创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

北京能量影视传播股份有限公司

（北京市海淀区海淀路165号南门凤凰会馆2层）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

声明：本公司的发行申请尚未获得中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

中原证券股份有限公司
CENTRAL CHINA SECURITIES HOLDINGS CO.,LTD.

（住所：郑州市郑东新区商务外环路10号中原广发金融大厦）

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股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、及时性承担个别和连带的法律责任。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

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招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对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，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	1,950 万股，占发行后总股本的 25.06%
每股面值	1.00 元
每股发行价格	根据询价结果确定
预计发行日期	201【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	7,780 万股
保荐人（主承销商）	中原证券股份有限公司
招股说明书签署日期	201【】年【 】月【 】日

重大事项提示

投资者应特别关注以下重大事项，并认真阅读招股说明书“风险因素”一章的全部内容。

一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺

（一）公司控股股东、实际控制人唐建承诺：自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人在公司首次公开发行股票前所持有的公司股份，也不由公司回购本人所持有的该等股份。在上述锁定期届满后，在任职期间内每年转让的公司股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。离职后 6 个月内，不转让本人所持有的公司股份。

本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人不因不再作为公司控股股东或者职务变更、离职等原因而放弃上述延长锁定期限的承诺。

（二）公司股东金兆鑫、陈鲁豫、郭志成、樊庆元、程乐平、奚巍、曹志雄、王霁、蔡晓青、李宁、苏全军、沈晓伟、周立波、张洪志、周南、李敏、王巧凤、刘庆华、胡忠好、李英梅、王慧君、吴扬、姜红承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人在公司首次公开发行股票前所持有的公司股份，也不由公司回购本人所持有的该等股份。

（三）担任公司董事、监事、高级管理人员的股东金兆鑫、陈鲁豫、郭志成、樊庆元、程乐平、曹志雄、奚巍、王霁、蔡晓青同时承诺：①自公司股票上市之日起 12 个月后，在任职期间内每年转让的公司股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。②自公司股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让本人直接持有的公司股份；自公司股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，

自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接持有的公司股份。③离职后 6 个月内，不转让本人所持有的公司股份。

担任公司董事、高级管理人员的股东金兆鑫、陈鲁豫、郭志成、樊庆元、程乐平、曹志雄、奚巍同时承诺：如本人在上述锁定期满后两年内减持所持公司股票的，其减持价格不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人不因职务变更、离职等原因而放弃上述延长锁定期限的承诺。

上述发行价格指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

二、发行上市后稳定公司股价的预案

上市后三年内，如果公司股价持续低于每股净资产时，公司及其控股股东、公司董事及高级管理人员将启动股价稳定的措施，具体内容如下：

（一）启动股价稳定措施的具体条件

1、预警条件

若公司股票连续 5 个交易日的收盘价低于每股净资产的 120%时，公司将在 10 个交易日内召开投资者见面会，与投资者就公司经营状况、财务指标、发展战略等进行深入沟通。

2、启动条件

当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于每股净资产时。

3、停止条件

公司股价稳定的具体方案实施期间，如果公司股票连续 20 个交易日收盘价高于每股净资产时，公司及其控股股东、公司董事及高级管理人员将停止实施股价稳定措施。

（二）股价稳定的具体措施

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司及其控股股东、公司董事及高级管

理人员将及时采取以下措施稳定公司股价。

1、公司回购股票

（1）公司回购股票的条件

公司回购股票应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》等相关法律、法规和规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（2）公司回购股票的程序

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司董事会应在 5 个交易日内提出公司回购股票的预案，经公司董事会审议通过后提请公司股东大会审议，并按照相关法律、法规和规范性文件的规定履行公告等程序。

公司应在董事会审议通过公司回购股票的预案后 30 日内召开股东大会，公司股东大会对回购股票做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

公司股东大会做出回购股票的决议的，董事会应按照相关法律、法规和规范性文件的规定履行公告等程序，并按照股东大会决议的内容实施股票的回购。

（3）公司回购股票的资金承诺

公司单次用于回购股票的资金不低于人民币 1,000 万元，回购价格不低于回购时公司股票二级市场价格，但累计用于回购股票的资金总额不超过公司本次公开发行新股所募集资金的总额。

2、控股股东、实际控制人增持股票

（1）控股股东、实际控制人增持股票的条件

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司控股股东、实际控制人应在上述事实发生之日起 5 个交易日内向公司提交增持股票的方案；控股股东、实际控制人增持股票应符合《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规和规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（2）控股股东、实际控制人增持股票的程序

在相关事实发生之日起 5 个交易日内，控股股东、实际控制人向公司董事会提交增持股票方案，方案应包括增持股票的方式、增持价格或价格区间、增持股票的数量

或比例、拟用于增持的资金总额、增持股票的期限等。

公司董事会在控股股东、实际控制人增持前 3 个交易日内进行公告。

在履行相应的公告义务后，控股股东、实际控制人将在满足相关法律、法规和规范性文件规定的情况下实施增持方案。

（3）控股股东、实际控制人增持股票的资金承诺

控股股东、实际控制人单次用于增持股票的资金不少于人民币 300 万元，增持价格不低于增持时公司股票二级市场价格。

3、董事、高级管理人员增持股票

（1）董事、高级管理人员增持股票的条件

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司董事（不包括独立董事，下同）、高级管理人员应在上述事实发生之日起 5 个交易日内向公司提交增持股票的方案；公司董事、高级管理人员增持股票应符合《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规和规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（2）公司董事、高级管理人员增持股票的程序

在相关事实发生之日起 5 个交易日内，公司董事、高级管理人员向公司董事会提交增持股票方案，方案应包括增持股票的方式、增持价格或价格区间、增持股票的数量或比例、拟用于增持的资金总额、增持股票的期限等。

公司董事会在董事、高级管理人员增持前 3 个交易日内进行公告。

在履行相应的公告义务后，公司董事、高级管理人员将在满足相关法律、法规和规范性文件规定的情况下实施增持方案。

（3）公司董事、高级管理人员增持股票的资金承诺

公司董事、高级管理人员用于增持公司股票的资金不少于上述人员上年度自公司领取薪酬总额的 50%，增持价格不低于增持时公司股票二级市场价格。

未在公司领取薪酬的金兆鑫、陈鲁豫用于增持公司股票的资金不少于其他董事、高级管理人员上年度自公司领取薪酬平均数的 50%。

4、法律、法规和规范性文件规定以及中国证监会认可的其他方式

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司可以同时或单独采取其他股价稳定的措施，公司董事会应制订明确具体的股价稳定方案，在履行公司内部审议程序后实施；公司实施其他股价稳定措施的，应保证该等措施符合法律、法规和规范性文件的规定，并保证股价稳定措施实施后，公司的股权分布仍符合上市条件。

公司在未来聘任新的董事、高级管理人员前，将要求其出具相应的承诺函，保证其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已做出的相应承诺。

三、公司及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

公司承诺，如公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在证券监督管理部门做出上述认定时五个交易日内启动回购程序，依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格依照届时二级市场价格确定，但不低于公司首次公开发行股票价格（公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）。

公司控股股东承诺，如公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在证券监督管理部门做出上述认定时五个交易日内启动购回程序，依法购回已转让的原限售股份（如有），购回价格依照届时二级市场价格确定，但不低于公司首次公开发行股票价格（公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）。

公司、公司控股股东（实际控制人）、公司全体董事、监事、高级管理人员承诺，如公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司（本人）将依法赔偿投资者损失。

四、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

公司首次公开发行的保荐机构（主承销商）中原证券股份有限公司、律师事务所

北京市共和律师事务所和申报会计师中喜会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：如因本公司（本所）为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司（本所）将依法与发行人就上述事项向投资者承担连带赔偿责任，但本公司（本所）能够证明自己没有过错的情形除外。

五、公司本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

（一）公司控股股东、实际控制人唐建的持股意向和减持意向

1、本人意在长期持有公司股票；

2、在锁定期满后两年内，本人如拟减持公司股票的，每年减持的股票数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股票数量的 10%，减持价格不低于本次公开发行股票的发行价格，自公司股票上市之日起至减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，减持价格将相应进行调整；

3、本人如拟减持公司股票的，将严格遵守相关法律、法规和规范性文件的规定，结合公司股价稳定、经营管理和资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持，减持的方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易、大宗交易或协议转让等；

4、本人减持公司股票前，将严格按照证券交易所规定履行信息披露义务，提前三个交易日公告相关减持计划；

5、本人如未履行上述承诺减持股票，该部分减持股票所得收益归公司所有，本人并自愿接受深圳证券交易所等监管部门依据相关规定给予的监管措施或处罚。

（二）公司股东金兆鑫的持股意向和减持意向

1、本人意在长期持有公司股票；

2、在锁定期满后两年内，本人如拟减持公司股票的，每年减持的股票数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股票数量的 15%，减持价格不低于本次公开发行股票的发行价格，自公司股票上市之日起至减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，减持价格将相应进行调整；

3、本人如拟减持公司股票的，将严格遵守相关法律、法规和规范性文件的规定，结合公司股价稳定、经营管理和资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持，减持的方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易、大宗交易或协议转让等；

4、本人减持公司股票前，将严格按照证券交易所规定履行信息披露义务，提前三个交易日公告相关减持计划；

5、本人如未履行上述承诺减持股票，该部分减持股票所得收益归公司所有，本人并自愿接受深圳证券交易所等监管部门依据相关规定给予的监管措施或处罚。

（三）公司股东陈鲁豫的持股意向和减持意向

1、本人意在长期持有公司股票；

2、在锁定期满后两年内，本人如拟减持公司股票的，每年减持的股票数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股票数量的 15%，减持价格不低于本次公开发行股票的发行价格，自公司股票上市之日起至减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，减持价格将相应进行调整；

3、本人如拟减持公司股票的，将严格遵守相关法律、法规和规范性文件的规定，结合公司股价稳定、经营管理和资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持，减持的方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易、大宗交易或协议转让等；

4、本人减持公司股票前，将严格按照证券交易所规定履行信息披露义务，提前三个交易日公告相关减持计划；

5、本人如未履行上述承诺减持股票，该部分减持股票所得收益归公司所有，本人并自愿接受深圳证券交易所等监管部门依据相关规定给予的监管措施或处罚。

六、填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺

2013 年度，公司实现归属于母公司股东的净利润 3,744.61 万元，每股收益为 0.64 元，加权平均净资产收益率为 23.76%；本次公开发行前公司总股本为 5,830 万股，本次公开发行股票 1,950 万股，发行完成后公司总股本上升为 7,780 万股，募集资金到位

后，公司净资产规模也将有一定幅度的提高。

公司本次公开发行募集资金将全部用于主营业务发展，募集资金投资项目已经公司董事会、股东大会审议通过，项目实施后将进一步扩大公司业务规模，提高公司的盈利水平和综合竞争能力，但由于募集资金投资项目的实施需要一定的周期，在募集资金投资项目实现盈利前，如本次发行所属会计年度净利润未实现相应幅度的增长，每股收益、净资产收益率等股东即期回报将出现一定幅度的下降。

为降低本次公开发行摊薄股东即期回报的影响，公司拟采取以下措施填补对股东即期回报的摊薄，具体如下：

（一）加快募集资金投资项目的实施

公司募集资金投资项目“栏目制作”中包括《超级演说家》、《我为喜剧狂》、《鲁豫的礼物》和《蚂蚁斗大象》等大型周期制作的栏目，截至目前，公司已推出 2 季《超级演说家》、1 季《我为喜剧狂》和 1 季《鲁豫的礼物》，上述项目均取得了良好的收视效果，公司将在已播出节目的基础上，加大节目模式研发的力度，适时推出后续节目，加快募集资金投资项目实施周期，尽快实现项目预期收益。

公司募集资金投资项目“纪录片制作”中包括《马可波罗》、《中国制造》、《中国皇帝系列之武则天》和《大国崛起之医疗篇》等大型纪录片，截至目前，《马可波罗》已完成前期拍摄，《中国制造》已完成文稿撰写，纪录片的投资回收周期较长，公司将在计划实施周期的基础上，集合公司内部创作力量，保证项目按计划实施，采用多种方式进行纪录片的销售，保证实现项目预期收益。

（二）加强大型栏目创新研发力度

除募集资金投资项目外，公司目前正在研发《传承者》、《全球天才少年》等大型创新栏目，新栏目的实施将进一步提高公司综合竞争能力，增强公司栏目业务的整体盈利水平。

（三）做好纪录片、电视剧发行

公司目前拟发行的视频节目包括纪录片《马可波罗》和电视剧《风云天地》、《爷

们儿》、《非常搭档》，公司将采取有效措施，采用多种方式实现相关节目的销售，争取实现预期收益。

（四）强化投资者分红回报

根据中国证监会《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红公司》的规定，公司对发行上市后的股利分配政策进行了相应调整，并制订了《北京能量影视传播股份有限公司发行上市后股东回报规划》；经公司 2013 年度股东大会审议批准，本次公开发行股票前公司历年滚存的未分配利润，由公司本次公开发行后的新老股东按照发行后的持股比例共享，截至 2014 年 6 月 30 日，公司滚存的未分配利润（合并口径）为 106,793,138.96 元；公司将保持利润分配政策的合理性、连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，强化对投资者尤其是中小投资者的权益保护。

七、相关主体未能履行承诺的约束措施

（一）公司未能履行承诺的约束措施

公司将严格履行就首次公开发行股票并上市所作出的公开承诺事项，如出现违反首次公开发行时已作出的公开承诺情形的，公司将采取或接受以下措施：

1、接受证券交易所等监管机构提出的监管措施，在有关监管机构要求的期限内予以纠正；

2、给投资者造成直接损失的，依法承担赔偿责任；

3、如未能履行的公开承诺事项能够继续履行的，继续履行该承诺，如未能履行的公开承诺事项不能继续履行的，需提出新的承诺并保证有效履行；

4、因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益按相关法律法规处理；

5、公司董事、监事、高级管理人员对未能履行承诺事项负有直接责任的，采取必要措施追究相关人员责任，包括但不限于调减或停发薪酬、辞退、依赔偿投资者损失情况追缴相关人员股票转让收入等；

6、根据相关法律、法规和规范性文件的规定以及《公司章程》的规定可以采取的其他措施。

（二）控股股东、实际控制人未能履行承诺的约束措施

公司控股股东、实际控制人承诺，本人将严格履行就首次公开发行股票并上市所作出的公开承诺事项，如出现违反首次公开发行时已作出的公开承诺情形的，本人将采取或接受以下措施：

1、接受证券交易所等监管机构提出的监管措施，在有关监管机构要求的期限内予以纠正；

2、给投资者造成直接损失的，依法承担赔偿责任；

3、如未能履行的公开承诺事项能够继续履行的，继续履行该承诺，如未能履行的公开承诺事项不能继续履行的，需提出新的承诺并保证有效履行；

4、因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益按相关法律法规处理；

5、公司将应付本人的现金分红予以暂时扣留，直至本人已履行完毕相关承诺或新的承诺事项；

6、向公司主动申请调减或停发本人薪酬；

7、根据相关法律、法规和规范性文件的规定以及《公司章程》的规定可以采取的其他措施。

（三）公司董事、监事和高级管理人员未能履行承诺的约束措施

公司董事、监事和高级管理人员承诺，本人将严格履行就首次公开发行股票并上市所作出的公开承诺事项，如出现违反首次公开发行时已作出的公开承诺情形的，本人将采取或接受以下措施：

1、接受证券交易所等监管机构提出的监管措施，在有关监管机构要求的期限内予以纠正；

2、给投资者造成直接损失的，依法承担赔偿责任；

3、如未能履行的公开承诺事项能够继续履行的，继续履行该承诺，如未能履行的公开承诺事项不能继续履行的，需提出新的承诺并保证有效履行；

4、因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益按相关法律法规处理；

5、公司将应付本人的现金分红（如有）予以暂时扣留，直至本人已履行完毕相关承诺或新的承诺事项；

6、向公司主动申请调减或停发本人薪酬或津贴；

7、根据相关法律、法规和规范性文件的规定以及《公司章程》的规定可以采取的其他措施。

（四）中介机构未能履行承诺的约束措施

公司首次公开发行的保荐机构（主承销商）中原证券股份有限公司、律师事务所北京市共和律师事务所和申报会计师中喜会计师事务所（特殊普通合伙）承诺，本公司（本所）将严格履行就发行人首次公开发行股票并上市所作出的公开承诺事项，如出现承诺未能履行、无法履行或无法按期履行情形的，本公司（本所）将采取以下措施：

1、通过发行人及时、充分披露其承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能履行相关承诺；

3、若违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

八、发行前公司滚存未分配利润的安排

经公司 2013 年度股东大会审议批准，公司在本次股票发行前的利润分配遵循如下原则：若公司本次股票公开发行完成，则股票发行前形成的滚存利润由股票发行后的新老股东共享。截至 2014 年 6 月 30 日，公司滚存的未分配利润（合并口径）为 106,793,138.96 元。

九、本次发行上市后的股利分配政策

（一）发行上市后的利润分配政策

公司分别于 2014 年 1 月 18 日和 2014 年 2 月 8 日召开了公司第二届董事会第五次会议及 2013 年度股东大会，审议并通过了《关于修订公司章程（草案）的议案》，根据最新修订的公司上市后适用的《公司章程（草案）》，有关股利分配的主要规定如

下：

1、利润分配的原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策。公司股利分配方案应从公司盈利情况和战略发展的实际需要出发，兼顾股东的即期利益和长远利益，注重对投资者稳定、合理的回报，但公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、利润分配政策的具体内容

（1）利润分配的形式和期间间隔

公司可以采取现金或股票或二者相结合等方式分配利润，每年至少进行一次年度利润分配，可以进行中期现金利润分配。

（2）现金分红的比例

公司进行利润分配时，董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

前述重大资金支出是指以下情形之一：

①公司未来十二个月内拟制作大型节目、对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

②公司未来十二个月内拟制作大型节目、对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（3）中期现金分红的条件

公司可以进行中期现金分红。

公司董事会可以根据资金需求状况，在公司上半年的经营活动现金流量净额不低于当期实现的净利润时，按照公司章程规定的程序，提出进行中期现金利润分配。

公司进行中期现金分红的，应保证公司当年以现金形式分配的利润在当年利润分配中所占比例不低于 20%。

（4）发放股票股利的条件

累计未分配利润超过公司股本总额的 80%时，公司可以采取股票股利的方式进行利润分配。

3、利润分配的顺序

公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配，公司同时满足现金分红和发放股票股利的条件的，应优先采用现金分红方式进行利润分配。

4、全资或控股子公司的利润分配

公司应当及时行使对全资或控股子公司的股东权利，根据全资或控股子公司公司章程的规定，确保全资或控股子公司实行与公司一致的财务会计制度，每年现金分红的金额在当年利润分配中所占的比例应不低于 20%，并确保该等分红款在公司向股东进行分红前支付给公司。

5、公司利润分配的决策程序和机制

公司在制定利润分配尤其是现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，上市公司应当通过接听投资者电话、公司公共邮箱、网络平台、召开投资者见面会等多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个

月内完成现金分红（或股票股利）的派发事项。

6、公司利润分配政策调整的具体条件、决策程序和机制

若公司外部经营环境发生重大变化或现有的利润分配政策影响到公司的可持续经营时，公司可以根据内外部环境变化情况调整利润分配政策。公司调整利润分配政策时应当以股东利益为出发点，注重对投资者利益的保护，并在提交股东大会的议案中详细说明调整的原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

公司利润分配政策的调整由公司董事会向公司股东大会提出，公司董事会在利润分配政策论证过程中，需与独立董事、监事充分讨论，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成新的利润分配政策。

董事会提出的利润分配政策需经董事会过半数以上表决通过并经三分之二以上独立董事表决通过，独立董事应当对利润分配政策的调整发表独立意见。

公司监事会应当对董事会调整的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事）则应经外部监事表决通过。

公司利润分配政策调整需提交公司股东大会审议，股东大会审议该议案时，应充分听取社会公众股东意见，除设置现场会议投票外，还应当向股东提供网络投票系统予以支持，利润分配政策的调整需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（二）发行上市后的股东回报规划

根据《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》的规定，公司第二届董事会第五次会议和 2013 年度股东大会还审议通过了《北京能量影视传播股份有限公司发行上市后股东回报规划》，对公司未来三年的利润分配作出了进一步安排。

关于公司发行上市后的利润分配政策、股东回报规划的详细内容，请参见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、股利分配政策和实际股利分配情况”之“（三）发行后的股利分配政策”。

十、公司和凤凰卫视业务、人员、资产往来关系的提示

公司的设立源于日播《鲁豫有约》栏目的创意、策划和制作，公司成立后，和凤

凰卫视存在一定业务、人员和资产上的往来关系。

公司董事长唐建、董事兼总经理郭志成曾于 2009 年底前分别兼任凤凰卫视国内事务副总裁、节目发展总监等职务，凤凰卫视授予唐建、郭志成上述职务并未签订聘任协议，唐建、郭志成亦未在凤凰卫视领薪，根据凤凰卫视历年公开信息披露资料，凤凰卫视未将公司、唐建、神州电视及其下属企业等列为关联方，公司根据《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》等的规定，认定 2009 年以前凤凰卫视为公司关联法人。自 2010 年起，唐建、郭志成不再兼任凤凰卫视职务，凤凰卫视不再是公司关联法人。

公司向凤凰卫视销售《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《凤凰大视野》和《皇牌大放送》等节目，上述节目销售价格均是按照市场价格经双方协商确定，与凤凰卫视采购或自制类似节目价格相比，价格公允；公司提供《今日中国》栏目节目在凤凰卫视欧洲台、美洲台播出，公司向凤凰卫视欧洲台、美洲台支付播出费，上述播出费均是双方在综合考虑频道覆盖率、播出时间、收视人群、播出期数、播出频率等因素后协商确定。

综合上述，公司与凤凰卫视间的往来关系均是独立市场主体间的平等交易行为，2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司向凤凰卫视的销售额分别为 1,050.00 万元、1,083.56 万元、993.90 万元和 413.44 万元，占公司同期营业收入的比重分别为 8.69%、6.09%、3.66%和 2.47%，占比呈下降趋势，公司的业务经营不受凤凰卫视控制或影响，持续发展不依赖于凤凰卫视，报告期内，不存在凤凰卫视为公司输送利益的情形，不存在为公司承担成本费用的情形，公司完全面向市场独立运行。

十一、公司与相关人员、渠道的合作情况及变动对公司的影响

（一）陈鲁豫、周立波对公司业务经营、持续发展的影响

报告期内，陈鲁豫、周立波主要担任《鲁豫有约》和《壹周立波秀》的主持人，2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，上述两档栏目收入合计占公司主营业务收入的比重分别为 49.77%、33.34%、19.05%和 18.25%，占比逐年下降。

公司 2010 年后陆续推出了《中学生大讲堂》、《今日中国》、《视野》、《名人那些信》、《超级演说家》、《小崔说立波秀》、《我为喜剧狂》等电视栏目及《军情前哨站》等网

络栏目。目前，公司栏目业务发展趋势良好，收入持续增长；借助不断扩大的品牌影响，公司纪录片和品牌服务业务稳步发展，2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司纪录片和品牌服务业务收入合计占主营业务收入的比重分别为 41.03%、49.46%、20.41%和 8.61%，公司并于 2013 年 5 月设立能量影视，专业从事电视剧的投资、制作和发行业务。随着新栏目陆续推出以及纪录片、品牌服务和电视剧业务的拓展，《鲁豫有约》、《壹周立波秀》两个栏目收入占比将保持逐年下降趋势，公司未来业务经营及持续发展对陈鲁豫和周立波不构成严重依赖。

公司与陈鲁豫、周立波自合作时起即建立了牢固的合作关系，陈鲁豫、周立波均希望同公司保持良好的合作关系，共同促进公司业务的发展，公司通过签订长期合作协议、吸收入股的方式进一步巩固了各方间的合作关系，上述两人发生违约的可能性极小，即使出现违约情形，公司也能够在相关协议约定的范围内保障自身权益不受损害，对公司的经营业绩、持续发展和本次发行上市不会构成重大影响。报告期内，除《鲁豫有约》和《壹周立波秀》外，陈鲁豫、周立波还分别与公司签订合作协议，担任《超级演说家》栏目导师和《小崔说立波秀》等栏目主持人，合作关系更加紧密；借助于自身品牌影响力的快速提升，公司积极开发新的大型栏目产品，加强纪录片、品牌服务和电视剧业务的团队建设和业务开拓，如上述两人于协议到期后不再续约，不会对公司的经营业绩和持续经营构成重大影响。

（二）其他外聘专业人才对公司业务经营、持续发展的影响

公司通过资源整合临时聘用外部专业人才为节目制作提供服务，如主持人、制片人、导演、编剧等，报告期内，公司聘用的该类专业人才通过多个项目的合作，与公司建立了稳定的合作关系，未来还将进一步开展合作。由于未签署长期合作协议，上述人员与公司的合作不具有排他性，未来由于档期的不确定性将可能导致公司与上述专业人才无法进行合作。

（三）渠道的合作变动情况以及对发行人的影响

公司面向传统媒体、海外媒体、网络媒体发行或承制视频节目，与多个播出平台均建立了稳定的合作关系。由于播出平台节目调整需要以及节目发展和公司盈利需要，节目的销售方式和播出平台可能出现变化，给公司节目的发行播出带来不确定性。

十二、综合毛利率逐年下降对公司未来持续盈利能力的影响

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司综合毛利率分别为 51.82%、41.01%、32.83%和 31.40%，呈逐年下降趋势，综合毛利率的下滑主要系栏目和品牌服务业务的毛利率下降所致。

单个大型栏目的毛利率对栏目整体毛利率影响较大。报告期内，《鲁豫有约》和《壹周立波秀》因制作成本上升、网络衍生收入和延伸收入下降，毛利率整体呈逐步下降趋势；同时，受收视竞争加剧等因素影响，公司适时调整栏目战略，加大栏目创新研发力度，陆续研发推出了《超级演说家》、《我为喜剧狂》、《中国夜》等大型栏目，为创立新的品牌栏目，推动公司栏目业务的持续发展，公司初期在制作成本上加大投入，创新栏目报告期毛利率相对较低。

2013 年，公司成立控股子公司专业从事电视剧的投资、制作和发行，品牌服务业务相应的项目数量和收入减少，毛利率下降。截至招股说明书签署日，《风云天地》、《爷们儿》和《非常搭档》等电视剧尚未实现收入。

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司主营业务收入分别为 12,078.64 万元、17,791.79 万元、27,147.16 万元和 16,724.66 万元，较上年同期分别增长 141.88%、47.30%、52.58%和 76.14%，公司业务规模稳步增长，业务结构日益完善，业务发展具有持续性。

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司毛利分别为 6,259.01 万元、7,296.02 万元、8,911.70 万元和 5,250.85 万元，归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润分别为 2,738.39 万元、2,967.83 万元、3,356.65 万元和 1,512.67 万元，公司盈利逐步增加；随着公司业务发展，大型栏目《超级演说家》、《我为喜剧狂》、《鲁豫的礼物》等和电视剧业务将成为公司毛利的重要来源，公司对《鲁豫有约》和《壹周立波秀》的依赖程度逐年降低，盈利增长具备持续性。

未来随着公司品牌影响力的提升，公司的议价能力将得到增强，来源于品牌栏目的收入将进一步增加，公司还将不断推出新的创新节目，主营业务收入、主营业务毛利仍将保持增长，在外部经营环境不发生重大变化的情况下，毛利率将保持稳定水平，报告期内毛利率的下滑不会对公司未来的持续盈利能力造成重大不利影响。

十三、对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素

公司不存在对持续盈利能力产生重大不利影响的因素，包括但不限于：

（一）公司的经营模式未发生重大变化；2013 年公司设立了能量影视专业从事电视剧的投资、制作和发行业务，公司的视频节目拓展至电视剧。截至本招股说明书签署日，《风云天地》已取得国产电视剧发行许可证，《爷们儿》和《非常搭档》正处于发行审核过程中，上述电视剧的发行情况正常，公司各项业务正常开展，产品结构的变化不会对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；

（二）公司的行业地位或公司所处行业的经营环境未发生重大变化，对公司的持续盈利能力不构成重大不利影响；

（三）公司不存在在用的商标、特许经营权等重要资产存在重大不利变化的风险；

（四）公司不存在最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖的情况；

（五）公司不存在最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情况；

（六）公司不存在其他可能对公司持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

公司已经在招股说明书 “第四节 风险因素” 中详细披露了对公司持续盈利能力产生重大不利影响的风险因素，截至本招股说明书签署日，公司不存在报告期内实际发生以及未来可能发生的重大不利影响，公司具备持续盈利能力。

经核查，保荐机构认为，截至本招股说明书签署日，发行人各项业务正常开展，不存在报告期内实际发生以及未来可能发生的重大不利影响，发行人业务具备持续盈利能力。

请投资者认真阅读本招股说明书“第四节、风险因素”的全部内容。

目 录

第一节 释义 25
一、词语解释 25
二、其他说明 27
第二节 概览 28
一、发行人概况 28
二、发行人控股股东、实际控制人简介 34
三、发行人的主要财务数据及主要财务指标 35
四、募集资金用途 36
第三节 本次发行概况 37
一、本次发行的基本情况 37
二、本次发行的有关当事人 37
三、与本次发行上市有关的重要日期 39
第四节 风险因素 40
一、产业政策风险 40
二、作品内容风险 42
三、对主要客户的依赖风险 42
四、对主要节目的依赖风险 43
五、市场竞争加剧风险 43
六、制作成本上升的风险 44
七、电视剧投资风险 44
八、节目收视考核风险 45
九、股权结构分散风险 45
十、盗版侵权的风险 45
十一、人才流失风险 46
十二、节目生命周期风险 46
十三、视频节目编排和消费的不确定性风险 47
十四、知识产权纠纷风险 47
十五、纪录片和品牌服务业务波动的风险 47
十六、委托制作风险 48

十七、净资产收益率下降的风险 48
十八、经营活动现金流量净额不稳定的风险 48
十九、募集资金投向风险 49
二十、品牌服务业务毛利率波动风险 49
第五节 发行人基本情况 50
一、发行人基本情况 50
二、发行人改制重组及设立情况 50
三、发行人的组织结构 51
四、发行人持股 5%以上的主要股东及实际控制人的基本情况 56
五、发行人股本情况 69
六、发行人股权激励及其他制度安排和执行情况 71
七、发行人员工情况 71
八、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施 72
第六节 业务与技术 75
一、公司主营业务、主要产品及服务的情况 75
二、公司所处行业基本情况及竞争状况 109
三、销售情况和主要客户 130
四、采购和主要供应商 143
五、公司主要的固定资产和无形资产情况 148
六、特许经营权情况 153
七、公司的核心创意团队 153
八、境外经营情况 157
九、未来发展与规划 157
第七节 同业竞争与关联交易 164
一、同业竞争 164
二、关联方及关联关系 164
三、关联交易 167
四、报告期内关联交易决策程序的执行情况及独立董事意见 170
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理 171
一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简要情况 171

二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况 177
三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况以及所持股份的质押或冻结情况 177
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况 178
五、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员与发行人签订的协议以及有关协议的履行情况 179
六、董事、监事、高级管理人员在近两年的变动情况 180
七、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行及履职情况 181
八、发行人管理层对内部控制制度的自我评价 183
九、注册会计师对内部控制制度的鉴证意见 184
十、发行人最近三年违法违规行为情况 184
十一、报告期资金占用和对外担保情况 184
十二、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排和执行情况 .. 184
十三、发行人对投资者权益的保护 186
第九节 财务会计信息与管理层分析 189
一、财务会计报表 189
二、影响收入、成本、费用、利润的因素，以及对公司具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标 193
三、财务报告审计截止日至招股说明书签署日之间的经营情况 195
四、会计报表的编制基础、合并会计报表范围 196
五、主要税种及适用的税率 211
六、分部信息 212
七、非经常性损益 214
八、主要财务指标 216
九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项 217
十、盈利能力分析 217
十一、财务状况分析 258
十二、现金流量分析 289
十三、公司财务状况和盈利能力的未来趋势 295
十四、股利分配政策和实际股利分配情况 296
第十节 募集资金运用 303
一、募集资金运用概况 303

二、募集资金运用情况 303
三、募集资金的专户存储安排 316
四、募集资金运用和管理 316
第十一节 其他重要事项 317
一、重大合同 317
二、对外担保的有关情况 328
三、诉讼与仲裁事项 329
第十二节 有关声明 330
一、发行人全体董事、监事和高级管理人员声明 331
二、保荐人（主承销商）声明 332
三、发行人律师声明 333
四、承担审计业务的会计师事务所声明 334
五、承担验资业务的机构声明 335
六、资产评估机构声明 336
第十三节 附件 337

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列词语具有如下含义：

一、词语解释

发行人、公司、本公司、能量传播	指	北京能量影视传播股份有限公司
能量有限	指	北京能量影视传播有限公司
能量天津	指	能量（天津）影视文化交流有限公司
能量影视	指	能量（天津）影视制作有限公司
能量慧明	指	天津能量慧明影视传媒有限公司
金麦文化	指	金麦（天津）文化传媒有限公司
北京乐天	指	北京乐天经济发展公司（股份合作制），成立于 1994 年 5 月 24 日，该公司于 2011 年 4 月 15 日改制为北京乐天投资管理有限公司（有限责任制）
神州电视	指	神州电视有限公司
汇智博众	指	北京汇智博众公关顾问有限公司
汇通天地	指	北京汇通天地国际传媒广告有限公司
凤凰金龙	指	北京凤凰金龙文化传媒有限公司
凤凰星	指	深圳市凤凰星文化产业有限公司
神州香港	指	神州电视（香港）有限公司
北京尔雅	指	北京尔雅远东广告有限责任公司
光线传媒	指	北京光线传媒股份有限公司
华谊兄弟	指	华谊兄弟传媒股份有限公司
华策影视	指	浙江华策影视股份有限公司
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
唯众传播	指	上海唯众影视传播有限公司
东方风行	指	东方风行传媒集团
大陆桥	指	大陆桥文化传媒集团
三多堂影视	指	北京三多堂影视广告有限公司， 2013 年 11 月变更为北京圣乃仁投资管理有限公司
三多堂传媒	指	北京三多堂传媒科技有限公司，2013 年 9 月改制为北京三多堂传媒股份有限公司

老庙黄金	指	上海老庙黄金有限公司及其关联方上海老庙企业管理有限公司
凤凰卫视	指	凤凰卫视控股有限公司，含旗下的凤凰卫视有限公司、凤凰卫视中文台、凤凰卫视欧洲台、凤凰卫视美洲台
瑞格嘉尚	指	北京瑞格嘉尚文化传播有限公司
海航集团	指	海航集团有限公司
好学文化	指	好学文化传播有限公司
长江传媒	指	北京长江传媒有限公司
百胜年代	指	百胜年代文化传播（北京）有限公司
清口工作室	指	上海周立波清口文化工作室
鲁豫工作室	指	鲁豫（上海）影视文化工作室
乐嘉工作室	指	上海乐嘉传媒文化工作室
金蛋工作室	指	上海金蛋影视文化工作室
聚力传媒	指	上海聚力传媒技术有限公司
PPTV	指	PPTV 网络电视，上海聚力传媒技术有限公司推出的网络电视新媒体
搜狐视频	指	搜狐公司推出的提供正版高清长视频服务的综合视频网站
腾讯微博	指	腾讯公司推出的提供微型博客服务的类 Twitter 网站
爱奇艺	指	北京爱奇艺科技有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
中宣部	指	中国共产党中央委员会宣传部
文化部	指	中华人民共和国文化部
广电总局	指	原中华人民共和国国家广播电影电视总局
新闻出版总署	指	原中华人民共和国新闻出版总署
国家工商总局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局
北京市工商局	指	北京市工商行政管理局
央视—索福瑞媒介研究（CSM）	指	中国最大的专业电视收视市场研究机构，为中国大陆地区和香港传媒行业提供可信的、不间断的电视观众调查服务
CMMB	指	China Mobile Multimedia Broadcasting，中国移动多媒体广播电视，利用无线数字广播网向手机、MP4、笔记本电脑等用户提供广播电视节目
制播分离	指	电视播出机构将部分节目委托给独立制片人或独立制片公司来制作
三网融合	指	电信网、广播电视网、互联网在向宽带通信网、数字电视网、下一代互联网演进过程中，其技术功能趋于一致，业务范围趋于相同，网络互联互通、资源共享，能为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务
IPTV、网络电视	指	一种利用宽带向家庭用户提供包括电视节目、在线咨询、娱乐、教育及商务功能的多种交互式服务的技术
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
收视份额	指	某一规定时段内，某特定频道或节目的观众收视量，占正在看电视的观众总收视量的百分比

收视比重	指	某类型节目的收视时间占该类节目总收视时间的比例
播出比重	指	某类型节目的播出时间占该类节目总播出时间的比例
节目资源贡献率	指	节目收视比重与播出比重的比值
《鲁豫有约》	指	由陈鲁豫主持的一档谈话类节目，全名《鲁豫有约—说出你的故事》，即凤凰卫视中文台播出时的节目名称；2008 年 4 月至 2009 年 12 月，在湖南卫视播出时的节目名称为《快乐心灵—说出你的故事》；2010 年 1 月至今在安徽卫视播出时的节目名称为《爱传万家—说出你的故事》
海派清口	指	由周立波所创立的一种表演艺术形式，从上海本地的单口滑稽、北京单口相声和香港“栋笃笑”等曲艺表演形式中汲取精华发展而成
特殊形式广告	指	冠名、特约、节目内植入等特殊广告形式，不含贴片广告
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
保荐人、主承销商、保荐机构	指	中原证券股份有限公司
发行人会计师、中喜会计师事务所	指	中喜会计师事务所有限责任公司，2013 年 11 月变更为中喜会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	北京天达共和律师事务所
本次发行	指	公司本次公开发行人民币普通股 1,950 万股的行为
上市	指	公司股票获准在深圳证券交易所挂牌交易
股票	指	公司即将发行的每股面值 1.00 元的人民币普通股股票（A 股）
本招股说明书	指	北京能量影视传播股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书
元	指	人民币元
报告期、近三年	指	2011 年、2012 年和 2013 年

二、其他说明

本招股说明书若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示，投资者在作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人概况

（一）发行人基本情况

公司名称： 北京能量影视传播股份有限公司

英文名称： Beijing Energy Media Co. Ltd.

注册地点： 北京市海淀区海淀路 165 号南门凤凰会馆 2 层

注册资本： 5,830 万元

实收资本： 5,830 万元

法定代表人： 唐建

公司类型： 股份有限公司

经营范围： 许可经营项目：制作、发行动画片、电视综艺、专题片；一般经营项目：代理、发布广告

公司是由北京能量影视传播有限公司整体变更设立的股份有限公司。2004 年 10 月 14 日，北京能量影视传播有限公司成立，注册资本 2,000 万元。2010 年 10 月 22 日，北京能量影视传播有限公司依法整体变更为北京能量影视传播股份有限公司，以截至 2010 年 8 月 31 日公司经审计的净资产 22,704,401.68 元按 1:0.9998 的比例折合为 22,700,000 股，每股面值 1 元，剩余净资产 4,401.68 元计入资本公积。

公司是一家电视及网络视频内容服务提供商，主要从事视频节目的研发、制作和发行以及针对客户提供节目相关服务，主要产品为栏目、纪录片、品牌服务类节目和电视剧。公司在视频节目市场形成了标准化的运营模式，拥有具备较高素质和丰富经

验的节目创意团队和制作团队，可完成节目创意、策划、拍摄、制作等全部工作；建立了与中央电视台、境内省级卫视和地面频道、凤凰卫视及境外播出机构、网络媒体等各类播出平台的长期业务合作关系，形成了多元化的节目发行渠道；建立了品牌客户与公司内外部专业团队长期而紧密的联系，可以为客户提供各类优质的节目服务，有效地实现了品牌与节目内容的对接。公司致力于构建全媒体内容服务产业链的资源整合平台。

（二）公司主营业务概况

公司业务形成的主要产品为视频节目，包括栏目、纪录片、品牌服务类节目、电视剧。

1、栏目

公司制作的栏目涵盖综艺、益智、教育、专题等多种类型。其业务一是向播出平台直接发行公司自主创意制作的《鲁豫有约》、《壹周立波秀》等栏目，或公司自主创意研发后与播出平台联合制作的栏目，如与中央电视台财经频道联合制作的《小崔说立波秀》、《中国夜》，与安徽卫视联合制作的《超级演说家》，与旅游卫视联合制作的《鲁豫的礼物》；二是为有节目需求的播出平台等客户提供栏目创意、制作、发行等服务，包括公司为中央电视台中学生频道制作的《中学生大讲堂》，为长江传媒制作并在湖北卫视播出的《我为喜剧狂》，为搜狐视频制作的《军情前哨站》、《心灵讲堂》等，为安徽广播电视台制作的《名人那些信》、为政府机构和企事业单位制作传播当代中国文化和经济资讯并在凤凰卫视欧洲台、美洲台播出的《今日中国》等。

栏目主要通过三种方式实现收入：一是将产品直接销售给播出平台，或接受播出平台等节目需求方的委托收取制作费用；二是用栏目换取广告时间，再通过贴片广告实现收入；三是社会制作机构与播出平台共同投资、共享版权、共担风险，按照约定比例对节目冠名、特约播映、硬广告等广告收入进行分成。

公司的人员构成以创意制作人才为主，能够通过标准化的运营流程实现创意的模式化生产，最终形成栏目。报告期内，公司栏目收入主要以第一种方式实现。

（1）《鲁豫有约》

《鲁豫有约》是由陈鲁豫主持的一档谈话类节目，节目寻访拥有特殊经历的人物，一起见证历史，思索人生。2002 年，《鲁豫有约》周播栏目在凤凰卫视中文台首播，2005 年开始，公司将《鲁豫有约》改版为日播栏目，境外播映权销售给凤凰卫视，境内播映权经历了从省级地面频道播出到卫星频道播出两个阶段：2005 年至 2008 年 3 月，覆盖 30 余家省级地面频道；2008 年 4 月至 2009 年 12 月，在湖南卫视独家播出；2010 年 1 月至今，在安徽卫视独家播出。

（2）《壹周立波秀》

《壹周立波秀》是公司创意制作的一档脱口秀栏目，由海派清口创始人周立波担任主持人。2010 年播出以来，《壹周立波秀》一直关注时事民生，表达对当今世界，尤其是当今中国社会的思考，在保持幽默犀利风格的同时，秉承理性和建设性的原则。《壹周立波秀》在每年的春节、五一、十一等节日期间播出，播出平台包括浙江卫视、东方卫视、凤凰卫视等十余家电视频道以及网络媒体等。2012 年“五一”季起在浙江卫视独家播出，截至 2014 年“五一”季已播出十五季节目。

（3）《今日中国》

《今日中国》是公司与凤凰卫视欧洲台、美洲台联合推出的栏目，旨在把中国的投资政策、环境、项目以及企业产品、资源和文化介绍给欧美市场，为国内政府机构和企事业单位服务，传播当代中国的经济、科技、文化情况，栏目面向欧美、北非和西亚地区近 50 个国家播出。

（4）《中国夜》

《中国夜》是公司与中央电视台财经频道联合推出的一档财经综艺春节晚会，由知名企业家和文艺明星共同演绎，展示个人才华、讲述商场故事、回忆奋斗经历。节目于 2013 年 2 月 9 日除夕夜 17:00 在中央电视台财经频道首播。

（5）《超级演说家》

《超级演说家》是国内首档原创语言竞技真人秀节目，由公司自主创意研发节目模式，并与安徽广播电视台联合制作，在安徽卫视晚间黄金时段播出。由李咏、陈鲁豫、林志颖、乐嘉担任节目导师，来自全国各地的不同职业、不同领域的选手在舞台上演说竞技，第一季 14 集节目已于 2013 年 8 月至 10 月播出完毕，第二季节目已于

2014 年 4 月至 7 月播出完毕。

（6）我为喜剧狂

《我为喜剧狂》是一档大型表演竞技真人秀节目，由公司自主创意研发节目模式，并接受长江传媒委托制作，由郭德纲、谢娜、英达担任节目导师，来自全国各地的选手在舞台上进行幽默表演的竞技，第一季 13 集节目已于 2014 年 2 月至 5 月每周四在湖北卫视晚间黄金时段播出，第二季已完成节目模式研发和前期筹备。

（7）鲁豫的礼物

《鲁豫的礼物》是一档明星户外旅行真人秀节目，由公司自主创意研发节目模式，并与海南海视旅游卫视传媒有限公司联合制作第一季节目，节目通过设计的旅行主题结合嘉宾之间最想为彼此做的事，逐步呈现嘉宾的情感故事及鲜明的人物性格。该节目于 2014 年 6 月 7 日起每周六在旅游卫视晚间黄金时段播出。

2、纪录片

公司的纪录片业务有两种模式，一是自制或与播出平台等其他投资方联合制作大型纪录片，如公司与重庆卫视、陕西省旅游局联合制作的《红星照耀中国》、《2010 中国陕西》等；二是接受客户委托提供纪录片内容创意、制作等服务，如公司为凤凰卫视的《凤凰大视野》、《皇牌大放送》，为湖北广播电视台的《文化的力量》，为三多堂传媒的《宋之韵》、《望海南》、《为时代放歌》等提供拍摄制作等专项服务。

纪录片主要通过两种方式实现收入：一是将拥有版权的纪录片节目通过向播出平台发行、出售音像制品和图书的版权取得销售收入；二是通过提供纪录片内容创意、拍摄制作、项目管理等相关服务从合作方取得制作经费及服务收入。报告期内，公司通过上述两种方式实现收入。

（1）《红星照耀中国》

2011 年，公司与重庆广播电视集团联合摄制大型文献纪录片《红星照耀中国》，为建党 90 周年献礼。该片围绕建国前中国共产党的光辉历史进行叙述，沿着中国共产党活动的主要地点去追寻、再现、复原当时的情形，通过系列人物故事串联历史，展现中国共产党领导人民建立新中国的奋斗历程。节目把历史事件故事化、人物化，把珍贵的历史影视资料和当事人或当事人后代的口述融合后呈现。该片已于 2011 年 6 月 29

日起在重庆卫视首播。

（2）《望海南》

《望海南》是由海南省委宣传部、海南省人民政府办公厅指导，海航集团投资，由公司参与拍摄的大型纪录片。该片通过文明定位、地理渊源、精神道场、自然人文、多元文化、文明纪元六个主题，再现海南人文、历史、地理、风光。该片已于 2012 年 3 月在中央电视台纪录频道、财经频道播出。

（3）《行走的餐桌》

《行走的餐桌》是中央电视台纪录频道首次向社会制作机构招标时公司的中标节目。该片第一季选择沿“京杭大运河”为拍摄路线，围绕“中国·活力无限”的主题纪录了一段美食之旅；第二季围绕湘江两岸的美味展开了一次“香辣”美食之旅。节目中展现美食诱人的色泽，挖掘美食背后精湛的制作工艺，以及美食所在地的饮食文化、民俗文化等。该片已在中央电视台纪录频道播出。

（4）《文化的力量》

《文化的力量》是由湖北广播电视台委托公司创意制作的一部大型人文纪录片。该片通过上善若水、纲举目张、士魂商才等六个主题，阐释了文化对人类社会走向、主流价值观建设、社会转型的影响以及打造文化强国、向世界传播先进文化的理念。

（5）《马可波罗》

《马可波罗》是由公司自主投资并委托英国太阳影视公司制作的大型人文历史纪录片，该片全程追寻马可·波罗的游踪，展现形态各异的自然风光和地域文化，并通过跨文化交流领域的专家学者独有的视野，向中外观众展现了历史的中国及中华文明的变迁和传承。该片预计 2014 年完成全部拍摄，计划于半岛电视台、BBC 国际、意大利国家电视台、德法公共电视台、凤凰卫视中文台、江苏卫视等电视台播出。

3、品牌服务类节目

品牌服务业务是公司为客户量身定制个性化视频节目及相关服务以传播客户文化信息、呈现品牌的内涵及诉求，达到品牌推广效果。公司接受品牌客户的委托，提供内容创意策划、拍摄制作等专业化技术服务以及整合各类内容创作要素，寻找适当播出平台等服务。公司受托承制的品牌服务项目主要包括宣传片、专题片、定制剧等。

如公司为海航集团定制纪实片《完美实习生》、为森马服饰定制动画片《快乐梦多多》、为北京奔驰等定制电视剧《找北》、为克莱斯勒、一汽奥迪定制广告宣传片等。

报告期内，品牌服务类节目主要从委托方收取服务费或制作费实现收入。

（1）《完美实习生》

2011 年，公司受海航集团委托创意制作大型职场体验类纪实片《完美实习生》，节目设计“实习生”们真实体验不同的工作场景，展示每位参与者的才华和情感，由行业专家、社会名人等专业评委提出多角度的评判标准，让“实习生”有机会展示自己处理现实问题的能力以及综合的职业素养，激发他们在实际岗位上追求完美的潜力，2011 季 13 集节目已在天津卫视播出。

（2）《快乐梦多多》

2011 年，公司受瑞格嘉尚委托，为森马服饰定制 104 集动画片《快乐梦多多》，该动画片人物由英国专业造型师特别设计，通过启发孩子们的智力，传递正面、积极、上进的价值观念和道德观念。该动画片被广电总局推荐为 2012 年度第三季优秀国产动画片，已于 2013 年 9 月起在中央电视台少儿频道播出。《快乐梦多多》续篇 104 集处于策划筹备阶段。

（3）《找北》

《找北》是以北京奔驰为主要客户的定制剧，公司接受瑞格嘉尚委托，为该剧提供创意策划、前期筹备、拍摄制作等服务。该剧由蒋家骏执导，沈亢编剧，李光洁、高露、郑玉、刘天佐主演，讲述了几位大学同窗好友为梦想艰苦创业，执着追求所经历的故事。

（4）克莱斯勒品牌汽车视频广告

2011 年底至 2012 年，公司接受克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司的委托，为其制作克莱斯勒 Jeep 指南者和克莱斯勒吉普大切诺基电视广告片。两个项目均分别完成 90 秒、60 秒、45 秒、30 秒和 15 秒五个版本，并已配合品牌宣传于 2012 年在国内各大电影院线播映。

（5）奥迪品牌汽车视频广告

2012 年至 2013 年，公司接受一汽-大众销售有限责任公司委托，陆续为其制作

“卓·悦有我”（5 秒）、“背后的支持”（45 秒）及 C 系车网络及区域视频广告（60 秒、45 秒、30 秒、15 秒）等奥迪品牌汽车视频广告，该类视频广告配合品牌宣传在电视台、影院和 4S 店播出。2014 年 1 月，能量天津又为其提供奥迪 A6L 电视广告片（奥迪 A6L 品牌价值观传播 时代篇）拍摄制作服务。

4、电视剧

公司电视剧业务主要有两种模式，一是公司独家投资或联合投资拍摄电视剧，联合投资拍摄的电视剧公司一般为执行制片方；二是公司从境内外其他电视剧制作机构购买电视剧并发行。公司已投资拍摄的电视剧均为联合投资，作为执行制片方拍摄的电视剧有《非常搭档》、《风云天地》和《爷们儿》，作为非执行制片方拍摄的电视剧有《代号日全蚀》；公司外购并重新加工剪辑后发行的电视剧为《亮仔的幸福奇缘》。

（1）《风云天地》

《风云天地》是能量影视与上海翡翠东方传播有限公司、上海优创影视文化有限公司联合投资的电视剧，该剧由王晶编剧、导演，汪明荃、赵雅芝、刘恺威、唐嫣、莫小棋、孙兴、黎耀祥、黄德斌等主演。该剧围绕名门望族曹家，讲述了一段惊心动魄的钱权之争。目前该剧已取得国产电视剧发行许可证，处于发行过程中。

（2）《爷们儿》

《爷们儿》是由能量影视与慈文传媒集团股份有限公司、天视卫星传媒股份有限公司联合投资的电视剧，该剧由王之理编剧，刘惠宁导演，张嘉译、宋佳、左小青、奚美娟、孔琳等主演。该剧讲述了忠厚而有担当的退伍军人曲折的爱情、亲情和事业故事。目前该剧处于发行审核过程中。

二、发行人控股股东、实际控制人简介

公司股东为 24 名自然人，控股股东及实际控制人为唐建。

截至本招股说明书签署日，唐建持有公司股份 2,247.30 万股，占发行前总股本的 38.55%，其个人简历如下：

唐建先生：中国国籍，1952 年 7 月出生，汉族，大专学历，无境外永久居留权。1969 年至 1993 年为中国人民解放军士兵、军官，1994 年 5 月至 2011 年 4 月任北京乐天董事长；1996 年至 2010 年 8 月任神州电视董事长；1996 年至 2009 年兼任凤凰卫视

国内事务副总裁；2004 年 10 月至 2010 年 10 月任能量有限董事长；2010 年 10 月至今任能量传播董事长。

三、发行人的主要财务数据及主要财务指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：元

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
资产总额	374,809,712.86	348,593,038.43	181,014,939.58	155,103,379.63
负债总额	166,970,859.42	159,074,558.57	42,113,755.14	47,881,288.24
归属于母公司的股东权益	191,474,013.98	176,347,288.20	138,901,184.44	107,222,091.39

（二）合并利润表主要数据

单位：元

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
营业收入	167,246,613.63	271,471,599.51	177,917,937.07	120,801,438.00
营业成本	114,738,137.80	182,354,665.81	104,957,691.33	58,196,297.97
营业利润	26,000,838.49	52,777,274.74	40,749,473.05	37,360,377.67
利润总额	26,000,838.49	57,958,770.92	43,417,260.81	37,302,486.41
归属于母公司所有者的净利润	15,126,725.78	37,446,103.76	31,679,093.05	27,322,699.88
扣除非经常性损益归属于母公司所有者的净利润	15,126,725.78	33,566,512.87	29,678,337.30	27,383,866.14

（三）合并现金流量表主要数据

单位：元

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
经营活动产生的现金流量净额	-43,859,639.95	-34,427,276.90	-3,046,551.55	22,948,410.06
投资活动产生的现金流量净额	-1,518,897.53	-1,263,323.84	-2,844,751.01	-4,839,794.00
筹资活动产生的现金流量净额	20,007,774.60	47,703,126.00	533,778.34	26,081,019.84
现金及现金等价物净增加额	-25,370,763.82	12,012,496.22	-5,356,421.19	44,189,629.00

（四）主要财务指标

项目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
流动比率（倍）	2.21	2.16	4.14	3.10
速动比率（倍）	1.39	1.84	3.40	2.59
资产负债率（母公司）(%)	43.13	37.44	22.90	19.97
应收账款周转率（次）	1.72	3.98	4.54	5.52
存货周转率（次）	1.27	4.49	4.57	5.99
总资产周转率（次）	0.46	1.03	1.06	1.07
息税折旧摊销前利润（万元）	2,898.23	6,354.43	4,752.66	3,965.58
归属于公司股东的净利润（万元）	1,512.67	3,744.61	3,167.91	2,732.27
归属于公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,512.67	3,356.65	2,967.83	2,738.39
利息保障倍数（倍）	14.55	40.82	49.19	168.68
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	-0.75	-0.59	-0.05	0.39
每股净现金流量（元）	-0.44	0.21	-0.09	0.76
归属于公司股东的每股净资产（元）	3.28	3.02	2.38	1.84
无形资产占净资产比例（%）	0.05	0.08	1.27	2.44

四、募集资金用途

本次募集资金在扣除发行费用后将用于以下项目：

序号	项目名称	投资额（元）
1	栏目制作	186,000,000.00
2	纪录片制作	46,000,000.00
合　计		**232,000,000.00**

若募集资金到位前公司用自筹资金先行投入，则在募集资金到位后，将首先用于偿还先期支付的自筹资金，然后用于支付项目剩余款项。

以上项目的具体情况参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
股票面值	1.00 元
发行数量	1,950 万股，占发行后总股本的 25.06%
发行价格	根据询价结果确定
发行市盈率	【】倍（发行价格除以每股收益，每股收益按照 2013 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）
发行前每股净资产	【】元/股
发行后预计每股净资产	【】元/股
发行市净率	【】倍（按发行后总股本全面摊薄净资产计算）
发行方式	采用网下向网下投资者询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的网下投资者和在深圳证券交易所开立创业板股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
募集资金总额和净额	总额约【】亿元，扣除发行费用后的净额约为【】亿元
发行费用	【】万元
其中：承销及保荐费用	【】万元
审计费用	【】万元
律师费用	【】万元
发行手续费用	【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）

名称： 中原证券股份有限公司

法定代表人： 菅明军

住所： 郑州市郑东新区商务外环路 10 号中原广发金融大厦

电话： 0371-65585033

传真： 0371-65585639

保荐代表人： 于迎涛、贾广华

项目协办人： 王友忠

项目组成员： 牛柯、谢文昕、刘阳阳、肖怡忱、王莹

（二）律师事务所

名称： 北京天达共和律师事务所

负责人： 李东明

住所： 北京市朝阳区麦子店街 37 号盛福大厦 19 层 1930 室

电话： 010-85276468

传真： 010-85275038

经办律师： 蔡启孝、邢冬梅

（三）会计师事务所：

名称: 中喜会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人： 张增刚

住所： 北京市东城区崇文门外大街 11 号新成文化大厦 A 座 11 层

电话： 010-67089679

传真： 010-67080146

经办会计师： 韩秋科、张利萍

（四）股票登记机构：

名称： 中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

负责人： 戴文华

联系地址： 广东省深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话： 0755-25938000

传真： 0755-25988122

（五）收款银行：

开户行： 中国建设银行郑州市期货城支行

户名： 中原证券股份有限公司

账号： 4100 1521 0100 5000 6729

公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

三、与本次发行上市有关的重要日期

刊登发行公告日	201【】年【】月【】日
询价推介时间	201【】年【】月【】日-201【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	201【】年【】月【】日
网下申购日期和缴款日期	201【】年【】月【】日-201【】年【】月【】日
网上申购日期和缴款日期	201【】年【】月【】日
股票上市日期	201【】年【】月【】日

第四节 风险因素

一、产业政策风险

（一）行业监管风险

影视内容行业处于完备的行业监管体系之下，作为具有意识形态特殊属性的重要产业，受到国家有关法律、法规及政策的严格监督、管理。公司是一家电视及网络视频内容服务提供商，主要从事视频节目的研发、制作和发行以及针对客户提供节目相关服务，主要产品为栏目、纪录片、品牌服务类节目和电视剧，国家从行业资格准入到视频内容审查，对影视内容行业的监管贯穿于整个业务流程之中，如果视频节目在制作、发行过程中违反了相关监管规定，将受到行业监管部门通报批评、限期整顿、没收所得、罚款等处罚，情节严重的还将被吊销相关许可证及市场禁入。

（二）制播分离政策变化风险

2009 年 8 月广电总局下发《关于认真做好广播电视制播分离改革的意见》的通知，进一步提出改变电台电视台单纯的自制自播模式，充分调动社会力量，发展壮大节目内容生产能力，提高规模化、集约化生产水平，为制播分离改革进一步明确了方向。改革的重点是中央电视台、中央人民广播电台和部分省级、副省级电台电视台。制播分离改革主要是在电台电视台的影视剧、影视动画、体育、科技、娱乐等节目进行，给包括公司在内的社会制作机构带来了发展机遇。如果监管部门调整这一政策，将给社会制作机构带来较大影响，未来该政策仍具有一定的不确定性。

（三）节目调控风险

2011 年 10 月 25 日，广电总局下发《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》（以下简称“意见”），提出“从 2012 年 1 月 1 日起，34 个电视上星综合频道要提高新闻类节目播出量，同时对部分类型节目播出实施调控，以防止过度娱乐化和低俗倾向，满足广大观众多样化多层次高品位的收视需求；对节目形态雷同、过多

过滥的婚恋交友类、才艺竞秀类、情感故事类、游戏竞技类、综艺娱乐类、访谈脱口秀、真人秀等类型节目实行播出总量控制。每天 19:30 至 22:00，全国电视上星综合频道播出上述类型节目总数控制在 9 档以内，每个电视上星综合频道每周播出上述类型节目总数不超过 2 档。每个电视上星综合频道每天 19:30 至 22:00 播出的上述类型节目时长不超过 90 分钟。”

“意见”实施时，公司主要栏目产品《鲁豫有约》、《壹周立波秀》分别为访谈类节目和脱口秀类节目，属于“意见”实施调控的节目类型。截至本招股说明书签署日，《鲁豫有约》播出时间未受到“意见”调控影响，上星发行基准价格上升；《壹周立波秀》2012 年“五一”季起浙江卫视独家播出时改为非黄金时段播出，上星发行价格上升。

2013 年 10 月 12 日，国家新闻出版广电总局下发《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》，要求“进一步扩大电视上星综合频道新闻、经济、文化、科教、生活服务、动画和少儿、纪录片、对农等类型节目的播出比例，总播出时长按周计算不少于 30%。各电视上星综合频道每年播出的新引进境外版权模式节目不得超过 1 个，当年不得安排在 19:30-22:00 之间播出。每季度总局通过评议会择优选择一档歌唱类选拔节目安排在黄金时段播出，其余不得安排在 19:30-22:30 之间播出；总局将对电视晚会进行调控，原则上重要节假日期间每日不超过 3 台。凡拟在 2014 年 1 月 1 日起每天任何时段播出的新闻类、道德建设类、歌唱选拔类、晚会类、引进境外版权模式节目需要提前两个月申报备案；每天 19:30-22:00 播出的婚恋交友类、才艺竞秀类、情感故事类、游戏竞技类、综艺娱乐类、访谈脱口秀、真人秀等类型的节目，需按规定履行备案手续。”

在主管部门监管政策的指导下，各省级卫视加大了节目播出结构调整的力度，更注重备案播出节目的质量，受限类大型季播综艺节目在黄金时段播出比重下降，但投入比重和收视比重均呈大幅上升趋势，在益智、社交、亲子、选秀等多个领域出现，黄金时段收视竞争更趋激烈。同时，部分领先的省级卫视也在晚间非黄金时段（22：00 以后）推出大型季播节目以巩固和强化收视市场份额。

公司适应市场环境的需要对栏目业务进行了相应调整，2013 年自主研发成功大型季播栏目《超级演说家》和《我为喜剧狂》，其中《超级演说家》第一季和第二季已分别于 2013 年 8 月至 10 月和 2014 年 4 月至 7 月在安徽卫视晚间黄金时段播出，《我为

喜剧狂》已于 2014 年 2 月至 5 月在湖北卫视晚间黄金时段播出。

由于公司主要栏目产品《鲁豫有约》、《壹周立波秀》和准备实施的募集资金投资项目《超级演说家》、《我为喜剧狂》及《蚂蚁斗大象》等大型栏目属于“意见”调控的节目类型，未来存在受节目播出调控影响而无法在卫视晚间黄金时段播出的风险。

二、作品内容风险

按照制播分离的原则，视频节目播出的终审权在各个播出平台，电视节目制作机构提供的节目存在不能通过审查的风险。视频内容也可能因不符合监管政策规定或舆论影响恶劣而被主管部门禁播。公司研发制作的视频节目同样受到该类风险的影响。

公司销售栏目播映权的合约通常一年一签或一季一签，出于各种因素，公司可能会改变播出平台，需要及时就节目内容和导向与其进行沟通，公司存在因理解偏差而导致节目无法持续稳定销售的风险。

受托制作的纪录片和品牌服务节目需要接受委托单位审核验收，公司受托工作存在不能达到委托方要求而导致项目失败的风险。

公司筹备的电视剧，如果最终未获备案通过，将损失筹备成本，已经摄制完成的电视剧，如果未获内容审查通过或已取得发行许可证后被禁止发行，将损失该电视剧的全部制作成本，同时公司还可能遭受行政处罚。

三、对主要客户的依赖风险

公司 2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月前十大客户营业收入占比分别为 76.62%、77.50%、84.19%和 97.20%，客户集中度高，公司存在大客户依赖风险。

播出平台从自身频道定位、节目竞争需要出发，一般倾向于采购节目的独家播映权或与公司联合制作节目后独家播出，以上因素导致报告期内公司栏目业务客户集中于几家电视台，如公司日播栏目《鲁豫有约》境内独家播映权售予安徽卫视，境外独家播映权售予凤凰卫视，季播栏目《壹周立波秀》自 2012 年“五一”季起境内独家播映权售予浙江卫视，季播栏目《超级演说家》节目模式售予安徽卫视，双方联合制作节目在安徽卫视独家播出，季播栏目《我为喜剧狂》节目模式售予长江传媒并接受其委托制作第一季节目在湖北卫视独家播出等。

报告期内，公司大型品牌客户如海航集团、森马服饰、克莱斯勒、一汽奥迪等品

牌推广的要求高、投入大，公司制作的纪录片《宋之韵》、《文化的力量》和提供节目相关服务的纪录片《望海南》等均是投入较高的大型纪录片，导致报告期内公司品牌服务和纪录片业务客户较为集中。

未来，随着公司业务的发展，公司仍将存在客户集中度较高的情况，存在大客户依赖风险。

四、对主要节目的依赖风险

公司 2005 年开始制作《鲁豫有约》栏目，2009 年研发出《壹周立波秀》栏目，上述两档栏目是公司传统的品牌栏目，公司发展早期，对上述两档栏目存在着重大依赖。2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，两档栏目合计收入占公司主营业务收入的比重分别为 49.77%、33.34%、19.05%和 18.25%，合计毛利占公司主营业务毛利的比重分别为 60.29%、48.65%、26.31%和 34.62%，呈逐步下降趋势，依赖程度逐年降低。未来，公司仍将以上述两档栏目为基础，采取措施维护和提高其商业价值，陆续推出创新形式的节目，加强资源整合力度，推动公司上述两档栏目品牌的立体发展，上述两档栏目对公司持续发展仍具有重要影响。

五、市场竞争加剧风险

根据广电总局公布的数据，持有 2014 年度“广播电视节目制作经营许可证”的机构有 7,248 家，呈逐年上升态势，其中民营企业占据了绝对多数，形成了较为充分的市场竞争格局。

随着我国制播分离改革的稳步推进，电视剧、综艺娱乐、生活服务、文化专题、动漫青少、电视纪录片等内容生产逐渐从电视媒体剥离出来，用市场化的方式进行生产和竞争。虽然公司的节目内容研发、制作能力已经具有一定规模，但行业下游市场广大，公司占据的市场份额仍然很小；另一方面，随着“制播分离”的进一步深化，行业人才的逐渐增加，经验的不断积累，除了现有的一批实力较强的竞争对手以外，新的竞争对手将不断出现，市场竞争日益加剧。

由于国内电视媒体和社会制作机构目前所生产的精品内容还不能够完全满足观众的需求，拥有播出平台优势的电视媒体和网络媒体仍不断从国外购买电视节目或购买节目模式，对国内节目制作机构形成冲击。

电视剧制作机构众多，电视剧市场存在“整体市场供大于求，精品电视剧供不应求”的局面，电视台和视频网站购剧态度趋于谨慎，只有优秀的精品剧才具备较强的市场竞争力，公司初步介入电视剧业务领域，将面临较大的竞争压力。

六、制作成本上升的风险

近几年来，演职人员劳务报酬、场景、道具、租赁费用、剧本费用等视频节目相关制作费用不断上升；同时，为适应市场竞争的需要，赢得高收视率，制作机构陆续开展大型栏目及精品视频内容的投资制作，加大投入以提升作品质量，导致制作成本上升。上述因素导致公司大型节目制作成本上升，毛利率下降。公司存在着制作成本继续上升的风险。

七、电视剧投资风险

电视剧为公司新增业务，公司电视剧业务存在以下风险：

（一）联合摄制风险

公司作为非执行制片方时，尽管可以根据合同约定充分行使联合摄制方权利，但具体制作仍掌握在合作方手中，合作方的工作成果直接影响到公司投资的成败，公司存在对作为非执行制片方联合摄制项目的控制风险。

（二）预付账款金额较大的风险

公司自制或作为执行制片方时通常需要向电视剧主要演职人员或受托制作方预付款项，作为非执行制片方的需要向执行制片方预付投资款。随着公司电视剧业务逐步扩大，预付账款金额将进一步增加，进而影响公司经营活动净现金流量，增加公司的资金压力和财务风险。

（三）存货金额较大的风险

电视剧从开始筹备到最终发行周期较长，制作中的电视剧成本主要反映为存货中的在产品，在拍摄完成并取得《电视剧发行许可证》后转入库存商品。随着公司电视剧业务逐步扩大，存货金额将进一步增加。电视剧存货特别是在产品金额较大时，一定程度上放大了电视剧内容审查风险和发行销售风险。

（四）电视剧播出方式调整风险

自 2015 年 1 月 1 日起，国家新闻出版广电总局将对卫视综合频道黄金时段电视剧播出方式进行调整：同一部电视剧每晚黄金时段联播的卫视综合频道不得超过两家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过二集（“一剧两星”）。本次播出方式调整主要目的是进一步均衡卫视综合频道节目构成，强化综合定位，优化频道资源，丰富电视剧荧屏。“一剧两星”播出模式有利于公司大型季播栏目业务的开展，但公司作为电视剧投资方，该播出方式对公司在保证电视剧作品质量的前提下，有效控制成本以达到预期利润率提出了更高的要求，公司存在电视剧不能实现预期收益的风险。

八、节目收视考核风险

报告期内，公司栏目业务主要采用将播映权直接销售给播出平台或接受播出平台委托收取制作费用以及与播出平台采用特殊形式广告收益分成的合作模式实现收入，部分栏目根据收视排名或收视率指标进行考核，在一定范围内浮动。

报告期内，《鲁豫有约》、《名人那些信》、《超级演说家》和《我为喜剧狂》栏目的结算价格根据收视考核结果进行浮动，存在部分单集未达到基准收视排名或收视率的情形。未来，公司客户仍可能采取收视考核确定节目价格的结算方式，受各卫视频道晚间黄金时段收视竞争加剧的影响，公司部分栏目存在收视考核不达标而导致结算收入减少的风险。

九、股权结构分散风险

公司股权结构较为分散，本次发行前，公司共有 24 名自然人股东，第一大股东唐建持有公司股份 2,247.30 万股，占公司本次发行前股份总数的 38.55%。经过本次发行后，唐建的持股比例会进一步被稀释。

股权分散可能造成公司在进行重大经营和投资决策时效率降低，从而贻误业务发展机遇；另外，分散的股权结构可能导致股权结构不稳定，若未来公司股权结构发生重大变化，可能影响公司经营决策的稳定性和连续性。

十、盗版侵权的风险

影视内容行业知识产权的保护是其生存和发展的关键。随着网络传播技术的发展，

侵权盗版现象屡禁不止。

对视频内容制作发行单位而言，盗版会导致视频内容通过计划之外的途径迅速传播，将导致节目的收视率及销售收入下滑，从而给视频内容的制作发行单位造成经济损失。知识产权得不到保护，将导致创意积极性下降，研发投入下降，优质节目内容得不到延续，从而影响制作方的持续经营。

政府有关部门近年来通过逐步完善知识产权保护体系、加强打击盗版执法力度，在保护知识产权方面取得了一定成效。但打击盗版侵权、规范市场秩序是一个长期的过程，本公司在一定时期内仍将面临盗版侵害的风险。

十一、人才流失风险

人才是影视内容行业的核心资源，在视频内容创意、策划、制作、发行的每一个过程中，人才的作用都举足轻重，人才决定着节目的品质和市场影响力，优质节目的成功需要制片人、主编、编导和其他辅助人员等在每个环节的通力配合。公司目前业务规模快速扩张，人才资源宝贵，尤其少数核心优秀人才对公司业绩的贡献相对较高，公司对该类人才存在依赖。

随着行业内人才的流动，公司将面临人才流失、人才短缺和人才梯队不健全等风险。由于人才资源受内外部环境等多种因素的影响，其流动不可避免。如果公司出现大量人才流失或核心人才流失，将对公司的持续经营造成重大影响。

十二、节目生命周期风险

每个电视节目均有生命周期，主要分为推广期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。推广期属于创造需求的阶段，重点任务为建立新品牌，获得观众的接受和认可，推广期风险最高，新节目的淘汰率很高，以试探受众为目的。成长期的特点是节目已能初步实现盈利，收视率明显提高，该阶段品牌建设的重点是保持栏目风格、创新节目内容、扩大观众收视规模以及提高收视覆盖率。当电视节目进入成熟期，新观众增加减缓或停滞，收视率基本保持稳定，该阶段竞争激烈，强弱栏目品牌差异拉大，在观众延续“收视惯性”的同时，也容易让观众产生“收视疲劳”。

影视内容需要不断创新，以满足观众日益增长的文化需求，符合现时的社会环境需要。公司成熟的电视节目产品同样面临进入衰退期的风险，如果不能持续创新，将

可能收视下降，进而得不到播出平台的认可。

十三、视频节目编排和消费的不确定性风险

在收视竞争加剧的环境下，各播出平台对大型创新节目、精品电视剧的需求上升。播出平台将充分考虑节目的播出时段，包括黄金时段和非黄金时段，周末时段和非周末时段，在有利的时段播出有较强收视竞争力的视频节目，同时，播出平台还会考虑其他平台节目编排，避免出现强势节目撞期导致的收视率分流。公司无法决定节目的播出安排，存在节目被安排在非黄金时段或与其他节目撞期导致收视效果达不到预期的可能，进而影响节目影响力和收入。

观众是视频节目的最终消费者，播出平台会依据观众的偏好选购节目或调整节目编排。观众在不同时期对不同类型、不同题材的视频节目偏好不同，尽管公司不断通过调查研究和收视反馈，创意制作满足观众需要的视频节目，但仍存在观众偏好迅速转变导致节目吸引力下降的风险。

十四、知识产权纠纷风险

公司制作的栏目、纪录片、品牌服务、电视剧节目等作品的版权是重要的知识产权，根据《中华人民共和国著作权法》第十五条规定：“电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品的著作权由制片者享有，但编剧、导演、摄影、作词、作曲等作者享有署名权，并有权按照与制片者签订的合同获得报酬。电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品中的剧本、音乐等可以单独使用的作品的作者有权单独行使其著作权。”

节目创作中与公司合作的制作单位、向本公司提供劳务的相关方以及本公司节目制作中聘用的外部导演、摄影等人员，均可能存在向公司主张知识产权权利的情形。如果双方或多方发生纠纷、涉及法律诉讼，除可能直接影响公司经济利益外，还可能影响公司的行业形象，最终对公司的业务开展带来不利影响。

公司在使用已有的题材、剧本、文献资料、影音资料的过程中可能存在侵犯第三方知识产权的风险。

十五、纪录片和品牌服务业务波动的风险

公司成立以来以制作栏目为主，2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，纪

录片和品牌服务业务收入占主营业务收入的比例分别为 41.03%、49.46%、20.41%和8.61%，存在一定波动性。纪录片和品牌服务业务已成为公司主营业务的重要组成部分，由于项目储备、项目规模和项目周期的不同，两类业务不同时期对公司收入的贡献存在较大差异，如果未来不能保持持续增长，公司业务会产生较大波动。

十六、委托制作风险

委托制作是影视内容行业常见的商业模式。委托方在影视节目制作过程中，出于提高效率、控制成本和保证质量的考虑，将部分工作委托外部专业机构完成，通常约定由受托方负责影视内容制作过程中的全部或某一部分的具体拍摄、制作或专项服务事宜，委托方根据合同约定监督其拍摄、制作质量和工作成果，版权一般属于委托方。公司作为专业的视频节目制作机构，接受包括电视台在内的客户委托，提供节目创意制作及相关服务，一些项目也委托部分工作或专项服务给其他专业机构或团队，公司负责整个节目制作过程的进度把握和技术、资金、主创人员的管理等。

受托单位工作进展情况和交付产品质量直接关系到公司向客户销售最终产品的质量，由于具体制作工作由受托方负责，因此公司部分节目存在委托工作质量和进度的控制风险，将可能对公司的信誉、品牌等造成损害并对公司整体业务产生影响。

十七、净资产收益率下降的风险

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司加权平均净资产收益率分别为32.71%、25.74%、23.76%和 8.23%。净资产收益率下降的原因主要是公司 2012 年以来均未进行股利分配，未分配利润增加所致。本次发行完成后，公司净资产规模将大幅提高，而募集资金投资项目从实施到产生效益需要一定的周期，因此公司存在短期内净资产收益率下降的风险。

十八、经营活动现金流量净额不稳定的风险

对视频节目制作机构而言，经营活动现金流量具备一定的周期性特征，即大型视频节目从启动投资到实现销售收入并回笼资金存在较长的周期，且普遍存在跨期现象；经营活动现金流入流出的非均衡性也是行业的特点，资金流出不均衡且持续全部过程直至发行结束，而资金的回笼在成功销售或发行后的特定时点。报告期内，公司逐步扩大生产规模，开展大型栏目的研发制作及电视剧的投资，多部电视剧尚未实现收入，存在经营活动现金流量净额为负的情况。未来，公司在扩大生产经营的过程中将仍可

能面临经营活动现金流量净额不稳定的风险。

十九、募集资金投向风险

公司本次发行募集资金投资项目是依据公司发展战略制定的，并进行了详尽的可行性分析。该等项目的实施有利于公司进一步扩大业务规模，提升市场影响，增加收入来源。但是，由于未来行业政策、竞争格局存在变化的可能，项目实施过程中存在一些不确定因素，如所研发节目的盈利水平、播出后的收视效果、主管部门或播出平台对节目调控和审查要求等，都将对公司的投资项目造成影响，公司募集资金投资项目的实施可能存在无法达到预期收益的风险。

二十、品牌服务业务毛利率波动风险

品牌服务业务毛利率受多种因素的综合影响。报告期内，由于受到市场环境、项目储备、项目规模和项目周期不同的影响，公司品牌服务业务构成变动较大，不同时期业务收入差异和毛利率波动幅度均较大。未来，受业务构成变动、业务阶段不同等因素的影响，公司品牌服务业务毛利率仍存在发生较大幅度波动的可能。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称：	北京能量影视传播股份有限公司
英文名称：	Beijing Energy Media Co. Ltd.
注册资本：	5,830 万元
法定代表人：	唐建
成立日期	2004 年 10 月 14 日北京能量影视传播有限公司成立，2010 年 10 月 22 日整体变更为股份有限公司
住　　所：	北京市海淀区海淀路 165 号南门凤凰会馆 2 层
邮政编码：	100080
电　　话：	010 – 62510519
传　　真：	010 – 62510510
互联网网址：	http://www.nlcb.com.cn
电子信箱：	energy@nlcb.com.cn
负责信息披露和投资者关系的部门：	证券事务部
董事会秘书：	奚巍

二、发行人改制重组及设立情况

（一）设立情况

1、能量有限设立情况

公司前身能量有限由神州电视与刘庆华共同出资设立，注册资本 2,000 万元。神州电视出资 1,980 万元，其中现金出资 1,175.55 万元，实物出资 804.45 万元，占注册资本的 99%；刘庆华现金出资 20 万元，占注册资本的 1%。2004 年 10 月 14 日，经北京市工商局核准注册登记，能量有限领取了《企业法人营业执照》，注册号为 1101081754738。

2、股份公司整体变更设立情况

2010 年 9 月 6 日，利安达会计师事务所有限责任公司出具《审计报告》（利安达审

字[2010]第 A1391 号），确认能量有限截至 2010 年 8 月 31 日的净资产为 22,704,401.68 元。2010 年 9 月 25 日，能量有限股东唐建、刘庆华作为发起人就设立股份有限公司共同签署了《发起人协议》，一致同意以上述净资产按 1:0.9998 的折股比例折合为 22,700,000 股股份，余额 4,401.68 元计入资本公积。2010 年 10 月 19 日，利安达会计师事务所出具《验资报告》（利安达验字[2010]A1071 号），对能量有限整体变更为股份公司时注册资本实收情况进行了审验。2010 年 10 月 22 日，经北京市工商局核准注册登记，公司领取了《企业法人营业执照》，注册号为 110108007547387。

整体变更设立时，公司的股本结构如下表所示：

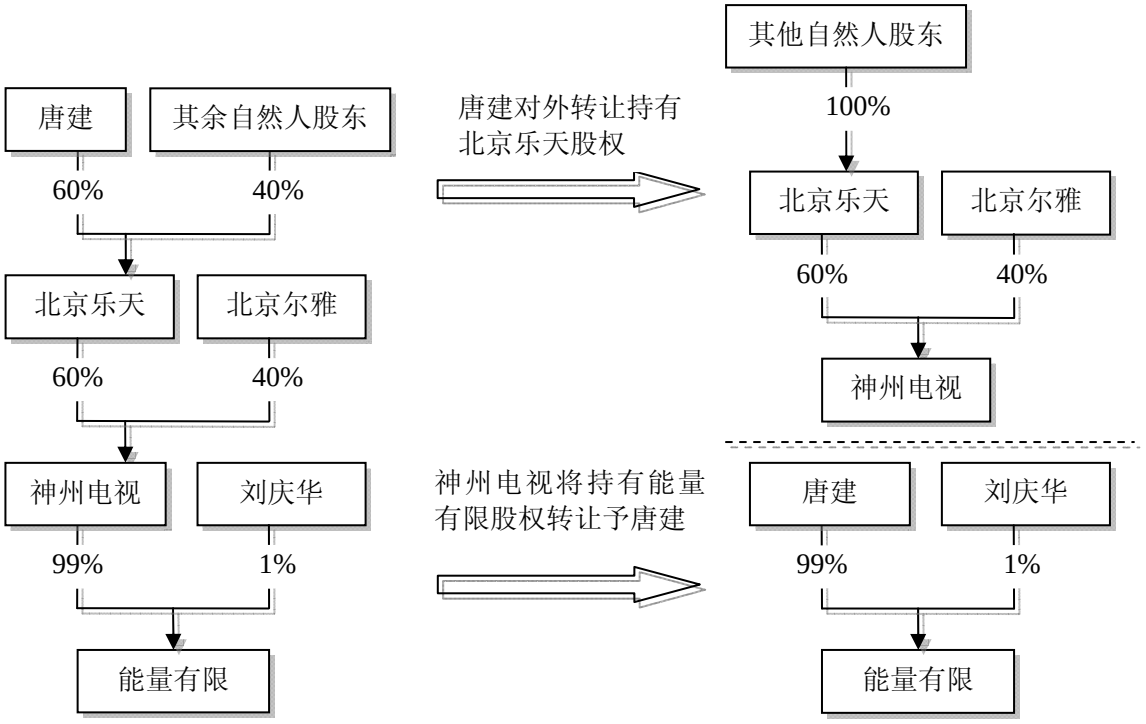
序号	股东名称	持股数额（万股）	持股比例（%）
1	唐　建	2,247.30	99.00
2	刘庆华	22.70	1.00
合　计		**2,270.00**	**100.00**

（二）发行人资产重组情况

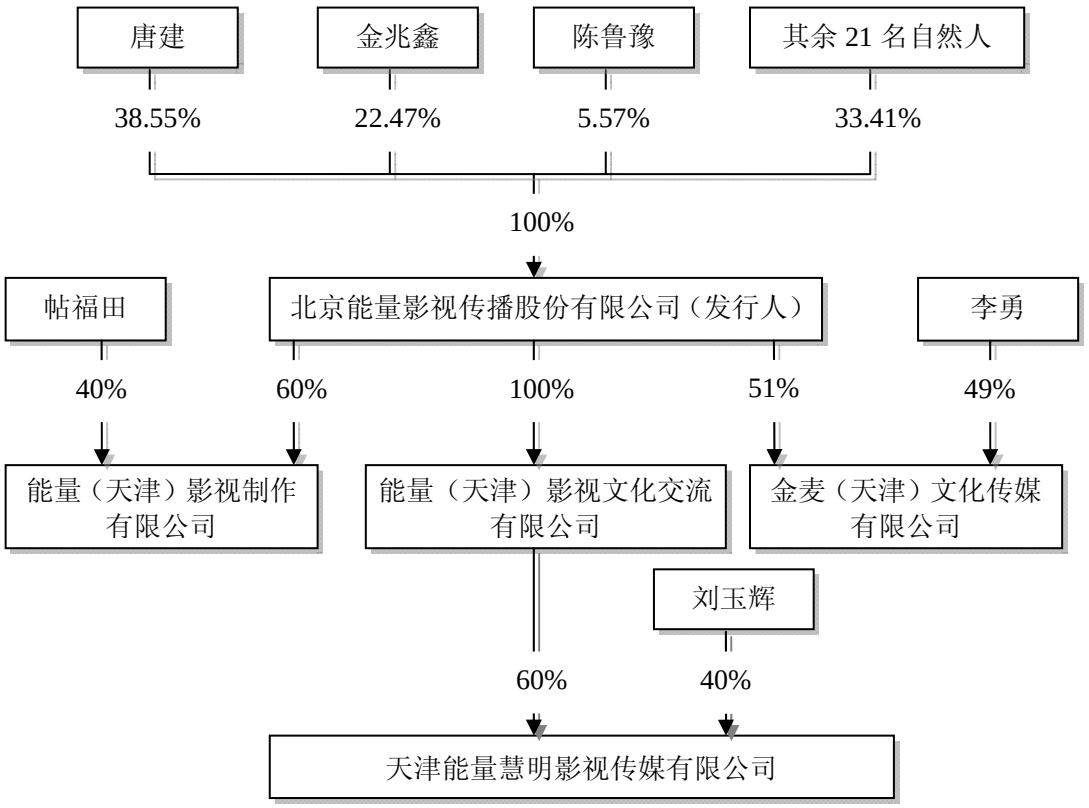
公司自成立以来，未进行过重大资产重组。

三、发行人的组织结构

（一）能量有限的股权结构及变化情况



（二）公司的股权结构情况



（三）发行人控股、参股公司的情况

公司控股公司包括能量天津、能量影视、能量慧明和金麦文化，公司未参股其他企业或经济组织。

1、能量（天津）影视文化交流有限公司

（1）能量天津的基本情况

公司名称	能量（天津）影视文化交流有限公司				
成立时间	2011 年 4 月 6 日	注册资本	1,000 万元	实收资本	1,000 万元
注册地址	天津市东疆保税港区美洲路一期封关区内联检服务中心六层 6026-30				
主要生产经营地	北京市朝阳区日坛国际贸易中心日坛北路 17 号院 2 号楼 B1 层 030~033				
股东构成	公司持股 100%	控制情况	公司全资子公司		
主营业务	栏目、纪录片、电视剧、动画片等节目的制作、发行；广告业务	与公司主营业务的关系	主要从事受托制作业务和面向境外媒体发行的节目		

（2）投资能量天津的背景和原因

天津港地处京津城市带和环渤海经济圈的交汇点，是我国沿海主枢纽港和综合运输体系的重要枢纽，是京津冀现代化综合交通网络的重要节点和对外贸易的主要口岸，是北方地区的集装箱干线港和发展现代物流的重要港口。滨海新区已吸引超过 100 家世界 500 强企业前来投资，东疆港区特别是东疆保税港区的开发建设已成为滨海新区实行“先行先试”政策的突破口。

公司长期从事文化传播事业，具有丰富的行业经验和渠道资源，不仅致力于文化产品在国内的传播和发展，还立志将中国的文化产品向海外推广，同时将国外的文化产品引进中国。天津港的地理位置及地方政策支持给公司提供了发展机遇，为公司实现“做节目的文化物流”的目标创造了有利条件。

2、能量（天津）影视制作有限公司

（1）能量影视的基本情况

公司名称	能量（天津）影视制作有限公司				
成立时间	2013 年 5 月 16 日	注册资本	1,000 万元	实收资本	1,000 万元
注册地址	天津市东疆保税港区亚洲路 6975 号金融贸易中心南区 1 栋 1 门 5015 室-23				
主要生产经营地	北京市朝阳区景华南街 1 号旺座中心东塔 912 室				
股东构成	公司持股 60%、帖福田持股 40%	控制情况	公司控股子公司		
主营业务	电视剧的投资、制作及发行	与公司主营业务的关系	主要从事电视剧的投资、制作及发行		

（2）投资能量影视的背景和原因

公司主营业务为视频节目的研发、制作和发行以及针对客户提供节目相关服务，与电视剧的制作和发行具有明显的协同效应。公司主要客户由中央电视台、省级卫视、视频网站及知名品牌客户构成，同样也是电视剧制作、发行的客户或投资方；电视节目可以为电视剧提供宣传平台并积累资源，电视剧制作可以为电视节目提供丰富的素材。公司与上述主要客户均建立了稳定的合作关系，凭借多元的发行渠道优势，公司能够更好地实现电视剧的发行。

帖福田（铁佛）进入影视内容行业已超过 20 年，参与了《干部》、《射雕英雄传》、《天龙八部》、《萍踪侠影》、《凌云壮志包青天》、《小鱼儿与花无缺》、《大唐双龙传》、

《红拂女》等多部作品的创作，2004 年被中国广播电视学会评选为“中国十佳制片人”，2011 年被中国广播电视协会、中国艺术家协会授予“中国电视剧产业 20 年突出贡献制片人”称号，拥有丰富的电视剧经营管理、创意制作和发行经验；公司通过定制剧《找北》等积累了电视剧制作经验，为进一步拓展业务规模，增强公司视频节目盈利能力和市场竞争实力，公司与在电视剧制作发行领域内富有经验的帖福田合作，共同投资设立能量影视。

3、天津能量慧明影视传媒有限公司

（1）能量慧明的基本情况

公司名称	天津能量慧明影视传媒有限公司					
成立时间	2013 年 10 月 30 日	注册资本	1,000 万元	实收资本	1,000 万元	
注册地址	天津市东疆保税港区洛阳道 601 号					
主要生产经营地	北京市朝阳区东三环北路 16 号盛厦商务楼二层					
股东构成	能量天津持股 60%、刘玉辉持股 40%	控制情况	能量天津控股子公司			
主营业务	电视节目制作及发行	与公司主营业务的关系	主要从事大型栏目的研发、制作和发行			

（2）投资能量慧明的背景和原因

随着广电总局《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》等政策的实施，各省级卫视加大了节目播出结构调整的力度，更注重备案播出节目的质量，受限类大型季播综艺节目在黄金时段播出比重下降，但投入比重和收视比重均呈大幅上升趋势，大型季播节目在益智、社交、亲子、选秀等多个领域出现，收视竞争更趋激烈。为应对新的竞争环境，公司对栏目业务进行了相应调整，在成功推出《超级演说家》的基础上，研发、推出了大型表演竞技真人秀栏目《我为喜剧狂》，为集中力量做好该档栏目，并在大型栏目创意、研发、制作和发行领域综合提升公司竞争实力，公司与行业内富有经验的刘玉辉合资成立了能量慧明。

刘玉辉进入影视内容行业已超过 14 年，1999 年主导研发了全球各类电视栏目形态视频数据库，为中央电视台节目形态创新提供模式研究服务，2000 年构建了编排与收视关系模型，为 CCTV-2 和广东卫视提供频道编排咨询和节目创新顾问服务，2005 年以来主导构建了频道节目与收视导航以及收视提升大数据支持系统，为中央电视台、湖南卫视、北京卫视、天津卫视、四川卫视等国内多家卫视频道提供频道和节目内容

的收视提升研究与顾问咨询等服务，拥有丰富的节目模式研发创新经验和发行渠道资源。

4、金麦文化

（1）金麦文化的基本情况

公司名称	金麦（天津）文化传媒有限公司				
成立时间	2014 年 7 月 3 日	注册资本	1,000 万元	实收资本	300 万元
注册地址	天津东疆保税港区洛阳道 601 号海丰物流园 7-1-2-106				
主要生产经营地	北京市朝阳区东三环北路 16 号盛厦商务楼二层				
股东构成	公司持股 51%、李勇持股 49%	控制情况	公司控股子公司		
主营业务	电视剧、专题、综艺、动画等节目制作、发行	与公司主营业务的关系	主要从事大型栏目的研发、制作和发行		

（2）投资金麦文化的背景和原因

公司投资设立金麦文化的背景和原因请参见上述“投资能量慧明的背景和原因”。

李勇为原中央电视台著名节目主持人，进入影视内容行业已超过 20 年，主持的节目有《幸运 52》、《生活》、《非常 6+1》、《梦想中国》、《咏乐会》、《舞出我人生》和《中国面孔》等，曾多次主持中央电视台春节联欢晚会，李勇还参与了公司《超级演说家》栏目的模式研发并担任导师，拥有丰富的电视栏目创意、播音和主持经验，多次荣获中央电视台“优秀播音员主持人”。公司拟与李勇合作创意制作大型栏目《蚂蚁斗大象》，为集中力量做好该档栏目，并在大型栏目创意、研发、制作和发行领域综合提升公司竞争实力，公司与知名主持人李勇合资成立了金麦文化。

5、公司及下属公司的业务、人员、资产和利润的构成情况

（1）公司及下属公司的业务分工情况

报告期内，公司根据自身业务发展需要，陆续设立了控股子公司能量天津、能量影视、能量慧明和金麦文化，并对公司及其下属公司业务分工进行了初步规划，即母公司主要从事自制栏目业务和联合制作业务，能量天津主要从事受托制作业务和面向境外媒体发行的节目，能量影视主要从事电视剧的投资、制作及发行，能量慧明主要从事《我为喜剧狂》等大型栏目的投资、制作及发行，金麦文化主要从事《蚂蚁斗大象》等大型栏目的投资、制作及发行。同时，公司将根据整体经营管理、市场开拓和

资源整合的实际需要，对规划的业务分工进行一定的调整，以推动公司整体业务发展。

（2）公司及下属公司的资产、利润构成情况

最近一年及一期，公司及下属公司的资产和利润构成情况如下表所示：

单位：万元

时间	项目	能量传播	能量天津	能量影视	能量慧明
2014 年 6 月 30 日或 2014 年 1-6 月	总资产	24,062.05	8,738.82	7,142.85	5,900.74
	净资产	13,684.89	5,207.79	966.34	3,124.87
	净利润	474.16	559.46	-287.33	1,085.74
时间	**项目**	**能量传播**	**能量天津**	**能量影视**	**能量慧明**
2013 年 12 月 31 日或 2013 年度	总资产	21,116.46	8,174.23	7,609.78	3,979.51
	净资产	13,210.73	4,648.32	1,253.67	2,039.13
	净利润	1,787.72	1,181.21	253.67	1,039.13

注：以上数据已经中喜会计师事务所审计。

四、发行人持股 5%以上的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）主要股东基本情况

公司持股 5%以上股东均为自然人，其中唐建持股 38.55%、金兆鑫持股 22.47%、陈鲁豫持股 5.57%，上述人员基本情况如下：

唐建先生：中国国籍，身份证号码为：11010219520704****，无境外永久居留权。

金兆鑫先生：中国国籍，身份证号码为：15212219700207****，无境外永久居留权。

陈鲁豫女士：中国国籍，身份证号码为：11010819700612****，无境外永久居留权。

（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东和实际控制人唐建未控股或参股其他企业或经济组织，其持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

（三）实际控制人曾控制的企业的情况

1、实际控制人曾控制的企业

公司改制设立前，唐建除间接持有能量有限 99%股权以外，其主要资产还包括：持有北京乐天 60%股权，并通过北京乐天间接持有神州电视 60%股权。

（1）实际控制人曾控制的企业的基本情况

公司名称	北京乐天投资管理有限公司		成立时间	1994 年 5 月 24 日
注册资本	500 万元		实收资本	500 万元
法定代表人	刘庆华	住 所	北京市东城区崇文门西大街 9 号紫金宾馆 8 号楼 805 室	
股东构成	刘庆华（持股比例 40%）、季蓓蓓（持股比例 30%）、刘波（持股比例 20%）、王贵森（持股比例 10%）			
营业范围	许可经营项目：无；一般经营项目：投资管理；经济信息咨询；市场调查；营销策划；会议服务；承办展览展示；影视策划；图文设计制作；设计、制作、代理、发布广告；销售日用品、机械设备、电子产品、建筑材料、汽车配件、五金交电、化工产品（不含危险化学品）、针纺织品、工艺品			
公司名称	神州电视有限公司		成立时间	1996 年 4 月 10 日
注册资本	10,000 万元		实收资本	10,000 万元
法定代表人	杨铁	住 所	北京市海淀区海淀路 165 号	
股东构成	北京乐天（持股比例 60%），北京尔雅（持股比例 40%）			
营业范围	许可经营项目：动画片、电视综艺、专题片的制作、发行（有效期至 2015.02.25）；图书批发、零售（2015.12.31）。一般经营项目：国内外广告制作及代理；舞美设计；电视设备、电子设备、计算机及软件和外用设备、仪器仪表、五金、交电、汽车配件、通信设备、建筑材料的研制、开发、销售、安装；与上述相关的投资咨询和技术转让			
公司名称	北京汇智博众公关顾问有限公司		成立时间	2010 年 10 月 29 日
注册资本	200 万元		实收资本	200 万元
法定代表人	杨铁	住 所	北京市朝阳区朝阳公园路 19 号 1 幢 603 房间	
股东构成	神州电视（持股比例 99%），北京尔雅（持股比例 1%）			
营业范围	许可经营项目：无；一般经营项目：经济贸易资询，组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；技术推广服务；文艺创作；市场调查；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；计算机技术培训			
公司名称	北京汇通天地国际传媒广告有限公司		成立时间	2004 年 4 月 6 日
注册资本	1,000 万元		实收资本	1,000 万元
法定代表人	王小明	住 所	北京市朝阳区东直门外大街 23 号外交办公大楼 203B 室	
股东构成	神州电视（持股比例 60%），北京中视天地文化开发有限责任公司（持股比例 40%）			
营业范围	设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；组织文化艺术交流活动；承办展览展示；广告信息咨询			

公司名称	北京凤凰金龙文化传媒有限公司		成立时间	2007 年 5 月 14 日
注册资本	100 万元		实收资本	100 万元
法定代表人	张建	住 所	北京市宣武区广安门外大街 248 号 1506 室	
股东构成	神州电视（持股比例 45%），人民铁道报社（持股比例 35%），北京大提速传媒广告有限公司（持股比例 20%）			
营业范围	组织文化艺术交流活动；广告设计、制作、代理、发布；技术培训；信息咨询；承办展览展示			
公司名称	深圳市凤凰星文化产业有限公司		成立时间	2000 年 7 月 5 日
注册资本	500 万元		实收资本	500 万元
法定代表人	杨铁	住 所	深圳市罗湖区红岭中路 1008 号荔景大厦 9 楼	
股东构成	神州电视（持股比例 90%），北京尔雅（持股比例 10%）			
营业范围	兴办文化项目（具体项目另行申报）；企业形象策划、商品展览展示（不含限制项目）；国内商业，物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）			
公司名称	神州电视（香港）有限公司		成立时间	1996 年 8 月 13 日
注册资本	1 万元港币		实收资本	1 万元港币
法定代表人	潘红星	注册地	Tai Po Industry Estate No. 2-6 Dai King Street Tai Po NT	
股东构成	神州电视（持股比例 99.98%），杨铁（持股比例 0.01%），潘红星（持股比例 0.01%）			
营业范围	为覆盖香港及其领海地区电视节目内容的播出提供服务；代理电视节目等产品的出口、进口、营销、制造及运营			

（2）实际控制人曾经控制的企业的具体情况

①北京乐天

A、报告期内主要财务数据

报告期内，北京乐天主要财务数据如下表所示：

单位：元

项 目	2013.12.31/2013 年度	2012.12.31/2012 年度	2011.12.31/2011 年度
资产总额	66,768,256.00	66,194,430.75	1,487,400,344.39
股东权益	5,979,608.97	6,022,870.08	86,621,849.31
主营业务收入	359,225.30	475,728.16	253,814,478.70
净利润	-42,785.83	-47,385.57	7,266,729.24

注：2011 年为合并报表数据，2012 年数据为母公司报表数据，已经北京安审会计师事务所有限责任公司审计，2013 年数据为未经审计的母公司报表数据。

B、最近三年的合法合规性

根据公司实际控制人陈述、北京乐天的说明，相关政府部门出具的书面证明，北

京乐天最近三年不存在重大违法、违规行为。

C、报告期内实际从事的主要业务

报告期内，北京乐天的主要业务是对神州电视进行股权管理。

②神州电视

A、报告期内主要财务数据

报告期内，神州电视主要财务数据如下表所示：

单位：元

项　目	2013.12.31/2013 年度	2012.12.31/2012 年度	2011.12.31/2011 年度
资产总额	1,422,499,673.44	1,494,918,560.07	1,476,118,047.43
股东权益	151,752,909.41	145,682,877.40	140,545,533.26
营业收入	253,859,922.41	239,845,634.30	253,664,478.70
净利润	6,231,507.83	6,056,525.46	7,363,876.90

注：以上数据均为神州电视合并报表数据，2013 年数据未经审计，2011 年、2012 年数据已经北京安审会计师事务所有限责任公司审计。

B、最近三年的合法合规性

根据公司实际控制人陈述、北京乐天和神州电视的说明，相关政府部门出具的书面证明，神州电视最近三年不存在重大违法、违规行为。

C、报告期内实际从事的主要业务

神州电视主要从事广告代理、节目制作支援业务。

③北京汇智博众公关顾问有限公司

A、报告期内主要财务数据

报告期内，汇智博众主要财务数据如下表所示：

单位：元

项　目	2013.12.31/2013 年度	2012.12.31/2012 年度	2011.12.31/2011 年度
资产总额	4,425,637.10	4,787,451.01	2,543,147.50
股东权益	2,225,582.54	1,971,920.69	1,987,611.76
营业收入	4,900,000.00	597,087.38	870,000.00
净利润	243,924.44	-12,594.01	-12,388.24

注：2013 年、2012 年数据未经审计，2011 年数据已经北京安审会计师事务所有限责任公司审计。

B、最近三年的合法合规性

根据公司实际控制人陈述、北京乐天、神州电视和汇智博众的说明，相关政府部门出具的书面证明，汇智博众最近三年不存在重大违法、违规行为。

C、报告期内实际从事的主要业务

报告期内，汇智博众主要从事公关咨询、广告代理、会议及展览服务业务。

④北京汇通天地国际传媒广告有限公司

A、报告期内主要财务数据

报告期内，汇通天地主要财务数据如下表所示：

单位：元

项　目	2013.12.31/2013 年度	2012.12.31/2012 年度	2011.12.31/2011 年度
资产总额	7,258,933.19	7,217,627.31	7,192,575.43
股东权益	7,066,300.00	7,030,753.93	6,999,258.74
营业收入	1,407,766.99	1,359,223.30	1,350,000.00
净利润	35,546.08	31,495.19	-60,634.62

注：2013 年、2012 年数据未经审计，2011 年数据已经北京安审会计师事务所有限责任公司审计。

B、最近三年的合法合规性

根据公司实际控制人陈述、北京乐天、神州电视和汇通天地的说明，相关政府部门出具的书面证明，汇通天地最近三年不存在重大违法、违规行为。

C、报告期内实际从事的主要业务

报告期内，汇通天地主要从事广告的设计、制作和代理业务。

⑤北京凤凰金龙文化传媒有限公司

A、报告期内主要财务数据

报告期内，凤凰金龙主要财务数据如下表所示：

单位：元

项　目	2013.5.31/2013 年 1-5 月	2012.12.31/2012 年度	2011.12.31/2011 年度
资产总额	3,824,270.90	4,353,797.44	4,477,377.23
股东权益	-175,729.10	-673,815.33	-579,784.43

项　目	2013.5.31/2013 年 1-5 月	2012.12.31/2012 年度	2011.12.31/2011 年度
营业收入	970,873.79	2,132,526.16	3,126,062.00
净利润	498,086.23	-93,030.90	1,116,526.75

注：北京凤凰金龙文化传媒有限公司已清算，2013 年 1-5 月、2012 年数据未经审计，2011 年数据已经北京国信德安会计师事务所有限责任公司审计。

B、最近三年的合法合规性

根据公司实际控制人陈述、北京乐天、神州电视和凤凰金龙的说明，凤凰金龙最近三年不存在重大违法、违规行为。

C、报告期内实际从事的主要业务

报告期内，凤凰金龙主要从事平面杂志的广告代理、信息咨询业务。

⑥深圳市凤凰星文化产业有限公司

A、报告期内主要财务数据

报告期内，凤凰星主要财务数据如下表所示：

单位：元

项　目	2013.12.31/2013 年度	2012.12.31/2012 年度	2011.12.31/2011 年度
资产总额	74,142,260.03	59,601,574.32	47,568,144.77
股东权益	13,026,319.07	9,646,690.23	8,228,695.25
营业收入	47,261,954.88	33,034,692.13	33,571,309.45
净利润	3,379,628.84	1,391,885.80	1,541,449.21

注：2013 年数据未经审计，2012 年、2011 年已经深圳远东会计师事务所审计。

B、最近三年的合法合规性

根据公司实际控制人陈述、北京乐天、神州电视和凤凰星的说明，凤凰星最近三年不存在重大违法、违规行为。

C、报告期内实际从事的主要业务

报告期内，凤凰星主要从事兴办文化项目和广告代理业务。

⑦神州电视（香港）有限公司

A、报告期内主要财务数据

报告期内，神州香港主要财务数据如下表所示：

单位：港元

项　目	2013.12.31/2013 年度	2012.12.31/2012 年度	2011.12.31/2011 年度
资产总额	360,898.80	357,966.53	478,564.30
股东权益	83,090.60	74,221.94	72,663.63
营业收入	9,988,679.70	6,664,653.56	7,279,611.10
净利润	8,868.66	1,558.31	-508.94

注：2013 年数据未经审计，2011 年、2012 年数据已经香港 S.Y.YANG&COMPANY 审计。

B、最近三年的合法合规性

根据公司实际控制人陈述、北京乐天、神州电视和神州香港的说明，神州香港最近三年不存在重大违法、违规行为。

C、报告期内实际从事的主要业务

报告期内，神州香港主要向凤凰卫视提供人力资源服务，包括媒介顾问、联络、招揽人才、一般行政及财务管理以及艺人推介等。

（3）实际控制人曾经控制的企业与公司的具体关系

①与公司主要业务的关系

在实际控制人控制期间，其曾经控制的企业与公司业务的关系如下表所示：

公司名称	主要业务	与公司业务的关系
北京乐天	对神州电视进行股权管理	与公司业务无关系
神州电视	为凤凰卫视进行广告销售代理、电视节目制作技术支援等服务	与公司业务无关系
汇智博众	广告代理、会议及展览等服务	与公司业务无关系
汇通天地	广告代理	与公司业务无关系
凤凰金龙	平面杂志的广告代理、信息咨询	与公司业务无关系
凤凰星	为凤凰周刊提供广告代理等服务	与公司业务无关系
神州香港	为凤凰卫视进行人力资源服务	与公司业务无关系

注：报告期内，神州电视与公司发生小额偶发性关联交易，关联关系结束后，2013 年发生节目购买交易。

②与公司在业务、资产、人员、财务等方面的往来情况

公司除与神州电视存在业务、人员、资产方面的往来外，与实际控制人曾经控制的企业未发生其他在业务、资产、人员和财务等方面的往来。公司与神州电视发生的业务、人员、资产方面的往来具体情况如下：

A、代理结算

2010 年及以前，公司境外电视节目制作收入通过神州电视结算，主要原因为神州电视根据其与凤凰卫视《服务合同》的约定，在国内物色合资格的制作公司为凤凰卫视制作电视节目，并代凤凰卫视向制作公司支付相应款项。神州电视进行上述代理行为，未向公司收取佣金或手续费，未对公司业务结算的独立性构成影响。自 2011 年起，公司境外电视节目制作收入自行结算，不再通过神州电视进行结算。

B、素材购买及租赁

2010 年度，神州电视向公司购买影像资料素材，公司收取资料费 10,000.00 元；神州电视向公司租赁车辆一部用于办公，租赁期限为 7 个月，公司收取租赁费 35,000.00 元。2011 年度，神州电视向公司租赁车辆一部用于办公，租赁期限为 3 个月，公司收取租赁费 15,000.00 元。

C、节目购买

神州电视基于承接了总金额 4,000 万元的向文化部对外联络局提供对外文化宣传所需电视专题片的业务，需要购买以介绍中国历史、文化、社会、生态、名人热点的电视专题片及访谈类节目。2013 年 12 月 6 日，神州电视与公司签订《节目购买协议书》，向公司采购《鲁豫有约》450 集、纪录片《真实中国》和《苹果在中国》，合同金额合计为 1,300 万元。

神州电视采购上述节目后，将按照文化部对外联络局的要求进行节目的翻译、精编、剪辑等，用于在海外进行非商业性文化宣传，传播中国文化信息、社会发展情况。

上述《鲁豫有约》节目，公司综合同类节目网络销售价格、节目制作时间和公司发生的其他成本等情况后提出报价，纪录片《真实中国》和《苹果在中国》，公司在制作成本的基础上加计合理利润提出报价，双方经协商后确定《鲁豫有约》合同单价为 1.80 万元/集，《真实中国》合同价格为 470.00 万元，《苹果在中国》合同价格为 20.00 万元。

D、人员往来

公司成立以来，与神州电视人员往来情况如下表所示：

姓名	历任公司职务	公司任职时间	历任神州电视职务	神州电视任职时间
唐　建	董事长	2004.10 至今	董事长	2004.10 至 2010.8
郭志成	董事、总经理	2004.10 至今	总经理	2004.10 至 2010.10
王　雾	监事、监事会主席	2004.10 至今	法律秘书、首席律师、办公室主任	2004.10 至今
蔡晓青	总经理助理、职工监事	2006 至今	节目中心主任助理	2004.10 至 2006
李　嘉	监事、财务部经理	2010.7 至今	财务人员	2004.10 至 2010.6

③公司业务的独立性

神州电视的主要业务是向凤凰卫视提供频道的广告销售代理、电视节目拍摄制作支援、大陆地区收视市场推广和大陆地区公关宣传的全程服务，同时当凤凰卫视在国内举办重大活动时根据凤凰卫视的要求提供额外的服务。

根据凤凰卫视 2013 年年报披露，2013 年 12 月 31 日，凤凰卫视应收中国广告代理神州电视的款项约人民币 464,858,000 元（2012 年：人民币 408,189,000 元）。此款项为神州电视代表凤凰卫视收取的广告收入（已扣除支出）。

公司设立以来，仅神州电视与公司存在着业务、人员、资产上的往来关系，上述业务定价公允，不存在实际控制人曾控制的企业为公司提供业务机会及其他利益输送的情形，除唐建、郭志成等曾在神州电视兼任职务外，不存在与公司共用人员、资产、项目方、客户的情形，不存在通过代垫费用、代付款项等为公司分摊成本费用的情形，对公司独立性不存在影响。

（4）不以神州电视为发行上市主体的原因

神州电视主营业务是为凤凰卫视推广及销售广告时间，并享有就销售该等广告时间收取的广告费净额约定比例提取的报酬，其业务依赖于凤凰卫视且盈利能力一般，不符合国内首次公开发行上市相关法律、法规和规范性文件规定的条件，不具备发行上市的可能性。

2、实际控制人转让北京乐天的股权

（1）股权转让的背景和原因

自 2009 年国内创业板市场推出后，公司实际控制人唐建即有意推动能量有限在创业板市场发行上市，为更好推动能量有限上市工作及其规范发展，唐建决定直接持有能量有限股权，并转让持有的全部北京乐天股权。

唐建和刘庆华系多年的商业合作伙伴，经双方协商，确定神州电视将能量有限股权转让予唐建，唐建将北京乐天股权转让予刘庆华和季蓓蓓，价格均为 1 元/出资。

（2）本次股权转让价格的合理性和定价依据的公允性

唐建转让北京乐天 60%股权是和神州电视向唐建转让能量有限股权同时考虑的，在进行上述股权转让时，主要综合了以下因素：

①净资产情况

截至 2009 年 12 月 31 日，北京乐天合并报表净资产为 6,673.74 万元，归属于母公司所有者的权益为 1,724.09 万元，能量有限净资产为 1,468.95 万元；北京乐天及其下属控股公司盈利能力稳定，净资产变动较小，而能量有限因存在未弥补亏损，净资产额低于其股东原始出资金额。

②盈利能力

2009 年度，北京乐天合并报表净利润为 1,379.32 万元，其中，能量有限净利润为 533.23 万元，扣除能量有限净利润和净资产后，北京乐天及其下属控股公司净利润为 846.09 万元，净资产为 5,204.79 万元，净资产收益率为 16.26%，能量有限的净资产收益率为 36.30%；北京乐天及其下属控股公司的净利润高于能量有限，净资产收益水平则低于能量有限。

③上市预期

神州电视业务依赖于凤凰卫视，不符合国内首次公开发行上市相关法律、法规和规范性文件规定的条件；能量有限具备核心业务，在资产、人员、业务、机构和财务上不依赖于关联企业，符合发行上市的基本条件，具备发行上市的可能。

④市场风险

北京乐天主要对神州电视进行股权管理，神州电视其业务开展主要依赖于凤凰卫视，其业务模式、业务开展、费用收取等均较为稳定，盈利能力也较为稳定，市场风险较小；能量有限业务处于成长期，未来业务模式、业务发展方向及盈利水平均存在一定不确定性，市场风险较大。

⑤唐建和刘庆华具有多年的业务合作关系，以 1 元/出资的价格进行股权转让为交易双方所认可。

⑥本次股权转让后，唐建能够陆续回收其对北京乐天的股东借款。

综上所述，转让北京乐天和转让能量有限股权价格均是由转让方、受让方协商确定，是转让方、受让方真实意思表示，以 1 元/出资的价格进行股权转让与北京乐天、能量有限当时的整体财务状况、业务发展情况相符合，以 1 元/出资的价格进行股权转让已经交易双方认可，交易价格公允。

（3）本次股权转让价款的支付情况

根据各方签订的《股权转让协议》，本次股权转让的受让方分期支付上述股权转让款项，但最晚不得晚于 2012 年 12 月 31 日。

截至 2012 年 9 月 17 日，刘庆华、季蓓蓓已支付完毕全部转让价款。

（4）本次股权转让所履行的法律程序

①2010 年 12 月 9 日，唐建分别与刘庆华、季蓓蓓签订《股权转让协议》，约定唐建将持有的北京乐天 300.00 万元出资分别转让给刘庆华和季蓓蓓各 150.00 万元，将持有的对北京乐天的股东借款 3,600.00 万元分别转让给刘庆华和季蓓蓓各 1,800.00 万元。

②2010 年 12 月 12 日，北京乐天召开股东会，决议同意上述股权转让。

③由于北京市工商局规定集体所有制（股份合作制）企业的法定代表人在任职期间和离开本企业后的第一个会计年度内，其所持有的股份不得转让，因此，唐建作为北京乐天法定代表人，上述股权转让无法办理工商变更登记。2010 年 12 月 30 日，唐建与刘庆华、季蓓蓓签订《股权转让协议之补充协议》，约定待北京乐天由股份合作制企业改制为有限责任公司后再进行上述股权转让。

④2011 年 4 月 6 日，北京乐天召开第一届第一次董事会，会议决议免除唐建董事长职务，选举刘庆华为董事长。2011 年 4 月 8 日，北京乐天召开第一届第一次股东会，4 位股东一致同意将北京乐天变更为有限责任公司，名称变更为“北京乐天投资管理有限公司”。北京乐天于 2011 年 4 月 8 日召开第一届第一次职工代表大会，决议变更公司经济性质，改制后的注册资本为 500 万元，各股东股权比例保持不变，免除唐建董事职务，修改章程。

⑤2011 年 4 月 15 日，北京市工商局东城分局向北京乐天出具了《准予设立（变更、注销、撤销）登记（备案）通知书》（京工商东注册企许字（2011）0057777 号）并核

发了《企业法人营业执照》(注册号 110101007217117)，核准北京乐天变更为有限责任公司。根据该营业执照，北京乐天于 2011 年 4 月 15 日改制为有限责任公司，法定代表人变更为刘庆华。

⑥2011 年 5 月 11 日，北京乐天召开第一届第二次股东会，决议同意唐建将北京乐天原出资额 300.00 万元转让，其中，150 万元转让给刘庆华，150 万元转让给季蓓蓓。北京乐天全体股东均同意上述转让。

⑦2011 年 5 月 11 日，北京乐天完成了股东名称变更工商登记手续。

（5）本次转让对公司的影响

本次股权转让前后，公司均完全独立于北京乐天及其下属企业，与北京乐天及其下属企业不存在相互提供业务机会的情形，不存在通过代垫费用、代付款项等相互进行利益输送的情形，公司不依赖于北京乐天及其下属企业。

（6）本次股权转让后北京乐天及其控制的企业与公司的往来情况

本次股权转让后，北京乐天及其控制的其他企业实际从事的主要业务以及与公司的业务、人员、资产的往来情况请参见“四、发行人持股 5%以上的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）实际控制人曾控制的企业的情况”之“1、实际控制人曾控制的企业”之“（3）实际控制人曾经控制的企业与公司的具体关系”。

（7）股权受让方的基本情况

刘庆华先生：中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：11010319600503****。2007 年至 2011 年 4 月任北京乐天副总经理；2007 年至今任香港乐天发展股份有限公司北京代表处首席代表；2011 年 4 月至今任北京乐天董事长、总经理；2012 年 3 月至今任神州电视董事。

季蓓蓓女士：中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：11010119580513****。个体经商；2007 年至今兼任中城乐天房地产公司办公室主任。

（8）股权受让方与公司及其实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员的关系

本次股权受让方刘庆华、季蓓蓓与公司实际控制人不存在关联关系，与公司、公司董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系。

（9）本次股权转让后唐建与北京乐天及其下属企业的关系

本次股权转让后，唐建不再持有北京乐天股权，不再控制北京乐天及其下属企业，亦不在上述企业中担任任何职务，未参与北京乐天及其下属企业的管理、决策。

3、神州电视转让能量有限的股权

（1）本次股权转让的具体原因

本次股权转让的具体原因请参见上述“四、发行人持股 5%以上的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）实际控制人曾控制的企业情况” 之“2、实际控制人转让北京乐天的股权”之“（1）股权转让的背景和原因”。

（2）本次股权转让价格的定价依据及其合理性

神州电视转让能量有限股权的价格以能量有限设立时股东的出资额为准，即 1 元/出资。本次股权转让的定价依据请参见上述“四、发行人持股 5%以上的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）实际控制人曾控制的企业情况” 之“2、实际控制人转让北京乐天的股权”之“（2）本次股权转让价格的合理性和定价依据的公允性”。

（3）神州电视就本次股权转让所履行的程序

2010 年 7 月 30 日，北京乐天召开股东会会议，决议一致同意神州电视将持有的能量有限 1,980 万元出资以 1,980 万元的价格转让给唐建。

2010 年 7 月 30 日，北京尔雅召开股东会会议，就神州电视向唐建转让其持有的能量有限股权事宜进行了表决，并决议一致同意上述股权转让。

2010 年 8 月 2 日，神州电视召开股东会会议，决议同意将神州电视持有的能量有限 1,980 万元出资（占其 99%股权）以 1,980 万元的价格全部转让给唐建。

（4）对北京乐天、神州电视其他股东权益的影响

本次股权转让已经神州电视股东北京乐天、北京尔雅同意，北京乐天股东除唐建、刘庆华回避表决外，其它股东均同意上述股权转让，北京尔雅全体股东均同意上述股权转让，不存在损害神州电视及北京乐天其他股东的合法权益的情形。

4、股权转让纳税义务的履行情况

2010 年 8 月神州电视将所持公司股权转让给唐建，神州电视 2010 年度企业所得税

汇算清缴由北京安审税务师事务所有限责任公司进行纳税申报鉴证，并出具《企业所得税纳税申报鉴证报告》[安审（2011）税审字 1-099 号]；神州电视并出具了《确认及承诺函》，承诺如因本次股权转让及纳税申报而产生的税务问题，其将依法独立承担并缴纳该等赋税。

2011 年 5 月 11 日唐建将所持北京乐天股权转让给刘庆华、季蓓蓓，唐建已于 2012 年 4 月 13 日就所得税缴纳进行了纳税申报，唐建并承诺，若税务部门重新核定北京乐天股权转让价格并要求缴纳股权转让个人所得税的，其将以除发行人股份外的个人财产无条件按照税务部门的要求足额缴纳税款及其他全部款项。

五、发行人股本情况

（一）发行前后股本结构

公司本次发行前总股本为 5,830 万股，本次发行 1,950 万股，占发行后总股本的 25.06%，本次发行前后的股权结构变化情况及前 10 名股东持股变动情况如下表所示：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股份数量（万股）	持股比例（%）	股份数量（万股）	持股比例（%）
1	唐　建	2,247.30	38.55	2,247.30	28.89
2	金兆鑫	1,310.00	22.47	1,310.00	16.84
3	陈鲁豫	325.00	5.57	325.00	4.18
4	李　宁	240.00	4.11	240.00	3.08
5	张洪志	200.00	3.43	200.00	2.57
6	沈晓伟	200.00	3.43	200.00	2.57
7	周立波	200.00	3.43	200.00	2.57
8	郭志成	180.00	3.09	180.00	2.31
9	周　南	180.00	3.09	180.00	2.31
10	程乐平	134.00	2.30	134.00	1.72
11	李　敏	120.00	2.06	120.00	1.54
12	王　霁	100.00	1.71	100.00	1.29
13	苏全军	100.00	1.71	100.00	1.29
14	樊庆元	85.00	1.46	85.00	1.09
15	奚　巍	50.00	0.86	50.00	0.64
16	曹志雄	50.00	0.86	50.00	0.64

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股份数量（万股）	持股比例（%）	股份数量（万股）	持股比例（%）
17	蔡晓青	37.00	0.63	37.00	0.48
18	王巧凤	26.00	0.44	26.00	0.33
19	刘庆华	22.70	0.39	22.70	0.29
20	吴　扬	5.00	0.09	5.00	0.06
21	李英梅	5.00	0.09	5.00	0.06
22	王慧君	5.00	0.09	5.00	0.06
23	胡忠妤	5.00	0.09	5.00	0.06
24	姜　红	3.00	0.05	3.00	0.04
社会公众股		-	-	1,950.00	25.06
合　计		**5,830.00**	**100.00**	**7,780.00**	**100.00**

（二）发行人前十名自然人股东及在公司任职情况

公司前十名股东均为自然人，本次发行前后其持股情况及在公司任职情况详见下表：

序号	股东姓名	股份数量（万股）	股份比例（%）	在公司任职情况
1	唐　建	2,247.30	38.55	董事长
2	金兆鑫	1,310.00	22.47	董事
3	陈鲁豫	325.00	5.57	董事
4	李　宁	240.00	4.11	-
5	张洪志	200.00	3.43	-
6	沈晓伟	200.00	3.43	品牌服务部副总监
7	周立波	200.00	3.43	-
8	郭志成	180.00	3.09	董事、总经理
9	周　南	180.00	3.09	品牌服务部总监
10	程乐平	134.00	2.30	董事

（三）最近一年发行人新增股东的情况

最近一年公司不存在新增股东的情况。

（四）发行前各股东的关联关系及关联股东的各自持股比例

截至本招股说明书签署日，公司各股东之间无关联关系。

（五）股东公开发售股份情况及对发行人的影响

公司本次发行不存在股东公开发售股份的情况。

六、发行人股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排的情况。

七、发行人员工情况

（一）公司员工人数情况

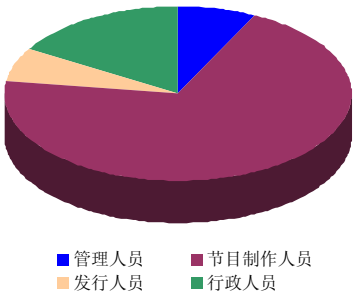
随公司业务规模的扩大，员工人数逐年增加，报告期内，公司员工人数情况如下表所示：

截止时间	2014 年 6 月 30 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
人数	140	141	124	115

（二）公司员工专业结构

截至 2014 年 6 月 30 日，公司员工专业结构情况如下：

员工专业构成	人数（人）	比例（%）
管理人员	10	7.14
节目制作人员	98	70.00
发行人员	9	6.43
行政人员	23	16.43
合　计	140	100.00



八、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺

本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺”。

（二）实际控制人关于避免同业竞争的承诺

2012 年 1 月 15 日，公司实际控制人唐建向公司出具了《避免同业竞争与利益冲突的承诺函》，具体内容请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”。

（三）稳定股价的承诺

公司、公司控股股东、公司董事及高级管理人提出了上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的预案，承诺在达到启动股价稳定措施的条件时应采取的股价稳定的具体措施，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“二、发行上市后稳定公司股价的预案”。

（四）发行人及其控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

公司及其控股股东、董事、监事、高级管理人员出具了关于招股说明书虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、公司及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”。

（五）中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

中介机构出具了关于为公司首次公开发行制作、出具的文件虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”。

（六）发行人本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

本次公开发行前，公司控股股东、实际控制人唐建和公司持股 5%以上股东金兆鑫、陈鲁豫均出具了其本人的持股意向及减持意向，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“五、公司本次公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向”。

（七）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司出具了填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“六、填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺”。

（八）利润分配政策的承诺

根据《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红公司》的规定，公司修订了公司上市后适用的《公司章程（草案）》，并制订了《北京能量影视传播股份有限公司发行上市后股东回报规划》，明确了发行上市后的利润分配政策和相应的股东回报规划，具体内容请参见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、股利分配政策和实际股利分配情况”之“（三）发行后的股利分配政策”。

（九）相关主体未能履行承诺的约束措施

公司、公司控股股东、董事、监事、高级管理人员及为本次发行出具专业意见的中介机构均出具了未能履行承诺的约束措施，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“七、相关主体未能履行承诺的约束措施”。

（十）公司实际控制人做出的其他重要承诺

就将所持北京乐天股权转让给刘庆华、季蓓蓓的所得税缴纳问题，公司控股股东、实际控制人唐建出具了承诺，具体内容请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人持股 5%以上的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）实际控制人曾控制的企业的情况”之“4、股权转让纳税义务的履行情况”。

（十一）保荐机构、发行人律师对发行人及相关责任主体承诺约束措施的核查意见

经核查，保荐机构认为，发行人及相关责任主体所做出的承诺约束措施的内容合法、合理，相关承诺事项的约束措施具有及时性、有效性。

经核查，发行人律师认为，发行人及相关责任主体所做出的相关承诺约束措施均系发行人及相关责任主体的真实意思表示，内容合法。

截至本招股说明书签署之日，公司、公司控股股东（实际控制人）、公司股东以及公司董事、监事、高级管理人员等承诺主体均遵守并履行了所出具的承诺。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务、主要产品及服务的情况

公司是一家电视及网络视频内容服务提供商，主要从事视频节目的研发、制作和发行以及针对客户提供节目相关服务，主要产品为栏目、纪录片、品牌服务类节目和电视剧。公司在视频节目市场形成了标准化的运营模式，拥有具备较高素质和丰富经验的节目创意团队和制作团队，可完成节目创意、策划、拍摄、制作等全部工作；建立了与中央电视台、境内省级卫视和地面频道、凤凰卫视及境外播出机构、网络媒体等各类播出平台的长期业务合作关系，形成了多元化的节目发行渠道；建立了品牌客户与公司内外部专业团队长期而紧密的联系，可以为客户提供各类优质的节目服务，有效地实现了品牌与节目内容的对接。公司致力于构建全媒体内容服务产业链的资源整合平台。

（一）主要产品和服务的基本情况及主营业务收入的主要构成

公司的主营业务形成的最终产品主要为视频节目。节目的主要用途是丰富和满足大众对文化生活的需求，弘扬和传播中华文化，反映社会现实，体现人文精神及社会价值取向。公司的主要产品包括栏目、纪录片、品牌服务类节目和电视剧。

1、栏目

栏目是电视台播出的相对独立的信息单元，主要是单个节目的组合，是按照一定内容（如新闻、知识、文艺）编排布局的完整表现形式。它有固定的名称、固定的播出时间（即起止时间固定）、固定的栏目宗旨，每期播出不同的内容，为受众带来信息、知识、享受、欢乐和兴趣。

公司制作的栏目涵盖综艺、益智、教育、专题等多种类型。其业务一是向播出平台直接发行公司自主创意制作的《鲁豫有约》、《壹周立波秀》等栏目，或公司自主创意研发后与播出平台联合制作的栏目，如与中央电视台财经频道联合制作的《中国夜》，与安徽卫视联合制作的《超级演说家》，与旅游卫视联合制作的《鲁豫的礼物》等；二是为有节目需求的播出平台等客户提供栏目创意、制作、发行等服务，如公司为中央

电视台中学生频道制作的《中学生大讲堂》，为长江传媒制作并在湖北卫视播出的《我为喜剧狂》，为搜狐视频制作的《军情前哨站》等，为政府机构和企事业单位制作传播当代中国文化和经济资讯并在凤凰卫视欧洲台、美洲台播出的《今日中国》等。报告期内，公司制作栏目 26 档，其中日播栏目 7 档，周播栏目 5 档，季播栏目 14 档，首播 4,457 期节目，总时长 1,911 小时。

栏目主要通过三种方式实现收入：一是将产品直接销售给播出平台，或接受播出平台等节目需求方的委托收取制作费用；二是用栏目换取广告时间，再通过贴片广告实现收入；三是社会制作机构与播出平台共同投资、共享版权、共担风险，按照约定比例对节目冠名、特约播映、硬广告等广告收入进行分成。报告期内，公司栏目收入主要以第一种方式实现。

中央电视台和省级卫视，广告时段价值大，多采取自主招标方式销售，不以广告时段换取节目播映权，除自制电视节目外，通常直接从社会制作机构采购优质的节目内容。随着高端频道日益加剧的收视竞争，栏目投入规模不断升级，高收视栏目的广告收入也随之提高，2012 年开始出现由社会制作机构与播出平台共同投资，收益分成的合作模式。公司成为中央电视台首批采取该类合作模式的社会制作机构之一，与中央电视台财经频道合作的《中国夜》、《小崔说立波秀》采用特殊形式广告收益分成的合作模式。

报告期内，公司制作的主要栏目情况如下表所示：

（1）2011 年

节目名称	类别	期数	播出平台
鲁豫有约	日播	260	安徽卫视、凤凰卫视中文台等
鲁豫有约—十年故事	日播	130	PPTV
豫约十年中秋晚会	季播	1	安徽卫视
壹周立波秀	季播	28	东方卫视、浙江卫视、安徽卫视、凤凰卫视中文台等十余家电视台和 PPTV 等
中学生大讲堂	日播	1,000	中央电视台中学生频道
今日中国	日播	68	凤凰卫视欧洲台、美洲台
视野	日播	593	中国教育电视台、省级地面频道
军情前哨站	周播	18	搜狐视频
心灵讲堂	周播	17	

（2）2012 年

节目名称	类别	期数	播出平台
鲁豫有约	日播	260	安徽卫视、凤凰卫视中文台等
鲁豫有约—十年故事	日播	223	PPTV
壹周立波秀	季播	18	浙江卫视、安徽卫视、凤凰卫视中文台、PPTV 等
中学生大讲堂	日播	700	搜狐视频
CPC 中国扑克嘉年华	季播	20	莲花卫视
今日中国	日播	104	凤凰卫视欧洲台、美洲台
视野	日播	242	中国教育电视台、省级地面频道
名人那些信	周播	33	安徽卫视
就等你来	周播	4	北京卫视
军情前哨站	周播	26	搜狐视频
心灵讲堂	周播	5	
董董锵	季播	4	
诡故事	季播	12	

（3）2013 年

节目名称	类别	期数	播出平台
鲁豫有约	日播	260	安徽卫视、凤凰卫视中文台等
壹周立波秀	季播	18	浙江卫视、凤凰卫视中文台

节目名称	类别	期数	播出平台
今日中国	日播	51	凤凰卫视欧洲台、美洲台
超级演说家（第一季）	季播	14	安徽卫视
中国夜	季播	1	中央电视台财经频道
首席夜话	周播	40	中央电视台综合频道
名人那些信	周播	17	安徽卫视
诡故事	季播	24	搜狐视频
心灵密码	季播	10	搜狐视频

（4）2014 年 1-6 月

节目名称	类别	期数	播出平台
鲁豫有约	日播	100	安徽卫视、凤凰卫视中文台等
壹周立波秀	季播	12	浙江卫视、凤凰卫视中文台
今日中国	日播	23	凤凰卫视欧洲台、美洲台
我为喜剧狂	季播	13	湖北卫视
超级演说家	季播	13	安徽卫视
鲁豫的礼物	季播	4	旅游卫视
白话好莱坞	季播	10	优酷土豆
深爱食堂	季播	10	浙江卫视、腾讯视频

2、纪录片

纪录片是以真实生活为创作素材，以真人真事为表现对象，并对其进行艺术的加工与展现，以真实引发人们思考的电影或电视艺术形式。

公司的纪录片业务有两种模式，一是公司自主创意并制作纪录片后直接售予播出平台等客户，或自主创意后与播出平台等其他投资方联合制作大型纪录片，如公司与重庆卫视联合制作的《红星照耀中国》，与陕西省旅游局联合制作的《2010 中国陕西》等；二是接受客户委托提供纪录片内容创意、制作等服务，如公司为凤凰卫视的《凤凰大视野》、《皇牌大放送》，湖北广播电视台的《文化的力量》，三多堂传媒的《宋之韵》、《望海南》、《为时代放歌》等提供拍摄制作等专项服务。报告期内，公司创意制作完成纪录片 34 部，共 178 集，制作时长共计 88 小时。

纪录片主要通过两种方式实现收入：一是将拥有版权的纪录片节目通过向播出平台发行、出售音像制品和图书的版权取得销售收入；二是通过提供纪录片内容创意、拍摄制作、项目管理等相关服务从合作方取得制作经费及服务收入。报告期内，公司的纪录片通过上述两种方式实现收入。

报告期内，公司制作的主要纪录片情况如下表所示：

（1）2011 年

节目名称	集数	播出平台
2010 中国陕西	21	凤凰卫视欧洲台、美洲台
红星照耀中国	20	重庆卫视、青岛电视台、PPTV
搜狐大视野	5	搜狐视频
走向海洋	8	中央电视台、奇艺网
宋之韵	20	-
开国元勋之三晋人物（一）	6	-

（2）2012 年

节目名称	集数	播出平台
搜狐大视野	5	搜狐视频
望海南	6	中央电视台纪录频道
行走的餐桌	10	
看见	6	
为时代放歌	10	中央电视台综艺频道
新疆新源宣传片	1	-
陕西旅游宣传片	1	凤凰卫视欧洲台、美洲台
凤凰大视野	15	凤凰卫视中文台
皇牌大放送	6	凤凰卫视中文台

（3）2013 年

节目名称	集数	播出平台
搜狐大视野	20	搜狐视频
文化的力量	6	-
行走的餐桌 2	10	中央电视台纪录频道
真实中国	1	-

（4）2014 年 1-6 月

节目名称	集数	播出平台
凤凰大视野	5	凤凰卫视中文台
皇牌大放送	2	凤凰卫视中文台

3、品牌服务类节目

品牌服务业务是公司为客户量身定制个性化视频节目及相关服务，传播客户文化信息，呈现品牌的内涵及诉求，达到品牌推广效果，以宣传片、专题片、定制剧、推广活动等形式体现。品牌服务节目中包含了品牌信息，通过潜移默化的方式展现给受众，有效实现品牌形象、品牌理念、品牌文化的宣传和推广。

品牌服务业务产品主要包括为品牌客户定制的宣传片、专题片、定制剧等，如公司为海航集团定制纪实片《完美实习生》、为森马服饰定制的动画片《快乐梦多多》、为北京奔驰等定制的电视剧《找北》、为克莱斯勒、一汽奥迪等定制的广告宣传片等。

报告期内，公司共承制品牌服务项目 25 项，已完成品牌服务类节目 16,350 期，时长共计 2,289 小时。

报告期内，品牌服务类节目主要从委托方收取服务费或制作费实现收入。

报告期内，公司主要品牌服务产品如下表所示：

（1）2011 年

项目名称	类别	期数	品牌
完美实习生	纪实片	13	海航集团
步步高手机广告宣传片	宣传片	1	步步高
切诺基吉普广告宣传片	宣传片	1	克莱斯勒

（2）2012 年

项目名称	类别	期数	品牌
克莱斯勒 Jeep 指南者电视广告	宣传片	1	克莱斯勒
克莱斯勒吉普大切诺基电视广告	宣传片	1	
吉普 JEEP70 周年宣传片	宣传片	1	
卓·悦有我	宣传片	1	一汽奥迪
背后的支持	宣传片	1	
广汽传祺影像片	宣传片	1	广汽传祺

项目名称	类别	期数	品牌
快乐梦多多	动画片	104	森马服饰
找北	定制剧	30	北京奔驰

（3）2013 年

项目名称	类别	期数	品牌
奥迪 C 系车视频广告	宣传片	1	一汽奥迪
步步高教育微视频	教学片	12,648	步步高小天才
德云社 2013 年全国巡演	演出活动	10	老庙黄金等
老庙黄金广告投放	户外广告	-	老庙黄金
雷克萨斯 ES 广告片	宣传片	1	雷克萨斯

（4）2014 年 1-6 月

项目名称	类别	期数	品牌
步步高教育微视频	教学片	3,445	步步高小天才
老庙黄金广告投放	户外广告	-	老庙黄金
贵州旅游推介	推广活动	-	贵州旅游
美丽俏佳人	美妆栏目	64	化妆品、护肤品类品牌
曼妥思超级演说家	定制栏目	4	曼妥思

4、电视剧

公司电视剧业务所形成的主要产品为电视剧，主要用途是丰富和满足大众对文化生活的需要，弘扬和传播中华文化。作为文化产品，电视剧用途反映在娱乐、教育等各个方面；作为社会主要的精神消费品，电视剧与社会意识形态紧密相关，不但丰富和满足大众对文化生活的需要，还在一定程度上对生活进行艺术的表现，反映社会现实、体现人文精神及社会整体价值取向。

公司电视剧业务主要有两种模式，一是公司独家投资或联合投资拍摄电视剧，联合投资拍摄的电视剧公司一般为执行制片方；二是公司从境内外其他电视剧制作机构购买电视剧并发行。公司已投资拍摄的电视剧均为联合投资，作为执行制片方投资的电视剧有《非常搭档》、《风云天地》和《爷们儿》，作为非执行制片方投资的电视剧有《代号日全蚀》；公司外购并重新加工剪辑后发行的电视剧为《亮仔的幸福奇缘》。

公司电视剧业务主要取得发行收入、版权转让收入、广告植入收入及衍生品收入。

截至本招股说明书签署日，公司投资的电视剧项目情况如下：

单位：%

名称	实施方式	投资占比	制作备案或发行许可证	集数	进度
风云天地	执行制片方	30.00	发行许可：（川）剧审字 2014 第 002 号	40	发行过程中
爷们儿	执行制片方	70.00	备案：2013 年 10 月甲第 025 号	45	发行审核中
非常搭档	执行制片方	100.00	备案：2013 年 7 月甲第 128 号	38	发行审核中
代号日全蚀	非执行制片方	20.00	备案：2013 年 8 月甲第 025 号	-	剧本撰写

5、收入构成

报告期内，公司主营业务按产品形态的收入构成情况如下表所示：

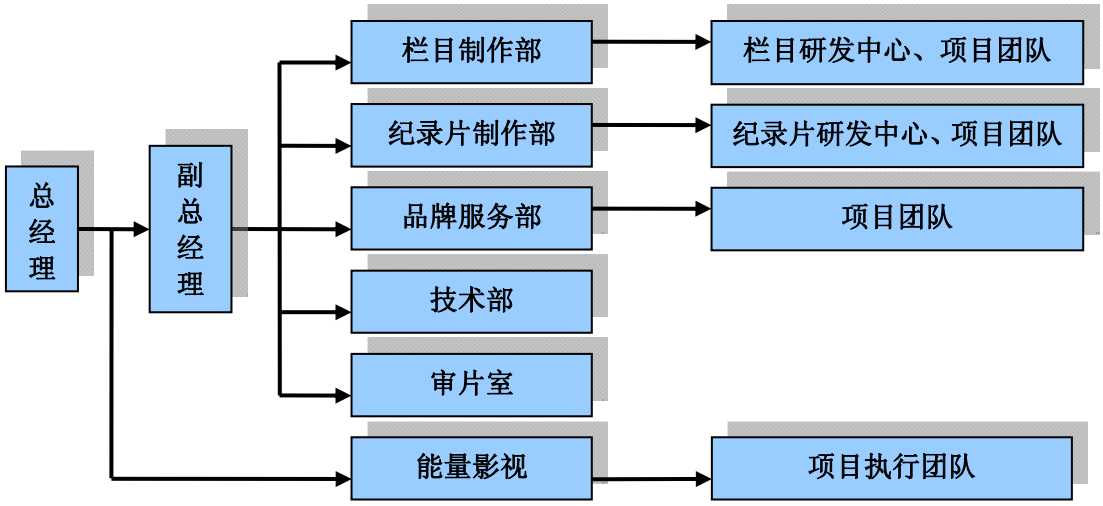
单位：万元、%

产品形态	2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
栏　目	15,285.24	91.39	20,256.55	74.62	8,992.07	50.54	7,122.85	58.97
纪录片	31.33	0.19	2,603.11	9.59	1,393.36	7.83	2,418.68	20.02
品牌服务	1,408.09	8.42	2,938.44	10.82	7,406.36	41.63	2,537.11	21.01
电视剧	-	-	1,349.06	4.97	-	-	-	-
合　计	**16,724.66**	**100.00**	**27,147.16**	**100.00**	**17,791.79**	**100.00**	**12,078.64**	**100.00**

（二）主要经营模式

公司由总经理统筹整体业务运营。主管业务的副总经理负责栏目、纪录片和品牌服务业务的具体管理和执行。常态节目均有固定的项目团队，以项目为单位组织生产。

公司设栏目制作部，下设栏目研发中心和各项目团队，分别承担栏目的创意研发与制作，由节目总监负责管理；设纪录片制作部，下设纪录片研发中心和各项目团队，分别承担纪录片的创意研发与制作，由纪录片总监负责管理；设品牌服务部，负责品牌服务业务的各项工作。公司还设有技术部和审片室，技术部负责各项目前后期设施、设备、器材、网络的管理、调配工作，为各节目制作提供硬件保障；审片室负责对节目内容进行检验与审核，保证节目的舆论导向和节目性质符合有关政策、规定。电视剧业务由子公司能量影视总经理负责具体管理和执行。公司生产环节的组织结构如下：



1、主要产品的采购、生产和销售模式

（1）栏目

①栏目采购模式

A、物资采购

公司栏目制作所发生的物资采购主要包括耗材、专用设施及设备等，较少形成固定资产，大多以流动资产（主要为存货）的形式存在。

耗材由公司统一采购，用于各节目的制作，电视节目制作中使用的大型专用设施、设备，包括摄影棚、转播车等通常以经营租赁的方式取得并使用。

公司采用市场采价，通过评估，挑选出合格的供货方或出租方，合格供货方按合同约定交付；经营租赁则由技术部人员现场勘查拟租赁的设施、设备，办公室会同验收；入库或确认租赁后，由财务部按合同约定办理结算手续。

B、劳务采购

公司栏目业务的劳务采购主要为临时外聘人员劳务，临时外聘人员主要负责主持、表演、摄像、灯光、录音等工作。项目实施前，临时外聘人员与公司签订聘用合同，为公司栏目制作提供服务，由公司支付劳务费。

C、其他成本

公司为客户提供播出服务时需向播出平台支付播出费，由公司与播出平台协商。

②栏目生产模式

公司栏目的生产模式可分为自制、受托制作和联合制作。公司的栏目生产均以项目为单位，项目团队基本承担了生产流程中的全部工作。

公司栏目主要以自主研发制作为主，作为投资方和制作方，公司自主完成创意、拍摄制作、发行等各阶段的工作，拥有节目版权。

公司也为播出平台等客户提供内容创意、制作、播出等节目相关服务。由客户提出内容需求，公司根据客户需求提供创意和制作，承担生产流程中的全部（部分）工作，向客户交付节目产品，客户验收合格后完成全部工作。客户为播出平台时，栏目由客户自主播出；客户为政府机构或企事业单位时，公司根据客户需求寻找并确定适合的播出平台实现节目播出。联合制作的栏目公司可共享版权，受托制作栏目公司不享有版权。

公司栏目制作的主要岗位及其职责如下表所示：

岗位	职责
制片人	节目策划、定位、编排；组建项目团队；规划、改进节目制作方法和流程，提高节目制作效率；培训编导、后期技术人员
主编	节目制作、编辑、审查；处理反馈意见，改善管理控制；保证管理体系的运行，负责各环节质量控制工作
编导	节目采访、制作；执行节目制作管理规定和技术规范
制片组	负责节目成本预算的编制、执行和监督
摄像组	负责节目过程的录制拍摄
技术组	负责设施、设备、仪器的管理、调配、维护工作
资料组	负责已有片库资料的分类、整理以及节目中需要使用的影视资料的收集和整理
后期组	负责节目的剪辑、包装、音乐、音效、旁白、字幕、特效等

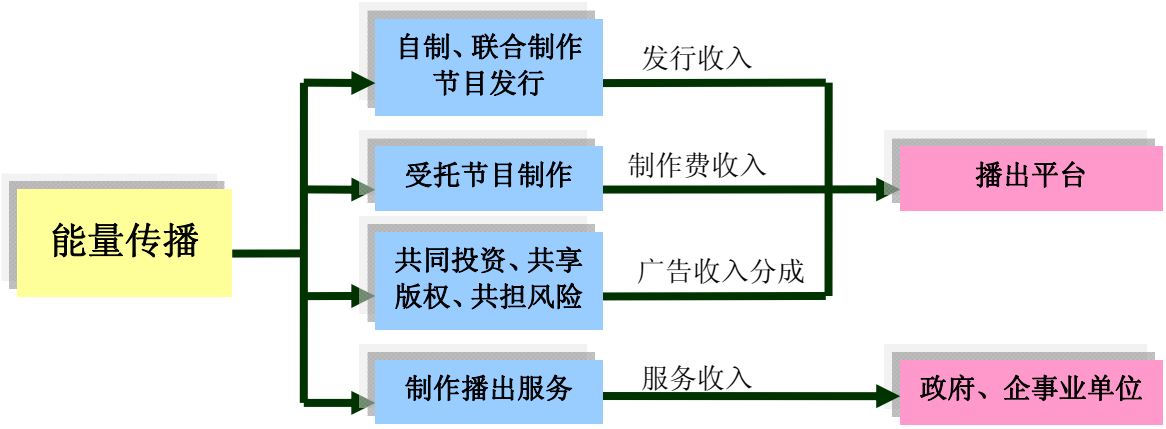
③栏目销售模式

栏目主要通过三种方式实现收入：一是将产品直接销售给播出平台，或接受播出平台等节目需求方的委托收取制作费用；二是用栏目换取广告时间，再通过贴片广告实现收入；三是社会制作机构与播出平台共同投资、共享版权、共担风险，按照约定比例对广告收入（如节目冠名、特约播映等）进行分成。报告期内，公司栏目收入主要采用第一种方式；公司已成为中央电视台首批执行特殊形式广告收益分成合作模式的社会制作机构之一，与中央电视台财经频道合作的《小崔说立波秀》、财经春晚《中国夜》采用第三种方式。

公司向播出平台发行拥有版权的栏目，包括自主研发的栏目和联合制作享有版权的栏目，取得发行收入或广告收入分成；公司还为客户提供栏目创意制作播出等节目相关服务，取得服务收入。

公司与播出平台签订合同，将公司拥有版权的栏目在特定地区、特定时段内的播映权销售给播出平台，其中栏目的独播或首播价格更高。公司的栏目按集销售，部分栏目根据同时段收视率排名相应浮动，播出平台以预付费、一次性付费或分期付费的方式购买。栏目在电视台播出的合作期限一般为一年或一季，公司还可以将自有版权的栏目向网络媒体发行实现收入。

公司提供节目相关服务，以签订合同的方式约定项目周期、价格、版权归属等内容，节目交付或播出后由客户验收，验收合格后确认收入。客户为播出平台时，公司按照其具体要求制作栏目，陆续或一次性提供给播出平台，取得制作费收入；客户为各级政府机构及企事业单位时，公司负责创意制作栏目并辅助客户确定适合的播出平台，客户以预付费、分阶段等方式支付服务费。



公司与播出平台以广告收入分成模式合作时，在合同中约定各方的投资方式、节目制作要求、广告收入分成的类别和比例等。其中，广告收入分成比例通常根据节目播出取得的收视率进行浮动。

（2）纪录片

①采购模式

公司纪录片业务采购主要包括影音素材、专业人员劳务、耗材的购买和专用设施及设备的租赁等。纪录片创作中通常大量采用已有的影音文献资料，因此需要采购相关素材。纪录片创作中需聘请出镜嘉宾、专家学者、导演、摄影师，还需聘请提供灯光、录音、配音、特效等服务的专业人员，公司与上述人员签订聘用合同，发生专业人员劳务支出。北京市拥有大量的独立专业人员，公司已与长期合作的外聘专业人员建立了稳定的合作关系，能够顺利实现专业技术服务的采购需求。耗材的购买、专用设施及设备租赁的采购模式与栏目类似。

②生产模式

公司纪录片业务以联合制作和受托制作为主。

大型专题纪录片通常以联合制作模式进行，公司通过对项目合作方的评估，最终确定合作方式和各自承担的职责。合作方一般包括播出平台或其他有节目需求的客户。纪录片的联合制作分为两种情况，一是公司参与投资或组建制作团队，独立或与其他投资方共同执行制作和管理，在资金条件允许的情况下，公司将加大参与投资的力度；二是公司参与投资，不参与具体的制作和管理，仅派出制片人监督项目进程，获取投资收益。

受托制作的纪录片分为两种情况。一是公司接受客户委托，根据客户需求拍摄制作纪录片，公司负责组建团队、把握制作进度、管理资金、采集素材、拍摄制作等，处于控制地位，委托方不参与具体的管理和生产工作；二是公司根据其他制作机构需求，仅提供纪录片某一特定阶段的服务，包括创意策划服务、拍摄制作服务等。

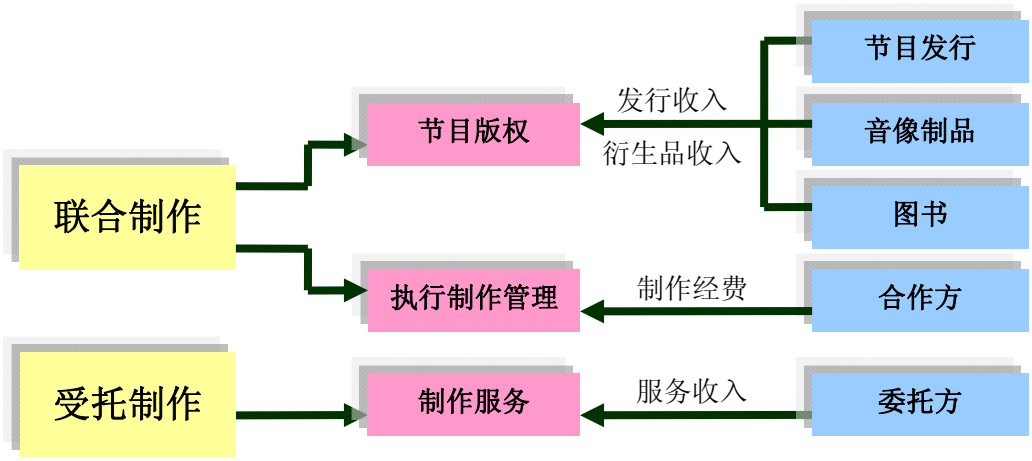
公司拥有包括制片人、导演、撰稿、摄影在内的完备的纪录片团队，可完成从题材创意到剪辑制作的全部过程。项目的制片人和总导演由公司委派，根据具体的纪录片项目，公司也会临时聘用对题材更为熟悉的专业导演和摄影师，后期的音乐、动画、特效等工作一般由外部专业团队完成。

公司纪录片制作的主要岗位及其职责如下表所示：

岗位	职责
制片人	项目策划、创意；编制预算；组建项目团队；组织拍摄制作；完成节目发行
执行制片人	协助制片人完成节目制作的前、后期全部工作
撰稿	项目前期策划，前期采访；撰写分集大纲；修改粗编节目
总编导	节目创意、策划案撰写；组建分集创作团队；制定拍摄计划，指导拍摄
分集编导	执行总编导制定的拍摄计划，完成采访、拍摄、后期编辑、配音、合成
分集制片	执行预算、控制成本；服务摄制组、完成拍摄外联工作
摄影	配合分集导演，完成前期拍摄的摄影工作
技术组	负责前后期设备管理、调配、维护工作
资料组	收集、整理文字和影像资料

③销售模式

联合制作的纪录片，公司通过销售版权取得发行收入，通过执行制作管理获得制作经费。受托制作的纪录片，公司通过提供创意制作服务获得服务收入。



A、联合制作的销售模式

在联合制作模式下，由合作方提供制作经费，公司组建项目团队，执行项目的创意、策划、制作和具体管理。合作各方共有节目版权，公司可以分享节目的发行收入、节目音像制品及图书版权的销售收入。

B、受托制作的销售模式

公司与客户签订受托制作合同，约定整部（或某一特定阶段）纪录片的内容和技术、特效要求。公司提供创意制作服务，客户采用预付、分阶段付款等方式支付制作

费。受托制作的纪录片公司不享有版权，委托任务完工并取得客户验收后确认收入。

（3）品牌服务

①采购模式

公司品牌服务业务的采购主要包括专业人员劳务、耗材的购买和专用设施及设备的租赁等。节目制作中需聘请导演、编剧、演员、摄影、动画制作、后期制作等专业人员，公司与上述人员签订聘用合同，发生专业人员劳务支出。北京市拥有大量的独立专业人员，公司与长期合作的外聘专业人员建立了稳定的合作关系，能够顺利实现专业技术服务的采购需求。耗材的购买、专用设施及设备租赁的采购模式与栏目类似。

②生产模式

公司的品牌服务业务以受托制作为主。

品牌客户根据品牌定位及传播需要提出设想，公司以品牌内涵及诉求为创意基础，为客户设计多项策划方案并提出预算，客户综合考虑后确定服务方案，与公司签订委托合同。

公司的品牌服务业务分三种情况：一是由公司负责整个品牌服务项目的管理执行，完成成片并交付播出带；二是客户将项目划分为不同阶段，每个阶段分别与公司签订合同，针对上一阶段的完工情况确定下一阶段的工作；三是客户将某一阶段或多个阶段的工作委托公司完成，要求在不同阶段交付不同的委托内容，如策划案、剧本、影音资料等节目素材或成片。宣传片、广告片等属于上述第一种情况，具有周期短，投资金额小的特点，客户通常委托公司负责整个项目的管理执行，公司完成委托任务后将成片交付客户并由客户验收。动画片、定制剧等属于上述第二或第三种情况，具有周期长，投资金额大的特点，且一般包括品牌研究、创意策划、前期筹备（剧本文案、团队组建等）、拍摄制作、发行播出等多个阶段，公司在项目不同阶段完成合同约定的特定工作并交付客户节目素材或成片，并由客户验收。

客户按照合同约定预付或分期支付制作经费，参与项目的阶段性审核，并提出建议或意见。公司负责委托任务的执行，管理项目的运作过程，由内部研发团队完成项目的题材创意及制定执行方案，并派遣核心人员负责项目统筹、监督、指导等工作，具体制作根据不同的服务内容由公司内部制作团队或外部专业团队执行。公司内部制作团队完成自身专业和熟悉的业务工作，聘请的外部专业团队执行动画制作和电视剧

的编剧、拍摄等工作。

品牌服务节目经客户验收合格后交付。根据合同约定，节目可由品牌方自主发布，也可由公司协助发布。

③销售模式

品牌服务业务采用受托制作模式，公司通常不享有节目版权，通过提供创意制作服务取得收入，客户采用预付、分阶段付款等方式支付制作费。合同约定的某一阶段（或整个项目）委托任务完成后，公司向客户交付工作内容（成片或节目素材），客户验收后确认收入。

公司设品牌服务部，通过内容营销，与品牌客户建立合作关系。随着品牌服务市场的逐步发展，越来越多的品牌客户形成多样化的内容需求，公司凭借自身的品牌影响和创意制作经验，整合创作力量，为不同的品牌客户提供个性化服务。

（4）电视剧

①采购模式

公司投拍电视剧业务所发生的采购主要包括剧本创作服务、演职人员劳务、摄制耗材、化妆用品、服装、道具等的采购，以及专用设施、设备和场景的经营租赁等。

公司一般采用两种方式采购剧本：一是直接购买剧本版权，二是委托编剧创作剧本。第二种方式下，通常公司先自行策划电视剧选题，再委托编剧创作剧本。

演职人员主要包括导演、演员、摄影等专业人员，公司或者剧组聘请演职人员，分期支付劳务报酬。

摄制耗材、道具、服装、化妆用品等的采购，由剧组列出需求清单，在预算范围内经制片人批准后由采购人员负责采购；超出预算范围则需经公司审核、确认，调整预算后实施；专用设施设备的采购，经过综合比价后，选择购买或租赁的方式取得；场景由剧组就某段时间拍摄所需进行租用或搭建，租用一般按天计算场地费。金额较大或重要物品的采购，均需签订采购合同，履行审批流程。公司派驻剧组的监制和财务人员将严格控制剧组预算和资金流出。

公司电视剧业务的采购内容还包括直接采购其他影视公司完成的前期筹备工作成果或已制作完成的电视剧版权，由公司完成后续的拍摄制作、剪辑或发行阶段的工作。

②生产模式

公司投拍电视剧，主要分为自制（独家投资）、联合制作（包括公司作为执行制片方或非执行制片方）两种模式。

在风险相对较小且公司资金流充裕的情况下，公司采取独家投资的形式。公司作为投资方和制片方，享有完全自主的权利，从投资到拍摄到发行，完全由公司执行。

对于投资规模较大、风险较高的剧目，为了减少资金压力和投资风险，公司会与其他影视公司联合投资拍摄，通过投资协议来约定各方收益的分配。公司担任执行制片方时，负责整个项目的管理和执行；公司担任非执行制片方时，不参与具体的管理和生产工作，仅将部分资金投入到担任执行制片的一方，按照投资协议获得相应的投资收益。担任非执行制片方时，公司会对合作方的品牌、实力等进行充分评估，并派专人全程跟踪项目进展情况。

公司投拍的电视剧，以剧组为单位进行生产。剧组由拍摄过程中所需的各种专业人员组成，如制片人、制片主任、导演、演员、摄影、录音等，剧组实行制片人制度，制片人负责整个剧组的运作。剧组主要岗位及其职责如下表所示：

岗位	职责
制片人	负责整个剧组的运作
制片主任	管理剧组并为剧组提供摄制和生活所需的各种资源
导演	指导、组织剧组现场拍摄工作
演员	根据剧情需要投入表演
摄影	负责画面造型和剧照的拍摄及其所需的灯光照明等
录音	负责声音造型、采集、录制、修饰等
美术	负责拍摄场景、道具的设计、制作、布置及特效等
造型	负责演员的发型、面貌化妆、服装等造型设计及相应的现场服务等

公司根据需要向剧组派出监制，把控整个制作过程的进度、质量等事项。根据管理需要，公司还会向剧组派出投资方代表和财务人员，负责协调和监控剧组拍摄进度、安全生产、现金支出等事项。

③销售模式

电视剧的销售包括预售和发行销售两个阶段。电视剧在拍摄过程中时，公司根据拍摄进度开展有针对性的推广，并进行预售，预售的价格主要依据投资规模、主创人

员知名度、剧本质量等核心要素来确定；电视剧后期制作完毕，取得发行许可证后，进入正式发行销售阶段，由发行人员向电视台和视频网站进行样片推介，根据电视剧的质量、主创人员知名度、制作成本、播出平台需求等因素，协商确定销售价格。

电视剧制作机构制作完成电视剧后，拥有该电视剧的版权，电视剧的销售主要是播映权的销售，不影响版权所有人对其他权利的享有。在版权所有不变的情况下，电视剧播映权可多次转让。

电视剧发行，一般分为首轮发行、二轮及多轮发行。首轮发行是指电视剧制作公司取得发行许可证后原则上 24 个月内基本达到预定发行目的的发行。二轮及多轮发行是指首轮发行期满后的再发行。一般情况下，首轮发行期内，电视剧作品预计销售收入的大部分已经实现，成本已经基本结转完毕。二轮及多轮发行期内，电视剧的发行价格一般较低。

电视剧还可以进行海外发行以及音像制品的销售，进一步增加收入；另外，电视剧还可以为品牌客户提供植入式广告、贴片广告以及由商家提供赞助等衍生方式扩大收入来源。

2、公司的盈利模式

（1）播映权或版权销售模式

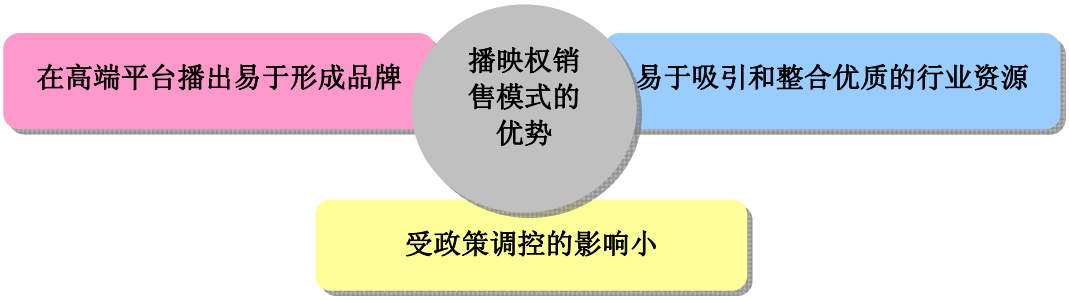
播映权或版权销售模式主要是指公司将拥有版权的节目销售给播出平台播出或直接将版权销售给其他社会制作机构获取收入。

①采用该盈利模式的原因

公司是一家电视及网络视频内容服务提供商，人员构成以创意制作人才为主，能够通过标准化的运营流程实现创意的模式化生产，最终形成节目内容，并销售节目播映权或版权。

公司拥有版权的节目主要向卫视频道发行，这些卫视频道除自制电视节目外，也从社会制作机构采购优质的节目内容。高收视率的卫视频道广告时段价值大，主要采取自主招标方式销售，一般不以广告时段换取节目播映权。

②采用该模式的优势



在高收视率的卫视频道播出易于形成品牌。各级频道中以中央电视台和省级卫视覆盖率更高，传播效果更好，2013 年中央电视台和省级卫视以不到 5%的频道数量占据了超过 60%的市场份额，成为国内电视节目的高端平台。公司自成立以来一直致力于优质视频节目的创作，主要面向高端平台销售，便于获取更丰富的观众反馈，不断改进节目创意、提高节目质量，并不断创新，推出优质节目的衍生产品，有效提升了公司及节目的品牌影响。

易于吸引和整合优质的行业资源。公司视频节目在高端平台播出，有利于吸引和整合专业团队、导演、制片人、主持人、演员、社会知名人士等行业资源以及更多的优秀合作机构，与公司共同打造优质的视频节目。

受政策调控的影响小。我国影视内容行业面临的首要风险为政策调控风险，由于具有意识形态的特殊属性，节目内容受国家有关法律、法规及政策的监督、管理，同时，监管部门会对播出平台的广告播出方式、时长、频率等进行监管和调控。公司直接销售播映权的模式主要受节目内容方面的监管，受广告调控的影响较小。

（2）节目相关服务模式

节目相关服务是指公司为客户提供创意制作、执行管理、辅助发行等全方位服务或特定阶段、特定技术的专业服务，取得服务收入。

①采用该盈利模式的原因

随着制播分离改革的深入，国内播出平台加大了与社会制作机构的合作，采用联合制作或委托制作的方式，将节目的创意制作交由社会制作机构来完成。公司提供节目制作服务的模式符合行业发展需求，未来具有广阔的发展空间。

形式多样的视频节目可以有效地传播文化信息和品牌理念，各级政府机构和企事

业单位提出节目需求，社会制作机构提供创意制作服务。公司依靠丰富的节目创意制作发行经验，为各类客户提供个性化服务，满足客户需求，实现双赢。

在不同的专业领域，各类社会制作机构在制作经验和掌握资源上存在差异，通过合作可以达到优势互补，实现创意丰富化、制作专业化、发行多元化，提升制作质量，提高制作效率，降低制作成本。公司在创意制作、运营管理、资源整合等方面具有优势，可以为其他社会制作机构提供多层次的专业化服务。

②采用该盈利模式的优势

公司研究行业发展需求，抓住市场契机，增加目标客户，为其提供节目相关服务，扩大了公司的业务规模，形成了多层次的盈利点，有效提升了公司的行业地位和品牌影响。

节目制作服务模式提高了公司的业务要求，公司通过不断整合内外部的创作力量，为客户提供优质的服务和产品，并最终实现客户需求的有效传播。与客户的共赢进一步扩大了公司的客户群体，增加了公司掌握的行业资源，为打造内容服务产业链的资源整合平台提供了有利条件。

（3）与播出平台广告收益分成

公司已成为中央电视台首批执行特殊形式广告收益分成合作模式的社会制作机构之一，与中央电视台财经频道合作的《小崔说立波秀》、财经春晚《中国夜》采用此种合作模式。

①采用该模式的原因

2012 年，受广电总局《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》的影响，各省级卫星频道纷纷对节目进行改版和重新编排，陆续推出制作精良的大型创新栏目。为适应日益激烈的收视竞争的需要，各电视台一方面加强自主投资，引入海外节目模式进行本土化创新制作；另一方面积极寻求与具有较高制作水平的社会制作机构开展合作，采用共同投资、广告收益分成的合作模式对制作机构更具有吸引力。社会制作机构与播出平台共同投资、共担风险、收益分成的合作模式出现，为社会制作机构提供了高投入高产出、大规模制作的平台，扩大了收益增长的空间。

经过长期发展，公司形成了一定的资本积累，锻炼了一批节目创意制作人才，创作了《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《超级演说家》等品牌栏目，积累了节目创意制作

的丰富经验。与播出平台共同投资，广告收益分成的合作模式有利于公司业务发展，进一步增强品牌影响力。

②采用该模式的优势

该模式有利于公司在确定播出平台后以自有资金扩大投资规模，分享高端平台价值巨大的广告时段。

由于广告分成比例通常与公司节目播出取得的收视率挂钩，有利于激励公司创作团队的主观能动性，根据收视反馈及时调整节目内容，提高节目品质和观赏性。

与收视率高的高端平台合作高投入、大规模制作的节目，通常可取得较好的收视效果，有利于提高公司的品牌影响力。

（4）盈利模式相互促进

①原创节目的播映权或版权销售模式形成了公司的品牌

公司以原创节目的播映权销售为基础，通过《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《超级演说家》等节目在卫视频道播出，形成了品牌，逐步提升公司的行业地位和社会影响。

②与收视率高的卫视平台广告收益分成的模式进一步提升公司的品牌影响力

公司与中央电视台财经频道合作高投入、大规模制作的《中国夜》、《小崔说立波秀》栏目，进一步提升公司的品牌影响力。

③品牌吸引客户，促进节目相关服务模式的快速发展

公司通过品牌节目的影响力吸引了更多存在节目服务需求的客户，多样化的客户需求对公司的创意制作能力提出了更高的要求，公司整合行业资源，广泛开展与其他制作机构和各类媒体的合作，以优质的服务进一步提升品牌影响，吸引更多客户资源。

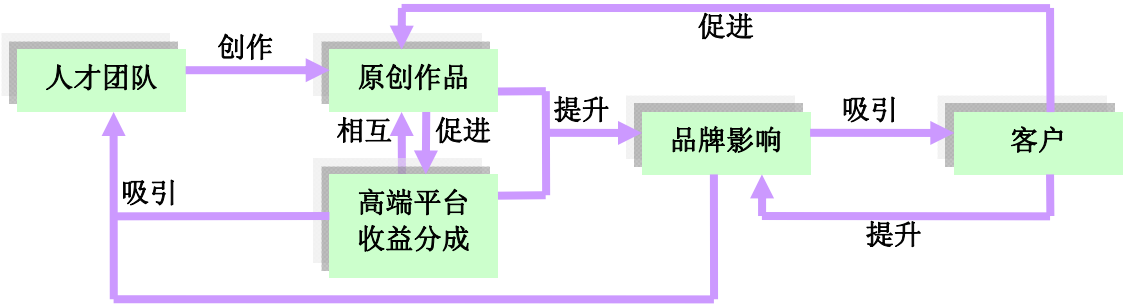
④品牌吸引人才团队

公司通过品牌节目的影响力吸引了更多人才团队加盟公司或接受公司委托，为节目制作提供服务。公司先后引进了纪录片团队和电视剧团队，并与具有丰富经验的业内人士共同投资设立公司，制作大型栏目或电视剧。

⑤盈利模式相互促进，品牌要素良性循环

公司三种盈利模式相互促进，公司核心团队创作出优秀的原创作品，优秀作品和

收视率高的卫视平台能够提升公司的品牌影响，进而吸引更多的客户和专业人才，客户的口碑将提高公司的品牌影响力，专业人才的加盟能够提高公司整体节目质量并进一步提升公司品牌，形成了品牌要素良性循环。



3、影响经营模式的关键因素

影响公司经营模式的关键因素分为外部因素和内部因素。

（1）外部因素

外部因素主要包括视频内容最终消费者“观众”的偏好以及下游客户（主要为播出平台）的竞争导致的需求变化。

观众的偏好直接决定了对特定内容的消费程度，从而影响收视率或点击率，对播出平台的广告收入产生直接影响。因此，播出平台将采取更加灵活的机制与社会制作机构开展合作，以提高优质内容的稳定性，同时增强应对市场变化的快速反应能力。

播出平台之间的竞争提升了优质内容的议价能力，从而使社会制作机构与播出平台合作时选择对自身盈利更为有利的模式。

（2）内部因素

内部因素主要包括资源整合能力和资金实力。

资源整合能力强的公司能够实现内部制作团队和外部专业团队、主持人、艺人、播出平台等资源的有效整合，充分发挥各自的专长，提升节目品质和影响力，从而奠定盈利模式多元化的良好基础。

资金实力强的公司抗风险能力更强，能够选择主动投资，与播出平台共担风险，共享收益，快速提升经营实力和盈利水平。

（3）报告期经营模式和影响因素的变化情况及未来变化趋势

报告期内，公司经营模式和影响因素未发生重大变化，公司盈利模式主要为播映权或版权的销售以及节目相关服务，随着制播分离的不断发展和卫视平台收视竞争的加剧，2012 年开始出现了社会制作机构与播出平台共同投资、收益分成的合作模式，公司与中央电视台财经频道合作的《小崔说立波秀》、《中国夜》采用特殊形式广告收益分成的合作模式。

未来公司仍将保持多元化盈利模式共存，随着资源整合能力的提升和资金实力的增加，公司将逐步扩大与播出平台共同投资、收益分成合作模式的收入来源。

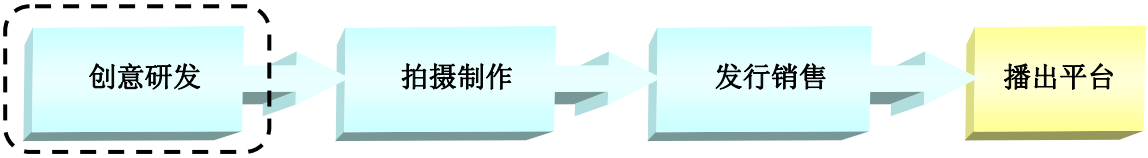
4、公司业务模式的创新性与独特性

（1）业务模式的创新性

公司立足于研发、制作、发行优质栏目、纪录片、电视剧等视频节目，打造行业品牌，扩大社会影响，并通过品牌影响，不断整合各类资源，建立多元化的发行渠道，克服其他社会制作机构易出现的议价能力不足、发行渠道单一、项目营运资金短缺等不利因素，积极为客户提供全方位服务，努力打造全媒体内容服务产业链的资源整合平台。

①注重创意研发

视频节目的产销过程大体分为三个阶段，即创意研发阶段、拍摄制作阶段和发行销售阶段。在播出平台和其他社会制作机构纷纷从国外引进成熟节目模式的行业背景下，公司利用自身优势，注重自主研发，能够为各类节目提供创意研发服务。



在栏目、纪录片、品牌服务业务中，公司致力于创意研发高品质的节目模式或节目样式，公司栏目制作部和纪录片制作部均下设节目研发中心，为节目提供创意研发。节目研发中心长期关注新闻时事、百姓生活、舆论动态、行业政策，从中提炼创意素材，并通过对比国内外成熟节目模式，研发符合客户特点和需求的节目。在电视剧业务中，公司致力于调查、研究观众感兴趣的题材，整合优质行业资源。公司的创意研发机制保证了创意来源的现实性、多样性和延续性，维护了视频节目的公信力、人文

美誉度和品牌影响力。

创意研发阶段完成后，公司根据市场情况和资源整合情况，选择将创意研发成果直接销售或陆续进行后续拍摄制作和发行销售，突出公司的比较优势。

②“创作团队＋主持人”为节目的核心要素

公司在节目的创意和生产过程中，“创作团队+主持人”成为品牌栏目的核心要素，公司以人为本，从成立时仅有几个核心成员发展到目前拥有栏目、纪录片、品牌服务、电视剧四个核心团队。公司按照节目具体要求组建成熟专业的创作团队，成员由不同领域的专业人员构成，通过创作团队长期合作，增加了团队凝聚力、提高了合作默契度。

在栏目业务中，创作团队确定后，公司根据节目定位选择适当的节目主持人，不局限在现有的知名主持人范围，还考虑具有一定社会知名度、在某个领域有一定造诣、与栏目契合度高的人选。通过创作团队和主持人的深入沟通，以主持人的个性魅力为基础，创意符合主持人语言风格、性格特点、个人形象的优质节目内容。

通过创作团队与主持人的不断磨合，逐步开发出新的品牌节目和衍生产品。

③介入渠道终端的经营模式

在建立和完善传统媒体、海外媒体和网络媒体三个发行渠道的基础上，公司也通过各种方式介入渠道终端，成为播出平台特定的内容供应商。报告期内，公司为中央电视台中学生频道承制《中学生大讲堂》栏目，是该频道的“独家节目提供方”，继而获得该频道授予的品牌使用权；公司获得凤凰卫视欧洲台、美洲台的授权，通过支付播出费的方式获取播出时段，接受我国政府机构和企事业单位委托拍摄宣传片，在《今日中国》栏目播出。公司还建设“能量传播”网站，作为公司版权节目的网络播出渠道。

④品牌与渠道相互服务、相互融合

公司利用自身品牌优势，吸引了电视台、网络媒体、企事业单位等客户的关注，在与客户的合作中利用资源优势，为客户的品牌宣传提供渠道，将节目推广与品牌服务相结合，实现了品牌与渠道的相互服务、相互融合。如在《鲁豫有约》节目中设置腾讯微博用户参与节目互动的环节，不仅宣传了客户品牌，也为节目注入新鲜的创意，达到了双赢的效果。

公司发挥渠道多元化的优势，通过传统媒体、海外媒体、网络媒体等多渠道同步推广品牌节目，《鲁豫有约》除在安徽卫视、凤凰卫视中文台播出外，还在 PPTV 和公司网站播出，《壹周立波秀》不仅在浙江卫视播出，也在凤凰卫视中文台、网络媒体播出；同时，公司还可为客户量身定制品牌节目并协助发行。公司通过资源的整合不仅能创作出优质的产品，还能针对品牌需求为其选择适合的发行渠道。

⑤成本管理创新

公司全面把握节目生产过程，针对节目的创意策划、物资采购（或劳务采购）、拍摄制作、剪辑合成等关键环节，通过节目计划管理实现过程控制。公司积极采取措施，提高通过银行系统收付款的比例，逐步减少劳务采购的现金支付。公司严格流程管理、预算控制、质量考核，实现财务预算对资金使用的严格约束，加强出库入库管理，实现公司成本管理的准确、高效。

（2）业务模式的独特性

①节目模式的自主研发

公司自成立以来，始终坚持对国内外电视节目模式的分析与研究，从中提炼出核心要素，结合国内观众收视习惯、文化背景、审美取向和主持人的个性特点，通过不断创新，实现公司自有的节目创意，制作出《鲁豫有约》、《壹周立波秀》等特色节目。在社会制作机构纷纷从国外引进成熟节目模式的行业背景下，公司利用自身优势，注重节目模式的自主研发，报告期内，《小崔说立波秀》、《超级演说家》、《我为喜剧狂》等均为公司自主研发节目模式的大型栏目。

②“内容＋服务”的业务模式

公司拥有具备丰富经验的节目创意团队和制作团队，可完成节目创意、策划、拍摄、制作等全部工作，多年来坚持打造有品牌特点的节目，维护内容品质，并在与客户和受众的互动中不断完善与提升。品牌节目内容吸引了各类客户的关注，也为公司带来了更多的提供节目相关服务的机会。公司为品牌机构、播出平台等客户量身定制符合其宣传发展需求或播出需要的视频节目，开拓了更广阔的市场。

③独立的审片室

公司拥有独立的审片室，审核节目质量，把握节目内容的舆论导向。审片室由具有节目监管经验的资深人士组成，紧密关注国内相关产业政策，保证公司节目符合正

确的舆论导向。公司通过审片室能更好地把握节目的内容尺度，传播正确的社会价值观，避免对节目的重复修改，提高了生产效率。

④相互融合的盈利模式

除直接向卫视频道销售节目播映权和接受客户委托提供节目相关服务外，公司已成为中央电视台首批执行特殊形式广告收益分成合作模式的社会制作机构之一，与中央电视台财经频道合作的《小崔说立波秀》、财经春晚《中国夜》即采用此种合作模式。多种盈利模式的结合，有利于公司与高端客户建立稳定的合作关系，帮助公司整合优质的行业资源，进一步提升行业影响力，吸引更多客户开展合作。

（3）业务创新机制

①建立以创意研发为依托、以节目营销为核心、以市场需求为导向的创新机制

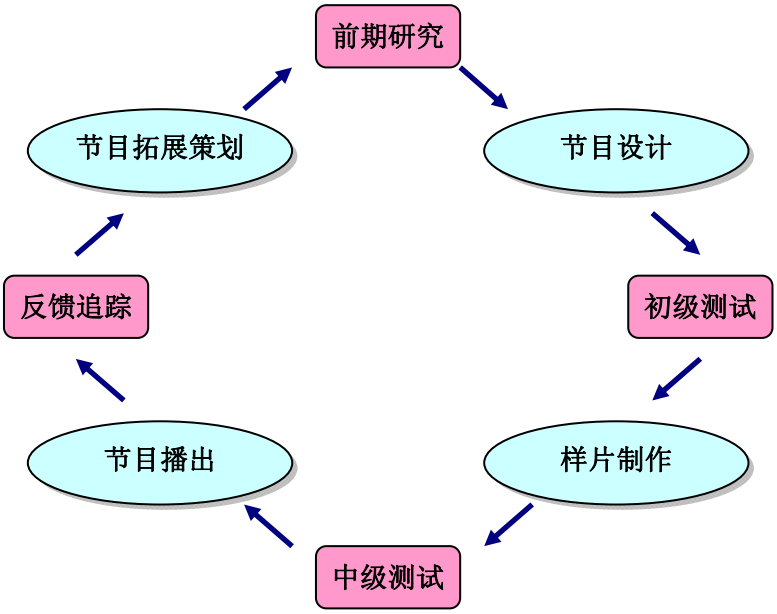
公司将内容创新、形式创新和技术创新贯穿到节目制作流程的每一个环节。公司的创意研发团队来自公司核心人员和各项目的制片人、主编、编导等，针对公司战略发展方向和客户需求推出新的节目策划方案；同时，公司也与国外的专业电视机构保持紧密联系，吸收先进的创意理念，应用于节目制作流程中。

前期研究：根据公司与客户的沟通情况，节目研发中心以客户的需求为出发点，结合公司资源优势和市场调研情况，借鉴国内外优秀节目的经验，进行研发和创作，形成节目设计。

初级测试：确定核心团队架构，在制作样片之前反复研究，针对多方面的诉求修正节目概念，完成节目各项技术方案。通过彩排、预演等方式，磨合出最高效的制作流程。

中级测试：公司将制作的样片提供给播出平台和客户，模拟市场反应做出更精确的细节调整。公司的核心团队在此环节中反复进行分析和调整，以求达到最好的播出效果。

观众追踪：收视率是电视节目播放之后最直接的反馈指标，公司的核心团队在收视率数据基础上，连续追踪观众评价、观众需求等多方面信息，作出有效的节目调整，使节目拓展更新和品牌发展延续更为有的放矢。



②建立健全的节目创新管理机制

公司的节目创新机制运行完善，源于公司一直履行符合创新发展的管理机制，从创新压力、创新激励、创新培训和创新研究几个方面构筑起可靠的节目创新管理体系。

创新压力：公司对收视率持续下降、不能满足观众需求的节目提出警告，限期要求项目团队采取措施，努力创新，改进节目。

创新激励：统一标准，定期考评，对在节目创新方面有优秀表现的项目团队实施奖励。

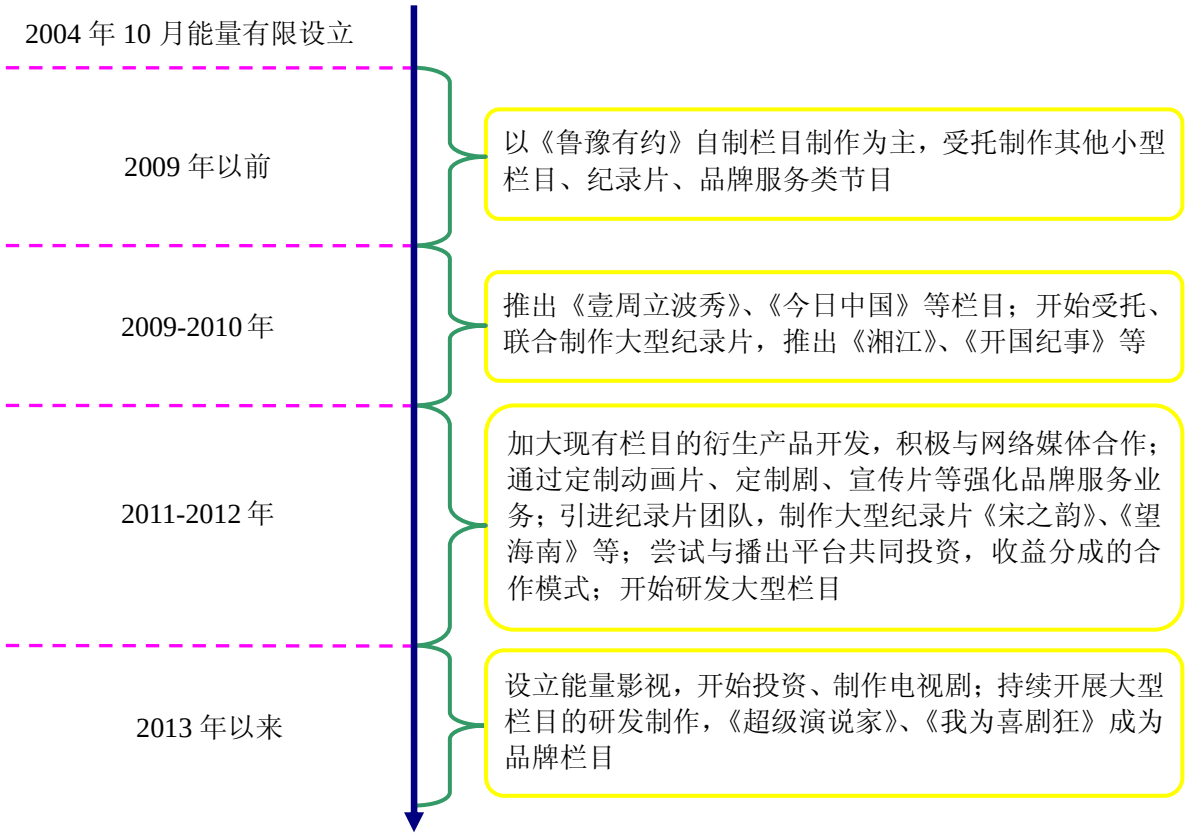
创新培训：定期组织各项目团队交流、推广先进创新经验，对员工进行创造力训练，更新知识，保持团队的创新活力。

创新研究：邀请专家参与节目创新研究，跟踪了解国内外各类节目的创新动态，研究各类节目的成长规律和经验教训，不断开发新栏目、新形态、新品种。

（三）公司设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司自设立以来一直从事视频节目的研发、制作和发行，主要产品包括栏目、纪录片和品牌服务类节目，2013 年，公司设立能量影视专业从事电视剧的投资、制作和发行。报告期内，公司主营业务、主要产品或服务未发生重大变化。

公司设立以来经营模式的演变情况如下图：



（四）主要产品或服务的流程图

1、栏目业务流程

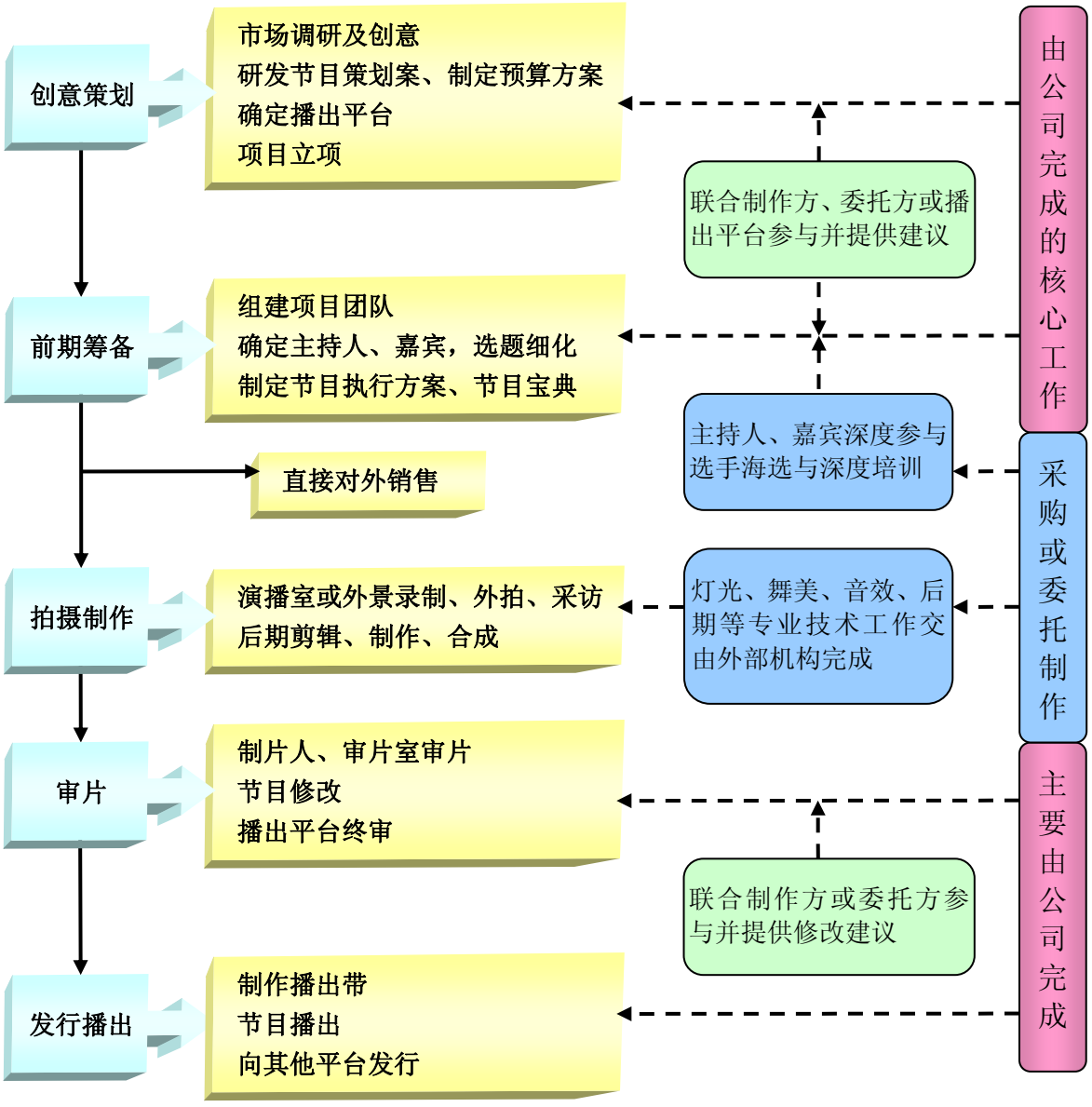
（1）创意策划阶段

栏目研发中心进行市场调研，结合观众喜好、播出平台需求、现有节目的成功元素等经详细研究、讨论后形成创意并研发节目策划案，栏目制作部和发行部根据策划案进行分析，确定项目题材，制定节目预算，以策划案与播出平台洽谈，签署节目销售合同或达成销售意向，或者达成受托制作、联合制作协议。制作方式确定后，将策划案、预算案提交公司总经理办公会审核通过后正式立项。对于小型栏目，可试制样片，以样片洽谈播出平台并签署节目销售合同。

（2）前期筹备阶段

根据项目整体定位组建由公司项目组和外聘专业机构组成的项目团队，邀请主持人、嘉宾深度参与节目的研发或试制，由嘉宾对节目的编排设计提供意见和建议，项目团队经过流程、布局设计，现场实施、模拟等过程，制定录制现场的布景、舞美、

灯光、音效等综合方案；编导上报每期节目的选题，栏目制作部制片人、主编、编导、主持人、嘉宾等核心人员共同参与讨论，筛选选题；需要选手参与表演的，进行选手海选，并对选手进行深度培训；综合上述工作成果，制定节目的执行方案，或形成节目宝典。节目宝典和前期筹备工作成果可直接销售予客户，公司不再执行后续制作、发行工作。



（3）拍摄制作阶段

根据节目执行方案或节目宝典，进行演播室录制或外拍、采访。后期制作是对前期拍摄工作的整合加工，将录制好的节目素材（包括画面素材和声音素材），根据节目时长、内容、现场效果等进行画面初剪、精剪、配音或修音、拟音动效、混录合成、节目包装等程序，初步形成达到预定质量水平的节目视频。

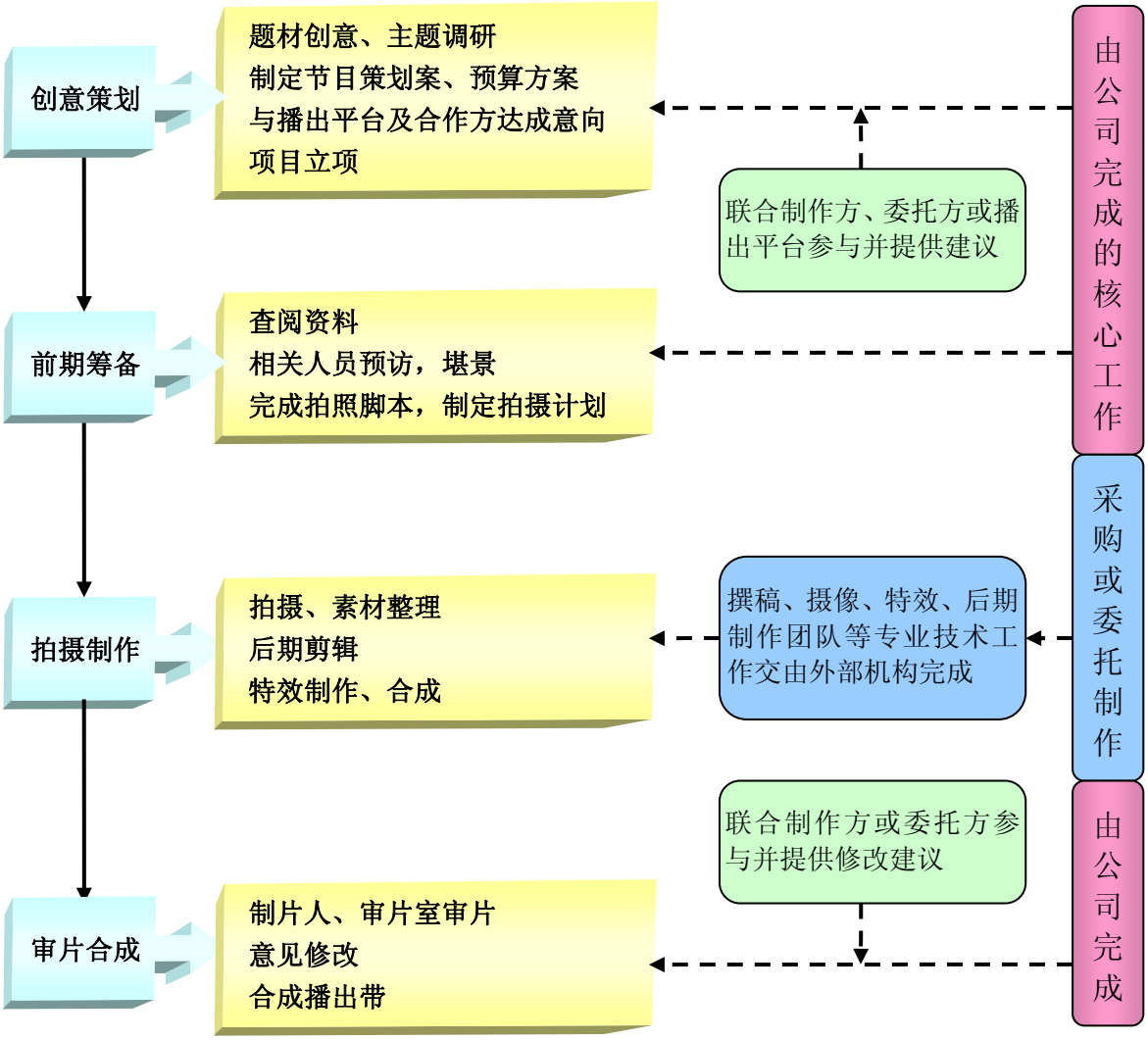
（4）审片合成阶段

制作完成的节目由制片人审核后提出修改意见，项目组相应修改后提交审片室审核。根据审片室的意见修改后，交由播出平台终审。

（5）发行播出阶段

项目组进行最后的合成，制作符合播出标准的播出带，并将播出带交付客户，由播出平台播出。拥有版权的节目，公司还可以向其他播出平台进行次轮或多轮发行。

2、纪录片业务流程



（1）创意策划阶段

纪录片研发中心结合市场及播出平台的需求进行主题调研及策划，搜集资料，确定分集主旨，完成创意；题材确定后，制定项目策划案及预算案，与播出平台达成购买意向；以项目策划案洽谈合作方并确定合作对象的，签署联合投资协议或受托制作

协议；策划案及预算案经公司总经理办公会审核通过后正式立项。

（2）前期筹备阶段

查阅资料分为文字、影像和声音三个方面。文字包括广泛搜集网络、平面媒体报导、相关学术论文、书籍等作为节目内容或参考用的背景资料；影像包括把照片、新闻片、档案资料片、其他影片（剧情、纪录、动画等）、图像（画作、平面广告、海报等），以及原始手稿、文件等翻拍资料作为无字素材或直接当做影像素材使用；声音包括把广播录音、原始的录音档案、传统歌谣等声音资料作为叙事素材或塑造影片氛围。

正式拍摄前预先访问片中相关人物、学者、公共部门代表等可能的受访者，得到第一手访谈资料，在访谈过程中获知更多信息的来源，拉近与受访者的距离，消除拍摄前的陌生感，了解受访者的表达能力以及未来在摄影机前可能的表现。

勘景是在拍摄前勘察了解拍摄地点的空间以及影像、声音条件，为拍摄作准备。勘景直接影响拍摄周期和预算使用计划。

根据前期策划、预访、勘景情况制定明确的拍摄脚本，作为制片人、导演、摄影师等拍摄时的参考及沟通依据。

根据拍摄脚本制定拍摄计划。拍摄计划细化为预计拍摄的场景、天数、人员、拍摄分组设置、每天拍摄的地点、访问提纲、需要的器材和影带数量、车辆的使用、住宿和用餐地点等。

（3）拍摄制作阶段

在整个拍摄过程中，严格执行拍摄计划。如发生特殊情况使拍摄计划受到影响，在主要拍摄任务结束后再进行补拍。拍摄过程中随时整理、检视已拍摄或者取得的素材，检查拍摄质量。拍摄工作完成后，将访问稿、拍摄场记等所有素材做详细的整理。

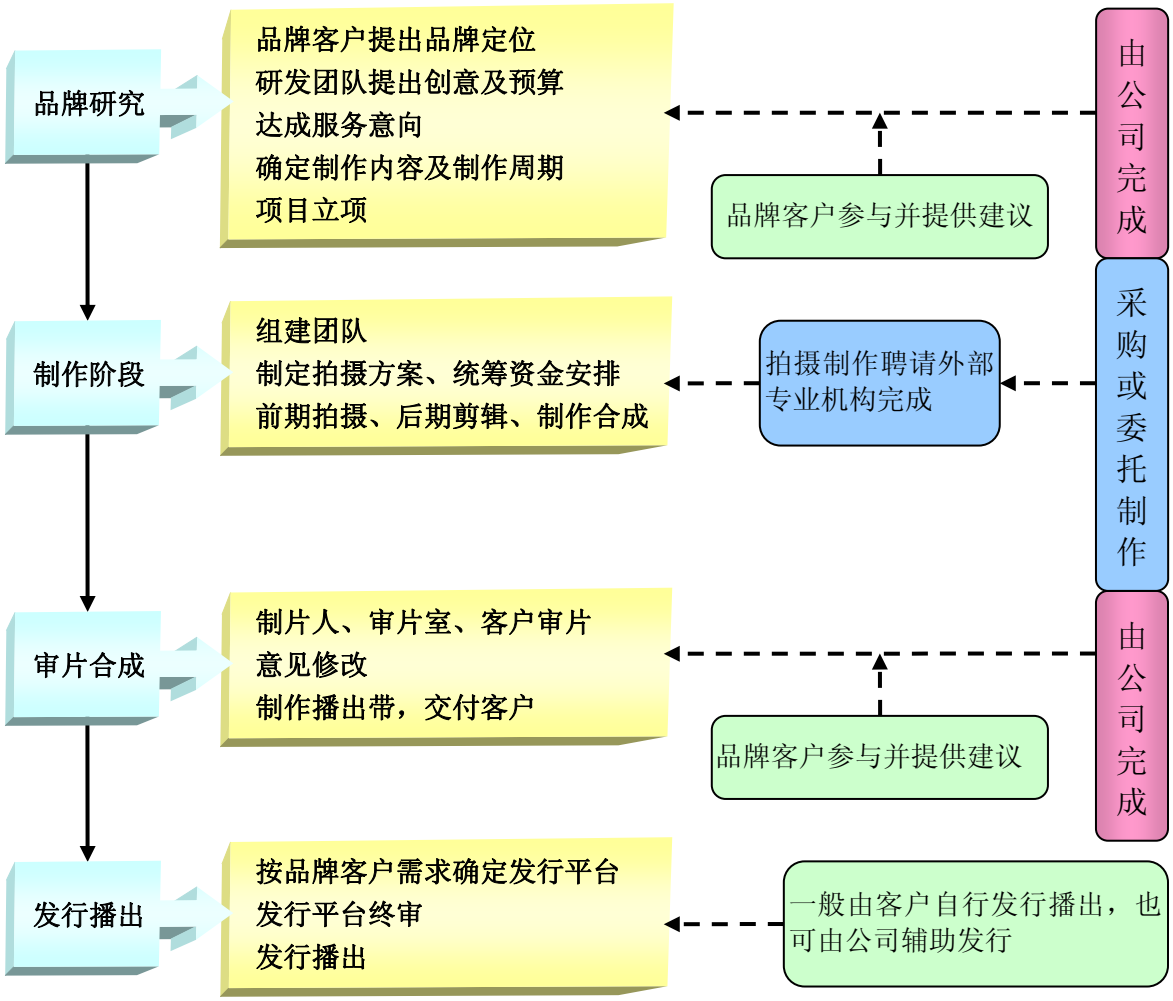
后期剪辑是对前期拍摄工作的二次创作，将拍摄及搜集的素材（包括画面素材和声音素材），根据整体风格要求进行初剪、精剪。

特效制作是纪录片后期制作的重要环节，包括三维、动画、拟音、作曲及配音等。这些制作相对独立，按照剪辑脚本完成，并在精剪后加入片中，统一全片风格。

（4）审片合成阶段

纪录片经剪辑合成后由制片人进行质量审核，落实修改意见后交由公司审片室进行审查，及时提出修改意见。涉及重大题材或专业性较强的纪录片，公司会邀请相关部门或人员对节目中的重点内容提出意见，项目组及时修改完善。终审通过后，制作合成播出带，并将播出带交付播出平台发行播出。

3、品牌服务业务流程



（1）品牌研究

品牌客户提出品牌定位及宣传设想，公司研发团队将品牌内涵及诉求融入节目创意中，提出多项策划案及预算供品牌客户选择，双方达成共识后确定服务方式、服务内容、制作周期及整体预算，公司总经理办公会审核后正式立项。

（2）制作阶段

品牌服务节目需要考虑客户的品牌诉求、观众的收视需求、播出平台的频道定位

等多方面因素，公司根据选定的节目创意，组建专业化的项目团队，公司主要执行过程管理和预算控制，专业性技术工作交由外部制作机构完成。

项目团队根据公司与品牌客户达成的服务协议制定拍摄方案，统筹资金安排，根据品牌方的要求协调对各外部制作机构的内容要求或技术要求，完成前期拍摄、后期剪辑和制作合成工作。

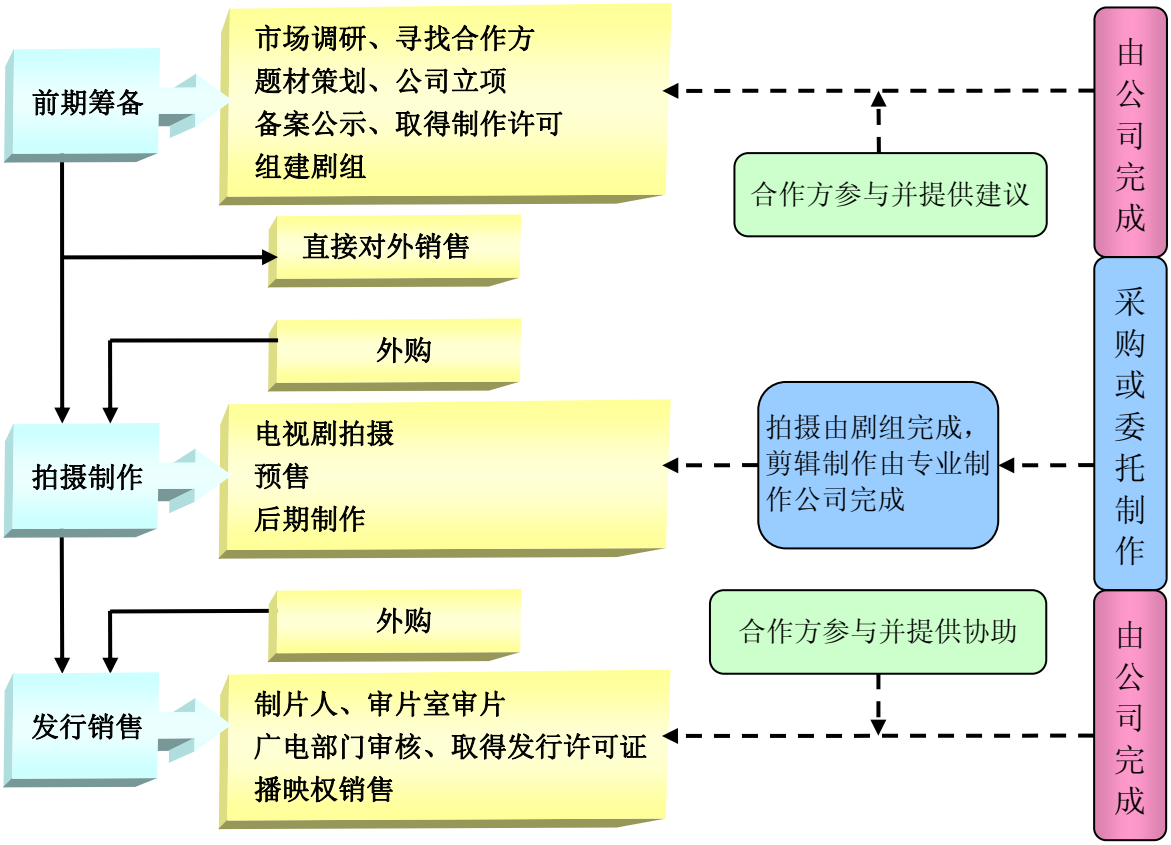
（3）审片合成

制作完成的节目由制片人审核后提出修改意见，项目组相应修改后提交审片室，审片室审片后提交品牌客户，品牌客户对节目进行审核，提出修改意见，由项目组修改完善取得客户满意后交付。

（4）发行

公司与品牌客户约定承担发行义务的，在节目制作完成后根据品牌客户需求确定发行平台，发行平台最终审核后安排播出。

4、电视剧业务流程



（1）前期筹备

通过对电视台、观众的需求进行市场调研、讨论策划、寻找合作投资方，或由其他电视剧投资方提供题材方案并洽谈合作，确定项目题材后，与编剧达成购买剧本或委托撰写剧本的意向。题材和剧本意向确定后，提交公司立项。

按照要求进行“电视剧拍摄制作备案公示”，建立剧组，以剧组为单位生产，确定公司人员安排、对主创人员进行甄选，确定制片人、制片主任，选聘导演、主要演员和其他剧组成员。

前期筹备工作完成后，转入拍摄制作阶段；另外，公司可将成型的策划案、剧本、组建的剧组等前期筹备工作成果直接进行销售，交由其他影视公司完成后续拍摄阶段并发行；公司还可以从其他影视公司购买成型的前期筹备成果进行后续拍摄制作和发行。

（2）拍摄制作

受电视剧规模、演职人员的档期等各种因素影响，电视剧的具体拍摄工作持续两三个月至一两年不等。

预售是指公司在取得发行许可证之前就通过协议方式将电视剧的播映权预先销售给电视台等客户，有利于加速公司资金周转、缓解资金压力。

拍摄工作结束，进入后期制作阶段，制片人、导演、剪辑等将拍摄形成的电视剧素材根据需要进行画面初剪、精剪、配音或修音、混录合成等，最终形成达到预定质量的电视剧产品。

后期制作完成后转入发行销售阶段，公司可能根据电视剧发行市场的具体情况，将完工的电视剧产品售予其他影视公司，不再参与发行；公司还可以从其他影视公司购买完成的影视作品，利用自己的发行优势进行发行。

（3）发行销售阶段

制作完成的电视剧由制片人审核后提出修改意见，公司审片室对电视剧的摄制质量、舆论导向、内容尺度进行核查，提出修改意见。审片室审核后，根据修改意见进行修改合成。

根据《电视剧管理规定》和《电视剧内容管理规定》，电视剧摄制完成后，必须经

广电部门审查通过并取得“电视剧发行许可证”之后方可发行。公司电视剧在通过内部审核后，即提交广电部门履行内容审查，申请电视剧发行许可证。

取得发行许可证后，公司对电视剧进行正式发售，将电视剧的播映权出售给各家电视台、视频网站或授权其他电视剧发行公司发行。

二、公司所处行业基本情况及竞争状况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》，公司属于 R 类“文化、体育和娱乐业”中的“广播、电视、电影和影视录音制作业（86）”行业。《产业结构调整目录 2011》指出：广播影视制作、发行、交易、播映、出版、衍生品开发为鼓励类。

（一）行业监管体制和行业政策

1、行业监管部门

（1）中宣部

中宣部是中共中央主管意识形态方面的综合职能部门，对影视行业的管理体现在宏观管理方面，主要包括：负责指导全国理论研究、学习与宣传工作；负责引导社会舆论；负责从宏观上指导精神产品的生产；负责规划、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；负责提出并宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系。

（2）文化部

文化部是国务院的职能部门之一，在国务院领导下管理全国文化艺术事业。主要职责是：拟订文化艺术方针政策，起草文化艺术法律法规草案；拟订文化艺术事业发展规划并组织实施，推进文化艺术领域的体制机制改革；指导、管理文学艺术事业，指导艺术创作与生产，推动各门类艺术的发展，管理全国性重大文化活动；推进文化艺术领域的公共文化服务，规划、引导公共文化产品生产，指导国家重点文化设施建设和基层文化设施建设。拟订文化艺术产业发展规划，指导、协调文化艺术产业发展，推进对外文化产业交流与合作等。

（3）国家新闻出版广电总局

国家新闻出版广电总局的主要职责是：负责拟订新闻出版广播影视宣传的方针政策，把握正确的舆论导向和创作导向；负责起草新闻出版广播影视和著作权管理的法律法规草案，制定部门规章、政策、行业标准并组织实施和监督检查；负责制定新闻出版广播影视领域事业发展政策和规划；负责统筹规划新闻出版广播影视产业发展，制定发展规划、产业政策并组织实施，推进新闻出版广播影视领域的体制机制改革；负责监督管理新闻出版广播影视机构和业务以及出版物、广播影视节目的内容和质量，指导监管广播电视广告播放；负责对网络视听节目、公共视听载体播放的广播影视节目进行监管，审查其内容和质量等。

县级以上地方广播电视行政部门负责本行政区域内广播电视节目制作经营活动的管理工作。北京市广播电影电视局对北京市影视行业内容制作机构进行直接监管和业务指导，主要由政策法规处、宣传管理处、传媒机构管理处和网络视听节目管理处等四个部门从法规政策的制定和监督实施、行业与机构的监察审核、广播电视内容生产的指导和管理等角度进行相应的管理。

2、行业监管主要法律法规及政策

目前，我国已基本形成了较完善的以《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。目前对本公司视频节目业务的开展较为重要的法律法规和政策如下表所示：

序号	法律法规名称	生效日期	颁发机构/文件编号
1	广播电视管理条例	1997 年 9 月 1 日	国务院令第 228 号
2	中华人民共和国著作权法实施条例	2002 年 9 月 15 日	国务院令第 359 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]第 38 号
4	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	国办发[2003]第 105 号
5	音像制品出版管理规定	2004 年 8 月 1 日	新闻出版总署令第 22 号
6	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]第 35 号
7	中外合作制作电视剧管理规定	2004 年 10 月 21 日	广电总局令第 41 号
8	境外电视节目引进、播出管理规定	2004 年 10 月 23 日	广电总局令第 42 号

序号	法律法规名称	生效日期	颁发机构/文件编号
9	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]第 2 号
10	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]第 10 号
11	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]第 19 号
12	关于推动我国动漫产业发展的若干意见	2006 年 4 月 25 日	国办发[2006]第 32 号
13	北京市促进文化创意产业发展的若干政策	2006 年 11 月 7 日	京办发[2006]第 30 号
14	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 26 日	广发[2007]第 98 号
15	关于认真做好广播电视制播分离改革的意见	2009 年 8 月 27 日	广发[2009]第 66 号
16	文化产业振兴规划	2009 年 9 月 26 日	国务院
17	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]第 94 号
18	关于加快纪录片产业发展的若干意见	2010 年 10 月	广发[2010]第 88 号
19	中华人民共和国著作权法	2010 年 4 月 1 日	国家主席令[2010]第 26 号
20	电视剧内容管理规定	2010 年 7 月 1 日	广电总局令第 63 号
21	中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议	2010 年 10 月 18 日	中国共产党第十七届中央委员会第五次全体会议
22	广播影视知识产权战略实施意见	2010 年 11 月 12 日	广发[2010]第 100 号
23	音像制品管理条例	2011 年 3 月 19 日	国务院令第 595 号
24	关于推进文化企业境内上市有关工作的通知	2011 年 4 月 11 日	文产函[2011]第 440 号
25	关于进一步加强广播电视广告播出管理的通知	2011 年 10 月 11 日	广发[2011]第 79 号
26	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	中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议
27	关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见	2011 年 10 月 25 日	广电总局
28	关于贯彻执行《〈广播电视广告播出管理办法〉的补充规定》的通知	2012 年 1 月 1 日	广电总局令第 66 号
29	文化产品和服务出口指导目录	2012 年 2 月 1 日	商务部等十部委公告[2012]第 3 号
30	国家“十二五”文化改革发展规划纲要	2012 年 2 月 15 日	中共中央办公厅、国务院办公厅
31	“十二五”时期文化产业倍增计划	2012 年 2 月 23 日	文产发[2012]第 7 号
32	文化部“十二五”时期文化改革发展规划	2012 年 5 月 7 日	文政法发[2012]第13号
33	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]第 36 号

序号	法律法规名称	生效日期	颁发机构/文件编号
34	文化部关于鼓励和引导民间资本进入文化领域的实施意见	2012 年 6 月 28 日	文产发[2012]第 17 号
35	广电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	2012 年 7 月 9 日	广发[2012]第 53 号
36	“十二五”时期国家动漫产业发展规划	2012 年 7 月 12 日	动漫办发[2012]第 1 号
37	文化部“十二五”文化科技发展规划	2012 年 9 月 12 日	办科技发[2012]第 18 号
38	广电总局关于实行电视纪录片题材公告制度的通知	2013 年 2 月 7 日	广发[2013]第 11 号
39	关于进一步规范歌唱类选拔节目的通知	2013 年 7 月 25 日	广发[2013]第 52 号
40	电视剧拍摄制作备案公示管理办法	2013 年 12 月 1 日	广发[2013]第 65 号
41	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	广发[2013]第 68 号
42	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	2014 年 1 月 2 日	新广电发[2014]第 2 号
43	关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见	2014 年 2 月 26 日	国发〔2014〕10 号
44	关于深入推进文化金融合作的意见	2014 年 3 月 17 日	文产发[2014]14 号

上述法律法规和政策的出台，为民营制作企业发展壮大，提高社会化制作程度提供了政策支持。同时，行业监管部门出台了一系列监管措施，规范行业健康发展，形成良性竞争，有利于公司提升行业竞争力和社会影响力。

（二）行业的市场情况

1、行业竞争格局和市场化程度

根据广电总局公布的数据，持有 2014 年度“广播电视节目制作经营许可证”和“电视剧制作许可证（甲种）”的机构分别有 7,248 家和 137 家，均呈逐年上升态势，其中民营企业占据了绝对多数，形成了较为充分的市场竞争格局。

从目前电视媒体、网络媒体等播出平台的竞争以及我国影视内容的生产机制来看，电视新闻内容因其独特属性而无法实现市场化运作，生产者主要来自广播电视系统。随着我国制播分离改革的推进，电视剧、综艺娱乐、生活服务、文化专题、动漫青少、电视纪录片等内容生产逐渐从电视媒体剥离出来，用市场化的方式进行生产和竞争。

2、行业内的主要企业情况

国内节目制作机构主要包括电视台、社会制作机构、网络媒体三大类。电视台一

方面自行制作节目，另一方面也从社会制作机构购买节目。网络媒体主要购买其他制作机构的节目，并逐步发展自制节目。

我国社会制作机构起步较晚，但具有较强的市场适应能力，已涌现了一批初具实力的社会制作机构，如光线传媒、唯众传播、东方风行、灿星制作、华策影视、华录百纳、新文化等，行业内主要企业情况如下：

（1）光线传媒

光线传媒成立于 1998 年，业务领域涉及电视栏目、大型活动、艺人经纪、新媒体、电视剧、电影等。光线传媒每天制作 6 小时的电视娱乐资讯节目，包括《娱乐现场》、《音乐风云榜》、《最佳现场》、《梦想合唱团》、《是真的吗》、《超级减肥王》、《梦想星搭档》等栏目；拥有国内最大的地面节目播出网络。（资料来源： http://www.ewang.com）

（2）唯众传播

上海唯众影视传播有限公司成立于 2006 年，以视频节目策划、制作、经营及大型活动策划、执行为核心业务。成立以来，研发制作了《波士堂》、《谁来一起午餐》、《开讲了》、《中国范儿》、《上班这点事》、《大声说》等二十余档电视和网络栏目，策划、举办了十余次全国规模的大型活动。（资料来源：http://www.v2006.tv）

（3）东方风行

东方风行传媒集团成立于 2000 年，业务遍及影视节目制作、发行、广告经营、大型演艺活动、电视包装、艺人经纪等多个领域，业务涉及影视节目策划、制作、发行、广告经营、娱乐活动、电视包装、艺人经纪、多媒体、电子商务等多个领域，每年制作电视节目超过 680 小时，发行到全国 200 家省市电视台，拥有《非常静距离》、《超级访问》、《今夜女人帮》、《我爱每一天》、《今晚男得》、《爱上经典》、《天声王牌》等多档电视栏目。（资料来源：http://www.funshion.com）

（4）灿星制作

上海灿星文化传播有限公司成立于 2004 年 3 月，是一个专业娱乐节目制作公司，曾引进英国“Britain's Got Talent”版权制作《中国达人秀》，引进荷兰“The Voice”节目版权制作《中国好声音》，其他主要节目有《舞林争霸》、《舞出我人生》、《中国好歌曲》、《出彩中国人》等。（上述资料来源于互联网及相关节目视频）

（5）华策影视

华策影视成立于 2005 年 10 月，主要业务为制作、发行影视产品，已建立企划制作、投资控制、营销研发的完整产业链，主营自制剧、合拍剧、外购剧三大业务，形成了年产 700 集的电视剧制作能力，主要电视剧作品有《抬头见喜》、《钟馗传说》、《新京城四少》、《流星蝴蝶剑》等，电影作品有《西风烈》、《听风者》等。（资料来源：http://www.huacemedia.com）

（6）华录百纳

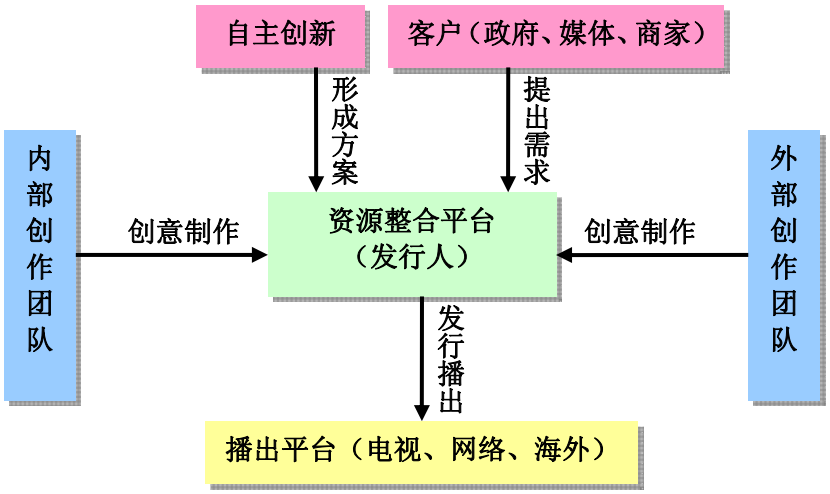
华录百纳是国务院国资委主管的中央企业中国华录集团所属从事影视策划、投资制作、发行及演艺经纪的上市公司，具备年产 300 至 700 集的电视剧制作能力。电视剧代表作品有《咱们结婚吧》、《新红楼梦》、《媳妇的美好时代》、《永不磨灭的番号》等，电影代表作品有《建国大业》、《建党伟业》等。（资料来源：http://www.hlbn.cc）

（7）新文化

新文化主要从事电视剧和电视栏目的制作、发行业务，电视剧年制作量 500 集，主要电视剧作品有《一代枭雄》、《领袖》、《第三种幸福》、《结婚的秘密》等，电影作品有《荒村公寓》、《夜惊魂》等，栏目作品有《启示》、《搜索神秘》等。（资料来源：http://www.ncmedia.com.cn）

3、公司在行业中的竞争地位

公司是一家电视及网络视频内容服务提供商，致力于视频节目的研发、制作和发行，面向全媒体，以构建内容服务产业链的资源整合平台为目标。公司通过自主创新或客户需求形成制作规划，整合各类创作力量，为播出平台提供视频节目内容，为客户提供节目相关服务。其中，直接向播出平台发行的视频内容主要为公司自主研发、制作、拥有版权的节目；节目相关服务包括整合各类创作力量和品牌要素，提供创意策划、拍摄制作、专业化技术服务，确定合适的播出平台等。



（1）公司产品的市场占有率情况

目前国内节目市场制作机构数量众多，视频节目类型多样，除新闻资讯和影视剧外，还包括综艺益智、生活服务、专题、动漫青少、纪录片等多个类别，各类客户的节目需求多样化，节目投入差异较大，因此具体市场份额难以统计。

报告期内，公司制作各类节目（含电视剧）共计 21,011 期（集），制作时长 4,307 小时，平均每日制作量 3.38 小时。

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年	2012 年	2011 年
制作时长（小时）	635	2,042	760	870
平均日制作量（小时/日）	3.51	5.59	2.08	2.38

注：2013 年制作时长较高系当年公司制作 12,648 集步步高教育微视频节目所致

报告期内，公司节目制作时长和平均日制作量总体呈上升趋势，未来公司将主要开展大型节目的研发、制作和发行，大型节目的价值更高，但节目制作时长可能下降。

（2）公司视频节目的播出平台情况

公司视频节目的播出平台具有多元化、覆盖面广、稳定的特点。

公司自成立以来保持并延续着与电视媒体牢固的合作基础，公司的节目主要在中央电视台、安徽卫视等省级卫视和凤凰卫视播出，收视群体稳定。随着新媒体竞争日益激烈，优质视频内容成为竞争重点。公司为搜狐视频、PPTV 等视频网站提供独家视频节目或服务，也将电视节目面向新媒体市场二次发行。

公司主要节目产品的播出平台如下表所示：

节目名称	播出平台
鲁豫有约	安徽卫视、凤凰卫视中文台、搜狐视频等
壹周立波秀	浙江卫视、安徽卫视、东方卫视、广东卫视、广西卫视、湖北卫视、云南卫视、贵州卫视、凤凰卫视中文台、PPTV、搜狐视频等
超级演说家	安徽卫视、搜狐视频
我为喜剧狂	湖北卫视
鲁豫的礼物	旅游卫视
美丽俏佳人	旅游卫视
小崔说立波秀	中央电视台财经频道
中国夜	中央电视台财经频道
首席夜话	中央电视台综合频道
中学生大讲堂	中央电视台中学生频道、搜狐视频
今日中国	凤凰卫视欧洲台、美洲台
就等你来	北京卫视
名人那些信	安徽卫视
开国纪事	安徽卫视、中央电视台纪录频道
红星照耀中国	重庆卫视、青岛电视台、PPTV
走向海洋	中央电视台（综合频道、纪录频道、国际频道）、奇艺网
望海南	中央电视台（纪录频道、财经频道）、旅游卫视
为时代放歌	中央电视台综艺频道
行走的餐桌	中央电视台纪录频道
完美实习生	天津卫视
军情前哨站	搜狐视频
搜狐大视野	搜狐视频
鲁豫有约—十年故事	PPTV

4、公司的竞争优势

公司作为一家电视及网络视频内容服务提供商，自成立以来，始终致力于电视及网络视频节目的创意、制作与发行，经过多年的品牌锻造与发展，形成了标准化的运营模式、丰富的人才储备、品牌的节目内容、多元的发行渠道、领先的合作机构等多方面的竞争优势。

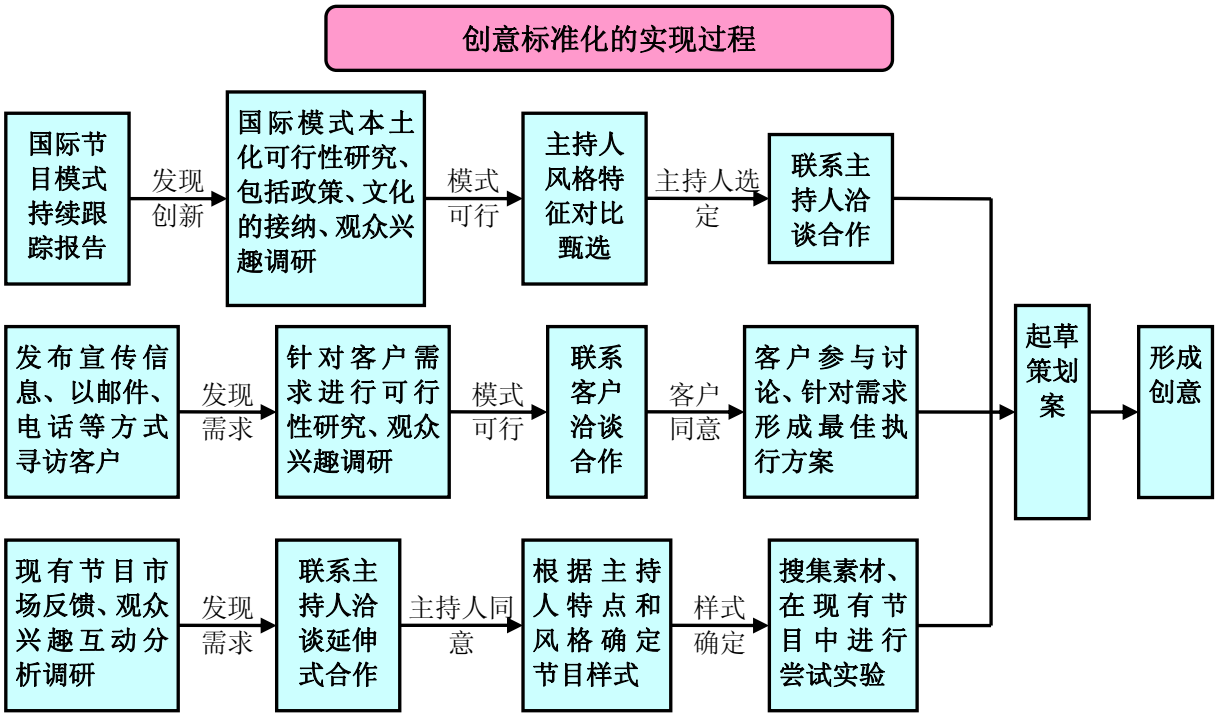
（1）标准化的运营模式

公司成立以来，始终在电视及网络视频内容服务领域深耕细作，通过多年摸索，

逐步建立了创意、制作和发行等各个环节的标准化流程，使公司在面对行业政策变化及不同客户的个性化需求时，保持快速灵活的反应能力，从而全面提升产品品质、提高生产效率、减少资源浪费、保证成功发行，实现从提出创意到产品与服务最终呈现给受众的全流程标准化运营模式。

①创意流程模式化

公司在不断发展中形成了成熟的创意人才团队，能够为播出平台和品牌客户提供契合度高的节目创意，满足客户个性化需求。经过多年的市场检验，公司目前主要采用三种标准化创意流程。



A、针对国际先进模式，实现本土化

公司成立以来，始终保持对国际先进节目模式的不断学习和研究，从中获得启发，结合对国内节目市场的分析，着眼于寻找生命力强、持续时间长、涉入门槛高的节目模式。《鲁豫有约》借鉴美国跨越 25 年的著名脱口秀节目《奥普拉秀》(《The Oprah Winfrey Show》)等访谈类节目的成功模式，在节目选题、策划、嘉宾邀请、主持人定位等多方面推陈出新，关注社会热点，针对有个性有故事的嘉宾，凭借主持人的个人风格引领节目互动，提出人们关心的深刻问题，建立与观众的定期约会意识。

2009 年，公司以《大卫·莱特曼深夜秀》(《Late Show with David Letterman》)等脱口秀节目为参考，创意、制作了《壹周立波秀》。《壹周立波秀》作为社会时事热点

评论与谈话节目的混合体，将正式严肃的社会热点信息，通过主持人个性化的调侃和诙谐幽默的表演，以口语化的叙述方式表达出来。

B、针对客户需求，实现个性化

公司成立以来，创意研发团队持续研究国际国内各种节目样式，形成公司节目创意储备，同时针对公司现有及目标客户的个性特点和国内行业政策变化进行深入分析。通过对行业的分析和对客户的了解，公司可以及时理解客户个性化需求并提出适当的创意执行方案，赢得客户的信任，建立稳定的合作关系。

C、针对已有品牌，实现延伸化

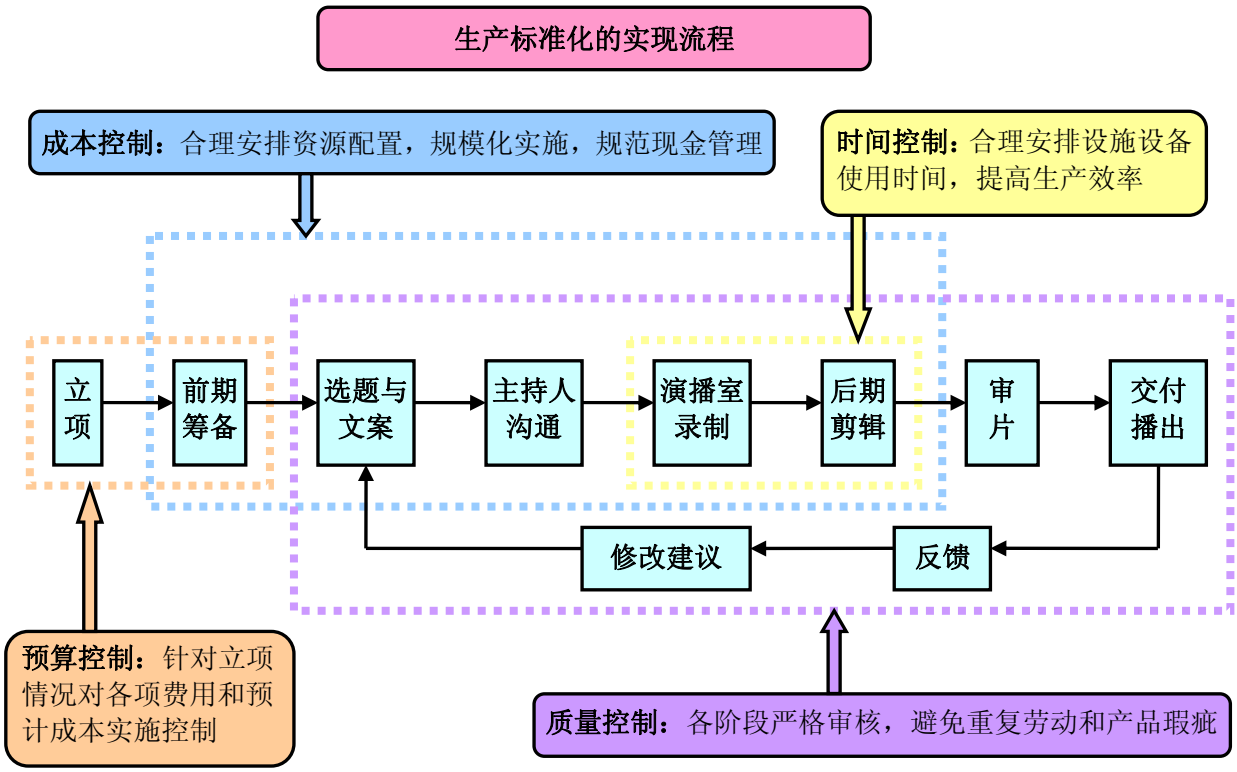
品牌延伸化可以加快新节目的市场定位，减少市场认知风险，降低节目发行费用，同时强化核心品牌形象，提高品牌组合的整体效益。公司创意人才和创意资源稳定，熟悉市场及受众特征，了解成熟节目的品牌产生和发展历程，在已有品牌的基础上，研发符合品牌发展的新型节目形式和创新内容，形成符合品牌特征和发展方向的新节目。报告期内，《鲁豫有约—十年故事》、《鲁豫和她的朋友们演唱会》、《鲁豫的礼物》、《小崔说立波秀》等即是公司自主品牌延伸化的体现。

②制作流程模式化

公司经过成熟节目的创作磨合，提炼出模式化的制作流程，应用于各节目的制作环节，使预算、时间、质量、成本得到有效控制。

A、制作流程严谨

公司运用项目管理方法，严格控制制作流程。在时间控制方面，公司严格安排各生产环节的工作时间，每个阶段的拍摄、录制、剪辑必须在规定的时间内完成，保证工作进度按计划推进；在质量控制方面，公司针对各生产环节的质量控制节点，从选题、文案、主持人沟通、演播室录制、后期剪辑、审片、直到交付播出，均制订了审核程序，避免重复工作，保证产品生产线高效运转；在成本控制方面，公司形成了成本的全过程控制与管理体系，通过严密的前期筹备，制定符合实际的项目预算，形成完整的拍摄计划，合理安排资源配置，规范现金管理，尽可能实现集中制作，降低单一项目的制作成本。

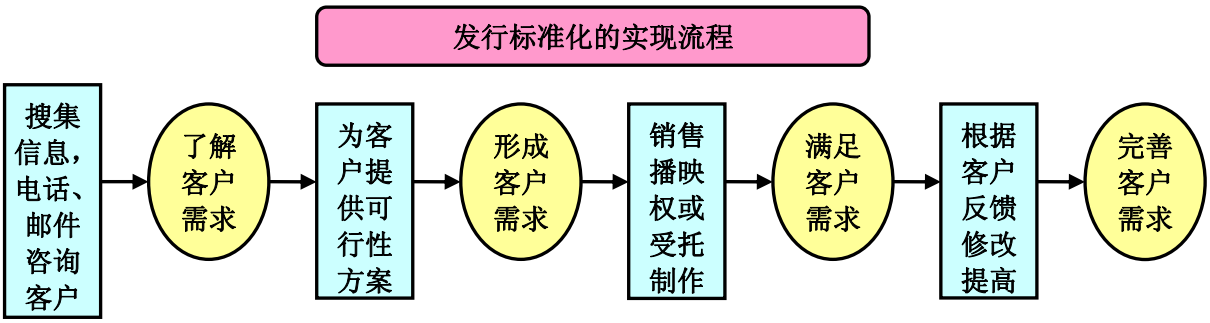


B、根据客户反馈及时完善流程

公司搜集客户和观众对节目的反馈意见，以节目的公信力、人文美誉度、品牌影响力、平台覆盖率和收视率等指标对节目进行考核，发现问题，积累经验，不断完善和调整制作流程，通过市场的反复检验，印证制作流程的科学性和实用性。

③发行流程模式化

经过多年发行经验的积累，公司对不同类型的节目有针对性的选择发行渠道。公司针对电视媒体、网络媒体、海外媒体等不同发行渠道的特点和需求，利用自身的资源优势研发制作适合发行渠道的节目。同时，公司还为品牌客户量身定制视频内容并协助客户完成发行。公司形成了解客户需求、形成客户需求、满足客户需求、完善客户需求的一整套模式化发行流程。



④标准化运营模式对公司的经营业绩和发展趋势的影响

标准化的运营模式使公司在面对行业政策变化及不同客户的个性化需求时，保持快速灵活的反应能力，从而全面提升产品品质、提高生产效率、减少资源浪费、保证成功发行。经营业绩方面，标准化的运营模式缩短了项目周期，成本得到有效控制，使公司规模快速发展，收入和利润增长迅速。标准化运营模式为公司培养了一大批优秀的节目创意制作人才，形成了合理的人才梯队，为公司研发新项目、承揽新业务提供了人才基础，也为公司募投项目的实施提供了人员保障。

（2）丰富的人才储备

人才是影视内容行业的核心资源。视频节目制作在不同阶段分别需要各个方面的优秀专业人才。在前期创意、策划、研发阶段，需要经验丰富、能敏锐把握观众、播出平台及品牌客户等各方面需求，熟悉行业监管要求，注重节目社会效益和经济效益相统一的创意策划人才；在拍摄制作阶段，需要具备管理能力，可以综合各种创作元素并把握节目整体走向的制片人及导演等专业人才。优秀专业人才的培养周期较长，随着影视内容行业的蓬勃发展，需求缺口日趋严重。公司自成立以来就重视人才培养和储备，建立和完善人才培养机制，大力培养创意、策划和制片人等核心人才；同时，公司不断加大人力资源投入，吸引外部人才加盟公司或与公司保持长期的合作关系。

①核心创意制作人才储备丰富

公司核心管理和创意制作人员从业经验丰富。总经理郭志成 1991 年进入影视内容行业，长期从事节目创意策划和管理工作，具有丰富的行业经验，曾成功创意《壹周立波秀》、《超级演说家》等多档栏目。副总经理樊庆元进入影视内容行业已超过 20 年，自公司成立以来一直负责公司整体业务开展，在电视节目创意制作领域从业经验丰富，其作品曾多次获得“全国优秀电视新闻专题类节目”等国家级奖项，曾成功创意《鲁豫有约》、《我为喜剧狂》并担任制片人。纪录片总监程乐平进入影视内容行业已超过 20 年，在国内纪录片创意制作领域成果显著，其主持或参与创作的《晋商》、《大国崛起》、《公司的力量》、《共同的力量》、《走向海洋》等作品曾多次获得包括“中国电视金鹰奖”、“中国广播影视大奖”、“CCTV 电视公益广告大赛”等国家级纪录片、广告大奖。副总经理兼节目总监曹志雄曾担任《世纪大讲堂》、《财经点对点》、《皇牌大放送》、《凤凰大视野》等栏目的制片人或导演，是《鲁豫有约》、《中学生大讲堂》、《视野》、《超级演说家》等栏目的总制片人，其担任制片人的栏目曾多次获得“中国最具

网络影响力的社会制片电视栏目”等奖项。能量影视总经理帖福田（铁佛）进入影视内容行业已超过 20 年，在电视节目创意制作领域从业经验丰富，参与创作的作品有《干部》、《射雕英雄传》、《天龙八部》、《萍踪侠影》、《24 小时警事》、《凌云壮志包青天》、《补天裂》、《小鱼儿与花无缺》、《大唐双龙传》、《浴火凤凰》、《红拂女》、《都是爱情惹的祸》、《A 计划》、《长江一号》等，2004 年被中国广播电视学会评选为“中国十佳制片人”，2011 年被中国广播电视协会、中国艺术家协会授予“中国电视剧产业 20 年突出贡献制片人”称号。

自《鲁豫有约》栏目开始，公司即着力将创意制作人员培养为制片人，并通过这些人才以点带面，进一步培养出优秀的制作团队，形成完善的人才梯队。公司从成立时仅有几个核心成员发展到目前拥有栏目、纪录片、品牌服务、电视剧四个核心团队，栏目团队下又设有研发中心和《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《超级演说家》、《我为喜剧狂》、《今日中国》等多个节目制作组。团队成员经过节目的不断磨练，从执行人员提升到项目负责人，管理新的项目，形成“成熟—裂变—再成熟—再裂变”的人才培养机制，如《壹周立波秀》、《红星照耀中国》等节目的总制片人均出自《鲁豫有约》栏目团队。公司全能型人才的增加促进公司业务发展壮大，不断研发制作出新的节目，而新节目又为人才的成长提供了广阔的发展空间，公司专业人才储备不断增加，形成良性循环。公司人员构成中超过 70%为创意、策划和制作人员，拥有一批成熟的制片人。

②核心主持人资源

主持人也是一档节目能否成功的重要因素。公司创意研发节目时，会根据节目定位、观众喜好、播出平台需求等方面综合考虑合适的主持人选，选择主持人不局限在现有的知名主持人范围，还考虑具有一定社会知名度、在某个领域有一定造诣、与栏目契合度高的人选。节目研发成功后，公司会以签署合作协议或吸收入股等形式固化与主持人的合作，以此稳定品牌要素，保证节目的延伸性，扩大公司的利润增长空间。目前公司拥有的核心主持人资源有：

陈鲁豫，著名主持人，《鲁豫有约》系列品牌栏目的主持人、《超级演说家》栏目导师。曾主持《音乐无限》、《香港回归世纪报道—60 小时播不停》、《凤凰早班车》、《戴安娜王妃葬礼直播》即时旁述、《一点两岸三地谈》及《VIP 会客室》等节目。曾荣获“中国电视主持人论坛”2004 年度“最佳电视专访节目主持人”奖，《新周刊》2005

年电视节目榜“年度最佳节目主持人”,“第二届上海大学生电视节最具亲和力主持人”,“2010 年中国大学生电视节最受欢迎女主持人提名”等荣誉，入选 2010 年《中国国家形象宣传片—人物篇》。作为公司股东，陈鲁豫还与公司签订了长期合作协议。

周立波，海派清口创始人,《壹周立波秀》、《小崔说立波秀》和《中国夜》的主持人。其作品主要有海派清口《笑侃大上海》、《笑侃三十年》、《我为财狂》等。公司创意制作的《壹周立波秀》栏目成功地将其观众群由以上海为主推广到了全国，由剧场表演推广到了电视演绎。公司与拥有周立波唯一演艺经纪权的清口工作室签订了长期合作协议，并吸收周立波成为公司股东，双方将为《壹周立波秀》节目及其延伸品牌的创意、策划、制作、推广而长期合作。

李勇（李咏)，原中央电视台节目主持人，曾主持《幸运 52》、《非常 6+1》、《梦想中国》、《咏乐汇》等节目，曾多次主持中央电视台的春节联欢晚会。2013 年，李勇参与公司大型栏目《超级演说家》研发并担任导师。公司与李勇合资成立控股子公司金麦文化，具体实施大型益智栏目《蚂蚁斗大象》等节目的运营。

③外部创作人才

公司还吸引了更多的外部优秀人才与公司保持紧密合作关系，从而进一步提升公司的资源优势。

（3）品牌的节目内容

“内容为王”是传媒界的共识，内容决定媒体是否具备核心竞争力。随着传统媒体数量和播出时长的不断增加及网络媒体的不断涌现，节目内容的同质化和重复化十分严重，独具特色的品牌节目内容成为稀缺资源。品牌的节目内容有双重内涵：一是节目自身的品牌，二是主创人员品牌，两者相互促进。在节目发展初期，主创人员品牌能够迅速提升节目的知名度和影响力，随着节目由成长走向成熟，形成节目自身品牌，反过来促进主创人员品牌的提升。公司多年来一直坚持品牌节目创意、维护内容品质，使节目品牌与主创人员品牌相互促进，形成了品牌的良性循环。品牌节目内容吸引了更多客户，使受托业务快速发展，为公司拓宽了利润增长空间。

①品牌栏目

《鲁豫有约》和《壹周立波秀》为公司报告期主要的两档品牌栏目，在省级卫视和凤凰卫视播出，通过节目内容与主持人演艺特征的相互促进，使节目品牌和主持人

品牌均得到提升，实现双赢。品牌栏目易于获得播出平台的青睐，为公司的经营效益和盈利增长提供保障；品牌栏目能够提升公司的社会影响，有利于吸引更多主创人员与公司开展合作，打造更多的创新节目；品牌栏目利用其自身的知名度和影响力，有助于衍生节目的市场推广。报告期内，公司不断创意制作出新的品牌栏目，由崔永元和周立波担任主持的《小崔说立波秀》栏目 10 集样片已在中央电视台财经频道播出；《超级演说家》由陈鲁豫、李咏、林志颖、乐嘉担任导师，第一季和第二季已分别于 2013 年 8 月至 10 月和 2014 年 4 月至 7 月在安徽卫视晚间黄金时段播出；由郭德纲、谢娜、英达担任导师的《我为喜剧狂》已于 2014 年 2 月至 5 月在湖北卫视晚间黄金时段播出。

②品牌纪录片

公司致力于发展大型纪录片，通过增资扩股等方式吸收纪录片团队和主创人才的加盟，利用纪录片主创人员曾经创作《大国崛起》、《公司的力量》等知名纪录片的品牌影响力，加大投资力度，积极开拓纪录片市场，以包含国计民生、人文历史、自然与环境等方面的内容，使观众在获得知识的同时引发思考，促进文化的传承。通过打造品牌纪录片，进一步提升公司的行业影响力，并不断培养公司纪录片领域的专业人才，吸引更多的客户与公司开展合作。报告期内公司参与拍摄的大型纪录片主要包括《文化的力量》、《走向海洋》、《望海南》和《宋之韵》等，《马可波罗》国际版已进入发行阶段，《中国制造》处于文稿撰写和前期考察阶段。

③品牌服务节目

公司通过打造品牌栏目和品牌纪录片，能够吸引有节目内容需求的企事业单位与公司开展合作，以受托制作纪实片、广告片、定制剧等多种节目样式开展合作，进一步增加了公司的利润增长点。

④精品电视剧

公司致力于打造精品电视剧，吸引更多优秀的演职人员与公司开展合作；并通过电视剧的发行巩固和加强与播出平台的合作关系，增加收入来源；通过精品电视剧的播出提升公司在消费群体中的品牌影响。

（4）多元的发行渠道

公司已建立传统媒体、网络媒体和海外媒体三个发行渠道。渠道客户在各自领域

内覆盖率广、收视人群多、排名领先。传统媒体方面，公司已与中央电视台、多家省级卫视建立了业务合作关系，发行区域覆盖全国；海外媒体方面，公司与凤凰卫视签订了《战略合作协议》，以独家买断、预购合作电视节目等方式，进行长期合作，发行区域拓展到香港、东南亚、欧洲及美洲；网络媒体方面，视频网站已经成为年轻群体重要的节目收视渠道，需要专业化、特色化的视频内容吸引受众，为公司提供了广阔的市场需求，公司已与搜狐视频等网络媒体建立了稳定的视频内容提供关系。公司针对渠道特征提供不同类型的节目内容，部分节目也可在三个渠道分别发行，实现公司产品效益的最大化。在建立和完善三个发行渠道的基础上，公司也通过各种方式介入渠道终端，进一步保障公司节目产品的顺利发行。

①渠道多元

报告期内，公司渠道多元化，主要客户均为各自领域内的领先媒体，如下表所示：

类型	内容
传统媒体	《鲁豫有约》先后在湖南卫视、安徽卫视独家播出；《壹周立波秀》在东方卫视、广西卫视、广东卫视等卫视频道首轮播出，十余家其他省级卫视或地面频道次轮播出，2012 年“五一”季起，浙江卫视独家播出；《中国夜》、《小崔说立波秀》（样片）在中央电视台财经频道播出；《超级演说家》、《名人那些信》在安徽卫视播出；《我为喜剧狂》在湖北卫视播出；《鲁豫的礼物》、《美丽俏佳人》在旅游卫视播出；《红星照耀中国》在重庆卫视播出；《走向海洋》在中央电视台综合频道首轮播出；《中学生大讲堂》在中央电视台中学生频道播出。
海外媒体	《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《凤凰大视野》、《皇牌大放送》等在凤凰卫视中文台播出；《今日中国》在凤凰卫视欧洲台、美洲台独家播出。
网络媒体	《鲁豫有约—十年故事》、《壹周立波秀》、《红星照耀中国》在 PPTV 独家网络发行；《军情前哨站》、《心灵讲堂》、《延参三人行》、《董董锵》、《诡故事》在搜狐视频独家播出；2014 年，《壹周立波秀》、《超级演说家》、安徽卫视版《鲁豫有约》在搜狐视频独家播出。

②渠道资源融合

公司针对三个发行渠道分别建立了发行部门，三个发行部门相互协作，共同推广公司产品，为不同的节目提供多种发行平台的选择，拓展了研发空间，节约了推广费用，降低了市场风险，实现了公司利润的最大化。报告期内，《鲁豫有约》在安徽卫视和凤凰卫视中文台同步播出，又以不同的节目样式在凤凰网、PPTV 等网站视频链接，2014 年，公司进一步将《壹周立波秀》、《超级演说家》、安徽卫视版《鲁豫有约》的网络独家播映权售予搜狐视频；纪录片《红星照耀中国》则在重庆卫视首轮播出后又实现了在其他电视台和视频网站 PPTV 的发行。

③渠道终端介入

在建立和完善传统媒体、海外媒体和网络媒体三个发行渠道的基础上，公司也通过各种方式介入渠道终端。公司为中央电视台中学生频道承制《中学生大讲堂》栏目，是该频道的“独家节目提供方”，继而获得该频道授予的品牌使用权，以 CCTV《中学生大讲堂》的名义自主制作并在自营网络平台上播出相关节目；公司获得凤凰卫视欧洲台、美洲台的授权，通过支付播出费的方式获取播出时段，接受我国政府机构和企事业单位委托拍摄节目并在《今日中国》栏目播出；“能量传播”网站（http://www.nlcb.com.cn）播出公司版权节目，成为自主编排节目的网络平台。公司介入渠道终端的上述措施进一步保障了公司节目的顺利发行。

（5）领先的合作机构

公司通过多年发展，在节目创意制作到平台播出的各个环节上，与众多机构建立了长期稳定的合作关系。公司的主要合作机构，均在各自领域内具备领先优势，有效保证了公司的节目品质，促进了节目传播效果。

客户	简介	与公司合作项目
中央电视台	是中华人民共和国国家电视台，现具有传播新闻、社会教育、文化娱乐、信息服务等多种功能，是全国公众获取信息的渠道之一。	《小崔说立波秀》、《中国夜》、《首席夜话》、《行走的餐桌》、《中学生大讲堂》、《开国纪事》等
凤凰卫视	旗下凤凰卫视中文台、电影台、资讯台、欧洲台、美洲台覆盖亚太及欧洲、北美近百个国家及地区。自 2005 年开始公司与凤凰卫视开展合作， 2011 年双方签署了 15 年的战略合作协议。	《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《凤凰大视野》、《皇牌大放送》、《今日中国》等
安徽卫视	安徽卫视在电视剧运营战略取得成功的基础上，全力打造自主品牌栏目、大型活动和特别节目，收视率连续几年居省级卫视前五名。	《鲁豫有约》、《超级演说家》、《豫约十年中秋晚会》、《名人那些信》、《开国纪事》
浙江卫视	浙江卫视突出新闻主体地位，强化社教、文艺栏目，频道以浙江地方新闻和综合节目为主，集综艺娱乐、社教、文化、法制于一体，收视率位居省级卫视前列。	《壹周立波秀》、《周立波》素材
长江传媒	依托湖北广电的传媒资源优势，经营节目制作、大型活动、频道运营、影视制作、新媒体运营、海外渠道拓展等多个领域。	《文化的力量》、《我为喜剧狂》
三多堂传媒	专业纪录片投资、制作、发行公司。代表作:《晋商》、《唐之韵》、《汉字五千年》、《大国崛起》、《公司的力量》等。	《宋之韵》、《望海南》、《走向海洋》、《为时代放歌》、《五台山》等
瑞格嘉尚	国际品牌内容营销协会会员，曾以《钢铁侠 2》为载体，创意策划森马服饰与 Marvel 全面展开营销合作，包括电影内容植入、钢铁侠动画版内容制作、衍生品开发等。	《找北》、《爱在巴黎》、《快乐梦多多》、《深爱食堂》、《白话好莱坞》
聚力传媒	网络电视技术平台提供商，其旗下的 PPTV 网络电视支持对海量高清影视内容的“直播+点播”功能。	《鲁豫有约—十年故事》、《红星照耀中国》、《台湾宗教》等
搜狐视频	综合视频网站，2008 年底国内首家推出 100%正版高清电影、电视剧、综艺、纪录片、音乐等系列高清视频频道。	《鲁豫有约》、《超级演说家》《壹周立波秀》、《军情前哨站》、《心灵讲堂》等

5、公司的竞争劣势

（1）公司规模偏小，资金实力较弱

与同行业上市公司相比，公司的规模偏小，资金实力较弱。资金实力是决定社会制作机构市场竞争力的关键因素，雄厚的资金实力能够在市场竞争中迅速把握机会，开展多元化经营模式，分散经营风险。尽管公司凭借节目研发、制作经验及品牌节目树立了公司的行业品牌，但有限的资金实力仍是制约公司快速发展的瓶颈。

（2）现有人才储备难以满足业务扩张的需求

公司目前的人才储备基本能够满足现有的业务规模，但随着业务的持续扩张，现有的人才储备将难以满足规模持续增长的要求。因此，如果公司不能及时引进和培养专业人才，扩大人才储备规模，将无法保证生产经营的持续快速发展。

（三）影响发行人发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）视频节目制作在内的文化产业大发展大繁荣成为我国当前的战略任务

党的十六大以来，党和国家始终把文化建设放在全局工作的重要战略地位，坚持物质文明和精神文明两手抓，促进文化事业和文化产业同发展，推动文化建设不断取得新成就。党的十七大进一步提出了兴起社会主义文化建设新高潮、推动社会主义文化大发展大繁荣的战略任务。党的十八大还提出，扎实推进社会主义文化强国建设，增强文化整体实力和竞争力。

2009 年 7 月，《文化产业振兴规划》提出深化文化体制改革，加快广播电视节目制播分离改革，以文化创意、影视制作、演艺娱乐和动漫等产业为重点，加大扶持力度；影视制作业要提升影片、电视剧和电视节目的生产能力，扩大影视制作、发行、播映和后续产品开发，满足多种媒体、多种终端对影视数字内容的需求；鼓励非公有资本进入文化创意、影视制作等领域；加大税收扶持力度，支持文化产业发展；加大金融支持，鼓励银行业金融机构加大对文化企业的金融支持力度，支持有条件的文化企业进入主板、创业板上市融资。

2010 年 3 月，证监会、银监会、广电总局等九部委出台《关于金融支持文化产业

振兴和发展繁荣的指导意见》（银发[2010]94 号），进一步改进和提升对我国文化产业的金融服务，支持文化产业振兴和发展繁荣，积极探索适合文化产业项目的多种贷款模式，进一步改进和完善对文化企业的金融服务，推动符合条件的文化企业上市融资，加强适合于创业板市场的中小文化企业项目的筛选和储备，支持符合条件的企业上市。

2010 年 6 月，中共中央办公厅、国务院办公厅联合下发《关于印发<2009-2020 年我国重点媒体国际传播力建设总体规划>的通知》（中办发[2009]24 号），提出到 2020 年争取在报刊、通讯社、广播电视和互联网等领域建成若干具有国际影响力的传媒集团，掌握话语权，赢得主动权，形成与我国经济社会发展水平和国际地位相称的媒体国际传播力。

2011 年 10 月，党的十七届六中全会审议通过《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》，明确指出：加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业；推动文化产业跨越式发展，使之成为新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点；推进文化产业机构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、音乐、会展等传统文化产业；在国家许可范围内，引导社会资本以多种形式投资文化产业，在投资核准、信用贷款、土地使用、税收优惠、上市融资、发行债券、对外贸易和申请专项资金等方面给予支持。

2012 年 5 月 22 日，广电总局发布《关于鼓励和引导民间资本投资广播影视产业的实施意见》（广发[2012]36 号），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；鼓励和引导民间资本投资电影制片、发行、放映领域。

2012 年 6 月 28 日，文化部发布《关于鼓励和引导民间资本进入文化领域的实施意见》（文产发[2012]17 号），提出建立健全多元化、多层次、多渠道的文化产业投融资体系，鼓励和支持民营文化企业借助资本市场做大做强；支持民营文化企业通过信贷、信托、基金、债券等融资，支持民营文化企业通过并购重组、上市等方式融资。

党的十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出建立健全现代文化市场体系：鼓励各类市场主体公平竞争、优胜劣汰，促进文化资源在全国范围内流动；推动文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组；鼓励非公有制文化企业发展，降低社会资本进入门槛，允许以控股形式参与国有影视制作机构、文

艺院团改制经营；在坚持出版权、播出权特许经营前提下,允许制作和出版、制作和播出分开。

上述政策措施为社会制作机构提供了宽松、有利的发展环境，在未来发展中将迎来更多机遇。

（2）制播分离有助于加强社会制作机构参与市场竞争的公平性

2009 年 8 月，广电总局下发《关于认真做好广播电视制播分离改革的意见》(广发[2009]66 号)，标志着制播分离改革进入了快速发展期。该文件指出实施制播分离改革的目的是为了提高电台、电视台的节目质量，降低节目成本，丰富节目内容，转换运营机制，增强发展活力，调动社会力量制作节目，改变各台自制自播节目的模式。我国广播电视业积极推进的制播分离改革将娱乐、综艺、电视剧、体育等类型的内容生产剥离出来，以市场化方式生产和竞争，为社会制作机构提供了发展空间。

（3）三网融合促进新媒体的进一步发展

2010 年 1 月 13 日召开的国务院常务会议提出，我国已基本具备进一步开展三网融合的技术条件、网络基础和市场空间，加快推进三网融合已进入关键时期。三网融合的推进工作持续进行，由此带来广播电视数字新媒体如有线数字电视、卫星数字电视、地面数字电视、CMMB、IPTV 以及各种电信新媒体、互联网新媒体等都得到了一定的发展。网络视频传输速率的提高，接入渠道的增多，使用户可以随时随地通过各种方式观看、分享视频内容，各种新媒体的媒体价值和商业价值快速提升。新媒体需要大量的视频节目内容来满足用户需求，尤其需要原创特色视频节目提升竞争力。新媒体的发展催生了影视内容的大量需求，社会制作机构面临广阔的市场。

（4）消费者需求逐步扩大给社会制作机构带来了新的机遇

随着我国国民收入水平、学历水平以及消费能力的不断上升，高学历、高收入、高消费能力的人群对于文化娱乐、社会教育、新闻资讯、生活信息等方面的需求也将呈现高质量、多样式、精内容的趋势，因此高端栏目、大型纪录片和精品电视剧市场也将进一步扩大，社会制作机构将迎来新的市场和需求。

（5）电视媒体的市场化竞争

随着电视频道数量的增多，收视率竞争日趋白热化，对于优质节目的需求日益增强。各家电视媒体可通过采购独播优质栏目、独播精品电视剧，在竞争中占据优势地

位。电视媒体的市场化竞争为优质节目的发行销售带来了新的增长空间。

（6）海外市场的发展潜力巨大

经济地位的迅速提升将促进我国文化产品的输出，海外市场发展空间巨大。2010 年 2 月，商务部等十部委联合出台《关于进一步推进国家文化出口重点企业和项目目录相关工作的指导意见》，明确将进一步加大对文化出口重点企业和项目的支持力度，率先培育一批中国文化出口品牌企业和品牌项目，加快提升文化出口企业的国际竞争力，国家对于文化企业将加大资金支持力度、实行税收优惠政策、提供金融支持、提高出口便利化水平。

2、不利因素

（1）行业竞争的不平衡

行业发展的主要不利因素来自于行业竞争，制播分离尚未全面推行，社会制作机构的生存发展一定程度上受到电视媒体的制约，面临不平衡的竞争及市场议价能力不高等客观情况。拥有播出平台优势的电视媒体和网络媒体不断从国外购买节目模式自行生产或直接购买视频节目，对社会制作机构也形成一定的冲击和压力。

（2）存在网络盗播侵权现象

网络媒体经营规则不够完善，执法力度尚显不足，导致网络盗播侵权现象存在，侵害了社会制作机构的利益。

（3）资金瓶颈

目前国内社会制作机构普遍规模不大，“轻资产”经营特征明显，很难通过资产抵押或企业信用等途径获得银行贷款，大多数制作机构只能凭借自身积累实现规模扩张。受资金规模限制，部分制作机构只能压缩成本和制作周期，影响节目制作质量。

（四）行业上下游情况及其影响

1、行业的上游情况及其影响

公司所处行业的上游主要包括演职人员劳务、剧本创作和服装、化妆、道具等的采购，以及专用设施、设备和场景的经营租赁等。

优秀的创作团队、制片人、导演、编剧、演员和主持人的参与，往往能够显著提升视频节目内容的整体质量和市场影响力。社会制作机构可以通过签约合作等形式，获得创作团队、制片人、导演、编剧、演员和主持人等资源，进行资源整合，提升整体盈利能力。

服装、化妆、道具等也是节目内容不可缺少的要素，均有专业的服务团队，市场化充分，社会制作机构可以选择经验丰富、成本控制严格的合作者；专用设施、设备和场景的租赁市场主体众多，价格透明，社会制作机构主要通过经营租赁的方式取得。

2、行业的下游情况及其影响

公司所处行业的下游主要是电视媒体、网络媒体以及音像出版行业等衍生品行业。电视媒体是最主要的视频节目播放渠道，社会制作机构的主要收入来自于电视媒体。社会制作机构与电视媒体之间是相互促进的关系：电视媒体播出视频节目，优质节目内容可以增加电视媒体知名度，提升频道收视率，增加广告收入；广告收入的增加以及频道收视率竞争会提高电视媒体对优质节目内容的需求，加速制播分离的推进，推动社会制作机构加大资金投入以制作出更优质的节目内容。2012 年社会制作机构与电视媒体共同投资、共担风险、收益分成的合作模式出现，为有实力的社会制作机构提供了更多高投入、大制作的机会，扩大了收益增长的空间。

近年来视频网站、数字移动电视、网络点播、IPTV 和手机电视快速发展，新技术的运用导致媒介的大融合，给影视内容行业带来新的发展机遇，各类网络媒体在竞争下产生了更多的原创节目需求，促进了影视内容行业的发展。

社会制作机构将视频节目的音像版权售予音像出版公司，生产音像制品。受盗版光碟和网络盗播的影响，音像出版行业景气度不高，其中，电视剧主要受盗版光碟的影响，综艺栏目和专题纪录片主要受网络盗播的影响。

三、销售情况和主要客户

（一）销售情况

1、公司主要产品的产量、产能情况

报告期内，公司已完成制作的视频节目数量和时长如下表所示：

单位：小时

产品类型	2014 年 1-6 月			2013 年			2012 年			2011 年		
	档	期数	时长	档	期数	时长	档	期数	时长	档	期数	时长
栏　目	8	185	138	9	435	288	17	1,722	680	9	2,115	806
纪录片	3	7	5	7	29	13	18	62	36	6	80	33
品牌服务	5	3,513	492	5	12,660	1,721	10	142	44	4	35	31
电视剧	-	-	-	1	26	20	-	-	-	-	-	-
合　计	**16**	**3,705**	**635**	**27**	**13,150**	**2,042**	**46**	**1,926**	**760**	**19**	**2,230**	**870**

注：2013 年，公司完成步步高教育微视频共计 12,648 期，当期节目数量大幅增加。

2、公司报告期内分产品的收入情况

公司的节目按照产品形态可分为栏目、纪录片、品牌服务和电视剧四类，其收入构成如下表所示：

单位：万元、%

产品形态	2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
栏　目	15,285.24	91.39	20,256.55	74.62	8,992.07	50.54	7,122.85	58.97
纪录片	31.33	0.19	2,603.11	9.59	1,393.36	7.83	2,418.68	20.02
品牌服务	1,408.09	8.42	2,938.44	10.82	7,406.36	41.63	2,537.11	21.01
电视剧	-	-	1,349.06	4.97	-	-	-	-
合　计	**16,724.66**	**100.00**	**27,147.16**	**100.00**	**17,791.79**	**100.00**	**12,078.64**	**100.00**

3、产品或服务的主要客户群体

公司视频节目产品和节目相关服务的主要客户群体包括电视台、网络媒体、企事业单位、文化传媒公司等。报告期内，公司来自前十大客户的收入按客户类型分类情况如下表所示：

单位：万元、%

客户类型	2014 年 1-6 月		2013 年		2012 年		2011 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电视台	6,405.77	38.30	14,717.35	54.21	4,192.61	23.57	4,461.27	36.93
网络媒体	884.43	5.29	-	-	1,864.26	10.48	894.00	7.40
企事业单位	245.28	1.47	1,789.85	6.59	1,381.27	7.76	2,280.51	18.88
文化传媒公司	8,721.70	52.14	6,349.05	23.39	6,350.00	35.69	1,620.00	13.41
小　计	**16,257.18**	**97.20**	**22,856,25**	**84.19**	**13,788.14**	**77.50**	**9,255.77**	**76.62**

公司发展早期，主要依靠向电视台销售节目播映权或接受电视台委托承制电视节目取得收入，2011 年至 2012 年，播出平台以外的客户需求快速增长，来自企事业单位和文化传媒公司的收入及占比均快速增长；另外，公司大力拓展新媒体发行渠道，与腾讯微博、PPTV、搜狐视频等均建立了合作关系。2013 年，公司收入主要来自于《超级演说家》、《我为喜剧狂》、《文化的力量》等大型项目，且主要与电视台合作，造成当期来自电视台的收入占比较高。2014 年 1-6 月，公司大型栏目《我为喜剧狂》、《超级演说家》收入较高，客户分别为长江传媒和安徽广播电视台，造成当期来自文化传媒公司和电视台的收入占比较高。

4、销售价格的总体变动情况

报告期内《鲁豫有约》、《壹周立波秀》，按年签订销售合同，约定单集（季）价格；其他项目公司根据预计成本并加计行业合理利润，确定销售价格。

报告期内，《鲁豫有约》和《壹周立波秀》单集合同价格情况如下：

栏目名称	2014 年	2013 年
鲁豫有约	安徽卫视基准价 12.20 万元，根据收视排名确定结算价/凤凰卫视 4.20 万元	安徽卫视基准价 9.70 万元，根据收视排名确定结算价/凤凰卫视 3.85 万元
壹周立波秀	浙江卫视境内独播每季 400 万元/凤凰卫视 5 万元	浙江卫视境内独播每季 400 万元/凤凰卫视 5 万元
栏目名称	**2012 年**	**2011 年**
鲁豫有约	安徽卫视基准价 8.70 万元，根据收视排名确定结算价/凤凰卫视 3.50 万元	安徽卫视基准价 8.70 万元，根据收视排名确定结算价/凤凰卫视 3.50 万元
壹周立波秀	“春节”季安徽卫视首播 20 万元，其他卫视 9 万元；“五一”季起，浙江卫视独播每季 400 万元；凤凰卫视 5 万元	境内卫视首播 9 万元/凤凰卫视 5 万元

其他主要项目分为一季一签的节目和一次性节目。一季一签的节目是指双方合作完成一季业务后又签订新的合同，节目制作内容有一定的延续性，且（或）原有节目名称不变，如《超级演说家》、《我为喜剧狂》、《今日中国—多彩贵州》、《快乐梦多多（续篇）》和《行走的餐桌 2》等。其他主要项目合同金额如下表所示：

单位：万元

栏目名称	第一季	第二季	第三季
超级演说家（模式研发及前期筹备）	2,800.00	3,300.00	-
超级演说家（制作）	3,700.00	3,700.00	-
我为喜剧狂（模式研发及前期筹备）	3,500.00	3,500.00	-
我为喜剧狂（制作）	3,875.00	-	-

栏目名称	第一季	第二季	第三季
今日中国—多彩贵州	520.00	520.00	520.00
行走的餐桌	90.00	110.00	-
快乐梦多多	1,250.00	1,500.00	-

注：《超级演说家》不含追加集数的合同价格，《今日中国—多彩贵州》第三季合同 520 万元含贵州旅游推介活动 260 万元

一次性节目是指与客户就单项业务进行合作的项目，因客户需求不同而存在较大差异，主要是纪录片、宣传片、电视剧等，销售价格不具有可比性。

5、各销售模式的规模及占当期销售总额的比重

公司直接面向客户提供视频内容产品或提供节目相关服务，直接从客户处取得收入，不存在分销、经销等销售模式。

（二）客户情况

1、报告期内公司向前十大客户的销售情况

（1）2014 年 1-6 月前十大客户

单位：万元、%

排名	客户名称	营业收入	占比	项目
1	长江传媒	6,957.55	41.60	我为喜剧狂第一季（制作）、我为喜剧狂第二季（模式研发及前期筹备）
2	安徽广播电视台	4,765.91	28.50	鲁豫有约、超级演说家第二季（制作）
3	飞狐信息技术（天津）有限公司	884.43	5.29	鲁豫有约、壹周立波秀、超级演说家
4	北京外企景鸿文化发展有限公司	858.49	5.13	美丽俏佳人
5	浙江广播电视集团	754.72	4.51	壹周立波秀
6	瑞格嘉尚	622.64	3.72	白话好莱坞、深爱食堂
7	海南海视旅游卫视传媒有限责任公司	471.70	2.82	鲁豫的礼物
8	凤凰卫视	413.44	2.47	鲁豫有约、壹周立波秀等
9	中广天择传媒股份有限公司	283.02	1.69	鲁豫有约
10	贵州省旅游局	245.28	1.47	贵州旅游推介
小　计		**16,257.18**	**97.20**	-

（2）2013 年前十大客户

单位：万元、%

排名	客户名称	营业收入	占比	项目
1	安徽广播电视台	10,866.38	40.03	鲁豫有约、超级演说家第一季、超级演说家第二季（模式研发及前期筹备）名人那些信
2	长江传媒	3,773.58	13.90	文化的力量、我为喜剧狂第一季（模式研发及前期筹备）
3	湖北广播电视台	1,500.00	5.53	文化的力量
4	浙江广播电视集团	1,357.08	5.00	壹周立波秀、周立波素材
5	上海铭奇文化传播有限公司	1,349.06	4.97	亮仔的幸福奇缘
6	神州电视	1,226.42	4.52	鲁豫有约、真实中国、苹果在中国
7	凤凰卫视	993.90	3.66	鲁豫有约、壹周立波秀
8	一汽-大众销售有限责任公司	679.25	2.50	奥迪 C 系车视频广告
9	北京春秋永乐文化传播有限公司	596.85	2.20	德云社 2013 年全国巡演
10	老庙黄金	513.76	1.89	德云社 2013 年全国巡演、老庙黄金户外广告
小　计		**22,856.25**	**84.19**	-

（3）2012 年前十大客户

单位：万元、%

排名	客户名称	营业收入	占比	项目
1	瑞格嘉尚	5,730.00	32.20	快乐梦多多、找北、爱在巴黎
2	安徽广播电视台	2,319.51	13.04	鲁豫有约、壹周立波秀、名人那些信
3	凤凰卫视	1,083.56	6.09	鲁豫有约、壹周立波秀、凤凰大视野、皇牌大放送
4	克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司	831.27	4.67	克莱斯勒 Jeep 指南者电视广告、克莱斯勒吉普大切诺基电视广告
5	浙江广播电视集团	789.54	4.44	壹周立波秀
6	聚力传媒	774.70	4.35	鲁豫有约—十年故事、台湾宗教、壹周立波秀
7	三多堂传媒	620.00	3.48	望海南、为时代放歌
8	飞狐信息技术（天津）有限公司	563.15	3.17	军情前哨战、心灵讲堂、中学生大讲堂、董董锵、延参三人行、诡故事等
9	一汽-大众销售有限责任公司	550.00	3.09	卓•悦有我、背后的支持
10	腾讯科技（深圳）有限公司	526.42	2.96	鲁豫有约
小　计		**13,788.14**	**77.50**	-

（4）2011 年度前十大客户

单位：万元、%

排名	客户名称	营业收入	占比	项目
1	安徽广播电视台	2,771.27	22.94	鲁豫有约、壹周立波秀、豫约十年中秋晚会
2	海航集团	1,455.90	12.05	完美实习生、易经大赛
3	三多堂传媒	1,120.00	9.27	宋之韵、望海南、素材
4	凤凰卫视	1,050.00	8.69	鲁豫有约、壹周立波秀
5	山西广播电视台	640.00	5.30	开国元勋之三晋人物（一）
6	聚力传媒	594.00	4.92	鲁豫有约—十年故事、壹周立波秀、红星照耀中国
7	瑞格嘉尚	500.00	4.14	快乐梦多多（创意策划、前期筹备）、爱在巴黎（创意策划）
8	广东步步高电子工业有限公司	449.61	3.72	步步高手机广告宣传片
9	贵州省旅游局	375.00	3.11	今日中国—多彩贵州
10	腾讯科技（深圳）有限公司	300.00	2.48	鲁豫有约
小 计		**9,255.77**	**76.62**	-

注：海航集团的营业收入包括其关联方海南中华传统文化研究院的 2,659,000.00 元。

报告期内，神州电视 2011 年度为公司关联法人，除此之外，上述前十大客户与公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员均无关联方关系或其他利益安排。

2、报告期公司主要客户的变动及其合理性

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司前十大客户营业收入占比分别为 76.62%、77.50%、84.19%和 97.20%，前十大客户集中度较高，主要原因为：

播出平台从自身频道定位、节目竞争需要出发，一般倾向于采购节目的独家播映权或与公司联合制作节目后独家播出，以上因素导致报告期内公司栏目业务客户集中于几家电视台，如公司《鲁豫有约》境内独家播映权销售给安徽卫视，境外独家播映权销售给凤凰卫视，《壹周立波秀》自 2012 年“五一”季起境内独家播映权销售给浙江卫视，季播栏目《超级演说家》节目模式售予安徽卫视，双方联合制作节目在安徽卫视独家播出，季播栏目《我为喜剧狂》节目模式售予长江传媒并接受其委托制作第一季节目在湖北卫视独家播出等。

报告期内，公司大型品牌客户如海航集团、森马服饰、克莱斯勒、一汽奥迪等品

牌推广的要求高、投入大，公司制作的纪录片《宋之韵》、《文化的力量》和提供节目相关服务的纪录片《望海南》等均是投入较高的大型纪录片，导致报告期内公司品牌服务和纪录片业务客户较为集中。

未来，随着公司业务的发展，公司仍将存在客户集中度较高的情况，存在大客户依赖风险。

3、报告期公司新增客户和原有客户情况

2011 年公司实现主营业务收入 12,078.64 万元，原有客户安徽广播电视台、凤凰卫视、山西广播电视台、贵州省旅游局、重庆广播电视集团（总台）等实现收入 6,414.83 万元，占比 53.11%；新增瑞格嘉尚、三多堂传媒、海航集团、聚力传媒、广东步步高电子工业有限公司、腾讯科技（深圳）有限公司、海南中华传统文化研究院、北京中联华盟文化投资有限公司、北京搜狐新媒体信息技术有限公司等客户，实现收入 5,663.81 万元，占比为 46.89%。

2012 年公司实现主营业务收入 17,791.79 万元，原有客户安徽广播电视台、凤凰卫视、瑞格嘉尚、浙江广播电视集团、三多堂传媒、聚力传媒、贵州省旅游局、腾讯科技（深圳）有限公司、飞狐信息技术（天津）有限公司等实现收入 13,002.08 万元，占比 73.08%；新增克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司、一汽-大众销售有限责任公司、竞技天下（北京）网络技术有限公司、北京外企景鸿文化发展有限公司等客户，实现收入 4,789.71 万元，占比为 26.92 %。

2013 年公司实现主营业务收入 27,147.16 万元，原有客户安徽广播电视台、湖北广播电视台、浙江广播电视集团、神州电视、凤凰卫视、一汽-大众销售有限责任公司等实现收入 18,296.22 万元，占比 67.40%；新增长江传媒、上海铭奇文化传播有限公司、北京春秋永乐文化传播有限公司、老庙黄金等客户，实现收入 8,850.94 万元，占比为 32.60%。

2014 年 1-6 月公司实现主营业务收入 16,724.66 万元，原有客户长江传媒、安徽广播电视台、飞狐信息技术（天津）有限公司、浙江广播电视集团、北京外企景鸿文化发展有限公司、凤凰卫视等实现收入 15,840.70 万元，占比为 94.71%；新增海南海视旅游卫视传媒有限责任公司、中广天择传媒股份有限公司等客户，实现收入 883.96 万元，占比 5.29%。

公司自制栏目向播出平台发行通常一年一签或一季一签，该类客户比较稳定，但也可能出现更换播出平台的情况，如 2012 年 4 月 3 日《壹周立波秀》的卫视独家播映权转让浙江卫视，不再同时发行多个省级卫视。公司受托制作业务主要为客户提供节目制作服务，该类业务的合作期限通常为项目周期制，项目完成后即解除合作关系，因此该类客户是否持续存在不确定性，2011 年，公司大力开拓纪录片和品牌服务业务，拓展了新的客户，该类业务的主要客户海航集团、三多堂传媒、瑞格嘉尚、贵州省旅游局等均与公司建立了良好的合作关系；贵州省旅游局已连续三年与公司签署制作《多彩贵州》系列节目的合同，共包括 130 集节目和一次海外推广活动；三多堂传媒、瑞格嘉尚与公司的各项业务合作进展顺利，保证了与主要客户的持续稳定合作。

4、公司与主要客户的关系及合作情况

（1）凤凰卫视

①公司设立的背景、原因以及与凤凰卫视的关系

公司的设立源于《鲁豫有约》日播栏目的创意、制作和发行，2004 年 10 月，为了解决《鲁豫有约》栏目存在的定位和发展问题，经公司实际控制人、神州电视、陈鲁豫与凤凰卫视协商，决定由神州电视出资设立能量有限，原《鲁豫有约》制作服务团队全部进入能量有限，负责栏目的创意、策划和制作，运作资金由能量有限负责，版权及其播映权发行收益归能量有限所有；凤凰卫视同意陈鲁豫继续担任该栏目的主持人，并向能量有限购买该栏目的境外播映权。

②公司设立后业务、人员、资产、资金、经营场地等方面与凤凰卫视的具体关系

公司设立后，依法独立经营，对凤凰卫视不存在依存关系，公司与凤凰卫视在业务、人员与资产等方面的往来均为市场独立主体间的商业往来，具体情况如下：

A、战略合作协议情况

2011 年 9 月 23 日，凤凰卫视与公司签订了《凤凰卫视与北京能量影视战略合作协议书》，约定双方在平等自愿的原则下，在电视节目制作、播出领域建立长期合作战略伙伴关系，实现优势互补，包括：

公司继续使用陈鲁豫担任《鲁豫有约》栏目主持人，凤凰卫视向公司购买该栏目在凤凰卫视的播映权、境外播映权转让和衍生制品权；在市场存在需求时，且经双方

协商一致，双方可对凤凰卫视现有其它栏目以同种方式进行合作，节目播映权、版权的分配与《鲁豫有约》栏目一致。

凤凰卫视委托公司制作用于《凤凰大视野》、《皇牌大放送》等栏目的纪录片，以及于凤凰卫视其他电视栏目播放的节目，凤凰卫视支付所有制作费用后获得节目的全部版权。

公司有意向中国内地以外地区不同电视平台提供中国内地制作的节目，双方同意合作制作此等节目并由凤凰卫视负责进行海外地区推广。

凤凰卫视主持人根据公司的要求，参与合作制作的电视节目所附带的广告策划、宣传活动。

协议的有效期为 15 年，具体节目的合作期限分别签订合作协议予以确定。

B、业务往来关系

公司自主进行业务定位和业务经营，在部分业务机会、业务渠道上双方间平等合作，公司与凤凰卫视间的业务往来关系具体如下：

公司使用陈鲁豫担任《鲁豫有约》栏目主持人，凤凰卫视向公司购买该栏目在凤凰卫视的播映权、境外播映权转让和衍生制品权。

公司依照与凤凰卫视欧洲有限公司、凤凰卫视（美国）有限公司签订的《授权书》使用其商标、商号，公司发起、策划、制作《今日中国》栏目在凤凰卫视欧洲台、美洲台播出，并向凤凰卫视欧洲台、美洲台支付播出费。

公司接受凤凰卫视委托制作《凤凰大视野》、《皇牌大放送》节目，向凤凰卫视收取制作费用。

凤凰卫视向公司购买《壹周立波秀》栏目境外播映权。

C、人员往来关系

公司董事长唐建，董事兼总经理郭志成曾在凤凰卫视兼任职务，凤凰卫视主持人陈鲁豫担任公司《鲁豫有约》栏目主持人，并在本公司兼任董事，上述人员在凤凰卫视任职的具体情况如下表：

姓名	凤凰卫视职务	兼职时间	是否领薪
唐　建	国内事务副总裁	1996 年至 2009 年 12 月	否
郭志成	中国大陆节目总监	1999 年 1 月至 2005 年 10 月	否
	节目发展总监	2005 年 11 月至 2009 年 12 月	
陈鲁豫	主持人	-	是

唐建、郭志成兼任凤凰卫视职务的原因是：神州电视是凤凰卫视的国内广告销售代理，并为凤凰卫视电视节目制作提供技术支援等服务，为工作方便，凤凰卫视给予二人上述兼任职务。唐建及郭志成之兼任职务并未与凤凰卫视签订正式的聘任协议，亦未在凤凰卫视领取薪酬；自 2010 年起，二人不再兼任凤凰卫视职务。

陈鲁豫为凤凰卫视正式签约的节目主持人，同时担任公司《鲁豫有约》栏目的主持人，公司、凤凰卫视、陈鲁豫共同签订《合作协议》，明确各方之间的合作关系。

（2）三多堂传媒

①三多堂影视的基本情况

公司名称	北京三多堂影视广告有限公司		成立时间	1999 年 2 月 5 日
注册资本	300 万元		公司类型	有限责任公司
法定代表人	高晓蒙	住所	北京市海淀区北三环西路 48 号 2 号楼 19A	
股东构成	高晓蒙（44.50%）、刘军卫（30.50%）、段骏（17.50%）、张世敬（7.50%）			
实际控制人	高晓蒙			
营业范围	代理、发布广告			

注：2013 年 11 月该公司变更为北京圣乃仁投资管理有限公司，住所变更为“北京市海淀区中关村南大街 5 号 1 区 689 楼 1,117”，营业范围变更为“投资管理、投资咨询”。

②三多堂传媒的基本情况

公司名称	北京三多堂传媒股份有限公司		成立时间	2007 年 4 月 13 日
注册资本	2,000 万元		公司类型	股份有限公司
法定代表人	高晓蒙	住所	北京市海淀区北三环西路 48 号 2 号楼 19B	
股东构成	2014 年 3 月 20 日于全国中小企业股份转让系统挂牌交易，证券代码：430667			
实际控制人	高晓蒙			
营业范围	制作、发行动画片、专题片、电视综艺节目；音像制品零售、出租等			

③三多堂影视、三多堂传媒的关系及与程乐平的关系

三多堂影视是一家广告公司，程乐平是三多堂影视的原始出资者之一。1999 年 2

月与高晓蒙、刘军卫等人共同出资设立三多堂影视，程乐平初始投资 45 万元，占注册资本的 30%；为专业做好纪录片业务，2007 年 4 月 13 日，三多堂影视股东高晓蒙、刘军卫、段骏、程乐平、张世敬等共同出资设立了三多堂传媒，程乐平初始投资 51 万元，占注册资本的 17%。程乐平未在上述公司担任董事、监事或高级管理人员职务。

2010 年 11 月，程乐平因寻求更适合自身发展的平台，接受唐建邀请决定加入公司，遂辞去三多堂影视和三多堂传媒的职务，并转让所持有的全部三多堂影视、三多堂传媒股权。

程乐平加入公司后，公司纪录片业务团队得到了加强，促进了公司和三多堂传媒之间的业务合作，其中包括：山西电视台委托公司和三多堂传媒共同制作纪录片《开国元勋之三晋人物（一）》，三多堂传媒委托公司制作纪录片《宋之韵》，三多堂传媒委托公司为纪录片《望海南》、《为时代放歌》提供专业技术服务等，2013 年，公司与三多堂传媒合作投资摄制纪录片《五台山》，项目尚在执行过程中。

（3）瑞格嘉尚

①瑞格嘉尚的基本情况

公司名称	**北京瑞格嘉尚文化传播有限公司**		**成立时间**	**2010 年 12 月 10 日**
注册资本	300 万元		公司类型	有限责任公司
法定代表人	张妍	住所	北京市朝阳区东大桥路 9 号侨福芳草地大厦 B 座 603 室	
股东构成	张妍（持有股权比例 83.67%）戢二卫（持有股权比例 16.33%）			
实际控制人	张妍			
营业范围	组织文化艺术交流活动；企业策划、影视策划；图文设计；代理、制作、发布广告；承办展览展示、会议服务；租赁专业设备、机械设备、专业承包			

瑞格嘉尚主要提供两大服务，一是与好莱坞电影进行跨界合作，为客户提供产品植入，形象授权，联合推广等服务；二是根据品牌需求，进行内容定制服务，包括但不限于电影，电视剧，演唱会，动画片，图书等，利用内容传播广告客户品牌。

②公司与瑞格嘉尚的业务合作情况

报告期内，瑞格嘉尚与公司合作的项目包括动画片《快乐梦多多》、定制剧《找北》、定制剧《爱在巴黎》的前期策划专项服务等，公司均按期完成了上述品牌服务业务的受托工作，并获得瑞格嘉尚验收，上述项目的顺利合作为双方未来合作奠定了基础。

公司拥有丰富的视频节目制作经验，并致力于构建全媒体内容服务产业链的资源

整合平台，报告期内，公司在栏目业务快速发展的基础上，加大了纪录片和品牌服务业务的开拓力度，组建了专业团队，储备了具有丰富项目经验的专业人才，公司和瑞格嘉尚在业务上形成优势互补，建立了稳定的合作关系。

瑞格嘉尚与公司之间的合作项目进展顺利，《快乐梦多多》被广电总局推荐为 2012 年度第三批优秀国产动画片，104 集已于 2013 年 9 月 2 日起在中央电视台少儿频道播出；公司接受瑞格嘉尚委托制作的《快乐梦多多》（续篇）正在执行过程中，网络剧《深爱食堂》和网络栏目《白话好莱坞》已制作完成。

（4）安徽广播电视台

①安徽广播电视台的基本情况

安徽广播电视台成立于 2010 年 12 月，由原安徽人民广播电台、安徽电视台、安徽广播电视传输发射总台合并重组而成，是集广播、电视、报纸、网络、新媒体等多种业务为一体的省级广播电视综合传媒机构。经过多年的建设，安徽广播电视台已具备强大的内容生产、媒体运营、综合传播能力，尤其是近年来强力推进资源整合、品牌整合、实力整合，各项业务快速融合，新媒体、新业态蓬勃发展，品牌效应和社会影响日益扩大，整体实力显著提升，跨入了全国省级台先进行列。

②公司与安徽广播电视台的业务合作情况

公司与安徽广播电视台在 2010 年开始合作日播栏目《鲁豫有约》的基础上，合作关系不断深化，报告期内，除《鲁豫有约》外，双方陆续合作了《豫约十年中秋晚会》、《名人那些信》，并于 2013 年联合制作推出了大型栏目《超级演说家》，公司与安徽广播电视台合作关系稳定。

（5）浙江广播电视集团

①浙江广播电视集团的基本情况

浙江广播电视集团成立于 2001 年 11 月 8 日，是一家以广播电视为主业、兼营相关产业的综合型媒体集团，是国内最具影响力的省级媒体之一。浙江广播电视集团拥有 19 个广播电视频道，其中电视频道 12 个，浙江卫视为卫星频道；钱江都市、经济生活、教育科技、影视娱乐、民生休闲、公共•新农村、少儿频道为地面频道；国际频道为境外落地频道；留学世界、数码时代和好易购频道分别是数字付费和家庭购物频道。浙江广播电视集团实施节目、栏目、活动、频道和主持人“五大品牌战略”，《中

国好声音》、《中国梦想秀》等成为行业标杆综艺节目，浙江卫视跻身省级卫视“前三强”。

②公司与浙江广播电视集团的业务合作情况

报告期内，公司与浙江广播电视集团在《壹周立波秀》节目上进行合作，自 2012 年“五一”季开始，浙江广播电视集团与公司连续签订了三年《壹周立波秀》播映权许可合同，公司并与浙江广播电视集团下属浙江卫视签订《战略合作协议》，约定在《壹周立波秀》、《周立波》素材和《中国梦想秀》节目上进行合作，公司与浙江广播电视集团合作关系稳定。

（6）长江传媒

①长江传媒的基本情况

公司名称	**北京长江传媒有限公司**		**成立时间**	**2012 年 8 月 10 日**
注册资本	5,000 万元		公司类型	有限责任公司
法定代表人	周泳	住所	北京市东城区安定门东大街 28 号 1 号楼 B 单元 811 号 1-6 室	
股东构成	湖北长江广电传媒集团有限责任公司（持有股权比例 100%）			
营业范围	制作、发行动画片、专题片、电视综艺，不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目			

长江传媒集战略投资商、内容供应商、跨媒体运营商于一体,以“文娱梦工厂、影像新势力”为定位，立足中国传媒本土，面向世界传媒产业，走跨地域、跨领域、跨国界的产业集群发展模式。经营涉及节目制作、大型活动、频道运营、影视制作、新媒体运营、海外渠道拓展等多个领域。

②公司与长江传媒的业务合作情况

报告期内，长江传媒与公司合作的项目包括《文化的力量》和《我为喜剧狂》，2013 年，公司将纪录片《文化的力量》的商务赞助、衍生制品及网络传播权等商务开发权转让给长江传媒，双方还合作了大型栏目《我为喜剧狂》，第一季节目已于 2014 年 2 月至 5 月在湖北卫视播出，并将继续合作《我为喜剧狂》第二季，公司与长江传媒合作关系稳定。

四、采购和主要供应商

（一）采购情况

公司所发生的采购主要包括专业人员劳务、耗材、专业设备的购买，大型专用设施、设备，包括摄影棚、大型机房、整套摄影器材、交通工具等通常以经营租赁的方式取得并使用。

1、栏目

公司栏目业务的劳务采购主要为临时外聘人员劳务，临时外聘人员主要负责主持、摄像、灯光、录音等工作。公司的栏目制作所需的耗材如磁带等的采购，由项目组列出需求清单，在预算范围内经制片人批准后由公司统一采购，大型专用设施、设备，包括摄影棚、转播车等通常以租赁的方式取得并使用，摄影棚是栏目拍摄所必需的基础设施，由节目组就栏目拍摄所需的场景进行租用或搭建，租用一般按使用期间计算场地费。

2、纪录片

公司纪录片业务的劳务采购主要包括摄制过程中聘请出镜嘉宾、专家学者、导演、摄影师以及提供灯光、录音、配音、特效等服务的专业人员劳务支出。纪录片创作中通常大量采用已有的影音文献资料，因此需要采购相关素材。纪录片摄制过程中所发生的金额较小的、一次性使用的有形材料的消耗，如服装、道具等通常由劳务提供方统一承担，公司也会根据摄制需要自行采购磁带等耗材。纪录片摄制中使用的整套摄影器材、后期非线编辑系统、交通工具等通常以租赁的方式取得并使用。

3、品牌服务

公司的品牌服务业务所发生的采购主要包括专业人员劳务、耗材的购买和专用设施、设备的租赁等。专业人员主要包括导演、编剧、演员、摄影、动画制作、后期制作等专业人员，公司与上述人员签订聘用合同，发生专业人员劳务支出。耗材如磁带等的采购，由项目组相关人员列出需求清单，在预算范围内经制片人批准后由公司统一采购，大型摄影器材等专用设施、设备通常以租赁的方式取得并使用，由公司技术

部综合评价供应商的报价和服务后，择优租用。

4、电视剧

公司投拍电视剧业务主要由控股子公司能量影视实施，所发生的采购主要包括剧本创作服务、演职人员劳务、摄制耗材、化妆用品、服装、道具和专用设施、设备和场景的租赁以及外购电视剧版权等。

5、采购价格的变动趋势

公司采购的主要内容包括劳务采购、设施设备租赁和委托制作等，采购价格主要受市场供求关系和公司产品结构变动的影响。

在劳务采购方面，北京市专业机构和独立制作人才充足，劳务采购价格透明，随着公司业务规模扩大及行业平均报酬水平上升，劳务采购价格将呈上升趋势。

设施设备租赁主要是场地租赁和设备租赁，租赁市场供应比较充足。公司大型节目数量增多、制作精良程度进一步提升，对租赁的需求也将上升。随着整个房地产租赁市场租金费用的上升以及对拍摄录制设备技术要求的提高，租赁价格将呈上升趋势。

委托制作市场是一个充分竞争的市场，价格透明，委托制作费根据不同节目的类型、规模和制作要求而存在较大差异。公司充分利用自身优势，以创意、策划和项目统筹管理为主，将部分工作交由外部专业机构完成，大型节目一般发生较多的委托制作费，节目制作质量进一步提升也会导致委托制作费增加。北京市专业机构和人员比较充足，公司会进行询价对比，选择适当的专业机构，合理控制委托制作费水平。

（二）供应商情况

1、报告期内公司向前十名供应商的采购情况

（1）2014年1-6月

单位：万元、%

排名	供应商名称	采购金额	占比	所属项目
1	上海优创影视文化有限公司	4,603.99	20.51	风云天地、爷们儿
2	上海永逸影视文化工作室	2,280.00	10.16	爷们儿
3	上海裕隆文化传媒有限公司	952.40	4.24	爷们儿

排名	供应商名称	采购金额	占比	所属项目
4	金蛋工作室	916.98	4.09	超级演说家
5	北京娜小妞文化传播工作室	830.00	3.70	我为喜剧狂
6	上海观云影视传播有限公司	766.18	3.41	爷们儿
7	北京东方浩阳文化传媒有限公司	737.74	3.29	超级演说家、我为喜剧狂、传承者等
8	上海宋佳影视文化工作室	651.13	2.90	爷们儿
9	LEAD SPEED ENTERPRISES	611.84	2.75	超级演说家
10	百胜年代	600.00	2.67	我为喜剧狂
小 计		**12,950.26**	**57.72**	-

注：上海永逸影视文化工作室、上海裕隆文化传媒有限公司、上海观云影视传播有限公司、上海宋佳影视文化工作室、LEAD SPEED ENTERPRISES 为当年新增供应商

（2）2013年

单位：万元、%

排名	供应商名称	采购金额	占比	所属项目
1	百胜年代	1,460.34	8.14	超级演说家、我为喜剧狂、德云社 2013 年全国巡演
2	上海优创影视文化有限公司	1,045.32	5.83	非常搭档
3	金蛋工作室	1,007.17	5.61	超级演说家
4	乐嘉工作室	740.00	4.12	超级演说家
5	英国太阳影视公司	733.42	4.09	马可波罗
6	浙江日月和明影视文化传媒有限公司	687.95	3.83	亮仔的幸福奇缘
7	鲁豫工作室	632.75	3.53	超级演说家
8	上海幻维数码创意科技有限公司	620.47	3.46	超级演说家
9	北京金立翔艺彩科技股份有限公司	554.25	3.09	超级演说家
10	上海鑫盛广告有限公司	514.81	2.87	奥迪 C 系车视频广告
小 计		**7,996.49**	**44.56**	-

注：除百胜年代外，上表其他供应商均为当年新增供应商

（3）2012年

单位：万元、%

排名	供应商名称	采购金额	占比	所属项目
1	中天龙（北京）影视文化有限公司	2,798.87	40.93	找北
2	宁波友谊传媒投资有限公司	636.73	9.31	克莱斯勒 Jeep 指南者、吉普大切诺基电视广告
3	清口工作室	561.57	8.21	壹周立波秀、就等你来、小崔说立波秀等

排名	供应商名称	采购金额	占比	所属项目
4	百胜年代	500.00	7.31	德云社 2013 年全国巡演
5	北京广播大厦管理有限责任公司	420.00	6.14	鲁豫有约
6	上海灵狮文化传播有限公司	255.00	3.73	真实中国
7	上海雅制文化传播有限公司	240.00	3.51	卓·悦有我、背后的支持
8	北京迪生动画制作有限公司	237.52	3.48	快乐梦多多
9	北京向上映画广告有限公司	219.60	3.21	文化的力量
10	北京恒信润智广告有限公司	150.00	2.20	望海南
小 计		**6,019.28**	**88.03**	-

注：百胜年代、上海灵狮文化传播有限公司、上海雅制文化传播有限公司、北京向上映画广告有限公司、北京恒信润智广告有限公司为当年新增供应商

（4）2011 年度

单位：万元、%

排名	供应商名称	采购金额	占比	所属项目
1	北京超维动力文化传播有限公司	544.40	11.56	完美实习生
2	中天龙（北京）影视文化有限公司	459.06	9.75	找北、爱在巴黎
3	宁波友谊传媒投资有限公司	330.00	7.01	步步高手机宣传片
4	北京晟源千秋文化传播有限公司	290.00	6.16	五台山
5	北京迪生动画制作有限公司	196.40	4.17	快乐梦多多
6	总政话剧团电视剧部	177.75	3.77	望海南
7	清口工作室	150.00	3.18	壹周立波秀
8	苏州传视影视传媒有限公司	130.00	2.76	宋之韵
9	北京广播大厦管理有限责任公司	105.00	2.23	鲁豫有约
10	北京新普影视文化传播有限公司	97.45	2.07	新疆新源宣传片、陕西旅游等
小 计		**2,480.06**	**52.66**	-

注：除清口工作室外，上表其他供应商均为当年新增供应商

报告期内，除 2013 年鲁豫工作室为公司关联方外，上述前十大供应商与公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员均无关联方关系或其他利益安排。

2、报告期内公司前十大供应商变动的原因及其合理性

公司开展不同业务、生产不同节目所需的供应商各不相同，同一节目不同时期也可能由于主持人、嘉宾等演职人员变更或场地租赁变更而导致主要供应商发生变化，因此公司各年度主要供应商变化较大。随着公司业务的发展，报告期内前十大供应商

的采购类型也发生变化，如下表所示：

单位：万元、%

采购类型	2014 年 1-6 月		2013 年		2012 年		2011 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
设施设备租赁	-	-	-	-	420.00	6.14	105.00	2.23
委托制作	7,060.31	31.45	3,728.27	20.78	5,037.72	73.68	1,935.06	41.09
劳务采购	5,889.95	26.27	3,580.26	19.95	561.56	8.21	150.00	3.18
外购素材或版权	-	-	687.96	3.83	-	-	290.00	6.16
小　计	**12,950.26**	**57.72**	**7,996.49**	**44.56**	**6,019.28**	**88.03**	**2,480.06**	**52.66**

报告期内，公司采购以委托制作和劳务采购为主，其中，2011 年和 2012 年公司向前十大供应商的采购以委托制作为主，分别占采购总额的 41.09%和 73.68%，2013 年、2014 年 1-6 月公司向前十大供应商的采购以委托制作和劳务采购为主，前十大供应商委托制作费分别占采购总额的 20.78%和 31.45%，劳务采购分别占总采购额的 19.95%和 26.27%。

2011 年至 2012 年，在人才、资金较为充裕的情况下，公司加大了纪录片和品牌服务业务的投入，两类业务快速增长，业务合计占当期收入比例分别达到 41.03%和 73.68%，该两类业务中新增部分业务需要较多外部专业人员参与，为有效加强项目成本管理，减少项目实施过程中的现金支付，公司遵循行业惯例，除进行项目创意、策划及统筹管理外，将该类项目的制作委托专业化的其他社会制作机构具体执行，制作过程中发生的人工成本、租赁费、差旅费等由受托方统一支付，项目完成后，由受托方出具制作费发票，导致公司 2011 年至 2012 年委托制作费占比较高。2013 年以来，公司研发、制作大型栏目《超级演说家》、《我为喜剧狂》、《中国夜》和纪录片《文化的力量》等，研发、制作过程中发生大量灯光、舞美、音响、动画等专业工作，公司委托其他社会制作机构具体执行，当期委托制作费用占比也较大。

2011 年至 2012 年，前十大供应商中的劳务采购主要系主持人周立波及其团队为公司制作栏目提供服务，2013 年以来劳务采购主要系《超级演说家》、《我为喜剧狂》栏目导师参与节目模式研发和制作的劳务报酬及电视剧演员片酬等。

3、供应商采购集中度

2011 年至 2014 年 1-6 月，公司前十大供应商采购金额占总采购金额的比例分别为

52.66%、88.03%、44.56%和 57.72%。其中，2012 年采购集中度较高，主要系当年定制剧《找北》发生剧组筹备运行费用、拍摄制作费用、演员片酬等大额支出，均由中天龙（北京）影视文化有限公司统一支付。

五、公司主要的固定资产和无形资产情况

（一）主要固定资产情况

1、主要经营性房产

公司经营所用房产均为租赁而来，不拥有房屋产权。截至本招股说明书签署日，公司房屋租赁情况如下：

（1）办公及节目制作用房

序号	出租方	承租方	房屋地址	租金	面积	租赁期间
1	北京乐天物业管理有限公司	能量传播	海淀区海淀路 165 号南门 208、308、401	3.99 元/平米/天	976 平方米	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
2	北京盛厦科贸有限公司	能量传播	朝阳区东三环北路 16 号盛厦商务楼二层	4,680 元/日	780 平方米	2013 年 6 月 1 日至 2016 年 5 月 31 日
3	天津港滨物业管理有限责任公司	能量天津	天津市东疆保税港区美洲路一期封关区内联检服务中心六层	-	-	2013 年 4 月 6 日至 2018 年 4 月 5 日
4	北京风尚天下文化传播有限公司	能量天津	朝阳区日坛国际贸易中心日坛北路 17 号院 2 号楼 B1 层 030~033	3.1~3.42 元/平米/日	300 平方米	2012 年 10 月 1 日至 2017 年 8 月 31 日
5	天津市榕丰置业有限公司	能量影视	天津市东疆保税港区亚洲路 6975 号金融贸易中心南区 1 栋 1 门	-	-	2013 年 4 月 16 日至 2016 年 4 月 15 日
6	帖福田	能量影视	朝阳区景华南街 1 号旺座中心东塔 912 室	26,316 元/月	190.01 平方米	2014 年 7 月 1 日至 2015 年 6 月 30 日
7	天津港海丰保税物流有限公司	能量慧明	天津市东疆保税港区洛阳道 601 号	-	-	2013 年 10 月 11 日至 2014 年 10 月 10 日
8	天津国际邮轮母港有限公司	能量慧明	天津东疆保税港区观海道 1001 号 315-12	3,000 元/年	-	2013 年 11 月 15 日至 2015 年 11 月 15 日
9	天津港海丰保税物流有限公司	金麦文化	天津市东疆保税港区洛阳道 601 号	5,000 元/年	–	2014 年 2 月 19 日至 2015 年 2 月 18 日

上述房屋主要用于办公和节目制作，公司可以在相邻区域内找到替代性的、能够合法租赁的办公场所，房屋租赁不会对公司的经营和财务状况产生不利影响。

（2）演播室

序号	出租方	承租方	房屋地址	用途	租金	面积	租赁期间
1	北京广播大厦管理有限公司	能量传播	北京市朝阳区建国门外大街 14 号	演播	35 万元/月	900 平方米	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日

2、主要固定资产情况

公司目前的主要固定资产为演播室设备、前期拍摄器材、后期非线编辑系统，公司根据业务开展规模测算，演播室录制所使用的灯光、录音、投影机等设备从专业器材公司按实际使用天数支付相应的租赁费用更为经济，租金也相对稳定，因此，演播室和专用设备主要采用经营租赁取得。鉴于行业特殊的经营模式，轻资产运营的特点，公司的固定资产金额较小、占总资产的比重也较小。

截至 2014 年 6 月 30 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：元、%

固定资产	原值	累计折旧	账面价值	成新率
专用设备	7,006,059.92	5,794,813.56	1,211,246.36	17.29
运输设备	1,544,778.00	1,184,273.00	360,505.00	23.34
电子设备	172,330.46	121,429.09	50,901.37	29.54
办公设备	146,820.21	83,673.06	63,147.15	43.01
合　计	8,869,988.59	7,184,188.71	1,685,799.88	19.01

（二）主要无形资产情况

截至 2014 年 6 月 30 日，公司无形资产账面价值 93,973.32 元，系公司使用的财务及合同软件价值，公司无土地使用权。

1、品牌授权使用

序号	授权方	授权内容	授权方式	授权期限	授权使用费
1	好学文化	CCTV 中学生频道品牌使用权	独占	2011 年 8 月 19 日至 2016 年 12 月 31 日	300 万元
2	凤凰卫视欧洲台有限公司	使用凤凰卫视欧洲台有限公司的商标、商号、频道等权益	独占	2010 年 11 月 3 日至 2015 年 11 月 2 日	-

序号	授权方	授权内容	授权方式	授权期限	授权使用费
3	凤凰卫视（美国）有限公司	使用凤凰卫视（美国）有限公司的商标、商号、频道等权益	独占	2010 年 11 月 3 日至 2015 年 11 月 2 日	-

2013 年，原《中学生大讲堂》项目组将主要精力投入步步高教育微视频的制作，公司在可预见的未来期间内，不再制作《中学生大讲堂》，该节目的品牌授权使用费已摊销完毕。

（1）凤凰卫视欧洲台和美洲台的商标、商号、频道等权益的使用情况

2010 年，公司组建海外推广部，与凤凰卫视欧洲台、美洲台开始在《今日中国》栏目上进行合作，公司有意将《今日中国》发展为由公司提供全部节目的栏目，把中国的投资政策、环境、项目以及企业产品、资源和文化介绍给欧美市场。

基于上述原因，凤凰卫视欧洲台有限公司和凤凰卫视（美国）有限公司分别与公司签订《授权书》，做出如下授权：一、授权公司作为凤凰卫视欧洲台（美洲台）中国事务中心，在合作的业务中使用其商标、商号、频道等权益；二、授权公司选题、制作及经营《今日中国》栏目，代表其与项目方协商、谈判及签订项目协议；三、授权公司代表其向项目方收取费用，并将其应得的款项拨付到其指定的账户。以上授权自 2010 年 11 月 3 日起生效，有效期五年。

公司在业务开展过程中，以凤凰卫视欧洲台、美洲台中国事务中心的名义进行业务承揽、节目拍摄，使用上述商标和商号。公司分别与凤凰卫视欧洲台有限公司、凤凰卫视（美国）有限公司签订合作协议，按照协议约定的播出时间、频率支付播出费。

（2）品牌授权与公司主要业务的关系

报告期内，公司接受委托为中央电视台中学生频道和凤凰卫视欧洲台、美洲台制作栏目。为促进公司栏目的常态化发展和顺利发行，公司积极介入上述渠道终端，经与相关各方协商，分别取得了 CCTV 中学生频道品牌使用权和凤凰卫视欧洲台、美洲台的商标、商号、频道等权益的使用权。介入渠道终端有助于公司进一步提高品牌影响，广泛建立与政府机构、企事业单位的业务联系，为公司业务发展提供支持。

2、公司拥有的视频节目版权

公司所拥有的视频节目版权按照《电影企业会计核算办法》（财会[2004]30 号）的

要求计入存货科目，而非计入无形资产科目。截至 2014 年 6 月 30 日，公司及下属子公司拥有版权的视频节目共 3,888 期（集），列举如下：

序号	节目名称	节目类型	期（集）数
1	鲁豫有约	栏目	2,448
2	壹周立波秀	栏目	93
3	今日中国	栏目	252
4	超级演说家	栏目	27
5	中学生大讲堂	栏目	1,000
6	小崔说立波秀（样片）	栏目	10
7	中国夜	栏目	1
8	红星照耀中国	纪录片	20
9	鲁豫的礼物	栏目	4
10	湘江	纪录片	3
11	陕西旅游	纪录片	26
12	新疆新源宣传片	纪录片	1
13	真实中国	纪录片	1
14	苹果在中国	纪录片	1
15	广州城市形象宣传片	宣传片	1
合　　计			**3,888**

3、商标

为更好地保护知识产权，公司已就使用的标识和主要节目向国家工商行政管理总局申请注册。截至本招股说明书签署日，公司获得核准注册的商标 45 项，仍有 7 项处于在审状态，列举如下：

序号	商标	申请号	类别	状态	注册日期/申请日期
1		9837759	9		2012 年 10 月 14 日
2		9837758	16		2012 年 10 月 28 日
3		9837757	35		2012 年 10 月 14 日
4		9837756	38	获准注册	
5		9837755	39		2012 年 10 月 28 日
6		9837754	41		2012 年 10 月 14 日
7		9837753	42		

序号	商标	申请号	类别	状态	注册日期/申请日期
8		9837752	9		2012 年 10 月 21 日
9		9837751	16		
10		9837750	35		2012 年 10 月 28 日
11		9837769	38	获准注册	
12		9837768	39		2013 年 4 月 14 日
13		9837767	41		2012 年 10 月 28 日
14		9837766	42		
15		9837693	9		2012 年 10 月 14 日
16		9837692	16		2013 年 1 月 14 日
17		9837691	35		2012 年 12 月 7 日
18		9837690	38	获准注册	
19		9837709	39		2012 年 10 月 28 日
20		9837708	41		2012 年 12 月 7 日
21		9837707	42		
22		9837684	9		2012 年 10 月 14 日
23		9837683	16		2012 年 10 月 21 日
24		9837681	38		2012 年 10 月 14 日
25		9837680	39	获准注册	2012 年 10 月 21 日
26		9837679	41		2012 年 10 月 14 日
27		9837678	42		
28		9837682	35		2011 年 8 月 12 日
29		9837764	38		2012 年 10 月 14 日
30		9837763	39	获准注册	2012 年 10 月 28 日
31		9837762	42		2012 年 11 月 21 日
32		9837677	9		2012 年 11 月 7 日
33		9837676	16		2012 年 10 月 28 日
34		9837675	35		2012 年 10 月 14 日
35		9837674	38	获准注册	
36		9837673	39		2013 年 4 月 14 日
37		9837672	41		2012 年 10 月 14 日
38		9837671	42		
39		9837670	9		2012 年 10 月 14 日
40		9837699	16		2012 年 10 月 21 日
41		9837698	35		2013 年 2 月 21 日
42		9837697	38	获准注册	2012 年 12 月 7 日
43		9837696	39		2012 年 10 月 21 日
44		9837695	41		2012 年 12 月 7 日
45		9837694	42		

序号	商标	申请号	类别	状态	注册日期/申请日期
46		13049367	9	在审	2013 年 8 月 8 日
47		13049366	16		
48		13049365	35		
49		13049364	41		
50		13049363	9	在审	2013 年 8 月 8 日
51		13049362	16		
52		13200067	35		2013 年 9 月 6 日

（三）业务经营许可

截至本招股说明书签署日，公司业务经营许可证情况如下：

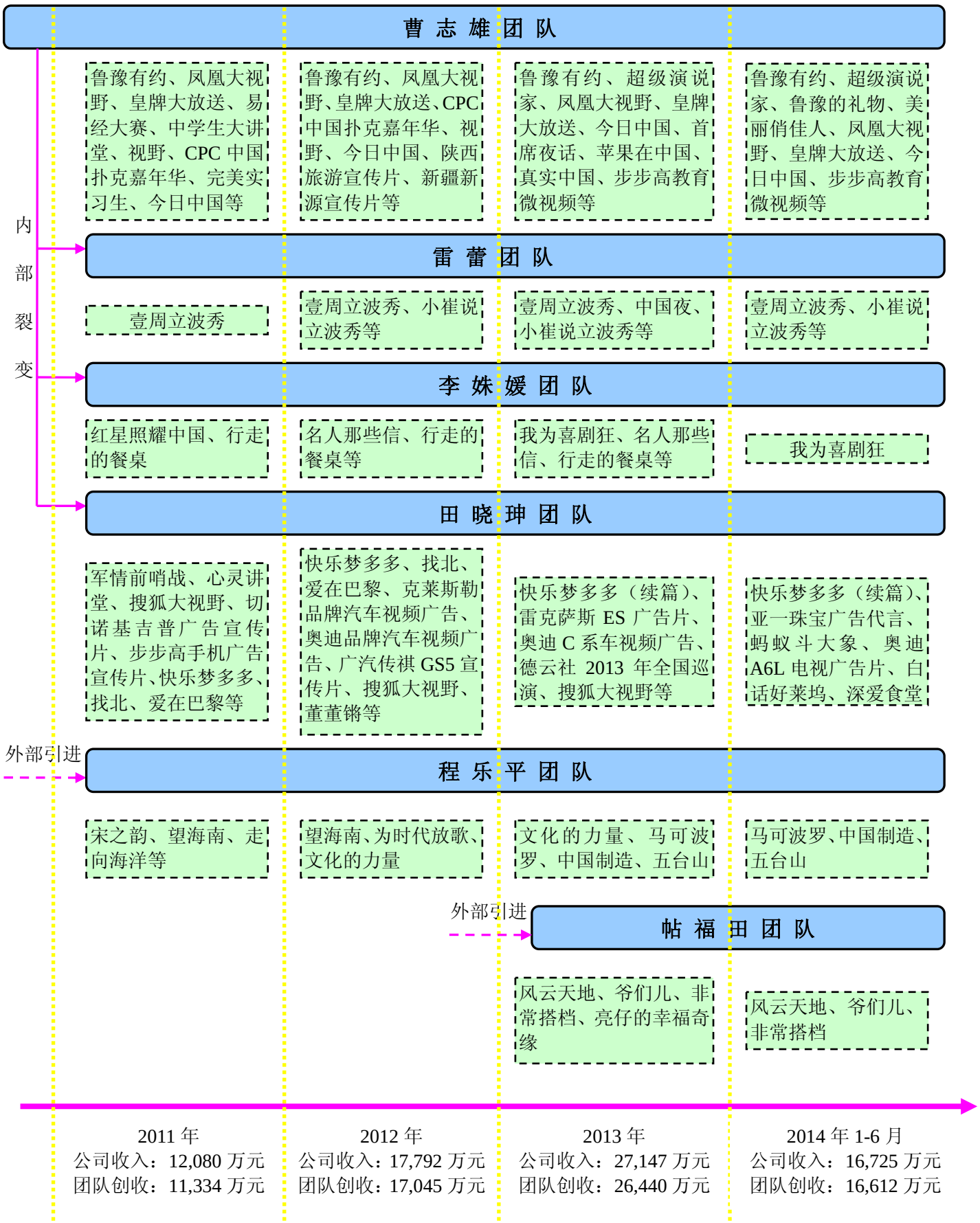
序号	证书名称	证书编号	被许可人	许可范围	发证机关	有效期限
1	广播电视节目制作经营许可证	京字第 00066 号	能量传播	制作、发行动画片、专题片、电视综艺	北京市广播电影电视局	2016 年 2 月 7 日
2		津字第 106 号	能量天津	制作、发行电视剧、专题、综艺、动画片	天津市文化广播影视局	2015 年 4 月 1 日
3		津字第 191 号	能量影视	电视剧、专题、综艺、动画等节目制作、发行	天津市文化广播影视局	2015 年 4 月 1 日
4		津滨字第 217 号	能量慧明	电视剧、专题、综艺、动画等节目制作、发行	天津市滨海新区文化广播电视局	2015 年 4 月 1 日
5		津滨字第 260 号	金麦文化	电视剧、专题、综艺、动画等节目制作、发行	天津市滨海新区行政审批局	2015 年 4 月 1 日

六、特许经营权情况

报告期内，公司无特许经营权。

七、公司的核心创意团队

（一）公司核心创意团队及所从事业务的发展情况


曹志雄团队
鲁豫有约、凤凰大视野、皇牌大放送、易经大赛、中学生大讲堂、视野、CPC 中国扑克嘉年华、完美实习生、今日中国等
鲁豫有约、凤凰大视野、皇牌大放送、CPC 中国扑克嘉年华、视野、今日中国、陕西旅游宣传片、新疆新源宣传片等
鲁豫有约、超级演说家、凤凰大视野、皇牌大放送、今日中国、首席夜话、苹果在中国、真实中国、步步高教育微视频等
鲁豫有约、超级演说家、鲁豫的礼物、美丽俏佳人、凤凰大视野、皇牌大放送、今日中国、步步高教育微视频等
内部裂变
雷蕾团队
壹周立波秀
壹周立波秀、小崔说立波秀等
壹周立波秀、中国夜、小崔说立波秀等
壹周立波秀、小崔说立波秀等
李姝媛团队
红星照耀中国、行走的餐桌
名人那些信、行走的餐桌等
我为喜剧狂、名人那些信、行走的餐桌等
我为喜剧狂
田晓珅团队
军情前哨战、心灵讲堂、搜狐大视野、切诺基吉普广告宣传片、步步高手机广告宣传片、快乐梦多多、找北、爱在巴黎等
快乐梦多多、找北、爱在巴黎、克莱斯勒品牌汽车视频广告、奥迪品牌汽车视频广告、广汽传祺 GS5 宣传片、搜狐大视野、董董锵等
快乐梦多多（续篇）、雷克萨斯 ES 广告片、奥迪 C 系车视频广告、德云社 2013 年全国巡演、搜狐大视野等
快乐梦多多（续篇）、亚一珠宝广告代言、蚂蚁斗大象、奥迪 A6L 电视广告片、白话好莱坞、深爱食堂
外部引进
程乐平团队
宋之韵、望海南、走向海洋等
望海南、为时代放歌、文化的力量
文化的力量、马可波罗、中国制造、五台山
马可波罗、中国制造、五台山
外部引进
帖福田团队
风云天地、爷们儿、非常搭档、亮仔的幸福奇缘
风云天地、爷们儿、非常搭档
2011 年
公司收入：12,080 万元
团队创收：11,334 万元
2012 年
公司收入：17,792 万元
团队创收：17,045 万元
2013 年
公司收入：27,147 万元
团队创收：26,440 万元
2014 年 1-6 月
公司收入：16,725 万元
团队创收：16,612 万元

（二）核心创意团队人员基本情况

姓名	职务	履历
樊庆元	董事、副总经理	参见“第八节　董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”
程乐平	董事、纪录片总监	
曹志雄	副总经理 节目总监	
帖福田	能量影视总经理	参见本节“三、公司在行业中的竞争地位”之“（三）公司的竞争优势”之“2、丰富的人才储备”
雷　蕾	制片人	2002 年至 2003 年，独立撰稿人、《鲁豫有约》栏目编导；2004 年至 2009 年，任能量有限《鲁豫有约》栏目编导、主编、执行制作人；2010 年至今，任能量传播《壹周立波秀》栏目制片人。
田晓珅	部门总监	2002 年 8 月至 2003 年 6 月，任中央电视台编导、资讯主管；2003 年 6 月至 2004 年 8 月，任搜狐网站新闻中心媒体要闻策划部主管；2004 年 8 月至 2007 年 3 月，任中央电视台策划、记者；2007 年 4 月至今，历任能量有限、能量传播《鲁豫有约》栏目编导、对外合作总监，网络推广部总监、品牌服务部副总监。
李姝媛	制片人	2002 年 9 月至 2004 年 9 月，任北京星楷影视传播有限公司后期导演；2004 年 9 月至 2005 年 4 月，任华娱卫视（深圳）编导；2005 年 4 月至 2010 年 9 月，任能量有限《鲁豫有约》栏目编导；2010 年 10 月至今任能量传播制片人。
焦　健	主编	1996 年 12 月至 2002 年 3 月，任安康电视台、陕西电视台新闻记者；2002 年 3 月至 2004 年 12 月，任深圳证券时报集团《中国证券报道》栏目编导、摄像；2004 年 12 月至今，历任能量有限、能量传播《鲁豫有约》栏目编导、主编。
许小浒	主编	1999 年 7 月至 2003 年 9 月，任河北卫视栏目导演；2003 年 10 月至 2004 年 5 月任中央电视台中文国际频道栏目编导；2004 年 12 月至今，历任能量有限、能量传播《鲁豫有约》栏目编导、主编。
尹俊杰	主编	1995 年 4 月至 1998 年 9 月，任湖北松滋电视台新闻播音、栏目主持等职；1999 年 7 月至 2006 年 4 月，历任光线传媒编导、出镜记者、上海记者站站长、副主编；2006 年 4 月至今，历任能量有限、能量传播《鲁豫有约》栏目编导、主编。
陈鲁豫	董事	1996 年至今任凤凰卫视有限公司主持人；2010 年 10 月至今任能量传播董事。
周立波	-	1981 年 7 至 2000 年 7 月任上海滑稽剧团演员，2001 年至 2006 年，海外游学；2006 年至今为独立艺术家。

公司核心创意团队拥有丰富的创意策划经验，在《鲁豫有约》、《壹周立波秀》等品牌栏目的基础上，陆续研发推出《超级演说家》和《我为喜剧狂》等品牌节目，公司的品牌影响力逐步提升，能够吸引更多的电视台、网络媒体等与公司进行业务合作，既保证了公司与现有客户合作关系的稳定，又促使公司持续创意研发新的节目形式售予新增客户，推动公司业务类型的不断丰富；在与客户合作的过程中，公司在创意研

发、项目管理、资源整合和发行渠道等方面的优势得到充分的体现，能够更好的提升节目的传播效果，有效传播客户的品牌价值。

为不断完善人才结构，推动公司业务持续发展，公司积极引进栏目、纪录片、电视剧和品牌服务领域的专业人才加盟，一是以签署长期合作协议或吸收入股等形式固化与知名主持人、制片人等专业人才的合作，二是通过优秀的节目创意，研发出具有市场影响力的创新节目，吸引主持人、导演、演员和监制等专业人才与公司进行合作，实现资源的有效整合和合作各方的共赢。报告期内，公司与上述专业人才保持稳定的业务合作关系，进一步提升了公司的资源优势。

为充分发挥公司核心创意团队的创造力，留住关键人才，公司建立了与薪酬挂钩、奖惩分明的岗位职能制度和薪酬激励制度，细化岗位职责，将各岗位职责与激励制度相结合，节目创意团队、制作团队的薪酬与节目的收视率挂钩，发行人员的薪酬与发行业绩挂钩，充分调动了员工工作的积极性和创新意识，降低了公司人才流失的风险。

上述人员中，樊庆元、曹志雄根据分工主管公司业务，程乐平、雷蕾、李姝媛、田晓珅为各自创意团队核心，焦健、许小浒、尹俊杰为曹志雄团队核心成员，除程乐平于 2010 年 12 月加盟公司、帖福田于 2013 年 5 月与公司合资成立能量影视并担任总经理外，其余人员均长期任职于公司，通过制作《鲁豫有约》栏目逐步由编导成长为主编、制片人、团队或部门负责人等。陈鲁豫、周立波为与公司建立长期合作关系的核心主持人，其他核心团队成员均为公司正式员工。报告期内，公司核心团队人员未发生重大变动。

（三）研发费用

报告期内，公司研发费用的构成及占主营业务收入的比例如下表所示：

单位：万元、%

年度	研发对象	研发费用	研发费用占主营业务收入比
2011 年度	鲁豫和她的朋友们演唱会	403.68	3.34
	渊博秀	30.55	0.25
	自健家常话	6.35	0.05
	小　计	**440.58**	**3.65**

年度	研发对象	研发费用	研发费用占主营业务收入比
2012 年度	渊博秀	13.01	0.07
2013 年度	2014 年财经春晚	40.00	0.15
2014 年 1-6 月	-	-	-

八、境外经营情况

报告期内，公司不存在境外经营情况。

九、未来发展与规划

（一）公司发展的总体规划及目标

公司以“创作传播最优质的视频内容，专业提供最全面的内容服务”为宗旨，培养和吸引专业人才、组建优秀创作团队，在已有的规模化、标准化运营模式的基础上，发挥“比电视台更灵活”、“比海外机构更了解中国市场”、“比大多数国内机构更具国际视野”的优势，树立国内大型栏目、高端纪录片民营制作机构的品牌形象，开展与传统媒体、网络媒体、海外媒体的广泛合作，为客户提供全方位的影视内容服务，打造全媒体内容服务产业链的资源整合平台。

公司不断强化执行力，在现有品牌的基础上，持续创新，力争成为具备国际视野与海外传播力的优质视频节目提供商；通过优质的视频内容提升公司的品牌形象和社会影响，以良好的市场口碑吸引更多的人才加盟，吸引更优质的客户，逐步整合视频内容服务产业链的各项资源，为客户提供忠实、全面、高品质的服务。

（二）公司发展规划与目标的具体举措

1、资本运作举措

公司努力成为“最优质视频内容提供商和最全面节目内容服务商”，通过上市拓宽融资渠道，提升资本实力，解决当前公司业务规模严重受资金约束的问题。上市后，公司的知名度和品牌价值也将得到进一步提升，公司将利用股权融资、债权融资、并购重组等多种资本工具积极拓展公司业务规模，参与行业兼并整合，不断巩固和提升行业地位。

2、业务拓展举措

（1）实施栏目品牌发展战略

①制作新栏目，发展新品牌

公司计划在未来三年内，遵循国家政策，研究市场热点，切合播出平台需要，以百姓喜闻乐见、社会关注的题材为基础，传递正能量，逐步研发推出若干档大型栏目，发展新品牌。表现在：继续推出《超级演说家》后续节目等，丰富节目形态和样式，开展节目营销，提升节目知名度和影响力；着力打造《我为喜剧狂》等语言类节目，进一步提升公司在语言类节目研发制作领域的优势，选拔优秀人才，积累节目要素资源；整合电视媒体、移动新媒体和网络媒体资源，开展线上线下互动，最终以大型栏目的形态展示选手的竞技，构建全民参与节目互动的益智节目新模式；引入世界各国达人丰富多样的表演元素，打造《全球天才少年》等栏目，实现全球青春助中国梦走向世界的愿望。

②《鲁豫有约》品牌的巩固与发展

巩固和发展《鲁豫有约》品牌美誉度，维护和提高其商业价值。以《鲁豫有约》积累的大量素材为基础，不断开发衍生节目；扩展节目渠道延伸力，与网络媒体深度合作，推出《鲁豫有约》独家网络系列节目；利用《鲁豫有约》栏目平台，制作海外旅游推广系列、名人纪念日系列等，如《鲁豫的礼物》系列；整合节目品牌、客户品牌与播出平台的资源，打造晚会类节目《鲁豫和她的朋友们演唱会》，促进节目品牌的立体发展。

③《壹周立波秀》品牌的维护与提升

以《壹周立波秀》节目模式为基础，以系列纪录片的形式拓展《壹周立波秀》品牌，记录周立波海派清口巡演过程中的台前幕后生活点滴；依托《壹周立波秀》品牌影响力，加强与客户的互动，为品牌客户量身定制系列节目；以周立波为核心，与崔永元等其他主持人合作，继续推出脱口秀类节目。

（2）构建深具社会影响力的高端纪录片产品线

未来三年，公司将继续致力于构建深具社会影响力的高端纪录片产品线，与中央电视台、省级卫视等播出平台以及国家地理频道等国际纪实频道合作，陆续推出具有国际影响力的高端纪录片。

①启用纪录片《大国崛起》团队主要成员，以中国观众关注的国计民生为主题，走出国门，借鉴欧美发达国家的经验和教训，吸收先进的文明成果，探索和思考当代中国的富强之路。在未来三年内，创意制作与大国崛起相关联的“中国人眼中的世界”系列纪录片，如《大国崛起之医疗篇》等。

②依托公司创作人员与国际高端纪录片公司英国雄狮电视有限公司合作纪录片《秦始皇》、《长城》、《魅力中国》的成功经验，创意制作在海外市场赢得高度口碑与良好市场反馈的“外国人眼中的中国”系列纪录片，记录中国的文化遗产系列、中国名人系列等，使中国文化走向世界。

（3）多方位拓展品牌服务业务

发挥公司“比品牌更懂得传媒推广，比传媒更懂得品牌诉求”的优势，在现有业务基础上，多方位拓展品牌服务业务。培养和引进专业团队，持续研究公司视频产品与品牌契合度和观众接受度的互动关系，把握品牌服务市场发展方向，继续开拓品牌服务业务；巩固与各地政府机构及海航集团、腾讯微博、森马服饰、北京奔驰、克莱斯勒、一汽奥迪等品牌客户的联系，为现有客户持续提供形式多样的品牌服务；在未来三年内逐步开拓一批新的高端品牌客户，建立持续稳定的合作关系；抓住定制剧市场发展契机，培养和引进专业团队，提高公司创意水平，增强在电视剧领域的制作经验，继续开发定制剧业务，利用定制剧业务积累的经验投资拍摄电视剧，拓展新的利润增长点。

（4）加快电视剧业务发展步伐

未来三年，公司致力于加快电视剧业务的投资、制作和发行，陆续推出一批受观众欢迎，具有较高美誉度的精品电视剧。公司将充分利用行业快速发展的机遇，结合栏目、纪录片、品牌服务业务积累的资源、经验和品牌影响，加大电视剧业务领域的投入。积极与行业内经验丰富的电视剧投资、制作公司合作，吸收优秀的导演、编剧、演员团队等，以市场需求为导向，共同打造优质电视剧作品；借助公司现有节目的发行优势，加大营销力度，保障电视剧作品的顺利发行，形成并逐步提高公司在电视剧市场的份额，利用公司海外发行渠道，逐步实现公司电视剧的海外发行；加强公司各类客户与电视剧业务的互动，实行品牌植入和内容营销，培育新的利润增长点。

（5）强化与各类媒体合作的深度与广度

拓展公司已有品牌节目与各类媒体的深度合作，建立专业团队，加强与电视媒体、网络媒体、海外媒体的合作。

①公司自成立以来保持并一直延续着与电视媒体的深度合作，公司电视节目在不同的电视媒体播出，收视群体稳定。未来发展过程中，公司将继续为电视媒体提供自主研发的优质节目，密切关注媒体需求，契合平台定位，全方位提供内容创意和制作服务，继续强化与电视媒体的合作，丰富合作样式和服务形式，完善以中央电视台、省级卫视、凤凰卫视等高端播出平台为主体的客户体系。

②公司将与网络媒体、移动新媒体等在内容领域、推广互动领域、线上线下活动领域开展深入的合作。未来三年内，公司拟进一步开展版权节目的网络销售、网络推广，为视频网站创意制作更为丰富的视频内容；依托与视频网站现有的合作，强化与新媒体的推广互动；整合电视媒体、移动新媒体和网络媒体资源，创建“益智中心”，确立全新的节目互动模式，实现节目的线上线下互动，创建“寻人中心”，真实记录寻人过程与结果，培育新的盈利增长点。

③未来三年内，公司拟打造海外推广平台。依托公司团队与国际媒体、制作机构的合作经验以及公司节目在凤凰卫视欧洲台、美洲台播出的影响力，进一步加强国际推广项目运营。

3、人力资源开发举措

公司将通过内部培养和外部引进相结合的人力资源开发举措，提高团队素质，优化人才结构，建立一支与公司发展战略相适应的人才梯队。

公司将不断完善薪酬体系和激励机制，合理确定各类专业人员，特别是创意策划人员、制片人和媒体拓展人员的薪酬结构，建立长效激励机制，将员工的职业生涯规划和公司的发展规划有机结合，吸引人才、培养人才、留住人才，鼓励人才脱颖而出。

未来几年公司将在现有人才储备的基础上，继续重点培养、引进、储备以下几方面的人才：

（1）资深的节目策划、编导、导演等；

（2）知名主持人；

（3）具有丰富实践经验的资深栏目和纪录片的制作管理人才；

（4）具备丰富新媒体经验的媒介拓展专业人才；

（5）国际传媒人才。

4、进一步完善公司治理结构

公司将进一步完善法人治理结构，建立适应现代企业制度要求的决策机制和用人机制。以加强董事会建设为重点，充分发挥独立董事和专门委员会的作用，更好地发挥董事会在重大决策、经理人员选聘等方面的作用。公司还将建立和完善高级管理人员及核心员工的激励和约束机制，更好地吸收和利用社会各界的优秀人才。

5、优化节目制作和服务的项目管理体系

公司将优化节目制作和服务的项目管理体系，实施节目制作和服务的全过程财务、质量管理，搭建项目全过程管理平台，改善管理结构，提升管理效率。

（三）公司制订上述规划所依据的假设条件及实施的主要困难

1、制定上述规划所依据的假设条件

（1）公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展状态；

（2）国家对影视内容行业的政策不发生重大改变；

（3）不会发生对公司正常经营造成重大不利影响的突发性事件或其它不可抗力事件；

（4）公司本次股票发行与上市工作进展顺利，募集资金全部到位，募集资金投资项目如期实施，并取得预期收益。

2、实施上述规划所面临的主要困难

（1）资金压力大

实施公司发展战略和各项具体发展计划，需要雄厚的资金支持，资金因素成为主要的约束条件。

（2）资产规模快速扩张后，公司经营管理面临挑战

公司募集资金投资项目顺利投产后，经营规模大幅提升，对公司的管理能力提出了更高的要求。公司成为公众公司后，在战略实施、组织设计、资源配置和内部控制等方面都将面临新的挑战。

（3）亟需高素质人才

公司未来几年将处于快速发展阶段，对创意策划人才、制片人、节目主持人和发行人才等高素质人才的需求将变得更为迫切。

（四）确保实现发展规划采用的方法或途径

公司未来发展秉承“创作传播最优质的视频内容，专业提供最全面的内容服务”的宗旨，全力打造全媒体内容服务产业链的资源整合平台。为实现这一宗旨，公司立足于培养和吸引专业人才团队、提升节目创意能力和制作水平、发展与优质客户的稳定合作关系、拓展发行渠道。

1、通过募集资金投资项目保障公司实现未来发展规划

本次募集资金投资项目中，“栏目制作”和“纪录片制作”的实施，将扩大公司栏目和纪录片的制作规模，稳定与客户的合作关系，拓展公司发行渠道。根据项目计划进度，公司合理培养和引进项目所需专业人才，保证项目的顺利实施。本次募集资金投资项目的实施有助于公司成长性和自主创新能力的增强，从而保障公司实现未来发展规划。

2、召开三会会议时对发展规划的实现程度进行评估

公司召开股东大会、董事会和监事会时，对拟定的发展规划的实现程度进行评估，使治理层充分掌握公司发展规划的进展，对存在的问题和偏向进行及时纠正，督促管理层按照规划目标开展经营活动。

3、建立以发展规划为考核目标的激励约束机制

公司将逐步建立以发展规划为考核目标的激励约束机制，以实现管理层自身利益与公司利益一致，更好地为公司发展规划服务。

（五）公司关于未来发展与规划的声明

公司声明，上市后，公司将通过定期报告持续公告规划实施和目标实现的情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）同业竞争情况说明

公司的控股股东、实际控制人为唐建，截至本招股说明书签署日，唐建除持有本公司 38.55%的股份外，不存在其他股权投资。

公司目前不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的情形，不存在同业竞争情况。

（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

2012 年 1 月 15 日，公司控股股东、实际控制人唐建出具了《避免同业竞争与利益冲突的承诺函》，向公司做出如下承诺：

（1）截至本承诺函出具日，本人除持有公司股份外，未控制其他公司、企业或其他经济组织从事与公司相同或相类似的业务；未经营也未为他人经营与公司业务相同或相类似的公司、企业或其他经济组织；本人与公司不存在同业竞争。

（2）自本承诺函出具日起，本人将不在中国境内外投资、收购、兼并、经营与公司及公司控股子公司主营业务或主要产品存在竞争或潜在竞争业务的公司、企业或其他经济组织，不在中国境内外从事任何与公司业务直接竞争或潜在竞争的任何活动。若公司及公司控股子公司未来开拓新的业务，公司享有优先权，本人将不从事可能构成同业竞争的任何活动。

（3）本人承诺不会损害公司及公司其他股东的合法权益。

如因本人未履行在本承诺函中所作的承诺给公司造成损失的，本人将依法赔偿公司的实际损失。

二、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号－关联方披露》等的相关规定，截至本招

股说明书签署日，公司须予披露的关联方及关联关系如下：

（一）关联自然人

公司的关联自然人是指能对公司财务和生产经营决策产生重大影响的个人。

1、控股股东和实际控制人

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	唐　建	本公司的控股股东、实际控制人、董事长，持有本公司 2,247.30 万股股份，占发行前总股本的 38.55%

2、持股 5%以上的其他股东

本次发行前，除控股股东唐建外，持有公司 5%以上股份的股东有：

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	金兆鑫	公司股东、董事，持有本公司 1,310.00 万股股份，占发行前总股本的 22.47%
2	陈鲁豫	公司股东、董事，持有本公司 325.00 万股股份，占发行前总股本的 5.57%

3、董事、监事和高级管理人员

序号	与公司的关联关系	关联方名称
1	董事	唐建、郭志成、樊庆元、金兆鑫、陈鲁豫、程乐平、丁俊杰、梁振文、殷建军
2	监事	王霁、李平、蔡晓青
3	高级管理人员	郭志成、樊庆元、曹志雄、奚巍

本公司董事、监事、高级管理人员的基本情况请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”。

4、其他关联自然人

其他关联自然人包括与前述持有本公司 5%以上股份的自然人、公司的董事、监事和高级管理人员关系密切的家庭成员。其他关联自然人未持有本公司股份，与公司不存在关联交易。

（二）关联法人

1、控股股东和实际控制人控制的企业

公司的实际控制人唐建除投资本公司外，不存在控制其他企业的情况。

2、控股股东和实际控制人曾控制的企业

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	北京乐天投资管理有限公司	控股股东、实际控制人唐建曾控制的企业，神州电视的控股股东
2	神州电视有限公司	北京乐天控股的企业，2010 年 8 月 19 日以前为公司的控股股东
3	北京汇智博众公关顾问有限公司	神州电视有限公司控股的企业
4	深圳市凤凰星文化产业有限公司	神州电视有限公司控股的企业，公司监事王霁曾兼任该公司董事
5	北京汇通天地国际传媒广告有限公司	神州电视有限公司控股的企业
6	北京凤凰金龙文化传媒有限公司	神州电视有限公司控股的企业
7	神州电视（香港）有限公司	神州电视有限公司控股的企业

上述企业的基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人持股 5%以上的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）实际控制人曾控制的企业的情况”。报告期内，神州电视与公司发生小额偶发性关联交易，关联关系结束后，2013 年发生节目购买交易。

3、公司的子公司

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	能量（天津）影视文化交流有限公司	本公司的全资子公司
2	能量（天津）影视制作有限公司	本公司的控股子公司
3	天津能量慧明影视传媒有限公司	能量天津的控股子公司
4	金麦（天津）文化传媒有限公司	本公司的控股子公司

4、合营企业和联营企业

截至本招股说明书签署日，公司没有合营企业和联营企业。

5、报告期内发生关联交易的其他关联法人

（1）鲁豫工作室

公司名称	鲁豫（上海）影视文化工作室		成立时间	2013 年 2 月 28 日
投资人	陈鲁豫		公司类型	个人独资企业
关联关系	董事陈鲁豫个人独资企业	住所	上海市松江区富永路 425 弄 212 号 1109 室	
营业范围	文化艺术活动交流与策划，影视剧、舞台剧策划，动漫设计，舞美设计、制作，舞台灯光音响设计，影视文化领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、文学创作等。			

（2）北京合润德堂文化传媒股份有限公司

公司名称	北京合润德堂文化传媒股份有限公司		成立时间	2007 年 4 月 11 日
投资人	王倩等自然人与法人		公司类型	股份有限公司
关联关系	独立董事丁俊杰曾任该公司独立董事	住所	北京市朝阳区新东路 1 号 6-2-61	
营业范围	许可经营项目：制作、发行：动画片、专题片、电视综艺。一般经营项目：组织文化艺术交流活动（不含演出）；技术推广服务；设计、制作、代理、发布广告等。			

三、关联交易

（一）经常性关联交易

报告期内，公司与关联方的经常性关联交易主要为支付董事、监事和高级管理人员薪酬（或劳务报酬），明细情况如下表所示：

单位：元

管理人员姓名	2014 年 1-6 月	2013 年	2012 年	2011 年
唐　建	366,601.25	710,299.55	661,470.29	580,648.48
郭志成	440,803.85	854,725.42	759,441.98	704,029.70
樊庆元	313,469.15	600,172.26	534,852.98	497,454.64
程乐平	200,871.66	379,455.75	348,132.92	339,779.37
奚　巍	302,535.82	578,586.42	525,152.16	503,369.50
蔡晓青	176,848.00	351,208.16	364,799.65	326,433.53
李　嘉	-	-	-	200,955.14
李　平	122,991.99	236,407.79	226,680.61	32,261.00
陈鲁豫	3,415,591.68	7,749,844.14	1,417,879.27	222,705.89
曹志雄	228,674.93	335,529.61	-	-
独立董事（3 名）	90,000.00	180,000.00	180,000.00	90,000.00
合　计	**5,658,388.33**	**11,976,229.10**	**5,018,409.86**	**3,497,637.25**

注：公司向关键管理人员支付的薪酬均为税前薪酬，包括公司应负担的五险一金金额。

1、公司支付陈鲁豫劳务报酬情况

公司董事陈鲁豫系凤凰卫视主持人，受凤凰卫视指派担任公司《鲁豫有约》栏目的主持人，其作为凤凰卫视雇员，应享有的各项报酬、福利均由凤凰卫视支付，与公司不存在劳动关系；2011 年 9 月 23 日公司、凤凰卫视和陈鲁豫共同签订《合作协议》

前，公司未向陈鲁豫支付劳务报酬，陈鲁豫亦未向公司提出支付劳务报酬的请求。《合作协议》签订后，公司依照约定向陈鲁豫支付劳务报酬，2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月向陈鲁豫分别支付《鲁豫有约》主持人劳务报酬金额为 222,705.89 元、1,417,879.27 元、1,422,349.95 元和 526,702.80 元；根据《合作协议》第 1.6 款“第 3.2 款规定的额外劳务报酬按实际已发生的情况执行，不再按照本协议规定数额追索”的约定，公司无须向陈鲁豫支付《合作协议》签订前的劳务报酬。

2012 年 6 月 22 日，陈鲁豫出具了《确认函》，确认“在本人与能量传播、凤凰卫视于 2011 年 9 月 23 日签订《合作协议》前，本人与能量传播之间未有任何有关支付劳务报酬的约定，本人未向能量传播且将来也不会向能量传播提出支付劳务报酬的主张，上述事宜已在《合作协议》明确；根据前述《合作协议》，自该协议签署之日起，能量传播需按照协议约定向本人支付一份额外劳务报酬。”

除《鲁豫有约》外，2013 年陈鲁豫参与了《超级演说家》栏目的模式研发并担任导师，公司依照约定支付劳务报酬 6,327,494.19 元，其中 6,150,943.39 元通过鲁豫工作室支付；2014 年 1-6 月，陈鲁豫参与了《超级演说家》栏目的模式研发并担任导师，公司应支付陈鲁豫 2,000,000.00 元劳务报酬，其中已支付鲁豫工作室 1,200,000.00 元；陈鲁豫担任《鲁豫的礼物》主持人，公司应付鲁豫工作室劳务报酬 888,888.88 元。

2、报告期内，相关人员担任关键管理人员的时间情况如下表：

姓名	职务	起始时间	终止时间
唐　建	董事长	报告期期初	-
郭志成	董事、总经理	报告期期初	-
樊庆元	董事、副总经理	报告期期初	-
程乐平	董事	报告期期初	-
陈鲁豫	董事	报告期期初	-
丁俊杰	独立董事	报告期期初	-
丁志钢	独立董事	报告期期初	2013 年 10 月
梁振文	独立董事	2011 年 6 月	-
殷建军	独立董事	2013 年 10 月	-
蔡晓青	监事	报告期期初	-
李　嘉	监事	报告期期初	2011 年 9 月
李　平	监事	2011 年 9 月	-

姓名	职务	起始时间	终止时间
奚　巍	财务总监、董事会秘书	报告期期初	-
曹志雄	副总经理	2013 年 2 月	-

注：李嘉于 2010 年 10 月至 2011 年 9 月担任公司监事；李平于 2011 年 9 月起开始在公司担任监事、审计部经理并专职在公司工作，自 2011 年 10 月起开始在公司领取薪酬。

报告期内，陈鲁豫劳务报酬增加较多，其他公司关键管理人员薪酬变动不大。

（二）偶发性关联交易

2011 年度，神州电视向公司租赁车辆一部用于办公，租赁期限为 3 个月，公司收取租赁费 15,000.00 元。

2013 年 9 月 18 日，能量影视与北京合润德堂文化传媒股份有限公司签订品牌内容合作合同，能量影视为 TCL 王牌电器（惠州）有限公司及旗下品牌“TCL 手机、电视机”在电视剧《风云天地》中完成品牌内容创制服务，合同金额为 60 万元，2013 年能量影视已预收 24 万元（含税）。

上述偶发性关联交易价格由协议各方协商确定，交易金额较小，对公司当期经营成果和公司主营业务的影响较小。

（三）关联方应收应付余额

截至 2014 年 6 月 30 日，关联方应收应付余额如下表：

单位：元

科目	金额	关联方名称	款项性质
应付账款	1,688,888.88	鲁豫工作室	劳务费
预收账款	226,415.09	北京合润德堂文化传媒股份有限公司	品牌内容创制服务费

（四）下属重要子公司发生的关联交易

公司控股子公司能量影视少数股东为帖福田，帖福田持有能量影视 40%股权，并担任能量影视总经理，能量影视与帖福田发生关联交易情况如下：

能量影视与帖福田签订《北京房屋租赁合同》，能量影视租赁帖福田位于北京市朝阳区景华南街 1 号旺座中心的房屋用于办公，租赁面积 190.01 平方米，月租金为 26,316

元。2013 年能量影视向帖福田支付租金 157,896.00 元。2014 年 1-6 月能量影视向帖福田支付租金 157,896.00 元。

能量影视与孔琳（帖福田之妻）签订《演员聘用合约》，由孔琳担任电视剧《爷们儿》中的角色，工作期限自 2013 年 12 月 8 日至 2014 年 3 月 14 日，合同金额为税后 15.00 万元。2013 年能量影视向孔琳支付 77,941.18 元（含税）。2014 年 1-6 月能量影视向孔琳支付 113,157.90 元（含税）。

（五）发行人报告期内关联交易汇总表

报告期内，发行人发生的关联交易简要汇总情况如下表所示：

单位：万元

序号	关联交易方	交易内容	关联交易金额			
			2014 年 1-6 月	2013 年	2012 年	2011 年
1	董事、监事和高级管理人员	支付薪酬（或劳务报酬）	565.84	1,197.62	501.84	349.76
2	神州电视	租赁车辆	-	-	-	1.50
3	北京合润德堂文化传媒股份有限公司	品牌内容创制服务	-	24.00	-	-
4	帖福田	房屋租赁	15.79	15.79	-	-
5	孔琳	演出服务	11.32	7.79	-	-

四、报告期内关联交易决策程序的执行情况及独立董事意见

公司报告期内发生的关联交易均遵守了《公司法》、《公司章程》的有关规定，履行了有关程序。

2014 年 7 月 25 日，独立董事就公司最近三年一期关联交易事宜发表如下独立意见：公司申报期内（2011 年 1 月 1 日至 2014 年 6 月 30 日）的关联交易已履行合法的公司内部审议程序，交易价格公允，不存在给其他股东合法利益造成损害的情形。

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简要情况

（一）董事（9 名）

公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。全体董事均由公司股东大会选举产生，任期 3 年，任期届满可连选连任。独立董事每届任期与其他董事相同，任期届满可连选连任，但连任时间不得超过 6 年。

截至本招股说明书签署日，公司董事选聘情况如下：

姓名	任职	选聘会议情况	任期	提名人
唐 建	董事长	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	唐 建
郭志成	董事	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	唐 建
樊庆元	董事	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	唐 建
陈鲁豫	董事	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	唐 建
金兆鑫	董事	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	金兆鑫
程乐平	董事	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	唐 建
丁俊杰	独立董事	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	董事会
梁振文	独立董事	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	董事会
殷建军	独立董事	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	董事会

上述董事简介如下：

1、唐建先生：中国国籍，1952 年 7 月出生，汉族，大专学历，无境外永久居留权。1969 年至 1993 年为中国人民解放军士兵、军官；1994 年 5 月至 2011 年 4 月任北京乐天经济发展公司董事长；1996 年至 2010 年 8 月任神州电视董事长；1996 年至 2009 年 12 月兼任凤凰卫视国内事务副总裁；2004 年 10 月至 2010 年 10 月任能量有限董事长；2010 年 10 月至今任能量传播董事长。

2、郭志成先生：中国国籍，1968 年 10 月出生，汉族，中国传媒大学电视新闻专业本科学历，无境外永久居留权。1991 年 7 月至 1996 年 3 月任天津电视台新闻部记者；

1996 年 4 月至 2010 年 10 月历任神州电视节目中心副主任、主任、神州电视副总经理、总经理；1999 年 1 月至 2005 年 10 月兼任凤凰卫视中国大陆节目总监；2005 年 11 月至 2009 年 12 月兼任凤凰卫视节目发展总监；2004 年 10 月至 2010 年 10 月任能量有限董事、总经理；2010 年 10 月至今任能量传播董事、总经理。

3、樊庆元先生：中国国籍，1965 年 11 月出生，汉族，山西大学政史专业大专学历，无境外永久居留权。1985 年至 1997 年任太原电视台记者；1997 年至 2004 年任神州电视节目中心记者、制片人；2004 年 10 月至 2010 年 10 月任能量有限副总经理；2010 年 10 月至今任能量传播董事、副总经理；2011 年 4 月至今任能量天津执行董事。

樊庆元先生在电视节目创意制作领域从业经验丰富，曾多次获得国家级电视文艺奖项，其负责摄制工作所创作的《儿童压岁钱过高现象》节目获 1989 年度全国优秀电视新闻节目评选三等奖，《治病害人录—太原市非法行医纪实》获 1989 年度全国优秀电视新闻专题类节目奖，《一位花甲老人的追求》节目在中央电视台《经济半小时》栏目“七十二行”展播中获优秀电视专题三等奖，担任摄像工作的电视剧《毛主席和羊倌》获“庆祝建党七十周年全国电视剧展播提名”荣誉，担任编导、摄像的《古堡、暗道、人家》获 1994 年度全国海外电视节目评比二等奖，1996 年在中央电视台（借调）任大型纪录片《朱德》的编导，1999 年担任《千禧之年》、《欧洲之旅》编导，2001 年创办《鲁豫有约》并担任制片人，2003 年任《凤凰大视野》制作人，2006 年被《新周刊》评选为年度“十大创新电视人”。

4、陈鲁豫女士：中国国籍，1970 年 6 月出生，回族，中国传媒大学国际新闻专业本科学历，无境外永久居留权。1996 年至今任凤凰卫视节目主持人；2010 年 10 月至今任能量传播董事。

5、金兆鑫先生：中国国籍，1970 年 2 月出生，汉族，北京大学政治学本科学历，无境外永久居留权。1994 年 10 月至 1997 年 5 月任职于中国经济开发信托投资公司北京西直门证券营业部；1997 年 5 月至今从事证券二级市场个人投资业务；2010 年 11 月至今任北京智百扬广告有限公司执行董事；2010 年 12 月至今任能量传播董事。

6、程乐平先生：中国国籍，1965 年 8 月出生，回族，中国传媒大学本科学历，无境外永久居留权。1988 年 7 月至 1999 年 2 月历任太原电视台记者、编导、主任编辑；1999 年 2 月至 2010 年 11 月任北京三多堂影视广告有限公司创意总监；2010 年 12 月至今任能量传播董事、纪录片总监。

程乐平先生在纪录片创意制作领域从业经验丰富，曾多次获得国家级纪录片、广告奖项，其担纲创作的《共同的力量》获得 2002 年 CCTV 电视公益广告大赛金奖；担任制片人的《晋商》荣获“第 22 届中国电视金鹰奖长篇电视纪录片优秀作品奖”、“第十届（2003 年度）中国电视纪录片学术奖系列片一等奖”、“第十届（2003 年度）中国电视纪录片学术奖系列片撰稿奖”、“第三届国家音像制品奖”提名奖；担任导演、撰稿的《唐之韵》获得精神文明建设“五个一工程”第九届优秀作品；担任编导、撰稿的《大国崛起》荣获第九届四川电视节金熊猫奖国际纪录片“评委特别奖”、2005-2006 年度中国广播影视大奖（优秀电视专题类大奖），入选改革开放三十年三十部经典电视作品；担任编导、撰稿的《公司的力量》获得中国电视艺术家协会 2010 年度纪录片大奖、中央电视台 2010 年优秀专题节目一等奖等奖项；担任执行总编导、创意撰稿的《走向海洋》获得第二十六届中国电视金鹰奖优秀电视纪录片奖。

7、丁俊杰先生：中国国籍，1964 年 3 月出生，汉族，中国传媒大学新闻学博士研究生学历，无境外永久居留权。1998 年至 2003 年任中国传媒大学新闻传播学院院长；2003 年至 2004 年任中国传媒大学校长助理、2005 年至 2010 年任中国传媒大学副校长；2002 年至今兼任中国传媒大学亚洲传媒研究中心主任、首都传媒经济研究基地主任、党报党刊研究中心主任；2010 年至今任中国传媒大学学术委员会副主任、广告学教授、博士生导师；2010 年 12 月至今任能量传播独立董事。

8、梁振文先生：中国国籍，1973 年 10 月出生，汉族，中国人民大学工商管理硕士研究生，注册会计师，无境外永久居留权。1994 年至 1998 年任职于中国技术进出口总公司财务部；1998 年至 2004 年任北京永新同方信息工程有限公司财务部经理；2004 年至 2007 年任中华数字电视公司财务部经理，董事会秘书；2007 年至 2010 年任永新视博传媒投资公司总经理；2010 年至今任中华数字电视有限公司首席财务官；2011 年 6 月至今任能量传播独立董事。

9、殷建军先生：中国国籍，1951 年 8 月出生，汉族，大专学历，无境外永久居留权。1970 年至 1976 年参军；1976 年至 1980 年任职于北京汽车股份有限公司；1980 年至 1995 年任北京市天龙股份有限公司工厂厂长、书记、分公司总经理、董事常务副总经理；1995 年至 2010 年任天津市乾德自动化仪器仪表安装有限公司总经理；2012 年 9 月至今任深圳市名家汇照明科技股份有限公司独立董事；2013 年 10 月至今任能量传播独立董事；2014 年 5 月至今任上海姚记扑克股份有限公司独立董事。

（二）监事（3 名）

公司本届监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，设监事会主席 1 名。职工代表监事由公司职工代表大会民主选举产生。监事任期 3 年，并可连选连任。公司监事选聘情况如下表：

姓名	任职	选聘会议情况	任期	提名人
王　霁	监事会主席	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	唐　建
李　平	监事	2013 年第三次临时股东大会	2013.10.27-2016.10.26	唐　建
蔡晓青	监事	2013 年职工代表会议	2013.10.27-2016.10.26	职工代表会议

上述监事简介如下：

1、王霁先生：中国国籍，1972 年 8 月出生，汉族，中国政法大学经济法专业本科学历，无境外永久居留权。1993 年 7 月至 1997 年 4 月任中国广顺房地产开发公司职员；1997 年 5 月至今历任神州电视法律秘书、首席律师、办公室主任；2004 年 10 月至 2010 年 10 月任能量有限监事；2010 年 6 月至 2014 年 1 月任凤凰星董事；2010 年 10 月至今任能量传播监事会主席。

2、李平女士：中国国籍，1960 年 11 月出生，汉族，会计专业大专学历，无境外永久居留权。1978 年至 1982 年任职于海军第 4806 工厂（浙江舟山市）；1982 年至 1994 年任北京军事科学院印刷厂出纳；1994 年至 2011 年 8 月任北京尔雅会计、财务经理；2010 年 10 月至 2011 年 8 月任能量传播董事；2011 年 9 月至今任能量传播监事、内部审计部经理。

3、蔡晓青女士：中国国籍，1972 年 3 月出生，满族，中央财经大学国际金融专业本科学历，无境外永久居留权。1993 年至 1996 年任中城乐天房地产开发有限公司职员；1996 年至 2006 年任神州电视节目中心主任助理；2006 年至 2010 年 10 月任能量有限总经理助理；2010 年 10 月至今任能量传播职工代表监事、总经理助理。

（三）高级管理人员（4 名）

根据《公司法》和《公司章程》，公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书为公司高级管理人员。公司设总经理一名，由董事会聘任或解聘。公司高级管理人

员选聘情况如下：

姓名	任职	选聘会议情况	任期
郭志成	总经理	第二届董事会第一次会议	2013.10.27-2016.10.26
樊庆元	副总经理	第二届董事会第一次会议	2013.10.27-2016.10.26
曹志雄	副总经理 节目总监	第二届董事会第一次会议	2013.10.27-2016.10.26
奚　巍	财务总监 董事会秘书	第二届董事会第一次会议	2013.10.27-2016.10.26

上述高级管理人员简介如下：

1、郭志成先生：简介参见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简要情况”之“（一）董事”。

2、樊庆元先生：简介参见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简要情况”之“（一）董事”。

3、曹志雄先生：中国国籍，1975 年 1 月出生，汉族，中国传媒大学电视新闻硕士研究生学历，无境外永久居留权。2001 年 9 月至 2004 年 10 月为自由撰稿人；2004 年 10 月至 2010 年 9 月任能量有限节目总监；2010 年 10 月至 2013 年 2 月任能量传播节目总监，2013 年 2 月至今任能量传播副总经理兼节目总监。

曹志雄先生在电视节目创意制作领域从业经验丰富，曾担任《世纪大讲堂》主编、《财经点对点》主编、《皇牌大放送》导演和制作人、《凤凰大视野》导演和制作人、《天地人和》导演、《中学生大讲堂》、《视野》和《超级演说家》总制片人等。其担任制片人的《鲁豫有约》曾多次获得国家级电视文艺奖项。

4、奚巍先生：中国国籍，1963 年 1 月出生，汉族，清华大学项目管理专业研究生，无境外永久居留权。1985 年 7 月至 1997 年 7 月任职于江西省物价局物价检查所；1999 年 7 月至 2002 年 2 月任职于江西人和会计师事务所；2002 年 2 月至 2010 年 9 月任职于中磊会计师事务所有限公司、中铭国际资产评估有限公司；2010 年 10 月至今任能量传播财务总监、董事会秘书。

（四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员在其他单位的兼职情

况如下：

姓　名	兼职单位名称	兼职职务	与公司关系
郭志成	能量影视	执行董事	控股子公司
	金麦文化		
樊庆元	能量天津	执行董事	全资子公司
	能量慧明	执行董事	能量天津控股子公司
金兆鑫	北京智百扬广告有限公司	执行董事	因董事兼职形成关联方
陈鲁豫	凤凰卫视	节目主持人	无
丁俊杰	中国传媒大学	学术委员会副主任、广告学教授、博士生导师、亚洲传媒研究中心主任、首都传媒经济研究基地主任、党报党刊研究中心主任	无
	北京小马奔腾文化传媒股份有限公司	独立董事	因董事兼职形成关联方
	中视金桥国际传媒控股有限公司	独立董事	
	航美传媒集团有限公司	独立董事	
	广东省广告股份有限公司	独立董事	
梁振文	中华数字电视有限公司	首席财务官	
殷建军	深圳市名家汇照明科技股份有限公司	独立董事	
	上海姚记扑克股份有限公司	独立董事	
王霁	神州电视	首席律师兼办公室主任	无

除以上兼职情况以外，公司其他董事、监事、高级管理人员未在其他单位担任职务。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

公司的董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

（六）董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司董事、监事、高级管理人员对股票发行上市和上市公司规范运作等相关法律法规和规范性文件进行了学习，已经了解股票发行上市相关法律法规，知悉其作为上市公司董事、监事、高级管理人员的法定义务和责任。

二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

姓名	被投资单位名称	投资金额（万元）	持股比例（%）
金兆鑫	北京智百扬广告有限公司	1,000.00	100.00
陈鲁豫	鲁豫工作室	100.00	100.00
梁振文	北京网博视界科技有限公司	100.00	4.35

上述对外投资与公司不存在利益冲突，无与此有关的承诺或协议，除上述外，公司其他董事、监事、高级管理人员无其他重大对外投资。

三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况以及所持股份的质押或冻结情况

（一）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员持有的公司股份未发生变动，截至本招股书面书签署日，公司董事、监事、高级管理人员持股情况如下表所示：

单位：万股、%

姓名	担任职务	持股数量	持股比例
唐　建	董事长	2,247.30	38.55
郭志成	董事、总经理	180.00	3.09
樊庆元	董事、副总经理	85.00	1.46
陈鲁豫	董事	325.00	5.57
金兆鑫	董事	1,310.00	22.47
程乐平	董事	134.00	2.30
丁俊杰	独立董事	-	-
殷建军	独立董事	-	-
梁振文	独立董事	-	-
王　霁	监事会主席	100.00	1.71
李　平	监事	-	-
蔡晓青	监事	37.00	0.63
奚　巍	董事会秘书、财务总监	50.00	0.86
曹志雄	副总经理	50.00	0.86

本公司董事、监事、高级管理人员不存在间接持有公司股份的情况，董事、监事、高级管理人员的近亲属均未直接或间接持有本公司股份。

（二）公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持发行人股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员所持公司股份不存在质押或冻结的情况。

四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬组成、确定依据、所履行的程序

公司董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员薪酬由工资、奖金和五险一金组成，独立董事薪酬为公司发放的独立董事津贴；报告期内，公司董事陈鲁豫为凤凰卫视主持人，董事金兆鑫任北京智百扬广告有限公司执行董事，监事王霁任神州电视首席律师兼办公室主任，上述人员均未在本公司领取薪酬。

公司董事、监事、高级管理人员薪酬由董事会审议，经公司年度股东大会审议后确认，报告期内，公司董事、监事、高级管理人员薪酬均已经相应董事会和年度股东大会审议。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年内薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

单位：元、%

项目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
薪酬总额	2,242,796.65	4,226,384.96	3,600,530.59	3,274,931.36
利润总额	26,000,838.49	57,958,770.92	43,417,260.81	37,302,486.41
薪酬总额占利润总额比重	8.63	7.29	8.29	8.78

注：上述薪酬总额不包括陈鲁豫担任公司《鲁豫有约》、《鲁豫的礼物》、《超级演说家》等栏目的主持人或导师获得的劳务报酬。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员薪酬占公司各期利润总额的比重较低，总体保持稳定。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入等情况

2013 年度，公司董事、监事、高级管理人员从公司及其关联企业领取薪酬（或劳务报酬）的情况如下：

姓名	职务	薪酬（元）	领薪单位
唐　建	董事长	710,299.55	本公司
郭志成	董事、总经理	854,725.42	本公司
樊庆元	董事、副总经理	600,172.26	本公司
陈鲁豫	董事	7,749,844.14	本公司
金兆鑫	董事	-	-
程乐平	董事	379,455.75	本公司
丁俊杰	独立董事	60,000.00	本公司
丁志钢	独立董事	40,000.00	本公司
梁振文	独立董事	60,000.00	本公司
殷建军	独立董事	20,000.00	本公司
王霁	监事会主席	-	-
李平	监事	236,407.79	本公司
蔡晓青	职工代表监事	351,208.16	本公司
奚巍	财务总监兼董事会秘书	578,586.42	本公司
曹志雄	副总经理、节目总监	434,751.32	本公司

注：陈鲁豫在公司领取的为劳务报酬，非工资薪金；2013 年 2 月公司聘任曹志雄为副总经理，上述薪酬为 2013 年度曹志雄在公司领取的薪酬总额。

公司董事、监事、高级管理人员不存在应享受的其他待遇和退休金计划等。

五、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员与发行人签订的协议以及有关协议的履行情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人签订的协议

在公司任职并领薪的董事、监事、高级管理人员与公司签订了《劳动合同书》，《劳动合同书》对合同各方之间的权利义务关系做了明确的约定。

2011 年 9 月 23 日，公司、凤凰卫视和陈鲁豫共同签订了《合作协议》，协议内容请参见“第十一节 其他重要事项”之“一、重大合同”之“（一）发行人已签署、正

在履行的重大合同”。

报告期内，公司与鲁豫工作室签订合约及履行情况如下表所示：

日期	合约名称	履行情况
2013 年 3 月 7 日	《<超级演说家>节目研发策划合约》	陈鲁豫参与《超级演说家》第一季节目相关全部研发策划工作及会议，已履行完毕
2013 年 7 月 1 日	《<超级演说家>节目录制服务合约》	陈鲁豫担任《超级演说家》第一季导师，已履行完毕
2013 年 10 月 25 日	《<超级演说家>节目研发策划合约》	陈鲁豫参与《超级演说家》第二季节目相关全部研发策划工作及会议，已履行完毕
2014 年 3 月 7 日	《<超级演说家>节目录制服务合约》	陈鲁豫担任《超级演说家》第二季导师，已履行完毕
2014 年 5 月 15 日	《<鲁豫的礼物>节目录制服务合约》	陈鲁豫担任《鲁豫的礼物》节目主持人，履行中

除上述协议安排外，公司任职的董事、监事、高级管理人员未与公司签署其他协议。

（二）协议的履行情况

截至本招股说明书签署日，上述协议均履行正常，不存在违反协议约定事项的情形。

六、董事、监事、高级管理人员在近两年的变动情况

（一）董事近两年变动情况

2013 年 10 月 27 日，公司召开 2013 年第三次临时股东大会，审议并聘任唐建、郭志成、樊庆元、陈鲁豫、金兆鑫、程乐平、丁俊杰、梁振文、殷建军 9 名董事组成新一届董事会；原董事丁志钢辞去独立董事职务，增选殷建军为公司独立董事，除上述独立董事变动外，其他董事近两年未发生变动。

（二）监事近两年变动情况

2013 年 10 月 27 日，公司召开 2013 年第三次临时股东大会，审议并聘任王霁、李平为公司监事，与职工代表会议选举的监事蔡晓青组成新一届监事会；公司监事近两年未发生变动。

（三）高级管理人员近两年变动情况

1、2013 年 2 月 25 日，公司召开第一届董事会第十七次会议，聘任曹志雄为公司副总经理。

2、2013 年 10 月 27 日，公司召开第二届董事会第一次会议，聘任郭志成为公司总经理，樊庆元、曹志雄为公司副总经理，奚巍为公司财务总监、董事会秘书；除曹志雄为 2013 年 2 月新增高级管理人员外，其他高级管理人员近两年未发生变动。

公司上述董事、监事、高级管理人员的变动符合《公司章程》的规定，履行了必要的程序；公司董事会和核心管理层近两年保持稳定，未发生重大变动。

七、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行及履职情况

（一）报告期内发行人公司治理的建立和完善情况

2010 年 10 月 18 日召开的公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《监事会议事规则》。

2011 年 5 月 23 日召开的公司第一届董事会第六次会议审议通过了《审计委员会实施细则》、《审计委员会年报工作规程》、《提名委员会实施细则》、《薪酬与考核委员会实施细则》、《战略委员会实施细则》、《总经理工作细则》和《董事会秘书工作制度》。

2011 年 6 月 7 日召开的公司 2010 年度股东大会审议通过了《累积投票制实施细则》和《独立董事制度》。

公司设立后，根据《公司法》、中国证监会关于公司治理的规范性文件陆续建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度，建立了相互独立、权责明确、监督有效的法人治理结构。

（二）发行人股东大会、董事会、监事会实际运行情况

1、股东大会实际运行情况

截至本招股说明书签署日，公司共召开股东大会 23 次，未能亲自出席会议的股东均已授权与会股东代为投票表决，公司历次股东大会会议通知方式、召集召开程序、表决内容符合《公司法》和《公司章程》的规定，会议记录完整规范，股东大会依法履行了《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》所赋予的权利和义务。

2、董事会实际运行情况

截至本招股说明书签署日，公司共召开董事会 31 次，未能亲自出席会议的董事均已授权与会董事代为投票表决，公司历次董事会在通知方式、召集召开程序、表决内容等方面均符合《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定。

3、监事会实际运行情况

截至本招股说明书签署日，公司共召开监事会 11 次，全体监事均亲自出席并投票表决，公司历次监事会在通知方式、召集召开程序、表决内容等方面均符合《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的规定。

报告期内，公司股东大会、董事会和监事会规范运行，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（三）独立董事出席董事会等履职情况

截至本招股说明书签署日，公司独立董事有效行使《公司章程》、《独立董事制度》等赋予的职权，确因个人原因无法参与董事会会议并投票表决的，均已委托与会独立董事代为投票表决，对公司发生的关联交易和公司总经理、副总经理的聘任等事项，独立董事均已依照《公司章程》、《独立董事制度》等的规定发表了独立意见，公司独立董事严格按照相关文件的规定履行职权，对公司的规范运作起到了积极的作用。

（四）董事会秘书制度的建立及运行情况

根据《公司章程》的规定，公司聘任董事会秘书并制定了《董事会秘书工作制度》，

报告期内，公司董事会秘书负责股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及股东资料管理，办理信息披露事务等事宜，较好地履行了职责。

（五）审计委员会及其他专门委员会的人员构成及运行情况

1、审计委员会及其他专门委员会的人员构成情况

公司董事会设立了审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和战略委员会等专门工作机构，分别负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查，董事、高级管理人员的考核和公司长期发展战略的研究等董事会授予的职权，为董事会进行决策提供意见和建议。

截至本招股说明书签署日，公司审计委员会由唐建、梁振文、殷建军组成，其中梁振文为主席；提名委员会由唐建、梁振文、殷建军组成，其中唐建为主席；战略委员会由唐建、郭志成、陈鲁豫、梁振文和丁俊杰组成，其中唐建为主席；薪酬与考核委员会由郭志成、陈鲁豫、殷建军、梁振文和丁俊杰组成，其中殷建军为主席。

2、审计委员会及其他专门委员会的运行情况

公司审计委员会及其他专门委员会自设立以来，严格按照《公司章程》、《审计委员会实施细则》、《提名委员会实施细则》、《薪酬与考核委员会实施细则》和《战略委员会实施细则》等的有关规定开展工作，较好地履行了职责，为公司董事会的科学决策提供了支持，保障了公司的规范运行。

八、发行人管理层对内部控制制度的自我评价

公司严格按照《公司法》)、《证券法》、《企业内部控制基本规范》等法律法规的规定，根据自身的经营目标和具体情况制定了较为完善的企业管理内部控制制度，并随着公司的业务发展变化不断完善。公司认为：

“根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。”

九、注册会计师对内部控制制度的鉴证意见

中喜会计师事务所对公司内部控制制度进行了审核，出具了无保留意见的《内部控制鉴证报告》（中喜专审字[2014]第 0318 号），认为：“公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定建立的与财务报表相关的内部控制于 2014 年 6 月 30 日在所有重大方面是有效的”。

十、发行人最近三年违法违规行为情况

最近三年，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规和《公司章程》的规定开展经营，没有因违反广播电影电视经营管理法律、法规、规章而受到行政处罚的记录，不存在违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规而受到行政处罚的情形。

十一、报告期资金占用和对外担保情况

公司制定并严格遵守《资金管理制度》，最近三年内不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保等对外担保的情形。

十二、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排和执行情况

（一）公司资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度

公司自设立以来，建立健全了资金管理、对外投资、对外担保制度。《公司章程》已经明确规定了资金管理、对外投资、对外担保的审批权限和审批程序。公司并于 2011 年 5 月 23 日召开的第一届董事会第六次会议审议通过了《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》，于 2011 年 9 月 1 日召开的第一届董事会第八次会议审议通过了《资金管理制度》，详细规定了公司股东大会、董事会、经营管理层审批资金使用、对外投资、对外担保的权限及程序。

1、公司资金管理的审批权限、审批程序的规定

根据《资金管理制度》的规定，公司现金的管理必须严格执行钱、账分管的原则，出纳与会计人员必须分清责任，实行相互制约，加强现金管理，从银行提取现金，由经办人填写现金支取申请单或借款单，经财务总监批准，财务经理审核后，交给出纳人员到银行提取，一切现金支出都要有原始凭证，由经办人签名，经部门经理审核，副总经理批准，财务经理审核，财务总监、总经理批准后，出纳人员才能据以付款，出纳人员不得受理未按规定审批的付款业务，不得受理不完整、不真实、不合法的原始凭证。

2、公司对外投资审批权限、审批程序的规定

根据《对外投资管理制度》的规定，公司股东大会、董事会是对外投资的决策机构。董事会对外投资的权限包括：（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以下，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以下，且绝对金额不超过 3,000 万元人民币；（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以下，且绝对金额不超过 300 万元人民币；（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以下，且绝对金额不超过 3,000 万元人民币；（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以下，且绝对金额不超过 300 万元人民币。超出董事会审批权限的由股东大会审批。

公司对外投资的决策程序：（1）由公司对外投资部门对投资项目的可行性、投资风险、投资回报等事宜进行专门研究和评估，作出投资项目报告，报公司总经理，并由公司总经理负责主持召开总经理办公会对投资项目报告进行初审；（2）初审通过后，公司组建相应的项目组，进行项目可行性分析并编制报告，根据审批权限规定，由公司董事会或股东大会进行立项审批；（3）立项审批通过后，授权项目组负责具体实施；（4）公司董事会负责监督项目的运作及管理。

3、对外担保审批权限、审批程序的规定

根据《公司章程》、《对外担保管理制度》的规定，须经股东大会审批的对外担保包括但不限于下列情形：（1）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额达到或超过

最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；（2）公司的对外担保总额达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；（3）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（4）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；（5）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%以后提供的任何担保；（6）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 3,000 万元人民币所提供的担保；（7）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。公司为持有本公司 5%以下股份的股东提供担保的，参照本款前述规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决；（8）证券交易所或《公司章程》规定的其它担保情形。

对外担保事项由总经理组织公司财务部依照相关法律、行政法规、规范性文件及本制度进行审查，审查通过后提交董事会审议。

董事会审议对外担保事项时，应取得出席董事会会议的三分之二以上董事的同意并经全体独立董事三分之二以上同意方可作出决议。公司董事会或股东大会对担保事项作出决议时，与该担保事项有利害关系的董事或股东应回避表决。股东大会审议一年内担保金额超过本公司最近一期经审计总资产 30%的对外担保事项时，应当以特别决议通过。

公司独立董事应在董事会审议对外担保事项时发表独立意见，必要时可聘请会计师事务所对公司累计和当期对外担保情况进行核查。如发现异常，应及时向董事会和监管部门报告并公告。

（二）公司资金管理、对外投资、担保事项的执行情况

公司设立以来，能够有效地执行公司制定的资金管理制度、对外投资制度、对外担保制度，股东大会、董事会及管理层在其职权范围内决定资金使用、对外投资、对外担保的事项，并履行相应的决策程序。截至本招股说明书签署日，公司未发生对外担保事项，公司的资金管理、对外投资事项均履行了必要的内部管理或审议程序。

十三、发行人对投资者权益的保护

公司建立了有效的投资者权益保护机制，《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等公司制度中规定了投资者应当享有的各项权利，为保证公司更为真实、准确、完整地披露信息，维护公司股东特别是社会公众股东的合法权益，公司进

一步制定了《重大信息内部报告制度》、《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》等系列制度。

（一）内部信息披露制度和流程的建立健全情况

2011 年 5 月 23 日，公司第一届董事会第六次会议审议通过了《重大信息内部报告制度》，规定当出现、发生或即将发生购买或出售资产、关联交易等可能对公司股票及其衍生品种交易价格产生较大影响的重大信息时，负有报告义务的人员和公司应当在第一时间履行内部报告程序，公司董事会秘书应按照相关法律法规、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等规范性文件及《公司章程》的有关规定履行信息披露义务，明确了重大信息内部报告的管理和责任，有利于维护投资者获悉公司重大信息的合法权益。

2011 年 6 月 7 日，公司 2010 年度股东大会审议通过了《信息披露管理制度》，规定了信息披露的内容及披露标准；信息传递、审核及披露程序；信息披露事务管理部门及其负责人的职责；信息披露报告、审议和职责；董事、监事、高级管理人员履行职责的记录和保管制度等内容，有效地保障了投资者能够及时、准确、完整的获取公司信息。

（二）股东投票机制的完善

1、建立累积投票制选举公司董事、监事

2011 年 6 月 7 日，公司 2010 年度股东大会审议通过了《累积投票制实施细则》，规定公司股东大会选举董事、监事时，应采取累积投票制；除董事会已公告的董事、独立董事、监事候选人之外，持有或合并持有公司 3%以上有表决权股份的股东可在距股东大会召开 10 日之前提交新的董事、监事候选人提案，持有或合并持有公司 1%以上有表决权股份的股东可在距股东大会召开 10 日之前提交新的独立董事候选人提案；股东大会对董事、监事候选人进行表决时，股东可以集中行使表决权，将其拥有的表决权集中投给某一位或几位董事、监事候选人，也可以将其拥有的表决权分别投给全部董事、监事候选人。

2、中小投资者单独计票机制

《公司章程(草案)》规定：公司股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露，并报送证券监管部门。

3、采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决

《公司章程（草案)》规定：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，包括提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利；通过网络或其他方式投票的上市公司股东或其代理人，有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果；股东大会决议应当及时公告，公告中应列明出席会议的股东和代理人人数、所持有表决权的股份总数及占公司有表决权股份总数的比例、表决方式、每项提案的表决结果和通过的各项决议的详细内容。

（三）其他保护投资者合法权益的措施

2011 年 5 月 23 日，公司第一届董事会第六次会议审议通过了《投资者关系管理制度》，明确了投资者关系管理部门的设置、投资者关系管理的内容和方式，为更好的保护投资者的合法权益作出了制度性的安排，通过与投资者和潜在投资者之间的沟通，加深投资者对公司的了解和认同，促进公司和投资者之间建立长期、稳定的良性关系，为投资者行使权利创造了条件。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据和有关分析说明反映了公司报告期内的资产负债、经营成果和现金流量情况。引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经注册会计师审计的财务报表及其附注。公司财务数据和财务指标等除另有注明外，均以合并会计报表的数据为基础进行计算。投资者欲进一步了解本公司的财务状况、经营成果及会计政策，请查阅相关财务报表及审计报告。

一、财务会计报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项 目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
流动资产：				
货币资金	71,011,106.00	96,381,869.82	84,369,373.60	89,725,794.79
应收票据	4,000,000.00	20,477,059.16	-	-
应收账款	114,192,227.48	80,717,670.05	51,115,355.18	24,806,652.03
预付款项	33,753,299.85	81,106,243.32	65,000.00	31,530.00
应收利息	-	-	-	135,341.85
其他应收款	8,926,887.51	13,296,737.95	7,843,539.86	9,094,107.59
存货	128,464,201.55	51,824,783.36	29,485,582.46	16,443,837.66
其他流动资产	8,829,775.70	321,200.00	1,408,649.07	8,034,975.84
流动资产合计	**369,177,498.09**	**344,125,563.66**	**174,287,500.17**	**148,272,239.76**
非流动资产：				
固定资产	1,685,799.88	1,627,903.64	2,922,567.81	3,952,765.67
无形资产	93,973.32	135,592.56	1,760,272.61	2,613,267.81
长期待摊费用	1,192,156.88	1,683,245.06	562,441.13	-
递延所得税资产	1,130,284.69	1,020,733.51	482,157.86	265,106.39
其他非流动资产	1,530,000.00	-	1,000,000.00	-

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
非流动资产合计	**5,632,214.77**	**4,467,474.77**	**6,727,439.41**	**6,831,139.87**
资产总计	**374,809,712.86**	**348,593,038.43**	**181,014,939.58**	**155,103,379.63**

合并资产负债表（续）

单位：元

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
流动负债：				
短期借款	68,600,000.00	48,600,000.00	9,500,000.00	8,000,000.00
应付账款	31,033,624.44	31,200,184.85	5,135,154.63	12,889,696.89
预收款项	51,324,423.85	58,586,744.01	19,470,980.28	22,589,593.51
应付职工薪酬	16,209.14	16,209.14	16,209.14	70,180.14
应交税费	9,101,123.49	16,637,651.74	7,637,642.49	3,455,854.92
其他应付款	6,895,478.50	4,033,768.83	353,768.60	875,962.78
流动负债合计	**166,970,859.42**	**159,074,558.57**	**42,113,755.14**	**47,881,288.24**
非流动负债：	**-**	-	-	-
负债合计	**166,970,859.42**	**159,074,558.57**	**42,113,755.14**	**47,881,288.24**
股东权益：				
实收资本（或股本）	58,300,000.00	58,300,000.00	58,300,000.00	58,300,000.00
资本公积	20,916,401.68	20,916,401.68	20,916,401.68	20,916,401.68
盈余公积	5,464,473.34	5,464,473.34	3,676,751.41	2,351,659.87
未分配利润	106,793,138.96	91,666,413.18	56,008,031.35	25,654,029.84
归属于母公司股东权益合计	**191,474,013.98**	**176,347,288.20**	**138,901,184.44**	**107,222,091.39**
少数股东权益	**16,364,839.46**	**13,171,191.66**	-	-
股东权益合计	**207,838,853.44**	**189,518,479.86**	**138,901,184.44**	**107,222,091.39**
负债和股东权益总计	**374,809,712.86**	**348,593,038.43**	**181,014,939.58**	**155,103,379.63**

2、合并利润表

单位：元

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
一、营业总收入	**167,246,613.63**	**271,471,599.51**	**177,917,937.07**	**120,801,438.00**
其中：主营业务收入	167,246,613.63	271,471,599.51	177,917,937.07	120,786,438.00
其他业务收入	-	-	-	15,000.00
二、营业总成本	**141,245,775.14**	**218,694,324.77**	**137,168,464.02**	**83,441,060.33**
其中：主营业务成本	114,738,137.80	182,354,665.81	104,957,691.33	58,196,297.97

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
其他业务成本	-	-	-	-
营业税金及附加	1,187,206.56	4,161,290.55	6,567,515.72	5,900,114.20
销售费用	13,274,956.97	12,986,156.52	11,776,409.12	4,688,110.64
管理费用	9,138,373.93	16,225,692.69	12,396,532.73	14,462,468.27
财务费用	1,885,561.79	1,395,550.04	602,109.25	-308,362.85
资产减值损失	1,021,538.09	1,570,969.16	868,205.87	502,432.10
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	**26,000,838.49**	**52,777,274.74**	**40,749,473.05**	**37,360,377.67**
加：营业外收入	-	5,277,621.15	2,677,270.36	13,100.00
减：营业外支出	-	96,124.97	9,482.60	70,991.26
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	**26,000,838.49**	**57,958,770.92**	**43,417,260.81**	**37,302,486.41**
减：所得税费用	7,680,464.91	15,341,475.50	11,738,167.76	9,979,786.53
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	**18,320,373.58**	**42,617,295.42**	**31,679,093.05**	**27,322,699.88**
其中：归属于母公司所有者的净利润	15,126,725.78	37,446,103.76	31,679,093.05	27,322,699.88
少数股东损益	3,193,647.80	5,171,191.66	-	-
六、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.26	0.64	0.54	0.51
（二）稀释每股收益	0.26	0.64	0.54	0.51
七、其他综合收益	-	-	-	-
八、综合收益总额	**18,320,373.58**	**42,617,295.42**	**31,679,093.05**	**27,322,699.88**
其中：归属于母公司所有者的综合收益总额	15,126,725.78	37,446,103.76	31,679,093.05	27,322,699.88
少数股东综合收益总额	3,193,647.80	5,171,191.66	-	-

3、合并现金流量表

单位：元

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 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	161,435,935.22	236,517,489.31	148,411,252.80	131,716,642.18
收到其他与经营活动有关的现金	22,483,167.73	44,376,196.25	6,474,929.17	561,924.59
经营活动现金流入小计	183,919,102.95	280,893,685.56	154,886,181.97	132,278,566.77
购买商品、接受劳务支付的现金	170,923,713.97	227,740,413.15	105,705,943.18	50,916,001.73

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
支付给职工以及为职工支付的现金	15,715,096.45	29,005,956.15	25,442,055.08	18,357,988.40
支付的各项税费	20,883,814.58	23,785,788.74	16,236,689.61	15,047,786.69
支付其他与经营活动有关的现金	20,256,117.90	34,788,804.42	10,548,045.65	25,008,379.89
经营活动现金流出小计	227,778,742.90	315,320,962.46	157,932,733.52	109,330,156.71
经营活动产生的现金流量净额	**-43,859,639.95**	**-34,427,276.90**	**-3,046,551.55**	**22,948,410.06**
二、投资活动产生的现金流量：				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	141,750.00	-	-	1,000.00
投资活动现金流入小计	141,750.00	-	-	1,000.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	130,647.53	1,263,323.84	2,844,751.01	4,840,794.00
投资支付的现金	1,530,000.00	-	-	-
投资活动现金流出小计	1,660,647.53	1,263,323.84	2,844,751.01	4,840,794.00
投资活动产生的现金流量净额	**-1,518,897.53**	**-1,263,323.84**	**-2,844,751.01**	**-4,839,794.00**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	8,000,000.00	-	20,070,000.00
取得借款收到的现金	39,000,000.00	48,600,000.00	9,500,000.00	8,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	2,000,000.00	2,160,000.00	-	-
筹资活动现金流入小计	41,000,000.00	58,760,000.00	9,500,000.00	28,070,000.00
偿还债务支付的现金	19,000,000.00	9,500,000.00	8,000,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,992,225.40	1,556,874.00	966,221.66	1,988,980.16
筹资活动现金流出小计	20,992,225.40	11,056,874.00	8,966,221.66	1,988,980.16
筹资活动产生的现金流量净额	**20,007,774.60**	**47,703,126.00**	**533,778.34**	**26,081,019.84**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-0.93**	**-29.04**	**1,103.03**	**-6.90**
五、现金及现金等价物净增加额	**-25,370,763.82**	**12,012,496.22**	**-5,356,421.19**	**44,189,629.00**
加：期初现金及现金等价物余额	96,381,869.82	84,369,373.60	89,725,794.79	45,536,165.79
六、期末现金及现金等价物余额	**71,011,106.00**	**96,381,869.82**	**84,369,373.60**	**89,725,794.79**

（二）注册会计师意见

公司聘请中喜会计师事务所依据中国注册会计师独立审计准则对本公司 2014 年 6 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日和 2011 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2014 年 1-6 月、2013 年度、2012 年度和 2011 年度的合并及母公司利润表、现金流量表、股东权益变动表进行了审计。中喜会计师事务所出具了标准无保留意见《审计报告》（中喜审字[2014]第 0789 号）。中喜会计师事务所认为：能量传播财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了能量传播 2014 年 6 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日和 2011 年 12 月 31 日的财务状况以及 2014 年 1-6 月、2013 年度、2012 年度和 2011 年度的经营成果和现金流量。

二、影响收入、成本、费用、利润的因素，以及对公司具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

（一）影响收入、成本、费用、利润的因素

近年来，国家深化文化体制改革、推动文化发展繁荣系列政策的出台，使影视内容行业获得了良好的发展机遇和广阔的市场空间，随着制播分离改革的持续深化，中央电视台、省级卫视等播出平台的改革陆续实施，电视剧、综艺娱乐、生活服务、文化专题、动漫青少、纪录片等内容生产逐渐从电视台剥离出来，采用市场化的节目运作模式进行生产和竞争，社会制作机构发展空间日益广阔。

1、影响收入的因素

影响公司收入的因素主要包括客户的拓展、主要节目的发行情况和议价能力。

报告期内，公司在中央电视台、安徽卫视、凤凰卫视等客户基础上，开拓了长江传媒、浙江广播电视集团、湖北广播电视台、旅游卫视、搜狐视频、瑞格嘉尚和三多堂传媒等客户，建立了稳定的业务合作关系，随着业务的快速发展，公司新客户不断增加，并陆续建立了与北京卫视、天津卫视等主要省级卫视的业务联系，为公司业务的持续发展和收入的稳定增长奠定了基础。

除品牌栏目《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《超级演说家》、《我为喜剧狂》

和《鲁豫的礼物》外，公司正在研发、制作的栏目还包括《传承者》、《巨星的密室》、《我是演说家》和《全球天才少年》等，合作客户包括中央电视台、浙江卫视和北京卫视等，公司并于 2013 年进入电视剧领域，《风云天地》、《爷们儿》和《非常搭档》处于发行或发行审核过程中，公司主要节目的收视表现和发行价格将对公司收入产生重大影响。

公司与主要客户稳定的合作关系将为公司栏目、电视剧等节目的发行提供一定保障，随着公司品牌影响力的提升和业务规模的扩大，公司对于品牌栏目、电视剧等节目的议价能力将得到增强，并最终影响到公司主要节目的发行定价和公司的收入。

2、影响成本的因素

公司成本的影响因素主要包括人工成本和委托制作费。公司生产经营所投入的固定资产较少，大型栏目、纪录片和电视剧等节目均需要演职人员、主持人等的参与，部分工作还需委托外部的专业团队完成，近年来全社会人力成本逐步提高，公司职工薪酬逐年增加，大型栏目的主持人、电视剧的主要演职人员等的成本呈上升趋势，灯光、舞美、音效和剧本等市场化程序高，相对透明，公司可以通过市场采价控制成本；未来期间，人工成本仍将保持上升趋势，并对公司的生产成本产生影响。

公司建立了创意、制作等环节的标准化流程，随着业务规模的不断扩大，资源整合能力逐步提升，在节目制作过程中，公司能够有效提高节目的制作效率，减少资源浪费，节省节目成本支出。

3、影响费用的因素

公司费用的影响因素主要为宣传费用。报告期内，公司业务规模逐步扩大，大型栏目《超级演说家》、《我为喜剧狂》和《鲁豫的礼物》等陆续推出，电视剧《风云天地》、《爷们儿》和《非常搭档》即将发行，随着市场竞争的日趋激烈，公司需要投入更多的资金用于公司品牌和主要节目的宣传推广，宣传费用将逐步增长。

4、影响利润的因素

公司影响利润的因素主要包括公司的收入、成本和费用，报告期内，公司业务规模逐步扩大，净利润稳步增长，随着募集资金投资项目的实施和电视剧业务的开展，

公司净利润将保持增长趋势。

（二）对公司具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

公司管理层认为，主营业务收入增长率、净利润和毛利率等财务指标对公司具有核心意义，其变动对公司业绩变动具有较强预示作用。

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司主营业务收入较上年同期分别增长 141.88%、47.30% 、52.58%和 76.14%，净利润分别为 2,732.27 万元、3,167.91 万元、4,261.73 万元和 1,832.04 万元，公司主营业务收入、净利润总体呈逐步增长趋势，公司经营情况良好，具有较强的持续盈利能力。

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司综合毛利率分别为 51.82%、41.01%、32.83%和 31.40%，2013 年以来，受收视竞争加剧等因素影响，公司推出了《超级演说家》、《我为喜剧狂》等大型创新栏目，初期在制作成本上加大投入，创新栏目毛利率相对较低，综合毛利率的下降主要系公司调整产品结构所致，随着公司业务规模的扩大，大型创新栏目不断推出，公司主营业务收入、主营业务毛利和净利润将保持增长趋势，公司的持续盈利能力将得到进一步增强，毛利率的波动不会对公司的持续发展造成重大不利影响。

未来，公司将积极推进创新栏目的研发工作，适时推出《传承者》、《全球天才少年》等后续大型季播栏目，做好募集资金投资项目的模式研发和渠道合作创新，做好纪录片、电视剧的发行工作，在业务规模持续增长的同时，稳步提升公司的盈利能力，保证公司经营业绩的持续性、稳定性。

三、财务报告审计截止日至招股说明书签署日之间的经营情况

财务报告审计截止日后，公司与北京万象传媒广告有限公司签订《委托制作协议》，约定能量传播制作全明星益智游戏综艺节目《巨星的密室》（暂定名）12 期，拟于 2014 年 10 月起在浙江卫视播出。公司与李勇合资的金麦文化于 7 月 3 日设立，新栏目《蚂蚁斗大象》正在创意策划中。

公司财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日期间，公司经营状况良好，经

营模式未发生变化，财务报告审计截止日后，《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《鲁豫的礼物》、《传承者》、《巨星的密室》、《全球天才少年》和《爷们儿》等主要节目创意、制作、发行顺利进行，不存在将导致公司业绩异常波动的重大不利因素。

四、会计报表的编制基础、合并会计报表范围

（一）会计报表编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

（二）合并财务报表范围

公司 2011 年 4 月 6 日设立能量（天津）影视文化交流有限公司，自 2011 年起将该公司纳入公司合并报表范围。

公司 2013 年 5 月 16 日设立控股子公司能量（天津）影视制作有限公司，能量天津 2013 年 10 月 30 日设立控股子公司天津能量慧明影视传媒有限公司，自 2013 年起将两公司纳入公司合并报表范围。

（三）主要会计政策和会计估计

1、现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

2、外币业务折算

对发生的外币业务，采用交易发生日的即期汇率折合人民币记账。对各种外币账户的外币期末余额、外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，除与购建符合资本化条件资产有关的专门借款本金及利息的汇兑差额外，其他汇兑差额计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额作为公允价值

变动损益。

3、应收款项

（1）单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额大于 100 万元
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；经单独测试未发生减值的，以账龄为信用风险特征根据账龄分析法计提坏账准备。

（2）单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项坏账准备的确定依据和计提方法

信用风险特征组合的确定依据	单项金额不重大且账龄1年以上的应收款项		
根据信用风险特征组合确定的计提方法			
应收账款余额百分比法计提的比例（%）	同单项金额重大的应收款项	其他应收款余额百分比法计提的比例（%）	同单项金额重大的应收款项

（3）以账龄为信用风险特征的应收款项组合坏账准备的确认标准和计提方法

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）	3	3
1 至 2 年（含 2 年）	5	5
2 至 3 年（含 3 年）	15	15
3 年以上	100	100
计提坏账准备的说明	单独测试未发生减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项），以账龄为信用风险特征进行组合并结合现实的实际损失率确定各组合计提坏账准备的比例	

4、存货

（1）存货的分类

公司存货主要包括原材料、在产品、库存商品、低值易耗品等。

原材料是指公司为制作视频节目、提供节目相关服务及拍摄影视剧等购买的素材、资料等。

在产品是指制作中的视频节目、提供节目相关服务及在拍影视剧而发生的成本。在拍影视剧系公司投资拍摄的尚未取得《电影片公映许可证》或《电视剧发行许可证》

的影视剧产品。

库存商品是指公司已入库的视频节目、提供节目相关服务的工作成果、完成拍摄的影视剧及外购影视剧等各种产成品之实际成本。

低值易耗品是指公司购买的价值较小、使用年限较短的资产。

（2）存货取得和发出的计价方法

①公司存货的购入和入库按实际成本计价。公司拍摄制作视频节目、提供节目相关服务及外购影视剧而发生的相关支出在实际发生时直接计入成本。

②公司与境内外其他单位合作摄制影视剧的，按以下规定和方法执行：

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“预收款项－预收制片款”科目进行核算；当影视剧完成摄制结转入库时，再将该款项转作影视剧库存成本的备抵，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制片款，先通过“预付款项－预付制片款”科目进行核算，当影视剧完成摄制并收到其他合作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视剧库存成本。

③ 库存商品发出按照个别计价法结转发出商品，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：

A、将视频节目交付给购买方，或将提供创意策划、拍摄制作等节目相关服务的工作成果交付给委托方的，自符合收入确认条件之日起，将实际发生的成本结转销售成本。

B、一次性卖断国内全部著作权的，在收到卖断价款时，将全部实际成本一次性结转销售成本。

C、采用按发行收入等分账结算方式，或采用多次将发行权、播映权转让给部分发行公司或电视台等，且仍可继续向其他单位发行、销售的影视剧，应在符合收入确认条件之日起不超过 24 个月的期间内，采用计划收入比例法结转销售成本。

计划收入比例法是指企业从首次确认销售收入之日起，在成本配比期内，以当期已实现的销售收入占计划收入的比例为权数，计算确定本期应结转的销售成本。该方法在具体使用时，本着谨慎的原则进行市场销售状况及效益的预测，预计该片可能获

得销售收入的总额。在此基础上，计算其各期应结转的销售成本。计算公式为：

计划销售成本率＝影视剧入库的实际总成本／预计的销售收入总额×100%

本期（月）应结转销售成本额＝本期（月）影视剧销售收入额×计划销售成本率

在影视剧播映权的转让中，包括首轮发行和二轮发行及多轮发行。首轮发行一般在 24 个月的时间内基本能够实现全部发行收入。公司本着稳健性的原则，以首轮发行期预计能够实现的总收入金额作为“计划收入比例法”中的预计销售收入总额。计划收入比例除有特殊情况应当随时调整外，在年度内一般不作变动。

D、公司在尚拥有影视作品著作权时，在“库存商品”中象征性保留 1 元余额。

（3）存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

（4）存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制，其中影视剧以核查版权等权利文件作为盘存方法。

（5）低值易耗品按照一次转销法进行摊销。

5、长期股权投资

（1）初始投资成本的确定

同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或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账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额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。

非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；投资者投入的，按照投资合同或协议约定的价值作为其初始投资成本（合同或协议约定价值不公允的除外）。

（2）后续计量及损益确认方法

对被投资单位能够实施控制的长期股权投资采用成本法核算，在编制合并财务报表时按照权益法进行调整；对不具有共同控制或重大影响，并且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，采用成本法核算；对具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

（3）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，与被投资单位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的，认定为共同控制；对被投资单位的财务和经营政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的，认定为重大影响。

（4）减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，以成本法核算的、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，有客观证据表明其发生减值的，按照类似投资当时市场收益率对预计未来现金流量折现确定的现值低于其账面价值之间的差额，计提长期股权投资减值准备；其他投资的减值，按资产减值政策所述方法计提长期股权投资减值准备。

6、固定资产

（1）固定资产确认条件

固定资产同时满足下列条件的予以确认：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。与固定资产有关的后续支出，符合上述确认条件的，计入固定资产成本；不符合上述确认条件的，发生时计入当期损益。

固定资产按照成本进行初始计量。

（2）各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法。各类固定资产的折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限	年折旧率
运输工具	4-5 年	20-25%
专用设备	3-5 年	20-33.33%
电子设备及其他	3 年	33.33%
办公设备	3-5 年	20-33.33%

固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核：本公司至少于每年年度终了时，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如果发现固定资产使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值的预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值；与固定资产有关的经济利益预期实现方式有重大改变的，改变固定资产折旧方法。固定资产使用寿命、预计净残值和折旧方法的改变作为会计估计变更处理。

（3）固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，按资产减值政策所述方法计提固定资产减值准备。

7、在建工程

（1）在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

（2）在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工结算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（3）资产负债表日，有迹象表明在建工程发生减值的，按资产减值政策所述方法计提在建工程减值准备。

8、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，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

（2）借款费用资本化期间

当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；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

当所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。

（3）借款费用资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以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。

9、无形资产

（1）无形资产包括品牌授权费、土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

（2）使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

类 别	摊销年限	年摊销率
品牌授权费	3 年	33.33%
软件	3 年	33.33%

（3）资产负债表日，检查无形资产预计给公司带来未来经济利益的能力，按资产减值政策所述方法计提无形资产减值准备。

10、长期待摊费用

长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

11、资产减值

（1）在资产负债表日判断资产[除存货、采用成本法核算的在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的长期股权投资、采用公允价值模式计量的投资性房地产、消耗性生物资产、建造合同形成的资产、递延所得税资产、融资租赁中出租人未担保余值和金融资产（不含长期股权投资）以外的资产]是否存在可能发生减值的迹象。有迹象表明一项资产可能发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组或资产组组合为基础确定其可收回金额。因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

（2）可收回金额根据单项资产、资产组或资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额与其预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

（3）单项资产的可收回金额低于其账面价值的，按单项资产的账面价值与可收回金额的差额计提相应的资产减值准备。资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的（总部资产和商誉分摊至某资产组或资产组组合的，该资产组或资产组组合的账面价值包括相关总部资产和商誉的分摊额），确认其相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至资产组或资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值；以上资产账面价值的抵减，作为各单项资产（包括商誉）的减值损失，计提各单

项资产的减值准备。

（4）上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

12、收入

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

公司主要从事视频节目的研发、制作和发行以及针对客户提供节目相关服务，主要产品为栏目、纪录片、品牌服务类节目和电视剧。收入确认的具体方法如下：

A、栏目

在将验收后的栏目播出带交付给客户时按交付集数确认收入。合同约定公司负有播出义务的，按播出集数确认收入。

B、纪录片

拥有著作权的纪录片，在将合同约定的权利交付给客户时确认收入。受托制作的纪录片，在完成合同约定的工作内容，将工作成果（播出带或节目素材等）交付委托方验收后确认收入。

C、品牌服务类节目

在完成合同约定全部工作内容，将工作成果（播出带或节目素材等）交付委托方验收后确认收入。

合同约定工作分阶段完成，在符合收入确认原则及满足以下全部条件时，可分阶段确认收入。

a、各阶段工作能够明确划分；

b、各阶段工作约定了相应价款；

c、各阶段发生的成本能够正确划分；

d、各阶段工作成果已交付并经委托方验收。

D、影视剧

a、自制、外购影视剧和作为执行制片方联合拍摄影视剧

自制和作为执行制片方联合拍摄影视剧，公司担任制片方或执行制片方，负责整个拍摄进度的把握、资金的管理、主创人员的确定等。

影视剧销售收入包括影视剧播映权转让收入、音像版权收入、网络播映权收入、海外发行收入等，经电影电视行政主管部门审查通过取得许可证，影视剧播映带和其他载体转移给购货方并已取得收款权利时确认收入。

b、作为非执行制片方联合拍摄影视剧

公司担任非执行制片方的联合拍摄影视剧，公司参与投资，不参与具体的摄制管理，按照约定获得相应的收益。

c、受托制作影视剧

同“品牌服务类节目”。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按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；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（4）节目特殊形式广告分成收入的确认方式

节目获得广告发布机构特殊形式广告销售权利，公司将该权利销售客户，待广告发布并经合同双方核实后确认收入。

（5）公司不同类型业务的收入确认原则、时点、方法和具体依据

公司视频节目制作前，都会提前与播出平台、委托方或联合投资方沟通选题计划、录制方案、台本或剧本等，获得认可后，公司进行相应节目的录制；节目录制完成后，公司制片人、审片室、播出平台等进行审查，项目组根据修改意见进行修改，最终成片并制作正式播出带等播出载体，办理成片的入库手续。

公司正式播出带等播出载体交付后，播出平台直接安排播出，不存在退货、重做等情况，报告期内，公司节目在交付后未发生已交付节目退货、重做的情况，不存在退货、重做的风险。

公司不同类型业务的收入确认原则、时点、方法和具体依据如下：

①栏目

A、自制栏目收入确认的流程、时点、原则与依据

流程：节目制作完成后，经制片人批准，制片主任在库管员处填写出库单领取成片，并通过邮寄或其他送达方式将栏目播出带交付给客户，其后将邮寄凭证或送达签收凭证交给库管员；库管员将出库单和邮寄凭证或送达签收凭证交计划财务部，计划财务部审核后确认收入。

时点：计划财务部收到出库单和邮寄凭证或送达签收凭证并审核后。

原则：同时满足下列条件时确认收入：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户；公司既没有保留通常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。

依据：计划财务部依据出库单、邮寄凭证或送达签收凭证和合同确认收入。

B、联合制作栏目收入确认的流程、时点、原则和依据

流程：节目制作完成后，经联合制作方认可，发行人员在库管员处填写出库单领

取成片，并通过邮寄或其他送达方式将栏目播出带交付给栏目播出方，合同约定公司负有播出义务的需取得播出证明，库管员将出库单、邮寄凭证或送达签收凭证、播出证明交计划财务部，计划财务部审核后确认收入。

时点：计划财务部收到出库单、邮寄凭证或送达签收凭证、播出证明并审核后。

原则：同自制栏目一致。

依据：计划财务部依据出库单、邮寄凭证或送达签收凭证、播出证明和合同确认收入。

C、受托制作栏目收入确认的流程、时点、原则和依据

流程：节目制作完成后，经制片人批准，制片主任在库管员处填写出库单领取成片，并通过邮寄或其他送达方式将栏目播出带交付给客户，库管员将出库单、邮寄凭证或送达签收凭证交计划财务部，计划财务部审核后确认收入。

时点：同自制栏目一致。

原则：同自制栏目一致。

依据：同自制栏目一致。

②纪录片

A、自制纪录片收入确认的流程、时点、原则和依据

流程：纪录片制作完成，经审片后办理入库手续，发行人员在库管员处填写出库单领取播出带，并通过邮寄或其他送达方式将播出带交付客户，库管员将出库单、邮寄凭证或送达签收凭证交计划财务部，计划财务部审核后确认收入。

时点：同自制栏目一致。

原则：同自制栏目一致。

依据：同自制栏目一致。

B、联合制作纪录片收入确认的流程、时点、原则和依据

流程：纪录片制作完成后，经联合制作方认可，发行人员在库管员处填写出库单领取播出带，并通过邮寄或其他送达方式将播出带交付给联合制作方，库管员将出库单、邮寄凭证或送达签收凭证交计划财务部，计划财务部审核后确认收入。

时点：同自制栏目一致。

原则：同自制栏目一致。

依据：同自制栏目一致。

C、受托制作纪录片收入确认的流程和时点

流程：合同约定的工作内容（播出带或节目素材等）完成后，经委托方或验收方验收合格，办理入库。发行人员在库管员处填写出库单领取播出带或节目素材，并通过邮寄或其他送达方式交付给客户，库管员将出库单、邮寄凭证或送达签收凭证交计划财务部，计划财务部审核后确认收入。

时点：同自制栏目一致。

原则：同自制栏目一致。

依据：计划财务部依据出库单、邮寄凭证或送达签收凭证、合同和委托方出具的验收单确认收入。

③品牌服务类节目

流程：合同约定的工作内容（播出带或节目素材等）完成后，经委托方或验收方验收合格，办理入库。发行人员在库管员处填写出库单领取播出带或节目素材，并通过邮寄或其他送达方式交付给委托方，库管员将出库单、邮寄凭证或送达签收凭证交计划财务部，计划财务部审核后确认收入。

时点：计划财务部在收到验收单、出库单、邮寄凭证或送达签收凭证并审核后。

原则：同自制栏目一致。

依据：计划财务部依据验收单、出库单、邮寄凭证或送达签收凭证和合同确认收入。

④电视剧

A、外购、自制电视剧收入确认的流程、时点、原则和依据

流程：在电视剧购入或摄制完成，经主管部门审查通过取得《电视剧发行许可证》后，发行人员在库管员处填写出库单领取成片，并通过邮寄或其他送达方式将电视剧播出带或其他载体交付给客户，库管员将出库单、邮寄凭证或送达签收凭证交计划财

务部，计划财务部审核后确认收入。

时点：同自制栏目一致。

原则：同自制栏目一致。

依据：同自制栏目一致。

B、联合制作中担任执行制片方的电视剧收入确认的流程、时点、原则和依据

流程：在电视剧摄制完成，经主管部门审查通过取得《电视剧发行许可证》，发行人员在库管员处填写出库单领取成片，并通过邮寄或其他送达方式将电视剧播出带或其他载体转移给客户，库管员将出库单、邮寄凭证或送达签收凭证交计划财务部，根据联合摄制合同约定，公司对项目有关成本、费用结算凭据或报表进行审计或经合作各方确认，计划财务部审核后确认收入。

时点：计划财务部收到出库单和邮寄凭证或送达签收凭证，并收到项目有关成本、费用结算凭据、项目审计报告或合作各方的确认函并审核后，为收入确认时点。

原则：同自制栏目一致。

依据：计划财务部依据出库单、邮寄凭证或送达签收凭证和合同、项目有关成本和费用结算凭据、项目审计报告或合作各方的确认函确认收入。

C、联合制作中担任非执行制片方的电视剧收入确认的流程、时点、原则和依据

流程：在电视剧摄制完成，经主管部门审查通过取得《电视剧发行许可证》，根据联合摄制合同约定，收到执行制片方出具的经审计或合作各方确认的有关成本、费用结算凭据或报表，计划财务部审核后确认收入。

时点：计划财务部收到执行制片方出具的经审计或合作各方确认的有关成本、费用结算凭据或报表并审核后，为收入确认时点。

原则：同自制栏目一致。

依据：计划财务部依据合同、执行制片方出具的经审计或合作各方确认的有关成本、费用结算凭据或报表确认收入。

13、政府补助

（1）政府补助包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

（2）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，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

（3）与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿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，计入当期损益；用于补偿以前的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

14、递延所得税资产/递延所得税负债

（1）根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

（2）确认递延所得税资产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。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

（3）资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

（4）公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：①企业合并；②直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

15、经营租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

16、会计政策变更

公司结合业务开展的实际情况，为更稳健地反映报告期内的财务状况和经营成果，经第一届董事会第 14 次会议决议批准，对受托制作业务收入确认会计政策进行了相应变更，由按照完工百分比法确认收入变更为按照销售商品政策确认收入，并按照变更后会计政策进行了相关报表项目的追溯调整。上述会计政策变更对 2011 年相关合并报表项目的影响如下：

单位：元

项　目	调整前	调整金额	调整后
营业收入	129,224,908.00	-8,423,470.00	120,801,438.00
营业成本	63,676,709.10	-5,480,411.13	58,196,297.97
营业税金及附加	6,145,864.04	-245,749.84	5,900,114.20
资产减值损失	482,136.20	20,295.90	502,432.10
所得税费用	10,659,187.77	-679,401.24	9,979,786.53
应收账款	25,980,352.03	-1,173,700.00	24,806,652.03
存货	9,918,230.93	6,525,606.73	16,443,837.66
递延所得税资产	274,181.39	-9,075.00	265,106.39
应付账款	12,825,496.89	64,200.00	12,889,696.89
预收款项	13,489,593.51	9,100,000.00	22,589,593.51
应交税费	4,680,134.99	-1,224,280.07	3,455,854.92
未分配利润	28,251,118.04	-2,597,088.20	25,654,029.84

五、主要税种及适用的税率

税　种	计税依据	税　率
企业所得税	应纳税所得额	25%
增值税	应纳税销售额	6%
营业税	应纳税营业额	5%、3%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育费附加	应缴流转税税额	2%
文化事业建设费	广告服务收入	3%

注：1、2012年起北京市按应缴流转税额的2%收取地方教育费附加。
2、根据财政部、国家税务总局《关于在北京等8省市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征

增值税试点的通知》(财税[2012]71号)，北京市于2012年9月1日、天津市于2012年12月1日完成新旧税制转换，自新旧税制转换之日起公司按著作权转让、广告服务收入的6%缴纳增值税。
3、根据财政部、国家税务总局《关于在全国开展交通运输业和现代服务业营业税改征增值税试点税收政策的通知》(财税[2013]37号)，2013年8月1日起公司提供的应税服务缴纳增值税，增值税率6%，不再缴纳营业税。
4、能量天津2011年1月1日至2013年7月31日按3%税率计缴营业税。
5、根据国家税务总局《营业税改征增值税跨境应税服务增值税免税管理办法（试行）》(公告2013年第52号)，自2013年8月1日起，向境外提供的广播影视节目（作品）发行、播映服务免征增值税。

六、分部信息

（一）分产品

1、2014 年 1-6 月

单位：元、%

项 目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率
栏 目	152,852,415.01	105,389,175.13	47,463,239.88	31.05
纪 录 片	313,300.00	303,973.98	9,326.02	2.98
品牌服务	14,080,898.62	9,044,988.69	5,035,909.93	35.76
电 视 剧	-	-	-	-
合 计	**167,246,613.63**	**114,738,137.80**	**52,508,475.83**	**31.40**

2、2013 年度

单位：元、%

项 目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率
栏 目	202,565,495.72	135,673,940.18	66,891,555.54	33.02
纪 录 片	26,031,132.07	14,490,863.16	11,540,268.91	44.33
品牌服务	29,384,405.68	25,310,315.28	4,074,090.40	13.86
电 视 剧	13,490,566.04	6,879,547.19	6,611,018.85	49.00
合 计	**271,471,599.51**	**182,354,665.81**	**89,116,933.70**	**32.83**

3、2012 年度

单位：元、%

项 目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率
栏 目	89,920,715.94	44,252,798.48	45,667,917.46	50.79
纪 录 片	13,933,593.51	8,358,174.30	5,575,419.21	40.01
品牌服务	74,063,627.62	52,346,718.55	21,716,909.07	29.32
合 计	**177,917,937.07**	**104,957,691.33**	**72,960,245.74**	**41.01**

4、2011 年度

单位：元、%

项 目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率
栏　　目	71,228,543.00	31,842,690.83	39,385,852.17	55.30
纪 录 片	24,186,750.00	12,462,132.51	11,724,617.49	48.48
品牌服务	25,371,145.00	13,891,474.63	11,479,670.37	45.25
合　计	**120,786,438.00**	**58,196,297.97**	**62,590,140.03**	**51.82**

（二）分制作方式

1、2014 年 1-6 月

单位：元、%

项 目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率
自　　制	63,544,238.99	30,677,751.09	32,866,487.90	51.72
受托制作	57,177,217.49	45,774,093.38	11,403,124.11	19.94
联合制作	46,525,157.15	38,286,293.33	8,238,863.82	17.71
合　计	**167,246,613.63**	**114,738,137.80**	**52,508,475.83**	**31.40**

2、2013 年度

单位：元、%

项 目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率
自　　制	162,278,322.47	93,861,852.51	68,416,469.96	42.16
受托制作	56,613,915.11	41,245,011.29	15,368,903.82	27.15
联合制作	52,579,361.93	47,247,802.01	5,331,559.92	10.14
合　计	**271,471,599.51**	**182,354,665.81**	**89,116,933.70**	**32.83**

3、2012 年度

单位：元、%

项 目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率
自　　制	67,165,275.86	29,826,562.32	37,338,713.54	55.59
受托制作	99,037,221.13	67,257,652.81	31,779,568.32	32.09
联合制作	11,715,440.08	7,873,476.20	3,841,963.88	32.79
合　计	**177,917,937.07**	**104,957,691.33**	**72,960,245.74**	**41.01**

4、2011 年度

单位：元、%

项 目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率
自 制	60,115,560.00	22,378,479.71	37,737,080.29	62.77
受托制作	49,234,128.00	28,217,260.47	21,016,867.53	42.69
联合制作	11,436,750.00	7,600,557.79	3,836,192.21	33.54
合 计	**120,786,438.00**	**58,196,297.97**	**62,590,140.03**	**51.82**

七、非经常性损益

（一）非经常性损益的内容及金额

以下非经常性损益以合并财务报表数据为基础，并经中喜会计师事务所出具的《关于北京能量影视传播股份有限公司非经常性损益的专项审核报告》（中喜专审字[2014]第 0317 号）核验。

单位：元

项 目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
非流动资产处置损益	-	-26,124.97	-	-69,991.26
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	-	5,277,621.15	2,675,618.67	-
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-	-70,000.00	-7,830.91	12,100.00
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	-	1,301,905.29	667,032.01	3,275.00
少数股东损益	-	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	-	**3,879,590.89**	**2,000,755.75**	**-61,166.26**

2012 年公司收到广电总局 2011-2012 年度国产纪录片及创作人才扶持项目奖励资金 3.00 万元。2013 年公司收到北京市海淀区金融服务办公室拟上市公司扶持资金 50.00 万元。

根据天津东疆保税港区管理委员会津东疆函[2011]103 号文件《关于给予能量（天津）影视文化交流有限公司资金支持的函》的规定，2012 年和 2013 年能量天津分别取得政府补助 264.56 万元和 477.76 万元。

（二）非经常性损益的影响

单位：万元、%

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
归属于母公司所有者的净利润	1,512.67	3,744.61	3,167.91	2,732.27
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	-	387.96	200.08	-6.12
非经常性损益净额对净利润的影响	-	10.36	6.32	-0.22

报告期内，公司不存在对非经常性损益依赖的情况。

八、主要财务指标

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
流动比率（倍）	2.21	2.16	4.14	3.10
速动比率（倍）	1.39	1.84	3.40	2.59
资产负债率（母公司）（%）	43.13	37.44	22.90	19.97
应收账款周转率（次）	1.72	3.98	4.54	5.52
存货周转率（次）	1.27	4.49	4.57	5.99
资产周转率（次）	0.46	1.03	1.06	1.07
息税折旧摊销前利润（万元）	2,898.23	6,354.43	4,752.66	3,965.58
归属于公司股东的净利润（万元）	1,512.67	3,744.61	3,167.91	2,732.27
归属于公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,512.67	3,356.65	2,967.83	2,738.39
利息保障倍数（倍）	14.55	40.82	49.19	168.68
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	-0.75	-0.59	-0.05	0.39
每股净现金流量（元）	-0.44	0.21	-0.09	0.76
归属于公司股东的每股净资产（元）	3.28	3.02	2.38	1.84
无形资产占净资产比例（%）	0.05	0.08	1.27	2.44

注：流动比率=流动资产/流动负债；
速动比率=（流动资产-存货-其他流动资产）/流动负债
资产负债率=负债总额/资产总额
应收账款周转率=当期营业总收入/[（期初应收账款+期末应收账款）/2]
存货周转率=当期主营业务成本/[（期初存货+期末存货）/2]
资产周转率=当期营业总收入/[（期初总资产+期末总资产）/2]
息税折旧摊销前利润=税前利润+当期利息支出+当期折旧+当期摊销
利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/当期利息支出
每股经营活动产生的现金流量=当期经营活动现金流量净额/期末股本
每股净现金流量=当期现金及现金等价物净增加额/期末股本
归属于公司股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益合计/期末股本
无形资产占净资产比例=期末无形资产（含商誉）/期末净资产

根据中国证监会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，本公司净资产收益率及每股收益如下：

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
归属于公司普通股股东的净利润	2014 年 1-6 月	8.23	0.26	0.26
	2013 年度	23.76	0.64	0.64
	2012 年度	25.74	0.54	0.54
	2011 年度	32.71	0.51	0.51

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2014 年 1-6 月	8.23	0.26	0.26
	2013 年度	21.30	0.58	0.58
	2012 年度	24.12	0.51	0.51
	2011 年度	32.78	0.51	0.51

九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）日后事项

2014 年 7 月 3 日，金麦（天津）文化传媒有限公司在天津滨海新区工商行政管理局登记注册成立，注册号 120116000263012，经营范围：电视剧、专题、综艺、动画等节目制作、发行等。金麦文化由公司与自然人李勇共同出资设立，注册资本 1,000.00 万元，公司持有 51%股权，李勇持有 49%股权；首期出资额 300.00 万元，公司和李勇分别以货币资金出资 153.00 万元和 147.00 万元。

除上述事项外，公司无资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至 2014 年 6 月 30 日，公司无重大或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2014 年 6 月 30 日，公司无其他重要事项。

十、盈利能力分析

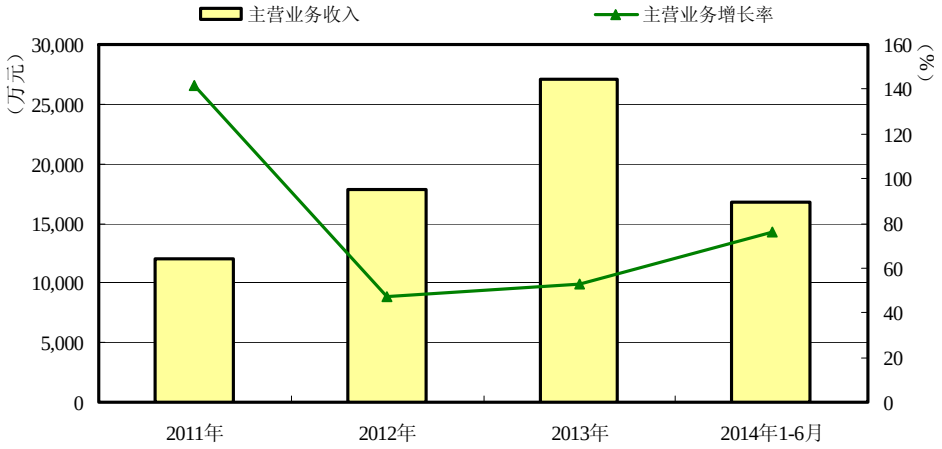
（一）主营业务收入分析

1、主营业务收入总体分析

报告期内，公司致力于视频节目的研发、制作和发行，主要产品为栏目、纪录片、品牌服务类节目和电视剧， 2011 年、2012 年和 2013 年主营业务收入分别为 12,078.64 万元、17,791.79 万元和 27,147.16 万元，较上年分别增长 141.88%、47.30%和 52.58%。

2014 年 1-6 月，公司实现主营业务收入 16,724.66 万元，较上年同期增长 76.14%。

报告期主营业务收入情况



报告期内，公司主营业务收入快速增长的主要原因是：①近年来影视内容行业在国家政策的大力支持下整体呈现出繁荣发展的良好态势；②公司品牌影响力逐步提升，带动了业务的拓展；③随着业务规模逐步扩大，公司陆续推出多档自主研发的大型栏目，并加强纪录片、品牌服务业务及电视剧的投入。

2、主营业务收入具体分析

（1）主营业务收入构成情况

单位：万元、%

产品形态	2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
栏 目	15,285.24	91.39	20,256.55	74.62	8,992.07	50.54	7,122.85	58.97
纪录片	31.33	0.19	2,603.11	9.59	1,393.36	7.83	2,418.68	20.02
品牌服务	1,408.09	8.42	2,938.44	10.82	7,406.36	41.63	2,537.11	21.01
电视剧	-	-	1,349.06	4.97	-	-	-	-
合 计	**16,724.66**	**100.00**	**27,147.16**	**100.00**	**17,791.79**	**100.00**	**12,078.64**	**100.00**

（2）栏目收入构成分析

①总体情况

公司成立源自《鲁豫有约》栏目的创意、制作和发行，发展初期将资源集中到优势领域，打造“创作团队+主持人”的业务发展模式，随着公司不断发展已形成了一支兼具专业性和创新性的栏目创意策划团队和制作队伍。

公司充分发挥在“创意策划—制作—发行”全流程的竞争优势，栏目收入持续增长。一是不断推出创新形式的栏目，如《壹周立波秀》等，成为公司新的利润增长点；二是在传统栏目的基础上积极开发栏目的衍生品，进行主持人品牌的延伸开发，增加栏目附加价值；三是大力开拓网络等新媒体播出平台，接受搜狐视频、PPTV 委托制作网络栏目；四是创造客户需求，与凤凰卫视欧洲台、美洲台联合推出《今日中国》栏目，为各地政府机构和企事业单位服务，传播当代中国的经济、科技、文化情况。

在高端播出平台收视竞争加剧的环境下，各播出平台对大型创新栏目需求上升，公司抓住市场契机，加大栏目自主创新研发力度，陆续推出《小崔说立波秀》、《中国夜》、《超级演说家》、《我为喜剧狂》和《鲁豫的礼物》等大型栏目，其中公司与中央电视台财经频道合作的《中国夜》和《小崔说立波秀》采取 “特殊形式广告收益分成”合作模式；《超级演说家》第一季、第二季已在安徽卫视播出；《我为喜剧狂》第一季已在湖北卫视播出；《鲁豫的礼物》第一季已于 2014 年 6 月在旅游卫视开始播出。

报告期内，公司主要栏目收入、成本情况如下表所示：

单位：万元，%

节目名称		2014 年 1-6 月		2013 年度	
		收入	成本	收入	成本
鲁豫有约		1,759.52	753.09	3,431.91	1,979.82
壹周立波秀		1,293.01	481.67	1,739.32	846.42
今日中国		146.23	98.61	529.87	444.31
超级演说家	第一季模式研发	-	-	2,641.51	1,779.74
	第一季制作	-	-	3,650.94	3,297.38
	第二季模式研发及前期筹备	-	-	3,113.21	1,848.77
	第二季制作	4,034.59	3,464.31	-	-
我为喜剧狂	第一季模式研发及前期筹备	-	-	3,301.89	1,798.25
	第一季制作	3,655.66	3,101.93	-	-
	第二季模式研发及前期筹备	3,301.89	1,833.01	-	-
鲁豫的礼物		471.70	265.71	-	-
中学生大讲堂		-	-	188.68	177.35
名人那些信		-	-	111.80	95.12
中国夜		-	-	1,047.12	983.09
首席夜话		-	-	343.77	225.84

单位：万元，%

节目名称	2012 年度		2011 年度	
	收入	成本	收入	成本
鲁豫有约	4,424.24	1,912.26	4,338.22	1,740.39
壹周立波秀	1,507.24	469.34	1,673.33	497.46
今日中国	1,031.54	709.23	520.00	431.86
中学生大讲堂	269.01	241.05	183.33	135.63
名人那些信	243.70	184.65	-	-
CPC 中国扑克嘉年华	500.00	351.00	-	-
就等你来	450.00	178.90	-	-

2011 年，公司栏目实现收入 7,122.85 万元，主要系：a、加大《鲁豫有约》和《壹周立波秀》衍生产品的开发力度。《豫约十年中秋晚会》实现收入 493.00 万元；向 PPTV 销售网络栏目《鲁豫有约—十年故事》和《壹周立波秀》网络播映权，实现收入 494.00 万元；与腾讯微博开展节目互动合作，实现收入 300.00 万元；b、新增栏目及原有栏目制作量加大。新增《视野》实现收入 214.97 万元；《今日中国》收入增长 434.00 万元；c、销售单价的提高及播出平台的增加。《鲁豫有约》境外单集售价提高，收入增加 368.00 万元；《壹周立波秀》播出平台增加、售价提高及增加“七一”季节目，收入增加 1,012.76 万元；d、接受搜狐视频委托推出网络栏目《军情前哨站》和《心灵讲堂》，实现收入 175.00 万元。

2012 年，公司栏目实现收入 8,992.07 万元，较上年增长 26.24%，主要系：a、《鲁豫有约》、《壹周立波秀》和《今日中国》分别实现收入 4,424.24 万元、1,507.24 万元和 1,031.54 万元；b、新增《CPC 中国扑克嘉年华》实现收入 500.00 万元；c、受托制作新栏目，其中《名人那些信》实现收入 243.70 万元，《就等你来》实现收入 450.00 万元，《董董锵》、《诡故事》、《军情前哨站》、《心灵讲堂》等网络栏目合计实现收入 284.00 万元。

2013 年，公司栏目实现收入 20,256.55 万元，较上年增长 125.27%，主要系：a、《鲁豫有约》、《壹周立波秀》和《今日中国》分别实现收入 3,431.91 万元、1,739.32 万元和 529.87 万元；b、创意研发《超级演说家》的节目模式，并与安徽卫视联合制作播出第一季 14 集，合计实现收入 6,292.45 万元，在第一季基础上完善节目模式并开展第二季前期筹备工作，实现收入 3,113.21 万元；c、创意研发《我为喜剧狂》的节目模式并开

展前期筹备工作，实现收入 3,301.89 万元；d、与中央电视台财经频道联合制作的《中国夜》实现收入 1,047.12 万元；e、其他电视栏目《首席夜话》、《名人那些信》和网络栏目《诡故事》、《心灵密码》等合计实现收入 800.78 万元。

2014 年 1-6 月，公司栏目实现收入 15,285.24 万元，主要系：a、《鲁豫有约》和《壹周立波秀》分别实现收入 1,759.52 万元和 1,293.01 万元；b、《我为喜剧狂》第一季 13 集制作完成并在湖北卫视播出，完成第二季模式研发及前期筹备工作，合计实现收入 6,957.55 万元;c、《超级演说家》第二季制作完成 13 集并在安徽卫视播出，同时在搜狐视频网络独家播出，合计实现收入 4,034.59 万元;d、《鲁豫的礼物》在旅游卫视播出 4 集，实现收入 471.70 万元；e、网络栏目《白话好莱坞》和栏目剧《深爱食堂》合计实现收入 622.64 万元。

②《鲁豫有约》和《壹周立波秀》收入构成情况及对公司的影响

公司于 2005 年开始制作《鲁豫有约》栏目，并于 2009 年研发出《壹周立波秀》栏目，上述两档栏目是公司传统的品牌栏目。2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，两档栏目合计收入占公司主营业务收入的比重分别为 49.77%、33.34% 、19.05% 和 18.25%，占比逐年下降。报告期内，公司对上述两档栏目存在着一定程度的依赖。

报告期内，《鲁豫有约》和《壹周立波秀》收入明细构成情况如下表所示：

单位：万元、%

栏 目	2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
鲁豫有约								
其中：播映权收入	1,577.92	9.43	3,057.40	11.26	2,848.38	16.01	3,120.23	25.83
十年故事	-	-	-	-	710.66	3.99	390.00	3.23
腾讯微博	-	-	56.60	0.21	526.42	2.96	300.00	2.48
中秋晚会	-	-	-	-	-	-	493.00	4.08
Great 英国行	-	-	102.83	0.38	338.78	1.90	-	-
希腊行	-	-	132.08	0.49	-	-	-	-
搜狐视频	176.89	1.06	-	-	-	-	-	-
其他	4.72	0.03	83.00	0.31	-	-	35.00	0.29
小 计	**1,759.52**	**10.52**	**3,431.91**	**12.64**	**4,424.24**	**24.87**	**4,338.22**	**35.92**
壹周立波秀								
其中：播映权收入	789.87	4.72	1,514.32	5.58	1,459.24	8.20	1,569.33	12.99

栏 目	2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
网络发行	503.14	3.01	-	-	48.00	0.27	104.00	0.86
周立波素材	-	-	225.00	0.83	-	-	-	-
小 计	**1,293.01**	**7.73**	**1,739.32**	**6.41**	**1,507.24**	**8.47**	**1,673.33**	**13.85**
合 计	**3,052.53**	**18.25**	**5,171.23**	**19.05**	**5,931.48**	**33.34**	**6,011.55**	**49.77**

公司 2010 年后陆续推出了《中学生大讲堂》、《今日中国》、《视野》、《名人那些信》、《超级演说家》、《小崔说立波秀》、《我为喜剧狂》等电视栏目及《军情前哨站》等网络栏目。目前，公司栏目业务发展趋势良好，收入持续增长；借助不断扩大的品牌影响，公司纪录片和品牌服务业务稳步发展，2011 年、2012 年和 2013 年，公司纪录片和品牌服务业务收入合计占主营业务收入的比重分别为 41.03%、49.46%和 20.41%，公司并于 2013 年 5 月设立能量影视，专业从事电视剧的投资、制作和发行业务。随着新栏目陆续推出以及纪录片、品牌服务业务和电视剧业务的拓展，《鲁豫有约》、《壹周立波秀》两个栏目收入占比将保持逐年下降趋势，公司未来业务经营及持续发展对陈鲁豫和周立波及上述两档栏目不构成严重依赖。

公司与陈鲁豫、周立波自合作时起即建立了牢固的合作关系，陈鲁豫、周立波均希望同公司保持良好的合作关系，共同促进公司业务的发展，公司通过签订长期合作协议、吸收入股的方式进一步巩固了各方间的合作关系，上述两人发生违约的可能性极小，即使出现违约情形，公司也能够在相关协议约定的范围内保障自身权益不受损害，对公司的经营业绩、持续发展和本次发行上市不会构成重大影响。报告期内，除《鲁豫有约》和《壹周立波秀》外，陈鲁豫、周立波还分别与公司签订合作协议，担任《超级演说家》栏目导师和《小崔说立波秀》等栏目主持人，合作关系更加紧密；借助于自身品牌影响力的快速提升，公司积极开发新的大型栏目产品，加强纪录片、品牌服务业务和电视剧的团队建设和业务开拓，如上述两人于协议到期后不再续约，不会对公司的经营业绩和持续经营构成重大影响。

③特殊形式广告收益分成的具体情况

报告期内，公司采取特殊形式广告收益分成模式的栏目为《中国夜》。

2013 年 1 月，公司与中央电视台联合制作了财经春晚《中国夜》，该节目于 2013 年 2 月 9 日在中央电视台财经频道播出，2013 年 1 月至 2 月初，公司分别与北京中

外名人文化传媒股份有限公司、三人行广告有限公司、上海快鹿投资（集团）有限公司等签订协议，就广告客户在公司代理的 2013 年中央电视台 CCTV-2《财经中国夜》投放广告事宜达成一致，截至节目播出前，公司已签订的广告投放协议确定的广告费金额为 1,109.95 万元。

2013 年 2 月，公司与中央电视台签订《广告播放协议书》，就广告客户广告内容以及广告播出费金额，公司应收取广告代理费和公司应付中央电视台广告分成事项达成一致，根据上述协议，公司应支付中央电视台的广告收入分成金额为 295.35 万元（含税），上述广告收入分成款项公司已全部支付中央电视台。

根据《中国夜》播出期间广告播放情况以及相关协议文件，公司按照广告费金额扣除销项税额后确认收入 1,047.12 万元，将向中央电视台支付的广告收入分成款项扣除进项税额后结转成本 278.63 万元。

《中国夜》是公司采取特殊形式广告收益分成模式的首次尝试，受时间因素限制，该项目实现收入 1,047.12 万元，毛利 64.03 万元，对公司经营业绩的贡献较小，该模式使公司积累了经验，为公司未来与中央电视台、省级卫视频道同类模式的合作奠定了基础。

2013 年 10 月，公司与中央电视台财经频道签订《“小崔说 立波秀”节目合作协议》，约定合作采用“能量传播投资并参与该节目特殊形式广告收益分成”的模式，10 集样片已播出但未独立结算，30 集正片制作完成实现广告收入后，进行统一的特殊形式广告收益分成。中央电视台财经频道根据节目播出时段，确定节目的收视率保底值，低于保底值，节目前期投入由公司独立承担；高于或等于保底值，该节目的特殊形式广告（冠名、特约、节目内植入等特殊形式，不含贴片广告）收益由中央电视台与公司按照 50%:50%比例共享。

（3）纪录片收入构成分析

纪录片是公司传统业务之一，随着公司业务规模扩展，资金实力壮大，公司积极引进知名纪录片创作团队，大力开拓纪录片业务以改善收入结构，拓展新的利润增长点。

报告期内，公司主要纪录片收入、成本情况如下表所示：

单位：万元，%

节目名称	2014 年 1-6 月		2013 年度	
	收入	成本	收入	成本
文化的力量	-	-	1,971.70	1,069.95
真实中国	-	-	443.40	255.25
行走的餐桌	-	-	110.00	70.88

单位：万元，%

节目名称	2012 年度		2011 年度	
	收入	成本	收入	成本
行走的餐桌	90.00	81.22	-	-
望海南	400.00	214.41	500.00	271.90
陕西旅游宣传片	231.32	180.78	-	-
为时代放歌	220.00	81.18	-	-
开国元勋之三晋人物（一）	-	-	640.00	264.45
宋之韵	-	-	540.00	316.04
红星照耀中国	-	-	408.60	221.70

2011 年，公司纪录片业务实现收入 2,418.68 万元，主要包括受托制作《开国元勋之三晋人物（一)》实现收入 640.00 万元；受托制作《宋之韵》实现收入 540.00 万元；受托完成《望海南》水下摄影、航拍等业务实现收入 500.00 万元；联合制作《红星照耀中国》实现收入 408.60 万元。

2012 年，公司纪录片业务实现收入 1,393.36 万元，主要包括受托完成《望海南》后期制作实现收入 400.00 万元；联合制作《新疆新源宣传片》实现收入 140.00 万元；受托制作《陕西旅游宣传片》、《为时代放歌》和《行走的餐桌》分别实现收入 231.32 万元、220.00 万元和 90.00 万元等。

2013 年，公司纪录片业务实现收入 2,603.11 万元，主要包括受托制作大型纪录片《文化的力量》实现收入 1,971.70 万元；自制纪录片《真实中国》实现收入 443.40 万元；《行走的餐桌 2》等多部小型纪录片合计实现收入 188.01 万元。

2014 年 1-6 月，公司纪录片业务实现收入 31.33 万元，系接受凤凰卫视《凤凰大视野》和《皇牌大放送》委托制作的小型纪录片；大型纪录片《马可波罗》等正在制作过程中，本期尚未实现收入。

（4）品牌服务收入构成分析

在品牌服务领域，公司与知名品牌机构或拥有品牌资源的广告媒体合作，根据客户需求为其品牌定制原创视频节目，为客户提供创意策划服务和制作服务。

报告期内，公司主要品牌服务业务收入、成本情况如下表所示：

单位：万元，%

节目名称	2014 年 1-6 月		2013 年度	
	金额	成本	金额	成本
美丽俏佳人	858.49	500.86	-	-
贵州旅游推介	245.28	181.69	-	-
老庙黄金广告投放	112.94	66.52	230.74	142.93
步步高教育微视频	97.04	103.43	378.84	361.00
德云社 2013 年全国巡演	-	-	1,155.24	1,097.41
奥迪 C 系车视频广告	-	-	679.25	535.73
雷克萨斯 ES 广告片	-	-	413.21	353.13

单位：万元，%

节目名称		2012 年度		2011 年度	
		金额	成本	金额	成本
找北	创意策划、前期筹备	1,000.00	558.50	-	-
	制作	3,330.00	2,601.41	-	-
快乐梦多多	创意策划、前期筹备	-	-	300.00	23.10
	制作	950.00	652.90	-	-
爱在巴黎	创意策划	-	-	200.00	3.69
	前期筹备	450.00	265.03	-	-
克莱斯勒吉普大切诺基电视广告		483.00	399.19	-	-
克莱斯勒 Jeep 指南者电视广告		348.27	252.47	-	-
背后的支持		320.00	172.31	-	
完美实习生		-	-	1,190.00	742.17
步步高手机广告宣传片		-	-	449.61	330.00

2011 年，公司加大品牌服务的营销力度，积极整合社会及行业内资源，组建了具有丰富经验的品牌服务创意、制作团队，具备了开展大型品牌服务业务的基础，同时，公司抓住定制剧市场发展契机，承接品牌定制动画片和定制剧业务，促进了品牌服务业务快速增长；2011 年公司品牌服务业务客户主要为品牌机构或拥有品牌资源的广告

商，包括海航集团（纪实片《完美实习生》）、瑞格嘉尚（定制剧《找北》、《爱在巴黎》、定制动画片《快乐梦多多》）、广东步步高电子工业有限公司（步步高手机广告宣传片）、海南传统文化研究院（《易经大赛》）、上海策众广告有限公司和上海广赋广告有限公司（切诺基吉普广告宣传片）等。

2012 年，公司加大新客户和新项目的开发力度，新增克莱斯勒、一汽奥迪、广汽传祺等服务品牌，完成新增客户上海聚鸿广告有限公司（吉普 JEEP70 周年宣传片）、克莱斯勒（中国）汽车销售有限公司（克莱斯勒 Jeep 指南者和克莱斯勒吉普大切诺基电视广告）、一汽-大众销售有限责任公司（奥迪服务形象宣传片“卓·悦有我”、“背后的支持”）等委托的品牌服务业务的制作。

2013 年，公司组织《德云社 2013 年全国巡演》演艺活动，并接受老庙黄金等委托在演艺活动中推广其品牌，实现收入 1,155.24 万元；接受品牌客户一汽-大众销售有限责任公司和丰田汽车（中国）投资有限公司委托，分别为其品牌“奥迪 C 系车”和“雷克萨斯”制作广告宣传片；接受广东小天才科技有限公司委托，为其小天才电子教育类产品定制教育微视频；接受品牌客户老庙黄金的委托，为其进行户外大屏广告投放。

2014 年 1-6 月，公司制作旅游卫视《美丽俏佳人》节目，为“膜法传奇”等多个化妆品品牌进行广告发布及广告植入，实现收入 858.49 万元；公司接受贵州省旅游局委托在海外组织贵州旅游推介活动,为“曼妥思清劲口香糖”制作超级演说家网络版并在搜狐视频播出,继续为老庙黄金进行户外大屏广告投放以及制作步步高教育微视频等，合计实现收入 549.60 万元。

公司已与主要品牌服务客户建立了稳定的合作关系，并不断开拓新客户，未来品牌服务业务具有持续性和稳定性。公司与瑞格嘉尚的合作持续开展，在 2011 年、2012 年陆续完成动画片《快乐梦多多》、定制剧《找北》等，在前述项目合作顺利的基础上，公司继续为动画片《快乐梦多多》（续篇）104 集提供制作服务，合同金额 1,500.00 万元。公司为品牌客户制作广告宣传片业务不断开展，陆续为克莱斯勒和一汽奥迪旗下品牌制作多部宣传片，并开拓广汽传祺、雷克萨斯等新的品牌客户。公司为老庙黄金在《德云社 2013 年全国巡演》中提供品牌推广后，又为其提供户外大屏广告投放服务。

（5）电视剧收入构成分析

公司 2013 年电视剧业务实现收入 1,349.06 万元，系公司外购电视剧《亮仔的幸福

奇缘》的国内版权经重新加工剪辑后销售实现的发行收入，公司电视剧业务收入及占主营业务收入比重如下表所示：

单位：万元、%

电视剧	金额	占比	集数	电视剧发行许可证号
亮仔的幸福奇缘	1,349.06	4.97	26	（川）剧审字（2013）第 004 号

公司作为执行制片方投资拍摄的电视剧有《非常搭档》、《风云天地》和《爷们儿》，作为非执行制片方投资的电视剧有《代号日全蚀》，其中《风云天地》处于发行阶段，《爷们儿》和《非常搭档》处于发行审核阶段，尚未实现收入。

（二）主营业务成本变化及毛利率分析

1、主营业务成本分析

（1）主营业务成本总体分析

报告期内，公司主营业务成本构成情况如下表所示：

单位：万元、%

项　目	2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
人工成本	6,044.30	52.68	7,170.47	39.32	2,467.48	23.51	2,260.87	38.85
租赁费	1,177.52	10.26	1,478.54	8.11	976.66	9.31	801.96	13.78
差旅费	591.23	5.15	1,037.76	5.69	591.39	5.63	323.32	5.56
委托制作费	2,973.00	25.91	6,202.43	34.01	5,380.66	51.27	1,527.93	26.25
播出费	97.38	0.85	578.66	3.17	337.24	3.21	346.31	5.95
版权费	-	-	678.08	3.72	-	-	-	-
其他成本	590.39	5.15	1,089.52	5.98	742.34	7.07	559.25	9.61
合　计	**11,473.81**	**100.00**	**18,235.47**	**100.00**	**10,495.77**	**100.00**	**5,819.63**	**100.00**

主营业务成本主要由人工成本、租赁费和委托制作费构成，主要受市场供求关系和公司产品结构变动的影响。报告期内，公司主营业务成本随主营业务规模不断扩大而逐年增加。

①人工成本

公司人工成本包括职工薪酬和劳务采购。随着公司业务规模扩大及行业平均工资

水平上升，职工薪酬逐年增加。劳务采购主要为临时外聘人员劳务，临时外聘人员主要负责主持、表演、摄像、灯光、录音等工作。因节目形态和规模不同，劳务采购金额差异较大，一般来说，需要较多外聘主持、表演人员的大型节目和电视剧劳务采购金额较大，如《超级演说家》、《我为喜剧狂》以及电视剧《爷们儿》、《风云天地》等。

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司主营业务成本中的人工成本分别为 2,260.87 万元、2,467.48 万元、7,170.47 万元和 6,044.30 万元，占主营业务成本的比例分别为 38.85%、23.51%、39.32%和 52.68%，其中职工薪酬分别为 1,168.10 万元、1,627.23 万元 2,102.24 万元和 843.59 万元，劳务采购分别为 1,092.78 万元、840.25 万元、5,068.23 万元和 5,200.71 万元。

公司建立了内部薪酬体系，通过绩效考核等多种方式方法，加强公司整体和单项节目的职工薪酬管理。劳务采购主要取决于市场供求关系，北京市专业机构和独立制作人才充足，劳务采购价格透明。公司在研发和制作节目前均经过详细论证，制定可行的预算，制作过程中加强预算管理，根据节目需要开展劳务采购并进行有效管理。

随着公司业务规模扩大及行业平均工资水平上升，职工薪酬和劳务采购金额将逐年增加，公司人工成本与业务规模的变动相适应，不会对公司持续经营产生重大不利影响。

②委托制作费

A、委托制作费的变动原因

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司委托制作费分别为 1,527.93 万元、5,380.66 万元、6,202.43 万元和 2,973.00 万元，占主营业务成本的比例分别为 26.25%、51.27%、34.01%和 25.91%。

委托制作是影视制作公司开展业务的常见模式。影视制作的产业链长、专业化程度高，一个节目从创意到呈现在观众面前，需要经历创意、策划等前期筹备过程，拍摄、制作等中间过程，审片合成等后期制作过程及最后的发行、播出，每一环节均具较强的专业性。公司充分发挥自有制片人或节目编导的专业能力，主要进行节目创意、策划和项目统筹管理，改进节目制作方法和流程，提高节目制作效率，掌控节目质量和进度等工作，更容易发挥公司的比较优势。通过将具体的拍摄、制作业务对外委托，公司核心人才利用率提高，可同时开展多档节目的创意、策划和制作，有效提高公司

经营效率。北京是我国的文化中心和影视制作中心，影视制作专业领域社会资源丰富，存在大量的专业机构或个人，可承担影视制作某一阶段任务或工作。随着公司业务规模扩大，新增部分业务需要较多外部专业人员或机构参与。

公司遵循行业惯例，将灯光、舞美、音响等专业技术工作交由其他专业机构执行，同时为了有效加强项目成本管理，减少项目实施过程中的现金支付，制作过程中发生的人工成本、租赁费、差旅费等由受托方统一支付，产生委托制作费。公司与受托方签订正式合同，明确约定委托制作内容或委托任务，以及对应的金额、结算方式、验收条件等，一般在合同签订后向对方支付部分款项作为预付金或项目启动资金；根据委托制作项目实施进程按合同约定分期支付款项；受托方最终完成委托制作内容或委托任务，经公司验收合格后，支付剩余款项。

报告期内，公司按照合同约定及时支付受托制作单位的相关款项，未发生诉讼及纠纷情况，委托制作费变动系随着公司业务的不断发展和具体节目的制作情况的变化而相应变化，真实、合理。

B、大额委托制作费的具体情况

a、2014 年 1-6 月大额委托制作费的具体情况

单位：万元、%

节目名称	金额	委托内容
我为喜剧狂（第二季模式研发及前期筹备）	807.17	剧本策划、灯光设计、舞美设计、真人秀策划等
我为喜剧狂（第一季制作）	731.82	后期编辑合成制作、舞美制作、录制费、道具费、音频制作、服装、化妆等
超级演说家（第二季制作）	714.86	舞美制作、后期编辑合成制作、真人秀制作等
白话好莱坞	291.26	制作费
深爱食堂	242.72	制作费
鲁豫的礼物	106.68	后期编辑合成制作

b、2013 年大额委托制作费的具体情况

单位：万元

节目名称	金额	委托内容
超级演说家	2,468.69	录制方案设计、LED 屏幕设计制作、舞美设计制作、灯光设计制作、真人秀策划执行、海选服务、真人秀服务、后期制作等
文化的力量	777.45	撰稿制作费、三维制作、音乐制作、后期制作等

节目名称	金额	委托内容
德云社 2013 年全国巡演	771.00	组织演出
我为喜剧狂（模式研发及前期筹备）	590.49	节目策划、灯光设计制作、舞美设计制作、真人秀设计等
奥迪 C 系车视频广告	514.81	制作费
中国夜	351.45	演出费
雷克萨斯 ES 广告宣传片	339.81	制作费
真实中国	255.00	制作费

c、2012 年大额委托制作费的具体情况

单位：万元

节目名称	金额	委托内容
找北	3,136.10	编剧费、主创选定、招募剧组主要成员、剧组运行费用、场租和道具设备租金、主要演员酬金等
快乐梦多多	593.92	剧本稿酬、总导演和美术指导费、美术设计、三维动画制作、音乐、编曲及声效制作等
克莱斯勒吉普大切诺基电视广告	389.63	制作费
爱在巴黎	258.57	编剧费、主创选定等
克莱斯勒 Jeep 指南者电视广告	247.10	制作费
望海南	195.00	视频特效及调色制作、音乐及声效制作等
卓·悦有我	150.00	制作费

d、2011 年大额委托制作费的具体情况

单位：万元

节目名称	金额	委托内容
完美实习生	608.60	制作费、LOGO 制作
步步高广告宣传片	330.00	制作费
宋之韵	231.00	前期拍摄、片头、片尾及特效制作、解说配音、音乐制作等
望海南	177.75	租用直升飞机航拍

C、委托制作费变动对公司的影响

委托制作费的价格主要由市场供求关系决定。公司与专业机构就某项服务或工作签订单项合同，明确约定各自的权利义务，综合考虑受托服务工作量、难易程度、预期收益等情况，经协商确定价格。公司已与部分外部专业机构建立了长期合作关系，同时在业务开展过程中通过市场多方询价等措施，保证节目委托制作费价格的公平合理。随着大型栏目陆续推出和电视剧业务顺利开展，公司业务规模不断扩大，产品类

型增多，委托制作费总额仍将保持增长。

公司将灯光、舞美、三维动画、音效合成等业务委托外部专业机构制作，可以保证或提升节目整体质量，进而提高节目销售价格，委托制作费的变动不会对公司的持续经营产生重大不利影响。

③播出费

公司为有需求的客户寻找、确定播出平台并实现节目播出，需向播出平台支付播出费。

公司制作《今日中国》节目内容，提供至凤凰卫视欧洲台、美洲台播出并支付播出费。2011 年，公司接受海航集团委托制作纪实片《完美实习生》，2011 年 12 月该节目在天津卫视播出，公司支付天津卫视播出费 130.00 万元。2013 年，公司与中央电视台财经频道合作的《中国夜》采取“特殊形式广告收益分成”合作模式，向中央电视台支付广告收入分成 278.63 万元。公司为品牌客户老庙黄金进行广告投放，2013 年度和 2014 年 1-6 月，分别向户外 LED 大屏运营商支付广告播出费 127.78 万元和 63.22 万元。

播出费的价格由公司与播出平台协商确定。报告期内，公司发生播出费的项目较少，且公司在与客户签订合同，确定销售价格时已考虑播出的义务和费用等因素，播出费的变动不会对公司经营业绩产生重大影响。

④租赁费、差旅费、版权费等

报告期内，公司业务规模不断扩大，主营业务收入快速增长，主营业务成本相应增加，其中租赁费、差旅费逐年增长。

租赁费主要是场地租赁和设备租赁，租赁市场供应比较充足，公司在采购中可通过向供应商的询价对比控制成本。报告期内，公司租赁费逐年上升，占主营业务成本的比例呈下降趋势，主要系大型栏目、品牌服务节目的租赁费成本占比较低所致。

差旅费占主营业务成本的比例较稳定，版权费系公司 2013 年外购电视剧版权发生的费用。

租赁费、差旅费、版权费等成本项目的价格主要由市场决定，与公司的业务规模、产品类型、制作要求等因素相关，且占主营业务成本的比例较低，其变动不会对公司

经营业绩产生重大影响。

（2）分产品主营业务成本构成分析

报告期内，公司分产品主营业务成本构成明细如下表所示：

单位：万元、%

产品	成本构成	2014 年 1-6 月		2013 年度	
		金额	比例	金额	比例
栏目	人工成本	5,710.92	54.19	6,587.20	48.55
	租赁费	1,046.07	9.93	1,374.49	10.13
	差旅费	509.99	4.84	867.78	6.40
	委托制作费	2,951.30	28.00	3,532.48	26.04
	播出费	34.16	0.32	450.84	3.32
	其他成本	286.47	2.72	754.61	5.56
	小　计	**10,538.91**	**100.00**	**13,567.39**	**100.00**
纪录片	人工成本	25.28	83.16	209.05	14.43
	租赁费	-	-	73.04	5.04
	差旅费	-	-	68.19	4.71
	委托制作费	-	-	1,034.45	71.39
	其他成本	5.12	16.84	64.35	4.44
	小　计	**30.40**	**100.00**	**1,449.09**	**100.00**
品牌服务	人工成本	308.10	34.06	374.22	14.79
	租赁费	131.45	14.53	31.01	1.23
	差旅费	81.24	8.98	101.79	4.02
	委托制作费	21.70	2.40	1,625.62	64.23
	播出费	63.22	6.99	127.83	5.05
	其他成本	298.79	33.03	270.56	10.69
	小　计	904.50	100.00	**2,531.03**	**100.00**
电视剧	委托制作费	-	-	9.88	1.44
	版权费	-	-	678.08	98.56
	小　计	-	-	**687.95**	**100.00**
合　计			**11,473.81**		**18,235.46**

万元、%

产品	成本构成	2012 年度		2011 年度	
		金额	比例	金额	比例
栏目	人工成本	1,940.81	43.86	1,659.56	52.12
	租赁费	898.64	20.31	745.31	23.41
	差旅费	488.44	11.04	202.74	6.37
	委托制作费	166.58	3.76	31.69	1.00
	播出费	337.24	7.62	185.42	5.82
	其他成本	593.56	13.41	359.55	11.29
	小 计	**4,425.28**	**100.00**	**3,184.27**	**100.00**
纪录片	人工成本	305.01	36.49	448.84	36.02
	租赁费	50.37	6.03	37.52	3.01
	差旅费	44.19	5.29	96.78	7.77
	委托制作费	346.84	41.50	505.57	40.57
	播出费	-	-	30.88	2.48
	其他成本	89.41	10.70	126.62	10.16
	小 计	**835.82**	**100.00**	**1,246.21**	**100.00**
品牌服务	人工成本	221.66	4.23	152.47	10.98
	租赁费	27.66	0.53	19.13	1.38
	差旅费	58.76	1.12	23.80	1.71
	委托制作费	4,867.24	92.98	990.67	71.31
	播出费	-	-	130.00	9.36
	其他成本	59.37	1.13	73.08	5.26
	小 计	**5,234.67**	**100.00**	**1,389.15**	**100.00**
合 计			**10,495.77**		**5,819.63**

①栏目

A、主要栏目成本构成

栏目业务成本以人工成本、委托制作费和租赁费为主，2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月合计占比分别为 76.53%、67.93%、84.72%和 92.12%。

2011 年栏目主要包括《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《今日中国》、《视野》和网络栏目《军情前哨站》、《心灵讲堂》等，栏目成本 3,184.27 万元，其中人工成本 1,659.56 万 元，租赁费 745.31 万元，分别占栏目成本的 52.12%和 23.41%。

2012 年栏目主要包括《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《今日中国》、《军情前哨站》、《CPC 中国扑克嘉年华》和《就等你来》等，栏目成本 4,425.28 万元，较上年增长 38.97%，其中人工成本 1,940.81 万元，租赁费 898.64 万元，分别占栏目成本的 43.86%和 20.31%，与上年相比成本构成变化不大，差旅费增加主要系《鲁豫有约》赴英国拍摄，播出费增加系《今日中国》播出期数增加所致。

2013 年栏目主要包括《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《今日中国》、《中国夜》、《超级演说家》和《我为喜剧狂》等，栏目成本 13,567.39 万元，较上年增长 206.59%，其中人工成本 6,587.20 万元，委托制作费 3,532.48 万元，租赁费 1,374.49 万元，分别占栏目成本的 48.55%、26.04%和 10.13%。人工成本和委托制作费占比上升且金额较大，主要系《超级演说家》、《我为喜剧狂》及《中国夜》外聘主持人、演员和社会专门机构提供服务较多。

2014 年 1-6 月栏目主要包括《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《我为喜剧狂》、《超级演说家》和《鲁豫的礼物》等，栏目成本 10,538.91 万元，其中人工成本 5,710.92 万元、委托制作费 2,951.30 万元、租赁费 1,046.07 万元，分别占栏目成本的 54.19%、28.00%、9.93%，成本构成与上年度相比未发生重大变化。

B、《鲁豫有约》栏目成本构成

单位：万元、%

项　目	2014 年 1-6 月			2013 年度		
	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率
人工成本	384.27	51.03	-	774.81	45.81	9.72
租赁费	270.45	35.91	-	648.90	38.37	-1.36
差旅费	37.51	4.98	-	143.16	8.46	20.55
委托制作费	-	-	-	3.19	0.19	101.90
其他成本	60.85	8.08	-	121.18	7.17	2.68
合　计	**753.09**	**100.00**	-	**1,691.23**	**100.00**	**5.54**
单集成本	**7.53**	-	**15.85**	**6.50**	-	**5.54**

单位：万元、%

项　目	2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	增长率	金额	占比
人工成本	706.17	44.07	5.40	669.98	47.50
租赁费	657.86	41.06	24.82	527.05	37.36

项 目	2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	增长率	金额	占比
差旅费	118.75	7.41	64.28	72.29	5.12
委托制作费	1.58	0.10	-	-	-
其他成本	118.02	7.37	-16.47	141.26	10.01
合 计	**1,602.38**	**100.00**	**13.60**	**1,410.58**	**100.00**
单集成本	**6.16**	**-**	**13.60**	**5.43**	**-**

《鲁豫有约》人工成本和租赁费比重较大，主要原因是：该栏目为日播栏目，项目团队人员较多，摄像、灯光、录音、助场等外聘人员劳务支出均计入人工成本；节目录制需要租用大型演播室和其他专用设备。

2011 年，《鲁豫有约》（不含衍生产品）的人工成本、租赁费、差旅费和其他成本占该栏目成本的比例分别为 47.50%、37.36%、5.12%和 10.01%。

2012 年，《鲁豫有约》（不含衍生产品）的人工成本、租赁费、差旅费、委托制作费和其他成本占该栏目成本的比例分别为 44.07%、41.06%、7.41%、0.10%和 7.37%。单集成本较上年增加 0.73 万元/集，上升 13.60%，主要系演播室租金增加 0.61 万元/集；因节目组赴国外制作专题节目，差旅费较上年增加。

2013 年，《鲁豫有约》（不含衍生产品）的人工成本、租赁费、差旅费和其他成本占该栏目成本的比例分别为 45.81%、38.37%、8.46%和 7.17%。单集成本较上年增加 0.34 万元/集，上升 5.54%，主要系人工成本增加 0.26 万元/集；制作国外专题节目期数增多，差旅费较上年增加 0.09 万元/集。

2014 年 1-6 月，《鲁豫有约》（不含衍生产品）的人工成本、租赁费、差旅费和其他成本占该栏目成本的比例分别为 51.03%、35.91%、4.98%和 8.08%。单集成本较上年增加 1.03 万元/集，上升 15.85%。主要系人工成本和租赁费较上年度分别增加 0.86 万元/集和 0.21 万元/集。单集成本上升原因是本期除《鲁豫有约》外，陈鲁豫还参与大型栏目《超级演说家》和《鲁豫的礼物》等，《鲁豫有约》年制作量减为 156 期，但节目组人员变化不大，演播室与上年一致。

C、《壹周立波秀》栏目成本构成

单位：万元、%

项　目	2014 年 1-6 月			2013 年度		
	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率
人工成本	194.37	40.35	-	317.37	44.75	28.86
租赁费	180.47	37.47	-	250.60	35.33	187.88
差旅费	33.20	6.89	-	53.26	7.51	121.47
委托制作费	54.75	11.37	-	55.79	7.87	-12.34
其他成本	18.89	3.92	-	32.20	4.54	-33.36
合　计	**481.67**	**100.00**	**-**	**709.22**	**100.00**	**51.11**
单集成本	**40.14**	**-**	**1.88**	**39.40**	**-**	**51.11**

单位：万元、%

项　目	2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	增长率	金额	占比
人工成本	246.29	52.48	-22.48	317.71	63.86
租赁费	87.05	18.55	50.66	57.78	11.62
差旅费	24.05	5.12	-38.41	39.05	7.85
委托制作费	63.64	13.56	103.39	31.29	6.29
其他成本	48.31	10.29	-6.43	51.63	10.38
合　计	**469.34**	**100.00**	**-5.65**	**497.46**	**100.00**
单集成本	**26.07**	**-**	**46.71**	**17.77**	**-**

《壹周立波秀》的成本主要由人工成本、租赁费和委托制作费构成，其中人工成本主要是项目团队薪酬和主持人、摄像、灯光、录音等外聘人员劳务报酬；租赁费主要用于租赁演出场所和专用设备；委托制作费主要是委托专业机构提供舞台布景、舞美制作和背景舞蹈演出等服务。

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，《壹周立波秀》分别制作 4 季 28 集、3 季 18 集、3 季 18 集和 2 季 12 集。2011 年 10 集“七一特别节目”未在剧场录制，制作成本较低，导致 2011 年单集成本较低；随着栏目品牌知名度和制作精良程度的提高，《壹周立波秀》租赁费上升较快，单集成本逐年上升。

②纪录片

纪录片业务成本以人工成本和委托制作费为主， 2011 年、2012 年和 2013 年，人工成本占比分别为 36.02%、36.49%和 14.43%；委托制作费占比分别 40.57%、41.50%和 71.39%。委托制作费较高的原因系公司将部分工作委托外部专业机构完成。

2011 年，纪录片主要包括《宋之韵》、《望海南》、《开国元勋之三晋人物（一）》和《红星照耀中国》等，成本 1,246.21 万元，其中人工成本和委托制作费分别为 448.84 万元和 505.57 万元，占纪录片成本的比例分别为 36.02%和 40.57%。

2012 年，纪录片主要包括《望海南》、《陕西旅游宣传片》、《为时代放歌》、《新疆新源宣传片》和《行走的餐桌》等，收入较上年下降 42.39%，成本 835.82 万元，较上年下降 32.93%，其中人工成本和委托制作费分别为 305.01 万元和 346.84 万元，占纪录片成本的比例分别为 36.49%和 41.50%，业务成本构成与上年相比变化不大。

2013 年，纪录片主要包括《文化的力量》和《真实中国》等，收入较上年增长 86.82%，成本 1,449.09 万元，较上年增长 73.37%，其中人工成本和委托制作费分别为 209.05 万元和 1,034.45 万元，占纪录片成本的比例分别为 14.43%和 71.39%，主要系公司将《文化的力量》和《真实中国》部分工作委托专业机构分别发生委托制作费 777.45 万元和 255.00 万元。

2014 年 1-6 月，公司受托制作小型纪录片 7 集，收入 31.33 万元，成本 30.40 万元，其中人工成本 25.28 万元，占比为 83.16%。

③品牌服务

公司品牌服务业务成本主要包括委托制作费、人工成本、差旅费、播出费等。报告期内，公司品牌服务业务成本结构变化较大，主要系品牌服务客户个性化需求不同，单个项目的规模、产品类型、制作方式、播出平台等均有较大差异。

2011 年，品牌服务业务主要包括《完美实习生》、《快乐梦多多》（创意策划、前期筹备）、《步步高手机广告宣传片》和《爱在巴黎》（创意策划）等，成本 1,389.15 万元，其中人工成本 152.47 万元、委托制作费 990.67 万元、播出费 130 万元，分别占品牌服务业务成本的 10.98%、71.31%和 9.36%。委托制作费占比较高的原因主要系公司受托制作定制剧和动画片，部分工作委托外部专业机构完成所致。

2012 年，品牌服务业务主要包括定制剧《找北》、《爱在巴黎》（前期筹备）、动画

片《快乐梦多多》(制作)和广告宣传片《克莱斯勒吉普大切诺基电视广告》、《克莱斯勒 Jeep 指南者电视广告》、《背后的支持》等，成本 5,234.67 万元，其中委托制作费 4,867.24 万元，占品牌服务业务成本的 92.98%，主要系公司将定制剧和广告宣传片部分工作委托外部专业机构完成所致。

2013 年，品牌服务业务主要包括《德云社 2013 年全国巡演》、《奥迪 C 系车视频广告》和《雷克萨斯 ES 广告宣传片》，以及为广东小天才科技有限公司电子教育类产品定制教育微视频等，成本 2,531.03 万元，其中委托制作费 1,625.62 万元，主要系演艺活动和广告宣传片部分工作委托外部专业机构完成所致；人工成本占比上升，主要系制作教育微视频发生较多外聘人员劳务采购所致。

2014 年 1-6 月，品牌服务业务主要包括《美丽俏佳人》、《贵州旅游推介》、《老庙黄金广告投放》等，成本 904.50 万元，其中人工成本和租赁费占比上升主要系《美丽俏佳人》需聘用主持人、嘉宾和租用演播室、录制设备等；差旅费占比上升主要系组织贵州旅游海外推介活动所致。

④电视剧

2013 年电视剧业务成本系电视剧《亮仔的幸福奇缘》的外购版权费用和重新加工剪辑发生的成本。

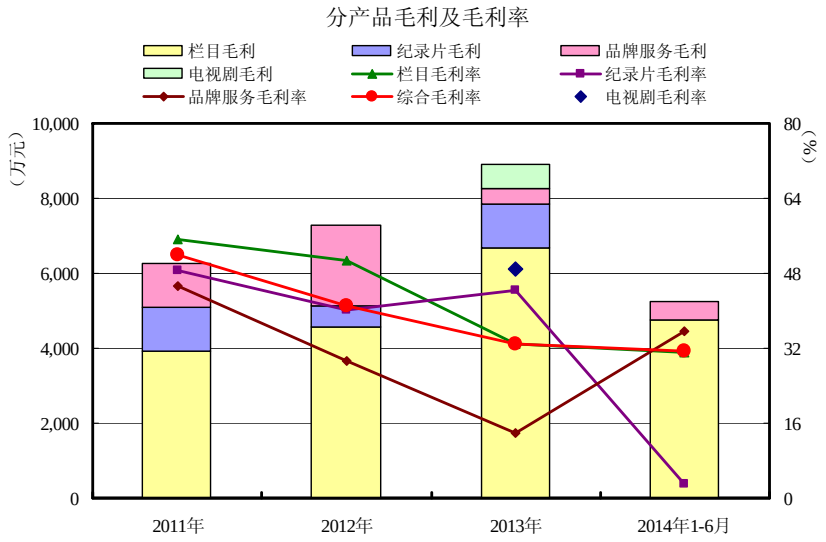
报告期内，公司业务规模不断扩大，主营业务收入持续增长，相应各项成本增加，变动合理，与主营业务收入匹配。

2、毛利率分析

报告期内，公司各类业务的毛利率如下表所示：

单位：万元、%

产 品	2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
栏 目	4,746.32	31.05	6,689.16	33.02	4,566.79	50.79	3,938.59	55.30
纪录片	0.93	2.98	1,154.03	44.33	557.54	40.01	1,172.46	48.48
品牌服务	503.59	35.76	407.41	13.86	2,171.69	29.32	1,147.97	45.25
电视剧	-	-	661.10	49.00	-	-	-	-
综合毛利(率)	**5,250.85**	**31.40**	**8,911.69**	**32.83**	**7,296.03**	**41.01**	**6,259.02**	**51.82**



报告期内，公司业务构成及单个节目毛利率的变化导致综合毛利率的波动，2011年、2012年、2013年和2014年1-6月分别为51.82%、41.01%、32.83%和31.40%。

（1）栏目毛利率分析

报告期内，公司制作的栏目保持较高收视率，销售单价逐步提高，公司采取境内外播映权分别销售、传统媒体和网络媒体分别销售等多种方法，同一节目实现多平台播放，营业收入相应增加；在既有栏目的基础上开发衍生品或进行栏目延伸，增加栏目附加值；陆续推出《小崔说立波秀》、《中国夜》、《超级演说家》和《我为喜剧狂》等大型创新栏目，探索新的节目模式和合作模式。

报告期内，公司主要栏目毛利率情况如下：

单位：万元，%

节目名称		2014年1-6月		2013年度		2012年度		2011年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
鲁豫有约		1,759.52	57.20	3,431.91	42.31	4,424.24	56.78	4,338.22	59.88
其中：播映权收入		1,577.92	52.27	3,057.40	44.38	2,848.38	43.74	3,120.23	54.79
壹周立波秀		1,293.01	62.75	1,739.32	51.34	1,507.24	68.86	1,673.33	70.27
其中：播映权收入		789.87	39.02	1,514.32	53.17	1,459.24	67.84	1,569.33	68.30
今日中国		146.23	32.56	529.87	16.15	1,031.54	31.25	520.00	16.59
超级演说家	第一季模式研发	-	-	2,641.51	32.62	-	-	-	-
	第一季制作	-		3,650.94	9.68	-	-	-	-
	第二季模式研发及前期筹备	-	-	3,113.21	40.62	-	-	-	-
	第二季制作	4,034.59	14.13	-	-	-	-	-	-

节目名称		2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
我为喜剧狂	第一季模式研发及前期筹备	-	-	3,301.89	45.54	-	-	-	-
	第一季制作	3,655.66	15.15	-	-	-	-	-	-
	第二季模式研发及前期筹备	3,301.89	44.49	-	-	-	-	-	-
鲁豫的礼物		471.70	43.67	-	-	-	-	-	-
中学生大讲堂		-	-	188.68	6.01	269.01	10.40	183.33	26.02
名人那些信		-	-	111.80	14.92	243.70	24.23	-	-
中国夜		-	-	1,047.12	6.11	-	-	-	-
首席夜话		-	-	343.77	34.40	-	-	-	-
CPC 中国扑克嘉年华		-	-	-	-	500.00	29.80	-	-
就等你来		-	-	-	-	450.00	60.24	-	-

①2011 年度情况

2011 年度栏目毛利率为 55.30%，主要系：

《鲁豫有约》单集价格上升，播映权转让收入 3,120.23 万元，成本相对稳定；积极开发衍生品或进行栏目的延伸，在节目中设置腾讯微博用户参与节目互动的环节，宣传客户品牌的同时取得衍生收入，推出延伸栏目《豫约十年中秋晚会》和《鲁豫有约—十年故事》等，其中《鲁豫有约—十年故事》由《鲁豫有约》历年现场访谈资料和素材重新剪辑而成，成本较低；《鲁豫有约》整体毛利率 59.88%。

《壹周立波秀》制作 4 季 28 集，播出平台增至东方卫视、广东卫视、凤凰卫视等十余家电视台，上星卫视销售单价上升，播映权转让收入 1,569.33 万元，并实现网络发行收入 104.00 万元；10 集“七一特别节目”未在剧场录制，制作成本较低；《壹周立波秀》整体毛利率 70.27%。

②2012 年度情况

2012 年栏目毛利率为 50.79%，较上年有所下降，主要原因是：

《鲁豫有约》播映权转让毛利率下降，主要系：A、本期《鲁豫有约》播映权转让收入较 2011 年度减少 271.85 万元，其中节目收视排名下降导致单集结算价格下降，减少收入 211.45 万元，新旧税制转换，9 月起按播映权转让收入的 6%缴纳增值税，减少收入 60.40 万元；B、《鲁豫有约》单集成本上升 0.73 万元/集，其中演播室租金增加 0.61

万/集；节目组赴国外制作专题节目，差旅费较上年增加；人工成本小幅上升。

本期部分栏目毛利率水平低于栏目整体毛利率，包括《中学生大讲堂》等网络视频栏目以及新增栏目《CPC 中国扑克嘉年华》、《名人那些信》等。

本期《壹周立波秀》保持较高毛利率水平，《今日中国》等毛利率有所增长，新增栏目《就等你来》等毛利率相对较高，降低了《鲁豫有约》播映权转让等节目毛利率下降带来的影响。

③2013 年度情况

2013 年栏目毛利率为 33.02%，较上年下降 17.77%，主要原因是：

随着收视竞争不断加剧，各播出平台对大型创新栏目需求上升，公司陆续推出《中国夜》、《超级演说家》和《我为喜剧狂》等大型栏目。新增大型栏目单个项目投资金额较大，受市场因素影响，主持人、导师等演职人员劳务费上升较快，对栏目业务整体毛利率的影响较大；大型栏目不同阶段毛利率差异较大，前期节目模式研发阶段毛利率高于节目制作阶段。

《超级演说家》是国内首档原创语言竞技真人秀节目，公司邀请李咏、陈鲁豫、林志颖、乐嘉等参与节目模式研发并担任导师；委托金立翔艺彩科技股份有限公司、上海幻维数码创意科技有限公司和北京东方浩阳文化传媒有限公司等进行录制方案设计制作、舞美设计制作等，成本投入较大；第一季实现收入 6,292.45 万元，毛利率为 19.31%。在第一季基础上，公司进行了节目模式的完善，并完成第二季节目前期筹备工作，实现收入 3,113.21 万元，毛利率 40.62%。

《我为喜剧狂》是公司自主创意研发的大型喜剧真人秀节目，邀请郭德纲、谢娜和英达等参与节目模式研发，并进行节目的前期筹备。借鉴《超级演说家》节目模式研发中积累的经验，在节目模式设计和前期筹备中成本控制较好，实现收入 3,301.89 万元，毛利率 45.54%。

《中国夜》是公司与中央电视台财经频道采用“特殊形式广告收益分成”合作模式的首次尝试，该节目聘请周立波等主持人，采用 360 度环形舞台，场地、设备租金和演职人员劳务费支出 685.60 万元。该节目收入 1,047.12 万元，扣除中央电视台广告分成款后，毛利率为 6.11%。

《鲁豫有约》播映权转让毛利率 44.38%，较上年增长 0.64%，主要系：A、本期

交付安徽卫视 181 期节目，加之“营改增”等因素影响，国内播映权转让收入较上年下降 555.13 万元；B、单集成本较上年增加 0.34 万元/集；C、转让以前年度节目实现收入 764.15 万元，发生成本较少。本期《鲁豫有约》其他衍生收入减少，毛利率下降。

《壹周立波秀》播映权转让毛利率较上年下降 14.67%，主要系栏目制作精良程度提高，单集成本较上年度增加 13.33 万元/集。衍生品《周立波》素材拍摄周期长、成本高，毛利率较低。

④2014 年 1-6 月情况

2014 年 1-6 月栏目毛利率为 31.05%，较上年下降 1.97%，主要原因是：

本期栏目收入构成中，《超级演说家》第二季制作、《鲁豫有约》、《壹周立波秀》毛利率均较上年上升，《我为喜剧狂》第二季模式研发和前期筹备毛利率与上年基本持平，《超级演说家》第二季和《我为喜剧狂》第一季处于毛利率较低的制作阶段，且两档栏目制作阶段收入合计占比达到 45.98%，收入构成的变化导致本期毛利率较上年略有下降。

《超级演说家》第二季制作完成 13 集并在安徽卫视播出，同时搜狐视频网络独家播出，合计实现收入 4,034.59 万元，占栏目收入的 26.40%，毛利率 14.13%，较第一季有所提高。第二季节目导师费用增加，舞美、灯光等方面进一步改进和优化，单集成本 266.49 万元，较第一季上升 13.14%，但随着品牌提升及节目制作精良程度提高，本期收视率表现较好，根据安徽广播电视台收视考核结果，13 集节目奖励 420 万元，且第二季节目在搜狐视频网络独家播出，取得收入 204.40 万元，单集收入 310.35 万元，较第一季上升 19.01%，节目整体毛利率较第一季制作阶段上升。

《我为喜剧狂》第一季 13 集在湖北卫视播出，实现收入 3,655.66 万元，占栏目收入的 23.92%，由于制作阶段成本投入较高，毛利率 15.15%。在第一季节目研发和制作的基础上，公司完成《我为喜剧狂》第二季节目模式的研发及前期筹备工作，实现收入 3,301.89 万元，毛利率 44.49%。

《鲁豫有约》播映权转让毛利率 52.27%，较上年上升 7.89%，主要系：A、自 2014 年起年制作量减至 156 期，安徽卫视单集基准价格上升至 12.20 万元，凤凰卫视单集基准价格上升至 4.20 万元，本期交付安徽卫视 100 集，交付凤凰卫视 85 集，实现收入 1,252.68 万元；B、与《美丽俏佳人》等节目使用同一演播室，降低制作量下降对单集

成本影响；C、转让中广天择传媒股份有限公司以前年度节目，以及向地面频道转让播映权，合计实现收入 325.25 万元，发生成本较少。本期实现搜狐视频网络发行收入 176.89 万元，提升《鲁豫有约》栏目整体毛利率至 57.20%，较上年度上升 14.89%。

《壹周立波秀》播映权转让毛利率较上年下降 14.15%，主要系本期节目二轮发行收入较少。本期“春节”季和“五一”季节目在搜狐视频独家播出，实现网络发行收入 503.14 万元，《壹周立波秀》栏目整体毛利率达到 62.75%，较上年度上升 11.41%。

（2）纪录片毛利率分析

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月公司纪录片毛利率分别为 48.48%、40.01%、44.33%和 2.98%，存在一定波动。公司主要纪录片毛利率情况如下：

单位：万元，%

节目名称	2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
文化的力量	-	-	1,971.70	45.73	-	-	-	-
真实中国	-	-	443.40	42.43	-	-	-	-
行走的餐桌	-	-	110.00	35.56	90.00	9.76	-	-
望海南	-	-	-	-	400.00	46.40	500.00	45.62
陕西旅游宣传片	-	-	-	-	231.32	21.85	-	-
为时代放歌	-	-	-	-	220.00	63.10	-	-
开国元勋之三晋人物（一）	-	-	-	-	-	-	640.00	58.68
宋之韵	-	-	-	-	-	-	540.00	41.47
红星照耀中国	-	-	-	-	-	-	408.60	45.74

2011 年，公司纪录片业务规模扩展，完成纪录片共计 6 部 80 集，其中包括《红星照耀中国》20 集、《宋之韵》20 集、《开国元勋之三晋人物（一）》6 集等多部大型纪录片，并承担了《望海南》的航拍和水下拍摄，单一项目的规模和销售价格均大幅上升，获得较高的毛利率。

2012 年，公司完成纪录片共计 18 部 62 集，大型纪录片《陕西旅游宣传片》、《为时代放歌》和《望海南》的后期制作等整体毛利率保持基本稳定；制作小型纪录片《行走的餐桌》等 14 部 44 集，毛利率较低，导致本期纪录片毛利率较上年有所下降。

2013 年，公司完成纪录片共计 7 部 29 集，纪录片《文化的力量》和《真实中国》分别实现收入 1,971.70 万元和 443.40 万元，合计占纪录片收入的 92.78%，毛利率分别

为 45.73%和 42.43%，导致本期纪录片毛利率较上年上升。

2014 年 1-6 月，公司受托完成小型纪录片《凤凰大视野》和《皇牌大放送》共计 3 部 7 集，实现收入 31.33 万元，毛利率 2.98%。

（3）品牌服务毛利率分析

2011 年、2012 年和 2013 年，公司品牌服务业务毛利率分别为 45.25%、29.32%和 13.86%，呈下降趋势；2014 年 1-6 月，品牌服务业务毛利率上升为 35.76%。公司主要品牌服务业务毛利率情况如下：

单位：万元，%

节目名称		2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
美丽俏佳人		858.49	41.66	-	-	-	-	-	-
贵州旅游推介		245.28	25.93	-	-	-	-	-	-
老庙黄金广告投放		112.94	41.09	230.74	38.05	-	-	-	-
步步高教育微视频		97.04	-6.59	378.84	4.71	-	-	-	-
德云社 2013 年全国巡演		-	-	1,155.24	5.01	-	-	-	-
奥迪 C 系车视频广告		-	-	679.25	21.13	-	-	-	-
雷克萨斯 ES 广告片		-	-	413.21	14.54	-	-	-	-
找北	创意策划、前期筹备	-	-	-	-	1,000.00	44.15	-	-
	制作	-	-	-	-	3,330.00	18.72	-	-
快乐梦多多	创意策划、前期筹备	-	-	-	-	-	-	300.00	26.60
	制作	-	-	-	-	950.00	31.27	-	-
爱在巴黎	创意策划	-	-	-	-	-	-	200.00	98.15
	前期筹备	-	-	-	-	450.00	41.11	-	-
克莱斯勒吉普大切诺基电视广告		-	-	-	-	483.00	17.35	-	-
克莱斯勒 Jeep 指南者电视广告		-	-	-	-	348.27	27.51	-	-
背后的支持		-	-	-	-	320.00	46.15	-	
完美实习生		-	-	-	-	-	-	1,190.00	37.63
步步高手机广告宣传片		-	-	-	-	-	-	449.61	26.60

2011 年，公司品牌服务类型向定制剧拓展，品牌服务目的也延伸到企业文化传播、企业产品宣传等，提供个性化和更为全面的品牌服务。公司根据市场和客户需求主动调整品牌服务业务结构，为海航集团、森马服饰、一汽奥迪、克莱斯勒和步步高等知名品牌提供服务。公司自身培养的核心制片人作为项目的总协调人，负责项目开发、监督、指导工作，综合考虑产品需求、观众需求、播出平台需求等多方面的因素后，保证品牌客户和公司的利益。品牌服务业务开展过程中，公司利用核心创意团队丰富的行业经验，主要开展创意、策划和统筹活动，整合社会及行业资源，将剧本创作、剧组建组、实际拍摄制作等业务委托外部专业机构完成。

公司通过定制剧《找北》等积累了电视剧制作经验，为了进一步拓展业务范围，降低品牌服务业务波动风险，2013 年成立控股子公司能量影视专业从事电视剧投资、制作和发行业务。

2011 年，公司完成《完美实习生》、《步步高手机广告宣传片》、《快乐梦多多》和《爱在巴黎》等品牌服务业务。定制剧和动画片业务由于所处阶段和工作内容不同，项目毛利率产生相应变化，《快乐梦多多》和《爱在巴黎》均处于创意策划或前期筹备阶段，毛利率较高。

2012 年，公司完成《找北》、《快乐梦多多》和《爱在巴黎》，上述项目主要处于制作阶段，资金投入和有形损耗明显增加，毛利率下降。公司还为一汽奥迪、克莱斯勒和广汽传祺等制作广告宣传片，由于客户个性化需求不同，单个项目毛利率存在一定差异，整体毛利率保持基本稳定。

2013 年，公司品牌服务业务主要包括演艺活动组织、广告宣传片制作和户外大屏广告投放等，其中《德云社 2013 年全国巡演》毛利率 5.01%；一汽奥迪和雷克萨斯品牌广告宣传片毛利率较以前年度同类项目有所下降；步步高教育微视频项目制作人员和外聘教师等人工成本较高，毛利率 4.71%。以上原因导致当期品牌服务业务毛利率下降幅度较大。

2014 年 1-6 月，公司品牌服务业务主要包括广告植入、推介活动和户外大屏广告投放等，其中《美丽俏佳人》占品牌服务业务收入的 60.97%，通过在节目中植入美妆品牌等取得收入，毛利率 41.66%；接受贵州省旅游局委托在海外组织贵州旅游推介活动，毛利率 25.93%；为老庙黄金进行户外大屏广告投放，毛利率 41.09%；本期品牌服务业务毛利率较上年度上升。

（4）电视剧毛利率分析

2013 年，公司电视剧业务处于发展初期，公司作为执行制片方投资拍摄的电视剧有《非常搭档》、《风云天地》和《爷们儿》，作为非执行制片方投资的电视剧有《代号日全蚀》。当期外购《亮仔的幸福奇缘》版权重新加工剪辑并发行，毛利率 49.00%。

（5）未来期间公司主要产品成本与售价的变动趋势及对毛利率的影响

公司主营业务成本主要受市场供求关系和公司产品结构变动的影响。

在人工成本方面，北京市专业机构和独立制作人才充足，劳务采购价格透明，随着公司业务规模扩大及行业平均工资水平上升，职工薪酬和劳务采购金额将逐年增加。

租赁费主要是场地租赁和设备租赁，租赁市场供应比较充足。公司大型节目数量增多、制作精良程度进一步提升，租赁费将呈上升趋势。公司在采购中可通过向供应商的询价对比控制成本。

委托制作市场是一个充分竞争的市场，价格透明，委托制作费根据不同节目的类型、规模和制作要求而存在较大差异。公司充分利用自身优势，以创意、策划和项目统筹管理为主，将部分工作交由外部专业机构完成，大型节目一般发生较多的委托制作费，节目制作质量进一步提升也会导致委托制作费增加。北京市专业机构和人员比较充足，公司会进行询价对比，选择适当的专业机构，合理控制委托制作费水平。

公司所处行业的下游主要是电视媒体、网络媒体等播出平台以及政府机构和企事业单位。公司已与主要客户建立了良好的合作关系，并不断开拓新客户。

公司与播出平台之间是相互促进的关系，公司提供的节目可以提升频道收视率，增加频道广告收入；频道收视率的提高相应带动公司节目的销售价格。在高端播出平台收视竞争加剧的环境下，各播出平台对大型创新栏目需求上升，公司抓住市场契机，加大栏目创新研发力度，陆续推出大型栏目，项目类型与合作模式多样化，其中公司与中央电视台财经频道合作的《中国夜》和《小崔说立波秀》采取 “特殊形式广告收益分成”合作模式；《超级演说家》和《我为喜剧狂》根据收视率考核奖惩。该类节目具有高投入、大制作、影响收入的因素较多等特点。

公司的下游客户还包括有节目需求的政府机构和企事业单位。视频节目为非标准化产品，公司单个节目的合同价格会因客户需求不同产生波动。

未来期间，随着公司大型节目陆续推出、产品规模持续扩大、制作质量不断提高，主营业务成本将进一步上升，大型节目合作模式多样化，存在收入波动的可能，单个大型节目的毛利率将对综合毛利率产生较大影响。

（6）公司与同行业上市公司毛利率对比分析

影视内容行业由于节目类型、制作方式和播出平台等存在差异，单个节目的市场价格和成本构成差异较大，导致单个节目毛利率水平也具有较大的差异，同一节目在不同时期和阶段，也可能由于各种因素出现毛利率的波动。

单位：%

公司名称	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
华谊兄弟	65.68	55.33	50.52	57.65
华策影视	45.20	45.25	59.17	61.11
光线传媒	48.77	46.29	43.62	40.90
华录百纳	34.10	46.55	44.38	51.91
新文化	38.56	40.15	41.70	36.94
可比公司平均值	**46.46**	**46.71**	**47.68**	**49.70**
能量传播	**31.40**	**32.83**	**41.01**	**51.82**

影视内容行业上市公司综合毛利率普遍较高，公司的毛利率水平低于行业平均水平，主要系公司虽与可比上市公司同属影视内容行业，但经营模式和产品结构均有所不同。

公司与可比上市公司栏目业务毛利率对比见下表：

单位：%

公司名称	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
光线传媒	9.82	47.33	42.52	52.71
能量传播	**31.05**	**33.02**	**50.79**	**55.30**

公司的栏目从形态上与光线传媒栏目制作与广告业务相似，但经营模式不同，公司主要依靠销售电视节目播映权等实现收入，同时也接受播出平台委托制作栏目，与中央电视台财经频道合作的《中国夜》和《小崔说立波秀》采取“特殊形式广告收益分成”合作模式；光线传媒是自主制作发行电视栏目，通过节目版权销售或广告营销的方式实现收入。2011 年至 2013 年，公司栏目与光线传媒栏目制作与广告业务的平均毛利率相近。

公司纪录片和品牌服务业务无可比上市公司。公司纪录片和品牌服务业务主要是受托制作，经客户验收合格后交付客户即完成制作服务，主要依靠创意、策划和制作视频节目取得收入，较少涉及发行、推广等产业链的下游环节，且纪录片和品牌服务业务与电视剧相比，毛利率相对较低。

公司与可比上市公司电视剧业务毛利率对比见下表：

单位：%

公司名称	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
华谊兄弟	56.30	44.89	56.02	62.12
华策影视	45.20	46.24	50.03	58.81
光线传媒	35.29	67.60	45.91	69.13
华录百纳	48.68	48.47	44.90	53.52
新文化	38.50	40.15	41.77	37.13
可比公司平均值	**44.79**	**49.47**	**47.33**	**47.24**
能量传播	-	**49.00**	-	-

注：公司 2014 年 1-6 月电视剧业务未实现收入

2013 年，公司电视剧业务毛利率 49.00%，与可比上市公司基本一致。

（三）期间费用变动趋势及分析

报告期内，公司期间费用及占营业收入比例情况如下表所示：

单位：万元、%

项 目	2014 年 1-6 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	16,724.66	-	27,147.16	-	17,791.79	-	12,080.14	-
销售费用	1,327.50	7.94	1,298.62	4.78	1,177.64	6.62	468.81	3.88
管理费用	913.84	5.46	1,622.57	5.98	1,239.65	6.97	1,446.25	11.97
财务费用	188.56	1.13	139.56	0.51	60.21	0.34	-30.84	-0.26
费用合计	**2,429.89**	**14.53**	**3,060.74**	**11.27**	**2,477.51**	**13.92**	**1,884.22**	**15.60**

2011 年至 2013 年，公司费用总额占营业收入的比例呈下降趋势，主要系费用增幅低于同期营业收入增幅。2012 年，费用总额占营业收入比例较上年降低 1.68%，当年宣传费大幅增加，研发费下降。2013 年，费用总额占营业收入比例较上年降低 2.65%，其中人工成本增长较多。2014 年 1-6 月，费用总额占营业收入比例较上年上升 3.26%，

主要系对多个大型节目和公司品牌进行宣传推广的费用增加较多。

1、销售费用

（1）销售费用

报告期内，公司销售费用中的主要明细项目如下：

单位：万元

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
人工成本	63.50	124.26	93.37	184.78
差旅费	11.55	40.50	22.29	37.39
业务招待费	4.54	15.43	32.72	66.93
宣传费	1,070.89	1,091.94	995.59	155.22
代理费	176.70	-	-	-
其他费用	0.31	26.50	33.67	24.50
合　计	**1,327.50**	**1,298.62**	**1,177.64**	**468.81**

公司销售费用主要由人工成本、差旅费、业务招待费和宣传费构成，其他费用包括资料费、印刷费、租赁费等。

2011 年，销售费用 468.81 万元，主要包括人工成本和宣传费。公司建设能量传播网站和 PPTV 能量娱乐专属频道，本期摊销 152.32 万元。

2012 年，销售费用 1,177.64 万元，其中宣传费 995.59 万元，占比 84.54%，系本期摊销能量传播网站、PPTV 能量娱乐专属频道服务费和搜狐视频宣传费；人工成本减少较多，主要系《壹周立波秀》在浙江卫视独家播映，发行费用减少所致。

2013 年，销售费用 1,298.62 万元，其中宣传费 1,091.94 万元，占比 84.08%，主要系公司通过多种渠道和形式对《超级演说家》等节目和公司品牌进行宣传、推广所致。

2014 年 1-6 月，销售费用 1,327.50 万元，其中宣传费 1,070.89 万元，占比 80.67%，主要系公司对《我为喜剧狂》、《超级演说家》和《鲁豫的礼物》等大型节目和公司品牌进行宣传推广所致；新增代理费 176.70 万元，系支付《美丽俏佳人》广告代理费。

（2）公司与同行业上市公司销售费用率对比情况

报告期内，公司与可比上市公司销售费用率对比见下表：

单位：%

公司简称	2014年1-6月	2013年度	2012年度	2011年度	主要构成
华谊兄弟	35.71	19.00	20.27	17.20	员工薪酬、租赁费、发行费用和差旅费等
华策影视	4.87	3.51	3.17	4.11	职工薪酬、宣传费和节目磁带、录制、邮寄费等
光线传媒	1.82	1.30	1.66	1.87	人工费用、办公费和差旅费等
华录百纳	4.28	2.25	1.70	1.13	工资及附加、磁带费和展览宣传费等
新文化	6.37	5.80	4.78	5.31	宣传制作费和工资奖金等
平均值	**10.61**	**6.37**	**6.32**	**5.92**	-
能量传播	**7.94**	**4.78**	**6.62**	**3.88**	人工成本、宣传费和差旅费等

注：销售费用率=当期销售费用/营业收入

公司和可比上市公司同属影视内容行业，销售费用主要包括人工成本、宣传费用、差旅费和业务招待费等。报告期内，公司的营业收入以栏目、纪录片、品牌服务业务的制作和发行为主；华策影视、华录百纳和新文化以影视剧的投资、制作和发行为主，光线传媒以栏目制作与广告和影视剧的投资、制作和发行为主，华谊兄弟以电影和电视剧的制作、发行以及影院投资管理运营为主。各公司的产品结构、经营模式和收入规模均有所不同，销售费用构成和销售费用率存在一定差异。

报告期内，公司销售费用率与可比上市公司相比处于中等水平；销售费用和营业收入匹配，均呈增长趋势。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用的主要明细项目如下：

单位：万元

项　目	2014年1-6月	2013年度	2012年度	2011年度
人工成本	504.04	806.06	569.61	393.01
折旧及摊销费	94.95	174.28	193.86	170.15
研发费	-	40.00	13.01	440.57
业务招待费	42.11	89.01	71.37	100.19
差旅费	73.87	133.03	88.83	65.09
租赁及物业费	107.00	187.76	146.01	104.98
税金	23.31	50.79	15.22	12.98
其他	68.56	141.64	141.75	159.27
合　计	**913.84**	**1,622.57**	**1,239.66**	**1,446.25**

公司管理费用主要由人工成本、折旧及摊销费、租赁及物业费、研发费、差旅费等构成，其他费用包括中介机构费及会议费等。

报告期内，管理费用增幅小于营业收入增幅， 2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月管理费用占营业收入的比例分别为 11.97%、6.97% 、5.98%和 5.46%，在业务增长的同时，公司加强内部管理，费用控制情况较好。

2011 年，公司投入 440.57 万元研发《鲁豫和她的朋友们演唱会》等项目，同时人工成本随业务规模扩大而增加。

2012 年，公司管理费用较上年下降 14.28%，主要系当年未发生大额研发支出。

2013 年，公司管理费用较上年增长 30.89%，主要系整体调增薪酬，人工成本增加，以及差旅费、租赁及物业费等不同程度增加。

2014 年 1-6 月，公司管理费用 913.84 万元，其中人工成本、差旅费、租赁及物业费等随着公司业务规模的扩大保持增长趋势。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用的主要明细项目如下：

单位：元

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
利息支出	1,992,225.40	1,556,874.00	966,221.66	235,099.96
减：利息收入	109,774.73	287,526.47	622,031.84	685,166.44
加：汇兑损益	-18,343.85	79,310.45	242,093.19	136,289.63
其他	21,454.97	46,892.06	15,826.24	5,414.00
合　计	**1,885,561.79**	**1,395,550.04**	**602,109.25**	**-308,362.85**

2011 年，公司新增银行短期借款 800.00 万元，产生利息支出 23.51 万元。2012 年，公司银行短期借款余额增加 150.00 万元，全年共产生利息支出 96.62 万元。2013 年，公司银行短期借款余额增加 3,910.00 万元，全年共产生利息支出 155.69 万元。2014 年 6 月末，公司银行短期借款余额较上年末增加 2,000.00 万元，本期利息支出 199.22 万元。

公司与境外客户发生业务往来采用外币结算，2011 年、2012 年和 2013 年分别产生汇兑损失 13.63 万元、24.21 万元和 7.93 万元，2014 年 1-6 月产生汇兑收益 1.83 万

元。

报告期内，公司财务费用占营业收入的比例较低，影响较小。

（四）利润来源及盈利能力连续性和稳定性分析

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司营业利润占利润总额的比例分别为 100.16%、93.86%、91.06%和 100.00%，营业利润和净利润主要来源于栏目和纪录片的创意、制作、发行以及品牌服务业务。

单位：万元

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
一、营业收入	**16,724.66**	**27,147.16**	**17,791.79**	**12,080.14**
减：营业总成本	14,124.58	21,869.43	13,716.85	8,344.11
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	**2,600.08**	**5,277.73**	**4,074.95**	**3,736.04**
营业外收支净额	-	518.15	266.78	-5.79
三、利润总额（亏损以“－”号填列）	**2,600.08**	**5,795.88**	**4,341.73**	**3,730.25**
减：所得税费用	768.05	1,534.15	1,173.82	997.98
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	**1,832.04**	**4,261.73**	**3,167.91**	**2,732.27**
五、归属于母公司股东净利润	**1,512.67**	**3,744.61**	**3,167.91**	**2,732.27**
六、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**1,512.67**	**3,356.65**	**2,967.83**	**2,738.39**

报告期内，公司不存在合并报表范围以外的投资收益，对税收优惠和财政补贴不存在重大依赖。

（五）发行人缴纳税额情况

1、公司缴纳税额情况

报告期内，公司缴纳税额情况如下表所示：

单位：元

项　目	报告期间	已交税额	期末未交数
增值税	2014 年 1-6 月	8,001,509.08	2,075,799.30
	2013 年度	7,358,182.07	5,973,353.86
	2012 年度	701,575.38	1,191,610.91
已交税额小计		**16,061,266.53**	**-**

项　目	报告期间	已交税额	期末未交数
营业税	2014 年 1-6 月	159,068.06	38,089.03
	2013 年度	1,912,536.74	76,829.76
	2012 年度	6,092,320.17	313,416.01
	2011 年度	5,031,070.58	836,168.86
已交税额小计		**13,194,995.55**	**-**
城市建设维护税	2014 年 1-6 月	548,526.63	147,650.19
	2013 年度	671,664.06	265,131.47
	2012 年度	475,572.68	91,483.97
	2011 年度	352,174.96	58,531.83
已交税额小计		**2,047,938.33**	**-**
教育费附加	2014 年 1-6 月	391,804.74	105,464.42
	2013 年度	479,760.08	189,379.52
	2012 年度	325,910.80	65,345.66
	2011 年度	169,028.12	28,144.44
已交税额小计		**1,366,503.74**	**-**
印花税	2014 年 1-6 月	411,145.23	159,542.08
	2013 年度	162,272.19	337,590.13
	2012 年度	198,494.52	86,291.40
	2011 年度	49,054.84	132,630.17
已交税额小计		**820,966.78**	**-**
文化事业建设费	2014 年 1-6 月	333,316.02	257,547.17
	2013 年度	912,171.23	182,264.16
	2012 年度	-	100,219.25
	2011 年度	-	-
已交税额小计		**1,245,487.25**	**-**
防洪费	2014 年 1-6 月	50,991.15	20,711.99
	2013 年度	15,534.59	28,822.08
	2012 年度	26,963.76	2,338.25
	2011 年度	9,048.00	1,529.70
已交税额小计		**102,537.50**	**-**
企业所得税	2014 年 1-6 月	10,987,453.67	5,881,539.36
	2013 年度	12,273,667.78	9,078,976.94
	2012 年度	8,415,852.30	5,472,593.57
	2011 年度	9,431,980.19	1,933,226.64
已交税额小计		**41,108,953.94**	**-**
已交税额合计		**75,948,649.62**	

2、子公司纳税情况

（1）能量天津

单位：元

项　目	报告期间	已交税额	期末未交数
增值税	2014 年 1-6 月	2,607,036.23	210,094.43
	2013 年度	424,801.49	2,080,048.23
已交税额小计		**3,031,837.72**	**-**
营业税	2014 年 1-6 月	33,666.89	-
	2013 年度	804,175.73	29,066.09
	2012 年度	2,696,375.64	233,825.00
	2011 年度	904,800.00	152,970.00
已交税额小计		**4,439,018.26**	**-**
城市建设维护税	2014 年 1-6 月	162,135.46	14,384.61
	2013 年度	108,742.16	112,984.54
	2012 年度	188,746.29	16,367.75
	2011 年度	63,336.00	10,707.90
已交税额小计		**522,959.91**	**-**
教育费附加	2014 年 1-6 月	115,811.04	10,274.72
	2013 年度	77,672.99	80,703.21
	2012 年度	134,818.78	11,691.25
	2011 年度	45,240.00	7,648.50
已交税额小计		**373,542.81**	**-**
印花税	2014 年 1-6 月	105,480.44	13,878.08
	2013 年度	34,502.32	67,807.51
	2012 年度	97,343.12	19,628.23
	2011 年度	21,464.00	30,298.51
已交税额小计		**258,789.88**	-
文化事业建设费	2014 年 1-6 月	176,886.79	-
	2013 年度	358,971.25	66,509.44
已交税额小计		**535,858.04**	**-**
防洪费	2014 年 1-6 月	23,162.21	2,054.94
	2013 年度	15,534.59	16,140.66
	2012 年度	26,963.76	2,338.25
	2011 年度	9,048.00	1,529.70
已交税额小计		**74,708.56**	**-**

项　目	报告期间	已交税额	期末未交数
企业所得税	2014 年 1-6 月	4,289,984.47	961,984.51
	2013 年度	2,888,770.69	3,146,981.96
	2012 年度	4,956,156.50	1,889,610.05
	2011 年度	1,970,954.40	350,646.20
已交税额小计		**14,105,866.06**	**-**
已交税额合计		**23,342,581.24**	

2011 年和 2012 年，能量天津缴纳税额主要包括营业税及其附加和企业所得税，合计占已交税额的 98.99%和 98.47%；2013 年，能量天津缴纳税额主要包括增值税、营业税及其附加和企业所得税，合计占已交税额的 91.32%；2014 年 1-6 月，能量天津缴纳税额主要包括增值税和企业所得税，合计占已交税额的 91.79%。

（2）能量影视

单位：元

项　目	报告期间	已交税额	期末未交数
增值税	2014 年 1-6 月	190,353.53	-
	2013 年度	-	190,353.53
已交税额小计		**190,353.53**	-
城市建设维护税	2014 年 1-6 月	13,324.75	-
	2013 年度	-	12,373.80
已交税额小计		**13,324.75**	-
教育费附加	2014 年 1-6 月	9,517.68	-
	2013 年度	-	8,838.43
已交税额小计		**9,517.68**	-
印花税	2014 年 1-6 月	98,913.66	23,344.20
	2013 年度	10,115.00	77,581.26
已交税额小计		**109,028.66**	-
文化事业建设费	2014 年 1-6 月	6,792.45	-
	2013 年度	-	-
已交税额小计		**6,792.45**	-
防洪费	2014 年 1-6 月	1,903.54	-
	2013 年度	-	1,767.69
已交税额小计		**1,903.54**	-

项　目	报告期间	已交税额	期末未交数
企业所得税	2014 年 1-6 月	1,024,998.56	-
	2013 年度	-	1,024,998.56
已交税额小计		**1,024,998.56**	-
已交税额合计		**1,355,919.17**	

（3）能量慧明

单位：元

项　目	报告期间	已交税额	期末未交数
增值税	2014 年 1-6 月	2,592,539.74	1,865,704.87
	2013 年度	-	1,091,372.52
已交税额小计		**2,592,539.74**	-
城市建设维护税	2014 年 1-6 月	181,477.77	130,599.34
	2013 年度	-	76,396.08
已交税额小计		**181,477.77**	**-**
教育费附加	2014 年 1-6 月	129,626.99	93,285.25
	2013 年度	-	54,568.63
已交税额小计		**129,626.99**	**-**
印花税	2014 年 1-6 月	73,269.86	33,252.01
	2013 年度	-	64,720.09
已交税额小计		**73,269.86**	**-**
防洪费	2014 年 1-6 月	25,925.40	18,657.05
	2013 年度	-	10,913.73
已交税额小计		**25,925.40**	**-**
企业所得税	2014 年 1-6 月	3,667,696.79	3,868,855.77
	2013 年度	-	3,667,696.79
已交税额小计		**3,667,696.79**	-
已交税额合计		**6,670,536.55**	

3、所得税与收入、利润匹配情况

单位：元、%

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
收入总额	167,246,613.63	271,471,599.51	177,917,937.07	120,801,438.00
利润总额	26,000,838.49	57,958,770.92	43,417,260.81	37,302,486.41
应纳税所得额	31,160,064.32	63,466,233.59	47,820,876.94	40,421,578.21
适用税率	25	25	25	25

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
所得税费用	7,680,464.91	15,341,475.50	11,738,167.76	9,979,786.53
其中：当期所得税费用	7,790,016.09	15,880,051.15	11,955,219.23	10,105,394.55
递延所得税费用	-109,551.18	-538,575.65	-217,051.47	-125,608.02
当期所得税费用占应纳税所得额比重	25	25	25	25

注：2013年调整上年汇算清缴所得税费用13,492.75元。

报告期内，公司适用 25%企业所得税税率。

2011 年和 2012 年，递延所得税费用分别为-12.56 万元和-21.71 万元，主要系计提坏账准备导致递延所得税资产增加。2013 年，递延所得税费用-53.86 万元，主要系计提坏账准备及无形资产《中学生大讲堂》品牌授权使用费一次性摊销完毕导致递延所得税资产增加。

2014 年 1-6 月，递延所得税费用-10.96 万元，主要系计提坏账准备导致递延所得税资产增加所致。

（六）对于持续盈利能力产生重大不利影响的因素

1、影响公司持续盈利能力的因素

公司不存在对持续盈利能力产生重大不利影响的因素，包括但不限于：

（1）公司的经营模式未发生重大变化；2013 年公司设立了能量影视专业从事电视剧的投资、制作和发行业务，公司的视频节目拓展至电视剧。截至本招股说明书签署日，《风云天地》已取得国产电视剧发行许可证，《爷们儿》和《非常搭档》正处于发行审核过程中，上述电视剧的发行情况正常，公司各项业务正常开展，产品结构的变化不会对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；

（2）公司的行业地位或公司所处行业的经营环境未发生重大变化，对公司的持续盈利能力不构成重大不利影响；

（3）公司不存在在用的商标、特许经营权等重要资产存在重大不利变化的风险；

（4）公司不存在最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖的情况；

（5）公司不存在最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情况；

（6）公司不存在其他可能对公司持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

公司已经在招股说明书 “第四节 风险因素” 中详细披露了对公司持续盈利能力产生重大不利影响的风险因素，截至本招股说明书签署日，公司不存在报告期内实际发生以及未来可能发生的重大不利影响，公司具备持续盈利能力。

2、保荐机构对公司持续盈利能力的核查结论

经核查，保荐机构认为，截至本招股说明书签署日，发行人各项业务正常开展，不存在报告期内实际发生以及未来可能发生的重大不利影响，发行人业务具备持续盈利能力。

十一、财务状况分析

（一）资产构成分析

1、资产结构总体分析

单位:万元、%

项 目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	36,917.75	98.50	34,412.56	98.72	17,428.75	96.28	14,827.22	95.60
非流动资产	563.22	1.50	446.75	1.28	672.74	3.72	683.11	4.40
合 计	**37,480.97**	**100.00**	**34,859.30**	**100.00**	**18,101.49**	**100.00**	**15,510.34**	**100.00**

报告期内，公司流动资产占总资产比重较高，历年占比均在 95%以上。流动资产占比较高的资产结构与公司主营业务相适应，制作视频节目所使用的演播室和专用设备主要采用经营租赁取得。

公司与可比上市公司的流动资产占总资产比例对比见下表：

单位：%

公司名称	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
华谊兄弟	47.62	47.05	67.52	77.21
华策影视	63.08	83.64	85.29	87.89
光线传媒	52.41	51.85	85.80	94.75

公司名称	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
华录百纳	93.08	97.44	99.37	98.90
新文化	95.44	96.51	99.08	98.61
可比公司平均值	**70.33**	**75.30**	**87.41**	**91.45**
能量传播	**98.50**	**98.72**	**96.28**	**95.60**

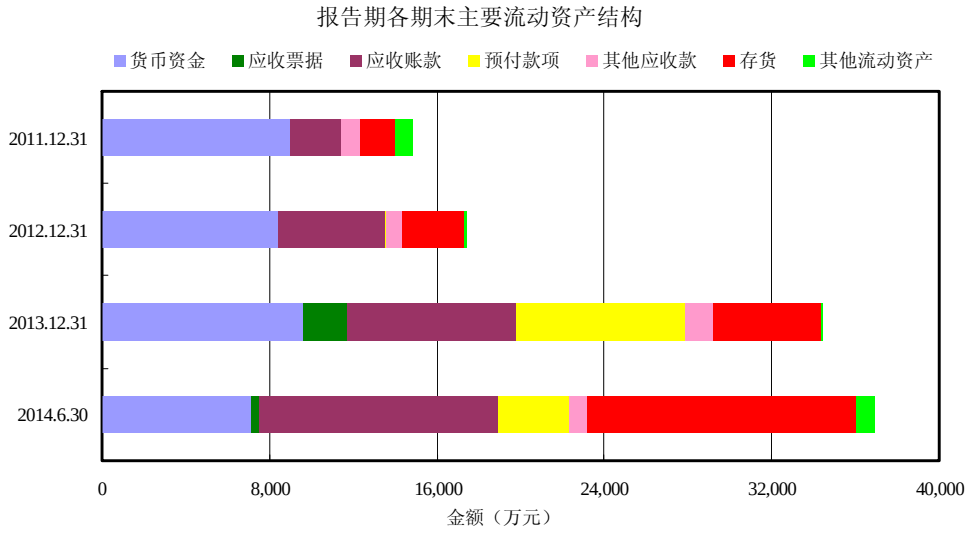
与本公司业务结构类似的即以影视节目制作、广告及影视发行为主的同行业可比上市公司流动资产占比大都较高。

2、流动资产分析

报告期内，公司流动资产及构成情况如下：

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	7,101.11	19.23	9,638.19	28.01	8,436.94	48.41	8,972.58	60.51
应收票据	400.00	1.08	2,047.71	5.95	-	-	-	-
应收账款	11,419.22	30.93	8,071.77	23.46	5,111.54	29.33	2,480.67	16.73
预付款项	3,375.33	9.14	8,110.62	23.57	6.50	0.04	3.15	0.02
应收利息	-	-	-	-	-	-	13.53	0.09
其他应收款	892.69	2.42	1,329.67	3.86	784.35	4.50	909.41	6.13
存货	12,846.42	34.80	5,182.48	15.06	2,948.56	16.92	1,644.38	11.09
其他流动资产	882.98	2.39	32.12	0.09	140.86	0.81	803.50	5.42
合　计	**36,917.75**	**100.00**	**34,412.56**	**100.00**	**17,428.75**	**100.00**	**14,827.22**	**100.00**



截至 2014 年 6 月 30 日，公司流动资产 36,917.75 万元，占总资产的比例为 98.50%，主要为存货、应收账款、货币资金和预付款项，占流动资产的比例分别为 34.80%、30.93%、19.23%和 9.14%。

2011 年至 2013 年，公司营业收入较上年分别增长 141.69%、47.28%和 52.58%，利润总额较上年分别增长 176.53%、16.39%和 33.49%，2014 年 1-6 月业务规模保持增长，与客户的往来款项和期末在制节目相应增加，导致流动资产规模增长较快。

（1）货币资金

单位：万元、%

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
库存现金	8.14	5.06	5.48	5.20
银行存款	7,092.97	9,633.13	8,431.45	8,967.38
合　计	**7,101.11**	**9,638.19**	**8,436.94**	**8,972.58**
合计占总资产比例	18.95	27.65	46.61	57.85
合计占流动资产比例	19.23	28.01	48.41	60.51

报告期内，公司的资产中货币资金占比较高，2013 年末货币资金较上年末增长 14.24%，主要系公司短期借款增加所致；2014 年 6 月末较上年末下降 26.41%，主要系电视剧《爷们儿》等发生支付演员酬金和委托制作费等大额资金流出所致。

从货币资金占总资产与流动资产的比例来看，两者变动趋势与幅度基本同步；公司期末不存在抵押、冻结等对变现有限制或有潜在回收风险的款项。

（2）应收票据

单位:万元

种　类	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
银行承兑汇票	400.00	2,047.71	-	-
合　计	**400.00**	**2,047.71**	-	-

公司期末应收票据均为银行承兑汇票，2013 年期末余额 2,047.71 万元，系客户安徽广播电视台、一汽-大众销售有限责任公司当期以票据结算所致；2014 年 6 月末余额 400.00 万元，系上年末的票据已到期兑付或背书转让供应商，本期客户浙江广播电视集团以 400.00 万元票据结算所致。

公司期末无已贴现未到期或质押的应收票据。

（3）应收账款

①应收账款总体情况

报告期各期期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元、%

项目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
应收账款账面原值	11,826.24	8,360.30	5,275.19	2,557.49
应收账款账面价值	11,419.22	8,071.77	5,111.54	2,480.67
主营业务收入	16,724.66	27,147.16	17,791.79	12,078.64
应收账款账面原值占收入比例	-	30.80	29.65	21.17
流动资产	36,917.75	34,412.56	17,428.75	14,827.22
应收账款账面价值占流动资产比例	30.93	23.46	29.33	16.73

随着公司主营业务收入的持续增长，公司应收账款整体规模相应呈增长趋势，应收账款占主营业务收入、流动资产的比例处于合理水平。2011 年末、2012 年末、2013 年末，公司应收账款较上年末分别增长 40.77%、106.26%和 58.48%，复合增长率为 66.33%。2014 年 6 月末应收账款较上年末增长 41.46%。

②应收账款变动的原因及合理性

应收账款金额变动的主要原因是：A、报告期内公司业务规模逐年扩大，营业收入增长较快，应收账款相应增长；B、与公司的主要客户以及销售结算方式相关，公司向安徽广播电视台等客户销售的栏目，滚动结算款项，形成大额的应收账款；C、公司的受托制作节目，受视频节目制作、销售周期的影响，形成应收账款；D、公司制作的大型季播栏目以及电视剧等，单项合同金额较大，客户按合同约定分期付款。

2011 年公司主营业务收入增长率为 141.88%，应收账款余额增长率为 40.77%，应收账款余额增长率与主营业务收入增长率产生差异的原因主要系公司 2010 年交付《中学生大讲堂》5,000 节课程，确认收入 916.67 万元，该笔款项当期未收回，导致 2010 年末应收账款基数较大，2011 年交付剩余 1,000 节课程，确认收入 183.33 万元，并于当期收回全部款项 1,100.00 万元，导致 2011 年末应收账款余额增长率低于当年主营业务收入增长率。

2012 年公司主营业务收入增长率为 47.30%，应收账款余额增长率为 106.26%，应收账款余额增长率与主营业务收入增长率产生差异的原因主要系部分项目未及时回款所致，包括：A、《鲁豫有约》应收账款余额较上年末增长 890.15 万元，其中《鲁豫有约—十年故事》新增应收账款 391.25 万元，Great 英国行新增应收账款 260.00 万元，腾讯微博新增应收账款 120.00 万元；B、《找北》和《快乐梦多多》制作阶段本期合计确认收入 4,280.00 万元，上述节目当期未播出，客户瑞格嘉尚支付 2,270.00 万元，剩余款项 2,010.00 万元当期未支付；C、奥迪品牌汽车宣传片《背后的支持》12 月交付，当期确认收入 320.00 万元，期末款项尚未支付形成应收账款。

2013 年公司主营业务收入较上年增长 52.58 %，年末应收账款余额增长 58.48 %，应收账款余额增长率略高于主营业务收入增长率，主要系部分大型栏目和电视剧回款滞后，其中《我为喜剧狂》和《超级演说家》第二季的模式研发及前期筹备分别新增 2,500.00 万元和 1,300.00 万元，电视剧《亮仔的幸福奇缘》新增 1,144.00 万元。

2014 年 6 月末应收账款余额 11,826.24 万元，较上年末增加 3,465.93 万元，主要系当期大型栏目《我为喜剧狂》第一季制作及第二季模式研发及前期筹备尚未全部回款，应收长江传媒款项增加 3,075.00 万元，完成《白话好莱坞》、《深爱食堂》制作及结算《美丽俏佳人》广告等新增应收款项 1,362.64 万元；本期《鲁豫有约》、《超级演说家》和《亮仔的幸福奇缘》等节目正常回款。

报告期内，公司应收账款余额与主营业务收入变化情况匹配。

③应收账款账龄分析及坏账准备计提情况

报告期内，公司应收账款账龄与坏账准备变动情况如下：

单位：万元、%

项　目	2014.6.30				2013.12.31			
	账面原值	比例	坏账准备	账面价值	账面原值	比例	坏账准备	账面价值
1 年以内	10,414.92	88.07	312.45	10,102.47	7,673.98	91.79	230.22	7,443.76
1-2 年	1,171.32	9.90	58.57	1,112.75	446.32	5.34	22.32	424.00
2-3 年	240.00	2.03	36.00	204.00	240.00	2.87	36.00	204.00
合　计	**11,826.24**	**100.00**	**407.01**	**11,419.22**	**8,360.30**	**100.00**	**288.54**	8,071.77

单位：万元、%

项 目	2012.12.31				2011.12.31			
	账面原值	比例	坏账准备	账面价值	账面原值	比例	坏账准备	账面价值
1 年以内	5,030.19	95.36	150.91	4,879.28	2,552.49	99.80	76.57	2,475.92
1-2 年	240.00	4.55	12.00	228.00	5.00	0.20	0.25	4.75
2-3 年	5.00	0.09	0.75	4.75	-	-		-
合 计	**5,275.19**	**100.00**	**163.66**	5,111.54	**2,557.49**	**100.00**	**76.82**	2,480.67

从应收账款账龄结构分析，报告期内，公司应收账款账龄主要为 1 年以内，整体质量较好，公司未发生坏账损失。

报告期内，公司的坏账准备金额分别为 76.82 万元、163.66 万元、288.54 万元和 407.01 万元，从账龄结构及应收账款回款情况看，公司坏账准备计提充分，符合公司经营的实际情况，符合会计谨慎性原则的要求。

④报告期内各年末应收账款前十大客户情况

A、2014 年 6 月末

单位：万元、%

单位名称	金额	比例	节目名称
长江传媒	6,075.00	51.37	我为喜剧狂、文化的力量
安徽广播电视台	2,294.90	19.41	鲁豫有约、超级演说家
瑞格嘉尚	1,060.00	8.96	找北、白话好莱坞、深爱食堂
北京外企景鸿文化发展有限公司	740.00	6.26	美丽俏佳人
上海铭奇文化传播有限公司	644.00	5.45	亮仔的幸福奇缘
山西广播电视台	240.00	2.03	开国元勋之三晋人物（一）
浙江广播电视集团	225.00	1.90	周立波素材
飞狐信息技术（天津）有限公司	216.67	1.83	鲁豫有约、超级演说家
凤凰卫视	131.84	1.11	鲁豫有约、凤凰大视野等
不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司	100.00	0.85	“曼妥思”超级演说家
合 计	**11,727.41**	**99.16**	-

注：不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司为当年新增客户

B、2013 年末

单位：万元、%

单位名称	金额	比例	节目名称
长江传媒	3,000.00	35.88	我为喜剧狂、文化的力量
安徽广播电视台	2,410.35	28.83	鲁豫有约、超级演说家
上海铭奇文化传播有限公司	1,144.00	13.68	亮仔的幸福奇缘
瑞格嘉尚	400.00	4.79	找北
一汽-大众销售有限责任公司	360.00	4.31	奥迪 C 系车视频广告
山西电视台	240.00	2.87	开国元勋之三晋人物（一）
浙江广播电视集团	225.00	2.69	周立波素材
老庙黄金	131.11	1.57	老庙黄金广告投放等
北京京翰英才教育科技有限公司	100.00	1.20	中学生大讲堂
BT China Limited	53.00	0.63	鲁豫有约
合　计	**8,063.46**	**96.45**	-

注：长江传媒、上海铭奇文化传播有限公司、老庙黄金、北京京翰英才教育科技有限公司、BT China Limited 为当年新增客户

C、2012 年末

单位：万元、%

单位名称	金额	比例	节目名称
瑞格嘉尚	2,010.00	38.10	找北、快乐梦多多
安徽广播电视台	1,157.20	21.94	鲁豫有约、名人那些信
聚力传媒	500.00	9.48	鲁豫有约—十年故事、台湾宗教
一汽-大众销售有限责任公司	320.00	6.07	背后的支持
上海李奥贝纳广告有限公司北京分公司	260.00	4.93	鲁豫有约
竞技天下（北京）网络技术有限公司	242.16	4.59	CPC 中国扑克嘉年华
腾讯科技（深圳）有限公司	240.00	4.55	鲁豫有约
山西广播电视台	240.00	4.55	开国元勋之三晋人物（一）
飞狐信息技术（天津）有限公司	185.50	3.52	中学生大讲堂、诡故事等
陕西省旅游局	46.32	0.88	陕西旅游宣传片
合　计	**5,201.18**	**98.61**	-

注：一汽-大众销售有限责任公司、上海李奥贝纳广告有限公司北京分公司、竞技天下（北京）网络技术有限公司为当年新增客户

D、2011 年末

单位：万元、%

单位名称	金额	比例	节目名称
安徽广播电视台	1,020.08	39.89	鲁豫有约
海航集团	595.00	23.26	完美实习生
山西广播电视台	240.00	9.38	开国元勋之三晋人物（一）
海南中华传统文化研究院	200.90	7.86	易经大赛
北京中联华盟文化传媒投资有限公司	122.73	4.80	视野
腾讯科技（深圳）有限公司	120.00	4.69	鲁豫有约
聚力传媒	90.00	3.52	鲁豫有约—十年故事
三多堂传媒	85.00	3.32	望海南、宋之韵
北京搜狐新媒体信息技术有限公司	70.00	2.74	军情前哨战、心灵讲堂
青岛电视台	8.60	0.34	红星照耀中国
合　计	**2,552.31**	**99.80**	-

注：除安徽广播电视台、山西广播电视台、青岛电视台外，上表其他客户均为当年新增客户

⑤公司与可比上市公司应收账款坏账准备计提比例比较

公司简称	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
华谊兄弟	1%	5%	50%	100%	100%	100%
华策影视	5%	10%	50%	100%	100%	100%
光线传媒	3%	10%	20%	40%	60%	100%
华录百纳	0	10%	50%	100%	100%	100%
新文化	5%	10%	50%	100%	100%	100%
能量传播	3%	5%	15%	100%	100%	100%

公司的应账款项集中在低账龄段，坏账准备计提比例适当。

（4）其它应收款

报告期内，公司其他应收款变动情况如下：

单位：万元

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
账面原值	937.79	1,391.10	813.56	938.63
坏账准备	45.10	61.42	29.21	29.22
账面价值	892.69	1,329.67	784.35	909.41

报告期内，其他应收款主要系公司受托制作视频节目向委托方缴纳的履约保证金，以及制片备用金、房屋租赁押金、代扣员工保险等。

公司制作节目需要外出拍摄，人员的住宿、交通，设备的租用，临时购买备件等，部分环节需要使用现金支付，由制片人、编导统一借用备用金备付，借支备用金均按公司《资金管理制度》经过了逐级审批。

2011 年末，公司开展品牌服务业务，向委托方缴纳《快乐梦多多》、《找北》和《爱在巴黎》项目的履约保证金合计 800.00 万元，员工节目备用金借款 123.74 万元。

2012 年末，2011 年度各项目履约保证金均已收回，另支付《快乐梦多多（续篇）》履约保证金 500.00 万元，员工节目备用金借款 274.85 万元。

2013 年末，新增网络剧《深爱食堂》和网络栏目《白话好莱坞》履约保证金 200.00 万元，《德云社 2013 年全国巡演》合作方百胜年代应返还项目结算款 277.32 万元，员工节目备用金借款 294.70 万元。

2014 年 6 月末，前期《深爱食堂》和《白话好莱坞》履约保证金及百胜年代应返还项目结算款合计 477.32 万元已收回，其他应收款主要包括《快乐梦多多（续篇）》履约保证金及员工节目备用金借款等。

截至 2014 年 6 月 30 日，公司其他应收款账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：元、%

账　龄	账面余额		坏账准备
	金额	比例	
1 年以内（含 1 年）	3,620,165.27	38.60	108,604.96
1-2 年（含 2 年）	5,690,926.00	60.69	284,546.30
2-3 年（含 3 年）	10,526.47	0.11	1,578.97
3-4 年（含 4 年）	56,273.61	0.60	56,273.61
合　计	**9,377,891.35**	**100.00**	**451,003.84**

截至 2014 年 6 月 30 日，公司账龄 1-2 年的其他应收款主要系支付《快乐梦多多（续篇）》履约保证金 500.00 万元，该项目正在执行过程中。公司其他应收款整体质量较好，坏账准备计提充分。

（5）预付款项

报告期内，公司预付款项的变动情况如下：

单位：万元

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
预付款项	3,375.33	8,110.62	6.50	3.15

2013 年末，公司预付款项余额较大，主要系公司预付《风云天地》、《爷们儿》等多部电视剧的拍摄费用以及公司向执行制片方预付的制片款等。2014 年 6 月末，预付款项较上年末减少 4,735.29 万元，主要系前期预付电视剧《风云天地》、《爷们儿》的委托制片款和演员片酬共 6,783.16 万元本期结转生产成本所致，本期新增预付款项主要包括预付北京央图文化有限公司的大型栏目《全球天才少年》的节目模式策划服务费，以及预付艺人广告代言费用等。

截至 2014 年 6 月 30 日，预付账款主要情况如下：

单位：万元，%

单位名称	金额	比例	节目名称	款项性质
东阳唐韵风华文化传播有限公司	1,200.00	35.55	代号日全蚀	预付制片款
北京央图文化有限公司	900.00	26.66	全球天才少年	预付节目模式策划服务费
Culturedepot Co,Ltd	500.00	14.81	“亚一珠宝”广告	预付广告代言费用
三多堂传媒	400.00	11.85	五台山	预付制作费
北京外企景鸿文化发展有限公司	211.65	6.27	美丽俏佳人	栏目合作费
小　计	**3,211.65**	**95.15**	-	-

公司预付款项均在 1 年以内，风险较小，未发生坏账损失。

（6）存货

①存货构成分析

报告期内，公司存货构成如下：

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
在产品	10,923.68	85.03	4,586.50	88.50	2,084.46	70.69	1,540.34	93.67
库存商品	1,915.67	14.91	590.41	11.39	858.26	29.11	97.69	5.94
低值易耗品	7.07	0.06	5.55	0.11	5.84	0.20	6.36	0.39
合　计	**12,846.42**	**100.00**	**5,182.48**	**100.00**	**2,948.56**	**100.00**	**1,644.38**	**100.00**

公司存货由在产品、库存商品和低值易耗品构成。报告期内，随着公司业务规模

的扩大，存货余额不断增加，主要由正在拍摄制作的视频节目在产品构成。

公司所拥有的视频节目版权按照《电影企业会计核算办法》（财会[2004]30 号）的要求计入存货科目，公司自制的节目拥有全部的版权；与播出平台等合作方联合制作的节目在合同中约定公司与联合方共享版权；受托制作的节目一般不拥有版权。在自制和联合制作的节目制作完成并交付客户后，公司在“库存商品”中象征性保留 1 元余额。2011 年末、2012 年末、2013 年末和 2014 年 6 月末，该部分“库存商品”余额分别为 3,005 元、3,389 元、3,736 元和 3,888 元。

库存商品除保留的象征性余额外，还包括已制作完成的视频节目等。

②存货变动分析

报告期各期末存货余额较上年末增加，主要系随着业务规模的扩大，处于制作过程中的在产品数量增加，且单个节目的规模和业务量增加。2012 年末存货余额较上年末增加 1,304.18 万元，增长 79.31%，2013 年末存货余额较上年末增加 2,233.92 万元，增长 75.76%。2014 年 6 月末，存货余额较上年末增加 7,663.94 万元，增长 147.88%，主要系电视剧《爷们儿》、《风云天地》、《非常搭档》和纪录片《马可波罗》以及栏目《传承者》等。

A、在产品

报告期各年末节目在产品情况如下：

单位：万元

2014.6.30		2013.12.31	
节目名称	金额	节目名称	金额
爷们儿	6,368.14	非常搭档	1,225.79
非常搭档	1,225.79	马可波罗	896.85
马可波罗	1,056.16	风云天地	509.70
传承者	616.46	我为喜剧狂（制作）	471.19
超级演说家（第二季制作）	493.73	快乐梦多多（续篇）	312.95
快乐梦多多	312.95	爷们儿	160.62
鲁豫的礼物	305.87	白话好莱坞	156.06
中国制造	135.61	深爱食堂	145.86
美丽俏佳人	95.84	步步高教育微视频	129.12

2014.6.30		2013.12.31	
节目名称	金额	节目名称	金额
今日中国	78.79	壹周立波秀	125.19
其他	234.34	其他	453.17
合　计	**10,923.68**	合　计	**4,586.50**

单位：万元

2012.12.31		2011.12.31	
节目名称	金额	节目名称	金额
文化的力量	569.28	找北	341.09
德云社 2013 年全国巡演	505.00	五台山	292.81
五台山	292.81	快乐梦多多	262.92
周立波素材	132.21	爱在巴黎	123.92
壹周立波秀	114.26	陕西旅游宣传片	95.81
我为喜剧狂	102.83	今日中国	88.34
名人那些信	95.12	新疆新源宣传片	76.55
超级演说家第一季	71.76	中学生大讲堂	70.52
今日中国	36.85	吉普 JEEP70 周年宣传片	48.15
步步高教育微视频	35.59	凤凰大视野、皇牌大放送	47.44
其他	128.76	其他	92.79
合　计	**2,084.47**	合　计	**1,540.34**

报告期内，公司在产品中不存在滞销、未播出、压库的节目，公司在产品的变化符合公司各项业务开展的情况，在产品项目变化合理。

B、库存商品

2012 年末库存商品主要系公司与中央电视台财经频道合作栏目《小崔说立波秀》（样片）586.22 万元及纪录片《真实中国》255.25 万元等。与中央电视台财经频道合作的《小崔说立波秀》（40 集）采用“特殊形式广告收益分成”的模式，已播出的 10 集样片未单独结算，与 30 集正片的广告收入分成统一结算。

2013 年末库存商品主要包括《小崔说立波秀》（样片）等，《真实中国》已于 2013 年对外销售。

2014 年 6 月末库存商品主要包括《小崔说立波秀》（样片）和新增已取得发行许可

证的电视剧《风云天地》1,299.94 万元等，《风云天地》处于发行过程中。

③存货减值分析

资产负债表日，公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，当存货成本高于可变现净值时，按二者差额计提存货跌价准备，计入当期损益。

公司自制栏目均预先签订了销售合同，该类节目制作周期短、交付时效性强，制作完成即交付客户并确认收入，不存在减值情形；制作周期较长的自制纪录片、电视剧，公司一般提前签订预售合同或确定销售意向，能够有效控制节目价格波动风险，发生减值的可能较小；联合制作和受托制作的节目，公司综合预计成本、合理利润等情况确定联合投资方或受托工作内容，并预先签订正式的联合制作或受托业务合同，一般不存在减值情形。

报告期内，资产负债表日公司存货不存在可变现净值低于成本的情形，无需提取跌价准备。

（7）其他流动资产

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
其他流动资产	882.98	2,649.00	32.12	-77.20	140.86	-82.47	803.50

公司的其他流动资产主要系公司的待摊费用。

2011 年末公司其他流动资产主要系公司建立网络媒体播出平台，支付 PPTV 能量娱乐专属频道年度服务费，开设能量传播网站，支付网站年度运行服务费用。

2012 年末公司其他流动资产较上年末减少 662.64 万元，主要系摊销 PPTV 能量娱乐专属频道服务费 200.00 万元和能量传播网站运行服务费 575.59 万元，期末余额主要系在搜狐视频进行公司品牌和相关节目宣传的费用 110.00 万元。

2013 年末公司其他流动资产较上年末减少 108.74 万元，主要系搜狐视频宣传费用摊销完毕所致。

2014 年 6 月末公司其他流动资产较上年末增加 850.86 万元，主要系新增在微博等网络新媒体进行公司品牌和《鲁豫的礼物》等节目的宣传费用 656.97 万元，以及应交税费负数 177.19 万元重分类至本报表项目列示所致。

3、非流动资产分析

报告期内，公司的非流动资产具体情况如下：

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	168.58	29.93	162.79	36.44	292.26	43.44	395.28	57.86
无形资产	9.40	1.67	13.56	3.04	176.03	26.17	261.33	38.26
长期待摊费用	119.22	21.17	168.32	37.68	56.24	8.36	-	-
递延所得税资产	113.03	20.07	102.07	22.85	48.22	7.17	26.51	3.88
其它非流动资产	153.00	27.17	-	-	100.00	14.86	-	-
合　计	**563.22**	**100.00**	**446.75**	**100.00**	**672.74**	**100.00**	**683.11**	**100.00**

报告期内，公司非流动资产占总资产比例较低，从 2011 年末的 4.40%逐步下降至 2014 年 6 月末的 1.50%，主要原因为：公司业务规模扩大，资产总额增加较快；公司对固定资产的使用主要通过经营租赁来完成；2011 年 6 月新增股东投入 2,007.00 万元，2012 年起新增银行借款，货币资金增加较多。

（1）固定资产

截至 2014 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：元

项　目	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
专用设备	7,006,059.92	5,794,813.56	-	1,211,246.36
运输设备	1,544,778.00	1,184,273.00	-	360,505.00
电子设备	172,330.46	121,429.09	-	50,901.37
办公设备	146,820.21	83,673.06	-	63,147.15
合　计	**8,869,988.59**	**7,184,188.71**	-	**1,685,799.88**

报告期内，固定资产账面价值变动情况如下：

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
专用设备	121.12	71.85	105.95	65.08	254.71	87.15	339.28	85.83
运输设备	36.05	21.38	48.13	29.56	23.26	7.96	41.05	10.39
电子设备	5.09	3.02	3.64	2.24	5.07	1.73	5.80	1.47

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
办公设备	6.31	3.75	5.07	3.12	9.22	3.16	9.14	2.31
合　计	**168.58**	**100.00**	**162.79**	**100.00**	**292.26**	**100.00**	**395.28**	**100.00**

报告期内，公司主要固定资产为与节目生产相关的专用设备以及运输设备。公司固定资产保持较低水平，期末状况良好，不存在减值迹象，无需计提减值准备。

报告期内，公司固定资产不存在担保情况。

公司与可比上市公司固定资产折旧年限比较见下表：

单位：年

公司简称	专用设备	运输设备	电子设备	办公设备
华谊兄弟	8-10	8-10	5	5
华策影视	5或8	5	5	5
光线传媒	5	8	5	5
华录百纳	5	5	3-5	5
新文化	5	5	5	5
能量传播	3-5	4-5	3	3-5

与可比上市公司相比，公司同类资产折旧年限基本一致，不存在显著差异。

（2）无形资产

截至 2014 年 6 月 30 日，公司无形资产情况如下：

单位：元

项　目	摊销年限	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
财务软件	3 年	249,715.47	155,742.15	-	93,973.32
合　计	-	**249,715.47**	**155,742.15**	-	**93,973.32**

报告期内，无形资产账面价值变动情况如下：

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
品牌授权使用	-	-	-	-	158.33	89.95	258.33	98.85
财务软件	9.40	100.00	13.56	100	17.69	10.05	2.99	1.15
合　计	**9.40**	**100.00**	**13.56**	**100**	**176.03**	**100**	**261.33**	**100**

2011 年度，公司增加无形资产原值 303.72 万元，主要为《中学生大讲堂》品牌授权使用费。2013 年末无形资产较上年末减少 162.47 万元，主要系原《中学生大讲堂》项目组将主要精力投入步步高教育微视频的制作，在可预见的期间内，不再制作《中学生大讲堂》，该节目的品牌授权使用费当期全部摊销所致。

（3）长期待摊费用

截至 2014 年 6 月 30 日，公司长期待摊费用系日坛演播室装修费的摊余价值，情况如下：

单位：元

项 目	摊销期限	原 值	累计摊销	账面价值
日坛演播室装修费	51 个月	1,600,000.00	407,843.12	1,192,156.88

（4）递延所得税资产

单位：元

项 目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
暂时性差异明细				
应收账款坏账准备	4,070,134.87	2,885,354.74	1,636,557.38	768,246.97
其他应收款坏账准备	451,003.84	614,245.89	292,074.08	292,178.62
无形资产摊销（品牌授权费）	-	583,333.39	-	-
小 计	**4,521,138.71**	**4,082,934.02**	**1,928,631.46**	**1,060,425.59**
预计未来转回期适用税率	25%	25%	25%	25%
递延所得税资产明细				
应收账款坏账准备	1,017,533.72	721,338.69	409,139.35	192,061.74
其他应收款坏账准备	112,750.97	153,561.47	73,018.51	73,044.65
无形资产摊销（品牌授权费）	-	145,833.35	-	-
小 计	**1,130,284.69**	**1,020,733.51**	**482,157.86**	**265,106.39**

报告期内，公司的递延所得税资产主要是由于应收账款和其他应收款的坏账准备形成的暂时性差异而引致。

（5）其他非流动资产

2012 年度公司新增其他非流动资产 100.00 万元，系日坛演播室装修费；2013 年已装修完毕，结转至长期待摊费用。

2014 年 6 月期末其他非流动资产 153.00 万元，系公司对控股子公司金麦文化的投

资款，该公司于 2014 年 7 月成立。

4、资产减值准备

报告期内，公司提取资产减值准备情况如下：

单位：元

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
坏账准备	4,521,138.71	3,499,600.62	1,928,631.46	1,060,425.59
其中：应收账款	4,070,134.87	2,885,354.74	1,636,557.38	768,246.97
其他应收款	451,003.84	614,245.89	292,074.08	292,178.62
存货跌价准备	-	-	-	-
长期股权投资减值准备	-	-	-	-
固定资产减值准备	-	-	-	-
工程物资减值准备	-	-	-	-
在建工程减值准备	-	-	-	-
无形资产减值准备	-	-	-	-
商誉减值准备	-	-	-	-
合　计	**4,521,138.71**	**3,499,600.62**	**1,928,631.46**	**1,060,425.59**

报告期内，公司资产无长期股权投资、工程物资、在建工程和商誉等项目，亦无需进行减值测试及计提资产减值准备；公司固定资产保持较低水平，均为生产经营所必需，资产状况良好，不存在减值迹象，不需计提减值准备；公司无形资产期末不存在资产减值迹象，不需计提减值准备。

报告期内，公司根据实际情况和行业惯例，制定了应收账款坏账准备计提政策。公司计提应收账款坏账准备情况请参见本节“十一、财务状况分析”之“（一）资产构成分析”之“2、流动资产分析”之“（3）应收账款”之“③应收账款账龄分析及坏账准备计提情况”。

报告期内，公司根据实际情况和行业惯例，制定了其他应收款坏账准备计提政策。公司计提其他应收款坏账准备情况请参见本节“十一、财务状况分析”之“（一）资产构成分析”之“2、流动资产分析”之“（4）其他应收款”。

报告期内，公司存货无可变现净值低于成本的情形，无需提取跌价准备。公司计提存货跌价准备情况请参见本节“十一、财务状况分析”之“（一）资产构成分析”之“2、流动资产分析”之“（6）存货”之“③存货减值分析”。

报告期内，公司制定了稳健的会计估计政策，符合谨慎性要求，主要资产的减值准备计提充分、合理。

（二）负债构成分析

1、负债结构总体分析

报告期内，公司负债情况如下：

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	6,860.00	41.09	4,860.00	30.55	950.00	22.56	800.00	16.71
应付账款	3,103.36	18.59	3,120.02	19.61	513.52	12.19	1,288.97	26.92
预收款项	5,132.44	30.74	5,858.67	36.83	1,947.10	46.23	2,258.96	47.18
应付职工薪酬	1.62	0.01	1.62	0.01	1.62	0.04	7.02	0.15
应交税费	910.11	5.45	1,663.77	10.46	763.76	18.14	345.59	7.22
其他应付款	689.55	4.13	403.38	2.54	35.38	0.84	87.60	1.83
流动负债合计	16,697.09	100.00	15,907.46	100.00	4,211.38	100.00	4,788.13	100.00
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-	-	-
负债合计	**16,697.09**	**100.00**	**15,907.46**	**100.00**	**4,211.38**	**100.00**	**4,788.13**	**100.00**

报告期内，公司负债全部为流动负债，负债结构与公司的生产经营特点一致。

报告期内，公司负债总额较少，年度内某一项目发生变动则对整体负债结构影响较大。2011 年末、2012 年末、2013 年末和 2014 年 6 月末主要包括短期借款、应付账款、预收款项和应交税费，合计占总负债的比例分别为 98.02%、99.12%、97.45%和 95.87%。

2、短期借款

截至 2014 年 6 月 30 日，公司短期借款情况如下：

单位：万元

贷款银行	借款条件	借款额	借款期限
北京银行中关村支行	信用	980.00	2013.8.16-2014.8.16
北京银行中关村支行	信用	980.00	2013.9.25-2014.9.25

贷款银行	借款条件	借款额	借款期限
杭州银行北京中关村支行	信用	1,000.00	2013.12.11-2014.12.10
北京银行中关村支行	信用	950.00	2014.2.20-2015.2.20
北京银行中关村支行	信用	950.00	2014.3.4-2015.3.4
杭州银行北京中关村支行	信用	1,000.00	2014.3.13-2015.3.12
北京银行中关村支行	信用	1,000.00	2014.5.16-2015.5.16
合 计	**-**	**6,860.00**	-

短期借款主要为补充营运资金，均为信用借款，没有到期尚未偿还的短期借款。

3、应付账款

报告期内，公司的应付账款账龄如下：

单位：万元

项 目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
1 年以内（含 1 年）	3,086.63	3,103.28	446.78	1,288.97
1-2 年（含 2 年）	-	-	66.73	-
2-3 年（含 3 年）	16.73	16.73	-	-
合 计	**3,103.36**	**3,120.02**	**513.52**	**1,288.97**

报告期内，公司采购主要包括劳务采购、委托制作费和播出费等，公司应付账款账龄主要集中在一年以内。

（1）2014 年 6 月末应付账款前五名情况

单位：万元、%

债权人名称	金额	占比	款项性质或内容
上海幻维数码创意科技有限公司	442.82	14.27	《超级演说家》、《鲁豫的礼物》后期制作及《传承者》节目方案设计
百胜年代	400.00	12.89	《我为喜剧狂》节目模式研发
北京东方浩阳文化传媒有限公司	342.00	11.02	《传承者》、《我为喜剧狂》等舞美设计制作
上海恬泊影视工作室	231.07	7.45	《我为喜剧狂》剧本策划
上海裕隆文化传媒有限公司	184.75	5.95	《爷们儿》拍摄制作服务
小 计	**1,600.64**	**51.58**	-

2014 年 6 月末应付账款余额 3,103.36 万元，主要系《我为喜剧狂》、《传承者》、《超级演说家》等节目的模式研发、舞美设计制作、导师酬劳等期末尚未支付所致。

（2）2013 年末应付账款前五名情况

单位：万元、%

债权人名称	金额	占比	款项性质或内容
乐嘉工作室	400.00	12.82	《超级演说家》节目模式研发
上海鑫盛广告有限公司	395.09	12.66	《奥迪 C 系车视频广告》制作费
上海幻维数码创意科技有限公司	293.11	9.39	《超级演说家》录制方案设计及后期制作
北京东方浩阳文化传媒有限公司	222.70	7.14	《超级演说家》、《我为喜剧狂》舞美设计制作
鲁豫工作室	215.09	6.89	《超级演说家》节目模式研发
小　计	**1,525.99**	**48.91**	-

2013 年末应付账款余额 3,120.02 万元，主要系《超级演说家》、《我为喜剧狂》及《奥迪 C 系车视频广告》的部分劳务采购和委托制作费期末尚未支付所致。

（3）2012 年末应付账款前五名情况

单位：万元、%

债权人名称	金额	占比	款项性质或内容
飞狐信息技术（天津）有限公司	165.00	32.13	搜狐视频广告费
上海雅制文化传播有限公司	90.00	17.53	《背后的支持》委托制作费
北京超维动力文化传播有限公司	50.00	9.74	《完美实习生》委托制作费
凤凰卫视欧洲台	43.11	8.39	《今日中国》播出费
北京世纪实音文化传媒有限公司	35.00	6.82	《山西廉政宣传片》委托制作费
小　计	**383.11**	**74.60**	-

2012 年末应付账款余额 513.52 万元，主要系《找北》、《快乐梦多多》、《步步高手机广告宣传片》等节目的大额制作费及能量传播网站运行服务费等已支付所致。

（4）2011 年末应付账款前五名情况

单位：万元、%

债权人名称	金额	占比	款项性质或内容
聚力传媒	313.96	24.36	网站开发运行服务费
中天龙（北京）影视文化公司	219.88	17.06	《找北》导演演员费用、剧本创作费等
宁波友谊传媒有限公司	132.00	10.24	《步步高手机广告宣传片》委托制作费
北京迪生动画制作有限公司	106.96	8.30	《快乐梦多多》动画制作费
北京超维动力文化传播有限公司	83.62	6.49	《完美实习生》委托制作费
小　计	**856.42**	**66.44**	-

2011 年期末应付账款余额 1,288.97 万元，主要系公司业务规模扩大和节目制作量增加，劳务采购、物资采购和委托制作费相应增加；同时，公司开通能量传播网站加强品牌建设和节目宣传，发生网站开发运行服务费等。

4、预收款项

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
1年以内（含1年）	5,103.32	-12.56	5,836.60	212.27	1,869.10	-15.96	2,224.05
1-2年（含2年）	29.12	31.88	22.08	-71.69	78.00	123.43	34.91
合　计	**5,132.44**	**-12.40**	**5,858.67**	**200.89**	**1,947.10**	**-13.81**	**2,258.96**

预收款项主要用于核算预收的节目制作款项。

（1）2014 年 6 月末主要预收款项情况

单位：万元、%

单位名称	金额	占比	节目名称
慈文传媒集团股份有限公司	1,520.00	29.62	爷们儿
天视卫星传媒股份有限公司	820.00	15.98	爷们儿
上海豫园黄金珠宝集团有限公司	660.38	12.87	“亚一珠宝”广告
中共北京市委办公厅	531.70	10.36	马可波罗
吉林鸿普影视文化有限公司	492.00	9.59	爷们儿
小　计	**4,024.08**	**78.40**	-

2014 年 1-6 月，公司新增预收电视剧《爷们儿》合作方天视卫星传媒股份有限公司、慈文传媒集团股份有限公司和吉林鸿普影视文化有限公司制片款共计 2,032.00 万元，上海豫园黄金珠宝集团有限公司“亚一珠宝”广告费用 660.38 万元等，其他预收款项主要是纪录片《马可波罗》及《传承者》等节目的预收款。

（2）2013 年末主要预收款项情况

单位：万元、%

单位名称	金额	占比	节目名称
上海翡翠东方传播有限公司	2,200.00	37.55	风云天地
海南海视旅游卫视传媒有限责任公司	943.39	16.10	鲁豫的礼物
上海优创影视文化有限公司	880.00	15.02	风云天地

单位名称	金额	占比	节目名称
慈文传媒集团股份有限公司	800.00	13.65	爷们儿
北京市人民政府新闻办公室	471.70	8.05	马可波罗
小　计	**5,295.09**	**90.38**	-

2013 年，公司收到《风云天地》和《爷们儿》合作方制片款合计 3,880.00 万元，其他预收款项主要是新栏目《鲁豫的礼物》及纪录片《马可波罗》等节目的预收款。

（3）2012 年末主要预收款项情况

单位：万元、%

单位名称	金额	占比	节目名称
湖北广播电视台	1,350.00	69.33	文化的力量
贵州省旅游局	330.19	16.96	今日中国—多彩贵州
武汉市财政局等	78.00	4.01	今日中国—白云黄鹤新武汉
中央电视台	55.00	2.82	行走的餐桌2
哈尔滨市委宣传部	40.83	2.10	今日中国—2012哈尔滨印象
小　计	**1,854.02**	**95.22**	-

2012 年 4 月，湖北广播电视台委托公司拍摄制作纪录片《文化的力量》，公司当年共收到预付制片款 1,350 万元。其他的预收款项主要系《今日中国》和纪录片《行走的餐桌 2》等节目的预收款。

（4）2011 年末主要预收款项情况

单位：万元、%

单位名称	金额	占比	节目名称
瑞格嘉尚	1,020.00	45.15	快乐梦多多、找北、爱在巴黎
贵州省旅游局	345.00	15.27	今日中国—多彩贵州
陕西省旅游局	321.00	14.21	今日中国—陕西美食、陕西旅游宣传片
上海聚鸿广告有限公司	116.00	5.14	吉普JEEP70周年广告宣传片
武汉市财政局等	110.00	4.87	今日中国—白云黄鹤新武汉
小　计	**1,912.00**	**84.64**	-

2011 年 5 月，能量天津接受瑞格嘉尚委托制作动画片《快乐梦多多》，当年收到预付款 460.00 万元；2011 年 4 月，能量天津接受瑞格嘉尚委托完成定制剧《找北》的前期策划专项工作，当年收到预付款 360.00 万元；2011 年 7 月，能量天津接受瑞格嘉尚委托完成定制剧《爱在巴黎》的前期策划专项工作，当年收到预付款 200.00 万元；其

他的预收款项主要系《今日中国》、《陕西旅游宣传片》、《吉普 JEEP70 周年广告片》等节目的预收款。

5、应付职工薪酬

（1）应付职工薪酬的变动情况

报告期内，公司应付职工薪酬的变动情况如下：

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
应付职工薪酬	1.62	-	1.62	-	1.62	-76.91	7.02

公司应付职工薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、社会保险费、住房公积金、工会经费、职工教育经费等。应付职工薪酬余额较小，主要系当年应付节目制作人员的绩效工资及奖金、津贴和补贴等在期末基本发放完毕所致。

（2）职工薪酬的变动情况

报告期内，职工薪酬的明细变动情况如下表所示：

单位：万元

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
人数	141	141	124	115
职工薪酬总额	1,555.10	2,923.15	2,517.20	1,827.54
其中：工资、奖金、津贴和补贴	1,314.42	2,497.60	2,134.60	1,586.17
职工福利费	10.03	6.08	0.96	8.52
社会保险费	182.96	348.49	314.48	187.77
住房公积金	29.99	53.86	52.31	44.01
其他	17.71	17.12	14.85	1.06

随着业务规模的扩大，公司员工人数增加，职工薪酬总额随之上升。公司职工薪酬总额的增长与公司营业收入的增长趋势一致。

6、应交税费

单位：万元、%

税　种	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
企业所得税	588.15	64.62	907.90	54.57	547.26	71.65	193.32	55.94
增值税	207.58	22.81	597.34	35.90	119.16	15.60	-	-
营业税	3.81	0.42	7.68	0.46	31.34	4.10	83.62	24.20
城建税	14.77	1.62	26.51	1.59	9.15	1.20	5.85	1.69
教育费附加	10.55	1.16	18.94	1.14	6.53	0.85	2.81	0.82
印花税	15.95	1.75	33.76	2.03	8.63	1.13	13.26	3.84
个人所得税	41.48	4.56	50.53	3.04	31.43	4.12	46.56	13.47
防洪费	2.07	0.23	2.88	0.17	0.23	0.03	0.15	0.04
文化事业建设费	25.75	2.83	18.23	1.10	10.02	1.31	-	-
合　计	**910.11**	**100.00**	**1,663.77**	**100.00**	**763.76**	**100.00**	**345.59**	**100.00**

注：防洪费系缴纳的天津市地方税费。

2011 年期末数较上年期末数增加 133.15 万元，主要系 2011 年公司营业收入和营业利润快速增长，相应的营业税及企业所得税增加所致。

2012 年期末数较上年期末数增加 418.16 万元，主要系 2012 年公司营业收入持续增长，同时按照国家“营改增”试点政策，期末应交企业所得税和增值税相应增加。

2013 年期末数较上年期末数增加 900.01 万元，主要系公司营业收入和营业利润继续增长，应交增值税和应交企业所得税相应增加所致。

2014 年 6 月期末应数较上年期末数减少 753.66 万元，主要系 2013 年度企业所得税当期汇算清缴完毕，应交企业所得税减少，以及应交增值税等减少所致。

7、应付股利

经 2011 年第四次临时股东大会审议通过，公司向唐建、刘庆华分配归属于老股东所有的滚存未分配利润 1,753,880.20 元，上述股利已于 2011 年 11 月 25 日支付。

8、其他应付款

报告期内，公司其他应付款账龄结构如下：

单位：万元、%

项　目	2014.6.30		2013.12.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	679.56	98.55	393.45	97.54	27.46	77.63	85.20	97.27
1-2 年	5.42	0.79	5.37	1.33	7.91	22.37	2.31	2.64
2-3 年	4.56	0.66	4.56	1.13	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-	0.08	0.09
合　计	**689.55**	**100.00**	**403.38**	**100.00**	**35.38**	**100.00**	**87.60**	**100.00**

其他应付款主要系应付的合作方投资款、保证金、制片人费用以及差旅费等。2012 年期末数较上年减少 52.22 万元，主要系应付节目制片人费用当期变动所致；2013 年末较上年增加 368.00 万元，主要系收到电视剧《非常搭档》合作方投资款 216.00 万元及应付节目制片人费用增加所致；2014 年 6 月末较上年末增加 286.17 万元，主要系收到电视剧《爷们儿》合作方投资款 200.00 万元所致。

（三）股东权益分析

报告期内，公司所有者权益的构成及变动情况如下：

单位：元

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
股本	58,300,000.00	58,300,000.00	58,300,000.00	58,300,000.00
资本公积	20,916,401.68	20,916,401.68	20,916,401.68	20,916,401.68
盈余公积	5,464,473.34	5,464,473.34	3,676,751.41	2,351,659.87
未分配利润	106,793,138.96	91,666,413.18	56,008,031.35	25,654,029.84
归属于母公司股东权益合计	**191,474,013.98**	**176,347,288.20**	**138,901,184.44**	**107,222,091.39**
少数股东权益	**16,364,839.46**	**13,171,191.66**	-	-
股东权益合计	**207,838,853.44**	**189,518,479.86**	**138,901,184.44**	**107,222,091.39**

1、股本

报告期内，公司除 2011 年度增加注册资本 900.00 万元及发生股权转让外，未发生股本变动情形。

经 2011 年 5 月 16 日公司 2011 年第二次临时股东大会决议通过，公司注册资本由人民币 4,930.00 万元增至 5,830.00 万元，此次增资由周立波等 5 名自然人以货币资金

共计 2,007.00 万元溢价认购，溢价款 1,107.00 万元计入资本公积。

2011 年 9 月 5 日，张先虹与樊庆元签订《股权转让协议》，将其持有的 5 万股股份转让给股东樊庆元，并于 2011 年 10 月 17 日完成本次变更的备案登记手续。

2、资本公积

截至 2014 年 6 月 30 日，公司资本公积 20,916,401.68 元，来源于 2010 年 9 月 28 日整体变更为股份有限公司形成的股本溢价 4,401.68 元和 2010 年 12 月 16 日、2011 年 6 月 14 日增资扩股形成的股本溢价 9,842,000.00 元、11,070,000.00 元。

3、盈余公积

报告期内，公司盈余公积情况如下：

单位：元

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
法定盈余公积	5,464,473.34	5,464,473.34	3,676,751.41	2,351,659.87
任意盈余公积	-	-	-	-
合　计	**5,464,473.34**	**5,464,473.34**	**3,676,751.41**	**2,351,659.87**

2011 年度、2012 年度和 2013 年度，公司分别按实现净利润的 10%计提法定盈余公积 2,107,972.87 元、1,325,091.54 元和 1,787,721.93 元。

4、未分配利润

单位：元

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
本年年初余额	91,666,413.18	56,008,031.35	25,654,029.84	439,302.83
本年增加额	15,126,725.78	37,446,103.76	31,679,093.05	27,322,699.88
其中：本年净利润转入	15,126,725.78	37,446,103.76	31,679,093.05	27,322,699.88
其他调整因素	-	-	-	-
本年减少额	-	1,787,721.93	1,325,091.54	2,107,972.87
其中：本年提取盈余公积数	-	1,787,721.93	1,325,091.54	2,107,972.87
本年提取一般风险准备	-	-	-	-
本年分配现金股利数	-	-	-	-

项　目	2014.6.30	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
转增资本	-	-	-	-
其他减少	-	-	-	-
本年期末余额	**106,793,138.96**	**91,666,413.18**	**56,008,031.35**	**25,654,029.84**

报告期内，未分配利润的增加均系各期实现的归属于母公司所有者的净利润转入。

（四）偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

财务指标	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
流动比率（倍）	2.21	2.16	4.14	3.10
速动比率（倍）	1.39	1.84	3.40	2.59
资产负债率（母公司）(%)	43.13	37.44	22.90	19.97
息税折旧摊销前利润（万元）	2,898.23	6,354.43	4,752.66	3,965.58
利息保障倍数（倍）	14.55	40.82	49.19	168.68
归属于公司股东的净利润（万元）	1,512.67	3,744.61	3,167.91	2,732.27

2、流动比率与速动比率

报告期内，公司流动比率与速动比率保持较高水平。2011 年公司流动比率、速动比率较上年有所下降，主要原因是随着公司经营规模扩大，预收款项、应付账款和短期借款增长，公司负债上升；2012 年，公司经营规模增长，公司流动资产、速动资产保持相应增长，流动负债略有下降，流动比率、速动比率较上年度有所提高；2013 年，与经营规模扩大相适应，公司加大财务杠杆，银行借款增加，流动负债增幅高于流动资产、速动资产增幅，流动比率和速动比率较上年下降。

公司与可比上市公司的流动比率、速动比率对比见下表：

公司名称	流动比率				速动比率			
	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
华谊兄弟	1.75	1.51	1.72	2.52	1.43	1.25	1.29	1.80
华策影视	3.27	6.46	6.23	7.84	2.19	4.63	4.85	7.03
光线传媒	2.79	3.62	11.07	17.37	2.36	3.12	10.27	13.28

公司名称	流动比率				速动比率			
	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
华录百纳	12.80	11.93	8.06	2.00	8.97	8.85	6.40	1.29
新文化	5.46	4.86	5.93	1.94	3.51	2.91	4.58	0.82
能量传播	**2.21**	**2.16**	**4.14**	**3.10**	**1.39**	**1.84**	**3.40**	**2.59**

报告期内，公司流动比率和速动比率与同行业可比上市公司相比较低，主要系可比公司上市后流动资产大幅增加。

公司所处行业“轻资产”经营特征明显，公司的资产流动性较高，偿债能力较强。

3、资产负债率

报告期内，公司的资产负债率（母公司）总体呈上升趋势，由 2011 年的 19.97%升至 2014 年 6 月末的 43.13%，主要原因系与业务规模扩大相适应，公司利用财务杠杆，增加银行借款，负债增长率高于资产增长率。

4、利息保障倍数

公司成立后至 2011 年 6 月末，视频节目制作资金主要来自自有资金及商业信用，无银行借款。为了有效支持公司业务规模的持续扩大，更好的拓展主营业务，2011 年 7 月起公司增加短期借款，相应产生利息支出 23.51 万元。公司 2011 年度息税折旧摊销前利润为 3,965.58 万元，利息保障倍数为 168.68 倍；2012 年度，公司利息支出 96.62 万元，息税折旧摊销前利润为 4,752.66 万元，利息保障倍数为 49.19 倍；2013 年度，公司利息支出 155.69 万元，息税折旧摊销前利润为 6,354.43 万元，利息保障倍数为 40.82 倍；2014 年 1-6 月，公司利息支出 199.22 万元，息税折旧摊销前利润为 2,898.23 万元，利息保障倍数为 14.55 倍，不存在利息偿还风险。

5、公司经营活动现金流量情况对偿债能力影响分析

单位：万元

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
经营活动现金流入	18,391.91	28,089.37	15,488.62	13,227.86
经营活动现金流出	22,777.87	31,532.10	15,793.27	10,933.02
经营活动现金净流量	-4,385.96	-3,442.73	-304.66	2,294.84

公司业务流程及经营活动现金流量具有鲜明的行业特点，一是经营活动现金流入的周期性，即某一视频节目从创意策划开始到实现销售收入并回笼资金需要一定周期，大型项目经常存在跨期现象；二是经营活动现金流入流出的时点差异，一般前期流出金额相对较少，后期流出较多。上述特性对会计年度的经营活动现金净流量构成影响。

公司处于发展期，业务规模快速发展，不断投入新的项目，经营活动现金流出不断增长，尽管公司经营活动现金流入与营业收入的增长趋势一致，现金回收情况正常，但公司仍存在经营活动现金净流量为负的情形。

虽然公司在发展过程中经营活动产生的现金净流量比较紧张，但从 2014 年 6 月 30 日的负债构成来看，负债主要由短期借款 6,860.00 万元、应付账款 3,103.36 万元和预收款项 5,132.44 万元构成，占负债比例分别为 41.09%、18.59%和 30.74%。公司在商业银行的资信状况良好，截至本招股说明书签署日，已分别获得北京银行中关村支行最高授信额度 10,000.00 万元、招商银行北京分行授信额度 3,000 万元，在该两项授信下公司取得短期借款 5,774 万元，公司并获得杭州银行中关村支行短期借款 2,000 万元，上述借款均为信用借款。按照到期偿还测算，2014 年度下半年及 2015 年度公司须分别偿还本金 2,960 万元及 4,814 万元、利息 226.65 万元及 97.58 万元，不会对公司经营活动产生不利影响。公司的预收款项主要由预收电视剧联合制片款和预收节目制作款构成，一般不会形成现金偿付压力。公司经营管理规范、稳健，不存在表外融资及或有负债情况。公司的偿债压力较小，不存在流动性风险。

在日常经营管理过程中，管理层充分考虑流动负债的短期偿还风险，采取相应措施加强对现金流量的管理，报告期内经营活动现金净流出未对公司短期偿债能力造成不利影响。从长期来看，随着公司盈利能力的逐步提升，长期偿债能力将会增强，因此从长期来看公司的长期偿债压力也比较小。

6、影响偿债能力的其他因素

公司银行资信状况良好，无任何不良记录，亦无或有负债、表外融资等其他影响偿债能力的事项。

（五）资产周转能力分析

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
应收账款周转率	1.72	3.98	4.54	5.52
存货周转率	1.27	4.49	4.57	5.99
资产周转率	0.46	1.03	1.06	1.07

1、应收账款周转率

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司应收账款周转率分别为 5.52 次、4.54 次、3.98 次和 1.72 次，保持较高的周转效率，主要原因是：公司客户主要为电视台、海外媒体、网络媒体、政府机构和知名企事业单位等，上述客户一般资产质量较高，市场信誉较好；报告期内公司制作的节目发行情况良好，《鲁豫有约》按时滚动结算，《壹周立波秀》销售周期较短，回款及时，《超级演说家》等新增大型栏目的回款情况也较好；纪录片、品牌服务业务主要采用签约时预收部分款项，交付产品时支付大部分款项的销售模式，回款情况良好。

公司与可比上市公司的应收账款周转率对比见下表：

单位：次

公司简称	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
华谊兄弟	0.48	1.88	1.97	1.98
华策影视	1.04	3.48	3.03	4.55
光线传媒	0.63	1.93	2.32	3.48
华录百纳	0.67	1.43	2.22	2.58
新文化	0.84	1.75	2.04	7.41
可比公司平均值	**0.73**	**2.09**	**2.32**	**4.00**
能量传播	**1.72**	**3.98**	**4.54**	**5.52**

公司应收账款周转率高于同行业上市公司平均水平，主要是公司栏目的制作周期和回款周期相比电视剧等影视产品要短。

2、存货周转率

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司存货周转率分别为 5.99 次、4.57 次、4.49 次和 1.27 次。

公司与可比上市公司的存货周转率对比见下表：

单位：次

公司简称	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
华谊兄弟	0.27	1.43	1.10	0.98
华策影视	0.56	2.00	1.59	1.45
光线传媒	0.75	3.05	7.97	5.67
华录百纳	0.47	0.79	1.18	1.15
新文化	0.43	0.84	1.60	2.12
可比公司平均值	0.50	**1.62**	**2.69**	**2.27**
能量传播	**1.27**	**4.49**	**4.57**	**5.99**

报告期内，公司存货周转率保持较高水平，且高于行业平均水平，主要原因是：公司的存货主要为在产品，是制作中的栏目、纪录片、电视剧和品牌服务等视频节目发生的成本，其中栏目制作周期较短、交付时效性强，周转较快。

可比公司中，光线传媒的栏目制作与广告业务是其主要业务之一，因此存货周转率也保持较高水平；华谊兄弟、华策影视、华录百纳和新文化的存货中电视剧和电影业务占比较大，制作周期相对较长，存货流转也与公司有所差别，存货周转时间较长。

3、资产周转率

2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司资产周转率分别为 1.07 次、1.06 次、1.03 次和 0.46 次，公司生产经营规模快速增长，股东投入增加和盈利积累使资产规模随之扩大，资产周转率相应产生变化。

公司与可比上市公司的资产周转率对比见下表：

单位：次

公司简称	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
华谊兄弟	0.06	0.35	0.42	0.40
华策影视	0.23	0.87	0.44	0.30
光线传媒	0.11	0.38	0.51	0.61
华录百纳	0.19	0.34	0.52	0.68
新文化	0.26	0.44	0.53	0.73
可比公司平均值	0.17	**0.48**	**0.48**	**0.54**
能量传播	**0.46**	**1.03**	**1.06**	**1.07**

报告期内，公司与可比上市公司相比，资产周转水平较高。

综上所述，报告期内公司资产周转情况良好，利用效率较高，无闲置资产情形。

十二、现金流量分析

报告期内，公司现金流量简表如下所示：

单位：万元

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
经营活动产生的现金流量净额	-4,385.96	-3,442.73	-304.66	2,294.84
投资活动产生的现金流量净额	-151.89	-126.33	-284.48	-483.98
筹资活动产生的现金流量净额	2,000.78	4,770.31	53.38	2,608.10
现金及现金等价物净增加额	-2,537.08	1,201.25	-535.64	4,418.96
期末现金及现金等价物余额	7,101.11	9,638.19	8,436.94	8,972.58

（一）经营活动产生的现金流量

1、经营活动产生的现金流量总体分析

报告期内，公司经营活动现金流量与其他财务指标对比见下表：

单位：万元、%

项　目	2014 年 1-6 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
营业收入	16,724.66	27,147.16	17,791.79	12,080.14
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	1,512.67	3,356.65	2,967.83	2,738.39
应收账款和预付款项	15,201.57	16,470.93	5,281.69	2,560.64
经营性现金流入	**18,391.91**	**28,089.37**	**15,488.62**	**13,227.86**
其中：销售商品、提供劳务收到现金	16,143.59	23,651.75	14,841.13	13,171.66
收到的其他与经营活动有关的现金	2,248.32	4,437.62	647.49	56.19
经营性现金流出	**22,777.87**	**31,532.10**	**15,793.27**	**10,933.02**
其中：购买商品、接受劳务支付现金	17,092.37	22,774.04	10,570.59	5,091.60
支付的其他与经营活动有关的现金	2,025.61	3,478.88	1,054.80	2,500.84
经营活动现金流量净额	**-4,385.96**	**-3,442.73**	**-304.66**	**2,294.84**
销售商品收到现金/营业收入	96.53	87.12	83.42	101.93
经营性现金净流入/营业收入	-26.22	-12.68	-1.71	17.76

公司经营活动现金流入主要包括栏目、纪录片和品牌服务业务收到的现金等，经

营活动现金流出主要包括职工薪酬、劳务采购、委托制作费、租赁费以及支付的各项税费等。报告期内，公司业务规模扩大，营业收入持续增长，经营活动现金净流量系正常生产经营活动的反映。2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司经营活动现金净流量分别为 2,294.84 万元、-304.66 万元、-3,442.73 万元和-4,385.96 万元。

2011 年，公司经营活动现金净流量为 2,294.84 万元。本期营业收入为 12,080.14 万元，销售商品、提供劳务收到的现金为 13,171.66 万元。本期经营活动现金流出为 10,933.02 万元，主要系职工薪酬、劳务采购、委托制作费和税费等项目的支出随业务量的增长相应增长。支付的其他与经营活动有关的现金 2,500.84 万元，主要包括：品牌服务业务支付履约保证金 800.00 万元，研发费支出 440.57 万元，委托 PPTV 建设能量传播娱乐专属频道和能量传播网站，支付服务费用 613.96 万元。

2012 年，公司经营活动现金净流量为-304.66 万元。公司营业收入保持增长趋势，本期营业收入 17,791.79 万元，销售商品、提供劳务收到的现金为 14,841.13 万元，经营活动现金流入与营业收入的增长趋势保持一致；收到的其他与经营活动有关的现金 647.49 万元，主要系能量天津收到政府补助 264.56 万元，收回履约保证金增加现金流入 300.00 万元。本期经营活动现金流出为 15,793.27 万元，其中购买商品、接受劳务支付的现金 10,570.59 万元，职工薪酬、劳务采购、委托制作费和税费等项目的支出随业务量的增长相应增长。支付的其他与经营活动有关的现金 1,054.80 万元，主要系支付 PPTV 能量娱乐专属频道和能量传播网站服务费 313.96 万元和搜狐视频宣传费 165.00 万元等。

2012 年度，公司经营活动现金净流出的主要原因是：A、当期部分已实现收入项目期末尚未回款，应收账款增长 2,717.70 万元，主要包括《找北》、《快乐梦多多》、《鲁豫有约》及其衍生品等；B、期末存货大幅增加，其中《德云社 2013 年全国巡演》、《小崔说立波秀》（样片）现金流出合计 1,102.14 万元；C、应付账款减少 775.45 万元。

2013 年，公司经营活动现金净流量为-3,442.73 万元。公司营业收入保持增长，本期营业收入 27,147.16 万元，销售商品、提供劳务收到的现金为 23,651.75 万元，经营活动现金流入情况良好。收到的其他与经营活动有关的现金 4,437.62 万元，主要包括预收制片款 3,880.00 万元、政府补助 527.76 万元等。本期经营活动现金流出 31,532.10 万元，其中购买商品、接受劳务支付的现金 22,774.04 万元，电视剧业务支付拍摄制作费用 8,563.32 万元，大型栏目《超级演说家》和《我为喜剧狂》分别支出 4,812.94 万

元和 2,021.34 万元。支付的其他与经营活动有关的现金 3,478.88 万元，主要包括预付制片款 1,272.59 万元，对《超级演说家》等节目和公司品牌进行宣传推广费用 1,046.94 万元和支付履约保证金 200.00 万元等。

2013 年度，公司经营活动现金净流出的主要原因是：A、公司投资制作的《风云天地》和《爷们儿》等电视剧处于拍摄制作阶段，预付款项增长 8,104.12 万元；B、期末大型栏目《我为喜剧狂》和《超级演说家》以及电视剧《亮仔的幸福奇缘》等尚未全部回款，同时部分收入以票据方式结算，应收账款和应收票据分别增长 3,085.11 万元和 2,047.71 万元；C、期末电视剧、纪录片和栏目的存货增加，现金流出相应增加。

2014 年 1-6 月，公司经营活动现金净流量为-4,385.96 万元。公司本期营业收入 16,724.66 万元，销售商品、提供劳务收到的现金为 16,143.59 万元，经营活动现金流入情况正常。收到的其他与经营活动有关的现金 2,248.32 万元，主要包括收到电视剧《爷们儿》合作方制片款 2,032.00 万元等。本期经营活动现金流出 22,777.87 万元，其中购买商品、接受劳务支付的现金 17,092.37 万元，主要包括支付《爷们儿》等电视剧演员酬金和委托制作费等拍摄制作费用 3,875.37 万元，支付大型栏目《超级演说家》和《我为喜剧狂》的导师酬劳、委托制作费等分别为 5,667.44 和 3,690.69 万元，支付《美丽俏佳人》、《鲁豫有约》和“亚一珠宝”代言制作费用分别为 765.62 万元、743.33 万元和 500.00 万元。支付的其他与经营活动有关的现金 2,025.61 万元，主要系对公司品牌和《我为喜剧狂》、《超级演说家》、《鲁豫的礼物》等大型节目的宣传推广费用 1,444.39 万元及管理费用 296.93 万元。

2014 年 1-6 月，公司经营活动现金净流出的主要原因是：A、本期缴纳企业所得税、增值税等各项税费合计 2,088.38 万元；B、本期发生 2014 年公司品牌和《我为喜剧狂》等大型节目的宣传推广费用 1,444.39 万元；C、本期多个节目处于制作过程中，主要包括电视剧《爷们儿》和栏目《鲁豫的礼物》、《美丽俏佳人》等项目发生现金净流出，《鲁豫有约》、《我为喜剧狂》等项目陆续回款，整体项目净现金流量基本持平。

2、经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异分析

单位：万元

期间	经营活动产生的现金流量净额	净利润	差额	主要原因
	（1）	（2）	(3)=(1)-(2)	
2011年度	2,294.84	2,732.27	-437.43	主要原因系期末应收账款、其他应收款、存货和其他流动资产较期初分别增加740.71万元、906.11万元、1,345.38万元和788.49万元，减少经营活动现金净流量3,780.69万元；应付账款和预收款项较期初增加2,950.53万元、应交税费较期初增加133.15万元，增加经营活动现金净流量3,083.68万元；共计影响经营活动现金净流量697.01万元。另外，固定资产折旧、无形资产摊销减少利润总额169.43万元。
2012年度	-304.66	3,167.91	-3,472.56	主要原因系期末应收账款和存货较期初分别增加2,717.70万元和1,304.17万元、应付账款较期初减少775.45万元，减少经营活动现金净流量4,797.33万元；其他应收款和其他流动资产较期初分别减少125.07万元和662.63万元，增加经营活动现金净流量787.70万元；共计影响经营活动现金净流量-4,009.63万元。另外，固定资产折旧、无形资产摊销等减少利润总额401.13万元。
2013年度	-3,442.73	4,261.73	-7,704.46	主要原因系期末应收票据、应收账款、其他应收款、预付款项和存货较期初分别增加2,047.71万元、3,085.11万元、577.54万元、8,104.12万元和2,233.92万元，减少经营活动现金净流量16,048.40万元；应付账款、预收款项和应交税费较期初分别增加2,606.50万元、3,911.57万元和900.01万元，增加经营活动现金净流量7,418.08万元；共计影响经营活动现金净流量-8,630.32万元。另外，固定资产折旧、无形资产摊销等减少利润总额559.96万元。
2014年1-6月	-4,385.96	1,832.04	-6,218.00	主要原因系期末应收账款和存货较期初分别增加3,465.93万元和7,663.94万元，预收账款和经营性应交税费较期初分别减少726.23万元和744.53万元，合计减少经营活动现金净流量12,600.63万元；应收票据和预付款项较期初分别减少1,647.71万元和4,735.29万元，增加经营活动现金净流量6,383.00万元；共计影响经营活动现金净流量-6,217.63万元。另外，固定资产折旧、无形资产摊销、长期待摊费用等减少利润总额98.92万元。

经营活动现金流量净额与净利润差异的主要原因是：①存货的增减变化；②经营性应收项目的增减变化；③经营性应付项目的增减变化。

（二）投资活动产生的现金流量

单位：元

投资活动产生的现金流量	2014年1-6月	2013年度	2012年度	2011年度
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-	-
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	141,750.00	-	-	1,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流入小计	**141,750.00**	-	-	**1,000.00**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	130,647.53	1,263,323.84	2,844,751.01	4,840,794.00
投资所支付的现金	1,530,000.00	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流出小计	**1,660,647.53**	**1,263,323.84**	**2,844,751.01**	**4,840,794.00**
投资活动产生的现金流量净额	**-1,518,897.53**	**-1,263,323.84**	**-2,844,751.01**	**-4,839,794.00**

1、报告期内重要资本支出

报告期内，公司无重要的资本性支出。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

公司无未来可预见的重大资本性支出计划。

（三）筹资活动产生的现金流量

报告期内，公司筹资活动现金流入包括：（1）2011年公司增资扩股吸收投资收到的现金2,007.00万元，以及向银行借款收到现金800.00万元；（2）2012年向银行借款收到现金950.00万元；（3）2013年向银行借款收到现金合计4,860.00万元，以及收到子公司少数股东投入现金800.00万元；（4）2014年1-6月向银行借款收到现金合计3,900.00万元。

报告期内，公司筹资活动现金流出包括：（1）2011年向股东分配股利175.39万元及支付银行借款利息23.51万元；（2）2012年归还银行借款800.00万元及支付2012

年度银行借款利息 96.62 万元；（3）2013 年归还银行借款 950.00 万元及支付 2013 年度银行借款利息 155.69 万元；（4）2014 年 1-6 月归还银行借款 1,900.00 万元及支付当期银行借款利息 199.22 万元。

（四）公司现金流量的总体分析

公司业务流程及经营活动现金流量具有鲜明的行业特点，一是经营活动现金流入的周期性，即某一视频节目从创意策划开始，历经前期筹备、研发试制、拍摄制作、审片合成、发行（或销售）播出等阶段，实现销售收入并回笼资金需要一定周期，大型项目经常存在跨期现象；二是经营活动现金流入流出的时点差异，在视频节目创意策划到发行（或销售）播出各阶段，资金流出不均衡且持续全部过程直至发行结束，根据项目类型、合作方式等产生较大差异，一般前期流出金额相对较少，后期流出较多。资金的回笼往往在某几个时点发生，经营活动现金流入和流出的时点存在差异，如大型栏目、纪录片和品牌服务业务一般是前期预收部分款项，制作过程按项目进度分次回款，交付后完成项目结算；电视剧一般是利用公司自有资金及合作方资金进行拍摄、制作，制作过程中预售，取得《电视剧发行许可证》后销售，按照合同约定结算回款。上述特性对会计年度的经营活动现金净流量构成影响，报告期内，随着业务规模扩大，公司调整视频节目结构，合理安排项目周期，以确保公司资金的使用效率。

公司处于发展期，总体资金规模较小，单纯依靠自身积累的滚动发展，无法满足业务规模较快发展的需要。尽管公司的销售持续增长，现金回收情况正常，但公司的现金仍无法满足公司业务持续增长的需求。

由于公司经营活动现金流量的周期性和时点差异，公司在扩大经营规模的过程中需要进行外部筹资。2011 年 6 月公司进行股权筹资、2011 年起进行债权融资，均有力支持了公司业务的发展。如果不能以适当的投资条件、资金成本及时地获得所需资金，公司的生产计划和盈利能力将受到不利影响。资金需求已成为影响公司强化市场地位，进一步提升核心竞争力的瓶颈。因此，公司需要建立多样化的融资渠道，以满足快速发展的资金需求和降低财务风险。

十三、公司财务状况和盈利能力的未来趋势

（一）公司财务状况及趋势分析

报告期内，公司财务状况良好，资产质量较好，运营效率较高，不存在风险资产和难以偿还的债务。公司管理层认为，以现有的资产、业务规模和运营能力，在可预见的将来，财务状况仍将保持良好的趋势。

（二）公司盈利状况及未来发展趋势分析

1、公司目前的盈利状况

报告期内，公司抓住国家深化文化体制改革和进一步推进“制播分离”的机遇，发挥自身优势，稳健经营，取得了良好的经营业绩。公司财务状况良好，资产质量较好，保持了较强的盈利能力。2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年 1-6 月，公司实现主营业务收入分别为 12,078.64 万元、17,791.79 万元、27,147.16 万元和 16,724.66 万元，归属于母公司所有者的净利润分别为 2,732.27 万元、3,167.91 万元、3,744.61 万元和 1,512.67 万元。

2、公司盈利状况未来发展趋势

视频节目方面，随着制播分离政策在广播电视行业的全面推行，以及新媒体的快速发展，除新闻类节目之外，均可由社会制作机构提供，社会制作机构有巨大发展空间。

栏目是公司的核心业务，现拥有《鲁豫有约》、《壹周立波秀》、《超级演说家》和《我为喜剧狂》等栏目，报告期内节目制作总量 4,307 小时。公司适应市场环境的需要，对栏目业务进行适当调整，加大研发大型创新栏目的力度，除《鲁豫有约》和《壹周立波秀》外，2013 年自主研发完成《超级演说家》和《我为喜剧狂》。《超级演说家》是国内首档原创语言竞技真人秀节目，第一季和第二季分别于 2013 年 8 月至 10 月和 2014 年 4 月至 7 月在安徽卫视晚间黄金时段播出；《我为喜剧狂》是大型表演竞技真人秀节目，第一季已于 2014 年 2 月至 5 月在湖北卫视晚间黄金时段播出。公司标准化的运营模式、长期积累的节目制作经验和丰富的人才储备，使得制作的栏目特点鲜明、

优势明显。公司未来将陆续推出更多的栏目，扩大市场影响，以满足市场和观众的需要，保证栏目业务的持续稳定增长。

随着公司业务规模扩展，资金实力壮大，并积极引进高水平纪录片制作团队，公司在原有主要开展小型纪录片的基础上，投资开展多集或系列大型纪录片的制作。公司制作的纪录片取得了良好的市场口碑，获得了客户的认可。未来公司将进一步加大大型纪录片的创作和投资，纪录片业务将保持持续增长。

公司品牌服务的对象定位于知名品牌和大型企业，为客户提供个性化和更为全面的品牌服务。公司未来将进一步加大品牌服务的创意、制作和营销力度，发挥运营团队丰富的行业经验，整合社会及行业内资源，积极发展品牌服务业务。

电视剧的制作和发行与公司目前主营业务具有明显的协同效应。公司主要客户由中央电视台、省级卫视和视频网站及知名品牌客户构成，同样也是电视剧制作、发行的客户和投资方；电视节目可以为电视剧提供宣传平台并积累资源，电视剧制作可以为电视节目提供丰富的素材。公司通过定制剧《找北》等积累了电视剧制作经验，为进一步开拓电视剧业务，并保障业务开展的顺利进行，公司投资设立控股子公司能量影视专业从事电视剧投资、制作和发行业务，其中《风云天地》已取得“国产电视剧发行许可证”,《爷们儿》和《非常搭档》处于发行审核过程中。

公司以优质节目为基础逐步向整个视频节目产业链扩张，实现节目价值的最大化，通过各业务间良好的协同效应，共同促进公司的良性发展，进一步提升公司未来盈利能力和品牌影响力。

十四、股利分配政策和实际股利分配情况

（一）报告期内股利分配情况

经 2011 年 9 月 17 日召开的公司 2011 年第四次临时股东大会审议通过，向唐建、刘庆华两名股东现金分配股份公司第一次增资前归属于老股东所有的滚存未分配利润，金额为 1,753,880.20 元。

除上述股利分配外，最近三年公司未进行过股利分配。

（二）本次发行完成前滚存利润的分配安排

经公司 2013 年度股东大会审议批准，公司在本次股票发行前的利润分配遵循如下原则：对在首次公开发行股票前公司历年滚存的未分配利润，由公司本次公开发行股票后新老股东按照发行后的持股比例共享。

截至 2014 年 6 月 30 日，公司滚存的未分配利润（合并口径）为 106,793,138.96 元。

（三）发行后的股利分配政策

1、发行上市后的利润分配政策

公司分别于 2014 年 1 月 18 日和 2014 年 2 月 8 日召开了公司第二届董事会第五次会议及 2013 年度股东大会，审议并通过了《关于修订公司章程（草案）的议案》，根据最新修订的公司上市后适用的《公司章程（草案）》，有关股利分配的主要规定如下：

（1）利润分配的原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策。公司股利分配方案应从公司盈利情况和战略发展的实际需要出发，兼顾股东的即期利益和长远利益，注重对投资者稳定、合理的回报，但公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（2）利润分配政策的具体内容

①利润分配的形式和期间间隔

公司可以采取现金或股票或二者相结合等方式分配利润，每年至少进行一次年度利润分配，可以进行中期现金利润分配。

②现金分红的比例

公司进行利润分配时，董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在

本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

前述重大资金现金支出是指以下情形之一：

公司未来十二个月内拟制作大型节目、对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

公司未来十二个月内拟制作大型节目、对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

③中期现金分红的条件

公司可以进行中期现金分红。

公司董事会可以根据资金需求状况，在公司上半年的经营活动现金流量净额不低于当期实现的净利润时，按照公司章程规定的程序，提出进行中期现金利润分配。

公司进行中期现金分红的，应保证公司当年以现金形式分配的利润在当年利润分配中所占比例不低于 20%。

④发放股票股利的条件

累计未分配利润超过公司股本总额的 80%时，公司可以采取股票股利的方式进行利润分配。

（3）利润分配的顺序

公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配，公司同时满足现金分红和发放股票股利的条件的，应优先采用现金分红方式进行利润分配。

（4）全资或控股子公司的利润分配

公司应当及时行使对全资或控股子公司的股东权利，根据全资或控股子公司公司章程的规定，确保全资或控股子公司实行与公司一致的财务会计制度，每年现金分红

的金额在当年利润分配中所占的比例应不低于 20%，并确保该等分红款在公司向股东进行分红前支付给公司。

（5）公司利润分配的决策程序和机制

公司在制定利润分配尤其是现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，上市公司应当通过接听投资者电话、公司公共邮箱、网络平台、召开投资者见面会等多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成现金分红（或股票股利）的派发事项。

（6）公司利润分配政策调整的具体条件、决策程序和机制

若公司外部经营环境发生重大变化或现有的利润分配政策影响到公司的可持续经营时，公司可以根据内外部环境变化情况调整利润分配政策。公司调整利润分配政策时应当以股东利益为出发点，注重对投资者利益的保护，并在提交股东大会的议案中详细说明调整的原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

公司利润分配政策的调整由公司董事会向公司股东大会提出，公司董事会在利润分配政策论证过程中，需与独立董事、监事充分讨论，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成新的利润分配政策。

董事会提出的利润分配政策需要经董事会过半数以上表决通过并经三分之二以上独立董事表决通过，独立董事应当对利润分配政策的调整发表独立意见。

公司监事会应当对董事会调整的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事）则应经外部监事表决通过。

公司利润分配政策调整需提交公司股东大会审议，股东大会审议该议案时，应充分听取社会公众股东意见，除设置现场会议投票外，还应当向股东提供网络投票系统

予以支持，利润分配政策的调整需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（7）现金分红政策的制定及执行情况的披露

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

①是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；

②分红标准和比例是否明确和清晰；

③相关的决策程序和机制是否完备；

④独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

⑤中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

2、发行上市后的股东回报规划

为充分保障公司股东的合法权益，为股东提供稳定持续的投资回报，进一步细化《公司章程（草案）》中关于股利分配原则的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和利润分配进行监督，根据《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红公司》的规定，公司第二届董事会第五次会议和 2013 年度股东大会审议通过了《北京能量影视传播股份有限公司发行上市后股东回报规划》，具体内容如下：

（1）股东回报规划制定考虑因素

公司董事会着眼于公司的长远和可持续发展，综合考虑了公司的实际经营情况、股东对于投资回报的要求和意愿、目前社会外部融资环境及资金成本等因素后，为建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，制定了《北京能量影视传播股份有限公司发行上市后股东回报规划》（以下简称“股东回报规划”），从而对公司利润分配作出制度性安排，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

（2）股东回报规划制定原则

在确保公司主营业务可持续增长的前提下，公司应充分重视对投资者进行合理、

有效的投资回报。

（3）股东回报规划制定周期和相关决策机制

公司至少每三年重新审阅一次关于公司投资者分红的回报规划，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见对公司正在实施的股利分配政策做出适当且必要的调整，确定该时段的股东回报规划，公司保证调整后的股东回报规划不违反以下原则：公司可以采取现金或股票或二者相结合等方式分配利润，每年至少进行一次年度利润分配，进行利润分配时，公司应当优先采取现金方式分配利润，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。同时，调整后的股东回报计划不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

在审议公司有关调整利润分配政策、股东回报规划的议案或利润分配预案的董事会、监事会会议上，需分别经公司三分之二以上独立董事、半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则应经外部监事表决通过，方可提交公司股东大会审议。公司独立董事、监事会应对公司利润分配政策、股东回报规划的调整方案发表意见。股东大会提案中需详细论证和说明调整公司利润分配政策、股东回报规划的原因，相关提案经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审议通过后方可生效。公司独立董事可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

（4）公司股东未来回报规划

公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

在制定利润分配预案时，公司董事会应充分听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见。进行利润分配时，公司应当优先采取现金方式分配利润，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%，在满足现金分红的情况下，可根据公司实际经营情况，进行股票股利的分配。

公司留存未分配利润主要用于项目投资、收购资产或股权等重大投资，逐步扩大公司经营规模，优化财务结构，有计划有步骤地实现公司未来发展规划目标，最终实现股东利益最大化。

（5）发行上市当年及其后两年股东分红回报计划

在公司当年经审计的净利润为正数且符合《公司法》等法律、法规、规范性文件和公司章程规定的分红条件的情况下，公司在足额预留法定公积金、任意公积金以后，每年至少进行一次年度利润分配，进行利润分配时，公司应当优先采取现金方式分配利润，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

当公司累计未分配利润超过股本总额的 80%，并且公司董事会认为公司股本规模已经与公司业务规模不相匹配时，在确保足额现金分红的前提下，公司可以采取股票股利的方式进行利润分配。

公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出年度分红议案，并交付股东大会通过网络投票的形式进行表决。公司接受所有股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事对公司分红的建议和监督。

3、公司保证未来具备现金分红能力的措施

《公司章程（草案）》规定：公司应当及时行使对全资或控股子公司的股东权利，根据全资或控股子公司公司章程的规定，确保全资或控股子公司实行与公司一致的财务会计制度，每年现金分红的金额在当年利润分配中所占的比例应不低于 20%，并确保该等分红款在公司向股东进行分红前支付给公司。

公司将根据具体利润分配情况和利润分配政策调整的情况，促成全资或控股子公司及时进行现金分红，并在必要时促成其对《公司章程》进行相应调整，以保证公司具备现金分红能力，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

本次募集资金运用已经 2014 年 4 月 20 日召开的公司 2014 年第 2 次临时股东大会审议批准。公司本次拟发行 1,950 万股股票，占发行后总股本的 25.06%，本次募集资金将全部用于公司主营业务相关的项目，具体如下：

单位：元

序号	项目名称	预计投资规模	预计募集资金净额	审批备案情况
1	栏目制作	186,000,000.00	186,000,000.00	无需
2	纪录片制作	46,000,000.00	46,000,000.00	无需
合 计		**232,000,000.00**	**232,000,000.00**	-

公司本次募集资金投资项目不属于按照《国务院关于投资体制改革的决定》需要进行批准或者备案的项目，无须向有关部门进行审批、核准或备案，本次募集资金投资项目已履行了内部决策程序。

二、募集资金运用情况

（一）栏目制作

1、项目概述

公司计划用三年时间，使用募集资金 186,000,000.00 元，陆续投资制作四档栏目。

公司主营业务为视频节目的研发、制作和发行，主要产品为栏目、纪录片、品牌服务类节目和电视剧，公司的栏目涵盖综艺、益智、教育、专题等多种类型，包括日播类、周播类和季播类。报告期内，公司制作栏目 26 档，其中日播栏目 7 档，周播栏目 5 档，季播栏目 14 档，首播 4,457 期节目，总时长 1,911 小时。本项目是公司现有栏目业务的发展、创新和提升。募集资金到位后，通过公司的品牌、平台、资源与经验丰富的创作团队的有效融合，公司将陆续推出更多，更富创意的优秀栏目作品。

2、项目建设的可行性

（1）政策支持为社会制作机构提供了宽松、有利的发展环境

《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》明确指出：加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业；推动文化产业跨越式发展，使之成为新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点，为推动科学发展提供重要支撑。近年来，各地财政部门积极筹措资金，不断加大对文化事业的投入力度，着力构建文化事业发展财政保障长效机制，满足人民群众日益增长的公共文化产品需求。

政策支持为影视内容行业提供了良好的发展机遇，为社会制作机构提供了宽松、有利的发展环境。

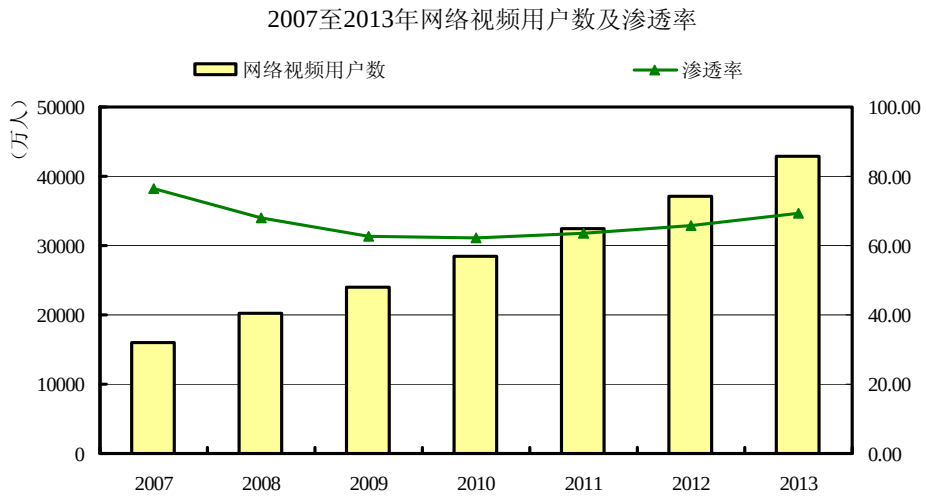
（2）制播分离改革为社会制作机构提供了巨大发展空间

目前，我国已建成世界上覆盖人口最多，中央与地方、国内与国外相结合，有线、无线、卫星等多种手段并用的广播电视网。广播电视节目交易市场持续稳定发展，节目流通渠道不断丰富，节目的流通组织不断增多。在深化广播影视体制机制改革，大力推动广播影视产业发展的大好形势下，全国广播电视产业继续保持良好发展态势。

近年来，我国电视节目生产能力不断增长，但仍不能满足电视台的播出需求，电视节目的供需缺口大，重播率高，精品电视节目的供需缺口更大。实施制播分离改革的目的是为了提高电台、电视台的节目质量，丰富节目内容，转换运营机制，增强发展活力，调动社会力量制作节目，改变各台自制自播节目的模式，制播分离改革将为社会制作机构提供巨大发展空间。

（3）网络新媒体的发展为社会制作机构提供更广阔的发展平台

视频网站已发展成为人们获取电影、电视节目、视频内容等的重要媒体。国内网络视频用户规模逐年上升，截至 2013 年 12 月，国内网络视频用户规模 4.28 亿人，在网民中的渗透率约为 69.26%。与 2012 年 12 月底相比，网络视频用户人数增长 5,637 万人，增长率 15.17%。



数据来源：CNNIC历年《中国网民网络视频应用研究报告》和《中国互联网络发展状况统计报告》

随着国内网络视频的用户基础、技术水平的提高，视频网站在互联网行业中的地位不断凸显，开始改变经营策略，精选服务内容，推出个性化的视频节目，并与社会制作机构合作为视频网站定制节目内容。网络新媒体的发展为社会制作机构提供了更广阔的发展平台。

（4）加强节目自主创新符合播出平台收视竞争要求

近年来，在高端播出平台收视竞争加剧的环境下，各播出平台对大型创新栏目需求上升，中央电视台和省级卫视频道陆续推出大规模、制作精良的综艺节目，据统计，2013 年就有 30 多个大型节目主要通过引进海外成熟的节目模式，利用其完整的节目框架和制作流程生产。大量节目引进国外模式，导致我国电视节目缺乏原创，并出现了歌唱选秀类节目扎堆的现象。针对这一现状，国家新闻出版广电总局要求各卫视频道大力加强自主创新，提高原创节目比重，对于上星综合频道原创节目优先备案，同时对引进境外节目模式将严格管理和调控。

公司创意研发多档大型栏目并与电视媒体开展多种形式的合作，如与中央电视台财经频道联合推出《小崔说立波秀》、《中国夜》，与安徽卫视联合制作《超级演说家》等，积累了丰富经验，募集资金投资项目建设将为公司提升品牌影响力、与播出平台巩固合作关系奠定良好的基础。

（5）公司成熟的业务模式和品牌影响为新栏目的开发奠定坚实的基础

公司始终致力于品牌节目的创意、制作与发行，经过多年的品牌锻造与发展，现已成为国内独具优势的电视及网络视频内容服务提供商，通过多年摸索，逐步建立了

创意、制作和发行等各个环节的标准化流程，形成了丰富的人才储备、品牌的节目内容、领先的合作机构等多方面的竞争优势，公司在面对行业政策变化及不同客户的个性化需求时，可以保持快速灵活的反应能力。公司培养和引进了一大批业务能力较强的专业创意、策划、制作、发行人员，打造了以《鲁豫有约》、《壹周立波秀》等为代表的品牌栏目，为公司新栏目的开发奠定了坚实的基础。

（6）多元的发行渠道为新栏目的发行提供保障

公司已建立传统媒体、网络媒体和海外媒体三个发行渠道，与中央电视台、境内省级卫视和地面频道、凤凰卫视及境外播出机构、网络媒体等各类播出平台保持长期业务合作关系，每个发行渠道中的主要客户均为该渠道内覆盖率广、收视人群多、排名领先的客户，可以顺利实现节目的发行。依托与播出平台良好的业务合作关系和已有栏目的发行经验，公司能够保障新栏目的顺利发行。

3、投资测算

公司在未来三年内将陆续投资制作四档栏目，投资测算情况如下：

单位：元

项目	第一年	第二年	第三年
收入预计	96,000,000.00	283,000,000.00	304,000,000.00
当期收入现金流	33,600,000.00	119,050,000.00	128,400,000.00
上期收入本期现金流	-	62,400,000.00	163,950,000.00
现金流入小计	**33,600,000.00**	**181,450,000.00**	**292,350,000.00**
成本项目			
超级演说家	55,000,000.00	60,000,000.00	66,000,000.00
我为喜剧狂	55,000,000.00	55,000,000.00	60,000,000.00
蚂蚁斗大象	22,500,000.00	60,000,000.00	66,000,000.00
鲁豫的礼物	-	35,000,000.00	35,000,000.00
成本小计	**132,500,000.00**	**210,000,000.00**	**227,000,000.00**
销售费用	7,490,000.00	22,070,000.00	23,550,000.00
管理费用	960,000.00	2,830,000.00	3,040,000.00
财务费用	-	2,000,000.00	1,200,000.00
税金及附加	6,140,000.00	18,100,000.00	19,440,000.00
所得税	2,640,000.00	7,000,000.00	7,440,000.00
现金流出小计	**149,730,000.00**	**262,000,000.00**	**281,670,000.00**

项目	第一年	第二年	第三年
经营净现金流	-116,130,000.00	-80,550,000.00	10,680,000.00
三年资金需求总量	186,000,000.00		

公司募集资金拟用于投资制作栏目的具体情况如下：

序号	项目类别	项目暂定名	节目类型	发行时间	拟播出平台	人员准备情况
1	季播栏目	超级演说家	语言类	2014 年	安徽卫视	全部到位
2		我为喜剧狂	语言类	2014 年	湖北卫视	全部到位
3		蚂蚁斗大象	益智类	2014 年	省级卫视	主创、制片人到位
4		鲁豫的礼物	文化专题类	2015 年	省级卫视	全部到位

报告期内，公司已以自有资金投入制作了《超级演说家》的第一季和第二季，《我为喜剧狂》和《鲁豫的礼物》的第一季。

《超级演说家》第一季已于 2013 年度播出，第二季已于 2014 年 4 月至 7 月播出，《我为喜剧狂》第一季已于 2014 年 2 月至 5 月播出，两档栏目均在省级卫视的晚间黄金时段播出，其中《我为喜剧狂》13 期节目中 12 期获得省级卫视同时段收视第一名，《超级演说家》也多次获得省级卫视收视同时段第一名，取得了良好的口碑和收视效果，成为公司新的品牌栏目，同时公司制作团队也获得了成功创意制作大型季播节目的宝贵经验。

《鲁豫的礼物》为公司原创的明星户外旅行真人秀节目，第一季已于 2014 年 6 月开始在旅游卫视晚间黄金时段播出；《蚂蚁斗大象》为一档大型益智类节目，由李咏担任主持人，目前正处于创意策划中。

4、募集资金具体用途所需的时间周期和时间进度

公司拟在未来三年内，将《超级演说家》第三季起的后续节目，《我为喜剧狂》和《鲁豫的礼物》第二季起的后续节目，以及创新栏目《蚂蚁斗大象》作为募集资金投资的栏目。

项目	超级演说家	我为喜剧狂	鲁豫的礼物	蚂蚁斗大象
时间周期	自 2014 年至 2016 年每年制作播出一季，连续制作播出三季			
时间进度	第三季筹备中	第二季完成节目模式研发和前期筹备	第二季筹备中	已立项并制作策划案

公司将不断进行节目模式创新，提升制作水平，总结已播出节目的收视反馈，进一步完善《超级演说家》、《我为喜剧狂》和《鲁豫的礼物》的节目模式，并研发制作新栏目《蚂蚁斗大象》，通过募集资金的持续投入，公司上述栏目的节目模式将不断完善，制作质量将不断提高，带动收视率和收益的提升，取得良好的经济效益。

5、人员安排

募投项目栏目制作所需核心主创人员和管理人员由公司成熟栏目团队的人员担任或兼任，其他制作人员通过市场招聘方式引进，部分录制工作和技术工作通过临时外聘的专业人员承担。人员计划安排如下表所示：

项目	人员	人数	来源
超级演说家	制片人、总导演	1	由公司现有制片人兼任
	制片主任	1	外聘
	策划	3	外聘
	选手统筹	4	由公司现有栏目制作人兼任 1 人，外聘 3 人
	执行总导演	2	公司现有栏目导演兼任 1 人，外聘 1 人
	导演	3	公司现有栏目导演兼任 1 人，外聘 2 人
	舞台监督	3	外聘
	编导	6	外聘
	编导助理	3	外聘
	总编剧	1	招聘
	编剧	8	外聘
	演员排练导演	4	外聘
	道具组	4	外聘
	制片组	4	外聘
	艺人统筹	1	外聘
	艺人统筹助理	2	外聘
	导播团队	18	外聘
	小　计	**共 68 人（内部 4 人，招聘 1 人，外聘 63 人）**	
我为喜剧狂	制片人	1	由公司现有栏目制片人兼任
	制片主任	1	由公司现有栏目主编兼任
	总策划	1	由公司现有栏目主编兼任
	策划	3	外聘

项目	人员	人数	来源
我为喜剧狂	选手统筹	2	由公司现有栏目制作人兼任
	选手统筹助理	6	外聘
	总导演	1	外聘
	导演	3	公司现有制作人 1 人，招聘 2 人
	舞台监督	3	外聘
	编导	6	外聘
	编导助理	3	由公司现有栏目制作人兼任
	总编剧	1	招聘
	编剧	8	外聘
	演员排练导演	4	外聘
	道具组	4	外聘
	制片组	4	外聘
	艺人统筹	1	由公司现有栏目制作人兼任
	艺人统筹助理	2	外聘
	导播团队	18	外聘
	小 计	**共 72 人（内部：10 人，招聘：3 人，外聘：59 人）**	
蚂蚁斗大象	总制片人	1	由公司现有栏目制片人兼任
	执行制片人	2	外聘
	总导演	1	招聘
	导演	9	招聘 2 人，外聘 7 人
	策划	5	外聘
	选手统筹	3	外聘
	制片主任	1	由公司现有制片兼任
	宣发及新媒体	3	公司现有媒体合作人员 1 人，外聘 2 人
	舞台监督	3	外聘
	编导	6	公司现有编导 2 人，招聘 1 人，外聘 3 人
	编导助理	3	外聘
	总编剧	1	招聘
	编剧	5	招聘 1 人、外聘 4 人
	演员排练导演	3	外聘
	服化道组	6	外聘
	制片组	5	外聘

项目	人员	人数	来源
蚂蚁斗大象	艺人统筹	2	外聘
	技术支持	2	公司现有技术人员 1 人，外聘 1 人
	导播团队	18	外聘
	小　计	**共 79 人（内部：6 人，招聘：6 人，外聘：67 人）**	
鲁豫的礼物	制片人、总导演	1	公司专职制片人、总导演
	策划	2	外聘
	外联	2	公司现有导演兼任
	统筹	2	招聘
	制片	3	外聘
	分组导演	3	公司现有导演 1 人，外聘 2 人
	导演助理	3	招聘
	录音	2	外聘
	摄像	8	外聘
	编剧	2	外聘
	剪接师	3	公司现有剪接师兼任
	礼仪策划师	1	节目合作媒体提供
	礼仪花艺师	1	节目合作媒体提供
	礼仪摄影师	1	节目合作媒体提供
	礼仪摄像师	1	节目合作媒体提供
	礼仪统筹	1	节目合作媒体提供
	礼仪外联	1	节目合作媒体提供
	翻译	3	公司招聘 1 人，外聘 2 人
	导游	3	外聘
	配音	1	外聘
	小　计	**共 44 人（内部：7 人，招聘：6 人，外聘：31 人）**	

6、项目实施主体

本项目《超级演说家》通过能量天津实施，《我为喜剧狂》通过能量慧明实施，《鲁豫的礼物》通过能量传播实施，《蚂蚁斗大象》通过金麦文化实施，其中，能量慧明由公司全资子公司能量天津与刘玉辉共同出资设立，能量天津持股 60%，金麦文化由公司与李勇共同出资设立，公司持股 51%。

募集资金投资项目通过下属控股子公司实施的，募集资金到位后，公司将通过对下属控股子公司增资或向下属控股子公司借款并收取资金使用费，或法律法规、规范性文件以及中国证监会和证券交易所认可的其他方式使用募集资金进行项目投资，以有效保护公司股东权益不受损害。

下属子公司少数股东刘玉辉、李勇的基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人的组织结构”之“（三）发行人控股、参股公司的情况”相关内容。

7、项目实施难度和不确定性

在宏观经济环境、主管部门调控政策不发生重大变化的前提下，公司能够按照计划有序开展上述募集资金投资项目工作，但依然不排除在政策、市场、人员等因素发生变化的情况下适时作出调整，上述项目的实施存在着一定的不确定性及实施难度，主要包括：

（1）节目名称

节目名称根据实施过程中的具体制作内容或发行平台的要求有可能发生变化。

（2）主创人员

由于档期存在不确定性，各电视节目的主持人、纪录片的制片人、导演和撰稿等主创人员构成可能发生变化。

（3）发行时间

不同栏目的创意内容、制作要求等可能发生变更，播出平台也可能变更播出安排，都会对募投项目的投入和实施产生影响，进而影响到预先确定的发行时间。

（4）发行渠道

公司会选择最有利的播出平台发行栏目，最终播出平台可能发生变化；另外，由于播出平台的定位发生变化，已确定的播出平台也存在发生变化的可能。

（5）投资额

根据募投项目的整体安排和市场需求情况的变化，公司可能在募投项目实施过程中提高或降低单一项目的投资额。

8、项目实施进展

截至 2014 年 6 月 30 日，公司使用自筹资金投资“栏目制作”情况如下：

单位：万元

项目	已投入成本	已实现收入	备注
我为喜剧狂第二季	1,833.01	3,301.89	完成模式研发及前期筹备

上述已投入成本均为公司自筹资金，募集资金到位后将首先用于偿还公司先期支付的上述资金，然后用于支付项目剩余款项。

截至本招股说明书签署日，公司募投项目前期准备工作开展正常，不存在募投项目无法正常实施的情况，尽管募投项目的实施存在着一定的不确定性及实施难度，但不会对本次募投项目正常实施和预期收益构成重大影响。

（二）纪录片制作

1、项目概述

公司根据近年纪录片市场的发展状况及自身发展规划，拟制作大型专题纪录片四部，三年内资金需求 46,000,000.00 元。

本项募集资金投资项目是公司现有纪录片业务的发展。通过公司的品牌、平台、资源与创作团队的有效融合，公司的纪录片制作能力大大增强。在充足的资金支持下，公司能够创意制作出更多的优秀纪录片产品，并积极开拓国际市场，进一步增强公司盈利能力。

2、项目建设的可行性

（1）政策对纪录片产业的大力支持

2010 年 10 月，广电总局印发《关于加快纪录片产业发展的若干意见》，指出要大力繁荣创作生产，积极扶持纪录片的生产和制作；认真贯彻中央关于积极稳妥推进电台电视台制播分离改革的精神，重点培育一批电视纪录片制作经营主体，发展专业化的电视纪录片生产；加快国产纪录片走出去战略，切实把国产纪录片作为中华文化走出去的重要载体、重要方面，紧紧围绕贯彻中央关于提高文化软实力、扩大中华文化国际影响的决策部署，大力实施国产纪录片走出去战略。

2013 年 10 月 12 日，国家新闻出版广电总局下发《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》，要求进一步扩大电视上星综合频道新闻、经济、文化、科教、生活服务、动画和少儿、纪录片、对农等类型节目的播出比例，总播出时长按周计算不少于 30%。按周计算平均每天 6:00 至次日 1:00 之间至少播出 30 分钟的国产纪录片。

公司的纪录片投资项目借鉴成熟的大型纪录片的投资、制作、发行经验，以生产有影响的纪录片产品为目标，符合国家文化产业政策的要求和定位，在制播分离改革的背景下，充分发挥公司的创意策划能力，创意制作出优秀的纪录片产品，并逐步开拓国际市场。

（2）纪录片的展现渠道广泛，市场前景广阔

目前国内纪录片的传播主要通过电视台和网络媒体实现。

中央电视台纪录频道 2011 年正式开播，是第一个全国播出的纪录片频道，也是国内第一个全球覆盖的纪录片频道，节目来源主要有自制、委托制作及国外节目引进和购买，中国教育电视台三频道、上海纪实频道等各地面纪录片频道纪录片节目以外购为主。

中央电视台旗下的其他频道诸如综合频道和财经频道等，也会自制或与社会制作机构联合制作并播出大型纪录片节目，各省级卫视也通过购买优秀纪录片以提升人文美誉度、品牌影响力。

搜狐高清纪录片频道、中国网络电视台纪录片频道和爱奇艺纪录片频道等相继建立，开创了中国纪录片网络传播的新局面，纪录片的网络传播体现出更新快、时效强、灵活多变的特点。网民的年轻化、高教育背景为纪录片的网络传播提供了受众基础和潜在收视需求。纪录片制作机构与新媒体网站的合作，为网站的发展开辟了新的契机，同时为纪录片的发展开辟了新的道路。

公司与中央电视台、部分省级卫视及地面频道已建立长期合作关系，与搜狐视频、PPTV、爱奇艺等多个网络平台也保持良好的合作关系，同时，依托 BBC、半岛电视台、凤凰卫视等海外媒体的世界传播力和影响力，公司纪录片能够实现海内外的推广和发行。

纪录片内容还能通过图书和音像制品等衍生产品发行传播，为公司的投资回报进

一步提供保障。

（3）公司成熟的业务模式和优秀的创作团队为纪录片生产提供保障

公司致力于品牌纪录片的创意、制作与发行，从最初为凤凰卫视制作《凤凰大视野》、《皇牌大放送》中获得经验，并逐渐将纪录片作为自身产品发展定位中的重要组成部分。湖南卫视播出的《湘江》、安徽卫视播出的《开国纪事》、重庆卫视播出的《红星照耀中国》等均为公司创意制作的纪录片。公司还是中央电视台纪录频道首次面向社会制作机构招标的中标单位之一，《行走的餐桌》2 季节目已制作完成并在中央电视台纪录频道播出。报告期内，公司的纪录片团队还制作了《望海南》、《宋之韵》、《为时代放歌》、《文化的力量》等大型纪录片，拥有丰富的经验。

3、投资测算

公司拟在未来三年内，启动并实施四部纪录片项目，各年现金流入流出情况如下：

单位：元

项目	第一年	第二年	第三年
现金流出			
马可波罗	12,000,000.00	6,000,000.00	-
中国制造	1,000,000.00	10,000,000.00	9,000,000.00
中国皇帝系列之武则天	-	16,000,000.00	4,000,000.00
大国崛起之医疗篇	-	5,000,000.00	15,000,000.00
小 计：	**13,000,000.00**	**37,000,000.00**	**28,000,000.00**
现金流入			
马可波罗	5,000,000.00	12,000,000.00	5,000,000.00
中国制造	-	-	4,000,000.00
中国皇帝系列之武则天	-	-	4,000,000.00
大国崛起之医疗篇	-	-	2,000,000.00
小 计：	**5,000,000.00**	**12,000,000.00**	**15,000,000.00**
经营净现金流：	**-8,000,000.00**	**-25,000,000.00**	**-13,000,000.00**
三年制作资金总需求：	**46,000,000.00**		

公司募集资金拟用于投资制作的四部纪录片的具体情况如下：

序号	项目暂定名	集数	发行时间	拟播出平台	人员准备情况
1	马可波罗	10	2014 年	半岛电视台、BBC 国际、意大利国家电视台、德法公共电视台、江苏卫视等	全部到位
2	中国制造	10	2015 年	中央电视台、省级电视台、海外、网络	主创及合作团队已到位
3	中国皇帝系列之武则天	10	2015 年	BBC、Discovery 等海外市场、省级电视台、网络	合作方及主创确定
4	大国崛起之医疗篇	10	2015 年	中央电视台、省级电视台、网络、海外	制片人、总导演、总撰稿确定

4、募集资金具体用途所需的时间周期和时间进度

项目	马可波罗	中国制造	中国皇帝系列之武则天	大国崛起之医疗篇
时间周期	2012 年至 2014 年	2013 年至 2015 年	2014 年至 2015 年	2014 年至 2015 年
时间进度	发行过程中	文稿撰写阶段	筹备过程中	筹备过程中

5、人员安排

针对以上项目，公司制定了完备的人员安排计划。拟配备人员情况如下：

职位	来源	第一年	第二年	第三年
总导演	内部	2	1	由已经完成前两年制作任务的团队完成当年的主创、管理和制作工作
总制片人	内部	2	1	
执行制片人	内部	2	1	
分集导演	外聘	6	3	由已经完成前两年制作任务的团队完成当年的主创、管理和制作工作
分集制片人	外聘	6	3	
摄影	外聘	6	3	
摄影助理	外聘	6	3	
录音	外聘	6	3	
小 计		**36**	**18**	-

6、项目实施主体

本项目《中国制造》、《大国崛起之医疗篇》通过能量传播实施，《马可波罗》、《中国皇帝系列之武则天》通过能量天津实施。

7、项目实施难度和不确定性

项目实施难度与“栏目制作”的实施难度和不确定性相同。

8、项目实施进展

截至 2014 年 6 月 30 日，公司使用自筹资金投资“纪录片制作”情况如下：

单位：万元

项目	已投入成本	已实现收入	备注
马可波罗	1,056.16	-	发行过程中
中国制造	135.61	-	执行中—文稿撰写阶段

上述已投入成本均为公司自筹资金，募集资金到位后将首先用于偿还公司先期支付的上述资金，然后用于支付项目剩余款项。

截至本招股说明书签署日，公司募投项目前期准备工作开展正常，不存在募投项目无法正常实施的情况，尽管募投项目的实施存在着一定的不确定性及实施难度，但不会对本次募投项目正常实施和预期收益构成重大影响。

三、募集资金的专户存储安排

公司本次募集资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理，并与保荐机构及存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，公司将严格按照《募集资金管理制度》对募集资金进行管理。

四、募集资金运用和管理

如果募集资金不能满足项目预计资金使用需求的，本公司将使用自有资金或通过银行借款筹集资金解决资金缺口问题，截至 2014 年 6 月 30 日，公司尚有货币资金 7,100 余万元，截至本招股说明书签署日，公司取得北京银行中关村支行和招商银行北京分行综合授信额度 13,000 万元（其中已借款金额 5,774 万元），并取得杭州银行北京中关村支行借款 2,000 万元，公司以自有资金或银行借款能够保证募集资金投资项目的顺利实施。

如果所募资金超过预计募集资金数额的，上述资金将存放于公司募集资金专户集中管理，公司将严格按照中国证监会和深圳证券交易所有关募集资金使用的规定合理、规范使用上述资金，保证资金使用的安全和效率。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

重大合同指公司正在履行的合同的金额或交易金额、所产生的营业收入或毛利额相应占公司最近一个会计年度经审计的营业收入或营业利润的 10%以上的合同以及其他对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司已签署、正在履行的重大合同如下：

（一）发行人已签署、正在履行的重大合同

1、合作合同

（1）公司与陈鲁豫、凤凰卫视的《鲁豫有约》合作协议

2011 年 9 月 23 日，公司（“甲方”）、凤凰卫视（“乙方”）和陈鲁豫（“丙方”）共同签订了《合作协议》。协议主要内容如下：

①合作事项

甲方使用丙方作为主持人，制作《鲁豫有约》栏目，甲方制作完成的《鲁豫有约》栏目，将在凤凰卫视的播映权及除中国内地以外其它地区的转让播映权和衍生制品权转让予乙方，乙方同意为此不再向甲方收取有关使用丙方的费用，并支付一定的播映权转让费；丙方依照本协议规定为甲方提供合约服务不构成甲方和丙方的劳动关系，丙方作为乙方正式雇员的身份和待遇不变。

②版权及费用

A、《鲁豫有约》栏目的版权归甲方所有；甲方向乙方出售该栏目在凤凰卫视所属频道以及在中国内地以外的其他国家及地区的永久、独占和排他性的播映权和播映权转让权，除本协议明确授予乙方的权利外，有关的其它一切权利，均由甲方保留，甲方可自行行使或授权其它第三方行使。

B、乙方同意按照每年人民币 910 万元的价格向甲方购买上述权利，自 2013 年起购买费用每年上调 10%。

C、甲方向中国境内电视台转让播映权时的广告经营权或节目播映权转让费收益，依甲方与播出机构达成的协议归甲方。

③对丙方的补充报酬

丙方作为乙方正式雇员而应享有的各项报酬、福利仍由乙方与丙方按其签署的雇用合约支付。甲方将自本协议签署之日起向丙方直接支付一份额外劳务报酬。

④合作期限

三方合作期限自本协议签署之日起至 2016 年 12 月 31 日；合作期满，如三方均无异议，本协议自动延续 5 年。

⑤限制性条款

无论协议期满自然终止或其他原因提前终止后，丙方同意：

A、自本协议终止之日起一年内不会以任何身份任何形式受聘于甲方、乙方以外在中国大陆境内可接被接收的电视媒体或有在中国大陆、香港、澳门或台湾等地经营的节目制作机构或与甲方及乙方的事务存在竞争关系的机构，或为其制作拍摄任何节目；

B、在上述的终止后的两年内不会在中国大陆、香港、澳门或台湾境内作访谈或大型观众互动类节目的主持人、策划人、制作人。

（2）公司与清口工作室的《壹周立波秀》合作协议

2011 年 8 月 30 日，公司（“甲方”）与清口工作室（“乙方”）签订《电视栏目<壹周立波秀>合作协议》。协议主要内容如下：

①合作事项

甲方为周立波担任主持人、主要出镜人的表演电视栏目的唯一制作机构；负责策划、制作、推广《壹周立波秀》栏目；乙方同意周立波出任《壹周立波秀》栏目的主持人、主要出镜人，为栏目提供创意，参与栏目制作，并对栏目制作提出指导性意见；周立波依照本协议书规定为能量传播提供合约服务为商业合作关系，能量传播与其不构成劳动聘用关系。

②版权及推广

本协议签署前及本协议合作期内《壹周立波秀》栏目的版权按本协议规定的办法

归甲方所有，甲方将被视为该栏目及全部素材资料唯一主要的著作权人，该栏目的版权和其他知识产权的分配和转让归属甲方所有;《壹周立波秀》栏目中周立波表演的内容的著作人身权仍由乙方/或周立波享有。

③录制补助

甲方将向乙方支付录制补助，具体数额每年年初由双方确定;《壹周立波秀》节目的电视发行、其他传播媒介发行、衍生制品制作发行的收入全部归甲方所有。

④合作期限

本协议的期限为 5 年，自 2011 年起计算，至 2015 年年底。

⑤限制性条款

在保证完成双方合作工作，以及遵守本协议相关约定的前提下，乙方有权安排周立波继续自由从事其他表演等各项工作；考虑到对栏目品牌的保护，在合作期间，周立波原则上不得从事其它电视台或电视制作公司的同类电视节目主持及主要出镜人工作，原则上不做为表演嘉宾参与与本栏目形式、内容相似的电视节目录制。

（3）公司与凤凰卫视的战略合作协议

2011 年 9 月 23 日，能量传播与凤凰卫视签订《凤凰卫视与北京能量影视战略合作协议书》，协议约定双方在电视节目制作、播出领域建立长期合作战略伙伴关系，实现优势互补，具体合作范围包括如下：①合作《鲁豫有约》栏目及类似栏目的制作和播出：能量传播使用凤凰卫视的主持人陈鲁豫制作《鲁豫有约》栏目，凤凰卫视向能量传播购买该节目在凤凰卫视的播映权及该栏目在中国内地以外地区的播映转让和衍生制品权；经协商一致后，双方可对凤凰卫视现有其它栏目采用上述同种方式进行合作，制作相应栏目。②委托制作纪录片和其它栏目节目：经双方协商一致，凤凰卫视可委托能量传播制作用于《凤凰大视野》、《皇牌大放送》等栏目的纪录片，以及于凤凰卫视其它电视栏目播放的节目，凤凰卫视向能量传播支付所有制作费用后将获得该节目的全部版权。③海外合作：由于凤凰卫视有意向中国内地以外地区不同电视平台提供中国内地制作的节目内容，双方同意合作制作此等节目，合作方式由双方届时另行协商。④广告、宣传等领域的合作：凤凰卫视主持人应据能量传播要求，参与双方合作制作的电视节目所附带的广告策划、宣传活动。

双方将根据不同节目、栏目制作需要投入不同资源，完成双方合作项目。双方在

投入上述资源时应按照市场运作原则协商进行计价。除本协议另有约定外，双方将根据不同节目、栏目所需拓展的市场情况及双方投入情况确定合作节目的版权归属。除非双方在具体节目合作协议上另有规定，原则上双方合作节目在中国内地市场的推广由能量传播进行，收益归能量传播所有，在中国内地以外市场的推广由凤凰卫视进行，收益归凤凰卫视所有。

双方同意并确认，本协议为双方之间在电视节目制作合作领域的整体性协议，双方若拟针对某一具体电视节目进行合作之时，双方可通过自行或下属子公司签署具体业务合作协议的形式进一步明确双方的权利义务关系；该等具体业务合作协议将作为本协议之不可分割的组成部分。若该等具体业务合作协议与本协议有分歧，以该等具体业务合作协议内容为准。本协议有效期为 15 年，具体节目的合作期限由具体合作协议确定。双方同意并确认，在协议有效期内，能量传播将被视为凤凰卫视重要的合作伙伴。

（4）公司与浙江卫视的战略合作协议

2012 年 4 月 3 日，能量传播与浙江卫视签订《战略合作协议》，双方约定：浙江卫视向能量传播购买《壹周立波秀》和《壹周立波秀之纪录片》电视播映权，播映权许可范围为中国（不含香港、澳门、台湾地区）上星（卫星）电视，授权期限为三年；能量传播同意协助浙江卫视参与浙江卫视制作的《中国梦想秀》的节目创意、制作，委派经验丰富的专业人员协助浙江卫视（节目中署名导演、制片），但能量传播不享有该节目的任何收益。如果浙江卫视和能量传播不再就《中国梦想秀》合作，则协议自动终止。

（5）公司与山西广播电视台的战略合作协议

2014 年 6 月 26 日，能量传播与山西广播电视台签订《战略合作框架协议》，双方约定建立战略合作伙伴关系，充分利用双方的资源和经验，探索高端电视纪录片、大型电视综艺栏目制作、播出的合作，探讨共同研发、制作、播出等多形式多层次的产业结合，共同推进高品质、高水准的电视节目，协议有效期 5 年。

（6）《鲁豫有约—说出你的故事》

2014 年 1 月 2 日，能量传播与安徽广播电视台签订《节目合作协议书》，双方约定：能量传播制作《鲁豫有约—说出你的故事》节目并于 2014 年 1 月 1 日起在安徽卫视晚

间时段（19:30-24:00 之间）播出，2014 年总购买集数不少于 156 集。合作期限一年，协议一年一签。节目播映权转让费每集基准价为 12.5 万元，考核奖惩后，最终的实际转让费最低不低于 9.5 万元每集，最高不超过 15.5 万元每集。在节目播映权转让费中按每期 3,000 元的额度专门用于此节目整体包装、日播宣传、节目策划等工作。

节目的创意权、名称权及版权为能量传播独有，安徽广播电视台拥有双方合作期内节目在中国大陆地区上星卫视中的独家唯一电视播出权；节目的音像制品、图书等衍生制品的发行权，以及在新媒体和多媒体领域的使用权，由能量传播负责开发，扣除合理成本后，双方协议分配。双方合作期满后，所有节目的版权归能量传播独家拥有。节目版权中国内地以外的行使权和收益权，归能量传播所有。

（7）《小崔说立波秀》

2013 年 10 月 14 日，能量传播与中央电视台财经频道签署《小崔说立波秀》节目合作协议，双方拟联合制作《小崔说立波秀》节目 40 期，其中 10 期节目样片已于 2012 年 10 月 10 日试播完毕。能量传播负责节目创意策划、拍摄制作、投资等工作，30 期正式节目在策划成熟后，结合主持人工作档期于 2014 年 12 月 31 日前制作完成。双方采用“能量传播投资并参与该节目特殊形式广告收益分成”的模式，10 期样片已播出但未独立结算，30 期正片制作完成实现广告收入后，进行统一的特殊形式广告收益分成。节目版权由双方共同拥有。

（8）《鲁豫的礼物》

2013 年 12 月 15 日，能量传播与海南海视旅游卫视传媒有限公司签署《合作协议》，双方约定：由能量传播负责策划和制作《鲁豫的礼物》，陈鲁豫担任主持人，共 12 期，在旅游卫视播出。节目名称及模式的版权归能量传播所有，旅游卫视拥有节目在中国大陆地区的首轮播映权，节目版权归双方共同所有。海南海视旅游卫视传媒有限公司支付能量传播制作费 1,500 万元。双方共同享有节目播出期间的专项广告经营权和专项广告经营收益，超出制作经费部分的广告收益由海南海视旅游卫视传媒有限公司和能量传播按照 7:3 的比例分配；传统媒体和新媒体的发行收益由双方共同享有共同行使，在扣除不超过收入 25%的发行成本后按照 5:5 的比例分配。

（9）《美丽俏佳人》

2014 年 1 月 3 日，能量传播与北京外企景鸿文化发展有限公司签署《合作协议》，

双方约定：经旅游卫视同意，北京外企景鸿文化发展有限公司将其享有的旅游卫视《美丽俏佳人》栏目截至 2015 年 12 月 31 日的栏目制作及广告经营等全部权益转让给能量传播，能量传播支付栏目合作费。能量传播负责栏目策划、制作，并拥有广告经营权，北京外企景鸿文化发展有限公司为能量传播提供广告代理服务。双方定期对广告植入情况进行决算，首次结算于 2014 年 6 月 30 日进行，以后每自然季度决算一次。

（10）《壹周立波秀》等栏目的信息网络传播权

2014 年 4 月 16 日，能量传播与飞狐信息技术（天津）有限公司签订《信息网络传播权之独占性许可协议》。双方约定：能量传播以独家方式授权飞狐信息技术（天津）有限公司使用 2014 年度《壹周立波秀》节目的正片及其所有相关花絮视频；该许可为全球独占性许可（特殊许可除外），自节目上线通知之日起三年；飞狐信息技术（天津）有限公司向能量传播支付保底版权费用 800 万元，该节目在 2014 年度的在线播出总流量达到约定标准后，版权费用分别上浮 40%、70%和 100%。

2014 年 4 月 1 日，能量传播、能量天津、安徽金海豚传媒有限责任公司、飞狐信息技术（天津）有限公司签订《信息网络传播权之独占性许可协议》。协议约定：能量传播、能量天津及安徽金海豚传媒有限责任公司以独家方式授权飞狐信息技术（天津）有限公司使用 2014 年度安徽卫视播出的《说出你的故事》、《超级演说家》第二季节目的正片及其所有相关花絮视频；该许可为全球独占性许可（特殊许可除外），自节目上线通知之日起三年；飞狐天津分两次向能量传播、能量天津支付版权保底费用共 625 万元，各节目在 2014 年度的在线播出总流量达到约定标准后，版权费用分别上浮 40%、70%和 100%。

（11）《壹周立波秀》

2014 年 5 月 7 日，能量传播与浙江广播电视集团签订《影视节目播映权许可合同书》，双方约定：能量传播将《壹周立波秀》2014 年“五一”季、2014 年“十一”季、2015 年“春节”季三季共计 19 期节目在中华人民共和国境内的专有独占性上星（卫星）电视播映权许可浙江广播电视集团所属浙江卫视播出，该节目播映权许可费每季 400 万元，共计 1,200 万元。

（12）“亚一珠宝”代言人合同

2014 年 6 月 2 日，能量传播与韩国艺人全智贤及其全球独家经纪公司㈜문화창고

签订《代言人合同》，合同约定：全智贤担任“亚一珠宝”品牌之珠宝首饰产品的形象代言人，为“亚一珠宝”品牌的珠宝首饰产品拍摄影视广告及两次平面广告，并出席两次企业活动，能量传播分三次向艺人全智贤的经纪公司㈜문화창고支付费用，影视广告及平面广告的使用期限自 2014 年 7 月 15 日至 2016 年 7 月 14 日止。

2014 年 6 月 4 日，能量传播与上海豫园黄金珠宝集团有限公司签订《代言人合同》。双方约定：全智贤担任“亚一珠宝”品牌之珠宝首饰产品的形象代言人，为“亚一珠宝”品牌的珠宝首饰产品拍摄影视广告及两次平面广告，并出席两次企业活动，影视广告及平面广告的使用期限自 2014 年 7 月 15 日至 2016 年 7 月 14 日止，上海豫园黄金珠宝集团有限公司分三次向能量传播支付费用。

（13）《传承者》

2014 年 6 月 17 日，能量传播与北京凤凰华甸文化艺术交流有限公司签订《节目合作协议书》，双方约定：北京凤凰华甸文化艺术交流有限公司委托能量传播完成一季 12 期《传承者》节目内容的完整模式研发，包括但不限于节目流程、赛制设计、整体规划，选手全国海选、评委选择、节目录制方案的设计与实施、后期制作方案等。公司与北京凤凰华甸文化艺术交流有限公司共同享有该节目模式的知识产权。北京凤凰华甸文化艺术交流有限公司向能量传播支付节目研发经费。

（14）《巨星的密室》

2014 年 7 月 10 日，能量传播与北京万象传媒广告有限公司签订《委托制作协议》，双方约定：北京万象传媒广告有限公司委托能量传播制作全明星益智游戏综艺节目《巨星的密室》（暂定名）12 期，拟于 2014 年 10 月起在浙江卫视播出。能量传播负责完成该节目的制作、邀约艺人和节目经营相关工作等并享有作为该节目承制方的署名权。北京万象传媒广告有限公司向能量传播支付制作费。

2、综合授信及借款合同

（1）2014 年 5 月 12 日，能量传播与北京银行股份有限公司中关村支行签订了编号为 0217487 的《综合授信合同》。根据该合同，最高授信额度为 100,000,000.00 元，每笔贷款的贷款期限最长不超过 12 个月。编号为 0147299 的《综合授信合同》项下已经发生但尚未结清的业务占用本合同下的授信额度。

（2）2013 年 9 月 25 日，能量传播与北京银行股份有限公司中关村支行签订了编号为 0180828 的《借款合同》。根据该合同，北京银行股份有限公司中关村支行为能量传播提供编号为 0147299 的《综合授信合同》项下贷款 9,800,000.00 元，贷款期限为自首次提款日起 1 年，贷款利率为以提款日同期基准利率为基础上浮 20%。

（3）2014 年 2 月 20 日，能量传播与北京银行股份有限公司中关村支行签订了编号为 0202834 的《借款合同》。根据该合同，北京银行股份有限公司中关村支行为能量传播提供编号为 0147299 的《综合授信合同》项下贷款 9,500,000.00 元，贷款期限为自首次提款日起 12 个月，贷款利率为以提款日同期基准利率为基础上浮 20%。

（4）2014 年 3 月 4 日，能量传播与北京银行股份有限公司中关村支行签订编号为 0202836 的《借款合同》。根据该合同，北京银行股份有限公司中关村支行为能量传播提供编号为 0147299 的《综合授信合同》项下贷款 9,500,000.00 元，贷款期限为自首次提款日起 12 个月，贷款利率为以提款日同期基准利率为基础上浮 20%。

（5）2014 年 5 月 16 日，能量传播与北京银行股份有限公司中关村支行签订编号为 0218273 的《借款合同》。根据该合同，北京银行股份有限公司中关村支行为能量传播提供编号为 0217487 的《综合授信合同》项下贷款 10,000,000.00 元，贷款期限为自首次提款日起 12 个月，贷款利率为以提款日同期基准利率为基础上浮 20%。

（6）2013 年 12 月 11 日，能量传播与杭州银行股份有限公司中关村支行签订了编号为 129C110201300345 的《借款合同》。根据该合同，杭州银行股份有限公司中关村支行为能量传播提供信用贷款 10,000,000.00 元，贷款期限自 2013 年 12 月 11 日至 2014 年 12 月 10 日，贷款利率为月利率 5.5002‰。

（7）2014 年 3 月 13 日，发行人与杭州银行股份有限公司中关村支行签订了编号为 129C110201400051 的《借款合同》。根据该合同，杭州银行股份有限公司中关村支行为能量传播提供信用贷款 10,000,000.00 元，贷款期限自 2014 年 3 月 13 日至 2015 年 3 月 12 日，贷款利率为月利率 5.5002‰。

（8）2014 年 7 月 15 日，能量传播与招商银行股份有限公司北京分行签订了编号为 2014 年万通授字第 016 号《授信协议》。根据该协议，能量传播在招商银行股份有限公司北京分行的授信额度为 3,000 万元，授信期间 12 个月。截至本招股说明书签署日，该项综合授信协议下，招商银行股份有限公司北京分行已为能量传播提供信用贷

款 9,140,000.00 元，贷款期限均为 12 个月，贷款利率为月利率 6.00‰。

（二）能量天津已签署、正在履行的重大合同

1、《快乐梦多多》续篇

2012 年 7 月 31 日，能量天津与瑞格嘉尚签订《委托协议书》，能量天津接受瑞格嘉尚委托，在制作瑞格嘉尚拥有知识产权的动画电视系列片项目《快乐梦多多》续篇中提供专项服务，包括项目筹备、剧本创作、前期美工、音乐创作、动画制作等服务内容。能量天津收取委托费 1,500 万元，按双方约定的具体付款方式，在完成具体委托工作内容时，收取相应委托费。能量天津向瑞格嘉尚支付 500 万元履约保证金。

2、《代号日全蚀》

2013 年 5 月 7 日，能量天津与东阳唐韵风华文化传播有限公司签署电视剧《姥姥的抗战》（更名为《代号日全蚀》）合作投资协议，双方约定：该剧投资总成本为人民币 6,000 万元，东阳唐韵风华文化传播有限公司与能量天津投资比例分别为 80%和 20%。该剧所有版权归双方共有，该剧及其衍生作品的发行收入由双方按照投资比例享有，该剧所有版权及其衍生作品权利待首轮、二轮发行完成后或 5 年后归东阳唐韵风华文化传播有限公司独家拥有。东阳唐韵风华文化传播有限公司负责该剧具体创作、制作、宣传、发行等工作，负责该剧的资金统筹使用、剧组资金账面管理；能量天津享有该剧运作、剧组资金使用情况等全部工作的监督权。

3、《马可波罗》

2013 年 3 月 31 日，能量天津与英国太阳影视公司签订摄制《马可波罗》纪录片的协议，双方约定：由英国太阳影视公司按照双方确认的拍摄计划完成拍摄内容并制作完成国际版及国际版中文配音版，能量天津在英国太阳影视公司拍摄完成的基础上根据需要另行补拍并制作完成能量版。节目制作总预算 1,388,409.00 英镑，双方制定详细的制作预算并明确各项预算的执行方，能量天津分五次支付英国太阳影视公司制作费，双方在本片编辑完成后进行决算。能量天津拥有该片所有版权和所有其他权利，享有能量版及国际版中文配音版在全球范围内自行授权其他人士播映制作发行衍生制品的全部收益，以及国际版在全球范围内发行权及所得收入的 85%；英国太阳影视公司享

有国际版在全球范围内发行权及所得收入的 15%作为代理费的权利。

4、《全球天才少年》

2014 年 3 月 8 日，能量天津与北京央图文化有限公司签订《<青春之最>节目模式策划与设计服务合同》(节目已更名为《全球天才少年》)，双方约定：能量天津委托北京央图文化有限公司进行《青春之最》节目的节目模式策划服务，包括参与节目流程设计方案、选手全球征集及培训服务、提供国际同类节目的场景、舞美设计方案并参与节目舞美方案与实施方案设计。北京央图文化有限公司应于 2014 年 8 月底前将全部工作成果提交能量天津，设计成果归能量天津所有，能量天津分两次向北京央图文化有限公司支付服务费 1,200 万元。

（三）能量影视已签署、正在履行的重大合同

1、《风云天地》

（1）能量影视与上海翡翠东方传播有限公司合作

2013 年 7 月 25 日，能量影视与上海翡翠东方传播有限公司签订合作拍摄电视剧《风云天地》的合同，双方联合出品并按照各 50%的比例投资。如超出预算由能量影视负责；如低于预算，剩余部分由双方按照各 50%比例分配。能量影视负责该剧集的统筹及制作以及在中国内地的立项、报批、审查、申请制作许可证及发行许可证及在中国内地的发行销售事宜。视每集收入扣除相关税费的情况，扣除 15%发行费用后，能量影视按照 60%~100%的比例分账，上海翡翠东方传播有限公司按照 40%~0%的比例分账。能量影视保证上海翡翠东方传播有限公司收益合计不少于 2,200 万元，差额由能量影视支付。该剧集的中国大陆地区版权属能量影视，中国大陆以外地区版权属上海翡翠东方传播有限公司或其指定的关联公司，剧本著作权归双方共同拥有。

（2）能量影视与上海优创影视文化有限公司合作

2013 年 7 月 30 日，能量影视与上海优创影视文化有限公司签署合作拍摄电视剧《风云天地》的合同，制作预算为 4,400 万元，其中，上海优创影视文化有限公司投资 880 万元，占全部投资的 20%。上海优创影视文化有限公司分五期将制作费汇入能量影视的剧组账户。如超出预算，能量影视和上海优创影视文化有限公司分别按 60%、40%

承担；如低于预算，剩余部分投资款按投资比例（20%）返还上海优创影视文化有限公司。能量影视负责该剧集的统筹及制作以及在中国内地的立项、报批、审查、申请制作许可证及发行许可证及在中国内地的发行销售事宜。视每集收入扣除相关税费的情况，扣除 15%发行费用后，上海优创影视文化有限公司按照 24%~40%的比例分账。

双方同意该剧集的中国大陆地区版权属双方完全拥有；中国大陆以外地区版权按能量影视与上海翡翠东方传播有限公司签署《合作拍摄电视剧合同》相关约定执行。

（3）能量影视委托上海优创影视文化有限公司制作

2013 年 7 月 30 日，能量影视与上海优创影视文化有限公司签署《委托服务合同》，合同约定由能量影视委托上海优创影视文化有限公司提供电视连续剧《风云天地》前期筹备、境内拍摄制作服务，能量影视派出代表担任执行制片人以监督和控制整体拍摄质量和进度，向上海优创影视文化有限公司支付服务费。

2、《爷们儿》

（1）能量影视与慈文传媒集团股份有限公司的合作

2013 年 12 月 9 日，能量影视与慈文传媒集团股份有限公司签署电视剧《爷们儿》联合投资拍摄协议，能量影视作为该剧的执行制片方，负责该剧的制作、发行以及政府立项和送审工作。该剧暂定 40 集，慈文传媒集团股份有限公司投资金额占该剧投资总额的 20%，制作费用超支由能量影视承担，扣除 15%的发行费用后，慈文传媒集团股份有限公司按照 20%的比例享有该剧的发行收益、版权及相关衍生权利。

（2）能量影视与天视卫星传媒股份有限公司的合作

2013 年 12 月 31 日，能量影视与天视卫星传媒股份有限公司签署电视剧《爷们儿》联合投资拍摄协议，能量影视作为该剧的执行制片方，负责该剧的制作、发行以及政府立项和送审工作。天视卫星传媒股份有限公司投资金额占该剧投资总额的 10%，制作费用超支由能量影视承担；扣除发行费用及双方认可的制作成本后，天视卫星传媒股份有限公司按照 10%的比例享有该剧的发行收益及版权获取的各种收益。天视卫星传媒股份有限公司优先享有该剧首轮黄金档上星权或首轮非黄金档上星权。

（3）能量影视与吉林鸿普影视文化有限公司的合作

2014 年 2 月 1 日，能量影视与吉林鸿普影视文化有限公司签订《合作拍摄电视剧

合同》，双方约定：能量影视作为《爷们儿》执行制片方，负责该剧的制作、发行等工作。该剧暂定 40 集，吉林鸿普影视文化有限公司对该剧进行投资，能量影视应于 2014 年 12 月 31 日前根据鸿普影视的实际投资额和实际投资时间，按照 15%的年收益率支付投资收益。

（4）向陕西广播电视台销售播映权

2014 年 8 月 18 日，能量影视与陕西广播电视台签订《电视节目播映权许可使用合同书》，双方约定：能量影视许可陕西广播电视台享有《爷们儿》首轮黄金档上星播映权和陕西省电视播映及发行权，许可期为上星之日起二年，陕西广播电视台分三次支付节目费。

（5）向天视卫星传媒股份有限公司销售播映权

2014 年 8 月 25 日，能量影视与天视卫星传媒股份有限公司签订《电视剧播映权许可合同书》，双方约定：能量影视许可天视卫星传媒股份有限公司享有《爷们儿》全国范围内首轮黄金档上星播映权和在天津电视台的播映权利，许可期为上星之日起三年，根据索福瑞媒介研究 35 城收视数据考核确定单集节目费用，天视卫星传媒股份有限公司分三次支付节目费。

（6）信息网络传播权独占专有许可

2014 年 8 月 15 日，能量影视与华视网聚（常州）文化传媒有限公司签订《信息网络传播权独占专有许可使用协议》，双方约定：华视网聚（常州）文化传媒有限公司获得电视剧《爷们儿》的信息网络传播权的独占专有使用权及转授权权利，授权期限为首轮卫视首集首播日起六年，华视网聚（常州）文化传媒有限公司分三次支付许可使用费。

（四）能量慧明已签署、正在履行的重大合同

截至本招股说明书签署日，能量慧明不存在正在履行的重大合同。

二、对外担保的有关情况

报告期内，公司无对外担保的情况。

三、诉讼与仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人未涉及任何诉讼或仲裁事项；公司的控股子公司未涉及任何诉讼或仲裁事项；公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均未涉及作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

公司控股股东、实际控制人最近三年内不存在重大违法行为。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员未涉及任何刑事诉讼。

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事和高级管理人员声明

发行人全体董事、监事和高级管理人员承诺本招股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、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签字：

唐　建　　郭志成　　樊庆元

陈鲁豫　　金兆鑫　　程乐平

丁俊杰　　梁振文　　殷建军

全体监事签字：

王　霁　　李　平　　蔡晓青

全体高级管理人员签字：

郭志成　　樊庆元　　奚　巍　　戴志维

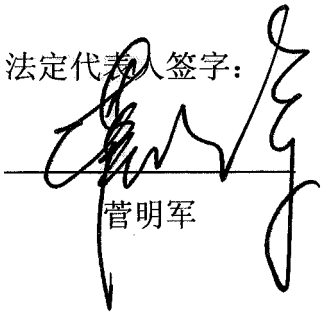
北京能量影视传播股份有限公司

2016年8月30日

二、保荐人（主承销商）声明

本保荐人已对招股说明书进行了核查，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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

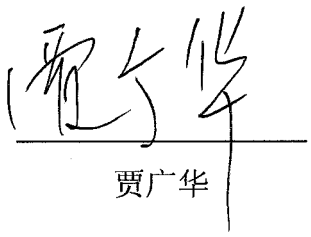
法定代表人签字：



菅明军

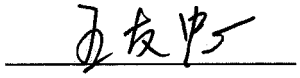
保荐代表人签字：

于迎涛



贾广华

项目协办人签字：



王友忠

中原证券股份有限公司

2014年8月30日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办律师签字：

蔡启孝　　邢冬梅

律师事务所负责人：

李东明

北京大成律师事务所

2014年8月29日

四、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：

韩秋科 张利萍 朱耀军

会计师事务所负责人：

张增刚

中喜会计师事务所（特殊普通合伙）

2014年8月30日

五、承担验资业务的机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：

韩秋科　　张利萍

会计师事务所负责人：

张增刚

中喜会计师事务所（特殊普通合伙）

2014年8月5日

六、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：

毛善冬　　彭玉华

资产评估机构负责人：

吕建国

北京天通资产评估有限责任公司

2010年8月30日

注：本声明中所指的资产评估报告指原北京中京林资产评估有限责任公司于 2004 年 9 月 30 日出具的中京林评字[2004]第 012 号《资产评估报告》。2005 年 7 月，北京中京林资产评估有限责任公司更名为北京天通资产评估有限责任公司，故本资产评估机构声明由北京天通资产评估有限责任公司出具。

第十三节 附件

本招股说明书相关附件已依照相关规定在指定网站上披露，具体附件如下：

（一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告

（二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及公司董事、监事、高级管理人员的确认意见；

（三）公司控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

（四）财务报表及审计报告；

（五）内部控制鉴证报告；

（六）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（七）法律意见书及律师工作报告；

（八）公司章程（草案）；

（九）中国证监会核准本次发行的文件；

（十）其它与本次发行有关的重要文件。

投资者可以在公司证券部和保荐人处查阅本招股说明书的备查文件，查阅时间为周一至周五，上午 9:00-下午 5:00。备查文件并会在深圳证券交易所指定披露网站（www.cninfo.com.cn）上披露。