（上接B50版）

18、汇率变动风险

竹园国旅经营出境旅游业务，竹园国旅的旅游服务活动大都发生在境外，主要以人民币对客户进行报价，以美元、欧元等外汇向境外合作伙伴进行部分资源采购，可能因人民币汇率变动导致竹园国旅采购成本出现变化。因此，竹园国旅的利润将受到人民币汇率波动影响。

除上述风险外，本公司在本报告书“第十三章 风险因素”中详细分析了本次交易的风险因素，提醒投资者认真阅读，注意投资风险。

释 义

在本报告书中，除非文义载明，以下简称具有如下含义：

一、一般术语		
公司/本公司/上市公司/众信旅游	指	北京众信国际旅行社股份有限公司，在深圳证券交易所上市，股票代码：002707
竹园国旅/标的公司	指	竹园国际旅行社有限公司，其前身为竹园国际旅行社，于2008年11月改制为有限责任公司
交易对方/竹园国旅股东/原股东/郭洪斌等8名交易对方	指	竹园国旅的全部股东，包括：郭洪斌、陆勇、何静蔚、苏杰、张一满、李爽、上海祥禾和天津富德
上海祥禾	指	上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙），竹园国旅股东
天津富德	指	天津富德伟业企业管理咨询中心（有限合伙），竹园国旅股东
九泰基金	指	九泰基金管理有限公司
瑞联投资	指	深圳前海瑞联一号投资中心（有限合伙）
华泰瑞联并购基金	指	北京华泰瑞联并购基金中心（有限合伙）
九鼎投资	指	北京嘉福九鼎投资中心（有限合伙）
昆吾九鼎	指	昆吾九鼎投资管理有限公司
正道九鼎	指	北京正道九鼎创业投资有限责任公司
惠达九鼎	指	北京惠达九鼎投资管理有限公司
慧邦科技	指	江山慧邦科技有限公司
同创有限	指	北京同创九鼎投资控股有限公司
嘉兴惠德	指	嘉兴惠德创业投资管理有限公司
常青藤房产	指	北京常青藤房地产开发有限公司
杭州昆吾	指	杭州昆吾投资管理有限公司
同创股份	指	北京同创九鼎投资管理股份有限公司
上海分社	指	竹园国际旅行社有限公司上海分社
成都分公司	指	竹园国际旅行社有限公司成都分公司
武汉分公司	指	竹园国际旅行社有限公司武汉分公司
西安分公司	指	竹园国际旅行社有限公司西安分公司
厦门分公司	指	竹园国际旅行社有限公司厦门分公司
沈阳分公司	指	竹园国际旅行社有限公司沈阳分公司
北京市工商局	指	北京市工商行政管理局
交易标的/标的资产/拟购买资产	指	竹园国旅70%股权
收购价款/交易价格	指	众信旅游收购标的资产的价款
发行股份购买资产	指	本公司拟以发行股份的方式购买郭洪斌等8名交易对方合计持有的竹园国旅70%股权
募集配套资金/配套融资	指	上市公司拟向九泰基金、瑞联投资、冯滨和白斌发行股份募集本次发行股份购买资产的配套资金
配套融资认购方	指	九泰基金、瑞联投资、冯滨和白斌
补偿义务人	指	郭洪斌、陆勇、何静蔚、苏杰、张一满、李爽合计6名竹园国旅自然人股东
本次重大资产重组/本次重组/本次交易	指	本次发行股份购买资产及募集配套资金暨关联交易
报告书/本报告书	指	《北京众信国际旅行社股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）》
《发行股份购买资产协议》	指	众信旅游与郭洪斌等8名交易对方于2014年9月24日签署的《发行股份购买资产协议》
《盈利预测补偿协议》	指	众信旅游与郭洪斌等6名交易对方于2014年9月24日签署的《盈利预测补偿协议》
《股份认购协议》	指	众信旅游与九泰基金、瑞联投资、冯滨和白斌于2014年9月24日签署的《股份认购协议》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《重组管理办法》	指	《上市公司重大资产重组管理办法》（中国证券监督管理委员会令第53号）
《发行管理办法》	指	《上市公司证券发行管理办法》（证中国证券监督管理委员会令第30号）
《若干问题的规定》	指	《证监会公告［2008]14号-关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》（中国证券监督管理委员会公告,[2008]14号）
《格式准则26号》	指	《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第26号-上市公司重大资产重组申请文件》
《财务顾问办法》	指	《上市公司并购重组财务顾问业务管理办法》（中国证券监督管理委员会令第54号）
《股票上市规则》	指	《深圳证券交易所中小板股票上市规则》
《独立财务顾问》	指	《华泰联合证券有限责任公司关于北京众信国际旅行社股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易之独立财务顾问报告》
《审计报告》	指	《竹园国际旅行社有限公司审计报告》（中证天通[2014]审字1-1167号）
《盈利预测审核报告》	指	《竹园国际旅行社有限公司盈利预测审核报告》（中证天通[2014]审字1-1168号）
《备考盈利预测审核报告》	指	《北京众信国际旅行社股份有限公司备考盈利预测审核报告》（中证天通[2014]审字1-1169号）
《法律意见书》	指	《北京市金杜律师事务所关于北京众信国际旅行社股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易之法律意见书》
《评估报告》	指	《北京众信国际旅行社股份有限公司拟收购竹园国际旅行社有限公司70%股权项目资产评估报告》（中通评报字[2014]360号）
《专项审核报告》	指	由上市公司聘请的具有证券、期货业务资格的审计机构对竹园国旅承诺期内各年度的业绩完成情况进行专项审计后出具的《专项审核报告》
《核查测试报告》	指	在承诺期届满时，由上市公司与交易对方共同聘请的具有证券、期货业务资格的会计师事务所就竹园国旅70%股权价值进行减值测试并出具的《核查测试报告》
中国证监会/证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
发行股份的定价基准日	指	众信旅游第三届董事会第六次会议相关决议公告之日
标的资产交割日	指	本次交易对方将标的资产过户至上市公司名下之日
审计评估基准日	指	2014年6月30日
锁定期	指	按照《重组管理办法》规定，持股方在规定时间内不得将所持的股票进行转让的期限
独立财务顾问/华泰联合证券/保荐机构	指	华泰联合证券有限责任公司
金杜律所	指	北京市金杜律师事务所
中证天通	指	北京中证天通会计师事务所（特殊普通合伙）
中通诚	指	中通诚资产评估有限公司
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
最近两年一期、报告期	指	2012年、2013年和2014年1-6月
二、专业术语		
出境游	指	出境旅游，即包括出国游及以香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区为目的地的旅游，就旅行社业务而言，即旅行社招徕、组织、接待中国内地居民出国旅游，赴香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区旅游，以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人、在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民出境旅游的业务
出境游批发业务、出境游批发	指	公司根据市场需求，采购旅游交通、景点、酒店、餐厅等上游资源，事先设计好旅游产品，通过全国范围内的经营出境游业务的旅行社，包括根据国家旅游局规定可以从事出境游招徕业务的旅行社，即旅游代理商，指广告销售终端消费者，由公司为终端消费者提供最终产品和服务，并由公司与旅游代理商之间进行旅游费用结算的业务
代理商、分销商	指	批发商与终端消费者之间的纽带，主要负责招徕旅游者，提供旅游咨询服务、销售批发商的旅游产品
长线出境游	指	跨越行程相对较长的出境游线路，从旅途飞行时间计算，通常在8小时以上；从旅游线路时间安排上，通常是6日以上；在目的地分布上，主要包括大洋洲、欧洲（不含俄罗斯远东地区）、非洲、美洲等地
短线出境游	指	跨越行程相对较短的出境游线路，在目的地分布上，主要包括港澳、东南亚及日韩等地
旅游目的地国家	指	与中国签定了《旅游目的地国家地位谅解备忘录》的国家，根据旅游管理规定，组团社只能组织国内游客到中国旅游目的地国家进行旅游
中国旅行社协会	指	由中国境内的旅行社、各地区性旅行社协会等单位，按照平等自愿的原则组成的全国旅行社行业的专业性协会，在国家民政部门登记注册的全国性社团组织
入境游	指	入境旅游，即国外及香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区旅游者来以中国内地为目的地的旅游，就旅行社业务而言，即旅行社招徕、组织、接待外国旅游者来我国旅游，香港特别行政区、澳门特别行政区旅游者来内地旅游，台湾地区居民来大陆旅游，以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人、在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民在境内旅游的业务
国内游	指	国内旅游，即中国内地居民在境内旅游，就旅行社业务而言，即旅行社招徕、组织和接待中国内地居民在境内旅游的业务
境外地接社	指	提供出境旅游目的地接待服务的旅行社
中国国旅	指	中国国旅股份有限公司
中青旅	指	中青旅控股股份有限公司
中旅总社	指	中国旅行社总社有限公司
广州广之旅	指	广州广之旅国际旅行社股份有限公司
康辉集团	指	中国康辉旅行社集团有限责任公司
途牛网	指	途牛旅游网 www.tuniu.com
携程网	指	携程旅行网 www.ctrip.com
同程网	指	同程旅行网 www.ly.com
凯撒旅游	指	北京凯撒国际旅行社有限公司
华远国旅	指	北京市华远国际旅游有限公司
凤凰假期	指	北京凤凰假期国际旅行社有限公司
中国国航	指	中国国际航空股份有限公司
东方航空	指	中国东方航空股份有限公司
海南航空	指	海南航空股份有限公司
卡塔尔航空	指	卡塔尔航空公司
法航荷航集团	指	Air France-KLM
印尼鹰航	指	Garuda Indonesia Airline
TUI	指	TUI Travel PLC，世界领先的旅游集团，伦敦证券交易所上市公司
Thomas Cook	指	Thomas Cook Group plc，世界第一家旅行社，世界领先的旅游集团，伦敦证券交易所上市公司

本报告书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。

本报告书中部分合计数与各序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。

第一章 本次交易概况

一、本次交易的背景

（一）在现有竞争格局下，上市公司为巩固并扩大出境旅游业务市场份额制定了明确的发展规划

中国良好的外交形象、人民币升值、移动互联网带来的线上渠道的便利化、旅游签证制度趋于便利等外围因素全面推动了近些年来我国出境旅游的高速增长。从我国各年龄层次消费人群来看，人们的生活理念在逐步变化，对生活品质有更高的追求，旅游逐渐从百姓的时尚消费品转变为大众消费品。根据中国旅游研究院《中国出境旅游发展年度报告（2014）》，出境游客人数不断上升，2013年度中国出境旅游人数为9,819万人次，同比增长18%。目前我国已经稳居世界第一大出境旅游市场与第一大出境旅游消费国。根据中国旅游研究院《中国出境旅游发展年度报告（2014）》公布的调查数据显示，2013年度个人月收入在3,000-8,000元的出境游客占所调查的出境游客总数的57.1%，出境游客向中等收入人群扩散趋势日益明显。在此背景下，2014年上半年我国的出境旅游市场整体保持了较快发展。与此同时，旅游业新产品、新业态层出不穷，市场竞争日趋激烈，为了争取客源和关注度，各方的产品营销手段不断创新，价格竞争更加普遍。

1、长线出境游市场竞争格局

长线出境游市场开放时间较晚，国内出境游旅行社在该市场发展初期基本处于同一起点。近年来，包括众信旅游、竹园国旅、凯撒旅游和华远国旅等在内的出境游批发商抓住市场发展机遇，顺应市场要求大力发展批发业务，在长线出境游市场上迅速抢占了一定市场份额，形成了资源整合优势，建立了广泛的代理商网络。虽然整体与老牌的中国国旅、中青旅、中旅总社、广州广之旅等大型综合旅行社相比尚有一定差距，但实力差距已逐步缩小。

目前，上述旅行社在进一步做大做强批发业务的基础上，已在全国重要城市开设分支机构，并积极建设电子商务平台，开展线上业务，以积极拓展零售业务，努力搭建批零一体化的格局，将业务和品牌植根于终端消费者。大型综合旅行社通过其长期以来的品牌优势、众多门店的渠道优势、在其总部所在地的零售市场仍有很大影响力，同时由于其集团化运作方式，在全国范围内分子公司较多，具有一定的规模及布局优势。

由于长线出境游的特殊性，使领馆、出境口岸相对集中的北京、上海、广州三地的旅行社具有得天独厚的优势，处于出境游批发体系的顶端；同时北京、上海、广州是国内经济最为发达、人均收入水平最高的城市之一，当地客人的长线出游比例也相对较高。总体来看，长线出境游的市场集中度较高，形成了完善的批发零售体系，批发商和大型综合旅行社多集中在北京、上海、广州，全国其他省市的旅行社大多处于代理商地位。

2、短线出境游市场竞争格局

我国的出境旅游最先是从港澳游和邻近国家目的地发展起来，短线出境旅游的发展时间较长，经营此业务的旅行社相对较多。在出境旅游开办初期，由于国家特许政策，中国国旅、中青旅、中旅总社等大型综合旅行社最早获得出境旅游经营权，因此，经营短线出境旅游业务的时间相对较长，同时由于这些旅行社的零售网点较多，在该市场占有一定优势，其出境游业务收入主要来自短线出境游市场。国内较早从事出境游的其他部分出境游旅行社在该市场也有一定份额。随着中国出境游市场的发展，短线出境游国家的签证手续相对快捷便利，航线众多，出发地呈分散格局经济较为发达的省会城市一般都是该省的短线出境游客人的出发地。

总体来看，短线出境旅游的市场集中度不高，除北京、上海、广州、深圳外，全国大多省份均有一至两家旅行社在当地短线出境旅游市场中占有主导地位。

3、上市公司未来发展规划

众信旅游坚持专业出境游运营商的市场定位，实施以服务品质为前提、以产品为核心、批发零售一体、线上线下结合的多渠道运营，公司出境批发、零售、商务会奖三大业务相互促进，协同发展的发展战略。近年来，众信旅游抓住国内旅游业快速发展的有利契机，围绕出境游产品消费特点，逐步布局团队游、自由行、半自由行和度假产品业务，在巩固现有资源优势的前提下，不断开发更多优质、可控的上游资源，进一步加强成本和客户优势，构建实体网络、电子商务的多层次、多渠道销售模式，形成规模化运营体系。

公司未来将在现有资源优势前提下，从出境游目的地、消费能力与消费意愿、我国公众休假特点、客户时间要求等多方面综合考虑，继续开发符合不同层次需求、有主题、有特色、性价比高的团队游和度假游产品。为开发多结构、多层次的产品提供稳定的、高性价比的上游资源，给出境游潜在客户提供更多的产品选择。

为实现上述发展规划和发展目标，增强公司成长性，公司制定了积极的市场开拓计划。公司将结合自身现有资源积累，逐步巩固已有长线出境游优势，拓展出境游短线市场，进一步大力发展出境批发、零售及商务会奖业务，进一步抢占市场份额；

（1）公司坚持做大做强出境游批发业务，丰富长线、短线产品，加大自由行和度假产品的开发力度，不断布局全国市场，针对不同的客源市场，提供差异化的产品和采取不同的营销模式。在细分市场的同时，扩大二、三线城市的分销范围和网点密度；以口岸城市为依托，开发当地起止产品及在重点区域开发包机产品。同时，公司结合B2B分销系统的推广及使用，使公司与下游代理商之间的关系更加紧密，与在线旅游代理商（OTA）的合作亦不断加强，通过联合推广产品等形式使产品更加贴近境外游消费者市场，对代理商的服务更具时效性和针对性，同时加深代理商对公司的信任程度和支持力度。

（2）公司逐步加强自身零售业务，继续巩固北京零售业务渠道，进一步优化了公司在北京的零售网络布局。不断提升品牌在消费者间的认可程度，加强众信旅游网站、微信、淘宝等在线销售渠道的推广，通过网站举办的多种形式的特卖会、参加旅游产品交易会、与银行等机构深度合作进行产品联合促销活动、定期推出系列优惠产品等措施加强零售渠道建设。

（3）商务会奖旅游作为一种现代企业管理方式和营销手段，越来越受到企业的认可和应用。公司在内部架构上对商务会奖部门进行调整，打造商务会奖专业化运营平台，促进其客户资源更快地向多行业拓展。公司加大商务会奖业务人员与资金投入，客户资源拓展方面，公司不断开发新的客户及在北京、上海以外的城市拓展客户，并使销售渠道向多行业延伸，初步建立起覆盖全国重点区域的商务会奖旅游专业化网络。同时，由公关公司配合，加快公司商务会奖业务向商务会奖、会场搭建、活动管理、公关策划、广告营销等综合服务能力拓展，提高商务会奖业务的服务范围和综合竞争力。目前商务会奖旅游业务公司已经进入汽车、快消、互联网等行业，未来会不断优化客户结构，提高单个客户的营收贡献。

（二）并购是公司外延式扩张的首选方式

随着市场需求日益多元化，单一的产品价格竞争只是市场低层面的一种竞争形式，未来市场的发展与竞争态势将在旅游产品、销售渠道和企业品牌三个不同层面展开。服务质量、产品的差异化和价格构成是产品竞争的核心要素，代理商、门店数量和电子商务创新将成为旅行社销售渠道竞争的主要方面，在产品竞争和销售渠道竞争基础上的企业品牌竞争将是市场竞争的最高形式。

在未来旅行社产品及渠道竞争日趋激烈的情况下，大部分市场份额将有可能向几家规模旅行社集中，单纯的出境游批发商将面临转型的问题。由于各个旅行社的经营系在价值链上衔接上游资源和下游客户（众信旅游在产业链上所处位置见下图），旅行社提供游客的吃、住、行、游、购、娱等都要向相关企业采购。如果某一环节出现问题单靠旅行社的能力很难处理。为了增强自己的实力，旅行社将争夺上游资源，在降低营运成本的同时，有利于保证所能提供服务的质量，也能降低采购风险和管理难度，亦是旅行社做大做强的重要途径。

从世界旅游业发展趋势来看，成功的旅游公司如美国运通、TUI、Thomas Cook等，已经很难用传统的分类方法来将其区分为旅游批发经营商、零售代理商或者是旅游服务供应商；同其他行业的一体化进程相同，未来旅行社业的竞争将不是旅行社之间点对点的竞争，而是各个旅行社所掌控的旅游价值链之间线与线的竞争。旅行社作为旅游产品的“分销商”，如何整合上游产品资源以及如何掌控下游渠道是经营发展的关键。目前国内行业公认的规模较大、领先的出境游批发商中，华远国旅已被携程网收购，凯撒旅游亦被海航集团控股，公司本次收购竹园国旅后将改变目前国内的出境游批发商格局，使得出境游批发领域市场集中度进一步提升。未来单纯的出境游批发商大多亦将走向横向一体化，建立旅游集团或谋求纵向一体化整合上下游资源。

公司采取了内生式成长与外延式扩张并重的战略举措。内生式成长战略主要以上市公司为载体，通过强化内部运营能力、提高运营效率、加强线上线下渠道建设等手段，增强公司现有业务的竞争能力和销售规模；外延式扩张战略主要是通过并购具有一定规模优势和核心竞争力、并能够与公司现有业务产生良好的协同效应的相关标的的方式实现。

按照企业发展的一般规律，仅凭借企业自身力量在已有业务中拓展，通常周期较长、投入较大、拓展失败的风险较高。借助资本市场的力量，选择外延式发展，通过并购具有较强经营实力、盈利能力和优秀管理团队的成熟企业，是公司现阶段实现快速成长更为有效的方式。外延式发展能够降低公司在各个业务领域的投资风险、节约竞争成本、时间成本，同时提高发展效率，是上市公司现阶段做大做强的优选方案。

随着市场竞争加剧，出境游市场份额将逐步向资质品牌优良、具有上下游资源、资金和规模优势的旅行社集中，行业整合趋势加快，横向及纵向并购整合的环境也已经具备，未来围绕市场需求整合资源进行并购将成为公司外延式扩张的首选方式。

（三）竹园国旅是出境游行业内的领先批发商之一

出境旅游业务是国家特许经营的业务，目出境旅游市场开放以来，中国出境旅游产业主体规模持续扩大。截至目前，出境游旅行社数量为2,000多家。随着市场需求日益多元化，单一的产品价格竞争只是市场低层面的一种竞争形式，未来市场的发展与竞争态势将在旅游产品、销售渠道和企业品牌三个不同层面展开。服务质量、产品的差异化和价格构成是产品竞争的核心要素。资质品牌优良、具有上下游资源、资金和规模优势的批发商将更具优势。

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。在2014年7月国家旅游局公布的《国家旅游局关于2013年度全国旅行社排强名单的公告》中，竹园国旅在2013年度全国百强旅行社排名中列第十二名，并进入2013年度全国旅行社税收十强，列第八名。2014年8月，竹园国旅被北京旅行社等级评定委员会评为5A级旅行社。竹园国旅凭借自己在出境游批发业务方面的专业、优质服务在业内取得了充分认可并建立了良好的口碑。

选择竹园国旅作为公司本次交易的并购标的，能进一步巩固上市公司出境游批发业务的领先地位、巩固并扩大出境游业务的市场份额、丰富现有出境游长短线产品、补充公司优秀业务及管理人才、强化公司上下游资源整合优势和规模优势，是公司成为全国性大型出境旅游运营商的重要一步。

二、本次交易的目的

上市公司坚持“以服务品质为前提，以产品为核心，批发零售一体，线上线下结合，多渠道运营”的发展战略，凭借自身内生式发展，多年来已经完成了相关资源、客户的初步积累，在此基础上，本次与竹园国旅进行重组整合，是上市公司提升出境游批发业务的重要举措，在公司业务发展过程中具有重要的战略意义。

（一）协同效应明显，进一步巩固出境游批发业务龙头的行业地位

目前国内各主要旅行社进入了差异化竞争的阶段，上游资源与下游消费者已普遍成为各家旅行社的未来竞争方向，其中优质的服务和良好的客户体验正逐渐成为未来市场竞争的核心优势，为实现用户数量增长及增强用户黏性起到关键作用。众信旅游及竹园国旅作为国内出境游批发行业内口碑较好、知名度较高的旅行社，均长期专注于出境游批发业务，在各自出境游线路的产品研发及上游资源整合上建立起自身竞争优势，协同效应明显。

本次众信旅游与竹园国旅通过本次交易强强联合，将改变目前国内的出境游批发商格局，使得该领域集中度进一步提升。一方面，随着竹园国旅专业团队的加入、双方将取长补短，发挥规模和协同效应，在目的地、出发地和产品类型上三个维度丰富现有产品线，提高出团密度，大大增强公司在资源端的控制力，巩固并扩大出境游批发业务市场份额，从而进一步巩固上市公司出境游批发业务的领先地位。

另一方面，众信旅游及竹园国旅一同寄望于出境游的长足发展，双方在上游资源采购及调配、产品研发设计能力上实现共享，进一步提高代理商客户黏性，为众信旅游进一步提升品牌形象，保持出境游业务的领先地位作出贡献。

（二）增强合作资源的聚拢效应，打造批发零售、线上线下一体化平台

公司长期专注于出境游市场、长短线产品开发和服务质量的提升，目前已成为领先的出境游综合服务商。旅行社作为旅游产品的“分销商”，实际上是旅游产业价值链上的“资源整合者”，对上游资源以及下游客户的依赖程度较大。旅游产业上下游资源倾向于与口碑优良、产品丰富、管理经验丰富的旅行社合作，资源的聚拢效应明显。

本次交易完成后，通过规模优势奠定强势地位，双方品牌吸引力均将得到提升，在行业中将产生一定的示范性效应，有助加大公司在出境游产业链上下游各类优质资源的聚拢，提升上市公司的议价能力并降低整体营运成本，提高可调配资源的稳定性，大大增强核心竞争力。同时，众信旅游及竹园国旅均拥有成熟的出境游业务流程管理控制体系，随着旅行社网络化的发展，将进一步加强自身在线平台建设，特别是移动平台建设，力争成为知名的出境游品牌网络，带动产品销售，为公司推动产业模式的升级，打造领先的一体化平台，创建享誉世界的旅游企业打造坚实基础。

（三）提高上市公司业务规模，增强上市公司的持续盈利能力

随着近年来出境游关注热度及需求的不断上升，以及出境游业务流程管控体系的不断成熟，竹园国旅近年来营业收入增幅较大、毛利率逐步提升、盈利能力较强；根据竹园国旅以及上市公司经审计的2012年、2013年的财务数据，竹园国旅的营业收入分别相当于同期上市公司营业收入的43.80%和151.39%，归属于母公司股东净利润分别相当于同期上市公司归属于母公司股东净利润的25.62%和24.59%。

本次交易完成后，竹园国旅将成为本公司的控股子公司。上市公司的出境游批发业务将得到大幅提升，对公司营业规模、盈利状况及现金流状况均形成良好补充。市场竞争力及盈利能力得到显著增强。

（四）利用资本市场做大做强，实现上市公司与股东的双赢局面

出境游业务发展速度较快，并已进入到一个跨越式发展时期，资金对企业战略的发展的重要性不断提升。通过本次交易，实现了竹园国旅与资本市场的对接，进一步拓宽了融资渠道，为加快其业务发展及提高核心竞争力提供充沛资金，有助于充分发挥其在出境游批发业务的竞争优势。同时做大双方经营规模并增强整体盈利能力，进一步巩固并发展公司出境游批发业务的市场份额，有助于实现上市公司股东利益最大化，实现双赢局面。

三、本次交易的决策过程

（一）本次交易已经履行的程序及获得的批准

2014年7月3日，本公司召开第三届董事会第二次会议，审议通过了《关于公司筹划重大资产重组事项的议案》，同意公司筹划重大资产重组事项。

2014年9月19日，上海祥禾召开执行事务合伙人会议，审议同意以其所持竹园国旅股权认购众信旅游向其定向发行的股份。

2014年9月19日，天津富德召开执行事务合伙人会议，审议同意以其所持竹园国旅股权认购众信旅游向其定向发行的股份。

2014年9月22日，竹园国旅召开股东会，全体股东一致同意将竹园国旅70%股权转让予众信旅游，并与众信旅游签署《发行股份购买资产协议》等相关文件；全体股东一致同意放弃优先购买权。

2014年9月22日，九泰基金召开投资决策会，一致同意认购众信旅游本次配套募集资金，并与众信旅游签署《股份认购协议》等相关文件。

2014年9月23日，瑞联投资召开投资决策会，一致同意认购众信旅游本次配套募集资金，并与众信旅游签署《股份认购协议》等相关文件。

2014年9月23日，冯滨同意认购众信旅游本次配套募集资金，并与众信旅游签署《股份认购协议》等相关文件。

2014年9月23日，白斌同意认购众信旅游本次配套募集资金，并与众信旅游签署《股份认购协议》等相关文件。

2014年9月24日，本公司召开第三届董事会第六次会议，审议通过了本次发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）及与本次发行股份购买资产并募集配套资金相关的议案。

（二）本次交易尚需履行的程序及获得的批准

本次交易尚需股东大会和中国证监会对上市公司本次发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易方案的核准。

四、交易对方、交易标的及价作价

本次交易对方系竹园国旅的全体股东，包括：郭洪斌、陆勇、何静蔚、苏杰、张一满、李爽、上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙）和天津富德伟业企业管理咨询中心（有限合伙）。

本次交易标的为竹园国旅全体股东合法持有的竹园国旅合计70%股权，具体各股东通过本次交易出售的竹园国旅股权比例及取得的上市公司股份数如下表所示：

序号	交易对方	本次交易对方出售竹园国旅股权比例（%）	交易对价（万元）	支付方式	
				股份（股）	
1	郭洪斌	54.72	49,246.87	6,038,115	
2	陆勇	0.51	459.71	56,365	
3	何静蔚	0.51	459.71	56,365	
4	苏杰	0.51	459.71	56,365	
5	张一满	0.51	459.71	56,365	
6	李爽	0.51	459.71	56,365	
7	上海祥禾	10.91	9,818.19	1,203,799	
8	天津富德	1.82	1,636.38	200,635	
合计		70.00	63,000.00	7,724,374	

本次交易标的采用资产基础法和收益法评估，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。根据中通诚出具的中通评报字[2014]360号《评估报告》，在评估基准日2014年6月30日，在《评估报告》所列假设和限定条件下，竹园国旅的账面净资产（经审计）为8,289.13万元，采用收益法评估，评估后竹园国旅股东全部权益价值为90,070.34万元，评估增值81,781.21万元，增值率986.61%。根据《发行股份购买资产协议》，经交易各方友好协商，竹园国旅70%股权的交易作价为63,000万元，全部以发行股份方式支付。

五、本次交易构成关联交易

本次发行股份购买资产的交易对方郭洪斌、陆勇、何静蔚、苏杰、张一满、李爽、上海祥禾和天津富德在本次交易前与上市公司及其关联方之间不存在关联关系。

本次交易中公司向郭洪斌等8名交易对方发行股份购买资产，郭洪斌未来12个月内将通过本次交易成为直接持有公司5%以上股份的股东，同时将担任上市公司董事或/及高级管理人员职务。根据《股票上市规则》，郭洪斌为本公司的关联方，本次交易构成关联交易。

同时，本次募集配套资金的认购方之一九泰基金，其股东昆吾九鼎系本公司持股5%以上股东九鼎投资的执行事务合伙人北京惠通九鼎投资有限公司的出资人，与本公司存在关联关系。本次募集配套资金的认购方之一冯滨，系本公司的控股股东和实际控制人，与本公司存在关联关系。本次募集配套资金的认购方之一白斌，系本公司持股5%以上股东九鼎投资委派的董事，与本公司存在关联关系。九泰基金、冯滨和白斌认购本次交易中募集配套资金的行为，构成关联交易。

在本公司董事会审议相关关联议案时，关联董事冯滨、白斌已回避表决，由非关联董事表决通过；在本公司股东大会审议相关关联议案时，关联股东冯滨、九鼎投资将回避表决，由非关联股东进行表决。

六、本次交易构成重大资产重组

本次交易中上市公司拟购买竹园国旅70%股权。

根据众信旅游、竹园国旅经审计的2013年度财务数据以及交易作价情况，相关财务比例计算如下：

单位：万元

项目	众信旅游	竹园国旅	财务指标占比
2013年末资产总额	67,644.76	63,000.00	93.13%
2013年末资产净额	29,085.39	63,000.00	216.60%
2013年度营业收入	300,525.55	154,425.10	51.39%

注：众信旅游的资产总额、资产净额取自经审计的2013年12月31日合并资产负债表；竹园国旅的资产总额、资产净额指标均根据《重组管理办法》的相关规定确定为本次竹园国旅70%股权的交易金额63,000万元。

根据《重组管理办法》的规定，本次交易构成中国证监会规定的上市公司重大资产重组。同时，本次交易涉及发行股份购买资产及募集配套资金，需经中国证监会并购重组委审核，取得中国证监会核准后方可实施。

七、交易完成后仍满足上市条件

以发行股份上限10,299,165股计算（包括发行股份购买资产和募集配套资金），本次交易完成后本公司的股本将由58,290,000股变更为不超过68,589,165股，社会公众股东合计持股比例将不低于本次交易完成后上市公司总股本的25%。本次交易完成后，公司仍满足《公司法》、《证券法》及《股票上市规则》等法律法规规定的股票上市条件。

八、本次交易不构成借壳上市

根据《上市公司重大资产重组管理办法》第十二条的规定，自控制权发生变更之日起，上市公司向收购人购买的资产总额，占上市公司控制权发生变更的前一个会计年度经审计的合并财务会计报告期末资产总额的比例达到100%以上的重大资产重组，构成借壳重组。

本次交易前，冯滨持有本公司21,584,003股股份，占总股本的比例为37.03%，是本公司的控股股东及实际控制人，且自众信旅游上市以来未发生变更。本次交易完成后，以发行股份上限10,299,165股计算（包括发行股份购买资产及募集配套资金），冯滨将持有上市公司32.26%的股权，仍将为本公司的控股股东及实际控制人，本次交易不会导致上市公司的控股股东及实际控制人的变更。

此外，本次发行股份购买资产之标的公司竹园国旅截至2014年6月30日总资产约为39,250.16万元，本次竹园国旅70%股权交易作价为63,000万元，资产总额与本次交易的股权比例乘积与本次交易成交金额二者孰高值占上市公司最近一个会计年度经审计合并财务会计报告期末资产总额的93.13%。

综上，本公司自上市起控制权未发生变化且本次也未发生变化，本次众信旅游收购竹园国旅不满足借壳上市的条件，不构成借壳上市。

第二章 上市公司基本情况

一、公司基本情况简介

公司名称：	北京众信国际旅行社股份有限公司
公司英文名称：	Beijing UTour International Travel Service Co., Ltd.
股票上市地：	深圳证券交易所
证券代码：	002707
证券简称：	众信旅游
注册地址：	北京市朝阳区和平街东土城路12号院2号楼4层
办公地址：	北京市朝阳区和平街东土城路12号院2号楼4层
注册资本：	5,829万元
法定代表人：	冯滨
营业执照注册号：	110105000076187
邮政编码：	100013
联系电话：	010-64489903
传真：	010-64489955-110055
公司网站：	www.utourworld.com
经营范围：	入境旅游业务；国内旅游业务；出境旅游业务；保险兼业代理；因特网信息服务业务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械以外的内容）；图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品零售、网上销售（信息物经营许可证有效期至2015年12月31日）；民用航空运输销售代理；承办展览展示活动；会议服务；销售纺织品、服装、日用品、文化用品、体育用品及器材、家用电器、电子产品、五金、家具、室内装饰材料；组织文化艺术交流（限出境外）；企业营销执形象策划；公关活动策划；技术开发；软件开发；电脑图文设计、制作；设计、制作、代理、发布广告；翻译服务；摄影扩印服务；汽车租赁；投资咨询；房地产信息咨询（房地产经纪除外）；经济贸易咨询。领取本执照后，应到市交通委运输管理局备案。

二、历史沿革及股本变动情况（一）公司设立时的股权结构

众信旅游系在原北京众信国际旅行社有限公司（以下简称“众信有限”）整体变更的基础上发起设立的股份有限公司。2008年4月28日，众信有限股东会通过决议，众信有限以经北京中证天通会计师事务所有限公司审计的（京中证零审二审字[2008]1007号《审计报告》）截至2008年3月31日的账面净资产值34,178,228.61元折股整体变更为北京众信国际旅行社股份有限公司，折合股本2,400万股，剩余10,178,228.61元计入