
業 務

概覽

關於我們

我們是中國文娛相關IP行業的市場領導者。我們在IP創造及運營方面豐富的專業知識讓我們能夠持續創造優質文娛IP並將我們的經驗應用於其他IP相關領域。根據弗若斯特沙利文報告，按2020年收入計，我們是中國最大綜藝節目IP創造商及運營商，市場份額為2.0%。我們亦擁有及運營龐大的中國電影IP庫，也是中國音樂IP創造商及運營商。我們已建成承載豐富IP資源的生態系統，可以利用我們的原創及娛樂內容吸引觀眾。在為人們的日常生活帶去歡樂的同時，我們已累積海量忠實觀眾群，為我們的多元化IP相關業務夯實基礎。

我們擁有一批類型多樣且範圍廣泛的熱門綜藝節目IP，包括明星歌唱類節目、舞蹈類綜藝節目、才藝類綜藝節目、脫口秀、戶外／文化類綜藝節目及其他綜藝節目。根據弗若斯特沙利文報告，我們是為數不多的能夠在各種主要節目類型中創造及運營重磅綜藝節目IP的公司。我們堅信優質內容應觸及熱點話題、觸及民生並觸及心靈深處，這使得我們能夠製作出既具有娛樂性又充滿正能量的綜藝節目。我們的綜藝節目反映當代社會文化環境，內容真實並能夠引起廣大觀眾的共鳴。我們堅持最高運營標準，並致力於建立一個以卓越運營及社會責任為基礎的團隊。

我們的成就

按2020年收入計，我們是中國最大的綜藝節目IP創造商及運營商，市場份額為2.0%。2012年，我們推出中國最受歡迎的歌唱比賽節目之一《中國好聲音》。根據弗若斯特沙利文報告，播出十季後，《中國好聲音》創下中國季播持續時間最長的綜藝節目的記錄。我們亦創造及運營其他長期以來受歡迎的綜藝節目IP（如《蒙面唱將猜猜猜》、《中國好歌曲》及《出彩中國人》）。我們與中國三大網絡視頻平台之一優酷合作，共同製作網絡舞蹈比賽節目《這！就是街舞》。根據弗若斯特沙利文報告，該節目在2018年上線後一炮而紅，同年總播放量超過17億次，位居舞蹈類綜藝節目排行榜榜首。我們亦製作其他類型的節目，如2020年播放的文化類綜藝節目《了不起的長城》，根據弗若斯特沙利文報告，其收視率在同檔期所有電視綜藝節目中位居第三。

業 務

我們是中國音樂IP創造商及運營商。截至2021年12月31日，我們的音樂庫有8,522個IP，包括在我們的明星歌唱類節目創作期間製作的3,546個現場音樂錄音、我們為簽約藝人製作的3,016首歌曲以及1,960首歌詞及音樂作品。我們音樂庫的內容廣泛及類型多樣表明我們有持續創造廣受歡迎的音樂IP的實力。

我們擁有並運營龐大的中國電影IP庫。我們認為，我們豐富的IP運營經驗將極大助力我們在電影及劇集製作領域的發展。截至2021年12月31日，我們擁有757部過去幾十年在香港製作的廣受歡迎的中國電影，其中包括許多經典作品，如《猛龍過江》、《精武門》、《倩女幽魂》及《胭脂扣》。我們擁有我們所有電影IP的回放權，以及部分電影IP的翻錄權和翻拍權，且我們正尋找機會以創新方式呈現我們的電影IP，例如，根據現有故事情節創造新的電影IP。此外，在2020年10月，我們的劇集《閱讀課》拍攝殺青，乃為我們的首次劇集製作。

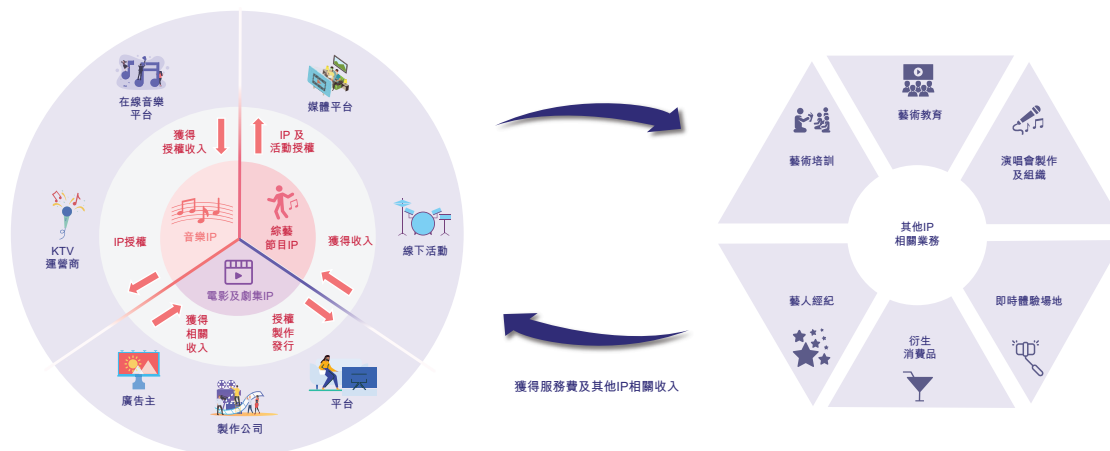
我們以IP為中心的生態系統已成為觀眾生活中不可或缺的一部分，為其帶來「在播、在線、在場」的精彩文娛體驗。

我們已創作、擁有及運營的文娛IP憑藉各類傳播渠道觸及廣大觀眾。截至2021年12月31日，我們與中國五大衛星電視媒體平台中的四大衛視、中國三大網絡視頻平台及中國兩大在線音樂平台密切合作，在全球範圍內發行我們的IP內容。根據弗若斯特沙利文報告，於往績記錄期間，我們一批綜藝節目在同一時間段的首播收視率一直位居前三名。

我們運營我們的專有移動應用程序「中國好聲音」以及微信小程序「綜巴車」，為我們的觀眾提供具有吸引力的社交網絡平台。截至2021年12月31日，「中國好聲音」應用程序擁有超過1,134,000名註冊用戶，而「綜巴車」小程序擁有超過68,000名註冊用戶。

我們亦擴大我們在與IP有關的各種業務中的影響力，使我們能夠進一步與數以億計的觀眾互動，成為其生活中愉快的一部分。我們安排我們的簽約藝人參加各種演唱會、巡演及個人演出，觀眾可藉此機會與我們的簽約藝人進行互動。透過我們的藝術教育及培訓，人們可以提升其歌唱、舞蹈及其他表演技能。此外，我們將我們的文娛IP授權予衍生消費品品牌及即時體驗場地，令觀眾可購買配套商品，並獲取美妙的現場文娛體驗。

業 務



我們的收入由2019年的人民幣1,806.6百萬元減少至2020年的人民幣1,559.9百萬元，並於2021年減少至人民幣1,126.7百萬元。我們於2019年、2020年及2021年的淨溢利／(虧損)分別為人民幣380.2百萬元，人民幣(27.8)百萬元及人民幣(351.7)百萬元。我們於2019年、2020年及2021年分別錄得經調整淨溢利／(虧損)（非國際財務報告準則計量）人民幣406.2百萬元、人民幣(0.3)百萬元及人民幣(304.3)百萬元。有關我們的淨溢利／(虧損)與經調整淨溢利／(虧損)的對賬，請參閱「財務資料－主要損益表項目說明－非國際財務報告準則計量」。

集團使命

創造文娛IP、點亮美好生活。

我們的優勢

我們相信，以下競爭優勢有助於我們的成功，並使我們自競爭對手中脫穎而出：

中國領先的文娛IP創造商、擁有人及運營商

根據弗若斯特沙利文報告，按往績記錄期間創造的綜藝節目IP數量計，我們是中國最大的綜藝節目IP創造商及運營商，市場份額為2.0%（按2020年收入計）。此外，我們是中國音樂IP創造商及運營商，並擁有龐大的中國電影IP庫。按2020年的收入計，我們是中國領先的綜藝節目、音樂、電影及劇集IP的創造商及運營商。

業 務

由於我們洞悉觀眾喜好持續變化，加上我們對於瞬息萬變的行業擁有深入理解，我們憑藉多元化及廣泛的文娛IP選擇引領中國文娛行業潮流。我們不懈追求原創，自2016年以來一直是我們所有綜藝節目IP的創造商。

- **綜藝節目IP**。我們是中國為數不多有能力製作及運營超大型綜藝節目的公司。我們持續推出平均收視率在1%或以上的大型綜藝節目IP。於往績記錄期間，我們共製作及推出30檔綜藝節目，累計共292集。根據弗若斯特沙利文報告，在我們於2019年及2020年製作的20個節目中，其中5檔在各自時段的綜藝節目中按收視率計，可入圍十大國內綜藝節目。於2012年，我們製作了《中國好聲音》綜藝節目，不僅是中國開創性的音樂比賽節目，亦是中國季播綜藝節目創下季數最多節目的記錄保持者。於2018年，我們製作超級熱門的《這！就是街舞》，為中國第一檔原創的網絡舞蹈類綜藝節目，總播放數超過17億。
- **音樂IP**。我們是中國領先的音樂IP創造商及運營商之一。依靠強大的音樂IP製作及運營能力，我們製作各種音樂類型的歌曲，我們的目標是持續創作能夠走紅的歌曲。在創作歌唱比賽節目過程中，我們根據現場表演製作高質量的音樂IP。我們每年亦為簽約藝人製作大量的熱門原創歌曲及音樂視頻。截至2021年12月31日，我們的音樂庫包含8,522個可授權的音樂IP，包括在我們的綜藝節目製作過程中製作的音樂唱片、我們為簽約藝人製作的單曲及專輯以及歌詞及音樂作品。
- **電影及劇集IP**。截至2021年12月31日，我們擁有龐大的中國電影IP庫，其中收錄757部幾乎涵蓋過去數十年在香港製作的所有最受歡迎的電影。我們擁有我們所有電影IP的回放權，以及部分電影IP的翻錄權和翻拍權。此外，我們在2020年10月完成了劇集《閱讀課》的拍攝，乃為我們拍攝的首部原創劇集，且我們計劃未來製作更多的劇集及電影，以進一步擴大及豐富我們的原創IP庫。

我們相信，我們在創建文娛IP方面的行業專長及領先地位，加上中國及全球文娛業的快速發展，將使我們能夠在文娛業價值鏈中扮演關鍵角色。我們堅定不移地致力於不斷創作優質內容，努力創造以年輕一代為中心、引領潮流和國際化的文娛IP。我們亦擴大各種IP相關業務的業務版圖，以進一步發展我們的文娛IP生態系統及繼續引領市場。

業 務

強大的IP創造能力

我們一直是中國文娛IP創造領域的先驅。持續創造受歡迎的優質內容的能力是我們的核心能力，對於增強我們的市場實力及提升商業價值而言至關重要。根據弗若斯特沙利文報告，於往績記錄期間，按播放時段的收視率計，我們的許多綜藝節目躋身中國五大電視媒體平台中其中四家黃金時段最受歡迎的節目，且在中國三大網絡視頻平台上積累的播放量極高。

我們已建立標準化及高效的文娛IP創造流程，涵蓋概念制定、製作、營銷、推廣、許可及播放。該等標準化流程使我們能夠以具有成本效益的方式創作優質內容，並將我們的內容創作從音樂類和舞蹈類綜藝節目等主要類別擴展至脫口秀、戶外／文化類綜藝節目及其他流行類型的綜藝節目。於往績記錄期間，我們持續製作綜藝節目，根據弗若斯特沙利文報告，按其各自播放時段的收視率計，該等綜藝節目在音樂類及舞蹈類綜藝節目領域排名前五，包括《中國好聲音2019》、《中國好聲音2020》、《追光吧！哥哥》、《了不起的長城》、《中國達人秀2019》及《新舞林大會》。

我們的內容製作及運營團隊以及人才資源是我們IP創造及營運的主要推動因素，其構成我們的核心競爭力。

- **內容製作及運營團隊。**我們的內容製作及運營團隊由250多名專業人士組成。憑藉利於創新的工作場所、卓越的企業文化及行之有效的激勵計劃，我們已培養及激勵許多有影響力的導演，如金磊先生、徐向東先生、陸偉先生、沈寧女士、吳群達先生、章驪先生及陳滌先生。金磊先生導演的節目包括《中國好聲音》及《追光吧！哥哥》。徐向東先生導演的節目包括《蒙面唱將猜猜猜》及《舞林爭霸》。陸偉先生導演的節目包括《這！就是街舞》及《出彩中國人》。我們的導演在綜藝節目行業擁有數十年工作經驗，因在製作及營運超大型綜藝節目方面擁有豐富的專業知識而享負盛名。有關我們導演團隊的詳情，請參閱「－我們的業務－綜藝節目IP運營及授權－內容製作及營運團隊－導演團隊」。
- **人才資源。**我們與許多傑出的表演藝人（參加過我們的明星歌唱類節目）訂立藝人經紀協議。我們邀請他們參與我們的綜藝節目及音樂IP製作以及其他IP相關業務。截至2021年12月31日，我們與150多名表演藝人建立合作關係，包括（按英文字母順序排列）陳冰女士、希林娜依•高女士、黃霄雲女士、蔣敦豪先生、李琦先生、那吾克熱•玉素甫江先生、劉雪婧女士、潘虹

業 務

女士、蘇運瑩女士、旦增尼瑪先生、伍珂玥女士、邢晗銘女士、于梓貝女士、紮西平措先生及張磊先生。此外，經過多年的積累，我們已創建廣泛的人才發掘及推薦網絡，物色可以在我們的綜藝節目中出演的新人才。該網絡覆蓋世界多個國家及地區，是我們尋找及培養具有巨大潛力藝人的重要渠道。

受益於高效IP運營，文娛生態系統充滿活力

憑藉我們強大的IP運營能力，我們能夠在各類IP資源之間有效實現協同效應，進一步延伸我們的IP價值鏈。通過將我們的IP業務擴展至涵蓋多個泛文娛業務分部，我們已構建一個多層次的文娛IP生態系統。

- **綜藝節目及音樂IP運營。**截至2021年12月31日，我們製作3,546個與我們的綜藝節目有關的音樂IP，並為我們的簽約藝人製作3,016個音樂IP。我們將我們的音樂作品授權予騰訊音樂娛樂和網易雲音樂等在線音樂及音頻娛樂平台、媒體公司及卡拉OK運營商。通過我們多年來建立的廣泛人才發掘網絡，我們在物色及招攬華語樂壇新血方面享有戰略優勢，且我們通過《中國好歌曲》綜藝節目進一步推動詞曲作者的培養及發展。我們通過大力開展音樂節及演唱會等線下音樂活動及打造大型華語流行樂音樂製作平台，推廣我們的簽約藝人。
- **電影及劇集製作及IP運營。**我們已與國內外媒體平台合作，例如，領先的網絡視頻平台字節跳動，播放我們電影IP庫的電影。此外，我們於2020年完成首部原創劇集《閱讀課》的拍攝。憑藉我們的電影IP庫以及我們在內容製作方面的能力，我們的戰略定位為擴大我們在電影及劇集IP運營及授權領域的版圖。
- **藝人經紀。**通過我們的比賽節目，我們成功物色一大批有才華的表演藝人。我們的藝人經紀團隊與各種企業客戶、廣告代理及媒體平台保持密切聯繫，並與我們的簽約藝人合作，安排演唱會、巡演、個人演出及客戶的代言活動，以提升他們的職業前景。根據弗若斯特沙利文報告，截至2021年12月31日，我們擁有中國所有綜藝節目IP運營公司中最大的簽約藝人人庫之一，簽約藝人人數超過150人。

業 務

- **演唱會製作及組織。**憑藉我們在活動策劃方面的豐富專業知識及簽約藝人的龐大陣容，我們已創建演唱會組織及製作業務，並已為眾多客戶提供服務，包括著名的在線音樂平台及廣告代理。
- **藝術教育及培訓。**在我們領先的歌舞比賽節目品牌及與優秀表演藝術家合作的基礎上，我們與上海視覺藝術學院合作，提供流行音樂及街舞的本科課程。截至2021年12月31日，我們的藝術教育課程招收了224名學生。除本科課程外，我們亦向公眾提供在線及線下的音樂及舞蹈培訓課程。
- **移動應用程序及微信小程序。**為向觀眾提供一個身臨其境的互動平台，我們開發並推出移動應用程序「中國好聲音」及小程序「綜巴車」。透過廣泛的社交功能，用戶可收取有關我們最新綜藝節目的最新消息，並參與在線歌唱比賽，以及對其他用戶的歌唱表演進行評論及點贊。
- **衍生消費品。**我們積極尋求將我們的文娛IP授權予國內外多領域的各種品牌，包括化妝品、食品飲料、服裝及時尚用品等領域。我們亦聘請第三方供應商生產以我們的文娛IP為中心的服裝及時尚產品，並於「綜巴車」小程序及天貓等線上零售平台上銷售。
- **即時體驗場地。**憑藉我們優質的IP資源及強大的品牌效應，我們利用專注於IP授權的輕資產模式，進軍即時體驗場地業務。我們獲得上海松江一幅地塊的土地使用權，我們計劃在該處興建「松江星空綜藝影視製作基地」及相關即時體驗場地。有關我們的松江星空綜藝影視製作基地的更多詳情，請參閱「－我們的業務－其他IP相關業務－即時體驗場地」。

專注於IP推廣的多元化分銷渠道

我們已建立多種渠道，以推廣我們的IP及接觸廣泛的觀眾。基於我們與主要衛星電視媒體平台及網絡視頻平台的長期合作關係以及自營分銷渠道，我們為觀眾提供全面且廣泛的內容獲取渠道。根據弗若斯特沙利文報告，按往績記錄期間中國綜藝節目播放次數計，我們與中國五大衛星電視媒體平台中的四大衛視及中國三大網絡視頻平台合作，使我們成為所有文娛IP運營商中分銷網絡最廣泛的運營商之一。於2020年，

業 務

我們創作《追光吧！哥哥》，該節目成為首個同時在中國三大網絡視頻平台之一的優酷及中國五大衛星電視媒體平台之一的東方衛視推出的綜藝節目，創下中國綜藝節目市場的又一記錄。

- **電視媒體平台。**我們對各大電視媒體平台的業務需求及品牌形象進行了廣泛的市場調研，並與領先的電視媒體平台建立密切的合作關係。我們為領先的電視媒體平台製作綜藝節目，包括CCTV1的《出彩中國人》及《了不起的挑戰》、CCTV3的《中國好歌曲》、CCTV6的《來吧！灰姑娘》、浙江衛視的《中國好聲音》和《同一堂課》、江蘇衛視的《蒙面唱將猜猜猜》、《蒙面舞王》、《點讚！達人秀》及《了不起的沙發》以及東方衛視的《中國達人秀》及《金星秀》，均獲得很高收視率。根據弗若斯特沙利文報告，其中《中國好聲音2019》及《中國達人秀2019》的平均收視率分別為1.75%及1.3%，使該等節目成為相關年度的熱播節目。
- **網絡視頻平台。**互聯網用戶可在包括優酷、愛奇藝及騰訊視頻等領先的網絡視頻平台輕易搜索到我們的綜藝節目IP。我們最初與優酷合作，共同創造高人氣綜藝節目IP《這！就是街舞2018》。此後，我們繼續與優酷合作，並製作《這！就是街舞2019》、《這！就是原創》及《爆款來了》。我們亦與騰訊視頻合作製作《即刻電音》，並參與製作於愛奇藝發佈的《唱給世界聽》及《出發吧，師傅！》。以上合作讓我們得以構建涵蓋主要網絡視頻平台的分銷網絡。在該等節目中，《這！就是街舞2018》的總播放量為17億次，而《這！就是街舞2019》的豆瓣網（豆瓣網是一家中國領先的社交網絡服務網站，因其電影和綜藝節目評論數據庫而聞名）評分高達8.7分（總分10分）。《這！就是街舞》人氣依然火爆，《這！就是街舞2020》共有六部續集。此外，我們與領先的短視頻平台合作推出自身的頻道，以期提高我們在互聯網用戶中的影響力。
- **自營分銷渠道。**我們積極建立自營分銷渠道，擴大觀眾範圍，例如我們的「中國好聲音」應用程序及「綜巴車」小程序。該等程序讓我們能夠直接與觀眾互動，並且正在發展成為面向用戶的社交媒體平台。

業 務

龐大而忠誠的觀眾群，深受我們熱門IP吸引

憑藉我們強大的IP運營能力及多元化的分銷渠道，我們的優質文娛IP已吸引大量具有牢固忠誠度的觀眾群。按播放時段收視率計，《中國好聲音》連續九年排名第一，為其積累大量熱情忠誠的觀眾。憑藉2018年在中國所有互聯網舞蹈類綜藝節目中收獲最高播放量，《這！就是街舞》已建立忠誠的觀眾群，尤其是在年輕一代當中。

我們能夠透過在線及線下的各種渠道與觀眾進行頻繁、高效及實時的溝通和互動。例如，於往績記錄期間，與《中國好聲音》綜藝節目有關的線下文娛活動吸引全球多個國家及地區的眾多熱情觀眾參與。截至2021年12月31日，「中國好聲音」應用程序擁有約1,134,000名註冊用戶，彼等可以在小程序上面參與線上歌唱比賽、對其歌唱技能進行在線評估以及進行在線藝術培訓課程。

我們已覆蓋文娛IP創造及運營的整個價值鏈，使我們的文娛IP生態系統具有較高互動性、關聯性及參與度。我們通過各種渠道物色及推廣新人才，包括提供藝術培訓及教育、與新興藝人簽約，以及為新人提供在線平台，在「中國好聲音」應用程序中展示其聲樂技能。該等渠道讓用戶之間進行頻繁互動，並吸引藝人註冊「中國好聲音」應用程序及進行在線現場表演。

文娛IP的全球佈局

近年來，隨着中國市場的發展，全球娛樂業穩定增長。根據弗若斯特沙利文報告，2020年全球娛樂業市場規模達3,346億美元，且預期2025年將達到4,828億美元，2020年至2025年的複合年增長率為7.6%。我們相信，憑藉我們的全球視野及透過IP授權實現的國際佈局，我們已準備就緒，能夠把握全球娛樂業的市場增長。

我們將綜藝節目的IP授權予海外內容製作公司。透過授權網絡，我們的綜藝節目可以在眾多國家，包括中國、美國、加拿大、新加坡、馬來西亞及卡塔爾呈現。我們亦通過授權節目形式，將由我們製作的原創綜藝節目《中國好歌曲》的節目形式授權予越南的一家內容製作公司，這是中國原創綜藝節目首次在海外市場進行授權。於往績記錄期間，我們的綜藝節目榮獲多項國際獎項及提名。例如，《這！就是街舞2018》獲得第23屆亞洲電視大獎最佳導演獎、最佳編劇獎及最佳剪輯獎提名。我們製作的另一部原創綜藝節目《同一堂課2019》獲得新加坡資訊通信媒體發展局頒發的最佳兒童節目

業 務

獎。《這！就是原創》榮獲2019年亞洲學院創意獎「最佳導演（中國）獎」。此外，《即刻電音》在2018年於法國舉行的「WISDOM in CHINA」推介會上被推介，證實中國創造的原創綜藝節目IP的魅力。

我們亦通過由我們的關聯實體星空傳媒運營的三大頻道STAR Chinese Channel、STAR International Channel及Channel V（所有該等頻道均於海外市場擁有廣泛知名度及廣泛影響力）實現全球覆蓋，該等頻道向東南亞及北美觀眾提供優質內容。作為華語樂壇公認的音樂大獎節目，Channel V一年一度的《全球華語音樂榜中榜》已經連續舉辦20年，且我們有權無限期舉辦。

富有遠見及經驗豐富的管理團隊

受益於田明先生所領導的管理團隊的見解及專長，我們成為中國文娛業的開拓者。我們的管理團隊見證了中國文化及娛樂行業在過去30年的蓬勃發展，並將繼續引領中國文娛IP的製作及運營趨勢。

我們的董事長田明先生在本行業擁有近30年的經驗。他曾擔任上海東方之星文化發展有限公司高級管理人員、上海文廣新聞傳媒集團副總經理、東方衛視運營總監兼總經理。彼於製作優質節目、高效管理團隊及整合行業資源方面擁有豐富的經驗。在田明先生的領導下，我們充滿激情及專業的內容創作團隊高度協作，致力於創造優質的文娛IP。我們富有遠見的管理團隊將繼續指導我們應對瞬息萬變的行業趨勢、制定增長戰略、把握市場機遇及實現可持續發展。

我們的高級行政人員平均擁有30年相關行業經驗：金磊先生、徐向東先生、陸偉先生、沈寧女士、吳群達先生、章驪先生及陳滌先生於文娛IP創作方面表現出色；曹志高先生於文娛IP的運營及營利方面擁有豐富經驗。王艷女士於財務管理及企業管理方面擁有豐富經驗。彼等對大眾文化及娛樂趨勢、開發IP價值鏈、捕捉創意機會以接觸更多受眾的洞察力，使我們能夠持續創造熱門IP並保持行業領先地位。

業 務

我們的策略

我們計劃繼續保持市場領先地位，並擴大業務範圍。為實現我們的目標，我們計劃實施以下策略：

進一步加強我們的IP創作及運營能力

我們將加強我們於綜藝節目IP創作領域的市場領先地位，並繼續擴大我們的音樂IP庫及電影IP庫。我們計劃進一步提升我們在綜藝節目、音樂、電影及劇集領域的內容製作能力。我們還將豐富我們IP的類型及主題，並探索通過合作及併購來擴大我們的IP儲備。

於我們已建立的文娛IP產業價值鏈的基礎上，我們將進一步探索創新的文娛IP運營方式。我們計劃繼續投資於藝術教育及培訓、即時體驗場地及衍生消費品領域，為觀眾提供優質服務及產品。

進一步擴大我們的受眾範圍及品牌影響力，並增強我們的變現能力

我們將繼續於各個業務領域建立傳播渠道以觸達更多觀眾。我們將增加與我們合作的電視媒體平台、網絡視頻平台及音樂服務提供商的數目。我們亦計劃豐富我們的傳播渠道，並通過以IP為中心的體驗館、電子音樂中心及街舞中心等提供現場體驗。我們將繼續深化與各類發行平台的合作，並在IP的製作、運營和發行方面實現協同效應。我們將提供更好的用戶體驗，並增加我們的觀眾群的規模及黏性，以吸引企業贊助商和廣告公司，並增強我們的變現能力。

借助全球文娛產業的發展，我們計劃進一步提升我們的文娛IP在全球市場的影響力和價值。我們將加大力度在海外文娛市場招募內容製作專業人士，並吸引全球有才華的藝人加入我們的內容製作流程。我們將繼續通過將我們的節目IP授權予海外內容製作公司及從事其他IP相關業務的公司於海外推廣我們的原創內容，並將我們的優質文娛IP變現。

業 務

透過併購進一步擴大我們的業務

我們將密切關注並持續評估與我們的業務相輔相成且符合我們策略的優質併購目標，包括可提高IP營運能力的藝術培訓機構、以IP為中心的體驗館、營銷及推廣公司、即時體驗場地及衍生消費品公司。通過併購，我們可以有效整合文娛價值鏈上下游的優質產業資源，並進一步加速本公司擴張。

繼續吸引人才並建設團隊

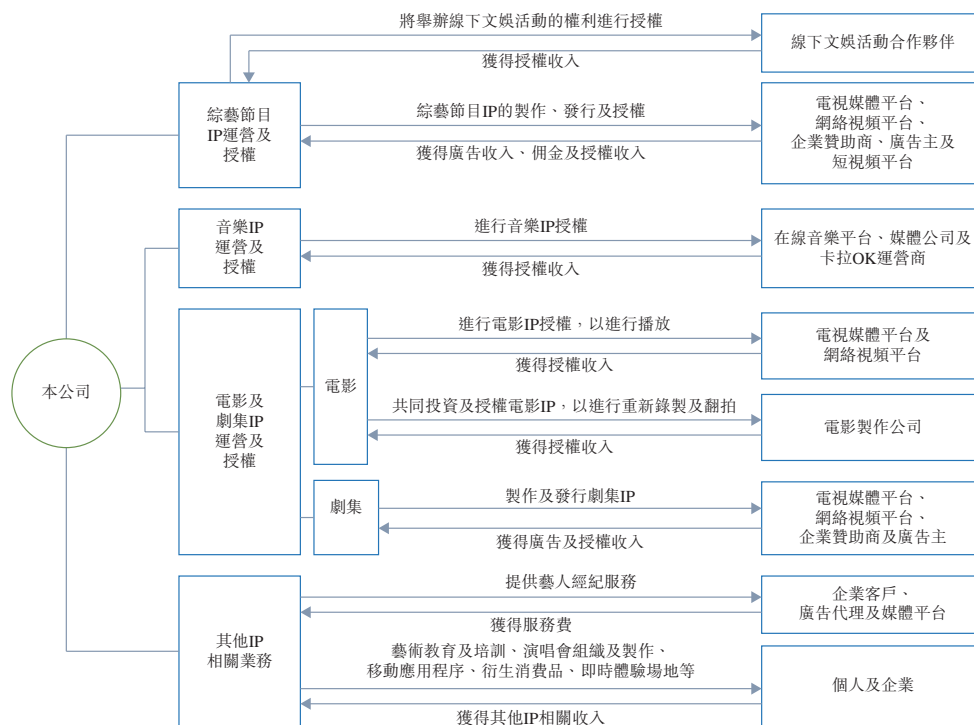
人才是我們保持市場領先地位的關鍵因素。我們為僱員提供良好的培訓機會以及極具競爭力的薪酬及激勵計劃。我們將進一步完善人才獲取及保留制度，以吸引IP製作、運營及管理領域的頂尖人才，促進我們團隊持續提升及增強本公司的長期業務前景。

我們的業務

按2020年收入計，我們為中國綜藝節目、音樂、電影及劇集IP的領先創造商及運營商，能夠提供全方位的文娛IP以及其他IP相關產品及服務。得益於我們綜藝節目的成功，我們一直在不斷擴大對其他泛文娛類別的投資，並沿着文娛價值鏈拓展我們的業務。在我們完全整合的文娛生態系統的基礎上，我們致力透過每次互動滿足我們客戶及觀眾的需求，並超越其期望。

利用我們的優質行業資源及市場領先地位，我們已建立一個以文娛IP為中心的商業模式，並從多個來源獲得收入。我們為電視媒體平台及網絡視頻平台製作綜藝節目，以收入分成、佣金以及授出綜藝節目播放權及舉辦線下文娛活動權利的授權費的形式產生收入。我們亦將我們為綜藝節目及簽約藝人製作的歌曲及專輯授權予領先的在線音樂平台、媒體公司及卡拉OK運營商。為進一步擴大我們的收入來源，我們將我們的電影IP授權予國內外媒體平台，並首次完成了劇集製作和發行。為進一步利用我們的IP資源，我們提供一系列IP相關產品及服務，如藝人經紀、演唱會組織及製作、藝術教育及培訓、移動應用程序、衍生消費品及即時體驗場地。下文說明我們的業務模式。

業 務



下表載列於所示年度按業務線劃分的收入、毛利及毛利率明細。

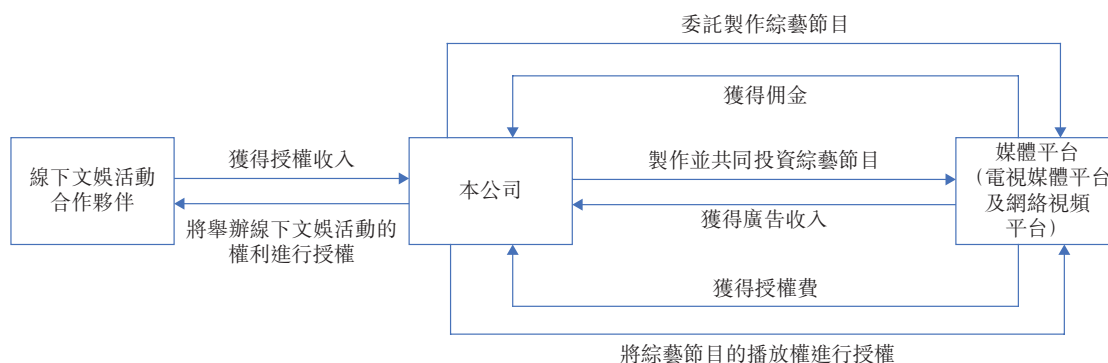
	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	金額	佔收入百分比	金額	佔收入百分比	金額	佔收入百分比
(人民幣百萬元，百分比除外)						
收入						
綜藝節目IP運營及授權						
授權	1,340.5	74.2%	1,090.1	69.9%	879.5	78.0%
音樂IP運營及授權	239.1	13.2%	217.3	13.9%	118.3	10.5%
電影及劇集IP						
運營及授權	115.0	6.4%	174.2	11.2%	86.4	7.7%
其他IP相關業務	112.0	6.2%	78.3	5.0%	42.5	3.8%
總收入	1,806.6	100.0%	1,559.9	100.0%	1,126.7	100.0%

業 務

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
	(人民幣百萬元，百分比除外)		
毛利			
綜藝節目IP運營及授權	369.5	203.8	116.2
音樂IP運營及授權	201.9	182.8	85.3
電影及劇集IP運營及授權	80.9	157.5	56.0
其他IP相關業務	52.6	43.3	16.8
總毛利	704.9	587.4	274.3
毛利率	39.0%	37.7%	24.3%
綜藝節目IP運營及授權	27.6%	18.7%	13.2%
音樂IP運營及授權	84.4%	84.1%	72.1%
電影及劇集IP運營及授權	70.3%	90.4%	64.8%
其他IP相關業務	47.0%	55.3%	39.5%

綜藝節目IP運營及授權

我們於各種媒體平台（包括主要電視媒體平台及網絡視頻平台）上創作及發行綜藝節目。在收入分成模式下，我們與媒體平台製作及共同投資綜藝節目，並與平台共享廣告銷售。在委託製作模式下，媒體平台委聘我們製作綜藝節目並支付固定佣金。我們透過向媒體平台授予綜藝節目的播放權及授出與我們的綜藝節目有關的舉辦線下文娛活動的權利產生額外收入（收取授權費）。以下為有關我們綜藝節目IP運營及授權的說明。



業 務

下表載列於所示年度按合作模式劃分的綜藝節目IP運營及授權所產生的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(人民幣百萬元，百分比除外)					
收入分成模式	1,137.5	84.9%	665.8	61.1%	704.7	80.1%
委託製作模式	203.0	15.2%	424.3	38.9%	174.8	19.9%
總計	1,340.5	100.0%	1,090.1	100.0%	879.5	100.0%

下表載列於所示年度按合作模式劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
	(人民幣百萬元，百分比除外)		
毛利⁽¹⁾			
收入分成模式	323.4	113.9	95.0
委託製作模式	64.0	108.5	39.4
總毛利⁽¹⁾	387.4	222.4	134.4
毛利率⁽¹⁾	28.9%	20.4%	15.3%
收入分成模式	28.4%	17.1%	13.5%
委託製作模式	31.5%	25.6%	22.5%

附註：

- (1). 由於以股權結算的股份獎勵開支無法分配至特定的合作模式，因此此表中的毛利及毛利率之計算不包括銷售成本中以股權結算的股份獎勵開支。

業 務

下表載列於所示年度我們自綜藝節目IP運營及授權獲得的收入明細、按節目劃分的毛利及毛利率明細，以及每年收入貢獻排名前五的綜藝節目導演。

截至2019年12月31日止年度

		佔綜藝節目 IP運營及 授權產生的 總收入的			
序號	節目名稱	收入	百分比	毛利 ⁽¹⁾	毛利率 ⁽¹⁾
(人民幣百萬元，百分比除外)					
1.	《中國好聲音2019》 ⁽²⁾	490.5	36.6%	228.8	46.6%
2.	《這！就是街舞2019》 ⁽⁴⁾	184.0	13.7%	38.2	20.8%
3.	《中國達人秀2019》 ⁽³⁾	182.9	13.6%	35.7	19.5%
4.	《這！就是原創》 ⁽⁵⁾	140.3	10.5%	18.3	13.0%
5.	《蒙面唱將猜猜猜2019》 ⁽⁶⁾	132.8	9.9%	17.9	13.5%
6.	《一起樂隊吧》	70.1	5.2%	26.6	37.9%
7.	《了不起的長城》 ⁽⁷⁾	34.6	2.6%	—	—
8.	其他 ⁽⁸⁾	105.3	7.9%	21.9	20.8%
總計		1,340.5	100.0%	387.4	28.9%

附註：

- (1). 由於以股權結算的股份獎勵開支無法分配至特定節目中，因此此表中的毛利及毛利率之計算不包括銷售成本中以股權結算的股份獎勵開支。
- (2). 由金磊先生、吳群達先生、陳滌先生及鄭益先生導演。
- (3). 由章驪先生導演。
- (4). 由陸偉先生導演。
- (5). 由吳群達先生導演。
- (6). 由徐向東先生及王晨辰先生導演。
- (7). 指我們於2019年就在2020年播出的該綜藝節目確認的收入的一部分。
- (8). 指除我們的主要節目之外的綜藝節目，包括非按季播出的綜藝節目、我們僅參與後期製作的綜藝節目以及其收入低於有關節目開播年度我們通過綜藝節目IP運營及授權產生的總收入的2%的綜藝節目。

業 務

截至2020年12月31日止年度

		佔綜藝節目 IP運營及 授權產生的 總收入的			
序號	節目名稱	收入	百分比	毛利 ⁽¹⁾	毛利率 ⁽¹⁾
(人民幣百萬元，百分比除外)					
1.	《中國好聲音2020》 ⁽²⁾	324.5	29.8%	54.4	16.8%
2.	《這！就是街舞2020》 ⁽³⁾	210.5	19.3%	58.0	27.6%
3.	《了不起的長城》 ⁽⁴⁾	158.2	14.5%	29.1	18.4%
4.	《蒙面舞王2020》 ⁽⁵⁾	80.1	7.3%	19.2	24.0%
5.	《爆款來了2020》 ⁽⁶⁾	76.9	7.1%	35.6	46.3%
6.	《蒙面唱將猜猜猜2020》	65.1	6.0%	1.2	1.8%
7.	《街頭音浪2020》	54.7	5.0%	16.6	30.3%
8.	《跨界歌王2020》	41.5	3.8%	6.3	15.2%
9.	《出發吧，師傅！》	23.5	2.2%	0.2	0.9%
10.	其他 ⁽⁷⁾	55.1	5.0%	1.8	3.3%
總計		1,090.1	100.0%	222.4	20.4%

附註：

- (1). 由於以股權結算的股份獎勵開支無法分配至特定節目中，因此此表中的毛利及毛利率之計算不包括銷售成本中以股權結算的股份獎勵開支。
- (2). 由金磊先生、沈寧女士、吳群達先生及鄭益先生導演。
- (3). 由陸偉先生導演。
- (4). 由陳滌先生及鄭益先生導演。
- (5). 由徐向東先生及王晨辰先生導演。
- (6). 由陸偉先生導演。
- (7). 指除我們的主要節目之外的綜藝節目，包括非按季播出的綜藝節目、我們僅參與後期製作的綜藝節目以及其收入低於有關節目開播年度我們通過綜藝節目IP運營及授權產生的總收入的2%的綜藝節目。

業 務

截至2021年12月31日止年度

		佔綜藝節目 IP運營及 授權產生的 總收入的			
序號	節目名稱	收入	百分比	毛利 ⁽¹⁾	毛利率 ⁽¹⁾
(人民幣百萬元，百分比除外)					
1.	《中國好聲音2021》 ⁽²⁾	251.6	28.6%	5.6	2.2%
2.	《這！就是街舞2021》 ⁽³⁾	239.1	27.2%	83.5	34.9%
3.	《點讚！達人秀》 ⁽⁴⁾	110.3	12.5%	2.0	1.8%
4.	《蒙面舞王2021》 ⁽⁵⁾	79.9	9.1%	9.8	12.3%
5.	《追光吧！2021》 ⁽⁶⁾	68.4	7.8%	13.7	20.0%
6.	《中國潮音》	52.7	6.0%	8.9	16.9%
7.	《蒙面唱將猜猜猜2020》	23.8	2.7%	1.5	6.3%
8.	其他 ⁽⁷⁾	53.7	6.1%	9.4	17.5%
總計		879.5	100.0%	134.4	15.3%

附註：

- (1). 由於以股權結算的股份獎勵開支無法分配至特定節目中，因此此表中的毛利及毛利率之計算不包括銷售成本中以股權結算的股份獎勵開支。
- (2). 由金磊先生、沈寧女士及鄭益先生導演。
- (3). 由陸偉先生導演。
- (4). 由章驪先生及陳滌先生導演。
- (5). 由徐向東先生及王晨辰先生導演。
- (6). 由陸偉先生及章驪先生導演。
- (7). 指除我們的主要節目之外的綜藝節目，包括非按季播出的綜藝節目、我們僅參與後期製作的綜藝節目以及其收入低於有關節目開播年度我們通過綜藝節目IP運營及授權產生的總收入的2%的綜藝節目。

業 務

下表載列所示年度我們自綜藝節目IP運營及授權獲得的收入明細（按媒體平台劃分）。

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	金額	%	金額	%	金額	%
(人民幣百萬元，百分比除外)						
廣告銷售	948.2	70.7%	571.4	52.4%	604.5	68.7%
電視媒體平台	638.8	47.6%	367.5	33.7%	255.7	29.1%
網絡視頻平台	309.4	23.1%	203.0	18.6%	348.9	39.6%
其他 ⁽¹⁾	—	—	0.9	0.1%	—	—
委託製作節目	203.0	15.1%	424.3	38.9%	174.8	19.9%
電視媒體平台	43.1	3.2%	198.8	18.2%	0.8	0.1%
網絡視頻平台	151.4	11.3%	222.4	20.4%	171.5	19.5%
其他 ⁽¹⁾	8.5	0.6%	3.1	0.3%	2.5	0.3%
授權廣播權	121.0	9.0%	69.9	6.4%	52.1	5.9%
電視媒體平台	4.1	0.3%	2.1	0.2%	3.3	0.4%
網絡視頻平台	116.9	8.7%	67.8	6.2%	48.8	5.5%
授權線下文娛活動	68.3	5.1%	24.5	2.3%	48.1	5.5%
總計	<u>1,340.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,090.1</u>	<u>100.0%</u>	<u>879.5</u>	<u>100.0%</u>

附註：

(1) 包括除電視媒體平台及網絡視頻平台以外的客戶。

業 務

自成立以來，我們已創作出77個涵蓋眾多類別的綜藝節目IP。我們的音樂類及舞蹈類綜藝節目深受國內外觀眾的喜愛，如《中國好聲音》及《這！就是街舞》。我們創作的眾多綜藝節目均為同類節目中的首創，如中國首個以作曲人為主角的音樂比賽節目《中國好歌曲》。我們亦製作才藝類綜藝節目、戶外／文化類綜藝節目及脫口秀，如《金星秀》及《苗阜秀》。

節目組合及主要節目描述

我們於2012年率先製作出《中國好聲音》，該節目播出後深受觀眾歡迎。根據弗若斯特沙利文報告，《中國好聲音》連續九年於其時段內位居電視收視率第一，是中國文娛行業的開創性綜藝節目。自播出以來，《中國好聲音》吸引眾多觀眾，成為持續備受歡迎的多季綜藝節目的成功案例。

我們在《中國好聲音》成功的基礎上再接再厲，將資源集中於創作及運營明星歌唱類節目、舞蹈類綜藝節目及才藝類綜藝節目，此舉集中體現我們的創造力及行業經驗。此外，我們的業務涵蓋其他節目類型，包括脫口秀和戶外／文化類綜藝節目，並製作出多檔火爆節目。下表載列我們於往績記錄期間所播放綜藝節目的主要數據。

節目組合

類型	節目	形式	頻率	主要播放平台
明星歌唱類節目				
1.	《這！就是原創》	作曲人的音樂比賽節目	季播	優酷
2.	《唱給世界聽》	推廣中國音樂的戶外節目	季播	愛奇藝
3.	《中國好聲音2019》	歌手音樂比賽節目	季播	浙江衛視
4.	《蒙面唱將猜猜猜2019》	競猜歌手比賽	季播	江蘇衛視
5.	《一起樂隊吧》	樂隊的音樂比賽節目	季播	優酷
6.	《跨界歌王2020》	非專業歌手音樂比賽節目	季播	北京衛視

業 務

類型	節目	形式	頻率	主要播放平台
7.	《中國好聲音2020》	歌手音樂比賽節目	季播	浙江衛視
8.	《街頭音浪2020》	城市旅遊音樂節目	季播	優酷
9.	《蒙面唱將猜猜猜2020》	競猜歌手比賽	季播	江蘇衛視
10.	《中國好聲音2021》	歌手音樂比賽節目	季播	浙江衛視
11.	《中國潮音》	以流行音樂為特色的 音樂比賽節目	季播	優酷
舞蹈類綜藝節目				
12.	《這！就是街舞2019》	街舞比賽節目	季播	優酷
13.	《師父！我要跳舞了2020》	兒童舞蹈類綜藝節目	季播	優酷
14.	《這！就是街舞2020》	街舞比賽節目	季播	優酷
15.	《蒙面舞王2020》	競猜舞者比賽	季播	江蘇衛視
16.	《師父！我要跳舞了2021》	兒童舞蹈類綜藝節目	季播	優酷
17.	《這！就是街舞2021》	街舞比賽節目	季播	優酷
18.	《蒙面舞王2021》	競猜舞者比賽	季播	抖音及江蘇衛視
才藝類綜藝節目				
19.	《追光吧！哥哥2020》	表演藝人才藝類綜藝節目	季播	優酷及東方衛視
20.	《中國達人秀2019》	才藝類綜藝節目	季播	東方衛視

業 務

類型	節目	形式	頻率	主要播放平台
21.	《出發吧，師傅！》	出租車司機才藝類綜藝節目	季播	愛奇藝
22.	《點讚！達人秀》	才藝類綜藝節目	季播	抖音及江蘇衛視
23.	《追光吧！2021》	以表演藝人為特色的 才藝類綜藝節目	季播	優酷及東方衛視
脫口秀				
24.	《有一說一2021第一季》	戶外脫口秀	季播	西瓜視頻
25.	《有一說一2021第二季》	戶外脫口秀	季播	西瓜視頻
26.	《嘴強王者》	以電子競技為特色的吐槽類 脫口秀	次播	騰訊視頻
戶外／文化類綜藝節目				
27.	《了不起的長城》	戶外文化知識體驗節目	季播	北京衛視
28.	《同一堂課2019》	鼓勵青少年發現中國古典文 學魅力的文化體驗節目	季播	浙江衛視
其他綜藝節目				
29.	《爆款來了2019》	電商比賽節目	季播	優酷
30.	《爆款來了2020》	電商比賽節目	季播	優酷

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無任何重大終止或虧損節目。

業 務

主要節目描述

以下為我們於往績記錄期間製作的綜藝節目精選清單描述，該清單涵蓋所有五種節目類型，並包括我們於往績記錄期間的所有主要節目。

《中國好聲音》



《中國好聲音》是我們製作的首檔歌唱比賽節目。該系列以音樂偶像作為導師團，選擇參賽隊伍，參賽者通常為充滿熱情的音樂愛好者，多為自學成才。導師將指導其團隊完成每輪對戰及比賽，確保其團隊贏得比賽。《中國好聲音》自2012年首播以來即取得全國性成功，並於全球範圍內產生影響。

《中國好聲音》能夠取得現象級成功乃取決於多方面因素：由於我們為參賽者提供向全國觀眾展現其真正風采的機會，因此，《中國好聲音》已成為有才華的歌手追求表演事業的首選平台。我們以各行各業的普通人為特色，呈現參賽者的表演及生活故事，從而輕鬆引起觀眾的共鳴。此外，多年以來，我們已建立廣泛而高效的人才發掘網絡，以幫助我們不斷物色新銳藝人作為參賽者參與節目。《中國好聲音》因其經久不衰的受歡迎程度及成功的往績記錄獲選為自2013年以來僅有的四檔獲准於電視媒體平台黃金時段播出的音樂比賽節目之一。

於《中國好聲音》上線後，該節目已於中國五大衛星電視媒體平台之一的浙江衛視播出十季。《中國好聲音》第一季收官時獲得龐大的觀眾群，收視率高達3.08%。隨後幾季繼續取得成功，自2012年至2021年連續十年佔據同時段平均收視率首位。根據

業 務

弗若斯特沙利文報告，於2019年、2020年及2021年的平均收視率分別為1.75%、2.52%及2.32%。於往績記錄期間，我們於收入分成模式下製作了《中國好聲音》節目。

相比之下，根據弗若斯特沙利文報告，其他製作公司製作的三檔同類型綜藝節目於2019年的平均收視率分別為1.87%、0.74%及0.91%，及於2020年的平均收視率分別為2.17%、2.02%及0.94%。

《蒙面唱將猜猜猜》



《蒙面唱將猜猜猜》是我們製作的另一檔極為成功的明星歌唱類節目。從頭到腳喬裝的表演者將表演二重唱、三重奏或合唱，而一組名人試圖猜測表演者的身份。該節目由於兼具音樂表演與猜謎遊戲的刺激性而極具娛樂性。為了進一步增加驚喜元素，我們邀請擁有各種不同背景的人士，包括歌手、男女演員、運動員、企業家及社交媒體網紅進行表演。由於觀眾僅看到表演者的主要身份，彼等通常着迷於發現表演者隱藏的歌唱技巧。事實上，《蒙面唱將猜猜猜》同時為業餘愛好者及專業人士提供一個開放的舞台，吸引各行各業人士參與節目，從而進一步提高其知名度。

自2016年首播以來，我們已製作五季《蒙面唱將猜猜猜》，於中國五大衛星電視媒體平台之一的江蘇衛視播出。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年及2020年，其平均收視率分別為1.20%及1.45%，於其兩季時段的平均收視率方面均排名第二。於往績記錄期間，我們於收入分成模式下製作了《蒙面唱將猜猜猜》節目。

相比之下，根據弗若斯特沙利文報告，其他製作公司製作的三檔同類型綜藝節目於2019年的平均收視率分別為1.87%、0.74%及0.91%，及於2020年的平均收視率分別為2.17%、2.02%及0.94%。

業 務

《這！就是原創》



《這！就是原創》是一檔原創音樂人音樂比賽節目，旨在展示中國音樂的最新趨勢及原創音樂人的才華。《這！就是原創》由三位知名音樂人領銜，為新生代原創音樂人向全國觀眾展示彼等的原創歌曲提供寶貴機會。演出期間演奏的音樂作品涵蓋流行、古典及嘻哈等廣泛的音樂元素。

《這！就是原創》於2019年在中國領先的網絡視頻平台之一優酷上播放。我們於收入分成模式下製作了《這！就是原創》。

業 務

《一起樂隊吧》



《一起樂隊吧》為一檔樂隊音樂比賽節目。75名年輕音樂人組成樂隊，在四位知名音樂家的帶領下相互競爭。《一起樂隊吧》旨在呈現樂隊發展趨勢，為中國音樂界挖掘新銳人才並推廣受年輕一代推崇的樂隊。《一起樂隊吧》通過展現75名熱愛樂隊文化，尋找志同道合的朋友和同事的參賽者的旅程，展現彼等對音樂及樂隊的熱情及熱愛。

《一起樂隊吧》於2019年在中國領先的網絡視頻平台之一優酷上播放。我們於委託製作模式下製作了《一起樂隊吧》。

業 務

《街頭音浪》



《街頭音浪》為一檔音樂表演與城市觀光元素相結合的明星歌唱類節目。多位音樂家乘坐麵包車前往中國上海、成都、西安、合肥、哈爾濱及青島六座城市，尋找有才華的音樂人，為當地社區演出。《街頭音浪》呈現一段美妙的旅程，觀眾既可欣賞音樂新秀的表演，享受美麗的城市景色，亦可感受歌手與當地社區的互動。

《街頭音浪》於2020年在中國領先的網絡視頻平台之一優酷上播放。我們於委託製作模式下製作了《街頭音浪》。

業 務

《跨界歌王2020》



《跨界歌王2020》為一檔非專業歌手音樂比賽節目。該節目邀請不同背景的參賽者，如男演員、女演員及網絡紅人。參賽者須在節目製作過程中接受強化訓練，並在觀眾面前表演及相互競爭。

《跨界歌王2020》在中國五大衛星電視媒體平台之一的北京衛視播出。根據弗若斯特沙利文報告，該節目於2020年的平均收視率為1.02%，在該時段的平均收視率方面排名第五。於往績記錄期間，我們於委託製作模式下製作了《跨界歌王2020》。《跨界歌王》是北京衛視自2016年至2020年連播五季的系列綜藝節目，而我們僅製作其最新一季《跨界歌王2020》。

相比之下，根據弗若斯特沙利文報告，其他製作公司製作的三檔同類型綜藝節目於2020年的平均收視率分別為2.17%、2.02%及0.94%。

業 務

《中國潮音》



《中國潮音》為一檔流行音樂類音樂比賽節目，具有鮮明的中國元素。《中國潮音》邀請各類音樂人表演電子、流行、說唱及搖滾等多種流派的音樂，並將其與民俗及中國戲曲等中國傳統音樂元素相結合。參賽者在五位知名音樂家的帶領下角逐冠軍。

《中國潮音》於2021年在中國領先的網絡視頻平台之一優酷上播放。我們於委託製作模式下製作了《中國潮音》。

業 務

《這！就是街舞》



《這！就是街舞》為舞蹈比賽節目，由四位隊長及其各自的四組街頭舞者團隊組成。節目通過不同風格、技巧和影響的舞蹈比賽，經多輪淘汰賽選出獲勝者。《這！就是街舞》舞台歡迎來自各行各業、個性各異及風格迥異的選手，從老派到新派嘻哈，從都市編舞到鎖舞(locking)，從芭蕾舞到甩舞(waacking)。年輕一代與老一代街頭舞者齊聚一堂，創作和表演若干最複雜的作品。頂流明星擔任隊長並發揮他們的影響力和舞蹈技巧，該節目有助於將街舞推向主流。

《這！就是街舞2018》是我們製作的首檔互聯網綜藝節目並於2018年春季在中國領先的網絡視頻平台之一優酷上播放。根據弗若斯特沙利文報告，該節目於2018年累計有17億次的瀏覽量。

於往績記錄期間，我們於收入分成模式下製作了《這！就是街舞》節目。

業 務

《蒙面舞王》



《蒙面舞王》為一檔匯集知名演員、歌手及社交媒體網紅共同參與舞蹈表演的舞蹈類綜藝節目。參與者將穿着戲服在觀眾面前表演以隱藏他們的身份。由知名舞者、歌手、演員及觀眾組成的評審團將共同猜出表演者的身份。《蒙面舞王》具有很強的娛樂性，因為表演者將表演各種各樣的不同舞蹈，而觀眾為確定表演者身份進行的投票為節目增添了額外的樂趣。觀眾常對知名演員隱藏的舞蹈技巧感興趣，而知名演員通常珍惜嘗試不同風格的機會，並與觀眾建立更密切的聯繫。

自2020年首播以來，《蒙面舞王》於中國五大衛星電視媒體平台之一江蘇衛視播出。自推出以來，其吸引眾多知名表演藝人參與該節目，並吸引大量忠實觀眾。根據弗若斯特沙利文報告，其平均收視率為0.86%，於其時段的平均收視率方面排名第三。於往績記錄期間，我們於收入分成模式下製作了《蒙面舞王》節目。

相比之下，根據弗若斯特沙利文報告，其他製作公司製作的兩檔同類型綜藝節目於2020年的平均收視率分別為1.36%及0.34%。

業 務

《追光吧！哥哥》



《追光吧！哥哥》是由21名男性表演藝術家組成的才藝類綜藝節目。該節目遵循才藝類綜藝節目的一般模式，但不同的是，參與者已是知名藝人或「哥哥」。於三個月內，21位「哥哥」將進行練習並在舞台上向觀眾表演各種演唱及舞蹈技巧。節目旨在展示「哥哥」尋求職業突破的勇氣和毅力。

自2020年首播以來，《追光吧！哥哥》已在社交媒體平台引起廣泛關注及熱烈討論。該節目在東方衛視和優酷播出，成為史上首檔在電視媒體平台和網絡視頻平台同時開播的綜藝節目。自2020年以來，我們已製作兩季《追光吧！哥哥》。於往績記錄期間，我們於委託製作模式下製作了《追光吧！哥哥》節目。

業 務

《中國達人秀》



《中國達人秀》為一檔以各年齡階段的各種表演為特色，爭奪決賽表演機會的才藝類綜藝節目。參賽者在由四位評委組成的評審團面前表演，評委由著名演員、歌手、運動員和電視主持人以及現場觀眾組成。評委與觀眾共同投票決定參賽者是否有機會進入下一輪。《中國達人秀》以其極具包容性的形式吸引了大量忠實觀眾。該節目並無最低或最高年齡限制，並歡迎各流派，包括無分類的流派，登台表演。該節目得到觀眾的喜愛是因為該節目頌揚普通人的美麗及才華：無論參賽者做什麼，只要做得好，就有機會站在聚光燈下，在全國觀眾面前自豪地表演。

自2012年以來，我們已製作兩季《中國達人秀》，於東方衛視播出。根據弗若斯特沙利文報告，該節目在其收視率方面一直位居同時段所有綜藝節目前五，並在2019年排名第三。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，其平均收視率為1.3%，於其時段的平均收視率方面排名第三。於往績記錄期間，我們於收入分成模式下製作了《中國達人秀》節目。

相比之下，根據弗若斯特沙利文報告，其他製作公司製作的兩檔同類型綜藝節目於2019年的平均收視率分別為0.58%及0.77%。

業 務

《出發吧，師傅！》



《出發吧，師傅！》是一檔專為出租車司機製作的才藝節目。該節目邀請四位評委，包括歌手、舞蹈家、單口相聲演員及電視節目主持人，對參賽者的表演進行點評。《出發吧，師傅！》為出租車司機提供施展才華及分享人生故事的舞台。觀眾可以欣賞每位參賽者的表演及感受彼等故事中激動人心的時刻。

《出發吧，師傅！》在中國領先的網絡視頻平台之一愛奇藝上播放。我們於委託製作模式下製作了《出發吧，師傅！》。

業 務

《點贊！達人秀》



《點贊！達人秀》為一檔邀請各界人才參與及角逐的才藝秀節目。該節目擁有四位評委，包括知名歌手、男演員、女演員及電視節目主持人，彼等對參賽者的表演進行點評。《點贊！達人秀》旨在為普通人在全國觀眾面前展現彼等的才華及講述彼等的勵志人生故事提供機會。

《點贊！達人秀》於2021年在中國領先的短視頻平台之一抖音上播放，並同時在中國五大衛星電視媒體平台之一的江蘇衛視播出。我們於收入分成模式下製作了《點贊！達人秀》。

業 務

《同一堂課》



《同一堂課》是一檔以中國文化和小學生為主的文化類綜藝節目。節目邀請作家、演員、歌手、學者、企業家及運動員等各種背景及不同職業的文化人物向小學生教授語文課。老師將從其自身角度解讀所教文章背後的故事，並通過唱歌、表演、講故事、旅行、重演歷史等不同方式與學生一起探索文化根源。

自2018年以來，我們已製作兩季《同一課堂》，於中國五大衛星電視媒體平台之一浙江衛視播出。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，其平均收視率為0.25%，於其時段的平均收視率方面排名第六。於往績記錄期間，我們於收入分成模式下製作了《同一堂課》節目。

業 務

《了不起的長城》



《了不起的長城》是一檔以中國長城為中心的文化類綜藝節目。由演員、歌手、喜劇演員和電視節目主持人組成的七位名人以「長城磚員」的身份加入該節目，組成了「長城研學團」。他們的任務是遊覽長城的歷史與當今，並了解其背後的故事。「長城磚員」接受體力及腦力測試。旅途中，「長城磚員」頻繁地接受關於長城歷史的測試，回答錯誤者將面臨一系列有趣的懲罰。節目將長城的歷史與對名人的測試與懲罰的樂趣相結合，令其既具教育性，又富娛樂性。

根據弗若斯特沙利文報告，自2020年開播以來，《了不起的長城》在同時段所有電視綜藝節目中收視率排名第三。《了不起的長城》在中國領先的電視媒體平台北京衛視播出，自播出以來引起廣泛討論並吸引大批忠實觀眾。根據弗若斯特沙利文報告，於2020年，其平均收視率為1.16%，於其時段的平均收視率方面排名第三。於往績記錄期間，我們於委託製作模式下製作了《了不起的長城》節目。

相比之下，根據弗若斯特沙利文報告，其他製作公司製作的三檔同類型綜藝節目於2020年的平均收視率分別為1.01%、0.91%及1.84%。

業 務

《有一說一》



《有一說一》是一檔脫口秀節目，每集會有知名人士作為脫口秀主持人與路人進行對話。與傳統脫口秀不同，《有一說一》在戶外拍攝，比如咖啡館及公園等。每集的脫口秀主持人會與觀眾就社會熱點話題進行討論，偶爾進行辯論。《有一說一》自2021年開播以來，憑藉創新的節目形式、精心挑選的脫口秀主持人和話題，迅速走紅。

《有一說一》於2021年在字節跳動旗下中國領先的網絡視頻平台西瓜視頻首次亮相。於往績記錄期間，我們於委託製作模式下製作了《有一說一》節目。

《爆款來了》



《爆款來了》為一檔電商綜藝節目，一部分為綜藝秀，另一部分為信息廣告。該節目邀請來自不同背景的人，如歌手、電視節目主持人和社交媒體網紅作為星推官，向觀眾介紹選定的產品。評審團將為他們的團隊選擇星推官，並帶領他們的團隊成員通過多輪比賽測試他們推廣產品的能力。

自2019年以來，我們已製作兩季《爆款來了》，於優酷播出，作為綜藝節目與電商結合的成功嘗試。

業 務

於往績記錄期間，我們根據委託製作模式製作了《爆款來了》節目。

節目儲備

我們的節目儲備將持續備受歡迎的現有多季綜藝節目與新綜藝節目相結合。下表載列於2022年推出的2個綜藝節目及將予推出的12個綜藝節目。

類型	節目	形式	頻率	播出時間／ 預計播出 時間	主要播放平台／ 計劃主要 播放平台	合作模式
明星歌唱類 節目						
1.	節目A	以電子音樂為特色的 明星歌唱類節目	季播	2022年第二季度 或以後	頂級網絡視頻 平台	收入分成模式
2.	節目B	以歌手為特色的明星 歌唱類節目	季播	2022年第二季度 或以後	頂級網絡視頻 平台	委託製作模式
3.	節目C	競猜歌手比賽	季播	2022年第三季度 或以後	領先衛星電視媒 體平台	收入分成模式
4.	節目D	歌手音樂比賽節目	季播	2022年第二季度 或以後	領先衛星電視媒 體平台	收入分成模式
5.	節目E	戶外音樂與文化綜藝 節目	季播	2022年第二季度 或以後	領先衛星電視媒 體平台或頂級網 絡視頻平台	收入分成模式
舞蹈類 綜藝節目						
6.	《了不起！舞 社》	舞者舞蹈比賽節目	季播	2022年第二季度	優酷	委託製作模式
7.	節目F	競猜舞者比賽	季播	2022年第二季度	領先衛星電視媒 體平台及頂級網 絡視頻平台	收入分成模式
8.	節目G	街舞比賽節目	季播	2022年第二季度 或以後	頂級網絡視頻 平台	收入分成模式
9.	節目H	舞蹈類綜藝節目	季播	2022年第二季度 或以後	頂級網絡視頻 平台	收入分成模式

業 務

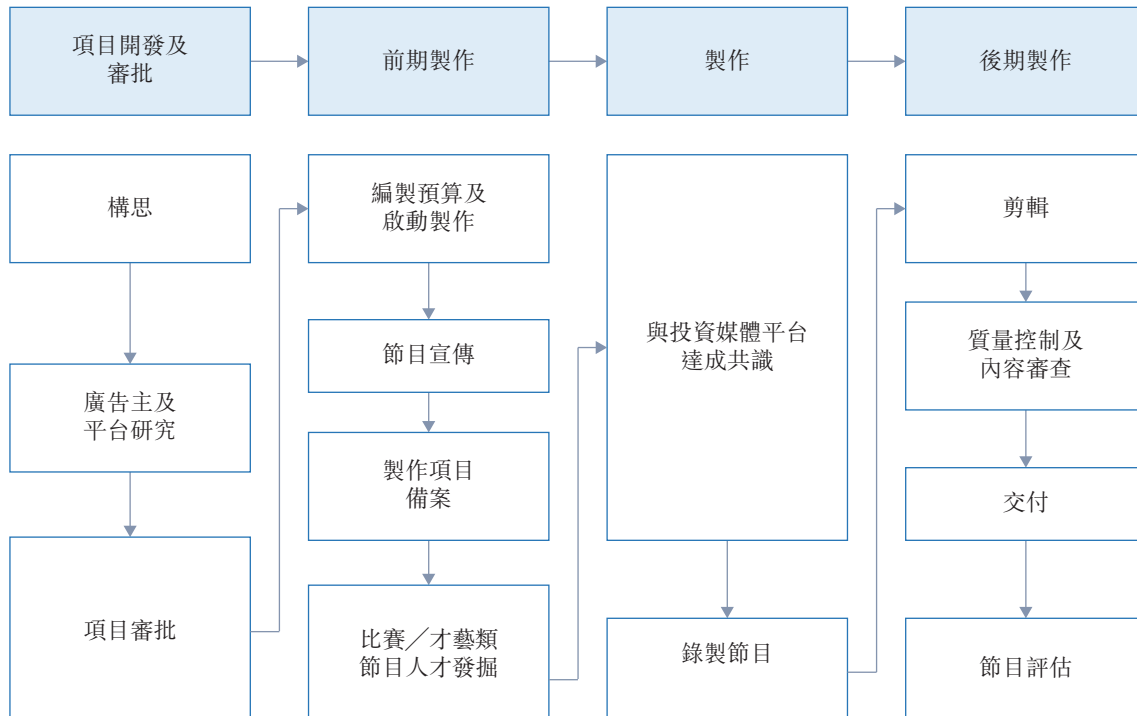
類型	節目	形式	頻率	播出時間／ 預計播出 時間	主要播放平台／ 計劃主要 播放平台	合作模式
才藝類						
綜藝節目						
10.	節目I	才藝類綜藝節目	季播	2022年第四季度	領先衛星電視媒體平台及頂級網絡視頻平台	收入分成模式
11.	節目J	以才藝為特色的綜藝節目	季播	2022年第三季度或以後	頂級網絡視頻平台	委託製作模式
12.	節目K	以才藝為特色的戶外綜藝節目	季播	2022年第四季度	頂級網絡視頻平台	委託製作模式
脫口秀						
13.	節目L	脫口秀	季播	2022年第三季度或以後	領先衛星電視媒體平台或頂級網絡視頻平台	收入分成模式
其他綜藝節目						
14.	《熊貓書包請查收》	以一群藝人為特色的綜藝節目	季播	2022年第一季度	抖音	委託製作模式

截至最後實際可行日期，我們已播出14個儲備節目中的兩個。儘管我們預計會於其預計播出時間播出餘下12個綜藝節目，但我們無法保證我們將能夠播出該等節目或於上述預計播出時間播出該等節目。有關與我們節目儲備有關的風險，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－儲備節目的資料未必準確或反映我們未來的經營業績」。

業 務

製作流程

一般而言，我們的製作及營運過程包括四個階段，即：開發及項目審批階段、前期製作階段、製作階段及後期製作階段。我們製作及營運流程的主要階段及時間表載列如下：



項目開發及審批

開發及項目審批階段通常涉及以下步驟：

- **構思。**我們尋求開發原創、適銷且具有更廣泛受眾的構思。為實現此目標，我們聘請業務開發團隊研究市場需求，並利用我們經驗豐富的內部導演團隊制定可滿足此類需求的創意節目構思。
- **廣告主及平台研究。**我們一般與作為綜藝節目主要客戶的廣告主及媒體平台進行初步溝通，以在內容開發的早期階段預售綜藝節目。當項目跨越概念階段時，我們的業務開發團隊和我們的導演團隊將開始與潛在廣告主積極溝通，以了解他們的營銷目標並根據該等目標定制節目構思。我們一經

業 務

確定節目構思的最重要廣告主（通常是冠名贊助商），我們將開始與投資媒體平台談判商業條款。

- **項目審批。**我們與潛在廣告主及投資媒體平台一經就基本商業合作條款達成初步共識，將對節目構思進行內部評估及審批。我們的項目審批委員會將於項目審批前評估節目構思的適銷性及預計利潤。

前期製作

前期製作階段通常涉及以下步驟：

- **編製預算及啟動製作。**節目構思獲得批准後，節目負責人將制定初步製作預算，並與首席財務官及首席執行官討論該預算。一旦彼等同意該初步製作預算，節目總監隨後將根據初步製作預算及節目構思與發行平台及廣告商等不同訂約方進行討論。討論時，我們的導演團隊將準備節目劇本，設計主要場景及地點，並確定主要演員。就音樂及舞蹈比賽節目而言，我們的導演團隊亦將負責協調挖掘人才及選擇參加節目的參賽者。初步製作預算及節目細節將根據主要演員的可用性以及發行平台或廣告商的建議或要求等各種因素進行輪番審查及調整。一旦相關各方已就節目細節達成基本一致，製作預算將相應修訂。最終製作預算將由節目總監共同簽署，並須經首席財務官及首席執行官批准。
- **節目宣傳。**我們在節目播出前積極於線上宣傳我們的綜藝節目，以吸引目標觀眾的注意力。我們與各媒體平台進行訪談並將節目的剪輯版上傳到各媒體平台。我們亦聘請投資媒體平台進行我們的線上及線下宣傳活動。
- **製作項目備案。**製作項目一經正式啟動，節目將予播放的投資媒體平台將負責於國家廣播電視總局地方分支機構備案製作項目。於往績記錄期間，我們製作的綜藝節目概無遭受國家廣播電視總局的任何不利行動。
- **人才發掘。**就音樂比賽節目、舞蹈比賽節目及才藝類綜藝節目而言，除上文所述的前期製作過程，我們的導演團隊將通過我們多年來積累的廣泛網絡進行多輪人才發掘活動。我們已通過參與前幾季製作的業務合作夥伴及參賽者，建立廣泛的網絡，以幫助我們物色新銳藝人作為參賽者參與我們的比賽節目。我們將單獨與每位參賽者簽署協議，協議通常規定參賽者需要參加我們可能要求的所有製作環節，並參與與節目相關的營銷活動。參賽者亦將授予我們於節目製作過程中錄製的其表演的全球、無限期授權。

業 務

我們亦邀請知名表演藝人擔任我們比賽節目的導師或作為我們非比賽節目的嘉賓／主持人。受益於我們成熟的品牌及我們製作熱門綜藝節目的往績記錄，我們的節目對名人極具吸引力。我們一般通過人才協調公司或投資媒體平台選擇合適的名人參加我們的綜藝節目並與其簽訂合約。

製作

一般而言，於我們與投資媒體平台達成共識後，製作階段始於我們開始拍攝節目之時。於製作過程中，我們的導演對整個技術團隊進行指導，並監督節目製作的藝術及技術元素，以便將構思轉化為完整的節目。我們的運營團隊將與導演團隊合作，以確保我們能夠按照協議的方式履行我們與廣告主在節目中的合約義務。

後期製作

後期製作及發行階段通常涉及以下步驟：

- **剪輯。**主攝製完成後，導演及後期製作團隊將選擇片段以組成成品。我們的後期製作專業人士將進行一系列工作，如視頻及聲音剪輯以及增加特殊視覺效果。
- **質量控制及內容審查。**後期製作工作一經完成，投資媒體平台、我們內容製作專業團隊的主要人員及我們的高級執行人員將根據適用法律及法規共同對節目內容進行整體評估。節目審批的最終決定權通常由投資媒體平台單獨或與我們共同擁有。
- **交付。**交付計劃經投資媒體平台與我們共同協議。通常情況下，我們會將綜藝節目的母帶或信號傳輸滾動交付投資媒體平台，當季剩餘劇集將在第一集播出後製作及交付。投資媒體平台將於節目發佈前將節目發送至國家廣播電視總局審批。
- **節目評估。**於節目播出後，我們將與投資媒體平台密切監察節目的表現。尤其是，我們可能會根據收視率數據及觀眾反饋調整剩餘劇集的節目內容、故事情節、拍攝及剪輯方法。

業 務

媒體平台

我們通過主要電視媒體平台及領先網絡視頻平台發行綜藝節目。

電視媒體平台

出於商業原因，綜藝節目的首播通常僅限於衛星電視媒體平台，其擁有龐大的觀眾群並幾乎覆蓋全國的每個角落。中國五大衛星電視媒體平台一直在黃金時段播放部分收視率最高的電視綜藝節目，使其黃金時段的廣告時段備受歡迎。

過去十年來，我們已與中國五大衛星電視媒體平台中的四家建立長期合作關係。我們與浙江衛視製作及共同投資的《中國好聲音》節目，於播出後便紅極一時。我們製作的其他綜藝節目（如《蒙面唱將猜猜猜》及《中國達人秀》）亦在全國引起強烈反響。由於我們有能力不斷製作優質原創內容，我們的綜藝節目於中國五大衛星電視媒體平台及其他衛星電視媒體平台的黃金時段重複播出。

網絡視頻平台

與衛星電視媒體平台相比，相對較新的網絡視頻平台近年來經歷了快速增長。傳統上，網絡視頻平台通過內容製作公司或電視媒體平台授權流行綜藝節目的流媒體版權獲得內容，但隨着彼等與電視媒體平台對觀眾的競爭，彼等對原創、網絡定制綜藝節目的需求日益迫切。該需求使在線視頻平台向我們尋求優質的原創內容。

我們於2018年受領先網絡視頻平台優酷委託製作《這！就是街舞2018》，就網製綜藝節目而言，該節目取得巨大成功。我們亦製作《有一說一2021》，一檔於西瓜視頻播出的街頭脫口秀，其屬各自類型的首創且於播出後隨即取得強烈反響。建立在該等網絡定制節目的成功之上，我們計劃擴大與網絡視頻平台的合作。於往績記錄期間發佈的30個綜藝節目當中，19個為網絡定制節目。

在網絡視頻平台中，尤其是短視頻平台以快速的內容搶佔觀眾的眼球，近年來呈現爆發式增長。為建立更多覆蓋目標觀眾的渠道，我們與中國領先的短視頻平台（包括抖音及頭條）合作，建立我們自己的頻道並提供我們綜藝節目的短視頻剪輯。截至最後實際可行日期，我們於抖音及頭條的旗艦頻道，《中國好聲音》及《燦星音樂秀》已分別獲得超過438百萬名及143百萬名訂閱者。我們將繼續與短視頻平台建立合作關係，以利用其快速增長，擴大我們的收入來源。

業 務

合作模式

我們通常按兩種模式與電視媒體平台及網絡視頻平台進行合作：收入分成及委託製作。下文為兩種模式的說明。

收入分成模式

於收入分成模式下，我們與投資媒體平台共同投資節目並有權獲得節目的部分廣告收入。投資媒體平台與我們分擔向廣告主進行銷售及營銷的責任。一般而言，所有廣告收入（包括銷售電視廣告位、贊助及產品投放的收入）由雙方分成。由於我們強大品牌效應及過往往績記錄，我們能夠與主要電視媒體平台及領先網絡視頻平台磋商收入分成安排。於往績記錄期間發佈的30個綜藝節目當中，15個節目根據收入分成模式製作。

根據收入分成安排，我們與投資媒體平台訂立合約，合約通常載有下列主要條款：

- **利潤分配。**節目的利潤通常於投資方之間根據彼等之投資百分比進行分配。於大多數情況下，我們的利潤分配百分比通常介乎40%至70%之間，在大部分情況下，利潤分配及成本分攤於往績記錄期間為50比50。於往績記錄期間，於我們全權負責生產成本而非利潤分成安排之少數情況下，我們有權獲得總收入的一部分，其百分比介乎65%及80%之間。
- **收入池。**一般而言，收入池包括廣告及贊助銷售的所有收入，例如銷售冠名權、名稱贊助、附屬品、電視廣告及產品植入。雙方將予分成的收入金額通常於節目播出後釐定並結算。
- **成本收回。**投資方通常有權於任何利潤分配前收回彼等之投資。
- **付款。**如合約所載，投資媒體平台分期支付投資款。投資媒體平台一般於簽約後15個工作日內支付30%的投資款，節目第一集首次播出後支付30%的投資款，並於節目前半部分首次播出後支付30%的投資款。節目首次播出結束後，各訂約方將對製作成本進行核算，並於核算完成後支付餘下的平台投資款。就利潤分配而言，投資方通常會在節目播出一半後按月進行核算及結算。此利潤分配流程通常會一直持續，直至各方收到客戶的所有所得款項及於投資媒體平台及我們獲分配利潤後為止。

業 務

- **知識產權的擁有權。**知識產權乃由雙方根據具體情況分配。倘投資媒體平台為衛星電視媒體平台，一般而言，投資電視媒體平台擁有電視廣播權。網絡廣播權（即節目首次在電視上播放後，向網絡視頻平台授權流媒體權及製作與銷售周邊產品的權利）通常由我們獨家擁有。倘投資媒體平台為網絡視頻平台，該節目一般將僅在網上播放，且所有網絡廣播權由投資網絡視頻平台擁有。倘投資媒體平台包括衛星電視媒體平台及網絡視頻平台，該節目將同時在衛星電視媒體平台及網絡視頻平台首播，且所有網絡廣播權通常由投資網絡視頻平台擁有。下表概述我們於往績記錄期間在收入分成模式下製作的綜藝節目廣播權的所有權情況。

投資媒體平台	電視廣播權擁有人	網絡廣播權擁有人
電視媒體平台	電視媒體平台	本集團
網絡視頻平台	不適用	網絡視頻平台
電視媒體平台及 網絡視頻平台	電視媒體平台	網絡視頻平台

我們根據估計的廣告銷售額、估計的製作成本及我們的利潤分配百分比來計算我們的預期利潤。對於我們擁有該節目網絡播放權的節目，於釐定是否承接該項目時，我們亦將考慮授權網絡播放權產生的收入。於往績記錄期間，我們概無按項目基準獲得外部融資。

- **終止。**一般而言，我們或投資媒體平台可於對方嚴重違約或未能對違約進行補救時終止協議。

於往績記錄期間，我們於收入分成模式下製作的綜藝節目的合約規模（為基於已簽合約的節目預算）介乎人民幣28.0百萬元及人民幣375.6百萬元之間，平均合約規模約為人民幣154.6百萬元及平均製作期約為四個月。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大成本超支或投資媒體平台與我們於收入分成模式下製作的節目的合約終止。與2019年相比，因COVID-19的負面影響及持續防疫措施，我們於收入分成模式下製作的部分綜藝節目的製作及播出時間於2020年及2021年均出現一至兩個月的延遲。於往績記錄期間，我們並無經歷投資媒體平台終止收入分成模式下的任何合約或節目的情形。

業 務

收入分成模式下的收入以廣告銷售額的形式變現，其於綜藝節目轉讓予投資媒體平台並獲其接受之時間點確認。對於我們擁有網絡播放權的綜藝節目，來自授權網絡播放權的收入於授權內容可供授權合作夥伴使用之時間點確認。

委託製作模式

我們亦按委託方式製作電視媒體平台節目。我們的佣金通常基於估計製作成本及目標利潤率等因素釐定，並載於投資媒體平台與我們訂立的合約內。於我們從事委託項目時，我們根據投資媒體平台的具體規定開發及製作綜藝節目，以固定佣金作為回報。我們通常參與前期製作、製作及後期製作階段的過程。我們有時可能在較低程度上協助投資媒體平台進行項目規劃及開發。根據合約條款，拍攝計劃、預算計劃及主要演員可能須於主攝製開始前經投資媒體平台批准。

於委託製作模式下，投資媒體平台負責投資、開發及發行有關節目。因此，我們能夠保障有關節目的發行並於前期階段分期收取部分製作費用，從而有助我們維持流動資金並確保收入來源的穩定性。於2018年開始進入網絡定制市場時，我們謹慎地選擇根據委託製作模式製作節目，以確保收入穩定。隨著我們在網絡定制市場迅速站穩腳跟以及與客戶建立了業務關係，經過審慎評估後，我們亦選擇不時與網絡視頻平台根據收入分成模式進行合作，與委託製作模式相比，收入分成模式可能更具優勢。於往績記錄期間發佈的30個綜藝節目當中，我們根據委託製作模式製作15個節目。

我們通常根據委託製作模式與投資媒體平台訂立委託製作合約。一般而言，合約將包括以下重要條款：

- **佣金。**我們的佣金載於協議且通常包括：(i)我們的導演及其他內容製作人員的人員成本；(ii)後期剪輯成本；(iii)第三方採購燈光、佈景、製作設備、製作工作室租金、酒店及出行服務的成本；及(iv)將出演該等節目的知名表演藝術家的薪酬。我們通常根據我們製作該等節目預計將產生的成本及我們的預期利潤率確定佣金。

業 務

- **付款。**付款一般為分期支付，但付款階段在不同交易中可能有很大差異。典型的付款階段包括簽訂委託製作合約、完成一定數量的劇集製作、完成整個節目的製作、首次播出該節目及完成該節目的首播。我們於往績記錄期間收取的預付定金的百分比介乎7%至40%，付款階段的數量介乎二至四個。
- **優先購買權。**於收入分成模式下，於節目的隨後幾季，我們通常享有與投資媒體平台共同參與投資的優先購買權。
- **知識產權的擁有權。**一般而言，承製節目的所有知識產權均由投資媒體平台擁有，包括電視廣播權及網絡廣播權。下表概述我們於往績記錄期間在委託製作模式下製作的綜藝節目廣播權的所有權情況。

投資媒體平台	電視廣播權擁有人	網絡廣播權擁有人
電視媒體平台	電視媒體平台	電視媒體平台
網絡視頻平台	不適用	網絡視頻平台
電視媒體平台及 網絡視頻平台	電視媒體平台	網絡視頻平台

- **終止。**我們或投資媒體平台有權於對方嚴重違約或未能對違約進行補救時終止協議。投資平台亦可於事先通知後無需任何理由終止協議，惟投資媒體平台須向我們支付產生的所有製作成本。

於往績記錄期間，我們於委託製作模式下製作的綜藝節目的合約規模（為基於已簽合約的佣金）介乎人民幣7.5百萬元及人民幣99.0百萬元之間，平均合約規模為人民幣36.6百萬元及平均製作期約為四個月。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大成本超支或投資媒體平台與我們於委託製作模式下製作的節目的合約終止。與2019年相比，因COVID-19的負面影響及持續防疫措施，我們於委託製作模式下製作的部分綜藝節目的製作及播出時間於2020年及2021年均出現一至兩個

業 務

月的延遲。於往績記錄期間，我們並無經歷投資媒體平台終止委託製作模式下的任何合約或節目的情形。

來自綜藝節目委託製作的收入隨時間確認，使用投入法計量完成綜藝節目委託製作的進度。

綜藝節目IP授權

我們通過IP授權活動進一步擴大我們綜藝節目IP的受眾範圍，並使我們的收入來源多樣化。

網絡廣播權授權

我們擁有於電視媒體平台收入共享模式下製作的大多數節目的網絡播放權。我們將播放權授予中國境內外的各種網絡視頻平台、電視媒體平台和航空公司，原因為我們的綜藝節目於中國境外亦廣受歡迎。在建立廣泛的授權網絡後，我們的綜藝節目在中國、美國、加拿大、新加坡、馬來西亞和卡塔爾等多個國家均可觀看。

下表載列於往績記錄期間我們在收入分成模式下製作的節目。

序號	節目名稱	投資媒體平台	電視廣播權擁有人	網絡廣播權擁有人
1.	《這！就是原創》	優酷	—	投資媒體平台
2.	《這！就是街舞2019》	優酷	—	投資媒體平台
3.	《中國達人秀2019》	東方衛視	投資媒體平台	本集團
4.	《蒙面唱將猜猜猜2019》	江蘇衛視	投資媒體平台	本集團
5.	《中國好聲音2019》	浙江衛視	投資媒體平台	本集團
6.	《同一堂課2019》	浙江衛視	投資媒體平台	投資媒體平台及本集團共同擁有
7.	《中國好聲音2020》	浙江衛視	投資媒體平台	本集團
8.	《這！就是街舞2020》	優酷	—	投資媒體平台

業 務

序號	節目名稱	投資媒體平台	電視廣播權擁有人	網絡廣播權擁有人
9.	《師父！我要跳舞了2020》	優酷	–	投資媒體平台
10.	《蒙面舞王2020》	江蘇衛視	投資媒體平台	本集團
11.	《蒙面唱將猜猜猜2020》	江蘇衛視	投資媒體平台	本集團
12.	《這！就是街舞2021》	優酷	–	投資媒體平台
13.	《師父！我要跳舞了2021》	優酷	–	投資媒體平台
14.	《蒙面舞王2021》	抖音及江蘇衛視	投資媒體平台	本集團
15.	《點讚！達人秀》	抖音及江蘇衛視	投資媒體平台	投資媒體平台

我們通常會與授權合作夥伴訂立授權協議，據此，授權合作夥伴同意於指定期限內向我們支付固定授權費。授權費通常視乎各項因素而定，包括先前的商業安排、同類型綜藝節目的市場標準以及預期受歡迎程度。有關授權的期限因具體情況而異，平均為期兩至三年。授權費通常於授權有效期內分期支付。就若干節目而言，投資電視媒體平台有權收取我們自獲授權人收取的部分授權費，視乎我們與電視媒體平台收入共享安排下的IP權限分配而定。

節目形式授權

我們亦就我們的節目形式進行授權，這體現了我們的原創性和創造力。我們將綜藝節目《中國好歌曲》的節目形式授權予越南的一家內容製作公司。此乃中國綜藝節目的首次國際改編，於中國綜藝節目市場創下記錄。我們亦將綜藝節目《拜見小師父》的節目形式授權予一家新加坡媒體公司。

主辦線下文娛活動權利授權

就音樂比賽節目、舞蹈比賽節目及才藝類綜藝節目而言，會進行與該等節目有關的單獨線下文娛活動。該等線下文娛活動於節目前後舉辦，為觀眾提供欣賞音樂及舞蹈表演及與我們的簽約藝人進行互動的機會。

業 務

我們線下文娛活動的受歡迎程度吸引企業贊助商及廣告公司的關注。我們將主辦線下文娛活動的權利授予授權合作夥伴，以換取固定授權費。授權合作夥伴負責組織有關活動，並擁有廣告銷售的獨家權利。透過該等活動，我們能夠擴大我們的觀眾群並使我們的收入模式多樣化。

內容製作及營運團隊

我們已建立一個大型的內部專業團隊（包括導演團隊、運營團隊及技術團隊），以便順利創作綜藝節目。透過結合行業專業知識及團隊成員的多年經驗，我們確保製作高質量節目。我們的內容製作團隊可細分為四個團隊，載列如下。

導演團隊

我們綜藝節目的成功乃建立於我們導演高度的專業精神及對文娛行業的深刻理解之上。導演團隊以知名導演為首，包括金磊先生、徐向東先生、陸偉先生、沈寧女士、吳群達先生、章驪先生、陳滌先生、王晨辰先生、孫瑞青先生及鄭益先生，彼等均於文娛行業擁有數十年經驗及良好往績記錄。彼等所製作的《中國好聲音》、《中國好歌曲》、《這！就是街舞》、《蒙面唱將猜猜猜》及《中國達人秀》等節目對中國綜藝節目市場影響深遠。上述導演均為我們的僱員，且我們與彼等的合作平均超過九年。我們為彼等提供了豐富的行業資源，例如指導大型綜藝節目的機會，這與彼等的事業成功息息相關。此外，彼等受益於我們營運團隊及後期製作團隊的專業支持。截至最後實際可行日期，部分導演亦為我們的管理層。基於上述情況，董事認為，我們與導演的關係於可預見的未來將保持相對穩定。

我們亦積極培養優秀人才加入我們的導演團隊。我們已建立一個體系，即資深導演攜新導演於同一項目並肩工作，擔任新導演的導師。此指導體系有助於新導演快速適應工作，並能夠將有價值的技能及知識轉移予團隊中的下一代導演。

由於我們製作出《中國好聲音》及《這！就是街舞》等眾多重磅綜藝節目，因此，新導演擁有獨特的學習、成長及領先機會。彼等可獲得中國綜藝節目市場上的一流技能及行業資源，促進其成長。新導演帶來的新鮮想法、經驗及熱情反之亦為我們的導

業 務

演團隊注入新的血液，此對我們不斷創作迎合年輕觀眾的原創內容的能力至關重要。近年來，我們看到越來越多的新導演於綜藝節目創作中佔據主導地位，例如王晨辰先生及鄭益先生。下表載列部分導演及其製作的綜藝節目。

導演	節目
金磊先生 ⁽¹⁾	《中國達人秀》、《中國好聲音》、《出彩中國人2014》、《出彩中國人2015》及《追光吧！哥哥》
徐向東先生 ⁽²⁾	《新舞林大會》、《中國好舞蹈》、《蒙面唱將猜猜猜》及《蒙面舞王》
陸偉先生 ⁽³⁾	《出彩中國人2017》、《這！就是街舞2018》、《這！就是街舞2019》、《這！就是街舞2020》、《了不起的挑戰》、《爆款來了》及《師父！我要跳舞了》
沈寧女士 ⁽⁴⁾	《中國達人秀》、《中國好聲音》、《中國好歌曲2017》、《拜見小師父》、《一起樂隊吧》及《街頭音浪2020》
吳群達先生 ⁽⁵⁾	《中國達人秀》、《中國好聲音》、《中國好歌曲2015》、《這！就是原創》及《跨界歌王2020》
章驪先生 ⁽⁶⁾	《中國之星》、《出彩中國人2015》、《歌聲的翅膀》、《即刻電音》、《中國達人秀》、《出發吧，師傅！》及《追光吧！哥哥》
陳滌先生 ⁽⁷⁾	《來吧！灰姑娘》、《了不起的挑戰》、《我們的挑戰》、《同一堂課》及《了不起的長城》
王晨辰先生 ⁽⁸⁾	《蒙面唱將猜猜猜》(作為執行導演)及《這！就是街舞》(作為首席編劇)
孫瑞青先生 ⁽⁹⁾	《金星秀》及《苗阜秀》
鄭益先生 ⁽¹⁰⁾	《同一堂課》、《了不起的長城》及《有一說一2021》

業 務

附註：

- (1) 金磊先生於2019年、2020年及2021年分別執導綜藝節目中的一個、兩個及一個。彼已與我們合作約10年。
- (2) 徐向東先生於2019年、2020年及2021年分別執導綜藝節目中的一個、兩個及一個。彼已與我們合作約10年。
- (3) 陸偉先生於2019年、2020年及2021年分別執導綜藝節目中的三個、三個及四個。彼已與我們合作約10年。
- (4) 沈寧女士於2019年、2020年及2021年分別執導綜藝節目中的一個、一個及一個。彼已與我們合作約10年。
- (5) 吳群達先生於2019年、2020年及2021年分別執導綜藝節目（以收入貢獻計）中的兩個、三個及一個。彼已與我們合作約10年。
- (6) 章驪先生於2019年、2020年及2021年分別執導綜藝節目（以收入貢獻計）中的兩個、一個及兩個。彼已與我們合作約10年。
- (7) 陳滌先生於2019年、2020年及2021年分別執導綜藝節目（以收入貢獻計）中的兩個、兩個及一個。彼已與我們合作約10年。
- (8) 王晨辰先生於2019年、2020年及2021年分別執導綜藝節目中的兩個、三個及兩個。彼已與我們合作約9年。
- (9) 孫瑞青先生於往績記錄期間參與創作多檔綜藝節目。彼已與我們合作約9年。
- (10) 鄭益先生於2019年、2020年及2021年分別執導綜藝節目中的兩個、兩個及三個。彼已與我們合作約7年。

由於我們的大部分綜藝節目（尤其是超大型節目）均由經驗豐富的導演團隊共同執導，我們不依賴任何特定的導演製作某檔綜藝節目。此外，我們致力於建立穩定的人才輸送渠道，以培養及提拔更多優秀的導演。我們不斷招聘新導演，使彼等參與製作我們的重磅綜藝節目並與經驗更為豐富的導演一同工作。

運營團隊

我們的運營團隊負責我們文娛IP的業務開發及運營。我們經驗豐富的業務開發團隊已與各行業的眾多國內外知名品牌建立長期合作關係。彼等定期拜訪我們的現有客戶，並與我們導演團隊密切合作，以吸納新客戶。憑藉我們的成功往績記錄和知名導演的良好行業聲譽，我們的業務團隊已成功為我們的綜藝節目吸引大量可供選擇的企業贊助商。作為導演、媒體平台和客戶之間的聯絡人，彼等對我們綜藝節目的製作和推廣進行協調。

業 務

我們運營團隊強大的IP運營能力對於我們文娛IP的成功商業化至關重要，並使我們能夠保持競爭優勢。我們不斷與基於IP的業務合作夥伴在主辦線下文娛活動授權、藝人經紀、藝術培訓及教育等領域締結、發展及建立合作關係。廣泛的合作反之亦會提高我們綜藝節目的商業價值。受益於我們運營團隊強大的IP運營能力，我們能夠發掘更多變現機會並進一步推廣我們的文娛IP。

技術團隊

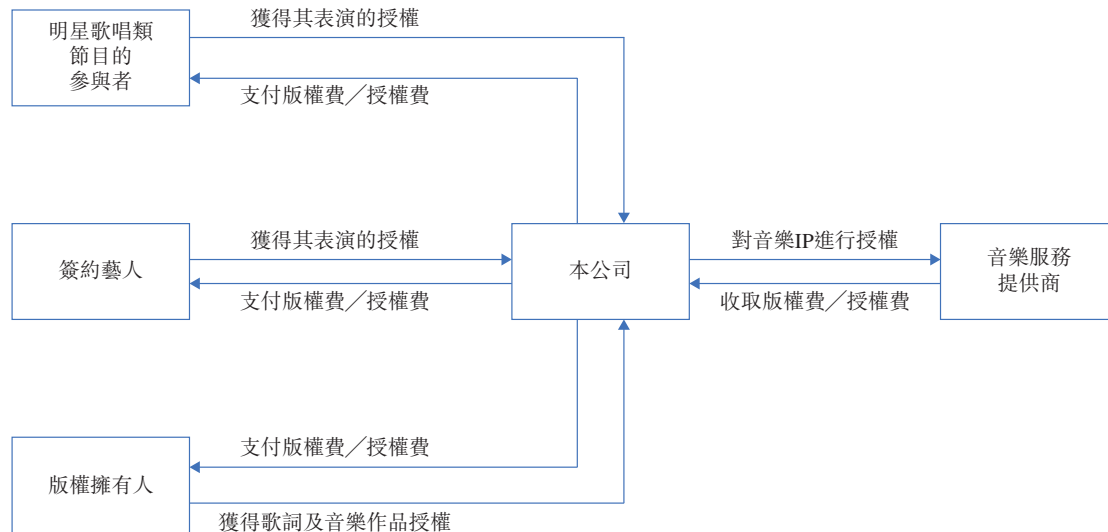
我們建立及維持一支大型且專業的技術團隊，以確保我們對製作及後期製作編輯過程擁有最大的控制權。與眾多嚴重依賴外包的內容開發公司不同，我們讓內部技術人員參與到我們的綜藝節目中。我們的內部團隊會自始至終跟進節目並了解節目的所有細節，使其能夠深入了解工作。我們的內部技術團隊與我們的導演團隊合作多年，最適合實現導演的想法。我們內部技術人員的專業精神及其與導演團隊的順暢溝通是我們的核心競爭力。

我們的技術團隊包括技術總監、藝術總監、攝像師、燈光師、製作設計師、音響技師及錄音專家。由技術團隊於燈光及舞台方面創作的各項專利已成為我們綜藝節目的亮點。一旦製作結束，所有鏡頭及資產均將交予我們的後期製作專業人員進行編輯。我們高度專業的後期製作專業人員將負責剪輯鏡頭、添加音樂及字幕，並結合其他影音效果。所有該等元素將相互融合，於後期製作工作流程完成之後為觀眾創造一種多感官體驗。

業 務

音樂IP運營及授權

我們在我們的明星歌唱類節目製作過程中為簽約藝人製作音樂錄音及音樂作品。我們向在線音樂平台、媒體公司及卡拉OK運營商等音樂服務提供商授權我們製作的音樂IP，以收取授權費及／或版權費。以下為音樂IP的運營及授權的說明。



於往績記錄期間，音樂IP運營及授權所產生的收入由2019年的人民幣239.1百萬元下降9.1%至2020年的人民幣217.3百萬元，主要是由於(i)我們於2019年製作了超大型明星歌唱類節目《這！就是原創》，以及節目期間製作的音樂錄音產生授權收入；但我們於2020年並未製作該節目的任何隨後季節目；(ii)我們於2020年為《蒙面唱將猜猜猜》節目製作的音樂錄音少於2019年，主要由於受COVID-19的負面影響，《蒙面唱將猜猜猜2020》的製作及播出時間推遲。該等減少部分被我們現有音樂IP授權所產生的授權收入增加所抵銷。音樂IP運營及授權所產生的收入由2020年的人民幣217.3百萬元下降45.5%至2021年的人民幣118.3百萬元，主要是由於(i)於2021年，我們並未製作任何與《蒙面唱將猜猜猜》有關的音樂IP；(ii)在《中國好聲音2021》的製作過程中，我們製作的音樂IP的授權費有所下降；及(iii)我們於2020年與一家大型在線音樂平台訂立了一份多年期的音樂IP授權協議，並於同年確認授權收入約人民幣18.0百萬元。

業 務

音樂IP庫

我們為不同的授權客戶提供多種類型的錄製音樂內容。截至2021年12月31日，我們的音樂庫含有8,522個音樂IP，包括(i)於我們的明星歌唱類節目拍攝期間製作的現場表演影音錄製品，(ii)為我們的簽約藝人製作的影音錄製品，及(iii)我們獲授權或已購買的歌詞及音樂作品。我們音樂IP庫中的歌曲涉及最新熱門歌曲、經典歌曲及電影配樂等多種主題。該等歌曲涵蓋廣泛的音樂類型，包括國語、粵語及英文等多種語言的流行歌曲、搖滾樂、嘻哈、R&B、爵士樂及電子音樂。

下表載列於往績記錄期間我們音樂庫中的音樂作品數目及其變動明細：

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
於我們的明星歌唱類節目拍攝			
期間製作的影音錄製品數目 ⁽¹⁾	3,112	3,342	3,546
為我們的簽約藝人製作的			
影音錄製品數目 ⁽²⁾	2,384	2,707	3,016
獲授權或已購買的歌詞及音樂作品 ⁽³⁾	1,574	1,713	1,960
年末音樂IP總數	<u>7,070</u>	<u>7,762</u>	<u>8,522</u>

附註：

- (1) 於製作明星歌唱類節目時，我們會錄製及編輯參賽者於節目製作過程中的現場表演。參賽者指於《中國好聲音》、《蒙面唱將猜猜猜》及《中國好歌曲》等明星歌唱類節目的製作過程中參賽及表演的藝人。於拍攝節目前，我們將以固定許可費從版權持有人（通常為大型唱片公司）獲得於節目拍攝期間所演出歌曲的歌詞及音樂作品的授權。我們亦將從參賽者獲得其表演錄製的獨家授權，該授權通常為無限期。版權擁有者及參賽者的授權通常會允許我們於特定節目中使用有關歌詞、音樂作品及表演以及用作與該類節目相關的用途。

我們的音樂製作團隊將於綜藝節目製作過程中錄製表演，並以影音錄製品的形式製作最終版本。我們對有關錄製品擁有權利，且會將其授權予音樂服務提供商以供流媒體播放及下載，通常獲得固定最低擔保金額另加收入分成安排。

業 務

- (2) 我們為與我們訂立藝人經紀合約的藝人製作歌曲及專輯。我們的音樂製作團隊將根據各簽約藝人的演唱能力及特色，為其購買原創歌詞及音樂作品，通常為尚未出版的音樂作品。我們將從大型唱片公司、獨立音樂工作室或我們的簽約藝人（亦為作曲家）等版權擁有者獲得有關歌詞及音樂作品的授權。我們亦將獲得錄製藝人表演的獨家授權，該授權通常為無限期。我們通常以固定許可費的形式向版權持有人及以版權費的形式向簽約藝人付款。

我們的音樂製作團隊將協助簽約藝人於錄音室錄製歌曲及專輯，並製作最終版本。我們對影音錄製品擁有權利，且會將其授權予音樂服務提供商以供流媒體播放及下載，通常獲得固定最低擔保金額另加收入分成安排。

- (3) 我們授權來自大型唱片公司及獨立音樂工作室等多個來源的歌詞及音樂作品。有關授權通常屬非排他性，且一般按固定期限或以項目為基準進行。我們明星歌唱類節目中的多名簽約藝人及參賽者本身亦為作曲家，並向我們授予其創作歌詞及音樂作品的獨家授權，該授權為固定期或無限期。

通常而言，我們有權將音樂IP庫中的歌詞及音樂作品轉授予音樂服務提供商，通常獲得固定最低擔保金額另加收入分成安排。

著作權歸屬

由於完整音樂作品包括歌詞、音樂作曲及藝人表演上述內容組合，在我們的音樂製作過程中，我們作為製作人首先自作詞家、音樂作曲家及表演者等音樂提供者處獲得版權或許可。

在我們開始錄製音樂作品之前，我們須首先自大型唱片公司及獨立音樂工作室等版權持有人處獲得歌詞及音樂作品的版權。在較小程度上，我們亦自我們的簽約藝人以及亦為詞曲作者的節目參與者處獲得歌詞及音樂作品的版權。倘音樂作品為綜藝節目而製作，我們亦將自節目參與者處獲得錄製音樂作品的版權，倘音樂作品為彼等而製作，我們亦將自我們的簽約藝人處獲得版權。於徵得相關各方同意後，我們可以開始製作過程，製作結合歌詞、音樂作品及表演的完整音樂作品。音樂作品完成後，我們將成為該完整音樂作品的唯一版權擁有人。

作為完整歌曲及音樂視頻的製作人，我們擁有錄音及視頻錄製製作人的權利，這使我們能夠授予我們的客戶通過信息網絡複製、宣傳或向公眾傳播完整歌曲及音樂視頻的權利並獲得報酬。節目參與者以及我們的簽約藝人（其表演被錄製在完成的音樂作品中）享有表演者的權利，彼等有權被認定為表演者，許可我們對其表演進行錄音及錄像，並根據彼等與我們簽訂的合約獲得報酬。歌詞及作品的版權持有人有權根據彼等與我們簽訂的合約許可我們將歌詞及音樂作品進行錄音及錄像並獲得報酬。詳情請參閱「法規－與知識產權有關的法規－著作權」。

業 務

音樂提供者

音樂提供者包括歌詞及音樂作品的版權持有人、明星歌唱類節目的參與者及簽約藝人。我們與彼等簽訂的合約詳情載列如下。

歌詞及音樂作品的版權持有人

於往績記錄期間，我們與約七至十家大型唱片公司保持長期及良好的合作關係。在較小程度上，我們亦獲得了獨立音樂工作室及詞曲作者的許可。於往績記錄期間，我們與100多家獨立音樂工作室及詞曲作者合作。以下是我們與彼等簽訂的許可合約中主要條款的概要：

- **許可範圍。**版權持有人通常同意就其在協議中規定的音樂作品中擁有的版權授予我們非獨家許可，包括歌詞及音樂作品的版權。根據許可，我們被授予多項權利，包括網絡傳輸權，使我們能夠向客戶許可我們根據歌詞及音樂作品製作的音樂作品。版權持有人可能會將我們對歌詞及音樂作品的使用限制於特定目的，如為我們的綜藝節目或我們的簽約藝人製作音樂作品。
- **許可期限。**許可證通常有一個協定的期限，自一年至三年不等。
- **許可費。**通常情況下，版權持有人會向我們收取其許可的每首歌曲的一次性固定許可費。授權費的總額取決於授權歌曲的數量、每首授權歌曲的授權費用以及版權持有人在每首歌曲中擁有的所有權百分比。於往績記錄期間，許可期間的授權費通常介乎每首歌曲人民幣10,000元至人民幣80,000元之間。
- **完整作品的版權。**就我們根據授權歌詞及音樂作品製作的完整音樂作品而言，我們享有音像製作人的權利。作為我們製作的完整歌曲及音樂視頻的製作者，我們獨家享有信息網絡傳播權、複製權、出版權等專有權利，而版權持有人有權獲得與我們協定的報酬。
- **終止。**倘對方有重大違約行為，雙方可以提前終止合約。

業 務

節目參與者

於往績記錄期間，我們於2019年、2020年及2021年製作綜藝節目期間為節目參與者的現場表演分別製作了514張、230張及204張音樂唱片。以下是我們與彼等合約中的主要條款概要：

- **許可範圍。**在參與製作我們的綜藝節目時，節目參與者應向我們獨家許可其在綜藝節目製作過程中表演的音樂作品的版權。
- **完整作品的版權。**就我們根據參與者的演奏所製作的完整音樂作品而言，我們享有音像製作者的權利。作為我們製作的完整歌曲及音樂視頻的製作者，我們獨家享有信息網絡傳播權、複製權、發表權等專有權利，而參與者享有表演權，以及獲得協定報酬的權利。參與者通常會授予我們無限期的免費錄製其表演的獨家許可。
- **歌詞及音樂作品的版權。**作為製作人，我們有責任獲得將由綜藝節目參與者表演的歌詞及音樂作品的許可。對於亦為將要演奏的歌詞及音樂作品的版權持有人的參與者，我們通常會從參與者獲得許可，以在表演及完整音樂錄音中使用歌詞及音樂作品。該等許可通常是無限期且免費的。
- **合約期限。**一般來說，與綜藝節目參與者的合約沒有特定的期限。根據合約，參與者通常同意在製作過程中參與特定綜藝節目的製作，並參加與該節目相關的所有宣傳工作。
- **終止。**我們有權單方面終止協議。

業 務

簽約藝人

於往績記錄期間，我們於2019年、2020年及2021年我們分別擁有162名、159名及157名簽約藝人及分別製作了295張、323張及309張音樂唱片。以下是我們與彼等藝人經紀合約中的主要條款概要：

- **許可範圍。**對於與我們簽訂藝人管理合約的藝人，彼等將授予我們在藝人管理合約期限內製作的包含其表演的歌曲及音樂視頻在內的音樂作品的獨家版權許可。
- **完整作品的版權。**就我們根據藝人對歌曲的表演製作的完整音樂作品而言，我們享有音像製作人的權利。作為我們製作的完整歌曲及音樂視頻的製作者，我們獨家享有信息網絡傳播權、複製權、發表權等專有權利，而藝人則享有表演權以及按與我們所協定的獲得報酬的權利。藝人通常會授予我們無限期的錄製其表演的獨家許可。藝人有權向我們收取版稅，通常為我們自許可產生的許可收入的10%。
- **歌詞及音樂作品的版權。**就歌手兼詞曲作者的藝人而言（即歌詞及音樂作品的版權持有人），我們亦獲得無限期的歌詞及音樂作品的獨家許可。藝人擁有署名權並有權向我們獲得版稅，通常為我們自許可中產生的許可收入的50%。
- **藝人經紀合約期限。**通常，藝人經紀協議的期限為九年。我們有權在合約到期後優先選擇續簽合約。
- **終止。**倘藝人違約，我們可以終止合約。

我們的中國法律顧問認為，與我們的音樂提供者就音樂作品的擁有權提出申索有關的風險很小，因為我們已於製作音樂作品過程中施行內部政策以避免造成潛在的第三方知識產權侵權，並於我們的法律團隊及音樂製作團隊內部成立工作組，以便於日常營運中監管知識產權事宜。例如，就製作與我們的綜藝節目相關的音樂作品而言，歌詞及音樂作品須獲得音樂製作團隊內部的知識產權工作組（負責確定相關的版權持有人並徵得其同意）預先批准後方可於節目中使用。我們的法律團隊內部工作組將對節目進行全面審查並查明任何知識產權問題。就涉及使用多項已獲版權音樂作品的節目而言，我們亦聘請獨立第三方以審查節目是否存在任何潛在的知識產權侵權行為，確保綜藝節目以及已獲版權音樂作品使用的合規性。此外，我們要求我們的知識產權工作組在節目及音樂作品發佈後對我們的綜藝節目及音樂作品進行持續審查。倘若工作組發現任何潛在版權侵權問題，將採取補救措施，使風險降至最低。

業 務

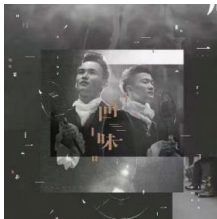
於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，僅有四起版權持有人因版權侵權而對我們提起訴訟的案例。與我們截至2021年12月31日的現金及現金等價物人民幣547.2百萬元相比，索賠總額約為人民幣1.2百萬元，屬極小的，且我們已採取有效措施以加強我們的版權管理並確保合規。鑒於以上所述，我們的中國法律顧問認為，與音樂提供者就音樂作品的擁有權提出申索有關的風險很小。有關更多資料，請參閱「法規－與知識產權有關的法規」。

知名音樂IP

以下為我們製作的知名音樂IP的精選清單：



藝人：吳莫愁女士
作品名稱：《90後力量》
類型：專輯
發佈日期：2015年7月



藝人：周深先生、李維先生
作品名稱：《回味》
類型：專輯
發佈日期：2015年8月



藝人：吳莫愁女士
作品名稱：《造作》
類型：專輯
發佈日期：2017年12月

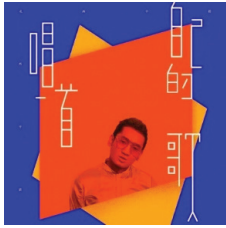


藝人：希林娜依•高女士
作品名稱：《顆粒季》
類型：單曲
發佈日期：2018年7月

業 務



藝人： 蔣敦豪先生
作品名稱： 《少年•心事》
類型： 專輯
發佈日期： 2018年8月



藝人： 紫西平措先生
作品名稱： 《唱一首自己的歌》
類型： 單曲
發佈日期： 2019年3月



藝人： 周深先生
作品名稱： 《過盡千帆》
類型： 單曲
發佈日期： 2019年11月



藝人： 吳莫愁女士、李琦先生、張恒遠先生、余楓先生、夏恒先生、王曉天先生、郭沁女士、蔣敦豪先生、紫西平措先生、旦增尼瑪先生、邢晗銘女士及斯丹曼簇女士
作品名稱： 《世界為你醒來》
類型： 單曲
發佈日期： 2020年2月

業 務



藝人：周深先生
作品名稱：《暗示》
類型：單曲
發佈日期：2020年4月



藝人：紮西平措先生
作品名稱：《雲》
類型：單曲
發佈日期：2020年10月



藝人：黃霄雲女士
作品名稱：《黃霄雲的NEVERLAND》
類型：專輯
發佈日期：2020年11月



藝人：張磊先生
作品名稱：《無帆》
類型：單曲
發佈日期：2021年5月



藝人：邢晗銘女士
作品名稱：《夢》
類型：EP
發佈日期：2021年5月

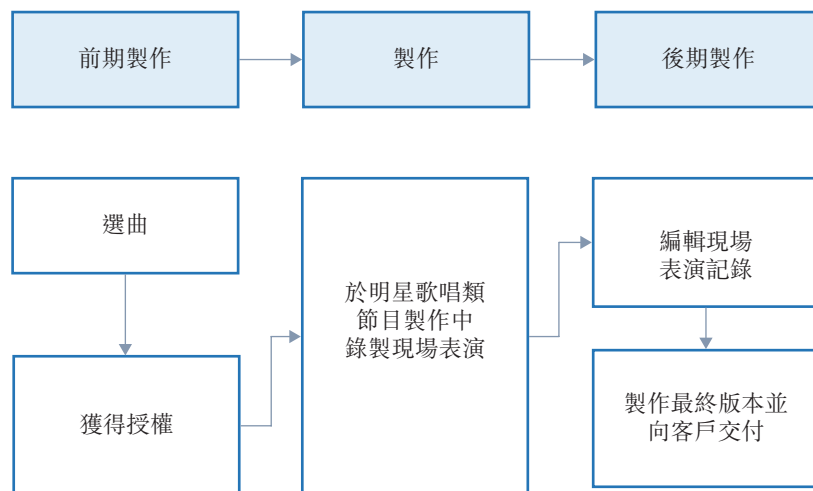
業 務

製作及授權

我們已建立專業的音樂製作團隊，以持續擴大及豐富我們的音樂IP庫。我們將我們的音樂IP授權予多個音樂服務提供商，包括領先的在線音樂平台及卡拉OK運營商。我們的音樂IP製作分為兩類：於我們的明星歌唱類節目拍攝期間製作影音錄製品，以及為我們的簽約藝人製作影音錄製品。

於我們的明星歌唱類節目拍攝期間製作影音錄製品

於創作《中國好聲音》、《這！就是原創》及《中國好歌曲》等明星歌唱類節目時，我們已製作參賽者現場表演的影音錄製品。



前期製作

前期製作階段通常包括下列步驟：

- **選曲。**於確定明星歌唱類節目參賽者演唱何首歌曲時，我們的導演團隊將與參賽者、教練及在線音樂平台合作。各方見解加上我們經驗豐富的內部音樂製作團隊的協助，使我們能夠幫助參賽者為綜藝節目選擇最具吸引力的歌曲。
- **獲得授權。**於我們確定明星歌唱類節目使用何首歌曲後，我們法律團隊和音樂IP團隊將努力從版權擁有者獲得使用歌詞及音樂作品的授權，以及從參賽者獲得其表演權利的授權。

業 務

製作

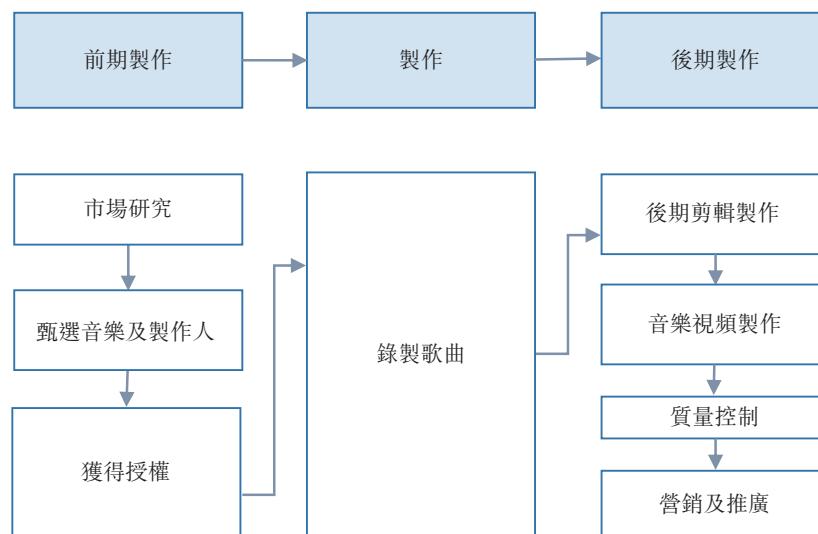
於明星歌唱類節目的製作過程中，我們音樂製作團隊的錄音工程師將設置錄製設備，並錄製參賽者所演唱的歌曲，以便後期製作編輯。我們的音樂製作團隊將監控整個製作過程，以確保錄製質量。

後期製作

於後期製作階段，音響工程師將對現場演出的錄製進行編輯，以降低錄製過程中的背景噪音，減少最響亮與最安靜部分之間的差異，並於此過程中調整及增強音量、動態及全景位置。為提高錄製質量及製作出吸引聽眾的最終版本，須進行實用而美觀的編輯。於後期製作編輯完成後，我們將向客戶交付影音錄製品的最終版本。

為簽約藝人製作的影音錄製品

除於明星歌唱類節目創作期間製作的音樂IP外，我們亦為簽約藝人製作原創專輯及單曲。



業 務

前期製作

前期製作階段通常包括下列步驟：

- **市場研究。**在我們啟動音樂製作項目前，我們的音樂製作團隊將對市場趨勢以及簽約藝人的風格及特點進行廣泛的研究，及制定初步項目計劃。於音樂製作團隊確定適合該計劃的簽約藝人、製作人、音樂類型及發行渠道後，音樂製作團隊將啟動該項目。
- **甄選音樂及製作人。**我們的音樂製作團隊將協助簽約藝人尋找及選擇潛在歌曲，以進行錄製。我們利用與知名唱片公司、獨立音樂工作室及作曲家的密切關係為藝人購買原創音樂作品。同時，我們的多名簽約藝人本身亦為作曲家。
- **獲得授權。**根據我們與簽約藝人訂立的藝人經紀合約，我們對其的表演擁有獨家授權。彼等中許多人亦向我們授予其創作歌詞及音樂作品的獨家授權。倘歌詞及音樂作品由第三方創作，或倘錄製乃基於現有歌曲，則我們的音樂IP團隊將與第三方版權擁有者磋商並獲得必要授權。

製作

於選曲後，我們的簽約藝人將與我們的音樂製作團隊或第三方製作人合作，創作一個音樂樣本錄音，稱為音樂樣本。我們的音樂製作團隊將透過選擇各部分中的演奏樂器進一步安排樣本中的主歌及副歌。於安排完成後，藝人將與我們的音樂製作團隊合作錄製歌曲。

後期製作

- **後期剪輯製作。**於後期製作期間，我們的音響工程師將編輯表演以及表演歌曲所用的各種樂器。彼等將完成剪輯及母帶製作等一系列工作。彼等亦會不斷嘗試各種後期剪輯技術以優化效果。
- **音樂視頻製作。**倘客戶要求錄像，則藝人將與我們的製片人、音樂製作團隊及節目製作團隊合作，共同創作視頻內容。經驗豐富的導演及編劇將在攝影師的幫助下編寫劇本及製作視頻。我們的後期製作團隊將結合視頻內容及音樂完成工作。

業 務

- **質量控制。**我們的音樂製作團隊、藝人及製片人將共同合作，在將每張唱片交付予客戶前仔細評估各錄音的質量。
- **營銷及推廣。**我們亦與藝人合作，製作各種營銷材料，如專輯封面、肖像照片、海報及專題廣告，並將該等營銷材料以及錄音錄像製品及音樂視頻的最終版本交予客戶。我們亦與客戶合作，並於交付後通過各種渠道（包括短視頻平台及社交媒體平台）推廣音樂作品。

授權音樂服務提供商

我們已就我們音樂IP的數字發行與騰訊音樂娛樂、網易雲音樂及咪咕音樂等中國領先的在線音樂及音頻娛樂平台建立長期合作關係。我們簽訂授權協議，使我們的音樂可以數字形式訪問，例如流媒體、下載及／或手機鈴聲。由於我們授權客戶使用我們的音樂IP，我們將根據客戶的使用情況逐個收取固定費用或特許權費。我們通常每季度收到客戶詳細發行活動的會計賬目。

我們與音樂服務提供商的授權協議的主要條款包括：

- **權限。**我們通常會向IP授權夥伴授予非獨家權限，以播放或以其他方式使用我們的音樂IP，用於流媒體、下載及／或手機鈴聲。我們授權的音樂作品通常包括我們的音樂IP庫中已經存在的作品，以及我們將在授權期內製作、授權或購買的作品。
- **期限。**授權協議的期限一般介於兩至五年，經雙方同意，可予延長。
- **費用安排。**我們通常向音樂IP授權夥伴收取固定最低保證授權費加上績效授權費。固定最低保證授權費通常分期支付，在簽署授權協議時預先收取及／或在協議期限內每年收取。績效授權費因不同音樂IP而各異，通常取決於訂閱費及播放或下載次數等因素。

於往績記錄期間，我們僅自最低保證金額獲得收入，該金額通常介乎每份合同人民幣30百萬元至每份合同人民幣80百萬元。

業 務

- **知識產權。**我們通常擁有影音錄製品的知識產權以及我們獲著作權人授權或向其購買的歌詞及音樂作品的知識產權，並將其授予我們的音樂IP授權夥伴。
- **終止。**我們或IP授權夥伴均有權在交易對手嚴重違約或未能補救相關違約時終止協議。

除在線音樂平台外，我們亦將音樂作品改編成適合卡拉OK使用的版本，並將其授權予卡拉OK營運商。除上文所述的製作過程外，我們的音樂製作團隊亦會刪除原曲中的聲樂部分，將器樂曲與歌詞視頻相結合，新增字幕並將唱片轉換為正確的播放格式。上述工作完成後，影音錄製品將交付予全國各地的卡拉OK營運商，且我們的音響工程師將為各門店提供技術支持及維護。

我們已與一名卡拉OK營運商訂立授權協議，以授權其在固定期限內支付授權費使用我們的音樂唱片。我們目前提供超過3,000首卡拉OK歌曲，涵蓋廣泛的流派，且我們繼續審查及更新我們的卡拉OK歌曲庫，以保持歌曲新穎、流行及風行。

電影及劇集IP運營及授權

憑藉我們豐富的電影片庫、經驗豐富的內部專業團隊及我們與媒體平台的長期合作關係，我們正在積極進軍電影授權以及劇集製作及授權領域。

電影IP庫及授權

截至2021年12月31日，我們資源豐富的電影片庫有757部電影。我們擁有電影IP庫中所有電影的回放權，以及部分影片的翻拍權和翻錄權。

我們通常將我們的電影授權予國內外電視媒體平台及網絡視頻平台，以便於指定期限內回放以收取固定授權費。授權費通常視乎已授權電影的數量及授權期的時長等因素而定。授權期限因具體情況而異。於2020年，我們與字節跳動合作，播放我們電影IP庫中的電影。

授權協議的主要條款通常包括：

- **權限。**我們與媒體平台訂立的授權協議通常向授權媒體平台提供播放權，允許媒體平台回放影片。

業 務

- **期限。**授權協議的期限因具體情況而異。
- **費用安排。**根據我們與IP授權夥伴訂立的授權協議，我們通常會收到固定特許權費。付款方式通常為分期付款。
- **IP的擁有權。**我們擁有電影IP庫中所有電影的回放權，以及部分影片的翻拍權和翻錄權。
- **終止。**我們或IP授權夥伴均有權在交易對手嚴重違約或未能補救相關違約時終止協議。

除授權電影回放外，我們已訂立一項協議，據此，我們將共同投資翻拍我們的電影，而該等電影將於網絡視頻平台上播放。

劇集製作及授權

為進一步發展我們的內容製作及運營能力，並使我們的節目組合多元化，我們正在積極擴大我們於劇集製作及授權領域的業務。

劇集製作

於往績記錄期間，我們於2018年成立一支劇集開發團隊並根據我們的原創劇本製作了愛情電視連續劇《閱讀課》。《閱讀課》為我們首部原創劇集，由宋祖兒女士、侯明昊先生、孫堅先生及我們的簽約藝人陳冰女士主演。《閱讀課》總預算約為人民幣94.0百萬元。於2020年10月，《閱讀課》拍攝殺青，並於2021年8月完成了後期剪輯。我們於2021年9月下旬取得《閱讀課》電視劇發行許可證。預計將在中國領先衛星電視媒體平台及領先網絡視頻平台同步播放。根據弗若斯特沙利文報告，劇集從拍攝殺青到首播需要兩年或更長時間是行業常態。

前期製作

我們已成立一個專門的開發部門，幫助我們構建或購買劇本概念，與合適的編劇聯繫以編寫劇本。總製片人將制定製作預算，並根據劇本類型及製作預算選擇演員陣容。一旦製作項目正式啟動，我們將向國家廣播電視總局的地方部門提交擬定的製作項目。

業 務

製作

我們指派內部導演、製作人及項目協調員管理及監督整個節目製作過程，並確保我們的節目以高質量及高效率的方式製作。我們經驗豐富的內部技術人員負責的工作範圍較廣，如燈光、編舞、演播室布景設計及人才協調。

後期製作

我們經驗豐富的內部製作團隊通常積極參與後期製作過程，包括編輯、混音、色彩調整及字幕。我們劇集的母帶準備好後將提交予國家廣播電視總局進行最終審核及批准，以獲得電視劇發行許可證。該審核過程通常需時約一個月。獲得電視劇發行許可證後方可將母帶寄送予客戶進行播放。於往績記錄期間，我們於國家廣播電視總局審查過程中並無遇到任何製作過程延誤情況，亦無受到國家廣播電視總局的任何不利行動。

劇集授權

我們擁有《閱讀課》的所有IP並正在與領先的電視台及網絡視頻平台磋商授權播放權。此外，我們聯合製作的《光榮與夢想》，一部描述中國二十世紀二十年代及二十世紀三十年代社會變遷的劇集，已於2021年5月在東方衛視、北京衛視及中國的三大網絡視頻平台播出。

其他IP相關業務

利用我們廣泛的高質量文娛IP，我們的業務已擴展至各種IP相關領域，如藝人經紀、藝術教育及培訓、演唱會組織及製作、移動應用程序、衍生消費品及即時體驗場地。

藝人經紀

我們的目標是通過音樂類及舞蹈類綜藝節目挖掘及培養新的表演藝人，並安排其為企業客戶、廣告代理及媒體平台提供表演服務。我們通常與藝人訂立多年的藝人經紀合約，我們的人才管理團隊將於營銷、推廣、營利及職業培訓等領域為藝人提供支持。彼等與簽約藝人合作安排演唱會、巡演、個人演出及客戶的代言活動。彼等亦與音樂製作團隊合作為藝人製作和發行單曲和專輯。

業 務

藝人經紀合約

我們藝人經紀合約的主要條款通常包括：

- **期限**。通常情況下，藝人經紀協議的期限為九年。合約到期後，我們有優先續簽合約的權利。
- **藝人經紀服務**。我們與各種企業客戶、廣告代理及媒體平台保持密切聯繫，並安排我們的簽約藝人參加客戶的演唱會、巡演、個人演出及代言交易。我們亦為藝人製作單曲及專輯，並協助彼等安排日程以及與客戶及媒體溝通。
- **費用安排**。我們根據協議所載百分比與簽約藝人分享我們自客戶取得的收入。
- **IP的擁有權**。我們對在協議期內創作的藝人作品擁有無限期獨家許可。
- **終止**。倘若藝人違約，我們可終止合約。

藝人概覽

截至2021年12月31日，我們擁有157名優秀表演藝人，陣容強大。我們為能夠幫助推動眾多後起之秀的演藝事業而感到自豪，並將繼續物色及培養有理想的藝人。

主要簽約藝人

我們的部分主要藝人包括：陳冰女士、希林娜依•高女士、黃霄雲女士、蔣敦豪先生、李琦先生、那吾克熱•玉素甫江先生、劉雪婧女士、潘虹女士、蘇運瑩女士、旦增尼瑪先生、伍珂玥女士、邢晗銘女士、于梓貝女士、紮西平措先生及張磊先生（按字母順序排列）。在我們與上述藝人的合約中，三份將於2022年至2023年到期，七份將於2024年至2025年到期，四份將於2026年至2027年到期，一份將於2028年後到期。

上述所有藝人曾參加我們的一個或多個綜藝節目，包括《中國好聲音》、《蒙面唱將猜猜猜》、《蒙面舞王》及《爆款來了》。陳冰女士亦參演了我們的劇集《閱讀課》。除了在我們製作的綜藝節目及劇集中表演外，我們的藝人經紀團隊亦積極尋求機會使我

業 務

們的簽約藝人參加商業演出及商業推廣活動，與企業客戶簽訂代言協議，為電影及劇集配樂，並在其他內容製作商及媒體平台製作的各種綜藝節目及劇集中表演。

案例研究

新人流行歌手希林娜依•高女士是我們幫助有理想的表演藝人推向全國觀眾的成功案例之一。彼參加我們的節目《中國新歌聲》第二季，作為一名才華橫溢的歌手出道，並在觀眾中獲得極高人氣。我們於2018年製作及發行其第一首原創歌曲《顆粒季》，並於2020年發行其首張專輯《停不下來》。

另一個案例是黃霄雲女士，彼參加《中國好聲音2015》，並再次參加《中國好聲音2021》（擔任導師助理）。我們的藝人經紀團隊為黃霄雲女士爭取到參加多檔熱門明星歌唱類節目的機會，包括《歌手當打之年2020》、《新聲請指教》、《蒙面唱將猜猜猜2020》及《夢想的聲音2018》。截至2021年12月31日，彼演唱的歌曲《星辰大海》在線播放量超過九十億次。於2021年，我們發行其首張專輯《黃霄雲的Neverland》，以進一步推動其音樂事業的發展。此外，我們的藝人經紀團隊為黃霄雲女士積極尋找參與劇集製作的機會。例如，彼在中國三大網絡視頻平台之一的優酷播出的兩部劇集《薛定諤的貓》和《少年有點酷》中擔任主演。

演唱會組織及製作

憑藉我們在活動策劃方面的豐富專業知識及大量簽約藝人，我們已創建演唱會組織及製作業務。我們與眾多客戶合作組織演唱會，包括著名的音樂服務提供商及廣告代理。我們負責藝人邀請、舞台布景、音響工程及流程規劃等一系列工作。我們通常會向客戶收取一部分門票銷售款項作為回報。我們亦自行組織演唱會，並有權獲得此類活動的所有門票銷售。

業 務

藝術教育及培訓

本科課程

於2018年，我們與獨立第三方上海視覺藝術學院（或SIVA）合作，共同創辦流行音樂學院，提供本科教育。作為上海市首家此類學院，該學院提供涵蓋流行音樂及街舞兩個專業的課程。SIVA提供學校場所並負責其日常運營。我們負責與教學設施及教學人員有關的費用，並向學校提供各種教學資源。作為回報，我們根據與SIVA訂立的協議所載的百分比分佔學校產生的收入。

於2018年，該校迎來第一批歌唱及舞蹈專業的學生。自此，我們的學生人數穩步增長。於2018年、2019年、2020年及2021年，就讀我們本科課程的學生人數分別為54人、113人、168人及224人。

藝術培訓

憑藉歌舞比賽節目的品牌效應，我們亦向社會各界提供歌舞培訓，不受招生限制。我們的藝術培訓計劃為欲培養個人興趣或進一步提升唱歌及舞蹈技能的兒童及成人提供服務並聘請音樂家及舞蹈家作為導師。

除線下藝術培訓外，我們亦在我們開發的「中國好聲音」應用程序提供在線流行音樂及街舞課程。用戶可下載該應用程序並以固定費率訪問在線課程。有關詳情請參閱「一 移動應用程序—「中國好聲音」應用程序」。

移動應用程序

為向觀眾提供一個互動平台，我們已開發及推出「中國好聲音」移動應用程序及「綜巴車」微信小程序。

「中國好聲音」應用程序

在線《中國好聲音》社交社群

於2020年7月，我們推出我們自行開發的在線社區移動應用程序「中國好聲音」應用程序，供觀眾訪問有關《中國好聲音》綜藝節目的信息及更新，並與其他觀眾等進行社交互動。該應用程序將觀眾與曾為我們《中國好聲音》綜藝節目參賽者及導師的名人相聯繫，為觀眾提供一個可快速便捷以多種形式傳播節目信息的平台。通過加強觀眾、名人及內容之間的聯繫，該平台有助於為我們的綜藝節目建立充滿活力的觀眾群。

業 務

應用程式特徵及充滿活力的觀眾群

「中國好聲音」應用程式具備廣泛的社交功能。曾作為參賽者或導師在《中國好聲音》綜藝節目表演的知名歌手可開設在線歌唱課程。用戶可以音頻或視頻格式分享音樂表演，「中國好聲音」應用程式提供各種音樂排名，使過程更具吸引力。用戶可參與在線歌唱比賽，對其他人士的歌唱表演進行評論及點贊，並在社交媒體平台（如微信）上分享自身的表演。憑藉其社交媒體性質，「中國好聲音」應用程式已成為《中國好聲音》綜藝節目的觀眾在線社交社群。截至2021年12月31日，我們在「中國好聲音」應用程式擁有約1,134,000名註冊用戶。

此外，「中國好聲音」應用程式亦為申請參加與我們《中國好聲音》綜藝節目有關的線下文娛活動的主要在線入口。我們亦邀請參加我們過往節目的當紅歌手與用戶實時互動，提升節目熱度。

透過「中國好聲音」應用程式，我們可主動為即將開播的節目進行營銷，並為早期成功蓄力。更重要的是，我們可在節目結束後有效地保持觀眾的參與度，並為《中國好聲音》綜藝節目創建充滿活力的觀眾群，這對擴大我們的盈利機會至關重要。

以下屏幕截圖說明我們的「中國好聲音」應用程式界面及功能的主要特徵。



業 務

與AVP許可證持有人的合作協議

我們已與持有有效的信息網絡傳播視聽節目許可證（AVP許可證）的中國第三方訂立合作協議，該協議自2021年9月起生效。根據該協議，我們的「中國好聲音」應用程序視頻頻道被重定向至其平台的自動頻道，而該等頻道播放我們的視頻內容。根據我們中國法律顧問及保薦人中國法律顧問的資料，有關安排並不違反中國法律，本集團無須根據有關安排獲其AVP許可證。

該協議的主要條款如下：

- **性質。**我們平台的視頻頻道被重定向至其平台的自動頻道，而該等頻道播放我們的視頻內容。
- **期限。**該協議期限自2021年8月1日起至2023年12月31日止，可自動續期一年。
- **費用安排及結算。**我們同意按「中國好聲音」應用程序產生的收入的固定百分比向第三方付款，該等款項按月結算。
- **終止。**該協議可於相互協商後終止。

我們的董事確認，兩個實體之間的關係為友好關係，並且我們的董事預期不存在導致目前安排無法於未來繼續得到落實的任何重大障礙。倘我們不再能夠與該合作夥伴合作，我們的董事確認，我們在與其他持有AVP許可證的平台合作方面不會遇到重大障礙。根據弗若斯特沙利文的資料，就授權而言，500多家中國實體擁有AVP許可證，有可能替代本公司目前擁有AVP許可證的第三方視頻平台合作夥伴。

「綜巴車」微信小程序

「綜巴車」為我們開發的小程序，作為除《中國好聲音》外我們所有綜藝節目的在線社區，於2020年9月發佈。通過我們的「綜巴車」小程序，《這！就是街舞》及《追光吧！哥哥》等綜藝節目觀眾可訪問節目的信息及更新並與其他觀眾互動。註冊用戶可使用「圈子」功能發表對節目或參賽明星的評論，彼等可以對彼此發佈的舞蹈表演進行評論、投票及點贊。我們亦定期向註冊用戶贈送綜藝節目的免費門票作為獎品，有效增強用戶的黏性。

業 務

此外，「綜巴車」小程序亦為有興趣參加我們比賽節目人士的申請入口。「綜巴車」小程序通過將我們與觀眾及潛在參賽選手緊密聯繫，協助我們洞察市場動態及客戶偏好，從而使我們能夠不斷開發及推廣熱門綜藝節目。截至2021年12月31日，「綜巴車」擁有超過68,000名註冊用戶。

截至最後實際可行日期，中國尚無徵收數據稅，要求運營擁有大量個人數據的應用程序及小程序的公司將其部份經營收入交給個人數據來源，即數據稅。我們的主要業務為綜藝節目運營及授權，其亦為我們的主要收入來源。自推出「中國好聲音」應用程序及「綜巴車」小程序以來，截至2021年12月31日，我們產生自「中國好聲音」應用程序的收入為約人民幣752,000元，產生自「綜巴車」小程序的收入為約人民幣275,000元，總額僅佔我們2021年總收入不到0.1%。鑒於上文所述，我們的董事及中國法律顧問認為倘若將來徵收數據稅，其不會對我們的業務營運或財務狀況造成任何重大不利影響。

基於聯席保薦人開展的盡職調查工作，並考慮到（其中包括）(i)以上所載理由，及(ii)中國法律顧問認為，聯席保薦人概無獲悉任何事項會合理導致聯席保薦人在任何重大方面與董事上述意見存在分歧。

衍生消費品

我們將與內容製作相關的文娛IP授權予不同行業的衍生消費品品牌，包括化妝品、食品與飲料、服飾和時尚物品。我們授予授權合作夥伴權利根據我們的節目IP使用宣傳材料，並收取授權費。我們亦委聘第三方供貨商圍繞我們的文娛IP生產服裝、時尚物品及其他衍生商品，並於「綜巴車」小程序及天貓等線上零售平台上銷售。

即時體驗場地

憑藉自身優質IP資源及強大品牌效應，我們以輕資產模式拓展至以IP授權為主的即時體驗場地業務。我們與旅遊景點合作，如上海杜莎夫人蠟像館，並授權其重新製作我們的綜藝節目的場景及道具。此外，我們獲得上海松江一幅面積約達66,000平方米的地塊的土地使用權。我們計劃利用該地塊在該地建設「松江星空綜藝影視製作基地」（「松江基地」）。此外，我們計劃基於我們綜藝節目IP打造旅遊景點。截至2021年12月31日，我們已就該項目花費人民幣130百萬元，主要包括土地成本、不動產稅及

業 務

建設成本。我們預計將於2022年、2023年及2023年之後就松江基地花費約人民幣130百萬元、人民幣310百萬元及人民幣577百萬元。我們預計將於2023年下半年完工。

目前，我們從第三方租用工作室製作我們的綜藝節目。在製作過程中，我們亦為節目參與者及工作人員就酒店及臨時辦公室支付了大量費用。此外，我們有時會遭遇缺少可用製作工作室的問題，這會影響我們的製作進度。我們計劃建立一個可容納多個獨立電影製作工作室的製作基地，該等工作室全部設備齊全。我們可通過自有的製作工作室更好地控制製作環境及流程、為更好地配合節目創意而變更工作室，及輕鬆嘗試新的設置與技術。我們亦計劃建造後期製作編輯辦公室以及可接待節目參與者的宿舍。長遠而言，我們認為我們在同一地方完成相關製作工作可提高我們的運營效率並降低製作成本。松江基地位於上海（中國交通最發達的城市之一）松江區，公共及私人交通均十分便利，故成為製作擁有眾多觀眾及參與者的超大型綜藝節目的理想位置。我們預計松江基地將於完工後自2023年起成為我們綜藝節目的主要製作基地。

我們計劃基於綜藝節目IP在松江基地打造各類主題景點。遊客可以現場觀摩綜藝節目製作，購買綜藝節目衍生商品，以及通過我們的文娛IP獲得其他文娛體驗，如街舞及音樂課程。

業 務

獎項及認可

下表載列我們自成立以來獲得的主要獎項：

年份	獎項／認可	獲授獎項的 綜藝節目／集團實體	頒發機構
2019年	全國文化企業30強	提名	光明日報社及經濟 日報社
2019年	中國2019非虛構類節目 最佳導演獎	《這！就是原創》	新加坡資訊通信 媒體發展局
2019年	中國2019 最佳兒童節目獎	《同一堂課2019》	新加坡資訊通信 媒體發展局
2019年	2019年度匠心導演	《即刻電音》	中國電視藝術家協會
2019年	2019年度匠心導演	《這！就是原創》	中國電視藝術家協會
2019年	2019年度匠心音樂	《即刻電音》	中國電視藝術家協會
2019年	2019年度匠心音樂	《這！就是原創》	中國電視藝術家協會
2019年	2019年度匠心攝影	《這！就是街舞2019》	中國電視藝術家協會

業 務

年份	獎項／認可	獲授獎項的 綜藝節目／集團實體	頒發機構
2019年	2019年度匠心作品	《這！就是街舞2019》	中國電視藝術家協會
2019年	2019年度匠心製作人	《這！就是街舞2019》	中國電視藝術家協會
2019年	TV地標(2019)－ 製作機構年度優秀節目	《中國好聲音2019》	國家廣播電視總局 中國廣播影視雜誌社
2019年	TV地標(2019)－ 年度優秀網絡 視聽節目	《爆款來了2019》	國家廣播電視總局 中國廣播影視雜誌社
2019年	2019《綜藝報》年度企業	燦星文化	國家廣播電視總局 《綜藝報》社
2019年	2019年度節目	《這！就是街舞2019》	國家廣播電視總局 《綜藝報》社
2020年	第26屆白玉蘭最佳 電視綜藝節目提名	《了不起的長城》	上海電視節組委會
2020年	長寧區2020年度人才 開發優秀單位	燦星文化	長寧區人力資源和 社會保障局
2020年	2020年短視頻單元 文娛類年度傑出作品	2020好聲音致敬武漢中插	中國廣播社會 組織聯合會

業 務

年份	獎項／認可	獲授獎項的 綜藝節目／集團實體	頒發機構
2020年	2020年度製作機構 優秀節目	《中國好聲音2020》	國家廣播電視總局 中國廣播影視雜誌社
2020年	2020年度優秀網絡 視聽節目	《這！就是街舞2020》	國家廣播電視總局 中國廣播影視雜誌社
2021年	全球推薦－年度多季 綜藝節目	《這！就是街舞2020》	中國廣播電視社會 組織聯合會電視 制片委員會
2021年	全球推薦－年度 創新綜藝節目	《了不起的長城》	中國廣播電視社會 組織聯合會電視 制片委員會
2021年	2021年度優秀節目 製作機構	燦星文化	國家廣播電視總局 中國廣播影視雜誌社
2021年	2021年度製作機構 優秀節目	《中國好聲音2021》	國家廣播電視總局 中國廣播影視雜誌社

業 務

年份	獎項／認可	獲授獎項的 綜藝節目／集團實體	頒發機構
2021年	2021年度優秀網絡 視聽節目	《這！就是街舞2021》	國家廣播電視總局 中國廣播影視雜誌社
2021年	中國街舞盛典2021年度 中國街舞優秀綜藝節目	《這！就是街舞2021》	中國街舞盛典組委會

我們的客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括：(i)聘請我們製作及發行綜藝節目的電視媒體平台及網絡視頻平台；(ii)尋求通過產品植入或電視廣告宣傳其產品及服務的廣告主；(iii)授權我們音樂IP的音樂服務提供商；(iv)授權我們電影或聘請我們製作及發行劇集的電視媒體平台及網絡視頻平台；(v)聘請我們及我們的簽約藝人舉辦演唱會、巡演及個人演出的企業客戶、廣告代理及媒體平台；(vi)參加我們的藝術教育課程或參加我們的藝術培訓課程的學生；及(vii)授權我們IP的衍生消費品品牌。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們五大客戶應佔收入分別為人民幣1,366.1百萬元、人民幣1,087.9百萬元及人民幣867.1百萬元，分別佔同年總收入約75.6%、69.7%及77.0%。

截至最後實際可行日期，我們與五大客戶維持穩定的關係，關係年限介乎約六年至十年不等。五大客戶的信貸期一般為彼等收到我們的發票後一個月，視乎各合約的具體付款條款而定，而我們通常透過銀行轉賬與彼等進行結算。截至最後實際可行日期，董事、彼等的聯繫人或據董事所知截至最後實際可行日期擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東概無於往績記錄期間於任何五大客戶中擁有任何權益。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們五大客戶的詳情：

本集團截至2019年12月31日止年度的五大客戶

排名	客戶	收入性質	收入 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	業務 關係開始 (自或之前) (年份)	客戶背景
1	客戶A	綜藝節目IP運營及 授權；其他IP相 關業務	472,976	26.2%	2012年	中國三大網絡視頻平台之一，由一家創辦於1999年位於浙江省杭州市並於紐約證券交易所及香港聯交所均上市的科技及電商集團（及其附屬公司）擁有。
2	客戶B	綜藝節目IP運營及 授權；其他IP相 關業務	359,579	19.9%	2012年	一家創辦於2001年位於浙江省杭州市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一。

業 務						
排名	客戶	收入性質	收入	佔總收入的百分比	業務關係開始 (自或之前) (年份)	客戶背景
			(人民幣千元)			
3	客戶C	音樂及綜藝節目IP 運營及授權；其 他IP相關業務	257,001	14.2%	2013年	一家創辦於1998年位於廣東省深圳市並於香港聯交所上市的科技及社交媒體集團（及其附屬公司）。彼等運營中國三大網絡視頻平台之一。
4	客戶D／ 供貨商A	綜藝節目IP運營及 授權；其他IP相 關業務	162,044	9.0%	2013年	一家創辦於2001年位於上海市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一。
5	客戶E／ 供貨商B	綜藝節目IP運營及 授權；其他IP相 關業務	114,485	6.3%	2015年	一家創辦於2002年位於江蘇省南京市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一。
			1,366,085	75.6%		
	總計		1,806,593	100%		

業 務

本集團截至2020年12月31日止年度的五大客戶

排名	客戶	收入性質	收入 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	業務 關係開始 (自或之前) (年份)	客戶背景
1	客戶A	綜藝節目IP運營及授權；其他IP相關業務	396,304	25.4%	2012年	中國三大網絡視頻平台之一，由一家創辦於1999年位於浙江省杭州市並於紐約證券交易所及香港聯交所均上市的科技及電商集團（及其附屬公司）擁有。
2	客戶B	綜藝節目IP運營及授權；其他IP相關業務	235,916	15.1%	2012年	一家創辦於2001年位於浙江省杭州市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一。
3	客戶C	音樂及綜藝節目IP運營及授權；其他IP相關業務	178,042	11.4%	2013年	一家創辦於1998年位於廣東省深圳市並於香港聯交所上市的科技及社交媒體集團（及其附屬公司）。彼等運營中國三大網絡視頻平台之一。

業 務

排名	客戶	收入性質	收入	佔總收入的百分比	業務關係開始 (自或之前) (年份)	客戶背景
			(人民幣千元)			
4	客戶F	綜藝節目IP運營及授權；電影及劇集IP運營及授權	156,111	10.0%	2016年	一家創辦於2012年位於北京的科技及社交媒體集團（及其附屬公司）。彼等運營中國領先的短視頻平台之一。
5	客戶E／ 供貨商B	綜藝節目IP運營及授權；其他IP相關業務	121,479	7.8%	2015年	一家創辦於2002年位於江蘇省南京市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一。
			1,087,852	69.7%		
	總計		1,559,945	100%		

業 務

本集團截至2021年12月31日止年度的五大客戶

排名	客戶	收入性質	收入 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	業務關係開始 (自或之前) (年份)	客戶背景
1	客戶A	綜藝節目IP運營及授權；其他IP相關業務	403,142	35.8%	2012年	中國三大網絡視頻平台之一，由一家創辦於1999年位於浙江省杭州市並於紐約證券交易所及香港聯交所均上市的科技及電商集團（及其附屬公司）擁有。
2	客戶B	綜藝節目IP運營及授權；其他IP相關業務	159,596	14.2%	2012年	一家創辦於2001年位於浙江省杭州市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一。
3	客戶F	綜藝節目IP運營及授權；其他IP相關業務	120,668	10.7%	2016年	一家創辦於2012年位於北京的科技及社交媒體集團（及其附屬公司）。彼等運營中國領先的短視頻平台之一。

業 務

排名	客戶	收入性質	收入 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	業務關係開始 (自或之前) (年份)	客戶背景
4	客戶 E / 供貨商B	綜藝節目IP運營及 授權；其他IP相 關業務	93,012	8.3%	2015年	一家創辦於2002年位於江蘇省南京市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一。
5	客戶C	綜藝節目IP運營及 授權；其他IP相 關業務	90,683	8.0%	2013年	一家創辦於1998年位於廣東省深圳市並於香港聯交所上市的科技及社交媒體集團（及其附屬公司）。彼等運營中國三大網絡視頻平台之一。
			867,101	77.0%		
	總計		1,126,746	100.0%		

業 務

客戶與供貨商重疊

A1A28(1)(b)(i)

於往績記錄期間，採購我們綜藝節目製作及運營相關的服務的部分電視媒體平台客戶亦為我們的供貨商，其(i)向我們提供電視廣告時段；(ii)物色符合我們綜藝節目要求的表演藝人並與之進行磋商；或(iii)向我們提供製作及／或後期製作服務。據董事所知及所信，於往績記錄期間，有四家實體同時為我們的五大客戶及供貨商，或同時為我們的五大供貨商及客戶。詳情載於下表：

客戶／ 供貨商	排名	成為 客戶的年份	收入 (人民幣 千元)	佔我們 總收入的 百分比	收入性質	成為 供貨商的 年份	採購金額 (人民幣 千元)	佔我們 總採購額 的百分比	採購性質
客戶B	於2019年、2020 年及2021年位 列五大客戶	2019年 2020年 2021年	359,579 235,916 159,596	19.9% 15.1% 14.2%	綜藝節目IP運 營及授權； 其他IP相關 業務	2019年 2020年 2021年	6,807 4,524 5,316	0.6% 0.5% 0.7%	節目技術設 備租賃服 務
客戶D／ 供貨商A	於2019年位列五 大客戶以及於 2019年、2020 年及2021年位 列五大供貨商	2019年 2020年 2021年	162,044 1,395 66	9.0% 0.1% 0.0%	綜藝節目IP運 營及授權； 其他IP相關 業務	2019年 2020年 2021年	59,957 35,998 46,374	5.7% 3.8% 5.9%	節目技術設 備租賃服 務
客戶E／ 供貨商B	於2019年、2020 年及2021年位 列五大客戶以 及於2019年、 2020年及2021 年位列五大供 貨商	2019年 2020年 2021年	114,485 121,479 93,012	6.3% 7.8% 8.3%	綜藝節目IP運 營及授權； 其他IP相關 業務	2019年 2020年 2021年	36,342 36,796 81,295	3.4% 3.8% 10.3%	嘉賓邀請服 務及節目 技術設備 租賃服務
供貨商I	於2021年位列五 大供貨商	2021年	33,399	3.0%	音樂IP運營及 授權	2021年	11,608	1.5%	音樂IP授權

業 務

我們向該等重疊客戶及供貨商銷售及自其採購的條款的磋商以個別方式進行，而銷售及採購彼此既不相互關連，也不互為條件。憑藉我們優質的行業資源和市場領先地位，我們與重疊的客戶及供貨商建立穩固的業務關係。董事確認，我們向該等重疊客戶及供貨商作出的所有銷售及採購均於計及相關時間之現行採購及銷售價格經審慎考慮後訂立，並於日常業務過程中按照正常商業條款及公平原則進行。截至最後實際可行日期，董事、彼等的聯繫人或據董事所知截至最後實際可行日期擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東概無於往績記錄期間於任何重疊客戶及供貨商中擁有任何權益。

根據弗若斯特沙利文的資料，在綜藝節目行業常見的是(i)電視媒體平台不僅採購製作服務以製作綜藝節目，亦出售電視廣告時段，提供嘉賓邀請服務及節目製作服務，以產生收入及提高盈利能力及(ii)綜藝節目製作人及發行商不僅為電視媒體平台提供製作服務，亦向電視媒體平台購買電視廣告時段、嘉賓邀請服務及節目製作服務。

付款條款及信貸管理

我們已制定內部政策以持續監控我們的應收款項及營運資金，以將潛在信用風險降至最低。我們的會計團隊與我們的法律團隊及業務開發團隊密切合作，以評估每位客戶的信譽，以盡量減少逾期付款的風險。彼等每天審查及更新我們應收款項的金額及賬齡，並定期向我們的業務開發團隊發送收取未付費用的提醒。我們的會計團隊亦制定應收款項的月度報告以及監督收款流程，並跟蹤任何逾期付款的情況。此外，我們的內部政策已載有在發生逾期付款及計提貿易應收款項減值撥備時採取的適當措施。我們的客戶通常以銀行轉賬的方式支付我們的費用。一般而言，我們授予客戶的信貸期為開票日期起計30天。

我們的供貨商

於往績記錄期間，我們的供貨商主要包括(i)為我們提供廣告時段的媒體平台及廣告代理；(ii)為我們綜藝節目提供製作服務的第三方服務供貨商；(iii)節目選播的人才協調公司或媒體平台；及(iv)將其權利授予我們的作曲家及作詞家。我們通常以項目為基礎與供貨商合作，並為每個項目簽訂合約，其中規定工作範圍、價格、付款時間表及其他商業條款。

業 務

五大供貨商的信貸期範圍一般為三個月至六個月，視乎每份合約的具體付款條款而定，且我們通常通過銀行轉賬來支付。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，五大供貨商應佔的採購額分別為人民幣172.3百萬元、人民幣176.3百萬元及人民幣174.8百萬元，分別佔同年採購總額的約16.3%、18.4%及22.1%。

截至最後實際可行日期，董事、彼等的聯繫人或據董事所知截至最後實際可行日期擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東概無於往績記錄期間於五大供貨商中擁有任何權益。下表載列於往績記錄期間我們五大供貨商的詳情：

本集團截至2019年12月31日止年度的五大供貨商

排名	供貨商	採購性質	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額的 百分比	業務 關係開始 (自或之前) (年份)	供貨商背景
1	供貨商A/ 客戶D	節目技術設備 租賃服務	59,957	5.7%	2013年	一家創辦於2001年位於上海市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一
2	供貨商B/ 客戶E	嘉賓邀請服務及節 目技術設備租賃 服務	36,342	3.4%	2015年	一家創辦於2002年位於江蘇省南京市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一

業 務

排名	供貨商	採購性質	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額的 百分比	業務 關係開始 (自或之前) (年份)	供貨商背景
3	供貨商C	節目製作服務	33,796	3.2%	2018年	一家位於荷蘭的傳媒公司， 提供節目製作及諮詢服務
4	供貨商D	飛機票	22,048	2.1%	2015年	一家位於上海市的旅行社
5	供貨商E	嘉賓邀請服務及 節目製作服務	20,151	1.9%	2019年	一家位於北京市的文化傳媒 公司
			172,294	16.3%		
	總計		1,060,327	100%		

本集團截至2020年12月31日止年度的五大供貨商

排名	供貨商	採購性質	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額的 百分比	業務 關係開始 (自或之前) (年份)	供貨商背景
1	供貨商F	電視廣告時段	56,604	5.9%	2019年	一家創辦於1979年位於北京 市的國有衛星電視媒體平 台。其運營中國五大衛星 電視媒體平台之一

業 務						
排名	供貨商	採購性質	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額的 百分比	業務 關係開始 (自或之前) (年份)	供貨商背景
2	供貨商B/ 客戶E	嘉賓邀請服務及節 目技術設備租賃 服務	36,796	3.8%	2015年	一家創辦於2002年位於江蘇 省南京市的國有廣電傳媒 集團。其運營中國五大衛 星電視媒體平台之一
3	供貨商A/ 客戶D	節目技術設備租賃 服務	35,998	3.8%	2013年	一家創辦於2001年位於上海 市的國有廣電傳媒集團。 其運營中國五大衛星電視 媒體平台之一
4	供貨商C	節目製作服務	29,942	3.1%	2018年	一家位於荷蘭的傳媒公司， 提供節目製作及諮詢服務
5	供貨商G	嘉賓邀請服務	16,981	1.8%	2020年	一家位於山東省青島市的電 影及劇集製作公司
			176,321	18.4%		
	總計		959,743	100%		

業 務

本集團截至2021年12月31日止年度的五大供貨商

排名	供貨商	採購性質	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額 的百分比	業務 關係開始 (自或之前) (年份)	供貨商背景
1	供貨商B/ 客戶E	嘉賓邀請服務及 節目技術設備 租賃服務	81,295	10.3%	2015年	一家創辦於2002年位於江蘇省南京市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一
2	供貨商A/ 客戶D	節目技術設備租 賃服務	46,374	5.9%	2013年	一家創辦於2001年位於上海市的國有廣電傳媒集團。其運營中國五大衛星電視媒體平台之一
3	供貨商C	節目製作服務	19,875	2.5%	2018年	一家位於荷蘭的傳媒公司，提供節目製作及諮詢服務
4	供貨商H	節目製作服務	15,600	2.0%	2020年	一家英屬處女群島實體，提供舞台服裝及道具相關的綜藝節目諮詢及設計服務
5	供貨商I	音樂IP授權	11,608	1.5%	2018年	一家位於廣東省廣州市的音樂IP運營公司
			174,752	22.1%		
	總計		789,396	100.0%		

於往績記錄期間，我們與供貨商保持良好關係，且並無與任何該等供貨商存在任何重大分歧或爭議。我們在供應或所提供的服務方面並無遭遇任何重大延遲或在委聘合適的服務供貨商方面並無遭遇任何困難，且我們無須退回有缺陷的供應品。

業 務

質量控制

在綜藝節目、音樂作品、劇集及其他IP相關產品製作的整個生命週期中，我們採取嚴格質量控制準則及程序。此外，我們亦實施採購質量控制措施。

綜藝節目

就綜藝節目而言，我們的項目審批委員會在製作階段開始前對每個節目概念的質量進行評估。我們的導演團隊在整個製作過程中監督節目質量，而我們為每個重要環節如音效、舞台效果、選角及後期剪輯指定質量控制人員。在後期製作工作完成後，我們亦會邀請行業專家對綜藝節目的質量提供建議，而投資媒體平台、我們的內容製作專業骨幹及高級管理人員會在節目送至媒體平台播出前對節目進行全面審核。

音樂作品

就音樂作品而言，我們的音樂製作團隊負責製作階段的質量控制。音樂作品完成後，音樂製作團隊及簽約藝人將在作品發佈前共同評估作品質量。

劇集

就我們所製作的劇集而言，製片人負責劇集的整體質量，並與導演團隊共同監督質量及製作過程進度。我們亦為每項具體工作指定質量控制人員，確保劇集質量。

衍生消費品

對於授權合作夥伴生產的其他IP相關產品，我們與具有可靠企業背景、交易歷史和聲譽的可信賴授權合作夥伴進行合作。對於我們供貨商生產的其他IP相關產品，我們會定期對產品進行檢查，並評估其質量。

採購

我們亦已對採購採用嚴格的內部審查指引及程序。我們定期指派內部質量控制人員仔細評估第三方供貨商的服務或產品質量，並及時提供建設性反饋。

業 務

營銷及定價

銷售及營銷

我們的營銷活動主要由我們的業務開發團隊參與計劃及執行。我們的業務開發團隊包括具有豐富行業經驗的專業人士。業務開發團隊與客戶保持密切的定期聯繫，並與各行業中廣泛的國內外知名品牌培養長期合作關係。除與現有客戶保持密切聯繫外，我們的業務開發團隊亦積極開拓新廣告客戶及分銷渠道。

我們的知名導演團隊與業務開發團隊經常一同訪問廣告主及媒體平台。憑藉其成功往績記錄、良好業內聲譽及數十年來與知名品牌密切合作的經驗，我們的導演團隊為營銷工作提供強有力支持。我們的業務開發團隊及導演團隊利用其專業知識強強聯合，使我們能夠順利為綜藝節目吸引廣泛的廣告主，該能力構成我們的核心競爭力。

定價

綜藝節目

在收入分成模式下，我們通常會在節目定價時考慮總投資、IP權分配、投資媒體平台及預期受歡迎程度。我們自節目獲得的收入主要取決於該節目的估計總廣告收入及我們的估計成本。在委託製作模式下，我們一般會考慮估計製作成本及我們的目標利潤率。當網絡視頻平台在我們的節目首次在電視平台上播出後許可我們的節目時，我們通常會根據節目類型、預期受歡迎程度及媒體平台考慮有關費用的市場費率釐定授權費。在主辦與我們綜藝節目有關的線下文娛活動授權時，我們在釐定授權費時考慮對我們綜藝節目製作的益處、市場標準及授權方的預計溢利。

音樂

於釐定授權費及版權費（如有）時，我們通常會考慮授權媒體平台、預計受歡迎程度及現行市價等因素。

業 務

電影及劇集

於釐定授權費時，我們通常會考慮我們的製作成本及目標利潤率、授權媒體平台及我們的過往商業安排，以及現行市價。

其他IP相關業務

藝人經紀

一般情況下，我們自邀請我們的簽約藝人參加演唱會、巡演、個人演出及代言活動的客戶收取服務費。於釐定服務費用時，我們通常會考慮我們的目標利潤率、客戶與我們的過往商業安排以及現行市價。

藝術教育及培訓

就藝術教育而言，流行音樂學院的招生培訓費由上海視覺藝術設定。就藝術培訓而言，我們通常就每堂課收取固定費用或按月收取固定費用。於釐定我們藝術培訓課時的價格時，我們通常考慮我們的服務成本、目標利潤率及現行市價。

移動應用程序及微信小程序

我們的「中國好聲音」應用程序或「綜巴車」小程序向觀眾免費開放。就通過我們的「中國好聲音」應用程序在線學習歌唱課程的觀眾而言，我們通常按課時收取固定費用。於釐定我們的網絡課程價格時，我們一般考慮我們的服務成本、目標利潤率及現行市價。

衍生消費品

一般而言，我們會向按個案協商的授權合作夥伴收取固定的授權費。授權費可能因我們的IP製作成本及目標利潤率、授權合作夥伴及我們的過往商業安排，以及現行市價而異。

季節性

綜藝節目的開發、製作及發行受季節性影響。由於觀眾的喜好和電視媒體平台的播出時間表，大多數大型綜藝節目一般在每年的5月至10月之間播出。此外，由於春天及夏天的氣候溫暖，有利於綜藝節目的製作，故拍攝計劃通常在年初開始。由於綜合因素，綜藝節目開發、製作及發行活動的水平於第二季度上升，並持續至曆年的下半年。因此，過往，我們每年下半年錄得的收入和毛利遠高於上半年。詳情請參閱「財務資料－影響我們經營業績的主要因素－季節性」。

業 務

知識產權

知識產權是我們的成就及競爭力的根本要素。我們依靠結合版權、商標、專利、域名以及與僱員、客戶、供貨商及其他第三方訂立保密或授權協議保護我們的知識產權。截至最後實際可行日期，據我們的中國法律顧問所告知，我們已在中國取得(i)40項與電影或以類似電影製作方式製作的作品有關的版權登記證書；(ii)64項與錄音有關的版權登記證書；(iii)97項與軟件有關的著作權登記證書；(iv)29項與藝術品有關的著作權登記證書；(v) 1項與圖形有關的著作權登記證書；(vi) 1項與書面作品有關的著作權登記證書；及(vii)3項與其他類型作品有關的版權登記證書。此外，我們在中國擁有561個註冊商標、15個已註冊域名及111個註冊專利。

就綜藝節目、音樂作品及劇集的版權登記而言，我們的中國法律顧問認為並非強制登記該等作品的版權，因為該等作品的版權被視為屬於製作者並歸製作者所有。因此，當我們製作自身的綜藝節目、音樂作品和劇集時，無論該等作品的版權是否已經註冊，我們均擁有版權。

我們擁有嚴格的內部措施保障我們的知識產權。我們的法律部門時刻記錄並定期審查我們的綜藝節目IP、音樂IP、電影IP和劇集IP的狀況，並使用法律和行政程序以及磋商相結合的方式來保護我們的知識產權。例如，我們的法律部門審查與客戶的合約，以確保載有適當的版權保護條款。此外，無論有關作品註冊與否，我們均可證明自己為版權所有者，並可以通過法律和行政程序以及磋商來解決我們可能遇到的任何版權侵權問題。於往績記錄期間，我們通過法律程序採取積極主動措施以確定並執行我們的權利，以防止未經授權使用我們的綜藝節目剪輯以及未經授權在卡拉OK店使用我們的音樂IP。

據我們的中國法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無在中國境內外牽涉我們認為會對業務、經營業績、財務狀況或聲譽造成任何重大不利影響的任何知識產權侵權申索或訴訟，亦非有關申索或訴訟的當事人。然而，第三方未經授權使用我們的知識產權以及為避免我們的知識產權未經授權使用而產生的開支可能會對我們的業務及經營業績造成不利影響。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－未能創立、營運和保護我們IP的知識產權，可能對我們的業務、競爭地位和前景產生負面影響」。

業 務

截至最後實際可行日期，我們在與韓國文化放送株式會社（「MBC」）就《蒙面歌王》及《戶外真人秀》的糾紛相關的兩起未決訴訟中為被告人。該等法律訴訟為不會質疑我們知識產權的合約糾紛。有關詳情，請參閱「－合規與訴訟－與MBC的合約糾紛」。

研發

我們的研發活動主要包括影片攝製、電視直播及後期製作剪輯等節目製作方面新技術的開發。我們的技術團隊亦不斷嘗試不同的布景、燈光、聲音、服飾及道具創意，以創造出與我們的綜藝節目相匹配的場景設計。此外，彼等嘗試不同的工作室及設施，以達到更好的效果。

我們亦已付出巨大的努力快速推出及測試我們的「中國好聲音」應用程序及「綜巴車」小程序的更新，以不斷改善用戶體驗及參與度。於往績記錄期間，除對我們的移動應用程序進行定期及頻繁的改進外，我們的研發團隊亦進行多個重大開發項目以開發適合我們用戶群需求的特性、功能及服務，例如，個性化內容推薦系統以及互動功能及特性，例如評論、點讚及廣告牌，作為用戶創建內容之工具。

牌照及許可證

據我們的中國法律顧問所告知，我們已取得我們經營所需的所有重要牌照、許可證及批准，截至2021年12月31日及直至最後實際可行日期，該等牌照、許可及批准屬有效且仍具效力。下表載列截至最後實際可行日期我們持有的與我們業務及經營有關的主要牌照及許可證（一般業務規定有關的牌照及許可證除外）：

編號	牌照／ 許可證類型	發證機關	有效期	持有人
1.	廣播電視節目製作 經營許可證	上海市廣播電視局	2021年4月1日至 2023年3月31日	燦星文化

業 務

編號	牌照／ 許可證類型	發證機關	有效期	持有人
2.	廣播電視節目製作 經營許可證	上海市廣播電視局	2021年4月1日至 2023年3月31日	燦星影視
3.	電視劇製作許可證 (乙種)	上海市廣播電視局	2020年6月16日至 2021年6月15日	燦星影視
4.	廣播電視節目製作 經營許可證	上海市廣播電視局	2020年9月1日至 2022年8月31日	北燿文化
5.	網絡文化經營 許可證	上海文化和旅遊局	2019年6月26日至 2022年6月26日	燦星文化
6.	增值電信業務經營 許可證 ⁽¹⁾	上海市通信管理局	2021年5月14日至 2026年5月14日	燦星文化
7.	增值電信業務經營 許可證 ⁽²⁾	上海市通信管理局	2021年5月21日至 2026年5月21日	北燿文化
8.	營業性演出許可證	上海文化和旅遊局	2022年1月26日至 2024年1月26日	燦星文化

業 務

編號	牌照／	發證機關	有效期	持有人
	許可證類型			
9.	營業性演出許可證	上海文化和旅遊局	2021年12月17日至 2023年12月17日	夢響強音

附註：

- (1) 我們已於2021年5月為燦星文化申請並取得增值電信業務經營許可證，以便開展「中國好聲音」應用程序業務。由於後來我們決定在「中國好聲音」應用程序上展示視頻內容，我們聘請一家擁有AVP許可證從而可提供此類服務的獨立第三方，並停止我們自身的增值電信業務經營許可證下的業務。截至最後實際可行日期，我們現時並無任何計劃，且預計不會在燦星文化的增值電信業務經營許可證下開展任何業務。

我們的中國法律顧問認為，在我們於2021年5月獲得ICP許可證並於2021年9月與第三方合作之前，我們缺乏完全合規運營「中國好聲音」應用程序所需的ICP許可證及AVP許可證。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因經營「中國好聲音」應用程序而受到任何調查、處罰或追索。

- (2) 根據我們於2021年5月申請並取得的增值電信業務經營許可證，我們目前在我們的「綜巴車」微信小程序上提供視頻內容。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因經營「綜巴車」小程序而受到任何調查、處罰或追索。

根據我們的中國法律顧問與國家廣播電視總局獲得的口頭諮詢，我們無須就在我們的「綜巴車」小程序上展示視頻內容獲得AVP許可證。根據我們的中國法律顧問與上海文化和旅遊局獲得的口頭諮詢，我們亦無須就在我們的「綜巴車」小程序上展示視頻內容獲得網絡文化經營許可證。

我們密切關注牌照及許可證的有效性狀態，並於到期前及時申請相關牌照及許可證續期。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在業務運營所需牌照及許可證的獲取或續期方面沒有遇到任何重大困難。我們的中國法律顧問認為，只要我們遵守適用法律、法規及規則，我們就不會在該等牌照及許可證到期續期方面遇到重大法律障礙。然而，我們無法向閣下保證，我們日後將能夠及時獲得有關牌照及許可證或將有關牌照及許可證續期，或根本無法獲得有關牌照及許可證或將有關牌照及許可證續期。此外，隨著我們業務的擴大，我們預計會於必要時申請更多牌照及許可證。但我們無法向閣下保證，我們日後將能夠及時取得有關牌照及許可證，或根本無法取得有關牌照及許可證。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－中國政府廣泛監管視頻內容市場及互聯網行業，而我們基於我們所經營業務受到法律法規及政府行動的約束」。

業 務

競爭

我們與我們經營業務所在的中國泛娛樂行業各個領域的不同參與者競爭。就綜藝節目而言，我們認為，我們的主要競爭對手為具有製作綜藝節目能力的獨立視頻內容製作商及媒體平台。於2020年，五大獨立製作商及運營商的市場份額達到5.5%，綜藝節目所得收入為人民幣31億元，呈現出高度分散的格局，而本公司於2020年於中國在不包括專用廣播頻道的市場參與者中位居第一，佔整體綜藝節目市場的2.0%。

HKEx 1st
Q1(ii)(b)

就音樂IP運營及授權而言，董事認為，我們面臨來自擁有更多音樂IP庫的其他唱片公司的競爭。中國音樂市場高度分散，按2020年的收入計，前十大市場參與者的市場份額為7.6%，而本公司排名第七，佔音樂市場總額的0.4%。

在電影及劇集IP運營及授權方面，董事認為我們面臨來自擁有類似製作及發行能力的大型私營電影及劇集製作公司的競爭。中國電影及劇集市場較分散，按2020年的收入計，前五大市場參與者的市場份額分別為23.4%及19.1%。

我們認為市場競爭乃以內容質量、品牌認知度、IP運營能力以及發行能力為基礎。我們相信，我們的競爭優勢在於我們龐大而多元化的文娛IP庫、製作優質原創內容的能力、多元化的分銷渠道及變現方法以及專業及經驗豐富的內容製作團隊及業務開發團隊。我們與中國頂級電視媒體平台及領先的網絡視頻平台的長期合作關係亦為我們取得市場領先地位的重要推動力。有關我們營運所在市場、其頂級市場參與者以及我們於相關市場的市場份額的更詳細討論，請參閱「行業概覽」。

健康、安全、社會及環境事項

除遵守適用的中國法律法規外，我們的業務不涉及重大的健康、工作安全或環境問題。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因不遵守健康、安全或環境法規而受到任何罰款或其他處罰。

業 務

僱員

截至2021年12月31日，我們有458名全職僱員，彼等大部分居於中國內地。下表載列截至2021年12月31日我們按職能劃分的僱員人數：

	僱員人數	佔總人數的 百分比
內容開發、運營及藝人經紀	282	61.6%
分銷、銷售及營銷	56	12.2%
研發	65	14.2%
行政、財務及人力資源	55	12.0%
總計	458	100.0%

保險

於往績記錄期間，我們為綜藝節目製作過程中的風險投購第三方責任險，並為參與節目錄製的演員投購傷害險。我們並未，且根據中國法律亦毋須投購任何營業中斷險或關鍵人員壽險。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們有限的保險保障範圍可能令我們承受巨額成本及業務中斷的風險」。

董事認為，我們的投保範圍充足適當，並符合行業規範。我們定期審閱投保範圍，並將會對此作出必要及適當的調整。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無根據保單提出任何重大申索。

物業

我們向獨立第三方租賃一處位於上海黃浦區的物業，總建築面積約為3,700平方米。我們的租賃物業主要用作我們的辦公場所，有關租賃協議的到期日介乎2020年5月1日至2021年12月31日。截至最後實際可行日期，我們擁有上海松江一幅地塊的土地使用權，擬於此建設66,400平方米的松江基地。關於我們松江基地的更多詳情，請參見「－我們的業務－其他IP相關業務－即時體驗場地」。

業 務

合規與訴訟

我們可能面臨日常業務過程中不時產生的法律訴訟、調查及申索。截至最後實際可行日期，我們在與韓國文化放送株式會社（「MBC」）的糾紛相關的兩起未決訴訟案件中擔任被告人，總索賠金額為約人民幣158.0百萬元。

與MBC的合約糾紛

自2015年5月至2016年11月，我們與MBC的合作時間不到兩年。期間，我們與MBC合作製作兩檔綜藝節目，即《蒙面歌王》第一季及《了不起的挑戰》。我們亦與MBC於2015年就《蒙面歌王》第二季至第四季（補充協議於2016年10月訂立）及於2016年10月就《戶外真人秀》訂立合約，據此，MBC同意為四檔綜藝節目提供製作諮詢服務。由於MBC未按約定提供製作諮詢服務，我們與MBC的合作於2016年11月終止。

於2020年7月發起的與MBC的訴訟

於2016年2月，我們與MBC訂立一份協議（「2016年2月協議」），據此，MBC同意提供節目授權服務，以換取每季節目授權費2.8百萬美元，與我們共同製作綜藝節目《蒙面歌王》第二季至第四季。2016年2月協議的主要條款包括：

- **合約期限。**自2016年1月1日至2018年12月31日為期三年。
- **節目形式授權。**MBC將《蒙面歌王》的節目形式授權予我們，我們擁有獨家權利使用原節目形式製作《蒙面歌王》第二季至第四季的中文版，該等節目計劃分別於2016年、2017年及2018年製作完成。
- **製作諮詢服務。**MBC同意派出包括導演、燈光設計師、電影攝影師及製作設計師在內的專業製作團隊到中國，在我們的節目製作過程中為我們提供諮詢服務並參與節目製作。在合約期內，我們有權向MBC的導演進行最多12次現場諮詢，而其他專業人員有責任參與這三檔節目所有劇集的製作。
- **費用安排。**我們同意每季向MBC支付2.8百萬美元的費用。我們已向MBC支付4.2百萬美元的預付定金。

業 務

- *知識產權*。我們與MBC共同擁有三檔節目的版權及鄰接權。
- *終止通知*。2016年2月的合約並無就終止的短期通知作出規定。

於2016年6月，國家廣播電視總局發出一份通知，將每年可在衛星電視媒體平台播出的引進境外版權模式節目的數量限制為一檔。該限制亦適用於與外方合作開發而中方不擁有節目知識產權的節目。在此背景下，我們與MBC於2016年10月訂立一份補充協議（「補充協議」）。根據補充協議，雙方澄清，根據2016年2月協議將予提供的服務為製作諮詢服務，且雙方同意於2016年共同開發一檔明星歌唱類節目及其後續兩季。倘我們無法獲得後續幾季的監管批准，補充協議將自動終止。為最大限度地減少因我們已根據2016年2月協議向MBC支付4.2百萬美元預付定金而造成的潛在損失，經過與MBC嚴格的商業談判後，我們同月與MBC訂立一份協議（「2016年10月協議」）。根據2016年10月協議，我們獲返還根據2016年2月協議向MBC支付2.6百萬美元的預付定金，但僅以MBC與我們共同製作的新綜藝節目《戶外真人秀》的預付定金形式退還。

補充協議的主要條款如下：

- *服務範圍*。雙方澄清，根據2016年2月的合約提供的服務為製作諮詢服務，雙方同意於2016年共同開發一檔節目及其後續兩季。
- *費用安排*。MBC就於2016年製作的明星歌唱類節目有權收取的費用降至1.6百萬美元。MBC同意退還剩餘2.6百萬美元的預付定金，該定金用於支付同年製作的《戶外真人秀》的預付定金。
- *知識產權*。於2016年擬製作的明星歌唱類節目版權歸我們所有，包括但不限於節目形式、標識及節目名稱。
- *期限*。該期限與2016年2月協議的期限相同。
- *終止*。補充協議規定，倘我們未能就中國公司及韓國公司共同開發綜藝節目獲得政府主管部門的書面批准，雙方的責任將不適用於明星歌唱類節目的任何後續幾季。由於2017年或2018年並未獲得相關書面批准，我們並無製作明星歌唱類節目的任何後續幾季或就此向MBC支付製作諮詢服務費。

業 務

儘管已簽訂補充協議（根據該協議，MBC同意於2016年與我們共同開發一檔明星歌唱類節目）且我們已支付預付定金1.6百萬美元，MBC未能按約定提供製作諮詢服務。

自2016年至2018年，我們在並無MBC參與的情況下開發製作《蒙面唱將猜猜猜2016》、《蒙面唱將猜猜猜2017》及《蒙面唱將猜猜猜2018》。於2020年7月，MBC以違約為由向上海市徐匯區初級人民法院對我們提起訴訟，向我們索賠總額約人民幣110.0百萬元，包括(i)節目授權費；(ii)授權播放權、廣告銷售及授權我們製作的《蒙面唱將猜猜猜2016》、《蒙面唱將猜猜猜2017》及《蒙面唱將猜猜猜2018》相關的衍生商品產生的收入；及(iii)違約賠償金、延遲付款產生的違約賠償金及訴訟開支。截至最後實際可行日期，該訴訟處於一審階段，法院未對本案作出判決。據我們的訴訟律師所告知，法院預計將於2022年作出判決。

於2019年4月提起的與MBC的訴訟

於2016年10月，我們與MBC訂立一份2016年10月協議，據此，MBC同意提供製作諮詢服務，以與我們共同開發綜藝節目《戶外真人秀》。2016年10月協議的主要條款如下：

- **服務範圍。**MBC同意與我們合作製作綜藝節目《戶外真人秀》。
- **費用安排。**滿足部分時間表後，MBC將收到共同開發費用合共人民幣50百萬元，該費用將分期支付。人民幣20百萬元的預付定金已使用MBC根據補充協議退還予我們的預付定金進行結算。
- **知識產權。**我們為《戶外真人秀》節目版權的唯一所有者，包括但不限於形式、標識及節目名稱。
- **期限。**協議期限為2016年10月9日至2016年12月31日。
- **終止。**倘《戶外真人秀》的製作或播放因監管原因而終止，例如未能就批准中國公司及韓國公司共同製作綜藝節目獲得政府主管部門的書面批准，則將終止協議。MBC將退還部分雙方約定的共同開發費用。

業 務

然而，在簽署2016年10月協議後，MBC並未與我們合作開發《戶外真人秀》或向我們提供任何開發服務。我們於2019年4月在上海市第一中級人民法院對MBC提起訴訟，要求判決MBC退還我們2.6百萬美元的製作諮詢服務費並支付違約賠償金520,000美元。於2020年7月，MBC提起反訴，稱其參與我們自主研發製作的綜藝節目《我們的挑戰》的製作，索賠金額合共約為人民幣47.5百萬元，主要涉及製作費、違約罰金及逾期付款的應計利息。於2021年9月，上海市第一中級人民法院（作為一審法院）裁定，MBC部分參與綜藝節目《我們的挑戰》的製作，並責令我們向MBC支付製作諮詢服務費人民幣10百萬元及逾期付款的應計利息，截至最後實際可行日期，該等款項未獲支付，因我們決定就判決提起上訴。法院駁回MBC及我們的其他索賠。我們不服一審判決並於2021年10月11日提起上訴。於2021年11月11日，我們獲悉MBC不服一審判決並2021年10月13日提起上訴。法院於2022年1月18日審理此案。截至最後實際可行日期，主管法院尚未作出二審判決。

據這兩起訴訟的訴訟律師告知，MBC就《蒙面唱將猜猜猜》對我們提起的訴訟毫無理據，乃由於(i)《蒙面唱將猜猜猜》為我們自主研發製作的綜藝節目；及(ii)讓歌手戴著面具唱歌的想法不受中國版權法保護。我們的董事、中國法律顧問及我們的訴訟律師認為，《蒙面唱將猜猜猜》在許多方面與《蒙面歌王》截然不同：

- **非競賽性質。**《蒙面歌王》為一檔音樂比賽節目，參與者為職業歌手，為冠軍頭銜展開角逐。節目形式為歌唱比賽節目。相比之下，《蒙面唱將猜猜猜》並不涉及參與者之間的競爭或冠軍頭銜。
- **節目形式。**在《蒙面歌王》中，每集有六名參與者，每人將進行獨唱對決。而《蒙面唱將猜猜猜》的參與人數從六人到八人不等，表演以獨唱、二重唱或合唱的形式呈現。由於節目不涉及比賽，參與者的表演純屬娛樂性質。
- **參與者的選擇。**在《蒙面歌王》中，所有參與者均為職業歌手。然而，在《蒙面唱將猜猜猜》中，參與者的選擇範圍涵蓋各種職業，包括但不限於歌手、演員、運動員、企業家及社交媒體網紅。《蒙面唱將猜猜猜》為一場猜謎挑戰，而非比賽節目，該節目旨在為不同背景的人士提供舞台，給觀眾帶來驚喜及娛樂。

業 務

基於聯席保薦人進行的盡職調查並計入（其中包括），(i)上文所載理由；及(ii)中國法律顧問及本公司訴訟律師的意見，聯席保薦人並不知悉任何事宜可合理令彼等不同意上文所述的董事在任何重大方面的意見。

我們的董事、中國法律顧問及我們的訴訟律師亦認為，由於MBC並無向我們提供2016年10月協議所載的製作諮詢服務，《我們的挑戰》及《戶外真人秀》毫無相似之處。因此，雙方並無按計劃製作《戶外真人秀》。我們的訴訟律師亦告知我們，MBC就《我們的挑戰》對我們提起的訴訟毫無理據，乃由於(i)MBC並無向我們提供2016年10月協議所載的製作諮詢服務；(ii)《我們的挑戰》乃由我們獨立開發及製作，且我們為《我們的挑戰》版權的唯一擁有人；(iii)MBC的反訴時效已過；及(iv)MBC的索賠金額並無證據支持。因此，我們的訴訟律師告知我們：(i)我們並無違反與MBC訂立的協議，且爭議的綜藝節目並無侵犯MBC的知識產權；及(ii)MBC在每起訴訟中主張的金額過高且毫無理據，主管法院全額支持相關金額的可能性較低。

董事認為，該等訴訟不會對我們的經營或財務狀況產生重大影響，乃由於據我們的中國法律顧問及我們的訴訟律師告知，(i)MBC的訴訟毫無理據；(ii)MBC提出的申索僅涉及「2016年2月協議」、「補充協議」及「2016年10月協議」項下的合約付款糾紛，並不涉及《我們的挑戰》、《蒙面唱將猜猜猜2016》、《蒙面唱將猜猜猜2017》及《蒙面唱將猜猜猜2018》的知識產權歸屬；(iii)我們已獨立製作《我們的挑戰》、《蒙面唱將猜猜猜》第一季、《蒙面唱將猜猜猜》第二季或《蒙面唱將猜猜猜》第三季，該等節目均為我們的原創節目，且我們擁有與該等節目相關的商標版權、節目劇集及節目設定；(iv)MBC在《蒙面歌王》及《戶外真人秀》案件中的總索賠金額約為人民幣158.0百萬元，即使法院在最終判決中判給MBC任何損害賠償，考慮到我們的可觀收入及充足現金，我們將有足夠的資源以支付訴訟相關的任何損害賠償；(v)在我們過去與MBC的合約糾紛中，MBC的索賠金額一直遠高於最終和解或判決的金額；例如，在2020年與MBC有關《蒙面歌王》第一季的已解決合約糾紛中，MBC的初步索賠金額為中國國際經濟貿易仲裁委員會判定金額的六倍多，而在2019年與MBC有關《了不起的挑戰》的已解決合約糾紛中，MBC的初步索賠金額為上海市第一中級人民法院判定金額的六倍多；及(vi)自2016年11月起，我們與MBC並無持續合作協議。

燦星文化的若干登記股東，即上海星投（由最終控股股東控制的公司）、上海畫星（由田先生全資擁有的公司）及田先生承諾，在最終判決或和解中裁定的金額與截至承諾日期已就此類訴訟作出的撥備金之間的差額範圍內，共同及個別地就「業務－合規與訴訟－與MBC的合約糾紛」載列之訴訟產生的任何虧損向我們作出彌償（按彼等各自在燦星文化的持股比例）。有關訴訟的進一步詳情，請參閱「業務－合規與訴訟－與MBC的合約糾紛」。

業 務

基於聯席保薦人進行的盡職調查並計入（其中包括），(i)上文所載理由；(ii)燦星文化登記股東作出的彌償保證；及(iii)中國法律顧問及本公司訴訟律師的意見，聯席保薦人並不知悉任何事宜可合理令彼等不同意上文所述的董事在任何重大方面的意見。

已結案訴訟及仲裁

於往績記錄期間，我們涉及以下已結案重大訴訟及仲裁。

與MBC的仲裁於2020年4月結案

於2019年3月，中國國際經濟貿易仲裁委員會受理MBC就違反MBC與我們於2015年5月29日就《蒙面歌王》第一季訂立的協議而提起的仲裁。MBC要求索賠總金額約為人民幣35.0百萬元。於2020年4月，中國國際經濟貿易仲裁委員會判予MBC約人民幣5.8百萬元，該仲裁隨後結案。

與MBC的訴訟於2021年6月結案

於2019年1月，MBC於上海市第一中級人民法院就MBC與我們於2015年6月就《了不起的挑戰》訂立的協議提起對央視創造傳媒有限公司及我們的違約訴訟。MBC要求索賠總金額約人民幣49.3百萬元。於2021年6月，上海市第一中級人民法院判予MBC總額人民幣8.1百萬元，該訴訟隨後結案。

董事及我們的中國法律顧問認為，上述已結案仲裁及訴訟不會對我們的經營或財務狀況產生重大影響，乃由於(i)MBC提起的獲和解仲裁及訴訟引致的申索僅涉及合約付款糾紛，並不涉及《蒙面歌王》第一季或《了不起的挑戰》的知識產權歸屬；及(ii)截至最後實際可行日期，兩起案件均已結案並達成和解，且並無就所涉及事項有進一步糾紛。

基於聯席保薦人進行的盡職調查並計入（其中包括），(i)上文所載理由；及(ii)中國法律顧問的意見，聯席保薦人並不知悉任何事宜可合理令彼等不同意上文所述的董事在任何重大方面的意見。

業 務

就董事所知，概無其他針對我們或任何董事作出且可能對我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的未決或可見訴訟、仲裁或行政程序。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－法律糾紛或訴訟可能使我們面臨法律責任，轉移我們管理層的注意力，並對我們的聲譽產生不利影響」。

據我們的中國法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已全面遵守相關的中國法律法規。

數據保護及隱私

我們致力於遵守數據隱私法律並保護用戶數據的安全，已實施本公司內部數據相關操作政策。我們自「中國好聲音」應用程序及「綜巴車」微信小程序的用戶收集部分用戶數據。我們已採納訪問控制政策，使我們能夠向特定級別擔任特定職位的僱員授予有限權限，以在有必要知曉的情況下訪問及處理客戶數據，而彼等應僅出於完成工作任務之目的在授權工作場所使用有關數據。我們亦已實施加密方案，對我們所存儲的敏感、保密資料進行加密，並已實施數據脫敏方案，對保密、敏感數據進行脫敏。

我們致力於遵守數據隱私法律並保護用戶數據的安全。我們向每位「中國好聲音」應用程序及「綜巴車」微信小程序的用戶提供的數據使用及隱私政策描述我們的數據使用實踐及應用程序如何保護隱私。具體而言，我們會提前告知用戶正在收集的數據，並在數據收集前獲得用戶同意。用戶亦須在使用我們的應用程序前確認用戶協議的條款及條件。我們承諾根據適用法律管理及使用從用戶收集的數據，並盡合理努力，防止未經用戶批准使用、丟失或洩露用戶數據，除非法律要求。

我們設有專門的數據安全團隊，負責執行有關數據安全管理的程序。團隊由四名於互聯網行業及／或信息安全行業平均擁有約16年經驗的全職僱員組成。其中一些人亦獲得計算機技術與軟件專業技術資格(水平)考試等相關資質。我們專門的數據安全團隊通過加密、殺毒軟件及防火牆等多種技術維護網絡安全、應用安全及數據安全，從而保障客戶的數據安全性及完整性，避免任何數據洩露、網絡攻擊或機密信息丟失。我們的內部部門及人員必須遵守我們有關信息系統安全的數據安全規定，包括與存儲、傳輸、處理及銷毀保密資料有關的規定。此外，僱員須與我們簽署保密協議，該等協議禁止彼等在未經我們同意的情況下披露與彼等之工作及客戶相關的任何保密資料。

業 務

環境、社會及管治

我們致力於履行企業社會責任及可持續發展，並將該等原則融入我們業務運營的所有主要方面。我們將企業社會責任視為核心發展理念的一部分，而核心發展理念對我們創造可持續價值的能力而言至關重要。

雖然我們的業務運營不會產生直接影響環境的污染物，但我們已實施內部政策，以減少環境影響及碳排放量，包括空調的溫度控制；鼓勵使用在線系統進行內部審批；減少紙質文件的使用並提倡雙面打印；積極推進電子化辦公室及視頻會議系統，以減少現場會議次數；拍攝過程中避免浪費食物；並設置廢物分類桶及開展廢物分類培訓。

我們致力於通過我們的節目的影響力向社會推廣正能量。例如，我們的綜藝節目中，有幾期節目關注環境保護問題，以提高人們對該話題的意識。根據我們的協議，我們嚴格禁止與我們合作的藝人的任何違法行為。此外，我們嚴格控制我們節目中的投票環節設置。我們不鼓勵亦不提倡在我們的節目中設置場外投票、打榜及其他助力環節和通道。

我們密切關注泛文娛行業的監管發展，以遵守任何更新的法律、法規及政策。我們的內部法律顧問負責及時了解與我們的業務及營運有關的監管發展。此外，我們亦為我們的僱員提供參加與該等主題相關的論壇、研討會及外部培訓。

我們亦致力於通過慈善活動及使整個社會受益於我們的生態系統，履行企業社會責任。於中國爆發COVID-19疫情期間，我們在《中國好聲音2020》中製作一個向武漢致敬的視頻，獻給奮戰在抗疫前線的醫護人員及志願者。有關詳情，參閱「一 獎項及認可」。

我們致力於培養以誠實、創新及激情為基礎的合作型公司文化。我們擇優聘請僱員且我們的公司政策是向僱員提供平等機會，而不考慮性別、年齡、種族、宗教或任何其他社會或個人特徵。截至2021年12月31日，458名僱員中有256名（或我們全部僱員的55.9%）為女性。我們重視每名不同職能的僱員的貢獻，並努力提供激勵團隊合作的環境。我們希望僱員能夠互相關心、相互尊重，並有機會將他們的才能運用到工作中。我們自2018年起成立工會，以制定並實施保護我們僱員勞動權益的政策。我們繼續營造積極的工作氛圍，使我們能夠建立一個運營能力卓越的合作團隊。

業 務

董事會承擔集體及全面責任，負責制定、採納及檢討我們的環境、社會及企業管治（「ESG」）願景、政策及目標，並評估、確定及解決我們與ESG相關的風險。董事會可以評估或委聘獨立第三方評估我們的ESG風險，並檢討我們現有戰略、目標及內部控制。我們計劃於[編纂]後設立分委員會，負責執行我們ESG相關的政策。其後，我們將作出必要改進，以減輕風險。

風險管理及內部控制系統

我們在日常業務運營中面臨多種風險，包括運營風險、監管合規及法律風險、財務報告及信用風險、知識產權風險、信息系統風險及人力資源風險。我們已建立風險管理及內部控制系統，包括我們認為適合業務運營的政策及程序，且我們致力於不斷改進該等制度。管理層主動監控我們面臨的風險，並確保我們的風險管理政策及協議獲有效執行。

我們已採納並實施以下風險管理政策及協議。

運營風險管理

我們面臨與日常運營相關的運營風險，該等風險主要由內部控制及制度不完善或失效、人為錯誤、IT系統故障或外部事件引起。我們認為該等運營風險為業務中的主要風險且我們認為，憑藉恰當的運營政策及程序，我們能夠控制並減輕該等固有風險。為確保有效的風險管理，我們已制定詳細的風險管理政策，規定本公司各部門的主要運營風險及風險控制措施。我們每年進行風險管理評估，我們的內部審計部門將向董事報告評估結果，以進行進一步改進。

監管合規及法律風險管理

我們須遵守廣泛且不斷變化的監管規定，包括就業務運營獲取若干牌照、許可證、批准及證書及將該等文件續期的要求。為有效管理我們持續遵守適用於我們業務的法律法規，我們實施多項內部控制措施。我們的法律部門負責審查及批准合約，監察關注適用於我們業務及運營的法律及法規的更新及變化。此外，我們要求我們的法律部門定期審查牌照及許可證的狀況，並確保我們獲得必要的牌照以經營業務，並及時了解適用的規定。

業 務

財務報告及信貸風險管理

我們已制定一項內部政策，以持續監控應收款項及營運資金，以最大限度地降低潛在信貸風險。我們的會計團隊持續對交易對手進行信用評估，並與我們的法律團隊及業務開發團隊密切合作，以評估每個客戶的信譽，從而最大限度地降低逾期付款的風險。有關我們在信貸風險管理方面的活動及措施的更多資料，參閱本節「－我們的客戶－付款條款及信貸管理」。

我們已制定一套與我們財務報告風險管理有關的會計政策，如財務報告管理政策及預算管理政策。我們亦已制定實施會計政策的各類程序，而我們的財務部門基於該等程序審閱我們的管理賬目。具體而言，我們已採納《財務會計管理制度》及《重大會計處理會計報告流程》，當中載有上市規則的相關規定，並已經內部控制顧問審閱。

我們亦已設立內部審計團隊，該團隊將每年對我們的財務報告程序進行內部審閱。內部審計團隊的工作範圍包括但不限於編製供審核委員會審閱的定期報告、於必要時提出適當的風險應對措施及時刻監督與我們的運營及內部控制系統有關的重大風險。此外，我們已成立審核委員會，該委員會會檢討及監督合規情況、會計政策及財務報告程序以及由在內部控制及風險管理行業擁有適當資格及豐富經驗的內部審計團隊執行該等政策及程序的實施情況。

知識產權風險管理

我們致力於建立及維持知識產權風險管理及內部控制程序，以保護我們的知識產權，防止因侵犯第三方知識產權而承擔的責任。我們的法律團隊負責審查及批准合約，保護我們的合法權利，包括知識產權。我們的法律部門亦協助業務部門確保就商標、版權及專利註冊及時向主管部門進行必要申請或備案，並確保我們的知識產權受相關法律法規保護。有關我們在知識產權風險管理方面的活動及措施的更多資料，參閱本節「－知識產權」。

業 務

信息系統風險管理

對我們的業務而言，我們的數據及其他相關資料的充分維護、安全及保護至關重要。我們已實施多種內部程序及控制，以確保我們的數據得到保護，並避免任何資料洩露及丟失。有關我們在信息系統風險管理方面的活動及措施的更多資料，參閱本節「一 數據保護及隱私」。

人力資源風險管理

我們已制定僱員手冊及行為準則，並向所有僱員分發僱員手冊及行為準則。該手冊載有關於反腐敗、利益衝突、職業道德、保密、數據安全及知識產權保護的內部規則及指南。我們為僱員提供定期培訓及與僱員手冊中所載要求有關的指導。尤其是，我們已制定反賄賂及反腐敗政策，以防本公司內部的任何腐敗行為。該政策說明潛在賄賂及腐敗行為以及我們的反賄賂及反腐敗措施。我們開放內部舉報渠道，以供僱員匿名舉報任何賄賂和腐敗行為。

為改善我們的風險管理及內部控制系統，我們已委聘內部控制顧問就（其中包括）有關內部合規、會計政策、人力資源、研發、信息系統的措施以及監督本公司政策、程序和措施的有效性的持續措施向我們提出建議。

企業管治措施

我們已經成立審核委員會，以持續監控我們的風險管理政策在整個公司的實施，確保我們的內部控制系統可有效辨識、管理及減輕涉及我們業務運營的風險。審核委員會各成員的資格及經驗載於本文件「董事及高級管理層」一節。**[編纂]**後，本集團將遵守上市規則附錄十四中的風險管理及內部控制規定。

[編纂]後，審核委員會將牽頭確保董事會檢討本集團風險管理及內部控制系統的有效性，並至少每年向股東報告一次。檢討內容將涵蓋所有重要控制的議題，包括財務、運營及合規控制；資源充足性、員工資歷及經驗以及培訓計劃；以及本公司會計、內部審計及財務報告職能的預算。**[編纂]**後，本公司將根據上市規則附錄十四的規定及按照風險管理及內部控制規定進行上述檢討，並作出披露。基於上述情況，董事認為，我們已就業務營運設有充足風險管理及內部控制系統及企業管治措施。