

引力传媒股份有限公司

关于计提商誉减值准备的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

引力传媒股份有限公司（“引力传媒”或“公司”）于2021年4月28日召开第四届董事会第三次会议及第四届监事会第三次会议，审议通过了《关于公司计提商誉减值准备的议案》，该议案尚需提交股东大会审议。现将具体情况公告如下：

一、商誉的形成情况

为了提高在数字营销和内容营销领域的业务规模和市场竞争力，公司分别于2017年9月13日及2017年9月29日召开的第二届董事会第二十五次会议及2017年第二次临时股东大会，审议通过了《关于收购上海致趣广告有限公司60%股权的议案》（2018年7月3日，上海致趣广告有限公司更名为上海致效趣联科技有限公司，以下简称“上海致趣”），同意公司以人民币28,800.00万元受让交易对方持有的上海致趣60%股权。公司于2018年2月6日及2018年3月26日召开的第三届董事会第三次会议及2018年第一次临时股东大会，审议通过了《关于引力传媒股份有限公司60%股权收购交易与40%股权收购交易合计构成重大资产重组的议案》、《关于引力传媒股份有限公司重大资产购买具体方案的议案》等议案，公司拟以1.92亿元收购上海致趣剩余40%股权。交易完成后，公司合计持有上海致趣100%股份。公司合并上海致趣所形成的商誉25,208.85万元，为收购上海致趣60%股权对应的商誉。

二、计提商誉减值准备的原因

上海致趣主要业务为移动端APP流量商业化，累计合作200多个垂类头部APP，如：网易云音乐、酷狗音乐、知乎、豆瓣、携程、滴滴、高德等；合作客户主要系国际4A公司和国际品牌公司，如群邑、Burberry、Chanel、宝马、雀巢、兰蔻、NIKE、百胜集团、联合利华、宝洁等客户，常年保持稳定合作。2020年

受疫情影响，线下商业低迷，国际品牌商缩减移动端 APP 品牌广告预算或延迟广告投放；再有，某独家合作 APP 由于发展战略和经营策略调整，2020 年未对市场开展全面独家合作，由内部自建团队开展商业化运营，某些新增独家合作 APP 处于磨合期，导致上海致趣主营业务利润规模下滑，未达成承诺业绩。

2020 年度，上海致趣实现扣除非经常性损益的净利润为 3,984.59 万元，未实现 2020 年度的业绩承诺，完成率为 57.65%。根据上海致趣 2020 年度与以往年度的经营情况对比，经营业绩出现大幅波动，出于谨慎性考虑，公司聘请了评估机构对上海致趣与商誉相关资产组可收回金额进行了评估。

根据中联资产评估集团有限公司出具的“中联评报字 [2021] 第 1199 号”《资产评估报告》，2020 年计提商誉减值金额为 4,610.64 万元。

三、商誉所在资产组或资产组组合的相关信息

根据《企业会计准则第8号——资产减值》规定，有迹象表明一项资产可能发生减值的，企业应当以单项资产为基础估计其可回收金额。企业难以对单项资产的可回收金额进行估计的，应当以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可回收金额。资产组的认定，应当以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据；同时，在认定资产组时，应当考虑企业管理层管理生产经营活动的方式和对资产的持续使用或者处置的决策方式等；资产组一经确定，各个会计期间应当保持一致，不得随意变更。

截至本次评估基准日，上海致趣拟根据与商誉资产组的关联性将公司业务拆分为品牌广告业务、效果类广告业务，由于效果类广告是公司近两年新开展业务，与并购时产生的商誉并无明显关联性，所以将品牌广告业务资产组以及并购形成的商誉认定为与商誉相关的资产组。对于各项资产和负债，企业根据各项资产负债的性态和可拆分性分别进行拆分，拆分后与商誉相关资产组包括固定资产、无形资产及商誉。

四、商誉减值测试的过程与方法

（一）评估方法

根据《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，因企业合并形成的商誉应在每年年度终了或在会计期间内出现减值迹象时进行减值测试，商誉减值测试应当估计包含商誉的相关资产组或资产组组合的可收回金额，以判断商誉是否发

生减值或计算商誉减值金额。可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

评估基准日，企业正常经营，短期内没有将包含商誉的相关资产组出售的计划，且公开市场上无可比资产组处置的案例。结合企业以前会计期间商誉减值测试的方法，本次评估首先估算资产组预计未来现金流量的现值。本次评估采用的评估方法与企业以前会计期间商誉减值测试采用的方法一致。

（二）评估结论

在包含商誉的相关资产组未来经营规划及资产使用（处置）方案落实的前提下，公司合并上海致趣形成的包含商誉的相关资产组在评估基准日的可收回金额不低于34,700.00万元。

五、本次计提商誉减值准备对公司的影响

公司本次计提商誉减值准备4,610.64万元，该项减值损失计入公司2020年度合并损益，相应减少了公司2020年度合并报表归属于母公司所有者的净利润4,610.64万元。本次计提商誉减值准备事宜不会对公司的正常经营产生重大影响。

六、董事会审计委员会关于本次计提商誉减值准备的意见

公司董事会审计委员会认为：基于公司子公司上海致趣的实际情况，本着谨慎性原则，聘请专业评估机构及审计机构对计提商誉减值准备进行了充分论证，该处理方式符合《企业会计准则》的规定，能够更加合理地反映公司的财务状况。

七、独立董事关于本次计提商誉减值准备的独立意见

公司独立董事认为：公司本次计提商誉减值准备事项符合《企业会计准则》的规定，符合公司实际情况，可保证公司会计信息质量，公允地反映公司2020年12月31日的财务状况和2020年度的经营成果，不存在损害公司及股东利益的情况。

八、监事会关于本次计提商誉减值准备的意见

公司监事会认为：公司根据《企业会计准则》和公司相关会计政策等规定计提商誉减值准备，符合公司实际情况，计提商誉减值准备后能够更加公允地反映公司的资产状况，财务状况以及经营成果，不存在损害公司及全体股东利益的情况；公司董事会就该项议案的决策程序符合相关法律法规的规定。

特此公告。

引力传媒股份有限公司董事会

2021年4月28日