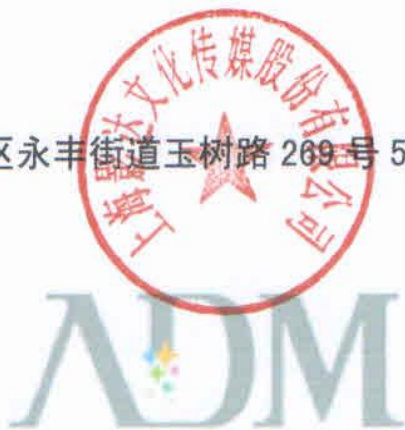


上海影达文化传媒股份有限公司

(上海市松江区永丰街道玉树路269号5号楼2108室)



公开转让说明书（三次反馈稿）

主办券商



西藏同信证券股份有限公司

二零一五年七月

声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

本公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证公开转让说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“全国股份转让系统公司”）对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

重大事项提示

公司在生产经营过程中，由于所处行业特殊性和自身特点所决定，特提示投资者应对公司以下重大事项或可能出现的风险予以充分关注：

一、行业监管的政策风险

在我国，广播电影电视产业是具有意识形态特殊属性的重要文化产业，国家实行严格的行业准入和监管政策，对电影和电视剧的制作、进口、发行等环节实行许可制度。

对于电影子行业，国家广播电影电视总局为全国电影制作、发行、放映、进出口经营资格准入的行业行政管理部门，县级以上地方人民政府管理电影的行政部门负责本管辖区域内的电影管理工作。持有《摄制电影许可证》或《摄制电影许可证（单片）》方可制作电影，制作完毕后交付具有《电影发行经营许可证》资格的电影发行单位对外发行。

对于电视剧子行业，由国家广播电影电视总局（下称“广电总局”或“广电局”）全面负责全国电视剧的管理工作，省级广播电视行政部门负责本管辖区域内的电视剧管理工作。根据《广播电视管理条例》和《电视剧管理规定》，设立电视剧制作单位必须经国家广电总局批准并取得《广播电视节目制作经营许可证》，制作电视剧必须持有《电视剧制作许可证》且获得《发行许可证》后方可对外发行。

根据《电影管理条例》和《电影剧本（梗概）备案、电影片管理规定》，国家实行电影剧本（梗概）备案和电影片审查制度，未经备案的电影剧本（梗概）不得拍摄；对于已经拍摄完成，未经审查通过的电影片将作报废处理；如果取得《电影片公映许可证》后被禁止发行或播（放）映，该作品将作报废处理，同时公司还可能将遭受行政处罚。

公司前期筹备阶段的立项审查制度和报送国家广播电影电视总局前的内部审片制度可以杜绝作品中禁止性内容的出现，有效保证了备案和审查的顺利通

过，公司成立以来也从未发生过电影未获备案、审查未通过的情形，但公司不能绝对保证此后该类情形永远不会发生。如果一旦出现类似情形，将对公司的经营业绩造成不利影响。因此，公司面临着电影产业政策监管的风险。

二、作品从制作到问世的经营风险

电影电视剧行业属于传统的资源和资金密集型行业，对优秀剧本和雄厚资金的渴求较为迫切。虽然公司具有独立的专业团队操刀制作各类影视作品，但是在制作流程中需要借助外部的资源和投资合作方的资金。随着投资剧作数量的上升和投资金额的增加，作品投拍的经营风险也逐步递增，包括投资预算制度不能严格执行的风险、影视作品投资成本控制的风险、难以找到合适的项目投资方的风险、公司管理人员和财务人员班子不能持续扩增的风险、片源制作和管控缺失的风险、外在不可抗力导致的拍摄进程受重大影响的风险、发行网络拓展渠道受限的风险、与影院或院线公司谈判失利直接影响公映档期和票房收入的风险，以及影片票房、电视剧收视率、网络节目点击量不能达到预期的的经营风险。

三、作品的适销性风险

公司具有电影电视剧、纪录片、广告和新媒体节目的四大元素作为支持主营业务发展的核心驱动力，通过多渠道广泛播种艺术生命来收获良好口碑和丰硕果实。虽然公司在商业模式执行中严格控制各类作品的投资风险，但是电影、电视剧、纪录片、广告是一种大众文化消费，新媒体节目中的真人秀、网络剧、微电影、线上线下互动节目等更是新兴的艺术文化体验，对节目质量的优劣判断取决于消费者的个人品位和主观偏好，而营销推广和公关炒作也会起到推波助澜的作用，因此各类作品最后的收益表现和市场口碑存在着不确定性。

客观上，无法避免因投资制作的作品可能存在的定位不准、不被市场认可、遭受网络差评从而直接影响票房、收视率或点击量，最后导致作品投资收益低于预期的风险。

四、内部控制风险

公司在创立初期阶段内控体系的建设不够健全、管理层规范治理意识较为薄弱、内部控制的执行力度存在不足。有限公司阶段曾出现过电影投拍过程备用金管理制度未有效执行、公司外包代理记账机构未妥善保管个别发票等原始财务凭证、公司长期无偿占用大股东的资金和资产、未严格代扣代缴电影演职团队酬劳的个人所得税、公司章程规定的各议事规则未严格遵守等情况。公司在新三板挂牌筹备期间，通过中介机构的悉心辅导与改制规范，已经对不规范的法律与财务问题进行了彻底的清理和整顿。自 2014 年 8 月 13 日有限公司整体变更为股份公司后，公司制定了完备的公司章程和配套议事规则，但由于股份公司成立时间尚短，公司及管理层对规范运作的意识有待提高，而公司对相关制度完全理解有一个过程，执行的效果有待考察。因此，在未来的一段时间内，公司治理仍然存在不规范的风险。

五、客户相对集中的风险

公司业务规模较小，过去实现的营业收入主要集中在广告客商，通常采用“一笔业务，一单成交”的合作方式。各年度的主要产品或服务销售中，2013 年度和 2014 年度的前五大客户销售额占当期销售总额分别为 90.23%和 84.30%，报告期内公司每期前五大客户的销售额占营业收入的比例一直较高。因此，公司存在业务集中度较高的风险，且不同会计期间的前几大客商变换也较为频繁。

作为相对偏早期的文化传媒公司，这种现象不是个例，可能会由于某一阶段与个别客商合作失利导致的当期重要项目失败，从而对经营情况产生重大影响。但是随着公司业务线的不断拓展，营销收入实现方式的多样化拓宽，客户集中度会显著改善，也将有利于降低对于个别客商的业务依赖带来的潜在风险。

六、存货余额较大的风险

公司作为影视片、纪录片等专业制作传媒公司，自有固定资产等非流动资产较少，企业资金主要用于制作电影、电视剧、纪录片或新媒体作品，资金一经投

入生产即形成存货——影视作品。在公司连续的扩大再生产过程中，存货必然成为公司资产的主要构成因素，因此公司存货占总资产的比例较高。

2013 年末和 2014 年末，公司存货账面价值分别为 26,693,153.31 元和 27,571,637.52 元，其中在产品账面价值分别 17,920,494.31 元和 18,798,978.52 元，占存货比例分别为 67.14%和 68.18%，平均占比较高，主要是由于在产品反映的是制作中的影视剧成本，该类存货只有在拍摄完成并取得《电影片公映许可证》或《电视剧发行许可证》后才转入库存商品，而库存商品则可以根据电视剧的预售、销售情况、电影的公映情况较快结转成本。因此，公司存货的主要构成为在产品。

尽管公司具有严格的生产计划和质量控制体系，能够确保在产品按时按质完成。但影视产品制作完成后，依然面临作品审查风险和市场风险。公司存货特别是在产品金额较大，一定程度上放大了上述各类风险对公司的影响程度。

七、演职团队个人不自律行为可能造成负面影响的风险

目前国内主流影视市场上，以艺人为主的演职团队对于公司产品的口碑传播和销售收入具有深刻的影响力。现今知名导演和当红演员片酬居高不下，既是其对于影视剧票房或收视率保证的隐性承诺，又是其作为公众人物对于社会影响力的有力例证。这种圈内的依赖惯性在短期内很难被市场所左右或改变。

然而，个别知名演职人员出于个人动机而发生的不自律甚至是违法行为可能引发广泛的社会关注，负面事件在娱乐圈的发酵不仅为演职人员个人星途埋下阴影，又容易对社会造成十分不利的公众影响，进而可能连累到其所接拍影视剧的拍摄进程、宣发成本以及期望收益，在一定程度上对制作组和发行方造成难以预计的经济打击。

由于公司目前旗下并不设有艺人经纪业务，参与影视剧和新媒体节目拍摄的演职团队均为外聘使用，即使具有合同条款的相关约束，但是公司对知名艺人的个人行为监督和管控程度较弱，不能排除个别参演艺人由于不可预知的不自律或

违法行为对公司业务收入和成本造成的负面影响。

八、经营活动净现金流量阶段性不稳定的风险

公司2013年度和2014年度的经营活动净现金流量分别为-8,970,244.28元和92,492.09元。

鉴于公司具有“轻资产”的影视作品生产模式及“慢跑性”产品制作周期的特点，公司在扩大生产经营的过程中将可能面临着某一时段内经营活动现金流量为负、需要筹资活动提供资金的情形，如果资金不能顺利筹集到位或需要支付高额的融资成本，则公司的生产计划或盈利能力将受一定影响。公司正在制定和完善资金融资和管理制度，有效减少和避免未来对经营活动净现金流量的负面影响。

九、公司未来经营目标与计划不能完全实现的风险

公司属于规模较小、发展较快的新兴文化传媒企业，现阶段资金实力不强、融资渠道较为有限、品牌知名度也有待提高，公司正在寻洽合适的战略投资者进行资金与资源的有效对接，推进优质作品的孵化与传播，以期进一步推动未来经营目标与计划的顺利实现。但是文化传媒业属于高风险新兴行业，公司的业务提升有赖于“天时（踏准发展机遇）、地利（实现有效市场推广）、人和（找到合适的战略投资者匹配）”，时间、空间和资金的高效把握是公司实现经营成功的钥匙，三者任何一项判断失误，可能对业务形成和发展造成不可估量的损失，进而使得公司经营目标与计划不能完全实现。

十、报告期期末公司每股净资产低于1元的风险

截至2014年12月31日，公司合并口径下的每股净资产和归属于挂牌公司股东的每股净资产均为0.95元，低于1元，主要由于公司历年业务线的扩张引发的亏损所致。本次挂牌并增资发行后，预测的每股净资产能提升至1.20元。未来公司的每股净资产主要取决于经营业绩、盈利能力以及后续可能的增资扩股

等相关安排。

十一、公司新媒体业务与合作伙伴之间合作模式的合法合规性

公司及其控股股东、实际控制人于 2015 年 2 月出具承诺函：“在可预见的未来，与公司在新媒体业务领域展开合作的企业与业务本身均确认合规合法，在法律法规许可的前提下进行商业合作，合作模式不存在商业寻租或聚众赌博等违法犯罪行为。”

如果线下活动举办者所举办的德州扑克比赛未来被公安机关认定存在赌博，则相关视频可能被认定为《互联网视听节目服务管理规定》所禁止的“渲染赌博活动”的视听节目。根据该规定第十八条，“广播电影电视主管部门应当采取必要措施予以制止，互联网视听节目服务单位应当立即删除。”自 2015 年 4 月以来，公司未再拍摄制作任何线下赛事视频，完全通过自主制作“达人开牌之德州扑克”真人秀节目视频作为“达人开牌”系列的营销手段。因此，即使已经播出的赛事视频被删除或下线，也不会影响影达传媒该项业务的持续经营。

十二、控股股东及实际控制人承诺弥补欠缴税收的说明

公司及其控股股东、实际控制人于 2015 年 3 月出具承诺函：“截至 2014 年 12 月 31 日，公司控股股东及实际控制人确认公司还需向税务部门补缴企业所得税合计 249,567.24 元及对演职人员代扣代缴的个人所得税合计 788,989.36 元，未来如存在追缴情形，公司控股股东及实际控制人将主动承担一切连带清缴责任。”

根据 2015 年 3 月 20 日上海市松江区国税局和地税局松江区分局出具的涉税事项调查证明：“根据相关法律法规及税务机关涉税事项调查工作规范，公司自 2013 年 1 月 1 日至 2015 年 2 月 28 日期间未发现有受到我局税务行政处罚的信息。”

以上作为重大事项提示，特此提醒投资者审慎判断和决策。

目录

声明	1
重大事项提示	2
一、行业监管的政策风险	2
二、作品从制作到问世的经营风险	3
三、作品的适销性风险	3
四、内部控制风险	4
五、客户相对集中的风险	4
六、存货余额较大的风险	4
七、演职团队个人不自律行为可能造成负面影响的风险	5
八、经营活动净现金流量阶段性不稳定的风险	6
九、公司未来经营目标与计划不能完全实现的风险	6
十、报告期期末公司每股净资产低于 1 元的风险	6
十一、公司新媒体业务与合作伙伴之间合作模式的合法合规性	7
十二、控股股东及实际控制人承诺弥补欠缴税收的说明	7
目录	8
释义	16
第一章 公司基本情况	19
一、基本情况	19
二、股票挂牌情况	19
（一）股票挂牌基本情况	19
（二）公司股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺	20
三、公司股权结构及主要股东情况	21
（一）公司股权结构图	21
（二）控股股东、实际控制人、所有股东持股情况	21
四、股本的形成及其变化和重大资产重组情况	24

(一) 有限责任公司成立.....	24
(二) 有限公司第一次增资.....	25
(三) 第一次经营范围变更.....	25
(四) 第一次公司名称变更.....	26
(五) 有限公司第二次增资.....	26
(六) 有限公司第三次增资及股权转让.....	26
(七) 有限公司整体变更为股份有限公司.....	27
(八) 股份有限公司第一次增资.....	29
(九) 公司重大资产重组情况.....	31
五、公司董事、监事、高级管理人员情况.....	31
(一) 公司董事.....	31
(三) 公司高级管理人员.....	34
(四) 公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股情况.....	34
六、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标.....	35
(一) 最近两年及一期的主要会计数据和财务指标.....	35
(二) 主要财务指标分析.....	36
(三) 公司主要财务指标与同行业上市公司的比较分析.....	38
七、本次公开转让有关的机构.....	39
(一) 主办券商.....	39
(二) 律师事务所.....	39
(三) 会计师事务所.....	39
(四) 资产评估机构.....	39
(五) 证券登记结算机构.....	40
(六) 证券挂牌场所.....	40
第二章 业务与技术	41
一、公司主要业务情况.....	41
(一) 主营业务.....	41

(二) 主要产品或服务.....	41
二、主要生产或服务的主要流程及方式.....	49
(一) 公司内部组织架构.....	49
(二) 公司主要业务流程.....	49
三、公司业务关键资源要素.....	52
(一) 产品或服务所使用的主要技术.....	52
(二) 主要生产设备及固定资产.....	53
(三) 主要无形资产情况.....	54
(四) 公司无形资产及相关资质的变更情况.....	60
(五) 获得的业务经营许可或资质情况.....	61
(六) 员工情况.....	68
(七) 公司制作、投拍与推广情况.....	70
四、公司业务其他相关情况.....	82
(一) 业务收入的构成情况、产品或服务的前五名客户情况.....	82
(二) 产品或服务的原材料、能源、供应情况和前五名供应商情况.....	82
(三) 对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况.....	83
五、公司商业模式.....	87
(一) 商业模式.....	87
(二) 生产模式.....	87
(三) 销售与盈利模式.....	90
六、公司所处行业基本情况.....	92
(一) 行业监管体系.....	92
(二) 行业基本情况和竞争格局.....	103
(三) 行业的风险特征.....	137
(四) 公司在行业中的竞争态势.....	138
第三章 公司治理.....	143
一、公司治理机制的建立及运行情况.....	143

(一) 股东大会、董事会、监事会制度的建立健全及运行情况.....	143
(二) 公司股东大会、董事会、监事会和有关人员履行职责情况的说明	144
二、公司董事会对现有治理机制的讨论和评估.....	145
三、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果.....	146
(一) 股东权利的保护情况.....	146
(二) 内部管理制度建设情况.....	148
(三) 评估意见.....	149
四、公司最近两年存在的违法违规及受处罚情况.....	150
五、公司业务、资产、人员、财务、机构与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的独立性情况.....	150
(一) 业务独立性.....	150
(二) 资产独立性.....	151
(三) 人员独立性.....	151
(四) 财务独立性.....	151
(五) 机构独立性.....	151
六、同业竞争情况.....	152
七、公司权益是否被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害的说明.....	154
(一) 公司关联方资金占用及担保情况.....	154
(二) 公司关于关联方资金占用及对外担保的相关规定.....	154
八、公司对外担保、重大投资、委托理财、关联方交易等重要事项决策和执行情况.....	155
(一) 公司对外担保决策和执行情况.....	155
(二) 公司重大投资决策和执行情况.....	155
(三) 公司委托贷款决策和执行情况.....	156
(四) 公司关联交易决策和执行情况.....	156
九、公司董事、监事、高级管理人员重要情形的说明.....	157
(一) 董事、监事及高级管理人员及其直系亲属持有本公司股份的情况	157

(二) 董事、监事、高级管理人员之间相互亲属关系.....	157
(三) 董事、监事、高级管理人员与本公司之间重要协议或承诺.....	157
(四) 董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况.....	157
(五) 董事、监事、高级管理人员对外投资与本公司利益冲突情况....	158
(六) 董事、监事、高级管理人员最近两年受到中国证监会行政处罚或者被 采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况..	158
(七) 其他对本公司持续经营不利影响的情况.....	158
十、公司最近两年董事、监事、高级管理人员变动情况及原因.....	159
第四章 公司财务会计信息	160
一、最近两年的审计意见、主要财务报表.....	160
(一) 最近两年的审计意见.....	160
(二) 最近两年的财务报表.....	160
(三) 财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况.....	168
二、主要会计政策、会计估计及其变更情况.....	169
(一) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法.....	169
(二) 同一控制下企业合并.....	169
(三) 非同一控制下的企业合并.....	170
(四) 合并财务报表的编制方法.....	171
(五) 现金及现金等价物的确定标准.....	172
(六) 金融工具.....	172
(七) 应收款项.....	178
(八) 存货.....	179
(九) 长期股权投资.....	182
(十) 固定资产.....	186
(十一) 在建工程.....	188
(十二) 借款费用.....	189
(十三) 无形资产与开发支出.....	191

(十四) 长期待摊费用.....	193
(十五) 职工薪酬.....	194
(十六) 收入.....	194
(十七) 政府补助.....	197
(十八) 递延所得税资产和递延所得税负债.....	198
(十九) 经营租赁.....	198
(二十) 主要会计政策、会计估计的变更.....	199
三、主要会计数据和财务指标.....	199
(一) 营业收入的主要构成、变动趋势及原因.....	199
(二) 主要费用及变化情况.....	201
(三) 非经常性损益及重大投资收益情况.....	202
(四) 适用的各项税收政策及缴纳的主要税种.....	203
(五) 报告期内各期末主要资产情况及重大变动分析.....	204
(六) 报告期内期末主要负债情况.....	214
(七) 报告期股东权益情况.....	216
四、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况.....	217
(一) 关联方及关联关系.....	217
(二) 关联交易.....	219
(三) 关联方交易决策程序及执行情况.....	220
(四) 关联交易对财务状况和经营成果的影响.....	222
五、需要提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	223
(一) 或有事项.....	223
(二) 重大承诺事项.....	223
(三) 资产负债表日后事项的非调整事项.....	223
(四) 其他重要事项.....	223
六、最近两年资产评估情况.....	224
(一) 净资产评估.....	224

(二) 非货币性资产评估.....	224
七、股利分配政策和最近两年分配情况.....	224
(一) 股利分配的一般政策.....	224
(二) 最近两年分配情况.....	225
八、控股子公司纳入合并报表的其他企业的基本情况.....	225
(一) 公司基本情况.....	225
(二) 公司主要财务数据.....	226
九、风险因素及对策.....	226
(一) 行业监管的政策风险.....	226
(二) 作品从制作到问世的经营风险.....	227
(三) 作品的适销性风险.....	228
(四) 内部控制风险.....	228
(五) 客户相对集中的风险.....	229
(六) 存货余额较大的风险.....	229
(七) 演职团队个人不自律行为可能造成负面影响的风险.....	230
(八) 经营活动净现金流量阶段性不稳定的风险.....	230
(九) 公司未来经营目标与计划不能完全实现的风险.....	231
(十) 报告期期末公司每股净资产低于 1 元的风险.....	231
(十一) 公司新媒体业务与合作伙伴之间合作模式的合法合规性.....	231
(十二) 控股股东及实际控制人承诺弥补欠缴税收的说明.....	232
十、公司针对上述风险已采取及拟采取的风险防范管理措施.....	232
第五章 定向发行	234
一、挂牌公司符合豁免申请核准定向发行情形的说明.....	234
二、本次发行的基本情况.....	234
(一) 本次发行股票的数量.....	234
(二) 发行价格.....	234
(三) 发行对象情况.....	234

(四) 发行对象认购股份数量.....	239
三、发行前后相关对比情况.....	240
(一) 依方案发行完成后, 发行前后股东情况比较.....	240
(二) 依方案发行完成后, 发行前后股本结构、股东人数、资产构成、业务构成、公司控制权、董事、监事和高级管理人员持股情况的变动情况..	241
(三) 依方案发行完成后, 发行前后主要财务指标变化情况.....	243
四、新增股份限售安排.....	243
五、现有股东优先认购安排.....	243
六、律师事务所关于本次发行合法合规性的意见.....	244
第六章 有关声明	246
一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明.....	246
二、主办券商声明.....	247
三、申请挂牌公司律师声明.....	248
四、承担审计业务的会计师事务所声明.....	249
五、资产评估机构声明.....	250
第七章 附件	251
一、主办券商推荐报告.....	251
二、财务报表及审计报告.....	251
三、法律意见书.....	251
四、公司章程.....	251
五、股票定向发行情况报告书.....	251
六、全国中小企业股份转让系统公司的审查意见及中国证监会核准文件..	251
七、其他与公开转让有关的重要文件.....	251

释义

在本公开转让说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下含义：

影达传媒、公司、股份公司	指	上海影达文化传媒股份有限公司
影达传媒有限、有限公司	指	上海影达文化发展有限公司（曾用名）、上海影达文化传媒有限公司，为公司的前身
股东会	指	上海影达文化传媒有限公司股东会
股东大会	指	上海影达文化传媒股份有限公司股东大会
董事会	指	上海影达文化传媒股份有限公司董事会
监事会	指	上海影达文化传媒股份有限公司监事会
三会	指	上海影达文化传媒股份有限公司股东大会、董事会及监事会
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书
管理层	指	公司董事、监事及高级管理人员
公司章程	指	上海影达文化传媒股份有限公司章程
公司章程（草案）	指	公司在全国中小企业股份转让系统挂牌后适用的《上海影达文化传媒股份有限公司章程（草案）》
“三会”议事规则	指	股份公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
公司法	指	2013年12月28日第十二届全国人民代表大会常务委员第六次会议第三次修正，2014年3月1日起实施的《中华人民共和国公司法》
全国股转系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限公司
业务规则	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
关联关系	指	《企业会计准则-关联方关系及其交易的披露》中所规定的关联关系
主办券商、同信证券	指	西藏同信证券股份有限公司
大华	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
宝盈	指	北京市宝盈律师事务所
项目小组	指	同信证券推荐影达传媒去全国中小企业股份转让系统有限公司挂牌项目小组
本说明书、本公开转让说明书	指	上海影达文化传媒股份有限公司公开转让说明书
新媒体	指	通过互联网等渠道从电脑、手机、数字电视机等终端向用户提供信息和娱乐的传播形态和媒体形态

华谊兄弟	指	华谊兄弟传媒股份有限公司
华录百纳	指	北京华录百纳影视股份有限公司
新文化	指	上海新文化传媒集团股份有限公司
光线传媒	指	北京光线传媒股份有限公司
乐视网	指	乐视网信息技术（北京）股份有限公司
爱奇艺	指	北京爱奇艺科技有限公司
IPTV	指	网络协议电视（Internet Protocol Television），是宽频电视（Broadband TV）的一种。IPTV 是用宽频网络作为介质传送电视信息的一种系统，将广播节目通过宽频上的网际协议向订户传递数码电视服务
手机电视	指	是指以手机为终端设备，传输电视内容的一项技术或应用
移动电视	指	在公共汽车等可移动物体内以接受无线信号的形式观看电视的业务
植入广告	指	在影视剧拍摄中将某些企业或产品融入影视剧内容中以达到宣传企业或产品的目的，是影视剧衍生产品的一种
网络剧	指	专门为电脑网络制作的，通过互联网播放的一类网络连续剧
艺恩咨询	指	一家专注于电影、电视、新媒体、娱乐营销、动漫等领域的研究机构
卫视	指	利用地球同步卫星将数字编码压缩的电视信号传输到用户端的一种广播电视形式，目前国内的省级电视台均开通卫星频道
微电影	指	专门运用在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的、具有完整策划和系统制作体系支持的具有完整故事情节的“微时”放映、“微周期制作”和“微规模投资”的视频短片
联合摄制	指	影视制作企业与其他投资方共同进行影视剧摄制，按各自出资比例或合同约定分享利益与分担风险的摄制业务
剧组	指	影视业所特有的一种生产单位和组织形式，是在拍摄阶段为从事影视剧具体拍摄工作所成立的临时工作团队
公映许可证	指	电影摄制完成后，经广电总局审查通过后取得的行政性许可文件，全称为《电影片公映许可证》，电影只有在取得该许可证方可发行放映
制作许可证	指	电视剧在拍摄之前经过广电总局的备案公示后取得的行政性许可文件，包括《电视剧制作许可证（乙种）》（俗称“乙证”）和《电视剧制作许可证（甲种）》（俗称“甲证”）两种。电视剧只有在取得许可证后方可拍摄
剧本	指	描述影视剧的脚本，包括对白、动作、场景、情节描述等的文字

母带	指	经剪辑、配（修）音和动效、音乐制作及混录合成、字幕制作，符合电视剧相关技术标准，并经国家广电部门审核批准，获得发行许可证的电视剧的声像磁带
拷贝	指	以正片从电影底片洗印出以供放映用的影片
收视率	指	在某个时段收看某个电视节目的目标观众人数占总目标人群的比重，以百分比表示
CSM	指	央视一索福瑞媒介研究有限公司，是我国专业的电视收视市场研究咨询提供商
天堂硅谷久和投资	指	浙江天堂硅谷久和股权投资合伙企业（有限合伙）
华数元启投资	指	浙江华数元启投资合伙企业（有限合伙）
共青城尼克领军投资	指	共青城尼克领军投资管理合伙企业（有限合伙）
杭州同萃投资	指	杭州同萃投资合伙企业（有限合伙）
元、万元	指	人民币元、人民币万元

第一章 公司基本情况

一、基本情况

公司名称:	上海影达文化传媒股份有限公司
英文名称:	Shanghai ADM Cultural Media Co., Ltd
法定代表人	叶进锋
有限公司成立日期:	2009年1月19日
股份有限公司成立日期:	2014年8月13日
注册资本:	1,700万元
住所:	上海松江区永丰街道玉树路269号5号楼2108室
邮政编码:	201699
电话:	021-62108605
传真:	021-62558089
电子邮箱:	adm@adm-cn.com
公司官网:	http://www.adm-cn.com
董事会秘书:	朱坚
所属行业:	根据《上市公司行业分类指引》(2012年修订),公司所属行业为广播、电视、电影和影视录音制作业(R86);根据《国民经济行业分类》(GB T4754-2011),公司所属行业为电影和影视节目制作业(R8630)
主要业务:	影视作品的原创与制作,广告设计与制作,新媒体综合营销与应用
组织机构代码:	68405053-4

二、股票挂牌情况

(一) 股票挂牌基本情况

股票代码:	
股票简称:	影达传媒
股票种类:	人民币普通股
每股面值:	1.00元/股

股票总量:	定向发行前 1,700 万股, 定向发行后 2,440 万股
挂牌日期:	2015 年 月 日
公司股票挂牌后的交易方式:	协议转让

(二)公司股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

新《公司法》第 141 条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定。”

《业务规则》第 15 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

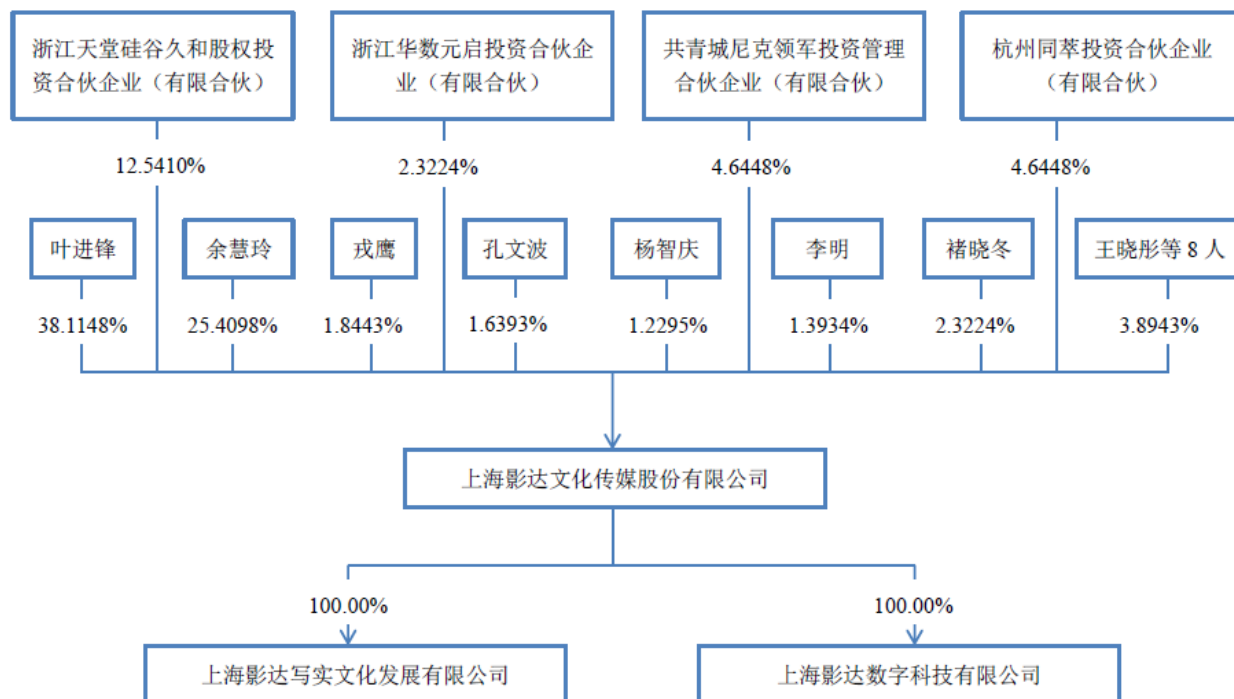
《公司章程》第 25 条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%。上述人员离职后六个月内，不得转让其所持有的本公司股份。”

除上述股份锁定规定以外，本次公司挂牌并发行过程中拟新增的员工股东均自愿作出“自公司于全国中小企业股份转让系统挂牌后自愿锁定一年所持全部股份”的承诺。截至本公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌之日，公司无可

转让股份数量。

三、公司股权结构及主要股东情况

(一) 公司股权结构图



(二) 控股股东、实际控制人、所有股东持股情况

1、控股股东和实际控制人

根据《公司法》第二百一十六条第二项规定，控股股东，是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股本总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东。《公司法》第二百一十六条第三项规定，实际控制人，是指虽不是公司的股东，但通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人。

公司控股股东为叶进锋，实际控制人为叶进锋、余慧玲夫妇。本次定向发行

前，股东叶进锋与股东余慧玲分别持有影达传媒 54.71% 和 36.47% 的股份，合计 91.18%。二人系夫妻关系，均出具承诺函确认各自名下股份均为夫妻共同所有，不存在任何涉及夫妻共同财产分割以及个人财产确认的任何协议和相关安排，并签署了《一致行动人协议》。

叶进锋在影达传媒有限阶段一直担任执行董事、总经理职务，在影达传媒设立后担任公司董事长兼总经理职务，一直负责公司的运营与管理，在公司经营决策、人事、财务管理上均可施予重大影响，自公司设立以来，未发生变更。

叶进锋，男，1977 年 5 月出生，中国国籍，无境外居留权。大学时期出于对电影工业的热爱而转投影视圈，成为影视行业自由职业者。2002 年 5 月至 2006 年 12 月，期间先后担任过电影《花好月圆》副导演、电影《功夫美少组》中方制片人、电影《蟹蟹依》制片主任、电影《毕业那天我们说相声》制片主任、电视剧《红颜岁月》统筹、电视剧《我的泪珠儿》副导演、电视剧《俏女冲冲冲》副导演兼统筹、电视剧《琉璃之恋》制片主任及《男才女貌之星光大道》策划、艺术纪录片《艺术家张洄》制片人、大型纪录片《看中国》制片人、2010 年世博会宣传片《视觉上海》执行制片、卢湾形象宣传片《卢湾》制片主任，电视剧《上海，上海》制作统筹等等；2007 年 1 月至 2008 年 1 月于上海电影制片厂制片部任职；2008 年 1 月至 2009 年 1 月于上海明人广告策划室担任总经理；2009 年 1 月设立上海影达文化传媒有限公司并担任总裁，在任期间由其担任出品和制片的电影《世博小达人》2012 年荣获第六届德国科隆国际电影节“中国单元最佳影片”；由其担任出品和制片的电影《志愿者日志》2012 年入选上海市重大文艺创作领导小组办公室重点电影；2013 年由其主创的《上海 25 小时》荣获“2013 土豆映像节”MV 最佳原创奖。现任股份公司董事长、总经理。公司自然人股东，持有公司股份 930 万股，本次挂牌并发行前占公司股份总数的 54.71%。

余慧玲，女，1981 年 12 月出生，中国国籍，无境外居留权。上海电视大学英语专科毕业，2001 年 7 月至 2002 年 7 月任蒙地奥（中国）有限公司外贸单证员；2002 年 8 月至 2007 年 11 月任上海百隆美亚船务有限公司交运操作部主管；2007 年 11 月至 2009 年 5 月任上海卡媒广告有限公司总经理助理；2009 年 8 月

至 2015 年 3 月任公司人事经理；2015 年 4 月至今任公司行政经理。公司自然人股东，持有公司股份 620 万股，本次挂牌并发行前占公司股份总数 36.47%。

最近两年及一期内控股股东及实际控制人未发生变更。

2、所有股东持股情况

序号	股东姓名	持股数量 (万股)	发行前持 股比例 (%)	发行后持 股比例 (%)	股东性质	是否存在质 押或其他争 议事项
1	叶进锋	930.00	54.71	38.1148	自然人	无
2	余慧玲	620.00	36.47	25.4098	自然人	无
3	戎鹰	45.00	2.65	1.8443	自然人	无
4	孔文波	40.00	2.35	1.6393	自然人	无
5	杨智庆	30.00	1.76	1.2295	自然人	无
6	王晓彤	10.00	0.59	0.4098	自然人	无
7	朱坚	10.00	0.59	0.4098	自然人	无
8	朱伟	10.00	0.59	0.4098	自然人	无
9	潘华刚	5.00	0.29	0.2049	自然人	无
小计		1,700.00	100.00	69.67	-	-
以下为本次定向发行后新增的股东持股情况						
序号	股东姓名	持股数量 (万股)	发行前持 股比例 (%)	发行后持 股比例 (%)	股东性质	是否存在质 押或其他争 议事项
10	浙江天堂 硅谷久和 股权投资 合伙企业 (有限合 伙)	306.00		12.5410	企业法人	无
11	浙江华数 元启投资 合伙企业 (有限合 伙)	56.6667		2.3224	企业法人	无
12	共青城尼 克领军投 资管理合 伙企业(有	113.3333		4.6448	企业法人	无

序号	股东姓名	持股数量 (万股)	发行前持 股比例 (%)	发行后持 股比例 (%)	股东性质	是否存在质 押或其他争 议事项
	限合伙)					
13	杭州同萃 投资合伙 企业(有限 合伙)	113.3333		4.6448	企业法人	无
14	李明	34.00		1.3934	自然人	无
15	褚晓冬	56.6667		2.3224	自然人	无
16	连耘	20.00		0.8197	自然人	无
17	谈龙娇	15.00		0.6148	自然人	无
18	薛超斐	20.00		0.8197	自然人	无
19	朱晓君	5.00		0.2049	自然人	无
	小计	740.00		30.33	-	-
	合计	2,440.00		100.00	-	-

上述股东之间，叶进锋与余慧玲系夫妻关系，除此之外，不存在其他关联关系。

四、股本的形成及其变化和重大资产重组情况

(一) 有限责任公司成立

公司前身为上海影达文化发展有限公司，成立于2009年1月19日，注册资本50万元，系由自然人叶进锋及余慧玲以货币资金共同出资组建的有限责任公司，其中：叶进锋以货币资金出资人民币30万元，占注册资本的60%，首次出资实缴资金12万元；余慧玲以货币资金出资人民币20万元，占注册资本的40%，首次出资实缴资金8万元。根据上海立信会计师事务所有限责任公司出具的“申信验(2009)020号”验资报告，上述出资真实有效，首批出资全部到位。影达文化设立时的法定代表人为叶进锋；住所：上海市松江区永丰街道玉树路269号5号楼2108室；经营范围：影视文化艺术活动交流、策划，设计、制作各类广告，利用自有媒体发布各类广告，投资管理（除股权投资和股权投资管理），企业形象策划，公关策划，展览展示服务，摄影摄像，自有影视器材租赁，影视

服装设计、租赁，办公用品、工艺礼品批发零售。

（二）有限公司第一次增资

2010年9月2日公司召开股东会并作出决议，全体股东一致同意将公司注册资本和实收资本都增加至300万元。

2010年9月14日，上海影达文化发展有限公司经工商部门核准变更注册资本，将公司的注册资本、实收资本均追加至300万元，均由原股东按比例认缴出资。其中叶进锋以货币出资168万元（包括已登记注册资本的第2期出资18万元及新增注册资本150万元），余慧玲以货币出资112万元（包括已登记注册资本的第2期出资12万元及新增注册资本100万元）。上述出资均由全体股东已于公司变更登记之前一次性出资缴足。根据股东会协议，本次增资价格为每一元出资作价人民币一元。根据上海信捷会计师事务所出具的“信捷会师字（2010）第9N660号”验资报告，截至2010年9月2日止，上述认缴出资已全部到位，公司收到全体股东本期认缴注册资本（实收资本）合计人民币280万元。

本次增资后公司的股权结构如下表所示：

股东姓名	本次变更后			本次变更前		出资方式
	认缴出资 (万元)	实缴出资 (万元)	股东出资占 比	认缴出资 (万元)	实缴出资 (万元)	
叶进锋	180	180	60%	30	12	货币
余慧玲	120	120	40%	20	8	货币
合计	300	300	100%	50	20	--

（三）第一次经营范围变更

2011年8月26日公司根据股东会决议，工商营业执照经营范围新增了“广播电视节目制作、发行”并取得了国家广电总局印发的广播电视节目制作经营许可证（沪字第544号），其他原经营范围内容保持不变。

（四）第一次公司名称变更

2011年8月19日公司召开了股东会并作出决议，全体股东一致同意公司更名“上海影达文化传媒有限公司”并修改公司章程。2011年9月8日，公司就上述事项进行了工商变更登记。

（五）有限公司第二次增资

2013年8月26日公司召开股东会并作出决议，全体股东一致同意将公司注册资本由原300万元增资至1200万元，并由股东叶进锋以货币形式足额追加认缴出资900万元，本次增资价格为每一元出资作价人民币一元。

根据上海海明会计师事务所有限公司出具的“沪海验内字（2013）第1914号”验资报告，截至2013年8月28日止，公司已收到叶进锋缴纳的新增注册资本合计900万元，股东以货币出资。

2013年8月29日公司办理了工商变更登记并修改了公司章程。本次增资后，有限公司股东及其出资情况如下表所示：

股东姓名	出资金额（万元）	出资占比（%）	出资方式
叶进锋	1,080	90	货币
余慧玲	120	10	货币
合计	1,200	100	--

（六）有限公司第三次增资及股权转让

2013年9月23日，公司召开临时股东会并作出决议，全体股东一致同意叶进锋将其所持公司3.75%的股权转让给戎鹰，3.33%的股权转让给孔文波，2.5%的股权转让给杨智庆，0.83%的股权转让给王晓彤，0.83%的股权转让给朱坚，0.41%的股权转让给潘华刚，0.83%的股权转让给朱伟，且原股东余慧玲放弃优先购买权。同日，影达文化与叶进锋、戎鹰等7人分别签署股权转让协议。

2013年10月8日，公司召开股东会并作出决议，全体股东一致同意通过了

股东余慧玲以3D电影“世博小达人”和专题纪录片“人民币”的版权经平正评估有限公司进行价值评估为533.48万元，作价500万元人民币以知识产权形式投资，作价人民币500万元计入公司注册资本，其余33.48万元计入公司资本公积。

根据上海众华出具沪众评报字[2014]第290号的《余慧玲个人所拥有的部分资产追溯性评估报告》，余慧玲以无形资产合计533.48万元作价出资，符合市场价值。在后续股改过程中，根据《电影企业会计核算管理办法》，未发表的影视作品版权应计入存货核算，待到实现销售时应转结成本，不适用于无形资产科目列报。因此审计报告中将《世博小达人》及《人民币》从无形资产重分类为存货—库存商品进行确认和列报。

根据上海信捷会计师事务所出具的（信捷会师字2013第Y18232号）验资报告，截至2013年10月8日止，公司已收到公司新增注册资本（实收资本）合计人民币500万元，出资合法合规。

本次股权转让后，影达文化所有股东及出资情况如下：

股东姓名	出资金额（万元）	出资占比（%）	出资方式
叶进锋	930	54.71	货币
余慧玲	620	36.47	货币+非货币资产
戎鹰	45	2.65	货币
孔文波	40	2.35	货币
杨智庆	30	1.76	货币
王晓彤	10	0.59	货币
朱坚	10	0.59	货币
朱伟	10	0.59	货币
潘华刚	5	0.29	货币
合计	1,700	100	--

（七）有限公司整体变更为股份有限公司

有限公司于2014年8月13日开始整体变更为股份公司，整体变更过程如

下:

2014年7月10日,股份公司(筹)作出决定,并于7月21日召开股东会作出决议,同意以2014年4月30日为基准日进行股份制改造。

2014年6月10日,大华会计师事务所(特殊普通合伙)出具了大华审字[2014]第005964号《审计报告》,截至2014年4月30日,公司净资产为17,154,045.16元。

2014年6月12日,上海申威资产评估有限公司出具了沪申威评报字(2014)第0326号《上海影达文化传媒有限公司拟股份制改制涉及的资产和负债价值评估报告》,截至2014年4月30日,公司净资产评估价值为1,785.53万元,评估增值70.13万元。

2014年6月12日,大华会计师事务所(特殊普通合伙)出具了大华验字[2014]第000326号《上海影达文化传媒股份有限公司(筹)验资报告》,截至2014年4月30日,公司经审计的所有者权益为人民币1,715.40万元。

2014年7月1日,有限公司作出临时股东会决议,全体股东一致同意公司类型由有限责任公司整体变更为股份有限公司,并审议通过了《关于公司申请变更为股份有限公司的议案》。

2014年7月21日,有限公司召开股东会作出决议,同意以2014年4月30日经审计的净资产值按1:0.9910的比例折股,折合为1,700万元人民币注册资本,每股面值1元,超出部分作为资本公积,各发起人按照其所持有的公司股权比例相应持有股份公司的股份。同日,有限公司全体股东签署了发起人协议。

2014年7月21日,有限公司召开职工代表大会,选举产生了股份公司职工代表监事。

2014年7月21日,公司依法召开了股份公司创立大会暨2014年第一次股东大会,通过了股份公司章程和公司治理各项规则与管理办法的议案,选举了第一届董事会成员及第一届监事会中的非职工代表监事。

2014年7月31日，公司举行了第一届董事会第一次会议，决议通过了公司董事长选举、高级管理人员的聘任、总经理及董秘工作细则的议案等。同日，公司召开了第一届监事会第一次会议并作出决议，依法选举产生了第一届监事会主席。

2014年8月13日，公司依法办理了工商变更登记并取得了上海市工商行政管理局核发的《营业执照》。

改制后的股份有限公司的股权结构如下：

股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	出资方式
叶进锋	930	54.71	净资产出资
余慧玲	620	36.47	净资产出资
戎鹰	45	2.65	净资产出资
孔文波	40	2.35	净资产出资
杨智庆	30	1.76	净资产出资
王晓彤	10	0.59	净资产出资
朱坚	10	0.59	净资产出资
朱伟	10	0.59	净资产出资
潘华刚	5	0.29	净资产出资
合计	1,700	100	--

（八）股份有限公司第一次增资

2015年5月17日，公司召开了2015年第三次临时股东大会，全体股东均出席了会议，代表公司股份17,000,000股，占公司股份总数的100%，本次会议应到股东9人，实到9人。本次股东大会会议通过了《关于批准公司2015年第一轮增资扩股的〈验资报告〉的议案》、《关于审议〈关于批准修改公司章程〉的议案》、《关于审议通过公司增资扩股工作报告的议案》及《关于增补常旭、王栋

为公司董事的议案》。

公司 2015 年第三次临时股东大会会议通过了修改《公司章程》的决议，将公司注册资本从 1,700 万元修改为 2,440 万元；公司董事会由 5 名董事组成修改为 7 名；增加了第八章——信息披露与投资者关系管理。

2015 年 7 月 6 日，公司完成了与股票发行相关的注册资本工商变更登记和章程修改、董事会成员变更备案。

本次增资后股份有限公司的股权结构如下：

股东姓名	持股数量 (万股)	股权比例 (%)	出资方式
叶进锋	930.00	38.1148	-
余慧玲	620.00	25.4098	-
戎鹰	45.00	1.8443	-
孔文波	40.00	1.6393	-
杨智庆	30.00	1.2295	-
王晓彤	10.00	0.4098	-
朱坚	10.00	0.4098	-
朱伟	10.00	0.4098	-
潘华刚	5.00	0.2049	-
浙江天堂硅谷久和股权投资 合伙企业(有限合伙)	306.00	12.5410	现金出资
浙江华数元启投资合伙企业 (有限合伙)	56.6667	2.3224	现金出资
共青城尼克领军投资管理合 伙企业(有限合伙)	113.3333	4.6448	现金出资
杭州同萃投资合伙企业(有 限合伙)	113.3333	4.6448	现金出资
李明	34.00	1.3934	现金出资
褚晓冬	56.6667	2.3224	现金出资
连耘	20.00	0.8197	现金出资
谈龙娇	15.00	0.6148	现金出资
薛超斐	20.00	0.8197	现金出资
朱晓君	5.00	0.2049	现金出资
合计	2,440.00	100.00	

（九）公司重大资产重组情况

截至本说明书签署日，公司未发生重大资产重组情况。

五、公司董事、监事、高级管理人员情况

（一）公司董事

1、叶进锋：详见本说明书第一节之“三、公司股权结构及主要股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人、所有股东持股情况”的“1、控股股东和实际控制人”。本届任期自2014年8月13日至2017年8月13日。

2、王晓彤：男，1967年10月出生，中国国籍，无境外居留权，上海交通大学电影电视制作专业，影视工程本科学历，曾为上海电影制片厂、上海文广传媒集团的独立制片人。2003年至2009年为自由职业者，为Discovery Channel及National Geography在中国大陆最早的合作伙伴之一，先后参与的合拍片包括与BBC合作的《Hang Coffin》（《悬棺》）、与American Online合作的《Three Gorges Dam》（《大三峡》）、与Gungho Film合作的《Amazing Race》（《疯狂竞赛》）、与Gruppe 5合作的《The First Emperor》（《秦始皇》）、《Great Wall》（《长城》）、《Forbidden City》（《紫荆城》）以及与Ployphon Production合拍的《The Dream Boat》（《梦之船》）；2010年至2013年任北京中视创新文化传播有限公司制片顾问。现任公司股东、董事兼副总经理，本届任期自2014年8月13日至2017年8月13日。

3、孔文波：男，1976年10月8日出生，中国国籍，无境外居留权，上海戏剧学院表演导演专科毕业，1997年至2000年在上海话剧艺术中心进编工作；2000年至2002年于话剧中心辞职，赴新加坡南洋艺术学院攻读编导系；2002年至2006年从事影视行业，该期间为自由职业者；2006年至2009年担任上海乾艺文化传播有限公司执行总经理；2007年至2010年，半脱产就读于上海戏剧学院广播电视编导系本科成教班；2010年至2014年中，担任上海海象文化传媒有限公司副总经理；2014年7月至今任重庆笛女阿瑞斯影视传媒有限公司制作总监。曾先后担任电视剧《黑色名单》、《儿女情更长》监制、电视剧《我叫王土地》策划、电视剧《走

出国门》、《秘密航线》、电影《吴哥的微笑》的制片人。现任公司股东兼董事，本届任期自2014年8月13日至2017年8月13日。

4、杨智庆：男，1960年8月9日出生，中国国籍，无境外居留权，国家二级厨师。1973年至1979年于上海永吉中学就读；1979年至1992年于宝钢宾馆担任厨师；1993年至1996年自营饭店；1996年至2002年于美国游学；2002年至2006年回国自营饭店；2006年至今担任影视行业自由职业者，参加过纪录片《视觉上海》的拍摄工作。现任公司股东兼董事，本届任期自2014年8月13日至2017年8月13日。

5、朱坚：男，1955年10月出生，中国国籍，无境外居留权，1986年毕业于中央电视大学企业管理专业，专科学历，ACCA会员，高级经济师。1971年10月至1973年12月，服役于黑龙江生产建设兵团六团七连；1973年12月至1979年5月，任解放军旅大警备区二师六团通信连报务员；1979年5月至1997年10月任上海飞乐电声总厂供销科长、办公室主任、副总经理、董事会秘书，曾参与新中国第一张股票——上海飞乐音响股份有限公司的筹建上市与发行工作；1997年10月至2007年2月担任上海金南房地产有限公司副总经理；2007年2月至2012年6月担任上海顺优超高压机械设备有限公司总经理；2013年7月至今就任本公司副总经理、董事会秘书。本届任期自2014年8月13日至2017年8月13日。

6、常旭：男，1984年4月出生，中国国籍，无境外居留权。2013年毕业于浙江大学，电子科学与技术专业博士研究生学历。2013年7月至今任浙江天堂硅谷资产管理集团（以下简称“天堂硅谷”）产业整合部高级投资经理，曾承担解放军总装备部重点科研项目的工作，对电子、通信、互联网、光学、纳米等领域有深度研究。现任浙江天堂硅谷资产管理集团高级投资经理，对TMT行业、股权投资、并购/并购基金等领域有较多积累。参与了天堂硅谷自2011年来在文化传媒、农业、医药领域的多个产业基金的搭建和投资。2015年5月17日起由天堂硅谷委派就任本公司董事。本届任期自2015年5月17日至2017年8月13日。

7、王栋：男，1976年5月出生，中国国籍，无境外居留权。2005年毕业于北京航空航天大学，工商管理硕士。2004年4月至2007年5月任北京信威通信技术股份有限公司市场策划部经理；2007年5月至2008年5月任广典互动传媒集团战略策划总监；2008年5月至2012年任北京和君咨询集团高级咨询师、项目经理；2010年1月至2014年6月任北京无线绿洲通信技术有限公司战略投融资总监；2014年12月至今任浙江华数文化传媒产业投资管理有限公司（以下简称“华数传媒”）副总经理。2015年5月17日起由华数传媒委派就任本公司董事。本届任期自2015年5月17日至2017年8月13日。

（二）公司监事

1、潘华刚：男，1953年8月11日出生，中国国籍，无境外居留权，1986年毕业于中央电视大学企业管理专业，专科学历，经济师。1970年4月至1977年7月插队落户；1977年11月2006年4月，任上海华山五金厂厂长，期间曾先后兼任上海联华装潢五金有限公司董事长、晶联家具有限公司总经理及上海豪亚休闲用品有限公司总经理；2006年6月至2009年5月，担任上影集团（视觉上海）工作室执行制片；2009年至今担任本公司行政经理兼人事总监。现任公司的股东、监事会主席。本届任期自2014年8月13日至2017年8月13日。

2、戎鹰：男，1972年10月30日出生，中国国籍，无境外居留权，国家一级注册建筑师。1994年毕业于同济大学建筑系，室内设计专业本科学历。1995年至2002年于上海敦煌建筑设计有限公司担任建筑设计师；2002年至今于上海东亚联合建筑设计有限公司分别担任建筑设计师、注册建筑师和建筑室主任。目前担任公司的股东、监事。本届任期自2014年8月13日至2017年8月13日。

3、谈龙娇：女，1988年8月25日出生，中国国籍，无境外居留权，2010年毕业于上海大学广播电视编导专业，本科学历。2009年至今担任公司文学创作部经理一职。目前担任公司的职工监事。本届任期自2014年8月13日至2017年8月13日。

（三）公司高级管理人员

1、叶进锋：总经理，详见本说明书第一章之“五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）公司董事”。

2、王晓彤：副总经理，详见本说明书第一章之“五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）公司董事”。

3、朱坚：董事会秘书，详见本说明书第一章之“五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）公司董事”。

4、连耘：财务部负责人，男，1986年1月13日出生，中国国籍，无境外居留权。2008年毕业于上海对外贸易学院，会计学本科学历。2008年9月至2014年6月就任上海上会会计师事务所有限公司审计师。现任公司财务总监。

（四）公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股情况

姓名	任职职务	持股数量（万股）	持股比例（%）
叶进锋	董事长、总经理	930	54.71
王晓彤	董事、副总经理	10	0.59
孔文波	董事	40	2.35
杨智庆	董事	30	1.76
朱坚	董事会秘书	10	0.59
潘华刚	监事会主席、人力资源总监、行政经理	5	0.29
戎鹰	监事	45	2.65

六、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标

（一）最近两年及一期的主要会计数据和财务指标

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额（万元）	3,023.50	2,792.78
股东权益合计（万元）	1,619.37	1,718.29
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	1,619.37	1,718.29
每股净资产（元/股）	0.95	1.01
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	0.95	1.01
资产负债率（%）	46.44%	38.47%
流动比率（倍）	2.03	2.56
速动比率（倍）	0.07	0.08
项目	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	261.57	170.08
净利润（万元）	-98.92	-20.29
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-98.89	-20.29
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-110.63	-22.32
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-110.60	-22.32
毛利率（%）	29.85%	31.39%
加权平均净资产收益率（%）	-5.93%	-2.97%
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-6.63%	-3.26%
基本每股收益（元/股）	-0.06	-0.03

稀释每股收益（元/股）	-0.06	-0.03
应收账款周转率(次)	3.74	2.63
存货周转率(次)	0.07	0.08
经营活动产生的现金流量净额（万元）	9.25	-897.02
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0.01	-0.53

注：除特别说明外，以上有关主要财务数据和财务指标均为合并报表口径。

（二）主要财务指标分析

1、盈利能力分析

从毛利率水平来看，公司 2013 年度和 2014 年度毛利率分别为 31.39%和 29.85%，毛利率变动较小。随着公司的成长，项目经验的积累，以及市场口碑的逐步建立，公司业务毛利率有望进一步提升和增长。

从净资产收益率水平来看，公司 2013 年度和 2014 年度扣除非经常性损益后的净资产收益率分别为-3.26%和-6.63%，都维持在一定区间，符合同行业初创型中小规模企业的平均水平。预计定向发行增资扩股后会有较为明显的改善。

2、偿债能力分析

从资产负债率水平来看，公司截至 2013 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日资产负债率分别为 38.47%和 46.44%，公司负债主要系收到的电影拍摄投资款及股东拆借资金，没有银行贷款等债务融资，公司偿债压力不大。

从流动比率及速动比率水平来看，公司 2013 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日流动比率分别为 2.56 和 2.03，速动比率分别为 0.08 和 0.07。公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日速动比率低于市场平均水平，原因在于公司流动资产主要系存货，而存货余额主要系电影《现场直播》等影视节目的拍摄和制作成本。由于电影电视具有拍摄周期长、占用资金多、回笼资金账期较长等特点，公司短期偿债能力相对较弱，这也符合行业惯例。

3、营运能力分析

从应收账款周转率水平来看，公司 2013 年度和 2014 年度应收账款周转率分别为 2.63 和 3.74，可以看出 2014 年度同比上一年度有所改善，且期末应收账款余额大多在 1 年以内，客户资信良好，不能收回的风险较小。

从存货周转率水平来看，公司 2013 年度和 2014 年度存货周转率分别为 0.08 和 0.07，由于电影行业的特殊性，电影创作、拍摄、制作发行的整个周期较长，而且公司尚处在初创期，尚没有电影发行，故存货周转率较低，公司电影《现场直播》发行上映之后，库存压力将大大降低。

4、获取现金流能力分析

报告期内，公司获取现金流能力列示如下：

单位：万元

主要财务指标	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	9.25	-897.02
投资活动产生的现金流量净额	-4.61	-12.00
筹资活动产生的现金流量净额		900.00
当期现金净流入金额	4.63	-9.02

公司 2013 年度经营活动产生的现金流量净额为负，主要系由于拍摄电影《现场直播》投入大额资金，但电影尚未上映，缺少对应收入，因此无正的现金流入。随着电影拍摄的完成，相关现金流出大幅减少，2014 年度经营活动产生的现金流量净额已转正。

公司投资活动全部系购置固定资产，以满足日常经营、影视节目拍摄等需求，报告期内未发现异常。

公司 2013 年度筹资活动产生的现金流量净额系股东增资。

（三）公司主要财务指标与同行业上市公司的比较分析

报告期内，公司与同行业上市公司间主要财务指标汇总列示如下：

期间	主要财务指标	影达传媒	华谊兄弟	华录百纳	新文化
2014 年度	综合毛利率	29.85%	60.92%	31.15%	35.89%
	净资产收益率（加权平均）	-5.93%	20.40%	9.88%	12.68%
	净资产收益率（扣除非经常性损益/加权）	-6.63%	12.28%	8.40%	11.93%
	每股收益（元/股）	-0.06	0.73	0.52	0.63
	每股净资产（元/股）	0.95	4.06	9.25	5.39
	应收账款周转率（次）	3.74	1.73	1.49	1.91
	存货周转率（次）	0.07	1.34	1.60	0.89
	每股经营活动的净现金流量净额（元/股）	0.01	-0.02	-0.15	-0.61
	资产负债率	46.44%	42.15%	9.57%	25.18%
	流动比率	2.03	1.80	4.98	4.02
速动比率	0.07	1.52	4.04	2.60	

续：

期间	主要财务指标	影达传媒	华谊兄弟	华录百纳	新文化
2013 年度	综合毛利率	31.39%	55.33%	46.54%	40.29%
	净资产收益率（加权平均）	-2.97%	20.77%	12.46%	13.01%
	净资产收益率（扣除非经常性损益/加权）	-3.26%	11.03%	11.26%	11.96%
	每股收益（元/股）	-0.03	0.55	0.94	1.20
	每股净资产（元/股）	1.01	3.26	7.86	9.63
	应收账款周转率（次）	2.63	1.88	1.43	1.75
	存货周转率（次）	0.08	1.43	0.79	0.84
	每股经营活动的净现金流量净额（元/股）	-0.53	0.42	-0.55	-0.73
	资产负债率	38.47%	45.12%	8.60%	19.84%
	流动比率	2.56	1.51	11.93	4.86
速动比率	0.08	1.26	8.85	2.91	

注1：同行业上市公司主要财务指标中，净资产收益率（加权平均、扣除非经常性损益/加权）系摘自公司披露年报数据，其余财务指标均摘自股票软件“证券之星”。

与华谊兄弟、华录百纳、新文化等同行业上市公司比较而言，公司报告期内盈利能力指标、偿债能力指标、营运能力指标等大多低于上述公司。这是由于公司尚处于初创期，公司经营能力尚在成长的过程中，而上述上市公司均已进入成熟期，经营模式及管理经验等方面业已成熟，因此各项指标高于本公司

实属正常。

七、本次公开转让有关的机构

（一）主办券商

名称:	西藏同信证券股份有限公司
法定代表人:	贾绍君
住所:	西藏自治区拉萨市北京中路101号
联系电话:	021-60893235
传真:	021-60893228
项目负责人:	曹建荣
项目小组成员:	周佳、林海、何岱泉

（二）律师事务所

名称:	北京市宝盈律师事务所
法定代表人:	严少芳
住所:	北京市海淀区中关村南大街3号海淀科技大厦301室
联系电话:	010-6894 8828
传真:	010-6894 8859
项目负责人:	罗联军
签字律师:	罗联军、严少芳

（三）会计师事务所

名称:	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人:	梁春
住所:	北京市海淀区西四环中路16号院7号楼1101室
联系电话:	021-63238533
传真:	021-63238505
项目负责人:	陈春晖
签字会计师:	陈春晖、李颖庆

（四）资产评估机构

名称:	上海申威资产评估有限公司
-----	--------------

法定代表人:	马丽华
住所:	上海市虹口区东体育会路816号C楼
联系电话:	021-31273006
传真:	021-31273013
项目负责人:	侯红骏
签字评估师:	侯红骏、谭丽

(五) 证券登记结算机构

股票登记机构:	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
住所:	北京市西城区金融大街26号金阳大厦5层
联系电话:	010-58598980
传真:	010-58598977

(六) 证券挂牌场所

股票登记机构:	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
住所:	北京市西城区金融大街丁26号金阳大厦
联系电话:	010-63889512
传真:	010-63889514

第二章 业务与技术

一、公司主要业务情况

（一）主营业务

公司以稳定、优秀的核心班底围绕着原创主义精神，紧贴现代化文化传媒导向，主营电影、电视剧和纪录片等影视作品的制作及衍生业务，广告策划、设计与制作，以及新媒体营销与应用业务。经过公司全体创作团队多年的精耕细作，现已成功创建了集影视剧、纪录片、广告与新媒体服务四大元素于一体的文化传媒内容创作运营平台。

在公司所从事的主营业务中，电影和电视剧业务分属电影电视产业中的两个子行业，广告制作业务及新媒体营销服务属于商务服务业的子行业。

（二）主要产品或服务

1、影视作品类

（1）业务简介

公司作为上海民营影视文化传媒公司的先驱，电影作品是其电影业务的主要产品，产品投向包括影院公映线、电视台及新媒体播映线、音像制品及衍生产品线等。根据有关规定，电影拍摄完毕后需要经过地方广电局、国家广电总局二级审批后方能获得《电影片公映许可证》并取得电影版权。

电影业务的收入主要来源于电影版权的销售，其中以院线合作的影片票房分账收入为主，也包括通过向电视台、发行代理商、新媒体平台、音像制品发行商实现影片版权及附属权利的销售获得主营业务收入。

同时，公司在实践业务中也在进一步探索电影衍生产品的开发与销售业务，包括但不限于公关赞助活动、衍生卡通产品的设计与推广、产品植入性广告等等。

（2）运营进度

截至本说明书签署日，公司在影视业务板块的主要精力投掷于警匪题材大电影《现场直播》的后期制作。《现场直播》业已拍摄完成，母带已送往香港专业团队进行最后阶段的制作中。目前公司正与各大发行方积极洽谈宣发及公映合作中，预计电影将于年内与公众见面。

(3) 期后重点

报告期后截至 2015 年 3 月 31 日止，公司在影视作品类没有新签的合同。公司的重点目前仍是《现场直播》的后期制作、宣传、排档上映等一系列工作。

该大电影的具体进度安排如下图所示：



此外，公司分别于 2015 年 5 月 7 日、5 月 8 日与笛女影视传媒（上海）有限公司分别签订了《三十集电视剧<突围突围>合作投资协议》、《四十集电视剧<姐姐妹妹>合作投资协议》，分别投资 300 万元整，并分别于 2015 年 6 月 30 日、2015 年 12 月 31 日到期收回投资款 300 万元及相应的固定收益。

(4) 收支情况

报告期后截至 2015 年 3 月 31 日止，公司在影视作品方面的支出全部为电影《现场直播》的后期制作费用，合计人民币 219,673.70 元，由于影片尚未公映，基于行业特殊周期性影响尚无现金流入。

(5) 未来展望

公司预期在 2015 年将《现场直播》、《世博小达人》和《人民币》三部影片

捆绑对外实现销售。

《现场直播》是一部新创意警匪故事片，基于《现场直播》的演职人员阵容和同类电影过去几年的票房情况，可以对《现场直播》的票房收入做初步预测。

同类电影票房情况

电影	年份	收入
全民目击	(2013)	1.8000亿元
毒战	(2013)	1.6000亿元
虎胆龙威5	(2013)	2.0000亿元
寒战	(2012)	2.5670亿元
谍影重重4	(2012)	2.2200亿元
飓风营救2	(2012)	1.1720亿元
黄金大劫案	(2012)	1.5380亿元
痞子英雄	(2012)	1.0400万元
消失的子弹	(2012)	1.6051亿元
逆战	(2012)	1.2666亿元
速度与激情5	(2011)	2.5595亿元
窃听风云2	(2011)	2.1690亿元
枪王之王	(2010)	1.2350亿元

资料来源：EBOT 艺恩日票房智库

上表为2010年-2013年同类电影票房收入情况。其中票房收入最低的为2010年《枪王之王》实现的票房收入1.24亿元，最高的为2012年《寒战》实现的票房收入2.58亿元。最近三年同类电影评价票房情况维持在较高水平，2011年平均票房为2.36亿元，2012年平均票房为1.63亿元，2013年平均票房为1.80亿元。

基于同类电影以及《现场直播》的全套演职阵容，对其票房保守估计应该在8千万元至1.2亿元之间。

2、纪录片类

(1) 业务简介

公司作为上海地区主打“强势内容、王牌原创”概念的专业文化传媒机构，孜孜不倦地在圈内打造精品原创的文化内容。纪录片是目前社会主流价值认同度较高且逐渐在商业价值上浮现上升空间的艺术作品。

公司虽然处于初创成长期，自我定位于原创主义的创新型传媒公司，但并不局限于埋头创作，公司在深耕市场的道路上经过多年的努力和探索，已经逐步具有了充分的与业界领导者进行资源整合的能力。

纪录片的收入主要来源于版权的销售收入，包括与院线、电视台、视频网站或音像制品发行商合作推广的广告收入，以及相关互动衍生商品的销售收入。一般而言，纪录片的制作相对大电影而言过程较短、投资较少，与时代主题契合度高，时效性较强，属于“短、平、快”的文化传媒艺术内容，这是公司所擅长的创作表现方式。

(2) 运营进度

报告期内和期后重点处于在两部精品纪录片《服装里的中国》和《音乐里的中国》的前期素材储备阶段。其中，《服装里的中国》采风取景和文案筹备工作已经完成绝大部分，目前正在询洽项目合作方的过程中，预计年内会顺利开拍。此外，《音乐里的中国》也在如火如荼的资料搜集和文案汇编的前期制作中，预计在《服装里的中国》完成拍摄后接档投拍。

(3) 收支情况

报告期后截至 2015 年 3 月 31 日止，公司在纪录片方面的支出主要为前期调研费用，合计人民币 43,081.48 元。未来公司正式投拍相关纪录片后预期还会产生相关现金支出。

(4) 未来展望

公司预期在 2015 年年内正式投拍《服装里的中国》，根据映前广告、冠名、植入广告、线下活动的合计营收预测，估计年内能实现约 1,000 万的一期收入。

3、广告设计与制作业务

(1) 业务简介

公司的广告设计与制作业务的主要产品即平面广告和影视广告。根据客户的要求对指定产品或服务进行创意构思、定制设计及广告投拍制作，经过客户的确

认后交付广告，实现主营业务收入。

(2) 运营进度

报告期内和期后，公司已与上海勘测设计院、上海市质子重离子医院订立相关广告业务合作项目，其中上海勘测设计院成立 60 周年广告宣传、上海市重离子医院广告宣传片《患者治疗简介》等项目已经完成拍摄制作。另外公司于 2014 年 12 月与上海市勘测设计院签订了上海著名地标性建筑上海中心广告宣传片的合同，目前尚在履行中。

(3) 期后重点

期后广告类业务在其他三块业务尚在周期中的制作阶段的情况下，适量的广告业务保证了公司正常的经营现金流流入，对其他业务的开展打下良好的基础。

(4) 收支情况

报告期后截至 2015 年 3 月 31 日止，公司在广告业务类的收入为人民币 110,097.09 元，共计发生相关成本人民币 75,043.00 元。

(5) 未来展望

预计在 2015 年，公司将完成“上海中心”这一上海市地标性建筑的广告宣传片制作，进一步提升公司在业内的影响力，开拓市场。

4、新媒体综合营销与应用业务

(1) 业务简介

新媒体综合营销与应用，是公司兼具创新性和主导性的新兴主营业务。公司将其新媒体的应用主要划分为两类：自媒体及网络剧。公司将自创的真人秀等影视节目与游戏衍生产品进行商业整合，打造新媒体“闭环”，通过将节目观众转换为游戏用户，游戏用户转换为节目观众的形式，建设起互联网新媒体用户社区，全力提升聚焦人群在专业社区里的体验度和满意度，从而借助综合营销与应用平台实现销售收入。在这个闭环建立和维护的过程中，“内容”是获取粉丝群认可的

第一核心要素，也是公司未来发展最重要的核心竞争力。

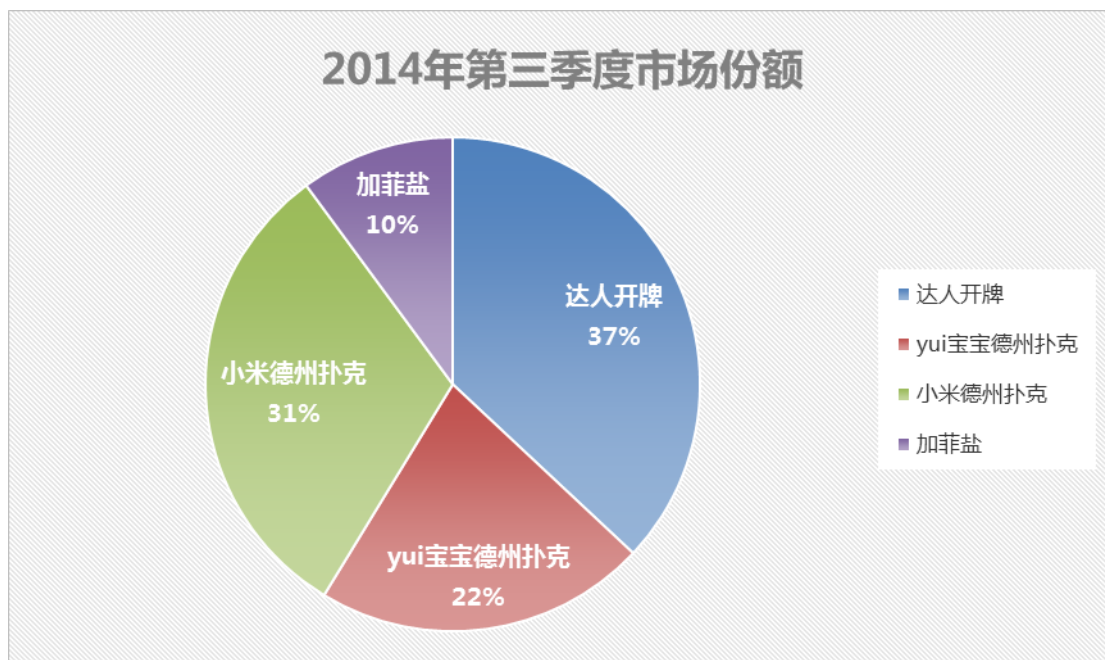
报告期后至今公司主推的新媒体业务产品主要为真人秀竞技节目《达人开牌之德州扑克》，通过组织游戏内容的视频播映来完成线上和线下的互动，形成独树一帜的闭环效应，进而实现广告、大电影、线下活动及游戏冠名的营销收入。

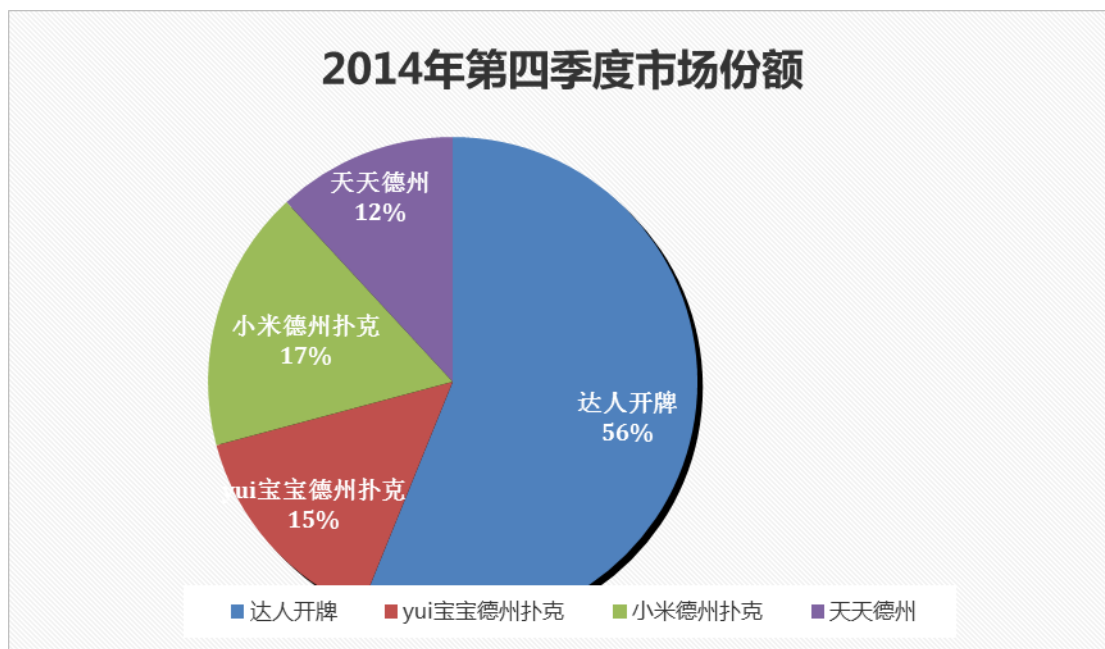
《达人开牌之德州扑克》是国内首档棋牌类真人秀节目，节目自上线以来，受到了业内的热捧，与国内多家视频网站签订了播出协议，收视排名处于同类节目第一。

(2) 运营进度

截至本公开转让说明书签署日，公司在新媒体业务拓展方面取得了良好的进展，先后与爱奇艺、乐视网、优酷在线视频及芒果TV等具有《信息网络传播视听节目许可证》的主流网络播映平台签订了合作协议，将《达人开牌之德州扑克》等优质原创节目在相关视频网站上发布和宣传推介。

根据各大门户网站点击量的汇总统计，公司对《达人开牌》2014年第三、第四季度收视市场份额做了如下统计：





截至2015年7月10日，公司一共已完成48期“达人开牌之德州扑克”真人秀节目的制作和上传，累计获取了812万次的视频网站节目点击量。同名网络游戏PC端和手机端已完成开发内测，并于2015年4月起正式开始进入对外公测阶段，预计2015年7月底将正式推广并投入运营。

(3) 期后重点

公司设立了《达人开牌》项目组全程跟踪并制作全系列的节目线，下一阶段也将围绕这一商业规划路径进行相关内容制作，包括但不限于真人秀节目、线上网络游戏的公测与发布，以及《达人开牌》的大故事电影等等。

(4) 收支情况

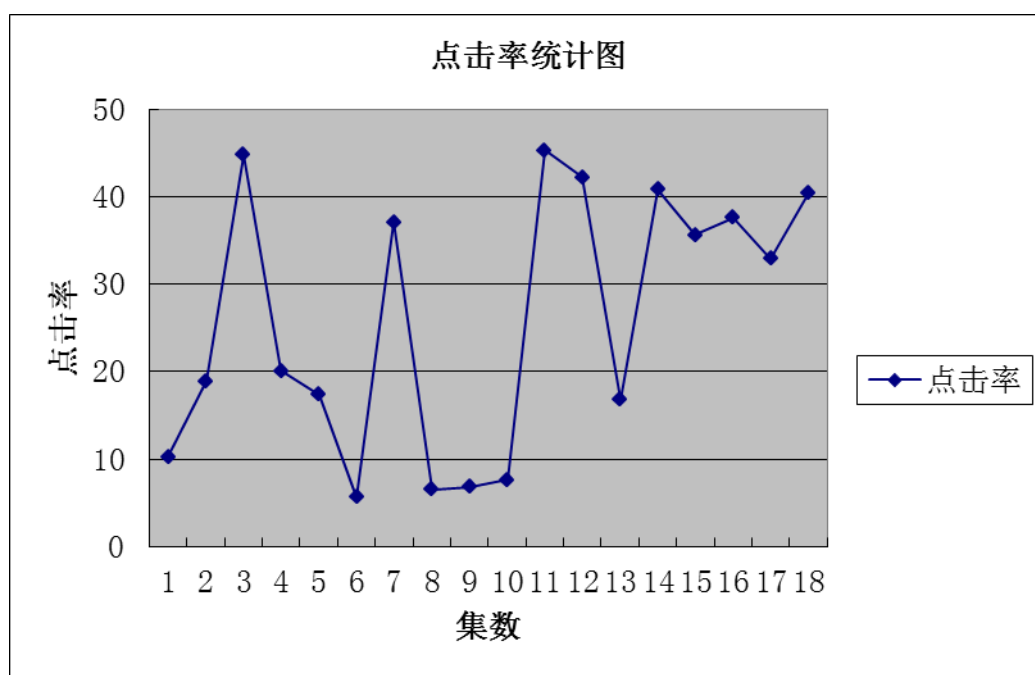
报告期后截至2015年3月31日止，公司新媒体营销业务尚未产生营业收入，相关支出合计为393,223.46元。随着项目的不断推进，预期收入与支出还会同比例上升。

(5) 未来展望

基于目前《达人开牌》真人秀的市场反应和公司对新媒体行业的预期，公司在下一阶段还将主打《达人开牌》系列的全系列节目制作与发行，并以《达

人开牌》真人秀为题材，制作线上的德州扑克游戏，将《达人开牌》的观众人群转化为线上的游戏玩家，目前国内两大德州扑克游戏公司为博雅互动(0434HK 香港上市公司)、联众游戏(6899HK 香港上市公司)。其中博雅互动 2014 年营业收入 9.45 亿中有接近 80%来自于德州扑克游戏收入。目前达人开牌的在线网络游戏已正式上线公测，即将带来稳定的网络游戏运营收入，预计 2015 年公司的新媒体业务将呈现“百花齐放”的多项优秀成果。

单位：万次



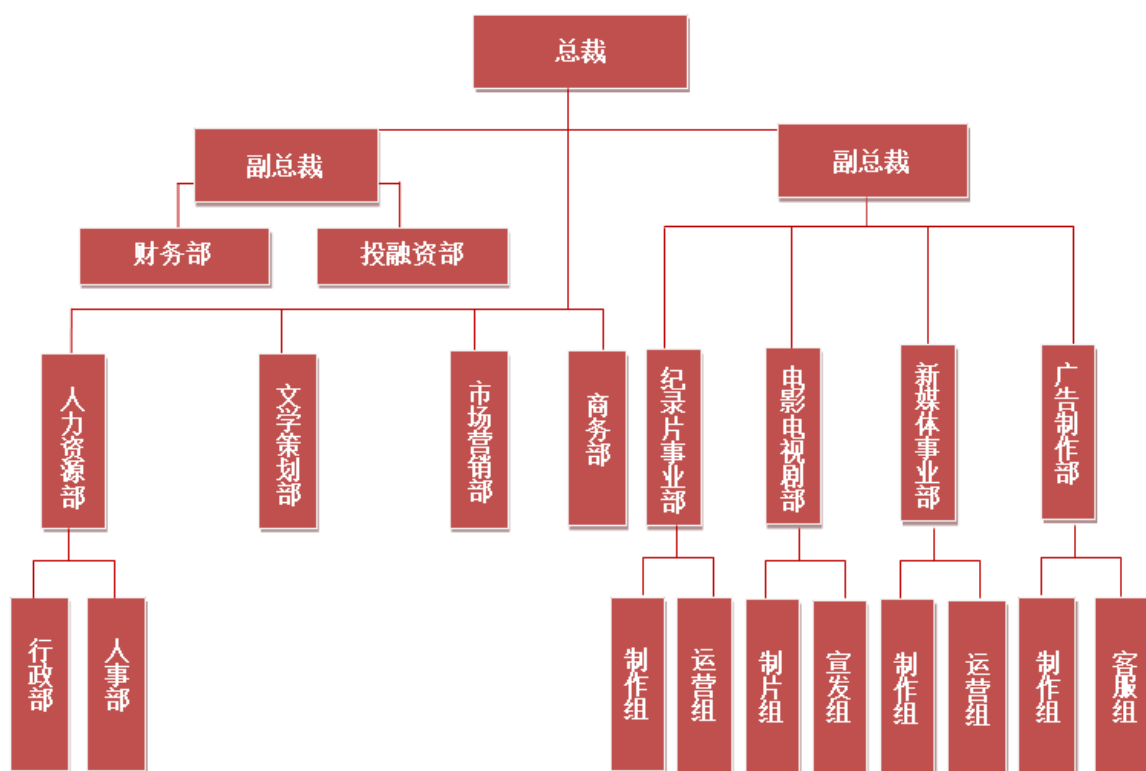
上表为公司新媒体真人秀节目《达人开牌》的视频点击率统计情况，可以发现上线的合计 18 期《达人开牌》累计点击量为 467 万人次，平均每期 26 万人次。假设每月播出四期，每期受众 30 万人，按照行业惯例，对应的线上游戏付费玩家人数按 1%的比例推算，对应的德州扑克线上付费玩家全年约 14.4 万人次。按照联众游戏等线上德州扑克的行业惯例，每人平均消费 200 元，全年将达到 2,880 万元左右的营业收入。若每期节目受众人数增加到 50 万人，预计可为公司带来月营收 400 万元、全年约 4,800 万元。与相关游戏平台的游戏分账收入公司将在游戏开发完成后与各大平台运营商协商。

5、公司主营业务和主要产品或服务的变化情况

公司初次设立时从事的主要业务为影视文化艺术活动交流、策划、广告的设计和制作、利用自有媒体发布各类广告等，2011年8月26日公司的经营范围增加了“广播电视节目制作与发行”。

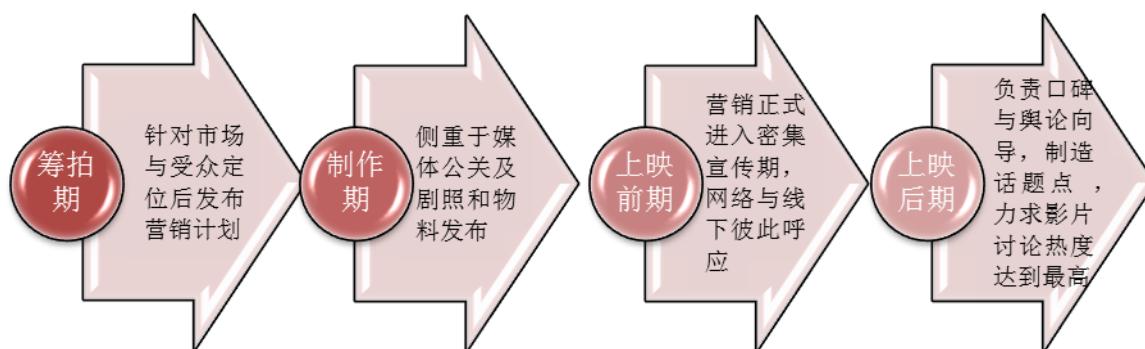
二、主要生产或服务的主要流程及方式

（一）公司内部组织架构

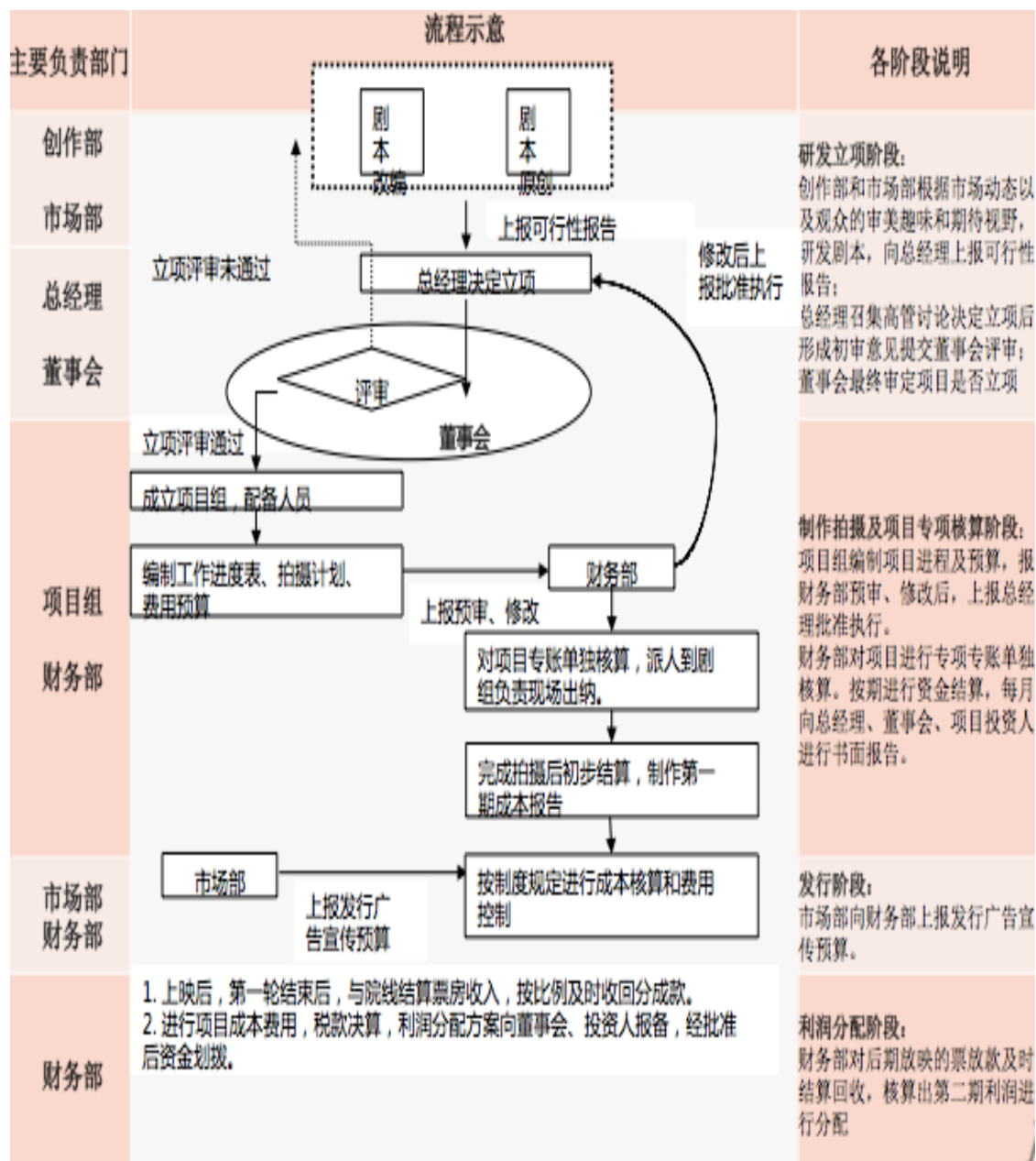


（二）公司主要业务流程

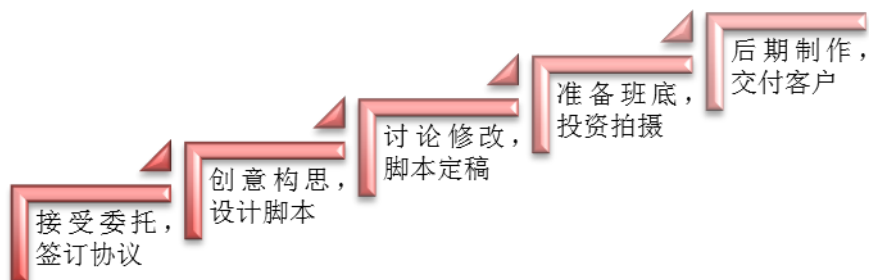
1、投拍影视产品（含纪录片）的业务流程



其中，前期开发阶段和中期制作阶段的业务是公司核心价值的体现，公司在影视剧作品的项目管理上也设计及制定了高效的流程。

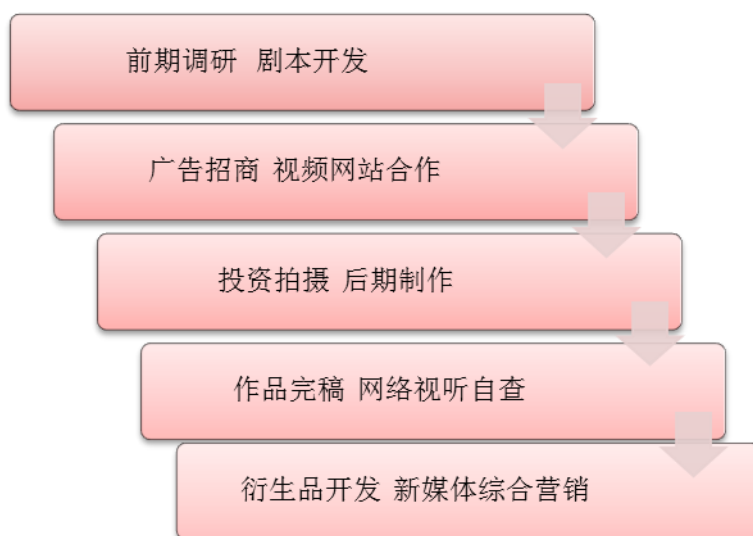


2、设计和制作广告的业务流程



3、新媒体内容制作与营销流程

公司的新媒体营销业务包括自媒体营销和网络剧制作与营销。



三、公司业务关键资源要素

（一）产品或服务所使用的主要技术

1、较强的原创能力

公司从成立至今一直奉行“海派原创主义”精神，强调“内容为王”的创作核心思想。公司集结了以著名编剧张来昀为核心的剧本原创团队，其影视作品坚持“谢绝抄袭、集思广益、团队创作、头脑风暴”的路线，严格筛选题材和质量过硬的剧本进行后期制作，摒弃了市场上大部分同行习惯于互相抄袭或改编经典剧作的再创作路线，开辟出影达独有的发展特色和路径，并坚持这一精神不断开发出更多出新出彩的佳作。原创精神是公司发展的核心竞争力，也是“内容为王”的传媒新时代对于影视公司的召唤，路漫漫其修远兮，公司将继续上下而求索。

2、年轻的技术团队

公司的核心创作和制作团队较为年轻，截至本说明书签署之日，公司共有员工 29 名，其中 35 岁（含）以下的年轻员工占约 70% 的比例，基本上都是“85 后”和“90 后”等影视或传媒专业院校毕业、走在文化传媒时尚潮流前沿的一

代人，他们绝大部分从事于前期创作和后期制作的技术型岗位。

文化传媒行业覆盖的影视作品、广告作品和新媒体作品都是紧贴时代尖端市场的商品，与大众的口味演变、流行的信息变化以及精神文明建设的深度转型息息相关。要想获得市场的认可，势必要求该类作品的创作者具有独特的能力。这些能力包括能够敏锐地发现和捕捉市场的焦点并碰撞出灵感、能够不断在脑海中产生奇思妙想并且快速做出反应、能够游刃有余地将网络游戏体验度与节目观众满足度进行挖掘和整合、能够熟练运用业内最前沿的专业技术进行节目的后期制作等等。根据专业人士的实践判断，不同于传统行业对于团队招聘的经验要求，这方面 35 岁以下的年轻人反而更具创造力和可塑性，年轻、专业又团结的技术团队为公司的蓬勃发展做出了不可估量的贡献，既是时代赋予他们为中国文化传媒事业发展而奉献的使命，又是公司不可多得的核心凝聚力的充分体现。

3、与业界领导者资源整合的能力

公司虽然处于初创成长期，自我定位于原创主义的创新型传媒公司，但并不局限于埋头创作，公司在深耕市场的道路上经过多年的努力和探索，已经逐步具有了充分的与业界领导者进行资源整合的能力。比如在新媒体营销系列纸牌游戏真人秀节目《达人开牌之德州扑克》中，公司分别与土豆、爱奇艺、芒果 TV、乐视体育展开合作进行战略推广；公司目前正在进行前期尽调与开发的大型电视纪录片《服装里的中国》和《音乐里的中国》，在新媒体领域与爱奇艺达成联合制作战略合作协议，将作为知名电视纪录片《舌尖上的中国》系列的续篇进行重点制作和市场推广。随着公司创作能力的逐步提升与营销口碑的不断提高，今后公司将越来越多地与各业界领导者进行强强联手合作开发，以期获得双赢效益。

（二）主要生产设备及固定资产

影视行业具有典型的“轻资产”经营特点，公司影视作品的制作所需的生产设备，如摄影棚、场地、布景、洗印设备、车辆、舞美灯光、摄影器材、戏服、道具等通常以租赁方式从影视制作协作方取得，或者购买后计入低值易耗品直接摊销，故公司账面的固定资产较少。

公司除了租用的办公用房，没有生产或经营性自有用房，符合该行业的运营惯例。

截至本说明书签署日，公司自有的主要生产设备折旧率情况如下表所示：

类别	使用年限（年）	残值率	年折旧率
机器设备	5	3%	19%
办公用品	5	3%	19%

（三）主要无形资产情况

1、著作权

截至本说明书签署之日，公司拥有著作权登记证书 44 项，初始登记作品：59 个《作品登记证书》（部分作品同时以文字和图案分别登记，统计作品数量时合并为 1 项作品），接受投资作品：2 项，44 项作品具体如下：

（1）初始登记的作品

序号	作品名称	简称	图标	登记号	保护期限
1	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 主教大神符号》			沪作登字 -2012-F-00030760 沪作登字 -2012-F-00030758	2012-06-01 至 2062-12-31
2	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 跳跳糖符号》	射手座		沪作登字 -2012-F-00030761 沪作登字 -2012-F-00028358	2012-06-01 至 2062-12-31

序号	作品名称	简称	图标	登记号	保护期限
3	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 甜甜圈符号》			沪作登字 -2012-F-00030762 沪作登字 -2012-F-00030759	2012-06-01 至 2062-12-31
4	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 水果糖符号》	天秤座		沪作登字 -2012-F-00030763 沪作登字 -2012-F-00028356	2012-06-01 至 2062-12-31
5	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 棒棒糖符号》	天蝎座		沪作登字 -2012-F-00030764 沪作登字 -2012-F-00028357	2012-06-01 至 2062-12-31
6	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 泡泡糖符号》	双鱼座		沪作登字 -2012-F-00030765 沪作登字 -2012-F-00028361	2012-06-01 至 2062-12-31
7	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 牛皮糖符号》	金牛座		沪作登字 -2012-F-00030766 沪作登字 -2012-F-00028351	2012-06-01 至 2062-12-31
8	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 咪乌符号》			沪作登字 -2012-F-00030767 沪作登字 -2012-F-00028364	2012-06-01 至 2062-12-31
9	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 棉花糖符号》	白羊座		沪作登字 -2012-F-00030768 沪作登字 -2012-F-00028362	2012-06-01 至 2062-12-31

序号	作品名称	简称	图标	登记号	保护期限
10	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 麦芽糖符号》	狮子座	 	沪作登字 -2012-F-00030769 沪作登字 -2012-F-00028353	2012-06-01 至 2062-12-31
11	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 口香糖符号》	处女座	 	沪作登字 -2012-F-00030770 沪作登字 -2012-F-00028355	2012-06-01 至 2062-12-31
12	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 坚果糖符号》	摩羯座	 	沪作登字 -2012-F-00030771 沪作登字 -2012-F-00028359	2012-06-01 至 2062-12-31
13	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 夹心糖》	双子座	 	沪作登字 -2012-F-00030772 沪作登字 -2012-F-00028352	2012-06-01 至 2062-12-31
14	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 薄荷糖符号》	水瓶座	 	沪作登字 -2012-F-00030773 沪作登字 -2012-F-00028360	2012-06-01 至 2062-12-31
15	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 白砂糖符号》		 	沪作登字 -2012-F-00030774 沪作登字 -2012-F-00028363	2012-06-01 至 2062-12-31
16	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 QQ 糖符号》	巨蟹座	 	沪作登字 -2012-F-00030775 沪作登字 -2012-F-00028354	2012-06-01 至 2062-12-31

序号	作品名称	简称	图标	登记号	保护期限
17	美术作品《宿达 STAR 星座家族之 宿达》			沪作登字 -2012-F-00028365 沪作登字 -2012-F-00028366	2012-06-01 至 2062-12-31
18	美术作品《菜花男》 (平面)			沪作登字 -2012-F-00055309	2012-08-20 至 2062-12-31
19	美术作品《花瓶女》 (平面)			沪作登字 -2012-F-00055310	2012-08-20 至 2062-12-31
20	美术作品《菜花男》			沪作登字 -2012-F-00055311	2012-08-20 至 2062-12-31
21	美术作品《花瓶女》			沪作登字 -2012-F-00055312	2012-08-20 至 2062-12-31
22	美术作品《采花男与 花瓶女 LOGO》			沪作登字 -2012-F-00055313	2012-08-20 至 2062-12-31
23	文字作品《保姆来 了》故事创意大纲			沪作登字 -2012-A-0000145 6	2012-05-03 至 2062-12-31
24	文字作品《现场直 播》			沪作登字 -2013-A-0009150 0	2013-07-30 至 2063-12-31
25	文字作品《一天世 界》			沪作登字 -2013-A-0009150 1	2013-07-19 至 2063-12-31
26	文字作品《海上惊雷 雨》			沪作登字 -2013-A-0009150 2	2013-07-23 至 2063-12-31
27	文字作品《永贞传 奇》			沪作登字 -2013-A-0009150 3	2013-07-10 至 2063-12-31
28	文字作品《长大成 人》			沪作登字 -2013-A-0009150 4	2013-07-26 至 2063-12-31

序号	作品名称	简称	图标	登记号	保护期限
29	文字作品“真实中国计划”纪录片之《布袋戏的前世今生》			沪作登字 -2013-A-0009150 5	2013-06-18 至 2063-12-31
30	文字作品《我酷故我在》—又名《校园Bang! Bang! Bang!》			沪作登字 -2013-A-0009150 6	2013-07-30 至 2063-12-31
31	文字作品《游戏大玩家》			沪作登字 -2014-A-0019223 7	2014-04-20 至 2064-12-31
32	类似摄制电影方法创作作品《海上印象》第一集			沪作登字 -2012-I-00001602	2009-09-20 至 2059-12-31
33	类似摄制电影方法创作作品《海上印象》第二集			沪作登字 -2012-I-00001601	2009-09-20 至 2059-12-31
34	类似摄制电影方法创作作品《海上印象》第三集			沪作登字 -2012-I-00001603	2009-09-20 至 2059-12-31
35	类似摄制电影方法创作作品《海上印象》第四集			沪作登字 -2012-I-00001600	2009-09-20 至 2059-12-31
36	类似摄制电影方法创作作品《海上印象》第五集			沪作登字 -2012-I-00001599	2009-09-20 至 2059-12-31
37	类似摄制电影方法创作作品《海上印象》第六集			沪作登字 -2012-I-00001598	2009-09-20 至 2059-12-31
38	类似摄制电影方法创作作品《海上印象》第七集			沪作登字 -2012-I-00001605	2009-09-20 至 2059-12-31
39	类似摄制电影方法创作作品《海上印象》第八集			沪作登字 -2012-I-00001604	2009-09-20 至 2059-12-31
40	类似摄制电影方法创作作品《艺术家张洵》			沪作登字 -2012-I-00001232	2009-03-20 至 2060-12-31

序号	作品名称	简称	图标	登记号	保护期限
41	美术作品《达人开牌三维》	《达人开牌三维》		沪作登字 -2014-F-00200262	2014-06-02 至 2064-12-31
42	美术作品《达人开牌平面》	《达人开牌平面》		沪作登字 -2014-F-00200263	2014-06-02 至 2064-12-31

(2) 接受投资取得的作品

序号	作品名称	转让人 ¹	受让人	登记号	保护期限
43	电影作品 《世博小达人》	余慧玲	影达有限	沪作登字 -2012-H-00000676	2011-06-28 至 2061-12-31
44	电影作品 《人民币》	余慧玲	影达有限	沪作登字 -2012-I-00001231	2009-06-15 至 2059-12-31

我国《著作权法》规定：“法人或者非法人单位的作品、著作权(署名权除外)由法人或者非法人单位享有的职务作品，其发表权、使用权和获得报酬权的保护期为五十年，截止于作品首次发表后第五十年的十二月三十一日，保护期限为50年。”上述共计44项著作权，均在法律规定的有效保护期限内，且权利范围皆为全部权利，目前均处于正常实际使用状态。

2、注册商标

截至本说明书签署之日，公司拥有注册商标共5项，具体情况如下：

注1：转让人余慧玲系将电影《世博小达人》与电视纪录片《人民币》作价出资给影达有限，并办理了财产转移手续，著作权人已经变更为影达有限。详见本说明书“第一章公司基本情况”之“四、股东的形成与其变化和重大资产重组情况”的“（六）有限公司第三次增资及股权转让。

序号	商标名称	注册号	类别	权利人	权利期限
1		8008386	41	影达有限	2011/9/7- 2021/9/6
2		7860783	25	影达有限	2011/4/21- 2021/4/20
3		7399999	25	影达有限	2010/10/14- 2020/10/13
4	达人开牌	14700057	28	影达有限	2014/5/12- 2024/5/11
5	达人开牌	14700091	41	影达有限	2014/5/12- 2024/5/11

我国《商标法》规定：“注册商标的有效期为 10 年，自核准注册之日起计算。”目前上述5项注册商标均在法律规定的有效保护期限内，且权利范围皆为全部权利，目前均处于正常实际使用状态。

（四）公司无形资产及相关资质的变更情况

1、与股东个人以非货币资产增资相关情况

2013 年 10 月，股东余慧玲以 3D 电影“世博小达人”和专题纪录片“人民币”的版权作价 533.48 万元投入公司进行增资扩股，当时工商管理部门认定其以“知识产权”出资并办理了工商变更。根据《电影企业会计核算办法》的相关规定，电影版权为电影企业日常经营预计将要销售的商品，故在审计过程中按照原价将其重分类至存货科目进行确认和列报。截至本说明书签署之日，公司无形资产科目账面上已无“世博小达人”和“人民币”的版权。

2、与有限公司整体变更相关情况

2014 年 8 月 13 日，经上海市工商行政管理局依法登记，有限公司整体变更为股份公司，名称变更为“上海影达文化传媒股份有限公司”，上海市工商行政管理局核发了股份公司的企业法人营业执照。

原有限公司已存续的资格与资质证书正在进行变更，尚未全部变更完毕。公司 2014 年第一次临时股东会会议审议通过议案：原有限公司拥有的全部有形资

产、无形资产、资质、相关证书等均由股份公司依法全部承继，公司将积极履行变更程序，将原有限公司所有资产、资质、相关证书等依法变更至股份公司名下，公司承诺所有资产、资质、相关证书不存在纠纷或潜在纠纷。

（五）获得的业务经营许可或资质情况

设立电影制作机构以及从事电影制作与发行业务，需要取得国家广播电影电视总局的批准，截至本说明书签署日，公司取得的资质证书情况如下：

证书名称	证书编号	许可范围	有效期限	发证机关
广播电视节目制作经营许可证	沪字第0544号	广播电视节目制作、发行	2015.3.20-2017.4.1	上海市文化广播影视管理局
营业性演出许可证	沪文演（经）00-0545-1	经营演出及经纪业务	2012.5.16-2015.12.31	上海市文化广播影视管理局

1、影达传媒主营业务的资质与许可概述

影达传媒是一家以影像内容创作为核心的传媒公司，销售的是影像的力量。公司的主营业务模块分为电影电视剧的制作、纪录片的制作、广告的设计与制作以及新媒体综合营销业务。

（1）电影、电视剧、纪录片的制作业务：公司专注于电影电视剧的前期创作、中期投拍和后期制作，不负责渠道发行的业务，最终公司的业务收入主要来自于与院线的票房分账收入。由于公司是电影电视剧的制片方，因此其根据国家广播电影电视总局的批准，必须且已获得了从事相关业务的资质证书。

（2）广告设计与制作业务：根据公司的营业执照，公司业务经营范围包括“广播电视节目制作、发行；影视文化艺术活动交流、策划，设计、制作各类广告，利用自有媒体发布各类广告，投资管理（除股权投资和股权投资管理），企业形象策划，公关策划，展览展示服务，摄影摄像，自有影视器材租赁，影视服装设计、租赁，办公用品、工艺礼品批发零售。”公司从事广告设计与制作在工商经营管辖范围之内，无需再额外申请其他资质证书或业务牌照。

(3) 新媒体综合营销业务：公司新媒体业务将围绕业已形成的影像节目展开传播周边的衍生业务，目前正在开展中的新媒体节目主要是棋牌类真人秀节目《达人开牌》，该内容是汇聚业内德州扑克高手玩家进行现场技艺较量，以真人秀的视角切入并进行拍摄制作，最后通过爱奇艺、乐视网、优酷在线视频及芒果TV等具有《信息网络传播视听节目许可证》的主流新媒体网络视频平台进行发布和播映。

公司下一步规划通过节目的品牌开展与游戏公司的全面合作，游戏代码的编写、游戏程序的设计及在线游戏币的交易交给游戏公司运营，公司不涉及网络游戏开发业务，也不存在其他特殊证照许可的问题。

公司的主营业务以视频内容制作为主线，包括影视作品的原创与制作、广告设计、设计与制作、新媒体综合营销与应用。

截至本公开转让说明书出具日，影达传媒具备经营业务所需的以下资质与许可：

公司持有13个《摄制电影片许可证（单片）》（有效期内），可以凭此摄制电影片（包括纪录电影）；具体情况如下：

摄制电影片许可证号 或收件编号	影片名称 或剧本名称	有效期		备注
沪影单证字【2011】 第 039 号	《现场直播》	2011/9/29	2015/9/29	有效期内/已完成 延期/后期制作
沪影单证字【2013】 第 079 号	《魔都奇谭》	2013/11/26	2015/11/26	有效期内/未开机
沪影单证字【2014】 第 054 号	《守护者传说》	2014/4/21	2016/4/20	有效期内/未开机
沪影单证字【2014】 第 074 号	《游戏大玩家》	2014/7/3	2016/7/2	有效期内/未开机
沪影单证字【2014】 第 111 号	《服装里的中国》	2014/8/20	2016/8/19	有效期内/未开机
沪影单证字【2014】 第 115 号	《达人开牌》	2014/9/11	2016/9/10	有效期内/未开机
沪影单证字【2012】 第 093 号	《长大成人 2013》	2012/12/17	2016/12/18	有效期内/已完成 延期/未开机

摄制电影片许可证号 或收件编号	影片名称 或剧本名称	有效期		备注
沪影单证字【2011】 第 050 号	《偷心大战》	2011/11/11	2015/11/12	有效期内/已完成 延期/未开机
沪影单证字【2012】 第 026 号	《布袋戏的前世今 生》	2012/3/6	2016/3/7	有效期内/已完成 延期/未开机
沪影单证字【2012】 第 071 号	《阿弟，你慢慢跑》	2012/10/9	2016/10/10	有效期内/已完成 延期/未开机
沪影单证字【2012】 第 063 号	《志愿者日志》	2012/08/16	2014/08/16	已拍摄完成后期 制作
沪影单证字【2015】 第 007 号	《游戏达人秀》 (数字)	2015/01/16	2017/01/16	有效期内/未开机
沪影单证字【2015】 第 013 号	《永贞传奇》	2014/07/06	2016/07/06	有效期内/未开机
沪影单证字【2015】 第 519 号	《紧闭空间》	2015/03/05	2017/03/05	有效期内/未开机
收件编号 00201511851860	《音乐里的中国》 (数字)	/	/	2015/03/16 备案 申请已受理
收件编号 00201511851020	《行进中的中国》 (数字)	/	/	2015/02/03 备案 申请已受理
收件编号 00201411853621	《怪物首部曲》	/	/	2014/09/23 备案 受理未开机

除此之外，公司持有1部电影《世博小达人》的《电影片公映许可证》（证号：电审数字【2011】第206号）。

1) 公司持有《广播电视节目制作经营许可证》，可从事广播电视节目制作、发行业务，可从事生产制作网络剧、微电影等网络视听节目。

制作电视剧还须另行完成电视剧拍摄制作备案公示、取得《电视剧制作许可证》，发行播出电视剧须取得《电视剧发行许可证》。公司不持有任何《电视剧制作许可证》、《电视剧发行许可证》，也未实际从事电视剧的制作、发行。

电视纪录片发行许可证制度尚未实行，无需办理许可证。影达传媒通过接受投资的方式取得1部电视纪录片，可发行播出。

公司不持有《信息网络传播视听节目许可证》，须委托第三方合格机构播出网络视听节目。

2) 公司持有《营业性演出许可证》，可从事经营性演出及经纪业务，有效期至2015年12月31日。但影达传媒未实际从事经营性演出及经纪业务。

3) 公司不属于需要申领《广告经营许可证》的单位，凭《营业执照》核定的经营范围（“设计、制作各类广告、利用自有媒体发布各类广告”）即可从事广告设计制作业务。

2、网络视听节目“达人开牌之德州扑克”的制作与传播

公司制作的视听节目《达人开牌之德州扑克》，是一项体育棋牌类的真人秀娱乐节目，其业务模式是将视听节目在网络上传播，在达到一定播放流量后吸引广告投放，然后与播出网络平台进行广告分成获取收入。

公司自2014年6月起开始拍摄制作《达人开牌之德州扑克》，其组织方式分为两个阶段：第一个阶段自2014年6月至2014年11月，公司自行组织选手参赛，选手可以网上或现场报名，不向选手收取任何费用；第二个阶段自2014年12月至今，公司与持有《娱乐经营许可证》的第三方合作，共同组织选手参赛，第三方会向选手收取一定的门票费用。

公司拍摄制作的视听节目“达人开牌之德州扑克”在爱奇艺网、芒果互联网电视平台、乐视网、优酷网/土豆网上播出。截至本公开转让说明书签署日，影达传媒无偿向这些网络视频播出平台提供节目，与其中的芒果互联网电视平台、优酷网/土豆网约定了招商利润分成的方式。

(1) 影达传媒凭《广播电视节目制作经营许可证》可拍摄制作网络视听据节目。

根据2014年1月2日国家新闻出版广电总局《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》（新广电发〔2014〕2号），从事生产制作网络剧、微电影等网络视听节目的机构，应依法取得广播影视行政部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》。

公司持有有效的《广播电视节目制作经营许可证》，可以生产制作网络视听节目《达人开牌之德州扑克》。

(2) 影达传媒不持有《信息网络传播视听节目许可证》，须委托第三方合格机构播出网络视听节目。

根据2012年7月6日国家广播电影电视总局《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》（广发[2012]53号），从事网络剧、微电影等网络视听节目播出服务，应取得《信息网络传播视听节目许可证》。

公司不持有《信息网络传播视听节目许可证》，不得从事网络视听节目的播出服务，也未实际从事该业务。其网络视频节目《达人开牌》未自行播出，而是通过持有《信息网络传播视听节目许可证》的网站，包括爱奇艺网、芒果互联网电视平台、乐视网、优酷网/土豆网播出，相关协议详见本《转让说明书》“第二章 业务与技术”之“一、公司主要业务情况”之“（二）主要产品或服务”之“4、新媒体综合营销与应用业务”相关图表。

3、影达传媒不持有《娱乐经营许可证》，也未从事文化娱乐经营活动，与比赛举办者之间的业务合作模式目前也没有禁止性的法律规定

根据国务院《娱乐场所管理条例》（自2006年3月1日起施行）、《上海市文化娱乐市场管理条例》（2013年修正）《上海市文化娱乐市场管理条例实施细则》（2010年修正）、《上海市营业性棋牌室管理暂行规定》（自2006年4月1日起施行），开办营业性棋牌室，即向公众提供棋牌娱乐活动的营利性场所，须申办《娱乐经营许可证》。

公司在自行组织选手参赛的第一个阶段（自2014年6月至2014年11月），每场比赛参加选手一般不超过9人，选手不需交纳任何费用，比赛与拍摄在影达传媒办公场所内进行，除向优胜者颁发奖牌外，没有任何奖金或实物奖励。因此，此阶段的比赛完全是非营业性、非营利性的，是纯粹的节目制作活动，不需办理《娱乐经营许可证》，其拍摄制作凭《广播电视节目制作经营许可证》即可。

公司在与第三方合作组织比赛的第二个阶段（自2014年12月至今），第三方上海坚果文化传媒有限公司（以下简称“坚果公司”）持有《娱乐经营许可证》（编号：虹文娱棋09-0258），经营范围为“棋牌室”。根据公司与坚果公司2014年12月2日签署的《协议书》以及影达传媒陈述的实际比赛举办情况，比赛举办者是坚果公司，不是影达传媒。比赛地点为坚果公司经营场所，不是影达传媒经营场所。因此不存在影达传媒违法借用坚果公司名义或者坚果公司《娱乐经营许可证》从事经营性德州扑克比赛的情形。公司是比赛的合作单位，合作的内容是为比赛提供拍摄、制作以及线上播放；坚果公司向选手收取门票，向优胜者颁发奖牌及实物奖励；门票收入首先用于抵付双方费用，不论结余或亏损，均按各50%的比例分配或承担。可见，公司未从事文化娱乐经营活动，而是赛事的服务提供者，其主要目的仍然是拍摄制作网络视听节目。

4、影达传媒与坚果公司就举办德州扑克比赛合作的合规性说明

根据公司与坚果公司2014年12月2日签署的《协议书》以及影达传媒陈述的实际比赛举办情况，双方合作的业务模式是：坚果公司是比赛的举办单位，负责赛事组织工作，比赛的举办场地在坚果公司《娱乐经营许可证》载明的场所（即上海同心路723号17幢110室）举办；影达传媒是坚果公司举办比赛的合作单位，合作的内容是为比赛提供拍摄、制作以及线上播放服务；坚果公司向选手收取门票，向优胜者颁发奖牌及实物奖励；门票收入首先用于抵付双方费用，不论结余或亏损，均按各50%的比例分配或承担。

（1）从上述业务模式可以看出，德州扑克比赛由坚果公司在其经营场所组织和举办。比赛举办者是坚果公司，不是影达传媒。比赛地点为坚果公司经营场所，不是影达传媒经营场所。因此不存在影达传媒违法借用坚果公司名义或者坚果公司《娱乐经营许可证》从事经营性德州扑克比赛的情形。公司提供的服务是赛事的拍摄、制作及线上播放服务。因此，只要坚果公司与公司分别具有相应的资质，二者的上述业务合作模式即是法律允许的。

(2) 坚果公司持有有效的《娱乐经营许可证》，根据《娱乐场所管理条例》、《上海市营业性棋牌室管理暂行规定》等法规、政策，可以从事开办经营性棋牌室，可以收取门票等服务费用。

(3) 公司拍摄制作德州扑克比赛节目已经取得相应的许可，即《广播电视节目制作经营许可证》。2014年1月2日国家新闻出版广电总局《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》（新广电发〔2014〕2号）第二条规定：“从事生产制作网络剧、微电影等网络视听节目的机构，应依法取得广播影视行政部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》。互联网视听节目服务单位不得播出未取得《广播电视节目制作经营许可证》机构制作的网络剧、微电影等网络视听节目。”

(4) 综上，坚果公司与公司分别具有举办德州扑克比赛和拍摄、制作网络视听节目的资质，二者之间的业务合作模式目前也没有禁止性的法律规定。

5、与网络视听节目相关的德州扑克比赛不涉及博彩，公司尽到了守法提示义务

《最高人民法院、最高人民检察院关于办理赌博刑事案件具体应用法律若干问题的解释》（自2005年5月13日起施行）第九条规定，“不以营利为目的，进行带有少量财物输赢的娱乐活动，以及提供棋牌室等娱乐场所只收取正常的场所和服务费用的经营行为等，不以赌博论处。”根据上文所述，公司所拍摄的德州扑克比赛不涉及赌博行为。

公司及其合作的第三方要求任何参赛选手签署《选手参赛保证书》，在保证书中要求选手认可“本次活动拒绝任何形式的赌博行为，一经发现立即向司法部门举报”并遵照执行。

此外，公司及其合作的第三方也已和每个参赛选手签订了在《达人开牌》项目范围内无偿使用其肖像权的约定书，并承诺了不会侵犯参赛选手的隐私权和肖像权。

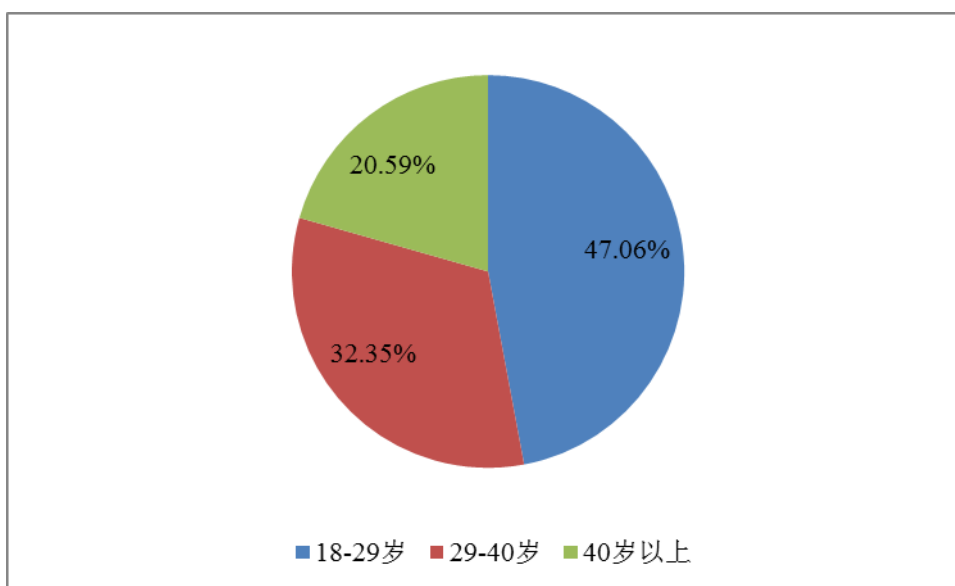
因此，公司尽到了不得赌博的守法提示义务。

（六）员工情况

截至本说明书签署之日，公司及其控股子公司合计共有员工**34**人，其具体人员结构如下：

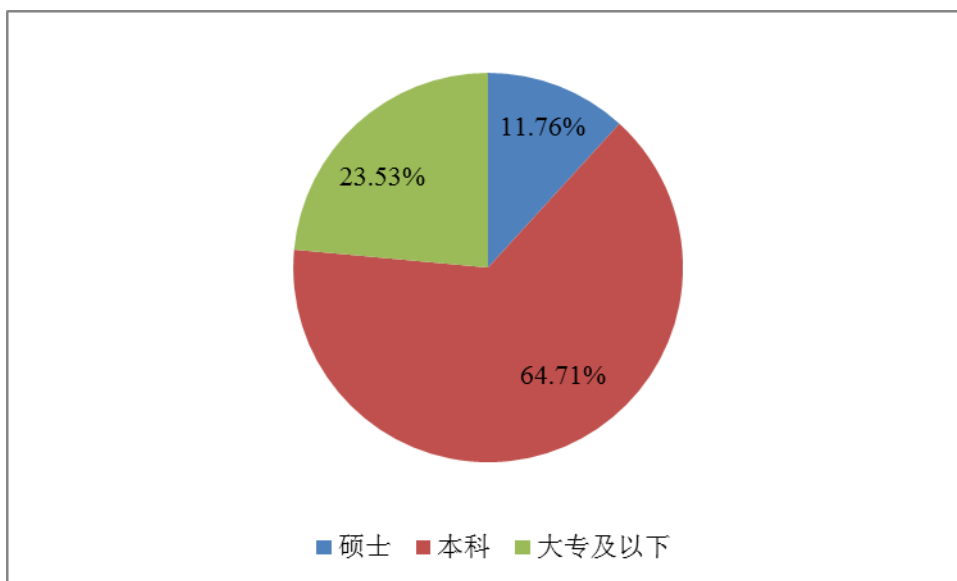
1、按年龄结构划分

年龄段（岁）	人数（个）	比例（%）
18-29	16	47.06
29-40	11	32.35
40 以上	7	20.59
总计	34	100.00



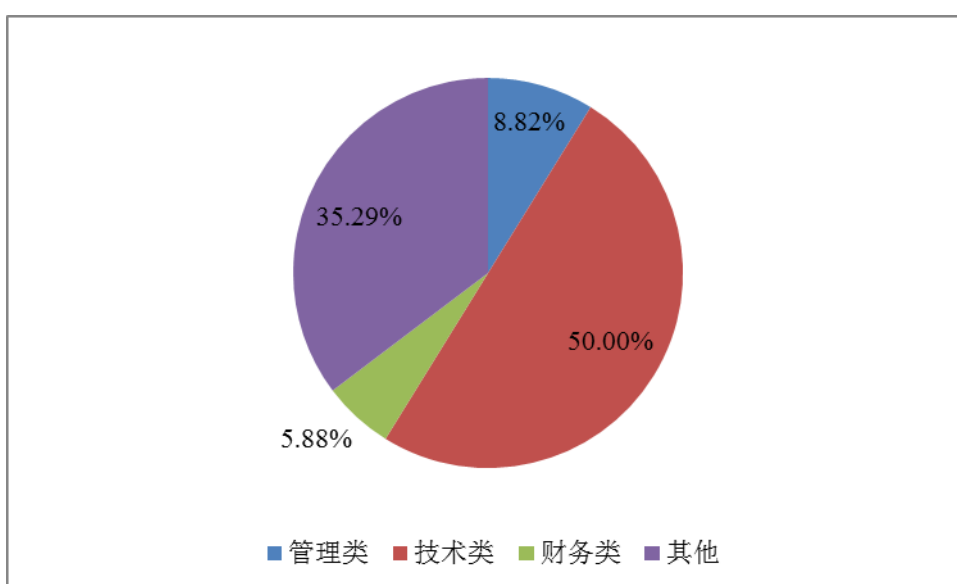
2、按受教育程度划分

受教育程度	人数（个）	比例（%）
硕士	4	11.76
本科	22	64.71
专科及以下	8	23.53
合计	34	100.00



3、按专业结构划分

专业结构	人数 (个)	比例 (%)
管理类	3	8.82
技术类	17	50.00
财务类	2	35.29
其他 (人事、行政、后勤)	12	5.88
合计	34	100.00



4、核心技术人员情况

(1) 叶进锋：详见本说明书第一节之“四、控股股东和实际控制人基本情况”。

(2) 王晓彤：详见本说明书第一节之“五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”。

(3) 张来昀：男，1950月2月出生，中国籍，无境外永久居留权。毕业于上海轻工专科学院，1969年至1979年，在云南01信箱从事部队政工，文学创作，文化教育工作；1980年至1996年在上海轻工业局上海自行车厂，从事工会宣传，职工文艺工作；1993年至1996年自由撰稿人，从事广告创意制作，影视制作，大型文化活动策划；1996年至2007年在中国国际电视总公司上海分公司，历任副总经理，公司主管，从事电视剧策划、编审、监制、制片人工作；2011年至今任公司第一主编，任期至2017年7月，未在公司持有股份。

(七) 公司制作、投拍与推广情况

1、事业部的设置

公司的机构设置定位为现代化、扁平化、高效化的战略组织架构，以事业部的形式对各业务链负责，各事业部业务的方案策划、制作成果、执行细案在部门内部充分论证或实施后，直接对公司总裁或者分管的副总裁汇报。既提高了经营与管理效率，又充分调动了所有员工创作的主观能动性，有利于提升内容制作的水平。

公司的事业部主要包括电影电视剧部、广告制作部、纪录片事业部、新媒体事业部、文学策划部、市场营销部、商务部和人力资源部。事业部在具体分工下各司其职，分别对影视剧、广告、纪录片和新媒体节目的前期创作、中期投拍与后期制作负责，人力资源部主要管辖公司人事与行政等后勤事务。

2、公司成立以来已开发的主要产品（排名不分先后）：

(1) 截至本说明书签署日，公司已开发的主要产品包括电影、电视剧、纪录片、真人秀、广告等多方位的文化传媒艺术作品。


	作品名称	《达人开牌之德州扑克》
	作品题材	网络与电视互动类竞技/游戏真人秀节目
	作品简介	作品主打新媒体综合营销的概念，邀请天下德州扑克高手强强对决，真实记录险象环生的对决全过程，并穿插台前幕后的打法回忆和选手心理分析，还原整个节目的精彩全程。该真人秀节目采取线上线下合作推广方式，已和多家视频网站开展合作，同名游戏已上线公测。

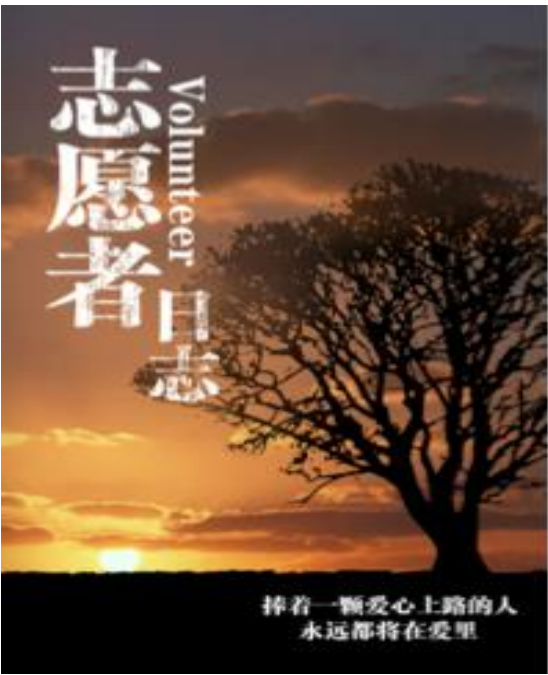
	作品名称	电影《世博小达人》
	作品题材	世博会唯一故事片
	演职团队	导演：崔轶 编剧：沈宏非、刘晨迪 音乐：杨杨 主演：来子旸 制片：叶进锋
荣誉和奖项	第六届德国科隆国际电影节中国单元最佳影片奖	

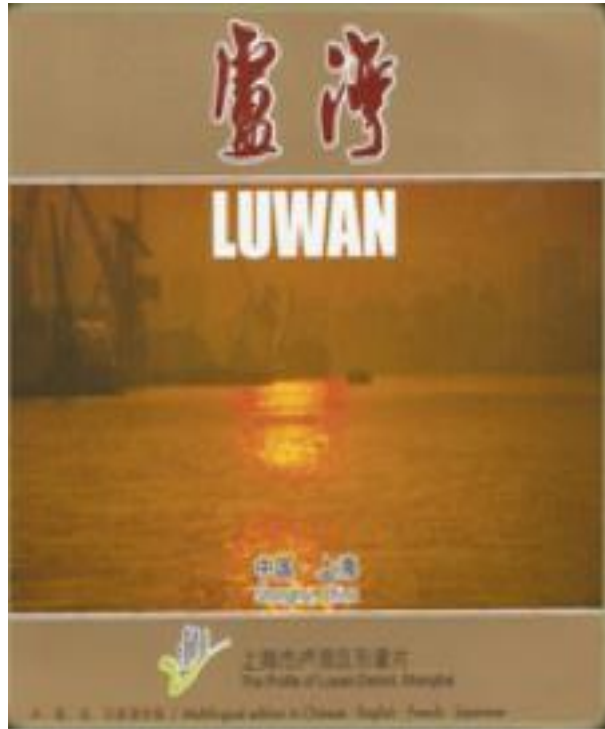
	作品名称	微电影《梦想、家庭、孝道》
	作品题材	大塘邮轮微电影
	作品简介	<p>本片以三个段落分别讲述了三段感人的故事，也是人生终极的三个命题。</p> <p>为梦想当拼搏，但不忘出发的本心。</p> <p>为家庭当奋斗，但不忘家人的等候。</p> <p>为人生当闯荡，但不忘年迈的父母。</p> <p>回归，感恩，报答，倾听自己内心的声音。</p>

	作品名称	微电影《步由自主》
	作品题材	明星微电影
	主创团队	<p>制片：叶进锋</p> <p>主演：徐峥、秦岚</p>


	作品名称	广告剧《菜花男女》
	作品题材	上海电视台广告中心广告剧
	作品简介	<p>菜花取“才华”谐音，本剧以两个独特的“人物”形象，讲述办公室里的系列故事，在各电视平台播出，形成“系列剧”。</p>


	作品名称	梦想微电影《带爸妈去旅行》
	作品题材	HRS原创微电影
	作品简介	IT屌丝男小杰有着一双小市民父母，但却是他们的斤斤计较，省吃俭用抚养儿子成人，对于报答父母恩情，小杰的回答是：我的梦想是带爸妈去旅行！


	作品名称	电影《志愿者日记》
	作品题材	励志电影
	主创团队	导演：钱永健、陈驰琦 编剧：张来昀 制片：叶进锋
	荣誉和奖项	入选2012上海市重大文艺创作领导小组办公室重点电影

	作品名称	微电影《卢湾》
	作品题材	上海市卢湾形象影片
	作品简介	<p>卢湾，上海市中心城区，8.03平方公里的传奇土地。追溯历史，卢湾见证了中国共产党的诞生，书写了中国民族工业的起航，留下了海派文化发源的深刻记忆。面向未来，上海现代服务业和时尚商业的重要聚集区、充满生机活力和创造力的文化特色区，各界群体和谐共处的现代居住区——卢湾在黄浦江畔激情会绘就现代化精品城区的时代蓝图。风云揽尽，卢湾日月长新。</p>

	作品名称	公益电影《献给明天的爱》
	作品题材	上海市高级人民法院 宣传公益片
	作品简介	<p>是讲述上海法院少年法院的探索受到最高人民法院的关注和重视。1988年5月，最高人民法院在上海召开“全国法院审理未成年人刑事案件经验交流会”，并在会议上介绍了上海的经验。这次会议使少年法庭工作迅速扩展到全国，成为人民法院审判工作的重要组成部分。</p> <p>至2008年底，全国已经有2219个少年法院，7018名审判人员。本片意为讲述一群人，为了孩子的未来，默默奉献自己的光和热的故事。</p>

	作品名称	公益电影 《自然基金水鸟卫士》
	作品题材	世界自然基金会公益片
	作品简介	他们是一群默默无闻的人，他们做的是一件关于拯救的事，保护水鸟是他们的责任和使命，也是我们每个人的。

	作品名称	公益电影《Belief in me》
	作品题材	纪实频道公益宣传片
	作品简介	人生总有许多迷茫与选择，关键是 never never never give up!


	作品名称	公益电影《真实因你而在》
	作品题材	纪实频道公益宣传片
	作品简介	本系列分为三部，分别是五感篇、来源篇、意义篇。从哪里可以找到真实？真实存在的意义为何？在这里，你能得到一个答案。

	作品名称	宣传片《南通狼山》
	作品题材	主题型宣传片
	作品简介	狼山位于南通市南郊，是著名的自然风景区，由狼山、马鞍山、黄泥山、剑山和军山组成，西临长江、山水相依，通称五山。本片以佛之势、山之韵、江之鲜全面描绘江海狼山。

	作品名称	MV《上海25小时》
	作品题材	主题型微电影
	作品简介	用24小时生活，第25小时思考。顶楼马戏团乐队倾情奉献。
	荣誉和奖项	土豆映像节 最佳原创故事MV奖

	作品名称	公益广告《分享快乐》
	作品题材	公益短片系列
	作品简介	<p>大白兔系列有5部短片，分别为调一调篇、舞蹈篇、美食篇、征集篇以及大白兔TVC。</p> <p>调一调篇、美食篇、舞蹈篇分别以一位主角讲述自己的故事，我们所要表达主题即是：</p> <p>收集快乐的方法？那就是分享更多快乐！</p>

	作品名称	网络广告《百事可乐》
	作品题材	网络特别版广告
	作品简介	<p>因为神秘的网络而置身百事隧道，应有尽有的未来科技，兑换码就能拥有你想要的一切，还不快点行动！</p>

	作品名称	广告短片《锦江之星》
	作品题材	商业广告短片
	作品简介	<p>华丽的明星摇身一变成普通人，粉丝追逐无措。</p> <p>锦江之星只想告诉你，每个普通人都是我们的大明星。</p>

3、公司产品下一步拟开发计划（排名不分先后）：

	作品名称	电影《现场直播》
	影片题材	大陆警匪动作片
	演职团队	导演：钱永健 编剧：钱永健 制片：叶进锋 摄影：Michel Taburiaux 音乐：金培达 美术总监：夏永康 监制：胡清蓝 主演：张晓龙、许绍洋、莫小棋、阚清子、郝平、张国柱、石兆琪等
	完成进度	后期制作中
	拟公映时间	2015年

	作品名称	电影《永贞传奇》 （又名《青楼》）
	影片题材	老上海爱情动作片
	演职团队	导演：钱永强 制片：叶进锋 编剧：万麟 主演：洽谈中
	完成进度	正在洽谈合作方
	拟投拍时间	2015年

	作品名称	纪录片《服装里的中国》
	影片题材	大型题材电视纪录片
	主创团队	制片：叶进锋
	完成进度	前期社会调研和现场取景设计中
	拟拍摄/上映时间	2015年

	作品名称	纪录片《音乐里的中国》
	影片题材	大型题材电视纪录片
	主创团队	编导：陈騫 制片：王晓彤
	完成进度	前期社会调研和现场取景设计中
	拟投拍时间	2015年

	作品名称	电影《长大成人》
	作品性质	时尚轻松喜剧
	演职团队	导演、编剧：钱永健 编审：张来昀 制片：叶进锋 主演：洽谈中
	拟投拍时间	2015年

	作品名称	长篇电视连续剧《海上惊雷雨》
	作品题材	民国时期历史正剧
	演职团队	艺术总监：焦晃 导演：张建亚 编剧：张来昀 主演：洽谈中
	合作伙伴	新浪娱乐
	拟投拍时间	2016年

	作品名称	电影《上海小弟》（又名《阿弟，你慢慢跑》）
	作品题材	现代励志电影故事片
	演职团队	导演：崔轶 编剧：路内 原著：路内 制片：叶进锋 主演：洽谈中
	拟投拍时间	2016年

	作品名称	电影《溜冰花园》
	作品题材	现代青春故事片
	演职团队	导演：钱永健 编剧：钱永健 策划：姜敏 制片：叶进锋 主演：洽谈中
	拟投拍时间	2015或2016年

	作品名称	电影《偷心大战》
	作品题材	现代爱情故事片
	演职团队	导演：待定 制片：叶进锋 主演：洽谈中
	拟投拍时间	2015年

	作品名称	网络剧《我酷故我在》
	作品题材	30集校园网络情景剧
	演职团队	编审：张来昀 导演：钱永健 制片：叶进锋
	拟投拍时间	2016年

	作品名称	网络剧《一天世界》
	作品题材	30集都市网络剧
	演职团队	编审：张来昀 导演：朱伟 制片：叶进锋
	投拍时间	2015年

	作品名称	系列纪录片《真实中国计划之布袋戏的前世今生》
	作品题材	中国非物质文化遗产系列主题纪录片
	主创团队	总制片：姜敏
	拟投拍时间	2016年

	作品名称	系列纪录片《真实中国计划之手指中国》
	作品题材	中国非物质文化遗产系列主题纪录片
	主创团队	待定
	拟投拍时间	2016年

	作品名称	系列纪录片《真实中国计划之福建传奇》
	作品题材	中国非物质文化遗产系列主题纪录片
	主创团队	待定

	作品名称	动漫电影《宿达12星座之守护者传说》
	作品题材	原创主题动漫品牌大电影
	主创团队	设计：陈铭
	拟投拍时间	2015年

注：以上影视作品或新媒体作品名称为创作过程中的暂用名称，可能会在申报立项、拍摄制作或上映时更改名称。

四、公司业务其他相关情况

（一）业务收入的构成情况、产品或服务的前五名客户情况

报告期内，由于公司的影视作品尚未制作完毕实现销售，公司营业收入主要来源于广告制作销售业务。各年度的主要产品或服务销售中，2013年度和2014年度的前五大客户销售额占当期销售总额分别为90.23%和84.30%，具体明细如下：

期间	客户名称	收入金额（元）	占营业收入比例（%）
2014年度	北京中视创新文化发展有限公司	696,116.50	26.61
	上海圣傲广告有限公司	603,142.11	23.06
	上海勘测设计研究院有限公司	507,904.86	19.42
	上海丽星数码图文有限公司	223,300.97	8.54
	真实传媒有限公司	174,563.11	6.67
	合计	2,205,027.55	84.30
2013年度	上海明魅广告有限公司	582,524.28	34.25
	真实传媒有限公司	416,213.60	24.47
	上海莱腾文化传播有限公司	233,009.71	13.70
	上海东方娱乐传媒集团有限公司	162,135.92	9.53
	江阴澄星实业集团有限公司	140,776.70	8.28
	合计	1,534,660.21	90.23

（二）产品或服务的原材料、能源、供应情况和前五名供应商情况

报告期内，公司采购的产品或服务主要源于艺人的劳务、器材租赁等。各年度的主要产品或服务采购中，2013年度和2014年度的前五大供应商采购额占当期采购总额分别为17.72%和47.81%，具体明细如下：

期间	供应商名称	采购金额（元）	占采购总额比例（%）
2014年度	上海阿荣实业有限公司	450,000.00	16.60
	上海明魅广告有限公司	320,150.00	11.80
	海南奥广会议会展服务有限公司	251,286.00	9.26

期间	供应商名称	采购金额（元）	占采购总额比例（%）
	上海元舟企业发展有限公司	175,798.00	6.48
	钱永健	100,000.00	3.69
	当期采购金额合计	1,297,234.00	47.81
2013年度	上海东润广告有限公司	1,200,000.00	5.69
	华谊兄弟文化经纪有限公司	1,050,000.00	4.98
	创新文化吴敬钦工作室(吴要来)	665,000.00	3.15
	上海棋幻影视文化工作室	421,200.00	2.00
	上海华材影视器材租赁有限公司	400,000.00	1.90
	当期采购金额合计	3,736,200.00	17.72

（三）对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

年度	合同单位	项目内容	合同金额/结算金额（元）	截止至说明书签署日项目进展情况
2014年	北京爱奇艺科技有限公司、上海众源网络有限公司	授权在“爱奇艺”网及“PPS网络电视”播放“达人开牌之德州扑克”节目（非独家信息网络传播权）；授权期限1年。	双方均无需向对方支付任何费用。	正在履行
	湖南快乐阳光互动鱼类传媒有限公司	在“芒果互联网电视”平台上播出推广“达人开牌之德州扑克”节目（非排他性渠道）；协议有效期1年。	各自承担相关的税费和费用，招商利润分成另议。	正在履行
	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	联合推广“达人开牌”节目（非独家信息网络传播权）；协议有效期1年。	免费提供	正在履行
	合一信息技术（北京）有限公司	在“优酷网”、“土豆网”上播出“达人开牌之德州扑克”节目（非独家信息网络传播权）；授权期限5年。	约定招商利润分成比例。	正在履行

上海勘测设计研究院企业宣传片制作合同	为上海勘测设计研究院制作企业宣传片	326,000.00	已完成
上海勘测设计研究院	为上海勘测设计研究院制作上海中心宣传片	162,000.00	履行中
上海勘测设计院有限公司	为上海勘测设计院有限公司拍摄成立 60 周年的纪念视频	191,168.00	已完成
上海市质子重离子医院有限公司	为上海市质子重离子医院有限公司制作企业宣传片	49,500.00	已完成
上海市质子重离子医院有限公司	为上海市质子重离子医院有限公司制作企业宣传片《临床试验各种治疗纪实》	49,900.00	已完成
东莞市旭坤实业投资有限公司	与相对方共同投资电影《现场直播》	5,000,000.00	正在履行
广东汕头帝远传媒有限公司	与相对方共同投资电影《现场直播》	3,000,000.00	正在履行
钱永健	聘请策划人、导演	500,000.00	正在履行
钱永强	聘请导演	1,500,000.00	因未开机尚未履行
吴要来	聘请艺员担任演员	500,000.00	正在履行
华谊兄弟文化经纪有限公司/南京驰鹜文化工作室	聘请艺员担任演员	800,000.00	正在履行
上海棋幻影视文化工作室	聘请艺员担任演员	400,000.00	正在履行
浙江博纳影视制作有限公司	聘请艺员担任演员	300,000.00	正在履行
北京华杰新动文化传媒有限公司	聘请合同相对方负责前期宣传策划与影片广告植入、招商、咨询； 聘请联合制片人	300,000.00	正在履行
石兆琪	聘请演员	200,000.00	正在履行
北京紫薇星空文化传媒有限公司	聘请艺员担任演员	200,000.00	正在履行
何亚璇	聘请艺员担任演员	240,000.00	正在履行
上海圣傲广告	海南三亚的“2014 美国通用电缆	625,000.00	已完成

	有限公司	（中国）经销商年会”		
	北京中视创新文化发展有限公司	中央电视台栏目综合评价体系做华东华南地区的观众调查	337,000.00	已完成
	真实传媒有限公司	制作电视宣传片《排队有乐趣》	170,000.00	已完成
	江阴澄星实业集团有限公司	拍摄制作江阴澄星集团企业宣传片	290,000.00	已完成
	上海翡翠珍宝文化传媒有限公司	移动传媒平台宣传片	50,000.00	已完成
2013年	真实传媒有限公司	拍摄电视宣传片《分享，是件更快乐的事》	150,000.00	已完成
	真实传媒有限公司	电视宣传片《质子重离子医院》	130,000.00	已完成
	真实传媒有限公司	宣传片《Belief in me》	50,000.00	已完成
	上海大塘旅游发展有限公司	制作大塘邮轮宣传影片《大塘邮轮》	1,292,342.00	2012年延续，已完成
	上海东方娱乐传媒集团有限公司	制作“益战成名”公益广告片	160,000.00	已完成
	福建省子燕动漫科技有限公司	26集电视动画片《可可乐乐之童趣乐园》后期音频制作	143,000.00	2012年延续，已完成
	上海幻维数码创意科技有限公司	制作《真实因你而在》	60,000.00	已完成

报告期内公司不存在除了股东之外的对外借款或担保，因此无借款合同或担保合同。

报告期后截至本说明书签署日，公司于2015年1月21日与上海域起网络科技有限公司（以下简称“域起网络”）签订了文化合作协议，协议中约定由域起网络担任《达人开牌》节目的同名手机游戏研发、改进、升级、运营和技术维护，并约定由双方根据1:9的比例分享游戏产生的税后利润，截至本说明书签署日，合同尚在履行中。

公司于2015年4月23日与杭州米趣网络科技有限公司（以下简称“米趣网络”）签订了合作协议，协议约定由米趣网络负责合作网络产品的开发、运营和技术维护工作，包括但不限于PC端、移动端、电视端的合作产品；由影达

传媒负责对合作产品进行线上线下相应导量推广，包括但不限于在《达人开牌》影视真人秀节目及其周边相关渠道上进行推广；双方并约定根据当月用户付费总额按 3:7 的比例进行分成，截至本说明书签署日，该合同尚在履行中。

公司分别于 2015 年 5 月 7 日、5 月 8 日与笛女影视传媒（上海）有限公司分别签订了《三十集电视剧<突围突围>合作投资协议》、《四十集电视剧<姐妹姐妹>合作投资协议》，分别投资 300 万元并参与制作，双方约定最晚于 2015 年 6 月 30 日、2015 年 12 月 31 日前收回投资款 300 万元及相应的固定报酬。

公司于 2015 年 7 月 9 日与北京爱奇艺科技有限公司签订了关于纪录片《服装里的中国》的《视频合作协议》，公司将“服装里的中国系列视频”授权爱奇艺独家播映，授权性质为除华数文化传媒集团（公司关联方）外的信息网络传播权、转授权和维权权利。协议约定通发广告展现数量由公司与爱奇艺分成，独家合作分成比例为 7:3，非独家合作分成比例为 5:5，若公司在三个月时间内每月的分成金额均少于 1,000 元，则自动调整为免费合作，但之前产生的分成金额可提现。该授权作品收益分成期限为一年。

公司于 2015 年 6 月 1 日与潇湘书院（天津）文化发展有限公司签订了《微电影<禁闭空间>系列剧本创作比赛合作协议》，共同从全国展开征集剧本活动，从中筛选出 12 个优秀剧本，拍摄出《禁闭空间》系列微电影，并由知名导演、编剧、演员及公众投票选出最佳剧本拍摄成大电影。

公司于 2015 年 6 月 9 日与非凡影界（北京）文化传媒有限公司签订了《电影<现场直播>（暂定名）影视后期制作合同》，制作费总金额为人民币 70 万元。

上述对持续经营有重大影响的业务合同履行情况正常，目前不存在潜在纠纷，也不存在影响公司持续经营及发展的法律风险。

五、公司商业模式

（一）商业模式

公司是一家以创作影视文化内容为核心，以影视内容制作与广告服务相结合的经营方式，以前期原创性开发为主要竞争力，围绕电影电视剧、纪录片、广告片制作、新媒体（自媒体）内容四大业务板块的产业链进行投资、创作、运营及文化衍生品开发的文化传媒公司。

公司的传统业务主要为影视作品的制作，通过向发行院线或电视台销售剧作实现分账营销收入；公司的新兴业务主推新媒体创意营销，结合线上与线下的互动实现“社区粉丝”营销理念，推动虚拟产品及文化传媒衍生产品的营销实现收入。

（二）生产模式

1、影视内容创作

电影电视剧和纪录片的投资生产模式主要沿袭传统的路径，结合广告植入与衍生品开发等发达国家电影市场主流的营销方式进行宣发和推广。公司的内容创作业务所发生的采购主要包括剧本、影视专业人员劳务、摄制耗材、专用设施及设备的租赁等。

公司进行项目题材开发采取自主研发和外部采购相结合的方式,主要包括：第一，公司文学组自主策划剧本题材，然后聘请行业专家研讨，自主编剧编写剧本；第二，由境内外合作的行业人员创作剧本，供公司选择合作，公司审阅修改后定稿。

电影专业人员劳务采购包括聘请制片、导演、演员以及提供摄影、美术、灯光、化妆、道具、服装、特技、烟火等服务的专业人员,根据影片的预算、类型及摄制安排等一片一议。

公司具备独立、完整的影视剧项目的题材开发、制作的生产运营体系,并根

据具体情况，基于自身最大利益考虑，通过自主、独立决策采取与同行业优秀的单位合拍片的生产方式进行高效运作。在合作过程中，公司主要采取联合摄制、联合出品的这类控制力及独立性较强的方式，有效整合各个合作方的资金及资源，通过不断实践积累了丰富的影视剧制作项目经验，也为扩大影视剧投拍规模及收入规模奠定了扎实的基础。

2、广告服务

传统广告服务主要分为平面广告与影视广告片，随着互联网浪潮的来袭新媒体广告不断跃入观众眼帘，公司积极利用年轻人的思维活力，对接公司的资金、设备、资源，一方面加速开拓广告商实现广告设计和制作的销售收入，另一方面也在整合布局新媒体广告的探索与尝试，结合公司未来重点发展的新媒体（自媒体）内容制作与营销，力求取得细分市场的领导者地位。

3、新媒体业务

公司的新媒体业务主要包括“自媒体”业务及网络剧制作与营销。作为“第三屏”的新兴传播介质，新媒体时代的到来正在不断簇生娱乐传媒发展的新思维和新方式。

当下，新媒体时代的到来使得其中的子行业“自媒体”业务也在如火如荼地发展。所谓“自媒体”（We Media），即普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后，一种开始理解普通大众如何提供与分享他们本身的事实、他们本身的新闻的途径。通常意义上，“自媒体”与“公媒体”完全相反，是私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称，也叫“个人媒体”。自媒体平台早期案例包括 BBS（电子布告栏系统），Blog（博客），Podcasting（播客），GroupMessage（手机群发）等，当下案例包括微博（如 Microblog, Twitter），社交网络平台（如 Facebook），微信朋友圈（如 Line），自由网络视频平台（如爱奇艺、优酷网、搜狐视频、腾讯视频）等等。

在中国，随着互联网信息爆炸时代的到来，网络自媒体的数量也不断激增。

没有空间和时间的限制，得益于数字科技的发展，任何时间，任何地点，任何人都可以经营自己的“媒体”，信息能够迅速传播，时效性也得到大力增强。作品从制作到发表，其迅速、高效、便捷的特点，是传统纸媒或电视媒介无法企及的。而这种交互强、传播快的特性，使得自媒体本身对于网络终端的消费群体具有较强的客户粘性。

如今，在文化传媒领域，正在崛起一波以自媒体推广为导向的新兴势力，加入了与传统媒体制作的传统综艺节目争抢观众队伍中。比如亲子真人秀节目《爸爸去哪儿》，围绕着每一季的几个家庭国内外旅游过程中发生的点点滴滴大做文章，博取了线上线下的众多观众粉丝，从而推广其线下衍生产品（包括亲子版电影、旅游景点、植入性广告的商品等）获取丰厚营销收入；明星真人秀节目《十二道锋味》以著名艺人谢霆锋为核心，带领观众领略他和圈内好友们完成“环球美食之旅”的全过程，是带有明星光环的真人秀、广告品牌和微电影的结合体，通过明星效应的集聚增加与粉丝群的互动，利用“粉丝营销”手段推广线下衍生品；某品牌饼干通过自媒体向全国征集父子之间的感人故事，并邀请著名导演冯小刚对脱颖而出的优秀故事拍摄成微电影进行宣传推广，从而实现了线上互动与线下销售的新兴广告创意；记录明星粉丝互动综艺节目《女神的新衣》，通过重邀知名女星参与节目来担纲品牌服饰的模特，观众可以借助二维码等数码技术瞬间下单购买女星在节目中展示的新衣，节目充分凝聚了明星效应与粉丝经济的市场价值，实现了新媒体艺术与线下品牌商之间的双赢目标。凡此种种，都代表着文化传媒领域新媒体时代的真正到来，公司 2014 年重拳推出的大型游戏竞技真人秀节目《达人开牌之德州扑克》也是利用热衷德州扑克的粉丝群概念，进行线上游戏和线下节目的捆绑式营销，实现营收和口碑的双丰收。目前，《达人开牌》栏目组已购置全球一流的数码科技设备，将节目以直播方式进行线上线下的同步播映，在业内保持节目的新颖性和领先性。

网络剧是为电脑网络制作的、通过互联网播放的一类网络连续剧，其与传统电视剧的区别主要是媒介渠道的不同，是以电脑网络为媒介的剧种，播放准入门槛低，对节目的内容和时间选择性大、观看的可操作性强。市场上主流的网络剧

通常都是基于已经播出的人气电视剧，填补其内容与时间空隙的不足而产生，或是基于人气游戏等衍生，在传媒市场中具有不可动摇的地位，这种自由性高的影视文化传播趋势日益强烈，并很有可能在不久的未来颠覆现今的传统媒体发展业态。

未来，公司也将继续在新媒体领域深耕细作，设计和开发出更多符合大众口味、适宜陶冶文化情操、易于积聚粉丝群、有利于开掘更多的商业价值并增大盈利空间的主题型自媒体作品。

（三）销售与盈利模式

1、投资、制作影视作品业务的销售模式

（1）“院线+电影院”为主的销售渠道

公司投资、制作所形成的电影作品在取得《电影片公映许可证》后，采取由发行公司投资或垫资宣发费用的合作方法，进行全国或者全球的院线推广发行，按照与发行方事先商定的分账比例，取得电影票房的分账收入。公司一般按照票房总收入扣除后期宣发费用后，与发行院线进行先期结算，以结算后的分账净收入为基准，再与合作投拍方根据协议约定进行二次利润分配，最终的影片分配后利润作为公司的主营业务收入核算。

（2）品牌广告植入、赞助

影片在开拍前期、宣传后期，通过品牌的剧情广告、宣传海报、宣传路演活动等方式进行多品牌植入，取得品牌赞助专项资金，实现影视剧作营收。一般而言，在影视节目制作过程中，根据出镜率和品牌效应事先与广告投资方约定植入价格并收取定金，待该影视节目第一次公映或播出后即向投资方收取尾款。

（3）电影电视剧其它版权出售

将影片的公映权、网络信息传播权、音像制品版权等出售给电视台、网络视频公司、航空公司或音像制品商等实现销售收入。一般而言，相关版权的销售是

一次性的，其销售结算方式也同步完成。

(4) 衍生收入

通过电影电视剧、新媒体活动的版权开发游戏、创意礼品等各类衍生品。由公司将自己登记版权并参与设计的肖像等版权进行二次开发，寻找 OEM 代工工厂或游戏开发商进行后续包装，根据对外实际销售收入与代工工厂或游戏开发商进行后续利润分配。

2、投资、制作的纪录片的销售模式

(1) 播映版权出售

公司将制作完毕的电影纪录片或电视纪录片的国内或国外播映版权出售给传统电视台、新媒体视频网站、以及其他合适的播放平台进行多方位营销，实现收入。其销售结算方式主要基于收视率或点击量，进行倍率测算，一次性实现销售确认。

(2) 广告植入

广告植入是目前中国纪录片比较重要的收入渠道之一，公司在纪录片的文案编辑中也会考虑投资者或赞助方的实际需求进行合理的剧情匹配，进行捆绑式营销。

(3) 政府、文化基金扶持补贴

鉴于国内纪录片市场起步较晚，优质片源的数量产出较少，内容品质相对而言偏重小众市场，属于政府和公益社团积极扶持的阶段，同时政府与公益的各类社会文化基金补助在这方面也在逐年加强。随着近几年来以《舌尖上的中国》为代表的一批主题型电视纪录片的声名鹊起，观众越来越乐于接受这类“接地气”题材的纪录片，公司下一步也将继续在纪录片上投掷精力奉献精品。该类政府、文化基金的扶持补贴一般作为营业外收入或递延收益(非经常性损益)进行确认。

3、广告服务（广告片制作、公关会展）的销售模式

(1) 通过为企业策划、制作广告片赚取相关服务费用。由委托方提供要求与模板，公司作为受托方根据邀约完成定制广告内容，产品完成并交付后，由委托方验收并付款，从而实现销售收入。

(2) 通过为企业举办各式展览展会活动，赚取相关服务费用。根据委托方要求策划与筹办展会活动，以总承包方式进行后续收益结算。

4、投资、创作的新媒体的内容销售模式

公司将自己创作并持有的自媒体内容的播映版权在新媒体视频网站上出售，获取营销收入。

公司依靠自主开发的自媒体内容，在宣传上搭载公司其它作品，从而形成一个良性的互动循环，并利用自媒体的平台开发衍生产品，建立每个自媒体的 APP，形成独立的社区群体，从而获得一定量的粉丝群，并通过与粉丝群的充分互动攫取粉丝的爱好、价值观、消费习惯、经济条件、娱乐方式等有效信息，以“大数据”平台加以分析和整合，对症下药地设计和推广衍生产品，从而借助“粉丝经济”效应收获额外的盈利空间。

新媒体业务具有创新性和爆发性的特点，收入实现方式较多，比如根据平台点击量获取广告收入；平台注册玩家付费购买内容或积分的形式实现收入；免费提供精品内容捕捉线上活跃用户，通过与其绑定效应赚取其未来的线上活动收益等。

六、公司所处行业基本情况

按照证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司属于文化、体育和娱乐业下的广播、电视、电影和影视录音制作子行业（R86）。

（一）行业监管体系

1、行业主管部门

（1）电影行业

电影行业的主管部门主要由中宣部、广电总局主管。

1) 中宣部是中共中央主管意识形态方面的综合职能部门，对电影及电视行业的管理体现在宏观管理方面，主要职责包括：负责指导全国理论研究、学习与宣传工作；引导社会舆论；从宏观上指导精神产品的生产；规划、部署全局性的思想政治工作任务，会同有关部门研究和改进群众思想教育工作；提出并宣传思想文化事业发展指导方针，指导文化宣传系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调文化宣传系统各部门之间的关系。

2) 广电总局为电影行业主管部门，其主要职能为：拟定电影事业中长期发展规划和有关政策、法规；管理电影制片、发行、放映工作；指导并平衡电影题材规划和年度生产计划；组织审查各类影片，发放或吊销影片摄制、公映许可证；承办有关审批电影制片单位和跨地区发行、放映单位的建立与撤销的工作；负责电影技术管理；管理对外合作制片、输入输出影片等国际合作与交流事项；指导电影专项资金的收缴和管理。

(2) 电视剧行业

电视剧行业监管部门与电影行业基本相同主要由中宣部、广电总局主管。

广电总局作为电视业务的行业主管部门，其主要职能包括：拟定电视剧创作生产、审查、发行的有关政策、规定和电视剧产业发展规划；指导和协调全国电视剧题材规划工作，跟踪管理电视剧生产制作状况；负责总局电视剧审查委员会和复查委员会的日常工作；组织审查国产电视剧、引进境外电视剧、与境外合作制作电视剧等节目内容，发放或吊销国产电视剧的发行许可证；宏观调控、指导全国电视剧播出工作；负责全国性电视剧评奖的管理工作。

广电总局在地方设置地方管理机构即省级广电局（省、自治区、直辖市），主要负责对所在地的文化广播影视事业实行行业管理，并履行广电总局赋予的行政审批权等。

(3) 纪录片行业

纪录片行业由国家新闻出版广电总局(宣传司)承担广播电视宣传和播出的指导、监管工作。包括指导、协调全国性重大广播电视活动；指导、监管理论文献片、纪录片、电视动画片的制作和播出；具体指导中央人民广播电台、中国国际广播电台和中央电视台的重大宣传工作等。

(4) 新媒体行业

由于新媒体行业涉及面宽广、问世时间较短，目前主要是多位融合的管理制度。

广电总局负责制作监管；广电总局、文化部、新闻出版署负责内容监管；信息产业部、广电总局负责硬件标准和视听技术监管；信息产业部负责接入网络监管；广电总局、信息产业部负责运营监管。

工业和信息化部对于新媒体行业发展也肩负重要职责，主要包括：拟订实施行业规划、产业政策和标准；监测工业行业日常运行；推动重大技术装备发展和自主创新；管理通信业；指导推进信息化建设；协调维护国家信息安全等。

目前，由广电总局主管全国的互联网视听新媒体建设与发展工作。

2、行业法规政策

根据证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），公司所属行业为文化、体育和娱乐业下的广播、电视、电影和影视录音制作子行业（R86）。

影视文化与娱乐产业已成为了国家重要战略性新兴产业，是促进国家精神文明建设的先行行业，也是提升老百姓物质文化生活之外的有益补充，与时代的发展和进步的相互辉映，国家也已制定了一系列政策措施鼓励和促进行业的发展与壮大。

以下罗列了与公司行业发展息息相关的一系列政策条文及其主要的指导内容，并且按行业分类具体介绍了相关政策及主要指导内容：

序号	政策名称	主要相关内容
1	关于印发《关于促进上海电影发展的若干政策》的通知	<ul style="list-style-type: none"> ● 加大上海电影发展的财政扶持力度，每年安排不少于 2 亿元资金，支持上海电影发展，支持电影走出去，对在上海备案、立项且上海作为第一出品方，支持上海电影企业建立在全国电影发行网络和拓宽海外发行渠道； ● 落实上海电影企业税收优惠政策，对按照国家规定认定为国家重点扶持高新技术企业的上海企业，减按 15% 税率征收企业所得税，对按照国家规定认定为新办条件的软件企业的上海电影企业，在 2017 年 12 月 31 日前，自获利年度起计算优惠期，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税； ● 加大上海电影企业金融支持力度，完善上海电影企业直接融资机制，鼓励符合条件的影视企业通过主板、中下板、创业板、“新三板”和本市股权托管交易市场等途径募集资金，完善上海电影企业间接融资机制； ● 加强上海电影人才队伍建设，创新电影人才培养模式、加大电影人才培养力度、建立电影人才使用激励机制，完善优秀电影人才引进政策； ● 实行建设差别化用地政策； ● 充分发挥区县在上海电影发展中的作业，加强市区联动发展电影的效能； ● 建立和完善上海电影摄制服务机制；
2	《国家广播影视“十二五”发展规划》	<ul style="list-style-type: none"> ● 基本建立国家应急广播体系和覆盖城乡的广播影视共同服务体系，到 2015 年广播电视人口综合覆盖率达到 99% 以上； ● 县以上城市（含县）基本实现有线电视数字化、双向化和地面数字电视覆盖，拥有 1 家数字电影院； ● 要始终坚持事业建设的重点在覆盖、覆盖的重点在农村的方针，按照覆盖城乡、经济可行、安全可靠、保证长效的总体要求，构建广播影视公共服务体系； ● 直播卫星采取加密传输手段，为村村通用户提供精细化管理和服务，保障人民群众的公共文化权益； ● 进一步提高数字节目的制作播出能力，特别

序号	政策名称	主要相关内容
		<p>是高清节目的制播能力，进一步提升有线电视网络的传播能力，加快地面数字电视发展，加快数字声音广播发展，继续加快移动多媒体广播电视发展，加快建设下一代广播电视网（NGB），努力推进“三网融合”，大力推进电影数字化，大力推进广播影视走出去；</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全面加强广播影视产业发展能力建设，坚持整体推进、重点突破；大力发展有线电视网络产业；大力发展移动多媒体广播电视、网络广播电视等新兴媒体业态；加快推进经营性事业单位转企改制，培育合格的市场主体；加快影视制作基地和影院建设改造；加快完善产业政策。
3	《国务院办公厅关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》	<ul style="list-style-type: none"> ● 大力繁荣创作生产； ● 积极培育新型企业； ● 继续扩大院线经营规模； ● 大力支持城镇数字影院建设； ● 鼓励加大投融资政策支持； ● 积极推动科技创新； ● 全面加强公共服务；不断完善监管体系； ● 努力增强国际影响力；大力加强队伍建设。
4	《广电总局关于鼓励和引导民间资本投资广播影视产业的实施意见》	<ul style="list-style-type: none"> ● 鼓励货运枢纽经营企业拓展仓储、分拨配送、流通加工 ● 鼓励和引导民间资本投资广播电视节目制作领域，从事广播电视节目制作经营活动（比如，具有独立法人资格、有适应业务范围需要的广播电视及相关专业人员、资金（注册资本不低于 300 万元人民币）和工作场所的民营企业均可按照相关规定申请《广播电视节目制作经营许可证》； ● 鼓励和引导民间资本投资电影制片、发行、放映领域，鼓励和引导民间资本投资建设、改造电影院； ● 允许民间资本投资参与有线电视分配网建设和有关业务。
5	《广播影视知识产权战略实施意见》	<ul style="list-style-type: none"> ● 到 2020 年，我国广播影视知识产权的创造、运用、保护和管理水平获得较大程度提高； ● 尤其在“十二五”期间，广播影视知识产权法律制度进一步完善，促进广播影视舆论引导能力、文化创新能力、创作经营能力和品牌影响力显著提高，广播影视市场发展环境、市场环境进一步改善，国际竞争力显著增强，广播影视技术

序号	政策名称	主要相关内容
		标准体系基本建成，自主知识产权拥有量逐步增长，科技支撑力显著增强，形成一批拥有知名品牌的广播影视企事业单位和品牌频道频率、栏目节目，造广播影视知识产权创造，促进广播影视知识产权运用，提高广播影视知识产权保护水平，完善广播影视知识产权管理机制，实施打击侵犯知识产权的专项行动，加大知识产权宣传力度，增强国际合作和文化交流。
6	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	<ul style="list-style-type: none"> ● 推动媒体融合发展是一项紧迫的战略任务； ● 努力形成适应媒体融合发展的观念和认识； ● 瞄准和利用最新技术推动融合发展； ● 进一步增强媒体信息内容的核心竞争力； ● 建立适应融合发展的组织结构、传播体系和管理体制。

(1) 电影行业

电影行业的法律法规体系与电视剧行业基本相同，目前已经形成了以《中华人民共和国著作权法》为指导，以 2002 年《电影管理条例》为基础，涵盖行业资质管理、行业业务标准审查、行业质量管理、产业体制改革等方面的法律法规和政策体系。目前对开展公司电影业务较为重要的法律法规和政策如下：

序号	法律法规名称	生效日期	文件编号
1	国家广电总局关于制作播出理论、文献电视专题片的暂行规定的实施办法	1999 年 3 月 30 日	广发编字[1999]137 号
2	电影管理条例	2002 年 2 月 1 日	国务院令[2001]第 342 号
3	文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见	2003 年 9 月 4 日	文产发[2003] 38 号
4	关于调整重大革命和历史题材电影、电视剧立项及完成片审查办法的通知	2003 年 9 月 17 日	广发编字[2003]756 号
5	国务院办公厅关于印发文化体制改革试点中支持文化产业发展和经营性文化事业单位转制为企业的两个规定的通知	2003 年 12 月 31 日	国办法[2003]105 号
6	外商投资电影院暂行规定	2004 年 1 月 1 日	国家广电总局、商务部、文化部[2003]第 21 号

序号	法律法规名称	生效日期	文件编号
7	电影数字化发展纲要	2004年3月18日	广发影字[2004]257号
8	关于加强影片贴片广告管理的通知	2004年6月25日	广发影字[2004]700号
9	电影片进出境洗印、后期制作审批管理办法	2004年8月1日	国家广电总局令[2004]第29号
10	中外合作摄制电影片管理规定	2004年8月10日	国家广电总局令[2004]第31号
11	文化部关于鼓励、支持和引导非公有制经济发展文化产业的意见	2004年10月18日	文产发[2004]35号
12	电影企业经营资格准入暂行规定	2004年11月10日	国家广电总局、商务部令[2004]第43号
13	财政部、海关总署、国家税务总局关于文化体制改革试点中支持文化产业发展若干税收政策问题的通知	2005年3月29日	财税[2005]2号
14	国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定	2005年4月13日	国发[2005]10号
15	外商投资电影院暂行规定的补充规定	2005年5月8日	国家广电总局[2005]第49号
16	电影企业经营资格准入暂行规定的补充规定	2005年5月8日	国家广电总局、商务部令[2005]第50号
17	关于印发《数字电影发行放映管理办法（试行）》的通知	2005年7月19日	广发影字[2005]537号
18	文化部、国家广电总局等五部委关于文化领域引进外资的若干意见	2005年7月6日	文办发(2005)19号
19	外商投资电影院暂行规定的补充规定二	2006年2月20日	国家广电总局[2006]第51号
20	电影剧本（梗概）备案、电影片管理规定	2006年5月22日	国家广电总局[2006]第52号
21	关于印发《关于进一步完善国产影片的发行放映的考核奖励办法（修订）》的通知	2006年6月21日	广发影字[2006]284号
22	国家“十一五”时期文化发展规划纲要	2006年9月13日	中共中央办公厅、国务院办公厅
23	国家广电总局关于印发《“十一五”时期广播影视科技发展规划》的通知	2006年12月21日	广发[2006]55号
24	关于进一步加强广播影视节目版权保护工作的通知	2007年9月16日	广发[2007]98号
25	关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知	2009年3月27日	财税[2009]31号

序号	法律法规名称	生效日期	文件编号
26	文化产业振兴规划	2009年9月26日	国务院办公厅
27	国务院办公厅关于促进电影产业繁荣发展的指导意见	2010年1月21日	国办发[2010]9号
28	关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见	2010年3月19日	银发[2010]94号
29	中华人民共和国著作权法	2010年4月1日	国家主席令[2010]26号
30	中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定	2011年10月18日	中共第十七届六次会议
31	广电总局电影局关于促进电影制片发行上映协调发展指导意见	2011年11月29日	影字[2011]992号
32	广电总局关于鼓励和引导民间资本投资广播影视产业的实施意见	2012年5月22日	广发[2012]36号
33	党的第十八次代表大会《坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进为全面建成小康社会而奋斗》的报告	2012年11月8日	中国共产党第十八次全国代表大会
34	中华人民共和国著作权法实施条例	2013年3月1日	国务院[2010]633号
35	中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定	2013年11月16日	中共第十八届三次会议
36	国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知	2014年4月2日	国办发(2014)15号
37	广电总局关于印发《广播影视知识产权战略实施意见》的通知	2012年11月24日	-

(2) 电视剧行业

目前,我国已形成了较完善的以《中华人民共和国著作权法》为基础,涵盖行业资质管理、行业业务标准审查、行业质量管理等方面的法律法规和政策体系。目前对本公司电视剧业务的开展较为重要的法律法规和政策如下(电影部分已符合的法律法规不予重复列入):

序号	法律法规名称	生效日期	文件编号/颁发机构
1	广播电视管理条例	1997年9月1日	国务院令[1997]第228号
2	关于“红色经典”改编电视剧审查管理的通知	2004年5月25日	广发剧字[2004]508号

序号	法律法规名称	生效日期	文件编号/颁发机构
3	广播电视节目制作经营管理规定	2004年8月20日	国家广电总局令[2004]第34号
4	中外合作制作电视剧内容管理规定	2004年10月21日	国家广电总局令[2004]第41号
5	境外电视节目引进、播出管理规定	2004年10月23日	国家广电总局令[2004]第42号
6	广播电视广告播出管理办法	2009年8月27日	国家广电总局令[2009]61号
7	电视剧内容管理规定	2010年7月1日	国家广电总局令[2010]63号
8	《广播电视广告播出管理办法》的补充规定	2011年11月25日	国家广电总局令[2011]66号

(3) 纪录片

目前中国并没有就纪录片单独立法,有关纪录片的法律法规零散地分布于各个法律领域主要内容如下:

序号	政策法规名称	生效日期	文件编号/颁发机构/摘要
1	广电总局关于实行电视纪录片题材公告制度的通知	2013年02月18日	-
2	2011-2012年度优秀国产纪录片及创作人才扶持项目评审办法(试行)	2012年11月24日	-
3	广电总局出台《关于加快纪录片产业发展的若干意见》	2012年11月24日	旨在全面服务和提升中国纪录片行业水平,扩大中国纪录片的国际影响力。
4	《关于实行电视纪录片题材公告制度的通知》	2013年3月1日	要求各地电视台上报纪录片拍摄题材,帮助纪录片业界及时了解电视纪录片题材信息,吸引社会力量参与电视纪录片创作生产,避免产生题材撞车、资源浪费等问题,促进形成电视纪录片创作生产题材丰富、布局科学、资源优化、

序号	政策法规名称	生效日期	文件编号/颁发机构/ 摘要
			精品涌现、人才辈出的良好局面。
5	《关于做好 2014 年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》	2013 年 10 月 12 日	明确要求平均每天 6:00 至次日 1:00 之间,至少播出 30 分钟的国产纪录片。

(4) 新媒体

主要相关法律法规参考广电总局关于对电影电视行业的要求,涉及新媒体行业的如下:

序号	政策法规名称	生效日期	编号/发行机构
1	《互联网信息服务管理办法》	2000 年 9 月 20 日	国务院令 第 292 号
2	《信息网络传播权保护条例》	2006 年 5 月 10 日	国务院令(第 468 号)
3	《关于加强互联网视听节目内容管理的通知》和《广播影视知识产权战略实施意见》	2009 年 4 月 2 日	-
4	关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知	2012 年 7 月 11 日	广发[2012]53 号
5	信息网络传播权保护条例	2013 年 3 月 1 日	国务院[2013]634 号
6	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	2014 年 8 月 18 日	-

3、行业监管政策

(1) 电影行业

据《电影管理条例》以及其他相关规定,电影行业监管政策主要分为制作资格准入许可、电影摄制许可、内容审查许可以及电影发行放映许可四个方面,具

体内容如下：

1) 电影制作资格准入许可

国家目前对从事电影摄制业务实行许可制度。只有经过许可方能从事电影摄制业务，广电总局负责电影制作资格准入进行审批。

2) 电影摄制许可

电影公司从事具体的影片拍摄工作必须经过广电部门批准并获得《摄制电影片许可证（单片）》，单片许可证实行一片一报制，影片公映后自动作废。

3) 电影内容审查许可

影片拍摄完成后须经广电总局审查通过并获得《电影片公映许可证》之后才能发行、放映、进出口。广电总局电影审查委员会负责许可审查。

4) 电影发行和放映的行政许可

电影发行方面，专营国产影片发行业务的电影发行公司，在经广电总局审批通过后方可取得专营国产影片的《电影发行经营许可证》，实行隔年检验制度。

(2) 电视剧行业

电视剧行业目前的监管政策主要包括电视剧制作资格准入许可、电视剧摄制行政许可、电视剧题材立项管理、内容审查以及播出审查等几个方面，详细内容如下：

1) 电视剧制作资格准入许可

国家对电视剧制作业务实行资格准入许可制度，广电总局以及省级广电局负责电视剧制作资格的行政审批。

2) 电视剧摄制行政许可

根据《电视剧内容管理规定》、《广播电视节目制作经营管理规定》等相关规定，合法电视剧制作公司必须经过广电总局备案公式管理并获得制作许可证方能

从事电视剧制作工作。

3) 电视剧题材立项管理

一般题材电视剧，不须履行行政审批程序，只需按管辖权范围向广电总局或省级广播电视行政部门进行拍摄制作备案公示即可，广电总局按月对手续齐全的电视剧目在其网站予以公示。对于重大革命和历史题材的电视剧创作的指导、立项把关和审查由广电总局在中宣部指导下成立重大革命和历史题材影视创作领导小组负责。

4) 电视剧内容审查许可

广电总局设立电视剧审查委员会和电视剧复审委员会，负责中央单位所属电视剧制作机构发行的电视剧的审查工作；省级广电成立电视剧审查机构负责辖区内电视剧作品审查工作。

5) 电视剧播出审查许可

电视剧通过内容审查后，制作公司可以发行或者委托其他机构发行其制作并取得《电视剧发行许可证》的国产电视剧。电视台对于其播出的电视节目内容应根据《广播电视管理条例》和《电视剧内容管理规定》进行播前审查和重播审查。

(二) 行业基本情况和竞争格局

1、电影行业现状与分析

电影产业作为文化产业的重要组成部分，一直以来是文化政策和百姓视角关注的焦点领域之一，其具有原创性、具备高度文化含量和知识经济的特征。在国民经济的持续快速增长、居民对文化娱乐产品的消费欲望、消费能力快速提升和宏观政策大力扶植的背景下，电影市场已连续多年实现电影票房的快速增长。

作为文化传递最具影响力的载体之一，电影已成为我国文化产业中最具成长潜力的子行业。目前中国的影视市场正处于高速扩容及发展时期。随着中国城镇化建设的推进、人们对精神享受要求的提高，我国电影具有逐渐增大的市场空间。

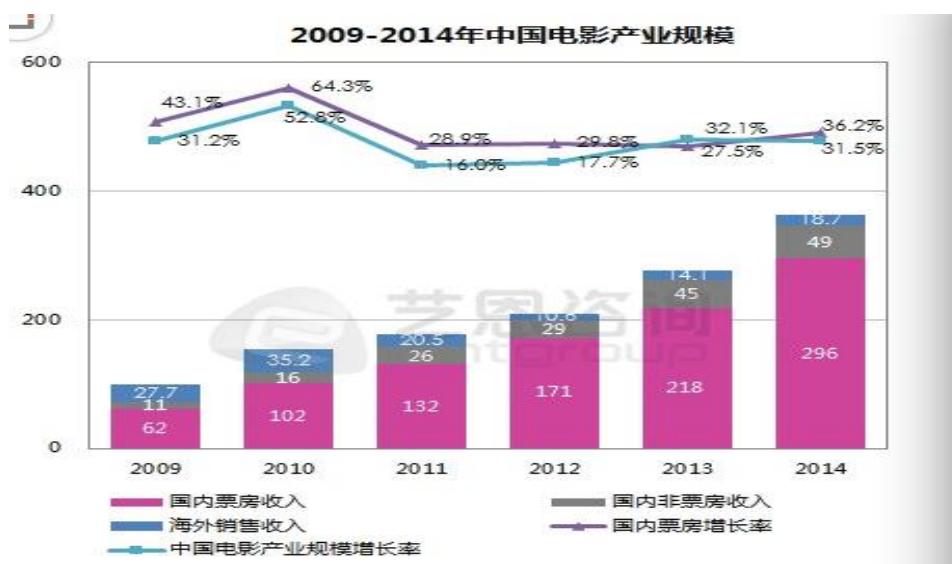
在影视制作科技水平日益提高的今天，电影行业存在着显著的投资发展价值。

（1）票房与收入情况

近年来，得益于国民经济的持续快速增长以及国家对于文化产业的支持，整个电影文化与产业环境持续改善。作为文化娱乐市场重要组成部分的电影市场已连续多年实现电影票房的快速增长，同时也吸引了各类社会资本（国有、民营、外资）积极进入电影业，从而进一步推动了电影业的良性快速发展。

中国电影产业规模整体在高速增长，但体现出结构不均衡的特征，表现为国内票房收入占比逐年增高，从 2009 年的 61.8% 攀升到 2014 年的 81.4%，中国电影产业成长的基础和未来都需要借助多元盈利渠道来拓展。国内票房增速除 2013 年低于产业规模增速之外，2009-2013 年都以高出 10% 的速度增值，但 2014 年差值缩窄到 5% 以内，电影产业规模增速的动力开始部分转移到国内非票房和海外销售的拉动上，2013-2014 年二者的平均增速分别为 32.1%、32.8%，可以预见后续几年二者将逐步保持稳定增速，共同带来产业规模的增加。

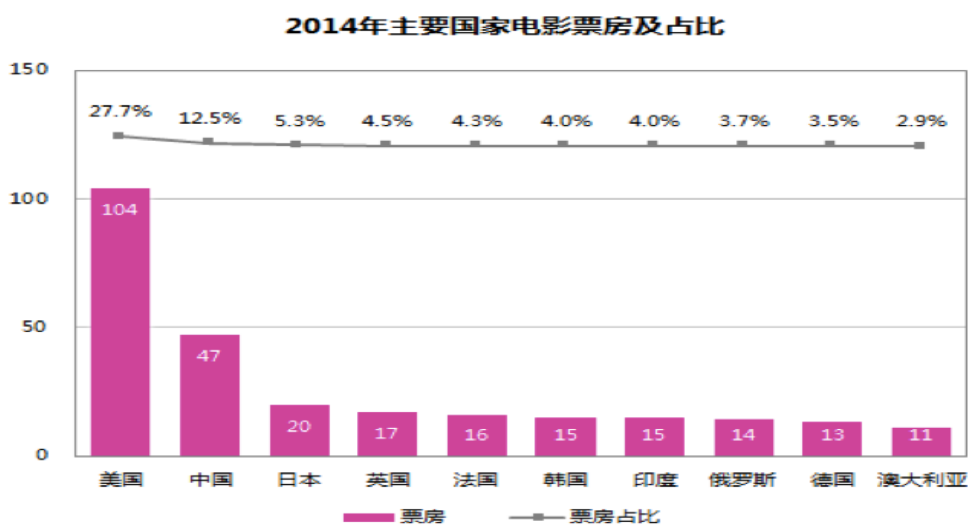
目前，中国的电影行业进入了 200 亿量级的发展阶段，电影的投资和融资市场相当活跃，影视产业进入了迅速发展的黄金时期。下图中充分展示了进六年来中国国内电影产业带的规模变化，在短短几年时间内，国内票房收入增长超过 3 倍，整个电影行业规模增加逾 2 倍。无论是影片植入的广告收入，还是明星带动的产业热度升温，都依然存在着巨大空间去挖掘。对于投资者，资金注入影视行业无疑将产生巨大的收益回报。



资料来源：EBOT 艺恩日票房智库

随着银幕数量的增加和普通观众电影消费习惯的养成，中国国内的电影票房正处于快速上涨的阶段。2012年，中国全年票房为27亿美元，首次超越日本成为世界第二大票房国。2013年，中国全年票房增长到36亿美元，与第二集团的票房收入差距继续扩大，逐渐脱离第二集团。2014年，中国占全球票房比率已达到12.5%，近五年总增长逾2倍。当前时期，中国影视在发展阶段上迎来了自己的黄金时代。

单位：亿元



资料来源：EBOT 艺恩日票房智库

排名	国家	票房（亿美元）				
		2009	2010	2011	2012	2013
	全球	299	305	326	347	359
1	美国	99	106	102	108	109
2	中国	9	15	20	27	36
3	日本	22	27	23	24	24
4	英国	17	17	17	17	17
5	法国	17	16	20	17	16
6	印度	19	23	14	14	15
7	韩国	10	10	11	13	14
8	俄罗斯	7	11	12	12	14
9	德国	13	12	13	13	13
10	澳大利亚	11	13	11	12	11

资料来源：MPAA，Wind

（2）院线影院与观影情况

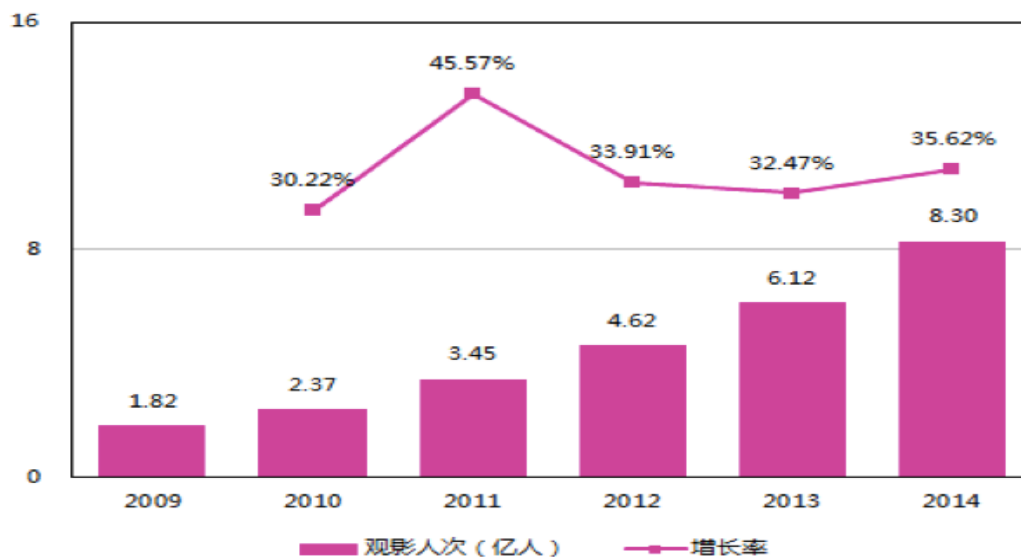
近几年来，国内院线公司、影院、银幕数量始终保持着持续增加的态势，院线公司和影院是电影销售和放映的最主要渠道，电影市场近年来的蓬勃发展和高质量电影数量的不断增加为院线公司和影院带来了更多的观众和票房，从而带动了院线和影院的新建和扩建；而新院线和影院的出现为电影行业拓宽了发行销售渠道，增加了电影行业的销售收入，推动电影行业更快发展。

2014 年中国电影总观影人次再次高速增长，同比高出 2.18 亿人次。从近 2 年中国电影观众年龄分布来看，19-40 岁观众占到总观影人次的 87%，其中 19-30 岁观影人群占比超过 5 成，成为主流观影群体；从学历分布看，大学本/专科占到 8 成，高知白领成为中国核心电影观众，该群体对电影的消费和需求代表了主体电影观众的意见。同时，中国电影新力量正在快速崛起，新晋、跨界导演作品以及话题性、粉丝电影显著增加，这些电影打破固定模式，受到年轻主流和核心观众的喜爱。随着影院终端的发展，观众可接受得内容和信息愈加广泛，观众对

电影内容的需求会趋于定向和精细。

因此，如此高的票房收入可将其原因归因于观影人次的大幅增加。下图为 2009 年至 2014 年中国观影人次情况。由此可看出，观影已经逐渐成为普通生活娱乐的重要元素之一。

2009-2014 年中国电影观影人次增长趋势



资料来源：EBOT 艺恩日票房智库

随着国内院线公司和旗下影院、银幕数量的逐年增加，以及电视台对电影频道的投入逐步提高，电影市场的综合效益保持着持续增长。

纵观全球发达的电影市场，影片种类的纷繁多样、电影制作的技术提升及更优质的影院观前、观影及观后服务为电影市场提供了很好的发展助推力。随着中国观众的欣赏口味日渐趋于国际化，影片拍摄在情感体验的把握上不断地进行着调整，更加有效、频繁地贴近观众，并在摄片过程中将影院独有的观影效果合理利用起来，为中国电影的可持续发展奠定了良好基础。

在 2009-2014 年中国电影观影人次图中，目前每年观影人次正以飞快速度增长，在 6 年时间内增长超过 3.5 倍。结合中国目前人民快速提高的生活质量、对精神需求的日益增加及影院较低的上座率都指明中国的影视行业具有极其广阔的发展前景。

总体而言，2014 年中国电影产业票房实现持续、高速的增长态势，非票房收入的贡献额进一步扩大；中国票房在世界票房的占有率逐年上升，且依然保有继续增长态势；中国观影人次持续上升是票房增长的主要原因。目前中国电影行业的政策日趋开放，使影视制作公司有了更丰富的融资渠道，中国影视业市场正处于飞速发展阶段。

2、电影行业竞争格局和市场化程度

电影行业作为文化产业的重要组成部分，正在经历日趋激烈的市场竞争。随着国家有关文娱方向的体制改革深入发展，以及鼓励民营资本进军电影业的政策环境的改善，市场的资本结构得以优化，竞争机制得以充分发挥作用。

从市场化程度而言，电影产量的数量分布比较均衡，据广电总局数据统计显示，2014 年国产电影产量 618 部，同期国内电影制作机构 600 余家，平均每个机构制作电影约一部。

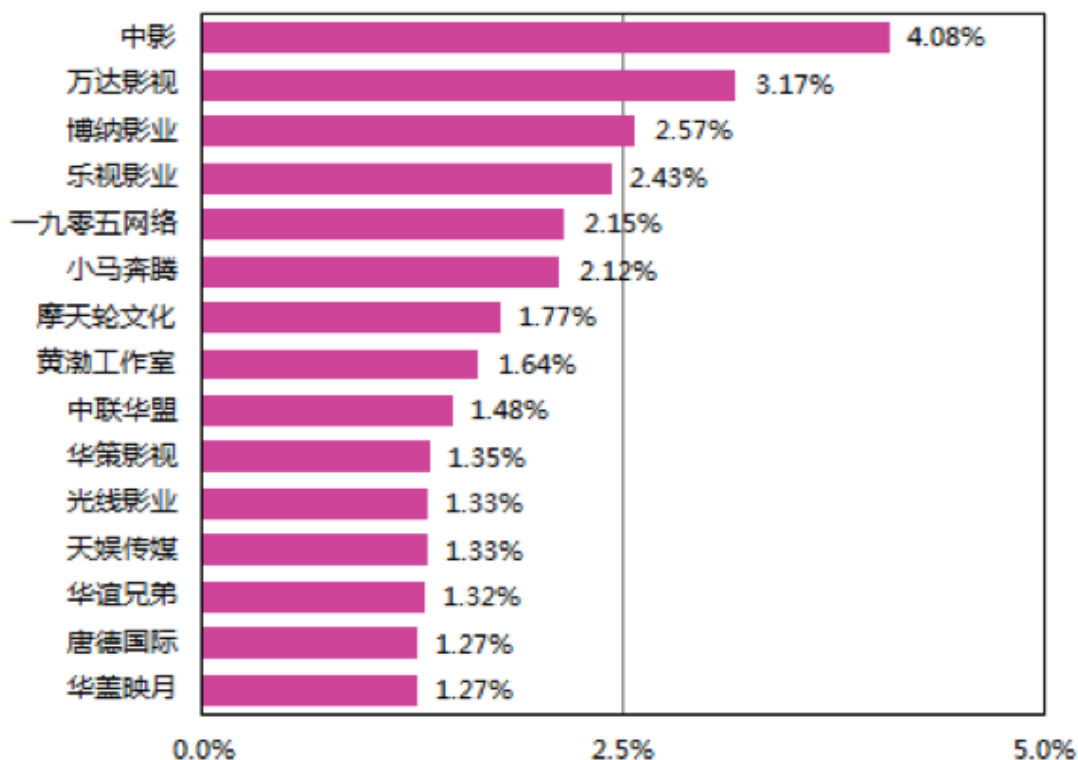
中国电影产业格局正在由大片垄断向多层次、多类别、多样化方向转变，逐步形成了丰富合理成熟的产品结构体系。2008 年-2013 年，国产电影票房前十名占比为 65%、56%、48%、41%、46%、44%，总体呈下降趋势；电影票房排在十名之后的国产电影总票房 2008 年为 9.1 亿元，2013 年上升为 56.58 亿元，增幅远超过国产电影总体增幅。

3、电影行业内主要企业和市场份额

我国电影行业属于非完全竞争市场，电影制作与发行企业的集中垄断程度较高，主要包括国有的电影制作机构，如中国电影集团公司、上海电影集团公司等，以及具有代表性的民营电影企业，主要有华谊兄弟、光线传媒等。

2014 年从总票房产出看来，中影占据所有制片机构最大份额，达到 4.08%，与 2012 年相比，2013 年和 2014 年的榜单具有较大变化，民营企业市场份额的波动比较明显。在 2014 年 TOP15 榜单上，前十制片机构市场份额总和也仅占到全部份额的四分之一。由此表明，中国制片机构分布比较分散，呈多点开花局面。

2014年中国电影制片机构 TOP15 市场份额



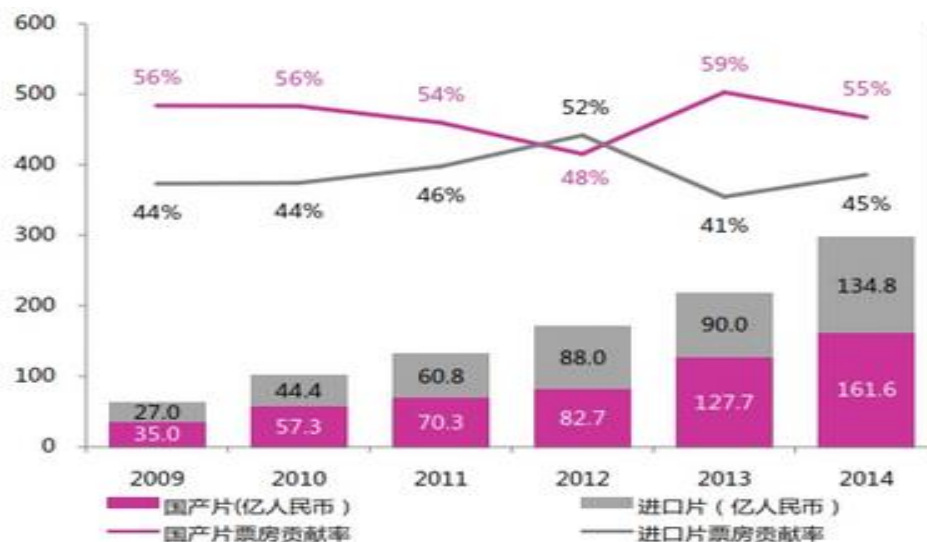
资料来源：EBOT 艺恩日票房智库

目前中国的影视行业在片源上表现为二分天下的格局，在影片制作商市场上的分布则为百花齐放情况。在影视行业高速发展的今天，越来越多资金的注入使得该行业正在开创全新的黄金时代，市场的投资价值不可估量。

目前的电影市场行业格局，主要呈现为国内片与进口片对半分的情况，国内片数量总体高于进口片。总体看来，国内片的票房贡献情况好于进口片，这与政策上对进口片的限制不无关系。相关的保护政策保证了国内片的利益，扶持着国产片的健康发展。

对比国产片与进口片的票房贡献率，如下图，国产片与进口片两线走势基本较为平稳，除 2012 年外，国产片的票房贡献率总体高于进口片的票房贡献率。在国家政策的保护下，国产片与进口片角逐激烈，但国产片正在健康稳步地走出自己的道路。

2009-2014 年国产片与进口片的票房贡献率



根据权威统计的 2013 年度及 2014 年度的票房收入，国产影片与进口影片在国内电影市场呈现二分天下的形势，且影片的性质、题材、内容都开始呈现多样化的局面。

2014 年票房收入前十国产影片			2014 年票房收入前十进口影片	
排名	国产片	票房 (亿元)	进口片	票房 (亿元)
1	《心花怒放》	11.69	《变形金刚 4: 绝迹重生》	19.79
2	《西游记之大闹天宫》	10.46	《星际穿越》	7.51
3	《智取威虎山》	8.83	《X 战警: 逆袭未来》	7.24
4	《爸爸去哪儿》	6.96	《美国队长 2》	7.21
5	《分手大师》	6.66	《猩球崛起 2: 黎明之战》	7.11
6	《后会无期》	6.30	《银河护卫队》	5.95
7	《匆匆那年》	5.88	《超凡蜘蛛侠 2》	5.91
8	《澳门风云》	5.28	《哥斯拉》	4.81
9	《小时代 3: 刺金时代》	5.25	《霍比特人: 史矛革之战》	4.64
10	《一步之遥》	5.15	《敢死队 3》	4.53
	合计	72.46	-	74.70

注：数据来源于电影票房数据库，以上票房收入截止日为 2014 年 12 月 31 日。跨年电

影暂未统计追加 2015 年元月的新增票房收入。

2013 年票房收入前十国产影片			2013 年票房收入前十进口影片	
排名	国产片	票房（亿元）	进口片	票房（亿元）
1	《西游降魔篇》	12.46	《钢铁侠 3》	7.68
2	《致青春》	7.19	《环太平洋》	6.96
3	《狄仁杰之神都龙王》	6.02	《地心引力》	4.36
4	《私人订制》	5.89	《速度与激情 6》	4.14
5	《中国合伙人》	5.39	《疯狂原始人》	3.95
6	《北京遇上西雅图》	5.20	《超人：钢铁之躯》	3.95
7	《小时代》	4.88	《007：大破天幕杀机》	3.77
8	《警察故事 2013》	3.45	《星际迷航：暗黑无界》	3.54
9	《风暴》	3.09	《侏罗纪公园》	3.49
10	《富春山居图》	3.00	《雷神 2：黑暗世界》	3.44
合计		56.58		45.27

注：数据来源于广电总局，以上票房收入截止日为 2013 年 12 月 31 日，跨年电影暂未统计追加 2014 年元月的新增票房收入。

总体上国产片与进口片的竞争十分激烈，但国产片的成长是有目共睹的。在国家政策结合国产片质量情况的持续保护和放开并行的扶持下，国产片的未来值得期待。

4、电影行业主要特征

（1）行业特有经营模式

电影行业是具有独立艺术形态的典型“轻资产”行业，不同于普通重资产型的传统制造业，电影制作过程中主要投入剧本、劳务费用、道具耗材，拍摄期间所需的专用摄制设备和布景搭建也普遍通过租赁取得。电影通常以剧组为生产组织单位，视资金需求以独家投资摄制或联合投资摄制的方式完成。

（2）销售模式的特殊性

在目前我国电影业监管政策下，电影制作公司和影院放映之间通常通过院线进行搭桥发行，即电影发行公司委托院线公司负责影片的放映工作，院线公司根

据旗下所属影院的情况对影片放映进行统一的安排与管理。一般而言，电影的发行成本和宣传成本都高于电视剧相应成本。

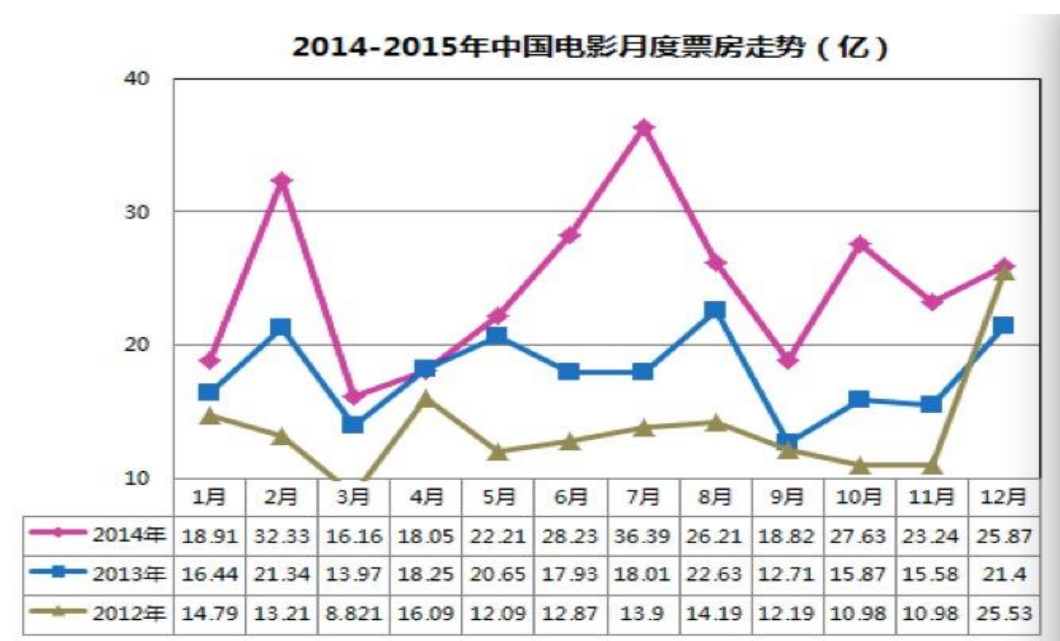
(3) 周期性

电影消费为非必需品消费，当经济总体情况不景气时，居民收入水平的下降将极大地导致观影人数的降低，此时电影行业会进入萧条期。因此电影行业的强势与低迷与经济形势密切相关。根据以往经验，经济形势存在其周期性，其中伴有低谷期、增长期、繁荣期、平稳期及下降期。电影行业的走势也会随着经济形势的变化发生同方向的周期性变化。故认为电影行业存在周期性。

(4) 季节性

电影行业的上映档期在很大程度上将决定一部电影的成败与否。在一些特殊的节日黄金假期中上映的电影往往可以获得更高票房。

一般地，电影行业票房具有季节性，从下图 2012 年至 2014 年全国各月票房走势来看，2 月、5 月、7 月、8 月、12 月票房收入较高。究其原因，在 2 月、7 月与 8 月均为寒假及暑假档，5 月小长假较多，12 月圣诞节对票房影响较大。这些票房小高峰与节假日有着密切联系。因此，通常这些热门电影季往往是各大电影公司的兵家必争之地。



（5）区域性

院线通影院构成的放映市场是电影票房收入的主要直接来源。因此院线影院分布的疏密程度决定了该地域的电影收入情况。

目前院线和影院的地域分布比较不均衡，各地区经济条件的好坏决定了该地区人民电影消费能力的强弱。在北上广超一线城市的影院数量要明显多于内陆地区，占全国院线总数约 30%。电影放映渠道自然地经济发达地区靠拢。在西部较为落后的地区，电影行业仍很难发展起来。随着院线逐渐向三、四线城市下沉，欠发达地区电影市场也正在逐步培养起来。

5、影响电影行业的有利因素和不利因素

（1）对行业发展的有利因素

1) 国家产业政策支持

2002 年电影行业政策的放开行为为行业注入了新的资金源，加之国民消费能力的不断提高等助推因素，电影行业逐步进入了高速增长期。

我国在加入 WTO 后逐步开放中国电影市场，相应的改革政策一步步出台，支持和推动电影行业的快速发展。

在《国务院办公厅关于印发国家新闻出版广电总局主要职责内设机构和人员编制规定的通知》中，有条例表示，取消一般题材电影剧本审查，实行梗概公示。虽然对于剧本不审查与对电影不审查仍有不同，但这依然是对电影放宽的一个积极信号。

2012-2014 年出台的电影产业相关政策

政策	内容和意义
《习近平文艺工作座谈会的讲话》	创作是中心任务；以人民为导向；文艺不能当市场的奴隶，要求调控内容创作的导向性

政策	内容和意义
《关于大力支持小微文化企业发展的实施意见》	“国家中小企业银河培训工程”；网络课堂建设；职称评定；“文化产业创业创意人才扶持计划”；加强中小文化企业专项、针对措施和人才扶持
《关于支持电影发展若干经济政策的通知》	“每年安排 1 亿元资金，采取重点影片个案报批的方式，用于扶持 5-10 部有影响力的重点题材影片”；加强税收、资金、土地、金融等方面扶持电影产业
《关于深入推进文化金融合作的意见》	“文化部、中国人民银行择机选择部分文化产业发展成熟、金融服务基础较好的地区创建文化金融合作试验区”；发挥“文化部文化产业投融资公共服务平台”的功能和作用；深入推进文化与金融合作，鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合
《十八大：扎实推进社会主义文化强国建设》	网络内容建设、网上主旋律；文化产业规模化、集约化、专业化；强调文化产业整体做强和集团国际化的需要
中美双方就解决 WTO 电影相关问题的谅解备忘录达成协议	协议内容包括：1、中国将在原每年引进美国电影配额约 20 部的基础上增加 14 部仅支持 3D 或 IMAX 放映方式的特种片；2、美方票房分账从原来的不超过 18% 升值 25%；3、增加中美民营企业发布进口片的机会，打破过去国营公司独大的局面
《关于加长海峡两岸电影合作管理的现行办法》	规定了台湾片进入大陆不受进口配额限制、增加引进台湾电影的数量、内地与台湾合拍电影的诱惑政策、发行方法等一系列有关政策。加大两岸片源输送，促进两岸间电影的交流合作，丰富国产电影的类型和提高国产电影产量，实现共赢。
《关于对国产高新技术合格影片创作生产进行补贴的通知》	政府将对进入市场发行放映的国产 3D、IMAX 等高新技术格式影片，按影片票房收入分档对电影版权方进行奖励。
《关于“对新建影院实行先征后返政策”的补充通知》	将影院全年国产片分为三个档次，按比例分别额返还已上缴的专项资金。加大对国产影片的扶持力度，鼓励国产影片的创作生产。

政策	内容和意义
《关于对安装数字放映设备的补贴通知》	新建影院达到上一年度国产片总票房收入 45%（含）以上条件，可享受“先征后返”专项资金待遇。增加银幕数量，加大对影院建设的扶持力度。
《国务院办公厅印发国家新闻出版广电总局主要职责内设机构和人员编制规定的通知》	公式第十四条：取消一般题材电影剧本审查，实行梗概公示。被媒体誉为进一步放宽的信号，但相关概念的界定仍需明确。

目前我国对国产片依然具有一定的保护政策措施，保证了国产片一定的放映量。

（2）互联网大数据时代助推影视文化建设

随着互联网普及度的不断提高，新的信息时代“大数据”概念也正越来越广泛地应用到了电影产业中。影视行业中的“大数据”包括了三方面，用户大数据、内容大数据以及渠道大数据。在互联网的时代下，这三大数据将被更好的融合在一起。

高点击量的原创网络文学作品改编的影视剧剧本已被证明其有较高的收视率。为获得更好的票房和更高收益，影视公司与互联网公司选择联手开始挖掘“大数据”。

目前数据意识正渗透到影视产业的各个环节中，大数据已在剧本、导演、演员的选择，拍摄和后期制作中得到应用。一些利用大数据推广的电影都取得了瞩目的票房结果。如何利用大数据在精准预测与分析的基础上奉献给观众高质量的影视作品，是公司下一步需要进一步仔细推敲的关键问题。

（3）技术水平与思想理念推动行业发展

在数字化程度高度发达的今天，影视业在市场上迎来了新机遇。数字影院的出现使放映环节的模式变得更为多样化。观众们对高科技的电影放映同样保有浓厚的兴趣。市场形势一片大好。

随着国产电影在海外市场的不断开拓，国内影视制作公司也开始寻求通过与

海外影视合拍电影的方式，进一步将国内影片出口至国外。而在其过程中，借鉴和学习合作伙伴先进的影片制作理念与技术，可提高国内影片的制作水平。同时在拍摄过程中也可对全球其他国家的社会风俗、观影偏好等一系列风格得到新的认识，对国内影片制作能力提供极大的帮助。

比如 2013 年度上映的《钢铁侠 3》和 2014 年度上映的《变形金刚 4》都斩获了票房榜前茅之位，他们的共性是采取了中外合拍或中国取景的方式，将创新的中国元素融入电影剧情中，受到了国内观众的热捧。由此可见中外元素结合的技术创新之举已揭开了序幕，即将迎来其华丽的篇章。

1) 对行业发展的不利因素

a、盗版市场

我国政府相关部门已通过立法与宣传，对盗版市场加大了打击的力度，在维护影视行业知识产权工作上取得了明显成效。但电影业盗版现象依然较为普遍，这对我国电影行业的发展极其不利。

目前的中国市场上，正版的产品无论是影院放映的电影还是制作成盘的正版光碟都受到了猖獗的盗版市场冲击。在网络上可轻松获得资源途径的今天，该行业面临着巨大挑战。

b、新媒体对观众的分流

当下互联网高速发展，有线电视也已步入信息化时代。曾经只能在影院里观摩到的电影，如今已可在家中轻松获得资源。在技术已非常发达的今天，大荧屏电视、立体环绕音响等硬件设施亦可在摆放在家中，获得同在影院中相同的视觉感官体验。考虑到出门路途、节约成本等方面因素，观众或愿意选择在家中观看电影。

c、日益激烈的竞争

当下制片企业呈现多点开花格局，各中小制片公司为打开一片市场需要进行异常激烈的竞争。在技术水平相差不多的情况下，各制片公司需要在创新性、题

材新颖性上有更多的亮点。

同时，在中国电影开放后，引入了诸多国外一流电影，这对我国电影产业无疑是一大冲击。面对国外高度发达的电影行业出产的作品，我国电影无论是在技术水平还是管理理念上，都存在不小的差距。在我国政策的保护下，国内影片暂时不会遇到较大困难。但若不尽快提高自身的水平，在电影行业日益国际化的明天，国内电影行业将可能面临巨大发展障碍。

6、进入电影行业的障碍

（1）政策壁垒

电影业属国家管制比较严格的行业，国家在资格准入、发行及放映等方面制定了一套严格且具体的法律法规体系加以管理。一般传统的国有制片厂及后改组的国有电影集团均有其国有背景，收到的政策束缚相对宽松。对外资企业，政策规定，其用于合作投资建设的比例不得高于 49%，外资企业也不得参与电影发行业务。对国外影片的进口业务，我国目前仅有中影和华夏发行公司获得行政许可的经营权，这实际上是寡头垄断了进口电影市场。对一般中小影视制作商有进入壁垒。

（2）资金壁垒

电影制作行业具有高风险、高门槛的经营特性，其业务模式决定了制作机构前期需要投入大量的资金，并且品质越高、制作越精良的电影对前期成本投入的需求越高。近年来随着电影市场的快速发展，剧本、导演和演员等主要生产要素价格逐年提升，这对制作公司的前期资金投入提出了更高的要求，无形中砌高了行业进入的资金壁垒。

（3）技术与人才壁垒

电影行业集资本、技术和人才，是现代服务行业代表。在商业价值被日益看重的今天，该行业对演职人员素质、管理人员水平都提出了高要求。市场对电影采编、制作与营销提出了更高的专业诉求，从敏锐专业的选题与编剧人才、

经验丰富的拍摄制作人才、市场认可的演员导演，至能力突出的院线宣发、影院销售人才等，都有着数量和质量上的全新要求。电影制作企业的技术和人才资源逐渐成为了公司的核心竞争力的争夺标的，技术与人才壁垒明显提高。

7、电影行业上下游行业的关联性及其影响

电影制作的上游行业主要为各类专业人员所提供的劳务，包括剧本创作服务、导演服务、演员演艺服务及摄影、美工和其他配套专业服务。

电影剧本是电影整个制作过程的起点和根本，是整个电影的灵魂和成功的关键，拥有优秀的剧本是制作高质量电影的前提。优秀电影剧本需要体现时代特征，饱含深刻鲜明的主题、生动独特的人物。合理严谨的结构、切实创新的情节、传神生动的台词形成符合时代特征并引导观众审美的风格。

优秀剧本以编剧为核心，由众多策划团队成员参与创作、修改，最终得以完成。电影制作公司的文学团队在剧本创作中与编剧思维碰撞，参与情节策划，所提供的服务能够有效绑定优秀编剧，提高作品成功率，以降低因剧本价格上涨带来的风险。

优秀导演、制片人和演员属于电影行业的稀缺资源。其中，导演能综合电影制作过程中的各种创作元素，制片人能贯彻制作企业的理念，知名电影演员也对其票房形成一定影响。为避免形成对单个导演的依赖，同时保证电影的整体质量和影响力，有经验、有实力的制作机构会充分体现其资源整合优势，有效整合适合剧本自身属性的导演、制片人、演员等主创人员，以达到最佳投入产出比。

电影制作过程中，还需要租赁场地与器材等。这部分支出通常通过与专业团队或个人签订协议的方式获得，其组织形式各异，从业人员数量众多，尚未形成产业规模。采购价格主要受社会总体物价水平变动与人工成本变动影响，整体较为稳定。

电影行业的下游主要是院线和影院、电视台电影频道、新媒体和音像，有品牌推广需求的企业为辅。作为电影的放映渠道，院线和影院的发展水平对电影作

品的影响至关重要。渠道与内容是相互促进的关系，高质量的电影会为影院和院线带来更多的观众和更高的票房收入，从而推动高档次影院的改建和新建，影院和院线的发展会拓宽并改善影片的发行渠道，更好的满足观众的观影需求，从而增加电影的票房收入，促使影片投资制作方继续加大影片投入，出品高质量电影。

电视台电影频道和网络视频的发展拓宽了电影行业的下游客户类型，带动了对电影的需求。同时电影数量和质量的提高，也带动电影频道的发展。

8、电影行业利润水平的变动趋势及原因

随着我国文化体制改革的不断深入，电影市场的开放程度也必然不断提高。目前民营电影企业的整体发展水平已经与国有企业不相上下，在某些方面还有所超越。更多竞争主体的进入会在一定程度上改变市场的现有格局，从而有可能降低行业平均利润水平。

但与此同时，随着我国电影市场环境的不断改善和日趋成熟，观众文化消费整体水平不断上升，对文化产品品质的鉴赏水平不断提高，除以往的大投资、大制作影片外，更贴近本土观众观影习惯的中小影片也逐步被群众认可，影片结构不断优化，优秀的中小成本影片市场的崛起使电影市场整体能够继续保持较高的利润水平。

对于日益激烈的市场竞争情况，国家广电总局和国家新闻出版广电总局等行业主管部门为了促进行业持续健康发展、维护电影行业的整体利益，对于影院租金提出了指导性意见，以规范行业中的竞争行为。同时，国家电影及文化产业相关政策也一再提出鼓励有实力的企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，整合制片发行放映资源，并在这一过程中着力培育发展一批国有或国有控股龙头骨干企业。未来，随着行业主管部门对于行业发展以及整合的指导性意见逐步发挥作用，有助于降低行业内过于激烈的竞争情况，并实现市场资源向具有较强市场竞争力的电影发行及放映企业倾斜，从而有助于稳定行业总体利润情况。此外，文化产业政策及市场环境向好，有助于电影产业持续健康发展，电影企业利润实现稳步增长。

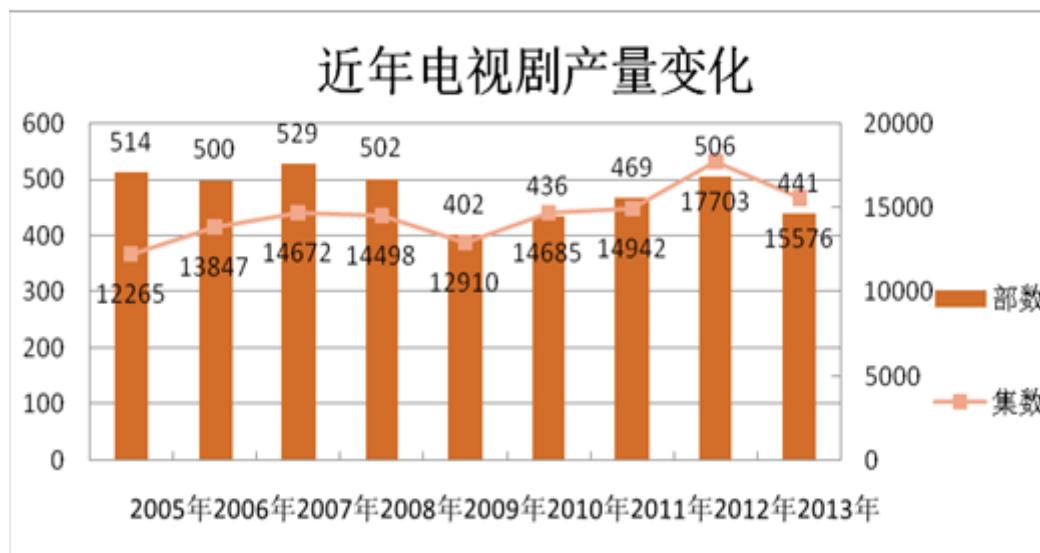
9、电视剧行业现状与分析

(1) 市场总体产量不断上升，总供给过剩，结构化差异明显

电视剧行业是具有原创性的、具备高度文化含量和知识经济特征的一种行业，其核心在于创意开发。电视剧的生产是将抽象的创意转化为具有高度经济价值的商品的过程。

电视剧制作行业虽属传统意义上的行政管制行业，但随着文化体制的改革的不断深入，国家对电视剧制作业务的准入许可逐步放开，生产调节由政府主导向市场主导转变，对境内资本从事电视剧制作业务已基本放开，提升了全社会对电视剧生产单位的盈利预期，加上目前政策准入门槛较低，导致各种行业外资金（包括各级党政部门、各行业外企业和个人、各种金融资金等）进入电视剧生产环节，扩大了电视剧生产的投资总量，释放了电视剧的生产能力。

据广电总局统计数据，以获得发行许可证的电视剧为统计口径，2005年—2013年国产电视剧产量变化情况如下图：



数据来源：广电总局网站数据整理，暂无 2014 年相关数据

由此可知，近年来我国电视剧产量保持在 400 部以上，集数产量波动较大，总体呈现上升趋势。虽然 2009 年受国际金融危机和国内经济增速放缓的影响，国产电视剧产量出现较大回落，但随着经济回暖和国内文化产业大发展，2010

年起国产电视剧集数产量相对回升，截至 2012 年达 17,703 集，为历年最高，2013 年有所回落至 15,770 集，2014 年合计达 15,938 集，市场基本处于平缓发展的趋势。

供求状态总体不乐观，结构性差异日趋明显。一方面，电视剧生产总量之间存在供大于求的关系；另一方面，电视台加大成本抢购精品剧，精品电视剧出现供不应求的局面。受制作经验不足、从业时间较短、资金短缺等因素影响，一些电视剧机构难以生产精品电视剧。因此，在精品剧单价节节上升的同时，约有近 4 成的电视剧无法实现卫视播出，仅能实现微利或者保本。

(2) 多元化因素促使市场需求总量增加，市场前景巨大

首先，广电系统收入持续增加，电视台对优质资源的购买力不断增强。

据广电总局统计，1982 年全国广电系统总收入 8.8 亿元，2012 年全国广播电视总收入达到 3,268 亿元，2013 年总收入上升至 3,734 亿元（目前广电蓝皮书尚未发布 2014 年度相关数据）。32 年间，广播影视收入年复合增长率超过 20%，远高于国民经济的增长速度，2013 年总收入增幅为 10.98%，较 2012 年有所放缓，一方面是受当年我国经济发展整体放缓的影响，另一方面是由于各种新型媒体对传统广播电视业务的冲击，也更增加了广播电视系统对优质资源的需求，在竞争加剧的情况下，电视台必然会加大对精品剧的投入，对于整个电视剧行业来说是机遇与挑战并存。

其次，各电视台电视剧总体播出时间呈现持续上涨趋势，播出比重保持在较高水平。

2011 年 10 月，广电总局发出《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》，对于卫视黄金时段播出综艺类节目作出限制，要求每家电视台上星综合频道每周黄金时间播出综艺类节目的总数控制在 9 档以内。这对于综艺节目数量较多的卫视将会产生一定影响，进而转向其他电视节目，尤其是收视率贡献占比最高的电视剧，从而间接影响卫视频道增加对电视剧的需求量。

电视剧的资源使用效率在各类节目中仅次于综艺节目。电视剧在各类节目收视比重中，占据了第一的位置，这只是电视台对电视剧投入巨大的一个原因，但不是“增加”投入的原因。电视台持续增加投入的一个关键原因在于：电视剧的资源使用效率仅次于综艺节目。2011年电视剧的资源使用效率仅次于综艺节目，至2012年上半年，电视剧的资源使用效率再次超过了娱乐节目。正因电视剧资源可以继续开发，电视台才不断增加电视剧的投入。

2014年4月，广电总局在电视剧播出管理会议上正式要求从2015年1月1日起，实行“一剧两星”的播出模式，即一部电视剧最多同时在两家上星频道播出，每晚黄金档电视剧播出数量为2集。该播出方式的调整将显著增加电视剧的年发行部数和市场总体容量，同时大幅提升卫星频道对精品影视剧的需求。

观众收视体验改善，使得收视比重提升。2012年上半年电视剧占有所有节目的收视比重一改过去6年的下降趋势，重新上升。“限广令”后，取消了中插、片尾贴片广告后，观众的收视体验得以提升，收视比重提升是自然现象。从长远来看，收视比重的提升能驱动对电视剧的投入。

优质精品影视剧内容对电视台和视频网站公司盈利能力的提升作用逐步体现。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《2010年中国网民网络视频应用研究报告》，在内容的选择上，电影、电视剧是网络视频用户最为喜爱的类型，分别以92.6%和87.2%的比例位居前列。根据艾瑞咨询调查，广告主会把10%左右的网络广告预算投入于视频领域，精品电视剧是直接贡献广告收入、拉动收视率和提升频道和视频网站品牌的重要手段，因此精品剧成为各家电视台和视频运营公司争夺的热门资源。

除了本土市场以外，海外市场需求日益增长，特别是东南亚地区及全球华语电视剧市场潜力巨大，值得一提的是近年中国电视剧在非洲掀起一股热潮，其中以《媳妇的美好时代》为代表，中国电视剧在非洲的成功大大增强了国产剧走出去的信心，同时巨大的海外市场将会刺激产生更多的优秀电视剧作品。此外，2011年，文化部又出台《关于促进文化产品和服务“走出去”2011-2015年总体规划》，

明确了国内文化产业的出口重点，即培育一批能够在国际文化市场长期立足的、代表中华优秀传统文化的骨干文化企业和产品，在国际文化市场上初步形成重点产业类别中国文化产品营销网络，促进我国文化产品和服务在周边国家影响持续扩大。中国历史文化对世界各国有着深刻的影响，这实际上为中国电视剧的输出提供了文化基础，反过来国产剧的输出又可进一步宣传中国文化。

随着人民生活水平的提高、广告量的增大、电视频道增多、电视剧新媒体播出平台增加等诸多有利因素的共同作用，市场对文化产品的需求会越来越大，各媒体渠道对电视剧的需求不断增加的趋势仍将继续延续下去。

（3）总量庞大，精品难求

虽然电视剧市场生产总量与播出总量之间存在供大于求的关系，但从产品质量角度看，能够产生广泛影响和收视、叫好又叫座、为制片方和电视台都带来高回报的精品剧严重稀缺，精品电视剧出现供不应求的局面。过去几年精品剧价格持续上涨的过程中，市场影响力高的剧目为电视台所追逐，被赋予较高溢价，具有远高于行业均价的价格弹性空间。

精品电视剧制作受到资金状况、制作经验、从业时间等相关因素的影响。精品电视剧市场供不应求的现状，直接导致了优秀制作机构所拍摄的精品电视剧较高的发行价格。CSM 媒介研究的统计数据显示，从电视节目的播出和收视的构成比例上，近年来电视剧始终占有较大的份额。精品电视剧是为电视台直接贡献广告收入、拉动提高收视率和推进频道品牌建设的重要手段之一，在当前电视台的激烈竞争格局下，电视台必然会加大对采购精品电视剧的投入力度。对于电视台，特别是卫星频道，如果能购买到该类电视剧，将为全年广告经营和频道推广带来极大支持。同时，国内各大电视台不断推行差异化定位，针对不同年龄阶段、受众阶层，推出符合电视台自身定位的电视剧和栏目。在此背景下，与电视台自身定位相契合，能够有效吸引电视台目标受众，提高特定群体收视率的优质精品电视剧受到各大电视台的追捧。

据 CSM 的统计显示，电视频道黄金档（每天 19:20 至 22:20）的播出时

间被一小部分精品电视剧所占领。黄金档对电视剧的剧本题材、主创人员、制作水准等要素的要求高于普通播出时段。规模较小的制作公司通常因创作能力不强、投资力度不够、从业经验不足等原因，所拍摄的电视剧无法达到黄金时段的制作要求。我国电视剧市场目前呈现出精品剧需求量不断加大与供给相对不足的结构失衡的供求关系特点。我国精品电视剧市场目前还处于“供应创造需求”的发展阶段，精品电视剧供应量的增加将直接推动优秀影视剧制作机构的收入增长。

根据艺恩咨询《2014-2015 年中国电视剧市场研究报告》数据监测显示，虽然 2009 年起由于经济形势、广电总局调控等因素影响，电视剧市场总体产量有所下降，但 2009 年至 2014 年国产电视剧的交易额仍呈上涨趋势。这充分说明即使在供大于求的市场中，市场总供给量的下降并不影响需求方对优质精品剧的追逐。



数据来源：艺恩咨询

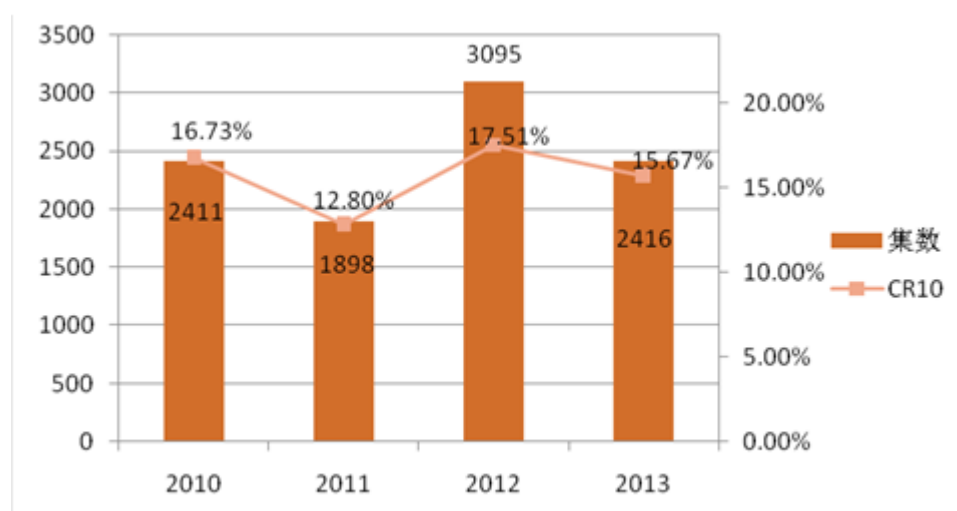
各播出平台对电视剧优质资源进行竞争和购买，大大提升了精品剧的交易价格。近年来，随着新媒体播出平台的日渐壮大和完善，国内电视剧市场由各大卫视间的相互竞争逐渐转化为各大卫视、地面频道和新媒体播出平台群雄竞逐的局面。影视剧内容向来是传统电视播出平台的重要支撑，独享电视观众约 1/3 的整体收视时长，视频网站、移动视频等新媒体渠道也加入到精品剧的竞购中。由此

电视剧市场以质量竞争替代数量竞争的格局已逐渐形成，电视剧行业开始进入一个更高的发展阶段。

10、电视剧市场竞争格局和市场化程度

2011-2013 年电视剧制作机构发行集数 TOP10 集中度不到市场总份额的 20%，2011 年呈现出最低点，在经历了 2012 年的回弹之后，2013 年，发行集数 TOP10 的制作机构市场总份额又出现轻微的降低，为 15.67%，比 2012 年下降了约 2 个百分点。从总体上来看，电视剧制作机构的市场集中度仍较低。

2010-2013 年电视剧制作公司集数 TOP10 集中度



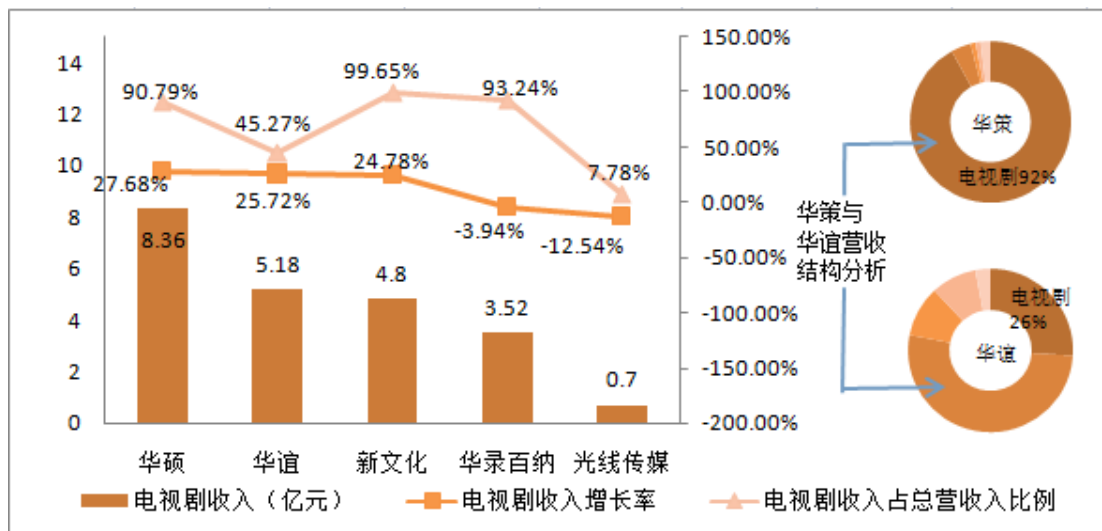
数据来源：艺恩咨询

2014 年，中国电视剧市场中出现一股上市风潮，民营电视剧制作“大鳄”海润影视宣布以借壳上市方式转成 A 股。主营轴承生产销售的申科股份公告宣布，公司拟将除募集资金余额以外的全部资产和负债置出，并拟以发行股份方式收购作价 25 亿的海润影规 100% 股权。值得一提的是，随着海润影视的上市，孙俪、连奕名、蒋欣等签约明星所持股份市值也将暴增，明星持股的电视剧公司治理模式，已经逐渐成为电视剧上市公司的通用规则，通过晒明星的方式，以实现眼球效益，从而获得公司和明星双赢。除了上市风之外，2014 年的电视剧市场还刮起一股政策风，4 月 15 日，国家新闻出版广电总局宣布，自 2015 年 1 月 1 日开始，实行“一剧两星”的播出模式，每晚黄金档电视剧播出数量为 2 集。

“一剧两星”首先冲击的是播出方。目前电视剧的单集制作成本动辄 100 万，如果最多只能由两个频道拼播，定必对播出方的资金实力提出更高要求，小型电视台会转向低成本的自制电视剧，未来有可能催生出三四个能和央视媲美的大剧卫视。另外一方面，“一剧两星”政策的出台在一定程度上或将加速电视剧内容向网络的渗透，互联网视频运营商有望迎来利好。而播出方为了消化成本，倒逼上游电视剧制作企业，也会带来电视剧制作行业的洗牌，电视剧市场的竞争不断加剧。

2013 年的电视剧上市公司的电视剧业务处于冰火两重天的状态。华策、华谊和新文化的电视剧业务营收仍然保持快速扩张状态，而华录百纳和光线的电视剧业务收入则均有不同程度的下降。在这 5 家电视剧上市公司中，根据电视剧业务收入占企业总收入比例可以划分两类，一类为主营电视剧业务的公司，代表企业为华策、新文化和华录百纳，而另一类为非主营电视剧业务的公司，代表为华谊和光线传媒。分析对比华策和华谊的收入结构能看出，主营电视剧业务的公司，仍处于单一业务产品的发展阶段，而非主营电视剧的公司则是呈现娱乐业的多元化发展战略。

由于三家主营电视剧业务的公司由于产品单一，势必会从销售渠道方面拓展新的盈利点，特别是在国家广电总局颁布“一剧两星”之后，传统的电视剧销售渠道被严重压缩，作为电视剧主营业务的公司，除了提供单剧单台的销售价格之外，只能拓展新渠道，而新媒体的兴盛则正好为主营电视剧业务的公司提供了新契机。



数据来源：2013年华策、新文化、华谊、光线传媒、华录百纳公司年报

11、电视剧行业主要特征

(1) 娱乐性和教育性

电视剧行业属于意识形态领域，具有娱乐性和教育性的双重属性。电视剧在大众文化背景下成为一种最为普遍的文化消费类产品，其最重要的功能之一就是满足人们娱乐生活的需要，娱乐性是电视剧行业最主要的属性之一；同时，电视剧来源生活而高于生活，是对生活进行艺术化处理后的产物，一定程度上是社会现实、人文现状及社会整体价值取向的客观反映，因此优秀电视剧作为文化精神和思想价值的载体，带来的社会效应和对于观众的教育作用是非常巨大的。

(2) 特有的经营模式

同电影行业一样，电视剧行业具有典型的“轻资产”特性，经营方式以租赁与外聘渠道为主。采购模式方面，采购对象主要包括采购剧本创作服务、演职人员劳务等。生产模式方面，不同于传统的制造业在固定场所、由固定人员完成产品的制造过程，电视剧的生产过程，是由不同的剧组、在不同的场景摄制完成的，每次生产都有所不同，且每次生产出来的产品（电视剧）也不同。销售模式方面，客户主要是电视台，电视剧制作机构销售给电视台的是电视剧的播映权。

(3) 电视剧行业的区域性特征

北京、浙江、上海和广东等省市集中了我国约半数的电视剧制作机构，是我国电视剧的重点生产地区，有明显的地域性特征。

(4) 行业的季节和周期性特征不明显

电视剧行业的生产和销售受季节影响较小，季节性特征不明显。电视剧行业作为文化产业，其发展与国民经济发展和人均GDP的增长水平密切相关，经济强势增长必然带动文化产业的发展。但同时，作为一个特殊的行业，又存在着“口红效应”：经济不景气的时候人们的购买力降低，物质需求会紧缩，而文化消费既能满足精神需要，又符合其承受能力，需求会相对增加。作为文化产业中重要的子行业，电视剧行业的口红效应更加明显。

12、影响电视剧行业的有利因素和不利因素

可主要借鉴本说明书的第二章之“六、(二)的第5部分”——“影响电影行业的有利因素和不利因素”。

13、进入电视剧行业的障碍

可主要借鉴本说明书的第二章之“六、(二)的第6部分”——“进入电影行业的障碍”。

14、电视剧上下游行业的关联性及其影响

(1) 电视剧的上游行业主要是各类专业人员提供的劳务，具体参考之前电影的叙述。

(2) 电视剧制作的下游行业主要为电视台、网站、IPTV等新媒体公司和音像出版社等媒体机构。近年来有品牌推广需求的厂商逐步成为电视剧行业衍生产品的下游客户。

电视台是传统播放平台，也是制作机构最重要的客户。电视台是电视剧播放的最主要的渠道和载体，电视剧制作公司的绝大部分收入来自于产品对电视台的销售。电视剧行业与电视台之间是相互促进的关系：电视剧是电视台播出比重和广告收入最高的节目，优秀的电视剧作品能够提高电视台收视率，增加广告收入；

电视台广告收入的增加以及电视台对电视剧播出力度的加大,会提高对优质电视剧作品的采购数量和采购金额,从而推动电视剧制作机构加大对电视剧的资金投入,出品高质量的电视剧,提高盈利能力。电视剧制作公司将电视剧的音像版权出售给音像出版公司,形成音像制品。近年来,受盗版冲击的影响,音像出版行业普遍不景气,电视剧制作公司出售版权的价格一降再降,且数量也不断减少,影响了电视剧制作公司的收入。

随着数字化技术开始在社会的众多领域中得到应用,媒介也开始了数字化的进程,从而促进了电视剧制作领域的发展,给电视剧行业带来新的发展机遇。新技术的更新与媒介的融合将拉动对电视剧的需求。近年来数字移动电视、网络点播迅猛发展,IPTV 加大运营,手机电视也开始崛起,视频网站等新媒体公司在版权市场逐步规范、盈利模式逐渐成熟后,已经成为电视剧制作机构的又一重要客户,电视剧制作公司以电视剧信息网络传播权和自制网络剧版权授权播出的方式实现对新媒体公司的销售。该公司收入高低主要取决于电视剧收视率或点击率的高低,因此他们倾向于采购高品质电视剧,对于行业整体制作水平起到了极大推动作用。新技术的运用导致媒介的大融合,促进了电视剧行业的发展,各种媒介对电视剧的需求将逐步增大。

15、电视剧行业利润水平变动趋势及原因

目前,电视剧的主要客户仍是电视台,电视剧的发行价格主要为制作企业以电视剧成本为基础进行合理盈利预测后,与电视台沟通确定。然而,近年来电视剧制作成本逐渐上升。这是由于:一方面,由于整体物价水平不断提高,劳动力成本上升明显,直接导致了制作成本的上升;另一方面,市场对精品电视剧需求增加,制作机构为了出产精品电视剧,在剧本、演职人员、拍摄和后期制作等方面的投入不断加大,也带来了成本的上升。虽然制作成本逐年上升,但是,通过不断提高电视剧整体质量,拓宽营销渠道,使电视剧销售价格持续攀升,总体利润水平稳中有升。

电视台参考企业以往作品收视率、人员知名度以及市场需求,判断电视剧价格。其中各电视台为了获得较为稀缺的精品剧播放权,会相应提高精品剧购买价

格，因为只有精品剧才有助于电视台提高收视率和广告收入，因此精品剧制作公司议价能力更强。目前，电视剧行业中的电视剧制作机构制作水准和利润水平参差不齐。制作水准和利润水平较低的制作机构必然会在行业发展过程中处于劣势甚至被淘汰，这将有利于促使精品电视剧制作机构的市场份额不断提高。

近年来，网络客户正逐渐成为电视剧的主力购买方，对电视剧行业整体利润增长起到了积极作用。电视剧发行价格受投资成本、质量、播出时间等因素影响。一般情况下，黄金时段播出的高质量精品剧的毛利率水平高于平均水平，而非黄金时段播出的电视剧的毛利率则低于平均水平或不能盈利。因此电视剧制作质量的差异化必将导致不同档次的电视剧企业之间利润水平的分化，着这有助于电视剧市场健康发展。

16、纪录片行业的行业情况和竞争格局

我国的纪录片行业主要由电影纪录片和电视纪录片组成，其制作、审批和发行同传统电影、电视剧一样受到广电总局的指导和管理，随着最近几年例如《舌尖上的中国》、《超级工程》、《变形计》等优秀系列纪录片的热播，国内的纪录片市场正在逐步兴起新的讨论热潮。国内纪录片的发展起步较晚，其行业未来的想象空间非常巨大。目前，纪录片市场的行业情况和竞争格局，可以参考本说明书之“行业情况和竞争格局”的电影、电视剧相关内容表述。

17、广告行业的行业情况和竞争格局

我国的广告行业接近于完全竞争市场的行业情况，竞争程度十分激烈，业务模式和服务质量同质化程度较高，利润率较为平缓稳定，市场也较为饱和。随着传媒市场的不断衍化和发展，传统的广告业务正在酝酿新的嬗变。未来的广告设计与制作将进一步直面收视群体和消费群体，探索全新的多媒体或三维立体视听结合方式，给予收视群体全新的视听享受，最终目的是吸引消费者购买预期的广告产品或服务。

18、新媒体行业现状与分析

(1) 新媒体是通信技术、计算机技术、互联网技术和数字音像技术等信息技术协同进步的直接产物。同时，这种技术进步又形成了新的传播渠道和载体，塑

造了新的传播形态并带来了营销理念的变革，也带动了另一类新媒体的诞生。比如，数字有线电视、IPTV、手机电视、微博、网络视频等就属于技术进步直接催生的新兴媒体。它们利用数字电视技术、移动通信技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网和卫星等渠道，向用户提供图文、音视频、数据传输等信息和娱乐服务。而户外大屏幕、楼宇电视、车载移动电视等等新媒体，则是在技术进步基础上，通过营销理念创新，对渠道、载体商业价值进行再度开发的结果。

(2) 我国目前正在积极实施的互联网、移动网和电视网三网融合战略，将为文字、语音、数据、图像、视频等多媒体综合业务发展搭建一个前所未有的平台。这一国家战略的推进，将极大提高网络资源利用率，促进新媒体技术应用和产业形态的系统创新，对促进文化产业、信息产业以及其他现代服务业跨越式发展具有重大的影响力。

(3) 目前，我国处于从工业社会向信息社会转型的关键时期，社会网络化和网络社会化的推进速度都十分迅猛。一方面，整个社会的网络化程度迅速提高，网络技术开发运用、网络基础设施建设、网络资源开发、网络用户培养等全面有序发展。另一方面，网络对经济发展和社会进步的作用日益显著，网络应用日益普及，网络的社会化水平不断提升。随着网络技术不断升级，功能日益多元化。一方面，与社会生活联系紧密的应用发展，如网络媒体、网络通讯、电子政务、网络金融等；另一方面，网络应用的专业性大大加强，专业信息服务与行业应用已成为互联网应用发展的重要趋势。社会网络化和网络社会化的发展态势，使得新媒体不仅对传媒领域产生重大影响，而且催生了以信息技术为支撑、以新媒体为媒介的新媒体文化，改变了传统的信息生产和存在方式，深刻影响着社会、消费群体的生活习惯和行为方式。比如，在不远的未来，消费者可以通过 4G 手机在线购买电影电子票，瞬间下载最新上映的超高清电影，带上智能影像视听模拟设备，在任何地方都能随时体验过去在影院才有的震撼视听体验，这种自由自在、不受时间空间约束的购播消费，可能在线票价远远低于影院公映票价，而这两者的票价差额却可以由新媒体广告商来为消费者买单。

(4) 作为文化传媒行业新媒体业务的典型代表,“自媒体”节目和“网络剧”是当今时代娱乐快餐文化盛行体系下的时髦艺术载体,任何人可以通过虚拟的网络技术将自己的思想、观点和认知以多媒体视频的方式传输到四面八方。随着“明星效应”、“粉丝社交”与“闭环经济”等新兴概念的甚嚣尘上,专业媒介可以通过新媒体捕捉点击率的方式参与传统媒体渠道的收视竞争,获取独立的线上线下互动收益。中国的文化传媒市场正处在一个高速发展的通道中,互联网时代的到来赋予了传媒公司更多的商业选择,文字、游戏、影视、动漫等细分文化产业不再是独立的个体,而将成为交叉融合的状态,这种融合本身也将成为一种趋势。

19、新媒体行业主要特征

(1) 传播媒介的融合与泛化

在数字技术的推动下,传统媒体纷纷开辟电子化、数字化的新型平台,与受众沟通,一改过去单纯依靠一个平台单打独斗的状况,伴随着 3G 手机的普及,手机成为新的客户终端,手机电视、手机报纸、手机广播、手机播客不断升级媒体传播平台。另一方面,来自互联网的整合力量也在不断强化,互联网以其多媒体特性、超文本特性提供电子邮件、网络电视、网络广播等服务,同时整合报纸、电视、广播、杂志、书籍、图片及人际传播的媒介属性。媒介的双向融合导致了信息的爆炸,传播的泛化。在数字技术的推动下,各种媒介在新的平台上实现了融合,使信息的传播路径得以空前的延伸,传播范围不再有边界,传播速度超越任何传统媒体。与此同时,信息的泛滥,信息的非专业化处理,使信息传播的权威性大大衰减,使公众更加难以判断事情的真相,大大增加了信息的整体模糊性。

(2) 传播过程的即时性

对传统媒体而言,报纸发行周期最长,当天的新闻只能第二天见报,广播电视传播更快,但在信息采集到公众接收之间仍然有一个制作过程。网络彻底地打破了传播者和接受者之间的时间差,可以同步传播,同步接收。新媒体的即时性传播,不仅消除了传播者与接受者之间的鸿沟,也消除了不同信息载体之间的鸿沟。因为集中了电子信息 and 数字化技术,新媒体能将图像、声音、图片、文字等信息内容集为一体。文字、声音、图像和视频等不同信息载体之间的复制、转化,

在新媒体平台上都可以瞬间完成，迅速加工传递，随时报道，保障公众的知情权。另一方面，对于新媒体信息的监管难度大大增加，虚假信息也呈几何级数增长，使新媒体在时效性大大增强的同时，权威性也大打折扣。

（3）受众成为传播主体

在传统媒体中传播者是经过专业训练的资深人士，编辑记者都是需要经过专业训练才能进入行业。因此，在传统媒体中，传播者和受众的界限十分清晰，受众就是受众，受众只能单向地接收信息，受众自身因为既没有传播渠道，又没有专业的内容，很难成为传播者的角色。但在新媒体时代，随着自媒体的兴起，传统的传播模式被彻底打破，受众不仅作为信息的接受者而存在，而且可以同时成为传播者，新媒体的平台为每一个受众提供了发布、传递信息的技术支持。这一改变，使新媒体的传播者范围远远大于传统媒体，各种组织机构、群体个人，甚至不同社会阶层、不同利益群体都参与进来，发出自己的声音。

（4）多层次的互动

新媒体把传统媒体的线性传播模式提升为网络式的传播模式，传播者不再只是通过一个渠道传播信息，而是通过无数个与之相连的网络状渠道发送信息。与此同时，在信息的发布过程中，信息的反向流动可以同步实现，这样，原创信息和反馈信息可以同步传播，形成新的信息再一次推向受众。反向传播为受众参与互动提供的极大的便利性，一个受众参与对一个媒体来说不算什么，当千百万的受众共同参与互动的时候，如《超级女声》、《中国好声音》和《爸爸去哪儿》等电视活动，其带来的影响力和商业价值将迅速膨胀。互动性是网络媒体传播的本质特征之一。这种互动的丰富性体现在：个人与个人的互动；个人与群体的互动；群体与群体的互动；个人、群体与大众的互动。每一种互动模式都是一种传播模式，都有可能带来新的媒体模式变革。

（5）信息内容的海量繁杂和多元化

互联网将全世界的计算机连接起来，形成了一个巨大无比的数据库，网上的信息无所不包，互联网的信息量可以做到无限量。就传统媒体而言，报纸苦于版面有限，广播、电视限于时段固定，不得不对许多材料忍痛割爱。数字化媒体改

变了以往媒体信息受控严格的局面，使信息的传播流通更为自由，改变了以往媒体地域性传播的特点，使传播的范围扩大至全球，任何人在任何地点、任何时间都可以与其他任何人进行任何形态信息的交流沟通，新媒体的内容空间宽广无际，新媒体空间上的开放性导致了新媒体传播地域上的全球覆盖。时间与空间的开放性导致了信息的海量储存，可以横向容纳世界各地的信息，超越主权国家传统国界的信息交流日益便利、迅捷，国际间流通的信息量日益增多，内容日益繁杂，受众面日益扩大，国内多重复杂的信息互动如火如荼。由于新媒体的高度开放性，使得新媒体空间的信息呈现价值观多元的现状，不同文化的交流碰撞频繁，由于没有直接和实质的利害冲突，因而可以容纳多元的价值观共存。

20、影响新媒体行业的有利因素和不利因素

(1) 有利因素

1) 计算机、网络和数字技术的迅速发展

新媒体技术出现于 20 世纪中后期，以计算机的发明和网络技术的应用为科技基础和最主要的标志。除了计算机的发明和网络技术的应用这两件标志性的事件之外，数字技术的诞生和发展才是新媒体出现的最基本的科技基础。数字技术是电话、电脑、电视走向融合,发展多媒体的技术基础；数字技术使信息生成与采集、信息分配、信息处理、信息存储、信息显示归并为信息内容、信息网、信息社会三大行业；数字技术使产品的成本相对其他技术而言随着产品的增多而变得更低,有利于面向需要大量产品的大众市场。

2) 新兴互联网应用迅速扩散，网民飞速增加

近几年来，随着“宽带中国”战略的实施，网速不断提高，互联网的普及率也在不断上升。数据显示，截至 2014 年 12 月底，中国网民规模达到 6.49 亿，互联网普及率为 46.9%，网民数量位居全球第一。较 2013 年底提升 1.1 个百分点。从趋势来看，随着 4G 的推出，以及市场预计将下调费率，将有望促进互联网普及率的进一步上升。与此同时，我国网民的互联网应用习惯出现显著变化，包括新型即时通信、微博等在内的新兴互联网应用迅速扩散，一些传统的网络应用使用率明显下滑，显示出互联网发展创新速度之快。

3) 网络视频用户持续增长，使用率回升

互联网普及率的提升也给网络视频用户数的提升打开了空间，2007年以来，中国网络视频用户呈现持续稳定增长的态势，根据最新《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2014年12月，我国网民规模达6.49亿人，互联网普及率为47.9%，较2013年底提升2.1%，手机网民规模达5.57亿人，较2013年底增加5672万人。这主要得益于多方面的原因：首先，近年来，网速的不断提升，使得用户网上收看视频的体验更好，使用意愿增加；其次，网络视频企业更加注重视频质量，不断提供高质量版权的影视内容，而且更加注重原创性与及时性，常以首发、网络直播等形式播放，提升了网络视频品质；最后，得益于影视产业高速发展，热播电影、电视剧以及综艺节目越来越多，带动了网络视频产业繁荣。

(2) 不利因素

1) 媒介成本高，造成信息资费居高不下

新媒体是一个高知识、高技术、高投入的现代产业部门，属于资金密集型、智力密集型产业，无论节目内容制作还是节目传输，其发展和运营都需要投入巨大的资金和人力。而随着观众欣赏水平的提高，节目的艺术性、观赏性的要求越来越高，节目制作和创新都需要大量资金投入。无论我们从电子数字设备的成本来计算，还是从运营成本计算，这笔费用总要分摊到每一个用户头上的。所以，在这样高的媒介成本下，信息资费过高，成为了制约新媒体发展的瓶颈。

2) 恶性竞争严重

新媒体时代打破了各个产业之间的分工界限，过去拥有不同客户、不同需求、各自独立的产业相互渗透的趋势越来越强烈，另一方面，产业链上下游各环节之间的融合要求也越来越迫切。新媒体属于新兴产业，同样也属于新型产业。一个新产业的兴起，必然伴随着众多的竞争压力，其中不乏一些恶意的竞争，这些恶意的竞争不仅破坏了市场，同时也极大的阻碍了新兴媒体的发展。

3) 法律建设不完善

因为新媒体于2006年诞生至今，时间尚短，尚属于一个新的产业名词，更谈不上产业的规范化。那么，法律层面的不完善也是必定的，从而使许多典型化

的问题得不到行之有效的规范化管理。2008 年之后，广电部门与电信部门的协调管理问题对新媒体业务发展造成的负面影响越来越明显，特别是数字电视、手机电视、网络电视等一批业务市场潜力巨大，却都受到政策因素制约，发展方向不清晰，这又为中国新媒体业务的拓展增添了一定的不确定性。

21、新媒体行业利润水平变动趋势及原因

传媒行业 2013 年营业收入和净利润分别为 1104 亿元和 129 亿元，同比分别增长 19.4%和 25.6%。2014 年一季度营业收入和净利润分别为 264 亿元和 37 亿元，同比分别增长 21%和 42%，新媒体表现较好。在经济转型和消费升级的大背景下，传媒行业尤其是新媒体基本面向上，业绩良好。

细分来看，网络视频、电影动画等新媒体表现较好。电影动画因为投资收益贡献主要业绩的原因，导致净利润增速远超营收增速，而网络视频表现相对较好，净利润增速为 48.5%。

网络视频行业收入构成包括广告、版权分销、视频增值服务、其他（付费和游戏联运等）。

（1）广告

广告目前仍然是网络在线视频企业最主要的营收来源，广告模式也是在线视频行业最为成熟的盈利模式。在线视频行业想要维持广告营收的持续快速增长，还是要以优质且迎合大众口味的内容作为突破口。

（2）版权分销

最近两年起视频企业采购版权内容趋于理性，早在 2011 年，中国视频企业对于购买版权内容表现出了极大的热情，从而也助推了版权内容价格快速上扬，乐视等视频企业的版权分销收入也增长迅速。而自从进入 2012 年以来，各大视频企业对于版权内容的购买逐渐变得理性，版权内容的价格逐步回落。视频企业间的整合也加剧，内容差异化趋势更加明显，针对用户群体不同，投入更加有的放矢，趋于理性，内容竞争减少，因此版权分销收入份额出现下降。

未来由于自制能力和自制内容比重的提高，自制内容的版权分销将会代替目前已购买版权内容的二次分销，二次分销则主要以合作共享的模式展开，长期来

看依然会有一定增长。

(3) 收费

中国用户多年来版权意识不强，习惯于用免费资源，根据 CNNIC 数据，目前，只有 10%左右的视频用户有过付费收看视频的经历，比例较低。当前视频清晰度相对不高、盗版横行、用户习惯等因素影响了用户的付费意愿，使得视频企业的营收仍以广告收入为主，但放眼未来，随着网速加快，以及上网资费的降低，网站能提供高清及时的影视资源，用户的付费意愿必然会提升，相对于刚刚起步的付费视频业务，付费视频行业潜力巨大。

(三) 行业的风险特征

1、公司处于具有意识形态特殊属性的重要产业，受到国家严格的监督和管理。国家对影视剧市场准入、制作许可、内容审查、发行等环节制定了严格的监管措施。国家的监管政策贯穿于公司业务的整个流程，对公司影视等业务的开展构成较为重要的影响。

2、中国的影视剧市场逐步通过竞争机制实现优胜劣汰，生产调节更加市场化。因此文化传媒行业有竞争加剧的风险。

3、广播影视是文化事业产业的重要组成，是知识产权密集型行业，知识产权是广播影视事业产业发展的战略性资源和核心要素。著作权是影视剧行业最重要的知识产权，影视剧等生产过程中不可避免会用到他人的智力成果，因此影视作品存在多方主张知识产权的情况，存在因版权问题引发主张权利纠纷的风险。

4、随着经济发展、物价上升以及国家政策支持，影视剧行业快速发展，吸引了大量行业外资金的涌入，各类制作公司良莠不齐。这些因素导致了影视剧剧本费用、演职人员、道具费用等各类成本不断上升，另外虽然精品剧等少量优秀作品外，多数影视剧难以获得理想发行价格，公司投资制作的影视剧存在利润空间下降的风险。

5、随着新媒体的业务模式进一步成熟，版权积累达到一定规模后，新媒体

市场的采购价格有回落的潜在可能，进一步影响到影视剧在新媒体的销售。

6、影视剧播放政策的变化对影视剧公司作品在未来销售形成一定风险。

7、影视剧行业属于人才密集型行业，尤其是现在消费者对精品剧的需求更加强烈，影视剧行业对专业人才需求越来越大，人才争夺越来越激烈，存在人才不足的风险。

8、影视剧销售由于电视台等采购方一般在电视剧播出完毕一段时间后付款而存在应收账款金额较大的风险。另外，影视剧制作企业收入确认普遍存在跨期现象，导致现金的流入流出不均衡，使得公司的现金流波动较大，一旦不能及时获得所需资金公司的生产和盈利水平将受到影响，进而进一步影响公司提高竞争力。

9、存货占总资产比例较高是影视剧制作企业的行业特征。存货占比较高，构成了公司的经营风险，另外政府补助政策的变化也对影视剧公司的发展构成一定影响。

（四）公司在行业中的竞争态势

1、公司在行业中的竞争地位

公司自成立以来坚持优质精品路线，依托对剧本的创作和控制能力，成功构建起“精品影视内容创作运营平台”。利用该平台，公司实现了对全方位创作人才的挖掘和聚合，进行电视剧、电影、网络剧等多类型优质精品影视剧内容的生产和运营。

公司成立至今多次斩获多类奖项和殊荣，重大的奖项和记事如下：

a、2009年，与上海世博会签订合作伙伴关系，成为世博会宣传视频的服务商；

b、2010年，与英国“Paradigm Productions”签订亚洲战略合作协议并设立香港代表处；

- c、2011年，设立同济大学电影学院教学点，并成立“影视联合创作机构”；
- d、2012年《世博小达人》荣获第六届德国科隆国际电影节“中国单元最佳影片”；
- e、2012年《志愿者日志》入选上海市重大文艺创作领导小组办公室重点电影；
- f、2013年《上海25小时》荣获“2013土豆映像节”MV最佳原创奖；
- g、2013年《现场直播》拍摄完成。

2、公司的竞争优势和劣势

（1）公司的竞争优势

1) 技术和经验优势

公司自成立伊始就非常注重提供影视作品制作的实施与内容供应，并通过有序引进、持续培训等方式逐步完善项目团队，为项目正常运行和高品质服务供给提供了有力保障。

2) 人才优势

公司的核心成员大多来自国内专业影视传播与制作的专业人士，拥有扎实的理论知识和丰富的服务经验，对国内本土市场及项目运作有着深刻的理解和认识。

3) 行业应用及资源整合优势

目前公司提供的业务支撑涵盖了电影电视剧、纪录片、广告和新媒体综合营销，充分汲取和整合了行业内的优秀资源，开展跨行业的优势互补与盈利创收。自公司成立以来，始终坚持贴近客户、“接地气”的亲民化发展策略，获得了客户的一致认可。

（2）公司的竞争劣势

1) 公司规模较小，资金实力不强

截至 2014 年 12 月 31 日，公司总资产为 3,023 万元，当年全年的营业收入为 262 万元，与业内知名同行业竞争对手相比，企业规模和盈利能力差距较大。公司目前已经具备了良好的管理能力和丰富的储备项目，具有进一步人才扩充的基础，未来的发展仍需要不断的引进优秀人才和扩大企业规模。

2) 公司品牌观众知名度有待提升

由于公司处于成长期，规模在业内较小，观众对于品牌的认知度较为有限，公司当务之急也在采取多种方式提高公司的知名度和美誉度，争取捕捉更多的“粉丝”认可并忠于影达传媒的品牌，形成优良的行业口碑与独树一帜的发展风格。

3) 融资渠道较为有限

随着公司业务覆盖范围的扩大与节目制作投资需求的加大，公司业务的开展对资金的要求也水涨船高。由于公司轻资产的特性，债务性融资渠道相对不够丰富，这在一定程度上限制了公司成长期的高速发展。如果公司得以增加直接融资的渠道，将可以顺利突破资金实力制约的瓶颈，迅速扩大企业规模，做大做强主业。

3、公司采取的竞争策略和应对措施

(1) 竞争策略

公司战略定位是围绕影视文化运作中的创作、制作、宣传、营销以及衍生品开发的产业体系而展开各项业务，公司的市场竞争策略包括三个“五年”规划：

第一个五年：2009 年 1 月—2013 年 12 月（成立成长期）：

- 1) 厘清主营业务；
- 2) 积累行业资源；
- 3) 丰富优质商业项目储备，突出竞争核心优势；

第二个五年：2014年1月—2018年12月（快速发展期）：

- 1) 预期2015年完成新三板挂牌，参与资本市场运作；
- 2) 加速公司增长，实现品牌效应与资本效应的双赢结合；
- 3) 力争公司品牌与规模进入行业内本地民营公司前五名；
- 4) 2016年着手准备更大力度的资本市场运作。

第三个五年：2019年1月—2023年12月（规模化发展期）：

- 1) 公司进入文化产业多元化经营领域；
- 2) 利用上市后的融资渠道迅速扩张，产生规模化效应。

（2）差异化经营策略与应对措施

1) 注重项目的前期开发与储备

在公司的前期初创阶段，优质项目的开发与储备是公司商业运行过程中的重中之重，公司的业务模式和规模决定了其不会将所有资源与资本单独投资于某项单一项目，而是多管齐下各出其兵，以最有限的资本同时开发不同的项目。在开发题材的过程中，公司运用自行总结出的一套行之有效的办法，即“1+1=1的模式”（由社会资源中的一个成熟专家，如职业导演或职业编剧，带领影达团队固定的一个项目组，如文学组，共同开展创作工作），以无缝对接的师徒制推动项目的执行，待到项目成熟之后正式建组。

2) 重点拓展第三屏（新媒体）的播出终端

一般而言，第一、第二屏（电视、电影院）是华谊兄弟、光线传媒、海润影视等行业领先者参与厮杀争夺的重地，市场份额和市场占有率较高，但新媒体渠道尚不是这些一线大公司追逐的主流盈利腹地。公司十分看好新媒体第三屏的发展前景，为了争夺这一领域，公司为其开发了专注走精品路线的网络剧《一天世界》、根据大型纪录片剪辑的网络版《服装里的中国》以及走“短、平、快”路线的棋牌类真人秀节目《达人开牌》。未来公司还将在寻求传统媒体合作的同时

充分挖掘第三屏的潜力，与之建立良好的合作机制，以尽快争取在这一块确立独一无二品牌地位。

3) 公司未来的赢利方向——内容的附加值

公司从成立初期至今一直致力于成为出类拔萃的影视文化内容供应商。影视文化的特性是，它既是内容也是载体，公司的目标和任务之一是充分挖掘它作为载体的商业价值，获得最大的创收空间。比如，公司开发了《宿达十二星座》的十二个形象品牌，通过自有文化内容的植入与宣传渠道的搭建，充分提升品牌价值，继而为未来创作自主动画片、品牌授权经营等做好铺垫；新近开发的棋牌类真人秀节目《达人开牌》系列，充分结合游戏公司的开发与营销需求，营造互相交叉的互动理念。公司对于所有项目的投资均注重项目带来的附加价值，项目内容本身可以有一个赢利空间，每个项目的附加价值通过载体的市场价值达到利益最大化，才是公司最关注和期待的。

4) 控制公司成长风险性——产业布局的多样化

公司十分看重文化的传承与品牌的积淀，在项目储备上具有一定的优势，在项目的开发中体现了一定的科学性和实践性；在主营的四大板块业务——电影电视剧、纪录片、广告、新媒体综合营销上，采用的是创作与服务相结合的发展模式。电影是高风险高收益行业，为了有效控制经营风险，公司管理团队在项目投资中严格控制投资比例，并尤其注重合作方的资源贡献；我国纪录片市场还处在发展初期阶段，但是《舌尖上的中国》系列美食类纪录片的一炮打响，树立了中国式的文化纪录片里程碑，也实现了内地影视纪录片市场的觉醒，可以预见未来将不断有优秀的纪录片进入消费者的视野。公司也加大了这一领域的投入，重点铺设于人才架构、播出渠道的建设中，广告与综合营销属于纯服务的行业，基本排除商业风险，公司进一步加大这方面的业务的营收，也是一个降低公司运营风险最有效的办法之一。

第三章 公司治理

一、公司治理机制的建立及运行情况

(一) 股东大会、董事会、监事会制度的建立健全及运行情况

有限公司期间，公司依照《公司法》和《公司章程》设立治理结构，设立执行董事和监事，在公司增资、股权转让、变更公司经营范围等重大事项各股东均达成一致意见并切实履行了相关决议。该期间内，公司股权结构、人员结构都较简单，并且股东、管理层对于公司治理的理解也不深入，执行过程中存在着不规范的情况，例如在股东会的召开上有不规范之处，存在会议通知不及时和会议书面记录不完整、存档无序号等情形。

股份公司成立后，公司依法建立健全了法人治理结构，股东大会、董事会、监事会依法规范运作并履行职责，未发生违法违规行为，公司法人治理结构和内控制度得到完善。

1、股东大会

股份公司设立后，公司以股东大会为公司的权力运行核心，严格依据《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务。股东大会决议通过并确立《股东大会议事规则》为股东大会议事决策的基本制度。公司股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权利，决议公司事务。公司股东大会决定公司经营方针和投资计划，审议批准公司的年度财务预算方案和决算方案。对涉及关联交易的事项，关联股东实行回避表决制度。

截至本说明书签署日，公司共组织召开了5次股东大会，历次股东大会均按照《公司章程》和《股东大会议事规则》规定的程序召集、召开、表决，决议、会议记录规范。股东大会对公司的战略发展规划、章程修订、董事和监事的选举、公司重要规章制度制定和修改、公司的重大经营事项、进入全国股份转让系统挂牌等重大事项的决策据依照相关规定作出了有效决议。

2、董事会

公司董事会是股东大会的执行机构，公司制订了《董事会议事规则》为董事会议事决策的基本制度。公司董事会严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利。公司董事会负责制定财务预算和决算方案；在权限内，决定公司的风险投资及公司运营行为，建立并执行严格的审查和决策程序。

截至本说明书签署日，股份公司共组织召开了 5 次董事会，在《公司章程》和《董事会议事规则》规定的职权范围和程序内对各项事务进行了讨论决策，除审议日常事项外，对公司管理人员任命、内部机构的设置、基本制度的制定、重大投资、关联交易、公司治理机制的有效性评估等事项进行审议并作出了有效决议；同时，对需要股东大会审议的事项及时按规定提交股东大会审议决定，切实发挥了董事会的作用。

3、监事会

公司监事会是公司内部的专职监督机构，对股东大会负责。公司制定《监事会议事规则》作为监事会议事决策的基本制度。公司监事会严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利。监事会由三名监事组成，其中除职工代表一名由公司职工代表大会选举产生外，其余两名由公司股东大会选举产生。公司监事会设监事会主席一名。

截至本说明书签署日，公司组织召开了 2 次监事会，会议的召集、召开均遵守了《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》规定，监事会成员列席公司董事会和股东大会，公司监事会对董事会的决策程序、公司董事、高级管理人员履行职责情况进行了有效监督，并对公司治理机制的有效性进行了评估，在检查公司财务、审查关联交易、促进公司治理完善等方面发挥了重要的监督作用。

（二）公司股东大会、董事会、监事会和相关人员履行职责情况的说明

公司股东大会、董事会、监事会的成员符合《公司法》的任职要求，能够按

照《公司章程》及“三会”议事规则独立、勤勉、诚信地履行职责及义务，按时按期参加会议并参与重大决策事项讨论与决策，促进公司的良好发展。公司目前未引入机构投资者。公司监事会能够较好地履行对公司财务状况及董事、高级管理人员的监督职责，职工监事通过参与监事会会议对于公司重大事项提出相关的意见及建议，督促公司规范运作。由于股份公司成立时间尚短，公司董事、监事、高级管理人员需要加强相关法律法规和公司章程、制度的学习，不断提高规范运作意识，以勤勉、尽责的履行岗位职责。

二、公司董事会对现有治理机制的讨论和评估

2014年10月15日，股份公司召开第一届董事会第二次会议就公司现有治理机制的建立和运行有效性进行了专项讨论和评估，并将议案提交公司2014年第二次股东大会审议通过。

公司董事会认为，公司目前已经建立了适合公司发展规模的内部治理结构，《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易决策管理办法》等内部控制制度明确规定了机构之间的职责分工和相互制衡、投资者关系管理、纠纷解决机制、累积投票制、关联股东和董事回避以及财务管理、风险控制等制度。公司董事、监事、高级管理人员符合《公司法》的任职要求，能够按照公司章程及三会议事规则独立、勤勉、诚信地履行职责及义务。股份公司会议召开的程序、决议内容没有违反相关制度规定的情形，也没有损害股东、债权人及第三人合法利益的情况；公司三会会议的通知、召开、议事、档案保管等环节均严格按照相关制度运作，充分保证全体股东，尤其是中小股东的知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

同时，公司通过不断完善内部控制制度进一步规范公司运作，对相关事宜建立制衡机制，维护全体股东利益。由于股份公司成立至今时间尚短，公司将在保荐机构的督导下，不断强化董事、监事、高级管理人员合法合规运作的理念，提高公司治理的水平。同时，公司将严格规范公司治理机构和相关人员的职能，加强监事会的监督作用，通过投资者关系管理等内控制度促进小股东在内的全体股东的合法权利得到切实的保障。

三、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司召开的第一届董事会第二次会议，通过了上《海影达文化传媒股份有限公司董事会对公司治理机制的评估报告》（以下简称“《治理机制评估报告》”）。

《治理机制评估报告》指出公司现有治理机制给股东提供了适当的保护，并且得到了有效执行，具体内容如下：

（一）股东权利的保护情况

公司依据《公司法》、《证券法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》等有关规定，结合公司的具体情况制定了公司章程、信息披露管理办法、关联交易决策管理办法、重大投资决策管理办法及三会议事规则等健全的法人治理结构制度体系，为全体股东提供合适的保护，切实保障了股东的知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

1、股东享有的权利

- （1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；
- （2）依法请求、召集、主持、参加或者委托股东代理人参加股东大会、并行使相应的表决权；
- （3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；
- （4）依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；
- （5）查阅公司章程、股东名册、公司债券存根、会议决议及记录、财务会计报告；
- （6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；
- （7）对股东大会作出的合并分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；
- （8）法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他权利。

2、对股东权利的保护

(1) 对获取公司信息的保护

《公司章程》第二十八条规定：股东提出查阅前条所述有关信息或索取资料的，应当向公司提供证明其持有公司股份的种类以及持股数量的书面文件，公司经核实股东身份后按照股东的要求予以提供。

《信息披露管理办法》规定：1、公司信息披露的基本原则是：相关信息披露义务人依法披露的信息应当合法、真实、准确、完整、及时地披露信息，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。相关信息披露义务人应当同时向所有投资者公开披露信息；2、公司应及时披露对公司股票价格可能产生重大影响的信息，并按规定程序送达主办券商及全国中小企业股份转让系统有限责任公司；3、在公司的信息公开披露前，公司及其董事、监事、高级管理人员及其他知情人员有责任确保将该信息的知情者控制在最小范围内，不得泄露未公开重大信息，不得进行内幕交易或者配合他人操纵股票及其衍生品种交易价格。一旦出现未公开重大信息泄露、市场传闻或股票交易异常波动，公司及相关信息披露义务人应当及时采取措施。

(2) 对股东投资收益权利的保护

《公司章程》第一百二十六条规定：公司可以采取现金或者股票方式分配股利，按股东在公司注册资本中各自所占的比例分配给各方。

(3) 对股东参与重大决策权利的保护

《公司章程》规定：1、公司召开股东大会，单独或合并持有公司百分之三以上股份的股东，有权向公司提出提案；2、股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过，包括公司增加或减少注册资本；公司的分立、合并、解散和清算；公司章程的修改；股权激励计划；公司在一年内购买、出售重大资产或担保金额超过公司最近一期审计总资产百分之三十的等其他事项；3、公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，为股东参加股东大会提供便利。

（二）内部管理制度建设情况

1、投资者关系管理机制建设

根据公司股东大会批准的有关制度规定：1、投资者关系管理应当遵循充分披露信息原则、合规披露信息原则、投资者机会均等原则、诚实守信原则、高效互动原则；2、投资者关系管理工作的主要职责包括制度建设、信息披露、组织策划、分析研究、沟通与联络、维护公共关系、维护网络信息平台、其他有利于改善投资者关系的工作；3、公司与投资者沟通的方式在遵守信息披露规则前提下，公司可建立与投资者的重大事项沟通机制，在制定涉及股东权益的重大方案时，可通过多种方式与投资者进行沟通与协商。公司与投资者沟通方式应尽可能便捷、有效，便于投资者参与，包括但不限于：信息披露、股东大会、网络沟通平台、投资者咨询电话和传真、现场参观、业绩说明会和路演、媒体采访或报道、邮寄资料。

2、纠纷解决机制建设

公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间若发生涉及章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决。协商不成的，应提交上海仲裁委员会仲裁解决。

3、累积投票制建设

《公司章程》第五十八条规定：股东大会选举董事、监事，可以实行累积投票制。累积投票制，是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

4、关联股东、董事回避制度建设

《公司章程》第五十六条规定：股东大会审议事项时，关联股东应当回避，不应当参与该关联事项的投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

《公司章程》第九十一条规定：董事会审议事项时，关联董事应当回避，不应当参与该关联事项的投票表决。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席

即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

《关联交易决策管理办法》第三条（四）规定：关联方如享有股东大会表决权，除特殊情况外，应当回避表决；与关联方有任何利害关系的董事，在董事会就该事项进行表决时，应当回避，若无法回避，可参与表决，但必须单独出具声明。

5、财务管理及风险控制机制建设

《公司章程》第八章第一节规定了公司的财务管理制度：1、公司应当在每一会计年度终了时编制财务会计报告，并依法经会计师事务所审计。财务会计报告应当按照有关法律、行政法规和国务院财政部门的规定制作；2、公司除法定的会计账簿外，不另立会计账簿。公司的资产，不得以任何个人名义开立账户存储。

公司已制定了人事、财务等风险控制制度。

（三）评估意见

公司根据相关法律法规、证监会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司发布的相关业务规则完善公司的治理机制，并结合公司实际情况，逐步建立健全了公司法人治理结构，制定了适应公司现阶段发展的内部控制体系，并已得到有效执行。

公司在所有重大方面内部控制制度的设计是完整和合理的，能够对编制真实、完整、公允的财务报表、公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行提供保证，能够合理的保证内部控制目标的实现。

这些内部控制制度虽已初步形成完善有效的体系，但随着环境、情况的改变，内部控制的有效性可能随之改变，本公司将随着管理的不断深化，将进一步给予补充和完善，优化内部控制制度，并监督控制政策和控制程序的持续有效性，使之始终适应公司的发展需要。

《治理机制评估报告》还指出公司在治理机制方面仍存在一些不足并提出了解决方法，包括：应不断完善公司内部控制制度；公司董事、监事、高级管理人员等相关人员需进一步加强对相关法律、法规及政策的学习和培训；持续吸引社会专业人才，提高专业人才在董事会、监事会、高级管理人员中的比例；进一步加强公司投资者关系管理工作。

四、公司最近两年存在的违法违规及受处罚情况

2015年3月6日，上海市工商行政管理局出具《证明》：“上海影达文化传媒股份有限公司自2012年1月1日至开具证明之日，没有发现因违反工商行政管理法律法规的违法行为而受到工商机关行政处罚的记录。”

最近两年，公司及控股股东、实际控制人不存在重大违法违规行为及因违法违规而被行政机关处罚的情况。

五、公司业务、资产、人员、财务、机构与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的独立性情况

公司在业务、资产、人员、财务、机构等方面与公司股东独立，且独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立完整的业务体系，具备独立面向市场自主经营的能力，能够独立运作、自主经营，独立承担责任和风险。

（一）业务独立性

公司主要从事影视作品的制作及衍生业务、广告的策划、设计与制作、新媒体营销与应用业务。公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或显失公平的关联交易。公司能完整运作研发、制作、推广各环节，配备相应的专职人员，拥有独立的业务流程，具备直接面向市场的独立自主经营能力。

（二）资产独立性

公司是由有限公司整体变更设立的股份公司，公司所拥有的全部资产产权明晰。公司所拥有资产主要包括商标、著作权、办公设备等相关经营资产，公司使用的办公场所系向第三方按照公允价值租赁。公司拥有所有权或使用权的资产均在公司的控制和支配之下，公司股东及其关联方不存在占用公司的资金和其他资产的情况，全部资产均由本公司独立拥有和使用。

（三）人员独立性

公司设立人力资源部，制定了明确清晰的人事、劳动和薪资制度。公司所有员工均按照规范程序招聘录用并签订了劳动合同。公司董事、监事及其他高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》等相关法律和规定选举产生，不存在违规兼职情况；公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人等高级管理人员和财务人员均专职在本公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任其他职务。

（四）财务独立性

公司设立财务部，配备专职财务人员，公司实行独立核算，能独立做出财务决策，具有规范的财务会计制度。公司开立了独立的基本结算账户，未与股东单位及其他任何单位或个人共用银行账户。公司作为独立纳税人，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务。

（五）机构独立性

公司根据自身业务经营发展的需要，设立了独立完整的组织机构，各机构和部门之间分工明确，独立运作，协调合作。公司根据相关法律，已建立了较为完善的法人治理结构，股东大会、董事会和监事会严格按照《公司章程》规范运作，公司的经营与办公场所与股东单位完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形。

六、同业竞争情况

报告期内，公司控股股东及实际控制人叶进锋、余慧玲曾分别持有海宁影达文化传媒有限公司 50%和 50%的股权，该公司经营范围包括：影视文化艺术活动组织策划，影视文化信息咨询、摄影摄像服务，电影、电视剧剧本策划等。该公司实际控制人所控制的其他企业。经核查，该公司自成立起从未开展过实际业务，与影达传媒不存在同业竞争情况。为规范公司治理和杜绝同业竞争可能性，2014年8月8日，叶进锋、余慧玲将持有的股权全部转让给无关联关系的自然人鲍旭旗和张法，叶进锋不在该公司担任职务。

报告期内，公司控股股东及实际控制人叶进锋曾持有上海聚利多媒体科技有限公司 15%的股权，该公司经营范围包括：媒体、电子科技领域内的技术开发、设计、制作各类广告，文化艺术交流策划、文教用品批发零售等。该公司属公司实际控制人参股的其它企业。经核查，该公司自成立起从未与影达传媒发生过业务往来。为规范公司治理和杜绝同业竞争可能性，上海聚利多媒体科技有限公司已于2014年6月17日注销。

公司控股股东及实际控制人叶进锋，除持有本公司股份以外，同时持有上海秋森商贸有限公司 50%股权并担任监事职务，持有福建维达电器有限公司 25%股权并担任监事职务。经核查，上述两公司与影达文化传媒股份有限公司在经营范围及业务开展上并无重合，不存在同业竞争情况。

为了避免今后出现同业竞争的情形，公司全体股东及全体董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均自愿出具《关于避免同业竞争的承诺》，内容如下：

“本人及本人所控制企业未来将不直接或间接经营影达传媒的核心业务，本人及本人所控制企业确需向自身客户提供同类业务、产品及服务的，本人及本人所控制企业将按市场化定价原则优先从影达传媒采购；

本人及本人所控制企业如与影达传媒存在潜在同业竞争，本人承诺，将在于影达传媒拟进一步拓展市场时，本人将优先将所持该企业的股权转让给影达传

媒，以解决潜在的同业竞争问题，如影达传媒放弃优先购买权，则本人将会将该企业的股权转让给无关联的第三方；

如影达传媒进一步拓展产品和业务范围，本人保证不直接或间接经营任何与影达传媒经营拓展后的产品或业务相竞争的业务，也不参与投资任何与影达传媒生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他经营实体。”

上海影达写实文化发展有限公司成立至今尚无实缴资本，也无任何业务收入产生。

作为公司控股的子公司，影达写实主要致力于纪录片的创作和拍摄，其前身是公司的纪录片事业部。为了给公司纪录片的采风、选景与接洽投资提供便利，公司于 2014 年 3 月将其分拆出来单设公司，其业务属于公司独立的垂直业务线，与公司电影、电视剧、广告及新媒体业务不构成同业竞争。

公司目前规模较小，多项业务支线作为独立的事业部，在总经理的带领下以扁平式的组织结构并行发展。为了更好地对各业务支线进行考核和管理，未来公司业务规模提升后，预备将各事业部分别分拆为独立的全资子公司进行管理。

由于目前只有纪录片事业部进行了独立分拆，班底人员以王晓彤为创作小组核心进行整体转移，项目的采编、统稿和推进进度未受影响。母子公司的纪录片业务衔接较为顺利，实际运作也符合公司多年扁平化运营管理的思路。

考虑到进一步减少及避免关联交易的目的，并且充分实现公司对子公司在人员、财务、业务上的控制，公司决定回购自然人股东王晓彤和余慧玲对影达写实持有的全部股份，使影达传媒对影达写实的持股比例达到 100%，从而落实影达写实成为影达传媒全资子公司的目标。这一计划与公司未来业务多元化并列发展、独立经营并单独考核的想法具有一定程度上的契合性。

为此，公司全体股东及全体董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均自愿出具了《关于避免同业竞争的承诺》及《关于减少及避免关联交易的承诺》。

由于影达写实在报告期内非公司全资控股子公司，影达传媒持股 67.50%，自然人股东王晓彤持股 22.5%，自然人股东余慧玲持股 10%，为了避免今后出现显失公允的关联交易，自然人王晓彤、自然人余慧玲已于 2015 年 3 月 25 日将其所持的影达写实的股权全部平价转让给影达传媒母公司，并已完成工商变更，本次变更后影达写实为公司的全资子公司。

此外，由于影达写实目前尚无经营收入且亏损金额较小，母公司尚未对其设立年度预算和考核指标。待其业务更加成熟之后，公司将通过董事会对其下达更有力的经营预期和管理措施。

七、公司权益是否被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害的说明

（一）公司关联方资金占用及担保情况

1、关联方占款情况

报告期内，2014 年年中公司曾借用给关联方王晓彤和影达写实项目备用金合计 40,800 元，截至 2014 年 12 月已悉数清理和归还。

2、为关联方担保情况

截至本说明书签署日，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

（二）公司关于关联方资金占用及对外担保的相关规定

为进一步完善公司治理，规范公司关联交易和对外担保行为，股份公司于创立大会暨第一次股东大会审议通过了《股份公司章程》、《关联交易决策管理办法》，并于第一届董事会第一次会议审议通过《对外担保管理办法》，以上公司制度就关联方及关联事项明确了具体的交易审批权限、审批程序、回避表决制度等事项作出了严格规定，为防止股东及其关联方可能发生的占用或者转移公司资

金、资产及其他资源的行为作出了制度性的预防安排。

1、《公司章程》明确了股东大会、董事会、高级管理人员对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，并建立了严格的审查和决策程序。

2、公司制定了《关联交易决策管理办法》，明确公司在处理与关联方之间的关联交易时的基本原则，对关联方、关联交易的界定、关联方回避制度以及关联交易的审批决策权限进行了具体规定。

3、公司制定了《对外担保管理办法》，规定“股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。股东大会审议连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的30%的事项时，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。实际控制人及其关联方提供的担保；公司为股东、实际控制人及其关联方提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。”

八、公司对外担保、重大投资、委托理财、关联方交易等重要事项决策和执行情况

（一）公司对外担保决策和执行情况

截至本说明书签署日，公司目前无对外担保情况。

（二）公司重大投资决策和执行情况

1、有限公司第一次出资设立子公司

2014年3月10日，公司召开临时股东会并作出设立控股子公司——上海影达写实文化发展有限公司的决议，认缴的注册资本为300万元人民币，其中股东分别为影达文化（投资202.5万元，占67.5%）、王晓彤（投资67.5万，占22.5%）

和余慧玲（投资 30 万，占 10%）。2014 年 3 月 21 日，该子公司完成工商登记注册并获取营业执照。根据股东会决议的相关内容，公司聘任叶进锋为执行董事，选举王晓彤为监事，任命李渊为总经理并记入子公司章程。

2、股份公司第二次出资设立子公司

经影达传媒 2014 年度第二次临时股东大会批准，2014 年 11 月 13 日，影达传媒设立“上海影达数字科技有限公司”（“影达数字”），注册资金 1,000 万元，性质为一人有限责任公司（法人独资）。该子公司完成工商登记注册并获取营业执照。截至本公开转让说明书出具日，影达传媒尚未对影达数字缴纳任何出资，影达数字实收资本为 0。影达数字《章程》规定股东认缴出资缴付期限为 2034 年 11 月 10 日前，目前不存在逾期缴付的情形。影达数字执行董事为叶进锋，监事为潘华刚，总经理为薛超斐，财务负责人为刘亚婷。

3、股份公司第一次收购子公司股权

经影达传媒 2015 年第一届董事会第三次会议决议，公司同意收购王晓彤、余慧玲各自持有的对影达写实 22.5%和 10%的全部股权比例，收购后上海影达写实文化发展有限公司成为影达传媒的全资子公司。由于影达写实尚未正式开展业务经营，注册资本尚未认缴，因此此次股权转让为平价转让。该次股权转让于 2015 年 3 月 25 日完成了工商变更。

公司在报告期内的重大投资行为履行了股东会审议决策程序，并得到有效执行，合法合规。

（三）公司委托贷款决策和执行情况

截至本说明书签署日，公司目前无委托贷款情况。

（四）公司关联交易决策和执行情况

报告期内的关联交易情况详见本说明书第四章之“关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”的相关内容。

九、公司董事、监事、高级管理人员重要情形的说明

（一）董事、监事及高级管理人员及其直系亲属持有本公司股份的情况

除本说明书第一章之“四、公司董事、监事、高级管理人员”之“（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股情况”所披露的持股情况外，本公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属不存在以任何方式直接或间接持有本公司股份的情形。

（二）董事、监事、高级管理人员之间相互亲属关系

本公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

（三）董事、监事、高级管理人员与本公司之间重要协议或承诺

截至本说明书签署日，公司董事叶进锋、杨智庆、朱坚、王晓彤、孔文波，监事潘华刚、戎鹰、谈龙娇，高级管理人员叶进锋、朱坚、王晓彤、连耘与公司签署了《劳动合同》和《保密协议》，全体董事、监事、高级管理人员均向公司签署了《避免同业竞争的承诺》及《关于减少及避免关联交易的承诺》。

（四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况：

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职单位职务	兼职单位与本公司关系
叶进锋	董事、总经理	上海秋森商贸有限公司	监事	关联方
		福建维达电器有限公司	监事	关联方
		上海影达写实文化发展有限公司	执行董事	子公司
		上海影达数字科技有限公司	执行董事	子公司
王晓彤	董事、副总经理	上海影达写实文化发展有限公司	监事	子公司

潘华刚	监事会主席	上海影达数字科技有限公司	监事	子公司
孔文波	董事	重庆笛女阿瑞斯影视传媒有限公司	制作总监	无关联
戎鹰	监事	上海东亚联合建筑设计有限公司	主任	无关联
		上海元隆投资有限公司	董事、总经理	无关联

经核查，重庆笛女阿瑞斯影视传媒有限公司（以下简称“笛女影视”）与影达传媒在经营范围上有重合之处，存在潜在同业竞争的风险。考虑到孔文波在笛女影视任职为制作总监，不属于高级管理人员的范畴，同时孔文波在影达传媒持股比例极小，并且影达传媒与笛女影视至今从未有过业务往来，孔文波并不存在因同业而对影达传媒产生的利益竞争的情形。孔文波本人已出具《避免同业竞争的承诺》及《关于减少及避免关联交易的承诺》，承诺今后将严格恪守避免同业竞争及杜绝不正当关联交易的义务。

（五）董事、监事、高级管理人员对外投资与本公司利益冲突情况

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员对外投资不存在与本公司利益冲突的情况。

（六）董事、监事、高级管理人员最近两年受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况

最近两年，公司董事、监事、高级管理人员不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施，亦不存在受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

（七）其他对本公司持续经营不利影响的情况

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对本公司

持续经营产生不利影响的情形。

十、公司最近两年董事、监事、高级管理人员变动情况及原因

最近两年，公司董事、监事及高级管理人员任职及变动情况如下：

人员	有限公司阶段	股份公司阶段
叶进锋	执行董事	董事长、总经理
余慧玲	监事	-
孔文波	-	董事
杨智庆	-	董事
王晓彤	-	董事、副总经理
朱坚	-	董事兼董事会秘书
潘华刚	-	监事会主席
戎鹰	-	非职工代表监事
谈龙娇	-	职工代表监事
连耘	-	财务负责人

有限公司期间，鉴于公司创业早期规模较小，治理结构较为简单，仅设立了一名执行董事和一名监事。为完善公司治理结构，公司 2014 年 8 月整体变更为股份有限公司，股东大会选举设立董事会，监事会并选举出相应任职人员。叶进锋任职董事长兼总经理，王晓彤为副总经理，朱坚为董事会秘书，连耘为财务负责人。

公司最近两年基于完善公司治理结构和充实管理岗位而引进和调整了部分人员，其目的在于建立和完善核心团队人员结构。

截至本说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员符合《公司法》和《公司章程》所规定的任职资格，能够正常有效的履行相应职责，有利于公司规范运作。公司经营方针明确，运营管理保持稳定，已经形成了较为稳定的公司治理结构，上述人员调整不会对公司持续经营造成不利影响。

第四章 公司财务会计信息

一、最近两年的审计意见、主要财务报表

（一）最近两年的审计意见

公司2013年度和2014年度财务报告已经具有证券从业资格的大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（大华审字（2015）003945号）

（二）最近两年的财务报表

1、公司财务报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）进行确认和计量，在此基础上，结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）的规定，编制财务报表。

2、公司合并报表范围确定原则、最近两年合并财务报表范围

本公司根据《企业会计准则第33号——合并财务报表》的规定确定合并范围。

报告期内，公司合并范围子公司情况如下：

子公司名称	合并日期
上海影达写实文化发展有限公司	2014年3月21日至2014年12月31日
上海影达数字科技有限公司	2014年11月13日至2014年12月31日

3、主要财务报表

（1）合并资产负债表

单位：元

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：		
货币资金	81,379.08	35,030.99
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		
应收票据		
应收账款	559,114.55	751,243.30
预付款项		
应收利息		
应收股利		
其他应收款	326,008.22	61,537.01
存货	27,571,637.52	26,693,153.31
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产		
流动资产合计	28,538,139.37	27,540,964.61
非流动资产：		
可供出售金融资产		
持有至到期投资		
长期应收款		
长期股权投资		
投资性房地产		
固定资产	1,280,715.85	294,844.85
在建工程		
工程物资		
固定资产清理		
生产性生物资产		
油气资产		
无形资产		
开发支出		
商誉		
长期待摊费用		
递延所得税资产	416,140.84	92,005.31
其他非流动资产		
非流动资产合计	1,696,856.69	386,850.16
资产总计	30,234,996.06	27,927,814.77

资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2014年12月31日	2013年12月31日
流动负债：		
短期借款		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债		
应付票据		
应付账款	1,214,000.00	588,128.40
预收款项	7,500,000.00	7,543,864.00
应付职工薪酬	156,054.65	346,325.62
应交税费	1,042,867.06	1,080,163.73
应付利息		
应付股利		
其他应付款	4,128,406.40	1,186,422.61
一年内到期的非流动负债		
其他流动负债		
流动负债合计	14,041,328.11	10,744,904.36
非流动负债：		
长期借款		
应付债券		
长期应付款		
专项应付款		
预计负债		
递延所得税负债		
其他非流动负债		
非流动负债合计		
负债合计	14,041,328.11	10,744,904.36
所有者权益：		
实收资本（或股本）	17,000,000.00	17,000,000.00
资本公积	154,045.16	334,800.00
减：库存股		
专项储备		
盈余公积		5,101.77
未分配利润	-960,030.13	-156,991.36
归属于母公司所有者权益合计	16,194,015.03	17,182,910.41
少数股东权益	-347.08	

负债和所有者权益	2014年12月31日	2013年12月31日
所有者权益合计	16,193,667.95	17,182,910.41
负债和所有者权益总计	30,234,996.06	27,927,814.77

(2) 合并利润表

单位：元

项目	2014年度	2013年度
一、营业总收入	2,615,720.77	1,700,776.72
减：营业成本	1,834,807.23	1,166,827.44
营业税金及附加	5,501.27	3,571.63
销售费用	29,889.10	37,063.60
管理费用	2,178,462.41	799,959.70
财务费用	4,568.76	752.04
资产减值损失	32,193.91	-55,569.52
加：公允价值变动损益		
投资收益		
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		
二、营业利润	-1,469,701.91	-251,828.17
加：营业外收入	157,000.00	30,000.00
减：营业外支出	676.08	3,000.00
其中：非流动资产处置净损失		
三、利润总额	-1,313,377.99	-224,828.17
减：所得税费用	-324,135.53	-21,920.86
四、净利润	-989,242.46	-202,907.31
五、其他综合收益		
六、综合收益总额	-989,242.46	-202,907.31

(3) 合并现金流量表

单位：元

项目	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	2,795,092.00	8,614,930.54
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	1,810,702.48	2,715,367.38
经营活动现金流入小计	4,605,794.48	11,330,297.92
购买商品、接收劳务支付的现金	2,411,208.96	10,634,400.30
支付给职工以及为职工支付的现金	1,058,912.98	9,010,595.15

项目	2014 年度	2013 年度
支付的各项税费	122,808.40	43,859.77
支付其他与经营活动有关的现金	920,372.05	611,686.98
经营活动现金流出小计	4,513,302.39	20,300,542.20
经营活动产生的现金流量净额	92,492.09	-8,970,244.28
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金		
取得投资收益收到的现金		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额		
处置子公司及其他营业单位收回的现金净额		
收到其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流入小计		
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	46,144.00	120,000.00
投资支付的现金		
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		
支付其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流出小计	46,144.00	120,000.00
投资活动产生的现金流量净额	-46,144.00	-120,000.00
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金		9,000,000.00
取得借款所收到的现金		
收到其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流入小计		9,000,000.00
偿还债务所支付的现金		
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金		
支付其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流出小计		
筹资活动产生的现金流量净额		9,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		
五、现金及现金等价物净增加额	46,348.09	-90,244.28
加：期初现金及现金等价物余额	35,030.99	125,275.27
六、期末现金及现金等价物余额	81,379.08	35,030.99

(4) 合并所有者权益变动表

2014 年度所有者权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	所有者权益合计
一、上年年末余额	17,000,000.00	334,800.00	5,101.77	-156,991.36		17,182,910.41
加：会计政策变更						
前期差错更正						
其他						
二、本年初余额	17,000,000.00	334,800.00	5,101.77	-156,991.36		17,182,910.41
三、本年增减变动金额		-180,754.84	-5,101.77	-803,038.77	-347.08	-989,242.46
（一）综合收益总额				-988,895.38	-347.08	-989,242.46
（二）所有者投入和减少资本						
1. 所有者投入资本						
2. 股份支付计入所有者权益的金额						
3. 其他						
（三）利润分配						
1. 提取盈余公积						
2. 提取一般风险准备						
3. 对所有者（或股东）的分配						
4. 其他						

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	所有者权益合计
(四)所有者权益内部结转		-180,754.84	-5,101.77	185,856.61		
1. 资本公积转增资本(或股本)						
2. 盈余公积转增资本(或股本)						
3. 盈余公积弥补亏损						
4. 结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动						
5. 其他		-180,754.84	-5,101.77	185,856.61		
(五)专项储备						
1. 本期提取						
2. 本期使用						
(六)其他						
四、本年年末余额	17,000,000.00	154,045.16		-960,030.13	-347.08	16,193,667.95

2013 年度所有者权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	3,000,000.00		5,101.77	45,915.95	3,051,017.72
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					
二、本年初余额	3,000,000.00		5,101.77	45,915.95	3,051,017.72
三、本年增减变动金额	14,000,000.00	334,800.00		-202,097.31	14,131,892.69
（一）综合收益综合				-202,097.31	-202,097.31
（二）所有者投入和减少资本	14,000,000.00	334,800.00			14,334,800.00
1. 所有者投入资本	14,000,000.00	334,800.00			14,334,800.00
2. 股份支付计入所有者权益的金额					
3. 其他					
（三）利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（或股东）的分配					
4. 其他					
（四）所有者权益内部结转					
1. 资本公积转增资本（或股					

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
本)					
2. 盈余公积转增资本(或股本)					
3. 盈余公积弥补亏损					
4. 结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动					
5. 其他					
(五) 专项储备					
1. 本期提取					
2. 本期使用					
(六) 其他					
四、本年年末余额	17,000,000.00	334,800.00	5,101.77	-156,991.36	17,182,910.41

(三) 财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况

1、财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为基础编制。本公司执行财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则—基本准则》和 38 项具体会计准则及其后续规定。

2、公司合并报表范围确定原则、最近两年合并财务报表范围

本公司根据《企业会计准则第33号——合并财务报表》的规定确定合并范围。

报告期内，公司合并范围子公司情况如下：

子公司名称	合并日期
上海影达写实文化发展有限公司	2014年3月21日至2014年12月31日
上海影达数字科技有限公司	2014年11月13日至2014年12月31日

3、最近两年更换会计师事务所情况

公司最近两年审计报告均由大华会计师事务所(特殊普通合伙)进行审计,未更换会计师事务所。

二、主要会计政策、会计估计及其变更情况

(一) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

分步实现企业合并过程中的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况,将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理:

- (1) 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的;
- (2) 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果;
- (3) 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生;
- (4) 一项交易单独看是不经济的,但是和其他交易一并考虑时是经济的。

(二) 同一控制下企业合并

1、个别财务报表

公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的,在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付合并对价之间的差额,调整资本公积;资本公积不足冲减的,调整留存收益。

合并发生的各项直接相关费用,包括为进行合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费用等,于发生时计入当期损益。被合并方存在合并财务报表,则以合并日被合并方合并财务报表中归属母公司所有者权益为基础确定长期股权投资的初始投资成本。

2、合并财务报表

合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。被合并各方采用的会计政策与本公司不一致的，本公司在合并日按照本公司会计政策进行调整，在此基础上按照企业会计准则规定确认。

（三）非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为本公司在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性工具或债务性工具的公允价值。在合并合同中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，也计入合并成本。

本公司为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；本公司作为合并对价发行的权益性工具或债务性工具的交易费用，计入权益性工具或债务性工具的初始确认金额。

本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。本公司对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益（例如，可供出售金融资产公允价值变动计入资本公积的部分，

下同) 转入当期投资收益。

(2) 在合并财务报表中, 对于购买日之前持有的被购买方的股权, 按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量, 公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益; 购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益的, 与其相关的其他综合收益转为购买日所属当期投资收益。

(四) 合并财务报表的编制方法

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定, 所有子公司(包括母公司所控制的单独主体) 均纳入合并财务报表。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致, 如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的, 在编制合并财务报表时, 按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

合并财务报表以本公司及子公司的财务报表为基础, 根据其他有关资料, 按照权益法调整对子公司的长期股权投资后, 由本公司编制。

合并财务报表时抵销本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并所有者权益变动表的影响。

子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额的, 其余额仍应当冲减少数股东权益。

在报告期内, 若因同一控制下企业合并增加子公司的, 则调整合并资产负债表的期初数; 将子公司合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表; 将子公司合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内, 若因非同一控制下企业合并增加子公司的, 则不调整合并资产负债表期初数; 将子公司自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表; 该子公司自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内，本公司处置子公司，则该子公司期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

企业因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，在合并财务报表中，对于剩余股权，应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

（五）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（六）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

管理层根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将金融资产和金融负债划分为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债（和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债）；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未

领取的债券利息)作为初始确认金额,相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益,期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时,其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益,同时调整公允价值变动损益。

(2) 持有至到期投资

取得时按公允价值(扣除已到付息期但尚未领取的债券利息)和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率(如实际利率与票面利率差别较小的,可按票面利率)计算确认利息收入,计入投资收益。实际利率在取得时确定,在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时,将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

(3) 应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权,以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权,包括应收账款、其他应收款等,以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额;具有融资性质的,按其现值进行初始确认。

收回或处置时,将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

(4) 可供出售金融资产

取得时按公允价值(扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息)和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入资本公积(其他资本公积)。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

（6）公司持有至到期投资出售或重分类为可供出售金融资产：

如果持有至到期投资处置或重分类为其他类金融资产的金额，相对于本公司全部持有至到期投资在出售或重分类前的总额较大，在处置或重分类后应立即将其剩余的持有至到期投资重分类为可供出售金融资产。但是，遇到下列情况可以除外：

- 1) 出售日或重分类日距离该项投资到期日或赎回日较近(如到期前三个月内)，且市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响。
- 2) 根据合同约定的偿付方式，企业已收回几乎所有初始本金。
- 3) 出售或重分类是由于企业无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事件所引起。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

(2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

(3) 终止确认部分的账面价值；

(4) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司采用公允价值计量的金融资产和金融负债存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

6、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

金融资产发生减值的客观证据，包括但不限于：

- （1）发行方或债务人发生严重财务困难；
- （2）债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
- （3）债权人出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- （4）债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- （5）因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- （6）无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等；
- （7）权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大

不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

(8) 权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

金融资产的具体减值方法如下：

(1) 可供出售金融资产的减值准备：

本公司于资产负债表日对各项可供出售金融资产采用个别认定的方式评估减值损失，其中：表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，具体量化标准为：本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查，若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）的，则表明其发生减值。

可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，本公司将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失从其他综合收益转出，计入当期损益。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊余金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回计入当期损益；对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时通过权益转回；但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

(2) 持有至到期投资的减值准备：

对于持有至到期投资，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回，记入当期损益，但该转回的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

（七）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的应收款项的确认标准：

单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准：

单项金额重大的具体标准为：金额在 300 万元以上。

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项：

（1）信用风险特征组合的确定依据：

项目	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
组合 1	合并范围外的应收款项	账龄分析法
组合 2	合并范围内的应收款项	不计提坏账准备

（2）根据信用风险特征组合确定的计提方法：

1) 采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1 年以内（含 1 年）	5	5
1—2 年（含 2 年）	10	10
2—3 年（含 3 年）	50	50
3 年以上	100	100

2) 采用其他方法计提坏账准备的

组合名称	方法说明
组合 2	不计提坏账准备

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项，应披露单项计提的理由、计提方法等。

单项计提坏账准备的理由：如果某项应收款项的可收回性与其他各项应收款项存在明显的差别，导致该项应收款如果按照与其他应收款项同样的方法计提坏账准备，将无法真实地反映其可收回金额。

坏账准备的计提方法：按个别认定法计提坏账准备。单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

（八）存货

1、存货的分类

本公司存货主要包括原材料、在产品、库存商品、低值易耗品等。

（1）原材料系公司为拍摄影视剧购买或创作完成的文学剧本的实际成本，在影视剧投入拍摄时转入影视片制作成本。

（2）在产品系公司投资拍摄尚在摄制中或已摄制完成但尚未取得《电影片公映许可证》或《电视剧发行许可证》的影视剧产品。

（3）库存商品系公司投资拍摄完成且已取得已取得《电影片公映许可证》或《电视剧发行许可证》的影视剧产品。

2、存货的计价方法

（1）本公司存货的购入和入库按实际成本计价。本公司除自制拍摄影片支付备用金外，从事与境内外其他单位合作摄制影片业务的，按以下规定和方法执行：

1) 联合摄制业务中，由公司负责摄制成本核算的，在收到合作方按合同约定预付的制片款项时，先通过“预收制片款”科目进行核算；当影片完成摄制结转入库时，再将该款项转作影片库存成本的备抵，并在结转销售成本时予以冲抵。

其他合作方负责摄制成本核算的，公司按合同约定支付合作方的拍片款，参照委托摄制业务处理。

2) 受托摄制业务中，公司收到委托方按合同约定预付的制片款项时，先通过“预收制片款”科目进行核算。当影片完成摄制并提供给委托方时，将该款项冲减该片的实际成本。

3) 在委托摄制业务中，公司按合同约定预付给受托方的制片款项，先通过“预付制片款”科目进行核算；当影片完成摄制并收到受托方出具的经审计或双方确认的有关成本、费用结算凭据或报表时，按实际结算金额将该款项转作影片库存成本。

4) 企业的协作摄制业务，按租赁、收入等会计准则中相关规定进行会计处理。

(2) 销售库存商品，自符合收入确认条件之日起，按以下方法和规定结转销售成本：

1) 以一次性卖断全部著作权的，在所有权上的主要风险和报酬转移时将其全部实际成本一次性结转销售成本；采用分期收款销售方式的，按企业会计准则的规定执行。

2) 采用按票款、发行收入等分账结算方式，或采用多次、局部(特定院线或一定区域、一定时期内)将发行权、放映权转让给部分电影院线(发行公司)或电视台等，且仍可继续向其他单位发行、销售的影片，应在符合收入确认条件之日起，不超过 24 个月的期间内(主要提供给电视台播映的美术片、电视剧片可在不超过五年的期间内)，采用计划收入比例法将其全部实际成本逐笔(期)结转销售成本。

3) 公司在尚拥有影片、电视片著作权时，在“库存商品”中象征性保留 1 元余额。

低值易耗品采用领用时一次摊销法计入成本费用。

3、期末存货计价原则及存货跌价准备确认标准和计提方法

资产负债表日，本公司存货按照成本与可变现净值孰低计量。公司对于存货因市场价格持续下跌且在可预见的未来无回升的希望、全部或部分陈旧过时，产品更新换代等原因，使存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，并计入当期损益。本公司按照单个存货项目计提存货跌价准备。可变现净值为存货的预计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用及相关税费后的金额。其中：商品存货的可变现净值为估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额；材料存货的可变现净值为产成品估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额；为执行销售合同或劳务合同而持有的存货，可变现净值以合同价格为基础计算。公司持有的存货数量多于销售合同订购数量的，超过部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

本公司于资产负债表日确定存货的可变现净值。以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

(1) 原材料的减值测试。原材料主要核算影视剧本成本，当影视剧本在题材、内容等方面如果与国家现有政策相抵触，而导致其较长时间内难以立项时，应提取减值准备。

(2) 在产品的减值测试。影视产品投入制作后，因在题材、内容等方面如果与国家现有政策相抵触，而导致其较长时间内难以取得发行（放映）许可证时，应提取减值准备。

(3) 库存商品的减值测试。公司对于库存商品的成本结转是基于计划收入比例法，过程包含了对影视产品可变现净值的预测，可变现净值低于库存商品部分提取减值准备。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品采用一次转销法予以摊销。

（九）长期股权投资

1、投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，具体会计政策详见本说明书“第四章的二、（一）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或利润）作为初始投资成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

（1）后续计量

投资方能够对被投资单位实施控制的长期股权投资，采用成本法核算，编制

合并财务报表时按照权益法进行调整。

投资方对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

被投资单位除净损益以外所有者权益其他变动的处理：对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动，在持股比例不变的情况下，公司按照持股比例计算应享有或承担的部分，调整长期股权投资的账面价值，同时增加或减少资本公积（其他资本公积）。在持有投资期间，被投资单位能够提供合并财务报表的，应当以合并财务报表，净利润和其他投资变动为基础进行核算。

（2）损益确认

成本法下，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

权益法下，投资企业在确认应享有被投资单位的净利润或净亏损时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认，本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于本公司的部分，应当予以抵销，在此基础上确认投资损益；在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对

被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值后，恢复确认投资收益。

3、分步处置对子公司投资

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- (1) 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- (2) 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- (3) 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- (4) 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

企业因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，不属于一揽子交易的，应当区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，对于处置的股权，应当按照《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》的规定进行会计处理；同时，对于剩余股权，应当按其账面价值确认为长期股权投资或其他相关金融资产。处置后的剩余股权能够对原有子公司实施共同控制或重大影响的，按有关成本法转为权益法的相关规定进行会计处理。

(2) 在合并财务报表中，对于剩余股权，应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。企业应当在附注中披露处置后的剩余股权在丧失控制权日的公允价值、按照公允价值重新计量产生的相关利得或损失的金额。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，区分

个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理，企业处置对子公司的投资，处置价款与处置投资对应的账面价值的差额，在母公司个别财务报表中应当确认为当期投资收益；

(2) 在合并财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

4、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在，则视为与其他方对被投资单位实施共同控制；对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，则视为投资企业能够对被投资单位施加重大影响。

5、减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，若因市价持续下跌或被投资单位经营状况恶化等原因使长期股权投资存在减值迹象时，根据单项长期股权投资的公允价值减去处置费用后的净额与长期股权投资预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定长期股权投资的可收回金额。长期股权投资的可收回金额低于账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

重大影响以下的、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，其减值损失是根据其账面价值与按类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额进行确定。

除因企业合并形成的商誉以外的存在减值迹象的其他长期股权投资，如果可收回金额的计量结果表明，该长期股权投资的可收回金额低于其账面价值的，将

差额确认为减值损失。

采用成本法核算的长期股权投资，因被投资单位宣告分派现金股利或利润确认投资收益后，考虑长期股权投资是否发生减值。

长期股权投资减值损失一经确认，不再转回。

（十）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产折旧

除已提足折旧仍继续使用的固定资产之外，固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

利用专项储备支出形成的固定资产，按照形成固定资产的成本冲减专项储备，并确认相同金额的累计折旧。该固定资产在以后期间不再计提折旧。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
机器设备	5	3.00	19.40
电子设备	5	3.00	19.40

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。

固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当固定资产的可收回金额低于其账面价值的，将固定资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的固定资产减值准备。

固定资产减值损失确认后，减值固定资产的折旧在未来期间作相应调整，以使该固定资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的固定资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项固定资产可能发生减值的，企业以单项固定资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项固定资产的可收回金额进行估计的，以该固定资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

(1) 在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

(2) 本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

(3) 即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

(4) 本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

(5) 租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提融资租入固定资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

(十一) 在建工程

1、在建工程的类别

本公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成，包括工程用物资成本、人工成本、交纳的相关税费、应予资本化的借款费用以及应分摊的间接费用等。本公司的在建工程以项目分类核算。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资

产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

3、在建工程的减值测试方法、减值准备计提方法

公司在每期末判断在建工程是否存在可能发生减值的迹象。

在建工程存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据在建工程的公允价值减去处置费用后的净额与在建工程预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当在建工程的可收回金额低于其账面价值的，将在建工程的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为在建工程减值损失，计入当期损益，同时计提相应的在建工程减值准备。

在建工程的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项在建工程可能发生减值的，企业以单项在建工程为基础估计其可收回金额。企业难以对单项在建工程的可收回金额进行估计的，以该在建工程所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

（十二）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，在符合资本化条件的情况下开始资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的

资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

(2) 借款费用已经发生；

(3) 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化金额的计算方法

专门借款的利息费用（扣除尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或者进行暂时性投资取得的投资收益）及其辅助费用在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态前，予以资本化。

根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一

般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十三）无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益；

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本

化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据：

每期末，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。

4、无形资产减值准备的计提

对于使用寿命确定的无形资产，如有明显减值迹象的，期末进行减值测试。

对于使用寿命不确定的无形资产，每期末进行减值测试。

对无形资产进行减值测试，估计其可收回金额。可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失确认后，减值无形资产的折耗或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该无形资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的无形资产账面价值（扣除预计净残值）。

无形资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项无形资产可能发生减值的，公司以单项无形资产为基础估计其可收回金额。公司难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该无形资产所属的资产组为基础确定无形资产组的可收回金额。

5、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

6、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

- (1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- (2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- (3) 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；
- (4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- (5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

(十四) 长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用，按预计受益期间分期平均摊销。

（十五）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

短期薪酬，是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

离职后福利，是指本公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。

离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等；在职工为本公司提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司按照国家规定的标准定期缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。

辞退福利，是指本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿，在发生当期计入当期损益。

其他长期职工福利，是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外的其他所有职工福利。

（十六）收入

公司根据业务将收入类型划分为电影电视剧收入、纪录片收入、广告制作收入、新媒体业务收入。

1、电影电视剧收入

(1) 销售商品收入确认时间的具体判断标准

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

电视剧销售收入：在电视剧完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过取得《电视剧发行许可证》，电视剧播映带或其他载体转移给购货方、相关经济利益很可能流入本公司时确认；

电影片票房分账收入：在电影片完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过取得《电影片公映许可证》，电影片于院线、影院上映后按照双方确认的实际票房统计及相应的分账方法所计算的金额确认；

电影版权收入：在影片取得《电影片公映许可证》、母带已经交付，且交易相关的经济利益可能流入本公司时确认。电视剧、电影完成摄制前采用全部或部分卖断，或者承诺给予影片首（播）映权等方式，预售影片发行权、放（播）映权或其他权利所取得的款项，待电视剧、电影完成摄制并按合同约定提供给预付款人使用时，确认销售收入实现。

(2) 确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

- 1) 利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。
- 2) 使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、纪录片收入

纪录片分为电影纪录片和电视纪录片。根据财政部制定的《电影企业会计核

算办法》规定，电影纪录片和电视纪录片也属于电影企业核算范围，其收入确认参照电影电视剧收入确认原则。

3、广告制作收入

广告制作收入根据《企业会计准则第 14 号-收入》的规定采用完工百分比方法确认提供的服务收入。

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

(1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

(2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

4、新媒体业务相关收入

目前相关部门还未出台新媒体业务专用的会计核算办法，故我们参照《企业

会计准则第 14 号-收入》的规定，对新媒体业务相关收入进行核算。具体办法参照上文广告制作收入的核算办法。

（十七）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

3、会计处理方法

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十八）递延所得税资产和递延所得税负债

1、确认递延所得税资产的依据

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括商誉、非企业合并形成的交易且该交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额所形成的暂时性差异。

3、同时满足下列条件时，企业将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示。

（1）企业拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

（2）递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（十九）经营租赁

1、公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

2、公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，

计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

（二十）主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

本报告期内，公司无重大会计政策变更。

2、会计估计变更

本报告期内，公司无重大会计估计变更。

三、主要会计数据和财务指标

（一）营业收入的主要构成、变动趋势及原因

公司最近两年的营业收入、利润、毛利率的主要构成及比例如下：

单位：元

项目	2014 年度		2013 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
广告制作收入	2,587,953.78	98.94	1,700,776.72	100.00
设备出租收入	27,766.99	1.06	-	-
合计	2,615,720.77	100.00	1,700,776.72	100.00

最近两年，公司的营业收入逐步增长，受益于文化传媒行业的波动性较强、行业周期性对企业收入影响较大。公司目前处于初创期，根据行业惯例，电影电视剧及新媒体作品的剧本创作、影片拍摄、后期制作、宣传发行等整个创作周期较长，只有在发行之后才能确认其相应的收入。目前公司很多影视及相关衍生项目尚在储备和后期制作阶段，尚未进入公开发行业或对外发布环节，故暂时没有相

应的收入进账，报告期内公司的营业收入主要为广告制作收入和部分闲置影像设备的出租收入。

公司2014年度营业收入2,615,720.77元，其中广告制作收入2,587,953.78元，设备租赁收入27,766.99元。2013年度营业收入1,700,776.72，全部为广告制作收入。

2014年度

序号	客户名称	收入金额 (不含税)	其中：广告制作 收入	其中：设备 租赁收入	比例
1、	北京中视创新文化发展有限公司	696,116.50	696,116.50	-	26.61%
2、	上海圣傲广告有限公司	603,142.11	603,142.11	-	23.06%
3、	上海勘测设计研究院有限公司	507,904.86	507,904.86	-	19.42%
4、	上海丽星数码图文有限公司	223,300.97	223,300.97	-	8.54%
5、	真实传媒有限公司	174,563.11	165,048.55	9,514.56	6.67%
6、	上海市质子重离子医院有限公司	141,116.50	141,116.50	-	5.39%
7、	江阴澄星实业集团有限公司	140,776.70	140,776.70	-	5.38%
8、	上海翡翠珍宝文化传媒有限公司	48,543.69	48,543.69	-	1.86%
9、	上海领派公共策划有限公司	42,586.41	42,586.41	-	1.63%
10、	上海德佑房地产经纪有限公司	19,417.49	19,417.49	-	0.74%
11、	上海广播电视台	18,252.43	-	18,252.43	0.70%
	合计	2,615,720.77	2,587,953.78	27,766.99	100.00%

2013年度

序号	客户名称	收入金额 (不含税)	其中：广告制作 收入	其中：设备 租赁收入	比例
1、	上海明魅广告有限公司	582,524.28	582,524.28	-	34.25%
2、	真实传媒有限公司	416,213.60	416,213.60	-	24.47%
3、	上海莱腾文化传播有限公司	233,009.71	233,009.71	-	13.70%
4、	上海东方娱乐传媒集团有限公司	162,135.92	162,135.92	-	9.53%
5、	江阴澄星实业集团有限公司	140,776.70	140,776.70	-	8.28%
6、	上海幻维数码创意科技有限公司	58,252.43	58,252.43	-	3.43%
7、	上海兴盛消防集团有限公司	48,543.69	48,543.69	-	2.85%
8、	上海领派公关策划有限公司	43,689.32	43,689.32	-	2.57%
9、	苏州市吴风越韵新闻文化信息传媒有限公司	15,533.98	15,533.98	-	0.91%
10、	邓娟(个人)	97.09	97.09	-	0.01%
	合计	1,700,776.72	1,700,776.72	-	100.00%

报告期内公司的营业收入和利润变动分析情况如下表所示：

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度
营业收入	2,615,720.77	1,700,776.72
营业成本	1,834,807.23	1,166,827.44
营业毛利	780,913.54	533,949.28
毛利率	29.85%	31.39%
营业利润	-1,469,701.91	-251,828.17
利润总额	-1,313,377.99	-224,828.17
净利润	-989,242.46	-202,907.31
销售净利率	-37.82%	-11.93%

报告期内本公司毛利率波动较小，由于行业的周期性和特殊性，不同时期不同项目具有不同的毛利率，因此公司业务的毛利率未来可能存在周期性的差异。

此外，公司在报告期的主营业务收入主要来自于广告设计与制作收入，电影及影视节目制作方面尚未产生收入。电影方面，公司的第一部大电影《现场直播》于 2013 年年尾完成现场摄制杀青工作，于 2014 年将母带转送香港团队进入紧张的后期制作过程中，由于警匪片的后期审查与制作要求较高，其制作周期较长，目前该部电影的后期制作已经届入尾声，2015 年将开展后续宣传发行工作，预期年内完成院线公映，届时公司将与发行院线和投资方进行票房分账，一次性实现该部电影的营销收入；影视节目制作方面，公司目前正在开展的纪录片和《达人开牌》等新媒体节目制作都在如火如荼开展过程中，预计 2015 年该项目均会产生稳定的现金流入。由于影视和新媒体行业具有特殊的行业周期，其收入的实现有待于项目步入成熟期并被市场接受与认可，目前来说公司业务收入的实现未遇到明显障碍。

（二）主要费用及变化情况

公司最近两年主要费用及其变动情况如下：

单位：元

项目	2014 年度		2013 年度	
	金额	增长率	金额	增长率
销售费用	29,889.10	-19.36%	37,063.60	-61.07%
管理费用	2,178,462.41	172.32%	799,959.70	58.31%
财务费用	4,568.76	507.52%	752.04	-57.04%
营业收入	2,615,720.77	53.80%	1,700,776.72	-55.91%
销售费用占营业收入比重	1.14%	-	2.18%	-
管理费用占营业收入比重	83.28%	-	47.03%	-
财务费用占营业收入比重	0.17%	-	0.04%	-

公司销售费用主要为公司员工为发展业务而发生的差旅费，在公司初期为了拓展业务，销售费用稍高。随着公司的成长，业务的开展越来越有针对性，经营模式日趋成熟，销售费用逐步下降，日趋稳定。

公司管理费用的主要构成是管理人员的薪酬、房租及设施费用。2014 年公司在创作研发、宣传推广、新媒体运营等业务环节新增了多名员工，导致职工薪酬及办公费用对应增加。

公司财务费用发生额较少，主要为转账手续费等，公司报告期内不存在外部贷款等外债，因此无相应利息支出。

（三）非经常性损益及重大投资收益情况

公司最近两年非经常损益及其变动情况如下：

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度
政府补助	60,000.00	30,000.00
其他营业外收入和支出	96,323.92	-3,000.00
非经常性损益合计	156,323.92	27,000.00
所得税影响额	-39,250.00	-6,750.00
扣除所得税后的非经常性损益净额	117,073.92	20,250.00
归属于母公司普通股股东净利润	-988,895.38	-202,907.31
非经常性损益占净利润比例	-11.84%	-9.98%

报告期内政府补助主要为：2013 年度和 2014 年度公司分别获得的松江文化

创意园区给予 3 万元和 6 万元的文化扶持金。2014 年公司取得的营业外收入主要为应付上海市卢湾区小玩意精品商店的账款，因对方企业注销而无法支付形成的偶然所得。

报告期公司的非经常性损益金额占 2013 年度和 2014 年度归属于母公司普通股净利润比例分别为-9.98%和-11.84%。由于非经常性损益占当期净利润比重较小，对公司财务状况和经营成果影响较小，因此公司不存在盈利依赖非经常性损益的风险。

（四）适用的各项税收政策及缴纳的主要税种

1、流转税及附加税费

税种	计税（费）依据	税（费）率
增值税	按应税收入计征	3%
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税税额计征	1%
教育费附加	按实际缴纳的流转税税额计征	3%
地方教育费附加	按实际缴纳的流转税税额计征	2%

本公司为小规模纳税人，适用增值税率为 3%。

2011 年，经国务院批准，财政部、国家税务总局联合下发营业税改征增值税试点方案。从 2012 年 1 月 1 日起，在上海交通运输业和部分现代服务业开展营业税改征增值税试点。电影行业属于上述“营改增”所涉及的部分现代服务业，故报告期内，企业均由营业税改征增值税。

2、企业所得税

公司名称	税率
上海影达文化传媒股份有限公司	25%
上海影达写实文化发展有限公司	25%
上海影达数字科技有限公司	25%

员工个人所得税由本公司代扣代缴，经主办券商和会计师查实均已足额代扣代缴。此外，根据税法规定，影视公司对项目的演职人员具有代扣代缴个人所得税的义务，截至 2014 年 12 月 31 日，公司尚有对演职团队需代扣代缴合计 788，

989.36 元个人所得税的义务还未落实，目前公司控股股东和实际控制人已对此项问题出具承诺函，承诺会及时清理汇缴并担负连带清缴责任。

(五) 报告期内各期末主要资产情况及重大变动分析

1、应收账款

公司应收账款按种类列示情况如下：

类别	2014 年 12 月 31 日				
	账面金额		坏账准备		净额
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	605,436.37	100.00	46,321.82	7.65	559,114.55
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	605,436.37	100.00	46,321.82	7.65	559,114.55

续：

类别	2013 年 12 月 31 日				
	账面金额		坏账准备		净额
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	793,037.00	100.00	41,793.70	5.27	751,243.30
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	793,037.00	100.00	41,793.70	5.27	751,243.30

组合中，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款：

账龄结构	2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日		
	金额	比例 (%)	坏账准备	金额	比例 (%)	坏账准备
1 年以内 (含 1 年)	284,436.37	46.98	14,221.82	750,200.00	94.60	37,510.00
1-2 年 (含 2 年)	321,000.00	53.02	32,100.00	42,837.00	5.40	4,283.70

年)						
合计	605,436.37	100.00	46,321.82	793,037.00	100.00	41,793.70

报告期内不存在单项金额重大并按单项计提坏账准备的应收账款，也不存在单项金额虽不重大但按单项计提坏账准备的应收账款，均按组合计提坏账准备。报告期内应收账款的账龄基本在两年以内。

截止至 2014 年 12 月 31 日，应收账款中不含持本公司 5% 以上（含 5%）表决权股份的股东单位欠款。

截止至 2014 年 12 月 31 日，应收账款余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	2014 年 12 月 31 日	账龄	占应收账款总额的比例 (%)
上海丽星数码图文有限公司	非关联方	230,000.00	1 年以内	37.99
上海明魅广告有限公司	非关联方	200,000.00	1-2 年	33.03
上海东方娱乐传媒集团有限公司	非关联方	55,000.00	1-2 年	9.08
上海兴盛消防集团有限公司	非关联方	50,000.00	1-2 年	8.26
上海市质子重离子医院有限公司	非关联方	49,500.00	1 年以内	8.18
合计		584,500.00		96.54

截止至 2013 年 12 月 31 日，应收账款余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	2013 年 12 月 31 日	账龄	占应收账款总额的比例 (%)
上海莱腾文化传播有限公司	非关联方	240,000.00	1 年以内	30.26
上海明魅广告有限公司	非关联方	200,000.00	1 年以内	25.22
真实传媒有限公司	非关联方	189,200.00	1 年以内	23.86
上海东方娱乐传媒集团有限公司	非关联方	55,000.00	1 年以内	6.94
上海兴盛消防集团	非关联方	50,000.00	1 年以内	6.30

单位名称	与本公司关系	2013年 12月31日	账龄	占应收账款 总额的比例 (%)
有限公司				
合计		734,200.00		92.58

2、其他应收款

其他应收款按种类列示如下：

单位：元

类别	2014年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比 例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	346,575.80	100.00	20,567.58	5.93	326,008.22
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	346,575.80	100.00	20,567.58	5.93	326,008.22

续：

单位：元

类别	2013年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比 例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	64,775.80	100.00	3,238.79	5.00	61,537.01
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	64,775.80	100.00	3,238.79	5.00	61,537.01

组合中，按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款：

单位：元

账龄结构	2014年12月31日			2013年12月31日		
	金额	比例(%)	坏账准备	金额	比例(%)	坏账准备
1年以内(含1年)	281,800.00	81.31	14,090.00	64,775.80	100.00	3,238.79
1-2年(含2年)	64,775.80	18.69	6,477.58			
合计	346,575.80	100.00	20,567.58	64,775.80	100.00	3,238.79

公司其他应收款主要为员工的暂支的员工备用金和物业租赁押金。

报告期期末其他应收款中不存在持本公司 5%以上（包括 5%）表决权股份的股东单位欠款。

截止至 2014 年 12 月 31 日，其他应收款期末余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	款项内容	与本公司关系	2014年12月31日	账龄	占其他应收款总额的比例(%)
陈旭	备用金	工作人员	250,000.00	1年以内	72.13
吴松益	备用金	工作人员	50,000.00	1-2年	14.43
刘鑫雨	备用金	工作人员	13,498.80	1-2年	3.89
何均	备用金	工作人员	13,000.00	1年以内	3.75
上海服装集团置业有限公司	押金	租赁方	12,000.00	1年以内	3.46
合计			338,498.80		97.67

截止至 2013 年 12 月 31 日，其他应收款余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	款项内容	与本公司关系	2013年12月31日	账龄	占其他应收款总额的比例(%)
吴松益	暂支款	员工	50,000.00	1年以内	77.19
刘鑫雨	暂支款	员工	13,498.80	1年以内	20.84
童牛	暂支款	员工	1,277.00	1年以内	1.97

合计			64,775.80		100.00
----	--	--	------------------	--	---------------

报告期内公司不存在股东或其关联方占用公司资金的情形。

3、存货

(1) 按存货分类列示如下：

项目	2014年12月31日		
	金额	跌价准备	账面价值
原材料	3,437,859.00	-	3,437,859.00
在产品	18,798,978.52	-	18,798,978.52
库存商品	5,334,800.00	-	5,334,800.00
合计	27,571,637.52	-	27,571,637.52

续：

项目	2013年12月31日		
	金额	跌价准备	账面价值
原材料	3,437,859.00	-	3,437,859.00
在产品	17,920,494.31	-	17,920,494.31
库存商品	5,334,800.00	-	5,334,800.00
合计	26,693,153.31	-	26,693,153.31

公司存货由原材料、在产品、库存商品组成。其中原材料主要为各项剧本，已取得作品登记证书或者取得摄制电影许可证，均已按照实际支付的剧本费用予以入账；在产品为剧本创作已经完成，已经进入拍摄、制作流程的电影电视剧或新媒体节目等。截至2014年12月31日，公司账面上的原材料主要包括正在前期创作中的《永贞传奇》、《长大成人》、《上海小弟》、《海上惊雷雨》、《十二星座》和《布袋戏的前世今生》等影视作品；在产品主要为完成投拍并且在后期制作中的影片《现场直播》及尚在中期制作环节中的真人秀节目《达人开牌》和纪录片《服装里的中国》；库存商品为已入库但尚未销售的电影版权及素材。截止至2014年12月31日，库存商品为股东非货币出资的两部影片《人民币》和《世博小达人》。

库存商品中《人民币》和《世博小达人》两部电影原系股东余慧玲所有，经资产评估机构上海众华资产评估有限公司评估，出具评估报告《余慧玲个人所拥

有的部分资产追溯性评估报告》（沪众评报字【2014】第 289、290 号），作价 5,334,800.00 元（其中《世博小达人》价值 5,000,000.00 元，《人民币》价值 334,000.00 元），以非货币性资产形式出资（其中 5,000,000 元计入实收资本核算，334,800 元计入资本公积核算），原本作为无形资产核算。根据《电影企业会计核算办法》，电影版权为电影企业日常经营预计将要销售的商品，故后续由会计师将其重分类至存货核算。

作为轻资产行业，流动资产占总资产的比例较大，而公司作为影视及新媒体节目的制作企业，存货占流动资产的比例较大。这是由于电影电视剧创作、拍摄、制作、发行整个周期较长，且目前公司处于初创期，主要工作致力于项目储备和节目产品制作环节所致。预计在年内发行公映的大电影《现场直播》将会大大缓解公司存货的库存压力。

截至 2014 年 12 月 31 日，公司账面上存货所对应的业务情况及财务预期如下：

项目	存货分类	账面价值 (元)	进度	发行渠道与 2015 年营收预估
《人民币》 (纪录片)	库存商品	334,800.00	已完成制作	电视、网络版权与电影《世博小达人》、《现场直播》捆绑销售
《世博小达人》 公益故事电影	库存商品	5,000,000.00	已完成制作，荣获德国科隆电影节中国单元最佳影片奖，并取得公映许可证	1.电视、网络版权与电影《现场直播》、《人民币》捆绑销售 2.已于上海电影发行协会商议，将本片在原世博会中国馆常年放映，搭载中国馆门票，预估年收益：600 人次*5 元*300 天=90 万/年

项目	存货分类	账面价值 (元)	进度	发行渠道与 2015 年营收预估
《现场直播》 商业故事电影	在产品	18,507,631.92	已拍摄完成，目前在在香 港做后期，预计 2015 年全 国院线上映	1.电视、网络版权与电影《世 博小达人》、《人民币》捆绑 销售，预计营收 200 万； 2.院线票房，参考同类影片取 最低值预计为 8 千万元，根据 电影发行的分账计算：8 千万 *33%（制片方所得）=2640 万元
《达人开牌》真 人秀节目	在产品	256,196.60	第一季节目 播出完成，线 下城市巡回 赛开展中，线 上游戏开发 中，相关题材 故事电影筹 备中（已取得 拍摄许可证）	线上游戏营收预估：视频节目 平价每期 26 万人次的点击量 *3（每周三期）*52 周（一年） =4056 万人次观看*1%（付费 游戏用户转换率）*200 元（每 人平均消费）=8112 万元
《服装里的中 国》纪录片	在产品	35,150.00	完成前期素 材储备和前 期尽调工作， 正在洽谈项 目合作方，准 备正式开牌 事宜	目前准备在 2015 年内投拍完 成并在年内实现 CCTV 央视 上映，预计将一次性实现招商 及映前广告收入合计 1000 万 元。
《志愿者日志》	原材料	568,600.00	项目开发与 储备阶段，业 已先后取得 相关的拍摄 许可证及投 入前期运作 资金	预计 2015 年和 2016 年将适时 开展正式拍摄，具体进度将会 根据项目的创作环境和企业 实际情况做适当的调整
《永贞传奇》		739,600.00		
《长大成人》		526,900.00		

项目	存货分类	账面价值 (元)	进度	发行渠道与 2015 年营收预估
《上海小弟》		100,000.00		
《海上惊雷雨》		900,000.00		
《十二星座》		106,886.00		
《is》		50,000.00		
《我酷故我在》		349,720.00		
《布袋戏的前世今生》		96,153.00		
合计		27,571,637.52		

为了进一步论证公司库存商品的适销性，2014 年 8 月，公司邀请了上海影视行业 7 家知名行业代表，对电影《世博小达人》与《人民币》的市场商业化价值和发行进行了讨论评估。到会的单位包括：上海市广播电视节目制作行业协会、上海市电影发行放映行业协会、上海新文化传媒集团股份有限公司、上海银润传媒广告有限公司、上海海象文化传媒有限公司、上海开圣影视文化传媒有限公司、上海瑞创影视文化有限公司。

针对该电影的商业价值以及商业化运作的前景，开圣影视、新文化认为可以结合下届米兰世博会发行；开圣影视认为世博会四年一次，越拍越有价值，并表达了投资的意愿；海象文化建议公司与“关心下一代工作委员会”联系，与教育部、文化部合作，预期在假期放映，组织中小学生观看；电影发行协会、电影制作协会以及各参会制作发行公司均表示将继续协助公司推进该电影的上映和发行。

此外，目前电影《现场直播》后期制作接近尾声，即将开展电影宣传与发行工作，有望取得良好的票房成绩。公司预期在 2015 年《现场直播》实现销售时，将电影《现场直播》与《世博小达人》和《人民币》实现捆绑销售，完成一次性

营销收入。

新媒体真人秀节目《达人开牌》主要盈利模式系与游戏公司开发的游戏相结合，以取得游戏相关的收益，以及节目的广告收入；目前该节目主要在爱奇艺和优酷等网络平台播放，业已取得了较高的点击率，公司预计该节目的未来收益情况良好，盈利状况会较为令人满意。

4、固定资产

固定资产及其累计折旧明细项目增减变动如下：

截止 2014 年 12 月 31 日，固定资产情况如下：

单位：元

项目	2013 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2014 年 12 月 31 日
账面原值：				
机器设备	398,000.00	1,276,875.00	-	1,674,875.00
电子设备	1,580.00	9,269.00	-	10,849.00
小计	399,580.00	1,286,144.00	-	1,685,724.00
累计折旧：				
机器设备	103,790.17	298,976.88	-	402,767.05
电子设备	944.98	1,296.12	-	2,241.10
小计	104,735.15	300,273.00	-	405,008.15
减值准备：				
机器设备	-	-	-	-
电子设备	-	-	-	-
小计	-	-	-	-
固定资产账面价值：				
机器设备	294,209.83	-	-	1,272,107.95
电子设备	635.02	-	-	8,607.90
合计	294,844.85	-	-	1,280,715.85

截止 2013 年 12 月 31 日，固定资产情况如下：

项目	2012 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2013 年 12 月 31 日
账面原值：				
机器设备	278,000.00	120,000.00	-	398,000.00
电子设备	1,580.00	-	-	1,580.00
小计	279,580.00	120,000.00	-	399,580.00
累计折旧：				

项目	2012年12月31日	本期增加	本期减少	2013年12月31日
机器设备	34,338.09	69,452.08	-	103,790.17
电子设备	638.50	306.48	-	944.98
小计	34,976.59	69,758.56	-	104,735.15
减值准备:				
机器设备	-	-	-	-
电子设备	-	-	-	-
小计	-	-	-	-
固定资产账面价值:				
机器设备	243,661.91	-	-	294,209.83
电子设备	941.50	-	-	635.02
合计	244,603.41	-	-	294,844.85

报告期内，公司账面的固定资产主要是拍摄机组、脚架、云台、镜头组及音响器材等，主要用于节目摄制与后期制作环节。2014年新增的拍摄机组价值较高，预期该设备的添加有利于公司未来节省外部设备租赁开支，新购设备闲置时还可通过对外租赁获得其他业务收入。

5、递延所得税资产

报告期内，公司产生的递延所得税资产情况如下：

单位：元

项目	2014年12月31日		2013年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	66,889.40	16,722.35	45,032.49	11,258.13
可抵扣亏损	1,441,619.33	360,404.83	-	-
应付职工薪酬	156,054.65	39,013.66	322,988.70	80,747.18
合计	1,664,563.38	416,140.84	368,021.19	92,005.31

6、资产减值准备计提情况

报告期内，公司各项资产减值准备实际计提情况如下：

单位：元

项目	2013年12月31日	本期增加额	本期减少额		2014年12月31日
			转回	转销	
坏账准备	45,032.49	32,193.91		10,337.00	66,889.40

续：

项目	2012年12月31日	本期增加额	本期减少额		2013年12月31日
			转回	转销	
坏账准备	100,602.01	-55,569.52			45,032.49

（六）报告期内期末主要负债情况

1、应付账款

单位：元

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
一年以内(含一年)	1,214,000.00	492,128.40
一年以上	-	96,000.00
合计	1,214,000.00	588,128.40

截至2014年12月31日，应付账款中不含持公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

报告期内应付账款各期末余额中不存在关联方款项。

截止至2014年12月31日，应付账款主要供应商情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	2014年12月31日	账龄	占应付账款总额比例（%）
上海阿荣实业有限公司	非关联方	450,000.00	1-2年	37.07
大华会计事务所（特殊普通合伙）	非关联方	300,000.00	1年以内	24.71
西藏同信证券股份有限公司	非关联方	300,000.00	1年以内	24.71
北京市宝盈律师事务所	非关联方	60,000.00	1年以内	4.94
上海申威资产评估有限公司	非关联方	50,000.00	1年以内	4.12
合计	-	1,160,000.00	-	95.55

截止至2013年12月31日，应付账款主要供应商情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	2013年12月31日	账龄	占应付账款总额比例(%)
上海阿荣实业有限公司	非关联方	450,000.00	1年以内	76.51
上海市卢湾区小玩意精品南店	非关联方	96,000.00	3年以内	16.32
合计		546,000.00		92.84

2、预收账款

单位：元

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
预收联合投资拍摄制片款	7,500,000.00	7,543,864.00

根据《电影企业会计核算办法》联合摄制业务中，由公司负责摄制成本核算的，在收到合作方按合同约定预付的制片款项时，先通过“预收制片款”科目进行核算；报告期内各期末预收账款余额主要为联合拍摄《现场直播》预收其他合作方的联合制作投资款。

3、其他应付款

单位：元

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
关联方资金	4,126,850.40	1,172,323.81
其他	1,556.00	14,098.80
合计	4,128,406.40	1,186,422.61

其中，期末余额中应付持本公司5%以上（含5%）表决权股份的股东明细列示如下：

单位：元

名称	2014年12月31日	2013年12月31日
叶进锋	2,557,450.40	1,092,623.81
余慧玲	1,569,400.00	79,700.00
合计	4,126,850.40	1,172,323.81

由于公司处于初创期，电影的创作、拍摄、制作、宣传发行都需要大量资金。

报告期内公司筹拍电影《现场直播》和新媒体节目，拍摄、制作成本较高，需要大额资金支出，在剧组备用金较为紧张时，由控股股东及实际控制人代垫部分款项，属特殊情况，预期在项目发行且资金回流后公司会逐步清理和归还对股东的占款。

期末余额中欠持本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位情况：

单位：元

单位名称	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
叶进锋	2,557,450.40	1,092,623.81
余慧玲	1,569,400.00	79,700.00
合计	4,126,850.40	1,172,323.81

除上述列示的股东代垫款以外，报告期内不存在其他欠关联方的款项。

4、应交税费

单位：元

单位项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
增值税	3,503.86	24,218.44
企业所得税	249,567.24	265,326.89
城建税	26.76	232.72
教育费附加	80.20	698.16
地方教育费附加	53.48	465.44
河道管理费	26.76	232.72
个人所得税	789,608.76	788,989.36
合计	1,042,867.06	1,080,163.73

报告期内，应交税费相对保持稳定，其中大部分为企业所得税及公司代扣代缴的个人所得税。这主要是由于 2013 年开始正式进入《现场直播》的拍摄阶段，对于包括演员在内的大量剧组工作人员的薪酬，公司需对其履行个人所得税的代扣代缴义务。目前《现场直播》尚未制作完成，代扣代缴的个人所得税也尚未完全缴纳，公司控股股东及实际控制人已承诺后续的补缴计划。

（七）报告期股东权益情况

单位：元

所有者权益：	2014年12月31日	2013年12月31日
股本	17,000,000.00	17,000,000.00
资本公积	154,045.16	334,800.00
减：库存股	-	-
专项储备	-	-
盈余公积	-	5,101.77
未分配利润	-960,030.13	-156,991.36
外币报表折算差额	-	-
归属于母公司所有者权益合计	16,194,015.03	17,182,910.41
少数股东权益	-347.08	-
所有者权益合计	16,193,667.95	17,182,910.41

四、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况

（一）关联方及关联关系

1、股份公司发起人及持有公司5%以上股份的股东（挂牌并发行前）

股东姓名	关联方与本公司关系	持股数量（万股）	持股比例（%）
叶进锋	董事长、总经理、股东	930	54.71
余慧玲	公司员工、股东	620	36.47
戎鹰	监事、股东	45	2.65
孔文波	董事、股东	40	2.35
杨智庆	董事、股东	30	1.76
王晓彤	董事、股东	10	0.59
朱坚	董事、董秘、股东	10	0.59
朱伟	股东	10	0.59
潘华刚	监事会主席、股东	5	0.29
合计	-	1,700	100.00

公司实际控制人为叶进锋、余慧玲夫妇。

2、本公司的子公司情况

（1）上海影达写实文化发展有限公司

子公司全称	子公司类型	企业类型	注册地	法定代表人
上海影达写实文化发展有限公司	全资子公司	有限公司	上海松江	叶进锋

业务性质	注册资本 (万元)	持股比例(%)	表决权比例(%)	组织机构代码
纪录片制作	300	100.00	100.00	09387408-0

根据公司 2015 年第一届第三次董事会的相关决议，公司所有董事一致同意公司收购王晓彤和余慧玲分别持有写实文化的 22.5% 和 10% 的全部股权，收购后写实文化成为了公司的全资子公司。该项股权转让于 2015 年 3 月 25 日完成工商变更。

(2) 上海影达数字科技有限公司

子公司全称	子公司类型	企业类型	注册地	法定代表人
上海影达数字科技有限公司	全资子公司	有限公司	上海松江	叶进锋
业务性质	注册资本 (万元)	持股比例(%)	表决权比例(%)	组织机构代码
纪录片制作	1,000	100.00	100.00	32089473-6

3、实际控制人控制及参股其他公司的情况

关联方名称	关联方与本公司关系
上海秋森商贸有限公司	实际控制人叶进锋直接持有 50% 股权
福建维达电器有限公司	实际控制人叶进锋直接持有 25% 股权

报告期内，实际控制人叶进锋、余慧玲夫妇曾持有海宁影达文化传媒有限公司 50% 的股权；实际控制人叶进锋曾持有上海聚利多媒体科技有限公司 15% 的股权。为了避免同业竞争和非必要的关联交易，实际控制人叶进锋、余慧玲夫妇已于 2014 年 8 月 8 日将其持有的海宁影达文化传媒有限公司的股份转让于不相关的第三方。

此外，上海聚利多媒体科技有限公司已于 2014 年 7 月 22 日，经上海市工商行政管理局松江分局准予注销登记。

截至本说明书签署日，公司控股股东叶进锋仅直接持有与公司业务不相关行业的上海秋森商贸有限公司 50% 的股权，以及福建维达电器有限公司 25% 的股权，无其他公司直接或间接的持股情形。

4、董事、监事、高级管理人员控制及参股其他公司的情况

关联方名称	关联方与本公司关系
上海元隆投资有限公司	股东、监事戎鹰直接持有 40% 股权且担任公司总经理

(二) 关联交易

1、销售商品或提供劳务

报告期内，公司不存在向关联方销售商品或提供劳务。

2、购买商品或接受劳务

报告期内，公司不存在向关联方采购产品或接受劳务。

3、向关联方租赁资产

报告期内，公司租赁关联方汽车租金如下：

单位：元

出租方名称	承租方名称	2014 年度	2013 年度
余慧玲	影达传媒	90,000.00	-

从 2013 年 10 月 1 日起，公司租赁股东余慧玲名下的宝马 X5 越野车作为公务使用，双方协议约定公司每月支付余慧玲租金人民币 6,000 元，低于平均市场租赁价格，租赁差价视为股东余慧玲支持公司业务运转的无形资助，公司无需向其支付额外报酬。其中 2014 年度的租赁费中已包括弥补 2013 年未支付的 3 个月租赁费用，由于 2013 年该笔费用公司尚未入账，鉴于金额较小，故未进行年度调账，直接补充计入 2014 年管理费用核算。

4、从关联方拆借资金

(1) 从关联方拆入资金

单位：元

关联方	会计科目	2014年12月31日	2013年12月31日
叶进锋	其他应付款	2,557,450.40	1,092,623.81
余慧玲	其他应付款	1,569,400.00	79,700.00
合计		4,126,850.40	1,172,323.81

公司从关联方拆入资金主要系向实际控制人暂借项目运营资金，关联方拆入资金无利息支出。由于公司处于初创期，电影的创作、拍摄、制作、宣传发行都需要大量资金。报告期内公司筹拍电影《现场直播》及相关新媒体节目，拍摄和制作成本较高，需要大额资金支出，在剧组资金流紧张时，由股东代垫部分款项，属特殊情况，公司预期现金流稳定后将逐步清理归还。

(2) 向关联方拆出资金

报告期各期末，公司账面上无向关联方拆出资金的余额。

(3) 关联方往来款项余额

1) 其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款中无关联方的往来款项。

2) 其他应付款

单位：元

关联方名称	2014年12月31日	2013年12月31日
叶进锋	2,557,450.40	1,092,623.81
余慧玲	1,569,400.00	79,700.00
合计	4,126,850.40	1,172,323.81

(三) 关联方交易决策程序及执行情况

1、关联交易的决策程序

2014年7月21日，公司依法召开了股份公司创立大会暨2014年第一次股东大会，在关联股东回避表决的情形下审议通过了《关于确认报告期内公司及其控股公司与关联方关联交易的议案》。

经核查，现行有效的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策管理办法》中均明确规定了董事会、股东大会审议关联交易事项时，关联董事、关联股东对关联交易应执行回避制度，明确了关联交易公允决策的程序。

《关联交易决策管理办法》对关联交易的决策程序作出如下规定：

第九条 关联交易的决策权限：

（一）公司与其关联人达成的关联交易总额高于 500 万元（不含 500 万元）或公司最近经审计净资产值的 10%以上的，必须向董事会报告，由公司董事会作出决议后提交公司股东大会审议，该关联交易在获得公司股东大会批准后实施。

任何与该关联交易有利益关系的关联人在股东大会上应当放弃对该议案的投票权。关联股东有特殊情况无法回避时，在公司征得有权部门同意后，可以参加表决，公司应当在股东大会决议中对此作出详细说明；

（二）公司与其关联人达成的关联交易总额超过 300 万元（不含 300 万元）但尚未达到 500 万元且未达到公司最近经审计净资产值的 10%的，由公司董事会作出决议；

（三）公司与关联人达成的关联交易总额在 300 万元以下（含 100 万元）的，由公司总经理批准决定。

第十条 审查有关关联交易的合理性时，应当考虑以下因素：

（一）如该项关联交易属于向关联方采购或销售商品的，则必须调查该交易对公司是否有利。当公司向关联方购买或销售产品可降低公司生产、采购或销售成本的，应确认该项关联交易存在具有合理性；

（二）如该项关联交易属于提供或接受劳务、代理、租赁、抵押和担保、管理、研究和开发、许可等项目，则公司必须取得或要求关联方提供确定交易价格的合法、有效的依据，作为签订该项关联交易的价格依据。

第十一条 公司就关联交易表决时，有利害关系的当事人属下列情形的，不得参与表决：

（一）与其利益有关的关联交易；

（二）在关联企业任职或对关联企业有控股权的，该等企业与公司的关联交易；

（三）按照法律法规和公司章程规定应当回避。

第十二条 根据本制度批准实施的关联交易，公司关联人在公司签署涉及关联交易的协议时，应当采取必要的回避措施：

（一）任何个人只能代表一方签署协议；

（二）关联人不得以任何方式干预公司的决定。

2、关联交易制度的执行情况

公司 2014 年第一次股东大会审议通过《关联交易决策管理办法》。在《关联交易制度》制定之前的报告期内，公司的关联交易符合《公司章程》的相关规定，没有对公司及股东利益造成损害。

3、减少和规范关联交易的相关措施

公司通过制定《关联交易管理制度》，从制度上对关联交易进行规范。公司未来将严格按照相关制度的要求，确保关联交易不对公司及股东利益造成损害，尽可能减少关联交易的发生。

（四）关联交易对财务状况和经营成果的影响

1、经常性交易

报告期内，公司不存在与关联方经常性交易。

2、偶发性交易

报告期内，公司偶发性关联交易主要表现为从关联方拆借资金。

报告期内，公司处于初创期和快速成长期，影片的拍摄和日常经营需要大量资金支持。而作为新兴的文化传媒服务性企业，公司从银行融资的能力较为有限。因此，公司一方面通过增资不断扩大注册资本，另一方面通过向关联方寻求资金支持弥补发展过程的营运资金缺口。报告期内，公司存在向实际控制人一致行动人叶进锋、余慧玲夫妇拆借的资金，无利息支出。截止至 2014 年 10 月，公司已经清理了这一的情况，已不存在向实际控制人拆借资金的情况。

3、减少和规范关联交易的具体安排

公司在日常经营活动中尽量减少关联交易，并尽量将关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。公司通过制订《公司章程》、《关联交易决策制度》等制度，对关联交易的决策权力和程序作出了严格的规定，并通过严格执行关联交易基本原则、决策程序、回避制度、信息披露等措施来规范和减少关联交易。

五、需要提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至本说明书签署日，本公司无需要说明的承诺或有事项。

（二）重大承诺事项

截至本说明书签署日，本公司无需说明的承诺事项。

（三）资产负债表日后事项的非调整事项

截至本说明书签署日，本公司无重大需要说明的资产负债表日后事项。

（四）其他重要事项

报告期期后，公司拟申请于全国中小企业股份转让系统挂牌并发行股票，本次定向发行的发行对象为 4 名法人机构、6 名自然人，发行单价为 1.7647 元/股，

发行数量为 740 万股，具体发行事项请参阅本说明书第五章之“定向发行”以及《股票定向发行情况报告书》。

六、最近两年资产评估情况

（一）净资产评估

2014 年 6 月 12 日，上海申威资产评估有限公司出具了沪申威评报字（2014）第 0326 号《上海影达文化传媒有限公司拟股份制改制涉及的资产和负债价值评估报告》，截至 2014 年 4 月 30 日，公司净资产评估价值为 1,785.53 万元，评估增值 70.13 万元。

（二）非货币性资产评估

股东余慧玲以非货币性资产《世博小达人》、《人民币》两部影片的版权出资，上海众华资产评估有限公司出具《余慧玲个人拥有的部分资产追溯性评估报告》（沪众评报字【2014】第 289 号），截止至 2013 年 9 月 8 日，余慧玲个人拥有的电影作品《世博小达人》评估值为 5,000,000 元；上海众华资产评估有限公司出具《余慧玲个人拥有的部分资产追溯性评估报告》（沪众评报字【2014】第 290 号），截止至 2013 年 9 月 8 日，余慧玲个人拥有的电影作品《人民币》评估值为 334,800 元。

七、股利分配政策和最近两年分配情况

（一）股利分配的一般政策

公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- 1、弥补以前年度亏损；
- 2、提取法定盈余公积金。法定盈余公积金按税后利润的 10% 提取，盈余公积金达到注册资本 50% 时不再提取；

- 3、提取任意盈余公积金；
- 4、分配股利。公司董事会提出预案，提交股东大会审议通过后实施。

（二）最近两年分配情况

公司最近两年除提取法定公积金外未进行股利分配。

八、控股子公司货纳入合并报表的其他企业的基本情况

（一）公司基本情况

子公司全称	上海影达写实文化发展有限公司
子公司类型	有限责任公司
注册资本	300 万元
主要业务	影视文化艺术活动交流策划，动漫设计，设计、制作各类广告，利用自有媒体发布广告，舞美设计、制作，舞台灯光音响设计、制作、安装及技术咨询，投资咨询，企业营销策划，企业管理咨询，投资管理咨询，投资管理（除股权投资和股权投资管理），计算机、数码科技、影视文化领域的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，会展服务，文学创作，摄影摄像服务，市场营销策划，企业形象策划，礼仪服务，影视服装、器材、道具租赁（除金融租赁），图文设计制作（除网页），电子产品，五金交电，计算机软硬件及耗材（除计算机信息系统安全专用产品）、照明器材、机电设备、工艺礼品、办公用品的批发零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股东构成及持股比例	报告期内影达传媒持股 67.50%，自然人股东王晓彤持股 22.5%，自然人股东余慧玲持股 10%。2015 年 3 月股权变更为影达传媒持股 100%。

续：

子公司全称	上海影达数字科技有限公司
子公司类型	有限责任公司
注册资本	1,000 万元

主要业务	数字科技领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，网络工程，游戏软件开发，影视文化艺术活动交流、策划，设计、制作各类广告，利用自有媒体发布各类广告，投资管理（除股权投资和股权投资管理），企业形象策划，公关策划，展览展示服务，摄影摄像，自有影视器材租赁，影视服装设计、租赁，办公用品、工艺礼品批发零售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
股东构成及持股比例	影达传媒持股 100%

（二）公司主要财务数据

单位：元

名称	合并当期期末净资产	合并当期净利润
上海影达写实文化发展有限公司	-1,067.93	-1,067.93
上海影达数字科技有限公司	-	-

2014年3月21日，母公司影达传媒投资设立上海影达写实文化发展有限公司，上海影达写实文化发展有限公司作为公司控股子公司自成立日2014年3月21日纳入财务报表合并范围。截至2014年12月31日，股东实际出资额为0元，注册资本尚未实缴到位。

2014年11月13日，母公司影达传媒投资设立上海影达数字科技有限公司，上海影达数字科技有限公司作为公司全资子公司自成立日2014年11月13日纳入财务报表合并范围。截至2014年12月31日止，股东实际出资额为0元，资本金尚未到位。

九、风险因素及对策

（一）行业监管的政策风险

在我国，广播电影电视产业是具有意识形态特殊属性的重要文化产业，国家

实行严格的行业准入和监管政策，对电影和电视剧的制作、进口、发行等环节实行许可制度。

对于电影子行业，国家广播电影电视总局为全国电影制作、发行、放映、进出口经营资格准入的行业行政管理部门，县级以上地方人民政府管理电影的行政部门负责本管辖区域内的电影管理工作。持有《摄制电影许可证》或《摄制电影许可证(单片)》方可制作电影，制作完毕后交付具有《电影发行经营许可证》资格的电影发行单位对外发行。

对于电视剧子行业，由国家广播电影电视总局（下称“广电总局”或“广电局”）全面负责全国电视剧的管理工作，省级广播电视行政部门负责本管辖区域内的电视剧管理工作。根据《广播电视管理条例》和《电视剧管理规定》，设立电视剧制作单位必须经国家广电总局批准并取得《广播电视节目制作经营许可证》，制作电视剧必须持有《电视剧制作许可证》且获得《发行许可证》后方可对外发行。

根据《电影管理条例》和《电影剧本(梗概)备案、电影片管理规定》，国家实行电影剧本(梗概)备案和电影片审查制度，未经备案的电影剧本(梗概)不得拍摄；对于已经拍摄完成，未经审查通过的电影片将作报废处理；如果取得《电影片公映许可证》后被禁止发行或播(放)映，该作品将作报废处理，同时公司还可能将遭受行政处罚。

公司前期筹备阶段的立项审查制度和报送国家广播电影电视总局前的内部审片制度可以杜绝作品中禁止性内容的出现，有效保证了备案和审查的顺利通过，公司成立以来也从未发生过电影未获备案、审查未通过的情形，但公司不能绝对保证此后该类情形永远不会发生。如果一旦出现类似情形，将对公司的经营业绩造成不利影响。因此，公司面临着电影产业政策监管的风险。

（二）作品从制作到问世的经营风险

电影电视剧行业属于传统的资源和资金密集型行业，对优秀剧本和雄厚资金

的渴求较为迫切。虽然公司具有独立的专业团队操刀制作各类影视作品，但是在制作流程中需要借助外部的资源和投资合作方的资金。随着投资剧作数量的上升和投资金额的增加，作品投拍的经营风险也逐步递增，包括投资预算制度不能严格执行的风险、影视作品投资成本控制的风险、难以找到合适的项目投资方的风险、公司管理人员和财务人员班子不能持续扩增的风险、片源制作和管控缺失的风险、外在不可抗力导致的拍摄进程受重大影响的风险、发行网络拓展渠道受限的风险、与影院或院线公司谈判失利直接影响公映档期和票房收入的风险，以及影片票房、电视剧收视率、网络节目点击量不能达到预期的的经营风险。

（三）作品的适销性风险

公司具有电影电视剧、纪录片、广告和新媒体节目的四大元素作为支持主营业务发展的核心驱动力，通过多渠道广泛播种艺术生命来收获良好口碑和丰硕果实。虽然公司在商业模式执行中严格控制各类作品的投资风险，但是电影、电视剧、纪录片、广告是一种大众文化消费，新媒体节目中的真人秀、网络剧、微电影、线上线下互动节目等更是新兴的艺术文化体验，对节目质量的优劣判断取决于消费者的个人品位和主观偏好，而营销推广和公关炒作也会起到推波助澜的作用，因此各类作品最后的收益表现和市场口碑存在着不确定性。

客观上，无法避免因投资制作的作品可能存在的定位不准、不被市场认可、遭受网络差评从而直接影响票房、收视率或点击量，最后导致作品投资收益低于预期的风险。

（四）内部控制风险

公司在创立初期阶段内控体系的建设不够健全、管理层规范治理意识较为薄弱、内部控制的执行力度存在不足。有限公司阶段曾出现过电影投拍过程备用金管理制度未有效执行、公司外包代理记账机构未妥善保管个别发票等原始财务凭证、公司长期无偿占用大股东的资金和资产、未严格代扣代缴电影演职团队酬劳的个人所得税、公司章程规定的各议事规则未严格遵守等情况。公司在新三板挂

牌筹备期间，通过中介机构的悉心辅导与改制规范，已经对不规范的法律与财务问题进行了彻底的清理和整顿。自 2014 年 8 月 13 日有限公司整体变更为股份公司后，公司制定了完备的公司章程和配套议事规则，但由于股份公司成立时间尚短，公司及管理层对规范运作的意识有待提高，而公司对相关制度完全理解有一个过程，执行的效果有待考察。因此，在未来的一段时间内，公司治理仍然会存在不规范的风险。

（五）客户相对集中的风险

公司业务规模较小，过去实现的营业收入主要集中在广告客商，通常采用“一笔业务，一单成交”的合作方式。各年度的主要产品或服务销售中，2013 年度和 2014 年度的前五大客户销售额占当期销售总额分别为 90.23%和 84.30%，报告期内公司每期前五大客户的销售额占营业收入的比例一直较高。因此，公司存在业务集中度较高的风险，且不同会计期间的前几大客商变换也较为频繁。

作为相对偏早期的文化传媒公司，这种现象不是个例，可能会由于某一阶段与个别客商合作失利导致的当期重要项目失败，从而对经营情况产生重大影响。但是随着公司业务线的不断拓展，营销收入实现方式的多样化拓宽，客户集中度会显著改善，也将有利于降低对于个别客商的业务依赖带来的潜在风险。

（六）存货余额较大的风险

公司作为影视片、纪录片等专业制作传媒公司，自有固定资产等非流动资产较少，企业资金主要用于制作电影、电视剧、纪录片或新媒体作品，资金一经投入生产即形成存货——影视作品。在公司连续的扩大再生产过程中，存货必然成为公司资产的主要构成因素，因此公司存货占总资产的比例较高。

2013 年末和 2014 年末，公司存货账面价值分别为 26,693,153.31 元和 27,571,637.52 元，其中在产品账面价值分别 17,920,494.31 元和 18,798,978.52 元，占存货比例分别为 67.14%和 68.18%，平均占比较高，主要是由于在产品反映的是制作中的影视剧成本，该类存货只有在拍摄完成并取得《电影片公映许可证》

或《电视剧发行许可证》后才转入库存商品，而库存商品则可以根据电视剧的预售、销售情况、电影的公映情况较快结转成本。因此，公司存货的主要构成为在产品。

尽管公司具有严格的生产计划和质量控制体系，能够确保在产品按时按质完成。但影视产品制作完成后，依然面临作品审查风险和市场风险。公司存货特别是在产品金额较大，一定程度上放大了上述各类风险对公司的影响程度。

（七）演职团队个人不自律行为可能造成负面影响的风险

目前国内主流影视市场上，以艺人为主的演职团队对于公司产品的口碑传播和销售收入具有深刻的影响力。现今知名导演和当红演员片酬居高不下，既是其对于影视剧票房或收视率保证的隐性承诺，又是其作为公众人物对于社会影响力的有力例证。这种圈内的依赖惯性在短期内很难被市场所左右或改变。

然而，个别知名演职人员出于个人动机而发生的不自律甚至是违法行为可能引发广泛的社会关注，负面事件在娱乐圈的发酵不仅为演职人员个人星途埋下阴影，又容易对社会造成十分不利的公众影响，进而可能连累到其所接拍影视剧的拍摄进程、宣发成本以及期望收益，在一定程度上对制作组和发行方造成难以预计的经济打击。

由于公司目前旗下并不设有艺人经纪业务，参与影视剧和新媒体节目拍摄的演职团队均为外聘使用，即使具有合同条款的相关约束，但是公司对知名艺人的个人行为监督和管控程度较弱，不能排除个别参演艺人由于不可预知的不自律或违法行为对公司业务收入和成本造成的负面影响。

（八）经营活动净现金流量阶段性不稳定的风险

公司2013年度和2014年度的经营活动净现金流量分别为-8,970,244.28元和92,492.09元。

鉴于公司具有“轻资产”的影视作品生产模式及“慢跑性”产品制作周期的

特点,公司在扩大生产经营的过程中将可能面临着某一时段内经营活动现金流量为负、需要筹资活动提供资金的情形,如果资金不能顺利筹集到位或需要支付高额融资成本,则公司的生产计划或盈利能力将受一定影响。公司正在制定和完善资金融资和管理制度,有效减少和避免未来对经营活动净现金流量的负面影响。

(九) 公司未来经营目标与计划不能完全实现的风险

公司属于规模较小、发展较快的新兴文化传媒企业,现阶段资金实力不强、融资渠道较为有限、品牌知名度也有待提高,公司正在寻洽合适的战略投资者进行资金与资源的有效对接,推进优质作品的孵化与传播,以期进一步推动未来经营目标与计划的顺利实现。但是文化传媒业属于高风险新兴行业,公司的业务提升有赖于“天时(踏准发展机遇)、地利(实现有效市场推广)、人和(找到合适的战略投资者匹配)”,时间、空间和资金的高效把握是公司实现经营成功的钥匙,三者任何一项判断失误,可能对业务形成和发展造成不可估量的损失,进而使得公司经营目标与计划不能完全实现。

(十) 报告期期末公司每股净资产低于 1 元的风险

截至 2014 年 12 月 31 日,公司合并口径下的每股净资产和归属于挂牌公司股东的每股净资产均为 0.95 元,低于 1 元,主要由于公司历年业务线的扩张引发的亏损所致。本次挂牌并增资发行后,预测的每股净资产能提升至 1.20 元。未来公司的每股净资产主要取决于经营业绩、盈利能力以及后续可能的增资扩股等相关安排。

(十一) 公司新媒体业务与合作伙伴之间合作模式的合法合规性

公司及其控股股东、实际控制人于 2015 年 2 月出具承诺函:“在可预见的未来,与公司在新媒体业务领域展开合作的企业与业务本身均确认合规合法,在法

律法规许可的前提下进行商业合作，合作模式不存在商业寻租或聚众赌博等违法犯罪行为。”

如果线下活动举办者所举办的德州扑克比赛未来被公安机关认定存在赌博，则相关视频可能被认定为《互联网视听节目服务管理规定》所禁止的“渲染赌博活动”的视听节目。根据该规定第十八条，“广播电影电视主管部门应当采取必要措施予以制止，互联网视听节目服务单位应当立即删除。”自2015年4月以来，公司未再拍摄制作任何线下赛事视频，完全通过自主制作“达人开牌之德州扑克”真人秀节目视频作为“达人开牌”系列的营销手段。因此，即使已经播出的赛事视频被删除或下线，也不会影响影达传媒该项业务的持续经营。

（十二）控股股东及实际控制人承诺弥补欠缴税收的说明

公司及其控股股东、实际控制人于2015年3月出具承诺函：“截至2014年12月31日，公司控股股东及实际控制人确认公司还需向税务部门补缴企业所得税合计249,567.24元及对演职人员代扣代缴的个人所得税合计788,989.36元，未来如存在追缴情形，公司控股股东及实际控制人将主动承担一切连带清缴责任。”

根据2015年3月20日上海市松江区国税局和地税局松江区分局出具的涉税事项调查证明：“根据相关法律法规及税务机关涉税事项调查工作规范，公司自2013年1月1日至2015年2月28日期间未发现有受到我局税务行政处罚的信息。”

十、公司针对上述风险已采取及拟采取的风险防范管理措施

针对可能影响公司持续经营能力的风险，公司已采取及拟采取以下管理措施：

1、公司将继续严格遵守相关法律法规，合法经营；积极和政府相关部门保持良好沟通，根据国家的有关政策及时调整发展业态；

2、公司将加强前期的市场调研，选择贴合市场的需求的题材，从项目运作

源头进行多角度论证，提高项目的可操作性；对于电影电视剧面临盗版导致的业务影响的情况，公司将选择知名电影电视剧发行商合作，打响公司作品的正版品牌，扩大市场影响，从而遏制盗版产品的销路及销量。如有必要，公司将坚决利用法律武器维护公司的正当权益。

3、公司管理层承诺将认真学习《公司法》、《公司章程》以及公司其他规章制度，严格实践，提高自身的内控意识。此外，公司今后将加强管理，确保实际控制人、控股股东及关联方严格遵守公司的各项规章制度。

4、公司准备积极物色专职的内部审计人员，公司将确保内部审计人员的工作不受公司其他部门的影响，直接向董事会负责，确保内部审计人员的独立性。

5、公司将加大对日常费用支出的管控，合理控制不必要的费用支出，增加公司的营业利润。此外，公司还将加强与现有客户和新客户的合作，及时获得客户反馈信息、优化作品的品质、提高相互依存度以保持良好长久的合作关系。

第五章 定向发行

一、挂牌公司符合豁免申请核准定向发行情形的说明

公司本次定向发行对象为 4 名法人机构、6 名自然人，发行完成后公司股东人数为 19 名，故本次定向发行后公司股东人数不超过 200 人。

综上，公司本次定向发行符合《管理办法》中规定的豁免向中国证监会申请核准的相关条件。本次定向发行无须向中国证监会申请核准。

二、本次发行的基本情况

（一）本次发行股票的数量

本次定向发行股票的数量为 7,400,000 股。

（二）发行价格

本次定向发行股票的价格为每股人民币 1.7647 元。

（三）发行对象情况

公司本次定向发行对象为 4 名法人机构、6 名自然人，具体情况分别为：

1. 天堂硅谷久和投资

企业名称：浙江天堂硅谷久和股权投资合伙企业（有限合伙）

成立时间：2011 年 8 月 23 日

类型：有限合伙企业

法定代表人（执行事务合伙人委派代表）：李锦荣

住所：杭州市文三路 369 号 1104 室

注册资本：3,000 万元

经营范围：股权投资，投资咨询等不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目。

天堂硅谷久和投资的实际控制方为浙江天堂硅谷资产管理集团有限公司，成立于 2000 年 11 月 11 日，现注册资本 2 亿元，法定代表人为袁维钢。集团公司主营私募股权投资、上市金融服务与产业并购业务，曾被浙江省人民政府列为 2014 浙江省服务业重点企业，“China Venture 投资中国”之 2013 年中国最具创新力综合性基金管理机构前十名、中国最佳产业投资机构 TOP3，清科集团 2012 年中国股权投资机构排名第十二位等，其专业投资能力及业绩声誉蜚声业内。

天堂硅谷久和投资将充分运用其在资本市场成熟的资本运作经验，通过财务投资方式充分整合各方资源，扶持公司于不久的未来做大做强，形成一股在新媒体领域专业、创新、领先的新兴势力，通过未来的定向增发或上市并购实现公司与投资者的双赢。

本次定向发行前，天堂硅谷久和投资及其关联方未持有本公司股份。经核查，天堂硅谷久和投资系一家从事投资业务的合伙企业，该企业自设立以来未从事其他业务。根据对天堂硅谷久和投资与公司签署的《增资协议》以及对双方负责人的核查，天堂硅谷久和投资认购本次公司发行的股份，不存在对赌或类似的安排。

2. 华数元启投资

企业名称：浙江华数元启投资合伙企业（有限合伙）

成立时间：2014 年 12 月 31 日

类型：有限合伙企业

法定代表人（执行事务合伙人委派代表）：郭海涛

住所：杭州市西湖区天目山路 398 号 12 号楼 4 楼

认缴出资总额：34,000 万元人民币

经营范围：实业投资，投资管理，投资咨询，资产管理（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

华数元启投资的执行事务合伙人为浙江华数文化传媒产业投资管理有限公司,浙江华数文化传媒产业投资管理有限公司系由浙江华数传媒资本管理有限公司、东方星空创业投资有限公司、上海常青藤投资有限公司合资成立的专业投资管理公司,公司因股东持股较为分散且比例较为接近,故无实际控制人。

公司将借助华数文化传媒产业投资管理有限公司的各类渠道资源,在内容传播和推广的渠道运作上产生共振效应,不仅使公司在影视节目的内容制作方面发挥自身强项,还能通过借助投资者的渠道优势捕捉到流量更大的新媒体用户群,从而为公司实现多元化业务的快速发展。

本次定向发行前,华数元启投资及其关联方未持有本公司股份。经核查,华数元启投资系一家从事投资和资产管理业务的合伙企业,该企业自设立以来未从事其他业务。根据对华数元启与公司签署的《增资协议》以及对双方负责人的核查,华数元启投资认购本次公司发行的股份,不存在对赌或类似的安排。

3、共青城尼克领军投资

企业名称:共青城尼克领军投资管理合伙企业(有限合伙)

成立时间:2015年1月5日

类型:有限合伙企业

法定代表人(执行事务合伙人委派代表):陈永飞

住所:江西省九江市共青城私募基金园区408-54

注册资本:900万元

经营范围:投资管理,投资咨询,项目投资,商务信息咨询。

共青城尼克领军投资的实际控制方为北京尼克投资管理有限公司,成立于2013年12月27日,注册资本为人民币500万,法定代表人为陈永飞。公司专注于投资管理及企业管理咨询、经济贸易咨询和企业策划,擅长新三板市场的资本运作和投融资决策,在业内享有较高声誉。

本次定向发行前,共青城尼克领军投资及其关联方未持有本公司股份。经核

查，共青城尼克领军投资系一家专业从事投资管理的合伙企业。根据对共青城尼克领军投资与公司签署的《增资协议》以及对双方负责人的核查，共青城尼克领军投资认购本次公司发行的股份，不存在对赌或类似的安排。

4、杭州同萃投资

企业名称：杭州同萃投资合伙企业（有限合伙）

成立时间：2015年3月6日

类型：有限合伙企业

法定代表人（执行事务合伙人委派代表）：孙新荣

住所：杭州市上城区白云路22号175室

注册资本：3,000万元

经营范围：实业投资，投资管理，投资咨询（除证券、期货）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

杭州同萃投资的实际控制方为杭州拔萃投资管理有限公司，成立于2013年7月15日，注册资本为人民币1,000万，法定代表人为孙新荣。公司成立以来，专注于PE、VC类股权投资管理业务。

本次定向发行前，杭州同萃投资及其关联方未持有本公司股份。经核查，杭州同萃投资系一家专业从事实业投资和投资管理的合伙企业。根据对杭州同萃投资与公司签署的《增资协议》以及对双方负责人的核查，杭州同萃投资认购本次公司发行的股份，不存在对赌或类似的安排。

5、自然人李明

李明，男，中国国籍，无永久境外居留权，1982年12月出生，现任浙江天堂硅谷资产管理集团有限公司产业整合部副总经理。

本次定向发行前，自然人李明及其关联方未持有公司股份。根据对其与公司签署的《认购协议》以及对双方的核查，李明认购本次公司发行的股份，不存在

对赌、代持或类似的安排。

6、自然人褚晓冬

褚晓冬，男，中国国籍，无永久境外居留权，1969年12月出生，现任德清达然电子有限公司职工。

本次定向发行前，自然人褚晓冬及其关联方未持有公司股份。根据对其与公司签署的《认购协议》以及对双方的核查，褚晓冬认购本次公司发行的股份，不存在对赌、代持或类似的安排。

7、自然人连耘

连耘，男，中国国籍，无永久境外居留权，1986年1月出生，现任影达传媒财务负责人。

本次定向发行前，自然人连耘及其关联方未持有本公司股份。根据对其与公司签署的《增资协议》以及对双方的核查，连耘认购本次公司发行的股份，不存在对赌、代持或类似的安排。

8、自然人谈龙娇

谈龙娇，女，中国国籍，无永久境外居留权，1988年8月出生，现任影达传媒创作总监。

本次定向发行前，自然人谈龙娇及其关联方未持有本公司股份。根据对其与公司签署的《增资协议》以及对双方的核查，谈龙娇认购本次公司发行的股份，不存在对赌、代持或类似的安排。

9、自然人薛超斐

薛超斐，女，中国国籍，无永久境外居留权，1988年11月出生，现任影达传媒市场总监。

本次定向发行前，自然人薛超斐及其关联方未持有本公司股份。根据对其与公司签署的《增资协议》以及对双方的核查，薛超斐认购本次公司发行的股份，不存在对赌、代持或类似的安排。

10、自然人朱晓君

朱晓君，女，中国国籍，无永久境外居留权，1985年4月出生，现任影达传媒人事部经理。

本次定向发行前，自然人朱晓君及其关联方未持有本公司股份。根据对其与公司签署的《增资协议》以及对双方的核查，朱晓君认购本次公司发行的股份，不存在对赌、代持或类似的安排。

（四）发行对象认购股份数量

股东名称	认购数量 (万股)	认购金额 (万元)	股东性质	认购方式	持股方式
浙江天堂硅谷久和股权投资合伙企业（有限合伙）	306.00	540.00	境内企业法人	现金	直接持股
浙江华数元启投资合伙企业（有限合伙）	56.6667	100.00	境内企业法人	现金	直接持股
共青城尼克领军投资管理合伙企业（有限合伙）	113.3333	200.00	境内企业法人	现金	直接持股
杭州同萃投资合伙企业（有限合伙）	113.3333	200.00	境内企业法人	现金	直接持股
李明	34.00	60.00	境内自然人	现金	直接持股
褚晓冬	56.6667	100.00	境内自然人	现金	直接持股
连耘	20.00	35.2941	境内自然人	现金	直接持股
谈龙娇	15.00	26.4706	境内自然人	现金	直接持股
薛超斐	20.00	35.2941	境内自然人	现金	直接持股
朱晓君	5.00	8.8235	境内自然人	现金	直接持股
合计	740.00	1,305.8823	-	-	-

注：表内涉及小数点的合计差异，均为四舍五入所致。

三、发行前后相关对比情况

(一) 依方案发行完成后，发行前后股东情况比较

定向发行前股东情况			定向发行后股东情况		
股东姓名	持股数量 (万股)	股权比例 (%)	股东姓名	持股数量 (万股)	股权比例 (%)
叶进锋	930.00	54.71	叶进锋	930.00	38.1148
余慧玲	620.00	36.47	余慧玲	620.00	25.4098
戎鹰	45.00	2.65	戎鹰	45.00	1.8443
孔文波	40.00	2.35	孔文波	40.00	1.6393
杨智庆	30.00	1.76	杨智庆	30.00	1.2295
王晓彤	10.00	0.59	王晓彤	10.00	0.4098
朱坚	10.00	0.59	朱坚	10.00	0.4098
朱伟	10.00	0.59	朱伟	10.00	0.4098
潘华刚	5.00	0.29	潘华刚	5.00	0.2049
			浙江天堂硅谷久 和股权投资合伙 企业(有限合伙)	306.00	12.5410
			浙江华数元启投 资合伙企业(有 有限合伙)	56.6667	2.3224
			共青城尼克领军 投资管理合伙企 业(有限合伙)	113.3333	4.6448
			杭州同萃投资合 伙企业(有限合 伙)	113.3333	4.6448
			李明	34.00	1.3934
			褚晓冬	56.6667	2.3224
			连耘	20.00	0.8197
			谈龙娇	15.00	0.6148
			薛超斐	20.00	0.8197
			朱晓君	5.00	0.2049
合计	1,700.00	100.00	合计	2,440.00	100.00

（二）依方案发行完成后，发行前后股本结构、股东人数、资产构成、业务构成、公司控制权、董事、监事和高级管理人员持股情况的变动情况

1. 公司的股本结构及股东人数在发行前后的变化情况如下表所示：

股份性质		定向发行前		定向发行后	
		股数（万股）	比例	股数（万股）	比例
无限售条件股份	1、控股股东、实际控制人				
	2、董事、监事和高级管理人员				
	3、核心业务人员				
	4、其他			680.00	27.87%
	无限售条件股数合计	-	-	680.00	27.87%
有限售条件股份	1、控股股东、实际控制人	1,550.00	91.18%	1,550.00	63.52%
	2、董事、监事和高级管理人员	140.00	8.24%	175.00	7.17%
	3、核心业务人员				
	4、其他	10.00	0.59%	35.00	1.43%
	有限售条件股数合计	1,700.00	100.00%	1,760.00	72.13%
总股本数（万股）		1,700.00	100.00%	2,440.00	100.00%
股东人数（个）		9		19	

注 1：本表定向发行前的 9 位自然人股东，皆为公司发起人，根据新《公司法》第 141 条规定，发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不可转让；

注 2：公司实际控制人叶进锋、余慧玲夫妇持有的股份，根据《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》2.8 的规定，在挂牌后分三批解除转让限制；

注 3：表内涉及小数点的合计差异，均为四舍五入所致。

2. 公司的资产结构在发行前后的变化情况

由于公司本次定向发行均采用现金方式，因此定向发行后，公司的流动资产和资产总额分别增加人民币 1,305.8823 万元，其他资产无变动情况。

3. 公司业务结构在发行前后的变化情况

公司业务结构在发行前后未发生变化，主营业务仍为影视作品的原创与制作、广告设计与制作、新媒体综合营销与应用，提供电影、电视剧和纪录片等影视作品的制作及衍生业务，广告策划、设计与制作，以及新媒体营销与应用业务。

4. 公司控制权在发行前后未发生变化

发行前，叶进锋、余慧玲夫妇分别持有公司股份 930 万股、620 万股，占公司股本总额的 91.18%。因此，公司的实际控制人为叶进锋、余慧玲夫妇。发行后，叶进锋、余慧玲分别持有公司股份 930 万股、620 万股，占公司股本总额的 63.5246%。因此，公司的实际控制人仍为叶进锋、余慧玲夫妇。

5. 董事、监事、高级管理人员直接持股变动情况

公司董事、监事、高级管理人员在发行前后的直接持股变动情况如下表所示：

姓名	职务	定向发行前		定向发行后	
		股数（万股）	比例	股数（万股）	比例
叶进锋	董事长、总经理	930	54.71%	930	38.1148%
王晓彤	董事、副总经理	10	0.59%	10	0.4098%
孔文波	董事	40	2.35%	40	1.6393%
杨智庆	董事	30	1.76%	30	1.2295%
朱坚	董事会秘书	10	0.59%	10	0.4098%
潘华刚	监事会主席、人力总监、行政经理	5	0.29%	5	0.2049%
戎鹰	监事	45	2.65%	45	1.8443%
谈龙娇	监事	-	-	15	0.6148%

连耘	财务负责人	-	-	20	0.8197%
----	-------	---	---	----	---------

(三) 依方案发行完成后，发行前后主要财务指标变化情况

项目	增资发行前		增资发行后
	2014年12月31日	2013年12月31日	
基本每股收益（元/股）	-0.06	-0.03	-0.04
加权平均净资产收益率	-5.93%	-2.97%	-5.93%
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.005	-0.53	0.004
总资产（万元）	3,023.50	2,792.78	4,329.38
股东权益合计（万元）	1,619.37	1,718.29	2,925.25
归属于公司股东的每股净资产（元/股）	0.95	1.01	1.20
资产负债率（%）	46.44%	38.47%	32.43%
流动比率（倍）	2.03	2.56	2.96
速动比率（倍）	0.07	0.08	1.00

从上表可以看出，通过本次发行，公司的偿债能力将进一步增强，虽然造成每股经营活动产生的现金流量净额的短期下降，但是通过对增资现金的充分利用，公司的盈利能力将会得到相应的提升。

四、新增股份限售安排

本次定向发行的全部股份将在中国证券登记结算有限公司北京分公司登记。公司董事、监事、高级管理人员、控股股东及实际控制人所持有的本次定向发行股份将按照《中华人民共和国公司法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》及其他相关规定进行转让，其余的本次定向发行股份可以一次性进入全国中小企业股份转让系统进行股份转让。

五、现有股东优先认购安排

本次定向发行在册股东享有优先认购权，现有股东叶进锋、余慧玲、戎鹰、孔文波、杨智庆、王晓彤、朱坚、朱伟、潘华刚一致放弃优先认购权，并签署了放弃优先认购权的《承诺函》。

六、律师事务所关于本次发行合法合规性的意见

北京市宝盈律师事务所出具了《关于上海影达文化传媒股份有限公司挂牌同时定向发行股票合法合规性的法律意见书》，对公司本次发行发表了如下意见：

（一）本次发行股票已履行内部批准程序，并可豁免向中国证监会申请核准。

本次股票发行经公司董事会、股东大会批准，已经完成《公司法》、公司《章程》要求的内部批准程序。

公司本次股票发行系向特定对象发行，且发行后股东人数不超过200人，不属于公开发行，不需要按照《证券法》、《业务规则》向中国证监会申请核准。

律师认为，公司本次发行股票已获得相关法律、法规及《公司章程》所要求的批准和授权，并可豁免向中国证监会申请核准。

（二）本次发行股票对象不受投资者适当性要求的限制，可以认购本次发行的股票。

截至法律意见书出具日，公司尚不是非上市公众公司，本次股票发行对象不适用《业务规则》和《投资者适当性管理细则》有关投资者适当性制度的规定，可以不符合投资者适当性的有关要求。但公司本次发行股票应在正式挂牌前完成，如发行对象不符合参与挂牌公司股票公开转让条件，则在挂牌后只能买卖持有或曾持有的挂牌公司股票。

律师认为，本次发行对象符合《公司法》、《证券法》、公司《章程》的规定，可以认购公司本次定向发行的股份。

（三）本次发行股票保障了现有股东的优先认购权，符合《公司法》与公司《章程》。

根据《公司法》、公司《章程》，现有股东享有优先认购权。现有股东叶进锋、余慧玲、戎鹰、孔文波、杨智庆、王晓彤、朱坚、朱伟、潘华刚均放弃优先认购权，并签署了书面《承诺函》。

律师认为，本次股票发行的优先认购安排符合《公司法》与公司《章程》，保障了现有股东的合法权利。

（四）本次股票发行的法律文件符合《公司法》与《合同法》，合法有效。

公司及全体股东分别与10名发行对象签署了增资协议。其中本次发行股票认购价格系各方协商确定，增发的股票以现金方式认购，不存在以资产认购发行股票的情形。

律师认为，这些法律文件系在当事人意思自治的基础上签署，不存在损害公司、本次发行前原有股东及发行对象合法权益的情形，符合《公司法》、《合同法》、《监督管理办法》等法律、行政法规及规范性文件的规定，合法有效。

（五）本次定向发行没有以资产认购发行股票的情形，故不存在资产有重大瑕疵、需办理资产过户或因资产瑕疵导致不能过户等情形。

（六）需要说明的其他问题。

经律师核查，没有对本次发行有重大影响而需要说明的其他情况。

综上所述，宝盈律师认为，影达传媒本次定向发行符合《公司法》、《管理办法》、《业务规则》等法律、法规及规范性文件规定。

(本页无正文，为公司董事、监事、高级管理人员签字)

全体董事 (签名):

叶进锋: 叶进锋

王晓彤: 王晓彤

孔文波: 孔文波

杨智庆: 杨智庆

朱坚: 朱坚

全体监事 (签名):

潘华刚: 潘华刚

戎鹰: 戎鹰

谈龙娇: 谈龙娇

高级管理人员 (签名):

叶进锋: 叶进锋

王晓彤: 王晓彤

连耘: 连耘

朱坚: 朱坚

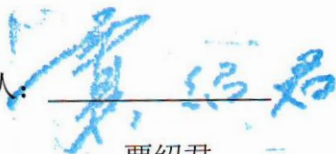
上海影达文化传媒股份有限公司

2015年4月1日

主办券商声明

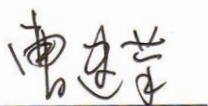
本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：



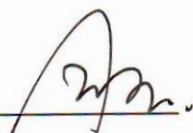
贾绍君

项目负责人：



曹建荣

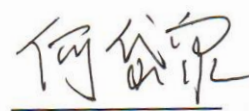
项目小组成员：



周佳



林海



何岱泉

西藏同信证券股份有限公司（公章）



2015年 7月 15日

二、申请挂牌公司律师声明

本机构及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的法律意见书无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

负责人： 严少芳
严少芳

经办律师： 罗联军
罗联军

严少芳
严少芳



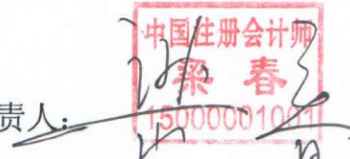

北京市宝盈律师事务所

2015年4月2日

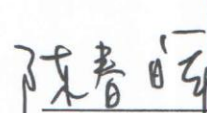

承担审计业务的会计师事务所声明

大华特字[2015] 002561 号



本所及签字注册会计师已阅读上海影达文化传媒股份有限公司公开转让说明书，确认上海影达文化传媒股份有限公司公开转让说明书与本所出具的大华验字[2014]000326 号验资报告及大华审字[2015] 003945 号审计报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人:  

梁春

签字注册会计师:  

陈春晖

李颖庆

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

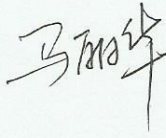


二〇一五年四月七日


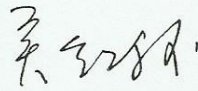
四、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

负责人：



签字注册评估师：



上海申威资产评估有限公司



第七章 附件

- 一、主办券商推荐报告
- 二、财务报表及审计报告
- 三、法律意见书
- 四、公司章程
- 五、股票定向发行情况报告书
- 六、全国中小企业股份转让系统公司的审查意见及中国证监会核准文件
- 七、其他与公开转让有关的重要文件