

股票简称：流金岁月

股票代码：834021

公告编号：2022-072

北京流金岁月传媒科技股份有限公司

Beijing Golden Times Media Technology Corp.,Ltd

(北京市石景山区实兴大街30号院3号楼2层B-0103房间)



2022年度向特定对象发行可转换公司债券 募集说明书（草案）（修订稿）



保荐机构（主承销商）：天风证券股份有限公司

武汉东湖新技术开发区高新大道446号天风证券大厦20层

二〇二二年五月

公司声明

本公司及控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺定向发行可转债募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证定向发行可转债募集说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

对本公司发行证券申请予以注册，不表明中国证监会和北京证券交易所对该证券的投资价值或者投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

目录

公司声明	1
目录	2
释义	3
第一节 发行人基本情况.....	9
第二节 本次债券发行概况.....	49
第三节 报告期内的主要财务数据和指标.....	85
第四节 关于本次发行对公司的影响.....	96
第五节 备查文件	110

释义

在本募集说明书（草案）中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、一般释义

公司、本公司、发行人、流金岁月、股份公司	指	北京流金岁月传媒科技股份有限公司
募集说明书	指	北京流金岁月传媒科技股份有限公司2022年度向特定对象发行可转换公司债券募集说明书（草案）
本次向特定对象发行、定向发行、本次发行	指	北京流金岁月传媒科技股份有限公司2022年度向特定对象发行可转换公司债券的行为
御米投资	指	上海御米投资管理合伙企业（有限合伙）
流联投资	指	上海流联投资管理合伙企业（有限合伙）
北京科技	指	北京流金岁月科技有限公司，为公司控股子公司
漫视文创	指	北京漫视文创 媒体科技 有限公司，为公司全资子公司
云视互动	指	北京云视互动文化传播有限公司，为公司全资子公司
筑梦空间	指	海南筑梦空间文化传媒有限公司，为公司全资子公司
成都流金	指	成都流金岁月科技有限公司，为公司全资子公司
玖霖文化	指	伊犁玖霖文化传媒有限公司，为公司全资子公司
橙视传媒	指	上海橙视文化传媒有限公司，为公司控股子公司
云活科技	指	上海云活科技有限公司，为公司全资子公司
成都金麦客	指	成都金麦客科技有限公司，为公司控股子公司
天津金麦客	指	天津金麦客科技有限公司，为成都金麦客全资子公司
一念繁花	指	霍尔果斯一念繁花影视文化传媒有限公司，为公司全资子公司
四川流金	指	四川流金酒业有限公司，为公司控股子公司
宁波流金	指	宁波天雍流金股权投资合伙企业（有限合伙）
北斗星空	指	北京北斗星空文化传播有限公司，为公司参股公司
流金通达	指	广东流金通达文化传播有限公司，为公司参股公司
嘉佳卡通	指	广东嘉佳卡通影视有限公司，为公司参股公司
保荐机构、主承销商、天风证券	指	天风证券股份有限公司
会计师、容诚	指	华普天健会计师事务所（特殊普通合伙），后更名为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
《公司章程》	指	现行的《北京流金岁月传媒科技股份有限公司章程》

股东大会	指	北京流金岁月传媒科技股份有限公司股东大会
董事会	指	北京流金岁月传媒科技股份有限公司董事会
监事会	指	北京流金岁月传媒科技股份有限公司监事会
三会	指	股东大会、董事会和监事会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
北交所、交易所	指	北京证券交易所
报告期	指	2020 年度、2021 年度、 2022 年 1-3 月
元、万元	指	人民币元、万元
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
中宣部	指	中国共产党中央委员会宣传部
广电总局	指	中华人民共和国国家广播电视总局及原中华人民共和国国家新闻出版广电总局、国家广播电影电视总局
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
文化部	指	中华人民共和国文化和旅游部
网信办	指	中华人民共和国国家互联网信息办公室
中国移动	指	中国移动通信集团公司
中国电信	指	中国电信股份有限公司
中国联通	指	中国联合网络通信有限公司
中国广电	指	中国广播电视网络集团有限公司
中国广电河南网络有限公司	指	河南网络
中国广电山东网络有限公司	指	山东网络
苹果	指	苹果公司，美国一家高科技公司
Broadcom	指	博通公司，全球领先的有线和无线通信半导体公司

二、专业释义

三网融合	指	广播电视网、电信网、互联网（三网）在业务应用层面相互渗透融合。三网在向宽带通信网、数字电视网、下一代互联网演进过程中，其技术功能趋于一致，业务范围趋于相同，网络互联互通、资源共享，能为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务
------	---	---

新媒体	指	以宽带互联网、移动互联网等信息网络为传输通道，以电视机、电脑、移动终端等为接收终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态和媒体形态
广告代理	指	广告经营者接受广告主或广告发布者委托，从事的广告市场调查、广告信息咨询、企业形象策划、广告战略策划、广告媒介安排等经营活动
电信运营商	指	提供固定电话、移动电话和互联网接入的通信服务公司。中国目前四大基础电信运营商分别是中国移动、中国电信、中国联通和中国广电网络
专业卫星数字接收机	指	工程用卫星数字电视接收机，是以接收卫星传输的数字电视信号，并解码输出原始的视音频信号的设备。其中专业型卫星数字电视接收机还可以输出解密的视音频码流和解码的 SDI 信号，网络公司依靠其作为卫视频道专用接收设备
有线电视网络	指	利用光缆或同轴电缆来传送广播电视信号或本地播放的电视信号的网络
IPTV	指	交互式网络电视，以电视机为接收终端，由广电机构负责的中央和省两级 IPTV 平台引入内容并集成播控后，规范对接到电信运营商利用互联网架设虚拟专网的定向传输通道，向公众提供包括广播电视节目等视听节目及增值业务在内的多种交互式服务
OTT TV	指	互联网电视，以电视机为接收终端，利用互联网为传输通道，经互联网内容机构和集成机构对内容进行审查和集成后，向公众提供广播电视节目等视听节目及增值业务
卫视频道	指	卫星电视频道，即境内通过地球同步卫星进行信号传输的电视频道，如中央电视台、省级卫视频道、购物频道、卡通频道、教育频道、纪实频道等
省级卫视频道	指	各省级电视台运营的并冠有地方名称的卫星电视频道，如湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视、上海东方卫视等
网络公司	指	各省、地（市）、县（市）级广电有线电视网络公司，主要负责各地区有线广播电视网络的建设开发、经营、管理和维护，从事广播电视节目收转传送和广播电视网络信息服务
电视频道覆盖/落地、卫视频道覆盖/落地	指	卫星电视频道通过自行联系各地区网络公司或通过落地覆盖专业服务公司的代理服务将本频道节目传输到特定有线或无线网络中进行播出的过程
电视频道覆盖服务	指	卫视覆盖服务的一种，主要是协助卫视频道实现在全国有线电视网络、IPTV、互联网电视及其他独立播出前端的覆盖营销服务
频点资源	指	网络公司、IPTV 运营商提供给最终用户收看电视频道的具体频道号
电视频道覆盖率、覆盖率	指	“能收到”该电视频道的某区域人数与该区域“电视人口”的比例

高斯系统	指	视频内容融媒体运营管理平台，系公司在原有的融合媒体覆盖运营决策系统基础上升级改造的管理平台，具备 VSN 可靠网络传输和多业务运营特点，能够更好地为公司业务决策和运营提供数据支撑和分析功能
哈勃系统	指	公司自主研发的一套可实时查看各频道电视信号在全国各地有线网、电信运营商 IPTV 网播出情况的服务平台
DVB	指	数字视频广播 Digital Video Broadcasting 的缩写，DVB 标准提供了一套完整的、适用于不同媒介的数字电视系统规范，DVB 数字广播传输系统利用了包括卫星、有线、地面在内的所有通用电视广播传输媒体
DVB-S 标准	指	欧洲数字卫星广播标准，广播电视领域的主流卫星传输标准
DVB-S2 标准	指	欧洲第二代数字卫星广播标准
NDS	指	网络数据服务 Network Data Service 的缩写，在通讯网络中，完成数据自动采集、存储、解析并对外提供统一数据接口的系统
CA	指	有条件接收系统，是广播电视行业使用的加解密技术，保证授权用户能收到他已预订的电视节目和其他服务业务，未授权用户则无法收看或使用相关业务
TS	指	Transport Stream 的缩写，是在数字视频广播 DVB 中，一套基于 MPEG-2 的数据传输流标准
TS over IP	指	MPEG-2 TS 流的格式，并遵循 IP（Internet Protocol）因特网协议的传输技术
OSD	指	on-screen display 的简称，即屏幕菜单式调节方式
Ethernet	指	以太网，一种计算机局域网技术
CVBS	指	复合同步视频广播信号，也叫做基带视频或 RCA 视频，是美国国家电视标准委员会电视信号的传统图像数据传输方法，以模拟波形来传输数据
ASI 输入输出	指	异步串行接口标准，DVB-C 广播电视系统传输接口中的一种 MPEG-2 视频传输接口标准
CAM 卡	指	一种数字视频条件接收模块，是一个连接电视机与外部信号源的设备，可以将压缩的数字信号转成电视内容，并在电视机上显示出来
MPEG-2	指	运动图像专家组（Moving Picture Experts Group）组织制定的视频和音频有损压缩标准之一，与 MPEG-1 标准相比，MPEG-2 标准具有更高的图像质量、更多的图像格式和传输码率的图像压缩标准
ABS-S	指	是我国第一个拥有完全自主知识产权的卫星信号传输标准，在性能上与代表卫星通信领域最新技术发展水平的 DVB-S2 相当，部分性能指标更优，而复杂度远低于 DVB-S2，更适应我国卫星直播系统开展和相关企业产业化发展的需要。

AVS+	指	2012年7月10日，国家广播电影电视总局正式颁布了《广播电视先进音视频编解码第1部分：视频行业标准》行业标准，即GY/T257.1-2012，简称AVS+。AVS+是我国自主创新的视频编码技术，具有更高的编码效率，与同类国际标准H.264/AVC编码效率相当
AVS2	指	第二代AVS标准。2016年5月，AVS2被国家新闻出版广电总局颁布为广电行业标准《高效音视频编码第1部分：视频行业标准》（行标号：GY/T299.1-2016）。AVS2的压缩效率比上一代标准AVS+和H.264/AVC提高了一倍，超过国际同类型标准HEVC/H.265
H.264	指	一种具有高压缩比、高图像质量、良好网络适应性等特征的视频编码标准，由ITU和ISO两个国际标准化组织联合制定
H.265	指	ITU-TVCEG（视频编码专家组）继H.264之后所制定的新的视频编码标准，对H.264标准进行了改进
EPG	指	Electronic Program Guide，即电子节目指南，易于使用、界面友好、可快速访问所需节目的方式
AI/人工智能	指	Artificial Intelligence，即人工智能，是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门技术科学
机器学习	指	用数据或以往的经验，自动改进计算机算法，以优化计算机程序的性能标准
3C	指	是计算机（Computer）、通讯（Communication）和消费电子产品（Consumer Electronics）三类电子产品的简称
5G	指	第五代移动通信技术（5th Generation Mobile Communication Technology，简称5G）是具有高速率、低时延和大连接特点的新一代宽带移动通信技术
6G	指	第六代移动通信技术，传输能力比5G提升明显，目前6G仍在开发阶段
云计算	指	是分布式计算的一种，指的是通过网络“云”将巨大的数据计算处理程序分解成无数个小程序，然后，通过多部服务器组成的系统进行处理和分析这些小程序得到结果并返回给用户
物联网	指	（Internet of Things，简称IoT）是指通过各种信息传感装置与技术，实时采集各种需要的信息，实现对物品和过程的智能化感知、识别和管理
4K	指	是一种高清显示分辨率的简称，屏幕横向像素达到4000以上，主流4K物理分辨率为4096P×2160P像素
8K	指	是一种高清显示分辨率的简称，分辨率7680×4320像素，是4K的4倍（长宽各为2倍）
标清	指	物理分辨率在1280P×720P像素以下的一种视频格式
高清	指	物理分辨率在1280P×720P像素及以上的一种视频格式

超高清	指	物理分辨率达到 7680×4320（8K×4K）及以上的一种视频格式
3GPP	指	第三代合作伙伴计划，其职能主要是制订以 GSM 核心网为基础，UTRA 为无线接口的第三代技术的规范
VR	指	虚拟现实技术 Virtual Reality 的缩写，是 20 世纪发展起来的一项全新的实用技术，通过计算机模拟虚拟环境从而给人以环境沉浸感
DRM	指	数字版权管理（Digital Rights Management 的缩写），是指数字内容，如音视频节目内容、文档、电子书籍等在生产、传播、销售、使用过程中 进行的权利保护、使用控制与管理的技术
TVOS	指	智能电视操作系统
HDMI	指	高清多媒体接口（High Definition Multimedia Interface 的缩写），一种全数字化视频和声音发送接口，可以发送未压缩的音频及视频信号
SDI 接口	指	数字分量串行接口，serial digital interface 的缩写
鉴权授权计费服务系统	指	为本地用户提供鉴权、授权、计费服务，并为拜访用户提供鉴权、授权、计费报文中转服务
网络带宽	指	在单位时间（一般指的是 1 秒钟）内能传输的数据量。网络和高速公路类似，带宽越大，就类似高速公路的车道越多，其通行能力越强

本募集说明书（草案）若出现总数和各分项数值之和尾数不符的情况，为四舍五入原因造成。

第一节 发行人基本情况

一、公司基本信息

公司名称:	北京流金岁月传媒科技股份有限公司
英文名称:	Beijing Golden Times Media Technology Corp.,Ltd
注册资本:	314,999,983
股票上市地:	北京证券交易所
股票简称:	流金岁月
股票代码:	834021
成立时间:	2011年7月22日
法定代表人:	王俭
统一社会信用代码:	91110107579025679G
注册地址:	北京市石景山区实兴大街30号院3号楼2层B-0103房间
办公地址:	北京市朝阳区建国路27号紫檀大厦13层1301-1303
邮政编码:	100023
电 话:	010-85789857
传 真:	010-85789857
互联网网址:	www.bjljsy.com
电子信箱:	Info@bjljsy.com
经营范围:	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；广播电视节目传送技术服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示活动；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；经济贸易咨询；市场调查；企业策划、营销策划；电脑动画设计；委托加工电子设备；销售五金交电、金属材料、文化用品、体育用品、工艺品、机械设备、计算机、软件及辅助设备、电子产品、通讯设备；技术进出口、货物进出口、代理进出口；制作、发行动画片、专题片、电视综艺、不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目（广播电视节目制作经营许可证有效期至2023年06月30日）；经营电信业务；批发、零售食品。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；经营电信业务；批发、零售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

二、公司股权结构、控股股东及实际控制人情况

（一）公司股权结构

截至2022年3月31日，公司总股本为314,999,983股，股本结构如下：

项目	股份数量（股）	占总股本（%）
限售流通股	80,601,283	25.59
非限售流通股	234,398,700	74.41
合计	314,999,983	100.00

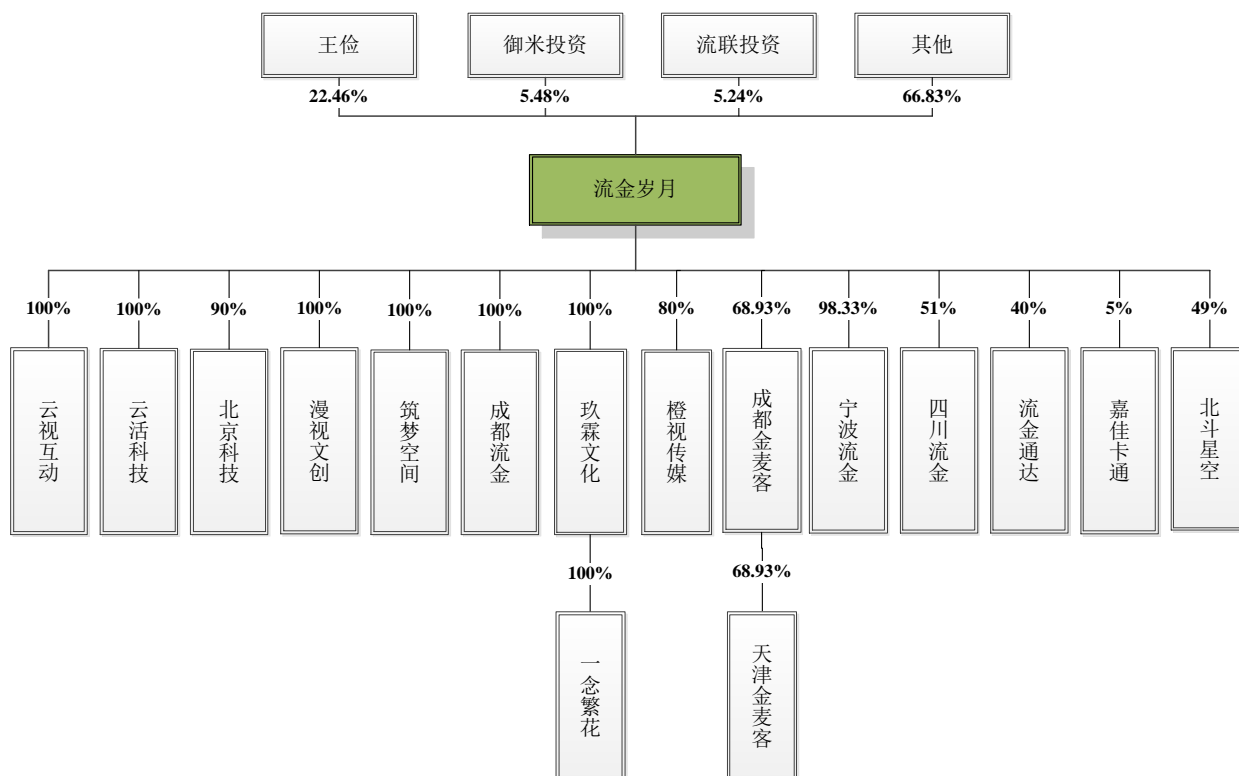
（二）公司前十大股东持股情况

截至2022年3月31日，公司前十大股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	股权性质
1	王俭	70,736,761	22.46	境内自然人
2	上海御米投资管理合伙企业（有限合伙）	17,267,646	5.48	境内法人
3	上海流联投资管理合伙企业（有限合伙）	16,495,146	5.24	境内法人
4	熊玉国	11,860,147	3.77	境内自然人
5	孙潇	10,860,440	3.45	境内自然人
6	海南省文化体育产业发展基金（有限合伙）	9,088,235	2.89	境内法人
7	山东江诣创业投资有限公司	7,312,394	2.32	境内自然人
8	罗欢	7,270,588	2.31	境内自然人
9	北京流金岁月文化传播股份有限公司回购专用证券账户	6,000,000	1.90	境内法人
10	北京天星开元投资中心（有限合伙）	4,231,861	1.34	境内法人
	合计	161,123,218	51.15	-

（三）公司控股股东及实际控制人基本情况

截至2022年3月31日，公司控股股东、实际控制人持有的公司股权及控制关系如下图所示：



注：公司于2017年与北京时越众合网络科技有限公司签署《股权转让协议》受让其持有的北斗星空公司49%的股权，2020年公司申请仲裁请求解除股权转让协议并收回股权转让款，获得仲裁庭支持。2021年公司已通过强制执行程序收回股权转让款，目前，尚待相关方配合进行股权回转变更登记程序。

截至2022年3月31日，王俭直接持有公司22.46%的股份，通过流联投资、御米投资间接控制了公司10.72%的股份，合计控制流金岁月33.18%的股份，系公司控股股东、实际控制人。

公司控股股东、实际控制人王俭简历如下：

王俭先生，中国国籍，无境外永久居留权，1969年出生，重庆大学MBA硕士学历，1990年10月至1997年10月，历任电子工业部第二十四研究所工程师、计划副处长、计划处长。1997年10月至1999年7月，任重庆集成汽车电子有限公司董事兼总经理。1999年8月至2001年1月，任四川省广电网络公司董事兼总经理。2001年12月至2012年10月，任成都东银信息传媒有限公司董事兼总经理。2013年4月至2014年1月，任北京流金岁月传媒科技股份有限公司执行总裁，2014年1月至2015年5月，任北京流金岁月传媒科技股份有限公司执行董事兼总经理。现任本公司

董事长兼总经理。

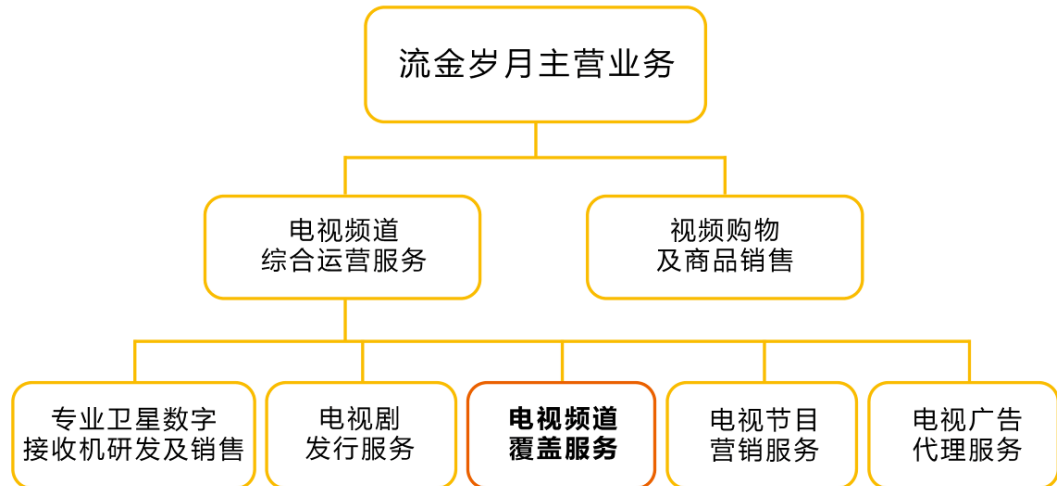
三、产品或服务的主要内容、主要业务模式

（一）公司产品或服务的主要内容

公司作为电视频道综合运营服务商，主要利用广播电视网、电信网及互联网（即“三网”）为电视内容供应商，如电视台、电视剧版权方、电视节目制作方、电视广告投放方等提供频道覆盖、内容运营、营销传播及技术支持于一体的综合服务。

公司多年来一直注重研发和服务创新，拥有几十项授权专利和软件著作权，并形成了高斯系统-卫视覆盖方案优化与收入成本预测技术、短视频直播加速优化处理技术、大数据内容推荐技术、4K级SDI视音频处理技术、4K硬件编转码技术、Web前端可视化编辑后OTT动态呈现技术等核心技术储备。公司获得了北京市专精特新小巨人、中关村高新技术企业、北京市最具投资价值文化创业企业、2018年创客中国北京市创新创业大赛企业组优秀奖、中国电视覆盖调研二十周年（1999-2018）覆盖传播特别荣誉奖、《财经》杂志2021年长青奖年度超高清视频技术创新奖等多项荣誉，公司5G-4K/8K超高清传输项目获得2021年第四届中国品牌经济峰会年度最具市场价值科技产品、AVS+专业卫星接收设备获得北京市新技术新产品（服务）证书。

目前，公司主营业务以电视频道覆盖服务为核心，深耕广电领域，围绕电视台等客户的实际需求，发展了专业卫星数字接收机研发及销售、电视剧发行服务、电视节目营销服务、电视广告代理服务衍生服务，以视频购物及商品销售为补充，丰富了公司的服务内容，增强了公司的综合实力。



1、电视频道综合运营服务

电视频道综合运营服务是公司的核心业务板块。其中，电视频道覆盖服务为核心业务，专业卫星数字接收机研发及销售、电视剧发行服务、电视节目营销服务、电视广告代理服务是公司围绕核心业务发展的衍生业务。

（1）电视频道覆盖服务

依据国家相关法律法规，电视频道信号只能通过有线电视网络、IPTV专网或OTT TV网络传输后才能进入家庭终端。因此，有线电视网络公司等网络运营商对电视频道在网内落地传输具有选择权，电视台需要向网络运营商支付落地传输费，电视频道落地又称电视频道覆盖。

当前，文化产业的迅速发展，使各电视台之间的竞争日益加剧，这种竞争主要体现在品牌价值上，而能够直接反映电视台的品牌价值的行业公认指标为覆盖率和收视率。收视率取决于节目自身质量，覆盖率取决于电视台推广力度。以省级电视台为例，基于其跨区域特性，使其对覆盖率尤其重视。电视频道覆盖率正在成为衡量传播效率的重要行业标准。为了了解覆盖区域及覆盖人口分布、结构等情况，从而制定频道发展策略，并据此推动频道在更广区域的覆盖，目前各省级电视台纷纷成立节目覆盖办，或将原有的附属于广告中心的覆盖办作为一个独立的部门，使之与广告中心、总编室并驾齐驱，成为整个电视台三大关键部门之一。公司电视频道覆盖服务就是和各电视台的覆盖办接洽，为电视台提供专业的、具有针对性的电视频道覆盖服务。




公司主要提供卫星电视直播信号落地入网覆盖服务，即向省/市/地/县级有线电视网络公司、IPTV运营商、OTT TV运营商采购频点资源，销售给电视台，公司在电视台的卫视覆盖预算与实际渠道执行成本的价差中获得利润。公司在提供电视频道覆盖服务的过程中，主要为电视台提供覆盖方案设计、渠道代理、监测维护等服务，其中渠道代理环节赚取卫视覆盖预算与实际渠道执行成本的价差是盈利的商业本质，而方案设计则是服务内容的核心前提。覆盖方案的主要目标是提升省级卫视频道、购物频道、卡通频道以及农林、教育、兵团等专业频道和各种付费频道的覆盖效果，如覆盖人群、覆盖率等，结合公司渠道成本议价能力，可以有效降低电视台的覆盖预算支出。

公司通过多年业务积累，收集了有线电视网络公司的地域分布、用户数量、入网成本等数据，购物频道的商品类别、订单数量、订单金额等数据，以此为基础自主研发了高斯系统。随着三网融合、智慧广电、融媒体云平台的不断推进，为了有力地增强公司融媒体相关技术服务能力和技术竞争力，公司将高斯系统进一步升级和完善，从融合媒体覆盖运营决策系统升级改造成视频内容融媒体运营管理平台。公司依靠高斯系统提供的数据支撑，能够为省级卫视频道和购物频道等客户设计合理的有线电视网络、IPTV和OTT TV覆盖方案，满足其扩大收视群体、挑选目标人群、提高交易金额、降低覆盖成本等需求；另一方面，公司也为有线电视网络公司等三网运营商引入了优质的电视频道和内容，提升其网络传输收入。

（2）专业卫星数字接收机研发及销售业务

专业卫星数字接收机是公司为满足卫视频道信号加密传输过程的接收、解密、解码等需求而研发的高新技术产品。该产品主要基于公司自主研发的视频信号处理技术、加密技术等多项专利技术和知识产权，集合了防非法信号攻击、实时监测报警、指纹嵌入及识别等多种功能于一身。专业卫星数字接收机主要安装于各省级、市级、区县级有线电视网络公司机房，能有力保障卫视频道加密节目在各地有线电视网络的合法接收和安全传输。公司正在销售的主要产品如下：

产品型号	产品名称	产品图片	主要性能
LJ7800	标准清晰度数字电视解码器		LJ7800 型标准清晰度数字电视解码器，基于 Broadcom 公司解码芯片进行设计，完

			<p>全符合 DVB-S 标准，支持 MPEG-2 解码，可以接收 NDS-CA 等多种 CA 加密的 DVB-S 信号。</p> <p>产品支持 TS Over IP 输出，支持 USB 软件升级，内置信号异常监测报警功能，支持 CA 信息 OSD 显示，通过 Ethernet 实现网络管理和参数配置。</p> <p>产品具备 CVBS 输出接口，支持 ASI 输入输出，可适用于多种应用场合，满足用户对新一代专业机的要求。</p> <p>产品具有掉电参数设置自动记忆功能，友好的液晶前板操作菜单，以及 CA/CI 信息、错误信息的 OSD 显示功能。</p>
LJ7800HD (AVS+)	AVS+ 专业卫星综合接收解码器		<p>该产品采用 AVS+解码芯片进行设计，国内较早实现 AVS+节目解码的高清卫星接收机之一；符合 DVB-S/DVB-S2 标准，通过 CAM 卡可解扰加密的节目；支持 MPEG2、H.264、AVS+等多种解码，兼容标清和高清信号接收、解密、解码输出；内置非法攻击等信号异常监测报警功能，有效保障信号播出安全；19"1U 标准机柜安装，可用于各卫视频道 AVS+落地覆盖、省市网络前端收转 AVS+频道。</p>
LJ7800HD (直播星)	卫星直播系统综合接收解码器（专业型）		<p>LJ7800HD 卫星直播系统综合接收解码器（专业型）采用 AVS+ 解码技术进行设计，符合 ABS-S 标准，产品支持解密 NDS、爱迪德、永新视博等多种 CA 加密的卫星电视信号，通过 CAM 卡（单解、多解和双卡多解）可解扰加密的节目；支持 MPEG-2、H.264、AVS+等多种解码，兼容标清和高清信号接收、解密、解码输出；19"标准机柜安装，完全符合各种大型智能数字电视前端系统安装要求。</p>
LJ7900	AVS2 4K 超高清专业卫星综合接收解码器		<p>LJ7900 AVS2 4K 超高清解码器采用目前最先进的 AVS2 解码及 H.265/HEVC 编转码技术进行设计，可实现 AVS2 节目接收、解码、H.265/HEVC 转码（转码功能为选配）输出的专业型 4K 超高清卫星接收机，产品支持解密 NDS、爱迪德、永新视博等多种 CA 加密的卫星电视信号；支持 MPEG-2、H.264、AVS+、H.265、AVS2 等多种解码；可以实现 MPEG-2、H.264、AVS+、H.265、AVS2 转码为 H.265/HEVC 输出（选配）；具备 AVS2 4K 数字指纹嵌</p>

			入功能（选配）。具备 Tuner、ASI、TS/IP 模式输入和 AV、HDMI2.0、SDI、ASI、TS/IP 多种模式输出；内置信号异常监测报警功能，有效保障信号播出安全；1U/19"标准机柜安装，完全符合各种数字电视前端系统安装要求。
--	--	--	---

（3）电视剧发行服务

公司在广电领域从业多年，充分了解电视台对优秀电视剧的巨大需求。与此同时，有些优质电视剧却难以找到好的播放渠道。公司通过多年积累的电视频道对电视剧的需求偏好、收看人群的地域及收看偏好等数据信息，并结合电视剧题材、故事内容、主创人员情况等具体信息进行综合评估，以买断发行或代理发行的方式，将优秀的电视剧推荐给合适的电视频道发行播出，同时满足内容制作方的播出需求和电视频道对优秀电视剧的需求。

电视剧发行一般分为首轮、二轮及多轮发行。首轮发行是指电视剧制作机构取得发行许可证后在电视台的首次播映；二轮及多轮发行是指首轮发行播出后的再发行。公司主要通过省级卫视频道、地面频道、新媒体版权集成商进行电视剧首轮、二轮发行。公司近年来成功发行多部电视剧作品，如《小欢喜》、《我的父亲我的兵》、《小舍得》、《猎狐》、《白鹿原》、《我的前半生》、《左轮手枪》、《搭错车》、《爱情碟中谍》、《信者无敌》、《再见老婆大人》、《继承人》等，具备丰富的发行经验和较强的发行能力。

（4）电视节目营销服务

公司电视节目营销服务主要是为省级卫视频道、电视剧及电视栏目制作发行公司，在电视剧开播或栏目上线前及播出期间开展营销活动以期提高播出效果。公司电视节目营销服务立足于广电领域，依托公司团队策划创意能力、执行管理能力以及公司相关团队在广电领域长期服务积累的行业经验等核心竞争优势，帮助电视台等客户提升频道形象、栏目人气及电视剧关注度。目前，公司已经为深圳卫视、东方卫视、江苏卫视、东南卫视、贵州卫视等10余家电视频道提供了电视节目营销服务。

（5）电视广告代理服务

电视台是广告投放的重要媒介。公司基于长期积累的电视台需求偏好、收看人群特征等信息,通过专业的评估,筛选出合适的电视媒体,并辅以新媒体资源,为广告公司或广告主提供包括目标分析、策略计划、媒介购买、播出监督等服务。同时,公司通过电视广告代理服务增加了电视台的广告收入,增强了电视台对公司的粘性。

2、视频购物及商品销售

视频购物及商品销售包括线上视频购物和线下商品销售。该业务在线上主要是公司采购电子产品等商品后,通过在拼多多电商、有线电视、IPTV、互联网电视等平台进行商品销售,拓展C端商品销售业务。该业务在线下主要是为电子产品流通或销售企业提供高品质、高性价比的商品,对其进行商品销售。

（二）公司产品或服务的主要模式

1、电视频道覆盖服务

（1）盈利模式

公司为电视台提供卫视频道的落地服务,在电视台卫视覆盖预算与实际渠道执行成本的价差中获得利润,客户主要为各省级卫视频道、购物频道、卡通频道等电视频道,公司为客户提供网络覆盖服务,向其收取频道覆盖服务费。供应商主要是各地有线电视网络公司、IPTV运营商、OTT TV运营商等,公司向供应商采购频点资源,并向其支付采购费。

经过多年的经营积累,公司与多家卫视频道和有限网络公司建立了合作关系,公司可以同时集合多家电视频道与某一个省级网络公司商谈落地费价格,亦可以同时集合多家网络公司与某一个省级卫视频道商谈落地费价格,可以有效降低公司的频点采购价格,扩大客户的覆盖区域、提升覆盖率,同时提高公司覆盖业务的收入规模和盈利水平。

公司与客户和供应商主要按年签署协议,相关采购销售关系图示如下:



(2) 采购模式

公司主要面向省/市/地/县级有线电视网络公司、IPTV运营商、OTT TV运营商采购频点资源，以保证省级卫视频道、购物频道、卡通频道能顺利接入并播出。公司根据与电视台事先确认的覆盖方案制定频点资源的采购计划。

公司的采购流程如下：采购申请、选择供应商、价格调查、询价和比价、签订采购合同、验收付款。公司通常按年与供应商签订采购合同，并约定一次性或者分期付款。

(3) 销售模式与定价方式

公司的销售对象主要是电视台，电视台每年覆盖预算相对稳定，公司依据电视台的覆盖指标要求，提出具有针对性的覆盖方案和实施计划，经双方协商一致并确定覆盖区域清单后，签署电视频道覆盖业务总代理服务协议。一般情况下，公司于覆盖服务完成并取得覆盖区域各县市广电网络公司签订的《收转确认表》或客户覆盖部门提供的验收报告时确认销售的实现。对于销售合同中含有分成条款的合作客户（通常存在于购物频道客户），公司的销售金额按照合同约定分成比例计算得出，公司根据客户产品的实际销售情况每月进行结算并确认收入。

公司覆盖服务的三种定价方式为：固定金额覆盖服务模式、分成收费覆盖服

务模式、固定金额+分成收费覆盖服务模式。固定金额覆盖服务模式指公司向电视台收取固定金额的频道覆盖服务费；分成收费覆盖服务模式指公司按照购物频道覆盖服务期限内实际有效销售额的一定比例收取覆盖服务费；固定金额+分成收费覆盖服务模式指公司先收取一定金额的固定覆盖服务费，当购物频道有效销售额超过固定金额时，公司按照销售金额的约定比例加收覆盖服务费。

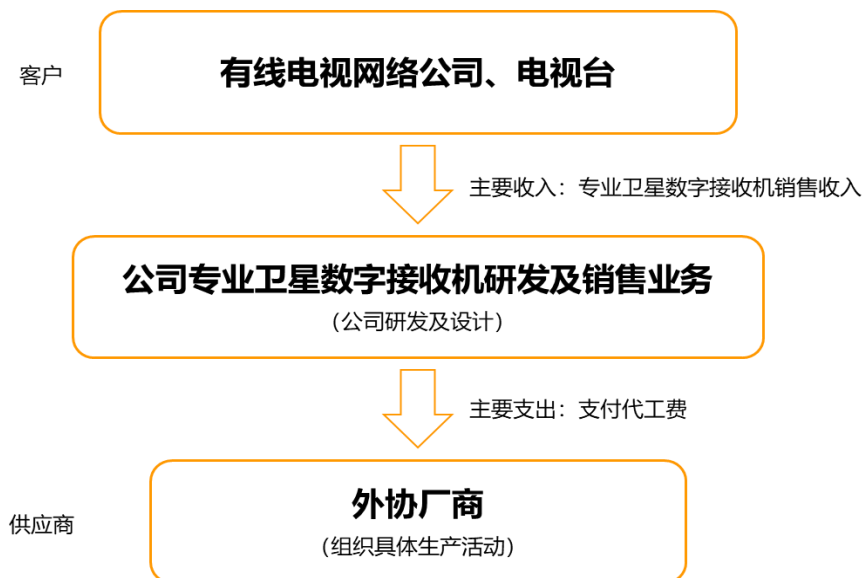
（4）商业模式

公司跟据电视台的覆盖指标要求，提出具有针对性的覆盖方案和实施计划。随后公司根据制定的覆盖方案和实施计划，代理电视台频道在有线网、IPTV专网等渠道实现信号接入。信号接入后，由于三网运营商的传输网络均较稳定，通常情况下电视频道可以实现在合约期内持续稳定的覆盖传播，部分电视台也会按合同约定时间检查信号覆盖情况，主要通过第三方监测机构进行信号监测，电视台收到监测机构的监测报告后进行合格与否的评价。如果出现不合格情形，公司会及时与传输渠道运营方沟通协调并查找原因，争取最短时间内恢复信号。

2、专业卫星数字接收机研发及销售业务

（1）盈利模式

公司自主研发专业卫星数字接收机，具体的加工任务通过合同订购的方式委托外协厂商生产，公司向外协厂商支付代工费。公司的专业卫星数字接收机主要销售给电视台和有线电视网络公司，具体如下图所示：



（2）采购模式

公司的专业卫星数字接收机业务主要包括整机、指纹板等功能硬件模块采购。

公司一般采购流程如下：销售部门提出需求申请、采购申请经相关负责人审批同意、采购人员向供应商下达采购订单、货物送达后公司验收入库。公司根据合同约定向供应商付款，部分合同采用预付款形式，部分合同采用先货后款、货物验收合格后支付的形式。

（3）销售模式

公司销售专业卫星数字接收机采用直销模式，销售对象主要包括电视台和有线网络运营商，销售区域遍布全国。公司的销售方式包括参与招投标、协议销售等方式，通常以邮寄方式向客户交付货物，客户按照公司实际发货量支付货款。

（4）生产模式

公司不直接生产产品，而是利用自己掌握的核心技术负责硬件及结构的设计、嵌入式软件的开发，控制销售渠道，具体的加工任务通过合同订购的方式委托其他厂家生产，之后将所订产品买断进行销售。目前市场上代工厂商数量较多，公司选择的余地较大，不存在依赖外协厂商生产的情形。

3、电视剧发行服务业务

（1）盈利模式

公司电视剧发行业务主要分为买断发行和代理发行两种盈利模式，具体如下：

①买断发行模式

电视剧买断发行的盈利模式是公司向电视剧的版权方买断电视剧一定期限及一定区域内的播映发行权，然后公司自主定价发行，赚取发行收入与播映发行权采购支出的差额收益。在该模式下，公司对发行情况自负盈亏，收入相对较高，风险相对较大，买断发行模式下，公司供应商为电视剧版权内容方，客户为各电视台、视频网站及新媒体版权集成商。

②代理发行模式

电视剧代理发行的盈利模式是公司接受电视剧版权方的委托，在一定期限、一定区域内为版权内容方提供发行服务，按发行收入的一定比例赚取代理发行服务收入。在该模式下，公司无需采购电视剧播映发行权，没有电视剧存货，风险相对较小，收益相对较低。代理发行模式下，公司客户为电视剧版权内容方。

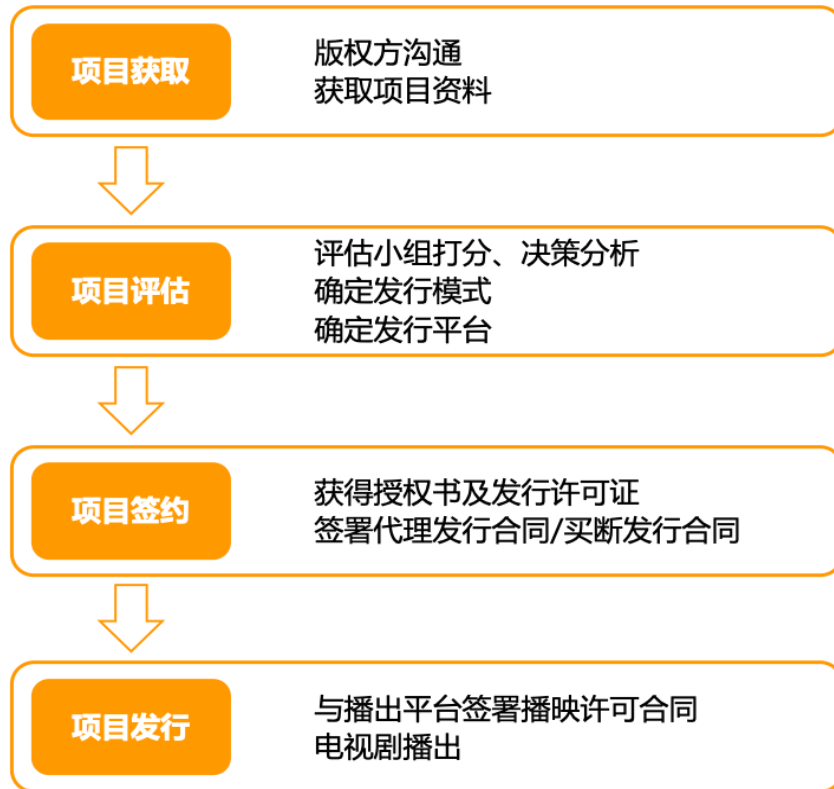
（2）采购模式

公司首先根据电视剧题材、导演、演员、主创人员、初步谈判价格、电视台需求等情况对电视剧风险与收益情况进行预判，对于发行风险小、预期收益高的，公司将通过买断方式采购电视剧播映发行权；对于发行风险大、预期收益低的，公司主要向版权内容方提供代理发行服务。

（3）销售模式

公司通过从业多年积累的电视台需求偏好、收看人群的地域分布及收看偏好等数据信息，结合电视剧题材、故事内容、主创人员情况等具体信息进行整合分析后，选择合适的电视频道发行播出。买断发行模式下，公司向电视台销售电视剧播映权，获得播映权出售收入；代理发行模式下，公司为电视台或版权内容方提供发行服务，获得发行服务收入。

（4）业务流程图



4、电视节目营销服务业务

（1）盈利模式

公司电视节目营销服务主要支出为线上媒介资源采购支出、线下营销劳务支出，主要收入为营销服务费。

（2）采购模式

公司电视节目营销服务主要向服务提供商采购线下营销服务，向媒介提供商采购线上媒介资源。由于线下营销活动需要大量人力，而公司人员有限，因此公司一般将线下营销工作委托专门的营销公司去实施。

公司的采购流程主要包括：采购申请、选择供应商、价格调查、询价和比价、签订采购合同、验收付款等环节。

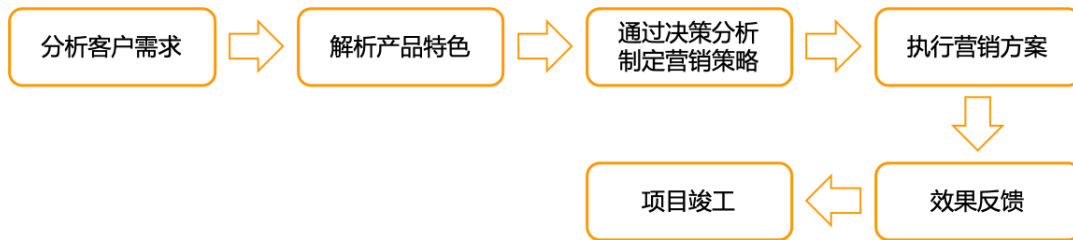
（3）销售模式

公司主要面向省级卫视频道、电视剧及电视栏目制作发行公司提供营销服务。公司的电视节目营销服务按项目进行管理，接到客户订单后，进行项目预算、采购计划制定、项目执行、项目决算等流程。客户一般按照公司提供的营销服务工

作量、工作时间及营销效果为标准进行款项结算。

（4）商业模式

公司接到客户营销宣传意向后，首先为客户制定适合的营销方案，客户认可方案后，开始具体的营销活动。公司一般根据客户需要，为其制定线上、线下或二者相结合的营销方案，线上营销主要是借助微信、微博、网络新闻媒体等互联网社交平台，制造热门话题，达到广泛宣传的目的；线下营销主要是在社区开展路演活动，如在社区发放传单、张贴海报、摆放易拉宝等，使本地居民能够广泛知悉。随着IPTV、OTT TV用户数量逐步提升，公司也通过电视开机画面、底部横幅等进行营销宣传，以提高电视节目的曝光次数；通过EPG进行推荐，实现电视节目一键切换播出，以提高节目点击量和播放量。目前，公司电视节目营销服务主要采取线上营销方式，辅以下营销方式。业务流程图如下：



5、电视广告代理服务业务

（1）盈利模式

公司电视广告代理服务业务主要支出为向电视台等媒体采购媒介资源支出，主要收入为向广告公司、广告主收取广告发布费。

（2）采购模式

公司主要向电视台、互联网媒体等采购媒介资源。公司媒介执行人员在接收到客户订单后，制定媒体采购计划。公司会根据客户的战略定位为客户制定品牌或产品传播策略，确定传播策略后，在全国或区域范围内根据平台传播效果及价格确定最终合作媒体。

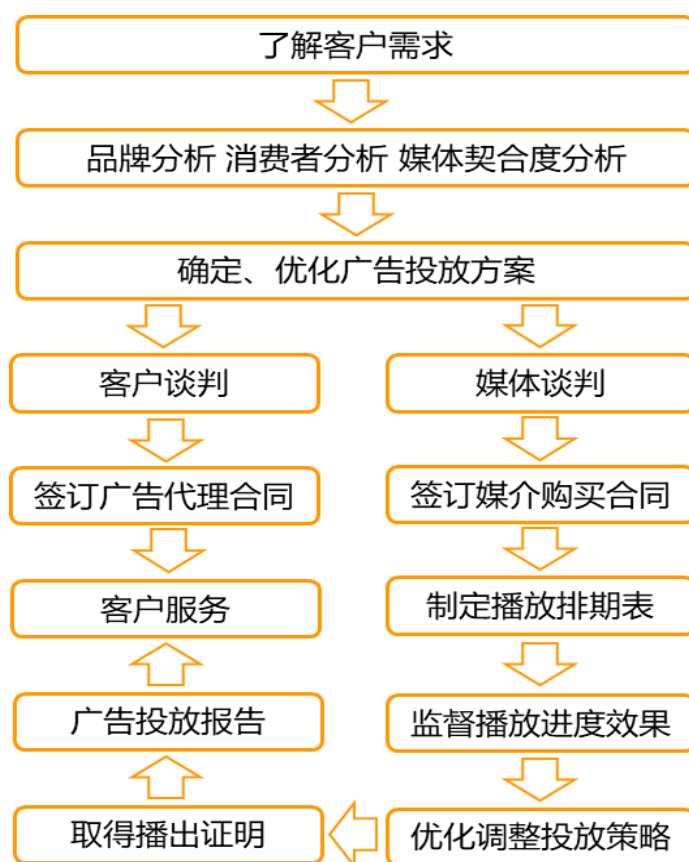
（3）销售模式

公司的客户分为广告主、广告公司两类，主要客户为广告公司。公司与广告

公司合作，主要是利用公司自身对电视媒体资源的整合能力和议价能力，为广告公司提供媒介购买服务。公司以媒介采购价为基础，综合考虑为客户提供服务的深度及广度、客户广告投放金额等形成最终报价。

（4）服务模式

公司与广告公司合作时，由于广告公司一般已经为广告主提供了目标分析、策略计划等服务，公司主要提供媒介购买、播出监督等服务。公司与广告主直接合作时，将提供更加丰富全面的服务内容，一般包括目标分析、策略计划、购买执行、评估优化等等。业务流程图如下：



6、视频购物及商品销售业务

（1）盈利模式

公司视频购物及商品销售业务主要支出为商品采购、平台入驻费等支出，主要收入为商品销售收入。

（2）采购模式

公司通过对目标客户进行精准分析，筛选出相关商品，然后通过询价、比价的方式选定供应商，向供应商采购商品。公司目前采购的商品以3C数码产品为主，主要是向苹果公司在中国的代理商进行采购。公司的采购流程主要包括：采购申请、选择供应商、价格调查、询价和比价、签订采购合同、验收付款等环节。

（3）销售模式

公司主要从事与视频购物相关的零售业务，公司的销售对象有两类，一类是机构客户，另一类是个人消费者，公司主要采取直销的方式进行销售。

对于机构客户，公司的销售流程主要包括：报价、信用调查、接受订单（合同）、核准付款条件、发出商品、销售出库、开具发票、核准销售退货条件并办理退款或接受退货、收取货款等。

对于个人客户，公司主要采用网上零售的商业模式。公司该业务以渠道运营为主体，分区域对接各有线电视网络及IPTV运营平台进行合作方式的洽谈以及确立销售分成模式，根据供应链管理相关部门引入的商品，针对具体市场的情况制定合理的销售计划。

（三）公司主营业务收入的主要构成

报告期内，公司主要服务和产品的销售收入情况如下表所示：

项目	2022年1-3月		2021年度		2020年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
电视频道综合运营服务	8,852.17	57.34	62,705.69	73.74	65,715.19	82.11
其中：电视频道覆盖服务业务	6,615.32	42.85	50,693.64	59.61	57,370.34	71.68
电视剧发行业务	1,126.76	7.30	6,604.68	7.77	4,828.90	6.03
电视节目营销服务业务	917.55	5.94	4,632.51	5.45	1,967.47	2.46
专业卫星数字接收机业务	164.25	1.06	389.00	0.46	899.10	1.12
电视广告代理服务业务	28.29	0.18	385.86	0.45	649.38	0.81
视频购物及商品销售业务	6,385.83	41.36	21,211.99	24.94	12,754.43	15.94
其他	201.35	1.30	1,119.23	1.32	1,563.83	1.95
合计	15,439.35	100.00	85,036.92	100.00	80,033.45	100.00

报告期内，公司以电视频道综合运营服务为核心业务板块，视频购物及商品

销售为补充。公司主要经营的电视频道综合运营服务最近两年及一期销售收入占比分别为82.11%、73.74%和57.34%，公司主营业务突出。

四、所处行业的主要特点及行业竞争情况

（一）公司所处行业及其监管体制与法规政策

1、公司所处行业

公司作为电视频道综合运营服务商，主营业务围绕广播电视及网络视听行业开展。依据中国证监会2012年10月26日颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司的电视频道覆盖服务业务、电视剧发行业务、电视节目营销服务业务、电视广告代理服务业务的实质均是传播业务，属于商务服务业（L72）。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司的电视频道覆盖服务业务属于有线广播电视传输服务（I6321）。报告期内，公司主要经营的电视频道综合运营服务收入占主营业务收入的比例分别为82.11%、73.74%和57.34%，公司主营业务明确，因此公司所属行业为有线广播电视传输服务（I6321）。

2、行业主管部门和监管体制

公司主营业务所处行业为广播电视及网络视听行业，主要监管部门包括中宣部、广电总局、工业和信息化部、文化部、国务院新闻办公室、网信办，主要行业协会为中国网络视听节目服务协会。

名称	主要职责
中宣部	负责指导全国理论研究、学习与宣传工作；负责引导社会舆论，指导、协调中央各新闻单位的工作；负责从宏观上指导精神产品的生产；负责规划、部署全局性的思想政治工作任务，配合中央组织部做好党员教育工作，负责编写党员教育教材，会同有关部门研究和改进群众思想教育工作；受党中央委托，协同中央组织部管理文化部、新闻出版署、中国社会科学院的领导干部，会同中央组织部管理人民日报社、光明日报社、经济日报社、广播电影电视总局、新华社等新闻单位和代管单位的领导干部，对省、自治区、直辖市党委宣传部部长的任免提出意见；负责提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系。
广电总局	负责产业政策研究制定、标准研究与起草、行业管理与规划、对广播电视节目传输覆盖、监测和安全播出进行监管、对电视台宣传、发展、传输覆盖等重大事项进行指导、协调和管理；负责拟订新闻出版广播影视宣传的方针政策，把

	握正确的舆论导向和创作导向；负责起草新闻出版广播影视和著作权管理的法律法规草案，制定部门规章、政策、行业标准并组织实施和监督检查；负责统筹规划新闻出版广播影视产业发展，制定发展规划、产业政策并组织实施，推进新闻出版广播影视领域的体制机制改革；负责对网络视听节目、公共视听载体播放的广播影视节目内容和质量进行监管；负责推进新闻出版广播影视与科技融合，依法拟订新闻出版广播影视科技发展规划、政策和行业技术标准，并组织实施和监督检查等。
工业和信息化部	拟订、并组织实施工业行业规划、产业政策和标准；统筹推进国家信息化工作，组织制定相关法律法规草案、规章、政策，促进电信、广播电视和计算机网络融合；统筹规划公用通信网、互联网、专用通信网，依法监督管理电信与信息服务市场，会同有关部门制定电信业务资费政策和标准并监督实施，负责通信资源的分配管理及国际协调，推进电信普遍服务，保障重要通信等。
文化部	负责拟定文化艺术方针政策，起草文化艺术法律法规草案；拟订文化艺术产业发展规划，指导、协调文化艺术产业发展；拟订文化市场发展规划，指导文化市场综合执法工作，负责对文化艺术经营活动进行行业监管；负责文艺类产品网上传播的前置审批工作，对网络游戏服务进行监管（不含网络游戏的网上出版前置审批）；拟订动漫、游戏产业发展规划并组织实施，指导协调动漫、游戏产业发展。
国务院新闻办公室	负责推动中国媒体向世界说明中国。通过指导协调媒体对外报道，召开新闻发布会，提供书籍资料及影视作品等方式对外介绍中国。协助外国记者在中国的采访，推动海外媒体客观、准确地报道中国。广泛开展与各国政府和新闻媒体的交流、合作。与有关部门合作开展对外交流活动。
网信办	负责落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设；指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理；负责网络新闻业务及其他相关业务的审批和日常监管；指导有关部门做好网络游戏、网络视听、网络出版等网络文化领域业务布局规划；协调有关部门做好网络文化阵地建设的规划和实施工作；指导有关部门督促电信运营企业、接入服务企业、域名注册管理和服务机构等做好域名注册、互联网地址（IP 地址）分配、网站登记备案、接入等互联网基础管理工作；在职责范围内指导各地互联网有关部门开展工作等。
中国网络视听节目服务协会	民政部批准成立的国家一级协会，是我国网络视听节目服务领域唯一的国家级行业性组织。协会的宗旨是加强行业自律，在政府和企业之间发挥桥梁与纽带的作用，加强国内外业务和学术交流，积极推动本行业的产业发展和技术进步，提高我国网络视听节目服务水平，为建设社会主义先进文化和社会主义精神文明和物质文明服务。

3、行业主要法律法规及部门

序号	文件名称	颁布机构	时间
1	中华人民共和国著作权法	全国人大常委会	1990年7月通过，2001年10月第一次修订，2010年2月第二次修订， 2020年第三次修订
2	中华人民共和国广告法	全国人大常委会	1994年10月通过，2015年4月第一次修订，2018年10月 第一次修正 ， 2021年第二次修正

3	广播电视管理条例	国务院	1997年9月发布、2013年12月第一次修订、2017年3月第二次修订， 2020年第三次修订
4	中华人民共和国电信条例	国务院	2000年9月发布，2014年7月第一次修订，2016年2月第二次修订
5	3000-5000MHz频段第五代移动通信基站与卫星地球站等无线电台（站）干扰协调管理办法	工信部	2018年12月
6	互联网文化管理暂行规定	文化部	2011年2月11日发布，2017年12月15日第一次修订
7	互联网视听节目服务管理规定	广电总局、工信部	2007年12月发布，2015年10月修订
8	网络交易 监督 管理办法	国家市场监督管理总局	2021年3月
9	互联网信息服务管理办法	国务院	2000年9月公布，2011年1月修订
10	互联网广告管理暂行办法	国家工商总局	2016年7月
11	电信业务经营许可管理办法	工信部	2017年7月
12	广播电视无线传输覆盖网管理办法	广电总局	2004年11月15日公布、2021年3月23日修订
13	有线广播电视运营服务管理暂行规定	广电总局	2011年12月2日公布、2021年3月23日修订
14	专网及定向传播视听节目服务管理规定	广电总局	2016年4月25日公布、2021年3月23日修订
15	广播电视安全播出管理规定	广电总局	2009年12月16日公布、2016年5月4日第一次修订、2021年3月23日第二次修订
16	广播电视节目传送业务管理办法	广电总局	2004年7月6日公布、2021年10月8日修订
17	广播电视设备器材入网认定管理办法	广电总局	2018年7月16日公布、2021年10月8日修订
18	广播电视视频点播业务管理办法	广电总局	2004年7月6日公布、2021年10月8日修订
19	未成年人节目管理规定	广电总局	2019年3月29日公布、2021年10月8日修订
20	卫星电视广播地面接收设施管理规定	广电总局	1994年2月3日公布、2021年10月9日修订

4、行业主要产业政策

广播电视及网络视听行业是国民经济的基础性、战略性、先导性产业。近年来，国家发改委、广电总局、工信部等国家有关部门陆续公布了一系列产业政策，推进广播电视及网络视听行业的改革与发展。近三年来行业主要产业政策如下表所示：

发文时间	产业政策	主要内容
2019年3月	工信部、广电总局和中央电视总台联合印发《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》	提出按照“4K先行、兼顾8K”的总体技术路线，加快发展超高清视频产业。提出到2022年我国超高清视频产业总体规模超过4万亿元，超高清视频用户数达到2亿；4K产业生态体系基本完善；加大超高清电视采集制作、总控播出、互动分发、数据中心、管理平台等系统建设投入，推动超高清电视直播频道建设；加强超高清视频点播平台建设，构建支撑超高清视频生产、聚合、分发、应用的融合业务平台；推动超高清电视在有线电视、卫星电视、IPTV和互联网电视的应用。
2019年8月	广电总局发布《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的通知》	以实施“新时代精品工程”为抓手，谋划实施好电视剧、纪录片、动画片、广播电视节目、网络视听节目等重点创作规划；加快建设广电5G网络，打造集融合媒体传播、智慧广电承载、智能万物互联、移动通讯运营、国家公共服务、绿色安全监管于一体的新型国家信息化基础网络；发挥国家科技计划和专项规划的引领支撑作用，加快大数据、云计算、人工智能、IPV6、5G、VR、AR等新一代信息技术在广播电视和网络视听节目制作播出和传输覆盖中的部署和应用。
2020年2月	中央宣传部等九部委联合印发《全国有线电视网络整合发展方案》	要求加快推动全国有线电视网络整合和广电5G建设一体化发展，标志着全国一网正式进入整合阶段。
2020年10月	由中国广电牵头主导，联合省网公司、战略投资者共同组建中国广电网络股份公司正式揭牌	全面实施“智慧广电”，实现智能生产运营，分发传播，形成无处不在、无缝切换以及可管可控的全流程数字网络，基于现有优势积极布局4K/8K高清视频。
2020年11月	广电总局发布《广播电视技术迭代实施方案（2020-2022年）》	要求加快大数据、云计算、人工智能、区块链等新技术在广播电视视听行业的应用，加强媒体云平台、5G广播电视等核心技术标准体系建设，构建从传统端到移动端、从大屏到小屏、从供给端到消费端的全场景产业链。
2020年11月	广电总局发布《关于加快推进广播电视媒	提出加快升级传播体系。深入实施智慧广电战略，打造智慧广电媒体，发展智慧广电网络，一体化推动广

	体深度融合发展的意见》	电 5G 网络建设和全国一网整合。加快广电新基建和 5G 应用，打造广电 5G 应用平台，建设智慧广电数据中心，形成广播通信协同、大塔小塔联动、有线无线融合、大中小屏互动的全媒体传播格局和用户服务体系。
2021 年 3 月	国家广电总局发布了《中华人民共和国广播电视法（征求意见稿）》	征求意见稿明确了国家加强智慧广播电视建设，推动广播电视科技创新与服务升级，推进广播电视在全媒体传播体系中深度融合发展，为国家经济社会发展提供智慧广播电视服务。同时将广播电台、电视台、融媒体中心、视频网站、IPTV 集成和传输机构、互联网电视平台等各类播出平台和各类节目制作机构、各类网络传输机构等均纳入其中，按照分类目录实施管理。
2021 年 3 月	第十三届全国人民代表大会第四次会议审议通过《国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	明确提出要健全现代文化产业体系，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，壮大数字创意、网络视听、数字出版、数字娱乐、线上演播等产业。加快提升超高清电视节目制播能力，推进电视频道高清化改造，推进沉浸式视频、云转播等应用。推进国家有线电视网络整合和 5G 一体化发展。
2021 年 9 月	国家广电总局发布了《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》	规划提出以智慧广电工程为牵引，深化广播电视与新一代信息技术融合创新，推动媒体融合发展，打造智慧广电媒体，发展智慧广电网络。基本实现广播电视“户户通”向智慧广电“人人通”升级。
2021 年 10 月	国家广电总局发布了《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》	规划以推动广播电视和网络视听高质量发展为主题，提出推进媒体融合发展，打造智慧广电媒体，发展智慧广电网络等任务。
2022 年 1 月	国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》	提出到 2025 年，数字经济迈向全面扩展期，数字经济核心产业增加值占 GDP 比重达到 10%，加大 6G 技术研发支持力度，加强智慧广电基础设施建设。
2022 年 3 月	2022 年政府工作报告	报告提出促进数字经济发展，推动 5G 规模化应用。随着各地 5G 基建不断推进，一网整合和智慧广电不断深入。

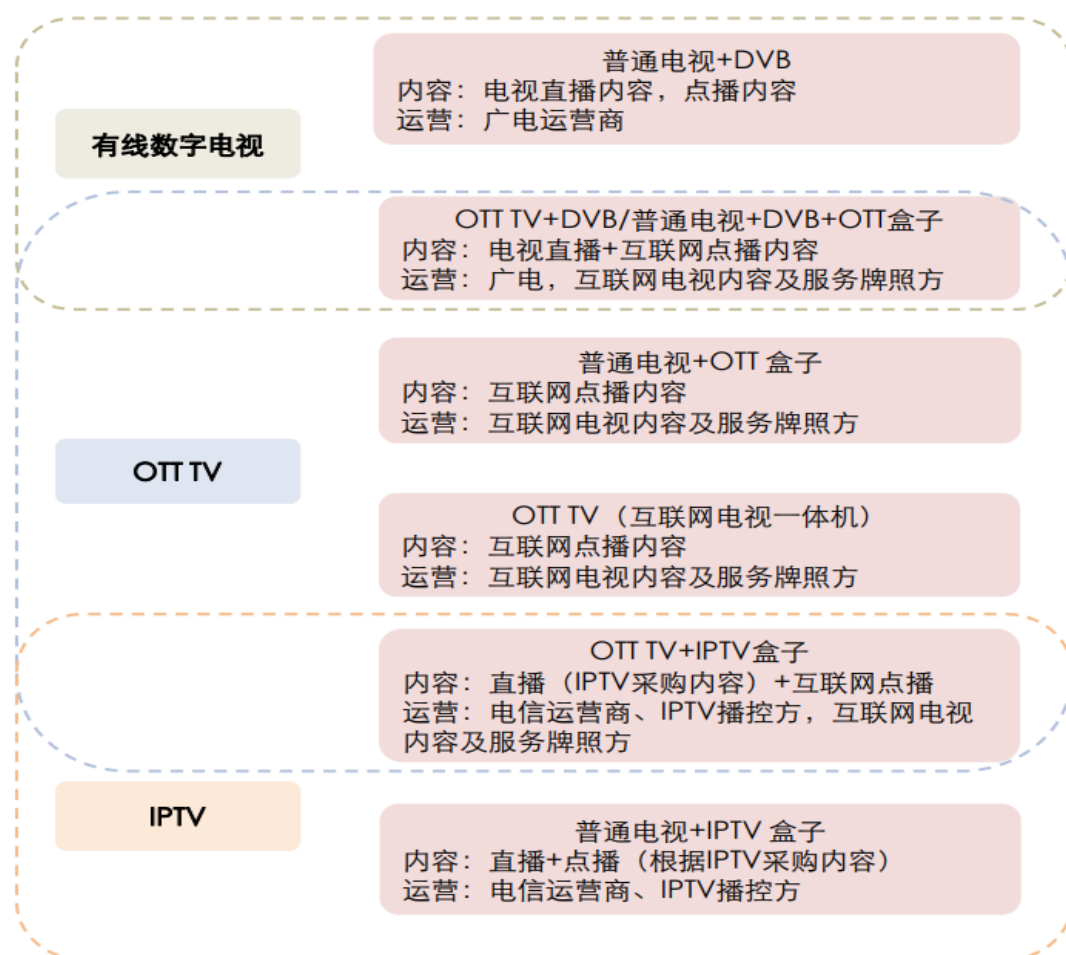
（二）行业发展概况

1、广播电视及网络视听行业发展现状

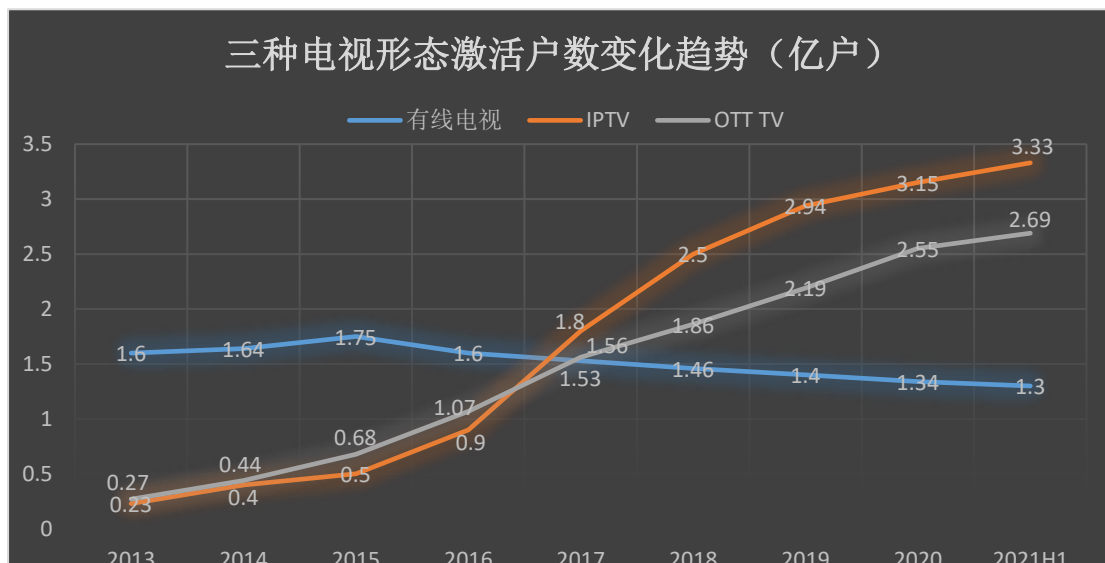
近年来随着移动互联网的快速发展，以传统媒体为代表的广播电视行业和以新兴媒体为代表的包括 IPTV、OTT TV 在内的网络视听行业相互渗透与融合。同时国家主管部门也相继出台各项政策大力推进智慧广电建设，推进媒体深度融合，推动传统媒体向互联网主阵地聚合、向移动端倾斜，我国广播电视及网络视听行

业正以较快的速度和规模不断发展。

从电视收视形态来看，目前呈现三种形态：有线电视、IPTV、OTT TV，传输渠道分别为广电网络、电信运营商网络及公共互联网。电视家庭户中多台电视机或多种电视接收方式共存的现象趋于普遍，出现越来越多的“一户多终端”的情况。



根据勾正数据发布的《2021H1智慧屏行业发展白皮书》数据显示，2021上半年OTT TV用户激活数接近2.7亿户，IPTV用户数持续增涨，激活用户数超3.3亿户。



根据国家广电总局发布的《2021年全国广播电视行业统计公报》相关数据显示，2021年全国广播电视行业总收入11488.81亿元，同比增长24.68%，其中，广播电视和网络视听业务实际创收收入9673.11亿元，同比增长25.43%。

广播电视机构智慧广电及融合发展业务收入显著增加。在实际创收收入中，广播电视机构智慧广电及融合发展业务收入1085.70亿元，同比增长21.47%，主要收入构成包括：广播电视机构新媒体广告收入276.71亿元，同比增长35.01%；有线电视网络宽带、集团客户等增值业务收入246.97亿元，同比增长4.48%；IPTV平台分成收入161.76亿元，同比增长19.09%；OTT集成服务业务收入78.02亿元，同比增长9.73%；广播电视机构网络视听收入322.24亿元，同比增长31.24%。

2021年9月，国家广电总局发布了《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》，首次将“构建新时代大视听全产业链市场发展格局”纳入战略性新兴产业领域。数字化、5G、人工智能、云计算、物联网等技术加速驱动广播电视及网络视听行业朝着网络化、数字化、智能化方向发展，围绕数字化信息与视频内容的媒体传播核心业务，通过向视频购物、数字营销、电视支付、智慧家庭等多样化的增值业务辐射，加速了广播电视及网络视听行业和其他产业的跨界融合，形成多种内容、多种渠道和多种体验的媒介消费组合。

“十四五”期间是广播电视及网络视听行业迭代发展，新技术新业态深度融合的重要机遇期；是“视听+制造”、“视听+文旅”、“视听+会展”等大视听产业跨越式发展的重要窗口期；是打通“大屏+小屏”、“线上+线下”、“内容

+产业”、“5G+4K/8K超高清”的重要发展期。

2、广播电视及网络视听行业发展趋势

（1）优质内容输出是行业发展的核心要素

获取用户是广播电视及网络视听行业商业模式的基础，而内容则是吸引用户，并持续保持用户粘性和忠诚度的核心资源。优质内容既包括电影、电视剧等版权内容，也包括电视节目、短视频等直播内容，优质内容对用户流量拉动、品牌形象塑造起着重要作用。同时，优质内容还能够提高用户的付费和购买意愿，从而提高用户的付费率，进而提升品牌的商业价值。“内容为王”已经成为行业竞争的核心要素，同时也考验业内各方如何制造和筛选优质内容，并针对各渠道用户进行精准投放的能力。

（2）广电5G网络建设推动行业快速发展

广电5G网络成为国家新基建重要内容，《全国有线电视网络整合发展实施方案》（中宣发[2020]4号）、《关于推动新时代广播电视播出机构做强做优的意见》（广电发[2020]66号）、《广播电视技术迭代实施方案(2020-2022年)》等文件，把5G作为驱动广播电视迭代升级、重塑广电媒体新生态、构建现代传播新格局的重要载体和核心推动力。

一是推进广电5G标准化研发进程，牵头编制广电5G技术标准体系，推动3GPP在R17 NR多播广播服务项目中支持NR广播服务，明确5G NR广播的应用场景；二是明确广电5G总体技术构架和5G广播电视发展策略，实现5G蜂窝基站与现有广播电视塔混合覆盖；三是大力发展高新视频新业态，组织编制互动视频、沉浸式视频、VR视频和云游戏等5G高新视频系列技术白皮书以及相关标准规范，设立5G高新视频多场景应用重点实验室和5G高新视频体育融合创新应用实验室，构建涵盖5G高新视频生产、传播和服务的端到端产业链和生态圈；四是加速建设广电5G网络业务运营支撑系统和网络运维支撑系统，拓展“手机+电视+宽带+内容+体验”固移融合业务，大力开展5G NR广播、5G应用平台、5G频道等创新业务服务，合作推进广电5G垂直行业应用。

（3）先进技术融入业务全链条，驱动行业发展

2020年以来，广电总局累计发布了几十项行业标准和文件，主要围绕超高清视频、高新视频、IPTV、DRM、TVOS、区块链、大数据等视听技术领域，以实现超高清视频等大流量数据的有效传输及分发，促进广播电视和网络视听行业步入高清超高清快速发展轨道。

从广播电视频道高清化程度看，根据国家广电总局发布的《2021年全国广播电视行业统计公报》相关数据显示，有线电视网络整合与广电5G建设一体化加快发展。截至2021年底，全国高清电视频道985个，4K超高清电视频道8个、8K超高清电视频道1个，中央广播电视总台和25家省级台电视频道基本实现高清化。新闻资讯类、专题服务类、综艺益智类电视节目高清超高清制作比例分别达到62.3%、55.7%和59.4%。

从内容供给上看，4K电视剧、纪录片、体育赛事、综艺节目等超高清视频日益普遍，2021年央视春晚实现全球首次8K制播呈现全链路直播；从技术手段来看，大数据、5G、VR、AR、AI、4K/8K等新一代信息技术在制作播出和传输覆盖中的应用作用愈发凸显，2021年央视春晚首次采用AI+VR裸眼3D演播室技术推出《牛起来》、《山水霓裳》等节目；从设备来看，将对卫星数字接收机、编码设备、适配设备等信号传输接收设备以及电视机、笔记本电脑、机顶盒、电视盒子、投影仪、家庭影院等终端设备进行升级换代，以适应高清/超高清视频信号的传输、接收、显示；从服务来看，基于设备和技术的更新换代，数据提取的广度、精度、效率将进一步提升，基于大数据分析下全媒体渠道的电视频道覆盖、视频分发推送、影视发行、广告投放、营销等新兴应用服务也将纷纷涌现，以提升决策效率和成功率。因此，行业内将涌现一大批新内容、新设备、新技术、新服务提供商。

（4）全媒体、多渠道传播方式，促进行业共存并互相竞争的发展态势

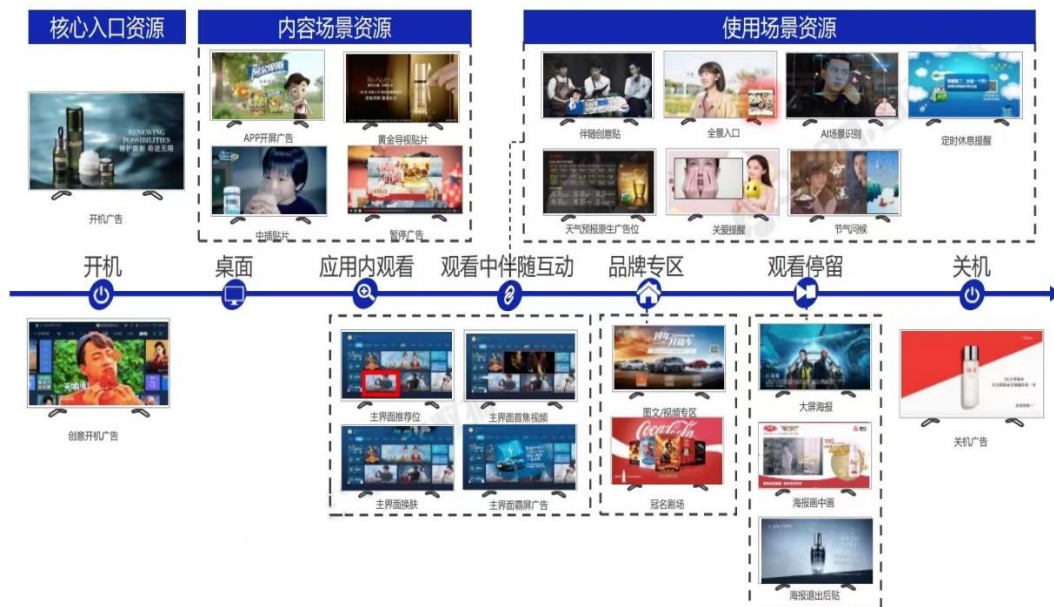
2020年以来，全国有线电视网络整合和广电5G建设一体化发展加快推进，有线电视网络云化、IP化、融合化、智慧化改造升级。智慧广电建设在传播方面坚持全媒体、多渠道发展，跨媒体、跨区域、跨行业、跨层级展开合作，新闻、信息等资源互通；坚持移动先行、移动优先，实现小屏带大屏，并与今日头条、抖音、快手等互联网商业平台合作，实现电视、广播、各新媒体平台、户外大小屏、

移动电视等全媒体、多渠道传播。

（5）电视频道通过提供在线购物、商业广告等增值业务获取收入

电视机具有使用寿命长、观看时间久、沉浸感强、用户粘性高的特点，因此相对于电脑端、移动端，其终端入口的作用和价值更大。目前，广播电视及网络视听行业各市场参与主体已经逐步认识到终端入口的战略价值，通过采取与终端厂商收入分成、战略投资入股、合作设立新平台等多种方式以实现终端入口的控制。各市场参与主体通过控制终端入口，获取丰富的用户流量，并以丰富的内容和极致的体验来聚集人气，积累用户规模。在活跃用户规模达到一定量级的时候，利用行业的集聚效应和规模效应，即能从简单的内容收费向在线购物、在线娱乐、商业广告等应用收入分成多样化增值业务方向发展。

以电视广告为例，不少卫视频道和广播电视机构探索“内容+”营销模式，大小屏联动，从单一的电视广告创收转变为“电视广告+互联网广告+会员+IPTV+OTT”的经营模式，同时积极整合广告和电商，实行平台带货、节目带货、主持人带货等经营方式，为客户提供全域整合营销服务，从而实现多元化商业变现。根据勾正数据发布的《2021H1智慧屏行业发展白皮书》显示，从电视开机到节目观看，可提供多重广告机会，贯穿用户观看和使用的全路径，智能电视广告点位展示如下图所示：



根据《中国广播电视全媒体发展报告（2021）》数据显示，2020年全国广播电视和网络视听广告收入达到1,940.06亿元，其中广播电视和网络视听机构通过互联网取得新媒体广告收入889.96亿元，占总广告收入的45.87%，同比增长7.38%。

3、广播电视及网络视听行业主要特点

与通讯行业和互联网行业以发展技术突破不同，广播电视及网络视听行业重点不在于各类技术的研发，而主要依赖于现有各种技术的综合应用，以保证播出内容的安全，为用户提供及时、丰富的视频内容和增值服务，以及流畅、稳定、画面清晰的观看体验。

（1）具有融合性和综合性

广播电视及网络视听行业的技术具有融合性和综合性的特点。一方面，该行业融合广播电视、信息技术、计算机技术、网络技术、通信技术等多种现代科学技术于一体，具有多学科交叉的特点；另一方面，相关运行平台包括卫星、本地信号接收、内容管理系统、鉴权授权计费服务系统、电子菜单管理系统、业务运营支撑系统、版权管理系统等多个系统，涉及编码器、转换器、核心交换机、路由器、服务器等多种软硬件集成，运行过程需要将上述系统有效结合并发挥各自的作用和功能，也具有融合性和综合性。

（2）安全性要求高

根据国家相关规定，有线电视、IPTV和OTT TV需要保证安全播出，即保证节目播出、传输过程中节目完整、信号安全和技术安全。其中，节目完整是指完整并准确地播出、传输预定的电视节目；信号安全指承载电视节目的电、光信号不间断、高质量。因此，行业内企业在运行中既要避免节目内容延迟、信号中断等各种突发情况、又要及时应对马赛克、黑花屏、静帧、静音等播放故障，还要在发生火灾、地震等各种灾害事件时尽可能保障播出正常，这就对设备、硬件、软件系统的可靠性和运营的稳定性提出较高的要求。

（3）技术更新快

广播电视及网络视听行业的发展是不断对前沿技术加以融合应用的过程，如大数据、5G、VR、AR、AI、4K/8K超高清等新一代信息技术，前沿技术的发展

日新月异，加上用户对内容体验和系统流畅度等要求不断提高，需要行业内公司不断追踪行业和技术发展，利用最新技术持续改善系统功能，并不断推出增值业务内容和模块。

4、行业的周期性、季节性及区域性特征

（1）周期性

广播电视及网络视听行业的发展与国民经济和居民收入的增长密切相关，国民经济的繁荣、人均收入水平的提升能有效促进广播电视及网络视听行业的发展。同时，在经济不景气、人均收入增长放缓或下降的时候，广播电视及网络视听行业的发展也将受到不利影响。

（2）季节性

广播电视及网络视听行业总体而言受季节性影响较小，不存在明显的季节性。具体到公司业务领域，电视频道覆盖服务业务通常是按年度签订合同，并主要集中在年末进行覆盖效果验收，故电视频道覆盖服务收入确认主要集中在第四季度；广告行业和视频购物受元旦、春节、中秋、国庆、双十一、圣诞节等节假日的影响，一般上述节假日前的一个月是广告投放高峰期，节假日之前商家会对商品进行促销活动，节假日大部分集中在下半年使得视频购物行业下半年的收入和利润高于上半年。

（3）区域性

由于我国东西部地区经济发展水平存在差异，广播电视及网络视听行业具有较为明显的区域性特征。具体而言，国内电视剧制作企业、电视剧的受众、广告的投放以及视频购物销售地区主要集中在东部沿海经济发达区域；电视频道覆盖服务业务方面，由于国内主要中心城市大部分覆盖工作已经由卫视频道自有的覆盖部门完成，所以电视频道覆盖服务的市场主要集中在欠发达的省份、地级市和县级市。

（三）进入本行业的主要壁垒

1、技术壁垒

广播电视及网络视听行业属于技术密集型行业，对专业性和技术性有较高要求。公司从事的电视频道覆盖业务需要收集大量行业基础数据和历史经营数据，通过对数据进行整理分析得出合理的覆盖方案，才能满足客户和供应商的要求；在专业卫星数字接收机研发及销售业务方面，公司长期从事专业卫星解码器的开发，积累了视频信号处理技术、安全传输及加密技术等多项核心技术，并参与起草了《GDJ 057-2014 AVS+专业卫星综合接收解码器技术要求和测量方法》、《GY/T 324-2019 AVS2 4K超高清专业卫星综合接收解码器技术要求和测量方法》与《T/UWA 012.4-2022“百城千屏”超高清视音频传播系统专业解码器技术要求》等相关行业标准。公司通过技术研发不断改进业务模式和业务形态，建立技术规范和产品标准，提高了外来竞争者进入本行业的门槛。

2、行业经验壁垒

在电视频道覆盖服务领域，覆盖服务提供商进行业务拓展时需向电视台提供方案设计、覆盖推广、维护监测等服务；电视剧行业已从数量增长转型到品质提升，各电视台更注重播出电视剧的精品质量，电视剧发行服务提供方不仅需深入了解各电视台需求偏好并保持发行渠道畅通，也需要有电视剧内容的丰富评估经验和能力，才能为客户提供经得起口碑与市场双重检验的精品电视剧；广告代理行业则需要从业人员拥有长期从事媒介代理的行业经验。因此，公司积累的多年行业经验提高了外来竞争者进入本行业的门槛。

3、客户资源壁垒

客户资源是长期业务合作积累的结果。公司的下游客户主要是电视台、版权内容方，由于电视台、版权内容方本身的特殊性，其对频道覆盖推广、内容提供、内容营销、内容运营、技术支持等服务进行选择时较慎重，需要对服务及技术提供商的业务能力、公司信誉、服务质量、在业内的品牌知名度等进行考察及各层审批。而电视台、版权内容方选定服务及技术提供商并与其建立互惠互利的信任关系后，双方的合作关系相对稳定，一般不会轻易改变。由于取得客户的认同并维持良好的合作关系需要较长时间积累，优质的客户资源成为本行业的进入壁垒。

4、供应商资源壁垒

从有线电视网络渠道来看，根据国家广电总局数据显示，截至2022年3月1日，经国务院广播电视行政管理部门审批设立的卫星地面接收设施安装服务机构共有40家；截至2021年6月，我国共有31个省级有线电视网络、350个地级有线电视网络、地级以上广播电视播出机构及频道（含教育电视台）合计2,411个，其中广播频道套数1,165个、电视频道1,246个；县级广播电视台共计2,107个。随着IPTV、OTT TV用户数量不断增长，电视频道还需要覆盖IPTV专网和OTT TV网络，涉及新媒体公司、电信运营商和互联网电视厂家等众多利益相关方。为开展电视频道覆盖服务，公司积累了大量的网络运营商资源，与供应商建立了良好的合作关系，积累了各渠道的地域分布、用户数量、收视特点、历史成本等重要商业信息。因此，供应商资源成为本行业的进入壁垒。

5、人才壁垒

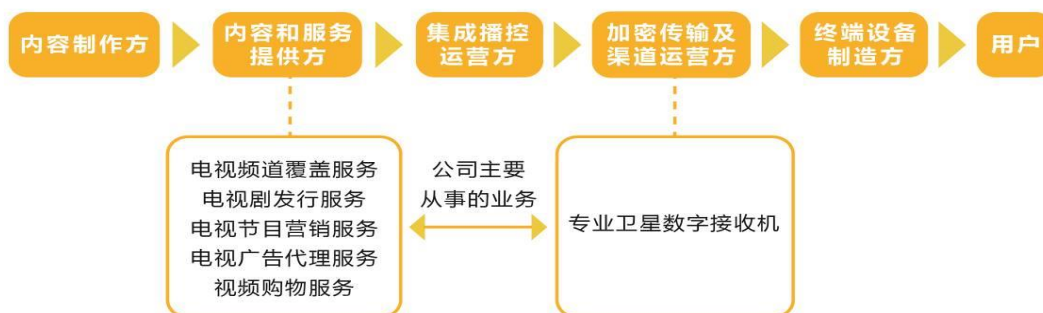
广播电视及网络视听行业属于人才密集型行业，对专业技术、业务创新、资源整合、创意设计、市场营销、客户服务等人才的需求较高。在电视频道覆盖服务领域，服务人员需具备运用数据对覆盖成本和覆盖效果进行科学合理的估计以设计覆盖方案的能力；广告行业需要服务人员具备对媒体资源的整合能力和议价能力，以及优秀的策略创意能力、高效的执行管理能力等；电视剧发行服务需要经验丰富的专业发行人员，以具备对优秀电视剧节目的评估和风险控制能力；视频购物行从业人员并具有商品选择、视频内容制作及运营、资源整合等专业能力；同时，企业需要具备开展上述业务涉及相关技术领域的研发人才。因此，专业人才储备构成竞争者进入本行业的壁垒。

（四）公司面临的行业竞争情况

1、行业竞争格局

公司的业务主要涉及广播电视及网络视听服务产业链中的服务提供方和技术提供方环节，是提供频道覆盖、内容运营、营销传播及技术支持于一体的综合服务提供商。

广电及网络视听行业产业链



(1) 公司在电视频道覆盖领域优势明显

在电视频道覆盖领域，公司是国内为数较少的能够提供全国性电视频道覆盖服务的机构。公司已累计获得30余家省级卫视频道、11家购物频道和5家卡通频道的授权，为其电视频道在全国各地有线网络、IPTV、OTT TV提供覆盖服务。与公司合作的主要电视频道如下表所示：

湖南卫视	东方卫视	浙江卫视	江苏卫视	广东卫视
深圳卫视	天津卫视	山东卫视	四川卫视	内蒙古卫视
河南卫视	湖北卫视	甘肃卫视	河北卫视	宁夏卫视
重庆卫视	福建东南卫视	贵州卫视	北京卫视	辽宁卫视
吉林卫视	安徽卫视	黑龙江卫视	陕西卫视	山西卫视
广西卫视	云南卫视	新疆卫视	江西卫视	山东教育

				
海南卫视	中国教育台	炫动卡通	金鹰卡通	优漫卡通
				
嘉佳卡通	卡酷卡通	快乐购物	优购物	好享购物
				
家有购物	环球购物	时尚购物	中视购物	东方购物
				
家家购物	风尚购物	央广购物	中华美食频道	
				

有线电视频道方面，行业内公认能够直接反映电视台品牌价值的指标为传播力和覆盖率，传播力取决于节目自身质量，覆盖率则取决于电视台的推广力度。目前大部分有线电视覆盖工作仍由电视台内部的覆盖部门完成，随着各电视频道覆盖费用预算趋紧，电视台面临着如何在覆盖预算支出一定的情况下有效提升覆盖率的问题。对于省级卫视频道而言，主要是提高其覆盖率、影响力以提升其品牌价值、增加广告收入；对于购物频道而言，主要是通过提高其覆盖率，拓展其商品销售渠道、增加商品销售收入；对于卡通频道而言，主要是提升其卡通节目的影响力以带动漫画、玩具、服装等衍生产品的销售。

公司通过多年业务积累，收集了有线电视网络公司的地域分布、用户数量、入网成本等数据，购物频道的商品类别、订单数量、交易金额等数据，结合地区人口、GDP、收视份额等行业基础数据，在此基础上自主研发了高斯系统。高斯系统能对数据进行加工处理，并通过建立覆盖成本评估模型，为电视频道覆盖服务的方案设计提供决策支持，从而满足各个电视频道对于频道覆盖的需求。

IPTV、OTT TV网络方面，其节目来源及构成、播放方式、用户版面形式均

与传统有线电视有着较大差异，不仅有电视频道信号的接入，还包括开机画面及直播页面的运营、流量的导入等，各类增值服务日新月异，用户行为模式也与有线电视用户群体存在一定的差异，公司探索出“固定金额覆盖服务模式”、“分成收费覆盖服务模式”、“固定金额+分成收费覆盖服务模式”三种不同的服务模式，以满足不同客户、不同传输渠道的需求。

以IPTV渠道为例，针对IPTV用户数的快速增长，公司为卫视频道提供了IPTV直播流量运营解决方案，比如通过在IPTV直播页面做卫视节目运营活动，将精准直播流量导入卫视直播频道，帮助卫视频道在IPTV提升流量，并取得了良好效果，图示如下：



从上图可以看到，通过直播导视视频窗运营，东方卫视可以获取IPTV渠道的收视流量；通过“最近观看”位置运营，家有购物等购物频道获取了IPTV渠道的销售流量。媒体资源整合运营活动一方面能够为电视频道等客户带来更好的覆盖效果，另一方面也能够提高IPTV运营商的增值业务收入。

目前公司已为央广购物、风尚购物、家有购物、环球购物、中视购物、好享购物等多家购物频道提供在成都、重庆、天津、江苏、浙江、广东、福建、山东、安徽、辽宁、陕西、河南、河北等地IPTV渠道覆盖服务，将家有购物、环球购物、优购购物等购物频道的购物内容引入大麦盒子等OTT TV渠道，公司在IPTV、OTT TV渠道的频道覆盖业务持续发力、成效显著。

（2）在衍生业务方面，公司采取差异化的竞争策略，各项业务互相促进、形成互补

在专业卫星数字接收机研发与销售业务方面，公司长期为中央电视台定制开发专业卫星接收解码器，为CCTV3、CCTV5、CCTV6、CCTV8等央视加密节目在全国乃至全球的覆盖传输发挥了重要作用。公司为央视定制开发标清、高清及4K专用指纹嵌入及检测技术，方便内容运营商追查盗版节目来源，有力的保护节目内容的传输安全。公司还为央视及十余家省级卫视提供AVS+高清上星频道在全国有线网络及新媒体前端的信号覆盖落地专用接收机。公司专业卫星数字接收机相关产品荣获中国国际广播电视信息网络展览会CCBN2017产品创新杰出奖、北京市新技术新产品（服务）证书等多项奖项。

在电视剧发行方面，相较于市场上品牌认知度较高的电视剧制作公司，公司专注于电视剧的定向发行服务，即确定发行平台、确定轮次，与细分行业的龙头企业进行差异化竞争。目前，公司在电视剧二轮独播、省级地面频道有一定的竞争力。

在电视节目营销、电视广告代理服务方面，由于我国广告行业进入门槛较低，参与广告市场竞争的主体数量众多，市场竞争激烈，公司根据多年广电行业运营经验的积累，通过深入挖掘商业机会，不断加深与电视台的合作关系，与广告行业中的龙头企业进行差异化竞争。

2、公司主要竞争对手情况

细分行业	公司名称	业务简介
电视频道覆盖服务领域	北京路安世纪文化发展有限公司	主要为国内电视台提供频道推广及相应技术服务，包括多媒体系统服务、频道收视服务及其他服务， 客户集中在酒店行业 ，路安世纪于2015年被上市公司浩丰科技（300419）收购。根据浩丰科技 2021 年年报显示，其酒店及家庭传媒服务板块实现收入 6931.09 万元。
	鼎视传媒股份有限公司	主营业务为经营全国性数字电视集成、传输、营销、发行业务等。该公司在购物频道覆盖推广服务中与发行人存在一定的直接竞争关系。财务数据未披露。
专业卫星数字接收机研发与销售业务	北京数码视讯科技股份有限公司	创业板上市公司，300079。公司主要从事数字电视软硬件产品的研发、生产、销售和技术服务业务。与公司业务直接竞争的是智慧广电业务，包括广电局、网络公司、电视台为核心的产品应用与技术服务。根据其 2021 年年报显示，其 视频技术产品

领域		及服务板块实现收入 27,026.95 万元。
	广州柯维新数码科技有限公司	2011 年成立，主要从事数字音视频编解码技术的研究与应用，开发高端编码器、高端转码器、专业解码器、专业码流分析器和实时码流监测监控系统。财务数据未披露。
	北京加维通讯电子技术有限公司	1994 年成立，主要从事数字电视前端设备和机顶盒的生产，业务范围包括有线电视、卫星电视、数字多媒体、无线通讯和宽带等系列产品的的设计、生产、销售和维修服务。财务数据未披露。
电视剧发行服务领域	北京捷成世纪科技股份有限公司	创业板上市公司，300182。公司从事的主要业务为音视频技术业务、影视内容业务、新媒体版权运营业务、数字教育业务及其他等。根据其 2021 年年报显示，其影视剧内容制作及版权运营实现收入 308,753.07 万元 。
	慈文传媒股份有限公司	深主板上市公司，002343。公司主要从事影视剧的投资、制作、发行及衍生业务，移动休闲游戏研发推广和渠道推广业务及艺人经纪业务。根据其 2021 年年报显示，其影视板块实现收入 37,773.89 万元 。
	上海天涌影视传媒股份有限公司	新三板创新层企业，832133。公司主要从事电视剧投资、制作、发行以及衍生业务，目前主要收入来源广告代理收入和影视销售收入。根据其 2021 年年报显示，2021 年度实现收入 3,595.13 万元 。
电视节目营销及电视广告代理服务领域	广东省广告集团股份有限公司	深主板上市公司，002400。主要为客户提供整合营销传播服务，具体包括品牌管理、媒介代理和自有媒体等。根据其 2021 年年报显示， 其广告板块实现收入 1,299,108.81 万元。
	思美传媒股份有限公司	深主板上市公司，002712。主要从事品牌管理、媒介代理、广告创意设计、娱乐行销、户外媒体运营、数字营销等全方位整合营销传播服务。根据其 2021 年年报显示， 其营销服务板块实现收入 431,144.81 万元 。
	北京无限自在文化传媒股份有限公司	新三板创新层企业，834476。公司主要为电影、电视剧、电视栏目、网络自制剧及节目提供营销服务。根据其 2021 年年报显示， 2021 年实现收入 14,618.75 万元 。

3、公司竞争优势

（1）规模经济优势

公司深耕广电领域多年，围绕电视台等客户的各项需求，提供电视频道综合运营服务，在电视频道覆盖领域已处于领先的市场地位，在细分市场呈现规模经济优势。相比业内其他中小代理公司，公司能够投入更多资金用于技术研发。公司利用自主研发的高斯系统对电视频道覆盖的历史成本及相关行业数据进行收集分析，为客户提供更优化的覆盖方案，并合理控制覆盖成本，同时通过不断地

升级和完善高斯系统，优化频道覆盖成本预测模型和AI学习算法，形成科学化、标准化的定价模式，增强公司在电视频道综合服务业务、视频购物及商品销售业务中的竞争优势。报告期内，公司营业收入逐年增长，对供应商的议价能力逐年增强，规模增长带来的成本优势不断凸显，而竞争力不足的中小代理公司则被淘汰出局。

（2）技术优势

公司作为电视频道综合运营服务商，公司核心技术围绕主营业务布局进行研发，在电视频道覆盖领域和专业卫星数字接收机研发领域具有较强的技术优势。公司通过多年业务积累，收集了有线电视网络公司的地域分布、用户数量、入网成本等数据，购物频道的商品类别、订单数量、交易金额等数据，结合地区人口、GDP、覆盖率等行业基础数据，在此基础上自主研发了高斯系统。

随着三网融合、智慧广电、融媒体云平台的不断推进，为了有力地增强公司融媒体相关技术服务能力和技术竞争力，公司加大研发投入，针对高斯系统进一步升级和完善，从融合媒体覆盖运营决策系统升级改造成视频内容融媒体运营管理平台，该平台具备VSN可靠网络传输、多业务运营平台、收视大数据分析系统、频点排序和成本数据分析、购物频道订单数据运营系统、广告投放数据分析、社会经济数据采集管理系统等功能。一方面通过接入更多的第三方脱敏后大数据，实现千人千流动态组播，提高运营转化率与覆盖效果；另一方面通过优化完善覆盖决策模型与AI学习算法，提高频道覆盖业务收入成本测算准确性与风险控制能力，从而具备全媒体内容分发、数据分析、效果追踪、转化提升为一体的多业务融媒体运营支撑能力，该技术水平在细分领域处于领先地位。

在专业卫星数字接收机研发及销售业务方面，公司技术团队有着十多年专业卫星数字接收机的开发经验，在专业卫星数字接收机研发方面具有较强的技术优势。公司作为AVS产业联盟成员，长期跟踪AVS+标准研讨，并参与起草了《GDJ 057-2014 AVS+专业卫星综合接收解码器技术要求和测量方法》、《GY/T 324-2019 AVS2 4K超高清专业卫星综合接收解码器技术要求和测量方法》与《T/UWA 012.4-2022 “百城千屏”超高清视音频传播系统专业解码器技术要求》等相关行业标准。公司专业卫星数字接收机相关产品荣获中国国际广播电视信息网络展览

会CCBN2017产品创新杰出奖、北京市新技术新产品（服务）证书等多项奖项。

（3）综合服务优势

公司为客户提供频道覆盖、内容运营、营销传播及技术支持于一体的综合服务。公司围绕电视台等核心客户，一方面提供专业的电视频道覆盖服务，在有限的预算范围内提升覆盖效果，另一方面为电视频道提供宣传、导流等营销活动，提升电视节目的知名度及品牌价值，公司还为电视频道引入优质的电视剧以提升电视节目内容品质，代理电视广告媒介资源为电视台创造广告收入。公司围绕核心客户的各项实际需求，提供综合运营服务，形成了较高的客户粘性，各项业务协同发展、相互促进，不断为公司创造新的增长点。

（4）优质的客户资源优势

公司及主要管理团队多年来深耕于广电行业，为广电行业提供电视频道综合运营服务，包括电视频道覆盖服务、专业卫星数字接收机研发及销售、电视剧发行服务、电视节目营销服务、电视广告代理服务等，公司在深入合作中与多家省级卫视频道、购物频道、卡通频道和影视剧、电视栏目制作公司建立了良好而稳定的合作互信关系。公司已累计获得30余家省级卫视频道、11家购物频道、5家卡通频道对公司提供覆盖服务的授权，为深圳卫视、东方卫视、贵州卫视、江苏卫视、东南卫视等10余家电视频道提供电视剧、电视栏目营销服务。公司通过多年行业运营经验的积累，得以深刻理解广电行业的发展方向，通过深入挖掘商业机会，不断加深与客户的合作关系，在激烈的行业竞争中保持良好的发展态势。

（5）渠道优势及数据采集综合运用优势

在有线网络渠道方面，公司已获得全国数量庞大的有线网络资源信息，且与有线网络公司合作多年，公司具有有线电视网络资源信息优势。开展电视频道覆盖服务，需积累全国各地有线网络公司的资源，与各地有线网络公司建立起较为良好的合作关系。公司通过收集包括电视频道排序、用户数量、收看偏好、覆盖市场行情等全国有线网络公司的诸多重要信息，为开展电视频道覆盖服务提供强有力的支持。因此，对覆盖市场行情的精准把握使公司有能力代理电视台与有线电视网络运营商进行谈判，并有效控制电视频道覆盖服务成本，在为电视频道提

供覆盖服务的同时也体现自身的价值。

在IPTV、OTT TV渠道方面，公司已积累了多家IPTV、OTT TV新媒体渠道资源；在为部分购物频道覆盖IPTV、OTT TV传输渠道并进行销售分成合作的过程中，积累了购物频道商品类别、订单数量、订单金额等交易数据；在与电信运营商合作的过程中，可获得各地IPTV用户数量、收看偏好等信息数据。公司综合利用以上信息，可为购物频道在IPTV、OTT TV渠道提供精准、优质的覆盖服务。

在电视节目营销及电视广告代理业务方面，公司与国内优秀的电视台、网络媒体、平面媒体、地面媒体建立了密切合作关系。在线上资源方面，公司可以通过电视开机画面、底部横幅等进行宣传营销，以提高电视节目的曝光次数；通过智能电视EPG进行推荐，实现电视节目一键切换播出，以提高节目播放量和点击量；通过互联网社交平台，发送与电视节目相关的微博、微信图文、网络新闻，以提升电视节目阅读、评论及转发数量。在线下资源方面，公司可以提供渗透到全国主要城市居民社区宣传栏、广场宣传栏的营销服务。公司拥有较强的线上线下资源，业务运作效率高，在业内口碑较好。

（6）管理及团队优势

公司所从事的电视频道覆盖服务、专业卫星数字接收机研发及销售业务、电视剧发行服务、电视节目营销服务、电视广告代理服务等均为知识密集型行业，人力资源是企业核心竞争力的主要体现。公司管理层主要由从事卫视覆盖服务的团队负责人和传媒行业专家组成，具备长期在广电行业从业的经验。经过多年发展，公司形成了稳定、专业又具有丰富行业经验的管理团队。公司核心管理团队在广电行业均有超过10年的从业经验和管理经验。另外，公司还注重通过激励机制吸引人才，包括员工持有公司股份等方式，增加员工对公司的归属感。

4、公司竞争劣势

广播电视及网络视听行业属于资金密集、人才密集、技术密集的轻资产行业，人才的培养和引进、技术的研发和投入都需要大量的资金；电视频道覆盖、电视剧发行、广告代理及市场推广业务都需要企业具备先期投入部分资金的实力，企业必须持续投入资金以维持业务规模不断壮大。公司目前融资渠道和业务规模有

限，相比能够迅速筹集大量资金的行业内巨头，不利于公司在市场竞争中占据优势地位，因此公司存在融资渠道和规模有限方面的劣势。

第二节 本次债券发行概况

一、本次发行目的

（一）整合公司优势资源，打造一体化服务解决方案

公司自成立至今致力于国产编解码技术的开发与推广，并长期为中央电视台定制开发专业卫星接收解码器，与央视合作的同时不断根据需求更新研发方向，在AVS编解码标准与超高清传输技术的开发上均取得了较为重要的突破。此外，公司通过电视频道渠道及内容服务、影视内容营销及广告代理服务、视频购物及商品销售业务等服务，分别解决了电视频道和内容的播放问题、电视内容和商业品牌的营销推广问题、网络运营商的用户变现问题，在行业中获得了省市级卫视频道客户的信任。

本次研发项目将通过业务模式的创新整合公司现有优势资源打造涵盖信号采集、视频传输、视频分发、编辑制作、视频播出、频道运营、内容监控的一体化服务解决方案。该一体化服务解决方案将以公司自主研发的编解码技术为基础、以客户与渠道为需求导向，服务内容纵向贯穿广播电视产业链，逐步实现向广播电视行业上游的内容制作人员提供如5G超高清直播背包与超高清视频云处理技术等附加服务。

同时，通过本次一体化服务方案研发建设，公司通过发展网络无人机吊舱实现在云台相机端进行视频采集、编码和传输的功能，与文教娱乐领域、安防监控领域、医疗健康领域、智能交通领域的潜在客户开展合作，对现有业务进行横向拓展。本次研发项目的建设将引导客户从采购单项服务转向整体制定“摄传编播”一体化服务方案，以差异化服务模式进一步增加客户黏度，增强公司核心竞争力。

（二）优化公司研发环境，增强公司研发核心能力

公司多年深耕广播电视行业，凭借技术积累已在行业内处于领先地位，但随着新技术标准的迭代升级、客户需求多样化、市场竞争不断加剧的趋势日益明显，公司亟需通过拓展研发方向增强现有竞争优势，同时通过打造一体化服务向上游延伸以寻求广播电视行业新的增长点。

公司现有研发办公区域与软硬件设备已不能满足日益增长的研发需要。因此，公司亟需扩大研发场地，引进先进的研发设备，扩充整合研发团队，提升公司整体实力和研发成果转换率。

本项目实施完成后将进一步提升公司的创新研发实力和产品检测能力，攻坚前沿技术的同时完善公司产品线、开拓更多的下游应用领域，以扩大公司产品与服务在广播电视与网络视听等领域的优势，巩固公司行业地位。

（三）为公司业务的快速发展提供流动资金支持

随着未来公司业务规模的进一步扩大，公司对营运资金的需求不断上升。因此公司需要有充足的流动资金来支持经营，进而为公司进一步扩大业务规模和提升盈利能力奠定基础。通过本次发行可转债，利用资本市场在资源配置中的作用，公司将提升资本实力，改善资本结构，扩大业务规模，进一步增强公司的持续盈利能力，推动公司持续稳定发展。

二、发行对象及公司现有股东优先认购安排

（一）发行对象

截至本募集说明书签署日，本次发行可转债尚未确定具体发行对象，因而无法确定发行对象与公司的关系。具体发行对象与公司之间的关系将在本次发行结束后公告的发行情况报告书中予以披露。

1、发行对象的范围

本次可转债的发行对象为持有中国证券登记结算有限责任公司北京分公司证券账户的自然人、法人、证券投资基金、符合法律规定的其他投资者等（国家法律、法规禁止者除外）。

2、发行对象的确定方法

本次发行可转债将在取得中国证监会关于本次向特定对象发行可转债予以注册的决定后，由公司董事会在股东大会授权范围内与保荐机构（主承销商）按照相关法律、行政法规、部门规章或规范性文件的规定，采用竞价方式确定最终

发行对象。若国家法律、法规对向特定对象发行可转债的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

（二）现有股东的优先认购安排

1、现有股东优先认购安排

公司在《公司章程》中规定并未对现有股东优先认购权做出特殊规定。

2、本次发行优先认购安排

本次发行公司不安排优先认购。公司第三届董事会第七次会议、2021年年度股东大会审议通过了《关于现有股东不作优先认购安排议案》，明确本次定向发行对现有股东不做优先认购安排，现有股东不享有优先认购权。

三、发行价格

（一）发行可转债的种类和面值

本次发行证券的种类为可转换为公司A股股票的债券。该可转债及未来转换的A股股票将在北京证券交易所挂牌转让。

本次发行的可转债每张面值为人民币100元，按面值发行。

（二）发行方式和发行时间

本次发行采用向特定对象发行的方式，在取得北京证券交易所审核通过并获得中国证券监督管理委员会同意注册的文件规定的有效期内，公司选择适当时机向特定对象发行可转债。

（三）本次发行认购方式

本次可转债的发行对象均以现金方式认购。

四、发行数量

本次可转债募集资金总额不超过人民币40,000.00万元（含本数），每张可转

债面值人民币100元，发行数量不超过400万张。

五、本次债券的转让方式

本次可转债挂牌后的转让方式采用全价转让方式并实行当日回转，投资者可以采用成交确认委托方式或北交所允许的其他方式委托北交所会员买卖本次发行的可转债。

六、本次定向发行可转债发行对象的自愿锁定承诺及转股后新增股份的限售安排

本次定向发行可转债无限售安排，新增债券自发行结束后挂牌第1日起转让。

本次发行的可转债转股期自发行结束之日起满6个月后的第1个转让日起至可转债到期日止。本次债券持有对象转股的，所转股票自可转债发行结束之日起18个月内不得转让。法律法规及规范性文件对限售期另有规定的，依其规定。

七、本次发行可转债的基本条款

（一）可转债存续期限

本次发行的可转债的存续期限为自发行之日起6年。

（二）面值

本次发行的可转债每张面值为人民币100元，按面值发行。

（三）票面利率

本次发行的可转债票面利率采用竞价方式确定。

（四）转股价格

本次可转债的初始转股价格应当不低于认购邀请书发出前二十个交易日上市公司股票交易均价和前一个交易日的均价，且不得向下修正，具体初始转股价格提请公司股东大会授权公司董事会在发行前根据市场和公司具体情况与保荐

机构（主承销商）协商确定。

上述均价的计算公式为：

前二十个交易日公司股票交易均价=前二十个交易日公司股票交易总额/该二十个交易日公司股票交易总量；

前一交易日公司股票交易均价=前一交易日公司股票交易总额/该日公司股票交易总量。

（五）转股期限

本次发行的可转债转股期自发行结束之日起满6个月后的第1个转让日起至可转债到期日止。

（六）转股价格调整的原则及方式

在本次发行之后，若公司发生派送红股、转增股本、增发新股（不包括因本次发行的可转债转股而增加的股本）、配股以及派发现金股利等情况时，公司将按上述条件出现的先后顺序，依次对转股价格进行累积调整（保留小数点后两位，最后一位四舍五入），具体调整办法如下：

派送红股或转增股本： $P_1 = P_0 / (1+n)$ ；

增发新股或配股： $P_1 = (P_0 + A \times k) / (1+k)$ ；

上述两项同时进行： $P_1 = (P_0 + A \times k) / (1+n+k)$ ；

派送现金股利： $P_1 = P_0 - D$ ；

上述三项同时进行： $P_1 = (P_0 - D + A \times k) / (1+n+k)$ 。

其中： P_1 为调整后转股价， P_0 为调整前转股价， n 为送股或转增股本率， A 为增发新股价或配股价， k 为增发新股或配股率， D 为每股派送现金股利。

当公司出现上述股份和/或股东权益变化情况时，将依次进行转股价格调整，并在北京证券交易所网站（www.bse.com.cn）和中国证监会指定的上市公司信息披露媒体上刊登公告，并于公告中载明转股价格调整日、调整办法及暂停转股时

期（如需）。当转股价格调整日为本次发行的可转债持有人转股申请日或之后，转换股份登记日之前，则该持有人的转股申请按本公司调整后的转股价格执行。

当公司可能发生股份回购、合并、分立或任何其他情形使本公司股份类别、数量和/或股东权益发生变化从而可能影响本次发行的可转债持有人的债权利益或转股衍生权益时，本公司将视具体情况按照公平、公正、公允的原则以及充分保护本次发行的可转债持有人权益的原则调整转股价格。有关转股价格调整内容及操作办法将依据当时国家有关法律法规及证券监管部门的相关规定来制订。

（七）转股时不足转换成一股的补偿方式

本次发行的可转债持有人在转股期内申请转股时，转股数量的计算方式为： $Q=V/P$ ，并以去尾法取一股的整数倍。其中：

Q：指可转债持有人申请转股的数量；

V：指可转债持有人申请转股的可转债票面总金额；

P：指申请转股当日有效的转股价格。

可转债持有人申请转换成的股份须是一股的整数股。转股时不足转换为一股的可转债余额，公司将按照北京证券交易所等部门的有关规定，在可转债持有人转股当日后的五个交易日内以现金兑付该部分可转债的票面余额及其所对应的当期应计利息。

（八）债券评级及担保情况

本次发行的可转债不提供评级及担保。

（九）赎回条款

1、到期赎回条款

在本次发行的可转换公司债券期满后五个**转让**日内，公司将赎回全部未转股的可转换公司债券，具体赎回价格由股东大会授权董事会（或董事会授权的人士）根据发行时市场情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

2、有条件赎回条款

在本次发行的可转换公司债券转股期内，当下述两种情形的任意一种出现时，公司有权决定按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的可转换公司债券：

①在本次发行的可转换公司债券转股期内，如果公司股票连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价格不低于当期转股价格的130%（含130%）。

②当本次发行的可转换公司债券未转股余额不足3,000万元时。

当期应计利息的计算公式为： $IA=B \times i \times t/365$

IA：指当期应计利息；

B：指本次发行的可转换公司债券持有人持有的将赎回的可转换公司债券票面总金额；

i：指可转换公司债券当年票面利率；

t：指计息天数，即从上一个付息日起至本计息年度赎回日止的实际日历天数（算头不算尾）。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

（十）回售条款

1、有条件回售条款

本次发行的可转换公司债券的最后两个计息年度，如果公司股票在任何连续三十个交易日的收盘价格低于当期转股价格的70%时，可转换公司债券持有人有权将其持有的可转换公司债券全部或部分按债券面值加上当期应计利息的价格回售给公司。

若在上述交易日内发生过转股价格因发生派送股票股利、转增股本、增发新股（不包括因本次发行的可转换公司债券转股而增加的股本）、配股以及派发现

金股利等情况而调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，在调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

本次发行的可转换公司债券的最后两个计息年度，可转换公司债券持有人在每年回售条件首次满足后可按上述约定条件行使回售权一次，若在首次满足回售条件而可转换公司债券持有人未在公司届时公告的回售申报期内申报并实施回售的，该计息年度不应再行使回售权，可转换公司债券持有人不能多次行使部分回售权。

2、附加回售条款

在本次发行的可转换公司债券存续期内，若公司本次发行的可转换公司债券募集资金投资项目的实施情况与公司在募集说明书中的承诺情况相比出现重大变化，且该变化被中国证监会认定为改变募集资金用途的，可转换公司债券持有人享有一次回售的权利。可转换公司债券持有人有权将其持有的可转换公司债券全部或部分按债券面值加上当期应计利息价格回售给公司。持有人在附加回售条件满足后，可以在公司公告后的附加回售申报期内进行回售，本次附加回售申报期内不实施回售的，不应再行使附加回售权。

当期应计利息的计算公式为： $IA=B \times i \times t/365$

IA：指当期应计利息；

B：指本次发行的可转换公司债券持有人持有的将回售的可转换公司债券票面总金额；

i：指可转换公司债券当年票面利率；

t：指计息天数，即从上一个付息日起至本计息年度回售日止的实际日历天数（算头不算尾）。

（十一）还本付息的期限和方式

本次发行的可转债采用每年付息一次的付息方式，到期归还所有未转股的可转债本金和最后一年利息。

1、年利息计算

年利息指可转债持有人按持有的可转债票面总金额自可转债发行首日起每满一年可享受的当期利息。

年利息的计算公式为：

$$I=B \times i$$

I：指年利息额；

B：指本次发行的可转债持有人在计息年度（以下简称“当年”或“每年”）付息债权登记日持有的可转债票面总金额；

i：指可转债的当年票面利率。

2、付息方式

（1）本次发行的可转债采用每年付息一次的付息方式，计息起始日为可转债发行首日。

（2）付息日：每年的付息日为本次发行的可转债发行首日起每满一年的当日。如该日为法定节假日或休息日，则顺延至下一个工作日，顺延期间不另付息。每相邻的两个付息日之间为一个计息年度。

转股年度有关利息和股利的归属等事项，由本公司董事会根据相关法律法规及北京证券交易所的规定确定。

（3）付息债权登记日：每年的付息债权登记日为每年付息日的前一**转让**日，公司将在每年付息日之后的五个**转让**日内支付当年利息。在付息债权登记日前（包括付息债权登记日）申请转换成公司股票的可转债，公司不再向其持有人支付本计息年度及以后计息年度的利息。

（4）可转债持有人所获得利息收入的应付税项由持有人承担。

（十二）转股年度有关股利的归属

因本次发行的可转债转股而增加的公司 A 股股票享有与原 A 股股票同等的

权益，在股利发放的股权登记日当日登记在册的所有普通股股东（含因可转债转股形成的股东）均参与当期股利分配，享有同等权益。

八、本次定向发行可转债约定的受托管理事项

本次发行可转债，公司未聘请债券受托管理人，由主承销商履行以下受托管理职责。

在本期债券存续期内，主承销商将勤勉尽责，根据相关法律法规、规范性文件及自律规则、募集说明书及《债券持有人会议规则》的规定，行使权利和履行义务。

主承销商将持续跟踪和监督发行人履行募集说明书情况，将持续关注发行人和保证人（如有）的资信状况、担保物状况（如有）、内外部增信机制（如有）及偿债保障措施（如有）的实施情况。

主承销商将对发行人专项账户募集资金的接收、存储、划转与本息偿付进行监督。

主承销商将在债券存续期内持续督促发行人履行信息披露义务。

发行人不能偿还本期债券时，主承销商将督促发行人、增信机构（如有）和其他具有偿付义务的机构（如有）等落实相应的偿债措施和承诺。

主承销商将根据法律、法规和规则及债券持有人会议规则的规定召集债券持有人会议，并监督相关各方严格执行债券持有人会议决议，监督债券持有人会议决议的实施。

投资者认购或持有本期公司债券视作同意债券持有人会议规则和可转债发行说明书中受托管理事项、其他有关发行人、债券持有人权利义务的相关约定。

九、保护债券持有人权利的具体安排及债券持有人会议相关事项

（一）债券持有人的权利

- 1、依照其所持有的本次可转债数额享有约定利息；

- 2、根据募集说明书约定的条件将所持有的本次可转债转为公司股票；
- 3、根据募集说明书约定的条件行使回售权；
- 4、依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的本次可转债；
- 5、依照法律、公司章程的规定获得有关信息；
- 6、按募集说明书约定的期限和方式要求公司偿付本次可转债本息；
- 7、依照法律、行政法规等相关规定参与或委托代理人参与债券持有人会议并行使表决权；
- 8、法律、行政法规及公司章程所赋予的其作为公司债权人的其他权利。

（二）可转债债券持有人的义务

- 1、遵守公司发行可转债条款的相关规定；
- 2、依其所认购的可转债数额缴纳认购资金；
- 3、遵守债券持有人会议形成的有效决议；
- 4、除法律、法规规定及募集说明书约定之外，不得要求公司提前偿付可转债的本金和利息；
- 5、法律、行政法规及公司章程规定应当由可转债持有人承担的其他义务。

（三）债券持有人会议的权限范围

- 1、当公司提出变更本次募集说明书约定的方案时，对是否同意公司的建议作出决议，但债券持有人会议不得作出决议同意公司不支付本次债券本息、变更本次债券利率和期限、取消募集说明书中的赎回或回售条款等；
- 2、当公司未能按期支付可转债本息时，对是否同意相关解决方案作出决议，对是否通过诉讼等程序强制公司和担保人（如有）偿还债券本息作出决议，对是否参与公司的整顿、和解、重组或者破产的法律程序作出决议；

3、当公司减资（因员工持股计划、股权激励或公司为维护公司价值及股东权益所必须回购股份导致的减资除外）、合并、分立、被托管、歇业、解散或者申请破产时，对是否接受公司提出的建议，以及行使债券持有人依法享有的权利方案作出决议；

4、当担保人（如有）或担保物（如有）发生重大不利变化时，对行使债券持有人依法享有权利的方案作出决议；

5、当发生对债券持有人权益有重大影响的事项时，对行使债券持有人依法享有权利的方案作出决议；

6、拟变更债券受托管理人或债券受托管理协议的主要内容；

7、在法律规定许可的范围内对本规则的修改作出决议；

8、法律、行政法规和规范性文件规定应当由债券持有人会议作出决议的其他情形。

（四）债券持有人会议由公司董事会或债券受托管理人负责召集

公司董事会或债券受托管理人应在提出或收到召开债券持有人会议的提议之日起 30 日内召开债券持有人会议。

会议通知应在会议召开前 15 日在证券监管部门指定的至少一种指定报刊和网站上公告债券持有人会议通知。会议通知应包括以下内容：

1、会议的日期、具体时间、地点和会议召开方式；

2、提交会议审议的事项；

3、以明显的文字说明：全体债券持有人均有权出席债券持有人会议，并可以委托代理人出席会议和参加表决；

4、确定有权出席债券持有人会议的债券持有人之债权登记日；

5、出席会议者必须准备的文件和必须履行的手续，包括但不限于代理债券持有人出席会议的代理人的授权委托书；

- 6、召集人名称、会务常设联系人姓名及电话号码；
- 7、召集人需要通知的其他事项。

（五）在本次可转债存续期间内，当出现以下情形之一时，应当召集债券持有人会议：

- 1、公司拟变更募集说明书的约定；
- 2、公司不能按期支付本次可转债本息；
- 3、公司发生减资（因员工持股计划、股权激励或公司为维护公司价值及股东权益所必须回购股份导致的减资除外）、合并等可能导致偿债能力发生重大不利变化，需要决定或者授权采取相应措施；
- 4、公司分立、被托管、解散、申请破产或者依法进入破产程序；
- 5、保证人（如有）、担保物（如有）或者其他偿债保障措施发生重大变化；
- 6、拟修改本次可转债债券持有人会议规则；
- 7、拟变更债券受托管理人或债券受托管理协议的主要内容；
- 8、公司管理层不能正常履行职责，导致发行人债务清偿能力面临严重不确定性；
- 9、公司提出重大债务重组方案的；
- 10、发生其他对债券持有人权益有重大实质影响的事项；
- 11、根据法律、行政法规、中国证券监督管理委员会、北京证券交易所及本规则的规定，应当由债券持有人会议审议并决定的其他事项。

（六）债券持有人的表决程序

- 1、向会议提交的每一议案应由与会的有权出席债券持有人会议的债券持有人或其正式委托的代理人投票表决。每一张未偿还的债券（面值为人民币 100 元）拥有一票表决权。

2、公告的会议通知载明的各项拟审议事项或同一拟审议事项内并列的各项议题应当逐项分开审议、表决。除因不可抗力等特殊原因导致会议中止或不能作出决议外，会议不得对会议通知载明的拟审议事项进行搁置或不予表决。会议对同一事项有不同提案的，应以提案提出的时间顺序进行表决，并作出决议。债券持有人会议不得就未经公告的事项进行表决。债券持有人会议审议拟审议事项时，不得对拟审议事项进行变更，任何对拟审议事项的变更应被视为一个新的拟审议事项，不得在本次会议上进行表决。

3、债券持有人会议采取记名方式投票表决。

债券持有人或其代理人对拟审议事项表决时，只能投票表示：同意或反对或弃权。未填、错填、字迹无法辨认的表决票应计为废票，不计入投票结果。未投的表决票视为投票人放弃表决权，不计入投票结果。

4、债券持有人进行表决时，每一张未偿还的债券享有一票表决权，但下列机构或人员直接持有或间接控制的债券份额除外：

（1）发行人及其关联方，包括发行人的控股股东、实际控制人、合并范围内子公司、同一实际控制人控制下的关联公司（仅同受国家控制的除外）等；

（2）本次债券的保证人或者其他提供增信或偿债保障措施的机构或个人；

（3）债券清偿义务承继方；

（4）其他与拟审议事项存在利益冲突的机构或个人。

5、会议设监票人两名，负责会议计票和监票。监票人由会议主席推荐并由出席会议的债券持有人（或债券持有人代理人）担任。与公司有关联关系的债券持有人及其代理人不得担任监票人。

每一审议事项的表决投票时，应当由至少两名债券持有人（或债券持有人代理人）同一公司授权代表参加清点，并由清点人当场公布表决结果。律师负责见证表决过程。

6、会议主席根据表决结果确认债券持有人会议决议是否获得通过，并应当在会上宣布表决结果。决议的表决结果应载入会议记录。

十、报告期内募集资金的使用情况

（一）2016 年发行股票募集资金使用情况

1、募集资金到位情况

经2016年9月29日公司第一届董事会第十五次会议、2016年10月14日公司2016年第四次临时股东大会审议通过《北京流金岁月文化传播股份有限公司股票发行方案（第二次修订稿）》，通过本次股票发行公司共计发行1,390万股，每股发行价格11.80元，共计募集资金人民币16,402万元。上述募集资金已由认购对象按认购合同的约定，存入公司募集资金专户，2016年10月31日，华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具了会验字[2016]4866号《验资报告》。公司于2016年11月16日收到股转系统函[2016]8425号《关于北京流金岁月文化传播股份有限公司股票发行股份登记的函》，并于2016年12月20日取得中国证券登记结算有限责任公司出具的股份登记确认书。

2、2016 年发行股票募集资金使用情况及结余情况

根据股票发行方案的约定，原计划募集资金不超过16,520万元分别用于偿还银行贷款1,449.70万元、电视剧代理发行项目2,360万元以及补充流动资金12,710.30元。公司于2016年10月发行股票实际募集资金人民币16,402万元，扣除已从募集资金专户支付的发行费1,118.68万元，待支付的发行费用10万元，公司募集资金净额为15,273.32万元。截至2020年11月5日上述募集资金已使用完毕。

公司截至2021年12月31日募集资金的实际使用情况如下：

募集资金明细	金额（万元）
2016年10月募集资金初始净额	15,273.32
加：银行利息收入扣除银行手续费净额	23.79
减：募集资金使用	15,297.11
其中：偿还银行借款	1,449.70
电视剧代理发行项目	1,113.32
补充流动资金	12,734.09
2021年12月31日募集资金专户余额	0.00

3、2016年发行股票募集资金置换情况

公司于2016年12月16日召开第一届董事会第二十次会议，审议通过了《关于以募集资金置换先期投入的自筹资金的议案》，同意公司使用募集资金人民币250万元置换预先已投入偿还借款募集资金投资项目的自筹资金，公司以自有资金进行了先期投入偿还借款，天风证券对公司使用募集资金置换先期投入出具了专项核查意见。

4、2016年发行股票募集资金用途变更情况

公司不存在变更2016年发行股票募集资金使用用途的情况。

（二）前次公开发行股票实际募集资金使用情况

1、前次公开发行股票实际募集资金到位情况

经2020年3月23日公司第二届董事会第十八次会议、2020年4月1日公司2020年第一次临时股东大会审议通过《〈关于公司申请股票向不特定合格投资者公开发行并在精选层挂牌〉调整后》议案，经中国证监会证监许可[2020]1269号文核准，公司于2020年7月向不特定合格投资者公开发行人民币普通股3,000万股，每股发行价为7.18元，应募集资金总额为人民币21,540.00万元，根据有关规定扣除发行费用1,239.30万元后，实际募集资金金额为20,350.70万元。该募集资金已于2020年7月到账。此外公司为本次股票发行累计发生510.30万元(含税)的其他发行费用，扣除不含税的发行费用后募集资金净额为人民币19,889.43万元。上述资金到账情况业经容诚会计师事务所（特殊普通合伙）容诚验字[2020]100Z0054号《验资报告》验证。公司对募集资金采取了专户存储管理。

2、前次公开发行股票募集资金使用情况及结余情况

根据股票发行方案的约定，原计划募集资金不超过28,500万元分别用于技术研发中心及运营基地建设项目10,046.55万元、补充公司营运资金18,453.45万元。2020年7月，公司发行股票实际募集资金净额为人民币19,889.43万元，截至2021年6月30日上述募集资金已使用完毕。

截至2021年12月31日公司募集资金的实际使用情况如下：

募集资金明细	金额（万元）
2020年7月募集资金初始净额	19,889.43
加：理财及银行利息收入扣除银行手续费净额	88.45
减：募集资金使用	19,977.88
其中：技术研发中心及运营基地建设项目	1,435.98
补充公司营运资金	18,451.90
2021年12月31日募集资金专户余额	0.00

3、前次公开发行股票募集资金置换情况

经公司2020年8月21日召开第二届董事会第二十二次会议和第二届监事会第十六次会议，审议通过了《关于公司以募集资金置换预先已支付发行费用》议案，同意公司以募集资金置换预先支付发行费用，置换资金总额为人民币165.38万元。

4、前次公开发行股票闲置募集资金使用情况说明

为提高公司资金使用效率，经公司2020年9月7日召开第四次临时股东大会、2020年8月21日召开第二届董事会第二十二次会议和第二届监事会第十六次会议，审议通过了《关于使用部分暂时闲置募集资金进行现金管理》议案，同意公司在确保资金安全、不影响募集资金投资项目实施的前提下使用额度不超过人民币1.5亿元暂时闲置募集资金购买银行保本型理财产品、定期存款或结构性存款产品，在上述额度内，资金可以循环滚动使用。

截至2021年6月30日，公司募集资金已使用完毕，不存在使用暂时闲置的募集资金购买未到期的现金管理产品的情形。

5、前次公开发行股票募集资金用途变更情况

公司不存在变更前次公开发行股票募集资金使用用途的情况。

十一、本次募集资金用途及募集资金的必要性、合理性、可行性

（一）本次募集资金的使用计划

本次发行的募集资金总额不超过人民币40,000万元（含本数），扣除发行费用后拟用于以下项目：总部基地项目、5G超高清摄传编播智慧平台研发项目和补充

营运资金项目，具体投资情况如下：

序号	项目名称	项目总投资额（万元）	募集资金拟投资额（万元）	立项批复	环评批复	实施主体
1	5G 超高清摄传编播智慧平台研发项目	7,106.61	7,000.00	京朝阳发改（备）[2022]35号	不适用	流金岁月
2	总部基地项目	6,110.00	6,000.00	不适用	不适用	流金岁月
3	补充营运资金	27,000.00	27,000.00	不适用	不适用	流金岁月
合计		40,216.61	40,000.00	-	-	-

在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金投入顺序和具体金额进行适当调整。在本次发行募集资金到位之前，公司将根据项目需要以自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位之后，依照相关法律法规的要求和程序对先期投入资金予以置换。本次发行募集资金到位后，若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金净额低于拟投入的募集资金总额，不足部分由公司自筹解决。

根据《企业投资项目核准和备案管理办法》（发改委令2017年第2号）第十五条之规定，本次募投项目5G超高清摄传编播智慧平台研发项目需要取得投资主管部门审批或备案，目前该项目已取得北京市朝阳区发展和改革委员会出具的京朝阳发改（备）[2022]35号《项目备案证明》；总部基地项目和补充营运资金项目无需取得投资主管部门审批或备案。根据《中华人民共和国环境影响评价法（2018年修正）》、《建设项目环境保护管理条例》（2017年修订）、《建设项目环境影响评价分类管理名录》（2021年版）有关规定，本次募集资金投资项目不属于需进行环境影响评价的项目，无须取得有关部门的环评批复或备案。

（二）本次募集资金投资项目的必要性、合理性、可行性分析

1、5G 超高清摄传编播智慧平台研发项目

（1）项目基本情况

本研发项目将通过业务模式的创新，并整合公司现有5G+4K/8K超高清优势资源打造涵盖视频信号采集、视频传输、视频分发、编辑制作、视频播出、频道

运营、内容监控为一体化的服务智慧平台，公司拟在北京市朝阳区新购置700平方米的办公场所，用于5G超高清摄传编播智慧平台研发项目建设。项目建成后可以优化公司北京总部的现有研发环境，引进优秀研发人才，采购先进研发试验设备，进一步提高公司自主研发水平，为公司的进一步发展奠定基础，保证公司产品技术先进性的同时不断扩充、完善公司产品线，巩固并强化公司行业地位和市场份额。

（2）项目实施的必要性

①整合公司优势资源，打造一体化服务解决方案

公司自成立至今致力于国产编解码技术的开发与推广，并长期为中央电视台定制开发专业卫星接收解码器，与央视合作的同时不断根据需求更新研发方向，在AVS编解码标准与超高清传输技术的开发上均取得了较为重要的突破。此外，公司通过电视频道渠道及内容服务、影视内容营销及广告代理服务、视频购物及商品销售业务等服务，分别解决了电视频道信号落地覆盖问题、电视内容和商业品牌的营销推广问题、网络运营商的用户变现问题，在行业中获得了省、市级卫视频道客户的信任。

公司虽然在项目研发经验与优质客户资源方面积累较为深厚，但各优势资源所处的主要业务板块处于较为分散的状态。本次研发项目将通过业务模式的创新整合公司现有5G+4K/8K超高清优势资源打造涵盖视频信号采集、视频传输、视频分发、编辑制作、视频播出、频道运营、内容监控的一体化服务解决方案。该一体化服务解决方案将以公司自主研发的编解码技术为基础、以客户与渠道为需求导向，服务内容纵向贯穿广播电视产业链，逐步实现向广播电视行业上游的内容制作人员提供如5G超高清直播背包与超高清视频云处理技术等附加服务。

同时，通过本次一体化服务方案研发建设，公司通过发展网络无人机吊舱实现在云台相机端进行视频采集、编码和传输的功能，与文教娱乐领域、安防监控领域、医疗健康领域、智能交通领域的潜在客户开展合作，对现有业务进行横向拓展。本次研发项目的建设将引导客户从采购单项服务转向整体制定“摄传编播”一体化服务方案，以差异化服务模式进一步增加客户黏度，增强公司核心竞争力。

②顺应行业发展趋势，保持公司行业发展地位

近年来，传统广播电视行业不断受到来自新兴互联网视频传输模式的冲击。据国家统计局统计数字显示，传统有线电视的收看用户自2011年的2.03亿户缓慢上升并回落至2020年的2.07亿户，而数字电视用户自2011年的1.15亿户快速上升至2020年的1.99亿户，数字电视凭借内容丰富与个性化收视等特点正在逐渐挤压传统有线电视的市场。

为缓解互联网兴起给传统广播电视行业带来的持续压力，广电总局提出“三网融合”与“台网融合”等发展目标并出台相关政策，广播电视行业在政策的引导下融合产生了IPTV与OTT TV等新型媒体平台。为提高与IPTV和OTT TV之间的竞争实力，传统广播电视亟需在内容端进行不断创新以此打破传统业务模式的困境。超高清视频与超高清频道建设、视频点播、电视购物、家庭上网和互动教育等内容逐渐成为传统有线电视对抗IPTV、OTT TV用户分流的有效方式。同时，“三网融合”与“台网融合”政策使视频内容能够通过更多传输渠道进行传播，导致视频版权问题逐渐成为广播电视行业的主要问题之一。

面对客户对优质、多样化视频内容日益增长与版权监测等日益增强的市场需求，公司将通过本次5G超高清摄传编播智慧平台研发项目持续提升视频内容生产与大数据智能识别分析等领域的研发和成果转化能力，为市场提供满足广播电视行业需求的产品与服务。同时，随着行业产品与业务结构升级步伐的加快，研发速度和质量很大程度上将影响到未来市场竞争格局的改变。公司为保持产品竞争力和技术领先优势，需要不断扩充技术储备，增强研发的深度和广度。5G超高清摄传编播智慧平台研发项目的顺利实施，将有利于公司增强研发实力，持续打磨产品，增加技术积累，从而巩固公司行业地位，增强公司核心竞争力，为实现公司战略目标奠定基础。

③相关技术发展迅猛，引导公司加大研发投入

AVS2作为我国具备自主知识产权的第二代信源编码标准，正逐步取代H.26x系列标准与MPEG-X系列标准在国内视频编解码领域的应用。为满足我国8K及5G产业发展的需要，我国已完成第三代国家数字视频编解码技术标准AVS3的制定工作。AVS3标准的出现为新兴的5G媒体应用、虚拟现实媒体、智能安防等应

用提供技术规范，引领未来8K超高清等视频产业的发展。目前，央视正逐步运用AVS3编解码标准打造如CCTV8K超高清频道，超高清频道的落地与持续推进将打开省级卫视频道对相关产品与服务的需求。

在AVS3标准逐渐普及与8K超高清视频建设需求的推动下，公司需进一步加大对下一代编解码技术与8K编解码设备的探索力度，以应对技术迭代带来的产品迭代风险。通过本次募投项目将重点研发8K超高清专业解码器、8K超高清大屏显示网络解码器和8K超高清编码器等专业编解码设备，使公司研发方向紧跟市场需求与技术发展趋势，增强公司研发实力，促进公司主营业务的可持续发展。

（3）项目实施的可行性

①相关国家政策落地，利好广播电视行业发展

在国家政策利好下，广播电视行业正享受增长红利，行业整体呈快速发展趋势。2019年，由工信部印发的《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》中明确指出“按照4K先行、兼顾8K的总体技术路线，大力推进超高清视频产业发展和相关领域的应用”，逐步实现突破核心关键器件、推动重点产品产业化、提升网络传输能力、丰富超高清电视节目供给、加快行业创新应用等主要目标。

此外，根据广电总局发布的《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》，5G高新视频系列技术标准将不断健全，研发应用更深层次融入制作传播体系。5G广播电视的技术应用、试验验证、标准制定等方面将推动业务开发和产业生态不断完善。超高清电视、高效音视频编码、智能电视操作系统、应急广播、收视大数据、视音频内容分发数字版权管理等一批行业标准和技术规范相继发布，推动广播电视科技创新体系不断升级。在一系列广播电视行业相关政策的指导下，国家正在大力鼓励广电行业的研发工作，为本项目的实施提供了良好的政策环境。

②多年研发经验的积累，为项目提供基础技术支撑

公司自成立至今始终重视技术研发的投入与研发团队的建设，通过自主研发与学习、吸收、转化国内外先进技术形成了深厚的技术积累。公司凭借多年编解码领域的研发经验，参与起草了《GDJ 057-2014 AVS+专业卫星综合接收解码器技术要求和测量方法》、《GY/T 324-2019 AVS2 4K超高清专业卫星综合接收解码

器技术要求和测量方法》与《T/UWA 012.4-2022“百城千屏”超高清视音频传播系统专业解码器技术要求》等相关行业标准。目前，公司已向市场提供4K解码器、8K解码器，LJ7900-4K系列4K超高清专业卫星综合接收解码器已批量应用于中央广播电视总台CCTV-16奥林匹克频道，作为直播系统的核心设备将4K超高清信号传送到千家万户。公司开发的LJ8000-8K解码器是国内首个采用全嵌入式硬件架构的产品，具有体积小、功耗低、稳定性强等特点，已应用到北京广播电视台BRTV冬奥纪实8K频道，作为前端直播信号的接收和解码监看设备，为其后端的编辑和播出系统提供高质量、稳定可靠的8K超高清直播节目源。2021年4月10日，公司与中国移动联合发布了全球首款网联无人机5G+4K超高清云台相机，标志着公司已完成5G+4K超高清云台相机开发。首款云台相机产品将搭载于大疆行业无人机，依托中国移动凌云管理运营平台，着力推动5G网联无人机的跨越式发展与低空产业新生态的蓬勃发展。公司将联合中国移动和无人机公司在相关行业加紧推广应用，尽早实现量产。

同时，公司积极寻求与各院校之间的合作机会，与中国传媒大学、电子科技大学、清华大学、北京航空航天大学等在图像AI识别算法、音频信号处理、物联网技术、毫米波技术、无人机图传系统等领域展开深入交流。截至本募集说明书签署日，公司共取得了几十项专利技术和软件著作权，公司丰富的研发经验和强大的研发成果转化能力将为本项目后研发课题的开展和成果转化提供保障。

③优质客户资源的积累，为项目提供需求方向

公司多年为深圳卫视、东方卫视、贵州卫视、江苏卫视等30余家省级卫视频道提供电视频道覆盖服务，并建立了长期稳定的合作关系。通过与客户多年逐渐加深的合作，公司在围绕广播电视行业的发展方向与客户实际需求的基础上先后拓展出电视剧发行服务、电视节目营销服务、电视广告代理服务等新服务内容。新业务的拓展使公司获得了与IPTV、OTT TV渠道合作的机会，拓宽了公司的销售渠道，形成了优质、多元且黏度较高的客户群体。

公司积极寻求与电信、移动、联通、中国广电四大运营商的合作机会，拓展公司产品的下游应用领域，在教育、医疗、农业、安防等领域进行深度合作。在视频信号采集与信号传输方面，公司研发的5G网联无人机云台相机适配中国移

动成都产业研究院凌云无人机云平台和中国联通沃天宇无人机云平台，并与移动、联通进行合作推广。此外，在视频播出方面，公司涉及的 5G 超高清直播领域与四大运营商保持合作并获得带宽支持。

优质的电视台客户资源的积累与四大运营商的合作机会使公司快速捕捉到现有市场需求，并通过项目合作一定程度上为研发确定了方向。项目合作产生研发成果的转化能够进一步加深客户对公司产品的依赖性，增强企业声誉，保证市场逐步扩大，形成经营与研发的良性循环。公司多年积累的市场客户与合作关系为公司未来新技术的开发与现有技术的升级提供了坚实的市场基础和需求方向，为项目的成功实施提供了有力的保障。

（4）项目投资概算及进度

本项目计划总投资7,106.61万元，具体情况如下表所示：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	建设投资	4,293.66	60.42%
1.1	建筑工程费	3,290.00	46.29%
1.2	软硬件购置费用	799.20	11.25%
1.3	预备费用	204.46	2.88%
2	研发费用	2,812.95	39.58%
2.1	研发人工费用	1,897.95	26.71%
2.2	其他研发费用	915.00	12.88%
项目总投资合计		7,106.61	100.00%

①建筑工程费

序号	项目	数量	单位	单价（万元）	金额（万元）
1	场地购置费	700.00	平米	4.50	3,150.00
2	装修工程	700.00	平米	0.20	140.00
合计					3,290.00

②软硬件购置费用

序号	分类	设备/软件名称	数量	含税单价	总价（万元）
----	----	---------	----	------	--------

			(台/ 套)	(万 元)	
1	研发设备	Windows 笔记本电脑	11	1.00	11.00
2		Mac 笔记本电脑、工作站	11	1.50	16.50
3		红外传输模块	300	0.10	30.00
4		核心承载单元	300	0.10	30.00
5		电视机顶盒	50	0.05	2.50
研发设备小计			-	-	90.00
6	实验检测 设备	自动测试服务器	2	1.00	2.00
7		4K、8K 显示器、电视机	10	1.00	10.00
8		测试工作站	2	3.00	6.00
9		SDI/IPWaveformMonitor（波形分 析仪）	1	100.00	100.00
10		示波器	1	5.00	5.00
11		相机/摄像机监控记录仪	1	3.00	3.00
12		4K、8K 监视器	2	8.00	16.00
13		视频码流分析仪	1	70.00	70.00
14		频谱分析仪	1	20.00	20.00
15		网络损伤仪	1	5.00	5.00
16		5G 通讯模组	50	0.20	10.00
18		5G 智能通讯终端	1	20.00	20.00
19		IP2110 网关卡	30	5.00	150.00
20		8K 视频处理芯片	30	0.30	9.00
实验检测设备小计			-	-	426.00
21	软件	节目回传动态分辨率、码率适配 组件	1	100.00	100.00
22		基于 UDP 的信令和音视频加密传 输组件	1	50.00	50.00
23		电路设计软件	1	15.00	15.00
24		带宽流量	3	6.40	19.20
25		对象存储	2	3.10	6.20
26		云数据库 Mysql	4	4.20	16.80
27		云数据库 Redis	4	2.30	9.20
28		云盾	2	5.30	10.60
29		管理与监控	1	4.80	4.80

30		弹性计算	4	6.60	26.40
31		互联网出口链路资源服务	1	15.00	15.00
32		研发用配套工具软件	10	1.00	10.00
软件小计			-	-	283.20
合计			-	-	799.20

③研发费用

A、研发人工费用

按照项目涉及的工作岗位和分工不同，拟分 3 年引进 22 名研究开发人员，具体明细如下：

单位：万元

岗位名称	人员 总数量	T+1		T+2		T+3		总费用
		新增 人员	薪酬合 计	新增 人员	薪酬合 计	新增 人员	薪酬合 计	
JAVA 后端开发工程师	1	0	0.00	0	0.00	1	46.29	46.29
WEB 前端开发工程师	1	1	30.00	1	34.50	1	39.68	104.18
C++开发工程师	1	1	35.00	1	40.25	1	46.29	121.54
测试工程师	1	1	30.00	1	34.50	1	39.68	104.18
运维工程师	1	1	30.00	1	34.50	1	39.68	104.18
UI 设计师	1	1	30.00	1	34.50	1	39.68	104.18
解决方案工程师	1	0	0.00	0	0.00	1	59.51	59.51
云应用交付架构工程师	1	1	35.00	1	40.25	1	46.29	121.54
JAVA 开发工程师	1	1	35.00	1	40.25	1	46.29	121.54
WEB 开发工程师	1	1	30.00	1	34.50	1	39.68	104.18
嵌入式软件工程师	5	1	30.00	3	103.50	5	198.38	331.88
流媒体平台软件工程师	3	1	30.00	2	69.00	3	119.03	218.03
硬件设计工程师	1	1	30.00	1	34.50	1	39.68	104.18
硬件加工调试工程师	1	1	30.00	1	34.50	1	39.68	104.18
测试人员	1	0	0.00	1	34.50	1	39.68	74.18
技术支持人员	1	0	0.00	1	34.50	1	39.68	74.18
合计	22	12	375.00	17	603.75	22	919.20	1,897.95

B、其他研发费用

序号	名称	T+1	T+2	T+3	合计
1	合作开发费	20.00	30.00	50.00	100.00
2	第三方技术服务费	200.00	300.00	300.00	800.00
3	专利费	5.00	5.00	5.00	15.00
合计		225.00	335.00	355.00	915.00

④项目投资进度

本项目计划建设期为36个月，将根据项目实施过程的具体情况合理安排建设的进度，项目具体时间安排如下表所示：

序号	内容	T+1年	T+2年	T+3年
1	场地建设及装修			
2	硬件、软件采购与安装			
3	人员调动、招募及培训			
4	课题研究			

(5) 项目选址及备案程序履行情况

本项目计划在北京市朝阳区新购置700平方米的办公场所，用于5G超高清摄传编播智慧平台研发项目建设。截至本募集说明书签署日，办公场地的购买工作尚未开始实施。本项目需要取得投资主管部门审批或备案，目前已经取得北京市朝阳区发展和改革委员会出具的京朝阳发改(备)[2022]35号《项目备案证明》。

(6) 项目环保情况

根据《中华人民共和国环境影响评价法（2018年修正）》、《建设项目环境保护管理条例》（2017年修订）、《建设项目环境影响评价分类管理名录》（2021年版），本建设项目不纳入建设项目环境影响评价管理，无需办理环境评价相关批复及备案手续。

本项目为5G超高清摄传编播智慧平台研发，在项目施工建设过程中产生的污染物及污染源主要包括施工噪声、扬尘、生活污水、固体废物。项目运营过程中产生的污染物及污染源主要为职工生活污水、生活垃圾。

(7) 项目经济效益分析

本项目不单独核算经济效益。本项目拟利用公司已有的研发成果、技术优势和经验，建设高效的研发中心体系，提升研发中心的软硬件设施水平，加强知识产权建设，综合提升企业研发基础能力。本项目的实施，有利于公司进一步保持和增强技术优势，从而有效提升公司在广播电视及网络视听行业及其应用领域的开发、升级及其他产品创新领域的核心竞争力。

2、总部基地项目

（1）项目基本情况

公司拟在北京市朝阳区购买并装修1,300平方米的办公场地，作为公司总部办公用途，主要用于行政人力中心、法务部、财务部、董事会办公室、内审部、多媒体会议及演示中心、产品展示中心和业务洽谈室等。总部基地项目实施将提升公司整体运营效率，满足公司快速发展的需要。本项目预计总投资6,110万元，拟使用本次募集资金6,000万元用于该项目，不足部分由公司自筹解决。

（2）项目实施的必要性

①项目通过改善公司总部办公硬件环境，为提升公司经营管理效益和持续发展提供有力保障

目前，公司已形成北京市和成都市两个主要经营中心，面向全国范围的跨区域业务发展模式。公司目前在北京的总部办公场所为租赁获取，自成立以来已经多次变更总部的办公地址，不利于公司长久稳定发展。根据公司战略，未来3-5年公司将加大业务拓展，以电视频道覆盖服务为核心，深耕广电领域，围绕电视台等客户的实际需求发展衍生业务，重点发展核心业务，积极开发衍生业务，提高客户粘性，努力将公司打造成具有科技含量及创新能力的，涵盖广电、运营商、互联网三大领域的多元业务综合运营服务企业。为了实现公司战略目标，北京作为公司总部所在地，急需改善公司总部办公的各项硬件设施，提升公司总部运营的管理效率和管理水平，为对外运营、对外协作、客户交流提供有力的场所支撑，通过加大公司管理、运营场所等硬件设施方面的投入，作为提升公司整体运营管理水平的基础，为公司持续发展提供有力保障。

②项目实施可有效提升公司整体形象，促进公司品牌宣传和新业务拓展

公司作为电视频道综合运营服务商，主要利用广播电视网、电信网及互联网（即“三网”）为电视内容供应商，如电视台、电视剧版权方、电视节目制作方、电视广告投放方等提供频道覆盖、内容运营、营销传播及技术支持于一体的综合服务。公司作为专业化服务企业，除为电视台和有线电视网络公司提供优质的专业服务外，还需要良好的硬件条件展示公司的外部实力，增加获取新的对外合作业务机会。该项目地点位于北京市朝阳区，在改善公司总部办公环境的同时，为公司提供一个现代化的办公中心和展示中心，为公司开展自身的品牌推广和市场宣传提供了良好的平台，有利于提升公司整体形象和行业影响力，为促进公司产品宣传和新业务拓展创造良好条件，有利于推动公司未来业务进一步持续发展扩大。

（3）项目实施的可行性

①国家强化文化科技支撑推动现代服务业发展，提升超大特大城市中心城区功能率先形成以现代服务业为主体的规划布局，使项目具备政策可行性

2017年5月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》，提出优化文化产业结构布局、强化文化科技支撑，围绕“一带一路”建设、京津冀协同发展、长江经济带发展等国家战略，加强重点文化产业带建设。优化文化产业结构布局……推动现代服务业发展。2021年3月，《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》发布，提出优化提升超大特大城市中心城区功能，增强全球资源配置、科技创新策源、高端产业引领功能，率先形成以现代服务业为主体……提升综合能级与国际竞争力。北京作为全国政治、文化与对外交往的中心，聚集了众多的文化、传媒、科技企业，文化底蕴深厚、设施完善，人才资源丰富，并且北京是世界首个既举办过夏季奥运会，又举办过冬季奥运会的城市，作为双奥之城将进一步为文化、传媒、科技产业的发展提供了强大的动力。

流金岁月作为总部设立在北京的文化传媒科技企业，是一家以电视频道覆盖服务为核心的现代化专业服务企业，公司深耕视听行业，围绕电视台等客户的实际需求，发展了专业卫星数字接收机研发及销售、电视剧发行服务、电视节目营销服务、电视广告代理服务等衍生服务，以视频购物及商品销售为补充，并开拓

了大屏娱乐互联网平台及运营商积分业务。2021年4月10日，公司与中国移动联合发布了全球首款网联无人机5G+4K超高清云台相机，标志着公司已完成5G+4K超高清云台相机开发。首款云台相机产品将搭载于大疆行业无人机，依托中国移动凌云管理运营平台，着力推动5G网联无人机的跨越式发展与低空产业新生态的蓬勃发展。公司将联合中国移动和无人机公司在相关行业加紧推广应用，尽早实现量产。根据公司的发展战略，未来公司将进一步加大研发投入，在5G、4K/8K高清传输运营平台和设备、融媒体创新平台、4K高清内容运营等方面发力，特别是加大4K、8K超高清传输技术与网联无人机、5G直播背包的融合，以及5G模块的研发投入。公司拟使用本次募集资金在北京市朝阳区购买办公楼，符合国家的产业布局规划，具备政策的可行性。

②公司拟购北京总部办公楼地区在售写字楼供应较多，项目执行具备可行性

北京市朝阳区是北京市中心城区和重要商务区所在地，在售的写字楼数量较多，商业配套成熟，升值及发展空间较大。目前公司资产结构以流动资产为主，本项目实施后，公司将新增优质固定资产，一方面可供公司办公、运营自用，另一方面可进一步改善公司的资产结构，实现资产的保值增值，增加可抵押融资资产，提高抗风险能力和融资能力，有利于公司的长期发展。公司目前在北京的总部办公场所为租赁获取，租赁面积为1,375.06平方米，考虑到未来公司进一步发展的需要，本次拟购入1,300平方米的写字楼，整体面积相对不大，在朝阳区在售写字楼供应较多的情况下，项目的实施具备一定的可行性。

4、项目投资概算

序号	项目	数量	单位	单价（万元）	金额（万元）
1	场地购置费	1,300.00	平米	4.50	5,850.00
2	装修工程	1,300.00	平米	0.20	260.00
合计					6,110.00

3、补充营运资金

（1）项目基本情况

公司作为电视频道和内容综合运营服务商，主要利用广播电视网、电信网及

互联网为电视内容供应商，如电视台、电视剧版权方、电视节目制作方、电视广告投放方等提供频道覆盖、内容运营、营销传播及技术支持于一体的综合服务，属于“轻资产”和资金密集型行业，公司运营模式以及业务规模的扩大对营运资金的需求明显，充沛的营运资金有利于公司扩大业务规模。根据对公司资金需求较大的电视频道覆盖服务、电视剧买断发行及视频购物及商品销售等业务的具体分析，结合公司目前新增的电视频道覆盖业务规模和未来三年所需营运资金规划，公司拟将本次向特定对象发行可转债募集资金中27,000万元用于补充营运资金，扩充公司资本实力，有力保障业务的持续稳定发展。

（2）项目实施的必要性

公司业务所处广播电视及网络视听行业属于典型的“轻资产”行业，近年来，公司为巩固在信息传播服务业的优势地位，加大力度拓展电视频道覆盖服务业务的同时，也不断积极开拓创新业务，如电视剧发行、视频购物及商品销售等业务，并取得较大的进展，使得公司业务规模保持了较快的增长的同时，对增加其营运资金的需求也较为明显。

在电视频道覆盖服务业务中，公司需要事先购买有线网络的频道落地权，帮助电视频道利用公司已经购买的有线网络的频道落地权实现落地，另外，为获得更为优惠的频道落地权价格，公司有计划地增加部分重点城市的集中采购量也增加了资金需求。目前，根据中国广电河南网络有限公司与发行人签署的各省级卫视卫星频道落地业务（2022-2024）合作协议，授权公司执行2022-2024年全国省级卫视、购物等频道进入河南网络有线电视网等业务，合同金额不低于1.7亿元，其中2022年公司需要支付传输费金额为7,000万元；中国广电山东网络有限公司与发行人签署了卫视频道代理覆盖项目服务合同书，授权公司执行代理42个频道的2022年覆盖项目，公司于2022年需向山东网络支付的总价款为13,820万元，根据业务开展的需要，公司一般需要预先向网络公司支付合作运营频点资源的部分或全部采购价款，需要金额较大的营运资金进行频点资源采购。在电视剧发行业务中，公司将采用部分买断发行的方式，需要事先购买电视剧等文化产品的合法发行权和许可播映权，而在电视台实现播映收入后收款因电视台的结算周期较长导致了回款需要一定的周期，从而造成应收账款和存货占款；在视频购物及

商品销售业务中，公司需要事先向各商品供应商采购货物，并预先支付货款，而商品销售的回款需要一段时间，未来该业务规模的不断扩大也将加大应收账款和存货的资金占用。

公司在立足自身业务发展的同时，积极与网络视听服务、广播电视服务、互联网信息服务、云计算、大数据等领域内公司开展合资合作，或者进行兼并收购，以提升公司自主研发能力、丰富公司产品服务系列、扩大公司规模、增强公司盈利空间。鉴于收购兼并活动一般对资金需求量较大且具有一定的突发性，公司需要储备一定的流动资金来获取未来可能的收购兼并机会，以提高公司的核心竞争力和后续发展能力，巩固公司在行业内的优势地位。

（3）项目实施的可行性

①电视频道覆盖服务业务补充营运资金的可行性

公司与多家电视台、各地有线网络新媒体公司建立了良好而稳定的互信合作关系，通过历年经营积累了丰富的客户资源。在与电视频道的合作方面，公司已累计为30余家卫视频道、11家购物频道、5家卡通频道提供落地覆盖服务，为深圳卫视、东方卫视、贵州卫视、江苏卫视、东南卫视等十余家电视频道提供电视节目营销服务。根据国家广电总局公布的数据，截至2021年6月，我国共有31个省级有线电视网络、350个地级有线电视网络、地级以上广播电视播出机构及频道（含教育电视台）合计2411个，其中广播套数1165个、电视频道1246个；县级广播电视台共计2107个。公司目前仍然有大量未合作的有线网络公司待开发，因此未来拥有充足的市场空间。未来随着营运资金补充到位，将带动公司业务的持续增长。

②电视剧买断发行业务补充营运资金的可行性

公司发行团队在电视剧行业具有丰富的从业经验，与国内众多卫视频道建立起了良好的合作关系，在选剧、平台匹配、渠道营销等方面的综合能力获得了用户的认可，使得公司近年来成功发行多部电视剧，公司发行了如《小欢喜》、《我的父亲我的兵》、《小舍得》、《猎狐》、《白鹿原》、《我的前半生》、《左轮手枪》、《搭错车》、《爱情碟中谍》、《信者无敌》、《再见老婆大人》、《继承人》等多部电

视剧作品。丰富的发行经验和较强的发行能力是公司未来发行业务规模不断扩大的重要基础。近年来，我国电视剧存在数量较大的发行需求，在卫视播出资源上，由于覆盖业务的助推，公司往往能获得档期信息，因此在优秀剧目的选择上有一定的竞争优势，加上公司多年在制作方形成的良好口碑，使得公司在二轮独播剧上提前做了布局，优秀剧目储备丰富，为发行扩张奠定了良好的基础。公司丰富的电视剧发行经验、较综合的发行能力、科学的风险控制和评估以及项目挖掘能力为本项目的成功实施提供了保障。

③视频购物及商品销售业务补充营运资金的可行性

公司致力于打造国内领先的三网融合电视综合服务品牌，在做电视购物频道覆盖服务过程中，总结了在广电有线网络的经验，在IPTV、OTT TV新渠道，利用购物视频内容，开发交互的购物专区产品，通过分账模式，成功的在多家新媒体公司、OTT TV渠道打开了局面，开创了电视购物在新媒体渠道的产品、服务一体化新领域，为业务规模的扩张打下坚实的基础，为本项目的成功实施提供了有力的保证。随着公司在电视购物、视频购物渠道上的发展，以及电视覆盖联合运营中产生的广告时段，都为商品销售提供了巨大的机会，因此一些优秀的品类资源，渠道方在测试数据的情况下，会对一些商品提出继续销售的要求。视频购物及商品销售方面，主要是渠道变化和业态升级所带动的商品销售能力提升，补充营运资金对于渠道开拓、获得明星产品将提供有力的支撑。

（4）项目实施的合理性

根据河南网络与发行人签署的各省级卫视卫星频道落地业务（2022-2024）合作协议，2022年公司需要向河南网络支付传输费金额为7,000万元；根据山东网络与发行人签署的卫视频道代理覆盖项目服务合同书，公司于2022年需向山东网络支付的总价款为13,820万元，公司需要金额较大的营运资金开展上述频点资源联合运营业务。

公司经营业务规模不断扩大，近五年公司的营业收入及增长率如下：

序号	年度	营业收入（万元）	营业收入增长率
1	2016	38,393.60	-
2	2017	42,337.19	10.27%

3	2018	61,853.09	46.10%
4	2019	69,767.15	12.79%
5	2020	80,033.45	14.72%
6	2021	85,036.92	6.25%
-	近5年平均数	-	18.03%

持续扩张的业务规模增加了公司对营运资金的需求，公司营运资金占用金额主要来源于经营过程中产生的经营性流动资产和流动负债，公司根据实际情况对2022年末、2023年末和2024年末的经营性流动资产和经营性流动负债进行预测，计算各年末的营运资金占用额（经营性流动资产－经营性流动负债）。公司对于营运资金的需求量为新增的营运资金缺口，即2024年末的营运资金占用额与2021年末营运资金占用额的差额，并考虑单项具体业务大幅增长需要的营运资金量因素。

①主要测算假设和取值依据

公司营业收入的测算以2021年为基期，近5年营业收入增长率的算术平均值为18.03%，基于公司目前的经营情况及良好的业务布局，公司按照18.03%的年增长率合理预测其2022-2024年的营业收入增长。

A、经营性流动资产和经营性流动负债的测算取值依据

选取应收账款、应收票据、预付款项、存货等四个指标作为经营性流动资产，选取应付账款、应付票据、合同负债等三个指标作为经营性流动负债。

公司2022-2024各年末的经营性流动资产、经营性流动负债=当期预测营业收入×各项目销售百分比。

公司经营性流动资产和经营性流动负债相关科目占营业收入的百分比，系按资产负债表相关科目数据占营业收入数据的比例计算得出。

B、营运资金占用金额的测算依据

公司2022-2024各年末营运资金占用金额=各年末经营性流动资产-各年末经营性流动负债。

C、营运资金缺口的测算依据

营运资金缺口=2024 年底营运资金占用金额-2021 年底营运资金占用金额

②测算结果

综合考虑到以上因素，在其他经营要素不变的情况下，公司因经营性流动资产及经营性流动负债的变动需增加的营运资金测算如下：

单位：万元

项目	销售百分比	基期	预测期		
		2021 年度 /2021.12.31 (A)	2022 年度 /2022.12.31	2023 年度 /2023.12.31	2024 年度 /2024.12.31 (B)
营业收入	100.00%	85,036.92	100,365.60	118,457.42	139,810.46
应收账款	40.75%	34,654.76	40,901.60	48,274.48	56,976.40
应收票据	0.79%	673.68	795.12	938.44	1,107.61
预付款项	4.27%	3,632.38	4,287.15	5,059.95	5,972.05
存货	13.13%	11,166.29	13,179.12	15,554.77	18,358.66
经营性流动资产合计①	58.95%	50,127.11	59,162.98	69,827.65	82,414.72
应付账款	22.84%	19,418.65	22,919.04	27,050.41	31,926.49
应付票据	1.18%	1,000.00	1,180.26	1,393.01	1,644.11
合同负债	1.21%	1,032.08	1,218.12	1,437.70	1,696.86
经营性流动负债合计②	25.23%	21,450.73	25,317.42	29,881.12	35,267.46
营运资金占用金额（①-②）	33.72%	28,676.38	33,845.56	39,946.53	47,147.26
营运资金缺口（B-A）			18,470.88		

根据上表测算结果，公司 2024 年营运资金初步计算缺口=2024 年底营运资金占用金额-2021 年底营运资金占用金额=18,470.88 万元。2021 年度，公司向河南网络频点资源采购金额为 1,260 万元（含税），向山东网络频点资源采购金额为 5,677.65 万元（含税），合计采购金额为 6,937.65 万元（含税），该项采购按照上述流动资金测算表中 18.03%的年增长率计算出的金额部分需从公司 2024 年营运资金缺口中扣除，即：公司 2024 年营运资金调整后计算缺口=18,470.88 万元-2021 年河南、山东频点采购[6,937.65*(1+18.03%)-6,937.65]=17,220.02 万元。

2022年河南网络频点采购计划支出7,000万元,较2021年度增加支出5,740万元;2022年山东网络频点采购计划支出13,820万元,较2021年度增加支出8,142.35万元;截至2024年末营运资金测算表测算的公司营运资金缺口为17,220.02万元,上述三项营运资金缺口合计为31,102.37万元。因河南网络频点采购3年资金总支出1.7亿元仅计算了2022年需要支付的7,000万元,未计算2023-2024年需要支付的1亿元,因此公司未来3年的实际营运资金需求量将大于31,102.37万元。公司本次计划使用募集资金27,000万元用于补充公司营运资金,未超过公司2022-2024年的营运资金缺口,募集资金用于补充营运资金项目具备合理性。

十二、本次发行募集资金专项账户的设立情况以及保证募集资金合理使用的措施

（一）本次发行募集资金专项账户的审议情况

公司于2022年3月30日召开第三届董事会第七次会议、第三届监事会第六次会议,审议通过《关于设立募集资金专项存储账户并签署募集资金三方监管协议》的议案。公司于2022年4月19日召开2021年年度股东大会,审议通过《关于设立募集资金专项存储账户并签署募集资金三方监管协议》。

（二）保证募集资金合理使用的措施

发行人已根据中国证监会及北交所的相关规定制定《募集资金管理制度》,建立了募集资金存储、使用、监管和责任追究的内部控制制度,明确募集资金使用的分级审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露要求。

发行人本次发行募集资金将存放于董事会指定的募集资金专项账户中,该募集资金专项账户作为认购账户,不得存放非募集资金或用作其他用途,并在认购缴款结束后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订《募集资金三方监管协议》,由保荐机构、存放募集资金的商业银行、公司及公司子公司共同监管募集资金按照承诺用途和金额使用。

本次发行募集资金到账后,公司将根据《募集资金管理制度》等相关规定,

保障募集资金用于承诺的募集资金投向，并定期对募集资金进行内部检查、配合保荐机构和存放募集资金的商业银行对募集资金使用的情况进行检查和监督，切实履行相关决策监督程序、风险控制措施及信息披露义务。

十三、本次定向发行可转债需要履行的国资、外资等相关主管部门审批、核准或备案等程序的情况

公司不属于国有投资企业或外商投资企业，本次发行公司无需履行国资、外资等相关主管部门的审批、核准或备案程序。本次募投项目 5G 超高清摄传编播智慧平台研发项目需要取得投资主管部门审批或备案，目前已经取得北京市朝阳区发展和改革委员会出具的京朝阳发改（备）[2022]35 号《项目备案证明》。

截至本募集说明书签署日，本次发行尚未确定具体发行对象，如果最终确定的发行对象涉及国资、外资等相关主管部门的审批、核准或备案等程序，公司将要求投资者严格按照相关要求执行。

第三节 报告期内的主要财务数据和指标

一、公司最近两年及一期主要财务数据和指标

项目	2022年3月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
总资产（万元）	91,880.52	90,832.74	89,535.18
其中：应收账款（万元）	35,536.69	31,229.30	37,541.53
预付账款（万元）	6,976.69	3,632.38	1,245.60
存货（万元）	17,216.12	10,682.40	9,778.65
总负债（万元）	24,464.67	24,629.20	29,089.61
其中：应付账款（万元）	16,320.29	19,418.65	24,689.99
归属于母公司所有者的净资产（万元）	67,847.98	66,381.97	60,446.66
归属于母公司所有者的每股净资产（元/股）	2.15	2.11	2.88
资产负债率（合并口径）（%）	26.63	27.11	32.49
资产负债率（母公司）（%）	26.20	26.34	28.31
流动比率（倍）	3.53	3.47	3.02
速动比率（倍）	2.48	2.85	2.63
利息保障倍数（倍）	75.75	151.05	286.02
贷款偿还率（%）	100.00	100.00	100.00
利息偿付率（%）	100.00	100.00	100.00
项目	2022年1-3月	2021年度	2020年度
营业收入（万元）	15,439.35	85,036.92	80,033.45
归属母公司所有者的净利润（万元）	1,375.07	7,593.40	6,315.16
综合毛利率（%）	21.40	19.29	16.61
每股收益（元/股）	0.04	0.24	0.22
加权平均净资产收益率（依据归属于母公司所有者的净利润计算）（%）	2.05	12.04	12.68
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	2.02	9.99	11.88

（依据母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润计算）（%）			
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-13,992.44	1,983.33	8,948.82
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.44	0.06	0.43
应收账款周转率（次）	0.42	2.26	2.16
存货周转率（次）	0.84	6.41	6.17

注：上述指标的计算公式如下：

- 1、归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者权益/期末总股本；
- 2、资产负债率=总负债 / 总资产；
- 3、流动比率=流动资产 / 流动负债；
- 4、速动比率=（流动资产-预付款项-存货-其他流动资产） / 流动负债；
- 5、利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出；
- 6、贷款偿还率=实际贷款偿还额/应偿还贷款额；
- 7、利息偿付率=实际利息支出/应付利息支出；
- 8、毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入；
- 9、基本每股收益=当期净利润/加权平均股本；
- 10、加权平均净资产收益率=当期净利润/加权平均净资产；
- 11、扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率=扣除非经常性损益后的当期净利润/加权平均净资产；
- 12、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额 / 期末总股本；
- 13、应收账款周转率=营业收入 / 应收账款期初期末平均余额，**2022年1-3月数据未年化**；
- 14、存货周转率=营业成本 / 存货期初期末平均余额，**2022年1-3月数据未年化**。

公司2020年度、2021年度的财务报表业经容诚会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具了标准无保留的审计意见，**2022年1-3月财务报表未经审计**。

二、主要财务数据和指标变动分析说明

（一）资产负债表主要项目分析

1、总资产、总负债、净资产、每股净资产

项目	2022年3月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
总资产（万元）	91,880.52	90,832.74	89,535.18
总负债（万元）	24,464.67	24,629.20	29,089.61
归属于母公司所有者的净资产（万元）	67,847.98	66,381.97	60,446.66

归属于母公司所有者的 每股净资产（元/股）	2.15	2.11	2.88
--------------------------	------	------	------

报告期各期末，公司总资产分别为 89,535.18 万元、90,832.74 万元、**91,880.52 万元**。2021 年末，公司总资产较 2020 年末增加了 1,297.56 万元，增幅为 1.45%，主要系公司购置了位于成都市天府新区汉州路中交大厦部分房产，因而固定资产中房屋建筑物账面价值增加了 3,782.91 万元。**2022 年 3 月末，公司总资产较 2021 年末增加了 1,047.78 万元，增幅为 1.15%，主要系公司 2022 年 1-3 月公司实现归属于母公司所有者的净利润为 1,375.07 万元，因而未分配利润有所增加，归属于母公司所有者的净资产较 2021 年末增加了 1,466.01 万元。**

报告期各期末，公司总负债分别为 29,089.61 万元、24,629.20 万元、**24,464.67 万元**。2021 年末，公司总负债较 2020 年末减少了 4,460.41 万元，降幅为 15.33%，主要系 2021 年度公司支付了较多的频点资源采购费，导致应付电视覆盖服务费下降 4,801.26 万元。

报告期各期末，公司归属于母公司所有者的净资产分别为 60,446.66 万元、66,381.97 万元、**67,847.98 万元**。2021 年末，公司归属于母公司所有者的净资产较 2020 年末增加了 5,935.31 万元，增幅为 9.82%，主要系 2021 年度公司实现归属于母公司所有者的净利润 7,593.40 万元，因而未分配利润和盈余公积有所增加。**2022 年 3 月末，公司归属于母公司所有者的净资产较 2021 年末增加了 1,466.01 万元，增幅为 2.21%，主要系 2022 年 1-3 月公司实现归属于母公司所有者的净利润为 1,375.07 万元，因而未分配利润有所增加。**

报告期各期末，公司归属于母公司所有者的每股净资产分别为 2.88 元、2.11 元、**2.15 元**。2021 年末，公司归属于母公司所有者的每股净资产较 2020 年末减少 0.77 元，降幅为 26.74%，主要系公司于 2021 年 11 月完成了资本公积转增股本，股本由 21,000.00 万元增加至 31,499.9983 万元。**2022 年 3 月末，公司归属于母公司所有者的每股净资产较 2021 年末增加了 0.04 元，增幅为 1.90%，主要系公司 2022 年 1-3 月归属于母公司所有者的净资产有所增加。**

2、应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 37,541.53 万元、31,229.30 万元、**35,536.69 万元**，占流动资产的比例分别为 42.84%、37.72%、**42.36%**。公司应收账款主要系应收电视频道覆盖服务业务、电视剧发行业务、**视频购物及商品销售业务**等款项。

2021 年末，公司应收账款较 2020 年末减少了 6,312.23 万元，主要系受 2020 年新冠肺炎疫情的影响，部分客户回款较慢、账期结算不及时等原因导致 2020 年末应收账款较大，2021 年公司加大催收回款力度，因而应收电视频道覆盖服务业务、电视剧发行业务款项有所降低。**2022 年 3 月末，公司应收账款较 2021 年末增加了 4,307.39 万元**，主要系当期应收电视频道覆盖服务业务、视频购物及商品销售业务、电视节目营销服务业务、电视剧发行业务等款项有所增加。公司的客户主要系电视台及其关联方，整体的资金实力、行业信誉较强，应收账款不能收回的风险较低。

3、预付账款

报告期各期末，公司预付款项分别为 1,245.60 万元、3,632.38 万元、**6,976.69 万元**，占流动资产的比例分别为 1.42%、4.39%、**8.32%**，占各期末流动资产的比例较低。公司预付款项主要系预付广告费、货款、电视覆盖服务费等。

2021 年末，公司预付账款较 2020 年末增加了 2,386.78 万元，主要系 2021 年公司子公司四川流金为宣传推广业务预付较多的广告宣传费和货款。**2022 年 3 月末，公司预付账款较 2021 年末增加了 3,344.31 万元**，主要系因视频购物及商品销售业务发展的需要，公司预付货款增加。

4、存货

报告期各期末，公司存货分别为 9,778.65 万元、10,682.40 万元、**17,216.12 万元**，占流动资产的比例分别为 11.16%、12.90%、**20.52%**。公司存货主要系在产品、库存商品、发出商品等，其中在产品主要系未确认收入的电视频道覆盖服务业务发生的成本，库存商品主要系酒产品、专业卫星数字接收机及组件、**苹果手机等电子产品**，发出商品主要系公司购买的苹果手机等电子产品和专业卫星数字接收机及组件。

2021年末，公司存货较2020年末增加了903.75万元，主要系公司库存较多酒产品和发出苹果手机等电子产品。2022年3月末，公司存货较2021年末增加了6,533.72万元，主要系公司因视频购物及商品销售业务发展的需要，库存商品较多。

5、应付账款

报告期各期末，公司应付账款分别为24,689.99万元、19,418.65万元、16,320.29万元，占流动负债的比例分别为84.99%、81.27%、68.69%。公司应付账款主要系应付电视覆盖服务费等。

2021年末，公司应付账款较2020年末减少了5,271.34万元，主要系2021年公司支付较多的频点资源采购费，导致应付电视覆盖服务费下降4,801.26万元。2022年3月末，公司应付账款较2021年末减少了3,098.36万元，主要系2022年1-3月支付较多的频点资源采购费，导致应付电视覆盖服务费下降3,582.32万元。

（二）利润表主要项目分析

1、营业收入

报告期内，公司营业收入按产品分类情况如下：

项目	2022年1-3月		2021年度		2020年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
电视频道综合运营服务	8,852.17	57.34	62,705.69	73.74	65,715.19	82.11
其中：电视频道覆盖服务业务	6,615.32	42.85	50,693.64	59.61	57,370.34	71.68
电视剧发行业务	1,126.76	7.30	6,604.68	7.77	4,828.90	6.03
电视节目营销服务业务	917.55	5.94	4,632.51	5.45	1,967.47	2.46
专业卫星数字接收机业务	164.25	1.06	389.00	0.46	899.10	1.12
电视广告代理服务业务	28.29	0.18	385.86	0.45	649.38	0.81
视频购物及商品销售业务	6,385.83	41.36	21,211.99	24.94	12,754.43	15.94
其他	201.35	1.30	1,119.23	1.32	1,563.83	1.95
合计	15,439.35	100.00	85,036.92	100.00	80,033.45	100.00

报告期内，公司营业收入主要来源于电视频道综合运营服务、视频购物及商品销售业务，上述业务的收入占营业收入的比例分别为 98.05%、98.68%、**98.70%**。公司 2021 年度营业收入较 2020 年度增长了 6.25%，主要系公司依托丰富的省级卫视频道资源，紧抓客户需求，扩大与客户的合作规模，使得公司电视节目营销服务业务及电视剧发行业务有所增长；另外视频购物及商品销售业务是公司主营业务的增值业务，是有效的商品销售渠道和用户变现方式，公司依托丰富的供应链渠道，视频购物及商品销售业务增长较多。公司各项业务收入变动情况具体如下：

（1）电视频道覆盖业务

报告期内，公司电视频道覆盖业务收入分别为 57,370.34 万元、50,693.64 万元、**6,615.32 万元**，占营业收入的比例分别为 71.68%、59.61%、**42.85%**。公司通过为卫视频道提供个性化、专业化的覆盖服务，使电视节目更广泛、更有效地在“三网”传播。2021 年度，公司电视频道覆盖业务营业收入较 2020 年度下降了 11.64%，主要系公司于 2021 年度减少了优购物频道、时尚购物频道等毛利率较低的覆盖业务。因视频购物及商品销售业务的快速发展，使得公司 2021 年度和 2022 年 1-3 月电视频道覆盖业务的营业收入占比有所下降，但电视频道覆盖业务仍然是公司的主要收入来源。

（2）电视剧发行业务

报告期内，公司电视剧发行业务发展趋势良好，公司电视剧发行业务收入分别为 4,828.90 万元、6,604.68 万元、**1,126.76 万元**，占营业收入的比例分别为 6.03%、7.77%、**7.30%**。2020 年度，公司共买断发行了《你迟到的许多年》、《咱们相爱吧》、《小欢喜》、《我的父亲我的兵》、《可爱的中国》、《战鼓擂》、《弹孔》等多部电视剧；2021 年度，公司共买断发行了《小舍得》、《猎狐》、《趁我们还年轻》、《以家人之名》、《筑梦情缘》、《你迟到的许多年》、《全家福》、《老虎队》、《黄河英雄》、《左轮手枪》、《海棠依旧》等多部电视剧；**2022 年 1-3 月，公司共买断发行了《你是我的城池营垒》、《猎狐》、《破晓》、《觉醒年代》、《旗袍美探》、《你迟到的许多年》等多部电视剧。**2021 年度，公司电视剧发行业务营业收入

较 2020 年度增长了 36.77%，主要系 2021 年度买断发行电视剧的数量和售价有所增加。

（3）电视节目营销服务业务

报告期内，公司电视节目营销服务业务收入分别为 1,967.47 万元、4,632.51 万元、**917.55 万元**，占营业收入的比例分别为 2.46%、5.45%、**5.94%**。2021 年度，公司电视节目营销服务业务营业收入较 2020 年度增长了 135.45%，主要系公司为上海东方娱乐传媒集团有限公司提供的电视栏目、电视剧内容的营销服务数量有所增加。

（4）专业卫星数字接收机业务

报告期内，公司专业卫星数字接收机业务收入分别为 899.10 万元、389.00 万元、**164.25 万元**，占营业收入的比例分别为 1.12%、0.46%、**1.06%**，该项业务占比较低。公司主要销售产品为 LJ7800、LJ7900 等系列产品。2020 年度公司该项营业收入较高，主要系中央数字电视传媒有限公司等客户对公司专业卫星数字接收机产品进行了集中采购。

（5）电视广告代理服务业务

报告期内，公司电视广告代理服务收入分别为 649.38 万元、385.86 万元、**28.29 万元**，占营业收入的比例分别为 0.81%、0.45%、**0.18%**，该项业务占比较低。公司主要代理海南海视旅游卫视传媒有限责任公司、成都扬名食品有限公司等公司的广告业务。2020 年度，公司该项营业收入较高，主要系公司代理了海南海视旅游卫视传媒有限责任公司等客户较多的广告业务。

（6）视频购物及商品销售业务

报告期内，公司视频购物及商品销售业务收入分别为 12,754.43 万元、21,211.99 万元、**6,385.83 万元**，占营业收入的比例分别为 15.94%、24.94%、**41.36%**。视频购物及商品销售业务是公司主营业务的增值业务，是有效的商品销售渠道和用户变现方式，公司依托丰富的供应链渠道，进行了线上线下商品贸易业务。2021 年度，公司视频购物及商品销售业务营业收入较 2020 年度增长了 66.31%，主要系公司不断拓展视频购物及商品销售的客户及需求。**2022 年 1-3**

月，公司视频购物及商品销售业务营业收入占比较高，主要系通过参加拼多多“百亿补贴”活动，公司线上渠道收入增长较多。

（7）其他

报告期内，公司发生其他收入分别为 1,563.83 万元、1,119.23 万元、**201.35 万元**，占营业收入的比例分别为 1.95%、1.32%、**1.30%**，总体占比较低。2020 年度公司其他业务收入主要包括移动积分兑换业务、哈勃系统、金麦客会员收入、版权运营等，2021 年度公司其他业务收入主要包括哈勃系统、金麦客会员收入、版权运营等，**2022 年 1-3 月公司其他业务收入主要包括哈勃系统、金麦客会员收入等**。2021 年度，公司其他业务营业收入较 2020 年度有所下降，主要系 2021 年公司减少了利润率较低的移动积分兑换业务。

2、归属于母公司所有者的净利润

2020 年度和 2021 年度，公司实现归属于母公司所有者的净利润分别为 6,315.16 万元、7,593.40 万元，增幅为 20.24%，公司依托丰富的卫视频道资源，紧抓客户需求，扩大与客户合作规模，同时减少毛利率较低的项目，并积极拓展视频购物及商品销售业务，公司净利润持续增长。**2022 年 1-3 月**，公司实现归属于母公司所有者的净利润为 **1,375.07 万元**。

3、每股收益

2020 年度和 2021 年度，公司每股收益分别为 0.22 元、0.24 元，主要系公司净利润持续增长。**2022 年 1-3 月**，公司每股收益为 **0.04 元**。

（三）经营活动产生的现金流量净额对比分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 8,948.82 万元、1,983.33 万元、**-13,992.44 万元**。2021 年度公司经营活动产生的现金流量净额较 2020 年度降低了 6,965.49 万元，主要系：（1）2021 年度公司支付的电视覆盖服务费和广告费增加；（2）本期支付的薪酬及税费增加。**2022 年 1-3 月公司产生经营活动现金流量净流出**，主要系当期公司不断拓展电视频道覆盖服务业务、视频购物

及商品销售等业务，购买商品、接受劳务支付的现金和支付其他与经营活动有关的现金较多。

2020年度和2021年度，公司每股经营活动产生的现金流量净额分别为0.43元、0.06元，公司每股经营活动产生的现金流量净额有所降低，主要系公司2021年度经营活动产生的现金流量净额降低以及公司股本总额上升所致。2022年1-3月公司每股经营活动产生的现金流量净额为-0.44元。

（四）财务指标变动分析

1、盈利能力分析

项目	2022年1-3月	2021年度	2020年度
毛利率（%）	21.40	19.29	16.61
加权平均净资产收益率 （依据归属于母公司所有者的净利润计算） （%）	2.05	12.04	12.68
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率 （依据母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润计算）（%）	2.02	9.99	11.88

2020年度和2021年度，公司综合毛利率分别为16.61%、19.29%，增幅为16.13%，主要系公司电视频道覆盖服务业务毛利率由14.21%增加至20.46%，公司于2021年度减少了优购物频道、时尚购物频道等毛利率较低的覆盖业务，同时增加了毛利率较高的覆盖业务。2022年1-3月，公司综合毛利率为21.40%，较2021年度增幅为10.94%，主要系公司电视频道覆盖服务业务、电视剧发行业务、视频购物及商品销售等业务的毛利率增加带动公司综合毛利率的增加。

报告期内，公司加权平均净资产收益率分别为12.68%、12.04%、2.05%，扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为11.88%、9.99%、2.02%。公司2020年度加权平均净资产收益率较高，主要系公司2020年度进行了利润分配3,600万元和股份回购3,504.19万元减少了加权平均净资产。

2、偿债能力分析

项目	2022年3月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
资产负债率（合并口径）（%）	26.63	27.11	32.49
资产负债率（母公司）（%）	26.20	26.34	28.31
流动比率（倍）	3.53	3.47	3.02
速动比率（倍）	2.48	2.85	2.63
利息保障倍数（倍）	75.75	151.05	286.02
贷款偿还率（%）	100.00	100.00	100.00
利息偿付率（%）	100.00	100.00	100.00

报告期各期末，公司合并资产负债率分别为 32.49%、27.11%、**26.63%**，公司合并资产负债率有所下降，主要系 2021 年公司应付账款减少、未分配利润和盈余公积有所增加。公司资产负债率较低，长期偿债能力强，利用负债融资的空间较大。为适当利用财务杠杆，公司本次募集资金选取可转债融资方式获得低息长期资金。

报告期各期末，公司流动比率分别为 3.02 倍、3.47 倍、**3.53 倍**，速动比率分别为 2.63 倍、2.85 倍、**2.48 倍**。公司 2021 年末流动比率略有上升，主要系 2021 年末公司应付账款有所下降，公司短期偿债能力较好。

报告期内，公司利息保障倍数分别为 286.02 倍、151.05 倍、**75.75 倍**，下降主要系 2021 年公司执行新租赁准则，公司支付较多的租赁负债利息。公司利息保障倍数处于合理的水平，公司的利润能够保障利息的支出，具备较强的清偿当期债务的能力。

报告期内，公司贷款偿还率和利息偿付率均为 100%，建立了良好的银企合作关系。

3、营运能力分析

项目	2022年1-3月	2021年度	2020年度
应收账款周转率（次）	0.42	2.26	2.16
存货周转率（次）	0.84	6.41	6.17

报告期内，公司应收账款周转率分别为 2.16 次、2.26 次、**0.42 次**，公司应收账款周转率基本稳定，公司销售回款情况较好。

报告期内，公司存货周转率分别为 6.17 次、6.41 次、**0.84 次**，公司存货周转率基本稳定，经营运转正常。

第四节 关于本次发行对公司的影响

一、本次定向发行可转债对上市公司经营管理的影响，上市公司的业务及资产的变动或整合计划

本次发行的募集资金在扣除费用后计划于5G超高清摄传编播智慧平台研发项目、总部基地项目和补充营运资金项目，募集资金用途符合国家产业政策以及行业发展趋势，具有良好的经济效益，本次发行将有助于公司解决发展过程中对提高产能、创新研发的资金需求。

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务开展，不存在因本次发行而导致的业务与资产变动或整合计划。

二、本次定向发行可转债后上市公司财务状况、持续经营能力及现金流量的变动情况

（一）对公司资产负债状况的影响

本次发行将进一步扩大公司的资产规模。截至2022年3月31日，公司资产负债率（合并口径）为26.63%，募集资金到位后，公司的总资产和总负债规模均有所增长，随着未来可转换公司债券持有人陆续实现转股，公司的资产负债率将逐步降低。

以2022年3月31日公司的财务数据进行测算，本次可转债发行完成前后，假设其他财务数据不变，公司的资产负债率（合并口径）变动情况如下：

单位：万元

报表项目	2022年3月31日	本次发行规模	本次转股前	本次转股后
总资产	91,880.52	40,000.00	131,880.52	131,880.52
总负债	24,464.67		64,464.67	24,464.67
资产负债率 (合并口径)	26.63%		48.88%	18.55%

截至2022年3月31日，公司资产负债率（合并口径）为26.63%。本次可转换公司债券发行完成后、转股前，公司的总资产和总负债将同时增加40,000.00万

元，公司资产负债率（合并口径）将从26.63%增加至48.88%。由于可转换公司债券兼具股权和债券两种性质，债券持有人可选择是否将其所持有的债券进行转股，假设债券持有人选择全部转股，在全部转股完成后，公司的净资产将逐步增加，资产负债率（合并口径）将下降至18.55%，公司的资产负债率变动属于合理范围内。

（二）对公司盈利能力的影响

本次募集资金投资项目系依据公司业务需求等因素综合考虑确定，拥有广阔的市场前景。本次募集资金投资项目投入后，公司的盈利能力将得到进一步加强。

（三）对公司现金流量的影响

募集资金到位将使得公司筹资活动产生的现金流入量大幅度增加；随着募集资金投资项目的逐步投入，公司投资活动产生的现金流出量也将大幅增加；在募集资金投资项目完成并实现效益后，公司经营活动产生的现金流入量将显著增加。总体来看，本次发行有助于改善公司现金流量状况，降低经营风险与成本。

三、本次定向发行后，上市公司与发行对象及其控股股东、实际控制人存在同业竞争、潜在同业竞争以及可能存在关联交易等变化情况

截至本募集说明书签署日，由于本次发行的对象尚未确定，因而无法确定公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务是否存在同业竞争或潜在同业竞争。公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务是否存在同业竞争或潜在同业竞争将在发行结束后公告的发行情况报告中予以披露。

四、本次定向发行可转债部分或全部转股后对公司控制权结构的影响

截至2022年3月31日，王俭直接持股22.46%，通过御米投资、流联投资间接

持股10.72%，合计控制流金岁月33.18%的股份，系公司控股股东、实际控制人。

公司拟发行不超过40,000万元，按照可转债初始转股不超过100,000,000股测算，本次发行完成后，控股股东、实际控制人王俭持股比例为25.18%，仍为公司第一大股东，在公司治理层面具有控制权，实际控制着公司的运营管理。

因此，本次向特定对象发行可转债不会导致公司控制权发生变化。

五、本次定向发行可转债相关特有风险的说明

（一）行业政策变化的风险

公司作为电视频道综合运营服务商，公司业务以电视频道综合服务为主、视频购物及商品销售为辅，归属于广播电视及网络视听行业，公司各业务板块均受行业政策影响较大。

近年来国家发改委、广电总局等部门陆续公布了一系列推进广播电视及网络视听行业改革与发展的产业措施，“十四五规划”首次将“构建新时代大视听全产业链市场发展格局”纳入战略性新兴产业领域，有线电视、IPTV和OTT TV多渠道传播方式、中国广播电视网络有限公司成为国内第四家基础电信运营商，这些利好都为公司的业务发展带来重大机遇。但如果国家宏观经济政策及相关产业政策发生较大的调整，将对公司的生产经营造成一定的影响，同时，严格的行业准入和监管政策也增加了行业的监管风险，如果公司在未来业务发展中未能把握好政策导向，可能导致公司受到监管处罚或者业务活动受限。

（二）依赖广播电视行业风险

公司从事的电视频道覆盖服务、电视剧发行服务、电视节目营销服务、电视广告代理服务、专业卫星数字接收机研发及销售等业务，均与广播电视行业相关，公司主营业务的市场供求、技术更新以及市场竞争格局等均与广播电视行业存在联动关系，广电运营商的资本支出、技术模式、商业模式等变化均影响公司主营业务供求关系的变动。未来可能因不利的宏观经济环境和激烈的竞争环境造成电视台针对卫视频道覆盖的支出减少；可能因广告主在新媒体和其他业态广告投放的增加而导致电视台广告收入下降；也可能因广播电视行业对专业卫星数字接收

机的技术标准升级而公司未能及时研发出符合新技术标准的设备等，从而直接影响公司的主营业务，对公司主营业务的增长带来一定的不确定性影响。

（三）客户相对集中风险

报告期内，公司前五大客户的营业收入合计分别为39,372.98万元和、48,202.26万元和5,904.88万元，占公司同期营业收入的比例分别为49.20%、56.69%和38.25%，客户相对集中。虽然公司已与主要客户建立了长期稳定的合作关系，但若上述客户对业务的发展规划发生调整、与公司的合作关系发生变化或受突发性小概率事件影响未正常履约，将对公司的经营业绩产生较大不利影响。

（四）业务模式变化和创新的的风险

公司从事的电视频道综合运营服务和视频购物服务都属于新型现代服务业，在传统广电媒体与新兴媒体融合发展的背景下，三网融合、智慧广电、5G超高清、融媒体的加快推进，公司所处行业的商业模式和经营模式正处于不断发展、创新、完善的过程中。公司将积极反应针对行业发展趋势做出准确判断并根据客户需求及时对业务模式进行创新，但同时也存在着业务模式创新不能达到预期效果的风险。

（五）业务整合风险

公司近年来通过孵化、引进优秀人才等多种方式，为内容供应商提供渠道传播、内容运营及技术支撑于一体的综合服务，包括电视频道覆盖服务、电视剧发行服务、电视节目营销服务、电视广告代理服务、专业卫星数字接收机研发及销售等业务单元，各业务单元在发挥其原有竞争优势的同时保持着开放的兼容性。公司后续将进一步进行业务整合，形成各业务单元紧密协同的运营机制，从而创造出比单一业务单元独立运营更高的效率。公司能否通过业务整合，既确保公司的控制力和凝聚力，又保持各业务单元原有竞争优势并充分发挥协同效应，具有不确定性。

（六）市场竞争的风险

公司所处的广播电视及网络视听行业，在数字化、5G、人工智能、云计算、物联网、4K/8K超高清等技术的加持下，朝着网络化、数字化、智能化方向快速发展，而随着视频购物、数字营销、电视支付、智慧家庭等电视内容输出的多样化，促使电信运营商、互联网企业、内容提供商、内容运营商等不同程度涉足以电视屏幕为终端的业务，公司在电视综合服务相关领域面临的竞争愈发激烈。

（七）技术研发的风险

公司多年来一直注重研发和服务创新，拥有几十项授权专利和软件著作权，并形成了高斯系统-卫视覆盖方案优化与收入成本预测技术、短视频直播加速优化处理技术、大数据内容推荐技术、4K级SDI视音频处理技术、4K硬件编转码技术、Web前端可视化编辑后OTT动态呈现技术等核心技术储备。未来，公司若未能及时准确地把握行业技术变化趋势，未能提前做好新产品、新系统、新技术的研发准备及储备，将会对公司技术迭代升级带来不利影响，从而对公司整体盈利能力产生不利影响。

（八）人才流失风险

公司所处的广播电视及网络视听行业属于人才密集型行业，对专业技术、业务创新、资源整合、创意设计、市场营销、客户服务等人才的需求较高，同时随着公司在北京证券交易所成功上市，公司的业务和规模在不断扩张，在资源整合、资本运作等方面对公司管理人才的质量和数量也提出了更高要求。公司已在人才吸引、培养、任用和激励等方面采取了一系列措施，未来公司若不能保留或引进其发展所需的优秀专业人才，将面临人才流失以及未来业务拓展出现人才瓶颈的风险。

（九）委外加工的风险

公司自主研发专业卫星数字接收机，公司负责硬件及结构的设计、嵌入式软件的开发，具体的生产加工任务通过合同订购的方式委托外协厂商生产，公司不直接进行生产。尽管公司在委托加工过程中对委托加工产品的生产流程、产品质量、交货时间等进行密切跟踪与检查，但是公司无法直接控制委托加工产品的具体生产过程。如果公司委托加工的专业卫星数字接收机发生质量问题，将直接影

响公司的信誉和设备销售，从而对公司的经营产生不利。

（十）专业卫星数字接收机业务相关的合规经营风险

1、公司委托生产专业卫星数字接收机的合规经营风险

报告期内，公司采用委托加工的生产方式委托深圳市赛科世纪信息技术有限公司生产专业卫星数字接收机。深圳市赛科世纪信息技术有限公司持有证书编号为XK09-005-00097的《全国工业产品生产许可证》有效期自2019年5月17日至2022年3月19日，目前正在申请换证。若公司后续继续委托其进行卫星数字接收机的加工，而深圳市赛科世纪信息技术有限公司不能顺利取得《全国工业产品生产许可证》，则公司存在被主管部门行政处罚的风险。

2、公司未来取得入网认定证书的风险

公司目前拥有国家广电总局颁发的编号：011190518992的广播电视设备器材入网认定证书。公司采用委托加工生产方式生产专业卫星数字接收机，本身没有生产场地和生产许可证。根据相关要求，公司在入网申请过程中，入网认定主管部门并不要求申请人提交生产许可证复印件，若未来相关法律法规及广播电视设备器材入网认定发生重大变化，要求申请人必须具有生产场地、生产许可证，则发行人可能存在不能进一步开展卫星数字接收机业务的风险。

（十一）控股股东、实际控制人控制风险

公司控股股东、实际控制人为自然人王俭。截至2022年3月31日，王俭直接持有公司22.46%的股份，通过流联投资、御米投资间接控制了公司10.72%的股份，合计控制流金岁月33.18%的股份。足以对股东大会的会议产生重大影响。且王俭担任公司董事长、总经理，足以对董事会的决议产生重大影响。股份公司成立以来未发生实际控制人利用其控制地位损害公司或其他股东利益的情形，但仍不能排除实际控制人未来通过行使表决权、管理职能或任何其他方式对公司的发展战略、经营决策、人事安排等方面进行不当控制并造成公司及其他股东权益受损的风险。

（十二）公司治理风险

随着公司主营业务不断拓展，公司总体经营规模逐步扩大，这将对公司未来战略规划、组织机构、内部控制、运营管理、财务管理等方面提出更高要求，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

（十三）关于本次发行摊薄即期回报的风险

本次可转债发行完成后至转股前，公司需按照预先约定的票面利率对未转股的可转债支付利息，由于可转债票面利率一般比较低，正常情况下公司对可转债募集资金运用带来的盈利增长会超过可转债需支付的债券利息，不会摊薄基本每股收益，极端情况下如果公司对可转债募集资金运用带来的盈利增长无法覆盖可转债需支付的债券利息时，将会导致公司的税后利润面临下降的风险，将会摊薄公司普通股股东的即期回报。

投资者持有的可转债部分或全部转股后，公司股本总额将相应增加，对公司原有股东持股比例、公司净资产收益率及公司每股收益产生一定的摊薄作用。

为保护投资者利益，保证公司募集资金的有效使用，防范即期回报被摊薄的风险，提高对公司股东回报的能力，公司拟采取如下填补措施：

1、推进募投项目实施，提高公司市场竞争力和持续盈利能力

本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设速度，提高募集资金使用效率。本次发行可转换公司债券完成及募集资金投资项目顺利建成并投产后，可以增强公司研发实力，丰富公司产品结构，提高公司整体的盈利能力。

2、加强对募集资金的管理，防范募集资金使用风险

公司已制定《募集资金管理制度》，严格管理募集资金，保证募集资金按照约定用途合理规范的使用，防范募集资金使用风险。根据《募集资金管理制度》和公司董事会的决议，本次募集资金将存放于董事会指定的募集资金专项账户中；公司建立了募集资金三方监管制度，由保荐机构、存管银行、公司共同监管募集资金按照承诺用途和金额使用，保荐机构定期对募集资金使用情况进行实地检查；同时，公司定期对募集资金进行内部审计、配合存管银行和保荐机构对募集资金

使用的检查和监督。

3、不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，作出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

4、加强人才队伍建设

公司将建立与公司发展相匹配的人才结构，持续加强研发和销售团队的建设，引进优秀的管理人才，建立更为有效的用人激励和竞争机制以及科学合理和符合实际情况的人才引进和培训机制，搭建市场化人才运作模式，为公司的可持续发展提供可靠的人才保障。

5、进一步完善利润分配政策特别是现金分红政策，优化投资回报机制

公司已经按照《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》及其他相关法律、法规和规范性文件的要求修订了《公司章程》，明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则，强化了中小投资者权益保障机制。公司已建立健全有效的股东回报机制。本次发行完成后，公司将严格执行现行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，切实维护投资者合法权益。

（十四）可转换公司债券的有关风险

1、本息兑付风险

在可转债的存续期限内，本公司需按可转债的发行条款就可转债未转股的部分每年偿付利息及到期兑付本金，并承兑投资者可能提出的回售要求，公司已安

排有足够的资金来源兑付本息。受国家政策、法律法规、行业和市场等不可控因素的影响，本公司有可能存在不能从预期还款来源渠道获得足够的资金而影响对可转债本息的按时足额兑付，以及无法对投资者回售要求进行承兑的风险。

2、可转债转换价值降低的风险

公司股价走势受到公司业绩、宏观经济形势、股票市场总体状况等多种因素影响。本次可转债发行后，如果公司股价持续低于本次可转债的转股价格，可转债的转换价值将因此降低，从而导致可转债持有人的利益受到不利影响。

3、可转债到期不能转股的风险

本次可转债转股情况受转股价格、转股期内公司股票价格、投资者偏好及预期等诸多因素影响。如因公司股票价格低迷或未达到债券持有人预期等原因导致可转债未能在转股期内转股，公司则需对未转股的可转债偿付本金和利息，从而增加公司的财务费用负担和资金压力。

4、可转债的投资风险

可转债作为一种金融工具，其市场转让价格不仅取决于可转债相关发行条款，还取决于公司股票价格、投资者的心理预期、宏观经济环境与政策等多种因素。因此可转债价格波动较为复杂，甚至可能会出现异常波动或市场价格与其投资价值严重背离的现象，使投资者面临较大的投资风险。

5、可转债转股后每股收益、净资产收益率摊薄的风险

本次募集资金投资项目需要一定的建设周期，在此期间相关的投资尚未产生收益。本可转债发行后，如债券持有人在转股期开始后的较短期间内将大部分或全部可转债转换为本公司股票，本公司将面临当期每股收益和净资产收益率被摊薄的风险。

6、利率风险

在债券存续期内，当市场利率上升时，可转债的价值可能会相应降低，从而使投资者遭受损失。本公司提醒投资者充分考虑市场利率波动可能引起的风险，以避免和减少损失。

7、流动性风险

根据《可转换公司债券管理办法》第四条规定：“发行人向特定对象发行的可转债不得采用公开的集中交易方式转让。上市公司向特定对象发行的可转债转股的，所转换股票自可转债发行结束之日起十八个月内不得转让。”发行人本次可转债挂牌后的转让方式为采用全价转让方式并实行当日回转，投资者可以采用成交确认委托方式或北交所允许的其他方式委托北交所会员买卖本次发行的可转债。本次发行的可转债转股期自发行结束之日起满6个月后的第1个转让日起至可转债到期日止，本次债券持有对象转股的，所转股票自可转债发行结束之日起18个月内不得转让。本次可转债的转让方式与上市公司公开发行可转债所采用的连续竞价交易方式和转股后的股票交易限制期相比，市场的流动性较低，同时，可转债流动性又受到市场利率、票面利率、剩余转股期限、转股价格、公司股票价格、赎回条款及回售条款等诸多因素的影响，因此本次可转债挂牌后可能面临一定的流动性风险。

8、实际控制人变更风险

截至2022年3月31日，王俭直接持股22.46%，通过御米投资、流联投资间接持股10.72%，合计控制流金岁月33.18%的股份，其他股东持股比例均不超过5%且较为分散。虽然实际控制人的相对持股比例较高，但如本次可转债发行对象均由同一家及其关联方认购，且发生全部转股的极端情况下，将可能造成实际控制人控制权变更的风险。

（十五）发行失败的风险

公司本次发行可转债的发行结果将受到证券市场整体情况、公司股票价格走势、投资者对本次发行方案的认可程度等多种内外部因素的影响。因此，公司本次发行可转债存在发行募集资金不足甚至发行失败的风险。

（十六）应收账款风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为37,541.53万元、31,229.30万元、35,536.69万元，占流动资产的比例分别为42.84%、37.72%、42.36%。公司

应收账款客户主要是电视台及其关联方等，财务状况良好，具有较高的商业信誉和较强的付款能力。公司电视频道覆盖服务业务主要客户为电视台，一般采用分期收款政策，也存在先行买断有线网络公司频点资源，再向下游电视台提供频道落地服务并收取回款的模式。虽然公司主要客户知名度较高、付款能力较强、信誉良好，但是一旦个别客户信用情况发生变化或因特殊原因无法付款，将不利于公司应收账款的收回，从而产生坏账的风险，对公司的利润水平和资金周转产生一定的影响。

（十七）财务指标波动的风险

公司作为电视频道综合运营服务商，主要利用广播电视网、电信网及互联网（即“三网”）为电视内容供应商，如电视频道、电视剧版权方、电视节目制作方、电视广告投放方等提供渠道传播、内容运营及技术支撑于一体的综合服务。目前，公司业务以电视频道综合运营服务为主、视频购物及商品销售为辅。电视频道综合运营服务为公司核心业务板块，包括电视频道覆盖服务、专业卫星数字接收机研发及销售、电视剧发行服务、电视节目营销服务、电视广告代理服务等，如果公司现有各类业务的结构发生调整，公司的财务指标也将出现一定的波动。

（十八）税收政策变化的风险

2015年7月，公司被认定为高新技术企业，2018年9月、2021年12月，公司通过了高新技术企业资质复审，继续享受高新技术企业15%的所得税优惠税率。2016年12月，北京科技被认定为高新技术企业，北京科技自2016年起连续三年，享受高新技术企业15%的企业所得税优惠税率，2019年12月北京科技通过高新复审，三年内可继续享受高新技术企业15%的企业所得税优惠税率。

依据财政部、税务总局发布的《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号），自2019年1月1日至2021年12月31日，从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过300万元、从业人数不超过300人、资产总额不超过5,000万元等三个条件的企业，对其年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按

50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。依据财政部、税务总局公告《关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（2021 年第 12 号），对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在财政部、税务总局《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。**橙视传媒、筑梦空间、成都流金、四川流金 2020 年度符合此通知享受税收优惠的条件，所得不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额；所得超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。橙视传媒、筑梦空间、成都流金、四川流金、2021 年度符合此通知享受税收优惠的条件，所得不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 10%的税率缴纳企业所得税。依据财政部、税务总局发布的《关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财税 2022 年第 13 号），自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。**

根据财政部、国家税务总局《关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2011〕112 号）：“2010 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》（以下简称“《目录》”）范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。”根据财政部、国家税务总局《关于新疆困难地区及喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区新办企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2021〕27 号），“2021 年 1 月 1 日至 2030 年 12 月 31 日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《目录》范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。”玖霖文化所经营项目属于《目录》规定范围，并于 2017 年度产生第一笔生产经营收入，根据规定，玖霖文化自 2017 年度起享受五年内免征企业所得税的优惠政策，一念繁花自 2020 年度起享受五年内免征企业所得税的优惠政策。

报告期内，公司税收优惠占利润总额的比例分别为 14.27%、15.64%、**6.26%**。未来，国家对高新技术企业所得税等税收优惠政策作出调整，或者公司及其子公

司未被继续认定为高新技术企业，或者子公司不再符合小型微利企业税收优惠政策或免税优惠金额，则将会对公司经营业绩和利润水平产生一定程度的影响。

（十九）募集资金投资项目风险

1、募集资金投资项目实施进度或效果未达预期的风险

公司本次募集资金拟投资于 5G 超高清摄传编播智慧平台研发项目、总部基地项目和补充营运资金。本次发行的募集资金投资项目从项目论证、筹备、建设直至最终完成并达到预期效果需要较长的时间，期间宏观环境、市场需求、公司发展战略等因素均可能发生不利变化，存在募投项目不能顺利实施或不能达到预期效果的风险。

2、募集资金投资项目新增折旧摊销影响公司盈利能力的风险

根据募集资金使用计划，本次募集资金投资项目建成后，因项目建设投资而购置的办公场地、研发设备、软件等较多，公司的固定资产和无形资产规模将有较大幅度的增加，导致后续年度的折旧、摊销费用相应上升。若募集资金投资项目实施完毕后不能产生相应的效益并弥补新增固定资产和无形资产投资带来的折旧和摊销，募投项目的投资建设将一定程度上降低公司的净利润和净资产收益率，存在盈利能力和股东回报受到影响的的风险。

3、5G 超高清摄传编播智慧平台研发项目技术研发的风险

公司持续进行着技术创新与新产品、新系统的研发工作，5G 超高清摄传编播智慧平台研发项目是公司通过业务模式的创新，并整合公司现有 5G+4K/8K 超高清优势资源打造涵盖视频采集、视频传输、视频分发、编辑制作、视频播出、频道运营、内容监控为一体化的服务智慧平台。目前，在 5G+4K/8K 超高清视频相关设备及相关技术研发上，公司已投入一定人力、物力，未来还将投入大量设备、软件和研发经费，若未能形成公司预期的符合市场需求的技术平台、系统，将对公司新业务拓展、整体盈利能力产生不利影响。未来，该项目研制成功后，公司若未能及时准确地把握行业技术变化趋势，未能提前做好新产品、新系统、新技术的研发准备及储备，将会对公司技术迭代升级带来不利影响。

（二十）新冠疫情引发的持续经营能力风险

2020年1月以来，国内新型冠状病毒肺炎疫情（以下简称“新冠疫情”）开始爆发，全国各地陆续启动重大突发公共卫生事件一级响应，延迟企业复工、减少人员聚集等措施，对餐饮、旅游、交通运输等消费及服务类行业的企业运营带来了严峻的挑战和生存风险。客户以电视台为主，供应商以有线电视网络公司和电信运营商为主，新冠疫情期间，电视台的卫星电视直播信号传输正常，卫视频道的电视节目正常播出，受到疫情因素的影响较小。目前公司及公司主要客户、供应商已全面复工，合同签订和履行都处于正常状态。虽然公司与客户建立了长期稳定的合作关系，但如果新冠疫情出现反复或者区域性管控长期持续，公司部分业务合同的签订和履行仍存在一定的滞后性或无法实施的情况，进而可能对公司生产经营带来一定的不利影响。

第五节 备查文件

- （一）《北京流金岁月传媒科技股份有限公司第三届董事会第七次会议决议》；
- （二）《北京流金岁月传媒科技股份有限公司第三届监事会第六次会议决议》；
- （三）《北京流金岁月传媒科技股份有限公司 2021 年年度股东大会决议》；
- （四）与本次发行有关的其他重要文件。

北京流金岁月传媒科技股份有限公司

