

Disclosure

(上接 B9 版)

4、长虹集团价值贡献的量化计算结果

(1) 按照实际投入计算量化分析比例

长虹集团、长虹股份对长虹品牌的投入如下表所示：

序号	1	2	3	4	5	6
年度	现状因子	1年留存利率率	本公司对品牌投入现值	长虹集团对品牌投入现值	本公司对品牌投入现值	长虹集团对品牌的实际投入
1994	157	10.9%	2,485.08	0	1,579.16	0
1995	142	10.9%	3,771.94	0	2,660.02	0
1996	131	8.2%	7,247.92	0	5,527.24	0
1997	124	5.67%	820.53	0	662.41	0
1998	119	4.5%	42,868.0	2,364.8	35,483.4	1,984.25
1999	116	2.2%	24,503.46	6,648.3	21,154.98	5,740.65
2000	113	2.2%	17,060.22	2,897.89	15,060.27	2,772.0
2001	111	2.2%	10,846.80	5,263.12	9,789.79	4,738.95
2002	109	1.9%	9,120.16	0	8,261.16	0
2003	107	1.9%	9,893.17	0	9,283.19	0
2004	104	2.2%	5,401.49	0	5,194.64	0
2005	102	2.2%	14,942.47	0	14,055.30	0
2006	100	25.2%	4,617.26	0	4,617.26	0
合计			153,494.49	16,361.79	134,480.08	14,936.55

注：1.序号1数据为对应年度相应的序号2的数据计算出的在2006年9月30日的新现值,如1994年的1元,按折现率2%对四年的年留存利率折现到2006年9月30日时,为1×157/1.57元。
2.序号2数据=序号1数据×序号5数据,为长虹股份品牌投入现值。
3.序号4数据=序号1数据×序号6数据,为长虹集团品牌投入现值。
4.对2006年品牌投入,取折现率为1%。

①不考虑时间价值因素的量化分析比例

1994年—2006年9月30日,长虹集团与本公司投入广告费用总计为149,316.63万元,其中长虹集团投入14,836.55万元,占总投入比例的9.94%,本公司投入134,480.08万元,占总投入比例的90.06%。

因此,在定义的定量分析的量化分析区间,长虹集团占长虹品牌价值贡献的比例为:30%*9.94%=2.98%。
在定义的定量分析的量化分析区间,本公司占长虹品牌价值贡献的比例为:30%*90.06%=27.02%。

②考虑时间价值因素的量化分析比例

1994年—2006年9月30日,长虹集团与本公司投入广告费用总计现值为170,436.28万元,其中长虹集团投入16,961.79万元,占总投入比例的9.95%,本公司投入153,494.49万元,占总投入比例的90.05%。

因此,在定义的定量分析的量化分析区间,长虹集团占长虹品牌价值贡献的比例为:30%*9.95%=2.98%。
在定义的定量分析的量化分析区间,本公司占长虹品牌价值贡献的比例为:30%*90.95%=27.02%。

结合前述对长虹品牌价值贡献在各时间区间的定性分割分析,按照实际投入计算比例量化结果表如下:

序号	期间/项目	1973-1982	1983-1988	1989-1993	1994-2006	合计	
1	长虹品牌价值在各时间段区间的收益	5%	25%	40%	30%	100%	
2	长虹集团在各时间段区间的收益中价值贡献的比例	100%	100%	40%	9.94%	9.95%	
3	本公司在各时间段区间的收益中价值贡献的比例	0%	0%	60%	90.06%	90.05%	
4	长虹集团占长虹品牌价值贡献的比例	不考虑折现	5%	25%	16%	2.98%	48.98%
5	本公司占长虹品牌价值贡献的比例	不考虑折现	5%	25%	16%	2.98%	48.98%
6	长虹集团占长虹品牌价值贡献的比例	不考虑折现	0%	0%	24%	27.02%	51.02%
7	本公司占长虹品牌价值贡献的比例	不考虑折现	0%	0%	24%	27.02%	51.02%

注：1.序号1数据为1994年—2006年序号2-5的数据为量化分析所得数据。
2.在1994年—2006年期间,序号4×序号1×序号2。
3.在1994年—2006年期间,序号5=序号1×序号2。
4.合计数为各时间段区间数据相加。

(2) 按照模拟投入计算量化分析比例

按照模拟投入本公司年销售收入0.7%的比例收取长虹品牌使用费净额,则长虹集团、本公司对长虹品牌的投入净额如下表所示:

序号	期间/项目	1	2	3	4	5	6	7	8
年度	本公司对品牌投入	本公司年销售收入	品牌使用费收入净额(0.7%)	模拟本公司对品牌投入净额	长虹集团对品牌实际投入	长虹集团投入净额			
1994	1,579.16	427,398.08	2,991.79	-1,412.63	0	0			
1995	2,660.02	676,438.31	4,736.07	-2,075.06	0	0			
1996	5,527.24	1,058,765.46	7,411.36	-1,674.12	0	0			
1997	662.41	1,567,236.36	10,917.07	-10,308.67	0	0			
1998	35,965.48	1,160,296.65	8,122.17	27,843.61	1,984.25	1,984.25			
1999	21,154.98	1,009,516.56	7,066.61	14,082.37	5,740.65	5,740.65			
2000	15,060.27	1,085,816.29	7,600.71	7,469.66	2,772.0	2,772.0			
2001	9,789.79	951,291.14	6,658.97	3,130.82	4,738.95	4,738.95			
2002	8,261.16	1,256,932.92	8,798.53	-403.27	0	0			
2003	9,283.19	1,048,957.45	9,862.20	-645.51	0	0			
2004	5,194.64	1,112,529.43	7,897.71	-2,603.07	0	0			
2005	14,055.30	1,274,444.33	8,921.11	-3,925.77	0	0			
2006	4,617.26	1,220,446.00	8,543.12	-3,925.77	0	0			
合计	134,480.08	14,210,086.98	90,470.61	35,009.47	14,836.55	14,836.55			

注：1.序号1数据为长虹集团对长虹品牌在中评评估根可。
2.序号2数据=序号1数据×0.7% (按照长虹品牌收入的0.7%的比例收取长虹品牌使用费净额计算),长虹集团投入净额可以取收长虹品牌使用费净额。
3.序号4为=序号3数据-序号1数据,为长虹股份投入净额。
4.合计数为各时间段区间数据相加。

在模拟按照本公司年销售收入0.7%的比例收取长虹品牌使用费净额后,根据中国民生银行公布的1994—2006年度的1年期存款利率,计算出出现的折现因子,则模拟长虹集团、本公司对长虹品牌的投入的现值如下表所示:

序号	1	2	3	4	5	6	7	8
年度	现状因子	1年留存利率率	本公司对品牌投入现值	长虹集团对品牌投入现值	模拟本公司对品牌投入现值	长虹集团对品牌的实际投入现值	模拟长虹集团对品牌投入现值	模拟长虹集团对品牌投入现值
1994	157	10.9%	2,485.08	0	-1,412.63	0	1,579.16	2,485.08
1995	142	10.9%	3,771.94	0	-2,075.06	0	2,660.02	3,771.94
1996	131	8.2%	7,247.92	0	-1,874.12	0	5,527.24	7,247.92
1997	124	5.67%	820.53	0	-10,308.67	0	662.41	820.53
1998	119	4.5%	42,868.0	2,364.8	27,843.61	33,193.3	10,106.21	12,943.25
1999	116	2.2%	24,503.46	6,648.3	14,082.37	16,338.32	12,807.26	14,934.43
2000	113	2.2%	17,060.22	2,897.89	7,469.66	8,460.27	9,573.32	11,297.73
2001	111	2.2%	10,846.80	5,263.12	3,130.82	3,498.54	11,397.32	12,627.40
2002	109	1.9%	9,120.16	0	-403.27	0	8,261.16	9,120.16
2003	107	1.9%	9,893.17	0	-645.51	0	9,283.19	9,893.17
2004	104	2.2%	5,401.49	0	-2,603.07	0	5,194.64	5,401.49
2005	102	2.2%	14,942.47	0	-3,925.77	0	14,055.30	14,942.47
2006	100	25.2%	4,617.26	0	-3,925.77	0	4,617.26	4,617.26
合计			153,494.49	16,361.79	35,009.47	67,292.22	91,049.99	103,166.06

注：1.序号5数据,为模拟长虹集团、长虹股份对长虹品牌投入表中的序号4数据。
2.序号6数据,为模拟本公司对品牌投入现值,在序号5数据中为负数的数据,在模拟现值时计为0。
3.在1994年—2006年期间,序号4×序号1×序号2。
4.在1994年—2006年期间,序号5=序号1×序号2。
5.合计数为各时间段区间数据相加。

根据模拟长虹集团、长虹股份对长虹品牌投入的现值表中的数据,在1994年—2006年9月30日期间,模拟长虹集团与本公司投入广告费用总计现值为170,436.28万元,其中,模拟长虹集团投入103,166.06万元,占总投入模拟比例的60.53%,模拟本公司投入67,270.22万元,占总投入模拟比例的39.47%。

因此,在定义的定量分析的量化分析区间,长虹集团占长虹品牌价值贡献的模拟比例为:30%*60.53%=18.16%。
在定义的定量分析的量化分析区间,本公司占长虹品牌价值贡献的模拟比例为:30%*39.47%=11.94%。

结合前述对长虹品牌价值贡献在各时间区间的定性分割分析,按照模拟投入计算的模拟比例量化结果表如下:

序号	期间/项目	1973-1982	1983-1988	1989-1993	1994-2006	合计
1	长虹品牌价值在各时间段区间的收益	5%	25%	40%	30%	100%
2	长虹集团在各区间的收益中价值贡献的模拟比例	100%	100%	40%	60.53%	61.16%
3	本公司在各区间的收益中价值贡献的模拟比例	0%	0%	60%	39.47%	38.84%
4	长虹集团占长虹品牌价值贡献的模拟比例	5%	25%	16%	18.16%	31.61%
5	本公司占长虹品牌价值贡献的模拟比例	0%	0%	24%	11.94%	35.94%

注：1.序号1数据为1994年—2006年序号2-5的数据为量化分析所得数据。
2.在1994年—2006年期间,序号4×序号1×序号2。
3.在1994年—2006年期间,序号5=序号1×序号2。
4.合计数为各时间段区间数据相加。

5.确定长虹集团和长虹股份对长虹品牌价值的贡献量化比例
(1)按照实际投入对长虹品牌价值贡献的量化比例
①长虹集团对长虹品牌价值贡献的量化比例为48.98% (不考虑折现近似为48.98%)。

②长虹股份对长虹品牌价值贡献的量化比例为51.02% (不考虑折现近似为51.02%)。

(2)按照模拟投入对长虹品牌价值贡献的量化比例
①长虹集团对长虹品牌价值贡献的量化比例为64.16%。
②长虹股份对长虹品牌价值贡献的量化比例为35.84%。

(3)长虹集团和长虹股份对长虹品牌价值的贡献量化比例的确定
根据长虹集团和长虹股份对长虹品牌价值的贡献量化比例,历史创建与发展情况,广告等费用的支出情况等,以及本次转让长虹商标的目的,在经过对长虹品牌价值贡献的定性和定量(包括模拟计算等)相结合的分析后,长虹股份与长虹集团经过友好协商双方共同确定:长虹集团对长虹商标的评估价值贡献比例为57.50%,长虹股份对长虹商标的评估价值贡献比例为42.50%。

(4)对长虹品牌价值贡献的划分
根据长虹集团和长虹股份双方共同确定的对长虹品牌价值的贡献量化比例,以及中成评估出具的中成华德诚信评字(2006)第1236号《四川长虹电子集团有限公司拟资产置换项目资产评估报告书》,截止于评估基准日2006年9月30日,长虹集团(长虹集团及长虹集团持有542件注册商标)的评估价值为239,712.12万元。

长虹集团持有上述长虹商标评估价值239,712.12万元比例的57.50%即137,834.47万元。

长虹股份拥有上述长虹商标评估价值239,712.12万元比例的42.50%即101,446.67万元。

七、本次关联交易的其他标的资产的评估
(一)土地使用权无形资产的评估

1.评估假设前提条件
(1)在四川长虹电子集团有限公司与四川长虹电器股份有限公司本次资产置换的交割日之前,长虹集团根据该宗地出让合同足额缴纳土地出让金。

(2)估价对象的土地使用权取得符合国家法律法规,土地利用方向符合规划要求。
(3)估价对象在设定用途下,符合规划且能得到最有效利用。
(4)估价对象与其它生产要素相结合,能满足目前生产、经营的正常进行,保证企业的持续发展。

(5)任何有关估价对象的运作方式、程序符合国家、地方的有关法律、法规。
(6)在估价基准日的土地市场为公开、平等、自愿的交易市场。
(7)委托方提供的资料属实。
(8)估价对象的内涵是指在评估基准日、规划利用条件下,设定的开发程度与用途,出让权利状态下,设定使用年限,不涉及他项权利的土地使用价格。

(9)估价对象用途设定为“商业、住宅综合用地”。
(10)土地使用年限设定为该宗地剩余出让使用年限即商业40年、住宅70年。
(11)估价基准日设定为2006年11月25日。

2.评估方法
(1)绵阳市近年来土地市场交易渐趋活跃,相关土地交易资料可以收集,故适宜用市场比较法进行评估;

(2)绵阳市现状处于2004年公布的基准地价,待估价宗地在绵阳市基准地价覆盖区域内,因此可采用基准地价系数修正法进行评估。
中联评估选用市场比较法和基准地价系数修正法综合对评估对象进行评估。

3.评估结果
截止于评估基准日2006年11月25日,中联评估出具的中联评字(2006)第428号《土地估价报告》对土地使用权评估确认价值为19,441.55万元。

4.特别说明事项
(1)至估价基准日,委托宗地的土地出让金尚未交齐。根据四川长虹电子集团有限公司与绵阳市国土资源局于2006年11月24日签署的国有土地使用权出让合同(合同编号为200-09866号)第九条之规定,集团公司应在签署该出让合同之日起30日内一次性付清该宗地土地使用权出让金。

(2)长虹集团已作出书面承诺,该宗地置换后,为保证土地出让宗地的开发,长虹集团将根据上市公司的通知及时拆除地上建筑,所发生的拆除费用由长虹集团承担。

(3)估价结果是在规划利用条件下的结果,若土地规划管理部门最终的详细规划发生变更,估价结果随之变化。
(4)估价结果是在设定的开发程度和设定用途条件下的结果,若开发程度和设定用途发生变化,估价结果随之变化。

(5)估价结果是在长虹集团足额缴纳土地出让金的前提下得出的地价,若长虹集团与四川长虹在本次资产置换的交割日还未根据该宗地出让合同足额缴纳土地出让金,则本估价结果不成立。

(二)部分存货资产的评估
1.评估方法
华衡评估对本次存货评估采用成本法对各评估对象分别评估后进行加和的方法,具体评估方法简述如下:

(1)原材料,在产品,外购半成品
本次评估以现行市场购置加上合理的运杂费(含包装、运输、仓储、保险等费用),损耗,入库前的挑选检验等费用确定评估值。

评估值=清查核实数量×(现行市价+合理费用)
(2)产成品
对正常销售的产成品,根据出厂销售价格扣除销售费用、全部税金和适当数额的税后净利润确定评估值,计算公式为:

评估单价=销售价格-销售费用-销售税金及附加-所得税-适当净利润。
评估值=清查核实数量×评估单价
(3)在用低值易耗品、模具
重置价值=重置价值×成新率
重置价值=重置价值/成新率
成新率主要采用工作量法,其计算公式:
成新率=1-模具已使用次数/总经济寿命次数)×100%

2.评估结果
根据华衡评估四川华衡评报(2006)1158号《资产评估报告书》,截止于评估基准日2006年9月30日,本次置换出的存货资产账面价值为89,658.23万元;截止后期账面价值为89,658.23万元;经评估确认价值为100,609.49万元,评估增值11,951.26万元,增值率为13.45%。

科目名称	账面价值	调整后账面价值	评估价值	增减额	增值率
原材料	190,881,827.19	150,381,827.19	146,833,266.27	-4,548,560.92	-2.3%
在产品(库存商品)	425,462,241.80	425,462,241.80	507,121,745.15	81,659,503.35	19.19%
产成品(自制半成品)	7,235,424.35	7,235,424.35	7,235,424.35	0.00	0.00%
存货低值易耗品-模具	302,902,787.69	302,902,787.69	344,004,480.00	42,001,692.31	13.87%
合计	89,582,280.43	89,582,280.43	1,006,094,956.77	119,512,676.34	13.45%

3.特别事项说明
华衡评估在其出具的四川华衡评报(2006)1158号《资产评估报告书》中作出以下4条特别说明事项:

(1)上述评估结果,系建立在委托方及资产占有单位提供给注册评估师的产权依据、财务会计资料、企业经营及其他有关资料客观、真实、准确、完整的基础上,被评估单位提供资料的客观、真实、准确、完整与否,将对本次评估结果产生直接影响。如委托方及被评估单位提供,上述资料中存在虚假或隐瞒事实真相等行为,本次评估结果无效,由此引起的相关后果,本公司不承担任何相关的法律责任。

(2)长虹股份本次申报评估的部分存货分布于全国20多个异地销售分公司的分库房产内,因异地房产由长虹股份委托第三方物流进行保管,故本次评估对异地存货以盘点方式进行核实,对其品种、数量以长虹集团房产、库房管理部门、外部物流公司共同盘点核实后的存货清单作为本次评估依据,因此,长虹股份提供资料的客观、真实、准确、完整与否,将对本次评估结果产生直接影响,如长虹股份提供的上述资料中存在虚假或隐瞒事实真相等行为,本次评估结果无效。

(3)本次评估未考虑拟转让资产可能存在的相关负债,以及可能涉及诉讼等或有事项。

(4)对企业存在的可能影响资产评估价值的瑕疵事项,在企业委托方委托函未作特殊说明而评估人员已履行评估程序仍无法获知的情况下,评估机构和人员不承担相关责任。本公司董事会认为:华衡评估是独立的法人机构,本公司与华衡评估不存在关联关系,华衡评估具有完全的独立性,华衡评估对本公司用于本次资产置换的评估结果合理、客观、公允。

八、本次关联交易协议的主要内容和定价政策
(一)协议签署双方的名称
四川长虹电子集团有限公司及四川长虹电器股份有限公司。

(二)协议签署日期:2006年11月30日
(三)交易标的
本次交易交易人部分标的为长虹集团(含长虹厂)拥有的长虹商标,长虹集团拥有的土地使用权(长虹集团与长虹厂已签署《商标委托处置协议》,全权委托长虹集团处置长虹厂名下的国内外长虹商标)。

为取得长虹商标的所有权及长虹集团的土地使用权而置出的标的为本公司拥有的Apex公司的部分应收账款以及部分存货资产。

(四)交易价格支付方式
1.根据北京中成华德诚信资产评估有限公司中成华德诚信评字(2006)第1236号《四川长虹电子集团有限公司拟资产置换项目资产评估报告书》,置入资产中长虹商标评估价值计人民币239,712.12万元,考虑到本公司对长虹品牌的贡献,在量化分析的基础上,双方同意本次资产置换长虹商标权的交易金额为人民币137,834.47万元。

2.根据中成资产评估有限公司中联评报字(2006)第428号《土地估价报告》,置入资产中土地使用权评估价值计人民币19,441.55万元,本次资产置换土地使用权交易金额为人民币19,441.55万元。

3.根据四川华衡评估有限公司四川华衡评报(2006)1158号《四川长虹电器股份有限公司拟资产置换项目资产评估报告书》,置出资产中存货部分评估价值计人民币100,609.49万元,本次资产置换存货部分资产含税交易金额为117,713.10万元。

4.置出资产中应收账款价值为截止2006年9月30日,本公司享有的对美国APEX公司部分应收账款40,000万元人民币。

本次置换入本公司的资产总金额为157,713.10万元。本次置换入本公司的资产总金额为157,713.10万元。资产置换的差额部分437.08万元由长虹集团以现金补齐。现金于协议生效后十个工作日内一次付清。

(五)协议生效条件
协议以本次资产置换事宜获得甲方股东大会审议批准和绵阳市国有资产管理部门批准后生效。

(六)其他事项
协议签署前,长虹集团许可本公司使用置入资产中的部分商标,本协议生效后该等商标许可使用协议解除,且长虹集团不再向本公司收取商标使用费。本次资产置换相关商标转让完成后,若长虹集团还需使用相关商标,本公司同意有偿许可长虹集团使用,许可协议另行签署。

九、本次关联交易的目的及对本次关联交易对公司的影响
(一)本次关联交易的目的
1.适应资本市场变化的需要
长虹品牌是本公司核心竞争力的重要组成部分,长虹商标不为本公司所持有,这不仅制约了本公司竞争力的努力,而且存在因商标归属的不确定性给本公司的稳健经营带来重大风险。因此,国家有关法规和资本市场的内在规律要求本公司的经营管理必须进行规范化运作,需要本公司持有长虹商标。

2.上市公司资产独立、完整的需要
商标、品牌是上市公司资产运营过程中的核心资产之一,如果商标、品牌不归上市公司,那么上市公司资产独立性和完整性就无法得到保证,这既不利于上市公司的长远稳定发展,而且还可能产生重大的关联交易,不符合现行的法规政策对上市公司资产完整的监管要求。本公司是长虹品牌最主要的使用者和商标推广者,但其不具有长虹商标所有的事实,给四国公司的资产独立性、完整性增加了巨大的风险。

3.公司长远发展的需要
在家电品牌竞争的竞争中,品牌体现着一个企业的素质、信誉和形象,国内外知名家电企业成功的实践也证明,创立和发展品牌,是企业长久不衰和保持旺盛市场生命力的最有效手段之一。作为对彩电市场的龙头和长虹品牌最主要的使用者,本公司也需要制定并实施品牌战略,在提高、空调、冰箱、通讯、IT、电池、小家电等多个领域整合长虹品牌资源,通过品牌的发展,提高长虹品牌的市场形象,进而提升长虹产品的价值,增强企业的竞争能力。将长虹商标长虹集团转移到本公司,是本公司实施品牌战略的必然前提。

(二)本次关联交易的限制
1.保证交易的公开、公平、公正、公允;
2.遵守有关法律、法规的规定;
3.有利于全体股东特别是中小股东的利益;
4.有利于本公司中长期健康、稳定、可持续发展原则;

5.诚实信用、协商一致原则。
(三)本次关联交易对公司的影响
1.提高上市公司资产完整性的重要举措
本次长虹集团长虹商标、土地使用权等无形资产置换本公司的部分对 Apex 的应收账款、模具、库存商品、原材料,在产品等低效资产,使本公司的资产质量得到一定程度的改善和提升,是绵阳市国资委、绵阳市国资委、长虹集团共同努力贯彻执行国务院发(2006)34号《国有资产保值增值考核办法》中关于提高上市公司质量重要通知的文件精神,提高本公司资产质量,强化本公司竞争优势,实现可持续发展的必要举措。

2.资产完整性、经营独立性得到改善
长虹品牌是对本公司的生产经营具有重大意义的无形资产,本次商标转让可理顺长虹商标所有权的权属,消除长虹品牌在资产完整性方面的缺陷,改善本公司的资产完整性和经营的独立性。为本公司更好地实施品牌战略奠定坚实基础,有利于本公司的长期可持续发展。

3.盈利能力增强,市场整体形象