

证券代码：600136

证券简称：当代文体

公告编号：临 2020-047 号

武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司 关于 2019 年年度报告的事后审核问询函回复的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司（以下简称“本公司”）于 2020 年 6 月 10 日收到上海证券交易所下发的《关于武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司 2019 年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2020】0707 号）（以下简称“《问询函》”）。

《问询函》要求公司就 2019 年年度报告相关事项作进一步补充说明，公司及年审会计师对有关问题进行了认真分析和核实，对《问询函》相关问题回复和补充披露如下。

公司 2019 年年度报告“第一节释义”中涉及的词语释义适用于本公告中的相关词语。

一、关于公司主营业务

根据公司年报，公司 2019 年度营业收入 17.82 亿元，同比减少 33.21%；归属于上市公司股东的净利润 1.05 亿元，同比减少 40.96%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净亏损 5.09 亿元，公司报告期主要依靠非经常性损益盈利。分地区收入显示，中国大陆地区实现营业收入 4.37 亿元，同比下降 76.32%，中国大陆地区以外的国家和地区实现营业收入 13.45 亿元，同比增加 63.67%，境内外业务毛利率分别为-8.92%，32.20%。请公司补充披露下列问题：

1、公司影视传媒营业收入 2.40 亿元，同比下降 78.78%，毛利率同比下降 18.90 个百分点。报告期公司通过主投及参投方式制作电视剧 4 部，制作集数 152 集，同比下降 56.54%。请公司补充披露公司影视传媒业务的具体收入、成本构成，并结合收入与成本分析说明公司 2019 年度影视剧业务毛利率下滑的原因及合理性。

回复如下：

1、鉴于公司前几年加大了对相关作品剧本创作的投入以及相关项目的投拍工作，促使公司的存货与业务的发展有了同步增长趋势。在影视行业整体下滑的趋势下，为减小存货对公司发展的影响，公司加强新增项目的投资论证工作，确保新增存货的减少。因此 2019 年度公司新参投的影视剧项目仅有电视剧《枫叶红了》，而且完成相关制作发行工作的 4 部电视剧中仅《女儿之国世无双》为公司主投，因此导致报告期内公司制作的影视剧同比下降了 56.54%。

2、2019 年度公司主要影视作品销售情况如下：

单位：元

项目	收入	成本	毛利率
庆余年	55,330,188.68	45,396,128.48	17.95%
爱情也包邮	50,000,000.00	26,399,999.00	47.20%
惹上你，爱上你	23,584,905.66	12,640,418.36	46.40%
如果岁月可回头	4,464,748.57	3,175,215.03	28.88%
海上嫁女记	4,442,483.02	18,043,413.67	-306.16%
合计	137,822,325.93	105,655,174.54	23.34%

影视传媒业务毛利率大幅下滑的具体原因：

(1) 报告期内，为减少存货对公司发展带来的影响，公司加快了库存清理速度，上述 5 部剧中《爱情也包邮》、《惹上你，爱上你》、《海上嫁女记》均为库存剧；

(2) 公司参投剧《庆余年》虽然收获了较好的市场口碑，但由于该剧首轮仅为网络平

台播出，因此毛利率为 17.95%。

（3）公司主投的电视剧《如果岁月可回头》报告期实现的收入为公司通过境内发行公司将该剧分销至海外的收入，在确认电视剧销售收入的同时，公司需按照投资比例同时确认其他参投方电视剧分账收益，导致该项目总体毛利率下降。若剔除其他投资方分账收益，该项目报告期内实际毛利率为 44.02%；

（4）由于公司参投电视剧《海上嫁女记》首轮仅在一家卫视播放，因此大幅拉低了公司 2019 年度影视剧业务的整体毛利率。

综上所述，2019 年度公司虽然通过强化影视衍生的广告业务开发力度来减少行业下滑带来的冲击，但由于影视剧业务营业收入、营业成本同比分别下降了 86.21%、83.65%，毛利率减少 12 个百分点，最终导致公司影视传媒整体收入与成本同比下降了 78.78%、72.68%，毛利率减少 18.90 个百分点。因此，基于行业整体发展因素的影响，公司 2019 年度影视剧业务毛利率下滑具有合理性。

2、公司体育服务营业收入 15.42 亿元，同比上升 0.42%，毛利率同比下降 12.29 个百分点，其中体育版权收入 11.45 亿元，同比增长 75.41%，毛利率下降 21.17 个百分点。请公司：（1）结合报告期内运营的具体体育赛事版权的收入、成本明细，以及报告期内体育版权采购的具体内容，并结合历史情况及公司现有收入确认以及成本结转的政策说明公司毛利率大幅下滑的原因及合理性，并请公司年审会计师发表意见；（2）结合公司目前现有体育赛事版权的内容、权利期限、历史贡献收入及占比，未来赛事变动等因素说明公司体育赛事版权业务是否具有可持续性，并结合目前行业发展情况提示相关风险。

回复如下：

（1）结合报告期内运营的具体体育赛事版权的收入、成本明细，以及报告期内体育版权采购的具体内容，并结合历史情况及公司现有收入确认以及成本结转的政策说明公司毛利率大幅下滑的原因及合理性，并请公司年审会计师发表意见。

1、2018 年-2019 年度具体体育赛事的收入、成本明细如下：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2019 年度	同比变化
西甲版权收入	73,453.20	120,176.10	63.61%
英超版权收入			
欧足联版权收入			
版权摊销成本	39,201.66	88,218.86	125.04%
版权运营成本	5,360.83	8,494.55	58.46%
版权成本小计	44,562.48	96,713.41	117.03%
版权分销业务毛利率	39.33%	19.52%	-19.81%

注 1：英超联赛（权益截至时间 2019 年 5 月），以上体育版权收入包括版权分销及版权运营相关收入。

注 2：由于上述各版权所对应的收入、成本金额涉及公司的商业机密，根据《公司信息披露暂缓与豁免事务管理制度》的规定，公司已履行了内部决策程序，因此对上述涉及公司商业秘密的信息不进行披露。

2、2019 年度内分摊的赛事权益

公司于 2019 年度内分摊的赛事权益主要包括：中国大陆及澳门地区英超赛事 2018/2019 下半赛季独家转播权（2019 年 1 月-2019 年 5 月）；中国大陆及澳门地区欧足联赛事第二周期赛事赞助权及数字媒体版权（2019 年度）；中国大陆及澳门地区西甲赛事 2019/2020 上半赛季独家转播权（2019 年 8 月-2019 年 12 月）。

3、体育版权收入及成本确认方式

本集团通过获取重大体育赛事在中国大陆及澳门的独家转播权，再通过与区域内的各转播平台签订授权转播协议的方式，来获取让渡播放版权使用费收入，具体包括版权分销，付费电视和视频点播收入，其中视频点播收入包括按次点播和购买赛季点播。除按次点播收入外，本集团根据转播权购买方确认的购买总价格，在提供服务期间按直线法平均确认体育比赛转播权授权使用收入。按次点播收入，按照每次点播服务完成后在当期确认收入。

公司根据与版权授权方签署的协议，将支付给版权方的版权采购成本计入无形资产，在合同约定服务期限按直线法平均确认体育比赛转播权成本。

4、体育版权业务毛利率大幅下滑原因及合理性

由于体育版权资源具有天然的垄断性和稀缺性，因此具有较高的商业价值。近年来，随着体育版权的竞争日趋激烈，其每个周期（一般为 3-5 年）的采购价格也随之“水涨船高”，上轮周期内，新英开曼与英超公司签署相关合同时间为 2012 年，已运营英超联赛 6 个赛季，而新英开曼与西甲联盟签署相关合同时间为 2018 年，自 2019 年正式开始西甲版权在中国大陆地区的分销工作，该项业务尚处于起步阶段，因此西甲联赛在国内的传播范围、覆盖人群、影响力以及商业价值尚不及新英开曼运营多年的英超联赛，导致本期版权分销业务毛利率较上期有所下滑，因此该毛利率的下滑具有合理性。

核查意见：经核查，公司补充披露的具体体育赛事版权的收入和成本明细、报告期内体育版权采购的具体内容与我们年度财务报表审计过程中获取的相关证据一致；结合体育版权业务历史运营情况，我们认为随着体育版权的竞争日趋激烈，本周期西甲版权采购成本较上周期英超版权采购成本大幅上涨，同时西甲版权分销工作尚处于起步阶段，导致报告期内体育版权收入毛利率大幅下降，具有合理性。

(2) 结合公司目前现有体育赛事版权的内容、权利期限、历史贡献收入及占比，未来赛事变动等因素说明公司体育赛事版权业务是否具有可持续性，并结合目前行业发展情况提示相关风险。

1、公司目前拥有的体育赛事版权具体情况

授权方	期限	权益特征	主要内容	主要赛事	地域及排他性
欧洲足球协会联盟 (UEFA)	1、全球赞助权： 2015.11.26—2022.5.1 2、数字媒体权： 2018.1.1—2022.11.30	独家全球赞助权益及数字媒体版权	包含中国地区新媒体独家版权以及赛事的全球范围内的赞助权益。 1、赞助权益 2020 年欧洲杯，2020 年欧洲杯欧洲区预选赛，2022 年国际足联世界杯欧洲区预选赛的全球赞助权 2、数字媒体版权 新媒体版权涵盖互联网终端、移动终端、IPTV、互联网电视等	1、赞助权： -2020 年欧洲杯 -2020 年欧洲杯欧洲区预选赛 -2022 年国际足联世界杯欧洲区预选赛 -2019 年和 2021 年欧足联国家联赛四强比赛 -2021 年女足欧洲杯 -2019 年和 2021 年欧洲 U21 青年足球锦标赛 -2018 年和 2020 年欧足联室内足球锦标赛 2、数字媒体权： -2020 年欧洲杯 -2020 年欧洲杯欧洲区预选赛 -2022 年国际足联世界杯欧洲区预选赛 -2018/2019 年和 2020/2021 年欧足联国家联赛（包括四强比赛） -2021 年女足欧洲杯 -2019 年和 2021 年欧洲 U21 青年足球锦标赛 -2018 年和 2020 年欧足联室内足球锦标赛	中国地区的独家转授权权益。欧足联不授予任何第三方相同的产品类别的全球赞助权和相关比赛的数字媒体权利
西班牙足球职业联盟 (LaLiga)	2019/2020 赛季 -2024/2025 赛季	独家全媒体版权	作为全媒体领域（包括但不限于：合法的互联网视频网站平台（接受终端包括网站、客户端 PC 版及手持移动终端设备）、电视、IPTV、互联网电视（包括电视一体机）、手机电视、机顶盒、OTT 等全部《许可协议》获准的权利范围）独家代理人，独家代理中国境内（不包括香港，包括澳门和台湾）赛事节目全媒体权利的分销工作、协助相关方签署相关授权许可协议（包括但不限于播放许可、广告招商）	2019/2020—2024/2025 共 6 个赛季的西班牙足球甲级联赛	中国地区、澳门及台湾的独家转授权权益

亚洲足球联合会 (AFC)	2021. 01. 01-2028. 12. 31	独家全媒体版权及商务权益，以及全部衍生产品、博彩、VR 等	1、AFC 委任登峰体育为 AFC2021-2028 年亚足联赛事全球商业权益独家代理机构 2、AFC 委任登峰体育为其提供合同项下约定的服务，AFC 会就合同约定的服务条款与登峰体育展开合作，并尽其最大努力保证登峰体育能够根据合同约定的条款提供服务 3、登峰体育在取得 AFC 对合同约定权益分包计划（如待分包服务的细节安排及潜在分包商的身份确认）的事先同意后，方可任命分包商提供相关服务 4、AFC 将举办或确保合同约定的亚足联相关赛事正常进行、依照适用法律确保登峰体育工作人员及承包商自由出入各体育场馆以便提供服务，并在移民和签证手续方面提供合理支持及合作 5、双方将在亚足联赛事的营销和推广方面进行合作。双方将携手探讨包括与亚足联名下俱乐部及成员国开展协同营销活动，制作比赛外视频内容在内的系列举措 6、登峰体育有权使用 AFC 标志来制作用于营销、合同约定权益及提供服务所需的资料 7、在数据传输及分享方面，双方同意采取一切必要措施，在确保各自遵守与数据保护和隐私相关适用法律、履行各自义务的前提下，尽最大可能进行相关的数据收集和分享	1、2023 年、2027 年亚足联亚洲杯决赛圈的所有比赛 2、2022 年、2026 年世界杯亚洲区预选赛决赛圈（包括附加赛）的所有比赛 3、2021 年-2028 年亚冠联赛（包括小组赛、淘汰赛和决赛） 4、2021 年-2028 年亚足联杯（包括小组赛、淘汰赛和决赛） 5、2022 年、2026 年亚足联女足亚洲杯决赛圈赛事 6、其他亚足联赛事： -亚足联女足奥运会资格赛（作为 2024 年、2028 年奥运会预选赛，仅限决赛圈赛事） -2022 年、2024 年、2026 年、2028 年的亚足联 U-19 锦标赛 -2022 年、2024 年、2026 年、2028 年的亚足联 U-16 锦标赛 -2022 年、2024 年、2026 年、2028 年亚足联 U-23 锦标赛（2024 年、2028 年赛事分别作为 2024 年、2028 年奥运会足球亚洲区预选赛） -2021 年、2023 年、2025 年、2027 年的亚足联 U-19 女子锦标赛 -2021 年、2023 年、2025 年、2027 年的亚足联 U-16 女子锦标赛 -2022 年、2024 年、2026 年、2028 年亚足联五人制足球锦标赛（2024 年、2028 年赛事分别为 2024 年、2028 年世界五人制足球锦标赛亚洲区预选赛） -2021 年-2028 年的亚足联五人制足球俱乐部锦标赛 -亚足联团结杯决赛圈赛事	亚足联官方标记的权利人，只有得到亚足联的授权才可以使用
---------------	---------------------------	-------------------------------	---	---	-----------------------------

2、公司版权业务的历史贡献

2018 年 9 月，公司完成了新英开曼的收购工作，至此新英开曼纳入公司合并报表范围。

截止 2019 年 12 月 31 日，公司体育版权业务相关数据如下：

	体育版权收入	营业收入	占比（%）
2018 年度	1,057,640,068.42	2,668,385,663.78	39.64
2019 年度	1,145,291,444.59	1,782,335,445.21	64.26

注：2018 年度数据中新英开曼贡献的版权收入为模拟其自 2018 年 1 月 1 日起纳入公司合并报表范围数据。2018 年度，公司实际版权收入为 652,915,508.97 元，占当期营业收入的 24.47%。

3、公司体育版权业务可持续发展能力分析

（1）足球体育赛事因故延期或取消情况

赛事全称	赛事简称	成立时间	届次	停办或延期事项
国际足联世界杯	世界杯	1930 年	每 4 年一届	1942 年和 1946 年两届世界杯因第二次世界大战影响取消
欧洲足球锦标赛	欧洲杯	1960 年	每 4 年一届	2020 年因新冠疫情延期
欧洲冠军联赛	欧冠	1954 年	每年一届	2020 年因新冠疫情延期
亚足联亚洲杯足球赛	亚洲杯	1956 年	每 4 年一届	无
亚足联冠军联赛	亚冠	2002 年	每年一届	2020 年因新冠疫情暂无明确信息
西班牙足球甲级联赛	西甲	1929 年	每年一届	2020 年因新冠疫情延期
英格兰足球超级联赛	英超	1992 年	每年一届	2020 年因新冠疫情延期
德国足球甲级联赛	德甲	1962 年	每年一届	2020 年因新冠疫情延期
意大利足球甲级联赛	意甲	1898 年	每年一届	1916-1919 年，因第一次世界大战取消 1943-1945 年，因第二次世界大战取消
法国足球甲级联赛	法甲	1932 年	每年一届	1940-1944 年，因第二次世界大战取消

从上表可知，相关主要足球赛事运营时间最短的亚冠从举办至今也超过 15 年，且历史上相关赛事停办原因皆与战争相关。因此除本次因新型疫情导致部分赛事延期举办外，相关主要足球赛事不存在停办或取消的可能性。

（2）本次新冠疫情对公司版权业务的影响

2020 年新型冠状病毒肺炎爆发以来，疫情对各行各业产生了巨大影响，为最大限度降低疫情传播几率，避免人群聚集引发交叉感染，多项体育赛事取消或延迟举办，对公司相关版权业务的开展带来了不利影响。其中：

A、西甲联赛版权

西甲联赛 2019/2020 赛季停赛期间 2020 年 3 月 12 日-6 月 13 日/14 日。鉴于该赛事停赛期较短，复赛结束时间未跨年度，且停赛期间公司与相关各方做好大量的沟通工作，因此

未对公司当期收益造成影响。

B、欧洲国家系列赛事版权

欧洲国家系列赛事中原定于 2020 年 6 月-7 月举办的 2020 年欧洲杯推迟至 2021 年 6 月-7 月举办。鉴于该赛事复办时间已跨年度，因此对公司当期业绩就造成不利影响，截止目前，公司正与欧足联协商前期已支付的相关费用及权益受损事项的相关补偿、后续相关费用的支付等事宜，因此暂无法测算 2020 年欧洲杯延期对公司当期业绩带来的影响数据。

为维护客户及供应商的权益，公司及时向客户与赞助商转达了公司与欧足联谈判的相关进展情况，相关客户与赞助商也据此对原计划的准备工作进行了调整。

C、亚足联相关赛事版权

在公司拥有的亚足联相关权益中，原拟于 2020 年 9 月举办的 2022 年世界杯预选赛第三轮 30 场（共 63 场）比赛因新冠疫情影响推迟至 2021 年 3 月开赛，虽然该赛事复办时间已跨年度，但受各国疫情有效控制程度不一以及出入境管理的相关限制等，公司目前暂只完成了印尼、越南、韩国、台湾四个国家及地区的媒体版权销售工作，故对公司当期收益造成的影响较小。同时，公司其他与之相关的前期准备工作也在一定程度上受到了影响，例如其他国家及地区的媒体版权分销谈判、各层级赞助商的推广、视频及信号处理与相关各方的协商以及与赛事举办相关的筹备工作等。

（3）公司体育版权业务的核心竞争优势

A、拥有长期核心版权

新英开曼作为公司主要负责版权运营业务的子公司，目前其所拥有的相关足球赛事版权权益均未到期（详见本题回复第 1 点）。另外，鉴于 2020 年欧洲杯延期至 2021 年举办，公司正积极与欧足联进行协商，后续公司还将就欧洲杯延期期间的合作、延期开赛后新技术的运用处理、赞助商权益的划分以及 2022 年合同到期后续约的相关事宜开展相关谈判。

B、优秀的团队

新英开曼核心团队由以李建光、喻凌霄为核心的资深体育人士构成。该团队运营英超版权多年，积累了丰富的版权运营经验，对国内版权市场有着充分的认识和独特的理解。

C、获取体育版权的能力

根据一般市场惯例，足球赛事版权拥有方会提前 1-2 个赛季提前确定后续赛季的版权归属，且每次授权年限不会超过 3-5 个赛季。为提高版权销售收益，版权拥有方往往通过竞争性谈判、议投标等方式确定权益归属。随着终端消费市场的繁荣，版权资源的竞争也日益激烈，版权分销商持续取得特定足球赛事版权存在一定的不确定性。

鉴于上述特点，版权分销商的核心行业竞争优势不仅在于其作为区域版权分销商的垄断地位，更集中于其对下游市场培育能力与资源运营能力。因此，随着欧洲五大联赛、欧洲冠军杯以及美洲杯、亚洲杯等系列顶级赛事新一轮版权竞价周期的到来，新英开曼凭借长期成功运营经验、及时反应能力、全媒体渠道及行业口碑等竞争优势，可充分参与这些版权资源下一周期的竞争。

D、优质的渠道资源

在体育赛事资源方面，新英开曼与英超公司、欧足联、西甲联盟建立了友好的合作关系。同时，新英开曼先后为央视、广东体育、五星体育、北京电视台、天津体育、腾讯、PPTV等多家媒体提供版权赛事转播服务，建立了深厚的渠道基础。

另外，公司已通过与爱奇艺等各方成立新爱体育的方式，共同运营全新的体育视频平台“爱奇艺体育”，实现了在 B2C 商业变现方面的布局。

E、核心的商业模式

新英开曼主要核心商业模式是 B2B，其在 B2B 业务端拥有深厚的版权运营经验及渠道分销基础，竞争对手虽然可以与新英开曼在版权获取层面展开争夺，但在版权运营和分销渠道层面进行竞争则难度较大。

（4）体育版权行业发展趋势

A、足球产业发展前景广阔

产业化的足球运动是世界上产值最高、受众最广泛、影响力最大的体育运动，为体育产业最大的单一项目。足球运动占体育产业总产值的 43%，远超橄榄球、篮球、排球等其他项目。按照 2025 年我国体育产业规模逾 5 万亿目标计算，足球市场空间将超过 2 万亿元。

B、消费水平提高将推动产业结构调整

随着消费者人均可支配收入的提高和闲暇时间的增多，消费结构的升级转型将驱动体育相关消费的快速增长，而从体育消费的发展趋势来看，其需求也将由传统的体育制造用品初次消费转向娱乐性消费、观赏性消费，并且随着 5G 时代的来临，体育内容的传播速度将更加快捷，传播内容将更加丰富，其呈现形式也将更加多元化，从而将进一步推动体育消费的升级。

C、体育版权争夺激烈化

鉴于顶级体育赛事版权的稀缺性和网络媒体意欲争夺体育转播流量的背景，商业价值较高的优质赛事 IP 近年来依然是行业巨头的争夺重点。以腾讯视频、优酷视频、咪咕视频、PPTV 为代表的互联网新媒体企业不断投入巨资购买体育赛事版权，使得体育赛事版权尤其

是顶级赛事版权相关费用水涨船高。

综上所述，虽然优质的版权资源是公司版权分销业务开展的基础，但公司该业务未来持续经营能力和持续盈利能力更多是凭借多年的运营经验，以及在行业里积累和打造了优秀的团队、优质的渠道资源、核心的商业模式，同时综合公司相关体育业务的布局、行业集中度、已有的相对竞争优势、市场份额等因素来看，公司版权业务未来不存在无持续经营能力的可能性。

4、风险提示

（1）无法继续取得高端体育版权的风险

随着版权价格的不断上涨，后续的版权采购中，存在公司能承受的版权采购成本低于其他具备相关产业的优势竞争者，从而导致无法继续取得高端体育版权的风险。

（2）市场风险

随着竞争环境的日趋激烈，将存在成本持续上升、产品无法实现销售、销售价格和收入下降等系统性风险，可能导致上市公司利润无法持续增长。

（3）核心人员流失风险

拥有专业的团队及人才是公司具备市场竞争力的关键要素之一。虽然公司采取了一系列吸引和稳定核心人员的措施，同时也制定了积极进取的人才培养及引进战略。但仍不排除因核心人员的流失，对公司未来经营和业务稳定性造成的风险。

（4）客户集中的风险

由于体育版权行业的特殊性以及新英开曼运营战略，向互联网渠道分销的非独占性版权会集中于几个较大的客户，故客户集中度较高。如个别客户存在资金困难，将一定程度上影响版权分销收入。

（5）外汇结算风险

由于公司版权业务大部分集中在海外，因此公司未来将面临欧元、英镑、美元和港币等外币汇率波动的风险，进而可能对公司财务状况和经营成果造成不利影响。

（6）重大流行疾病风险

公司可能存在由于突发重大流行疾病和自然灾害，亦或是相关地域性因重大流行疾病而进入紧急状态的原因，导致公司影视、体育业务无法正常开展的情形，进而降低公司的盈利能力。

3、请公司分产品披露境内外营业收入、成本以及毛利率，说明境内外营业收入及毛利率变动的原因及合理性。

回复如下：

公司境内外业务详细情况如下：

单位：元

		2019 年度			2018 年度			营业收入比上	营业成本比上	毛利率比上年增减（%）
	分产品	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入	营业成本	毛利率（%）	年增减（%）	年增减（%）	
中国大陆地区	影视剧业务	142,288,787.58	108,632,367.34	23.65	1,032,149,803.74	664,225,801.36	35.65	-86.21	-83.65	减少 12.00 个百分点
	艺人经纪	683,046.61	161,566.56	76.35	726,952.47	1,506,046.27	-107.17	-6.04	-89.27	增加 183.52 个百分点
	广告收入	59,212,092.01	57,900,989.54	2.21	32,629,611.48	41,269,435.25	-26.48	81.47	40.30	增加 28.69 个百分点
	制作费收入		981,117.25		24,956,741.52	13,915,094.35	44.24	-100.00	-92.95	不适用
	其他收入（其中包括代理发行收入）	5,550,813.48	11,649,423.42	-109.87	2,112,873.83		100.00	162.71		减少 209.87 个百分点
	体育营销及其他	9,662,679.37	15,202,891.14	-57.34	477,039,009.46	375,017,845.23	21.39	-97.97	-95.95	减少 78.72 个百分点
	体育视频	54,806,369.94	99,777,875.64	-82.06	73,042,757.90	93,618,284.69	-28.17	-24.97	6.58	减少 53.89 个百分点
	体育版权	50,809,616.65	50,056,442.87	1.48	53,430,043.55	52,506,512.30	1.73	-4.90	-4.67	减少 0.25 个百分点
	场馆运营	44,940,367.36	71,666,817.30	-59.47	53,780,491.10	51,626,252.58	4.01	-16.44	38.82	减少 63.48 个百分点
	体育产品销售	36,209,004.61	36,011,693.67	0.54	54,169,630.00	42,512,789.01	21.52	-33.16	-15.29	减少 20.98 个百分点
	体育经纪	556,236.23	402,520.35	27.63	2,323,623.33	1,652,369.23	28.89	-76.06	-75.64	减少 1.26 个百分点
	影院	32,624,026.48	23,910,011.56	26.71	40,253,979.02	22,933,838.74	43.03	-18.95	4.26	减少 16.32 个百分点
合计		437,343,040.32	476,353,716.64	-8.92	1,846,615,517.40	1,360,784,269.01	26.31	-76.32	-64.99	减少 35.23 个百分点
中国大陆地区以外的国家和地区	体育营销及其他	196,155,651.41	78,667,979.37	59.90	151,875,384.86	54,158,881.53	64.34	29.16	45.25	减少 4.44 个百分点
	体育版权	1,094,481,827.94	818,072,715.43	25.25	599,485,465.42	304,167,126.75	49.26	82.57	168.96	减少 24.01 个百分点
	体育经纪	54,354,925.54	15,226,876.77	71.99	70,409,296.10	16,106,751.81	77.12	-22.80	-5.46	减少 5.13 个百分点
合计		1,344,992,404.89	911,967,571.57	32.20	821,770,146.38	374,432,760.09	54.44	63.67	143.56	减少 22.24 个百分点

如上表所述，公司 2019 年度境内外收入及毛利率较上年变动的主要原因为：

1、公司影视剧业务方面，2019 年度受行业整体发展的影响，公司减少了相关业务的投入，导致影视剧业务收入、成本同比减少 86.21%、83.65%，毛利率也因此减少 12.00 个百分点；

2、公司广告业务方面，为减少影视行业整体发展对公司相关业务的影响，公司强化了影视衍生业务的开发力度，导致广告业务收入、成本同比增加 81.47%、40.30%，毛利率也因此增加 28.69 个百分点；

3、公司体育营销及其他业务方面，受行业周期影响，以及 2018 年度公司已完成 2018 年俄罗斯世界杯亚洲区域赞助商及其相关的营销工作，导致公司该境内业务收入、成本同比减少 97.97%、95.95%，同时为加快下一周期的相关准备工作，以及与相关供应商、客户的关系维护工作，导致 2019 年度毛利率为-57.34%，同比减少 78.73 个百分点；2019 年度，公司加快了境外体育营销相关工作的开展，导致公司该境外业务收入、成本同比增加了 29.16%、45.25%，毛利率因此减少 4.44 个百分点；

4、公司体育视频业务方面，2019 年度，公司控股子公司双刃剑减少相关业务的投入，以及新爱体育不再纳入公司合并报表范围前（2019 年 5 月）相关业务的开展，导致该业务收入同比减少了 24.97%，成本增加了 6.58%，毛利率因此减少 53.89 个百分点；

5、公司体育版权业务方面，（1）2018 年 8 月 31 日，公司完成新英开曼收购的全部工作，至此新英开曼从 2018 年 9 月起纳入公司合并报表范围，同时公司新增体育版权业务；

（2）新英开曼与英超公司签署相关合同时间为 2012 年，而新英开曼与西甲联盟签署相关合同时间为 2018 年，新英开曼采购西甲联赛成本高于采购英超联赛成本；（3）新英开曼自 2019 年正式开始西甲版权（权益开始时间 2019 年 8 月）在中国大陆地区的分销工作，该项业务尚处于起步阶段，因此西甲联赛在国内的传播范围、覆盖人群、影响力以及商业价值尚不及新英开曼运营多年的英超联赛（权益截止时间 2019 年 5 月）。因此导致该境外业务收入、成本同比增加 82.57%、168.96%，毛利率因此减少 24.01 个百分点；而该境内业务主要为通过电视平台等方式增加相关赛事的传播范围、覆盖人群以增强其影响力，故该境内业务无明显变化。

6、公司体育场馆运营业务方面，受 2019 年度军运会举办前后无法举办大型赛事及相关活动以及新增场馆无法按时开业的影响，导致该业务收入同比减少 16.44%；而对应的租赁成本、人工成本等固定成本仍正常发生，以及原“百安居”项目终止，导致成本同比增加 38.82%，从而使该业务毛利率减少 63.48 个百分点。

二、关于公司减值相关

4、根据年报，报告期末公司商誉余额 33.91 亿元。其中新英开曼和 Super Sports Media Inc 商誉余额为 18.80 亿元，双刃剑体育余额 7.09 亿元，强视传媒余额 3.22 亿元。公司子公司强视传媒实现营业收入 2.06 亿元，归母公司净利润-6641.43 万元，本期计提商誉减值准备 1788.11 万元。汉为体育实现营业收入 7513.15 万元，归母公司净利润-6054.84 万元，本期未计提商誉减值准备，上期计提商誉减值准备 1010.71 万元。公司商誉减值测试过程等信息披露较为简略。此外，公司 2019 年度将耐丝国际、双刃剑（苏州）体育文化传播有限公司、新英开曼和北京新英传媒整体作为一个资产组组合进行商誉的减值测试，与以前年度存在较大差异。请公司：（1）补充披露报告期内商誉减值测试具体步骤和详细计算过程，并结合行业现状、未来行业发展趋势说明具体指标选取情况、选取依据及合理性，包括营业收入、收入增长率、净利润、毛利率、费用率、净利率水平、自由现金流、折现率等重点指标的来源及合理性；（2）补充披露存在商誉余额标的报告期内主要财务数据以及与以前年度商誉减值测试预测的差异情况，并结合上述情况尤其是报告期存在亏损的子公司情况说明公司本期商誉减值计提是否具有充分性和准确性，是否符合谨慎性要求；（3）结合 2018 年度、2019 年度商誉减值测试相关资产组的划分情况及依据、两种划分方式，说明公司资产组组合认定发生变动的理由及合理性；（4）请年审会计师说明针对商誉减值执行的审计程序与获取的审计证据，并就公司商誉减值准备计提时点是否恰当，金额是否充分、谨慎，前期会计处理是否存在重大会计差错等发表核查意见。

回复如下：

（1）补充披露报告期内商誉减值测试具体步骤和详细计算过程，并结合行业现状、未来行业发展趋势说明具体指标选取情况、选取依据及合理性，包括营业收入、收入增长率、净利润、毛利率、费用率、净利率水平、自由现金流、折现率等重点指标的来源及合理性；

截止2019年12月31日，公司商誉账面原值如下：

被投资单位名称或形成商誉的事项	年初余额	本年增加		本年减少	年末余额
		企业合并形成的	外币报表折算差异	处置	
Nice International Sports Limited	44,273,768.44				44,273,768.44

被投资单位名称或形成商誉的事项	年初余额	本年增加		本年减少	年末余额
		企业合并形成的	外币报表折算差异	处置	
双刃剑（苏州）体育文化传播有限公司	708,861,185.81				708,861,185.81
Super Sports Media Inc 和北京新英体育传媒有限公司	2,363,005,530.78		38,905,995.02	522,342,263.15	1,879,569,262.65
强视传媒有限公司	339,914,571.92				339,914,571.92
武汉汉为体育投资管理有限公司	31,113,043.06				31,113,043.06
中影嘉华悦方影城（深圳）有限公司	31,729,664.88				31,729,664.88
Borg. B.V	385,382,084.10		-1,561,702.79		383,820,381.31
合 计	3,904,279,848.99		37,344,292.23	522,342,263.15	3,419,281,878.07

1、Nice International Sports Limited、双刃剑（苏州）体育文化传播有限公司、Super Sports Media Inc和北京新英开曼传媒有限公司资产组组合商誉减值测试过程

1.1 资产组组合未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程

2019年度，公司聘请具有证券期货资质的湖北众联资产评估有限公司出具了《武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司商誉减值测试所涉及的“新英开曼”&“耐丝国际”&“双刃剑”商誉资产组组合未来现金流现值》（众联评报字[2020]第1092号）资产评估报告。根据该评估报告，资产组组合未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程如下：

单位：人民币万元

项目/年度	后五年预测数据					永续年
	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一、营业收入	140,354.07	315,396.93	219,403.32	249,311.86	270,646.54	270,646.54
减：营业成本	115,931.46	185,354.46	169,624.72	173,743.79	178,445.05	178,445.05
税金及附加	197.73	291.24	245.59	238.17	249.23	249.23
销售费用	3,093.09	3,368.92	3,893.49	3,818.56	4,096.16	4,094.97

管理费用	2,842.42	3,101.63	3,144.44	3,332.28	3,558.64	3,665.99
二、EBIT	18,289.35	123,280.69	42,495.08	68,179.06	84,297.46	84,191.31
加：折旧与摊销	88,201.90	138,396.96	119,541.96	122,357.92	126,266.15	126,359.84
减：资本性支出	91,220.74	120,282.98	119,444.80	122,223.40	126,131.15	126,357.35
减：营运资金变动	59,854.35	44,419.09	-15,373.99	4,475.61	3,901.64	0.00
三、自由现金流量	-44,583.84	96,975.57	57,966.23	63,837.96	80,530.82	84,193.79
折现率水平	16.32%					
预计未来现金流量现值（A）	415,000.00					
包含全口径商誉的资产组 账面价值（B）	314,035.07					

1.2 商誉测试过程中具体指标选取情况、选取依据及合理性

对新英开曼和双刃剑的收入成本费用进行单独的分析预测说明，耐丝国际母公司原持有的西甲版权运营业务已由新英开曼接手运营，故不进行预测。

A. 新英开曼收入成本费用的预测

1. 营业收入的预测

新英开曼收入主要内容包括版权分销、广告业务、付费电视收入。

（1）版权分销收入

版权分销收入是新英开曼将其所拥有的独家转播权以非独家的方式授予相关视频平台，包括电视和新媒体，从而获得分销收入。该项业务为新英开曼的主要收入来源，占新英开曼公司收入的90%以上。

客户主要为各大电视台及互联网视频运营平台。与客户签订合同后，按照国际赛事组织确认的时间提前与客户确认赛程安排，并向客户提供赛事信号的接收参数，确保客户的赛事直播能正常完整播出。如我方原因造成的赛事信号延迟、中断等现象，则依合同公司需向客户赔偿。

版权分销合同一般以赛季为期间与客户签署，合同约定公司在收到客户预付款后再提供相关视频信号，客户支付节点为赛季开始前预付50%，赛季过半时支付剩余的50%，因此该类业务无应收账款。

历史版权收入情况如下表（单位：万元）：

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
----	--------	--------	--------	--------	--------

版权收入	31,847.10	58,461.44	69,757.85	84,959.56	90,540.36
------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

公司现有版权合同有：

1) 西甲赛事：合同期间覆盖2019/20至2025/26六个赛季，每赛季开始前客户应当支付当赛季版权费的50%，赛季过半时支付剩余50%；截至目前，2019/20赛季尚有11轮比赛未完成，计划7月底完成全部比赛，2020/21赛季将于2020年8月至2021年5月正常举行，因此未考虑疫情对西甲联赛影响；

2) 欧足联国家队赛事，合同期限为2018年~2022年，包括欧足联成员国国家队的全部赛事，重要赛事包括欧洲国家队联赛，2020欧洲杯及预选赛，2022世界杯欧洲区预选赛等。受疫情影响，2020年欧洲杯赛事推迟至2021年举行，因此该项收入预测延后一年；

3) 亚足联相关赛事原拟从2020年下半年开始，但受疫情影响，相关比赛推迟至2021年。

预测未来年度版权收入如下（单位：万元）：

项目		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
版权分销收入	欧足联	79,407.73	213,199.75			
	西甲			120,573.53	156,041.77	158,331.20
	亚足联					

（2）版权独家代理收入

参考拉加代尔上一周期亚足联权益收入与利润率，登峰体育对2021-2028年AFC市场营销收入进行了预测。

未来年度版权独家代理（市场营销）收入如下（单位：万元）：

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
市场营销	42,246.11	78,336.95	74,329.96	72,681.84	89,842.53

（3）广告业务收入

广告收入为新英开曼在新视觉付费频道和地方电视台联播网上，通过赛事转播期间植入广告或者将其授予广告代理商，从而获得广告收入。

历史收入情况如下表（单位：万元）：

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
广告收入	2,034.84	5,985.17	9,448.14	10,176.95	7,161.89

新英开曼利用向地方联播网进行版权分销而获取广告时段资源，通过将广告资源授予广告代理商及其他广告服务商，从而获得广告收入。

预测未来年度广告收入如下（单位：万元）：

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
广告收入	6,534.00	8,534.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00

广告收入根据已签订的赞助合同和已取得的广告权益期来预计的广告收入，具体明细如下（单位：万元）：

版权/收入/年度	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
一、欧足联国家队系列赛事	5,034.00	5,034.00			
1、全球赞助商权益 2018~2021	5,034.00	5,034.00			
二、电视赛事植入广告	1,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
1、西甲赛事广告	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
2、亚足联赛事广告		2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
合计	6,534.00	8,534.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00

由于欧足联全球赞助商的广告效益实现不完全依赖于具体赛事举办进展，而在于品牌商利用“欧足联商业合作伙伴”等称号从事其特定的商业推广活动的权益价值，故2018年-2021年期间，该项赞助权每年收费标准未根据是否存在相应赛事而调整，故疫情导致欧足联赛事举办延期对欧足联全球赞助商权益广告收入无重大影响。西甲赛事广告投放平台主要包括付费电视频道及互联网体育视频平台，而非赛事现场周边广告牌等赛事现场广告资源，疫情期间相关平台正常运转，故疫情对该类广告收入无重大影响。

（4）付费收入

新英开曼付费收入主要包括付费电视订阅收入与网络视频订阅收入，其中网络视频订阅业务已随公司对新爱体育不再拥有控制权而剥离，本次预测将不考虑网络视频订阅收入。

历史收入情况如下表（单位：万元）：

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
付费电视收入	3,610.31	3,800.86	3,885.69	3,921.13	3,015.46

结合新英开曼历年付费电视订阅情况，预测未来年度付费收入如下（单位：万元）：

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
付费电视收入	3,166.23	3,166.23	3,166.23	3,166.23	3,166.23

公司付费电视收入主要与付费电视频道订阅数量相关，2019年付费电视收入较2018年有所降低，主要系部分地方有线电视台内部调整播放内容，导致合作地方电视台数量减少。由

于用户对于付费频道内容的主观偏好受疫情影响较小，故预计2020年度该项收入将略有恢复，未来基本保持不变。

2. 营业成本的预测

新英开曼成本主要为无形资产摊销、市场营销成本、信号传输成本、广告发布成本、节目成本、技术服务成本、牌照租赁及其他成本。

历史成本情况如下表（单位：万元）：

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
主营成本	14,026.23	41,582.32	49,864.38	44,617.90	64,805.44
无形资产摊销	9,509.87	33,038.41	38,865.18	37,036.06	59,065.23
信号传输成本	750.15	997.37	1,200.38	1,137.32	887.31
节目成本	286.40	476.99	419.88	686.47	1,471.09
推广成本	96.68	190.14	27.53		128.28
广告发布成本	687.65	1,541.34	3,492.32	1,768.42	1,512.95
技术服务成本	609.22	1,083.01	1,429.76	1,164.34	190.62
牌照租赁成本	534.59	584.91	551.58	540.58	521.54
人工成本	1,118.00	2,165.08	2,573.41	1,605.69	
折旧		7.21	9.50	2.54	
其他成本	433.67	1,497.87	1,294.84	676.47	1028.43

对于无形资产摊销、信号传输成本、广告发布成本、节目成本、牌照租赁成本等，根据历史业务成本结合未来投资计划确认成本。对于其他成本根据与盛开签订的服务协议确定。

市场营销成本为登峰体育将媒体版权与赞助商权益出售给客户后，为客户提供的服务，包括：深度参与比赛运营、制作赛事传输信号、帮助商业伙伴定制化设计品牌形象及权益内容等。业务开发由公司与亚足联及客户沟通，制定执行方案；而由于权益及客户覆盖全球，因此为使得公司效率最大化，具体执行环节将外包给第三方处理。根据登峰体育提供的成本预测及拉加代尔上一周期利润率，核验了市场营销成本的合理性。

预测未来年度营业成本如下（单位：万元）：

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
主营成本	110,751.46	178,473.66	158,784.67	165,655.30	169,052.10
无形资产摊销	87,888.46	138,059.76	119,349.46	122,175.90	126,083.65

信号传输成本	850.00	1,360.00	1,070.50	931.53	743.10
节目成本	1,300.00	2,600.00	2,730.00	2,866.50	3,009.83
广告发布成本	570.00	598.50	628.43	659.85	692.84
牌照租赁成本	540.00	540.00	540.00	540.00	540.00
折旧	2.97	2.77	2.77	2.77	2.77
其他成本	1,180.00	1,180.00	-	-	-
登峰营销成本	18,419.97	34,132.37	34,463.25	38,478.49	37,979.66

3. 税金及附加的预测

企业税项主要为境内业务，有增值税、文化事业建设费、城建税和教育费附加等。本次评估按照企业的税金标准预测后续的销售税金及附加。

历史税金及附加情况如下表（单位：万元）：

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
税金及附加	721.95	814.82	211.15	173.21	164.79
增值税	72.09	74.96	732.66	725.15	1,099.95
销项税	500.41	595.14	1,095.56	1,066.78	
进项税			362.90	341.64	
文化事业建设费	114.59	55.48	116.61	30.85	5.48
城建税	16.17	48.71	52.15	67.31	74.84
教育费附加	13.30	37.20	26.79	35.45	36.60
地方教育附加	-	2.77	0.98	16.23	19.48
印花税	5.40	0.56	14.62	23.21	22.31
车船税				0.16	0.20

因国内业务中网络视频订阅业务已随公司对新爱体育不再拥有控制权而剥离，增值税、税金及附加减少。

预测未来年度税金及附加如下（单位：万元）：

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
税金及附加	167.71	249.96	191.10	192.47	198.98
增值税	660.27	889.41	1,219.43	973.83	1,075.45
销项税	819.97	1,129.57	1,469.99	1,235.29	1,348.37

进项税	159.70	240.17	250.56	261.46	272.92
文化事业建设费	58.81	76.81	31.50	31.50	31.50
城建税	46.22	62.26	62.26	62.26	62.26
教育费附加	19.81	26.68	26.68	26.68	26.68
地方教育附加	13.21	17.79	24.39	19.48	21.51
印花税	29.47	66.23	46.07	52.36	56.84
车船税	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20

4. 销售费用的预测

销售费用主要为人工费、广告与宣传费、折旧费用、无形资产摊销费用、差旅及通讯费、专业服务费、市场调研费、办公费用、交际应酬费等。

历史销售费用如下表（单位：万元）：

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
职工薪酬	812.09	681.17	797.73	907.07	1,170.92
广告与宣传费	2,446.20	2,332.36	1,418.40	678.79	695.89
折旧费用	67.88	30.28	20.54	26.77	23.97
无形资产摊销	1.07	1.07	1.07	0.99	—
市场调研费	141.55	82.60	19.81	111.39	—
办公费用	48.43	39.48	40.86	39.65	18.27
差旅及通讯费	106.22	205.66	330.93	123.42	103.73
交际应酬费	177.32	115.21	73.58	264.04	316.45
专业服务费	314.05	1,118.66	1,322.06	4,951.92	350.58
其他	5.19	1.76	0.45	0.39	20.20
通讯费				1.08	1.11
车辆费用				10.82	21.86
交通费				13.13	7.04
中介机构费用					420.25
租赁费					45.24
合 计	4,119.99	4,608.25	4,025.43	7,129.46	3,195.50

2019年销售费用较2018年下降主要系2018年度公司支付了与体育版权相关的专业服务

费所致。

对于折旧费、无形资产摊销费用按企业会计政策确定的各类资产折旧率综合计算确定。

预测未来年度销售费用如下（单位：万元）：

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续年
职工薪酬	1,592.40	1,751.64	1,926.80	2,119.48	2,331.43	2,331.43
广告与宣传费	303.20	318.36	334.28	350.99	368.54	368.54
折旧费用	31.92	31.92	31.92	31.92	31.92	31.92
无形资产摊销	1.05	1.05	1.05	1.05	1.19	—
办公费用	0.70	0.74	0.77	0.81	0.85	0.85
差旅及通讯费	262.50	275.63	289.41	303.88	319.07	319.07
交际应酬费	255.10	267.86	281.25	295.31	310.08	310.08
专业服务费	201.90	212.00	222.59	233.72	245.41	245.41
其他	0.20	0.21	0.22	0.23	0.24	0.24
通讯费	1.17	1.23	1.29	1.35	1.42	1.42
车辆费用	22.95	24.10	25.30	26.57	27.89	27.89
劳务费	84.00	88.20	92.61	97.24	102.10	102.10
合 计	2,757.09	2,972.92	3,207.49	3,462.56	3,740.16	3,738.97

2020 年预测销售费用整体较 2019 年度实现情况有所下降主要系对于营销推广需求较高的“TO C”端视频订阅业务剥离（即新爱体育出表）导致。

5. 管理费用的预测

企业管理费用主要包括人工费用、房租费用、折旧费用、无形资产摊销费用、差旅及通讯费、专业服务费、办公费用、期权费用及其他费用等。历史管理费用如下表（单位：万元）：

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
人工费用	1,136.02	1,389.16	1,172.13	1,418.85	995.53
房租费用	561.09	559.80	569.90	680.76	764.59
折旧费用	57.61	123.68	132.83	120.39	42.01
无形资产摊销	2.25	2.25	2.10	2.18	11.61
装修费摊销费用	37.90	40.76	34.65	34.65	74.55
专业服务费	871.25	796.25	398.61	5,775.90	218.26

办公费用	71.57	70.09	86.37	135.95	234.94
期权费用	16.80	5.88	-	45,403.24	-
差旅及通讯费	107.31	208.74	141.31	146.46	913.42
业务招待费				127.67	39.15
其他				5.32	27.39
通讯费				37.47	108.57
车辆费用				7.38	9.03
交通费	31.76	87.80	113.94	11.84	5.79
中介机构费用				34.44	1,015.57
水电气暖费					21.83
合计	2,893.56	3,284.39	2,651.84	53,942.48	4,460.38

2019年管理费率较2018年下降,主要系2018年度发生的偶发性费用包括与收购相关的期权费用及中介机构服务费等。对于折旧费及摊销,按企业会计政策确定的各类资产折旧率综合计算确定。对于房租费用,按照企业签订的房租合同确认。

预测未来年度管理费用如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续年
人工费用	1,119.60	1,231.56	1,354.72	1,490.19	1,639.21	1,639.21
房租费用	342.70	359.84	377.83	396.72	416.55	416.55
折旧费用	86.60	143.56	143.56	143.56	143.56	143.56
无形资产摊销	2.45	2.45	2.45	2.45	2.79	-
装修费摊销费用	110.45	134.22	-	-	-	56.68
专业服务费	233.50	245.18	257.43	270.31	283.82	283.82
办公费用	51.00	53.55	56.23	59.04	61.99	61.99
差旅及通讯费	61.10	64.16	67.36	70.73	74.27	74.27
业务招待费	10.20	10.71	11.25	11.81	12.40	12.40
其他	30.13	31.64	33.22	34.88	36.63	36.63
通讯费	113.99	119.69	125.68	131.96	138.56	138.56
车辆费用	9.48	9.95	10.45	10.97	11.52	11.52
交通费	6.08	6.38	6.70	7.03	7.38	7.38

中介机构费用	38.50	40.43	42.45	44.57	46.80	46.80
合计	2,215.78	2,453.30	2,489.31	2,674.21	2,875.47	2,929.37

2020年预测期管理费用较2019年度下降主要系2019年度发生的大额中介服务费如法律咨询费，赛事筹措前期顾问费等偶发性费用，本次预测不予考虑。

B. 双刃剑收入成本费用的预测

1. 营业收入的预测

双刃剑随着上市公司对体育营销业务架构的调整，业务重心与历史年度相比有所变化，企业将主营业务收入重新进行了分类和归纳。本次对收入的预测分为AFC赛事赞助、广告投放（席位）、明星代言及经纪、体育营销咨询四个方面。具体编制方法如下：

（1）赞助，各项赞助业务是企业主要的收入来源。公司原有的赞助品牌有：华帝燃具、TCL、重庆斯威、腾讯体育、功能饮料能量王、雅迪电动车、重庆啤酒等。

新英开曼与耐丝国际营销团队和双刃剑原有团队重组后，依托新英开曼拥有的亚足联系列赛事、西甲联赛、欧足联相关赛事等版权，将为双刃剑的赞助收入带来新的增长。

（2）广告投放，广告投放渠道主要是国内20多家体育电视台、爱奇艺体育等。

（3）明星代言及经纪，促成知名运动员与品牌方合作并为其代言以及协助其完成转会的佣金收入。

（4）咨询，2019年咨询收入主要是体育营销项目方案设计收入。

未来五年主营业务收入预测如下：

单位：人民币万元

序号	项目	后五年预测数据				
		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
一	主营业务收入	9,000.00	12,160.00	17,833.60	13,922.02	15,806.58
1	赞助	5,000.00	7,000.00	12,500.00	8,400.00	10,080.00
2	广告投放（席位）	1,000.00	1,100.00	1,210.00	1,331.00	1,464.10
3	明星代言及经纪	1,000.00	1,060.00	1,123.60	1,191.02	1,262.48
4	咨询	2,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00

其中广告、明星代言及经纪、咨询业务根据2020年预算、以前年度收入和增长率水平预测，赞助收入明细如下：

序号	项目	后五年预测数据
----	----	---------

		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
1	赞助收入合计	5,000.00	7,000.00	12,500.00	8,400.00	10,080.00
1.1	AFC 项目	3,500.00	4,500.00	4,000.00	7,500.00	7,380.00
1.2	华帝	1,000.00	1,000.00	500.00		
1.3	奥运会		1,000.00			1,800.00
1.4	世界杯			7,300.00		
1.5	其他	500.00	500.00	700.00	900.00	900.00

受此次新冠疫情影响，奥运会、2022年世界杯亚洲区资格赛已确定顺延至2021年举办，相关赞助咨询收入相应顺延至2021年；华帝赞助中国国家队合同周期为2018年至2022年，赞助费收入预测与合同保持一致；2022年有足球世界杯赞助收入参照2018年世界杯赞助收入情况预测；2023年亚洲杯、2024年2026年世界杯亚洲区资格赛均有中国队参赛，故预计AFC赞助收入有较大幅度增长。

2. 营业成本的预测

(1) 毛利率分析及预测

双刃剑历史年度毛利率情况如下表：

序号	类 别	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
1	毛利率	76%	69%	76%	32%	54%

根据历史各业务类型的毛利率情况及未来市场判断，毛利率分别确定为赞助30%，广告投放（席位）40%，明星代言及经纪32%，咨询80%。

(2) 未来五年主营业务成本预测如下（单位万元）：

序号	项目	后五年预测数据				
		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
二	主营业务成本	5,180.00	6,880.80	10,840.05	8,088.49	9,392.94
1	赞助	3,500.00	4,900.00	8,750.00	5,880.00	7,056.00
2	广告投放（席位）	600.00	660.00	726.00	798.60	878.46
3	明星代言及经纪	680.00	720.80	764.05	809.89	858.48
4	咨询	400.00	600.00	600.00	600.00	600.00

3. 税金及附加预测

国内公司主要缴纳的附加税税率为城建7%、教育费附加3%、地方教育附加2%、文化事业

费3%。文化事业费按照含税的广告收入减去支出作为计税销售额；被估值单位属于服务营销行业，增值税税率为6%。税金及附加预测数据见下表（金额单位万元）：

序号	项目名称	内容	后五年预测数据				
			2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
一	城建税	7%	17.07	23.59	31.25	26.06	28.66
二	教育费附加	3%	7.31	10.11	13.39	11.17	12.28
三	地方教育附加	2%	4.88	6.74	8.93	7.45	8.19
四	文化事业费	3%	0.77	0.84	0.93	1.02	1.12
税金及附加合计			30.03	41.28	54.49	45.70	50.25

4. 销售费用预测

企业销售费用的内容主要是业务招待费、差旅费、房屋租赁费、活动及策划费等。销售人员工资均在成本中核算，不再单独列示。业务招待费、差旅费变化幅度较大是受体育行业周期影响。销售费用预测结果见下表（金额单位万元）：

序号	项 目	后五年预测数据				
		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
一	销售费用	336.00	396.00	686.00	356.00	356.00
1	销售费用房屋费	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
2	销售费用活动及策划	80.00	80.00	100.00	100.00	100.00
3	销售费用制作费	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
4	销售费用业务招待费	120.00	150.00	250.00	120.00	120.00
5	销售费用办公费用	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
6	销售费用市内交通费	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
7	销售费用误餐费	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
8	销售费用差旅费	50.00	80.00	250.00	50.00	50.00
9	销售费用咨询费	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
10	销售费用展会费	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
11	销售费用通讯费	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
12	销售费用会务费	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00

5. 管理费用的预测

管理费用主要为工资及社保、折旧摊销、房租、办公费、业务招待费、差旅费、咨询费、物业管理费等。

其中对于未来年度人员工资，主要根据企业劳动人事部门提供的未来年度职工人数、平均工资水平以及考虑未来工资增长因素进行预测。未来年度平均工资水平每年将以5%逐年增长。

中介费实际是个人专家费用，在2019年的基础上，参考企业工资增长水平进行预测。

房屋租赁、物业管理费根据实际已签署的租约合同进行未来年度预测。

折旧及摊销则根据企业一贯执行的会计政策和存续及新增固定资产、无形资产的情况进行预测。

未来5年管理费用预测结果见下表（金额单位万元）：

序号	项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续年
一	管理费用合计	626.64	648.33	655.12	658.07	683.17	708.10
1	管理费用招聘费	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50
3	管理费用通讯费	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50
5	管理费用业务招待费	15.00	15.00	20.00	20.00	20.00	20.00
6	管理费用办公费用	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
7	管理费用市内交通	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
8	管理费用车辆费用	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
9	管理费用误餐费	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
11	管理费用工资四金及福利	240.00	252.00	264.60	277.83	291.72	291.72
12	管理费用折旧及摊销	68.47	68.47	57.98	47.50	47.50	59.97
13	管理费用中介费	193.70	203.39	213.56	224.24	235.45	235.45
14	管理费用差旅费	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
15	管理费用社会保障金	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
16	管理费用租赁费（其他）	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
17	长期待摊费用（装修摊销）	20.97	20.97	10.48	—	—	—

6. 资产组组合折旧及摊销预测

资产组组合的固定资产为新英开曼和双刃剑的车辆和电子设备，耐丝国际无固定资产。企业会计政策残值率为5%，分别按5年计提折旧。

无形资产：版权按版权的收益期按2-6年摊销，办公软件等其他无形资产，按10年摊销。

长期待摊费用为装修费，按5年摊销。

折旧的预测，主要根据企业固定资产折旧的会计政策，结合企业正常折旧金额及未来固定资产的增加等因素计算确定。

无形资产的摊销，预测时考虑的因素：一是现有无形资产的规模，二是无形资产的更新及资本性支出新增的无形资产，三是无形资产的摊销政策。

产权持有单位设备类资产和无形资产其经济使用年限和折旧摊销年限相等，永续年的折旧摊销同预测期金额。

经预测，其未来年折旧、摊销额情况如下表所示（单位：万元）：

固定资产资产折旧预测表(金额单位人民币万元)

项目	原值	净值	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续年
车 辆	145.48	67.49	29.10	29.10	29.10	29.10	29.10	29.10
电子设备	509.59	94.17	101.92	101.92	101.92	101.92	101.92	101.92
新英小计	655.08	161.65	131.02	131.02	131.02	131.02	131.02	131.02
双刀剑小计	237.50	55.06	47.50	47.50	47.50	47.50	47.50	47.50
合 计	892.58	216.71	178.52	178.52	178.52	178.52	178.52	178.52

无形资产及长期待摊费用预测表(金额单位人民币万元)

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续年
新英开曼	88,002.41	138,197.47	119,352.96	122,179.40	126,087.63	126,168.85
其他无形资产摊销	3.50	3.50	3.50	3.50	3.98	-
版权摊销	87,888.46	138,059.76	119,349.46	122,175.90	126,083.65	126,083.65
长期待摊费用摊销	110.45	134.22			-	85.20
双刀剑	20.97	20.97	10.48	0.00	0.00	12.47
长期待摊费用摊销	20.97	20.97	10.48	0.00	0.00	12.47
合 计	88,023.38	138,218.44	119,363.44	122,179.40	126,087.63	126,181.32

7. 资产组组合资本性支出预测

资本性支出系为扩大经营所需的固定资产、无形资产构建支出和保障企业持续经营能力所需的资产更新支出（须追加的资产投资）。本次评估首先分析被评估企业的现有资产构成类型、投入使用时间、使用状况以及现有技术状况，然后根据企业的运营计划，考虑经营规

模扩大所需资本性支出。假定各类资产更新周期为各类资产的经济使用寿命年限，到期即按现有同等规模、同等功能资产进行更新。

版权支出根据企业现有版权未来尚需支付金额，西甲版权和亚足联版权到期后假设版权可以延续。

永续年资本性支出是考虑为了保证企业能够持续经营，各类资产经济寿命年限到期后需要更新支出，由于该项支出是按经济寿命年限间隔支出的，永续年将该资本性支出折算成年金。

资本性支出预测结果详见下表（金额单位：万元）：

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续年
1. 更新设备投资	509.59	-	145.48	-		131.02
2. 版权	90,642.68	120,214.51	119,241.33	122,175.90	126,083.65	126,083.65
3. 其他无形资产	-	-	-	-		-
4. 长期待摊-装修款	-	-				82.72
一、新增投资小计	90,642.68	120,214.51	119,241.33	122,175.90	126,083.65	126,083.65
二、更新投资小计	509.59	-	145.48	-		213.74
新英小计	91,152.27	120,214.51	119,386.81	122,175.90	126,083.65	126,297.39
双刃剑小计	68.47	68.47	57.98	47.50	47.50	59.97
资本性支出合计	91,220.74	120,282.98	119,444.80	122,223.40	126,131.15	126,357.35

8. 资产组组合净营运资金变动的预测

净营运资金变动的预测以新英开曼和双刃剑合并报表进行预测。

净营运资金变动是指随着公司经营活动的变化，因提供商业信用而占用的现金，正常经营所需保持的现金、应收应付账款、存货等。资产组不含营运资金，2020年营运资金为当期营运资金，以后年度营运资金增加额=当期营运资金-上期营运资金。

我们参考历史年度水平，预测未来年度经营性应收和应付项目，按照各年营运资金、收入、成本的关系预测营运资金的追加额。

经过对历史数据的分析，预测未来营运资金结果详见下表（金额单位万元）：

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
营运资金	59,854.35	104,273.44	88,899.46	93,375.07	97,276.71
营运资金增加	59,854.35	44,419.09	-15,373.99	4,475.61	3,901.64

永续年收益预测同预测期末年，因此无需追加营运资金。

9. 折现率的确定

资产组税前折现率采用通用公式WACCBT：根据选取基准日无风险利率取3.6761%；风险报酬率取7.05%；企业特定风险调整系数取2.15%（区间为1-5%）；目标资本结构为16.44%等确定的当期折现率水平为16.32%。

10. 疫情对本次商誉减值测试的影响

受疫情影响，2020的欧洲杯赛事推迟一年举行；西甲联赛2019/20赛季尚有11轮比赛未完成，计划7月底完成全部比赛，2020/21赛季将于2020年8月至2021年5月正常举行；亚足联赛事原本赛季从2020年下半年开始，全部比赛推迟至2021年。

2020年新型冠状病毒肺炎疫情的爆发，对中国经济甚至全球经济造成不利影响，疫情对整体经济的影响将最终传导至各行业。由于疫情的影响时间和影响程度具有较大的不确定性，公司尚无法合理估计疫情对现有业务的全部影响，故本次评估仅考虑赛事推迟带来的期后赛事集中，当期所覆盖人群被分流，从而导致总收入小幅下滑及现金流的时间价值对评估值的影响。

2、强视传媒有限公司资产组商誉减值测试过程

2.1 资产组未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程

2019年度，公司聘请具有证券期货资质的湖北众联资产评估有限公司出具了《武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司以财务报告为目的涉及商誉相关资产组组合强视传媒有限公司预计未来现金流量现值评估项目》（众联评报字[2020]第1087号）资产评估报告。根据该评估报告，资产组未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程如下：

项目/年度	后五年预测数据					永续年
	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一、营业收入	86,510.30	142,236.21	131,801.57	144,981.73	144,981.73	144,981.73
减：营业成本	58,368.80	92,234.08	89,294.98	98,224.48	98,224.48	98,224.48
税金及附加	406.60	668.51	619.47	681.41	681.41	681.41
销售费用	2,661.60	3,065.23	2,953.32	3,237.96	3,245.49	3,245.49
管理费用	5,362.61	5,905.74	6,113.77	6,485.93	6,660.77	6,660.77
财务费用（不含利息）	9.00	9.90	10.89	11.98	13.18	13.18

二、EBIT	19,701.69	40,352.75	32,809.14	36,339.97	36,156.40	36,156.40
加：折旧与摊销	152.47	113.24	94.94	89.97	89.97	89.97
减：资本性支出	225.26	252.17	29.55	10.57	5.36	50.80
减：营业资金变动	129,765.45	69,365.24	-21,198.57	17,793.22	-	-
三、自由现金流量	-110,136.55	-29,151.42	54,073.10	18,626.15	36,241.01	36,195.57
折现率水平	16.42%，18.32%（注1）					
预计未来现金流量现值（A）	41,118.10					
包含全口径商誉的资产组账面价值（B）（注2）	42,977.52					
商誉减值金额	1,788.11					

注1：2020-2024年期间折现率水平取值为16.42%，永续期折现率水平取值为18.32%。

注2：公司持有强视传媒股权比例为96.17%，包含全口径商誉资产组账面价值为42,977.52万元，高于该组合全口径的可收回金额1,859.42万元，按持股比例96.17%确认的商誉减值准备金额为1,788.11万元。

2.2 商誉测试过程中具体指标选取情况、选取依据及合理性

（1）营业收入、成本的预测

强视传媒历史年度经审计后主营业务收入、成本及毛利率如下表：

单位：人民币万元

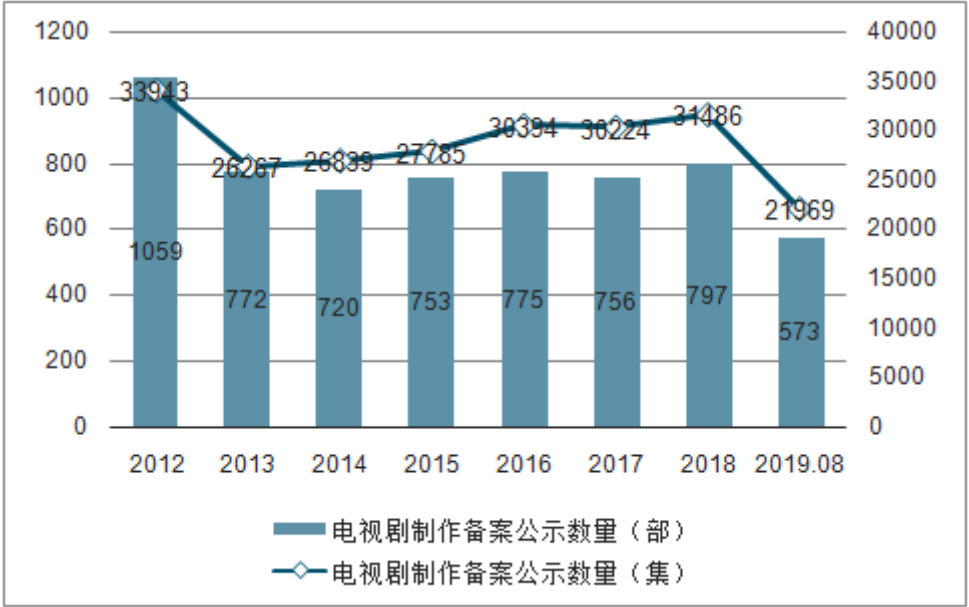
项目	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
主营业务收入	40,227.59	57,105.98	108,251.73	20,603.98
主营业务成本	20,872.78	26,388.66	71,250.39	17,477.72
毛利率	48.11%	53.79%	34.18%	15.17%
主营业务收入增长	461.20	16,878.38	51,145.75	-87,647.75
主营业务收入增长率	1.16%	41.96%	89.56%	-80.97%

依上表数据，2016年至2018年，强视传媒收入呈增长趋势，2018年收入大幅增长，增长率达89.56%。2016-2017年，平均毛利率为50.95%，2018年毛利率下降至34.18%，当年公司通过版权买断形式代理发行电视剧《你迟到的许多年》，该项目公司确认电视剧版权销售收入16,509.43万元，确认电视剧版权成本16,179.25万元，实际毛利仅为销售总额2%的代理发行费，剔除该影视剧的影响，2018年综合毛利率为39.97%。

受影视行业去产能影响，2019年收入和毛利率同比均大幅下降。

依据智研咨询发布的《2020-2026年中国电视剧行业市场需求潜力及战略咨询研究报告》，全国电视剧制作备案公示数量及集数如下：

2012至2019年1-8月电视剧制作备案公示数量集数



2018年，制作备案公示的电视剧集数较上年增长1262集，增长率4%，电视剧数量增长41部，增长率5%。

2019年1-8月制作备案公示的电视剧集数同比大幅下滑30%。电视剧制作数量方面：2019年1-8月，电视剧制作备案公示数量573部，总集数2.2万集，同比2018年同期分别下降28%、30%。

在行业去产能的环境下，强视传媒和同行业上市公司收入增长率和毛利率如下表：

强视传媒和同行业上市公司收入增长率（%）

名 称	2019 年 1-9 月	2018 年	2017 年
唐德影视	-158.77	-68.52	49.79
华策影视	-63.43	10.52	18.01
欢瑞世纪	-73.94	-15.23	112.20
慈文传媒	-36.03	-13.84	-8.79
光线传媒	91.47	-19.09	6.48
平均值	-48.14	-21.23	35.54
强视传媒	-83.56%	89.56	41.96

强视传媒和同行业上市公司毛利率（%）

名 称	2019 年 1-9 月	2018 年	2017 年
唐德影视	0.75	8.69	47.52
华策影视	30.93	25.92	26.57
欢瑞世纪	88.61	58.66	44.56
慈文传媒	19.66	10.14	44.85
光线传媒	45.14	32.26	41.28
平均值	37.02	27.13	40.96
强视传媒	6.49	34.18	53.79

经与同行业上市公司近二年一期数据比较，2017年、2018年强视传媒收入增长率高于同行业上市公司平均值。

2019年1-9月，同行业上市公司中除光线传媒外，其他公司收入同比大幅下降。强视传媒2019年1-9月收入增长率为-83.56%，且2019年全年收入较上年下降64.31%，原因为：2019年度受行业整体发展影响，强视传媒仅完成了4部电视剧的首轮发行工作，且其中3部电视剧为库存剧，因此发行收入较2018年大幅下降。

从毛利率来看，强视传媒2017年、2018年毛利率均高于同行业上市公司平均值，2019年1-9月毛利率较低，原因为：强视传媒前两年发行剧目均为阵容强大的一线精品剧，发行对象均为爱奇艺、东方卫视、江苏卫视等一线卫视，获取的发行收入较高，导致毛利率较高。2020年，公司发行的剧目预计为《如果岁月可回头》、《人生》、《幸福到万家》等阵容强大的一线精品剧，发行对象包括北京卫视、东方卫视、浙江卫视、腾讯视频、爱奇艺等，预计获取的发行收入较高。

②未来年度营业收入成本预测

新剧收入的预测依据主要是以强视传媒的历史数据为基础，通过数据资料整理分析，测算历史发行情况及收入实现情况，同时结合强视传媒的电视剧投资拍摄计划、发行计划、电视剧行业的发展趋势、强视传媒核心竞争力及其经营状况等因素预测未来年度的各类剧种的集数及收入。新剧收入的预测过程主要包括首轮卫视、网络、地面台等发行收入和二轮发行收入等。

依据公司2020年影视剧制作发行计划，2020年拟制作发行的主要影视剧如下：

金额单位：万元

序号	项目名称	开机时间	集数	投资比例	项目预计 总收入	项目进展
1	玄武	2015 年 12 月	40	80%	8000	已完成重新剪辑、调色等后期制作，目前正在已与目标电视台和网络平台进行接洽
2	警花与警犬之再上征程	2016 年 10 月	46	40%	19320	目前有购买意向的卫视正在审片
3	女儿之国世无双	2017 年 6 月	40	49%	16000	已取得网络节目上线备案号，网络播放平台正在审片
4	小重逢	2017 年 4 月	46	100%	5400	已许得发行许可，目前正已与目标电视台和网络平台进行接洽
5	如果岁月可回头	2018 年 3 月	44	49%	60000	已于 2020 年上半年完成首轮、二轮黄金档播出
6	枫叶红了	2019 年 7 月	30	10%	9600	已许得发行许可，目前正已与目标电视台和网络平台进行接洽
7	人生	2020 年下半年	45	80%	53400	前期筹备中，同时正在与卫视和网络平台进行发行前的沟通工作
8	幸福到万家	2020 年下半年	50	20%	53500	前期筹备中，同时正在与卫视和网络平台进行发行前的沟通工作
9	狄仁杰之秋官课院	2017 年 10 月	46	10%	15000	后期制作中，预计 2020 年取得发行许可证
10	数字奇谭（电影）	2016 年 12 月		58.33%	1300	已通过内容审查，预计 2020 年下半年取得电影公映许可证，目前该项目已转让

2020年主要影视剧计划确认的收入成本如下：

金额单位：万元

序号	项目名称	营业收入	营业成本	毛利率
1	玄武	6,792.45	5,624.00	17%
2	警花与警犬之再上征程	3,791.32	2,688.68	29%
3	女儿之国世无双	9,429.56	5,283.02	44%
4	小重逢	5,603.77	5,000.00	11%
5	如果岁月可回头	16,548.92	11,316.09	32%

序号	项目名称	营业收入	营业成本	毛利率
6	枫叶红了	769.81	471.70	39%
7	人生	36,084.91	19,781.84	45%
8	幸福到万家	7,930.70	3,738.32	53%
9	狄仁杰之秋官课院	1,415.09	943.40	33%
10	数字奇谭（电影）	1,226.42	1,060.45	14%
	电视剧合计	88,366.53	54,847.05	38%
	电影合计	1,226.42	1,060.45	14%

2020年预计电视剧综合毛利率为38%，其中，拟发行的电视剧中除《幸福到万家》和《人生》外，其他电视剧已摄制完成并取得发行许可证，发行对象包括东方卫视、浙江卫视、腾讯视频及爱奇艺等。根据强视传媒多年拍摄与制作经验，其能有效控制和降低每部电视剧的单集制作成本，提升单集电视剧的毛利水平。

新剧成本的预测主要是以强视传媒提供的电视剧投资拍摄计划为依据，包括每部剧的预计投资金额、强视传媒的计划投资比例、电视剧的投资收益分成等确定。新剧各年成本的预测是根据每部剧的预测总收入及发行计划按比例结转，同时考虑强视传媒的投资比例、投资收益分成等因素的影响确定。

根据历史统计数据和市场实际情况，公司电视剧毛利率应在40%左右。为吸引更多的优质资源同时分散投资风险，强视传媒多会选择通过联合摄制的方式完成精品剧的拍摄工作。由于该合作模式在计算分账成本时会导致毛利率下滑，因此，基于谨慎性原则，确定2021年及以后毛利率约为35%左右。

电影发行毛利率依据对历史数据分析，确定预测年度毛利率为14%。

节目制作费收入，是公司接受委托方（电视台、制作机构）委托，按委托方要求制作节目，公司提供素材、节目制作策划、方案，经委托方同意后，由公司提供人员剪辑、加工制作，完成全部成片，交付委托方进行验收。委托方验收全部成片后，公司按合同金额确认收入，相关素材和人员费用进入成本。如接受旅游卫视委托，制作了故事片《中国故事》，以及美妆等综艺节目，接受客户委托制作公司宣传片等。节目制作业务，依据历史年度毛利率确定为40%。

对广告代理业务，依据历史数据定为15%。

经测算，预测期主营业务收入预测情况如下表：

金额单位：万元

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
电视剧及衍生	74,058.73	127,680.98	116,240.50	127,864.55	127,864.55	127,864.55
电影发行	817.61	1,757.87	1,483.97	1,632.37	1,632.37	1,632.37
广告代理	9,433.96	10,377.36	11,415.10	12,556.61	12,556.61	12,556.61
节目制作	2,200.00	2,420.00	2,662.00	2,928.20	2,928.20	2,928.20
主营业务收入	86,510.30	142,236.21	131,801.57	144,981.73	144,981.73	144,981.73

依据公司拍摄计划及发行计划，电视剧及衍生产品2020年及2021年原预计实现收入分别为96,066.53万元、105,673.18万元。公司原计划于2020上半年年开机拍摄并于当年完成发行的电视剧《人生》和《幸福到万家》，当年原计划确认发行收入分别为36,084.91万元、7,930.70万元，共计44,015.61万元，考虑到疫情影响，上述二部剧的开机时间将推迟到2020年下半年，同时鉴于上述剧目属现代剧，后期制作周期较短，因此预计2020年底能够拿到发行许可证并完成部分发行工作，故本评估报告出具时预测电视剧《人生》和《幸福到万家》2020年收入按原计划的50%确认，另外50%收入共计22,007.81万元顺延至2021年确认。2021年，电视剧及衍生产品在原计划收入105,673.18万元的基础上增加22,007.81万元为127,680.98万元。

主营业务成本预测情况如下表：

金额单位：万元

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
电视剧及衍生	48,322.96	80,447.65	76,718.73	84,390.60	84,390.60	84,390.60
电影发行	706.97	1,513.67	1,276.21	1,403.84	1,403.84	1,403.84
广告代理	8,018.87	8,820.76	9,702.84	10,673.12	10,673.12	10,673.12
节目制作	1,320.00	1,452.00	1,597.20	1,756.92	1,756.92	1,756.92
主营业务成本	58,368.80	92,234.08	89,294.98	98,224.48	98,224.48	98,224.48

(2) 税金及附加预测

强视传媒税金及附加涉及的税率为城建税5%或7%、教育费附加3%、地方教育费附加2%等。被评估单位母公司及下属子公司的税率并不完全相同，本次参考历史年度税金及附加占收入的比例对未来进行预测。历史税金及附加占营业收入比例计算如下（金额单位万元）：

项 目	2017 年	2018 年	2019 年
-----	--------	--------	--------

营业收入	57,105.98	108,251.73	20,603.98
税金及附加	273.19	499.49	96.40
税金及附加占收入比例	0.0048	0.0046	0.0047

近三年税金及附加占收入的比例变动较为稳定，因强视合并范围内业务公司城建税率不同，本次税金及附加预测，取近三年税金及附加占收入比例的平均数0.0047为基础，计算出未来各年度的税金及附加，预测结果见下表（金额单位万元）：

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
税金及附加	406.60	668.51	619.47	681.41	681.41	681.41

(3) 销售费用预测

强视传媒历史年度销售费用主要包括职工薪酬、差旅费、业务招待费、发行费等。未来预测是基于历史年度实际发生数额的分析判断，对职工薪酬，根据企业劳动人事部门提供的未来年度职工人数、平均工资水平以及考虑未来工资增长因素进行预测。未来年度平均工资水平每年将以一定比例逐年增长。发行费主要是电视剧的发行宣传费，该费用一般在影视剧播出时发生，以增加影视剧的热度和收视率。该费用的预测按收入的一定比例确定。业务宣传费根据历史年度发生额综合确定。

企业未来年度销售费用预测结果如下表：

金额单位：万元

序号	项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
1	职工薪酬	56.60	62.26	68.49	75.34	82.87	82.87
2	差旅费	15.00	18.00	20.00	20.00	20.00	20.00
3	业务招待费	10.00	12.00	12.00	13.00	13.00	13.00
4	业务宣传费	70.00	72.00	75.00	75.00	75.00	75.00
5	发行费	2,500.00	2,890.97	2,767.83	3,044.62	3,044.62	3,044.62
6	其他	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
合 计		2,661.60	3,065.23	2,953.32	3,237.96	3,245.49	3,245.49

(4) 管理费用的预测

强视传媒管理费用主要为职工薪酬、房租及物业费、办公费、差旅费、折旧费、长期待摊费用摊销、业务招待费等。

管理费用是企业为组织和管理企业生产经营所发生的费用，主要分为固定部分和可变部

分两方面，固定部分主要为列入管理费用的折旧和摊销，可变部分包括工资、福利、社保费用、办公、差旅、业务招待等。企业对各项费用均按预算进行严格的管理和控制，对于固定费用根据企业未来的经营计划及费用发生的合理性进行分析后进行预测，对于变动费用，根据该类费用发生与业务量的依存关系进行预测。

本次对差旅费和业务招待费，按历史年度该项费用占收入的比例测算预测年度费用。服务制作费核算内容为PPT、名片、户外宣传的拍摄物料费用，该费用除2018年较高外，历史年度均较低，经与企业相关人员沟通，2018年费用发生较为合理，本次测算，按2018年发生额综合确定。

企业未来年度管理费用预测结果如下表：

金额单位：万元

序号	项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
1	职工薪酬	2,320.67	2,529.53	2,782.48	3,060.73	3,213.77	3,213.77
2	折旧费	114.33	95.91	88.26	87.14	87.14	87.14
3	差旅费	285.48	469.38	434.95	478.44	478.44	478.44
4	业务招待费	198.97	327.14	303.14	333.46	333.46	333.46
5	办公费	130.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
6	通讯费	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
7	交通费	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
8	中介机构费用	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
9	装修费、租赁费	35.31	35.31	35.31	35.31	35.31	35.31
10	无形资产摊销	2.83	2.83	2.83	2.83	2.83	2.83
11	租赁及物业费	603.84	621.96	640.62	659.84	679.64	679.64
12	服务制作费	1,280.00	1,280.00	1,280.00	1,280.00	1,280.00	1,280.00
13	其他	30.00	32.00	34.00	36.00	38.00	38.00
14	水电费	34.18	34.18	34.18	34.18	34.18	34.18
15	维修费	12.00	12.50	13.00	13.00	13.00	13.00
合计		5,362.61	5,905.74	6,113.77	6,485.93	6,660.77	6,660.77

(5) 财务费用的预测

根据本次评估目的，本次所测算的财务费用为手续费。依据企业历史年度手续费支付情

况及预测年度业务收入，预测未来5年手续费用如下表：

金额单位：万元

项目名称	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
财务费用	9.00	9.90	10.89	11.98	13.18	13.18

(6) 折旧及摊销预测

折旧及摊销的预测，主要根据企业固定资产折旧和无形资产摊销的会计政策，结合历史年度的折旧（摊销）情况及固定资产的增加等因素计算确定。永续期内固定资产折旧、无形资产的摊销等以年化金额确定。公司折旧及摊销政策及预测结果详见下表：

序号	资产类别	折旧方法	净残值率	使用年限
一	固定资产			
1	机器设备	直线法	5%—	10 年
2	运输设备	直线法	5%—	10 年
3	电子设备	直线法	5%—	5 年
二	无形资产摊销			
1	软件	直线法		10 年

固定资产折旧及摊销预测表

金额单位：万元

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2015 年	永续年
一、固定资产折旧合计	114.33	95.91	88.26	87.14	87.14	87.14	113.72
二、无形资产摊销	2.83	2.83	2.83	2.83	2.83	2.83	0.37
三、长期待摊费用	35.31	14.50	3.85	—	—	—	
四、折旧及摊销合计	152.47	113.24	94.94	89.97	89.97	89.97	113.80

(7) 资本性支出预测

资本性支出主要为维持现有生产规模对固定资产的更新支出。

强视传媒为轻资产公司，预测期内只需要对现有资产进行维护和替换更新。预测中根据企业的资产更新计划，考虑各类固定资产的折旧年限及经济使用年限，对各年度的资产更新进行了预测以确定相应的资本性支出。永续期资本性支出是考虑为了保证企业能够持续经营，各类资产经济年限到期后需要更新支出，该项支出是按经济年限间隔支出的，永续期更新支出以年化金额确定。未来年度资本性支出预测具体如下表：

金额单位：万元

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	永续年
资本性支出	225.26	252.17	29.55	10.57	5.36	50.80	177.23

(8) 净营运资金变动的预测

营运资金增加额系指企业在不改变当前主营业务条件下，为维持正常经营而需新增投入的营运性资金，即为保持企业持续经营能力所需的新增资金。如正常经营所需保持的现金、产品存货购置、代客户垫付购货款（应收款项）等所需的基本资金以及应付的款项等。通常其他应收款和其他应付款核算内容绝大多数为非经营性往来。因此估算营运资金的增加，原则上只需考虑正常经营所需保持的现金、存货、应收款项和应付款项等主要因素。

营运资金增加额=当期营运资金-上期营运资金

其中：营运资金=经营性现金+存货+应收款项-应付款项

经营性现金是指企业经营活动周转所必需的现金。

应收款项主要包括应收票据、应收账款及经营性预付账款，应付款项主要包括应付票据、应付账款和经营性预收账款。

强视传媒作为影视剧制作企业，对营运资金的需求较大，强视传媒母公司当代文体为扶持强视传媒业务发展，承诺将会在经营上给予强视传媒全面的资金支持，降低强视传媒的资金成本。2020年，预测收入与2018年持平，本次营运资金的确定，以2018年度营运资金占营业收入的比例为基础计算出各期营运资金。本次资产组的账面价值中未包含营运资金，在确定2020年营运资金增加额时也未考虑期初营运资金的影响。

具体预测结果如下：（单位：万元）：

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	永续年
营运资金变动	129,765.45	69,365.24	-21,198.57	17,793.22	-	-	-

(9) 折现率的确定

资产组税前折现率采用通用公式WACCBT：根据基准日无风险利率取3.6761%；风险报酬率取7.05%；企业特定风险调整系数取3.96%（区间为1-5%）；目标资本结构为19.63%等确定的当期折现率水平为16.42%。

(10) 疫情对本次商誉减值测试的影响

公司原计划于2020上半年年开机拍摄的电视剧《人生》和《幸福到万家》，当年计划确认发行收入分别为36,084.91万元、7,930.70万元，确认成本分别为19,781.84万元、3,738.32万元，考虑到疫情影响，上述二部剧的开机时间将推迟到2020年下半年。本次预测，电视剧

《人生》和《幸福到万家》2020年收入、成本均按原计划的50%确认，另外50%收入、成本将于2021年确认。

综上，疫情对强视传媒资产组预计未来现金流量现值的影响主要体现在开机时间延后对后续现金流的时间价值的影响。

3、武汉汉为体育投资管理有限公司资产组商誉减值测试过程

3.1 资产组组合未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程

2019年度，公司聘请具有证券期货资质的湖北众联资产评估有限公司出具了《武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司增资武汉汉为体育投资管理有限公司形成的商誉相关资产组预计未来现金流量现值评估项目》（众联评报字[2020]第1086号）资产评估报告。根据该评估报告，资产组未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程如下：

单位：人民币万元

项目/年度	后五年预测数据					永续年
	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一、营业收入	8,046.29	11,388.54	11,793.81	12,276.86	12,474.95	12,474.95
减：营业成本	8,028.48	7,925.77	8,196.24	8,573.22	8,707.56	8,707.56
税金及附加	2.25	31.53	30.65	28.99	25.64	25.64
销售费用	197.78	199.32	200.88	202.48	204.11	204.11
管理费用	1,298.10	1,402.97	1,428.07	1,451.46	1,475.26	1,225.10
二、EBIT	-1,480.32	1,828.95	1,937.97	2,020.71	2,062.38	2,312.54
加：折旧与摊销	480.37	480.37	480.37	480.37	480.37	229.70
减：营运资金变动	3,618.51	1,056.17	164.86	203.57	80.86	
减：资本性支出	-	-	-	107.22	-	180.86
三、自由现金流量	-4,618.46	1,253.15	2,253.48	2,190.29	2,461.89	2,361.38
折现率水平	15.19%					
预计未来现金流量现值（A）	9,151.67					
包含全口径商誉的资产组账面价值（B）	10,062.61					
全口径商誉已计提减值金额（C）	1,981.79					

商誉是否减值	B-C-A<0, 否
--------	------------

3.2 商誉测试过程中具体指标选取情况、选取依据及合理性

(1) 营业收入的预测

根据汉为体育的前四年经营状况，商誉相关的资产组可以划分成四大块，包括体育场地运营、体育教育培训、体育赛事及活动、体育用品销售四个板块，按照四个业务板块统计的前四年经营数据如下：

金额单位：万元

年度	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
主营业务收入合计	3,417.90	7,315.91	10,203.81	7,987.43
体育场地运营	251.16	1,043.78	2,568.35	762.91
体育教育培训	2.96	262.64	1,105.67	413.95
体育用品销售	2,590.44	4,805.93	4,463.34	3,620.90
体育赛事及活动	573.34	1,203.56	2,066.45	3,189.67

参考宏观政策和行业发展状况，结合武汉市人口流动性分析和武汉市居民消费水平趋势，参照2016-2019年的各分类业务销售收入情况，综合考虑汉为体育的市场区域优势及其所占份额，受益于日益增长的全民健身需求，预计疫情结束后会存在一个报复性增长期；体育用品销售板块的收入受耐克相关代理的产品范围缩减的影响，预计2020年后收入会逐步缩减。

体育产业相关上市公司的毛利率水平如下：

证券名称	按行业分类	2019 年报毛利率(%)
贵人鸟	体育相关	28.51
探路者	体育相关	42.47
金陵体育	体育相关	32.09
中体产业	体育相关	29.10
毛利率平均值(取整)		33%

受2020年疫情影响，截至出报告日，旗下各大场馆均未进入正常营业状态，本次预测不考虑2020年一季度的主营业务收入，主营业务成本暂时参考2019年四季度。报告日后预测数据参考历史年度数据，收入、成本按照预期经营模式调整后，有望达到正常行业平均毛利率。

依据上述数据，同时结合企业历史年度的经营毛利率（30%），推测企业未来5年毛利率为30%~33%。2020-2024年各业务板块的营业收入预测数据如下：（金额单位万元）

业务分类	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
主营业务收入合计	8,046.29	11,388.54	11,793.81	12,276.86	12,474.95
体育场地运营	3,424.34	4,952.33	5,389.30	5,991.31	6,641.19
体育教育培训	339.90	571.40	526.90	482.24	402.76
体育用品销售	1,795.28	2,290.04	2,162.75	2,016.86	1,682.05
体育赛事及活动	2,486.77	3,574.77	3,714.86	3,786.45	3,748.95

2019年汉为体育调整部分业务收费模式，对部分项目中的场地运营、教育培训和体育用品销售业务进行整合，拓展了场地运营充值余额的消费范围，使其涵盖体育教育培训（私教收费、咨询服务费等）、场馆内体育商品消费，并将所有充值余额消费收入仍归集至体育场馆运营收入，导致体育场馆运营业务收费服务业务内容拓展。2019年受场馆经营整合、百安居项目终止以及军运会期间闭馆等方面影响，场馆运营、教育培训、体育用品销售等均大幅缩水，合计收入4797.76万元，远低于2018年水平，属于特殊情况，不具参考意义，故2020年业绩预测主要参考汉为体育2018年度业绩情况。2018年体育场馆运营、教育培训、用品销售的业务收入合计8137.36万元，考虑疫情导致的场馆开业延期，公司预测2020年场馆运营、教育培训、用品销售的业务合计完成业绩为5559.52万元。

公司体育赛事及活动正处于快速发展期，2019年9-11月虽受军运会影响，体育赛事及活动业务2019年度仍取得了54.36%的增长，考虑疫情影响导致赛事举办延期，公司将体育赛事执行收入整体顺延至2020年一季度之后重新恢复，故预计2020年体育赛事及活动业务收入为2,486.77万元，往后年度逐渐恢复至正常水平。

（2）营业成本的预测

2016-2018年按业务板块分类的营业成本情况统计如下：（金额单位万元）

业务分类	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
主营业务成本合计	3,857.40	6,219.09	8,428.99	9,138.86
体育场地运营	418.90	1,465.19	1,775.40	689.67
体育教育培训	176.95	89.48	459.35	1,103.21
体育赛事及活动	2,445.42	3,781.42	4,423.36	3,601.17
体育用品销售	816.13	883.00	1,770.88	3,744.81

根据企业成本核算的特性，本次营业成本的预测采用历史年度毛利率分析法进行计算。即通过分析企业历史年度相关板块的毛利率水平，分析其中成本核算的相关性。预测未来五年的营业成本数据如下：（金额单位万元）

业务分类	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
主营业务成本合计	8,028.48	7,925.77	8,196.24	8,573.22	8,707.56
体育场地运营	3,434.26	3,092.47	3,400.39	3,852.13	4,343.70
体育教育培训	340.88	356.81	332.45	310.06	263.43
体育赛事及活动	1,759.37	2,244.24	2,119.50	1,976.52	1,648.41
体育用品销售	2,493.97	2,232.25	2,343.90	2,434.51	2,452.02

（3）税金及附加预测

税金及附加包括增值税、城建税、教育费附加和地方教育费附加。其中城建税为当年应缴增值税的7%，教育费附加为当年应缴增值税的3%，地方教育费附加为当年应缴增值税的2%，印花税按照购销合同的0.03%计算。

序号	项目	未来五年预测				
		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
1	销项税	608.45	843.62	859.02	877.79	866.24
2	进项税	611.20	606.76	630.36	664.06	680.92
3	应交增值税	-2.75	236.86	228.66	213.73	185.32
4	城建税	-0.19	16.58	16.01	14.96	12.97
5	教育费附加	-0.08	7.11	6.86	6.41	5.56
6	地方教育附加	-0.06	4.74	4.57	4.27	3.71
7	印花税	2.41	3.42	3.54	3.68	3.74
8	合计	2.08	31.85	30.98	29.32	25.98

（4）销售费用的预测

销售费用是企业生产经营所发生的与销售直接相关的费用，主要包括办公用品、保险费、车辆使用费、房屋租赁费、福利费、工资、会务费、奖金、劳务费、其它、社保费及住房公积金、市内交通费、市外交通费及住宿费、通讯费、维修费用、业务宣传费、员工外训费、运杂费、招待费、折旧费等。同样按照2016-2019年的历史年度销售情况，主要参考最近两年度费用，对未来年度销售费用数据进行预测。预测未来五年数据如下：

金额单位：人民币万元

项目\年期	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
销售费用	197.78	199.32	200.88	202.48	204.11
办公用品	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98
工资	120	121.2	122.42	123.67	124.94
其它	60	60	60	60	60
运杂费	16.80	17.14	17.48	17.83	18.19

(5) 管理费用的预测

管理费用是企业为组织和管理企业生产经营所发生的费用，主要包括办公费、差旅费、福利费、工资及补偿费、交通费、社会保险费、通讯费、印花税、运杂费、招待费、折旧费等。职工薪酬考虑了人员薪酬和其他办公费用的正常比例的涨幅。对于非经常发生的项目，未来年度不做预测。管理费用中计提折旧的电子设备和摊销的车辆使用费等，按平均年限法计提折旧，在不考虑减值准备的情况下，沿用企业会计政策确认的折旧摊销年限。预测未来五年数据如下：

金额单位：人民币万元

项目\年期	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续年
管理费用合计	1,298.10	1,402.97	1,428.07	1,451.46	1,475.26	1,225.10
办公用品	13.95	23.48	23.71	23.71	23.95	23.95
车辆使用费	8.28	13.94	14.08	14.08	14.22	14.22
电话费	0.94	0.97	0.97	1.00	1.00	1.00
房屋租赁费	40.00	57.60	60.48	62.29	63.52	63.52
服务费	10.00	11.22	11.56	11.91	11.91	11.91
福利费	26.02	26.80	27.60	28.43	28.71	28.71
工资	542.67	558.95	575.72	592.99	610.78	610.78
劳务费						-
律师费						-
培训服务费	2.82	4.75	4.80	4.80	4.85	4.85
社保费及住房公积金	72.88	75.07	77.32	79.64	82.03	82.03
市内交通费	7.92	13.33	13.46	13.46	13.59	13.59
市外交通费及住宿费	26.26	39.39	39.78	40.18	40.58	40.58

水电管理费	11.98	12.34	12.71	13.09	13.48	13.48
业务宣传费	2.55	4.29	4.33	4.33	4.37	4.37
业务招待费	42.44	71.45	72.16	72.16	72.88	72.88
运杂费						
长期待摊费用	408.26	408.26	408.26	408.26	408.26	176.70
招聘费						
折旧费	71.13	71.13	71.13	71.13	71.13	52.53
装修费						
其他类	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00

(6) 折旧及摊销测算

折旧及摊销的预测，主要根据企业固定资产折旧的会计政策，结合历史年度的折旧情况及固定资产的更新等因素计算确定。该部分由两部分构成：管理费用和营业成本中的固定资产折旧。依据历史年度的折旧情况及固定资产的增加等数据，预测未来五年数据如下：

金额单位：人民币万元

序号	项目	后五年预测数据					永续年
		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一	固定资产	71.13	71.13	71.13	71.13	71.13	52.53
1	机器设备	33.30	33.30	33.30	33.30	33.30	14.70
2	交通设备	16.39	16.39	16.39	16.39	16.39	16.39
3	电子设备	21.44	21.44	21.44	21.44	21.44	21.44
二	无形资产	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98	0.47
1	广联达软件	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.06
2	汉为通 APP	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.41
三	长期待摊费用	408.26	408.26	408.26	408.26	408.26	176.70
1	长期待摊费用	408.26	408.26	408.26	408.26	408.26	176.70
	合计	480.37	480.37	480.37	480.37	480.37	229.70

(8) 追加资本估算

追加资本系指企业在不改变当前经营业务条件下，为保持持续经营所需增加的营运资金和超过一年期的长期资本性投入。如经营规模变化所需的新增营运资金以及持续经营所必须

的资产更新等。即本报告所定义的追加资本为：追加资本=资产更新投资+营运资金增加额

①资产更新投资估算

按照收益预测的前提和基础，在维持现有规模的前提下，本次估算更新投资所发生的资本性支出根据企业对未来固定资产投资的规划以及未来各年满足维持现有生产能力所必需的更新投资支出进行估算。

目前，该企业现有的固定资产能满足经营需要。按照企业的固定资产折旧政策，以基准日固定资产和新增固定资产的账面原值、经济寿命、预计残值率估算加权折旧率来得到未来年度的折旧额。在预测期内，假设当资产分期分批按照均匀速度进行资产更新，即假设该资产计提折旧完毕即更新，且更新投资金额按照资产原值补充更新该资产；永续期内，由于收入稳定，按照现时的固定资产规模计算永续期资本性支出。则预测期更新投资支出计算如下：

（金额单位：万元）

序号	资产名称	后五年预测数据					永续期资本性支出
		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一	固定资产	-	-	-	107.22	-	69.73
1	机器设备						20.96
2	交通设备						30.64
3	电子设备				107.22		18.13
二	无形资产	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1	广联达软件						
2	汉为通 APP						
三	长期待摊费用	-	-	-	-	-	111.13
1	长期待摊费用						111.13
	合计	-	-	-	107.22	-	180.86

②营运资金增加额估算

营运资金增加额指企业在不改变当前主营业务条件下，为维持正常经营而需新增投入的营运性资金，即为保持企业持续经营能力所需的新增资金。

企业价值评估中的营运资金相当于财务管理中的经营性营运资金，即经营性流动资产与经营性流动负债的差额。公式为：营运资金=经营性流动资产—经营性流动负债

经营性流动资产包括：经营性现金和其他经营性资产。

经营性现金是指企业经营活动周转所必需的现金，不包括超过经营需要的金融性流动资产，即安全现金保有量。

其他经营性资产通常包括：存货、应收票据、应收账款、预付账款、其他应收款中与经营有关的部分等经营活动中占用的非金融性流动资产。

经营性流动负债通常包括：应付票据、应付账款、预收账款、其他应付款中与经营有关的部分等经营活动中不需要支付利息的非金融性负债。

年经营性资产及经营性负债与销售收入与成本的关系为：

应收账款=营业收入总额/应收款项周转率

预付账款=营业成本总额/预付账款周转率

存货=营业成本总额/存货周转率

应付账款=营业成本总额/应付账款周转率

预收账款=营业收入总额/预收账款周转率。

2024年后由于企业收入基本稳定，故2024年度以后营运资金无变动。

预测的未来五年营运资金如下：（金额单位：人民币万元）

序号	项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
一	流动资产：	4,502.18	5,650.40	5,849.05	6,097.28	6,194.82
二	流动负债：	883.67	975.72	1,009.51	1,054.17	1,070.85
三	营运资金	3,618.51	4,674.68	4,839.54	5,043.11	5,123.97
四	营运资金变动额	3,618.51	1,056.17	164.86	203.57	80.86

（8）折现率的确定

资产组税前折现率采用通用公式WACCBT：选取基准日无风险利率取3.6761%；风险报酬率取7.05%；企业特定风险调整系数取2.98%（区间为1-5%）；目标资本结构为34.14%等确定的当期折现率水平为15.19%。

（9）疫情对本次商誉减值测试的影响

受2020年疫情影响，截止2020年4月8日，汉为体育旗下各大场馆均处于停业状态。2020年4月8日起，武汉市各行业开始逐步复工复产，汉为体育旗下场馆由于行业的特殊性，其自5月1日起才逐步恢复营业。

基于疫情的不确定性，公司在预测时考虑了已知影响，如2020年一季度的主营业务收入大幅较少、赛事推迟等，但是对于具有较大不确定性的影响因素，如后续人流量何时回复至

疫情前水平、疫情后是否可能出现的消费习惯变化等公司无法在预测时考虑。同时，2019年受场馆经营整合、百安居项目终止以及军运会期间闭馆等方面影响，汉为体育场馆运营、体育教育培训及体育用品销售业务整体较2018年度大幅下滑，属于特殊情况，不具参考意义。故2020年一季度之后的预测期，公司主要参考汉为体育2018年度业绩情况以及公司最新业务调整情况来预测。

综上，疫情对汉为体育资产组预计未来现金流量现值的影响主要体现在资产组中受疫情影响较大的场馆运营、赛事活动等板块未来现金流净流入减少以及受疫情影响的现金流入延后对现金流的时间价值影响。

4、中影嘉华悦方影城（深圳）有限公司资产组商誉减值测试过程

4.1 资产组组合未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程

2019年度，公司聘请具有证券期货资质的湖北众联资产评估有限公司出具了《武汉当代银兴影业投资管理有限责任公司并购中影嘉华悦方影城(深圳)有限公司商誉相关资产组预计未来现金流量现值评估项目》（众联评报字[2020]第1085号）资产评估报告。根据该评估报告，资产组未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程如下：

单位：人民币万元

项目/年度	后五年预测数据					永续年
	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一、营业收入	1,183.91	1,756.16	1,910.71	2,014.27	2,105.98	2,105.98
减：营业成本	719.40	982.69	1,050.98	1,099.02	1,148.96	1,148.96
税金及附加	6.38	9.35	10.21	10.78	11.22	11.22
销售费用	193.47	198.57	203.81	209.20	214.73	214.73
管理费用	258.21	190.52	105.53	115.94	127.17	135.52
二、EBIT	6.45	375.03	540.18	579.33	603.90	595.55
加：折旧与摊销	195.63	127.11	40.94	50.14	60.14	68.49
减：营运资金变动	50.63	38.00	10.71	6.82	4.85	-
减：资本性支出	-	-	150.41	-	200.00	63.65
三、自由现金流量	151.45	464.14	420.00	622.65	459.19	600.39
折现率水平	15.21%					

预计未来现金流量现值 (A)	3,540.75
包含全口径商誉的资产组账面价值 (B)	3,511.78
商誉是否减值	B-A<0, 否

4.2 商誉测试过程中具体指标选取情况、选取依据及合理性

(1) 营业收入的预测

根据中影嘉华的历史经营状况，其主营业务收入按照业务类别分类统计情况如下：

（金额单位：万元）

业务分类	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
主营业务收入	739.81	2,350.05	2,223.45	2,142.40
票房与服务费收入	731.72	2,026.66	1,865.52	1,837.52
广告、卖品收入	-	272.15	353.80	276.88
场租收入	3.93	15.01	4.13	14.85
其他	4.16	36.23		13.15

参照2016-2019年的中影嘉华开业至今的经营情况，综合考虑中影嘉华悦方影城的周边消费人群、市场区域优势及其所占份额，公司管理层提供了未来五年预测的总收入。分析预测考虑因素分为以下几点：影城周边消费群体主要为学校及上班族，消费区域比较集中；区域内电影消费逐年递增，近两年新开影城增多，新开业影城对原有影城形成一定冲击，2018年消费区域内新增1家影城，2019年新增2家影城，故2018年-2019年收入构成一定影响。2020年受疫情影响，截至公司2019年年度报告出具日影城尚未开始营业，根据现有疫情防控政策，公司无法准确估计影城开放时间，暂假定2020年下半年影城将恢复正常营业，则该资产组2020-2024年营业收入按照业务类别分类的年预测数据如下：

业务分类	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
主营业务收入	1,183.91	1,756.16	1,910.71	2,014.27	2,088.88
票房与服务费收入	999.34	1,466.33	1,612.96	1,709.74	1,778.13
广告、卖品收入	163.99	261.83	269.75	276.53	282.75
场租收入	7.43	14.85	14.85	14.85	14.85
其他	13.15	13.15	13.15	13.15	13.15

(2) 营业成本的预测

根据中影嘉华的历史经营状况，其主营业务成本按照业务类别分类统计情况如下：

业务分类	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
主营业务成本	347.01	1,019.04	924.77	1,239.49
票房	270.29	829.14	760.73	815.40
卖品	30.24	100.26	144.34	75.17
服务费	2.18	6.92	6.54	-
其他	44.30	82.72	13.16	348.92
毛利率	53%	57%	58%	42%

分析行业类似公司的毛利率水平，各个公司的经营数据差异较大，中影嘉华为单体影院，考虑其特殊性，我们认为参考资产组本身2017-2019年的毛利率较为合理，并依据该毛利率对未来的主要营业成本进行预测，服务费及其他业务收入的成本并入票房和卖品中。预测未来五年的营业成本数据如下：

业务分类	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
主营业务成本	719.40	982.69	1,050.98	1,099.02	1,138.96
其中：票房	449.28	601.20	649.64	683.85	715.22
卖品	45.84	94.26	97.11	99.55	101.79
服务费					
其他	224.28	287.23	304.23	315.62	321.95
业务收入合计	1,183.91	1,756.16	1,910.71	2,014.27	2,088.88
营业成本合计	719.40	982.69	1,050.98	1,099.02	1,138.96
毛利率	39%	44%	45%	45%	45%

（3）税金及附加的预测

税金及附加包括增值税、城建税、教育费附加和地方教育费附加。其中城建税为当年应缴增值税的7%，教育费附加为当年应缴增值税的3%，地方教育费附加为当年应缴增值税的2%，印花税按照购销合同的0.03%计算。预测的未来五年税金及附加数据明细如下：

序号	项目	未来五年预测				
		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
1	销项税	81.72	122.91	132.74	139.42	143.31
2	进项税	31.65	49.59	53.11	55.55	57.05
3	应交增值税	50.07	73.32	79.63	83.87	86.26

4	城建税	3.50	5.13	5.57	5.87	6.04
5	教育费附加	1.50	2.20	2.39	2.52	2.59
6	地方教育附加	1.00	1.47	1.59	1.68	1.73
7	印花税	0.38	0.55	0.60	0.63	0.64
8	合计	6.38	9.35	10.15	10.70	11.00

(4) 销售费用的预测

销售费用是企业生产经营所发生的与销售直接相关的费用,主要包括办公用品、差旅费、车辆费用、工资及补偿费、社会保险费、佣金、招待费、折旧费等。由于销售费用主要用于日常营业支出,包括固定费用和浮动费用,本次预测按照营业费用明细分类预测,预测的未来五年销售费用数据明细如下:

序号	项目	后五年数据					永续年
		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一	销售费用	193.47	198.57	203.81	209.20	214.73	214.73
1	职工薪酬	119.59	123.18	126.88	130.69	134.61	134.61
2	业务招待费	2.00	2.02	2.04	2.06	2.08	2.08
3	营运办公费	10.00	10.10	10.20	10.30	10.40	10.40
4	差旅费	3.00	3.03	3.06	3.09	3.12	3.12
5	广告宣传费	22.00	22.44	22.89	23.35	23.82	23.82
6	社保	13.84	14.26	14.69	15.13	15.58	15.58
7	电信费	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83
8	福利费	16.50	17.00	17.51	18.04	18.58	18.58
9	交通费	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.40
10	维修费	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
11	快递费	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46
12	聘请中介费用	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.50
13	公积金	2.15	2.15	2.15	2.15	2.15	2.15

(5) 管理费用的预测

管理费用是企业为组织和管理企业生产经营所发生的费用,主要包括办公费、差旅费、福利费、工资及补偿费、交通费、社会保险费、通讯费、印花税、运杂费、招待费、折旧费等。职工薪酬考虑人员薪酬和其他办公费用的正常比例的涨幅,社保根据公司近期缴存的比

例进行预测的。对于非经常发生的项目，未来年度不做预测。管理费用中计提折旧的电子设备和摊销的车辆使用费等，按平均年限法计提折旧，在不考虑减值准备的情况下，沿用企业会计政策确认的折旧摊销年限。

序号	项目	未来五年数据					永续年
		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一	管理费用合计	258.21	190.52	105.53	115.94	127.17	135.52
1	职工薪酬	45.77	46.23	47.15	48.09	49.05	49.05
2	招待费	0.68	0.69	0.70	0.71	0.72	0.72
3	办公费	1.00	1.20	1.21	1.22	1.23	1.23
4	差旅费	2.35	2.37	2.39	2.41	2.43	2.43
5	社保	7.59	7.67	7.82	7.98	8.14	8.14
6	财产保险	1.05	1.06	1.08	1.10	1.12	1.12
7	福利费	0.59	0.60	0.61	0.62	0.63	0.63
8	饮用水费	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20
9	交通费	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
10	快递费	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
11	中介机构费	0.53	0.54	0.55	0.56	0.57	0.57
12	住房公积金	1.28	1.29	1.30	1.31	1.32	1.32
13	待摊费	124.11	93.16	-	-	10.00	29.58
14	绿植费	0.64	0.65	0.66	0.67	0.68	0.68
15	维修费	0.59	0.60	0.61	0.62	0.63	0.63
16	物业水电垃圾费	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16
17	折旧费	71.52	33.95	40.94	50.14	50.14	38.91

（6）折旧及摊销测算

折旧及摊销的预测，主要根据企业固定资产折旧的会计政策，结合历史年度的折旧情况及固定资产的更新等因素计算确定。该部分由两部分构成：管理费用和营业成本中的固定资产折旧。预测时考察历史年度的折旧情况及固定资产的增加等因素。

假设预测期企业的固定资产不需要大幅度更新，并且按照折旧提完报废更新来考虑折旧摊销费用。预测未来五年数据如下：（金额单位：人民币万元）

序号	项目	原值	净值	后五年预测数据					永续年
				2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一	固定资产	320.60	121.54	71.52	33.95	40.94	50.14	50.14	38.91
1	办公设备	150.41	45.00	37.48		40.94	50.14	50.14	26.88
2	专用设备	170.19	76.54	34.04	33.95				12.03
二	长期待摊费用	620.57	217.27	124.11	93.16	-	-	10.00	29.58
1	长期待摊费用	620.57	217.27	124.11	93.16	-			-
2	新增长期待摊	200.00						10.00	29.58
三	合计	941.17	338.81	195.63	127.11	40.94	50.14	60.14	68.49

(7) 追加资本估算

追加资本系指企业在不改变当前经营业务条件下,为保持持续经营所需增加的营运资金和超过一年期的长期资本性投入。如经营规模变化所需的新增营运资金以及持续经营所必须的资产更新等。

追加资本=资产更新投资+营运资金增加额

①资产更新投资估算

按照收益预测的前提和基础,在维持现有规模的前提下,本次估算更新投资所发生的资本性支出根据企业对未来固定资产投资的规划以及未来各年满足维持现有生产能力所必需的更新投资支出进行估算。

根据调查,该企业现有的固定资产能满足经营需要,长期待摊费用为VIP影厅改造费用,属于新增支出。

按照企业的固定资产折旧政策,以基准日固定资产和新增固定资产的账面原值、经济寿命、预计残值率估算加权折旧率来得到未来年度的折旧额。在预测期内,假设当资产累计折旧额接近资产原值或当资产净值接近预计的资产残值时,即假设该资产已计提折旧完毕,需按照资产原值补充更新该资产;永续期内,由于收入及成本基本稳定,按照现时的固定资产规模计算永续期资本性支出。

序号	资产名称	账面原值	预测期末 账面净值	后五年预测数据					永续期资 本性支出
				2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	
一	固定资产	320.60	25.26	-	-	150.41	-	-	48.67
1	办公设备	150.41	16.71			150.41			32.42

2	专用设备	170.19	8.55						16.25
二	长期待摊费用	820.57	221.03	-	-	-	-	200.00	14.98
1	长期待摊费用	620.57	31.03						
2	新增长期待摊	200	190.00					200.00	14.98
三	合计	1,141.17	246.29	-	-	150.41	-	200.00	63.65

②营运资金增加额估算

营运资金增加额指企业在不改变当前主营业务条件下,为维持正常经营而需新增投入的营运性资金,即为保持企业持续经营能力所需的新增资金。

企业价值评估中的营运资金相当于财务管理中的经营性营运资金,即经营性流动资产与经营性流动负债的差额。公式为:

营运资金=经营性流动资产—经营性流动负债

经营性流动资产包括:经营性现金和其他经营性资产。

经营性现金是指企业经营活动周转所必需的现金,不包括超过经营需要的金融性流动资产,即安全现金保有量。

其他经营性资产通常包括:存货、应收票据、应收账款、预付账款、其他应收款中与经营有关的部分等经营活动中占用的非金融性流动资产。

经营性流动负债通常包括:应付票据、应付账款、预收账款、其他应付款中与经营有关的部分等经营活动中不需要支付利息的非金融性负债。

年经营性资产及经营性负债与销售收入与成本的关系为:

应收账款=营业收入总额/应收款项周转率

预付账款=营业成本总额/预付账款周转率

存货=营业成本总额/存货周转率

应付账款=营业成本总额/应付账款周转率

预收账款=营业收入总额/预收帐款周转率。

2024年后由于企业收入基本稳定,故2024年度以后营运资金无变动。

预测的未来五年营运资金如下:(金额单位:人民币万元)

序号	项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
一	流动资产:	234.68	345.59	375.46	395.54	413.55
二	流动负债:	184.05	256.96	276.12	289.38	302.54

三	营运资金	50.63	88.63	99.34	106.16	111.01
四	营运资金变动额	50.63	38.00	10.71	6.82	4.85

(8) 折现率的确定

资产组税前折现率采用通用公式WACCBT：选取基准日无风险利率取3.6761%；风险报酬率取7.05%；企业特定风险调整系数取3.31%（区间为1-5%）；目标资本结构为20.64%等确定的当期折现率水平为15.21%。

(9) 疫情对本次商誉减值测试的影响

2020年受疫情影响，截至公司2019年年度报告出具日中影嘉华尚未开始营业，具体复市时间尚需相关政府部门根据疫情防控情况进一步部署。基于目前疫情防控情况整体向好，各行各业复工复产有序展开，公司以2020年下半年影城逐步恢复正常营业为基础，对中影嘉华资产组相关商誉进行减值预测，暂未发现减值迹象。

5、Borg B. V. 资产组商誉减值测试过程

受2020年新冠疫情影响，评估机构无法履行现场勘查程序并出具资产组商誉减值评估报告，公司管理层结合Borg B. V. 核心优势、业务发展情况对Borg商誉减值情况进行分析，具体过程如下：

(1) 业务模式及公司核心优势

Borg B. V. 公司本身无具体经营业务，其主要资产为对MBS公司的长期股权投资，该公司的主营业务为职业球员和青年球员的经纪业务以及俱乐部的咨询服务，由MBS（西班牙）和MBS（英国）分别在西班牙境内和英国境内具体实施。

MBS公司拥有成熟而清晰的商业和盈利模式，同时掌握各大顶级联赛球员、教练和俱乐部的核心渠道资源。经过多年发展，主营业务已经由传统代理球员商业广告合同、工资合同和转会谈判等业务成长为集球员/教练/俱乐部高管权益代理、商业赛事组织、青训球员挖掘(球探)以及深度参与俱乐部运营等业务于一体的综合性资源整合平台。

MBS公司深入了解球员或其球员经纪公司的诉求，以优质的体育资源和广泛的品牌合作方为依托，为其量身定制整套经纪服务方案，深度挖掘球员价值。在获得球员或球员经纪公司授权的基础上，MBS公司通过专业的球员估值系统，为球员进行职业规划，代表球员或其经纪公司与俱乐部进行接洽，深入参与到球员劳工合同谈判和球员转会谈判中，为球员寻求合适的个人成长平台，为俱乐部输送优秀球员和天才少年。MBS公司为球员提供专业定制化

个人肖像权益开发方案，通过社交媒体、公众活动、纸媒宣传等方式，增加球员的美誉度、扩大球员的影响力，帮助球员获得更多品牌代言和商业活动机会，实现球员商业价值的最大化。MBS公司在俱乐部签约球员或品牌方与球员签订代言协议后，向俱乐部和品牌方收取相应佣金。

借助完善的球探系统、精准的估值体系、丰富的球员资源和出色的谈判手腕，MBS(西班牙)帮助俱乐部挖掘潜力新星，协助俱乐部完成球员签约和转会；凭借良好的赛事运营能力和丰富的品牌推广经验，MBS还协助俱乐部进行商业赛事的开发、组织和运营。经过多年积累，MBS公司与欧洲众多俱乐部建立了良好的合作关系，通过为各大俱乐部提供专业服务，获取佣金收益。

MBS公司的核心优势如下：

1、资源优势

MBS公司致力于为球员和俱乐部提供专业的、创新的服务，注重体育明星与俱乐部资源的开发。经过多年行业积累，与苏亚雷斯、伊涅斯塔、蒂亚戈等球星签有经纪合约，能够分享运动员转会收益权；同时代理了苏亚雷斯、鲁迪·费尔南德斯等大量足球及篮球明星的部分肖像权，能够进行球员商业综合开发；拥有塞尔吉·桑佩尔、李胜宇、布拉伊姆等有潜力的年轻球员的肖像权代理及体育事业独家代理权；与巴塞罗那、拜仁慕尼黑、阿森纳、曼城等足球俱乐部建立了长期稳定的合作关系。在掌握国际优质体育资源方面具有显著优势。在资源储备方面，MBS公司凭借自身在行业中的口碑与影响力，先后签约了近64名18岁以下的年轻优秀球员，并同时与青少年优秀球员保持着密切的联系。在经纪业务方面，MBS公司与百事可乐、尼桑、雷诺、三星、高乐高、乌拉圭电信、西班牙锐高仕等一大批全球知名品牌开展合作，建立了深厚、多元的品牌资源基础。

2、品牌优势

自成立以来，MBS公司注重服务的专业性，强调各项资源的有效整合，先后成功运作了Luis Suárez(路易斯·苏亚雷斯)、Jon Toral(乔·托拉尔)转会、韩国“小梅西”Seung Woo Lee(李胜宇)的发掘培养、苏亚雷斯代言国内运动饮料品牌能量王、Iniesta(伊涅斯塔)代言尼桑等一系列经典经纪案例，积累了丰富的行业经验。经过多年累积，MBS凭借其专业优质的服务累积了良好的行业口碑和稳定的业务合作关系，并形成了无形的品牌优势。

3、团队优势

MBS公司具有稳定的核心团队。MBS核心团队由以创始人佩雷·瓜迪奥拉(Pere Guardiola)为核心的资深体育人士构成，团队成员均为业内知名的专业体育人士；团队战略目标一致，

长期精诚合作，市场经验丰富，职责分工明确，专业优势互补。积极进取的人才培养及引进战略和良好的长效激励机制优势，确保了MBS公司的核心竞争力得以更好地凝聚和发挥。

4、地缘优势

西甲和英超是世界上发展最好的两大职业足球联赛，不但拥有曼联、利物浦、切尔西、阿森纳、皇马、巴塞罗那等世界顶级俱乐部，还拥有丰富的足球运动员资源，是全球足球市场最为活跃的两大群体。MBS在西班牙和英国均设有公司，可以获得“第一手”的市场信息，具有明显的地缘优势。

（2）业务发展情况

MBS收入主要为经纪收入，共有约20名职业足球经纪人，主要分布在西班牙各地区、葡萄牙和英国。经纪人团队负责人为佩雷·瓜迪奥拉，其被国际媒体评为“全球十大足球经纪人”之一。目前，MBS共签约120名签约球员及教练，其中签约的职业球员中近80%在欧洲一级别职业联赛效力、签约的半职业球员中多名球员在18/19赛季进入1队、签约的青年球员中近50%来自西甲三巨头&西班牙各级别青年国家队，形成了金字塔形的球员储备结构，丰富的青年球员、半职业球员的储备，与巴萨、皇马等球队的深入合作，为未来员工的培训、流动与升值打下了良好的基础。

2018年，MBS共促成9名旗下球员成功转会（其中：尤里·贝尔奇切以2400万欧元从巴黎圣日尔曼转会至毕尔巴鄂竞技，威廉·卡瓦略以2000万欧元从里斯本竞技转会至皇家贝蒂斯），10名旗下球员完成租借合同的签署，并代理12名旗下球员与其俱乐部完成续约工作。同时，MBS也与4名旗下球员、1名体育总监完成了经纪合同的续约工作。另外，MBS在2018年度共新签约球员18名，其中职业球员5名，半职业球员1名，青年球员12名。

2019年，MBS共促成3名旗下球员成功转会（其中：布拉依姆·迪亚兹以1700万欧元从曼城转会至皇家马德里，儒尼奥尔·菲尔波以1800万欧元从皇家贝蒂斯转会至巴塞罗那），4名旗下球员完成租借合同的签署，并代理8名旗下球员与其俱乐部完成续约工作。同时，MBS也与4名旗下球员完成了经纪合同的续约工作。另外，MBS在2019年度共新签约半职业球员14名。

2017年-2019年度，MBS已签约球员及教练公开市场报价情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	金额 (万欧元)	数量	金额 (万欧元)	数量	金额 (万欧元)

职业球员	30	19,510.00	31	19,440.00	19	15,480.00
半职业球员	39	1,069.00	25	425.00	24	230.00
青年球员	49	122.50	55	155.00	62	160.00
教练/总监	2	30.00	8	150.00	5	85.00
合计	120	20,731.50	119	20,170.00	110	15,955.00

注：以上球员价值数据取自德国转会市场网站www.transfermarkt.com实时数据。

2017年-2019年度，Borg. B. V经营业绩情况如下：

单位：欧元

科目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	6,775,173.98	9,312,054.54	8,149,637.22
营业成本	2,051,462.83	2,273,714.64	2,418,856.93
期间费用	2,984,414.42	2,025,475.78	2,078,505.41
毛利率	69.72%	75.58%	70.32%
净利润	842,215.56	3,600,317.66	2,813,077.27

由于MBS公司的收入主要包括日常向俱乐部收取的以球员薪资为基础的经纪佣金以及球员转会时收取的以转会费为基础的经纪佣金。职业球员在其巅峰期发生转会时，公司取得的其以转会费为基础计算的经纪佣金收入将显著高于日常向俱乐部收取的以球员薪资为基础的经纪佣金收入，进而将导致MBS公司当期收入及净利润水平大幅上升，造成MBS公司经营情况呈现一定程度波动。而球员高价转会实际上等价于职业球员价值的变现过程，故MBS已签约球员及教练公开市场身价变化情况可以整体反应Borg. B. V资产组可回收金额变化情况。

综上，由于MBS公司业务模式及核心优势较2018年度未发生重大变化，且MBS公司2019年度已签约球员及教练公开市场报价较2018年度上涨561.50万欧元，上涨幅度为2.78%。截止公司2019年年度报告出具日，MBS已签约球员及教练中尚不存在感染新冠疫情情况，故Borg. B. V资产组相关商誉未发现明显减值迹象。

(2) 补充披露存在商誉余额标的报告期内主要财务数据以及与以前年度商誉减值测试预测的差异情况，并结合上述情况尤其是报告期存在亏损的子公司情况说明公司本期商誉减值计提是否具有充分性和准确性，是否符合谨慎性要求；

1、Nice International Sports Limited、双刃剑（苏州）体育文化传播有限公司、

Super Sports Media Inc和北京新英开曼传媒有限公司资产组组合

1.1标的报告期内主要财务数据以及与以前年度商誉减值测试预测的差异情况

单位：人民币万元

标的公司	耐丝国际	双刃剑	新英开曼&新爱体育
2019 年度预测收入	38,590.35	35,586.56	131,353.59
2019 年度实际收入	21,466.73	20,677.51	98,709.37
差异	-17,123.62	-14,909.05	-32,644.22
2019 年度预测成本	38,590.35	24,240.14	76,655.87
2019 年度实际成本	21,184.35	9,443.99	75,529.06
差异	-17,406.00	-14,796.15	-1,126.81
2019 年度预测净利润	-1,028.05	7,244.03	34,493.73
2019 年度实际净利润	137.19	1,582.13	12,274.31（注）
差异	1,165.24	-5,661.90	-22,219.42

注：该实际净利润系按照原业务架构计算，且未考虑新爱体育不再纳入上市公司合并报表范围对净利润的影响。

1.2预测业绩与实际情况差异说明

1）耐丝国际预测业绩与实际完成情况差异说明

2019年度，受公司业务架构调整影响，原计划由耐丝国际独立运营的西甲版权分销业务自2019年5月起，由新英开曼版权分销团队独立运营，从而导致耐丝国际账面实际收入及成本较预测收入及成本分别下降17,123.62万元和17,406.00万元。但合并报表层面，西甲版权2019年度预测分销收入及成本与实际收入及成本差异较小，预测毛利率水平与实际毛利率情况基本一致。

2）双刃剑预测业绩与实际完成情况差异说明

2019年度，受业务实现模式差异的影响，双刃剑部分体育营销收入整体规模较预测差异较大，但整体体育营销预测毛利润11,346.42万元与2019年度实际实现毛利润11,233.52万元基本持平，差异率仅为1.00%。由于体育营销业务回款周期较长，本期针对未及时回款的应收款项，参考历史回款情况，对该类应收款项整体计提信用减值损失5,650.29万元，从而导致本期实现净利润大幅下滑。

3）新英开曼和新英传媒预测业绩与实际完成情况差异说明

2019年度，公司对新英开曼&新英传媒资产组组合进行重组，主要包括：

①2019年4月，公司通过引入外来投资者、让渡部分控制权方式，对目前亏损较为严重的体育赛事订阅服务进行处置，导致整体合并报表范围较2018年度发生较大变化；

②2019年5月英超版权到期后，公司通过与西班牙足球职业联盟重新签署《西班牙足球联赛音像权利许可协议》方式，导致实现收入及成本中纳入了预测范围外的西甲版权分销收入及成本。

以上两项重组措施导致新英开曼&新英传媒资产组组合从合并报表范围到业务范围均2018年度发生重大变化，从而导致实际实现业绩与2018年度预测情况呈现较大差异。

2019年12月为集中资源发展公司所持有的亚足联2021-2028年商务代理权，公司从业务团队、体育资源及管理架构等方面对体育服务业务进行调整。基于该业务调整，公司将耐克国际、双刃剑体育、新英开曼和新英传媒整体作为一个资产组组合（资产组重新划分依据详见本题（3）回复）结合亚足联项目历史运营情况、公司现有版权分销团队及体育营销团队历史运营业绩，预计该项业务整合能够整体提升公司盈利能力。

2、强视传媒有限公司资产组组合

2.1标的报告期内主要财务数据以及与以前年度商誉减值测试预测的差异情况

单位：人民币万元

项目	2018 年商誉减值预测	2019 年实现情况	差异率
营业收入	105,713.19	20,601.33	-80.51%
营业成本	72,514.97	17,477.72	-75.90%
净利润	18,211.07	-6,641.43	-136.47%

2.2预测业绩与实现情况差异说明

2018年度商誉减值预测时，公司计划于2019年度完成发行项目主要包括：

序号	项目名称	集数	投资比例	2019 预计实现收入	差异说明
1	玄武	40	80%	6,792.45	为使剧情紧凑更有可看性，进行了重新剪辑和调色，导致发行工作延后
2	警花与警犬之再上征程	46	40%	3,791.32	该剧为公司参投剧，2019 年度该剧主投方未完成发行工作
3	新龙门客栈	58	100%	10,943.40	受古装剧播放集数限制，目前未能确

					定档期
4	女儿之国世无双	42	49.17%	9,429.56	由于后期特效较多，2019 年度完成相关工作，导致发行工作延后
5	小重逢	45	100%	5,433.96	2019 年度已与卫视平台就发行事宜进行了沟通，受播放档期的协调工作未能完成，导致发行工作延后
6	如果岁月可回头	50	49%	16,548.92	2018 年末完成部分首轮（一家卫视、网络平台）的发行工作，受播放档期协调工作的影响，2019 年度未完成第二家卫视的发行工作
7	人生	40	80%	43,773.58	受剧本改编工作进度等因素的影响，2019 年度该剧未实现开拍
9	合 计			96,713.19	

2019年实际完成首轮发行或转让项目主要包括：

序号	项目名称	集数	投资比例	2019 年实现收入
1	爱情也包邮	30	40%	5,000.00
2	惹上你，爱上你	36	35%	2,358.49
3	庆余年	46	10%	5,533.02
4	海上嫁女记	46	20%	444.25
合计				13,335.76

本期公司针对已取得发行许可证超过5年且尚未实现全部预计收入的影视作品存货全额计提存货跌价准备，计提金额为4,089.23万元，最终导致实现净利润与预测净利润差异进一步扩大。

受影视作品发行计划推迟影响，公司预期资金回笼时间延长，进而导致后续项目投资计划相应推迟，资金运转效率降低，强视传媒资产组相关商誉存在减值迹象。

鉴于以上情况，公司聘请专业评估机构对强视传媒商誉相关资产组未来现金流进行评估。经测算，强视传媒资产组未来现金流量折现值低于包含全口径商誉资产组账面价值，差额为1,859.42万元。公司按照96.17%的持股比例对强视传媒资产组相关商誉计提1,788.11万元商誉减值准备。

3、武汉汉为体育投资管理有限公司资产组

3.1标的报告期内主要财务数据以及与以前年度商誉减值测试预测的差异情况

项目	2018 年商誉减值预测	2019 年实现情况	差异率
营业收入	9,520.42	7,987.43	-16.10%
营业成本	6,488.25	9,138.86	40.85%
净利润	552.72	-6,541.49	-1283.51%

3.2预测业绩与实现情况差异说明

1、第七届世界军人运动会于2019年10月18日至27日在中国武汉举行，受政策影响，武汉市9-11月期间不允许有大型活动举办。对比以前年度经营情况，9-11月为场馆会员销售及使用旺季，导致场馆运营业务整体收入不及预期。

2、公司结合现有项目推进进展、后续资金投放需求对汉为体育目前在运营及拟运营项目收益情况进行重新评估。经过公司内部决策，提前终止了百安居项目建设、中冠联赛赞助项目，造成部分租赁合同及长期配套运营服务项目预付租金及保证金无法收回，导致本期项目运营成本大幅上升。

3、由于体育教育培训业务场地利用效率较低，公司重新调整体育教育培训业务运营策略，对现有体育教育业务员工进行优化，推进教育与空间运营合并，导致本期员工开支（主要系辞退薪酬）较预期大幅上升。

综上，公司提前中止预期短时间内无法实现盈利项目并对人员结构优化，直接导致2019年度运营成本较原预测情况上升2,765.22万元，剔除以上因素对当期利润影响后，本期场馆业务运营成本与预测情况差异较小。

鉴于汉为体育未能实现2018年商誉减值预测效益，2019年亏损幅度进一步扩大，公司聘请专业评估机构对汉为体育商誉相关资产组未来现金流进行评估。经测算，业务优化及部分项目剥离后的汉为体育资产组未来现金流量折现值为9,151.67万元，高于已计提商誉减值准备的汉为体育含商誉资产组账面价值，故本期未对汉为体育商誉继续计提减值准备。

4、深圳中影嘉华影业有限公司资产组

4.1标的报告期内主要财务数据以及与以前年度商誉减值测试预测的差异情况

项目	2018 年商誉减值预测	2019 年实现情况	差异率
营业收入	2,365.05	2,142.40	-9.41%

营业成本	1,016.58	1,239.49	21.93%
净利润	386.00	342.31	-11.32%

4.2 预测业绩与实现情况差异说明

由于影院的特殊经营环境，主要观影人群仅限于周边3km范围内，2019年度中影嘉华周边新开业影城包括：中影星美国际影城，距离0.7km，开业时间2019年7月30日，8厅1086座，有4D厅和巨幕厅；纵横国际影城，距离1.9km，开业时间2019年11月20日，7厅1029座，含LUXE巨幕厅。对比2018年度，周边主要竞争者仅有两个：分别为中影荟星影城，距离1km，开业时间2017年8月28日，7厅530座，无特殊厅；中影UL影城，距离0.5km，开业时间2013年1月18日，4厅243座，无特殊厅。周边新增大型综合影城对中影嘉华2019年度业绩造成一定影响，属于正常业绩波动范围。同时，2019年全国电影总票房642.66亿元，同比增长5.4%；其中，院线影院票房641.23亿元，同比增长34.13亿元，增幅5.62%，中国电影市场整体票房仍处于增长趋势。2020年受疫情影响，截至公司2019年年度报告出具日，中影嘉华尚未开始营业，具体复市时间尚需相关政府部门根据疫情防控情况进一步部署。基于目前疫情防控情况整体向好，各行各业复工复产有序展开，公司以2020年下半年影城逐步恢复正常营业为基础，对中影嘉华资产组相关商誉进行减值预测，暂未发现减值迹象。

（3）结合 2018 年度、2019 年度商誉减值测试相关资产组的划分情况及依据、两种划分方式，说明公司资产组组合认定发生变动的原因及合理性；

根据《企业会计准则第8号——资产减值》，资产组，是指企业可以认定的最小资产组合，其产生的现金流入应当基本上独立于其他资产或者资产组产生的现金流入。

资产组的认定，应当以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。同时，在认定资产组时，应当考虑企业管理层管理生产经营活动的方式（如是按照生产线、业务种类还是按照地区或者区域等）和对资产的持续使用或者处置的决策方式等。

强视传媒、Borg. B. V、汉为体育、中影嘉华商誉相关资产组的划分情况自收购之日起未发生变动。

2019年度，公司基于体育服务业务组织架构以及人员机构调整，对耐丝国际、双刃剑、Super Sports Media Inc（以下简称“新英开曼”）和北京新英体育传媒有限公司（以下简称“新英传媒”）商誉相关资产组或资产组组合进行重新划分。以上资产组或资产组组合耐

丝国际、双刃剑、Super Sports Media Inc和北京新英体育传媒有限公司商誉相关资产组或资产组组合2018年度、2019年度的划分情况及依据如下：

1、2018年度，耐丝国际商誉相关资产组的划分情况及依据

2018年3月，耐丝国际与Laliga Nacionalde Fútbol Profesional（西班牙足球职业联盟）签署了关于西班牙足球联赛《音像权利许可协议》，根据该协议，耐丝国际将拥有2017/2018、2018/2019、2019/2020、2020/2021和2021/2022共5个赛季西班牙足球甲级联赛（Laliga）以及2017/2018和2018/2019赛季从第三轮杯赛开始的皇家杯比赛（西班牙国王杯赛）（不包括杯赛决赛）全媒体版权。公司西甲赛事版权运营相关业务由以蒋立章为主的西甲赛事版权运营团队通过耐丝国际具体实施，能够基本上独立于其他资产或者资产组产生现金流入，故公司将耐丝国际作为一个资产组，对其产生的现金流进行独立估值，并进行商誉减值测试。

2、2018年度，双刃剑商誉相关资产组的划分情况及依据

2016年1月，公司通过收购双刃剑体育，切入体育营销行业，收购时将双刃剑体育作为整体。公司体育营销行业相关业务由以蒋立章、彭章瑾为主的体育营销管理团队通过双刃剑及其控股子公司具体实施，能够基本上独立于其他资产或者资产组产生现金流入，故公司将双刃剑及其控股子公司作为一个资产组，对其产生的现金流进行独立估值，并进行商誉减值测试。

3、2018年度，新英开曼和新英传媒商誉相关资产组组合的划分情况及依据

2018年8月，公司通过收购新英开曼，切入体育赛事版权分销及运营行业，收购时将新英开曼作为整体。公司体育赛事版权分销及运营相关业务由喻凌霄为主的体育赛事版权分销及运营管理团队通过新英开曼、新英传媒及其控股子公司具体实施，能够基本上独立于其他资产或者资产组产生现金流入，故公司将新英开曼、新英传媒及其控股子公司作为一个资产组组合，对其产生的现金流进行独立估值，并进行商誉减值测试。

2019年度，耐丝国际、双刃剑、新英开曼和新英传媒资产组组合的整合依据如下：

1、耐丝国际资产组相关商誉划分至新英开曼和新英传媒资产组组合

2019年5月，公司召开了第八届董事会第六十九次会议，审议通过了《关于公司子公司与西班牙足球职业联盟签署西班牙足球联赛音像权利许可协议的议案》，同意公司子公司新英开曼与西班牙足球职业联盟就西班牙足球联赛重新签署《音像权利许可协议》。根据该协议，公司子公司新英开曼将拥有2019/2020至2024/2025共6个赛季西甲联赛全媒体版权。

综上，公司对耐丝国际商誉相关资产组的持续使用或者处置的决策方式发生变化，将耐

丝国际资产组相关商誉划分至新英开曼和新英传媒资产组组合具有合理性。

2、双刃剑资产组相关商誉划分至新英开曼和新英传媒资产组组合

经过近几年的发展，公司已基本完成了相关体育业务的布局及相关团队的组建，主要业务架构可以确立为：

1) 以蒋立章、彭章瑾为主的双刃剑管理团队负责体育营销行业及境内部分体育经纪相关业务；

2) 以Pere Guardiola（佩拉·瓜迪奥拉）为主的Borg.B.V管理团队负责境外部分体育经纪相关业务；

3) 以喻凌霄为主的新英开曼管理团队负责体育赛事版权分销及运营相关业务；

4) 以吴江为主的汉为体育管理团队负责体育场馆及体育培训相关业务。

2018年，公司在2021-2028年亚足联赛事全球独家商业权益招标项目中中标，相关权益包括亚洲杯、世界杯亚洲区资格赛、亚冠联赛、足协杯等亚足联旗下2021-2028年全部赛事的赞助权及版权。为保证在2021年前能完成相关的媒体、版权分销、赞助以及与之相关的商业谈判。2019年12月30日，公司召开第八届董事会第八十四次会议决议公告，审议通过了《关于董事会换届选举的议案》、《关于公司体育业务组织架构及人员调整的议案》，对公司现有体育服务业务组织架构以及人员机构进行如下调整：

（1）在业务资源承接方面，公司体育版权及体育营销业务将以新英开曼为主体进行开展，体育经纪业务将以耐丝国际为主体进行开展；

（2）在业务执行层面，向国内外体育媒体客户转授所获取的赛事播放权益及提供信号维护、版权维护等后续服务工作将由新英开曼执行；运动员的劳工合同谈判、转会咨询与谈判、运动员职业规划、法律咨询和纠纷调解、运动员财务规划、运动员健康管理等相关工作由耐丝国际执行；新英开曼、耐丝国际所获业务资源中涉及向品牌客户销售赞助权益与广告传播权益、运动员的商业代言与参加商业赛事等及其后续的服务等工作由双刃剑执行。

（3）在人员机构方面，原耐丝国际、双刃剑版权业务团队并入新英开曼团队；原新英开曼、耐丝国际营销业务团队并入双刃剑团队。

综上，以上业务组织架构及人员架构调整，导致公司对体育服务业务板块管理生产经营活动的方式发生变化，调整后的体育服务业务资产组组合将涵盖体育赛事版权分销及运营相关业务、体育营销及境内部分体育经纪相关业务。由于原业务执行架构及预测基础已不复存在，公司无法在业务调整时点对耐丝国际、双刃剑、新英开曼和新英传媒资产组相关商誉单独进行减值测试。因此，公司2019年度商誉减值测试时，按照整合后资产组组合对整合后重

新分摊的商誉整体进行商誉减值测试，具有合理性。

(4) 请年审会计师说明针对商誉减值执行的审计程序与获取的审计证据，并就公司商誉减值准备计提时点是否恰当，金额是否充分、谨慎，前期会计处理是否存在重大会计差错等发表核查意见。

针对公司本期商誉减值，我们执行了以下核查程序：

1. 了解和评价管理层对商誉减值测试相关的内部控制设计和运行的有效性；
2. 分析管理层对公司商誉所属资产组的认定和进行商誉减值测试时采用的关键假设和方法，测试管理层减值测试所依据的基础数据，以及了解和评价管理层利用其估值专家的工作，分析检查管理层采用的假设的恰当性、检查相关的假设和方法的合理性；
3. 复核评价管理层预测时所使用的关键参数：将预测期收入增长率与历史的收入增长率进行对比分析；将预测的毛利率与历史毛利率进行比较，且考虑了市场趋势；分析了管理层所采用的折现率；
4. 评估管理层对相关资产组现金流量预测时使用估值方法的适当性，尤其是管理层编制的现金流量预测采用预计未来现金流量折现的模型计算各相关资产及资产组的预计未来现金流量现值的适当性；
5. 将管理层在上年计算预计未来现金流量现值时采用的估计与本年实际情况进行比较，以考虑管理层预测结果的历史准确性；
6. 将相关资产组本年度实际数据与以前年度预测数据进行对比，以评价管理层对现金流量预测的可靠性及其偏向；
7. 验证商誉减值测试模型的计算准确性；
8. 检查在财务报表中有关商誉减值准备的披露是否符合企业会计准则的要求。

针对公司本期商誉整合，我们执行了以下核查程序：

1. 我们了解了本期公司商誉整合的原因，并结合公司现有管理架构，分析本次商誉整合的合理性及必要性，以确定资产组的重新认定是否符合企业会计准则的相关约定；
2. 我们检查了公司管理层关于体育业务组织架构以及人员机构调整的决策过程并查阅了相关公告，以确定商誉整合时点记录是否在恰当的会计期间内；
3. 我们复核了整合后商誉减值的测算过程，以确定整合后资产组组合业务范围是否与商誉整合后业务范围保持一致；
4. 我们检查了附注中商誉整合的披露是否符合企业会计准则的要求。

核查意见：经核查，我们认为报告期内商誉减值测试中具体指标选取情况、选取依据具有合理性；报告期内商誉减值已充分计提；结合 2019 年度业务组织架构及人员架构调整，公司将耐丝国际、双刃剑、新英开曼和新英传媒整体作为一个资产组组合具有合理性；公司商誉减值准备计提时点恰当，已充分计提商誉减值准备，符合谨慎性要求，不存在重大会计差错。

5、根据年报，公司处置子公司新爱体育时，按照新爱体育资产组占新英开曼和新英传媒资产组组合比例，结转减少商誉 5.22 亿元。请公司说明处置子公司新爱体育时结转减少商誉金额的计算过程及依据和合理性，并请公司年审会计师核查并发表明确意见。

回复如下：

依据《企业会计准则第 8 号——资产减值》

“第二十四条 企业进行资产减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，应当自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，应当将其分摊至相关的资产组组合。

在将商誉的账面价值分摊至相关的资产组或者资产组组合时，应当按照各资产组或者资产组组合的公允价值占相关资产组或者资产组组合公允价值总额的比例进行分摊。公允价值难以可靠计量的，按照各资产组或者资产组组合的账面价值占相关资产组或者资产组组合账面价值总额的比例进行分摊。”

如果商誉已经分摊到某一资产组而且企业处置该资产组中的一项经营，与该处置经营相关的商誉应当：（1）在确认处置损益时，将其包括在该经营的账面价值中；（2）按照该项**处置经营和该资产组的剩余部分价值的比例为基础**进行分摊，除非企业能够表明有其他更好的方法来反映与处置经营相关的商誉。

根据湖北众联资产评估有限公司出具的《Super Sports Media Inc.与商誉相关的资产组未来现金流量现值咨询报告》【众联评次咨字（2019）第 1010 号】，新爱体育出表后，新英开曼剩余部分资产组组合按照收益法评估资产组组合可回收金额为 49.76 亿元。

根据 2019 年 3 月 26 日，新爱体育与奥铭博观、和谐安朗、上海澜萃、当代文体签署的《股权转让协议》以及《增资协议》，本轮增资完成时，新爱体育注册资本为 149,834,258.00 元，按照处置日交易每股价格 31.37 元计算，新爱体育处置日 100%股权公允价值约为 47.00 亿元，剔除账面溢余资产及有息负债 1.26 亿元后，新爱体育处置日资产组可回收金额为 45.74 亿元，按照最终持股比例 29.54%计算，归属于本公司资产组可回收金额为 13.51 亿元。

截止新爱体育出表前，分摊至该资产组组合商誉金额为 24.46 亿元，则按照该资产组的剩余部分资产组组合可回收金额（49.76 亿元）占处置日资产组组合可回收金额比例（63.27 亿元=49.76 亿元+13.51 亿元），本次新爱体育出表需结转商誉金额为 5.22 亿元。

核查意见：经核查，我们认为公司处置子公司新爱体育时，按照新爱体育资产组占新

英开曼和新英传媒资产组组合比例，应结转减少商誉 5.22 亿元，符合企业会计准则的相关规定，具备合理性。

6、根据年报，报告期公司存货余额 12.09 亿元，其中在产品期末余额为 6.90 亿元占比较大，公司计提存货跌价准备 4089.23 万元，去年未计提坏账准备。请公司：（1）补充披露存货构成明细及存货跌价准备明细，并逐项披露存货期末余额超过 2000 万的影视作品项目的可变现净值的计算过程，相关预测指标选取的依据和合理性；（2）结合行业现状、未来发展趋势，公司 2019 年影视剧实际销售价格、相关影视剧的拍摄、发行进度，逐项说明部分影视剧 2018、2019 连续两年均未计提跌价的原因及合理性；（3）说明公司电视剧《金粉世家之梦》、《金粉世家之飘》、《大清相国》、《人生》连续两年推迟拍摄的原因，就上述影视剧，公司存货跌价准备的计提情况及合理性。请公司年审会计师核查并发表明确意见。

回复如下：

（1）补充披露存货构成明细及存货跌价准备明细，并逐项披露存货期末余额超过 2000 万的影视作品项目的可变现净值的计算过程，相关预测指标选取的依据和合理性

截止 2019 年 12 月 31 日，公司账面存货原值为 124,979.91 万元，其中影视作品相关存货原值为 109,345.14 万元，占比 87.49%。本年公司计提存货跌价准备 4,089.23 万元，共系 12 部影视作品。其中，《阿修罗》计提存货跌价准备 1,710 万元，《十二金钱镖》计提存货跌价准备 846.03 万元，《嫁给爱情》计提存货跌价准备 495.8 万元，其余九部作品单项账面余额均未超过 300 万元，公司已全额计提存货跌价准备。

期末余额超过 2000 万元影视剧作品可变现净值的计算过程：

单位：人民币万元

影视剧	期末余额	项目参与角色	分享收益比例	剧集数量	开机时间	取得发行许可时间	预计每集销售价格	预计销售金额	已确认发行金额	预计未来需投入成本	剩余成本预计未来可变现净值	减值金额
新龙门客栈	10,093.48	主投、制作、发行	100.00%	58	2017年2月	2017年12月	800.00	46,400.00	34,800.00	-	10,943.40	-
新金粉世家之梦 新金粉世家之飘	7,704.89	主投、制作、发行	100.00%	80	尚未开机	尚未取得	700.00	56,000.00	-	32,295.11	20,535.08	-
阿修罗（电影）	5,700.00	参投	10.00%		2016年7月	重新剪辑后 尚未取得		4,529.40	-	300.00	3,990.00	1,710.00
玄武	5,269.53	主投、制作、发行	80.00%	40	2015年12月	2017年5月	200.00	8,000.00	477.00	-	5,677.74	-
大清相国	5,057.43	主投、制作、发行	70.00%	45	尚未开机	尚未取得	700.00	31,500.00	-	13,142.57	7,659.32	-
小重逢	4,941.34	主投、制作、发行	100.00%	45	2017年4月	2017年11月	120.00	5,400.00	-	-	5,094.34	-
女儿之国世无双	6,557.80	参投、发行	49.17%	40	2017年6月	2020年5月	400.00	16,000.00	-	-	7,421.89	-
爱我就别想太多	1,199.88	参投	30.00%	41	2017年5月	2017年12月	700.00	28,700.00	23,780.00	-	1,392.45	-
如果岁月可回头	3,081.48	主投、制作、发行	49.00%	50	2018年3月	2018年12月	1,200.00	60,000.00	50,000.00	-	4,622.64	-
警花与警犬之再上征程	2,926.19	参投、发行	40.00%	46	2016年10月	2017年8月	420.00	19,320.00	7,500.00	260.00	4,215.09	-
上个世纪的爱情	2,406.90	主投、制作、发行	100.00%	40	尚未开机	尚未取得	250.00	10,000.00	-	5,593.10	4,157.45	-
驱魔人（电影）	2,102.64	主投、委托承制、发行	100.00%		2017年4月	2020年1月		2,500.00	-	-	2,358.49	-
孤独者	2,100.00	参投	50.00%	30	2012年5月	2016年10月	200.00	6,000.00	-	-	2,830.19	-
合计	59,141.56	-		515				294,349.40	116,557.00	51,590.78	80,898.08	1,710.00

注1：由公司主投承制项目预算投入金额为项目预算总投资成本，公司参投项目预计投入金额为参投协议约定本公司投资总额。

注2：预计未来可变现净值=（项目预算总金额-项目已确认发行金额）*分享收益比例*（1-预计发行费率）/（1+税金比例6%）

2、相关预测指标选取的依据和合理性

2017年9月22日，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》。《意见》指出，各会员单位及影视制作机构要把演员片酬比例限定在合理的制作成本范围内，全部演员的总片酬不超过制作总成本的40%，其中，主要演员不超过总片酬的70%，其他演员不低于总片酬的30%。如有超出40%的情况，需要相关单位备案并进行说明。

2018年4月，优酷、爱奇艺、腾讯联合发布了《关于规范影视秩序净化行业风气的倡议》，声明表示单个演员的单集片酬（含税）不得超过100万人民币，其总片酬（含税）最高不得超过5000万人民币，公司按照每部剧2位主要演员进行饱和估计，每部剧单集制作成本不应超过762.29万元（电视剧单集制作成本=2×主要演员单集片酬100万元/集÷70%主要演员片酬占总片酬上限÷40%全部演员片酬占制作总成本上限×6.72%增值税及附加税），结合市场合理毛利率水平，公司预计未来电视剧版权每集销售收入不超过800万，精品剧预计收入可能会不超过1200万。

2019年7月，中宣部副部长、国家广播电视总局局长、党组书记聂辰席在广电总局电视剧司调研中强调：“针对注水剧、宫斗剧、翻拍剧、演员高片酬等问题，深入挖掘瓶颈症结，始终保持高压”。9月，针对“注水剧”现象，广电总局正在研究相关应对措施，拟将集数上限设为40集。

公司参考以上《意见》及《声明》，对目前在制剧集数及预计销售单价进行部分调整。剔除《阿修罗》、《驱魔人》两部电影，以上制作成本超过2000万影视剧项目合计12部，制作总集数为515集，预计销售总额为287,320.00万元，平均每集预计含税销售金额为557.90万元，公司未高估预期未来收益。公司目前预计单集销售金额超过700万电视剧仅有《如果岁月可回头》、《新龙门客栈》、《爱我就别想太多》、《新金粉世家之梦》、《新金粉世家之飘》，其中前三部剧已签署发行销售合同金额占预计总收入比例分别为83.33%、75.00%、82.86%，且三部剧从演员阵容，题材及内容上均属于精品剧，已签约发行平台均为一线上星卫视和优质互联网平台，预计未来能够按计划完成既定收入目标。

（2）结合行业现状、未来发展趋势，公司2019年影视剧实际销售价格、相关影视剧的拍摄、发行进度，逐项说明部分影视剧2018、2019连续两年均未计提跌价的原因及合理性；

2019 年度公司完成首轮发行或权益转让影视剧项目销售情况如下：

影视剧名称	发行许可证编号	本期实际销售收入（万元）
爱情也包邮	（浙）剧审字（2016）第 031 号	5,000.00
惹上你，爱上你	（广）剧审字（2016）第 015 号	2,358.49
庆余年	（沪）剧审字（2018）第 043 号	5,533.02
海上嫁女记	（鲁）剧审字（2018）第 003 号	444.25

公司尚未拍摄完成并取得发行许可证的影视项目，期末账面余额合计 64,374.47 万元，涉及影视项目超过 120 部，绝大部分项目尚处于剧本创作阶段，发生成本较低。公司结合项目目前进展情况、已发生成本占项目预算总成本比例，暂未发现明显减值迹象，具体测算过程详见（1）回复。

针对已取得发行许可证超过 5 年但尚未实现全部预计收入的影视项目，本期公司已按照该项目期末账面余额全额计提减值准备。

针对已取得发行许可证未满 5 年项目但尚未实现全部预计收入的影视项目，期末账面余额合计 36,891.44 万元，其中重要影视项目期末余额及发行进展情况如下：

单位：人民币万元

项目名称	期末余额	发行许可证编号	已完成发行收入	预计项目总收入	占比
如果岁月可回头	3,081.48	（粤）剧审字（2018）第 023 号	50,000.00	60,000.00	83.33%
新龙门客栈	10,093.48	（粤）剧审字（2017）第 022 号	34,800.00	46,400.00	75.00%
玄武	5,269.53	（粤）剧审字（2017）第 013 号	477.00	8,000.00	5.96%
警花与警犬之再上征程	2,903.77	（京）剧审字（2017）第 037 号	7,500.00	19,320.00	38.82%
猎毒人	835.91	（光）剧审字（2018）第 17 号	49,790.00	56,500.00	88.12%
小重逢	4,741.34	（粤）剧审字（2017）第 020 号	-	5,400.00	
孤独者	2,100.00	（琼）剧审字（2016）第 001 号	-	6,000.00	
爱我就别想太多	3,999.88	（沪）剧审字（2017）第 040 号	23,780.00	28,700.00	82.86%
合计	33,025.39		166,347.00	230,320.00	72.22%

其中期末余额占比较高项目具体发行进展情况如下：

影视作品项目名称	预计销售金额	已签署发行合同金额	收入实现情况占预计销售金额比例	已签约发行平台	已签约发行平台数量占首轮发行平台数量比例
----------	--------	-----------	-----------------	---------	----------------------

如果岁月可回头	60,000.00	50,000.00	83.33%	1家上星卫视、 1家互联网播 放平台	66.67%
新龙门客栈	46,400.00	34,800.00	75.00%	已转让网络播 放权	50%
猎毒人	56,500.00	49,790.00	88.12%	已完成首轮发行	100%
警花与警犬之再上征程	19,320.00	7,500.00	38.82%	1家互联网播 放平台	33.33%
爱我就别想太多	28,700.00	23,780.00	82.86%	1家上星卫视、 1家互联网播 放平台	66.67%

综上所述，由于本期发行进度不及预期，公司合理调整部分影视作品预期销售价格，如《如果岁月可回头》、《新龙门客栈》、《阿修罗》等项目预计销售收入较2018年有所下降。经测算，除电影《阿修罗》需补提存货跌价准备1,710.00万元，其他取得发行许可证不足5年的影视作品项目暂未发现明显减值迹象，故本年未对以上电视剧计提存货跌价准备。后续公司将持续关注影视剧市场发行情况，有序推进库存项目发行工作。

(3) 说明公司电视剧《金粉世家之梦》、《金粉世家之飘》、《大清相国》、《人生》连续两年推迟拍摄的原因，就上述影视剧，公司存货跌价准备的计提情况及合理性。

截止2019年12月31日，以上4部电视剧期末存货余额及基本情况如下：

单位：人民币万元

影视剧名称	期末余额	预算投入	已投入金额 占预算比例	预计制作集数	预计单集 销售价格	预计项目 毛利率
《金粉世家之梦》 《金粉世家之飘》	7,704.89	40,000.00	19.26%	80	700.00	28.57%
《大清相国》	5,057.43	26,000.00	19.45%	50	700.00	17.46%
《人生》	1,577.61	26,000.00	6.07%	45	800.00	27.78%

1、以上电视剧连续两年推迟拍摄的原因：

1) 电视剧《金粉世家之梦》、《金粉世家之飘》原已于 2017 年下半年组建剧组，并已签约导演、主演和主要工作人员进行前期筹备工作准备开机，后续由于导演身体健康原因以及主演档期等原因，剧组暂停筹备。2018 年，公司继续推进该剧的前期筹备工作并重新选择合适的导演和合作方，但受到 2018 年影视行业税务检查风波和影视行业演员降薪等因素影响，公司未确定合适的导演和演员人选。2019 年受影视行业整体影响，加之该剧属于翻拍剧，同时鉴于目前影视剧发行回款周期较长，资金回笼较慢，而本剧属公司重点制作剧集，投资成本较高，公司在综合考虑该剧存在的相关投资风险后，决定延长前期筹备时间，待条件成熟后再寻找与之匹配的合适主创人员。

2) 电视剧《大清相国》已完成编剧、导演的签约工作，并多次至象山、横店等拍摄地选景，采风。目前正在调整剧本和洽谈演员。由于该剧属古代传奇题材，受近年来古装剧集市场的发行趋势变化以及相关政策的影响，为降低投资风险，公司采取了先与电视台和网络平台进行前期发行沟通再进行拍摄的工作模式。因此造成该剧前期筹备时间较长的情形。

3) 电视剧《人生》已完成编剧签约工作，本着打造精品剧的原则，一直在对剧本进行调整、打磨，与编剧就剧本往来出具了四版大纲、分集和意见，逐步提升成色和提高质量，满足精品剧标准。同时也在积极物色合适的主创人员，包括导演和演员，但由于主创人员的档期问题，公司在持续沟通、调整中，因此该剧筹备时间较长。目前，该项目已于 2019 年 1 月在上海市广电部门备案。

截止 2019 年 12 月 31 日，以上项目前期筹备成本尚未超出预算筹备合理水平，预计单集销售价格与公司历史精品剧定价标准一致，且低于行业精品剧普遍销售价格，预计能够实现项目预计效益，故期末未对以上影视作品计提存货跌价准备。

核查意见：经核查，我们认为公司补充披露的存货构成明细及存货跌价准备明细，存货期末余额超过 2000 万的影视作品项目的可变现净值的计算过程与我们年度财务报表审计过程中获取的相关证据一致，且可变现净值的计算过程、相关预测指标选取的依据，具有合理性；结合行业现状、未来发展趋势，公司 2019 年影视剧实际销售价格、相关影视剧的拍摄、发行进度，公司 2018 年、2019 年未对部分影视作品存货计提跌价准备，具有合理性；结合电视剧《金粉世家之梦》、《金粉世家之飘》、《大清相国》、《人生》连续两年推迟拍摄的原因及项目前期筹备占预算总成本的比例，我们认为公司对以上四部电视剧计提存货跌价准备，具有合理性。

7、根据 2018 年年报问询回函，公司出资 5700 万元，参与投资电影《阿修罗》，影片于 2018 年 7 月上映三天后即撤档停映，获得票房约 4,984 万元。公司称已根据点映反馈重新剪辑并完善故事内容，预计其将在 2019 年 11 月完成全部工作，于 2020 年 8 月完成相关发行工作，待正式上映后预计可取得票房收入约 12 亿元，测算分成收益高于存货账面价值，故公司未在 2018 年度就该影视项目计提存货跌价准备。请公司：（1）补充披露电影《阿修罗》目前重新剪辑的进展，期间所做的具体工作，是否与前期披露计划存在差异，未来拟重新上映的具体安排；（2）结合上述问题说明报告期内就《阿修罗》计提的跌价准备是否充分合理。

回复如下：

（1）补充披露电影《阿修罗》目前重新剪辑的进展，期间所做的具体工作，是否与前期披露计划存在差异，未来拟重新上映的具体安排

1、前次披露情况

2019 年 6 月 3 日，公司披露了电影《阿修罗》重新剪辑的相关情况：全片拟由原 141 分钟剪辑调整为 120 分钟，以加快节奏；预计其将在 2019 年 11 月完成全部工作，并预计于 2020 年 8 月完成相关发行工作。

2、目前进展情况

目前电影《阿修罗》已按计划完成了重新剪辑工作，电影全片已由原 141 分钟剪辑调整为 110 分钟，重新剪辑后的电影《阿修罗》故事内容将更紧凑完整。

3、上映安排情况

受本次新冠疫情的影响，该片向主管部门申报审核工作较预期有较大延迟，预计 2020 年度内能取得电影放映许可证。鉴于目前各大影院的开放时间尚未明确，该片主投方将综合考虑影院人流的恢复程度、排片密度、同期上映影片类型等各大因素后，再与各大院线商议上映时间。因此，截止目前电影《阿修罗》尚未确定具体上映时间。

（2）结合上述问题说明报告期内就《阿修罗》计提的跌价准备是否充分合理。

公司于 2017 年 1 月 4 日与宁夏电影集团有限公司、真鉴影业有限公司签订《电影阿修罗联合投资协议》。该电影制作总预算为人民币 6 亿元，公司同意出资 6000 万元，取得该影片 10%投资收益。截止 2019 年 12 月 31 日，公司累计支付投资额为 5700 万元。

按照电影行业一般分账方式：

净票房=票房总收入-国家电影专项资金（5%）-增值税及附加税（3.26%）

国家电影专项资金=票房总收入*5%

数字院线发行服务费=净票房*1%

电影院及院线分账款=净票房*片方分成比例

电影发行费=(电影院及院线分账款-数字院线发行服务费)*发行费率(通常为 5%至 15%,本次测算取 10%)

电影总票房收入在扣除国家电影专项资金、增值税及附加税后的净票房,在数字院线发行方、电影院及院线、电影制片方之间按照 1%: 52%: 47%划分。电影制片方在取得分账款前还需向电影发行方支付一定比例的发行费。

最终电影制片方取得的分账款=票房总收入* (1-5%-3.26%) * (47%- (52%-1%) *10%)
≈票房总收入* 38%

影片《阿修罗》经前期点映后,已根据点映反馈重新剪辑并完善故事内容,待正式上映后预计可取得票房收入约为 9 亿元,可供电影制片方分账金额约 3.43 亿元。另外公司预计海外版权发行金额约为 6000 万元,游戏衍生版权约为 1000 万元,网络新媒体版权费用不低于 3000 万元,其他授权衍生收入不低于 1000 万元,预计电影制片方总回款约为 4.53 亿元,则公司可按约定分配比例获得分账收益 4,529.40 万元,可变现净值低于公司《阿修罗》项目的期末账面余额 1710 万元,故计提相应减值准备。

8、根据年报，公司 2019 年末应收账款账面余额 11.93 亿元，计提坏账准备 8406.51 万元。公司应收账款账龄主要为 1-3 年，其中 1-2 年金额 8.08 亿元，占比 67.73%，2-3 年 19.53%，合计占比 87.26%，应收账款回款期限较长。公司应收账款余额前五名金额累计 6.46 亿元，占比 44.11%。公司未披露按组合计提坏账准备的组合名称，报告期内具体计提金额及比例。请公司：（1）结合公司主要业务的信用政策、平均回款期限、同行业上市公司情况说明公司应收账款账龄较长的原因及合理性；（2）补充披露公司按组合计提坏账准备组合的划分标准，报告期内计提的坏账准备金额，并说明公司坏账准备计提是否合理、充分；（3）补充披露公司应收账款中已出现逾期应收账款明细、对应计提坏账准备的金额、业务内容，并说明对逾期应收账款坏账准备是否充分合理；（4）补充披露应收账款余额前五名单位名称、业务内容、账龄、逾期情况、关联关系情况，并结合上述情况说明坏账准备计提是否充分合理。请公司年审会计师核查并发表明确意见。

回复如下：

（1）结合公司主要业务的信用政策、平均回款期限、同行业上市公司情况说明公司应收账款账龄较长的原因及合理性；

2019 年度，同行业上市公司营业收入规模及应收账款周转天数情况如下：

单位：人民币万元

公司名称	证券代码	营业收入	应收账款周转天数
捷成股份	300182	360,509.02	363.75
慈文传媒	002343	117,142.74	428.43
新文化	300336	55,605.38	357.20
华谊兄弟	300027	218,639.87	184.57
华策影视	300133	263,055.05	520.16
华录百纳	300291	61,143.11	985.71
平均值		179,349.19	473.30
当代文体	600136	178,233.54	369.78

公司的电视剧以主旋律剧作为主，基本上向各大电视台发行，向网络平台发行较少，公司的影视剧销售回款速度最终依赖各大电视台的购买电视剧付款速度。随着电视端广告市场的不景气，除了江苏卫视、东方卫视、湖南卫视和浙江卫视这四个一线卫视外，其他电视

台在近两年来的收入减少，但又存在购买优质电视剧以保持市场地位的压力，因此对电视剧尤其是规模较大的电视剧的购片款采用了分期付款的模式，导致行业内电视剧制作公司的销售回款周期增长。另外，在国家广电总局“一剧两星”的政策下，影视公司一部电视剧最多只能在两个卫星电视台播放，导致电视剧的发行工作受到限制，电视台在交易双方中更占据优势地位，也导致销售方电视剧制作公司的应收账款回款周期增长，目前电视剧销售回款一般在 1-2 年完成。

报告期内，公司销售信用政策未发生重大变化。电视剧业务客户：一般根据合同约定，按电视台的排播计划，在相关电视剧集播出完毕后收取结算款项；电影业务客户：一般在影片自院线下映后 6 个月内完成结算；参投影视业务：应收主投方的款项依据合同约定的结算方式，一般在 12 个月以内完成结算；新媒体网络播放客户：应收网络新媒体客户款项及其他版权销售款项，一般按照合同约定，分次收款，在签订合同后收取首款，版权上线收取第二笔款，播出完毕收取剩余款项。报告期内，虽然公司影视业务的销售信用政策未发生重大变化，但由于影视行业环境变化及客户销售回款周期变长的原因，导致了应收账款回收情况落后于公司的销售信用政策。

(2) 补充披露公司按组合计提坏账准备组合的划分标准，报告期内计提的坏账准备金额，并说明公司坏账准备计提是否合理、充分；

对于不含重大融资成分的应收账款，本集团按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于包含重大融资成分的应收账款和租赁应收款，本集团选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

除了单项评估信用风险的应收账款外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

项目	确定组合的依据
应收账款：	
组合 1	本组合以应收款项的账龄作为信用风险特征。
组合 2	本组合以合并范围内公司的应收款项作为信用风险特征。
组合 3	本组合以尚未达到收款期限或有明确收款保证的应收款项作为信用风险特征。

截止 2019 年 12 月 31 日，尚未达到收款期限或有明确收款保证的应收款项合计 65,704.90 万元，主要包括以下项目应收款：

单位：人民币万元

客户名称	业务内容	期末余额	是否达到合同约定收款条件
北京奇艺世纪科技有限公司	《如果岁月可回头》等网络首轮播映权	26,250.00	否
帝牌（国际）有限公司	2018 年世界杯赞助权	13,952.45	是（注）
上海文化广播影视集团有限公司	《如果岁月可回头》等电视台首轮播映权	11,300.00	否
武汉尚晖多媒体科技有限公司	《新龙门客栈》等网络发行权	4,800.00	否
合计		56,302.45	

注：公司已取得款项明确回款保证及相应资产质押说明。

针对上述类别应收账款，公司参考市场同类债权违约率水平，已按照应收账款余额的 5%计提坏账准备。

针对已超过合同约定付款期限且未获取明显收款保证的应收账款，公司按照业务类别将款项进行区分，参考该类业务款项历史迁徙率水平，合理估计预期信用损失率，并按照账龄区间计提相应信用减值损失，具体计算过程：

1）影视业务预期信用损失率计算过程：

①剔除单项认定及组合 3 款项后，近 4 年应收账款账龄分布情况如下：

账龄	2019 年 12 月 31 日(A)	2018 年 12 月 31 日(B)	2017 年 12 月 31 日(C)	2016 年 12 月 31 日(D)
1 年以内(1)	16,024.82	32,006.54	30,912.11	26,534.21
1-2 年(2)	13,066.01	13,851.62	14,712.46	12,057.83
2-3 年(3)	12,627.90	11,634.85	11,307.83	4,382.29
3-4 年(4)	5,714.85	6,576.75	1,952.29	1,963.74
4-5 年(5)	3,249.23	655.29	773.74	155.91
5 年以上(6)	915.62	1,097.33	571.47	415.56

②迁徙率及预期信用损失率计算过程：

账龄	迁徙率	编号	计算过程	预期信用损失率
1 年以内	46.54%	a	$F1=a \times b \times c \times d \times e$	6.67%
1-2 年	87.57%	b	$F2=b \times c \times d \times e$	14.33%
2-3 年	52.13%	c	$F3=c \times d \times e$	16.37%

3-4 年	44.59%	d	$F4=d \times e$	31.40%
4-5 年	70.43%	e	$F5=e$	70.43%
5 年以上	100.00%			100.00%

注：迁徙率 $a=(A2+B2+C2)/(B1+C1+D1)$ ，迁徙率 b、c、d 以此类推；迁徙率 $e=(A6+B6+C6)/(B5+C5+D5+B6+C6+D6)$

2) 体育营销业务预期信用损失率计算过程：

①剔除单项认定及组合 3 款项后，近 4 年应收账款账龄分布情况如下：

账龄	2019 年 12 月 31 日(A)	2018 年 12 月 31 日(B)	2017 年 12 月 31 日(C)	2016 年 12 月 31 日(D)
1 年以内(1)	10,037.16	18,402.99	16,011.98	9,645.61
1-2 年(2)	11,625.08	4,365.88	3,186.60	779.37
2-3 年(3)	3,926.59	471.43	86.16	-
3-4 年(4)	463.36	86.16	-	-
4-5 年(5)	86.16	-	-	-
5 年以上(6)	-	-	-	-

②迁徙率及预期信用损失率计算过程：

账龄	迁徙率	编号	计算过程	预期信用损失率
1 年以内	43.53%	a	$F1=a \times b \times c \times d \times e$	23.09%
1-2 年	53.82%	b	$F2=b \times c \times d \times e$	53.04%
2-3 年	98.55%	c	$F3=c \times d \times e$	98.55%
3-4 年	100.00%	d	$F4=d \times e$	100.00%
4-5 年	100.00%	e	$F5=e$	100.00%
5 年以上	100.00%			100.00%

注：迁徙率 $a=(A2+B2+C2)/(B1+C1+D1)$ ，迁徙率 b、c、d 以此类推；迁徙率 $e=(A6+B6+C6)/(B5+C5+D5+B6+C6+D6)$

(3) 补充披露公司应收账款中已出现逾期应收账款明细、对应计提坏账准备的金额、业务内容，并说明对逾期应收账款坏账准备是否充分合理；

截止 2019 年 12 月 31 日，公司已出现逾期应收账款合计为 98,516.67 万元，占应收账款期末余额比例为 67.31%。其中已出现逾期的主要应收账款明细、业务内容和坏账准备计提情况如下：

应收账款	期末余额	业务板块	业务内容	账龄情况	期末坏账准备	计提比例
帝牌（国际）有限公司	13,952.45	体育营销	2018 年世界杯赞助权	1-2 年	697.62	5.00%
北京鼎泰弘力影视文化传播有限公司	7,200.00	影视传媒	《失忆之城》著作权及项目投资收益权转让	1-2 年	1,032.06	14.33%
新丽电视文化投资有限公司	5,865.00	影视传媒	《庆余年》等网络首轮播映权	1 年以内	391.25	6.67%
广州星伯乐影视传媒有限公司	5,300.00	影视传媒	《爱情也包邮》版权转让	1 年以内	353.56	6.67%
上海广目天影视传播有限公司	4,499.06	影视传媒	《爱我就别想太多》网络发行权分账收益	2-3 年	736.49	16.37%
福建鸿星尔克体育用品有限公司	3,907.03	体育营销	体育营销咨询服务	2-4 年	2,353.62	60.24%
北京国爱影视文化传媒有限公司	2,550.00	影视传媒	《警花与警犬之再上征程》分账收益	2-3 年	417.43	16.37%
湖南灿若星辰文化传播有限公司	2,165.00	影视传媒	广告代理服务	1-3 年	324.58	14.99%
东阳君合影视传媒有限公司	2,025.00	影视传媒	《爱人同志》电视台播映权	2-3 年	331.49	16.37%
北京博业兴昌科技有限公司	1,867.53	影视传媒	广告代理服务	3-4 年	586.47	31.40%
上海懿倩文化传媒有限公司	1,563.10	体育营销	梅西代言合作服务	2-3 年	1,540.49	98.55%
海宁美成文化传播有限公司	1,345.08	影视传媒	《我是你的眼》等电视台播映权	3-4 年	422.40	31.40%
湖南臻至文化传播有限公司	1,338.00	影视传媒	湖南科技大学宣传片等视频制作	1-3 年	205.90	15.39%
宁波盛世飞扬影视传媒有限公司	1,253.00	影视传媒	《壮丁也是兵》等电视台播映权	3-4 年	393.48	31.40%
西藏乐视网信息技术有限公司	1,230.00	影视传媒	《绝命追踪》网络播映权	5 年以上	1,230.00	100.00%
乐视网（天津）信息技术有限公司	1,190.00	影视传媒	《聊斋之狐仙》网络播映权	5 年以上	1,190.00	100.00%
上海申梵足球俱乐部有限公司	1,161.65	体育营销	球员经纪业务	2-3 年	1,144.85	98.55%
江西广播电视台	1,023.50	影视传媒	《嫁给爱情》等电视台播映权	2-3 年、5 年以上	531.53	51.93%
合计	58,411.91	占已逾期应收账款比例为 60.33%			13,883.21	23.77%

根据中国执行信息公开网查询结果，截止公司 2019 年年度报告出具日（2020 年 4 月 30 日），有且仅有上海申梵足球俱乐部有限公司已被列为失信被执行人（首次立案时间 2020 年 2 月 28 日），公司已根据业务板块分类及期末账龄情况，按照 98.55%比例充分计提坏账准备。

综上，针对已出现逾期应收账款，公司已根据业务板块分类及期末账龄分布情况，参照历史信用损失经验，结合当前状况以及前瞻性信息的预测，合理估计预期信用损失率，并按照账龄区间充分计提相应信用减值损失，具体计提比例详见本题（2）回复内容。

（4）补充披露应收账款余额前五名单位名称、业务内容、账龄、逾期情况、关联关系情况，并结合上述情况说明坏账准备计提是否充分合理。

单位：人民币万元

单位名称	业务内容	期末余额	账龄情况	是否逾期	组合分类	是否存在关联关系	计提的坏账准备期末余额	坏账准备计提比例
北京奇艺世纪科技有限公司	《如果岁月可回头》等网络首轮播映权	26,250.00	1-2年	否	组合3	否	1,312.50	5.00%
帝牌（国际）有限公司	2018年世界杯赞助权	13,952.45	1-2年	是	组合3	否	697.62	5.00%
上海文化广播影视集团有限公司	《如果岁月可回头》等电视台首轮播映权	11,300.00	1-2年	否	组合3	否	565.00	5.00%
北京鼎泰弘力影视文化传播有限公司	《失忆之城》著作权及项目投资收益权转让	7,200.00	1-2年	是	组合1	否	1,032.06	14.33%
新丽电视文化投资有限公司	《庆余年》等网络首轮播映权	5,865.00	1年以内	是	组合1	否	391.25	6.67%

公司基于其信用风险特征不同，对上述应收账款按照组合类别进行区分。

针对尚未达到收款期限或有明确收款保证的组合1类应收款项，公司参考市场同类债权违约率水平，已按照应收账款余额的5%计提坏账准备。

针对已超过合同约定付款期限且未获取明显收款保证的组合2类应收账款，公司已根据业务板块分类及期末账龄分布情况，参照历史信用损失经验，结合当前状况以及前瞻性信息的预测，合理估计预期信用损失率，并按照账龄区间充分计提相应信用减值损失，具体计提比例详见本题（2）回复内容。

核查意见：经核查，对比同行业上市公司，我们认为公司应收账款账龄较长具有合理性；公司应收账款的组合划分标准具备合理性，且相应坏账准备已充分计提；公司应收账款中已出现逾期应收账款明细、业务内容与我们年度财务报表审计过程中获取的相关证据

一致，公司已按照组合款项性质及业务板块区别，对已出现逾期应收账款参照历史信用损失经验、迁徙率水平并结合前瞻性信息的预测，充分计提相应坏账准备；公司应收账款前五单位名称、业务内容、账龄、逾期情况、关联关系情况与我们年度财务报表审计过程中获取的相关证据一致，公司已按照组合款项性质及业务板块区别，对已出现逾期应收账款参照历史信用损失经验、迁徙率水平并结合前瞻性信息的预测，充分计提相应坏账准备。

9、根据公司年报，公司长期股权投资期末余额 12.35 亿元，为公司持有新爱体育 29.54% 的股权。报告期内，新爱体育完成少数股东增资及改选董事会后，公司对其不再拥有控制权，故自 2019 年 5 月 1 日起，新爱体育不再纳入公司合并报表范围，受历次增资估值的提高，出表后报告期内公司增加投资收益约 5.94 亿元。报告期新爱体育亏损 6.64 亿元，公司未对其计提资产减值。请公司补充披露：（1）新爱体育自成立以来历次增资的增资款缴纳情况，是否存在尚未实缴情况；（2）结合新爱体育经营业绩情况说明在新爱体育报告期内出现大额亏损的情况下，公司未对其计提资产减值损失是否合理、审慎。请公司年审会计师核查并发表明确意见。

回复如下：

（1）新爱体育自成立以来历次增资的增资款缴纳情况，是否存在尚未实缴情况

新爱体育自成立以来增资款缴纳情况如下：

1、2018 年 8 月，设立出资情况

2018 年 8 月，北京新英体育传媒有限公司（以下简称“新英传媒”）、北京爱奇艺科技有限公司（以下简称“爱奇艺”）、喻凌霄、北京新英汇智传媒科技企业（有限合伙）（以下简称“新英汇智”）签署《合资协议》，共同设立北京新爱体育传媒科技有限公司（以下简称“新爱体育”），各方约定出资金额如下，其中新英汇智作为员工持股平台，未约定资本实缴到位时间：

单位：人民币万元

股东姓名/名称	认缴出资额	实缴出资额	资金到账金额	资金到账时间
北京新英体育传媒有限公司	4,250	4,250	4,250	2018 年 8 月
北京爱奇艺科技有限公司	3,825	3,825	3,825	2018 年 8 月
喻凌霄	425	425	425	2018 年 8 月
北京新英汇智传媒科技企业（有限合伙）	1,500	0	0	未缴纳
合计	10,000	8,500	8,500	

2、2018 年 8 月，A 轮首次融资完成

2018 年 8 月，公司召开了第八届董事会第四十八次会议，会议审议通过了《关于公司签署增资协议暨关联交易的议案》，同意公司与新爱体育、新英传媒、爱奇艺、喻凌霄、新

英汇智、和谐安朗、知行并进、汇盈博润签署《增资协议》。根据《增资协议》，和谐安朗将以 3 亿元认购新爱体育 10.00%的股权，对应新爱体育新增注册资本 1,200 万元，超出部分 28,800 万元计入新爱体育资本公积；知行并进将以 1 亿元认购新爱体育 3.33%的股权，对应新爱体育新增注册资本 400 万元，超出部分 9,600 万元计入新爱体育资本公积；汇盈博润将以 1 亿元认购新爱体育 3.33%的股权，对应新爱体育新增注册资本 400 万元，超出部分 9,600 万元计入新爱体育资本公积。

该次增资完成后，新爱体育注册资本变更为 1.2 亿元，各股东实缴出资情况如下：

单位：人民币万元

股东姓名/名称	认缴出资额	实缴出资额	资金到账金额	资金到账日期
北京新英体育传媒有限公司	4,250	4,250	4,250	2018 年 8 月
北京爱奇艺科技有限公司	3,825	3,825	3,825	2018 年 8 月
喻凌霄	425	425	425	2018 年 8 月
北京新英汇智传媒科技企业 (有限合伙)	1,500	-	-	未缴纳
珠海和谐安朗投资企业 (有限合伙)	1,200	1,200	30,000	2018 年 8 月
珠海知行并进文化产业投资基金 (有限合伙)	400	400	10,000	2018 年 8 月
汇盈博润(武汉)投资中心 (有限合伙)	400	400	10,000	2018 年 8 月
合计	12,000	10,500	58,500	

3、2018 年 9 月，A 轮二次增资完成

2018 年 9 月 4 日，公司召开了第八届董事会第五十次会议，会议审议通过了《关于引入外部投资者对新爱体育增资的议案》，同意公司、新英传媒、新爱体育、爱奇艺、喻凌霄、新英汇智、和谐安朗、知行并进、汇盈博润、健腾沛盛、曜伟投资签署《增资协议》。根据《增资协议》，健腾沛盛将以 3 亿元认购新爱体育 8.96%的股权，对应新爱体育新增注册资本 1,200 万元，超出部分 28,800 万元计入新爱体育资本公积；曜伟投资将以 0.5 亿元认购新爱体育 1.49%的股权，对应新爱体育新增注册资本 200 万元，超出部分 4,800 万元计入新爱体育资本公积。该次增资完成后，新爱体育注册资本变更为 1.34 亿元，各股东实缴出资情况如下：

单位：人民币万元

股东姓名/名称	认缴出资额	实缴出资额	资金到账金额	资金到账日期
北京新英体育传媒有限公司	4,250	4,250	4,250	2018年8月
北京爱奇艺科技有限公司	3,825	3,825	3,825	2018年8月
喻凌霄	425	425	425	2018年8月
北京新英汇智传媒科技企业 (有限合伙)	1,500	-	-	未缴纳
珠海和谐安朗投资企业 (有限合伙)	1,200	1,200	30,000	2018年8月
珠海知行并进文化产业投资基金 (有限合伙)	400	400	10,000	2018年8月
汇盈博润(武汉)投资中心 (有限合伙)	400	400	10,000	2018年8月
嘉兴健腾沛盛股权投资 基金合伙企业(有限合伙)	1,200	1,200	30,000	2018年9月
宁波梅山保税港区曜伟股权 投资合伙企业(有限合伙)	200	200	5,000	2019年4月
合计	13,400	11,900	93,500	

4、2019年3月，A+轮增资完成

2019年3月，公司召开了第八届董事会第六十四次会议，会议审议通过了《关于引入外部投资者对新爱体育增资的议案》。同意公司与新爱体育、喻凌霄、新英传媒、爱奇艺、新英汇智、和谐安朗、奥铭博观、上海澜萃签署《增资协议》。根据《增资协议》，公司同意以人民币5,000万元的价格认购新爱体育1.04%新增股权，对应新爱体育新增注册资本人民币155.81万元；奥铭博观同意以人民币34,451.50万元的价格认购新爱体育7.17%新增股权，对应新爱体育新增注册资本人民币1,073.60万元；和谐安朗同意以人民币10,000万元的价格认购新爱体育2.08%新增股权，对应新爱体育新增注册资本人民币311.63万元；上海澜萃同意以人民币1,359.93万元的价格认购新爱体育0.28%新增股权，对应新爱体育新增注册资本人民币42.38万元。上述增资金额超出对应新增注册资本部分计入资本公积。本次增资完成后，新爱体育注册资本将变更为14,983.43万元，各股东实缴出资情况如下：

单位：人民币万元

股东姓名/名称	认缴出资额	实缴出资额	资金到账金额	资金到账日期
北京新英体育传媒有限公司	4,250	4,250	4,250	2018年8月
北京爱奇艺科技有限公司	3,825	3,825	3,825	2018年8月
喻凌霄	425	425	425	2018年8月
北京新英汇智传媒科技企业 (有限合伙)	1,500	-	-	未缴纳
珠海和谐安朗投资企业 (有限合伙)	1,551.63	1,551.63	40000	2018年8月
珠海知行并进文化 产业投资基金(有限合伙)	400	400	10,000	2018年8月
汇盈博润(武汉) 投资中心(有限合伙)	196.75	196.75	10,000	2018年8月
嘉兴健腾沛盛股权投资 基金合伙企业(有限合伙)	1,200	1,200	30,000	2018年9月
上海澜萃体育文化 发展合伙企业(有限合伙)	247.82	247.82	1,359.93	2019年4月
宁波梅山保税港区奥铭博观投 资管理合伙企业(有限合伙)	1,211.41	1,211.41	34,451.50	2019年4月
武汉当代明诚文化 股份有限公司	175.81	175.81	5,000	2019年6月
合计	14,983.43	13,483.43	139,311.43	

综上，截止 2019 年 12 月 31 日，新爱体育股东中除北京新英汇智传媒科技企业（有限合伙）尚未实缴出资外，其他股东均已完成出资的实缴工作。

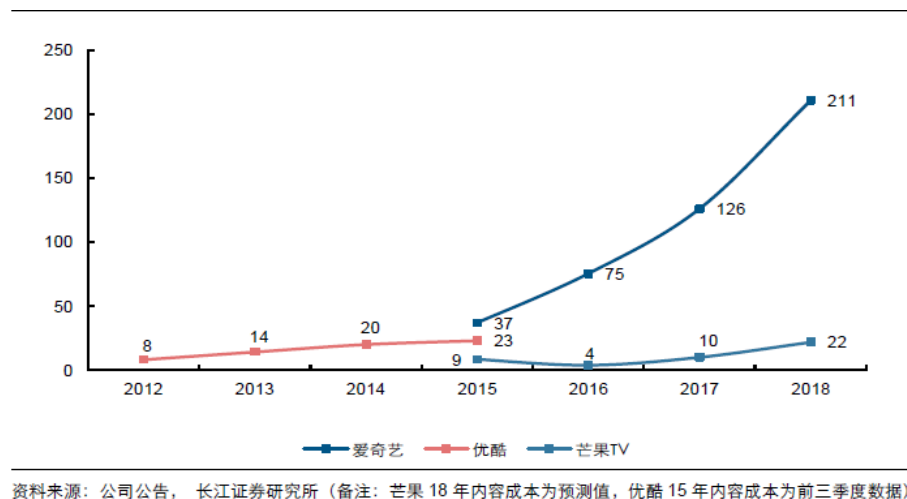
（2）结合新爱体育经营业绩情况说明在新爱体育报告期内出现大额亏损的情况下，公司未对其计提资产减值损失是否合理、审慎。

新爱体育为专业的体育视频运营平台，其目前尚处于成立发展的初期阶段。其核心仍然是不断通过优质内容触达用户，沉淀自身媒体品牌，从而形成用户粘性和品牌溢价，从爱奇艺、哔哩哔哩等视频运营平台公司的发展历程来看，其品牌建设是一个长期过程，但一旦沉淀下来，其地位很难在短时期被打破。因此，网络视频企业发展至今均拥有以下共性：

1、获取内容成本高

行业发展至今，一方面视频优质内容在向网络视频企业聚合，内容数量也在急剧增加，另一方面，优质的内容拥有用户拉新和广告招商方面的强大号召力，因此各网络视频企业对优质内容的争夺日趋激烈，从而推高了优质内容的售卖价格，进而导致网络视频企业获取内容成本居高不下，面临巨大的现金流压力。

网络视频企业获取内容成本图

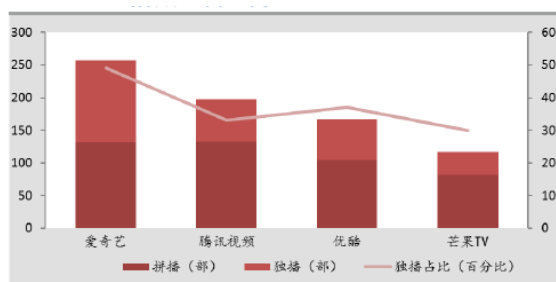


2、获客成本高

优质的视频内容是吸引观众或流量的前提。但用户选择平台时多以内容为主，跟着内容播出选择平台，而非以平台为主。这就导致用户对平台粘性不强，平台需要持续对用户、尤其是付费用户的争夺。未来，单用户价值的提升将成为竞争重点，而这一点需要靠内容制作差异化和现金流的持续投入。因此，网络视频企业需要拥有足够的资金购买版权，从而导致获客成本居高不下。

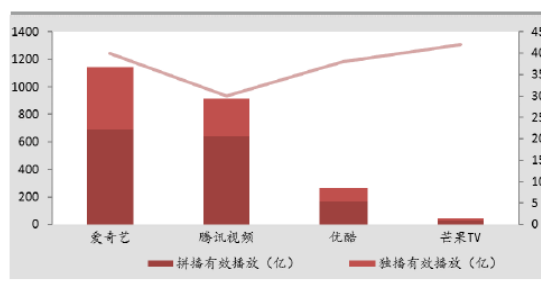
而独播形式更是吸引用户与广告商，增大用户对平台粘性的不二选择。以爱奇艺为例，2019年，爱奇艺剧集共257部，独播剧集以126部的数量领先，是腾讯视频66部独播剧的近两倍，独播剧占比达到50%；独播有效播放量达到453亿，远超腾讯视频的272亿，独播剧有效播放量占比达到40%。根据近期全网有效播放数据统计，热度TOP连续剧多数为爱奇艺联播或独播。2019年，正午阳光出品《都挺好》夺得有效播放第一名，为爱奇艺、腾讯和优酷联播；2019年上新连续剧有效播放TOP20中，爱奇艺独播的有5部，联播的有13部。2020年第一季度，全网连续剧有效播放第一位则为爱奇艺独播的《爱情公寓5》，正片有效播放高达44.01亿次；TOP20中，爱奇艺独播的有4部，联播的有10部。

爱奇艺独播数量占比图



资料来源：云台数据、粤开证券研究院

爱奇艺独播有效播放量图

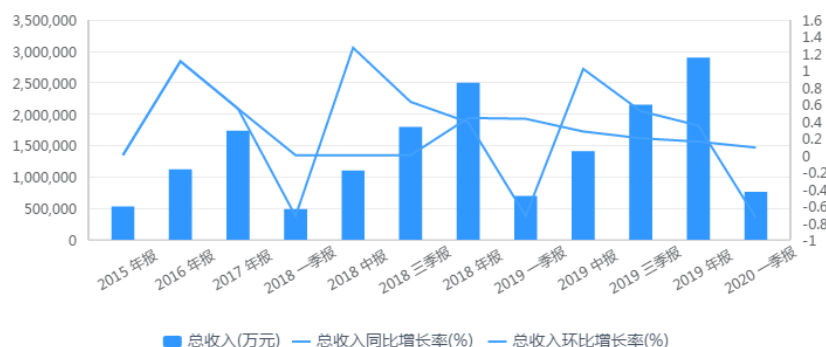


资料来源：云台数据、粤开证券研究院

3、短期难以盈利

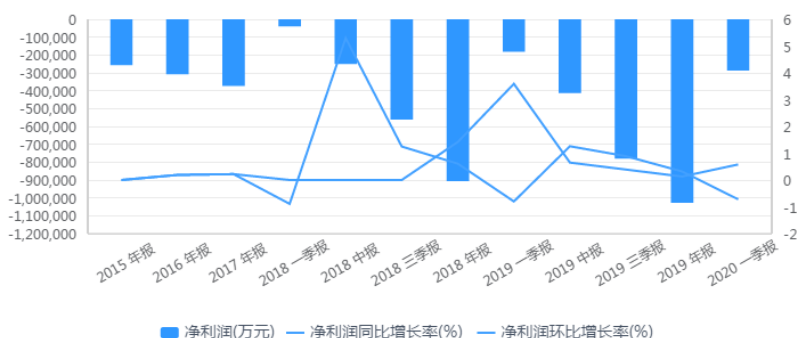
为巩固自身的行业地位，建立自己的“护城河”，基于前述的内容获取成本以及获客成本、国内暂时无法实行全面付费等的相关因素，以及当与之相关的新技术出现而导致研发投入增加后，使得相关企业在发展初期阶段难以盈利，尤其当优质内容（如体育赛事版权）无法自制时，其成本支出将尤为明显。以爱奇艺与哔哩哔哩为例，其从成立至今，虽目前仍暂处亏损状态，但其经营环境、经营状况都较发展初期有了较为明显的改善，且其市场份额也得到了进一步提升，行业地位得到了进一步巩固。

IQ.0[爱奇艺]-利润表

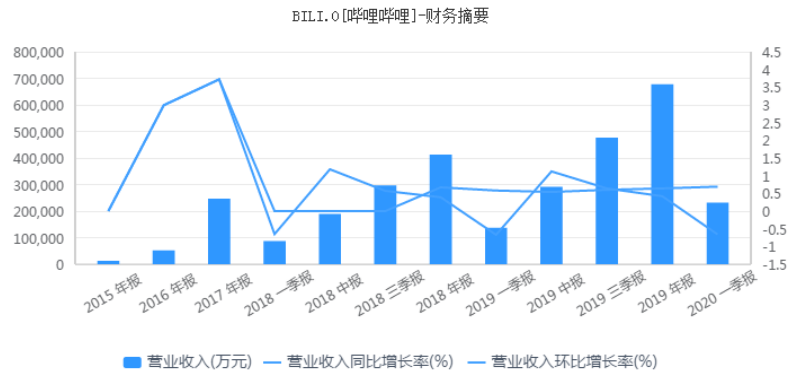


数据来源：同花顺 iFind

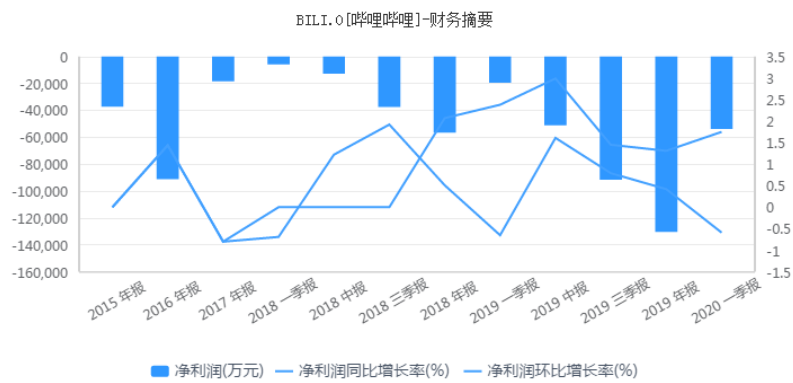
IQ.0[爱奇艺]-利润表



数据来源：同花顺 iFind

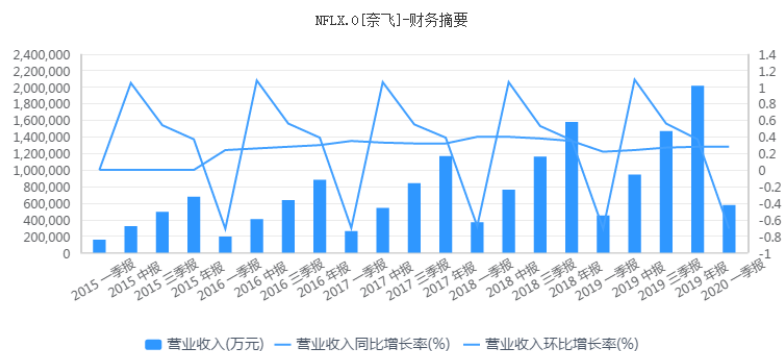


数据来源：同花顺 iFind

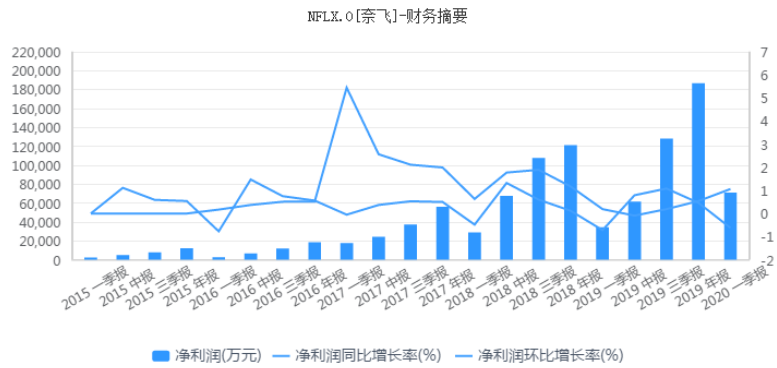


数据来源：同花顺 iFind

而发达国家的相关企业则已基本进入了发展成熟期，以 Netflix（成立于 1997 年）为例，其已实现了全面盈利，究其原因在于国内与发达国家在版权保护环境、用户付费习惯以及全面付费化等方面还是存在一定的差距。



数据来源：同花顺 iFind



数据来源：同花顺 iFinD

4、新爱体育与国内同类已上市公司爱奇艺、哔哩哔哩市净率经营情况对比

公司名称	营业收入 (万元)	净利润 (万元)	净资产 (万元)	每股营 业收入	每股净 资产	市净率
爱奇艺 [IQ.O]	2,525,043.20	-1,027,673.90	971,493.20	4.92	1.89	9.20
哔哩哔哩 [BILI.O]	677,792.20	-130,357.00	763,646.00	20.66	23.27	5.79
新爱体育	12,648.70	-66,356.05	65,787.63	0.84	4.39	6.35

按照 15%流动性折扣估算，新爱体育市净率应介于 4.92 与 7.82 之间，期末新爱体育实际市净率水平为 6.35，未超出该取值范围，未发现明显减值迹象。同时，考虑新爱体育于 2019 年 4 月完成 A+轮融资，其本次增资估值完成时间较报表截止日不足一年，故公司未对其所持有的新爱体育股权计提减值准备。

综上所述，在目前市场上无同类可比的专业体育视频运营平台情况下，通过对比其他视频运营平台的相关数据、运营情况等后，我们认为：国内的网络视频行业以及作为专业体育视频运营平台的新爱体育均处于发展的初期阶段，且新爱体育所播放相关的核心体育赛事视频均须通过外购取得，无法通过自制等方式来降低成本，因此新爱体育目前阶段处于亏损状态是具有合理性的，同时鉴于新爱体育最近一次增资估值完成时间距公司 2019 年度报表截止日尚不足一年，且根据已上市的其他视频运营平台市净率进行折算，新爱体育也不存在明显的减值迹象，因此公司未计提资产减值损失具备合理性、谨慎性。

核查意见：经核查，截止 2019 年 12 月 31 日，新爱体育自成立以来历次增资的增资款

缴纳情况，除北京新英汇智传媒科技企业（有限合伙）尚未实缴出资外，其他股东均已完成出资的实缴工作；结合视频平台公司发展规律、对比参考同行业上市公司市净率水平及最近一年内新爱体育融资估值，公司未对其计提资产减值损失具备合理性、谨慎性。

三、其他

10、年报披露，2019 年销售费用为 7864.31 万元，同比增加 9.06%。其中职工薪酬为 2003.72 万元，同比增加 49.22%。2019 年销售人员 55 人，同比减少 8 人。请公司说明在销售人员减少、营业收入下降的情况下，销售费用中职工薪酬不降反增的原因及合理性。

回复如下：

（1）销售费用主要系子公司强视传媒、汉为体育和新英开曼的销售活动产生的。其中，强视传媒 2019 年销售费用为 2,774.23 万元，2018 年销售费用为 3,134.46 万元，同比下降 11.49%；汉为体育 2019 年销售费用为 96.42 万元，2018 年销售费用为 658.09 万元，同比下降 85.35%；新英开曼 2019 年销售费用为 3,235.09 万元，2018 年 9-12 月销售费用为 1,229.41 万元，2019 年较 2018 年 9-12 月增加 163.14%。

2019 年强视传媒和汉为体育营业总收入分别为 20,601.33 万元、7,987.43 万元，较 2018 年分别下降 425.46%、27.75%；2019 年新英开曼营业总收入为 101,965.28 万元，较 2018 年 9-12 月增加 78.80%。

综上所述，公司 2019 年销售费用较 2018 年增加 9.06%，主要系新英开曼销售费用增加所致，公司 2019 年销售收入较 2018 年下降，主要系强视传媒、汉为体育收入下降所致。因此，公司 2019 年较 2018 年营业收入下降但销售费用增加具有合理性。

（2）销售费用中职工薪酬大幅度增加主要系公司合并报表范围变动所致。公司于 2018 年 8 月完成新英开曼的全部收购工作，新英开曼自 2018 年 9 月起纳入公司合并报表范围。2019 年新英开曼销售费用中职工薪酬金额为 1,185.42 万元，2018 年 9-12 月销售费用中职工薪酬金额为 266.84 万元，2019 年较 2018 年 9-12 月增加 918.58 万元，增幅为 344.24%。

2019 年汉为体育对销售人员架构进行了调整，销售人员数量较 2018 年有所减少。2019 年汉为体育销售费用中职工薪酬金额为 71.14 万元，2018 年为 452.60 万元，同比减少 381.46 万元，降幅为 84.28%。

因此，公司在销售人员减少、营业收入下降的情况下，销售费用中职工薪酬的增加具有合理性。

11、2019 年度购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金为 16.47 亿元，同比增加 184.48%，年报披露主要系子公司购买体育版权所致。2019 年度无形资产中新增购置体育赛事版权 8.94 亿元。请公司补充披露购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金项目金额的具体构成。

回复如下：

1、2018 年购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金为 5.78 亿元，2019 年购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金为 16.47 亿元，同比增加 10.69 亿元，增幅比例为 184.48%，主要系公司合并报表范围变动所致；公司于 2018 年 8 月完成新英开曼收购的全部工作，自 2018 年 9 月起将新英开曼纳入公司合并报表范围。

2、新英开曼 2018 年 9-12 月份购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金为 0.76 亿元，2019 年新英开曼购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金为 15.21 亿元。

3、公司 2019 年购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金为 16.47 亿元，其中：新增的无形资产为购置体育赛事版权 8.94 亿元、其他长期资产为新增支付体育赛事项目保证金 7.33 亿元。

注：由于无形资产、其他长期资产所对应的体育赛事项目涉及公司的商业机密，根据《公司信息披露暂缓与豁免事务管理制度》的规定，公司已履行了内部决策程序，因此对上述涉及公司商业秘密的信息不进行详细披露。

12、根据年报，2019 年末，公司的预付款项为 7.05 亿元，金额较大。请公司结合一年以上的预付款具体的项目名称、预付金额、账龄、预付对象与上市公司的关联关系，项目完工进度等情况说明超过一年的预付款挂账的原因及合理性。

回复如下：

一年以上的预付款项项目名称、预付金额、账龄、是否存在关联方，项目完工进度

单位：万元

单位名称	项目名称	预付金额	账龄	是否存在关联方	项目进展情况	项目进展说明
客户一	亚足联赛事 相关项目	10,464.30	1-2年	否	正在进行	项目进展说明
客户二		4,534.53	1-2年	否	正在进行	项目进展说明
客户三		5,232.15	1-2年	否	正在进行	项目进展说明
客户四		6,976.20	1-2年	否	正在进行	项目进展说明
客户五		5,232.15	1-2年	否	正在进行	项目进展说明
合 计		32,439.33				

项目进展说明：

以上预付款项全部系公司执行亚足联项目预付的赛事筹备、赛事推广、视频制作、信号传播等与之相关的支出，由于上述赛事项目尚在筹备中，因此公司根据合同约定预付了与之相关的支出，届时公司将根据合同约定和项目实际进展情况进行相关的会计处理。

注：由于上述预付款单位名称及所对应的体育赛事项目涉及公司的商业机密，根据《公司信息披露暂缓与豁免事务管理制度》的规定，公司已履行了内部决策程序，因此对上述涉及公司商业秘密的信息不进行详细披露。

特此公告。

武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司董事会

2020 年 7 月 1 日