中国南航集团文化传媒股份有限公司

CHINA SOUTHERN AIR MEDIA CO., LTD.

（广东省广州市白云区机场路南云东街 40 号）

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

保荐机构（主承销商）

安信证券股份有限公司
Essence Securities Co., Ltd.

（深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元）

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。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作出投资决定的依据。

本次发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A股）
本次发行股数：	不超过 6,667 万股，包括公开发行新股和公司股东公开发售股份，其中公司股东公开发售股份不超过 2,858 万股（股东公开发售股份所得资金不归公司所有）
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【 】元/股，由公司及主承销商根据初步询价结果确定发行价格，或按中国证监会认可的其他方式确定发行价格（股东公开发售股份的价格与发行人公开发行新股的价格相同）
预计发行日期：	【 】年【 】月【 】日
拟上市证券交易所：	上海证券交易所
发行后总股本：	【 】万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺：	公司控股股东南航集团及第二大股东南方航空承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购其直接或间接持有的该部分股份。 公司控股股东南航集团承诺：其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，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，其持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述减持

	价格和股份锁定承诺不因其不再作为公司控股股东而终止。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。
保荐人（主承销商）：	安信证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	二〇一六年一月十五日

注：根据《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》（财企[2009]94 号）以及国务院国资委《关于中国南航集团文化传媒股份有限公司国有股转持有关问题的批复》（国资产权[2012]692 号），在本公司境内发行 A 股股票并上市后，由南航集团转由全国社会保障基金理事会持有本公司国有股部分（含按持股比例代南方航空转持的国有股部分），全国社会保障基金理事会将在本公司本次发行的股票上市后承继上述公司的股份锁定承诺。

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及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、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，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，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，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

一、股份流通限制和自愿锁定承诺

公司控股股东南航集团及第二大股东南方航空承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购其直接或间接持有的该部分股份。

公司控股股东南航集团承诺：其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，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，其持有公司股票的锁定期限自动延长6个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因其不再作为公司控股股东而终止。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。

根据《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》（财企[2009]94号）以及国务院国资委《关于中国南航集团文化传媒股份有限公司国有股转持有关问题的批复》（国资产权[2012]692号），在本公司境内发行A股股票并上市后，由南航集团转由全国社会保障基金理事会持有的本公司国有股部分（含按持股比例代南方航空转持的国有股部分），全国社会保障基金理事会将在本公司本次发行的股票上市后承继上述公司的股份锁定承诺。

二、关于公司股价稳定措施的承诺

公司就稳定股价事宜做出如下承诺：如果公司首次公开发行人民币普通股（A股）并上市后三年内股价出现低于每股净资产（指公司上一年度经审计的每股净资产，如果公司因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算对比方法按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）

的情况时，公司将启动以下稳定股价预案：

（一）启动股价稳定措施的具体条件和程序

1、启动条件及程序：当公司股票连续20个交易日的收盘价低于每股净资产时，应当在10日内召开董事会、25日内召开股东大会，审议稳定股价具体方案，明确该等具体方案的实施期间，并在股东大会审议通过该等方案后的5个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。

2、停止条件：在上述第1项稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续20个交易日收盘价高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

上述第1项稳定股价具体方案实施期满后，如再次发生上述第1项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

（二）稳定股价的具体措施

1、公司稳定股价的措施

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司应依照法律、法规、规范性文件、公司章程及公司内部治理制度的规定，及时履行相关法定程序后采取以下部分或全部措施稳定公司股价，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：

（1）在不影响公司正常生产经营的情况下，经董事会、股东大会审议同意，通过交易所集中竞价交易方式回购公司股票。

（2）要求控股股东及时任公司董事（独立董事除外）、高级管理人员以增持公司股票的方式稳定公司股价，并明确增持的金额和期间。

（3）在保证公司经营资金需求的前提下，经董事会、股东大会审议同意，通过实施利润分配或资本公积金转增股本的方式稳定公司股价。

（4）通过削减开支、限制高级管理人员薪酬、暂停股权激励计划等方式提升公司业绩、稳定公司股价。

（5）法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的其他方式。

2、控股股东、公司董事（独立董事除外）、高级管理人员稳定股价的具体

措施

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司控股股东、董事（独立董事除外）、高级管理人员应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，积极配合并保证公司按照要求制定并启动稳定股价的预案。

公司应督促控股股东、公司董事（独立董事除外）、高级管理人员在不迟于股东大会审议通过稳定股价具体方案后的5个交易日内，根据股东大会审议通过的稳定股价具体方案，积极采取下述措施以稳定公司股价，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：

（1）在符合股票交易相关规定的前提下，按照公司关于稳定股价具体方案中确定的增持金额和期间，通过交易所集中竞价交易方式增持公司股票。购买所增持股票的总金额不低于其上年度初至董事会审议通过稳定股价具体方案日期间，从公司获取的税后薪酬及/或税后现金分红总额的15%。

（2）除因继承、被强制执行或上市公司重组等情形必须转股或触发前述股价稳定措施的停止条件外，在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间，不转让其持有的公司股份。除经股东大会非关联股东同意外，不由公司回购其持有的股份。

（3）法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的其他方式。

触发前述股价稳定措施的启动条件时公司的控股股东、董事（独立董事除外）、高级管理人员，不因在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间内不再作为控股股东和或职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施。

公司在未来聘任新的董事(独立董事除外)、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事(独立董事除外)、高级管理人员已做出的稳定股价承诺，并要求其按照公司首次公开发行上市时董事(独立董事除外)、高级管理人员的承诺提出未履行承诺的约束措施。

三、关于招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏赔偿投资者损失的承诺

（一）公司的相关承诺

1、公司首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、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，公司将在相关监管机构作出上述认定时，依法回购首次公开发行的全部新股，并于十个交易日内启动回购程序，回购价格为回购时的公司股票市场价格。

3、如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、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，公司将依法赔偿投资者损失：

（1）在相关监管机构认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后十个工作日内，公司应启动赔偿投资者损失的相关工作；

（2）投资者损失依据相关监管机构或司法机关认定的金额或者公司与投资者协商确定的金额确定。

（二）公司控股股东的相关承诺

1、公司首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、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，南航集团将在相关监管机构做出上述认定时，依法购回首次公开发行时已公开发售的原限售股份（如有），并于十个交易日内启动购回程序，回购价格为回购时的公司股票市场价格。

3、如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、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，南航集团将依法赔偿投资者损失：

（1）在相关监管机构认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后十个工作日内，启动赔偿投资者损失的相关工作；

（2）投资者损失依据相关监管机构或司法机关认定的金额或者公司与投资者协商确定的金额确定。

（三）公司董事、监事、高级管理人员的相关承诺

1、公司首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、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，公司董事、监事、高级管理人员将依法赔偿投资者损失：

（1）在相关监管机构认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后十个工作日内，启动赔偿投资者损失的相关工作；

（2）投资者损失依据相关监管机构或司法机关认定的金额或者公司与投资者协商确定的金额确定。

（四）中介机构的相关承诺

发行人保荐机构安信证券、律师北京金杜以及审计和验资机构瑞华承诺：其为发行人首次公开发行所制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，其为发行人首次公开发行所制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，但是其如能证明无过错时除外。

四、持有公司 5%以上股份的股东的持股意向及减持意向

本次公开发行前持有公司5%以上股份的股东有南航集团和南方航空。南航集团及南方航空承诺：

1、如果在锁定期满后，拟减持股票的，将认真遵守证监会、交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、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。

2、减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不

限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

3、减持公司股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；持有公司股份低于5%以下时除外。

4、如果在锁定期满后两年内，拟减持股票的，减持价格不低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、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）。

5、如果承诺人未履行上述减持意向，其将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

6、如果承诺人未履行上述减持意向，其持有的公司股份自其未履行上述减持意向之日起6个月内不得减持。

五、关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺

（一）公司的相关承诺

为填补公司首次公开发行股票并上市可能导致的投资者即期回报减少，公司承诺本次发行及上市后将采取多方面措施提升公司的盈利能力与水平，尽量减少因本次发行及上市造成的每股收益摊薄的影响。具体措施如下：

1、加快业务拓展，提高公司盈利能力

在巩固现有航机媒体优势的前提下，进一步发展航机、电视、互联网、户外等媒体业务，依托现有媒体资源，整合上下游业务，加快业务拓展，将公司打造成为业务全面、媒体整合优势突出的综合型文化产业集团，巩固和提升公司市场地位和竞争能力，提高公司盈利能力。

2、全面提升公司管理水平，提高资金使用效率

提高公司运营效率，加强预算管理，控制公司的各项费用支出，提升资金使用效率，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。此外，公司将完善薪酬和激励机制，引进市场优秀人才，并最大限度地激发员工积极性，挖掘公司员工的创造力和潜在动力。通过以上措施，公司将全面提

升公司的运营效率，降低成本，提升公司的经营业绩。

3、加快募投项目建设，加强募集资金管理

公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略，具有良好的市场前景和经济效益。随着项目逐步进入稳定回报期后，公司的盈利能力和经营业绩将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。公司将加快募集资金投资项目的建设速度，在募集资金到位前通过自筹资金先行投入,确保募投项目及早建成并实现预期效益，增强以后年度的股东回报，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。本次发行后，公司将依照《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法》（2013年修订）及公司制定的《募集资金使用管理制度》等相关规定，将募集资金存放于董事会指定的专项账户中，专户专储、专款专用，严格募集资金的使用管理，保证募集资金得到充分有效利用。

4、完善利润分配机制，强化投资者回报

公司已根据中国证监会的相关规定，制定了股东分红回报规划，并对《公司章程（草案）》利润分配政策的条款进行了修订。修订后的利润分配政策及分红回报规划明确了分红的比例、依据、条件、实施程序、调整事项等内容，并对合理性进行了分析。公司已建立了较为完善的利润分配制度。未来公司将进一步完善利润分配机制，强化投资者回报。

（二）发行人控股股东的相关承诺

发行人控股股东南航集团承诺：

“本公司承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。”

（三）发行人董事、高级管理人员的相关承诺

发行人董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、如公司拟实施股权激励，承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

六、未履行承诺的约束机制

（一）公司未履行承诺的约束机制

公司将严格履行就首次公开发行股票并上市所做出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定，公司将提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）要求对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

（3）不批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

（4）给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任。

2、如因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定，公司将提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会

审议，尽可能地保护公司投资者利益。

（二）控股股东未履行承诺的约束机制

公司控股股东南航集团将严格履行就公司首次公开发行股票并上市所做出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定后，将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）不得转让公司股份。因合并分立、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

（3）暂不领取公司分配利润中归属其的部分；

（4）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

（5）未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

（6）未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，其依法承担连带赔偿责任。

2、如因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定后，其将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护本公司投资者利益。

（三）公司董事、监事、高级管理人员未履行承诺的约束机制

公司董事、监事、高级管理人员将严格履行其就公司首次公开发行股票并

上市所做出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定后，其将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）不得转让公司股份。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

（3）暂不领取公司分配利润中归属于其本人的部分；

（4）可以职务变更但不主动要求离职；

（5）主动申请调减或停发薪酬或津贴；

（6）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

（7）其未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

（8）公司未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，其依法承担连带赔偿责任。

2、如因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定后，其将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护本公司投资者利益。

七、本次股东公开发售股份事项对公司控制权、治理结构及生产经营等产生的影响

公司第二届董事会第三次会议及2013年度股东大会审议通过了调整后的发

行方案。根据调整后的发行方案，公司本次发行不超过6,667万股，包括公开发行新股和公司股东公开发售股份，其中公司股东公开发售股份不超过2,858万股（股东公开发售股份所得资金不归公司所有）。公司股东南航集团和南方航空所持股权已超过36个月，权属清晰，不存在法律纠纷或质押、冻结及其他依法不得转让的情况，符合公开发售股份相关规定。股东公开发售股份事项已分别经南航集团总经理办公会和南方航空董事会审议通过，南航集团及南方航空将按发行前其各自持有公司的股份数占公司股份总数的比例公开发售股份，即南航集团与南方航空公开发售股份数上限分别为1,715万股和1,143万股。即使南航集团及南方航空公开发售的股份公司股份数达到上限，本次发行后，公司控股股东仍为南航集团，公司实际控制权不会发生变更，且公司董事、监事和高级管理人员未持有公司股份，因此，公司股东公开发售股份事项不会对公司控制权、治理结构和生产经营产生不利影响。

八、发行前滚存利润的分配

根据本公司2012年11月15日召开的2012年第六次临时股东大会审议通过的《关于公司发行前滚存利润分配方案的议案》，若本公司本次公开发行股票（A股）并上市方案经中国证监会核准并得以实施，首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由新老股东共同享有。

九、本次发行后公司股利分配政策、现金分红比例规定

2012年8月30日，公司2012年第四次临时股东大会审议通过了《关于制定中国南航集团文化传媒股份有限公司章程（草案）的议案》；2012年11月15日，公司2012年第六次临时股东大会审议通过《关于中国南航集团文化传媒股份有限公司未来三年（2012-2014）分红回报规划的议案》。

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》相关规定，2014年3月20日，公司2013年度股东大会对《公司章程（草案）》进行了修订，并审议通过了《公司未来三年（2014-2016）分红回报规划》，对公司的未来分红回报规划进行了明确规定，主要内容如下：

根据《公司章程（草案）》，公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红；公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、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，现金分红在该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，现金分红在该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，现金分红在该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，按照前项规定处理。若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金分配的同时，提出并实施股票股利分配预案。

根据未来分红回报规划，2014-2016年度，公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的20%。公司将充分考虑和听取股东特别是中小股东、独立董事和外部监事（如有）的意见，至少每三年重新审阅一次股东分红回报规划。

关于公司未来分红回报规划的具体内容参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“六、未来分红回报规划”；关于公司股利分配政策的具体内容参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

十、请投资者仔细阅读“第四节 风险因素”章节全文，并提醒投资者特别关注如下风险：

（一）宏观经济波动风险

公司主营业务属于传媒业，收入主要来源于媒体经营的广告收入。广告业常被称为国民经济发展状况的“晴雨表”，其整体规模取决于广告投放需求，而广告投放需求与宏观经济、消费需求关系密切。在经济增长较快时，广告投放规模往往较大，广告行业增长速度一般高于国民经济增速，在经济增长放缓或低迷时，多数广告主会削减其广告投放规模，进而减少广告投放需求，广告行业的下调也更明显。此外，国民经济各个行业整体发展状况的变化，亦会影响该行业的整体广告投放需求。

2008-2013年我国宏观经济保持稳定增长势头，GDP年均实际增长9.0%，而同期我国传媒业总产值平均增长率为15.10%，行业增长速度高于同期国民经济增长。目前，我国正处于经济结构转型时期，经济发展不确定因素较多。2014年，我国GDP增长7.3%，如若未来几年我国宏观经济继续呈现增速放缓趋势，将对文化传媒业的整体需求产生不利影响，进而影响公司的经营业绩。

（二）航机媒体资源经营的风险

航机媒体资源的经营价值与航空公司的机队规模、旅客运输量、航线地域分布等指标直接相关，目前航机媒体为公司拥有的最主要的媒体资源。2008年11月11日，公司与南方航空签署《无形资产特许使用协议》，约定南方航空将其拥有的机上报刊发行渠道，以及机上闭路电视、客舱座椅头巾、小桌板等广告资源18年特许使用权提供给公司使用。

此外，公司还先后与贵州航空、重庆航空、厦门航空、珠海航空签订了媒体资源使用协议，约定贵州航空、重庆航空、厦门航空、珠海航空将各自拥有的广告媒体经营权委托给公司或其子公司经营。

1、航机媒体经营业务占比较高的风险

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司航机媒体资源经营业务收入占公司营业收入的比例分别为87.61%、82.98%、77.92%和79.85%，占比较高。公司业务对航机媒体资源存在较大依赖。如若未来上述航机媒体资源的

经营价值出现大幅波动，将对公司未来经营业绩的稳定性和利润水平构成不利影响。

2、航机媒体资源获取可持续性的风险

公司拥有的航机媒体资源经营权期限较长，有利于保障公司盈利的稳定性和经营战略的实施，其中公司核心航机媒体资源的使用权期限截至2026年3月30日，且该协议履行完毕时，公司在同等条件下亦具有协议续约优先权。但是，倘若上述航机媒体使用权到期后，其续约价格（即媒体资源采购成本）大幅高于预期，或者由于其他原因使公司与上述各方的合作受到影响，将对公司经营业绩产生较大不利影响。

（三）运营 CCTV-发现之旅频道客户开拓的风险

为拓展新的媒体资源，加强全媒体覆盖优势，公司与央视新影集团科影厂于2012年1月4日签署《<发现之旅>频道合作经营协议》，建立起战略合作关系，取得CCTV-发现之旅频道期限20年的独家商业运营权和“发现之旅”商标使用权。

公司拥有丰富的媒体运营经验，在面向航空人群或中高端商旅人群等受众群体的客户开拓方面形成自己的竞争优势，并通过机上闭路电视的节目运营，积累了电视媒体的运营经验；CCTV-发现之旅频道为国内领先的探索发现类电视频道，已拥有专业的内容生产制作团队。同时，航机媒体与CCTV-发现之旅频道的受众群体、客户资源亦表现出高度吻合的特点。

公司将围绕CCTV-发现之旅频道，通过提高节目质量和收视覆盖，获取商业收益和收费收入；通过组织围绕节目的线下增值活动，取得营销收入；通过自制节目销售、节目版权分销获取版权收入；借助频道资源，建立CCTV-发现之旅视频网络服务系统，建立跨媒体的立体营销模式，获得网站经营收入；利用频道影响力，构建全媒体平台，以最大限度地实现CCTV-发现之旅频道的商业价值。

CCTV-发现之旅频道的运营仍处于起步阶段，按照行业惯例，如果该频道经营培育期过后，公司仍不能有效提升其品牌价值和收视率水平，将使公司在

商业开拓方面面临严峻挑战，从而对公司盈利能力的提升造成不利影响。

（四）媒体资源拓展的风险

公司致力于成为具有创新力和市场竞争力的大型文化产业集团，未来公司依然需要进一步拓展其他传媒资源。

1、新拓展媒体资源未来盈利能力无法准确预期的风险

基于当前媒体业的发展环境，作为综合型传媒企业，公司依托现有媒体资源，逐步开发新媒体资源，拓展演艺文化等相关产业领域，建设航空特色鲜明、全媒体运营的综合型文化传媒企业。

虽然公司是在综合考量传媒业发展趋势、公司发展战略、客户开发预期等因素基础上，对媒体资源进行充分的可行性研究之后，通过正规商务谈判协商确定购买或合作协议条款，最终确定新媒体资源的运营模式，但新拓展的媒体资源多数涉及新的细分传媒业务类别，加之外部环境、客户需求等因素的不确定性，使其未来盈利情况难以准确把握。当新拓展媒体资源的实际运营情况持续大幅低于公司预期时，将对公司盈利情况产生不利影响。

2、规模扩张面临的管理风险与人才短缺的风险

通过多年的稳健经营，公司积累了丰富的平面媒体、电视媒体的管理与运营经验，但文化产业中不同细分行业的管理、运营方式存在差异，完全复制原有经验或模式难度很大。如果公司未能及时调整经营模式和管理方式、未能有效引进相应领域的管理人才，将面临新拓展媒体资源的经营业务所带来的管理风险。

公司现有业务的稳定发展得益于现有管理、采编发行、创意设计、销售等多种专业人才的竞争优势，而拓展新资源更需相关人才的引进或培养。如若公司无法引进并保留各类优秀人才，将对公司未来拓展新资源的经营造成不利影响。

（五）关联交易风险

报告期内，公司的关联交易主要包括：向南航集团下属各航空公司购买或合作经营航机媒体资源，为南航集团及其下属企业提供客户代理、公关与设计等服务。2012 年度、2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-6 月，公司向关联方销售商品及提供劳务的交易金额分别为 6,103.96 万元、8,264.57 万元、7,849.90 万元和 2,804.52 万元，占营业收入的比重分别为 14.43%、19.35%、18.80%和 16.89%；公司向关联方采购的交易金额分别为 4,319.65 万元、5,285.09 万元、5,675.24 万元和 2,043.31 万元，占营业成本的比例分别为 26.93%、29.88%、29.37%和 26.54%。

虽然目前公司关联交易定价遵循市场定价原则，且上述关联交易已通过本公司和关联方之间的一系列关联交易协议进行了规范，但未来依然存在关联方利用关联交易损害公司或中小股东利益的风险。

（六）税收优惠政策变化的风险

2009 年，财政部、国家税务总局、中宣部下发《关于转制文化企业名单及认定问题的通知》（财税[2009]105 号），对文化体制改革单位进行认定并实施税收优惠政策。中共广东省委宣传部、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局依据以上文件，下发《关于发布 2011 年广东省属文化体制改革单位名单的通知》（粤宣通[2012]17 号），审核认定本公司属于文化体制改革单位，自 2011 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日期间可享受企业所得税减免优惠。公司于 2012 年 6 月 27 日取得了广州市白云区国家税务局穗云国税一减备[2012]100249 号《减免税备案登记告知书》，公司 2012 年三、四季度及 2013 年所得税已经不再缴纳，并且在 2013 年收到了减免期间已经缴纳的所得税款。

2014 年，财政部、国家税务总局、中宣部联合下发《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2014]84 号），原已在 2009 年审核认定享受税收优惠的转制文化企业，可按照该文件继续享受文件规定的税收优惠政策。本公司自 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，继续享受免征企业所得税的优惠。公司于 2015 年 2 月 12 日取得了广州市白云区国家税务局穗云国税备回[2015]100113 号《减免税备案资料报送回执单》，

公司 2015 年所得税已经不再缴纳，并且收到 2014 年已经缴纳的所得税款。

2012 年、2013 年、2014 年和 2015 年 1-6 月，公司所得税减免金额分别为 39,853,468.14 元、34,290,789.93 元、27,031,062.16 元和 11,862,849.77 元（2015 年 1-6 月数据未经税审），分别占当年利润总额的 26.41%、25.77%、24.78%和 25%。

上述税收优惠政策到期后，本公司享受的税收优惠政策存在不确定性。若本公司不能继续享有上述税收优惠政策，公司经营业绩将受到不利影响。

（七）股东即期回报被摊薄风险

2012 年度、2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-6 月，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 32.49%、27.75%、20.06%和 7.56%。本次发行募集资金到位后，公司的总股本和净资产将会相应增加。由于募集资金投资项目需要一段时间的投入期和市场培育期，难以在短时间内取得效益，募集资金到位后的短期内，公司净利润增长幅度可能会低于净资产和总股本的增长幅度，每股收益、净资产收益率等财务指标将可能出现一定幅度的下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

目 录

本次发行概况 1

发行人声明 3

重大事项提示 4

目 录 21

第一节 释义 25

第二节 概览 30

一、发行人简介 30
二、发行人控股股东及实际控制人简介 31
三、主要财务数据和指标 31
四、本次发行情况 33
五、募集资金主要用途 34

第三节 本次发行概况 35

一、本次发行基本情况 35
二、本次发行的有关当事人 37
三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系 39
四、与本次发行上市有关的重要日期 39

第四节 风险因素 40

一、宏观经济波动风险 40
二、航机媒体资源经营的风险 40
三、运营 CCTV-发现之旅频道客户开拓的风险 41
四、媒体资源拓展的风险 42
五、关联交易风险 43
六、募集资金投向风险 43
七、净资产收益率下降的风险 44
八、控股股东控制的风险 44

第五节 发行人基本情况 46

一、发行人概况 46
二、发行人改制重组及设立情况 46
三、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况 48
四、发行人历次验资情况 56
五、发行人的组织结构 57
六、发行人控股子公司、参股公司的情况 61
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况 67
八、发行人股本情况 76
九、发行人内部职工股情况 78
十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况 78
十一、发行人员工及其社会保障情况 78
十二、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺 84

第六节 业务与技术 86

一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况 86
二、发行人所处行业的基本情况 86
三、发行人的竞争地位 108
四、发行人主营业务情况 115
五、发行人主要固定资产及无形资产 137
六、发行人拥有的经营资质或许可证 144
七、发行人质量控制情况 146

第七节 同业竞争与关联交易 148

一、同业竞争情况 148
二、关联方与关联交易 152

第八节 董事、监事、高级管理人员 176

一、董事、监事、高级管理人员简要情况 176
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况 182
三、董事、监事、高级管理人员其他对外投资情况 182
四、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况 182
五、董事、监事、高级管理人员的兼职情况 183
六、董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系 185
七、发行人与董事、监事、高级管理人员签订的协议及其履行情况 185
八、董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺 185

九、董事、监事、高级管理人员的任职资格 186
十、发行人董事、监事、高级管理人员变动情况 186

第九节 公司治理 188

一、公司治理制度的建立健全及运行情况 188
二、发行人近三年违法违规行为情况 210
三、发行人资金占用和对外担保情况 210
四、发行人的内部控制制度 210

第十节 财务会计信息 212

一、最近三年经审计的财务报表 212
二、审计意见 224
三、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况 224
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 225
五、适用的税种及享受的优惠政策 253
六、最近一年内收购兼并情况 255
七、非经常性损益 255
八、最近一期末主要固定资产及无形资产情况 256
九、最近一期末主要债项 256
十、股东权益情况 259
十一、现金流量情况 259
十二、会计报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项 259
十三、对报告期内厦航传媒原始财务报表调整事项说明 260
十四、报告期内各项财务指标 261
十五、历次资产评估情况 263
十六、股东出资、股本变化的验资情况 267

第十一节 管理层讨论与分析 268

一、财务状况分析 268
二、盈利能力分析 290
三、现金流量分析 307
四、资本性支出分析 309
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析 310
六、未来分红回报规划 311

第十二节 业务发展目标 321

一、未来发展规划及目标 321
二、拟定上述发展规划所依据的假设条件 326
三、实现上述规划将面临的主要困难及挑战 326
四、业务发展计划与现有业务的关系 327
五、本次募集资金运用对实现业务目标的作用 327

第十三节 募集资金运用 328

一、募集资金运用概述 328
二、募集资金投资项目的背景 328
三、募集资金投资项目介绍 332
四、募集资金运用对公司经营成果和财务状况的影响 356

第十四节 股利分配政策 358

一、发行人现行的股利分配政策 358
二、报告期内股利分配情况 358
三、发行后的股利分配政策 359
四、发行前滚存利润的分配安排 361

第十五节 其他重要事项 362

一、信息披露和投资者关系相关情况 362
二、重要商务合同 362
三、发行人对外担保情况 367
四、诉讼及仲裁事项 367

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明 370

第十七节 备查文件 379

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下含义：

简 称		释 义
本公司、公司、股份公司、发行人、南航传媒	指	中国南航集团文化传媒股份有限公司
南航传媒有限	指	中国南航集团文化传媒有限公司，系发行人前身
国务院国资委	指	国务院国有资产监督管理委员会，系发行人实际控制人
南航集团	指	中国南方航空集团公司，系发行人控股股东
南方航空	指	中国南方航空股份有限公司，系发行人股东，上海证券交易所主板上市公司，股票代码：600029
广州广天合	指	广州市广天合传媒有限公司，系发行人全资子公司
沈阳广天合	指	沈阳广天合传媒咨询有限公司，系发行人全资子公司
新疆广天合	指	新疆广天合传媒有限公司，系发行人全资子公司
北京广天合	指	北京广天合文化传媒有限公司，系发行人全资子公司
南方明珠	指	广东南方明珠讯息传播有限公司，系发行人控股子公司
厦航传媒	指	厦门航空文化传媒有限公司，系发行人控股子公司
北京发现之旅	指	北京发现之旅文化发展有限公司，系发行人参股公司
广东高擎广告	指	广东高擎广告传媒有限公司，系发行人参股公司
南航广告	指	中国南航集团广告传媒有限公司，曾为南航集团控制的企业，已注销
新航广告	指	新疆航空广告公司，新疆广天合传媒有限公司前身
集团报社	指	中国南方航空集团公司南方航空报社，曾为南航集团下属单位，已注销
厦门航空	指	厦门航空有限公司

贵州航空	指	贵州航空有限公司
重庆航空	指	重庆航空有限责任公司
珠海航空	指	珠海航空有限公司
厦航开发	指	厦门航空开发股份有限公司
南航贸易	指	中国南航集团进出口贸易有限公司
南航建发	指	中国南航集团建设开发有限公司
南航财务	指	中国南航集团财务有限公司
三亚广告	指	三亚南方航空广告装饰工程有限公司
丰彩印刷	指	丰彩印刷有限公司
广州丰彩	指	广州丰彩彩印有限公司
中国国航	指	中国国际航空股份有限公司
东方航空	指	中国东方航空股份有限公司
海南航空	指	海南航空股份有限公司
央视新影集团科影厂	指	中国中央电视台（CCTV）下属的中央新影集团北京科学教育电影制片厂
中宣部	指	中国共产党中央委员会宣传部
国家新闻出版广电总局	指	中华人民共和国国家新闻出版广电总局（国家版权局）
商务部	指	中华人民共和国商务部
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人、保荐机构、主承销商、安信证券	指	安信证券股份有限公司
发行人会计师、瑞华	指	瑞华会计师事务所（特殊普通合伙），本招股说明书中引用的由原中瑞岳华会计师事务所有限公司、中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的相关文件由瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）承担相应的法律责任。

发行人律师、北京金杜	指	北京市金杜律师事务所
《公司章程》	指	《中国南航集团文化传媒股份有限公司章程》
《公司章程》（草案）	指	《中国南航集团文化传媒股份有限公司章程》（草案）
《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》
最近三年一期、报告期	指	2012 年度、2013 年度、2014 年度及 2015 年 1-6 月
本次发行	指	本公司及股东向社会公开发行或发售不超过 6,667 万股（含公开发行新股与公司股东公开发售股份）人民币普通股（A 股）的行为
公开发售股份、老股转让	指	发行人首次公开发行新股时，公司股东将其持有的股份以公开发行方式一并向投资者发售的行为
元	指	人民币元
媒体	指	两种或多种媒介组合在一起发挥传播效力的机构或组织，实际生活中，媒体与媒介经常被混用；媒介是信息传播的载体，具有物质属性，包括书籍、报纸、杂志、广播、电视、电影、网络等。
传统媒体	指	主要包括电视台、广播电台、报纸、杂志等媒体。
新媒体	指	相对于传统媒体而言，在新的技术支撑体系下出现的媒体形态，如数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等。
平面媒体	指	报纸、杂志等传统媒体通过单一的视觉、单一的维度传递信息，相对于电视、互联网等媒体通过视觉、听觉等多维度的传递信息。
渠道媒体	指	利用独特的载体，在人群聚集的特定场所进行信息传播的一种媒体形式，如楼宇电梯、地铁、机场、超市等。

采编	指	采集信息及编辑信息的过程，具体包括栏目策划、采访、图像采辑、图文编辑等工作。
广告	指	确定的组织或个人为了一定的目的，依靠付出费用，在规定的时间内，按照要求，由指定的媒体，将真实信息传播出去的一种交流活动。
广告主	指	广告投放者，即商业产品和服务广告的发布者。
受众	指	信息传播的接收者，包括报刊和书籍的读者、广播的听众、电影电视的观众、网民。
广告刊例价格/刊例价	指	媒体单位公布的一定期限内在媒体特定广告段位上发布广告的公开指导价，也是媒体广告销售价格的最高限价，广告公司通常按照媒体刊例价的一定折扣进行销售。
广告发布	指	形成广告作品后，经广告主审核同意，送至预定的媒介发布刊播。广告发布形式视媒介而异，如印刷媒介是把广告作品刊登于印刷品，电视和无线电广播则是以电波信号的形式播放出来。
4A 广告公司	指	本意是美国广告公司协会（American Association of Advertising Agencies）的缩写，4A 广告公司均为规模较大的综合性跨国广告代理公司
DM	指	直邮广告（Direct Mail），对广告主所选定的对象，将印就的印刷品，用邮寄、定点派发、选择性派送等方法传达广告主所要传达的信息的一种手段。通常由 8 开或 16 开广告纸正反面彩色印刷而成，可直接将广告信息传送给真正的受众。
广告代理商	指	专门经营广告业务活动的广告公司，能够为客户制定广告计划、商业宣传、制作广告和提供其他促销工具。
整合营销传播	指	综合协调地使用各种形式的传播方式，以统一的目标和统一的传播形象，传递一致的产品信息，更有效地达到产品广告营销的目的。具体可包括为客户提供的媒介策

		划、媒体购买、公关策划、品牌整合、广告创意和会展等服务业务。
到达率	指	特定的时段内，接触过（收看过）某一媒体广告的不重复的观众人数占受众总人数的百分比。
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。一般由第三方数据调研公司，通过电话、问卷、机顶盒等方式抽样调查计算而来。
覆盖率	指	特定的媒介计划（广告投放计划）实施时所能达到的不重复的观众人数占媒体总体推及人口的百分比。

本招股说明书中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是由于四舍五入所致。

第二节 概览

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

一、发行人简介

公司名称：中国南航集团文化传媒股份有限公司

英文名称：CHINA SOUTHERN AIR MEDIA CO., LTD.

注册资本：200,000,000元

法定代表人：杨丽华

成立日期：2004年5月13日（2010年12月13日整体变更为股份有限公司）

注册地址：广东省广州市白云区机场路南云东街40号

邮政编码：510406

联系电话：020-8613 0211

传真号码：020-8612 8166

公司网址：www.csnnews.cn

电子信箱：amstock@csair.com

经营范围：设计、制作、发布、代理国内外各类广告；商品展览（需另办登记证），文化活动的策划；商贸信息服务；销售：日用百货、工艺美术品、家用电器、通讯设备（不含广播电视发射、接收设施）、电子计算机及配件、文具用品、办公用品、体育用品、玩具、皮具、纺织品；批发兼零售：预包装食品（含酒精饮料、不含乳制品，具体凭本公司有效许可证经营），项目投资（法律、法规和国家外商投资产业政策禁止的，不得经营；法律、法规规定需要审批和国家外商投资产业政策限制经营的项目，未获批准前不得经营）。

公司系经国务院国资委《关于设立中国南航集团文化传媒股份有限公司的批复》（国资改革[2010]1304号）批准，由南航传媒有限整体变更而来。南航传媒

有限全体股东作为发起人，以截至2010年4月30日经中瑞岳华审计的南航传媒有限净资产223,657,899.03元出资，按1:0.8942的比例折为2亿股，每股面值1元，其余净资产23,657,899.03元计入资本公积，整体变更设立股份有限公司。2010年12月13日，广东省工商行政管理局向公司核发了注册号为440000000001515的《企业法人营业执照》。

公司作为报刊出版商与媒体资源综合运营商，具体从事报刊出版、媒体经营、客户代理、公关与设计等传媒业务，是目前国内拥有采编出版业务的航机传媒领先企业。

目前，公司出版和经营《南方航空》、《空中之家》、《云中往来》、《航空画报》、《航空旅游报》、《南方航空报》、《品》等7个报刊以及《新疆广天合假日旅游广告》、《厦门航空广告》等DM直邮刊物，经营《厦门航空》等报刊。公司报刊媒体基本覆盖南方航空的飞机客舱，2014年服务的受众达1.01亿人次。公司经营机上闭路电视、机上平板电脑、客舱座椅头巾、客舱小桌板、飞机机身等多项航机设施媒体资源，独家经营CCTV-发现之旅频道。

二、发行人控股股东及实际控制人简介

（一）控股股东

本次发行前，南航集团直接持有本公司60%的股份，为本公司控股股东。

南航集团成立于1987年4月9日，注册资本：1,119,604.60万元，法定代表人：司献民，住所：广东省广州市白云机场，经营范围：经营集团公司及其投资企业中由国家投资形成的全部国有资产和国有股权。

（二）实际控制人

南航集团为全民所有制企业，其出资人为国务院国资委。国务院国资委为本公司实际控制人。

三、主要财务数据和指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项　目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
资产总计	81,651.73	80,349.41	71,817.42	61,022.48
负债合计	8,268.05	9,490.14	10,085.10	9,289.93
归属于母公司所有者权益	71,633.21	69,143.98	59,909.93	49,912.19
所有者权益合计	73,383.69	70,859.27	61,732.33	51,732.56

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
营业收入	16,600.86	41,748.34	42,720.77	42,302.31
营业利润	5,600.02	13,249.31	15,243.77	16,215.04
利润总额	5,636.25	13,278.71	15,284.16	16,272.33
净利润	5,424.42	12,726.94	15,099.77	18,889.50
归属于母公司所有者的净利润	5,389.23	12,834.04	15,097.75	18,738.17

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,118.65	10,704.89	19,144.73	13,814.38
投资活动产生的现金流量净额	-5,953.39	-10,170.80	-15,265.71	-3,846.91
筹资活动产生的现金流量净额	-2,900.00	-3,600.00	-5,100.00	-6,969.78
现金及现金等价物净增加额	-5,734.73	-3,065.91	-1,221.00	2,997.69

（四）主要财务指标

项　目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
流动比率（次）	8.28	7.06	5.91	5.79
速动比率（次）	8.10	6.91	5.81	5.73
资产负债率（母公司）（%）	6.70	7.67	13.23	12.14
归属于发行人股东的每股净资产（元）	3.58	3.46	3.00	2.50
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例（%）	2.93	3.18	4.01	5.13

项　目		2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
应收账款周转率（次）		1.41	3.44	3.52	4.05
存货周转率（次）		12.74	34.53	35.02	34.04
息税折旧摊销前利润（万元）		6,198.89	14,308.31	16,052.47	16,945.02
归属于发行人股东的净利润（万元）		5,389.23	12,834.04	15,097.75	18,738.17
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）		5,357.65	12,821.19	15,002.97	14,835.07
利息保障倍数（倍）		-	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元）		0.16	0.54	0.96	0.69
每股净现金流量（元）		-0.29	-0.15	-0.06	0.15
扣除非经常性损益前每股收益（元）	基本	0.27	0.64	0.75	0.94
	稀释	0.27	0.64	0.75	0.94
扣除非经常性损益后每股收益（元）	基本	0.27	0.64	0.75	0.74
	稀释	0.27	0.64	0.75	0.74
扣除非经常性损益前加权平均净资产收益率（%）		7.60	20.08	27.93	41.04
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（%）		7.56	20.06	27.75	32.49

注：上述财务指标的计算方法详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十四、报告期内各项财务指标”。

四、本次发行情况

股票种类：人民币普通股（A股）

每股面值：人民币1.00元

发行股数：不超过6,667万股，包括公开发行新股和公司股东公开发售股份，其中公司股东公开发售股份不超过2,858万股（股东公开发售股份所得资金不归公司所有）

每股发行价格：【 】元/股

发行方式：采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式

发行对象：符合资格的询价对象和在上海证券交易所开立A股股票账户的

符合条件的境内自然人和法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

承销方式：余额包销

五、募集资金主要用途

本次公开发行新股募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

项目名称	投资总额
喀纳斯演艺中心建设项目	30,093
创意中心与资源库建设项目	17,853
营销平台及营销网络建设项目	4,089
新拓展媒体资源所需营运资金	15,000
合　计	**67,035**

若本次募集资金不能满足上述全部项目的资金需求，则资金缺口部分由公司自筹解决。具体内容参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。本次公司股东公开发售股份募集资金不归公司所有，归实际发售股份的股东所有。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
发行股数	不超过6,667万股，包括公开发行新股和公司股东公开发售股份，其中公司股东公开发售股份不超过2,858万股（股东公开发售股份所得资金不归公司所有）
新老股份发行（售）安排	本次新股发行数量根据募投项目资金需求合理确定，新股数量不足法定上市条件的，将通过转让老股增加公开发行股票的数量。经符合条件的股东南航集团及南方航空确定，本次新股发行时若需老股转让，南航集团及南方航空将按发行前持股比例公开发售股份。本次发行应确保同时符合以下条件： 1、公司将根据募投项目资金需要量合理确定新股发行数量，新股数量不足法定上市条件的，将通过转让老股增加公开发行股票的数量； 2、公司本次发行新股数量与公司股东公开发售股份数量之和为不超过6,667万股； 3、本次股东公开发售股份的数量不超过2,858万股，南航集团及南方航空公开发售股份数量的上限分别为1,715万股和1,143万股。 本次新股发行与公司股东公开发售股份的最终数量，在遵循前述原则基础上，由公司与保荐机构（主承销商）协商共同确定。如果届时中国证监会另有规定则按该等规定执

	行。
拟公开发售股份的股东情况	南航集团及南方航空本次发行前分别持有公司12,000万股和8,000万股股份，拟公开发售股份数量分别为【】万股和【】万股。
发行费用分摊	公司与公司股东按发行新股数量与公开发售股份数量的比例，确定各方应承担的承销费用。其他发行费用由公司承担。
发行价格	【 】元/股，由公司及主承销商根据初步询价结果确定发行价格，或按中国证监会认可的其他方式确定发行价格（股东公开发售股份的价格与发行人公开发行新股的价格相同）
发行后每股收益	【 】元（按【】年【】月【】日经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）
发行市盈率	【 】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行前每股净资产	【 】元（按【 】年【 】月【 】日经审计归属于母公司股东的所有者权益除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【 】元（按【 】年【 】月【 】日经审计归属于母公司股东的净资产加本次募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【 】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开立A股股票账户的符合条件的境内自然人和法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【 】万元

预计募集资金净额	【 】万元
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，信息披露及路演推介费用【 】万元，发行手续费用【 】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：中国南航集团文化传媒股份有限公司

法定代表人：杨丽华

住　　所：广东省广州市白云区机场路南云东街40号

电　　话：020-8613 0211

传　　真：020-8612 8166

联 系 人：丰萧

（二）保荐人（主承销商）：安信证券股份有限公司

法定代表人：王连志

住　　所：深圳市福田区金田路4018号安联大厦35层、28层A02单元

电　　话：0755-8282 5427

传　　真：0755-8282 5424

保荐代表人：王永兴、唐劲松

项目协办人：高志新

项目经办人：韩志广、邓小超、徐露

（三）其他承销机构：【】

（四）律师事务所：北京市金杜律师事务所

负 责 人：王玲

住　　所：北京市朝阳区东三环中路7号北京财富中心写字楼A座40层

电　　话：010-5878 5588

传　　真：010-5878 5566

经办 律师：王立新、冯艾、孙昊天

（五）会计师事务所：瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

负 责 人：顾仁荣

住 所：北京市东城区永定门西滨河路8号院中海地产广场西塔5-11层

电 话：010-8809 5588

传 真：010-8809 1190

经办注册会计师：王需如、任德军

（六）资产评估机构：中企华资产评估有限责任公司

法定代表人：孙月焕

住 所：北京市东城区青龙胡同35号

电 话：010-6588 1818

传 真：010-6588 2651

经办注册评估师：阮咏华、王宗礼

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

住 所：上海市浦东新区陆家嘴东路166号中国保险大厦36楼

电 话：021-5870 8888

传 真：021-5889 9400

（八）主承销商收款银行：中信银行深圳分行营业部

户 名：安信证券股份有限公司

账 号：7441010187000001190

（九）拟申请上市证券交易所：上海证券交易所

住 所：上海市浦东南路528号证券大厦

电 话：021-6880 8888

传 真：021-6880 4868

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系

发行人与本次发行的中介机构不存在直接或间接的股权关系和其他权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有发行人股份，与发行人也不存在其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

（一）询价推介时间：【 】年【 】月【 】日至【 】年【 】月【 】日

（二）定价公告刊登日期：【 】年【 】月【 】日

（三）申购日期及缴款日期：【 】年【 】月【 】日

（四）预计股票上市日期：【 】年【 】月【 】日

第四节 风险因素

投资者在评价判断发行人股票价值时，除仔细阅读本招股说明书提供的其他资料外，应当特别关注下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，但并不表示风险因素依次发生。

一、宏观经济波动风险

公司主营业务属于传媒业，收入主要来源于媒体经营的广告收入。广告业常被称为国民经济发展状况的“晴雨表”，其整体规模取决于广告投放需求，而广告投放需求与宏观经济、消费需求关系密切。在经济增长较快时，广告投放规模往往较大，广告行业增长速度一般高于国民经济增速，在经济增长放缓或低迷时，多数广告主会削减其广告投放规模，进而减少广告投放需求，广告行业的下调也更明显。此外，国民经济各个行业整体发展状况的变化，亦会影响该行业的整体广告投放需求。

2008-2013年我国宏观经济保持稳定增长势头，GDP年均实际增长9.0%，而同期我国传媒业总产值平均增长率为15.10%，行业增长速度高于同期国民经济增长。目前，我国正处于经济结构转型时期，经济发展不确定因素较多。2014年，我国GDP增长7.3%，如若未来几年我国宏观经济继续呈现增速放缓趋势，将对文化传媒业的整体需求产生不利影响，进而影响公司的经营业绩。

二、航机媒体资源经营的风险

航机媒体资源的经营价值与航空公司的机队规模、旅客运输量、航线地域分布等指标直接相关，目前航机媒体为公司拥有的最主要的媒体资源。2008年11月11日，公司与南方航空签署《无形资产特许使用协议》，约定南方航空将其拥有的机上报刊发行渠道，以及机上闭路电视、客舱座椅头巾、小桌板等广告资源18年特许使用权提供给公司使用。

此外，公司还先后与贵州航空、重庆航空、厦门航空、珠海航空签订了媒

体资源使用协议，约定贵州航空、重庆航空、厦门航空、珠海航空将各自拥有的广告媒体经营权委托给公司或其子公司经营。

（一）航机媒体经营业务占比较高的风险

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司航机媒体资源经营业务收入占公司营业收入的比例分别为87.61%、82.98%、77.92%和79.85%，占比较高。公司业务对航机媒体资源存在较大依赖。如若未来上述航机媒体资源的经营价值出现大幅波动，将对公司未来经营业绩的稳定性和利润水平构成不利影响。

（二）航机媒体资源获取可持续性的风险

公司拥有的航机媒体资源经营权期限较长，有利于保障公司盈利的稳定性和经营战略的实施，其中公司核心航机媒体资源的使用权期限截至2026年3月30日，且该协议履行完毕时，公司在同等条件下亦具有协议续约优先权。但是，倘若上述航机媒体使用权到期后，其续约价格（即媒体资源采购成本）大幅高于预期，或者由于其他原因使公司与上述各方的合作受到影响，将对公司经营业绩产生较大不利影响。

三、运营 CCTV-发现之旅频道客户开拓的风险

为拓展新的媒体资源，加强全媒体覆盖优势，公司与央视新影集团科影厂于2012年1月4日签署《<发现之旅>频道合作经营协议》，建立起战略合作关系，取得CCTV-发现之旅频道期限20年的独家商业运营权和“发现之旅”商标使用权。

公司拥有丰富的媒体运营经验，在面向航空人群或中高端商旅人群等受众群体的客户开拓方面形成自己的竞争优势，并通过机上闭路电视的节目运营，积累了电视媒体的运营经验；CCTV-发现之旅频道为国内领先的探索发现类电视频道，已拥有专业的内容生产制作团队。同时，航机媒体与CCTV-发现之旅频道的受众群体、客户资源亦表现出高度吻合的特点。

公司将围绕CCTV-发现之旅频道，通过提高节目质量和收视覆盖，获取商

业收益和收费收入；通过组织围绕节目的线下增值活动，取得营销收入；通过自制节目销售、节目版权分销获取版权收入；借助频道资源，建立CCTV-发现之旅视频网络服务系统，建立跨媒体的立体营销模式，获得网站经营收入；利用频道影响力，构建全媒体平台，以最大限度地实现CCTV-发现之旅频道的商业价值。

CCTV-发现之旅频道的运营仍处于起步阶段，按照行业惯例，如果该频道经营培育期过后，公司仍不能有效提升其品牌价值和收视率水平，将使公司在商业开拓方面面临严峻挑战，从而对公司盈利能力的提升造成不利影响。

四、媒体资源拓展的风险

公司致力于成为具有创新力和市场竞争力的大型文化产业集团，未来公司依然需要进一步拓展其他传媒资源。

（一）新拓展媒体资源未来盈利能力无法准确预期的风险

基于当前媒体业的发展环境，作为综合型传媒企业，公司依托现有媒体资源，逐步开发新媒体资源，拓展演艺文化等相关产业领域，建设航空特色鲜明、全媒体运营的综合型文化传媒企业。

虽然公司是在综合考量传媒业发展趋势、公司发展战略、客户开发预期等因素基础上，对媒体资源进行充分的可行性研究之后，通过正规商务谈判协商确定购买或合作协议条款，最终确定新媒体资源的运营模式，但新拓展的媒体资源多数涉及新的细分传媒业务类别，加之外部环境、客户需求等因素的不确定性，使其未来盈利情况难以准确把握。当新拓展媒体资源的实际运营情况持续大幅低于公司预期时，将对公司盈利情况产生不利影响。

（二）规模扩张面临的管理风险与人才短缺的风险

通过多年的稳健经营，公司积累了丰富的平面媒体、电视媒体的管理与运营经验，但文化产业中不同细分行业的管理、运营方式存在差异，完全复制原有经验或模式难度很大。如果公司未能及时调整经营模式和管理方式、未能有效引进相应领域的管理人才，将面临新拓展媒体资源的经营业务所带来的管理

风险。

公司现有业务的稳定发展得益于现有管理、采编发行、创意设计、销售等多种专业人才的竞争优势，而拓展新资源更需相关人才的引进或培养。如若公司无法引进并保留各类优秀人才，将对公司未来拓展新资源的经营造成不利影响。

五、关联交易风险

报告期内，公司的关联交易主要包括：向南航集团下属各航空公司购买或合作经营航机媒体资源，为南航集团及其下属企业提供客户代理、公关与设计等服务。2012 年度、2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-6 月，公司向关联方销售商品及提供劳务的交易金额分别为 6,103.96 万元、8,264.57 万元、7,849.90 万元和 2,804.52 万元，占营业收入的比重分别为 14.43%、19.35%、18.80%和 16.89%；公司向关联方采购的交易金额分别为 4,319.65 万元、5,285.09 万元、5,675.24 万元和 2,043.31 万元，占营业成本的比例分别为 26.93%、29.88%、29.37%和 26.54%。

虽然目前公司关联交易定价遵循市场定价原则，且上述关联交易已通过本公司和关联方之间的一系列关联交易协议进行了规范，但未来依然存在关联方利用关联交易损害公司或中小股东利益的风险。

六、募集资金投向风险

公司本次发行募集资金拟依次投向“喀纳斯演艺中心建设项目”、“创意中心与资源库建设项目”、“营销平台及营销网络建设项目”和“新拓展媒体资源所需营运资金”，募集资金投资项目的确定经过了深入的可行性分析，充分考虑了目前的产业政策、市场条件以及公司经营业绩与发展经验，项目的顺利实施，将进一步开拓媒体资源，提高创新创意能力，并依托媒体经营、创新创意能力发展演艺等文化传媒业务，巩固和强化公司媒体经营优势，为实现公司的可持续发展产生积极的影响。

虽然公司已对上述项目进行了详细论证，但项目可行性分析是基于当前环境因素作出的，在项目实施过程中，一旦国家产业政策、宏观经济环境等外部

条件发生重大不利变化，抑或是受到公司自身管理水平等内在因素的负面影响，将导致项目不能达到预期收益，从而影响公司的经营业绩。

七、股东即期回报被摊薄风险

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 32.49%、27.75%、20.06%和 7.56%。本次发行募集资金到位后，公司的总股本和净资产将会相应增加。由于募集资金投资项目需要一段时间的投入期和市场培育期，难以在短时间内取得效益，募集资金到位后的短期内，公司净利润增长幅度可能会低于净资产和总股本的增长幅度，每股收益、净资产收益率等财务指标将可能出现一定幅度的下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

八、控股股东控制的风险

本次发行前，南航集团直接持有公司60%的股份，其控股子公司南方航空持有公司40%的股份；本次发行完毕并履行国有股转持义务后，南航集团仍对本公司拥有绝对控股权。

虽然本公司建立了较为完善的公司治理制度，但南航集团可能利用其对公司的控股股东地位，通过在股东大会、董事会行使表决权等方式对公司的人事任免、生产和经营决策等进行不当控制，从而损害公司及其他股东的利益。

九、税收优惠政策变化的风险

2009年，财政部、国家税务总局、中宣部下发《关于转制文化企业名单及认定问题的通知》（财税[2009]105号），对文化体制改革单位进行认定并实施税收优惠政策。中共广东省委宣传部、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局依据以上文件，下发《关于发布2011年广东省属文化体制改革单位名单的通知》（粤宣通[2012]17号），审核认定本公司属于文化体制改革单位，自2011年1月1日至2013年12月31日期间可享受企业所得税减免优惠。公司于2012年6月27日取得了广州市白云区国家税务局穗云国税一减备[2012]100249号

《减免税备案登记告知书》，公司2012年三、四季度及2013年所得税已经不再缴纳，并且在2013年收到了减免期间已经缴纳的所得税款。

2014年，财政部、国家税务总局、中宣部联合下发《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2014]84号），原已在2009年审核认定享受税收优惠的转制文化企业，可按照该文件继续享受文件规定的税收优惠政策。本公司自2014年1月1日至2018年12月31日，继续享受免征企业所得税的优惠。公司于2015年2月12日取得了广州市白云区国家税务局穗云国税备回[2015]100113号《减免税备案资料报送回执单》，公司2015年所得税已经不再缴纳，并且收到2014年已经缴纳的所得税款。

2012年、2013年、2014年和2015年1-6月，公司所得税减免金额分别为39,853,468.14元、34,290,789.93元、27,031,062.16元和11,862,849.77元（2015年1-6月数据未经税审），分别占当年利润总额的26.41%、25.77%、24.78%和25%。

上述税收优惠政策到期后，本公司享受的税收优惠政策存在不确定性。若本公司不能继续享有上述税收优惠政策，公司经营业绩将受到不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人概况

公司名称	中国南航集团文化传媒股份有限公司
英文名称	CHINA SOUTHERN AIR MEDIA CO., LTD.
注册资本	20,000 万元
法定代表人	杨丽华
成立日期	2004 年 5 月 13 日（2010 年 12 月 13 日整体变更为股份有限公司）
公司住所	广东省广州市白云区机场路南云东街 40 号
邮政编码	510406
电　　话	020-8613 0211
传　　真	020-8612 8166
互联网网址	http://www.csnnews.cn
电子邮箱	amstock@csair.com
信息披露和投资者关系的部门、负责人和电话	部门：董事会秘书办公室 负责人：丰萧 电话：020-8613 0211

二、发行人改制重组及设立情况

（一）设立方式

本公司系经国务院国资委以国资改革[2010]1304号文件《关于设立中国南航集团文化传媒股份有限公司的批复》批准，由南航传媒有限整体变更设立的股份有限公司。

2010年5月24日，南航传媒有限股东会通过了将公司由有限责任公司整体变

更为股份有限公司的决议，全体股东同意以截至2010年4月30日经中瑞岳华审计的南航传媒有限净资产223,657,899.03元出资，按1:0.8942的比例折为2亿股，每股面值1元，其余净资产23,657,899.03元计入资本公积，整体变更设立南航传媒。

2010 年 11 月 11 日，中瑞岳华出具中瑞岳华验字[2010]第 284 号《验资报告》，验证本次出资已全部到位。2010 年 12 月 13 日，广东省工商行政管理局向公司核发了注册号为 440000000001515 的《企业法人营业执照》。

自股份公司设立以来，公司股权结构及股本规模未发生过变动。

（二）发起人

本公司系由南航传媒有限整体变更设立，发起人为南航传媒有限全体股东，具体情况如下：

序号	发起人	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	南航集团	12,000.00	60.00
2	南方航空	8,000.00	40.00
合　计		**20,000.00**	**100.00**

（三）改制设立股份公司前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司的发起人为南航集团和南方航空。

公司改制设立前，南航集团拥有的主要资产为集团公司及其投资企业中的国有资产和国有股权，从事的主要业务为国有资产投资及经营管理，具体涉及航空运输、航空客货代理、进出口贸易、金融理财、建设开发、传媒广告等相关产业；南方航空拥有的主要资产为飞机、发动机、航材设备、土地房屋及其投资的股权等，从事的主要业务为航空客货运输。

公司改制设立后，发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生变化。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司系由南航传媒有限整体变更设立，承继了南航传媒有限的全部资产和业务。公司成立时拥有的主要资产为流动资产、生产经营场所（房屋）和办公设备等固定资产及商标、广告经营特许使用权、著作权、域名等无形资产，对子公司的股权投资等，从事的主要业务为报刊出版与媒体经营业务。

（五）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

本公司系由南航传媒有限整体变更设立，公司设立前后业务流程未发生变化。公司业务流程的具体内容参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

本公司成立以来，在生产经营方面独立运作，但与主要发起人之间仍存在一定的关联交易。报告期内，公司与主要发起人关联交易的具体内容参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方与关联交易”。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司系由南航传媒有限整体变更设立，承继了南航传媒有限的全部资产、负债和权益，并依法办理了资产产权的变更手续。公司经营资质或许可证、商标、域名等变更情况请参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、（二）主要无形资产情况”及“六、发行人拥有的经营资质或许可证”。

三、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况

（一）发行人股本形成及其变化情况

1、发行人前身成立

2004 年 4 月 20 日，经南航集团[2003]144 号文件批准，南航集团以 1,000

万元货币出资组建了公司前身南航传媒有限，出资比例为100%。2004年5月10日，广东粤信会计师事务所有限公司以粤信[2004]验字04107号《验资报告》验证了上述出资事宜。2004年5月13日，南航传媒有限领取了广东省工商行政管理局核发的注册号为4400001902055号的《企业法人营业执照》，注册资本1,000万元。

南航传媒有限设立时的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
南航集团	1,000.00	100.00
合　计	**1,000.00**	**100.00**

2、2006年7月，南航传媒有限吸收合并南航广告并增资

南航广告成立于1994年3月3日，吸收合并时的基本情况如下：

注册资本	500万元	**住　　所**	广州市白云区机场路272号	
实收资本	500万元	**主营业务**	设计、制作、代理、发布国内外各类广告业务	
股东构成	股东名称		出资金额（万元）	出资比例（%）
	南航集团		275.00	55.00
	南方航空		225.00	45.00
	合　计		500.00	100.00

2005年12月1日，南方航空董事会作出决议，同意与南航集团共同出资重组南航传媒有限，双方各占 50%股权，南方航空以其持有的南航广告 45%股权及资源使用费经评估后入股。

2006年4月5日，南航传媒有限与南航广告签订《文化传媒公司与广告传媒公司合并协议》（以下简称“《合并协议》”），双方约定：（1）南航传媒有限吸收合并南航广告，南航广告解散；（2）根据广州中天衡资产评估有限公司出具并经南航集团备案的中天衡评字[2005]第093号《资产评估报告》，南航广告截至2005年6月30日的净资产为847.79万元，根据中天衡评字[2005]第160号《资产评估报告》，南航传媒有限截至2005年6月30日的净资产为1,678.66万元，合并后，南航广告的净资产全部转为南航传媒有限的注册资本，南航传媒有限的注册资本变更为1,847.79万元；（3）南航广告原股东南航集团和南方航空分别以

其享有的南航广告净资产额的 55%即 466.2845 万元和 45%即 381.5055 万元转为南航传媒有限的注册资本，合并后，南航集团出资 1,466.2845 万元，占出资额的 79.35%，南方航空出资 381.5055 万元，占出资额的 20.65%；（4）截至 2005 年 6 月 30 日，南航传媒有限账载盈余公积 218,381.05 元及未分配利润余额 6,353,475.46 元归南航集团所有；（5）2005 年 7 月 1 日至合并完成期间，南航传媒有限的收益或亏损由南航集团享有和承担；（6）合并时南航传媒有限与南航广告的债权、债务，由合并后存续的南航传媒有限承继。

2006 年 4 月 10 日，南航集团以《关于同意文化传媒公司和广告传媒公司合并的批复》（南航集团规划发[2006]25 号）同意了前述《合并协议》。

2006年4月29日，南航传媒有限和南航广告[1]在《羊城晚报》刊登了吸收合并公告。

2006 年 6 月 15 日，南航集团与南方航空在前述《合并协议》的基础上，签订了对南航传媒有限的《增资协议》：

（1）南航集团新增出资 2,250 万元，其出资构成如下：

序号	出资方式	金额（元）
1	南航广告截至 2005 年 6 月 30 日经评估净资产的 55%	4,662,845.00
2	南航传媒有限截至 2005 年 6 月 30 日的未分配利润	6,353,475.46
3	南航传媒有限在 2005 年 7 月 1 日至 2005 年 12 月 31 日新增利润	5,516,274.20
4	南航传媒有限在 2005 年 7 月 1 日至 2005 年 12 月 31 日新增资本公积	3,300,000.00
5	现金	2,667,405.34
合 计		**22,500,000.00**

注：上表第 3、4 项出资经岳华会计师事务所有限责任公司审计（岳总审字[2006]第 A841 号《审计报告》）。

（2）南方航空出资 3,250 万元，其出资构成如下：

序号	出资方式	金额（元）
1	南航广告截至 2005 年 6 月 30 日经评估净资产的 45%	3,815,055.00
2	南方航空拥有的 18 项广告资源 20 年使用权评估作价（注）	28,684,945.00
合 计		**32,500,000.00**

[1] 南航广告已于 2007 年 11 月 7 日完成了工商注销登记手续。

注：南方航空 18 项广告资源 20 年使用权经广州中天衡资产评估有限公司出具的中天衡评字[2006]第 031 号《资产评估报告书》确认为 29,386,400 元，作价 28,684,945 元作为出资投入到南航传媒有限，其余部分金额作为往来款项处理。

2006 年 6 月 16 日，南航传媒有限股东会通过决议，同意将注册资本变更为 6,500 万元，并批准了南航集团与南方航空之间的增资协议。

2006年6月29日，广州健明会计师事务所有限公司以健验[2006]046号《验资报告》审验，截至2006年6月29日，南航传媒有限已收到南航集团和南方航空缴纳的新增注册资本合计26,315,055元：其中，南航集团出资2,250万元，南方航空以南航广告截至2005年6月30日经评估净资产的45%作价出资3,815,055元。

2006年7月26日，南航传媒有限换领了广东省工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，注册资本由1,000万元变更为6,500万元，实收资本由1,000万元变更为3,631.5055万元。

2006年11月7日，广东省对外贸易经济合作厅出具《关于外商投资股份制企业中国南方航空股份有限公司参股内资企业中国南航集团文化传媒有限公司的批复》（粤外经贸资字[2006]993号）：鉴于南方航空参股经营的南航广告业务重组，已由南航传媒有限合并，同意南方航空继续参股南航传媒有限，出资3,250万元，占50％的股份，经营广告代理等业务，南航传媒有限经营范围按工商部门核定的经营范围执行。

本次增资后，南航传媒有限的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
南航集团	3,250.00	50.00
南方航空	3,250.00	50.00
合　计	**6,500.00**	**100.00**

3、2008年8月变更实收资本

2008 年 7 月 15 日，南航集团与南方航空签署《关于中国南航集团文化传媒有限公司<增资协议>的补充协议》，约定：（1）鉴于因“工商登记机构尚未出台与公司法配套的工作指引”，南方航空用于增资的无形资产无法办理工商登记，所以截至本补充协议签订之日，原定南方航空以无形资产增资的部分注册资本金未能验资到位，金额为 28,684,945.00 元，占注册资本的 44.13%；（2）经双方协

商一致，南方航空出资方式改为现金，补足南航传媒有限应缴注册资本28,684,945.00元；（3）南方航空原拟用于增资的无形资产和其他可开发的媒体广告资源重新评估作价，使用权转让给南航传媒有限。

2008年7月25日，南航传媒有限股东会通过决议，同意南方航空变更出资方式，即由无形资产出资变更为以货币方式缴足应缴出资，金额为 2,868.4945万元。2008年7月30日，广州健明会计师事务所有限公司以健验[2008]029号《验资报告》验证了上述出资事宜。2008年8月15日，南航传媒有限换领了广东省工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，实收资本由3,631.5055万元变更为6,500万元。

4、2010年4月，南航传媒有限增资

2010年4月8日，南航传媒有限股东会通过决议，同意由南航集团单方以货币进行增资，南航传媒有限的注册资本由6,500万元增至8,125万元。根据经南航集团备案确认的中企华评报字[2009]第534号《资产评估报告》，南航传媒有限2009年10月31日经评估的净资产为15,526.17万元，新增注册资本对应的认购价格为3,881.54万元，认缴款项超出新增注册资本1,625万元的部分2,256.54万元计入资本公积。

2010年4月14日，广州健明会计师事务所有限公司以健验[2010]014号《验资报告》验证了上述出资事宜。2010年4月21日，南航传媒有限换领了新的《企业法人营业执照》。

本次增资后，南航传媒有限的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
南航集团	4,875.00	60.00
南方航空	3,250.00	40.00
合　计	**8,125.00**	**100.00**

5、整体变更设立股份公司

2010年5月20日，南航传媒有限通过决议，同意公司依照《公司法》的有关规定，整体变更设立股份公司，公司名称变更为“中国南航集团文化传媒股份

有限公司”。2010年5月21日，中瑞岳华出具了关于南航传媒有限改制的中瑞岳华专审字[2010]第1258号《审计报告》，改制基准日为2010年4月30日。2010年5月24日，北京中企华资产评估有限责任公司以2010年4月30日为基准日对本公司整体变更设立股份公司时所涉及的资产及负债进行了评估，出具了中企华评报字[2010]第202号《资产评估报告》，并经南航集团备案确认。

2010年5月24日，南航传媒有限股东会通过了将公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司的决议，全体股东同意以截至2010年4月30日经中瑞岳华审计的南航传媒有限净资产223,657,899.03元出资，按1:0.8942的比例折为2亿股，每股面值1元，其余净资产23,657,899.03元计入资本公积，整体变更设立南航传媒。

根据2010年5月20日南航传媒有限2010年第二次职工代表大会和2010年5月24日南航传媒有限股东会审议通过的《中国南航集团文化传媒有限公司改制人员安置方案》和《中国南航集团文化传媒有限公司改制设立股份有限公司的方案》，改制后的股份公司（或其控股子公司）接收改制前南航传媒有限的全体在册员工。

2010年9月17日，国务院国资委以国资产权[2010]1077号《关于中国南航集团文化传媒股份有限公司国有股权管理有关问题的批复》同意了南航传媒有限改制的国有股权管理方案。2010年11月11日，中瑞岳华出具中瑞岳华验字[2010]第284号《验资报告》，验证本次出资已全部到位。2010年11月17日，国务院国资委以国资改革[2010]1304号《关于设立中国南航集团文化传媒股份有限公司的批复》同意南航传媒有限改制为股份公司。2010年12月13日，广东省工商行政管理局向公司核发了注册号为440000000001515的《企业法人营业执照》。

股份公司设立时，发起人及其持股情况如下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
南航集团	12,000.00	60.00
南方航空	8,000.00	40.00
合　计	**20,000.00**	**100.00**

（二）发行人资产重组情况

公司不存在重大资产重组情况，但为了整合资源，避免同业竞争、减少关联交易，公司2009年收购了新航广告，2012年收购了厦航传媒51%的股权，具体情况如下：

1、收购新航广告，进行改制、增资，并更名为新疆广天合

新航广告成立于1993年4月2日，为新疆航空公司全资所有的全民所有制企业，收购时的基本情况如下：

注册资本	113 万元	**住　　所**	乌鲁木齐市新市区迎宾路 46 号	
实收资本	113 万元	**主营业务**	设计、制作、代理、发布国内外各类广告业务	
股东构成	股东名称		出资金额（万元）	出资比例（%）
	新疆航空公司		113.00	100.00

根据《关于组建中国南方航空集团公司有关问题的批复》（国务院函（2002）68号），中国北方航空公司、新疆航空公司除航空运输主业及相关关联资产进入南方航空外，辅业由南航集团统一管理。

2008年2月25日，南航集团2008年第二次总经理办公会（南航集团厅发[2008]2号）决定：新航广告经资产评估并在交易所挂牌后由南航传媒有限收购。2008年5月7日，新疆航空公司以《关于转让新疆航空广告公司国有产权的决定》批准转让新航广告全部国有产权。2008年12月31日，南航传媒有限召开股东会，同意作为意向受让方于上海联合产权交易所举牌收购新航广告全部国有产权。2009年3月16日，南航传媒有限与新疆航空公司签订《产权交易合同》，受让新航广告整体产权，受让价格参照新航广告截至2008年3月31日经新疆驰远天合有限责任会计师事务所评估（驰天会评报字[2008]第1-034号《评估报告》）并经南航集团备案确认的净资产值519,372.45元，确定为52万元，交易基准日至产权转让完成日产生的盈利或亏损及风险由新疆航空公司承担。南航传媒有限于2009年3月18日支付了股权转让款。

为顺利完成收购后的工商登记，新航广告需由全民所有制企业变更为国有资本控股企业，履行国有企业改制程序。2009年3月20日，南航传媒有限出具《关于同意新疆航空广告公司改制方案的批复》，同意将新航广告改制为有限责任公司，变更名称为新疆广天合传媒有限公司，并将注册资本增至150万元。

2009年7月9日，南航集团出具《关于新疆航空广告公司改制实施方案的批复》（南航集团规划发[2009]42号），同意新航广告改制。2009年8月30日，新疆华信资产评估有限公司出具华信评报字[2009]第73号《资产评估报告》，并经南航集团备案确认，新航广告截至改制基准日2009年3月31日经评估确认的净资产为510,747.78元。2009年12月17日，五洲松德联合会计师事务所新疆华西分所出具五洲审字[2009]8-589号《验资报告》，验证新疆广天合注册资本150万元已由南航传媒有限全部出资到位，其中增资部分以货币出资。2009年12月31日，乌鲁木齐市工商行政管理局向新疆广天合核发了新的《企业法人营业执照》，至此，新航广告变更为新疆广天合，为南航传媒有限的全资子公司。

2、收购厦航传媒51%的股权

厦航传媒成立于2000年12月19日，收购时的基本情况如下：

注册资本	500 万元	**住　　所**	厦门市湖里区金山街道金山小区第 14 栋 B559 单元	
实收资本	500 万元	**主营业务**	设计、制作、发布、代理国内广告业务等	
股东构成	股东名称		出资金额（万元）	出资比例（%）
	厦门航空		500.00	100.00

厦航传媒的股东厦门航空为南方航空持股 51%的子公司，且厦航传媒从事设计、制作、发布、代理广告业务，因此厦航传媒为同受公司控股股东南航集团控制从事与公司相同或近似业务的企业。为避免同业竞争，公司于 2012 年 6 月收购了厦航传媒 51%的股权。收购过程具体如下：

2012 年 6 月 15 日，公司 2012 年第二次临时股东大会作出决议，同意公司受让厦门航空持有的厦航传媒 51%的股权。2012 年 6 月 20 日，公司与厦门航空签订《股权转让协议》，同意本次股权转让价格按照北京中企华资产评估有限责任公司以 2012 年 3 月 31 日为基准日对厦航传媒全部股东权益价值的评估结果（中企华评报字[2012]第 1122-1 号《资产评估报告》，该报告已经南航集团备案）确定为 4,312 万元。2012 年 6 月 27 日，南航集团出具《关于同意厦航文传股权重组方案的批复》（南航集团发[2012]271 号），同意此次股权收购。同日，厦航传媒完成了本次股权转让的工商变更登记。

本次股权转让后，公司持有厦航传媒 51%的股权，厦门航空持有厦航传媒

49%股权。厦航传媒选举产生了新一届董事会成员，南航传媒派出的董事在厦航传媒董事会中占多数，南航传媒拥有对厦航传媒生产经营活动和财务政策的控制权，至此，厦航传媒与南航传媒的同业竞争问题得以解决。

（三）发行人业务整合情况

2004年南航传媒有限组建之时，根据南航集团[2003]144号《关于南方航空报社整合暨中国南航集团文化传媒有限公司组建有关问题的批复》：（1）集团报社负责整合集团内各类文化传媒资源，集团内现有的全国统一报刊资源全部交由集团报社统一管理、统一经营；（2）南航传媒有限以集团报社名义对报刊编辑出版业务进行内部管理和对外联络，以南航传媒有限的名义对广告、发行等经营活动进行管理并对外开展业务；（3）同等条件下，集团报社下属报刊杂志的广告经营业务由南航传媒有限优先代理。

为实现媒体采编、经营业务一体化运营，整合南航集团出版发行业务，实现整体上市，2009年5月31日，南航传媒有限以《关于南航传媒公司整体上市的请示》，申请将南航集团所属出版物的主管单位变更为南航传媒有限，主办单位按地域变更为南航传媒有限及其在当地的子公司。2009年8月4日，南航集团以南航集团函[2009]16号《关于同意中国南航集团文化传媒有限公司整体上市的函》转报广东省新闻出版局，同意南航传媒有限整合南航集团采编业务。2010年，经新闻出版总署及各地新闻出版局批准，南航集团下属报刊《南方航空》、《空中之家》、《云中往来》、《航空画报》、《航空旅游报》、《南方航空报》的主管、主办单位陆续变更至南航传媒有限及其子公司名下。2011年5月16日，南航集团以南航集团发[2011]173号文《关于注销南方航空报社的通知》决定注销集团报社。2012年9月13日，广东省工商行政管理局核准了集团报社的注销登记。

四、发行人历次验资情况

（一）历次验资情况

验资	出具时间	实收资本	出资方式	验资机构	验资报告

事项		（万元）			
设立	2004.5.10	1,000.00	现金	广东粤信会计师事务所有限公司	粤信[2004]验字04107 号
增资	2006.6.29	3,631.5055	南航广告截至 2005 年 6 月 30 日经评估净资产、南航传媒有限截至 2005 年 12 月 31 新增利润、现金	广州健明会计师事务所有限公司	健验[2006]046 号
增资	2008.7.30	6,500.00	现金	广州健明会计师事务所有限公司	健验[2008]029 号
增资	2010.4.14	8,125.00	现金	广州健明会计师事务所有限公司	健验[2010]014 号
整体变更	2010.11.11	20,000.00	经审计净资产	中瑞岳华	中瑞岳华验字[2010]第 284 号

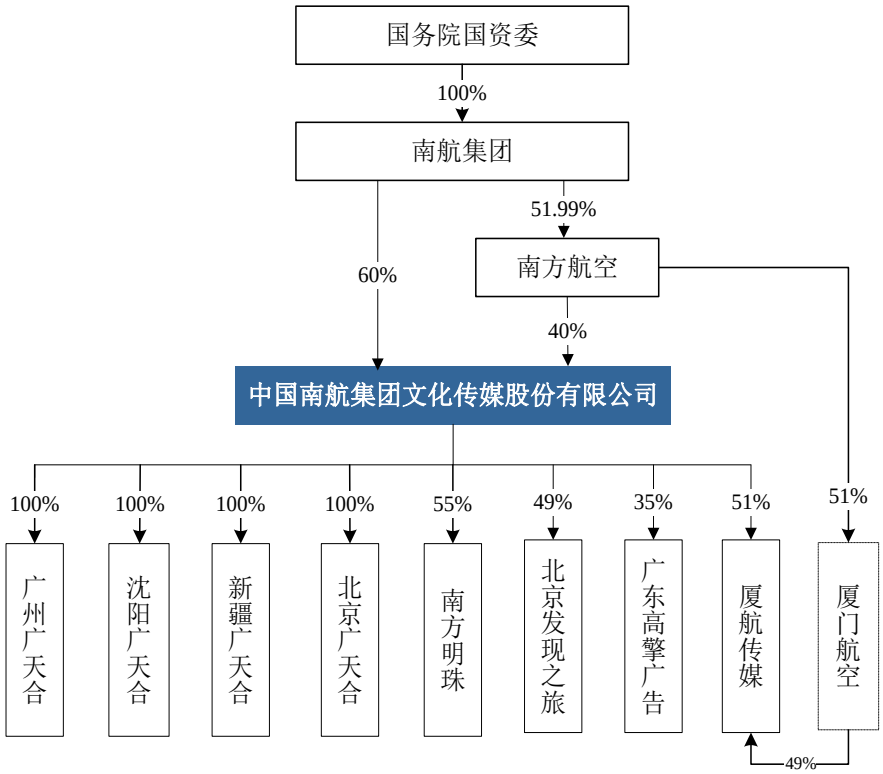
（二）验资复核情况

中瑞岳华接受公司委托，对广州健明会计师事务所有限公司于2010年4月14日出具的关于公司变更登记注册资本实收情况的验资报告健验[2010]014号进行了复核，并于2012年10月30日出具了中瑞岳华专审字[2012]第2919号《验资复核报告》，复核意见如下：

“基于本报告所述的工作，我们没有注意到广州健明会计师事务所有限公司于2010年4月14日出具的关于贵公司变更登记注册资本实收情况的验资报告健验[2010]014号，在所有重大方面存在不符合《中国注册会计师审计准则第1602号——验资》的要求的情况。”

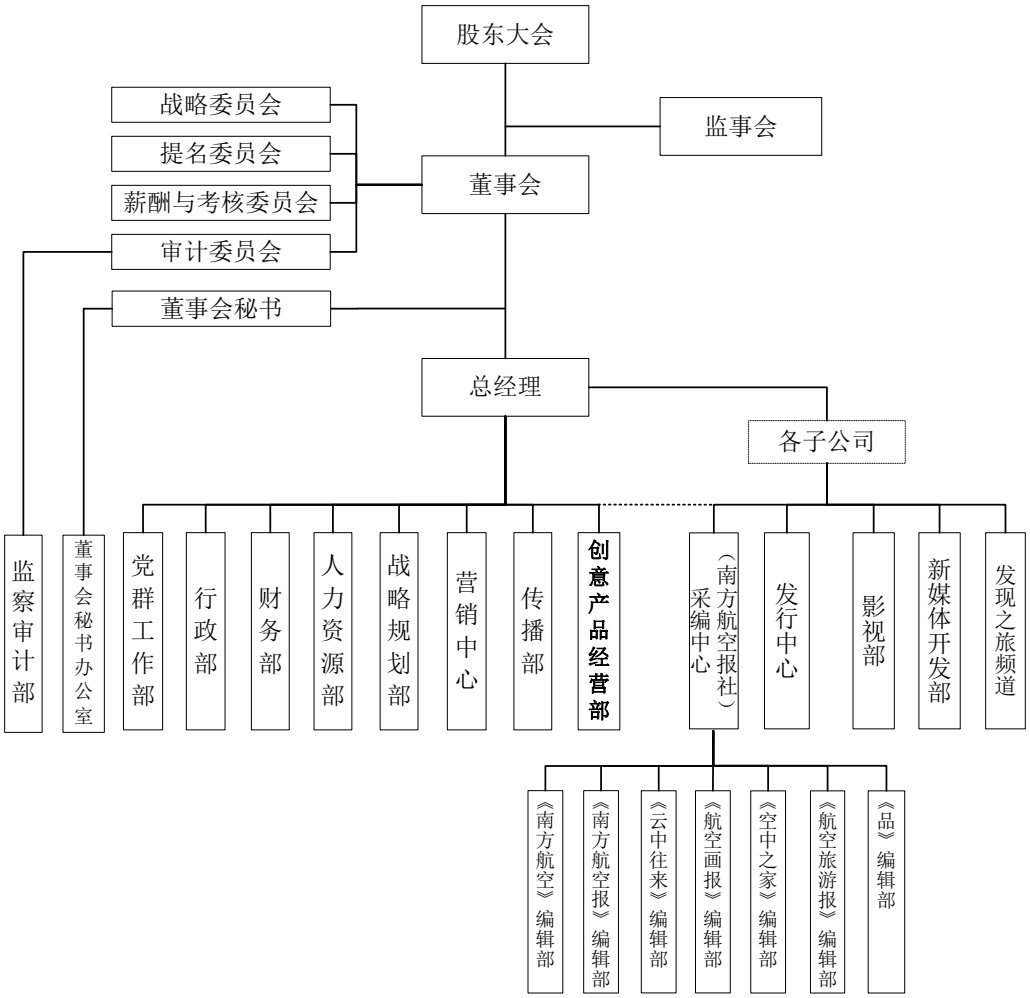
五、发行人的组织结构

（一）发行人股权结构图



注：根据南方航空 2015 年半年报，截至 2015 年 6 月 30 日，南航集团直接持有南方航空 41.14 %的 A 股股份，直接或间接持有的南方航空 A 股及 H 股股份占南方航空总股本的 51.99%。

（二）发行人内部组织结构图



（三）内部组织机构设置及运行情况

公司各职能部门相应职责如下：

部门名称	主要职责
董事会秘书办公室	负责公司和相关当事人与证券交易所及其他证券监管机构之间的沟通和联络；负责处理信息披露、投资者关系管理事务；负责与公司信息披露有关的保密工作；负责股东大会和董事会会议的筹备，相关会议文件的制作和保管。
党群工作部	负责宣传贯彻党的路线、方针、政策和国家的法律法规及有关规定，协助公司党委加强领导班子思想作风建设和组织建设；负责党委会会议的组织准备工作；工会、女工组织的发展建设等。
行政部	组织和实施行政管理的规章制度、流程、计划；统筹公司档案管理和公文管理；统筹公司行政工作，协助公司领导协调各部门、分公司之间的业务

	工作等。
财务部	依据公司的战略管理目标，负责公司的经营效益、财务风险监控，经营成本管理，提高资金的使用效率，确保股东权益的保值增值。
人力资源部	统筹制定人力资源规划，制定并组织实施年度用人与招聘计划、年度培训计划，进行后备技术和管理人才队伍建设；对员工任职能力及岗位匹配度进行评估，制定并组织实施绩效管理方案、薪酬制度。
战略规划部	编制公司发展战略、年度发展规划，并监督执行；组织经营业绩考核；组织对外投资、资本运作及管理；组织固定资产、技改、基建项目投资及管理；组织开展法务工作。
监察审计部	制定和完善公司内部审计工作各项规章制度；制定年度审计项目计划，向审计委员会报告工作；负责内部财务审计、内控审计及专项审计；负责与外部监督部门、控股股东、聘请的外部审计机构的沟通协调工作。
营销中心	负责媒体广告经营活动，制定营销战略规划，组织制定、分解、落实年度广告销售计划、目标市场广告销售计划；组织及落实广告媒体宣传活动、推广策划、媒体发布及使用状况的监督等各项媒体维护计划等。
传播部	提供全方位整合营销传播服务，包括创意设计、公关活动、品牌宣传推广等。
创意产品经营部	为客户提供文化创意产品，包括产品的设计开发、外部采购合作等。
采编中心及各编辑部	采编中心制定并实施公司纸质媒体的采编业务规划。各编辑部负责各自刊物的策划选题，信息采写，版面的编辑、设计、审校和制作出版工作。
发行中心	制定并实施发行规划，负责公司各类刊物、广告等的发行配送，负责公司报刊印刷业务的日常处理，巩固、开拓发行渠道。
影视部	制定公司影视业务发展规划，负责机上影视和其他影视的策划、编辑、制作、播出、监测和信息反馈等工作。
新媒体开发部	负责新媒体业务的建设规划和运营管理，负责新媒体领域相关产品的策划、开发、推广运营等相关工作。

除上述职能部门外，公司还设立了1家分公司和3家营业部。分公司和营业部主要负责所在区域业务开拓，分公司及营业部具体情况如下：

序号	分公司/营业部名称	成立日期	注册号	营业场所
1	深圳分公司	2005.9.6	440301104693455	深圳市南山区南航大厦办公楼二楼北侧
2	沈阳广天合大连营业部	2011.9.2	210211000061418	辽宁省大连市甘井子区中华西路 25 号 1 单元 17 层 5 号

3	沈阳广天合长春营业部	2011.9.19	220104000050022	长春市朝阳区西安大路660号国际大厦
4	沈阳广天合哈尔滨营业部	2011.11.18	分230106100093171	哈尔滨市香坊区衡山路15号万达商业中心酒店公寓

六、发行人控股子公司、参股公司的情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有6家全资及控股子公司，2家参股公司，具体情况如下：

1、广州市广天合传媒有限公司

成立时间：2010年1月27日

注册资本：1,001万元

实收资本：1,001万元

法定代表人：王建宁

住　　所：广东省广州市白云区机场路南云东街38号

经营范围：广告业；票务服务；企业管理咨询服务；数字动漫制作；会议及展览服务；大型活动组织策划服务；商品信息咨询服务；货物进出口；技术进出口；向游客提供旅游、交通、住宿、餐饮等代理服务；旅游景区规划设计、开发、管理；互联网商品销售；互联网商品零售；商品零售贸易；充值卡销售；商品批发贸易；舞台安装、搭建服务；展台设计服务；房屋建筑工程施工；室内装饰、装修；灯具、装饰物品批发；建材、装饰材料批发；室内装饰设计服务；饰物装饰设计服务；其他文化娱乐用品批发；自有房地产经营活动；房地产开发经营；物联网服务；网上新闻服务；电子出版物出版；录音制作；国内广播节目播出服务；广播电视节目制作；电影和影视节目制作；电影和影视节目发行；记录媒介复制；报纸出版；期刊出版；增值电信服务；音像制品及电子出版物零售。

本公司持有广州广天合100%的股权。广州广天合主要从事《南方航空》和《南方航空报》的出版、发行，对外提供影视制作服务等业务。

经瑞华审计，广州广天合最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015.6.30	2014.12.31
总资产	4,407.01	4,264.50
净资产	2,431.50	2,281.02
项目	**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**
净利润	150.48	405.62

2、沈阳广天合传媒咨询有限公司

成立时间：2009年12月25日

注册资本：200万元

实收资本：200万元

法定代表人：王建宁

住　　所：沈阳市大东区津桥路3-1号（1008）

经营范围：许可经营项目：《航空画报》报纸编辑、出版、发行，《云中往来》期刊编辑、出版、发行；一般经营项目：设计、制作、代理、发布各类广告，平面设计；展览展示；商务信息咨询；文具用品、工艺美术品销售。

本公司持有沈阳广天合100%的股权。沈阳广天合主要从事《云中往来》的出版、发行，《航空画报》的出版、发行和经营业务。

经瑞华审计，沈阳广天合最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015.6.30	2014.12.31
总资产	2,038.54	1,936.81
净资产	1,723.41	1,633.34
项目	**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**
净利润	90.07	563.67

3、新疆广天合传媒有限公司

成立时间：1993年4月2日

改制时间：2009年12月31日

注册资本：150万元

实收资本：150万元

法定代表人：王建宁

住　　所：新疆乌鲁木齐市新市区迎宾路1341号

经营范围：许可经营项目：《航空旅游报》（汉文周报）、《空中之家》（英文月刊）的编辑、出版、发行；一般图书，音像制品的批发。一般经营项目：设计、制作、代理、发布国内外各类广告业务；会展服务，文化活动策划，商贸信息服务，工艺美术品的销售，旅游服务，摄录像服务。

本公司持有新疆广天合100%的股权。新疆广天合主要从事《空中之家》和《航空旅游报》的出版、发行和经营业务。

经瑞华审计，新疆广天合最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015.6.30	2014.12.31
总资产	3,527.10	3,454.27
净资产	3,341.17	3,134.46
项目	**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**
净利润	206.72	720.53

4、北京广天合文化传媒有限公司

成立时间：2011年12月15日

注册资本：2,500万元

实收资本：2,500万元

法定代表人：王建宁

住　　所：北京市东城区东中街29号5层507-5Q

经营范围：组织文化艺术交流活动；设计、制作、代理、发布广告；经济贸易咨询；投资咨询；教育咨询；计算机技术培训；舞蹈技术培训；绘画技术培训；承办展览展示活动；会议服务；电脑图文设计、制作、技术推广服务；工艺美术设计；电脑动画设计；货物进出口；技术进出口；出租商业用房；房地产开发；项目投资；声乐技术培训；足球技术培训；篮球技术培训；旅游信息咨询；销售电子产品、工艺品、文具用品、体育用品、日用品、玩具、服装、鞋帽、箱包、化妆品、自行开发的商品房、针纺织品、钟表、厨房用具、

家具；经营旅游业务；批发预包装食品；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。

本公司持有北京广天合100%的股权。北京广天合主要从事CCTV-发现之旅频道的商业运营。

经瑞华审计，北京广天合最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015.6.30	2014.12.31
总资产	3,908.81	3,460.84
净资产	1,988.99	1,689.72
项目	**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**
净利润	299.27	412.96

5、广东南方明珠讯息传播有限公司

成立时间：2005年8月3日

注册资本：600万元

实收资本：600万元

法定代表人：王建宁

住　　所：广东省广州市白云区机场路南云东街36号

经营范围：包装品生产（不含印刷工序），信息咨询服务，商务公关活动、商业文化活动的策划，商贸信息咨询；设计、制作、发布、代理国内外各类广告。

本公司持有南方明珠55%的股权，为其控股股东；丰彩印刷持有南方明珠45%的股权。南方明珠主要从事《云中往来》杂志的经营业务。

经瑞华审计，南方明珠最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015.6.30	2014.12.31
总资产	331.46	435.22
净资产	44.44	181.91
项目	**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**
净利润	-137.47	-268.65

6、厦门航空文化传媒有限公司

成立时间：2000年12月19日

注册资本：500万元

实收资本：500万元

法定代表人：吕玮

住　　所：厦门市湖里区金山街道金山小区第14栋B559单元

经营范围：电子出版物出版；音像制品出版；期刊出版；电影和影视节目制作；广告的设计、制作、代理、发布；会议及展览服务；文化、艺术活动策划；互联网销售；其他未列明零售业（不含需经许可审批的项目）。

本公司持有厦航传媒51%的股权，为其控股股东；厦门航空持有厦航传媒49%的股权。厦航传媒主要从事厦门航空媒体资源的经营；《品》杂志的出版、发行和经营；《厦门航空》等报刊的经营；代理发布广告等业务。

经瑞华审计，厦航传媒最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015.6.30	2014.12.31
总资产	4,182.24	4,099.42
净资产	3,504.34	3,333.54
项目	**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**
净利润	170.80	28.15

7、北京发现之旅文化发展有限公司

成立时间：2012年6月8日

注册资本：300万元

实收资本：300万元

法定代表人：时间

住　　所：北京市西城区新街口北大街74号64栋209室

经营范围：批发、零售预包装食品（食品流通许可证有效期至2016年07月29日）。文艺创作；组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；电脑动画设计；公共关系服务；承办展览展示；声乐技术培训；舞蹈

技术培训；计算机技术培训；翻译服务；旅游信息咨询；劳务派遣；销售工艺品、服装、鞋帽、日用品。

央视新影集团科影厂持有北京发现之旅51%的股权，为其控股股东；本公司持有北京发现之旅49%的股权。北京发现之旅主要从事CCTV-发现之旅频道及其相关产业的开发经营业务。

北京发现之旅最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015.6.30	2014.12.31
总资产	845.01	828.11
净资产	551.26	526.01
项目	**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**
净利润	25.25	41.20

注：最近一年财务数据经北京诚和信会计师事务所审计，最近一期财务数据未经审计。

8、广东高擎广告传媒有限公司

成立时间：2015年3月12日

注册资本：1,000万元

法定代表人：李时平

住　　所：广州市天河区黄埔大道路163号18G房

经营范围：广告业；策划创意服务；会议及展览服务。

广东高擎广告股东及认缴出资情况如下：

股东名称	认缴金额（万元）	认缴出资比例（%）
广东羊城报业传媒集团有限公司	350.00	35.00
南航传媒	350.00	35.00
广东非常传媒投资有限公司	260.00	26.00
钟山	40.00	4.00
合　计	**1,000.00**	**100.00**

广东高擎广告主要从事户外广告媒体开拓。截至2015年6月30日，该公司尚处于开办期。

七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人基本情况

本公司发起人为南航集团和南方航空。发起人基本情况参见本节之“七、（二）持有发行人5%以上股份的主要股东基本情况”。

（二）持有发行人5%以上股份的主要股东基本情况

1、中国南方航空集团公司

南航集团直接持有本公司60%的股份，为本公司控股股东。

南航集团是以中国南方航空（集团）公司为主体，联合新疆航空公司、中国北方航空公司组建而成的大型国有航空运输集团，是国务院国资委直接管理的三大骨干航空集团之一，其基本情况如下：

成立时间：1987年4月9日

注册资本：1,119,604.60万元

实收资本：1,119,604.60万元

法定代表人：司献民

住　　所：广东省广州市白云机场

企业类型：全民所有制

经营范围：经营集团公司及其投资企业中由国家投资形成的全部国有资产和国有股权。

南航集团（母公司）最近一年及一期的财务数据如下：

单位：亿元

项目	2015.6.30	2014.12.31
总资产	182.35	183.49
净资产	138.62	123.54
项目	**2015年1-6月**	**2014年度**
净利润	15.09	8.42

注：南航集团（母公司）2014年财务数据经致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计。2015年1-6月财务数据未经审计。

2、中国南方航空股份有限公司

南方航空是经国家经济体制改革委员会体改生[1994]139号文批准，由南航集团以其与航空业务相关的资产负债投入独家发起成立的股份有限公司。南方航空持有本公司40%的股份，其基本情况如下：

成立时间：1995年3月25日

注册资本：981,756.70万元

实收资本：981,756.70万元

法定代表人：司献民

住　　所：广东省广州市萝岗区经济技术开发区开发大道233号203房

企业类型：股份有限公司（台港澳与境内合资、上市）（A股并购）

经营范围：提供国内、地区和国际定期及不定期航空客、货、邮、行李运输服务；提供通用航空服务；提供航空器维修服务；经营国内外航空公司的代理业务；提供航空配餐服务（仅限分支机构经营）；进行其他航空业务及相关业务（限保险兼并代理业务：人身意外伤害险）。

南方航空于1997年7月分别在香港联合交易所有限公司和美国纽约证券交易所上市，并于2003年7月在上海证券交易所上市。截至2015年6月30日，南航集团直接及间接持有南方航空合计51.99%的股份。

南方航空最近一年及一期的合并报表财务数据如下：

单位：亿元

项目	**2015.6.30**	**2014.12.31**
总资产	1,881.75	1,896.98
净资产	491.09	442.75
项目	**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**
净利润	40.97	24.17

注：2014年财务数据经审计，2015年1-6月财务数据未经审计。

（三）实际控制人基本情况

南航集团为全民所有制企业，其出资人为国务院国资委。国务院国资委为本公司实际控制人。

（四）发行人控股股东控制的其他企业情况

1、南航集团主要子公司基本情况

单位：万元

序号	名称	成立时间	注册资本	注册地	持股比例（%）	主营业务	2015.6.30		2015 年 1-6 月	2014.12.31		2014 年度
							总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1	南方航空	1995.3	981,756.70	广州	51.99(合计)	航空运输	18,817,500.00	4,910,900.00	409,700.00	18,969,814.55	4,427,460.63	241,717.68
2	南龙控股有限公司	1992.6	167,400（港币）	香港	100	投资控股	822,678.14	804,055.57	508.29	360,747.71	342,662.00	8,144.83
3	中国南航集团地勤有限公司	1985.3	1,250	深圳	100	航空客货运输销售代理	11,975.50	6,395.50	746.72	10,921.17	6,314.77	1,110.07
4	南航贸易	1993.6	1,500	广州	100	航材设备及零售件寄售	41,398.88	21,932.84	2080.06	30,276.36	19,786.35	3,985.40
5	南航建发	2003.9	86,016.99	广州	49	以自有资金对房地产项目进行投资	68,588.96	43,372.56	-1,188.90	67,816.53	44,561.45	-2,505.94
6	中国南航集团	2003.9	500	广州	100	旅游业相关投资管理	109.96	-5,123.91	-0.03	109.99	-5,123.88	3.35

	旅游发展有限公司											
7	中国南航集团物业管理有限公司	1998.1	1,000	广州	100	物业管理	6,592.41	4,451.77	413.94	6,083.89	4,037.83	1,922.50
8	广州南航建设有限公司	2010.11	93,400	广州	100	房地产开发销售	148,256.05	92,018.18	-148.23	136,926.18	92,166.15	-361.97
9	中国北方航空公司	1990.10	50,095.90	沈阳	100	清理债权债务	38,145.00	-344,819.00	-714.00	38,614.93	-344,102.56	2,492.49
10	新疆航空公司	1984.12	82,172.60	乌鲁木齐	100	清理债权债务	78,426.88	78,426.88	-618.98	79,223.00	79,183.28	-900.04
11	南航集团北京经济开发公司	1989.1	500	北京	100	航空客、货、邮和包机运输	2,147.80	1,713.50	-319.31	2,148.59	1,713.56	957.77
12	广州航空大酒店	1997.1	6,329	广州	100	酒店服务	5,066.38	4,496.14	-118.43	5,310.54	4,614.57	-251.20

13	广州南航明珠商务酒店	1981.10	50	广州	100	酒店服务	602.44	-90.18	73.50	477.02	-163.67	227.03
14	北京南航明珠商务酒店	2001.5	500	北京	100	酒店服务	1,245.07	-1,769.70	17.78	1,039.72	-1,796.21	22.28
15	新疆南航明珠国际酒店管理有限公司	2004.7	200	乌鲁木齐	100	酒店服务	2,443.37	-1,364.89	360.17	2,368.88	-1,725.09	-155.60
16	珠海南航明珠大酒店	1993.8	100	珠海	100	酒店服务	2,297.71	183.68	78.47	2,100.01	109.49	245.40
17	南航财务	1995.6	72,432.95	广州	65.52	为成员单位经营金融业务	691,664.00	99,117.00	11,242.00	656,222.96	94,024.54	10,956.78
18	广州南航修缮有限公司	1998.1	50	广州	90	室内装饰	16.60	16.60	-0.65	17.24	17.24	-0.30

19	广州南航俱乐部有限公司	2004.4	66.67	广州	100	餐饮、住宿服务	223.48	-938.25	-19.75	223.48	-938.25	-19.75

注：2014年度财务数据为经审计合并口径财务数据。2015年1-6月财务数据为未经审计合并口径财务数据。广州南航俱乐部有限公司已停业. 南航建发已于2015年8月28日完成工商变更登记，南航集团持股比例降为49%,不再为南航集团控股子公司。

2、南方航空主要子公司基本情况

单位：万元

序号	名称	成立时间	注册资本	注册地	持股比例（%）	主营业务	2015.6.30		2015 年 1-6 月	2014.12.31		2014 年度
							总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1	厦门航空	1984.8	500,000	厦门	51	航空运输	4,088,800.00	2,352,300.00	69,600.00	3,931,700.00	1,312,200.00	75,800.00
2	珠海航空	1995.5	25,000	珠海	60	航空运输	88,200.00	61,400.00	7,500.00	80,200.00	54,000.00	8,500.00
3	汕头航空有限公司	1993.7	28,000	汕头	60	航空运输	132,100.00	93,600.00	10,500.00	130,000.00	83,200.00	17,900.00
4	贵州航空	1998.6	8,000	贵阳	60	航空运输	167,100.00	131,900.00	10,900.00	157,200.00	121,000.00	16,400.00
5	重庆航空	2007.5	120,000	重庆	60	航空运输	133,900.00	97,600.00	9,500.00	124,000.00	88,000.00	8,100.00
6	河南航空	2013.9	600,000	郑州	60	航空运输	457,800.00	418,800.00	19,300.00	485,500.00	154,600.00	-600.00

注：财务数据摘自南方航空公告，2014年度财务数据为经审计合并口径财务数据，2015年1-6月财务数据为未经审计合并口径财务数据。

3、其他主要关联方基本情况

单位：万元

序号	名称	成立时间	注册资本	注册地	持股比例	主营业务	2015.6.30		2015 年 1-6 月	2014.12.31		2014 年度
							总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1	广州南方航空报关有限公司	1995.8	170	广州	南航贸易持股100%	口岸进出口货物的专业报关和咨询	2,750.23	1,237.27	190.58	2,069.26	1,226.92	375.09
2	沈阳南方航空进出口贸易有限公司	2003.1	300	沈阳	南航贸易持股90%	飞机、发动机等设备的进出口报关	12,059.40	1,365.37	207.96	3,888.08	1,158.42	161.27
3	新疆南方航空进出口贸易有限责任公司	2006.8	300	乌鲁木齐	南航贸易持股90%	仪器仪表、橡胶制品的销售	3,287.98	762.42	-24.90	1,998.52	914.49	125.74
4	珠海南航房地产开发有限公司	2010.4	500	珠海	南航建发持股100%	房地产开发	32,530.76	-222.15	-66.84	28,317.45	-155.32	-142.04
5	三亚南航房地产开发有限公司	2010.4	1,000	三亚	南航建发持股100%	房地产开发经营	25,997.80	-514.07	-251.06	23,815.35	-263.01	-620.60

6	长春南航房地产开发有限公司	2004.6	1,000	长春	南航建发持股100%	房地产开发	8,996.63	8,697.22	-145.04	9,511.56	8,842.26	337.00

注：2014年度财务数据为未经审计合并口径财务数据，2015年1-6月财务数据为未经审计合并口径财务数据。南航建发已于2015年8月28日完成工商变更登记,南航集团持股比例降为49%,南航建发及其下属子公司不再为南航集团控股企业。

（五）发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司股东持有的本公司股份均未被质押和托管，亦不存在其他权属有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

公司本次发行前总股本为2亿股，本次拟发行人民币普通股【】万股，其中公司公开发行新股【】万股，公司股东公开发售股份【】万股，公司本次发行后总股本为【】万股。

根据《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》（财企[2009]94号）有关规定，经国务院国资委《关于中国南航集团文化传媒股份有限公司国有股转持有关问题的批复》（国资产权[2012]692号）批准，在本公司完成本次A股发行并上市后，南航集团将履行国有股转持义务，将其持有的本公司股份512.6143万股（含南航集团按持股比例代南方航空转持的112.2943万股）划转给全国社会保障基金理事会。若公司实际发行A股数量调整，应划转中国社会保障基金会的股份数量相应作出调整。

本次发行前后，公司股本情况如下：

股东名称及股份类别	本次发行前		本次发行后	
	持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
一、有限售条件流通股	20,000	100.00		
南航集团（SS）	12,000	60.00		
南方航空（SS）	8,000	40.00		
全国社会保障基金理事会	-	-		
二、本次发行流通股	-	-		
社会公众股	-	-		
合　计	**20,000**	**100.00**		

注：“SS”是State-own Shareholder的缩写，表示其为国有股股东。根据国务院国资委于2010年9月17日出具的《关于中国南航集团文化传媒股份有限公司国有股权管理有关问题的批复》（国资产权[2010]1077号），南航集团、南方航空为国有股东，发行人在境内发行

股票并上市，上述国有股东在证券登记结算公司登记的证券账户应标注“SS”标识。

（二）本次发行前公司前十名股东

本次发行前，公司共有2名股东，持股情况及股份性质如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）	股份性质
1	南航集团	12,000	60.00	国有法人股
2	南方航空	8,000	40.00	国有法人股
合 计		**20,000**	**100.00**	-

（三）本次发行前公司前十名自然人股东及其在公司任职情况

本公司本次发行前的股东中无自然人股东。

（四）战略投资者情况

本公司本次发行前的股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

截至2015年6月30日，南航集团直接持有南方航空41.14%的股份，直接或间接持有的南方航空A 股及 H 股股份占南方航空总股本的 51.99%，为南方航空的控股股东。

（六）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东南航集团及公司股东南方航空承诺：自南航传媒公开发行股票并在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的南航传媒公开发行股票前已发行的股份，也不由南航传媒回购其直接或间接持有的该部分股份。

公司控股股东南航集团承诺：其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，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，其持有公司股票的锁定期限自动延长6个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因其不再作为公司控股股东而终止。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。

九、发行人内部职工股情况

本公司未发行过内部职工股。

十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

本公司不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过200人的情况。

十一、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及构成情况

1、员工人数变化

报告期内，公司员工人数情况如下：

时间	2012.12.31	2013.12.31	2014.12.31	2015.6.30
员工人数	317	307	317	351

注：上表所列人数不含劳务派遣员工，下同，劳务派遣用工情况详见本节之“十一、（四）劳务派遣员工相关情况”。

2、报告期末员工专业结构

专业分工	人数	占员工总数比例
采编人员	80	22.79%
发行人员	15	4.27%
设计策划人员	59	16.81%
销售人员	99	28.21%
财务人员	24	6.84%
行政人员	32	9.12%

中高层管理人员	42	11.96%
合　计	**351**	**100.00%**

3、报告期末员工受教育程度

受教育程度	人数	占员工总数比例
硕士及以上学历	34	9.68%
本科学历	218	62.11%
大专学历	81	23.08%
中专及以下学历	18	5.13%
合　计	**351**	**100.00%**

4、报告期末员工年龄分布

年龄区间	人数	占员工总数比例
25 岁以下	6	1.71%
25-35 岁	182	51.85%
36-45 岁	111	31.63%
45 岁以上	52	14.81%
合　计	**351**	**100.00%**

（二）员工薪酬情况

1、公司薪酬管理制度

公司制订了《薪酬管理制度》、《业务人员底薪工资及广告业务提成发放办法及政策》、《董事薪酬管理制度》、《监事薪酬管理制度》、《高级管理人员薪酬管理制度》等薪酬制度，建立起公平、高效的员工晋升、绩效考核和激励制度，形成了股东价值与员工报酬的良性互动机制和富有竞争力的薪酬水平。

公司高级管理人员中总经理、副总经理、财务总监实行年薪制，薪酬包括基本年薪、绩效年薪、保险、福利、住房公积金、经济增加值奖励等项目。

公司董事会秘书与其他员工实行岗位绩效工资制，薪酬总额包括年度岗位

工资、月度绩效工资、履职津贴、年终（中）奖、年底双薪、总经理特别奖（视业绩优秀情况发放）、保险福利、住房公积金等项目。

2、发行人员工薪酬水平变化情况

报告期内，发行人员工年平均工资水平变化情况如下：

单位：万元

项目	2012 年度	2013 年度		2014 年度		2015 年 1-6 月	
	数额	数额	增幅（%）	数额	增幅（%）	数额	增幅（%）
董事、监事、高级管理人员（不含独立董事）	46.61	56.58	21.39	45.25	-20.02	25.20	-
中层管理人员	29.16	27.36	-6.17	25.44	-7.02	15.01	-
销售人员	15.87	20.19	27.27	19.59	-2.99	11.78	
其他员工	14.28	12.95	-9.36	12.50	-3.47	6.18	-
全体员工	16.62	17.27	3.91	16.50	-4.44	8.27	-
广州市	6.38	6.97	9.32	7.42	6.53	-	-
全国	4.76	5.24	10.08	5.73	9.46	-	-

数据来源：广州统计信息网 2012-2014 统计年鉴中从业人员和职工工资相关数据；国家统计局 2012-2014 年度就业人员和工资相关数据。

注：根据财政部财会[2014]8 号《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》的通知，申报报表将公司 2012 年度和 2013 年度于其他应付款核算的劳务派遣员工工资调整至应付职工薪酬科目。因此，上表 2012 年、2013 年统计的工资总额为调整后含劳务派遣员工工资的工资总额，工资统计口径为当年实发的岗位工资、绩效工资、奖金、津贴，2012 年、2013 年员工人数亦为在岗员工及劳务派遣员工人数总和，取期初期末平均数。董事、监事、高级管理人员（独立董事除外）2013 年发放 2010-2012 年任期绩效，因此人均工资增长；如剔除该因素，人均工资下降 18.24%。

3、与广州市及全国城镇在岗平均工资变动趋势差异原因

广州市城镇单位平均工资及全国城镇在岗平均工资，在报告期内每年均有增长，增幅在 6%-10%之间，而公司董监高、中层管理人员、其他员工在报告

期内每年均有降幅（剔除任期绩效影响，2013 年董监高人均工资下降 18.24%），降幅在 19%以下，上述三类人员在报告期内平均工资变化趋势与广州市城镇单位平均工资及全国城镇在岗平均工资存在较大差异的原因主要是：受宏观经济、国家政策及行业等因素影响，报告期内公司营业收入和营业利润有所减少。 2012 年、2013 年、2014 年及 2015 年 1-6 月，公司利润总额分别为 16,272.33 万元、15,284.160 万元、13,278.71 万元和 5,636.25 万元；2013 年较 2012 年下降 6.07%，2014 年较 2013 年下降 13.12%。根据 “效益升、薪酬升，效益降、薪酬降”的分配原则，以及公司经营业绩考核制度，员工的绩效工资、奖金与经营业绩、绩效考核挂钩，公司效益的下降必然导致员工月度绩效工资及奖金的下降，最终导致员工整体工资水平的下降，特别是公司董监高、中层管理人员。

销售人员采用底薪佣金工资体系，其工资直接与其业绩挂钩，公司销售人员业绩 2013 年较 2012 年增长，因此 2013 年销售人员工资较 2012 年有所提高。

4、上市后对薪酬的总体安排

发行上市后，公司将继续执行现有的各项薪酬制度，坚持效率优先兼顾公平的原则，员工薪酬与公司效益同升同降，不断优化劳动生产率、人工成本利润率等各项指标，保证员工薪酬的市场竞争力。

（三）执行社会保障制度、住房制度和医疗制度的情况

1、社保缴纳情况

公司已按照国家规定参加了社会保障体系，实行养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险及生育保险等社会保险制度，定期向社会保险统筹部门缴纳上述各项保险。报告期内，公司社保缴纳情况具体如下：

时间	员工人数	实缴人数	未缴人数	未缴原因
2012.12.31	317	311	6	2 人为退休返聘员工无需缴纳社保 1 人在其他单位购买医疗、失业和生育保险 3 人为新入职员工社保手续办理中
2013.12.31	307	299	8	4 人为退休返聘员工无需缴纳社保

				1 人为已离职员工，社保转户手续办理中 2 人为新入职员工，原单位为其缴纳当月医疗、失业和生育保险 1 人为新入职员工已于 2014 年 1 月补缴
2014.12.31	317	307	10	4 人为退休返聘员工无需缴纳社保 1 人在其他单位购买医疗、失业和生育保险 5 人为新入职员工已于 2015 年 1 月补缴
2015.6.30	351	341	10	3 人为退休返聘员工无需缴纳社保 7 人为新入职员工社保手续办理中

公司及下属各分、子公司所在地社会保障主管部门均已出具证明：公司已按规定为员工办理了养老、医疗、失业、工伤和生育保险，报告期内未发现违反劳动保障法律、法规的情况，也未因违反劳动保障法律、法规而被行政处罚的记录。

2、住房公积金缴纳情况

公司已按照国家有关政策实行了住房制度改革，建立了住房公积金制度。报告期内，公司住房公积金缴纳情况具体如下：

时间	员工人数	实缴人数	未缴人数	未缴原因
2012.12.31	317	314	3	3 人为新入职员工住房公积金手续办理中
2013.12.31	307	302	5	2 人为退休返聘员工无需缴纳 1 人为已离职员工，住房公积金转户手续办理中 1 人为新入职员工，由原单位缴纳当月公积金 1 人为新入职员工已于 2014 年 1 月补缴
2014.12.31	317	310	7	2 人为退休返聘员工无需缴纳 5 人为新入职员工已于 2015 年 1 月补缴
2015.6.30	351	343	8	8 人为新入职员工住房公积金手续办理中

注：与社保缴纳情况的差异系公司为部分退休返聘员工缴纳了住房公积金。

公司及下属其他各分、子公司所在地住房公积金管理部门均已出具证明：公司已依法缴存住房公积金，未发现有违反住房公积金法律、法规和规章的行为。

（四）劳务派遣员工相关情况

1、报告期内劳务派遣用工情况

随着业务的拓展、规模的扩大，报告期内，公司对部分用工采取劳务派遣的方式作为招募员工的补充，劳务派遣岗位主要包括前台、司机、广告销售、编录、配送、客服等。

公司选择经政府主管部门审核批准具有运营许可资质的劳务派遣机构签订劳务派遣协议，根据协议约定：劳务派遣公司负责办理相关人员的用工手续，并签订劳动合同，负责处理派遣员工在执行劳务合同中所发生的争议、工伤事故等事项，并为其办理各项社会保险，缴纳社会保险费及住房公积金；公司负责招聘相关派遣员工，与派遣员工签订上岗合同，明确具体工作岗位及职责，按时足额向劳务公司支付劳务费，劳务费中包含了劳务公司应向派遣人员支付的薪酬、社会保险费用及住房公积金，督促劳务公司按有关法律法规规定为派遣员工办理签订劳动合同、缴纳社会保险和劳动报酬发放；协助劳务公司处理派遣员工在工作期间发生的劳动纠纷和争议。

报告期内，公司从事广告销售的派遣人员实行底薪加提成制，严格与经营业绩挂钩兑现广告销售人员的业务提成；前台、司机、编录等岗位的派遣员工实行协议薪酬制，参照当地劳动力市场价格，按照以岗定薪的原则协商其薪酬标准；从事配送和客服的派遣员工实行岗位绩效工资制。

2、劳务派遣的整改情况

2012年12月28日发布的《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国劳动合同法〉的决定》，以及2014年1月24日发布的《劳务派遣暂行规定》明确规定了可以使用劳务派遣用工的岗位范围以及人员比例限制。发行人根据上述规定重新梳理了劳务派遣用工情况，并按照相关规定完成了对劳务派遣用工的整改，广告销售人员已全部与公司签订劳动合同。

截至2015年6月30日，公司劳务派遣用工总量为20人。目前公司使用劳务派遣用工的岗位为前台、司机、编录、配送、客服等辅助性岗位，均已经职工代表大会讨论确认并公示，公司及各分子公司劳务派遣用工比例亦符合《劳务派遣

暂行规定》的相关规定。

报告期内，公司不存在拖欠劳务派遣员工薪酬的情况，没有与劳务公司及派遣员工发生过任何重大劳动争议和纠纷，亦不存在因违反相关法律法规而被有关劳动主管机关或劳动监察机关责令改正或处罚的情况。

十二、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺

（一）关于股份锁定的承诺

公司全体股东均对所持股份流通限制及自愿锁定情况做出了股份锁定承诺，具体情况参见本节之“八、（六）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺”。

（二）主要股东关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东南航集团与股东南方航空均出具了避免同业竞争承诺函，具体情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”之“二、（三）关于避免同业竞争的承诺”。

（三）控股股东关于避免资金占用的承诺

公司控股股东南航集团出具了《避免资金占用的承诺函》：“本公司保证依法行使股东权利，不滥用股东权利损害南航传媒或者其他股东的利益，本公司及本公司的关联人不以任何方式违法违规占用南航传媒资金或要求南航传媒违法违规提供担保。如违反上述承诺，本公司愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给南航传媒造成的所有直接或间接损失。本承诺函自签署之日起于本公司对南航传媒拥有由资本因素或非资本因素形成的直接或间接的控股/控制权或对南航传媒存在重大影响期间持续有效，至上述情形消失或南航传媒终止上市之日止。”

（四）控股股东关于公司股价稳定措施的承诺

公司控股股东南航集团就公司股价稳定措施承诺具体情况参见本招股说明书“重大事项提示”之“二、关于公司股价稳定措施的承诺”。

（五）控股股东关于招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏赔偿投资者损失的承诺

公司控股股东南航集团就招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏赔偿投资者损失相关承诺的具体情况参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏赔偿投资者损失的承诺”。

（六）持有公司 5%以上股份的股东的持股意向及减持意向

本次公开发行前持有公司5%以上股份的股东有南航集团和南方航空。南航集团及南方航空就持股意向及减持意向相关承诺具体参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、持有公司5%以上股份的股东的持股意向及减持意向”。

（七）控股股东关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺

公司控股股东南航集团承诺：“本公司承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。”

（八）控股股东未履行承诺的约束机制

公司控股股东南航集团将严格履行就公司首次公开发行股票并上市所做出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。控股股东未履行承诺的约束机制具体情况参见本招股说明书“重大事项提示”之“六、未履行承诺的约束机制”。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况

公司作为报刊出版商与媒体资源综合运营商，具体从事报刊出版、媒体经营、客户代理、公关与设计等传媒业务，是目前国内拥有采编出版业务的航机传媒领先企业。通过媒体经营实现的收入为公司营业收入的主要来源，其中2014年媒体经营业务收入占公司营业收入的比重为92.85%。

目前，公司出版和经营《南方航空》、《空中之家》、《云中往来》、《航空画报》、《航空旅游报》、《南方航空报》、《品》等7个报刊以及《新疆广天合假日旅游广告》、《厦门航空广告》等DM直邮刊物，经营《厦门航空》等报刊。公司报刊媒体基本覆盖南方航空的飞机客舱，2014年服务的受众达1.01亿人次。公司经营机上闭路电视、机上平板电脑、客舱座椅头巾、客舱小桌板、飞机机身等多项航机设施媒体资源，独家经营CCTV-发现之旅频道。

本公司自设立以来，主营业务没有发生变化。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业类别、行业管理和行业政策

1、行业类别

公司主要从事报刊出版与媒体经营业务，属于文化产业中的传媒业。

根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），公司属于文化、体育和娱乐业中的出版业（R852）、租赁和商业服务业中的广告业（L724）。根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司属于文化、体育和娱乐业中的新闻出版业（R85）、租赁和商务服务业中的商务服务业（L72）。

中宣部《关于中国南航集团文化传媒股份有限公司整体上市的复函》（中宣办发函〔2012〕268 号）及新闻出版总署《关于同意中国南航集团文化传媒股份

有限公司整体上市的批复》（新出审字〔2012〕381号）批准同意公司采编与经营业务整体上市。

公司从事报刊出版业务主要系为创造媒介资源，进而通过媒体经营实现收入，并不对外出售报刊。

由于传媒业涉及的具体细分媒体形态类别较多，本招股说明书中关于公司所处行业基本情况的内容，主要分析了传媒行业概况、航空传媒业基本情况，以及电视传媒业、广告业概况等与公司媒体经营业务关系密切的细分行业。

2、国家及行业主管部门与监管体制

（1）行业监管部门

中宣部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门，主要职责之一为引导社会舆论，指导、协调中央各新闻单位的工作；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。

国家新闻出版广电总局是我国新闻出版广播电视电影行业的主管部门，主要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；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；制定新闻出版广播影视领域事业发展政策和规划；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；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，实施依法设定的行政许可并承担相应责任，指导对市场经营活动的监督管理工作；出版物的进口管理和广播影视节目的进口、收录管理，协调推动新闻出版广播影视领域“走出去”工作。

国家工商行政管理总局是我国广告行业的主管部门，负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等；此外，国家工商行政管理总局还承担指导广告行业发展的职能。

除国家工商行政管理总局外，还有其他部门在规范广告行业的工作中发挥重要的行政监管作用。比如食品药品监管部门对食品、药品、医疗器械广告的监管，

农业行政部门对农药、兽药广告的监管等。

（2）行业协会

中国期刊协会是经民政部注册登记、国家新闻出版广电总局主管的全国行业性、非营利性社团组织，成立于1992年。主要任务是：宣传贯彻党和政府有关期刊出版工作的方针政策；推动期刊界坚持正确办刊方针；按照党和政府部门关于出版改革的思路和方针，为期刊业深化改革，开发期刊产业做好支持、服务工作；开展国际及港澳台地区的友好合作和业务交流，促进中国期刊走向国际市场。

中国报业协会是经民政部注册登记、国家新闻出版广电总局主管、人民日报社业务代管的全国性社团组织，成立于1988年，是全国性报业行业组织。主要宗旨是：以邓小平理论、“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，积极发挥报业与党和政府之间的桥梁和纽带作用，促进行业的经济发展和技术进步，为报纸行业和会员单位服务。

中国广告协会是经民政部注册登记、国家工商行政管理总局直属的全国性社团组织，成立于1983年，是我国广告行业的自律组织。主要职能是：加强行业自律，规范会员行为；积极开展中国广告业企业资质认定工作；推动建立全国广告专业技术人员职业水平评价体系；促进中国广告业与国际广告业的接轨和融合。

3、主要法规

我国现行的与出版、广告业经营相关的主要法律、法规如下表所示：

类别	法规名称	实施日期	文号
出版发行相关	《中华人民共和国著作权法》（2010 年修订）	2010.4.1	中华人民共和国主席令第 26 号
	《中华人民共和国著作权法实施条例》（2013 年修订）	2013.3.1	中华人民共和国国务院令第 633 号
	《出版管理条例（2011 修订）》	2011.3.19	中华人民共和国国务院令第 594 号
	《出版物市场管理规定》	2011.3.25	新闻出版总署、国家商务部令第 52 号
	《报纸出版管理规定》	2005.12.1	新闻出版总署令第 32 号
	《期刊出版管理规定》	2005.12.1	新闻出版总署令第 31 号
广告经营	《中华人民共和国广告法》	2015.9.1	中华人民共和国主席令第 22 号
	《广告管理条例》	1987.12.1	国发[1987]94 号

相关	《广告管理条例施行细则》（2005 年修订）	2005.1.1	国家工商行政管理总局令第 18 号
	《广告经营许可证管理办法》	2005.1.1	国家工商行政管理总局令第 16 号
	《印刷品广告管理办法》（2005 年修订）	2005.1.1	国家工商行政管理总局令第 17 号
	《广播电视广告播出管理办法》	2010.1.1	国家广播电影电视总局令第 61 号
	《<广播电视广告播出管理办法>的补充规定》	2012.1.1	国家广播电影电视总局令第 66 号
	《关于促进广告业发展的指导意见》	2008.4.23	工商广字[2008]85 号
	《关于推进广告战略实施的意见》	2012.4.11	工商广字〔2012〕60 号

此外，国家工商行政管理总局及相关部门还根据不同行业的具体监管要求发布了《食品广告发布暂行规定》、《化妆品广告管理办法》、《烟草广告管理暂行办法》、《酒类广告管理办法》、《房地产广告发布暂行规定》等部门规章。

4、产业政策

根据《产业结构调整指导目录（2011年本）（2013年修正）》，把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作、文化艺术、新闻出版、广播影视、大众文化、科普设施建设、文化创意设计服务、广播影视制作、发行、交易、播映、出版、衍生品开发”等列为国家鼓励类产业。在国家政策方面，党和国家高度重视文化产业发展，并将文化产业提升至国家软实力高度，列为国家竞争力的重要内容。因此，公司从事的主营业务属于国家鼓励和重点发展的行业。

国家近期出台的主要产业政策如下：

（1）2014年8月，文化部、财政部印发文产发[2014]28号《关于推动特色文化产业发展的指导意见》，加大财政对特色文化产业发展的支持力度，重点支持具有地域特色和民族风情的民族工艺品创意设计、文化旅游开发、演艺剧目制作、特色文化资源向现代文化产品转化和特色文化品牌推广，支持丝绸之路文化产业带建设。

（2）2014年3月，国务院印发国发[2014]13号《关于加快发展对外文化贸易的意见》，支持文化企业拓展文化出口平台和渠道，鼓励各类企业通过新设、收

购、合作等方式，在境外开展文化领域投资合作，建设国际营销网络，扩大境外优质文化资产规模；鼓励文化企业借助电子商务等新型交易模式拓展国际业务。

（3）2014年2月，国务院印发国发[2014]10号《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》，加快智慧旅游发展，促进旅游与互联网融合创新，支持开发具有地域特色和民族风情的旅游演艺精品和旅游商品；鼓励各地结合当地文化特色不断推出原创文化产品和服务，积极发展新的艺术样式，推动特色文化产业发展；鼓励国有文化企业引进战略资本，实行股份制改造，积极引导民间资本投资文化创意和设计服务领域。

（4）2013年11月，中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议通过《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，提出要加快完善文化管理体制和文化生产经营机制，建立健全现代公共文化服务体系、现代文化市场体系，推动社会主义文化大发展大繁荣，推动中华文化走向世界。

（5）2011年10月，中共十七届六中全会通过《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》，指出要充分认识推进文化改革发展的重要性和紧迫性，更加自觉、更加主动地推动社会主义文化大发展大繁荣；发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业。到2020年，文化产业成为国民经济支柱性产业。

要培育一批核心竞争力强的国有或国有控股大型文化企业或企业集团，在发展产业和繁荣市场方面发挥主导作用。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。

（6）2011年4月，国家新闻出版总署颁布《新闻出版业“十二五”时期发展规划》，详细分析了“十二五”时期新闻出版业面临的发展环境，并对“十二五”时期新闻出版业的发展作了总体部署，拟定了推动新闻出版业发展的主要措施。

（7）2011年3月，第十一届全国人民代表大会第四次会议审议通过《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》，提出要推动文化产业成为国民经济支柱性产业；大力发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、数字内容等重点文化产业，鼓励文化企业跨地域、跨行业、跨所有制经营和重组，提高文化产业

规模化、集约化、专业化水平；积极开拓国际文化市场，增强中华文化国际竞争力和影响力，提升国家软实力。此外，本纲要将“传播体系建设工程”列为文化事业重点工程之一。

（8）2010年3月，中央宣传部、文化部、广电总局、证监会等九部委联合发布《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》，明确指出推动符合条件的文化企业上市融资。支持处于成熟期、经营较为稳定的文化企业在主板市场上市。探索建立宣传文化部门与证券监管部门的项目信息合作机制，支持符合条件的企业上市。

（二）行业概况与竞争情况

1、行业总体概况

传媒包括媒介和传播两层概念。媒介是信息传播的载体，具有物质属性，包括书籍、报纸、杂志、广播、电视、电影、网络等；传播是指信息传递的现象，是人与人或人与社会之间，通过媒介和有意义的符号所进行的信息传递、接受与反馈的社会性行为。媒体是两种或多种媒介组合在一起发挥传播效力的机构或组织，实际生活中，媒体与媒介经常被混用。

传媒业是指传播各类信息、知识的传媒实体部分所构成的产业群，它是生产、传播各种以文字、图形、艺术、语言、影像、声音、数码、符号等形式存在的信息产品以及提供各种增值服务的特殊产业。传媒业涵盖了信息生产、加工、传播等领域，具有典型的信息服务业的特征；传媒的信源（即各媒体所传播的内容）具有强烈的文化、人文特征，传媒业属于文化产业的重要构成部分。

根据不同划分标准，媒体可分为传统媒体、新媒体，或大众媒体、分众媒体，或自媒体、社交媒体等。其中，根据媒介或媒体形态划分，传媒业包括报纸、杂志、电视、广播、电影、图书、音像制品等传统媒体，门户网站、网络视频、微博、社交平台等网络媒体，以及手机终端、PAD终端等移动媒体。随着传媒技术的快速发展，传统媒体与新媒体加速融合，彼此渗透，使各媒体愈加呈现多元化形态。

2、行业发展规模与构成

近年来，我国传媒业取得了巨大发展。传媒业已发展成为涵盖资源供应支撑、产品服务生产、市场营销、衍生产品生产、信息调研反馈等多行业的产业链。

国家对传媒业长期发展的总体布局及深化改革的产业政策，为未来传媒业大发展大繁荣奠定了制度基础。近期，大量传统媒体单位或企业已经完成或正在进行改制，运行机制更加市场化，媒体产业获得了更大的发展空间和自由度。我国传媒业自2008年以来的发展趋势情况如下：

2008-2014年中国传媒产业总产值情况

资料来源：《中国传媒产业发展报告（2015）》（传媒蓝皮书），GDP数据取自国家统计局网站。

从整体趋势上看，传媒业近年来基本保持高于GDP增速的增长趋势。2014年中国传媒业的总产值为11,361.8亿元，同比上年增长15.8%。[2]

从细分行业来看，新兴媒体快速崛起，其中互联网和移动增值市场份额已经超过传统媒体市场份额之和；传统媒体呈现整体繁荣、局部下滑的局面。

3、各主要传媒形态行业的经营状况

在国家大力发展文化产业的背景下，我国传媒业呈现良好的发展势头，其中，

[2] 传媒产业总产值统计不含印刷业务；由于工信部调整了移动增值业务的统计口径，在计算传媒产业总产值增速时，对该影响因素进行了调整，以便反映真实增长情况。

与公司业务相关的主要细分行业具体发展情况如下：

（1）报纸、期刊业。中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深化非时政类报刊出版单位体制改革的意见》，非时政类报刊出版单位陆续完成转企改制，有力推动了报刊业的发展。根据北京世纪华文国际传媒咨询公司对70个城市的监测数据，2014年全国报纸零售总量和期刊业整体平均销量均有所减少。

（2）出版业。根据国家新闻出版广电总局发布《2014年新闻出版产业分析报告》，2014年全国出版、印刷和发行服务完成营业收入19,967.1亿元，同比增长9.4%。其中，数字出版行业发展迅猛，2014年实现营业收入3,387.7亿元，同比增长33.4%。根据第十二次全国国民阅读调查报告，2014年我成年国民的数字化阅读方式接触率为58.1%，同比增加8个百分点。

（3）互联网业。据中国互联网络信息中心统计，截至2014年底，中国网民规模达6.49亿人，全年新增网民0.31亿人；互联网普及率为47.9%，同比提高2.1个百分点。根据传媒蓝皮书，2014年我国互联网广告市场规模超过1,500亿元，同比增长40.0%，继续保持高速增长。

（4）广播电视业。在深化广播影视体制机制改革，大力推动广播影视事业产业发展，加快三网融合和数字化进程的形势下，我国广电数字化程度继续提高。截至2014年底，全国数字电视用户数达1.87亿户，省级电台、电视台的平均总体数字化率超过90%。据初步测算，2014年我国广播电视行业广告收入预计为1,300亿元，仍然是广播电视收入的主要来源。

4、航空传媒业基本情况与受众分析

（1）航空媒体资源情况

航空传媒业系传媒业的子行业，主要有两个广义载体，即机场与飞机。

机场媒体主要包括机场室内外广告牌、大厅灯箱、LED大屏、数字显示屏、实体展示平台等媒介资源，各地机场主要采用对外招标或合作协议方式经营。

航机媒体主要包括航机报纸、期刊等平面媒体，以及机上闭路电视、机上平板电脑、小桌板、座椅头巾等客舱设施媒体。航机媒体主要由各主要航空集团下属的专业传媒公司经营。目前，公司拥有的媒体资源主要为自有航机媒体资源和

南航集团所属各航空运输公司的航机媒体资源。

（2）航空媒体发展情况

航空媒体的受众主要为航空旅客，其媒体价值取决于航空旅客数量与航线区域分布等因素。因此，航空媒体行业的发展与民航运输行业有着密切的联系。

近年来，我国民航运输保持稳定发展态势。根据《2014年民航行业发展统计公报》，2014年我国年旅客吞吐量100万人次以上的运输机场达64个，同比增加3个；完成飞机起降793.31万架次，同比增长8.4%。截至2014年底，我国民航全行业运输飞机在册架数2,370架，同比增加225架；共有定期航班航线3,142条，按重复距离计算的航线里程为703.11万公里，定期航班国内通航城市198个（不含香港、澳门、台湾），我国与其他国家或地区签订双边航空运输协定达116个。

2014年，我国民航运输全行业完成旅客运输量39,195万人次，同比增长10.7%，其中国内航线、国际航线分别完成旅客运输量36,040万人次和3,155万人次。我国民航旅客运输量近年来的增长情况如下：

数据来源：中国民用航空局《2014年民航行业发展统计公报》

根据《2015中国大众富裕阶层财富白皮书》，在旅途中最受大众富裕阶层关注的媒体是航空杂志（40.6%），其次分别是手机客户端（38.0%）和机场广告（37.7%）。随着我国居民收入的增长，中高收入人群将不断壮大，为航空媒体

市场提供广阔的发展空间。

受益于我国民航业的快速发展、航空人群的不断壮大和企业品牌意识的提升，未来我国航空媒体市场规模仍将保持平稳增长。

（3）航空传媒行业特点

①汇聚中高端人群，直达优质受众的首选渠道

普通大众媒体为散点式传播，受众收入、年龄、职业等均参差不齐，相对航空传媒受众不够集中，传播效率较低，而航空人群整体的收入水平、消费能力、受教育程度相对较高。航机的特性使得散居在全国各大城市的目标受众汇聚在一起。因此，通过航空媒体发布广告可实现面向中高端人群的精准营销，使信息直达优质目标受众，成为广告传播活动的首选渠道之一。

②干扰度低，传播质量较大众媒体更高

航空媒体的核心传播场所为飞机客舱，空间相对封闭，干扰受众的因素相对大众媒体更少，打发旅途时间的方式相对有限，有效保证了所投放广告传播空间的纯净。因此，航空媒体较大众传媒有更高的传播质量。

③广告与受众匹配度高，优秀品牌聚集，受众认可度高

广告传播活动所对应的受众具有一定的针对性，航空传媒将广告和目标受众集结在一个相对封闭的空间，让产品、服务提供方与潜在消费者完美匹配。在航空媒体投放广告的广告主所拥有的产品或提供的服务相对大众媒体，其品牌价值更高，更值得信赖，有效提升了受众对航空媒体广告的认可度。

④人均传播成本较大众媒体更低

相比网络、报纸、电视、户外等媒体，航空媒体整体具有优质目标受众比例高、传播质量高（较高的到达率、收视率、覆盖率等指标）、广告主品牌价值高、所传播产品或服务与受众匹配度高等特点，有效降低了广告主的平均传播成本。

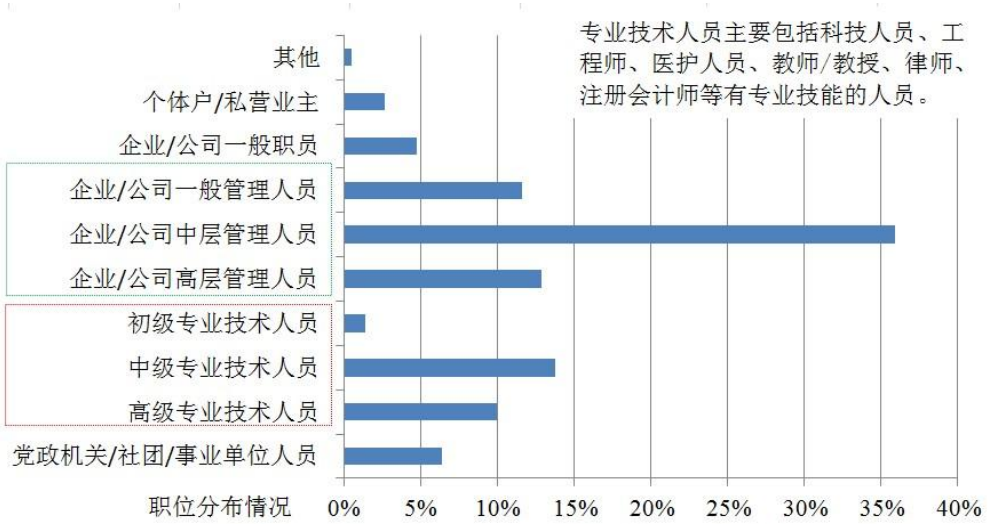
（4）航空传媒受众分析

航空媒体受众主要为航空人群，随着国民经济的稳步发展，航空旅客数量不断攀升。根据新生代市场监测机构统计数据，航空人群整体具有如下特征：[3]

[3] 数据来源：根据新生代市场监测机构及航美传媒（NASDAQ：AMCN）《航空媒体价

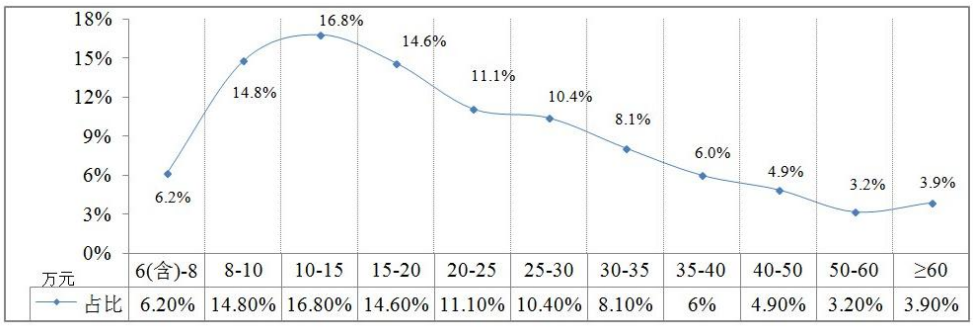
①航空人群以男性为主，约占总人数的65%；年龄段主要集中在25-39岁之间，占比超过80%；航空人群普遍具有较高的教育水平，具备大学本科及以上学历的占比超过90%，具备硕士及以上学历的占比超过20%。

②从职位状况的分布来看，航空人群中企业管理人员、专业技术人员占比超过80%，具有一定的决策权、传播认知度与影响力，是社会主要思潮的制造者和优质生活方式的主要倡导者。根据新生代市场监测机构数据资料，航空人群职业分布具体情况如下：



③航空人群平均收入水平较高，家庭经济基础较为殷实，拥有稳定的收入来源和较高的收入增长潜力，社会影响力和个人消费能力均较强。巨大的消费潜力使其成为众多中高端品牌角逐的主要目标群体。

根据新生代市场监测机构数据资料，航空人群个人收入分布具体情况如下：



万元	6(含)-8	8-10	10-15	15-20	20-25	25-30	30-35	35-40	40-50	50-60	≥60
占比	6.20%	14.80%	16.80%	14.60%	11.10%	10.40%	8.10%	6%	4.90%	3.20%	3.90%

④航空人群对生活品质总体具有较高要求，重视品牌，且对中高端品牌广告认同度较高，生活中关注媒体中传播的商品信息，以满足其对最新产品或服务的需求。

值研究》、《中国新富市场与媒体研究》、《中国品质人群生活形态研究报告》等报告整理。

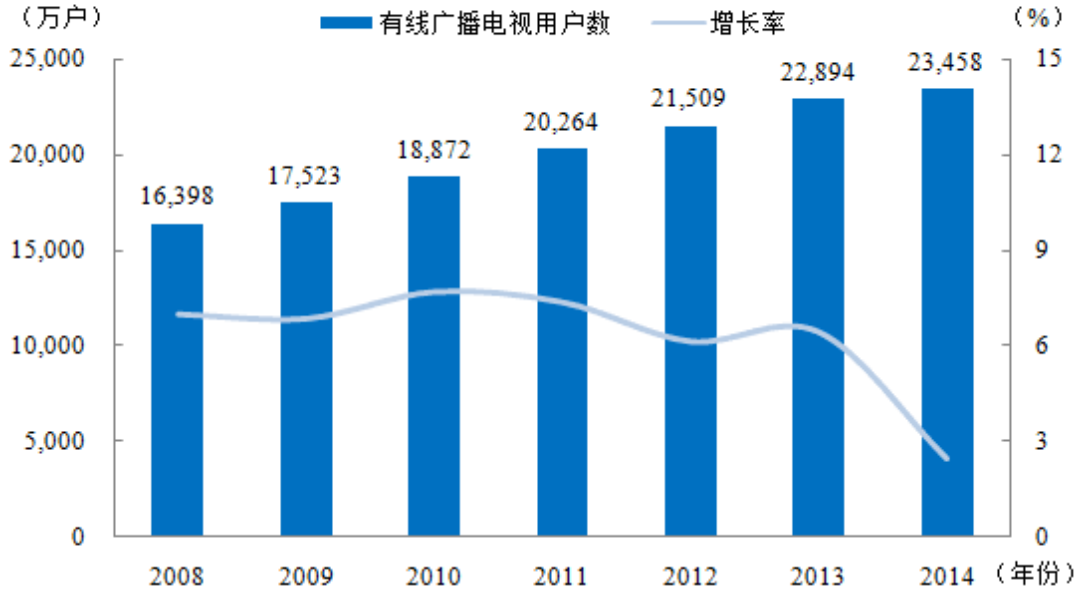
航空人群的上述综合特征是航空媒体价值保持较高竞争力的重要原因。

5、电视传媒业发展情况

2014年，我国广播电视总收入继续保持稳定增长，其中广告收入占比最高。据初步测算，2014年广播电视行业广告收入预计为1,300亿元，仍然是广播电视收入的主要来源。

近年来，我国广播电视覆盖率稳步提高，有线电视用户数稳步增加，且数字电视用户数保持快速增长态势，具体如下：

2008-2014年中国有线广播电视用户数情况



资料来源：国家统计局

资料来源：国家统计局

电视媒体作为传媒媒体，在发展转型过程中呈现如下趋势或特点：

（1）人均每日收看电视时间自2004年以来保持在175分钟上下波动，但2011年以后降至170分钟以下。从收视量构成上看，年龄在35-64岁的电视观众是电视市场的主力收视群体，占比约为53.8%，总体保持稳定，但15-34岁的年轻观众收视量5年来保持阶梯式下滑。该等变化趋势主要是由于：目前我国省级以上电视台制播系统数字化、网络化改造基本完成，加之信息技术的快速发展以及庞大的网民群体，使得网络视频、网络电视台、移动多媒体等成为电视节目传播的重要载体。新媒体运营商通过购买电视节目等内容资源，或与电视台合作同步播出节目，发挥各自优势，实现了合作共赢。

（2）“限娱令”与“限广令”政策激发电视媒体经营与广告模式的创新。2011年，国家广电总局先后下发《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》与《〈广播电视广告播出管理办法〉的补充规定》（广电总局第66号令），政策实施后，对广告销售与播出形式，如剧场冠名、特约播出、片头片尾、植入广告、短信互动等产生深远影响。

（3）纪录片面临快速发展机遇。近年来，部分优质纪录片的热播，引起社会各界的广泛关注，使其成为提升国家软实力和了解自然、社会的重要渠道。2010

年国家广电总局下发《关于加快纪录片产业发展的若干意见》，加大对国产纪录片的扶持力度，为纪录纪实内容产业的发展提供了政策支持，彰显国家提高本土文化国际竞争力和影响力的决心。2013年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。国产纪录片市场迎来发展的春天。

6、广告业发展情况

广告业被看作国民经济发展的“晴雨表”，其发展情况与国内外经济环境、传媒技术发展状况关系密切，广告收入为媒体运营商重要的收入来源。

广告业作为文化产业的重要组成部分，成为国家重点支持的行业。国家发改委发布的《产业结构调整指导目录（2011年本）（2013年修正）》将“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类。根据国家工商行政管理总局公布的数据，2014年我国广告经营额达5,605.60亿元，同比增长11.67%。

根据传媒蓝皮书，2014年广告投放量前五位的行业依次为食品、汽车、化妆品及卫生用品、房地产和药品。随着经济发展和人民生活水平逐步提高，广告内容的主体逐渐由刚需型向消费型转移，刚需之外的消费型产品和服务业务将进入广告投放主流阵营。因此，食品类广告投放额以大幅增长的态势跃居2014年广告投放行业第一名。各行业广告投放及排名情况如下（前10名）：

单位：亿元

排名	行业	2014 年投放额	2013 年投放额	增长率（%）
1	食品	766.48	537.51	42.60
2	汽车	637.87	603.96	5.61
3	化妆品及卫生用品	613.68	594.79	3.18
4	房地产	601.25	586.33	2.54
5	药品	267.83	234.47	14.22
6	家用电器及电子产品	246.83	229.73	7.44
7	酒类	211.17	206.35	2.33
8	信息传播、软件及信息技术服务	195.18	174.86	11.62
9	金融保险	169.12	149.26	13.30

10	服装服饰及珠宝首饰	162.58	143.47	13.32

7、行业总体发展趋势

我国传媒业发展环境逐步优化，传媒科技含量不断提高，市场容量快速扩张，传媒业正呈现出强劲的产业化发展趋势。传媒业对其他产业的带动和辐射力量将进一步增强。

（1）产业政策环境对传媒业发展趋势的影响

我国明确提出要推动文化产业成为国民经济支柱型产业，推动文化产业大发展大繁荣，提升国家文化软实力。中共第十八次全国代表大会再次提出“扎实推进社会主义文化强国建设”。中共中央关于深化文化体制改革的决定给传媒业资产证券化铺平了道路。未来几年，文化产业投资的密集释放将给中国传媒业带来难得的发展机遇。

（2）体制与机制改革对传媒业发展趋势的影响

大批传媒事业单位完成或正在进行的转企改制将促进传媒业运行机制更加市场化，传媒生产力得到更加充分的释放。截至2012年底，全国已有3,271家非时政类报刊出版单位完成转企改制，占同类报刊出版单位总数的96.5%。

（3）并购和资本运作对传媒业发展趋势的影响

国家鼓励文化企业跨地域、跨行业、跨所有制经营和重组，以提高文化产业规模化、集约化、专业化水平；鼓励和支持非公有制经济以多种形式进入文化产业领域，逐步形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的产业格局。该等政策导向，将促使媒体企业数量、规模、市场集中度等发生深刻变化。跨地域、跨媒体整合，采编、经营整体上市等将成为未来趋势。

（4）新媒体技术的快速发展和广泛应用对传媒业发展趋势的影响

数字化技术所带来的变革仍将主导传媒业的发展，信息技术、移动互联网、电子商务和网络广告的增长为传媒企业带来挑战和机遇。数字化时代，消费者期待更为互动和便捷的体验，构建能够整合传统媒体、新媒体，以及数字媒体资源的全媒体平台，将是传媒业发展的趋势。“跨界”与“整合”成为传媒业发展的关键词。

8、行业竞争格局

传媒业涉及的细分行业较多，且不同细分行业具有相对独特的行业特性，使得各细分行业竞争格局表现出较强的差异性。（1）报刊业。除少数全国性报刊外形成区域性垄断格局；（2）电视业。中央级和省级上星频道总体拥有更为明显的内容优势，收视率高，媒体价值大，但依旧竞争激烈；（3）互联网传媒业。互联网技术的快速发展使媒体形态日新月异，直接影响其竞争格局变化；（4）广告代理行业。与公司业务关系密切的广告代理行业，由于进入门槛相对较低，参与者众多，竞争较为激烈，市场化程度较高。

公司定位于“深入航空人群的资讯供应商”，依托航空人群从事全媒体经营。鉴于航空业的特性，航机媒体的价值很大程度取决于各航空公司的旅客运输量与地域分布。《2014年民航行业发展统计公报》数据显示，南航集团、中国航空集团公司、中国东方航空集团公司、海航集团有限公司等四大航空公司在机队规模、通达城市数量、年客运量等方面占据绝对优势。近年来，四大航空公司累计旅客运输量一直占据中国航空业总旅客运输量的90%左右。南方航空2014年完成旅客运输量达1.01亿人次，位列亚洲第一、全球第三，继续引领国内航空客运业。最具价值的航空媒体资源主要由上述四家航空集团企业下属传媒公司运营，因此，在细分行业中航空传媒业集中度较高。

（三）发行人行业的市场进入壁垒

1、资质壁垒

传媒业中出版业实行出版许可及出版物发行许可制度，不具备相应资质的企业不能从事出版、发行业务。

①出版许可。根据2011年3月国务院修订颁布的《出版管理条例》（国务院令第343号），报纸、期刊、图书、音像制品和电子出版物等均应当由出版单位出版，出版单位必须针对不同类别的出版物取得相应的出版许可证，该条例亦将网络出版纳入出版管理范畴。

②出版物发行许可。根据《出版管理条例》和《出版物市场管理规定》（新闻出版总署、商务部令第52号），国家实行出版物发行许可制度，包括出版物的

总发行、批发、零售等活动。申请设立出版物总发行企业或者其他单位申请从事出版物总发行业务，须经新闻出版总署批准并颁发《出版物经营许可证》；申请设立出版物批发企业或者其他单位申请从事出版物批发业务，须经省级新闻出版行政部门批准并颁发《出版物经营许可证》。

2、渠道壁垒

拥有长期稳定的媒体资源是传媒企业生存和发展的重要基础。相对于广告投放需求，优质的媒体资源是稀缺的。现阶段，购买媒体资源除需要雄厚的资金实力外，还需要强大的媒体整合能力和长期积累的媒体运营经验，以确保所运营的媒体资源能实现合理的投资回报。

发行人目前拥有的媒体资源包括航空媒体和电视媒体。其中，航空媒体尤其是航机媒体发行渠道绝大多数在航空公司范围内，传媒企业通过获取一定时期内的航机媒体资源的特许使用权，形成阻止新进入者的有效壁垒。

3、专业人才壁垒

传媒业属于现代服务行业，传媒企业所运营的媒体资源能否拥有足够的竞争力，以保持受众人数的稳步增长，主要影响因素就是内容质量，诸如影视节目拍摄或剪辑能力、报刊专题创意与采编水平、写作与摄影质量、广告创意等均依赖于员工的专业素质。此外，公关策划、营销能力等也是影响传媒企业综合竞争优势的重要因素，这些业务水平的提升亦主要依赖于专业团队。

公司主要从事的航机媒体经营业务与航空业联系紧密，经过多年的发展已构建了一支谙熟航空媒体运营、了解航空业务特性的专业人才队伍，新进对手很难在短时间内实现高效运营。

4、资金壁垒

一方面，以广告收入为主要利润来源的传媒企业，发展壮大有赖于所运营媒体资源总体价值的持续增长，而通过购买、合作等方式取得各类媒体资源的运营权，一般需要大量的资金投入。另一方面，无论媒体形态如何发展，媒体的核心功能“为信息的传播提供平台”不会改变，所谓“内容为王、渠道为本”，内容

质量对提升受众到达率或活跃度水平，增加媒体价值，具有重要作用，而内容资源（如影视剧、视频、音频、图片等）的购买和维护需要持续性的资金投入。

5、品牌壁垒

传媒品牌的培养需要在采编、发行、销售等方面进行多年积累，除了要得到受众市场的认可，还要经得起客户对其传播效果的长期检验，才能获得市场认同。新品牌得到广告主认可的难度较大。

（四）行业利润水平及变动趋势

1、传媒业总体利润水平及变动趋势情况

传媒业属于轻资产的行业，且涵盖的细分行业类别较多，不同细分行业的利润水平差异较大。在国家大力发展文化产业的背景下，我国传媒业各行业整体发展势头良好，其中，新媒体领域呈快速增长趋势。根据传媒蓝皮书，2014年互联网广告市场规模超过1,500亿元，同比增长40%。传统媒体在充分挖掘自身优势的基础上，借助新媒体技术不断进行融合创新，如报刊传媒企业通过异地办报扩大业务范围，并逐步开展报网融合、跨媒介延伸、数字化移动终端等形式的探索。未来传媒业将延续“跨界”与“融合”的发展趋势，传统媒体与新媒体的界限将愈加模糊。

目前，上市传媒企业主要集中于广电、出版发行、影视、网络文化服务、有线运营等业务类型。传媒业上市公司中拥有“通过内容采编进行媒体经营实现收入”业务类型的企业与公司具有较强的可比性，毛利率整体保持在较高水平。2012-2014年，不同媒体形态传媒上市公司的可比业务毛利率平均水平具体如下：

媒体经营业务分类	2014 年度	2013 年度	2012 年度
平面媒体（博瑞传播、皖新传媒、粤传媒、浙报传媒、中南传媒）[1]	50.95%	57.28%	64.97%
网络媒体（人民网）[2]	58.08%	61.30%	67.27%
其他媒体（北巴传媒、东方明珠、光线传媒）[3]	41.64%	65.25%	64.33%

注1：平面媒体内容服务提供商的广告业务毛利率；

注2：互联网信息内容服务提供商的网络或宣传媒体广告业务毛利率；

注3：综合媒体运营商广告业务毛利率，其中光线传媒为栏目制作和广告业务毛利率。

数据来源：Wind资讯、各可比上市公司年报。

2、航空传媒行业利润水平及变动趋势情况

航空传媒行业所属企业各自有相对独立的经营区域，受各航空公司旅客运输量、航线覆盖范围、机场所在区域不同等因素影响，其受众消费水平与偏好有所差异，但航空媒体资源极为稀缺，航空传媒运营商拥有较强的议价权，使其普遍拥有较高的利润水平。

作为航空传媒业的重要参与者，广告代理商之间的利润水平差异较大。通常内容提供商（媒体运营商）对于采购量大、付款及时的广告代理商能够给予更优惠的折扣。通过签署长期合作协议，锁定媒体资源成本的广告代理商能够更多地享受该媒体资源价格未来上涨所带来的利润空间。

随着航空传媒业竞争的加剧以及市场化程度的提高，航空传媒业将进一步整合和洗牌，具有规模化、多媒体运营的企业将在竞争中更易取得优势地位。

（五）行业发展的有利与不利因素

1、有利因素

（1）产业政策的推动

文化产业作为社会服务业的重要组成部分，在国民经济与社会发展中的地位不断提升，是国家软实力、综合竞争力的外在体现。2011年，中共十七届六中全会通过《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》，指出要充分认识推进文化改革发展的重要性和紧迫性，更加自觉、更加主动地推动社会主义文化大发展大繁荣。到2020年，使文化产业成为国民经济支柱性产业。2012年，中共第十八次全国代表大会再次提出“扎实推进社会主义文化强国建设”。2013年11月，中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议通过《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，提出要加快完善文化管理体制和文化生产经营机制，建立健全现代公共文化服务体系、现代文化市场体系，推动社会主义文化大发展大繁荣，推动中华文化走向世界。2014年，国务院出台《关于加快发展对外文化贸易的意见》，支持文化企业拓展文化出口平台和渠道，鼓励各类企业通过新设、收购、合作等方式，在境外开展文化

领域投资合作，建设国际营销网络。

国家相关部委近年来还先后颁布了《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》等系列文件。对包括出版业、广告业、文化创意、影视制作等在内的文化产业的发展目标、工作重点、政策措施等方面制定了更为详细的规划或要求。

此外，我国西部地区拥有极为丰富的旅游资源和深厚的民族文化底蕴，吸引了众多潜在优质受众前往旅游、探险或投资。2014年，国务院出台《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》，支持开发具有地域特色和民族风情的旅游演艺精品。国家“西部大开发”与“推动社会主义文化大发展大繁荣”政策的同时推出，为文化传媒企业把握重要发展机遇，寻找时机，深入开发西部文化传媒市场提供了重要政策保障。

（2）国民经济的稳定增长

公司主营业务属于传媒业，主要收入来源为媒体经营。该行业常被称为国民经济发展状况的“晴雨表”，其整体规模取决于广告投放需求，而广告投放需求与宏观经济、消费需求保持密切关系。在经济稳定发展期，多数广告主会增加其广告投放规模。未来较长时期内，我国经济有望保持平稳较快发展，将为推动传媒业的发展提供基本保障。

（3）居民消费升级和企业品牌意识的提升

国家把扩大内需作为保增长的最重要手段，采取了一系列扩大内需、优化消费环境等措施，为释放消费潜力创造了有利条件。伴随着消费需求的稳步增长，居民的生活水平有了明显的改善，消费水平迅速提升，消费观念和消费行为随之转变，居民消费结构呈现明显的多元化、升级化趋势。住房、旅游、交通、医疗保健等方面的消费支出比重逐步增加，而这类商品或服务在推广和营销过程中对广告投放的需求较高。

随着国民经济的稳步发展，我国成长起一大批优秀的企业，他们品牌意识不断加强，将打造自主品牌、创造差异化需求确定为拓展国内外市场的必然途径，产生出对广告投放的巨大需求，刺激了传媒企业的快速发展和整合营销、全案策划等全方位、专业化传媒服务水平的提升。

（4）新媒体技术的推动

数字媒体、互联网与无线通讯、新型材料等技术的广泛应用，促使媒体传播内容和形式实现多样化，推动着跨媒体整合的步伐。户外液晶屏、智能手机、平板电脑等新媒体终端的出现促进了文化消费的大众化，带来了新的传媒业态，受众可通过视、听、读、互动等多种形式体验到更加多样化的内容。

丰富的传媒途径和手段为广告主提供了更多的选择，未来新兴媒体将借助科技力量为传媒业带来更大的发展空间。

2、不利因素

（1）传媒业竞争加剧。随着文化体制改革步伐的加快和新媒体的不断涌现，催生各类综合型的大型传媒集团，原来条块分割的区域性小规模竞争将成为全国性的集团化竞争。在激烈的竞争中，若不能把握新媒体带来的机遇，保持竞争力，最终会被市场淘汰。

（2）传媒业属知识密集型产业，从业人员的专业水准决定着媒体内容品质高低，进而影响行业发展水平。虽然我国传媒业从业人员数量众多，但经营管理人才、专业技术人才相对稀缺，人才培养机制尚需进一步完善，人才培养或引进的力度尚需进一步加大。

（3）融资渠道单一，可能影响企业发展。本行业企业若购买媒体资源的所有权或委托经营权均将占用企业大量资金，现金需求量较大。企业必须要准备较为充裕的现金和建立适当的融资渠道，以保证日常经营和获取媒体资源所需。随着企业规模扩大，仅依靠自有资金和银行贷款获取发展资金就会显得相对紧张，融资方式单一的负面作用会显现出来。

（六）行业的技术水平及技术特点

本行业依托各形态媒介资源和差异化内容，形成公众媒体平台，销售给广告公司或广告主，主要技术水平集中体现在媒体内容层面，具体表现在：

1、数字化。即图文、音视频、动画、新闻等各类媒体表现形式的采编、存储及传播实现数字化，数字化具有高容量、低成本、高可靠性、高性能、长期无损保存的特点，并有效促进了传统媒体与新兴媒体间的跨界、融合，内容资源已

成为媒体企业重要竞争力。

2、多媒体运作平台。传统传媒企业发挥自身优势并在转型过程中不断创新，新兴传媒形态则与信息传播技术同步发展，不断催生新的市场和商业模式，传媒业发展呈现多元化的技术特点，如以液晶显示屏、微博、电子商务等为代表的媒体形式使传媒业出现崭新的细分市场；报刊、电视等传统媒体，借助互联网技术嫁接到移动终端，通过客户端实现精准投放。

3、内容资源的快速更新。传媒业各类新技术，尤其是互联网技术的应用，催生移动媒体的快速发展，受众对新闻、音频、视频等媒体内容更新速度提出更高要求。

（七）行业周期性、区域性和季节性特征

传媒业与宏观经济发展密切相关，其行业波动集中体现在经济发展环境对广告发布需求的影响。作为国民经济发展的“晴雨表”，广告投放总额与经济增长水平和企业对品牌建设的重视程度密切相关。此外，受众对不同媒体关注度的变化将影响不同类别媒体产业的发展，如网络媒体近年来的增长速度快于传统媒体。

从发展区域来看，本行业发展水平与地区经济发达程度呈正相关关系，国内经济格局的东西部不平衡造成各区域发展程度不同。未来，次中心城市经济的快速发展和经济水平的全面提升，将为传媒业市场带来广阔的发展空间。

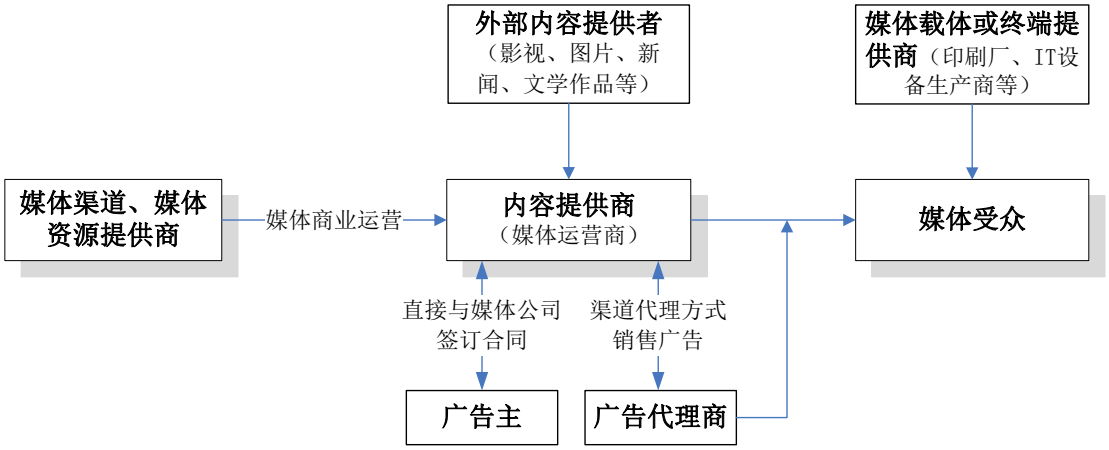
传媒业受广告投放的季节性变化而存在一定的季节性，如四季度和国庆黄金周、春节等重要节假日前后是大部分产品或服务的销售高峰期，也是广告投放的高峰期。

（八）发行人所处行业与上、下游行业的关系

本行业企业作为内容服务提供商，主要从事媒体资源的运营业务。本行业上游产业为媒体载体所依存的行业，依媒体渠道的差异性，所处行业亦有较大差异，主要涉及通信运营商、电视台、电影院、航空、公交运输等领域。此外，多数传媒企业尚需对外采购印刷劳务、软硬件设备或媒体内容资源（如影视剧、图片、新闻及文学作品等）。

本行业的下游主要为终端用户，包括个人用户和企业用户，其中企业用户主要借助媒体内容满足其广告投放需求。因部分内容提供商并不涉及广告制作、品牌管理等业务或所提供的服务难以满足广告主的需求，广告主还会选择广告代理商提供更为全面的广告服务。

本行业产业链总体情况如下图所示：



三、发行人的竞争地位

（一）发行人在行业中的地位

1、公司行业地位

公司在国内航空传媒运营商中率先通过买断协议方式取得航机媒体资源，具有先发优势。航机传媒的主要受众为航空旅客，南方航空是目前国内机队规模最大、年客运量最大的航空公司，因此，公司媒体受众规模相比其他航机传媒运营商具有优势，媒体影响力更大。

公司经营9种报刊及2种DM刊物，以及机上闭路电视、机上平板电脑、座椅头巾、小桌板等媒介资源，其中公司拥有自主采编出版的报刊达7个。公司运营的机上闭路电视资讯娱乐平台，电影保有量、电视节目量在国内航机视频领域具有较强的竞争力。公司已经在报刊出版、整合营销传播、公共关系等领域建立起优势地位。

此外，公司与央视新影集团科影厂于2012年1月4日签署《<发现之旅>频道

合作经营协议》，建立起战略合作关系，取得20年期限的CCTV-发现之旅频道独家商业运营权和“发现之旅”商标使用权。这为公司构建全媒体运营平台，拓宽收入来源渠道，推进公司发展战略，奠定了重要基础。

在目前国内传媒业重媒体资源、轻媒介代理的格局下，公司拥有了长期稳定的经营基础，在行业竞争中处于有利地位。

2、航空传媒行业的竞争格局

航空传媒行业的主要企业为各大航空集团下属文化传媒公司，以及机场媒体资源运营公司。因此，航空传媒行业的竞争亦分为两个层面，一是机场媒体资源领域的竞争，二是航机媒体资源领域的竞争。

机场媒体资源一般采用招标或协议方式授权委托给传媒企业经营，主要为广告代理商，竞争格局比较复杂，其中主要的代理商是航美传媒、德高中国、白云天骏国际传媒、航翔广告等。

航机媒体运营商之间的竞争格局，与各自运营的媒体资源所覆盖的受众群体数量和地域等因素关系密切。我国四大航空集团下属文化传媒公司的具体情况参见本节之“三、（四）主要竞争对手”，各主要航空公司客运情况如下：

航空公司	年份	年底机队数量（架）	旅客运输量（万人次）
南方航空	2012年	491	8,649
	2013年	561	9,179
	2014年	612	10,092
中国国航	2012年	461	7,242
	2013年	497	7,768
	2014年	540	8,301
东方航空	2012年	428	7,308
	2013年	478	7,909
	2014年	515	8,381
海南航空	2012年	117	2,255
	2013年	131	2,626
	2014年	169	3,560

资料来源：上述各航空公司2012-2014年年报。

（二）竞争优势

1、采编、经营一体化优势

经新闻出版总署批准，《南方航空》、《空中之家》、《云中往来》、《南方航空报》、《航空画报》、《航空旅游报》等报刊的主管、主办单位已于 2010 年变更为公司或下属子公司，实现采编、经营一体化。中宣部《关于中国南航集团文化传媒股份有限公司整体上市的复函》（中宣办发函〔2012〕268 号）及新闻出版总署《关于同意中国南航集团文化传媒股份有限公司整体上市的批复》（新出审字〔2012〕381 号）批准同意公司采编与经营业务整体上市。

目前已上市的传媒企业大多数采用采编与经营分离的方式运营，整体上市将使公司在运营管理、资源整合、业务拓展方面更具完整性、灵活性、成长性。公司业务囊括采编、营销、发行的全过程，有利于进行全程管理和控制；通过对各业务环节进行整合，可确保公司主营业务的完整、统一、协调，减少关联交易，降低交易成本，提升公司经营效益。

2、推动中国文化“走出去”优势

公司具有鲜明的航空特色，具备文化“走出去”的独特便利条件。依托南方航空作为天合联盟成员，拥有通达全球1,052个目的地、连接177个国家和地区航线网络的优势，可以实现从空中走向地面，从国内走向国际的自然延伸，并可在国外建立分支机构、落地发行，打造高端品牌，提高国际影响力，同时传播中国优秀文化，助力中国文化软实力的提升。2014年，南方航空国际航线起飞架次达72.76千次，同比增长达19.26%。在文化“走出去”方面，发行人除了利用现有报刊进行宣传报导以外，还出版中国大陆首个英文航机期刊《空中之家》。

公司全资子公司新疆广天合，借助新疆的独特地理优势和快速增长的新疆航空客流（乌鲁木齐地窝堡国际机场已成为中国第四大国际航空港），通过《航空旅游报》等平台，推广旅游、探险、玉石、民族特色文化等，对外传播中国民族特色文化。

3、媒体资源优势

公司通过与南方航空签订《无形资产特许使用协议》，获得了截至2026年3月30日的南方航空所属机上报刊发行渠道，以及机上闭路电视、座椅头巾等航机设施媒体资源的使用权。上述协议履行完毕时，同等条件下，公司具有协议续约优先权。此外，公司还先后与贵州航空、重庆航空、厦门航空、珠海航空签订相关协议，约定将其各自拥有的航机媒体经营权委托给公司独家经营，其中厦门航空航机媒体资源使用权期限截至2027年3月31日。

公司与央视新影集团科影厂于2012年1月4日签署《<发现之旅>频道合作经营协议》，建立起战略合作关系，取得20年期限的CCTV-发现之旅频道独家商业运营权和“发现之旅”商标使用权。

上述媒体资源优势主要体现在如下方面：

（1）航机媒体主要位于客舱内部，具有排他、安静等独特传播环境，能与传播行为更好地融合，有效增加传播的信度、效度，从而影响受众。相比多数媒体资源，航机媒体的到达率、收视（听）率、接触率、阅读率等营销评测指标更具竞争力，其稀缺性更加明显。

（2）公司拥有的媒体资源经营权期限较长，更有利于保障公司盈利稳定性和经营战略的实施。

（3）公司传媒业务涵盖报刊、影视、航机设施、户外等多种媒介形态，内容资源可以得到多次利用，同一选题既可实现纸质出版，也可实现数字应用。随着公司各项业务的稳定发展，空地一体化全媒体所带来的综合效益将得到更充分的体现。

4、内容优势

公司运营的各项媒体定位精确且侧重点不同，内容涵盖财经、消费、娱乐、商旅、人文等领域，深受航空人群青睐。

公司出版发行的平面媒体已形成一批具有现代专业品质的高端媒体。其中旗舰期刊《南方航空》先后于2009年荣获“最受广告主、广告商青睐的时尚与消费类期刊奖”、“中国发行量认证奖”，2010年获得第四届广东省“品牌期刊”称

号，2013年被评为“2012年高端消费者阅读率最高的航空杂志”，2014年被评为“中国最美期刊”、“2013-2014中国报刊广告投放价值排行榜期刊30强”、2015年被评为“2014-2015中国报刊广告投放价值排行榜期刊30强”；《云中往来》作为南航明珠俱乐部的会员刊，品牌价值不断提升，影响力逐步扩大；《空中之家》作为中国大陆首个英文航机期刊，已成为连接中国与世界各地旅客的重要桥梁；《南方航空报》彰显“轻财经”媒体特色，已获得了越来越多旅客的喜爱；《航空画报》、《航空旅游报》、《品》也分别依托东北地区、新疆地区、福建地区的航空市场，在当地媒体市场拥有一席之地。

公司先后参加第7、8届中国（深圳）国际文化产业博览交易会，成为文博会史上首家参展的航机媒体企业。公司旗下出版物先后亮相第21届全国图书交易博览会、第7届海峡两岸图书交易会，将品牌推广的触角延伸至台湾地区，为公司业务的对外深度拓展奠定了有利基础。

公司全资子公司北京广天合已全面负责CCTV-发现之旅频道商业运营，将其作为重要的内容营销平台。通过建立战略合作关系，公司与央视新影集团科影厂在节目制作、节目编排、栏目设置、内容采购等方面实现强强联合，使公司电视媒体内容方面的竞争优势迅速提升。此外，公司运营的机上闭路电视和平板电脑资讯娱乐平台，电影保有量、电视节目量在国内航机视频领域具有较强的竞争力。

5、中高端商旅人群受众市场优势

公司受众覆盖南方航空旅客群体。南方航空2014年底拥有各类先进运输飞机612架，运输旅客1.01亿人次，旅客运输量稳居亚洲第一、全球第三。优质而庞大的受众市场将给公司发展带来巨大的经济效益。

航空旅客为航空媒体的主要受众，普遍具有高学历、高收入、高消费的特点。航空旅客主体为商界精英、企业高管、白领人士等中高端商旅人群，是高传播引导力的优质受众群，亦是社会的主要消费群体，对生活品质要求较高，房地产、汽车、金融、健康、高端旅行产品、数码产品都是他们关心的消费领域。

6、客户资源优势

公司已与众多国际、国内知名企业建立了良好的合作关系，如宝马、奔驰、奥迪、劳力士、古奇、阿玛尼、迪奥、欧米伽、茅台、五粮液、中国移动、三星、联想、中国工商银行、万科地产、保利地产、万达集团、绿地集团等。这些优质客户信誉良好，有持久的广告营销需求。与此同时，公司出版的《南方航空》、《空中之家》、《云中往来》已进入主要的国际4A公司媒介数据库，成为了一线品牌客户购买媒介的优选媒体。这些优质客户为公司带来了稳定的广告收入和高端品牌形象，并在其他文化传媒相关业务中与公司逐步建立起良好的合作关系。

7、人才优势与管理优势

公司作为涵盖报刊采编与发行、媒体经营、客户代理、公关与设计等业务类别的综合型传媒企业，吸引和凝聚了大批高素质的专业人才。截至2015年6月30日，公司拥有80名采编人员，59名设计策划人员。专业的采编、设计策划队伍，有力保证了内容价值的充分挖掘和创意设计业务的有效开展，形成了采编、创意等方面的竞争力。

公司已经具备健全且运行良好的组织机构，并依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，相关机构和人员能够依法履行职责。公司管理团队秉承“创新、拼搏、超越”的企业文化，努力为社会提供优质产品和服务。近年来，公司积累了丰富的管理经验、媒体运营经验，为公司在确保传统业务稳步发展的同时，加强数字媒体技术应用、拓展新媒体资源打下了良好的基础，有利于公司对新技术、新模式作出快速反应，抓住市场机遇。

（三）竞争劣势

首先，公司现有航机媒体运营趋于成熟稳定的同时，也面临着媒体资源所固有的市场局限性。未来，公司尽管可以依托航机媒体受众的持续增加，继续精耕细作、深挖潜力，保持航机媒体营业收入的稳定增长，但增速可能放缓。为实现公司发展战略，公司亟需拓展新的媒体资源，为中高端人士、商旅人群等受众提供全方位、专业化的文化传媒服务。

其次，现有人才储备难以满足公司推进发展战略的需要。未来公司需要引进

或培养更多高端人才，提升内容品质，满足业务拓展的需要。

最后，公司发展需要持续的资金投入。虽然国家相关部委为扶持传媒业的发展，出台了系列金融支持的政策，但公司融资渠道依然单一，尚难以满足公司发展、尤其是拓展媒体资源的需要。

（四）主要竞争对手

公司定位于“深入航空人群的资讯供应商”，依托航空人群从事全媒体经营。基于公司经营现状以及航空传媒的细分行业特性，与公司构成竞争的传媒企业主要为其他各航空企业集团下属文化传媒企业。未来，公司致力于成为具有创新力和市场竞争力的中国大型文化传媒产业集团，主要竞争对手将逐步扩大为以中高端为主要受众群体的国内外大型传媒企业。

其他各大型航空企业集团下属文化传媒企业基本情况如下：

1、中国航空传媒有限责任公司

中国航空集团公司的子公司，以媒体出品、媒体营销、媒体发行和品牌推广等为核心业务，拥有中国国航媒体资源的独家经营权；经营《中国之翼》、《中国之韵》、《西南航空》、《澳门之翼》、《国际航空报》等平面媒体及《空中博览》、《空中新闻》等影视媒体；同时为中国航空集团公司和各成员企业提供市场策略、创意设计、媒介计划、公关活动、影视制作等全方位品牌推广服务。（资料来源：http://www.airchinamedia.com）

2、东方航空传媒股份有限公司

由中国东方航空集团公司和东方航空共同投资组建，全权负责东方航空广告媒介资源的开发与经营，全面代理东方航空广告传播和市场推广业务。拥有中国一级广告企业资质和完备的媒介体系，经营《东方航空报》、《东方航空》、《东方商旅》、《东方风情》、《上海航空》等报刊、机上影视等媒体产品，经营客舱座椅头片、小桌板等广告发布媒介；代理东方航空广告传播和市场推广等业务。（资料来源：http://www.ceairmedia.com）

3、海航新华文化控股（集团）有限公司

海航集团有限公司旗下重点企业，业务涉及艺术品投资、文化创意产业园建

设、影视剧投资与制作发行、传统文化传播与国际文化交流、新媒体运营等领域，经营《云端新华航空》、《东方养生》、《商旅生活》等平面媒体。（资料来源：http://www.hnaculture.com）

四、发行人主营业务情况

（一）公司经营情况及销售模式

目前，公司主要从事报刊出版，以及航机媒体、CCTV-发现之旅频道等媒体资源的经营等业务，经营范围覆盖报刊出版、媒体经营、客户代理、公关与设计等领域。媒体经营收入为公司营业收入的主要来源。

报告期内，公司主营业务收入及其占营业收入的比例情况如下：

业务类别	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
媒体经营	15,787.51	95.10	38,761.58	92.85	39,726.18	92.99	37,200.90	87.94
公关与设计	458.20	2.76	2,189.10	5.24	2,095.30	4.90	3,238.78	7.66
客户代理	2.52	0.02	60.04	0.14	302.02	0.71	571.63	1.35
合　计	**16,248.24**	**97.88**	**41,010.71**	**98.23**	**42,123.50**	**98.60**	**41,011.31**	**96.95**

通过公司经营的媒体资源进行宣传的广告主，主要涉及房地产、汽车、金融、高端旅行产品、数码产品等行业的国内外知名企业，普遍具有信誉良好、广告营销需求持久的特点，与公司建立了良好的、长期的合作关系。

（二）媒体经营业务

1、航机媒体经营业务情况

公司拥有的主要航机媒体渠道资源情况如下：

2008年11月11日，公司与南方航空签订《无形资产特许使用协议》，获得截至2026年3月30日的南方航空所属航机媒体资源使用权，具体包括机上闭路电视、机上音频、客舱座椅头巾、客舱小桌板、机上餐具餐谱、客舱行李舱、飞机机身、机上湿纸巾包装盒、耳机包装袋、清洁袋、机上影视介绍、登机牌、机票及套封、企业网站、交通运输车辆、机上报刊发行渠道、配餐车、企业所属建筑物设施的

墙体及表面、常客俱乐部及呼叫中心等业务单元基本业务之外附加价值经营权等20项航机媒体资源使用权。上述媒体资源范围限于南方航空所属，不包括其子公司及参股公司。在该协议有效期内，南方航空拥有上述媒体资源所有权，公司享有独占使用权，不存在其他授权使用方。该协议履行完毕时，同等条件下公司享有优先续约权。

2010年1月1日，公司与重庆航空签订《关于共同开发客舱媒体资源的协议》，约定重庆航空将其独立运作的所有飞机客舱（头等舱除外）广告媒体资源的经营权转让给南航传媒。该协议有效期3年，履行完毕时，同等条件下公司具有优先续约权。期满后，公司与重庆航空续签了该合同，有效期3年。上述媒体资源包括客舱座椅头片、客舱小桌板、客舱行李舱等。在该协议有效期内，重庆航空拥有上述媒体资源所有权，公司享有独占经营权，不存在其他授权使用方。

2012年6月8日，厦航传媒与厦门航空签订《广告媒体委托经营协议》，约定厦门航空将拥有的广告媒体经营权，自2012年4月1日至2027年3月31日委托给厦航传媒独家经营。上述广告媒体包括机上闭路电视、机上音频、客舱座椅头片、客舱小桌板、机上餐具餐谱、客舱行李舱、飞机机身、机上湿纸巾包装盒、耳机包装袋、清洁袋、机上影视介绍、登机牌、机票及套封、企业网站、交通运输车辆、机上报刊发行渠道、配餐车、企业所属建筑物设施的墙体及表面、视频系统、常客俱乐部及呼叫中心等业务单元基本业务之外附加价值经营权、厦门航空主办的报刊等。上述媒体资源范围限于厦门航空所属，不包括其投资的子公司。在该协议有效期内，厦门航空拥有上述媒体资源所有权，公司享有独占经营权，不存在其他授权使用方。

2009年5月，公司与贵州航空签订《贵航媒体资源使用协议》，贵州航空将其媒体及广告资源无形资产使用权委托公司经营，协议有效期五年。2014年1月1日，公司与贵州航空续签了该协议，协议有效期五年。上述媒体资源包括机上音频及电视、客舱座椅头片、客舱小桌板、客舱行李舱、飞机机身、机上餐具及包装、机上湿纸巾包装盒、耳机包装袋、清洁袋、登机牌、机票套封、企业所属建筑物设施的墙体及表面、视频系统等。在该协议有效期内，贵州航空拥有上述媒体资源所有权，公司享有独占经营权，不存在其他授权使用方。

2013年10月31日，公司与珠海航空签订《关于珠航媒体资产使用协议》，约定珠海航空将飞机小桌板媒体资源使用权转让给公司。该协议有效期为1年，期满后双方未续约。在该协议有效期内，珠海航空拥有上述媒体资源所有权，公司享有使用权，不存在其他授权使用方。

上述各项媒体资源的投放方式包括摆放、贴放或播放等。

报告期内，公司航机媒体经营收入主要来源于南方航空与厦门航空航机媒体资源。有关上述协议的其他具体情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”之“三、（二）关联交易”。

（1）航机媒体资源的基本情况

①平面媒体情况

为实现媒体采编、经营业务一体化运营，做大文化传媒产业，南航集团将其出版发行业务整合至南航传媒，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（三）发行人业务整合情况”。

目前，公司及其子公司拥有的平面媒体主要包括《南方航空》、《空中之家》等7个报刊以及2个DM直邮刊物，此外，根据厦门航空与厦航传媒签订的《广告媒体委托经营协议》，公司独家经营《厦门航空》等报刊。平面媒体基本情况如下：

类别	刊物名称	刊号/登记证号	出版日期
公司及其子公司出版、经营的平面媒体	《南方航空》	CN44-1329/F	每月1日
	《空中之家》	CN65-1252/Z	每月1日
	《云中往来》	CN21-1554/Z	每月1日
	《南方航空报》	CN44-0080	每周一、二、四出版
	《航空画报》	CN21-0089	每周星期二出版
	《航空旅游报》	CN65-0066	每周星期二出版
	《品》	CN-35（Q）第0113号	每月月初
公司及其子公司拥有的DM直邮刊物	《新疆广天合假日旅游广告》	新印广登[2011]8（2）号（DM直邮印刷品）	逢单月1日（双月刊）
	《厦门航空广告》	厦印广登字[2012]第019号（DM直邮印刷品）	每月1日

公司子公司厦航传媒经营的平面媒体	《厦门航空》	CN35-1236/V	每月1日

上述主要平面媒体的具体情况如下：

《南方航空》（英文名“GATEWAY”）	国内创刊最早的航机杂志，在南方航空所有国际、国内航班及贵宾休息室中配发，读者月均达800多万人次，是各大广告商接触最多国内高素质读者的中英双语航机杂志。关注全球高端消费文化、坚持人文理想和社会责任，解读国际国内政治、经济、文化、生活。通过对高端人群的行走、交游和生活体验的解读，为人们提供存在方式、思维方式和审美方式的选择。先后于2009年荣获“最受广告主、广告商青睐的时尚与消费类期刊奖”和“中国发行量认证奖”，2010年获得第四届广东省“品牌期刊”称号，2013年被知名市场研究公司慧聪研究评为“2012年高端消费者阅读率最高的航空杂志”，2014年被评为“中国最美期刊”、“2013-2014中国报刊广告投放价值排行榜期刊30强”，2015年被评为“2014-2015中国报刊广告投放价值排行榜期刊30强”。品牌栏目有：史诗、神话、游记等，每期推出一个旅游专辑，全方位图文并茂地介绍旅游热点城市，并提供航班信息及详尽的旅游指南。
《空中之家》（英文名“NIHAO”）	面向国际旅客的重要窗口，也是中国大陆首个英文航机杂志，紧跟国际时尚，内容丰富多彩。精品栏目有：海外掠影、时尚钟表、探民风等。
《云中往来》（英文名“ICON”）	中国民航业面向航空高端人群创办最早、影响最广的会员杂志，以“头等生活读本”为内容定位，以南方航空明珠俱乐部金卡会员为核心读者，为政务人士、商界精英、社会名流定制人文精品盛宴。精品栏目有：贵宾厅、头等舱、窗外等。
《南方航空报》（Elite精英生活）	立足于高端人群，是国内航空刊物中到达率最高的刊物之一，集沉思、延伸和梳理，悠远、情趣和回味于一体，为读者提供一份特立独行的表达和人文情怀视野。精品栏目有：天空、大

	势、穿越等。
《航空画报》	公司唯一扎根东北的旅行读本，以旅游地理为载体，赋予当代人文关怀，在时间和空间的跨度里，融入思想的深度，致力于成为东北第一旅游周报。读本传递旅游信息、推介旅游资源、解读人文地理、分享旅行生活、传播旅行文化。2015年获得中国画报协会“金睛奖”。精品栏目有：最东北、光影、年代秀等。
《航空旅游报》	覆盖新疆、辐射全国的西部旅游文化资讯周报，也是目前新疆地区唯一采用全彩、铜版纸印刷的航机旅游类报纸，以乘坐南方航空新疆分公司国内外航班的旅客为主要阅读对象。立足于宣传推介新疆丰富的旅游资源，看民俗、赏物产、品神秘发现、探西域文化，传递最新航空服务、旅游资讯。精品栏目有：视点、游说、天下等。
《品》	厦门航空头等舱客户、金银卡会员等专属读物。作为福建地区高端体验类生活方式航机杂志，关注中国传统文化收藏，意在传达至臻品味，典藏一脉人文，为读者提供精致的文化读本。
《厦门航空》（英文名“XIAMEN AIR”）	厦门航空主要的航机杂志，以中高端旅游、商务及决策人士为主要受众，立志于“影响有影响力的人”，打造尊贵高端品牌价值。精品栏目有：文化、旅游、财经等。

②航机综合媒体情况

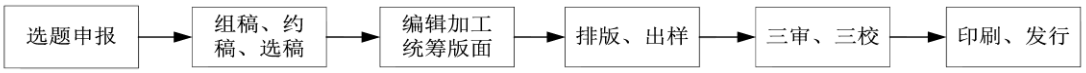
航机综合媒体主要为航机设施媒体，指与航机相关的媒体资源，具体包括机上闭路电视、机上平板电脑、机上音频、客舱座椅头巾、客舱小桌板、飞机机身、登机牌、机票封套、客舱行李舱等，其中主要的媒体资源情况如下：

机上视频（闭路电视）	在飞机客舱内播放影视的闭路电视，包括电影、电视剧、综艺等节目，内容轻松丰富，广告循环播出，收视人群庞大，有效收视率较高。
机上平板电脑	在飞机客舱内配发的、供旅客自主欣赏影视节目和娱乐休闲的

	平板电脑，目前已在头等舱、公务舱和高端经济舱配发，可播放多种形式广告。
客舱座椅头巾	置于飞机客舱座椅上的头部枕片，位于每位旅客座椅的正上方，是旅客进入客舱首先接触到的广告内容，且有良好的视线角度和接触效果，可短时间内将飞机客舱构建成为客户的“品牌专机”。
客舱小桌板	位于每个座椅的后面，每位旅客的正前方，具有良好的视觉效果，广告招贴范围涵盖航机经济舱。
登机牌	旅客的登机凭证，具备较高的覆盖度，广告到达率高。
飞机机身	在机身上喷涂企业形象或品牌形象的广告形式，是稀缺性较强的媒体，充分彰显企业的雄厚实力，视觉冲击效果极强。

（2）报刊采编、出版、发行业务模式与流程

公司出版《南方航空》、《空中之家》、《云中往来》、《航空画报》、《航空旅游报》、《南方航空报》、《品》等三报四刊，具体流程和业务内容如下：



①选题策划和选题申报

各刊物编辑提出本期报道策划主题草案。草案成熟后，上报各刊物的选题会酝酿讨论修订，确定本期策划提纲，并根据策划提纲，部署本期采编工作安排。

②组稿、约稿、选稿

组稿主要针对刊物要求组织稿件，由编辑将本期报道主题通知记者、通讯员、撰稿人等，并组织记者、通讯员、撰稿人采写稿件。

约稿系指如发生重大事件，而报社记者编辑未能做现场采访，各编辑部获悉后及时安排到场通讯员采写相关报道。

选稿系指版面编辑根据版面策划，提出编辑设想，并经编辑部同意后确定内容配置，要求每期每版每篇文章要有新意，贴近读者、生活及实际。

③编辑加工（改稿、选配照片），统筹版面

编辑严格把关，精心编稿，做到稿件重点突出、文理通顺、结构合理、行文简洁精炼，标题简约明快、规范活泼。自行拍摄的照片优中选优，从拍摄角度、构图都要严格筛选，突出主题。来稿配图的质量和大小应符合刊发标准，切合主题。图片处理要求清晰，亮度适中，裁切合理、得当。

稿件到齐后，按照策划提纲，进行版面的统筹策划安排，对文稿进行增删，必要时可配短评。文稿全部敲定后，开始进行栏目设置。画版要按照稿件的重要程度，主次安排得体。总体版面轻重协调，整齐划一，错落有致。

④排版、出样

排版期间，编辑在场守候，及时准确传达编辑本人版面安排思路，避免因沟通不畅造成的返工和重复劳动。录入排版员须遵守先出小样、次出大样、再出清样的规定。排大样须严格按版样操作，如有问题及时向版面编辑汇报。校对人员在小样上改正的差错，录入排版人员须在大样上一次改毕；编辑、校对在大样上修改之处，录入排版人员须在出清样时一次改清，所有改动以校对、编辑落笔为准。

⑤三审、三校

“三审”指由责编审核、部门审核和总编审核三个审级组成的审稿制度。其中，责编审核是指编辑须逐字逐句阅读原稿，严格把关，同时可对大样进行修改；部门审核系对各版清样进行审核，对文字内容、排版形式进行必要的调整；总编审核则是对清样进行内容和版式审阅。三审依次循序递进，形成彼此制约与补充。

“三校”指根据原稿核对校样、订正差错、提出疑问，以保证出版物质量的工作，是对编辑工作进行补充或完善，是一种文字性、学识性的创造性劳动，是在编辑后、印刷前的最后一道质量把关程序。校对人员须严格遵守一校小样、二校大样、三校清样的操作规程，小样采用读校法，原则上必须一次校正录入差错。大样校毕后，不得再遗留任何文字差错，并严格核对版面编辑阅改的大样。

⑥印刷、发行

“三审三校”后的清样为待付印样。经版面责任编辑复查确认后，由营销部

门、编辑部、总编签字正式交付印刷。交付后，录入排版员按要求发红黑版，经确认无误，在规定时间内上传印刷厂，并在当日完成确认下载。

发行前必须由编辑部负责人审读，随后发行、邮寄刊物，发行人员在各发行渠道进行精准投放。

（3）基于航机媒体资源的广告业务模式与流程

公司航机媒体经营业务主要系借助所拥有或运营的报刊媒体，以及机上发行渠道、航机设施媒体等实现广告收入。

公司依托报刊、航机设施媒体等多种媒体平台，向广告主提供优质的广告服务，最终客户范围（广告主）覆盖交通、金融、房地产、酒精类饮品、家电、通信、高端商旅服务等行业或领域。在现有优质广告主资源的基础上，公司销售团队结合不同行业发展变化情况与航机媒体定位，收集市场信息，不断挖掘和开发目标客户资源。

①定价策略及销售价格变动情况

航机媒体受众具有的中高端属性与中高端品牌广告主的推广需求具有极高的匹配性。航机媒体受众群体逐年增长是航机媒体刊例价上升的主要原因。

公司依据各媒体给广告主带来的受众数量、到达率等指标，通过分析不同报刊、航机设施媒体的传播效果，参考航空传媒行业的平均刊例价水平，确认不同媒介、同种媒介不同位置的刊例价。实际销售时，公司会结合实际情况对各媒介刊例价打折后进行定价。由于广告代理商需要获取一定比例的代理销售利润，因此，公司对广告代理商的刊例价折扣相对较高。报告期内，随着报刊、机上闭路电视等刊例价的稳步提升，公司广告服务的平均价格稳步上升。

②广告发布具体流程

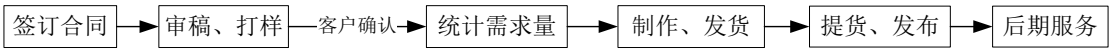
A、平面媒体广告发布

公司确定预订版位的广告所需，营销部门统一接收并审核投放广告内容的合法性，而后制作认刊单，经由审定员及编辑签字后，广告正式下单出版。正式印刷前，营销部门将派专人审阅确认蓝纸中的广告无误。发行人员负责跟踪落实配

发机型及时间。广告发布后，公司根据广告主或客户需求向其出具广告发布证明或监控报告。平面媒体广告发布业务流程如下：

B、航机综合媒体广告发布

公司航机综合媒体广告发布流程与平面媒体总体相似，但因媒介不同而略有差异。以座椅头巾为例，在完成对投放广告内容的合法性审核后，需联系制作厂家完成打样，由跟单员将样品交广告主书面确认；跟单员根据座位数确定需求量，经审批交付生产制作。座椅头巾广告发布流程如下：



（4）机上媒体节目制作业务模式与流程

机上媒体节目制作业务是指为客户提供机上媒体节目采购、制作等服务，包括各类电影和电视节目。公司根据客户需求采购影视节目，按照要求提供编排、剪辑等制作服务，交由客户在客机上播映。公司按月与客户核对节目采购及制作数量，根据提供的节目数量取得业务收入。

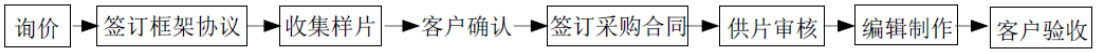
①定价依据及收入确认方式

公司分期完成机上媒体节目采购及制作服务，客户完成对节目的验收后，相关的收入已经取得或取得收款的凭据，且与该制作有关的成本能够可靠地计量时，公司确认收入，并结转相应的采购、制作成本。节目采购成本主要包括版权费、因采购发生的关税、手续费等，节目制作成本主要包括节目素材版权费、编排剪辑制作费等。

②具体业务流程

公司根据客户需求，编制采购项目要求和标准，公司审核通过后进行询价，根据询价结果确定供片商，与供片商签订采购框架协议。影视部采购人员根据客户的需求和机上娱乐节目配备相关规定，向供片商收集片源样片，经客户审核并确定所选节目后，公司向供片商下达采购订单并签订采购合同。采购的节目经验收后，公司编制节目编排表发给客户审核备案，影视部制作人员按节目编排表编

辑制作节目，经检查审核无误后进行复制，交由客户验收并上机播放。机上媒体节目制作业务流程如下：



2、电视媒体经营业务情况

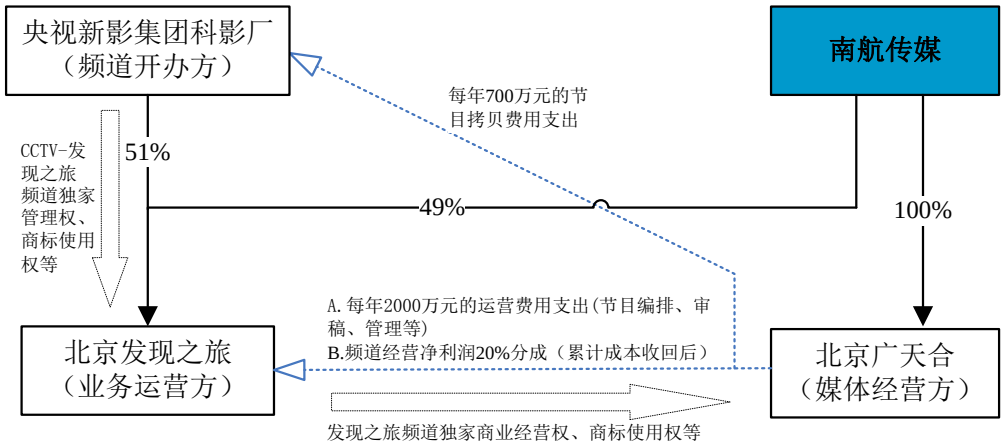
（1）CCTV-发现之旅频道业务情况

2012年4月，南航传媒与央视新影集团科影厂签订战略合作协议共同运营CCTV-发现之旅频道，并合资成立北京发现之旅，负责CCTV-发现之旅频道的管理和运营；同时委托北京广天合独家进行频道的商业运营，充分利用公司在媒体经营方面的竞争优势，进行媒体资源的横向拓展，贯彻执行“全媒体”发展战略。

CCTV-发现之旅频道是央视新影集团科影厂于2005年开办的面向全国的数字付费频道，是国内领先的以人文探索、科学揭秘、旅游地理节目为主的专业频道，内容涵盖科学、自然、历史、人文、军事、探险等领域。为拓展多元化的内容空间和产业空间奠定基础。该频道全年365天播出，并且实现了全天24小时不间断滚动播出。该频道借助卫星平台进行传输、推广，已全面接入国内31个省级网络公司，在全国多地实现开机即看，并在国内主流视频媒体网站以及南方航空全球航班机上闭路电视、机上平板电脑中开设频道专区。与卫星或有线电视免费频道相比，该频道针对高端人群，适合开展精准营销。

CCTV-发现之旅频道已推出《发现新世界》、《发现者说》、《发现者酒吧》、《发现中国》、《四海为家》、《发现真相》、《解构飞行》、《天堂世界》、《名物志》等一批精品栏目。目前，该频道已与部分网络媒体达成战略合作，逐步实现网络同步播出，并已在频道官方微信上实现直播功能；通过组织发起成立中国地理旅游电视联盟、举办中国地理旅游文化发展论坛等方式，全面扩大品牌影响力。

①CCTV-发现之旅频道的业务合作模式



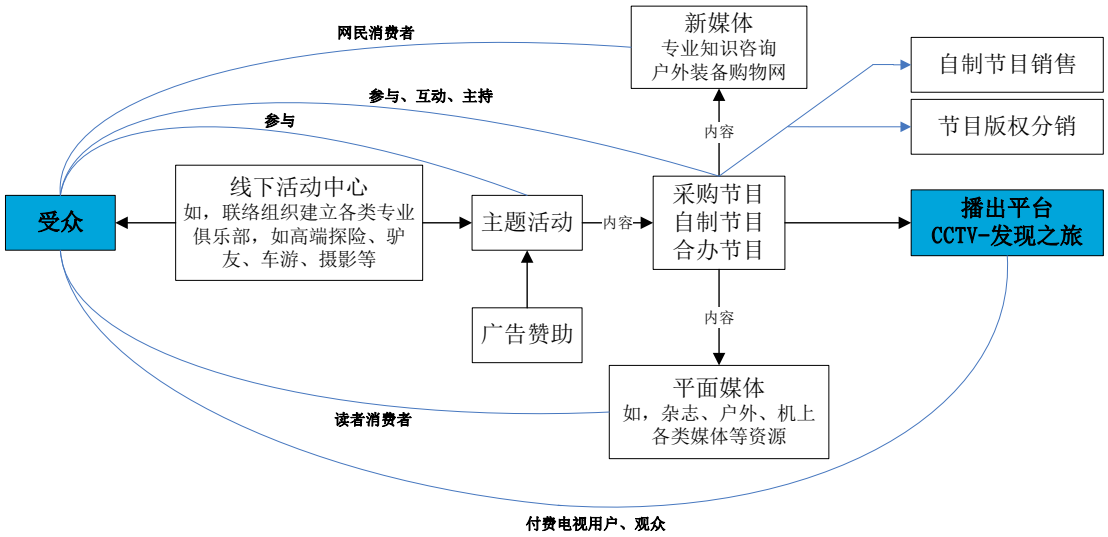
央视新影集团科影厂作为中央电视台下属企业，系CCTV-发现之旅频道的开办方，对该频道拥有所有权。公司与央视新影集团科影厂于2012年先后签署《<发现之旅>频道合作经营协议》、《合作经营补充协议》，建立起战略合作关系。双方于2012年6月8日共同出资成立北京发现之旅，由其全权运营该频道的所有业务，其拥有的主要权利包括：①频道的开发经营权及与其相关的产业开发运营权、“发现之旅”商标使用权（使用期限20年，期满可自动续期至该等商标有效期止）；②与频道相关的央视新影集团科影厂库存节目的优先使用权等。

北京发现之旅将CCTV-发现之旅频道的商业运营、市场开发以及法律法规允许委托的权利独家委托予北京广天合，期限为20年。具体委托内容包括：①频道、网站、杂志、手机媒体的经营；②商业性节目的开发运营；③北京发现之旅自制节目的销售和二次开发经营；④线下活动的经营开发；⑤政策允许范围内购物类平台的运营开发；⑥北京发现之旅委托的其他经营业务。同时，北京发现之旅将央视新影集团科影厂许可其使用的“发现之旅”商标使用权再许可北京广天合使用，期限20年。未经央视新影集团科影厂同意，北京发现之旅不得再将上述商标许可他人使用。为此，上述期限内，北京广天合需每年向北京发现之旅支付该频道运营费用2,000万元（其中2012年8月至2013年7月为1,853万元，此后每年2,000万元），向央视新影集团科影厂支付700万元作为购买节目电视节目拷贝费用，用于该频道播出使用，并将该业务实现的税后净利润（累计成本收回后）的20%分成支付给北京发现之旅，北京发现之旅负责支付该频道的上星费、地面传输费、播出费以及各地落地费。

②CCTV-发现之旅频道的经营模式

公司围绕CCTV-发现之旅频道，通过提高内容质量和收视覆盖，获取商业收益和收费收入；通过组织线下增值活动，取得营销收入；通过自制节目销售、节目版权分销获取版权收入；借助频道内容资源，建立CCTV-发现之旅视频网络服务系统，形成跨媒体的立体营销模式，获得网站经营收入。通过构建涵盖航空人群、中高端商旅人士等受众的全媒体平台，最大限度地实现该频道的商业价值。

目前，CCTV-发现之旅频道商业开发与经营业务开展顺利。公司根据电视媒体发展规律和目前经营情况拟定的频道总体经营思路如下：



A、内容与品牌建设。在充分挖掘央视优质节目资源的基础上，通过新增投入打造新颖、优质的栏目，提高内容质量，扩大客户和观众影响力；利用自有媒体以及其他主流媒体，强化频道品牌营销、事件营销、内容营销和活动营销，迅速提升CCTV-发现之旅频道的媒体价值和频道价值。

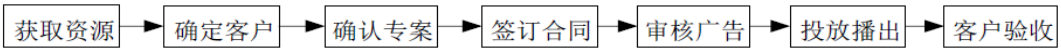
B、版权销售业务。通过销售自制（如旅游探索类高清纪录片）、采购节目，以及与主要视频网站进行收视分成的方式获得版权销售收入。

C、线下活动业务。通过整合拥有的各类媒体资源，策划由各国旅游局、旅游企业、高端户外用品、越野装备等与该频道定位关联紧密的产业参与的各类型大型活动，并形成品牌运作。

D、新媒体业务。完善“发现之旅”网站、移动终端等新媒体的搭建，并围绕这些新媒体开展互联网广告、手机广告等业务，逐步构建“全媒体”平台。

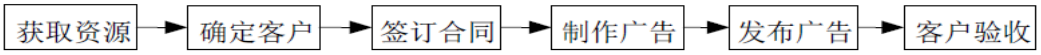
（2）其他电视媒体业务情况

报告期内，公司其他电视媒体主要包括CCTV-9纪录片频道、CCTV-10科学教育频道等。公司通过协议取得上述电视媒体资源的区域独家广告代理权，在授权区域内寻找客户，根据客户需求安排广告投放，并与客户签订广告投放代理合同。公司完成广告投放和提供广告监测报告后交客户验收，依据合同约定按期确认收入，并结转相应的媒体资源采购成本和支付广告代理费。具体业务流程如下：



3、其他媒体经营业务情况

报告期内，公司其他媒体主要包括户外广告牌等。公司通过协议方式取得广告媒体资源，与客户签订广告发布合同，完成广告投放行为，提供广告监测报告交客户验收，依据合同约定按期确认收入,并结转相应的媒体资源费成本、媒体制作成本等。具体业务流程如下：



4、业务开展情况

报告期内，公司媒体经营收入及其按媒体资源类型分类情况如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
航机媒体	13,256.62	83.97	32,531.62	83.93	35,446.55	89.23	37,059.39	99.62
电视媒体	2,523.82	15.99	6,161.62	15.90	4,007.37	10.09	-	-
其他媒体	7.08	0.04	68.34	0.18	272.27	0.69	141.51	0.38
媒体经营收入合计	**15,787.51**	**100.00**	**38,761.58**	**100.00**	**39,726.18**	**100.00**	**37,200.90**	**100.00**

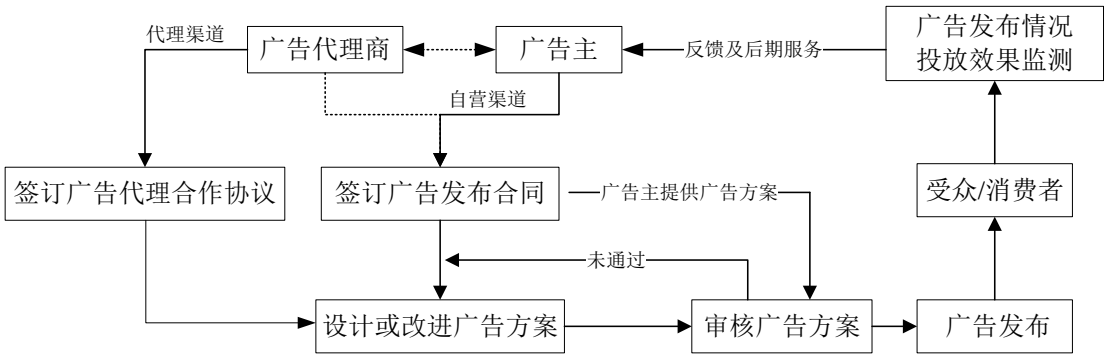
报告期内，CCTV-发现之旅频道收入均为节目制作服务收入，营业收入及盈

利情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
营业收入	2,530.94	5,249.00	4,007.37	-
毛利	765.50	1,742.19	998.20	-1,222.14

公司媒体经营业务采取自营和代理商两种销售渠道相结合的销售模式，广告业务流程如下图所示：



A、自营渠道销售指由公司通过业务开拓，直接与客户签订广告发布合同的销售模式，合同的执行将直接完成广告主的广告投放行为。公司在广告发布期间，依据合同约定的广告费，按期确认收入。

B、代理渠道销售指通过签订代理协议的方式授权满足公司资质要求的广告代理公司进行广告销售的行为。根据代理协议的不同，具体分为四种结算模式：

a.以保底方式结算：如结算金额超过保底额，公司按照实际广告发布额确认收入后，支付广告公司代理费；如结算金额未达到保底额，公司按照保底额确认收入。

b.以保底加分成方式结算的，如双方结算金额超过保底额，依据约定的分成比例计算分成收入，按照保底额和分成收入确认广告收入；如双方结算金额未达到保底额，公司按照保底额确认收入。

c. 按公司授权价格结算并确认收入。

d. 按公司统一销售价格结算并确认收入后，支付广告代理商代理费。

报告期内，公司代理渠道销售情况下不同结算模式占比情况如下：

结算方式类型	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
保底	13.06%	17.04%	19.20%	19.27%
保底加分成	59.15%	53.33%	56.90%	66.02%

按授权价格	27.79%	23.99%	23.90%	14.71%
按统一销售价格	-	5.63%	-	-
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

2014年，公司代理渠道销售情况下主要媒体保底额、代理费、刊例价折扣等约定如下：

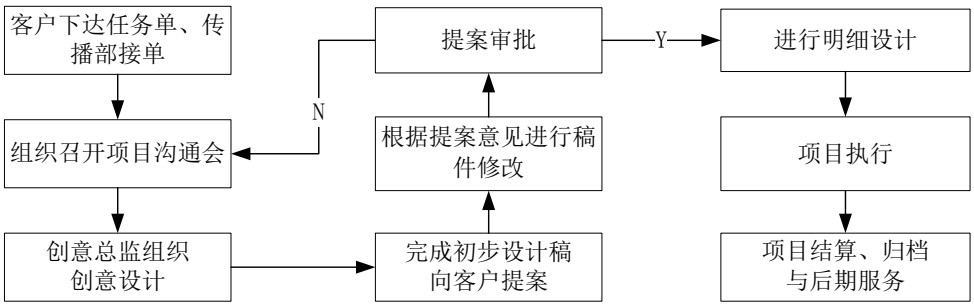
结算方式类型	保底额	代理费	刊例价折扣
保底	约定每年的保底额，年度结算收入不足保底额的，将履约保证金结转为收入	按照对方实际完成广告金额和约定的比例计算代理费，采取累进比例方式	按照合同约定的不同期间刊例价格和折扣进行销售和结算
保底加分成	约定每年的保底额，双方年度总结算收入不足保底额的，按保底额结算收入，或将履约保证金全部结转为收入	-	合同双方共同制定广告刊例价和销售折扣，并共同执行，销售价格不得低于双方确定的当年度最低销售价格，并约定结算价格进行结算和分成
按授权价格	-	-	按照合同约定的刊例价格和折扣进行销售和结算
按统一销售价格	-	按照约定金额和与完成投放总额相对应的比例计算，采取累进比例方式	按照统一的销售刊例价格和折扣进行销售和结算

（三）公关与设计业务

公司公关与设计业务主要包括广告设计与制作、公关活动策划与执行、品牌推广等商业文化活动的策划实施服务。公司分别从策划、创意、执行以及媒介整合投放等层面为客户提供全方位一体化服务。

1、业务流程与销售模式

公司公关与设计业务的工作流程如下：



根据每项订单业务内容的重要性或紧迫性，公司公关与设计业务的客户服务、市场拓展或客户代理专业人员负责审议决定是否组成专门项目工作组，视需要安排策划、设计、媒介、文案等相关人员参与，并指定流程员负责项目跟进，协调及共享各相关方面信息，实时把握工作进度和工作时间。业务部门或工作组通过组织召开项目沟通会形成创意设计，工作组着手设计并形成初步设计稿，经由设计人员确认、设计主管审稿、创意总监审稿后，将设计方案交由客户确认，并根据客户要求逐步完善。方案通过后则根据要求进行明细设计和市场询价，然后执行项目方案。公司在客户验收后根据收入确认原则确认收入，如项目当期未完成的，公司根据项目的工作量和完成进度情况编制项目进度表，按完工百分比法确认劳务收入进行收入确认。

对于长期合作且信誉较好的客户，一般采取先验收后收款的方式，给予30-120天不等的信用期限；对于新客户，采取分期收款。

2、业务开展情况

报告期内，公司公关与设计业务收入情况如下：

项　目	2015年1-6月	2014年度	2013年度	2012年度
公关与设计收入（万元）	458.20	2,189.10	2,095.30	3,238.78
占营业收入比重（%）	2.76	5.24	4.90	7.66

公司公关与设计业务主要系为南航集团及其下属企业提供品牌推广、公关活动以及常规设计与制作等服务。公司策划执行的项目参加多届中国（珠海）国际航展、中国国际旅游展、中国（广州）国际家具展、南国书香节、中央企业技能大赛，受到好评。公司与众多知名品牌的广泛接触，为开拓公关与设计业务市场奠定了基础。公司先后荣获中国国际旅游交易会优秀展台奖和最佳展台奖、中国国际服务业大会和展览会优秀设计奖、广东省第十九届广告优秀作品汇展暨自由

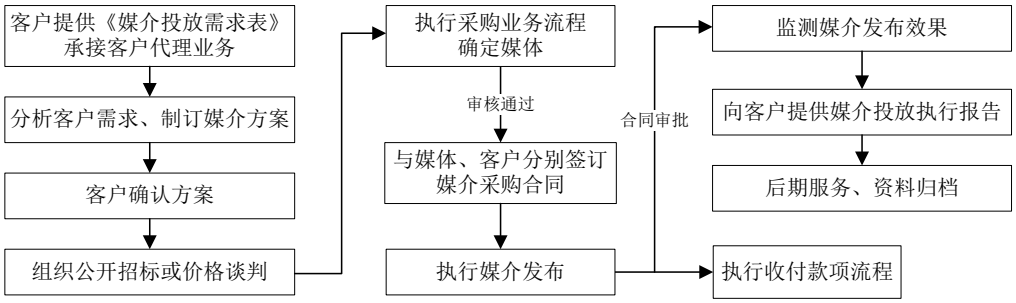
创作大赛自由创作类银奖等荣誉。

（四）客户代理业务

客户代理业务是指当客户存在采购非公司自有媒体资源或代理媒体资源的需求时，公司凭借媒体资源整合优势，协助客户进行方案策划，或对客户的策划方案安排媒介采购、广告排期和投放监测等服务，并按照广告投放量的一定比例取得代理佣金收入。

1、业务流程与销售模式

客户代理业务的基本流程如下：



客户通过提供《媒介投放需求表》提出需求，其中需要协助制定媒体策划方案的，公司业务人员根据产品及行业特点，搜集有关数据资料，进行产品及市场分析，提出包括推广策略、媒体组合形式、媒体计划以及项目预算等方案，交客户审核确认。在对采购媒体要求、采购方式、预算额度等项目需求予以明确后，传播部填写《媒介业务单》。公司采购工作小组与各媒体供应商进行公开招标或价格谈判，并向客户提交招标或谈判结果，由客户书面最终确认媒体供应商。随后，公司与媒体、客户分别签订媒介采购合同，执行媒体发布计划和收付款项流程。公司在广告发布期间，按照广告发布额和约定的佣金比例，按期确认收入。公司媒介投放部门会根据客户需求进行广告监测，并向客户提交广告发布监测报告。

2、业务开展情况

报告期内，公司客户代理业务收入情况如下：

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度

客户代理收入（万元）	2.52	60.04	302.02	571.63
占营业收入比重（%）	0.02	0.14	0.71	1.35

报告期内，公司客户代理业务收入主要来自关联方。根据客户在第三方媒体的广告需求，提供广告代理服务。公司按照经客户确认的广告投放额收取后全额支付给媒介方，媒介方按照广告投放额的一定比例向南航传媒支付佣金，具体比例由媒介方的销售政策决定。

（五）发行人主要客户、供应商情况

1、主要客户销售情况

报告期内，公司主要客户较为稳定，不存在向单个客户的销售收入超过总额的50%或严重依赖于少数客户的情形，公司向前5名客户（同一控制下企业合并计算）销售情况及其占当期营业收入的比例如下：

年度	客户名称	金额（万元）	占比（%）
2015 年 1-6 月	广州天晋广告有限公司	3,187.20	19.20
	南航集团	2,802.00	16.88
	航美传媒集团有限公司	1,930.55	11.63
	广州凤游云广告有限公司	682.30	4.11
	广州美翼广告有限公司	623.00	3.75
	合　计	**9,225.05**	**55.57**
2014 年度	南航集团	7,789.86	18.66
	广州天晋广告有限公司	7,038.16	16.86
	航美传媒集团有限公司	3,068.64	7.35
	天水一泓国际广告（北京）有限公司	2,238.68	5.36
	广州美翼广告有限公司	1,429.80	3.42
	合　计	**21,565.14**	**51.66**
2013 年度	南航集团	7,968.10	18.65
	广州海萤广告有限公司	6,570.63	15.38
	航美传媒集团有限公司	2,420.24	5.67

	广州美翼广告有限公司	2,093.02	4.90
	福州世纪博蓝广告有限公司	1,217.03	2.85
	合 计	**20,269.02**	**47.45**
2012 年度	广州海萤广告有限公司	7,221.85	17.07
	南航集团	5,536.33	13.09
	北京航美传媒广告有限公司	2,301.00	5.44
	广州美翼广告有限公司	1,922.93	4.55
	北京宝轩文化传媒有限公司	1,737.93	4.11
	合 计	**18,720.04**	**44.25**

2013年度，福州世纪博蓝广告有限公司为新增的前五大客户，该公司系《厦门航空》福州地区房地产行业广告总代理，2012年度为公司前十大客户。2014年度，天水一泓国际广告（北京）有限公司为新增的前五大客户，2013年度为公司前十大客户。广州凤游云广告有限公司2014年度即为公司的前十大客户，2015年上半年业务量进一步增长，成为公司的前五大客户。

广州天晋广告有限公司与广州海莹广告有限公司系同一实际控制人控制的关联企业，2014年广州天晋广告有限公司替代广州海萤广告有限公司成为《南方航空》、《空中之家》的独家广告代理，因此成为公司前五大客户之一，相关合同参见“第十五节 其他重要事项”之“二、重要商务合同”。

报告期内，公司媒体经营收入按照自营和代理渠道分类情况如下：

（1）自营渠道

年度	客户名称	金额（万元）	占比（%）
2015 年 1-6 月	南方航空	2,231.37	26.50
	广州凤游云广告有限公司	682.30	8.10
	广州美翼广告有限公司	623.00	7.40
	天水一泓国际广告（北京）有限公司	614.06	7.29
	广州航际广告有限公司	471.96	5.61
	合 计	**4,622.69**	**54.90**

2014 年度	南方航空	5,461.30	23.32
	天水一泓国际广告（北京）有限公司	2,238.68	9.56
	广州美翼广告有限公司	1,429.80	6.10
	广州航际广告有限公司	915.37	3.91
	北京盛世鸿海广告有限公司	769.69	3.29
	合　计	**10,814.85**	**46.18**
2013 年度	南方航空	5,674.92	24.23
	广州美翼广告有限公司	2,093.02	8.94
	深圳市创茗广告有限公司	1,203.29	5.14
	广州航际广告有限公司	950.70	4.06
	天水一泓国际广告（北京）有限公司	962.49	4.11
	合　计	**10,884.42**	**46.47**
2012 年度	广州美翼广告公司	1,922.93	9.57
	南方航空	1,692.12	6.11
	广州航际广告有限公司	1,228.65	3.76
	深圳创茗广告公司	755.01	3.37
	新疆第一窖古城酒业有限公司	677.00	3.34
	合　计	**6,275.71**	**26.14**

（2）代理渠道

年度	客户名称	金额（万元）	占比（%）
2015 年 1-6 月	广州天晋广告有限公司	3,187.20	43.26
	航美传媒集团有限公司	1,930.55	26.20
	福州世纪博蓝广告有限公司	311.38	4.23
	厦门九龙宝典传媒有限公司	289.53	3.93
	厦门恒创为广告有限公司	124.22	1.69
	合　计	**5,842.88**	**79.30**
2014 年度	广州天晋广告有限公司	7,038.16	45.88
	航美传媒集团有限公司	3,068.64	20.00
	福州世纪博蓝广告有限公司	1,174.56	7.66
	厦门九龙宝典传媒有限公司	580.45	3.78
	江西琳琅文化传媒股份有限公司	466.04	3.04

	合　计	**12,327.84**	**80.36**
2013 年度	广州海萤广告有限公司	6,570.63	40.30
	航美传媒集团有限公司	2,420.24	14.84
	福州世纪博蓝广告有限公司	1,217.03	7.46
	北京宝轩文化传媒有限公司	1,181.69	7.25
	厦门九龙宝典传媒有限公司	581.05	3.56
	合　计	**11,970.65**	**73.42**
2012 年度	广州海萤广告有限公司	7,221.85	42.23
	航美传媒集团有限公司	2,301.00	13.46
	北京宝轩文化传媒公司	1,737.93	10.16
	福州世纪博蓝广告有限公司	762.14	4.46
	厦门九龙宝典传媒有限公司	640.73	3.75
	合　计	**12,663.64**	**74.06**

报告期内，CCTV-发现之旅频道主要客户情况如下：

年度	客户名称	金额（万元）	占比（%）
2015 年 1-6 月	南方航空	943.40	37.27
	广州天晋广告有限公司	943.40	37.27
	国大华闻（北京）国际广告传媒有限公司	92.02	3.64
	北京影响力国文化传媒中心	85.85	3.39
	北京信诚经典传媒广告有限公司	46.70	1.85
	合　计	**2,111.36**	**83.42**
2014 年度	南方航空	2,358.49	44.93
	广州天晋广告有限公司	1,886.79	35.95
	江西琳烺文化传媒股份有限公司	466.04	8.88
	国大华闻（北京）国际广告传媒有限公司	184.02	3.51
	北京信诚经典传媒广告有限公司	68.40	1.30
	合　计	**4,963.74**	**94.57**
2013 年度	南方航空	2,830.19	70.62
	广州海萤广告有限公司	943.40	23.54
	北京中瑞影视广告艺术中心	36.79	0.92
	北京全景探索国际文化传播有限公司	32.59	0.81

	霍城县旅游局	23.11	0.58
	合　计	**3,866.08**	**96.47**

2、主要供应商采购情况

报告期内，公司对外采购主要包括：媒体资源、节目制作、报关代理、出版物印刷服务、座椅头巾与小桌板贴片等，不存在向单个供应商的采购额占比超过50%或严重依赖于少数供应商的情形。公司向前5名供应商（同一控制下企业合并计算）采购情况及其占当期营业成本的比例如下：

年度	供应商名称	采购内容	金额（万元）	占比（%）
2015 年 1-6 月	南航集团	媒体资源\报关代理等	1,089.74	14.15
	北京发现之旅	媒体资源\节目制作	953.57	12.39
	新伟科技有限公司	影视资源	647.19	8.41
	中华商务联合印刷（广东）有限公司	报刊印刷	579.84	7.53
	央视新影集团科影厂	影视资源	330.19	4.29
	合　计	**-**	**3,600.53**	**46.76**
2014 年度	南航集团	媒体资源\报关代理等	3,434.06	17.77
	北京发现之旅	媒体资源\节目制作	1,985.47	10.28
	新伟科技有限公司	影视资源	1,637.57	8.48
	广州远润信息科技发展有限公司	机上平板电脑	1,539.00	7.97
	中华商务联合印刷（广东）有限公司	报刊印刷	966.09	5.00
	合　计	**-**	**9,562.19**	**49.49**
2013 年度	南航集团	媒体资源\报关代理等	3,181.87	17.99
	北京发现之旅	媒体资源\节目制作	1,873.70	10.59
	新伟科技有限公司	影视资源	1,207.46	6.83
	中华商务联合印刷（广东）有限公司	报刊印刷	803.17	4.54
	央视新影集团科影厂	影视资源	700.00	3.96
	合　计	**-**	**7,766.20**	**43.91**
2012 年度	南航集团	媒体资源\报关代理等	3,341.59	20.83

	北京发现之旅	媒体资源	772.08	4.81
	利丰雅高印刷（深圳）有限公司	报刊印刷	751.89	4.69
	新伟科技有限公司	影视资源	582.03	3.63
	广东九州阳光传媒印务公司	报刊印刷	473.53	2.95
	合 计	**-**	**5,921.12**	**36.91**

报告期内，公司主要供应商较为稳定。2013年度新增的前五大供应商主要为媒体资源及影视资源供应商，主要由于CCTV-发现之旅频道的运营，公司增加了电视媒体资源、影视资源及节目制作劳务采购。2014年度新增的前五大供应商为广州远润信息科技发展有限公司，主要由于公司向其采购机上平板电脑。

3、主要供应商或客户占有权益的情况

报告期内，公司上述客户中，南航集团为本公司关联方，具体关联关系及关联交易情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”。除此以外，公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方及持有公司5%以上股份的股东在上述其他客户中均无权益。

报告期内，公司上述供应商中，南航集团、北京发现之旅和广州丰彩为本公司关联方，具体关联关系及关联交易情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”。除此以外，公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方及持有公司5%以上股份的股东在上述其他供应商中均无权益。

五、发行人主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

本公司系以报刊出版及媒体经营业务为核心的文化传媒企业，且未涉及出版物印刷，固定资产除房屋建筑物外，主要是与公司业务相关的电子设备及运输设备。截至2015年6月30日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项 目	原值	累计折旧	净值	成新率（%）
房屋建筑物	6,807.31	816.23	5,991.07	88.01

电子设备	1,663.99	1,416.12	247.88	14.90
运输设备	480.88	327.46	153.42	31.90
办公设备	122.92	92.22	30.70	24.98
合　计	**9,075.11**	**2,652.03**	**6,423.07**	**-**

1、公司拥有的房屋及建筑物情况

（1）公司以位于“广州市白云区机场路南云东街40号”的办公楼，作为其目前的主要办公场所，建筑面积3,505.10平方米。该办公楼所占用的土地系登记在南航集团名下的划拨地，办公楼于上世纪50年代建成，上世纪90年代曾对办公楼改扩建，后一直由南方航空长期占有和使用。2008年11月，经南航集团同意，南方航空将办公楼经评估后以1,764,044元价格转让予南航传媒[4]。就上述资产转让行为，转让方南方航空未能提供对所转让的办公楼拥有合法产权和处置权的证明性文件。

公司使用的上述物业未能取得相关权属证明文件，若出现有权第三方对该等物业提出异议情形，公司存在不能继续使用该物业作为办公场所的风险。鉴于公司为服务型企业，该物业的资产净值较低、可替代性较强，且公司已于广州市越秀区东风东路购买了用于办公的新的物业并已取得权属证明文件。因此，上述部分办公场所未能取得权属证明文件的风险不会给公司经营造成重大不利影响，亦不会对本次发行上市构成重大法律障碍。

（2）公司拥有坐落于广州市越秀区东风东路850号锦城大厦2001房至2009房（20层）的9处房屋所有权。该等房产编号分别为粤房地权证穗字第0120300444、0120300465、0120300467-73号，建筑面积合计1,120.77平方米，用途为办公用房，使用期限截止日为2055年1月25日。

（3）公司拥有坐落于三亚市凤凰路155号的房屋所有权。三亚红树林旅游文化地产开发有限公司与南航传媒于2009年签订了《房屋置换合同》与《南航广告发布合同》，约定将其开发的三亚红树林项目7号楼2208、2209房与南航传媒广告资源进行置换。2015年8月10日，公司就上述房产取得三土房（2015）字第09577

[4] 中磊会计师事务所有限责任公司于 2008 年 5 月 30 日出具的《中国南方航空股份有限公司转让资产评估报告书》（中磊评报字[2008]第 0012 号）。

号、第09578号《土地房屋权证》，建筑面积合计143.32平方米。根据公司董事会决议，该房产计划出售。

（4）公司拥有坐落于北京市东城区东中街29号5层507的房屋所有权。该处房产系公司于2013年6月5日购入，已取得北京市东城区房屋管理局核发的“X京房权证东字第081959号”《房屋所有权证》和北京市东城区人民政府京东成国用（2013出）第00230号《国有土地使用权证》。该房产建筑面积为1,673.94平方米，土地使用权终止日期为2043年12月24日。

2、公司租赁房屋及建筑物情况

（1）向关联方租赁物业作为办公场所的情况

①向南航集团租赁物业情况

2013年1月1日，公司与南航集团签署《房屋租赁协议》，向南航集团承租部分房产作为办公场所，租赁期限为2013年1月1日至2015年12月31日，具体如下：

序号	建筑物名称	地址	实际使用方	面积（㎡）	租金（2015 年 1-6 月，元）	租金（2014 年度，元）
1	乘务楼	长春二道机场	沈阳广天合长春营业部	30	2,430.30	4,418.70
2	机务综合楼	大连甘井子区北航东区	沈阳广天合大连营业部	100	10,749.66	19,544.81
3	培训中心学生宿舍	乌鲁木齐迎宾路 46 号	新疆广天合	876	49,967.56	90,850.10
合 计		-	-	**1,006**	**63,147.52**	**114,813.61**

南航集团未能提供其有权出租、转租上述房产的证明文件。2012年11月1日，南航集团出具《关于租赁房产的承诺函》，承诺：南航集团为该等房产的唯一所有权人，该等房产上不存在任何第三方权利或任何权属纠纷，其有权将该等房产租赁给发行人；如南航集团或任何第三方因该等房产权属原因对发行人租赁、使用该等房产造成任何阻碍、干扰，致使发行人产生经济损失或其他负担，南航集团承诺赔偿或承担由于上述原因给发行人造成的任何损失或负担。

②向其他关联方租赁物业情况

实际使用方	出租方	详细地址	面积	月租金（元/㎡）	租赁期限

			（㎡）		
深圳分公司	南方航空	深圳市南山区南山大道 2006 号南方航空大厦旧楼一楼、二楼北面半层	475	35	2013.4.1-2016.3.31
厦航传媒	厦门航空投资有限公司	厦门高崎南五路 222 号航空商务广场 3 号楼第三层西侧	767.05	2013年3月16日至2014年3月15日，租金标准为51元/平方米，自2014年3月16日起，租金标准较上年递增8%	2012.4.1-2016.12.27

公司所租赁上述物业，出租方均已取得《房屋所有权证》。报告期内，公司向关联方租赁物业作为办公场所的其他具体情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、（二）关联交易”。

（2）租赁其他物业作为办公场所的情况

公司向非关联方租赁使用的经营性房屋共4项，总面积为181.83平方米，相关出租方均已取得《房屋所有权证》，具体情况如下：

实际使用方	出租方	详细地址	面积（㎡）	年租金（元）	租赁期限
沈阳广天合	张津滔	大连市甘井子区中华西路 25 号中北大厦 1 单元 17 层 5 号	55	32,400	2015.1.2-2015.12.31
沈阳广天合	长春好迅国际房地产开发建设有限公司	长春市西安大路 660 号国际大厦 B1515 号房	36.59	18,027	2015.9.19-2016.9.18
沈阳广天合	杨雪莲	哈尔滨市香坊区衡山路 15 号万达公寓 A 栋 2 单元 21 层 12 室	42.92	33,600	2014.11.1-2015.10.31
沈阳广天合	孔立军	沈阳市大东区津桥路 3-1 号楼 A1008 号房	47.32	24,000	2015.8.6-2016.8.5

（二）主要无形资产情况

截至2015年6月30日，公司无形资产账面原值为3,900.13万元，累计摊销1,525.58万元，账面净值为2,374.55万元，主要为广告经营特许使用权、土地使用权及外购的软件。

1、商标

（1）公司持有的商标

截至本招股说明书签署日，公司及其下属子公司共拥有4项正在使用的注册商标，均为自主申请取得，具体情况如下：

序号	商标	注册证号	注册人	取得方式	核定服务项目（类别）	有效期限至
1		8573340	南航传媒	申请注册	第 35 类	2021.12.20
2	新人秀	8573359	南航传媒	申请注册	第 35 类	2021.12.20
3	CSAIR	8573346	南航传媒	申请注册	第 35 类	2021.9.27
4	航空电报	6320915	沈阳广天合	申请注册	第 16 类	2020.4.20

（2）公司具有使用权的商标

2014 年 3 月 17 日，公司与南航集团签订《商标使用许可合同》，南航集团以非排他许可方式允许公司在相应核定范围内无偿使用“ ”、“南方航空”、“南航”、“ 中国南方航空 CHINA SOUTHERN ”等商标，合同有效期为 10 年，自合同签署之日起生效，具体如下：

序号	商标	注册证号	国际分类号	使用期限	主要约定条款	交易对价
1		7054758，7054738，7054736，7054735，7054734，7054753，7054750，7054749，7054747，7054746，7054680，815822，7054677，7054675	6、16、18、19、20、21、24、25、27、28、34、35、40、42	自合同签订时生效，有效期十年。除非南航集团在合同到期三个月前发出书面通知终止该合同，否则该合同将自动延续十年，并以此原则多次延续。	①商标许可使用权的性质：非排他使用许可。 ②商标许可使用的范围：按照商标证书所列规定范围。 ③许可使用商标的地域：商标已注册国家和地区。	在许可期内无偿使用
2	南方航空	4798562，4798545，4798543，4798553，4798552，4798551，4798548，4798547，4798542，4798541，3866296，3866297，4798539，3866283	6、16、18、19、20、21、24、25、27、28、34、35、40、42			
3	南航	4798595，4798585，4798583，4798582，	6、16、18、19、20、21、			

		4798581，4798580，4798571，4798572，4798574，4798575，3866291，3866290，4798577，3866286	24、25、27、28、34、35、40、42			
4	中国南方航空 CHINA SOUTHERN	7680157，7679964，7679982，7679981，7679980，7679979，7679976，7679975，7679973，7679992，3998259，3998264，7679988，3998262	6、16、18、19、20、21、24、25、27、28、34、35、40、42			

公司主要从事报刊出版与媒体经营业务，媒体资源通过购买或合作经营方式运营，在提供产品或服务的过程中不依赖于“南方航空”等商标使用权。

2012年1月4日，公司与央视新影集团科影厂签署《<发现之旅>频道合作经营协议》，并于同年4月9日签署《合作经营补充协议》；2012年8月31日，北京发现之旅与北京广天合签署《关于“发现之旅”付费电视频道之开发经营权授予暨商标使用许可协议》。根据该等协议，北京发现之旅将央视新影集团科影厂许可其使用的“发现之旅”等商标使用权再许可北京广天合使用，期限20年。未经央视新影集团科影厂同意，北京发现之旅不得再将上述商标许可他人使用。

2、著作权

截至本招股说明书签署日，公司通过自主申请取得4项作品著作权，具体情况如下：

著作权人	证书编号	作品名称	作品内容	作品类别	首次发表时间	登记日期
南航传媒	00037214	CC 宝贝		美术	2006.09.01	2011.03.14
南航传媒	粤作登字-2012-F-00004445	飞行员手办		美术	2011.01.18	2012.11.15

南航传媒	粤作登字-2012-F-00004491	空姐小手办（套装）		美术	2011.10.28	2012.11.21
南航传媒	粤作登字-2012-F-00004492	空姐手办（红、蓝）		美术	2010.03.08	2012.11.21

3、域名

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司已注册以下域名：

注册人	域名	到期时间
南航传媒	csnnews.cn	2020.09.02
南航传媒	csairvip.com	2018.4.20
广州广天合	feiyoo.com	2016.10.10
厦航传媒	amedia.cm	2016.1.9

4、广告经营特许使用权

2008年11月11日，公司与南方航空签署《无形资产特许使用协议》，约定南方航空将其拥有的机上报刊发行渠道，以及机上闭路电视、客舱座椅头巾、小桌板、飞机机身等航机设施广告资源18年特许使用权提供给公司使用。2012年10月30日，双方签署《<无形资产特许使用协议>之补充协议》对上述部分航机媒体资源的经营事项进行了补充或修订。

根据中磊会计师事务所有限责任公司出具的《评估报告》（中磊评报字[2008]第 0018 号），该无形资产的购买价格为 3,503.66 万元。公司在合同约定的授权期间内按直线法摊销，报告期内摊销额为 194.65 万元/会计年度。截至报告期末其账面价值为 2,092.46 万元。

5、土地使用权

2015年2月13日，新疆广天合与布尔津县国土资源局签署《国有建设用地使用权出让合同》，约定将坐落于贾登峪人文旅游景观区范围内宗地（编号为2014067）的国有建设用地使用权出让给新疆广天合，出让宗地面积为11,427平

方米，出让价款合计229.83万元。截至2015年6月30日，该土地使用权账面价值为227.43万元。

六、发行人拥有的经营资质或许可证

截至本招股说明书签署日，发行人无特许经营权，其所持有的各类主要资质或许可证情况如下：

（一）报纸、期刊出版许可证

公司及其子公司从事报刊出版业务。根据《出版管理条例（2011修订）》、《报纸出版管理规定》、《期刊出版管理规定》等法律法规的相关规定，报纸、期刊均应当由出版单位出版，出版单位须根据出版物类别取得相应主管机关核发的出版许可证。公司及其子公司目前出版、经营《南方航空报》、《南方航空》等七种报刊，均已取得了主管单位核发的出版许可证，且该等许可证在有效期内，具体情况如下：

项目	证书编号	报刊名称	主管单位	主办单位	发证机关	有效期至
报纸出版许可证	粤报出证字第 080 号	南方航空报	南航传媒	广州广天合	新闻出版总署	2018.12.31
报纸出版许可证	辽报出证字第 0089 号	航空画报	沈阳广天合	沈阳广天合	新闻出版总署	2018.12.31
报纸出版许可证	新报出证字第 0066 号	航空旅游报	南航传媒	新疆广天合南航传媒	新闻出版总署	2018.12.31
期刊出版许可证	粤期出证字第 1329 号	南方航空	南航传媒	广州广天合	新闻出版总署	2018.12.31
期刊出版许可证	辽期出证字第 1554 号	云中往来	沈阳广天合	沈阳广天合	新闻出版总署	2018.12.31
期刊出版许可证	新期出证字第 1252/Z 号	空中之家	南航传媒	新疆广天合南航传媒	新闻出版总署	2018.12.31
福建省侨刊乡讯出版许可证	—	品	厦门航空	厦航传媒	福建省新闻出版局	2018.7.1

（二）广播电视节目制作经营许可证

公司子公司广州广天合及北京广天合从事电视节目制作业务。根据《广播电视节目制作经营管理规定》，从事广播电视节目制作经营活动，应当取得主管机关核发的经营许可证。广州广天合及北京广天合均已取得相关主管机关核发的《广播电视节目制作经营许可证》，且该等许可证均在有效期内，具体情况如下：

单位名称	许可证号	经营范围	发证机关	有效期至
广州广天合	（粤）字第 01427 号	电视剧、动画片（制作须另申报），专题、专栏（不含时政新闻类），综艺	广东省新闻出版广电局	2016.8.4
北京广天合	（京）字第 02933 号	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	北京市广播电影电视局	2016.2.17

（三）固定形式印刷品广告登记证

公司子公司厦航传媒及新疆广天合从事固定形式印刷品广告业务。根据《印刷品广告管理办法》，广告经营者发布固定形式印刷品广告，应当取得工商行政管理部门核发的登记证。厦航传媒及新疆广天合均已取得主管工商行政管理部门核发的《固定形式印刷品广告登记证》，且该等登记证均在有效期内，具体情况如下：

广告名称	单位名称	登记证号	发证机关	有效期至
厦门航空广告	厦航传媒	厦印广登字[2012]第 019 号	厦门市工商行政管理局	2016.4.5
新疆广天合假日旅游广告	新疆广天合	新印广登[2011]8（2）号	新疆维吾尔自治区工商行政管理局	2017.8.4

（四）增值电信业务经营许可证

公司子公司广州广天合从事增值电信业务。根据《中华人民共和国电信条例》，经营增值电信业务，应当取得相关主管机关核发的经营许可证。广州广天合已取得广东省通信管理局核发的《增值电信业务经营许可证》，该许可证仍在有效期内，且已在广东省人民政府新闻办公室办理了备案手续，具体情况如下：

信息服务网站名称/域名	单位名称	许可证编号	发证机关	有效期至
飞呀网/www.feiyoo.com	广州广天合	粤 B2-20110175	广东省通信管理局	2016.3.16

（五）食品/酒类流通许可证

公司及其子公司北京广天合从事酒类销售业务。根据《食品安全法》及《食品流通许可证管理办法》，从事食品（包括酒类）流通的经营者，应当依法取得食品流通许可。根据《广东省酒类专卖管理办法（2002修订）》，在广东省内从事酒类商品零售业务，应取得酒类专卖管理部门核发的《酒类零售许可证》。根据《酒类流通管理办法》，酒类经营者应当向登记注册地工商行政管理部门的同级商务主管部门办理备案登记。公司已取得相关主管机关核发的《食品流通许可证》和《酒类零售许可证》；北京广天合亦取得相关主管机关核发的《食品流通许可证》，并已在商务部门办理了酒类流通备案登记，前述许可证均处于有效期内，具体情况如下：

单位名称	证件名称	证号	发证机关	有效期至
南航传媒	食品流通许可证	SP4401111310004695	广州市工商行政管理局白云分局	2016.3.24
南航传媒	广东省酒类零售许可证	粤酒零字第 L0603804 号	广州市白云区酒类专卖管理办公室	不适用
北京广天合	食品流通许可证	SP1101011410085125	北京市东城区食品药品监督管理局	2017.9.22
北京广天合	酒类流通备案登记表	110003500180	北京市东城区商务委员会	不适用

七、发行人质量控制情况

（一）质量控制标准

国家主管部门针对文化传媒行业的出版、发行、广告代理、广告发布等业务制定了多项质量控制标准。

公司严格按照《出版管理条例》、《报纸出版管理规定》、《期刊出版管理规定》、《图书和杂志开本及其幅面尺寸》、《新闻出版行业标准化管理办法》、《期刊出版形式规范》、《书刊印刷产品质量监督管理暂行办法》、《报纸质量

管理标准（试行）》、《关于严格执行期刊“三审制”和“三校一读”制度保证出版质量的通知》、《报纸期刊出版质量综合评估办法（试行）》等规定的质量控制标准经营期刊、报纸出版业务。

公司严格按照《广告法》、《广告管理条例》、《广告管理条例施行细则》、《广告语言文字管理暂行规定》、《户外广告登记管理规定》以及房地产、酒类、化妆品、食品、药品等相关主管部门发布的“广告管理办法”、“广告发布规定”等规定的质量控制标准经营广告业务。

（二）发行人的质量控制具体措施

公司历来将质量控制视为公司发展的核心要素之一，提出了“认真执行国家颁布的质量法律、法规，控制影响产品、服务质量的各种因素，为社会提供品质优良、客户满意、在市场上有竞争力的产品或服务”的质量管理目标。

公司依照上述报刊出版、广告发行等质量控制方面的规定，并紧密结合航空传媒的特殊性和多年来行之有效的实际管理经验，制订了《新闻采编人员从业管理规定》、《采、编、校、排差错处罚规定》、《预防新闻侵权的若干规定》、《稿件送审管理规定》、《广告业务管理手册汇编》、《传播部工作手册》等，对采编选题、媒体内容审核、广告稿件审核、设计制作服务、公关服务等业务环节做出详细、可行的制度规定，并在日常业务开展中严格执行。

此外，公司建立了成熟的报刊印刷服务招投标制度，设立专门的质量审查岗位，严格执行样书送检和凭产品质量合格证入库制度等，确保出版的报刊质量完全符合制度要求；公司建立了严格的机上非平面媒体招投标制度，确保采购的所有飞机座椅头巾、小桌板广告贴等符合中国民航局对舱内装饰材料关于阻燃特性、防火特性等方面的适航要求。

（三）产品与服务质量纠纷

报告期内，公司通过各项管理制度和具体措施严格控制产品及服务质量，并不断改进以确保客户满意。截至本招股说明书签署日，公司未发生因生产的产品或提供的服务存在质量问题而导致重大纠纷、诉讼或仲裁的情形。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立运行情况

公司自改制以来严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与控股股东及其控制的其他企业完全分开，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整情况

公司经营性资产独立完整、权属清晰，不存在依赖股东的资产进行生产经营的情况。公司的控股股东及其控制的其他企业不存在占用本公司资产的情况。

（二）人员独立情况

公司设有独立的人力资源部门，员工均经过规范的人事招聘程序录用并签订劳动合同。股东推荐的董事人选均按照《公司章程》规定的程序当选，总经理和其他高级管理人员均由董事会聘任。总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，不存在在控股股东及其控制的其他企业兼任除董事、监事以外的其他职务或领薪的情况。公司财务人员不存在在控股股东及其控制的其他企业兼职的情况。

（三）财务独立情况

公司设置了独立的财务部门，根据现行会计准则及相关法规并结合公司实际情况制订了财务管理制度等内部控制制度，建立了独立、完整的财务核算体系，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度，能够独立作出财务决策。公司在经中国银行业监督管理委员会批准设立的金融机构独立

开设账户，不存在与控股股东及其控制的其他企业共用账户的情况，不存在控股股东任意干预公司资金运用及占用公司资金的情况。公司作为独立的纳税人进行纳税申报并履行纳税义务。

（四）机构独立情况

公司建立了健全的法人治理结构，设置了股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，同时建立了独立完整的内部组织机构，各机构按照相关规定在各自职责范围内独立决策、规范运作。公司独立行使经营管理职权，与控股股东及其控制的其他企业完全分开，不存在合署办公、机构混同的情况。

（五）业务独立情况

公司主要从事报刊出版与媒体经营业务，拥有独立完整的内容采编、出版发行、广告设计、制作和发布等业务系统，以及客户代理、公关与设计等其他业务的采购和销售系统。公司与股东单位和其他关联方之间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。公司控股股东已承诺未来不经营与公司可能发生同业竞争的业务。

经核查，保荐机构认为，公司已达到发行监管对公司独立性的基本要求，上述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争情况

（一）本公司与控股股东之间的同业竞争情况

南航集团为本公司的控股股东。南航集团自身不进行生产经营活动，其主要业务为对其下属各级企业进行运营管理。截至本招股说明书签署日，南航集团不从事任何与本公司存在竞争或可能竞争的业务及活动，不存在同业竞争关系。

（二）本公司与控股股东控制的其他企业的同业竞争关系

公司控股股东南航集团曾直接或间接设立过或目前存续如下与发行人从事

相同或相似业务的公司或机构，主要情况如下：

机构名称	目前状况
南航广告	注销
南航广告深圳分公司	注销
南航广告新疆分公司	注销
南航广告东北分公司	注销
深圳市南方航空广告设计有限公司	吊销
湖北南方金鹰航空广告有限责任公司	注销
中国北方航空公司宣传广告部	注销
中国北方航空公司吉林分公司广告部	注销
大连彩虹航空广告公司	注销
哈尔滨北航天鹅航空广告有限公司	注销
中国北方航空沈阳广告中心	吊销
珠海航空广告有限公司	吊销
南方航空湖北广告公司	吊销
集团报社	注销
北方航空公司航空画报社	注销
沈阳新华北航传播有限责任公司	吊销
三亚广告	注销
新航广告	已于 2009 年 12 月被发行人收购成为全资子公司
厦航传媒	公司已于 2012 年 6 月收购其 51%的股权

除上述公司或机构外，南航集团目前不存在其他曾设立过的及目前存续的与发行人从事相同或相似业务的公司或机构。

综上所述，截至本招股说明书签署日，南航集团不从事与本公司之业务相竞争的经营性业务，亦未控制其它与公司业务相竞争的企业。本公司与南航集团及其控制的其它企业不存在同业竞争。

（三）关于避免同业竞争的承诺

为避免与公司发生同业竞争，公司控股股东南航集团于2012年7月9日向本公司出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺如下：

“1、截止本承诺函出具之日，本公司及本公司投资的全资或控股企业及本公司可控制的其他企业经营的业务均不会与南航传媒及/或南航传媒的下属公司

或分支机构经营的业务构成同业竞争。

2、在南航传媒本次公开发行股票并上市后，本公司及本公司所控制或共同控制的企业不会在中国境内或境外单独或与其他自然人、法人、合伙或组织，以任何形式，包括但不限于联营、合资、合作、合伙、承包、租赁经营、代理、参股或借贷等形式，直接或间接投资、参与、从事及/或经营任何与南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构主营业务相竞争或可能构成竞争的业务。如有这类业务，其所产生的收益归南航传媒所有。

3、如果本公司将来出现所投资的全资、控股、参股企业从事的业务与南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构构成竞争的情况，本公司同意将该等业务通过有效方式纳入南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构经营以消除同业竞争的情形；南航传媒有权随时要求本公司出让在该等企业中的全部股份，本公司给予南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构对该等股份的优先购买权，并将尽最大努力促使有关交易的价格是公平合理的。

4、若违反本承诺，本公司将赔偿南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构因此而产生的任何可具体举证的损失。

5、本承诺函自签署之日起于本公司对南航传媒拥有由资本因素或非资本因素形成的直接或间接的控股/控制权或对南航传媒存在重大影响期间持续有效，至上述情形消失或南航传媒终止上市之日止。”

公司股东南方航空于2012年11月23日向本公司出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺如下：

“1、截止本承诺函出具之日，本公司及本公司投资的全资或控股企业及本公司可控制的其他企业经营的业务均不会与南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构经营的主营业务构成同业竞争。

2、在南航传媒本次公开发行股票并上市后，本公司将不会通过自己或可控制的其他企业，在中国境内或境外直接或间接投资、参与、从事及/或经营任何与南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构主营业务相竞争或可能构成竞争的业务。但本公司及其下属公司和分支机构为自有航空业务进行的广告宣传除外。

3、如果本公司将来出现所投资的全资、控股、可控制的企业从事的业务与南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构的主营业务构成竞争的情况，本公司同意履行相关的法律程序后将该等业务通过有效方式纳入南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构经营以消除同业竞争的情形；南航传媒有权随时要求本公司出让在该等企业中的全部股份，本公司给予南航传媒及/或南航传媒的下属公司或分支机构对该等股份的优先购买权，并将尽最大努力促使有关交易的价格是公平合理的。

4、本承诺函自签署之日起于本公司对南航传媒存在重大影响或对南航传媒拥有由资本因素或非资本因素形成的直接或间接的控股/控制权期间持续有效，至上述情形消失或南航传媒终止上市之日止。”

三、关联方与关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《上海证券交易所股票上市规则》、《企业会计准则》和《上市公司信息披露管理办法》的相关规定，公司的关联方及关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人及持有5%以上股份的其他股东

序号	关联方名称	与本公司的关联关系
1	南航集团	控股股东，持有公司 60%的股份
2	南方航空	持有公司 40%的股份

南航集团及南方航空的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

2、子公司或参股公司

序号	关联方名称	与本公司的关联关系	备注
1	沈阳广天合	全资子公司	-
2	广州广天合	全资子公司	-
3	北京广天合	全资子公司	-

4	新疆广天合	全资子公司	-
5	南方明珠	控股子公司	持股 55%
6	厦航传媒	控股子公司	持股 51%
7	北京发现之旅	参股公司	持股 49%
8	广东高擎广告	参股公司	持股 35%

公司子公司或参股公司的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司的情况”。

3、控股股东控制或共同控制的其他企业

公司控股股东南航集团控制的其他企业的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。其中，报告期内发生关联交易的企业有：

关联方名称	与本公司关系
南航贸易	控股股东控制的企业
南航财务	控股股东控制的企业
南航建发	控股股东曾经控制的企业，现为控股股东参股企业
厦门航空	控股股东控制的企业
贵州航空	控股股东控制的企业
重庆航空	控股股东控制的企业
汕头航空有限公司	控股股东控制的企业
珠海航空	控股股东控制的企业
北京南航地面服务有限公司	控股股东控制的企业
广州南联航空食品有限公司	控股股东控制的企业
新疆南方航空进出口贸易有限责任公司	控股股东控制的企业
天源证券有限公司	控股股东曾经控制的企业、已转让全部股权，现已更名为九州证券
中国南航集团物业管理有限公司	控股股东控制的企业
广州南航明珠商务酒店	控股股东控制的企业
南航嘉源（广州）航空用品有限公司	控股股东控制的企业
中国南航集团地勤有限公司	控股股东控制的企业
广州白云国际物流有限公司	控股股东控制的企业
广州航空大酒店	控股股东控制的企业

中国南航集团航空食品有限公司	控股股东控制的企业
广东南航天合信息科技有限公司	控股股东控制的企业
珠海保税区摩天宇航空发动机维修有限公司	控股股东合营企业
长春南航房地产开发有限公司	控股股东控制的企业
三亚南航房地产开发有限公司	控股股东控制的企业
沈阳绿地南航房地产开发有限公司	控股股东曾经控制的企业，现为控股股东参股企业
广州南航建设有限公司	控股股东控制的企业
新疆民航实业管理有限责任公司	控股股东控制的企业
广东南航电子商务有限公司	控股股东控制的企业
广州南航中免免税品有限公司	控股股东合营企业

4、关联自然人及与其关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员的具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”。

与其关系密切的家庭成员，是指在处理与本公司的交易时可能影响上述人员或受上述人员影响的家庭成员。包括配偶、年满18周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

5、其他关联方

公司的控股子公司南方明珠系由公司和丰彩印刷共同投资设立，丰彩印刷是新加坡联交所主板上市公司丰彩传媒集团有限公司（SGX: FUNG CHOI）的控股子公司，现持有南方明珠45%的股权。丰彩印刷原持有广州丰彩100%的股权，于2009年10月将其持有的广州丰彩全部股权转让予在英属维尔京群岛注册的EVERPOINT HOLDINGS LIMITED。目前，丰彩传媒集团有限公司的实际控制人香明禧、黎婉玲夫妇仍担任广州丰彩董事，广州丰彩为公司提供印刷劳务。因此，将丰彩印刷和广州丰彩认定为公司的关联方。

厦航开发报告期内曾持有厦航传媒20%的股权，于2012年6月将其所持厦航传媒股权全部转让予厦门航空。截至2013年6月，厦航开发为公司的关联方；2011年1月-2013年6月，厦航开发的全资子公司厦门航空投资有限公司将房产出租给厦航传媒作为办公场所，为与公司有业务往来的关联方。自2013年7月起，

厦航开发和厦门航空投资有限公司不再是公司的关联方。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

报告期内，公司与关联方发生销售关联交易情况如下：

项目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占营业收入的比例（%）	金额（万元）	占营业收入的比例（%）	金额（万元）	占营业收入的比例（%）	金额（万元）	占营业收入的比例（%）
媒体经营	2,231.37	13.44	5,470.29	13.10	5,963.59	13.96	1,692.12	4.00
公关与设计	352.90	2.13	1,807.73	4.33	1,603.53	3.75	2,654.40	6.27
客户代理	2.52	0.02	60.04	0.14	296.47	0.69	567.63	1.34
销售商品	217.72	1.31	511.83	1.23	400.98	0.94	1,189.81	2.81
合　计	**2,804.52**	**16.89**	**7,849.90**	**18.80**	**8,264.57**	**19.35**	**6,103.96**	**14.43**

报告期内，公司与关联方发生采购关联交易情况如下：

项目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占营业成本的比例（%）	金额（万元）	占营业成本的比例（%）	金额（万元）	占营业成本的比例（%）	金额（万元）	占营业成本的比例（%）
采购商品或接受劳务	103.24	1.34	563.14	2.91	350.32	1.98	208.97	1.30
采购媒体资源	1,940.08	25.20	5,112.10	26.46	4,934.77	27.90	4,110.68	25.62
合　计	**2,043.31**	**26.54**	**5,675.24**	**29.37**	**5,285.09**	**29.88**	**4,319.64**	**26.93**

（1）媒体经营

报告期内，公司为关联方提供媒体经营服务的情况如下：

关联方	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）
南方航空	2,231.37	14.13	5,461.30	14.09	5,674.92	14.29	1,692.12	4.55
厦门航空	-	-	-	-	275.85	0.69	-	-
广州白云国际物流有限	-	-	8.99	0.02	12.82	0.03	-	-

公司								
合 计	**2,231.37**	**14.13**	**5,470.29**	**14.11**	**5,963.59**	**15.01**	**1,692.12**	**4.55**

公司为关联方提供的媒体经营服务主要包括机上媒体节目制作和在公司经营媒体上进行宣传推广。

机上媒体节目制作服务是指为南方航空提供机上媒体采购、编辑和制作新闻与娱乐节目。公司将采购或拍摄的影片、节目按照预定的时长剪辑成短片，交由南方航空在客机上播映，每月收取节目的购置成本、相关税费和运输费用，同时按照编辑制作的节目收取剪辑费用，每期剪辑费参考市场同类业务报价制定，价格公允。

宣传推广业务是公司在CCTV-发现之旅频道为客户提供品牌或产品宣传服务，2013年、2014年和2015年度，公司与南方航空的合同金额分别为3,000万元、2,500万元和2,000万元。

报告期内公司为厦门航空和广州白云国际物流有限公司提供航机媒体广告服务，定价依据与向非关联方销售一致，价格公允。

（2）公关与设计

报告期内，公司向关联方提供公关与设计服务业务的具体情况如下：

关联方	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）
南航集团	23.91	5.22	81.43	3.72	167.40	7.99	214.10	6.61
三亚南航房地产开发有限公司	28.65	6.25	3.77	0.17	-	-	-	-
重庆航空	-	-	1.70	0.08	0.66	0.03	-	-
南航财务	-	-	0.03	0.00	-	-	-	-
南航建发	-	-	-	-	0.04	0.00	-	-
广州航空大酒店	-	-	-	-	-	-	8.65	0.27
中国南航集团物业管理有限公司	-	-	-	-	-	-	0.65	0.02
南方航空	28.90	6.31	1,105.24	50.49	840.81	40.13	1,787.14	55.18

厦门航空	271.24	59.20	613.21	28.01	594.34	28.37	643.86	19.88
广州白云国际物流有限公司	0.21	0.05	0.28	0.01	0.28	0.01	-	-
广东南航天合信息科技有限公司	-	-	2.07	0.09	-	-	-	-
合 计	**352.90**	**77.02**	**1,807.73**	**82.58**	**1,603.53**	**76.53**	**2,654.40**	**81.96**

公司为关联方提供的公关与设计服务主要是形象宣传片制作、业务产品推广、公关活动策划及执行以及常规设计与制作等，分为两种类型。一种是单项的公关与设计业务，公司遵循市场定价原则，同类业务对关联方和独立第三方的定价方式一致。另一种是厦航传媒为厦门航空提供的包含与品牌宣传相关的综合传媒服务，应视为一个独立的项目。2012年6月，公司为解决同业竞争问题收购了厦航传媒51%的股权，成为厦航传媒的控股股东。厦航传媒在此之前为厦门航空的控股子公司，经营厦门航空所属的航机媒体资源。为了规范股权收购后厦航传媒的经营，2012年，厦航传媒与厦门航空签订《传媒服务协议》，约定厦航传媒自2012年4月1日起至2013年3月31日独家代理厦门航空相关传媒服务，具体包括企业品牌形象推广、企业文化推广、业务宣传、客舱娱乐保障、宣传品制作等。双方协商确定上述传媒服务合同金额为650万元。2013年，厦航传媒与厦门航空续签《传媒服务协议》，约定厦航传媒自2013年1月1日起至2013年12月31日独家代理厦门航空相关传媒服务，合同金额为550万元；同年，厦航传媒为厦门航空提供B787机型机上娱乐及客舱内装饰设计等专项服务，合同金额为80万。2014年，厦航传媒与厦门航空续签《传媒服务协议》，合同金额为650万元。2015年，厦航传媒与厦门航空续签《传媒服务协议》，合同金额为500万元。2012年11月以前，公司公关与设计业务按照收入的5%收取营业税。2012年11月1日起，公司、广州广天合、沈阳广天合、南方明珠、深圳分公司、厦航传媒按照当地营业税改征增值税试点工作的要求转变为增值税纳税人，增值税税率为6%，因此2012年4-12月，厦航传媒应确认营业收入481.36万元。2011年-2012年3月与厦门航空的关联交易金额是参照2012年3月后签订的品牌服务费收取方式和金额，对合并前报表进行调整后的数据，调整的具体情况参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十三、对报告期内厦航传媒原始财务报表

调整事项说明”。此类关联交易的定价依据如下：在公司收购厦航传媒51%股权之前，厦航传媒是厦门航空的控股子公司，主要负责经营厦门航空所属的杂志和其他航机媒体资源，并为厦门航空提供各项媒体服务。厦航传媒和厦门航空之间未对使用媒体资源和提供/接受传媒服务相互支付/收取费用。为解决同业竞争问题，南航传媒收购了厦航传媒51%的股权，成为其控股股东。随着控制权的变更，厦航传媒的身份由厦门航空所属航机媒体的经营方变为广告代理公司。因此，厦航传媒和厦门航空对双方之间的交易情况进行规范，由厦航传媒按照广告收入的一定比例每年支付给厦门航空广告资源使用权费；同时，由于厦门航空仍然需要厦航传媒为其提供传媒服务，参照市场上广告公司的净利润率水平，经过测算，确定厦航传媒2012年度按650万元的标准向厦门航空收取传媒服务年费。2013年度、2014年度、2015年度续签的合同金额是双方根据实际提供的服务项目，在以前年度收费标准的基础上确定。

（3）客户代理

报告期内，公司向关联方提供客户代理业务，向媒介方收取佣金的情况如下：

关联方	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）
南方航空	2.52	100.00	60.04	100.00	296.47	98.16	567.63	99.30

报告期内，公司向关联方提供的客户代理业务是指按照南方航空在第三方媒体的广告投放需求提供广告投放代理服务。南航传媒在接受广告代理委托后，根据其要求对媒体的供应商进行资质审查、比价、广告排期并推荐给委托方，最终方案由委托方选择确定。公司按照经南方航空确认的广告投放额收取后全额支付给媒介方，媒介方按照广告投放额的一定比例向南航传媒支付佣金，具体比例由媒介方的销售政策决定。公司为关联方提供客户代理业务收取的佣金是按照市场化原则确定，由媒介方支付，价格公允。

（4）销售商品

报告期内，公司向关联方销售文化创意产品具体情况如下：

关联方	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）
南方航空	204.81	75.34	452.78	74.35	301.36	53.31	1,088.39	84.31
南航集团	2.23	0.82	12.68	2.08	39.75	7.03	59.55	4.61
北京南航地面服务有限公司	6.12	2.25	12.72	2.09	10.99	1.94	6.86	0.53
珠海航空	2.66	0.98	14.46	2.37	5.70	1.01	10.24	0.79
南航财务	0.10	0.04	3.74	0.61	0.88	0.16	5.26	0.41
广州白云国际物流有限公司	-	-	3.20	0.53	0.58	0.10	-	-
广东南航电子商务有限公司	-	-	3.19	0.52	-	-	-	-
重庆航空	-	-	1.82	0.30	6.18	1.09	0.24	0.02
三亚南航房地产开发有限公司	-	-	1.61	0.27	1.43	0.25	-	-
汕头航空有限公司	1.29	0.48	1.02	0.17	0.35	0.06	1.36	0.11
广东南航天合信息科技有限公司	-	-	0.99	0.16	1.67	0.30	-	-
南航建发	-	-	0.93	0.15	8.15	1.44	2.43	0.19
新疆南方航空进出口贸易有限责任公司	-	-	0.82	0.14	1.40	0.25	1.16	0.09
广州南航中免免税品有限公司	-	-	0.58	0.10	-	-	-	-
中国南航集团物业管理有限公司	-	-	0.32	0.05	0.45	0.08	1.20	0.09
广州南航明珠商务酒店	-	-	0.31	0.05	0.06	0.01	0.30	0.02
中国南航集团地勤有限公司	0.23	0.08	0.30	0.05	0.46	0.08	0.18	0.01
长春南航房地	-	-	0.18	0.03	2.30	0.41	-	-

产开发有限公司								
广州南联航空食品有限公司	0.23	0.08	0.12	0.02	1.80	0.32	-	-
贵州航空	0.04	0.02	0.03	0.00	7.95	1.41	0.56	0.04
广州南航建设有限公司	-	-	-	-	3.21	0.57	-	-
南航贸易	-	-	-	-	2.54	0.45	6.81	0.53
中国南航集团航空食品有限公司	-	-	-	-	1.80	0.32	0.43	0.03
天源证券有限公司	-	-	-	-	0.97	0.17	0.46	0.04
沈阳绿地南航房地产开发有限公司	-	-	-	-	0.59	0.10	-	-
新疆民航实业管理有限责任公司	-	-	-	-	0.43	0.08	-	-
南航嘉源（广州）航空用品有限公司	-	-	-	-	-	-	4.21	0.33
珠海保税区摩天宇航空发动机维修有限公司	-	-	-	-	-	-	0.16	0.01
合 计	**217.72**	**80.09**	**511.83**	**84.04**	**400.98**	**70.94**	**1,189.81**	**92.16**

公司的销售模式分为零售和批量销售。零售模式下，对于文化创意产品等常规类商品，公司按照市场化原则制定了公开报价，销售给关联方及独立第三方的价格不存在差异；对于涉及较多设计、创作成分，没有市场统一报价的定制类产品，公司参照市场化定价原则采取成本加成方式制定销售价格。批量销售模式下，销售价格采用招投标方式确定，销售价格公允。

（5）采购商品或接受劳务

报告期内，公司采购商品或接受关联方劳务的具体情况如下：

关联方	采购内容	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
		金额	占同类	金额	占同类	金额	占同类	金额	占同类

		（万元）	交易的比例（%）	（万元）	交易的比例（%）	（万元）	交易的比例（%）	（万元）	交易的比例（%）
广州丰彩	印刷	-	-	255.71	8.83	229.52	7.42	205.97	8.09
南航贸易	报关代理	9.79	0.52	27.24	0.75	9.30	0.33	3.00	0.23
	招标代理	-	-	14.77	**0.28**	-	-	-	-
北京发现之旅	制作服务	10.17	0.54	98.68	2.73	111.51	3.91	-	-
厦门航空	配送服务	82.33	34.40	161.93	19.83	-	-	-	-
广东南航天合信息科技有限公司	APP 宣传服务	0.94	0.06						
南方航空	积分服务	-	-	4.80	0.13	-	-	-	-

广州丰彩为公司提供印刷服务，通过参与公司组织的招投标方式与公司建立业务合作关系，印刷劳务的价格亦通过招投标方式确定；南航贸易为公司提供国外影视作品版权代理进口服务和招标代理服务，按照代理金额的一定比例收取费用，收费比例以市场价格作为定价依据；北京发现之旅为北京广天合提供节目拍摄制作服务，按照市场价格作为定价依据；厦门航空为厦航传媒提供配送服务，按照市场用工成本和服务量进行结算；南方明珠向南方航空采购积分服务，按照市场价格作为定价依据；广东南航天合信息科技有限公司为公司提供APP宣传服务，按照市场价格作为定价依据。上述关联交易均采取市场化的定价方式，价格公允。

（6）采购媒体资源

报告期内，公司采购媒体资源的具体情况如下：

关联方	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占同类业务的比例（%）	金额（万元）	占同类业务的比例（%）	金额（万元）	占同类业务的比例（%）	金额（万元）	占同类业务的比例（%）
贵州航空	37.74	1.93	59.06	0.89	40.00	0.68	37.74	0.82
重庆航空	20.27	1.04	6.45	0.10	10.51	0.18	43.07	0.94
厦门航空	938.68	47.97	3,112.63	47.11	3,112.63	53.27	3,257.79	71.22
北京发现之旅	943.40	48.21	1,886.79	28.55	1,762.19	30.16	772.08	16.88
珠海航空	-	-	47.17	0.71	9.43	0.16	-	-

合　计	**1,940.08**	**99.15**	**5,112.10**	**77.37**	**4,934.77**	**84.46**	**4,110.68**	**89.86**

A、采购贵州航空媒体资源

2009年5月，贵州航空将其相关媒体及广告资源使用权授权南航传媒使用，南航传媒每年支付贵州航空媒体资源维护费用40万元，合同有效期五年。2014年1月，贵州航空将其相关媒体及广告资源使用权委托公司经营，合同有效期五年。公司每年按照飞机数量支付媒体资源使用费，2014年度为65万元。由于航机媒体资源的价值并没有市场统一的定价标准和参考价格，公司按照可开发媒体的预计开发比例和市场价格计算媒体价值，与贵州航空谈判确定按5万元/架/年的标准结算媒体资源使用费，每年结算飞机架数根据实际运营飞机数量由双方共同确认。报告期内飞机数量及年度结算金额如下：

期间	飞机架数	结算额
2012 年度	8	40 万元/年度
2013 年度	8	40 万元/年度
2014 年度	13	65 万元/年度
2015 年 1-6 月	16	80 万元/年度

2012 年度媒体资源使用费于当年年底一次性支付；自 2013 年开始，该资源使用费为每季度或每半年支付一次。公司按媒体资源使用费所属期间，按期计入营业成本。报告期内，此项媒体资源采购对业绩的影响金额分别为 37.74 万元、40.00 万元、59.06 万元和 37.74 万元，随着机队数量的增长而增加。

B、采购重庆航空媒体资源

2010年1月，重庆航空将旗下所有飞机客舱（头等舱除外）广告媒体资源的经营权转让给南航传媒。公司与重庆航空对广告收入按照6:4的分成比例进行分配，合同有效期三年。2014年2月，重庆航空与南航传媒签订《关于共同开发客舱媒体资源的协议》，重庆航空将旗下所有飞机客舱（头等舱除外）广告媒体资源的经营权自2013年1月1日至2015年12月31日期间转让给南航传媒。由于航机媒体资源的价值并没有市场统一的定价标准和参考价格，公司与重庆航空谈判确定对广告收入按照6:4的分成比例进行分配。报告期内，媒体资源使用费以当

年度相关广告媒体经营收入的40%结算，每半年结算确认一次。公司按资源使用费所属使用期间，按期计入营业成本。报告期内，此项媒体资源采购对业绩的影响金额分别为43.07万元、10.51万元、6.45万元和20.27万元，随着相关广告媒体经营收入的变动而变动。

C、采购珠海航空媒体资源

2013年10月，珠海航空将其所属的飞机机上小桌板媒体资源使用权自2013年11月1日至2014年10月31日期间委托给公司经营，合同金额为60万元。由于航机媒体资源的价值并没有市场统一的定价标准和参考价格，公司按照可开发媒体的预计开发比例和市场价格计算媒体价值，按协商的分成比例与媒介方分配利润，计算得出上述媒体资源价格。公司于2013年12月之前支付完毕全部款项。公司按资源使用费所属使用期间，按期分摊计入营业成本。2013和2014年度，此项媒体资源采购对业绩的影响金额分别为9.43万元、47.17万元，媒体资源采购金额变动的原因是合同期内归属于各年度的实际月份数不同。

D、采购厦门航空媒体资源

2012年6月，厦门航空将拥有的广告媒体经营权自2012年4月1日至2027年3月31日期间委托给厦航传媒独家经营。2012年4月1日至2015年3月31日，厦航传媒向厦门航空支付广告媒体经营收入的55%作为委托代理广告费。其中，2012年4月1日以来数据为真实发生的数据；2012年4月1日之前的数据系按照厦航传媒每年营业收入和双方约定的独家广告代理资源费的比例计算，调整的具体情况参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十三、对报告期内厦航传媒原始财务报表调整事项说明”。2012年4月1日-2013年3月31日，媒体资源使用费以当年相关广告媒体经营收入的55%为基础确定，2013年增幅不低于15%。2014年度，由于平面媒体受到新媒体广告冲击较大，双方签订补充协议确定2014年的资源使用费不超过2013年资源使用费。2015年宏观经济下行压力较大，传统广告行业经营出现下滑，双方签订补充协议确定自2015年1月1日开始采取收益共享风险共担的收费方式，以广告收入为基数按比例收取代理费。代理费比例分为基准比例和变动比例，厦门航空资源费=当期销售收入*（50%+飞

机投入增幅*20%+媒体资源增幅*80%），媒体资源增幅按照每年媒体资源投入、行业广告投放和航机媒体广告投放等市场情况进行确认。厦航传媒每季度预交一次资源使用费，每年末根据全年数据统算，差额部分多退少补。公司按合同约定的结算方式，按照当期实际收入和合同约定资源费收取比例进行结算，按期预提计入营业成本，如出现差异，年终进行调整。2012年、2013年、2014年、2015年1-6月，厦航传媒与厦门航空媒体资源使用费交易额（不含税金额）分别为：3,257.79万元、3,112.63万元、3,112.63万元、938.68万元。

报告期内，厦航传媒营业收入、净利润及净利润占比情况如下：

单位：万元

项目名称	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
媒体广告收入	1,813.41	4,796.56	5,181.48	5,978.46
净利润	170.80	28.15	202.16	197.33
发行人合并净利润	5,424.42	12,726.94	15,099.77	18,889.50
厦航传媒净利润占比（%）	3.15	0.22	1.34	1.04

厦航传媒经营业绩对合并财务报表的业绩影响较小。厦门航空每年媒体资源采购金额变动的原因系报告期内协议内容发生变化。

E、采购北京发现之旅媒体资源

2012年8月，北京发现之旅同意北京广天合每年以承担电视节目制作费的方式取得CCTV-发现之旅频道的商业运营权，自2013年起，北京广天合每年支付北京发现之旅2,000万元。公司与北京发现之旅关联交易的具体模式参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、（二）CCTV-发现之旅频道经营业务”，交易的定价实际是公司与央视新影集团科影厂之间谈判的结果，是为了取得CCTV-发现之旅频道商业运营权支付的对价，遵循了市场化的定价原则。

由于媒体资源的价值受到媒体资源范围、开发程度、开发者能力等多个因素的影响，市场上的谈判双方需要综合考虑各因素的影响后确定媒体资源使用费或者分成比例，并没有统一的定价标准。南航传媒对关联方航机媒体资源的定价参考行业内保底分成或比例分成的通行做法，采用了市场化的定价原则。公司采购媒体资源的定价公允合理。

（7）房产租赁

报告期内，公司向关联方租赁房产的具体情况如下：

关联方	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）	金额（万元）	占同类交易的比例（%）
南航集团	6.31	12.33	11.48	9.72	10.44	10.32	19.47	28.21
南方航空	9.98	19.48	19.95	16.88	18.34	18.13	14.03	20.32
厦门航空投资有限公司	-	-	-	-	45.79[1]	45.28	21.34	30.92
合　计	**16.29**	**31.81**	**31.43**	**26.60**	**74.57**	**73.74**	**54.83**	**79.46**

注：金额为年度的租金情况，但自2013年7月起，厦航开发及厦门航空投资有限公司不再是公司的关联方。

①2009年7月，公司租用南航集团位于长春、大连、新疆的三处办公场所，租赁期限为2009年1月1日至2009年12月31日。2010年1月，公司向南航集团续租上述房产，租赁期限为2010年1月1日至2012年12月31日，租金自2010年起每年上涨10%。2013年1月，公司向南航集团续租上述房产，租赁期限为2013年1月1日至2015年12月31日。具体情况如下：

名称	地址	面积（平方米）	建成日期	年租金（元）			
				2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
乘务楼	长春二道机场	30	1971 年	2,430.30	4,418.70	4,017.00	4,257.87
机务综合楼	大连甘井子区北航东区	100	1998 年	10,749.66	19,544.81	17,768.00	38,795.99
培训中心学生宿舍	乌鲁木齐迎宾路 46 号	876	1993 年	49,967.56	90,850.10	82,591.00	151,600.90
合　计		**1,006**	**-**	**63,147.52**	**114,813.61**	**104,376.00**	**194,654.76**

由于上述南航集团物业均为较特殊的专用型机场物业或与客、货运用途有关物业，没有可供参考的市场价。2009年，南航传媒与南航集团协商的租金总价为14.62万元，租赁期为一年。2010年，南航传媒与南航集团续签了2010-2012年度的租赁合同，确定各年度租金在2009年的基础上每年上涨10%。2010年12月，南航集团委托北京银通安泰房地产评估有限公司对包括上述房产在内的物业进行过租金价格评估，出具了《房地产咨询报告》。2013年，南航集团于将上述物业租赁给公司时参考了上述咨询报告，租赁价格按照市场化的定价原则制

定，租赁期为三年。

②2010年4月，公司租用南方航空位于深圳市南山区南山大道2006号南方航空大厦旧楼二层北面半层，面积为300平方米的办公场所，月租金为20元/平方米，租赁期限为2010年4月1日至2013年3月31日。2011年9月，公司租用南方航空位于深圳市南山区南山大道2006号南方航空大厦旧楼一楼北面半层，面积为175平方米的办公场所，月租金为30元/平方米，租赁期限为2011年12月1日至2013年3月31日。2013年3月，公司向南方航空续租上述两处房产，月租金为35元/平方米，租赁期限为2013年4月1日至2016年3月31日。租赁价格按照市场化的定价原则制定。

③2012年8月，厦航传媒向厦门航空投资有限公司租用厦门高企南五路222号航空商务广场3号楼第三层西侧，面积为767.05平方米的办公场所，租赁期限为2012年4月1日至2016年12月27日。租金标准如下：2012年4月1日至2013年3月15日，租金标准为45元/平方米，2013年3月16日至2014年3月15日，租金标准为51元/平方米 ，自2014年3月16日起，租金标准较上年递增8%。同时提供地下停车位3个，月租金为350元/个。租赁价格按照市场化的定价原则制定。

（8）商标使用许可

①2009年12月，南航集团同意公司自2009年12月30日至2014年12月29日期间以非排他许可方式允许公司使用“ ”，“南方航空”，“南航”和“CHINA SOUTHERN”等商标。

②2014年3月，南航集团同意公司以非排他许可方式允许公司使用“ ”，“南方航空”，“南航”和“ 中国南方航空 CHINA SOUTHERN ”等商标。合同有限期自合同签订之日起十年。

③2012年8月，北京发现之旅同意将央视新影集团科影厂许可其使用的“发现之旅”商标使用权再许可北京广天合使用，期限20年。未经央视新影集团科影厂同意，北京发现之旅不得再将上述商标许可他人使用。

（9）关联方存款

报告期内，公司大部分资金存放于南航财务，存款利率按照中国人民银行公布的基准利率和上浮政策执行。2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司分别取得存款利息收入628.45万元、816.80万元、1,233.68万元和683.38万元。

截至报告期末，公司及分、子公司在南航财务共开设23个账户，其中基本户二级账户7个、一般户二级账户2个，其相应的一级账户均开设在国有商业银行；定期存款账户7个、通知存款账户7个。

公司建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分、子公司的财务管理制度。公司及分、子公司与南航财务签署了《二级账户管理协议书》，南航财务将对公司及子公司在其他银行开设的结算账户作为二级账户进行管理，按照自愿平等的原则与南航财务进行存款、结算等金融业务，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形，亦不存在资金被控股股东及其他关联方占用或违规为控股股东及其他关联方提供担保的情形。

为了进一步规范关联方存款行为，2012年10月30日，公司与南航财务签订了《金融服务框架协议》，其中主要条款如下：①南航传媒将部分暂时闲置的流动资金以及部分营业回笼款项本着存取自由的原则，存入其在南航财务开立的账户；②南航财务应按不低于中国人民银行规定的同期存款利率标准向南航传媒支付存款利息；③南航财务应按照南航传媒的需要以及国家的有关规定，向南航传媒提供其正常经营活动中的转账结算服务；④南航传媒自南航财务获得的贷款应按不高于中国人民银行规定的同期贷款利率标准向南航财务支付利息；⑤为更好地控制资金风险，南航财务承诺其闲置资金只能存放于国有商业银行及上市股份制商业银行；⑥交易双方定价遵循公平合理的原则，以市场公允价格为基础，且不高于独立第三方的价格或收费标准。针对将资金存放于南航财务的风险控制，协议约定，公司有权查阅南航财务是否具有有效的《金融许可证》、《企业法人营业执照》；有权取得并审阅南航财务经审计的年度报告和财务报告；有权要求南航财务每季度结束后15个工作日内向公司提供各项监管指标以及在某些情况下可以将部分或者全部存款转出等。报告期内，上述约定

得到有效执行。

（10）关键管理人员薪酬

单位：万元

期间	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
关键管理人员报酬	238.82	431.28	440.21	364.72

2、偶发性关联交易

报告期内，公司发生的偶发性关联交易为收购股权。

2012年6月，南航传媒受让厦门航空持有的厦航传媒51%的股权，受让价格参照南航传媒截至2012年3月31日经北京中企华资产评估有限责任公司评估确认（中企华评报字（2012）第1122-1号）的净资产值8,455.57万元，按照51%的股权比例确定为4,312万元。具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（二）发行人资产重组情况”。

以上偶发性关联交易的定价以资产评估报告为依据，交易价格公允。

（三）关联方应收应付款项余额

1、关联方应收、预付款项

单位：万元

项目	关联方	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
应收账款	南方航空	2,961.97	2,432.35	2,960.62	3,224.86

	南航集团	4.04	67.50	128.73	18.06
	珠海航空	1.63	1.56	-	0.47
	北京南航地面服务有限公司	1.61	-	-	7.79
	重庆航空	0.77	0.77	0.11	-
	汕头航空有限公司	0.32	0.50	-	1.14
	广州白云国际物流有限公司	0.29	0.86	0.20	2.87
	天源证券有限公司	-	0.14	0.14	-
	中国南航集团地勤有限公司	-	0.13	-	-
	广州南航明珠商务酒店	0.08	0.08	0.08	-
	南航建发	-	0.03	-	-
	贵州航空	0.08	0.03	-	-
	厦门航空	-	-	372.40	162.50
	沈阳绿地南航房地产开发有限公司	-	-	0.68	-
	广州南联航空食品有限公司	-	-	0.28	-
	南航嘉源（广州）航空用品有限公司	-		-	4.93
	中国南航集团航空食品有限公司	-	-	-	0.44
	中国南航集团物业管理有限公司	-		-	0.20
	合 计	**2,970.79**	**2,503.95**	**3,463.23**	**3,423.27**
预付款项	南方航空	-	1.82	-	-

	珠海航空	-	-	47.17	-
	南航集团	-	-	11.78	11.78
	北京发现之旅	-	-	-	27.92
	厦门航空投资有限公司	-	-	-	8.63
	中国南航集团物业管理有限公司	-	-	-	0.55
	合 计	**-**	**1.82**	**58.95**	**48.87**
其他应收款	南方航空	10.00	2.20	8.20	3.20
	中国南航集团物业管理有限公司	-	-	-	1.03
	南航贸易	3.00	-	-	-
	合 计	**13.00**	**2.20**	**8.20**	**4.23**

2、关联方应付、预收款项

单位：万元

项 目	关联方	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
应付账款	广州丰彩	-	44.49	-	20.04
	重庆航空	37.23	16.96	10.51	45.65
	厦门航空	15.02	13.41	-	1,078.26
	南航贸易	11.62	8.90	-	-
	北京发现之旅	-	-	273.54	-
	贵州航空	37.74	-	40.00	-
	南方航空	-	-	0.16	-
	南航集团	6.31	-	-	-
	合 计	**107.92**	**83.77**	**324.21**	**1,143.95**
预收款项	北京南航地面服务有限公司	-	5.55	-	-

	南航建发	1.62	1.60	1.60	1.38
	南方航空	-	-	40.81	-
	南航财务	0.09	-	-	-
	广东南航天合信息科技有限公司	0.37	-	-	-
	重庆航空	-	-	-	0.03
	长春南航房地产开发有限公司	-	-	0.18	-
	广州南航明珠商务酒店	-	-	-	0.36
	广州南航中免免税品有限公司	0.02	-	-	-
	中国南航集团地勤有限公司	0.15	-	-	-
	合 计	**2.25**	**7.15**	**42.60**	**1.77**
其他应付款	南航贸易	-	-	196.54	-
	合 计	-	-	**196.54**	-

报告期内，公司与关联方的应收账款、预收账款、应付账款、预付款项为经常性的关联销售和采购而产生的尚未结算的余额。公司与关联方的其他应收款主要为保证金，其他应付款主要为水电费、保证金、进口物品增值税和关税等。

（三）关联交易对本公司财务状况和经营成果的影响

1、经常性关联交易的影响

报告期内，公司向关联方销售商品及提供劳务的收入占当期营业收入的比例分别为14.43%、19.35%、18.80%和16.89%，向关联方采购资源或劳务及商品的金额占当期营业成本的比例分别为26.93%、29.88%、29.37%和26.54%。报告期内，公司经常性关联交易的定价均以交易发生时的市场行情为基础，或者按照市场化的定价原则制定，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

2、偶发性关联交易的影响

报告期内，公司偶发性关联交易为股权收购，该等交易均依照《公司章程》以及有关协议约定进行，以经评估的资产价值作为定价依据，不存在损害公司

及其他非关联股东利益的情况，对本公司财务状况和经营成果无重大影响。

（四）对关联交易决策权力和程序的制度安排

为保护中小股东利益，规范关联交易，保证公司关联交易的必要性、公允性、透明性及合法性，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易决策制度》中均对关联交易的决策权限、回避和表决程序等做了详尽的规定。

1、发行人现行有效的《公司章程》的规定

第八十六条　股东大会审议有关关联交易事项时，除非有特殊情况，否则关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

前款所称特殊情况是指参与会议的股东均为关联股东等情形。

在对有关关联交易事项进行表决前，会议主持人应向出席会议的股东说明本章程规定的关联股东回避制度并宣布需回避表决的关联股东的名称。需回避表决的关联股东不应参与投票表决，如该关联股东参与投票表决的，该表决票作为无效票处理。

公司独立董事应对重大关联交易的程序及公允性明确发表独立意见。

2、发行人现行有效的《股东大会议事规则》的规定

第三条　股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

（十三）审议批准拟与关联人发生的总额在3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易。

第三十五条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以出席大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。如有特殊情况关联股东无法回避时，可以按照正常程序进行表决。

特殊情况是指以下情形：

（一）出席股东大会的股东只有该关联股东；

（二）关联股东无法回避的其他情形。

第三十六条 股东大会在审议关联交易事项时，主持人应宣布有关关联交易股东的名单，并对关联交易事项作说明，并说明关联股东是否参与表决。如关联股东回避而不表决，主持人应宣布出席大会的非关联方股东持有或代表表决权股份的总数和占公司总股份的比例，之后进行审议并表决。

关联股东明确表示回避的提案，关联股东在股东大会审议有关关联交易事项时，应当主动向股东大会说明情况，并明确表示不参与投票表决。股东没有主动说明关联关系并回避的，其他股东可以要求其说明情况并回避。需回避表决的关联股东不应参与投票表决，如该关联股东参与投票表决的，该表决票作为无效票处理。

股东大会结束后，其他股东发现有关联股东隐瞒情况而参与有关关联交易事项投票的，或者股东对是否应适用回避有异议的，有权就相关决议根据公司章程规定向有关部门请求人民法院撤销。

关联股东回避后，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同等法律效力。

3、发行人现行有效的《董事会议事规则》的规定

第四十八条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。

4、发行人现行有效的《总经理工作细则》的规定

第二十三条 公司拟与关联自然人发生的交易金额低于三十万元的关联交易，或公司拟与关联法人达成的关联交易总额低于三百万元且低于公司最近一期经审计净资产绝对值百分之五的关联交易，由总经理批准。

5、《关联交易决策制度》

为严格控制并有效降低关联交易的范围和金额，保证关联交易价格的公允性，公司于2012年第四次临时股东大会通过了《关联交易决策制度》，对关联交易的决策程序进行了进一步限定和规范。

（五）关于报告期内关联交易是否履行《公司章程》规定程序的说明

报告期内，公司发生的关联交易均遵循了公正、公平、公开的原则，均已履行发生当时的公司章程和其他关联交易相关内控制度规定的程序。

（六）报告期关联交易制度的执行情况及独立董事对关联交易公允性发表的意见

公司独立董事对报告期内本公司发生的关联交易发表如下独立意见：

“经认真审查，公司2012年度所发生的关联交易事项决策程序符合有关法律、法规及《公司章程》的规定。交易事项定价公允，没有违反公开、公平、公正的原则，且不影响公司运营的独立性，不存在损害公司和股东利益的行为，符合公司整体利益。”

“经审阅，我们认为公司（2013年度）发生的关联交易均建立在协议双方友好、平等、互利的基础上，定价方法遵循了国家的有关规定，符合关联交易规则，履行了合法程序，体现了诚信、公平、公正的原则，关联交易价格是公允的，不存在损害公司和股东利益的行为。”

“经审阅，我们认为公司(2014年度)发生的关联交易均建立在协议双方友好、平等、互利的基础上，定价方法遵循了国家的有关规定，符合关联交易规则，履行了合法程序，体现了诚信、公平、公正的原则，关联交易价格是公允的，不存在损害公司和股东利益的行为。”

“经认真审查，公司2015年上半年所发生的关联交易事项决策程序符合有关法律、法规及《公司章程》的规定。交易事项定价公允，没有违反公开、公平、公正的原则，且不影响公司运营的独立性，不存在损害公司和股东利益的行为，符合公司整体利益。”

（七）规范和减少关联交易的措施

公司将继续有效执行《公司章程》、三会议事规则以及关联交易相关决策程序、回避制度和信息披露制度，并在实际工作中充分发挥独立董事的作用，来规范和减少关联交易。对于无法避免的关联交易，本公司将遵循公平、公正、公开的原则，切实履行信息披露的有关规定，不损害全体股东特别是中小股东的合法权益。

公司控股股东南航集团于2012年10月20日出具了《减少关联交易的承诺函》，具体承诺如下：

“本公司及本公司控制的其他公司将尽量减少与南航传媒的关联交易，在进行确有必要且无法避免的关联交易时，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

如违反上述承诺，本公司愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给南航传媒造成的所有直接或间接损失。

上述承诺在本公司对南航传媒拥有由资本因素或非资本因素形成的直接或间接的控制权或对南航传媒存在重大影响期间持续有效，且不可变更或撤销。”

公司股东南方航空于2012年11月23日出具了《减少关联交易的承诺函》，具体承诺如下：

“本公司及本公司控制的其他公司将尽量减少与南航传媒的关联交易，在进行确有必要且无法避免的关联交易时，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

上述承诺在本公司对南航传媒存在重大影响或对南航传媒拥有由资本因素或非资本因素形成的直接或间接的控制权期间持续有效，且不可变更或撤销。”

第八节 董事、监事、高级管理人员

一、董事、监事、高级管理人员简要情况

（一）董事会成员

公司董事会由9名董事组成，其中独立董事3名，均由股东大会选举产生。

杨丽华女士，1955年生，中国国籍，无永久境外居留权，中央党校经济管理专业毕业，研究生学历，高级政工师。1973年参加工作，历任中国国际航空公司乘务大队大队长、乘务部经理、飞行总队副总队长、客舱服务部总经理；2002年10月任中国国际航空公司副总裁，2004年9月任中国国际航空股份有限公司副总裁；2009年5月至今任南航集团党组成员、副总经理；2013年1月至今任南方航空非执行董事。2010年12月至今任公司董事长。

李家世先生，1961年生，中国国籍，无永久境外居留权，广东技术师范学院经济数学专业毕业，清华大学EMBA，政工师。1976年参加工作，历任南航集团党委组织部副部长、广州南联航空食品有限公司党委书记兼副总经理、南方航空党委组织部部长；2003年12月至2007年12月任南方航空纪委副书记兼纪委办公室主任；2007年12月起任南方航空党委常委、纪委书记，广州南联航空食品有限公司董事长、南航嘉源（广州）航空用品有限公司董事长；2009年6月起任南方航空监事；2012年2月至今任南航集团纪检组副组长、南方航空党委常委、纪委书记。2013年12月至今任公司副董事长。

王建宁先生，1966年生，中国国籍，无永久境外居留权，南京大学中文系毕业，清华大学EMBA，高级政工师。1988年7月参加工作，1995年5月至2003年2月任《中国民航报》报社广州记者站站长；2003年2月至2004年5月，历任集团报社社长、党委书记，南航集团政治工作部副部长；2004年5月至2005年7月，任南航集团政治工作部副部长，南航传媒有限董事长、总经理、党委书记，集团报社社长、党委书记；2005年7月至2010年12月，任南航传媒有限董

事、总经理、党委书记（任至2010年4月），集团报社社长、党委书记。2010年12月至今任公司董事、总经理。

柳征先生，1973年生，中国国籍，无永久境外居留权，北京航空航天大学行政管理与思想政治教育专业毕业，北京理工大学MBA。1996年7月参加工作，曾任职国家环保局行政体制与人事司，中组部干部四局四处、二处；2004年10月至2010年3月任中组部干部四局二处副处级调研员、调研员；2010年3月至2013年4月任中组部干部四局三处调研员、副处长；2013年4月至2013年10月任南航集团人力资源部副部长（主持工作）；2013年10月至今任南航集团人力资源部部长。2014年3月至今任公司董事。

敬公斌先生，1974年生，中国国籍，无永久境外居留权，南京航天航空大学毕业，厦门大学MBA，研究生学历，工程师。1995年参加工作，曾任南航集团规划投资部规划经理、办公厅秘书；2006年10月至2007年9月，任南航集团规划投资部部长助理；2007年9月至2010年8月，任南航集团资本运营部部长助理；2010年8月至2014年5月任南航集团资本运营部副部长，2014年5月至今担任南航集团资本运营部部长。2010年12月至今任公司董事。

苏从跃先生，1970年生，中国国籍，无永久境外居留权，吉林大学行政管理与政治学专业毕业，美国城市大学及北京工业大学MBA，研究生学历。1994年参加工作，曾任南方航空人力资源部总经理助理、南方航空营销委人力资源部总经理；2009年7月至2011年4月，任南方航空营销委客户关系部总经理；2011年4月至2012年4月，任南方航空营销委客户服务中心总经理；2012年4月至2015年11月任南方航空党委工作部部长。2015年11月至今任深圳长城汇理资产管理有限公司董事、首席公共事务官。2012年6月至今任公司董事。

曾建雄先生，1951年生，中国国籍，无永久境外居留权，复旦大学新闻学博士，教授、博士生导师。1968年参加工作，1983年至2002年期间，历任广西大学中文系新闻专业教师、副教授、教授、文化与传播学院副院长、新闻系主任；2002年至今任暨南大学新闻与传播学院新闻系教授，2006年起任博士生导师，2008年至今，担任全国新闻学研究会副会长。2015年4月至今任公司独立董事。

蔡祥先生，1973年生，中国国籍，无永久境外居留权，清华大学会计学博士，副教授。2003年参加工作，2008年9月至今任中山大学管理学院会计系副主任；2010年7月至2011年12月，任香港御峰理财有限公司独立董事；2012年3月至今任万联证券有限责任公司独立董事；2012年5月至今任广东四通集团股份有限公司独立董事。2012年6月至今任公司独立董事。

林丹女士，1968年生，中国国籍，无永久境外居留权，深圳大学法学学士，中国政法大学法学硕士，律师。1992年10月参加工作，曾任北海海诚律师事务所、深圳君诚律师事务所、深圳圳源律师事务所合伙人、律师；2007年4月至今，任北京市隆安（深圳）律师事务所合伙人、律师。现任深圳仲裁委员会仲裁员、深圳狮子会法律委员会执行主席。2014年3月至今任公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由3名监事组成，其中职工代表监事1名，由职工代表大会选举产生；股东代表监事2名，由股东大会选举产生。

张薇女士，1966年生，中国国籍，无永久境外居留权，天津大学投资技术经济专业毕业，清华大学EMBA，研究生学历，高级会计师。1988年参加工作，历任南方航空财务部总经理助理、副总经理，南航集团监察局副局长兼审计部部长，南航财务总经理、党总支书记；2007年10月至2008年10月，任南航集团监察局副局长兼审计部部长；2008年10月至今，任南航集团审计部部长。2008年4月至今任公司监事会主席。

方洁女士，1966年生，中国国籍，无永久境外居留权，广州大学经管系毕业，本科学历。1986年参加工作，曾任南方航空财务部财务科副科长、成本科科长；2002年5月至2006年10月任南方航空审计部总经理助理；2006年10月至今任南方航空审计部副总经理。2010年12月至今任公司监事。

黄奕洪先生，1970年生，中国国籍，无永久境外居留权，广东技术师范学院毕业，本科学历，政工师。1993年参加工作，曾任南航集团纪委办公室一级职员、纪委监察局党风廉政室副主任、党组工作部秘书；2006年9月任公司纪委书记；2010年4月至今任公司纪委书记、工会主席。2010年12月至今任公司职工

监事。

（三）高级管理人员

公司共有8名高级管理人员。

王建宁先生，公司总经理，个人简历请参见本节之“一、（一）董事会成员”。

蒋旭斌先生，1968年生，中国国籍，无永久境外居留权，厦门大学中文系毕业，清华大学EMBA，政工师。1988年7月参加工作，曾任南方航空深圳分公司宣传科长、团委书记、国际货运处党支部副书记；集团报社副社长、总编辑；南航传媒有限党委书记、副总经理；2010年12月至今任公司党委书记、副总经理、总编辑。

刘振先生，1968年生，中国国籍，无永久境外居留权，湖北美术学院中国画专业毕业，武汉理工大学工业设计专业硕士，清华大学EMBA，研究生学历，高级工艺美术师。1987年参加工作，历任南方航空湖北分公司广告公司设计部经理、总经理，南航集团广告传媒公司创意总监，南航传媒有限副总经理、工会主席。2010年12月至今任公司副总经理。

杨勐先生，1974年生，中国国籍，无永久境外居留权，黑龙江商学院会计学专业毕业，清华大学EMBA，政工师。1994年参加工作，历任中国北方航空公司天鹅航空有限责任公司党委秘书、新闻广告部经理，南航广告东北分公司财务总监、客户总监，南航传媒有限北方分公司副总经理、总经理兼《航空画报》主编，南航传媒有限副总经理。2010年12月至今任公司副总经理。

程启平先生，1972年出生，中国国籍，无永久境外居留权，南京航空航天大学空中交通管理与签派专业毕业，本科学历。1990年9月参加工作，历任南方航空运行控制中心签派员，南方航空党委宣传部宣传干事，南航集团政治工作部报社发行部主任、办公室副主任，南航传媒有限发行中心总监，广州广天合发行中心总监；2013年2月至今任公司副总经理。

钟亮先生，1961年出生，中国国籍，无永久境外居留权，广西民族师范学院中文专业毕业，大专学历。1982年参加工作，历任民航南宁站政治处干事，

民航广州管理局广州民航报社编辑，南方航空广告有限公司主任科员、副总经理，南航广告客户总监，南航传媒有限广告业务部总监，南航传媒总经理助理、营销中心总监兼沈阳广天合总经理；2014年9月至今任公司副总经理。

夏翠薇女士，1973年生，中国国籍，无永久境外居留权，中南财经大学会计系毕业，本科学历，中级会计师，注册会计师。1996年7月参加工作，历任南方航空结算中心收入结算主管，南航传媒有限财务部经理，南航传媒财务部经理；2011年8月至今任公司财务总监兼财务部经理。

丰萧先生，1973年生，中国国籍，无永久境外居留权，北京广播学院新闻系毕业，本科学历，工程师。1995年7月参加工作，历任南航广告筹备处业务部副经理、客户部经理，南航广告深圳分公司经理，南航传媒有限人力资源与战略规划部战略总监、党群行政部总监兼战略总监、战略规划部总监。2010年12月至今任公司董事会秘书。

（四）发行人董事、监事的提名及选聘情况

1、董事的选聘情况

2010年12月7日，公司创立大会暨第一次股东大会通过决议，选举杨丽华、张子芳、刘金保、王建宁、敬公斌、赵继军为公司第一届董事会成员；同日，公司第一届董事会第一次会议通过决议，选举杨丽华为公司第一届董事会董事长，选举张子芳为副董事长；2012年6月28日，公司2012年第三次临时股东大会通过决议，赵继军不再担任公司董事，选举苏从跃为公司第一届董事会董事，选举王雪江、范以锦、蔡祥为公司第一届董事会独立董事；2013年3月15日，公司2013年第一次临时股东大会通过决议，王雪江因个人原因不再担任公司独立董事，聘请郭晓文为公司第一届董事会独立董事；2013年12月6日，公司2013年第四次临时股东大会通过决议，选举杨丽华、李家世、刘金保、王建宁、敬公斌、苏从跃为公司第二届董事会董事，选举范以锦、郭晓文、蔡祥为独立董事；同日，公司第二届董事会第一次会议通过决议，选举杨丽华为公司第二届董事会董事长，李家世为副董事长。2014年3月20日，公司2013年度股东大会通过决议，同意刘金保辞去董事职务，选举柳征为公司董事；同意郭晓文辞去独

立董事职务，聘请林丹为公司独立董事。 2015年3月30日，公司2014年年度股东大会通过决议，同意范以锦辞去独立董事职务，聘请曾建雄为公司独立董事。

本届董事任期及提名人情况如下：

姓名	职务	提名人	任职期限
杨丽华	董事长	南航集团	2013年12月6日至2016年12月6日
李家世	副董事长	南方航空	
柳 征	董事	南航集团	2014年3月20日至2016年12月6日
王建宁	董事、总经理	南航集团	2013年12月6日至2016年12月6日
敬公斌	董事	南航集团	
苏从跃	董事	南方航空	
蔡 祥	独立董事	南航集团	
林 丹	独立董事	南航集团	2014年3月20日至2016年12月6日
曾建雄	独立董事	董事会	2015年3月30日至2016年12月6日

2、监事的选聘情况

2010年12月7日，公司创立大会暨第一次股东大会通过决议，选举张薇、方洁为公司股东代表监事，与经2010年7月14日公司职工代表大会选举产生的职工代表监事黄奕洪组成公司第一届监事会，任期三年。同日，公司第一届监事会第一次会议通过决议，选举张薇为公司第一届监事会主席。2013年12月6日，公司2013年第四次临时股东大会通过决议，选举张薇、方洁为公司股东代表监事，与经2013年11月15日公司职工代表大会选举产生的职工代表监事黄奕洪组成公司第二届监事会会成员。同日，公司第二届监事会第一次会议通过决议，选举张薇为公司第二届监事会主席。

本届监事任期及提名人情况如下：

姓名	职务	提名人	任职期限
张薇	监事会主席	南航集团	2013年12月6日至2016年12月6日
方洁	监事	南方航空	
黄奕洪	职工监事	南航传媒职代会	

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属未以任何方式直接或间接持有本公司股份。

三、董事、监事、高级管理人员其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

姓名	职务	投资单位名称	持股比例	与本公司关联关系
蔡祥	独立董事	广东广金投资管理有限公司	5%	无
		广州中晟宏大教育科技有限公司	10%	

除上述对外投资情况外，发行人董事、监事、高级管理人员不存在其他对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况

2014年度，公司董事、监事、高级管理人员从本公司领取薪酬情况如下：

姓　名	职　务	领薪单位	薪酬（万元，税前）
杨丽华	董事长	南航集团	–
李家世	副董事长	南方航空	-
刘金保	董事 （任期至2014年3月20日结束）	南航集团	-
柳 征	董事	南航集团	-
王建宁	董事、总经理	本公司	57.46
敬公斌	董事	南航集团	-
苏从跃	董事	南方航空	-
范以锦	独立董事	本公司	8
蔡 祥	独立董事	本公司	8
郭晓文	独立董事 （任期至2014年3月20日结束）	本公司	2

林 丹	独立董事 （任期自2014年3月20日开始）	本公司	6
张 薇	监事会主席	南航集团	-
方 洁	监事	南方航空	-
黄奕洪	监事	本公司	46.20
蒋旭斌	副总经理	本公司	53.71
刘 振	副总经理	本公司	46.07
杨 勐	副总经理	本公司	46.20
程启平	副总经理	本公司	43.34
钟亮	副总经理 （任期自 2014 年 9 月 23 日开始）	本公司	33.99
夏翠薇	财务总监	本公司	43.36
丰 萧	董事会秘书	本公司	36.95

公司2012年第三次临时股东大会审议通过了《关于独立董事年度津贴的议案》，确定独立董事的年度津贴为8万元（含税）。

除上述薪酬外，本公司高级管理人员不存在从其他关联企业领薪的情形。

五、董事、监事、高级管理人员的兼职情况

姓名	本公司任职	兼职单位名称	所任职务	与本公司关联关系
杨丽华	董事长	南航集团	副总经理	控股股东
		南方航空	非执行董事	股东
		中国南航集团物业管理有限公司	董事长	控股股东控制的其他企业
		中国南航集团地勤有限公司	董事长	
李家世	副董事长	南航集团	纪检组副组长	控股股东
		南方航空	党委常委、纪委书记、监事	股东
王建宁	董事、总经理	广州广天合	董事长	子公司
		沈阳广天合	董事长	
		新疆广天合	董事长	
		北京广天合	董事长	
		南方明珠	董事长	
		厦航传媒	董事长	

柳征	董事	南航集团	人力资源部部长	控股股东
敬公斌	董事	南航集团	资本运营部部长	控股股东
		南龙控股有限公司	董事总经理	控股股东控制的其他企业
		南航财务	董事	
		深圳航空食品有限公司	董事	
		中国航空公司（香港）有限公司	董事	控股股东参股企业
苏从跃	董事	深圳长城汇理资产管理有限公司	董事、首席公共事务官	无
曾建雄	独立董事	暨南大学新闻与传播学院新闻系	教授、博士生导师	无
蔡祥	独立董事	中山大学管理学院	会计系副主任	无
		万联证券有限责任公司	独立董事	
		广东四通集团股份有限公司	独立董事	
林丹	独立董事	北京市隆安（深圳）律师事务所	合伙人	无
		深圳仲裁委员会	仲裁员	
		深圳狮子会法律委员会	执行主席	
张薇	监事会主席	南航集团	审计部部长	控股股东
		南方航空	监事	股东
		南航贸易	监事会主席	控股股东控制的其他企业
		南航财务	监事会主席	
		广州南航建设有限公司	董事	
		暨南大学	会计硕士研究生导师	无
方洁	监事	南方航空	审计部副总经理	股东
		广东南航天合信息科技有限公司	监事会主席	股东控股子公司
		汕头航空有限公司	监事会主席	
		中国南航集团航空食品有限公司	监事	
		四川航空股份有限公司	监事	股东参股公司
		广州空港航翼信息科技有限公司	监事	
黄奕洪	监事	厦航传媒	董事	子公司
蒋旭斌	副总经理	广州广天合	董事、总经理	子公司
		沈阳广天合	董事	
		新疆广天合	董事	

		北京广天合	董事	
		南方明珠	副董事长	
		厦航传媒	董事	
刘振	副总经理	南方明珠	董事	子公司
杨勐	副总经理	北京广天合	副董事长、总经理	子公司
		北京发现之旅	副董事长	参股公司
钟亮	副总经理	南方明珠	董事	子公司
		广东高擎广告	董事	参股公司
夏翠薇	财务总监	广州广天合	财务经理	子公司
		北京广天合	董事、财务总监	
		南方明珠	财务总监	
		厦航传媒	董事	
		广东高擎广告	董事	参股公司

六、董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事及高级管理人员相互之间不存在任何亲属关系。

七、发行人与董事、监事、高级管理人员签订的协议及其履行情况

公司高级管理人员及职工监事黄奕洪均与本公司签订了《劳动合同》及《保密协议》，对上述人员的工作时间与条件、劳动报酬和保险、福利、劳动纪律等权利义务作出了详细规定。

截至本招股说明书签署日，上述协议得到了切实履行。

八、董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员已就公司股价稳定措施、投资者赔偿措施以及履行承诺事项的约束措施等方面作出了相关承诺，有关承诺情况参见本招股说明书“重大事项提示”之“二、关于公司股价稳定措施的承诺”、“三、关于招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏赔偿投资者损失的承

诺”及“六、未履行承诺的约束机制”。

九、董事、监事、高级管理人员的任职资格

本公司董事、监事、高级管理人员符合法律、法规、规范性文件的规定和现行《公司章程》规定的任职资格。

十、发行人董事、监事、高级管理人员变动情况

（一）董事变动情况

2010年12月7日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举杨丽华、张子芳、刘金保、王建宁、敬公斌、赵继军为股份公司第一届董事会成员。同日，公司第一届董事会第一次会议通过决议，选举杨丽华为公司第一届董事会董事长，张子芳为副董事长。

2012年6月28日，公司2012年第三次临时股东大会通过决议，赵继军因工作调动不再担任公司董事，选举苏从跃为公司第一届董事会董事；聘请王雪江、范以锦、蔡祥为公司第一届董事会独立董事。

2013年3月15日，公司2013年第一次临时股东大会通过决议，同意王雪江辞去独立董事职务，聘请郭晓文为公司第一届董事会独立董事。

2013年12月6日，公司2013年第四次临时股东大会通过决议，选举杨丽华、李家世、刘金保、王建宁、敬公斌、苏从跃为公司第二届董事会董事，聘请范以锦、郭晓文、蔡祥为独立董事。同日，公司第二届董事会第一次会议通过决议，选举杨丽华为公司第二届董事会董事长，李家世为副董事长。

2014年3月20日，公司2013年度股东大会通过决议，同意刘金保辞去董事职务，选举柳征为公司董事；同意郭晓文辞去独立董事职务，聘请林丹为公司独立董事。

2015年3月30日，公司2014年年度股东大会通过决议，同意范以锦辞去独立董事职务，聘请曾建雄为公司独立董事。

（二）监事变动情况

2010年12月7日，公司创立大会暨第一次股东大会通过决议，选举张薇、方洁为公司股东代表监事，与经2010年7月14日公司职工代表大会选举产生的职工代表监事黄奕洪组成公司第一届监事会，任期三年。同日，公司第一届监事会第一次会议通过决议，选举张薇为公司第一届监事会主席。

2013年12月6日，公司2013年第四次临时股东大会通过决议，选举张薇、方洁为公司股东代表监事，与经2013年11月15日公司职工代表大会选举产生的职工代表监事黄奕洪组成公司第二届监事会会成员。同日，公司第二届监事会第一次会议通过决议，选举张薇为公司第二届监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

2010年12月7日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任王建宁为总经理，聘任蒋旭斌、刘振、杨勐为副总经理。

2010年12月14日，公司召开第一届董事会第二次会议，聘任丰萧为公司董事会秘书。

2011年8月2日，公司召开第一届董事会第五次会议，聘任夏翠薇为财务总监。

2013年2月28日，公司召开第一届董事会第十八次会议，聘任程启平为副总经理。

2013年12月6日，公司召开第二届董事会第一次会议，聘任王建宁为总经理，聘任蒋旭斌、刘振、杨勐、程启平为副总经理，聘任夏翠薇为财务总监，聘任丰萧为董事会秘书。

2014年9月29日，公司召开第二届董事会第八次会议，聘任钟亮为副总经理。

公司上述人员职务变动系正常的工作变动，报告期内公司实际控制人未发生变化，核心管理层稳定，上述人员变动未导致高级管理人员发生重大变化，未对公司经营战略、经营模式和管理模式产生影响。

第九节 公司治理

一、公司治理制度的建立健全及运行情况

公司按照《公司法》、《证券法》并参照《上市公司章程指引》、《上市公司治理准则》等相关法律、法规及规章的要求，已建立并逐步完善了由股东大会、董事会、独立董事、监事会和高级管理层组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构与管理层之间的相互协调和相互制衡的机制，为公司的高效运营提供了制度保证。公司治理制度具体如下：

日期	会议名称	通过的公司治理制度
2010.12.7	公司创立大会暨2010年第一次股东大会	《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
2010.12.7	第一届董事会第一次会议	《总经理工作细则》
2012.3.27	第一届董事会第八次会议	《内部审计暂行规定》
2012.6.28	2012年第三次临时股东大会	《独立董事工作制度》
2012.7.5	第一届董事会第十三次会议	《董事会战略委员会议事规则》、《董事会提名委员会议事规则》、《董事会薪酬与考核委员会议事规则》、《董事会审计委员会议事规则》、《董事会秘书工作制度》
2012.8.15	第一届董事会第十四次会议	《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《信息披露管理制度》、《内幕信息保密制度》、《投资者关系管理制度》、《重大信息内部报告制度》
2012.8.30	2012年第四次临时股东大会	制订了《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、通过了《募集资金使用管理制度》
2013.3.15	第一届董事会第十九次会议	《防止大股东及关联方占用公司资金管理制度》

2013.8.8	第一届董事会第二十二次会议	《反舞弊制度》;《内部控制基本制度》;《重大风险预警制度》
2014.3.20	2013 年度股东大会	修订《公司章程（草案）》
2014.8.4	2014 年第一次临时股东大会	修订《公司章程（草案）》及《股东大会议事规则》（上市后适用）

公司成立以来，股东大会、董事会、监事会和高级管理层能够按照公司章程和有关规则、规定赋予的职权依法独立规范运作，履行各自的权利和义务，切实保障股东的利益，推进公司法人治理结构的科学化和规范化。

（一）股东大会的建立健全及运行情况

公司制定了《公司章程》及《股东大会议事规则》，股东大会按照相关规则运作规范。根据《上市公司章程指引（2014年修订）》（中国证监会公告[2014]19号）及《上市公司股东大会规则》（2014年修订）等相关法规、规章的规定，公司对本次发行上市后实施的《公司章程（草案）》及《股东大会议事规则》中有关股东大会中小投资者单独计票、公开征集股东投票权及优先提供网络形式的投票平台等投票机制的相关内容进行了修订。

1、股东的权利和义务

根据《公司章程》的规定，公司股东享有以下权利：（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（二）依法请求召开股东大会，召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（四）依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅公司章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（六）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股

东，要求公司收购其股份；（八）法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他权利。

根据《公司章程》的规定，公司股东承担以下义务：（一）遵守法律、行政法规和公司章程；（二）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；（三）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（四）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；（五）法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会的职权

根据《公司章程》的规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：（一）决定公司经营方针和投资计划；（二）选举和更换非由职工代表担任的董事，决定有关董事的报酬事项；（三）选举和更换非由职工代表担任的监事，决定有关监事的报酬事项；（四）审议批准董事会的报告；（五）审议批准监事会的报告；（六）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（七）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（八）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（九）对发行公司债券作出决议；（十）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（十一）决定聘请、解聘为公司审计的会计师事务所；（十二）修改公司章程；（十三）审议批准拟与关联人发生的总额在3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易；（十四）审议批准公司在一年内单次或累计购买、出售重大资产超过最近一期经审计总资产30%的事项；（十五）审议批准公司对外投资、借款、委托理财等事项所涉及的资产总额或者成交金额单次或在连续12个月内累计超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；（十六）审议批准公司章程规定的担保事项；（十七）审议批准股权激励计划；（十八）审议批准变更募集资金用途事项；（十九）审议法律、行政法规、部门规章和公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会的议事规则

（1）一般规定

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会，年度股东大会每年召开1次，并应于上一会计年度结束后的6个月之内举行。临时股东大会不定期召开，出现《公司法》规定应召开临时股东大会的情形时，应在2个月内召开。公司召开年度股东大会，召集人应在会议召开20日前以书面方式通知各股东，临时股东大会将于会议召开15日前以书面方式通知各股东。

（2）会议召集与主持

公司股东大会由董事会召集，董事或者董事长个人不得单独召集。董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责的，监事会应当及时召集和主持；监事会不召集和主持的，连续90日以上单独或者合计持有公司10%以上股份的股东可以自行召集和主持。

独立董事、监事会以及单独或者合计持有公司10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，独立董事向董事会提议召开临时股东大会，应当取得全体独立董事1/2以上同意。

股东大会会议由董事会依法召集，由董事长主持。董事长不能履行职务或不履行职务时，由副董事长主持；副董事长不能履行职务或不履行职务时，由半数以上董事共同推举的一名董事主持。

监事会自行召集的股东大会，由监事会主席主持。监事会主席不能履行职务或不履行职务时，由半数以上监事共同推举的一名监事主持。

股东自行召集的股东大会，由召集人推举代表主持。

（3）会议提案

股东大会提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和公司章程的有关规定。公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合计持有公司3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合计持有公司3%以上股份的股东，可以在股东大会召开10日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后2日内发出股东大会补

充通知。召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。

（4）会议表决

股东大会对表决通过的事项应形成会议决议。决议分为普通决议和特别决议。普通决议应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过；特别决议应由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权三分之二以上通过。

下列事项由股东大会以普通决议通过：（一）董事会和监事会的工作报告；（二）董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；（三）董事会和监事会成员任免及其报酬和支付方法；（四）公司年度预算方案、决算方案；（五）公司年度报告；（六）发行公司债券；（七）除法律、行政法规或者公司章程规定应当以特别决议通过之外的其他事项。

下列事项由股东大会以特别决议通过：（一）公司增加或者减少注册资本；（二)公司的分立、合并、解散、清算和变更公司形式；（三)公司章程的修改；（四）股权激励计划；（五）公司在一年内单次或累计购买、出售重大资产超过最近一期经审计总资产30%的事项；（六）公司在一年内提供担保金额超过公司最近一期经审计总资产30%的担保；（七）法律、行政法规或公司章程规定和股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

（5）会议记录

股东大会应有会议记录，由董事会秘书负责。召集人应当保证会议记录内容真实、准确和完整。出席会议的董事、监事、董事会秘书、召集人或其代表、会议主持人应当在会议记录上签名。会议记录应当与现场出席股东的签名册及代理出席的委托书一并保存，保存期限为10年。

4、股东大会的运行情况

自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，发行人共召开了21次股东大会，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席情况	主要内容
1	创立大会暨2010年第一次股东大会	2010.12.7	所有股东全部参加	审议通过设立股份公司的相关事项，通过《公司章程》、三会议事规则，选举公司第一届董事会成员及监事会成员等18项议案
2	2010年年度股东大会	2011.4.5	所有股东全部参加	审议通过公司2010年度董事会工作报告、财务决算报告、利润分配方案及2011年度财务预算报告等6项议案
3	2011年年度股东大会	2012.4.16	所有股东全部参加	审议通过公司2011年度董事会工作报告、财务决算报告、利润分配方案及2012年度财务预算报告等6项议案
4	2012年第一次临时股东大会	2012.6.10	所有股东全部参加	审议通过关于变更公司住所及修订公司章程等2项议案
5	2012年第二次临时股东大会	2012.6.15	所有股东全部参加	审议通过收购厦航传媒股权1项议案
6	2012年第三次临时股东大会	2012.6.28	所有股东全部参加	审议通过选举公司第一届董事会独立董事、更换董事人选、修订《公司章程》、《独立董事工作制度》等9项议案
7	2012年第四次临时股东大会	2012.8.30	所有股东全部参加	审议通过《关于公司在中国境内首次公开发行人民币普通股募集资金运用可行性的议案》及《公司章程（草案）》、《募集资金使用管理制度》等6项议案
8	2012年第五次临时股东大会	2012.10.30	所有股东全部参加	审议通过修订《公司章程》、与南航财务签署《金融服务框架协议》、与南方航空签署《无形资产特许使用协议之补充协议》、公司董事及监事薪酬管理制度等6项议案
9	2012年第六次临时股东大会	2012.11.15	所有股东全部参加	审议通过《申请首次公开发行人民币普通股并上市议案》、《关于公司未来三年（2012-2014）分红回报规划》等6项议案
10	2012年第七次临时股东大会	2012.11.21	所有股东全部参加	审议通过公司在北京购置办公场地1项议案
11	2013年第一次临时股东大会	2013.3.15	所有股东全部参加	审议通过同意王雪江不再担任公司独立董事、选举郭晓文担任公司独立董事等2项议案
12	2012年度股东大会	2013.4.8	所有股东全部参加	审议通过公司2012年度董事会工作报告、财务决算报告、利润分配方案及2013年度财务预算报告等11项议案
13	2013年第二次	2013.7.27	所有股东	审议通过变更公司经营范围、修订《公司章程》

	临时股东大会		全部参加	等 2 项议案
14	2013 年第三次临时股东大会	2013.8.23	所有股东全部参加	审议通过改聘公司 2013 年度审计机构及本次发行上市审计机构 1 项议案
15	2013 年第四次临时股东大会	2013.12.6	所有股东全部参加	审议通过选举公司第二届董事会董事、第二届监事会监事等 2 项议案
16	2013 年第五次临时股东大会	2013.12.23	所有股东全部参加	审议通过与重庆航空签订《关于共同开发客舱媒体资源的协议》1 项议案
17	2013 年度股东大会	2014.3.20	所有股东全部参加	审议通过 2013 年度董事会工作报告、监事会工作报告、独立董事述职报告、财务报告、利润分配方案，2014 年度的财务预算报告、审计机构的聘任及董事、独立董事的更换等事项，并对公司首次公开发行股票方案进行调整，审议通过《关于调整<公司申请在中国境内首次公开发行人民币普通股并上市的议案>的议案》、《关于调整<公司在中国境内首次公开发行人民币普通股募集资金运用可行性的议案>的议案》、《关于制定<公司未来三年（2014-2016）分红回报规划>的议案》、《关于修改<公司章程>（草案）的议案》、《关于公司稳定股价预案的议案》、《关于投资者利益保护方案的议案》、关于股东大会授权董事会办理公司首发并上市相关事宜及延长上市决议有效期等相关议案，此次股东大会共审议通过 17 项议案
18	2014 年第一次临时股东大会	2014.8.4	所有股东全部参加	审议通过《公司章程（草案）》及《股东大会议事规则》（上市后适用）的修订
19	2015 年第一次临时股东大会	2015.1.9	所有股东全部参加	审议通过关于与南方航空签订《<传媒服务框架协议>补充协议》、关于与南航财务签订《金融服务框架协议》等 2 项议案
20	2014 年度股东大会	2015.3.30	所有股东全部参加	审议通过 2014 年度董事会工作报告、独立董事述职报告、监事会工作报告、财务报告及利润分配方案，2015 年度财务预算报告，2015 年度审计机构的聘任及独立董事的更换等 8 项议案
21	2016 年第一次临时股东大会	2016.1.14	所有股东全部参加	审议通过《关于与中国南方航空股份有限公司签订<传媒服务框架协议>的议案》、《关于首次公开发行股票摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的议案》

公司一直严格遵循有关法律、法规和《公司章程》的规定执行股东大会制度，所有股东均认真履行股东义务，依法行使股东权利。股东大会制度的建立及执行，对完善公司治理和规范公司运作发挥了积极的作用。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《董事会议事规则》，董事会按照相关规则规范运行。公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使职权。

1、董事会的构成

公司董事会由9名董事组成，其中独立董事3名，董事会设董事长1名、副董事长1名。董事由股东大会选举或更换，任期3年，任期届满可连选连任。

2、董事会的职权

根据《公司章程》的规定，董事会行使下列职权：（一）负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；（二）执行股东大会的决议；（三）决定公司的经营计划和投资方案；（四）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（六）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（七）拟订公司重大收购、收购公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（八）决定公司内部管理机构的设置；（九）根据董事长的提名，聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（十）制定公司的基本管理制度；（十一）制订公司章程的修改方案；（十二）提请股东大会决定聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（十三）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（十四）向股东大会提请选举和更换公司董事和独立董事；（十五）除须报股东大会决定的事项外，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易等事项；（十六）法律、法规或公司章程规定，以及股东大会授予的其他职权。

3、董事会的议事规则

（1）一般规定

董事会每年至少召开2次会议。代表1/10以上表决权的股东、1/3以上的董事、1/2以上独立董事、监事会可以提议召开董事会临时会议。

公司召开董事会会议，正常情况下由董事长决定召开会议的时间、地点、内容、出席对象等，在会议召开15日前通知董事会秘书。董事会召开定期会议应采用书面形式发出会议通知。董事会召开临时董事会可采用如下通知方式：口头通知（包括电话及当面形式）、直接送达、电子邮件、电报、邮寄或专人送达。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。定期会议的通知应提前10日通知到所有参会人员，临时会议的通知应提前3日通知到所有参会人员。

（2）会议召集与主持

董事会会议由董事长召集和主持；董事长不能履行职务或者不履行职务的，由副董事长召集和主持；副董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事召集和主持。

（3）会议召开及表决

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。总经理列席董事会会议，监事可以列席董事会会议，并对董事会决议事项提出质询或者建议。董事与董事会会议决议表决事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。

董事会表决由主持人组织，采用现场记名投票、举手或公司章程规定的其他形式表决。董事会的表决，实行一人一票。董事会决议必须经全体董事的过半数通过。对于董事会权限范围内的担保事项，除应当经全体董事的过半数通过外，还应当经出席董事会会议的2/3以上董事同意。

（4）会议记录

董事会应当对会议所议事项的决定做成会议记录，出席会议的董事应当在

会议记录上签名。出席会议的董事有权要求在记录上对其在会议上的发言作出说明性记载。董事会会议记录由董事会秘书负责保存，保存期限为10年。

4、董事会的运行情况

自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，发行人共召开了39次董事会，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席情况	主要内容
1	第一届董事会第一次会议	2010.12.7	所有董事全部参加	审议通过选举公司董事长、副董事长及高级管理人员等 8 项议案
2	第一届董事会第二次会议	2010.12.14	所有董事全部参加	审议通过聘任董事会秘书 1 项议案
3	第一届董事会第三次会议	2011.3.14	董事张子芳授权赵继军出席代为投票表决	审议通过公司 2010 年度董事会工作报告、财务决算报告、利润分配方案及 2011 年度财务预算报告等 8 项议案
4	第一届董事会第四次会议	2011.4.19	所有董事签字同意	审议通过购置广州市锦城大厦的房产作为公司办公场所 1 项议案
5	第一届董事会第五次会议	2011.8.2	所有董事全部参加	审议通过公司 2011 年年中总经理工作报告、2011 年上半年财务报告及聘任财务总监等 3 项议案
6	第一届董事会第六次会议	2011.9.22	所有董事签字同意	审议通过设立北京广天合 1 项议案
7	第一届董事会第七次会议	2012.1.9	所有董事签字同意	审议通过公司 2012 年度财务预算报告 1 项议案
8	第一届董事会第八次会议	2012.3.27	所有董事全部参加	审议通过公司 2011 年度董事会工作报告、财务决算报告、利润分配方案、设立北京发现之旅及对北京广天合增资等 10 项议案
9	第一届董事会第九次会议	2012.5.24	所有董事签字同意	审议通过注销北方分公司和新疆分公司 1 项议案
10	第一届董事会第十次会议	2012.5.25	所有董事全部参加	审议通过变更公司住所、修订公司章程等 3 项议案
11	第一届董事会第十一次会议	2012.5.31	所有董事全部参加	审议通过收购厦航传媒股权等 2 项议案
12	第一届董事会	2012.6.12	所有董事	审议通过选举公司第一届董事会独立董事，

	第十二次会议		全部参加	更换董事人选，审议通过《独立董事工作制度》及建立董事会专门委员会等 10 项议案
13	第一届董事会第十三次会议	2012.7.5	所有董事全部参加	审议通过选举专门委员会成员及召集人、董事会秘书工作制度、专门委员会议事规则等 9 项议案
14	第一届董事会第十四次会议	2012.8.15	所有董事全部参加	审议通过《关于公司在中国境内首次公开发行人民币普通股募集资金运用可行性的议案》、《公司章程（草案）》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《募集资金使用管理制度》等 14 项议案
15	第一届董事会第十五次会议	2012.10.15	所有董事全部参加	审议通过与南航财务签署《金融服务框架协议》、与南方航空签署《无形资产特许使用协议之补充协议》、公司董事及高级管理人员薪酬管理制度等 8 项议案
16	第一届董事会第十六次会议	2012.10.30	所有董事全部参加	审议通过《申请首次公开发行人民币普通股并上市议案》、《关于公司未来三年（2012-2014）分红回报规划》等 9 项议案
17	第一届董事会第十七次会议	2012.11.6	所有董事全部参加	审议通过公司在北京购置办公场地、召开公司 2012 年度第七次临时股东大会等 2 项议案
18	第一届董事会第十八次会议	2013.2.28	所有董事全部参加	审议通过关于新疆广天合与广州丰彩签署《空中之家》印刷合同，同意王雪江不再担任独立董事并选举郭晓文为公司独立董事、提名委员会委员、审计委员会委员，同意聘任程启平为公司副总经理，召开公司 2013 年第一次临时股东大会等 7 项议案
19	第一届董事会第十九次会议	2013.3.15	董事张子芳授权苏从跃出席代为投票表决	审议通过 2012 年度的总经理工作报告、董事会工作报告、独立董事述职报告、2012 年度财务决算报告、2013 年度财务预算报告，2012 年度的财务报告、关联交易事项、利润分配方案，内部控制情况报告，聘任中瑞岳华为 2013 年度财务审计机构、制定《防止大股东及关联方占用公司资金管理制度》及与南方航空签署《传媒服务框架协议》、提请召开 2012 年度股东大会等 15 项议案。
20	第一届董事会	2013.4.12	所有董事	审议通过厦航传媒与厦门航空签订《传媒服

	第二十次会议		全部参加	务协议》1 项议案
21	第一届董事会第二十一次会议	2013.7.12	所有董事全部参加	审议通过变更公司经营范围、修订公司章程、召开公司 2013 年第二次临时股东大会等 3 项议案
22	第一届董事会第二十二次会议	2013.8.8	所有董事全部参加	审议通过公司 2013 年年中总经理工作报告、改聘公司 2013 年度审计机构及本次发行上市审计机构、制定公司反舞弊制度、制定公司内部控制基本制度、制定公司重大风险预警制度、召开公司 2013 年第三次临时股东大会等 7 项议案
23	第一届董事会第二十三次会议	2013.11.20	所有董事全部参加	审议通过提名公司第二届董事会董事候选人、公司与贵州航空签订《贵航媒体资源使用协议》、召开公司 2013 年第四次临时股东大会等 11 项议案
24	第二届董事会第一次会议	2013.12.6	所有董事全部参加	审议通过选举公司董事长、副董事长、董事会下属各专门委员会委员、聘任公司高级管理人员、公司与重庆航空签订《关于共同开发客舱媒体资源的协议》、公司投资建设新疆喀纳斯演艺项目、召开公司 2013 年第五次临时股东大会等 5 项议案
25	第二届董事会第二次会议	2013.12.23	所有董事签字同意	审议通过厦航传媒与厦门航空关联交易协议、出售公司三亚红树林房产等 2 项议案
26	第二届董事会第三次会议	2014.2.28	所有董事全部参加	审议通过 2013 年度总经理工作报告、董事会工作报告、内部控制情况报告、独立董事述职报告、财务报告、利润分配方案，2014 年度的财务预算报告、审计机构的聘任及董事、独立董事的更换等事项，并对公司首次公开发行股票方案进行调整，审议通过《关于调整<公司申请在中国境内首次公开发行人民币普通股并上市的议案>的议案》、《关于调整<公司在中国境内首次公开发行人民币普通股募集资金运用可行性的议案>的议案》、《关于制定<公司未来三年（2014-2016）分红回报规划>的议案》、《关于修改<公司章程>（草案）的议案》、《关于公司稳定股价预案的议案》、《关于投资者利益保护方案

				的议案》、关于股东大会授权董事会办理公司首发并上市相关事宜及延长上市决议有效期等相关议案，并提请召开 2013 年度股东大会。此次董事会共审议通过 19 项议案
27	第二届董事会第四次会议	2014.3.23	董事柳征授权王建宁出席代为投票表决	审议通过选举林丹为提名委员会主任委员、审计委员会委员，选举柳征为提名委员会委员等 3 项议案
28	第二届董事会第五次会议	2014.4.22	所有董事签字同意	审议通过《关于调整公司在中国境内首次公开发行人民币普通股募集资金可行性的议案》（2013 年度股东大会授权董事会在股东大会所确定的募集资金投资项目范围内，对投资项目进行适当的调整，包括调减投资项目、调整投资总额、投资具体计划等）
29	第二届董事会第六次会议	2014.7.19	所有董事全部参加	审议通过《公司章程（草案）》修订、《股东大会议事规则》（上市后适用）修订、提请召开 2014 年第一次临时股东大会等 3 项议案
30	第二届董事会第七次会议	2014.8.16	所有董事全部参加	审议通过了公司 2014 年年中总经理工作报告、确认了公司 2014 年中期财务报告及关于公司内部控制有关事项的说明等 3 项议案
31	第二届董事会第八次会议	2014.9.29	所有董事全部参加	审议通过了关于厦航传媒与厦门航空签订《传媒服务协议》、聘任钟亮先生为公司副总经理 2 项议案
32	第二届董事会第九次会议	2014.12.25	所有董事全部参加	审议通过了关于厦航传媒与厦门航空签订《广告媒体委托经营补充协议》、关于与南方航空签订《<传媒服务框架协议>补充协议》、关于与南航财务签订《金融服务框架协议》及提请召开 2015 年第一次临时股东大会等 4 项议案
33	第二届董事会第十次会议	2015.2.26	所有董事全部参加	审议通过了关于与广东羊城报业传媒集团有限公司等成立合资公司 1 项议案
34	第二届董事会第十一次会议	2015.3.10	所有董事全部参加	审议通过了 2014 年度总经理工作报告、董事会工作报告、独立董事述职报告、财务报告、利润分配方案、2015 年度财务预算报告、关

				于聘任瑞华为 2015 年度财务审计机构、关于公司会计政策变更、提名曾建雄先生为公司独立董事候选人、提请召开公司 2014 年度股东大会等 11 项议案
35	第二届董事会第十二次会议	2015.4.16	所有董事全部参加	审议通过了选举曾建雄先生为董事会专门委员会委员 1 项议案
36	第二届董事会第十三次会议	2015.5.18	所有董事全部参加	审议通过了确认 2015 年第一季度财务报告、内部控制情况报告、关于厦航传媒与厦航续签<传媒服务协议>、关于厦航传媒与厦航签署<广告媒体委托经营补充协议>、关于提请召开 2015 年第二次临时股东大会等 5 项议案
37	第二届董事会第十四次会议	2015.9.11	所有董事签字同意	审议通过 2015 年年中总经理工作报告、2015 年中期财务报告、内部控制情况报告及《关于制定对外捐赠管理办法的议案》、《关于向南航扶贫基金会捐赠 2015 年度捐款的议案》等 5 项议案
38	第二届董事会第十五次会议	2015.12.2	所有董事签字同意	审议通过了处置南方明珠的议案
39	第二届董事会第十六次会议	2015.12.30	所有董事签字同意	审议通过了《关于与中国南方航空股份有限公司签订<传媒服务框架协议>的议案》、《关于首次公开发行股票摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的议案》,并提请召开公司 2016 年第一次临时股东大会

公司历次董事会会议严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》规定的职权范围对公司各项事务进行讨论决策。会议通知、召开、表决方式符合相关规定，会议记录完整规范，董事均依法履行《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，监事会按照相关规则规范运行。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使职权。

1、监事会的构成

公司监事会由3名监事组成，设监事会主席1名。监事会主席由全体监事过

半数选举产生。

公司监事会包括股东代表监事和公司职工代表监事，其中职工代表监事1名。职工代表监事由公司职工通过职工代表大会选举产生。

监事每届任期3年，任期届满可连选连任。

2、监事会的职权

根据《公司章程》的规定，监事会行使下列职权：（一）对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（二）检查公司财务；（三）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（四）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（五）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（六）向股东大会提出提案；（七）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（八）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；（九）列席董事会会议；（十）公司章程规定或股东大会授予的其他职权。

3、监事会的议事规则

（1）一般规定

监事会会议分为定期监事会会议和临时监事会会议，定期监事会会议每6个月召开一次。定期监事会会议召开10日前，临时监事会会议召开3日前，由监事会主席以专人送达、信件、电子邮件或传真方式通知全体监事，出现紧急事由需召开监事会会议的，可不受上述通知形式和通知时限的限制，可以随时通过口头或者电话等方式发出会议通知。

（2）会议召集与主持

监事会会议由监事会主席召集和主持；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持。

（3）会议召开及表决

监事会会议应当有1/2以上监事出席方可举行。监事会形成决议必须经全体监事的半数以上通过。

（4）会议记录

监事会应当将所议事项的决定做成会议记录，出席会议的监事应当在会议记录上签名。监事有权要求在记录上对其在会议上的发言作出某种说明性记载。监事会会议记录作为公司档案保存10年。

4、监事会的运行情况

自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，发行人共召开了14次监事会，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席情况	主要内容
1	第一届监事会第一次会议	2010.12.7	所有监事全部参加	审议通过选举产生第一届监事会主席等2项议案
2	第一届监事会第二次会议	2011.3.11	所有监事全部参加	审议通过公司2010年度财务决算报告及监事会工作报告、讨论公司2011年度监事会工作计划、聘任黄开扬先生为公司监事会秘书等4项议案
3	第一届监事会第三次会议	2012.3.22	所有监事全部参加	审议通过公司2011年度财务决算报告、公司2011年度监事会工作报告、讨论2012年度监事会工作计划等3项议案
4	第一届监事会第四次会议	2012.8.15	所有监事全部参加	审议通过修订公司监事会议事规则、关于本次发行募集资金运用可行性等2项议案
5	第一届监事会第五次会议	2012.10.15	所有监事全部参加	审议通过制定公司监事薪酬管理制度1项议案
6	第一届监事会第六次会议	2013.3.15	所有监事全部参加	审议通过公司2012年度财务决算报告、公司2012年度监事会工作报告、讨论2013年度监事会工作计划等3项议案
7	第一届监事会第七次会议	2013.5.10	所有监事全部参加	审议通过公司2012年度董事会工作报告和董事年度自评情况1项议案
8	第一届监事会第八次会议	2013.11.12	所有监事全部参加	审议通过提名公司第二届监事会监事候选人1项议案
9	第二届监事会第一次会议	2013.12.6	所有监事全部参加	审议通过选举张薇女士为第二届监事会主席及聘任黄开扬先生为第二届监事会

				秘书等 2 项议案
10	第二届监事会第二次会议	2014.2.28	所有监事全部参加	审议通过公司 2013 年度财务审计报告、2013 年度利润分配、2014 年度财务预算报告、投资者利益保护方案、制订公司未来三年（2014—2016）分红回报规划、修改《公司章程（草案）》、2013 年度内部控制情况报告、2013 年度监事会工作报告等共 8 项议案
11	第二届监事会第三次会议	2014.8.16	所有监事全部参加	审议确认公司 2014 年中期财务报告 1 项议案
12	第二届监事会第四次会议	2015.3.10	所有监事全部参加	审议通过公司 2014 年度财务审计报告、利润分配方案、内部控制情况报告、监事会工作报告及 2015 年度财务预算报告和关于公司会计政策变更等共 6 项议案
13	第二届监事会第五次会议	2015.6.1	所有监事全部参加	审议通过了确认公司 2015 年第一季度财务报告及内部控制情况报告等 2 项议案
14	第二届监事会第六次会议	2015.9.11	所有监事全部参加	审议通过了确认 2015 年年中总经理工作报告、2015 年中期财务报告、内部控制情况报告等 3 项议案

公司监事会严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》规定的职权范围对公司重大事项进行了审议监督。会议通知方式、召开方式、表决方式符合相关规定，会议记录完整规范。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

为进一步完善公司法人治理结构，保护中小股东利益，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》以及《公司章程》的规定，公司建立了独立董事制度，并制定了《独立董事工作制度》。

1、独立董事的构成

公司独立董事3名，占董事会人数的1/3；公司独立董事中，会计专业人士1名，法律专业人士1名，行业专家1名。

独立董事由股东大会选举或更换，独立董事每届任期3年，任期届满可连选

连任，但是连任时间不得超过6年。

2、独立董事的职权

独立董事除具有《公司法》、《公司章程》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：（一）重大关联交易应由独立董事同意后，方可提交董事会讨论；（二）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；公司聘用或解聘会计师事务所，应由独立董事同意后，方可提交董事会讨论；（三）向董事会提请召开临时股东大会；（四）提议召开董事会会议；（五）在股东大会召开前公开向股东征集投票权；（六）独立聘请外部审计机构或咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询。独立董事行使上述职权应当由1/2以上独立董事同意。

3、独立董事的履职情况

发行人自设立独立董事以来，3名独立董事均遵守公司有关章程、规则的要求，尽职尽责，努力维护中小股东的利益。独立董事对本次募集资金投资项目、公司经营管理及发展战略的选择提出了积极的建议，并对公司发生的关联交易进行了审核，发表了独立意见。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书的设立情况

公司董事会设董事会秘书，为公司高级管理人员，对董事会负责。2010年12月14日，公司第一届董事会第二次会议聘任丰萧先生为董事会秘书。2013年12月6日，公司第二届董事会第一次会议续聘丰萧先生为董事会秘书。

2、董事会秘书的职责

根据公司《董事会秘书工作制度》规定，董事会秘书履行以下职责：（一）负责公司信息披露事务；（二）协助公司董事会加强公司治理机制建设；（三）负责公司投资者关系管理事务，完善公司投资者的沟通、接待和服务工作机制；（四）负责公司股权管理事务；（五）协助公司董事会制定公司资本市场发

展战略，协助筹划或者实施公司资本市场再融资或者并购重组事务；（六）负责公司规范运作培训事务，组织公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员接受相关法律法规和其他规范性文件的培训；（七）提示公司董事、监事、高级管理人员履行忠实、勤勉义务。如知悉前述人员违反相关法律法规、其他规范性文件或公司章程，做出或可能做出相关决策时，应当予以警示，并立即向证券交易所报告；（八）履行《公司法》、中国证监会和证券交易所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书制度的履行情况

公司董事会设立董事会秘书制度以来，董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作制度》有关规定筹备董事会和股东大会，认真做好会议记录，并积极配合独立董事工作，履行了董事会秘书的职责。

（六）专门委员会的设立及运行情况

1、专门委员会的设立情况

公司董事会下设战略、提名、薪酬与考核、审计四个专门委员会，各委员会成员为公司的董事，其中提名、薪酬与考核、审计委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会中有一名独立董事为会计专业人士。

公司董事会专门委员会人员名单如下：

委员会名称	召集人	成　员
战略委员会	杨丽华	杨丽华、李家世、王建宁、曾建雄
提名委员会	林丹	林丹、曾建雄、柳征
薪酬与考核委员会	范以锦	曾建雄、敬公斌、蔡祥
审计委员会	蔡祥	蔡祥、苏从跃、林丹

2、专门委员会的职责

公司董事会专门委员会的主要职责如下：

委员会名称	职责内容
战略委员会	对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对公司章程规定须经董事会批准的重大投资、融资方案进行研究并提出建议；对公司章程规定须经董事

	会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议。
提名委员会	研究董事、高级管理人员的选择标准和程序并提出建议；广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议。
薪酬与考核委员会	根据公司董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及同行业类似岗位的薪酬水平拟定薪酬与考核方案；审阅公司董事及高级管理人员提交的述职报告，对公司董事及高级管理人员的职责履行情况进行绩效考评；监督公司薪酬制度及决议的执行；提出对公司董事、高级管理人员激励计划的建议及方案。
审计委员会	提议聘请或更换外部审计机构；监督公司内部审计制度的建立、完善及实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司的内控制度及内部控制自评报告。

3、专门委员会的运行情况

（1）战略委员会运行情况

自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，发行人共召开了5次董事会战略委员会会议，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席情况	主要内容
1	第一届董事会战略委员会 2012 年第一次会议	2012.8.15	杨丽华、张子芳、王建宁、范以锦	审议通过确定公司业务发展战略及业务发展目标、公司在中国境内首次公开发行人民币普通股募集资金运用可行性等 2 项议案
2	第一届董事会战略委员会 2012 年第二次会议	2012.10.30	杨丽华、张子芳、王建宁、范以锦	审议通过公司申请公开发行人民币普通股并上市 1 项议案
3	第一届董事会战略委员会 2012 年第三次会议	2012.11.6	杨丽华、张子芳、王建宁、范以锦	审议通过公司在北京购置办公场地 1 项议案
4	第二届董事会战略委员会 2014 年第一次会议	2014.2.28	杨丽华、李家世、王建宁、范以锦	审议通过《关于调整公司申请在中国境内首次公开发行人民币普通股并上市的议案》、《关于调整公司在中国境内首次公开发行人民币普通股募集资金运用可行性的议案》2 项议案

5	第二届董事会战略委员会 2015 年第一次会议	2015.2.25	杨丽华、李家世、王建宁、范以锦	审议通过关于与广东羊城报业传媒集团有限公司等成立合资公司 1 项议案

（2）薪酬与考核委员会运行情况

自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，发行人共召开了2次董事会薪酬与考核委员会会议，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席情况	主要内容
1	第一届董事会薪酬与考核委员会 2012 年第一次会议	2012.10.15	范以锦、敬公斌、蔡祥	审议通过制定公司董事薪酬管理制度、制定公司高级管理人员薪酬管理制度等 2 项议案
2	第二届董事会薪酬与考核委员会 2015 年第一次会议	2015.3.10	范以锦、敬公斌、蔡祥	审议通过关于确认 2014 年度公司董事、监事及高级管理人员薪酬 1 项议案

（3）审计委员会运行情况

自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，发行人共召开了10次董事会审计委员会会议，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席情况	主要内容
1	第一届董事会审计委员会 2012 年第一次会议	2012.10.30	蔡祥、苏从跃、王雪江	审议通过确认公司 2009-2011 年度及 2012 年 1-9 月关联交易事项、公司 2009-2011 年度及 2012 年 1-9 月财务报告、编制《公司关于内部控制有关事项的说明》等 3 项议案
2	第一届董事会审计委员会 2013 年第一次会议	2013.3.15	蔡祥、苏从跃、郭晓文	审议通过公司董事会审计委员会 2012 年度工作总结报告、确认公司 2012 年度财务报告、确认公司 2012 年度关联交易事项、关于公司内部控制情况报告、聘任中瑞岳华为 2013 年度财务审计机构等 5 项议案
3	第一届董事会审计委员会 2013 年第二次会议	2013.5.6	蔡祥、苏从跃、郭晓文	审议通过关于公司 2013 年内部审计工作计划要点 1 项议案
4	第一届董事会审计委员会 2013	2013.7.26	蔡祥、苏从跃、郭晓文	审议通过改聘公司 2013 年度审计机构及本次发行上市审计机构、制定公司反舞弊制

	年第三次会议			度、制定公司内部控制基本制度、制定公司重大风险预警制度等 4 项议案
5	第二届董事会审计委员会 2014 年第一次会议	2014.2.28	蔡祥、苏从跃、郭晓文	审议通过公司董事会审计委员会对瑞华 2013 年度审计工作的总结报告、公司 2013 年度财务报告、内部控制情况报告和聘任瑞华为公司 2014 年度财务审计机构等 4 项议案
6	第二届董事会审计委员会 2014 年第二次会议	2014.8.11	蔡祥、苏从跃、林丹	审议通过公司 2014 年中期财务报告及关于公司内部控制有关事项的说明等 2 项议案
7	第二届董事会审计委员会 2015 年第一次会议	2015.3.10	蔡祥、苏从跃、林丹	审议通过董事会审计委员会对瑞华会计师事务所 2014 年度审计工作的总结报告、2014 年度财务报告、内部控制情况报告、聘任瑞华会计师事务所为 2015 年度财务审计机构及关于公司会计政策变更等 5 项议案
8	第二届董事会审计委员会 2015 年第二次会议	2015.5.20	蔡祥、苏从跃、林丹	审议通过确认公司 2015 年第一季度财务报告、内部控制情况报告等 2 项议案
9	第二届董事会审计委员会 2015 年第三次会议	2015.9.6	蔡祥、苏从跃、林丹	审议通过确认公司 2015 年中期财务报告、内部控制情况报告等 2 项议案
10	第二届董事会审计委员会 2015 年第四次会议	2015.12.30	蔡祥、苏从跃、林丹	审议通过《关于传媒服务框架协议的议案》

（4）提名委员会运行情况

自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，发行人共召开了6次董事会提名委员会会议，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席情况	主要内容
1	第一届董事会提名委员会 2013 年第一次会议	2013.2.26	王雪江、范以锦、刘金保	审议通过提名郭晓文为公司独立董事候选人、提名程启平为公司副总经理候选人等 2 项议案
2	第一届董事会提名委员会 2013 年第二次会议	2013.3.15	郭晓文、范以锦、刘金保	审议通过选举郭晓文为提名委员会主任委员 1 项议案

3	第一届董事会提名委员会 2013 年第三次会议	2013.11.13	郭晓文、范以锦、刘金保	审议通过提名公司第二届董事会董事候选人等 9 项议案
4	第二届董事会提名委员会 2014 年第一次会议	2014.2.18	郭晓文、范以锦、刘金保	审议通过提名柳征为第二届董事会董事候选人、林丹为第二届董事会独立董事候选人 2 项议案
5	第二届董事会提名委员会 2014 年第二次会议	2014.9.28	林丹、范以锦、柳征	审议通过提名钟亮为公司副总经理候选人 1 项议案
6	第二届董事会提名委员会 2015 年第一次会议	2015.3.10	林丹、范以锦、柳征	审议通过提名曾建雄为公司第二届董事会独立董事候选人 1 项议案

二、发行人近三年违法违规行为情况

本公司及子公司报告期内不存在因违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规受到行政处罚且情节严重的情形。

三、发行人资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东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，也不存在为控股股东及其控制的其他企业提供担保的情形。

四、发行人的内部控制制度

（一）内部控制制度基本情况

公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》及《总经理工作细则》等公司治理制度，建立起由股东大会、董事会、监事会、独立董事和高级管理层组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构与管理层之间相互协调和相互制衡的机制。同时，为不断完善公司治理，加强内部控制，公司参照《上市公司治理准则》等相关法律、法规及规章的要求，制定了《内部审计暂行规定》、《关联交易决策制

度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《反舞弊制度》、《内部控制基本制度》、《重大风险预警制度》、《规章制度管理办法》等相关制度，对关联交易、对外担保、对外投资的决策权限、决策程序和表决制度等进行了详细的规定。

公司依据自身经营特点，制定了一系列的业务控制制度，范围涵盖采购业务管理、销售业务管理、质量管理、资产管理等方面，确保各项业务有章可循，形成了规范的业务管理体系。

除建立起以股东大会、董事会、监事会和管理层为基础架构的法人治理结构，公司及子公司还设立了包括财务部、人力资源部、战略规划部、采编中心、发行中心、营销中心、影视部、传播部、新媒体开发部、创意产品经营部和监察审计部等部门，并制定了各项部门规章制度，对公司日常工作管理、财务管理、人力资源管理、信息系统管理和内部控制管理等进行了详细的规定，建立了行之有效的风险控制系统，强化风险管理，保证公司各项业务活动的健康运行。

（二）公司管理层的自我评估意见

公司现有内部控制制度基本能够适应公司管理的要求，能够为编制真实、完整、公允的财务报表提供合理保证，能够为公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律、法规和公司内部规章制度的贯彻执行提供合理保证，能够保护公司资产的安全、完整。

本公司管理层认为，本公司于2015年6月30日在所有重大方面保持了《企业内部控制基本规范》的有关规范标准中与财务报表相关的有效的内部控制。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

瑞华对公司的内部控制制度进行了专项审核，出具了瑞华核字[2015]01460022号《内部控制鉴证报告》，认为：公司于2015年6月30日在所有重大方面保持了按照《企业内部控制基本规范》的有关规范标准中与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

本公司聘请瑞华依据中国注册会计师审计准则对公司最近三年的财务报表及附注进行了审计，并由其出具了标准无保留意见的《审计报告》（瑞华审字[2015]01460331号）。

本节涉及的财务会计数据及相关财务会计信息，非经特别说明，均引自发行人经瑞华审计的财务报告。投资人欲对本公司最近三年的财务状况、经营成果和现金流量情况进行更详细的了解，可参阅财务报告和审计报告全文，以获取更加完整的财务信息。

一、最近三年经审计的财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项　目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
流动资产：				
货币资金	502,913,487.74	502,264,174.82	439,202,879.05	350,391,457.21
应收票据	3,820,000.00	5,025,046.23		
应收账款	111,379,964.92	108,691,111.02	126,419,798.39	112,199,381.22
预付款项	12,382,513.06	8,470,052.46	8,080,991.75	12,018,338.90
应收利息	8,711,133.63	6,310,076.96	3,870,086.34	1,617,990.27
其他应收款	28,235,252.62	24,234,280.32	2,746,291.93	55,677,646.41
存货	6,153,267.79	5,937,885.28	5,179,524.66	4,846,580.69
其他流动资产	8,540,478.99	8,566,241.52	4,896,936.46	921,074.00
流动资产合计	**682,136,098.75**	**669,498,868.61**	**590,396,508.58**	**537,672,468.70**
非流动资产：				
长期股权投资	6,201,189.97	2,577,448.10	2,375,561.14	1,471,143.83
投资性房地产	24,941,642.93	25,362,069.83	26,202,923.64	-
固定资产	64,230,731.28	66,078,999.78	70,712,298.28	44,201,669.77
在建工程	614,949.23	583,033.84	-	-
无形资产	23,745,546.97	22,554,464.74	24,726,253.66	26,515,877.95
长期待摊费用	801,986.44	942,327.60	1,223,009.92	-
递延所得税资产	258,883.99	642,674.00	2,537,686.11	363,658.25
其他非流动资产	13,586,303.86	15,254,205.16	-	-
非流动资产合计	**134,381,234.67**	**133,995,223.05**	**127,777,732.75**	**72,552,349.80**
资产总计	**816,517,333.42**	**803,494,091.66**	**718,174,241.33**	**610,224,818.50**

合并资产负债表（续）

项　目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
流动负债：				
应付账款	24,883,676.58	18,505,018.73	20,551,813.57	26,186,542.16
预收款项	17,392,907.93	15,528,478.30	23,486,955.60	11,654,023.21
应付职工薪酬	15,143,859.35	24,231,284.26	19,717,413.88	15,464,362.27
应交税费	1,964,847.11	3,753,236.37	5,724,306.26	5,194,747.24
其他应付款	23,034,207.23	32,798,236.69	30,402,977.05	34,394,816.00
流动负债合计	**82,419,498.20**	**94,816,254.35**	**99,883,466.36**	**92,894,490.88**
非流动负债：				
递延所得税负债	260,963.60	85,146.35	967,521.59	4,766.67
非流动负债合计	**260,963.60**	**85,146.35**	**967,521.59**	**4,766.67**
负债合计	**82,680,461.80**	**94,901,400.70**	**100,850,987.95**	**92,899,257.55**
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00
资本公积	685,096.86	685,096.86	685,096.86	685,096.86
盈余公积	57,224,073.96	57,224,073.96	46,358,103.89	33,011,459.89
未分配利润	458,422,903.12	433,530,587.75	352,056,127.55	265,425,313.05
归属于母公司股东的所有者权益合计	716,332,073.94	691,439,758.57	599,099,328.30	499,121,869.80
少数股东权益	17,504,797.68	17,152,932.39	18,223,925.08	18,203,691.15
所有者权益合计	**733,836,871.62**	**708,592,690.96**	**617,323,253.38**	**517,325,560.95**
负债和所有者权益总计	**816,517,333.42**	**803,494,091.66**	**718,174,241.33**	**610,224,818.50**

2、合并利润表

单位：元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、营业总收入	**166,008,626.89**	**417,483,378.21**	**427,207,679.93**	**423,023,058.44**
其中：营业收入	166,008,626.89	417,483,378.21	427,207,679.93	423,023,058.44
二、营业总成本	**110,132,166.35**	**285,192,130.34**	**275,674,397.47**	**260,873,804.39**
其中：营业成本	76,993,292.43	193,215,223.70	176,850,076.39	160,430,083.51
营业税金及附加	5,730,971.89	13,939,236.83	16,335,752.94	28,453,190.95
销售费用	15,396,410.57	52,615,704.91	48,379,745.67	38,601,750.23
管理费用	15,465,449.24	35,013,077.29	42,466,455.49	40,719,689.26
财务费用	-7,716,075.50	-12,947,186.97	-9,158,925.89	-6,674,578.80
资产减值损失	4,262,117.72	3,356,074.58	801,292.87	-656,330.76
加：公允价值变动收益（损失以“—”号填列）	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	123,741.87	201,886.96	904,417.31	1,143.83
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	123,741.87	201,886.96	904,417.31	1,143.83
三、营业利润	**56,000,202.41**	**132,493,134.83**	**152,437,699.77**	**162,150,397.88**
加：营业外收入	375,844.27	728,118.22	812,115.74	604,465.20
其中：非流动资产处置利得	-	2,020.00	100.20	508.25
减：营业外支出	13,554.50	434,138.67	408,225.81	31,568.05
其中：非流动资产处置损失	-	19,946.91	8,716.06	19,142.16
四、利润总额	**56,362,492.18**	**132,787,114.38**	**152,841,589.70**	**162,723,295.03**
减：所得税费用	2,118,311.52	5,517,676.80	1,843,897.27	-26,171,672.65
五、净利润	**54,244,180.66**	**127,269,437.58**	**150,997,692.43**	**188,894,967.68**
归属于母公司所有者的净利润	53,892,315.37	128,340,430.27	150,977,458.50	187,381,698.89
少数股东损益	351,865.29	-1,070,992.69	20,233.93	1,513,268.79
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	**54,244,180.66**	**127,269,437.58**	**150,997,692.43**	**188,894,967.68**
归属于母公司股东的综合收益总	53,892,315.37	128,340,430.27	150,977,458.50	187,381,698.89

额				
归属于少数股东的综合收益总额	351,865.29	-1,070,992.69	20,233.93	1,513,268.79
八、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.27	0.64	0.75	0.94
（二）稀释每股收益	0.27	0.64	0.75	0.94

3、合并现金流量表

单位：元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 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	183,702,589.95	418,913,245.92	444,674,445.64	409,750,059.18
收到的税收返还	1,071,157.67	369,990.58	54,493,014.24	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,469,470.44	14,891,370.41	38,367,901.25	157,209,255.48
经营活动现金流入小计	**189,243,218.06**	**434,174,606.91**	**537,535,361.13**	**566,959,314.66**
购买商品、接受劳务支付的现金	69,979,588.56	155,737,908.39	159,204,101.82	122,770,930.08
支付给职工以及为职工支付的现金	45,979,842.86	84,161,481.35	62,260,674.55	66,017,589.48
支付的各项税费	21,353,053.94	52,293,154.38	39,561,772.19	73,417,076.58
支付其他与经营活动有关的现金	20,744,195.57	34,933,148.85	85,061,527.16	166,609,896.84
经营活动现金流出小计	**158,056,680.93**	**327,125,692.97**	**346,088,075.72**	**428,815,492.98**
经营活动产生的现金流量净额	**31,186,537.13**	**107,048,913.94**	**191,447,285.41**	**138,143,821.68**
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	55,431,037.16	99,073,862.16	361,457,538.89	476,000,000.00
取得投资收益收到的现金	4,776,652.72	9,806,896.80	5,351,170.22	4,907,781.64
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	2,910.00	30,880.00	8,430.00
投资活动现金流入小计	**60,207,689.88**	**108,883,668.96**	**366,839,589.11**	**480,916,211.64**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,803,155.92	17,797,436.88	57,017,804.28	1,915,337.98
投资支付的现金	116,938,413.19	192,794,244.00	462,478,913.89	517,470,000.00
投资活动现金流出小计	**119,741,569.11**	**210,591,680.88**	**519,496,718.17**	**519,385,337.98**

投资活动产生的现金流量净额	**-59,533,879.23**	**-101,708,011.92**	**-152,657,129.06**	**-38,469,126.34**
三、筹资活动产生的现金流量				
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	29,000,000.00	36,000,000.00	51,000,000.00	26,577,826.54
支付的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	43,120,000.00
筹资活动现金流出小计	**29,000,000.00**	**36,000,000.00**	**51,000,000.00**	**69,697,826.54**
筹资活动产生的现金流量净额	**-29,000,000.00**	**-36,000,000.00**	**-51,000,000.00**	**-69,697,826.54**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-1.33**	**11.91**	**-109.51**	**0.31**
五、现金及现金等价物净增加额	**-57,347,343.43**	**-30,659,086.07**	**-12,209,953.16**	**29,976,869.11**
加:期初现金及现金等价物余额	95,522,417.98	126,181,504.05	138,391,457.21	108,414,588.10
六、期末现金及现金等价物余额	**38,175,074.55**	**95,522,417.98**	**126,181,504.05**	**138,391,457.21**

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项　目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
流动资产：				
货币资金	378,693,586.82	363,412,626.06	330,452,199.66	264,205,484.39
应付票据	3,820,000.00	5,025,046.23	-	-
应收账款	71,766,037.37	84,289,471.16	97,217,472.54	91,252,108.29
预付款项	8,104,036.96	9,350,364.39	4,703,035.51	10,610,858.78
应收利息	7,380,574.00	5,518,090.07	3,470,500.08	1,159,736.10
其他应收款	45,691,858.49	33,891,557.41	34,552,224.83	58,761,694.15
存货	2,736,845.21	2,945,181.22	2,086,092.16	1,259,839.91
其他流动资产	5,571,855.87	5,178,074.51	4,340,159.24	921,074.00
流动资产合计	**523,764,794.72**	**509,610,411.05**	**476,821,684.02**	**428,170,795.62**
非流动资产：				
长期股权投资	63,358,124.11	59,734,382.24	59,532,495.28	58,628,077.97
投资性房地产	24,941,642.93	25,362,069.83	26,202,923.64	-
固定资产	61,501,504.87	63,454,529.53	68,090,319.95	42,321,125.13
无形资产	21,427,793.61	22,514,348.01	24,669,536.93	26,442,561.26
长期待摊费用	614,485.09	725,220.81	946,692.25	-
递延所得税资产	-	-	1,285,074.06	-
其他非流动资产	13,586,303.86	15,254,205.16	-	-
非流动资产合计	**185,429,854.47**	**187,044,755.58**	**180,727,042.11**	**127,391,764.36**
资产总计	**709,194,649.19**	**696,655,166.63**	**657,548,726.13**	**555,562,559.98**

母公司资产负债表（续）

单位：元

项　目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
流动负债：				
应付账款	7,756,738.41	2,624,640.38	18,130,435.54	15,861,339.70
预收款项	4,142,762.59	4,156,289.99	16,811,337.30	6,165,147.35
应付职工薪酬	12,558,754.36	17,843,538.74	13,766,238.11	11,653,229.30
应交税费	449,264.62	1,199,872.92	1,831,879.92	2,830,990.55
其他应付款	22,594,990.56	27,590,085.03	35,560,171.35	30,937,254.14
流动负债合计	**47,502,510.54**	**53,414,427.06**	**86,100,062.22**	**67,447,961.04**
非流动负债：				
递延所得税负债	-	-	867,625.02	-
非流动负债合计	-	-	867,625.02	-
负债合计	**47,502,510.54**	**53,414,427.06**	**86,967,687.24**	**67,447,961.04**
所有者权益：				
股本	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00
资本公积	-	-	-	-
盈余公积	57,224,073.96	57,224,073.96	46,358,103.89	33,011,459.89
未分配利润	404,468,064.69	386,016,665.61	324,222,935.00	255,103,139.05
所有者权益合计	**661,692,138.65**	**643,240,739.57**	**570,581,038.89**	**488,114,598.94**
负债和所有者权益总计	**709,194,649.19**	**696,655,166.63**	**657,548,726.13**	**555,562,559.98**

2、母公司利润表

单位：元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、营业收入	**91,581,106.32**	**217,449,445.78**	**245,161,029.24**	**283,711,537.14**
减：营业成本	25,693,669.80	56,025,866.13	56,576,503.34	72,781,506.74
营业税金及附加	3,428,725.78	7,921,504.35	9,405,290.75	19,030,734.29
销售费用	7,478,207.28	28,987,860.56	26,892,618.87	22,184,030.20
管理费用	9,645,338.88	22,889,433.28	27,460,170.21	26,409,101.96
财务费用	-5,630,093.44	-10,578,732.09	-7,724,684.41	-5,818,763.78
资产减值损失	3,833,665.52	2,981,528.93	457,401.47	-1,345,128.11
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	123,741.87	201,886.96	904,417.31	1,143.83
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	123,741.87	201,886.96	904,417.31	1,143.83
二、营业利润	**47,255,334.37**	**109,423,871.58**	**132,998,146.32**	**150,471,199.67**
加：营业外收入	196,064.71	31,104.69	74,245.65	453,257.57
其中：非流动资产处置利得	-	2,020.00	-	-
减：营业外支出	-	377,826.55	23,401.06	14,443.03
其中：非流动资产处置损失	-	15,542.13	8,401.06	14,443.03
三、利润总额	**47,451,399.08**	**109,077,149.72**	**133,048,990.91**	**150,910,014.21**
减：所得税费用		417,449.04	-417,449.04	-34,785,917.96
四、净利润	**47,451,399.08**	**108,659,700.68**	**133,466,439.95**	**185,695,932.17**
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	**47,451,399.08**	**108,659,700.68**	**133,466,439.95**	**185,695,932.17**

3、母公司现金流量表

单位：元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 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	113,772,115.44	212,864,834.33	256,481,900.01	284,721,695.21
收到的税收返还	1,071,157.67	-	54,493,014.24	-
收到其他与经营活动有关的现金	10,393,195.94	63,091,509.22	65,965,741.18	156,029,557.01
经营活动现金流入小计	**125,236,469.05**	**275,956,343.55**	**376,940,655.43**	**440,751,252.22**
购买商品、接受劳务支付的现金	16,268,056.84	38,265,126.76	62,675,005.88	87,145,231.70
支付给职工以及为职工支付的现金	19,025,013.22	33,809,353.03	20,734,693.76	21,781,488.38
支付的各项税费	15,186,373.71	35,856,799.96	24,998,315.26	47,950,574.63
支付其他与经营活动有关的现金	30,428,589.84	90,523,837.58	99,599,966.33	151,052,458.60
经营活动现金流出小计	**80,908,033.61**	**198,455,117.33**	**208,007,981.23**	**307,929,753.31**
经营活动产生的现金流量净额	**44,328,435.44**	**77,501,226.22**	**168,932,674.20**	**132,821,498.91**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	20,000,000.00	30,000,000.00	290,000,000.00	466,000,000.00
取得投资收益收到的现金	3,463,245.00	8,237,851.37	4,304,177.76	4,694,569.42
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	2,020.00	30,400.00	8,180.00
投资活动现金流入小计	**23,463,245.00**	**38,239,871.37**	**294,334,577.76**	**470,702,749.42**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	16,780,671.19	56,020,536.69	987,882.98
投资支付的现金	48,500,000.00	76,010,719.68	390,000,000.00	544,590,000.00
投资活动现金流出小计	**48,500,000.00**	**92,791,390.87**	**446,020,536.69**	**545,577,882.98**
投资活动产生的现金流量净额	**-25,036,755.00**	**-54,551,519.50**	**-151,685,958.93**	**-74,875,133.56**
三、筹资活动产生的现金流量：				
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-

分配股利、利润或偿付利息支付的现金	29,000,000.00	36,000,000.00	51,000,000.00	26,000,000.00
筹资活动现金流出小计	**29,000,000.00**	**36,000,000.00**	**51,000,000.00**	**26,000,000.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**-29,000,000.00**	**-36,000,000.00**	**-51,000,000.00**	**-26,000,000.00**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-9,708,319.56**	**-13,050,293.28**	**-33,753,284.73**	**31,946,365.35**
加：期初现金及现金等价物余额	37,401,906.38	50,452,199.66	84,205,484.39	52,259,119.04
六、期末现金及现金等价物余额	**27,693,586.82**	**37,401,906.38**	**50,452,199.66**	**84,205,484.39**

二、审计意见

瑞华接受委托，审计了截至2015年6月30日、2014年12月31日、2013年12月31日、2012年12月31日合并及公司的资产负债表，2015年1-6月、2014年度、2013年度、2012年度合并及公司的利润表、合并及公司的现金流量表和合并及公司的所有者权益变动表以及财务报表附注，并于2015年9月11日出具了标准无保留意见的《审计报告》（瑞华审字[2015] 01460331号）。

瑞华认为：“上述财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了中国南航集团文化传媒股份有限公司2015年6月30日、2014年12月31日、2013年12月31日、2012年12月31日合并及公司的财务状况以及2015年1-6月、2014年度、2013年度、2012年度合并及公司的经营成果和现金流量。”

三、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》（财政部令第33号发布、财政部令第76号修订）、于2006年2月15日及其后颁布和修订的41项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）的披露规定编制。

根据企业会计准则的相关规定，公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（二）合并报表范围及变化情况

1、子公司情况

（1）通过设立或投资等方式取得的子公司

公司名称	注册地	业务性质	注册资本（万元）	持股比例	合并期间
南方明珠	广州	广告发布及广告代理	600	55%	2012.1 -2015.6
沈阳广天合	沈阳	广告发布及广告代理	200	100%	2012.1 -2015.6
广州广天合	广州	广告发布及广告代理	1,001	100%	2012.1 -2015.6
北京广天合	北京	广告发布及广告代理	2,500	100%	2012.1 -2015.6

（2）同一控制下企业合并取得的子公司

公司名称	注册地	业务性质	注册资本（万元）	持股比例	合并期间
新疆广天合	乌鲁木齐	广告发布及广告代理	150	100%	2012.1 -2015.6
厦航传媒	厦门	广告发布及广告代理	500	51%	2012.6 -2015.6

2、报告期合并范围发生变更的说明

（1）2012年度

因同一控制下企业合并而增加子公司的情况说明：

2012年6月，公司完成对同一控制下企业厦航传媒的收购，持有其51%的股权，拥有对其的实质控制权，将其纳入合并财务报表范围。

（2）2013年度

无变化。

（3）2014年度

无变化。

（4）2015年1-6月

无变化。

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）会计期间

公司的会计期间分为年度和中期，会计中期指短于一个完整的会计年度的

报告期间。公司会计年度采用公历年度，即每年自1月1日起至12月31日止。

（二）营业周期

公司以12个月作为一个营业周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

（三）记账本位币

人民币为公司及境内子公司经营所处的主要经济环境中的货币，公司及境内子公司以人民币为记账本位币。公司编制本财务报表时所采用的货币为人民币。

（四）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

企业合并，是指将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

1、同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。同一控制下的企业合并，在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。合并日，是指合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

合并方取得的资产和负债均按合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积（股本溢价）；资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。

合并方为进行企业合并发生的各项直接费用，于发生时计入当期损益。

2、非同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。非同一控制下的企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

对于非同一控制下的企业合并，合并成本包含购买日购买方为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值，为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他管理费用于发生时计入当期损益。购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。所涉及的或有对价按其在购买日的公允价值计入合并成本，购买日后12个月内出现对购买日已存在情况的新的或进一步证据而需要调整或有对价的，相应调整合并商誉。购买方发生的合并成本及在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

购买方取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日因不符合递延所得税资产确认条件而未予确认的，在购买日后12个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，则确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产的，计入当期损益。

通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，根据《财政部关于印发企业会计准则解释第5号的通知》（财会〔2012〕19号）和《企业会计准则第33号——合并财务报表》第五十一条关于“一揽子交易”的判断标准，判断该多次交易是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，参考本部分前面各段描述及“长期股权投资”进行会计处理；不属于“一揽子交易”的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综

合收益采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即除了按照权益法核算的在被购买方重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动中的相应份额以外，其余转入当期投资收益）。

在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即除了按照权益法核算的在被购买方重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动中的相应份额以外，其余转为购买日所属当期投资收益）。

（五）合并财务报表的编制方法

1、合并财务报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响该回报金额。合并范围包括公司及全部子公司。子公司，是指被公司控制的主体。

一旦相关事实和情况的变化导致上述控制定义涉及的相关要素发生了变化，公司将进行重新评估。

2、合并财务报表编制的方法

从取得子公司的净资产和生产经营决策的实际控制权之日起，公司开始将其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于处置的子公司，处置日前的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中；当期处置的子公司，不调整合并资产负债表的年初余额。非同一控制下企业合并增加的子公司，其购买日后的经营成果及现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，且不调整合并财务报表的年初余额和对比数。同一控制下企业合并增加的子公司，其自合并当期期初至合并日的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，并且同时调整合并财务报表的对比数。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

公司内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。

子公司的股东权益及当期净损益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益及少数股东损益在合并财务报表中股东权益及净利润项下单独列示。子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额，冲减少数股东权益。

当因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，在丧失控制权时采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即除了在该原有子公司重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动以外，其余一并转为当期投资收益）。其后，对该部分剩余股权按照《企业会计准则第2号——长期股权投资》或《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》等相关规定进行后续计量，详见 “（十二）长期股权投资”或 “（八）金融工具”。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，需区分处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易是否属于一揽子交易。处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为“一揽子交易”进行会计处理：①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。不属于“一

揽子交易”的，对其中的每一项交易视情况分别按照“不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资”和“因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权”适用的原则进行会计处理。处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（六）现金及现金等价物的确定标准

公司现金及现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及公司持有的期限短（一般为从购买日起，三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（七）外币业务和外币报表折算

1、外币交易的折算方法

公司发生的外币交易在初始确认时，按交易日的即期汇率折算为记账本位币金额，但公司发生的外币兑换业务或涉及外币兑换的交易事项，按照实际采用的汇率折算为记账本位币金额。

2、对于外币货币性项目和外币非货币性项目的折算方法

资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除：属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理之外，均计入当期损益。

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的记账本位币金额计量。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，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动（含汇率变动）处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

（八）金融工具

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关的交易费用直接计入损益，对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

1、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。金融工具存在活跃市场的，公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。活跃市场中的报价是指易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格。金融工具不存在活跃市场的，公司采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

2、金融资产的分类、确认和计量

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。金融资产在初始确认时划分为贷款和应收款项。

贷款和应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。公司划分为贷款和应收款项的金融资产包括应收票据、应收账款、应收利息、应收股利及其他应收款等。

贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

3、金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合

中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

贷款和应收款项减值：以成本或摊余成本计量的金融资产将其账面价值减记至预计未来现金流量现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。金融资产在确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，金融资产转回减值损失后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；③该金融资产已转移，虽然企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

若企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产的控制的，则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值及因转移而收到的对价与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值在终止确认及未终止确认部分之间按其相对的公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价与应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和与分摊的前述账面金额之差额计入当期损益。

公司对采用附追索权方式出售的金融资产，或将持有的金融资产背书转

让，需确定该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移。已将该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产；既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则继续判断企业是否对该资产保留了控制，并根据前面各段所述的原则进行会计处理。

5、金融负债的分类和计量

金融负债在初始确认时划分为其他金融负债。初始确认金融负债，以公允价值计量。对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

6、金融负债的终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

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

7、金融资产和金融负债的抵销

当公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

8、权益工具

权益工具是指能证明拥有公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），减少股东权益。公司不确认权益工具的公允价值变动额。

（九）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

1、坏账准备的确认标准

公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：①债务人发生严重的财务困难；②债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）；③债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；④其他表明应收款项发生减值的客观依据。

2、坏账准备的计提方法

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

公司将金额为人民币100万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

（2）按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

A．信用风险特征组合的确定依据

公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项　　目	确定组合的依据
账龄组合	以应收款项的账龄作为信用风险特征划分组合

个别认定组合	以个别认定的应收款项分组合

B．根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

不同组合计提坏账准备的计提方法：

项　　目	计提方法
账龄组合	账龄分析法
个别认定组合	个别认定法

采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法

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，下同）	1	1
1-2 年	20	20
2-3 年	50	50
3年以上	100	100

本公司对于合并范围内关联方及应收退税款等应收政府款项，按照个别认定法计提坏账准备，一般不计提坏账准备。

（3）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。如，与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项。

（4）发行人坏账准备计提比例与可比上市公司对比

发行人坏账准备计提比例与可比上市公司对比情况如下：

公司	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
粤传媒	1%	5%	30%	80%	80%	100%
光线传媒	3%	10%	20%	40%	60%	100%
北巴传媒	5%	20%	50%	100%	100%	100%
浙报传媒	5%	10%	20%	50%	80%	100%

东方明珠	1%	2%	3%	4%	10%	15%
博瑞传播	5%	10%	30%	50%	80%	100%
中南传媒	8%	15%	45%	60%	80%	100%
皖新传媒	5%	10%	20%	40%	40%	100%
人民网	1%	5%	10%	30%	50%	100%
平均值	**3.78%**	**9.67%**	**25.33%**	**50.44%**	**64.44%**	**90.56%**
区 间	1%-8%	2%-20%	3%-50%	4%-100%	10%-100%	15%-100%
南航传媒	1%	20%	50%	100%	100%	100%

数据来源：各公司的2014年年度报告

从上表可以看出，公司除在1年以内的坏账准备计提比例低于行业平均水平外，1年以上的应收账款坏账计提比例高于同行业平均水平，且各期间的坏账准备计提比例都在同行业上市公司坏账计提比例范围以内。公司坏账计提比例较为谨慎。

3、坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

（十）存货

1、存货的分类

存货主要包括交付印刷的报刊、库存的待售商品等。

2、存货取得和发出的计价方法

存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。领用和发出时按个别认定法计价。

3、存货可变现净值的确认和跌价准备的计提方法

可变现净值是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值

低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度为永续盘存制

5、低值易耗品的摊销方法

低值易耗品于领用时按一次摊销法摊销。

（十一）划分为持有待售资产

若某项非流动资产在其当前状况下仅根据出售此类资产的惯常条款即可立即出售，本公司已就处置该项非流动资产作出决议，已经与受让方签订了不可撤销的转让协议，且该项转让将在一年内完成，则该非流动资产作为持有待售非流动资产核算，自划分为持有待售之日起不计提折旧或进行摊销，按照账面价值与公允价值减去处置费用后的净额孰低计量。持有待售的非流动资产包括单项资产和处置组。如果处置组是一个《企业会计准则第8号——资产减值》所定义的资产组，并且按照该准则的规定将企业合并中取得的商誉分摊至该资产组，或者该处置组是资产组中的一项经营，则该处置组包括企业合并中所形成的商誉。

被划分为持有待售的单项非流动资产和处置组中的资产，在资产负债表的流动资产部分单独列报；被划分为持有待售的处置组中的与转让资产相关的负债，在资产负债表的流动负债部分单独列报。

某项资产或处置组被划归为持有待售，但后来不再满足持有待售的非流动资产的确认条件，公司停止将其划归为持有待售，并按照下列两项金额中较低者进行计量：（1）该资产或处置组被划归为持有待售之前的账面价值，按照其假定在没有被划归为持有待售的情况下原应确认的折旧、摊销或减值进行调整后的金额；（2）决定不再出售之日的可收回金额。

（十二）长期股权投资

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资，作为可供出售金融资产或以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算，其会计政策详见“（八）金融工具”。

共同控制，是指本公司按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。重大影响，是指本公司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。

1、投资成本的确定

对于同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照被合并方股东权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方股东权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份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。

对于非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在购买日按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本，合并成本包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和。

合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照公司实际支付的现金购买价款、公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资

自身的公允价值等方式确定。与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出也计入投资成本。

2、后续计量及损益确认方法

对被投资单位具有共同控制（构成共同经营者除外）或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。此外，公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

（1）成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

（2）权益法核算的长期股权投资

采用权益法核算时，长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益。对于本公司与联营企业及合营企业之间发生的交易，投出或出售的资产不构成业务的，未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位

发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。

在确认应分担被投资单位发生的净亏损时，以长期股权投资的账面价值和其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。此外，如公司对被投资单位负有承担额外损失的义务，则按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现净利润的，公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

（3）处置长期股权投资

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入股东权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权的，按“（五）合并财务报表的编制方法”中所述的相关会计政策处理。

其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，处置后的剩余股权仍采用权益法核算的，在处置时将原计入股东权益的其他综合收益部分按相应的比例采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益。

采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，并按比例结转当期损益；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例结转当期损益。

（十三）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建

筑物等。此外，对于本公司持有以备经营出租的空置建筑物，若董事会（或类似机构）作出书面决议，明确表示将其用于经营出租且持有意图短期内不再发生变化的，也作为投资性房地产列报。

投资性房地产按成本进行初始计量。与投资性房地产有关的后续支出，如果与该资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入投资性房地产成本。其他后续支出，在发生时计入当期损益。

投资性房地产的减值测试方法和减值准备计提方法详见“（十八）长期资产减值”。

当投资性房地产被处置、或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后计入当期损益。

（十四）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入本公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	30	5	3.17
机器设备	年限平均法	10	5	9.50
运输设备	年限平均法	6	5	15.83
办公及电子设备	年限平均法	5	5	19.00

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

3、固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见“（十八）长期资产减值减值”。

4、其他说明

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

当固定资产处于处置状态或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

（十五）在建工程

在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项工程支出以及其他相关费用等。在建工程在达到预定可使用状态后结转为固定资产。

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见“（十八）长期资产减值值”。

（十六）无形资产

1、无形资产

无形资产是指公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难以合理分配的，全部作为固定资产处理。

使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值在其预计使用寿命内

采用直线法分期平均摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。此外，还对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

2、无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见“（十八）长期资产减值”。

（十七）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。公司的长期待摊费用主要包括房屋维修（改造性支出）和户外广告牌制作费。长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。

（十八）长期资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及对子公司的长期股权投资等非流动非金融资产，公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生

的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果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确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，在进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以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。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十九）职工薪酬

公司职工薪酬主要包括短期职工薪酬、离职后福利、辞退福利。其中：

短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、生育保险费、工伤保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、非货币性福利等。本公司在职工为本公司提供服务的会计期间将实际发生的短期职工薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按公允价值计量。

离职后福利主要包括设定提存计划。其中设定提存计划主要包括基本养老保险、失业保险以及年金等，相应的应缴存金额于发生时计入相关资产成本或当期损益。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，在公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，和公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本两者孰早日，确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。但辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月不能完全支付的，按照其他长期职工薪酬处理。

职工内部退休计划采用上述辞退福利相同的原则处理。公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

（二十）预计负债

当与或有事项相关的义务同时符合以下条件，确认为预计负债：（1）该义务是公司承担的现时义务；（2）履行该义务很可能导致经济利益流出；（3）该义务的金额能够可靠地计量。

在资产负债表日，考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行计量。

如果清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，且确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（二十一）收入

1、广告发布业务

按照双方约定的广告发布期完成广告发布，广告通过指定媒体出现在公众面前时，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据，且与该广告代理有关的成本能够可靠地计量时，公司在广告发布期间，依据合同约定的广告费，按期确认收入。

（1）公司与客户签订《广告发布合同》时，合同内容包括：客户的名称、发布的品牌或产品、发布期限、发布的媒体资源所处位置、金额等。公司每月将上版表与合同核对后确认广告发布完成情况，确认广告收入。

（2）公司与广告代理公司签订《代理协议》时，按照协议中规定的结算方式进行结算并确认收入：

A、以“保底收入+分成收入”方式结算的，如双方结算金额超过保底额，依据约定的分成比例计算分成收入，按照保底额和分成收入确认广告收入；如双方结算金额未达到保底额，公司按照保底额确认收入；

B、按照“保底收入”结算的，如结算金额超过保底额，公司按照实际广

告发布额确认收入；如结算金额未达到保底额，公司按照保底额确认收入；

C、按公司授权价格结算并确认收入；

D、按照公司统一销售价格结算并确认收入。

2、节目制作收入

为客户提供节目策划方案，按照客户节目要求制作成分期节目，完成对节目的验收后，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据，且与该制作有关的成本能够可靠地计量时，本公司确认收入。

3、客户代理业务

公司承接业务后，与客户签订广告代理合同，按照客户要求选择媒体并与其签订投放合同和代理费协议，由媒体按照投放计划执行广告发布。广告发布后，公司对媒体投放情况进行核实，并送客户确认，经公司和客户共同对广告发布情况核实确认后，公司按照代理费协议约定确认客户代理收入。

4、公关与设计业务

（1）劳务交易结果能可靠估计时的收入确认

劳务交付客户开始使用，相关收入已经收款或取得了收款的凭据，且与该项公关与设计有关的成本能够可靠地计量时，本公司确认公关与设计收入的实现。

如果劳务的开始和完成分属不同的会计年度，在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，公司应当在资产负债表日按完工百分比法确认劳务收入。完工百分比法是指按照提供劳务交易的完成程度确认收入和费用的方法。劳务的完成程度应按以下方法确定：已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例。

（2）劳务交易结果不能可靠估计时的收入确认

本公司在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别按下列情况处理：

A、已发生的劳务成本预计能够得到补偿，应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；

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

5、商品销售业务

商品销售收入同时满足下列条件时，才能予以确认：

（1）本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方。

（2）本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。

（3）收入的金额能够可靠计量。

（4）相关经济利益很可能流入本公司。

（5）相关的、已发生的或将发生的成本能够可靠计量。

6、让渡资产使用权

让渡资产使用权收入包括利息收入、使用费收入等，在同时满足以下条件时，才能予以确认：

（1）与交易相关的经济利益能够流入本公司。

（2）收入的金额能够可靠地计量。

（二十二）政府补助

政府补助是指公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府作为所有者投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。本公司将所取得的用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助界定为与资产相关的政府补助；其余政府补助界定为与收益相关的政府补助。若政府文件未明确规定补助对象，则采用以下方式将补助款划分为与收益相关的政府补助和与资产相关的政府补助：（1）政府文件明确了补助所针对的特定项目的，根据该特定项目的预算中将形成资产的支出金额和计入费用的支出金额的相对比例进行划分，对该划分比例需在每个资产负债表日进行复核，必要时进行变更；（2）政府文件中对用途仅作一般性表述，没有指明特定项目的，作为与收益相关的政府补助。

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

助通常在实际收到时，按照实收金额予以确认和计量。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产的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和损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已经发生的相关费用和损失的，直接计入当期损益。

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

（二十三）递延所得税资产、递延所得税负债

1、当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应缴纳（或返还）的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本报告期税前会计利润作相应调整后计算得出。

2、递延所得税资产及递延所得税负债

某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

与商誉的初始确认有关，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的应纳税暂时性差异，不予确认有关的递延所得税负债。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，如果公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回，也不予确认有关的递延所得税负债。除上述例外情况，公司确认其他所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏

损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的可抵扣暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，如果暂时性差异在可预见的未来不是很可能转回，或者未来不是很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额，不予确认有关的递延所得税资产。除上述例外情况，公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认其他可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

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，减记的金额予以转回。

3、所得税费用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

除确认为其他综合收益或直接计入所有者权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或所有者权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

4、所得税的抵销

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得

税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十四）租赁

本公司的租赁业务为经营租赁。

1、公司作为承租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金支出在租赁期内的各个期间按直线法计入相关资产成本或当期损益。初始直接费用计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

2、公司作为出租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金收入在租赁期内的各个期间按直线法确认为当期损益。对金额较大的初始直接费用于发生时予以资本化，在整个租赁期间内按照与确认租金收入相同的基础分期计入当期损益；其他金额较小的初始直接费用于发生时计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（二十五）重大会计判断和估计

公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的结果可能与本公司管理层当前的估计存在差异，进而造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

于资产负债表日，公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

1、租赁的归类

公司根据《企业会计准则第21号——租赁》的规定，将租赁归类为经营租赁和融资租赁，在进行归类时，管理层需要对是否已将与租出资产所有权有关的全部风险和报酬实质上转移给承租人，或者公司是否已经实质上承担与租入资产所有权有关的全部风险和报酬，作出分析和判断。

2、坏账准备计提

公司根据应收款项的会计政策，采用备抵法核算坏账损失。应收账款减值是基于评估应收账款的可收回性。鉴定应收账款减值要求管理层的判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响应收账款的账面价值及应收账款坏账准备的计提或转回。

3、非金融非流动资产减值准备

公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对使用寿命不确定的无形资产，除每年进行的减值测试外，当其存在减值迹象时，也进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。

当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。

公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。

在预计未来现金流量现值时，需要对该资产（或资产组）的产量、售价、相关经营成本以及计算现值时使用的折现率等作出重大判断。公司在估计可收回金额时会采用所有能够获得的相关资料，包括根据合理和可支持的假设所作出有关产量、售价和相关经营成本的预测。

4、折旧和摊销

公司对投资性房地产、固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对

折旧和摊销费用进行调整。

5、递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，公司就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要公司管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

6、所得税

公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异，则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

7、内部退养福利及补充退休福利

公司内部退养福利和补充退休福利费用支出及负债的金额依据各种假设条件确定。这些假设条件包括折现率、平均医疗费用增长率、内退人员及离退人员补贴增长率和其他因素。实际结果和假设的差异将在发生时立即确认并计入当年费用。尽管管理层认为已采用了合理假设，但实际经验值及假设条件的变化仍将影响公司内部退养福利和补充退休福利的费用及负债余额。

8、预计负债

公司根据合约条款、现有知识及历史经验，对产品质量保证、预计合同亏损、延迟交货违约金等估计并计提相应准备。在该等或有事项已经形成一项现时义务，且履行该等现时义务很可能导致经济利益流出公司的情况下，公司对或有事项按履行相关现时义务所需支出的最佳估计数确认为预计负债。预计负债的确认和计量在很大程度上依赖于管理层的判断。在进行判断过程中公司需评估该等或有事项相关的风险、不确定性及货币时间价值等因素。

其中，公司会就出售、维修及改造所售商品向客户提供的售后质量维修承诺预计负债。预计负债时已考虑公司近期的维修经验数据，但近期的维修经验可能无法反映将来的维修情况。这项准备的任何增加或减少，均可能影响未来年度的损益。

五、适用的税种及享受的优惠政策

（一）企业所得税

本公司及其子公司报告期内企业所得税税率的变化情况列示如下：

公司名称	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
本公司 [1]	25%	25%	25%	25%
南方明珠	25%	25%	25%	25%
广州广天合	25%	25%	25%	25%
沈阳广天合	25%	25%	25%	25%
北京广天合	25%	25%	25%	25%
新疆广天合 [2]	15%	15%	15%	15%
厦航传媒	25%	25%	25%	25%

1、根据2009年国家财政部、国家税务总局、中宣部下发了《关于转制文化企业名单及认定问题的通知》（财税[2009]105号），对文化体制改革单位进行认定并实施税收优惠政策。中共广东省委宣传部、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局依据以上文件，审核认定本公司属于文化体制改革单位，自2011年1月1日至2013年12月31日期间可享受企业所得税减免优惠。公司2012年三、四季度及2013年所得税已经不再缴纳，并且在2013年收到了减免期间已经缴纳的所得税款。

2014年财政部、国家税务总局、中宣部联合下发《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2014]84号），原已在2009年审核认定享受税收优惠的转制文化企业，可按照该文件继续享受文件规定的税收优惠政策。本公司自2014年1月1日至2018年12月31日，继续享受免征企业所得税的优惠。

2、根据《财政部、海关总署、国家税务总局关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税（2011）58号）文件规定，自2011年1月1日至2020年12月31日，对设在西部地区的鼓励产业减按15%的税率征收企业所得税的通知，新疆广天合自2011年度起按15%税率缴纳企业所得税。对于2011年度、2012年度已经按照25%税率缴纳的企业所得税，在该期间已经多交的所得

税冲抵以后应交所得税款。

（二）其他税项

税　项	税　率
增值税[1]	6%、13%、17%
营业税[2]	5%
文化事业建设费	3%
城市维护建设税	7%
教育费附加[3]	3%、4%

1、2010年度，公司被认定为增值税一般纳税人，增值税应纳税额为当期销项税额抵减可以抵扣的进项税额后的余额，增值税的销项税率为17%。

2011年度，新疆广天合、广州广天合、沈阳广天合被认定为增值税一般纳税人，报刊销售业务增值税率均为13%，商品销售业务增值税率为17%。2012年9月1日起，北京广天合按照营业税改征增值税试点工作的要求转变为增值税纳税人，广告发布、公关与设计、广告代理收入增值税税率为6%。2012年11月1日起，发行人、广州广天合、南方明珠、深圳分公司、厦航传媒按照营业税改征增值税试点工作的要求转变为增值税纳税人，广告发布、公关与设计、广告代理收入增值税税率为6%。2013年8月1日起，新疆广天合、沈阳广天合按照营业税改征增值税试点工作的要求转变为增值税纳税人，广告发布、公关与设计、广告代理收入增值税税率为6%。

2、本公司及所属子、分公司在2012年营业税改增值税试点前，按广告发布业务、公关与设计业务、广告代理业务营业额的5%计缴营业税；公司将北京房产部分出租，按房产收入的5%计缴营业税。

3、教育费附加

报告期内，除北方分公司（该分公司已于2013年注销）教育费附加按实际缴纳流转税额4%计缴外，本公司及其余所属子、分公司的教育费附加分别按实际缴纳流转税额的3%计缴。

六、最近一年内收购兼并情况

无。

七、非经常性损益

根据证监会公告[2008]43号《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008）》及相关规定，公司经注册会计师核验的非经常性损益明细表如下：

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
非流动性资产处置损益	-	-1.79	-0.86	-1.47
计入当期损益的政府补助，但与企业正常经营业务密切相关，符合国家政策规定，按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	5.00	10.00	12.60	6.00
债务重组损益	-	-	-23.59	-
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	-	-	-	116.22
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	-	-	-	3,597.25
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	31.23	21.19	52.24	40.25
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	64.45	201.99
小　计	**36.23**	**29.40**	**104.84**	**3,960.24**
所得税影响额	3.76	8.93	9.27	0.22
少数股东权益影响额（税后）	0.90	7.61	0.79	56.92
合　计	**31.58**	**12.85**	**94.78**	**3,903.10**

2012年度的非经常性损益主要系公司根据文化体制改革企业相关税收优惠政策应由主管税务机关退回的2011年度已缴所得税。2012年度，“其他符合非经常性损益的项目”主要为收到南方航空以前年度的传媒服务费。

八、最近一期末主要固定资产及无形资产情况

（一）固定资产

截至2015年6月30日，公司各类固定资产情况如下：

单位：万元

类　别	原值	累计折旧	净值	账面价值
房屋及建筑物	6,807.31	816.23	5,991.07	5,991.07
电子设备	1,663.99	1,416.12	247.88	247.88
运输设备	480.88	327.46	153.42	153.42
办公设备	122.92	92.22	30.70	30.70
合　计	**9,075.11**	**2,652.03**	**6,423.07**	**6,423.07**

报告期期末，公司固定资产未设定抵押担保，不存在减值情形，未计提减值准备。

（二）无形资产

截至2015年6月30日，公司无形资产明细如下：

单位：万元

类　别	初始金额	累计摊销	净值	账面价值
广告经营特许使用权	3,503.66	1,411.20	2,092.46	2,092.46
软件	166.65	111.99	54.66	54.66
土地使用权	229.83	2.39	227.43	227.43
合　计	**3,900.13**	**1,525.58**	**2,374.55**	**2,374.55**

报告期期末，公司无形资产不存在减值情形，故未计提减值准备。

九、最近一期末主要债项

（一）应付账款

截至2015年6月30日，应付账款余额为2,488.37万元，具体如下：

账　龄	金额（万元）	占比（%）
1 年以内	2,406.75	96.72
1-2 年	56.16	2.26

2-3 年	15.88	0.64
3 年以上	9.58	0.38
合 计	**2,488.37**	**100.00**

（二）预收账款

截至2015年6月30日，预收账款余额为1,739.29万元，具体如下：

账 龄	金额（万元）	占比（%）
1 年以内	1,636.12	94.07
1-2 年	42.12	2.42
2-3 年	38.89	2.24
3 年以上	22.17	1.27
合 计	**1,739.29**	**100.00**

（三）应付职工薪酬

截至2015年6月30日，应付职工薪酬余额为1,514.39万元。公司应付职工薪酬中无属于拖欠性质的职工薪酬。具体如下：

1、应付职工薪酬列示

项 目	年初余额	本期增加	本期减少	期末余额
一、短期薪酬	2,381.37	3,358.81	4,270.52	1,469.66
二、离职后福利-设定提存计划	41.76	330.43	327.46	44.73
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合 计	**2,423.13**	**3,689.24**	**4,597.98**	**1,514.39**

2、短期薪酬列示

项 目	年初余额	本期增加	本期减少	期末余额
1、工资、奖金、津贴和补贴	962.74	2,338.34	2,743.96	557.13
2、职工福利费	-	76.15	76.15	-
3、社会保险费	2.74	200.26	192.73	10.26
其中：医疗保险费	2.42	170.52	168.22	4.72
工伤保险费	0.12	9.37	9.28	0.22
生育保险费	0.19	20.36	15.23	5.32
4、住房公积金	0.84	340.63	341.42	0.05
5、工会经费和职工教育经费	201.23	77.20	64.75	213.68
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、劳务派遣费	1,213.82	326.24	851.51	688.55
8、其他	-	-	-	-

合 计	2,381.37	3,358.81	4,270.52	1,469.66

3、设定提存计划列示

项 目	年初余额	本期增加	本期减少	期末余额
1、基本养老保险	5.19	271.08	269.86	6.41
2、失业保险费	0.24	20.87	20.46	0.65
3、企业年金缴费	36.33	38.49	37.15	37.67
合 计	**41.76**	**330.43**	**327.46**	**44.73**

本公司按规定参加由当地政府机构设立的养老保险、失业保险计划，除上述每月缴存费用外，本公司不再承担进一步支付义务。相应的支出于发生时计入当期损益或相关资产的成本。

（四）应交税费

截至2015年6月30日，应交税费余额为196.48万元，具体如下：

项 目	金额（万元）
增值税	-
营业税	0.20
企业所得税	75.43
城市维护建设税	2.65
个人所得税	36.00
教育费附加	1.14
文化事业建设费	74.20
地方教育费附加	0.76
印花税	1.26
堤围防洪费	4.86
合 计	**196.48**

（五）其他应付款

截至2015年6月30日，其他应付款余额为2,303.42万元，具体如下：

项 目	金额（万元）
押金及保证金	716.99
代收代垫款	1,043.65
代理费	415.04
审计咨询费	41.38
代扣代缴款	56.19
市场推广费	-
稿费	23.75

其他	6.42
合 计	**2,303.42**

十、股东权益情况

报告期内，公司所有者权益变动情况如下：

单位：万元

项 目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
股本	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
资本公积	68.51	68.51	68.51	68.51
盈余公积	5,722.41	5,722.41	4,635.81	3,301.15
未分配利润	45,842.29	43,353.06	35,205.61	26,542.53
归属母公司所有者权益合计	**71,633.21**	**69,143.98**	**59,909.93**	**49,912.19**
少数股东权益	1,750.48	1,715.29	1,822,39	1,820.37
所有者权益合计	**73,383.69**	**70,859.27**	**61,732.33**	**51,732.56**

十一、现金流量情况

单位：万元

项 目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,118.65	10,704.89	19,144.73	13,814.38
投资活动产生的现金流量净额	-5,953.39	-10,170.80	-15,265.71	-3,846.91
筹资活动产生的现金流量净额	-2,900.00	-3,600.00	-5,100.00	-6,969.78
汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.00	0.00	-0.01	0.00
现金及现金等价物净增加额	-5,734.73	-3,065.91	-1,221.00	2,997.69

十二、会计报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

2015年7月29日，发行人收到仲裁申请材料，申请人广东誉璇投资管理有限公司以发行人为被申请人向广州仲裁委员会提出仲裁申请，具体情况参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、诉讼及仲裁事项”的相关内容。

（二）或有事项

截至2015年6月30日，公司无需要披露的或有事项。

（三）重大承诺事项

截至2015年6月30日，公司无需要披露的重大承诺事项。

（四）其他重要事项

本公司及子公司从事广告设计、制作、发布、国内外广告代理、文化活动策划、商品销售业务，经营业务、评价经营成果不进行分部管理，因此，本公司不单独进行分部报告信息披露。

十三、对报告期内厦航传媒原始财务报表调整事项说明

2012年6月之前，公司尚未完成对厦航传媒的收购，厦门航空是厦航传媒的控股股东，将厦航传媒作为内部宣传部门进行管理。厦航传媒在经营厦门航空航机媒体的同时，为厦门航空提供了传媒服务，双方没有进行相关交易的核算和资金结算。为了解决同业竞争问题，南航传媒拟收购厦航传媒51%的股权。2012年6月，厦航传媒与厦门航空签订了《广告媒体委托经营协议》和《传媒服务协议》，明确了厦航传媒作为广告公司受托经营厦门航空航机媒体的地位，并为厦门航空提供综合型的传媒服务。厦航传媒按照每年取得的航机媒体经营收入的55%向厦门航空支付媒体资源使用费，厦门航空每年向厦航传媒支付650万元的传媒服务费。由于厦门航空与厦航传媒之间以前年度存在同样的业务，且没有反映在厦航传媒以前年度的报表中，为使厦航传媒的报表真实、公允，应当对以前年度的该类事项予以调整。以前年度的情况与收购后所签协议情况没有实质变化，因而以2012年6月签订的《广告媒体委托经营协议》和《传媒服务协议》的条款作为公允的定价依据，对报告期内厦航传媒的报表予以调整。主要调整项目为：按照厦航传媒营业收入和《广告媒体委托经营协议》约定的独家广告代理资源费比例调增成本，按照《传媒服务协议》中约定的服务价格调增每年营业收入650万元，两者的差额视同厦航传媒原控股股东对厦航传媒的捐赠，调增资本公积。2012年11月1日起，厦航传媒按照营业税改征增值税试点工作的要求转变为增值税纳税人，增值税税率为6%，因此全年应确认的营业收入为643.86万元。

十四、报告期内各项财务指标

项　目		2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
流动比率（次）		8.28	7.06	5.91	5.79
速动比率（次）		8.10	6.91	5.81	5.73
资产负债率（母公司）（%）		6.70	7.67	13.23	12.14
归属于发行人股东的每股净资产（元）		3.58	3.46	3.00	2.50
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例（%）		2.93	3.18	4.01	5.13
项　目		**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**	**2013 年度**	**2012 年度**
应收账款周转率（次）		1.41	3.44	3.52	4.05
存货周转率（次）		12.74	34.53	35.02	34.04
息税折旧摊销前利润（万元）		6,198.89	14,308.31	16,052.47	16,945.02
归属于发行人股东的净利润（万元）		5,389.23	12,834.04	15,097.75	18,738.17
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）		5,357.65	12,821.19	15,002.97	14,835.07
利息保障倍数（倍）		-	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元）		0.16	0.54	0.96	0.69
每股净现金流量（元）		-0.29	-0.15	-0.06	0.15
扣除非经常性损益前每股收益（元）	基本	0.27	0.64	0.75	0.94
	稀释	0.27	0.64	0.75	0.94
扣除非经常性损益后每股收益（元）	基本	0.27	0.64	0.75	0.74
	稀释	0.27	0.64	0.75	0.74
扣除非经常性损益前加权平均净资产收益率（%）		7.60	20.08	27.93	41.04
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（%）		7.56	20.06	27.75	32.49

表中指标计算公式如下：

1、流动比率 = 流动资产 ÷ 流动负债

2、速动比率 = 速动资产÷ 流动负债

3、资产负债率 = （负债总额 ÷ 资产总额）×100%（以母公司数据为基础）

4、归属于发行人股东的每股净资产 = 归属于公司普通股股东所有者权益 ÷ 期末普通股股本

5、无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比

例 = （扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后的无形资产净值 ÷ 所有者权益）×100%

6、应收账款周转率 = 营业收入 ÷ 应收账款平均余额

7、存货周转率 = 营业成本 ÷ 存货平均余额

8、息税折旧摊销前利润 = 利润总额 + 利息支出 + 固定资产折旧+投资性房地产折旧 + 无形资产摊销 + 长期待摊费用摊销+其他非流动资产摊销

9、利息保障倍数 = （利润总额 + 利息支出 + 资本化利息支出）÷（利息支出 + 资本化利息支出）

10、每股经营活动产生的现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 ÷ 期末普通股股本

11、每股净现金流量 = 现金及现金等价物净增加额 ÷ 期末普通股股本

12、基本每股收益 $= P_0 \div S$，$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P_0为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S为发行在外的普通股加权平均数；S_0为期初股份总数；S_1为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j为报告期因回购等减少股份数；S_k为报告期缩股数；M_0报告期月份数；M_i为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

13、稀释每股收益$= P_1 /（S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k +$ 认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P_1为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

14、加权平均净资产收益率 $= P_0 /（E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0$）

其中：P_0分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E_0为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M_0为报告期月份数；M_i为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

上述每股收益、净资产收益率系根据中国证监会发布的《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》计算确定。

十五、历次资产评估情况

（一）新航广告改制时的资产评估

2009年，公司在对新航广告进行改制时聘请新疆华信资产评估有限公司以2009年3月31日作为基准日对公司全部资产和相关负债的价值进行了评估，并于2009年8月30日出具了《新疆航空广告公司拟改制整体资产评估项目资产评估报告书》（华信评报字[2009]第73号）。

本次评估采用的是资产基础法。截至2009年3月31日，公司资产账面值为129.38万元，负债账面值为84.89万元，净资产账面值为44.49万元；调整后资产账面值为129.38万元，负债账面值为84.89万元，净资产账面值为44.49万元；资产评估值为135.97万元，负债评估值为84.89万元，净资产评估值为51.08万元，

净资产评估增值为6.59万元，增值率为14.81%。

具体资产评估结果汇总如下表：

单位：万元

项　目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增值额	增值率
	A	B	C	D=C-B	E=（C-B）/B
流动资产	84.77	84.77	84.77	0.00	0.00%
非流动资产	44.61	44.61	51.20	6.59	14.77%
固定资产	44.61	44.61	51.20	6.59	14.77%
资产总计	**129.38**	**129.38**	**135.97**	**6.59**	**5.09%**
流动负债	84.89	84.89	84.89	0.00	0.00%
负债总计	**84.89**	**84.89**	**84.89**	**0.00**	**0.00%**
净资产	**44.49**	**44.49**	**51.08**	**6.59**	**14.81%**

（二）南航集团对南航传媒有限增资时的资产评估

2010 年，南航集团对南航传媒有限增资时聘请北京中企华资产评估有限责任公司以 2009 年 10 月 31 日作为基准日对南航传媒有限的股东全部权益进行了评估，并出具了《中国南方航空集团公司拟对中国南航集团文化传媒有限公司增资项目涉及的中国南航集团文化传媒有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（中企华评报字（2009）第 534 号）。

本次评估分别采用了资产基础法和收益法进行评估，并选用资产基础法评估结果作为最终的评估结论。截至 2009 年 10 月 31 日，南航传媒有限净资产账面价值为 14,154.18 万元，采用资产基础法评估后的净资产为 15,526.17 万元，增值率 9.69%；采用收益法评估后的净资产为 56,853.19 万元，增值率为 302%。

采用资产基础法的具体资产评估结果汇总如下表：

单位：万元

项　目	账面价值	评估价值	增减值	增值率
	A	B	C=B-A	E=（B-A）/A
一、流动资产	23,514.61	23,721.74	207.13	0.88%
二、非流动资产	4,480.61	5,645.47	1,164.86	26.00%
其中：长期股权投资	374.49	176.07	-198.42	-52.98%
固定资产	829.85	703.65	-126.20	-15.21%
无形资产	3,232.97	4,765.75	1,532.78	47.41%
递延税款	43.30	0.00	-43.30	-100.00%

资产总计	**27,995.22**	**29,367.21**	**1,371.99**	**4.90%**
三、流动负债	13,841.04	13,841.04	0.00	0.00%
四、非流动负债	-	-	-	-
负债总计	**13,841.04**	**13,841.04**	**0.00**	**0.00%**
净资产	**14,154.18**	**15,526.17**	**1,371.99**	**9.69%**

（三）公司整体变更为股份公司时的资产评估

2010年，公司在整体变更为股份有限公司时聘请北京中企华资产评估有限责任公司以2010年4月30日作为基准日对公司全部资产和负债的价值进行了评估，并出具了《中国南航集团文化传媒有限公司拟整体变更设立股份公司涉及的中国南航集团文化传媒有限公司资产评估报告》（中企华评报字[2010]第202号）。

本次评估分别采用资产基础法和收益法进行评估，并选用资产基础法评估结果作为最终评估结果。截至2010年4月30日，公司净资产账面价值为22,365.79万元，采用资产基础法时评估价值为24,031.89万元，增值率为7.45%；采用收益法时评估价值为68,235.86万元，增值率为205.09%。

采用资产基础法的具体资产评估结果汇总如下表：

单位：万元

项　目	账面价值	评估价值	增减值	增值率
	A	**B**	**C=B-A**	**E=（B-A）/A**
一、流动资产	20,790.34	21,045.66	255.32	1.23%
二、非流动资产	6,004.02	7,414.80	1,410.78	23.50%
其中：长期股权投资	1,674.42	1,556.61	-117.81	-7.04%
固定资产	1,142.83	1,046.13	-96.70	-8.46%
无形资产	3,129.83	4,812.06	1,682.23	53.75%
递延税款	56.94	0.00	-56.94	-100.00%
资产总计	**26,794.36**	**28,460.46**	**1,666.10**	**6.22%**
三、流动负债	4,216.62	4,216.62	0.00	0.00%
四、非流动负债	211.95	211.95	0.00	0.00%
负债总计	**4,428.57**	**4,428.57**	**0.00**	**0.00%**
净资产	**22,365.79**	**24,031.89**	**1,666.10**	**7.45%**

本次资产评估仅作为折股参考，公司未根据本次评估结果进行账务处理。

（四）公司收购厦航传媒时的资产评估情况

2012年，公司在收购厦航传媒51%股权时聘请北京中企华资产评估有限责任公司以2010年3月31日作为基准日对公司全部资产和负债的价值进行了评估，并出具了《中国南航集团文化传媒股份有限公司拟收购厦门航空有限公司持有的厦门航空文化传媒有限公司51%股权涉及的厦门航空文化传媒有限公司资产评估报告》（中企华评报字（2012）第1122-1号）。本次评估分别采用资产基础法和收益法进行评估，并选用收益法评估结果作为最终评估结果。

1、资产基础法评估结论

采用资产基础法评估后的总资产为4,123.19万元，总负债为1,090.86万元，净资产为3,032.33万元，增值10.22万元，增值率0.34%。

采用资产基础法的具体资产评估结果汇总如下表：

单位：万元

项　目	账面价值	评估价值	增减值	增值率
	A	B	C=B-A	E=（B-A）/A
一、流动资产	4,044.64	4,044.64	0.00	0.00%
二、非流动资产	68.33	78.55	10.22	14.96%
其中：固定资产	67.59	77.81	10.22	15.12%
递延税款	0.74	0.74	0.00	0.00%
资产总计	**4,112.97**	**4,123.19**	**10.22**	**0.25%**
三、流动负债	1,090.86	1,090.86	0.00	0.00%
四、非流动负债	-	-	-	-
负债总计	**1,090.86**	**1,090.86**	**0.00**	**0.00%**
净资产	**3,022.11**	**3,032.33**	**10.22**	**0.34%**

2、收益法评估结论

采用收益法评估后的厦航传媒股东全部权益价值为8,455.57万元，评估增值5,433.46万元，增值率为179.79%。

3、评估报告选用的评估结论

收益法和资产基础法评估结果出现差异的主要原因是厦航传媒为传媒行业，对资产投入的要求不高，其主要价值来源于依托厦门航空的广告媒体经营

渠道并通过自身经营和采编能力而形成的增值，该部分价值所形成的商誉在资产基础法中无法体现，但在收益法中得到了体现。由于预期企业盈利状况较好，因此，收益法评估值高于资产基础法评估值。

考虑到传媒行业轻资产的特点，资产基础法无法反映企业的真实价值，且由于本次评估目的是股权收购，基于两种方法的特点，采用收益法的评估结果更有利于为本次评估目的服务，因此最终评估结论如下：

评估后的厦航传媒股东全部权益价值为8,455.57万元，评估增值5,433.46万元，增值率为179.79%。

十六、股东出资、股本变化的验资情况

截至本招股说明书签署日，公司共进行了五次验资，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”的相关内容。

十七、营业税改增值税对发行人经营业绩的影响

2011年，经国务院批准，财政部、国家税务总局联合下发营业税改增值税试点方案。自2012年10月以来，公司及各子公司的设计类、广告类、会展类等服务收入由缴纳营业税陆续转变为缴纳增值税，增值税进项税额可以抵扣。经测算，公司2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，营业税改增值税使得公司利润总额分别增加131.20万元、880.16万元、1,251.04万元和510.28万元，占各期利润总额的0.81%、5.76%、9.42%和9.05%。

第十一节 管理层讨论与分析

公司管理层认为，报告期内公司的财务状况、经营成果、现金流量状况良好，财务结构、各项财务指标等均处于正常水平，符合所从事业务的发展阶段和行业特点。公司主营业务保持稳定，市场开拓能力逐步增强，显示出良好的盈利能力和持续发展能力。

一、财务状况分析

（一）资产的主要构成及分析

截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，资产构成如下：

项 目	2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
流动资产	68,213.61	83.54	66,949.89	83.32	59,039.65	82.21	53,767.25	88.11
非流动资产	13,438.12	16.46	13,399.52	16.68	12,777.77	17.79	7,255.23	11.89
合 计	**81,651.73**	**100.00**	**80,349.41**	**100.00**	**71,817.42**	**100.00**	**61,022.48**	**100.00**

报告期内，公司主营业务未发生变化，资产结构保持稳定。从资产分布看，公司资产主要由流动资产构成，流动资产占公司总资产的比重保持在80%以上。公司主要从事媒体经营业务，属于轻资产型服务公司。

截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，公司资产总额分别为61,022.48万元、71,817.42万元、80,349.41万元和81,651.73万元，增长主要来源于业务经营的盈利。

1、流动资产分析

截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，

流动资产构成如下表所示：

项　目	2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
货币资金	50,291.35	73.73	50,226.42	75.02	43,920.29	74.39	35,039.15	65.17
应收票据	382.00	0.56	502.50	0.75	-	-	-	-
应收账款	11,138.00	16.33	10,869.11	16.23	12,641.98	21.41	11,219.94	20.87
预付款项	1,238.25	1.82	847.01	1.27	808.10	1.37	1,201.83	2.24
应收利息	871.11	1.28	631.01	0.94	387.01	0.66	161.80	0.30
其他应收款	2,823.53	4.14	2,423.43	3.62	274.63	0.47	5,567.76	10.36
存货	615.33	0.90	593.79	0.89	517.95	0.88	484.66	0.90
其他流动资产	854.05	1.25	856.62	1.28	489.69	0.83	92.11	0.17
合　计	**68,213.61**	**100.00**	**66,949.89**	**100.00**	**59,039.65**	**100.00**	**53,767.25**	**100.00**

报告期内，公司流动资产结构基本保持稳定，主要为货币资金、应收账款、预付款项和其他应收款，四项金额合计占各期末流动资产的比例分别为98.64%、97.64%、96.14%和96.01%。资产结构符合公司经营状况，变现能力较强。

（1）货币资金

报告期内各期末，货币资金明细情况如下：

项　目	2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
现金	0.37	0.00	0.02	0.00	0.42	0.00	0.49	0.00
银行存款及其他货币资金	50,290.98	100.00	50,226.40	100.00	43,919.87	100.00	35,038.65	100.00
合　计	**50,291.35**	**100.00**	**50,226.42**	**100.00**	**43,920.29**	**100.00**	**35,039.15**	**100.00**

截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，货币资金余额分别为35,039.15万元、43,920.29万元、50,226.42万元和50,291.35万元，占流动资产的比例分别为65.17%、74.39%、75.02%和73.73%。货币资金主要为银行存款，符合经营需求和行业特点。公司货币资金随公司经营利润的增加而增长。

（2）应收票据

截至2015年6月30日，应收票据余额为382.00万元，占流动资产的比重较小。报告期末产生应收票据是因为北京航美传媒广告有限公司、广州美翼广告有限公司出具的银行承兑汇票于财务报表截止日尚未到期。

（3）应收账款

截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，应收账款余额分别为11,219.94万元、12,641.98万元、10,869.11万元和11,138.00万元，占流动资产的比重分别为20.87%、21.41%、16.23%和16.33%，应收账款占流动资产的比重基本保持稳定。公司重视应收账款回款工作，在经济下行压力较大的情况下仍然能及时收回欠款，因此2014年以来应收账款占流动资产的比重同比有所下降。

公司针对不同的客户制订有差异化的信用政策。对于合作较少的客户，一般采取预收款的方式，不存在应收账款；对于合作较多的客户，一般按照本年或者上年度广告发布金额给予一定信用额度和信用期。公司每月进行对账和发送催款通知。同时，为保证应收账款的准确核算并保证回款质量，公司建立了应收账款管理制度：①建立应收账款台账，对应收账款进行详细记录，根据客户的信用情况给予不同的信用期；②定期与客户、业务部门和业务员核对应收账款余额；③对超出授信期的应收账款，向对方单位发出催款函，并要求业务员进行催收；④对无法及时付款的单位启动展信审批程序，对超出展信期仍无法收款的，采取法律手段进行诉讼追款；⑤将应收款回款情况与业务部门和业务人员的绩效考核挂钩等。

报告期内各期末，应收账款账龄情况如下：

单位：万元

项 目	2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备
1 年以内	9,565.67	83.66	9,678.78	84.79	12,686.41	110.87	11,208.83	96.12
1-2 年	1,566.51	313.30	1,557.46	311.49	66.56	13.31	40.80	8.16

2-3 年	805.55	402.77	58.30	29.15	26.39	13.20	149.16	74.58
3 年以上	178.82	178.82	120.52	120.52	100.45	100.45	1.29	1.29
合 计	**12,116.55**	**978.55**	**11,415.06**	**545.95**	**12,879.82**	**237.84**	**11,400.09**	**180.15**

注：公司按账龄分析法计提坏账准备时以冲抵履约保证金后金额计提。

截至2015年6月30日，公司对广州天晋广告有限公司、北京航美传媒广告有限公司收取履约保证金合计1,200万元，按账龄分析法计提坏账准备时以冲抵履约保证金后金额计提。

报告期内各期末，公司账龄1年以内的应收账款账面余额占比分别为98.32%、98.50%、84.79%和78.95%，比例较高且基本保持稳定，应收账款质量较好。

截至2015年6月30日，应收账款余额前5名的构成如下：

序号	单位名称	金额（万元）	比例（%）	账龄
1	南方航空	2,961.97	24.45	1 年以内、1-2 年
2	广州天晋广告有限公司	1,723.08	14.22	1 年以内
3	航美传媒集团有限公司	1,036.01	8.55	1 年以内
4	北京宝轩文化传媒有限公司	1,119.93	9.24	1-2 年、2-3 年
5	北海天隆房地产开发有限公司	710.83	5.87	1-2 年、2-3 年
合 计		**7,551.81**	**62.33**	-

前5名应收账款单位除南方航空、北京宝轩文化传媒有限公司和北海天隆房地产开发有限公司部分账款外，账龄均在1年以内。

公司为南方航空提供媒体经营、公关与设计和商品销售等服务。应收账款主要包括：①媒体经营业务：公司对机上节目按照外购影片的成本和相关税费加上节目制作费向南方航空收取费用，按季度结算，一般结算后 3 个月内付款。对于南方航空委托公司在公司经营的 CCTV-发现之旅频道进行品牌宣传，一般按宣传进度结算，结算后在 3 个月内付款。②公关与设计业务：一般在项目完成后 3-9 月内收到价款。③商品销售业务：商品出库后，3-9 月内收到价款。

广州天晋广告有限公司是《南方航空》和《空中之家》的广告代理商，应收账款主要为应收广告结算款。报告期内，双方一般按季度进行保底结算，每半年进行分成结算，应收账款余额主要为结算前两个季度的销售金额，一般在3个月内支付。

航美传媒集团有限公司是公司主要广告代理公司，应收账款主要为应收广告结算款。公司按月与对方结算，结算后3-6月内付款。

北京宝轩文化传媒有限公司和北海天隆房地产开发有限公司应收账款均为应收广告结算款。

①报告期各期按业务类型形成应收款的余额、变动情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
媒体经营	11,194.96	9,929.46	11,164.98	9,296.89
公关与设计	371.11	1,026.46	1,243.00	1,476.32
客户代理	75.70	73.02	159.97	84.68
商品销售	441.75	376.44	290.63	542.20
房屋租赁及其他	33.02	9.68	21.23	-
合计	**12,116.55**	**11,415.06**	**12,879.82**	**11,400.09**

②各期新增应收账款对应主要客户、主要项目情况如下：

单位：万元

公司名称	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年 1-6 月	主要项目
北京宝轩文化传媒有限公司	656.75	1,518.93	-	-	媒体经营
三亚天榆广告有限公司	202.91	423.48	395.38	-	媒体经营
天水一泓国际广告（北京）有限公司	102.46	208.21	619.25	412.37	媒体经营
广州美翼广告有限公司	608.75	503.90	482.21	368.45	媒体经营
广州天晋广告有限公司	3,773.15	3,119.58	1,722.08	1,723.08	媒体经营
翰航文化传媒（北京）公司	112.34	-	-	-	媒体经营
广州航际广告有限公司	488.67	351.51	395.90	508.41	媒体经营
北京世纪北广广告有限公司	105.43	-	170.10	-	媒体经营
航美传媒集团有限公司	277.99	914.55	709.95	1,036.01	媒体经营
上海航空传播有限公司	214.87	-	-	-	媒体经营

广州蓝火文化传播有限公司	129.93	125.78	256.91	146.07	媒体经营
上海林浩广告有限公司	137.87	-	-	-	媒体经营
四川沱牌曲酒股份有限公司	-	223.50	-	-	媒体经营
新疆和阗玉开发公司	-	-	139.64	-	媒体经营
新疆乡都酒业有限公司	-	-	351.89	286.99	媒体经营
广东辉航媒体广告有限公司	-	214.94	-	-	媒体经营
北海天隆房地产开发有限公司	-	341.21	371.62	-	媒体经营
广州市泰一文化传播有限公司	-	-	172.49	-	媒体经营
上海南冠文化传播有限公司	-	-	174.32	-	媒体经营
上海中视国际广告有限公司	-	-	160.70	-	媒体经营
南方航空	3,224.86	2,960.62	2,432.35	2,961.97	媒体经营\公关与设计\商品销售

③报告期主要债务人收款金额、期后收款情况、超期收款金额和比例及债务人与发行人关联关系说明

截至2012年12月31日，应收账款前五名的应收账款金额、期后收款情况及超期收款情况明细表如下：

单位：万元

客户		广州海萤广告有限公司	南方航空	北京宝轩文化传媒公司	广州美翼广告有限公司	广州航际广告有限公司
期末金额		3,773.15	3,224.86	656.75	608.75	488.67
期后收款	2013年1-3月	3,773.15	612.08	355.41	597.71	244.17
	2013年4-6月	-	619.13	-	11.04	94.45
	2013年7-9月	-	459.93	-	-	45.86
	2013年10-12月	-	1,533.72	-	-	42.48
	2014年7-9月	-	-	301.34	-	61.71

	小计	3,773.15	3,224.86	656.75	608.75	488.67
超期回款	2013 年度	-	1,993.65	-	46.41	157.79
	2014 年度	-	-	301.34	-	61.71
超期未回款		-	-	-	-	-

截至2013年12月31日，应收账款前五名的应收账款金额、期后收款情况及超期收款情况明细表如下：

单位：万元

客户		广州海萤广告有限公司	南方航空	航美传媒集团有限公司	北京宝轩文化传媒公司	广州美翼广告有限公司
期末金额		3,119.58	2,960.62	914.55	1,518.93	503.90
期后收款	2014 年 1-3 月	3,119.58	234.80	429.24	-	186.69
	2014 年 4-6 月	-	2,725.81	485.31	-	315.51
	2014 年 7-9 月	-	-	-	399.00	
	2014 年 10-12 月	-	-	-	-	1.71
	小计	3,119.58	2,960.62	914.55	399.00	503.90
超期回款	2014 年度	-	563.99	-	399.00	91.32
超期未回款		-	-	-	1,119.93	-

截至2014年12月31日，应收账款前五名的应收账款金额、期后收款情况及超期收款情况明细表如下：

单位：万元

客户		广州天晋广告有限公司	南方航空	航美传媒集团有限公司	北京宝轩文化传媒公司	北海天隆房地产开发有限公司
期末金额		1,722.08	2,432.35	709.95	1,119.93	710.83
期后收款	2015 年 1-3 月	1,722.08	36.52	499.24	-	-
	2015 年 4-6 月	-	2,066.88	210.71	-	-
	2015 年 7-9 月	-	328.95	-	-	-
	小计	1,722.08	2,432.35	709.95	-	-
超期	2015 年度	-	510.23	210.71	-	-

回款						
超期未回款		-	-	-	1,119.93	710.83

截至2015年6月30日，应收账款前五名的应收账款金额、期后收款情况及超期收款情况明细表如下：

单位：万元

客户		南方航空	广州天晋广告有限公司	航美传媒集团有限公司	北京宝轩文化传媒公司	北海天隆房地产开发有限公司
期末金额		2,961.97	1,723.08	1,036.01	1,119.93	710.83
期后收款	2015 年 7-9 月	1,098.56	1,723.08	175.00		-
	2015 年 10-11 月	545.21	-	-	-	-
	小计	1,643.78	1,723.08	175.00	-	-
超期回款	2015 年 7-11 月	518.87	-	87.74	-	-
超期未回款		-	-	861.01	1,119.93	710.83

航美传媒集团有限公司超期未回款的原因是由于经济下行导致回款压力加大，向公司申请将付款期限延长三个月。基于其已支付280万元履约保证金，且一直以来信用状况良好，公司同意其付款期由原来的六个月延长至九个月。目前，该公司能够按照此进度按时付款，回款情况良好。

北京宝轩文化传媒公司曾为公司头巾媒体独家广告代理公司，2012年12月至2013年11月期间发布头巾媒体广告金额共计1,518.93万元，一直未能支付相关款项。公司将其支付的399万元履约保证金抵扣应收广告款后，应收广告款余额为1,119.93万元。

北海天隆房地产开发有限公司超期未回款的原因是其用以置换广告发布服务的房产已抵押给银行，导致其一直无法将房产交付公司。

除南方航空外，其他债务人与发行人均不存在关联关系。

④报告期应收账款核销金额、 坏账准备计提金额、转回金额变动情况

公司按照应收账款坏账准备计提的会计政策，依据应收账款账龄计提坏账准

备，报告期内不存在应收账款核销、转回的情况。2012年度、2013年度、2014年度及2015年1-6月，公司计提坏账准备的金额分别为-3.22万元、57.69万元、308.11万元、432.60万元。

⑤报告期内应收账款余额较大原因及坏账准备计提的充分性

报告期内各期末应收账款余额较大原因是公司一般给予主要客户3-6个月的信用期，每年四季度产生的应收账款一般要到次年一、二季度才能回收。公司报告期内各期末的应收账款余额与同期最后一个季度实现的营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
期末应收账款余额	12,116.55	11,415.06	12,879.82	11,400.09
同期最后一个季度的营业收入	8,140.06	11,346.28	14,731.20	11,914.96
占比	148.85%	100.61%	87.43%	95.68%

2015年6月30日公司应收账款余额占比较高的原因主要是存在跨年度的应收账款合计1,830.76万元。

公司坏账准备计提比例与同行业可比上市公司相比，1年以上的应收账款坏账计提比例高于同行业平均水平，且各期间的坏账准备计提比例都在同行业上市公司坏账计提比例范围以内。因此，公司坏账计提比例较为谨慎，公司坏账准备计提充分。公司与同行业可比上市公司坏账准备计提政策对比详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（九）应收款项”。

⑥同行业可比上市公司应收账款情况对比

报告期内各期末，同行业可比上市公司应收账款账面价值占同期营业收入的比例如下：

证券代码	证券简称	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年 1-6 月
002181.SZ	粤传媒	15.07%	20.55%	49.00%	128.53%
300251.SZ	光线传媒	59.96%	35.15%	65.79%	202.01%
600637.SH	东方明珠	11.34%	24.95%	26.77%	23.92%
603000.SH	人民网	34.27%	30.05%	27.88%	74.73%
南航传媒		27.36%	30.01%	26.50%	68.55%

数据来源：wind资讯

公司应收账款情况与同行业可比上市公司情况相符。

（4）预付款项

公司预付款项主要是根据合同约定或业务经营需要支付给媒介供应商、印刷厂商、商品供应商和业务合作方的预付业务款，一般在1年以内与供应商或合作方完成结算。截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，预付款项余额分别为1,201.83万元、808.10万元、847.01万元和1,238.25万元，占同期末流动资产的比例分别为2.24%、1.37%、1.27%和1.82%。

报告期内各期末，预付款项账龄情况如下：

项　目	2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
1 年以内	1,217.22	98.30	830.25	98.02	759.25	93.96	1,195.18	99.45
1-2 年	10.90	0.88	5.69	0.67	42.30	5.23	6.35	0.53
2-3 年	3.04	0.25	10.77	1.27	6.25	0.77	0.30	0.02
3 年以上	7.09	0.57	0.30	0.04	0.30	0.04	-	-
合　计	**1,238.25**	**100.00**	**847.01**	**100.00**	**808.10**	**100.00**	**1,201.83**	**100.00**

报告期内各期末，1年以内的预付款项占比均在90%以上。

截至2015年6月30日，预付款项前5名的构成如下：

序号	单位名称	金额（万元）	比例（%）	账龄
1	央视新影集团科影厂	700.00	56.53	1 年以内
2	江苏省广电有线信息网络股份有限公司	86.48	6.98	1 年以内
3	东方有线网络有限公司	58.49	4.72	1 年以内
4	杭州美闻文化传播有限公司	61.91	5.00	1 年以内
5	成都财纳威国际贸易有限公司	49.11	3.97	1 年以内
合　计		**955.99**	**77.20**	-

截至2015年6月30日，预付账款集中度较高，前5名预付账款占预付账款总额的77.20%。其中，预付给央视新影集团科影厂的款项为CCTV-发现之旅频道预付媒体采购费用；预付给江苏省广电有线信息网络股份有限公司的款项为办理CCTV-发现之旅频道在江苏地区落地预付的费用；预付给东方有线网络有限公司的款项为办理CCTV-发现之旅频道在上海落地预付的费用；预付给杭州美闻

文化传播有限公司的款项为CCTV-发现之旅频道在杭州落地预付的费用；预付给成都财纳威国际贸易有限公司的款项为购买商品支付的货款。

（5）应收利息

截至 2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2015 年 6 月 30 日，应收利息分别为 161.80 万元、387.01 万元、631.01 万元和 871.11 万元，占同期末流动资产的比例分别为 0.30%、0.66%、0.94%和 1.28%。应收利息增加主要是由于银行存款增加所致。

（6）其他应收款

公司其他应收款主要为应收企业所得税退税款、履约保证金、押金以及往来款等。截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，其他应收款分别为5,567.76万元、274.63万元、2,423.43万元和2,823.53万元，占同期末流动资产的比例分别为10.36%、0.47%、3.62%和4.14%。

截至2012年12月31日，其他应收款余额较大的原因是根据文化体制改革企业相关税收优惠政策，公司于2011-2013年度可以享受企业所得税减免的政策优惠，主管税务机关将退回公司已缴纳的归属于此税收优惠期间的所得税额共计5,449.30万元。2012年6月27日，公司向广州市白云区国家税务局申请税收减免备案，取得了《减免税备案登记告知书》（穗云国税一减备[2012]100249号）。公司自2012年7月1日至2013年12月31日不再缴纳企业所得税。

截至2013年12月31日，其他应收款余额下降较快的原因是公司已经收到退回的2011年、2012年已缴纳所得税款。

截至2014年12月31日，其他应收款余额增长较快的原因是根据财税[2014]84号《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》，公司自2014年1月1日至2018年12月31日继续享受企业所得税减免的政策优惠，主管税务机关应退回公司已缴纳的归属于此税收优惠期间的所得税额，共计2,105.69万元。

截至2015年6月30日，其他应收款余额增长较快的原因是应收企业所得税退税款余额较大，共计2,650.04万元。2015年3月，广州市白云区国家税务局已同意

公司所得税减免税备案申请,公司于2015年7月收到上述款项。

报告期内各期末，其他应收款账龄情况如下：

项　目	2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
1 年以内	2,746.33	95.89	2,349.69	95.11	229.17	77.90	5,559.53	99.77
1-2 年	95.21	3.32	72.75	2.94	52.43	17.82	11.62	0.21
2-3 年	3.98	0.14	35.94	1.45	11.62	3.95	0.09	0.00
3 年以上	18.67	0.65	12.09	0.49	0.97	0.33	0.90	0.02
合　计	**2,864.19**	**100.00**	**2,470.48**	**100.00**	**294.18**	**100.00**	**5,572.13**	**100.00**

截至2015年6月30日，其他应收款前5名构成如下：

序号	单位名称	金额（万元）	比例（%）	账龄
1	广州市白云区国家税务局	2,650.04	92.52	1-2 年
2	中央电视台	30.00	1.05	1-2 年
3	支付宝（中国）网络技术有限公司	16.00	0.56	1 年以内
4	中海物业管理有限公司	11.21	0.39	4-5 年
5	江苏京东信息技术有限公司	10.00	0.35	1 年以内
合　计		**2,717.25**	**94.87**	**-**

截至2015年6月30日，其他应收款集中度较高，前5名合计金额占其他应收款总额的94.87%。其中，应收广州市白云区国家税务局的款项为企业所得税退税款；应收中央电视台的款项为广告保证金；应收支付宝（中国）网络技术有限公司的款项为开立支付宝账户的保证金；应收中海物业管理有限公司的款项为物业管理押金；应收江苏京东信息技术有限公司的款项为押金。

（7）存货

公司存货主要为报刊、航空纪念商品和其他商品。截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，存货余额分别为484.66万元、517.95万元、593.79万元和615.33万元，占同期末流动资产的比例分别为0.90%、0.88%、0.89%和0.90%。

截至2013年12月31日，因部分产品具备一定销售时限性，因此计提了7.26万元的存货跌价准备。公司已将发生跌价损失的商品处置完毕，截至2015年6月30

日，库存商品未出现减值迹象。

（8）其他流动资产

截至2015年6月30日，其他流动资产余额为854.05万元，占当期流动资产比重为1.25%。其他流动资产包括上市费用485.44万元、待抵扣进项税及预缴税费368.61万元。

2、非流动资产分析

截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，非流动资产情况如下：

项　目	2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
长期股权投资	620.12	4.61	257.74	1.92	237.56	1.86	147.11	2.03
投资性房地产	2,494.16	18.56	2,536.21	18.93	2,620.29	20.51	-	-
固定资产	6,423.07	47.80	6,607.90	49.31	7,071.23	55.34	4,420.17	60.92
在建工程	61.49	0.46	58.30	0.44	-	-	-	-
无形资产	2,374.55	17.67	2,255.45	16.83	2,472.63	19.35	2,651.59	36.55
长期待摊费用	80.20	0.60	94.23	0.70	122.30	0.96	-	-
递延所得税资产	25.89	0.19	64.27	0.48	253.77	1.99	36.37	0.50
其他非流动资产	1,358.63	10.11	1,525.42	11.38	-	-	-	-
合　计	**13,438.12**	**100.00**	**13,399.52**	**100.00**	**12,777.77**	**100.00**	**7,255.23**	**100.00**

（1）长期股权投资

2012年6月，公司与央视新影集团科影厂合资成立了北京发现之旅，注册资本300万元。公司出资147万元，占北京发现之旅股权比例为49%，采用权益法核算。截至2015年6月30日，公司按照北京发现之旅实现的净利润和公司拥有的权益比例累计调增长期股权投资123.12万元。

2015年3月，公司与广东羊城报业传媒集团有限公司、广东非常传媒投资有

限公司、钟山等签订《出资协议书》，拟合资设立广东高擎广告，注册资本1,000万元。公司出资350万元，占广东高擎广告股权比例35%，采用权益法核算。截至2015年6月30日，广东高擎广告尚处于开办期。

（2）投资性房地产

2013年，公司购买的办公楼扣除自用以外的部分对外出租，计入“投资性房地产”，按成本模式计量。截至2015年6月30日，投资性房地产情况如下：

单位：万元

项　目	原　值	累计折旧	净　值
办公楼	2,655.33	161.16	2,494.16

（3）固定资产

公司固定资产为房屋建筑物、电子设备、运输设备和办公设备等。截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，固定资产账面价值分别为4,420.17万元、7,071.23万元、6,607.90万元和6,423.07万元，占同期末非流动资产的比例分别为60.92%、55.34%、49.31%和47.80%。2013年固定资产账面价值增加的原因是公司购买的办公楼其中部分作为公司办公场所，计入固定资产，金额为3,037.93万元。

截至2015年6月30日，固定资产情况如下：

单位：万元

项　目	原值	累计折旧	净值	成新率（%）
房屋建筑物	6,807.31	816.23	5,991.07	88.01
电子设备	1,663.99	1,416.12	247.88	14.90
运输设备	480.88	327.46	153.42	31.90
办公设备	122.92	92.22	30.70	24.98
合　计	**9,075.11**	**2,652.03**	**6,423.07**	-

报告期内，公司各类固定资产状况良好，运行正常，未发生减值情况。

（4）在建工程

截至2015年6月30日，在建工程累计投入情况如下：

单位：万元

项　目	期初金额	本期投入	累计投入
演艺中心	58.30	3.19	61.49

关于“喀纳斯演艺中心”的基本情况，参见“第十三节 募集资金运用”之“三 募集资金投资项目介绍”之“（一） 喀纳斯演艺中心建设项目”。

（5）无形资产

公司无形资产为软件和广告经营特许使用权。截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，无形资产账面价值分别为2,651.59万元、2,472.63万元、2,255.45万元和2,374.55万元，占同期末非流动资产的比例分别为36.55%、19.35%、16.83%和17.67%。截至2015年6月30日，无形资产具体情况如下：

单位：万元

项　目	原值	累计摊销	账面价值
广告经营特许使用权	3,503.66	1,411.20	2,092.46
软件	166.65	111.99	54.66
土地使用权	229.83	2.39	227.43
合　计	**3,900.13**	**1,525.58**	**2,374.55**

广告经营特许使用权的具体情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”。

（6）长期待摊费用

长期待摊费用主要为办公楼维修以及户外广告牌制作费用的摊销，截至2015年6月30日，账面余额为80.20万元。具体情况如下：

单位：万元

项　目	期初余额	本期摊销	期末余额
房屋维修	83.70	10.87	72.82
户外广告牌制作费	10.53	3.16	7.37
合　计	**94.23**	**14.03**	**80.20**

（7）递延所得税资产

截至2015年6月30日，公司递延所得税资产为25.89万元，系公司按照会计政策规定计提坏账准备与税法规定之间形成的可抵扣暂时性差异、公司计提和发放工资的时间不一致形成的可抵扣暂时性差异等。

（8）其他非流动资产

其他非流动资产主要为机上平板电脑。上述平板电脑单台价值较低，不满足公司对固定资产认定的单价条件，因作为公司媒体经营资产，预计使用期限较长，所以纳入“其他非流动资产”，按照预计使用年限5年进行摊销，无残值。截至2015年6月30日，账面余额为1,358.63万元。

①公司购置机上平板电脑的原因

公司主要经营航机媒体资源，包括报刊、机上电视、小桌板、头巾等传统媒体资源。随着移动终端的迅速发展，航空旅客的机上娱乐需求也日趋多元化。公司顺应新媒体急速发展趋势和媒体受众（旅客）需求，将建设集中管控、标准统一、多样互动的机上无线娱乐系统作为公司新媒体业务拓展的重要内容。公司航空新媒体业务发展路径是：投放具有适航标准的现代化的移动终端，创建一种新的客舱媒体形式，满足受众的多媒体娱乐需求；建设机上无线局域网，将这些移动终端在客舱范围内互联互通，提升媒体价值；未来在机上无线局域网试运营成功的基础上将推出机上互联网，实现航空媒体空地一体无缝对接。

目前公司利用的主要航机媒体设备及其权属情况如下表所示：

航机媒体设备名称	权属	费用承担方式
机上闭路电视及音频设备	航空公司	航空公司购置设备并负责维护,发行人购买特许使用权或支付资源使用费
飞机机身	航空公司	航空公司购置设备并负责维护,发行人购买特许使用权或支付资源使用费
机上平板电脑	发行人	发行人购置并负责维护

注：“权属”列为“航空公司”的，系指南方航空、厦门航空、贵州航空等。

对于权属为航空公司的航机媒体设备，公司除支付无形资产价款或媒体资源

使用费、按照合同约定使用相关航机媒体设备外，其他事项如购置和日常维护等均由航空公司自行负责。

机上平板电脑则由公司自行购置和维护，由南方航空负责摆放至其飞行航班并负有保管义务。公司购置的机上平板电脑，购置时计入“其他非流动资产”，在其预期经济使用寿命内，按直线法摊销。

机上平板电脑系公司媒体经营的重要资产，其预期使用期间已经超过一年或一个完整的经营周期，因此将其列入长期资产核算，并在预期使用期间内摊销。将其列入其他非流动资产而非固定资产核算的原因为机上电脑单位价值较低。

机上平板电脑不含税购置价款为 1,667.90 万元，摊销额为 333.58 万元/会计年度。2014 年 6-12 月实际摊销额为 142.48 万元，收入 188.68 万元，产生毛利 38.84 万元（扣除税费等）；2015 年 1-6 月摊销额为 166.79 万元，收入 377.36 万元，产生毛利 195.85 万元（扣除税费等）。

②主要航机媒体设备的盘点方式和执行情况

对于所有权归属航空公司的航机媒体设备，公司不履行盘点等相关程序。

公司对机上平板电脑至少每三个会计年度全面盘点完毕，每一会计年度至少完成 30%的实物抽盘。同时，公司于每一会计年度末对其机上平板电脑进行全部函证。申报会计师于相关会计期末履行监盘程序。公司于 2014 年年末、2015 年 6 月末分别对机上平板电脑进行抽盘，并对机上平板电脑进行全部函证。

为了保证机上平板电脑的安全、完整，公司与南方航空约定对机上平板电脑的保管义务：平板电脑设置成只能用专用充电设备充电，使用人无法自行安装、卸载平板电脑软件；如平板电脑出现人为毁损、丢失等，相关责任人员负有赔偿义务；南方航空责任部门建有平板电脑台账，其记载有平板电脑编号、目前状况（是否正常使用，是否需要充电等信息）、存放位置、领用人（责任人）等信息。

3、资产减值准备计提情况

报告期内各期末，公司减值准备计提情况如下：

单位：万元

项　目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
坏账准备	1,019.21	593.00	257.39	184.52

其中：应收账款	978.55	545.95	237.84	180.15
其他应收款	40.66	47.05	19.56	4.37
存货跌价准备	-	-	7.26	-
合　计	**1,019.21**	**593.00**	**264.65**	**184.52**

报告期内，随着公司营业规模的扩大，公司各项资产相应增加，应收账款和其他应收款按照公司会计政策计提了相应的坏账准备，减值准备金额保持在合理水平，未对公司净利润造成影响。除上述减值准备外，其他资产未发生减值，未计提减值准备。

（二）负债的主要构成及分析

1、负债结构

截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，负债构成及其占负债总额的比例如下：

项　目	2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
流动负债	8,241.95	99.68	9,481.63	99.91	9,988.35	99.04	9,289.45	99.99
非流动负债	26.10	0.32	8.51	0.09	96.75	0.96	0.48	0.01
合　计	**8,268.05**	**100.00**	**9,490.14**	**100.00**	**10,085.10**	**100.00**	**9,289.93**	**100.00**

报告期内，流动负债占负债总额的比例达到99%以上。非流动负债均为计提存款利息产生的递延所得税负债，占当期负债总额的比重较小。报告期内随着公司业务规模的扩大，负债规模也有所增长。

2、流动负债分析

截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，流动负债情况主要如下：

项目	2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
应付账款	2,488.37	30.19	1,850.50	19.52	2,055.18	20.58	2,618.65	28.19

预收款项	1,739.29	21.10	1,552.85	16.38	2,348.70	23.51	1,165.40	12.55
应付职工薪酬	1,514.39	18.37	2,423.13	25.56	1,971.74	19.74	1,546.44	16.65
应交税费	196.48	2.38	375.32	3.96	572.43	5.73	519.47	5.59
其他应付款	2,303.42	27.95	3,279.82	34.59	3,040.30	30.44	3,439.48	37.03
合计	**8,241.95**	**100.00**	**9,481.63**	**100.00**	**9,988.35**	**100.00**	**9,289.45**	**100.00**

（1）应付账款

应付账款主要为报刊印刷款、广告业务费、商品采购款和支付的公关与设计款等款项，一般按月或按季度结算，次月付款。截至 2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2015 年 6 月 30 日，应付账款余额分别为 2,618.65 万元、2,055.18 万元、1,850.50 万元和 2,488.37 万元，占流动负债的比例分别为 28.19%、20.58%、19.52%和 30.19%。截至 2015 年 6 月 30 日，公司 1 年以内的应付账款占比为 96.72%。

（2）预收款项

预收款项主要为预收的广告业务款和商品采购款。截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，预收款项余额分别为1,165.40万元、2,348.70万元、1,552.85万元和1,739.29万元，占流动负债的比例分别为12.55%、23.51%、16.38%和21.10%。预收款项一般在1年以内能够完成结算。截至2015年6月30日，公司1年以内的预收款项占比为94.07%。

（3）应付职工薪酬

截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，应付职工薪酬分别为1,546.44万元、1,971.74万元、2,423.13万元和1,514.39万元，占流动负债的比例分别为16.65%、19.74%、25.56%和18.37%。2013年度和2014年度应付职工薪酬增加主要是由于年终一次性计提年度奖励和应发未发的提成增加，导致余额较上一年度有所增加。

（4）应交税费

2012年9月以前，应交税费主要为营业税和企业所得税，其他税费包括城市

维护建设税、教育费附加、代扣代缴的个人所得税、增值税等。自2012年9月起，北京广天合、公司、广州广天合、沈阳广天合、南方明珠、深圳分公司、厦航传媒陆续按照营业税改征增值税试点工作的要求转变为增值税纳税人，

报告期内各期末，应交税费具体情况如下：

单位：万元

项　目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
增值税	-	52.17	38.65	110.97
营业税	0.20	3.41	5.01	18.42
企业所得税	75.43	149.06	137.42	154.15
其他税费	120.85	170.69	391.34	235.93
合　计	**196.48**	**375.32**	**572.43**	**519.47**

应交税费主要为企业所得税和增值税。公司享受的税收优惠政策参见“第十节 财务会计信息”之“五 适用的税种及享受的优惠政策”。

（5）其他应付款

其他应付款主要为押金及履约保证金、相关代扣代缴款项以及根据广告代理协议已收取南方航空但尚未支付给广告商的广告投放款。广告代理商缴纳的保证金，按照合同约定，保证金一般于合作期最后一期末结算。截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，其他应付款分别为3,439.48万元、3,040.30万元、3,279.82万元和2,303.42万元，占流动负债的比例分别为37.03%、30.44%、34.59%和27.95%。

3、非流动负债分析

非流动负债均为递延所得税负债，系公司确认存款利息收入与实际收到存款利息的实际不一致形成的应纳税暂时性差异，截至2012年12月31日、2013年12月31日、2014年12月31日和2015年6月30日，递延所得税负债余额分别为0.48万元、96.75万元、8.51万元和26.10万元，占报告期内公司负债总额的比例较小。

（三）偿债能力分析

1、公司主要偿债能力指标分析

报告期内各期末，公司偿债能力的主要财务指标如下：

项　目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
流动比率（次）	8.28	7.06	5.91	5.79
速动比率（次）	8.10	6.91	5.81	5.73
资产负债率（母公司）（%）	6.70	7.67	13.23	12.14
项　目	**2015 年 1-6 月**	**2014 年度**	**2013 年度**	**2012 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	6,198.89	14,308.31	16,052.47	16,945.02
利息保障倍数	-	-	-	-

注：公司报告期内无银行借款，故不涉及利息保障倍数。

报告期内，公司的流动比率、速动比率较高，与公司生产经营状况相符。公司流动资产质量较好，应收账款账龄主要集中在1年以内，除了经营性负债以外没有银行贷款等其他有息债务，资产负债率（母公司）较低，息税折旧摊销前利润保持稳定，资产变现能力较强，公司短期偿债能力良好。

公司偿债能力与同行业上市公司对比情况如下：

单位：次

公司名称	2014.12.31			2013.12.31			2012.12.31		
	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率
博瑞传播	3.79	3.74	23.74%	2.39	2.34	27.58%	1.52	1.42	30.25%
皖新传媒	2.95	2.61	31.90%	2.97	2.52	39.38%	3.62	3.32	8.77%
粤传媒	4.35	4.17	7.60%	5.91	5.57	3.25%	4.62	4.31	3.22%
浙报传媒	1.84	1.80	35.73%	1.68	1.64	28.66%	1.27	1.23	28.58%
中南传媒	3.15	2.90	7.32%	3.14	2.81	13.79%	3.10	2.77	13.58%
人民网	4.74	4.73	14.52%	6.44	6.44	10.02%	9.07	9.06	8.93%
北巴传媒	2.15	1.78	14.69%	2.38	1.99	16.25%	2.39	2.06	19.22%
东方明珠	1.43	0.97	36.57%	0.85	0.51	37.57%	3.06	2.11	30.30%
光线传媒	1.46	1.15	30.08%	3.62	3.12	18.95%	11.07	10.27	5.26%
平均值	**2.87**	**2.65**	**22.46%**	**3.27**	**2.99**	**21.75%**	**4.41**	**4.06**	**16.46%**
南航传媒	7.06	6.91	7.67%	5.91	5.81	13.23%	5.79	5.73	12.14%

注：资产负债率为母公司口径。

数据来源：Wind资讯。

从同行业可比公司各偿债能力指标分析可见，公司的流动比率、速动比率和

资产负债率均处于合理水平。总体来看，公司债务负担较轻，具有较强的偿债能力。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率、存货周转率和总资产周转率等主要资产周转能力财务指标均保持在合理水平，具体如下：

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
应收账款周转率（次）	1.41	3.44	3.52	4.05
存货周转率（次）	12.74	34.53	35.02	34.04
总资产周转率（次）	0.20	0.55	0.64	0.77

因公司与部分客户的结算集中于年中和年末，2013年期末应收账款余额较大，同时营业收入增速放缓，应收账款周转率出现小幅下降。

报告期内，公司存货周转率较高，符合公司的经营模式。由于公司主营业务是媒体经营、公关与设计和客户代理等，库存商品余额较小。

报告期内，公司总资产周转率基本保持稳定。因资产规模扩大和营业收入增速放缓，公司总资产周转率略有下降。

公司资产周转能力与同行业上市公司对比情况如下：

单位：次

公司名称	2014 年度			2013 年度			2012 年度		
	应收账款周转率	存货周转率	总资产周转率	应收账款周转率	存货周转率	总资产周转率	应收账款周转率	存货周转率	总资产周转率
博瑞传播	5.41	30.65	0.35	8.00	18.99	0.40	15.00	12.32	0.46
皖新传媒	11.00	6.33	0.85	13.53	6.27	0.79	13.91	7.07	0.72
粤传媒	2.85	7.16	0.35	5.33	6.85	0.40	8.93	11.96	0.68
浙报传媒	10.20	31.48	0.45	9.86	27.72	0.51	8.88	16.90	0.68
中南传媒	12.12	4.89	0.64	14.11	4.50	0.65	16.84	4.24	0.61
人民网	4.22	249.63	0.50	3.73	231.42	0.39	4.49	291.26	0.43
北巴传媒	15.14	8.41	1.17	15.51	9.70	1.28	16.79	11.53	1.30
东方明珠	11.30	1.31	0.29	20.64	1.63	0.28	69.10	2.00	0.26
光线传媒	2.18	2.30	0.32	1.93	3.05	0.38	2.32	4.49	0.51

平均值	**8.27**	**38.02**	**0.55**	**10.29**	**34.46**	**0.56**	**17.36**	**40.20**	**0.63**
南航传媒	3.44	34.53	0.55	3.52	35.28	0.64	4.05	40.20	0.77

数据来源：Wind资讯。

与同行业上市公司相比，公司各项资产周转能力指标处于合理水平。

二、盈利能力分析

报告期内，公司营业收入整体保持平稳。受宏观经济和客户营销策略的影响，公司利润总额和净利润出现一定程度的下降，但盈利能力仍然较强。

报告期内公司经营成果具体如下：

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
营业收入	16,600.86	41,748.34	42,720.77	42,302.31
营业利润	5,600.02	13,249.31	15,243.77	16,215.04
利润总额	5,636.25	13,278.71	15,284.16	16,272.33
净利润	5,424.42	12,726.94	15,099.77	18,889.50
归属母公司所有者净利润	5,389.23	12,834.04	15,097.75	18,738.17

（一）营业收入的构成及变动分析

1、营业收入的构成分析

报告期内，公司营业收入构成如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
一、主营业务收入	**16,248.24**	**97.88**	**41,010.71**	**98.23**	**42,123.50**	**98.60**	**41,011.31**	**96.95**
其中：媒体经营	15,787.51	95.10	38,761.58	92.85	39,726.18	92.99	37,200.90	87.94
公关与设计	458.20	2.76	2,189.10	5.24	2,095.30	4.90	3,238.78	7.66
客户代理	2.52	0.02	60.04	0.14	302.02	0.71	571.63	1.35
二、其他业务收入	**352.62**	**2.12**	**737.63**	**1.77**	**597.26**	**1.40**	**1,291.00**	**3.05**
其中：商品销售	271.84	1.64	609.01	1.46	565.25	1.32	1,291.00	3.05
租赁及其他	80.78	0.49	128.62	0.31	32.01	0.07	-	-
合　计	**16,600.86**	**100.00**	**41,748.34**	**100.00**	**42,720.77**	**100.00**	**42,302.31**	**100.00**

公司主要通过经营航机媒体和电视媒体取得收入。报告期内，营业收入结构

保持稳定，主营业务收入占营业收入的比重在95%以上，主营业务突出。其中，媒体经营业务是公司营业收入的主要来源，占营业收入的比重在90%左右。公司在利用媒体资源取得收入的同时，为客户提供影视拍摄、平面宣传资料制作、活动策划等公关与设计服务及文化创意产品设计与销售业务。

报告期内，公司营业收入来源按区域划分情况如下：

区 域	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
西北地区	685.38	4.13	2,143.08	5.13	2,838.26	6.64	1,789.45	4.23
东北地区	633.85	3.82	1,917.23	4.59	1,907.55	4.47	1,991.81	4.71
华南及其他地区	15,281.63	92.05	37,688.03	90.27	37,974.96	88.89	38,521.05	91.06
合 计	**16,600.86**	**100.00**	**41,748.34**	**100.00**	**42,720.77**	**100.00**	**42,302.31**	**100.00**

2、营业收入的变动分析

报告期内，公司营业收入整体保持平稳，营业收入主要来自媒体经营业务。

（1）媒体经营业务

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，媒体经营业务收入分别为37,200.90万元、39,726.18万元、38,761.58万元和15,787.51万元，占当期营业收入的比重分别为87.94%、92.99%、92.85%和95.10%。报告期内，媒体经营业务收入保持稳定。

从媒体经营收入分行业来源看，报告期内，交通、酒精类饮料、房地产/建筑工程三个行业对公司媒体经营业务收入影响较大，合计占媒体经营业务收入比重分别为54.38%、60.26%、53.74%和50.65%，基本保持稳定。由于公司广告业务覆盖的行业数量较多，在媒体资源总量基本一定的情况下，各年度各行业收入金额和占比发生变动属于正常情况。报告期内，按行业划分公司的媒体经营业务收入情况如下：

行业名称	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）

交通	4,714.61	29.86	11,136.94	28.73	11,317.98	28.49	8,538.12	22.95
酒精类饮品	1,217.78	7.71	4,285.21	11.06	6,314.02	15.89	6,769.59	18.20
房地产/建筑工程	2,064.75	13.08	5,406.51	13.95	6,309.75	15.88	4,920.32	13.23
商业及服务性行业	1,034.87	6.56	2,129.78	5.49	2,083.71	5.24	2,286.38	6.15
衣着	265.76	1.68	796.53	2.05	897.58	2.26	1,802.89	4.85
家居用品	801.52	5.08	1,869.27	4.82	2,195.59	5.53	1,674.06	4.50
金融投资保险	434.53	2.75	641.12	1.65	695.20	1.75	1,654.39	4.45
邮电通讯	487.80	3.09	1,123.93	2.90	1,175.26	2.96	1,639.51	4.41
食品	942.05	5.97	1,721.25	4.44	1,646.79	4.15	1,220.48	3.28
个人用品	466.56	2.96	1,173.23	3.03	1,155.34	2.91	1,213.60	3.26
娱乐及休闲	434.77	2.75	974.12	2.51	907.75	2.28	919.49	2.47
电脑及办公自动化产品	262.74	1.66	291.70	0.75	277.94	0.70	677.12	1.82
家用电器	311.46	1.97	530.96	1.37	846.07	2.13	550.52	1.48
饮料	141.22	0.89	599.90	1.55	821.91	2.07	487.01	1.31
药品	74.93	0.47	1,121.60	2.89	462.60	1.16	341.64	0.92
工业用品	260.70	1.65	609.35	1.57	307.03	0.77	278.26	0.75
化妆品/浴室用品	127.47	0.81	196.24	0.51	329.17	0.83	34.94	0.09
其他	1,744.00	11.04	4,153.94	10.71	1,982.48	5.00	2,192.58	5.89
合计	**15,787.51**	**100.00**	**38,761.58**	**100.00**	**39,726.18**	**100.00**	**37,200.90**	**100.00**

注：上表参考国际4A公司的媒体监测行业分类表进行分类。

依托优质而庞大的受众市场优势，公司经营的媒体资源在行业内树立了品牌，知名度不断提升。同时，公司具有较强的创意和采编能力，在努力推进航机杂志版面创新和提升报刊质量的同时通过独特的视角、新颖的主题、不断改进的报道手段，增强了航机杂志的可读性，提升了客户对平面媒体的接受度，提高了广告的影响力，从而吸引更多客户进行广告投放。但受宏观经济影响，部分客户调整了广告宣传支出。报告期内，公司经营的报刊的广告版面数量如下：

单位：版

报刊名称	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
《南方航空》	318	862	1,164	1,402

《云中往来》	78	100	58	112
《空中之家》	74	223	204	223
《南方航空报》	50	192	200	117
《航空画报》	53	235	213	338
《航空旅游报》	167	759	944	690
《新疆广天合传媒假日旅游》	78	364	287	330
《厦门航空》	250	971	988	1,024
《品》	1	4	55	74
《厦门航空广告》	38	159	604	516
合 计	**1,107**	**3,869**	**4,717**	**4,826**

近年来，随着媒体资源品牌形象的不断提升，媒体受众逐年增加，公司逐年提升各项媒体资源的价格，依据各项媒体资源的开发程度和影响力不同，刊例价每年提升的幅度约为5%-20%。如报告期内，《南方航空》普通版位内页整页价格分别为25.92万元/期、28.52万元/期、30.80万元/期和32.50万元/期，平均增幅约为5%-10%。刊例价的提升成为公司媒体经营业务收入保持稳定的重要因素之一。

报告期内，平面媒体占媒体经营收入的比重较大，是营业收入的主要来源。同时，公司加大其他综合媒体的开拓力度，积极培育新的利润增长点。报告期内，综合媒体收入占媒体经营收入的比重从2012年度的33.40%增长到2015年上半年的52.05%。综合媒体占媒体经营收入的比重进一步提高，主要是运营CCTV-发现之旅频道取得的收入。报告期内，媒体经营收入的具体构成如下表所示：

项 目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
平面媒体	7,570.79	47.95	20,665.58	53.31	23,228.32	58.47	24,776.58	66.60
综合媒体	8,216.72	52.05	18,096.00	46.69	16,497.86	41.53	12,424.32	33.40
合 计	**15,787.51**	**100.00**	**38,761.58**	**100.00**	**39,726.18**	**100.00**	**37,200.90**	**100.00**

公司不断扩大和完善经营布局，重视营销团队的建设，积极引进优秀销售和管理人才。报告期内，自营渠道销售实现业绩占媒体经营收入的比重超过50%。报告期内，按经营渠道划分的收入构成情况如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
代理渠道	7,367.88	46.67	15,341.30	39.58	16,305.43	41.04	17,100.31	45.97
自营渠道	8,419.63	53.33	23,420.28	60.42	23,420.75	58.96	20,100.59	54.03
合　计	**15,787.51**	**100.00**	**38,761.58**	**100.00**	**39,726.18**	**100.00**	**37,200.90**	**100.00**

（2）公关与设计业务

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公关与设计业务收入分别为3,238.78万元、2,095.30万元、2,189.10万元和458.20万元，占当期营业收入的比重分别为7.66%、4.90%、5.24%和2.76%。报告期内，受经济形势及客户经营策略影响，公关与设计业务收入有所下滑。

（3）客户代理业务

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，客户代理业务收入分别为571.63万元、302.02万元、60.04万元和2.52万元，占当期营业收入的比重分别为1.35%、0.71%、0.14%和0.02%。报告期内，受经济形势及客户经营策略影响，客户减少了对媒体广告的投放，客户代理业务收入有所下滑。

（4）商品销售

报告期内，商品销售业务收入构成情况如下：

类　别	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
挂历	-	-	5.76	0.95	42.84	7.58	336.61	26.07
其他商品	271.84	100.00	603.25	99.05	522.42	92.42	954.39	73.93
合　计	**271.84**	**100.00**	**609.01**	**100.00**	**565.25**	**100.00**	**1,291.00**	**100.00**

自2013年以来，市场需求发生变化，商品销售结构有所调整。

（5）租赁及其他

2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司取得租赁及其他收入32.01万元、

128.62万元和80.78万元。租赁收入来源于办公楼出租取得的租金。

（二）营业成本的构成及变动分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
一、主营业务成本	**7,366.30**	**95.67**	**18,597.32**	**96.25**	**17,142.03**	**96.93**	**15,196.20**	**94.72**
其中：媒体经营	6,881.12	89.37	16,683.00	86.34	15,346.41	86.78	12,689.53	79.10
公关与设计	481.90	6.26	1,883.09	9.75	1,761.26	9.96	2,469.81	15.39
客户代理	3.28	0.04	31.23	0.16	34.36	0.19	36.86	0.23
二、其他业务成本	**333.03**	**4.33**	**724.20**	**3.75**	**542.97**	**3.07**	**846.81**	**5.28**
其中：商品销售	285.02	3.70	604.65	3.13	506.14	2.86	846.81	5.28
租赁及其他	48.02	0.62	119.55	0.62	36.83	0.21	-	-
合　计	**7,699.33**	**100.00**	**19,321.52**	**100.00**	**17,685.01**	**100.00**	**16,043.01**	**100.00**

公司营业成本主要为主营业务成本。2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，营业成本占当期营业收入的比重分别为37.92%、41.40%、46.28%和46.38%。报告期内，媒体经营业务成本和公关与设计业务成本占营业成本的比例较大。客户代理业务成本全部为人工成本，商品销售业务成本主要是商品采购成本和人工成本，租赁及其他业务成本主要是摊销和相关税费。以下主要分析媒体经营业务和公关与设计业务的成本构成和变动情况。

1、媒体经营业务成本构成及变动分析

媒体经营业务按媒体资源类型分为航机媒体、电视媒体和其他媒体。航机媒体主要包括机上报刊、小桌板、座椅头巾、机上电视、登机牌等可以刊登广告的媒介；电视媒体指 CCTV-发现之旅及其他电视频道等媒介；其他媒体指户外广告牌等媒介。

报告期内各类媒体主要成本项目构成及分析如下：

（1）航机媒体

成本项目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

	（万元）	（%）	（万元）	（%）	（万元）	（%）	（万元）	（%）
媒体资源使用费	1,079.01	21.16	3,225.31	26.64	3,172.58	25.99	3,338.59	29.43
人工成本	1,223.17	23.99	2,594.36	21.43	2,451.32	20.08	2,330.77	20.54
节目采购与制作	1,041.46	20.42	2,599.79	21.47	2,366.27	19.38	1,312.45	11.57
印刷费	1,303.36	25.56	2,897.19	23.93	3,097.08	25.37	2,645.98	23.32
无形资产摊销	98.11	1.92	196.24	1.62	205.42	1.68	205.42	1.81
长摊及折旧	238.07	4.67	330.26	2.73	223.10	1.83	218.99	1.93
稿费及图片使用费	96.07	1.88	198.10	1.64	176.93	1.45	250.22	2.21
其他支出	19.85	0.39	65.62	0.54	516.05	4.23	1,043.03	9.19
合计	**5,099.10**	**100.00**	**12,106.88**	**100.00**	**12,208.75**	**100.00**	**11,345.46**	**100.00**

2012-2014 年航机媒体成本支出较为稳定，2015 年 1-6 月则出现下降，主要是厦航传媒支付的厦门航空媒体资源使用费下降，下降原因为：2015 年，厦航传媒与厦门航空签订补充协议，采取收益共享风险共担的方式，以销售收入为基数按比例支付媒体资源使用费。

2012 年，发行人节目采购与制作支出较低是由于该年度同类业务较少，相应成本支出较低。

（2）电视媒体

成本项目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
节目制作费	28.36	1.61	408.16	9.03	382.87	12.96	-	-
媒体资源使用费	1,273.58	72.25	3,411.27	75.48	2,422.57	81.97	1,222.14	100.00
人工成本	63.53	3.60	127.52	2.82	15.23	0.51	-	-
节目传输费	380.43	21.58	518.71	11.48	93.55	3.17	-	-
其他	16.87	0.96	53.55	1.19	41.15	1.39	-	-
合计	**1,762.77**	**100.0**	**4,519.22**	**100.0**	**2,955.37**	**100.00**	**1,222.14**	**100.00**

2012 年电视媒体成本较低，是因该年度处于试运行阶段，除按协议支付 8-12 月 CCTV-发现之旅频道媒体资源使用费外，无其他支出。2014 年较 2013 年成本总额上升 1,563.85 万元，主要为媒体资源使用费、节目传输费上升所致。其中，媒体资源使用费增加是由于该年度另行代理 CCTV-9 纪录片频道、CCTV-10 科学教育频道部分区域广告，产生相关支出 864.10 万元；节目传输费增加是因 CCTV-发现之旅频道播出区域增加。节目制作费 2013 年和 2014 年较高是由于：2013 年和 2014 年制作《民歌争霸》节目分别支出 168.07 万元和 236.26 万元，

制作《空姐新发现》分别支出 82.51 万元和 98.68 万元。2015 年 1-6 月电视媒体成本下降的原因是上半年未发生新的节目制作成本，而新开播的节目主要由客户负责制作。

（3）其他媒体

成本项目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
媒体资源使用费	16.58	86.14	53.57	94.15	135.17	74.15	121.93	100.00
其他	2.67	13.86	3.33	5.85	47.11	25.85	-	-
合计	**19.25**	**100.00**	**56.90**	**100.00**	**182.28**	**100.00**	**121.93**	**100.00**

2014 年以来其他媒体资源费出现下降，主要是 2014 年度发行人终止了对部分户外广告牌的代理。

2、公关与设计业务成本构成及变动情况分析

公关与设计业务成本主要包括人工成本及制作成本，具体构成如下：

成本项目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
制作成本	253.59	52.62	1,280.21	67.98	1,067.31	60.60	1,644.75	66.59
人工成本	225.51	46.80	578.87	30.74	576.13	32.71	723.87	29.31
其他	2.79	0.58	24.02	1.28	117.83	6.69	101.18	4.10
合计	**481.90**	**100.00**	**1,883.09**	**100.00**	**1,761.26**	**100.00**	**2,469.81**	**100.00**

公关与设计成本呈逐期下降趋势，主要由于报告期内该类业务有所减少。报告期内，制作成本占公关与设计收入的比重平均在 53%左右，无重大变化。

（三）营业毛利与毛利率分析

报告期内，公司营业毛利构成情况如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
一、主营业务毛利	**8,881.94**	**99.78**	**22,413.39**	**99.94**	**24,981.47**	**99.78**	**25,815.11**	**98.31**

其中：媒体经营	8,906.39	100.05	22,078.58	98.45	24,379.77	97.38	24,511.37	93.34
公关与设计	-23.69	-0.27	306.00	1.36	334.04	1.33	768.97	2.93
客户代理	-0.76	-0.01	28.81	0.13	267.66	1.07	534.76	2.04
二、其他业务毛利	**19.59**	**0.22**	**13.43**	**0.06**	**54.29**	**0.22**	**444.19**	**1.69**
其中：商品销售	-13.18	-0.15	4.36	0.02	59.11	0.24	444.19	1.69
租赁及其他	32.77	0.37	9.07	0.04	-4.82	-0.02	-	-
合　计	**8,901.53**	**100.00**	**22,426.82**	**100.00**	**25,035.76**	**100.00**	**26,259.30**	**100.00**

报告期内，公司营业毛利的变动主要受媒体经营业务毛利变动的影响。媒体经营业务毛利占公司毛利总额的比重呈上升趋势，主要原因是随着公司媒体资源品牌知名度不断提升，媒体经营业务占公司业务总量的比重逐年提高。

报告期内，公司各类业务毛利率情况具体如下：

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、主营业务	54.66%	**54.65%**	**59.31%**	**62.95%**
媒体经营	56.41%	56.96%	61.37%	65.89%
公关与设计	-5.17%	13.98%	15.94%	23.74%
客户代理	-30.13%	47.98%	88.62%	93.55%
二、其他业务	**5.56%**	**1.82%**	**9.09%**	**34.41%**
商品销售	-4.85%	0.72%	10.46%	34.41%
租赁及其他	40.56%	7.05%	-15.05%	-
平均毛利率	**53.62%**	**53.72%**	**58.60%**	**62.08%**

1、媒体经营业务

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司媒体经营业务毛利率分别为65.89%、61.37%、56.96%和56.41%。媒体经营业务按媒体资源类型具体分类如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	毛利率	占媒体经营收入的比例	毛利率	占媒体经营收入的比例	毛利率	占媒体经营收入的比例	毛利率	占媒体经营收入的比例
航机媒体	61.54%	83.97%	62.78%	83.93%	65.56%	89.23%	69.39%	99.62%
电视媒体	30.15%	15.99%	26.66%	15.90%	26.25%	10.09%	-	-

其他媒体	-172.04%	0.04%	16.74%	0.18%	33.05%	0.69%	13.84%	0.38%
合　计	**56.41%**	**100.00%**	**56.96%**	**100.00%**	**61.37%**	**100.00%**	**65.89%**	**100.00%**

报告期内，公司航机媒体毛利率分别为69.39%、65.56%、62.78%和61.54%，略有下降，主要原因如下：公司航机媒体经营成本主要为媒体资源成本、节目采购制作成本、人工成本和印刷成本。媒体资源成本包括公司以3,503.66万元的价格购买南方航空20项广告资源18年的特许使用权的摊销成本，以及厦航传媒按照约定比例支付给厦门航空的航机媒体资源使用费。由于媒体资源成本和印刷成本多为固定成本，2013年度和2014年度，航机媒体收入略有下降，毛利率较上年度有所降低。

报告期内，公司电视及其他媒体毛利率由负转正，并趋于稳定，主要原因如下：2012年6月，公司取得CCTV-发现之旅频道的商业运营权。2012年度，该频道处于开发初期，发生经营成本1,222.14万元，暂未取得收入。2013年，公司运营CCTV-发现之旅频道取得收入4,007.37万元，实现了盈利，提升了电视及其他媒体业务的毛利率。2014年度和2015年1-6月，CCTV-发现之旅频道分别取得收入5,249.00万元、2,530.90万元，继续实现盈利。

2、公关与设计

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公关与设计业务毛利率分别为23.74%、15.94%、13.98%和-5.17%。按公关与设计类型具体分类如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	毛利率	占公关与设计收入比例	毛利率	占公关与设计收入比例	毛利率	占公关与设计收入比例	毛利率	占公关与设计收入比例
设计制作	-48.57%	40.80%	10.96%	71.99%	14.42%	75.24%	24.65%	80.12%
品牌服务	24.75%	59.20%	21.73%	28.01%	20.57%	24.76%	20.09%	19.88%
综合毛利率	**-5.17%**	**100.00%**	**13.98%**	**100.00%**	**15.94%**	**100.00%**	**23.74%**	**100.00%**

设计制作主要包括影视制作、平面设计、展台设计搭建和其他制作（如展架制作、画册设计印刷等）。2013年以来，设计制作业务收入有所下降，加上该项业务固定成本比重较大，导致毛利率下滑。

品牌服务主要是厦航传媒向厦门航空提供的包含与品牌宣传相关综合传媒

服务，2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，该项业务收入分别为643.86万元、594.34万元、613.21万元和271.24万元。

3、客户代理

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，客户代理业务毛利率分别为93.55%、88.62%、47.98%和-30.13%。报告期内，由于客户代理业务成本全部为人工成本，该项业务收入的变动对毛利率的变动影响较大。2014年以来公司客户减少了宣传与广告支出，该项业务收入下滑幅度较大，导致毛利率下降。

4、商品销售

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，商品销售业务毛利率分别为34.41%、10.46%、0.72%和-4.85%。2013年度，公司商品销售业务毛利率下降的原因是成本加成率较高的挂历产品占销售收入的比重降低；2014年度，由于挂历滞销批量处理，导致毛利率进一步下降；2015年上半年，由于商品销售收入下降，导致毛利率为负。公司一般按照产品采购成本加合理利润确定商品销售价格。报告期内，公司商品销售直接成本加成率情况如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	直接成本加成率	占商品销售收入比例	直接成本加成率	占商品销售收入比例	直接成本加成率	占商品销售收入比例	直接成本加成率	占商品销售收入比例
挂历	-	-	-339.06%	0.95%	67.92%	7.58%	71.19%	26.07%
其他商品	25.91%	100.00%	31.71%	99.05%	35.17%	92.42%	21.43%	73.93%
合　计	**25.91%**	**100.00%**	**28.20%**	**100.00%**	**37.66%**	**100.00%**	**34.41%**	**100.00%**

5、租赁及其他

公司将部分办公楼对外出租，2013年度、2014年度和2015年1-6月，租赁及其他业务毛利率分别为-15.05%、7.05%和40.56%。2013年度，租金收入尚未能弥补出租房产的折旧及管理费用，毛利率为负。2014年以来，办公楼出租面积增加，租金收入增长，提高了租赁业务的毛利率。

（四）媒体经营业务毛利率与可比公司的对比

公司营业收入主要来自媒体经营业务，传媒业上市公司中拥有“通过内容采编进行媒体经营实现广告收入”业务类型的企业与公司具有较强的可比性。报告期内，公司媒体经营业务与可比上市公司广告业务毛利率情况如下：

公司名称	可比业务类别	2014 年度	2013 年度	2012 年度
博瑞传播	广告	33.41%	54.04%	59.33%
皖新传媒	广告	31.66%	37.40%	48.25%
粤传媒	广告	62.86%	61.45%	57.44%
浙报传媒	广告	48.48%	52.14%	74.97%
中南传媒	广告发布	78.34%	81.38%	84.88%
人民网	广告及宣传服务	58.08%	61.30%	67.27%
北巴传媒	公交媒体业务	76.12%	79.13%	78.55%
东方明珠	媒体广告	38.73%	69.30%	71.91%
光线传媒	栏目制作与广告	10.07%	47.33%	42.52%
平均值		**48.64%**	**60.39%**	**65.01%**
发行人媒体经营业务		56.96%	61.37%	65.89%

数据来源：Wind资讯及各可比上市公司年报。

由上表对比数据可知，公司媒体经营业务毛利率变动趋势与行业基本一致。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占营业收入比重（%）	金额（万元）	占营业收入比重（%）	金额（万元）	占营业收入比重（%）	金额（万元）	占营业收入比重（%）
销售费用	1,539.64	9.27	5,261.57	12.60	4,837.97	11.32	3,860.18	9.13
管理费用	1,546.54	9.32	3,501.31	8.39	4,246.65	9.94	4,071.97	9.63
财务费用	-771.61	-4.65	-1,294.72	-3.10	-915.89	-2.14	-667.46	-1.58
合　计	**2,314.58**	**13.94**	**7,468.16**	**17.89**	**8,168.73**	**19.12**	**7,264.69**	**17.17**

由于公司加大促销力度，销售费用逐年增长；由于销售人员年度提成在年底计提，导致2015年上半年销售费用占营业收入比重较小。公司加强管理，有效控

制管理费用。

1、销售费用分析

销售费用主要包括人工成本、市场费、办公费、运输费、差旅费等。2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，销售费用分别为3,860.18万元、4,837.97万元、5,261.57万元和1,539.64万元，占营业收入比例分别为9.13%、11.32%、12.60%和9.27%。报告期内，人工成本和市场费占销售费用的比重较大，主要为销售人员提成和广告公司代理费用。

报告期内，销售费用构成情况如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
人工成本	1,059.83	68.84	3,291.06	62.55	2,881.15	59.55	2,476.91	64.17
市场费	413.26	26.84	1,758.82	33.43	1,576.85	32.59	1,092.42	28.30
业务招待费	15.07	0.98	20.68	0.39	65.64	1.36	59.23	1.53
办公费	3.99	0.26	51.37	0.98	74.62	1.54	45.21	1.17
运输费	2.30	0.15	33.79	0.64	19.14	0.40	12.72	0.33
差旅费	7.74	0.50	25.09	0.48	45.16	0.93	61.35	1.59
折旧费	11.31	0.73	22.78	0.43	39.28	0.81	27.70	0.72
会议费	11.53	0.75	16.00	0.30	85.02	1.76	38.60	1.00
其他	14.63	0.95	41.98	0.80	51.13	1.06	46.04	1.19
合　计	**1,539.64**	**100.00**	**5,261.57**	**100.00**	**4,837.97**	**100.00**	**3,860.18**	**100.00**

公司市场费明细情况如下：

项目名称	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
自营渠道代理费	191.70	46.39	920.66	52.35	763.43	48.41	365.79	33.48
代理渠道代理费	144.29	34.92	507.04	28.83	469.66	29.78	508.69	46.57
营运费	57.15	13.83	226.03	12.85	241.56	15.32	172.08	15.75
广告宣传费	20.11	4.87	105.09	5.98	102.20	6.48	45.86	4.20

合计	413.25	100.00	1,758.82	100.00	1,576.85	100.00	1,092.42	100.00
其中：代理费小计	335.99	81.30	1,427.70	81.17	1,233.09	78.20	874.48	80.05

自营渠道指由公司通过业务开拓，直接与客户（广告主或广告主指定下单的广告公司）签订广告发布合同的销售模式，合同的执行将直接完成广告主的广告投放行为。当客户为广告主指定下单的广告公司时，公司向其支付代理费，相关收入计入自营渠道。报告期内，公司自营渠道收入分别为20,100.59万元、23,420.75万元、23,420.28万元和8,419.63万元。在经营压力加大的情况下，公司调整原有代理费政策和增加临时促销代理费政策，代理费率有所提高；同时，由于航机综合媒体、电视媒体等收入增加，此类媒体代理费率比原有平面媒体高，导致2012-2014年度自营渠道代理费支出上升。

代理渠道指通过签订代理协议的方式授权满足公司资质要求的广告代理公司进行广告销售的行为。代理渠道的结算模式分为四种，详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（二）媒体经营业务”之“4、业务开展情况”。公司与广告代理公司约定以“保底+分成”或“按授权价格结算”方式合作的，该部分代理收入不产生代理费支出。公司与广告代理公司约定以“保底”或“按统一销售价格结算”方式合作的，公司向广告代理公司支付代理费，相关收入计入代理渠道。 报告期内，公司代理渠道中不产生代理费的收入逐年下降，产生代理费的收入在2012-2014年度基本稳定、2015年1-6月有所下降。报告期内，代理渠道收入情况如下所示：

单位：万元

项目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
代理渠道收入	7,367.88	15,341.30	16,305.43	17,100.31
保底+分成”或“按授权价格结算”模式收入	6,405.95	11,862.94	13,174.37	13,804.42
“保底”或“按统一销售价格结算”模式收入	961.93	3,478.36	3,131.06	3,295.89

综上，自营渠道和代理渠道均存在代理费，由于2012-2014年度自营渠道代理费上升，代理渠道代理费保持稳定，因此2012-2014年度代理费总体呈上升趋势。

2、管理费用分析

管理费用主要包括人工成本、折旧费、业务招待费、无形资产摊销、会议费、宣传费、办公费等费用。2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司管理费用分别为4,071.97万元、4,246.65万元、3,501.31万元和1,546.54万元，占营业收入比例分别为9.63%、9.94%、8.39%和9.32%。

2013年度，随着经营规模的扩大和新业务的拓展，管理费用相应增长，由于发放高级管理人员中期任期绩效以及管理人员人数的增加，导致管理费用中的人工成本金额有所增加。2014年以来，为了控制管理费用，公司减少了业务招待费和办公费用。

报告期内，管理费用构成具体如下：

项　目	2015 年 1-6 月		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
人工成本	1,043.28	67.46	2,205.93	63.00	2,747.99	64.71	2,249.80	55.25
折旧费	142.95	9.24	297.58	8.50	233.48	5.50	183.79	4.51
绿化及物业管理费	59.03	3.82	124.27	3.55	119.18	2.81	91.07	2.24
审计咨询费	2.00	0.13	89.44	2.55	100.18	2.36	150.63	3.70
税费	53.50	3.46	126.98	3.63	136.01	3.20	106.94	2.63
租金	51.83	3.35	84.94	2.43	66.60	1.57	85.31	2.10
办公费	26.45	1.71	80.40	2.30	156.95	3.70	160.73	3.95
业务招待费	21.66	1.40	93.59	2.67	187.37	4.41	270.63	6.65
维修费	19.52	1.26	63.90	1.82	74.68	1.76	66.18	1.63
差旅费	14.39	0.93	78.36	2.24	133.73	3.15	165.00	4.05
运输费	24.41	1.58	58.39	1.67	67.13	1.58	92.57	2.27
会议费	0.56	0.04	26.05	0.74	20.76	0.49	159.71	3.92
其他	86.98	5.62	171.47	4.90	202.58	4.77	289.62	7.11
合　计	**1,546.54**	**100.00**	**3,501.31**	**100.00**	**4,246.65**	**100.00**	**4,071.97**	**100.00**

3、财务费用分析

报告期内，公司财务费用主要包括利息收入和手续费，具体如下：

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
利息支出	-	-	-	-
减：利息收入	773.07	1,297.68	921.22	675.13
汇兑损益	-0.03	-0.06	0.02	0.11
其他	1.49	3.02	5.30	7.56
合　计	**-771.61**	**-1,294.72**	**-915.89**	**-667.46**

公司财务费用为负数的原因是：（1）公司没有银行借款，因此不存在利息支出；（2）银行存款较大，利息收入较多。报告期内，公司大部分资金存放于南航财务，存款利率按照中国人民银行公布的基准利率执行。具体情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方与关联交易”之“（二）关联交易”。

（六）利润表其他项目的分析

1、营业税金及附加

营业税金及附加的主要包括营业税、城市维护建设税、教育费附加和文化事业建设费。报告期内，营业税占营业收入比重分别为3.71%、0.32%、0.01%和0.02%。营业税占营业收入比重不断降低的原因是自2012年9月起，公司及分子公司陆续按照营业税改征增值税试点工作的要求转变为增值税纳税人。

报告期内，营业税金及附加的情况如下：

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
营业税	4.04	5.99	134.75	1,569.31
城市维护建设税	32.35	58.37	106.35	146.38
教育费及地方教育附加	23.30	41.62	82.78	104.61
文化事业建设费	513.40	1,287.95	1,309.70	1,025.02
合　计	**573.10**	**1,393.92**	**1,633.58**	**2,845.32**

2、投资收益

2012 年度、2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-6 月，公司投资收益分别为 0.11 万元、90.44 万元、20.19 万元和 12.37 万元，均为长期股权投资收益。

3、资产减值损失变动分析

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司资产减值损失分别为-65.63万元、80.13万元、335.61万元和426.21万元。2012年度资产减值损失为负数的原因是公司当期应收账款回款情况良好，应收账款余额减少所致。2013年度，资产减值损失包括应收款项提取的坏账准备及存货跌价准备。2014年度，资产减值损失为坏账准备，主要系账龄为1-2年的应收账款余额增加，坏账准备余额增加。2015年上半年，资产减值损失为坏账准备，主要系账龄为1-2年和2-3年的应收账款余额增加，坏账准备余额增加。除此之外，公司各项资产情况良好，不存在需要计提减值准备的情况。应收款项和存货具体情况参见本节之“一、（一）资产的主要构成及分析”。

4、营业外收支变动分析

报告期内，公司营业外收支明细情况如下：

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
固定资产处置利得	-	0.20	0.01	0.05
政府补助	5.00	10.00	12.60	6.00
其他	32.58	62.61	68.60	54.40
营业外收入合计	**37.58**	**72.81**	**81.21**	**60.45**
固定资产处置损失	-	1.99	0.87	1.91
债务重组损失	-	-	23.59	-
对外捐赠支出	-	2.39	-	-
其他	1.36	39.03	16.36	1.24
营业外支出合计	**1.36**	**43.41**	**40.82**	**3.16**

报告期内，公司营业外收支金额较小，对公司财务状况及经营业绩无重大影响。

5、所得税费用

报告期内，公司所得税费用明细情况如下：

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	155.87	450.50	305.52	-2,752.02
递延所得税调整	55.96	101.26	-121.13	134.86
合　计	**211.83**	**551.77**	**184.39**	**-2,617.17**

报告期内，公司享受所得税优惠政策，免缴当期所得税。2012年度所得税费用为负数的原因是主管税务机关退回的公司2011年以来已缴纳所得税，一次性冲减当期所得税费用。具体情况可参见“第十节 财务会计信息”之“五、适用的税种及享受的税收优惠”之“（一）企业所得税”。

（七）非经常性损益对净利润的影响

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司扣除所得税和少数股东权益影响后非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例分别为20.83%、 0.63%、0.10%和0.59%。公司非经常性损益明细参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“七、非经常性损益”。2012年度，公司非经常性损益大幅增加，主要是根据相关税收优惠政策主管税务机关应退还归属于2011年度的已缴纳所得税3,597.25万元。税收优惠政策具体情况参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“五、适用的税种及享受的优惠政策”。除2012年度以外，公司非经常性损益金额占归属于母公司普通股股东净利润的比重较小，不会对公司的经营成果产生重大影响。

三、现金流量分析

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、经营活动产生的现金流量				
经营活动产生的现金流入	18,924.32	43,417.46	53,753.54	56,695.93
经营活动产生的现金流出	15,805.67	32,712.57	34,608.81	42,881.55
经营活动产生的现金流量净额	3,118.65	10,704.89	19,144.73	13,814.38
二、投资活动产生的现金流量				
投资活动产生的现金流入	6,020.77	10,888.37	36,683.96	48,091.62

投资活动产生的现金流出	11,974.16	21,059.17	51,949.67	51,938.53
投资活动产生的现金流量净额	-5,953.39	-10,170.80	-15,265.71	-3,846.91
三、筹资活动产生的现金流量				
筹资活动产生的现金流入	-	-	-	-
筹资活动产生的现金流出	2,900.00	3,600.00	5,100.00	6,969.78
筹资活动产生的现金流量净额	-2,900.00	-3,600.00	-5,100.00	-6,969.78
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**0.00**	**0.00**	**-0.01**	**0.00**
五、现金及现金等价物净增加额	**-5,734.73**	**-3,065.91**	**-1,221.00**	**2,997.69**

（一）经营活动现金流量

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司经营性现金净流量分别为13,814.38万元、19,144.73万元、10,704.89万元和3,118.65万元。由于公司业务发展稳定，销售回款情况较好，公司经营活动产生的现金流量状况良好。

报告期内，公司的营业收入、净利润与经营活动现金流量状况对比如下：

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
营业收入	16,600.86	41,748.34	42,720.77	42,302.31
销售商品、提供劳务收到的现金	18,370.26	41,891.32	44,467.44	40,975.01
差异①	**-1,769.40**	**-142.99**	**-1,746.68**	**1,327.30**
净利润	5,424.42	12,726.94	15,099.77	18,889.50
经营活动产生现金流量净额	3,118.65	10,704.89	19,144.73	13,814.38
差异②	**2,305.76**	**2,022.05**	**-4,044.96**	**5,075.12**

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例分别为96.86%、104.09%、100.34%和110.66%，表明公司销售回款情况良好。报告期内，经营活动产生的现金流量净额均为正数，公司现金流较为充裕。2013年度，公司收到广州市白云区国家税务局所得税退税款，因此经营活动产生现金流量净额较大。2014年度，公司继续享受所得税减免优惠，前期已预缴1-9月企业所得税，因此经营活动产生现金流量净额有所减少。

（二）投资活动现金流量

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司投资活动产生的现金

流量净额分别为-3,846.91万元、-15,265.71万元、-10,170.80万元和-5,953.39万元。报告期内，投资活动产生的现金流入主要为定期存款到期和定期存款利息，投资活动产生的现金流出主要为上年度到期续存和新增的定期存款以及购建固定资产、无形资产等。2012年度，公司续存和新增定期存款合计51,747.00万元。2013年度，公司续存和新增定期存款合计46,247.89万元及支付5,598.26万元购买办公楼。2014年度，公司续存和新增定期存款合计19,279.42万元以及购置机上平板电脑合计1,525.42万元。2015年上半年，公司续存和新增定期存款合计11,343.84万元，投资广东高擎广告350.00万元以及购置喀纳斯土地229.83万元。

（三）筹资活动现金流量

2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-6,969.78万元、-5,100.00万元、-3,600万元和-2,900万元。报告期内，无筹资活动现金流入；筹资活动产生的现金流出主要系支付股利产生，2012年公司支付4,312.00万元收购厦航传媒51%的股权系同一控制下的收购，计入其他与筹资活动有关的现金。2013年、2014年和2015年上半年公司分别支付股利5,100万元、3,600万元和2,900万元。

四、资本性支出分析

（一）报告期内的资本性支出情况

报告期内，公司资本性支出具体构成如下：

单位：万元

项　目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
固定资产、无形资产和其他长期资产	276.44	1,699.27	5,983.95	425.40
股权投资	350.00	-	-	4,459.00
合　计	**626.44**	**1,699.27**	**5,983.95**	**4,884.40**

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

未来三年，公司重大资本性支出计划包括参与开发喀纳斯演艺中心建设等利

用本次发行募集资金拟投资的项目。本次募集资金拟投资项目具体情况参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）公司主要财务优势

1、良好的资产质量

公司报告期内资产结构总体稳定，资产构成以流动资产为主，主要为应收账款和货币资金。公司主要客户为知名广告公司，企业规模较大，资信情况较好，应收账款回款情况良好，发生坏账损失的可能性较小。公司应收账款周转率正常，资产流动性较好，偿债能力较强。公司固定资产成新率及使用率均较高，不存在潜在的固定资产损失或减值情况。

2、持续稳定的盈利能力

公司紧紧围绕媒体经营业务做大做强，报告期内主营业务收入保持稳定，盈利能力依然较强，市场地位与品牌价值不断提高。报告期内，公司主营业务综合毛利率维持在50%左右，扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率分别为32.49%、27.75% 、20.06%和7.56%。本次发行募集资金投资项目实施后，公司综合竞争力将进一步提升，有望实现营业收入的持续增长。

（二）公司主要财务困难

公司在致力于打造航机媒体运营商一流品牌的同时，未来将进一步开拓媒体资源，通过收购整合或合作运营优质平面媒体、电视媒体、新媒体等，借助公司累积的媒体运营经验，拓展新的利润增长点。持续的资金投入是公司能够在激烈的市场竞争中持续发展，实现“拥有空地一体化全媒体运营平台的大型文化产业集团”发展目标的重要保证。公司资金目前主要来源于股东投入和经营积累，尽管公司财务结构良好，没有偿债压力，但在可预计的将来可能无法满足公司日益扩大的经营规模，特别是媒体资源拓展的需求。

（三）未来发展趋势分析

公司目前利润主要来源于航机媒体资源经营收入，盈利能力的持续性和稳定性主要与宏观经济环境、产业政策、媒体资源受众数量、新媒体资源拓展、本次发行募集资金投资项目等因素密切相关，具体如下：

1、随着国民经济水平的持续发展，企业品牌意识不断加强，将产生对广告投放的巨大需求，并在未来较长时期内有望保持持续快速增长。宏观环境稳定为本公司提供了良好的发展机遇和广阔的发展空间。

2、国家支持包括出版业、广告业、文化创意、影视制作等在内的文化产业振兴和繁荣发展，陆续颁布和落实相关规划及具体扶持政策，为公司的发展壮大提供了强有力的政策支持，有利于公司不断提高核心竞争力，助推公司发展战略的顺利推进，全面提升公司盈利能力和盈利水平。

3、公司经营媒体的受众主要是航空商旅人士。一方面随着航空业稳定发展，南方航空、厦门航空、重庆航空等所拥有机队数量、航线数量的稳步增长，媒体受众人数将持续上升；另一方面受众普遍具有较高的消费能力，为公司带来稳定的客户需求，有利于不断提升航机媒体资源价值，增强盈利能力。

4、本次发行完成后，公司资本实力将大大增强；本次募集资金投资项目建成后，公司将全面提升文化演艺、全媒体数字化编辑、影视创意策划及广告创意设计能力，进一步完善营销网络布局，有利于提升现有媒体资源的经营水平，支撑新媒体资源拓展计划的落实，推动公司向更广阔的文化产业领域进军，为公司未来发展提供新的驱动力。

未来，公司将继续培育和挖掘核心竞争优势，提升内容资源、创意设计竞争力，加强传统媒体的领先地位，培育新媒体先发优势，实现传统媒体与新媒体的跨界、融合发展；公司将加快拓展文化产业的步伐，积极探索可复制发展模式，建设综合型文化产业集团；继续引进行业杰出人才和先进运作经验，确保公司主营业务收入增长和经营效益的稳步提升。

六、未来分红回报规划

为进一步细化《公司章程（草案）》中关于股利分配政策的相关条款，增加

股利分配决策的透明度，便于社会公众股东对公司经营和分配进行监督，公司在充分考虑全体股东的利益的情况下，并根据公司的经营业绩、现金流量、财务状况、业务开展状况和发展前景及其他相关重要因素，对股利分配政策进行了积极、稳妥的规划。2014年3月20日，公司2013年度股东大会对《公司章程（草案）》进行了修订，并审议通过了《公司未来三年（2014-2016）分红回报规划》，对公司的股利分配作出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。具体分红规划如下：

（一）公司未来分红回报规划

1、制定分红回报规划和计划的考虑因素

着眼于公司的长远和可持续发展，在综合考虑公司经营实际情况、发展目标、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保证公司股利分配政策的连续性和稳定性。

2、制定分红回报规划和计划履行的决策程序

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、监事会和独立董事的意见，制定年度或中期利润分配方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

3、股东回报规划制定周期

公司每三年重新审视一次分红回报规划和计划，如果外部经营环境或者公司自身经营状况发生较大变化，可以对分红规划和计划进行调整；调整后的分红规划和计划应征求独立董事及监事会意见，并经董事会审议通过后提交股东大会批准，股东大会将为股东提供网络投票方式参与表决。调整分红规划和计划应以股东权益保护为出发点，且不得与《公司章程》和相关政策规定相抵触。

4、2014-2016年股东分红回报计划

公司计划在保证公司稳定、持续发展的前提下，努力为股东提供足额投资回报。公司优先采用现金分红的方式分配利润，注重对投资者尤其是中小股东回报。

公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的 20%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。考虑到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，现金分红在该次利润分配中所占比例最低应达到 20%。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会通过网络投票的形式进行表决。公司接受所有股东对公司分红的建议和监督。

（二）股东回报规划的合理性分析

1、公司未来现金分红比例的确定依据及合理性

近年来，公司保持了较高的盈利增长水平，报告期内实现营业收入分别为42,302.31万元、42,720.77万元、41,748.34万元和16,600.86万元，归属于母公司股东的净利润分别为18,738.17万元、15,097.75万元、12,834.04万元和5,389.23万元，基本每股收益分别为0.94元、0.75元、0.64元和0.27元。公司2012-2014年度现金累计分红1.16亿元，占该期间实现的年均可分配利润比例为30%。基于传媒行业良好的发展前景，预计公司未来仍能保持稳定持续的盈利能力，公司具备通过现金分红为投资者带来合理回报的条件。

2、公司现金变现能力可以保证现金分红

近年来，公司资产管理能力不断加强，销售回款状况良好，报告期内经营性现金流量净额分别为13,814.38万元、19,144.73万元、10,704.89万元和3,118.65万元，与同期净利润基本相当，经营活动收现能力较强，为公司2014-2016年实施现金分红金额占当年可供分配利润20%奠定了基础。

3、未来资金需求分析

公司经营情况良好，盈利能力较强，未来拟向股东以现金方式分配利润，给予投资者稳定回报；考虑公司所处传媒产业正处于良好的发展机遇期，公司所处发展阶段及重大项目投资计划，公司仍需保留大部分盈利用于扩大业务规模，因此确定2014-2016年度公司每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可分配利

润的20%，且在每年现金分红比例保持稳定的基础上，如出现公司业务发展快速、盈利增长较快等情形，可供分配利润增加时，董事会可以提出更高的现金分红比例或提议实施股票股利分配预案。

本公司留存的未分配利润将主要用于进一步扩大经营规模、拓展媒体资源、增强内容资源与创意设计竞争力、加强营销网络和品牌建设等，有计划有步骤地落实公司未来的发展目标，最终实现股东利益最大化。

公司拟定的未来分红回报规划，综合考虑了企业自身发展和投资者回报需求，使全体股东共享发行人成长收益。

（三）保荐机构的核查意见

保荐机构对发行人利润分配政策及未来分红回报规划进行了审慎核查，保荐机构认为：发行人的利润分配政策注重给予投资者稳定回报，有利于保护投资者合法权益；发行人公司章程（草案）及招股说明书对利润分配事项的规定和信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人股利分配决策机制健全、有效和有利于保护公众股东权益。

七、即期回报变动分析

（一）募集资金到位当年每股收益变动分析

1、假设前提

①本次发行于2016年6月底实施完成；

②本次发行股份数量为股东大会审议通过发行股数上限6,667万股；

③宏观经济环境、产业政策、行业发展状况等方面没有发生重大变化；

④在预测公司总股本时，以本次发行前总股本20,000万股为基础，仅考虑本次发行股份的影响，不考虑其他因素导致股本发生的变化；

⑤鉴于公司2015年审计报告尚未出具，2015年度以未经审计数进行测算。2015年度公司归属于上市公司股东的净利润为11,156.41万元，非经常性损益为60万元。假设2016年归属于上市公司股东的净利润分别较2015年下降10%、持平和增长10%，非经常性损益为150万元。

本次发行的股份数量及发行完成时间仅为估计，最终以经中国证监会核准发行的股份数量和实际发行完成时间为准。

以上仅为基于测算目的假设，不构成承诺及盈利预测，投资者不应根据此假设进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、测算过程

在不同净利润年增长率的假设条件下，本次募集资金到位当年公司每股收益相对于上年度每股收益的变动如下所示：

项目		本次发行前（2015年度）	不考虑本次发行（2016年度）			本次发行后（2016年度）		
		-	净利润下降10%	持平	净利润增长10%	净利润下降10%	持平	净利润增长10%
当年归属于母公司净利润(万元）		11,156.41	10,040.77	11,156.41	12,272.05	10,040.77	11,156.41	12,272.05
当年扣除非经常性损益后归属于母公司净利润（万元）		11,096.41	9,890.77	11,006.41	12,122.05	9,890.77	11,006.41	12,122.05
发行在外的普通股加权平均数（万股）		20,000	20,000	20,000	20,000	23,333.50	23,333.50	23,333.50
扣除非经常性损益前每股收益（元）	基本	0.56	0.50	0.56	0.61	0.43	0.48	0.53
	稀释	0.56	0.50	0.56	0.61	0.43	0.48	0.53
扣除非经常性损益后每股收益（元）	基本	0.55	0.49	0.55	0.61	0.42	0.47	0.52
	稀释	0.55	0.49	0.55	0.61	0.42	0.47	0.52

注1：上述假设仅为测算本次发行对即期回报的影响，不代表公司对2016年盈利情况的观点或对2016年经营情况及趋势的判断；

注2：上述测算未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、理财收益）等的影响。

经测算，在2016年6月完成本次发行的假设情况下，公司即期基本每股收益和稀释每股收益低于上年度，即期回报将会出现一定程度摊薄。

（二）本次发行的必要性和合理性

本次发行募集资金投资项目是实施公司发展战略的重要举措。公司的战略定位为“深入航空人群的资讯供应商”，依托航空人群从事全媒体采编出版和经营，并延伸至演艺、娱乐等相关文化产业。为此，公司制订了清晰的战略规划：一方面，依托航空人群，进一步发展航机、电视、互联网、户外等媒体业务，形成紧密围绕航空人群的全媒体覆盖优势；另一方面，依托媒体资源，拓展并整合上下游业务，进一步拓展广告、公关、整合营销传播、文化创意、演艺、影视、娱乐等业务，形成空地一体化全媒体平台。本次募集资金投资项目喀纳斯演艺中心建设项目将帮助公司进入高端演艺市场，拓展演艺文化板块；创意中心与资源库建设项目通过创意中心及内容资源库建设，提升公司在全媒体数字化编辑、影视创意策划、广告创意设计等方面的竞争优势；营销平台及营销网络建设项目有利于发掘各地与公司优质受众相匹配的客户资源，进一步强化公司在航机媒体领域的综合竞争力；新拓展媒体资源所需营运资金项目为公司拓展媒体资源补充营运资金，以支持公司围绕以航空人群为代表的优质受众，实施“空地一体化全媒体”发展战略。因此，上述募投项目有利于巩固公司现有媒体资源和拓展其他媒体资源，符合公司作为文化传媒公司的定位和发展战略。

本次发行募集资金投资项目的必要性和合理性分析参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“三、募集资金投资项目介绍”。

（三）募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司自2004年成立以来，一直从事文化传媒服务业。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011）、《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司属于文化、体育和娱乐业。公司本次发行募集资金均围绕主营业务开展，资金投向与公司所属行业一致，项目的实施有利于公司的长远发展并对经营业绩起到较大的促进作用。具体内容参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“四、募集资金运用对公司经营成果和财务状况的影响”。

（四）公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、人员方面。公司作为涵盖报刊采编与发行、媒体经营、客户代理、公关与设计等业务类别的综合型传媒企业，吸引和凝聚了大批高素质的专业人才。截至2015年6月30日，公司拥有80名采编人员，59名设计策划人员。专业的采编、设计策划队伍，有力保证了内容价值的充分挖掘和创意设计业务的有效开展，形成了采编、创意等方面的竞争力。

2、技术、管理方面。近年来，公司积累了丰富的管理经验、媒体运营经验，具有敏锐的市场感知能力和客户需求响应能力，为公司在确保传统业务稳步发展的同时，加强数字媒体技术应用、拓展新媒体资源打下了良好的基础，有利于公司对新技术、新模式作出快速反应，抓住市场机遇。

3、市场方面。公司经过多年的稳健经营，储备了广泛而优质的客户群体，这些客户多数为国内外知名品牌，有长期的产品或服务宣传需求。此外，公司与多家大型广告代理公司建立了良好的合作关系。公司积累了丰富的媒体运营经验，营销团队核心成员在传媒行业从业多年，建立了相对稳定的营销渠道结构，为募集资金投资项目如期实现收益提供了重要保障。

（五）本次发行摊薄即期回报的填补措施

本次发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，考虑上述情况，公司将采取多种措施以提升公司的经营业绩，增强公司的持续回报能力。

1、公司现有业务板块运营状况及发展态势

公司作为报刊出版商与媒体资源综合运营商，具体从事报刊出版、媒体经营、客户代理、公关与设计等传媒业务，是目前国内拥有采编出版业务的航机传媒领先企业。通过媒体经营实现的收入为公司营业收入的主要来源。

目前，公司出版和经营《南方航空》、《空中之家》、《云中往来》、《航空画报》、《航空旅游报》、《南方航空报》、《品》等7个报刊以及《新疆广天合假日旅游广告》、《厦门航空广告》等DM直邮刊物，经营《厦门航空》等报刊。公司报刊媒体基本覆盖南方航空的飞机客舱，2014年服务的受众达1.01亿

人次。公司经营机上闭路电视、机上平板电脑、客舱座椅头巾、客舱小桌板、飞机机身等多项航机设施媒体资源，独家经营CCTV-发现之旅频道。

报告期内，公司营业收入结构保持稳定，主营业务收入占营业收入的比重在95%以上，主营业务突出。2014年媒体经营业务收入占公司营业收入的比重为92.85%。2015年1-6月，公司实现营业收入16,600.86万元，归属于母公司股东净利润5,389.23万元。报告期内，公司营业收入整体保持平稳。受宏观经济和客户营销策略的影响，公司利润总额和净利润出现一定程度的下降，但盈利能力仍然较强。

2、公司现有业务板块主要风险及改进措施

（1）公司现有业务面临的主要风险

公司现有业务面临着宏观经济波动、航机媒体经营业务占比较高、航机媒体资源获取的可持续性、CCTV-发现之旅频道客户开拓等风险，具体内容参见本招股说明书“第四节 风险因素”。

（2）主要改进措施

针对上述风险，公司制定了业务发展战略和未来三年业务发展目标。以经营传媒业为核心，以航机、电视、互联网、户外等媒体锁定主要目标消费人群为发展策略，注重新媒体与传统媒体的融合，实现跨媒体、跨地域经营，打造具有创新力和市场竞争力的大型综合型文化产业集团。

公司拟通过创意设计能力提升与内容资源信息化改造计划、采编能力和发行效率提升计划、媒体资源拓展计划、营销网络建设计划、并购及合作计划、西部文化传媒产业拓展计划、人力资源发展计划等的实施，不断提升公司核心竞争力和综合实力。

此外，公司本次发行募集资金投资项目是在充分考虑了目前的产业政策、市场条件以及公司经营业绩、发展经验及面临的主要风险，通过详细论证而提出。募集资金投资项目的顺利实施，将进一步巩固和强化公司媒体经营优势，提高抗风险能力，有利于实现可持续发展。

3、提升公司经营业绩，防范和填补被摊薄即期回报的具体措施

为保证本次募集资金有效使用、有效防范股东即期回报被摊薄的风险和提高公司未来的持续回报能力，公司拟采取的具体措施如下：

（1）加快业务拓展，提高公司盈利能力

在巩固现有航机媒体优势的前提下，进一步发展航机、电视、互联网、户外等媒体业务，依托现有媒体资源，整合上下游业务，加快业务拓展，将公司打造成为业务全面、媒体整合优势突出的综合型文化产业集团，巩固和提升公司市场地位和竞争能力，提高公司盈利能力。

（2）全面提升公司管理水平，提高资金使用效率

提高公司运营效率，加强预算管理，控制公司的各项费用支出，提升资金使用效率，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。此外，公司将完善薪酬和激励机制，引进市场优秀人才，并最大限度地激发员工积极性，挖掘公司员工的创造力和潜在动力。通过以上措施，公司将全面提升公司的运营效率，降低成本，提升公司的经营业绩。

（3）加快募投项目建设，加强募集资金管理

公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略，具有良好的市场前景和经济效益。随着项目逐步进入稳定回报期后，公司的盈利能力和经营业绩将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。公司将加快募集资金投资项目的建设速度，在募集资金到位前通过自筹资金先行投入,确保募投项目及早建成并实现预期效益，增强以后年度的股东回报，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。本次发行后，公司将依照《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法》（2013年修订）及公司制定的《募集资金使用管理制度》等相关规定，将募集资金存放于董事会指定的专项账户中，专户专储、专款专用，严格募集资金的使用管理，保证募集资金得到充分有效利用。

（4）完善利润分配机制，强化投资者回报

公司已根据中国证监会的相关规定，制定了股东分红回报规划，并对《公司章程（草案）》利润分配政策的条款进行了修订。修订后的利润分配政策及分红回报规划明确了分红的比例、依据、条件、实施程序、调整事项等内容，并对合理性进行了分析。公司已建立了较为完善的利润分配制度。未来公司将进一步完善利润分配机制，强化投资者回报。

上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，特此提示。

（六）相关主体出具的承诺

为填补公司首次公开发行股票并上市可能导致的投资者即期回报减少，保证公司填补回报措施能够得到切实履行，公司及其控股股东、董事、高级管理人员出具了关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺，具体内容参见本招股说明书之“重大事项提示”之“五、关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺”。

第十二节 业务发展目标

一、未来发展规划及目标

（一）业务发展战略

公司的战略定位为“深入航空人群的资讯供应商”，依托航空人群从事全媒体采编出版和经营，并延伸至演艺、娱乐等相关文化产业。本公司以经营传媒业为核心，以航机、电视、互联网、户外等媒体锁定主要目标消费人群为发展策略，注重新媒体与传统媒体的融合，实现跨媒体、跨地域经营，致力于成为具有创新力和市场竞争力的大型综合型文化产业集团，为推动文化大发展、大繁荣，实施文化“走出去”战略、提升国家文化软实力作出贡献。

公司制订了清晰的战略规划：一方面，在巩固现有航机媒体优势的前提下，依托航空人群，进一步发展航机、电视、互联网、户外等媒体业务，形成紧密围绕航空人群的空地一体化全媒体覆盖优势；另一方面，依托现有媒体资源，整合上下游业务，进一步拓展广告、公关、整合营销传播、文化创意、演艺、影视、娱乐等业务，力争将公司打造成为业务全面、媒体整合优势突出的综合型文化产业集团。

（二）未来三年业务发展目标

1、以航机媒体资源为主、电视媒体资源为辅，逐步开发网络媒体和户外媒体，构建形成传统媒体资源种类齐全，新兴媒体资源布局合理的跨地域、跨媒体的空地一体化全媒体平台。

2、以媒体资源为依托，借助多元相关的业务体系，推动媒体出版发行、媒体广告经营业务快速发展，加快航机媒体、网络新媒体、影视、设计制作、大型活动等文化创意业务以及整合营销传播业务的发展，初步建成航空特色鲜明、经济效益突出、影响力较强、全媒体运营的综合型文化传媒集团。

3、借力全媒体平台，以喀纳斯演艺项目为起点，在演艺、影视、娱乐等更

广阔的文化产业领域拓展，积极探索可复制发展模式，建设综合型文化产业集团。

（三）公司具体业务发展计划

1、创意设计能力提升与内容资源信息化改造计划

公司拟通过建设创意中心，全面提升公司媒体数字化编辑、广告创意设计、影视创意策划等专业能力，构建媒体创新技术研发平台。计划建设内容包括：创意中心功能室、全媒体数字化编辑室、演播室。

公司拟通过建设内容资源库，构建适合高端商旅人群的内容资源储备。主要通过自有版权内容开发和购买版权的方式，将收集到的电影、电视节目以及宣传片、电子书、机上游戏版权等媒体资源进行整合管理，形成具备航空特色的内容资源库。

为配合创意中心及内容资源库的构建，公司需搭建的主要业务系统或平台包括：全媒体数字化业务平台（数字化采编发布系统、视频支撑系统和移动客户端）、广告创意中心数字化平台（创意研究管理工具、受众数据库）以及非编系统。

建设创意中心及内容资源库是适应国家产业政策、行业发展趋势的需要，更是提升公司内容核心竞争力与创意设计竞争力的需要，是公司在创意时代寻求盈利模式创新的基础工程，为公司做大做强传媒主业，实现全媒体发展战略奠定基础。

2、提高采编能力和发行效率

在坚持正确的舆论导向基础上，通过团队建设和完善内部管理机制，改版提质，增强旗下报刊的可读性和社会影响力，积极开展对内对外交流与合作，持续提升采编团队的业务能力，尝试建立民间专家智库。

《南方航空》作为旗舰产品，将通过精耕细作，挖掘个性化、强化影响力，延续创新理念和价值服务社会的同时，把对高端人群的行走、交游和生活体验的解读，进一步落到实处。《云中往来》、《品》和《南方航空报》将继续提升

策划水平，增强话题贴近性，针对面向头等舱及其他高端人群的战略定位，提供更多更新的有价值资讯，以睿智的视角展现特有的人文情怀。《空中之家》作为中国大陆首个英文航机杂志，将继续以国际前瞻的视角丰富杂志内容，在提供国际资讯的同时，重点展现中国风采，积极发挥文化“走出去”的桥梁作用。《航空画报》和《航空旅游报》立足于东北和西北，以旅游地理为载体，向读者传递更丰富的旅游资讯，充分挖掘区域文化和民族文化资源。

在有采编业务但无分支机构的地区，根据需要发展特约记者，建立相应的管理机制，扩大公司的采编网络，提高新闻采集的效率。

在发行站模式取得初步成效的基础上，继续探索扩大自有发行队伍，健全发行网络，计划在北京等地设立新的发行站，提高媒体终端到达率和发行时效性，进一步提升媒体的渠道价值。

3、媒体资源拓展计划

（1）CCTV-发现之旅频道运营计划

公司与央视新影集团科影厂的经营合作将会实现该频道媒体与航机媒体的优势互补，以便构建一个覆盖航空人群非飞行时间、突破客舱范围局限的全媒体平台。

基于公司与央视新影集团科影厂于2012年签订的合作经营协议，北京广天合取得CCTV-发现之旅频道、网站、杂志、手机媒体的经营权，商业性节目的开发运营权，合资公司自制节目的销售和二次开发经营权，线下活动的经营开发权，政策允许范围内购物平台的运营开发等相关委托经营权，以及“发现之旅”商标使用权，期限20年。公司将依托CCTV-发现之旅频道，发挥公司的品牌优势、客户资源优势以及媒体运营优势，实现线上、线下产业的同步开发，跨媒体的立体营销，以使媒体的影响力转化为受众的消费力、购买力，拓宽盈利渠道。

（2）旅游广告市场拓展计划

随着我国旅游市场的高速发展，旅游行业广告投放规模稳步向好。2014 年，国内旅游行业总收入达 30,312 亿元，同比增长 15.40%；旅游人次超过 36 亿，同比增长 10.67%。随着我国旅游行业进入“大众旅游”阶段，旅游市场前景可期，

广告投放规模也将相应增长。

公司目前拥有《航空画报》和《航空旅游报》等旅游类媒体，计划通过收购或创办其他媒体的方式积极开拓高端旅游媒体市场，并与公司现有媒体资源形成融合、互补。

（3）传统媒体与新媒体融合发展计划

在信息技术高速发展的环境下，传统传媒企业利用自身媒体资源优势向新媒体业务发展转型，积极探索媒体融合发展模式，已成为传媒业发展的主要趋势。公司将顺应时代潮流，依托现有平面媒体、电视媒体平台，借助渠道优势，大力发展网络媒体、移动媒体等新媒体业务，逐步形成综合报刊、电视、互联网、线下活动等业务的空地一体化全媒体平台。

升级现有航机媒体平台。借助迅猛发展的互联网技术与卫星通讯技术，整合升级现有航机媒体平台为更现代的空中娱乐系统，为旅客提供集资讯、娱乐、商旅服务于一体的综合服务，在提升旅客体验的同时更好地提升公司媒体价值。

4、营销网络建设计划

公司计划在现有营销体系基础上进行扩展和升级，进一步完善营销网络布局，改进硬件设施及管理体系水平，优化营销人员配置，有效提升公司业务承揽能力。

公司将以产品目标市场的客户分布为重点，在全国七大区域中心城市新扩建营销机构，设立1个营销管理总部和6个营销分支机构：在广州设立营销管理总部，在北京、上海、沈阳、乌鲁木齐、成都、西安设立营销分支机构，加强完善覆盖全国的营销网络化布局，向各营销机构周边经济辐射区进行市场推广和销售网络扩张，提升公司在各省区的品牌营销、市场推广、渠道管理、售后服务质量，形成较为完善的营销体系。

5、并购、合作计划

公司将积极抓住我国传媒业面临的转型机遇，围绕主营业务、参照传媒业成功的并购模式，在确保并购标的合适的前提下，进行收购兼并与对外扩张。

在传统媒体领域，并购标的以媒体资源项目为主；在新媒体领域，以移动互联网、移动终端媒体等项目为主；在文化演艺领域则以合作为主。

公司注重寻找战略合作伙伴，充分利用控股、参股、合营、联营等方式，并购重点区域市场同类企业，扩大经营规模，持续增强公司竞争力，实现市场的稳步扩张，构建跨地区、空地一体化全媒体服务平台。

2014年，国务院出台《关于加快发展对外文化贸易的意见》，支持文化企业拓展文化出口平台和渠道，鼓励各类企业通过新设、收购、合作等方式，在境外开展文化领域投资合作，建设国际营销网络。未来，公司将借助电子商务等新型交易模式、通过一系列的合作、并购、重组，推动业务转型、升级，实施国际化扩张路线，提高文化“走出去”水平。

6、西部文化传媒产业拓展计划

公司将紧紧围绕文化传媒产业，把握“西部大开发”与“推动社会主义文化大发展大繁荣”的重要发展机遇，寻找时机，开发西部文化传媒市场。公司计划以投资喀纳斯演艺中心建设项目为起点，整合新疆各地媒体资源，综合发展传媒、演艺、影视等业务，积极探索可复制发展模式，拓展演艺等文化板块。

新疆具有独特地理优势，也是我国“一带一路”的重要节点，与8个国家接壤，是开拓中亚、西亚和欧洲市场的重要前沿之地。近年来新疆航空客流持续快速增长，机场数量达20多个，其中乌鲁木齐地窝堡国际机场已成为中国第四大国际航空港，航空媒体价值凸显，具有巨大的市场潜力。新疆拥有丰富的旅游文化资源，公司多年来一直在新疆各地开展文化采风活动，积累了丰富的客户资源和活动经验。公司将借助《航空旅游报》、《新疆广天合假日旅游》等媒体，依托公司已经拥有的报刊、电视、互联网等媒体平台，与地方政府进一步合作，助力新疆文化传媒产业发展。

此外，西安位于亚欧大陆桥东部中心，地理位置优越，西安（咸阳）国际机场2014年旅客吞吐量2,926万人次，位居西北地区第一位。西安历史文化遗址极为丰富，规划建设国家级文化产业基地、国际文化交流基地与世界级文化旅游目的地，拥有可观的文化传媒市场规模。公司将在西安市设立营销分支机构，

开展面向中高端商旅人群的媒体开发、创意设计等业务，开发西北资源。

7、人力资源发展计划

文化传媒产业属知识密集型行业，吸引及培养充足的专业人才是公司未来发展的基础。为此公司需进一步完善人力资源管理制度、加强绩效管理和企业文化建设，不断提高员工的业务素质和职业精神。

公司将建立科学的内部培养体系，开展一系列培训活动，丰富和优化员工的知识结构，并完善培训评估反馈制度，及时对培训效果进行评估。培训活动包括针对全体员工的企业文化、团队合作培训；针对管理岗位的管理技能培训；针对技术岗位的专业技能培训；针对新员工的入职培训。

二、拟定上述发展规划所依据的假设条件

（一）公司所处的宏观经济、政治和社会环境处于正常状态，没有出现对公司发展有重大不利影响的不可抗力因素；

（二）公司所处行业的产业政策未发生重大变化，国家继续鼓励文化产业振兴和发展繁荣，并对传媒业的发展继续给予政策支持；

（三）公司遵循的国家及地方法律、法规无重大变化；

（四）公司关键管理人员、各部门骨干成员不发生重大变化；

（五）公司本次发行能够如期完成，募集资金及时到位并按计划实施；

（六）无其他不可抗拒或不可预见的因素对公司造成重大不利影响。

三、实现上述规划将面临的主要困难及挑战

（一）公司在较大规模资金运用和业务规模快速扩张的背景下，如何克服在资源配置、运营管理等方面可能面临的新问题，实现科学有序、务实高效的管理，是对公司经营管理水平的挑战。

（二）人才队伍的发展壮大是公司发展计划顺利实施的重要保障，目前公司虽然引进和培养了一批人才，但国内传媒领域内的高端专业人才仍然不足。

（三）新建或扩建创意中心、节目资源库、营销网络、新增媒体资源、并购合作等业务发展计划的实施均需要雄厚的资金支持，如本次募集资金不能如期

到位，将影响公司业务发展的实现。

四、业务发展计划与现有业务的关系

公司制定的业务发展计划是对现有业务的提升和拓展，符合文化产业的发展特点和国家文化产业政策。业务发展计划的制定深入分析了现有业务的技术条件、媒体资源、客户资源、人才储备、管理经验和营销网络等实际情况，实现与公司现有业务之间紧密的衔接。公司业务发展计划的实施必将大幅提升公司竞争优势，优化公司主营业务构成，为公司可持续发展提供坚实的基础。

五、本次募集资金运用对实现业务目标的作用

目前航机媒体正处于重要的发展机遇期，通过募集资金投资项目的实施，增强节目制作、广告创意等业务能力，构建高端商旅类节目资源库，为公司把握这一重要发展机遇赢得有利条件。通过募集资金投资项目的实施，拓展演艺文化板块，增加营销网络布局，提升客户开拓能力，为保障媒体经营业务的稳步发展提供重要保障。募集资金投资项目的实施，是公司实施全媒体发展战略的重要前提准备和必备步骤，有利于媒体资源拓展的稳步推进，全面提升公司的核心竞争力，为确保公司业务发展目标的实现提供有力支撑。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用概述

经公司2013年度股东大会及第二届董事会第五次会议审议通过，扣除发行费用后，本次发行的募集资金将按轻重缓急顺序投资于下述项目：

项目名称	投资总额（万元）	核准/备案情况
喀纳斯演艺中心建设项目	30,093	备案机关：阿勒泰地区发展和改革委员会 备案文号：阿地发改备案〔2014〕02号
创意中心与资源库建设项目	17,853	核准机关：广东省发展和改革委员会 核准文号：粤发改社会函[2012]2646号
营销平台及营销网络建设项目	4,089	备案机关：广东省发展和改革委员会 备案编号：120100599019052
新拓展媒体资源所需营运资金	15,000	-
合 计	**67,035**	-

若本次募集资金不能满足上述全部项目的资金需求，则资金缺口部分由公司自筹解决。公司将严格按照有关的管理制度使用募集资金，如本次募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况以自筹资金先行投入，待募集资金到位后予以置换。截至 2015 年 6 月 30 日，公司已投入 288.93 万元自筹资金用于喀纳斯演艺中心建设项目前期投资。

公司已根据相关法规，制定了《募集资金使用管理制度》，对募集资金专户存储安排做出如下规定：公司募集资金应当存放于董事会设立的专项账户集中管理。该专项账户不得存放非募集资金或用作其他用途。公司应当在募集资金到账后两周内与保荐人、存放募集资金的商业银行签订募集资金专户存储三方监管协议。

二、募集资金投资项目的背景

本次发行募集资金投资项目是在综合考虑宏观经济环境、国家产业政策以及公司经营现状的基础上提出的，符合公司发展战略。

（一）国家产业政策支持

文化产业作为社会服务业的重要组成部分，在国民经济与社会发展中的地位不断提升，是国家软实力、综合竞争力的外在表现。

2011年，中共十七届六中全会通过《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》，指出要充分认识推进文化改革发展的重要性和紧迫性，更加自觉、更加主动地推动社会主义文化大发展大繁荣。发展壮大出版发行、影视制作、广告等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体等新兴文化产业。到2020年，使文化产业成为国民经济支柱性产业。

2014年2月，国务院出台国发[2014]10号《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》，支持开发具有地域特色和民族风情的旅游演艺精品；鼓励各地结合当地文化特色不断推出原创文化产品和服务，积极发展新的艺术样式，推动特色文化产业发展。

除上述文件外，国家相关部委近年来还先后颁布了其他支持文化产业发展繁荣的系列文件。对包括出版业、广告业、文化创意、影视制作等在内的文化产业的发展目标、工作重点、政策措施等方面制定了更为详细的规划或要求。

根据《产业结构调整指导目录（2011年本）（2013年修正）》，把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作、文化艺术、新闻出版、广播影视、大众文化、科普设施建设、文化创意设计服务、广播影视制作、发行、交易、播映、出版、衍生品开发”等列为国家鼓励类产业。公司当前业务的开展必将受益于国家相关产业政策，亦为本次发行募集资金投资项目的实施提供了重要政策保障。

（二）传媒行业发展现状与趋势

受益于国民经济和社会生活发展的内在需求，以及作为国家战略性产业所获得的产业政策支持，我国文化传媒产业面临着良好的发展机遇。

近年来，我国经济发展形势良好，但文化产业占GDP的比重远低于发达国家。商务部《我国文化产品及服务进出口状况年度报告（2009）》显示，美国文

化产品在国际市场上的份额高达42.6%，我国只占1.5%；日本文化产业的规模大于电子业和汽车业，我国文化产业规模相对较小。中国社科院《2009年中国文化产业发展报告》显示，按照国际标准计算，在人均GDP超过3,000美元时，文化消费支出总量将达到40,000亿元以上；而世界经济发展史表明，在人均GDP接近和跨越5,000美元时，必然出现对文化消费的巨大需求。根据国际货币基金组织（IMF）公布数据显示，2014年中国人均GDP排名世界第80位，人均GDP为7,589美元。文化产业有着广阔的增长前景。

北京大学文化产业研究院发布的《2014中国文化产业年度发展报告》显示，2013年中国文化产业增加值预计达到2.1万亿元，约占GDP比重的3.77%，文化产业对国民经济增长的贡献不断上升。未来随着我国经济结构的转型，文化产业占GDP的比重必将进一步提高。

在国家大力发展文化产业的背景下，我国传媒业各行业整体发展势头良好，其中，新媒体领域呈快速增长趋势，视频网站、移动互联网等新型媒体迎来成长高峰期。2014年我国互联网广告市场规模超过1,500亿元，同比增长40%，继续保持高速增长。传统媒体市场整体呈现局部下滑趋势，但在充分挖掘自身优势的基础上，借助新媒体技术不断创新，未来传媒业将延续在“跨界”与“融合”中的转型趋势，传统媒体与新媒体的界限将愈加模糊。

（三）符合公司发展战略

募集资金投资项目中，喀纳斯演艺中心建设项目将帮助公司进入高端演艺市场，拓展演艺文化板块；创意中心与资源库建设项目通过创意中心及内容资源库建设，提升公司在全媒体数字化编辑、影视创意策划、广告创意设计等方面的竞争优势；营销平台及营销网络建设项目有利于发掘各地与公司优质受众相匹配的客户资源，进一步强化公司在航机媒体领域的综合竞争力；新拓展媒体资源所需营运资金项目为公司拓展媒体资源补充营运资金，以支持公司围绕以航空人群为代表的优质受众，实施“空地一体化全媒体”发展战略。因此，上述募投项目有利于巩固公司现有媒体资源和拓展其他媒体资源，符合公司作为文化传媒公司的定位和发展战略。

（四）与公司现有业务能力匹配

公司作为涵盖报刊采编与发行、媒体经营、客户代理、公关与设计等业务类别的综合型传媒企业，吸引和凝聚了大批高素质的专业人才。截至2015年6月30日，公司拥有80名采编人员，59名设计策划人员。专业的采编、设计策划队伍，有力保证了内容价值的充分挖掘和创意设计业务的有效开展，形成了采编、创意等方面的竞争力。

公司积累了丰富的管理经验、媒体运营经验，具有敏锐的市场感知能力和客户需求响应能力，为公司在确保传统业务稳步发展的同时，加强数字媒体技术应用、拓展新媒体资源打下了良好的基础，有利于公司对新技术、新模式作出快速反应，抓住市场机遇。

公司经过多年的稳健经营，储备了广泛而优质的客户群体，这些客户多数为国内外知名品牌，有长期的产品或服务宣传需求。此外，公司与多家大型广告代理公司建立了良好的合作关系。公司积累了丰富的媒体运营经验，营销团队核心成员在传媒行业从业多年，建立了相对稳定的营销渠道结构，为募集资金投资项目如期实现收益提供了重要保障。

募集资金投资项目围绕主营业务开展，与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。募集资金投资项目实施后不产生同业竞争情况，也不会对公司的独立性产生重大不利影响。

公司第一届董事会第十四次会议及第二届董事会第五次会议审议通过了本次发行募集资金运用可行性的议案，认为：本次发行募集资金均投资于公司主营业务，项目具有较好的市场前景和盈利能力，项目完成后将给公司带来良好效益。

经核查，保荐机构和律师认为：本次发行募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理及其他相关法律法规规定。

三、募集资金投资项目介绍

（一）喀纳斯演艺中心建设项目

1、项目概况

本项目拟于新疆喀纳斯景区贾登峪综合接待基地建设演艺中心，旨在打造集演艺、观影等多功能于一体的国际文化交流中心。该项目将帮助公司进入高端演艺市场，布局演艺文化产业，并推动公司实现业务升级，提升媒体经营能力。

本项目总投资30,093万元（其中建设投资23,093万元，补充流动资金7,000万元），占地面积26,927平方米，建筑面积为17,352.7平方米。建设期计划为2年（含工程建设、设备安装调试、试运营期在内）。建成投产后第一年达到设计能力的60%，以后每年达到80%。

2、项目实施的必要性

（1）响应国家号召，打造“产业援疆”典范

中共十八届三中全会通过《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，提出要加快完善文化管理体制和文化生产经营机制，推动社会主义文化大发展大繁荣，推动中华文化走向世界。演艺产业是在文化产业的基础上衍生出来的满足人们精神需求的产业形式，其经济效益与演艺反映的文化内涵直接相关，实质上就是对文化资源进行优化。公司布局演艺文化产业，是响应国家号召、实施文化“走出去”战略的重要举措。

产业援疆是国家的重大决策部署，国务院国资委高度重视和大力推进中央企业产业援疆工作，要求央企当好新疆重点项目建设的排头兵和主力军，带头积极履行社会责任，着力带动当地经济社会发展，促进当地各族群众就业，努力实现经济效益与社会效益的统一。实施本项目有利于深入挖掘当地自然资源和人文资源，吸纳当地人就业，加强与当地民族间的融合。同时，本项目可以构筑一个融“智力援疆”和“产业援疆”于一体的援疆典范工程，有助于公司切实履行作为央企的责任和义务。

（2）丰富公司品牌内涵

喀纳斯素有“人间净土”的美誉，具备建立世界级旅游胜地的资源优势。本项目植根于潜在的世界级旅游胜地，通过构建专业的演艺团队，打造一流的民族演艺节目。如果本项目能够落实，不但可以取得一定的经济效益，而且有利于从国际化、社会责任、文化效应等角度来塑造和丰富公司品牌内涵，提升公司文化企业形象。

（3）发挥渠道优势，形成协同效应

文化演艺是一种特殊的文化产品。公司长期经营机上媒体，拥有众多高端受众群体，而航空旅客正是文化演艺的潜在消费者。因此，公司可以将资源优势转化为经营优势，利用媒体经营渠道优势加强演艺产品的推广，为中高端人士、商旅人群等受众提供全方位、专业化的文化传媒服务。同时，在该业务具备核心竞争力后，公司通过复制这种业务模式，实现演艺产业的全国布局，丰富公司媒体资源，进一步提升媒体经营能力，形成空地一体化全媒体平台，实现经营上的协同效应。

3、项目实施的可行性

（1）政府支持为项目实施提供良好的政策环境

2012 年 2 月，国务院批复同意《西部大开发“十二五”规划》，坚持把深入实施西部大开发战略放在区域发展战略优先位置，进一步加大投入、强化支持，充分发挥西部地区特色和优势。政府部门先后出台《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》（国发[2014]10 号）、《关于推动特色文化产业发展的指导意见》（文产发[2014]28 号）等文件，重点支持开发具有地域特色和民族风情的文化资源。我国西部拥有丰富的文化旅游资源，本项目的实施符合我国西部大开发的国家发展战略，有利于争取政府部门的支持。

通过前期调研和洽谈，喀纳斯景区管委会支持南航传媒运营本项目，在征用土地、景区业务经营权等方面向公司提供优惠待遇，为本项目顺利推进营造良好的政策环境。

（2）喀纳斯景区具备开展演艺项目的基础

新疆的自然景观资源异常丰富，历史文化积淀深厚。该地自古就是东西方经

济文化交流的主要通道和枢纽，也是举世闻名的歌舞之乡。神奇的自然景观、独具特色的人文风情、厚重的文化底蕴吸引了众多国内外游客。

喀纳斯景区为国家 5A 级景区、国家地质公园、国家森林公园，并首批入选《中国国家自然遗产、国家自然与文化双遗产预备名录》，是新疆旅游资源集中、知名度较高的景区，相对于新疆其他旅游文化演艺项目具有以下优势：①喀纳斯景区游客数量已初具规模，消费能力高，且增长空间大；②景区面积大，游客一般均需在景区住宿；③景区与外界隔绝性高，娱乐项目较少。上述优势能在较大程度上保证游客花费一定金钱和时间消费演艺节目，为本项目的实施奠定了良好的市场基础。

（3）项目投资成本及经营风险可控

项目拟采取合资形式，由喀纳斯景区管委会与新疆广天合共同出资设立一家合资公司负责项目的建设和运营，并将喀纳斯风景区内独家业务经营权授权给合资公司，降低了项目经营风险。本项目用地价格相对周边普通商业用地价格较低（最终价格以土地招拍挂确定），可以降低项目初始投资成本。本项目以阿勒泰地区歌舞团为基础迅速组建队伍，并依托歌舞团获奖剧目《阿嘎加依》对演出节目进行改造，有利于提高演艺节目质量，控制运营成本。

本项目作为喀纳斯景区唯一的演艺项目，得到阿勒泰地区政府的支持，可以有效保证上述区域优势地位。

（4）公司敏锐的市场感知能力和客户需求响应能力充分保证项目成功运作

公司长期经营《航空旅游报》、《新疆广天合假日旅游广告》等媒体，熟悉旅游行业动态和旅游人群的需求。另外，公司策划执行的项目参加多届中国（珠海）国际航展、中国国际旅游展、中国（广州）国际家具展、南国书香节、中央企业技能大赛，受到好评，并先后荣获中国国际旅游交易会优秀展台奖和最佳展台奖、中国国际服务业大会和展览会优秀设计奖等荣誉。对旅游人群需求的熟悉以及自身经验的积累，为本项目的成功运营提供良好的保障。

4、项目建设地点、内容与设备设施配置方案

（1）建设地点

本项目位于新疆阿勒泰地区喀纳斯景区贾登峪综合接待基地，项目占地面

积26,927平方米，新疆阿勒泰地区国土资源局于2014年3月3日出具了《关于新疆喀纳斯演艺中心建设项目用地的初步审查意见》，同意项目用地。本项目建筑面积为17,352.7平方米。2015年2月13日，新疆广天合与布尔津县国土资源局签署《国有建设用地使用权出让合同》，取得坐落于贾登峪人文旅游景观区范围内宗地（编号为2014067）的国有建设用地使用权。

（2）主要建筑及建设内容

本项目分为南区和北区两个部分。其中，南区部分主要建设内容为演艺大厅，设计容量为1,000名观众，并同时建设包括餐饮、娱乐及员工宿舍等附属建筑。南区初步规划如下：

功能	实用面积（㎡）	备注
前厅	330	-
休息厅	330	-
演艺观众厅	1,900	1,000座，含舞台面积
演出技术用房	143	-
衣物存储间	100	-
化妆间	200	-
服装间	160	-
候场室	100	-
道具室	200	-
辅助用房	200	-
演员过夜用房	2,300	-
餐饮娱乐	800	自助餐厅，600座
办公用房	300	-
合　计	**7,063**	**实用率81%**

北区部分用地面积为15,500平方米，共建设三个单体建筑，分别为4D影院、哈萨克族文化风情长廊、喀纳斯湖怪科普展馆，总建筑面积为8,650平方米，建筑结构为混凝土框架结构。

建设内容	总建筑面积（㎡）	功能	实用面积（㎡）	备注
4D 影院	2,910	风光影厅	400	100座
		湖怪影厅	400	100座
		民族影厅	400	100座
		放映机房及监控室	600	-

建设内容	总建筑面积（㎡）	功能	实用面积（㎡）	备注
		公共区	600	售票处、休息厅、公厕等
		小计	2,400	-
哈萨克族文化风情长廊	3,468	风情长廊	1,200	-
		特产商店	800	-
		旅客服务区	800	-
		小计	2,800	-
喀纳斯湖怪科普展馆	2,272	主展厅	1,000	-
		湖怪商店	500	-
		旅客服务区	400	-
		小计	1,900	-
合　计	**8,650**		**7,100**	**实用率82%**

（3）需要配置的设备设施

①LED系统设备：主要包括LED灯光设备、融合服务器（含融合软件）、影像服务器、定制多媒体影像设备等。其中，LED系统面积约为400平方米。

②舞美灯光制作及控制系统设备：

序号	名称	规格型号	单位	数量
1	顶灯	DN40	只	80
2	面光灯	DN25	只	40
3	彩灯	DN200	只	50
4	摇摆灯	发生器	套	28
5	灯光控制器	DN40系列	只	360
6	灯光吊架	DN25系列	只	120
7	灯光摇摆装置	250QJ100-18-7.5	台	6
8	灯光升降装置	250QJ140-90-55	台	9
9	GGD 控制柜	-	套	10
10	灯光控制系统	-	套	2
11	变频器	55KW	台	6
12	电流稳压器	-	台	2

③舞美音响制作及控制系统设备：

序号	名称	规格型号	单位	数量
1	高音喇叭	JBL40	只	24
2	中音喇叭	JBL25	只	24
3	低音喇叭	JC200	只	24

序号	名称	规格型号	单位	数量
4	环绕喇叭	jBL401	套	48
5	音响功放台	240系列	只	4
6	音响吊架	D35系列	只	110
7	音响控制系统	-	套	1
8	变频器	55KW	台	6
9	PLC 程序编程器	-	套	2
10	功放变压器	-	套	2
11	电流稳压器	-	台	2

④4D影院设备：

序号	名 称	单位	数量
1	数字放映系统	套	1
2	银屏系统	套	1
3	4D 特效座椅系统	座	300
4	环境特效系统	套	1
5	音响系统	套	1
6	控制系统	套	1

5、投资估算与资金使用计划

本项目总投资 30,093 万元，其中建设投资 23,093 万元，补充流动资金 7,000 万元。在建设投资中，前期工程费用为 2,685 万元，建筑主体费用 5,988 万元，建筑内外装修工程费用 4,464 万元，安装工程费用 2,877 万元，设备购置费用 4,500 万元，室外配套基础设施费 384 万元，预备费 2,196 万元。

根据实施进度计划第一年投入 13,000 万元，第二年投入 10,093 万元，具体投资情况如下：

序号	工程项目费用名称	合计（万元）	使用计划（万元）		比例（%）
			第 1 年	第 2 年	
（一）	前期工程费	2,685	2,685	-	11.63
（二）	建筑主体费	5,988	5,988	-	25.93
1	演艺中心南区建设工程费	3,220	3,220	-	13.94
2	演艺中心北区建设工程费	2,768	2,768	-	11.99
（三）	工程安装费	2,877	2,877	-	12.46
（四）	工程装修费	4,464	-	4,464	19.33

序号	工程项目费用名称	合计（万元）	使用计划（万元）		比例（%）
			第 1 年	第 2 年	
（五）	设备购置费	4,500	-	4,500	19.49
（六）	室外配套基础设施费	384	-	384	1.66
（七）	预备费	2,196	1,451	745	9.51
项目建设总投资		**23,093**	**13,000**	**10,093**	**100.00**

6、人力资源配置

本项目正常经营预计需管理人员22人，具体如下：

部门	人数	部门	人数
高级管理人员	3	财务部	3
演艺部	4	行政部	3
宣传策划部	3	外联部	3
营销部	3	-	-
合 计	22 人		

本项目初步规划在合适的情况下，与新疆歌舞剧团、艺术学院等相关单位合作，组建演艺队伍。

7、环保情况

本项目已于2014年3月4日取得阿勒泰地区环境保护局阿地环自函[2014]34号《关于〈新疆广天合传媒有限公司喀纳斯演艺中心项目环境影响报告表〉的批复》，确认本项目符合环境保护相关要求，同意本项目在既定地址建设。

8、经济效益

本项目拟通过新疆广天合主导实施，届时由新疆广天合及其他投资方共同组建公司负责项目运营。合资公司主要经营演艺业务、4D电影、景区宣传推广代理以及其他延伸业务，收入来源主要包括演艺门票收入、4D电影门票收入、景区商业性营销策划及媒体投放代理收入等。

本项目预计静态投资回收期8.67年（含两年建设期），投产后将实现年均营业收入10,441万元，年均利润总额为6,378万元，年均税后利润为4,947万元，项

目毛利率为67.9%，总投资利润率为16.4%。本项目以生产能力利用率表示的盈亏平衡点为15.9%，说明项目抗风险能力较强。综上，本项目具有良好的经济效益，且投资风险可控。

（二）创意中心与资源库建设项目

1、项目概况

本项目拟通过创意中心及内容资源库建设，提升公司在全媒体数字化编辑、影视创意策划、广告创意设计等方面的竞争优势，打造媒体创作的技术研发平台及适合高端商旅人群的内容资源储备，以进一步提升公司在航机媒体领域的核心竞争力，并为公司媒体资源拓展提供全面支持。

本项目投资估算总额为17,853万元，所需资金拟通过本次发行募集资金解决，计划在3年内建设完成，具体如下：

时间	建设内容
第1年	完成办公场地装修改造、全媒体数字平台与节目演播系统建设
第1-3年	逐步完成内容资源库建设

2、项目实施的必要性

（1）响应国家的产业政策

近年来，我国密集出台了多项具有重要意义的文化产业政策，除本节“二、募集资金投资项目的背景”介绍的政策内容外与本项目建设相关的其他主要产业政策如下：

①中共十七届六中全会通过《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》，指出要发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业，培育一批核心竞争力强的国有或国有控股大型文化企业或企业集团。

②国家工商总局、国家发改委联合颁布《关于促进广告业发展的指导意见》，提出“十二五”时期广告业发展的主要目标和任务：促进广告产业的专业化、规模化发展，提升广告策划、创意、制作的整体水平；广告经营总额继续

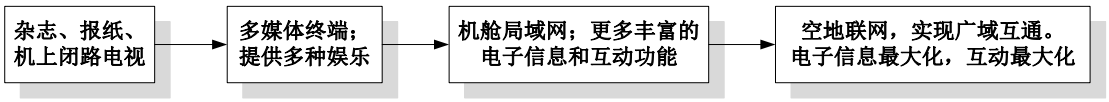
保持较快增长，使广告业总体发展水平与全面建设小康社会和市场经济的发展水平相适应。

③国家文化部印发《“十二五”时期文化产业倍增计划》，提出利用数字技术全面提升文化产业各门类信息化服务水平，加快传统文化产业的改造提升速度，培育基于数字技术的新兴内容产业，形成一批采用数字技术提供制作、传播、营销、推广等服务的文化服务企业，为文化产业和高新技术融合发展提供支撑。鼓励文化内容与数字等高新技术结合，不断创新文化业态，丰富文化表现形式，为各种新兴显示终端提供文化内容。

本项目可提升公司全媒体数字化编辑、影视创意策划及广告创意设计能力，构建适合中高端受众群体的内容资源储备，有力支撑公司报刊出版与媒体经营业务的快速发展，符合国家产业政策的指导方向。

（2）符合行业发展趋势

为提高服务质量，增强客户满意度，各航空公司都在积极改善其机上娱乐系统，推动航机媒体在平面媒体、广播、电视的基础上逐步增加选择性和互动性更强、内容和信息更丰富的新媒体终端。航机主流媒体平台发展趋势如下：



随着航机媒体平台的演进和发展，对航空娱乐内容提供商提出了更高的要求，如更加适合中高端商旅人士需求的媒体内容，各类量身定制的栏目、电影和电视视频节目、电子书、游戏等。与此同时，随着多媒体终端在客舱内的逐步普及，航机媒体运营商将拥有更多的视频广告时段资源。

公司将迎合航机主流媒体平台发展趋势，通过实施本项目，构筑内容资源库、电子媒体制作、创意设计等优势，既可巩固传统媒体的强势地位，又可着眼未来，培育新媒体先发优势。

（3）提升传统媒体与新媒体的内容资源、创意设计竞争力

①提升内容核心竞争力

传媒企业主要依靠提供优质的内容服务吸引受众的注意，然后将受众的注意力“二次售卖”给广告代理商或其他机构，从而获取收入，这是传媒业与其

他行业经营模式的重要区别。因此，内容成为影响公司综合竞争力中最关键的因素，即所谓“内容为王”。

本项目拟通过自有版权内容开发和购买方式，将收集到的电子阅读资料、音视频资料、电子图片资料等资源进行整合管理，形成具备航空特色的内容资源库，迅速增强公司内容制作能力，有效提升公司媒体内容核心竞争力。

②提升创意竞争力

创意设计能力是传媒企业，特别是综合型文化传媒集团竞争实力的重要体现。创意是广告活动中的思维活动，是广告的生命和灵魂。创意是公关活动的中心，是信息传播的关键所在。培育创意策划与制作、广告创意等方面的竞争力将为公司媒体经营、公关与设计、客户代理等传媒业务的快速增长提供坚实的保障。

3、项目实施的可行性

（1）传媒业良好的市场发展前景

受经济发展、文化产业消费升级、产业政策推进等因素影响，2014年我国传媒业的总产值为11,361.8亿元，与2008年相比产业规模翻了一番，复合增长率超过15%，传媒业正处于历史性的黄金发展机遇期。

公司所经营媒体的主要受众群体为航空人群或中高端商旅人群，该受众市场消费能力突出，为公司提供了广阔的市场发展空间。良好的市场发展前景是本项目顺利实施的重要前提。

（2）极富竞争力的媒体资源优势

公司出版、发行并经营《南方航空》、《空中之家》、《云中往来》、《南方航空报》等多种报刊；拥有南方航空截至2026年的航机媒体资源独家使用权，且同等条件下具有使用该等媒体资源的优先续约权；拥有厦门航空截至2027年的航机媒体资源委托经营权；拥有CCTV-发现之旅频道截至2032年的独家商业运营权。

在目前国内传媒行业重媒体、轻代理的格局下，上述媒体资源使得公司拥有了长期稳定的经营基础，加之庞大且具有较强消费能力的受众群体规模，为本项目的顺利实施提供了基础。

（3）专业人才基础

公司作为涵盖报刊采编与发行、媒体经营、客户代理、公关与设计等业务类别的综合型传媒企业，在内容制作、策划创意等方面取得了长足的进步，吸引和凝聚了大批高素质的专业人才。截至2015年6月30日，公司拥有80名专业采编人员，59名设计策划人员。专业的采编、创意团队，有力保证了创意设计中心的有效运转和内容资源价值的充分挖掘，并实现预期效益。

（4）广泛的客户基础和营销优势

公司经过多年的稳健经营，储备了广泛而优质的客户群体，这些客户多数为国内外知名品牌，有长期的产品或服务宣传需求。此外，公司与多家大型广告代理公司建立了良好的合作关系。公司积累了丰富的媒体运营经验，营销团队核心成员在传媒行业从业多年，建立了相对稳定的营销渠道结构，为本项目如期实现收益提供了重要保障。

综上，本项目的实施将进一步提升公司的内容制作、创意策划、广告创意等能力，提升公司的核心竞争力。项目的建设是具备可行性的。

4、项目建设地点、内容与设备设施配置方案

（1）建设地点

本项目建设地点位于广州市越秀区东风东路850号锦城大厦。公司已取得该处楼房2001房至2009房（20层）共计9处房屋所有权，建筑面积合计1,120.77平方米，用途为办公用房，使用期限截止日为2055年1月25日。

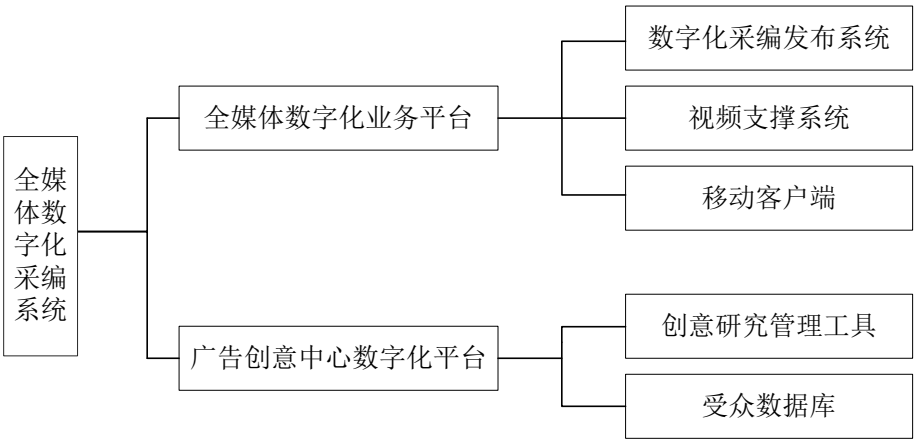
（2）主要建筑及其功能

建筑名称	建筑功能
创意中心功能室	为创意策划设施及相关用房，拟设置市场调研室、创意策划室、产品研发室。
全媒体数字化编辑室	通过建立全媒体数字化业务平台，对媒体作品进行数字采编、发布、视频开发等数字化采编工作。
演播室	为电视节目录制、编辑处理等相关用房，设有功能齐全、能力充足的演播区，并配备相应的录音室、配音室，可以进行图像编辑、配音、配效果等功能，可以通过节目的复制、合成、转录等，形成强大的节目源。
资源库	通过自有版权内容开发和购买方式，将收集到的电影、电视节目、新闻节

	目以及宣传片、电子书、机上游戏版权等媒体资源进行整合管理，形成具备航空特色的内容资源库。

（3）主要业务系统

①全媒体数字化采编系统



②非编系统

建立数字化视音频节目制作、包装、合成系统，实现视音频节目资料的网络化共享，分为管理模块、在线编辑模块、存储模块和网络模块等4个模块。

（4）需要配置的设备设施及资源库

①全媒体数字化采编设备

业务类型	开发内容/设备采购	硬件明细	数量	备注
全媒体数字化业务平台	数字采编发布系统	应用服务器	10 台	含应用软件开发
		存储设备	1 套	-
		电脑	20 台	-
	视频支撑系统	应用服务器	50 台	含应用软件开发
		存储设备	1 台	-
		上载系统	1 套	-
		调度服务器	1 台	-
		粗编	5 套	-
		精编	2 套	-
		合成站点	2 台	-
		转码服务器	3 台	-
		发布服务器	2 台	-
		媒资管理服务器	1 台	-

业务类型	开发内容/设备采购	硬件明细	数量	备注
		媒资应用服务器	1 台	-
		数据库服务器	1 台	-
		MDC 服务器	1 台	-
		系统周边服务器	1 台	-
		轮播播控设备	1 套	-
		流媒体服务器	2 台	-
		编码器	2 套	-
	移动客户端建设	应用服务器	20 台	应用软件开发
		其他开发设备	10 台	-
广告创意中心数字化平台	创意研究管理工具	电脑	5 台	工具软件开发
		存储设备	1 台	数据库软件
		服务器	5 台	-
	受众数据库	存储设备	1 台	-

②演播室视频、音频设备

分类	产品名称	产品描述	数量
演播室灯光设备设施	灯具	LED 聚光灯、LED 平板柔光灯	42 台
	铝合金轨道	-	1 项
	电缆及桥架	-	1 项
	调光设备	LED 灯控制台	2 台
		60 路直通柜	2 台
		信号分配器	10 台
	其他灯光设备设施	接插件、插座箱等	1 项
演播室视频及音频设备	高清摄像机	高清演播室摄像机	6 台
	多格式切换台	切换台及配套	1 套
	矩阵和控制面板	多格式矩阵	1 套
	周边设备	周边配套系统设备	1 套
	监看设备	监看系统设备	1 套
	录像机	高清录像机	1 台
	字幕机	高清字幕机	1 台
	内部通话系统	内部通话系统	1 套
	高清镜头部分	演播室配套高清镜头	1 套
	承托设备	三脚架及遥臂等	1 套
	音频系统	演播室音频系统	1 套

分类	产品名称	产品描述	数量
	线材、安装材料、辅助材料	线材/连接器等	1 批
	系统集成	系统安装调试费（包括视音频及通话等系统）	1 套
	机柜及控制台	机柜、控制台、电视墙等	1 批
	虚拟系统	虚拟演播室系统（含多路健混）	1 套
	高清网络非编系统	高清网络非编系统	1 套
	屏幕背景系统	屏幕背景系统	1 套

③非编系统设备

序号	型号及配置		数量
（一）	上下载工作站：强氧氟 2708IO HD		1 套
（二）	编辑工作站/三维工作站：强氧氟 4708IO HD		4 套
（三）	录音工作站		1 套
（四）	调色系统		1 套
（五）	中央存储部分		
1	元数据服务器	2.5QX/2X1GB/160/SD/	1 台
2	备元数据服务器	2.5QX/2X1GB/160/SD/	1 台
3	文件服务器	2.5QX/2X1GB/160/SD/	1 台
4	SAN 卷中心存储	HD24FS 24X SATA 1TB RAID /48TB	2 套
（六）	网络及其他配套		
1	显示器	24 英寸高清液晶显示器（高亮型）	6 台
2	san 软件	StornextFS（中央存储及 pc 客户端）	8 套
3	光纤卡	Qlogic 4Gb Fibre Channel PCI Express Card	8 套
4	FC 交换机	Brocade SilkWorm 240E 16 口 4Gb 光纤交换机	1 台
5	视频矩阵	Studio Videohub 16 入 32 出 SDI 高清视频矩阵	1 套
6	千兆以太网交换机	华为 3COM S5100-48P-EI 千兆以太网交换机	1 台
7	机柜	42U，19 英寸	1 台
8	键鼠切换器	ATEN CL-1758LA，苹果专用机架式 8 路键盘鼠标共享器，带 15’液晶显示器	1 台
9	集群渲染系统	10 节点集群渲染农场系统	1 套

④内容资源库

内容资源库建设计划	各年度购置数量

项目	明细	版权时间	授权范围	第 1 年	第 2 年	第 3 年
影视节目	国内最新电影	三年	航空渠道	48 部	24 部	24 部
	国内经典电影	五年		50 部	25 部	25 部
	国家地理电视节目			48 集	24 集	24 集
	DISCOVERY 电视节目			48 集	24 集	24 集
	欧美幽默电视节目			48 集	24 集	24 集
	美食美酒电视节目			24 集	24 集	24 集
电子阅读库	电子期刊	一年	航空渠道	200 种	200 种	200 种
	电子书	永久	航空渠道	-	-	-
图片库	图片资源购买	永久	用于广告制作报刊出版等	2,000 张	2,000 张	2,000 张

5、投资估算与资金使用计划

本项目总投资为17,853万元，计划分3年时间投入，其中第一年投入10,776万元，第二年投入4,289万元，第三年投入2,789万元，分别占本项目总投资额的60%、24%和16%。具体投资估算及资金使用计划情况如下：

序号	工程项目费用名称	数量	合计（万元）	使用计划（万元）			占比（%）
				第 1 年	第 2 年	第 3 年	
一	**工程费用**		**4,924**	**4,924**	**-**	**-**	**27.58**
（一）	办公及演播厅装修工程		331	331	-	-	1.85
1	办公楼装修	920m^2	230	230	-	-	1.29
2	电器、弱电等安装工程	920m^2	101	101	-	-	0.57
（二）	设备及安装		4,593	4,593	-	-	25.73
1	全媒体数字平台	1 套	1,517	1,517	-	-	8.50
2	演播室设备	1 套	2,798	2,798	-	-	15.67
3	非编系统	1 套	198	198	-	-	1.11
4	办公用品及电脑	35 台	63	63	-	-	0.35
5	办公家具及设备	35 套	18	18	-	-	0.10
二	**内容资源库购置**		**10,436**	**4,859**	**2,789**	**2,789**	**58.46**
三	**基本预备费**		**492**	**492**	**-**	**-**	**2.76**
四	**流动资金**		**2,000**	**500**	**1,500**	**-**	**11.20**
五	**项目总投资**		**17,853**	**10,776**	**4,289**	**2,789**	**100.00**

其中，内容资源库具体投资计划如下：

单位：万元

项目	购置明细	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合　计
影视节目	购买国内外电影、电视节目的使用权	4,059	2,089	2,089	**8,236**
电子阅读库	购买电子期刊、书籍等使用权	600	500	500	**1600**
图片库	图片资源购买	200	200	200	**600**
合　计	-	**4,859**	**2,789**	**2,789**	**10,436**

6、人力资源配置

本项目运营后，初步增加各类技术人员约35人，具体如下：

职位	人数	职位	人数
演播室维护人员	2	节目采购人员	2
外拍摄像器材维护员	2	影视文案	2
后期机房的网络及非编、服务器硬件维护人员	1	采编人员	4
节目策划编导	3	广告创意设计人员	4
摄像师	3	创意设计人员	4
后期制作人员	4	广告文案	4
合　计	**35 人**		

7、环保情况

本项目除部分生活垃圾外，无其他环境污染物产生。

广州市越秀区环境保护局出具《关于创意中心与资源库建设项目环境影响报告表的批复》（穗（越）环管影[2012]157号），确认本项目符合环境保护专业要求，可以定址和建设。

8、经济效益

本项目预计年均销售收入13,668万元、年均利润总额6,513万元，项目所得税后内部收益率为32.2%、净现值（基准收益率10%）为7,870万元、投资回收期为4.3年（含建设期），项目平均投资利润率为33%。本项目具有良好的经济效益和较高的社会效益。

（三）营销平台及营销网络建设项目

1、项目概况

为进一步提高公司营销能力，本项目拟在国内新扩建1个营销管理总部和6个营销分支机构，在营销网络扩建和升级改造的同时，进行人力资源扩充和硬件配置升级，建设成为具有更高水平行业竞争力的市场营销平台和营销网络。

本项目建设期为2年，第1年完成营销机构办公场所建设、人员招聘与培训，第2年完成设备购置，拟使用资金总量4,089万元，所需资金拟通过本次发行募集资金解决。

2、项目投资的必要性

（1）航空人群属性及媒体资源拓展对构建营销网络的必然要求

航机媒体受众对象主要为国内外中高端商旅人群，如商界精英、企业高管、白领人士等，受众普遍具有高收入、高职位、高学历等特征，地域分布方面则具有天然的分散性甚至国际性特点。因此，通过航机媒体进行营销的广告主一般为全国或国际品牌。尽快完善部署全国性、规模化的营销网络，有利于发掘各地与公司优质受众相匹配的客户资源，进一步强化公司在航机媒体领域的综合竞争力。

此外，公司围绕航空人群逐步拓展其他的媒体资源，如CCTV-发现之旅频道的受众属性、媒体属性同样具备明显的中高端、全国性特点。为保障新拓展媒体资源业务的顺利开展，也需要尽快构建完善的营销网络。

（2）现有营销平台及营销网络难以支持未来发展需求

现有营销网络为公司取得良好的销售业绩发挥了重要作用，但随着市场规模的扩大，资源配置缺乏、营销网点数量与覆盖范围不足、营销人员配备与统筹协作不够、品牌宣传支撑能力有限等问题逐渐显现，不利于公司的可持续发展。通过建设营销团队，升级营销网络体系，可支撑公司落实发展战略，提升公司品牌和市场竞争力。

综上，通过营销平台及营销网络项目的建设，在国内重点区域设立本地化的营销服务团队，可以增强公司营销团队的整体营销意识，提升营销平台服务

水平，为广大客户提供更专业、全面、细致的售后服务，以适应市场的多样化需求，构建公司核心竞争力。

3、项目投资的可行性

（1）市场需求为营销平台与营销网络的运作管理提供基础

随着国内分众时代的来临，媒体受众呈现碎片化趋势，大众媒体的效果日益衰退，分众化、小众化的媒体则借机兴起。作为接触中高端受众群体的媒体之一，航空类媒体所发挥的作用和所拥有的潜力进一步凸显。

受我国经济环境和政策环境的正向影响，航空人群的需求会给传媒业产生驱动力，若能有效整合市场资源、构建高效的市场结构、配置优秀的人力资源、传媒品牌，便可更容易形成效益，降低市场推广难度。良好的市场需求预期为本项目的顺利实施奠定了基础。

（2）现有营销体系保障与运营管理经验借鉴

通过对现有营销体系的运营管理，公司对主要地区的客户资源、市场容量、竞争对手等情况均较为熟悉，积累了可供借鉴的营销渠道建设与运营管理经验，有效降低了本项目实施的市场及管理风险。本次营销网络升级建设是在公司现有营销体系基础上进行扩建和升级，拟进一步完善营销网络布局、增强营销团队、提升硬件设施及管理体系水平。

（3）优质的客户资源、持续性的媒体资源拓展等方面的有力支撑

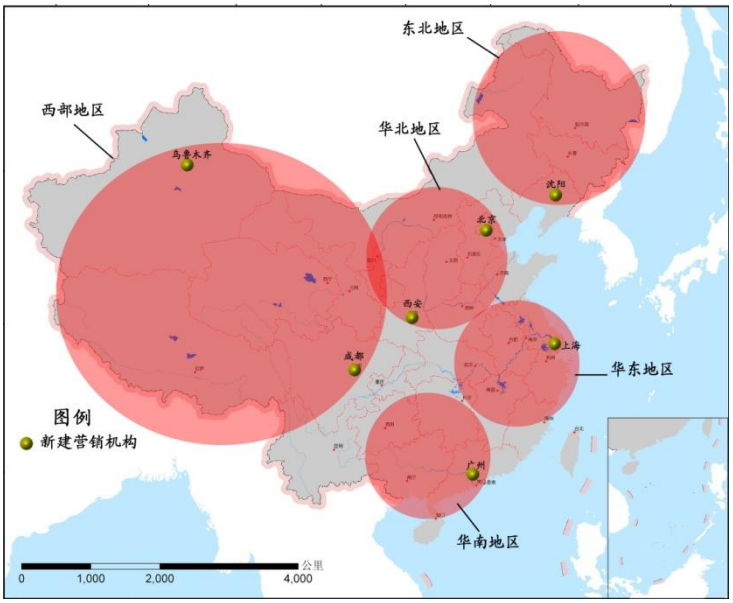
公司与众多优质客户建立了良好的合作关系，在航空传媒行业拥有良好的品牌知名度，形成了富有竞争力的传媒产品开发与创意团队，加之公司在媒体资源拓展方面取得的突破性进展，都将为营销网络建设起到良好的支撑促进作用。

4、项目建设地点、内容和规模

（1）场址选择

公司基于目标市场客户分布与管理效益最大化，拟在全国七大区域中心城市新扩建营销机构，向各营销机构周边经济辐射区进行市场推广和销售网络扩张，分别为广州营销管理总部，北京、上海、沈阳、乌鲁木齐、成都和西安营

销分支机构。营销团队设置地点及覆盖区域图如下：



（2）项目主要建设内容

①购置办公设施和交通工具：营销机构根据办公、营销等功能，需要配备电脑、投影仪、打印机等办公设备，以及配置办公桌椅等设施。另外，因业务需要，营销机构需要购置车辆，按每个中心配置1辆商务车考虑。

②营销软硬件系统：拟购置硬件设备含应用服务器2台，存储、数据库服务器6台，电脑8台；软件系统为广告营销系统1套，该系统内容具体如下：

系统内容	功能说明
营销管理	对公司营销活动的过程进行管理，并提供邮件、短信、网络会议等多种营销工具。
销售管理	对商机信息、商机跟进行动进行管理，维护商机升迁信息，可以查看商机漏斗，查看销售预测信息等。对整个商机推进过程中的信息和阶段升迁进行维护和管理。
客户管理	对客户信息进行集中管理，实现客户信息在市场、销售和服务等部门间的流动和共享，提高面向客户的工作的有效性和效率。
合同管理	实现多级审核后归档、入库、自动建立索引。
知识管理	记录和维护公司的知识信息，按照主题进行分类组织。
服务管理	记录和维护客户的服务请求，记录服务请求的处理方式及处理状态，可以指派人员进行处理，记录处理方法及对知识库的引用情况。
营销系统分析	具有强大的统计和分析能力，能分析市场环境和潜在客户的特征等信息，为战略决策提供数据支持。

③营销团队的升级建设：随着公司的快速发展，营销团队亦需不断扩充，特别是专业推广人员。公司计划新增营销网络管理和一般营销人员，同时采用多种形式的培训手段，提升人员的职业素质，以保证与销售发展速度匹配的人力资源储备。

④媒体资源的推广：媒体资源推广主要以网络媒体、平面媒体、城市广告和宣传活动为主要形式，对公司的传媒产品和营销项目进行推广。推广初期，以网络媒体、平面媒体和部分城市广告为主；推广高峰期，则采取以宣传活动、城市广告为主，网络媒体和平面媒体配合的推广形式。

5、投资估算与资金使用计划

本项目总投资为4,089万元，计划分2年时间投入，其中第一年投入2,654万元，第二年投入1,435万元，分别占本项目总投资额的65%和35%。项目投资估算及资金使用计划具体如下：

序号	工程项目费用名称	合计（万元）	使用计划（万元）		占比（%）
			第 1 年	第 2 年	
一	**营销管理总部建设**	**620**	**620**	**-**	**15.16**
1	广州营销团队	120	120	-	2.93
2	北京营销团队	120	120	-	2.93
3	上海营销团队	120	120	-	2.93
4	沈阳营销团队	65	65	-	1.59
5	乌鲁木齐营销团队	65	65	-	1.59
6	成都营销团队	65	65	-	1.59
7	西安营销团队	65	65	-	1.59
二	**营销信息系统**	**284**	**284**	**-**	**6.95**
1	软件模块	186	186	-	4.55
2	硬件设备	98	98	-	2.40
三	**开办费**	**560**	**280**	**280**	**13.70**
1	筹建费	140	70	70	3.42
2	培训费	420	210	210	10.27
四	**媒体资源推广费**	**1,750**	**1,050**	**700**	**42.80**
五	**铺底流动资金**	**875**	**420**	**455**	**21.40**
六	**总投资**	**4,089**	**2,654**	**1,435**	**100.00**

6、人力资源配置

公司计划组建1个营销管理总部和6个营销团队，新增人员为87人（将来人员编制可能将根据销售额变化进行调整），人力资源配置如下表：

机构/岗位	广州	北京	上海	乌鲁木齐	沈阳	成都	西安	合计
市场部经理	1	-	-	-	-	-	-	1
市场人员	8	-	-	-	-	-	-	8
营销经理	1	1	1	1	1	1	1	7
营销人员	11	12	12	9	9	9	9	71
小计	**21**	**13**	**13**	**10**	**10**	**10**	**10**	**87**

7、环保情况

本项目除部分生活垃圾外，无其他环境污染物产生。

广州市环境保护局出具《关于中国南航集团文化传媒股份有限公司营销平台及营销网络建设项目有关环保意见的函》（穗环函[2012]897号），确认本项目主要是办公设备、信息系统购置及媒体资源推广等，不涉及房屋建设、生产环节，不属于应当进行环境影响评价的范畴。

8、经济效益

本项目的顺利实施将进一步强化公司在核心城市的市场地位，初步完成以核心城市为区域中心的全国营销布局，快速增强业务承揽能力，巩固并提升公司航空媒体经营业务的市场地位，有效支撑公司“全媒体”发展战略规划的顺利实施。

（四）新拓展媒体资源所需营运资金

1、项目概况

本项目旨在为公司拓展媒体资源补充营运资金，以支持公司围绕以航空人群为代表的优质受众，实施“空地一体化全媒体”发展战略，力争发展成为具有创新力和市场竞争力的大型文化产业集团。

2、项目实施的必要性

（1）响应国家的产业政策

近期，国家出台了一系列推动文化产业向全媒体、规模化、专业化发展的举措，对加快行业内部资源整合，促进行业快速发展有着重要意义，主要产业政策如下：

①文化部印发的《“十二五”时期文化产业倍增计划》，提出推动跨地区、跨行业联合或重组，促进资源整合和结构调整；推进出版物发行的跨地区整合，促进文化产品和生产要素的合理流动。培育一批骨干文化企业，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平，打造10家左右跨地区、跨行业、跨媒体经营的大型国有文化传媒集团。积极开拓国际文化市场，增强中华文化国际竞争力和影响力，提升国家软实力。

②中共十七届六中全会通过《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》，提出推动文化产业与旅游、体育等产业融合发展，增加相关产业文化含量，延伸文化产业链，提高附加值。促进文化与旅游相结合，以文化提升旅游的内涵，以旅游扩大文化的传播和消费，形成文化内容与旅游载体相互融合、相互支撑的总体格局。

公司有必要把握文化产业大发展的历史机遇期，积极主动迎合国家文化产业发展的需要，通过补充运营资金，提升公司拓展优质媒体资源的能力，打造新的利润增长点，实现公司可持续发展。

（2）围绕文化产业，拓展媒体资源，落实“空地一体化全媒体”战略的必然选择

在传媒业挑战与机遇并存的变局之中，“跨界”与“融合”已成为行业发展的主题。剖析新形势下公司发展战略，一方面继续做大做强航空媒体主业是基础，另一方面打造全媒体企业是必然要求。为此，公司需要通过持续的创新对自身体制机制、运行模式进行动态调整，积极主动地拓展新的媒介资源。通过追求多元的媒介形态和传播渠道，采用多种形态的内容产品扩大受众覆盖面和传播力度，形成各媒体平台的良性互动，以获得新的发展优势和空间。

（3）深入发掘航空人群潜在需求，提供全方位媒体服务

航空人群作为传媒企业的优质受众，基本涵盖了社会的主流群体和中坚阶

层，普遍拥有一定的决策能力、较高的消费水平和较强的口碑传播能力。通过进一步拓展媒体资源，构建覆盖航空人群非飞行时间、突破客舱范围局限的全媒体平台，有利于充分挖掘航空人群这一优质受众的潜在需求。

综上，通过补充营运资金拓展优质媒体资源，是落实公司发展战略的重要组成部分，是实现业务拓展、规模效应和自身持续发展的必要举措。

3、补充运营资金以拓展媒体资源的可行性

（1）精准营销需求不断扩大

社会媒介资源的日趋多样化、精准化，为企业抢占中国日益庞大的消费市场，提供了传播途径。以渠道媒体为例，由于车舱、楼宇等封闭性的环境创造了较好的传播效果，从而产生了航机、动车、楼宇电梯、公交、出租车等渠道媒体，满足了企业针对特定人群精准营销的需求，优势渠道媒体发展迅猛，精准营销需求不断扩大。

（2）高端探索与发现类市场需求不断扩大

近几年各类高端探索与发现类信息或节目大大丰富了电视、杂志等媒体内容的同时，也吸引了众多优质受众的关注，形成了富有潜力的分众媒体市场，这是经济发展结构调整与文化产业消费升级带来的必然趋势。在此背景下，涉及户外用品、景区、活动、饮料、数码产品、交通工具等商业广告需要大量投放，专业高端探索与发现类媒体拥有广阔的发展空间。

（3）新媒体市场广阔的发展前景

以网络媒体、移动媒体为代表的新媒体业务，尤其是新媒体增值服务业务，近年来呈现迅猛发展趋势。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第35次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2014年12月，中国网民达6.49亿，其中手机网民规模达5.57亿，继续保持上网第一大终端的地位。伴随信息技术的快速发展，与智能手机等移动互联设备的普及，电子商务、网络视频、社交平台等移动互联网业务迎来成长高峰期。据统计，截至2014年12月，手机端在线收看或下载视频的用户数为3.13亿，同比增长26.72%。报刊、电视等传统媒体，通过移动终端与新媒体资源实现跨界整合，实现优势互补。

未来，三网融合、物联网、云计算等信息技术的进一步发展，将为我国新

媒体产业发展提供重要支撑，我国新媒体行业有望继续保持高速增长态势。

公司将在经营传统媒体业务基础上，围绕航空人群或中高端商旅人群，积极开拓市场前景广阔的新媒体业务。

（4）公司所具有的优势或资源为项目实施提供保障

作为航机媒体专业运营商，公司在媒体运作方面积累了丰富的管理与营销经验，尤其对面向航空人群或中高端商旅人群等受众群体的媒体资源，已经形成极富竞争力的经营管理与营销优势，为本项目顺利实施提供了重要保障。

基于上述内外部条件和以往在航机传媒市场积累的经验，本项目实施可以进一步拓展公司媒体资源，增加新的业务来源，提高经营能力，从而进一步扩大公司在传媒领域的知名度和影响力。

4、所需补充运营资金规模的预测

公司经营的媒体资源，对营运资金的需求较大，除日常经营管理所需资金外，主要的固定支出如下：（1）经营CCTV-发现之旅频道：北京广天合需每年向北京发现之旅支付该频道运营费用2,000万元；每年向央视新影集团科影厂支付700万元作为购买电视节目拷贝费用，用于该频道播出使用。（2）经营航机媒体： 2015年6月，厦航传媒与厦门航空签署协议，约定厦航传媒按不低于媒体经营收入的50%（具体金额由计算公式确定）支付给厦门航空作为媒体委托代理费。

公司拓展媒体资源有赖于营运资金的持续性投入，如采用收购媒体运营主体、购买媒体资源等方式，则前期需要投入大量的资金；如采用合作经营、收入分成等方式，则需要定期支付媒体资源使用费。同时，公司需要在内容采编、市场营销、人才引进、员工培训等方面增加营运资金投入，以保障所拓展媒体资源经营业务的顺利开展。公司将主要通过留存盈余保障上述营运资金需求，但随着业务规模的扩大，仅凭自我积累式发展将无法满足公司发展计划所需资金量。

公司拟定的媒体资源拓展计划主要包括：（1）媒体维护及拓展，包括航机、电视等渠道媒体的维护及拓展、机上娱乐系统更新等；（2）围绕航空人群或中高端商旅人群，借助现有传统媒体、内容资源和客户群体，开发、购买或合作

运营新媒体业务，逐步完成“全媒体”平台构建。公司将通过整合各类媒体资源，开展线下活动、客户代理、创意设计、整合营销传播等文化传媒业务，实现内容资源的跨界综合利用、客户资源的全媒体覆盖和深度挖掘。上述拓展计划三年内所需资金投入具体如下：

单位：万元

项目分类	具体内容	计划投资额			合计
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	
媒体维护及拓展	航机、电视、报刊等渠道媒体的维护及拓展、机上娱乐系统更新	2,000	2,000	2,500	6,500
新媒体拓展	互联网、线下活动、电子商务等业务模式拓展	1,500	2,500	3,500	7,500
与上述媒体资源拓展有关的其他支出	人才引进、员工培训等	300	300	400	1,000
合计	-	**3,800**	**4,800**	**6,400**	**15,000**

注：由于拓展媒体资源，依不同媒体形态、不同拓展方式以及商业合作模式不同，其投资额及支付方式会有较大差异，与计划投资支出无法完全匹配，因此，以上营运资金需求系公司根据媒体运营经验以及与部分媒介拥有方初步接触情况，拟定的初步计划。

针对上述媒体资源拓展计划，公司拟通过本次发行募集15,000万元补充营运资金，实际缺口部分将通过利润滚存积累和进一步提高资金营运效率加以解决。

四、募集资金运用对公司经营成果和财务状况的影响

本次募集资金投资项目，与公司主营业务联系密切，项目的实施有利于公司的长远发展并对经营业绩起到较大的促进作用，具体表现在如下几个方面：

1、喀纳斯演艺中心建设项目建成后，公司将布局演艺文化产业，拓展演艺文化板块，推动公司向综合型文化传媒公司的方向发展。同时，该项目主要用以满足中高端受众群体的精神文化需求，有利于为航空人群提供多层次的服务，更好地践行公司“深入航空人群的资讯供应商”的战略定位。

2、创意中心与资源库建设项目实施后，公司将构建文化创意、媒体创作的技术研发平台及适合高端商旅人群的内容资源储备，可全面提升公司现有采编

出版、广告创意、设计制作等业务水平，满足高端商旅受众群体个性化需求，增强承接大型客户的竞争能力，保障公司现有业务的持续、稳定增长。

3、营销网络建设项目建成后，公司将基本实现在全国的战略布局规划，基于创意中心与内容资源库建设项目的实施以及本项目对公司市场开拓能力、品牌知名度的有力提升，公司优质客户开发能力将迅速提升，进而实现主营业务收入的快速增长。

4、通过补充新拓展媒体资源所需营运资金，有助于公司围绕航空人群开发新媒体资源，为航空人群或中高端商旅人群提供更为全面的专业服务，实现广告及其衍生业务的快速发展，使公司成为全媒体平台运营的综合型传媒企业，抢占传媒行业发展先机，增强公司的可持续发展能力。

5、2014年度公司归属于母公司股东的扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率为20.06%，本次发行将使公司净资产大幅增加，折旧与摊销费用相应增加，公司的净资产收益率在短期内将有所降低。募集资金投资项目实施后，新增折旧及摊销情况具体如下：

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年
喀纳斯演艺中心建设项目	1,397	1,397	1,397	1,397	1,397	997
创意中心与资源库建设项目	2,599	3,529	4,458	2,839	1,909	8
营销平台及营销网络建设项目	172	172	172	172	172	-
折旧及摊销合计	**4,168**	**5,098**	**6,027**	**4,408**	**3,478**	**1,005**

公司当前经营状况良好，报告期内各期毛利率分别为62.08%、58.60%、53.72%和53.62%。随着本次募集资金投资项目的实施和投入运营，公司整体盈利水平在未来将得到逐步提升。假定公司经营环境未发生重大变化，预计未来几年公司营业收入将延续报告期内的稳步发展态势，公司营业利润不会因新增折旧及摊销的增加而下降。

6、本次发行募集资金到位后，公司净资产和每股净资产将大幅增长，财务状况将进一步改善，有利于进一步提升公司抵御风险的能力，增强竞争力。

第十四节 股利分配政策

一、发行人现行的股利分配政策

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照上述规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但公司章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反上述规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金不得用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的25%。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利。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两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

二、报告期内股利分配情况

2012年3月27日，南航传媒2011年度股东大会作出决议，按每10股派现金1.3元（含税）向本公司全体股东分配，合计分配26,000,000.00元。

2013年4月8日，南航传媒2012年度股东大会作出决议，按每10股派现金2.55元（含税）向本公司全体股东分配，合计分配51,000,000.00元。

2014年3月20日，南航传媒2013年度股东大会作出决议，按每10股派现金

1.80元（含税）向本公司全体股东分配，合计分配36,000,000.00元。

2015年3月30日，南航传媒2014年度股东大会作出决议，按每10股派发现金1.45元（含税）向本公司全体股东分配，合计分配29,000,000.00元。

三、发行后的股利分配政策

2014年3月20日，公司2013年度股东大会对《公司章程（草案）》进行了修订，本次发行后公司将实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，结合公司的盈利情况和业务未来发展战略的实际需要，建立对投资者持续、稳定的回报机制。公司董事会、股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。公司本次发行后的利润分配政策为：

（一） 公司利润分配不得超过累计可分配利润，不得损害公司持续经营能力；

（二） 公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配；

（三） 公司拟实施现金分红的，应同时满足以下条件：

1、公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

2、审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

3、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大现金支出是指：（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、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 12 个月内拟对外投资、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%。

（四） 在满足上述现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配利润，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红。

（五） 公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配

的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、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，现金分红在该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，现金分红在该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，现金分红在该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，按照前项规定处理。

若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金分配的同时，提出并实施股票股利分配预案。

（六） 存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要确需调整上述利润分配政策的，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，有关调整利润分配政策的议案，需要事先征求独立董事及监事会意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

为切实落实《公司章程（草案）》中关于股利分配政策的相关条款，增加股利分配决策的透明度，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司董事会制定了《中国南航集团文化传媒股份有限公司未来三年（2014-2016）分红回报规划》并经2013年度股东大会审议通过。2014-2016年度，公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的20%。公司将充分考虑和听取股东特别是中小股东、独立董事和外部监事（如有）的意见，至少每三年重新审阅一次股东分红回报规划。具体内容请参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论分析”之“六、公司未来分红回报规划”。

四、发行前滚存利润的分配安排

根据公司2012年第六次临时股东大会审议通过的《首次公开发行股票前滚存利润分配方案议案》，若本公司本次公开发行股票（A股）并上市申请经中国证监会核准并得以实施，首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由新老股东共同享有。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

发行上市后，公司将严格履行信息披露义务，及时公告应予披露的重要事项，确保披露信息的真实性、准确性、完整性和及时性，保证投资者能够公开、公正、公平地获取披露的信息。负责信息披露和投资者关系的机构和人员及联系方式如下：

负责机构：董事会秘书办公室

负 责 人：丰萧（董事会秘书）

咨询电话：020-8613 0211

传 真：020-8612 8166

二、重要商务合同

本公司的重要合同是指交易金额在500万元以上或者虽未达到前述标准但对本公司经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。

截至2015年6月30日，公司正在履行的重要商务合同如下：

（一）媒体经营业务相关合同

1、媒体合作协议

序号	合同名称	合同对方	主要条款	合同期限	合同金额
1	《南方航空•GATEWAY》及《空中之家·NIHAO》广告项目合作协议	广州海萤广告有限公司	公司授权广州海萤广告有限公司为《南方航空》和《空中之家》除公司外在中国地区及海外的唯一广告总代理；在中国地区以至世界范围内，与公司同时全权经营销售《南方航空》和《空中之家》的广告版面	2011.1.1-2015.12.31	-

2	《南方航空·GATEWAY》广告代理协议	广州海萤广告有限公司	公司授权广州海萤广告有限公司为《南方航空》除公司外在中国地区及海外的唯一广告总代理；在中国地区以至世界范围内，与公司同时全权经营销售《南方航空》的广告版面	2011.1.1-2015.12.31	每年不少于 7,950 万元
3	《空中之家·NIHAO》广告代理协议	广州海萤广告有限公司	公司授权广州海萤广告有限公司为《空中之家》除公司外在中国地区及海外的唯一广告总代理；在中国地区以至世界范围内，与公司同时全权经营销售《空中之家》的广告版面	2011.1.1-2015.12.31	每年不少于 1,400 万元
4	南方航空机载电视广告项目合作协议书	北京航美传媒广告有限公司	公司授权北京航美传媒广告有限公司为该协议所述合作之南航机载电视广告经营项目在中国地区及海外唯一的广告总代理；在中国地区以至世界范围内，与公司同时经营推广南航机载电视媒体的广告营销	2011.10.1-2015.9.30	每年不少于 2,500 万元
5	业务合作协议	广州海萤广告有限公司	公司授权广州海萤广告有限公司为CCTV-发现之旅在中国地区及海外地区的业务代理。	2013.7.1-2016.6.30	6,000 万元
6	《南方航空·GATEWAY》及《空中之家·NIHAO》广告项目合作协议的合同主体变更协议及补充修改协议	广州海萤广告有限公司 广州天晋广告有限公司	广州天晋广告有限公司替代广州海萤广告有限公司成为《南方航空 GATEWAY》杂志、《空中之家》（NIHAO）英文月刊的独家广告代理	-	-
7	《CCTV-发现之旅》业务合作合同主体变更协议	广州海萤广告有限公司 广州天晋广告有限公司	广州天晋广告有限公司替代广州海萤广告有限公司成为CCTV-发现之旅在中国地区及海外地区的业务代理。	-	-
8	南方航空机上平板	航美传媒	公司授权航美传媒集团有限公	2014.10.1	5,152.50

	电脑媒体广告合作项目协议书	集团有限公司	司为南方航空机上平板电脑广告媒体资源经营项目在中国地区及海外唯一的广告总代理，与公司同时经营推广上述广告媒体资源的广告营销。	-2019.12.31	万元

2、广告发布合同

序号	合同名称	合同对方	主要条款	合同期限	合同金额
1	飞机客舱头巾广告发布合同	广州凤游云广告有限公司	广州凤游云广告有限公司在公司经营的南航空客A380、波音787客机座椅头巾发布广告。	2014.3.1-2017.4.30	446.03万元/年

（二）其他重大合同

序号	合同名称	合同对方	主要条款	合同期限	合同金额
1	《发现之旅》频道合作经营协议	央视新影集团科影厂	双方合资成立公司运营CCTV-发现之旅频道的所有业务活动	-	-
2	合作经营补充协议	央视新影集团科影厂	将频道的商业运营权和市场开发以及法律法规允许委托的权利委托给北京广天合	20年（合同签署日：2012.4.9）	2,553万元以上
3	广告合作协议	香港格瑞特国际文化有限公司	委托公司推广其代理的客户品牌，负责相关广告的设计、制作，招商推广计划的提案，以及在公司所属媒体资源上发布广告等。	2013.6.1-2015.5.31	总费用首年不低于500万元
4	战略合作协议	西藏自治区国有资产经营公司、天水一泓国际广告（北京）有限公司	委托公司在公司经营媒体上策划推广指定的中小企业品牌	2013.7.13-2016.7.12	-
5	喀纳斯景区开发	新疆喀纳斯	公司投资建设喀纳斯景区贾	-	-

	项目投资框架协议	景区管理委员会	登峪区域草原文化体验中心组团项目，包括投资建设演艺中心、双方合资成立喀纳斯演艺文化传媒公司、景区管理委员会授予公司以下业务独家经营权：1、喀纳斯景区内的演艺表演；2、喀纳斯景区风光及湖怪为主题的特效影视展示；3、喀纳斯景区的商业性营销、推介活动策划及媒体投放的代理。		
6	喀纳斯景区贾登峪区域草原文化体验中心组团演艺中心项目投资协议	新疆喀纳斯景区管理委员会	1、南航传媒投资建设喀纳斯景区贾登峪区域草原文化体验中心组团演艺中心项目，景区管理委员会授予公司相关业务独家经营权；2、双方出资成立合资公司运行演艺中心项目；3、景区管理委员会授予南航传媒除演艺中心项目外其他项目的优先开发权。	-	-
7	合作协议书	东方有线网络有限公司	1、东方有线网络有限公司负责将 CCTV-发现之旅频道提供给上海整体转换区域内的有限数字网内用户收看； 2、北京广天合每年购买东方有线网络有限公司数字机顶盒内自有的“导视频道”时段的电视广告。	2013.10.28 -2016.10.27	200 万/年
8	出资协议书	广东羊城报业传媒集团有限公司、广东非常传媒投资有限公司、钟山	成立合资公司广东高擎广告传媒有限公司	-	合资公司注册资本 1,000 万

（三）重大关联交易合同

序号	合同名称	合同对方	主要条款	合同期限	合同金额
1	无形资产特许使用协议 补充协议	南方航空	南方航空将其拥有的 20 项广告资源的 18 年特许使用权提供给南航传媒。	2008.3.31 -2026.3.30	3,503.66 万元
2	广告媒体委托经营协议	厦门航空	厦门航空将其拥有的广告媒体经营权委托给厦航传媒独家经营。	2012.4.1 -2027.3.31	-
3	关于 CCTV-发现之旅付费电视频道之开发经营权授予暨商标使用许可协议	北京发现之旅	北京发现之旅将其拥有的 CCTV-发现之旅频道的商业运营、市场开发以及法律法规允许委托的权利委托给北京广天合，许可北京广天合使用“发现之旅”商标	20 年 （合同签署日： 2012.8.31）	1,853 万元以上
4	金融服务框架协议	南航财务	南航财务为南航传媒提供存款、贷款业务和其他有关金融服务	2015.1.1 -2017.12.31	-
5	传媒服务框架协议	南航集团	独家广告代理	2013.1.1 -2015.12.31	约 1,500 万元
6	传媒服务框架协议 补充协议	南方航空	公司提供独家广告代理服务，南方航空航班机上娱乐节目内容的策划、采购、制作的代理服务，频道宣传制作服务、空姐招募公关服务以及报刊摆放服务 细化传媒服务范围、内容及交易上限等条款	2013.1.1 -2015.12.31	不超过 32,150 万元
7	关于共同开发客舱媒体资源的协议	重庆航空	重庆航空将其独立运作的所有飞机客舱（头等舱除外）广告媒体资源经营权转让给南航传媒	2013.1.1 -2015.12.31	重庆航空与南航传媒按照 4:6 的比例分成。
8	商标使用许可合同	南航集团	非排他使用南航集团相关商标	2014.3.17 -2024.3.16	-
9	贵航媒体资源使用协议	贵州航空	贵州航空将相关媒体及广告资源无形资产使用权授予南航传媒使用	2014.1.1 -2018.12.31	按飞机数量计算，2014 年度为 65 万元

10	年度广告设计服务合同	重庆航空	南航传媒向重庆航空提供广告代理服务	2014.7.1-2015.6.30	每年总金额不超过 100 万元
11	中国南方航空集团公司信息化工作合作协议	南航集团	南航集团将其信息化日常维护业务委托广州广天合	2015.3.1-2016.2.29	101.56 万元
12	南航商城服务合同	中国南航集团地勤有限公司	南航传媒在“南航商城网上交易平台”上销售产品	2014.5.16-2017.5.15	公司按销售金额的 10%支付服务费用
13	传媒服务协议	厦门航空	厦航传媒独家代理厦门航空传媒服务	2015.1.1-2017.12.31	年度服务费 500 万元
14	广告媒体委托经营补充协议	厦门航空	明确厦航传媒向厦门航空支付广告媒体委托经营代理费的比例和支付方式	2015.1.1-2017.12.31	-
15	航机媒体配送服务协议	厦门航空	厦航传媒委托厦门航空代理其航机媒体配送工作	2015.1.1-2017.12.31	每架飞机 1,200 元（不含税）
16	节目委托制作协议	北京发现之旅	北京广天合委托北京发现之旅制作电视节目	2015.1.1-2015.12.31	总额不超过 20 万元

三、发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保的情况。

四、诉讼及仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司及子公司诉讼、仲裁情况如下：

（一）广州广天合与崔卓兰之间的诉讼情况

2014 年 3 月 4 日，原告人崔卓兰向吉林省长春市中级人民法院起诉吉林省民航机场集团和广州广天合未经其同意刊登其写给父亲的一封家信，侵犯其著作权和隐私权。2014 年 6 月 6 日，崔卓兰将被告变更为南方航空吉林分公司、南方航空、广州广天合以及天涯杂志社，诉请判令南方航空、广州广天合分别赔偿

20 万元经济损失以及精神损害赔偿金 1 万元，诉请判令天涯杂志社赔偿经济损失人民币 20 万元以及精神损害赔偿金 2 万元。崔卓兰指控侵犯其著作权的作品原刊登于《天涯》杂志，《南方航空》转载。2014 年 9 月 12 日，吉林省长春市中级人民法院追加南航集团参加诉讼。

2015 年 5 月 29 日，吉林省高级人民法院作出终审判决：判令广州广天合赔偿原告崔卓兰经济损失 1 万元，精神损害抚慰金 1 万元，并在《南方航空》杂志上刊登声明向原告赔礼道歉并为原告消除影响。截至本招股说明书签署日，广州广天合已履行终审判决。

除上述诉讼外，公司报告期内不存在侵犯第三方著作权或隐私权引起的纠纷、争议或诉讼的情形，为了尽量避免以后出现同类诉讼事项，公司已建立了相应的采编内控制度并严格实施，严格落实公司《新闻采编人员从业管理规定》、《预防新闻侵权的若干规定》关于避免侵权的各项措施和要求，以确保编辑、出版等各种经营行为符合相关法律法规的规定，避免出现侵害第三方的著作权或其他权利的情形。

（二）发行人与广东誉璇投资管理有限公司之间的仲裁情况

2015 年 7 月 29 日，发行人收到仲裁申请材料，申请人广东誉璇投资管理有限公司（以下简称“广东誉璇”）以发行人为被申请人向广州仲裁委员会（以下简称“广州仲裁委”）提出仲裁申请，申请事项为：（1）裁决解除发行人与丰彩印刷签订的《中外合资经营企业合同》；（2）裁决发行人返还人民币 7,066,430 元股本金给申请人并按银行同期贷款利率向申请人支付赔偿金（从 2005 年 9 月 30 日起计息）。广东誉璇所主张的事实和理由为：2005 年 9 月 30 日，发行人与丰彩印刷签署《中外合资经营企业合同》，约定发行人与丰彩印刷共同出资设立南方明珠，南方明珠的注册资本为 600 万元，其中发行人出资额为 330 万元，丰彩印刷出资额为 270 万元。2008 年 12 月 31 日，发行人与丰彩印刷签订《合作备忘录》，确认南方明珠欠丰彩印刷控股子公司广州丰彩印刷费合计 4,366,430 元，其中 3,611,355 元转为丰彩印刷对南方明珠的追加投资，其余 755,075 元作为折扣优惠冲抵。因此，丰彩印刷为南方明珠累计投入的资金为 7,066,430 元。根据前述《中外合资经营企业合同》第十五条第三项的约定，发行人应“负责向

合资公司独家授予《云中往来》期刊的发行权、经营权”，而发行人一直未能将《云中往来》刊物的发行权、经营权授予给南方明珠，致使合同目的无法实现，应当根据合同约定承担违约责任。2014 年 6 月 28 日，广东誉璇与丰彩印刷签署了《债权转让协议》，约定丰彩印刷将主张上述违约责任的权利（包括诉权）全部转让给广东誉璇。

2015 年 8 月 7 日，发行人向广州市中级人民法院申请确认仲裁协议效力，请求确认发行人与丰彩印刷之间的仲裁协议约定对广东誉璇无效。广州市中级人民法院已于 2015 年 8 月 7 日受理该案。2015 年 8 月 24 日，广州仲裁委向发行人发送通知，因广州市中级人民法院已于 2015 年 8 月 7 日受理了发行人提起的管辖权异议申请，广州仲裁委自该日起中止本案仲裁。

鉴于南方明珠已于 2012 年 9 月 26 日向广州丰彩支付了上述所欠的印刷费 3,611,355 元；《云中往来》杂志的主办单位和主管单位为沈阳广天合，南方明珠仅负责其广告发布和广告代理业务，即使南方明珠无法持续经营，也不会对发行人的正常经营造成重大不利影响。此外，广东誉璇索赔金额占发行人经营收入或利润比重不大，即使本案最终结果要求发行人支付相关款项，也不会导致发行人不符合首次公开发行股票并上市的条件。综上，发行人律师认为，上述仲裁不构成发行人本次发行上市的实质障碍。

除上述案件外，截至 2015 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司、分支机构不存在其他尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件。

截至 2015 年 6 月 30 日，公司控股股东不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及重大行政处罚。

截至 2015 年 6 月 30 日，公司董事、监事、高级管理人员不涉及重大诉讼或仲裁事项，也不存在刑事诉讼事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

杨丽华　　李家世　　柳　征

王建宁　　敬公斌　　苏从跃

曾建雄　　蔡　祥　　林　丹

中国南航集团文化传媒股份有限公司

2016年 1月 15日

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体监事签名：

张 薇　　方 洁　　黄奕洪

中国南航集团文化传媒股份有限公司

2016 年 1 月 15 日

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体高级管理人员签名：

王建宁　　蒋旭斌　　刘　振

杨　勐　　程启平　　钟　亮

夏翠薇　　丰　萧

中国南航集团文化传媒股份有限公司

2016年 1月 15日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人签名：

高志新

保荐代表人签名：

王永兴　　唐劲松

法定代表人签名：

王连志

安信证券股份有限公司

2016 年 1 月 15 日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要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及其摘要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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师签名：

王立新　　冯　艾　　孙昊天

律师事务所负责人签名：

王　玲

北京市金杜律师事务所

2016 年 1 月 15 日

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及其摘要，确认招股说明书及其摘要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及其摘要中所引用的审计报告、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、完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名：

王需如 任德军

会计师事务所负责人签名：

顾仁荣

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

2016年1月7日

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及其摘要，确认招股说明书及其摘要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及其摘要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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

注册会计师闫丙旗已不在本公司工作。

经办注册会计师签名：

李雪英 闫丙旗

会计师事务所负责人签名：

顾仁荣

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

2016年1月6日

承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要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及其摘要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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

注册资产评估师签名：

阮咏华 王宗礼

资产评估机构法定代表人签名：

孙月焕

北京中企华资产评估有限责任公司

2016年 1月 11日

验资复核机构声明

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复核报告无矛盾之处。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复核报告的内容无异议，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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名：

王需如 刘建辉

王需如 刘建辉

会计师事务所负责人签名：

顾仁荣

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

2016年 1月 15 日

第十七节 备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

（一）发行保荐书及发行保荐工作报告；

（二）财务报表及审计报告；

（三）内部控制鉴证报告；

（四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（五）法律意见书及律师工作报告；

（六）公司章程（草案）；

（七）中国证监会核准本次发行的文件；

（八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间及地点

投资者可在每周一至周五上午9:00-11:00，下午14:00-17:00，于下列地点查询上述备查文件：

发行人：中国南航集团文化传媒股份有限公司

办公地址：广东省广州市白云区机场路南云东街40号

联系人：丰萧、曾茂

电话：020-8613 0211

保荐人（主承销商）：安信证券股份有限公司

办公地址：深圳市福田区金田路4018号安联大厦35层、28层A02单元

电话：0755-8282 5427

联系人：韩志广、高志新、邓小超、徐露