

股票简称：华策影视

股票代码：300133

浙江华策影视股份有限公司

Zhejiang Huace Film & Tv Co., Ltd.

浙江省杭州市西湖区华策中心 1 号楼 401 室



向特定对象发行股票并在创业板上市 募集说明书

保荐机构（主承销商）



（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路128号前海深港基金小镇B7栋401）

公告日期：2020 年 6 月 22 日

目录

第一节 释 义.....	6
第二节 发行人基本情况.....	10
一、股权结构、控股股东及实际控制人情况.....	10
（一）发行人股权结构	10
（二）控股股东及实际控制人情况.....	11
二、所处行业的主要特点及行业竞争情况.....	13
（一）所处行业的主要特点	13
（二）行业竞争情况	25
三、主要业务模式、产品或服务的主要内容.....	27
（一）主要业务模式	27
（二）产品或服务的主要内容	33
四、现有业务发展安排及未来发展战略	33
（一）现有业务发展安排.....	33
（二）未来发展战略	35
第三节 本次证券发行概要	36
一、本次发行的背景和目的	36
二、发行对象及与发行人的关系.....	44
三、发行证券的价格或定价方式、发行数量、限售期.....	45
（一）本次发行股票的种类和面值.....	45
（二）发行方式.....	45
（三）发行数量.....	45
（四）发行价格及定价原则	45
（五）发行对象.....	46
（六）认购方式.....	46
（七）限售期	46
（八）上市地点.....	46
（九）本次发行前滚存未分配利润的安排	46
（十）本次决议发行有效期限	47
四、募集资金投向	47

五、本次发行是否构成关联交易.....	47
六、本次发行是否将导致公司控制权发生变化.....	47
七、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序.....	48
第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析.....	49
一、本次发行募集资金的运用概况.....	49
二、本次募集资金项目的基本情况.....	49
（一）影视剧制作项目.....	49
（二）超高清制作及媒资管理平台建设项目.....	55
（三）补充流动资金.....	63
三、本次发行对公司经营管理、财务状况等的影响.....	64
（一）本次发行对公司经营管理的影响.....	64
（二）本次发行A股股票对公司财务状况的影响.....	64
四、结论.....	65
第五节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析.....	66
一、本次发行后公司业务与资产整合计划、公司章程、股东结构、高管人员结构的变动情况.....	66
（一）本次发行对公司业务发展的影响.....	66
（二）本次发行对公司章程的影响.....	66
（三）本次发行对公司股权结构的影响.....	66
（四）本次发行对高管人员结构的影响.....	66
（五）本次发行对业务结构的影响.....	67
二、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况.....	67
（一）本次发行对公司财务状况的影响.....	67
（二）本次发行对公司盈利能力的影响.....	67
（三）本次发行对公司现金流量的影响.....	67
三、公司与实际控制人及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况.....	67
四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被实际控制人及其关联人占用的情形，或上市公司为实际控制人及其关联人提供担保的情形.....	68
五、本次发行对公司负债情况的影响.....	68
六、本次股票发行相关的风险说明.....	68
（一）审批风险.....	68
（二）募集资金投资项目相关风险.....	68

（三）行业与经营风险	69
（四）财务风险	69
（五）管理风险	69
（六）因发行新股导致原股东分红减少和表决权被摊薄的风险	69
（七）其他风险	69
第六节 与本次发行相关的风险因素	70
一、政策风险	70
（一）行业政策监管的风险	70
（二）税收优惠政策变化的风险	70
二、经营风险	71
（一）重大突发公共卫生事件的风险	71
（二）经济周期性波动的风险	72
（三）市场竞争加剧的风险	72
（四）影视剧适销性的风险	72
（五）制作成本波动的风险	73
（六）知识产权纠纷的风险	73
（七）销售合同解约的风险	73
（八）生产计划执行的风险	74
（九）投资并购和整合风险	74
（十）影视从业人员的道德风险	74
（十一）诉讼和仲裁风险	74
（十二）联合投资制作的控制风险	75
（十三）安全生产风险	75
（十四）无法取得相关资质许可的风险	76
（十五）经营场所租赁的风险	76
三、管理风险	76
（一）子公司管理风险	76
（二）多板块经营风险	76
（三）突发事件引发公司治理结构突然变化的风险	77
四、财务风险	77
（一）应收账款回收的风险	77
（二）存货减值的风险	77

（三）经营活动现金流波动的风险.....	77
（四）短期偿债压力的风险.....	78
（五）股权质押的风险.....	78
（六）对外投资的风险.....	78
（七）商誉减值的风险.....	78
（八）利润水平波动的风险.....	79
第七节 与本次发行相关的声明.....	80
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	80
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	93
三、保荐机构声明.....	94
四、发行人律师声明.....	96
五、会计师事务所声明.....	97
六、董事会声明.....	98
（一）关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明.....	98
（二）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施.....	98

第一节 释 义

在本募集说明书中，除非文中另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一、一般术语		
华策影视/发行人/公司/本公司	指	浙江华策影视股份有限公司
本次发行	指	浙江华策影视股份有限公司拟向特定对象发行股票并在创业板上市募集资金不超过 22.00 亿元
本募集说明书	指	《浙江华策影视股份有限公司向特定对象发行股票并在创业板上市募集说明书》
实际控制人	指	傅梅城先生与赵依芳女士
控股股东/大策投资	指	杭州大策投资有限公司，原名为杭州华新影视制作有限公司
金球影业	指	浙江金球影业有限公司，系发行人子公司
克顿传媒	指	上海克顿文化传媒有限公司，系发行人子公司
图尚科技	指	杭州图尚科技有限公司，系发行人子公司
华策投资	指	浙江华策投资有限公司，系发行人子公司
海宁华凡	指	海宁华凡星之影视文化传播有限公司，系发行人子公司
华策影业天津	指	华策影业（天津）有限公司，系发行人子公司
霍尔果斯全景可以	指	霍尔果斯全景可以传媒有限公司，系发行人子公司
华策科技	指	杭州华策影视科技有限公司，系发行人子公司
西溪投资	指	浙江影视产业国际合作实验区西溪投资管理有限公司，系发行人子公司
西安佳韵社	指	西安佳韵社数字娱乐发行股份有限公司，系发行人子公司
南充金球	指	南充金球影城有限公司，系发行人子公司
深圳金球	指	深圳时代金球影城有限公司，系发行人子公司
安徽金球	指	安徽华策金球影院有限公司，系发行人子公司
衡阳金球	指	衡阳县时代金球影业有限公司，系发行人子公司
南通金球飞越	指	南通时代金球飞越影城有限公司，系发行人子公司
上海金球	指	上海华策金球影院有限公司，系发行人子公司
南通时代金球	指	南通市时代金球影城有限公司，系发行人子公司
福建金球	指	福建福鼎时代金球文化传媒有限公司，系发行人子公司
象山金球	指	象山时代金球影院有限公司，系发行人子公司
好故事影视	指	上海好故事影视有限公司，系发行人子公司
景宁克顿传媒	指	景宁克顿文化传媒有限公司，系发行人子公司
上海剧成	指	上海剧成品牌管理有限公司，系发行人子公司

宽厚传媒	指	上海宽厚文化传媒有限公司，系发行人子公司
克顿影视	指	上海克顿影视有限责任公司，系发行人子公司
霍尔果斯克顿	指	霍尔果斯克顿文化传媒有限公司，系发行人子公司
剧酷文化	指	上海剧酷文化传播有限公司，系发行人子公司
上海剧芯	指	上海剧芯文化创意有限公司，系发行人子公司
上海辛迪加	指	上海辛迪加影视有限公司，系发行人子公司
可以文化	指	浙江可以文化传媒有限公司，系发行人子公司
上海好剧	指	上海好剧影视发行有限公司，系发行人子公司
响想时代	指	响想时代娱乐文化传媒（北京）有限公司，系发行人子公司
华策影业上海	指	华策影业（上海）有限公司，系发行人子公司
霍尔果斯华策	指	霍尔果斯华策影视有限公司
喀什金溪	指	喀什金溪影视有限公司
霍尔果斯橄榄	指	霍尔果斯橄榄影业有限公司
华策娱乐	指	浙江华策娱乐科技有限公司，系发行人子公司
新天映传媒	指	新天映文化传媒（天津）有限公司，原名“华策天映文化传媒（天津）有限公司”，系发行人原控股子公司，现为发行人参股公司
小红唇	指	XiaoHongChunINC.，系发行人参股公司
华泰联合/保荐机构/主承销商	指	华泰联合证券有限责任公司
国浩律师/律师事务所/国浩律师事务所/发行人律师	指	国浩律师（杭州）事务所
天健会计师事务所/审计机构/发行人会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
《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》
《公司章程》	指	《浙江华策影视股份有限公司章程》
A 股	指	获准在中国境内证券交易所上市、以人民币标明股票面值、以人民币认购和交易的股份有限公司普通股股票
报告期/最近三年	指	2017 年、2018 年及 2019 年
报告期末/报告期各期末	指	2019 年 12 月 31 日/2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
证监会	指	中国证券监督管理委员会
交易所	指	深圳证券交易所
股东大会	指	浙江华策影视股份有限公司股东大会
董事会	指	浙江华策影视股份有限公司董事会

监事会	指	浙江华策影视股份有限公司监事会
二、专业术语		
广播电视节目制作经营许可证	指	是广播电视管理部门对设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动的一种许可资质，取得《广播电视节目制作经营许可证》后方可开展相关业务
电视剧制作许可证	指	电视剧在拍摄之前经过国家广电总局的备案公示后取得的行政许可文件，包括《电视剧制作许可证（乙种）》（俗称“乙证”）和《电视剧制作许可证（甲种）》（俗称“甲证”）两种。电视剧只有在取得该许可证后方可拍摄
电视剧发行许可证	指	电视剧摄制完成后，经国家广电总局或省级广电局审查通过后取得的行政许可文件，只有取得发行许可证后方可播出电视剧
摄制电影许可证	指	电影在拍摄之前经过国家广电总局的批准后取得的行政许可文件，通常包括《摄制电影许可证》和《摄制电影片许可证（单片）》
电影公映许可证	指	电影摄制完成后，经国家广电总局审查通过后取得的行政许可文件，全称为《电影片公映许可证》，电影只有在取得该许可证方可发行放映
主控宣发/主控发行	指	主导影片的宣发/发行，负责电影的宣传/发行
发行执行	指	主要开展电影发行的实际执行工作
代理发行	指	主要指以收取代理费为合作方式的发行方，发行能力不足的制片方通常会寻求与发行公司合作，对影片进行代理发行
联合发行	指	与主控发行方联合执行发行，参与部分发行工作或部分区域发行事宜。国内主要院线参与影片也会挂联合发行
主投	指	电影的主要投资方，也有可能主投资方并不是主控方
参投	指	参与投资一部电影，一般情况下不会主控宣发，但有可能成为发行方或联合发行方。通过对电影总成本的部分投资，获得相应的权利。其投资比例的高低可能影响可获得权利的多少
主投主控	指	电影的主要投资方，并主导影片宣传发行等工作
批片	指	进口片，分进口买断片或进口分账片
进口买断	指	国内片商以固定的价格把影片的放映权从国外片商处买断，在中国地区进行上映，而国外片商不参与中国地区票房分成的电影
拷贝	指	以正片从电影底片洗印出以供放映用的影片
剧组	指	影视业所特有的一种生产单位和组织形式，是在拍摄阶段为从事影视剧具体拍摄工作所成立的临时团队
剧本	指	描述影视剧的脚本，包括对白、动作、场景、情节描述等的文字
执行制片方	指	在影视剧联合摄制各方中，负责剧组的组建、具体拍摄工作以及资金的管理和摄制成本核算的一方
院线、院线公司	指	由一定数量的电影院以资本合作或供片协议为纽带组建而成的，对下属影院实行统一排片、统一经营、统一管理的公司
卫视	指	采用卫星传输标准的电视频道，信号通过卫星传输可以覆盖多个地区
植入性广告	指	在影视剧拍摄中将某些企业或产品融入影视剧内容中以达到宣传企业或产品的目的，是影视剧衍生产品的一种
贴片广告	指	在电影片头插播的广告，或在电视剧片尾跟贴播出的广告，是影视剧衍生产品的一种

OTT	指	OverTheTop，是指互联网公司越过运营商，发展基于开放互联网的各种视频及数据服务业务
ARPU	指	AverageRevenuePerUser，是指一个时期内（通常为一个月或一年）平均每个用户贡献的收入

注：

- 1、本尽职调查报告所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。
- 2、除特别说明外，本尽职调查报告若出现部分合计数与各加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 发行人基本情况

一、股权结构、控股股东及实际控制人情况

(一) 发行人股权结构

1、公司的股本结构

截至 2020 年 3 月 31 日，公司股本结构情况如下：

股份	股份数额（股）	占总股本比例（%）
一、无限售条件股份	1,436,569,816	81.82
1、国家持股	-	-
2、国有法人持股	39,235,043	2.23
3、其他内资持股	847,387,902	48.27
其中：境内非国有法人持股	462,328,978	26.33
其他境内自然人持股	385,058,924	21.93
4、外资持股	120,713,440	6.88
其中：境外法人持股	119,415,340	6.80
境外自然人持股	1,298,100	0.07
5、基金、理财产品等	429,233,431	24.45
二、有限售流通股	319,103,885	18.18
1、人民币普通股	319,103,885	18.18
合 计	1,755,673,701	100.00

2、公司前十大股东持股情况

截至 2020 年 3 月 31 日，公司前十名股东的持股情况如下表：

单位：万股

序号	股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
						股份状态	数量
1	傅梅城	境内自然人	22.17%	38,920.72	30,338.10	质押	14,770.00
2	杭州大策投资有限公司	境内非国有法人	19.16%	33,630.46	-	质押	12,830.00
3	北京鼎鹿中原科技有限公司	境内非国有法人	4.98%	8,743.17	-	-	-

序号	股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
						股份状态	数量
4	中国工商银行股份有限公司—华安媒体互联网混合型证券投资基金	其他	4.46%	7,829.54	-	-	-
5	吴涛	境内自然人	4.24%	7,451.21	-	-	-
6	中国农业银行股份有限公司—华安智能生活混合型证券投资基金	其他	3.88%	6,815.63	-	-	-
7	香港中央结算有限公司	境外法人	1.78%	3,119.94	-	-	-
8	傅斌星	境内自然人	1.18%	2,079.98	1,559.99	-	-
9	中国证券金融股份有限公司	国有法人	1.17%	2,050.43	-	-	-
10	中国工商银行股份有限公司—中欧时代先锋股票型发起式证券投资基金	其他	1.14%	2,005.11	-	-	-
合 计			64.16%	112,646.20	31,898.09	-	27,600.00

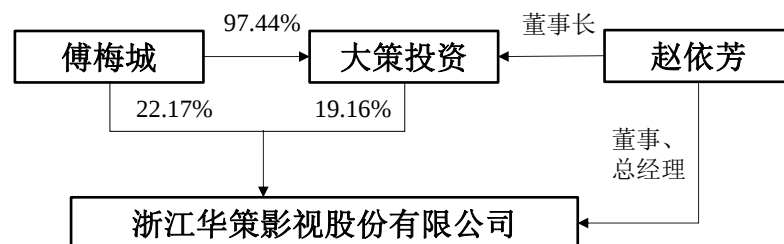
上述股东中，傅梅城先生持有大策投资 97.44%的股权，双方为一致行动人。

（二）控股股东及实际控制人情况

1、实际控制人

公司实际控制人为傅梅城先生、赵依芳女士夫妻二人，最近三年未发生变化。傅梅城先生现任公司董事长，赵依芳女士现任公司董事、总经理（总裁）。截至 2020 年 3 月 31 日，傅梅城先生直接持有 38,920.72 万股股票，占公司总股本的 22.17%；傅梅城先生通过大策投资间接控制公司 19.16%的股份；赵依芳女士未直接或间接持有公司股份。因此，实际控制人合计控制华策影视 41.33%的股份。

截至 2020 年 3 月 31 日，实际控制人对公司的控制关系如下：



2、控股股东

2017年6月30日，傅梅城先生持有华策影视466,171,187股股份，占华策影视总股本的26.69%，为公司控股股东；大策投资持有华策影视352,512,000股股份，占华策影视总股本的20.18%，为公司第二大股东；傅梅城先生持有大策投资89.46%的股权。

为了简化管理链条，进一步提升决策效率，公司股东傅梅城先生决定实施表决权委托。2017年6月30日，傅梅城先生与大策投资签订了《表决权委托协议》，傅梅城先生将其所持有公司股份对应表决权全权委托给大策投资行使，大策投资对公司实现控制。至此，公司控股股东由傅梅城先生变更为大策投资，双方持股情况未发生变动。

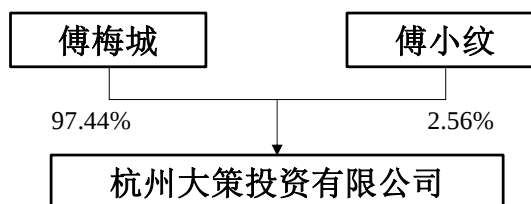
截至2020年3月31日，大策投资为华策影视的控股股东。大策投资直接持有公司33,630.46万股的股份，占华策影视总股本的19.16%。

大策投资基本情况说明如下：

（1）基本信息

公司名称	杭州大策投资有限公司
统一社会信用代码	91330110727596490M
住所	浙江省杭州市余杭区星桥街道藕花洲大街西段636号2F
法定代表人	赵依芳
注册资本	10,000万元人民币
公司类型	有限责任公司
主营范围业务	实业投资（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）；房屋租赁；五金交电、办公设备、酒店用品、电线电缆、摄影摄像器材、消防器材、空调制冷设备、音响设备、金属材料、建筑材料、装饰材料、卫生洁具陶瓷制品的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立日期	2000年12月5日
登记机关	杭州市余杭区市场监督管理局

（2）股权结构



截至 2020 年 3 月 31 日，傅梅城持有大策投资 97.44% 的股份，傅小纹持有大策投资 2.56% 的股份，傅小纹女士系傅梅城先生之姐。

（3）主营业务情况、资产规模及主要财务数据

大策投资成立于 2000 年 12 月 5 日，注册资本为 1.00 亿元人民币，赵依芳女士担任大策投资的董事长兼法定代表人，傅梅城先生担任大策投资的董事兼总经理。大策投资主营业务为实业投资、股权投资，其收入主要来源于实物资产处置、房产租赁以及对外投资收益等，经营情况良好。

根据杭州青泰会计师事务所（普通合伙）出具的《杭州大策投资有限公司审计报告》（青泰审字[2020]339 号），大策投资最近一年单体口径主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.12.31/2019 年度
总资产	105,874.21
净资产	13,658.74
营业收入	2,261.91
净利润	5,948.12

二、所处行业的主要特点及行业竞争情况

（一）所处行业的主要特点

1、发行人所处行业

报告期内，公司来自电视剧、电影等影视内容制作业务占当期营业收入的比重超过 80%。根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）和中国证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司主要从事的影视内容制作业务属于“R 文化、体育和娱乐业”项下“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。按公司制作的主要产品类型，发行人所处行业可再细分为电视剧及电视节目行业、电影行业。

2、行业主管部门及管理体制

（1）电视剧及电视节目制作行业

1) 行业主管部门

电视剧是面向大众的文化产品，作为意识形态领域的特殊行业，其制作、发行等环节均受到党和政府有关部门监管。目前该行业监管机构包括中共中央宣传部、国家广播电视总局、文化和旅游部，主要监管机构为国家广播电视总局。

中共中央宣传部是中共中央主管意识形态方面的综合职能部门，对电影及电视行业的管理体现在宏观管理方面，主要包括：引导社会舆论；从宏观上指导精神文化产品的创作和生产；负责提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系等。

国家广播电视总局的主要职责包括：贯彻党的宣传方针政策，拟订广播电视、网络视听节目服务管理的政策措施，加强广播电视阵地管理，把握正确的舆论导向和创作导向；负责起草广播电视、网络视听节目服务管理的法律法规草案，制定部门规章、行业标准并组织实施和监督检查，指导、推进广播电视领域的体制机制改革；指导、协调、推动广播电视领域产业发展，制定发展规划、产业政策并组织实施；负责对各类广播电视机构进行业务指导和行业监管，会同有关部门对网络视听节目服务机构进行管理。实施依法设定的行政许可，组织查处重大违法违规行；指导电视剧及电视节目制作行业发展和电视剧创作生产；监督管理、审查广播电视节目、网络视听节目的内容和质量；指导、监管广播电视广告播放。此外，国家广播电视总局下设电视剧司，承担电视剧制作的指导、监管工作，组织审查国产电视剧、引进电视剧和对外合拍电视剧（含动画片）的内容。指导、调控电视剧的播出。

文化和旅游部是国务院的职能部门，主要职责包括：贯彻落实党的文化工作方针政策，研究拟订文化和旅游政策措施，起草文化和旅游法律法规草案；统筹规划文化事业、文化产业和旅游业发展，拟订发展规划并组织实施。

2) 管理体制

中国电视剧及电视节目制作行业的监管职责主要由国家广播电视总局和省级广播电视行政管理部门承担，对电视剧及电视节目制作行业的监管内容主要包括制作资格准入、备案公示和摄制行政许可、内容审查、播出管理等方面，具体如下：

①制作资格准入

根据《广播电视节目制作经营管理规定》，国家对设立广播电视节目制作经营机构或者从事广播电视节目制作经营活动实行许可制度，设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动应当取得《广播电视节目制作经营许可证》。国家广播电视总局及省级广播电视行政管理部门负责《广播电视节目制作经营许可证》的审批手续。依法设立的广播电台、电视台制作经营广播电视节目无需另行申领《广播电视节目制作经营许可证》。

②备案公示和摄制行政许可

根据《广播电视节目制作经营管理规定》和《电视剧内容管理规定》，依法设立的电视剧制作机构取得《广播电视节目制作经营许可证》后从事电视剧制作工作，必须经过国家广电总局的备案公示并取得制作许可后方可进行。

电视剧由持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构、地市级（含）以上电视台（含广播电视台、广播影视集团）和持有《摄制电影许可证》的电影制片机构制作，但须事先另行取得电视剧制作许可。电视剧制作许可证分为《电视剧制作许可证（乙种）》（以下简称“乙证”）和《电视剧制作许可证（甲种）》（以下简称“甲证”）两种。乙证由省级以上广播电影电视行政管理部门核发，电视剧制作机构在连续两年内制作完成六部以上单本剧或三部以上连续剧（3集以上/部）的，可按程序向国家新闻出版广电总局申请甲证资格。甲证有效期限为两年，如仍符合上述条件可以申请延期，有效期届满前，对持证机构制作的所有电视剧均有效。对于未持有甲证的电视剧制作机构，在制作每部电视剧之前都必须申请取得所制作电视剧的乙证，乙证仅限于该证所标明的剧目使用，以后制作新的电视剧须重新履行许可审批程序。乙证有效期限不超过180日，特殊情况下经发证机关批准后，可适当延期。

③电视剧内容审查

根据《电视剧内容管理规定》，国产剧、合拍剧和引进剧实行内容审查和发行许可制度。未取得发行许可的电视剧，不得发行、播出和评奖。

国家广播电视总局设立电视剧审查委员会，负责审查直接备案制作机构制作的电视剧；审查聘请相关国外人员参与创作的国产剧；审查合拍剧剧本（或者分

集梗概）和完成片；审查引进剧；审查由省、自治区、直辖市人民政府广播影视行政部门电视剧审查机构提请国务院广播影视行政部门审查的电视剧；审查引起社会争议的，或者因公共利益需要国务院广播影视行政部门审查的电视剧。

④电视剧播出管理

电视剧拍摄完毕并取得《电视剧发行许可证》后，即进入发行和播出阶段，电视剧的播出业务由电视台经营，根据《电视剧内容管理规定》，电视台对其播出电视剧的内容，应该按照《电视剧内容管理规定》的内容审核标准，进行播前审查和重播重审。国家广电总局可以对全国电视台播出电视剧的总量、范围、比例、时机、时段等进行宏观调控。电视剧播出时，应当在每集的片首标明相应的电视剧发行许可证编号，在每集的片尾标明相应的电视剧制作许可证编号。

根据广电总局 2018 年 12 月发布的《关于网络视听节目信息备案系统升级的通知》（广电办发[2018]158 号），重点网络影视剧（包括网络剧、网络电影、网络动画片）开始制作前，由制作机构进行登记备案，经广播电视行政部门审核后的节目规划信息，自动获得备案系统生成的规划备案号。重点网络影视剧拍摄制作完成后，制作机构将成片报送所在地省级广电行政部门；中央直属单位广播电视节目制作经营机构将节目成片报送总局。经过广电行政部门内容把关的节目，自动获得备案系统生成的上线备案号。取得上线备案号的重点网络剧、网络电影、网络动画片，可以在各视听节目网站（客户端）播放、推广，或者用于视听节目网站招商推广、会员推荐、上线推荐、节目推优等。

（2）电影行业

1) 行业主管部门

根据中共中央于 2018 年 3 月印发的《深化党和国家机构改革方案》规定，电影工作由中共中央宣传部统一管理。中宣部关于电影管理方面的主要职责是，管理电影行政事务，指导监管电影制片、发行、放映工作，组织对电影内容进行审查，指导协调全国性重大电影活动，承担对外合作制片、输入输出影片的国际合作交流等。

2) 管理体制

根据《深化党和国家机构改革方案》规定，中宣部负责指导监管电影制片、

发行、放映工作。在中华人民共和国境内从事电影创作、摄制、发行、放映等活动适用《中华人民共和国电影产业促进法》。该法于 2016 年 11 月 7 日由第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议通过，自 2017 年 3 月 1 日起施行。电影行业具体管理内容如下：

①电影创作与摄制

A、创作内容

电影不得含有下列内容：a、违反宪法确定的基本原则，煽动抗拒或者破坏宪法、法律、行政法规实施；b、危害国家统一、主权和领土完整，泄露国家秘密，危害国家安全，损害国家尊严、荣誉和利益，宣扬恐怖主义、极端主义；c、诋毁民族优秀传统文化，煽动民族仇恨、民族歧视，侵害民族风俗习惯，歪曲民族历史或者民族历史人物，伤害民族感情，破坏民族团结；d、煽动破坏国家宗教政策，宣扬邪教、迷信；e、危害社会公德，扰乱社会秩序，破坏社会稳定，宣扬淫秽、赌博、吸毒，渲染暴力、恐怖，教唆犯罪或者传授犯罪方法；f、侵害未成年人合法权益或者损害未成年人身心健康；g、侮辱、诽谤他人或者散布他人隐私，侵害他人合法权益；h、法律、行政法规禁止的其他内容。

B、立项备案

拟摄制电影的法人、其他组织应当将电影剧本梗概向中宣部（国家电影局）或者省、自治区、直辖市党委宣传部备案；其中，涉及重大题材或者国家安全、外交、民族、宗教、军事等方面题材的，应当按照国家有关规定将电影剧本报送审查。

符合内容要求的电影剧本梗概或者电影剧本，由中宣部（国家电影局）将拟摄制电影的基本情况予以公告，并由中宣部（国家电影局）或者省、自治区、直辖市党委宣传部出具备案证明文件或者颁发批准文件。具体办法由中宣部（国家电影局）制定。

法人、其他组织经中宣部（国家电影局）批准，可以与境外组织合作摄制电影；但是，不得与从事损害我国国家尊严、荣誉和利益，危害社会稳定，伤害民族感情等活动的境外组织合作，也不得聘用有上述行为的个人参加电影摄制。合作摄制电影符合创作、出资、收益分配等方面比例要求的，该电影视同境内法人、

其他组织摄制的电影。

C、拍摄制作及申领电影公映许可证

境外组织不得在境内独立从事电影摄制活动；境外个人不得在境内从事电影摄制活动。从事电影摄制活动的，应当遵守有关环境保护、文物保护、风景名胜区管理和安全生产等方面的法律、法规，并在摄制过程中采取必要的保护、防护措施。法人、其他组织应当将其摄制完成的电影送中宣部（国家电影局）或者省、自治区、直辖市党委宣传部审查。取得电影公映许可证的电影需要变更内容的，应当依照本法规定重新报送审查。摄制电影的法人、其他组织应当将取得的电影公映许可证标识置于电影的片头处；电影放映可能引起未成年人等观众身体或者心理不适的，应当予以提示。

公民、法人和其他组织可以承接境外电影的洗印、加工、后期制作等业务，并报省、自治区、直辖市人民政府电影主管部门备案，但是不得承接含有损害我国国家尊严、荣誉和利益，危害社会稳定，伤害民族感情等内容的境外电影的相关业务。

②电影发行与放映

A、电影发行

未取得电影公映许可证的电影，不得发行、放映，不得通过互联网、电信网、广播电视网等信息网络进行传播，不得制作作为音像制品；但是，国家另有规定的，从其规定。

摄制完成的电影取得电影公映许可证，方可参加电影节（展）。拟参加境外电影节（展）的，送展法人、其他组织应当在该境外电影节（展）举办前，将相关材料报中央宣传部（国家电影局）或者省、自治区、直辖市党委宣传部备案。

企业具有与所从事的电影发行活动相适应的人员、资金条件的，经中宣部（国家电影局）或者省、自治区、直辖市党委宣传部批准，可以从事电影发行活动。

B、电影放映

企业、个体工商户具有与所从事的电影放映活动相适应的人员、场所、技术和设备等条件的，经所在地县级党委宣传部批准，可以从事电影院等固定放映场

所电影放映活动。企业、个人从事电影流动放映活动，应当将企业名称或者经营者姓名、地址、联系方式、放映设备等向经营区域所在地县级党委宣传部备案。

电影院应当合理安排由境内法人、其他组织所摄制电影的放映场次和时段，并且放映的时长不得低于年放映电影时长总和的三分之二。电影院以及从事电影流动放映活动的企业、个人应当保障电影放映质量。电影院的设施、设备以及用于流动放映的设备应当符合电影放映技术的国家标准。电影院应当按照国家有关规定安装计算机售票系统。

未经权利人许可，任何人不得对正在放映的电影进行录音录像。发现进行录音录像的，电影院工作人员有权予以制止，并要求其删除；对拒不听从的，有权要求其离场。电影院在向观众明示的电影开始放映时间之后至电影放映结束前，不得放映广告。

电影院应当遵守治安、消防、公共场所卫生等法律、行政法规，维护放映场所的公共秩序和环境卫生，保障观众的安全与健康。任何人不得携带爆炸性、易燃性、放射性、毒害性、腐蚀性物品进入电影院等放映场所，不得非法携带枪支、弹药、管制器具进入电影院等放映场所；发现非法携带上述物品的，有关工作人员应当拒绝其进入，并向有关部门报告。

电影发行企业、电影院等应当如实统计电影销售收入，提供真实准确的统计数据，不得采取制造虚假交易、虚报瞒报销售收入等不正当手段，欺骗、误导观众，扰乱电影市场秩序。在境内举办涉外电影节（展），须经国务院电影主管部门或者省、自治区、直辖市人民政府电影主管部门批准。

3、行业主要政策及法律法规

（1）电视剧及电视节目制作行业

目前，电视剧及电视节目制作的主要法律法规如下：

文件名称	颁布日期	文件编号/颁发机构
中华人民共和国著作权法	2010年2月26日二次修订	国家主席令[1990]31号
广播电视管理条例	2017年3月1日二次修订	国务院令[1997]第228号
中华人民共和国著作权法实施条例	2011年1月8日修订	国务院令[2002]359号

目前，电视剧及电视节目制作的主要产业政策如下：

文件名称	颁布日期	文件编号/颁发机构
国家广播电视总局关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知	2020 年 2 月 6 日	广电发[2020]10 号
未成年人节目管理规定	2019 年 4 月 30 日	国家广电总局[2019]第 3 号
关于网络视听节目信息备案系统升级的通知	2019 年 2 月 26 日	广电办发[2018]158 号
关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知	2018 年 12 月 18 日	国办发[2018]124 号
关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知	2018 年 11 月 19 日	广电发[2018]60 号
境外视听节目引进、传播管理规定、境外人员参加广播电视节目制作管理规定	2018 年 9 月	广电总局征求意见稿
关于进一步规范网络视听节目的传播秩序的通知	2018 年 3 月 16 日	新广电办发[2018]21 号
进一步加强广播电视节目备案管理和违规处理的通知	2018 年 1 月 6 日	新广电发[2017]254 号
关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知	2017 年 9 月 4 日	国家新闻出版广电总局、发展改革委、财政部、商务部、人力资源和社会保障部
国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要	2017 年 5 月 7 日	中共中央办公厅、国务院办公厅
关于加强真人秀节目管理的通知	2015 年 7 月 22 日	广电总局
国家新闻出版广电总局办公厅关于加强有关广播电视节目、影视剧和网络视听节目制作传播管理的通知	2014 年 9 月 28 日	新广电办发[2014]100 号
关于进一步规范歌唱类选拔节目的通知	2013 年 7 月 25 日	广发[2013]第 52 号
广电总局关于鼓励和引导民间资本投资广播影视产业的实施意见	2012 年 5 月 22 日	广发[2012]36 号
广播影视知识产权战略实施意见	2011 年 11 月 12 日	国家广电总局
关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见	2011 年 10 月 25 日	广电总局
广播影视知识产权战略实施意见	2010 年 11 月 12 日	广发[2010]第 100 号
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	2010 年 10 月 27 日	中共中央第十七届六次会议
关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见	2010 年 4 月 8 日	银发[2010]94 号
文化产业振兴规划	2009 年 9 月 26 日	国务院办公厅
关于认真做好广播电视制播分离改革的意见	2009 年 8 月 27 日	广发[2009]第 66 号
广播电视广告播出管理办法	2009 年 8 月 27 日； 2011 年 11 月 25 日 补充规定	国家广电总局令[2009]第 61 号；国家广电总局令[2011]第 66 号

文件名称	颁布日期	文件编号/颁发机构
关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知	2009 年 3 月 27 日	财税[2009]31 号
国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定	2008 年 3 月 28 日	国发[2005]10 号
广电总局关于进一步加强广播影视节目版权保护工作的通知	2007 年 9 月 16 日	广发[2007]98 号
文化部、国家广电总局等五部委关于文化领域引进外资的若干意见	2005 年 7 月 6 日	文办发（2005）19 号
财政部、海关总署、国家税务总局关于文化体制改革试点中支持文化产业发展若干税收政策问题的通知	2005 年 3 月 29 日	财税[2005]2 号
境外电视节目引进、播出管理规定	2004 年 10 月 23 日	国家广电总局令[2004]第 42 号
文化部关于鼓励、支持和引导非公有制经济发展文化产业的意见	2004 年 10 月 18 日	文产发[2004]35 号
广播电视节目制作经营管理规定	2004 年 8 月 20 日； 2015 年 8 月 28 日 修订	国家广电总局令[2004]第 34 号
文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见	2003 年 9 月 4 日	文产发[2003]38 号
国家广播电影电视总局关于调整重大革命和历史题材电影、电视剧立项及完成片审查办法的通知	2003 年 7 月 28 日	国家广电总局

（2）电影行业

电影行业的主要法律法规及政策涉及行业资质管理、行业业务标准审查和质量、产业体制改革、电影知识产权保护等方面。

目前，电影行业的主要法律法规如下：

文件名称	颁布日期	文件编号/颁发机构
中华人民共和国著作权法	2010 年 2 月 26 日二次修订	国家主席令[1990]31 号
音像制品管理条例	2001 年 12 月 25 号； 2011 年 3 月 19 日一次修订； 2013 年 12 月 7 日二次修订； 2016 年 2 月 6 日三次修订	国务院令[2001]341 号
电影管理条例	2001 年 12 月 25 日	国务院
中华人民共和国著作权法实施条例	2002 年 8 月 2 日 2011 年 1 月 8 日修订	国务院令[2002]359 号
信息网络传播权保护条例	2006 年 5 月 18 日； 2013 年 1 月 30 日修订	国务院令[2006]468 号
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	2010 年 10 月 27 日	中共中央第十七届六次会议

目前，电影行业的主要产业政策如下：

文件名称	颁布日期	文件编号/颁发机构
国务院办公厅关于印发文化体制改革试点中支持文化产业发展和经营性文化事业单位转制为企业的两个规定的通知	2016 年 9 月 21 日	国办发[2003]105 号
关于深化文化体制改革的若干意见	2013 年 8 月 13 日	中发[2005]14 号
广播影视知识产权战略实施意见	2011 年 11 月 12 日	广电总局
关于办理侵犯知识产权刑事案件适用法律若干问题的意见	2011 年 1 月 10 日	法发[2011]3 号
国家广播电影电视总局关于电影全面实行“一备二审制”的公告	2010 年 5 月 10 日	广电总局
关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见	2010 年 4 月 8 日	银发[2010]94 号
国家广播电影电视总局关于改进和完善电影剧本（梗概）备案、电影片审查工作的通知	2010 年 2 月 4 日	广电总局
关于促进电影产业繁荣发展的指导意见	2010 年 1 月 25 日	国办发[2010]9 号
文化产业振兴规划	2009 年 9 月 26 日	国务院办公厅
广电总局电影局关于调整国产影片分账比例的指导性意见	2008 年 12 月 19 日	影字[2008]866 号
国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定	2008 年 3 月 28 日	国发[2005]10 号
广电总局关于进一步加强广播影视节目版权保护工作的通知	2007 年 9 月 16 日	广发[2007]98 号
电影剧本（梗概）备案、电影片管理规定	2006 年 6 月 22 日	国家广电总局令[2006]52 号
财政部、海关总署、国家税务总局关于文化体制改革试点中支持文化产业发展若干税收政策问题的通知	2005 年 3 月 29 日	财税[2005]2 号
电影企业经营资格准入暂行规定	2004 年 10 月 10 日； 2015 年 8 月 28 日补充规定	国家广电总局商务部令[2004]43 号 国家新闻出版广电总局[2015]3 号
中外合作摄制电影片管理规定	2004 年 8 月 10 日	国家广电总局令[2004]31 号
国家广播电影电视总局关于调整重大革命和历史题材电影、电视剧立项及完成片审查办法的通知	2003 年 7 月 28 日	广电总局

4、行业发展现状

公司所属的广播、电视、电影和影视录音制作业具有涉及意识形态的特殊属性，在弘扬国家精神，提升民族自信，丰富人民群众精神文化生活，进一步提升国家软实力方面发挥重要作用。

报告期内，公司主要从事影视文化内容的提供与运营，包括电视剧及电视节目、电影等内容的投资、制作、发行、运营及其衍生业务。公司作为电视剧制作

领域龙头企业，始终保持行业领先的生产能力和市场影响力，专注打造精品影视内容，并以影视内容为核心全面布局文化娱乐产业，加强公司在艺人经纪、电影票务、广告、版权经营、动画、音乐制作出品等方向的产业布局。报告期内，公司来自电视剧、电影等影视内容制作业务占当期营业收入的比重超过 80%，属于“R 文化、体育和娱乐业”项下“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。按公司制作的主要产品类型，发行人所处行业可再细分为电视剧及电视节目制作行业、电影行业。

电视剧及电视节目制作行业、电影行业的发展现状如下：

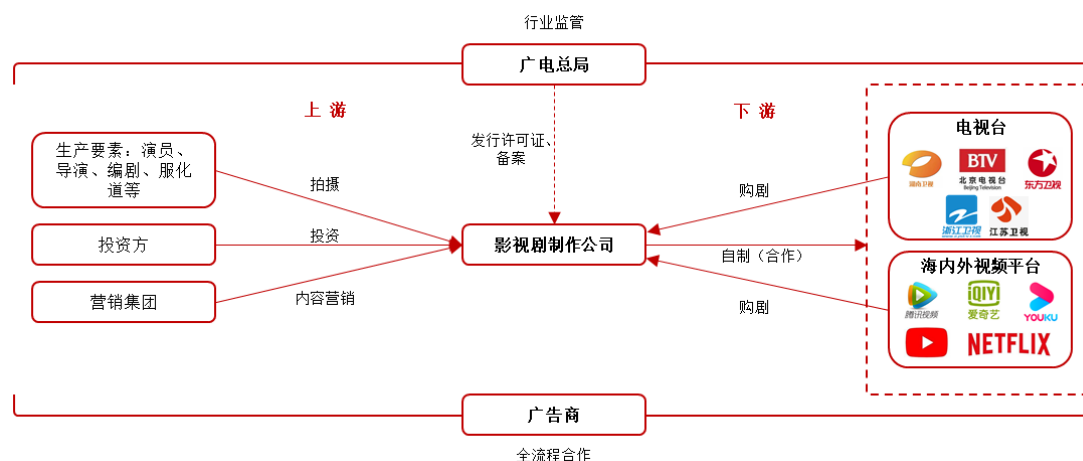
（1）电视剧及电视节目制作行业

电视剧产业链可主要分为上游内容方、下游渠道方以及行业监管机构。

上游内容方主要指电视剧制作公司，负责电视剧的拍摄、制作和发行。电视剧制作公司整合演员、导演、编剧、服化道等生产要素，投资方，以及与制作方展开内生营销合作的广告营销公司等多方合作资源，遵从广电总局监管，有序开展电视剧业务。

下游渠道方主要指直接面向观众的电视台、海内外互联网视频平台等媒介传播渠道，电视台主要通过广告招商获取收入，互联网视频平台主要通过广告和会员付费来实现收入变现。下游渠道方对于内容的投入与偏好，将影响上游内容制作方的市场空间与制作导向。近年来，下游渠道经历了由以电视台为主，逐步向互联网视频网站转移的过程。此外，近年来海外市场也逐步开始增长，许多优秀电视剧作品远销海外。

电视剧及电视节目制作产业链各环节如下图所示：



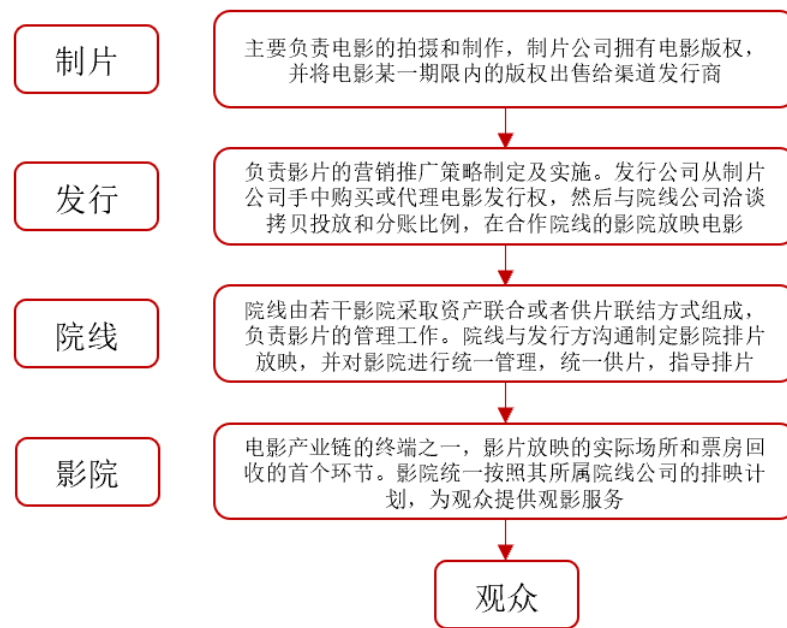
(2) 电影行业

我国电影产业链主要包括电影制片、电影发行、院线、影院播出等环节，主要参与主体包括电影制片商、发行商、院线公司和影院。目前，我国电影行业实行以院线为主的供片机制，即以若干家影院为依托，以资本或供片为纽带，由一个电影发行主体和若干电影院组合形成院线。以资本为纽带的院线与影院之间实行统一品牌、统一经营、统一管理、指导排片的发行放映机制，使影片收入在制片、发行、放映各环节上实现合理分配。

我国电影行业的主要业务流程为：①内容提供：影视制作机构投资制作，提供国产电影片源，或由进口影片专营商向境外电影制作发行机构获取进口电影片源；②发行商从电影制片商方面获取影片发行权后，主要负责影片在全国范围内的发行和营销；③院线公司从发行商处获得电影拷贝后，负责向其所属影院进行发行，并就影片在所属影院放映进行统一安排；④影院统一按照其所属院线公司的排映计划对影片进行放映，为消费者直接提供观影服务。

我国电影产业目前各个环节的收入分配顺序与业务流程相反：电影产业以票房收入作为主要收入来源，产业链各个环节的主要收入均为票房分账收入。影院通过放映服务从消费者率先取得票房收入，在扣除专项资金、税费及其附加后，由影院作为分账的起始环节，按照产业链各业务环节由下至上进行票房分账。

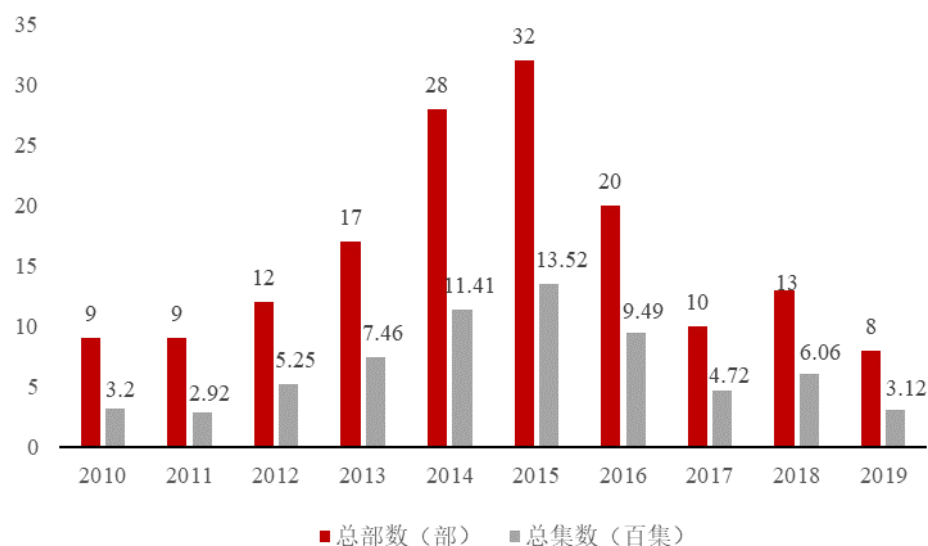
电影产业链各环节如下图所示：



电影制片环节需要投资拍摄影片，资金投入量大，经营风险较高；电影发行环节需要对所映影片具有较强的市场判断能力，虽然资金投入较少，但经营风险较高；院线和影院环节在观众正常观影的情况下通常经营性现金流状况较好，但需要较多资金投资建设和更新改造影院，投资回收周期较长。

（二）行业竞争情况

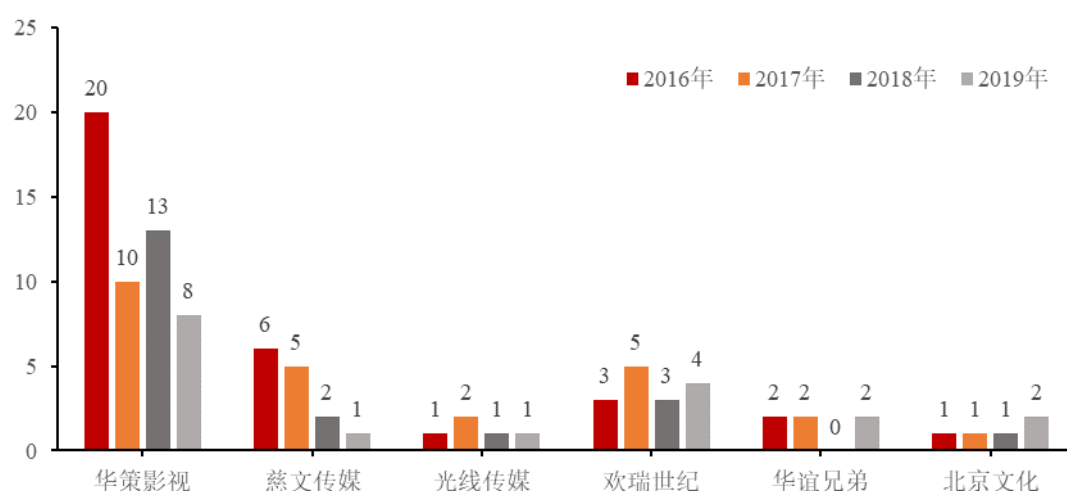
目前，中国电视剧市场制作主体数量众多，市场集中度较低。公司自 IPO 以来通过内生增长和外延并购快速成长为电视剧行业龙头，无论是电视剧产量还是质量均处于行业领先地位。2010-2019 年度公司获得发行许可的电视剧数量情况如下：



数据来源：广电总局、华策影视年度报告

2013-2015 年公司电视剧产量快速发展的三年，年均产量超过 1,000 集，远超同行业可比公司。2015 年之后，公司坚持内容精品化，产能有所收缩，但头部剧产出不断增加，对比同行业主要公司取得发行许可证的电视剧市场份额，公司在电视剧产量方面有较为明显的优势。

同行业上市公司主要包括慈文传媒、光线传媒、欢瑞世纪、华谊兄弟、北京文化等。根据各家 2016-2019 年获发行许可的电视剧数量情况，公司占据领先地位。



三、主要业务模式、产品或服务的主要内容

（一）主要业务模式

1、电视剧及电视节目制作业务

公司电视剧及电视节目制作业务主要为对电视剧及综艺节目的投资、制作、发行及其它衍生业务。

（1）采购模式

公司电视剧及电视节目制作业务所发生的采购主要包括：内容版权和模式购买，剧本创作改编，演职人员的劳务，拍摄所需服化道等剧组生产工具的租赁和购买，差旅、食宿等剧组日常开支，剪辑制作、特效等技术服务，宣发期广告路演投放等。

①剧本和版权

优秀的剧本是公司开展电视剧及电视节目制作业务的基础，也是将编剧、导演、演员等演职人员的创作凝结成一部优秀作品的关键。

公司对剧本的开发主要有如下几种形式：

A. 外购成熟剧本。

B. 购买现有 IP（包括成品小说、游戏授权等）版权作品的影视剧改编权，后聘请编剧进行合理化改编，形成符合公司战略和市场需要的自有剧本。

C. 由公司创意团队进行题材挖掘，结合近期市场导向、公司发行经验、团队艺术审美取向等因素，与公司编剧团队共同开发创作。

D. 第三方团队（包括导演、编剧等）以其已拥有的成品、半成品剧本或创意与公司寻求合作，希望共同制作拍摄影视化作品，公司将根据实际情况，直接采用其成品剧本，或提供创意、编辑团队对其进行艺术深化加工，最终形成兼具艺术价值和商业价值的剧本。此模式下，公司一方面可对创意者进行引导，共同创作修改，使公司对于剧本的创作意图、价值理念和市场导向起到指导作用，进而帮助编剧提升整部作品的综合价值；另一方面，凭借自身品牌影响力，公司在采购剧本方面的议价能力得到加强，有利于有效控制采购成本。

②演职人员劳务及剧组生产工具

演职人员劳务的采购主要包括聘请制片、导演、监制、演员等专业影视人员，聘请摄影、服装、化妆、道具、特技等专业技术人员，聘请剧组成本管理、场务管理等职业服务人员等方面的内容。

剧组生产工具的采购主要包括剧组拍摄中使用的影视基地、摄影棚、大型机房、整套拍摄器材、交通工具等大型专用设施设备，公司将根据实际情况经营租赁或购买取得。

③后期技术服务

公司对后期技术服务的采购主要包括，在电视剧及电视节目拍摄后，根据已有的制作素材，采购剪辑、特效、声效、声音转换等技术服务，在导演、制片人的指导和配合下完成对作品的深化加工成片。

（2）生产模式

①公司层面：独家投资拍摄或联合投资拍摄模式

公司电视剧和电视节目的拍摄模式主要分为独家投资拍摄和联合投资拍摄，公司会根据影视剧的特点、主创人员情况、自身资金状况、各方发行优劣势等实际情况，基于自身利益最大化的考量，在项目立项时对各项目的质量作出判断，并综合考虑具体情况决定采取何种拍摄模式。

由于公司制作产业链全面且完善，团队专业实力较强且经验丰富，在业内资金实力较强，因此公司对于电视剧及电视节目业务主要采用独家投资方式。即对于市场前景较好、投资风险可控的优质项目，由公司全部出资并负责整个制片过程，并独享影视剧全部版权收益及承担全部投资风险。在此种模式下，公司作为投资方和制片方，对项目的投资端、拍摄端、制作端、发行端等实现全面控制，享有完全自主的权利，不必受其他投资方的制约，有利于电视剧和电视节目作品的高效推进，有利于公司在风险可控的情况下降低成本同时独享收益回报。

对于投资规模较大或投资风险较高的项目，为了整合行业资源、缓解资金压力、降低投资风险，公司亦会采用联合投资的方式开展业务。即公司与其他投资方共同出资进行摄制，根据项目实际情况，一方负责制作拍摄一方负责发行或联

合制作发行等，并按合同约定分享利益及分担风险。总体而言，各方对于联合投资项目会依照协商有所分工，根据实际情况可能采取财务共管、共同委派人员等方式相互协作并监督。收益分配形式包括按投资比例、按版权地区、按版权类型、按授权期限等方式分配投资收益。

在联合投资拍摄方式下，公司通常选择作为执行制片方主导项目，对涉及电视剧和电视节目的核心条款实现掌控力。即公司在担任投资方的同时担任执行制片方，负责剧组的组建、拍摄进度把握、主创人员确定以及资金的管理等工作，对影视剧的拍摄工作具有绝对控制权，其他投资方一般不参与具体的制片和管理工作。

出于拓展项目资源、在成本和风险最小化的基础上享受收益等考量，公司少数情况下会辅以参与其他影视公司主导的联合投资项目，有利于扩大公司电视剧和电视节目投资规模，提升行业影响力和经济效益。此种方式下，公司通常作为非执行制片方，按照联合设置协议的约定支付制片款并分得项目收益，不参与具体的制片和管理。

②项目层面：以剧组为生产单位

剧组是影视行业所特有的一种生产单位和组织形式，一般而言由一个剧组实现一部完整电视剧和电视节目的影视化呈现，主要负责包括演职人员调配、进度管理、成本管理、服化道安排等事务。剧组作为影视剧拍摄的具体执行者，其所产生的费用构成影视剧营业成本的主要部分，因此剧组的资金管理是行政管理的重点。剧组的工作成果是素材，素材经过后期制作形成可用于发行及放映的影视剧。

剧组在影视剧的拍摄阶段表现为由完成具体拍摄工作由演职人员组成的临时工作团队，即根据实际项目需要，综合考虑各团队专业方向和档期安排所组建。在拍摄工作结束后，除导演和编剧继续参与影视剧的后期制作，制片人和少量剧组人员处理剧组收尾工作外，剧组解散。

（3）销售模式

①发行销售

公司部分电视剧及电视节目以发行销售为主，即电视剧后期制作完毕，取得

发行许可证后，进入正式发行销售阶段。发行人员通过向电视台或网络播放平台进行样片推介，根据电视剧和电视节目的质量、制作成本、客户的需求等因素，参考同类题材或制作班底的市场行情，与电视台或网络播放平台协商确定销售价格。为预先了解市场对作品的反响和后期制作导向，公司通常会在拍摄前期与各电视台或网络播放平台进行预售意向沟通，减少电视剧和电视节目的发行风险。

②电视剧预售

报告期初，公司项目主要采用发行销售模式，但由于近年来行业调整趋势持续，为保障资金回流稳定、降低公司运营风险，公司逐渐采取预售模式。对于预售的项目，在电视剧及电视节目开始拍摄后，立即开展预售工作，即由公司将项目基本信息，包括演职人员表、剧情梗概、预计上映时间等，与电视台、网络播放平台等沟通推介后签署预售协议，提前向其出售电视剧播映权或信息网络传播权。电视剧预售模式有助于加快资金流转，减轻公司的资金压力，降低电视剧投资风险。

③播映权转让

电视剧和电视节目制作完成后，公司拥有该作品的版权。完整的版权包括发行权、播映权、修改权、署名权、复制权等人身和财产方面的权益。电视剧和电视节目的销售包括电视剧和电视节目著作权中相关权利的多次许可转让，以及电视剧和电视节目衍生品的销售。公司可通过多次转让作品的播映权取得转让收入，此亦为公司电视剧及电视节目销售收入的主要来源。

（4）盈利模式

策划并投资、拍摄、制作完成电视剧，形成可售的电视剧作品，与电视台、在线视频网站等播放平台签订发行合同，将电视剧播映权、信息网络传播权等相关版权对外转让并获取发行收入。

2、电影业务

公司电影业务的主要产品为电影片，所发生的成本主要为影视作品的制作成本、宣传和发行支出等，主要通过投资、制作电影，取得影片的票房分账收益和衍生收益。

在经营模式方面，电影业务的主要经营模式为：主控项目投资制作与发行；用参投或者买断方式，取得其他制作公司的发行权，并主控发行；代理发行或协助推广其他公司电影项目；参与投资其他公司电影项目。在电影成片并取得《电影片公映许可证》后，公司通过自主发行，或委托专业发行机构或联合代理发行的方式完成宣传发行、影片公映和收入实现等工作。

电影业务的采购模式和生产模式与电视剧和电视节目业务基本相同，在销售模式有所区别，公司电影业务的特有模式如下：

（1）销售模式以发行代理、“院线+电影院”为主

“院线-电影院”模式指以影院为依托，以资本和供片为纽带，由一个电影发行主体和若干电影院组合形成的一种电影发行放映经营机制。院线对旗下影院实行统一品牌、统一排片、统一经营、统一管理。

与电视剧及电视节目制作不同，电影业务销售一般不采用预售模式。

公司电影业务的销售模式主要是：在拍摄制作完成并取得《电影公映许可证》，形成可售产品后，公司与各院线公司就影片的放映业务达成合作协议。在电影宣传发行工作进入密集推进阶段后，公司将协同主创团队、制作方与院线、观众密切互动，然后由各院线公司负责对其所管理的院线就影片放映做出统一安排和管理。

（2）销售档期的特殊性

与电视剧和电视节目业务不同，电影业务存在明显的档期，电影的上映及收入实现集中度主要受档期排片影响。电影由院线根据各个影院的排片安排，集中一个档期放映，因此电影的票房分账收入主要在该档期内实现，销售成本也相应地在此期间进行较为集中的结转。

（3）盈利模式

对于担任主控发行（包括主控投资制作与发行）角色的投资电影项目，在影片完成公映后与院线公司结算影片的分账收入，并完成后续分账工作；对于参投项目，公司根据投资协议所约定的比例获得分成收入；对于买断项目，公司通过完成项目发行，取得影片发行收入；对于代理发行或协助推广项目，公司获得发

行代理分成收入；同时，公司可通过向电视台或网络平台出售所拥有的影片的平台播放权、向海外影片代理商转让版权，以及向音像制品发行商出售电影音像制品版权等方式获得相应的发行收入，以及取得电影衍生产品收入，如植入性广告、公关活动广告以及贴片广告等。其中，票房分账收入为公司电影业务的主要收入来源。

3、经纪业务

公司依托自身的影视资源和专业管理经验，为影视演艺人员提供涵盖策划、形象塑造、培训、联系和安排演艺及广告活动、谈判、签约、收益获取、法律事务代理和行政顾问在内的全方位的经纪代理服务。

截至目前，公司已建立成熟的艺人经纪梯队。主要由专业院校选拔、专业制作公司推荐、专业人士推荐方式选拔艺人，并为其提供专业表演培训课程以及剧组实习推荐。公司通常根据艺人的从业年限、合作年限、续约情况等约定签约年限。

公司目前主要开展艺人经纪业务，与纯经纪公司相比，公司能够通过自身强大的电视剧及电视节目业务、电影业务和其他衍生业务资源，为艺人提供资源赋能，为其在发展道路中提供更为多元的项目选择和培养环境。

公司根据与艺人签署的经纪服务协议，约定与艺人的分成比例、服务模式等条款，对艺人的服务模式包括对其直接管理和为其成立个人工作室两种，负责艺人所有演出、宣推、收入分成等。在直接管理模式下，由公司直接向主办方收取公司旗下艺人参与演艺、广告等商务活动的相关收入，并根据事先约定的协议比例向艺人分成，由此取得佣金收入。在成立个人工作室的模式下，由个人工作室向主办方收取艺人参与演艺、广告等商务活动的相关收入，并根据事先约定的协议比例向公司和艺人分成，由此取得佣金收入。

一般而言，经纪业务具有排他性，即在经纪期内，该艺人的所有商业活动全部由公司安排，不能私下开展活动损害公司利益及管理维护效果。

（二）产品或服务的主要内容

报告期内，公司主要从事影视文化内容的提供与运营。公司以影视文化行业收入为主，收入分部包括电视剧销售、综艺、经纪业务、电影销售、影院票房等。以电视剧销售和综艺为主的电视剧及电视节目制作业务、电影制作业务和经纪业务合计占公司主营业务收入比重超过 90.00%，为公司主要的收入来源。

四、现有业务发展安排及未来发展战略

（一）现有业务发展安排

公司成立于 2005 年 10 月 25 日，于 2010 年 10 月 26 日登陆深交所创业板。公司自成立以来一直专注从事影视文化内容的提供与运营，包括电视剧及电视节目、电影等内容的投资、制作、发行、运营及其衍生业务。公司作为电视剧制作领域龙头企业，始终保持行业领先的生产能力和市场影响力，专注打造精品影视内容，并以影视内容为核心全面布局文化娱乐产业，加强公司在艺人经纪、电影票务、广告、版权经营、动画、游戏授权等方向的产业布局。

公司的业务经营经历了如下几个阶段：

1、起步期（2005-2010 年）

从 2005 年 4 月发布的《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》鼓励非公资本进入文化产业开始，国家对包括电视剧及电视节目制作行业在内的文化体制建设和文化产业发展高度重视。《杭州市文化创意产业发展规划（2009～2015 年）》提出：到 2010 年，要培育一批全国一流的民营影视企业群体，培育一批行业领军企业。同时，《关于深化文化体制改革的若干意见》、《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》、《文化产业振兴规划》、《文化部文化产业投资指导目录》、《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》等鼓励文件相继出台。

2005 年，浙江华策影视有限公司设立。此时，公司的业务类型以投拍电视剧发行为主、外购剧发行为辅，新媒体发行比例较少。

此种业务结构与下游市场结构紧密相关。国内电视剧的主要销售渠道是电视台，电视剧 90%以上的收入均通过向电视台销售实现。电视剧的发行价格取决于电视台的购买和播出需求、同类型电视剧的收视率、电视台广告收入等。电视剧

是电视台播出比重和吸引广告收入最高的节目，优秀的电视剧作品能够提高电视台收视率，增加广告收入；电视台广告收入的增加以及电视台对电视剧播出力度的加大，会提高对优质电视剧作品的采购数量和采购金额，从而推动电视剧制作机构加大对电视剧的资金投入，出品高质量的电视剧，提高盈利能力。公司通过不断产出优质作品，以及对电视台发行渠道陆续深入了解，与各级电视台保持了良好互利合作关系，为公司业务的起步开拓、提高盈利能力提供了保障。

2、发展期（2011-2015 年）

在 2011 年中共十七大提出“文化大发展大繁荣”、2013 年中共十八大提出“建设社会主义文化强国”以及 2014 年文艺工作座谈会主持召开的背景下，公司在行业发展的热潮中迎来发展期。自 2010 年 10 月 26 日公司登陆深交所创业板后，借助资本平台陆续并购整合佳韵社、克顿传媒等影视文化企业，在版权发行、精品剧制作等方面加强布局，扩大产业规模。

3、扩张期（2016-2018 年）

随着网络播放平台的兴起，下游行业结构逐渐从以电视台为主，演变为以主要一线卫视和网络播放平台为主。由于优质影视内容能为互联网视频平台带来可观的广告收入、人气流量和会员留存度等，因此互联网视频平台对版权内容的购买力度较强，有效地提高了版权交易规模和市场热度，优质影视内容版权交易价格水涨船高。下游多方平台对优质内容的争夺，促进了公司坚持加大内容生产，导致外购剧发行占比逐渐减小，公司新媒体发行收入增加。

由于精品剧在剧本、演员、制作等诸多方面投入较大，相应导致整体制作成本更高，中小公司难以长期支撑，因此公司借助资本优势、资源集中优势发展主业，提升影视内容制作质量和规模，快速发展壮大。

同时，公司制定“SIP+”战略，围绕超级 IP 进行产品矩阵的开发，即在以影视内容提供、运营为业务核心的同时加强多项战略布局，包括围绕内容衍生的艺人经纪、植入广告、游戏授权、渠道运营和分发等，以及围绕产业布局的国际合作实验区业务、影院投资管理业务、国际合作拓展业务等。

4、调整期（2019 至今）

2019 年以来，由于受到合规审查、价值导向、排播内容等方面的强监管，

以及市场需求转变等因素影响，影视剧备案、制作、发行等数量快速下滑，呈现市场出清状态，产业集中度进一步提高。与此同时，公司同样面临影视剧排播和回款不确定性增强，公司紧跟市场节奏，借助丰富的项目储备，采取主动优化排播、加强电视剧预售机制推广、采用定制剧模式等方式积极调整经营策略，在行业调整阶段中保障作品的顺利开机、排播以及现金回流状态，为后续行业调整企稳时再度扩张积蓄物质基础。

（二）未来发展战略

公司将继续坚持“内容为王、产业为基、华流出海”三大战略，坚持内容为王，打造更多思想精深、艺术精湛、制作精良的影视内容作品，打造中国影视内容行业领军企业，为此，公司制定如下发展计划：

1、持续完善人才培养体系。公司将人才体系建设提到战略高度，旨在通过丰富人才挖掘和培育模式、建立长效激励机制，为公司长期发展奠定人才创意基础。

2、持续完善组织结构。面对行业发展的新形势、新机遇，公司将进一步完善组织结构、优化团队，给予年轻创意团队更多的机会和更大的扶持力度，提高公司对新业务、新行业模式的敏锐度和应对能力。

3、坚持发展核心内容。公司将坚持“内容为王”战略，力争持续、稳定、规模化出品优质内容，以优质剧作为核心，强化发行、播出、回款等，保持主业的领先地位。同时，公司将积极发挥内容创作上的优势，探索新商业模式和资源变现途径。

4、完善产业布局，协同发展。公司将围绕电视剧和电影两大主业，构建新媒体、艺人经纪、整合营销、音乐、影院等泛娱乐业务，促进各业务板块协同发展。

第三节 本次证券发行概要

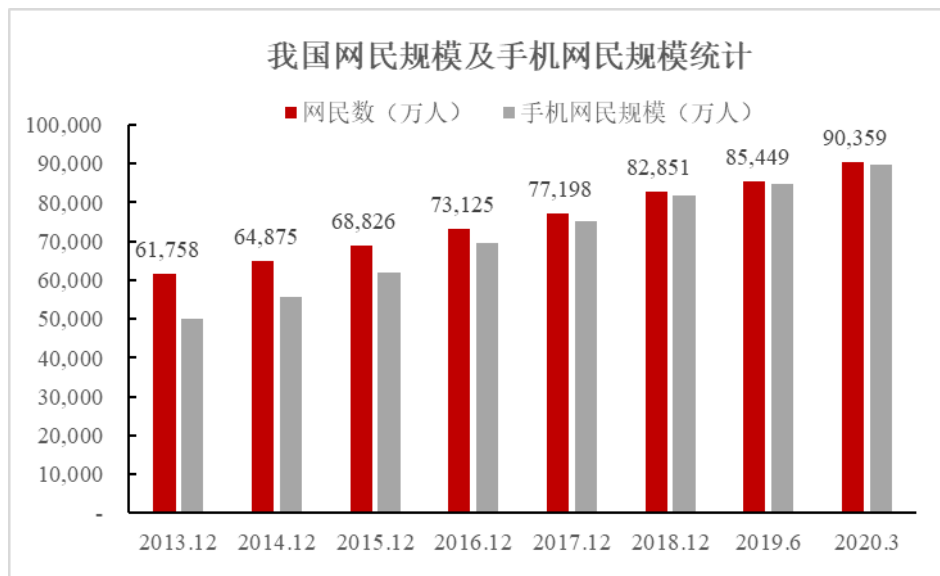
一、本次发行的背景和目的

1、行业市场容量

（1）互联网发展带动影视消费需求增长

互联网的广泛应用催生了文化生产、传播、消费方式的深刻变革。由于信息具有多元化、个性化、便捷、时效性强、覆盖范围广等因素，国民对互联网和移动智能设备的依赖日益加强，网民数量日益增加，消费者的观影需求因此被进一步挖掘。

根据中共中央网络安全和信息化委员会办公室（国家互联网信息办公室）直属事业单位中国互联网络信息中心（CNNIC）于 2020 年 4 月发布的《第 45 次中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至 2020 年 3 月，我国网民规模为 9.04 亿，较 2018 年底新增网民 7,508.00 万，互联网普及率达 64.50%，较 2018 年提升 4.9 个百分点。

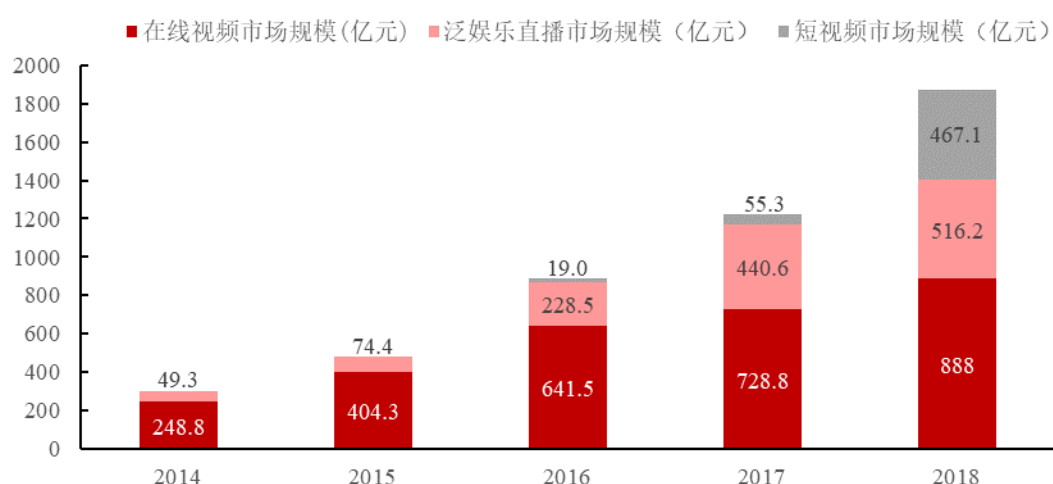


数据来源：中国互联网络信息中心（CNNIC）

网络视频用户人数的持续上升推动了我国网络视频行业收入规模的稳步增长，也为本项目的实施带来了内生需求。根据中国网络视听节目服务协会于 2019 年 5 月发布的《2019 中国网络视听发展研究报告》显示，在线视频市场规模在 2018

年达到 1,871.30 亿元，2014-2018 年年均复合增长率达到 58.29%。在网民规模持续增长、宽带布局深入渗透的同时，互联网商业模式不断创新，线上线下服务融合以及公共服务线上化步伐加快，消费渠道扩大，为影视产业的变革发展带来外生需求。

2014-2018年视频内容行业市场规模



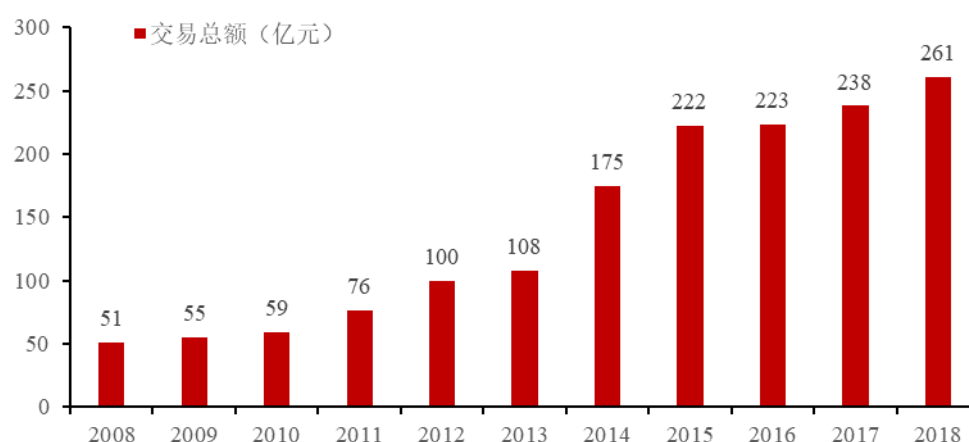
数据来源：中国网络视听节目服务协会

随着互联网、移动通信和数字技术的不断发展，以及电脑、智能手机、平板电脑、IPTV、OTT 等传播载体的普及，新媒体正以迅猛态势发展成为主流的影视、资讯传播渠道。新媒体基于其多元化、多渠道、双向互动的特征，拓宽了影视剧的覆盖人群，提升了影视剧的观看体验，实现了跨越时间、空间的观剧需求。以网络视频为主的新媒体市场快速发展，将扩大影视剧市场的整体需求空间，为公司扩大影视制作规模增加市场需求保障。

(2) 版权交易额增长，影视剧前景可期

在国家产业政策大力扶持、居民可支配收入及精神消费需求增加、影视播出平台竞争优质头部内容等综合因素的推动下，我国电视剧版权成交量不断增加。根据艺恩咨询数据显示，国产电视剧的版权交易额持续上涨，于 2012 年突破 100 亿元，于 2015 年突破 200 亿元，之后增速略有放缓，2008 年至 2018 年实现年均复合增长率 19.89%。在影视版权交易活跃、交易额持续走高的情况下，我国影视行业未来具有良好的发展前景。

我国电视剧版权交易总额（亿元）

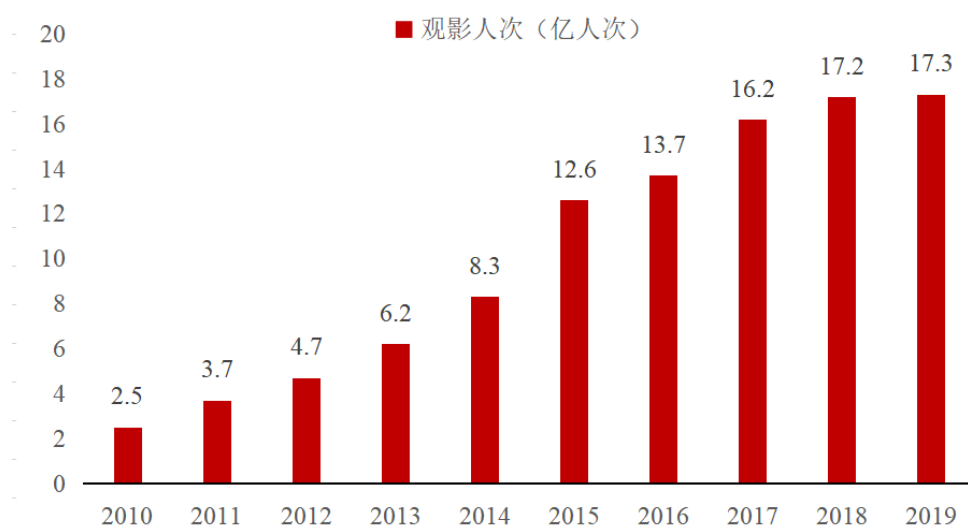


数据来源：艺恩咨询

（3）观影习惯养成，观影需求保持较快增长

自 2002 年院线制发行等电影产业化改革以来，我国电影业市场化程度不断提高，电影行业整体市场容量实现大增长。电影相关基础设施的提升和影片质量、数量等方面的进步，增强了观众的观影体验。此外，逐渐尝试开展围绕电影院为核心的电影院聚会、影评分享等社交活动，吸引观众步入电影院。由此，我国观影人次保持较快增长。根据艾媒网的统计数据，从 2010 年到 2019 年，中国的观影人次从 2.5 亿提高至 17.3 亿，年均复合增长率约为 23.98%。

2010-2019 年我国观影人次统计



数据来源：艾媒网

2、行业发展趋势

（1）电视剧及电视节目制作行业

①行业强监管，各项管控政策陆续出台

2017年9月，国家广电总局等五部委联合发布《关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知》，从电视剧内容价值导向、制作成本结构、电视剧收视率等十四个方面对电视剧产业发展做出宏观层面的指引。

同月，中国广播电影电视社会组织联合会电视制片委员会、中国广播电影电视社会组织联合会演员委员会、中国电视剧制作产业协会、中国网络视听节目服务协会联合发布《关于电视剧网络剧制作成本配置比例的意见》，引导制作企业合理安排电视剧投入成本结构，优化片酬分配机制，推动影视行业投入与产出的良性循环，促进行业持续健康发展。此后各地方监管细则陆续推出，加强对影视剧在成本控制、排播集数等方面的执行管控。

此后，各级监管机构陆续推出了《进一步加强广播电视节目备案管理和违规处理的通知》、《关于进一步规范网络视听节目的传播秩序的通知》、《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》、《国家广播电视总局关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》等产业政策和规范性文件，对于影视行业制作成本、合规审查、价值导向、排播内容等进行更加严格的管控。

过去由于演员片酬畸高导致制作成本分配不均，在强监管的趋势下，行业成本结构有望改善，更多的资金将投入到制作本身，对影视制作行业长远发展起到良性促进作用。

②产业调整，市场向供需健康化发展

由于我国影视作品供应基数较大，在播放端承载能力基本保持稳定的情况下，“一剧两星”政策出台、观众审美转变及舆论导向等因素，导致部分作品由于无法“上星”、无法得到播出机会或发行结果不甚理想而陆续遭到淘汰，由此带来的低收益也迫使供给端亟需加强对作品的质量及效益考量。在产业升级过程中，只有组局能力但缺乏体系化产品质量管控能力的制片公司将逐渐被淘汰，优质资源向头部化、精品化、平台化的大型制片公司靠拢。

随着政策监管力度加大,项目投资风险增加以及投资回报率下降等因素显现,影视行业自 2018 年下半年进入调整期。就供给端而言,近年来我国出现电视剧持证机构数和发行量双降的趋势,内容生产端的供给侧改革成效初显。根据国家广电总局统计数据显示,持有《电视剧制作许可证(甲种)》的机构数已从 2014 年的 137 家降至 2019 年的 73 家,行业持续出清。长期来看,影视行业发展将更为规范,市场集中度有望进一步提升。根据国家广播电视总局公布的我国电视剧发行许可情况统计,2011-2019 年来我国国产电视剧发行许可部数、集数均呈现下降趋势,具体情况如下:



数据来源: 国家广播电视总局

由此,我国影视制作开始由大体量、质量参差不齐的状态逐渐走向高品质、精细化,逐渐由“量变”转向了“质变”,产业供给关系逐渐向健康化发展。

③下游客户结构变化带来盈利和经营模式变革

2016 年以来,由于电视台广告收入、预算等增长式微,导致电视台对影视内容的购买力度受到限制。同时,随着网络播放平台的兴起,下游行业结构逐渐从以电视台为主,演变为以主要一线卫视和网络播放平台为主。由于优质影视内容能为互联网视频平台带来可观的广告收入、人气流量和会员留存度等,因此互联网视频平台对版权内容的购买力度较强,有效地提高了版权交易规模和市场热度,优质影视内容版权交易价格水涨船高。

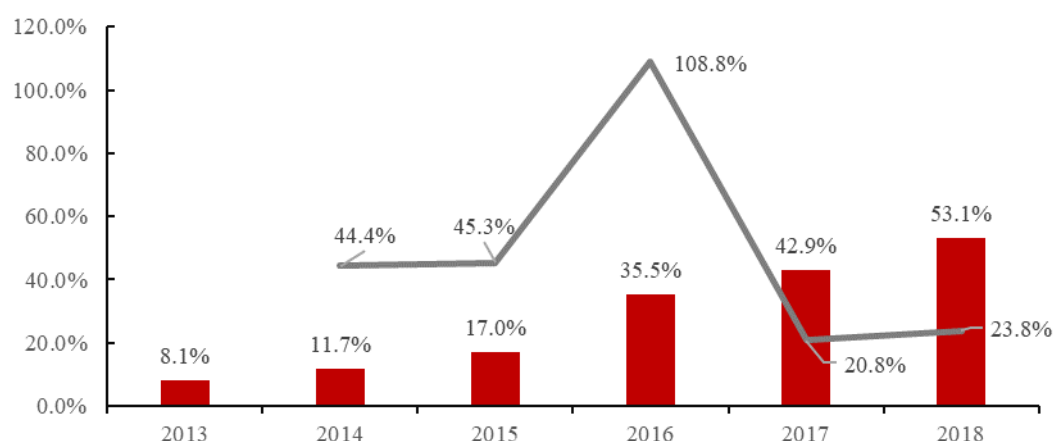
下游渠道端的购买力将影响上游内容方的盈利增长空间。互联网视频平台虽

投入资金相对充裕，但也承受着较大的内容支出压力。随着影视版权交易市场逐渐成熟，互联网视频平台也逐步推出各项措施，包括加大广告和会员付费变现、投资定制剧和自制剧等，通过与影视制作公司合作的方式，加强自制内容投入而达到控制成本的效果。随着此类模式的逐渐推广，互联网视频平台将加强对于剧集内容、生产要素、采购成本的管控，从而推动影视制作商业模式转变。未来行业将向规模化、定制化生产中小体量作品，和向集中优质资源、高成本制作的精品剧两个方向进行分化。由于精品剧在剧本、演员、制作等诸多方面投入较大，相应导致整体制作成本更高，中小公司难以长期支撑，因此头部企业的竞争优势将更为明显。

④版权保护及用户付费推动版权价值显现

国家大力开展知识产权保护措施，有利于付费视频市场的增长。付费业务自2010年逐渐推出后，早期因受盗版影响而用户增长缓慢。2014年“剑网行动”推出，盗版行为受到严厉打击，推动了网络自制内容的快速发展。随着我国网络视频版权保护和正版化进程的推进，各大网络视频平台大力推广并培养网络视频用户的付费习惯。根据中国网络视听节目服务协会的数据，近年来中国网络视频用户付费比率保持快速增长，至2018年已达到53.1%。如今，我国网络视频的用户付费商业模式已基本成型。

中国网络视频用户付费比率及增长率



数据来源：中国网络视听节目服务协会

虽然近年来用户付费比率增速减弱，但行业仍处在内容红利阶段，优质影视

内容的盈利驱动力较为明显。热门影视作品将为视频平台的带来巨大流量，同时将拉升视频平台付费用户数、付费率和 ARPU 值，增强用户黏性，故成为视频平台抢夺的重要资源。因此，为了获得优质版权、扩大市场占有率和影响力，互联网视频平台大量采购优质影视作品版权或加大自制、定制影视作品的制作投入，推动了影视版权价值的提高。

⑤观众需求转变，“内容为王”趋势确立

就需求端而言，随着我国影视剧观众观剧品位的不断提升，内容精品化、版权付费、受众圈层化等趋势进一步确立。因此，主要靠明星流量赚取收视率和点击量的模式在当下受到冲击，观众审美体验越来越丰富，更加注重编剧水平、后期制作、演技等因素。

在此背景下，互联网视频平台、电视台等渠道方也将根据观众的取向来调整购剧需求，不再单纯以量取胜，而是更加注重内容品质。因此，在“付费观影”、“平台会员”等模式的推广与渗透下，渠道方不再对流量赋予最高的购剧标准权重，而将会员留存度、市场影响力、购剧成本、思想内涵等作为统筹考量指标，优质电视剧、头部精品剧依然是市场稀缺资源，需求不断提高，普通电视剧和精品电视剧的价格差异化愈发明显。

渠道方购剧需求的变化，将倒逼上游内容制作方不断增强自身制作能力，提高优质内容产出。从长期来看，内容制作成本结构将趋于合理，有利于行业长远健康发展。

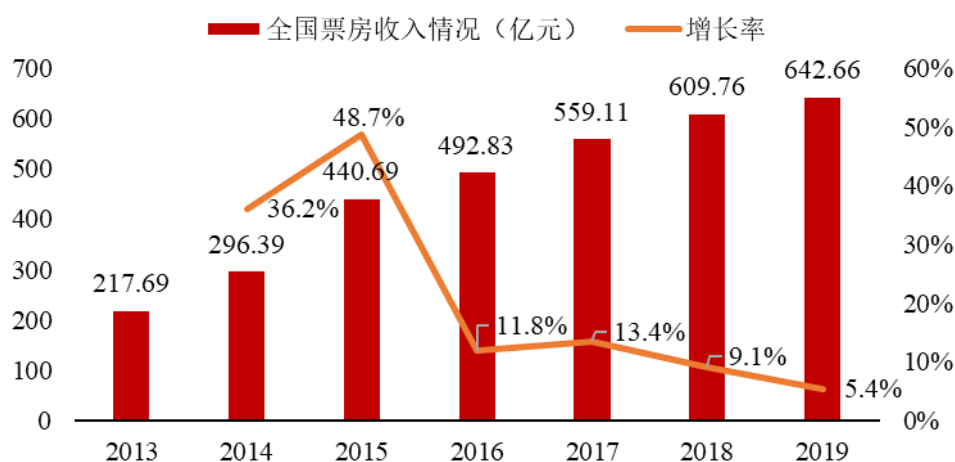
（2）电影行业

①电影票房收入快速增长

电影产业作为文化娱乐市场重要组成部分，吸引了大量社会资本积极进入产业链的各个环节。同时，国民经济持续稳定快速增长带动居民文化消费需求的不断提升，观众文化生活水平的提高、文化消费升级以及观影习惯的养成，对内容制作端产生正向激励。在供给和需求的共同推动下，我国电影产业持续快速发展，国产影片进入精细化运作阶段，以电影票房收入衡量，我国电影市场已经成为仅次于美国的全球第二大电影市场。根据中国电影数据信息网和前瞻产业研究院统计数据显示，中国电影票房从 2003 年的 9 亿元连续增长到 2019 年的 642.66 亿元，

增幅达 71 倍，远高于世界电影票房近年来 4% 的增幅水平。

2013-2019 年度全国电影票房收入情况

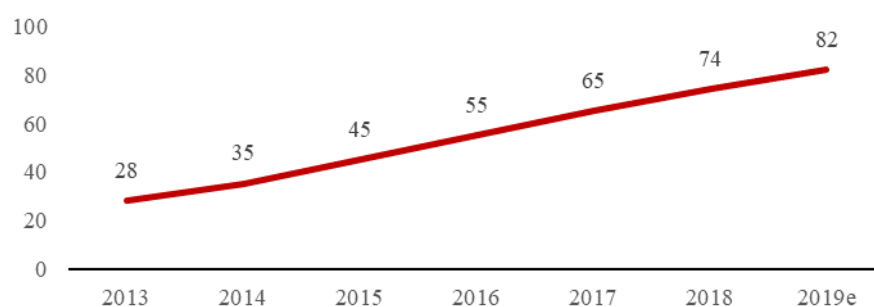


数据来源：中国电影数据信息网

②电影荧幕数量持续增长

根据艺恩咨询于 2020 年 1 月公布的《2019 文娱数据白皮书——电影篇》，我国每百万城镇人口银幕数自 2013 年至 2019 年由 28 个增长至 82 个，保持了平稳而快速的增长。然该情况与北美等成熟市场相比还具有一定差距，仍有持续发展空间。

中国每百万城镇人口银幕数（个）



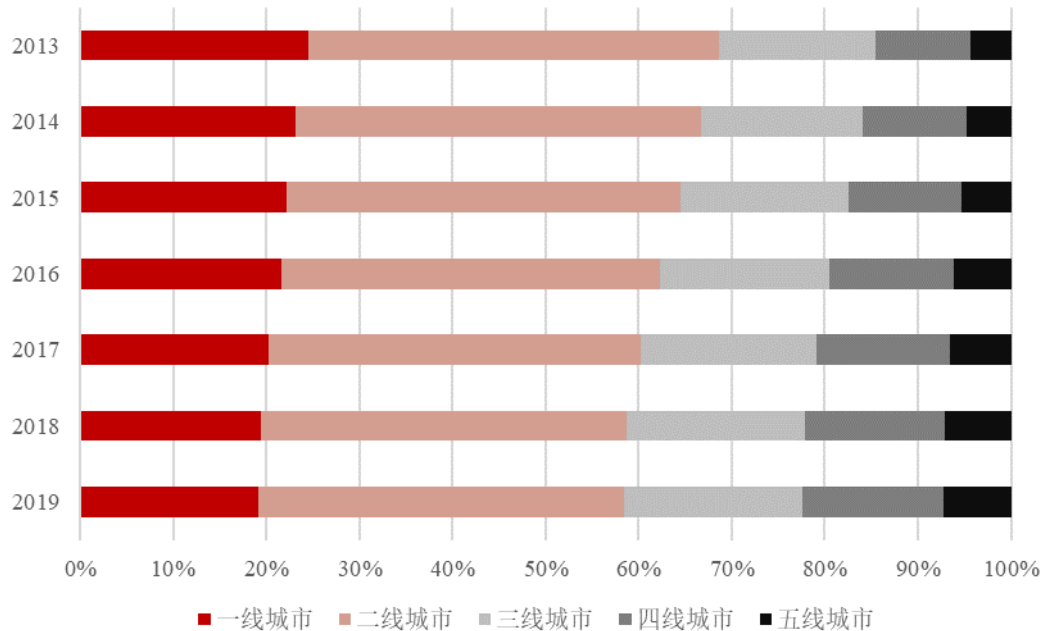
数据来源：艺恩咨询《2019 文娱数据白皮书——电影篇》。

③电影消费区域持续下沉

由于我国人口较多，平均城镇人口拥有银幕数量和人均观影次数与欧美等发达国家差距较大，因此，我国影院终端仍有巨大提升空间。在国家政策鼓励下，影院建设层级逐渐下沉，进一步挖掘大众文化消费的潜力，拓宽大众文化消费的

渠道，行业整体有望继续保持高速增长。近年来，我国观影人群市场逐渐下沉，一、二线城市影院市场逐渐趋于饱和，而三、四、五线城市观影人次保持快速增长，市场份额不断提升，预计未来仍将保持这一趋势。

2013-2019 年各线城市票房占比趋势



数据来源：艺恩咨询《2019 文娱数据白皮书——电影篇》。

二、发行对象及与发行人的关系

本次发行股票的发行对象范围为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者，发行对象不超过 35 名。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托投资公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将按照中国证监会相关规定，根据发行对象申购报价情况，由董事会与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。本次发行股票所有发行对象均以现金方式认购。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

截至本募集说明书出具日，公司尚未确定具体的发行对象，因而无法确定发

行对象与公司的关系。具体发行对象与公司之间的关系将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

三、发行证券的价格或定价方式、发行数量、限售期

（一）本次发行股票的种类和面值

本次发行的股票为境内上市人民币普通股（A股），每股面值人民币 1.00 元。

（二）发行方式

本次发行的股票全部采取向特定对象发行的方式，在中国证监会注册后的有效期内择机发行。

（三）发行数量

本次发行股票数量为募集资金总额除以本次发行股票的发行价格，且不超过本次发行前上市公司总股本的 30%，即不超过 52,670.21 万股（含 52,670.21 万股），若本公司在董事会决议公告日至发行日期间发生派发股利、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，本次发行股票的数量将相应调整。最终发行数量由公司董事会根据股东大会的授权及发行时的实际情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

（四）发行价格及定价原则

本次发行的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于发行期首日前 20 个交易日公司股票均价的 80%。最终发行价格由董事会根据股东大会授权，按照中国证监会相关规则，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

其中：

定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派发股利、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，本次发行价格将作相应调整。调整方式如下：

派发现金股利： $P_1 = P_0 - D$ ；

送股或转增股本： $P_1 = P_0 / (1 + N)$ ；

派发现金同时送股或转增股本： $P_1 = (P_0 - D) / (1 + N)$ ；

其中， P_0 为调整前发行价格， D 为每股派发现金股利， N 为每股送股或转增股本数，调整后发行价格为 P_1 。

（五）发行对象

本次发行股票的发行对象范围为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者，发行对象不超过 35 名。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托投资公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。最终发行对象将按照中国证监会相关规定，根据发行对象申购报价情况，由董事会与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。本次发行股票所有发行对象均以现金方式认购。若国家法律、法规对发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

（六）认购方式

所有发行对象均以现金的方式并以相同的价格认购本次发行的股票。

（七）限售期

本次发行完成后，本次发行对象所认购的股份自发行结束之日起六个月内不得上市交易。本次发行结束后因公司送股、资本公积转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述限售期安排。上述股份限售期结束后还需遵守中国证监会及深交所等监管部门的相关规定。

（八）上市地点

限售期届满后，本次发行的股票将在深圳证券交易所创业板上市交易。

（九）本次发行前滚存未分配利润的安排

为兼顾新老股东的利益，本次发行股票完成后，发行前公司滚存的未分配利润，由本次发行股票完成后的新老股东共享。

（十）本次决议发行有效期限

本次发行决议的有效期为自公司股东大会审议通过之日起十二个月。

四、募集资金投向

本次发行拟募集资金总额不超过 220,000 万元（含 220,000 万元），扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金拟投入金额
1	影视剧制作项目	261,256.00	173,398.96
2	超高清制作及媒资管理平台建设项目	10,384.46	9,692.00
3	补充流动资金	36,909.04	36,909.04
合 计		308,549.50	220,000.00

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投资额，公司将根据实际募集资金净额和项目实际情况，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及各项项目的实际募集资金投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司自筹解决。

为把握市场机遇，尽快完成募集资金投资项目，在本次募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况以自有资金等先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

五、本次发行是否构成关联交易

截至本募集说明书出具日，公司本次发行尚无确定的对象，最终是否存在因关联方认购本次发行的股票而构成关联交易的情形，将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

六、本次发行是否将导致公司控制权发生变化

本次发行股票数量不超过本次发行前上市公司总股本的 30%，即不超过 52,670.21 万股（含 52,670.21 万股）。截至 2020 年 3 月 31 日，公司实际控制人傅梅城先生、赵依芳女士合计控制公司 725,511,815 股股份，占公司总股本的 41.32%。按本次发行股票数量的上限测算，本次发行后，傅梅城先生、赵依芳女士合计控

制公司 31.79%的股份，仍为公司实际控制人。

因此，本次发行不会导致公司的控制权发生变化。

七、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序

本公司发行方案已经公司第四届董事会第八次会议审议通过、第四届监事会第七次会议审议通过及 2019 年年度股东大会审议通过。根据有关法律法规规定，本次发行尚需经深圳证券交易所审核以及中国证监会注册。

在获得深圳证券交易所审核通过并经中国证监会注册后，公司将依法实施本次发行，并向深交所和中国证券登记结算有限责任公司申请办理股票发行、登记和上市事宜，履行本次发行股票的相关程序。

第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次发行募集资金的运用概况

本次向特定对象发行 A 股股票的募集资金总额不超过 220,000.00 万元（含 220,000.00 万元），扣除发行费用后，募集资金将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金拟投入金额
1	影视剧制作项目	261,256.00	173,398.96
2	超高清制作及媒资管理平台建设项目	10,384.46	9,692.00
3	补充流动资金	36,909.04	36,909.04
合 计		308,549.50	220,000.00

公司目前拥有较为丰富的 IP 资源和影视剧项目储备，未来将根据市场对各类题材影视剧的需求偏好、监管机构内容审查政策、公司财务状况、主要演职人员档期安排等因素综合论证并制定影视剧投资计划。同时，在投资计划具体执行中，还会根据实际情况进行适度的调整，以达到预期成果。

为把握市场机遇，尽快完成募集资金投资项目，在本次募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金等先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投资额，公司将根据实际募集资金净额和项目实际情况，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及各项目的实际募集资金投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司自筹解决。

二、本次募集资金项目的基本情况

（一）影视剧制作项目

1、项目基本情况及与现有业务、公司发展战略的关系

近年来，公司坚持践行“内容为王、产业为基、华流出海”三大战略，公司团队紧跟行业变革，坚持内容为王，充分利用数字化影视产业赋能体系，严选项目、慎挑剧本、倾心打磨，旨在打造更多思想精深、艺术精湛、制作精良的影视

内容作品，提高电视剧主打产品的播出率和收视率。在加快全网剧业务、电影业务、网生内容业务的联动与协同发展的同时，实行“产业为基”战略，探索打通多元变现能力的内容价值链，加强内容的商业变现能力。

为聚焦主业、深入贯彻公司经营策略，公司拟进一步提升自身的精品化内容制作能力，即通过本项目的实施，投拍多部精品制作的电视剧作品。公司通过投资建设本影视剧制作项目，将发挥创作能力优势、管理和赋能体系平台优势，把握影视市场中优质稀缺内容的市场机会，完善公司内容媒体库资源，扩大产能、丰富作品类型，提升公司影视作品的制作水平与市场口碑，同时进一步加强公司与国内主流网络视频媒体、卫视平台的业务合作，增强公司的产业地位。

2、项目经营前景

（1）有利于响应国家产业政策，把握发展机遇

从国家角度，在多重国家政策的号召下，文化传媒行业迎来重要的发展机遇。近年来，《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》、《文化产业振兴规划》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》、《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》等一系列鼓励扶持文化产业发展的政策相继出台。《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》指出“到2020年，实现文化产业成为国民经济支柱性产业”、“培育一批核心竞争力强的骨干文化企业”、“扶持演艺企业创作生产”、“发挥财政政策、金融政策、产业政策的协同效应，为社会资本进入文化产业提供金融支持”等发展目标及鼓励措施。国家政策利好文化产业消费升级，形成良好的资本导向，有利于文化产业扩大投资规模，促进行业健康有序发展。

随着行业进入快速转型升级时期，影视传媒产业作为文化产业的内容生产端，应积极响应国家政策，抓住行业机遇，不断创造深入人心、弘扬国家精神与民族文化的优秀作品，丰富人民群众精神文化生活，进一步提升国家软实力。

因此，本次募集资金项目的实施有利于公司切实提高影视业务产能和质量，丰富影视剧内容媒体库资源，锤炼精品影视作品，遵循公司“内容为王”战略，进一步巩固公司的核心竞争优势，把握行业发展机遇，积极响应国家产业政策。

（2）有利于满足精神消费需求，加强文化建设

从人民角度，文化建设深入渗透到群众生活质量、公众素养、当代价值、社会氛围等多方面。文学艺术繁荣发展能够丰富人民群众精神文化生活，拓展人民对文化参与的广度和深度。随着居民生活水平持续提升，居民可支配收入提高，同时泛娱乐领域等文化消费习惯逐渐形成，居民对文化娱乐多样化、多层次的精神文化需求更加旺盛。然而，我国现有文化建设的水平与群众精神消费需求还存在一定差距，亟需补齐短板，提高区域、城乡文化发展的均衡性和协调性，进一步提高国民素质和社会文明程度。

影视传媒产业作为群众普及度较广的文化窗口，必须承担起加强群众精神文化建设的重任。公司在业内率先成立了专门研究主旋律作品的大剧研发中心，制定了“人民为本、规划先行、匠心创作、精良制作”的创作导向，题材研发紧跟宏观导向，储备并研发符合新时代特色和社会需求的影视作品，力争实现社会效益和经济效益的统一，积极响应国家文化建设的需要。同时，公司从消费者出发，运用大数据等现代技术辅助，大胆尝试行业前沿技术，在内容作品播出方式、美学理念等方面持续创新，积极响应群众精神消费需求。

因此，本次募投项目的实施将助力公司继续针对人民文化娱乐需求、审美需求、价值观等进行合理开发与导向，创造出群众接受度更高、追求更高艺术水平与深厚文化底蕴、制作更加精良的影视作品，更好地满足群众精神消费与文化建设的需要，为实现“文化强国”的目标坚定前行。

（3）有利于顺应行业发展，紧跟市场需求

从行业角度，受观众审美转变、受众群体多样化等因素影响，市场对影视作品的剧本情节、服化道、演员演技、后期制作等提出了更高要求，“内容为王”的市场趋势导致影视传媒行业对头部精品剧的需求愈发旺盛。为满足市场需求，影视公司需要不断加大对优质剧本、主创团队、演员阵容、制作特效等方面进行优化。同时，随着网络和数字技术的快速发展和新媒体影响力不断提升，“台网互动”、“台网联播”、“会员付费”等诸多创新播出方式使得优质头部影视作品供不应求，平台竞争也将影视行业逐步从追求新增流量的发展阶段，步入强化消费者粘性的新阶段，对制片方的制片能力、产品品质提出更高要求，精品影视作品内容价值不断凸显。

因此，本次募投项目的实施有助于公司聚焦主业，挖掘优质影视资源储备，顺应行业发展导向，打造出符合时代需求、符合市场需求的精品头部剧作，巩固行业地位，保持市场竞争力。

（4）有利于满足公司快速发展的资金需求，提升市场竞争力

从企业角度，资金实力是决定影视制作企业市场竞争力的关键因素之一。由于影视剧投资制作项目存在前期投入较大、不确定影响因素较多、回款周期较长等特点，导致资金储备不足的影视公司无力承担投资规模较大的头部精品剧制作，或在产销规模大幅增长的情况下，企业经营利润无法在短时间内及时回流补充资金需求。因此，优质影视作品的高门槛导致了影视剧行业目前呈现头部集中的现象，资金雄厚、人才充足的影视公司能够在优质影视作品竞争中脱颖而出。

同时，近年来随着新媒体播出平台的日渐壮大和完善，播出端出现各大卫视、地面频道和新媒体播出平台群雄竞逐的局面。各类播出平台竞相购买优质电视剧资源，导致头部剧的交易价格快速上涨。精品影视剧打造符合公司“内容为王、产业为基、华流出海”三大战略，将有效提升公司市场影响力。

近年来，公司快速发展，已推出多部市场热度、影视评价较高的优秀作品，但仍有较多优质作品储备亟待深度开发。本次发行股票将提升公司资本实力，挖掘更多精品影视作品，提升公司的盈利能力与行业口碑，增强市场竞争力。

（5）有利于加大多元文化融合

从全球角度，文化多样性、全球化、信息化深入发展，文化交流在国际交往中的地位和作用更加凸显。世界范围内多元思想文化交锋频繁，刺激了大量优秀作品与思想火花的诞生。影视传媒产业作为影视文化内容的生产端，亟需根据时代需要、文化认同需要，精细打磨出反映我国民族文化的优秀影视作品，同时带动衍生品输出，提升文化自信。

近年来，国产影视剧制作水平显著提升，文化影视企业纷纷借助海外流媒体平台对外输出国产影视剧集，大大提高了国产剧集海外曝光度，拓宽了海外客户群体。公司正积极拓展海外渠道布局，加快“华剧场”的海外频道落地，加强影视节目从华语地区向非华语地区的传播覆盖，不断丰富影视内容的题材和形式。目前“华剧场”授权范围已涵盖传统媒体、网络电视、视频网站及酒店、航线点

播平台等。同时，公司通过建立全球娱乐合伙人联盟和中国电视剧出口联盟，与华纳、索尼、福克斯、ITV、YouTube 等国内外顶级传媒集团开展深度合作，于 Youtube 拥有超百万订阅量，有利于整合全球的优质内容资源，引领中国内容产业的升级。

因此本次募集资金项目的实施，有利于公司把握时代发展机遇，挖掘优秀影视资源，集中力量调动全产业链协同发展，潜心打磨出一批符合核心价值体系与时代发展背景，拥有民族传统文化积淀，同时吸纳多元文化精粹、品质精美的多元化精品影视作品，更好地响应多边文化融合、提升民族文化自信与国家文化软实力提升的需要。

3、发行人的实施能力

（1）拥有完善的人才体系，具备核心创意能力

公司核心管理团队长期深耕全网剧、电影等领域，拥有丰富的运营管理经验和勇于创新的管理理念，带领公司率先完成从作坊式制作模式向工业化制作模式转型，保证了公司未来竞争中的战略优势。公司拥有强大的剧作团队，对版权开发、编辑、组织拍摄、特效制作、宣发运营等业务流程作出专业的运营把控。同时，公司创意团队能发挥最大效能对全流程进行项目开发运作和支持建议，保障产出内容的规模化、精品化、时代化和互联网化。公司将人才体系建设提到战略高度，建立了事业合伙人制度、员工职业发展体系和长效激励机制。通过育才基金、国际合作等方式完善前端的人才教育培训体系。同时，针对现有人才团队，公司分类、分层次、分区域开展培训工作，内训外训相结合、集团化开放共享，提升人才团队的核心竞争力。

（2）拥有规模化、精品化的内容矩阵

公司明确影视内容为核心，通过内容驱动，实现 IP 的塑造深耕和内容的全网渗透，力图满足互联网时代最广大用户的需求和触点。公司坚持多事业群规模化发展，全网剧年产能规模稳居全行业第一，电影、网络电影、动画、音乐等业务稳步发展。基于公司精品内容生产的确定性带来的庞大且持续增长的流量，为流量打包广告分成、衍生游戏、高端衍生品、虚拟形象授权等衍生业务打下了基础。

（3）拥有领先的大数据团队和品质创新能力

公司大数据团队拥有引领行业的大数据分析能力和品质创新能力，将公司打造为集成、稳定、高产出的精品力作平台。团队通过强大的大数据分析工具产品，在内容创意、版权收集评估、影视制片、艺人经纪、渠道合作等各方面提供体系化服务支持。凭借庞大的版权储备，在先进创新的制作和管理理念指导下，聚集、整合行业顶级资源，积极采用前沿制作技术，辅以版权采购研发、大数据、大宣发、制片管理、业务协同等全流程项目管理体系，确保内容产出的优质和稳定，引领产业精品化、工业化创新升级。

（4）打造多部头部剧作，实践经验积累深厚

近年来，公司坚持“内容为王”，聚焦精品剧制作，出品了包括《外交风云》、《下一站是幸福》、《完美关系》、《亲爱的，热爱的》、《谈判官》、《宸汐缘》、《天盛长歌》等在内的多部精品剧，以及《刺客聂隐娘》、《听风者》等多部经典影片，均带来了收视话题高峰，多部作品获“五个一工程奖”、飞天奖、法国戛纳金棕榈奖等国内国际重要奖项。

2017 年，公司全网剧首播 15 部 654 集，其中《楚乔传》、《三生三世十里桃花》、《孤芳不自赏》分别位列年度互联网点击播放前 10 名和卫视收视率前 10 名。根据艺恩网数据，公司 2017 年度出品的全网剧累计产生网络流量超 1,500 亿，占国产大剧流量的约 25%，年增长率约 50%，超过市场平均增速 10%；有 8 部全网剧作品的网络流量超过 30 亿，占公司全年首播全网剧的 53%。2018 年，由公司主投主控的电影《地球最后的夜晚》入围戛纳国际电影节“一种关注”竞赛单元；《天盛长歌》成为被 Netflix 以“NetflixOriginalSeries”（Netflix 原创剧集）最高级别采购的中国古装大剧，被翻译成十几种语言播出。2019 年，公司旗下 9 部影视剧取证，12 部影视剧顺利排播，多项指标位列行业第一；公司对内容作品开发方向进行了重新定位，《外交风云》、《觉醒年代》、《绝境铸剑》、《追光者》、《加油，你是最棒的》等作品入选了国家广播电视总局第二批百部规划重点选题名单，题材转型效果明显；公司题材研发紧跟宏观导向，现实主义题材占比上升，《创业时代》、《奔腾岁月》、《橙红年代》、《老男孩》等剧集均取得不错反响。

综上，未来随着头部资源的集中，影视行业竞争将会愈演愈烈，行业将面临新一轮的洗牌，能持续量产头部付费内容并实现 IP 内容价值最大化变现的公司方能始终保持市场活力。公司拥有丰富的人才储备，人才队伍始终保持创新化、

规模化、科技化、前沿化，在公司现有优秀实践平台的支持下，将为本次发行募集资金投资项目的实施提供有力保障。

4、项目投资估算及资金缺口的解决方式

公司本次影视剧制作项目拟投资拍摄电视剧数量为 12 部，项目拟投资总额为 261,256.00 万元，扣除董事会前先行投入的 62,965.60 万元后，拟使用本次发行募集资金投入 173,398.96 万元，剩余部分公司将使用自有资金投资。公司本次拟投资拍剧目均已取得必要的拍摄备案。

5、项目预计效益情况

影视剧在拍摄前会与各主流卫视、视频平台进行预售意向联系并启动预售，但是否签订预售协议存在不确定性，销售合同通常在成片后签订，因此本次影视剧制作项目未进行效益测算。

6、项目的预计实施时间、实施准备和进展情况

影视剧制作项目拟投资拍摄的 12 部电视剧均已在国家广播电视总局完成备案，部分项目已在拍摄和后期制作阶段，电视剧拍摄周期通常在 10 个月左右，因题材、剧集长度不同而有所差异。

7、项目的报批情况

本项目拟投资拍摄的 12 部电视剧均已在国家广播电视总局完成备案，不涉及发改委备案及环境影响评价事项。

（二）超高清制作及媒资管理平台建设项目

1、项目基本情况及与现有业务、公司发展战略的关系

随着时代的高速发展，影视行业日新月异，拍摄设备、制作技术、管理模式等方面推陈出新。为紧跟时代变革，在打造超高清及特效素材的同时，提升版权管理分发效率、盘活现有资产、刺激新盈利点，公司拟开展超高清制作及媒资管理平台建设项目，对“超高清特效影视内容制作-媒资管理-内容分发”全业务链条实现超高清和数字化提升。

该项目各个模块的主要情况如下：

（1）超高清特效影视内容制作

目前，影视行业剧作的拍摄设备主要采用租赁方式，容易存在设备老旧、超高清设备租赁资源缺乏、拍摄成本波动等问题。同时，当前影视剧作或短片拍摄主要依赖现实场景、实体影棚等场地开展，随之带来安全隐患、租赁成本高、场景较少等问题。

随着 IT 技术与影视制作的深度融合，市场对超高清、特效逼真度、大场面制作等拍摄要素提出了更高要求，由此诞生了超高清摄影摄像、虚拟演播室等技术的应用，将开启新的拍摄模式。

超高清摄影摄像技术能为电视用户提供更清晰、更逼真的视觉体验，将有效改善现有内容资源的分辨率、色域、动态范围、帧率和量化深度。超高清技术将涉及工作、教育、娱乐、家庭社交等多种生态应用，为人们带来更高品质体验。同时，5G 商用的普及将为超高清视频的发展提供了有力的技术保障，共同改变电视用户看待世界的方式。

虚拟演播室技术可模拟出更加真实的 3D 材质反射效果和动态阴影，实时切换不同的视觉场景；可实现实景与虚拟的三维缝合，保持较高真实度；可提供强大后期处理效果，增强画面的真实感和表现力，如 HDR 泛光效果、色彩校正与分级、运动模糊、镜头光晕、景深等后期调校技术效果；可在固定空间内呈现出宇宙星空、自然灾害、爆炸现场等视觉特效；可创建大型开放世界环境；可实现优秀的骨骼动画和光学动作捕捉功能等，为现代化影视制作提供强大的技术支撑。

公司拟投资采购一批超高清摄影摄像和虚拟演播室应用软件设备，供剧组拍摄使用，将有效提升公司作品的拍摄质量、提升作品口碑，促进公司实现超高清作品和特效技术的结合，有利于提升公司的行业竞争力，巩固行业地位。

（2）数字化媒资管理体系

目前影视行业以内容为王，掌握内容核心资产是影视公司的第一竞争力。媒资系统的高效管理和使用，是实现媒资变现的基础。随着影视内容的快速增长，以及行业对影视内容超高清、多码数、多版权期、多储存量等要素的要求愈发提高，公司亟需用高效手段来管控庞大的内容资源。截至目前，公司信息管理手段仍以人工录入为主，缺乏对电视剧、电影作品进行高效保存、检索、处理的信息

化手段，亟需引入数字化媒资管理体系，对公司内容资产进行全流程数字化管理。

数字化媒资管理建设可实现的功能包括：

序号	模块名称	功能
1	采集收录模块	对媒资库中的资料进行编目和分类
2	在线储存模块	作为资料归档、检索和调用的在线存储中心，提供相应的任务管理、分配、审核等功能，提供音视频检索存储访问，可供方便快捷地剪辑制作
3	归档模块	媒资系统归档，待播内容来源的接口模块，可进行内容筛选、审核、整理、迁移等
4	素材管理模块	管理分析已储存和分发的版权数据，如分析媒资管理模块中的存货情况，包括但不限于节目类型、来源、题材的占比和趋势分析等，可供后续采购版权、制作建议、分发决策之用
5	编辑制作模块	调取在线、离线的储存素材，进行在线编辑，开展包括水印管理、剪辑、特效处理、审片等在内的的工作。以审片工作为例，可通过在线内容征集、内部评审、第三方评审、打分决策等操作，对公司影视作品全制作流程进行全流程监控，保障作品质量
6	视频转码模块	根据素材管理、编辑制作、分发等模块产生的任务信息，对指定的源视音频资料集进行转码/处理成目标格式，并对其进行质量审核，可供实现不同格式片段的剪辑合并后分发
7	校色模块	可调整特定局域的色调、饱和度、升力、伽玛和增益的控制、主控和单独通道控制等；可快速修复、更换、润饰、修饰画质；可对框架内特定区进行选择处理，在单个级联内对形状内外进行分级；可精确调整每个控件对图像的影响，包括每条曲线的张力和斜度，基于范围的饱和度控制提供更高的精度；可对图像手绘以获得更高精确度；可使用字幕工具修改影片等

(3) 数字化内容分发体系

目前，大部分影视公司仍在采用传统方式进行内容分发，包括拷贝硬盘进行实物寄送、云盘传输等。但在传统分发模式下，传输的安全性和时效性得不到保障，例如：硬盘容易在运输过程中受到摔碰而损坏，且无法保障快件能够准确、迅速地预计在日期内到达海外；云盘传输模式下，虽可快速上传、下载，但安全性得不到保障，可能因网络攻击而存在泄密风险，且容易受网络地域性限制而无法使用。

公司拟通过本次募投项目建立数字化分发体系，通过资源上载/下载、分布式存储、客户授权、样片推广模块等，与媒体资产管理模块联通，调动样片、片花、海报、先导片、影片内容等素材，通过平台入口或链接方式推送给目标客户。

本体系建成的优势包括：

①高效分发。可以在影视内容产生的第一时间为客户提供节目内容，缩短传统分发中磁盘邮件寄送的时间，减少手工操作误差、提升传输效率，有助于影视内容的海外分发，助力公司“华流出海”战略。

②快速纠错。由于超高清制作及媒资管理平台建设项目可以记录素材从采集、上载、检索、到转码分发的全流程，铺设国内国外的线上分发节点，因此可以实现对单个媒资的完整追踪。在追踪过程中，可根据公司需求查找流转轨迹，及时发现环节中可能出现的素材错误，调整素材信息，降低播出风险。

③实时反馈。本项目可通过快速分发片花、影片内容，形成大量的分发数据追踪，形成分发数据库，分析了解不同地区、不同类型客户对影片品类的偏好需求，利于公司未来进行发行决策参考，有的放矢。

④提高安全性。本项目利用分布式存储和云分发，防止客户在分发时获得若干节点链接和密钥即可实现完整下载，且数据留痕，时效和安全得到巨大的提升。

2、项目经营前景

（1）有利于紧跟国家和产业政策大力发展主业

2017年，国家新闻出版广电总局发布了《4K超高清电视节目制作与交换参数值》行业标准，对我国4K超高清电视节目技术格式进行了规范。2017年4月，文化部印发《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》，指出要加快新型灯光、音响、机械、视效、特效、智能展示等研发应用，提升艺术展演展陈数字化、智能化、网络化水平。2017年9月，国家新闻出版广电总局印发《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》（新广发〔2017〕150号），指出要加快建设下一代广播电视网，将互联网的创新成果与广播影视深度融合，开发智能融合终端和高清、超高清、互动电视、电视图书馆等新业态。要加强科技创新，构建现代传播体系，加快广播电视智慧化发展和新闻出版数字化转型升级。

2019年2月，工信部、广电总局和中央广播电视总台联合印发《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》（工信部联电子〔2019〕56号），指出要大力推进超高清视频产业发展和相关领域的应用。预计到2022年，我国超高清视频产业总体规模超过4万亿元。超高清视频内容资源极大丰富，网络承载能力显著提高，制播、传输和监管系统建设协同推进，产业发展支撑体系基本健全，形成技

术、产品、服务和应用协调发展的良好格局。

在各类政策支持下，国内多家广播电视台以及冬运会等展播，已积极开展对于超高清技术的尝试。为了紧跟国家和产业政策导向，践行提供超高清内容资源的目标，公司本次拟投资建设超高清和虚拟演播室应用，购置相关应用设备，促进主业影视作品与时代技术的融合。

（2）有利于抓住时代技术机遇和提升公司核心竞争力

超高清摄影摄像技术能为电视用户提供更清晰、更逼真的视觉体验，将有效改善现有内容资源的分辨率、色域、动态范围、帧率和量化深度。该技术的应用将有效提升公司影视作品质量，提高对于高品质要求客户的吸引力。虚拟演播室技术能打造出更逼真、更宏大、更细致的影像场景，该技术应用将有效提升公司影视作品的后期制作水平以及实现数字化影棚的探索。

相对于日本、欧洲和美国，我国超高清电视和虚拟演播室技术目前还处于初级阶段，发展环境、产业支撑条件、节目业态以及相关技术标准等都还有待进一步完善，尚未形成完整的产业链，由此导致超高清和优质特效内容尤为缺乏。因此，公司亟需借助本次发行的契机，抓住本次技术升级机遇，提升公司作品的品质等级，不断创新，优化管理分发效率，实现全业务流程的数字替代，提升公司的核心竞争力。

（3）有利于提高公司资源管理利用效率，发掘新利润增长点

在公司业务快速发展的背景下，公司存量影视资源种类不断丰富，储备体量庞大。然而，公司现有媒体资产管理体系主要依赖人工交换与更新，容易引发逾期、错配、遗漏等操作误差。在本项目建成后，公司将在以下几个方面实现快速突破：

①高效管理及调用分发

本项目可实现对公司媒资内容的分类储存、审核编辑、交互传输、在线检索、分发外售等功能，记录素材采集、上载、检索、转码全流程，形成对内部流程操作合规性、可追溯性、安全性的有效保障。确保公司对内容的实时掌控、版权监管、快速编辑、随时调取分发。

②素材多次利用

公司可挖掘现有影视资源，对现有大量无序媒资素材在时长、版权、类别、场景应用等各方面的归类管理，实现对超大媒资资源库的实时管理、快速调取和多场景应用，为在拍影视作品提供大量素材，助力公司保持高产、高效的影视作品制作能力；可将素材媒资化、标签化，有利于挖掘片库剧和片段素材的剩余价值，开展多轮分发，发挥长尾效应。

③发掘利润增长点

现成的大量媒资素材可以在搜索、剪辑、特效处理后形成新的短视频资源，可实现现有媒资素材在其他影视内容、新平台的广泛应用，有利于公司团队结合市场热点，发掘“旧素材”的“新价值”，开拓新利润增长点。

（4）有利于形成业务数据反馈，提升客户服务品质

本项目将深入渗透公司媒资内容的制造端、管理端和销售端业务全流程，提升公司业务的执行效率、在提升运营管理效率的同时刺激业务需求反馈，形成良性循环，全面提升公司竞争实力。主要包括：挖掘业务开展中形成的即时内容需求、观众喜好等信息，从而形成可前瞻性指导影视剧内容制作的数据库，提升公司竞争力；利用分发模块中用户转码标准、渠道等信息，记录客户的业务标准，为其提供更好的针对性服务等。

（5）有利于提升公司网络信息安全

随着公司资产管理信息化的不断推进，公司系统拥有海量的媒体数据储备，数据存储的安全性对公司实现信息化至关重要。通过本项目的投资建设，公司将利用分布式存储工具进行媒资管理和内容分发，形成网络安全管控的全面配置，对既有版权信息进行批量管理，同时摆脱传统资产交易方式，减少公司资产外泄的风险，从而对数据安全性和服务质量进行有效的控制。

3、发行人的实施能力

（1）行业的快速发展和技术应用为项目实施打下基础

近年来，海内外演播在网络交互、超高清、媒资管理、5G 等多领域融合方面取得了良好的进展。例如：2015 年，日本 NHK 采用 8K 技术直播加拿大女足世

界杯；2016年，第31届奥运会部分场次实现8K直播；2018年，日本NHK借助平昌冬季奥运会实现8K广播的商业化；2019年，中国第二届青年运动会应用5G技术在国内首次实现大型综合性体育赛事的4K直播；2019年，第十八届世界警察和消防员运动会采用5G+8K技术进行视频记录、媒资存储和转码直播等。

此外，虚拟演播室技术已被广泛运用在电影和电视台播报中。自1994年，IBC上展出世界首个虚拟演播室技术后，虚拟演播就开始在各国电视台上广泛使用，至今可以通过采用虚拟演播室技术、节目包装技术、AR增强现实虚拟3D技术三合一的方式，增强节目质感，直观地让观众了解所述内容，增强整体节目的互动感。且包括《地心引力》、《阿凡达》、《星球大战》、《钢铁侠》等多部影片均采用了虚拟演播室拍摄制作，上述影片均取得了热烈的市场反响，虚拟演播技术实践经验丰富。

因此，本次全流程平台建设已具备丰富的产品基础与实践经验，将助力公司掌握影视制作领先技术，提升作品品质，提升公司核心竞争力。

（2）市场对超高清内容的需求提供了项目发展机遇

随着视频显示技术的更迭和大众消费升级，超清化趋势正在席卷全球。根据日本电子情报技术产业协会数据显示，2019年全年日本国内4K电视出货量257.80万台，较2018年增长29.60%。根据中国电子商会数据显示，2019年上半年，4K超高清电视占国内消费彩电比重达到70%，预计2019年底，4K超高清电视消费占比将达80%，有望进入全民4K时代。

超高清播放设备普及，将大幅增加观众对超高清节目、内容的需求，内容制作商迎来战略机遇期。2017年12月，广东广播电视台开始试验播出全国首个4K频道；2018年10月，中央广播电视总台超高清试验频道正式开播。近年来，全国多省市提出超高清视频产业发展规划，预计2020年将会再开通多个超高清频道，实现高清频道向超高清频道的大跨越。

同时，5G技术的商业化、大众化亦为超高清视频内容推广建立了传播基础，随着未来5G技术的普及，市场对于超高清内容的需求将更加旺盛。优秀超高清内容的推出有望填补市场缺口，改善供不应求的局面。因此，公司将借助本次发行，提升超高清内容的拍摄制作能力，为市场提供更多符合时代需求、传播时代

精神的优秀剧作。

(3) 公司资深团队、丰富项目经验和资源储备保证项目的顺利实施

本次平台建设将实现从超高清影响和虚拟演播室的素材制作端，到媒资管理端，再到内容分发端的全业务流程一体化提升，加强业务端、管理端、销售端的现代化渗透，有利于提升产品和服务质量、优化业务效率，打造品质剧作。

公司汇集了一批具有丰富影视制作经验、熟悉公司运营和业务流程且对行业有深刻理解的专业影视制作人才。公司制作团队于 2019 年参与了超过 3,000 分钟的特效制作，制作中心人才拥有 5-15 年从业经验，曾参与《三生三世十里桃花》、《天盛长歌》、《宸汐缘》、《爱情公寓 5》、《亲爱的，热爱的》、《流浪地球》、《九层妖塔》等在内的影视特效制作，部分员工曾就职于国内知名特效公司。在平台搭建完毕后，公司制作中心团队将调动丰富的行业经验和实践技能，快速实现对于新设备、新技术、新模式的学习应用。

同时，公司已与行业知名信息技术、特效制作公司及团队建立了长久共赢、深入互信的合作关系，在平台搭建完毕、实践内容制作的过程中，公司将继续与合作方保持合作模式，双方共同推动精品作品的面世。

综上，公司拥有资深技术团队、丰富的项目经验和资源储备，将为本次平台建设打下坚实基础，保障项目的顺利实施，推动影视全流程数字化提升。

4、项目投资估算及资金缺口的解决方式

单位：万元

序号	内容	项目投资额	占项目总投资比重	募集资金投资额
1	软硬件设备购置	9,692.00	93.33%	9,692.00
2	运营投入	300.00	2.89%	-
3	人员费用	90.00	0.87%	-
4	铺底资金	302.46	2.91%	-
项目总投资		10,384.46	100.00%	9,692.00

本项目拟使用募集资金投资 9,692 万元，剩余资金由公司自有资金投入。

5、项目效益情况

超高清制作及媒资管理平台建设项目拟由上市公司实施建设，建设期 8 个月。

超高清制作及媒资管理平台建设项目是公司为了实现“高清特效影视内容制作-媒资管理-内容分发”全业务链条超高清和数字化提升而建设，可以加强作品拍摄制作质量、提升管理运营效率，属于品质优化和业务后台系统建设，难以单独测算经济效益。

6、项目的预计实施时间、实施准备和进展情况

超高清制作及媒资管理平台建设项目拟由上市公司实施建设，建设期 8 个月，截止本募集说明书出具日，该项目尚未开始实施。

7、项目涉及的报批事项

本项目无需备案，不涉环境影响评估事项。

（三）补充流动资金

1、项目概况

公司拟使用本次募集资金 36,909.04 万元用于补充流动资金，以增强公司的资金实力，满足未来业务不断增长的营运需求，促进业务可持续发展和公司长期战略的实施。

2、项目必要性及可行性分析

（1）有利于满足营运资金需求，为业务规模扩大提供保障

公司主要从事影视剧制作、发行及衍生业务，公司主营业务的有序开展依赖于把握优秀影视资源机会、增加优质内容储备、打造精品口碑作品，雄厚的资本实力将推动公司未来主营业务发展。受行业内项目投资规模较大、投资回报周期较长等特点综合影响，随着公司业务规模及投资项目数量的不断增长，公司对营运资金的需求也随之扩大，公司将面临营运资金缺口增加、营运资金周转能力下降等问题。本次发行拟使用 36,909.04 万元所募资金用于补充流动资金，将缓解公司资金需求压力，从而集中更多资源为业务发展提供保障，公司业务规模将得以扩张，可持续发展能力将有所增强。

（2）有利于优化资本结构，增强公司抗风险能力

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司合并口径资产负债率分别为 44.12%、45.62%及 46.26%，总体呈现逐年上升趋势。截至 2019 年 12 月 31 日，公司流动

负债金额为 435,999.00 万元，其中短期借款金额为 160,238.63 万元，公司短期存在一定流动性压力。本次发行 A 股股票部分募集资金将用于补充公司流动资金，有利于改善公司债务结构、降低公司资产负债率，系公司合理使用财务杠杆的重要举措，有利于公司中长期资金的统筹安排和战略目标的稳步实施，有助于公司增强抗风险能力，有效控制经营风险。

本次向特定对象发行 A 股股票拟使用部分募集资金用于补充流动资金，可以为公司未来经营提供充足的资金支持，有效缓解公司业务发展所面临的流动资金压力，降低流动性风险，从而提升公司的行业竞争力，为公司健康、稳定的发展夯实基础。

三、本次发行对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次发行募集资金总额不超过人民币 220,000.00 万元（含 220,000.00 万元），其中 173,398.96 万元拟用于影视剧制作项目投资建设，发展主营业务；9,692.00 万元拟用于投资超高清制作及媒资管理平台建设项目，对“超高清特效影视内容制作-媒资管理-内容分发”全业务链条实现超高清和数字化提升，打造行业领先制作技术水平，提高经营管理效率；36,909.04 万元拟用于补充流动资金以增强公司的资金实力，满足未来业务不断增长的营运需求，促进业务可持续发展和公司长期战略的实施。

本次发行 A 股股票后，公司的主营业务未发生变化，公司的业务收入结构亦不会发生重大变化。本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策以及公司战略发展的需要，有利于公司把握行业发展趋势和市场机遇，增强公司核心竞争力和持续盈利能力，符合公司长期发展需求及全体股东的利益。

（二）本次发行 A 股股票对公司财务状况的影响

1、对资产规模的影响

本次发行 A 股股票将进一步扩大公司的资产规模，资金实力进一步得到提升，为后续发展提供有力保障。

2、对财务结构的影响

截至 2019 年 12 月 31 日，公司资产负债率（合并资产负债表）为 46.26%。本次发行完成后，公司流动资产和净资产得以提高，资产负债率及财务风险将进一步降低，公司财务结构将更加稳健合理，经营抗风险能力将得到加强。

3、对盈利能力的影响

本次募集资金到位后，募投项目产生的经营效益需要一定时间才能体现，因此短期内可能会导致每股净资产和净资产收益率等财务指标出现一定幅度下降。但随着募投项目投入后实现收入和业绩，公司的营业收入、利润总额等盈利指标将得到增长，公司，业务模式得到优化和升级，市场份额得到巩固和提升，未来公司的长期盈利能力将得到有效增强，经营业绩预计会有一定程度提升。

四、结论

综上，经过审慎分析论证，公司董事会认为本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策、法律法规以及公司战略发展的需要，具有良好的市场前景和经济效益。本次发行完成后，公司的资本实力将得到加强、资本结构得到优化，抗风险能力将进一步提升。随着募投项目效益的实现，公司将利用专业平台体系优势整合业内优质资源，对现有影视储备资源进行充分开发，向市场推出更加多元化、精品化影视内容，巩固公司的核心竞争力。本次发行有助于提高公司的创收能力及持续盈利能力，为公司的可持续发展奠定坚实基础，符合公司及全体股东的利益。

第五节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行后公司业务与资产整合计划、公司章程、股东结构、高管人员结构的变动情况

（一）本次发行对公司业务发展的影响

公司主营业务为电视剧、电影等电视节目的投资、制作、发行和衍生业务；艺人经纪及相关服务业务。本次发行完成后，一方面募集资金投资项目将围绕公司目前的主营业务范围，投拍多部精品制作的影视剧，把握影视市场中优质稀缺内容的市场机会，完善公司内容媒体库资源，扩大产能、丰富作品类型，保证公司的可持续发展，提升公司的盈利能力；一方面将实现全业务链条实现超高清和数字化，打造行业领先制作技术水平，提高经营管理效率；另一方面将增强公司资金实力，有利于公司把握行业发展机遇。

本次发行完成后，公司的主营业务范围不会产生重大变化，公司暂无业务及资产整合计划。

（二）本次发行对公司章程的影响

本次发行完成后，公司注册资本、股本总额及股本结构将发生变化，公司将按照发行的实际情况对《公司章程》相关条款进行修改，并办理工商变更登记。

（三）本次发行对公司股权结构的影响

本次发行完成后，公司的股权结构将发生变化，根据最终发行价格的实际情况，预计将增加不超过 52,670.21 万股（含 52,670.21 万股），公司实际控制人傅梅城、赵依芳合计控制的公司表决权股份比例将有所下降，但仍为公司的实际控制人。因此，本次发行不会导致公司实际控制权发生变化。

（四）本次发行对高管人员结构的影响

本次发行不会对高级管理人员结构造成重大影响。本次发行完成后，若公司拟调整高级管理人员，将会严格履行必要的法律程序和信息披露义务。

（五）本次发行对业务结构的影响

本次募集资金投资项目系聚焦主业，对公司现有影视剧制作业务的加强、对超高清制作及媒资管理平台的应用，以及对公司业务经营效率的提升，项目实施后公司主营业务优势将更为突出，公司整体业务结构更加合理、稳定。本次发行后，公司业务结构不会发生重大变化。

二、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

（一）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行对公司财务状况将带来积极影响，主要体现在：公司股权资本大幅提升，资本实力增强；公司总资产与净资产同量增长使得公司资产负债率有所下降，资本结构优化；公司偿债能力进一步提高，有效降低财务风险；进一步提升公司长期盈利能力，为股东创造更多回报。

（二）本次发行对公司盈利能力的影响

本次募集资金主要用于影视剧的制作、超高清制作及媒资管理平台建设项目和补充流动资金；由于影视剧具有一定的拍摄周期，募投项目效益需要一定的时间才能体现，因此不排除发行后总股本增加致使公司每股收益被摊薄的可能。但本次募集资金投资项目的盈利能力较强，随着项目的如期实施和完成，将有利于提升公司的持续盈利能力。

（三）本次发行对公司现金流量的影响

本次发行完成后，募集资金的到位将使公司筹资活动产生的现金流入金额大幅增加；在资金开始投入募集资金投资项目后，投资活动产生的现金流出金额也将提升；随着募集资金投资项目陆续实现销售、回款，公司经营活动产生的现金流入金额将提升。

三、公司与实际控制人及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况

本次发行完成后，公司与实际控制人及其关联人之间的业务、管理关系和同业竞争状况不会发生重大变化。本次发行也不会导致公司与实际控制人及其关联人之间新增同业竞争或关联交易。

四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被实际控制人及其关联人占用的情形，或上市公司为实际控制人及其关联人提供担保的情形

本次发行完成后，公司不存在资金、资产被实际控制人及其关联人占用的情形，也不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情形。

五、本次发行对公司负债情况的影响

截至 2019 年 12 月 31 日，公司资产负债率（合并资产负债表）为 46.26%。本次发行完成后，公司资产负债率将有所下降，有利于降低公司的财务风险，优化公司财务结构，进一步增强抗风险能力和持续经营能力。

六、本次股票发行相关的风险说明

（一）审批风险

本次发行尚需经深圳证券交易所审核及中国证监会注册，能否通过相关主管部门的审批，以及最终通过相关主管部门审批的时间均存在一定的不确定性。

（二）募集资金投资项目相关风险

1、募集资金投资项目经济效益无法达到预期的风险

本次募集资金投资项目进行了严格的科学论证，符合国家产业政策和行业发展趋势，具备良好的发展前景。考虑到影视行业政策、市场状况等均有不可预计的因素，项目的实施过程、运营成本、销售规模、市场价格、播出方式和具体播出情况等可能与预测情况存在差异，直接影响到项目的预期收益，存在经济效益无法达到预期的风险。

2、募集资金投资项目资金风险

本次募集资金投资影视剧制作的金额较大，而影视剧的拍摄制作需要一定周期，短期内募集资金投资项目产生的经营活动现金净流入较少。若募集资金不能及时到位或发生其他不确定性情况，公司将使用自有资金或通过银行借款等渠道解决项目资金需求，可能导致公司负有较大资金压力，而影响项目的正常实施，或因银行借款导致财务费用增加而给公司业绩带来不利影响等风险。

（三）行业与经营风险

具体参见本募集说明书“第六节 与本次发行相关的风险因素”之“二、经营风险”。

（四）财务风险

具体参见本募集说明书“第六节 与本次发行相关的风险因素”之“四、财务风险”。

（五）管理风险

具体参见本募集说明书“第六节 与本次发行相关的风险因素”之“三、管理风险”。

（六）因发行新股导致原股东分红减少和表决权被摊薄的风险

本次发行后，公司总股本及净资产规模将上升，短期内将导致净资产收益率下降以及每股收益等财务指标出现一定程度的摊薄，由于公司滚存未分配利润由新老股东共享，将可能导致原股东分红减少。随着公司募投项目的逐步实施，盈利水平和经营管理效率将逐步提升，公司将根据公司章程中关于利润分配的相关政策，积极回报投资者。

（七）其他风险

1、股票价格波动风险

公司股票的二级市场价格不仅受公司经营环境、财务状况以及所处行业发展前景等基本面因素的影响而上下波动，同时还受到各种宏观经济因素、政治因素、投资者心理因素和股票市场状况以及交易技术的影响，公司股票价格会随股票市场波动而变化。股票价格具有不确定性，提醒投资者注意相关投资风险。

2、不可抗力和其他意外因素的风险

不排除因政治、经济、自然灾害等不可抗力因素或其他意外因素对公司生产经营带来不利影响的可能性。

第六节 与本次发行相关的风险因素

一、政策风险

（一）行业政策监管的风险

文化影视行业具有涉及意识形态的特殊属性，现阶段国家对此执行较为严格的监管政策。影视作品的制作、进口、发行等环节均实行许可制度，禁止出租、出借、出卖、转让或变相转让各类许可证。因此，公司面临以下政策风险：

（1）若未来行业准入和监管政策松动或放宽，行业竞争将进一步加剧，外资企业及进口电影、电视剧对国内文化影视行业的冲击可能加大。

（2）从资格准入到内容审查，国家对文化影视行业的监管贯穿于行业的整个业务流程，若公司某部作品不符合、或公司在作品制作过程中违反了相关监管规定，公司可能存在受到国家广播电影电视行政部门等监管机构通报批评、限期整顿、没收所得、罚款等处罚，情节严重的还将被吊销相关许可证及市场禁入的风险。

（3）公司提交的剧本存在未获备案的可能，若剧本未获备案，筹拍阶段面临的损失主要是前期筹备费用，对公司的不利影响较小；公司已经制作完成的作品，存在未获内容审查通过，无法取得《电视剧发行许可证》或《电影片公映许可证》继而被报废处理的可能（在互联网平台播放的无法取得上线备案号），若此，公司的损失是该作品的全部制作成本；此外，公司作品还存在被禁止发行或放（播）映的可能，即作品取得行政许可后被禁止发行或放（播）映，则作品将存在报废处理的可能，同时公司还可能遭受行政处罚，除承担全部制作成本的损失外，公司还可能面临因处罚带来的损失。

（二）税收优惠政策变化的风险

根据《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》（国办发[2018]124号）文件的规定，对电影制片企业销售电影拷贝（含数字拷贝）、转让版权取得的收入，电影发行企业取得的电影发行收入，电影放映企业在农村的电影放映收入 2019 年 1 月 1

日至 2023 年 12 月 31 日免征增值税；按此规定，发行人子公司华策影业（天津）有限公司转让电影版权收入免缴增值税。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）的规定，自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15% 的税率计缴企业所得税；按此规定，发行人子公司西安佳韵社、南充金球影城有限公司主营业务减按 15% 的税率计缴企业所得税。根据中共景宁畲族自治县委和景宁畲族自治县人民政府《关于加快总部经济发展的若干意见》（景委发〔2017〕13 号）的规定，发行人子公司浙江可以文化传媒有限公司、景宁克顿文化传媒有限公司、景宁华策影视有限公司享受注册地优惠政策，自发生销售之日起 5 年内减按 15% 的税率计缴企业所得税，2019 年为可以文化和景宁克顿传媒享受税收优惠第二年。根据财政部、国家税务总局《关于新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2011〕112 号）的规定，主营业务符合《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》中规定的产业项目的公司自 2010 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免缴企业所得税；发行人子公司霍尔果斯华策影视有限公司、霍尔果斯克顿文化传媒有限公司、霍尔果斯橄榄影业有限公司、霍尔果斯全景可以传媒有限公司及喀什金溪影视有限公司享受上述优惠政策，2019 年为霍尔果斯华策影视有限公司、喀什金溪影视有限公司、霍尔果斯克顿文化传媒有限公司免税第五年，霍尔果斯全景可以传媒有限公司免税第四年，霍尔果斯橄榄影业有限公司免税第三年。

若未来国家产业政策或税收优惠政策发生变化，将导致上述发行人子公司不能继续享受上述优惠政策，发行人将面临税收负担加重的风险。

二、经营风险

（一）重大突发公共卫生事件的风险

2020 年 1 月以来，我国及世界各地陆续爆发了新型冠状病毒疫情（以下简称“新冠疫情”），为保证各地人民群众的生命健康安全，各地政府纷纷启动了突发公共卫生事件一级响应，对行政区域内的单位和个人实施了较为严格的疫情防控措施。企业的生产经营、人员流动受到了一定程度的影响。

公司影视剧项目拍摄、影院经营、商务经纪等业务均遵照所在地政府的规定执行了阶段性停工、相关人员居家隔离等政策；在疫情尚未完全解除，同时面对输入性病例等外部压力因素的影响下，势必会对无法避免人员聚集的活动如剧组拍摄、影院开业造成影响，截至本募集说明书出具日，虽然发行人剧组拍摄已在实行严格的防疫措施下逐步恢复正常，但旗下影院仍未开业；且不排除后续疫情的发展，政府进一步限制剧组拍摄等发行人主要生产活动，将对发行人生产经营造成不利影响。

同时随着新冠疫情在世界范围的不断蔓延，其对人员流动、影视行业及全球经济未来走势产生的影响已逐渐显现，由疫情引发的系统性风险可能会对公司的经营业绩产生影响。

（二）经济周期性波动的风险

目前全球经济仍处于周期性波动当中，尚未出现经济全面复苏趋势，依然面临下滑的可能。公司所处的影视剧、电影和综艺行业属于文化消费品行业，经济的周期性波动会对居民收入产生影响，而收入与消费之间存在密切联系，势必会在一定程度上影响到公司的电影、电视剧及综艺市场的发展状况。

（三）市场竞争加剧的风险

文化影视行业一直处于充分竞争状态。近年来，业内企业与资本的合作更加紧密，资源加速聚集，行业竞争愈发激烈，行业格局发生变动，网络视频自制内容开始兴起。现阶段，公司始终专注于优质内容的提供，电视剧、艺人经纪等板块齐头并进，充分发挥运营优势，稳定行业领先地位。若公司未来无法持续产出优质内容，则公司可能面临行业竞争力减弱的风险，从而对公司的经营业绩造成不利影响。

（四）影视剧适销性的风险

影视剧作为一种大众文化消费，与日常的物质消费不同，没有一般物质产品的有形判断标准，对作品的好坏判断主要基于消费者的主观体验和独立判断，而且消费者的主观体验和判断标准会随社会文化环境变化而变化，并具备很强的一次性特征。这种变化和特征不仅要求影视产品必须吻合广大消费者的主观喜好，而且在吻合的基础上必须不断创新，以引领文化潮流，吸引广大消费者。影视剧

的创作者对消费大众的主观喜好和判断标准的认知也是一种主观判断，只有创作者取得与多数消费者一致的主观判断，影视剧才能获得广大消费者喜爱，才能取得良好的票房或收视率，形成市场需求。公司一方面运用大数据分析，建立了一整套题材、剧本和剧组人员筛选制度，充分利用集体决策制度和创作团队多年的从业经验，从思想性、艺术性、商业性、观赏性相结合的角度去提高影视剧的适销性；另一方面公司制作的影视剧在开机前会与播出平台沟通预售意向或预售协议，加强影视剧预售，从源头提升影视剧的适销性；但由于不能确保创作团队主观判断与广大消费者主观判断的完全一致性以及影视剧创作至播出阶段大众审美品位存在较大变动的可能性；公司影视剧产品的市场需求仍然具有一定的未知性，影视剧的投资回报存在一定的不确定性。

（五）制作成本波动的风险

近年来，文化影视行业发展迅猛，市场对于高水准、大投入的精品内容需求旺盛，带动了版权费用、节目模式价格、剧本费用、演职人员劳务报酬、场景、道具、租赁等费用的上升，促使内容提供商制作成本抬升。公司为了保证作品质量，制作优秀剧目，不断加大投入，制作成本有所波动并总体呈上升趋势，同时销售价格变化存在不确定性。而影视作品收入多元化目前仍在探索期，成功商业模式的确认仍需时日。目前，公司充分利用资源和运营优势，以合理成本聚拢行业内优质创作资源，开发多种变现模式分摊成本，同时随着政策层面规范行业秩序以来，产业链上游价格逐步回归理性，但是未来如果制作成本出现上升而播出价格并未同步上升，则仍可能对公司的利润空间造成一定不利影响。

（六）知识产权纠纷的风险

公司原创作品存在被盗版盗播等知识产权风险。尽管政府部门通过行政执法手段在保护知识产权方面取得了一定成效，但打击盗版侵权、规范市场秩序是一个长期的过程，公司在一定时期内仍将面临盗版和知识产权被侵害的风险。此外，随着国内知识产权体系的日益完善和版权（原创网文、小说、漫画、游戏、节目模式等）的兴起，版权授权愈加细化，客观上也造成了知识产权纠纷增多的风险。

（七）销售合同解约的风险

当极个别下游播放平台出现严重的经营风险且短时无法恢复良好的经营状况

时，公司可能会选择主动解除销售合同，并在解除合同之后重新发行原影视剧。除此之外，行业政策导向改变、部分剧中主演出现负面新闻、播出平台综合考虑监管因素和市场情况临时决定不播放等情况也可能造成销售合同解约，进而产生销售合同解约的风险，从而影响公司的收入和利润。

（八）生产计划执行的风险

公司每年下半年制定下一年度电视剧、电影的总体制作发行计划，对具体的影视作品而言，生产计划能否按期完成存在不确定性。在前期筹备阶段，题材剧本的修改与定稿、主管部门的审批、主创阵容的确定、资金的及时到位等因素对计划安排产生较大影响；在影视拍摄阶段，主创人员的配合程度、拍摄的自然条件、剧组的管理等因素对拍摄的进度、质量、投资预算控制都可能产生较大影响；上述各因素中任何一个因素，均有可能影响具体影视作品的顺利完成，从而影响公司总体的制作发行计划。为此，公司在影视作品制作发行的各个环节均制定并执行严格的管理流程，以确保公司自身的工作效率。但由于该行业的诸多外部不可控因素的影响，公司仍然存在不能顺利完成制作发行计划的可能。

（九）投资并购和整合风险

公司以内容为核心，积极进行运营平台的搭建。为了快速完善业务板块，进一步探索精品的新产业链接模式，公司采用产业链整合和跨行业整合双管齐下的策略，未来也仍将通过外延发展等方式实现公司既定的战略目标。在投资过程中，公司可能会出现战略决策失误、估值过高、监管和法律等方面的风险；在投资完成后，可能会面临难以有效整合标的企业、难以形成良好的协同效应、标的企业业绩不达预期等风险、因投资前运营情况发生诉讼或处罚等风险。

（十）影视从业人员的道德风险

若合作的艺人、导演等影视从业人员出现违反社会公序良俗乃至违法犯罪行为，可能影响其参与的影视文艺作品的审核、发行、上映，甚至对影视作品制作方造成损失和负面影响。除了对演职人员加强前期评估研判，公司和剧组也将完善演职人员合同条款，减少影视从业人员的道德风险。

（十一）诉讼和仲裁风险

随着业务版图的不断扩大、运营模式的日趋复杂、行业商业模式的创新，公

司面临着仲裁、诉讼和由此导致产生损失的风险。尽管公司已组建了内部法务团队并聘请了外部专业律师，建立了事前、事中、事后一整套防范和应对体系，但无法完全消除上述风险。若发生该等风险，公司有可能不能取得对公司最有利的判决结果，或虽然取得了对公司有利的结果但判决完全执行存在一定困难，由此可能对公司造成一定不利影响。此外，若公司出现上述风险，也可能发生较高的诉讼、执行等费用，对公司业绩造成一定不利影响。

（十二）联合投资制作的控制风险

联合投资制作现已成为影视投资制作的主要形式之一，具有集合社会资金，整合创作、市场资源以及分散投资风险的优点。在联合摄制中，通常约定投资额较大的一方作为执行制片方，全权负责一切具体制作、拍摄及监督事宜，其他各方可以根据合同约定具有对影视摄制过程的重大事项的知情权和建议权等。其中，公司作为执行制片方的联合投资制作与公司单独摄制一样，公司可以决定相关作品的制作投入，控制风险较小；合作对方作为执行制片方的联合摄制时，公司虽然可以根据合同充分行使联合投资制作方的权利，但摄制的具体工作均由执行制片方完成，具体执行工作的好坏对影视作品的出品以及发行成败具有重大的影响。如果执行制片方的具体摄制工作不能达到联合投资制作各方的共同预期要求，导致影视作品发行失败，则损失由各方共同承担，因而公司存在着联合投资制作的控制风险。

（十三）安全生产风险

影视制作行业的安全生产风险主要有两类，一是演职人员的安全事故风险；二是摄制材料的毁损风险。安全事故风险主要存在于影视作品的拍摄过程中。安全事故风险依影视题材不同而不同，一般而言，战争、武侠等题材的影视剧拍摄过程中安全事故风险较大，现实、都市等题材的风险则很小。安全事故的发生不仅会造成影视拍摄的停工、影响公司的正常生产经营，还会因演职人员受伤或遇难引发相应的支付赔偿。在影视剧的拍摄和制作过程中，素材带等摄制材料较为珍贵。如果在拍摄制作过程中因自然因素或人为因素发生摄制材料的毁损、丢失，会影响到摄制的正常进行或造成返工。

（十四）无法取得相关资质许可的风险

由于行业特殊性，国家在电视剧和电视节目、电影的制作、发行和放映等环节均实行严格的备案、公示、审查或许可等监管措施。目前，尽管公司影视作品制作团队成员具有丰富的行业经验，曾参与多部影视作品的制作，熟悉国家对影视作品的监管要求，将从影视作品的质量和内容等方面从严要求，确保公司的相关影视作品能够顺利通过审查并上映，但未来如出现相关作品未能完全符合政策导向，或由演员个人、社会舆论等带来的不可控突发因素，将可能导致公司作品无法通过备案或无法取得制作许可证，或制作完成后由于题材等问题而无法取得发行许可证，或取得发行许可证后无法播出，可能给公司经营业绩带来重大不利影响。

（十五）经营场所租赁的风险

公司部分经营用房通过租赁取得。若公司的房屋租赁合同到期无法续租，公司面临因搬迁、装修带来的潜在风险，并可能对公司的业务经营造成一定的影响。同时公司部分租赁的房屋建筑物未办理房产证书、租赁备案不完备，上述情形可能导致公司无法继续使用该等房屋，给公司业务经营带来一定的风险。

三、管理风险

（一）子公司管理风险

发行人是一家拥有多家子公司的控股公司，各子公司存在资源配置、内部协同问题；而且业务经营覆盖电视剧制作发行、电影制作发行、综艺节目制作发行、影院管理等领域，增加了管理、营销以及投资决策的难度，可能影响发行人的经营效率，不利于发行人的协调、持续发展，存在一定风险。

（二）多板块经营风险

电视剧、电影、艺人经纪等是发行人的主要业务板块。各业务板块分属不同子公司，经营管理相对独立。发行人如果无法有效发挥集团的统筹协调能力，加强引导和管理，形成协同效应，或将增加管理难度和管理成本，在资源、信息、客户等方面将无法共享，造成彼此的关联度不高，互相的牵引带动作用不强，潜力得不到充分发挥。

（三）突发事件引发公司治理结构突然变化的风险

发行人已建立了股东大会、董事会、监事会、经营管理层互相协作、互相制衡、各司其职的较为完善的公司治理机制，但如遇突发事件，造成其部分董事会、监事会和高级管理人员无法履行相应职责，可能造成公司治理机制不能顺利运作，董事会、监事会不能顺利运行，对发行人的经营可能造成不利影响。

四、财务风险

（一）应收账款回收的风险

最近三年，发行人应收账款账面价值分别为 402,486.91 万元、424,826.72 万元和 236,487.86 万元，占流动资产的比率分别为 43.56%、42.86%和 29.21%。发行人应收账款集中度较高，欠款客户主要为各大电视台和互联网平台，尽管各大电视台和各大互联网平台资金实力雄厚，信用记录良好，应收账款的坏账风险较低。但若客户资金状况出现问题，公司应收账款仍然会面临无法回收的风险；同时由于发行人的应收账款回款与其影视剧播出情况密切相关，受影视剧排播因素影响，应收账款回款进度可能出现延迟。

（二）存货减值的风险

最近三年，发行人的存货账面价值分别为 264,549.66 万元、227,030.86 万元和 213,149.73 万元，占流动资产的比例分别为 28.63%、22.90%和 26.33%。公司的存货主要包括影视剧改编权等内容改版权、在拍影视剧、完成拍摄影视剧和外购影视剧等。在影视剧制作方面，尽管公司有着严格的生产计划和质量控制体系，能够确保在产品按时按质完成。但影视产品制作完成后，依然面临着前述的作品审查风险和市场风险。截至报告期末，发行人累计存货跌价准备 20,534.77 万元，金额占比较小。但是不排除受到上述风险因素的影响导致存货无法及时完成销售，存货估计售价发生下降进而发生减值，对公司盈利产生不利影响的风险。

（三）经营活动现金流波动的风险

最近三年，发行人经营活动现金流净额分别为 70,632.19 万元、30,123.75 万元和 124,615.63 万元。随着发行人生产规模扩大，电视剧、电影、综艺节目及版权采购等生产性投资大幅增加，但是影视剧作品销售收入为分步确认，可能存在部分收入以应收账款的形式确认，无法在当期产生现金流入，导致经营活动现金

流净额为负值的情形。如果未来发行人不能制定合理的回款计划，经营活动现金流净额持续为负值将影响发行人的偿债资金来源，进而产生风险。

（四）短期偿债压力的风险

最近三年，发行人的短期借款和一年内到期的非流动负债等短期有息债务余额合计分别为 168,089.61 万元、224,020.00 万元和 160,258.65 万元；占流动负债的比例分别为 32.70%、39.49%和 36.76%。发行人未来如不能进一步优化负债结构，可能面临短期偿债压力较大的风险。

（五）股权质押的风险

截至 2020 年 5 月 31 日，大策投资所持有公司股份累计被质押股数为 128,300,000 股，占其持有公司股份总数的 38.15%，占公司总股本的 7.31%；傅梅城先生所持有公司股份累计被质押股数为 97,700,000 股，占其持有公司股份总数的 25.10%，占公司总股本的 5.56%。公司控股股东及实际控制人累计质押股份数为 226,000,000 股，占其持股总数的比例为 31.15%，占公司总股本的比例为 12.87%。不排除未来可能出现因无法如期偿还质押款而导致控股股东和实际控制人质押的股份被处置进而引起控股权发生变化的风险。

（六）对外投资的风险

发行人近年来全面实施“内容+”战略，通过优质影视剧内容嫁接消费类市场，通过股权投资的形式投资多家公司。由于这部分投资不能在短期内产生投资收益，且所投资的企业也存在一定经营风险，如经营状况未达到预期，可能会造成公司资金的长期占用，影响发行人资产流动性和短期偿债能力，增加发行人财务的风险。

（七）商誉减值的风险

报告期各期末，发行人商誉账面价值分别为 13.29 亿元、13.20 亿元和 4.26 亿元，占资产总额的比重分别为 10.60%、10.25%和 4.31%。发行人最主要商誉由克顿传媒构成，克顿传媒在业绩承诺期间内均完成了业绩，但 2019 年末公司基于影视行业整体情况及克顿传媒业绩情况对克顿传媒商誉计提了减值。未来若包括克顿传媒在内公司收购的企业出现经营状况持续下滑的情况，则可能产生商誉进一步减值的风险，对公司的业绩产生不利影响。

（八）利润水平波动的风险

报告期内，发行人实现的营业利润分别为 70,229.58 万元、38,121.73 万元以及-139,816.65 万元，利润总额分别为 70,393.70 万元、38,639.69 万元和-140,148.13 万元，净利润分别为 63,591.34 万元、25,006.41 万元和-147,527.99 万元，利润水平持续下降，且 2019 年发行人亏损。主要系随着 2018 年以来政策层面持续规范文化影视行业秩序，产业链上下游价格逐步回归理性，但由于影视剧制作周期相对较长，公司部分影视剧的前期投入处于相对高成本阶段，播出则处于价格相对理性阶段的情况，导致该部分项目的利润空间受到较大影响，营业收入与毛利率均有所下降。随着影视剧行业调整进入稳定期，公司的毛利率逐步趋于稳定，其次由于联合投资的比例逐年提升，为集聚行业头部资源，发行人适当向合作方释放了一定投资份额，进而导致利润水平下降；同时因为公司注重优质版权战略，投拍精品剧，高科技的应用加大投入成本，公司对电视剧制作要求较高，制作、拍摄成本相应上升；未来如果发行人不能有效控制成本，或收入受季度性影响程度变大，导致利润水平进一步下降甚至出现亏损，将会对发行人偿付能力产生负面影响。

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：



傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

_____		_____
傅梅城	赵依芳	夏欣才

吴凡		

独立董事：

_____	_____	_____
程惠芳	倪宣明	杜烈康

监事：

_____	_____	_____
申屠鑫栋	叶晓艳	任沈琦

其他高级管理人员：

	_____
赵依芳	傅斌星
_____	_____
陈敬	张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日



一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才



吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈 敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2022年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

董事：

傅梅城

赵依芳

夏欣才

吴凡

独立董事：

程惠芳

倪宣明

杜烈康

监事：

申屠鑫栋

叶晓艳

任沈琦

其他高级管理人员：

赵依芳

傅斌星

陈敬

张思拓

浙江华策影视股份有限公司

2020年6月22日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚实信用原则履行承诺，并对其真实性、准确性、完整性承担连带赔偿责任。

控股股东：杭州大策投资有限公司（公章）

公司法定代表人：



赵依芳

实际控制人：

傅梅城

赵依芳

2020年6月22日

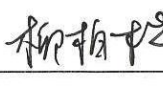
三、保荐机构声明

本公司已对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

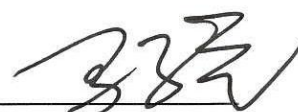

康明

保荐代表人：


柳柏桦


裘捷

总经理：


马 骁

董事长、法定代表人（或授权代表）：


江 禹

华泰联合证券有限责任公司



本人已认真阅读浙江华策影视股份有限公司募集说明书的全部内容，确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对募集说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：



马 骁

保荐机构董事长（或授权代表）：



江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2020年6月22日



四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读《浙江华策影视股份有限公司向特定对象发行股票并在创业板上市募集说明书》，确认募集说明书内容与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师（签名）： 刘莹 王锦秀 朱爽
刘莹 王锦秀 朱爽

律师事务所负责人（签名）： 颜华荣
颜华荣

国浩律师（杭州）事务所（盖章）

2020年6月22日



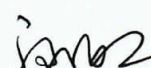


地址：杭州市钱江路1366号
邮编：310020
电话：(0571) 8821 6888
传真：(0571) 8821 6999

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《浙江华策影视股份有限公司向特定对象发行股票并在创业板上市募集说明书》（以下简称募集说明书），确认募集说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2018〕3398号、天健审〔2019〕4788号、天健审〔2020〕3828号）、《前次募集资金使用情况鉴证报告》（天健审〔2020〕3829号）、《内部控制的鉴证报告》（天健审〔2020〕3832号）和《非经常性损益的鉴证报告》（天健审〔2020〕8363号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江华策影视股份有限公司在募集说明书中引用上述报告的内容无异议，确认募集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，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

   
孙 敏 张文娟

天健会计师事务所负责人：

 
吕苏阳

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二〇年6月22日

六、董事会声明

（一）关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明

除本次发行外，公司在未来十二个月内暂无其他股权融资计划。若未来公司根据业务发展需要及资产负债状况安排股权融资，将按照相关法律法规履行审议程序和信息披露义务。

（二）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

1、公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

为了维护广大投资者的利益，降低即期回报被摊薄的风险，增强公司对股东的持续回报能力，公司拟采取多种措施填补即期回报。具体措施如下：

（1）积极推进募投项目实施，增强公司盈利能力

公司将积极推动本次募投项目的实施，在募集资金到位前，将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，争取早日完成影视剧的制作并实现销售，尽快产生效益回报股东。

（2）加强募集资金管理和使用，提高募集资金使用效率

公司已制定《募集资金专项存储及管理制度》，本次发行募集资金到位后，将存放于董事会指定的专项账户中，公司董事会将持续监督公司对募集资金进行专项存储、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督、定期对募集资金进行内部审计，保证募集资金得到合理合法、充分有效的利用，防范募集资金使用风险，提高募集资金使用效率。

（3）保持和优化利润分配制度，强化投资者回报机制

为完善公司利润分配政策，推动公司建立更为科学、持续、稳定的股东回报机制，增加利润分配政策决策透明度和可操作性，公司根据中国证监会的要求、《公司章程》的规定，并综合考虑企业盈利能力、经营发展规划、股东回报、经营现金流等因素，制定了《未来三年股东回报规划（2019-2021 年）》。公司将重视对投资者的合理回报，保持利润分配政策的稳定性和连续性，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

2、公司相关主体对本次发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺

(1) 公司控股股东、实际控制人关于保证公司填补即期回报措施切实履行的承诺

公司控股股东大策投资及实际控制人傅梅城、赵依芳夫妇根据中国证监会的相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

“1) 本人/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。

2) 切实履行公司制定的有关填补回报的相关措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

(2) 公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行的承诺

公司全体董事及高级管理人员根据中国证监会的相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

“1) 本人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) 本人将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费；

3) 承诺不动用公司资产从事与本人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) 承诺在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6) 在中国证监会、深圳证券交易所另行发布摊薄即期填补回报措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及深圳证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司作出新的规定，以符合中国证监会及深圳证券交易所的要求；

7) 本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何

有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

浙江华策影视股份有限公司董事会

2020年6月22日

