京）有限责任公司	1、甲方应于本合同签订且收到乙方开具的等额有效增值税专用发票之日起30天内将服务费用的20%即760000整支付给乙方； 2、甲方应于收到乙方开具的等额有效增值税专用发票后，于2017年12月20日前将剩余的赞助费用80%即人民币3040000整支付给乙方。	是

序号	客户名称	合同或备忘录等文件约定的付款安排	是否已收回
6	北京明道文化传播有限公司	1、2017年6月30日以前，确认乙方完成了上半年的赛事执行任务，并收到乙方执行报告和增值税专用发票，核对无误后，向乙方支付100万元； 2、2017年8月31日以前，甲方在确认乙方完成了下半年的赛事准备工作，并收到乙方执行报告和增值税专用发票，核对无误后，向乙方支付100万元； 3、2017年12月31日以前，甲方在确认乙方完成了全年的赛事执行任务，并收到乙方执行报告和增值税专用发票，核对无误后，向乙方支付300万元。	是
7	乐视体育文化产业发展（北京）有限公司	1) 甲方应于本合同签订且收到乙方开具的等额有效增值税专用发票之日起7日内将服务费用的70%即3220000(叁佰贰拾贰万元)整支付给乙方； 2) 甲方应于完成10期节目的球员录制且收到乙方开具的等额有效增值税专用发票之日起7日内将服务费用的30%即1380000(壹佰叁拾捌万元)整支付给乙方。	部分收回
8	厦门智渊广告有限公司	双方同意咨询服务费保底额为人民币肆佰伍拾万元，其余咨询服务费按照实际结算金额；若最后结算金额不足人民币肆佰伍拾万元，甲方按照肆佰伍拾万元支付乙方咨询服务费，于次公历年1月底之前支付乙方。	是
9	上海宇腾电讯科技有限公司	在甲方与目标合作方签署合同后甲方同意向乙方分3次支付人民币肆佰叁拾伍万圆整作为佣金。其中第一笔为合同签订后30个工作日内，支付人民币壹佰壹拾伍万元整；2016年7月31日前支付第二笔人民币壹佰陆拾万圆整；第三笔金额人民币壹佰陆拾万圆整在2016年12月31日前支付完毕。	是
10	上海绿地申花足球俱乐部有限公司	甲方采用一季度一结算的原则向乙方支付服务费用。	是
11	上海雅会广告传播有限公司	甲方在协议签订后7个工作日内向乙方支付图片使用费。	是

如上表所示，报告期后除乐视体育未回款外，其余客户均在正常履行付款安排。度势体育已针对报告期末对乐视体育的应收账款余额单独计提坏账准备。

二、与同行业可比公司坏账准备计提比较

(一) 报告期内度势体育坏账准备计提情况

报告期各期末，度势体育坏账准备具体情况如下：

单位：万元

期间	类别	应收账款	坏账准备	计提比例
2017年 6月30日	①单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	138.00	69.00	50.00%
	②按组合计提坏账准备的其他应收款	3,354.56	33.55	1.00%

期间	类别	应收账款	坏账准备	计提比例
	合计	3,492.56	102.55	2.94%
2016年 12月31日	①单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-
	②按组合计提坏账准备的其他应收款	897.03	8.97	1.00%
	合计	897.03	8.97	1.00%
2015年 12月31日	①单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-
	②按组合计提坏账准备的其他应收款	35.38	0.35	1.00%
	合计	35.38	0.35	1.00%

1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款

截至2017年6月30日，度势体育应收账款中包括应收非关联方乐视体育款项138.00万元，鉴于该笔应收款项存在无法收回的风险，度势体育已单独计提坏账准备。

2) 按组合计提坏账准备的应收账款

报告期内各期末，应收账款的账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

时间	账龄	应收账款余额		坏账准备	
		金额	占比	金额	计提比例(%)
2017年6月30日	1年以内	3,354.56	100.00%	33.55	1.00%
	合计	3,354.56	100.00%	33.55	1.00%
2016年12月31日	1年以内	897.03	100.00%	8.97	1.00%
	合计	897.03	100.00%	8.97	1.00%
2015年12月31日	1年以内	35.38	100.00%	0.35	1.00%
	合计	35.38	100.00%	0.35	1.00%

报告期内各期末，度势体育的应收账款余额均为1年以内。度势体育的应收账款质量整体较好，发生坏账的风险较小。

(二) 坏账准备计提政策比较

度势体育应收账款账龄组合坏账计提比例与可比公司比较情况如下：

证券代码	证券简称	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
600136.SH	当代明诚	5%	10%	20%	50%	80%	100%
430617.OC	ST欧迅	3%	10%	20%	30%	50%	100%
	度势体育	1%	10%	20%	30%	100%	100%

度势体育的坏账准备计提政策与可比公司相比存在一定差异。报告期内，度势体育应收账款账龄均在1年以内。度势体育针对1年以内应收账款的坏账准备计提比例与可比公司相比略低，主要系由于度势体育的客户通常为经营正常、信誉良好、综合实力较强的知名企业，除乐视体育外，报告期内该等客户均在正常履行合同约定的付款条款。整体而言，1年以内应

收账款的信用风险水平较低。

度势体育针对个别回收风险较大的客户已单独计提了相应坏账准备。

(三) 与可比公司各期末坏账准备占应收账款比例的比较

度势体育与可比公司各期末坏账准备占应收账款比例的比较如下：

证券代码	证券简称	2017年6月30日	2016年12月31日	2015年12月31日
600136.SH	当代明诚	7.90%	8.42%	6.28%
430617.OC	ST欧迅	3.36%	5.64%	4.96%
度势体育		2.94%	1.00%	1.00%

如上表所示，度势体育坏账准备计提水平略低于可比公司平均水平，主要因为度势体育自2016年开始开展体育相关业务，报告期内业务规模迅速增长，各期末应收账款账龄均在一年以内。截至目前，2017年6月末应收账款回收情况良好。

三、关于度势体育应收账款坏账准备计提的充分性、应收账款可回收性及相应的保障措施

综合前文所述，度势体育报告期末应收账款余额较大的客户均为尚在正常经营、行业信誉良好、综合实力较强的业内知名企业；除已单独计提坏账准备的个别应收账款外，其他客户均在正常履行合同或备忘录等文件约定的付款安排；与可比公司相比，度势体育应收账款坏账准备计提政策不存在重大差异。因此，度势体育应收账款坏账准备计提充分，应收账款具有可回收性。

为增强应收账款的可收回性，一方面，度势体育财务部门持续跟进销售回款事宜，超出约定回款时间的款项将转由相关项目负责人负责清理及催款；另一方面，度势体育将销售达成和回款达成情况纳入核心人员考核激励机制，核心人员的绩效奖金金额与回款情况挂钩，以保证销售回款进度。

四、结论性意见

经核查，我们认为：结合报告期末应收账款应收方情况、期后回款情况、向客户提供的信用政策、同行业可比公司坏账准备计提情况等分析，度势体育应收账款坏账准备计提充分，应收账款具有可回收性，度势体育已制定相应的保障措施以增强应收账款的可回收性。

“5. 申请材料显示：1) 度势体育作为一家专注于体育行业的综合性专业服务企业，其核心业务系通过整合国内外知名体育资源，以及凭借对目标客户需求的

准确把握，匹配上下游资源，实现上游体育资源商业价值变现以及目标品牌客户的营销推广等需求。2) 各报告期内，度势体育营业收入分别为 1525.15 万元、2697.99 万元、3227.54 万元，营业收入按业务划分主要包括体育营销服务、体育专业咨询服务、体育版权贸易服务、其他体育相关服务等，上述业务 2016 年毛利率分别为 81.69%、70.62%、72.41%、94.03%。3) 2016 年和 2017 年上半年，度势体育向前五大客户的销售比例分别为 86.50%和 84.11%，从前五大供应商的采购比例分别为 84.43%和 98.39%。请你公司：1) 按照项目内容、客户名称、收入金额、成本分摊的列表方式补充披露度势体育报告期内的营业收入构成情况，并结合同行业竞争对手情况，说明收费标准以及合理性。2) 结合各项目营业成本的构成情况，补充披露成本与收入的匹配性。3) 结合同行业竞争对手情况，补充披露度势体育报告期内各业务毛利率的合理性。4) 结合度势体育的核心竞争力、业务模式、市场竞争情况，补充披露度势体育各业务收入、毛利率的可持续性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。”

【回复】:

一、按照项目内容、客户名称、收入金额、成本分摊的列表方式补充披露度势体育报告期内的营业收入构成情况，并结合同行业竞争对手情况，说明收费标准以及合理性

(一) 补充披露度势体育报告期内的营业收入构成情况

度势体育报告期内的营业收入构成情况如下:

1、2017年1—6月营业收入构成情况

单位：万元

序号	项目主要内容	客户名称	2017年1-6月收入	2017年1-6月成本
1	为该客户收购海外体育资产提供专业咨询服务	浙江莱茵体育运营有限公司	924.53	7.97
2	为该客户收购海外体育资产提供专业咨询服务	上海游族体育文化传播有限公司	660.38	190.74
3	促成该客户（客户拥有多项亚洲重要体育赛事的新媒体版权）与版权需求方达成合作	Asia Sports and Media Limited	607.10	15.14
4	度势体育作为爱球迷独家授权的代理商，与该客户就其赞助爱球迷平台暨爱超联赛事宜达成合作	暴风体育（北京）有限责任公司	286.79	79.34
5	为某知名体育品牌（该客户系其广告代理公司）举办体育赛事营销活动提供专业咨询服务	北京明道文化传播有限公司	235.85	171.55

序号	项目主要内容	客户名称	2017年1-6月收入	2017年1-6月成本
6	为某知名体育品牌(该客户系其广告代理公司)提供营销推广服务	厦门智洲广告有限公司	212.26	177.84
7	为博迪加提供体育营销资源整合推广的全案策略及策划、提供定制的品牌宣传服务、促成体育人士、组织使用博迪加产品的推广服务等	博迪加科技(北京)有限公司	188.68	3.07
8	为该客户收购海外体育资产提供专业咨询服务	上海云炜资产管理有限公司	47.17	2.60
9	为该客户青训提供教练员培训、普及型青训人才培养、青少年足球赛事等管理服务	上海绿地申花足球俱乐部有限公司	28.30	8.63
10	促成该客户与某体育明星就营销推广事宜达成合作	安踏体育用品集团有限公司	15.72	18.40
11	促成该客户与某知名品牌就赞助事宜达成合作	Rio 2016 Organising Committee for the Olympic Games	13.20	-
12	销售体育图片版权	上海雅会广告传播公司	7.55	4.16
	合计		3,227.54	679.44

2、2016年度营业收入构成情况

单位：万元

序号	项目主要内容	客户名称	2016年收入	2016年成本
1	促成该客户与某知名体育品牌就其主办的第五届亚洲室内运动及武道大会赞助事宜达成合作等	National Olympic Committee of Turkmenistan	523.55	77.91
2	促成某国奥委会(该客户系该国奥委会官方代理公司)与某知名体育品牌就赞助事宜达成合作	Puri Sport Marketing Limited	490.83	22.25
3	为博迪加提供体育营销资源整合推广的全案策略及策划、提供定制的品牌宣传服务、促成体育人士、组织使用博迪加产品的推广服务等	博迪加科技(北京)有限公司	471.70	146.34
4	为该客户《女神欧洲杯》体育栏目制作提供专业咨询服务等	乐视体育文化产业发展(北京)有限公司	437.24	132.12
5	促成该客户与日本体育品牌美津浓就代理事宜达成合作	上海宇腾电讯科技有限公司	410.38	17.84
6	促成该客户与某知名品牌就赞助事宜达成合作	Rio 2016 Organising Committee for the Olympic Games	224.85	13.81
7	促成该客户与某体育明星就营销推广事宜达成合作	安踏体育用品集团有限公司	62.89	64.52
8	为该客户收购海外体育资产提供专业咨询服务	横琴莱茵达投资基金管理有限公司	55.94	12.74
9	为该客户采购赛事吉祥物	South African Sports Confederation and	11.19	7.32

序号	项目主要内容	客户名称	2016 年收入	2016 年成本
		Olympic Committee		
10	销售体育图片版权	上海雅会广告传播公司	9.43	2.60
	合计		2,697.99	497.45

(二) 结合同行业竞争对手情况，说明收费标准以及合理性

度势体育自2016年开始全面开展体育相关业务，各项业务的定制化程度较高、所匹配的体育资源和品牌客户存在较大差异、具体体育资源的稀缺程度亦不尽相同，因此，度势体育各项业务的收费标准存在较大的差异，具体情况如下：

业务类型	主要盈利模式	收费标准
体育营销服务业务	(1) 为体育资源方提供服务实现其所拥有的体育资源商业价值变现，并获取服务收入； (2) 为体育品牌客户提供营销推广服务，并获取服务收入； (3) 采购体育资源并作为营销推广服务的组成部分销售予体育品牌客户，赚取中间差价。	(1) 按固定金额收取服务费用； (2) 按所促成的营销推广业务（如赞助等）的最终成交金额的一定比例收取服务费用； (3) 综合前两种方式收取服务费用。
体育专业咨询服务业务	度势体育为目标客户在体育资产投资、体育内容策划咨询等项目的各个阶段提供专业、全方位的综合咨询服务，并获取服务收入。	(3) 综合前两种方式收取服务费用。
体育版权贸易服务业务	(1) 采购体育版权并将其转售给版权需求方，赚取中间差价； (2) 协助版权资源方或其版权运营方寻找商业机会，并为其提供协助商业谈判及促成交易达成等服务，并获取服务收入。	(1) 根据体育版权采购成本和预期利润率、与版权需求方协商定价； (2) 按所促成的版权交易的最终成交金额的一定比例收取服务费用。
电竞赛事服务业务	为目标客户提供电竞赛事组织、技术支持等咨询服务，并获取服务收入。	按固定金额收取服务费用
青训服务业务	为目标客户提供教练员培训、普及型青训人才培养、青少年足球赛事、青少年足球夏（冬）令营、青训足球数据库与青训海外交流等相关服务，并获取服务收入。	按固定金额收取服务费用

上述收费标准中的具体金额和比例系由度势体育与相关业务对方根据具体项目情况协商确定，尚无统一、固定的收费标准。

目前，我国体育营销细分领域尚无统一的、固定的、或业已形成行业惯例的收费标准。相关业务对方对度势体育收费标准的认可主要系基于对度势体育所掌握体育资源的稀缺性以及所提供的专业服务成果的认可。在实际业务开展中，相关业务对方主要通过比价、考虑项目费用效益等方式确定度势体育相关服务收费标准。

因此，度势体育的收费标准符合市场化定价原则，具有合理性。

二、结合各项目营业成本的构成情况，补充披露成本与收入的匹配性

度势体育根据业务特点，按具体项目进行成本归集和分配，将可以直接归属于或者通过

合理基础分配归属于特定项目的支出确认为该项目的成本。度势体育各项目营业成本的构成情况如下：

1、2017年1-6月份收入与成本构成情况

单位：万元

销售		采购		人工 费用	差旅 费用	其 他	成本 合计
主要内容	金额	主要内容	金额				
度势体育作为爱球迷独家授权的代理商，与暴风体育就其赞助爱球迷平台暨爱超联赛事宜达成合作	286.79	“爱超联赛”赛事开发权益	70.75	1.98	6.60	-	79.34
为某知名体育品牌（北京明道系其广告代理公司）举办体育赛事营销活动提供专业咨询服务	235.85	赛事具体执行服务	169.90	1.65	-	-	171.55
为某知名体育品牌（厦门智渊系其广告代理公司）提供营销推广服务	212.26	赛事赞助执行服务和促成度势体育协助某体育品牌取得武汉网球公开赛的赞助权益	177.08	-	0.77	-	177.84
促成博迪加与下游客户达成合作	188.68	-	-	2.41	0.32	0.34	3.07
促成安踏与某体育明星就营销推广事宜达成合作	15.72	体育明星出席活动	10.00	0.42	7.29	0.68	18.40
促成里约奥组委与某知名品牌就赞助事宜达成合作	13.20	-	-	-	-	-	-
为浙江莱茵收购海外体育资产提供专业咨询服务	924.53	-	-	7.69	0.28	-	7.97
为上海游族收购海外体育资产提供专业咨询服务	660.38	促成度势体育与上海游族建立合作关系	188.68	2.06	-	-	190.74
为上海云炜收购海外体育资产提供专业咨询服务	47.17	-	-	2.60	-	-	2.60
促成ASM（ASM拥有多项亚洲重要体育赛事的新媒体版权）与版权需求方达成合作	607.10	-	-	3.89	11.25	-	15.14
为绿地申花提供教练员培训、普及型青训人才培养、等青训管理服务	28.30	-	-	6.40	2.24	-	8.63
向上海雅会销售体育图片版权	7.55	体育图片版权	3.77	0.39	-	-	4.16
合计	3,227.54		620.18	29.49	28.75	1.02	679.44

2、2016年分项目列示的收入与成本构成情况

单位：万元

销售		采购		人工 费用	差旅费	会务费	其他	成本 合计
主要内容	金额	主要内容	金额					
促成土库曼斯坦奥委会与某知名体育品牌就其主办的第五届亚洲室内运动及武道大会赞助事宜达成合作等	523.54	采购赞助服装	39.02	6.62	31.54	-	0.74	77.91
促成某国奥委会（Puri系该国奥委会官方代理公司）与某知名体育品牌就赞助事宜达成合作	490.83	-	-	9.01	11.19	2.05	-	22.25
为博迪加提供体育营销资源整合推广的全案策略及策划、提供定制的品牌宣传服务、促成体育人士、组织使用博迪加产品的推广服务等	471.70	营销活动策划与执行、广告投放、俱乐部商务权益等	61.01	5.40	28.42	36.37	15.14	146.34
促成里约奥组委与某知名品牌就赞助事宜达成合作	224.85	-	-	4.00	9.81	-	-	13.81
促成安踏与某体育明星就营销推广事宜达成合作	62.89	体育明星出席活动	42.00	7.01	3.45	-	12.06	64.52
销售体育图片版权	9.43	-	-	2.03	-	-	0.58	2.60
为乐视体育《女神欧洲杯》体育栏目制作提供专业咨询服务等	437.24	球星参与节目录制等	67.13	7.08	57.90	-	-	132.12
为横琴莱茵达收购海外体育资产提供专业咨询服务	55.94	-	-	7.01	5.73	-	-	12.74
促成上海宇腾与日本体育品牌美津浓就代理事宜达成合作	410.38	-	-	11.55	-	-	6.29	17.84
为SASCOC采购赛事吉祥物	11.19	采购赛事吉祥物	4.79	0.93	0.03	-	1.57	7.32
合计	2,697.99	-	213.95	60.64	148.07	38.42	36.38	497.45

在实际业务开展过程中，度势体育根据具体项目的执行情况对员工薪酬、差旅费用报销以及其他项目相关支出予以归集，但可能存在以下情况：

（1）部分员工可能同时执行多个项目，相关支出在不同项目之间的分配主要系基于员工的自主判断，可能存在各项目之间成本分配不均衡的情形；

（2）部分项目在执行过程中存在由客户或体育资源方承担差旅费用等支出的情况，因而该等项目所对应的成本金额可能相对较低。

整体而言，度势体育项目成本归集完整、相关支出与项目的相关性和匹配性较高。

三、结合同行业竞争对手情况，补充披露度势体育报告期内各业务毛利率的合理性

同行业竞争对手的毛利率水平如下：

公司名称	业务类别	2016年	2015年	2014年	2013年
苏州双刃剑	体育营销	-	63.05%	39.88%	26.22%
	体育版权	-	10.68%	3.04%	19.41%
	体育赛事及活动	-	-0.62%	16.87%	18.24%
	体育营销与咨询	77.49%	-	-	-
	体育经纪	76.85%	-	-	-
	合计	77.46%	54.20%	32.36%	23.63%
欧迅体育	赞助咨询管理	-72.21%	35.28%	45.39%	34.58%
	资源策划管理	33.51%	-89.77%	8.14%	-53.18%
	媒体内容管理	-11.35%	66.57%	44.39%	13.11%
	票务承销管理	-68.54%	-19.54%		
	合计	-4.82%	0.66%	32.64%	22.54%

注：苏州双刃剑2015年毛利率系1-5月数据，2016年毛利率系取自上市公司当代明诚定期报告中体育业务相关财务数据。

报告期内，度势体育各项业务的毛利率水平如下：

业务类别	2017年1-6月	2016年	2015年
广告业务	-	-	25.40%
体育营销服务	52.74%	81.69%	66.13%
体育专业咨询服务	87.67%	70.63%	-
体育版权贸易服务	96.86%	72.41%	-
其他体育相关服务	69.50%	94.03%	-
合计	78.95%	81.56%	26.94%

由于体育产业存在范围广、细分领域多等特点，不同公司涉及的细分领域有所不同、商业模式差异较大、财务核算标准亦不尽相同，因此难以与度势体育进行直接比较。

整体来看，报告期内度势体育的体育相关业务均保持较高的毛利率水平，且与当代明诚收购苏州双刃剑之后其2016年度体育相关业务的毛利率水平相当。

度势体育的体育相关业务的毛利率较高，主要原因如下：（1）度势体育所整合的优质体育资源提高了其在业务开展中的议价能力；（2）报告期内，度势体育的体育相关业务主要以居间服务的形式执行，该等业务对应的成本主要系工作人员差旅费用和人力成本等，因此毛利率整体处于较高水平。

因此，与同行业竞争对手情况相比，度势体育报告期内体育相关业务的毛利率具有合理性。

四、结合度势体育的核心竞争力、业务模式、市场竞争情况，补充披露度势体育各业务收入、毛利率的可持续性

（一）主要业务模式及核心竞争力

度势体育主要业务盈利模式及核心竞争力具体如下：

业务类型	主要盈利模式	核心竞争力
体育营销服务业务	(1) 为体育资源方提供服务实现其所拥有的体育资源商业价值变现，并获取服务收入； (2) 为体育品牌客户提供营销推广服务，并获取服务收入； (3) 采购体育资源并作为营销推广服务的组成部分销售予体育品牌客户，赚取中间差价。	度势体育积累了丰富的体育资源和体育品牌客户，有助于度势体育高效匹配体育资源和体育品牌客户的营销推广需求； 度势体育专业化的团队和服务能力以及国际化优势有助于度势体育深度参与营销项目，提供高度定制化服务，满足各方差异化需求。
体育专业咨询服务业务	度势体育为目标客户在体育资产投资、体育内容策划咨询等项目的各个阶段提供专业、全方位的综合咨询服务，并获取服务收入。	度势体育积累了丰富的体育资源，有助于度势体育高效满足各类目标客户的投资需求或内容策划咨询需求； 度势体育专业化的团队和服务能力以及国际化优势有助于度势体育为该等投资需求或内容策划咨询需求提供高度定制化服务。
体育版权贸易服务业务	(1) 采购体育版权并将其转售给版权需求方，赚取中间差价； (2) 协助版权资源方或其版权运营方寻找商业机会，并为其提供协助商业谈判及促成交易达成等服务，并获取服务收入。	度势体育积累了丰富的体育资源，有助于度势体育高效满足各类版权需求方的购买需求； 度势体育专业化的团队和服务能力以及国际化优势有助于度势体育为该等版权贸易服务提供全方位服务。

（二）市场竞争情况

1、标的资产所处体育营销行业的基本竞争格局

体育营销是指以体育资源（包括体育赛事、体育协会、俱乐部、体育明星等）为载体而进行的产品推广和品牌传播。体育营销的核心是将体育活动中体现的体育文化融入到企业的品牌与产品中，实现体育文化、品牌文化与产品内涵三者的融合，从而引起消费者的共鸣。

体育营销的上游是为体育营销提供载体的各种体育资源，主要包括赛事活动资源、俱乐部和运动员、体育活动辅助资源等；体育资源的商业价值是影响体育营销效果的关键因素，奥运会、世界杯、国际顶级体育赛事（包括NBA、欧洲足球五大联赛、国际网球四大公开赛等）及知名体育明星等是体育营销中的核心上游资源。体育营销的下游为品牌客户，其范围覆盖国民经济各个行业，主要包括体育用品、快消品等。体育营销机构为品牌客户提供体育营销整体解决方案，通过专业的市场分析，为品牌客户选择合适的体育资源，设计营销策略、实施营销方案、评估活动效果，帮助品牌客户树立品牌形象，提高产品的知名度和影响力。业内公司围绕体育营销行业的上下游资源展开市场竞争。

目前，受制于长期的管理体制影响，我国体育服务行业市场化不足，行业发展处于初始阶段，产业集中度较低。相对于国际知名体育营销公司，国内从事体育营销业务的公司起步较晚、规模普遍较小、业务较为单一。同时，国内具有较高商业价值的优质体育资源也较为匮乏，国内体育营销公司短期内获取优质体育资源的难度较大，尚不具备与国际知名体育营销公司相抗衡的实力。

但是，随着居民生活条件的改善及政府对于体育事业的政策激励，国内体育产业近年来一直保持高速增长。国内体育营销公司通过引入国际体育资源，满足各类客户的营销需求，实现快速发展。体育营销行业竞争加剧，涌现了盛开体育、盛力世家、欧迅体育、苏州双刃剑等知名公司。

2、度势体育在细分行业中所处的地位

度势体育专注于体育行业的综合性专业服务，通过整合国内外知名体育资源，以及凭借对目标客户需求的准确把握，匹配上下游资源，实现上游体育资源商业价值变现以及目标品牌客户的营销推广等需求。

自2016年度势体育全面开展体育相关业务以来，以陈维力、陈妍为核心的核心团队充分发挥其资源及客户优势、专业化的团队和服务优势、国际化优势，体育相关业务快速发展，从所拥有的体育资源和体育客户、以及综合性体育专业服务能力等方面来看，度势体育目前已成为国内领先的体育营销公司之一。

体育资源方面，度势体育整合的核心体育资源包括世界杯、欧洲冠军杯等顶级体育赛事、亚洲奥林匹克理事会、南非奥委会等多个国家和地区奥委会等体育组织、以及杜兰特、鲁迪盖伊等众多世界级体育明星等。体育客户方面，借助其所拥有的国内外优秀体育资源及资深团队的专业服务能力，度势体育直接或间接为安踏、匹克、阿里体育、暴风体育、绿地申花等知名体育客户提供了高质量服务，建立了良好的市场口碑和稳定的客户基础。由于我国体育产业起步较晚，体育行业内优秀企业较为集中、对头部体育资源的需求亦较为集中。因此，度势体育通过与头部体育资源和知名体育客户建立良好合作关系，在体育营销市场领域已形成了较强的竞争优势、占据了一定的领先地位。

体育专业服务能力方面，相比细分行业内主要竞争对手，度势体育依托于核心团队资深专业水平等优势，有能力为客户提供体育营销服务和体育专业咨询服务等专业性较强的、全面、综合的一站式体育专业服务，且度势体育仍在持续拓展业务范围、丰富服务内容、升级业务模式。度势体育基于其较强的综合性专业服务能力已在体育营销市场领域已形成了较强

的竞争优势、占据了一定的领先地位。

综上所述，度势体育所处的体育营销细分领域尚处于行业发展初始阶段，度势体育基于其优质的体育资源和专业的运作团队等核心优势，已形成了较强的竞争优势、占据了一定的领先地位。因此，度势体育有能力达到和超过市场平均增长速度，并可通过持续强化自身核心优势、提升市场竞争力、持续开拓业务范围等方式有效保障各业务收入、毛利率的可持续性。

五、结论性意见

经核查，我们认为：目前，我国体育营销细分领域尚无统一的、固定的、或业已形成行业惯例的收费标准；度势体育的收费标准符合市场化定价原则，具有合理性；度势体育项目成本归集完整、相关支出与项目的相关性和匹配性较高；与同行业竞争对手情况相比，度势体育报告期内体育相关业务的毛利率具有合理性；结合度势体育的核心竞争力、业务模式、市场竞争情况等，度势体育各业务收入、毛利率具有可持续性。

“6. 申请材料显示：1) 度势体育自 2016 年才开始全面开展体育营销等体育相关业务，销售以及采购客户集中度较高。2) 自 2016 年以来，度势体育致力于为上游体育资源方实现商业价值变现以及为目标品牌客户实现营销推广等需求。报告期内，度势体育同一客户该等业务需求重复发生的频率相对较低。因此，度势体育尚需通过持续开拓新的体育资源和客户、扩大业务范围、增加业务种类等方式确保业绩实现。请你公司：1) 补充披露度势体育所处行业的前景发展情况，主要竞争对手情况，并以列表的方式对比分析度势体育与主要竞争对手的优劣势。2) 结合报告期内度势体育的业务合同情况，补充披露度势体育为上游体育资源方实现商业价值变现以及为目标品牌客户实现营销推广等需求时，度势体育提供的具体增值服务、收费标准以及合理性等。3) 结合上述情况以及度势体育的核心竞争力，补充披露度势体育盈利能力的稳定性。请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。”

回复：

一、度势体育所处行业的前景发展情况，主要竞争对手情况，并以列表的方式对比分析度势体育与主要竞争对手的优劣势

（一）度势体育所处行业的前景发展情况

相对于发达国家及地区体育行业在国民经济中的支柱地位，我国体育行业仍处于初级发展阶段。一般而言，在发达国家和地区，体育行业增加值占GDP的比重为2%以上。相比较之下，根据国家体育总局、国家统计局联合发布的《2015年国家体育产业规模及增加值数据的公告》，2015年我国体育行业总产出（总规模）为1.7万亿元，增加值为5,494亿元，占同期国内生产总值的比重为0.8%，远低于美国、欧盟、日本等发达国家和地区。

2014年11月，国务院颁布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（国发〔2014〕46号），该文指出，2025年中国体育产业总规模将达到5万亿。在该文基础上国家体育总局预测，2015年体育产业将基本实现增加值4000亿元，按照规划年复合增速将达28.7%；据统计，全国31个省（区、市）在2025年体育产业规模的目标值合计超过7万亿元，即相应年复合增速达到33.14%。根据体育总局最新统计数字，预计到2020年，产业总规模将超过3万亿元，占GDP比重将达1.0%，2016-2020年增长空间为2.6万亿，年复合增速达到49.62%。总体来看，未来5-10年体育产业将处于高速发展阶段。

另一方面，我国体育产业收入主要为体育用品、服装鞋帽的制造和销售，体育营销等核心子行业占比较低。据统计，我国体育服务行业产值占体育产业增加值的比重低于美国等发达国家水平。体育营销作为体育服务业务的核心，具有强大的价值创造能力、市场发掘能力和创新拓展能力，在中国体育产业结构调整的过程中，体育营销有望迎来快速发展。据前瞻产业研究院报告显示，2013年我国体育服务行业产值占体育产业增加值比重仅为19.46%，而到2025年该占比将达到40%，可见我国体育服务产业年均复合增长率将远高于体育产业的整体增长率。体育营销作为体育服务的核心内容，有望迎来高速发展。

报告期内度势体育尚处于高速发展阶段，营业收入规模相对较小，增长潜力较大，因此，度势体育有能力达到和超过市场平均增长速度，未来期间的业绩增长具有可持续性。

（二）度势体育主要竞争对手情况

1、盛开体育

盛开体育作为一家中国的体育营销公司，主要业务目前包括体育赞助、公关传播、赛事款待、赛事运营、体育授权等。作为国际化的中国公司，盛开体育为全球体育机构在华发展提供战略与服务，通过运用现场体育赛事作为一个市场运营的平台，帮助客户实现并增强其关键的商业关系。盛开体育同时也是获得了国家和地区贵宾款待计划权利的中国体育营销机构，包括2012年和2016年欧洲杯、法国网球公开赛等。

2、盛力世家

盛力世家（SECA）作为一家体育管理和营销公司，希望在体育和娱乐产业中通过专业的市场营销知识来发现和创造商业价值、社会价值。现阶段SECA致力于四个领域：经纪，SECA旗下签约运动员超过100人，项目涉及田径、拳击、足球、击剑、花样滑冰、单板滑雪等；赛事，SECA拥有和正在开发多项自主IP的职业赛事和体育活动；咨询，SECA是多家500强企业和体育协会的体育营销顾问；内容：SECA积极投资各种视频内容，与上海五星体育合作打造的职业拳击节目《拳力争胜》，同时自营互联网直播平台“直播TV”。

3、欧迅体育（430617.OC）

欧迅体育主营体育组织市场推广、赛事策划和运营、体育营销咨询以及媒体策划和沟通。欧迅体育曾赞助过“中国杯花样滑冰GP”和“中国足球超级联赛(中超)”。欧迅体育拥有一批优秀的专业体育营销人员，人员之间知识结构高度互补且资源整合能力强，对体育赛事与品牌公司之间的产业中间环节有着深刻的理解，具有人员优势。欧迅体育体育营销服务业务全面、覆盖面广，可满足体育营销行业内不同客户群体的差异化需求，具有服务优势。目前，欧迅体育已经拥有一批稳定的客户群，“欧迅”品牌已在国内体育营销服务行业内树立起了较好的口碑，具备品牌优势。

4、苏州双刃剑

苏州双刃剑是国内第一批进入体育营销服务领域的公司之一，以“引领中国品牌走向世界、将国际体育资源引入中国”为愿景。十年来苏州双刃剑深耕于体育产业，具有先发优势。苏州双刃剑先后与众多国际顶级体育赛事、国家和地区体育组织及知名体育明星建立了长期友好合作关系，尤其在奥运资源方面优势明显。同时，借助所拥有的顶级国际体育资源及专业服务能力，苏州双刃剑先后服务多位全球知名品牌客户，建立了深厚、多元的客户基础，在资源及客户方面具有优势。

（三）对比分析度势体育与主要竞争对手的优劣势

经比较分析，度势体育与主要竞争对手的优势与劣势如下所示：

企业名称	优势	劣势
度势体育	1、度势体育所整合的体育资源除涵盖部分国家或地区的奥委会外，还包括世界杯、亚洲杯、国际泳联旗下赛事、国际羽联旗下赛事等顶级体育赛事等，在资源方面具有差异化优势。 2、度势体育依托于核心团队资深专业水平等优势，有能力为客户提供体育营销服务和体育专业咨询服务等专业性较强的、全面、综合的一站式体育专	尚需扩大业务规模，提升抵御风险的能力

企业名称	优势	劣势
	业服务，具有服务优势。	
苏州双刃剑	1、双刃剑是国内第一批进入体育营销服务领域的公司之一，以“引领中国品牌走向世界、将国际体育资源引入中国”为愿景。多年来双刃剑深耕于体育产业，具有先发优势。 2、双刃剑先后与众多国际顶级体育赛事、国家和地区体育组织及知名体育明星建立了长期友好合作关系，尤其在奥运资源方面优势明显。同时，借助所拥有的顶级国际体育资源及专业服务能力，双刃剑先后服务多位全球知名品牌客户，建立了深厚、多元的客户基础。资源及客户方面具有优势。	-
盛开体育	自2010年盛开体育就成为众多国际体育赛事组织在大中华地区票务及赛事款待的独家代理机构，在特定领域具有资源优势。	业务规模较小、业务模式较为单一，抵御风险能力不足
盛力世家	盛力世家旗下签约运动员超过100人，项目涉及田径、拳击、足球、击剑、花样滑冰、单板滑雪等，在体育经纪业务方面具有资源优势。	
欧迅体育	1、公司拥有一批优秀的专业体育营销人员，人员之间知识结构高度互补且资源整合能力强，对体育赛事与品牌公司之间的产业中间环节有着深刻的理解，具有人员优势。 2、公司体育营销服务业务全面、覆盖面广，可满足体育营销行业内不同客户群体的差异化需求，具有服务优势。 3、目前，公司已经拥有一批稳定的客户群，“欧迅”品牌已在国内体育营销服务行业内树立起了较好的口碑，具备品牌优势。	业务条线较为分散，缺少核心资源、盈利能力不足

二、结合报告期内度势体育的业务合同情况，补充披露度势体育为上游体育资源方实现商业价值变现以及为目标品牌客户实现营销推广等需求时，度势体育提供的具体增值服务、收费标准以及合理性等

报告期内，度势体育为上游体育资源方实现商业价值变现以及为目标品牌客户实现营销推广等需求时所提供的具体增值服务及收费情况举例说明如下：

单位：万元

客户名称	项目名称	主要增值服务内容	合同收费金额	收费标准
安踏体育用品集团有限公司	促成某体育明星与安踏就营销推广事宜达成合作	1.度势体育代理的体育明星参加安踏体育组织的活动； 2.度势体育代理的某体育明星不得就合作事宜与安踏任何竞争品牌开展任何形式的合作； 3.为配合推广活动，安踏可以将度势体育代理的某体育明星的相关元素使用在其产品之上，但该产品不做市场销售； 4.安踏可以不受限制地为历史性、教育性或纪念性的目的在各类媒体上永久使用度势体育代理的某体育明星个人元素的物品。	300.00	固定金额，具体金额经协商确定
National Olympic Committee of	促成土库曼斯坦奥委会与某知名品	1、为土库曼斯坦奥委会提供长期商业发展咨询服务；	80.00 (万美元)	按赞助的最终成交金额的一定比

客户名称	项目名称	主要增值服务内容	合同 收费金额	收费标准
Turkmenistan	牌就赞助事宜达成合作	2、在奥运会期间，为中国品牌提供长期的赞助合作咨询； 3、为在阿什哈巴德举行的第五届亚洲室内运动及武道大会提供咨询和协助。		例，具体比例经协商确定
Puri Sport Marketing Limited	为南非奥委会与某知名体育品牌就赞助事宜达成合作	在中国知名品牌中，为Puri及南非奥委会提供持续赞助机会和居间服务	75.00 (万美元)	按赞助的最终成交金额的一定比例，具体比例经协商确定
Rio 2016 Organising Committee for the Olympic Games	促成里约奥组委与某知名品牌就赞助事宜达成合作	促成某知名品牌提供里约奥运会相关服装等物料，以及为里约奥组委与赞助商的需求对接和沟通等服务	151.36 (万雷亚尔)	按赞助的最终成交金额的一定比例，具体比例经协商确定
博迪加科技(北京)有限公司	为博迪加提供顾问咨询及品牌推广服务	1、提供体育类营销整合推广方案、定制化的品牌宣传、促成第三方使用博迪加的产品、优先向博迪加开放度势体育掌握的顶级体育资源及促成合作等咨询顾问服务； 2、促成博迪加与国内外知名体育品牌或户外运动品牌达成战略合作伙伴协议或购销协议。	500.00	固定金额，具体金额经协商确定
北京明道文化传播有限公司	为某知名体育品牌(北京明道系其广告代理公司)举办的体育赛事提供赛事执行服务	1、提供赛事活动所需宣传用品； 2、按赛事举办要求，高质量完成各校的赛事活动； 3、赛事结束后，提供场地的恢复服务。	500.00	固定金额，具体金额经协商确定
厦门智渊广告有限公司	为某知名体育品牌(厦门智渊系其广告代理公司)提供营销推广服务	1、提供体育类营销资源整体战略规划及整合推广方的策划服务； 2、协助厦门智渊维护某知名体育品牌在海外市场已合作客户的客情关系； 3、协助厦门智渊梳理某知名体育品牌营销活动的商务权益； 4、向厦门智渊优先开放度势体育所合作的相关国内外体育资源； 5、协助厦门智渊执行某知名体育品牌营销推广活动。	450.00	固定金额，具体金额经协商确定
暴风体育(北京)有限责任公司	度势体育作为爱球迷独家授权的代理商，与暴风体育就其赞助爱球迷平台暨爱超联赛事宜达成合作	1、促成暴风体育成为度势体育代理爱球迷平台的官方合作伙伴； 2、为暴风体育保证并执行暴风体育获得的赞助权益。	380.00	固定金额，具体金额经协商确定

如前文所述，目前我国体育营销细分领域尚无统一的、固定的、或业已形成行业惯例的

收费标准。相关业务对方对度势体育收费标准的认可主要系基于对度势体育所掌握体育资源的稀缺性以及所提供的专业服务成果的认可。在实际业务开展中，相关业务对方主要通过比价、考虑项目费用效益等方式确定度势体育相关服务收费标准。

度势体育在体育相关各项业务中所提供的服务具有定制化程度较高、不可替代性较强等特点，其收费标准是度势体育与相关业务对方基于市场化协商的结果，具有合理性。

三、结合上述情况以及度势体育的核心竞争力，补充披露度势体育盈利能力的稳定性

度势体育盈利能力具有稳定性，主要依据如下：

1、行业发展空间较大、预计未来将保持高速增长态势

如前文所述，我国体育行业仍处于初级发展阶段。根据国家体育总局预测，2015年体育产业将基本实现增加值4000亿元，按照规划年复合增速将达28.7%；据统计，全国31个省（区、市）在2025年体育产业规模的目标值合计超过7万亿元，即相应年复合增速达到33.14%。根据体育总局最新统计数字，预计到2020年，产业总规模将超过3万亿元，占GDP比重将达1.0%，2016-2020年增长空间为2.6万亿，年复合增速达到49.62%。总体来看，未来5-10年体育产业将处于高速发展阶段。其中，我国体育服务行业产值占体育产业增加值的比重低于美国等发达国家水平，随着产业结构调整与升级，我国体育服务产业年均复合增长率将远高于体育产业的整体增长率。体育营销作为体育服务的核心内容，有望迎来高速发展。

报告期内度势体育尚处于高速发展阶段，营业收入规模相对较小，增长潜力较大，因此，度势体育有能力达到和超过市场平均增长速度，未来期间的盈利能力具有稳定性。

2、度势体育持续强化自身核心优势、提升市场竞争力

度势体育作为一家专注于体育行业的综合性专业服务企业，其核心竞争力主要在于其拥有优质的资源和具有专业的运作团队。度势体育核心股东的教育背景、任职经历、专业能力和职业素养使其具有优秀的国际化视野以及直接与国际顶级体育资源方或其代理机构顺畅沟通的渠道和能力，目前，度势体育仍在持续加强整合优质资源和建设人才队伍，提高为客户提供高质量全方位体育专业服务的能力，从而持续提升度势体育市场口碑和行业地位，为度势体育维护现有优质客户和开拓新客户、进而扩大业务规模、提升盈利能力提供基础。

3、度势体育现有业务收费标准合理、具有可持续性

度势体育基于其拥有优质的资源和具有专业的运作团队，在现有业务中所提供的专业服务具有定制化程度较高、不可替代性较强等特点。目前，度势体育现有业务收费标准系其与

相关业务对方基于市场化协商的结果，具有合理性。

通过持续强化自身核心优势、提升市场竞争力，度势体育有望维持现有业务收费标准，进而保障其盈利能力的稳定性。

4、度势体育持续开拓业务范围

目前，依托于自身拥有的国内外优秀体育资源、资深团队的专业服务水平，度势体育仍在持续丰富服务内容、挖掘上下游合作伙伴的业务需求、发掘新的业绩增长点。度势体育不断丰富业务种类为度势体育未来期间的业绩增长提供了基础。

四、结论性意见

经核查，我们认为：结合报告期内度势体育的业务合同情况，度势体育为上游体育资源方实现商业价值变现以及为目标品牌客户实现营销推广等需求时，度势体育所提供的增值服务对应的收费标准具有合理性；结合上述情况以及度势体育的核心竞争力，度势体育盈利能力具有稳定性。

“8. 申请材料显示，度势体育各报告期内销售费用分别为 103.14 万元、21.26 万元、1.24 万元。请你公司结合同行业竞争对手、度势体育的销售模式，补充披露各报告期内度势体育销售费用的合理性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。”

回复：

一、公司结合同行业竞争对手、度势体育的销售模式，补充披露各报告期内度势体育销售费用的合理性

（一）各报告期内度势体育销售费用的具体情况

报告期内，度势体育各期销售费用总体情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度
销售费用	1.24	21.26	103.14
营业收入	3,227.54	2,697.99	1,584.90
销售费用率	0.04%	0.79%	6.51%

根据体育相关业务特点，度势体育按具体项目进行成本归集和分配，将可以直接归属于

或者通过合理基础分配归属于特定项目的支出确认为该项目的成本，销售费用与营业收入比例水平整体较低，主要系因为度势体育的业务开展对营销之处的依赖度较低。因此，随着度势体育自2016年开始全面开展体育营销等体育相关业务，其销售费用率逐年下降。

（二）度势体育销售费用的合理性

可比公司在报告期内的销售费用率情况具体如下：

公司名称	2016年	2015年	2014年	2013年
苏州双刃剑	无公开信息	3.57%	1.63%	1.69%
欧迅体育	36.05%	17.85%	23.52%	12.02%

注：苏州双刃剑2015年销售费用率系1-5月数据。

由于体育产业存在范围广、细分领域多等特点，不同公司涉及的细分领域有所不同、商业模式差异较大、财务核算标准亦不尽相同，因此难以与度势体育进行直接比较。

整体来看，报告期内度势体育的销售费用率与苏州双刃剑处于相当水平。度势体育的销售费用率较低与其体育相关业务的运营模式相符，度势体育的主要业务均系围绕体育资源的商业价值开发和变现提供相关服务，其客户获取方式主要包括专业化小组开拓、核心人员推荐和业务合作伙伴口碑推荐等方式，而较少采取无差异的宣传推广方式。而在财务核算上，度势体育将可以直接归属于特定具体项目的相关支出，包括人员薪酬、差旅费、会务费等，均作为该项目成本，而非计入销售费用。因此，报告期内度势体育的销售费用变动情况具有合理性。

二、结论性意见

经核查，会计师认为：结合同行业竞争对手、度势体育的销售模式，各报告期内度势体育销售费用具有合理性。

（本页以下无正文）

(本页无正文，为《大信会计师事务所（特殊普通合伙）关于中国证券监督管理委员会对国旅联合股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并配套募集资金暨关联交易申请文件反馈意见的回复》之签字盖章页)

大信会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师:

中国注册会计师:

2017年12月21日