

**关于贵州多彩新媒体股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的第二轮审核问询函的回复**

保荐人（主承销商）

 **中银国际证券**股份有限公司
BOC INTERNATIONAL (CHINA) CO., LTD.
(上海市浦东新区银城中路 200 号中银大厦 39 层)

深圳证券交易所：

根据贵所于 2022 年 8 月 12 日出具的审核函〔2022〕010805 号《关于贵州多彩新媒体股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“问询函”）的要求，中银国际证券股份有限公司（以下简称“中银证券”、“保荐机构”或“保荐人”）作为贵州多彩新媒体股份有限公司（以下简称“多彩新媒”、“发行人”或“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），会同发行人及发行人律师广东华商律师事务所（以下简称“律师”、“发行人律师”）和申报会计师天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“天健”、“申报会计师”、“会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并对招股说明书等有关文件进行了修改及补充，现回复如下，请予审核。

如无特殊说明，本问询函回复中使用的简称或名词释义与《贵州多彩新媒体股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“《招股说明书》”）一致。

审核问询函所列问题	黑体（不加粗）
对审核问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
引用原招股说明书内容	宋体（不加粗）
对招股说明书的修订、补充	楷体（加粗）

注：本审核问询函回复除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

目 录

【问题 1】关于成长性.....	3
【问题 2】关于营业收入	29
【问题 3】关于营业成本	48
【问题 4】关于毛利率.....	71
【问题 5】关于研发费用	79
【问题 6】关于北京连屏	96
【问题 7】关于原始报表差异	109
【问题 8】关于审计截止日后财务信息及经营状况.....	119

【问题 1】关于成长性

根据申报材料及审核问询回复：

（1）根据信息系统审计报告，2021 年度贵州电信、贵州移动、贵州联通侧用户的开机率（有效用户中有开机行为的用户比例）的月度平均值分别为 49.94%、45.20%和 45.78%。

（2）贵州电信、贵州移动、贵州联通三侧的用户点播、付费行为存在一定差异。2021 年度，贵州电信、贵州移动、贵州联通的平均点播率（开机用户中有播放行为的用户比例）分别为 55.12%、68.77%和 69.10%，平均付费率（当月订购用户数与在网用户数比例）分别为 7.02%、13.87%和 2.86%。

请发行人：

（1）分析报告期各期日活、月活、开机率、点播率、付费率等关键经营指标的变化情况，“僵尸用户”情况，相关指标是否符合行业特征。

（2）结合不同运营商提供内容、定价策略等，说明不同运营商平均点播率与平均付费率存在较大差异的原因及合理性。

（3）IPTV 业务在贵州的发展情况，与全国平均水平、可比公司主营地区的差异，未来发展空间是否受限；结合发行人主营业务存在明显的区域集中特征、IPTV 业务发展情况、新媒体与之竞争、替代的可能性、对业务未来发展的规划及本地市场业务下沉的可行性、有效性，说明发行人业务的增长空间及成长性。

（4）结合前述问题及用户数量、渗透率、ARPU 值等，说明发行人改善经营效率、提高付费率及每用户月均收入的主要手段与有效性。

请保荐人发表明确意见。请发行人、保荐人结合上述因素更新、完善关于符合创业板定位要求的专项说明及相关文件。

回复：

一、分析报告期各期日活、月活、开机率、点播率、付费率等关键经营指标的变化情况，“僵尸用户”情况，相关指标是否符合行业特征

（一）报告期各期日活、月活、开机率、点播率、付费率等关键经营指标的变化情况

发行人各期日活、月活、开机率、点播率、付费率等关键经营指标的变化情况如下：

单位：万户

年度	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	人数/ 比例	变动率/ 变动百分比	人数/ 比例	变动率/ 变动百分比	人数/ 比例	变动率/ 变动百分比	人数/ 比例
日活	138.43	22.83%	112.70	16.17%	97.02	96.03%	49.49
月活	348.91	21.79%	286.50	31.49%	217.89	70.37%	127.89
开机率	48.47%	1.68%	46.78%	1.39%	45.39%	-8.49%	53.88%
点播率	58.09%	-5.97%	64.06%	-5.35%	69.40%	-12.52%	81.93%
付费率	10.52%	-0.33%	10.85%	4.57%	6.27%	4.69%	1.58%

注 1：上述各期日活、月活、开机率、点播率、付费率等关键经营指标为各期平均值；

注 2：因发行人无法完整获取贵州移动 2019 年和 2020 年 IPTV 增值业务订单数据，因此上表中 2019 年、2020 年付费率为贵州电信及贵州联通数据的平均值。

注 3：贵州移动存量用户于 2020 年初完成割接，因割接的存量用户使用的机顶盒较为老旧，发行人 EPG 探针未能准确获取该部分存量用户的开机及点播等用户行为数据，因此上表中日活、月活、开机率、点播率数据均不含贵州移动存量用户数据。

注 4：付费率=当月订购用户数/在网用户数；开机率=有效用户中有开机行为的用户/在网用户数；点播率=点播用户数/开机用户数。

1、日活、月活变动情况分析

由上表可知，发行人日活、月活数据增长速度较快，2019 年-2021 年年均复合增长率分别为 50.90%及 49.67%，发行人 2019 年-2021 年平均在网用户数量年均复合增长率 46.82%，发行人日活、月活数据与公司 IPTV 在网用户数增长趋势一致。

2、开机率变动情况分析

上表中公司 2020 年开机率较 2019 年下降较为明显。2020 年初贵州移动存量用户完成了割接，因割接的存量用户使用的机顶盒较为老旧，发行人 EPG 探针未能准确获取该部分存量用户的开机及点播等用户行为数据，因此计算的开机率使用的开机用户数不包含贵州移动存量用户。开机率等于开机用户除以在网用

户数，由于计算的开机率中在网用户包含了贵州移动存量用户，而开机用户未包含贵州移动存量用户，导致由此计算的开机率有所下降。

为准确反应用户的行为，发行人将分子分母均剔除贵州移动存量用户对发行人开机率进行了修正，修正后报告期内发行人开机率分别为 53.88%、55.69%、54.05%及 53.77%。修正后发行人在报告期内开机率较为稳定。

3、点播率变动情况分析

报告期内发行人点播率呈小幅下滑趋势，主要原因系 IPTV 用户一般在办理 IPTV 业务初期收看电视较多，随着时间推移，部分老用户活跃率将逐步降低，随着公司用户数量的不断增加，老用户越来越多，点播率呈逐步下降趋势。

其中 2020 年较 2019 年点播率下降幅度较大，主要系 2019 年贵州电信因部分机顶盒型号较为老旧，EPG 未能完全适配机顶盒，公司未能完整获取用户开机的行为数据，导致 2019 年开机用户数偏小，从而使得以点播用户除以开机用户数计算出来的点播率偏高。

4、付费率变动情况分析

报告期内公司平均付费率分别为 1.58%、6.27%、10.85%及 10.52%，2019 年至 2021 年，公司增值业务的付费率稳步提升，主要系 2020 年起公司开始大力推广增值业务，不断丰富增值业务内容，引进头部内容以及本土特色垂直内容，培养用户付费意识，引入账单支付功能以及连续包月产品满足消费者的使用习惯，提高用户付费意愿所致。报告期内分运营商各年用户付费率波动分析详见本题回复之“二、/（二）”。

（二）“僵尸用户”情况

目前行业内并无对“僵尸用户”明确定义，按照行业通行的定义为“花钱就可以买到‘关注’，有名无实粉丝，它们通常是由系统自动产生的恶意注册用户”。发行人的用户均为实名注册在电信运营商办理宽带的同时办理 IPTV 业务的真实用户，因此发行人并无行业内通行的严格意义上的“由系统自动产生的恶意注册”的“僵尸用户”。但是为了准确反映发行人用户活跃情况，公司将某一年度内没有任何用户行为的用户定义为“僵尸用户”，测算了报告期内各期没有任何用户行为用户数据及其占在网用户数的比例，具体情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
僵尸用户数 (万户)	195.79	106.78	89.01	46.00
占比	28.67%	18.27%	19.84%	14.12%

注：贵州移动存量用户于2020年初完成割接，因割接的存量用户使用的机顶盒较为老旧，发行人EPG探针未能准确获取该部分存量用户的开机及点播等用户行为数据，上表中僵尸用户数及占比计算均不含贵州移动存量用户。

2019年至2022年6月末，“僵尸用户”占在网用户数比例（以下简称“僵尸用户占比”）分别为14.12%、19.84%、18.27%、28.67%。根据发行人与三大电信运营商签订的合同及相关约定，发行人与三大电信运营商基础业务结算依据如下：

客户	结算依据
贵州移动	按照当月总激活机顶盒用户数进行结算（总激活机顶盒定义：所有在网的且有过首次登录时间，即有过成功登录记录的用户，不包含已注销用户。）
贵州电信	按正常在网用户数剔除8%的坏账率进行计算
贵州联通	按照双认证后的活跃且出账用户进行计算（活跃用户定义：激活后每月进入EPG页面至少1次点击行为的出账用户）

对于贵州移动及贵州电信，公司基础业务结算时均按照在网用户数进行结算，与用户是否活跃无关。公司与贵州联通基础业务按照活跃用户进行结算，用户是否活跃对贵州联通结算金额有一定影响。但是报告期内，公司在贵州联通的用户数量占比仅为11.18%、7.13%、5.85%、5.78%，基础业务收入占比仅为2.27%、3.1%、2.26%、2.33%，占比较小，因此与用户是否活跃对公司收入结算影响较小，“僵尸用户”占比对发行人经营业绩不存在重大影响。

（三）相关指标是否符合行业特征

1、同行业日活、月活、开机率、点播率等情况

同行业可比公司均未披露报告期内的日活、月活、开机率、点播率等情况，根据CTR央视市场研究出具的《2019-2020IPTV行业发展报告》，2019年-2020年，行业平均IPTV点播用户占比为50%，贵州省IPTV点播观看用户占比居全国第一。公司日活、月活、开机率符合行业特征。

2、同行业付费率情况

同行业可比公司付费率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
无线传媒	5.78%	7.09%	7.45%	7.27%
海看股份	8.00%	7.69%	6.72%	4.73%
重数传媒	未披露	82.35%	83.66%	80.38%
多彩新媒	10.52%	10.85%	6.27%	1.58%

经过多年发展，公司在 2019 年-2021 年用户付费率稳步提升，2021 年公司付费率高于无线传媒及海看股份，主要受益于公司在报告期内不断加强头部内容的引进，以及公司持续发挥开放融合优势，通过贵州网络视听产业园进一步提升社会化协作能力，通过与产业链上游优质企业制作自有版权的本土化、特色化的内容，吸引更多用户订购公司增值业务内容。

重数传媒付费率高于发行人，主要系重数传媒采取了不同的定价策略，其以较低的基础业务及较低的增值业务套餐定价吸引更多的用户来订购其增值付费内容，因此其增值业务付费率高于发行人，但是增值业务单户创收显著低于发行人及其他同行业可比公司。发行人 2019 年-2021 年增值业务单户创收分别为 10.72 元、19.11 元、15.37 元；重数传媒 2019 年-2021 年增值业务单户创收分别为 2.90 元、3.02 元、3.03 元。

二、结合不同运营商提供内容、定价策略等，说明不同运营商平均点播率与平均付费率存在较大差异的原因及合理性

（一）不同运营商平均点播率差异分析

运营商	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
贵州电信	50.94%	55.12%	55.74%	94.75%
贵州联通	59.93%	69.10%	71.61%	73.84%
贵州移动	62.09%	68.77%	76.87%	80.76%

贵州电信 2019 年因部分机顶盒型号较为老旧，EPG 未能完全适配机顶盒，公司未能完整获取用户开机的行为数据，导致 2019 年开机用户数偏小，从而使得以点播用户除以开机用户数计算出来的点播率偏高。

从整体上看，报告期内贵州移动及贵州联通点播率较为接近，贵州电信点播率低于贵州移动及贵州联通。

贵州电信点播率低于贵州移动及贵州联通主要原因系：（1）贵州电信开展 IPTV 业务较早，引进的机顶盒等硬件设施也比较早，用户使用的机顶盒型号较老，用户体验欠佳，使用老机顶盒的用户点播率较低；（2）贵州电信由于其 IPTV 传输平台内容 CDN 存储空间有限的问题，导致贵州电信内容丰富程度也低于贵州移动，部分内容在贵州电信上线时间一般也会晚于贵州移动及贵州联通，从而影响了贵州电信用户的点播率。

（二）不同运营商平均付费率差异分析

报告期内，不同运营商平均付费率具体情况如下：

客户	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
贵州电信	6.24%	7.02%	7.06%	1.58%
贵州联通	3.94%	2.14%	1.23%	-
贵州移动	13.64%	13.87%	-	-

注：因发行人无法完整获取贵州移动 2019 年和 2020 年 IPTV 增值业务订单数据，因此上表中未计算贵州移动付费率。

从上表可知，贵州移动付费率高于贵州电信，贵州电信付费率高于贵州联通。

1、贵州移动付费率高于贵州电信原因分析

贵州移动付费率高于贵州电信主要原因如下：

（1）贵州电信定价高于贵州移动

自 2020 年 4 月起，以用户订阅最多的影视和少儿包为例，贵州移动的影视及少儿包连续包月定价分别为 18.8 元/月及 19.8 元/月，而贵州电信定价均为 24 元/月，贵州电信定价明显高于贵州移动。较高的收费价格限制了贵州电信的付费率的增长。

（2）贵州移动较早的推出了连续包月产品

发行人与贵州移动于 2019 年 7 月开始合作 IPTV 增值业务，在合作之初即开通了连续包月产品，而贵州电信 2019 年与发行人合作开始时仅有月包产品，无连续包月产品，直到 2020 年 3 月才开通推出连续包月产品。连续包月产品在用户第一次预订后每月自动续订，用户不需要任何操作，方便了消费者。连续包

月产品的推出使得贵州移动从 2019 年开始付费率就快速提升，而贵州电信的付费率在 2020 年 3 月之后才开始增加。

（3）贵州移动较早的使用了账单支付

账单支付即用户订购产品时并不需要支付现金，而是直接记入至用户的电话费中，在月底与话费一同出账。使用账单支付时，并无现金直接支付，操作流程简单，用户更有意愿进行订购。公司与贵州移动合作之初即使用了账单支付，而公司与贵州电信在 2019 年合作时仅开通了扫码支付功能，用户每次订购均需要进行扫码支付，流程相对复杂。贵州电信于 2020 年 3 月才开通账单支付功能，这也导致了贵州电信的付费率相对较低。

（4）贵州电信用户活跃程度低于贵州移动

由于贵州电信开展 IPTV 业务较早，其机顶盒等硬件设施相对陈旧，同时受 IPTV 传输平台内容 CDN 存储空间限制，贵州电信内容丰富程度及内容更新的及时性也低于贵州移动，因此其用户体验欠佳，贵州电信的用户活跃率及点播率也低于贵州移动。用户活跃是用户点播付费的基础，因贵州电信用户点播率略低于贵州移动，导致了贵州电信用户的付费率低于贵州移动。

2、贵州电信及贵州移动付费率高于贵州联通的原因

（1）贵州联通增值业务内容少于贵州电信及贵州移动

由于电信运营商运营策略不一致，导致不同运营商上线的付费产品包也不同，贵州联通仅上线了影视及少儿 2 个重要付费包，而贵州移动及贵州电信除了影视和少儿包外，还上线了大量如极光 TV 专区、音乐、游戏等不同的独立计费包，内容丰富程度不同导致了贵州联通的付费率低于贵州电信及贵州移动。

（2）贵州联通上线连续包月产品时间较晚

贵州联通于 2020 年 7 月与发行人合作 IPTV 增值业务，于 2021 年 4 月才上线连续包月产品，连续包月产品对增值业务付费率有较大的提升。由于贵州联通上线连续包月产品较晚，导致报告期内贵州联通付费率低于贵州电信及贵州移动。

（3）贵州联通上线账单支付时间较晚

贵州联通于 2021 年 11 月才开通账单支付功能，晚于贵州移动及贵州电信，由于账单支付具有无需现金支付，操作简便的特点，可以有效提高用户付费意愿。贵州联通上线账单支付功能时间较晚，导致报告期内贵州联通付费率低于贵州电信及贵州移动。

三、IPTV 业务在贵州的发展情况，与全国平均水平、可比公司主营地区的差异，未来发展空间是否受限；结合发行人主营业务存在明显的区域集中特征、IPTV 业务发展情况、新媒体与之竞争、替代的可能性、对业务未来发展的规划及本地市场业务下沉的可行性、有效性，说明发行人业务的增长空间及成长性。

（一）IPTV 业务在贵州的发展情况，与全国平均水平、可比公司主营地区的差异，未来发展空间是否受限

1、IPTV 业务在贵州的发展情况

公司经贵州广播电视台独家授权，独立运营贵州省 IPTV 集成播控服务经营性业务。公司制定了“开放、融合”的运营战略，通过社会化协作，推进技术研发、产品开发及内容生产运营的持续创新，构建了“下沉社区、贴近用户”的 IPTV 全平台服务能力体系，IPTV 业务在贵州的本土内容和服务体系日趋完善，实施固基扩面效果明显，与三大运营商的全业务全生态合作实现破局。目前公司经营业务正向产业链上下游不断延伸，向更多线下生活服务场景拓展，主营业务的商业价值日益提升，产品逐步由电视节目播出渠道转型发展成为智慧融媒服务平台。

自公司成立以来，IPTV 业务在贵州发展迅速，截至 2022 年 6 月末，贵州省 IPTV 用户规模已达 792.86 万户，2019-2021 年各年末贵州省 IPTV 用户数量年均复合增长率达 35.71%。截至 2022 年 6 月末，公司在贵州省内 IPTV 业务渗透率达 62.45%。除 IPTV 基础业务外，贵州省内 IPTV 增值业务也快速发展，公司自 2019 年探索 IPTV 增值业务以来，2022 年上半年，IPTV 增值业务收入已占公司全年收入的 21.14%，用户平均付费率已达到 10.52%。

2、与全国平均水平、可比公司主营地区的差异

（1）发行 IPTV 业务渗透率与同行业平均水平对比情况

报告期内，发行人 IPTV 业务渗透率与可比公司主营地区对比如下：

区域	公司名称	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
全国	-	74.14%	70.53%	63.78%	62.99%
湖南	芒果超媒	-	61.19%		
广东	新媒股份	47.38%	46.10%	43.33%	48.80%
山东	海看股份	47.33%	43.94%	42.12%	38.95%
河北	无线传媒	60.69%	60.85%	59.21%	57.28%
重庆	重数传媒	-	40.95%	39.33%	42.75%
贵州	多彩新媒	62.45%	55.74%	46.34%	34.55%

注 1：渗透率=IPTV 用户数/家庭用户数，IPTV 用户数来源为《通信业统计公报》、可比公司定期报告及其招股书，家庭用户数来源为全国及地方《统计年鉴》。

注 2：由于全国及各省暂未公布 2021 年末及 2022 年 6 月末家庭户数，上表 2021 年末及 2022 年 6 月末渗透率计算沿用 2020 年末家庭户数。

从上表可以看出，报告期内发行人 IPTV 业务渗透率呈增长趋势，与其他省份变动趋势基本一致。截至 2021 年末公司 IPTV 业务渗透率高于广东省、重庆市、山东省，但是低于河北省及全国平均水平。截至 2022 年 6 月末公司 IPTV 业务渗透率高于广东省、河北省和山东省，但是仍低于全国平均水平。

（2）发行人 IPTV 增值业务付费率与同行业平均水平对比情况

经过多年发展，公司在 2019 年-2021 年用户付费率稳步提升，受益于公司在报告期内不断加强头部内容的引进，以及公司持续发挥开放融合优势，通过贵州网络视听产业园进一步提升社会化协作能力，通过与产业链上游优质企业制作自有版权的本土化、特色化的内容，2021 年公司付费率高于无线传媒及海看股份。详细情况详见本题回复之“一、/（三）/2、”。

3、未来发展空间是否受限

（1）公司 IPTV 基础业务还有一定发展空间

截至 2021 年末，发行人 IPTV 业务渗透率低于河北省及全国平均水平，截至 2022 年 6 月末，公司 IPTV 业务渗透率低于全国平均水平，发行人 IPTV 用户规模仍可进一步发展。报告期各期末，我国 IPTV 用户数分别为 29,395 万户、

31,515 万户、34,851 万户和 36,637 万户，2020 年、2021 年末及 2022 年 6 月末相对于上一期末增长率分别为 7.21%、10.59%、5.12%，IPTV 用户仍然处于增长的态势。报告期内全国 IPTV 用户数量仍处于增长状态，未来发行人 IPTV 业务渗透率达到全国平均水平后，仍将随着全国 IPTV 用户数量增长而继续增长，因此发行人 IPTV 基础业务未来仍存在较大发展空间。

IPTV 业务的发展主要受益于全国宽带业务的发展，2020 年、2021 年末及 2022 年 6 月末，我国宽带用户较上一期末增长速度分别为 7.63%、10.80%、5.05%，截至 2022 年 6 月末，我国千兆宽带用户为 6,111 万户，较 2021 年末增长 76.82%，占宽带用户数量比例仅为 10.85%，目前我国千兆宽带用户占比还比较低。未来我国宽带业务的发展，尤其是千兆宽带的迅速发展为 IPTV 智慧家庭带来的新体验，将进一步刺激我国 IPTV 业务的发展，公司也将结合运营商发展第二条宽带及电视业务，进一步扩大份额，未来突破单宽带用户上限。

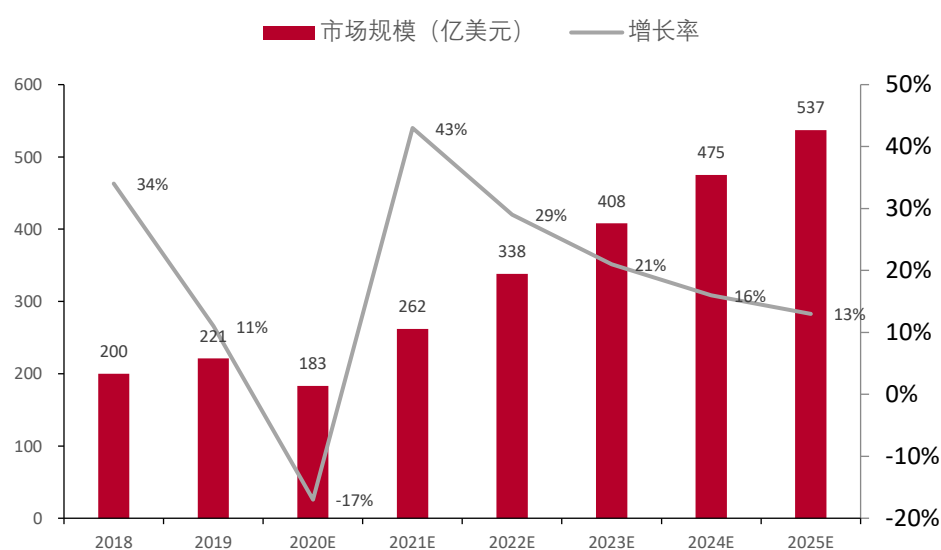
（2）公司增值业务可挖掘潜力较大

发行人 2022 年 1-6 月 IPTV 增值业务付费率为 10.52%，相较于 OTT TV 及商业视频网站市场用户付费率仍处于较低水平，OTT TV 行业及商业视频网站主要平台如爱奇艺近年付费率约为 20%。未来随着发行人 IPTV 用户数持续增加、以及业务下沉能力的不断加强，针对家庭和个人用户的增值业务付费率的提升，增值业务可挖掘潜力较大。2022 年 1-6 月公司对贵州移动、贵州电信、贵州联通增值业务付费率分别为 13.64%、6.24%、3.94%，贵州移动付费率显著高于贵州电信及贵州联通，未来通过提升贵州电信、贵州联通内容质量，优化运营能力，提升运营效果，贵州电信及贵州联通增值业务将得到快速的发展。

（3）未来公司将 IPTV 平台打造成用户智慧家庭服务平台入口，可为公司寻找新的利润增长点

公司未来还将以 IPTV 平台为基础，建立电商、智慧社交、智慧教育、智慧办公、智慧社区、智慧医疗、智慧养老 7 个智慧平台，使用户通过电视机遥控器、手机等终端即可实现互动、购物、学习、办公、问诊等多种常用生活场景功能，方便快捷地享受到智能、舒适、高效与安全的生活服务，将公司 IPTV 平台打造成为用户智慧家庭服务平台入口。公司未来将在上述 7 大场景孵化相应的内

容和产品，基于 LBS 位置定位推送相关的服务，通过增值业务订购方式扩大收入来源。一方面通过智慧家庭平台的构建，进一步提升用户体验、提高用户粘性，为公司拓展基础业务用户提供渠道；另一方面智慧家庭平台深入用户生活的方方面面，通过精准识别用户群体提供增值业务方式，为公司提供新的利润增长点。根据 OVUM 机构报告，2019 年，我国智慧家庭市场规模共计 221 亿美元，预计 2025 年，市场规模将达 537 亿美元，预计 2019-2025 年均复合增长率为 15.95%。公司未来在智慧家庭产业发展潜力较大。



数据来源：OVUM、中国移动

（4）通过技术及内容输出，突破 IPTV 平台省域发展局限

在技术研发方面，公司将进一步发挥其在业务前台、中台、后台产品上的研发优势，持续研发迭代统一媒资管理系统、统一用户关系管理系统、EPG 积木框架、可视化运营系统等，同时将公司现有技术向电信运营商能力平台以及省外 IPTV 运营平台输出。2022 年 6 月，公司与贵州联通签订《贵州联通 IPTV 传输分发平台租赁服务合作协议》，公司作为电信运营商 IPTV 传输分发平台的承建方，实现了技术能力向下游电信运营商输出，开拓了新的业务合作模式，为公司 IPTV 业务拓展了新的收入来源。在运营方面，公司将依托现有的自有版权垂直内容优势，集成其他优质内容提供方提供的各细分圈层内容，一方面向省外 IPTV 运营平台输出，实现 IPTV 内容跨省输出；另一方面，利用贵州广播电视台独家授权的互联网电视内容服务牌照，与 OTT TV 集成牌照方合作，将内容输出至 OTT TV 平台，实现内容跨平台输出。公司牵头与多省联合打造的《看中国》视

听产品,建立了多省 IPTV 平台的互联互通机制,为公司内容业务快速输出落地,打通了广覆盖、低成本、高触达的渠道。公司将通过技术及内容的对外输出,突破 IPTV 集成播控服务不能跨省经营的局限性,为公司提供新的收入增长路径。

综上所述:发行人 IPTV 基础业务还有较大发展空间, IPTV 增值业务发展潜力较大,智慧家庭项目的建设将为公司带来新的利润增长点,技术跨省跨产业链输出以及内容跨省跨平台输出将为公司突破 IPTV 业务的省域发展局限,因此公司未来业务发展潜力较大,不存在未来发展空间受限的问题。

(二)结合发行人主营业务存在明显的区域集中特征、IPTV 业务发展情况、新媒体与之竞争、替代的可能性、对业务未来发展的规划及本地市场业务下沉的可行性、有效性,说明发行人业务的增长空间及成长性

1、发行人主营业务区域集中特征

根据广电总局等部门有关规定,我国 IPTV 集成播控平台建设采取中央、省两级构架,各省 IPTV 集成播控分平台仅能在本省运营,禁止 IPTV 分平台跨省运营。因此,发行人作为贵州省 IPTV 集成播控分平台运营方,经贵州广播电视台独家授权,独立运营贵州省 IPTV 集成播控服务经营性业务。发行人 IPTV 集成播控服务经营性业务的区域集中特征,为发行人提供了资质壁垒,使其主营业务在贵州省内具有垄断性与排他性。IPTV 业务区域集中特征为发行人提供了以下竞争优势:

(1) IPTV 业务区域集中有利于业务高效开展。作为区域意识形态阵地和主流媒体平台,在社会效益上, IPTV 业务助力地方党委政府履行管理和公共服务职责,党委政府大力支持 IPTV 业务发展;在经济效益上, IPTV 业务协同当地运营商增加家庭业务收入,公司和运营商资源合作效率很高。两效叠加,促进公司用户规模与收入规模的快速增长。

(2) IPTV 业务区域集中便于资源集中发力。区域性业务能充分融合本土社会资源,深入开展社会化协同合作,细分区域内用户流量,进行本土精细化运营,实现商业价值最大化。

(3) IPTV 业务区域集中与区域文化趋同。IPTV 集成播控平台通过利用区域内长期形成的文化共识和文化认同,策划生产贴近区域文化特征的本土内容,

与用户产生情感共鸣，有利于拉近与用户关系，高效提升用户粘性。

（4）IPTV 业务区域集中与用户需求趋同。IPTV 集成播控平台利用本土用户需求的趋同性，深层次挖掘本土用户集中性的需求，快速制定策略、快速迭代，提供相关产品和服务，有利于高效实现流量变现和业务拓展。

同时，各省 IPTV 集成播控分平台仅能在本省运营，亦决定了 IPTV 业务发展具有地域限制。

2、发行人 IPTV 业务发展情况

发行人自成立以来就以播控安全为前提、以满足用户需求为导向，不断引入丰富优质的版权内容，大力投入技术研发，并积极探索市场下沉业务模式，目前已能够为用户提供 140 余路直播频道，30 余万小时海量点播内容。截至 2022 年 6 月末，发行人 IPTV 用户规模达到 792.86 万户，2019-2021 年末年均复合增长率为 35.71%。截至 2022 年 6 月末，公司在贵州省内 IPTV 业务渗透率达 62.45%。除 IPTV 基础业务外，贵州省内 IPTV 增值业务也快速发展，公司自 2019 年探索 IPTV 增值业务以来，截至 2021 年末，IPTV 增值业务收入已占公司全年收入的 22.64%，用户平均付费率已达到 10.85%。

根据 CTR 报告，贵州 IPTV 点播内容观看用户占比全国第一，直播频道观看用户占比位列全国第四，直播观看与点播观看占比双双位居全国前列。此外，报告期内，发行人荣获业内多个奖项：县域定制版产品“雷山县定制版”荣获了“2019 金屏奖年度融媒体优秀案例奖”；自有版权节目《萌趣星人小鬼大》入选 2020 年度广电总局优秀少儿扶持节目。

3、新媒体与之竞争、替代的可能性

近年来随着我国三网融合的深入推进，IPTV 业务、互联网电视、商业视频网站等新媒体业发展迅速，整体上呈现竞争性格局，存在一定的可替代性，但相较于 OTT TV 和商业视频网站，IPTV 具备明显的竞争优势，具体情况如下：

（1）相较于 OTT TV 和商业视频网站，IPTV 业务可以提供电视节目直播内容，内容资源更加全面并更具有公信力

OTT TV 和商业视频网站业务主要依托公共互联网进行传输，由于实现播出

内容可管可控的难度较高，按照现行国家政策规定无法提供广播电视节目的直播内容。相较于互联网电视业务，IPTV 业务除可提供视频点播及增值业务等内容资源外，还可提供电视节目直播内容，内容资源相较于互联网电视业务更加全面。

同时，IPTV 业务作为广播电视在新媒体领域的重要延伸，是重要的宣传思想文化平台和意识形态阵地，可提供包含时政类新闻直播视听节目，内容资源相较于互联网电视业务具有更强权威性和公信力等特征。

（2）相较于 OTT TV 和商业视频网站，IPTV 业务通过专网传输，传播信号更加稳定

IPTV 业务通过电信运营商构建的虚拟专网进行传输；同时随着服务质量技术（Quality of Service）在 IPTV 业务中的广泛应用，支持服务质量技术的设备在当网络出现拥塞时可实现差异化流量转发、控制和拥塞避免的目标，保障实时性强且重要的数据的传输。由于 IPTV 业务可提供的视频直播和时政类新闻直播视听节目具有权威性和舆论导向性等特征，在传输过程中具有较高的优先级，传播信号相较于互联网电视业务更加稳定。

（3）相较于商业视频网站，IPTV 业务具有大屏、清晰的优势，更适合家庭多人共同观看，具有更强的家庭互动性

商业视频网站主要通过移动设备端或电脑端向用户提供视听节目服务，由于移动端设备和电脑设备的屏幕相较于电视相对较小，以及音量外放受到限制，无法满足多人共同观看等特定情景的需求。IPTV 业务以电视端的形式向用户提供视听节目服务业务，主要应用于客厅端电视屏等情景，具有电视端具备的大屏沉浸式效果、画质清晰、音质损失小等特征，具有更强的家庭互动性，可同时满足个人和多人共同观看视听节目的需求，应用场景相较于商业视频网站更加多样。

（4）相较于 OTT TV 和商业视频网站，IPTV 业务区域性下沉市场能力较强。

IPTV 业务的分省经营模式，使其拥有更多的资源及精力运营本土区域用户，同时本土内容和服务资源整合能力较强，能更有效的提升 IPTV 业务与用户的粘性，便于深耕用户各类生活场景，有利于全面建立线上、线下协同的服务体系。而 OTT TV 和商业视频网站均为覆盖全国市场的集约型产品，无法下沉运营具备极强差异性的区域性市场。

因此，虽然 OTT TV、商业视频网站与 IPTV 的终端用户都为新媒体视听用户，但是 IPTV 相较于 OTT TV 和商业视频网站均有明显的竞争优势。

4、发行人业务未来发展的规划

未来公司将进一步提升公司 IPTV 用户渗透率、提升 IPTV 增值业务收入，同时还将在智慧家庭服务、技术内容输出方面打造新的利润增长点，具体情况如下：

（1）进一步加强产品及运营创新，提升 IPTV 业务渗透率

截至 2022 年 6 月 30 日，公司 IPTV 基础业务用户数量为 792.86 万户，根据《贵州统计年鉴》，2020 年末贵州省家庭户数为 1,269.66 万户，以 2020 年贵州省家庭户数测算，公司 IPTV 基础业务在贵州省内家庭渗透率为 62.45%，与全国平均渗透率比，还有一定差距，IPTV 基础业务用户数量还有较大的增长空间。

在产品方面将继续推广县域定制版及社区定制版，争取做到县域定制版在贵州省内所有县市全覆盖；同时试点按照行动区域、“地铁社区”及用户群体打造用户生活圈概念，用户可根据需要自主选择需要的圈层场景，进入不同的用户 EPG 页面，根据不同生活圈，推送周边衣食住行相关线下门店和周边服务。公司将通过强运营提高产品用户体验从而进一步吸引用户。在内容方面，公司将进一步加强开放融合、社会化协作，充分利用好贵州网络视听产业园的平台优势，加强与园区企业及细分领域有丰富经验的第三方机构合作，通过制作优质垂直内容吸引更多用户，把相关细分圈层的用户转换为公司终端用户。公司将进一步加强产品及内容创新，提升用户体验，不断拓展新用户，提升用户的活跃率。

（2）进一步加强优质内容引入，提升增值业务运营能力，提升增值业务收入规模

公司自 2019 年开始试点增值业务以来，增值业务收入快速增长，2022 年 1-6 月公司增值业务收入仅占公司收入总额的 21.14%，占比较低，公司增值业务收入还有非常大的增长空间。公司将进一步加强与腾讯、爱奇艺、优酷、芒果 TV 等头部 CP 合作，在内容丰富度方面引入影视、少儿、亲子、动漫、教育、电竞、纪录片、综艺、体育等覆盖全面的内容，在内容优质度方面引入更多的

4K、8K、VR 等相关优质版权。同时在合作形式上，公司还将考虑除与版权方分成模式外，一次性买断版权，建设自有的优质内容版权库，进一步强化公司节目内容的稳定供应能力。公司还将持续发挥开放融合优势，通过贵州网络视听产业园进一步提升社会化协作能力，通过与产业链上游优质企业制作自有版权的本土化、特色化的内容，吸引更多用户订购公司增值业务内容。公司将通过加强优质头部内容版权引入以及打造本土化、特色化内容，提升增值业务运营能力，进一步拓展增值业务。

（3）将 IPTV 平台打造成用户智慧家庭服务平台入口，为公司寻找新的利润增长点

公司以 IPTV 平台为基础，建立电商、智慧社交、智慧教育、智慧办公、智慧社区、智慧医疗、智慧养老 7 个智慧平台，使用户通过电视机遥控器、手机等终端即可实现互动、购物、学习、办公、问诊等多种常用生活场景功能，方便快捷地享受到智能、舒适、高效与安全的生活服务，将公司 IPTV 平台打造成为用户智慧家庭服务平台入口。公司未来将在上述 7 大家庭场景孵化相应的内容和产品，基于 LBS 位置定位推送相关的服务，通过增值业务订购方式扩大收入来源。一方面通过智慧家庭平台的构建，进一步提升用户体验、提高用户粘性，为公司拓展基础业务用户提供渠道；另一方面智慧家庭平台深入用户生活的方方面面，通过精准识别用户群体提供增值业务方式，为公司提供新的利润增长点。

（4）建设技术及运营能力输出体系，突破 IPTV 平台省域服务局限

在技术研发方面，公司将进一步发挥其在业务前台、中台、后台产品上的研发优势，持续研发迭代统一媒资管理系统、统一用户关系管理系统、EPG 积木框架、可视化运营系统等，同时将公司现有技术向运营商能力平台以及省外 IPTV 运营平台输出。在运营方面，公司将依托现有的自有版权垂直内容优势，集成其他优质内容提供方提供的各细分圈层内容，一方面向省外 IPTV 运营平台输出，实现 IPTV 内容跨省输出；另一方面，利用贵州广播电视台独家授权的互联网电视内容服务牌照，与 OTT TV 集成牌照方合作，将内容输出至 OTT TV 平台，实现内容跨平台输出。公司将通过技术及内容的对外输出，突破 IPTV 集成播控服务不能跨省经营的局限性，为公司提供新的收入增长路径。

5、本地市场业务下沉的可行性、有效性

发行人制定了“开放、融合”的运营战略，通过社会化协作，推进技术研发、产品开发及内容生产运营的持续创新，报告期内发行人推出了县域定制版、社区定制版等下沉运营产品，满足各区域对本土特色内容的需求；通过构建“下沉社区、贴近用户”服务体系，向更多线下生活服务场景拓展，与产业链其他合作伙伴共同打造本土化、特色化、垂直化内容，满足不同细分群体对垂直内容的需求。公司拥有进行本地市场业务下沉的能力，并在报告期内取得良好的效果。

（1）本地市场业务下沉的可行性

1) 用户需求较大，市场前景广阔

①贵州省 IPTV 基础业务用户数量还有较大增长空间

截至 2021 年末，发行人 IPTV 业务渗透率低于河北省及全国平均水平；截至 2022 年 6 月末，公司 IPTV 业务渗透率低于全国平均水平，发行人 IPTV 用户规模仍可进一步发展。报告期内各期末，我国 IPTV 用户数量分别为我国 IPTV 用户数分别为 29,395 万户、31,515 万户、34,851 万户和 36,637 万户，2020 年、2021 年末及 2022 年 6 月末相对于上一期末增长率分别为 7.21%、10.59%、5.12%，IPTV 用户仍然处于增长的态势。报告期内全国平均水平仍处于增长状态，未来发行人 IPTV 业务渗透率达到全国平均水平后，仍将随着全国 IPTV 平均水平发展而继续发展，因此发行人 IPTV 基础业务未来仍存在较大发展空间。

IPTV 业务的发展主要受益于全国宽带业务的发展，2020 年、2021 年末及 2022 年 6 月末，我国宽带用户较上一期末增长速度分别为 7.63%、10.80%、5.05%，截至 2022 年 6 月末，我国千兆宽带用户已达 6,111 万户，较 2021 年末增长 76.82%，目前仍然仅占宽带用户总数的 10.85%。未来我国宽带业务的发展，尤其是千兆宽带的迅速发展为 IPTV 智慧家庭带来的新体验，将进一步刺激我国 IPTV 业务的发展。

②贵州省 IPTV 增值业务增长潜力较大

发行人 2022 年 1-6 月 IPTV 增值业务付费率为 10.52%，相较于 OTT TV 及商业视频网站市场用户付费率仍处于较低水平，OTT TV 行业及商业视频网站主要平台如爱奇艺近年付费率约为 20%，未来随着发行人 IPTV 用户数持续增加，

以及增值业务付费率的提升，增值业务发展潜力较大。2022 年 1-6 月公司对贵州移动、贵州电信、贵州联通增值业务付费率分别为 13.64%、6.24%、3.94%，贵州移动付费率显著高于贵州电信及贵州联通，未来通过提升贵州电信、贵州联通内容质量，优化运营能力，提升运营效果，贵州电信及贵州联通增值业务将得到大力的发展。

2) 发行人具备充分的内容整合能力

报告期内，公司十分重视内容引入及整合，通过与国内头部内容提供商如华视网聚、快乐阳光、浙江岩华等合作，引入了国内优秀出品方出品的头部影视及少儿作品、芒果 TV 等自制综艺、好莱坞大片、国内外知名体育赛事、优酷、爱奇艺、腾讯视频提供的内容等，在内容丰富度方面引入了影视、少儿、亲子、动漫、教育、电竞、纪录片、综艺、体育等覆盖全面的内容，在内容优质度方面引入了 4K、8K、VR 等相关优质版权。同时，公司还通过开放融合、社会化协作，充分利用好贵州网络视听产业园的平台优势，加强与园区企业及细分领域有丰富经验的第三方机构合作，制作了一系列优质的垂直内容吸引更多用户。公司通过引入外部内容以及与第三方合作制作本土特色内容，构建了公司优质版权资源库，打造了公司版权内容整合能力，能够为公司本地市场业务下沉提供基础，打通了公司基于内容与用户建立粘性的渠道，为公司本地市场业务下沉提供了基础。

3) 发行人具备进行本土市场下沉的运营能力

为拓展更多新用户，同时提升老用户的活跃度，公司在产品上进行了一系列创新。在终端 EPG 产品上，公司推出了县域、社区及行业定制版产品，针对地域和行业不同细分市场精准推送不同的个性化定制产品并匹配相应内容，构建了多场景的产品矩阵。县域定制版产品的建设运营，一方面帮助县级融媒体中心打通宣传的“最后一公里”，推动了媒体深度融合发展；另一方面有效解决了“千人一面”的产品体验单一的问题，满足了县域用户对本土内容消费的强烈需求，提升了用户的粘性，扩大了公司在县域市场的影响力、竞争优势。截至本问询回复签署日，公司已推出 25 个县域定制版产品。其中“雷山县定制版”产品于 2019 年 7 月 1 日上线，在“第四届金屏奖暨 2019 中国视听与科技创新产业年度盛典”中荣获了“2019 金屏奖年度融媒体优秀案例奖”。

公司通过打造贵州网络视听产业园，改变传统广电提供单向线性内容服务模式，利用 IPTV 多边市场属性，开放平台，让更多本土内容和服务提供方在 IPTV 大屏上与用户直接见面，满足不同年龄、不同行业、不同圈层用户等细分市场用户的消费需求，提升了平台影响力、吸引力。公司通过开放融合的经营模式，以本地用户为主，为不同人群打造差异化产品，在各垂直细分领域逐步形成了内容供给、活动策划、深度运营等竞争优势，构建了用户本土化、运营特色化、服务多元化、市场下沉化、产业链一体化的商业模式，为公司拓展新用户、提升用户活跃率以及连接产业，增加收入奠定了坚实的基础。

4) 公司拥有支持本土市场下沉的技术能力

公司作为 IPTV 集成播控运营方，坚持自主研发为根本，组建了包括市场、产品、研发、测试、交付、运维和运营等岗位的团队，并建成了互联网技术标准的敏捷开发和项目管理工作流程，具备产品自主研发能力。公司的技术系统以数据中台和业务中台为核心，可支撑覆盖千万级用户的 IPTV、地铁电视终端。在传统广播电视技术的基础上，公司应用 5G、大数据、云计算、AI 视频处理能力、智能审核和智能监控运维等先进互联网技术，建成了拥有知识产权、自主可控的前、中、后台技术体系。公司已拥有 3 项专利，50 项软件著作权，在公司的媒资管理、平台运维、提升用户体验等关键业务环节发挥重要作用。公司不断提升的技术与研发水平已获得多项行业认可。

2022 年 6 月，公司被认定为“2021 年贵阳贵安大数据及软件和信息技术服务业引领型示范企业”。公司在 2022 年 6 月取得由工信部下属中国信息通信研究院及中国泰尔实验室联合颁发的《企业数智化能力评估 企业数字营销应用等级证书》，经评估，公司的企业数字营销能力达到进阶级（2 级）。2022 年 6 月，公司被贵州省工业和信息化厅认定为“贵州省‘专精特新’中小企业”。

（2）本地市场业务下沉的有效性

公司通过不断扩展业务边界、加快优质内容生产与供给，提升内容质量，打造并运营“贵州网络视听产业园”，围绕“平台+赛道”战略，探索以 IPTV 为核心的多边内容协作生产市场和业务下沉市场，制作一系列本土化、特色化内容，通过推出县域、社区及行业定制版产品，针对地域和行业不同细分市场精准推送

不同的个性化定制产品并匹配相应内容，实现了公司 IPTV 基础业务及增值业务在报告期内的双双快速增长。

1) 发行人 IPTV 基础业务用户数量及渗透率增长速度高于同行业可比公司

报告期内，发行人及同行业可比公司 IPTV 业务用户数量增长情况如下：

区域	公司名称	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末
		数量	增长率	数量	增长率	数量	增长率	数量
全国	-	36,637.00	5.12%	34,851.00	10.59%	31,515.00	7.21%	29,395.00
上海	东方明珠	6,015.00	0.05%	6,012.00	2.51%	5,865.00	1.37%	5,786.00
湖南	芒果超媒	未披露	-	1,400.00	-	未披露	-	未披露
广东	新媒股份	2,012.00	2.76%	1,958.00	6.41%	1,840.00	5.69%	1,741.00
山东	海看股份	1,665.10	7.70%	1,546.07	4.31%	1,482.12	4.71%	1,415.48
河北	无线传媒	1,543.32	-0.26%	1,547.30	2.76%	1,505.73	1.44%	1,484.34
重庆	重数传媒	未披露	-	493.03	4.10%	473.60	1.22%	467.88
贵州	多彩新媒	792.86	12.03%	707.70	20.30%	588.30	53.10%	384.26

报告期内，发行人及同行业可比公司 IPTV 业务渗透率情况如下：

区域	公司名称	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末
		渗透率	增幅	渗透率	增幅	渗透率	增幅	渗透率
湖南	芒果超媒	未披露	-	61.19%	-	未披露	-	未披露
广东	新媒股份	47.38%	1.28%	46.10%	2.78%	43.33%	-5.48%	48.80%
山东	海看股份	47.33%	3.38%	43.94%	1.82%	42.12%	3.18%	38.95%
河北	无线传媒	60.69%	-0.16%	60.85%	1.63%	59.21%	1.93%	57.28%
重庆	重数传媒	未披露	-	40.95%	1.61%	39.33%	-3.42%	42.75%
全国	-	74.14%	3.61%	70.53%	6.75%	63.78%	0.78%	62.99%
贵州	多彩新媒	62.45%	6.71%	55.74%	9.40%	46.34%	11.78%	34.55%

报告期内，公司各期末 IPTV 用户数量及渗透率的增长均高于同行业可比公司及全国平均水平。特别是在 2020 年末，公司 IPTV 业务渗透率在已经高于新媒股份、海看股份及重数传媒的基础上，仍然保持高于同行业可比公司的增长速度。公司通过一系列措施实施本地市场业务下沉战略，使得报告期内 IPTV 基础业务发展速度显著高于行业平均增长的水平。

2) 发行人 IPTV 用户点播率及增值业务付费率高于同行业可比公司

公司通过不断丰富公司的优质版权内容库提升公司内容质量打造“贵州网络视听产业园”、提出“平台+赛道”战略制作一系列本土化、特色化内容、推出县域、社区及行业定制版产品实现运营下沉，有效提升了公司 IPTV 用户的点播率及活跃率，根据 CTR 央视市场研究出具的《2019-2020IPTV 行业发展报告》，2019 年-2020 年贵州省 IPTV 点播观看用户占比居全国第一。基于 IPTV 基础业务的快速发展以及用户的高活跃率，公司 IPTV 增值业务付费率在 2021 年达到 10.85%，高于无线传媒、海看股份等行业可比公司，详细情况详见本题回复之“一、/(三)/2、”。2019 年-2021 年增值业务收入年均复合增长速度达 336.35%，显著高于同行业可比公司的增长速度。

3) 发行人 IPTV 下沉业务得到了各级政府及其相关部门认可和支持

报告期内，公司的下沉业务获得了各级政府部门、行业主管部门、行业评选机构以及各合作伙伴的认可和感谢，下沉业务运营团队、创新产品及优质内容，获得各类荣誉表彰数十项，国家广电总局电视规划院、央广国家应急广播中心、乌江能源等下沉业务合作方接连向公司发出感谢信。各级政府及其相关部门、企事业单位将会对公司下沉业务下一步的发展给予更多政策和资源上的支持。

6、发行人业务的增长空间及成长性

发行人 IPTV 基础业务还有一定增长空间，目前公司 IPTV 基础业务渗透率低于全国平均水平，同时随着宽带用户数量增长以及宽带速率的提升，我国 IPTV 用户数量还将进一步增长。

发行人 2022 年 1-6 月 IPTV 增值业务付费率为 10.52%，相较于 OTT 市场用户付费率仍处于较低水平，2022 年 1-6 月公司对贵州移动、贵州电信、贵州联通增值业务付费率分别为 13.64%、6.24%、3.94%，贵州移动付费率显著高于贵州电信及贵州联通，贵州电信及贵州联通增值业务发展潜力较大。

公司未来还将以 IPTV 平台为基础，建立电商、智慧社交、智慧教育、智慧办公、智慧社区、智慧医疗、智慧养老 7 个智慧平台，通过公司的本土下沉运营，为公司寻找新的利润增长点。根据 OVUM 机构报告，2019 年，我国智慧家庭市场规模共计 221 亿美元，预计 2025 年，市场规模将达 537 亿美元，预计

2019-2025 年均复合增长率为 15.95%。公司未来在智慧家庭方面增长潜力较大。

公司已实现了技术跨省跨产业链输出、内容跨省跨平台输出，突破了 IPTV 集成播控服务不能跨省经营的局限性，为公司提供新的收入增长路径。2022 年 6 月，公司与贵州联通签订《贵州联通 IPTV 传输分发平台租赁服务合作协议》，公司作为电信运营商 IPTV 传输分发平台的承建方，开拓了新的业务合作模式。未来公司将进一步实施内容及技术输出战略，突破 IPTV 行业发展的省域局限。

综上所述：公司的基础业务用户数量还有一定增长潜力，增值业务可挖掘潜力较大，智慧家庭运营平台项目的建设为公司提供了新的利润增长点，通过技术跨省跨产业链输出、内容跨省跨平台输出，为公司创造了突破业务省域局限的机会，因此公司未来增长空间较大，成长性较强，详细情况详见本题回复之“三、/（一）/3、”。

四、结合前述问题及用户数量、渗透率、ARPU 值等，说明发行人改善经营效率、提高付费率及每用户月均收入的主要手段与有效性。

（一）公司报告期内用户数量、渗透率、ARPU 值情况如下：

单位：万户、元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额/数量	增长率/变动百分比	金额/数量	增长率/变动百分比	金额/数量	增长率/变动百分比	金额/数量
用户数量	760.15	15.59%	657.63	22.19%	538.22	76.41%	305.09
基础业务 ARPU 值	5.48	3.79%	5.28	1.34%	5.21	14.76%	4.54
基础业务渗透率	62.45%	6.71%	55.74%	9.40%	46.34%	11.78%	34.55%
增值业务 ARPU 值	14.91	-2.99%	15.37	-19.57%	19.11	78.26%	10.72
增值业务付费率	10.52%	-0.34%	10.85%	4.58%	6.27%	4.69%	1.58%

（二）发行人改善经营效率、提高付费率及每用户月均收入的主要手段

发行人改善经营效率、提高付费率及每用户月均收入的主要手段主要包括：

1、产品创新

为拓展更多新用户，同时提升老用户的活跃度，公司在产品上进行了一系列创新。在终端 EPG 产品上，公司推出了县域、社区及行业定制版产品，针对地

域和行业不同细分市场精准推送不同的个性化定制产品并匹配相应内容，构建了多场景的产品矩阵。县域定制版产品的建设运营，一方面帮助县级融媒体中心打通宣传的“最后一公里”，推动了媒体深度融合发展；另一方面有效解决了“千人一面”的产品体验单一的问题，满足了县域用户对本土内容消费的强烈需求，提升了用户粘性，扩大了公司在县域市场的影响力、竞争优势。公司已推出 25 个县域定制版产品。其中“雷山县定制版”产品于 2019 年 7 月 1 日上线，在“第四届金屏奖暨 2019 中国视听与科技创新产业年度盛典”中荣获了“2019 金屏奖年度融媒体优秀案例奖”。

2、经营模式创新

为破解传统广电业因“封闭”导致的发展困局，公司本着互联网时代“开放、共享、融合”的原则，围绕“网络视听产业园”打造以政府引导、与中小微企业紧密协同共生的创新模式，构建了业务协同、资源共享、创新发展的一体化发展生态，不断探索贵州网络视听产业集群建设，加快助推贵州网络视听产业的规范、壮大，形成了高效联动、资源共享、深度服务贵州经济社会发展的网络视听生态圈。

通过打造贵州网络视听产业园，改变传统广电提供单向线性内容服务模式，利用 IPTV 多边市场属性，开放平台，让更多本土内容和服务提供方在 IPTV 大屏上与用户直接见面，满足不同年龄、不同行业、不同圈层用户等细分市场用户的消费需求，提升平台影响力、吸引力。同时，公司提出“平台+赛道”战略，以“一老一少”主力收视用户为突破口，遴选在该垂直群体有长期线下运营业务和经验的团队，立足相关团队掌握的存量用户以及深耕该细分群体的经验，深挖需求，提供用户需要的本土内容和提供下沉和贴近的服务。

公司通过开放融合的经营模式，以本地用户为主，为不同人群打造差异化产品，在各垂直细分领域逐步形成了内容供给、活动策划、深度运营等竞争优势，构建了用户本土化、运营特色化、服务多元化、市场下沉化、产业链一体化的商业模式，为公司拓展新用户以及提升用户活跃率提供了良好的渠道。

3、技术创新

公司作为 IPTV 集成播控运营方，坚持自主研发为根本，组建了包括市场、

产品、研发、测试、交付、运维和运营等岗位的团队，并建成了互联网技术标准的敏捷开发和项目管理工作流程，具备产品自主研发能力。公司的技术系统以数据中台和业务中台为核心，可支撑覆盖千万级用户的 IPTV、地铁电视终端。在传统广播电视技术的基础上，公司应用 5G、大数据、云计算、智能审核和智能监控运维等先进互联网技术，建成了拥有知识产权、自主可控的前、中、后台技术体系。公司在公众版 EPG、球赛和演唱会直播、县域定制版和行业定制版 EPG 等前台产品中，应用了创新自研的“EPG 积木”、基于位置服务的精准定位和信息推送技术等，提升了用户体验，贴近了用户需求。

2022 年 6 月，公司被认定为“2021 年贵阳贵安大数据及软件和信息技术服务业引领型示范企业”。公司在 2022 年 6 月取得由工信部下属中国信息通信研究院及中国泰尔实验室联合颁发的《企业数智化能力评估 企业数字营销应用等级证书》，经评估，公司的企业数字营销能力达到进阶级（2 级）。2022 年 6 月，公司被贵州省工业和信息化厅认定为“贵州省‘专精特新’中小企业”。

4、技术及内容输出，突破 IPTV 分省业务模式局限

通过多年自主研发公司在技术上已实现前台产品技术、业务和数据中台技术、后台技术等多方面的优势，同时公司还与新媒体行业技术龙头企业帕科科技、欢网科技等建立了长期合作关系，公司技术可实现对外输出。公司已与多个省份 IPTV 集成播控平台达成战略合作协议，未来公司技术将逐步向省外输出。

公司通过打造贵州网络视听产业园，与产业链上下游企业合作，打造了一批具有自有版权的特色内容，运营自有 IP，在贵州省内已经形成与 OTT TV、商业视频网站差异化竞争优势，该模式已经得到跨省 IPTV 平台认可，公司将上述差异化、特色化内容集成，向省外输出。公司拥有贵州广播电视台独家授权的互联网电视内容牌照，运用该牌照，公司已与快乐阳光合作，以自有版权内容为开端，走出了 IPTV 内容向 OTT TV 平台输出的第一步。未来公司还将与更多的影视、少儿、游戏、体育等内容提供方合作，通过二次创新，集成更多内容，实现 IPTV 内容跨省输出以及 IPTV 内容向 OTT TV 输出。

（三）发行人改善经营效率、提高付费率及每用户月均收入有效性分析

公司通过不断丰富公司的优质版权内容库，提升公司内容质量，通过打造“贵

州网络视听产业园”，提出“平台+赛道”战略，制作一系列本土化、特色化内容，通过推出县域、社区及行业定制版产品，针对地域和行业不同细分市场精准推送不同的个性化定制产品并匹配相应内容，实现了公司 IPTV 基础业务及增值业务在报告期内的双双快速增长。详见情况详见本题回复之“三、/（二）/5、/（2）”。

同时公司实施技术及内容输出战略，已经产生一定效果，具体情况如下：

输出情况	输出方向	具体情况
技术输出	向省外 IPTV 运营平台输出	公司与辽宁、山西、甘肃 IPTV 播控运营平台公司辽视新媒体发展有限公司、山西广电新媒体有限公司、甘肃飞视新传媒有限责任公司签订了技术战略合作协议，合作期限 3 年，未来公司将与合作方在 EPG 公众版、县域定制版、播控智慧运营平台开发、数据中台建设等多方面展开合作。
	向产业链下游输出	公司与贵州联通签订《贵州联通 IPTV 传输分发平台租赁服务合作协议》，由公司为贵州联通建设 IPTV 传输分发平台，贵州联通租赁公司建设的 IPTV 传输分发平台，以用户数量为基础按月支付平台租赁使用费用。
内容输出	向省外 IPTV 运营平台及 OTT 平台输出	1、公司已于 2021 年探索将公司自有版权内容免费给湖北、云南等省份 IPTV 播控平台使用，目前正在洽谈以收费方式向湖北、云南等省份使用； 2、北京普信文化传媒有限公司（以下简称“普信文化”）签订《音视频节目采购协议书》，公司将自有版权内容非独家授权给普信文化，使用区域为全国 24 个省市 IPTV 播控运营平台及全国 OTT 平台，授权期限 1 年，授权使用费为 60 万元； 3、公司与快乐阳光签订《非独家授权协议》，将公司自有版权内容授权给快乐阳光免费试用，在取得一定效果后双方协商以收费模式向快乐阳光输出内容。

五、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人主要履行了以下核查程序：

1、通过对发行人市场部、技术创新部相关人员进行访谈，了解报告期各期日活、月活、开机率、点播率及付费率的变动情况及主要影响因素；针对具体影响因素，对原始数据进行修正，并检查修正后的变动情况；

2、项目组根据“僵尸用户”的定义，获取了“僵尸用户”数量、变动情况，并进行了分析；

3、查阅同行业可比公司披露的公开信息，经核查，均未披露报告期内的日

活、月活、开机率、点播率等情况；无线传媒、海看股份、重数传媒披露了具体付费情况，因此与上述公司付费率进行了比较分析；

4、查阅了中国联通、中国移动及中国电信披露的年度报告，了解各运营商的重点发展方向；获取了各运营商增值业务产品上线时间、单价、数量等，并结合前述因素分析不同运营商的平均点播率和平均付费率；

5、取得并查阅了发行人技术及内容输出的合作协议，对发行人相关管理人员及技术人员进行访谈；

6、取得并查阅了发行人贵州网络视听产业园各入驻企业业务介绍与成果展示，对发行人相关管理人员进行访谈；

7、取得并查阅了发行人用户运营的具体内容与成果展示，对发行人相关管理人员及用户运营人员进行访谈；

8、对发行人相关管理人员及业务人员进行了访谈，了解发行人增强核心竞争力拟采取的措施和拓展的业务领域。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

1、发行人报告期各期日活、月活指标的变化情况均与 IPTV 在网用户数增长趋势一致；报告期内发行人开机率和点播率维持在较为稳定的水平；报告期内，发行人大力推广增值业务，增值业务的付费率稳步提升；报告期各期日活、月活、开机率、点播率、付费率等关键经营指标的变化情况不存在重大异常；

2、2019 年末至 2022 年 6 月末，“僵尸用户”占在网用户数比例呈增长趋势；2020 年末“僵尸用户”比例增长较多，主要系受发行人无法准确完整获取原移动割接存量用户的行为数据的影响；发行人与电信运营商结算主要按照在网用户数进行结算，与用户是否活跃关系较小，因此“僵尸用户”占比对发行人经营业绩不存在重大影响；

3、同行业可比公司均未披露报告期内的日活、月活、开机率、点播率等情况；根据 CTR 央视市场研究出具的《2019-2020IPTV 行业发展报告》，2019 年-2020 年，行业平均 IPTV 点播用户占比为 50%；经过多年发展，公司在 2019

年-2021年用户付费率稳步提升,2021年公司付费率高于无线传媒及海看股份,主要系发展策略和定价策略不同导致;发行人相关指标符合行业特征,不存在重大异常;

4、报告期内贵州移动及贵州联通点播率较为接近,贵州电信点播率低于贵州移动及贵州联通,主要系由于业务开展较早,机顶盒型号老旧、硬件设施相对较老,用户体验略逊于其他运营商;

贵州移动付费率高于贵州电信,贵州电信付费率高于贵州联通,主要系受产品定价、推出连续包月产品以及账单支付等因素影响。报告期内,不同运营商平均点播率与平均付费率存在较大差异系合理的;

5、报告期内发行人 IPTV 业务渗透率呈增长趋势,与其他省份变动趋势基本一致;发行人 IPTV 基础业务还有较大发展空间, IPTV 增值业务发展潜力较大,智慧家庭项目的建设将为公司带来新的利润增长点,技术跨省跨产业链输出以及内容跨省跨平台输出将为公司突破 IPTV 业务的省域发展局限,因此公司未来业务发展潜力较大,不存在业务未来发展空间受限的问题;

6、公司通过不断丰富公司的优质版权内容库,提升公司内容质量,通过打造“贵州网络视听产业园”,提出“平台+赛道”战略,制作一系列本土化、特色化内容,通过推出县域、社区及行业定制版产品,针对地域和行业不同细分市场精准推送不同的个性化定制产品并匹配相应内容,实现了公司 IPTV 基础业务及增值业务在报告期内的双双快速增长;同时公司实施技术及内容输出战略,已经产生一定效果。

【问题 2】关于营业收入

根据申报材料及审核问询回复:

(1) 发行人使用运营商传输的数据与运营商进行定期对账。具体流程为发行人业务部门根据运营商传输至公司业务平台的相关交易数据,确定用户数量及每月结算金额,并将其与运营商提供的结算单上载明的用户数量、结算金额进行核对。如核对后差异在可接受范围之内,则视为可以接受;如核对差异超过可接受范围,则公司业务部门将会向运营商申请进一步对账,重新核对结算金额。公司与电信运营商均未在合同中明确约定双方对账可接受的差异的具体范围,实际

执行过程中，公司与贵州移动及贵州电信按照 3%-5%以内执行，与贵州联通按照 10%以内执行。

（2）发行人通过 EPG 数据探针采集终端 EPG 页面用户行为数据，将采集数据上报到后端大数据分析平台，提供包括但不限于用户开机行为、点播行为、直播行为、订购行为等数据。发行人未使用 EPG 数据探针采集的数据与运营商进行对账。

（3）根据信息系统审计报告，贵州移动、贵州电信、贵州联通三侧均存在部分月份测算收入金额与财务确认金额差异较大的情形。如贵州电信侧 2021 年 3 月增值业务差异率达-7.3%，原因是补结了 2020 年 1 月至 2020 年 7 月账期极光和鼎级产品的扫码收入。

（4）截至每个资产负债表日，公司未取得客户提供的结算数据的，在能够可靠计量的情况下，根据计费平台统计的数据信息、客户坏账率扣款的最佳估计数等确认收入，在实际结算时予以调整。客户坏账率扣款是指公司与电信运营商就双方合作在贵州省开展 IPTV 业务，因用户停机、欠费、退订、理赔等原因导致电信运营商在与公司结算的时候需扣减的金额。其中公司与贵州电信的基础业务在合同中约定了客户坏账率为 8%，与贵州电信的增值业务、贵州移动及贵州联通的基础业务及增值业务在合同中未约定客户坏账率的具体比率，由电信运营商在实际结算中根据用户停机、欠费、退订、理赔等实际情况进行客户坏账扣款。

（5）申报报表中，针对 2019 年及 2020 年收入公司在 2021 年末已经全部收到结算单，公司按照实际结算金额确认了收入，因此申报报表中 2019 年及 2020 年不存在暂估收入。截至 2021 年末，暂估收入总金额 7,787.42 万元，截至 2022 年 7 月 20 日，尚有中移杭研 2021 年 6-12 月尚未结算、贵州联通增值业务 2021 年 8-12 月尚未结算。

请发行人：

（1）说明未使用 EPG 数据探针采集的数据与运营商对账的原因，两类数据的差异情况。

（2）区分基础业务与增值业务、不同客户，说明与客户实际对账结算的差异区间情况，产生差异的主要原因，报告期内超出可接受的差异的处理过程，与

贵州联通可接受差异为 10%的原因及合理性；2021 年 3 月补结 2020 年有关业务收入的原因，是否存在其他类似情形，收入确认的截止性。

（3）举例说明客户坏账率扣款最佳估计数的具体确认方式及其合理性，报告期客户坏账率扣款最佳估计数的预估区间，与电信运营商实际客户坏账率扣款的差异情况，客户坏账率扣款的预估、对账的控制措施，坏账率扣款与可接受差异的关系。

（4）说明报告期各期末，原始报表中暂估收入的金额，占各期收入的比例，期后实际结算的时间及差异率情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人收入确认过程

（一）发行人收入确认过程

申报报表中，截至每个资产负债表日，公司已收到客户结算单的，公司根据双方确认的结算数据确认收入，有关发行人对账及收入确认过程如下：

1、发行人内部数据与电信运营商结算数据核对

发行人与电信运营商实施双方定期对账制度，电信运营商按月向公司出具结算单后，发行人以自身信息系统记录的相关业务数据与结算单数据进行核对。结算单中一般包含按照基础业务用户数量、增值业务订单数据等计算出来的应结算金额以及根据因用户停机、欠费、退订、理赔等原因导致电信运营商在与公司结算的时候需扣减的金额。

发行人根据电信运营商传输至发行人信息系统上的交易数据与结算单上的数据（按照基础业务用户数量、增值业务订单数据计算出来的应结算金额）进行核对，若核对后差异在可接受范围之内，则以电信运营商结算单为准；若核对差异超过可接受范围，则公司向电信运营商申请重新对账，双方共同查找差异原因，根据双方重新对账后双方确认的结算金额为准。

2、客户坏账率扣款处理

客户坏账率扣款是指公司与电信运营商就双方合作在贵州省开展 IPTV 业务，

因用户停机、欠费、退订、理赔等原因导致电信运营商在与公司结算的时候需扣减的金额。其中公司与贵州电信的基础业务在合同中约定了客户坏账率为 8%，与贵州电信的增值业务、贵州移动及贵州联通的基础业务及增值业务在合同中未约定客户坏账率的具体比率，由电信运营商在实际结算中根据用户停机、欠费、退订、理赔等实际情况进行客户坏账扣款。发行人对客户坏账率扣款金额确认后，在每月的结算单中进行扣减，由双方书面确认。客户坏账率扣款由合同约定或者以电信运营商确认的金额为准。

3、公司已收到客户结算单时收入确认情况

截至每个资产负债表日，公司已收到客户结算单的，公司根据双方确认的结算数据确认收入。

4、公司未取得客户结算单时收入确认处理

（1）一般处理原则

公司未取得客户提供的结算数据，在能够可靠计量的情况下，根据计费平台统计的数据信息、客户坏账率扣款的最佳估计数等确认收入，在实际结算时予以调整。

（2）客户坏账率扣款的最佳估计数确认方法

公司分客户、分基础业务及增值业务的客户坏账率或结算率确定方式如下：

客户名称	基础业务	增值业务
贵州电信	双方在合同中约定客户坏账率为 8%	以该业务过去 6 个月的客户坏账率作为本期坏账率扣款最佳估计数计算比例
贵州移动	因历史上客户坏账率扣款较小，因此客户坏账率扣款最佳估计数为 0	
贵州联通	以该业务过去 6 个月的历史结算率计算本期结算金额	因历史上客户坏账率扣款较小，因此客户坏账率扣款最佳估计数为 0

（3）针对贵州联通基础业务的特殊处理方法

针对贵州联通基础业务，因公司与贵州联通约定以“活跃且出账”用户数量作为结算依据，公司无法在每月底及时获取贵州联通出账用户数据，所以公司在考虑与贵州联通历史结算时的用户活跃率、用户出账率、公司测算数据与实际结算金额差异情况等计算出历史结算率（与贵州联通实际结算金额/根据在网用户

数乘以结算单价计算的金额），直接用“公司在网用户数*历史平均结算率*结算单价”计算本期结算金额，该方法计算的结算率包含了客户坏账率、用户出账率等多种因素导致的差异，不再单独计算客户坏账率。

（二）2022 年 1-6 月确认百视通收入情况

2022 年 1-6 月公司确认了百视通 2019 年 7 月至 2021 年 9 月的收入金额共计 1,752.11 万元，计入了非经常性损益。具体情况如下：

1、公司向百视通销售的具体情况

2017-2021 年，基于电信 ITV 平台过渡期间各方需要履行的职责，实际执行过程中，由贵州电信负责 ITV 各个传输环节的安全保障工作，百视通负责提供内容及内容的初步审核、监看工作，公司负责内容的终审以及内容监播工作并提供部分本地特色频道内容，三方按照约定对业务收入进行分成。在结算方面，对于由百视通购买机顶盒且投入大量成本，已由百视通与贵州电信结算的用户，仍然由贵州电信与百视通进行结算，在百视通收到贵州电信结算款后再行与公司结算。2021 年 11 月，贵州电信存量用户以移交管理权的方式实现了用户割接及规范对接，用户割接后，贵州电信每年向公司支付的 2,000 万元服务费不变，百视通不再向公司支付服务费用。

2、公司 2022 年 1-6 月一次性确认百视通以前年度收入确认情况

公司与百视通于 2017 年签订了《关于 IPTV 业务的合作协议》，合同有效期自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日止，公司 2019 年 1-6 月确认收入 687.64 万元。该协议到期后，公司继续为电信 ITV 平台提供内容终审及内容监播等相关服务，但是由于 2019 年-2021 年双方一直在协商未就电信 ITV 平台服务达成协议，直至 2022 年 5 月 25 日，发行人才与百视通签署新的协议。由于发行人与百视通在报告期内未签订合同不符合企业会计准则关于收入确认的条件，公司未在 2019 年-2021 年确认百视通 2019 年 6 月之后的收入，而是在签署合同并获取双方书面确认的结算单后在 2022 年 6 月确认收入，符合企业会计准则的规定。由于该笔收入具有偶发性且性质特殊，公司将其计入当期的非经常性损益，导致 2022 年 1-6 月非经常性损益大幅增加。

二、说明未使用 EPG 数据探针采集的数据与运营商对账的原因，两类数据的差异情况

（一）EPG 数据探针采集的数据与运营商对账数据差异情况

公司 EPG 数据探针采集的数据与电信运营商对账核对的数据差异情况如下：

项目	数据情况
EPG 数据探针采集的数据	主要采集用户行为数据，如开机行为、点播行为、观看直播行为等，是对用户操作行为的一种记录，具体记录的数据为用户 IPTV 账号、机顶盒型号、用户所属运营商、用户观看的节目类型和节目名称、节目总时长、播放开始时间以及观看时长、EPG 模式（少儿、标准、老年模式）、是否全屏播放、观看节目视频画面质量等用户行为数据，不采集增值业务订单数据、用户是否欠费等数据
与电信运营商对账核对的数据	基础业务： 主要核对结算用户数、结算单价及结算金额等数据，其中贵州电信、贵州移动和贵州联通结算用户数分别基于正常在网用户数、当月激活机顶盒用户数、活跃且出账用户进行结算； 增值业务： 主要核对用户订购信息（订购归属的月份、增值包名称等）、停机以及理赔等其他核减金额、分成比例以及分成金额等数据

由上表可以看出，EPG 数据探针采集的主要是用户操作行为数据等，不采集增值业务订单数以及用户是否欠费等数据；而公司与电信运营商对账核对的数据包括用户出账数据、增值业务订单数据等，两者采集的数据存在差异。

（二）未使用 EPG 数据探针采集的数据与运营商对账的原因

1、IPTV 基础业务

针对 IPTV 基础业务，公司与电信运营商结算依据以及 EPG 数据探针采集数据情况如下：

客户	结算依据	EPG 探针可采集数据
贵州移动	按照当月总激活机顶盒用户数进行结算（总激活机顶盒定义：所有在网的且有首次登录时间，即有过成功登录记录的用户，不包含已注销用户。）	可采集已开机激活用户信息，但是对于开机暂停待激活用户无法采集，对于停用、欠费停机、拆机用户仍然记录为已激活用户，无法在结算时中扣除
贵州电信	按正常在网用户数剔除 8% 的坏账率进行计算	
贵州联通	按照双认证后的活跃且出账用户进行计算，即激活后每月进入 EPG 页面至少 1 次点击行为的出账用户	可采集活跃用户数据，无法采集出账用户数据

由于公司 EPG 探针无法采集停用、欠费停机、拆机用户数据以及用户出账数据等，因此公司未使用 EPG 探针采集数据与电信运营商核对基础业务。

2、IPTV 增值业务

公司 IPTV 增值业务系根据电信运营商 IPTV 增值业务产生的收入以及对应分成比例进行分成结算。由于用户订购增值业务渠道包括在 EPG 页面上订购、通过电信运营商营业厅订购、电话订购以及手机 APP 订购等渠道，公司 EPG 无法获取用户通过电信运营商营业厅、电话以及手机 APP 等渠道的订购信息。对于用户通过 EPG 页面订购的数据，原则上发行人通过技术手段可以获取用户进入订购页面的行为数据，但是由于支付渠道系由电信运营商掌握，公司 EPG 探针无法获取用户支付行为以及用户进入订购页面后是否订购成功情况，这促使发行人并未在 EPG 探针中增加获取用户订购增值业务行为数据的功能。因此公司未使用 EPG 探针获取的数据与电信运营商核对增值业务数据。

三、区分基础业务与增值业务、不同客户，说明与客户实际对账结算的差异区间情况，产生差异的主要原因，报告期内超出可接受的差异的处理过程，与贵州联通可接受差异为 10% 的原因及合理性；2021 年 3 月补结 2020 年有关业务收入的原因，是否存在其他类似情形，收入确认的截止性

（一）说明区分基础业务与增值业务、不同客户，说明与客户实际对账结算的差异区间情况，产生差异的主要原因，报告期内超出可接受的差异的处理过程，与贵州联通可接受差异为 10% 的原因及合理性

1、区分基础业务与增值业务、不同客户，说明与客户实际对账结算的差异区间情况

报告期内，公司与客户实际对账结算的差异区间具体情况如下：

单位：万元

业务	运营商	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		差异	差异率	差异	差异率	差异	差异率	差异	差异率
基础业务	贵州电信	-49.73	-0.80%	11.79	0.10%	7.54	0.09%	-22.17	-0.43%
	贵州移动	18.47	0.12%	224.02	0.82%	340.26	1.51%	253.75	3.26%
	贵州联通	-	-	-21.88	-2.37%	-107.81	-10.34%	-	-
增值业务	贵州电信	4.38	0.28%	-12.16	-0.34%	-3.97	-0.18%	1.20	0.80%
	贵州移动	-48.17	-1.15%	-21.56	-0.26%	-	-	-	-
	贵州联通	-	-	4.18	3.71%	2.88	4.30%	-	-

注 1：差异=根据发行人数据计算的结算金额-双方结算确认的金额，差异率=差异/双方

结算确认的金额。

注 2：因基于固定金额结算的收入不涉及发行人内部数据与结算单数据的核对，故上述 IPTV 基础业务收入不含基于固定金额结算的收入。

注 3：因发行人贵州电信存量用户在 2021 年 11 月才完成割接，故上述 IPTV 基础业务收入对比不含该部分用户的收入。

注 4：因发行人无法准确完整获取贵州移动 2019 年和 2020 年 IPTV 增值业务数据，导致无法计算相应的增值业务收入，故上述 IPTV 增值业务收入不含贵州移动 2019 年和 2020 年收入。

注 5：贵州联通基础业务 2019 年度结算方式为固定金额结算，且从 2020 年 7 月才开始开展增值业务，因此上表中贵州联通无 2019 年数据。

注 6：上述 IPTV 基础业务收入、IPTV 增值业务收入不含截至 2022 年 9 月 21 日尚未结算的月份。

针对 IPTV 基础业务，公司与电信运营商均未在合同中明确约定双方对账可接受的差异的具体范围，实际执行过程中，公司与贵州移动及贵州电信按照 5% 以内执行，与贵州联通按照 10% 以内执行。针对 IPTV 增值业务，公司与贵州移动、贵州电信以及贵州联通约定的对账可接受差异范围分别为 3% 以内、5% 以内以及 10% 以内。

如上表所示，除 2020 年公司与贵州联通基础业务对账差异超过 10% 外，其他客户及其他期间对账年度差异率均在可接受的差异范围内。针对贵州联通 2020 年基础业务数据对账差异超过 10% 情形，双方积极对账寻找差异原因，逐步降低了对账差异，于 2021 年开始对账差异控制在可接受差异范围内。

2、产生差异的主要原因及报告期内超出可接受的差异的处理过程

（1）产生差异的主要原因

报告期内公司根据自身信息系统记录的相关业务数据计算的结算金额与运营商结算确认的金额总体差异率较小，产生差异的原因主要包括：公司与运营商数据统计时间存在差异、贵州移动割接过渡阶段结算用户数存在差异、用户销户、运营商上线新系统、初期运行不稳定等，具体情况如下：

1) 公司与运营商数据统计时间存在差异

针对 IPTV 基础业务，根据双方合同约定公司收入基于用户的状态，不同时间点用户的状态可能不一样，进而导致计算的收入金额存在差异。公司收入计算一般基于每月 1 日零点备份的数据，而电信运营商结算所用数据一般为每月 1 日上午的实时数据，二者所用数据统计时间存在差异，进而导致双方统计的收入金额存在差异。

2) 贵州移动割接过渡阶段结算用户数存在差异

2019年8月至2019年12月贵州移动存量用户陆续割接至公司，由于尚处于割接过渡阶段，这部分用户电信运营商不与公司结算。公司无法区分贵州存量用户和其他用户，公司计算收入使用的用户数是公司IPTV用户，包含了贵州存量用户，导致公司计算的收入金额与电信运营商存在差异。

3) 用户销户

2020年11月和2021年5月贵州移动根据实际情况对部分用户进行销户，这部分销户数据未及时同步给公司，导致公司当期计算的收入金额与电信运营商存在差异。

4) 运营商上线新系统、初期运行不稳定

针对贵州移动IPTV增值业务，由于贵州移动运营商数据推送问题，导致公司系统与运营商系统数据同步时传输字段不全和数据丢失的情况，公司2019年与2020年贵州移动增值业务订单数据等无法准确获取，为此贵州移动特别于2020年11月上线了增值业务平台，公司及时据此调整优化自身业务系统。鉴于新系统上线初期运行不稳定等原因，导致公司该系统上线初期公司计算的收入金额与电信运营商有时差异较大。但在贵州移动侧增值业务平台上线三个月后，于2021年2月发行人已能够获取较准确数据，此后双方计算的收入金额差异均较小。

(2) 报告期内超出可接受的差异的处理过程

公司业务人员收到电信运营商的结算单后，由数据分析员根据电信运营商传输至公司信息系统上的交易数据与结算单上的数据进行核对，当核对差异超过可接受范围，公司向电信运营商申请重新对账，双方共同对用户数据、订单数量进行验证核实，查找差异原因，重新对账后将差异率控制在可接受范围内。

3、与贵州联通可接受差异为10%的原因及合理性

发行人与贵州联通基础业务结算依据为“双认证后的活跃且出账用户进行计算，即激活后每月进入EPG页面至少1次点击行为的出账用户”，由于“活跃”属于用户行为数据，不同探针获取的用户行为数据可能存在一定差异。发行人通

过 EPG 探针获取用户活跃数据,贵州联通则根据机顶盒探针获取用户活跃数据,二者获取的数据来自不同探针进而导致可能存在一定差异。同时贵州联通获取的用户活跃数据后还需要在其 BOSS 系统及 IPTV 传输平台中流转,流转过程中可能导致数据丢失,BOSS 系统在出具结算单时获取用户活跃数据及出账数据的截止时间不同也会导致数据存在差异。因此发行人与贵州联通可接受差异为 10%系发行人与贵州联通的结算规则导致的,具有合理性。

发行人与贵州联通对账时一般先以自身获取的用户活跃数据与贵州联通提供的出账数据进行测算,如果测算数据与结算数据差异较小,则认定为在可接受范围内。若差异较大,发行人一般会再获取贵州联通提供的活跃数据,并结合贵州联通提供的出账数据进行重新测算,以验证贵州联通结算数据的准确性。针对基础业务,发行人与贵州联通从 2020 年才开始采取以用户数量为基础的结算模式,由于 2020 年系统还在逐步完善中,导致部分月份存在差异超过 10%的情况。对此,双方均对内部信息系统进行了升级和完善,逐步降低了因贵州联通内部数据传递等导致的差异。自 2020 年 9 月起,公司与贵州联通结算差异率已能够控制在可接受范围内。

针对 IPTV 增值业务,无线传媒及海看股份与联通侧的增值业务结算可接受差异率分别为 8%及 10%,发行人系根据中国联通在其他省份的结算惯例,在合同中约定可接受差异率为 10%。

因此发行人与贵州联通结算的可接受差异为 10%系双方结算规则及行业惯例所决定的,具有合理性。

（二）2021 年 3 月补结 2020 年有关业务收入的原因,是否存在其他类似情形,收入确认的截止性

1、2021 年 3 月补结 2020 年有关业务收入的原因

贵州电信侧 2021 年 3 月补充结算了 2020 年 1-7 月账期极光和鼎级产品的扫码收入,影响金额 29.32 万元,该产品于 2019 年 12 月底上线,由于产品上线初期存在系统升级、贵州电信结算匹配需要时间以及贵州电信自身收款的结算规则较为复杂等原因导致贵州电信与公司结算有所滞后。因影响金额较小,公司未追溯调整,而确认为当期收入。

2、是否存在其他类似情形

报告期内，贵州联通不存在当期结算单补结以前期间收入的情形，贵州移动存在当期结算单补结以前期间收入的情形，具体情况如下：

具体事项描述	涉及收入金额 (万元)	收入是否追溯 调整
贵州移动 2021 年 3 月结算单补结 2020 年 5-12 月咪咕游戏白金会员和钻石会员分成收入	147.82	是
贵州移动 2021 年 4 月结算单补结 2021 年 3 月单片付费分成收入	0.05	否
贵州移动 2021 年 9 月结算单补结 2020 年 12 月-2021 年-5 月爱家健康、爱家教育分成收入	10.42	否
贵州移动 2022 年 1 月结算 2021 年 11 月-12 月单片付费分成收入	6.60	否

贵州移动存在上述情形主要系咪咕游戏白金会员和咪咕游戏、爱家健康、爱家教育增值包当时尚处于上线初期，单片活动不定期开展、持续时间较短，贵州移动结算系统增加新产品并匹配计费点等涉及贵州移动内部审核流程，且审核流程缓慢，同时匹配需要时间等原因导致贵州移动与公司结算滞后。上述收入未进行跨年追溯调整涉及金额较小，不影响发行人收入确认截止时间的准确性。

3、收入确认的截止性

上述未进行跨期调整的收入金额较小，对公司收入确认截止性不存在重大影响。

申报报表中，2019 年及 2020 年的收入在 2021 年末公司已经全部收到结算单，并按照实际结算单确认了收入，收入确认期间正确；申报报表中，2021 年和 2022 年 1-6 月尚未取得结算单的收入公司均已合理暂估收入，不存在收入跨期现象。

四、举例说明客户坏账率扣款最佳估计数的具体确认方式及其合理性，报告期客户坏账率扣款最佳估计数的预估区间，与电信运营商实际客户坏账率扣款的差异情况，客户坏账率扣款的预估、对账的控制措施，坏账率扣款与可接受差异的关系

（一）举例说明客户坏账率扣款最佳估计数的具体确认方式及其合理性，报告期客户坏账率扣款最佳估计数的预估区间，与电信运营商实际客户坏账率扣款的差异情况

1、举例说明客户坏账率扣款最佳估计数的具体确认方式及其合理性

客户坏账率扣款是指公司与电信运营商就双方合作在贵州省开展 IPTV 业务，因用户停机、欠费、退订、理赔等原因导致电信运营商在与公司结算的时候需扣减的金额。其中公司与贵州电信的基础业务在合同中约定了客户坏账率为 8%，与贵州电信的增值业务、贵州移动及贵州联通的基础业务及增值业务在合同中均未约定客户坏账率的具体比率，由电信运营商在实际结算中根据用户停机、欠费、退订、理赔等实际情况进行客户坏账扣款。

针对贵州联通基础业务，因公司与贵州联通约定以“活跃且出账”用户数量作为结算依据，公司无法在每月底及时获取贵州联通出账用户数据，所以公司在考虑与贵州联通历史结算时的用户活跃率、用户出账率、公司测算数据与实际结算金额差异情况等计算出历史结算率（与贵州联通实际结算金额/根据在网用户数乘以结算单价计算的金额），直接用“公司在网用户数*历史平均结算率*结算单价”计算本期结算金额，该方法计算的结算率包含了客户坏账率、用户出账率等多种因素导致的差异，不再单独计算客户坏账率。

公司分客户、分基础业务及增值业务的客户坏账率或结算率确定方式如下：

客户名称	基础业务	增值业务
贵州电信	双方在合同中约定客户坏账率为 8%	以该业务过去 6 个月的客户坏账率作为本期坏账率扣款最佳估计数计算比例
贵州移动	因历史上客户坏账率扣款较小，因此客户坏账率扣款最佳估计数为 0	
贵州联通	以该业务过去 6 个月的历史结算率计算本期结算金额	因历史上客户坏账率扣款较小，因此客户坏账率扣款最佳估计数为 0

公司客户坏账率扣款最佳估计数或公司的历史结算率等系根据公司与客户

各项业务的实际情况确定的，能够更准确的为公司暂估收入提供依据，因此上述客户坏账率扣款最佳估计数或公司的历史结算率确认方式合理。

2、报告期客户坏账率扣款最佳估计数的预估区间，与电信运营商实际客户坏账率扣款的差异情况

申报报表中，针对 2019 年及 2020 年收入公司在 2021 年末已经全部收到结算单，公司按照实际结算金额确认了收入，因此申报报表中 2019 年及 2020 年不存在暂估收入。公司与贵州电信约定基础业务坏账率为 8%，实际结算时也按 8% 执行。2021 年末和 2022 年 6 月末暂估收入中，除贵州电信基础业务外客户坏账率扣款最佳估计数的预估区间或历史结算率与电信运营商实际结算的主要差异情况如下：

业务类型	期间	客户	客户坏账率扣款最佳估计数/结算率①	电信运营商实际客户坏账率扣款/结算率②	差异③=②-①
基础业务	2021 年 12 月	贵州移动	-	0.09%	0.09%
	2022 年 6 月		-	0.13%	0.13%
	2021 年 9 月	贵州联通	47.79%	47.79%	-
	2021 年 10 月		48.34%	47.98%	-0.36%
	2021 年 11 月		48.34%	43.92%	-4.42%
	2021 年 12 月		48.34%	44.30%	-4.04%
增值业务	2021 年 10 月	贵州电信	13.06%	13.11%	0.04%
	2021 年 11 月		13.04%	13.82%	0.77%
	2021 年 12 月		12.99%	11.67%	-1.32%
	2022 年 4 月		12.80%	13.74%	0.94%
	2022 年 5 月		12.77%	14.11%	1.34%
	2022 年 6 月		12.73%	14.68%	1.94%
	2021 年 12 月	贵州移动	-	5.89%	5.89%
	2022 年 3 月		-	-	-
	2022 年 4 月		-	-	-
	2022 年 5 月		-	1.08%	1.08%

注 1：上述 IPTV 基础业务收入、IPTV 增值业务坏账率扣款/结算率统计不含截至 2022 年 9 月 21 日尚未结算的账期。

注 2：上表中贵州联通基础业务数据为结算率，其他数据为客户坏账率扣款最佳估计数。

注 3：贵州联通基础业务 2021 年 9 月数据、贵州移动增值业务 2022 年 3-4 月数据，在资产负债表日，电信运营商准确数据已与发行人核对完毕尚未盖章确认，发行人按照与电信运营商对账确认的数据进行暂估，因此核对差异为 0。

从上表可以看出，客户坏账率扣款最佳估计数与电信运营商实际客户坏账率扣款的差异率较小，且 2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末，公司原始报表期末暂估收入与期后已结算差异金额和差异率均较小，因此公司暂估数据准确，客户坏账率扣款最佳估计数的具体确认方式和取数合理。

（二）客户坏账率扣款的预估、对账的控制措施，坏账率扣款与可接受差异的关系

1、客户坏账率扣款的预估、对账的控制措施

（1）发行人业务人员根据综合考虑双方签署的销售合同中的约定情况、历史结算情况、用户服务打分情况、订单退赔情况、与电信运营商沟通获取的相关信息等因素后确定客户坏账率扣款的预估数；

（2）发行人业务人员收到电信运营商的结算单后，由数据分析员根据电信运营商传输至发行人信息系统上的交易数据与结算单上的数据进行核对；

（3）若核对后差异在可接受范围之内，则以电信运营商结算单为准；若核对差异超过可接受范围，则发行人向电信运营商申请重新对账，此时，双方会共同对用户数、增值包订购信息、客户坏账率扣款等数据进行核查，查找差异原因，直至差异降低至可接受范围内；

（4）上述核对完成后，经公司业务部门负责人审批、财务部门复核通过后，双方履行结算单书面确认流程，发行人收到经双方书面确认的结算单后，开具增值税发票并收款；

（5）日常运营过程中，公司根据实际结算情况不断更新修正客户坏账率扣款的预估数、历史结算率，及时与电信运营商沟通获取退赔扣款等相关信息，及时调整客户坏账率扣款最佳估计数，从而尽可能缩小暂估与实际结算的差异。

2、坏账率扣款与可接受差异的关系

客户坏账率扣款是指公司与电信运营商就双方合作在贵州省开展 IPTV 业务，因用户停机、欠费、退订、理赔等原因导致电信运营商在与公司结算的时候需扣减的金额。其中公司与贵州电信的基础业务在合同中约定了客户坏账率为 8%，与贵州电信的增值业务、贵州移动及贵州联通的基础业务及增值业务在合同中未

约定客户坏账率的具体比率，由电信运营商在实际结算中根据用户停机、欠费、退订、理赔等实际情况进行客户坏账扣款。

可接受差异系指发行人以自身信息系统记录的相关业务数据与电信运营商结算单数据进行核对的差异。

客户坏账率扣率扣款与可接受差异没有实质联系。

五、说明报告期各期末，原始报表中暂估收入的金额，占各期收入的比例，期后实际结算的时间及差异率情况

报告期内，2019 年原始报表中公司收到运营商出具的且双方书面确认的结算单后开票，开票后方可确认收入，未按照权责发生制暂估收入，因此 2019 年原始报表中不存在暂估收入。2020 年开始公司原始报表按照权责发生制确认收入，存在暂估收入，且公司的收入主要来源于 IPTV 基础业务和增值业务，因此以下统计报告期各期末原始报表中基础和增值业务暂估收入情况如下：

单位：万元

时点	收入类别	客户名称	期末暂估收入金额	暂估收入占比	期后已结算的暂估金额①	期后实际结算金额②	差异金额③=②-①	差异率④=③/②	期后实际结算时间
2022 年 6 月末	基础业务	贵州电信	3,101.29	9.68%	3,101.29	3,117.45	16.16	0.52%	2022 年 7-8 月
		贵州移动	2,396.61	7.48%	2,396.61	2,393.39	-3.21	-0.13%	2022 年 7 月
		贵州联通	596.23	1.86%	-	-	-	-	
	增值业务	贵州电信	820.60	2.56%	820.60	808.71	-11.89	-1.47%	2022 年 7-8 月
		贵州移动	3,241.71	10.12%	2,466.01	2,447.96	-18.04	-0.74%	2022 年 7-9 月
		贵州联通	235.42	0.74%	-	-	-	-	
	小计		10,391.86	32.45%	8,784.50	8,767.52	-16.98	-0.19%	
2021 年末	基础业务	贵州电信	3,572.48	6.60%	3,572.48	3,631.31	58.83	1.62%	2022 年 6-7 月
		贵州移动	2,168.70	4.00%	2,168.70	2,166.79	-1.92	-0.09%	2022 年 1 月
		贵州联通	328.40	0.61%	328.40	313.25	-15.14	-4.83%	2022 年 1-3 月
	增值业务	贵州电信	764.25	1.41%	764.25	767.65	3.41	0.44%	2022 年 1-6 月
		贵州移动	795.43	1.47%	743.19	699.38	-43.80	-6.26%	2022 年 1 月、5 月
		贵州联通	119.50	0.22%	-	-	-	-	

时点	收入类别	客户名称	期末暂估收入金额	暂估收入占比	期后已结算的暂估金额①	期后实际结算金额②	差异金额③=②-①	差异率④=③/②	期后实际结算时间
		小计	7,748.75	14.31%	7,577.01	7,578.39	1.38	0.02%	
2020年末	基础业务	贵州电信	3,696.28	8.73%	3,696.28	3,729.67	33.39	0.90%	2021 年度
		贵州移动	4,052.03	9.57%	4,052.03	4,052.03	-	0.00%	2021 年度
		贵州联通	239.36	0.57%	239.36	229.43	-9.94	-4.33%	2021 年度
	增值业务	贵州电信	890.97	2.10%	890.97	780.60	-110.38	-14.14%	2021 年度
		贵州移动	1,082.72	2.56%	1,082.72	1,311.03	228.31	17.41%	2021 年度
		贵州联通	51.35	0.12%	51.35	47.93	-3.42	-7.13%	2021 年度
		小计	10,012.72	23.65%	10,012.72	10,150.68	137.97	1.36%	

注 1：暂估收入占比=期末暂估收入/当期原始报表营业收入。

注 2：上表各期末暂估收入金额仅包含当期的暂估收入金额，而非截至各期末的累计暂估收入。

注 3：上述期后统计截止时间为 2022 年 9 月 21 日。

原始报表中，2020 年末贵州移动增值业务暂估收入系 2020 年 11 月和 12 月收入，期后实际结算差异率为 17.41%，主要原因是贵州移动数据推送问题，导致公司系统与运营商系统数据同步时存在传输字段不全和数据丢失的情况。为此贵州移动于 2020 年 11 月上线了增值业务平台，该增值业务平台上线初期尚处于不断完善中导致差异率不稳定，运行三个月后公司于 2021 年 2 月开始能够获取较准确、完整的数据，此后结算差异率均较小。

原始报表中，2020 年末贵州电信增值业务暂估收入系 2020 年 10-12 月收入，期后实际结算差异率-14.14%，主要原因是针对增值业务公司与贵州电信未在合同中明确约定坏账率，因此公司参考基础业务与贵州电信约定的坏账率 8% 暂估收入，由于实际结算的坏账率扣款大于 8% 导致暂估和实际结算的差异较大。公司后续根据与贵州电信的历史结算情况，不断修正坏账率扣款的最佳估计数，降低暂估和实际结算的差异。

从上表可以看出，截至 2022 年 9 月 21 日，2020 年末、2021 年末、2022 年 6 月末公司期后已结算的原始报表基础和增值业务收入暂估数和结算数的差异分别为 137.97 万元、1.38 万元和-16.98 万元，差异率分别为 1.36%、0.02% 和-0.19%，差异金额和差异率均较小，原始报表暂估数据准确。

六、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了以下核查程序：

1、获取并检查各类业务的主要客户的销售合同以及贵州电信存量割接的说明等资料，并结合访谈市场部等方式，了解公司发行人内部数据与电信运营商结算数据核对情况、客户坏账率扣款处理情况最佳估计数确认方法、公司向百视通销售的具体情况 etc 收入确认过程；

2、通过对发行人技术创新部相关人员进行访谈、获取并检查与电信运营商的结算单，了解发行人 EPG 数据探针主要采集的数据、未使用 EPG 数据探针采集的数据与运营商对账的原因以及两类数据差异情况；

3、获取并检查针对不同类型业务和不同客户，公司内部数据与客户实际结算数据的差异情况，了解差异原因及超出可接受差异的处理过程；

4、检查相关电信运营商合同，并对公司市场部、技术创新部相关人员进行访谈，了解与贵州联通对账可接受差异为 10%的原因，并分析其合理性；

5、对公司市场部相关人员进行访谈，了解贵州电信侧 2021 年 3 月补结了 2020 年 1 月至 2020 年 7 月账期极光和鼎级产品的扫码收入的原因；

6、获取报告期内公司与电信运营商的结算单，检查是否存在类似于贵州电信 2021 年 3 月补充 2020 年有关收入的情形及相关收入及对应的收入是否存在跨期现象，并结合对资产负债表日前后确认的营业收入实施截止测试，评价收入是否在恰当期间确认；

7、访谈市场部了解针对不同业务、不同客户，公司客户坏账率扣款最佳估计数的具体确认方式，并分析其合理性；

8、获取并检查报告期内公司暂估收入时预估客户坏账率扣款与运营商实际结算坏账率扣款，比较差异情况，分析其合理性；

9、访谈市场部了解客户坏账率扣款的预估、对账的控制措施以及坏账率扣款与可接受差异的关系；

10、获取并检查报告期内原始报表收入明细表以及相应的客户结算单，了解报告期各期末原始报表中暂估收入情况、期后实际结算的时间，分析暂估数和实际结算数据的差异情况，评价暂估数据的准确性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、由于公司 EPG 探针无法采集停用、欠费停机、拆机用户数据、用户出账数据以及用户订购增值包的订单信息等，公司 EPG 数据探针采集的数据与电信运营商对账的数据差异较大，因此公司未使用 EPG 数据探针采集的数据与电信运营商进行对账。公司未使用 EPG 数据探针采集的数据与运营商对账的原因合理；

2、针对不同类型业务和不同客户，公司与客户实际对账结算存在差异，除 2020 年公司与贵州联通基础业务对账差异超过 10%外，其他客户及其他期间对账差异率均在可接受的差异范围内；公司与客户实际对账结算产生差异的原因主

要包括：公司与运营商数据统计时间存在差异、贵州移动割接过渡阶段结算用户数存在差异、用户销户、运营商上线新系统，初期运行不稳定等。报告期内，公司与电信运营商对账差异超出可接受差异的解决方式合理、与贵州联通可接受差异为 10% 的原因合理。

贵州电信 2021 年 3 月补结 2020 年有关业务收入的主要原因系该产品于 2019 年 12 月底上线，产品上线初期存在系统升级、贵州电信结算系统计费点匹配需要时间以及贵州电信自身收款的结算规则较为复杂等原因导致贵州电信与公司结算有所滞后。报告期内贵州联通不存在当期结算单补结以前期间收入的情形，贵州移动存在当期结算单补结以前期间收入的情形。针对这种情形，公司除个别金额较小的未进行跨年追溯调整，其他均已将收入记录在恰当期间，不影响发行人收入确认截止时间的准确性；

3、报告期客户坏账率扣款最佳估计数的预估区间，与电信运营商实际客户坏账率扣款的差异较小，暂估数据准确，客户坏账率扣款最佳估计数取数和具体确认方式合理；公司客户坏账率扣款的预估、对账的控制措施合理，客户坏账率扣款与可接受差异没有实质联系；

4、报告期各期末，原始报表中暂估收入的金额占各期收入的比例在 35% 以内，与实际结算的差异率整体较小。

【问题 3】关于营业成本

根据申报材料及审核问询回复：

（1）发行人 2020 年初引入爱上传媒，2019 年度未发生央视主要频道及各省卫视频道版权采购成本；2019 年下半年陆续引入 CCTV3568 频道版权，发行人 2019 年度、2020 年度向贵州卫星广播影视产业发展有限公司采购央视 3568 频道版权的金额分别为 415.09 万元、490.57 万元，根据营业成本的主要构成，发行人 2019 年和 2020 年 CCTV3568 频道版权费分别为 619.50 万元和 2,132.08 万元。

（2）公司采购的本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品等不存在可以对比的市场价格，公司通过对外招投标、询比价或商务谈判确定交易价格。报告期内，相关内容成本分别为 192 万元、668.73 万元

和 2,676.36 万元。

（3）报告期各期，发行人分成模式结算的版权费用分别为 3,745.73 万元、9,158.29 万元和 12,021.47 万元。发行人每月根据各内容供应商收视时长占比及考核评分或合同约定的计算规则等计算版权内容成本。

（4）发行人存在暂估成本的情况，2021 年末公司暂估总金额为 6,397.78 万元，截至 2022 年 7 月 20 日，期后已结算的暂估金额 5,883.58 万元，期后实际结算金额为 6,048.07 万元，差异率 2.72%。

（5）报告期各期，发行人运营维护费分别为 1,003.91 万元、3,793.84 万元和 4,421.10 万元，占 IPTV 收入的比例分别为 5.61%、8.93%和 8.16%，高于同行业可比公司。发行人 IPTV 运营维护费用主要支付给北京连屏及易视腾，其中与北京连屏的结算价格为以用户数量为基础，按照 0.5 元/户/月进行结算，其中针对贵州移动割接的存量用户交易价格为 0.2 元/户/月进行结算，实际服务包括新系统的开发及已有系统升级迭代等工作；与易视腾的结算价格为以贵州移动割接的存量用户为基础，并按照 3 元/月/户进行结算。此外，发行人未说明运营维护费在 IPTV 基础业务和增值业务间的分摊方式。

（6）发行人对由第三方受托制作的本土、特色内容拥有版权，但是因为相关内容具有时效性，一般在上线初期价值最高，且公司将持续向相关供应商采购相关内容，因此在内容上线时将其直接费用化，未确认资产并按期摊销。公司募集资金使用计划之一是采购 IPTV 版权内容，并将相关成本在三年内按 60%、20%和 20%的比例进行摊销，募集资金采购的版权内容摊销方式与报告期内版权内容的会计处理存在差异。

请发行人：

（1）说明在 2019 年度是否向终端用户提供央视主要频道及各省卫视频道、CCTV3568 频道，相关期间未发生版权费用的原因，是否存在版权纠纷；2019 年度、2020 年度向贵州卫星广播影视产业发展有限公司采购央视 3568 频道版权金额与营业成本中 CCTV3568 频道版权费金额存在差异的原因。

（2）说明本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品的主要构成与价格，报告期内相关成本大幅上升的原因及合理性，并结合

类似内容、版权的市场价格、招投标、询比价的具体情况，进一步说明有关采购的公允性。

（3）结合用户数量、评分系数、收视时长占比以及增值业务用户付费金额等，说明报告期各期支付给主要内容供应商版权内容成本的准确性。

（4）说明报告期各期末暂估成本的金额，占各期营业成本的比例，期后实际结算的时间及差异率情况，产生差异的主要原因及解决方式。

（5）结合运营维护的主要成果，说明运营维护费与用户数量挂钩的原因及合理性，是否设置费用上限，与行业惯例的对比情况，匡算报告期内运营维护费的准确性；针对贵州移动割接的存量用户，同时向易视腾和北京连屏支付运营维护费的合理性，支付的周期；运营维护费在 IPTV 基础业务和增值业务间的分摊方式。

（6）说明公司对版权内容的会计处理合规性，与同行业可比公司的对比情况，报告期内相关会计处理与募集资金使用购买的版权内容会计处理存在差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明在 **2019** 年度是否向终端用户提供央视主要频道及各省卫视频道、**CCTV3568** 频道，相关期间未发生版权费用的原因，是否存在版权纠纷；**2019** 年度、**2020** 年度向贵州卫星广播影视产业发展有限公司采购央视 **3568** 频道版权金额与营业成本中 **CCTV3568** 频道版权费金额存在差异的原因。

（一）说明在 **2019** 年度是否向终端用户提供央视主要频道及各省卫视频道、**CCTV3568** 频道，相关期间未发生版权费用的原因，是否存在版权纠纷

1、央视主要频道及各省卫视频道提供情况及版权纠纷情况

公司成立于 2017 年 9 月，成立之初即开始与爱上传媒接洽沟通引入播控总平台央视主要频道及各省卫视频道事宜，但是由于和爱上传媒沟通谈判以及建立信息传输链路均需要较长时间，为了及时响应国务院关于《三网融合推广方案》的要求，尽早在贵州省推广 IPTV 业务，公司通过卫星接收器接收了央视主要频

道及各省卫视频道开路频道并传输给用户，让用户能够尽早享受三网融合带来的便利。2020 年，公司正式与爱上传媒签订协议，通过爱上传媒接入央视主要频道及各省卫视频道内容。

爱上传媒已出具承诺函：针对 2020 年以前，多彩新媒使用爱上传媒提供的总平台内容但未向爱上传媒支付版权内容费用，爱上传媒承诺放弃并不再以任何事由向多彩新媒及其关联公司追究责任或提起诉讼，且与多彩新媒不存在其他纠纷或者潜在纠纷。

保荐人、申报会计师对爱上传媒进行了访谈，并取得爱上传媒签字并盖章的访谈记录，爱上传媒在访谈记录上确认：爱上传媒不会向多彩新媒追诉 2019 年以前的版权费用，爱上传媒与多彩新媒不存在未决的版权等知识产权纠纷。

2、CCTV3568 频道内容提供情况及版权纠纷情况

公司自 2019 年 7 月开始陆续通过贵州卫星及中广影视引入 CCTV3568 频道并支付相关费用，在通过贵州卫星及中广影视引入版权内容以前多彩新媒未引入 CCTV3568 频道内容，公司引入 CCTV3568 频道渠道合法，不存在未经版权方允许擅自引入 CCTV3568 频道内容情形。

截至本问询函回复签署日，公司与中广影视及贵州卫星不存在因版权内容费用支付引起的纠纷。但是公司通过中广影视提供的 CCTV6 频道内容涉及与北京华录版权纠纷，具体情况如下：北京华录认为公司及贵州联通在合作运营的 IPTV 平台中播出 CCTV6 电影频道侵犯了其从一九零五（北京）网络科技有限公司及中央宣传部电影卫星频道节目制作中心所获得的独家授权，于 2021 年 7 月向北京市石景山区人民法院提起诉讼，要求公司及贵州联通停止侵权并赔偿经济损失及各项费用共计 872,344.15 元。2022 年 5 月，一审判决公司赔款 240,160.00 元并下线 CCTV6 电影频道“回看”功能。一审判决后，双方均提起上诉，截至本问询函回复签署日，二审尚未判决。

除上述诉讼外，公司与贵州卫星及中广影视不存在其他版权纠纷情况。

保荐人、申报会计师对中广影视和贵州卫星进行了访谈，并取得中广影视和贵州卫星签字并盖章的访谈记录，贵州卫星在访谈记录上确认贵州卫星与多彩新媒合作期间不存在版权等知识产权纠纷；中广影视在访谈记录上确认双方不存在

直接版权纠纷，但多彩新媒通过中广影视提供的 CCTV6 频道内容涉及与北京华录版权纠纷。

上述版权纠纷涉及标的金额较小，对公司经营情况影响较小。

（二）2019 年度、2020 年度向贵州卫星广播影视产业发展有限公司采购央视 3568 频道版权金额与营业成本中 CCTV3568 频道版权费金额存在差异的原因

公司 2019 年及 2020 年度向贵州卫星采购央视 3568 频道版权金额与营业成本中 CCTV3568 频道版权费金额存在差异主要系公司除向贵州卫星引入 CCTV3568 版权内容外，还通过中广影视引入，差异原因合理。相关具体情况公司已申请豁免信息披露。

二、说明本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品的主要构成与价格，报告期内相关成本大幅上升的原因及合理性，并结合类似内容、版权的市场价格、招投标、询比价的具体情况，进一步说明有关采购的公允性。

（一）说明本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品的主要构成与价格，并结合类似内容、版权的市场价格、招投标、询比价的具体情况，进一步说明有关采购的公允性

报告期内，公司本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品等版权采购金额具体如下：

单位：万元

节目内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
本土、特色内容	754.56	1,652.68	421.56	50.49
特色频道版权、DOX 系列频道版权	550.59	759.53	247.17	141.51
4K 影视作品	132.08	264.15	-	-
外购综艺等影视作品	42.61	-	-	-
合计	1,479.84	2,676.36	668.73	192.00

上述版权费用的主要构成、交易价格以及价格公允情况公司已申请豁免信息披露，公司上述版权内容采购价格主要系根据市场价格、竞争性谈判、招投标、询比价等方式确定，交易价格公允。

（二）报告期内本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品相关成本大幅上升的原因及合理性

报告期内，公司本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品相关成本合计分别为 192.00 万元、668.73 万元、2,676.36 万元以及 1,479.84 万元，2020 年和 2021 年较上年增长率分别为 248.30%、300.22%。

2020 年本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品相关成本较上年增长 476.73 万元，主要原因为公司为吸引新用户，开始探索本土化、特色化内容，与北京连屏、贵州远博体育发展有限公司、贵州阅美圈科技有限公司等公司合作制作本土化、特色化内容以及城市社区定制内容，使得 2020 年度相关成本较上年增长了 371.07 万元。

2021 年本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品相关成本较上年增长 2,007.63 万元，主要原因是：一方面公司经过 2020 年度本土化、特色化内容的初步探索，于 2021 年开始落实开放融合、社会化协同的战略，加大现有本土化、特色化内容的合作，同时引入新的合作方，增加本土化、特色化内容的多样性，使得公司 2021 年相关成本较上年增长了 1,231.12 万元；另一方面 2021 年公司新增向四开花园采购 4K 影视作品、向鸣羽文化传播（深圳）有限责任公司采购 11 路高清电视频道及体育点播节目共计 725.48 万元。

综上所述，2019 年-2021 年本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品相关成本大幅上升的原因合理。

三、结合用户数量、评分系数、收视时长占比以及增值业务用户付费金额等，说明报告期各期支付给主要内容供应商版权内容成本的准确性

（一）基于分成模式结算的主要内容供应商情况

报告期内基于分成模式采购前五名内容提供商的采购金额及占分成模式采购金额的比重情况如下：

单位：万元

成本类别	版权内容方	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
基础业务内容成本	浙江岩华	720.44	1,790.01	1,423.31	680.63

成本类别	版权内容方	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	华视网聚	756.10	2,112.84	1,422.62	588.81
	快乐阳光	823.48	1,900.10	1,554.99	522.14
	新视云集	596.69	1,378.35	928.04	300.81
	嘉攸网络	521.19	1,205.26	931.68	723.12
	百视通	486.69	1,103.89	1,154.02	710.70
增值业务内容成本	浙江岩华	501.13	601.72	177.23	-
	百视通	-	56.74	114.40	-
合计		4,405.72	10,148.90	7,706.31	3,526.21
分成模式采购金额		5,686.12	12,021.47	9,158.29	3,745.73
占分成模式采购金额的比重		77.48%	84.42%	84.15%	94.14%

注 1：2019 年度、2020 年度分成采购的前五名供应商为浙江岩华、快乐阳光、华视网聚、百视通、嘉攸网络，2021 年度、2022 年 1-6 月分成采购的前五名供应商为浙江岩华、华视网聚、快乐阳光、新视云集、嘉攸网络。

注 2：上述各供应商统计的金额只含基于分成模式结算的版权内容费。

报告期内，上述分成模式结算的主要供应商各期采购金额合计分别为 3,526.21 万元、7,706.31 万元、10,148.90 万元和 4,405.72 万元，占分成模式采购金额的比重分别为 94.14%、84.15%、84.42%和 77.48%。

（二）报告期各期支付给主要内容供应商版权内容成本的准确性

1、上述主要内容供应商的版权内容分成方式、分成比例以及分成数据情况如下：

成本类别	版权内容方	结算类型	分成数据
基础业务内容成本	浙江岩华	按用户数量及收视时长占比为基础进行结算	用户数量、评分系数、收视时长占比
	华视网聚		
	快乐阳光		
	新视云集		
	嘉攸网络		
	百视通		
增值业务内容成本	浙江岩华	以增值业务用户付费金额为基础进行分成结算	增值业务用户付费金额、分成比例
	百视通		

注 1：公司与华视网聚、快乐阳光、浙江岩华、新视云集、嘉攸网络以及百视通六家基础业务内容供应商签订的协议中约定“甲方（公司）可以将乙方（内容供应商）部分节目内容作为增值内容编排到甲方平台的增值包中进行售卖，乙方不再额外获得结算收入”。

注 2：针对增值业务，公司从 2022 年度开始未向百视通采购该版权。

公司与上述主要内容提供商的分成方式及分成比例已申请豁免披露。

2、上述主要内容供应商版权内容结算分成数据的来源与准确性

上述主要内容供应商版权内容结算涉及的数据主要有：用户数量、评分系数、收视时长占比、增值业务用户付费金额以及分成比例，有关这些数据的来源及准确性说明如下：

分成数据	来源	准确性说明
用户数量	取自电信运营商基础业务结算单	公司与电信运营商定期对账，核对后差异在可接受范围之内，双方对基础业务结算单进行书面确认
评分系数	公司对版权方进行打分，形成考核评分表	公司打分后，出具考核评分表，版权方认可后进行盖章确认
收视时长占比	内容部数据分析员根据公司业务信息系统播放记录统计出各版权方的收视时长	1) 内容部、核算会计对数据分析员提供的统计数据表进行复核，复核无误后内容部发供应商确认； 2) 实际结算时，公司与内容提供商在结算单上双方对收视时长占比进行盖章确认
增值业务用户付费金额	取自电信运营商增值业务结算单	公司与电信运营商定期对账，核对后差异在可接受范围之内，双方对增值业务结算单进行书面确认
分成比例	取自公司与版权方签署的合同	公司与版权方业已就版权采购合同条款进行磋商，双方确认后签署正式采购合同

综上所述，分成数据主要来源于经双方盖章的合同和评分表、公司与电信运营商书面确认的结算单，经信永中和和天健测试控制有效的信息系统，因此分成数据来源准确。

3、公司与主要内容供应商的成本结算过程

公司与主要内容提供商结算的流程：版权管理中心结算员在合同约定的结算时间与内容提供商进行对账，并取得供应商盖章的结算单后，结算员发起结算申请，内容部门相关负责人审批通过后，经财务部、总经理审批后，履行公司盖章流程。结算员根据双方盖章的结算单及供应商发票，在合同约定的付款时间发起付款申请，经相关人员审批后，出纳进行款项支付。

公司与内容提供商结算相关的程序及控制措施情况具体如下：

具体环节	具体流程	控制措施
双方对账	结算员在合同约定的结算时间向内容提供商提供结算数据，内容提供商当月底前完成对账，并交付对方盖章的结算单	内容提供商核对结算数据，核对无误后交付对方盖章的结算单
结算申请	结算员发起结算流程，流程需附内容提供商盖章确认的成本结算单等相关资料	内容部门相关负责人审批
核算审核	核算会计检查结算资料的完整性，并对结算数据进行审核	核算会计检查无误后签字，并经财务主管、财务负责人、总经理审批后，履行公司盖章流程
付款申请	结算员发起付款申请流程，流程需附成本结算单、发票等相关资料	付款需经内容部门相关负责人审批，核算会计初审后经财务主管、财务负责人、总经理审批
款项支付	出纳根据审批完成的付款申请单进行款项支付	付款完成后，出纳需在原始付款凭证上加盖银行付讫章和出纳个人名章

4、主要内容供应商版权内容成本测算与核对

针对主要内容供应商版权内容成本准确性，公司业务部按月对上述主要内容供应商基础业务及增值业务内容成本进行测算，并和财务确认成本进行核对，具体情况如下：

(1) 基础业务内容成本测算与核对

单位：万元

版权 内容方	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	测算成本金额 (A)	财务确认金额 (B)	差异率 (C=A/B-1)	测算成本金额 (A)	财务确认金额 (B)	差异率 (C=A/B-1)	测算成本金额 (A)	财务确认金额 (B)	差异率 (C=A/B-1)	测算成本金额 (A)	财务确认金额 (B)	差异率 (C=A/B-1)
浙江岩华	679.77	680.42	-0.10%	1,790.01	1,790.01	-	1,423.31	1,423.31	-	680.63	680.63	-
华视网聚	704.41	705.11	-0.10%	2,112.84	2,112.84	-	1,422.62	1,422.62	-	588.81	588.81	-
快乐阳光	754.73	755.45	-0.10%	1,900.10	1,900.10	-	1,554.99	1,554.99	-	522.14	522.14	-
新视云集	555.38	555.92	-0.10%	1,378.35	1,378.35	-	928.04	928.04	-	300.81	300.81	-
嘉攸网络	485.95	486.41	-0.09%	1,205.26	1,205.26	-	931.68	931.68	-	723.12	723.12	-
百视通	486.79	486.79	-	1,103.89	1,103.89	-	1,154.02	1,154.02	-	710.70	710.70	-
合计	3,667.03	3,670.10	-0.08%	9,490.45	9,490.45	-	7,414.66	7,414.66	-	3,526.21	3,526.21	-

注：上述主要内容供应商 2022 年 1-6 月基础业务内容成本不含 2020 年末、2021 年末暂估成本期后结算的差异。

基础业务内容成本 2019 年度、2020 年度、2021 年度测算无差异；2022 年 1-6 月测算差异率为-0.08%，差异率小，支付给主要内容供应商的基础业务内容成本准确。

(2) 增值业务主要内容成本测算与核对

单位：万元

版权内容方	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度		
	测算成本金额 (A)	财务确认金额 (B)	差异率 (C=A/B-1)	测算成本金额 (A)	财务确认金额 (B)	差异率 (C=A/B-1)	测算成本金额 (A)	财务确认金额 (B)	差异率 (C=A/B-1)
浙江岩华	501.13	501.13	-	612.82	601.72	1.84%	177.23	177.23	-
百视通	-	-	-	55.90	56.74	-1.48%	113.69	114.40	-0.62%
合计	501.13	501.13	-	668.72	658.46	1.56%	290.92	291.63	-0.24%

上表中增值业务内容成本 2020 年度、2021 年度测算差异率分别为-0.24%、1.56%，2022 年 1-6 月测算无差异，整体差异率小，公司支付给主要内容供应商的增值业务内容成本准确。

四、说明报告期各期末暂估成本的金额，占各期营业成本的比例，期后实际结算的时间及差异率情况，产生差异的主要原因及解决方式

(一) 说明报告期各期末暂估成本的金额，占各期营业成本的比例

针对截至 2021 年末以及 2022 年 6 月末已实际结算的报告期内成本，公司已按实际结算的金额记账。针对截至 2021 年末和 2022 年 6 月末未实际结算的报告期内成本，公司结合与电信运营商结算数据、公司内部数据、公司历史上的暂估准确率等情况，暂估确认了成本。

报告期各期末，公司暂估成本金额及占各期营业成本的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31
当期确认的期末暂估成本金额①	6,917.32	5,993.27	114.40
营业成本②	15,406.78	29,953.86	21,722.37
暂估占比③=①/②	44.90%	20.01%	0.53%

注：申报报表中，针对 2019 年成本公司在 2021 年末已经全部结算，且已按实际结算的金额确认了相关成本，因此申报报表中 2019 年末不存在暂估成本。

(二) 期后实际结算的时间及差异率情况

2020 年末、2021 年末、2022 年 6 月末，公司当期暂估成本前五名供应商暂估成本的金额分别为 114.40 万元、4,260.92 万元、4,424.62 万元，占当期确

认的期末暂估成本的比例分别为 100.00%、71.10%和 63.96%。2020 年末、2021 年末、2022 年 6 月末，公司前五名供应商暂估成本的金额、期后实际结算时间以及差异率情况如下：

单位：万元

时间	公司名称	采购项目	暂估总金额	期后已结算的暂估金额①	期后实际结算金额②	差异金额③=②-①	差异率④=③/②	期后实际结算时间	截止到 2022 年 9 月 21 日尚未结算的金额
2022 年 6 月末	浙江岩华	版权内容费	1,181.55	310.27	310.27	-	-	2022 年 8 月	871.28
	北京连屏	运营维护费	933.06	431.08	431.08	-	-	2022 年 8 月	501.98
	易视腾	运营维护费	849.45	556.79	556.79	-	-	2022 年 4-6 月	292.66
	快乐阳光	版权内容费	755.45	345.15	345.15	-	-	2022 年 8 月	410.30
	华视网聚	版权内容费	705.11	336.83	336.83	-	-	2022 年 8 月	368.27
	小计		4,424.62	1,980.13	1,980.13	-	-		2,444.49
2021 年末	浙江岩华	版权内容费	1,044.64	1,044.64	1,075.00	30.36	2.82%	2022 年 4-6 月	-
	华视网聚	版权内容费	922.38	922.38	963.89	41.51	4.31%	2022 年 4-6 月	-
	北京连屏	运营维护费	818.14	818.14	819.23	1.09	0.13%	2022 年 2-8 月	-
		版权内容费	78.33	78.33	78.33	-	0.00%	2022 年 2 月	-
	快乐阳光	版权内容费	799.29	799.29	834.34	35.05	4.20%	2022 年 6 月	-
	新视云集	版权内容费	598.14	598.14	630.50	32.36	5.13%	2022 年 4-6 月	-
	小计		4,260.92	4,260.92	4,401.28	140.36	3.19%		-
2020 年末	百视通	版权内容费	114.40	114.40	113.40	-1.00	-0.88%	2022 年 7 月	-
	小计		114.40	114.40	113.40	-1.00	-0.88%		-

2020 年末、2021 年末、2022 年 6 月末，公司暂估成本前五名供应商暂估成本期后实际结算时差异率较小，暂估成本较为准确。

（三）产生差异的主要原因及解决方式

公司根据业务信息系统的数据和版权方考核评分情况等按照双方合同约定计算暂估金额，并暂估入账。上述报告期各期末暂估成本前五名供应商暂估成本与实际结算产生差异的主要原因及解决方式具体如下：

成本类别	公司名称	结算方式	产生差异的主要原因	解决方式
运营维护费	北京连屏	以用户数量为基础进行结算	公司各期末暂估成本与期后实际结算产生差异主要系用户数量和增值业务用户付费金额暂估和结算时取数来源不同： 1）公司取到客户结算单前，根据公司业务信息系统的数据库按照双方合同约定计算暂估金额，并暂估入账； 2）客户结算单经公司与电信运营商书面确认后，公司根据结算单数据计算成本结算金额，与供应商对账后双方盖章确认，暂估成本与实际结算的差异计入当期	除各月与电信运营商结算对账外，增加日常对账，及时核实差异原因，减小公司业务信息系统相关数据与电信运营商实际结算数据的差异，进而减少分成模式结算下成本暂估的差异
	易视腾			
基础业务内容成本	浙江岩华	按用户数量及收视时长占比为基础进行结算		
	华视网聚			
	快乐阳光			
	百视通			
增值业务内容成本	浙江岩华	以增值业务用户付费金额为基础进行分成结算		
	百视通			

五、结合运营维护的主要成果，说明运营维护费与用户数量挂钩的原因及合理性，是否设置费用上限，与行业惯例的对比情况，匡算报告期内运营维护费的准确性；针对贵州移动割接的存量用户，同时向易视腾和北京连屏支付运营维护费的合理性，支付的周期；运营维护费在 IPTV 基础业务和增值业务间的分摊方式

（一）结合运营维护的主要成果，说明运营维护费与用户数量挂钩的原因及合理性，是否设置费用上限，与行业惯例的对比情况，匡算报告期内运营维护费的准确性

1、结合运营维护的主要成果，说明运营维护费与用户数量挂钩的原因及合理性，是否设置费用上限

（1）运营维护的主要成果

发行人 IPTV 运营维护费用主要支付给北京连屏及易视腾，IPTV 运营维护费的主要内容如下：

支付对象	北京连屏	易视腾
合同约定主要内容	播控平台技术支撑、大数据、广告平台、产品的用户体验优化和日常业务所需个性化迭代开发工作。	为贵州移动 OTT 业务变更为公司 IPTV 业务、相应的 OTT 业务用户全量迁移至公司 IPTV 集成播控分平台以及变更迁移完成后的用户机顶盒升级、IPTV 业务运营提供平台对接、EPG 设计、软件开发与维护等运维支撑服务。
主要运营维护成果	移动公众版 EPG、电信公众版 EPG、联通公众版 EPG、酒店版 EPG、行业版 EPG、县域定制版 EPG 迭代升级，IPTV 播控运营平台迭代升级，精细化信息服务平台建设迭代升级，芒果 TV 广告联盟系统迭代升级，G+TV 大数据分析系统迭代升级，融合轮播系统迭代升级，移动智慧生活服务平台迭代升级、智慧播控运营平台 3.0、IPTV 智慧终端产品 3.0 研发。	贵州移动割接用户机顶盒升级，终端管理平台迭代升级，割接用户家客 EPG、行业用户 EPG、县域定制版 EPG 迭代升级，移动割接用户内容运营审核管理平台迭代升级，EPG 运营审核管理平台迭代升级，智能推荐系统的迭代升级，电视直播系统迭代升级，易纵横大数据系统能力迭代升级，底层云服务平台迭代升级。

（2）说明运营维护费与用户数量挂钩的原因及合理性

公司北京连屏运营维护费主要为已有系统的迭代升级，北京连屏运营维护的播控运营平台以及 EPG 等系用户直接使用或为用户使用所需的后台支撑系统，其运营维护成本与用户数量存在一定正相关关系，但并非线性关系，一般随着用户数量的增加分摊至单户运营维护成本会逐步降低。2019 年时公司成立时间较短，前期公司的系统尚不完善，需要不断升级迭代，还有大量新系统要开发，运营成本较高。2019 年公司的用户数量较少的情况下，公司参考同行业通行做法将运营维护费与用户数量挂钩进行结算，可有效降低公司的运营维护成本。随着公司用户数量不断增加，若一直以用户数量为基础进行结算对公司不再符合经济原则，因此在 2021 年 10 月，公司与北京连屏签订了服务费封顶协议，每月最高结算金额不超过 235 万元，有效降低了公司运营维护成本。因此公司与北京连屏运营维护费与用户数量挂钩具有合理性。

公司与易视腾运营维护费以用户数量为基础进行结算，主要原因为：2020 年贵州移动存量用户割接以前贵州移动与未来电视合作魔百和业务，易视腾作为运营维护商，未来电视采用基于用户数量的分成结算模式与易视腾进行结算，前期易视腾为贵州移动存量用户运营维护付出了大量的成本，为了尽快实现存量用户的割接以及割接后的运维，公司与易视腾运营维护费结算参考了前期易视腾与

未来电视的结算模式，将运营维护费结算与用户数量挂钩。因此公司与易视腾运营维护费与用户数量挂钩具有合理性。

（3）是否设置费用上限

2019 年公司的用户数量较少的情况下，公司参考同行业通行做法将运营维护费与用户数量挂钩进行结算，可有效降低公司的运营维护成本。随着公司用户数量不断增加，若一直以用户数量为基础进行结算对公司不再符合经济原则，因此在 2021 年 10 月，公司与北京连屏签订了《贵州省台新媒体电视业务全业务服务项目合同补充协议（商务条款）》，约定自 2021 年 7 月 1 日起，以公司播控平台运营的结算用户数为结算基准，每月最高应结算金额不超过 235 万元，超过部分不计入结算。

公司与易视腾运营维护费与用户数量挂钩进行结算，未设置结算金额或者用户数上限。

2、说明运营维护费与用户数量挂钩与行业惯例的对比情况

同行业可比公司中仅无线传媒披露了运营维护费的结算方式，其按照 IPTV 增值业务发生金额的固定比例向合作方支付系统及运营支撑费用。北方及中部 IPTV 播控运营平台亦存在与公司一样以用户数量为基础的结算方式，具体情况发行人已申请豁免信息披露。公司的运营维护费与用户数量挂钩符合行业惯例。

3、匡算报告期内运营维护费的准确性

报告期内，公司基于分成结算的 IPTV 运营维护费用主要是支付给北京连屏及易视腾，以下根据双方约定的结算规则，匡算支付给北京连屏和易视腾采取分成结算的运营维护费情况如下：

单位：万元

公司名称	年度	账面金额①	测算金额②	差异率③=（②-①）/①
北京连屏	2022 年 1-6 月	1,301.74	1,300.33	-0.11%
	2021 年度	2,397.55	2,397.55	-
	2020 年度	1,800.38	1,800.38	-
	2019 年度	976.80	976.80	-

公司名称	年度	账面金额①	测算金额②	差异率③= (②-①) / ①
易视腾	2022 年 1-6 月	849.45	849.45	-
	2021 年度	2,405.90	2,405.90	-
	2020 年度	2,480.39	2,480.39	-

注：北京连屏上述运营维护费含分摊至研发费用的金额。

从上表可以看出，报告期内测算金额和账面金额的差异较小，报告期内运营维护费准确。

（二）针对贵州移动割接的存量用户，同时向易视腾和北京连屏支付运营维护费的合理性，支付的周期

1、针对贵州移动割接的存量用户，同时向易视腾和北京连屏支付运营维护费的合理性

针对贵州移动割接的存量用户，为保证贵州移动割接的存量用户与新增用户拥有相同的用户体验，需要保证两类用户所使用的 EPG 界面一致。因此由北京连屏统一负责 EPG 模板设计以及定期的更新迭代，随时根据公司运营需求上线如滚动屏、瀑布流等新功能。在北京连屏设计好 EPG 模板后，由易视腾负责 EPG 模板与存量用户机顶盒的适配及迭代升级。此外易视腾还负责贵州移动割接存量用户的机顶盒升级，终端管理平台迭代升级，内容运营审核管理平台迭代升级，EPG 运营审核管理平台迭代升级，智能推荐系统的迭代升级，电视直播系统迭代升级，易纵横大数据系统能力迭代升级，底层云服务平台迭代升级。因此针对贵州移动割接的存量用户，公司同时向易视腾和北京连屏支付运营维护费具有合理性。

2、公司向易视腾和北京连屏支付运营维护费的支付周期

针对贵州移动割接的存量用户，公司向易视腾和北京连屏支付运营维护费的支付周期情况如下：

公司名称	支付周期
北京连屏	2021 年 7 月前以电信运营商已向公司发起当月的实际结算为前提条件，北京连屏应于收到公司通知后的 5 个工作日内，向公司开具增值税专用发票，公司确认后在 10 个工作日内向北京连屏支付款项。2021 年 7 月 1 日开始，T 月产生的应结算款项，双方于 T+2 核对结算数据并出具结算对账单，北京连屏出具增值税专用发票后，公司 T+2 进行支付（双方对

公司名称	支付周期
	账导致的付款时间延误不视为公司逾期付款）
易视腾	公司在收到贵州移动款项的次月与易视腾对账结算，易视腾根据结算方式和考核评定结果，在双方对账确认完毕后 7 个工作日内向公司开具发票，公司在收到发票后 10 个工作日内支付

（三）运营维护费在 IPTV 基础业务和增值业务间的分摊方式

公司运营维护费按照运营维护与基础业务及增值业务的相关性分别计入基础业务成本及增值业务成本，即与基础业务相关的运营维护费直接计入基础业务成本，与增值业务直接相关的运营维护费（如增值业务专区开发）直接计入增值业务成本。北京连屏及易视腾提供的运营维护费用因其结算方式仅与基础业务用户数量相关，即不管公司是否存在增值业务收入，公司向北京连屏及易视腾支付的运营维护费均不随增值业务收入波动而波动，因此公司将向北京连屏及易视腾支付的运营维护费全部计入了基础业务成本。

六、说明公司对版权内容的会计处理合规性，与同行业可比公司的对比情况，报告期内相关会计处理与募集资金使用购买的版权内容会计处理存在差异的原因及合理性。

（一）公司对版权内容的会计处理合规性，与同行业可比公司的对比情况

公司对版权内容的会计处理及与同行业可比公司对比情况如下：

结算模式	版权内容	会计处理	采用该会计处理的原因	同行业可比公司会计处理
固定金额	央视主要频道及各省卫视频道版权、CCTV3568 频道版权、特色频道版权、DOX 系列频道版权、4K 影视作品、网络新闻联播	按照合同约定受益期按月平均或按照合同执行进度分期计入营业成本	央视主要频道及各省卫视频道版权、CCTV3568 频道版权、特色频道版权、DOX 系列频道版权、4K 影视作品、网络新闻联播系公司以固定金额购买了一定期限内播放相关频道或每月更新一定量点播内容的权利，需要版权内容方在合同期限内持续将相关频道内容或点播更新内容传输给公司，公司的受益期限与合同约定的期限基本一致，因此采用按照合同约定受益期按月平均或按照合同执行进度分期计入营业成本的会计处理方式	东方明珠： 对其他版权，2019-2020 年，有合同期限，在合同约定期限内按照年限平均法摊销；无合同期限，按 5 年平均摊销；2021 年-2022 年 6 月，按受益期和 10 年孰短的期限内直线法摊销； 新媒股份： 对于频道、点播类节目版权，按照合同约定的受益期确定使用寿命，在受益年限内按照年限平均法摊销； 无线传媒： 对于自用的版权及频道使用权在授权期限内直线法摊销；对于分销的版权及频道使用权，按照已授权年次占预计可授权的总年次的比例确定摊销金额
	本土、特色内容	在节目上线时一次性记入营业成本	因为本土特色内容具有时效性，受益期较短，一般在上线初期价值最高，且公司将持续向相关供应商采购相关内容，为更准确反应业务实质，公司在内容上线时将其直接计入营业成本	通过公开信息查询，与同行业公司不存在可比情况
	外购综艺、影视剧版权内容	期限 24 个月以内，按 2 年 6: 4 进行摊销； 期限 36 个月以上或无期限，按照 6: 2: 2 分 3 年摊销	外购的综艺、影视剧受益期相对较长，一般在购买第一年价值最高，第二、三年价值相对较低，按照各期的受益程度，参考同行业会计处理模式，采取了阶梯下降摊销模式	东方明珠、芒果超媒、新媒股份，分摊方式分为以下几类： （1）合同期限小于 12 个月：直线法摊销； （2）合同期大于 12 个月的：前 6 个月摊销 50%，后面 2.5 年或者剩余期限内或者后面 9.5 年平均摊销 50%； （3）合同期限小于 24 个月的：在受益期内按月平均摊销； （4）合同期限超过 2 年：前 3 年分别按照 5: 3: 2 进行摊销，或者第一年平均摊销 50%，剩余期限内平均摊销 50%； （5）合同期限 3-5 年：第 1 年摊销 50%，第

结算模式	版权内容	会计处理	采用该会计处理的原因	同行业可比公司会计处理
				2 年摊销 30%，剩余期限摊销 20%； （6）合同期限超过 5 年：第 1 年摊销 50%，第 2 年摊销 20%，后面 36 个月摊销 30%； （7）无线传媒、海看股份、重数传媒在进行募投项目购买版权摊销测算时均按照 3 年 6:2:2 的比例进行摊销
分成模式	分成模式结算的直播或点播内容	按照当期各类业务所确认的收入，结合版权分成合同约定的业务类型和分成计算规则，计算并确认当月相应的版权成本	根据合同约定以及版权内容的受益期限，参考同行业采取了该种会计处理模式	重数传媒：根据当月 IPTV 业务收入及合同约定的结算比例计算确认根据当月 IPTV 业务收入及合同约定的结算比例计算确认； 海看股份：分成成本，按照当期各类业务所确认的收入，结合版权分成合同约定的业务类型，对应地计算确认当月版权成本； 无线传媒：发行人为移动侧基础业务购买的节目内容使用成本，以发行人在移动运营商侧的用户数、每户单价及考核评定的结算比例确定成本

如上表所示，公司对版权内容的会计处理符合企业会计准则的规定，会计处理合规，与同行业可比公司会计处理不存在显著差异。

（二）报告期内相关会计处理与募集资金使用购买的版权内容会计处理存在差异的原因及合理性

公司在报告期内购买的央视主要频道及各省卫视频道版权、CCTV3568 频道版权、特色频道版权、DOX 系列频道版权、4K 影视作品、网络新闻联播版权内容，会计处理为在报告期内按照直线法或按照合同执行进度分期进行摊销；购买的本土、特色内容在上线时，按照当期的合同执行进度，将相应的营业成本在当期确认。而募集资金使用购买的版权会计处理为按照 6：2：2 的比例分 3 年在每年内平均摊销。

上述会计处理存在差异，主要原因是：央视主要频道及各省卫视频道版权、CCTV3568 频道版权、特色频道版权、DOX 系列频道版权、4K 影视作品、网络新闻联播系公司以固定金额购买了一定期限内播放相关频道或每月更新一定量点播内容的权利，需要版权内容方在合同期限内持续将相关频道内容或点播更新内容传输给公司，公司的受益期限与合同约定的期限基本一致，因此采用按照合同约定受益期平均按月计入营业成本会计处理方式。本土特色内容具有时效性、受益期较短的特点，一般在上线初期价值最高，后续价值较低，且公司将持续向相关供应商采购相关内容，为更准确反应业务实质，公司在内容上线时将其直接计入营业成本。而募集资金使用拟通过一次性买断方式向头部版权内容供应商引进用户粘性强、受益期长的优质版权内容，参考同行业募集资金使用会计处理方式，采用了按照 6：2：2 的比例分 3 年在每年内平均摊销，与同行业可比公司募集资金使用的会计处理一致。因此上述差异原因合理。

七、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了以下核查程序：

1、访谈公司内容运营部主管，并结合访谈供应商、客户，了解在 2019 年度是否向终端用户提供央视主要频道及各省卫视频道、CCTV3568 频道，相关

期间未发生版权费用的原因；

2、取得了中广影视提供的 CCTV6 频道内容涉及与北京华录版权纠纷的相关资料；

3、通过国家企业信用信息公示系统等公开查询方式对公司的诉讼、仲裁情况进行了查询，并结合与主要版权供应商的访谈和获取相关承诺的方式，分析公司与相关版权内容方是否存在版权纠纷；

4、获取并检查公司央视主要频道及各省卫视频道、CCTV3568 频道的采购合同，了解交易内容、版权期限、定价依据、交易价格等，结合公司向终端用户提供相关频道的实际情况，分析 2019 年度相关期间未发生版权费用的原因，以及评价相关频道版权成本归集的准确性；

5、获取并检查公司本土、特色内容、特色频道版权、DOX 系列频道版权以及 4K 影视作品成本明细表，了解相关成本的主要构成、归集过程，检查相关采购合同，分析报告期内相关成本大幅上升的原因及合理性，并结合访谈、获取招投标及询比价资料等多种方式分析采购价格的公允性；

6、获取并检查与版权内容、运营维护费分成数据相关的支持性文件，包括电信运营商结算单、考核评分表等，以评价主要内容供应商版权内容成本、运营维护费计算使用的分成数据的准确性；

7、获取公司主要内容供应商版权内容成本明细表和采购合同，按照合同约定的结算方法进行重新计算，并将重新计算数据与账面成本金额进行核对，以评价公司支付给主要内容供应商版权内容成本的准确性；

8、获取公司成本暂估和实际结算数据，并检查各期末暂估成本前五名供应商的实际结算单，分析暂估的准确性，并结合访谈财务负责人、抽查分成数据的支持性文件等方式，了解成本暂估与期后实际结算的差异原因及解决方式；

9、访谈主要供应商和技术创新部负责人，了解北京运营维护费的主要成果，并与行业可比公司进行对比，分析运营维护费与用户数量挂钩的原因及合理性、针对贵州移动割接的存量用户，同时向易视腾和北京连屏支付运营维护费的合理性；

10、通过获取报告期内主要的运营维护合同，了解费用是否设置上限以及支付周期；

11、获取运营维护费成本明细表，并结合访谈财务负责人了解运营维护费在IPTV基础业务和增值业务间的分摊方式，评价分摊方式的合理性；

12、获取运营维护费合同、运营维护费结算单以及IPTV基础业务结算数等资料，按照运营维护费计算规则匡算报告期内运营维护费的准确性；

13、了解第三方受托制作的本土、特色内容等版权成本的确认、摊销方法及归集过程，评价其是否符合企业会计准则的规定，是否与同行业可比公司一致；

14、对财务负责人进行访谈，了解募集资金采购的版权内容摊销方式与报告期内版权内容的会计处理情况，并分析存在差异的原因及合理性；

15、通过检索同行业可比公司定期报告、招股说明书及反馈回复意见等公开资料获取同行业可比数据，并与公司版权内容成本摊销政策、运营维护费结算方式等数据进行对比分析。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、公司2019年度向终端用户提供央视主要频道及各省卫视频道、相关期间未发生版权费用的原因合理，公司2019年向终端用户提供CCTV3568频道方式了相关版权内容费，公司与上述版权供应商不存在版权纠纷；2019年度、2020年度向贵州卫星采购央视3568频道版权金额与营业成本中CCTV3568频道版权费金额存在差异系公司相关频道版权提供方除贵州卫星外，还向中广影视采购，差异原因合理；

2、报告期内本土、特色内容、特色频道版权、DOX系列频道版权以及4K影视作品相关成本大幅上升的原因合理，采购价格公允；

3、报告期各期支付给主要内容供应商的版权内容成本准确；

4、报告期各期末暂估成本期后实际结算的差异率较小，产生差异的原因和解决方式合理；

5、公司运营维护费与用户数量挂钩的原因合理，符合行业惯例。针对运营维护费，公司仅与北京连屏约定了费用上限。通过匡算报告期内运营维护费，并与账面数进行对比，公司报告期内运营维护费准确；针对贵州移动割接的存量用户，同时向易视腾和北京连屏支付运营维护费是合理的；公司运营维护费按照运营维护与基础业务及增值业务的相关性分别计入基础业务成本及增值业务成本；

6、报告期内由第三方受托制作的网络新闻联播和本土、特色内容的会计处理合规，与同行业可比公司不存在显著差异；报告期内相关会计处理与募集资金使用购买的版权内容会计处理存在差异的原因合理。

【问题 4】关于毛利率

根据申报材料及审核问询回复：

（1）报告期各期，发行人增值业务毛利率分别为 78.10%、71.98%和 64.74%，高于同行业可比公司。报告期内，发行人增值业务每用户月均收入分别为 10.72 元/户/月、19.11 元/户/月和 15.31 元/户/月，2019 年度较低的原因是公司与电信运营商采取以较低定价快速占领市场的策略。

（2）根据发行人与华视网聚、快乐阳光、浙江岩华、新视云集、嘉攸网络以及百视通（以下合称六大 CP）签订的协议，六大 CP 向公司提供点播等内容，结算方式为基于基础用户数的分成结算模式；同时，六大 CP 提供的内容可同时使用于基础业务及增值业务，公司将支付给六大 CP 的内容成本按照其在基础业务及增值业务的收视时长占比进行了分摊。同行业可比公司一般与增值业务内容提供方约定按照收到电信运营商增值业务收入金额一定比例进行分成结算。

请发行人：

（1）说明报告期增值业务每用户月均收入与增值业务毛利率的匹配性，2019 年度增值业务定价较低但毛利率较高的合理性。

（2）说明与同行业可比公司就点播内容的分成结算模式存在差异的原因及合理性，点播内容在基础业务及增值业务的播放时长情况，相关数据的准确性，按照收视时长进行成本分摊的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明报告期增值业务每用户月均收入与增值业务毛利率的匹配性，2019年度增值业务定价较低但毛利率较高的合理性

（一）报告期内增值业务毛利率波动原因具体分析

报告期内，公司增值业务收入、成本以及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	毛利率/金额	变动率	毛利率/金额	变动率	毛利率/金额	变动率	
增值业务毛利率	68.07%	5.14%	64.74%	-10.06%	71.98%	-7.84%	78.10%
收入	6,772.11	-44.77%	12,260.66	42.68%	8,593.19	692.90%	1,083.77
成本	2,162.37	-49.98%	4,323.17	79.53%	2,408.05	914.56%	237.35

从上表可以看出，报告期内，公司IPTV增值业务毛利率分别为78.10%、71.98%、64.74%和68.07%，2019年-2021年呈下降趋势，2022年1-6月增值业务毛利率有所提升，2019年-2021年下降主要系公司持续加大了版权内容投入所致，2022年1-6月上升主要系主要版权内容方价格调整所致。有关报告期内增值业务版权内容占增值业务收入比例的变动情况如下：

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	占比	变动百分比	占比	变动百分比	占比	变动百分比	
版权内容费占比	31.93%	-1.91%	33.84%	5.82%	28.02%	6.12%	21.90%
其中：六大CP分摊到增值业务的版权内容费占比	13.14%	-4.24%	17.38%	1.81%	15.57%	-6.33%	21.90%
其他版权内容费占比	18.79%	2.33%	16.47%	4.01%	12.46%	12.46%	0.00%

注：公司主要点播内容供应商六大CP版权内容，根据合同约定公司可同时使用于基础业务及增值业务，公司按照收视时长在基础和增值业务中分摊。而其他版权内容，公司与内容供应商主要采用基于收入的分成结算模式等，与六大CP基于用户数的结算模式存在差异，故上表针对这两类型版权内容分别列示金额。

1、2020年IPTV增值业务毛利率较2019年波动原因分析

公司2020年IPTV增值业务毛利率较2019年下降6.12个百分点，主要系版权内容费占增值业务整体收入的比例增加，版权内容费占增值业务整体收入的

比例增加主要系其他版权内容费占增值业务整体收入的比例增加 12.46 个百分点所致。公司 2019 年才刚开始探索 IPTV 增值业务，探索初期未单独为增值业务引入版权内容，2019 年增值业务成本只含六大 CP 分摊到增值业务的版权内容费。随着增值业务的发展，为进一步吸引用户，提高用户付费率等，2020 年开始公司加大了增值业务版权内容的投入，向浙江岩华、百视通、杭州行云等一系列优质版权供应商单独引入增值业务版权，这导致 2020 年增值业务版权内容新增 1,070.35 万元，占增值业务整体收入的比例为 12.46%。

2、2021 年 IPTV 增值业务毛利率较 2020 年波动原因分析

公司 2021 年 IPTV 增值业务毛利率较 2020 年下降 7.24 个百分点，降幅 10.06%，主要系 2021 年增值业务版权内容费占增值业务整体收入的比例较 2020 年上升 5.82 个百分点，具体分析如下：

（1）六大 CP 分摊到增值业务的版权内容费占增值业务整体收入的比例增加

六大 CP 的版权费基于用户数量和结算单价，随着公司 2020 年-2021 年用户数量的增加以及六大 CP 的版权内容用于增值的比例增加等综合促使六大 CP 用于增值业务的版权内容费增速高于相应的增值业务收入增速，导致 2021 年六大 CP 分摊到增值业务的版权内容费占增值业务整体收入的比例上升 1.81 个百分点。

（2）增值业务其他版权内容费占增值业务整体收入的比例增加

为了进一步丰富公司增值业务内容，吸引用户，提高用户付费率等，公司 2021 年持续向四开花园等版权内容方引入 4K 高清版权等版权内容，同时随着公司增值业务收入增长，原向浙江岩华等引入的版权内容金额也大幅增长，这导致增值业务其他版权内容费占增值业务整体收入的比例增长了 4.01 个百分点。

3、2022 年 1-6 月 IPTV 增值业务毛利率较 2021 年波动原因分析

公司 2022 年 IPTV 增值业务毛利率较 2021 年上升 3.33 个百分点，增幅 5.14%，主要系公司六大 CP 结算价格自 2022 年 1 月开始下调，这促使增值业务分摊的这部分版权内容占增值业务收入的比例较 2021 年下降 4.24 个百分点，

从而导致 2022 年 1-6 月增值业务毛利率上升。

（二）说明报告期增值业务每用户月均收入与增值业务毛利率的匹配性

报告期内，公司增值业务每用户月均收入与增值业务毛利率情况如下：

期间	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
单户创收 (元/户/月)	14.91	15.37	19.11	10.72
毛利率	68.07%	64.74%	71.98%	78.10%

注 1：2019 年-2021 年增值业务每用户月均收入=增值业务收入/月均用户数/12，2022 年 1-6 月增值业务每用户月均收入=增值业务收入/月均用户数/6。

注 2：月均用户数为增值业务各月订购用户数的算术平均数。

注 3：因发行人 2019 年和 2020 年无法获取贵州移动增值业务完整准确的数据，故无法计算贵州移动 2019 年和 2020 年增值业务每用户月均收入，故上述单户创收数据不包含贵州移动 2019 年和 2020 年数据，2021 年起数据包含贵州移动。

增值业务毛利率除了受收入的影响外，还受成本的影响。因此发行人 IPTV 增值业务每用户月均收入与增值业务毛利率无直接的线性对应关系。

因发行人 2019 年和 2020 年无法获取贵州移动增值业务完整的订单数据，故上述数据不包含贵州移动 2019 年和 2020 年数据，因此无法准确测算 2019-2020 年增值业务单户创收与增值业务毛利率的关系。

2022 年 1-6 月，增值业务每用户月均收入较 2021 年有小幅下降，增值业务毛利率有小幅的上升，二者变动趋势相反主要原因系增值业务毛利除受收入的影响外，还受成本的影响，收入下降的幅度小于成本下降的幅度，进而导致毛利率上升。2022 年 1-6 月增值业务成本下降主要系 2022 年 1 月开始六大 CP 的结算单价下调，促使 2022 年 1-6 月公司增值业务分摊的六大 CP 的版权内容费占增值业务收入的比例较 2021 年下降 4.24 个百分点，导致 2022 年 1-6 月增值业务毛利率上升。

综上所述，报告期内公司增值业务每用户月均收入与增值业务毛利率变动趋势基本匹配。

（三）2019 年度增值业务定价较低但毛利率较高的合理性

2019 年度增值业务定价较低但毛利率较高主要原因是：

1、2019 年度增值业务定价较低的贵州电信收入占比较低

2019 年公司增值业务收入来源于贵州移动及贵州电信，报告期内贵州移动增值业务定价未发生变化，贵州电信增值业务定价在 2020 年有所提升，以影视及少儿包连续包月为例，自 2020 年 4 月起由 15 元/月提升至 24 元/月。2019 年公司来自贵州电信的增值业务收入占增值业务收入总额的比例为 12.58%。虽然 2019 年贵州电信定价较低，但是由于其收入总比较小，对增值业务毛利率影响有限。

2、2019 年增值业务成本占收入比例较低

报告期内，公司增值业务的成本 95%以上为版权内容，2019 年-2020 年公司各项增值业务成本及其占增值业务收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例
六大 CP 分摊到增值业务的版权内容费	1,337.71	15.57%	237.35	21.90%
其他版权内容费	1,070.35	12.46%	-	-

2019 年公司才刚开始探索增值业务，鉴于业务尚处于探索阶段以及结合公司经营战略考虑，公司未单独引入增值业务版权。因此 2019 年增值业务成本只含六大 CP 分摊到增值业务的版权内容费，除此之外的版权投入相对较少。随着增值业务的发展，考虑到内容是吸引用户并保持用户忠诚度和高粘性的核心资源，为促进增值业务的发展，公司从 2020 年开始加大了增值业务版权内容的投入，向浙江岩华、百视通、杭州行云等一系列优质版权供应商单独引入增值业务版权。2020 年，单独为增值业务引入的版权内容费占增值业务整体收入的比例为 12.46%，导致 2020 年增值业务版权内容成本增加，从而导致 2019 年度增值业务定价较低但毛利率相比报告期内其他期间高。

综上所述，公司 2019 年度增值业务定价较低但毛利率较高是合理的。

二、说明与同行业可比公司就点播内容的分成结算模式存在差异的原因及合理性，点播内容在基础业务及增值业务的播放时长情况，相关数据的准确性，按照收视时长进行成本分摊的合理性

（一）说明与同行业可比公司就点播内容的分成结算模式存在差异的原因及合理性

六大 CP 向公司提供点播等内容，结算方式为基于基础用户数的分成结算模式，六大 CP 提供的内容可同时使用于基础业务及增值业务。同行业可比公司一般与增值业务内容提供方约定按照收到电信运营商增值业务收入金额一定比例进行分成结算，这与公司增值业务点播内容分成结算模式存在差异。

优质内容是 IPTV 平台增强市场竞争力和保持行业地位的关键，为打造公司优质版权内容库，公司自成立以来就特别重视版权内容的引入，自 2018 年 1 月开始通过华视网聚引入了国内头部影视剧内容，2018 年 1 月通过浙江岩华引入了部分好莱坞经典影视剧，2019 年 3 月开始向快乐阳光引入芒果 TV 及湖南卫视的独家自制综艺内容。上述内容均系按照基础业务内容的方式引入，同时约定公司可以将上述内容放入增值包中，内容提供方不再额外获得结算收入。2019 年公司开始探索增值业务，对标同行业可比公司以及互联网电视运营方如爱奇艺、优酷、腾讯视频、芒果 TV 等增值业务内容，公司通过华视网聚、快乐阳光、浙江岩华等六大 CP 引入的基础业务内容已有部分头部内容具有较高的收费价值，因此将六大 CP 内容中具有收费价值的头部或者经典内容放入了增值业务融合 VIP 包中，作为收费内容进行运营。公司采取将六大 CP 提供的内容同时使用于基础业务及增值业务的运营方式，并将支付给六大 CP 的相关内容成本按照相关版权内容在基础业务及增值业务的收视时长占比进行成本分摊，系公司打造优质内容版权库以及内容引进策略所决定的，具有合理性。

IPTV 行业发展整体起步较晚，IPTV 版权基础业务内容及增值业务内容引入的方式尚未形成统一的模式，各省市 IPTV 播控运营平台在引入基础业务及增值业务内容时会受到电信运营商要求、播控运营平台自身发展战略、内容提供方的要求等多方面影响，因此各省市 IPTV 播控运营平台引入基础业务及增值业务内容结算方式存在一定差异。同行业可比公司无线传媒、海看股份、重数传媒、新

媒股份等未披露存在将基础业务内容编排至增值业务等信息。北方及中部省份 IPTV 播控运营平台亦存在约定运营方可以将基础业务内容编排至增值业务包中内容提供方不再享受增值业务分成收益的情形，具体情况发行人已申请豁免信息披露，因此公司点播内容的分成结算模式符合行业通行做法。

综上所述，公司上述六大 CP 的结算模式具有合理性，与同行业可比公司就点播内容的分成结算模式存在差异的原因合理，符合行业通行做法。

（二）点播内容在基础业务及增值业务的播放时长情况，相关数据的准确性

报告期内，公司六大 CP 提供的上述基于用户数量分成结算的点播内容在基础及增值业务的播放时长占比情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
基础业务	77.21%	77.55%	81.96%	93.27%
增值业务	22.79%	22.45%	18.04%	6.73%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

公司每月由数据统计员根据 EPG 探针获取的收视时长数据编制收视时长占比汇总表，由数据统计负责人进行第一次复核，由内容部负责人、分管领导分别进行第二次及第三次复核，然后内容部编制内容供应结算单，财务部复核后，再由内容部发送给内容供应商进行对账确认，内容供应商确认无误后在内容供应结算单上签字盖章。公司的基础业务及增值业务的播放时长情况数据确认准确。

保荐人聘请了信永中和对公司收视时长数据进行了审计，申报会计师亦对公司收视时长数据进行了审计。信永中和及申报会计师认为 IT 一般控制有效、IT 应用控制有效，重要运营数据与财务数据匹配。

（三）按照收视时长进行成本分摊的合理性

根据财政部 2013 年 8 月 16 日颁布的《企业产品成本核算制度（试行）》（财会[2013]17 号）第三十五条规定“企业所发生的费用，能确定由某一成本核算对象负担的，应当按照所对应的产品成本项目类别，直接计入产品成本核算对象的生产成本；由几个成本核算对象共同负担的，应当选择合理的分配标准分配计

入。企业应当根据生产经营特点，以正常生产能力水平为基础，按照资源耗费方式确定合理的分配标准。”

六大 CP 提供的上述点播内容既使用于公司的基础业务，又使用于公司的增值业务，节目收视时长属于六大 CP 提供的上述内容资源在基础业务及增值业务的耗费情况，因此按照“按照收视时长进行成本分摊”符合《企业产品成本核算制度（试行）》关于“按照资源耗费方式确定合理的分配标准”的规定也与公司生产经营特点相匹配，该分配原则具有合理性。

三、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了以下核查程序：

1、获取增值业务的用户数量和收入，计算增值业务户均创收、获取并检查报告期内发行人收入成本明细表、各类别毛利率计算，并分析报告期内增值业务成本金额及其构成变动情况、各运营商增值业务收入占比情况、增值业务每用户月均收入与增值业务毛利率的匹配性、报告期内增值业务毛利率波动原因以及 2019 年度增值业务定价较低但毛利率较高的合理性；

2、获取报告期内增值产品包的价格资料，分析变动情况；

3、获取报告期内涉及增值业务的主要供应商的采购合同，了解定价依据、价格是否发生变化等；

4、访谈了发行人高级管理人员，了解发行人业务经营情况、经营战略等；

5、公司存在六大 CP 提供的点播内容同时用于基础和增值业务，基于用户数量进行分成结算的模式，分析这种模式与同行业可比公司就点播内容的分成结算模式的差异原因及合理性；

6、获取六大 CP 提供的点播内容同时用于基础和增值业务的版权对应的收视时长情况，并通过聘请信永中和对数据的准确性进行验证；

7、了解六大 CP 提供的同时用于基础和增值业务的点播内容对应的版权内容费如何在基础和增值业务中进行分摊，并结合企业会计准则，分析其分摊方式

的合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内公司增值业务每用户月均收入与增值业务毛利率变动趋势基本匹配。2019 年-2021 年公司增值业务毛利率呈下降趋势主要系公司持续加大了版权内容投入所致，2022 年 1-6 月上升主要系主要版权内容方价格调整所致。2019 年度增值业务定价较低但毛利率较高的原因合理；

2、公司与同行业可比公司就点播内容的分成结算模式存在差异的原因合理。六大 CP 提供的上述基于用户数量分成结算的点播内容在基础及增值业务的收视时长数据准确，该部分点播内容对应的版权内容费按照收视时长来进行成本分摊合理。

【问题 5】关于研发费用

根据申报材料及审核问询回复：

（1）报告期各期，发行人研发费用分别为 974.36 万元、1,788.07 万元和 2,479.85 万元，具体包括 18 个研发项目。

（2）公司与北京连屏签订《服务合同》约定北京连屏为公司提供播控平台技术支撑、大数据、广告平台、产品的用户体验优化和日常业务所需个性化迭代开发工作。公司将北京连屏服务中属于新系统开发工作内容的费用计入了研发费用-委外研发费，属于已有系统迭代升级及日常运营维护工作内容的费用计入了营业成本-技术服务费用。

（3）报告期各期，发行人研发费用中折旧与摊销占比分别为 15.21%、19.86% 和 18.42%，同行业可比公司的平均值分别为 6.95%、8.04%和 7.20%。发行人未充分说明折旧摊销占比高于可比公司的合理性。

请发行人：

（1）说明研发项目的功能、实现效果及技术领先性，相关研发项目的必要性，报告期内研发费用大幅增长的合理性。

（2）说明与北京连屏发生的相关服务成本在营业成本和研发费用划分依据的合理性，成本费用归集的准确性，与可比公司的对比情况。

（3）结合固定资产、无形资产的具体构成、主要用途等，说明折旧摊销如何在主营业务成本、销售费用、管理费用和研发费用中分配，发行人折旧摊销占比高于可比公司的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明研发项目的功能、实现效果及技术领先性，相关研发项目的必要性，报告期内研发费用大幅增长的合理性。

（一）说明研发项目的功能、实现效果及技术领先性，相关研发项目的必要性。

序号	项目	整体预算 (万元)	项目实施 进度	功能	实现效果及技术领先性	项目研发必要性
1	数据大屏	60	已结项	实时展示所有 IPTV 用户行为的数据分析结果的直观展示	采用互联网主流前端开发框架技术，结合数据大屏的数据实时性、兼容性、美观性等需求，进行框架二次开发与封装，实现贵州移动、贵州联通、贵州电信 EPG 产品数据实时监控大屏功能，让公司经营决策者能够直观、快速、准确了解公司核心业务数据情况	贵州 IPTV 利用数据赋能，为提高用户粘性、增购拉新、付费价值挖掘、公司产品规划、战略决策提供客观数据支持
2	台联网系统研发	60	已结项	为全国各省广电机构、SP 提供一个资源共享、版权管理、交易的共享平台	通过数字版权证登记确保平台分享媒资版权清晰，借助区块链技术优势，对媒资上传、数字版权证书添加、下载等所有操作进行“上链”，全程可追踪和查询，规避平台媒资使用版权纠纷	公司前期针对各 CP、SP 的内容引入都是采用线下方式开展，存在效率低、版权不清晰等问题，为了提高内容引入效率，减少媒资内容重复存储、重复上载、重复制作，规避版权风险，建设了该项目
3	多屏导视系统	82	已结项	让多路频道显示在同一个直播窗口中，用户可以在多个频道中选择，并在用户完成频道选择后对该频道进行正确的全屏呈现	创新性的将多个音视频信号进行统一压缩、编码和传输，实现了用户能够在同一个画面中，同时观看不同频道画面的功能。提高了产品与用户体验度	公司 IPTV 业务需要具备更加人性化的导视系统，来减少观众收视成本、提高频道收视率、提高受众接受信息的准确度和持久性，最终培养稳定观众群
4	运营活动系统	90	已结项	提供多种类型的活动，如抽奖、投票、签到等，用于日常活动运营	制定和设计符合目前 IPTV 业务的运营活动通用流程，并通过可视化页面拖拽技术及灵活的抽奖算法，形成各类运营活动 EPG 模板，在提高活动运营效率的同时提高了用户活跃率与订购转化率	公司缺少线上促活拉新的用户运营手段，通过建设该项目，能够有效提升用户粘性及付费率
5	基于 V6 平台能力创新业务技术研究-移动公众版 EPG2.0	400	已结项	基于 V6 平台提供节目单预约、查看、六屏导视、家长分级控制、音量均衡调节功能	基于 B/S 架构，按照电子节目菜单行业规范，研发形成了公司自有 EPG 技术框架，实现贵州移动、贵州电信、贵州联通电子节目菜单功能，提供用户直播、点播、儿童锁、老年/儿童模式等产品功能体验。为我省用户提供更丰富多彩的视听节目内容	前期 EPG1.0 产品所存在的响应慢、呈现方式、用户画像单一等弊端，移动公众版 EPG2.0 在用户体验与呈现上进行改造升级和优化，以提高用户体验，从而增加用户留存率、提高用户活跃度

序号	项目	整体预算 (万元)	项目实施 进度	功能	实现效果及技术领先性	项目研发必要性
6	数据分析平台 2.0 研究开发	300	已结项	提供对内容编排数据、用户行为数据及业务数据，并结合业务场景，进行事件分析、漏斗分析、留存分析、分布分析等多种分析的能力	采用了实时分析型数据库 Kudu、列式存储 Parquet 以及查询引擎 Impala 等最新的大数据技术，实现了千万级数据秒级计算与查询能力	解决原数据分析平台 V1.0 系统数据分析实时性不高、数据分析维度低、操作体验不友好、满足不了现有用户规模大数据计算等问题，实现了基于数据分析平台 V2.0 系统的精准化用户运营，提高了用户粘性，降低了运营成本
7	IPTV 业务中台公共能力服务系统开发	280	已结项	为各业务系统提供统一身份认证服务、用户统一认证鉴权服务、系统日志统一管理服务、系统消息统一推送服务、系统文件分布式管理服务等服务能力	采用目前互联网 JWT、AK/SK、ELK、FastDFS 等先进技术，实现了用户的统一认证鉴权、日志的统一采集与审计、文件的统一存储、消息统一推送等功能，极大降低了业务系统的开发成本	伴随着公司业务不断发展，为了最大化提高用户体验，增加公司业务部门运营能力，公司规划了一系列业务系统，旨在抽离和下沉与业务关联度低的公共能力服务系统，为上层业务系统提供统一的服务能力
8	统一媒资管理系统开发	211	已结项	提供媒资管理、媒资审核、媒资运营、媒资编解码、媒资下发等功能，保障终端产品安全高效、安全运行	通过本系统将不同 CP 提供的相同媒资做统一的管理，方便版权的灵活使用，并且将运营和媒资管理做隔离，支持多个运营系统的下发，同时集成了第三方的转码、快编、代理、互联网标签等能力，降低了媒资管理成本，统一传输标准，提高媒资管理效率，使得媒资价值最大化	随着引入媒资内容越来越多，出现了各内容版权提供商数据标准不统一、媒资数据不完整、版权混乱等问题，该项目可有效解决数据分析系统无法提供准确数据指导运营、版权混乱容易引起版权纠纷、媒资数据补全耗费大量时间等问题
9	大数据分析系统开发	375	已结项	通过 EPG 探针采集数据，进行数据分析，提供数据大屏数据展示、分栏目数据展示、直播回看数据展示、数据查询及分析报表	根据 EPG 数据探针所采集数据，提供 IPTV 用户行为数据分析，并按照日、月、年等维度进行统计计算，实现多维度统计报表生成、点击热力图等数据分析功能。该技术实现了百万级别用户行为数据实时计算与统计，同时实现因用户增长能够动态扩容的需求，为内容运营提供了数据支撑，增强了用	随着公司业务不断深入，公司运营趋向于数字化，对数据挖掘需求不断提升，公司需要一套架构先进的大数据分析系统，能够提供自定义数据计算模型，根据各类需求随时提取所需数据，并能够可视化自定义各类报表

序号	项目	整体预算 (万元)	项目实施 进度	功能	实现效果及技术领先性	项目研发必要性
					户产品体验	
10	融合轮播系统开发	416	已结项	融合传统轮播、虚拟轮播的能力，可同时提供两种轮播的功能	将点播内容的轮询播放与传统轮播技术相结合，实现轮播频道快速上线、快速编排、插播、切播、点播引流等功能。每一路直播频道中包含了主、备、垫播出；各个直播频道独立运行，互不影响，提高了业务稳定性与安全性	公司原轮播设备已经达到能力上限，无法支撑新增业务需求。同时为了优化轮播业务流程，减少业务上线时间，公司需建设全新基于中心管理调度汇聚的模块化融合轮播系统，融合播控媒资、EPG、虚拟轮播等业务系统，创新融合轮播的业务流程和形态
11	EPG 自动化测试系统技术攻关	397	已结项	基于统一的机顶盒接入管理功能，结合自动化测试，实现 EPG 的监控预警功能	具备 7*24 小时 EPG 自动化测试能力，能够实现现网 IPTV 业务监控及错误告警，包括开机、认证、鉴权、直播、点播、回看、时移、节目缺集、图片缺失等，保障产品、内容和技术安全。为我公司核心业务 EPG 提了 7*24 时实时监控保障，同时提高了故障发现及时率，降低了人工成本	目前市面上无专业的 IPTV 行业的 EPG 模板自动化测试工具，用以解决产品多项测试需求。测试人员在 EPG 每次升级迭代测试时，均需要进行大量的重复性操作，可能会出现测试覆盖不全面的情况。因此公司提出了 EPG 自动化测试的概念，旨在避免人工测试中会出现的各种问题，以提升测试效率，实现测试过程的全量性、自动性、安全性
12	基于 IPTV 电视机顶盒的 EPG 积木框架系统技术研究	417	已结项	提供多种 EPG 积木框架的技术：机顶盒非嵌入式调试方式、全新网络电视焦点移动方法、统一多功能播放器、EPG 实时可视化代码编辑能力	采用全自动焦点移动算法，沿用 VUE 的 MVVM 模式，采用组件式研发，大大提升代码复用性和算法的通用性，极大缩短了研发周期。同时在产品形态上提供了一个更易用、更美观、更快速的 EPG 电子节目菜单，使产品更加亲近于用户，提升了用户体验，同时增加了用户粘性	各人群日益增长的视听体验需求促使 EPG 产品迭代频率增加，而市面上没有一种 EPG 开发框架能实现 EPG 快速开发迭代。因此公司需要研发一套 EPG 模版框架系统，解决传统 EPG 开发技术的开发效率低下、功能交互单一、产品体验差等问题
13	基于 IPTV 业务播出安全要求	276	已结项	提供多个直播频道安全编播控制技术：精细化直播频道运营功	将直播运营、节目单运营与智能审核技术相结合，在审核过程中实现对审核流程的智能化控制，灵活应对各种人员变动，组织架构调整等情况，提高审	原播控频道管理模块频道运营并未区分运营商，难以满足运营商个性需求，容易产生误操作造成播出安全事故，且原

序号	项目	整体预算 (万元)	项目实施进度	功能	实现效果及技术领先性	项目研发必要性
	下的直播 频道安全 编播控制 系统技术 研究			能、智能流程化审核 功能、智能节目单运 营功能	核消息的触达率，降低审核整体耗时，在实现了直播、节目单高效运营的同时，实现了直播频道内容安全的可管可控	频道管理模块功能操作繁琐、使用效率低，为满足公司业务发展诉求、提高安全播出能力，需重新设计开发直播频道安全编播控制系统
14	基于 IPTV 业务多套 推荐算法 AI 智能 EPG 推荐 系统技术 研究	355	已结项	将运营策略和操作分开，最大化提升运营团队的工作效率，实现“千人千面”	基于大数据及 AI 算法技术，在不同场景为用户匹配其可能感兴趣的内容，降低用户获取兴趣内容的成本，同时帮助用户发现新内容，提高用户体验；基于用户与内容匹配度的提高，能够提高其播放率、订购转化率等核心业务指标；通过千人千面，解决海量内容与推荐位有限的矛盾，提高了运营能效，长尾媒资有机会匹配到目标用户，从而提升整体内容的 ROI	随着 IPTV 行业用户量及内容容量的增长，传统人工的内容运营模式中，对用户偏好、海量内容运营缺乏了解的问题日益凸显，无法将海量内容与用户多元兴趣进行有效匹配，造成了内容资源的浪费与用户搜索成本的增加
15	基于 IPTV 业务接口 安全要求 下的旁挂 式 API 接 口安全检 查与访问 控制系统 技术研究	410	已结项	提供智能接口管理功能、旁挂式部署功能、智能接口监管算法、智能接口熔断机制	基于 IPTV 业务安全要求下的旁挂式 API 接口安全检查与访问控制技术，在不影响其他系统架构部署的前提下，提供接口数据违规检查、接口并发流量检测、违规接口自动熔断等功能，保障现网 EPG 产品数据安全，同时便于故障的快速确认和恢复，有效提高工作效率	API 接口的高可用是安全播出必要条件，且接口的稳定性会直接影响现网业务，为了保障现网产品安全播出，以及 API 接口可管可控可预警，公司开展此项目，接入了多个业务系统，其中包含大量认证的 API 接口，满足公司日益增长的业务需求
16	基于 IPTV 业务数据 的数据仓 库平台系 统技术研 究	400	已结项	提供异构数据源整合功能、多种内置转换类型功能、多种调度任务流程方式、数据交换处理流程编排、机器学习预	提供对各类数据的多维质量检查规则管理，包括列级规则、表级规则及表间规则等。提供详细的数据质量报告，以及数据源维度和时间维度的质量统计分析，包括数据质量分数、数据源、规则数、问题数量统计、数据质量评估统计和数据源分数排名等，提高了公司各业务数据准确度与标准化程度	公司业务指数级增长使数据量陡增，数据分析面临的问题日益复杂。实现业务数据化、数据资产化，需通过构建数据仓库，达到数据统一管理、统一输出的目的，有利于企业管理层决策，客户满意度提升，最终提高企业竞争力

序号	项目	整体预算 (万元)	项目实施 进度	功能	实现效果及技术领先性	项目研发必要性
				测模型		
17	基于 IPTV 业务安全播出要求下的 EPG 分布式终端接口服务系统技术研究	500	已结项	实现播出安全检查与控制、多任务化调度功能、基于 IPTV 播出安全定制化数据接口	面向机顶盒终端产品，提供搜索、节目详情、节目列表、演职员信息、播放排行榜等业务数据接口及其它信令接口服务能力，为用户提供丰富的个性化产品功能	按照《广播电视安全播出管理规定》要求，以 IPTV 播出安全原则设计，从信息系统通用安全技术要求、信息系统物理安全技术要求、网络基础安全技术要求对播出安全进行管控，构建事前防范、事中预警、事后取证的可靠性系统
18	基于 IPTV 业务的机顶盒应急广播系统技术研究	342	已结项	实现播控对接贵州广播电视台台广播文稿系统、接收应急相关信息、多种方式推送应急消息及大屏监控能力	采用多种播发手段，将各种应急广播信息或推广消息进行快速播发，该技术经过多种适配调试，高度兼容多种机顶盒，能够实现推送服务与机顶盒的长连接通讯，提高了消息触达率，保障了应急内容能够及时触达到用户	为响应推进国家应急广播体系建设，试验探索“国家应急广播预警信息自动适配播发系统”，公司开展该项目建设，旨在通过公司 IPTV 产品，建立应急广播服务应急机制，提高应对突发事件在应急处置能力，满足突发情况下系统保障和恢复工作需要，保障系统稳定运行，保障信息能够合法、完整、准确地推送到用户端
19	智慧播控运营平台 3.0	500	未结项	基于大数据、AI 人工智能等技术，打造智慧播控运营平台，提供内容智慧生产、内容智能审核、内容智能运营与分发等功能	基于 EPG 可视化模板编辑与可视化运营功能，结合大数据技术，实现了 EPG 及其推荐位的高效智能运营。同时，辅以 AI 技术，实现了媒资视频精彩片段剪辑、精彩画面抽帧、片头片尾抽帧、人物/物品自动识别等功能，实现了内容智慧生产，实现内容制作、审核、运营各环节的降本增效	随着公司业务划分细化，涉及业务系统增加，部分系统功能重复且效率较低。为了提高各业务部门效率、丰富终端产品运营模式，进一步增加全省用户量、提高用户体验感和产品口碑，公司需要打造一套智慧运营一体化平台，用于更好更高效地服务运营人员和在线用户
20	IPTV 安全播出智能	400	未结项	基于大数据、AI 人工智能技术，为公司	基于网络爬虫、大数据采集和 AI 智能分析等技术，实现了对 IPTV 业务从内容生产、内容分发、终端	当前电视技术成熟发展，尤其在媒体融合推动下，电视业务形态更是实现了多

序号	项目	整体预算 (万元)	项目实施 进度	功能	实现效果及技术领先性	项目研发必要性
	监控平台			IPTV 业务提供端到端的产品运行状态及内容安全监控及预警功能	内容呈现环节的内容信息安全实时监测与预警功能，包括对 EPG 大屏的栏目智能巡检和推荐位空图和跳转异常监测、内容版权预警、点播内容合规、直播质量分析等功能	种创新。发展的同时也带来了更多的挑战，尤其是安全生产和安全播出两条红线，更是时刻提醒公司保持警觉。由此，建设一套能保障技术安全播出及内容安全播出的智能监控平台，势在必行
21	多彩数字化协同办公平台	400	未结项	打造集人资、财务、行政于一体的综合智慧协同办公平台，提供包括但不限于 OA 工作流、财务管理、人资管理、综合行政管理、审计风险管理等协同办公功能	以 OA 工作流为基础，以数据为驱动，以 AI 为技术引领，通过关联多部门业务，建立了统一的信息协调通道，同时配合流程分析工具可对组织效率和流程效率进行深度分析，为流程优化提供数据支撑，最终可提高并实现整体业务的数据化运营能力	从组织需求出发，为员工创造更好的办公条件，拓宽员工办公边界，提高员工办公效率与质量，顺应数字化发展趋势
22	IPTV 智慧终端产品 3.0 研发	500	未结项	基于大数据、AI 人工智能技术，基于 IPTV 终端业务，提供包括但不限于智慧教育、智慧健康、智慧医疗、智慧家庭、智慧养老等泛娱乐业务	基于 IPTV 电视机顶盒终端 EPG 智慧家庭产品技术和 IPTV 业务 C1/C2 接口规范的工单安全审计及 AI 智能分发系统技术，运用 AI、云计算、云渲染、编解码等高新技术，打造高效、灵活、智能的泛娱乐产品业务，丰富终端业务形态，提高用户交互体验	结合智慧家庭业务发展趋势，构建用户与产品的关系，挖掘用户新需求，发现潜在可推荐的用户群体，提高终端用户观看体验，提升用户活跃度、留存率。同时，通过打造工单安全技术及智能分发系统，提高播控系统安全保障性能和运营效率
23	电信运营商智慧平台 2.0	600	未结项	紧贴电信运营商业业务，基于 IPTV 终端业务，提供包括但不限于慢直播、云游戏、党建、大屏电商等业务功能	在 IPTV 核心播控运营平台的基础上，通过结合云计算、大数据、人工智能，搭建包括但不限于智慧社区、慢直播、云游戏、党建、大屏电商等新的产品业务运营平台，提高用户产品体验性及活跃率	随着公司业务不断发展，通过开展该项目，与三大运营商成为全面的、紧密的合作伙伴，巩固已有业务，开拓新业务。达到提高业务部门运营能效、满足用户个性化收视需求、提升用户流量活跃度的目的

（二）报告期内研发费用大幅增长的合理性

报告期内，发行人研发费用分别为 974.36 万元、1,788.07 万元、2,479.85 万元和 1,327.90 万元，其中职工薪酬、委托外部研发费用、折旧与摊销是主要组成部分，三者合计占研发费用的比例分别为 86.23%、94.37%、95.27%和 96.84%，构成较为稳定。报告期内，发行人研发费用主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
研发费用	1,327.90	2,479.85	38.69%	1,788.07	83.51%	974.36
其中：职工薪酬	708.04	1,092.81	61.27%	677.64	108.08%	325.66
委外研发费	368.67	812.85	24.20%	654.49	78.68%	366.30
折旧与摊销	209.26	456.78	28.60%	355.20	139.61%	148.24

报告期内公司研发费用大幅增长主要原因系公司成立时间较晚，报告期内公司存在大量系统需要开发，导致向研发人员支付的职工薪酬增长，委外研发费用增长，购置大量研发使用设备导致固定资产折旧增加等原因所致。具体情况如下：

1、研发队伍扩充导致向研发人员支付的职工薪酬大幅增长

报告期内，为满足公司研发项目的需要，公司扩充了研发队伍，公司研发人数从 2019 年末 28 人增加至 2021 年末的 56 人，导致支付给研发人员的职工薪酬大幅增长。

2、以用户数量为基础进行结算的委外研发费用大幅增长

公司的委外研发费用主要系委托北京连屏为公司进行播控运营平台及 EPG 等系统开发，公司与北京连屏约定产品开发和技术服务费基于用户数量和约定的结算单价进行结算。报告期内，公司用户数量大幅增长，公司规模不断扩大，这导致以用户数量为基础进行结算的委外研发费用也大幅增长。

3、外购了较多的研发专用设备导致固定资产折旧大幅增长

报告期内，为了满足公司研发需求，公司新购置了较多的研发专用设备，这导致公司折旧摊销在报告期内大幅增长。

二、说明与北京连屏发生的相关服务成本在营业成本和研发费用划分依据的合理性，成本费用归集的准确性，与可比公司的对比情况

（一）说明与北京连屏发生的相关服务成本在营业成本和研发费用划分依据的合理性

与北京连屏发生的相关服务成本在营业成本和研发费用划分依据为北京连屏具体工作内容的性质，若是属于新系统开发工作内容，则对应的费用计入了研发费用；若属于已有系统迭代升级及日常运营维护工作内容，则对应的费用计入营业成本。新系统开发属于为了公司长久经营而进行的研发活动，而已有系统的迭代升级属于公司日常经营活动，公司将与研发活动相关的成本划分为研发费用，将日常经营活动相关成本划分为营业成本，具有合理性。

（二）成本费用归集的准确性

1、公司与研发相关的制度情况

报告期内，公司根据《企业会计准则》《高新技术企业认定管理办法》《高新技术企业认定管理工作指引》等有关规定，建立完善了与研发相关的内容控制，明确研发费用与其他成本费用的划分依据与标准，形成了《研发项目管理办法》《关于核算研发费用相关事项通知》《研发项目经费管理办法》《技术创新部创新中心研发规范 V1.0》等一些内部制度。这些制度明确了研发流程、研发费用的归集和分摊原则、经费管理等。

公司设置了研发费用台账，记录了各项目研发支出，财务部严格按照企业会计准则以及公司研发管理制度中对研发费用的核算要求，根据研发费用支付范围和标准、支出受益对象和性质，判断支出是否可以计入研发费用，只有与研发活动相关的支出才计入研发费用；针对研发与其他成本费用共同发生的费用，公司严格按照合理的标准分摊至各成本费用，避免将与研发费用无关的费用计入研发费用中。

2、北京连屏技术服务费在研发费用和成本中归集的准确性分析

针对上述北京连屏提供的运营维护费，由于公司统一按照基于用户数的分成方式与北京连屏进行结算，公司根据成本费用归集原则制定了合理的分配标准，

按照公司对北京连屏的技术服务各需求对应的人工成本占比，将报告期内北京连屏运营维护费在研发费用和成本间分配，具体流程如下：

（1）公司在各研发项目立项中会约定研发预算，包括与北京连屏合作研发产生的费用金额；

（2）公司根据各个研发项目的实际情况以及日常运营维护的需求情况，不定期向北京连屏发送需求，每条需求与具体的项目匹配，记录需求提出时间和需求对应的项目；

（3）公司每月对北京连屏需求完成情况进行验收，并记录验收时间；

（4）北京连屏按时提供每条需求对应的工时及单价，公司产品项目部据此计算每条需求对应的人工成本汇总编制北京连屏需求汇总表，并经北京连屏盖章确认；

（5）财务部根据北京连屏需求汇总表分别计算出归属于研发项目和归属于日常运营维护的需求对应的人工成本占比，并据此将按照用户数和约定的结算单价计算的应付给北京连屏的技术服务费在研发费用和营业成本中进行分摊。

贵州亚信会计师事务所有限公司对北京连屏技术服务费在研发费用和成本中归集进行了审计并出具了《审计报告》（亚会审字[2022]第 123 号），贵州亚信会计师事务所有限公司认为：多彩新媒对北京连屏提供的产品开发和技术服务费金额核算准确，将该费用在营业成本和研发费用分配依据合理，分配所使用的工时及人工成本单价合理，分配结果合理，多彩新媒 2019 年 1 月至 2022 年 6 月期间关于北京连屏产品开发和技术服务费会计处理真实、准确完整。

综上所述，公司严格按照《企业会计准则》以及公司研发管理制度核算研发费用，北京连屏技术服务费在研发费用和成本中归集准确。

（三）与可比公司的对比情况

同行业可比公司未披露将产品开发及技术服务费在营业成本及研发费用中分摊的类似情形。北方及中部省份的 IPTV 播控运营平台亦存在将 IPTV 集成播控平台的开发、维护和迭代升级等相关技术工作委托给一家技术运维服务方，并基于用户数量和约定的结算单价进行分成的情形，具体情况发行人已申请豁免信

息披露。发行人未能获取该等公司对上述业务的具体会计处理情况。

综上所述，发行人将 IPTV 集成播控平台的开发、维护和迭代升级等相关技术工作全部委托给北京连屏，并基于用户数量的分成结算方式与同行业不存在显著差异，符合行业通行做法，公司对研发费用的会计处理符合企业会计准则的规定。

三、结合固定资产、无形资产的具体构成、主要用途等，说明折旧摊销如何在主营业务成本、销售费用、管理费用和研发费用中分配，发行人折旧摊销占比高于可比公司的合理性

（一）固定资产、无形资产的具体构成、主要用途

1、固定资产、无形资产具体构成情况

（1）固定资产具体构成情况

报告期各期末，公司固定资产具体构成情况如下：

单位：万元

时间	类别	账面原值	累计折旧	账面价值
2022.6.30	通用设备	704.15	545.69	158.46
	专用设备	6,018.82	2,617.46	3,401.36
	运输工具	48.17	20.26	27.91
	其他设备	128.40	108.88	19.53
	合计	6,899.54	3,292.28	3,607.27
2021.12.31	通用设备	686.96	478.55	208.41
	专用设备	6,009.71	2,081.67	3,928.04
	运输工具	48.17	16.44	31.73
	其他设备	128.40	89.74	38.67
	合计	6,873.24	2,666.40	4,206.84
2020.12.31	通用设备	588.64	318.39	270.25
	专用设备	4,570.79	1,106.96	3,463.83
	运输工具	48.17	8.82	39.35
	其他设备	123.54	52.48	71.06
	合计	5,331.14	1,486.65	3,844.49

时间	类别	账面原值	累计折旧	账面价值
2019.12.31	通用设备	504.00	150.10	353.90
	专用设备	2,417.45	432.24	1,985.21
	运输工具	23.81	4.08	19.73
	其他设备	121.74	6.76	114.97
	合计	3,066.99	593.18	2,473.81

公司固定资产构成以通用设备、专用设备为主，报告期各期末，通用设备、专用设备账面价值分别为2,339.11万元、3,734.08万元、4,136.45万元、3,559.82万元，占固定资产账面价值的比重分别为94.55%、97.13%、98.33%、98.68%。

（2）无形资产具体构成情况

报告期各期末，公司无形资产具体构成情况如下：

单位：万元

时间	类别	账面原值	累计折旧	账面价值
2022.6.30	软件	1,852.30	422.37	1,429.93
	节目版权	284.63	42.61	242.02
	合计	2,136.93	464.98	1,671.95
2021.12.31	软件	1,852.30	237.14	1,615.16
2020.12.31	软件	536.54	33.14	503.40
2019.12.31	软件	11.28	1.32	9.96

公司无形资产构成主要为软件，报告期各期末，软件账面价值分别为9.96万元、503.40万元、1,615.16万元、1,429.93万元，占无形资产账面价值的比重分别为100.00%、100.00%、100.00%、85.52%。

2、固定资产、无形资产的主要用途

公司各类固定资产、无形资产的主要用途具体如下：

科目名称	类别	主要用途
固定资产	通用设备	主要为家具、空调、电脑等，用于日常办公
	专用设备	主要为公司硬件系统，进一步分类主要有IPTV播控系统、本地编码系统、网络安全系统、卫星接收系统、直播监看系统、收录与审核系统、智能运维监控系统、网络系统等，主要用于媒资介质文件存储、EPG探针功能服务、网络安全环境组件支持、直播信号卫星接收、直播频道监看、直播频道智能收录、直播频道应急切换、运维管理系

科目名称	类别	主要用途
		统组件支持等
	运输工具	公司车辆，用于外出公干
	其他设备	除通用设备、专用设备、运输工具以外的其他设备，用途不一
无形资产	软件	主要为 OA 系统、播控系统、财务软件以及其他管理系统，主要用于公司日常管理、IPTV 播控配套以及财务核算等
	节目版权	外购的版权内容，作为媒资提供给 IPTV 用户

（二）说明折旧摊销如何在主营业务成本、销售费用、管理费用和研发费用中分配

公司财务部根据资产台账按月计算折旧及摊销金额，对于用途单一的资产对应的折旧摊销，根据资产具体用途，直接分配至各成本费用；对于同时用于研发活动和生产运营活动的资产对应的折旧摊销，基于资产使用用途按照资产研发工时和生产运营工时的比例，将折旧摊销在研发费用和成本中进行分配。

（三）公司折旧摊销占比高于可比公司的合理性

报告期内，公司及同行业可比公司研发费用中折旧与摊销占比情况如下：

项目	公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
折旧与摊销占研发费用总额的比例	东方明珠	7.71%	7.06%	13.38%	7.32%
	芒果超媒	8.23%	5.55%	6.52%	8.95%
	新媒股份	14.82%	13.67%	13.36%	12.04%
	海看股份	未披露	未披露	4.80%	3.97%
	无线传媒	未披露	2.51%	2.16%	2.45%
	平均值	10.25%	7.20%	8.04%	6.95%
	多彩新媒	15.76%	18.42%	19.86%	15.21%

注 1：以上数据根据可比公司定期报告、招股说明书及反馈回复意见整理得出；

注 2：重数传媒未单独披露折旧与摊销金额。

报告期各期，公司研发费用中折旧与摊销占比分别为 15.21%、19.86%、18.42%和 15.76%，其中又以固定资产折旧为主，报告期各期，研发费用中固定资产折旧占比分别为 15.08%、18.86%、15.78%、12.09%。

报告期内公司研发费用中折旧与摊销占比高于同行业可比公司，主要系公司成立时间较晚，公司在报告期内属于快速发展期，为满足公司研发需要购置了较

多的研发专用设备所致。公司成立于 2017 年 9 月，报告期内公司高速成长，公司在报告期内系统尚不完善，拥有较多的系统需要不断研发，如报告期内公司研发了大数据分析系统、融合轮播系统、积木框架系统、智能 EPG 推荐系统等。为满足公司研发的需要，公司需要不断扩充如服务器、存储器、接收器、编码器等研发专用设备，报告期内公司新购置了较多的研发专用设备，导致公司折旧摊销占研发费用总额比例较高。而同行业可比公司成立时间较长，已进入了缓慢增长阶段，报告期内研发专用设备新增较少，所以其折旧摊销占研发费用的比例较低。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了以下核查程序：

1、核查研发费用明细表、研发项目资料，访谈公司技术创新部负责人，了解公司研发成果、知识产权、技术储备、核心技术等情况，分析研发项目的功能、实现效果及技术领先性，评价相关研发项目的必要性以及分析报告期内研发费用大幅增长的合理性；

2、获取并查阅公司与北京连屏签订的合同、研发管理制度、研发立项报告和结项报告、经北京连屏盖章确认北京连屏需求汇总表、北京连屏技术服务费分摊表、贵州亚信会计师事务所有限公司对北京连屏技术服务费在研发费用和成本中归集进行了审计并出具了《审计报告》（亚会审字[2022]第 123 号）等资料，结合访谈公司财务部负责人，了解北京连屏相关服务成本在营业成本和研发费用划分的依据，并与同行业可比公司进行对比，分析与北京连屏发生的相关服务成本在研发费用和营业成本中分摊的依据是否合理、成本费用归集是否准确；

3、获取公司研发管理制度，并访谈技术创新部负责人，了解北京连屏为公司提供技术服务的具体流程等；

4、获取报告期各期固定资产和无形资产台账，了解固定资产、无形资产的具体构成，并结合访谈、检查主要资产采购协议等方式了解各类固定资产、无形资产的主要用途等；

5、访谈公司财务部负责人以及检查折旧摊销的分配过程，了解折旧摊销在主营业务成本、销售费用、管理费用和研发费用间的分配方式；

6、通过检索同行业可比公司定期报告、招股说明书及反馈回复意见等公开资料获取以及其他方式获取同行业可比数据，并与公司研发费用中的折旧与摊销等进行对比分析。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，公司研发项目发生是必要的，报告期内研发费用大幅增长是合理的；

2、公司与北京连屏发生的相关服务成本在营业成本和研发费用划分依据为北京连屏具体工作内容的性质，划分依据合理，成本费用归集准确。通过公开信息查询，招股说明披露的同行业可比公司未披露是否存在类似于公司与北京连屏技术服务费这种模式。公司通过获取其他非上市公司存在类似于公司与北京连屏这种基于用户数量分成结算技术服务费，技术服务费包括系统开发和运营维护，但是无法获取其具体的会计核算方法。因此公司的这种基于用户数量的分成结算方式与同行业不存在显著差异，符合行业通行做法；

3、公司折旧摊销在主营业务成本、销售费用、管理费用和研发费用间的分配方法合理，公司研发费用中折旧摊销占比高于可比公司的原因合理。

五、保荐机构和申报会计师质控内核部门意见

（一）保荐机构质控内核部门意见

1、核查程序

保荐机构质控内核部门根据《公司法》《证券法》《证券发行上市保荐业务管理办法》《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》等有关法律、行政法规和《中银国际证券股份有限公司投资银行业务项目立项管理办法》《中银国际证券股份有限公司投行板块质量控制管理办法》《中银国际证券股份有限公司投行业务内核管理办法》

等公司相关内控制度，与项目组进行了交流，对项目组就本问询回复问题五所涉事项提出了审核意见，并对项目组履行的核查程序进行了必要的核验和核查工作，具体主要如下：

（1）复核发行人研发费用明细表、研发项目资料、公司技术创新部负责人访谈纪要，了解公司研发成果、知识产权、技术储备、核心技术等情况，相关研发项目的必要性；

（2）复核公司与北京连屏签订的合同、研发管理制度、研发立项报告和结项报告、经北京连屏盖章确认北京连屏需求汇总表、北京连屏技术服务费分摊表、贵州亚信会计师事务所有限公司对北京连屏技术服务费在研发费用和成本中归集进行了审计并出具了《审计报告》（亚会审字[2022]第 123 号）、公司财务部负责人访谈纪要等，了解北京连屏相关服务成本在营业成本和研发费用划分的依据；

（3）复核技术创新部负责人访谈纪要，了解北京连屏为公司提供技术服务的具体流程等；

（4）复核报告期各期固定资产和无形资产台账、财务部负责人访谈纪要、主要资产采购协议等，了解固定资产、无形资产的具体构成，各类固定资产、无形资产的主要用途等；

（5）复核公司财务部负责人访谈纪要等，了解折旧摊销在主营业务成本、销售费用、管理费用和研发费用间的分配方式；

（6）访谈财务部负责人了解报告期内研发费用大幅增长的原因，北京连屏相关服务成本在营业成本和研发费用划分的依据、成本费用归集方式，与可比公司的相比是否存在重大差异，公司固定资产、无形资产的具体构成、主要用途，相关折旧摊销在成本费用中分摊的方式，公司折旧摊销占比高于可比公司的原因。

2、核查结论

经核查，保荐机构质控内核部门认为项目组对“关于研发费用”问题所执行的程序、获取的证据充分，能够支持前述核查结论。

（二）申报会计师质控内核部门意见

1、申报会计师质控部门复核程序

（1）质量控制工作总体情况

申报会计师质控部门已根据《中国注册会计师审计准则第 1121 号——对财务报表审计实施的质量控制》《会计师事务所质量管理准则第 5101 号——会计师事务所对执行财务报表审计和审阅、其他鉴证和相关服务业务实施的质量控制》和申报会计师质量规程的要求，对公司首次公开发行股票并在创业板上市的相关申报材料及项目组审计工作进行了复核。根据申报会计师质量控制相关制度，项目质量复核的级别依次为项目组内部复核（项目负责经理复核、项目合伙人复核）及质量控制部门复核、公文核准和核阅。

申报会计师指派不参与该业务的人员，在出具报告前，对项目组作出的重大判断和形成的结论作出客观评价。主要复核项目组主要工作底稿、项目经理、项目合伙人的复核意见是否恰当，项目组是否按照项目负责经理、项目合伙人的复核意见对报告及工作底稿进行修改和补充完善；复核核查程序实施情况以及认为的重要事项及重要的工作底稿，收集的证据是否充分、恰当，以及由此得出的结论的恰当性。

（2）针对上述事项，申报会计师质控部门针对项目组的核查工作执行了以下质量控制工作：

审阅本回复问题【五】、关于研发费用（一）至（四）相关内容、申报会计师项目组执行的核查程序和发表的核查意见，就相关事项与项目组进行了沟通及问询。

2、申报会计师质控部门核查意见

经核查，申报会计师质量控制部门同意项目组关于“审核问询函问题【五】、关于研发费用”的回复内容、核查程序及核查意见。

【问题 6】关于北京连屏

根据申报材料及审核问询回复：

（1）北京连屏原为发行人参股公司，发行人持有北京连屏 40% 股权。报告期内，发行人与北京连屏的交易及业务往来包括产品开发及技术服务合作、社区、县域定制版信息内容采购、短视频运营合作、地铁电视运营权交换，其中县域定制版信息内容采购已于 2022 年 3 月停止，短视频运营合作已于 2020 年底停止，地铁电视运营权交换已于 2021 年底停止。因公司与北京连屏签订的关于产品开发及技术服务合作的《服务合同》合同期限为 5 年，合同将于 2024 年 1 月到期。

（2）北京连屏的营业收入主要来自于发行人，报告期各期北京连屏从发行人处取得收入 976.8 万元、2,013.56 万元和 2,795.42 万元，实现净利润 312.41 万元、569.39 万元和 1,702.83 万元。

（3）2021 年底，公司出售持有北京连屏的 40% 股权，主要原因系北京连屏的大股东北京知投拟通过北京连屏进入影视投资等行业，与发行人对北京连屏的定位不一致。根据招股说明书，发行人经营模式创新之一是通过打造贵州网络视听产业园，与产业链上下游企业合作，打造了一批具有自有版权的特色内容；此外，发行人募集资金用途之一为购买版权内容采购。

请发行人：

（1）结合北京连屏的盈利模式、技术能力、主要管理人员及团队的从业经历等，说明北京连屏为发行人提供多项不同产品与服务的合理性，北京连屏开展相关业务中外购、外协的占比情况，发行人向北京连屏采购多项不同产品与服务的必要性与合理性。

（2）结合北京连屏收入、毛利率、净利率等，说明北京连屏收入增长较快、净利率较高的合理性，发行人与北京连屏的相关业务往来的公允性。

（3）说明北京连屏拟进入影视投资等行业的具体情况，有关影视投资与发行人与上下游合作、购买版权内容等的业务差异，出售北京连屏 40% 股权理由的充分性。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合北京连屏的盈利模式、技术能力、主要管理人员及团队的从业经历等，说明北京连屏为发行人提供多项不同产品与服务的合理性，北京连屏开展相关业务中外购、外协的占比情况，发行人向北京连屏采购多项不同产品与服务的必要性与合理性。

（一）结合北京连屏的盈利模式、技术能力、主要管理人员及团队的从业经历等，说明北京连屏为发行人提供多项不同产品与服务的合理性

报告期内，北京连屏为发行人提供的产品与服务情况如下：

单位：万元

服务内容	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	服务期间
产品开发及技术服务费	1,329.22	2,403.78	1,807.74	976.80	2019.1-2024.1
信息内容采购费	21.13	391.64	205.82	-	2020.4-2022.3
短视频运营合作	-	-	0.11	-	2019.6-2020.12
地铁电视运营权		以每日 2.8 小时广告经营权作为支付对价不涉及价款支付			2021.5-2021.12

1、北京连屏盈利模式

北京连屏以大数据及人工智能技术为核心，以家庭电视大屏为中心，致力于成为国内技术领先的、连接家庭用户的生活服务精准信息发布服务商。北京连屏主要经营业务为 IPTV 播控系统、EPG 开发，整体营销、线下活动策划、数字沉浸式系统开发等，主要以收取技术开发费、技术服务费的形式获取收入。

2、北京连屏技术能力

截至 2022 年 6 月末，北京连屏拥有研发技术人员 39 人，占比 67.24%，员工中本科以上学历占比 79.31%。北京连屏设立后，根据发行人的 IPTV 集成播控平台建设需求为发行人提供相应的系统与软件开发服务，具有与其业务发展相应的技术研发能力。截至目前，北京连屏拥有在互联网电视等方面积累的软件著作权 25 项。北京连屏拥有独立的研发技术能力。

3、主要管理人员及团队的从业经历

为提高研发及系统升级迭代效率，提高发行人响应终端客户的需求速度，北京连屏在发行人本地招聘团队，驻地办公，北京连屏实际控制人杨文、朱翔具备丰富的传媒及科技企业投资及管理经验，北京连屏通过设立 TV 事业中心、运营及商业化中心、广告策划及运营中心等业务条线部门以及战略市场部、综合管理部等业务支撑部门为客户提供全方位服务。

杨文毕业于中央民族大学，2010 年至今曾任职于北京文翔伟业文化发展有限公司、费南雪（北京）投资管理有限公司、北京知投基金管理有限公司，具备丰富的传媒行业及大数据科技行业投资管理经验。

朱翔毕业于新加坡南洋理工大学电子工程专业，2003 年至今曾任职于罗姆电子（亚洲）有限公司（新加坡）、施耐德电气信息技术有限公司、施万科暖通技术（天津）有限公司、北京知投基金管理有限公司，具有丰富的传媒行业及大数据科技行业投资管理经验。

杨文、朱翔控制的知投集团，对外投资了包括北京知投系基金管理有限公司、北京加速财富基金管理有限公司、贵州厨神到家科技有限公司、贵州广投新影影视文化传媒有限公司等多支基金及传媒科技企业。

北京连屏实际控制人杨文、朱翔具备丰富的传媒及科技企业投资及管理经验，下属管理的基金投资了多家传媒科技企业，可以将其过往相关经验赋能北京连屏。因此北京连屏具备独立市场经营的管理能力。

（二）北京连屏开展相关业务中外购、外协的占比情况

根据北京连屏提供的财务报表、明细账以及北京连屏出具的说明，报告期内北京连屏不存在外购、外协技术服务情况。

（三）发行人向北京连屏采购多项不同产品与服务的必要性与合理性

1、发行人向北京连屏采购产品开发及技术服务的必要性与合理性

公司于 2017 年 9 月成立，成立时间较短，且 2019 年至今 IPTV 行业处于高速发展阶段，公司有大量系统需要及时开发，同时公司已有系统尚不成熟，用

户需求更新较快，需要公司具备快速的响应速度，不断对软件进行更新迭代。公司如果采用外购系统的方式，可能不能及时满足公司快速发展对系统开发及更新迭代的及时性需求。为了能够快速响应公司发展对系统开发的需求，考虑到知投集团在大数据科技有深度布局、对行业发展把控力强，可提供客户资源、运营及技术资源，奥菲传媒拥有可持续投入的技术团队，提供技术资源，公司与北京知投、奥菲传媒合资设立了北京连屏，将公司 IPTV 集成播控平台的开发、维护和迭代升级等相关技术工作委托给北京连屏，具备必要性及合理性。

2、发行人与北京连屏合作信息内容采购费的必要性与合理性

自 2020 年开始，公司开发了社区定制版及县域定制版 EPG 产品，拟通过增加以用户需求为导向的社交类消费及居家类消费信息等本地化内容，向用户提供当地区域内特定特色活动专题、专区内容，提高用户装机率，提升用户活跃率及留存率。

2020 年初期，公司筹划以花果园社区作为试点，在花果园 22 个住宅社区中进行了广告商务信息摸底，收集以用户需求为导向的社交类消费及居家类消费信息，包括餐饮、酒店、亲子、培训、商超、家装、休闲娱乐等，通过图文、视频等方式增加本地化内容。经竞争性谈判，基于前期与发行人的深度合作，北京连屏对电视大屏价值挖掘有深入的理解，公司聘请了北京连屏作为本次社区定制版专属内容媒资引入及产品综合运营的供应商。基于前期花果园社区定制版的成功运营效果，2021 年公司拟将上述运营模式复制至贵州省内其他 16 个县域、社区，经竞争性谈判，公司继续聘请了北京连屏为本次县域定制版运营项目综合运营项目供应商。

因此，公司向北京连屏采购 IPTV 社区定制版及 IPTV 县域定制版的专属内容，系公司为在社区定制版及县域定制版产品中增加以用户需求为导向的当地区域特色内容，用以提升用户体验、提高用户装机率、提升用户活跃率及留存率，具有合理性及必要性。

3、发行人与北京连屏进行短视频运营合作的必要性与合理性

2020年，发行人进行相关短视频拆条运营业务，公司将经贵州广播电视台授权的媒资内容提供至北京连屏，由北京连屏对授权内容进行拆条、编辑后，在互联网信息网络平台发布、运营并取得流量分成收入。公司委托北京连屏主要目的为增加相关运营渠道，增强资讯推广能力，具备必要性与合理性。

4、发行人委托北京连屏进行地铁电视运营的必要性与合理性

地铁电视运营项目是党政及公司品牌的重要宣传服务平台、流量窗口。为了优化地铁电视的运营，提高节目制作、编辑质量，合理安排内容播出工作，降低运营成本，公司研究决定以广告经营权作为支付对价，委托第三方对地铁电视进行运营。

公司通过招投标程序，在市场上招聘具备相应资质及能力的供应商为公司提供地铁电视运营服务。经评审团综合评定投标的三家供应商，北京连屏以最低的报价、配置完善的服务团队中标，最终确定北京连屏为公司进行地铁电视运营运维服务，具备合理性与必要性。

二、结合北京连屏收入、毛利率、净利率等，说明北京连屏收入增长较快、净利率较高的合理性，发行人与北京连屏的相关业务往来的公允性。

（一）结合北京连屏收入、毛利率、净利率等，说明北京连屏收入增长较快、净利率较高的合理性

1、北京连屏收入、毛利率、净利率

北京连屏收入、毛利率、净利率情况如下：

单位：万元

北京连屏相关财务指标	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	1,726.32	3,451.15	2,049.13	987.35
毛利率	65.83%	73.62%	55.09%	58.23%
净利率	44.69%	49.34%	27.79%	31.64%

2、说明北京连屏收入增长较快、净利率较高的合理性

报告期内，北京连屏最主要收入来源于公司的产品开发及技术服务费，公司与北京连屏约定的产品开发及技术服务费以用户数量为基础进行分成结算，报告期内各期末公司 IPTV 用户数量持续从 384.26 万户增长至 792.86 万户，北京连屏的产品开发及技术服务费收入大幅增长。产品开发及技术服务一般具有规模效应，随着用户规模的扩大，单户的运维成本将逐步降低。因此随着北京连屏的收入规模增长，规模效应逐步显现，报告期内北京连屏的毛利率及净利率逐步提升。报告期内北京连屏收入增长较快、净利率较高具有合理性。

（二）发行人与北京连屏的相关业务往来的公允性

1、产品开发和技术服务费

报告期内，发行人向北京连屏采购产品开发和技术服务，产生的金额分别为 976.80 万元、1,807.74 万元、2,403.78 万元和 1,329.22 万元。

公司与北京连屏的交易价格与同行业可比公司、第三方市场价格在可比区间，采购价格公允，具体结算价格已申请豁免披露。

2、信息内容采购费

（1）IPTV 社区定制版专属内容

2020 年，公司向北京连屏采购 G+TV 城市定制产品社区生活服务综合运营服务，交易金额为 205.82 万元。发行人通过竞争性谈判方式遴选供应商，北京连屏参与竞选，双方通过竞争性谈判会议，就报价及项目细则与北京连屏展开磋商，交易价格公允。

（2）IPTV 县域定制版专属内容

2021 年，公司向北京连屏采购 G+TV 政企版综合运营支撑服务，交易金额 391.64 万元。公司通过竞争性谈判确定供应商，北京****有限公司、贵州****传媒有限公司及北京连屏参与报价，报价分别为 418.70 万元、418.91 万元、415.14 万元，报价差异较小，北京连屏以最低价中标，交易价格公允。

3、短视频运营合作

2020 年，公司与北京连屏发生的 IPTV 短视频运营分成交易金额为 0.11 万元，该交易系参考市场惯例根据双方的责任义务协商确定分成比例，交易价格公允。

4、地铁电视运营

发行人为降低地铁电视运营成本，采用招投标的方式招募供应商运营地铁电视项目。经过三家供应商报价磋商、评审，北京连屏以最低报价及完善的服务团队中标，以每日 2.8 小时的广告经营权作为支付对价，换取为公司进行地铁电视运营运维服务，交易对价公允。

三、说明北京连屏拟进入影视投资等行业的具体情况，有关影视投资与发行人与上下游合作、购买版权内容等的业务差异，出售北京连屏 40%股权理由的充分性。

（一）说明北京连屏拟进入影视投资等行业的具体情况

2020 年开始，北京连屏的大股东北京知投拟通过北京连屏进入影视投资等行业，北京连屏于 2020 年 8 月与知投集团、深圳市知投系贰拾号投资企业（有限合伙）共同成立贵州广投新影影视文化传媒有限公司（以下简称“广投新影”），北京连屏持股比例为 30%，注册资本 500 万元，并于 2021 年 4 月将广投新影注册资本增至 3,350 万元，北京连屏持股比例提升至 40%。同时于 2021 年 7 月将北京连屏的经营范围增加了“从事互联网文化活动”、“广播电视节目制作”等内容。北京连屏通过投资广投新影进入了影视投资行业，截至目前广投新影已备案的综艺节目、网络剧、电影等共有《她·乡》《在水一方》《遇见》《另一个你》《极途》5 部。

2022 年 1 月，公司退出北京连屏后，知投集团对其旗下控制的公司产业规划进行了调整，北京连屏将其持有的广投新影 40%股权转让给了北京知投，北京连屏将专注于电视大屏的技术运维、互联网文化活动、新媒体广告业务等。

（二）有关影视投资与发行人与上下游合作、购买版权内容等的业务差异，出售北京连屏 40%股权理由的充分性

北京连屏通过广投新影从事的影视投资属于广播、电视、电影和影视录音制作行业，需要投入大量资金，对制作的视听内容资源拥有知识产权，通过将视听内容资源播映权、信息网络传播权、音像制品出版权出售取得营业收入。北京连屏进行的影视投资行业具有内容制作周期长、投资金额大、成本回收风险大等特点。

发行人与上下游合作、购买版权内容的业务为以分成模式或者固定金额模式采购视听内容进行播放的权利，并不参与影视、电视节目的投资和制作。公司购买版权内容具有采购成本可控、成本回收风险可控、盈利确定性较强等特点。

因发行人成立北京连屏的初衷为使其成为专注 IPTV 播控、大数据相关技术研发的企业，与大股东北京知投对北京连屏未来的发展战略无法达成一致，为避免进行投资大、风险大的影视投资行业，发行人出售持有北京连屏的 40%股权，出售理由充分。

四、请保荐人、发行人律师和申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师执行了以下核查程序：

1、审阅了发行人与北京连屏的往来凭证，了解发行人与北京连屏的交易情况；审阅了发行人与北京连屏相关合同，招投标文件、比价文件，以及合同执行文件，了解业务合作及合同执行情况，及发生业务往来的公允性；

2、访谈了北京连屏总经理朱翔，查阅了北京连屏报告期内的审计报告以及北京连屏相关员工花名册取得北京连屏提供的业务介绍、资质证书、业务团队介绍及获奖情况，了解北京连屏的盈利模式、技术能力、主要管理人员及团队的从业经历；

3、查阅了北京连屏报告期内的审计报表、相关明细账等，了解了北京连屏相关财务指标、外购外协情况；查阅了北京连屏与其他客户签署的业务合同，了解北京连屏业务扩展情况；

4、查询了 2022 年以来首发上市的软件和信息技术服务业相关财务指标，了解软件和信息技术服务业的业绩情况；

5、查阅了广投新影工商档案，通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询广投新影工商信息；查阅了广投新影影视投资项目备案情况、进展情况。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师和申报会计师认为：

1、北京连屏以其自身技术能力和服务能力，通过招投标、竞争性谈判等方式与发行人展开合作，具备合理性。北京连屏通过自身技术开展服务，报告期内不存在外购、外协情况；

2、发行人根据业务规划情况发展多项业务，通过招投标、商业谈判等方式从合格供应商中选择北京连屏开展业务合作，具备合理性、必要性，定价具备公允性；

3、北京连屏收入增长较快的主要原因为北京连屏与发行人约定的运营维护费以用户数量为基础进行分成结算，发行人用户数量增长较快，北京连屏收入增长较快具备合理性；北京连屏净利率较高的主要原因为软件和信息技术行业所决定，北京连屏净利率处于行业区间范围内，具备合理性；

4、北京连屏通过投资广投新影开展影视投资业务，广投新影已备案多项影视剧拍摄计划，北京连屏开展影视投资业务具有真实性。广投新影属于广播、电视、电影和影视录音制作行业与北京连屏所属软件和信息技术服务业存在差异，设立广投新影开展影视投资业务具备合理性。广投新影的设立与发行人成立北京连屏的初衷不一致，发行人出售持有北京连屏全部股权理由具备充分性。

五、保荐机构、发行人律师、和申报会计师质控内核部门意见

（一）保荐机构质控内核部门意见

1、核查程序

保荐机构质控内核部门根据《公司法》《证券法》《证券发行上市保荐业务管理办法》《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》等有关法律、行政法规和《中银国际证券股份有限公司投资银行业务项目立项管理办法》《中银国际证券股份有限公司投行板块质量控制管理办法》《中银国际证券股份有限公司投行业务内核管理办法》等公司相关内控制度，与项目组进行了交流，对项目组就本问询回复问题六所涉事项提出了审核意见，并对项目组履行的核查程序进行了必要的核验和核查工作，具体主要如下：

（1）复核项目组取得的发行人与北京连屏的往来凭证，了解发行人与北京连屏的交易情况；复核发行人与北京连屏相关合同，招投标文件、比价文件，以及合同执行文件，了解业务合作及合同执行情况，及发生业务往来的公允性；

（2）访谈了北京连屏财务总监董晓欢，了解北京连屏盈利模式、技术能力、主要管理人员及团队的主要从业经历、是否存在外购外协的情况；了解发行人与北京连屏合作内容、定价依据、交易公允性；了解北京连屏收入增长较快、净利率较高的原因；了解北京连屏进入影视投资等行业的具体情况，了解有关影视投资与发行人与其上下游合作、购买版权内容等的业务是否相同或相关；了解发行人出售北京连屏股权的具体原因，是否存在关联交易非关联化或潜在其他利益安排；

（3）复核项目组取得的北京连屏报告期内的审计报表以及北京连屏相关员工花名册，复核北京连屏提供的业务介绍、资质证书、业务团队介绍及获奖情况，了解北京连屏的盈利模式、技术能力、主要管理人员及团队的从业经历；

（4）复核项目组取得的北京连屏报告期内的审计报表、相关明细账等，了解了北京连屏相关财务指标、外购外协情况；查阅了北京连屏与其他客户签署的业务合同，了解北京连屏业务扩展情况；

（5）复核项目组查询的 2022 年以来首发上市的软件和信息技术服务业相关财务指标，了解软件和信息技术服务业的业绩情况；

（6）复核项目组取得的广投新影工商档案，复核通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询广投新影工商信息；复核了广投新影影视投资项目备案情况、进展情况。

2、核查结论

经核查，保荐机构质控内核部门认为项目组对“关于北京连屏”问题所执行的程序、获取的证据充分，能够支持前述核查结论。

（二）发行人律师质控内核部门意见

1、核查程序

本所内核部门根据《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》等有关法律、行政法规和相关内核规章制度，与项目组进行了交流，对项目组就本问询回复问题六所涉事项提出了审核意见，并对项目组履行的核查程序进行了必要的核验工作：

（1）复核项目组取得的发行人与北京连屏的往来凭证、发行人与北京连屏相关合同、招投标文件、比价文件，以及合同执行文件等资料，了解业务合作及合同执行情况，及发生业务往来的公允性；

（2）复核项目组取得的北京连屏报告期内的审计报表以及北京连屏相关员工花名册，复核项目组对相关人员的访谈记录等资料，了解北京连屏盈利模式、技术能力、主要管理人员及团队的主要从业经历、是否存在外购外协的情况；了解发行人与北京连屏合作内容、定价依据、交易公允性；了解北京连屏进入影视投资等行业的具体情况，了解有关影视投资与发行人与其上下游合作、购买版权内容等的业务是否相同或相关；了解发行人出售北京连屏股权的具体原因，是否存在关联交易非关联化或潜在其他利益安排；

（3）复核项目组取得的广投新影工商档案，复核通过国家企业信用信息公

示系统、企查查等网站查询广投新影工商信息；复核广投新影影视投资项目备案情况、进展情况等。

本所内核部门审阅了本补充法律意见书等相关文件，听取了项目组的陈述，针对本次问询回复，与项目组进行了交流，对相关文件履行了复核程序。

2、核查结论

就上述问题，本所内核部门履行了必要的质量把关及工作底稿复核，本所内核部门认为，项目组执行了必要的核查程序，所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（三）申报会计师质控内核部门意见

1、申报会计师质控部门复核程序

（1）质量控制工作总体情况

申报会计师质控部门已根据《中国注册会计师审计准则第 1121 号——对财务报表审计实施的质量控制》《会计师事务所质量管理准则第 5101 号——会计师事务所对执行财务报表审计和审阅、其他鉴证和相关服务业务实施的质量控制》和申报会计师执业质量规程的要求，对公司首次公开发行股票并在创业板上市的相关申报材料及项目组的审计工作进行了复核。根据本所质量控制相关制度，项目质量复核的级别依次为项目组内部复核（项目负责经理复核、项目合伙人复核）及质量控制部门复核、公文核准和核阅。

由申报会计师指派不参与该业务的人员，在出具报告前，对项目组作出的重大判断和在准备报告时形成的结论作出客观评价。主要复核项目组主要工作底稿、项目经理、项目合伙人的复核意见是否恰当，项目组是否按照项目负责经理、项目合伙人的复核意见对报告及工作底稿进行修改和补充完善；复核核查程序实施以及认为重要事项及重要的工作底稿，收集的证据是否充分、恰当，以及由此得出的结论的恰当性。

（2）针对上述事项，申报会计师质控部门针对项目组的核查工作执行了以下质量控制工作：

审阅本回复问题【六】、关于北京连屏（一）至（四）相关内容、申报会计师项目组执行的核查程序和发表的核查意见，就相关事项与项目组进行了沟通及问询。

2、申报会计师质控部门核查意见

经核查，申报会计师质量控制部门同意项目组关于“审核问询函问题【六】、关于北京连屏”的回复内容、核查程序及核查意见。

【问题 7】关于原始报表差异

根据申报材料及审核问询回复：

发行人 2019 年度和 2020 年度原始报表与申报报表存在差异，其中 2019 年度申报财务报表调增净利润 3,663.04 万元，2020 年度申报财务报表调增净利润 1,547.02 万元。发行人未充分说明相关调整事项的具体情况。

请发行人说明申报报表主要调整项目的具体情况，是否符合《企业会计准则》的相关要求。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明申报报表主要调整项目的具体情况，是否符合《企业会计准则》的规定

（一）2019 年度申报财务报表主要调整项目的具体情况

1、2019 年度申报财务报表利润表调整项目的具体情况

2019 年度申报财务报表调增净利润 3,663.04 万元，相关调整构成情况如下：

单位：万元

项目	影响净利润的调整金额	不影响净利润的调整金额	调整金额合计
营业收入	912.57	-	912.57

项目	影响净利润的调整金额	不影响净利润的调整金额	调整金额合计
营业成本	2,840.92	-235.57	2,605.35
税金及附加	-	1.11	1.11
销售费用	181.68	-59.23	122.45
管理费用	293.66	526.73	820.39
研发费用	72.58	-83.04	-10.46
其他收益	-	50.00	50.00
投资收益	91.68	-	91.68
信用减值损失	-195.60	-1.16	-196.76
资产减值损失	-	1.16	1.16
营业外收入	-	-200.00	-200.00
所得税费用	-534.46	-	-534.46
合计	3,663.04	-	3,663.04

注 1：上述利润表项目的调整金额，正数系调增净利润，负数系调减净利润。

注 2：上表中不影响净利润的调整主要系报调整、重分类调整等，下文不再展开分析。

从上表可以看出 2019 年度申报财务报表调增净利润 3,663.04 万元，其中调整金额大于等于 100 万元的利润表项目的调整金额合计为 3,529.54 万元，占净利润调增总金额的比例 96.36%，因此以下针对调整金额大于等于 100 万元的利润表项目调整的具体情况说明如下：

（1）营业收入

2019 年度，公司申报报表中营业收入调整对净利润的影响金额合计 912.57 万元，主要调整如下：

原始报表中，公司收到运营商出具的且双方书面确认的结算单后开票，开票后方才确认收入，未按照权责发生制暂估收入。而根据双方合同以及双方实际对账时间，双方书面确认当月收入的结算单一般滞后 2-6 个月，这导致公司收入确认时点滞后，不符合权责发生制原则，公司原始报表存在收入跨期的情形。

因此，公司按照企业会计准则制定了恰当的收入确认政策和具体方法，并据此重新梳理 2019 年收入，从而调增应收账款 4,175.33 万元、应交税费 170.93 万元、营业收入 942.39 万元和年初未分配利润 3,062.02 万元。

（2）营业成本

2019 年度，公司申报报表中营业成本调整对净利润的影响金额合计 2,840.92 万元，主要调整如下：

1) 原始报表中，针对央视 3568 频道授权等固定金额结算但是约定服务期限的版权内容费以及服务期超过一年的虎瑞大屏智能用户运营维护费等，公司收到供应商开具的发票后一次性确认相关成本，未按服务期限分期确认成本，这不符合权责发生制原则，导致原始报表存在成本跨期的情形。

因此，公司根据合同中约定的金额以及服务期限等，将版权内容费等按照合同的服务期限分期确认为当期成本、调整公司版权内容费、运营维护费等跨期成本，从而调增其他流动资产 862.58 万元、预付款项 48.68 万元，调减应付账款 790.00 万元、营业成本 1,701.26 万元。

2) 原始报表中，公司向贵州广播电视台支付固定金额的版权内容费和播控费，而同行业可比公司一般基于收入分成的模式向电视台支付版权内容费和播控费，公司的该定价方式与同行业可比公司存在较大差异。

因此，于 2021 年公司对与贵州广播电视台的关联交易进行了梳理，参考同行业可比公司的定价情况，与贵州广播电视台签订版权内容费和播控费补充协议，补充协议约定：2019 年播控服务费定价依据为含税 200 万元，并由公司承担贵州广播电视台相关播控人员职工薪酬，实际应支付金额为 265.69 万元，并从 2020 年开始按照 IPTV 基础业务收入的 1% 支付播控费；版权内容费按照公司从电信运营商处取得 IPTV 基础业务收入的 2% 为依据确定。

公司基于按照权责发生制调整后的基础业务收入，以及根据与贵州广播电视台播控服务费、版权内容费补充合同约定的相关结算条款等，重新计算 2019 年播控服务费和版权内容费，调减应付账款 1,541.83 万元、营业成本 1,477.06 万元、研发费用 64.77 万元。

3) 2019 年，针对六大 CP 提供的点播内容以及北京连屏提供的运营维护服务，结算方式均以公司基础业务用户数量为基础进行分成结算。双方约定于每月结束的第二个月按照公司基础业务用户数量为基础进行结算并付款，由于公司与

电信运营商结算单一般会滞后 1-2 个月，因此在收到电信运营商结算单之前，公司按照系统的用户数与六大 CP 和北京连屏进行了结算并付款。公司与六大 CP 以及北京连屏结算时未考虑电信运营商结算时的用户数扣减项等因素，导致公司前期实际支付给六大 CP 以及北京连屏的款项高于应支付金额。

截止 2021 年末，2019 年和 2020 年电信运营商的结算单均已收到。因此，申报报表中公司按照电信运营商结算单中的用户数重新测算 2019 年六大 CP 版权费以及北京连屏运营维护费，相应调减营业成本 592.10 万元、应付账款 471.19 万元，调增预付款项 226.46 万元、年初未分配利润 197.76 万元、研发费用 92.21 万元。

4) 原始报表中，公司未按照权责发生制确认薪酬、贵州广播电视台播控服务费导致这些成本费用存在跨期的情形，同时还存在成本费用归集科目不准确的情形。

因此，申报报表梳理上述成本费用的归属期和受益对象从而调增营业成本 382.55 万元、年初未分配利润 134.23 万元、研发费用 53.58 万元，调减销售费用 234.18 万元、管理费用 67.72 万元。

5) 原始报表中，公司存在将尚未达到预定可使用状态的在建工程结转入固定资产，在建工程转固时点不恰当，且存在在建工程转入固定资产类别不准确，摊销年限不合理的情形，最终导致计提的折旧费不准确。

因此，公司重新梳理在建工程转固时点、固定资产类别以及固定资产折旧费等，相应调增预付款项 93.73 万元、在建工程 400.50 万元、营业成本 167.46 万元、其他流动资产 12.74 万元，调减固定资产 992.39 万元、应付账款 317.97 万元。

6) 公司办公场所装修项目中存在装修项目和设备安装两部分，原始申报表中，公司未将办公场所装修项目按照预计可使用状态转入长期待摊费用或者固定资产。公司在申报财务报表对此进行调整，并确认相应期间的长期待摊费用摊销以及固定资产折旧，因此调增固定资产 866.35 万元、长期待摊费用 658.98 万元、营业成本 158.70 万元、应付账款 125.04 万元、年初未分配利润 197.46 万

元，调减在建工程 137.92 万元、预付款项 928.61 万元、管理费用 295.00 万元。

（3）销售费用

2019 年度，公司申报报表中销售费用调整对净利润的影响金额合计 181.68 万元，主要调整如下：

原始报表中，公司存在的薪酬、贵州广播电视台播控服务费等费用跨期以及归集科目不准确现象。

因此，根据相关成本的归属期和受益对象调整公司跨期费用以及相关入账科目，调减销售费用 234.18 万元，具体详见本题回复之“一、/（一）1、/（2）/4）”。

（4）管理费用

2019 年度，公司申报报表中管理费用调整对净利润的影响金额合计 293.66 万元，主要调整如下：

1）原始报表中，公司办公场所装修项目转入长期待摊费用或者固定资产的时点有误，公司在申报财务报表对此进行调整，调减管理费用 295.00 万元，具体详见本题回复之“一、/（一）1、/（2）/6）”。

2）原始报表中，公司 2019 年末工资及年终奖计提不完整，公司在申报财务报表对此进行调整，调增应付职工薪酬 294.56 万元、其他应付款 20.46 万元、营业成本 97.62 万元、研发费用 74.13 万元、管理费用 107.32 万元、销售费用 35.94 万元。

（5）信用减值损失

2019 年度，公司申报报表中信用减值损失调整对净利润的影响金额合计 -195.60 万元，具体调整如下：

基于申报报表跨期收入调整导致相应调整应收账款以及合同资产，公司根据审定后的合同资产以及坏账计提政策厘定坏账准备，相应调增 2019 年度信用减值损失 195.60 万元。

(6) 所得税费用

2019 年度，公司申报报表中所得税费用调整对净利润的影响金额合计 -534.46 万元，主要调整如下：

公司根据审定后的利润总额厘定当期所得税费用，调增应交税费 844.93 万元、所得税费用 474.10 万元，调减年初未分配利润 370.83 万元。

2、2019 年度申报财务报表资产负债表主要调整项目的具体情况

2019 年度申报财务报表资产负债表与原始报表主要调整项目（单个项目调整金额大于 100 万元）情况如下：

单位：万元

项目	申报财务报表 A	原始财务报表 B	差异 C=A-B	调整原因
交易性金融资产	1,698.66	-	1,698.66	主要系报调整相关，具体为申报报表公司基于新金融工具准则，将收益与银行管理的资产池相关、收益率不固定的理财产品分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的理财产品，由其他流动资产调整至交易性金融资产
应收账款	6,287.38	2,496.65	3,790.73	主要系原始报表收入确认以开票结算时点为准，公司在申报报表依据权责发生制原则，应对未结算月份收入予以暂估，相应调整应收款项和营业收入
预付账款	291.48	162.01	129.47	1) 主要系根据合同约定的成本结算方法，调增六大 CP、北京连屏和易视腾等基于基础用户数结算的成本费用，导致调增预付款项 226.46 万元； 2) 根据公司租用的 11-13-19 层办公楼装修项目完工结转及新增装修项目部分按照进度调整，调减预付款项 137.92 万元；
其他流动资产	1,757.95	2,645.45	-887.5	1) 交易性金融资产列报调整，导致调减其他流动资产 1,698.66 万元； 2) 原始报表中央视 CCTV-3568 频道版权内容费摊销期限有误，公司在申报报表中将尚未摊销成本调整至其他流动资产
固定资产	2,473.82	1,275.20	1,198.61	原始报表中存在固定资产、无形资产入账时点不准确、办公楼装修项目在固定资产与长期待摊费用项目列报不准确等情况，公司在申报报表中进行调整
在建工程	702.46	1,179.43	-476.96	
无形资产	9.96	144.16	-134.2	
长期待摊费用	1,319.59	829.06	490.53	

项目	申报财务报表	原始财务报表	差异	调整原因
	A	B	C=A-B	
应付账款	1,281.40	4,275.12	-2,993.73	主要系对贵州广播电视台内容播控费等进行调整、原始报表中成本结算方法以及实际受益对象与合同约定不一致而进行调整等
应付职工薪酬	645.43	352.13	293.3	根据人工费用归属期间调整工资及年终奖，调增应付职工薪酬。
应交税费	793.91	12.6	781.31	根据调整后的利润总额厘定当期所得税费用，调增应交税费
其他应付款	1,210.19	65.18	1,145.01	主要系代贵州广播电视台收取 2017 年 1 月至 2017 年 8 月的中国电信股份有限公司贵州分公司与百视通网络电视技术发展有限责任公司的合作分成费，调减年初未分配利润 1,155.63 元同时相应调增其他应付款

（二）2020 年度申报财务报表主要调整项目的具体情况

1、2020 年度申报财务报表利润表主要调整项目的具体情况

2020 年度申报财务报表调增净利润 1,547.02 万元，相关调整构成情况如下：

单位：万元

项目	影响净利润的调整金额	不影响净利润的调整金额	调整金额合计
营业收入	368.91	-50.85	318.06
营业成本	1,319.86	-313.15	1,006.71
税金及附加	-23.58	-	-23.58
销售费用	16.92	-242.61	-225.69
管理费用	-24.00	553.89	529.89
研发费用	29.99	50.85	80.84
其他收益	-	1.86	1.86
投资收益	144.86	-	144.86
信用减值损失	23.90	-	23.90
资产减值损失	-53.73	-	-53.73
所得税费用	-256.10	-	-256.10
合计	1,547.02	-	1,547.02

注 1：上述利润表项目的调整金额，正数系调增净利润，负数系调减净利润。

注 2：上表中不影响净利润的调整主要系列报调整、重分类调整等，下文不再展开分析。

从上表可以看出 2020 年度申报财务报表调增净利润 1,547.02 万元，其中调整金额大于等于 100 万元的利润表项目的调整金额合计为 1,517.73 万元，占

净利润调增总金额的比例 98.11%，因此以下针对调整金额大于等于 100 万元的利润表项目调整的具体情况说明如下：

（1）营业收入

2020 年度，公司申报报表中营业收入调整对净利润的影响金额合计 368.91 万元，主要调整如下：

原始报表中，公司对截至 2020 年末尚未取得结算单的收入进行暂估，该部分暂估收入已于期后全部取得结算单，针对这部分暂估和实际结算的差异调整在实际结算的月份。申报财务报表，公司将上述期后收到结算单的暂估与实际结算的差异调整在 2020 年度，相应调增合同资产 322.72 万元、营业收入 324.36 万元、应交税费 18.27 万元，相应调减年初未分配利润 19.91 万元。

（2）营业成本

2020 年度，公司申报报表中营业成本调整对净利润的影响金额合计 1,319.86 万元，主要调整如下：

1) 2020 年，针对六大 CP 提供的点播内容以及北京连屏提供的运营维护服务，结算方式均以公司基础业务用户数量为基础进行分成结算。双方约定于每月结束的第二个月按照公司基础业务用户数量为基础进行结算并付款，由于公司与电信运营商结算单一般会滞后 1-2 个月，因此在收到电信运营商结算单之前，公司按照系统的用户数与六大 CP 和北京连屏进行了结算并付款。公司与六大 CP 以及北京连屏结算时未考虑电信运营商结算时的用户数扣减项等因素，导致公司前期实际支付给六大 CP 以及北京连屏的款项高于应支付金额。

2) 原始报表中，公司向贵州广播电视台支付固定金额的版权内容费和播控费，而同行业可比公司一般基于收入分成的模式向电视台支付版权内容费和播控费，公司的该定价方式与同行业可比公司存在较大差异。因此公司对与贵州广播电视台的关联交易进行了梳理，参考同行业可比公司的定价情况，与贵州广播电视台签订版权内容费和播控费补充协议，补充协议约定 2020 年按照基础业务收入的 1%和 2%支付播控费和版权内容费。

针对上述两个事项，公司按照 2020 年电信运营商结算单中的用户数重新测

算 2020 年六大 CP 版权费以及北京连屏运营维护费，且按照审定的 2020 年基础业务收入的 1%和 2%重新测算 2020 年支付给贵州广播电视台的播控费和版权内容费，相应调增预付款项 887.58 万元、年初未分配利润 628.49 万元，调减营业成本 1,330.27 万元、应付账款 1,177.88 万元、研发费用 29.99 万元、销售费用 76.70 万元。

（3）投资收益

2020 年度，公司申报报表中投资收益调整对净利润的影响金额合计 144.86 万元，主要调整如下：

原始报表中，公司未正确核算联营企业北京连屏产生的投资收益。因此，公司根据权益法核算调整长期股权投资收益，相应调增 2020 年度投资收益 145.76 万元。

（4）所得税费用

2020 年度，公司申报报表中所得税费用调整对净利润的影响金额合计 -256.10 万元，主要调整如下：

公司根据审定后的利润总额厘定当期所得税费用，调增所得税费用 292.49 万元。

2、2020 年度申报财务报表资产负债表主要调整项目的具体情况

2020 年度申报财务报表资产负债表与原始报表主要调整项目（单个项目调整金额大于 100 万元）情况如下：

单位：万元

项目	申报财务报表	原始财务报表	差异	调整原因
	A	B	C=A-B	
预付款项	1,092.27	404.69	687.58	主要系根据合同约定的成本结算方法，调增六大 CP、北京连屏和易视腾等基于基础用户数结算的成本费用，以及按照与贵州广播电视台签订的版权内容费和播控费补充协议，调整相关成本，导致调增预付款项
合同资产	10,670.63	10,398.87	271.76	主要系公司依据期后结算单调整暂估收入金额，相应调整合同资产

项目	申报财务报表	原始财务报表	差异	调整原因
	A	B	C=A-B	
其他流动资产	587.97	711.55	-123.58	主要系根据租赁合同约定，调整预付的租赁款项，调减其他流动资产和其他应付款 142.03 万元
长期股权投资	752.72	574.26	178.47	权益法核算的长期股权投资收益调整，调增长期股权投资
递延所得税资产		104.79	-104.79	根据各项资产、负债暂时性差异厘定递延所得税资产，调减递延所得税资产
应付账款	4,418.58	5,699.83	-1,281.26	主要系六大 CP 版权内容费、北京连屏运营维护费、贵州广播电视台版权内容费和播控费等的调增，导致调减应付款项
应交税费	2,019.94	1,541.31	478.63	根据调整后的利润总额厘定当期所得税费用，调增应交税费
其他应付款	137.64	279.67	-142.03	根据租赁合同约定，调整预付的租赁款项，调减其他流动资产和其他应付款 142.03 万元
递延所得税负债	275.57	463.93	-188.36	根据各项资产、负债暂时性差异厘定递延所得税资产，调减递延所得税负债

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取了主管税务机关已盖章确认的报告期内所得税申报资料及原始报表，并与申报财务报表进行核对，核实差异情况；

2、针对申报财务报表与原始报表差异，复核差异调整事项的性质及原因，分析差异产生的原因、会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定，是否具有合理性与合规性；

3、针对大额调整事项，查阅相关合同、原始单据和同行业可比公司的相关信息，访谈管理层、客户和供应商了解相关业务执行情况，从而验证调整分录是否正确；

4、实地查看、了解发行人会计档案管理情况，现场抽查了发行人会计档案。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

报告期内，造成公司财务报表与原始报表产生差异的主要原因是公司财务人

员对会计准则的理解和应用不够熟悉，导致收入确认时点、成本费用归集存在跨期、长期资产转固时点不恰当等，并不存在通过会计手段人为调节收入及利润的情况，公司已按照《企业会计准则》的规定进行调整，相关调整项目符合《企业会计准则》的规定。

【问题 8】关于审计截止日后财务信息及经营状况

请发行人披露：

（1）审计截止日后的主要经营状况以及 2022 年 1 至 6 月的业绩情况。

（2）2022 年 1 至 6 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；

（3）2022 年 1-9 月的业绩预计情况，说明全年是否会发生业绩大幅下滑情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、审计截止日后的主要经营状况以及 2022 年 1 至 6 月的业绩情况

（一）审计截止日后的主要经营状况

天健对公司 2019 年-2022 年 6 月的财务报表进行审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（天健审〔2022〕9538 号），审计截止日 2022 年 6 月 30 日至本问询回复签署日，公司经营情况正常，所处行业、主营业务、经营模式、主要客户及供应商的构成、主要经营管理层和核心技术人员、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大不利变化。

（二）2022 年 1 至 6 月的业绩情况

天健对公司报告期的财务报表进行审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（天健审〔2022〕9538 号），2022 年 1-6 月经审计的主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年1-6月	变动幅度
资产总计	67,427.65	46,728.76	44.30%
负债合计	22,549.10	14,927.30	51.06%
所有者权益合计	44,878.55	31,801.46	41.12%
营业收入	32,028.98	26,963.59	18.79%
营业利润	12,833.87	9,360.56	37.11%
利润总额	12,800.44	9,155.72	39.81%
净利润	13,077.09	7,910.80	65.31%
归属于发行人股东的净利润	13,093.83	7,921.49	65.30%
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	10,763.24	7,968.84	35.07%
经营活动产生的现金流量净额	10,341.72	6,082.28	70.03%

注：上述 2021 年 1-6 月的数据未经审计/审阅，2021 年和 2022 年 1-6 月为经审计的数据。

二、2022 年 1 至 6 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性

针对公司 2022 年 6 月末余额超过资产总额 5%且相较上年末变动幅度 20% 以上的主要资产负债表项目、2022 年 1-6 月利润表中超过利润总额 10%且同比变动幅度 15%以上的主要利润表项目以及变动幅度超过 20%的主要现金流量表项目的变动原因进行分析如下：

单位：万元

项目	2022.6.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年1-6月	变动幅度 (%)	变动原因说明
货币资金	25,428.13	12,228.00	107.95	公司销售额增加，经营盈利，现金流相应增加，以及 2022 年 1-6 月存在理财产品赎回，减少了理财产品的投资；
交易性金融资产	4,978.92	8,605.87	-42.15	2022 年减少了理财产品的投资
应收账款	12,913.89	6,593.41	95.86	一方面受新冠肺炎疫情影响、合同续签涉及的商务谈判以及电信运营商内部流程较长等原因影响，电信运营商结算、回款有所滞后；另一方面 2022 年 1-6 月公司用户数增加各月收入规模扩大，导致账期
合同资产	10,718.68	7,789.43	37.61	

项目	2022.6.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年1-6月	变动幅 度（%）	变动原因说明
				内的应收款项相应增加
使用权资产	4,425.12	2,870.31	54.17	2021 年取得的贵阳轨道交通 2 号线 PIS 系统 LCD 显示屏经营使用权在 2022 年 1-6 月结束经营准备期, 计入使用权资产导致使用权资产原值以及租赁负债增加
租赁负债	3,281.07	1,890.23	73.58	
应付账款	16,667.12	9,734.86	71.21	一方面由于电信运营商结算、回款有所滞后, 公司相应延长六大 CP 等供应商的款项; 另一方面因公司正在与爱上传媒协商合同续签事宜, 双方协商延迟了向爱上传媒支付款项
未分配利润	14,895.61	1,801.78	726.72	2022 年 1-6 月净利润增加
营业收入	32,028.98	26,963.59	18.79	一方面公司基础业务用户数量增长以及增值业务付费率的增长导致营业收入增长; 另一方面公司在 2022 年一次性确认了百视通以前年度的收入
营业利润	12,833.87	9,360.56	37.11	随着公司销售收入规模增长营业利润和利润总额随之增长
利润总额	12,800.44	9,155.72	39.81	
净利润	13,077.09	7,910.80	65.31	一方面公司净利润随着公司销售规模增长, 另一方面 2022 年公司被认定为经营性文化事业单位转制文化企业, 自 2022 年起免交所得税, 企业所得税费用减少
经营活动产生的现金流量净额	10,341.72	6,082.28	70.03	一方面由于电信运营商结算、回款有所滞后, 公司相应延长六大 CP 等供应商的款项; 另一方面因公司正在与爱上传媒协商合同续签事宜, 双方协商延迟了向爱上传媒支付款项导致购买商品、接受劳务支付的现金 2022 年较上年同期减少较多
投资活动产生的现金流量净额	3,230.85	1,709.32	89.01	2022 年公司减少了理财产品的投资所致

2022 年 6 月末公司资产、负债总额较 2021 年末均大幅上涨主要系公司变更结算账户、与运营商新签订协议, 相关期间结算、回款有所滞后, 相应 CP 商成本结算周期也延长, 导致应收账款、合同资产、应付账款等大幅增长, 后续协议谈判完成, 电信运营商结算周期可恢复正常, 故该影响不具有持续性。

发行人营业收入较上年同期增长系受 IPTV 用户数量及增值业务收入增长而

增长,该增长具有持续性。2022 年 1-6 月营业利润较 2021 年同期增长 37.11%,净利润增长 65.31%,系根据中共贵州省委宣传部、贵州省财政厅、国家税务总局贵州省税务局发布的《关于发布贵州省 2022 年第一批转制文化企业名单的通知》(黔财税〔2022〕12 号),公司被认定为经营性文化事业单位,自 2022 年起享受 5 年内免征企业所得税优惠,免税政策影响具有持续性。

三、2022 年 1-9 月的业绩预计情况,说明全年是否会发生业绩大幅下滑情形

公司基于 2022 年 1-8 月已实现的经营情况以及目前市场情况,预计 2022 年 1-9 月经营业绩情况如下:

单位:万元

项目	2022 年 1-9 月预计数 (未经审计/审阅)	2021 年 1-9 月 (未经审计/审阅)	变动幅度
营业收入	46,601.99-47,631.74	40,634.93	14.68%-17.22%
净利润	17,543.38-17,732.84	11,803.85	48.62%-50.23%
归属于发行人股东的净利润	17,592.38-17,781.84	11,786.68	49.26%-50.86%
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	15,209.05-15,398.50	11,718.13	29.79%-31.41%

公司预计 2022 年 1-9 月营业收入为 46,601.99 万元至 47,631.74 万元;预计净利润为 17,543.38 万元至 17,732.84 万元;预计归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润为 17,592.38 万元至 17,781.84 万元,上述 2022 年 1-9 月数据系公司管理层预计数据,未经审计或审阅,仅为公司对 2022 年 1-9 月经营业绩的合理估计,并不构成公司所做的盈利预测或业绩承诺。

公司预计 2022 年全年业绩不会发生大幅下滑情形。

四、中介机构核查情况

(一) 核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了以下核查程序:

1、获取并查阅了 2021 年审计财务报表、2021 年 1-6 月未审财务报表、2022 年 1-9 月预计数及相应的明细,并计算 2022 年 1-9 月预计数与 2021 年同期数

据变动幅度，针对变动幅度较大的项目分析其变动原因及由此可能产生的影响，并分析相关影响因素是否具有持续性；

2、获取并查阅发行人的重要业务合同，并对发行人财务负责人及管理层进行访谈，了解发行人审计截止日后的经营情况、业绩变动情况以及公司未来 2-3 年的发展战略等。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、公司审计截止日后的主要经营状况正常，公司 2022 年 1-6 月业务保持稳定，经营状况等未出现重大不利变化；

2、公司 2022 年 1 至 6 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动较大的原因合理。公司与运营商重新谈判签约等，相关期间结算、回款有所滞后，相应 CP 商成本结算周期也延长，导致资产负债双高，应收账款周转率下降，后续协议谈判完成，电信运营商结算周期可恢复正常，故该影响不具有持续。2022 年 1-6 月营业利润较 2021 年同期增长 37.11%，而净利润增长 65.31%系 2022 年公司被认定为经营性文化事业单位，自 2022 年起享受 5 年内免征企业所得税优惠，免税影响政策具有持续性；

3、公司预计 2022 年 1-9 月业绩良好，预计 2022 年全年业绩不会发生大幅下滑情形。

（本页无正文，为《关于贵州多彩新媒体股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人： 
毛 健

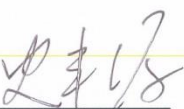
贵州多彩新媒体股份有限公司

2022年10月24日



（此页无正文，为中银国际证券股份有限公司《关于贵州多彩新媒体股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：



史丰源



罗剑



保荐机构董事长、总经理声明

本人已认真阅读《关于贵州多彩新媒体股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》的全部内容，了解本问询函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本问询函回复中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长、总经理签名：

宁敏

中银国际证券股份有限公司

2022 年 10 月 24 日