创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

上海灿星文化传媒股份有限公司

Shanghai CanXing Culture & Media Co., Ltd.

（上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 432 室）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（上会稿）

保荐人（主承销商）

中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO.,LTD.

（北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼）

上海灿星文化传媒股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
公开发行股数：	公司首次公开发行股票数量不超过 4,260 万股，全部为新股发行，本次新股发行数量占发行后公司总股本的比例不低于 10%
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	人民币【】元
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市的交易所和板块：	深圳证券交易所（创业板）
发行后总股本：	不超过42,599.9768万股
保荐人（主承销商）：	中信建投证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	2020 年 12 月 22 日

声明及承诺

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

重大事项提示

本公司提醒投资者需特别关注以下重要事项，并提醒投资者认真阅读招股说明书正文内容。

一、特别风险提示

本公司特别提醒投资者注意以下风险提示，并请认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

（一）新产品偏离市场认可的风险

综艺节目是一种产品需求不确定性较强的文化产品。在信息传递和变化速度日益加快的今天，观众对综艺节目的欣赏口味变化非常快，即使管理层丰富的经验可以对市场变化有比较敏锐的把控，也很难做到每次都能踏准市场热点。这种市场需求的不确定性使得公司推出的作品存在偏离市场认可的风险，有可能因为不被市场认可而对公司经营造成不利影响。

（二）新节目品牌开发收益较低的风险

公司拥有较雄厚的“综 N 代”节目品牌储备，由于前季节目已完成完整的开发制作流程并得到了市场的检验，后续不确定性较低，此外无需样片即可开展招商并完成平台落地，没有库存风险。但如果仅制作“综 N 代”节目，公司的节目活力将逐步丧失。新节目品牌开发对公司持续创作出弘扬时代精神、符合观众欣赏品味变化的节目具有重要意义，公司后续仍将持续开发全新的综艺节目品牌并承担新节目品牌招商难度较大、存在库存风险、后续创作难度较高、市场接受度较难预测的风险。

（三）行业政策风险

视频节目制作行业属于具有意识形态特殊属性的重要产业，受到国家严格的监督和管理。国家对视频节目市场准入、制作许可、内容审查、发行播出等环节均制定了严格的监管措施。

国家对从事广播电视节目制作业务实行资格准入许可制度，设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动应当取得《广播电视节目制作

经营许可证》。针对综艺类视频节目，国家对内容审查、备案、群众参与的选拔类活动的审批等陆续出台了一系列监管指导意见。

视频节目行业的监管政策贯穿于公司业务的整个生产流程中，对公司业务的正常开展构成较为重要的影响。如果公司在业务发展中未能严格把握好政策导向，违反行业政策，可能面临作品被监管机构叫停、损失投资成本甚至取消市场准入资格的风险，从而对公司的业务发展产生影响。

（四）市场环境变化的风险

在我国经济持续增长、人民群众对文化产业的需求与日俱增的大背景下，综艺节目受到了市场的欢迎，近年来获得了跨越式的增长。但随着新媒体等新兴文化传播方式的兴起和快速渗透，观众对于视频文化资源的需求和观看习惯可能发生变化，未来存在综艺节目需求被其他视频文化资源替代导致公司经营状况和盈利能力下滑的风险。

传统电视台和视频网站之间的竞争格局也在发生变化。以前综艺节目一般都采取“先台后网”的模式，但近几年网络综艺节目遍地开花，影响力日益提升，网络综艺的制作水平、招商能力、社会影响力都上了一个新的台阶。公司已经开始与知名互联网平台合作制作网络综艺节目并取得了一定的成功，但网络综艺节目的制作、发行、销售等都有自己的独特性，盈利能力目前和公司制作的热门电视台综艺节目比还存在一定差距。随着网络综艺市场的进一步发展，公司仍面临着不能探寻出适应新的市场模式导致经营状况和盈利能力下滑的风险。

（五）发行人成长性风险

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司的营业收入分别为 205,841.98 万元、165,277.14 万元、173,329.02 万元及 34,523.68 万元；报告期各期末，公司的资产总额分别为 369,647.50 万元、389,373.13 万元、448,673.43 万元及 432,455.48 万元，公司净资产分别为 233,219.39 万元、314,243.78 万元、371,417.02 万元及 377,862.31 万元。公司在报告期内的经营业绩波动较大。

公司未来的成长受经济周期、行业监管、市场环境、竞争格局、企业管理等内外部多种因素的影响。近几年综艺节目行业快速发展，节目类型、观众审美、偏好变化迅速，视频网站自制综艺与采购电视综艺版权之间此消彼长、宏观经济

波动等原因均对公司的经营成果和成长性造成了影响。公司对综艺节目市场变化关切，已经采取了部署互联网综艺战略等措施，但如果外部环境出现重大不利变化或未来公司不能在节目研发、制作水准、营销渠道、版权积累等方面继续保持领先优势，不能顺应新媒体时代的快速发展进行合理的战略布局，公司将面临成长性不足的风险。

（六）单一系列节目占比较高的风险

公司擅长制作歌唱类综艺节目，《中国新歌声》、《中国好声音》系列作品作为公司的王牌节目，具备很强的商业价值，为公司的收入和利润作出了比较重要的贡献。2017 年、2018 年及 2019 年，《中国新歌声》、《中国好声音》节目制作收入占总收入的比例分别为 32.33%、32.96%及 26.67%。

根据上述收入占比，《中国新歌声》、《中国好声音》系列节目对公司的主营业务收入的贡献较大。虽然公司还有《蒙面唱将猜猜猜》、《中国达人秀》等优秀的系列节目，并陆续开发了《这！就是街舞》、《即刻电音》、《这！就是原创》、《一起乐队吧》等新的大体量综艺节目，但《中国新歌声》、《中国好声音》系列节目在目前公司收入中的占比仍较高，如果未来监管政策、市场环境等外部环境出现变化导致该系列节目无法正常制作和播出，而公司又没有制作出可以替代其收入水平的新节目，可能导致公司的经营业绩下降。

（七）台综市场份额下滑风险

据《腾讯娱乐白皮书》显示，2017 年至 2019 年卫视综艺节目数量分别 106 部、93 部、79 部，数量持续下降，2019 年下滑 15.05%。卫视综艺节目收视率 2017-2019 年呈现触底反弹的势头， 2017 年至 2019 年收视率（CSM52）破 2 的节目数量分别为 2 部、0 部、0 部，收视率破 1 的节目数量分别为 25 部、8 部、13 部。台综发展面临压力的同时，网络综艺数量报告期内持续领先于台综，2017 年至 2019 年网络综艺节目数量为 113 部、124、105 部，比同年台综多出 7 部、31 部、26 部。

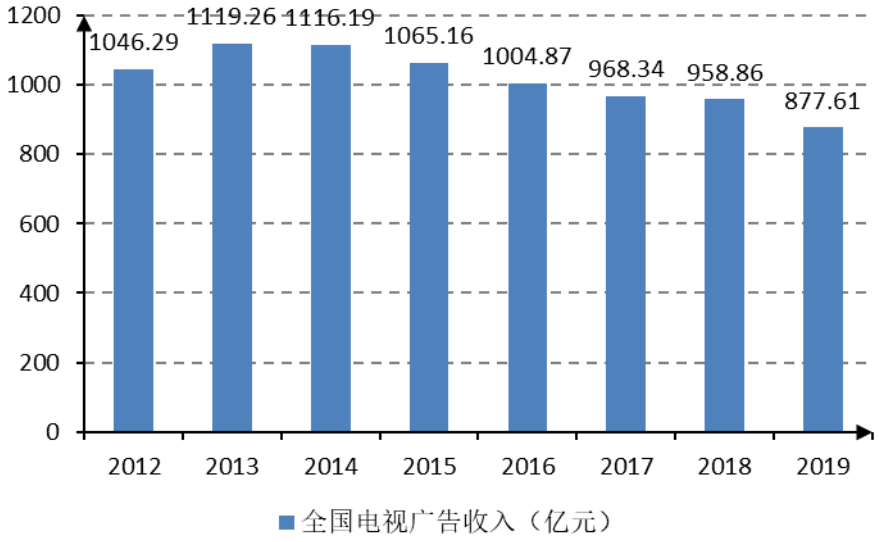
网络综艺从 2015 年开始起步，目前已完成了从追赶台综到超越台综的蜕变，在助推综艺市场繁荣的同时，也抢夺了台综大量的市场份额。卫视是公司传统的合作对象和主要节目的投放基地，台综市场份额下滑对公司业绩产生了一定的冲击。在行业格局出现变动之际，虽然公司及时做出了调整，积极与视频网站合作，

陆续投放了《这！就是街舞》、《即刻电音》、《这！就是原创》、《唱给世界听》、《一起乐队吧》、《爆款来了》等网综类节目，并取得了较好的市场反应，但公司仍面临着台综市场份额继续下滑导致业绩下行的风险。

（八）电视广告市场下滑的风险

2014-2019 年，全国电视广告收入连续六年出现负增长，同比下滑幅度依次为 0.27%、4.57%、5.66%、3.64%、0.98%、8.47%，2019 年全国电视广告收入 877.61 亿元，相较于 2013 年高点已下滑 241.65 亿元，下滑幅度达到 21.59%。

图：2012-2019 全国电视广告收入



数据来源：国家广电总局规财司

电视广告收入下滑与观众的观看习惯开始逐步向互联网和移动互联网倾斜相关。在新媒体兴起的背景下，公司已加强互联网综艺节目布局，制作了《这！就是街舞》、《这！就是原创》、《即刻电音》、《一起乐队吧》等网络综艺节目，但公司卫视综艺的收入占比仍然较高，经营业绩可能受到电视广告收入持续下滑的因素影响。

（九）节目拍摄和播出的风险

节目拍摄过程中，可能会面对因为主创人员身体情况、外景拍摄天气条件恶劣、自然灾害、公共卫生事件等不可抗力影响拍摄正常进行的风险。虽然公司签

署合同时一般会就不可抗力约定免责条款，但不可抗力导致节目无法正常拍摄可能影响到公司现有业务的正常开展，进而影响公司业绩。

另外，根据《关于加强有关广播电视节目、影视剧和网络视听节目制作传播管理的通知》，涉及违法、犯罪行为者作为主创人员参与制作的各类广播电视节目不允许播出，虽然公司在嘉宾和选手以及自有艺人的选择上有比较严格的把关，但仍可能发生主创人员在节目播出期间被查出以上劣迹，发行人可能因为其制作的节目无法正常播出产生损失及可能的违约责任。

（十）大额商誉减值风险

截至 2020 年 6 月末，公司合并报表商誉账面价值为 163,551.96 万元，主要系发行人并购梦响强音形成，需要在未来每期末进行减值测试。梦响强音主要业务包括音乐制作及授权、衍生品开发及运营、演出活动、艺人经纪，以及其他以节目为依托的衍生产品运营，具有较强的盈利能力。目前被收购企业业务经营状况符合预期，但是若未来宏观经济、市场环境、监管政策发生重大变化，影响到发行人的经营情况，或其他参数变动影响商誉可收回金额，发行人存在商誉减值的风险。商誉减值会直接影响公司经营业绩，减少公司当期利润。

（十一）业绩下滑风险

公司 2020 年 1-9 月营业收入分别为 87,308.61 万元，较上年同期下降 35,483.00 万元，降幅为 28.90%，2020 年 1-9 月归属于母公司股东的净利润 15,313.77 万元，较上年同期下降 11,800.80 万元，降幅为 43.52%。2020 年 1-9 月业绩同比下滑的主要原因为：因疫情影响，2020 年《中国好声音 2020》的录制播出时间有所推迟，节目收入及相关的音乐授权收入较去年同期下降。另外由于疫情的影响，2020 年 1-9 月海选授权收入较去年同期下降。2020 年主要节目的录制播出时间均有所推迟，但整个节目的播出未受影响。公司 2020 年节目数量与上年相比略有增加，业务发展整体情况较好。随着疫情得到控制，2020 年下半年开始海选授权业务已经逐步恢复。疫情对于公司业绩的影响正逐步恢复，但公司仍面临电视广告市场下滑，台综市场份额下滑，以及视频网站购买内容策略的变化所导致网络发行收入下降等市场风险。

二、本次发行相关主体作出的重要承诺

发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的各项重要承诺、未能履行承诺的约束措施的具体内容详见本招股说明书“第十三节 附件”之“二、与投资者保护相关的承诺”和“四、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项”。本公司提请投资者需认真阅读该章节的全部内容。

三、利润分配政策的安排

发行人关于利润分配政策的安排详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”。

四、财务报告审计截止日后的经营状况

（一）2020 年 1-9 月主要财务信息及经营状况

公司 2020 年 1-9 月主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	变动率
资产总额	449,596.15	448,673.43	0.21%
所有者权益	387,460.08	371,417.02	4.32%
项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动率
营业收入	87,308.61	122,791.61	-28.90%
营业利润	18,565.49	30,020.15	-38.16%
利润总额	18,596.80	31,267.31	-40.52%
净利润	15,176.58	27,007.33	-43.81%
归属于母公司股东的净利润	15,313.77	27,114.57	-43.52%
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润	12,197.67	23,171.56	-47.36%
经营活动产生的现金流量净额	20,518.99	30,613.85	-32.97%

截至 2020 年 9 月末，公司资产总额为 449,596.15 万元，所有者权益 387,460.08 万元，资产规模及所有者权益分别较 2019 年末增长 0.21%及 4.32%。

2020 年 1-9 月，公司营业收入为 87,308.61 万元，较上年同期下降 28.90%。下降原因如下：1、因疫情影响，主要节目《中国好声音 2020》录制播出时间推迟，

2020 年 1-9 月播出 6 期（总期数 15 期），而去年同期播出 13 期（总期数 15 期）。因档期调整导致 2020 年 1-9 月《中国好声音 2020》确认收入较去年同期减少；2、因《中国好声音 2020》档期调整，导致音乐版权交付进度推迟，中国好声音节目音乐授权收入较上年同期下降。此外，2020 年 1-9 月较上年同期少一档音乐节目，对音乐授权收入也有一定影响。3、因疫情影响，合作方线下海选活动无法举行，2019 年 1-9 月中国好声音国内海选授权及小小好声音海选授权收入下降。

由于营业收入下降，导致 2020 年 1-9 月毛利额较上年同期下降 21,517.33 万元。音乐授权及海选授权为高毛利率业务，上述收入的下降对于毛利额的影响较大。2020 年 1-9 月期间费用较去年同期下降 4,404.16 万元，一方面是公司的借款规模低于 2019 年同期，财务费用减少。另一方面，办公场所租金、差旅费、员工薪酬等较上年有所下降，管理费用及销售费用下降。2020 年 1-9 月应收账款回款情况较好，信用减值损失减少 4,307.22 万元。期间费用减少及信用减值损失减少一定程度上弥补了毛利额下降的影响。

2020 年 1-9 月归属于母公司股东的净利润较上年下降 11,800.80 万元。因疫情影响，2020 年主要节目的录制播出时间均有所推迟，但整个节目的播出未受影响。档期后移，公司四季度节目拍摄制作的工作量大，全年节目收入受档期调整的影响较小。公司 2020 年节目数量与上年相比略有增加，业务发展整体情况良好。《爆款来了》将综艺与电商相结合，开拓了综艺营销新阵地，在 2019 年取得良好播出效果。2020 年，合作方在去年节目的基础上扩大了《爆款来了》第二季的投资规模。2020 年《这！就是街舞》第三季赛制挑战大胆创新，队长选择契合节目，选手水准整体拔高。从第一季到第三季节目豆瓣评分持续提高，《这！就是街舞》第三季已经成为本年度热度最高的网络综艺之一。尤其作为制作三季的综艺节目，仍能保持热度持续走高的态势，是公司优秀制作能力的体现。以《这！就是街舞》为依托，公司开展衍生节目的开发，推出《师父！我要跳舞了》，深耕街舞细分领域。

公司内容制作及运营业务良性发展的基础上，随着疫情得到控制，2020 年下半年开始海选授权业务已经逐步恢复。公司海选授权合作方腾扬广告在广东、山东、甘肃等多个省市海选活动已经举行，2021 年全国海选活动的报名也已启动。

（二）2020年全年主要经营数据预计情况

2020年全年，公司主要经营数据预计情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	变动情况
营业收入	136,620.41至146,620.41	173,329.02	-21.18%至-15.41%
归属于母公司所有者的净利润	29,293.87至31,293.87	34,544.72	-15.20%至-9.41%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	26,155.38至28,155.38	30,031.43	-12.91%至-6.25%

注：上述2020年度财务数据为公司初步测算数据，未经会计师审计或审阅，且不构成盈利预测或业绩承诺。

公司预计2020年全年营业收入较2019年下降21.18%至15.41%，主要原因为：（1）受全国电视广告市场低迷的影响，主要节目招商规模下降，导致合作分成模式的电视台综艺节目收入下降。公司2020年度加大了受托承制节目的比重，新增《师父！我要跳舞了》、《爆款来了》第二季、《跨界歌王》第五季、《创造营2020》后期制作等多个中小型节目，创造了较好的毛利贡献，在一定程度上平衡了业绩。在电视台综艺收入下降的情况下，公司网络综艺蓬勃发展，《这！就是街舞》第三季再次成为当年热门网络综艺，热度、口碑双丰收；（2）《蒙面唱将猜猜猜2020》录制播出进度与上年相比推迟，截至2020年末确认了9期的收入（总期数11期），去年同期《蒙面唱将猜猜猜2019》已全部播出完毕。档期的调整导致节目收入及该节目的音乐授权收入同比下降；（3）因疫情原因，线下人员聚集的活动开展受一定影响，公司海选授权、艺人商演代言及演唱会收入下降。疫情对于2020年上半年海选授权收入影响较大，2020年下半年合作方的海选授权活动已开始逐步恢复。公司海选授权合作方腾扬广告在广东、山东、甘肃等多个省市海选活动已经举行，2021年全国海选活动的报名也已启动，海选授权业务顺利开展。

受营业收入下降影响，公司2020年毛利额较上年下降，但信用减值损失的下降及期间费用的下降抵消了部分毛利额下降的影响。2020年应收账款回款情况良好，信用减值损失减少。2020年期间费用较去年同期下降，一方面是公司的借款规模低于2019年同期，财务费用减少。另一方面，办公场所租金、差旅费、员工薪酬等较上年有所下降，管理费用及销售费用有所下降。因此虽然营业收入较上

年下降，但归属于母公司所有者的净利润降幅较低。

目录

声明及承诺 3

重大事项提示 4

一、特别风险提示 4

二、本次发行相关主体作出的重要承诺 9

三、利润分配政策的安排 9

四、财务报告审计截止日后的经营状况 9

目录 13

第一节 释义 17

第二节 概览 24

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 24

二、本次发行概况 24

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标 25

四、发行人主营业务经营情况概述 26

五、发行人符合创业板定位的情况概述 27

六、发行人选择的具体上市标准 27

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 28

八、募集资金用途 28

第三节 本次发行概况 29

一、本次发行的基本情况 29

二、本次发行的有关当事人 30

三、公司与本次发行有关中介机构关系等情况 31

四、预计发行上市的重要日期 31

第四节 风险因素 32

一、创新风险 32

二、技术风险 32

三、经营风险 33

四、内控风险：管理层变动导致管理水平下降的风险 39

五、财务风险 39

六、法律风险：知识产权侵权和纠纷的风险 41

七、发行失败风险：因发行认购不足的风险 41

八、其他风险：募集资金投资项目实施的风险 41
第五节 发行人基本情况 43
一、基本情况 43
二、公司的设立情况 43
三、公司设立以来的重大资产重组情况 49
四、公司的股权结构图 90
五、公司的控股子公司、参股公司 92
六、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人 134
七、公司股本情况 168
八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况 238
九、公司与董事、监事、高级管理人员、其他核心人员所签定的协议及履行情况 250
十、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员持有公司股份的情况 251
十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员近两年内的变动情况 252
十二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员对外投资情况 258
十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬情况 260
十四、公司正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况 261
十五、公司员工及其社会保障情况 262
第六节 业务与技术 268
一、公司主营业务及其变化情况 268
二、公司所处行业基本情况 272
三、公司符合创业板定位的特征情况 296
四、公司在行业中的竞争地位 299
五、公司主营业务情况 309
六、公司的固定资产、无形资产及其他经营要素 374
七、公司主要产品获奖情况及知识产权保护情况 415
八、公司研发情况 437
九、公司境外经营情况 438
第七节 公司治理与独立性 439
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况，董事会专门委员会的设置和运行情况 439
二、公司内部控制的评价情况 443

三、发行人报告期内违法违规的情况及对发行人的影响 444
四、公司报告期内资金被占用以及对外担保的情况 446
五、公司资金管理、对外投资、担保事项的制度安排以及报告期内的执行情况 446
六、公司独立性情况 448
七、同业竞争 450
八、关联方与关联关系 452
九、关联交易 465
第八节 财务会计信息与管理层分析 478
一、最近三年经审计的财务报表 478
二、审计意见 487
三、关键审计事项及与财务会计信息相关的重大事项的判断标准 488
四、财务报表的编制基础、遵循企业会计准则的声明、合并财务报表范围及变化情况 489
五、主要会计政策和会计估计 490
六、重要会计政策、会计估计的变更及会计差错更正 518
七、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠 530
八、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表 532
九、主要财务指标 533
十、分部信息 536
十一、经营成果分析 536
十二、资产质量分析 576
十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析 636
十四、重大资本性支出与重大资产业务重组事项 651
十五、期后事项、或有事项及其他重要事项 652
十六、盈利预测报告 654
第九节 募集资金运用与未来发展规划 657
一、募集资金运用概况 657
二、募集资金运用的具体情况 658
三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响 667
四、公司未来三年发展规划 668
第十节 投资者保护 672
一、投资者关系的主要安排 672

二、股利分配政策 674
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排 678
四、股东投票机制的建立情况 679
第十一节 其他重要事项 680
一、重大合同 680
二、对外担保 682
三、发行人及其控股子公司的重大诉讼或仲裁事项 682
四、公司控股股东、实际控制人，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项 712
五、公司控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为 722
六、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况 722
第十二节 有关声明 723
一、发行人相关声明 723
二、保荐人（主承销商）声明 729
三、发行人律师声明 731
四、审计机构声明 732
五、资产评估复核机构声明 733
六、验资机构声明 734
七、验资复核机构声明 735
第十三节 附件 736
一、备查文件 736
二、与投资者保护相关的承诺 736
三、本次发行完成前滚存利润的分配计划及本次发行上市后的股利分配政策 ... 751
四、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项 755
五、文件查阅时间 757
六、文件查阅地址 757

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明或文义另有所指，下列简称具有如下特定含义：

灿星文化、公司、本公司、发行人	指	上海灿星文化传媒股份有限公司
灿星有限	指	上海灿星文化传播有限公司
上海星投	指	上海星投投资有限公司
西藏源合	指	西藏源合投资管理有限公司
浙富控股	指	浙富控股集团股份有限公司
上海岩衡	指	上海岩衡投资管理合伙企业（有限合伙）
平潭沣淮	指	平潭沣淮投资管理合伙企业（有限合伙）
上海沣浦	指	上海沣浦投资管理合伙企业（有限合伙），更名前为平潭沣浦投资管理合伙企业（有限合伙）
宁波奥腾	指	宁波梅山保税港区奥腾投资管理合伙企业（有限合伙）
宁波芳华	指	宁波芳华投资中心（有限合伙）
宁波丰财	指	宁波梅山保税港区丰财投资管理合伙企业（有限合伙）
汉富资本	指	汉富（北京）资本管理有限公司
苏州海鲲	指	苏州海鲲誉捷投资中心（有限合伙）
新余海鲲	指	新余海鲲重伟投资合伙企业（有限合伙）
宁波君度	指	宁波梅山保税港区君度德瑞股权投资管理中心（有限合伙）
北京朗玛永安	指	北京朗玛永安投资管理股份公司
杭州阿里创投	指	杭州阿里巴巴创业投资管理有限公司
西藏齐鸣音乐	指	西藏齐鸣音乐有限公司
上海昼星	指	上海昼星投资有限公司
上海辉星	指	上海辉星投资有限公司
上海昭星	指	上海昭星投资有限公司
上海泽星	指	上海泽星文化传媒合伙企业（有限合伙）
上海烨星	指	上海烨星资产管理有限公司
上海煜星聚汇	指	上海煜星聚汇文化传媒合伙企业（有限合伙）
上海璟星聚汇	指	上海璟星聚汇文化传媒合伙企业（有限合伙）
华人文化产业投资	指	华人文化产业股权投资（上海）中心（有限合伙）
华人文化投资管理	指	华人文化（上海）投资管理中心（有限合伙）

华人文化天津	指	华人文化（天津）投资管理有限公司
国开金融	指	国开金融有限责任公司
上海东方惠金	指	上海东方惠金文化产业创业投资有限公司
上海大众资本	指	上海大众集团资本股权投资有限公司
深圳天正投资	指	深圳市天正投资有限公司
北京星空华文	指	北京星空联合华文传媒咨询有限公司
上海星烁	指	上海星烁投资管理有限公司
星空国际	指	星空华文国际传媒有限公司
梦响强音	指	梦响强音文化传播（上海）有限公司
上海民星	指	上海民星文化传媒合伙企业（有限合伙）
核心管理层	指	田明、金磊、徐向东
CMC News、CMC Asia	指	CMC－News Asia Holdings Ltd. (“CMC News”)，后更名为 CMC Asia Group Holdings Ltd.(“CMC Asia”)
Fine Concept	指	Fine Concept （HongKong） Company Limited
AMC	指	Asian Music Corporation Limited，系新闻集团下属公司
SCML	指	Star China Media Limited，星空华文中国传媒有限公司，设立于香港的频道运营主体
FSML	指	Fortune Star Media Limited，星空华文传媒电影有限公司，设立于香港的电影版权库运营主体
星空集团	指	以 CMC News 及其控股子公司和协议控制的主体为基础，包括 SCML、FSML、灿星有限等主体在内的统称，2015 年 11 月 24 日控制协议终止后、星空集团不再包括灿星有限。
红筹架构	指	发行人的实际控制人之一华人文化天津控制的华人文化产业投资控股星空集团后，为规范及完善星空集团的法律架构而相应搭建的架构，包括设立一系列持股平台公司控股 CMC News、设立境内外商独资企业北京星空华文、受让发行人前身灿星有限股权、以及在北京星空华文与灿星有限之间确立协议控制的模式等步骤。该等红筹架构已于 2015 年 12 月 31 日解除。
协议控制	指	在红筹架构的搭建过程中，北京星空华文与发行人的前身灿星有限及其他相关方签署一系列协议安排所确定的控制模式。该等协议控制模式已于 2015 年 11 月终止。
控制协议	指	在红筹架构的搭建过程中，北京星空华文与发行人的前身灿星有限及其他相关方于 2010 年 11 月及 2011 年 10 月所签署的一系列协议。该等控制协议已于 2015 年 11 月终止。
MIR	指	Media In Reach Limited
成都元泓	指	成都元泓创新投资有限公司
MIS	指	Media In Star （Hong Kong） Limited，星晨（香港）投资有限公司

东方传媒集团	指	上海东方传媒集团有限公司
东方传媒（香港）	指	注册于香港的东方传媒投资有限公司，Oriental Media Investment Limited
M Square	指	M Square Growth Capital Limited
MIM	指	Media In Motion Limited
Star TV	指	Star TV （Nominees） Limited，设立于香港的 News Corporation 的间接子公司
新闻集团	指	总部位于美国纽约，由鲁伯特 默多克及其家庭控制的 News Corporation 及其前身、以及集团体系内的各级子公司。
News Corporation	指	News Corporation （Asia） Ltd.
STARL	指	Satellite Television Asian Region Limited
WFOE	指	Wholly Foreign Owned Enterprise 的缩写，即外商独资企业
星空澳门	指	星空华文传媒（澳门）一人有限公司
财富之星	指	财富之星文化传媒（上海）有限公司
CMC Holdings	指	CMC-Asia Holdings Ltd.
MRST	指	MRST Holdings Limited
East Union	指	East Union Development Limited，东汇发展有限公司
Golden Horse	指	Golden Horse Technology Limited，金骏科技有限公司
Harvest Goal	指	Harvest Goal Management Ltd.，志丰管理有限公司
STM	指	STM Investment Holdings Limited
Katy	指	Katy Development Limited，嘉天发展有限公司
霍尔果斯晨星	指	霍尔果斯晨星股权投资管理有限公司
上海望星	指	上海望星投资管理有限公司
上海翊捷	指	上海翊捷文化咨询有限公司
上海瓴星	指	上海瓴星实业发展合伙企业（有限合伙）
上海瓴帆置业	指	上海瓴帆置业管理有限公司
上海瓴帆文化	指	上海瓴帆文化发展有限公司
西藏璀灿星河	指	西藏璀灿星河文化传媒有限公司
上海朗星合伙	指	上海朗星投资合伙企业（有限合伙）
上海朗星投资	指	上海朗星投资管理有限公司
秦汉新城星空	指	秦汉新城星空华文文化传媒有限公司
歆空实业	指	歆空（上海）实业有限公司
歆丰文化	指	上海歆丰文化发展有限公司
宁波灿星	指	宁波灿星文化传播有限公司

西安星空华文	指	西安星空华文传媒有限公司
北京同路凌云	指	北京同路凌云广告有限公司
北京魅力星晨	指	北京魅力星晨文化发展有限公司
北京星云乐众	指	北京星云乐众文化传播有限公司
灿星国际	指	灿星国际传媒有限公司
杭州灿星子默	指	杭州灿星子默信息科技有限公司
上海北熠文化	指	上海北熠文化传媒有限公司
上海久吾一生	指	上海久吾一生文化传媒有限公司
宁波灿星	指	宁波灿星文化传播有限公司
西咸新区秦汉文化	指	西咸新区秦汉文化健康产业园发展有限公司
广东南瓜视业	指	广东南瓜视业文化传播有限公司
灿腾文化	指	上海灿腾文化传媒有限公司
灿星影视	指	上海灿星影视文化有限公司
晟星传媒	指	晟星传媒（澳门）一人有限公司
梦响当然	指	梦响当然音乐文化传播（上海）有限公司
梦响启岸	指	梦响启岸文化发展（上海）有限公司
上海星咖网络	指	上海星咖网络科技有限公司
杭州威加餐饮	指	杭州威加餐饮管理有限公司
星空时尚	指	星空时尚文化传播（上海）有限公司
宁波梦响强音	指	宁波梦响强音文化传播有限公司
啁哳文化	指	啁哳文化传播（上海）有限公司
西安曲江灿星	指	西安曲江灿星文化产业投资管理有限公司
上海昊星	指	上海昊星影视传播有限公司
宁波灿腾	指	宁波灿腾文化传媒有限公司
成都灿星教育	指	成都灿星教育咨询有限公司
上海鸿赢文化	指	上海鸿赢文化艺术发展有限公司
上海声众	指	上海声众网络科技有限公司
上海名音合伙	指	上海名音信息科技合伙企业（有限合伙）
上海声众合伙	指	上海声众信息科技合伙企业（有限合伙）
上海梦响节拍	指	上海梦响节拍艺术发展有限公司
杭州灿辉	指	杭州灿辉文化传媒有限公司
梦响群音	指	梦响群音文化传播（上海）有限公司
梦响英模	指	梦响英模文化传媒（上海）有限公司
微鲸科技	指	微鲸科技有限公司

上海千杉网络	指	上海千杉网络技术发展有限公司
昌荣传媒	指	昌荣传媒股份有限公司
Master Purchase Agreement	指	新闻集团方及星空集团相关主体以及华人文化产业投资领投的相关主体于 2010 年 6 月 22 日签署的《Master Purchase Agreement》
Reorganization Memorandum	指	Master Purchase Agreement 的附件
Las Lunas、星月传媒	指	Las Lunas Limited
星耀集团	指	Sparkling Star Group Ltd.，星耀集团有限公司
国君金控	指	Guotai Junan Financial Holdings Ltd.，国泰君安金融控股有限公司
民生银行	指	中国民生银行股份有限公司上海分行
公司注册证书	指	Certificate of Incorporation，即境外企业的设立证明文件
股东登记册	指	Register of Members，即记录境外企业的股东名称、持股类型、数量、变更情况的登记册
中宣部	指	中国共产党中央委员会宣传部
广电总局	指	中华人民共和国国家广播电视总局
新广电总局	指	原中华人民共和国国家新闻出版广电总局
CSM	指	央视索福瑞研究，国内最大的专业电视收视市场调研机构
CNNIC	指	中国互联网络信息中心（CNNIC）是经国家主管部门批准，于 1997 年 6 月 3 日组建的管理和服务机构，行使国家互联网络信息中心的职责。是中国信息社会基础设施的建设和运营机构之一
前瞻产业研究院	指	由前瞻商业资讯有限公司成立的海量数据分析和研究公司，专门从事对细分产业市场进行数据调查和研发活动
艺恩咨询	指	艺恩咨询是国内比较知名的娱乐产业信息咨询机构，重点服务于电影、游戏、动漫、音乐等行业，长期专注于中国电影电视行业的相关研究
中国广播电影电视发展报告	指	国家新闻出版广电总局发展研究中心发布的中国广播电影电视行业发展蓝皮书
中国传媒产业发展报告	指	清华大学新闻与传播学院传媒经济与管理研究中心牵头编撰的传媒业蓝皮书
腾讯娱乐白皮书	指	腾讯娱乐中心策划的研究娱乐产业走势和受众需求的报告，以数据为主，文字阐释较少。
SYCO	指	西蒙-考威尔和索尼音乐娱乐公司共同创建的一家专注于音乐、影视和数字内容的制作与开发的全球性企业
MBC	指	Munhwa Broadcasting Corp
IPCN	指	IPCN Limited
制播分离	指	根据《关于认真做好广播电视制播分离改革的意见》的通知，改变电台节目单纯由电视台自制自播模式，充分调动社会力量，发展壮大节目内容生产
收视率	指	既定时段收看某个电视节目的观众人数占总目标人群的比重

收视份额	指	某个地区观看某个节目的观众人数和正在观看电视的总人数的比值
收视比重	指	某类型节目的收视时间占总收视时间的比例
播出比重	指	某类型节目的播出时间占总播出时间的比例
台综	指	电视台综艺节目，电视台策划制作或与第三方制作公司合作制作的综艺节目
网综	指	网络综艺节目，互联网平台策划制作或与第三方制作公司合作制作的综艺节目
超级网综	指	投入成本、制作水准、市场影响力、创收能力等均高于一般网络综艺的网络综艺节目
季播节目	指	以季度为一个周期的播放的节目，一般一周播放一期，总期数在 12 期左右，是目前大型综艺节目最常见的播出方式。
周播节目	指	播放频次在每周一期的节目，一般无固定的播放周期。
日播节目	指	播放频次在每日一期的节目，一般无固定的播放周期。
网络播映权	指	以有线或者无线方式通过网络向公众提供视频资源，赋予公众在其个人选定的时间和地点获得作品的权利，具体使用形式包括但不限于网络跟播、点播、轮播、下载等形式，具体用户的接受终端和显示终端形式包括但不限于手机、电脑、平板电脑、MPEG4 播放器、车载电视等。
节目模式	指	节目创意工业化的操作文本，一般来说，节目模式包括一套完整详细的节目制作手册，其中有内容要求，如节目脚本、板块、流程、对节目中参与人要求等，有技术配备，如视频、灯光、摄影棚、舞美和音乐设计、后期特技等，有节目制作进度、财务预算以及法律甚至保险等方面的文本。
硬广告	指	直接介绍商品、服务内容的传统形式的广告
植入广告	指	把产品及其服务具有代表性的视听品牌符号融入影视或舞台作品中的一种广告方式
冠名广告	指	将产品及其服务具有代表性的视听品牌符号和其他载体名称并列的一种广告方式
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
证券交易所、深交所、交易所	指	深圳证券交易所
保荐机构、中信建投	指	中信建投证券股份有限公司
立信会计师、审计机构	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
中伦律师、发行人律师	指	北京市中伦律师事务所
《公司章程》	指	《上海灿星文化传媒股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《上海灿星文化传媒股份有限公司章程（草案）》
报告期、最近三年及一期	指	2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月
最近一年及一期	指	2019 年及 2020 年 1-6 月
报告期末	指	2020 年 6 月 30 日
元、万元	指	人民币元、人民币万元

注 1：本招股说明书所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标；

注 2：本招股说明书中可能存在个别数据加总后与相关数据汇总数存在尾差情况，系数据计算时四舍五入造成，而非数据错误。

第二节 概览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	上海灿星文化传媒股份有限公司	**成立日期**	2006 年 3 月 24 日
注册资本	383,399,768 元	**法定代表人**	田明
注册地址	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 432 室	**主要生产经营地址**	上海市黄浦区汉口路 300 号解放大厦 17 层
控股股东	上海星投投资有限公司	**实际控制人**	田明、金磊、徐向东、华人文化（天津）投资管理有限公司
行业分类	广播、电视、电影和影视录音制作业，行业代码为 R86	**在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况**	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信建投证券股份有限公司	**主承销商**	中信建投证券股份有限公司
发行人律师	北京市中伦律师事务所	**其他承销机构**	无
审计机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	**评估复核机构**	上海申威资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	境内上市人民币普通股（A 股）股票		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 4,260.00 万股	**占发行后总股本比例**	10.00%
其中：发行新股数量	不超过 4,260.00 万股	**占发行后总股本比例**	10.00%
股东公开发售股份数量	0	**占发行后总股本比例**	0.00%
发行后总股本	不超过42,599.9768万股		
每股发行价格	人民币【】元		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	人民币【】元	**发行前每股收益**	人民币【】元
发行后每股净资产	人民币【】元	**发行后每股收益**	人民币【】元
发行市净率	【】倍		
发行方式	本次发行将采取网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价		

	发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和证券交易所开户的境内法人等投资者（中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）或符合深圳证券交易所或公司决定的其他上市地的市场投资者适当性规定的合格境内自然人投资者
承销方式	本次发行采取余额包销方式
拟公开发售股份股东名称	无
发行费用的分摊原则	本次发行的承销费用、保荐费用、会计师费用、律师费用、用于本次发行的信息披露费用、发行手续费用等发行相关费用由发行人承担
募集资金总额	人民币【】万元
募集资金净额	人民币【】万元
募集资金投资项目	补充综艺节目制作营运资金项目
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

项目	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
资产总额（万元）	432,455.48	448,673.43	389,373.13	369,647.50
归属于母公司所有者权益（万元）	356,074.25	349,660.93	310,598.64	229,337.76
资产负债率（母公司）（%）	8.73	16.14	21.35	37.12
项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入（万元）	34,523.68	173,329.02	165,277.14	205,841.98
净利润（万元）	5,944.71	34,500.11	45,024.40	45,492.60
归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,969.10	34,544.72	45,260.88	45,161.23
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	2,895.81	30,031.43	41,046.27	39,024.37
基本每股收益（元）	0.16	0.90	1.19	1.25
稀释每股收益（元）	0.16	0.90	1.19	1.25
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前）（%）	1.69	10.39	16.77	37.26
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）（%）	0.82	9.03	15.20	32.19
经营活动产生的现金流量净额（万元）	42,893.21	38,415.66	18,854.43	84,789.56
现金分红（万元）	0.00	0.00	0.00	0.00
研发投入占营业收入的比例（%）	7.01	4.07	4.62	3.60

四、发行人主营业务经营情况概述

（一）主要业务或产品概述

公司专注于综艺内容制作和产业链开发运营，坚持“灿星创造”的战略，重视内容原创，是国内少数具备运作特大型综艺节目，并持续推出优秀节目的专业制作公司之一。同时，利用长期积累的品牌和口碑，公司对已形成的内容资源进行再开发，将业务延伸至音乐制作授权及其他衍生，充分挖掘其商业价值。

公司始终秉持“以精彩的内容吸引人，以真实的情感打动人，以向上的力量鼓舞人”的宗旨，坚持从大众审美出发，打造“触及热点、触及民生、触及心灵”的精品内容，以精英实力打造大众文化，获得了市场的广泛认可，逐步成长为中国文化领域的优质企业。以优质内容为基础，公司实现了与播出平台进行广告分成的共生共赢的商业模式。此外，公司通过节目积累了丰富的知识产权资源，培养和孵化了众多实力新人和原创歌曲。以内容为核心，原创音乐、知识产权运营、艺人经纪等元素有机互动，协同发展，构成了富有商业活力的业务模式。

（二）主要经营模式概述

公司的所有业务围绕综艺节目内容制作业务的核心展开。综艺节目内容的生产需要经历创意策划、项目立项、前期筹备、节目拍摄、后期制作、节目审查、节目播出等环节，综艺节目内容的生产以节目组为生产单位，节目组通常包含导演团队、制片团队、选管团队、音乐团队、舞美团队、宣传团队，以及技术研究开发部的技术团队、后期制作团队。公司自成立以来，一直坚持制作高品质综艺的路线，集合业内最优质的资源，创作门槛高、水平高、社会反响强烈的大型综艺节目。在多年的发展过程中，公司已经建立了覆盖全产业链的工业化节目制作模式，在所有节目制作的重要环节都有较强的自主把控能力和领先性。

在制作综艺节目内容的基础上，公司还构建了综艺节目产业链运营的生态：公司不仅制作综艺节目，同时还有较强的销售能力，有专门的销售团队进行广告招商，有专门的新媒体团队负责网络播映权的运营；公司的音乐类节目天然形成了音乐版权，公司对其进行专业的加工后销售给互联网音乐平台、移动音乐平台等客户；公司的选拔类节目为公司提供了大量的新晋艺人资源，公司配备专业的艺人经纪团队对新晋艺人进行培训、包装，提升艺人价值，公司庞大的综艺节目

产量还能为新晋艺人的持续曝光创造机会；公司还有专业的音乐制作、演唱会运营等能力，可以充分利用艺人资源进行生产，而公司强大的综艺节目品牌效应又有利于这些内容的销售。

总之，公司以综艺节目内容创作为核心，同时具备全产业链开发的能力，并产生了诸多协同效应。

（三）竞争地位概述

公司是综艺节目制作行业领先的节目制作公司，也是少有的有能力开发综艺节目产业链的第三方制作公司。公司几乎每年都能制作近十部、近百集的大体量综艺节目，并持续创造了多款现象级的综艺节目，如《中国好声音》、《蒙面唱将猜猜猜》、《中国达人秀》、《这！就是街舞》、《这！就是原创》等系列节目，在节目制作公司中处于领先地位。公司和浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、北京卫视等知名电视台，优酷、腾讯、爱奇艺等主要视频网站均有节目制作和运营方面的合作，并能根据播出平台的风格创造契合其调性的节目、向观众输出主流价值观，节目覆盖的范围和影响力都是行业领先的。此外，公司还拥有强大的艺人经纪团队，签约了周深、黄霄云、希林娜依.高等一百六十余名优秀歌手，每年可以生产大量的原创曲目。

五、发行人符合创业板定位的情况概述

公司主营业务综艺节目制作与产业链开发运营具有典型的文化创意特征，其生产过程涉及到大量创新、创意、创造元素的运用。

公司的业态创新表现在公司属于制播分离改革推动的节目制作新业态；模式创新表现在公司构建了综艺节目及产业链运营的生态；公司从电视台综艺制作发展到电视台综艺、互联网综艺制作并驾齐驱，并且充分顺应了新媒体的崛起和互联网内容行业的高速发展，顺应了新旧产业融合的大趋势。

六、发行人选择的具体上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》2.1.2 条之规定，公司选择的具体上市标准为“（一）最近两年净利润均为正且累计净利润不低于 5000 万元”。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理特殊安排等重要事项。

八、募集资金用途

公司本次募集资金拟投资以下项目：

单位：万元

项目名称	拟用募集资金投入金额
补充综艺节目制作营运资金项目	150,000

如实际募集资金不能满足项目需求，则不足部分由公司自筹解决。

在本次募集资金到位前，公司将根据综艺节目拍摄的实际进度和资金需求，先行通过自筹资金解决资金缺口，待募集资金到位后，根据深圳证券交易所有关要求和公司有关募集资金使用管理的相关规定，置换本次发行前预先投入使用的自筹资金。

本次募集资金运用的详细情况参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	境内上市人民币普通股（A 股）股票		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 4,260.00 万股	**占发行后总股本的比例**	10.00%
其中：发行新股数量	不超过 4,260.00 万股	**占发行后总股本的比例**	10.00%
股东公开发售股份数量	0	**占发行后总股本的比例**	0.00%
每股发行价格	人民币【】元		
发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	无		
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	无		
发行前市盈率	【】倍（发行价格除以发行前每股收益）		
发行后市盈率	【】倍（发行价格除以发行后每股收益）		
发行后每股收益	【】元（按照【】年经审计的扣除非经常性损益后的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元（按照截至【】年【】月【】日经审计净资产除以本次发行前总股本计算）		
发行后每股净资产	【】元（按照截至【】年【】月【】日经审计净资产加上本次发行预计募集资金净额除以本次发行后总股本计算）		
发行前市净率	【】倍（按发行前每股净资产计算）		
发行后市净率	【】倍（按发行后每股净资产计算）		
发行方式	本次发行将采取网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式		
发行对象	符合资格的询价对象和证券交易所开户的境内法人等投资者（中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）或符合深圳证券交易所或公司决定的其他上市地的市场投资者适当性规定的合格境内自然人投资者		
承销方式	本次发行采取余额包销方式		
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元		
发行费用细分概算	承销及保荐费用：【】万元 审计、验资及评估费用：【】万元 律师费用：【】万元 信息披露费用：【】万元 路演推介及差旅费用：【】万元		

二、本次发行的有关当事人

1、发行人：	上海灿星文化传媒股份有限公司
法定代表人：	田明
注册地址：	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 432 室
电话：	021-52032676
传真：	021-52032679
联系人：	王艳
2、保荐机构（主承销商）：	中信建投证券股份有限公司
法定代表人：	王常青
注册地址：	北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼
联系地址：	北京市东城区朝内大街 188 号
联系电话：	021-68801573
传真：	021-68801551
保荐代表人：	董军峰、吴建航
项目协办人：	王建将
项目经办人：	张铁、李盛杰、李重阳、周璞
3、律师事务所：	北京市中伦律师事务所
负责人：	张学兵
注册地址：	北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 33、36、37 层
联系电话：	010-59572288
传真：	010-65681022
经办律师：	陈原、包毅锋
4、会计师事务所：	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
执行合伙人：	杨志国
注册地址：	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
联系电话：	021-23280000
传真：	021-63392558
经办注册会计师：	王斌、倪一琳
5、资产评估复核机构：	上海申威资产评估有限公司
法定代表人：	马丽华
注册地址：	上海市虹口区东体育会路 860 号 2 号楼 202 室
联系电话：	021-31273006

传真：	021-31273013
经办评估师：	陈毅夫、修雪嵩
6、股票登记机构：	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
注册地址：	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
联系电话：	0755-25938000
传真：	0755-25988122
7、申请上市的证券交易所：	深圳证券交易所
注册地址：	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话：	0755-88668888
传真：	0755-82083295
8、收款银行：	北京农商银行商务中心区支行
户名：	中信建投证券股份有限公司
银行账号：	01140201040400000065

三、公司与本次发行有关中介机构关系等情况

本公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、预计发行上市的重要日期

刊登发行公告日期：【】年【】月【】日

开始询价推介日期：【】年【】月【】日至【】年【】月【】日

刊登定价公告日期：【】年【】月【】日

申购日期和缴款日期：【】年【】月【】日至【】年【】月【】日

股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

一、 创新风险

（一）新产品偏离市场认可的风险

综艺节目是一种产品需求不确定性较强的文化产品。在信息传递和变化速度日益加快的今天，观众对综艺节目的欣赏口味变化非常快，即使管理层丰富的经验可以对市场变化有比较敏锐的把控，也很难做到每次都能踏准市场热点。这种市场需求的不确定性使得公司推出的作品存在偏离市场认可的风险，有可能因为不被市场认可而对公司经营造成不利影响。

（二）新节目品牌开发收益较低的风险

公司拥有较雄厚的“综 N 代”节目品牌储备，由于前季节目已完成完整的开发制作流程并得到了市场的检验，后续不确定性较低，此外无需样片即可开展招商并完成平台落地，没有库存风险。但如果仅制作“综 N 代”节目，公司的节目活力将逐步丧失。新节目品牌开发对公司持续创作出弘扬时代精神、符合观众欣赏品味变化的节目具有重要意义，公司后续仍将持续开发全新的综艺节目品牌并承担新节目品牌招商难度较大、存在库存风险、后续创作难度较高、市场接受度较难预测的风险。

二、 技术风险

（一）节目制作技术无法满足观众欣赏水平提升需求的风险

由于观众欣赏水平提高，综艺节目的制作技法不断提高，早期的一成不变的舞台元素、有限的机位制作出的综艺节目已经远远不能适应现在观众对综艺节目的欣赏要求。目前综艺节目在灯光、舞美、服装、化妆、道具、拍摄手法、后期制作等方面运用了大量先进技术，后续还可能运用到虚拟现实、增强现实等技术手法，但随着节目制作技术日新月异，大体量的综合节目层出不穷，公司可能存在因为节目制作技术无法满足观众欣赏水平提升导致节目不被市场认可、业绩受到影响的风险。

（二）新技术研发或运用失败的风险

公司的节目创作团队提出新的节目创意后，部分呈现方式需要公司的研发、技术人员将其转化的技术解决方案，并通过后续的不断探索寻求理想的解决路径。但某些创意的技术实现的难度较大，或者运用效果不理想，可能导致公司的研发投入不能成功转化为产品，创作团队的意图不能完全实现，进而影响到公司节目最终的呈现效果。公司可能存在因为新技术研发或运用失败导致节目最终呈现的品质不理想、节目收看效果受到影响的风险。

三、 经营风险

（一）行业政策风险

视频节目制作行业属于具有意识形态特殊属性的重要产业，受到国家严格的监督和管理。国家对视频节目市场准入、制作许可、内容审查、发行播出等环节均制定了严格的监管措施。

国家对从事广播电视节目制作业务实行资格准入许可制度，设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动应当取得《广播电视节目制作经营许可证》。针对综艺类视频节目，国家对内容审查、备案、群众参与的选拔类活动的审批等陆续出台了一系列监管指导意见。

视频节目行业的监管政策贯穿于公司业务的整个生产流程中，对公司业务的正常开展构成较为重要的影响。如果公司在业务发展中未能严格把握好政策导向，违反行业政策，可能面临作品被监管机构叫停、损失投资成本甚至取消市场准入资格的风险，从而对公司的业务发展产生影响。

（二）市场环境变化的风险

在我国经济持续增长、人民群众对文化产业的需求与日俱增的大背景下，综艺节目受到了市场的欢迎，近年来获得了跨越式的增长。但随着新媒体等新兴文化传播方式的兴起和快速渗透，观众对于视频文化资源的需求和观看习惯可能发生变化，未来存在综艺节目需求被其他视频文化资源替代导致公司经营状况和盈利能力下滑的风险。

传统电视台和视频网站之间的竞争格局也在发生变化。以前综艺节目一般都

采取“先台后网”的模式，但近几年网络综艺节目遍地开花，影响力日益提升，网络综艺的制作水平、招商能力、社会影响力都上了一个新的台阶。公司已经开始与知名互联网平台合作制作网络综艺节目并取得了一定的成功，但网络综艺节目的制作、发行、销售等都有自己的独特性，盈利能力目前和公司制作的热门电视台综艺节目比还存在一定差距。随着网络综艺市场的进一步发展，公司仍面临着不能探寻出适应新的市场模式导致经营状况和盈利能力下滑的风险。

（三）市场竞争风险

目前我国对境内资本从事电视节目制作业务已基本放开，政策准入门槛较低。行业内制作机构众多，但实力良莠不齐，很多制作机构还不具备制作一定规模的视频节目的能力，特别是国内目前具备制作登录知名卫视黄金档、知名互联网平台主推综艺的制作公司仍然是凤毛麟角。但是，未来随着市场的发展，无法避免后续更多有实力的制作公司涌现导致整个行业竞争可能加剧的风险。

（四）经济周期下行风险

由于发行人收入较依赖于广告主对节目的广告投放，而广告行业又是典型的周期性行业，行业的运动状态与经济周期密切相关。当经济处于高峰时，广告主对后市看好，愿意投入较多的资源，而经济陷入低谷时则会因为资金的原因减少投放。对于发行人而言，如果出现经济周期下行，广告主广告投放力度会大幅减弱，直接影响节目的销售收入并影响到节目利润。

（五）发行人成长性风险

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司的营业收入分别为 205,841.98 万元、165,277.14 万元、173,329.02 万元及 34,523.68 万元；报告期各期末，公司的资产总额分别为 369,647.50 万元、389,373.13 万元、448,673.43 万元及 432,455.48 万元，公司净资产分别为 233,219.39 万元、314,243.78 万元、371,417.02 万元及 377,862.31 万元。公司在报告期内的经营业绩波动较大。

公司未来的成长受经济周期、行业监管、市场环境、竞争格局、企业管理等内外部多种因素的影响。近几年综艺节目行业快速发展，节目类型、观众审美、偏好变化迅速，视频网站自制综艺与采购电视综艺版权之间此消彼长、宏观经济

波动等原因均对公司的经营成果和成长性造成了影响。公司对综艺节目市场变化关切，已经采取了部署互联网综艺战略等措施，但如果外部环境出现重大不利变化或未来公司不能在节目研发、制作水准、营销渠道、版权积累等方面继续保持领先优势，不能顺应新媒体时代的快速发展进行合理的战略布局，公司将面临成长性不足的风险。

（六）单一系列节目占比较高的风险

公司擅长制作歌唱类综艺节目，《中国新歌声》、《中国好声音》系列作品作为公司的王牌节目，具备很强的商业价值，为公司的收入和利润作出了比较重要的贡献。2017 年、2018 年及 2019 年，《中国新歌声》、《中国好声音》节目制作收入占总收入的比例分别为 32.33%、32.96%及 26.67%。

根据上述收入占比，《中国新歌声》、《中国好声音》系列节目对公司的主营业务收入的贡献较大。虽然公司还有《蒙面唱将猜猜猜》、《中国达人秀》等优秀的系列节目，并陆续开发了《这！就是街舞》、《即刻电音》、《这！就是原创》、《一起乐队吧》等新的大体量综艺节目，但《中国新歌声》、《中国好声音》系列节目在目前公司收入中的占比仍较高，如果未来监管政策、市场环境等外部环境出现变化导致该系列节目无法正常制作和播出，而公司又没有制作出可以替代其收入水平的新节目，可能导致公司的经营业绩下降。

（七）台综市场份额下滑风险

据《腾讯娱乐白皮书》显示，2017 年至 2019 年卫视综艺节目数量分别 106 部、93 部、79 部，数量持续下降，2019 年下滑 15.05%。卫视综艺节目收视率 2017-2019 年呈现触底反弹的势头， 2017 年至 2019 年收视率（CSM52）破 2 的节目数量分别为 2 部、0 部、0 部，收视率破 1 的节目数量分别为 25 部、8 部、13 部。台综发展面临压力的同时，网络综艺数量报告期内持续领先于台综，2017 年至 2019 年网络综艺节目数量为 113 部、124、105 部，比同年台综多出 7 部、31 部、26 部。

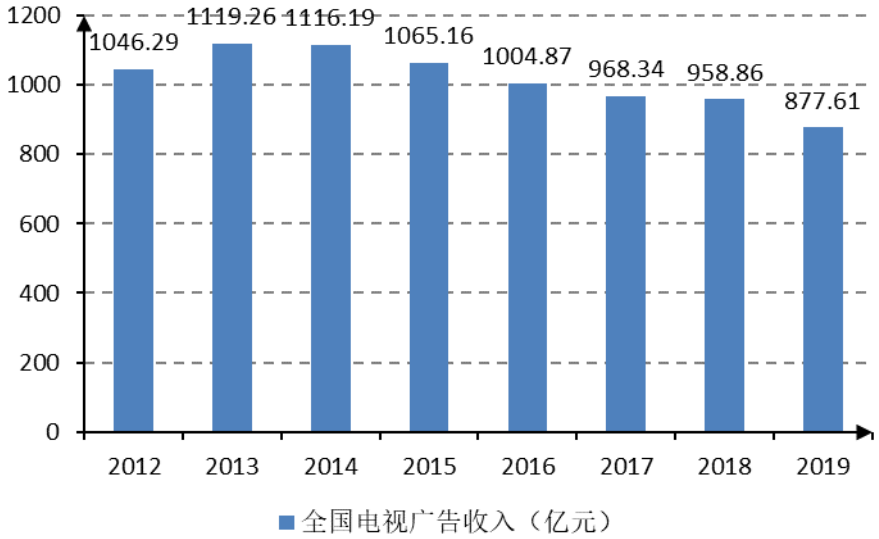
网络综艺从 2015 年开始起步，目前已完成了从追赶台综到超越台综的蜕变，在助推综艺市场繁荣的同时，也抢夺了台综大量的市场份额。卫视是公司传统的合作对象和主要节目的投放基地，台综市场份额下滑对公司业绩产生了一定的冲击。在行业格局出现变动之际，虽然公司及时做出了调整，积极与视频网站合作，

陆续投放了《这！就是街舞》、《即刻电音》、《这！就是原创》、《唱给世界听》、《一起乐队吧》、《爆款来了》等网综类节目，并取得了较好的市场反应，但公司仍面临着台综市场份额继续下滑导致业绩下行的风险。

（八）电视广告市场下滑的风险

2014-2019 年，全国电视广告收入连续六年出现负增长，同比下滑幅度依次为 0.27%、4.57%、5.66%、3.64%、0.98%、8.47%，2019 年全国电视广告收入 877.61 亿元，相较于 2013 年高点已下滑 241.65 亿元，下滑幅度达到 21.59%。

图：2012-2019 全国电视广告收入



数据来源：国家广电总局规财司

电视广告收入下滑与观众的观看习惯开始逐步向互联网和移动互联网倾斜相关。在新媒体兴起的背景下，公司已加强互联网综艺节目布局，制作了《这！就是街舞》、《这！就是原创》、《即刻电音》、《一起乐队吧》等网络综艺节目，但公司卫视综艺的收入占比仍然较高，经营业绩可能受到电视广告收入持续下滑的因素影响。

（九）节目拍摄和播出的风险

节目拍摄过程中，可能会面对因为主创人员身体情况、外景拍摄天气条件恶劣、自然灾害、公共卫生事件等不可抗力影响拍摄正常进行的风险。虽然公司签署合同时一般会就不可抗力约定免责条款，但不可抗力导致节目无法正常拍摄可

能影响到公司现有业务的正常开展，进而影响公司业绩。

另外，根据《关于加强有关广播电视节目、影视剧和网络视听节目制作传播管理的通知》，涉及违法、犯罪行为者作为主创人员参与制作的各类广播电视节目不允许播出，虽然公司在嘉宾和选手以及自有艺人的选择上有比较严格的把关，但仍可能发生主创人员在节目播出期间被查出以上劣迹，发行人可能因为其制作的节目无法正常播出产生损失及可能的违约责任。

（十）综艺节目网络发行收入下降风险

在台综的网络版权授权费高、网综招商规模逐步增加的双重因素影响下，以优酷、爱奇艺、腾讯为代表视频网站纷纷加强制网综的投入。面对观众口味的持续变化，在亟需补充优质内容以应对市场激烈竞争的环境下，视频网站不会仅仅作为需求方，单纯购买电视台综艺节目版权，而将越来越多主动参与内容制作以保证内容的质量以及内容与平台品牌之间的匹配性。公司目前通过网络播映授权的方式向互联网媒体进行销售是其重要的收入来源，未来可能由于视频网站购买内容策略的变化，导致网络发行收入下降的风险。

（十一）专业人才不足的风险

综艺节目制作是人才密集型的行业，专业人才是核心因素。人才的作用体现在综艺节目的创意、策划、制作、宣传、发行、销售等各个环节，决定着节目的品质、经济效益、市场影响力。优质的节目的诞生离不开导演、制片、后期、宣发、销售等环节的通力合作，对关键岗位的核心人才有一定的依赖性。在综艺节目市场发展空间打开、播放平台独立制作和与节目制作公司联合制作百花齐放的今天，同期有大量的电视综艺和网络综艺开机，对人才的争夺日益激烈。

本次公开发行股票后，公司的总资产和净资产规模将大幅度增加，业务规模有扩大的需要，如何借此机会扩大人才队伍规模、建立有吸引力的激励机制、建立更有效人才管理机制和培养机制，都是公司即将面临的重要挑战。如果公司在高速发展中不能提高对高素质专业人才的吸引力，可能导致公司人才不足甚至人才外流，将对公司生产经营造成不利影响，进而制约公司发展。

（十二）诉讼、仲裁事项影响发行人业务经营及节目播出的风险

截至招股说明书签署之日，发行人与 MBC 就《蒙面歌王》第二、三、四季节目合同、联合开发《户外真人秀》节目合同等存在尚在进行的诉讼、仲裁事项。其中，MBC 诉发行人知识产权合同纠纷（《蒙面歌王》第二、三、四季节目合同）诉讼请求金额约人民币 11,047 万元，MBC 反诉发行人合同纠纷（联合开发《户外真人秀》节目合同）诉讼请求金额约人民币 4,745 万元。

一方面，根据管理层评估及诉讼律师意见，发行人未就上述涉诉事项计提预计负债或暂估成本。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人货币资金为 789,337,266.00 元，发行人与 MBC 的上述合同纠纷中 MBC 主张金额占发行人货币资金比例较低，且根据上海星投、上海昼星、田明出具的承诺，若根据最终判决/裁决，灿星文化需向 MBC 进行赔付，则赔付金额由上海星投、上海昼星、田明共同连带地向灿星文化进行补偿，各自承担比例为各方在灿星文化中所持股权比例。虽然上述涉诉事项不会对发行人持续经营构成重大不利影响，但相关涉诉事项仍会对发行人的业绩表现和市场影响力造成负面影响。若发行人未能在后续的经营管理中加强与合作方的合同执行和管理，该等对发行人业绩表现和市场影响力的负面影响可能会继续发生。

另一方面，上述涉诉事项系合同价款结算纠纷，不会涉及发行人后续节目制作及核心知识产权。涉诉相关节目的商标、文字脚本、舞美设计、面具饰品专利等模式的具体表达均为发行人原创，发行人拥有相关知识产权，且部分涉诉节目的续季仍在正常制作及播出。若发行人在后续的业务开展中，未能保护自身的知识产权或侵犯第三方的节目相关的知识产权，则发行人将可能会面临节目被要求暂停播出或下架整改的风险。

（十三）新型冠状病毒疫情对生产经营影响的风险

新型冠状病毒肺炎疫情防控进入常态化阶段后，公司严格按照疫情防控要求，有序开展复工复产，但疫情防控常态化后将增加公司为工作人员、嘉宾等人员的核酸检测成本及隔离成本。因疫情防控可能导致部分嘉宾无法参与现场节目录制或场地无法使用等情况，致使公司被迫另外聘请节嘉宾或修改节目流程等，公司将产生额外成本费用。

线下活动及演出由于可能要求观众提供核酸证明，降低了观众现场参与的意愿，相关收入将受一定影响。极端情况下，如遇疫情突发，将导致线下活动、演唱会、节目录制等人员聚集的活动无法进行，进而影响公司收入。

四、 内控风险：管理层变动导致管理水平下降的风险

公司管理层保持稳定，公司核心管理层均为文化行业资深从业者，且长期在公司工作，已经形成了较为成熟、稳定的管理架构和治理方式，具有较高的管理效率。若公司核心管理层出现变动，公司可能存在因为磨合期等原因导致管理效率底下，或新晋管理层的经验、能力欠缺导致公司内控水平降低的风险。

五、 财务风险

（一）节目收入季节性波动的风险

受观众观看习惯、电视台排播计划等因素影响，一般 5-10 月是大型综艺节目播放的高峰期。另外，由于公司目前主要节目集中在下半年播出，收入在一年内并非均匀实现，存在一定季节性波动。公司 2018 年 1-6 月实现营业收入及营业利润分别为 26,470.18 万元、930.44 万元，2019 年 1-6 月实现营业收入及营业利润分别为 45,161.45 万元、7,319.38 万元，2020 年 1-6 月营业收入及营业利润分别为 34,523.68 万元、7,606.55 万元，主要是上半年播出节目数量较少所致。公司主要大型综艺节目的档期集中在下半年，2018 年、2019 年及 2020 年，《中国达人秀》、《新舞林大会》、《中国好声音》、《蒙面唱将猜猜猜》、《蒙面舞王》等大型节目均在下半年陆续播出，公司全年收入主要分布在下半年。由于公司节目播出时间并非均匀分布，公司收入存在季度间大幅波动的风险。

（二）应收账款余额较大的风险

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应收账款净额分别为 70,687.90 万元、88,106.47 万元、103,560.88 万元及 48,113.27 万元，占流动资产的比例分别为 63.28%、67.18%、58.12%及 30.47%。公司期末应收账款占比相对较高。虽然公司对应收账款执行严格的管理、监督、催收、考核政策，对于部分欠款金额较大的客户，公司已采取积极的催收措施，且该部分客户主要系国内主要电视台及视频网站，应收账款可回收风险相对较小，但若个别客户出现资信状

况恶化、现金流紧张、资金支付困难等不利情形，仍将可能给公司带来呆坏账风险，对本公司的现金流和资金周转产生不利影响。

（三）大额商誉减值风险

截至 2020 年 6 月末，公司合并报表商誉账面价值为 163,551.96 万元，主要系发行人并购梦响强音形成，需要在未来每期末进行减值测试。梦响强音主要业务包括音乐制作及授权、衍生品开发及运营、演出活动、艺人经纪，以及其他以节目为依托的衍生产品运营，具有较强的盈利能力。目前被收购企业业务经营状况符合预期，但是若未来宏观经济、市场环境、监管政策发生重大变化，影响到发行人的经营情况，或其他参数变动影响商誉可收回金额，发行人存在商誉减值的风险。商誉减值会直接影响公司经营业绩，减少公司当期利润。

（四）政府补助的风险

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司取得的政府补助分别为 8,285.04 万元、4,530.51 万元 3,887.81 万元及 3,304.98 万元，占当期利润总额的比例分别为 15.39%、8.64%、9.71%及 43.48%，报告期政府补助占比均相对较低，公司上半年收入规模相对较小，2020 年 1-6 月政府补助占利润总额的比例较高。若未来地方政府对公司的补贴和扶持出现重大变化，短期内仍会对公司业绩造成一定的影响。

（五）业绩下滑风险

公司 2020 年 1-9 月营业收入分别为 87,308.61 万元，较上年同期下降 35,483.00 万元，降幅为 28.90%，2020 年 1-9 月归属于母公司股东的净利润 15,313.77 万元，较上年同期下降 11,800.80 万元，降幅为 43.52%。2020 年 1-9 月业绩同比下滑的主要原因为：因疫情影响，2020 年《中国好声音 2020》的录制播出时间有所推迟，节目收入及相关的音乐授权收入较去年同期下降。另外由于疫情的影响，2020 年 1-9 月海选授权收入较去年同期下降。2020 年主要节目的录制播出时间均有所推迟，但整个节目的播出未受影响。公司 2020 年节目数量与上年相比略有增加，业务发展整体情况较好。随着疫情得到控制，2020 年下半年开始海选授权业务已经逐步恢复。疫情对于公司业绩的影响正逐步恢复，但公司仍面临电视广告市场下滑，台综市场份额下滑，以及视频网站购买内容策略的变化所导致网络发行收入下降等市场风险。

六、 法律风险：知识产权侵权和纠纷的风险

首先，公司拥有的知识产权可能被侵犯。目前，鉴于我国知识产权保护体系正处于逐步构建和完善的进程之中，对于节目制作模式、节目创意、内容和形式等知识产权的法律保护还存在一些模糊之处。公司的知识产权有可能遭到剽窃或非法使用，导致权益受到侵害。尽管公司已经积极采取了各类措施保护知识产权，但仍然无法保证公司的知识产权不受侵犯，在一定时期内公司仍将面临知识产权可能受到侵害的风险。

其次，公司可能侵犯他人的知识产权。综艺节目制作过程中不可避免的会使用他人的智力成果，如引用他人制作的视频内容作为节目的构成部分、使用他人创作的音乐作为节目配乐、演唱他人创作的歌曲等等，容易因为版权相关问题引发双方或者多方主张权利纠纷的风险。为避免出现该类事项，公司开展业务须与各合作单位或个人等权利方签订合约，约定详细的权利范围，若发生纠纷，将按照有关合同的约定处理，但原权利人自身的权利可能存在瑕疵，公司即使获得其许可也仍然存在侵犯第三方知识产权的潜在风险。作为防范措施，公司在使用之初即先行全面核查音乐、词曲、视频资料、文字样式等方面的知识产权状况，尽量避免直接侵犯第三方拥有的知识产权，但仍不确定未来是否会产生知识产权纠纷。如果双方或者多方发生纠纷、涉及法律诉讼，除可能直接影响公司经济利益外，还可能影响公司的行业形象，最终对公司的业务开展带来不利的影响。

七、 发行失败风险：因发行认购不足的风险

由于创业板注册制采用市场化发行，公司首次公开发行股票可能因为投资者认购不足导致发行失败、投资者无法顺利认购公司股票的风险。

八、 其他风险：募集资金投资项目实施的风险

公司本次募集资金投资项目为补充综艺节目制作的营运资金。虽然公司董事会已对本次募集资金项目进行了认真细致的可行性论证，对募集资金项目市场状况和市场前景进行了充分的分析，并为扩大经营规模做好了相应的准备工作，但项目具体实施时仍然可能面临市场环境、产业政策以及观众需求等因素可能发生较大变化，从而无法保证项目顺利实施，或实施过程中任意环节出现瑕疵或问题

对募集资金投资项目的按期实施及正常运营造成不利影响的风险。

第五节 发行人基本情况

一、基本情况

中文名称：	上海灿星文化传媒股份有限公司
英文名称：	Shanghai CanXing Culture & Media Co., Ltd.
注册资本：	38,339.9768 万元
法定代表人：	田明
有限公司成立日期：	2006 年 3 月 24 日
股份公司变更日期：	2016 年 9 月 20 日
住所和邮政编码：	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 432 室（200335）
主要生产经营地址和邮政编码：	上海市黄浦区汉口路 300 号解放大厦 17 层（200001）
电话：	021-52032676
传真：	021-52032679
互联网网址：	www.canxingmedia.com
电子信箱：	ir@canxingmedia.com
董事会秘书：	王艳
电话：	021-52032676

二、公司的设立情况

（一）有限责任公司的设立情况

上海灿星文化传播有限公司系于 2006 年 3 月 24 日由贺斌、盘斌两名自然人共同出资设立的有限责任公司。2006 年 3 月 23 日，贺斌、盘斌签署《上海灿星文化传播有限公司章程》。

2006 年 3 月 24 日，上海华诚会计师事务所有限公司出具《验资报告》（沪华会验字（2006）第 334 号），截至 2006 年 3 月 24 日止，灿星有限已收到股东贺斌缴纳的出资人民币 150 万元，股东盘斌缴纳的出资人民币 150 万元，均以货币出资。2018 年 10 月 15 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具《关于上海灿星文化传媒股份有限公司注册资本、实收股本的复核报告》（信会师报字[2018]第 ZA14293 号），对上述出资进行复核。

2006 年 3 月 24 日，上海市工商行政管理局奉贤分局向灿星有限下发《企业法

人营业执照》（注册号：3102262058988）。

单位：万元，%

股东名称	注册资本	占比
贺斌	150.00	50.00
盘斌	150.00	50.00
合计	**300.00**	**100.00**

（二）股份有限公司的设立情况

1、设立方式

上海灿星文化传媒股份有限公司系由上海灿星文化传播有限公司整体变更设立的股份有限公司。

2016 年 7 月 12 日，灿星有限召开股东会并作出决议，审议通过将灿星有限整体变更为股份有限公司，同意以 2016 年 3 月 31 日为改制审计基准日，以经安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）出具《审计报告》（安永华明（2016）专字第 61050207_K04 号）审计的灿星有限账面净资产人民币 646,970,547.28 元为基础，按照 1：0.5564 的折股比例，折为 360,000,000 股，由全体股东按照其各自在灿星有限中的出资比例认购，余额人民币 286,970,547.28 元计入股份有限公司资本公积。2016 年 7 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过《公司筹建工作报告》等议案，同意灿星有限整体变更设立灿星文化。

2016 年 7 月 29 日，安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（安永华明（2016）验字第 61050207_K02 号），对灿星文化的注册资本进行审验，确认截至 2016 年 7 月 29 日止，灿星文化已经收到全体发起人缴纳的注册资本合计人民币 360,000,000.00 元。全体发起人以其拥有灿星有限经审计的 2016 年 3 月 31 日净资产人民币 646,970,547.28 元折股，股份总额 360,000,000 股，每股面值人民币 1 元，缴纳注册资本合计人民币 360,000,000.00 元整，余额人民币 286,970,547.28 元转作资本公积。

2016 年 9 月 20 日，上海市工商行政管理局向公司换发《营业执照》（统一社会信用代码：91310105786734742N）。

2、发起人

公司发起人为上海星投、上海昼星、西藏源合、上海岩衡、平潭沣淮、上海沣浦、田明、曹斌。灿星文化股份公司改制设立后的股权结构如下：

单位：万元，%

股东名称	注册资本	占比
上海星投	23,646.5996	65.6850
上海昼星	7,673.4004	21.3150
西藏源合	2,185.1163	6.0698
上海岩衡	364.1860	1.0116
平潭沣淮	795.7373	2.2104
平潭沣浦	415.1721	1.1532
田明	567.0377	1.5751
曹斌	352.7506	0.9799
合计	**36,000.0000**	**100.0000**

（三）报告期内的股本和股东变化情况

股份有限公司设立之后，报告期内，公司的股本和股东变化情况如下：

1、2017 年 12 月，增资

2017 年 12 月 1 日，公司召开 2017 年第二次临时股东大会并作出决议，审议通过公司注册资本由人民币 360,000,000.00 元增加至人民币 375,299,849.00 元。审议通过修改后的《上海灿星文化传媒股份有限公司章程》。

同日，上海星投、上海昼星、西藏源合、上海岩衡、平潭沣淮、平潭沣浦、田明、曹斌、宁波奥腾、宁波芳华、宁波丰财、汉富资本签署《股东协议》，约定宁波奥腾溢价增资人民币 43,000.0000 万元，其中人民币 773.9924 万元计入新增注册资本；宁波芳华溢价增资人民币 20,000.0000 万元，其中人民币 359.9964 万元计入新增注册资本；宁波丰财溢价增资人民币 12,000.0000 万元，其中人民币 215.9979 万元计入新增注册资本；汉富资本溢价增资人民币 10,000.0000 万元，其中人民币 179.9982 万元计入新增注册资本。

2017 年 12 月 12 日，立信会计师出具《验资报告》（信会师报字[2017]第 ZA52025 号），截至 2017 年 12 月 12 日止，宁波奥腾实际缴纳人民币 43,000.0000 万元，人

民币 773.9924 万元计入股本，人民币 42,226.0076 万元计入资本公积；宁波芳华实际缴纳人民币 20,000.0000 万元，人民币 359.9964 万元计入股本，人民币 19,640.0036 万元计入资本公积；宁波丰财实际缴纳人民币 12,000.0000 万元，人民币 215.9979 万元计入股本，人民币 11,784.0021 万元计入资本公积；汉富资本实际缴纳人民币 10,000.0000 万元，人民币 179.9982 万元计入股本，人民币 9,820.0018 万元计入资本公积。

2017 年 12 月 19 日，上海市工商行政管理局就本次变更向灿星文化换发《营业执照》（统一社会信用代码：91310105786734742N）。

单位：万元，%

股东名称	注册资本	占比
上海星投	23,646.5996	63.0072
上海昼星	7,673.4004	20.4461
西藏源合	2,185.1163	5.8223
上海岩衡	364.1860	0.9704
平潭沣淮	795.7373	2.1203
平潭沣浦	415.1721	1.1062
田明	567.0377	1.5109
曹斌	352.7506	0.9399
宁波奥腾	773.9924	2.0624
宁波芳华	359.9964	0.9592
宁波丰财	215.9979	0.5755
汉富资本	179.9982	0.4796
合计	**37,529.9849**	**100.0000**

2、2018 年 2 月至 4 月，股权转让

2018 年 2 月 2 日，苏州海鲲、平潭沣淮签署《股份转让协议》，约定平潭沣淮将其所持有的公司 450,000 股股份，按 55.5556 元/股的价格，作价人民币 2,500.00 万元转让给苏州海鲲。同日，苏州海鲲、上海岩衡签署《股份转让协议》，约定上海岩衡将其所持有的公司 450,000 股股份，按 55.5556 元/股的价格，作价人民币 2,500.00 万元转让给苏州海鲲。

2018 年 3 月 12 日，新余海鲲、上海昼星签署《股份转让协议》，约定上海昼星将其所持有的公司 864,000 股股份，按 55.5556 元/股的价格，作价人民币 4,800.00

万元转让给新余海鲲。

2018 年 4 月 2 日，宁波君度、曹斌签署《股份转让协议》，约定曹斌将其所持有的公司 720,000 股股份，按 55.5556 元/股的价格，作价人民币 4,000.00 万元转让给宁波君度。同日，宁波君度、上海岩衡、平潭沣淮签署《股份转让协议》，约定上海岩衡将其所持有的公司 450,000 股股份，按 55.5556 元/股的价格，作价人民币 2,500.00 万元转让给宁波君度；平潭沣淮将其所持有的公司 630,000 股股份，按 55.5556 元/股的价格，作价人民币 3,500.00 万元转让给宁波君度。

2018 年 4 月 8 日，汉富资本、曹斌签署《股份转让协议》，约定曹斌将其所持有的公司 306,000 股股份，按 55.5556 元/股的价格，作价人民币 1,700.00 万元转让给汉富资本。

2018 年 4 月 26 日，北京朗玛永安、上海昼星签署《股份转让协议》，约定上海昼星将其所持有的公司 1,800,000 股股份，按 55.5556 元/股的价格，作价人民币 10,000.00 万元转让给北京朗玛永安。

上述股权转让完成后，公司的股权结构如下：

单位：万元，%

股东名称	注册资本	占比
上海星投	23,646.5996	63.0072
上海昼星	7,407.0004	19.7363
西藏源合	2,185.1163	5.8223
上海岩衡	274.1860	0.7306
平潭沣淮	687.7373	1.8325
平潭沣浦	415.1721	1.1062
田明	567.0377	1.5109
曹斌	250.1506	0.6665
宁波奥腾	773.9924	2.0624
宁波芳华	359.9964	0.9592
宁波丰财	215.9979	0.5755
汉富资本	210.5982	0.5611
苏州海鲲	90.0000	0.2398
新余海鲲	86.4000	0.2302
宁波君度	180.0000	0.4796

股东名称	注册资本	占比
北京朗玛永安	180.0000	0.4796
合计	**37,529.9849**	**100.0000**

3、2018 年 6 月，增资

2018 年 6 月 11 日，公司召开 2018 年第二次临时股东大会并作出决议，审议通过公司注册资本由人民币 375,299,849.00 元增加至人民币 383,399,768.00 元。审议通过修改后的《上海灿星文化传媒股份有限公司章程》。

2018 年 6 月 19 日，上海星投、上海昼星、田明、杭州阿里创投、灿星文化签署《增资认购协议》，杭州阿里创投溢价增资人民币 20,000.00 万元，其中人民币 449.9955 万元计入新增注册资本；2018 年 6 月 19 日，上海星投、上海昼星、田明、西藏齐鸣音乐、灿星文化签署《增资认购协议》，西藏齐鸣音乐溢价增资人民币 16,000.00 万元，其中人民币 359.9964 万元计入新增注册资本。

2018 年 6 月 25 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（信会师报字[2018]第 ZA15330 号），截至 2018 年 6 月 22 日止，杭州阿里创投实际缴纳人民币 20,000.00 万元，人民币 449.9955 万元计入股本，人民币 19,550.0045 万元计入资本公积；西藏齐鸣音乐实际缴纳人民币 16,000.00 万元，人民币 359.9964 万元计入股本，人民币 15,640.0036 万元计入资本公积。

2018 年 6 月 29 日，上海市工商行政管理局就本次变更向灿星文化换发《营业执照》（统一社会信用代码：91310105786734742N）。

单位：万元，%

股东名称	注册资本	占比
上海星投	23,646.5996	61.6761
上海昼星	7,407.0004	19.3193
西藏源合	2,185.1163	5.6993
上海岩衡	274.1860	0.7151
平潭沣淮	687.7373	1.7938
平潭沣浦	415.1721	1.0829

股东名称	注册资本	占比
田明	567.0377	1.4790
曹斌	250.1506	0.6525
宁波奥腾	773.9924	2.0188
宁波芳华	359.9964	0.9390
宁波丰财	215.9979	0.5634
汉富资本	210.5982	0.5493
苏州海鲲	90.0000	0.2347
新余海鲲	86.4000	0.2254
宁波君度	180.0000	0.4695
北京朗玛永安	180.0000	0.4695
杭州阿里创投	449.9955	1.1737
西藏齐鸣音乐	359.9964	0.9390
合计	**38,339.9768**	**100.0000**

三、公司设立以来的重大资产重组情况

报告期内，公司无重大资产重组的情况。

为了避免潜在同业竞争、减少关联交易，2016 年公司先后收购星空国际 100%的股权、梦响强音 100%的股权，具体情况如下：

序号	收购标的	交易对方	收购时间
1	星空国际 100%的股权	Fine Concept	2016 年 1 月
2	梦响强音 99.99%的股权	上海民星	2016 年 3 月
	梦响强音 0.01%的股权	上海昼星	

（一）收购星空国际 100%的股权

1、原因和背景

星空国际成立于 2012 年 4 月 26 日，主要经营广告策划及代理、线下活动业

务。其中，与灿星有限的节目相关的广告运营是其业务的主要组成部分。灿星有限收购星空国际 100%股权的原因是基于业务资源整合及减少关联交易的考虑，将与节目相关的广告运营业务纳入并表范围，保障业务体系的完整性。灿星有限于 2016 年 1 月对星空国际进行收购。

该次收购前，星空国际的股权结构如下：

单位：美元，%

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	Fine Concept	10,000,000.00	100.00
合计		**10,000,000.00**	**100.00**

2、股权收购程序、定价依据及公允性

2015 年 11 月 24 日，银信资产评估有限公司出具《上海灿星文化传播有限公司拟股权收购所涉及的星空华文国际传媒有限公司股东全部权益价值评估报告》（银信评报字（2015）沪第 1377 号）。星空国际的股东全部权益于评估基准日 2015 年 9 月 30 日的市场价值评估值为 10,339.91 万元。2018 年 12 月 2 日，上海申威资产评估有限公司出具《<上海灿星文化传播有限公司拟股权收购所涉及的星空华文国际传媒有限公司股东全部权益价值评估报告>之复核报告》（沪申威咨报字[2018]第 1320 号），对银信资产评估有限公司于 2015 年 11 月 24 日出具的上述资产评估报告进行了复核确认。

2015 年 11 月 25 日，星空国际的唯一股东 Fine Concept 做出股东决定，拟将星空国际 100%股权转让给灿星有限持有。

2015 年 11 月 25 日，发行人与 Fine Concept 签署股权转让协议，以 10,339.91 万元作价受让 Fine Concept 持有的星空国际 100.00%的股权。作价依据系参考银信资产评估有限公司出具的银信评报字（2015）沪第 1377 号评估报告且经协议各方协商一致同意，收购价格公允。

2016 年 1 月 5 日，星空国际取得上海市长宁区人民政府出具的《关于星空华文国际传媒有限公司股权转让、变更公司性质的批复》。2016 年 1 月 13 日，上述股权转让事项完成工商变更登记。该次股权转让完成后，星空国际由外商独资企业变更为内资企业，注册资本根据美元和人民币的汇率折合成 6,319.58 万元人民

币，成为灿星有限的全资子公司。

通过收购星空国际 100%的股权，公司取得了与节目广告运营相关的经营性资产，减少关联交易的同时提高公司的资产完整性和生产经营的独立性。

3、被收购前一年财务简表和主营业务开展情况

星空国际在收购事项完成前一年（即 2015 年）的主营业务开展情况主要为经营广告策划及代理、线下活动业务，该年财务简表的情况如下：

单位：万元

2015 年 12 月 31 日			
资产	**金额**	**负债和所有者权益**	**金额**
流动资产	21,805.95	流动负债	12,565.77
非流动资产	918.19	非流动负债	-
-	-	负债合计	12,565.77
-	-	所有者权益	10,158.38
资产合计	**22,724.15**	**负债和所有者权益合计**	**22,724.15**

单位：万元

2015 年	
项目	**金额**
营业收入	41,082.29
营业利润	-786.75
利润总额	1,220.45
净利润	819.01
归属于母公司所有者的净利润	819.01

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

（二）收购梦响强音 100%的股权

1、原因和背景

梦响强音成立于 2012 年 12 月 6 日，主要经营音乐制作及授权、衍生品开发

及运营、演出活动、艺人经纪业务，与灿星有限维持良好的业务合作关系。灿星有限收购梦响强音100%股权的原因是基于业务资源整合、避免潜在同业竞争及减少关联交易的考虑，将与节目相关的音乐制作授权、艺人经纪等衍生业务纳入并表范围，进一步挖掘内容的衍生价值。灿星有限于2016年3月对梦响强音进行收购。

2、股权收购的背景和程序、定价依据及公允性

在该次收购前，梦响强音曾经引入浙富控股作为其股东。截至2015年9月，浙富控股合计以人民币84,000万元的对价，取得梦响强音40.00%的出资比例，具体的股权结构如下：

单位：元，%

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	上海民星	18,000,000.00	60.00
2	浙富控股	12,000,000.00	40.00
合计		**30,000,000.00**	**100.00**

（1）浙富控股退出梦响强音

2015年9月28日，浙富控股和上海民星签署《股权转让协议》，浙富控股将其持有梦响强音20%股权以梦响强音整体交易估值人民币210,000万元为基础、作价人民币45,800万元转让给上海民星，作价依据系参考万隆（上海）资产评估有限公司出具的万隆评报字（2015）第1484号评估报告（评估基准日2015年8月31日，梦响强音股东全部权益价值评估值为人民币202,211万元）且经协议各方协商一致同意。

2015年10月9日，梦响强音股东会作出决议，同意浙富控股将其持有梦响强音20%股权转让给上海民星。

本次股权转让后，梦响强音的股权结构如下：

单位：元，%

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	上海民星	24,000,000.00	80.00

序号	股东名称	出资额	出资比例
2	浙富控股	6,000,000.00	20.00
合计		**30,000,000.00**	**100.00**

2015 年 11 月 26 日，浙富控股和上海民星签署《股权转让协议》，浙富控股将其持有梦响强音 20%股权以梦响强音整体交易估值人民币 210,000万元为基础、作价人民币 45,800 万元[1]转让给上海民星，作价依据系参考万隆（上海）资产评估有限公司出具的万隆评报字（2015）第 1484 号评估报告（评估基准日 2015 年 8 月 31 日，梦响强音股东全部权益价值评估值为人民币 202,211 万元）且经协议各方协商一致同意。

2015 年 12 月 1 日，梦响强音股东会作出决议，同意上海民星将其持有梦响强音 0.01%股权转让给上海昼星，并同意浙富控股将其持有梦响强音 20%股权转让给上海民星。同日，上海民星和上海昼星签署《股权转让协议》，上海民星将其持有梦响强音 0.01%股权以梦响强音整体交易估值人民币 210,000万元为基础、作价人民币 22.9 万元转让给上海昼星，作价依据系参考万隆（上海）资产评估有限公司出具的万隆评报字（2015）第 1484 号评估报告（评估基准日 2015 年 8 月 31 日，梦响强音股东全部权益价值评估值为人民币 202,211 万元）且经协议各方协商一致同意。

本次股权转让后，梦响强音的股权结构如下：

单位：元，%

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	上海民星	29,997,000.00	99.99
2	上海昼星	3,000.00	0.01
合计		**30,000,000.00**	**100.00**

（2）灿星有限收购梦响强音

[1] 根据《股权转让协议》的约定，针对在浙富控股持有梦响强音股权期间，上海民星和田明就梦响强音净利润的承诺，以本次梦响强音 20%股权转让及前次梦响强音 20%股权转让的累计溢价部分作为浙富控股持有梦响强音股权期间应获得的业绩承诺补偿。

2016 年 3 月 8 日，万隆（上海）资产评估有限公司出具《上海灿星文化传播有限公司股权收购项目涉及的梦响强音文化传播（上海）有限公司股东全部权益价值评估报告》（万隆评报字（2016）第 1076 号）。梦响强音的股东全部权益于评估基准日 2015 年 12 月 31 日的评估值为 218,200.00 万元。

2016 年 3 月 10 日，梦响强音的股东作出决议，同意上海民星将其持有梦响强音 99.99%股权转让给灿星有限，并同意上海昼星将其持有梦响强音 0.01%股权转让给灿星有限。同日，上海民星、上海昼星和灿星有限签署《股权转让协议》，上海民星将其持有梦响强音 99.99%股权以梦响强音整体交易估值人民币 208,000 万元为基础、作价人民币 207,979.20 万元转让给灿星有限，上海昼星将其持有梦响强音 0.01%股权以梦响强音整体交易估值人民币 208,000 万元为基础、作价人民币 20.80 万元转让给灿星有限，作价依据系参考万隆（上海）资产评估有限公司出具的万隆评报字（2016）第 1076 号评估报告（评估基准日 2015 年 12 月 31 日，梦响强音股东全部权益价值评估值为人民币 218,200 万元）且经协议各方协商一致同意，收购价格公允。

该次股权转让完成后，梦响强音变更为一人有限责任公司（法人独资），注册资本为 3,000.00 万元人民币，成为灿星有限的全资子公司。

通过收购梦响强音 100%的股权，公司取得了与自身既有业务协同性较高的音乐制作及授权、艺人经纪和基于节目的衍生价值开发相关的经营性资产，减少关联交易的同时进一步丰富了发行人的业务体系，显著提升了发行人的核心竞争力。

3、被收购前一年财务简表和主营业务开展情况

梦响强音在收购事项完成前一年（即 2015 年）的主营业务开展情况主要为经营音乐制作及授权、衍生品开发及运营、演出活动、艺人经纪业务，该年财务简表的情况如下：

单位：万元

2015 年 12 月 31 日

资产	金额	负债和所有者权益	金额
流动资产	28,362.54	流动负债	21,411.60

2015 年 12 月 31 日

资产	金额	负债和所有者权益	金额
非流动资产	3,046.27	非流动负债	1,990.00
-	-	负债合计	23,401.60
-	-	所有者权益	8,007.21
资产合计	**31,408.81**	**负债和所有者权益合计**	**31,408.81**

单位：万元

2015 年

项目	金额
营业收入	41,429.86
营业利润	10,784.51
利润总额	10,770.72
净利润	9,119.37
归属于母公司所有者的净利润	9,589.62

注：财务数据为梦响强音合并口径数据，未经审计。

（三）收购事项对公司业务、管理层、控制权关系及经营业绩的影响

前述收购事项完成前，公司主要经营综艺内容制作及运营业务。前述收购事项完成后，公司仍主要经营综艺内容制作及运营业务，并以此为基础强化既有的节目广告业务以及开展音乐制作授权、艺人经纪等衍生业务，进一步挖掘内容价值。收购事项完成前后，公司的主营业务未发生变化，公司的管理层、控制权关系亦未发生重大变化。因此，前述收购事项不涉及公司业务、管理层、控制权关系的重大变化。

灿星有限、星空国际、梦响强音在收购事项完成前一年的主要财务数据情况如下：

单位：万元

公司名称	资产总额（2015.12.31）	资产净额（2015.12.31）	营业收入（2015 年度）	利润总额（2015 年度）	合并类型
灿星有限	149,702.13	107,364.40	233,673.90	91,016.68	-
星空国际	26,119.27	13,553.50	41,082.29	4,615.57	同一控制下合并
梦响强音	31,235.22	7,646.76	40,540.31	10,519.39	非同一控制下合并

注 1：灿星有限、星空国际财务数据已经审计；梦响强音为其合并口径数据，未经审计。

注 2：相关财务数据已经按照扣除相互关联交易后的口径计算。

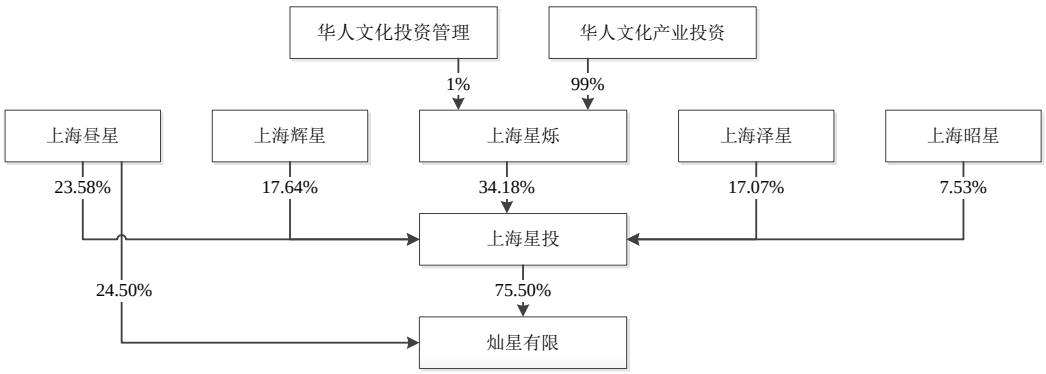
星空国际 2015 年的资产总额、资产净额、营业收入、利润总额四项指标占灿星有限相应项目的比例分别为 17.45%、12.62%、17.58%、5.07%。梦响强音 2015 年的资产总额、资产净额、营业收入、利润总额四项指标占灿星有限相应项目的比例分别为 20.86%、7.12%、17.35%、11.56%。

前述收购事项均未使得公司的经营业绩发生重大变化，且有利于公司避免潜在同业竞争、减少关联交易，整合公司产业链，保持资产业务的独立完整性。

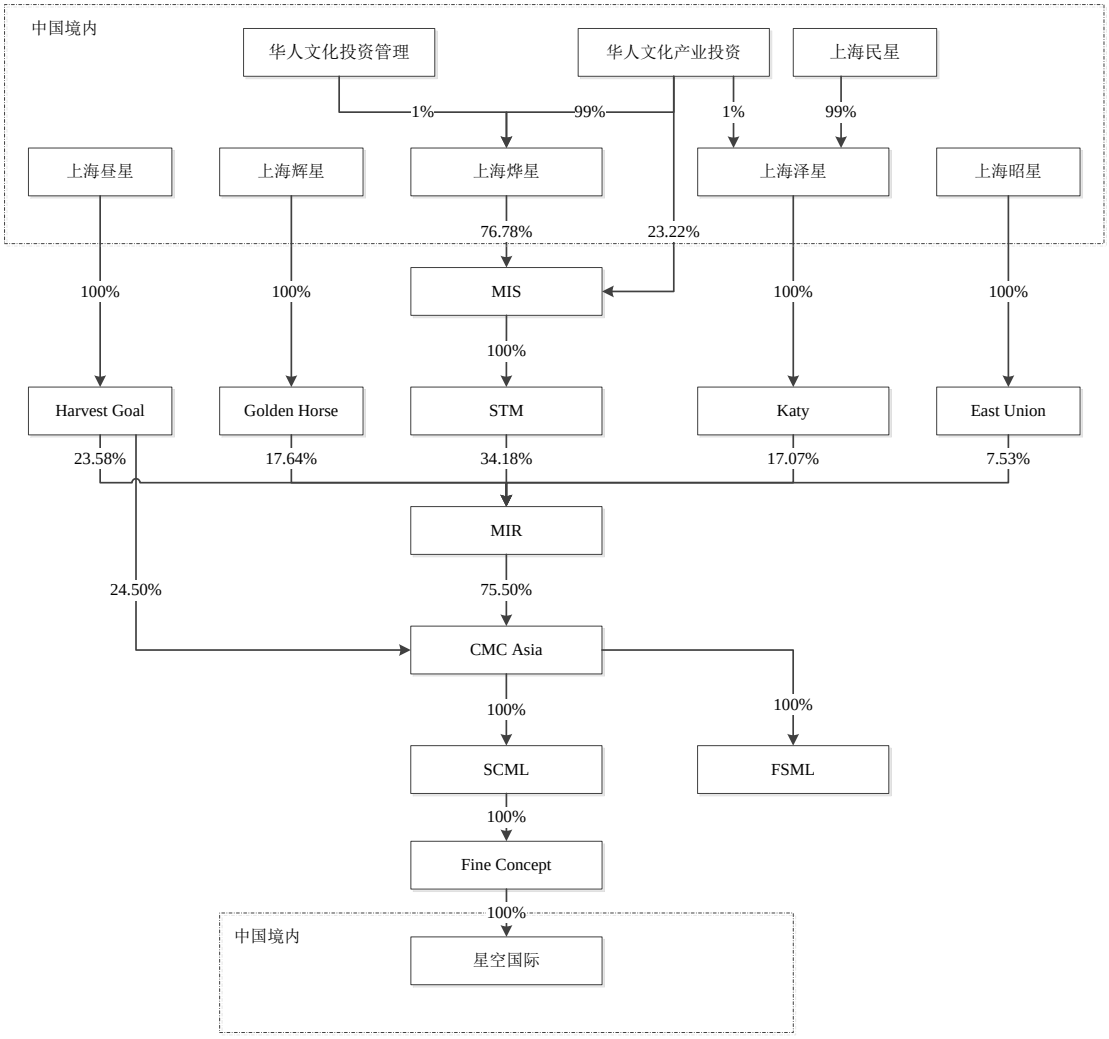
（四）重大资产重组前及重组后的股权架构

1、重大资产重组前的股权架构

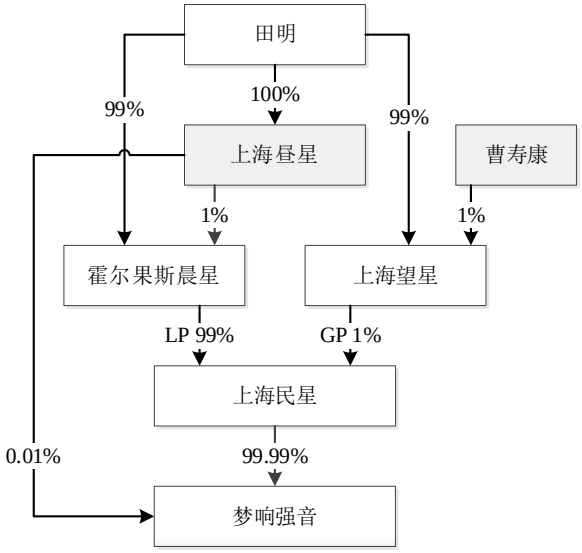
重大资产重组前，灿星有限的股权架构如下：



重大资产重组前，星空国际的股权架构如下：

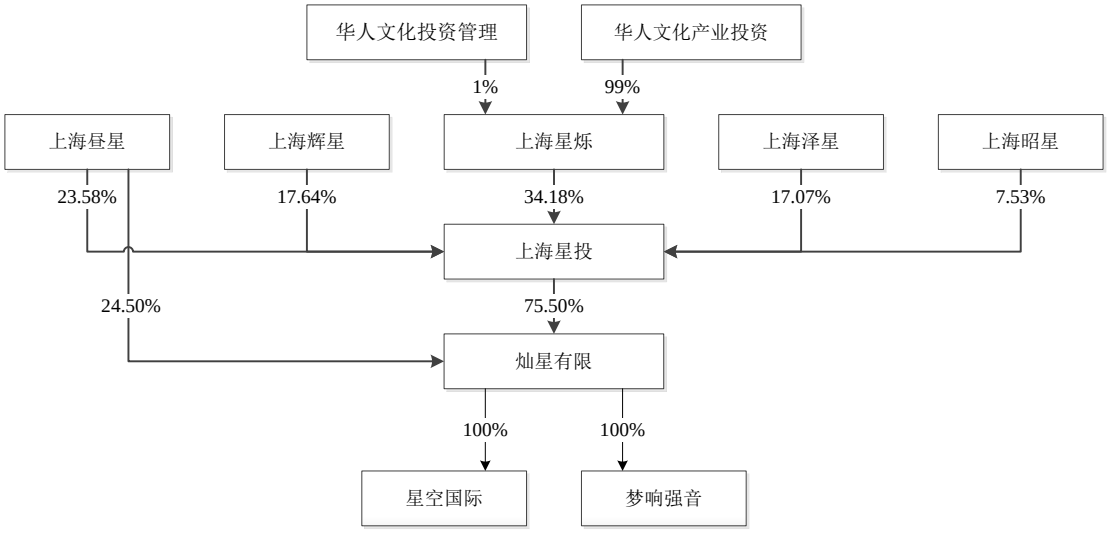


重大资产重组前，梦响强音的股权架构如下：



2、重大资产重组后的股权架构

重大资产重组后，灿星有限、星空国际、梦响强音的股权架构如下：



（五）发行人红筹架构解除过程（含股权变动、管理层收购以及承接退出股东股份的资金来源、各步骤中的主要主导方），华人文化天津、田明、金磊及徐向东参与发行人日常经营管理情况，梦响强音设立目的与发行人的经营业务实质及关联度

1、发行人红筹架构解除过程（含股权变动、管理层收购以及承接退出股东股份的资金来源、各步骤中的主要主导方）

（1）发行人红筹架构解除过程之股权变动及管理层收购情况

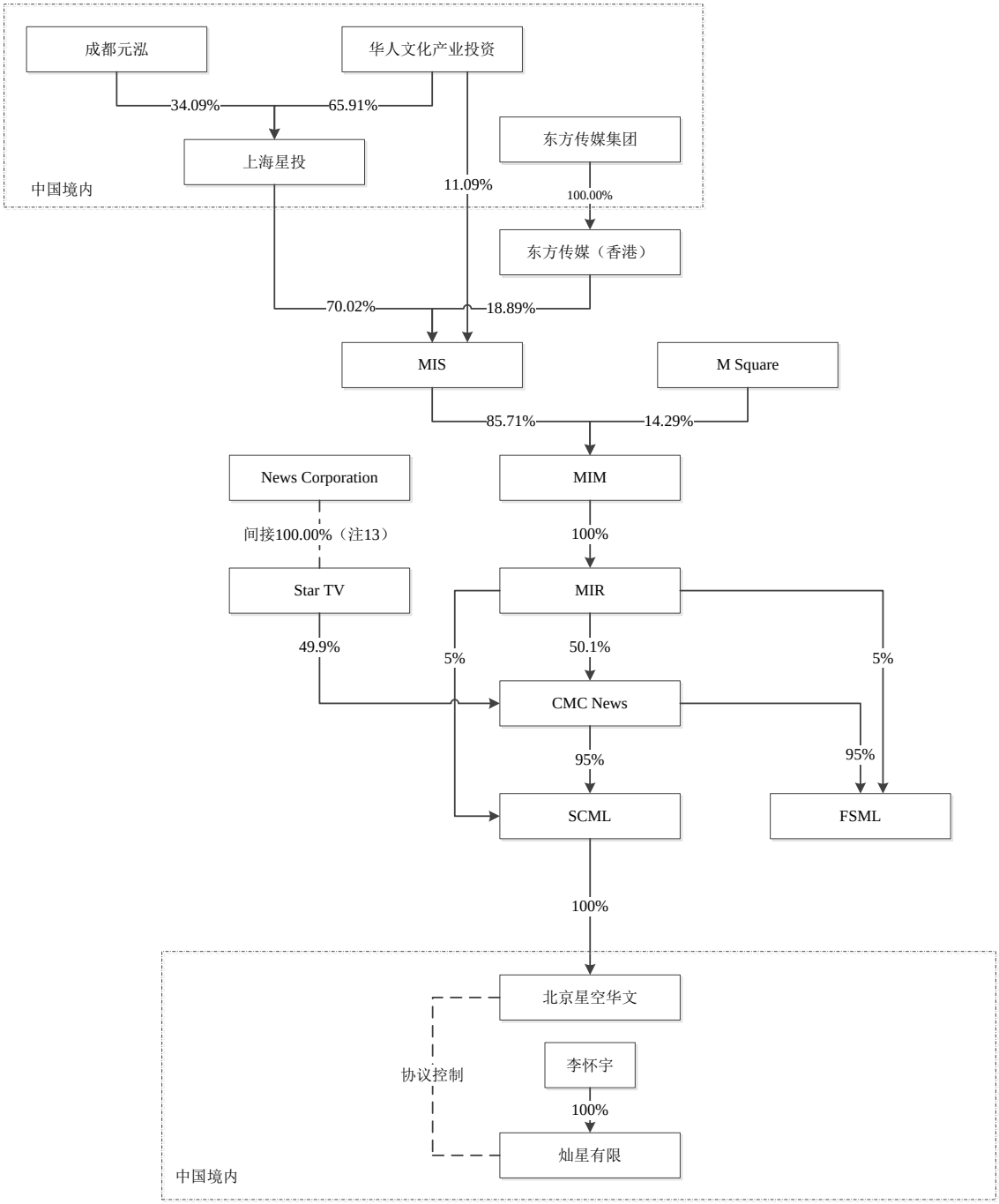
华人文化产业投资作为领投方，与投资人成都元泓、东方传媒集团、M Square 于 2010 年入股星空集团，取得星空集团控股权。2013 年底至 2014 年，新闻集团、成都元泓、东方传媒集团、M Square 退出星空集团，退出权益由核心管理层与 CMC Capital Partners, L.P.共同承接。

2013 年 12 月 1 日，核心管理层与华人文化产业投资签署《框架协议》。根据《框架协议》，2014 年，华人文化产业投资通过其持股平台先行承接新闻集团等主体持有的星空集团权益，退出对价由核心管理层及 CMC Capital Partners, L.P.提供。2014 年 6 月，CMC Capital Partners, L.P.全资持股平台 MRST 入股 MIR，取得星空集团部分权益；2015 年 6 月，核心管理层通过境外持股平台公司志丰管理（Harvest Goal）、金骏科技（Golden Horse）、东汇发展（East Union）与 MRST 一同受让取得 MIR 及 CMC Asia 股权，完成对新闻集团等主体退出权益的承接。2015 年 11 月，基于各自意愿承担境外并购贷款金额的不同及相应实际承担的重组

金额（即对应在承接新闻集团等主体权益过程中核心管理层的最终实际出资），核心管理层调整了核心管理层持股平台的最终股比。

①新闻集团、成都元泓、东方传媒集团、M Square 退出星空集团

新闻集团等主体退出星空集团之前，星空集团的股权结构如下：



注：根据 Master Purchase Agreement，交易发生前，News Corporation 间接持有 Star TV 全部股权。

2013 年底，新闻集团等主体拟退出星空集团。此时，华人文化产业投资因自身对单个项目的投资额已接近上限，因此需要寻找其他主体承接退出主体持有的

权益，同时，华人文化产业投资也不希望因为新闻集团等主体的退出打乱原有既定的星空集团香港联交所上市计划，或影响其对星空集团的控制力。

由核心管理层承接退出权益具有多重优势：1）不影响星空集团原有既定境外上市计划；2）华人文化产业投资与核心管理层彼此熟悉且拥有良好默契和信赖；3）核心管理层为灿星有限及星空集团创造大量价值、对于星空集团的未来发展具有至关重要作用，由核心管理层持股可以绑定星空集团与核心管理层的利益，实现华人文化产业投资、核心管理层与星空集团共同长期发展。因此，综合考量资金（华人文化产业投资对星空集团的投资已接近其单个项目投资额上限）、对星空集团原有既定境外上市计划的影响、合作历史和默契程度、绑定核心管理层利益以实现星空集团共同长期发展目的等相关因素，经各方协商一致，华人文化天津决定同意按照星空集团香港上市法律顾问美国普衡律师事务所设计的架构、由田明、金磊、徐向东等核心管理层与 CMC Capital Partners, L.P.共同承接新闻集团等主体的退出权益。

2013 年 12 月 1 日，核心管理层与华人文化产业投资签署《框架协议》。根据《框架协议》，鉴于新闻集团欲退出星空集团，华人文化产业投资拟对星空集团进行股权架构重组，核心管理层和 CMC Capital Partners, L.P.希望协助华人文化产业投资完成上述股权架构的重组，各方达成一致，约定华人文化产业投资不就股权架构重组事宜追加投入资金，股权架构重组由华人文化产业投资控制的三个平台（即 MIS、MIM、MIR）与股权架构重组中拟退出的各方出面谈判并签署有关的法律文件；股权架构重组后，华人文化产业投资在星空集团中最终持有的权益比例保持不变，核心管理层和 CMC Capital Partners, L.P.最终持有的星空集团权益比例与其在此次重组中所提供的资金相对应匹配。

鉴于核心管理层股权收购步骤系由华人文化天津根据时任星空集团香港上市法律顾问美国普衡律师事务所设计的方案逐步实施的，因此，核心管理层在过程中主要负责筹措资金、对具体架构落地并不具有决定权。2014 年至 2015 年 6 月 23 日期间，新闻集团等主体退出星空集团，核心管理层及 CMC Capital Partners, L.P.在华人文化产业投资的主导下、按照普衡律师事务所设计的架构入股取得星空集团股权。上述步骤具体如下。

A、Star TV 退出星空集团

2013 年 12 月 28 日，Star TV 向 MIR 转让其持有的全部 49.9% CMC Asia 股权，合计对价为 9,481 万美元。2014 年 6 月 26 日，该等股权转让完成登记。本次交易星空集团整体估值为 20,000 万美元，系根据市场化协商定价确定，定价公允，不存在利益输送或未披露的利益交换。

B、成都元泓退出星空集团

2014 年 3 月 20 日，上海星投回购成都元泓持有的对应人民币 15,000 万元注册资本的股权，上海星投支付成都元泓人民币 18,300 万元，成都元泓退出星空集团。本次减资上海星投的估值为人民币 53,400 万元，定价依据为上海东洲资产评估有限公司就上海星投于评估基准日的全部权益价值的评估报告，定价公允，不存在利益输送或未披露的利益交换。

2014 年 9 月 26 日，MIS 回购上海星投 300,000,000 股普通股，回购价格合计为 3,000 万美元。本次减资星空集团整体估值约为 27,880 万美元，系根据市场化协商定价确定，定价公允，不存在利益输送或未披露的利益交换。

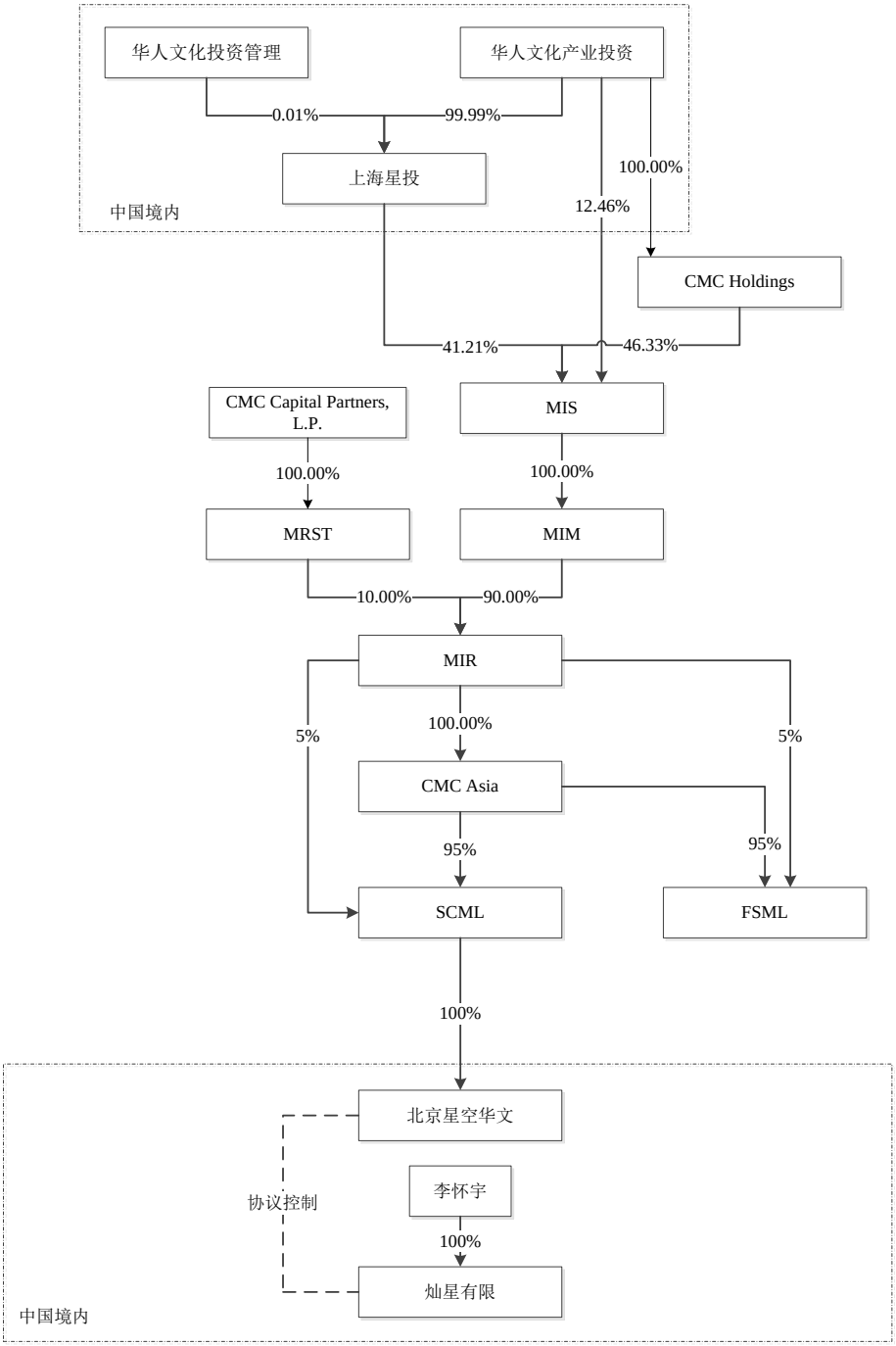
C、东方传媒集团退出星空集团

2014 年 9 月 29 日，MIS 从东方传媒（香港）回购 170,000,000 股普通股，回购价格合计为 2,538 万美元。本次减资星空集团整体估值约为 29,799 万美元，系根据市场化协商定价确定，定价公允，不存在利益输送或未披露的利益交换。

D、M Square 退出星空集团

2014 年 12 月 31 日，MIM 以 2,250 万美元的对价回购 M Square 持有的全部 14.29% MIM 股权，M Square 退出星空集团。本次减资星空集团整体估值约为 29,940 万美元，系根据市场化协商定价确定，定价公允，不存在利益输送或未披露的利益交换。

上述步骤完成后，形成如下股权架构：



E、CMC Capital Partners, L.P. 持股平台公司入股星空集团

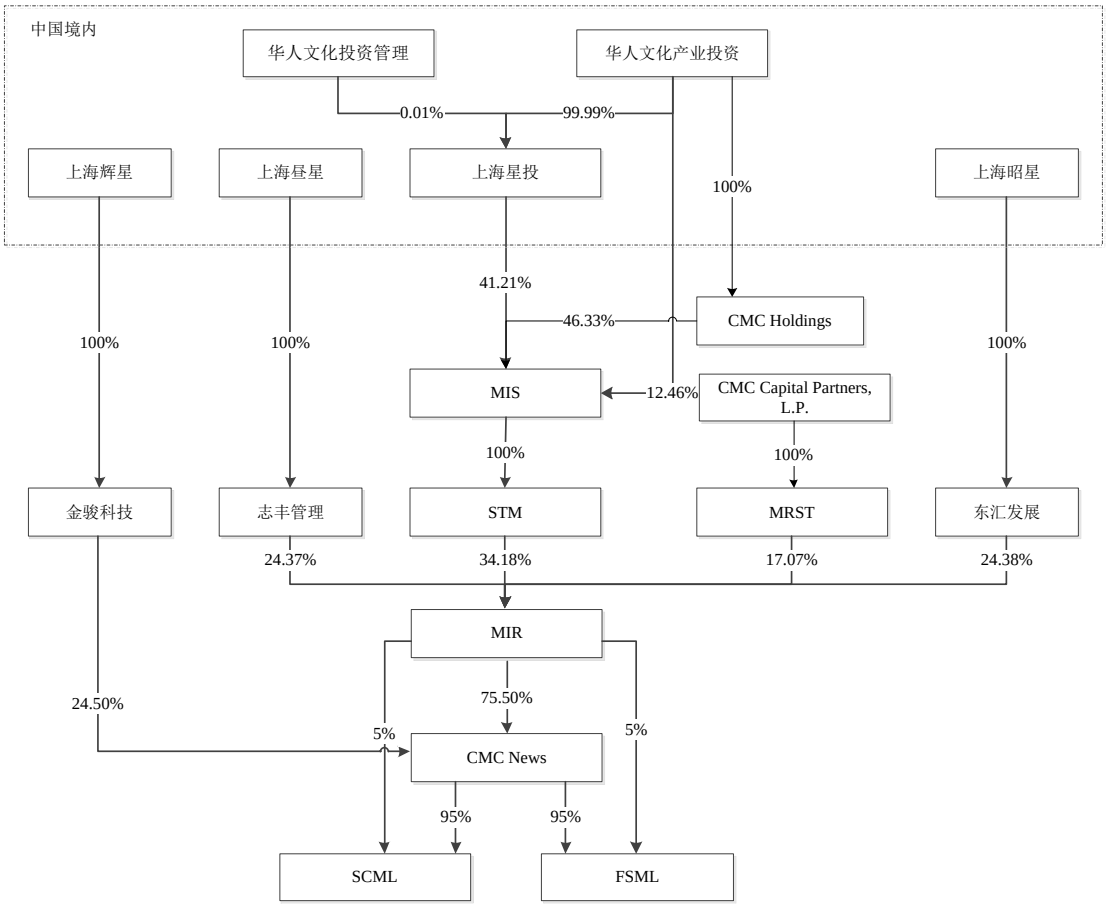
2014 年 6 月 23 日，CMC Capital Partners, L.P.全资持股平台 MRST 认购 MIR 增发的 2,222 股普通股，对价为 2,000 万美元。星空集团上述增资的整体估值为 23,300 万美元，该估值与新闻集团等主体合计退出权益比例及合计对价所对应估值相等，因此定价公允，不存在利益输送或未披露的利益交换。

F、核心管理层及 CMC Capital Partners, L.P.通过持股平台公司受让 MIR、CMC Asia 股权

2015 年 6 月 9 日，STM 向东汇发展转让 5,418 股 MIR 股份、向志丰管理转让 5,415 股 MIR 股份、向 MRST 转让 1,572 股 MIR 股份。2015 年 6 月 23 日，MIR 向金骏科技转让 2,940 股 CMC Asia 股份。

上述股权转让中，星空集团整体估值为 23,300 万美元，该估值与新闻集团等主体合计退出权益比例及合计对价所对应估值相等，因此定价公允，不存在利益输送或未披露的利益交换。

上述步骤完成后，形成如下股权架构：



如前所述，上述过程中核心管理层股权收购的主要交易方式主要由星空集团香港上市法律顾问主导，由核心管理层自行筹集资金，筹集后的资金部分通过 MIR 支付至退出主体、部分直接支付至退出主体，并由 MIR 先行承接退出权益。2015 年 6 月，核心管理层持股平台公司按照星空集团香港上市法律顾问设计的股权架构相应入股星空集团、持有 MIR 及 CMC Asia 股权，取得与其提供资金相匹配的权益。

新闻集团等主体退出前，各方在星空集团中穿透后持有权益比例如下：

持股层面 / 持股主体	CMC Asia/SCML/FSML	MIR/MIM	MIS
Star TV	47.41%	-	-
MIR/MIM	52.59%	-	-
M square	-	7.52%	-
MIS	-	45.08%	-
华人文化产业投资	-	-	25.8%
成都元泓	-	-	10.76%
东方传媒集团	-	-	8.52%
合计	100%	52.59%	45.08%

新闻集团等主体退出权益由核心管理层、CMC Capital Partners, L.P.承接，华人文化产业投资所持穿透后权益比例不变，各方所持穿透后权益比例具体如下：

持股层面 / 持股主体	CMC Asia/SCML/FSML	MIR
金骏科技（Golden Horse）	24.5%	-
MIR	75.5%	-
华人文化产业投资	-	25.8%
CMC Capital Partners, L.P.	-	12.89%
志丰管理（Harvest Goal）	-	18.4%
东汇发展（East Union）	-	18.4%
合计	100%	75.5%

新闻集团、成都元泓、东方传媒集团及 M Square 合计退出星空集团 74.2%的权益，退出对价合计为 1.7269 亿美元，由核心管理层与 CMC Capital Partners, L.P.共同承担，其中核心管理层承担 1.4269 亿美元，CMC Capital Partners, L.P.承担剩余 3,000 万美元。上述价格系根据市场化协商定价确定，定价公允，交易对价确定方式具有合理性。

②核心管理层权益内部调整；CMC Capital Partners, L.P.退出星空集团，田明与华人文化产业投资共同通过嘉天发展（Katy）承接 CMC Capital Partners, L.P.退出后的权益

2015 年下半年，华人文化天津与核心管理层拟拆除星空集团红筹架构并在境内 A 股申请灿星有限上市，CMC Capital Partners, L.P.作为美元基金要求同步退出星空集团。由于华人文化产业投资自身对单个项目的投资额已接近上限，而田明本人对星空集团及灿星有限的发展极其有信心，经各方协商，最终由华人文化产业投资作为普通合伙人、田明控制的上海民星作为有限合伙人共同设立上海泽星、上海泽星设立嘉天发展，并由嘉天发展承接了 CMC Capital Partners, L.P.的退出权益。

另外，由于收购星空集团权益过程中，核心管理层需要承担对银行的并购贷款，而金磊、徐向东基于个人意愿综合考量希望减少承担债务的金额，同时鉴于田明本人对星空集团的发展极其有信心，因此，基于各自意愿承担贷款金额的不同及相应实际承担的重组金额（即对应在承接新闻集团等主体权益过程中核心管理层的最终实际出资），2015 年 11 月 23 日，核心管理层调整了核心管理层持股平台的最终股比。

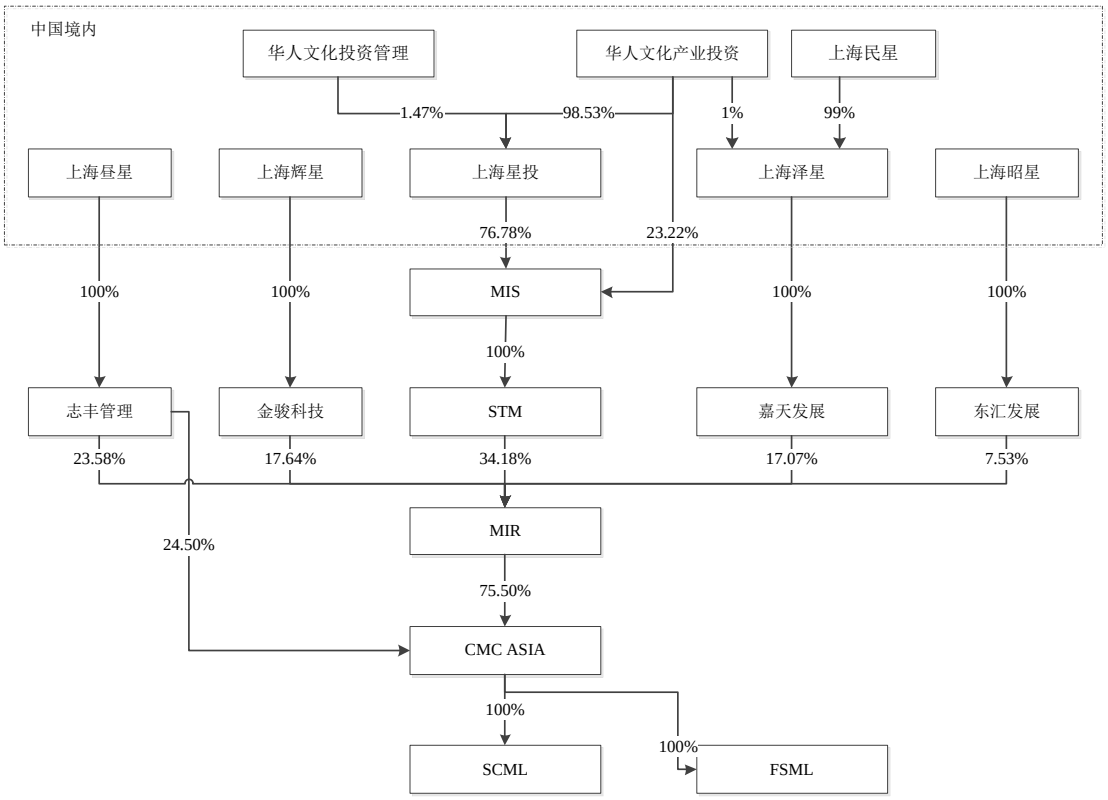
2015 年 11 月 23 日，MRST 将持有的全部 MIR 股权转让给嘉天发展，对价为 9,000 万美元。本次交易星空集团整体估值为 69,833 万美元，系根据市场化协商定价确定，定价公允，不存在利益输送或未披露的利益交换。

同日，东汇发展将其持有 MIR 16.85%股权转让于金骏科技，志丰管理将其持有 MIR 0.79%股权转让给金骏科技，金骏科技将其持有的 CMC Asia 24.5%股权转让给志丰管理。

截至 2015 年 11 月 23 日，田明、金磊、徐向东最终持有的 CMC Asia 权益比例分别为：57.32% 、13.63%、3.12%。去除 STM 和 Katy 间接持有的 CMC Asia 权益（该两部分权益由华人文化产业投资与上海泽星持有、并非核心管理层共同承接的新闻集团等主体退出权益），剩余的 61.31%CMC Asia 权益中，田明、金磊、徐向东分别持有 44.56%、13.63%、3.12%，相对比例为 72.68：22.23：5.09，与核心管理层承担的民生银行贷款及在西藏璀灿星河的持股比例均相同。核心管理层之间内部调整各自持有权益比例，系通过调整各自承担的对银行并购贷款金额实现，并未实际进行对价支付。

综上所述，核心管理团队股权收购过程中，承接新闻集团等主体退出权益的主要交易方式是在星空集团香港上市法律顾问主导下，由 MIR/MIM/MIS 先行承接退出权益，之后核心管理层持股平台公司按照星空集团香港上市法律顾问设计的股权架构相应入股星空集团取得与其提供资金相匹配的权益，取得权益的对价根据市场化协商定价确定，定价公允，交易对价确定方式具有合理性。2015 年 11 月 23 日，华人文化天津与核心管理层拟拆除星空集团红筹架构并在境内 A 股申请灿星有限上市，嘉天发展受让 MRST 持有的 MIR 股权，股权转让价格系根据市场化协商定价确定，定价公允，交易对价确定方式具有合理性。同日，核心管理层根据承担贷款及提供资金金额相应调整持有的星空集团权益比例，不涉及对价支付。

上述步骤完成后，形成如下股权架构：



③红筹架构拆除

2015 年下半年开始，考虑到灿星有限制作的《中国好声音》节目系一档立足国内的励志专业音乐评论节目、华人文化产业投资主要投资人的国资背景及境内资本市场的良好形势，根据国家对资本市场和文化产业的战略部署，鼓励优质海外架构公司拆除 VIE 结构在境内上市，争取文化企业在国内资本市场做大做强，华人文化天津与核心管理层均认为灿星有限在境内 A 股上市是更好的选择。

根据普衡律师事务所出具的《备忘录》：“2015 年下半年，基于香港资本市场与内地资本市场对于星空公司认知程度和认可程度差异的商业考量，华人文化和星空公司决定终止香港上市计划、拆除 VIE 结构，并拟后续由上海灿星文化传播有限公司（“灿星有限”）作为主体在 A 股申请上市。2015 年 11 月 23 日，基于对 A 股上市确定性的认知并不一致，田明、金磊、徐向东根据其各自愿意承担的负债比例调整了其持股比例，同时，MRST 基于其美元基金的性质无法参与灿星有限的 A 股上市计划、故同日将其持有的星空公司股权转让给上海泽星。星空公司于 2015 年 11 月 23 日的股权结构图见附件十一。鉴于附件十一结构图项下，华人文化产业投资作为上海泽星的普通合伙人（GP），虽然只持有 1%权益，但实际上

控制上海泽星的投票权，因此间接控制嘉天发展，最终间接控制嘉天发展持有的17.07%MIR 投票权。……。

联交所在拥有权连续性的问题上，着眼看投票权、控制权，而非股权、经济利益比例，联交所在其上市决策 HKEx-LD44-4（2005 年第一季）第九段已经清楚指出（请见附件……），即“在达致对这宗个案的结论的过程中，联交所将《上市规则》第 8.05(1)(c)条所述的控制权解释为投票权，有别于实益拥有权。”

因此，在 2015 年 11 月 23 日的股权架构项下，仅根据当时香港证券法律、法规和联交所上述上市规则，我们倾向于认定星空公司由华人文化控制，但截至本备忘录出具之日，结合 2015 年 6 月 23 日至 VIE 架构拆除前管理层在星空公司运营过程中所发挥的重要作用，我们不排除存在星空公司在 2015 年 11 月 23 日之后在附件十一股权结构项下被认定为共同控制的可能。”

红筹架构拆除时，结合华人文化天津同意股权收购的初衷、以不削弱华人文化天津对灿星有限的控制力为前提，经华人文化天津与和核心管理层协商一致，灿星有限的股权架构完全映射了 CMC Asia 的股权安排。具体解除步骤如下：

A、灿星有限控制协议终止

2015 年 11 月 24 日，北京星空华文、李怀宇签署《终止协议》，终止其于 2011 年 10 月 19 日所签署的《股权转让协议补充协议》、《股权质押合同》、《独家购买权合同》、《独家咨询和服务协议》、《合作运营协议》等控制协议，并确认前述控制协议并未实际履行。

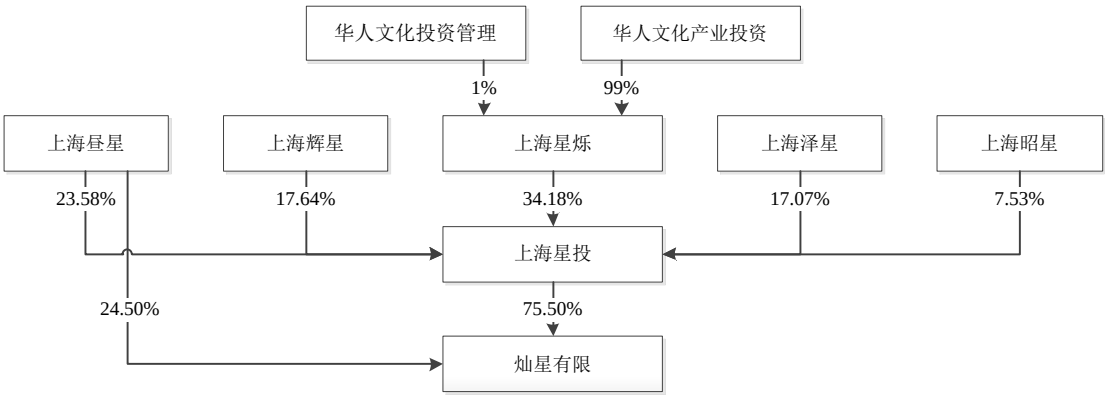
B、核心管理层及华人文化天津设立一系列持股平台公司持股上海星投及灿星有限，权益比例及股权架构映射境外红筹架构

2015 年 10 月至 12 月期间，上海星投将注册资本由人民币 29,004.4 万元减至人民币 300 万元；上海星投受让李怀宇持有的灿星有限股权；华人文化产业投资与华人文化投资管理共同设立上海星烁，并由上海星烁受让上海星投全部股权，成为上海星投唯一股东；之后，持股平台公司上海昼星、上海辉星、上海泽星、上海昭星认缴上海星投新增注册资本，通过上海星投在境内间接持有灿星有限股权，各方权益比例及股权架构映射境外红筹架构。

上海星投受让李怀宇持有灿星有限股权的价款以承担债务的方式支付，上海星投承担原由李怀宇所承担的对北京星空华文的人民币 300 万元债务，上述债务由上海星投于 2015 年 12 月 31 日向北京星空华文偿还。

2015 年 12 月 31 日，上海星投向华人文化产业投资及华人文化投资管理合计支付人民币 28,704.4 万元减资款。截至目前，上海星烁、上海星投注册资本均已足额缴付。

上述步骤完成后，形成如下股权架构：

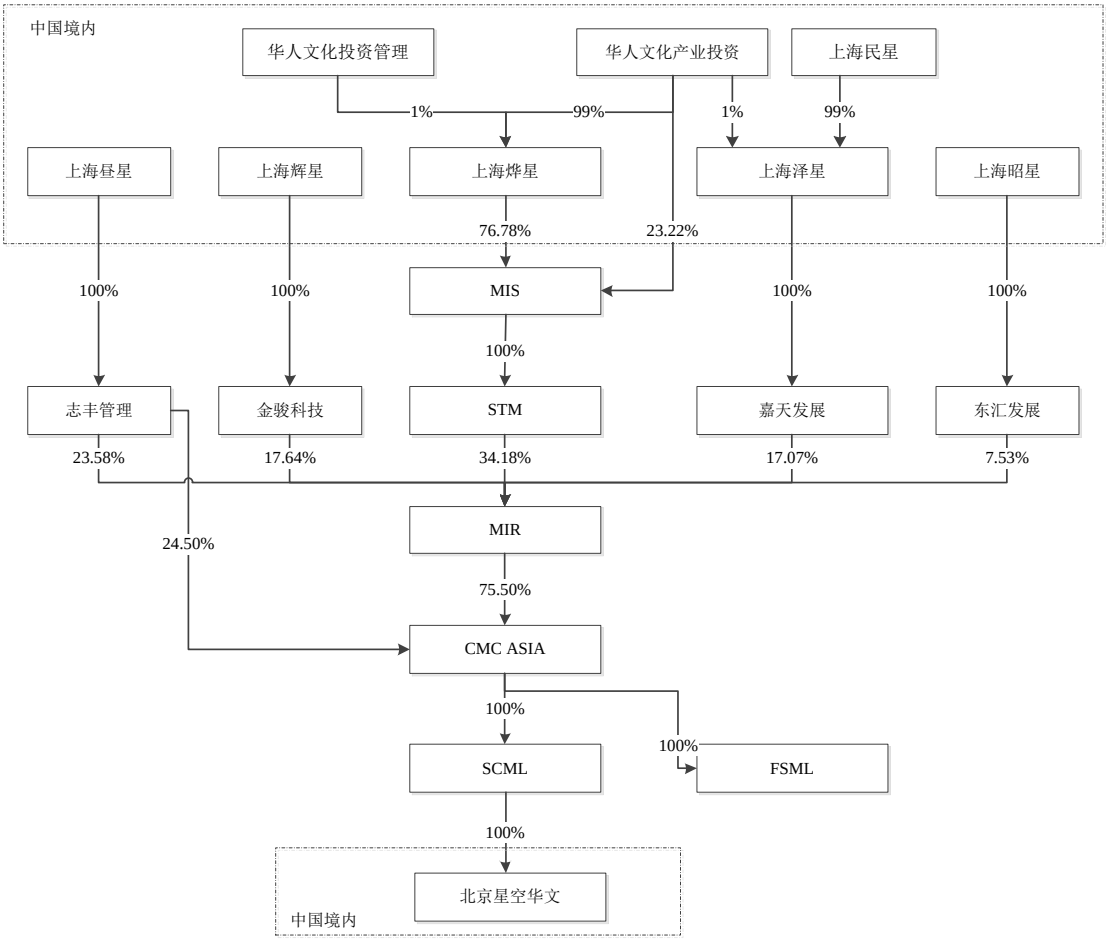


C、境外架构中上海星投变更为上海烨星

2015 年 10 月至 11 月，华人文化产业投资与华人文化投资管理共同设立上海烨星，上海烨星受让上海星投将其持有的全部 MIS 股权，境外架构中上海星投变更为上海烨星。

2015 年 12 月 30 日，上海星投收到上海烨星支付的 MIS 股权转让款人民币 252,868,514.89 元。截至目前，上海烨星注册资本已足额缴付。

上述步骤完成后，形成如下股权架构：



（2）核心管理层股权收购的资金来源情况

①承接新闻集团、成都元泓、东方传媒集团、M Square 退出星空集团权益资金来源

2013 底至 2014 年，新闻集团等投资主体退出星空集团，Star TV 退出对价为 9,481 万美元；成都元泓退出对价为等值 3,000 万美元的人民币；东方传媒（香港）退出对价为 2,538 万美元； M Square 退出对价为 2,250 万美元，合计应付对价为 1.7269 亿美元。该等退出权益由核心管理层及 CMC Capital Partners, L.P.共同承接。

其中核心管理层所承接部分对价为 1.4269 亿美元，其资金来源主要为向国君金控贷款 6,470 万美元及向星耀集团借款 7,150 万美元。向国君金控的贷款后续主要通过向民生银行贷款 6,360.4 万美元偿还；星耀集团的资金主要来自于核心管理层向浙富控股出售梦响强音 40%股权取得的 8.4 亿元人民币对价。

核心管理层受让星空集团股权的同时也取得了相应股权所对应的收益权。另外，核心管理层在承接新闻集团等主体退出权益的同时，星空集团/灿星有限在核心管理层的管理和运营下亦在持续产生收益。

2015 年 9 月，CMC Asia 通过决议分配利润 7,900 万美元；2016 年 8 月，CMC Asia 通过决议分配利润 850 万美元。CMC Asia 两次合计分配利润 8,750 万美元。2016 年 2 月 20 日，灿星有限股东会决定分配 2014 年底公司可供分配的利润 29,000 万元；2016 年 7 月 6 日，灿星有限股东会审议通过以截至 2016 年 3 月 31 日累计未分配利润进行分配，利润分配共计 95,639.88 万元，上述两次分红合计金额为 124,639.88 万元。该等分红系基于华人文化产业投资作为私募投资基金取得投资回报的诉求，并结合公司经营发展实际作出。核心管理层于该等分红中合计取得 6,491 万美元及 10.75 亿元人民币的收益，主要用于偿还股权收购过程中向民生银行、星耀集团的借款。

②承接 CMC Capital Partners, L.P.退出星空集团权益资金来源

2015 年 11 月，CMC Capital Partners, L.P.（对应持股平台为 MRST）退出星空集团，退出对价为 9,000 万美元。该等退出权益由华人文化产业投资及核心管理层通过嘉天发展承接。

嘉天发展于 2017 年 5 月、10 月、11 月分三次向 MRST 支付完毕上述股权转让款，其资金来源为田明控制的上海民星向灿星有限出售持有的梦响强音股权。

2016 年 3 月，灿星有限收购上海民星、上海昼星合计持有的梦响强音 100%股权，交易价格为人民币 208,000.00 万元。其中，20.80 万元支付给上海昼星，207,979.20 万元支付给上海民星。

上海民星收到的 207,979.20 万元主要用于如下三个用途：1）向浙富控股支付此前向其收购梦响强音 40%股权的对价；2）作为有限合伙人向上海泽星履行出资义务，后续以上海泽星作为平台承接华人文化产业投资境内持有的灿星有限权益中的一部分、承接华人文化产业投资境外持有的星空集团权益中的一部分、承接 CMC Capital Partners, L.P.退出权益；3）缴付相关税款及零星费用。

具体而言，9.16 亿元由上海民星支付给浙富控股作为此前收购梦响强音 40%股权的价款；9.64 亿元由上海民星作为有限合伙人向上海泽星履行出资义务，后续该笔款项用于：1）上海泽星出资设立嘉天发展并由嘉天发展收购 MIR 17.07%

的股权（即承接 CMC Capital Partners, L.P.退出权益）；2）上海泽星收购上海星烁 49%的股权（即承接华人文化产业投资境内退出权益）；3）上海泽星收购 MIS 49%的股权（即承接华人文化产业投资境外退出权益）；剩余资金用于缴付相关税费。

③承接华人文化产业投资退出星空集团/灿星有限权益资金来源

红筹架构拆除后，2016 年 3 月，华人文化产业投资同步间接转让了灿星有限的部分权益以及境外星空集团的部分权益，转让对价合计人民币 54,369.60 万元。该等退出权益由华人文化产业投资及核心管理层通过上海泽星承接。

上海泽星于 2016 年 12 月向华人文化产业投资、华人文化投资管理、上海烨星支付上述股权转让款，其资金来源为田明控制的上海民星向灿星有限出售持有的梦响强音股权。

（3）发行人红筹架构解除过程各阶段主要主导方

发行人红筹架构拆除前新闻集团等主体退出星空集团，核心管理层、CMC Capital Partners, L.P.承接退出权益，CMC Capital Partners, L.P.退出星空集团，田明与华人文化产业投资共同通过嘉天发展（Katy）承接 CMC Capital Partners, L.P.退出权益等阶段，以及红筹架构拆除阶段的主要主导方均为华人文化天津。

根据核心管理层与华人文化产业投资于 2013 年 12 月 1 日签署的《框架协议》，鉴于新闻集团欲退出星空集团，华人文化产业投资拟对星空集团进行股权架构重组，核心管理层和 CMC Capital Partners, L.P.希望协助华人文化产业投资完成上述股权架构的重组。

综合考量资金（华人文化产业投资对星空集团的投资已接近其单个项目投资额上限）、对星空集团原有既定境外上市计划的影响、合作历史和默契程度、绑定核心管理层利益以实现星空集团共同长期发展目的等相关因素，经各方协商一致，华人文化天津决定同意按照星空集团香港上市法律顾问美国普衡律师事务所设计的架构、由田明、金磊、徐向东等核心管理层与 CMC Capital Partners, L.P.共同承接新闻集团等主体的退出权益。核心管理层与 CMC Capital Partners, L.P.最终在华人文化产业投资的主导下、按照普衡律师事务所设计的架构入股取得星空集团股权。

之后，2015 年 11 月，CMC Capital Partners, L.P.退出星空集团，华人文化产业投资作为普通合伙人与上海民星设立上海泽星、嘉天发展，承接 CMC Capital

Partners, L.P.退出权益；核心管理层基于各自意愿承担贷款金额的不同及相应实际承担的重组金额，在普衡律师事务所设计的架构设计的架构内调整了在星空集团的最终股比，主导方仍为华人文化天津且系以不削弱华人文化天津对星空集团的控制力为前提。

2015 年底，灿星有限计划在境内 A 股上市，因此各方着手拆除红筹架构。结合华人文化天津同意股权收购的初衷、以不削弱华人文化天津对灿星有限的控制力为前提，经华人文化天津与和核心管理层协商一致，灿星有限的股权架构完全映射了 CMC Asia 的股权安排，该等映射安排系由华人文化天津主导确定。

据此，发行人红筹架构解除过程各阶段主要主导方均为华人文化天津。

2、华人文化天津、田明、金磊及徐向东参与发行人日常经营管理情况

（1）2015 年至 2016 年 3 月期间，华人文化天津、田明、金磊、徐向东先后在发行人及星空集团担任的职务或委派的人员职务

①星空集团董事会及高管

A、董事会层面

2013 年 12 月 20 日至 2015 年 3 月 27 日期间，CMC Asia 董事会成员为黎瑞刚（董事长）、田明、李怀宇、徐志豪、余滨，前述董事均系华人文化天津委派。

2015 年 3 月 27 日至 2016 年 3 月期间，CMC Asia 的董事会成员为黎瑞刚、田明、李怀宇、徐志豪、王艳。因余滨离职，2015 年 4 月，华人文化天津委派王艳接任 CMC Asia 董事职务。2015 年 6 月开始，核心管理层取得 CMC Asia 相关权益，与华人文化天津共同控制 CMC Asia，核心管理层认可 CMC Asia 原董事会构成，未对董事会构成进行变更。

B、高管层面

2013 年 12 月至 2016 年 3 月期间，田明担任星空集团首席执行官。

②灿星有限董事会及高管

A、董事会层面

2013 年 12 月至 2015 年 4 月 3 日期间，灿星有限董事会成员为黎瑞刚、李怀宇、徐志豪、田明、余滨，前述董事均系华人文化天津委派。

2015 年 4 月 3 日至 2016 年 3 月期间，灿星有限董事会成员为黎瑞刚、李怀宇、

徐志豪、田明、王艳。因余滨离职，2015 年 4 月，华人文化天津委派王艳接任灿星有限董事职务。

B、高管层面

2013 年 12 月至 2016 年 3 月期间，田明担任灿星有限总经理，金磊担任灿星有限副总经理，徐向东担任灿星有限副总经理。

（2）田明、金磊、徐向东参与星空集团及灿星有限的公司治理、经营管理和重大事项决策的情况

①田明、金磊、徐向东参与星空集团的公司治理、经营管理和重大事项决策的情况

2013 年 12 月 20 日至 2015 年 6 月期间，CMC Asia 董事会成员均由华人文化天津委派；2015 年 6 月开始，核心管理层取得 CMC Asia 相关权益，与华人文化天津共同控制 CMC Asia，核心管理层认可 CMC Asia 原董事会构成，未对董事会构成进行变更，黎瑞刚、田明、李怀宇、徐志豪、王艳继续组成 CMC Asia 董事会。其中，黎瑞刚、李怀宇、徐志豪均系华人文化员工，田明、王艳主要于星空集团和/或灿星有限任职。

②田明、金磊、徐向东参与灿星有限的公司治理、经营管理和重大事项决策的情况

2013 年 12 月 20 日之后，灿星有限董事会成员均由华人文化天津委派。其中，黎瑞刚、李怀宇、徐志豪均系华人文化员工，田明、王艳于星空集团和/或灿星有限任职。

另外，根据《共同控制协议》，田明自 2011 年 4 月 1 日担任灿星有限董事、经理兼法定代表人开始，一直负责灿星文化的日常管理及运营决策，金磊、徐向东自 2011 年 4 月 1 日起，一直系灿星文化运营团队核心管理层。因此，三人通过直接担任灿星有限高级管理人员参与灿星有限的经营管理和重大事项决策。

③华人文化天津、田明、金磊、徐向东在发行人及星空集团的董事会和股东大会决议事项的讨论和表决中独立发表意见情况

根据《共同控制协议》，在共同控制的各个层面的持股平台公司中，一方向董事会、股东会提出应由董事会、股东会审议的议案时，应当事先就议案内容与他方进行充分的沟通和交流，如果一方对议案内容有异议，各方应先行沟通协商，

对议案内容进行修改，以求达成一致意见；如经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应根据争议解决条款约定对议案做出相同的表决意见。

截至目前，鉴于灿星文化运营过程中涉及股东会/股东大会和/或董事会决议事项，华人文化与田明、金磊、徐向东均于会前协商一致，因此，共同控制各方及其推荐人员在股东会/股东大会或董事会层面讨论时会独立就相关决议事项发表其各自分析和建议，但讨论过程中未发表过与最终决议不一致的意见。根据华人文化天津、田明、金磊、徐向东的确认，其在星空集团层面的董事会及股东会决议事项的讨论和表决中亦是均于会前协商一致，讨论时会独立就相关决议事项发表其各自分析和建议，但讨论过程中未发表过与最终决议不一致的意见。

3、梦响强音设立目的与发行人的经营业务实质及关联度

（1）梦响强音设立目的和背景

2012 年，灿星有限制作第一季“The voice of…”模式的《中国好声音》前，为避免利益冲突，版权方荷兰 Talpa 提出要按照全球统一的合作模式签订协议，即“The voice of…”节目模式可以授权给制作公司和播出平台，但艺人经纪等衍生权利给 Universal 和 CAA 在世界各国的分支机构。星空集团不认同 Talpa 的运营模式，但考虑到衍生业务存在不确定性、与节目制作业务区别较大，且星空集团系美国新闻集团所投资公司，根据美国长期以来的法律与市场惯例，传媒制作公司不得经营艺人经纪业务，运营艺人经纪等业务与星空集团经营原则亦不符，因此星空集团自身无法经营该等衍生业务。而核心管理层愿意独立承担风险开展相应业务，星空集团也愿意以此作为对核心管理层权益激励的兑现方式。最终经过与 Talpa 的谈判，核心管理层从 Talpa 争取到“The voice of…”模式《中国好声音》的音乐及艺人全约权利授权。具体情况如下：

2012 年，灿星有限制作第一季“The voice of…”模式的《中国好声音》前，“The voice of…”的版权方荷兰 Talpa 提出要按照全球统一的合作模式签订协议，即“The voice of…”节目模式可以授权给制作公司和播出平台，但艺人经纪等衍生权利给 Universal 和 CAA[2]在世界各国的分支机构，原因是避免利益冲突，否则，一旦制作

[2] Universal，即 Universal Music Group（环球唱片集团），全球领先的唱片公司；CAA，即 Creative Artists Agency，全球知名的艺人经纪公司。

公司和播出平台拥有艺人权利，就可能暗中推崇和捧红自己的艺人，导致比赛不公正。

星空集团不认同 Talpa 的运营模式，原因是此类国际运营模式在中国水土不服，本土团队更具优势。经过艰苦谈判，星空集团管理层终于说服 Talpa 把相关权利从全球协议中分割出来。但星空集团（包括其境内运营主体灿星有限）不适合直接运营该等业务，原因如下：

①艺人经纪等衍生业务本身存在较大的不稳定性；

②艺人经纪等衍生业务与星空集团的核心业务，即电视节目制作，有根本区别；

③星空集团系美国新闻集团所投资公司，根据美国长期以来的法律与市场惯例[3]，传媒制作公司不得经营艺人经纪业务。运营艺人经纪等业务与星空集团经营原则不符。

但另一方面，源起于 Talpa 授权的艺人经纪等业务与“The voice of…”模式的《中国好声音》节目有关联，其运营如失控可能有损《中国好声音》节目的制作与推广。更重要的是，在星空集团方面，核心管理层是灿星文化经营成果的重要源泉，核心管理层加入之初星空集团曾对核心管理层有过期权承诺，但未实质履行，考虑到核心管理层在极短的时间内将一个小规模且不知名的公司打造成中国盈利最好的顶尖节目制作公司，付出了巨大努力，同时核心管理层的优异表现已经引发业内同行竞相挖角，直接威胁灿星文化可持续发展，公司已在筹划更具市场竞争力的激励计划，此时，核心管理层主动提出以创新方式取代激励，愿意出资组建独立公司，由独立团队运营艺人经纪等衍生业务，并承担相应风险、获取相应市场化收益。梦响强音文化传播（上海）有限公司遂于 2012 年 12 月 6 日设立，运营艺人经纪等衍生业务。

（2）梦响强音业务发展与灿星文化的经营业务实质及关联度

梦响强音业务发展与灿星文化相关，但又有一定的独立性，具体表现如下：

①节目音乐版权授权收入与节目的播出效果相对独立

[3] United States v. MCA Inc., 1962 Trade Cases ¶70,459 (S.D.Ca. 1962); Screen Actors Guild, Codified Agency Regulations, Rule 16(g)(1991); H.A. Artists & Assoc., Inc. v. Actors’ Equity Ass’n, 451 U.S. 704 (1981).

梦响强音利润的来源之一是节目音乐版权授权，节目音乐版权的价值与节目知名度有一定的相关性。以《中国好声音》系列节目为例，节目收视率情况如下：

年度	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
收视率	2.83	1.93	1.67	1.85

尽管《中国好声音》系列节目的收视率有一定波动，但其节目音乐版权的价格却持续上升，2016 年至 2019 年复合增长率为 13.48%。主要原因如下：

首先，音乐版权价格更多由市场竞争环境所决定。随着版权保护日益受到重视，以及音乐平台对于优质音乐内容的争夺，版权价值逐步体现。根据网易公司在美股发布的公告文件及公众媒体报道信息，网易云音乐完成 7 亿美元融资后，在湖南卫视音乐节目《歌手·当打之年》的音乐版权争夺中，网易云音乐最终取得了节目独家音频战略合作伙伴的地位。网易云音乐融资完成为市场注入了新的变量和活力。

其次，歌唱类选拔节目本身具有一定的稀缺性。根据《关于做好 2014 年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》，每季度仅有一档歌唱类选拔节目安排在黄金时段（19:30-22:30）播出。在黄金时段播出的歌唱类选拔节目具有较高的曝光度，音乐版权价值高。

最后，《中国好声音》节目收视率虽然出现一定下滑，但仍具有较强的市场影响力，无论从同时段收视率还是从全年节目收视率看，《中国好声音》仍名列前茅。

②节目音乐版权授权收入与节目的收入的实现相对独立

《中国好声音》系列节目的收入结构如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年
中国好声音节目制作及互联网视频授权	46,219.84	54,477.53	66,540.25	101,010.35
中国好声音音乐授权及衍生	18,655.05	17,593.90	17,320.53	13,228.43
音乐授权及衍生占比	28.76%	24.41%	20.65%	11.58%

《中国好声音》系列节目的节目制作相关收入下降，主要受整体电视广告行业负增长及互联网版权价格下降的影响。但《中国好声音》系列节目音乐授权及衍生业务收入逐年上升，节目的衍生开发价值逐步体现。

综上所述，节目音乐授权及衍生市场与节目市场是相对独立的两个市场，节目播出是音乐版权价值实现的前提之一，但音乐版权价值并不完全依赖于节目，其拥有相对独立的价值体系。

③梦响强音对灿星文化的业务发展有积极影响

此外，在灿星文化与梦响强音的授权交易中，梦响强音对于基于节目相关授权权利进行开发的相关作品的品质和影响力也会形成对灿星文化制作的节目本身的反哺，优秀的音乐作品、线下活动和节目出身的艺人知名度的提升能够增强灿星文化制作的节目本身在观众中的影响力，提高节目收视率和热度，提高播放媒体平台对节目的支持力度，促进广告主的投放意愿，直接增加灿星文化节目制作的招商收入。也更有利于吸引优质参赛选手的参与，从而进一步支撑灿星文化节目的品质和影响力，最终实现对灿星文化节目的良性循环。

尤其梦响强音作为华语音乐人才的入口，其音乐人才选拔的合作机构已经覆盖全国 31 个省，已经构建了遍布全国并延伸海外的音乐人才选拔网络，拥有成熟的、成体系的人才选拔经验。随着近年来音乐选秀综艺节目对素人歌手的持续挖掘，国内音乐节目一定程度上出现了“选手荒”的现象，单靠导演组挖掘选手的传统模式已经难以为继。灿星文化节目选手的选拔越来越依赖梦响强音搭建的网络，梦响强音作为重要入口，为灿星文化节目源源不断地输送音乐人才和新鲜血液，帮助其打造具有行业竞争力的音乐节目。梦响强音在人才挖掘方面的重要价值也日益受到同行业的重视。

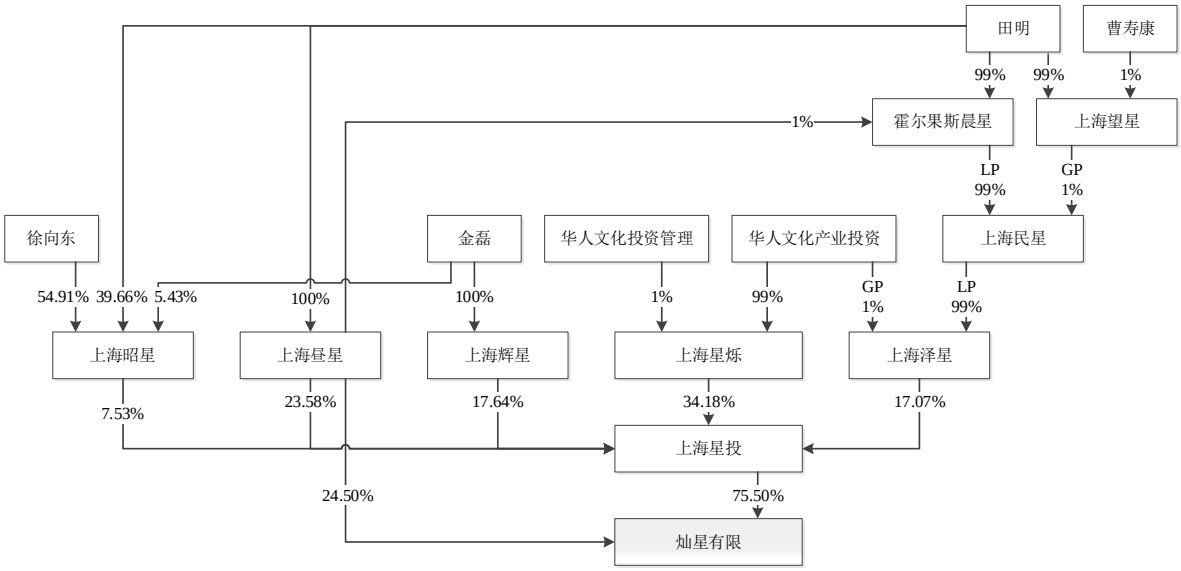
（六）结合发行人在收购梦响强音前后的自身股权结构（含直接和间接持股）、表决权、收益权、日常经营管理权的情况及变动过程等事项，对照企业会计准则中控制权相关认定标准，说明发行人实际控制人认定的准确性、认为收购梦响强音事项属于非同一控制下企业合并的合理性

1、发行人在收购梦响强音前后的自身股权结构（含直接和间接持股）及变动过程

2011 年 10 月 19 日，李怀宇受让张晓婉、吕田持有的灿星有限股权，成为灿星有限唯一股东。

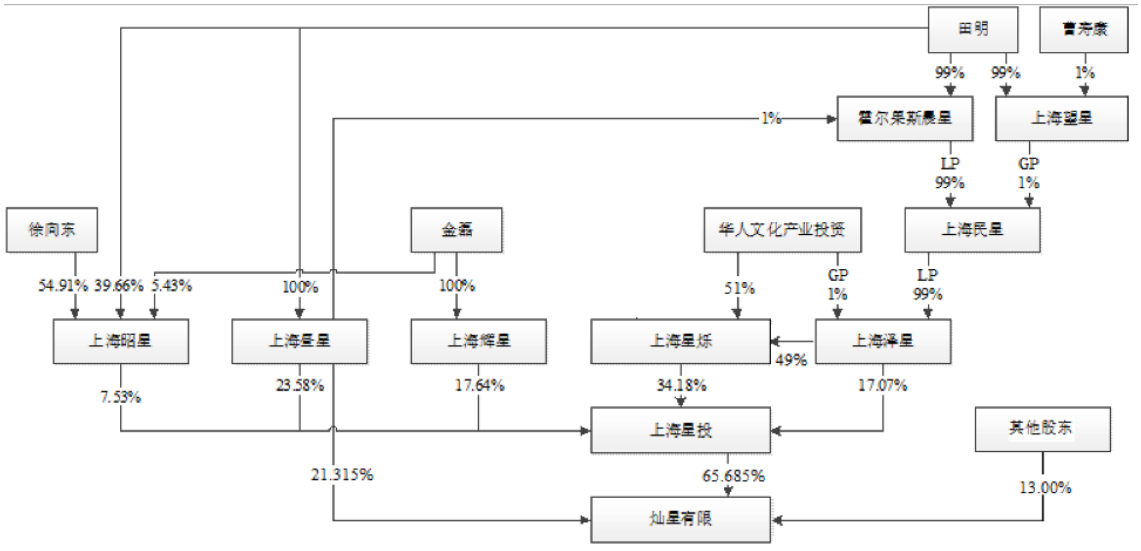
2015 年底，星空集团红筹架构拆除。2015 年 12 月 29 日，李怀宇与上海星投签署《股权转让协议》，李怀宇将其所持有的灿星有限 100%股权转让给上海星投；

2015 年 12 月 30 日，上海昼星对灿星有限增资，取得灿星有限 24.5%的股权。前述变更完成后，灿星有限股权结构如下：



2016 年 3 月 8 日，上海泽星以人民币 382,318,359 元的对价受让华人文化产业投资及华人文化投资管理持有的上海星烁 49%股权。由于华人文化产业投资仍持有上海星烁 51%的股权，因此其在灿星有限层面的表决权未受影响。

2016 年 3 月 30 日，西藏源合、上海岩衡、平潭沣淮、上海沣浦及田明、曹斌对灿星有限增资。前述变更完成后，灿星有限股权结构如下：



2016 年 12 月 30 日，公司对员工进行股权激励，激励员工通过增资方式取得上海昭星股权，但共同实际控制人在灿星有限层面的股东表决权未受影响。此后

直至 2017 年 12 月，灿星有限股权结构未发生影响共同实际控制人表决权比例的变更。

2、发行人在收购梦响强音前后的表决权情况及变动过程

（1）收购前后灿星有限表决权情况及变动过程

期间	持有发行人表决权比例	备注
2015 年 1 月 1 日-2015 年 12 月 28 日	灿星有限股东表决权由华人文化天津实际控制	此期间灿星有限股东为李怀宇，李怀宇系受华人文化产业投资安排持有灿星有限股权。
2015 年 12 月 29 日-2015 年 12 月 30 日	华人文化天津及田明、金磊、徐向东通过上海星投共同控制灿星有限 100%的表决权	2015 年下半年开始，考虑到灿星有限制作的《中国好声音》节目系一档国内极具影响力的励志专业音乐评论节目、华人文化产业投资的主要投资人的国资背景及境内资本市场的良好形势，根据国家对资本市场和文化产业的战略部署，鼓励优质海外架构公司拆除 VIE 结构在境内上市，争取文化企业在国内资本市场做大做强，华人文化天津与核心管理层均认为灿星有限在境内 A 股上市是更好的选择。 2015 年 12 月 29 日，上海星投受让李怀宇持有的全部灿星有限股权；此期间为调整期间。
2015 年 12 月 31 日-2016 年 3 月 29 日	华人文化天津及田明、金磊、徐向东通过上海星投共同控制灿星有限 75.5%的表决权；田明单独控制灿星有限 24.5%的表决权	红筹架构拆除后，结合华人文化天津同意股权收购的初衷、以不削弱华人文化天津对灿星有限的控制力为前提，经华人文化天津与和核心管理层协商一致，灿星有限的股权架构完全映射了 CMC Asia 的股权安排。 2015 年 12 月 31 日，上海昼星对灿星有限增资取得灿星有限 24.5%股权。
2016 年 3 月 30 日至今	华人文化天津及田明、金磊、徐向东通过上海星投共同控制灿星有限的表决权比例逐步被稀释至今为 61.68%；田明单独控制灿星有限的表决权比例逐步被稀释至今为 20.8%	2016 年 3 月 30 日至今，发行人经历数次融资和股权转让，共同实际控制人持股比例被稀释。

2016 年 1 月 1 日至今，华人文化天津及田明、金磊、徐向东通过上海星烁、上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星共同控制上海星投，上海星投表决权

比例分散，任何一方最多可以控制的表决权比例都不超过 50%，任何一方均无法实现对上海星投的绝对控制。

2016 年 1 月 1 日至今，华人文化天津与核心管理层通过上海星投共同控制发行人 61.68%以上的表决权。由于 2016 年 1 月 1 日之后，核心管理层与华人文化天津共同控制上海星投，因此在发行人股东会层面无法将上海星投持有的表决权拆分对应到共同控制四方中特定某一方，即，无法穿透计算共同控制四方单独控制的发行人表决权比例。关于上海星投层面的表决权实际拥有方及其实际控制的表决权比例，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人”之“（一）控股股东、实际控制人”之“6、结合上海星投表决权实际拥有方及其实际控制的表决权比例、拥有方的关系等，说明田明对发行人实际拥有的表决权比例及其可以影响的表决权比例”。

（2）收购前后 CMC Asia、MIR 表决权情况及变动过程

期间	左列期间内的股权结构	持有 CMC Asia 表决权比例	持有 MIR 表决权比例	备注
2015 年 1 月 1 日-2015 年 6 月 8 日	MIR: MIM90% 、MRST10% CMC Asia：MIR100%	华人文化天津通过 MIR 持有 100%表决权，核心管理层未持有表决权	华人文化天津通过 MIM 控制 90%的表决权	核心管理层承担了新闻集团等主体退出对价，权益尚未实际在星空集团中体现
2015 年 6 月 9 日-2015 年 6 月 22 日	MIR：STM34.18%、MRST17.07%、East Union24.38% 、Harvest Goal 24.37% CMC Asia：MIR100%	核心管理层与华人文化天津通过 MIR 共同控制 CMC Asia100%的表决权	华人文化天津通过 STM 单独控制 34.18%的表决权、田明通过 Harvest Goal 单独控制 24.37%的表决权，田明、金磊与徐向东通过 East Union 共同控制 24.38%的表决权	2015 年 6 月 9 日及 2015 年 6 月 23 日系核心管理层入股星空集团的整体步骤，2015 年 6 月 23 日之前核心管理层权益尚未完全落定
2015 年 6 月 23 日-2015 年 11 月 22 日	MIR：STM34.18%、MRST17.07%、East Union24.38% 、Harvest Goal 24.37% CMC Asia：MIR75.5%、Golden Horse24.5%	核心管理层与华人文化天津通过 MIR 共同控制 CMC Asia75.5%的表决权，金磊通过 Golden Horse 单独控制 CMC Asia24.5%的表决权	华人文化天津通过 STM 单独控制 34.18%的表决权、田明通过 Harvest Goal 单独控制 24.37%的表决权，田明、金磊与徐向东通过 East Union 共同控制 24.38%的表决权	

2015 年 11 月 23 日-2016 年 3 月 7 日	MIR：STM34.18%、Katy17.07% 、East Union7.53% 、Harvest Goal 23.58% 、Golden Horse17.64% CMC Asia ：MIR75.5%、Harvest Goal 24.5%	核心管理层与华人文化天津通过 MIR 共同控制 CMC Asia75.5%的表决权，田明通过 Harvest Goal 单独控制 CMC Asia24.5%的表决权	华人文化天津通过 STM 单独控制 34.18%的表决权、田明通过 Harvest Goal 、Katy*单独控制 40.65%的表决权，金磊通过 Golden Horse 单独控制 17.64%的表决权，田明、金磊与徐向东通过 East Union 共同控制 7.53%的表决权	CMC Capital Partners, L.P.退出星空集团，Katy[4]承接 MRST 持有的 MIR 股权。同时，基于各自意愿承担贷款金额的不同及相应实际承担的重组金额进行内部调整后，核心管理层红筹架构期间权益比例最终落定
2016 年 3 月 8 日-2016 年 3 月 31 日	MIR：STM34.18%、Katy17.07% 、East Union7.53% 、Harvest Goal 23.58% 、Golden Horse17.64% CMC Asia ：MIR75.5%、Harvest Goal 24.5%	核心管理层与华人文化天津通过 MIR 共同控制 CMC Asia75.5%的表决权，田明通过 Harvest Goal 单独控制 CMC Asia24.5%的表决权	华人文化天津通过 STM 单独控制 34.18%的表决权、田明通过 Harvest Goal 、Katy*单独控制 40.65%的表决权，金磊通过 Golden Horse 单独控制 17.64%的表决权，田明、金磊与徐向东通过 East Union 共同控制 7.53%的表决权	2016 年 3 月 8 日，综合（1）国资有限合伙人投资已达到一定期限、希望收回部分投资本金以实现国有资产保值增值的诉求，（2）星空集团作为华人文化产业投资最重要的明星项目、华人文化产业投资不希望因本次权益降低减少控制力的考量，华人文化产业投资出售其持股平台公司 MIS49%股权，在境外星空集团架构中部分退出。经华人文化产业投资与田明协商一致，由华人文化产业投资与田明共同设立的持股平台企业上海泽星承接华人文化产业投资退出权益。部分退出后，由于华人文化产业投资仍持有上海星烁和 MIS51%的股权、未丧失对持股平台公司的控制力，因此其在星空集团的表决权未受部分退出影响。

* Katy 的股权结构最终穿透后系华人文化产业投资作为 GP（持有 1%的权益）、田明全资持有的上海民星作为 LP（持有 99%）的上海泽星 100%持有，该等安排的原因系与华人文化天津同意核心管理层股权收购安排的初衷保持一致、以不削弱华人文化天津的控制力为目的，但根据各方于 2016 年 1 月 1 日签署的《共同控制协议》约定，在上海泽星层面，如华人文化产业投资与上海民星就合伙人决议事项未能达成一致、则应以持有多数权益的合伙人意见为

[4] Katy 系上海泽星全资子公司，上海泽星的普通合伙人为华人文化产业投资（持有 1%出资份额）、有限合伙人为上海民星。

准、即以田明 100%持有的上海民星意见为准。2015 年 11 月 23 日至 2015 年 12 月 31 日期间，参照后续《共同控制协议》安排，认定 Katy 表决权行使由田明决定。即使在该等认定的情况下，田明控制的 MIR 表决权比例仍未超过半数。

2015 年初至 2015 年 6 月 8 日期间，华人文化天津通过 MIM 持有 MIR90%以上表决权。2015 年 6 月 9 日，核心管理层持股平台公司受让取得 MIR 股权。2015 年 6 月 9 日至 2016 年 3 月 31 日期间，MIR 表决权比例分散，具体而言，2015 年 6 月 9 日至 2015 年 11 月 22 日期间，华人文化天津通过 STM 单独控制 34.18%的表决权、田明通过 Harvest Goal 单独控制 24.37%的表决权，田明、金磊与徐向东通过 East Union 共同控制 24.38%的表决权；2015 年 11 月 23 日至 2016 年 3 月 31 日，华人文化天津通过 STM 单独控制 34.18%的表决权、田明通过 Harvest Goal、Katy 单独控制 40.65%的表决权，金磊通过 Golden Horse 单独控制 17.64%的表决权、田明、金磊与徐向东通过 East Union 共同控制 7.53%的表决权，任何一方最多可以控制的表决权比例都不超过 50%，任何一方均无法实现对 MIR 的绝对控制。

2015 年初至 2015 年 6 月，华人文化天津单独控制 CMC Asia 半数以上表决权。2015 年 6 月至今，核心管理层与华人文化天津通过 MIR 共同控制 CMC Asia75.5%的表决权。由于 2015 年 6 月 9 日之后，核心管理层与华人文化天津共同控制 MIR，因此在 CMC Asia 股东会层面无法将 MIR 持有的 75.5%表决权拆分对应到共同控制四方中特定某一方，即，无法穿透计算共同控制四方单独控制的 CMC Asia 表决权比例。

2015 年 12 月 31 日，发行人的红筹架构已经完成解除，星空集团、MIR 的后续表决权比例情况与发行人不再相关。

3、发行人在收购梦响强音前后的收益权情况及变动过程

（1）拥有灿星有限收益权的情况及变动过程

期间	拥有发行人收益权比例[5]	备注
2013 年 12 月-2015 年 6 月 22 日	华人文化产业投资 25.8%	此期间为调整期间，核心管理层股权收购过程中华人文化产业投资未提供任何资金亦

[5] 鉴于红筹架构拆前 CMC Asia 的全资子公司北京星空华文根据《独家购买权合同》有权随时行使独家购买权并以名义对价取得灿星有限 100%的股权。因此，红筹架构拆除前的灿星有限收益权比例参照同时间 CMC Asia 的收益权比例确定。

		未获得任何收益，相应的其持有的星空集团最终权益比例25.8%亦保持不变。新闻集团等主体退出对价所涉资金除CMC Capital Partners, L.P.承接部分外剩余部分全部由核心管理层三人自行筹措，三人最终根据提供资金的情况相应取得退出权益。
2015年6月23日-2015年11月22日	华人文化产业投资25.8%；田明25.7%；金磊 25.5%；徐向东10.11%	2015年6月23日核心管理层权益在星空集团落定
2015年11月23日-2015年12月28日	华人文化产业投资 25.93%；田明57.32%；金磊13.63%；徐向东3.12%	CMC Capital Partners, L.P.退出星空集团,Katy[6]承接MRST持有的MIR股权。同时，基于各自意愿承担贷款金额的不同及相应实际承担的重组金额进行内部调整后，核心管理层红筹架构期间权益比例最终落定

[6] Katy系上海泽星全资子公司，上海泽星的普通合伙人为华人文化产业投资（持有1%出资份额）、有限合伙人为上海民星。

2015 年 12 月 29 日-2016 年 3 月 7 日	华人文化产业投资 25.93%；田明 57.32%；金磊 13.63%；徐向东 3.12%	2015 年下半年开始，考虑到灿星有限制作的《中国好声音》节目系一档国内极具影响力的励志专业音乐评论节目、华人文化产业投资的主要投资人的国资背景及境内资本市场的良好形势，根据国家对资本市场和文化产业的战略部署，鼓励优质海外架构公司拆除 VIE 结构在境内上市，争取文化企业在国内资本市场做大做强，华人文化天津与核心管理层均认为灿星有限在境内 A 股上市是更好的选择。 红筹架构拆除时，结合华人文化天津同意股权收购的初衷、以不削弱华人文化天津对灿星有限的控制力为前提，经华人文化天津与和核心管理层协商一致，灿星有限的股权架构完全映射了 CMC Asia 的股权安排。 2015 年 12 月 29 日，上海星投受让李怀宇持有的全部灿星有限股权;2015 年 12 月 31 日，上海昼星对灿星有限增资取得灿星有限 24.5%股权。
2016 年 3 月 8 日-2016 年 3 月 29 日	华人文化产业投资 13.42%；田明 69.84%；金磊 13.63%；徐向东 3.12%	2016 年 3 月 8 日，综合（1）国资有限合伙人投资已达到一定期限、希望收回部分投资本金以实现国有资产保值增值的诉求，（2）灿星有限和星空集团作为华人文化产业投资最重要的明星项目、华人文化产业投资不希望因本次权益降低减少控制力的考量，华人文化产业投资分别出售其持股平台公司上海星烁和 MIS49%股权，在境内灿星有限及境外星空集团架构中同时部分退出。经华人文化产业投资与田明协商一致，由华人文化产业投资与田明共同设立的持股平台企业上海泽星承接华人文化产业投资退出权益。部分退出后，由于华人文化产业投资仍持有上海星烁和 MIS51%的股权、未丧失对持股平台公司的控制力，因此其在灿星有限及星空集团的表

		决权未受部分退出影响。
2016 年 3 月 30 日至今	华人文化产业投资收益权比例逐步被稀释至今为 10.96%；田明收益权比例逐步被稀释至今为 57.82%；金磊收益权比例逐步被稀释至今为 11.17%；徐向东收益权比例逐步被稀释至今为 0.56%	2016 年 3 月 30 日至今，发行人经历数次融资和股权转让，共同实际控制人持股比例被稀释。

（2）拥有 MIR 和 CMC Asia 的收益权情况及变动过程

期间	MIR 和 CMC Asia 股权结构	拥有 MIR 和 CMC Asia 收益权比例	备注
2015 年 1 月 1 日-2015 年 6 月 8 日	MIR 股权结构： MIM90%、 MRST10% CMC Asia 股权结构： MIR100%	/	此期间为调整期间，核心管理层股权收购过程中华人文化产业投资未提供任何资金亦未获得任何收益，相应的其通过 MIR 持有的星空集团最终权益比例 25.8%亦保持不变；此期间核心管理层持股平台公司相继取得 MIR 股权，因此华人文化产业投资持有 MIR 收益权比例亦相应发生变化。 新闻集团等主体退出对价所涉资金除 CMC Capital Partners, L.P.承接部分外剩余部分全部由核心管理层三人自行筹措，三人最终根据提供资金的情况相应取得退出权益。
2015 年 6 月 9 日-2015 年 6 月 22 日	MIR 股权结构： STM34.18%、 MRST17.07%、 East Union24.38%、 Harvest Goal 24.37% CMC Asia 股权结构： MIR75.50% Golden Horse24.50%		
2015 年 6 月 23 日-2015 年 11 月 22 日	MIR 股权结构： STM34.18%、 MRST17.07%、 East Union24.38%、 Harvest Goal 24.37% CMC Asia 股权结构： MIR75.50% Golden Horse24.50%	MIR 收益权比例： 华人文化产业投资 34.18%； 田明 34.04%； 金磊 1.32%； 徐向东 13.39% CMC Asia 收益权比例（MIR 收益权比例*75.50%+单独持有的 CMC Asia 收益权比例）： 华人文化产业投资 25.81%； 田明 25.70%；	2015 年 6 月 23 日，核心管理层权益在星空集团落定

		金磊 25.50%; 徐向东 10.11%	
2015 年 11 月 23 日-2016 年 3 月 7 日	MIR 股权结构: STM34.18%、Katy17.07%、East Union7.53%、Harvest Goal 23.58%、Golden Horse17.64% CMC Asia 股权结构: MIR75.50% Harvest Goal 24.50%	MIR 收益权比例: 华人文化产业投资 34.35%; 田明 43.47%; 金磊 18.05%; 徐向东 4.13% CMC Asia 收益权比例: 华人文化产业投资 25.93%; 田明 57.32%; 金磊 13.63%; 徐向东 3.12%	CMC Capital Partners, L.P.退出星空集团，Katy[7]承接 MRST 持有的 MIR 股权。同时，基于各自意愿承担贷款金额的不同及相应实际承担的重组金额进行内部调整后，核心管理层红筹架构期间权益比例最终落定
2016 年 3 月 8 日-2016 年 3 月 31 日	MIR 股权结构: STM34.18%、Katy17.07%、East Union7.53%、Harvest Goal 23.58%、Golden Horse17.64% CMC Asia 股权结构: MIR75.50% Harvest Goal 24.50%	MIR 收益权比例: 华人文化产业投资 17.77%; 田明 60.05%; 金磊 18.05%; 徐向东 4.13% CMC Asia 收益权比例: 华人文化产业投资 13.42%; 田明 69.84%; 金磊 13.63%; 徐向东 3.12%	2016 年 3 月 8 日，综合（1）国资有限合伙人投资已达到一定期限、希望收回部分投资本金以实现国有资产保值增值的诉求，（2）星空集团作为华人文化产业投资最重要的明星项目、华人文化产业投资不希望因本次权益降低减少控制力的考量，华人文化产业投资出售其持股平台公司 MIS49%股权，在境外星空集团架构中部分退出。经华人文化产业投资与田明协商一致，由华人文化产业投资与田明共同设立的持股平台企业上海泽星承接华人文化产业投资退出权益。部分退出后，由于华人文化产业投资仍持有上海星烁和 MIS51%的股权、未丧失对持股平台公司的控制力，因此其在星空集团的表决权未受部分退出影响。

2015 年 12 月 31 日，发行人的红筹架构已经完成解除，星空集团、MIR 的后续收益权比例情况与发行人不再相关。

[7] Katy 系上海泽星全资子公司，上海泽星的普通合伙人为华人文化产业投资（持有 1%出资份额）、有限合伙人为上海民星。

4、发行人在收购梦响强音前后日常经营管理权的情况及变动过程

2015 年初至 2015 年 4 月 3 日期间，灿星有限董事会成员为黎瑞刚、李怀宇、徐志豪、田明、余滨。2015 年 4 月 3 日至 2017 年 3 月期间，灿星有限董事会成员为黎瑞刚、李怀宇、徐志豪、田明、王艳。前述董事均由华人文化天津委派，其中，黎瑞刚、李怀宇、徐志豪均系华人文化员工，田明、王艳于星空集团和/或灿星有限任职。核心管理层参与共同控制灿星有限后，认可灿星有限原董事会构成，未对董事会构成进行变更。

另外，根据《共同控制协议》，田明自 2011 年 4 月 1 日担任灿星有限董事、经理兼法定代表人开始，一直负责灿星文化的日常管理及运营决策，金磊、徐向东自 2011 年 4 月 1 日起，一直系灿星文化运营团队核心管理层。因此，三人通过直接担任灿星有限高级管理人员参与灿星有限的经营管理和重大事项决策。截至本招股说明书签署之日，该等情况未发生变更。

5、发行人实际控制人认定的准确性

根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》，控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。本准则所称相关活动，是指对被投资方的回报产生重大影响的活动。被投资方的相关活动应当根据具体情况进行判断，通常包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处置、研究与开发活动以及融资活动等。

收购梦响强音时，华人文化天津与核心管理层共同通过持有/控制灿星有限股东表决权、董事提名权及参与日常经营管理，参与灿星有限的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对灿星有限的权力影响其回报金额。且任何一方无权单独决定可变回报金额，因此认定华人文化产业天津与核心管理层共同控制灿星有限符合会计准则的规定。

6、发行人收购梦响强音为非同一控制下的企业合并，符合《企业会计准则》相关规定

企业会计准则第 20 号《企业合并》的规定：“第五条：参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下

的企业合并。第十条：参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。”

企业会计准则第 20 号《企业合并》应用指南的规定：“控制并非暂时性，是指参与合并的各方在合并前后较长的时间内受同一方或相同的多方最终控制。较长的时间通常指 1 年以上（含 1 年）。”

上述规定对于判断同一控制合并或非同一控制合并的核心在于：1、合并双方在合并前后的实际控制人；2、若实际控制人一致的情况下，受同一方控制是否为暂时性的。

（1）灿星有限收购梦响强音前后 1 年，发行人的实际控制人情况

2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 28 日期间，此期间灿星有限股东为李怀宇，李怀宇系受华人文化产业投资安排持有灿星有限股权。灿星有限股东表决权由华人文化天津实际控制。

2015 年 12 月 29 日至 2015 年 12 月 30 日期间，自 2015 年下半年开始，考虑到灿星有限制作的《中国好声音》节目系一档国内极具影响力的励志专业音乐评论节目、华人文化产业投资的主要投资人的国资背景及境内资本市场的良好形势，根据国家对资本市场和文化产业的战略部署，鼓励优质海外架构公司拆除 VIE 结构在境内上市，争取文化企业在国内资本市场做大做强，华人文化天津与核心管理层均认为灿星有限在境内 A 股上市是更好的选择。2015 年 12 月 29 日，上海星投受让李怀宇持有的全部灿星有限股权；此期间为调整期间。华人文化天津及田明、金磊、徐向东通过上海星投共同控制灿星有限 100%的表决权。

红筹架构拆除后，结合华人文化天津同意股权收购的初衷、以不削弱华人文化天津对灿星有限的控制力为前提，经华人文化天津与和核心管理层协商一致，灿星有限的股权架构完全映射了 CMC Asia 的股权安排。2015 年 12 月 31 日至 2016 年 3 月 29 日期间，华人文化天津及田明、金磊、徐向东通过上海星投共同控制灿星有限 75.5%的表决权；田明单独控制灿星有限 24.5%的表决权。

2016 年 3 月 30 日至今，发行人经历数次融资和股权转让，共同实际控制人持股比例被稀释。田明、金磊、徐向东及华人文化天津通过上海星投共同控制灿星有限的表决权比例逐步被稀释至今为 61.68%；田明单独控制灿星有限的表决权比例逐步被稀释至今为 20.8%。

综上所述，灿星有限收购梦响强音前后 1 年，发行人的实际控制人自华人文化天津变更为华人文化天津及田明、金磊、徐向东共同控制。

（2）灿星有限收购梦响强音前后 1 年，星空集团的实际控制人情况

2015 年 1 月 1 日至 2015 年 6 月 8 日期间，核心管理层承担了新闻集团等主体退出对价，权益尚未实际在星空集团中体现。华人文化天津通过 MIR 持有 100%表决权，核心管理层未持有表决权。

2015 年 6 月 9 日至 2015 年 11 月 22 日期间，系核心管理层入股星空集团的整体步骤。核心管理层与华人文化天津通过 MIR 共同控制 CMC Asia75.5%的表决权，金磊通过 Golden Horse 单独控制 CMC Asia24.5%的表决权。

2015 年 11 月 23 日至今，CMC Capital Partners, L.P.退出星空集团，Katy 承接 MRST 持有的 MIR 股权。同时，基于各自意愿承担贷款金额的不同及相应实际承担的重组金额进行内部调整后，核心管理层红筹架构期间权益比例最终落定。核心管理层与华人文化天津通过 MIR 共同控制 CMC Asia75.5%的表决权，田明通过 Harvest Goal 单独控制 CMC Asia24.5%的表决权。

2015 年初至 2015 年 6 月，华人文化天津单独控制 CMC Asia 半数以上表决权。2015 年 6 月至今，核心管理层与华人文化天津通过 MIR 共同控制 CMC Asia75.5%的表决权。由于 2015 年 6 月 9 日之后，核心管理层与华人文化天津共同控制 MIR，因此在 CMC Asia 股东会层面无法将 MIR 持有的 75.5%表决权拆分对应到共同控制四方中特定某一方，即，无法穿透计算共同控制四方单独控制的 CMC Asia 表决权比例。

综上所述，灿星有限收购梦响强音前后 1 年，星空集团的实际控制人自华人文化天津变更为华人文化天津及田明、金磊、徐向东共同控制。

（3）灿星有限收购梦响强音前 1 年，梦响强音的实际控制人情况

自 2015 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月被灿星有限收购前，田明通过上海民星始终持有梦响强音 60%以上股权，为梦响强音的实际控制人。

综上所述，2016 年 3 月灿星有限收购梦响强音前 1 年，梦响强音的实际控制人为田明。

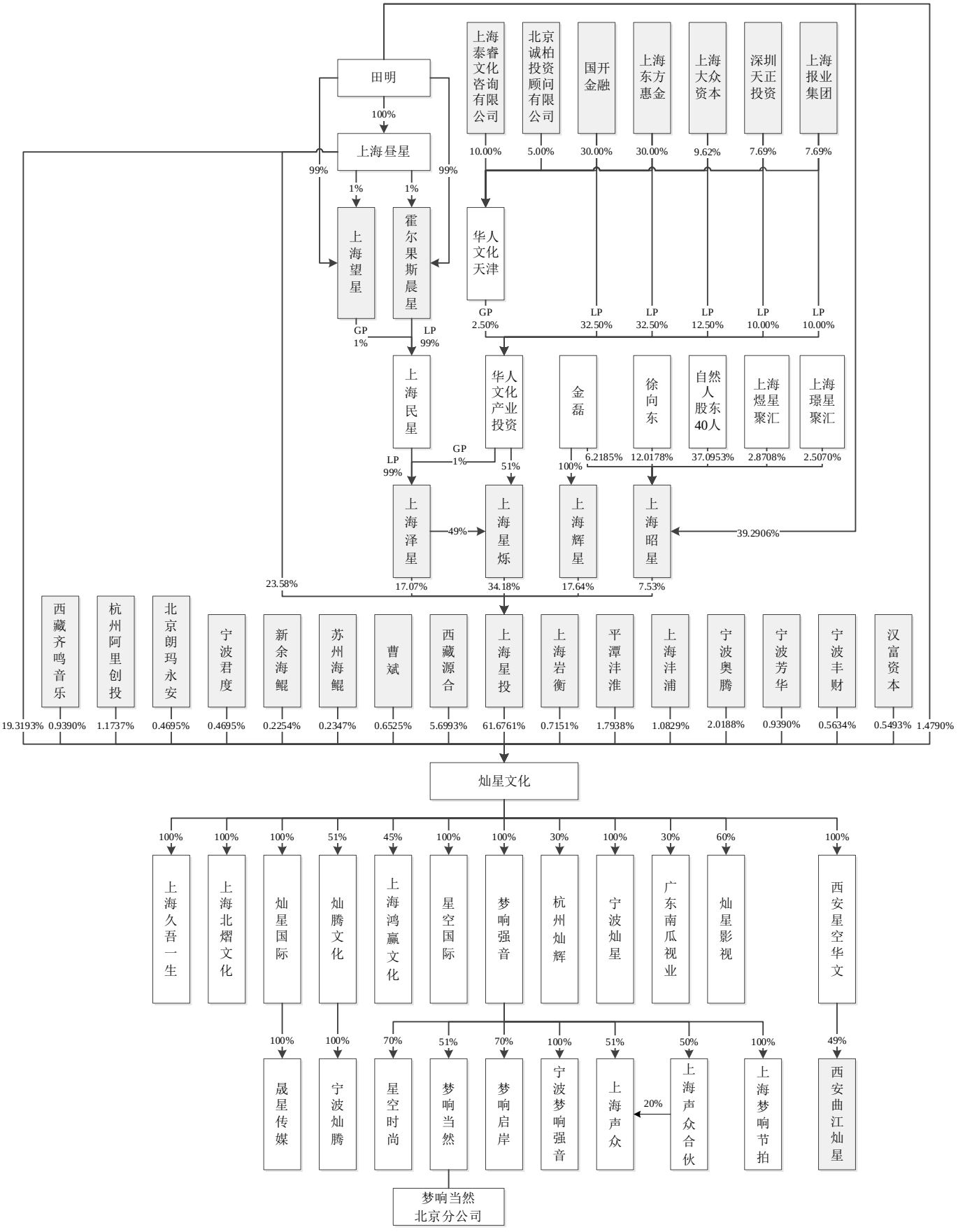
（4）发行人收购梦响强音为非同一控制下的企业合并符合《企业会计准则》相关规定

2016 年 3 月灿星有限收购梦响强音前后 1 年，发行人的实际控制人自华人文化天津变更为华人文化天津及田明、金磊、徐向东共同控制；星空集团的实际控制人自华人文化天津变更为华人文化天津及田明、金磊、徐向东共同控制；梦响强音的实际控制人在收购行为发生前 1 年均为田明。

根据《企业会计准则》中同一控制下企业合并的定义，综合上述对星空集团相关主体、灿星有限、梦响强音实际控制权的分析，灿星有限收购梦响强音前一年，灿星有限与梦响强音的最终控制方并不是相同的多方，分别由不同的实际控制人所控制，不属于受同一方最终控制的情况。因此，该次收购行为属于非同一控制下的合并，符合《企业会计准则》相关规定。

四、公司的股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司的股权结构图如下：


田明
100%
上海昼星
99%
1%
1%
99%
上海望星
霍尔果斯晨星
GP 1%
LP 99%
上海泰睿文化咨询有限公司
北京柏诚投资顾问有限公司
国开金融
上海东方惠金
上海大众资本
深圳天正投资
上海报业集团
10.00%
5.00%
30.00%
30.00%
9.62%
7.69%
7.69%
华人文化天津
GP 2.50%
LP 32.50%
LP 32.50%
LP 12.50%
LP 10.00%
LP 10.00%
上海民星
LP 99%
GP 1%
华人文化产业投资
51%
金磊
徐向东
自然人股东40人
上海煜星聚汇
上海璟星聚汇
100%
6.2185%
12.0178%
37.0953%
2.8708%
2.5070%
上海泽星
49%
上海星烁
上海辉星
上海昭星
39.2906%
17.07%
34.18%
17.64%
7.53%
23.58%
西藏齐鸣音乐
杭州阿里创投
北京朗玛永安
宁波君度
新余海鲲
苏州海鲲
曹斌
西藏源合
上海星投
上海岩衡
平潭沣淮
上海沣浦
宁波奥腾
宁波芳华
宁波丰财
汉富资本
19.3193%
0.9390%
1.1737%
0.4695%
0.4695%
0.2254%
0.2347%
0.6525%
5.6993%
61.6761%
0.7151%
1.7938%
1.0829%
2.0188%
0.9390%
0.5634%
0.5493%
1.4790%
灿星文化
100%
100%
100%
51%
45%
100%
100%
30%
100%
30%
60%
100%
上海久吾一生
上海北熠文化
灿星国际
灿腾文化
上海鸿赢文化
星空国际
梦响强音
杭州灿辉
宁波灿星
广东南瓜视业
灿星影视
西安星空华文
100%
100%
70%
51%
70%
100%
51%
50%
100%
49%
晟星传媒
宁波灿腾
星空时尚
梦响当然
梦响启岸
宁波梦响强音
上海声众
20%
上海声众合伙
上海梦响节拍
西安曲江灿星
梦响当然北京分公司

五、公司的控股子公司、参股公司

截至本招股说明书签署日，公司的一级子公司 9 家，参股公司 5 家，具体情况如下：

（一）一级子公司

1、星空国际

公司名称	星空华文国际传媒有限公司				
成立时间	2012 年 4 月 26 日				
注册资本	6,319.58 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 431 室				
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告，知识产权代理，知识产权咨询服务，文化艺术活动策划，企业管理咨询，展览展示服务，赛事活动策划，商务信息咨询，会务服务，公关服务，翻译服务，企业形象策划，舞台美术策划，经营演出及经纪业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	广告策划及代理、线下活动				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	上海灿星文化传媒股份有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		19,247.53	11,178.43		-1,870.99
	2020.6.30	16,142.09	14,188.57	2020 年 1-6 月	3,010.14

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

2、梦响强音

公司名称	梦响强音文化传播（上海）有限公司
成立时间	2012 年 12 月 6 日
注册资本	3,000.00 万元
法定代表人	王磊

住所	上海市徐汇区龙腾大道 2879 号 3 楼 3519 室				
经营范围	广播电视节目制作、发行，经营演出及经纪业务，企业营销策划，展示展览服务，设计、制作、代理、发布各类广告，公共关系服务，翻译服务，电脑图文设计、制作，企业形象设计，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），电子商务（不得从事增值电信、金融业务），计算机软件、电子信息、自动化设备、数字出版专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，文化艺术交流策划，数字作品的制作、集成，数字作品的数据库管理，电子产品、通讯设备、家具、家居用品、日用百货、箱包、工艺品、文具、服装的销售，知识产权代理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	音乐制作及授权、衍生品开发及运营、演出活动、艺人经纪				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	上海灿星文化传媒股份有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		119,532.69	96,287.58		18,726.25
	2020.6.30	127,827.29	98,173.34	2020 年 1-6 月	1,821.75

注 1：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

注 2：财务数据系梦响强音合并其下属子公司的合并口径财务数据。

3、宁波灿星

公司名称	宁波灿星文化传播有限公司	
成立时间	2014 年 12 月 11 日	
注册资本	300.00 万元	
法定代表人	田明	
住所	宁波大榭开发区永丰路 128 号 36 幢 215 室	
经营范围	经营演出及经纪业务，文化艺术交流策划，设计、制作、代理、发布各类广告，展览展示服务，计算机领域内的技术服务、技术开发、技术咨询、技术转让，计算机网络工程施工，电脑多媒体设计、制作，计算机软硬件及配件（除计算机信息系统安全专用产品）、通讯设备（除卫星电视广播地面接收设施）、机电设备、文化用品的批发、零售。	
主营业务	综艺节目策划及服务	
股权结构	**股东名称**	**持股比例**
	上海灿星文化传媒股份有限公司	100.00%

主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		593.53	593.23		-9.36
	2020.6.30	565.65	565.50	2020 年 1-6 月	-27.73

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

4、西安星空华文

公司名称	西安星空华文传媒有限公司				
成立时间	2014 年 10 月 24 日				
注册资本	100.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	西安曲江新区雁塔南路 318 号曲江 SOHO 项目 1 号楼 1 单元 12002 号				
经营范围	许可经营项目：广播电视节目的制作、发行，经营演出及经纪服务；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般经营项目：文化艺术活动的策划，展览展示服务，广告的设计、制作、代理、发布。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主营业务	未开展业务				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	上海灿星文化传媒股份有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		11.30	-73.60		-16.27
	2020.6.30	4.46	-80.44	2020 年 1-6 月	-6.84

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

5、灿星影视

公司名称	上海灿星影视文化有限公司
成立时间	2018 年 8 月 1 日
注册资本	1,000.00 万元
法定代表人	张军
住所	上海市松江区富永路 425 弄 212 号 2 楼 3452 室

经营范围	电影制片，电影发行，广播电视节目制作，影视文化艺术交流活动策划，演出经纪，企业形象策划，企业管理咨询，商务信息咨询，动漫设计，设计、制作、发布各类广告，会展服务，礼仪服务，图文设计制作，影视科技、信息科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	影视制作及发行				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	上海灿星文化传媒股份有限公司				60.00%
	郜雪屹				18.00%
	张军				15.00%
	景赫				5.00%
	石敏				2.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		2,398.17	-88.37		-455.27
	2020.6.30	5,587.36	-113.01	2020 年 1-6 月	-24.64

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

6、灿腾文化

公司名称	上海灿腾文化传媒有限公司
成立时间	2018 年 6 月 14 日
注册资本	8,000.00 万元
法定代表人	田明
住所	上海市虹口区嘉兴路 260 号 1-4 层的部分四层 408 室
经营范围	广播电视节目制作；演出经纪；电影发行；出版物经营；电子出版物制作；企业形象策划，市场营销策划，展示展览服务，广告设计、制作、代理、发布，文化艺术交流活动策划，翻译服务，电脑图文设计制作，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），电子商务（不得从事增值电信、金融业务），从事计算机、电子科技、网络信息、自动化设备、数字出版科技专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，软件设计开发，数字作品的数据库管理，数字内容服务；销售电子产品，通信设备及相关产品，家具，家居用品，日用百货，箱包，工艺品，文具用品，服装。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

主营业务	节目投资				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	上海灿星文化传媒股份有限公司				51.00%
	腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司				49.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		8,628.65	8,419.65		427.82
	2020.6.30	8,510.93	8,451.95	2020 年 1-6 月	32.31

注 1：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

注 2：财务数据系灿腾文化合并其下属子公司的合并口径财务数据。

7、灿星国际

公司名称	灿星国际传媒有限公司				
成立时间	2017 年 12 月 1 日				
股份数目	1,000,000 普通股				
股本总额	1,000,000.00 港元				
唯一董事	田明				
地址	1703 WING ON CTR 111 CONNAUGHT RD CENTRAL SHEUNG WAN HONG KONG				
主营业务	节目海外授权及运营				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	上海灿星文化传媒股份有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		6,261.45	5,215.47		103.81
	2020.6.30	6,434.43	5,697.08	2020 年 1-6 月	45.03

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

8、上海北熠文化

公司名称	上海北熠文化传媒有限公司

成立时间	2020 年 6 月 12 日				
注册资本	200.00 万元				
法定代表人	吴孟				
住所	上海市松江区富永路 425 弄 212 号 2 楼 3780 室				
经营范围	许可项目：广播电视节目制作经营；电视剧制作；演出经纪；网络文化经营；第二类增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：影视文化艺术交流活动策划，会展服务，商务信息咨询，市场营销策划，企业形象策划，公关活动策划，企业管理咨询，文化艺术辅导，广告设计、制作、代理，广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位），从事网络科技领域内的技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，电子商务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
主营业务	未开展业务				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	上海灿星文化传媒股份有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2020.6.30	总资产	净资产	2020 年 1-6 月	净利润
		-	-		-

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

9、上海久吾一生

公司名称	上海久吾一生文化传媒有限公司
成立时间	2020 年 6 月 16 日
注册资本	100.00 万元
法定代表人	陆伟
住所	上海市长宁区虹桥路 2535 号 2 楼 A 区
经营范围	许可项目：演出经纪；职业中介活动；各类工程建设活动；电影发行；广播电视节目制作经营；施工专业作业；电视剧制作。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：电影摄制服务；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动；广告设计、代理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场营销策划；企业形象策划；项目策划与公关服务；企业管理；服装鞋帽、摄影器材、工艺品（象牙及其制品除外）、办公用品销售；机械设备、摄影器材租赁；翻译服务；图文设计制作；市场调查（除社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）；摄影扩印服务；体育竞赛组织；礼仪服务；版权代

	理；影视策划。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
主营业务	未开展业务				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	上海灿星文化传媒股份有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2020.6.30	总资产	净资产	2020 年 1-6 月	净利润
		-	-		-

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

（二）二级子公司

1、梦响当然

（1）梦响当然

公司名称	梦响当然音乐文化传播（上海）有限公司	
成立时间	2014 年 11 月 25 日	
注册资本	1,300.00 万元	
法定代表人	张勇	
住所	上海市闵行区联航路 1188 号 1 幢东楼 3 层 3B 单元	
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告，文化艺术交流策划（除经纪），经营演出及经纪业务，企业营销策划，展示展览服务，公共关系服务，翻译服务，电脑图文设计、制作，企业形象设计，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），电子商务（不得从事增值电信、金融业务），计算机软件、电子信息、自动化设备、数字出版专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，电子产品、通讯设备、家具、家居用品、日用百货、箱包、工艺品、文具、服装的销售，知识产权代理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	
主营业务	音乐制作及授权、衍生品开发及运营、演出活动、艺人经纪	
股权结构	**股东名称**	**持股比例**
	梦响强音文化传播（上海）有限公司	51.00%
	张勇	24.50%
	熊远腾	17.15%
	谢洪波	4.90%

	仇青斌				2.45%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		2,516.32	1,338.44		85.77
	2020.6.30	4,102.28	1,420.86	2020 年 1-6 月	82.42

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

（2）梦响当然北京分公司

公司名称	梦响当然音乐文化传播（上海）有限公司北京分公司
成立时间	2015 年 5 月 15 日
负责人	张勇
住所	北京市通州区云景东路 256 号 5 层 A515
经营范围	演出经纪；组织文化艺术交流活动（不含棋牌）；设计、制作、代理、发布广告；企业形象策划；经济贸易咨询；企业营销策划；承办展览展示；公共关系服务；翻译服务；电脑图文设计；技术咨询；技术服务（不含农业技术推广）；技术转让；销售电子产品、通讯设备、计算机软件及辅助设备、箱包、工艺品（不含文物）、服装；销售（不含零售）家具。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；演出经纪以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务	音乐制作及授权、衍生品开发及运营、演出活动、艺人经纪

2、梦响启岸

公司名称	梦响启岸文化发展（上海）有限公司
成立时间	2016 年 4 月 27 日
注册资本	58,000.00 万元
法定代表人	田明
住所	上海市徐汇区龙腾大道 2879 号 3 楼 3310 室
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告，文化艺术交流策划（除经纪），房地产开发、经营，商务信息咨询，广播电视节目制作，演出经纪，企业营销策划，展览展示服务，公共关系服务，翻译服务，电脑图文设计、制作，企业形象设计，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），电子商务（不得从事增值电信、金融业务），数字作品的制作、集成，数字作品的数据库管理，停车收费。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

主营业务	自用物业（在建）项目公司				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	梦响强音文化传播（上海）有限公司				70.00%
	上海光启文化产业投资发展有限公司				30.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		92,929.83	57,643.54		-267.30
	2020.6.30	98,194.31	57,616.79	2020 年 1-6 月	-26.75

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

3、宁波梦响强音

公司名称	宁波梦响强音文化传播有限公司
成立时间	2017 年 6 月 6 日
注册资本	300.00 万元
法定代表人	王磊
住所	浙江省宁波市大榭开发区信开路 111 号 1 幢 701-7 室
经营范围	文化活动的组织和策划；企业营销策划；展览展示服务；设计、制作、代理、发布各类广告；公共关系服务；翻译服务；电脑图文设计、制作；企业形象设计；市场信息咨询与调查；电子商务服务；计算机软件、电子信息、自动化设备、数字出版专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；电子产品、通讯设备、家具、家居用品、日用百货、箱包、工艺品、文具、服装的批发、零售；代理代办电信业务（增值业务除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	未开展业务

股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	梦响强音文化传播（上海）有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		16.32	-3.68		-1.68
	2020.6.30	16.20	-3.80	2020 年 1-6 月	-0.12

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

4、星空时尚

公司名称	星空时尚文化传播（上海）有限公司				
成立时间	2016 年 9 月 6 日				
注册资本	300.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市徐汇区龙腾大道 2879 号 3 楼 3428 室				
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告、演出经纪、企业管理咨询，文化艺术交流策划，赛事活动策划，商务信息咨询，会展会务服务，公共关系服务，翻译服务，企业形象策划，企业营销策划，舞台美术策划，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），电脑图文设计、制作，教育软件科技专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，电子产品、通讯设备、家具、家居用品、箱包、工艺礼品、服装服饰的销售，演出经纪。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	演出活动、艺人经纪				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	梦响强音文化传播（上海）有限公司				70.00%
	李盈斓				30.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		18.19	-139.23		-98.31
	2020.6.30	16.12	-141.30	2020 年 1-6 月	-2.07

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

5、晟星传媒

公司名称	晟星传媒（澳门）一人有限公司
成立时间	2018 年 5 月 23 日
资本	25,000.00 澳门币
行政管理成员	田明
地址	澳门南湾大马路 762-804 号中华广场 14 楼 G 座
所营事业	演出活动和会议展览筹备及制作；文化艺术交流策划；品牌管理咨询及授权；传媒影视和广告制作及代理；提供公关礼仪服务；艺人经纪服务；

	音响、摄影拍摄器材进出口贸易				
主营业务	演出活动和会议展览筹备及制作、文化艺术交流策划业务				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	灿星国际传媒有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		795.05	595.71		525.26
	2020.6.30	614.77	550.26	2020 年 1-6 月	-45.45

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

6、宁波灿腾

公司名称	宁波灿腾文化传媒有限公司				
成立时间	2019 年 2 月 14 日				
注册资本	5,000.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	浙江省宁波市江北区慈城镇慈湖人家 339 号 1015 室				
经营范围	文艺创作服务；文化艺术交流活动组织策划；广播电视节目制作；经营演出经纪业务；电影发行；出版物零售；电子出版物复制；企业形象策划；市场营销策划；展示展览服务；广告设计、制作、代理及发布；翻译服务；图文设计、制作；商务信息咨询；市场调查服务；从事计算机软硬件、电子商务技术、网络技术、信息技术、自动化设备、数字出版科技专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务及技术成果转让；数据处理与存储服务；数据库管理；计算机信息系统集成服务；电子产品，通信设备、家具、家居用品，日用品、箱包、工艺品、文具用品、服装的批发、零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主营业务	节目投资				
股权结构	股东名称				持股比例
	上海灿腾文化传媒有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		5,641.71	5,433.27		433.27
	2020.6.30	5,512.75	5,454.60	2020 年 1-6 月	21.34

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

7、上海声众

公司名称	上海声众网络科技有限公司				
成立时间	2020 年 1 月 19 日				
注册资本	100.00 万元				
法定代表人	陆强				
住所	上海市松江区富永路 425 弄 212 号 2 楼 3674 室				
经营范围	从事网络信息、计算机科技专业领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，设计、制作、代理、发布广告，电子商务，电信业务，经营性互联网文化信息服务，电脑图文制作，文化艺术交流活动策划，企业形象策划，企业管理咨询，商务咨询，销售计算机、软件及辅助设备、电子产品、乐器。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	在线音乐培训				
股权结构	股东名称				持股比例
	梦响强音文化传播（上海）有限公司				51.00%
	陆强				29.00%
	上海声众信息科技合伙企业（有限合伙）				20.00%
主要财务数据（万元）	2020.6.30	总资产	净资产	2020 年 1-6 月	净利润
		16.73	-14.41		-129.41

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

8、上海梦响节拍

公司名称	上海梦响节拍艺术发展有限公司
成立时间	2020 年 4 月 30 日
注册资本	200.00 万元
法定代表人	吴孟
住所	上海市杨浦区内江路 191 号 111 幢 112-113 室
经营范围	许可项目：网络文化经营；第二类增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：文化艺术辅导，广告设计、代理，广告制作，广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位），技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，互联网销售（除销售需要许可的

	商品）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
主营业务	音乐素质培训				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	梦响强音文化传播（上海）有限公司				100.00%
主要财务数据（万元）	2020.6.30	总资产	净资产	2020 年 1-6 月	净利润
		6.53	-0.54		-0.54

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

（三）参股公司

截至本招股说明书签署日，公司的参股公司共计 5 家，具体情况如下：

单位：万元

序号	参股公司名称	注册资本/出资总额	持股比例/出资比例	初始出资时间	控股方/第一大股东	主营业务
1	广东南瓜视业文化传播有限公司	2,000.00	30.00%	2016 年 9 月	广东南方周末经营有限公司（41%）	真人秀和纪录片制作
2	西安曲江灿星文化产业投资管理有限公司	1,000.00	49.00%	2018 年 10 月	西安曲江文化产业风险投资有限公司（49%）、西安星空华文（49%）	文化产业项目投资管理
3	上海鸿赢文化艺术发展有限公司	300.00	45.00%	2019 年 5 月	方俊（49%）	文化艺术培训活动策划
4	杭州灿辉文化传媒有限公司	100.00	30.00%	2019 年 8 月	杭州万紫千红文化传媒有限公司（70%）	未开展业务
5	上海声众信息科技合伙企业（有限合伙）	20.00	50.00%	2019 年 12 月	陆强（50%）、梦响强音（50%）	持股平台主体

1、广东南瓜视业

公司名称	广东南瓜视业文化传播有限公司
成立时间	2016 年 9 月 9 日

注册资本	2,000.00 万元				
法定代表人	姚伟新				
住所	广州市越秀区广州大道中 289 号印报楼 4 楼 401A 房				
经营范围	电影和影视节目制作；电影和影视节目发行；演出经纪代理服务；文化艺术咨询服务；舞台表演艺术指导服务；群众参与的文艺类演出、比赛等公益性文化活动的策划；其他文化娱乐用品批发；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）；文化娱乐经纪人；具有文化价值遗址保护的技术研究、技术咨询；广告业；集成电路布图设计代理服务；计算机信息安全产品设计；通信系统设备产品设计；会议及展览服务；计算机网络系统工程服务；计算机技术开发、技术服务；多媒体设计服务；通信设备零售；通讯设备及配套设备批发；通讯终端设备批发；机电设备安装服务；通信技术研究开发、技术服务；文艺创作服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。				
主营业务	真人秀和纪录片制作				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	广东南方周末经营有限公司				41.00%
	上海灿星文化传媒股份有限公司				30.00%
	广州小强填字传媒有限责任公司				29.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		1,434.53	1,388.50		-572.20
	2020.6.30	1,173.41	1,169.51	2020 年 1-6 月	-219.00

注：2019 年财务数据已经审计，审计机构为广州天衡会计师事务所（普通合伙）；2020 年财务数据未经审计。

2、西安曲江灿星

公司名称	西安曲江灿星文化产业投资管理有限公司
成立时间	2018 年 10 月 26 日
注册资本	1,000.00 万元
法定代表人	樊崇钧
住所	西安曲江新区政通大道 2 号曲江文化创意大厦 18 层
经营范围	文化产业项目投资、股权投资（不得以公开方式募集资金,仅限以自有资产投资）；财务信息咨询；房屋租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准

	后方可开展经营活动）				
主营业务	文化产业项目投资管理				
股权结构	股东名称				持股比例
	西安曲江文化产业风险投资有限公司				49.00%
	西安星空华文				49.00%
	高妍				2.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		-	-		-
	2020.6.30	-	-	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

3、上海鸿赢文化

公司名称	上海鸿赢文化艺术发展有限公司				
成立时间	2019 年 5 月 6 日				
注册资本	300.00 万元				
法定代表人	方俊				
住所	上海市长宁区仙霞路 322 号 503B 室				
经营范围	一般项目：文化艺术交流活动策划；教育科技领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，会展服务，企业管理咨询，企业形象设计；销售文化用品、电子计算机，服装服饰、鞋帽零售，营业性演出（限分支机构经营），餐饮服务（限分支机构经营）；文化艺术辅导；餐饮管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：基础电信业务；出版物零售；食品经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）				
主营业务	文化艺术培训活动策划				
股权结构	股东名称				持股比例
	方俊				49.00%
	上海灿星文化传媒股份有限公司				45.00%
	曹斌				6.00%
主要财务数	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润

据（万元）		676.12	337.28		237.28
	2020.6.30	521.02	272.60	2020 年 1-6 月	-119.18

注：财务数据未经审计。

4、杭州灿辉

公司名称	杭州灿辉文化传媒有限公司				
成立时间	2019 年 8 月 28 日				
注册资本	100.00 万元				
法定代表人	胡之光				
住所	浙江省杭州经济技术开发区白杨街道 2 号大街 501 号 1-1007				
经营范围	服务：文化艺术交流活动策划（除演出及演出中介）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主营业务	未开展业务				
股权结构	股东名称				持股比例
	杭州万紫千红文化传媒有限公司				70.00%
	上海灿星文化传媒股份有限公司				30.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		33.17	33.17		-15.83
	2020.6.30	28.75	28.77	2020 年 1-6 月	-55.40

注：财务数据未经审计。

5、上海声众合伙

企业名称	上海声众信息科技合伙企业（有限合伙）
成立时间	2019 年 12 月 9 日
出资总额	20.00 万元
执行事务合伙人	陆强
住所	上海市松江区富永路 425 弄 212 号 1 楼

经营范围	文化艺术交流策划，企业管理咨询，设计、制作、代理、发布各类广告，创意服务，会务服务，展览展示服务，礼仪服务，舞台设计、布置，公关活动组织策划，企业营销策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	持股平台主体				
出资结构	合伙人名称			合伙人类型	出资比例
	陆强			普通合伙人	50.00%
	梦响强音文化传播（上海）有限公司			有限合伙人	50.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		-	-		-
	2020.6.30	20.09	19.99	2020 年 1-6 月	-0.01

注：财务数据未经审计。

（四）控股子公司、参股公司其他股东基本情况

发行人控股子公司、参股公司其他股东相关情况如下：

1、上海灿星影视

发行人持有上海灿星影视 60%的股权，郜雪屹持有上海灿星影视 18%的股权，张军持有上海灿星影视 15%的股权，景赫持有上海灿星影视 5%的股权，石敏持有上海灿星影视 2%的股权。其他股东的基本情况如下：

序号	姓名	出生年月	国籍	工作履历
1	郜雪屹	1981 年 2 月	中国	2010 年 3 月至 2016 年 6 月，于上海克顿文化传媒有限公司任剧本中心主任； 2016 年 3 月至 2018 年 1 月，于上海好故事影视有限公司任总经理； 2018 年 2 月至 2018 年 3 月，于上海星景影视传媒有限公司任高级顾问； 2018 年 3 月至 2018 年 7 月，于上海星舰影业文化传媒有限公司任总经理； 2018 年 8 月至今于上海灿星影视任总经理
2	张军	1967 年 11 月	中国	2005 年 3 月至 2010 年 3 月于上海兴浦公司任副总经理； 2010 年 3 月至 2019 年 1 月于上海星景影视传

				媒有限公司任董事长； 2018 年 1 月至今于上海星舰影业文化传媒有限公司任董事长； 2018 年 8 月至今于上海灿星影视任董事长
3	景赫	1983 年 1 月	中国	2010 年 12 月至 2017 年 2 月，于上海辛迪加影视有限公司任发行总监； 2017 年 3 月至 2018 年 1 月，于上海好故事影视有限公司任副总经理； 2018 年 2 月至 2018 年 3 月，于上海星景影视传媒有限公司任副总经理； 2018 年 4 月至 2018 年 8 月，于上海星舰影业文化传媒有限公司任任副总经理； 2018 年 9 月至今于上海灿星影视任副总经理
4	石敏	1972 年 11 月	中国	2018 年 1 月至 2019 年 12 月，于上海星舰影业文化传媒有限公司任董事 2018 年 8 月至今于上海灿星影视任董事

上海星景影视传媒有限公司相关情况如下：

公司名称	上海星景影视传媒有限公司	
成立时间	2010 年 3 月 3 日	
注册资本	300.00 万元	
法定代表人	夏自力	
住所	上海市松江区玉树路 269 号 5 号楼 2349 室	
经营范围	电视节目制作、发行，影视投资，影视文化艺术活动交流策划，企业形象策划，动漫设计，设计、制作各类广告，利用自有媒体发布广告，网络信息技术领域内的技术开发、技术服务、技术咨询，会展服务，商务信息咨询，投资管理咨询，企业管理咨询服务，礼仪服务，图文设计制作（除网页）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	
股权结构	股东名称	持股比例
	黄成珏	50.00%
	夏自力	50.00%

上海星舰影业文化传媒有限公司相关情况如下：

公司名称	上海星舰影业文化传媒有限公司

成立时间	2010 年 3 月 3 日	
注销时间	2019 年 12 月 13 日	
注册资本	1,000.00 万元	
法定代表人	张军	
住所	上海市松江区鼎源路 618 弄 1 号 29 幢 609 室	
经营范围	电影制片，电影发行，广播电视节目制作，文化艺术交流活动策划，企业形象策划，企业管理咨询，商务信息咨询，动漫设计，设计、制作、发布各类广告，会展服务，礼仪服务，图文设计制作，影视科技、信息科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	
股权结构	股东名称	持股比例
	张军	75.00%
	郜志平	23.00%
	石敏	2.00%

郜雪屹、张军、景赫、石敏均系影视制作领域的专业人才，通过在上海星舰影业和/或上海星景影视中的运作和任职，积累了丰富的行业经验，培养了良好的影视制作团队和资源。发行人拥有众多综艺娱乐内容产业，为开拓影视剧制作市场，决定与郜雪屹、张军、景赫、石敏合作成立上海灿星影视，具有合理性。

根据发行人的书面说明及查阅发行人银行流水、主要业务合同，上海星舰影业、上海星景影视与发行人不存在其他关系，不存在任何业务、资金往来。

根据郜雪屹、张军、景赫、石敏及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表，郜雪屹、张军、景赫、石敏与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

2、上海灿腾

发行人持有上海灿腾 51%的股权，腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司持有上海灿腾 49%的股权。腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司基本情况如下：

统一社会信用代码	91440300MA5DG8NC14

企业名称	腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司		
类型	有限责任公司（法人独资）		
法定代表人	胡敏		
注册资本	人民币 500 万元		
营业期限	2016 年 7 月 12 日 至 无固定期限		
住所	深圳市前海深港合作区临海大道 59 号海运中心主塔楼 21 楼 2119P		
主营业务	在线音乐及娱乐相关业务		
经营范围	网络技术开发；计算机系统集成；计算机软硬件、通信设备的技术开发、技术咨询、技术服务及销售；从事广告业务（法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的，需取得许可后方可经营）；商品进出口；电子商务；票务代理。销售、零售、批发文化，音乐娱乐，电子产品及周边产品；影视节目制作；录音制作；数字音乐服务；自助音乐歌唱服务；音乐演出活动；文化娱乐经纪。		
登记机关	深圳市市场监督管理局		
经营状态	存续		
股权结构	股东姓名/名称	出资额（人民币）	出资比例
	广州酷狗计算机科技有限公司	500 万元	100%

根据腾讯音乐娱乐集团于 2018 年 12 月 10 日在纽约证券交易所发行上市所披露的招股说明书，腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司系腾讯音乐娱乐集团协议控制的主体。

根据腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司填写的调查表，发行人与其共同对外投资设立上海灿腾的背景和原因系双方通过成立合资公司制作综艺节目，并从中共同推广、开发经纪业务、音乐版权业务等。

根据腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表并经登录国家企业信用信息公示系统核查，腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

3、成都灿星教育（已注销）

成都灿星教育自 2018 年底设立以来并未实际开展业务经营，其原拟计划从事音乐培训业务，因合作方计划调整，双方协议一致决定不再继续进行合作。2020 年 3 月 10 日，成都市郫都区行政审批局向成都灿星教育核发《准予注销登记通知书》，成都灿星教育完成注销程序。

综上所述，成都灿星教育存续期间未开展业务经营，不涉及民办教育。

4、梦响启岸

发行人持有梦响启岸 70%的股权，上海光启文化产业投资发展有限公司持有梦响启岸 30%的股权。上海光启文化产业投资发展有限公司基本情况如下：

统一社会信用代码	91310104676208397H		
企业名称	上海光启文化产业投资发展有限公司		
类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）		
法定代表人	干瑾		
注册资本	人民币 30,000 万元		
营业期限	2008 年 5 月 28 日 至 2038 年 5 月 27 日		
住所	上海市徐汇区龙腾大道 2879 号 3 楼 3725 室		
主营业务	文化产业投资、开发、经营与管理，文化设施建设，投资咨询，会展会务服务，文化艺术交流策划，各类广告设计、制作，从事货物与技术的进出口业务。		
经营范围	文化产业投资、开发、经营与管理，文化设施建设，投资咨询，会展会务服务，文化艺术交流策划，各类广告设计、制作，货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外），工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外），出版物经营，电影放映。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
登记机关	徐汇区市场监督管理局		
经营状态	存续		
股权结构	股东姓名/名称	认缴出资额（人民币）	出资比例
	上海西岸开发（集团）有限公司	30,000 万元	100%

上海光启文化产业投资发展有限公司的实际控制人为上海市徐汇区国有资产监督管理委员会。

根据上海光启文化产业投资发展有限公司填写的调查表，发行人与其共同对外投资设立梦响启岸的背景和原因系上海光启文化产业投资发展有限公司主要负责徐汇滨江地区范围内的文化载体建设运营、文化产业投资发展和文化活动策划执行，发行人拥有众多综艺娱乐内容产业，双方共同合作开发文化地产项目。

梦响启岸的主营业务为自用物业（在建）项目公司。发行人拟通过与上海光启文化产业投资发展有限公司在文化载体建设运营方面资源的结合，开发自用的文化地产，项目名称为“影音传媒综合商办新建项目（暂定）”。梦响启岸的自用物业已进入开工建设阶段。

梦响启岸于 2019 年 1 月取得文号为徐汇区市（县）[2019]徐府土书字第 004 号的建设用地批准书；2019 年 4 月取得文号为沪规建徐（2019）FA31000420196012 的建设工程规划许可证；2019 年 4 月取得编号为 1702XH0185D02 的建筑工程施工许可证；2019 年 4 月取得产证编号为沪（2019）徐字不动产权第 006539 号、沪（2019）徐字不动产权第 006540 号的不动产权证书。梦响启岸证照齐全，符合国家有关土地管理的规定。

根据上海市徐汇区规划和土地管理局与梦响启岸签署的《上海市国有建设用地使用权出让合同》、上海市自然资源确权登记局颁发的《不动产权证书》，梦响启岸需自持 100%商业物业、70%办公物业。根据梦响启岸已申报上海市规划和自然资源局的影音传媒综合商办新建项目（暂定）设计方案，该项目具体设施包括：演播厅、录音棚、全息投影室、虚拟现实体验室等，均系与发行人主营业务密切相关的自用设施。根据梦响启岸与银行签署的《固定资产贷款合同》，贷款仅限用于“影音传媒综合商办新建项目”的建设，梦响启岸将“影音传媒综合商办新建项目”作为未来自用的固定资产进行管理。

综上所述，梦响启岸的“影音传媒综合商办新建项目”为自用物业项目，发行人不存在变相投资房地产开发业务的情形。

根据上海光启文化产业投资发展有限公司及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表并经登录国家企业信用信息公示系统核

查，上海光启文化产业投资发展有限公司与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

5、星空时尚

梦响强音持有星空时尚 70%的股权，李盈斓持有星空时尚 30%的股权。李盈斓的基本情况如下：

序号	姓名	出生年月	国籍	工作履历
1	李盈斓	1990 年 9 月	中国	2012 年 7 月至 2015 年 5 月，上海伊丽模特经纪有限公司任资深模特经理； 2015 年 12 月至今，上海欧柜贸易有限公司任总经理。

发行人与上海欧柜贸易有限公司不存在业务、资金往来。

根据李盈斓填写的调查表，发行人与其共同对外投资设立星空时尚的背景和原因系基于李盈斓享有优质的时尚资源以及多年模特大赛运营经验，梦响强音拥有良好的演艺经纪业务经验，双方就模特大赛等演出活动以及艺人经纪进行合作设立合资公司。

根据李盈斓及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表，李盈斓与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

6、梦响当然

梦响强音持有梦响当然 51%的股权，张勇持有梦响当然 24.5%的股权，熊远腾持有梦响当然 17.15%的股权，谢洪波持有梦响当然 4.9%的股权，仇青斌持有梦响当然 2.45%的股权。根据张勇填写的调查表及对张勇的访谈，张勇、熊远腾、谢洪波、仇青斌的基本情况如下：

序号	姓名	出生年月	国籍	工作履历
1	张勇	1975 年 9 月	中国	2004 年 6 月至 2014 年 10 月，于北京当然娱乐有限公司任总经理；

				2014 年 11 月至今，于梦响当然任总经理
2	熊远腾	1974 年 5 月	中国	2006 年至 2014 年，于北京当然娱乐有限公司任高级管理人员；2014 年至 2016 年，于梦响当然任总裁
3	谢洪波	1979 年 12 月	中国	2006 年至 2014 年，于北京当然娱乐有限公司任副经理；2014 年至 2016 年，于梦响当然任副总裁
4	仇青斌	1970 年 6 月	中国	2004 年 10 月至 2016 年 12 月，于陕西颐隆实业开发有限公司任董事长； 2016 年 12 月至今，于上海激情岁月影业有限公司任董事长

熊远腾、谢洪波于 2016 年从梦响当然离职，主要是基于其个人职业规划考量。离职后，熊远腾、谢洪波仅作为财务投资人持有梦响当然股权。

根据张勇、仇青斌填写的调查表，发行人与其共同对外投资设立梦响当然的背景和原因系梦响强音拥有良好的艺人开发、演艺经纪业务以及平台资源，张勇、熊远腾、谢洪波、仇青斌拥有专业的独立音乐人资源，基于前述合作基础双方共同开展音乐制作及授权、衍生品开发及运营、演出活动、艺人经纪等业务。

根据张勇、仇青斌及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表，张勇、熊远腾、谢洪波、仇青斌与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

7、上海星咖网络（已注销）

根据国家企业信用信息公示系统的信息，2020 年 5 月 29 日，上海星咖网络完成注销程序。

上海星咖网络系梦响强音的参股公司，其注销事宜主要由上海思霍网络科技有限公司委派的徐旻、沈永康、程萌等人负责。

梦响强音持有上海星咖网络 50%的股权，上海思霍网络科技有限公司持有上海星咖网络 50%的股权。上海思霍网络科技有限公司基本情况如下：

统一社会信用代码	913101143232140891

企业名称	上海思霍网络科技有限公司		
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
法定代表人	徐旻		
注册资本	人民币 1,300 万元		
营业期限	2014 年 11 月 26 日 至 2044 年 11 月 25 日		
住所	上海市嘉定区陈翔路 88 号 6 幢 2 楼 B 区 2182 室		
主营业务/经营范围	从事网络技术、计算机技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售，从事货物进出口及技术进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
登记机关	嘉定区市场监管局		
经营状态	存续		
股权结构	股东姓名/名称	出资额（人民币）	出资比例
	徐旻	887.9 万元	68.30%
	王永亮	217.1 万元	16.70%
	陈敏	130 万元	10.00%
	孙政华	65 万元	5.00%

上海思霍网络科技有限公司的控股股东为徐旻。

上海思霍网络科技有限公司股东均系互联网行业从业人士，其简历如下：

姓名	工作履历
徐旻	2016 年 8 月至 2017 年 7 月，于上海逗视网络科技有限公司任财务；2017 年 8 月至 2018 年 9 月，于上海响里网络科技有限公司任财务；2018 年 10 月至 2018 年 12 月，于西安二三数字科技有限公司上海分公司任高级财务；2019 年 1 月至 2019 年 10 月，于上海恺英网络科技有限公司任高级财务；2019 年 11 月至今，于上海无由网络科技有限公司任财务
王永亮	2014 年至 2017 年，于上海黑桃互动网络有限公司任总裁办主任；2017 年至 2018 年，于上海雪石投资资产有限公司任证券分析师；2018 年至今，于成都新潮传媒集团有限公司任销售总监
陈敏	2017 年 9 月至 2018 年 7 月，于宁波恺英互联网小额贷款有限公司任 CTO；2018 年 8 月至 2018 年 12 月，于西安二三数字科技有限公

	司上海分公司任 VP；2019 年 1 月至 2019 年 10 月，于上海恺英网络科技有限公司任职；2019 年 11 月至今，于上海酱酱网络科技有限公司任 CEO
孙政华	2015 年 1 月至 2016 年 3 月，于上海思霍网络科技有限公司任技术 VP；2016 年 5 月至 2017 年 6 月，于机器人在线任开发总监；2017 年 7 月至 2018 年 9 月，于上海漫途文化传媒有限公司任技术总监；2018 年 10 月至今，于上海连颂网络科技有限公司任高级研究员

发行人与上海思霍网络科技有限公司共同对外投资设立上海星咖网络的背景和原因系上海思霍网络科技有限公司主要业务为互联网技术开发，梦响强音作为发行人子公司享有“中国好声音”等众多节目相关资源，为共同建立和发展运营新型网络直播平台合资成立上海星咖网络。但后续基于行业发展变化及股东业务决策最终决定不再继续经营上海星咖网络。

根据发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表并经登录国家企业信用信息公示系统核查，上海思霍网络科技有限公司与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

8、西安曲江灿星文化

西安星空华文持有西安曲江灿星文化 49%的股权，西安曲江文化产业风险投资有限公司持有西安曲江灿星文化 49%的股权，高妍持有西安曲江灿星文化 2%的股权。西安曲江文化产业风险投资有限公司及高妍基本情况如下：

统一社会信用代码	91610133698600285R
企业名称	西安曲江文化产业风险投资有限公司
类型	有限责任公司（法人独资）
法定代表人	樊崇钧
注册资本	人民币 100,000 万元
营业期限	2009 年 12 月 1 日 至 无固定期限
住所	西安曲江新区雁塔南路政通大道 2 号曲江文化创意大厦 10 层
主营业务	文化产业投资
经营范围	一般经营项目：对文化企业的投资、投融资咨询服务、文化企业的投资

	管理咨询服务、资产重组及并购的投资咨询服务（不得以公开方式募集资金，仅限以自有资产投资）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
登记机关	西安市工商行政管理局曲江分局		
经营状态	存续		
股权结构	股东姓名/名称	出资额（人民币）	出资比例
	西安曲江文化产业投资（集团）有限公司	100,000 万元	100%

西安曲江文化产业风险投资有限公司的实际控制人为西安曲江新区管理委员会。

序号	姓名	出生年月	国籍	工作履历
1	高妍	1982 年 12 月	中国	2007 年 9 月至 2015 年 6 月，于西部证券股份有限公司公司任金融机构从业人员

根据高妍、西安曲江文化产业风险投资有限公司填写的调查表，发行人与其共同对外投资设立西安曲江灿星文化的背景和原因系西安曲江文化产业风险投资有限公司是专业从事基金管理的专业公司，具有丰富投资管理经验，高妍是多年金融从业人员，发行人具有丰富的文化产业经验。双方共同合资成立西安曲江灿星，目的是以该公司作为普通合伙人，吸引其他投资方共同发起设立投资平台，该投资平台投资和运作文化产业的投资项目。

西安曲江灿星自设立以来未开展过业务运营，西安曲江灿星亦未进行过出资。由于合作方规划改变，各方经协商一致决定注销西安曲江灿星，目前正在准备开始注销程序。

根据高妍、西安曲江文化产业风险投资有限公司及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表并经登录国家企业信用信息公示系统核查，高妍、西安曲江文化产业风险投资有限公司与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

9、北京星云乐众（已注销）

发行人与北京云泓道元信息技术有限公司共同对外投资设立北京星云乐众的

背景和原因系发行人拥有电视节目及大型活动品牌资源，双方通过整合各自优势的媒体、品牌及移动互联技术资源，建设中国移动无线音乐基地品牌并进行业务推广。

北京星云乐众 2012 年设立之初拟建设中国移动无线音乐基地品牌并进行业务推广，由于后续业务开展不及预期，报告期前即已不再开展业务。截至 2015 年 12 月 31 日，北京星云乐众的长期股权投资已减记至零。

北京星云乐众已完成注销程序。2019 年 11 月 26 日，国家税务总局北京市东城区税务局第一税务所向北京星云乐众出具《税务事项通知书》（京东一税通〔2019〕6030954 号）：你（单位）2019 年 11 月 26 日申请的注销税务登记事项，符合注销税务登记的条件，予以注销，可凭此通知到其他部门办理相关手续。2020 年 3 月 31 日，北京市东城区市场监督管理局出具《注销核准通知书》，准予北京星云乐众注销。

北京云泓道元信息技术有限公司持有北京星云乐众 50%的股权，发行人持有北京星云乐众 50%的股权。北京云泓道元信息技术有限公司基本情况如下：

统一社会信用代码	911101055695225591
企业名称	北京云泓道元信息技术有限公司
类型	其他有限责任公司
法定代表人	温予
注册资本	人民币 5,882.35 万元
营业期限	2011 年 2 月 10 日 至 2041 年 2 月 9 日
住所	北京市朝阳区定福庄西街南口（北花园农工商公司）3 层 347 室
主营业务/经营范围	技术推广服务；软件设计；组织文化艺术交流活动（不含演出）；企业策划；数据处理；公共软件服务（不含医用软件）；计算机系统服务；销售计算机、软件及辅助设备、通讯设备；计算机及通讯设备租赁；设计、制作、代理、发布广告；会议及展览服务；经济贸易咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
登记机关	北京市工商行政管理局朝阳分局
经营状态	存续

	股东姓名/名称	出资额（人民币）	出资比例
股权结构	道泓创新（天津）有限责任公司	3,500 万元	59.50%
	深圳市道泓创业投资管理有限公司	1,500 万元	25.50%
	同方投资有限公司	882.35 万元	15.00%

北京云泓道元信息技术有限公司的控股股东为道泓创新（天津）有限责任公司。

根据国家企业信用信息公示系统的信息，北京云泓道元信息技术有限公司穿透后股东情况如下：

第一层	第二层	第三层	第四层	第五层	第六层	第七层
北京云泓道元信息技术有限公司	道泓创新（天津）有限责任公司	华瑞创新（天津）投资发展有限公司	余明、梁林祥、万忠宇			
		宇祥创新（天津）投资发展有限公司	万忠祥、余明、梁林祥			
	深圳市道泓创业投资管理有限公司	温予、王祁				
	同方投资有限公司	大唐国际发电股份有限公司（SH.601991；HK.00991）				
		同方金融控股（深圳）有限公司	同方股份有限公司（SH.600100）			
		杭州钢铁集团有限公司	浙江省人民政府国有资产监督管理委员会			
			浙江省财务开发公司	浙江省财政厅		
		同方威视技术股份有限公司（非上市、仅披露至发起人）	同方股份有限公司（SH.600100）			
			共青城慧众投资合	共青城慧众四号投	共青城东方慧众投	康克军等 22 个自然

第一层	第二层	第三层	第四层	第五层	第六层	第七层
			伙企业（有限合伙）	资合伙企业（有限合伙）	资有限公司	人
					栗志军等 47 个自然人	
				共青城慧众三号投资合伙企业（有限合伙）	共青城东方慧众投资有限公司	康克军等 22 个自然人
					栗志军等 46 个自然人	
				共青城慧众六号投资合伙企业（有限合伙）	共青城东方慧众投资有限公司	康克军等 22 个自然人
					康克军等 48 个自然人	
				共青城慧众五号投资合伙企业（有限合伙）	共青城东方慧众投资有限公司	康克军等 22 个自然人
					陈志强等 48 个自然人	
				共青城慧众一号投资合伙企业（有限合伙）	共青城东方慧众投资有限公司	康克军等 22 个自然人
					金兆熊等 48 个自然人	

第一层	第二层	第三层	第四层	第五层	第六层	第七层
				共青城慧众二号投资合伙企业（有限合伙）	共青城东方慧众投资有限公司	康克军等 22 个自然人
					康克军等 48 个自然人	
				共青城东方慧众投资有限公司	康克军等 22 个自然人	
			共青城华淳安信投资合伙企业（有限合伙）	吴彤、卞军		
			上海纳米创业投资有限公司	陈金霞、俞国音、刘先震		
			北京密云经济开发区总公司	密云县人民政府		

北京云泓道元信息技术有限公司中不涉及发行人实际控制人、董监高权益。

根据发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表并经登录国家企业信用信息公示系统核查，北京云泓道元信息技术有限公司与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

10、广东南瓜视业

广东南方周末经营有限公司持有广东南瓜视业 41%的股权，发行人持有广东南瓜视业 30%的股权，广州小强填字传媒有限责任公司持有广东南瓜视业 29%的股权。广东南方周末经营有限公司及广州小强填字传媒有限责任公司的基本情况如下：

统一社会信用代码	91440000675221960M
企业名称	广东南方周末经营有限公司
类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
法定代表人	姚伟新
注册资本	人民币 1,000 万元
营业期限	2008 年 6 月 3 日 至 无固定期限
住所	广东省广州市越秀区广州大道中 289 号新闻中心第 23 层
主营业务	报业投资、管理及相关信息咨询；设计、制作、发布、代理国内外各类广告；国内版图书、报纸、期刊批发零售（具体按本公司有效许可证经营）
经营范围	报业投资、管理及相关信息咨询；设计、制作、发布、代理国内外各类广告；国内版图书、报纸、期刊批发零售（具体按本公司有效许可证经营）；预包装食品批发、零售，酒类零售，非酒精饮料及茶叶零售、批发，音像制品及电子出版物零售，图书、报刊零售，工艺美术品批发、零售；销售：日用百货，家用电器，通信设备，电子产品，文化办公用品，针纺织品，服装，宠物用品，家具用品，厨房用具，灯具，电动工具，健身器材，箱包，计算机软、硬件。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
登记机关	广州市市场监督管理局
经营状态	存续

股权结构	股东姓名/名称	出资额（人民币）	出资比例
	广东南方周末报业控股有限公司	1,000 万元	100%

根据国家企业信用信息公示系统公示的相关主体出资结构判断，广东南方周末经营有限公司的实际控制人为广东省人民政府。

统一社会信用代码	91440104MA59AWEJ01		
企业名称	广州小强填字传媒有限责任公司		
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
法定代表人	向阳		
注册资本	人民币 5 万元		
营业期限	2015 年 11 月 25 日 至 无固定期限		
住所	广州市越秀区广州大道中路 289 号采编楼 11 楼 1111 房(仅限办公用途)		
主营业务	录音制作；影视节目制作		
经营范围	营业性文艺表演；演出经纪代理服务；电影和影视节目制作；电影和影视节目发行；录音制作；图书馆；信息网络传播视听节目业务；文艺创作服务；艺（美）术创作服务；艺（美）术装裱、封装服务；体育组织；文化娱乐经纪人；体育经纪人；艺术表演场馆管理服务；档案馆；非物质文化遗产保护的技术研究、技术咨询；文物古迹保护的技术研究、技术咨询；博物馆展品、藏品保护的技术研究、技术咨询；烈士陵园、纪念馆；群众参与的文艺类演出、比赛等公益性文化活动的策划；体育用品及器材批发；健身服务；其他体育用品制造；体育用品及器材零售；无线通信网络系统性能检测服务；通信技术研究开发、技术服务；受企业委托从事通信网络的维修、维护（不涉及线路管道铺设等工程施工）；通信系统工程服务；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
登记机关	广州市越秀区工商行政管理局		
经营状态	存续		
股权结构	股东姓名/名称	出资额（人民币）	出资比例
	向阳	4.6 万元	92.00%
	袁蕾	0.4 万元	8.00%

广州小强填字传媒有限责任公司的控股股东为向阳。

根据广东南方周末经营有限公司、广州小强填字传媒有限责任公司填写的调查表，发行人与其共同对外投资设立广东南瓜视业的背景和原因系发行人在节目制作领域拥有丰富经验，广东南方周末经营有限公司、广州小强填字传媒有限责任公司为开拓节目制作领域，发行人为与广东南瓜视业其他股东优势资源合作，有效拓展发行人的业务类型及规模，因此共同设立南瓜视业。

根据广东南方周末经营有限公司、广州小强填字传媒有限责任公司及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表并经登录国家企业信用信息公示系统核查，广东南方周末经营有限公司、广州小强填字传媒有限责任公司与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

11、上海鸿赢文化

方俊持有上海鸿赢文化 49%的股权，发行人持有上海鸿赢文化 45%的股权，曹斌持有上海鸿赢文化 6%的股权。方俊及曹斌的基本情况如下：

姓名	出生年月	国籍	工作履历
方俊	1968 年 2 月	中国	2005 年 4 月 6 日至今，于上海新星文化舞蹈艺术中心任经理；2008 年 12 月 24 日至今，于上海方俊文艺创作中心任一般代表；2014 年 4 月 9 日至今，于上海鸿尚文化传媒有限公司任执行董事、法定代表人；2015 年 8 月 4 日至今，于上海秀鸿网络科技有限公司任董事长、法定代表人；2019 年 5 月 6 日，于上海鸿赢文化任董事长，总经理、法定代表人。
曹斌	1969 年 6 月	中国	2006 年 6 月至今，于上海乐丰投资管理有限公司公司任董事长

根据方俊、曹斌填写的调查表，发行人与其共同对外投资设立上海鸿赢文化的背景和原因为拟成立合资公司就艺术培训类项目进行合作，进行素质教育领域的扩展。

上海鸿赢文化的主要业务是向专业舞蹈培训机构提供技术指导。

根据《中华人民共和国民办教育促进法》（中华人民共和国主席令第二十四号）“第十二条 举办实施学历教育、学前教育、自学考试助学及其他文化教育的

民办学校，由县级以上人民政府教育行政部门按照国家规定的权限审批；举办实施以职业技能为主的职业资格培训、职业技能培训的民办学校，由县级以上人民政府人力资源社会保障行政部门按照国家规定的权限审批，并抄送同级教育行政部门备案。”

上海鸿赢文化从事的面向舞蹈培训机构的技术指导业务不属于文化教育、职业资格培训或职业技能培训，因此，不涉及受《中华人民共和国民办教育促进法》监管的行为。

根据方俊、曹斌及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表，方俊、曹斌与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

12、杭州灿辉

杭州万紫千红文化传媒有限公司持有杭州灿辉 70%的股权，发行人持有杭州灿辉 30%的股权。杭州万紫千红文化传媒有限公司的基本情况如下：

统一社会信用代码	91330101MA2GNYTK1X
企业名称	杭州万紫千红文化传媒有限公司
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
法定代表人	胡之光
注册资本	人民币 100 万元
营业期限	2019 年 7 月 24 日 至 无固定期限
住所	浙江省杭州市钱塘新区白杨街道 2 号大街 501 号 1-805
主营业务	短视频和直播
经营范围	一般项目：组织文化艺术交流活动；市场营销策划；文化娱乐经纪人服务；玩具、动漫及游艺用品销售；会议及展览服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；玩具销售；软件开发；文艺创作；服装服饰零售；化妆品零售；体育用品及器材零售；鞋帽零售；文具用品零售；宠物食品及用品零售；日用百货销售；服装服饰批发；鞋帽批发；化妆品批发；厨具卫具及日用杂品批发；日用品批发；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；人工智能硬件销

	售(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。		
登记机关	杭州市市场监督管理局钱塘新区分局		
经营状态	存续		
股权结构	股东姓名/名称	出资额（人民币）	出资比例
	胡之光	70 万元	70.00%
	倪正东	30 万元	30.00%

杭州万紫千红文化传媒有限公司的控股股东为胡之光。

根据杭州万紫千红文化传媒有限公司填写的调查表，发行人与其共同对外投资设立杭州灿辉的背景和原因为杭州万紫千红文化传媒有限公司有短视频和直播团队，发行人有好的 IP，互补长期合作。

根据杭州万紫千红文化传媒有限公司及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表，杭州万紫千红文化传媒有限公司与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

13、上海名音合伙（已注销）

陆强持有上海名音合伙 50%的出资份额，发行人持有上海名音合伙 50%的出资份额。陆强的基本情况如下：

姓名	出生年月	国籍	工作履历
陆强	1985 年 4 月 1 日	中国	2011 年 7 月至 2014 年 2 月 陆强担任国家会计学院远程教育项目经理； 2014 年 2 月至 2018 年 5 月 陆强担任上海凯洛格信息科技有限公司产品总监

根据陆强填写的调查表，发行人与其共同对外投资设立上海名音合伙的背景和原因为发行人拟与陆强合作开拓音乐方面的互联网教育市场。上海名音合伙系双方共同出资设立的持股平台，设立后考虑到发行人子公司梦响强音具有强大的音乐人才储备及丰富的相关资源，决定由梦响强音直接与陆强合作，因此决定注销上海名音合伙。

2010 年 2 月 25 日，上海名音合伙向上海市松江区市场监督管理局提交简易注销公告，公告期为 2020 年 2 月 25 日至 2020 年 4 月 10 日。2020 年 4 月 17 日，上海市松江区市场监督管理局出具《准予合伙企业登记决定书》，准予上海名音合伙注销登记。

根据陆强及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表，陆强与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

14、上海声众合伙

陆强持有上海声众合伙 50%的出资份额，梦响强音持有上海声众合伙 50%的出资份额。陆强的基本情况如下：

姓名	出生年月	国籍	工作履历
陆强	1985 年 4 月 1 日	中国	2011 年 7 月至 2014 年 2 月，陆强担任国家会计学院远程教育项目经理； 2014 年 2 月至 2018 年 5 月，陆强担任上海凯洛格信息科技有限公司产品总监

根据陆强填写的调查表，梦响强音与其共同对外投资设立上海声众合伙的背景和原因为陆强系互联网教育领域的专业人才，拥有互联网教育业务开发团队和资源；梦响强音具有强大的音乐人才储备及丰富的相关资源，为开拓音乐方面的互联网教育市场，决定与陆强进行合作。上海声众合伙系梦响强音与陆强共同出资设立的持股平台，上海声众合伙将用于与梦响强音共同投资设立互联网音乐教育公司。

根据陆强及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表，陆强与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

15、上海声众

上海声众合伙持有上海声众 20%的出资份额，陆强持有上海声众 29%的出资

份额，梦响强音持有上海声众合伙 51%的出资份额。

根据上海声众合伙及陆强填写的调查表，梦响强音与其共同对外投资设立上海声众的背景和原因为陆强系互联网教育领域的专业人才，拥有互联网教育业务开发团队和资源；梦响强音具有强大的音乐人才储备，为开拓音乐方面的互联网教育市场，决定与陆强进行合作。因此梦响强音与陆强共同出资设立上海声众合伙，与上海声众合伙、陆强共同设立子公司上海声众、用于依托互联网平台从事音乐教育。

根据陆强及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员填写调查表，陆强与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员不存在亲属关系或其他关联关系。

（五）灿星国际的基本情况

1、设立灿星国际的背景、原因

设立灿星国际的背景和原因主要系发行人存在部分节目的播映权和线下海选运营权向海外主体进行授权，为便于业务开展及后续运营，发行人于香港设立子公司灿星国际。

2、灿星国际主营业务开展情况和主要财务数据

根据灿星国际的公司注册证书、灿星国际的业务合同及香港律师出具的法律意见书，灿星国际于 2018 年 2 月开始开展业务，主营业务为节目海外授权及运营，经查阅灿星国际经审计的财务报表，灿星国际的主要财务数据如下：

单位：万元

时间节点	总资产	净资产	年度	净利润
2018.12.31	2,121.56	594.10	2018 年	-37.67
2019.12.31	6,261.45	5,215.47	2019 年	103.81
2020.6.30	6,434.43	5,697.08	2020 年 1-6 月	45.03

3、灿星国际设立所履行的相关外汇、对外投资审批程序

2017 年 11 月 14 日，上海市商务委员会向灿星文化核发编号为境外投资证第 N3100201700620 号的《企业境外投资证书》，具体信息如下：

境外企业（最终目的地）	灿星国际传媒有限公司
国家/地区	中国香港
设立方式	新设
投资主体（股比）	上海灿星文化传媒股份有限公司（100%）
投资总额	人民币 660 万元（折合 100 万美元）
经营范围	提供公关礼仪服务，会议展览和演出活动筹备及制作，艺人经纪服务
核准或备案文号	沪境外投资[2017]N00619 号

2018 年 1 月 24 日，上海市发展和改革委员会向灿星文化核发编号为沪发改外资[2018]6 号的《备案通知书》，同意对灿星文化设立香港子公司（灿星国际）予以备案，具体信息如下：

项目名称	上海灿星文化传媒股份有限公司设立香港子公司
投资主体	上海灿星文化传媒股份有限公司
投资目的国家/地区	中国香港
项目所在地	中国香港
项目内容	上海灿星文化传媒股份有限公司设立香港全资子公司灿星国际传媒有限公司，主要从事自有节目海外销售、自制节目海外推广及相关活动。
投资总额	100 万美元
中方投资额	100 万美元
资金来源	自有资金

另外，发行人就灿星国际取得了《业务登记凭证》，具体信息如下：

经办外汇局代码	310000	经办外汇局名称	国家外汇管理局上海市分局

业务类型	ODI 中方股东对外义务出资		
业务编码	35310000201801262460		
主体代码	786734742		
境外主体代码	FC2018100458	境外主体名称	灿星国际传媒有限公司 CANXING INTERNATIONAL MEDIA LIMITED
经办银行金融机构标识码	310101000101	经办银行名称	中国银行股份有限公司上海市黄浦支行

4、境外子公司的生产经营是否符合所在国家或地区法律法规的规定

根据香港律师出具的法律意见书，灿星国际的业务经营符合香港特别行政区法律法规的规定。

（六）上海灿星影视的基本情况

1、设立上海灿星影视的背景和原因

发行人设立灿星影视的背景和原因主要系郜雪屹、张军、景赫、石敏为影视制作及发行领域的专业人才，目前国内影视制作市场发展良好，发行人认可影视制作业务的发展前景，希望拓宽业务领域，因此，经多方考察，考虑到郜雪屹、张军、景赫、石敏在影视制作及发行领域的经验与资源优势，于 2018 年 8 月共同出资设立子公司上海灿星影视，主要从事影视制作及发行，其主营业务系发行人主营业务的横向延伸与补充。

2、其他股东基本情况

上海灿星影视其他股东基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、公司的控股子公司、参股公司”之“（四）控股子公司、参股公司其他股东基本情况”之“1、上海灿星影视”。

3、发行人出资资金来源

根据发行人向灿星影视出资的出资凭证，发行人出资资金来源于自有资金，截至本招股说明书签署日，发行人已实际出资人民币 600 万元。

（七）报告期内转让、注销子公司的情况

报告期内，发行人不存在转让子公司的情况。报告期内，发行人注销子公司的相关情况如下：

序号	子公司名称	报告期内注销情况	主要从事的业务	注销关联方的具体原因和影响	资产、人员、债务的安置情况	存续期间是否合法合规
1	东阳最佳拍档影视策划有限公司	东阳最佳拍档影视策划有限公司成立于2016年11月29日，曾系梦响当然持有60.00%股权的子公司，于2017年11月16日注销。	未开展业务	自设立以来未实际出资、未进行税务登记、未开展经营性相关的业务，后续不再继续使用，因此注销。对发行人无不利影响。	自设立以来，未开展业务，未拥有资产、员工、债务。	是
2	啁哳文化传播（上海）有限公司	啁哳文化传播（上海）有限公司成立于2017年4月5日，曾系发行人持有100.00%股权的子公司，于2017年8月16日注销。	未开展业务			是
3	杭州灿星子默信息科技有限公司	杭州灿星子默成立于2017年3月24日，曾系发行人持有60.00%股权的子公司，于2019年3月27日注销。	网络信息技术研发	因业务发展不如预期，经所有股东一致同意，解散公司，因此注销。	按照法定程序进行清算，所有人员以符合劳动法规定的形式支付赔偿金并取得人员的同意后遣散，剩余资产于注销时按照规定进行清算分配。	是
4	成都灿星教育咨询有限公司	成都灿星教育成立于2018年11月23日，曾系发行人持有71.00%股权的子公司，于2020年3月10日注销。	未开展业务	自设立以来未开展经营性相关的业务，后续不再继续使用，因此注销。对发行人无不利影响。	自设立以来，未开展业务，未拥有资产、员工、债务。	是

六、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人

（一）控股股东、实际控制人

1、控股股东

公司的控股股东为上海星投，公司控股股东的基本情况如下：

公司名称	上海星投投资有限公司				
成立时间	2010 年 6 月 8 日				
注册资本	877.76 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 545 室				
经营范围	投资，投资咨询（除经纪），投资管理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	持股平台主体				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	上海星烁投资管理有限公司				34.1778%
	上海昼星投资有限公司				23.5757%
	上海辉星投资有限公司				17.6402%
	上海泽星文化传媒合伙企业（有限合伙）				17.0732%
	上海昭星投资有限公司				7.5331%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		2,068.79	1,953.98		13.71
	2020.6.30	2,074.60	1,959.89	2020 年 1-6 月	5.91

注：财务数据已经审计，审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

2、实际控制人

公司的实际控制人为田明、金磊、徐向东、华人文化天津的共同控制。田明、金磊、徐向东为公司的核心管理层，华人文化天津为华人文化产业投资的执行事务合伙人，华人文化产业投资系一家从事股权投资管理业务的基金。

基于共同的利益基础和经营理念，2016 年 1 月 1 日，核心管理层田明、金磊、徐向东与华人文化产业投资及其执行事务合伙人华人文化天津，以及公司实际控制人直接或间接控制的，用以持有公司股权的企业上海星投、上海星烁、上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海民星共同签署《共同控制协议》，约定自协议各方签署之日起至公司股票在证券交易所挂牌日后 36 个月内，协议各方在所有共同控制企业层面（即灿星有限、上海星投、上海泽星、上海昭星）的相关股东会/合伙人会议、董事会采取相同意思表示、一致表决的方式，实施对公司经营决策的共同控制。

（1）田明、金磊、徐向东

名称	身份证号码	国籍	永久境外居留权
田明	610113196905****17	中国国籍	无
金磊	330104197602****18	中国国籍	无
徐向东	310108196403****55	中国国籍	无

（2）华人文化天津

公司名称	华人文化（天津）投资管理有限公司	
成立时间	2008 年 11 月 11 日	
注册资本	6,000.00 万元	
法定代表人	黎瑞刚	
住所	天津开发区奥运路 11 号 2-2-232	
经营范围	文化产业投资及投资咨询服务；受托管理私募股权投资基金，从事投融管理及相关咨询服务业务。国家有专营、专项规定的按专营专项规定办理。	
主营业务	股权投资管理	
股权结构	**股东名称**	**持股比例**
	上海东方惠金文化产业创业投资有限公司	30.0000%
	国开金融有限责任公司	30.0000%
	上海泰睿文化咨询有限公司	10.0000%

	上海大众集团资本股权投资有限公司				9.6167%
	上海报业集团				7.6917%
	深圳市天正投资有限公司				7.6917%
	北京诚柏投资顾问有限公司				5.0000%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		24,789.09	21,624.18		8,120.57
	2020.6.30	13,853.49	8,068.76	2020 年 1-6 月	-5.95

注：2019 年财务数据已经审计，审计机构为安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）杭州分所；2020 年财务数据未经审计。

（3）相关主体签署的《共同控制协议》的具体内容、履约期限及解除条件

2016 年 1 月 1 日，核心管理层田明、金磊、徐向东与华人文化产业投资及其执行事务合伙人华人文化天津，以及实际控制人直接或间接控制的、用以持有公司股权的持股平台公司上海星投、上海星烁、上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海民星共同签署《共同控制协议》，协议主要内容如下：

“第一条 共同控制确认及安排

1.2 各方兹此进一步确认并同意，自本协议生效后，为确保灿星文化的控制权的稳定，就灿星文化的共同控制运营事宜达成如下一致：

（1）上海星投与上海昼星在如下范围内继续保持一致，采取相同意思表示、一致表决，实施对公司经营决策的共同控制：（i）行使董事会、股东会/股东大会的表决权；（ii）向董事会、股东会/股东大会行使提案权；（iii）行使董事、监事候选人提名权；（iv）保证所推荐的董事人选在董事会行使表决权时，采取相同的意思表示；（v）上海星投与上海昼星在参与公司的其他经营决策活动中以及履行股东权利和义务方面，意思表示保持一致。

（2）本协议生效后，上海星投与上海昼星中一方拟向公司董事会、股东会/股东大会提出应由董事会、股东会/股东大会审议的议案时，应当事先就议案内容与他方进行充分的沟通和交流，如果一方对议案内容有异议，上海星投与上海昼星应先行沟通协商，对议案内容进行修改，以求达成一致意见；如经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应根据本协议第 1.2 条第（3）、（4）款的约定对议案做出

相同的表决意见。

（3）本协议生效后，对于公司所有需股东会/股东大会审议的议案，在股东会/股东大会召开前，上海星投与上海昼星应当就待审议的议案进行充分的沟通和交流，直至上海星投与上海昼星达成一致意见；在经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应以持有简单多数表决权的股东意见为准。

（4）本协议生效后，对于公司所有需董事会审议的议案，在董事会召开前，上海星投与上海昼星推荐的董事应当就待审议的议案进行充分的沟通和交流，直至达成一致意见；如经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应以简单多数董事意见为准。

（5）上海星投与上海昼星兹此确认并同意不会就本协议项下其依照他方意见行使公司本条所述之共同控制范围内的权利或作出相关决策而造成的任何后果和损失要求他方承担任何责任或对其作出经济上的或其他方面的任何补偿。

1.3 各方兹此进一步确认并同意，自本协议生效后，为确保灿星文化的控制权的稳定，就灿星文化控股股东上海星投的共同控制运营事宜达成如下一致：

（1）自本协议生效后，上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海星烁在如下范围内继续保持一致，采取相同意思表示、一致表决，实施对上海星投经营决策的共同控制：（i）行使董事会、股东会的表决权；（ii）向董事会、股东会行使提案权；（iii）行使董事、监事候选人提名权；（iv）保证所推荐的董事人选在董事会行使表决权时，采取相同的意思表示；（v）上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海星烁在参与上海星投的其他经营决策活动中以及履行股东权利和义务方面，意思表示保持一致。

（2）本协议生效后，上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海星烁中一方拟向上海星投董事会、股东会提出应由董事会、股东会审议的议案时，应当事先就议案内容与他方进行充分的沟通和交流，如果一方对议案内容有异议，上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海星烁应先行沟通协商，对议案内容进行修改，以求达成一致意见；如经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应根据本协议第 1.3 条第（3）、（4）款的约定对议案做出相同的表决意见。

（3）本协议生效后，对于上海星投所有需股东会审议的议案，在股东会召开

前，上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海星烁应当就待审议的议案进行充分的沟通和交流，直至上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海星烁达成一致意见；在经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应以持有简单多数表决权的股东意见为准。

（4）本协议生效后，对于上海星投所有在董事会审议的议案，在董事会召开前，上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海星烁推荐的董事应当就待审议的议案进行充分的沟通和交流，直至达成一致意见；如经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应以简单多数董事意见为准。

（5）上海昼星、上海辉星、上海昭星、上海泽星、上海星烁兹此确认并同意不会就本协议项下其依照他方意见行使上海星投本条所述之共同控制范围内的权利或作出相关决策而造成的任何后果和损失要求他方承担任何责任或对其作出经济上的或其他方面的任何补偿。

1.4 各方兹此进一步确认并同意，自本协议生效后，为确保灿星文化的控制权的稳定，就上海泽星的共同控制运营事宜达成如下一致：

（1）自本协议生效后，华人文化、上海民星在如下范围内继续保持一致，采取相同意思表示、一致表决，实施对上海泽星经营决策的共同控制：（i）行使合伙人会议的表决权；（ii）向合伙人会议行使提案权；（iii）华人文化、上海民星在参与上海泽星的其他经营决策活动中以及履行合伙人权利和义务方面，意思表示保持一致；（iv）华人文化在行使上海泽星的普通合伙人及执行事务合伙人职权时，应事前与上海民星保持充分协商并达成一致。

（2）本协议生效后，华人文化、上海民星中一方拟向上海泽星合伙人会议提出应由合伙人会议审议的议案时，在合伙人会议召开前，应当事先就议案内容与他方进行充分的沟通和交流，如果一方对议案内容有异议，华人文化、上海民星应先行沟通协商，对议案内容进行修改，以求达成一致意见；如经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应以简单多数表决权的合伙人意见为准。

（3）华人文化、上海民星兹此确认并同意不会就本协议项下其依照他方意见行使上海泽星本条所述之共同控制范围内的权利或作出相关决策而造成的任何后果和损失要求他方承担任何责任或对其作出经济上的或其他方面的任何补偿。

1.5 各方兹此进一步确认并同意，自本协议生效后，为确保灿星文化的控制权的稳定，就上海昭星的共同控制运营事宜达成如下一致：

（1）田明、金磊与徐向东在如下范围内继续保持一致，采取相同意思表示、一致表决，实施对公司经营决策的共同控制：（i）行使董事会、股东会/股东大会的表决权；（ii）向董事会、股东会/股东大会行使提案权；（iii）行使董事、监事候选人提名权；（iv）保证所推荐的董事人选在董事会行使表决权时，采取相同的意思表示；（v）田明、金磊与徐向东在参与公司的其他经营决策活动中以及履行股东权利和义务方面，意思表示保持一致。

（2）本协议生效后，田明、金磊与徐向东中一方拟向公司董事会、股东会/股东大会提出应由董事会、股东会/股东大会审议的议案时，应当事先就议案内容与他方进行充分的沟通和交流，如果一方对议案内容有异议，田明、金磊与徐向东应先行沟通协商，对议案内容进行修改，以求达成一致意见；如经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应根据本协议第 1.5 条第（3）、（4）款的约定对议案做出相同的表决意见。

（3）本协议生效后，对于公司所有需股东大会审议的议案，在股东大会召开前，田明、金磊与徐向东应当就待审议的议案进行充分的沟通和交流，直至田明、金磊与徐向东达成一致意见；在经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应以持有简单多数表决权的股东意见为准。

（4）本协议生效后，对于公司所有需董事会审议的议案，在董事会召开前，田明、金磊与徐向东推荐的董事应当就待审议的议案进行充分的沟通和交流，直至达成一致意见；如经充分磋商后仍无法达成一致意见，则应以简单多数董事意见为准。

（5）田明、金磊与徐向东兹此确认并同意不会就本协议项下其依照他方意见行使公司本条所述之共同控制范围内的权利或作出相关决策而造成的任何后果和损失要求他方承担任何责任或对其作出经济上的或其他方面的任何补偿。

第三条 协议期限

本协议自各方签署/盖章之日起生效，于公司股票在证券交易所挂牌之日后三十六（36）个月期满之日终止。”

据此，《共同控制协议》的主要内容为协议各方通过在所有共同控制企业[8]层面的相关股东会/合伙人会议、董事会采取相同意思表示、一致表决的方式，实施对公司经营决策的共同控制，并规定了无法达成一致时的解决方案。《共同控制协议》的履约期限为协议自各方签署/盖章之日起至公司股票在证券交易所挂牌之日后三十六（36）个月期满之日止。解除条件为公司股票在证券交易所挂牌之日后三十六（36）个月期满，除此之外，《共同控制协议》未规定其他解除条件。

3、各实际控制人直接和间接持有公司股份的比例及各方控制公司表决权比例的情况

公司的共同实际控制人为田明、金磊、徐向东和华人文化天津，各实际控制人直接和间接持有公司股份的比例及各方控制公司表决权比例的情况如下：

序号	姓名/名称	直接持股比例	间接持股比例	控制表决权比例
1	田明	1.4790%	56.3358%	82.4744%（其中 61.6761%系共同控制）
2	金磊	-	11.1687%	61.6761%（均系共同控制）
3	徐向东	-	0.5584%	61.6761%（均系共同控制）
4	华人文化天津	-	0.2714%	61.6761%（均系共同控制）

4、华人文化天津的股权架构，其实际控制关系以及未将其最终实际控制人认定为共同控制主体的原因及合理性

（1）华人文化天津的股权结构

华人文化天津股权架构如下：

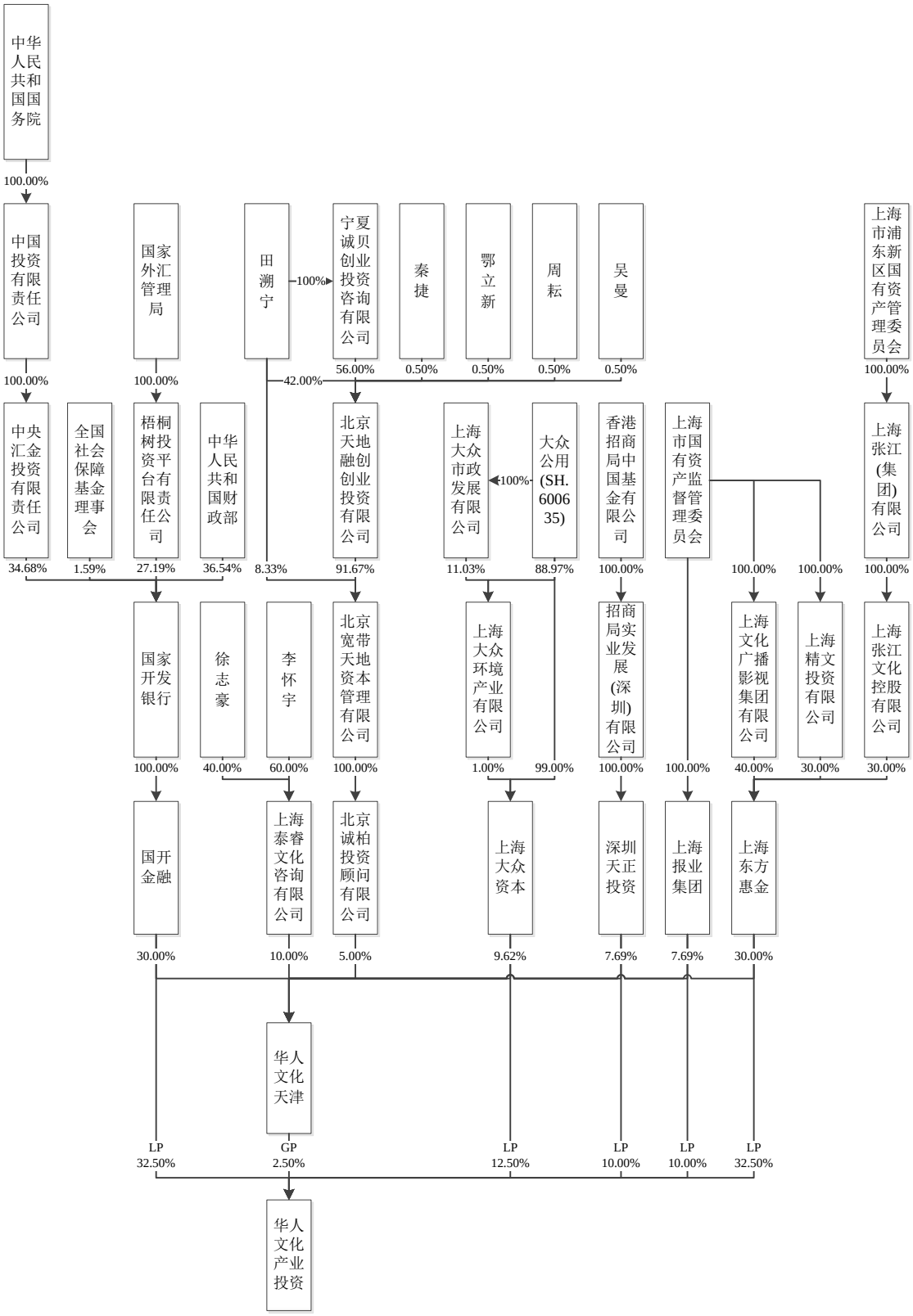
序号	股东名称	注册资本（人民币/万元）	出资比例（%）
1	上海东方惠金	1,800.00	30.0000
2	国开金融	1,800.00	30.0000
3	上海泰睿文化	600.00	10.0000

[8] 即灿星有限、上海星投、上海泽星、上海昭星。

4	上海大众资本	577.00	9.6167
5	上海报业集团	461.50	7.6917
6	深圳天正投资	461.50	7.6917
7	北京诚柏投资顾问	300.00	5.0000
-	合计	6,000.00	100.0000

（2）华人文化天津的实际控制关系以及未将其最终实际控制人认定为共同控制主体的原因及合理性

华人文化天津穿透至最终出资主体的股权结构图如下：



根据华人文化天津的工商档案，华人文化天津的并列第一大股东为上海东方惠金和国开金融，二者各持有华人文化天津 30%的股权，华人文化天津无持股50%以上股东。

根据华人文化天津的公司章程：“股东会所作出的决议，必须经代表三分之二以上（含本数）有表决权的股东通过”，因此，不存在单一股东对华人文化天津的股东会具有控制权。

根据华人文化天津的公司章程，其董事会由九名董事组成，其中上海东方惠金、国开金融各提名三名董事，上海大众资本、上海报业集团、深圳天正各提名一名董事，对于各方提名的董事，其他股东应投票同意；董事会会议应至少有七名正式任命的董事或其代理人参加方为有效举行。董事会通过决议应由全体正式任命且有投票权的董事的四分之三以上（含本数）同意通过。因此，不存在单一股东对华人文化天津董事会行使控制权。

根据华人文化天津出具的确认函，其不存在实际控制人。

由于主要股东对华人文化天津股东会、董事会的决议均具有影响力，但均不具备控制权；并列第一大股东持股比例均为 30%，其他股东比例不高且较为分散。因此，华人文化天津不存在实际控制人[9]。

据此，由于华人文化天津不存在最终实际控制人，故将华人文化天津认定为公司的共同控制主体具有合理性。

5、黎瑞刚、Li Peter Chuan 的基本情况和工作履历，其作为实际控制人持股平台法定代表人的原因，以及其在发行人股权架构中持有权益的情况

（1）黎瑞刚、Li Peter Chuan 的基本情况和工作履历

黎瑞刚、Li Peter Chuan 的基本情况和详细工作履历如下：

序号	姓名	出生年月	国籍	公司任职	详细工作履历
1	黎瑞刚	1969 年 6 月出生	中国	未在发行人任职	2001 年 4 月至 2011 年 7 月，于上海文化广播影视集团任党委委员、副总裁，于上

[9] 根据 2015 年 4 月 21 日、由百视通新媒体股份有限公司发布的《百视通新媒体股份有限公司换股吸收合并上海东方明珠（集团）股份有限公司及发行股份和支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（修订稿）》：“上海东方惠金文化产业创业投资有限公司和国开金融有限责任公司持有华人文化（天津）投资管理有限公司的股份均为 30%，华人文化（天津）投资管理有限公司没有实际控制人。”华人文化天津自 2015 年 4 月 21 日至今股权结构未发生变化。

					海东方传媒集团有限公司任总裁； 2011 年 7 月至 2012 年 6 月，于中共上海市委任副秘书长，于市委办公厅任主任； 2012 年 6 月至 2014 年 3 月，于上海文化广播影视集团任党委副书记、总裁； 2014 年 3 月至 2014 年 12 月，于上海文化广播影视集团有限公司任董事长、总裁； 2014 年 12 月至 2015 年 8 月，于上海文化广播影视集团有限公司任董事长 2015 年 8 月至今，于华人文化产业投资基金任董事长、首席执行官 2015 年 10 月至今，于华人文化集团公司任董事长、首席执行官
2	Li Peter Chuan	1962 年 4 月	美国	未在发行人任职	2005 年 5 月至 2011 年 5 月，于百事通公司任首席财务官； 2011 年 6 月至今，于华人文化产业投资基金任董事总经理

（2）黎瑞刚、Li Peter Chuan 作为公司实际控制人持股平台法定代表人的原因

黎瑞刚未在公司实际控制人用于持有公司股份的持股平台主体中担任法定代表人，黎瑞刚担任华人文化天津法定代表人系由于其担任华人文化天津的董事长兼总经理。Li Peter Chuan 担任华人文化天津持股平台主体上海星烁、上海烨星的法定代表人，原因为 Li Peter Chuan 系华人文化产业投资对灿星文化及境外星空集团投资项目的负责人之一，上海星烁及上海烨星分别系灿星文化及星空集团境外架构中的持股平台公司，Li Peter Chuan 受华人文化天津委派担任法定代表人。

（3）黎瑞刚、Li Peter Chuan 未在公司股权架构中持有权益

根据公司及黎瑞刚、Li Peter Chuan 关于黎瑞刚、Li Peter Chuan 在公司股权架构中不持有权益的书面确认，公司股东关于“其自身及其追溯至最终出资的国有主体、上市公司或自然人的上层股东/合伙人直接或间接所持的灿星文化股份不存在代持、委托持股、信托持股的情况”的书面确认并根据国家企业信用信息公示系统的信息，黎瑞刚及 Li Peter Chuan 在公司股权架构中未持有权益。

6、结合上海星投表决权实际拥有方及其实际控制的表决权比例、拥有方的关系等，说明田明对发行人实际拥有的表决权比例及其可以影响的表决权比例

（1）上海星投表决权实际拥有方及其实际控制的表决权比例

2016 年 1 月 1 日，为进一步明确和维持各方对公司的共同控制，田明、金磊、徐向东及华人文化产业投资及其执行事务合伙人华人文化天津、上海星投及上海星投的上层股东签署《共同控制协议》，就协议相关方实施对公司经营决策的共同控制进行约定，并约定了在相关方经充分磋商后仍无法达成一致意见时的解决方式。

根据《共同控制协议》，为确保灿星文化的控制权的稳定，各方就灿星文化控股股东上海星投的共同控制运营事宜达成一致，对于上海星投所有需股东会审议的议案，在股东会召开前，上海星投股东应充分沟通和交流达成一致意见，如果在经充分磋商后仍无法成达一致意见，则应以持有简单多数表决权的股东意见为准。

在上海星投层面：1）上海星烁的表决权行使由华人文化天津决定，上海昼星的表决权行使由田明决定，上海辉星的表决权行使由金磊决定；2）就上海泽星，其普通合伙人/执行事务合伙人为华人文化产业投资，其有限合伙人为田明控制的上海民星。根据上海泽星的《有限合伙协议》，执行事务合伙人拥有《合伙企业法》及《有限合伙协议》所规定的独占及排他的执行合伙事务的权利，包括但不限于对外代表有限合伙企业，代表有限合伙企业签署文件等。因此，华人文化产业投资有权执行上海泽星的合伙事务，包括代表上海泽星在上海星投层面行使表决权。但在华人文化产业投资与上海民星就表决权行使无法达成一致意见时，根据《共同控制协议》的相关约定，应以持有简单多数表决权的合伙人意见为准，即，以上海民星的意见为准，但上海民星仍需要通过上海泽星的执行事务合伙人，即华人文化产业投资，行使上海泽星在上海星投层面的表决权（上海泽星系由华人文化产业投资作为普通合伙人及执行事务合伙人、上海民星作为有限合伙人的合伙企业，其中，华人文化产业投资持有 1%的合伙企业份额、上海民星持有 99%的合伙企业份额。根据《共同控制协议》约定，上海泽星的出资人在无法达成一致意见时，应以持有简单多数表决权的合伙人意见为准，即以上海民星的最终意见为准，因此，从最终意见决定方角度、上海泽星的表决权实际拥有方为田明。

根据《合伙企业法》及上海泽星《有限合伙协议》约定，华人文化产业投资作为上海泽星的执行事务合伙人，行使包括但不限于对外代表上海泽星、代表上海泽星签署文件等独占及排他的执行合伙事务的权利，因此，在上海泽星出资人层面达成一致意见后、最终需由上海泽星的执行事务合伙人华人文化产业投资代表上海泽星在上海星投层面签署股东文件。华人文化产业投资为国资背景的文化产业私募股权投资基金，上海泽星的出资人结构为华人文化产业投资持有 1%的出资额作为 GP、田明全资持有的上海民星持有 99%的出资额作为 LP，此等安排的初衷系为不削弱华人文化天津对灿星文化的控制力，华人文化产业投资并非田明或上海民星的代理人。）；3）就上海昭星的表决权行使，《共同控制协议》签订时，由于田明、金磊、徐向东持股比例分别为 39.66%、5.43%、54.91%，因此根据《共同控制协议》的相关约定、在无法达成一致意见时应以徐向东之意见为准；2016 年 12 月 30 日及 2017 年 4 月 13 日上海昭星平台层面进行员工持股安排后，田明、金磊、徐向东持股比例调整为 39.2906%、6.2185%、12.0178%，因此在无法达成一致意见时应以田明之意见为准。

灿星有限收购梦响强音前，上海星投表决权实际拥有方（无法成达一致意见以其意见为准）及其实际控制的表决权比例情况如下：

上海星投股东名称	上海星投表决权实际拥有方 （无法成达一致意见以其意见为准）	实际控制的表决权比例
上海星烁	华人文化天津	34.18%
上海昼星	田明	23.58%
上海辉星	金磊	17.64%
上海昭星	徐向东	7.53%
上海泽星	田明	17.07%

因此，在上海星投层面，包括田明在内的任何一方均无法保证其能决定的表决权比例一定高于所有其他方，即，无法保证其一定是持有简单多数表决权的股东。据此，任何一方均无法实现对上海星投的绝对控制。

综上，田明、金磊、徐向东及华人文化天津依据上海星投的《公司章程》及《共同控制协议》所约定的表决机制，通过上海星投实现对公司的共同控制。

（2）上海星投表决权实际拥有方的关系

上海星投表决权实际拥有方为田明、金磊、徐向东及华人文化天津。

华人文化天津是华人文化产业投资的执行事务合伙人，华人文化产业投资为国资背景的文化产业私募股权投资基金，出资方包括上海东方惠金、国开金融等。华人文化天津股权结构分散，上海东方惠金和国开金融持有华人文化天津的股权比例均为 30%，不存在单一股东对华人文化天津行使控制权，华人文化天津的董事长为黎瑞刚。华人文化天津的董事长黎瑞刚与田明曾经为同学关系；黎瑞刚与田明、金磊、徐向东曾经为共同任职于上海文广新闻传媒集团的同事关系。

田明与金磊、徐向东曾经为共同任职于上海文广新闻传媒集团的同事关系；现为共同任职于发行人的同事关系。

（3）田明对发行人实际拥有的表决权比例及其可以影响的表决权比例

灿星有限收购梦响强音前，田明通过上海昼星单独控制灿星有限 24.5%的表决权。

鉴于核心管理层自 2011 年起担任灿星有限的关键管理职务（田明担任董事兼总经理、金磊担任副总经理、徐向东担任副总经理）、华人文化天津在灿星有限相关事项决策过程中与核心管理层亦进行充分协商和沟通且灿星有限的日常经营管理运营均系由核心管理层负责，结合后续 A 股上市安排，从谨慎认定的角度，华人文化天津及核心管理层认为认定各方共同控制灿星有限符合灿星有限的实际运营层面的情况。因此，在红筹架构拆除后，基于境内 A 股 IPO 审核要求，各方签署《共同控制协议》，巩固稳定灿星有限的控制权至上市后 36 个月并引入纠纷解决机制。

关于上海星投表决权实际拥有方田明、金磊、徐向东及华人文化天津，在表决权的实际行使层面，田明、金磊、徐向东及华人文化天津各自独立表达意见。根据《共同控制协议》，对于上海星投所有需股东会审议的议案，在股东会召开前，上海星投各个股东应充分沟通和交流达成一致意见，如果在经充分磋商后仍无法成达一致意见，则应以持有简单多数表决权的股东意见为准。由于任何一方实际控制表决权比例均不足 50%，因此包括田明在内的任何一方均无法保证其能决定的表决权比例一定高于所有其他方，即无法保证其一定是持有简单多数表决权的股东。据此，任何一方均无法实现对上海星投的绝对控制。因此，灿星有限收购梦响强音前，田明、金磊、徐向东及华人文化天津依据上海星投的《公司章

程》及《共同控制协议》所约定的表决机制，通过上海星投共同控制发行人 75.5%的表决权、无法穿透计算田明通过上海星投可影响的发行人表决权比例。

（二）持有公司 5%以上股份的其他股东

1、上海昼星

公司名称	上海昼星投资有限公司				
成立时间	2014 年 7 月 1 日				
注册资本	100.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 3 层 3148 室				
经营范围	投资管理，资产管理，投资咨询，实业投资，商务信息咨询，企业管理咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	持股平台主体				
股权结构	**股东名称**				**持股比例**
	田明				100.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		64,668.39	64,092.42		219.26
	2020.6.30	65,495.30	64,526.73	2020 年 1-6 月	434.31

注：2019 年财务数据已经审定，2020 年财务数据未经审计。

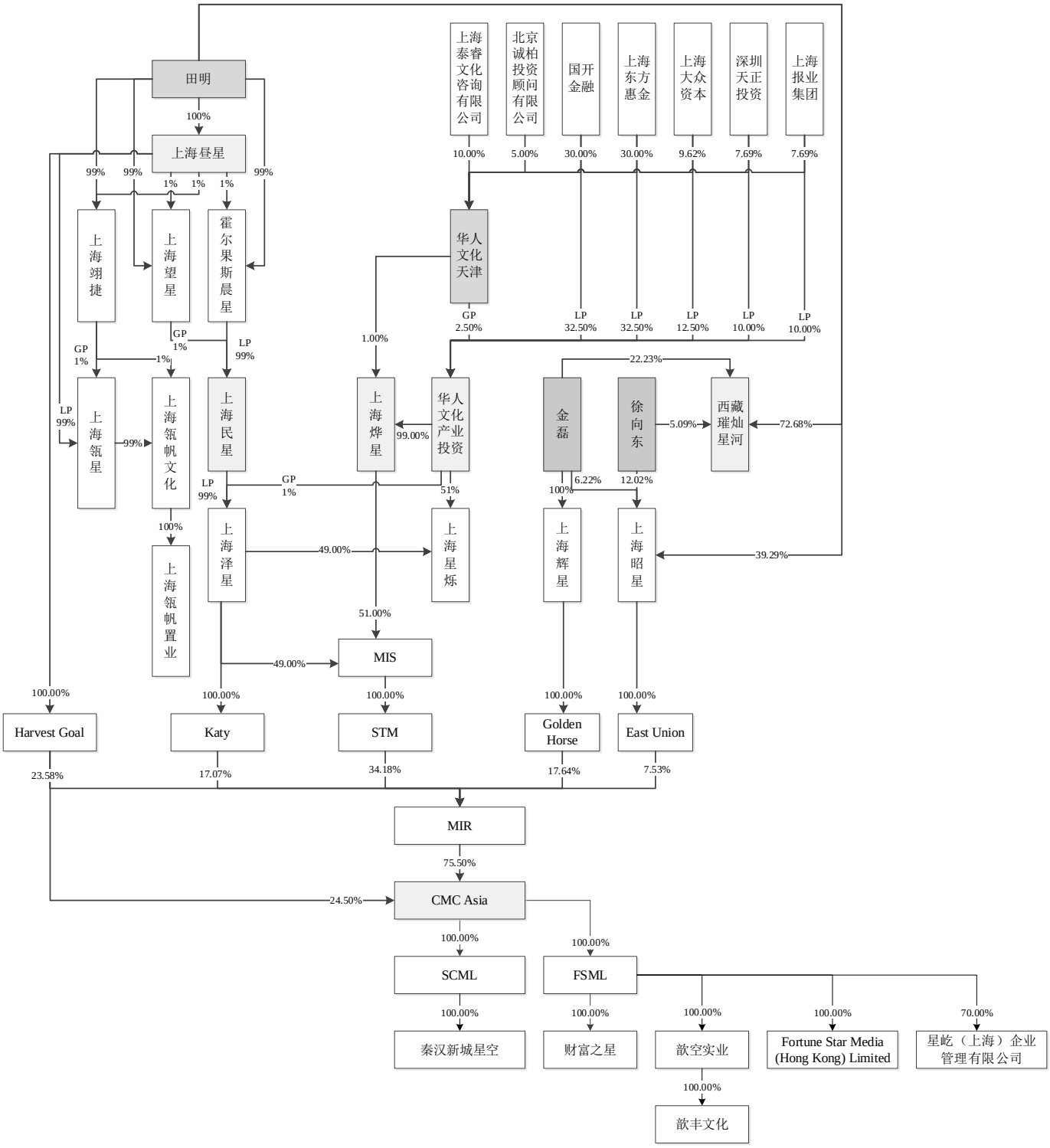
2、西藏源合

公司名称	西藏源合投资管理有限公司
成立时间	2015 年 8 月 31 日
注册资本	10,000.00 万元
法定代表人	姚玮
住所	拉萨市柳梧新区拉萨总部城六幢 1-3 单元 1 号房
经营范围	投资管理（不含金融、经纪业务）、投资咨询服务（不含金融、经纪业务）；项目投资、股权投资、实业投资；资产管理；企业管理咨询服务；进出口业

	务【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。	
主营业务	股权投资管理	
股权结构	**股东名称**	**持股比例**
	浙富控股集团股份有限公司（SZ.002266）	100.00%

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东上海星投不存在控制除公司之外其他企业的情况。公司的实际控制人田明、金磊、徐向东、华人文化天津所控制的除公司之外其他企业的情况如下：



1、上海昼星

田明持有上海昼星 100.00%的股权，上海昼星的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人”之“（二）持有公司 5%以上股份的其他股东”。

2、上海辉星

金磊持有上海辉星 100.00%的股权，上海辉星的基本情况如下：

公司名称	上海辉星投资有限公司				
成立时间	2014 年 7 月 1 日				
注册资本	100.00 万元				
法定代表人	金磊				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 3 层 3146 室				
经营范围	投资管理，资产管理，投资咨询，实业投资，商务信息咨询，企业管理咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		24,585.01	16,795.74		63.37
	2020.6.30	20,969.49	16,789.48	2020 年 1-6 月	-6.26

注：财务数据未经审计。

3、上海昭星

田明持有上海昭星 39.29%的股权，金磊持有上海昭星 6.22%的股权，徐向东持有上海昭星 12.02%的股权，上海昭星的基本情况如下：

公司名称	上海昭星投资有限公司				
成立时间	2014 年 7 月 1 日				
注册资本	456.9044 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 3 层 3147 室				
经营范围	投资管理，资产管理，投资咨询，实业投资，商务信息咨询，企业管理咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润

据（万元）		6,073.47	5,933.79		29.05
	2020.6.30	6,061.77	5,932.77	2020 年 1-6 月	-1.01

注：财务数据未经审计。

4、上海星烁

华人文化产业投资持有上海星烁 51.00%的股权，上海泽星持有上海星烁 49.00%的股权，上海星烁的基本情况如下：

公司名称	上海星烁投资管理有限公司				
成立时间	2015 年 10 月 19 日				
注册资本	300.00 万元				
法定代表人	Li Peter Chuan				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 3 层 3156 室				
经营范围	投资管理，资产管理，企业管理，实业投资，投资咨询，商务咨询，企业管理咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		365.48	362.45		20.31
	2020.6.30	365.50	362.43	2020 年 1-6 月	-0.02

注：财务数据未经审计。

5、上海泽星

华人文化产业投资持有上海泽星 1.00%的出资额，系上海泽星的执行事务合伙人，上海泽星的基本情况如下：

企业名称	上海泽星文化传媒合伙企业（有限合伙）
成立时间	2015 年 10 月 10 日
注册资本	-
执行事务合伙人	华人文化产业投资

住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 3 层 3157 室				
经营范围	文化艺术活动策划，展览展示服务，礼仪服务，会务服务，舞台设计，公关活动策划，企业形象策划，资产管理，投资管理，企业管理，投资咨询，商务咨询，企业管理咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	持股平台主体				
出资人结构	**出资人名称**			**合伙人类别**	**出资比例**
	华人文化产业投资			普通合伙人	1.00%
	上海民星			有限合伙人	99.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		127,989.15	127,989.15		15,630.46
	2020.6.30	127,990.03	127,990.03	2020 年 1-6 月	0.88

注：财务数据未经审计。

6、上海民星

上海望星持有上海民星 1.00%的出资额，系上海民星的执行事务合伙人，上海民星的基本情况如下：

企业名称	上海民星文化传媒合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2013 年 12 月 17 日		
注册资本	-		
执行事务合伙人	上海望星		
住所	上海市嘉定区陈翔路 768 号 7 幢 B 区 3005 室		
经营范围	文化艺术交流策划，投资管理，投资咨询（除金融、证券），设计、制作、代理、发布各类广告，创意服务，会务服务，展览展示服务，礼仪服务，舞台设计、布置，公关活动组织策划，企业营销、形象策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
主营业务	持股平台主体		
出资人结构	**出资人名称**	**合伙人类别**	**出资比例**
	上海望星	普通合伙人	1.00%

	霍尔果斯晨星			有限合伙人	99.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		118,454.24	1,760.48		-5.58
	2020.6.30	116,824.05	1,751.29	2020 年 1-6 月	-9.19

注：2019 年财务数据已经审定，2020 年财务数据未经审计。

7、上海烨星

华人文化产业投资持有上海烨星 99.00%的股权，华人文化天津持有上海烨星 1.00%的股权，上海烨星的基本情况如下：

公司名称	上海烨星资产管理有限公司				
成立时间	2015 年 10 月 19 日				
注册资本	17,000.00 万元				
法定代表人	Li Peter Chuan				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 3 层 3158 室				
经营范围	资产管理、投资管理、实业投资、投资咨询（以上除银行、证券、保险业务），企业管理，商务咨询，企业管理咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		16,805.27	16,805.27		-0.001
	2020.6.30	16,805.28	16,805.27	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

8、上海望星

田明持有上海望星 99.00%的股权，上海昼星持有上海望星 1.00%的股权，上海望星的基本情况如下：

公司名称	上海望星投资管理有限公司
成立时间	2013 年 10 月 11 日

注册资本	50.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市嘉定区陈翔路 768 号 7 幢 B 区 1135 室				
经营范围	投资管理，投资咨询（除金融、证券），设计、制作、代理各类广告，创意服务，会务服务，展览展示服务，舞台设计、布置，公关活动组织策划，企业营销、形象策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		1,360.26	1,076.81		-0.04
	2020.6.30	1,360.57	1,076.76	2020 年 1-6 月	-0.06

注：2019 年财务数据已经审定，2020 年财务数据未经审计。

9、霍尔果斯晨星

田明持有霍尔果斯晨星 99.00%的股权，上海昼星持有霍尔果斯晨星 1.00%的股权，霍尔果斯晨星的基本情况如下：

公司名称	霍尔果斯晨星股权投资管理有限公司				
成立时间	2015 年 10 月 19 日				
注册资本	2,000.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	新疆伊犁州霍尔果斯口岸亚欧北路 23 号亚欧新天地负一层 107 室				
经营范围	接受委托管理股权投资项目、参与股权投资、为非上市及已上市公司提供直接融资的相关服务。				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		101,141.43	101,141.43		-9.03
	2020.6.30	101,150.06	101,140.91	2020 年 1-6 月	-0.52

注：财务数据未经审计。

10、西藏璀灿星河

田明持有西藏璀灿星河72.68%的股权，金磊持有西藏璀灿星河22.23%的股权，徐向东持有西藏璀灿星河 5.09%的股权，西藏璀灿星河的基本情况如下：

公司名称	西藏璀灿星河文化传媒有限公司				
成立时间	2013 年 11 月 4 日				
注册资本	1,500.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	拉萨市金珠西路 158 号阳光新城 A 区 4 栋 2 单元 402 号				
经营范围	提供文化信息服务；企业形象设计；商业活动策划、推广；品牌策划、推广；市场调研（不含个人隐私和国家机密）；产品包装设计；企业管理咨询（不含投资管理和投资咨询业务；不含金融、证券、保险业务）；计算机图文设计；商品展览展示【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目】。				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		698.06	592.53		-0.57
	2020.6.30	707.11	592.08	2020 年 1-6 月	-0.45

注：财务数据未经审计。

11、上海翊捷

田明持有上海翊捷 99.00%的股权，上海昼星持有上海翊捷 1.00%的股权，上海翊捷的基本情况如下：

公司名称	上海翊捷文化咨询有限公司
成立时间	2018 年 9 月 19 日
注册资本	50.00 万元
法定代表人	田明
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 1780 室
经营范围	设计、制作、代理各类广告，创意服务，会务服务，展览展示服务，舞台设计、布置，企业管理咨询，公关活动组织策划，文化艺术交流策划，企业营

	销、形象策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	未开展业务				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		-	-0.02		-
	2020.6.30	-	-0.02	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

12、上海瓴星

上海翊捷持有上海瓴星 1.00%的出资额，系上海瓴星的执行事务合伙人，上海瓴星的基本情况如下：

企业名称	上海瓴星实业发展合伙企业（有限合伙）				
成立时间	2018 年 9 月 30 日				
注册资本	-				
执行事务合伙人	上海翊捷				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 1783 室				
经营范围	房地产开发经营；房屋租赁；房屋建筑工程设计，设计、制作、代理各类广告；创意服务，会务服务，展览展示服务；舞台设计、布置；文化艺术交流组织策划；企业管理咨询；企业形象设计；建筑装饰建设工程及设计；市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）；电子产品、通讯设备、家具、家居用品、日用百货、箱包、工艺品、文具、服装的销售；公共关系咨询，翻译服务，电脑图文设计。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。】				
主营业务	未开展业务				
出资人结构	**出资人名称**			**合伙人类别**	**出资比例**
	上海翊捷			普通合伙人	1.00%
	上海昼星			有限合伙人	99.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		-	-0.02		-
	2020.6.30	-	-0.02	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

13、上海瓴帆文化

上海瓴星持有上海瓴帆文化99.00%的股权，上海翊捷持有上海瓴帆文化1.00%的股权，上海瓴帆文化的基本情况如下：

公司名称	上海瓴帆文化发展有限公司				
成立时间	2018 年 10 月 16 日				
注册资本	5,000.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 1785 室				
经营范围	创意服务，会务服务，展览展示服务；舞台设计、布置；文化艺术交流组织策划；企业管理咨询；企业形象设计；房地产开发经营；房屋租赁；房屋建筑工程设计，设计、制作、代理各类广告；建筑装饰建设工程及设计；市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）；电子产品、通讯设备、家具、家居用品、日用百货、箱包、工艺品、文具、服装的销售；公共关系咨询，翻译服务，电脑图文设计。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	未开展业务				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		-	-0.02		-
	2020.6.30	-	-0.02	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

14、上海瓴帆置业

上海瓴帆文化持有上海瓴帆置业 100.00%的股权，上海瓴帆置业的基本情况如下：

公司名称	上海瓴帆置业管理有限公司
成立时间	2018 年 10 月 24 日
注册资本	5,000.00 万元
法定代表人	田明

住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 1786 室				
经营范围	房地产开发经营；房屋租赁；创意服务，会务服务，展览展示服务；舞台设计、布置；文化艺术交流组织策划；企业管理咨询；企业形象设计；房屋建筑工程设计，设计、制作、代理各类广告；建筑装饰建设工程及设计；市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）；电子产品、通讯设备、家具、家居用品、日用百货、箱包、工艺品、文具、服装的销售；公共关系服务，翻译服务，电脑图文设计。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	未开展业务				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		-	-0.02		-
	2020.6.30	-	-0.02	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

15、财富之星

FSML 持有财富之星 100.00%的股权，财富之星的基本情况如下：

公司名称	财富之星文化传媒（上海）有限公司				
成立时间	2011 年 9 月 20 日				
注册资本	美元 200.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	中国（上海）自由贸易试验区马吉路 2 号 3408 室				
经营范围	文化艺术交流组织策划；电影电视的模转数服务；从事货物及技术的进出口业务（不含分销及国家禁止项目）；国际贸易，转口贸易，区内商业性简单加工；影视设备及相关产品的仓储业务；商务信息咨询（除经纪）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	仓储服务				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		1,163.30	1,149.85		-0.36
	2020.6.30	1,200.94	1,148.38	2020 年 1-6 月	-1.47

注：2019 年财务数据已经审定，2020 年财务数据未经审计。

16、秦汉新城星空

SCML 持有秦汉新城星空 100.00%的股权，秦汉新城星空的基本情况如下：

公司名称	秦汉新城星空华文文化传媒有限公司				
成立时间	2018 年 11 月 29 日				
注册资本	港元 46,800.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	陕西省西咸新区秦汉新城周陵周武路长信工业园 8-1-272 号				
经营范围	文化艺术交流策划（除经纪）；广告的设计、制作、代理、发布；企业营销策划；展示展览服务；电脑图文的设计、制作；企业形象设计；计算机软件、电子信息、自动化设备的技术咨询、技术服务、技术转让；电子产品、通讯设备、家具、家居用品、日用百货、箱包、工艺品（不含象牙制品）、文具、服装的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主营业务	未开展业务				
主要财务数据（万港元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		-	-		-
	2020.6.30	-	-	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

17、华人文化产业投资

华人文化天津持有华人文化产业投资 2.50%的出资额，系华人文化产业投资的执行事务合伙人，华人文化产业投资的基本情况如下：

企业名称	华人文化产业股权投资（上海）中心（有限合伙）
成立时间	2009 年 12 月 30 日
注册资本	-
执行事务合伙人	华人文化天津
住所	中国（上海）自由贸易试验区张江路 69 号 608 室
经营范围	股权投资，股权投资管理，实业投资及投资咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

主营业务	股权投资管理				
出资人结构	**出资人名称**			**合伙人类别**	**出资比例**
	华人文化天津			普通合伙人	2.50%
	上海东方惠金文化产业创业投资有限公司			有限合伙人	32.50%
	国开金融有限责任公司			有限合伙人	32.50%
	上海大众集团资本股权投资有限公司			有限合伙人	12.50%
	深圳市天正投资有限公司			有限合伙人	10.00%
	上海报业集团			有限合伙人	10.00%
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		196,912.25	196,888.24		-36,853.31
	2020.6.30	181,318.92	181,318.89	2020 年 1-6 月	0.64

注：2019 年财务数据已经审计，审计机构为安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）杭州分所；2020 年财务数据未经审计。

18、Katy

上海泽星持有 Katy 100.00%的股权，Katy 的基本情况如下：

公司名称	Katy Development Limited				
成立时间	2015 年 7 月 9 日				
已发行股份	1 普通股				
注册地址	Akara Bldg., 24 De Castro Street, Wickhams Cay 1,Road Town, Tortola, British Virgin Islands				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		10,127.21	10,127.18		-0.04
	2020.6.30	10,127.24	10,127.21	2020 年 1-6 月	0.03

注：财务数据未经审计。

19、MIS

上海烨星持有 MIS 51.00%的股权，上海泽星持有 MIS 49.00%的股权，MIS 的

基本情况如下：

公司名称	Media In Star （Hong Kong） Limited				
成立时间	2010 年 11 月 19 日				
已发行股份	429,800,000 普通股				
地址	Suite 2409, Everbright Centre, 108 Gloucester Road, Wanchai, Hong Kong				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		6,051.68	4,419.90		-
	2020.6.30	6,051.68	4,419.90	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

20、STM

MIS 持有 STM 100.00%的股权，STM 的基本情况如下：

公司名称	STM Investment Holdings Limited				
成立时间	2012 年 12 月 27 日				
已发行股份	1 普通股				
地址	c/o Maples Corporate Services （BVI） Limited, Kingston Chambers, PO Box 173, Road Town, Tortola, British Virgin Islands				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		7,059.58	7,056.73		-0.11
	2020.6.30	7,059.48	7,056.63	2020 年 1-6 月	-0.10

注：财务数据未经审计。

21、MIR

STM 持有 MIR 34.18%的股权，East Union 持有 MIR 7.53%的股权，Golden Horse 持有 MIR 17.64%的股权，Harvest Goal 持有 MIR 23.58%的股权，Katy 持有 MIR 17.07%的股权，MIR 的基本情况如下：

公司名称	Media In Reach Limited				
成立时间	2010 年 5 月 26 日				
已发行股份	22,222 普通股				
地址	4th Floor, Harbour Place, 103 South Church Street, P. O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		14,637.15	12,974.71		-1.29
	2020.6.30	14,637.47	12,975.03	2020 年 1-6 月	0.32

注：财务数据未经审计。

22、CMC Asia

MIR 持有 CMC Asia 75.50%的股权，Harvest Goal 持有 CMC Asia 24.50%的股权，CMC Asia 的基本情况如下：

公司名称	CMC Asia Group Holdings Limited				
成立时间	2006 年 9 月 12 日				
已发行股份	12,000 普通股				
地址	P.O. Box 957, Offshore Incorporations Centre,Road Town, Tortola, British Virgin Islands				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		15,214.51	15,212.58		-0.30
	2020.6.30	15,214.42	15,212.50	2020 年 1-6 月	-0.08

注：财务数据未经审计。

23、SCML

CMC Asia 持有 SCML 100.00%的股权，SCML 的基本情况如下：

公司名称	Star China Media Limited

成立时间	2010 年 5 月 31 日				
已发行股份	10,000 普通股				
地址	UNITA, 9/F MG TOWER 133 HOI BUN RD KWUNG TONG KLN, HONG KONG				
主营业务	星空卫视频道运营				
主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		4,946.50	1,102.03		-542.25
	2020.6.30	4,860.08	949.19	2020 年 1-6 月	-152.84

注：财务数据未经审计。

24、FSML

CMC Asia 持有 FSML 100.00%的股权，FSML 的基本情况如下：

公司名称	Fortune Star Media Limited				
成立时间	2010 年 5 月 31 日				
已发行股份	10,000 普通股				
地址	UNIT A 9/F MG TOWER 133 HOI BUN RD KWUN TONG KLN, HONG KONG				
主营业务	电影版权库运营				
主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		11,755.55	11,417.29		784.71
	2020.6.30	13,114.33	11,678.30	2020 年 1-6 月	261.01

注：2019 年财务数据已经审定，2020 年财务数据未经审计。

25、Harvest Goal

上海昼星持有 Harvest Goal 100.00%的股权，Harvest Goal 的基本情况如下：

公司名称	Harvest Goal Management Ltd.
成立时间	2014 年 5 月 14 日
已发行股份	150,000 普通股

地址	Akara Bldg., 24 De Castro Street, Wickhams Cay 1, Road Town, Tortola, British Virgin Islands				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		10,797.14	7,864.37		-0.002
	2020.6.30	10,796.52	7,863.75	2020 年 1-6 月	-0.62

注：财务数据未经审计。

26、Golden Horse

上海辉星持有 Golden Horse 100.00%的股权，Golden Horse 的基本情况如下：

公司名称	Golden Horse Technology Limited				
成立时间	2014 年 1 月 2 日				
已发行股份	150,000 普通股				
地址	Akara Bldg., 24 De Castro Street, Wickhams Cay 1, Road Town, Tortola, British Virgin Islands				
主营业务	持股平台主体				
主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		8,766.21	3,399.40		-0.31
	2020.6.30	8,766.20	3,399.40	2020 年 1-6 月	-0.01

注：财务数据未经审计。

27、East Union

上海昭星持有 East Union 100.00%的股权，East Union 的基本情况如下：

公司名称	East Union Development Limited
成立时间	2014 年 5 月 14 日
已发行股份	150,000 普通股
地址	Akara Bldg., 24 De Castro Street, Wickhams Cay 1, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
主营业务	持股平台主体

主要财务数据（万美元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		1,471.98	909.59		-0.02
	2020.6.30	1,471.98	909.58	2020 年 1-6 月	-0.01

注：财务数据未经审计。

28、歆空实业

FSML 持有歆空实业 100.00%的股权，歆空实业的基本情况如下：

公司名称	歆空（上海）实业有限公司				
成立时间	2019 年 8 月 22 日				
注册资本	10,000.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市普陀区桃浦路 130 弄 100 号 2107 室				
经营范围	房地产开发经营，设计、制作、代理各类广告，创意服务，会务服务，展览展示服务，舞台设计、布置，文化艺术交流与策划（演出经纪除外），企业管理咨询，企业形象设计，建筑装饰装修建设工程设计与施工，市场信息咨询（市场调查除外），电子产品、通信设备（除卫星电视广播地面接收设施）、家具、家居用品、日用百货、箱包、工艺品（文物除外）、文具、服装的批发、零售、进出口（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理），翻译服务，电脑图文设计、制作。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	未开展业务				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		-	-0.04		-0.04
	2020.6.30	-	-0.04	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

29、歆丰文化

歆空实业持有歆丰文化 100.00%的股权，歆丰文化的基本情况如下：

公司名称	上海歆丰文化发展有限公司
成立时间	2019 年 10 月 23 日

注册资本	10,000.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市松江区富永路 425 弄 212 号 2 楼 3654 室				
经营范围	文化艺术交流活动策划，舞台灯光音响设计，自有设备租赁，电脑图文设计、制作，动漫设计，房地产开发经营，自有房屋租赁，建筑专业建设工程设计，创意服务，会务服务，展览展示服务，企业管理咨询，企业形象设计，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），电子产品、通讯设备、家具、家居用品、日用百货、箱包、工艺品、文具、服装的销售，公关活动策划，翻译服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主营业务	未开展业务				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年	净利润
		-	-		-
	2020.6.30	-	-	2020 年 1-6 月	-

注：财务数据未经审计。

30、Fortune Star Media (Hong Kong) Limited

FSML 持有 Fortune Star Media (Hong Kong) Limited 100.00%的股权，Fortune Star Media (Hong Kong) Limited 的基本情况如下：

公司名称	Fortune Star Media (Hong Kong) Limited				
成立时间	2020 年 6 月 9 日				
已发行股份	10,000 普通股				
地址	UNIT A 9/F MG TOWER 133 HOI BUN RD KWUN TONG KLN HONG KONG				
主营业务	未开展业务				
主要财务数据（万美元）	2020.6.30	总资产	净资产	2020 年 1-6 月	净利润
		-	-0.30		-0.17

注：财务数据未经审计。

31、星屹（上海）企业管理有限公司

FSML 持有星屹（上海）企业管理有限公司 70.00%的股权，星屹（上海）企

业管理有限公司的基本情况如下：

公司名称	星屹（上海）企业管理有限公司				
成立时间	2020 年 5 月 28 日				
注册资本	2,000.00 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市普陀区曹杨路 1888 弄 11 号 2 楼 204 室-A				
经营范围	一般项目：组织文化艺术交流活动（演出经纪除外），广告设计、制作，会议及展览服务，商务信息咨询（金融信息除外），企业形象策划，从事网络科技、信息科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，工程造价咨询业务,普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目），房地产咨询，商业综合体管理服务，物业管理，酒店管理，工程管理服务，日用百货的批发、零售（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
主营业务	未开展业务				
主要财务数据（万元）	2020.6.30	总资产	净资产	2020 年 1-6 月	净利润
		40.14	39.99		-0.01

注：财务数据未经审计。

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有公司股份的质押或争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东和实际控制人所直接或间接持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

七、公司股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

公司本次发行前的总股本为 38,339.9768 万股，本次拟公开发行人民币普通股不超过 4,260.0000 万股，占发行后总股本的比例不低于 10%。假设公司本次公开发行人民币普通股 4,260.0000 万股且不涉及老股转让，公司本次发行前后的股本情况如下：

单位：股，%

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	上海星投	236,465,996	61.6761	236,465,996	55.5085
2	上海昼星	74,070,004	19.3193	74,070,004	17.3873
3	西藏源合	21,851,163	5.6993	21,851,163	5.1294
4	上海岩衡	2,741,860	0.7151	2,741,860	0.6436
5	平潭沣淮	6,877,373	1.7938	6,877,373	1.6144
6	上海沣浦	4,151,721	1.0829	4,151,721	0.9746
7	田明	5,670,377	1.4790	5,670,377	1.3311
8	曹斌	2,501,506	0.6525	2,501,506	0.5872
9	宁波奥腾	7,739,924	2.0188	7,739,924	1.8169
10	宁波芳华	3,599,964	0.9390	3,599,964	0.8451
11	宁波丰财	2,159,979	0.5634	2,159,979	0.5070
12	汉富资本	2,105,982	0.5493	2,105,982	0.4944
13	苏州海鲲	900,000	0.2347	900,000	0.2113
14	新余海鲲	864,000	0.2254	864,000	0.2028
15	宁波君度	1,800,000	0.4695	1,800,000	0.4225
16	北京朗玛永安	1,800,000	0.4695	1,800,000	0.4225
17	杭州阿里创投	4,499,955	1.1737	4,499,955	1.0563
18	西藏齐鸣音乐	3,599,964	0.9390	3,599,964	0.8451
19	社会公众股东	-	-	42,600,000	10.0000
合计		**383,399,768**	**100.0000**	**425,999,768**	**100.0000**

（二）本次发行前后的前十名股东

本次发行前后，公司的前十名股东情况如下：

单位：股，%

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	上海星投	236,465,996	61.6761	236,465,996	55.5085
2	上海昼星	74,070,004	19.3193	74,070,004	17.3873
3	西藏源合	21,851,163	5.6993	21,851,163	5.1294
4	宁波奥腾	7,739,924	2.0188	7,739,924	1.8169
5	平潭沣淮	6,877,373	1.7938	6,877,373	1.6144
6	田明	5,670,377	1.4790	5,670,377	1.3311
7	杭州阿里创投	4,499,955	1.1737	4,499,955	1.0563
8	上海沣浦	4,151,721	1.0829	4,151,721	0.9746
9	西藏齐鸣音乐	3,599,964	0.9390	3,599,964	0.8451
	宁波芳华	3,599,964	0.9390	3,599,964	0.8451
合计		**368,526,441**	**96.1209**	**368,526,441**	**86.5087**

（三）本次发行前后的前十名自然人股东及其在公司处担任的职务

本次发行前后，公司的前十名自然人股东及其在公司处担任的职务情况如下：

单位：股，%

股东名称	本次发行前		本次发行后		在公司担任的职务
	持股数量	持股比例	持股数量	持股比例	
田明	5,670,377	1.4790	5,670,377	1.3311	董事长、总经理

（四）国有股份或外资股份的情况

公司股本无国有股份或外资股份的情况。

（五）首次申报前一年公司新增股东的情况

2018 年 12 月首次申报前一年，公司新增股东的情况如下：

序号	股东名称	取得股份数量（股）	取得股份价格（元/股）	取得股份时间	定价依据
1	宁波奥腾	7,739,924	55.56	2017 年 12 月	通过市场化商业谈判确定的价格
2	宁波芳华	3,599,964		2017 年 12 月	
3	宁波丰财	2,159,979		2017 年 12 月	
4	汉富资本	1,799,982		2017 年 12 月	
		306,000		2018 年 4 月	
5	苏州海鲲	900,000		2018 年 2 月	
6	新余海鲲	864,000		2018 年 3 月	
7	宁波君度	1,800,000		2018 年 4 月	
8	北京朗玛永安	1,800,000		2018 年 4 月	
9	杭州阿里创投	4,499,955	44.44	2018 年 6 月	
10	西藏齐鸣音乐	3,599,964		2018 年 6 月	

1、宁波奥腾

企业名称	宁波梅山保税港区奥腾投资管理合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2017 年 8 月 24 日		
出资额	44,100 万元		
执行事务合伙人	宁波元亿投资中心（有限合伙）		
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 E0212		
经营范围	投资管理，投资咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
出资人结构	**出资人名称**	**合伙人类别**	**出资比例**
	宁波元亿投资中心（有限合伙）	普通合伙人	0.23%
	兴业国信资产管理有限公司	有限合伙人	90.70%

	李曼	有限合伙人	3.40%
	夸克天华（北京）传媒有限公司	有限合伙人	3.40%
	广东玑和股权投资管理有限公司	有限合伙人	2.27%

宁波奥腾的普通合伙人、执行事务合伙人宁波元亿投资中心（有限合伙）的出资人结构如下：

单位：%

出资人名称	合伙人类别	出资比例
唐萌	普通合伙人	3.33
吴亦博	有限合伙人	96.67

2、宁波芳华

企业名称	宁波芳华投资中心（有限合伙）		
成立时间	2016 年 3 月 29 日		
出资额	22,700 万元		
执行事务合伙人	上海悠晟资产管理有限公司		
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 F0613		
经营范围	实业投资、资产管理、投资管理、市场信息咨询与调查、企业兼并重组咨询、投资咨询、商务信息咨询、企业管理咨询、财务咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）		
出资人结构	**出资人名称**	**合伙人类别**	**出资比例**
	上海悠晟资产管理有限公司	普通合伙人	0.4405%
	宁波梅山保税港区太麦企业管理咨询有限公司	有限合伙人	55.5066%
	温州英桥投资有限公司	有限合伙人	44.0529%

宁波芳华的普通合伙人、执行事务合伙人上海悠晟资产管理有限公司的出资人结构如下：

单位：万元，%

股东名称	认缴出资	出资比例
鹏汇投资咨询（上海）有限公司	1,000.00	100.00
合计	**1,000.00**	**100.00**

鹏汇投资咨询（上海）有限公司的股权结构如下：

单位：万元，%

股东名称	认缴出资	出资比例
孙晓兰	800.00	80.00
陆吉	200.00	20.00
合计	**1,000.00**	**100.00**

3、宁波丰财

企业名称	宁波梅山保税港区丰财投资管理合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2017 年 5 月 18 日		
出资额	12,100 万元		
执行事务合伙人	上海丰实资产管理有限公司		
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 H1025		
经营范围	投资管理，投资咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
出资人结构	**出资人名称**	**合伙人类别**	**出资比例**
	上海丰实资产管理有限公司	普通合伙人	0.83%
	奚利	有限合伙人	8.26%
	丁嘉春	有限合伙人	4.13%
	黄晓明	有限合伙人	4.13%
	徐曙	有限合伙人	82.65%

宁波丰财的普通合伙人、执行事务合伙人上海丰实资产管理有限公司的出资

人结构如下：

单位：万元，%

股东名称	认缴出资	出资比例
卢长祺	6,500.00	59.1985
上海海嘉商务咨询有限公司	4,480.00	40.8015
合计	**10,980.00**	**100.0000**

4、汉富资本

公司名称	汉富（北京）资本管理有限公司	
成立时间	2010 年 11 月 26 日	
注册资本	35,000.00 万元	
法定代表人	韩学渊	
住所	北京市海淀区西直门北大街 32 号院 1 号楼 9 层 1004A43	
经营范围	资产管理、投资管理；投资咨询。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	
股权结构	**股东名称**	**持股比例**
	汉富控股有限公司	10.00%
	韩学渊	90.00%

5、苏州海鲲

企业名称	苏州海鲲誉捷投资中心（有限合伙）
成立时间	2017 年 7 月 4 日
出资额	29,999 万元
执行事务合伙人	海鲲投资管理（上海）有限公司
住所	苏州市吴江区苏州河路 18 号（太湖新城科创园内）3 号楼 2 楼

经营范围	对外投资；实业投资；股权投资；创业投资；企业管理咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
出资人结构	**出资人名称**	**合伙人类别**	**出资比例**
	海鲲投资管理（上海）有限公司	普通合伙人	0.03%
	海鲲晟泽（芜湖）投资中心（有限合伙）	有限合伙人	0.06%
	新余海鲲滕浩投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	32.43%
	新余海鲲昊烁投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	30.27%
	新余海鲲景创投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	37.20%

苏州海鲲的普通合伙人、执行事务合伙人海鲲投资管理（上海）有限公司的出资人结构如下：

单位：万元，%

股东名称	**认缴出资**	**出资比例**
程阿惠	3,000.00	100.00
合计	**3,000.00**	**100.00**

6、新余海鲲

企业名称	新余海鲲重伟投资合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2017 年 6 月 22 日		
出资额	7,010 万元		
执行事务合伙人	海鲲投资管理（上海）有限公司		
住所	江西省新余市渝水区劳动北路 42 号 201 室		
经营范围	投资管理（不含金融、证券、期货、保险业务）、企业管理、对外投资、创业投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
出资人结构	**出资人名称**	**合伙人类别**	**出资比例**
	海鲲投资管理（上海）有限公司	普通合伙人	0.1427%
	唐爱玉	有限合伙人	8.5592%
	储建平	有限合伙人	4.2796%

	徐志勇	有限合伙人	4.2796%
	姚英	有限合伙人	4.2796%
	刘伟	有限合伙人	4.2796%
	芦雪梅	有限合伙人	4.2796%
	刘伟宁	有限合伙人	4.2796%
	袁锐	有限合伙人	4.2796%
	沈健	有限合伙人	4.2796%
	陈婉贞	有限合伙人	4.2796%
	王鑫	有限合伙人	4.2796%
	冯文敏	有限合伙人	4.2796%
	刘思易	有限合伙人	4.2796%
	冯思荣	有限合伙人	4.2796%
	叶语	有限合伙人	4.2796%
	张少英	有限合伙人	4.2796%
	翟祝平	有限合伙人	4.2796%
	孔翠晶	有限合伙人	4.2796%
	叶常青	有限合伙人	4.2796%
	乔安娜	有限合伙人	4.2796%
	田淑勤	有限合伙人	4.2796%
	张恩宇	有限合伙人	1.4265%
	王莉	有限合伙人	4.2796%

新余海鲲的普通合伙人、执行事务合伙人海鲲投资管理（上海）有限公司的出资人结构如下：

单位：万元，%

股东名称	认缴出资	出资比例
程阿惠	3,000.00	100.00

合计	**3,000.00**	**100.00**

7、宁波君度

企业名称	宁波梅山保税港区君度德瑞股权投资管理中心（有限合伙）
成立时间	2016 年 10 月 20 日
出资额	220,500 万元
执行事务合伙人	西藏君度投资有限公司
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 B 区 G0050
经营范围	股权投资管理及相关咨询服务。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）

出资人结构

出资人名称	合伙人类别	出资比例
西藏君度投资有限公司	普通合伙人	1.20%
苏州大得宏强投资中心（有限合伙）	有限合伙人	10.10%
西证创新投资有限公司	有限合伙人	7.21%
洪杰	有限合伙人	4.81%
陶灵萍	有限合伙人	4.81%
江苏云杉资本管理有限公司	有限合伙人	4.81%
山东天业房地产开发集团有限公司	有限合伙人	4.81%
上海九瑞投资管理中心（有限合伙）	有限合伙人	3.85%
张友全	有限合伙人	2.88%
宁波海天股份有限公司	有限合伙人	2.88%
吴学群	有限合伙人	2.40%
万里雪	有限合伙人	2.40%
陈美箸	有限合伙人	2.40%
郭建	有限合伙人	2.40%
李福南	有限合伙人	2.40%

陈士斌	有限合伙人	2.40%
张维仰	有限合伙人	2.40%
王来喜	有限合伙人	2.40%
谢坤成	有限合伙人	2.40%
上海富泓企业管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	2.40%
山西振东健康产业集团有限公司	有限合伙人	2.40%
宁波梅山保税港区世发股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	2.40%
阿拉山口丰圣股权投资有限合伙企业	有限合伙人	2.40%
开山控股集团股份有限公司	有限合伙人	2.40%
深圳市智信利达投资有限公司	有限合伙人	2.40%
厦门聚利汇投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	2.40%
天津融智德投资有限公司	有限合伙人	2.40%
赣州高裕股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	1.80%
郑安政	有限合伙人	1.20%
赵海玮	有限合伙人	1.20%
刘祥	有限合伙人	1.20%
吴开贤	有限合伙人	1.20%
西藏超凯投资有限公司	有限合伙人	1.20%
朱华	有限合伙人	1.03%
北京中创碳投科技有限公司	有限合伙人	0.96%
广州黄埔创赢股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	0.77%
高毅	有限合伙人	0.72%
晋江舒华投资发展有限公司	有限合伙人	0.48%

宁波君度的普通合伙人、执行事务合伙人西藏君度投资有限公司的出资人结构如下：

单位：万元，%

股东名称	认缴出资	出资比例
陈军	3,600.00	36.00
成建民	2,500.00	25.00
周瑞	700.00	7.00
柳菁华	300.00	3.00
黄洁馨	500.00	5.00
喻宾	1,000.00	10.00
程京川	500.00	5.00
王欢	350.00	3.50
袁圣尧	100.00	1.00
李明霞	100.00	1.00
舒博	100.00	1.00
西藏麒伟企业管理有限公司	100.00	1.00
贾毓琪	50.00	0.50
祁家树	50.00	0.50
朱道奇	50.00	0.50
合计	**10,000.00**	**100.00**

8、北京朗玛永安

公司名称	北京朗玛永安投资管理股份公司
成立时间	2015 年 8 月 3 日
注册资本	58,986.00 万元
法定代表人	梁显宏
住所	北京市海淀区北四环西路 58 号 18 层 1812
经营范围	投资管理；资产管理。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本

	金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

股权结构

股东名称	认缴出资（万元）	持股比例（%）
北京朗玛峰创业投资管理有限公司	1,300.00	2.20
李运喜	2,300.00	3.90
何树平	530.00	0.90
赵红京	600.00	1.02
李秀琍	550.00	0.93
王翠杰	508.00	0.86
角艳萍	3,966.00	6.72
刘建国	3,000.00	5.09
杨喜宽	3,000.00	5.09
张冬梅	3,000.00	5.09
赵雅齐	3,000.00	5.09
贺乃和	2,500.00	4.24
王连	2,500.00	4.24
韩招弟	2,320.00	3.93
谢家瑾	2,200.00	3.73
寇丽明	2,157.00	3.66
冯波	2,000.00	3.39
宋万勇	2,000.00	3.39
杨艳茹	2,000.00	3.39
周诚	1,800.00	3.05
罗梅	1,686.00	2.86
刘秀珍	1,680.00	2.85
李怀清	1,500.00	2.54

	黄燕平	1,300.00	2.20
	张洪涛	1,200.00	2.03
	高彩虹	1,149.00	1.95
	李海龙	1,100.00	1.86
	杨爱民	1,080.00	1.83
	李洁	1,050.00	1.78
	边春娥	1,005.00	1.70
	李英	1,005.00	1.70
	陈玉璋	1,000.00	1.70
	贾晓博	1,000.00	1.70
	牟东风	1,000.00	1.70
	张智勇	1,000.00	1.70

9、杭州阿里创投

公司名称	杭州阿里巴巴创业投资管理有限公司		
成立时间	2018 年 4 月 27 日		
注册资本	5,000.00 万元		
法定代表人	戴珊		
住所	浙江省杭州市余杭区五常街道文一西路 969 号 3 幢 5 层 528 室、529 室		
经营范围	创业投资业务；创业投资咨询，创业投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）为企业或项目提供孵化及配套设施，科研信息咨询，企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股权结构	**股东名称**	**认缴出资（万元）**	**持股比例（%）**
	杭州臻希投资管理有限公司	5,000.00	100.00

杭州臻希投资管理有限公司的股权结构如下：

单位：万元，%

股东名称	认缴出资	出资比例

杭州臻强投资管理合伙企业（有限合伙）	250.00	50.00
杭州臻晟投资管理合伙企业（有限合伙）	250.00	50.00
合计	**500.00**	**100.00**

杭州臻强投资管理合伙企业（有限合伙）的出资人结构如下：

单位：%

出资人名称	合伙人类别	出资比例
杭州臻悦企业管理有限公司	普通合伙人	0.0001
张勇	有限合伙人	20.0000
赵颖	有限合伙人	20.0000
郑俊芳	有限合伙人	20.0000
童文红	有限合伙人	20.0000
邵晓锋	有限合伙人	20.0000

注：杭州臻悦企业管理有限公司的出资金额极小，出资比例合计数超过 100%系由于尾差的因素。

杭州臻晟投资管理合伙企业（有限合伙）的出资人结构如下：

单位：%

出资人名称	合伙人类别	出资比例
杭州臻悦企业管理有限公司	普通合伙人	0.0001
张勇	有限合伙人	20.0000
赵颖	有限合伙人	20.0000
郑俊芳	有限合伙人	20.0000
童文红	有限合伙人	20.0000
邵晓锋	有限合伙人	20.0000

注：杭州臻悦企业管理有限公司的出资金额极小，出资比例合计数超过 100%系由于尾差的因素。

杭州臻强投资管理合伙企业（有限合伙）与杭州臻晟投资管理合伙企业（有限合伙）的普通合伙人、执行事务合伙人杭州臻悦企业管理有限公司的股权结构

如下：

单位：万元，%

股东名称	认缴出资	出资比例
张勇	5.00	20.00
赵颖	5.00	20.00
郑俊芳	5.00	20.00
童文红	5.00	20.00
邵晓锋	5.00	20.00
合计	**25.00**	**100.00**

10、西藏齐鸣音乐

公司名称	西藏齐鸣音乐有限公司		
成立时间	2018 年 2 月 8 日		
注册资本	1,000.00 万元		
法定代表人	杨奇虎		
住所	西藏自治区拉萨市堆龙德庆区工业园区 3-504 号		
经营范围	对音乐及互联网项目的投资（不含金融、证券、保险、期货业务）；企业管理策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
股权结构	**股东名称**	**认缴出资（万元）**	**持股比例（%）**
	顾德峻	500.00	50.00
	杨奇虎	500.00	50.00

（六）本次发行前各股东间的关联关系、一致行动关系或其他利益关系，以及相关股东的各自持股比例

公司的股东上海星投、上海昼星、田明之间存在关联关系。上海昼星持有上海星投 23.58%的股权，田明系上海昼星的唯一股东，且田明系上海星投的共同实际控制人之一，田明通过上海昼星间接持有上海星投的股权。2016 年 1 月 1 日，上海星投与上海昼星、田明等主体签署《共同控制协议》，就灿星文化的共同控制

运营事宜达成一致。上海星投、上海昼星、田明持有公司股权的情况如下：

单位：股，%

序号	股东名称	持股数量	占比
1	上海星投	236,465,996	61.6761
2	上海昼星	74,070,004	19.3193
3	田明	5,670,377	1.4790

公司的股东上海岩衡、平潭沣淮、上海沣浦之间存在关联关系。上海岩衡的普通合伙人、执行事务合伙人为岩山投资管理（上海）有限公司。平潭沣淮、上海沣浦的普通合伙人、执行事务合伙人均为沣石（上海）投资管理有限公司。岩山投资管理（上海）有限公司持有沣石（上海）投资管理有限公司 50%的股权。上海岩衡、平潭沣淮、上海沣浦持有公司股权的情况如下：

单位：股，%

序号	股东名称	持股数量	占比
1	上海岩衡	2,741,860	0.7151
2	平潭沣淮	6,877,373	1.7938
3	上海沣浦	4,151,721	1.0829

公司的股东苏州海鲲、新余海鲲之间存在关联关系。苏州海鲲、新余海鲲的普通合伙人、执行事务合伙人均为海鲲投资管理（上海）有限公司。苏州海鲲、新余海鲲持有公司股权的情况如下：

单位：股，%

序号	股东名称	持股数量	占比
1	苏州海鲲	900,000	0.2347
2	新余海鲲	864,000	0.2254

公司的股东上海岩衡、西藏源合之间存在其他利益关系。上海岩衡的第一大出资人孙毅系西藏源合的实际控制人。西藏源合控股股东浙富控股的副总经理喻杰系上海岩衡的有限合伙人之一。

单位：股，%

序号	股东名称	持股数量	占比
1	上海岩衡	2,741,860	0.7151
2	西藏源合	21,851,163	5.6993

除上述关系外，公司各股东之间不存在其他关联关系、一致行动关系或其他利益关系。

（七）公司股东公开发售股份的情况

公司的本次发行不涉及公司原股东公开发售股份的情况。

（八）自然人股东的基本情况和详细工作履历

发行人自然人股东为田明、曹斌，其基本情况和详细工作履历如下：

序号	股东姓名	出生年月	国籍	公司任职	详细工作履历
1	田明	1969 年 5 月出生	中国	董事长、总经理	2005 年 11 月至 2011 年 2 月，于上海文广新闻传媒集团综艺部任总监、党委副书记； 2006 年 8 月至 2011 年 2 月，于上海东方之星文化发展有限公司任董事长； 2009 年 4 月至 2011 年 2 月，于东方卫视任总监兼总经理； 2011 年至今供职于发行人。
2	曹斌	1969 年 6 月出生	中国	未在发行人任职	2006 年 6 月至今，于上海乐丰投资管理有限公司公司任董事长。

（九）法人或机构股东的基本情况和主要财务数据，对法人或机构股东的股权结构穿透至最终出资的自然人或国有股东

发行人机构股东的基本情况及主要财务数据，以及其穿透至最终出资的自然人或国有股东的股权结构如下：

1、上海星投

企业名称	上海星投投资有限公司				
统一社会信用代码	91310105557405662L				
营业期限	2010 年 6 月 8 日至 2030 年 6 月 7 日				
注册资本	人民币 877.7617 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 545 室				
实际控制人	华人文化天津、田明、金磊、徐向东共同控制				
经营范围	投资，投资咨询（除经纪），投资管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可展开经营活动）。				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		2,068.79	1,953.98		13.71
	2020.6.30	2,074.60	1,959.89	2020 年 1-6 月	5.91

A．一级股东股权结构

1 上海星投

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	上海星烁	34.1778
2.	上海昼星	23.5757
3.	上海辉星	17.6402
4.	上海泽星	17.0732
5.	上海昭星	7.5331
合计		100

B．二级及上层股东股权结构

1.1 上海星烁[10]

序号	股东名称
1.	华人文化产业投资
2.	上海泽星

1.2 上海昼星

序号	股东名称
1.	田明

1.3 上海辉星

[10] 股权结构穿透编号规律：从左到右编号分别代表一级股东、二级股东、三级股东 ….。例如：1.1 上海星烁代表含义为一级股东上海星投的第一位二级股东上海星烁，以此类推。

序号	股东名称
1.	金磊

1.4 上海泽星

序号	股东名称
1.	上海民星
2.	华人文化产业投资

1.5 上海昭星

序号	股东名称
1.	田明
2.	花一华
3.	王磊
4.	姚寅
5.	曹志高
6.	唐晓鸣
7.	王艳
8.	邬稚晖
9.	沈月明
10.	陆伟
11.	罗鹭
12.	孙瑞青
13.	段炼
14.	那昕
15.	葛茂亮
16.	金磊
17.	潘耀祖
18.	李维敏
19.	林一迅
20.	孙敏
21.	王晨辰
22.	王颖越
23.	陶瑛影
24.	沈磊珺

25.	章骊
26.	沈宁
27.	陈涤
28.	杨笑溪
29.	柳骊
30.	李建中
31.	黄子麟
32.	姜契
33.	赵雪梅
34.	魏昕
35.	徐向东
36.	宋静
37.	罗檑
38.	郑磊
39.	吴群达
40.	吴孓
41.	刘娜
42.	张峰
43.	上海煜星
44.	上海璟星

1.1.1 华人文化产业投资

序号	股东名称
1.	上海东方惠金文化产业创业投资有限公司
2.	国开金融有限责任公司
3.	上海大众集团资本股权投资有限公司
4.	上海报业集团
5.	深圳市天正投资有限公司
6.	华人文化天津

1.1.2 上海泽星

请参见“1.4 上海泽星”部分。

1.4.1 上海民星

序号	股东名称
1.	霍尔果斯晨星
2.	上海望星

1.4.2 华人文化产业投资

请参见“1.1.1 华人文化产业投资”部分。

1.5.1 上海煜星

序号	股东名称
1.	黄铭明
2.	邵秋盛
3.	杨娴
4.	方伟
5.	范毅岑
6.	曹洋
7.	何萍
8.	姜灏辰
9.	李瑶
10.	黎瑞奕
11.	张灯
12.	贾鸿源
13.	何沛洲
14.	王迪
15.	谢文娟
16.	张峰
17.	葛斌
18.	袁意
19.	谢娅莉
20.	陈隆
21.	彭勇
22.	张晓莲
23.	潘姝冶
24.	余滨
25.	冯皓

26.	金一
27.	王震楠
28.	夏晓莉
29.	张子秋
30.	朱文
31.	苏诚良
32.	曹寿康
33.	陆伟
34.	张翔
35.	韩劼
36.	张建华
37.	谢凌燕
38.	吴南晨
39.	牛广元
40.	武克斐

1.5.2 上海璟星

序号	股东名称
1.	戎毅
2.	周颖莹
3.	申雅妮
4.	龚一平
5.	夏迎迎
6.	贾超
7.	管建安
8.	汪冬菁
9.	陆伟
10.	谢鞍
11.	郑益
12.	汪洋
13.	朱虹
14.	朱宇峰
15.	徐杰
16.	钟旭华

17.	柴敏君
18.	顾菡丹
19.	张伟
20.	沈南
21.	程祺
22.	李成成
23.	吴冰
24.	何萍
25.	张子秋

1.1.1.1 上海东方惠金文化产业创业投资有限公司

序号	股东名称
1.	上海文化广播影视集团有限公司
2.	上海精文投资有限公司
3.	上海张江文化控股有限公司

1.1.1.2 国开金融有限责任公司

序号	股东名称
1.	国家开发银行

1.1.1.3 上海大众集团资本股权投资有限公司

序号	股东名称
1.	上海大众公用事业（集团）股份有限公司
2.	上海大众环境产业有限公司

1.1.1.4 上海报业集团

序号	股东名称
1.	上海市国有资产监督管理委员会

1.1.1.5 深圳市天正投资有限公司

序号	股东名称
1.	招商局实业发展（深圳）有限公司

1.1.1.6 华人文化天津

序号	股东名称

1.	上海东方惠金文化产业创业投资有限公司
2.	国开金融有限责任公司
3.	上海泰睿文化咨询有限公司
4.	上海大众集团资本股权投资有限公司
5.	上海报业集团
6.	深圳市天正投资有限公司
7.	北京诚柏投资顾问有限公司

1.4.1.1 霍尔果斯晨星

序号	股东名称
1.	田明
2.	上海昼星

1.4.1.2 上海望星

序号	股东名称
1.	田明
2.	上海昼星

1.1.1.1.1 上海文化广播影视集团有限公司

序号	股东名称
1.	上海市国有资产监督管理委员会

1.1.1.1.2 上海精文投资有限公司

序号	股东名称
1.	上海市国有资产监督管理委员会

1.1.1.1.3 上海张江文化控股有限公司

序号	股东名称
1.	上海张江（集团）有限公司

1.1.1.2.1 国家开发银行

序号	股东名称
1.	中华人民共和国财政部
2.	中央汇金投资有限责任公司
3.	梧桐树投资平台有限责任公司

4.	全国社会保障基金理事会

1.1.1.3.1 上海大众环境产业有限公司

序号	股东名称
1.	上海大众公用事业（集团）股份有限公司
2.	上海大众市政发展有限公司

1.1.1.5.1 招商局实业发展（深圳）有限公司

序号	股东名称
1.	香港招商局中国基金有限公司

1.1.1.6.1 上海东方惠金文化产业创业投资有限公司

请参见“1.1.1.1 上海东方惠金文化产业创业投资有限公司”部分。

1.1.1.6.2 国开金融有限责任公司

请参见“1.1.1.2 国开金融有限责任公司”部分。

1.1.1.6.3 上海泰睿文化咨询有限公司

序号	股东名称
1.	李怀宇
2.	徐志豪

1.1.1.6.4 上海大众集团资本股权投资有限公司

请参见“1.1.1.3 上海大众集团资本股权投资有限公司”部分。

1.1.1.6.5 上海报业集团

请参见“1.1.1.4 上海报业集团”部分。

1.1.1.6.6 深圳市天正投资有限公司

请参见“1.1.1.5 深圳市天正投资有限公司”部分。

1.1.1.6.7 北京诚柏投资顾问有限公司

序号	股东名称
1.	北京宽带天地资本管理有限公司

1.4.1.1.1 上海昼星

请参见“1.2 上海昼星”部分。

1.4.1.2.1 上海昼星

请参见“1.2 上海昼星”部分。

1.1.1.1.3.1 上海张江（集团）有限公司

序号	股东名称
1.	上海市浦东新区国有资产管理委员会

1.1.1.2.1.1 中央汇金投资有限责任公司

序号	股东名称
1.	中国投资有限责任公司

1.1.1.2.1.2 梧桐树投资平台有限责任公司

序号	股东名称
1.	国家外汇管理局

1.1.1.3.1.1 上海大众市政发展有限公司

序号	股东名称
1.	上海大众公用事业（集团）股份有限公司

1.1.1.6.7.1 北京宽带天地资本管理有限公司

序号	股东名称
1.	北京天地融创创业投资有限公司
2.	田溯宁

1.1.1.2.1.1.1 中国投资有限责任公司

序号	股东名称
1.	中华人民共和国国务院

1.1.1.6.7.1.1 北京天地融创创业投资有限公司

序号	股东名称
1.	宁夏诚贝创业投资咨询有限公司
2.	田溯宁
3.	秦捷

4.	鄂立新
5.	周耘
6.	吴曼

1.1.1.6.7.1.1.1 宁夏诚贝创业投资咨询有限公司

序号	股东名称
1.	田溯宁

2、上海昼星

企业名称	上海昼星投资有限公司				
统一社会信用代码	913101053987075151				
营业期限	2014 年 7 月 1 日至 2034 年 6 月 30 日				
注册资本	人民币 100 万元				
法定代表人	田明				
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 3 层 3148 室				
实际控制人	田明				
经营范围	投资管理，资产管理，投资咨询，实业投资，商务信息咨询，企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		64,668.39	64,092.42		219.26
	2020.6.30	65,495.30	64,526.73	2020 年 1-6 月	434.31

A．一级股东股权结构

2. 上海昼星

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	田明	100
合计		100

3、西藏源合

企业名称	西藏源合投资管理有限公司
统一社会信用代码	91540000353846482Q
营业期限	2015 年 8 月 31 日至长期
注册资本	人民币 10000 万元
法定代表人	姚玮
住所	拉萨市柳梧新区拉萨总部城六幢 1-3 单元 1 号房
实际控制人	孙毅
经营范围	投资管理（不含金融、经纪业务）、投资咨询服务（不含金融、经纪业务）；项目投资、股权投资、实业投资；资产管理；企业管理咨询服务；进出口业务【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。

主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		66,715.47	63,680.47		212.10
	2020.6.30	66,715.36	62,132.35	2020 年 1-6 月	-0.34

A．一级股东股权结构

3. 西藏源合

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	浙富控股集团股份有限公司	100
合计		100

4、上海岩衡

企业名称	上海岩衡投资管理合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	913101153326674344				
营业期限	2015 年 4 月 30 日至 2022 年 4 月 29 日				
出资总额	人民币 110,500 万元				
执行事务合伙人	岩山投资管理（上海）有限公司				
住所	中国（上海）自由贸易试验区张江路 665 号 3 层				
经营范围	投资管理，创业投资，实业投资，资产管理，投资咨询，企业管理咨询（以上咨询除经纪）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		65,168.79	58,888.87		-2,326.71
	2020.6.30	82,928.56	58,801.78	2020 年 1-6 月	-87.09

A．一级股东股权结构

4. 上海岩衡

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	岩山投资管理（上海）有限公司	0.4525
2.	李娟	0.4525
3.	莫伟年	0.3620
4.	韩红昌	4.5249
5.	李友珍	0.5430
6.	牛雪莹	0.4525
7.	朱娟	1.3575
8.	金文泷	18.0995
9.	喻杰	0.2715
10.	俞枫	0.1810

11.	林政	0.1810
12.	王忆蓉	0.0950
13.	孙毅	18.5520
14.	唐维瑛	2.6244
15.	陶刚	1.3575
16.	张华伟	9.0498
17.	林万山	1.3575
18.	翁建红	0.4525
19.	张晓霞	0.1810
20.	李玉梅	0.1810
21.	龚良	0.1810
22.	赵蕾蕾	0.9050
23.	谢立治	0.0905
24.	严锐忠	0.1810
25.	陈美鑫	0.1810
26.	陈水寒	0.2715
27.	周兵	0.1810
28.	施昌骏	0.4525
29.	韩猛	9.0498
30.	王辉	1.8100
31.	夏军	1.3575
32.	张伟蓉	0.0905
33.	姚力新	0.1810
34.	上海升东耀海投资中心（有限合伙）	4.5249
35.	王炜	0.9050
36.	拉萨经济技术开发区瑞科创业投资管理有限公司	18.0995
合计		100

B. 二级及上层股东股权结构

4.1 岩山投资管理（上海）有限公司

序号	股东名称
1.	西藏岩山投资管理有限公司

4.2 上海升东耀海投资中心（有限合伙）

序号	股东名称
1.	陈兴宜
2.	庞海珍

4.3 拉萨经济技术开发区瑞科创业投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	张淑霞

4.1.1 西藏岩山投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	傅耀华
2.	叶可
3.	申隆
4.	陈代千
5.	饶康达
6.	陈于冰

5、平潭沣淮

企业名称	平潭沣淮投资管理合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91350128MA345LD381				
营业期限	2016 年 1 月 18 日至 2026 年 1 月 17 日				
出资总额	人民币 11,000 万元				
执行事务合伙人	沣石（上海）投资管理有限公司				
住所	平潭综合实验区金井湾片区台湾创业园				
经营范围	项目投资及投资管理；企业资产管理；投资咨询。（以上均不含金融、证券、期货中需审批的事项）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		11,007.32	11,007.32		7.18
	2020.6.30	11,005.99	11,005.99	2020 年 1-6 月	-1.33

A．一级股东股权结构

5 平潭沣淮

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	沣石（上海）投资管理有限公司	6.0000
2.	平潭沣石 1 号投资管理合伙企业（有限合伙）	31.7273
3.	上海沣石二号投资管理合伙企业（有限合伙）	62.2727

合计	100.0000

B．二级及上层股东股权结构

5.1 沣石（上海）投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	岩山投资管理（上海）有限公司
2.	饶康达

5.2 平潭沣石 1 号投资管理合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	沣石（上海）投资管理有限公司
2.	西藏源合投资管理有限公司
3.	海通创新证券投资有限公司
4.	西藏九岭创业投资管理有限公司
5.	上海二三四五网络控股集团股份有限公司

5.3 上海沣石二号投资管理合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	沣石（上海）投资管理有限公司
2.	平潭沣长投资管理合伙企业（有限合伙）
3.	西藏沣石投资管理有限公司
4.	平潭沣石恒通投资管理合伙企业（有限合伙）
5.	马珺
6.	韩猛
7.	饶康达
8.	韩红昌
9.	叶瑜婷
10.	杨长发
11.	薛倩
12.	赵蕾蕾
13.	王忆蓉
14.	刘英
15.	王元定
16.	袁凤菊

17.	洪雅
18.	严锐忠
19.	王玉珍
20.	陈水寒
21.	黄震
22.	莫伟年
23.	桑康乔
24.	钱帆
25.	徐爽
26.	吴沛亮
27.	李小娟
28.	厉蓓蕾
29.	张伟蓉
30.	陈建克
31.	余雪梅

5.1.1 岩山投资管理（上海）有限公司

请参见“4.1 岩山投资管理（上海）有限公司”部分。

5.2.1 沣石（上海）投资管理有限公司

请参见“5.1 沣石（上海）投资管理有限公司”部分。

5.2.2 西藏源合投资管理有限公司

请参见“3 西藏源合”部分。

5.2.3 海通创新证券投资有限公司

序号	股东名称
1.	海通证券股份有限公司

5.2.4 西藏九岭创业投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	申隆
2.	景莉

5.3.1 沣石（上海）投资管理有限公司

请参见“5.1 沣石（上海）投资管理有限公司”部分。

5.3.2 平潭沣长投资管理合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	沣石（上海）投资管理有限公司
2.	叶瑜婷
3.	余雪梅
4.	施昌骏

5.3.3 西藏沣石投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	沣石（上海）投资管理有限公司

5.3.4 平潭沣石恒通投资管理合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	沣石（上海）投资管理有限公司
2.	西藏沣石投资管理有限公司
3.	西藏岩山投资管理有限公司

5.3.2.1 沣石（上海）投资管理有限公司

请参见“5.1 沣石（上海）投资管理有限公司”部分。

5.3.3.1 沣石（上海）投资管理有限公司

请参见“5.1 沣石（上海）投资管理有限公司”部分。

5.3.4.1 沣石（上海）投资管理有限公司

请参见“5.1 沣石（上海）投资管理有限公司”部分。

5.3.4.2 西藏沣石投资管理有限公司

请参见“5.3.3 西藏沣石投资管理有限公司”部分。

5.3.4.3 西藏岩山投资管理有限公司

请参见“4.1.1 西藏岩山投资管理有限公司”部分。

6、上海沣浦

企业名称	上海沣浦投资管理合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91350128MA345LXN9J				
营业期限	2016 年 01 月 19 日至 2026 年 01 月 18 日				
出资总额	人民币 5,710 万元				
执行事务合伙人	沣石（上海）投资管理有限公司				
住所	上海市虹口区保定路 450 号 9 幢 226 室				
经营范围	投资管理，实业投资，资产管理，投资咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		5,706.38	5,706.38		-1.24
	2020.6.30	5,706.10	5,679.78	2020 年 1-6 月	-26.60

A．一级股东股权结构

6 上海沣浦

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	沣石（上海）投资管理有限公司	0.1751
2.	王峰	7.0053
3.	王明东	5.2539
4.	王健	1.17513
5.	蔡波	17.5131
6.	饶康达	3.5026
7.	郭晓栋	3.5026
8.	王为民	61.2960
合计		100

B．二级及上层股东股权结构

6.1 沣石（上海）投资管理有限公司

请参见“5.1 沣石（上海）投资管理有限公司”部分。

7、宁波奥腾

企业名称	宁波梅山保税港区奥腾投资管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330206MA293NLW3R
营业期限	2017 年 08 月 24 日至 2047 年 08 月 23 日
出资总额	人民币 44,100 万元
执行事务合伙人	宁波元亿投资中心（有限合伙）
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 E0212
经营范围	投资管理，投资咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融

	资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主要财务数据	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		3.93 亿元	3.93 亿元		-186 万元
	2020.6.30	3.92 亿元	3.92 亿元	2020 年 1-6 月	-0.01 亿元

A．一级股东股权结构

7 宁波奥腾

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	宁波元亿投资中心（有限合伙）	0.23
2.	李曼	3.4
3.	兴业国信资产管理有限公司	90.7
4.	夸克天华（北京）传媒有限公司	3.4
5.	广东玑和股权投资管理有限公司	2.27
合计		100

B．二级及上层股东股权结构

7.1 宁波元亿投资中心（有限合伙）

序号	股东名称
1.	吴亦博
2.	唐萌

7.2 兴业国信资产管理有限公司

序号	股东名称
1.	兴业国际信托有限公司

7.3 夸克天华（北京）传媒有限公司

序号	股东名称
1.	宁波梅山保税港区安弦投资管理有限公司
2.	上海东昌可达企业发展有限公司
3.	宁波梅山保税港区鹏途投资管理有限公司
4.	上海仙施企业发展有限公司
5.	郭槟如

7.4 广东玑和股权投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	广东和石投资管理有限公司

7.2.1 兴业国际信托有限公司

序号	股东名称
1.	兴业银行股份有限公司
2.	福建省能源集团有限责任公司
3.	厦门国贸集团股份有限公司
4.	福建华投投资有限公司
5.	福建省华兴集团有限责任公司
6.	南平市投资担保中心

7.3.1 宁波梅山保税港区安弦投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	程琪

7.3.2 上海东昌可达企业发展有限公司

序号	股东名称
1.	上海东昌投资发展有限公司
2.	上海东昌广告有限公司

7.3.3 宁波梅山保税港区鹏途投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	陈鹏
2.	陈丽茵

7.3.4 上海仙施企业发展有限公司

序号	股东名称
1.	钱琼
2.	上海仙施投资管理有限公司

7.4.1 广东和石投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	深圳和裕林企业管理有限公司

7.2.1.1 福建省能源集团有限责任公司

序号	股东名称
1.	福建省人民政府国有资产监督管理委员会

7.2.1.2 福建华投投资有限公司

序号	股东名称
1.	福建省投资开发集团有限责任公司

7.2.1.3 福建省华兴集团有限责任公司

序号	股东名称
1.	福建省投资开发集团有限责任公司

7.2.1.4 南平市投资担保中心

序号	股东名称
1.	南平市国有资产监督管理委员会

7.3.2.1 上海东昌投资发展有限公司

序号	股东名称
1.	江苏永鼎股份有限公司
2.	上海东昌企业集团有限公司

7.3.2.2 上海东昌广告有限公司

序号	股东名称
1.	丁建勇
2.	丁建祖

7.3.4.1 上海仙施投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	陈涌涛
2.	钱琼
3.	潘小琴

7.4.1.1 深圳和裕林企业管理有限公司

序号	股东名称
1.	李枳林
2.	李海浪

7.2.1.2.1 福建省投资开发集团有限责任公司

序号	股东名称
1.	福建省人民政府国有资产监督管理委员会

7.2.1.3.1 福建省投资开发集团有限责任公司

请参见“7.2.1.2.1 福建省投资开发集团有限责任公司”部分。

7.3.2.1.1 上海东昌企业集团有限公司

序号	股东名称
1.	上海蓝杉贸易有限公司
2.	丁建祖

7.3.2.1.1.1 上海蓝杉贸易有限公司

序号	股东名称
1.	丁建勇
2.	丁建祖

8、宁波芳华

企业名称	宁波芳华投资中心（有限合伙）				
统一社会信用代码	91330206MA281PW64Q				
营业期限	2016 年 3 月 29 日至 2026 年 3 月 28 日				
出资总额	人民币 22,700 万元				
执行事务合伙人	上海悠晟资产管理有限公司				
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 F0613				
经营范围	实业投资、资产管理、投资管理、市场信息咨询与调查、企业兼并重组咨询、投资咨询、商务信息咨询、企业管理咨询、财务咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		20,959.55	20,789.00		-105.12
	2020.6.30	20,939.68	20,768.68	2020 年 1-6 月	-5.37

A．一级股东股权结构

8 宁波芳华

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	上海悠晟资产管理有限公司	0.4405
2.	宁波梅山保税港区太麦企业管理咨询有限公司	55.5066

3.	温州英桥投资有限公司	44.0529
合计		100

B．二级及上层股东股权结构

8.1 上海悠晟资产管理有限公司

序号	股东名称
1.	宁波梅山保税区云光投资中心（有限合伙）
2.	宁波羲和资产管理有限公司
3.	上海鹏汇集裘资产管理中心（有限合伙）

8.2 宁波梅山保税港区太麦企业管理咨询有限公司

序号	股东名称
1.	董海
2.	陈可夫

8.3 温州英桥投资有限公司

序号	股东名称
1.	易建东

8.1.1 宁波梅山保税港区云光投资中心（有限合伙）

序号	股东名称
1.	陆吉
2.	领麾（上海）资产管理有限公司

8.1.1.1 领麾（上海）资产管理有限公司

序号	股东名称
1.	周影龙
2.	罗余

8.1.2 宁波羲和资产管理有限公司

序号	股东名称
1.	孙晓兰
2.	陆吉

8.1.3 上海鹏汇集裘资产管理中心（有限合伙）

序号	股东名称
1.	赵光宇
2.	鹏汇投资咨询（上海）有限公司

8.1.3.1 鹏汇投资咨询（上海）有限公司

序号	股东名称
1.	孙晓兰
2.	陆吉

9、宁波丰财

企业名称	宁波梅山保税港区丰财投资管理合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91330206MA2910J802				
营业期限	2017 年 05 月 18 日至 2037 年 05 月 17 日				
出资总额	人民币 12,100 万元				
执行事务合伙人	上海丰实资产管理有限公司				
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 H1025				
经营范围	投资管理，投资咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		12,114.70	12,095.61		-0.51
	2020.6.30	12,114.20	12,095.11	2020 年 1-6 月	-0.51

A．一级股东股权结构

9 宁波丰财

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	上海丰实资产管理有限公司	0.83
2.	奚利	8.26
3.	丁嘉春	4.13
4.	黄晓明	4.13
5.	徐曙	82.65
合计		100

B．二级及上层股东股权结构

9.1 上海丰实资产管理有限公司

序号	股东名称

1.	卢长祺
2.	上海海嘉商务咨询有限公司

9.1.1 上海海嘉商务咨询有限公司

序号	股东名称
1.	卢长祺
2.	奚利

10、汉富资本

企业名称	汉富（北京）资本管理有限公司				
统一社会信用代码	91110108565798806W				
营业期限	2010 年 11 月 26 日至 2040 年 11 月 25 日				
注册资本	人民币 35,000 万元				
法定代表人	韩学渊				
住所	北京市海淀区西直门北大街 32 号院 1 号楼 9 层 1004A43				
经营范围	资产管理；投资管理；投资咨询。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		173,333.50	39,789.98		-1,778.32
	2020.6.30	243,407.36	36,724.14	2020 年 1-6 月	-15.53

A．一级股东股权结构

10 汉富资本

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	汉富控股有限公司	10
2.	韩学渊	90
合计		100

B．二级及上层股东股权结构

10.1 汉富控股有限公司

序号	股东名称
1.	珏泽实业有限公司
2.	韩学渊

10.1.1 珏泽实业有限公司

序号	股东名称
1.	韩学渊

11、苏州海鲲

企业名称	苏州海鲲誉捷投资中心（有限合伙）				
统一社会信用代码	91320509MA1PBDY46L				
营业期限	2017 年 7 月 4 日至 2071 年 6 月 1 日				
出资总额	人民币 29,999 万元				
执行事务合伙人	海鲲投资管理（上海）有限公司				
住所	苏州市吴江区苏州河路 18 号（太湖新城科创园内）3 号楼 2 楼				
经营范围	对外投资；实业投资；股权投资；创业投资；企业管理咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		30,116.12	30,104.13		45.73
	2020.6.30	30,124.82	30,121.84	2020 年 1-6 月	17.70

A．一级股东股权结构

11 苏州海鲲

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	海鲲投资管理（上海）有限公司	0.03
2.	海鲲晟泽（芜湖）投资中心（有限合伙）	0.06
3.	新余海鲲滕浩投资合伙企业（有限合伙）	32.43
4.	新余海鲲昊烁投资合伙企业（有限合伙）	30.27
5.	新余海鲲景创投资合伙企业（有限合伙）	37.20
合计		100.00

B．二级及上层股东股权结构

11.1 海鲲投资管理（上海）有限公司

序号	股东名称
1.	程阿惠

11.2 海鲲晟泽（芜湖）投资中心（有限合伙）

序号	股东名称
1.	海鲲投资管理（上海）有限公司
2.	冯莹昉

11.3 新余海鲲滕浩投资合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	海鲲投资管理（上海）有限公司
2.	张少英
3.	李海东
4.	王龙宝
5.	陆妹
6.	王文丽
7.	邓永杰
8.	高庆环
9.	李文
10.	肖仙柏
11.	汪立钊
12.	毛华照
13.	张峰
14.	段玉明
15.	葛琼
16.	董敦相
17.	罗劲
18.	韩永强
19.	乔安娜
20.	吴东星
21.	程海辉
22.	卢伟志
23.	潘燕鸣
24.	樊芙蓉
25.	高涌滔
26.	许新广
27.	朱红
28.	岑达
29.	徐国良
30.	蔡悦悦
31.	童雪英

32.	於明
33.	白莹
34.	彭容海
35.	姜逸昕
36.	高国建
37.	许燕
38.	蔡游欣
39.	陈朝
40.	张丽芬
41.	祝方猛
42.	吴俊麟
43.	李丹
44.	李彩云
45.	王传伟
46.	王学林
47.	郑桂花
48.	许文亚
49.	肖逸清
50.	归丽春

11.4 新余海鲲昊烁投资合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	海鲲投资管理（上海）有限公司
2.	苏州荣红贸易有限公司
3.	刘春英
4.	徐正明
5.	陈刚
6.	郑雪涛
7.	吴传明
8.	王昌豪
9.	赵瑾
10.	张晓峰
11.	梁刚
12.	沈健

13.	余强
14.	徐伟
15.	李洪亮
16.	李碧霞
17.	张馨文
18.	吕文娟
19.	罗莹莹
20.	孙祥恕
21.	乔振宇
22.	杨旭红
23.	方凯
24.	冯文敏
25.	邵铮
26.	李应清
27.	黄頔
28.	黄立娟
29.	唐炳兴
30.	沈宝根
31.	郭锡坤
32.	赵锦凤
33.	周红启
34.	朱惠祥
35.	王双卫
36.	冯苹
37.	周凯朋
38.	张培贵
39.	宗倩如
40.	叶炳昌
41.	魏坤松
42.	颜锦斌
43.	戴海建
44.	温慧勇
45.	汤裕红

46.	杜顺巧

11.5 新余海鲲景创投资合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	海鲲投资管理（上海）有限公司
2.	韩瑞
3.	徐步光
4.	魏志聪
5.	朱军
6.	刘文宇
7.	陈婉贞
8.	乐惠君
9.	徐超
10.	魏晓旭
11.	龙德春
12.	朱晨雪
13.	李逸
14.	柴隆
15.	杨丽
16.	徐斌
17.	张慧
18.	张国平
19.	王怡
20.	陈建萍
21.	张弘
22.	徐军
23.	何丹
24.	尚涛
25.	杨小利
26.	杨香荣
27.	华蕊
28.	陈臻
29.	魏雪峰
30.	李国鸿

31.	傅菊仙
32.	郑钱云
33.	傅小琴
34.	洪昌友
35.	张少特
36.	王伟宇
37.	罗文鑫
38.	刘贤彪
39.	庄惠敏
40.	龚耀共
41.	游之顺
42.	王和珍
43.	朱卓伟
44.	蒋娟艳
45.	劳馨亿
46.	刘绮妮
47.	徐柔韵
48.	夏杰夫
49.	方烈义
50.	李晓蕾

11.2.1 海鲲投资管理（上海）有限公司

请参见“11.1 海鲲投资管理（上海）有限公司”部分。

11.3.1 海鲲投资管理（上海）有限公司

请参见“11.1 海鲲投资管理（上海）有限公司”部分。

11.4.1 海鲲投资管理（上海）有限公司

请参见“11.1 海鲲投资管理（上海）有限公司”部分。

11.4.2 苏州荣红贸易有限公司

序号	股东名称
1.	何宜祥

11.5.1 海鲲投资管理（上海）有限公司

请参见“11.1 海鲲投资管理（上海）有限公司”部分。

12、新余海鲲

企业名称	新余海鲲重伟投资合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91360502MA362D4L18				
营业期限	2017 年 6 月 22 日至无固定期限				
出资总额	人民币 7,010 万元				
执行事务合伙人	海鲲投资管理（上海）有限公司				
住所	江西省新余市渝水区劳动北路 42 号 201 室				
经营范围	投资管理（不含金融、证券、期货、保险业务）、企业管理、对外投资、创业投资。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)。				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		6,477.70	6,468.19		-12.01
	2020.6.30	6,475.78	6,466.28	2020 年 1-6 月	-1.91

A．一级股东股权结构

12 新余海鲲

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	海鲲投资管理（上海）有限公司	0.1427
2.	储建平	4.2796
3.	徐志勇	4.2796
4.	姚英	4.2796
5.	刘伟	4.2796
6.	芦雪梅	4.2796
7.	刘伟宁	4.2796
8.	袁锐	4.2796
9.	沈健	4.2796
10.	陈婉贞	4.2796
11.	王鑫	4.2796
12.	冯文敏	4.2796
13.	刘思易	4.2796
14.	冯思荣	4.2796
15.	叶语	4.2796
16.	张少英	4.2796
17.	翟祝平	4.2796
18.	孔翠晶	4.2796

19.	叶常青	4.2796
20.	乔安娜	4.2796
21.	田淑勤	4.2796
22.	唐爱玉	8.5592
23.	张恩宇	1.4265
24.	王莉	4.2796
合计		100

B．二级及上层股东股权结构

12.1 海鲲投资管理（上海）有限公司

请参见“11.1 海鲲投资管理（上海）有限公司”部分。

13、宁波君度

企业名称	宁波梅山保税港区君度德瑞股权投资管理中心（有限合伙）				
统一社会信用代码	91330206MA282RJ97J				
营业期限	2016 年 10 月 20 日至无固定期限				
出资总额	人民币 220,500 万元				
执行事务合伙人	西藏君度投资有限公司				
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 B 区 G0050				
经营范围	股权投资管理及相关咨询服务。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）。				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		209,523.42	198,451.43		-1,363.81
	2020.6.30	344,897.03	338,305.29	2020 年 1-6 月	-1,348.22

A．一级股东股权结构

13 宁波君度

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	西藏君度投资有限公司	1.20
2.	开山控股集团股份有限公司	2.40
3.	山东天业房地产开发集团有限公司	4.81
4.	天津融智德投资有限公司	2.40
5.	宁波海天股份有限公司	2.88
6.	苏州大得宏强投资中心（有限合伙）	10.10
7.	上海九瑞投资管理中心（有限合伙）	3.85
8.	赣州高裕股权投资合伙企业（有限合伙）	1.80

9.	阿拉山口丰圣股权投资有限合伙企业	2.40
10.	广州黄埔创赢股权投资合伙企业（有限合伙）	0.77
11.	宁波梅山保税港区世发股权投资合伙企业（有限合伙）	2.40
12.	厦门聚利汇投资合伙企业（有限合伙）	2.40
13.	上海富泓企业管理合伙企业（有限合伙）	2.40
14.	山西振东健康产业集团有限公司	2.40
15.	深圳市智信利达投资有限公司	2.40
16.	江苏云杉资本管理有限公司	4.81
17.	西藏超凯投资有限公司	1.20
18.	郭建	2.40
19.	朱华	1.03
20.	刘祥	1.20
21.	吴开贤	1.20
22.	陶灵萍	4.81
23.	王来喜	2.40
24.	吴学群	2.40
25.	赵海玮	1.20
26.	万里雪	2.40
27.	陈美箸	2.40
28.	李福南	2.40
29.	郑安政	1.20
30.	张友全	2.88
31.	张维仰	2.40
32.	陈士斌	2.40
33.	洪杰	4.81
34.	谢坤成	2.40
35.	高毅	0.72
36.	西证创新投资有限公司	7.21
37.	北京中创碳投科技有限公司	0.96
38.	晋江舒华投资发展有限公司	0.48
合计		100

B．二级及上层股东股权结构

13.1 西藏君度投资有限公司

序号	股东名称
1.	陈军
2.	成建民
3.	喻宾
4.	周瑞
5.	程京川
6.	黄洁馨
7.	王欢
8.	柳菁华
9.	李明霞
10.	袁圣尧
11.	舒博
12.	西藏麒伟企业管理有限公司
13.	贾毓琪
14.	朱道奇
15.	祁家树

13.2 开山控股集团股份有限公司[11]

序号	股东名称
1.	曹克坚
2.	其他股东

13.3 山东天业房地产开发集团有限公司

序号	股东名称
1.	济南高新城市建设发展有限公司
2.	曾昭秦

13.4 天津融智德投资有限公司

序号	股东名称
1.	姚文彬

[11] 开山控股集团股份有限公司系上市公司开山股份（股票代码：SZ.300257）的控股股东，同时系浙江省股权交易中心的挂牌企业。曹克坚系开山控股集团股份有限公司的实际控制人，在开山控股集团股份有限公司担任董事长兼总经理。

2.	姚文哲

13.5 宁波海天股份有限公司

序号	股东名称
1.	张剑鸣
2.	张静章
3.	胡敏
4.	张建国
5.	张静来
6.	张剑峰
7.	宁波北仑小港镇资产经营管理公司
8.	钱耀恩
9.	郭明光
10.	陈宁宁
11.	刘剑波
12.	贝海波
13.	陈蔚群
14.	虞文贤
15.	胡宝华
16.	水财毅
17.	宁波市北仑区经济建设投资有限公司
18.	浙江天时国际经济技术合作有限公司

13.6 苏州大得宏强投资中心（有限合伙）

序号	股东名称
1.	王秀珍
2.	苏州大得宏强投资管理有限公司

13.7 上海九瑞投资管理中心（有限合伙）

序号	股东名称
1.	王巍
2.	北京九瑞天诚医药科技开发有限公司

13.8 赣州高裕股权投资合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	熊翌旭
2.	李响
3.	齐璐
4.	嘉兴君重资产管理有限公司

13.9 阿拉山口丰圣股权投资有限合伙企业

序号	股东名称
1.	韩方
2.	张绍泉
3.	阿拉山口丰凯股权投资有限公司

13.10 广州黄埔创赢股权投资合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	广东乡融股权投资基金管理有限公司
2.	黄埔投资控股（广州）有限公司
3.	彭灵修

13.11 宁波梅山保税港区世发股权投资合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	丁思榕
2.	丁斯晴
3.	宁波梅山保税港区智容投资管理有限公司

13.12 厦门聚利汇投资合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	黄卿义
2.	王剑
3.	刘强
4.	陈晗
5.	洪宏伟
6.	黄少芬
7.	刘峰
8.	侯建峰

9.	李存琢
10.	高峰
11.	何桦
12.	李响
13.	杨志刚
14.	李忠
15.	马淑欣
16.	李明
17.	郑晨曦
18.	黄彩云
19.	王广茹
20.	刘佳尧
21.	温珍姬
22.	刘洋
23.	张伟
24.	王帅
25.	黄文
26.	魏秀东
27.	韩凯
28.	张栋
29.	刘娜
30.	王建林
31.	吕东
32.	张世英
33.	梁文峰
34.	陈洪翠
35.	万小敏
36.	任娇娇
37.	吴凯毅
38.	蔡令冬
39.	李培培
40.	蒋红梅
41.	付海龙

42.	罗旭东
43.	赫庆通
44.	福建珠渊投资有限公司

13.13 上海富泓企业管理合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	李杨
2.	陈能学

13.14 山西振东健康产业集团有限公司

序号	股东名称
1.	李安平
2.	金安祥

13.15 深圳市智信利达投资有限公司

序号	股东名称
1.	薛梅金
2.	深圳市智信永利投资有限公司

13.16 江苏云杉资本管理有限公司

序号	股东名称
1.	江苏交通控股有限公司

13.17 西藏超凯投资有限公司

序号	股东名称
1.	大兴创展资产管理（深圳）有限公司

13.18 晋江舒华投资发展有限公司

序号	股东名称
1.	张维建
2.	杨双珠

13.19 北京中创碳投科技有限公司

序号	股东名称
1.	西藏碳润信息科技有限公司

2.	陈莺喆
3.	唐人虎
4.	郭伟
5.	郑喜鹏

13.20 西证创新投资有限公司

序号	股东名称
1.	西南证券股份有限公司

13.1.1 西藏麒伟企业管理有限公司

序号	股东名称
1.	张砚
2.	雷树洋

13.3.1 济南高新城市建设发展有限公司

序号	股东名称
1.	济南高新技术产业开发区管理委员会国资委办公室
2.	济南齐鲁软件园发展中心

13.5.1 宁波北仑小港镇资产经营管理公司

序号	股东名称
1.	小港镇政府工业办公室

13.5.2 宁波市北仑区经济建设投资有限公司

序号	股东名称
1.	宁波市北仑区国有资产管理中心

13.5.3 浙江天时国际经济技术合作有限公司

序号	股东名称
1.	浙江天时沃力投资管理有限公司
2.	王伟刚
3.	倪国明
4.	刘小红
5.	赵优
6.	毛剑英

13.6.1 苏州大得宏强投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	赵晓玲
2.	王秀珍

13.7.1 北京九瑞天诚医药科技开发有限公司

序号	股东名称
1.	王巍
2.	崔丽红

13.8.1 嘉兴君重资产管理有限公司

序号	股东名称
1.	钟昌震
2.	陈诚

13.9.1 阿拉山口丰凯股权投资有限公司

序号	股东名称
1.	郭建明
2.	孙兴福

13.10.1 广东乡融股权投资基金管理有限公司

序号	股东名称
1.	广州乡村振兴控股集团有限公司

13.10.2 黄埔投资控股（广州）有限公司

序号	股东名称
1.	广州开发区产业基金投资集团有限公司

13.11.1 宁波梅山保税港区智容投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	丁思榕
2.	丁斯晴

13.12.1 福建珠渊投资有限公司

序号	股东名称

1.	南安市美林街道珠渊村民委员会
2.	吴建成

13.15.1 深圳市智信永利投资有限公司

序号	股东名称
1.	薛梅金

13.16.1 江苏交通控股有限公司

序号	股东名称
1.	江苏省人民政府

13.17.1 大兴创展资产管理（深圳）有限公司

序号	股东名称
1.	张海林
2.	冯葵兴

13.19.1 西藏碳润信息科技有限公司

序号	股东名称
1.	朱庆荣
2.	唐进
3.	钱国强
4.	杨晋
5.	王乐
6.	董琳琳
7.	金琳
8.	王文强
9.	李鹏
10.	周红明
11.	张斌亮
12.	周洁婷

13.3.1.1 济南齐鲁软件园发展中心

序号	股东名称
1.	济南高新技术产业开发区管理委员会

13.5.3.1 浙江天时沃力投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	沃力（香港）有限公司

13.10.1.1 广州乡村振兴控股集团有限公司

序号	股东名称
1.	广州市增城区公有资产经营有限公司
2.	广州市太阳城集团有限公司
3.	广东丰乐集团有限公司
4.	广州南媒产融投资合伙企业（有限合伙）
5.	广东合汇集团有限公司
6.	广州华立园科技企业孵化器有限公司
7.	广州东承集团有限公司
8.	广州市同利贸易有限公司
9.	广州粤和能源有限公司
10.	广东国江控股集团有限公司
11.	广州金领咨询有限公司

13.10.2.1 广州开发区产业基金投资集团有限公司

序号	股东名称
1.	广州开发区管委会

13.5.3.1.1 沃力（香港）有限公司

序号	股东名称
1.	王伟刚
2.	倪国明
3.	刘小红
4.	赵优
5.	毛剑英

13.10.1.1.1 广州市增城区公有资产经营有限公司

序号	股东名称
1.	广州市增城区国有资产监督管理局

13.10.1.1.2 广州市太阳城集团有限公司

序号	股东名称

1.	广州市太阳城大酒店有限公司

13.10.1.1.3 广东丰乐集团有限公司

序号	股东名称
1.	张大林
2.	钟伟新

13.10.1.1.4 广州南媒产融投资合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	毛杰
2.	黄建强
3.	深圳通合投资有限公司

13.10.1.1.5 广东合汇集团有限公司

序号	股东名称
1.	陈国权
2.	谢焕娴

13.10.1.1.6 广州华立园科技企业孵化器有限公司

序号	股东名称
1.	广州领美生活服务有限公司
2.	惠州市领美投资有限公司

13.10.1.1.7 广州东承集团有限公司

序号	股东名称
1.	张智承
2.	张智东

13.10.1.1.8 广州市同利贸易有限公司

序号	股东名称
1.	蒋政
2.	钟琪

13.10.1.1.9 广州粤和能源有限公司

序号	股东名称

1.	袁林春
2.	阮秀荣

13.10.1.1.10 广东国江控股集团有限公司

序号	股东名称
1.	文庆森
2.	林志华
3.	陈亮亮
4.	孙映春
5.	黄素忠
6.	刘凯升
7.	邝东宁

13.10.1.1.11 广州金领咨询有限公司

序号	股东名称
1.	黄金森
2.	王君

13.10.1.1.2.1 广州市太阳城大酒店有限公司

序号	股东名称
1.	利航投资有限公司

13.10.1.1.4.1 深圳通合投资有限公司

序号	股东名称
1.	张大林
2.	李利玲

13.10.1.1.6.1 广州领美生活服务有限公司

序号	股东名称
1.	张智峰
2.	张智帆

13.10.1.1.6.2 惠州市领美投资有限公司

序号	股东名称
1.	张智峰

2.	张智帆

14、北京朗玛永安

企业名称	北京朗玛永安投资管理股份公司				
统一社会信用代码	911101083515857845				
营业期限	2015 年 8 月 3 日至 2022 年 8 月 2 日				
注册资本	人民币 58,986 万元				
法定代表人	梁显宏				
住所	北京市海淀区北四环西路 58 号 18 层 1812				
经营范围	投资管理；资产管理。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）。				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		170,388.70	128,285.91		-1,067.59
	2020.6.30	169,738.27	169,666.93	2020 年 1-6 月	214.03

A．一级股东股权结构

14 北京朗玛永安

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	北京朗玛峰创业投资管理有限公司	2.20
2.	李运喜	3.90
3.	何树平	0.90
4.	赵红京	1.02
5.	李秀琍	0.93
6.	王翠杰	0.86
7.	角艳萍	6.72
8.	刘建国	5.09
9.	杨喜宽	5.09
10.	张冬梅	5.09
11.	赵雅齐	5.09
12.	贺乃和	4.24
13.	王连	4.24
14.	韩招弟	3.93
15.	谢家瑾	3.73

16.	寇丽明	3.66
17.	冯波	3.39
18.	宋万勇	3.39
19.	杨艳茹	3.39
20.	周诚	3.05
21.	罗梅	2.86
22.	刘秀珍	2.85
23.	李怀清	2.54
24.	黄燕平	2.20
25.	张洪涛	2.03
26.	高彩虹	1.95
27.	李海龙	1.86
28.	杨爱民	1.83
29.	李洁	1.78
30.	边春娥	1.70
31.	李英	1.70
32.	陈玉璋	1.70
33.	贾晓博	1.70
34.	牟东风	1.70
35.	张智勇	1.70
合计		100

B. 二级及上层股东股权结构

14.1 北京朗玛峰创业投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	肖建聪
2.	梁显宏

15、杭州阿里创投

企业名称	杭州阿里巴巴创业投资管理有限公司
统一社会信用代码	91330110MA2B2CJ809
营业期限	2018 年 4 月 27 日至无固定期限
注册资本	人民币 5,000 万元
法定代表人	戴珊
住所	浙江省杭州市余杭区五常街道文一西路 969 号 3 幢 5 层 528 室、529 室

经营范围	创业投资业务；创业投资咨询，创业投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）为企业或项目提供孵化及配套设施，科研信息咨询，企业管理咨询。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	2019 年度	营业收入	净利润
		460,510.41		-	-2,882.75
	2020.6.30	451,071.99	2020 年 1-6 月	-	-14,995.98

A．一级股东股权结构

15 杭州阿里巴巴

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	杭州臻希投资管理有限公司	100
合计		100

B．二级及上层股东股权结构

15.1 杭州臻希投资管理有限公司

序号	股东名称
1.	杭州臻强投资管理合伙企业（有限合伙）
2.	杭州臻晟投资管理合伙企业（有限合伙）

15.1.1 杭州臻强投资管理合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	张勇
2.	赵颖
3.	郑俊芳
4.	童文红
5.	邵晓峰
6.	杭州臻悦企业管理有限公司

15.1.2 杭州臻晟投资管理合伙企业（有限合伙）

序号	股东名称
1.	张勇
2.	赵颖
3.	郑俊芳
4.	童文红
5.	邵晓峰

6.	杭州臻悦企业管理有限公司

15.1.1.1 杭州臻悦企业管理有限公司

序号	股东名称
1.	张勇
2.	赵颖
3.	郑俊芳
4.	童文红
5.	邵晓峰

15.1.2.1 杭州臻悦企业管理有限公司

请参见“15.1.1.1 杭州臻悦企业管理有限公司”部分。

C．个人基本信息

根据国家企业信用信息公示系统，杭州阿里创投最上层自然人股东为张勇、赵颖、郑俊芳、童文红、邵晓峰。根据阿里巴巴集团香港联交所公告文件《全球发售》[12]，张勇、赵颖、郑俊芳、童文红、邵晓峰个人基本信息如下：

姓名	个人基本信息
张勇	于 2019 年 9 月出任阿里巴巴集团董事局主席，并自 2015 年 5 月起担任集团首席执行官
赵颖	现任阿里巴巴合伙人，全球化领导小组组长
郑俊芳	于 2017 年 12 月担任阿里巴巴集团首席风险官，并自 2015 年 12 月起担任首席平台治理官
童文红	于 2017 年 1 月起担任阿里巴巴集团首席人才官
邵晓锋	现任阿里巴巴合伙人，集团秘书长

D．股权质押情况

根据国家企业信用信息公示系统，2018 年 8 月 16 日，杭州臻希投资管理有限公司将其持有的杭州阿里创投股权质押给淘宝（中国）软件有限公司，处置股权数额为 5000[13]。

16、西藏齐鸣音乐

[12] https://www.alibabagroup.com/cn/ir/hkexfilings

[13] 国家企业信用信息公示系统中未公告处置股权数额的单位。

企业名称	西藏齐鸣音乐有限公司				
统一社会信用代码	91540125MA6T53NY42				
营业期限	2018 年 2 月 8 日至长期				
注册资本	人民币 1,000 万元				
法定代表人	杨奇虎				
住所	西藏自治区拉萨市堆龙德庆区工业园区 3-504 号				
经营范围	对音乐及互联网项目的投资（不含金融、证券、保险、期货业务）；企业管理策划。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。				
主要财务数据（万元）	2019.12.31	总资产	净资产	2019 年度	净利润
		156,582.98	-6,532.84		-6,531.63
	2020.6.30	179,788.73	-7,745.97	2020 年 1-6 月	-1,213.13

A．一级股东股权结构

16 西藏齐鸣

序号	股东名称	出资比例（%）
1.	杨奇虎	50
2.	顾德峻	50
合计		100

B．个人基本信息

根据国家企业信用信息公示系统，西藏齐鸣音乐最上层自然人股东为杨奇虎、顾德峻。根据腾讯音乐娱乐集团 2018 年年报及查询国家企业信用信息公示系统，杨奇虎、顾德峻个人基本信息如下：

姓名	个人基本信息
杨奇虎	腾讯音乐娱乐集团的 General Counsel
顾德峻	腾讯音乐娱乐科技（深圳）有限公司董事

C．股权质押情况

根据国家企业信用信息公示系统，2019 年 9 月 30 日，杨奇虎将其持有的西藏齐鸣音乐股权质押给腾讯音乐（北京）有限公司，处置股权数额为 500 万元；2019 年 9 月 30 日，顾德峻将其持有的西藏齐鸣音乐股权质押给腾讯音乐（北京）有限公司，处置股权数额为 500 万元。

（十）上述相关主体与发行人实际控制人、董监高、其他核心人员、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员之间的亲属关系或其他关联关系，持股或控制与发行人从事相同业务或业务往来的公司，控制与发行人的主要客户、供应商存在资金往来的公司的情况

1、存在亲属关系或其他关联关系的情况

发行人机构股东与相关主体存在如下关联关系：

（1）上海昼星持有上海星投 23.58%的股权，田明系上海昼星唯一股东，且田明系上海星投的共同实际控制人之一。

（2）发行人共同实际控制人中的华人文化天津、金磊、徐向东系上海星投的共同实际控制人之一。

除上述情形外，发行人的机构股东与发行人实际控制人、董监高、其他核心人员、本次申请发行的中介机构及其负责人、签字人员不存在亲属关系或其他关联关系。

2、持股或控制与发行人从事相同业务或业务往来公司的情况

根据发行人机构股东填写的调查表并经登录国家企业信息公示系统网络核查相关企业经营范围，发行人机构股东持股或控制可能与发行人从事相同业务的公司的情况如下：

序号	企业名称	所涉及发行人股东	发行人股东持股比例	经营范围中相关内容
1.	深圳市聚橙网络技术有限公司	汉富资本（发行人持股 0.5493%股东）	2.82%	经营演出及经纪业务
2.	上海柠萌影视传媒有限公司	汉富资本（发行人持股 0.5493%股东）	1.25%	广播电视节目制作、发行
3.	三人行传媒集团股份有限公司	宁波君度（发行人持股 0.4695%股东）	3.25%	演出经纪
4.	北京春秋永乐文化传播股份有限公司	宁波君度（发行人持股 0.4695%股东）	2.7263%	经营演出及经纪业务
5.	北京微吼时代科技有限公司	北京朗玛永安（发行人持股 0.4695%股东）	16.63%	广播电视节目制作
6.	北京东方嘉禾文化发展股份有限公司	北京朗玛永安（发行人持股 0.4695%股东）	4.69%	广播电视节目制作

7.	武汉市追忆那年网络科技有限公司	杭州阿里创投（发行人持股 1.1737%股东）	14.64%	广播电视节目、影视、电视剧制作
8.	北京呦吼互娱文化传播有限责任公司	杭州阿里创投（发行人持股 1.1737%股东）	25.00%	广播电视节目制作；演出经纪
9.	深圳启韵文化传媒有限公司	西藏齐鸣（发行人持股 0.9390%股东）	85.00%	艺人经纪服务；演出经纪服务；影视制作
10.	中子力科技（北京）有限公司	西藏齐鸣（发行人持股 0.9390%股东）	25.00%	演出经纪
11.	北京有此山文化传媒有限公司	西藏齐鸣（发行人持股 0.9390%股东）	15.00%	演出经纪
12.	北京酝星文化有限公司	西藏齐鸣（发行人持股 0.9390%股东）	12.50%	广播电视节目制作

根据发行人的业务合同，北京有此山文化传媒有限公司系发行人供应商。根据发行人与北京有此山文化传媒有限公司签署的知识产权授权协议，比较发行人同类知识产权授权费用，发行人基于节目制作和音乐制作需求而就相关知识产权取得了北京有此山文化传媒有限公司的授权，交易具有必要性、合理性和合法性，交易价格根据市场价格经协商确定、具有公允性。根据西藏齐鸣出具的书面确认，其未通过控制的企业对灿星文化进行利益输送。

除北京有此山文化传媒有限公司之外，上述企业与发行人不存在业务往来。根据杭州阿里创投出具的书面确认，其与发行人仅存在一笔人民币 2 亿元的资金往来，该笔资金是其认购灿星文化股份的对价，不是为灿星文化承担成本、也不存在利益输送。除该笔资金外，其与发行人之间不存在其他资金往来。根据发行人其他机构股东出具的书面确认，其不存在控制与灿星文化从事相同业务或存在业务往来企业的情形，不存在利益输送的情形。

3、控制与公司的主要客户、供应商存在资金往来公司的情况

根据杭州阿里创投出具的书面确认以及对发行人部分客户、供应商的走访，杭州阿里创投与发行人主要客户、主要供应商之间不存在资金往来。根据西藏齐鸣音乐出具的书面确认，其与灿星文化的主要客户、主要供应商不存在业务往来，其未通过控制的企业对灿星文化进行利益输送。根据发行人其他机构股东的书面确认以及对发行人主要客户、主要供应商的走访，发行人其他机构股东控制的企业不存在与发行人主要客户、主要供应商存在资金往来的情况，不存在利益输送的情形。

（十一）私募基金股东的情况

发行人私募基金股东的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、公司股本情况”之“（九）法人或机构股东的基本情况和主要财务数据，对法人或机构股东的股权结构穿透至最终出资的自然人或国有股东”。

发行人私募基金股东的基金备案手续完成情况如下：

上海岩衡属于私募基金，已于 2015 年 5 月 19 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：S35001），其私募基金管理人为岩山投资管理（上海）有限公司，已于 2015 年 4 月 23 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1011053）。

平潭沣淮属于私募基金，已于 2016 年 3 月 31 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：SH1876），其私募基金管理人为沣石（上海）投资管理有限公司，已于 2015 年 11 月 18 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1027544）。

上海沣浦属于私募基金，已于 2016 年 4 月 1 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：SH1878），其私募基金管理人为沣石（上海）投资管理有限公司，已于 2015 年 11 月 18 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1027544）。

宁波奥腾属于私募基金，已于 2018 年 2 月 28 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：SCA062）；其私募基金管理人天壹紫腾资产管理（宁波）有限公司，已于 2016 年 12 月 16 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1060514）。

宁波芳华属于私募基金，已于 2018 年 1 月 8 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：SY1256）；其私募基金管理人上海悠晟资产管理有限公司，已于 2015 年 07 月 01 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1016887）。

宁波丰财属于私募基金，已于 2018 年 4 月 20 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：SY3329）；其私募基金管理人

上海丰实股权投资管理有限公司，已于 2014 年 04 月 22 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1001078）。

新余海鲲属于私募基金，已于 2018 年 1 月 11 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：SX5697）；其私募基金管理人海鲲投资管理（上海）有限公司，已于 2017 年 4 月 12 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1062235）。

苏州海鲲属于私募基金，已于 2018 年 5 月 7 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：SX6858）；其私募基金管理人海鲲投资管理（上海）有限公司，已于 2017 年 4 月 12 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1062235）。

宁波君度属于私募基金，已于 2017 年 3 月 8 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：SR4065）；其私募基金管理人西藏君度投资有限公司，已于 2016 年 10 月 19 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1060014）。

北京朗玛永安属于私募基金，已于 2017 年 7 月 12 日于中国证券投资基金业协会备案并取得《私募投资基金备案证明》（备案编号：SW1595；其私募基金管理人北京朗玛峰创业投资管理有限公司，已于 2014 年 4 月 29 日于中国证券投资基金业协会登记（登记编号：P1001707）。

综上，发行人私募投资基金股东已经按《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案方法（试行）》等相关法律法规履行登记备案手续。

八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况

公司董事会由 9 名董事组成，其中 3 名为独立董事，董事会设董事长 1 名。公司监事会由 3 名监事组成，其中 1 名为职工代表监事，监事会设监事会主席 1 人。公司高级管理人员由 1 名总经理、3 名副总经理、1 名财务负责人兼董事会秘书组成。公司现任的董事、监事、高级管理人员均了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务和责任。

（一）董事

公司董事会由 9 名董事组成，其中 3 名为独立董事，董事会设董事长 1 名。董事任期三年，可连选连任，其中独立董事连任时间不得超过六年。

公司董事的基本情况如下：

序号	姓名	董事会职务	选聘情况	任职期间
1	田明	董事长	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28
2	金磊	董事	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28
3	王艳	董事	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28
4	徐志豪	董事	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28
5	陈永	董事	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28
6	徐向东	董事	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28
7	陈热豪	独立董事	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28
8	李良荣	独立董事	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28
9	盛文灏	独立董事	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28

公司董事的简历如下：

1、田明先生，1969 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。曾任东方电视台新闻中心记者、东视新闻娱乐频道专题新闻部副主任、上海文广新闻传媒集团总编室副主任、东视文艺频道主编、上海东方之星文化发展有限公司总经理、上海文广新闻传媒集团综艺部总监和党委副书记、上海东方之星文化发展有限公司董事长。2009 年至 2011 年，于上海文广新闻传媒集团任副总裁；2009 年至 2011 年，于东方卫视任总监、总经理。2011 年至今供职于公司，现任公司董事长、总经理。

2、金磊先生，1976 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任上海东方电视台文艺部导演、上海电视台东方卫视音乐频道总监助理。2006 年至 2011 年，于上海文广新闻传媒集团任综艺部副总监。2011 年至今供职于公司，现任公司董事、副总经理。

3、王艳女士，1973 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾任中锐控股集团财务总部财务经理、中欧国际工商学院中国金融研究中心副研究员、三江购物俱乐部股份有限公司董事、财务负责人、董事会秘书。2012 年至 2015 年，于上海豫园黄金珠宝集团任副总裁、首席财务官。2015 年至今供职于公司，现任公司董事、财务负责人、董事会秘书。

4、徐志豪先生，1978 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾任时代华纳纽约战略和投资部门分析师、IDG 资本投资经理、Eurosoccer Digital TV 首席财务官、Super Sports Media 高级副总裁、华人文化产业投资董事总经理、华人文化有限责任公司副总裁、嘉兴健腾投资管理有限公司（中国健腾体育产业基金）董事长；2020 年至今，于北京新英体育传媒有限公司任总裁。2013 年至今，任公司董事。

5、陈永先生，1978 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾任英国富而德律师事务所律师、上海国和投资风控合规总监。2015 年至 2017 年，于易方达基金任投资银行部总经理；2017 年至今，于天壹紫腾资产管理（宁波）有限公司任首席投资官。2018 年至今，任公司董事。

6、徐向东先生，1964 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任联合时报记者、上海证券报编辑。1995 年至 2011 年，于上海 SMG 上海电视台任导演、副总监。2012 年至今供职于公司，现任公司董事、副总经理。

7、陈热豪先生，1968 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，硕士学位，中级会计师职称。曾任中国航空技术进出口上海公司财务人员、上海公信中南会计师事务所有限公司审计五部助理和主审、上海公信中南会计师事务所有限公司审计五部经理和主任会计师助理、上海公信中南会计师事务所有限公司副主任会计师、上海公信会计师事务所有限公司董事、副主任会计师。2016 年至今，于上海公信会计师事务所有限公司任董事长、主任会计师。2017 年至今，任公司独立董事。

8、李良荣先生，1946 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，教授职称。曾任江西吉安市委宣传部干事。1982 年至今，于复旦大学新闻学院任教师。2017 年至今，任公司独立董事。

9、盛文灏先生，1967 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，高级经济师职称。曾任上海无线电十九厂助理工程师、广东太阳神集团有限公司华东饮料部经理、上海交大昂立生物制品有限公司营销总部总经理和华东分公司总经理、上海交大昂立股份有限公司副总裁、上海交大昂立保健品有限公司董事长兼总经理、纽仕兰（上海）乳业有限公司董事长兼总经理、上海昂立海之宝食品有限公司董事、湖南大康国际农业食品股份有限公司董事。2015 年至今，于上海鹏欣集团有限公司任董事；2015 年至今，于纽仕兰新云（上海）电子商务有限公司任董事长、总经理；2008 年至今，于上海市市场营销学会任资深副会长。2017 年至今，任公司独立董事。

（二）监事

公司监事会由 3 名监事组成，其中 1 名为职工代表监事，监事会设监事会主席 1 人。监事任期三年，可连选连任。

公司监事的基本情况如下：

序号	姓名	监事会职务	选聘情况	任职期间
1	陆伟	监事会主席	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28
2	姚寅	职工代表监事	职工代表大会	2020.6.29-2023.6.28
3	吴冰	监事	2019 年年度股东大会	2020.6.29-2023.6.28

公司监事的简历如下：

1、陆伟先生，1976 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任上海东方电视台记者。2006 年至 2011 年，于上海文广新闻传媒集团新娱乐频道任娱乐资讯部主任。2011 年至今供职于公司，现任公司导演团队负责人、监事会主席。

2、姚寅先生，1974 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任江南造船厂电视台节目部美编。2004 年至 2011 年，于上海文广新闻传媒集团东方电视台任节目部美编。2011 年至今供职于公司，现任公司节目部总监、职工代表监事。

3、吴冰女士，1971 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。

曾任上海市浦东市政工程管理有限公司计财部员工、上海东视广告有限公司办公室员工、上海广播电视台广告传播有限公司编审部审编室员工、SMG 广告经营中心广告部员工。2007 年至 2016 年，于 SMG 外语中心广告部任职。2016 年至今供职于公司，现任公司人事行政部副总监、监事。

（三）高级管理人员

根据公司的《公司章程》，公司经理、副经理、董事会秘书、财务负责人为公司高级管理人员。公司高级管理人员由 1 名总经理、3 名副总经理、1 名财务负责人兼董事会秘书组成。

公司高级管理人员的基本情况如下：

序号	姓名	高级管理人员职务	选聘情况	任职期间
1	田明	总经理	第一届董事会第一次会议	2016.7.28-2019.7.27
2	金磊	副总经理	第一届董事会第二次会议	2016.10.25-2019.7.27
3	徐向东	副总经理	第一届董事会第二次会议	2016.10.25-2019.7.27
4	曹志高	副总经理	第一届董事会第二次会议	2016.10.25-2019.7.27
5	王艳	财务负责人、董事会秘书	第一届董事会第一次会议	2016.7.28-2019.7.27

注：公司的高级管理人员并未随着公司董事会成员的换届而进行重新选聘，原高级管理人员继续履行职务。

公司高级管理人员的简历如下：

1、田明先生简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“（一）董事”。

2、金磊先生简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“（一）董事”。

3、徐向东先生简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“（一）董事”。

4、曹志高先生，1965 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学

历。曾任上海航天局宣传处干事、上海天梦广告公司总经理、上海百事可乐饮料有限公司市场广告部经理、上海天禾互动广告有限公司执行董事、上海玺诚传媒有限公司首席运营官。2007 年至 2010 年，于上海晶立广告有限公司任首席运营官。2011 年至今供职于公司，现任公司副总经理。

5、王艳女士简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“（一）董事”。

（四）其他核心人员

公司其他核心人员共 7 名，分别为金磊、徐向东、陆伟、章骊、沈宁、吴群达、陈涤。

公司其他核心人员的基本情况如下：

序号	姓名	选聘情况
1	金磊	第一届董事会第二次会议
2	徐向东	第一届董事会第二次会议
3	陆伟	第一届董事会第二次会议
4	章骊	第一届董事会第二次会议
5	沈宁	第一届董事会第二次会议
6	吴群达	第一届董事会第二次会议
7	陈涤	第一届董事会第二次会议

公司其他核心人员的简历如下：

1、金磊先生简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“（一）董事”。

2、徐向东先生简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“（一）董事”。

3、陆伟先生简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“（二）监事”。

4、章骊先生，1978 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。

2001 年至 2011 年，于上海东方电视台任综艺部制片人。2011 年至今供职于公司，现任公司导演团队负责人。

5、沈宁女士，1977 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1999 年至 2011 年，于上海东方电视台任综艺部节目中心副主任。2011 年至今供职于公司，现任公司导演团队负责人。

6、吴群达先生，1979 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。2004 年至 2008 年，于上海有线音乐频道任导演；2008 年至 2012 年，于上海东方电视台任导演。2012 年至今供职于公司，现任公司导演团队负责人。

7、陈涤先生，1976 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1998 年至 2011 年，于上海东方电视台任特别项目部主任。2011 年至今供职于公司，现任公司导演团队负责人。

上述核心人员的选定范围为发行人综艺节目制作的核心领军人才。报告期内，上述核心人员不存在变动情况，不存在关键核心人员辞职的情形。公司已经与上述核心人员签署《竞业禁止协议》，并且在签署的《劳动合同》中约定保密条款，对公司正常经营不存在不利影响。

（五）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员兼职情况如下：

姓名	发行人职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与发行人的主要关联关系
田明	董事长、总经理	上海星投	董事长	发行人的控股股东
		西藏璀灿星河	执行董事	田明控制的企业
		上海翊捷	执行董事	
		上海瓴星	执行事务合伙人委派代表	
		上海瓴帆置业	执行董事	
		上海瓴帆文化	执行董事	
		上海民星	执行事务合伙人委派代表	

姓名	发行人职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与发行人的主要关联关系
		上海望星	执行董事	
		霍尔果斯晨星	执行董事	
		上海昼星	执行董事	
		Harvest Goal	董事	
		晟星传媒	行政管理机关成员	田明担任董事的企业
		灿腾文化	董事长	
		广东南瓜视业	董事	
		西安曲江灿星文化产业投资管理有限公司	董事	
		宁波灿腾	董事长、总经理	
		秦汉新城星空	执行董事	
		财富之星	执行董事	华人文化天津、田明、金磊、徐向东控制的企业
		CMC Asia	董事	
		FSML	董事	
		Fortune Star Media (Hong Kong) Limited	董事	
		星屹（上海）企业管理有限公司	董事长	
		歆空实业	执行董事	
		歆丰文化	执行董事	
		上海昭星	董事长	田明、金磊、徐向东控制的企业
		西安星空华文	执行董事	发行人控制的企业
		星空国际	董事长、总经理	
		宁波灿星	执行董事、经理	
		梦响启岸	董事长	
		上海声众	董事	
		星空时尚	董事长	
		灿星国际	董事	
金磊	董事、副总经理	上海辉星	执行董事	金磊控制的企业
		Golden Horse	董事	
		上海昭星	董事	田明、金磊、徐向东控制的

姓名	发行人职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与发行人的主要关联关系
				企业
		星空国际	监事	发行人控制的企业
王艳	董事、财务负责人、董事会秘书	星空国际	董事	发行人控制的企业
		上海声众	董事	
		西安曲江灿星文化产业投资管理有限公司	董事	王艳担任董事的企业
		上海鸿赢文化	董事	
		CMC Asia	董事	
		FSML	董事	
		上海逸跑体育文化传播有限公司	监事	-
徐志豪	董事	上海文投投资管理有限公司	执行董事、总经理	徐志豪担任董事、高级管理人员的企业
		湖南楚冠文体产业有限公司	董事	徐志豪担任董事的企业
		上海众明优影影视文化传媒有限公司	监事	-
		上海东方梦工厂影视技术有限公司	监事	-
		上海东方梦工厂文化传播有限公司	监事	-
		上海东方梦工厂文化发展有限公司	监事	-
		上海海元文化体育传播有限公司	董事	徐志豪担任董事的企业
		上海星投	董事	发行人的控股股东
		盛力世家（上海）体育文化发展有限公司	董事长	徐志豪担任董事的企业
		上海音悦聚投资咨询有限公司	执行董事	
		四川九牛足球俱乐部股份有限公司	董事	
		海宁壹线影视文化有限公司	董事	
		上海源风投资管理中心（有限合	委派代表	-

姓名	发行人职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与发行人的主要关联关系
		伙）		
		上海厚意股权投资基金合伙企业（有限合伙）	委派代表	-
		上海厚意萨玻文化创意合伙企业（有限合伙）	委派代表	-
		北京新英体育传媒有限公司	总裁	徐志豪担任高级管理人员的企业
		上海厚意奥玻文化传媒合伙企业（有限合伙）	委派代表	-
		爱麦克斯菲尔姆（上海）投资管理有限公司	董事	徐志豪担任董事的企业
		四川优必选城市体育产业发展有限责任公司	董事	
		北京映像汇文化创意有限公司	董事	
		CWWR Holdings Ltd.	董事	
		CWWR Vision Limited	董事	徐志豪控制的企业
		CMC Asia	董事	华人文化天津、田明、金磊、徐向东控制的企业
		FSML	董事	
陈永	董事	天壹紫腾资产管理（宁波）有限公司	首席投资官、监事	-
		宁波梅山保税港区瑞盟投资管理有限公司	经理、执行董事	陈永担任董事、高级管理人员的企业
		北京新爱体育传媒科技有限公司	董事	陈永担任董事的企业
		四川驹马企业管理有限公司	董事	
		上海永之瑞企业发展有限公司	执行董事	
		上海柠萌影视传媒有限公司	董事	
陈热豪	独立董事	上海公信会计师事务所有限公司	董事长	陈热豪担任董事的企业
李良荣	独立董事	复旦大学	新闻学院教师	-

姓名	发行人职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与发行人的主要关联关系
		上海复旦申花净化技术股份有限公司	监事	-
		上海元点贸易有限公司	监事	-
		上海丰逅文化传播有限公司	监事	-
盛文灏	独立董事	纽仕兰新云（上海）电子商务有限公司	董事长、总经理	盛文灏担任董事、高级管理人员的企业
		上海灏加投资管理有限公司	执行董事、总经理	
陆伟	导演团队负责人、监事会主席	西藏璀灿星河	监事	田明控制的企业
		上海煜星聚汇	执行事务合伙人	陆伟担任执行事务合伙人的企业
		上海璟星聚汇	执行事务合伙人	
		上海久吾一生	执行董事	陆伟担任董事的企业
		杭州灿辉	董事	
姚寅	节目部总监、职工代表监事	杭州灿辉	监事	陆伟担任董事的企业
吴冰	人事行政部副总监、监事	-	-	-
曹志高	副总经理	接力网络技术发展（上海）有限公司	董事	曹志高担任董事的企业
		接力投资管理咨询（上海）有限公司	董事	
徐向东	董事、副总经理	上海昭星	董事	田明、金磊、徐向东控制的企业
		East Union	董事	
陈涤	导演团队负责人	-	-	-
沈宁	导演团队负责人	-	-	-
吴群达	导演团队负责人	-	-	-
章骊	导演团队负责人	-	-	-

（六）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员相互之间的关系

公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

（七）发行人董事、监事的提名和选聘情况

1、董事提名和选聘情况

2016 年 7 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，经上海星投、上海昼星、田明联合提名，选举黎瑞刚、田明、李怀宇、徐志豪、王艳为公司第一届董事会成员。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，审议通过选举黎瑞刚为董事长。

2017 年 3 月 17 日，公司召开 2017 年第一次临时股东大会，经西藏源合提名，增选姚玮为公司第一届董事会成员。

为完善治理体系，公司在董事会中相应增设独立董事。2017 年 12 月 1 日，公司召开 2017 年第二次临时股东大会，经上海星投、上海昼星、田明联合提名，增选陈热豪、李良荣、盛文灏为公司第一届董事会独立董事。

2018 年 3 月 19 日，公司召开 2018 年第一次临时股东大会，审议通过黎瑞刚辞去公司董事长及董事职务、李怀宇辞去公司董事职务；经上海星投、上海昼星、田明联合提名，选举金磊为公司第一届董事会成员，经宁波奥腾提名，选举陈永为公司第一届董事会成员，任期至第一届董事会任期届满之日止。2018 年 3 月 22 日，公司召开第一届董事会第十次会议，审议通过选举田明为董事长。

2019 年 6 月 4 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，审议通过姚玮辞去公司董事职务；经上海星投、上海昼星、田明联合提名，选举徐向东为公司第一届董事会成员，任期至第一届董事会任期届满之日止。

2020 年 6 月 29 日，发行人召开 2019 年年度股东大会，审议通过了《关于公司董事会换届选举的议案》，选举田明、王艳、金磊、徐向东、陈永、徐志豪为公司第二届董事会非独立董事，选举盛文灏、李良荣、陈热豪为公司第二届董事会独立董事，任期三年，自本次股东大会决议通过之日起计算。2020 年 6 月 29 日，发行人召开第二届董事会第一次会议，选举田明为公司第二届董事长，任期自董事会审议通过之日起至公司第二届董事会任期届满之日止。

2、监事提名和选聘情况

2016 年 5 月 5 日，公司召开第一届职工代表大会，审议通过选举蔡华标为公

司职工代表监事。

2016 年 7 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，经上海星投、上海昼星、田明联合提名，选举陆伟、管建安为公司第一届监事会成员，与职工代表监事蔡华标共同组成公司第一届监事会。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，审议通过选举陆伟为监事会主席。

2018 年 8 月 9 日，公司召开第一届职工代表大会，审议通过蔡华标辞去公司职工代表监事职务；审议通过选举姚寅为公司职工代表监事，任期至第一届监事会任期届满之日止。

2018 年 8 月 25 日，公司召开 2018 年第三次临时股东大会，审议通过管建安辞去公司监事职务；经上海星投提名，选举吴冰为公司第一届监事会成员，任期至第一届监事会任期届满之日止。

2020 年 6 月 29 日，发行人召开 2019 年年度股东大会，审议通过了《关于公司第二届监事会换届选举的议案》，选举陆伟、吴冰为公司第二届监事会股东代表监事，任期三年，自本次股东大会决议通过之日起计算。2020 年 6 月 29 日，发行人召开职工代表大会，选举姚寅为公司第二届监事会职工代表监事，任期三年，自本次职工代表大会决议通过之日起计算。2020 年 6 月 29 日，发行人召开第二届监事会第一次会议，选举陆伟为公司第二届监事会主席，任期自监事会审议通过之日起至公司第二届监事会任期届满之日止。

九、公司与董事、监事、高级管理人员、其他核心人员所签定的协议及履行情况

截至本招股说明书签署日，在公司任职并领取薪酬的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员均与公司签订《劳动合同》，协议的履行情况正常。除《劳动合同》之外，公司与下列董事、监事、高级管理人员、其他核心人员签署《竞业禁止协议》，协议的履行情况正常，不存在违反协议的情况。

序号	姓名	职务
1	田明	董事长、总经理

2	金磊	董事、副总经理
3	徐向东	董事、副总经理
4	王艳	董事、财务负责人、董事会秘书
5	曹志高	副总经理
6	陆伟	导演团队负责人、监事会主席
7	姚寅	节目部总监、职工代表监事
8	吴冰	人事行政部副总监、监事
9	陈涤	导演团队负责人
10	沈宁	导演团队负责人
11	吴群达	导演团队负责人
12	章骊	导演团队负责人

截至本招股说明书签署日，除上述协议外，公司未与董事、监事、高级管理人员、其他核心人员签订其他协议。

十、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况如下：

（一）直接持股情况

单位：股，%

序号	姓名	发行人职务/亲属关系	持股数量	直接持股比例
1	田明	董事长、总经理	5,670,377	1.4790

（二）间接持股情况

单位：%

序号	姓名	发行人职务/亲属关系	间接持股公司名称	间接持股比例
1	田明	董事长、总经理	上海昼星	33.8599

序号	姓名	发行人职务/亲属关系	间接持股公司名称	间接持股比例
			上海民星	20.6505
			上海昭星	1.8255
2	金磊	董事、副总经理	上海昭星	0.2889
			上海辉星	10.8798
3	徐向东	董事、副总经理	上海昭星	0.5584
4	王艳	董事、财务负责人、董事会秘书	上海昭星	0.0596
5	曹志高	副总经理	上海昭星	0.1489
6	陆伟	导演团队负责人、监事会主席	上海昭星	0.1340
			上海璟星聚汇	0.0075
			上海煜星聚汇	0.0075
7	姚寅	节目部总监、职工代表监事	上海昭星	0.0596
8	吴冰	人事行政部副总监、监事	上海璟星聚汇	0.0056
9	陈涤	导演团队负责人	上海昭星	0.1489
10	沈宁	导演团队负责人	上海昭星	0.1489
11	吴群达	导演团队负责人	上海昭星	0.1489
12	章骊	导演团队负责人	上海昭星	0.1489

截至本招股说明书签署日，上述人员直接或间接所持有的发行人股份不存在质押或冻结的情况。

十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员近两年内的变动情况

（一）董事的变动情况

2016 年初，灿星有限的董事会成员如下：

姓名	董事会职务
黎瑞刚	董事长
田明	董事
王艳	董事
李怀宇	董事
徐志豪	董事

2016 年 7 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过《公司筹建工作报告》等议案，同意灿星有限整体变更设立灿星文化。审议通过选举黎瑞刚、田明、王艳、李怀宇、徐志豪为公司第一届董事会成员，任期为三年。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，审议通过选举黎瑞刚为董事长。至此，公司的董事会成员未发生变动。

2017 年 3 月 17 日，公司 2017 年第一次临时股东大会增选姚玮为公司第一届董事会成员。至此，公司的董事会成员如下：

姓名	董事会职务
黎瑞刚	董事长
田明	董事
王艳	董事
李怀宇	董事
徐志豪	董事
姚玮	董事

为完善治理体系，公司在董事会中相应增设独立董事。2017 年 12 月 1 日，公司 2017 年第二次临时股东大会增选陈热豪、李良荣、盛文灏为公司第一届董事会独立董事。公司董事会设 3 名独立董事，分别为陈热豪、李良荣、盛文灏。其中，陈热豪具有注册会计师资格，系会计专业人士；独立董事人数占董事会成员总数的三分之一。至此，公司的董事会成员如下：

姓名	董事会职务
黎瑞刚	董事长
田明	董事
王艳	董事
李怀宇	董事
徐志豪	董事
姚玮	董事
陈热豪	独立董事
李良荣	独立董事
盛文灏	独立董事

2018 年 3 月 19 日，公司召开 2018 年第一次临时股东大会，审议通过黎瑞刚、李怀宇辞去公司董事职务；选举金磊、陈永为公司第一届董事会成员，任期至第一届董事会任期届满之日止。2018 年 3 月 22 日，公司召开第一届董事会第十次会议，审议通过选举田明为董事长。至此，公司的董事会成员如下：

姓名	董事会职务
田明	董事长
金磊	董事
王艳	董事
陈永	董事
徐志豪	董事
姚玮	董事
陈热豪	独立董事
李良荣	独立董事
盛文灏	独立董事

2019 年 6 月 4 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，审议通过姚玮辞去公司董事职务；选举徐向东为公司第一届董事会成员，任期至第一届董事会任期

届满之日止。至此，公司的董事会成员如下：

姓名	董事会职务
田明	董事长
金磊	董事
王艳	董事
陈永	董事
徐志豪	董事
徐向东	董事
陈热豪	独立董事
李良荣	独立董事
盛文灏	独立董事

2020 年 6 月 29 日，发行人召开 2019 年年度股东大会，审议通过了《关于公司董事会换届选举的议案》，选举田明、王艳、金磊、徐向东、陈永、徐志豪为公司第二届董事会非独立董事，选举盛文灏、李良荣、陈热豪为公司第二届董事会独立董事，任期三年，自本次股东大会决议通过之日起计算。2020 年 6 月 29 日，发行人召开第二届董事会第一次会议，选举田明为公司第二届董事长，任期自董事会审议通过之日起至公司第二届董事会任期届满之日止。

公司董事近两年内的变动已履行必要的法律程序，符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

（二）监事的变动情况

2016 年初，灿星有限未设监事会，唯一监事如下：

姓名	**监事职务**
戴芸芸	监事

2016 年 7 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过《公司筹建工作报告》等议案，同意灿星有限整体变更设立灿星文化。审议通过选举陆伟、管建安为公司由股东代表出任的监事，任期为三年，其与职工代表大会选举的职

工代表监事蔡华标共同组成公司第一届监事会。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，审议通过选举陆伟为监事会主席。至此，公司的监事会成员如下：

姓名	监事会职务
陆伟	监事会主席
蔡华标	职工代表监事
管建安	监事

2018 年 8 月 9 日，公司召开第一届职工代表大会，审议通过蔡华标辞去公司职工代表监事职务；审议通过选举姚寅为公司职工代表监事，任期至第一届监事会任期届满之日止。

2018 年 8 月 25 日，公司召开 2018 年第三次临时股东大会，审议通过管建安辞去公司监事职务；经上海星投、上海昼星、田明联合提名，选举吴冰为公司第一届监事会成员，任期至第一届监事会任期届满之日止。

至此，公司的监事会成员如下：

姓名	监事会职务
陆伟	监事会主席
姚寅	职工代表监事
吴冰	监事

2020 年 6 月 29 日，发行人召开 2019 年年度股东大会，审议通过了《关于公司第二届监事会换届选举的议案》，选举陆伟、吴冰为公司第二届监事会股东代表监事，任期三年，自本次股东大会决议通过之日起计算。2020 年 6 月 29 日，发行人召开职工代表大会，选举姚寅为公司第二届监事会职工代表监事，任期三年，自本次职工代表大会决议通过之日起计算。2020 年 6 月 29 日，发行人召开第二届监事会第一次会议，选举陆伟为公司第二届监事会主席，任期自监事会审议通过之日起至公司第二届监事会任期届满之日止。

公司监事近两年内的变动已履行必要的法律程序，符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

（三）高级管理人员的变动情况

2016 年初，灿星有限的高级管理人员如下：

姓名	高级管理人员职务
田明	总经理

2016 年 7 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过《公司筹建工作报告》等议案，同意灿星有限整体变更设立灿星文化。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，审议通过聘任田明为总经理，聘任王艳为董事会秘书、财务负责人。至此，公司的高级管理人员如下：

姓名	高级管理人员职务
田明	总经理
王艳	财务负责人、董事会秘书

2016 年 10 月 25 日，公司召开第一届董事会第二次会议，审议通过聘任金磊、徐向东、曹志高为副总经理。至此，公司的高级管理人员如下：

姓名	高级管理人员职务
田明	总经理
金磊	副总经理
徐向东	副总经理
曹志高	副总经理
王艳	财务负责人、董事会秘书

公司高级管理人员近两年内的变动已履行必要的法律程序，符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

（四）其他核心人员的变动情况

公司的其他核心人员近两年内不存在发生变动的情况。

综上所述，上述董事会成员的增加原因主要是公司对外融资引入新投资者所提名的董事，以及公司实施独立董事制度而增选的独立董事；高级管理人员的增

加原因主要是金磊、徐向东、曹志高、王艳均为公司在灿星有限阶段即供职于公司的管理人员，履行管理人员的职权，公司在灿星有限整体变更设立灿星文化的阶段，对其进行聘任并予以登记备案。因此，公司的董事、高级管理人员近两年内没有发生重大变化。截至本招股说明书签署日，除上述已披露的变动情况外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员近两年内未发生其他变动情况。

十二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员对外投资情况如下：

单位：万元，%

姓名	发行人职务	对外投资主体	投资金额	投资比例
田明	董事长、总经理	上海昭星	179.52	39.29
		上海昼星	100.00	100.00
		上海望星	49.50	99.00
		霍尔果斯晨星	1,980.00	99.00
		西藏璀灿星河	1,090.16	72.68
		上海翊捷	49.50	99.00
金磊	董事、副总经理	上海辉星	100.00	100.00
		上海昭星	28.41	6.22
		西藏璀灿星河	333.42	22.23
王艳	董事、财务负责人、董事会秘书	上海荟睿乐致投资合伙企业（有限合伙）	100.00	6.67
		上海逸跑体育文化传播有限公司	10.00	20.00
		上海昭星	5.86	1.28
徐志豪	董事	上海泰睿文化咨询有限公司	240.00	40.00
		上海月宴企业管理中心（有限合伙）	1,922.19	4.13

姓名	发行人职务	对外投资主体	投资金额	投资比例
		上海昭宁信息科技有限公司	12.00	2.00
		CWWR Vision Limited	-	100.00
陈永	董事	上海致晨投资管理合伙企业（有限合伙）	75.00	2.19
		宁波梅山保税港区瑞盟投资管理有限公司	950.00	95.00
		上海永之瑞企业发展有限公司	1,000.00	100.00
陈热豪	独立董事	上海公信会计师事务所有限公司	208.60	29.89
		上海公信中南工程造价咨询有限公司	90.00	30.00
李良荣	独立董事	上海元点贸易有限公司	20.00	40.00
		上海丰逅文化传播有限公司	400.00	40.00
盛文灏	独立董事	上海灏加投资管理有限公司	100.00	100.00
		上海翼倍餐饮管理有限公司	290.00	19.33
陆伟	导演团队负责人、监事会主席	上海昭星	13.18	2.88
		上海煜星聚汇	0.74	5.63
		上海璟星聚汇	0.74	6.45
姚寅	节目部总监、职工代表监事	上海昭星	5.86	1.28
		上海归驰投资管理中心（有限合伙）	30.00	2.09
吴冰	人事行政部副总监、监事	上海璟星聚汇	0.55	4.84
曹志高	副总经理	北京击壤科技有限公司	11.22	2.93
		上海昭星	14.64	3.20

姓名	发行人职务	对外投资主体	投资金额	投资比例
		宁波谦石滇金矿业投资合伙企业（有限合伙）	1,000.00	8.85
		宁波谦石鼎新投资合伙企业（有限合伙）	400.00	12.98
徐向东	董事、副总经理	上海昭星	54.91	12.02
		西藏璀灿星河	76.41	5.09
陈涤	导演团队负责人	上海昭星	14.64	3.20
沈宁	导演团队负责人	上海昭星	14.64	3.20
吴群达	导演团队负责人	上海昭星	14.64	3.20
章骊	导演团队负责人	上海昭星	14.64	3.20

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的对外投资与公司不存在利益冲突的情形。

十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬情况

在公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬由基本薪酬和奖金组成。上述薪酬水平系根据公司行业地位、盈利能力等实际情况，结合市场薪资水平确定。2017 年、2018 年及 2019 年，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员各年度的薪酬总额占同期利润总额的比重分别为 3.33%、2.86%及 3.02%。

公司现任董事、监事、高级管理人员、其他核心人员 2019 年从公司及其关联方领取薪酬的情况如下：

单位：万元

姓名	发行人职务	从公司领取薪酬	是否从关联方领取薪酬	关联方名称
田明	董事长、总经理	180.00	否	-
金磊	董事、副总经理	126.00	否	-
王艳	董事、财务负责人、董事会秘书	100.80	否	-

姓名	发行人职务	从公司领取薪酬	是否从关联方领取薪酬	关联方名称
徐志豪	董事	-	是	华人文化有限责任公司
陈永	董事	-	否	-
陈热豪	独立董事	7.14	是	上海公信会计师事务所有限公司
李良荣	独立董事	7.14	否	-
盛文灏	独立董事	7.14	是	纽仕兰新云（上海）电子商务有限公司
陆伟	导演团队负责人、监事会主席	98.00	否	-
姚寅	节目部总监、职工代表监事	45.00	否	-
吴冰	人事行政部副总监、监事	40.12	否	-
曹志高	副总经理	126.00	否	-
徐向东	董事、副总经理	100.80	否	-
陈涤	导演团队负责人	77.00	否	-
沈宁	导演团队负责人	98.00	否	-
吴群达	导演团队负责人	98.00	否	-
章骊	导演团队负责人	98.00	否	-

除上述披露的情况外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员不存在于公司及其关联方享受其他待遇和退休金计划的情况。

十四、公司正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，公司无正在执行的对公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排。

十五、公司员工及其社会保障情况

（一）员工人数及构成

1、员工人数

公司及其子公司于 2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末的在册员工人数分别为 611 人、550 人、490 人和 487 人。报告期内，公司不存在劳务派遣用工的情况。

2、员工构成

（1）员工专业构成

截至报告期末，公司员工专业构成情况如下：

单位：人，%

专业构成	人数	占比
行政管理人员	33	6.78
技术人员	91	18.69
制作及经纪管理人员	283	58.11
发行、营销及市场人员	63	12.94
财务人员	17	3.49
合计	**487**	**100.00**

（2）员工受教育程度

截至报告期末，公司员工受教育程度情况如下：

单位：人，%

受教育程度	人数	占比
硕士及以上	62	12.73
本科	330	67.76
大专及以下	95	19.51

受教育程度	人数	占比
合计	**487**	**100.00**

（3）员工年龄

截至报告期末，公司员工年龄情况如下：

单位：人，%

年龄区间	人数	占比
30 岁及以下	230	47.23
31 岁至 40 岁	186	38.19
41 岁及以上	71	14.58
合计	**487**	**100.00**

3、报告期内公司员工专业构成的变化情况和员工离职率

报告期内，公司及其子公司在册员工的专业构成的变化情况和离职率情况如下：

单位：人，%

专业构成	2017 年离职率	2017 年末人数	2018 年离职率	变动率	2018 年末人数	2019 年离职率	变动率	2019 年末人数	2020 年 1-6 月离职率	变动率	2020 年 6 月末人数
行政管理人员	26.65	28	26.96	7.14	30	25.30	6.67	32	8.63	3.13%	33
技术人员		105		-8.57	96		-4.17	92		-1.09%	91
制作及经纪管理人员		386		-10.62	345		-15.65	291		-2.75%	283
发行、营销及市场人员		73		-19.18	59		-5.08	56		12.50%	63
财务人员		19		5.26	20		-5.00	19		-10.53%	17
合计		**611**		**-9.98**	**550**		**-10.91**	**490**		**-0.61%**	**487**

注：离职率=离职人数/（离职人数+期末数）×100%

报告期内，发行人员工人数存在逐步下降的情况，其主要原因为公司年轻员

工的自然流出，同时公司并未同步进行大规模招聘所致。2017 年末，公司 30 岁以下的员工为 391 人，占比 63.99%；2018 年末，公司 30 岁以下的员工为 324 人，占比 58.91%；2019 年末，公司 30 岁以下的员工为 246 人，占比 50.20%；2020 年 6 月末，公司 30 岁以下的员工为 230 人，占比 47.23%。年轻员工占比较大是文化传媒公司的特点之一，与之相对的，年轻员工的流动性也相对较大。因此，在公司未同步跟进招募新员工的情况下，公司报告期内的员工人数出现下降的情况。公司会根据后续自身业务发展和市场拓展的情况，开展新员工的招聘工作。

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司主动裁减人员的人数分别为 19 人、19 人、28 人和 9 人，裁减人员的主要原因包括劳动合同到期不续签；工作能力不胜任；工作岗位调整；事业部解散等。报告期内，公司主动裁减人员均具备合理的原因，不存在报告期末突击裁减人员的情形。

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-6 月
期末员工人数（人）	611	550	490	487
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润（万元）	39,024.37	41,046.27	30,031.43	2,895.81
综艺节目制作（部）	9	6	9	3

报告期内，结合发行人主要的综艺节目制作数量、经营业绩以及员工人数变动情况，发行人不存在由于员工人数逐步下降而造成发行人产品或业务减少的情况。报告期内，发行人经营业绩下滑主要受宏观经济波动、台综广告收入和综艺节目网络发行收入下降等因素的影响。

报告期内，受宏观经济波动等因素的影响，公司的盈利水平相较于报告期初有所下降。2018 年 8 月起，为适应经济形势的变化，包括公司实际控制人田明、金磊、徐向东在内，公司部分总监级别以上的人员共计 12 人降低了自身的薪酬水平，下降幅度在 30%至 50%不等，12 人合计月薪从 115.50 万元/月下降至 75.40 万元/月。与之相对的，发行人仍然保障职工薪酬水平相对稳定，每月的税前工资水平不变，年终业绩奖金根据各自的业绩完成情况予以发放，不存在通过减少职工薪酬调节利润的情况。

同行业可比公司领薪董监高的年度人均薪酬情况如下：

单位：万元

公司	2017 年	2018 年	2019 年
华策影视	57.03	74.86	70.57
华录百纳	89.46	75.71	90.80
中广天择	80.27	97.72	69.01
北京文化	107.06	99.99	106.64
完美世界	430.00	382.57	404.38
发行人	152.32	131.08	102.09

注 1：领薪董监高的年度人均薪酬=领薪董监高的年度税前报酬总额/领薪董监高的人数；

注 2：年度内有离任情况的，若存在新任职人员，则新任职的人员与原任职的人员年度薪酬累计计算，并算作 1 人；若不存在新任职人员，则将离职人员剔除出统计样本。

综上所述，发行人领薪董监高的薪酬处于同行业中等偏上的水平，与公司行业地位相比不存在差异。发行人领薪董监高的薪酬水平根据市场情况和公司盈利水平进行动态调整具备合理性。

根据发行人控股股东、实际控制人及其控制的企业、董事、监事、高级管理人员的银行流水，以及降薪的 12 名员工的银行流水或出具的确认函，发行人不存在账外列支薪酬费用的情形。

（二）员工社会保障及福利情况

公司实行全员劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利。公司严格按照国家及上海市政府的有关规定参加社会保障体系，执行养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险等社会保险制度及住房公积金管理制度。

1、员工社保缴纳情况

（1）社保缴费比例

截至报告期末，公司及其子公司的社保缴费比例情况如下：

单位：%

地点	类别	养老保险	医疗保险	工伤保险	失业保险	生育保险
上海	公司缴纳比例	16.00	9.50	0.256	0.50	1.00
	员工缴纳比例	8.00	2.00	-	0.50	-
北京	公司缴纳比例	16.00	10.00	0.40	0.80	0.80
	员工缴纳比例	8.00	2.00	-	0.20	-
长沙	公司缴纳比例	16.00	8.00	0.56	0.70	0.70
	员工缴纳比例	8.00	2.00	-	0.30	-
西安	公司缴纳比例	16.00	7.00	0.28	0.70	1.00
	员工缴纳比例	8.00	2.00	-	0.30	-

（2）社保缴费人数

报告期内，公司及其子公司的社保缴费人数情况如下：

单位：人

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	实缴人数	未缴人数	实缴人数	未缴人数	实缴人数	未缴人数	实缴人数	未缴人数
养老保险	481	6	487	3	549	1	610	1
医疗保险	481	6	487	3	549	1	610	1
工伤保险	481	6	487	3	549	1	610	1
失业保险	481	6	487	3	549	1	610	1
生育保险	481	6	487	3	549	1	610	1

截至报告期末，公司员工人数为 487 人。其中，已缴纳社保人数为 481 人，未缴纳社保人数为 6 人。未缴纳社保的员工中，3 人为外籍员工、3 人为入职时点晚于当月社保缴纳时点。

2、员工住房公积金缴纳情况

（1）住房公积金缴费比例

截至报告期末，公司及其子公司的住房公积金缴费比例情况如下：

单位：%

类别	上海	北京	长沙	西安
公司缴纳比例	7.00	12.00	10.00	10.00
员工缴纳比例	7.00	12.00	10.00	10.00

（2）住房公积金缴费人数

报告期内，公司及其子公司的住房公积金缴费人数情况如下：

单位：人

期间	期末员工人数	实缴人数	未缴人数
2017 年	611	611	-
2018 年	550	550	-
2019 年	490	489	1
2020 年 1-6 月	487	483	4

截至报告期末，公司员工人数为 487 人。其中，已缴纳住房公积金人数为 483 人，未缴纳住房公积金人数为 4 人。未缴纳住房公积金的员工中，3 人为外籍员工、1 人为入职时点晚于当月公积金缴纳时点。

3、控股股东、实际控制人的承诺

就上述员工社保及住房公积金缴纳事宜，上海星投、田明、金磊、徐向东所作出的承诺详见本招股说明书“第十三节 附件”之“四、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项”之“（四）关于社保、住房公积金的承诺”。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务及其变化情况

（一）公司主营业务

公司专注于综艺内容制作和产业链开发运营，坚持“灿星创造”的战略，重视内容原创，是国内少数具备运作特大型综艺节目，并持续推出优秀节目的专业制作公司之一。同时，利用长期积累的品牌和口碑，公司对已形成的内容资源进行再开发，将业务延伸至音乐制作授权及其他衍生，充分挖掘其商业价值。

（二）主要产品或服务

2012 年，公司制作的《中国好声音》在浙江卫视播出，高品质的优质内容深受观众喜爱，在收获高收视率的同时也向社会输出了积极向上的正能量，弘扬了社会主义主流价值观，成为了一部“叫好又叫座”的综艺典型。此后，公司以音乐类节目为基础，巧妙布局其他题材的综艺内容，创作出了大量喜闻乐见、深入人心的综艺节目，成为国内领先的综艺内容制作和运营商。随着业务的发展，公司对综艺节目的原创开发能力也逐渐增强，陆续打造了多款原创综艺节目，例如《中国好歌曲》、《蒙面唱将猜猜猜》、《这！就是街舞》、《这！就是原创》等，《中国好歌曲》模式落地越南实现了中国综艺版权的第一次海外输出。

公司始终秉持“以精彩的内容吸引人，以真实的情感打动人，以向上的力量鼓舞人”的宗旨，坚持从大众审美出发，打造“触及热点、触及民生、触及心灵”的精品内容，以精英实力打造大众文化，获得了市场的广泛认可，逐步成长为中国文化领域的优质企业。以优质内容为基础，公司实现了与播出平台进行广告分成的共生共赢的商业模式。此外，公司通过节目积累了丰富的知识产权资源，培养和孵化了众多实力新人和原创歌曲。公司以内容为核心，原创音乐、知识产权运营、艺人经纪等元素有机互动，协同发展，构成了创新而富有商业活力的业务模式，

1、内容制作及运营

公司制作和运营的内容主要是综艺节目，节目形式涵盖音乐、舞蹈、人文、

户外、谈话等多种类型。公司重视原创节目开发，以触及观众心灵，产生情感共鸣为目标，节目内容真实，具有积极向上的正能量。

报告期内，公司制作了包括《中国好声音》、《中国新歌声》、《蒙面唱将猜猜猜》、《了不起的挑战》、《这！就是街舞》、《这！就是原创》、《即刻电音》、《中国达人秀》、《了不起的长城》等多部知名大型综艺节目，是业内少数能运作大体量高投入综艺节目的制作公司。同时公司以持续孵化优质节目的能力，证明了自身在国内综艺节目制作行业的领先地位。2018 年，公司凭借多年积累的大型综艺节目制作经验，通过《这！就是街舞》在优酷视频成功播出获得的高口碑和市场影响力迈出了进军超级网综制作的第一步，随后制作了《即刻电音》、《这！就是原创》、《一起乐队吧》、《唱给世界听》等热播网综在腾讯视频、优酷视频、爱奇艺平台播出：2019 年 4 月的第 56 届戛纳电视节，《即刻电音》作为原创精品综艺节目在“WISDOM in CHINA”的原创模式推介会上，以“中国节目模式新机遇”为主题进行了推介，以独特的中国原创综艺向全球客户彰显中华文化魅力；2019 年 5 月推出的《这！就是街舞》第二季获得了豆瓣 8.9 分的超高评分再次成为现象级的突破圈层的优质网络综艺节目，在《腾讯娱乐白皮书 2019》公布的年度国产综艺网络热度排行榜和国产综艺口碑排行榜中均位列前三。

报告期内，公司制作的主要节目如下：

			
中国新歌声 第二季 2017/7/14- 2017/10/8 浙江卫视	中国好声音 2018 2018/7/13- 2018/10/7 浙江卫视	中国好声音 2019 2019/7/19- 2019/10/7 浙江卫视	中国达人秀 第六季 2019/8/11- 2019/10/26 浙江卫视

			
这！就是街舞 2018/2/24- 2018/5/15 优酷视频	这！就是街舞 第二季 2019/5/18- 2019/8/3 优酷视频	即刻电音 2018/12/1- 2019/2/1 腾讯视频	这！就是原创 2019/3/9- 2019/5/25 优酷视频
			
蒙面唱将猜猜猜 第二季 2017/9/3- 2017/11/24 江苏卫视	蒙面唱将猜猜猜 第三季 2018/10/21- 2018/12/30 江苏卫视	蒙面唱将猜猜猜 第四季 2019/10/13- 2019/12/22 江苏卫视	同一堂课 2018/5/27- 2018/8/5 浙江卫视
			
唱给世界听 2019/4/25- 2019/6/13 爱奇艺	一起乐队吧 2019/8/17- 2019/10/26 优酷视频	爆款来了 2019/10/17- 2019/11/1 优酷视频	新舞林大会 2018/7/22- 2018/10/4 东方卫视

			
我们的挑战 2016/12/18- 2017/3/5 江苏卫视	出彩中国人 第三季 2017/5/13- 2017/7/29 中央一套	爱情找对门 2017/11/24- 2018/2/23 深圳卫视	了不起的沙发 2017/7/26- 2017/9/6 江苏卫视
			
金星秀 2017 2017/1/4- 2017/8/30 东方卫视	拜见小师父 2017/10/21- 2017/11/25 东方卫视	歌声的翅膀 2017/4/30- 2017/7/2 江苏卫视	苗阜秀 2016/7/26- 2017/1/3 北京卫视
			
同一堂课 2019 2019/10/20- 2020/1/5 浙江卫视	出发吧，师傅！ 2019/12/25- 2020/1/19 爱奇艺	了不起的长城 2020/1/4- 2020/4/22 北京卫视	

2、音乐制作授权及其他衍生

公司在制作和运营综艺内容的基础上，利用自身资源禀赋进行音乐制作、对音乐授权、开发其他衍生业务，进一步挖掘商业价值。公司通过自身制作的综艺节目挖掘了很多实力歌手、原创歌手，同时也具备专业的音乐制作资源和发行渠

道，每年可以生产大量的单曲、专辑为我国的流行音乐文化持续输送新鲜血液。公司的音乐授权业务主要是授权线上音乐平台及线下卡拉 OK 播放节目中的歌曲或公司为签约歌手制作的歌曲。以品牌音乐节目为支撑，公司的子公司梦响强音已逐步发展成为中国流行音乐制作产业平台及人才入口。公司打通了流行音乐从创作、制作到发行、授权的各个关键环节，创造大众流行文化内容。

公司的其他衍生业务包括海选及知识产权授权、演唱会、艺人经纪等。海选授权是公司授权承办方以“中国新歌声”、“中国好声音”等节目名义进行海选，公司收取授权费，海选承办方可以独立进行招商。通过海选授权既为节目输送了优秀选手，又实现了与合作方的共赢。此外，公司通过承办演唱会等方式充分挖掘节目品牌价值，与节目形成良性互动，实现创收。艺人经纪方面，公司通过《中国好声音》、《这！就是原创》等品牌音乐综艺节目，挖掘优秀音乐人。公司依托自身资源和专业培养与运作经验为签约艺人积极提供全方位的以提高艺人自身品质和素养为核心的各项服务，提高艺人市场价值，并最终通过协助艺人参加商演、代言等活动获得收入。

公司的内容制作及运营是公司开展音乐制作授权及其他衍生业务的基础，音乐制作授权及其他衍生业务是公司内容制作及运营的有益补充，形成了一个互相促进、相辅相成的有机整体。

（三）公司主营业务收入的主要构成

报告期内公司主营业务收入的主要构成情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”。

（四）公司主营业务和主要产品或服务的变化情况

公司自设立以来便以综艺内容制作和产业链开发运营为主营业务，以内容为基础开展音乐制作授权及其他衍生业务。报告期内，公司的主营业务未发生变化。

二、公司所处行业基本情况

公司主要专注于文化行业中的综艺节目制作垂直领域，按照证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司属于 R 类“文化、体育和娱乐业”下的 R86“广播、电视、电影和影视录音制作业”，按照《国民经济行业分类（2017）》，

公司属于 R 类“文化、体育和娱乐业”门类下的 R87“广播、电视、电影和录音制作业”大类。

（一）行业监管体系和行业政策

1、行业主管部门

（1）中宣部

中宣部是中共中央主管意识形态方面的综合职能部门，对电视节目行业的管理体现在宏观管理方面，主要包括：负责指导全国理论研究、学习与宣传工作；负责引导社会舆论；负责从宏观上指导精神产品的生产；负责规划、部署全局性的思想政治工作任务，会同有关部门研究和改进群众思想教育工作；负责提出并宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系等。

（2）国家广播电视总局

国家广播电视总局（以下简称“广电总局”）是电视节目行业的主管部门，具体管理职能由下设的传媒机构管理司和网络视听节目管理司等负责，其主要职能为：贯彻党的宣传方针政策，拟订广播电视管理的政策措施并督促落实，统筹规划和指导协调广播电视事业、产业发展，推进广播电视领域的体制机制改革，监管、审查广播电视与网络视听节目内容和质量，负责广播电视节目的进口、收录和管理，协调推动广播电视领域走出去工作等。

广电总局在地方设置地方管理机构即省级广电局（省、自治区、直辖市），主要负责对所在地的广播电视事业实行行业管理，并履行广电总局赋予的行政审批权等。

（3）文化和旅游部

中华人民共和国文化和旅游部是国务院组成部委之一。其文化管理方面的主要职责包括：拟订文化艺术方针政策，起草文化艺术法律法规草案；拟订文化艺术事业发展规划并组织实施，推进文化艺术领域的体制机制改革；指导、管理文学艺术事业，指导艺术创作与生产，推动各门类艺术的发展，管理全国性重大文化活动；推进文化艺术领域的公共文化服务，规划、引导公共文化产品生产，指

导国家重点文化设施建设和基层文化设施建设；拟订文化艺术产业发展规划，指导、协调文化艺术产业发展，推进对外文化产业交流与合作；拟订文化市场发展规划，指导文化市场综合执法工作，负责对文化艺术经营活动进行行业监管，指导对从事演艺活动民办机构的监管工作；负责文艺类产品网上传播的前置审批工作；拟订文化科技发展规划并监督实施，推进文化科技信息建设；指导、管理对外文化交流和对外文化宣传工作，组织拟订对外及对港澳台的文化交流政策，指导驻外使（领）馆及驻港澳文化机构的工作，代表国家签订中外文化合作协定，组织实施大型对外文化交流活动等。

2、行业法律法规和政策

目前，我国已基本形成了较完善的以《中华人民共和国著作权法》为基础，涵盖行业资质管理、行业业务标准审查、行业质量管理等方面的法律法规和政策体系。目前对本公司综艺节目业务的开展较为重要的法律法规如下：

序号	法律法规名称	生效日期	文件编号
1	广播电视节目制作经营管理规定	2004 年 8 月 20 日	广电总局令（第 34 号）
2	关于进一步加强广播电视节目制作经营机构管理的通知	2005 年 3 月 15 日	广发[2005] 329 号
3	关于进一步规范群众参与的选拔类广播电视活动和节目的管理通知	2007 年 9 月 20 日	广发[2007] 94 号
4	关于认真做好广播电视“制播分离”改革的意见	2009 年 8 月 27 号	广发[2009] 66 号
5	中华人民共和国著作权法	2010 年 4 月 1 日	国家主席令（第 26 号）
6	关于推进文化企业境内上市有关工作的通知	2011 年 4 月 11 日	文产函[2011]第 440 号
7	关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见	2011 年 10 月 25 日	广电总局
8	中华人民共和国著作权法实施条例	2013 年 3 月 1 日	国务院令（第 633 号）
9	信息网络传播权保护条例	2013 年 3 月 1 日	国务院令（第 634 号）
10	关于进一步规范歌唱类选拔节目的通知	2013 年 7 月 25 日	广发[2013]第 52 号
11	关于进一步加强广播电视主持人和嘉宾使用管理的通知	2015 年 7 月 1 日	新广电发[2015] 129 号
12	关于加强真人秀节目管理的通知	2015 年 7 月 14 日	新广电发[2015] 154 号
13	互联网视听节目服务管理规定	2015 年 8 月 28 日	新广电总局（第 3 号）

14	营业性演出管理条例	2016 年 2 月 6 日	国务院令（第 666 号）
15	关于进一步规范广播电视制播分离改革的通知	2016 年 5 月 1 日	新广电发[2016]90 号
16	关于进一步加强网络原创视听节目规划建设和管理的通知	2016 年 11 月 4 日	新广电发[2016]198 号
17	文化部“十三五”时期文化发展改革规划	2017 年 2 月 23 日	文化部
18	公共文化服务保障法	2017 年 3 月 1 日	国家主席令（第 60 号）
19	广播电视管理条例	2017 年 3 月 1 日	国务院令（第 676 号）
20	关于调整《互联网视听节目服务业务分类目录（试行）》的通告	2017 年 3 月 10 日	新广电发[2017] 1 号
21	国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要	2017 年 5 月 7 日	中共中央办公厅、国务院办公厅
22	关于进一步加强网络视听节目创作播出管理的通知	2017 年 5 月 16 日	新广电发[2017]104 号
23	中华人民共和国网络安全法	2017 年 6 月 1 日	国家主席令（第 53 号）
24	网络视听节目内容审核通则	2017 年 6 月 30 日	中国网络视听节目服务协会
25	关于把电视上星综合频道办成讲导向、有文化的传播平台的通知	2017 年 7 月 20 日	新广电发[2017]163 号
26	关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知	2017 年 11 月 10 日	新广电发[2017]230 号
27	营业性演出管理条例实施细则	2017 年 12 月 15 日	文化部令（第 57 号）
28	关于开展互联网广告专项整治工作的通知	2018 年 2 月 9 日	工商广字[2018]23 号
29	关于印发《新闻出版广播影视企业版权资产管理工作指引（试行）》的通知	2018 年 2 月 13 日	新广电总局
30	关于做好暑期网络视听节目播出工作的通知	2018 年 7 月 6 日	广电办发[2018]44 号
31	关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知	2018 年 10 月 31 日	广电发[2018]60 号
32	关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知	2018 年 12 月 18 日	国办发[2018]124 号
33	关于停止播出影视剧项目非法集资类广告的通知	2019 年 4 月 12 日	广电办发[2019]92 号
34	未成年人节目管理规定	2019 年 4 月 30 日	国家广播电视总局令第 3 号
35	《关于加强网上谈话（访谈）类节	2019 年 7 月 19 日	网字[2019]155 号

	目管理的通知》		
36	关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见	2019 年 8 月 15 日	广电发[2019]74 号
37	加强“双 11”期间网络视听电子商务直播节目和广告节目管理的通知	2019 年 11 月 1 日	广电发[2019]155 号
38	网络音视频信息服务管理规定	2019 年 11 月 18 日	国信办通字[2019]3 号
39	网络综艺节目内容审核标准细则	2020 年 2 月 1 日	中国网络视听节目服务协会
40	国家广播电视总局关于统筹疫情防控和推动广播电视行业平稳发展有关政策措施的通知	2020 年 3 月 12 日	广电发[2020]17 号

注：生效日期以最新修订版本发布时间为准。

3、行业监管政策

根据《广播电视管理条例》、《广播电视节目制作经营管理规定》及其他规定，国家对从事视听节目制作（包括综艺、动画片、电视剧等）制作经营活动实行许可制度。

（1）节目制作资格准入许可

根据《广播电视管理条例》、《广播电视节目制作经营管理规定》及其他规定，国家对从事广播电视节目制作业务实行资格准入许可制度。设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动应当取得《广播电视节目制作经营许可证》；未经许可，任何单位和个人不得从事广播电视节目制作业务。国家广电总局和省级广播电视行政部门负责对电视节目制作资格准入履行行政许可审批。《关于进一步加强网络视听节目创作播出管理的通知》要求网络视听服务机构不得播出未取得《广播电视节目制作经营许可证》机构制作的网络视听节目。

（2）内容审查和监管

《关于进一步加强广播电视节目制作经营机构管理的通知》要求各省级管理部门建立对制作机构制作和发行节目内容的审查机制。《关于进一步规范群众参与的选拔类广播电视活动和节目的管理通知》对播出群众参与的选拔类活动审批做出了详细说明。《关于加强真人秀节目管理的通知》要求各省级部门指导督促相关播出机构研究改进提高真人秀节目，对经手上报备案的真人秀节目要严格把关。《关于进一步加强网络视听节目创作播出管理的通知》指出网络视听节目与广播

电视节目同一标准、同一尺度，导向不正确、价值观有问题的广播电视不得以综艺节目的名义在互联网、IPTV、互联网电视上播出。《网络视听节目内容审核通则》指出互联网视听节目服务相关单位应建立内容播前审核制度、审核意见留存制度及工作程序，配备与业务发展需要相适应的审核员，及相应的审看设施。互联网视听节目服务相关单位播出的网络视听节目必须经过审核员审核认定。《未成年人节目管理规定》指出应当建立未成年人保护专员制度，安排具有未成年人保护工作经验或者教育背景的人员专门负责未成年人节目、广告的播前审查，并对不适合未成年人收听收看的节目、广告提出调整播出时段或者暂缓播出的建议，暂缓播出的建议由有关节目审查部门组织专家论证后实施。

4、报告期初以来制定的主要法律法规和政策对发行人经营发展的影响

2018 年下半年起公司的行业主管部门颁布了《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》、《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》等相关文件，体现了监管部门对目前部分节目出现的嘉宾高片酬、追星炒星、收视率造假等事项的关注，以及对文化产业利用资本市场发展的支持。根据对上述文件的分析和理解，可以作为判断未来行业政策走向的依据，相关文件的具体内容及影响分析如下：

（1）《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》及其影响

2018 年 10 月 31 日，国家广播电视总局发布了《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》（广电发[2018]60 号），指出当下部分文艺节目出现了影视明星过多、追星炒星、泛娱乐化、高价片酬、收视率（点击率）造假等问题，不仅推高制作成本、破坏行业秩序生态，而且误导青少年盲目追星，滋长拜金主义、一夜成名等错误价值观念，必须采取有效措施切实加以纠正。明确了节目制作应把社会效应放在首位；摈弃以明星为卖点的炒星、泛娱乐化的问题；严格控制影视明星参与节目的片酬，每个节目全部嘉宾总片酬不得超过节目总成本的 40%，主要嘉宾片酬不得超过嘉宾总片酬的 70%；坚决打击收视率造假行为。

报告期内各期嘉宾片酬占节目总成本的比例如下：

项目	嘉宾片酬	内容制作及运营成本	占比
2017 年	49,491.13	119,189.46	41.52%
2018 年	18,200.37	77,539.02	23.47%

2019 年	16,979.05	98,338.09	17.27%
2020 年 1-6 月	5,385.46	21,667.86	24.85%

上海市文化广播影视管理局广播电视与网络视听处出具的《关于上海灿星文化传媒股份有限公司有关情况的说明》：“上海灿星文化股份有限公司持有我局核发的《广播电视节目制作经营许可证》（（沪）字第 0236 号，有效期至 2021 年 3 月 31 日）。持证期间，该公司在历年年度广播电视节目制作经营机构年度业绩审核工作中被定为“合格”等级，未发现违规违纪行为。”

经核查自《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》颁布以来，公司各节目嘉宾片酬比例符合规定。

公司从成立伊始，一直以向社会输出积极向上的正能量为己任，《中国好声音》、《这！就是街舞》、《这！就是原创》、《同一堂课》、《了不起的长城》等节目均弘扬了努力拼搏、锐意进取的理念，宣传了中华民族的优秀文化，绝大部分节目都是围绕着人民群众展开的，以人民群众为主角，嘉宾起到衬托和锦上添花的作用。嘉宾的选择上，公司大多邀请的都是在专业领域有相当地位的导师，更看重嘉宾的专业水准和业界影响力，并不以嘉宾的热度和流量为第一选择标准。公司在培养艺人上，也不对艺人做过度明星包装，主要给艺人创造发展自身音乐才能的环境，每年推出大量原创歌曲。在该通知发布后，公司严格按照通知的要求把关嘉宾劳务报酬。由于公司制作的节目对嘉宾的正面宣传作用较强，在报酬谈判上公司相较同业有一定的优势，通知出台之后，实际上为公司提供了较为公平的竞争环境，同时也可以让公司将更多的资源投入到节目的设计、灯光、舞美、后期等环节，有助于巩固公司的竞争优势。报告期内，公司也不存在购买收视率、收视率造假的行为，符合上述通知的要求。

（2）《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》及其影响

2018 年 12 月 18 日，国务院办公厅下发《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》（国办发[2018]124 号），提出鼓励国有文化产业投资基金作为文化产业的战略投资者，对重点领域的文化企业进行股权投资。创新基金投资模式，更好地发挥各类文化产业投资基金的引导和杠杆作用，推动文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，

切实维护国家文化安全；创新文化产业投融资体制，推动文化资源与金融资本有效对接，鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大，推动资产证券化，鼓励文化企业充分利用金融资源，投资开发战略性、先导性文化项目；通过公司制改建实现投资主体多元化的文化企业，符合条件的可申请上市。鼓励符合条件的已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组。鼓励符合条件的文化企业进入中小企业板、创业板、新三板、科创板等融资。鼓励符合条件的文化企业通过发行企业债券、公司债券、非金融企业债务融资工具等方式扩大融资，鼓励以商标权、专利权等无形资产和项目未来收益权提供质押担保以及第三方公司提供增信措施等形式，提高文化企业的融资能力，实现融资渠道多元化。

该通知为中国未来的综艺节目行业政策监管趋势和鼓励对文化企业投融资、资本市场运作的态度定下了基调，该行业趋势有利于提高公司这类优质节目制作公司的产品竞争力、并利用资本市场继续增强制作水平和行业影响力。

上述法律法规和政策的出台，为我国电视节目制作行业发展提供了良好的环境，为优质电视节目的社会化制作提供了政策支持，有利于行业健康发展，未发生会对发行人持续经营能力构成重大不利影响的重要变化。相关法律法规的不断完善还将有利于公司持续提升竞争力和社会影响力，公司会继续严格按照行业政策的规定和主管部门的要求，合法合规开展业务，应对行业政策和市场环境的变化。

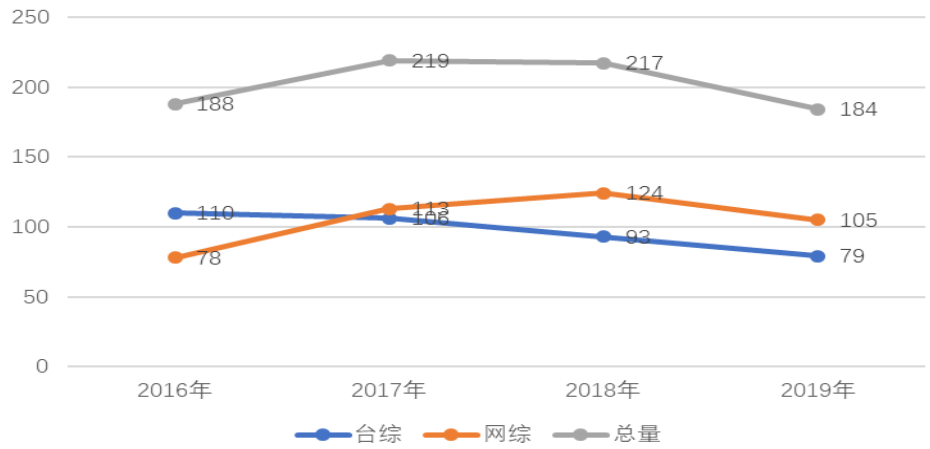
（二）行业的基本情况

1、市场供求状况及变动原因

（1）综艺节目产量高位震荡，台网联动进入新阶段

我国综艺节目制作行业近年发展迅猛，《中国好声音》、《奔跑吧》、《创造 101》、《这！就是街舞》等“现象级”综艺节目在各大卫视或网络平台播出并成为一时间的舆论焦点，在丰富群众文娱生活的同时，也创造了巨大的商业价值。根据《腾讯娱乐白皮书》数据显示，国产综艺节目产量经历快速增长期后，于 2017-2018 年达到高位，每年总产量超过 200 部，2019 年受近两年广告市场整体降温影响，产量略有下滑：

图：国产综艺节目年产量



数据来源：腾讯娱乐白皮书

受环境趋冷、观众分流、人才流失等因素影响，电视台综艺产量持续下滑。2019 年，湖南、浙江、东方、江苏、北京卫视周五至周日晚间黄金档播出综艺产出共 49 档，除了湖南卫视产量持平以外，浙江、东方、江苏、北京卫视都出现不同程度减产。另一方面，台综总产量下降导致资源更向头部综艺集中，《腾讯娱乐白皮书》显示，2019 收视破 1 的综艺达到 13 部，大幅超过 2018 年的 8 部。《中国传媒产业发展报告（2020）》显示，2019 年我国电视观众人均总收视时长 4034 分钟，超八成的收视量为上星频道贡献，晚间时段播出 12 天及以上、收视率排名前 10 的上星频道常态综艺节目，主要分别由中央电视台（4 档）、湖南卫视（3 档）、浙江卫视（2 档）、江苏卫视（1 档）播出，模块固定、欢乐热烈的综艺节目，可以成为保证上星频道综艺节目收视的重要品牌资源。

网络综艺节目在历经“野蛮生长”后，开始步入稳定成长期，进入精品化、大制作的发展阶段。据《腾讯娱乐白皮书》显示，2018 年前网络综艺数量均保持快速增长，2019 年开始网综数量虽有下滑，但音乐类、养成类等大型节目仍保持较强劲的态势，涌现了《创造营 2019》、《这！就是街舞》第二季、《乐队的夏天》、《中餐厅》第三季等爆款综艺，而文化类、美食类小众垂直节目数量下滑。

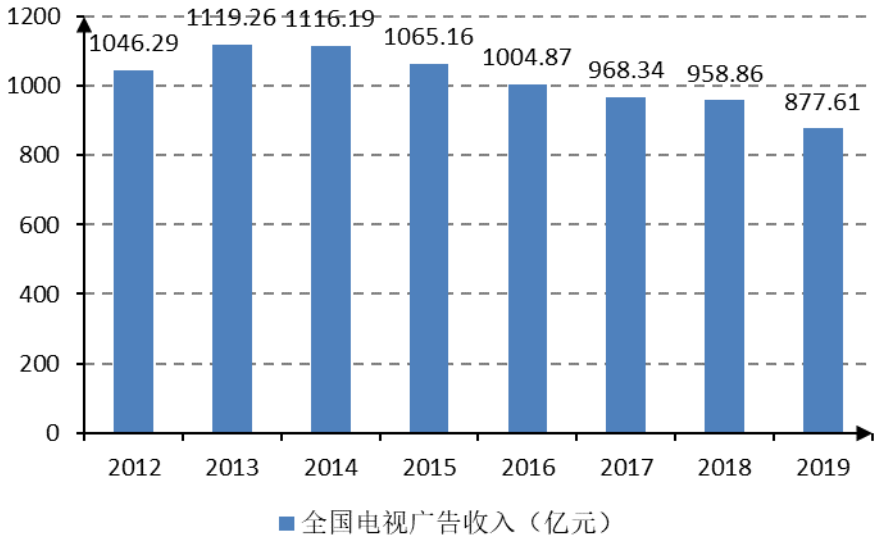
2019 年，综艺节目台网联动也进入新阶段。早期综艺一般采用先台后网的策略，在电视台播出后再延迟投放互联网。2019 年后《功夫学徒》、《忘不了餐厅》、《一本好书》等九部网综成功登录湖南、东方、江苏等卫视频道，双渠道拓展一方面增加了综艺节目营收，也通过电视台渠道扩大了节目的影响力。未来随着网

络综艺与电视台综艺制作标准趋于一致，台网联动的进一步深化还将继续拓宽综艺节目盈利点。

（2）电视广告收入稳中有降

2014-2019 年，全国电视广告收入连续六年出现负增长，同比下滑幅度依次为 0.27%、4.57%、5.66%、3.64%、0.98%、8.47%，2019 年全国电视广告收入 877.61 亿元，相较于 2013 年高点已下滑 241.65 亿元，下滑幅度达到 21.59%。2020 年电视行业仍面临巨大的市场压力，但随着 5G 通信技术的落地，以及新终端设备的普及和智慧电视视听业态的发展，正在进行融媒体转型及在智慧电视领域谋篇布局的中国电视业仍然拥有巨大的发展机遇。

图：2012-2018 全国电视广告收入

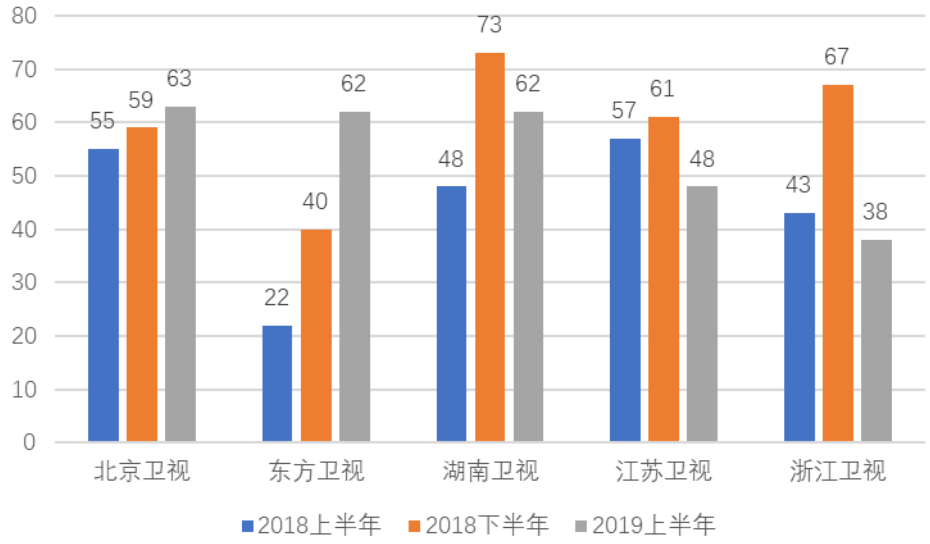


数据来源：国家广电总局规财司

相较于电视广告整体收入下滑，电视媒体综艺领跑广告市场：2019 年上半年电视综艺市场规模 138.78 亿元，同比上涨 1.25%，环比上涨 5.07%，植入广告品牌数量增长明显，2019 年上半年累积植入品牌 377 个，同比上升 15%，环比上升 9.59%，但植入广告单价出现下降趋势。行业集中度方面，湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视、北京卫视等五大卫视综艺广告市场占据电视综艺广告市场的 67.2%，集中度进一步增加，其中湖南卫视、东方卫视、北京卫视品牌数量同比有明显增加，

江苏卫视及浙江卫视综艺节目广告品牌数量出现下滑[14]。

图：TOP5 卫视综艺广告品牌植入分析



数据来源：《2019 年上半年中国综艺节目广告营销白皮书》，九合数据

电视台的竞争体现了该行业的马太效应较强，拥有比较雄厚资本、能出精品节目的电视台有很强的动力投入更大的资本购买、制作精良的综艺节目和电视剧，进一步巩固自己的行业地位。通过长期的深耕和开发，TOP5 卫视在综艺节目逐渐形成了自己独特的发展特色：湖南卫视构建“我家”系列矩阵、深耕人际情感互动；浙江卫视发挥“综 N 代”领先优势，同时挖掘体育、旅行等题材潜能；江苏卫视创新情感、音乐类型新表达；东方卫视深度探索网台内容合作；北京卫视做好文化综艺名片。预期未来各大卫视仍将在自身优势领域保持较高的投入以巩固差异化领先优势。

电视广告收入体量上继续占有绝对优势，仍是广告市场的主导力量。根据《2019 年上半年中国综艺节目广告营销白皮书》数据测算，2018 年、2019 年上半年电视综艺广告市场市场占比分别为 69.64%和 63.52%。电视广告收入下滑，一方面源于传统媒体广告份额向互联网领域，另一方面则源于电视广告行业马太效应愈演愈烈：现在电视广告面临的不仅是知名卫视和其他电视台之间的资源倾斜，知名卫视内部向优质内容的集中度也更高，广告商可选择的投放标的正在下降。

[14] 《2019 年上半年中国综艺节目广告营销白皮书》，九合数据。

2020 年上半年我国受到“新型冠状病毒肺炎”疫情影响，“宅”生活成为日常，更多人开始回归客厅，电视大屏重回家庭娱乐场景中心，CTR《2020 中国广告主营销趋势调查》显示，在电视媒体的广告预算分配上，广告主的电视预算继续向央视和省级卫视倾斜，花费占比提升到七成。企业广告预算规模越大，越重视央视和卫视的投放。

由于综艺节目在冠名播出、植入广告、插播广告方面均具有较强的优势，在电视广告收入稳中有降的背景下，电视台为拉动盈利增长，有较大的动力提高优质综艺节目在黄金时段播出的比例，进而提升综艺节目广告收入占电视广告收入的比重。在整体广告盘缩小的情况下，有实力的制作公司制作的可以在央视、浙江卫视、江苏卫视和东方卫视等知名卫视热播的综艺节目，更加受到电视台和广告主的青睐。

（3）互联网视听节目服务高速发展

《中国广播电影电视发展报告（2020）》显示，2019 年网络媒体广告收入 828.76 亿元，比 2018 年增加 336.88 亿元，同比增长 68.49%。截至 2020 年 3 月，我国网络视频（含短视频）用户规模达 8.5 亿，较 2018 年年底增长 1.26 亿，占网民整体的 94.1%，数据显示，主要网络视频平台的 35 岁以下用户的占比超过 70%，网络视听成为人们特别是年轻人的精神家园。2019 年，网络视频平台广告收入同比增长 43%，成为第三大互联网广告投方平台，爱奇艺和腾讯的付费会员规模均突破 1 亿，付费会员收入在总收入中的占比逐年攀升，网络视听已发展为传媒产业创新发展的主要支撑。

2019 年，爱奇艺、腾讯、阿里大文娱、芒果 TV、哔哩哔哩收入分别增长 16%、17%、23%、45%、64%，除芒果 TV 继续保持盈利外，多数平台亏损进一步收窄。长视频市场继续维持爱奇艺、腾讯视频、优酷三强格局，芒果 TV、哔哩哔哩、搜狐视频等第二阵营保持跟进状态，西瓜视频打造自制综艺《考不好？没关系》、《大叔小馆》,提供大量免费影视节目以吸引用户，成为长视频市场新搅局者。短视频行业呈现“两超多强”格局，字节跳动产品去重用户超过 6 亿，快手日活用户超过 3 亿，腾讯系、百度系紧随其后。

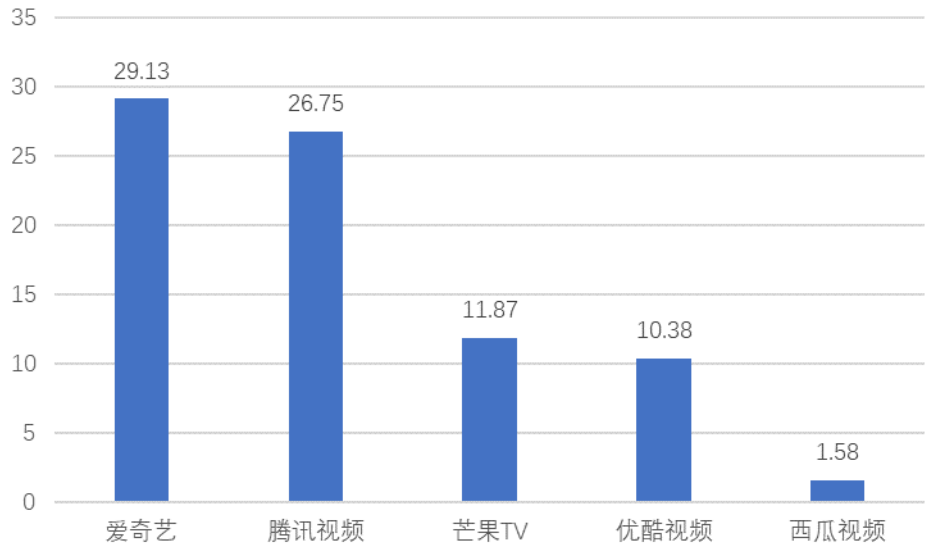
在线食品商业模式日益成熟，营收结构和营销方式发生重大变化。曾作为营

收支柱的广告业务占比不断下降。2019 年，中国互联网广告总收入 4367 亿元，其中视频类平台收入 545 亿元，同比增长 43%。但互联网广告投方流量首次下降，较 2018 年同比减少 10.6%，其中，在线视频广告流量同比下降 21.3%。会员收入渐成平台支撑性收入来源。2019 年，中国网络视频付费市场规模为 514 亿元，同比增长 49.4%；爱奇艺会员业务营收 144 亿元，同比增长 56%，超过广告服务营收（83 亿元）,成为最大收入来源；芒果 TV 会员收入增幅超过 100%。头部平台继续投入更多资金打造自己的内容生态系统，自制化、垂直化和生态化趋势更加明显，根据爱奇艺年报显示，爱奇艺 2019 年内容成本为 222 亿元，占全年营收的 76.6%。

（4）网络综艺市场快速增长，“台转网”授权比例出现下降趋势

2019 年上半年网络视频综艺节目广告市场保持快速增长，2019 年上半年网综市场规模 79.71 亿元，同比上涨 56.05%、环比上涨 20.09%，网络综艺节目植入广告数量同比上涨 15%、环比则小幅上升 2%[15]。平台方面，爱奇艺综艺节目广告项目平均收入保持领先，优酷视频、腾讯视频广告品牌增长较多，芒果 TV 增长快速、西瓜视频也开始进入综艺节目市场。

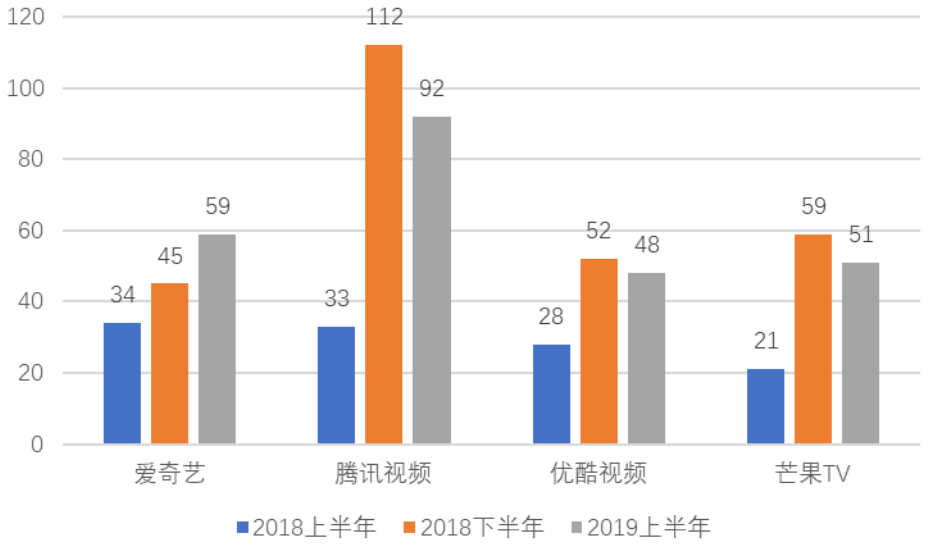
图：主要视频网站综艺节目广告市场规模



数据来源：《2019 年上半年中国综艺节目广告营销白皮书》，九合数据

[15] 《2019 年上半年中国综艺节目广告营销白皮书》，九合数据。

图：主要视频网站综艺节目品牌植入趋势



数据来源：《2019 年上半年中国综艺节目广告营销白皮书》，九合数据

网络综艺凭借投资规模、嘉宾阵容及制作质量的不断提升，节目售卖价值水涨船高，开发模式向全产业链延伸，呈现全面升级之势。网络综艺向精品化、大制作的特点直接反映在节目时长上，据国家广电总局《电视指南》杂志、传媒内参联合发布的《综艺行业调研报告》，早期网综节目时长一般在 30 分钟以内，主打短平快，而 2018 年网络综艺节目的平均单期时长 30-60 分钟的节目有 113 档、占总节目数量的 29%，平均单期时长 60-120 分钟的节目有 83 档、占总节目数量的 22%、多为头部网络综艺，平均单期时长在 120 分钟以上的节目有 36 档、占总节目数量的 9%，多为偶像养成类节目，网络综艺整体上已进入了 2 小时+的新行业标准。

2017 年至 2019 年，腾讯视频、爱奇艺和优酷视频三大平台的主推电视综艺版权授权，仍为主要综艺节目来源，如《中国好声音》、《奔跑吧》、《极限挑战》、《中国达人秀》、《蒙面唱将猜猜猜》等。在电视综艺版权费高，网综招商规模逐步增加的双重影响下，近三年各大平台纷纷加强网综布局，自制网综数量显著提升。从报告期综艺节目网络播放量上看，网综的关注度也显著提升。2017 年度的前 10 大网络播放量综艺节目有三档网综节目，分别为腾讯视频的《明日之子》（排名第 4，播放量 41.41 亿次），爱奇艺的《中国有嘻哈》（排名第 5，播放量 29.1 亿次），芒果 TV/优酷视频的《爸爸去哪儿》第五季（排名第 9，播放量 23.02 亿次），2018 年度前 10 大网络播放量综艺节目有三档网综节目，分别是《明日之子》第二季（排

名第 2，播放量 51.89 亿次）、《创造 101》（排名第 3，播放量 50.37 亿次）、偶像练习生（排名第 6，播放量 31.45 亿次），2019 年度的前 10 大网络热度[16]综艺节目有三档网综节目，分别是《创造营 2019》（排名第 1，热度指数 55.15）、《这！就是街舞》第二季（排名第 3，热度指数 54.1）、《乐队的夏天》（排名第 9，热度指数 49.21）[17]。网综市场经过数年孕育，2017 年后开始出现了优质节目的井喷，未来仍有很大的发展潜力。

虽然网络综艺节目的发展势头较好，但目前播放量较高的综艺节目还有相当一部分仍为电视台综艺节目，因此视频平台仍将持续采购电视台综艺节目版权。但鉴于头部版权争夺的愈发激烈，目前不少平台愈加重视自制综艺内容，如优酷与灿星文化合作制作的《这！就是街舞》，爱奇艺与米未合作的《奇葩说》，腾讯视频出品的《创造 101》等，相较于直接购买版权，自制内容成本更加可控，更有利于提升用户粘性和付费意愿。

2、竞争格局和市场化程度

（1）行业准入门槛较低，企业数量众多，竞争充分

随着文化体制改革的不断深入，我国对电视节目制作业务的准入许可逐步放开，政策准入门槛较低，从事电视节目制作业务的企业数量不断增加。《中国广播电影电视发展报告（2020）》显示，2019 年底，全国范围内取得《广播电视节目制作及影许可证》的机构达到 32028 家，较 2018 年度增加 10673 家，增幅达 50.0%，已经形成了较为充分的市场化竞争格局。

就节目类型而言，除广播电视时政新闻及同类专题、专栏和以养生类节目代表的生活资讯类节目具有公益属性，不适宜进行市场化运作而由节目播出机构制作外，电视剧、综艺节目、文化专题、动画片、电视纪录片等节目类型已经摆脱了自制自播原有体系，以市场化的方式进行内容制作，并接受市场竞争。

[16] 2018 年 11 月 9 日，国家广播电视总局下发《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，要求各网络视听节目服务机构建立节目综合评价体系，正确看待、合理运用收视率（点击率）数据，坚决反对唯收视率（点击率）倾向。顺应新的要求，视频网站取消了前台网页显示“播放量”，相应榜单也不再列示播放量排名。

[17]数据来源：腾讯娱乐白皮书

（2）行业内企业实力差异大，优胜劣汰推动行业集中度提高

尽管我国持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构数量众多，各制作机构实力参差不齐，拥有强大制作实力和一定制作规模的机构仍然相对稀缺，具备全流程驾驭能力的制作机构占比较低。根据《中国广播电影电视发展报告（2017）》数据显示，2016 年节目制作机构中节目创作生产销售产生利润在 5000 万以上的公司占比不到 2%，1000 万-5000 万的占比 2%，500 万-1000 万的占比近 2%，100 万-500 万的占比 6%，100 万以下的占比 29%，零利润或着负利润的占到 59%。《中国广播电影电视发展报告（2020）》显示，2020 年一季度，全国有 6600 多家影视文化机构注销。未来，随着行业竞争的进一步加剧，中小规模的节目制作机构在节目投资、整合制作资源，运营各环节均受局限，缺乏整体策划的连续性，难以形成规模化和品牌效应，将可能面临被逐步淘汰出局，或成为电视节目制作专业化分工下的一环，而具备一定制作规模和制作实力的大型制作机构则将拥有更强的市场话语权，并可能通过对市场资源的有效整合而进一步提升市场地位，市场的集中度也将因此相应提高。

3、视频节目制作行业的特点

（1）视频节目制作行业特有的经营模式

视频节目制作行业具有独特的经营模式，不同于传统制造业。

1）资产结构的独特性。

“轻资产”是视频节目制作公司的共性，不同于工业企业以生产线、厂房等固定资产作为主要生产工具，视频节目的生产主要投入节目模式、剧本创作或版权引进、演职人员劳务、道具及其他制作耗费等，拍摄制作过程中所需的专用设施、设备、场景等主要通过租赁取得。

2）经营模式的独特性

在生产的组织形式上，视频节目生产以节目组或剧组为生产组织单位，以节目制作模式或剧本为蓝本进行生产制作。销售模式上，视频节目制作公司以节目制作服务提供、版权和播映权许可销售等形式相结合，客户主要是各级电视台和视频网站等节目播放平台。收益分配方式上，节目制作公司和节目播放平台可以

较为灵活的约定，包括和播放效果相关的广告收益分配机制、固定费用委托制作等。

（2）视频节目制作行业的区域性特性

视频节目制作行业的区域化集中态势较为明显。视频节目制作机构主要分布在北京、浙江、上海、广东、江苏等地区，内容创作生产日趋集中。根据《中国广播电影电视发展报告（2017）》显示，2016 年，北京有视频节目制作机构 4473 家、浙江 1994 家、上海 1343 家、广东 848 家、江苏 547 家，这五省（市）的制作机构占到全国总量的 64%。与之相比，贵州、西藏、青海、宁夏、吉林、黑龙江和内蒙古七省的制作机构均不超过 100 家，累计 528 家，仅占全国总量的 4%。

（3）视频节目制作行业的季节性和周期性特征

视频节目制作行业的收入在各季度分布不均，但在年度之间较为平稳。由于视频节目制作企业的主要收入来源是企业投放的广告，企业一般选择在消费旺季和节假日来临之前提前进行广告投放，一般 5-10 月份、春节假期等通常为广告投放的旺季，一般大型季播类的综艺节目也倾向于在这些时间段播出。

作为文化传媒行业的一部分，节目制作行业的发展与国民经济增长有一定关联，经济增长将有效促进行业的发展；在经济相对不景气的阶段，视频节目作为文化消费品，其下游需求由于广告客户的投放力度受到影响，其也会受到一定的不利影响。

4、影响行业发展的因素

（1）影响行业发展的有利因素

① 国家产业政策扶持

国家对包括电视节目制作行业在内的文化体制建设和文化产业发展一直保持着高度重视。“十一五”期间，主管机构相继出台了《关于深化文化体制改革的若干意见》、《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》、《文化产业振兴规划》、《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》、《关于进一步推进国家文化出口重点企业和项目目录相关工作的指导意见》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》等产业促进文件，为电视节目制作行业的快速发展创造了良好条件。

“十二五”期间，主管机构又陆续出台了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》、《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》、《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》、《中共中央关于繁荣发展社会主义文艺的意见》等文件，提出推动文化产业成为国民经济支柱产业、增强国家文化软实力、完善文化市场监管体系、深化文化体制改革等举措，在产业地位、法规健全、融资渠道等多个角度进行了规范和促进。

“十三五”伊始，国家继续保持对文化产业建设的推动，大力促进文化繁荣发展。2016 年 12 月 25 日经全国人大常委会审议通过《公共文化服务保障法》，实现中国文化立法重大突破，对加快广播电视节目内容和传输覆盖设施的均等化、标准化、社会化提出了更高的要求，明确了法律规范。2017 年 2 月 23 日颁发的《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》中提出落实供给侧结构性改革战略部署，完善现代文化产业体系，着力发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，促进文化资源与文化产业有机融合，形成新的增长点、增长极和增长带，全面提升文化产业发展的质量和效益。并提出建立统一开放、竞争有序、诚信守法、监管有力的现代文化市场体系，健全以内容监管为重点、信用监管为核心的文化市场事中事后监管体系，推动文化市场成为满足人民群众多样化精神文化需求的主渠道。

2018 年 12 月 18 日，国务院办公厅下发《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》（国办发[2018]124 号），提出鼓励国有文化产业投资基金作为文化产业的战略投资者，对重点领域的文化企业进行股权投资。创新基金投资模式，更好地发挥各类文化产业投资基金的引导和杠杆作用，推动文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，切实维护国家文化安全；创新文化产业投融资体制，推动文化资源与金融资本有效对接，鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大，推动资产证券化，鼓励文化企业充分利用金融资源，投资开发战略性、先导性文化项目；通过公司制改建实现投资主体多元化的文化企业，符合条件的可申请上市。鼓励符合条件的已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组。鼓励符合条件的文化企业进入中小企业板、创业板、新三板、科创板等融资。鼓励符合条件的文化企业通过发行企业债券、公司债券、非金融企业债务融资工具等方式扩

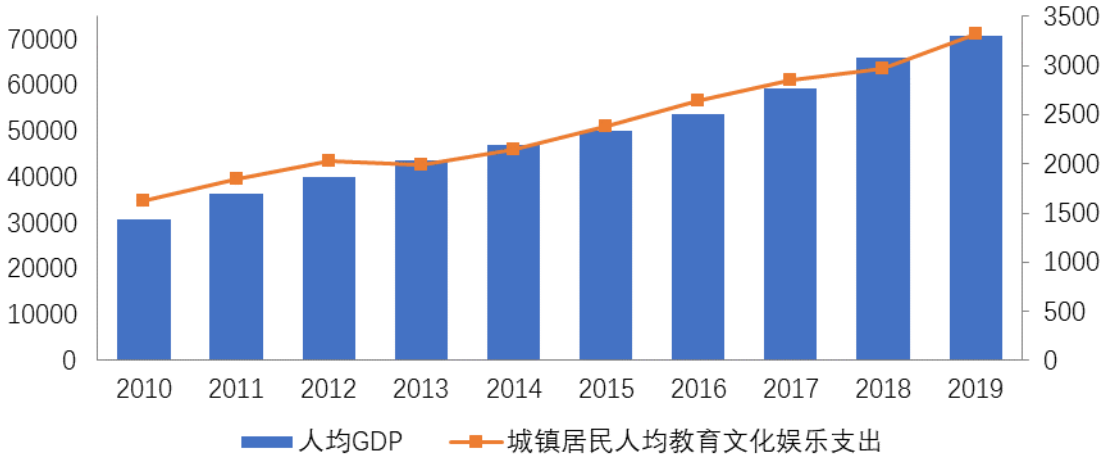
大融资，鼓励以商标权、专利权等无形资产和项目未来收益权提供质押担保以及第三方公司提供增信措施等形式，提高文化企业的融资能力，实现融资渠道多元化。该通知为中国未来的综艺节目行业政策监管趋势和鼓励对文化企业投融资、资本市场运作的态度定下了基调，该行业趋势有利于提高公司这类优质节目制作公司的产品竞争力、并利用资本市场继续增强制作水平和行业影响力。

② 国民经济发展带动文化消费升级

随着我国经济稳步增长，居民的物质基础日益坚实，生活质量不断提升，释放出巨大的文化产品购买欲望和消费能力，从而带动了文化消费升级。文化产业的振兴、文化产品的繁荣将是经济结构调整的客观要求和必然结果，物质繁荣与精神文化需求的发展相辅相成，互为促进。这种关系体现为经济发展水平同居民文化支出的正相关。

目前，中国人均 GDP 已逾 7 万元人民币。从国外发展经验看，城市人均 GDP 达到 3,000 美元的临界点后，国民经济开始进入到持续稳定增长、经济结构快速升级、城市化水平迅速提升的新阶段，文化消费能力和水平也迎来高速增长的黄金时代。根据国家统计局数据，2019 年，全国城镇居民用于教育、文化和娱乐的人均消费支出为 3328 元，同比增长 11.90%，文化消费已成为我国经济的一个新增长点，成为消费升级的重要表现。

图：人均 GDP 和城镇居民人均教育文化娱乐支出的关系



数据来源：国家统计局

③ 综艺节目广告招商空间较大，提振电视行业广告收入

2019 年，全国电视广告收入为 877.61 亿元，同比下降 8.47%。广播电视行业广告的收入结构已经发生了明显变化，广电传统媒体广告收入比重同比下降，以新媒体广告为主的其他广告收入比重同比增加。根据《2019 年上半年中国综艺广告营销白皮书》显示，2019 年上半年广告行业整体呈现疲软状态，传统媒体尤其是电视、广播下滑明显，互联网媒体增速放缓但总体保持增长。但与广告市场增长放缓相比，2019 年上半年视频综艺节目广告市场规模仍接近 220 亿元，同比 2018 年上半年增长 16.12%、环比 2018 年下半年增长 10.15%，其中电视综艺节目广告市场同比上涨 1.25%、环比上涨 5.07%。在传统的硬广告之外，电视台在过去的一年中利用各种综艺节目极大地丰富了自身广告收入的来源，各种冠名、赞助、植入的模式层出不穷，电视广告正在从固有的业态中谋求突破创新，利用数字、互动等互联网要素把人们重新拉回到电视机前。2019 年，省级卫视周末晚间档季播的综艺节目数量总计 79 档[18]，季播节目为主的形式进一步拉高了广告招商的空间。

④ 在线视频业发展迅速，综艺节目制作进入多媒体时代

随着科技发展和技术进步和人民群众观看节目习惯的改变，中国在线视频产品的内容与制作已从小成本、粗制作和低俗化逐步进入精品化、专业化和成熟化的良性轨道。大量资本的涌入、互联网技术的迭代、专业团队的入驻和网络媒介影响力的深入，使在线视频产业在发展规模和商业模式的结构与重构中不断调整前进方向与转型路径。随着在线视频产业从青涩迈向成熟，政策制定与产业发展之间的迭代逐渐缩小，网络意识形态和主流价值观念不断渗入，网络视听产品在政策指引与限制傍身的同时，产品质量也逐渐比肩乃至赶超传统影视作品，成为我国文化产业发展和经济建设中的重要一环。

随着播放平台对自制网络综艺的兴趣提高，吸引大量专业制作团队转向网综制作，网综近年来迎来了发展的黄金时期，体量逐渐加大，制作越发精良，阵容不断升级。根据《2019 年上半年中国综艺广告营销白皮书》显示，网络视频综艺节目广告市场快速增长，2019 年上半年同比上涨 56.05%，环比上涨 20.09%，植入广告数量同比上涨 15%，环比上升 2%。《腾讯娱乐白皮书》显示，2017-2019 年全年上线网络自制综艺 113 档、124 档、105 档，均超过同年卫视综艺数量，而投

[18]数据来源：《腾讯娱乐白皮书 2018》

入较大的音乐类综艺数量依次为 9 档、10 档、17 档，数量和占比持续提升。随着网综内容质量的提升及年轻用户的成长，视频网站已成为观众、尤其是年轻受众收看节目的第一大途径，也为广告主提供了更多的推广机会。

在线视频业的高速发展，给综艺节目的观看提供了更多的平台，观众可以更自由的利用自己的时间选择节目观看，无形中提高了综艺节目的价值。另外，在线视频业也刺激了网络综艺制作业的高速发展，给综艺节目制作公司提供了一个发行作品的全新的广阔空间。和电视台相比，网络视频不受频道播出总时长的限制，容纳节目的空间近乎无限，未来可能为节目公司提供更大的生长空间。目前，优酷视频推出《这！就是街舞》、《这！就是铁甲》、《这！就是原创》等，爱奇艺推出的《偶像练习生》、《青春有你》、《乐队的夏天》等，腾讯视频推出的《明日之子》、《创造营 2019》、《即刻电音》等，芒果 TV 推出的《妻子的浪漫旅行》、《明星大侦探》等优质内容，在制作、内容和热度方面已可以和传统电视综艺分庭抗礼，并主动融合直播、弹幕等新元素，把握双向互动、话题引爆等网络优势，不断创造优秀节目。

（2）影响行业发展的不利因素

① 资金瓶颈限制

近年，随着行业竞争的加剧和观众欣赏水平的提升，综艺节目制作品质得到了较大提高，“大投入、大制作”节目越来越受到观众青睐，这就要求制作公司需要大量资金投入。而“轻资产”是节目制作公司的普遍特点，虽然近些年国家通过各种方式对文化类企业发展给予支持，但节目制作仍然很难通过资产抵押等途径或单凭企业信用获得银行贷款，因此大多情况下，仍靠节目制作公司通过自身积累实现业务扩张，资金来源有限，进而影响了行业整体制作质量的提高，对行业的发展构成了不利影响。

② 行业缺乏创新性领军人才

综艺节目制作属于创意产业，从节目的研发、摄制、后期处理到发行阶段都需要发挥创造力，人才的重要性尤为突出。我国综艺节目制作经历了多年发展，储备了一批节目内容制作精英，但具备领军能力的创新人才仍然缺乏。目前中国的综艺节目全新核心创意的原创研发能力相对薄弱，很重要的原因就是缺乏创新

性的领军人才的带领，播出方、广告主对中国本土创新性节目的收视情况信心不足。在目前主管机构鼓励原创的政策背景下，创新性领军人才的缺乏成为了行业的发展瓶颈之一。

5、节目制作行业进入障碍

（1）政策准入壁垒

节目制作行业属于国家许可经营范围，节目制作机构须取得《广播电视节目制作经营许可证》方可经营电视节目的制作、发行。

（2）人才、生产要素资源整合壁垒

综艺节目制作和发行涉及到模式研发或引进、嘉宾邀请、节目摄制、后期制作、销售发行、广告招商等一系列复杂环节的运营，是一项优质资源整合的系统工程。优质的节目制作机构必须深谙每一个环节的运作，在拍摄前制作机构需要由对市场需求和监管导向有准确把握的专业人员把关，做出有社会效应和经济效益相统一的选题，在拍摄和后期制作阶段，需要妥善协调嘉宾资源、充分调动技术人员的拍摄和后期制作方能制作出一档内容精良的节目。节目的发行、播映权运营、广告招商等环节也需要制作机构与合作方有较深的合作基础，才有可能实现较高的经济效益。

目前行业内具备资源聚集能力的企业比较稀缺，即使企业拥有充沛的资金、聘用了相关人才，短时间能也很难有效整合上述节目制作的关键环节，难以推出具有较好的社会效应和经济效益的节目。

（3）发行渠道壁垒

节目的销售对象为电视台和以视频网站为主的新媒体渠道。

电视台方面，央视和省级卫视凭借着较高的用户覆盖面和收视份额，具有较高的广告价值，从而具备较强的节目购买能力，但与其开展业务需要面对较大的竞争压力和买方相对强势的地位，因此如何保持与央视及各省级卫视良好互利的合作关系，是确保产品销售、提高盈利能力的保障。对于缺乏合作基础的新晋机构，在节目的销售谈判上处于非常弱势的地位，难以获得较好的经济回报。在新媒体渠道方面，与主流视频网站的合作一般从购买已经在电视台实现发行的节目

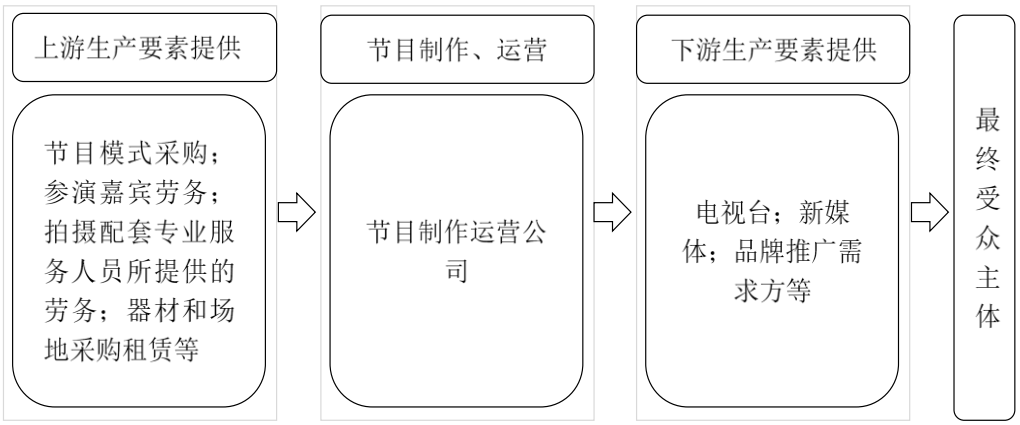
开始，或者直接由新媒体公司孵化，其他缺乏资源的新晋机构也很难找到开始合作的切入点。

（4）资金壁垒

高品质的综艺节目在节目模式引进或研发、嘉宾邀请、舞台布置、后期制作等方面都需要投入大量的资金，如果公司资本实力不强、融资渠道欠缺，很难制作出符合现代市场偏好的优质节目内容。此外，节目的播出也具有一定的风险，可能出现亏损甚至节目被叫停的可能，公司需要有一定的资金储备抵御风险。

6、上下游行业的关联性及其影响

综艺节目制作、运营行业及其上下游行业构成了完整的行业产业链，相关行业之间的关联性如下图所示：



（1）上游行业关联性及其影响

综艺节目上游行业主要为节目模式采购、参演嘉宾聘请、专业的拍摄、制作设备和各类专业人员所提供的劳务、场地租赁等。

综艺节目围绕节目制作模式为蓝本进行生产制作。节目制作模式涵盖了节目的核心创意、主要规则、人物设定、美术风格和一些隐性的关键环节。一个成熟的节目模式，不仅具备独到的创意、新颖的制作手法，还有在既往制作过程中吸收的经验，是节目获得成功的重要保证。综艺节目制作行业中，欧美、日韩凭借着较强的创新及制作能力引领世界潮流，诞生了大量成熟的综艺节目模式，并向全球其他国家输出，取得了良好的效果。我国综艺节目制作行业起步较晚，目前

正在从模仿、学习国外先进模式走向自主创新和海外版权输出的阶段，当前仍有一定的采购、引进海外成熟节目的需求。

参演嘉宾是综艺节目制作的重要元素之一，对综艺节目是否能获得良好市场反应有一定的影响。为了提升节目水平、便于招商，大型综艺节目参演嘉宾一般都是有一定造诣的艺人。

综艺节目的摄制、灯光、舞美、服装、化妆、道具等现场摄制环节也是节目内容的重要影响因素。导播师、摄像师、舞美师、灯光师及其他配套专业服务人员可以为各种节目类型提供服务，其专业化程度一般较高，可以实现节目制作的工业化运营和规模效应，一般由外部采购的方式获得。综艺节目的拍摄过程所需要的专业设备、拍摄场地等一般由节目组根据节目实际需求通过采购或者租赁的方式获取。

（2）下游行业关联性及其影响

综艺节目制作的下游行业主要包括电视台、视频网站等新媒体、品牌推广需求方等。

电视台是综艺节目的主要播放平台，也是制作机构最重要的客户。电视台通过采购节目制作公司生产的综艺节目并呈现给观众，提升自身的媒体影响力并形成广告价值，再通过出售广告时段、接受冠名、广告植入等方式获得收益。由于知名卫视的节目播出时段非常稀缺，各播放平台极为重视节目内容的质量、收视效果和社会反响，一般都会选择自制或者与制作实力雄厚、口碑良好、品牌效应突出的节目制作公司合作。

视频网站、视频手机 APP、IPTV 等新媒体在版权市场逐步规范、盈利模式逐步成熟后，已成为综艺节目制作公司的又一重要客户。综艺节目制作公司出让视频信息的网络播映权或提供节目定制服务实现销售。视频网站等新媒体直接面对受众，可以以技术手段实现对节目热度、收视时长、收视习惯等行为数据的采集获取广告主的青睐，还可以通过优质的内容资源培养自身的付费会员规模。目前主流视频网站为摆脱同质化，竞争非常激烈，对节目热度的追求非常高，倾向于购买有实力的制作公司制作的高品质综艺节目的独家播映权。综艺节目一般同时也会产生音频资源，以音乐类音频的价值最高，目前手机音频 APP 和电信运营服

务商都是该类产品的重要客户。手机音频 APP 购买音乐类版权构建自身的核心竞争力——音频库，形成对付费用户的吸引力，电信运营商则购买音频版权发展其彩铃和移动收听等业务。

品牌推广需求方通过在节目投放硬广告、冠名广告和植入广告推广自身的品牌价值，是节目在电视台和视频网站播出中主要的收入来源。此外，随着节目品牌的形成，公司可以利用节目品牌进行更多衍生品开发，通过多种形式，满足更多品牌推广需求方的需求，为节目制作公司实现更多收入。

7、行业利润水平的变动趋势及变动原因

目前，综艺节目制作公司的主要客户仍为电视台。一般实力雄厚的综艺节目制作公司和电视台会事先约定与播放效果相关的收益分配机制，一旦制作出市场反响好的节目就可以获得较高的投资收益，另外对于大型季播类节目而言，上一季节目的成功与否也是下一季节目的招商和分成比例谈判的重要筹码。因此，综艺节目制作公司的制作实力、既往产品的业绩是决定作品销售利润的重要因素。

近年来，视频网站等新媒体的购买力逐步加强，行业整体利润贡献度上升。视频网站除购买综艺节目制作公司制作的电视综艺版权外，还大力发展自制综艺，与综艺节目制作公司采用委托承制或者共同投资的方式开发综艺节目。随着视频网站综艺市场的持续增长，新媒体对综艺节目制作公司的利润贡献将更为突出。

总而言之，综艺节目质量的差异化将进一步导致不同档次的制作企业之间的利润分化，有利于市场的优胜劣态和行业的健康发展。

三、公司符合创业板定位的特征情况

（一）公司业务具备“创新、创意、创造”的特征

公司主营业务综艺节目制作与产业链开发运营具有典型的文化创意特征，其生产过程涉及到大量创新、创意、创造元素的运用。

公司制作综艺节目的第一步就是节目创意，公司综合考虑内部征集的节目方案和当前流行综艺节目形式，遵从“触及热点、触及民生、触及心灵”的创作理念，选择新颖独特、准确把握当前市场需求的主题进一步开发。公司制作的选拔类节目每年的赛制都要有创新和突破，这种不断的创新和突破可以让观众持续保

持新鲜感，是公司诸多节目可以连续制作多季并保持良好的收视效果的重要因素。在节目的制作过程中，导演团队需要及时根据节目录制的节奏和现场情况不断提出新的创意并在录制和拍摄的过程中进行尝试，才能在节目播放时给观众制造惊喜，达到良好的节目制作效果。

此外，公司生产的音乐作品有大量公司艺人的原创作品，涉及到歌词、歌曲、演唱录制等创作环节。公司其他衍生业务也是公司在制作综艺节目的过程中不断进行商业模式上的探索和创新的产物，如创造性的设计了“海选授权”等业务合作模式充分利用了公司自身资源同时提高了项目执行效率，此外公司还在探索开发与综艺节目结合的线上音乐教育等新业务。

综上所述，公司业务具备“创新、创意、创造”的特征，符合创业板的定位标准。

（二）公司在业态、模式上均有创新，并充分适应所处行业的新旧产业融合趋势

公司的创新性主要表现在业态创新、模式创新上，并且充分适应了所处行业的新旧产业融合趋势，具体表现如下：

1、公司在业态上的创新

传统的综艺节目制作业态是电视台独立完成节目的编排、制作、招商和播出等全套流程，而制播分离指的是节目的生产制作及播出环节分别由不同单位负责的管理的新的节目生产业态。虽然上世纪 80 年代末一些电视台已经开始将节目内容交由专门的制作公司制作，但直到本世纪初节目制作公司才陆续承接一些大型的综艺节目制作工作，并促使广电总局于 2009 年下发《关于认真做好广播电视“制播分离”改革的意见》、2016 年下发《关于进一步规范广播电视制播分离改革的通知》，对制播分离这一新业态进行规范。

公司诞生和成长于制播分离改革的环境下，《中国好声音》被市场誉为“制播分离”方法取胜的典型代表，其中制作方展现了极高的专业性，无论在节目编排、选手筛选、拍摄手法、演唱录制、后期制作等方面都达到了较高的品质，给观众提供了高质量的演唱视听体验的同时，也营造了充满悬念、冲突、引人入胜的情

节设定，并取得了良好的播放效果，达成了制作公司、播出平台、广告商、观众多方共赢的良好局面。

2、公司在模式上的创新

与传统的节目制作公司的经营模式不同，公司的经营模式创新之处在于构建了综艺节目及产业链运营的生态：公司不仅制作综艺节目，同时还有较强的销售能力，有专门的销售团队进行广告招商，有专门的新媒体团队负责网络播映权的运营；公司的音乐类节目天然形成了音乐版权，公司对其进行专业的加工后销售给互联网音乐平台、移动音乐平台等客户；公司的选拔类节目为公司提供了大量的新晋艺人资源，公司配备专业的艺人经纪团队对新晋艺人进行培训、包装，提升艺人价值，公司庞大的综艺节目产量还能为新晋艺人的持续曝光创造机会；公司还有专业的音乐制作、演唱会运营等能力，可以充分利用艺人资源进行生产，而公司强大的综艺节目品牌效应又有利于这些内容的销售。总之，公司以综艺节目内容创作为核心，同时具备全产业链开发的能力，并产生了诸多协同效应，未来公司还计划在现有资源的基础上向线上音乐教育等领域发展，这种生态化的运营模式也是公司不断开拓新业务、持续发展的重要保证。

公司在销售模式上也不断创新，从《中国好声音》第一季开始就摆脱了传统的固定费用承制销售模式，采用共同招商、广告分成的办法，对公司的生产、销售活动形成激励，最终呈现了高品质的节目效果并形成了良好的广告收益。公司 2018 年涉足网络综艺后，在经历了传统的委托承制模式试水后，迅速与互联网平台探讨了共同投资、共享收益的销售模式，并运用在 2019 年制作的多档网络综艺中并取得成功。

3、新旧产业融合情况

随着社会的发展进步，文化产业向新的领域发展，同时也创造了很多新旧产业融合的机会。公司创建以来，综艺节目行业最显著的特点就在于网络综艺从无到有，直到节目数量全面超过电视台综艺。

公司最初主要制作电视台综艺，合作客户以知名卫视为主，但同时已经和知名的视频网站建立了网络播映权授权的业务关系。当网络综艺高速发展时，公司凭借强大的节目制作能力和与视频网站长期合作建立的良好基础，凭借《这！就

是街舞》高质量的切入网络综艺制作领域，成功打响了优酷视频《这！就是……》系列综艺节目的品牌。公司后续制作的《这！就是街舞》第二季进一步获得了豆瓣 8.9 分的超高评分并成为现象级的突破圈层的优质网络综艺节目，在《腾讯娱乐白皮书 2019》公布的年度国产综艺网络热度排行榜和国产综艺口碑排行榜中均位列前三。公司仅用了一年左右的时间，制作的网综数量已超过了电视台综艺的数量，并在新媒体平台“爱优腾”全面上线。

可见，公司一直紧跟行业发展趋势，在自身强大储备的基础上厚积薄发，具备及时、高效的向新的产业领域延申发展的能力。

四、公司在行业中的竞争地位

（一）公司的行业地位

公司是国内领先的综艺内容制作和运营商，尤为擅长制作音乐、舞蹈类综艺节目。公司自成立以来，制作了一批收视率高、广受好评的音乐、舞蹈类综艺节目，如《中国好声音》、《中国新歌声》、《蒙面唱将猜猜猜》、《这！就是街舞》、《新舞林大会》、《即刻电音》、《这！就是原创》、《一起乐队吧》、《唱给世界听》、《了不起的长城》等。此外，公司在谈话类、户外类、才艺类等领域均推出过较强影响力的作品。

报告期内，公司共制作完成了二十余部综艺节目，其中季播类节目 26 部，周播类节目 1 部，其中与浙江卫视合作的《中国好声音》，与江苏卫视合作的《蒙面唱将猜猜猜》，与东方卫视合作的《中国达人秀》，与优酷合作的《这！就是街舞》等已成为这些知名卫视或视频网站的代表节目。报告期内公司制作的节目获得的重要奖项见下表：

节目名	颁奖单位	奖项名称	获奖时间
蒙面唱将猜猜猜第二季	中国电视艺术家协会	2017 中国综艺峰会-综艺盛典活动中荣获年度匠心导演奖	2017 年 12 月
	亚洲电视	最佳音乐节目提名奖	2018 年 11 月
中国新歌声第二季	中国电视艺术家协会	2017 中国综艺峰会-综艺盛典活动中荣获年度匠心摄影奖	2017 年 12 月
这！就是街舞第一季	亚洲电视	最佳导演、最佳剪辑、最佳网络节目编剧提名奖	2018 年 11 月
	中国电视艺术家协会	2019 中国综艺峰会-综艺盛典	2019 年 7 月

		活动中荣获年度匠心摄影、匠心作品、匠心制作人	
同一堂课	国家广播电视总局《中国广播影视》杂志社	“TV 地标”（2018）年度上星频道最具创新影响力节目	2018年12月
	新加坡资讯通信媒体发展局	2019 年亚洲学院创意奖最佳儿童节目国家/区域大奖、	2019年10月
即刻电音	中国电视艺术家协会	2019 中国综艺峰会-综艺盛典活动中荣获年度匠心导演、匠心音乐	2019 年 7 月
这！就是原创	中国电视艺术家协会	2019 中国综艺峰会-综艺盛典活动中荣获年度匠心导演、匠心音乐	2019 年 7 月
	新加坡资讯通信媒体发展局	2019 年亚洲学院创意奖最佳导演国家/区域大奖	2019年10月
《这就是街舞》第二季	综艺报（国家广播电影电视总局主管、中广报刊出版发展中心主办）	2019 年度影响力“年度节目”荣誉	2019年12月
	骨朵传媒、新浪微博	2019 年度品质网络综艺	2019年12月
	刺猬公社	新内容探索者大会年度最佳网络综艺奖	2019年12月
	三声	2019 第四届中国新文娱新消费年度综艺	2019年12月
爆款来了	国家广播电视总局《中国广播影视》杂志社	“TV 地标”（2019）年度优秀网络视听节目	2019年12月
	传媒内参、《电视指南》杂志	第四届“指尖综艺榜”最具影响力创新综艺	2020 年 1 月
中国好声音 2019	国家广播电视总局《中国广播影视》杂志社	“TV 地标”（2019）年度制作机构年度优秀节目	2019年12月
	传媒内参、《电视指南》杂志	第四届“指尖综艺榜”最具影响力电视综艺	2020 年 1 月
了不起的长城	上海电视节组委会	第 26 届白玉兰最佳电视综艺节目入围	2020 年 7 月

（二）行业内的主要竞争对手

1、主要竞争对手概况

公司的同行业主要竞争对手为独立综艺节目制作机构[19]，选取标准为报告期内制作过综艺节目并在相关媒体播出的上市公司，或者报告期内制作了影响力较强的综艺节目的非上市公司。

（1）华策影视

[19] 不包括播出平台的节目制作机构或节目制作子公司。

华策影视成立于 2005 年 10 月，专注打造电视剧、电影、综艺三大精品内容，并以内容为核心全面布局泛娱乐产业，深度推动产业革新和生态升级，综艺节目代表作品包括《一票难求》第二季、《生活相对论》、《跨界冰雪王》等。

（2）华录百纳

华录百纳 2014 年并购蓝色火焰切入综艺节目制作，蓝色火焰始创于 1998 年，主营电视栏目、电影、电视剧等电视栏目的投资、制作与发行，2018 年 12 月华录百纳发布公告出售蓝色火焰全部股权并通过股东大会决议。综艺节目代表作品包括《跨界歌王》、《最美和声》、《我的新衣》等。

（3）中广天择

中广天择成立于 2007 年 4 月，系长沙广播电视集团控股的国有文化企业，公司主营业务是电视、互联网和移动互联网视频等内容的制作、发行营销，电视剧播映权运营。综艺节目代表作品包括《守护解放西》、《我们在行动》（1-4 季）、《闪亮的名字》（1-2 季）、《朗读者》第一季、《美食中国》等节目。

（4）北京文化

北京文化自 2016 年起开始涉足综艺业务，目前产业涵盖电影、电视剧网剧、艺人经纪、综艺、新媒体及旅游文化。参与投资制作《高能少年团》、《花漾梦工厂》和《开心剧乐部》等综艺节目。

（5）完美世界

完美世界目前有游戏和影视两大主营业务，影视业务方面包含电视剧、网剧、电影及综艺节目等。综艺节目制作方面，参与投资制作《极限挑战》、《跨界歌王》、《跨界喜剧王》和《向往的生活》等，其中《极限挑战》在东方卫视获同时段收视率第一的成绩。

（6）欢乐传媒

欢乐传媒成立于 2011 年，以喜剧综艺节目投资、制作、广告销售、跨媒体整合营销和宣传推广为主要经营业务，近些年已成功推出大型综艺喜剧真人秀《笑傲江湖》、《欢乐喜剧人》以及《喜剧总动员》等作品。

（7）远景影视

远景影视成立于 2014 年，是一家市场化机制、拥有多年国内综艺节目研发制作经验的民营综艺节目创意研发及制作的电视节目制作公司，目前已播出的节目有《非诚勿扰》、《最强大脑》、《四大名助》和《为她而战》栏目。

（8）盛唐时空

盛唐时空成立于 2008 年，是一家提供电影、电视节目、网络视频、音乐等产品和内容的服务供应商，2014 年后进入综艺节目制作领域后成长迅速，推出了《二十四小时》、《星动亚洲》、《音乐大师课》等口碑较佳的节目。

（9）慈文传媒

慈文传媒成立于 1998 年，主要从事影视剧的投资、制作、发行及衍生业务，移动休闲游戏研发推广和渠道推广业务及艺人经纪业务。2018 年，慈文传媒抓住偶像综艺热点，开始整合资源、拓展综艺节目领域，先后推出了《下一站传奇》、《我们的歌》等综艺节目。

2、公司与主要竞争对手的核心数据比较

报告期内，根据《腾讯娱乐白皮书》，公司和上述主要竞争对手制作或参投的综艺节目进入年度收视率排名前十的综艺节目数量如下：

公司名称	2019 年	2018 年	2017 年
灿星文化	**2**	**2**	**1**
华策影视	0	0	0
华录百纳	0	0	1
中广天择	0	0	0
北京文化	0	0	1
完美世界	1	2	3
欢乐传媒	0	1	1
远景影视	0	0	1
盛唐时空	0	0	1
慈文传媒	1	0	0

公司每年有 1-2 档节目可以稳定进入年度收视率排名前十，且公司均为节目的主要制作方，体现了公司在行业地位上的领先性。

（三）公司的竞争优势

1、成熟的工业化节目制作模式和系统化的人才优势

公司自成立以来，一直坚持制作高品质综艺的路线，集合业内最优质的资源，创作门槛高、水平高、社会反响强烈的大型综艺节目。在多年的发展过程中，公司已经建立了覆盖全产业链的工业化节目制作模式，在所有节目制作的重要环节都有较强的自主把控能力和领先性。

在节目策划和研发环节，公司可以通过科学的数据分析报告给决策层提供节目模式开发建议。同时积极推进和国外先进的综艺节目制作机构联合研发节目模式，或者给公司的节目模式创作人才提供海外学习和培训的机会。公司在鼓励原创的思想指导下，已经建立了科学的节目模式创作机制，在流程管理上和激励机制上日臻成熟。在中国的综艺节目起步较晚，原创能力相对比较弱的背景下，公司已经做到了全部节目的原创化，并且向境外反向输出节目模式版权：《中国好歌曲》的节目模式在越南成功落地，是目前极少海外输出版权的国产综艺节目模式之一。

节目录制环节，公司拥有金磊、徐向东、陆伟、沈宁、吴群达、章骊、陈涤等，国内第一流的综艺节目导演队伍，汇聚了多个综艺节目垂直领域的顶尖专家，制作的节目有很强的水准和市场号召力：

姓名	任职	担任总导演的部分节目名
金磊	董事、副总经理	中国达人秀、中国好声音系列、中国新歌声系列、出彩中国人（第一季、第二季）
徐向东	董事、副总经理	新舞林大会、中国好舞蹈、舞林大会、蒙面唱将猜猜猜系列
陆伟	导演团队负责人、监事会主席	出彩中国人（第三季）、这！就是街舞（第一季、第二季、第三季）、我们的挑战、爆款来了、师父我要跳舞了
沈宁	导演团队负责人	中国达人秀、中国好声音、中国新歌声、中国好歌曲（第一季）、拜见小师父、一起乐队吧
吴群达	导演团队负责人	中国达人秀、中国好声音、中国新歌声、中国好歌曲（第二季）、这！就是原创

章骊	导演团队负责人	中国之星、出彩中国人（第二季）、歌声的翅膀、即刻电音、中国达人秀、出发吧师傅
陈涤	导演团队负责人	来吧灰姑娘、了不起的挑战、我们的挑战、同一堂课系列、了不起的长城

公司和很多优秀艺人建立了良好的合作关系，对艺人资源有较强的把控能力。艺人是大多数综艺节目的重要资源，随着近年综艺节目在人民群众中的热度升高，其强大的广告招商能力愈加被电视台和视频网站等新媒体平台重视，对优质艺人资源的争夺非常激烈。公司深耕综艺节目制作领域多年，制作的节目对艺人的正面宣传效果比较好，积累了很好的业内口碑，公司目前已经和很多优秀艺人建立了良好的合作关系。

不同于一般节目制作公司外包节目录制的技术环节和后期制作环节，公司重要的节目一般都会采用了自己的技术团队来负责技术方案的制定、技术设备的选型、在关键技术环节配备自己的导播、摄像、舞美、美术设计、音响、录音、大屏设计、联动编程等，对技术环节采用全流程管理。采用自己的技术团队保障了节目录制的可靠性，提高了节目制作人员的主观能动性，做出节目的质量更高，也有更强的创造力，公司的技术团队创作的“中国新歌声”战车、“魔镜转椅”等多种专利成为了节目的亮点。公司采用自己强大的后期制作团队负责节目的全流程后期制作工作，包括素材录入、剪辑、修音、混音、校色、节目包装、电脑动画、视觉设计、特效合成、字幕、节目封装、媒体资源备份等，自有专业的后期制作软、硬件。随着综艺节目制作水平的提升，后期制作已经不仅仅是一个技术工作，而是节目制作过程中非常需要创造力和主观能动性的重要环节。公司自有后期制作团队，在长期的节目制作过程中与导演组形成了良好的合作机制，前后期制作充分融合，后期制作在生产节目过程中发挥更强的主观能动性，制作效率和制作效果在行业内处于领先水平。

此外，公司在节目的宣传、包装、舆情监测、危机公关、发行、运营和其他增值服务等各个环节都通过专业化分工、流程优化实现了标准化运作，并且有行之有效的财务管理、组织管理、创作管理、营销管理和人才管理等管理措施来确保各业务流程的标准化运作，进而保证整个业务运作体系的规范化和高效率。

总之，公司具备很强的对综艺节目的全产业链的控制能力，具有先进的生产

技术和管理思想，也有业内一流的人才、设备保障。依托公司成熟的工业化节目生产模式，无论是传统强项音乐类、舞蹈类节目，还是陆续涉足的谈话类、户外类等热点节目，公司都可以高效率的制作出高质量的节目。

2、“触及热点、触及民生、触及心灵”的创作理念

公司始终秉持“以精彩的内容吸引人，以真实的情感打动人，以向上的力量鼓舞人”的宗旨，坚持从大众审美出发，打造“触及热点、触及民生、触及心灵”的精品内容，以精英实力打造大众文化。公司的这一创作理念来自公司高层经营管理者多年的传媒业工作经验，是对行业和市场多年深入研究的结晶。公司近年来围绕这一创作理念，制作的综艺节目不仅具有文娱属性，还具有鲜明的时代特色与真实的生活元素，能够真实地反映社会生活、参与社会生活、承担社会责任。通过贴近生活的内容与接地气的风格，公司的综艺节目能够给予观众更多的参与感与带入感，更容易引发观众与节目产生的情感共鸣。同时，综艺节目贴近社会生活热点的特性，也赋予其更大的社会责任，公司的综艺节目能够弘扬主流价值观，传播社会正能量。

在“触及热点、触及民生、触及心灵”的创作理念的指导下，公司创作的节目的艺术不仅受到了市场的欢迎，也得到了国家宣传机构的认可，在央视和各大卫视的黄金档播出了大量商业价值和社会效应并重的精品节目。公司摈弃低俗炒作的风气，坚持保持节目的积极、正气的精神面貌，保持了“灿星制作”的品牌形象，降低了公司的节目播出风险和公司的声誉风险。

3、独树一帜的节目制作风格

公司通过几年的发展和沉淀，经过多款节目的打磨和历练，已经形成“灿星制作”节目的突出风格，具体表现在以下几个方面：

第一，公司坚持采用全球领先的制作水准制作中国特色的综艺节目。公司通过早期引进节目模式、与海外制作机构联合研发等手段，掌握了世界级领先的大型综艺节目制作标准，包括前期准备、嘉宾选择、选手挑选、现场音响、灯光调校、镜头剪辑，甚至连接线的方法细节等各个环节。公司率先将世界级的制作水准引入中国，确定了同类节目的制作标准，打造了品质领先的综艺作品。此外，公司的高管层和节目主创人员对中国观众的欣赏习惯的把握非常到位，有意增加

了明星、故事等元素的分量，和本土舆论环节相结合，突出公益、正能量、圆梦的主题，为有梦想、有才艺的平民创造机会，使得公司的节目可以游刃于央视、省级卫视、互联网等不同的平台，树立了很好的节目口碑。

第二，公司在嘉宾选择上注重权威性和角色定位。公司在擅长的音乐、舞蹈类的选秀节目中，对嘉宾的选择独具匠心。在嘉宾选择上，公司特别注重选择业内享有权威，同时又具备真性情的嘉宾，通过展示权威嘉宾在台上性情流露的一面，一方面拉近了群众和嘉宾的距离，另一方面也制造了很多吸引人的话题，扩大节目的市场影响。另外，公司对嘉宾的人物设置有比较清晰的角色定位，通过一定的矛盾冲突贯穿，提高了节目的可看性。

第三，公司通过多年深耕，已形成了成熟的选手挖掘机制和深厚的资源积累。选手质量是选秀节目可看性的核心因素之一，公司通过多年节目制作积累，已经有遍布全球的选手挖掘机制和较为成熟的选手推荐机制，选手资源库比较庞大，可以保证每季作品都能推出高素质的选手成为节目的核心看点。公司前期的选手资源、参与艺人的积淀，也为后续节目的制作打下了良好的基础。

第四，公司在大场面的制作中注重细节的处理。大场面舞台、炫彩灯光、有创意的道具、后期精细剪辑是公司节目的标配，符合观众看“奇观”的收视心理。场面做大的同时是对细节的苛求，以《中国好声音》节目为例，公司不惜重金聘请国际顶级的调音师、音响工程师、乐队，选用顶级的音响设备，保证节目录制的品质。在节奏的编排上，公司的节目情节转折和变化非常丰富，多机位拍摄抓取嘉宾、选手的细微表情，通过海量的素材保证节目在有限的呈现时间可以充满亮点和惊喜。后期处理上，公司率先在国内综艺节目制作行业引入了高片源比、蒙太奇剪辑等大片制作技术，并一直保持着综艺节目后期制作的业内领先地位。

公司凭借多年扎实的节目制作业务积累，形成了深受市场欢迎的独树一帜的节目制作风格，是公司一笔重要的财富。公司的节目制作风格有很深的经验和技术的积累和沉淀，其他制作机构很难模仿到精髓。

4、品牌优势和规模化效应

公司是国内领先的综艺内容制作和运营商，报告期内共制作综艺节目二十余部，内容涵盖音乐类、舞蹈类、人文类、谈话类、户外类等多个门类，明星节目

的生产能力、庞大的节目生产量、多元化的内容矩阵巩固了公司在综艺节目制作行业的领先地位。公司的品牌价值和规模化效应体现在公司无论在采购端和销售端都可以获得有竞争力的价格，确保公司节目制作的利润。

由于公司节目的播出平台较好，市场反应正面，对参加节目制作的艺人也有较好的正面宣传效果。在目前竞争日益竞争的艺人资源的争夺中，公司的品牌价值对艺人的吸引力可以帮助公司邀约所需要的艺人。而公司庞大的综艺节目制作体量也是公司进行其他资源采购谈判的重要砝码，在住宿费、餐饮费、场地、设备租赁等费用上一般都可以获得有竞争力的采购价格。此外，资源共享的运营模式也降低了公司节目制作的边际成本，具有显著的规模经济效益。

作为文化传媒行业中的优质企业，公司制作的节目很受国内电视台、主流视频网站和广告商的青睐，在销售市场上有较高的话语权：公司可以以参与收入分成的形式与电视台合作，也可以以较高的价格在新媒体平台发行公司的视频和音频节目资源。公司打造的《中国新歌声》、《中国好歌曲》、《蒙面唱将猜猜猜》、《这！就是街舞》等原创综艺系列品牌，在前季节目成功的基础上，公司既可以相对较低的宣传成本获得客户认可，又可以给公司的节目销售带来可观的溢价。

5、台网融合的多平台运营能力

电视台是公司目前合作的重点客户。公司的决策层多年深耕传媒领域，具备深度挖掘各大平台品牌特征的能力，公司为知名卫视制作了一系列符合平台调性、有品牌效应的大制作节目，如浙江卫视的《中国新歌声》、江苏卫视的《蒙面唱将猜猜猜》、东方卫视的《中国达人秀》等系列作品。此外，公司还会利用差异化竞争的策略制作一些中成本的节目在周中非黄金档播出，打造一些新视点的的节目，提高自身竞争力，获得更为稳定的收入来源。

面对日益崛起的新媒体平台，公司顺应趋势、积极布局，从单纯的在互联网上发行“先台后网”的节目到开始和在线视频网站合作开发一些更加个性化、年轻化的节目，满足网络观众需要的细分垂直化内容。2018 年，公司首次尝试与知名在线视频播放平台优酷视频合作开发优质综艺《这！就是街舞》，同样采用公司一贯的高品质、高水准的制作方式，尝试打造“剧情式”的新模式，取得了点击量、口碑的双丰收，为公司制作网络综艺节目开启了一个良好的里程碑，2019 年

5 月推出的《这！就是街舞》第二季获得了豆瓣 8.9 分的超高评分再次成为现象级的突破圈层的优质网络综艺节目，在《腾讯娱乐白皮书 2019》公布的年度国产综艺网络热度排行榜和国产综艺口碑排行榜中均位列前三。2019 年 4 月的第 56 届戛纳电视节，《即刻电音》作为原创精品综艺节目在“WISDOM in CHINA”的原创模式推介会上，以“中国节目模式新机遇”为主题进行了推介，以独特的中国原创综艺向全球客户彰显中华文化魅力。2019 年，公司制作的网综在新媒体平台“爱优腾”均有上线，公司与优酷视频合作《这！就是街舞》第二季、《这!就是原创》、《爆款来了》，与腾讯视频合作了《即刻电音》，以及参与制作《唱给世界听》、《出发吧，师傅!》并在爱奇艺平台播出。

6、围绕内容制作开展的衍生业务协同优势

公司在内容制作的基础上，开展了流行音乐制作、音乐版权运营、演出活动、衍生品运营、艺人经纪等业务，互为补充、协同发展。以公司制作歌唱类综艺节目为例，公司在实现视频资源播放之后，制作节目内容过程中附带产生的音频版权可以销售给互联网音频平台或电信服务商。节目中又诞生了大批极具潜力的演艺新人，具备良好的艺术素质，在节目中积累了观众好感度，是公司艺人经纪业务开展的坚实基础，同时公司的艺人经纪业务所培养的优秀艺人也为公司的节目制作提供了支撑，成为提升节目影响力的重要助力。公司的签约艺人绝大部分都是歌手，并且还有相当一部分具有原创音乐的创作能力，构成了制作流行音乐的核心力量。公司的节目品牌等知识产权可以为线下活动提供包装，而线下演出活动对歌曲、艺人甚至节目本身有很好的宣传作用。公司通过制作节目打造的知识产权是衍生品运营的基础，如线下海选运营权，而这类衍生品的运营又构成了内容制作的有益补充。

7、艺人经纪业务竞争优势

公司的艺人经纪业务具备如下竞争优势：

（1）艺人资源优势：公司本身制作很多有影响力的选拔类节目，节目制作过程中天然聚集了很多有才能的人才，公司无须在艺人资源挖掘方面额外花费成本。

（2）节目协同优势：公司制作的节目本身也为艺人创造了登台机会，有利于

艺人增值。

（3）丰富的音乐创作经验：公司通过多年深耕，已成为华语乐坛重要的音乐生产基地。公司签约的艺人以歌手为主，公司自身体系给歌手提供了良好的成长空间。

（四）公司的竞争劣势

1、资金实力不强

资金实力是决定文化传媒企业市场竞争力的关键因素。部分国内视频制作机构已经实现了上市融资，与之相比，发行人资金实力不强，尽管发行人凭借丰富的运营经验和制作能力在行业中占据了一定的优势地位，但有限的资金实力仍使发行人在竞争中处于相对不利地位。

2、缺少自有播放平台的支持

公司作为一个节目制作机构，不参与播放平台的运营，虽然可以更专注于节目内容的开发，但同时也会导致公司开发的节目缺乏自有平台的强大的支持。公司每一档节目都需要与播放平台进行谈判，在战略部署、档期安排、宣发协同等方面可能存在一些妥协，节目运营的效率难以做到极致。特别是对于一些新的原创节目，由于缺乏前期基础，公司较难说服播放平台拿出优质的时段或位置进行尝试，导致很多优质的原创节目难以面世或者渠道不理想，进而影响到公司的创新热情和创新能力。

五、公司主营业务情况

（一）主要产品或服务及其用途

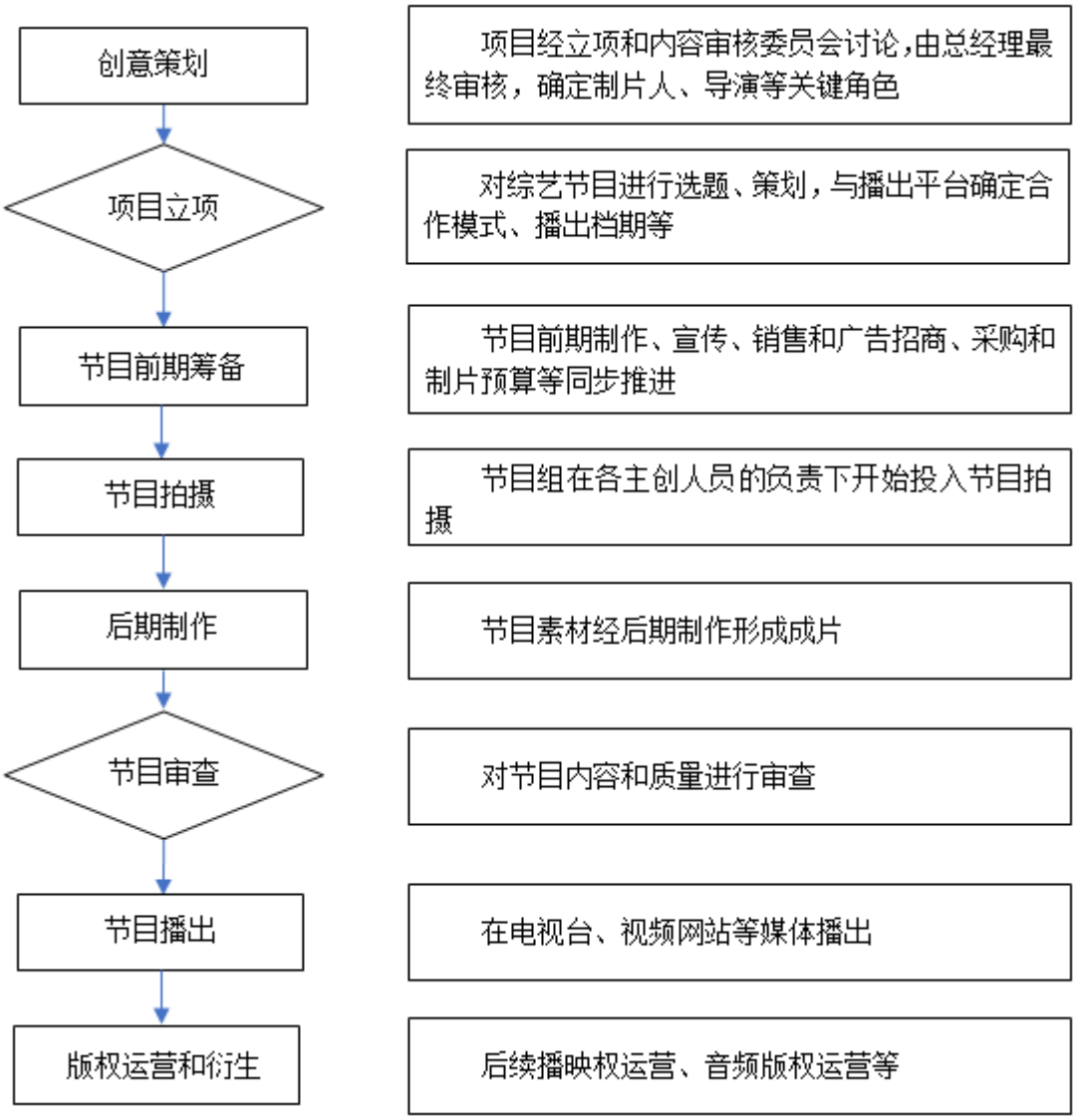
公司主要产品为综艺节目，通过对综艺节目内容运营或提供综艺节目内容制作服务实现收入。在综艺节目内容的基础上，公司在围绕自身打造节目的内容开展流行音乐制作、音乐版权运营、演出活动、衍生品运营、艺人经纪等业务。

公司产品的主要用途是丰富和满足大众文化生活的需要。

（二）主要产品或服务的流程图

1、综艺节目制作和运营的流程

综艺节目制作和运营的流程图如下：



（1）创意策划

公司一般采用内部方案征集、考察当前流行综艺节目等方式形成节目创意。节目创意从“触及热点、触及民生、触及心灵”的创作理念出发，在符合国家相关法律政策和文艺宣传导向的基础上，综合考虑艺术性、观赏性和商业性的统一，兼顾社会效益和商业效益。

选题是综艺节目制作的起点和灵魂，节目的成败很大程度上取决于选题是否新颖独特、是否能够准确把握当前的市场需求。公司非常重视节目创意开发，不

仅对导演组有节目创意的指标要求，还有专人负责跟踪和研究海外流行的综艺节目模式。公司采购了专门的综艺节目收视分析的数据库，对收视效果等指标进行分析和检测，研究当前的市场热点，对项目的选题提供重要的参考。

项目选题初步确定后，公司会联合导演团队进一步开发节目模式，将创意和想法逐步落地，并与平台方开始初步接洽，对节目播出的意向和档期等作出初步安排。待整体性框架形成后，提交立项申请正式启动立项工作。

（2）项目立项

立项评审会由公司的内部和外部人员构成，内部人员包括高级管理人员、导演、研发、制片、宣传、销售、财务等部门的负责人，外部人员包括合作播放平台、行业资深专家。立项会上各方会对节目选题、国家政策、宣传导向、市场情况、区域偏好、平台和档期安排、财务预算、招商预测等因素进行综合考量，对节目产生的商业价值和社会影响进行全面系统性的论证，经公司总经理最终审核后确认是否正式立项。节目成功立项后，制片人、导演等关键角色正式确定，节目组正式成立。

（3）节目前期筹备

节目立项之后，进入前期筹备阶段，此时以下几部分工作同时推进：

① 节目前期制作

节目组导演组负责逐步推进节目选题确定的框架落地，如确定主创人员、编写节目脚本、制定技术和道具舞台等方案、框定嘉宾邀请范围等。对于选秀类节目，此时还需要筹备海选、初选等工作。节目组还需要负责制作样片和宣传片供销售和宣传环节使用。

② 节目宣传

节目立项通过后，划拨宣传预算到节目组，节目组根据预算展开宣传工作，宣传途径包括电视台、平面媒体、互联网和自媒体等。如果节目确定了播出平台后，一般会联合平台方一起承担宣传工作。随着节目开拍的临近，开始组织发布会、建立舆情监测机制，并组织其他有利于节目宣传的公关活动。

③ 节目销售和广告招商

公司向电视台提案并获通过后正式立项，双方确定合作模式。公司和电视台共同启动广告招商。

④ 采购和制片预算

参加节目的嘉宾阵容是广告商考量的重要指标，节目组在广告招商前一般需要确定参演的嘉宾阵容。导演组会事先划定艺人范围，然后由专门负责艺人统筹的工作人员与艺人就档期、报酬等因素进行初步的接洽，确定初步意向后，再根据广告招商等情况选择是否与艺人正式签约。

随着其他环节的推进，制片预算同步进行细化和更新，在节目开拍前绝大部分采购环节的预算一般都可以确定。

（4）节目拍摄

节目组在各主创人员的负责下开始投入节目拍摄。节目拍摄在导演团队的统筹下进行，制片团队、选管团队、技术团队、音乐团队、舞美团队、宣传团队共同投入到节目的拍摄过程中。公司制作的节目大多为高品质的优质节目，不仅对参与现场录制的人员的专业能力要求非常高，有的重量级节目在嘉宾、音乐、舞美、技术等方面都聘请了一流的名家，还需要具备强大的服务和管理的能力。

（5）后期制作

节目的拍摄结束后，产生的中间产品是素材，还需要经过后期的制作、剪辑、配音、校色等环节后才能成为可供播放的视频节目。综艺节目发展到今天，后期制作对于综艺节目来讲，是不亚于前期拍摄的非常重要的一个环节，表达能力和重要性都是很突出的。从海量的素材中剪辑出故事线索、情节，同时通过花字、动画、音乐、音效等对故事线以及氛围、情绪进行强化、烘托。后期制作是二次创作的过程，对硬件、软件和人员方面都有很高的要求。

（6）节目审查

节目成片形成后，公司会对完成后期制作的节目先进行审查，审查由内部主要创作人员、公司领导、外部平台方相关责任人负责，主要关注节目的思想性、艺术性、观赏性，对节目提出修改意见，制作团队根据修改意见对节目进行修改后，经总导演同意可以提交播放平台，播放平台还会在播放前对节目进行最后的

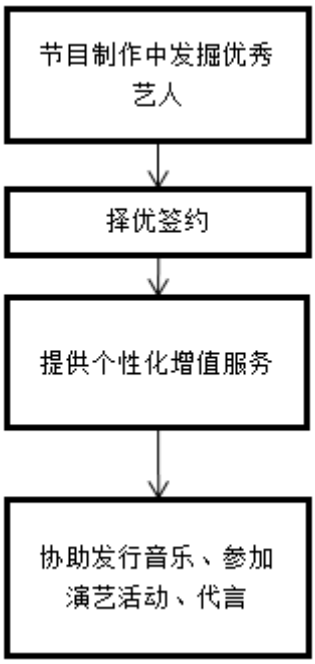
审查把关。

（7）节目播出

节目拷贝交付播放平台后由播放平台负责节目的播出工作。

2、艺人经纪业务的流程

公司艺人经纪的主要流程图如下：



公司主要通过自身制作的音乐选拔类节目发掘艺人，如《中国好声音》、《中国好歌曲》等。对于公司认可的、发展潜力好的艺人，公司征询其签约意向，双方协商一致签订艺人经纪合约。艺人签约后，公司可以给艺人提供优良的发展平台，协助艺人创作、录制音乐作品，参加演艺活动、代言。

公司主要签约艺人包括黄霄云、希林娜依.高、吴莫愁、李琦、苏运莹、旦增尼玛、毕夏、蒋敦豪、张磊、郭沁、扎西平措等。公司主要签约艺人与公司合作良好，合约保持稳定。报告期内各期末，公司签约艺人数量分别为：2016 年 12 月 31 日 145 人、2017 年 12 月 31 日 144 人、2018 年 12 月 31 日 146 人、2019 年 12 月 31 日 162 人、2020 年 6 月 30 日 159 人。

（三）主营业务模式

1、采购模式

公司采购的主要内容包括广告投放、演职人员的劳务、差旅生活杂费、专业设施及场地租赁、耗材购买等。

（1）广告投放

公司主要节目采取与电视台广告分成的模式，即电视台总负责广告招商，公司利用自身的招商能力，共同扩大总广告收入。向电视台或广告代理公司的采购系公司支付所代理广告客户的广告投放款。

（2）嘉宾和职员劳务

演职人员劳务包括参加节目的艺人嘉宾和其他拍摄环节需要外聘的专业制作人员，如编曲、乐队、调音、编舞、灯光、摄像、导播等。公司与演职人员所属公司等签订相应合同，约定双方的权利和义务。

演职人员劳务中，嘉宾和主要创作团队的档期协调，节目与嘉宾的定位匹配等都是重要考量因素。节目组成立后，导演团队会根据节目的整体预算和制作要求划定嘉宾的总预算和邀请嘉宾的范围，由专门负责艺人统筹的工作人员接洽嘉宾，以嘉宾参与同档期其他节目的报价为基础与嘉宾商谈。

（3）差旅生活杂费

拍摄期间的食宿等杂费等一般由制片团队制定方案，经导演团队认可后，与选定的供应商（如旅行服务公司、酒店、餐饮公司等）签订详细的服务内容和结算标准，根据预算标准及实际发生明细进行结算。

（4）专业设施和场地租赁

节目拍摄的场地根据节目的需要租赁取得，租赁一般按天计算场地费，节目组拍摄需要的转播车、灯光器材、摄影器材、音响器材、车辆等生产工具一般由公司和设备提供方签订租赁框架协议预算（包括具体设施、设备的单位使用价格），在预算内据实结算。拍摄期间节目组使用的生产工具待拍摄结束后交还设备提供方。

（5）耗材采购

节目制作过程中需要的道具、服装等耗材，公司一般会提前安排进行统一采购，对于一些急需道具，金额较小则采取就近采购，计入节目成本。

2、生产模式

（1）组建节目组

公司的综艺节目以节目组为生产单位。节目组是综艺节目制作行业特有的一种生产单位和组织形式，是为摄制综艺节目专门成立的工作团队。节目组由节目摄制过程中所需的各种专业人员构成，并按照职能分成若干团队。以大型选秀类音乐节目为例，一个节目组通常包含导演团队、制片团队、选管团队、音乐团队、舞美团队、宣传团队，以及技术研究开发部的技术团队、后期制作团队，每个团队都有相应的总监、主管负责工作。

节目组实行总导演负责制，总导演是整个节目组的总负责人。总导演需要根据节目立项的安排，把控整个节目的拍摄进度、预算，对整个节目组的人员进行管理。总导演还是节目艺术创作的大脑和灵魂，对拍摄过程的各个环节进行指导和决策，控制节目质量。节目成片之后，总导演和外部播放平台方共同审核后方能对外送片。

导演团队负责落实总导演的意图，将总导演的想法拆分成可落实的工作，协调各方人员完成节目的制作。导演团队由故事导演、选管导演、音乐导演、舞美导演、舞台执行导演、外拍导演等组成，分别对接不同的职能团队或外聘人员，保证项目执行的一致性和可靠性。

制片团队负责节目拍摄进程中的方案、采购和整体协调性工作。制片团队根据总导演指定的节目计划拟定节目方案，包括时间表、地点和采购品需求供导演团队决议。制片团队负责除了嘉宾之外的所有项目，如差旅、住宿、餐饮、场地、化妆、造型、道具、服装、特技、摄像、灯光、舞美、音乐、后期等产生的耗材、器材租赁和外聘人员费用的预案、比价和申领。此外，制片还需要协助导演团队对节目组的人员进行管理。

选管团队主要负责选秀类节目的选手管理，包括海选统筹、归档、选手背景

审核、选手宣传通告、现场工作执行等。

音乐团队主要负责节目音乐的编曲、策划、排练。对于音乐选秀类节目，在试音阶段需要辅助导演组完成音乐类节目选人、选歌，在节目录制过程中需要根据导师的意见帮助学员选取曲目和唱法。

舞美团队主要负责节目录制场地的灯光、特效、大屏幕、舞台的设计与制作等。舞美团队根据总导演的意图设计方案，提供设计图纸供导演组选择。方案确定后对接舞美制作的供应商，共同完成舞台及相关要素的制作、搭建、拆台等工作。

宣传团队主要负责节目的品牌推广、宣传渠道的策划和对接、对外发布工作的策划和组织、节目宣传图片、视频、文稿的提供、节目的舆情监测和公关。

技术团队主要负责节目录制和拍摄、设备相关的技术工作。技术团队根据节目的制作要求，给出技术设备的选型意见，对舞美、灯光、演播室等技术流程进行统筹，并负责导播、摄像等技术工作。

后期制作团队主要负责节目后期的剪辑、声音、校色等制作工作。后期制作团队根据总导演对节目的情节设计、节奏安排等意图，对拍摄的素材重新组织编排，最终形成可供播放的成片。

（2）审片和播出

节目成片拍摄完毕后，公司将组织行业专家对成片进行内部审核，确认成片的质量符合要求、节目各个环节均符合监管规定后，将节目送交播放平台方排播。播放平台方对节目审核确认无误后，交付播出部门播出。

3、销售模式

公司主要产品为综艺节目，面向的客户为电视台及视频网站。

（1）电视台销售

公司向电视台提案，提案通过后公司立项，并根据电视台排播时间开始节目制作，电视台同步启动招商。各电视台合作模式相对固定，公司与其就合同条款进行协商，最终签署合同。对于已播出多季的节目，公司与电视台合作基本稳定，双方在节目制作前就细节进行沟通。

从公司与电视台的合作模式上看，可分为固定承制费用模式及合作分成模式。固定承制费用模式下，公司根据节目播出平台的特点和要求研发节目，主导节目的制作工作，并向客户交付视频节目产品，收取合同约定的制作费。

公司制作节目的品质突出，具有良好的收视效果，与电视台通常采取合作分成模式。在合作分成模式下，公司主导节目制作工作，并与电视台协作共同做大广告招商规模，包括节目的冠名、特约、赞助以及节目中的硬广告、植入广告等。以总广告创收为基础，根据合同约定比例双方分成。

（2）视频网站销售

对于“台转网”形式的视频节目，公司若拥有节目的信息网络传播权，节目提案获得电视台通过后，公司可以启动向视频网站发行。双方协商后确定节目的授权价格，被授权的视频网站在电视台每集节目播出后上线对应节目。

对于与视频网站合作的网络综艺节目，公司销售模式类似电视台，在与视频网站达成共识后，公司内部立项，根据与视频网站共同计划的上线时间开始节目制作。报告期公司《这！就是街舞》、《这！就是街舞》第二季、《即刻电音》、《唱给世界听》、《这！就是原创》、《爆款来了》、《一起乐队吧》、《出发吧，师傅!》实现了该模式下的销售。与电视台类似，销售模式包括固定承制费用模式、合作分成模式。

（3）广告客户销售

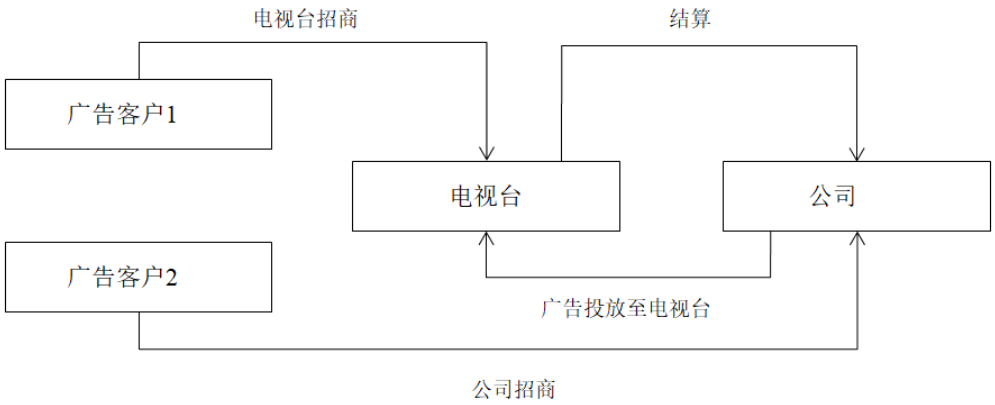
由于公司采取与电视台、视频网站合作分成的合作方式，基于双方共同目标，公司利用自身招商能力，与电视台、视频网站协作共同扩大总广告收入。公司向潜在客户提交节目方案，客户对节目效果、节目与产品的契合程度等因素进行评估，确定是否合作。双方确定合作意向后，就广告形式、在节目中的权益等细节进行协商，并签订合同。公司在节目制作过程中，安排商务导演实时跟进，确保客户的广告权益在节目中恰当呈现。

4、广告业务盈利模式

公司除为自身制作节目招商外，还为 SCML 境外运营的星空卫视代理广告。

（1）自身制作节目招商

利用自身的招商能力，公司与电视台共同招商，与电视台协作共同扩大招商规模，实现双方共赢。公司收取广告费并投放至电视台，双方共同招商形成的总广告创收再根据合同约定的分成原则分回公司。流程图如下：



合并层面看，可供分成的总广告创收包括电视台招商及公司自身招商，其中自身招商部分通过投放至电视台，再以分成的形式流公司。因此从合并报表披露口径上抵消上述重复部分，即广告投放成本与分成收入对抵。

（2）代理星空卫视广告

SCML 在亚洲和世界其他地区从事电视频道节目播放业务，委托公司代理境内客户在其平台上的广告投放，公司按照广告收入收取一定比例的代理费后，剩余金额支付给 SCML。

两类广告代理收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
自身制作节目招商	8,996.07	19,830.19	18,356.60	56,154.47
平台投放成本	6,054.27	19,752.41	17,628.72	53,272.94
代理星空卫视广告净收入	13.32	45.28	36.84	78.05

公司为自身制作节目招商的广告业务毛利率较低。公司业务的盈利模式是与电视台共同招商扩大总广告收入，通过双方分成实现共赢。通过星空国际广告招商主要目的在于锁定广告客户，保证总广告收入，公司在广告代理业务上提供的附加价值较少，因此毛利率较低。

报告期内合作分成模式的客户主要为各大电视台、视频网站，分配原则如下：

平台	可分成金额	分配比例
江苏卫视	广告创收可分配金额扣除广告返点、节目制作成本	达到约定基准收视率情况下平台与公司按一定比例分成。根据收视率情况，分成比例有一定变化。部分节目固定比例分成。
浙江卫视	电视广告实际总创收扣除卫视经营成本	1、2018 年以前，首播时段及复播时段平台与公司按固定比例分成。 2、自 2018 开始制播的《中国好声音》起，双方调整结算比例，首播时段根据广告实际总创收规模，平台与公司分成比例浮动。复播时段平台与公司固定比例分成。
东方卫视	广告实际到账收入	双方按投资比例分成。部分节目平台方收取固定广告保底收益
中央电视台	全部广告收入扣除首轮播出所占用同频道同时段原有节目所销售的广告收入（广告增量分成）	根据平均收视率，平台与公司分成约定比例分成。
优酷	商业化开发收益扣除相应成本	《这！就是原创》、《这！就是街舞 2》、《这！就是街舞 3》平台与公司按一定比例分成
北京卫视	全部广告收入	受托承制《了不起的长城》并承包节目的独家招商权。北京卫视除支付制作费并获得固定广告合作款外，不参与分成。

5、疫情防控进入常态化阶段对于发行人各项业务开展在经营模式、财务指标等方面的影响

（1）针对人员聚集风险的应对措施

新型冠状病毒肺炎疫情防控进入常态化阶段后，各行业均在科学防控常态化的基础上有序复工复产。公司在综艺节目制作过程中，包括海选、现场录制等环节，各地人群聚集的情况难以避免，公司已针对疫情防控做好了严密的部署和准备，严格疫情防控流程，确保公司的生产符合国家防疫政策要求，降低人员聚集风险：

①对所有参与节目录制、线下活动及演出（包落线下商演、见面会、演唱会等）的工作人员、嘉宾，要求申报姓名、户籍、常住地、现所在地、身份证号码、最近 14 天活动轨迹以及查询情况截图（要求无中高风险地区）、随申码（暨上海市健康码）截图（要求绿码）、是否途径疫情中高风险地区、核酸检测时间，填报单位。

②对于所有现场参与节目录制、线下活动及演出的观众，要求入场前检验身份证原件、随申码（要求绿码）、根据当地及场馆要求确定是否提供核酸检测证明、最近 14 天活动轨迹（要求无中高风险地区）。

③对于参与节目录制、线下活动及演出的外籍人员，按照规定将经初审部门（各区或市级归口管理部门）盖章的《受邀人员名单》提交上海市人民政府外事办公室官网申报，严格要求执行隔离政策，并提交核算检测证明等其他参与节目录制人员要求申报的信息，方可参与公司节目录制。

（2）疫情突发的应急办法

在地区疫情防控风险等级低的情况下，公司的节目录制、线下活动及演出的生产模式不会发生较大变化，但如果遇到地区疫情防控等级突然升高，公司将采取以下应对措施：

①如部分嘉宾因疫情影响无法参与现场录制，节目可以另外邀请其他嘉宾，或者对节目录制的流程进行部分修改、省去该嘉宾参与节目录制的环节。

②如应当地防疫要求无法邀请观众参与节目现场录制，节目仍可以在没有观众的情况下正常录制、播放，需要观众参与的流程可以根据实际情况更改，如改为观众线上参与等。公司承制的北京卫视《跨界歌王》第五季在北京突发疫情后，前期录制也采取了线上云观众，在后期疫情控制好转后又转为现场观众录制。

③如应当地防疫要求，录制现场关闭等原因导致无法完成节目的现场录制，节目仍可以采用线上录制的方式完成。同行业已有大量综艺节目线上录制的先例，如《歌手 2020》在特殊时段采用了线上多地录制、大众评审线上投票的方式成功录制并播出。

④如线下活动及演出应当地防疫要求无法报批通过，则可以考虑改为线上活动或延期举办。

（3）疫情防控进入常态化阶段对财务指标的影响

新型冠状病毒肺炎疫情防控进入常态化阶段后，可能在以下几个方面对公司的收入、成本及利润产生影响：

①对参与节目录制、线下活动及演出的工作人员、嘉宾进行核算检测，增加

公司的成本。如邀请境外艺人、灯光舞美及编舞等制作团队来华，将增加隔离成本。根据目前已经录制完成的《这！就是街舞》第三季及《中国好声音 2020》，全体节目录制工作人员及选手核酸检测、防疫用品及隔离成本，一档节目可控制在 100 万左右，对公司节目总体成本的影响相对可控。

②因疫情防控可能导致部分嘉宾无法参与现场节目录制或场地无法使用等情况，致使公司被迫另外聘请节嘉宾或修改节目流程等，公司将产生额外成本费用。

③线下活动及演出可能要求观众提供核算检测证明，将增加观众参与的成本，降低观众观看的意愿。同时客户对于线下活动及演出的投放意愿可能降低，进而影响公司收入。2020 年下半年随着疫情得以控制，公司海选授权合作方合作方腾扬广告的线下海选活动已积极有序开展。

④极端情况下，如遇疫情突发，将导致线下活动、演唱会、节目录制等人员聚集的活动无法进行，进而影响公司收入。

综上所述，虽然疫情可能对公司的收入、利润产生上述不利的影响，但公司已针对疫情常态化防控下的人员聚集风险采取了严密的应对措施，同时还准备了疫情突发下的节目录制应急方案。疫情防控进入常态化阶段后，公司的业绩受此影响产生的波动有限，不会影响到公司的持续经营。

（四）主营业务情况

1、主要产品及服务的产能产量情况

公司报告期内主要的综艺节目制作业务情况如下：

综艺节目制作业务	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年度	2017 年度
综艺节目（部）	3	9	6	9

注：此表季播综艺一季为一部节目，周播综艺的一年为一部节目，其他类型的综艺节目（主要是单期节目，如晚会等）不纳入统计范围。

公司目前年产综艺节目百集左右（不含日播节目），几乎每部综艺节目都可以在知名卫视或者主流视频网站播出。公司为浙江卫视打造的《中国好声音》、为江苏卫视打造的《蒙面唱将猜猜猜》、为东方卫视打造的《中国达人秀》几乎都成为各大电视台的代表性综艺节目。2018 年，公司与优酷视频共同打造的主推网综《这！就是街舞》取得了收视和口碑的双丰收，奠定了灿星文化在超级网综制作领域的

里程碑，2019 年《这！就是街舞》第二季获得了豆瓣 8.9 分的超高评分再次成为现象级的突破圈层的优质网络综艺节目。

截至报告期末，公司可授权音频库达到 6,000 首左右，其中节目音乐授权作品累计 3,000 余首，主要节目《中国好声音》年均可贡献 180 余首的新歌，《蒙面唱将猜猜猜》年均可贡献 80 余首的新歌，《这！就是原创》贡献 250 余首新歌；制作音乐作品近 1700 首，累计代理词曲著作权的音乐作品 500 余首，从曲目产量上看，是华语乐坛重量级原创音乐内容提供者。公司还在 112 个城市举办过线下活动，制作了 200 多场包括演唱会在内的各种形式的现场演出。

截至报告期末，公司已经签约了 159 名艺人，大部分为从公司节目中走出的新生代知名艺人，如黄霄云、希林娜依.高、吴莫愁、毕夏、李琦、苏运莹、旦增尼玛、蒋敦豪、张磊、郭沁、扎西平措等。其中不少艺人作为新生代歌手的代表性人物为观众所熟悉，频繁登上各大音乐颁奖典礼，并获得多个品牌广告主的青睐。

2、公司主要综艺节目介绍

报告期内，公司制作综艺节目 27 部，季播类综艺节目 26 部，周播类综艺节目 1 部，具体情况如下：

序号	作品名称	电视台	平均收视率/ 累计播放量 （口径）	主要视频网站
1	 中国新歌声 第二季	浙江卫视	1.93% （CSM52）	爱奇艺

序号	作品名称	电视台	平均收视率/ 累计播放量 （口径）	主要视频网站
2	 中国好声音 2018	浙江卫视	1.67% （CSM52）	爱奇艺、中国蓝 T V
3	 中国好声音 2019	浙江卫视	1.85% （CSM55）	爱奇艺、腾讯视频、 优酷、中国蓝 TV
4	 金星秀 2017	东方卫视	0.87% （CSM35）	优酷
5	 我们的挑战	江苏卫视	1.15% （CSM52）	优酷

序号	作品名称	电视台	平均收视率/ 累计播放量 （口径）	主要视频网站
6	 蒙面唱将猜猜猜 第二季	江苏卫视	1.44% （CSM52）	优酷
7	 蒙面唱将猜猜猜 第三季	江苏卫视	0.91% （CSM52）	优酷
8	 蒙面唱将猜猜猜 第四季	江苏卫视	1.18% （CSM59）	优酷
9	 苗阜秀 2017	北京卫视	0.38% （CSM35）	爱奇艺，乐视

序号	作品名称	电视台	平均收视率/ 累计播放量 （口径）	主要视频网站
10	 了不起的沙发	江苏卫视	0.40% （CSM52）	优酷
11	 歌声的翅膀	江苏卫视	0.66% （CSM52）	爱奇艺、搜狐视频、乐视、腾讯视频、优酷土豆、PPTV
12	 出彩中国人第三季	中央一套	2.06% （CSM35）	腾讯，央视网，搜狐
13	 拜见小师傅	东方卫视	0.45% （CSM35）	爱奇艺

序号	作品名称	电视台	平均收视率/ 累计播放量 （口径）	主要视频网站
14	 爱情找对门	深圳卫视	0.12% （CSM35）	爱奇艺，搜狐，腾讯，优酷
15	 这!就是街舞	-	15.96 亿次 （腾讯娱乐白皮书）	优酷
16	 同一堂课	浙江卫视	0.29% （CSM52）	爱奇艺，中国蓝 TV
17	 新舞林大会	东方卫视	0.97% （CSM52）	优酷

序号	作品名称	电视台	平均收视率/ 累计播放量 （口径）	主要视频网站
18	 即刻电音	-	-	腾讯
19	 这！就是原创	-	暂无权威数据公布	优酷
20	 这！就是街舞 第二季	-	暂无权威数据公布	优酷
21	 唱给世界听	-	暂无权威数据公布	爱奇艺

序号	作品名称	电视台	平均收视率/ 累计播放量 （口径）	主要视频网站
22	 中国达人秀 第六季	东方卫视	1.34 （CSM59）	优酷、爱奇艺、腾讯视频
23	 爆款来了	-	暂无权威数据公布	优酷
24	 一起乐队吧	-	暂无权威数据公布	优酷
25	 同一堂课 2019	浙江卫视	0.25	爱奇艺、中国蓝 TV

序号	作品名称	电视台	平均收视率/ 累计播放量 （口径）	主要视频网站
26	 出发吧，师傅！	-	暂无权威数据公布	爱奇艺
27	 了不起的长城	北京卫视	1.18	优酷、芒果 TV

注 1：平均收视率口径中，CSM 是央视索福瑞的简称，CSM 后的数字代表城市数量，不同的数据口径指央视索福瑞从不同的城市样本中统计出的收视率数据。由于统计样本不同，不同的收视率口径之间会存在些许差异，但一般差异不大。上表对数据口径的选择与播出平台方的要求或考核习惯一致。

注 2：2018 年 11 月 9 日，国家广播电视总局下发《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，要求各网络视听节目服务机构建立节目综合评价体系，正确看待、合理运用收视率（点击率）数据，坚决反对唯收视率（点击率）倾向。顺应新的要求，视频网站取消了前台网页显示“播放量”，因此《即刻电音》、《这！就是原创》等后续制作的节目已无播放次数的权威公开数据。

公司目前制作节目中收入、毛利和平均收视率最好的节目仍然为《中国好声音》、《中国新歌声》系列节目，报告期内该节目的收入、毛利、占比如下：

单位：万元

年份	节目名称	节目收入	占比 （注一）	节目毛利	占比 （注二）	平均收视率 （注三）
2017 年	中国新歌声 第二季	66,540.25	32.33%	21,998.93	28.99%	1.93%
2018 年	中国好声音 2018	54,477.53	32.96%	26,389.69	35.27%	1.67%
2019 年	中国好声音 2019	46,219.84	26.67%	17,245.64	26.99%	1.85%

注一：该占比为节目收入/营业收入

注二：该占比为节目节目毛利/（营业收入-营业成本）

注三：2017-2018 年平均收视率为央视索福瑞 CSM52 口径，2019 年平均收视率口径为央视索福瑞 CSM55 口径。

3、公司储备节目介绍

截至本招股说明书签署日，发行人后续储备节目情况如下表所示：

序号	剧目名称	节目类型	期数	合作平台	经营模式	销售模式	拍摄和播出时间	同类节目竞争情况
1	蒙面唱将猜猜猜 2020	音乐类	11	江苏卫视	制作+招商	合作分成	2020 年 4 季度拍摄和播出	《歌手》
2	晚会类节目	音乐、舞蹈、文化类	1	北京卫视	制作	受托承制	2021 年 1 季度播出	《跨界歌王》
3	追光 21	综合竞技类	12	东方卫视+优酷	制作	受托承制	2020 年 4 季度拍摄	《乘风破浪的姐姐》
4	青年文化谈话节目	谈话类	12	待定	待定	待定	2020 年 4 季度拍摄	《汉语世界》
5	亚洲超星团	综合竞技类	12	优酷	制作	受托承制	2020 年 4 季度拍摄	《青春有你》、《创造营》
6	师父！我要跳舞了	舞蹈类	8	优酷	制作	受托承制	2021 年 2 季度拍摄	《这!就是街舞》
7	这！就是街舞 2021	舞蹈类	12	优酷视频	制作+招商	合作分成	2021 年 2-3 季度拍摄	《舞蹈风暴》、《一起来跳舞》
8	达人秀	才艺类	11	待定	待定	待定	2021 年 3-4 季度拍摄	《星光大道》、《百变达人》
9	中国好声音 2021	音乐类	15	浙江卫视	制作+招商	合作分成	2021 年 2-3 季度拍摄	《跨界歌王》、《声入人心》
10	户外人文	户外	11	待定	待定	待定	2021 年 2-3 季	《了不

	类节目	类					度拍摄	起的长城》
11	蒙面唱将猜猜猜2021	音乐类	11	江苏卫视	制作+招商	合作分成	2021 年 4 季度拍摄和播出	《歌手》

注：储备节目名称、期数、平台、模式等相关信息为暂定信息，后续将根据与节目相关方的商议情况进行确定。

4、主要销售对象及销售价格变动

（1）产品主要销售对象

公司制作的综艺节目的销售对象主要包括电视台、视频网站类新媒体公司等，公司的音乐制作授权及其他衍生业务的销售对象主要包括运营在线音乐播放的新媒体公司、电信服务商、节目制作机构等，艺人经纪的销售对象主要包括演出服务机构、品牌推广客户、节目制作机构等。

（2）销售收入构成情况

① 按业务类别划分收入构成情况

报告期内公司按业务类别划分收入构成情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“1、主营业务分产品收入分析”。

② 按销售区域划分收入构成情况

报告期内公司按销售区域划分收入构成情况详见本招股说明书“第九节财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务分地区收入分析”。

③ 销售价格变动情况

公司的主要产品为综艺节目，产品非标准化较强，销售价格受节目口碑、节目制作规模、节目播出平台等多方面影响，销售价格变动不具备可比性。

5、主要客户情况

（1）内容制作及运营主要节目的客户情况

报告期内，公司制作的主要节目及其客户情况如下所示：

2020 年 1-6 月内容制作及运营业务前 5 大节目如下：

单位：万元

序号	节目	营业收入		毛利	毛利率	主要客户		
		金额	占比			电视台客户	视频网站客户	广告客户
1	了不起的长城	13,594.96	52.64%	2,893.17	21.28%	北京卫视	优酷、芒果 TV	香港京都念慈菴总厂有限公司、上海星策影视制作有限公司、长城汽车股份有限公司、中国石化润滑油有限公司、厦门好慷家政服务有限公司、宁夏凯仕丽实业有限公司、新疆信立传视传媒广告有限公司
2	爆款来了第二季	6,603.77	25.57%	1,602.26	24.26%	-	-	-
3	出发吧，师傅！	2,983.02	11.55%	14.82	0.50%	-	-	-
4	创造营 2020 后期制作	1,188.68	4.60%	737.88	62.08%	-	-	-
5	师父！我要跳舞了	1,088.25	4.21%	192.56	17.69%	-	优酷	-
合计		**25,458.69**	**98.58%**	**5,440.69**	**21.37%**			

注：《爆款来了》第二季委托方为浙江阿里巴巴通信技术有限公司，《出发吧，师傅！》委托方为夸克天华（北京）传媒有限公司，《创造营 2020》委托方为好枫青芸文化传媒(上海)有限公司。

2019 年内容制作及运营业务前 5 大节目如下：

单位：万元

序号	**节目**	**营业收入**		**毛利**	**毛利率**	**主要客户**		
		金额	**占比**			**电视台客户**	**视频网站客户**	**广告客户**

1	中国好声音 2019	46,219.84	35.52%	17,245.64	37.31%	浙江卫视	优酷、腾讯、爱奇艺	四川博迅文化传播有限责任公司、北京代思博堂广告有限公司
2	中国达人秀 2019	18,456.00	14.18%	3,570.05	19.34%	东方卫视	优酷、腾讯、爱奇艺	北京新能源汽车营销有限公司
3	这！就是街舞第二季	18,397.94	14.14%	3,820.53	20.77%	-	优酷	
4	这！就是原创	16,598.64	12.75%	1,812.60	10.92%	-	优酷	哈尔滨铭晟商业管理有限公司、湖北丝宝股份有限公司销售总部、腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司
5	蒙面唱将猜猜猜第四季	13,283.02	10.21%	1,790.13	13.48%	江苏卫视	优酷	厦门好慷家政服务有限公司
合计		**112,955.44**	**86.79%**	**28,238.94**	**25.00%**			

注：这！就是街舞第二季、这！就是原创为网络综艺

2018 年内容制作及运营业务前 5 大节目如下：

单位：万元

序号	节目	营业收入		毛利	毛利率	主要客户		
		金额	占比			电视台客户	视频网站客户	广告客户
1	中国好声音 2018	54,477.53	44.24%	26,389.69	48.44%	浙江卫视	爱奇艺	厦门市天视文化传媒股份有限公司、北京九合互动文化传播有限公司
2	蒙面唱将猜猜猜第三季	26,516.12	21.53%	9,315.32	35.13%	江苏卫视	优酷	上海聚网未来文化传媒有限公司、四川博迅文化传播有限责任公司
3	新舞林大会	19,512.01	15.84%	4,751.25	24.35%	东方卫视	优酷	凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司、珠海市碧桂园管理服务有限公司、广东上星文化传播有限公司、上海星策影视制作有限公司
4	这！就是街舞	10,897.42	8.85%	3,753.11	34.44%	-	优酷	-
5	同一堂课	7,770.99	6.31%	2,013.42	25.91%	浙江卫视	爱奇艺、咪咕视讯	霍尔果斯华恒博睿文化传媒有限公司、珠海市碧桂园管理服务有限公司、佛山市顺德区无年代文化创意有限公司
合计		**119,174.07**	**96.77%**	**46,222.79**	**38.79%**			

2017 年内容制作及运营业务前 5 大节目如下：

单位：万元

序号	节目	营业收入		毛利	毛利率	主要客户		
		金额	占比			电视台客户	视频网站客户	广告客户
1	中国新歌声第二季	66,540.25	39.67%	21,998.93	33.06%	浙江卫视	爱奇艺	四川郎酒股份有限公司、微鲸科技有限公司、厦门市天视文化传媒股份有限公司、奥佳华智能健康科技集团
2	蒙面唱将猜猜猜第二季	32,198.27	19.20%	11,913.75	37.00%	江苏卫视	优酷	长沙乐港广告有限公司、广东上星文化传播有限公司
3	我们的挑战	23,639.26	14.09%	4,561.44	19.30%	江苏卫视	优酷	广东上星文化传播有限公司、北京博视得广告有限公司、江苏今朝广告有限公司、上海前景广告有限公司
4	出彩中国人第三季	12,785.90	7.62%	1,093.14	8.55%	中央电视台	腾讯	广东省广广告集团股份有限公司、天津舜风文化传播有限公司
5	金星秀 2017	9,885.68	5.89%	5,643.91	57.09%	东方卫视	优酷	上海恒一广告中心、上海即悦文化传媒有限公司
合计		**145,049.36**	**86.48%**	**45,211.17**	**31.17%**			

公司前五大节目的客户集中了公司内容制作及运营业务的主要客户，可以分为播出平台客户、广告代理客户两大类：

① 播出平台客户

报告期内，发行人客户稳定，主要是浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、北京卫视及中央电视台，以及优酷、腾讯、爱奇艺等主流视频网站，具体情况如下所示：

1）浙江广播电视集团

客户全称	浙江广播电视集团	举办单位	浙江省人民政府
客户性质	电视台（事业单位）	注册地	浙江省杭州市西湖区莫干山路 111 号
开办资金	109,277.50 万元	合作历史	2012 年开始合作
订单方式	长期业务合作	销售模式	合作分成
收益分配	首播时段按广告实际总创收规模的不同区间按不同比例分成，复播时段平台与公司按固定比例分成。	销售内容	综艺节目内容
定价依据	基于双方往期合作、同类节目分成比例等，并综合节目权益、工作量分配、播放效果预期等节目特点，双方谈判协商确定		
知识产权约定	中国好声音、中国新歌声系列节目：双方共同共有该节目及所有相关衍生节目在全球的版权及相关知识产权；浙江广电永久免费拥有该节目唯一卫星电视播出权和客户自有网络平台的信息网络传播权；节目相关的衍生附属权利和节目音频收益权利由公司或公司的关联公司享有；客户不参与节目视频网络信息传播权销售收入分成且同意将享有的信息网络传播权授予公司行使。 同一堂课系列节目：双方共同享有全球的版权及相关知识产权，浙江广电永久免费独占该节目的中国大陆地区唯一卫星电视播出权和免费享有自有网络平台信息传播权，信息网络传播权由公司运营，收益按比例分成。		

2）江苏卫视，暨江苏省广播电视集团有限公司

客户全称	江苏省广播电视集团有限公司	实际控制人	江苏省人民政府
客户性质	电视台（国有独资有限责任公司）	注册地	南京市北京东路 4 号
注册资本	280,000 万人民币	合作历史	2015 年开始合作
订单方式	长期业务合作	销售模式	合作分成
收益分配	平台弥补公司节目制作成本后，平台与公司根据总广告收入规模分成。部分节目固定比例分成。	销售内容	综艺节目内容
定价依据	基于双方往期合作、同类节目分成比例等，并综合节目权益、工作量分配、播放效果预期等节目特点，双方谈判协商确定		
知识产权约定	我们的挑战、蒙面唱将猜猜猜系列节目：公司独家拥有该节目视频的信息网络传播权。		

3）东方卫视，暨上海东方娱乐传媒集团有限公司

客户全称	上海东方娱乐传媒集团有限公司	实际控制人[20]	上海市国有资产监督管理委员会

[20] 客户、供应商的实际控制人仅根据工商资料股比或其他公开资料判断，下同。

客户性质	电视台（有限责任公司）	注册地	上海市静安区威海路 298 号 298-30 幢上视大厦 1802 室
注册资本	5,000 万人民币	合作历史	2013 年开始合作
订单方式	长期业务合作	销售模式	合作分成
收益分配	双方按投资比例分成，部分节目东方卫视收取保底固定广告保底收益。	销售内容	综艺节目内容
定价依据	基于双方往期合作、同类节目分成比例等，并综合节目权益、工作量分配、播放效果预期等节目特点，双方谈判协商确定		
知识产权约定	金星秀：上海广播电视台拥有所属平台及自有新媒体平台有权永久的国内非独家播映节目；节目衍生品开发、运营事宜由双方另行协商；公司享有其他网络播映权。 新舞林大会：节目模式、节目以及在制作过程中或已摄制完成后形成的著作权和邻接权及其他全部权利（包括但不限于全世界的出版、发行、各种形式的传播或许可他人使用之权利）及该权利产生的收益归公司所有。客户旗下应用享有永久播出本节目及节目相关宣传内容的权利（无转授权权利）。 中国达人秀 2019：灿星文化负责该节目新媒体（具体指信息网络传播权、含 IPTV 点播、OTT 业务）的中国大陆地区永久的独占开发与经营、发行；东方娱乐传媒有限公司将传统电视、卫星平台的版权（具体指广播权）的开发、经营、发行授权给甲方关联公司五岸传播行使并全权负责，维权权利归属于上海文化广播影视集团有限公司。		

4）中央电视台

客户全称	中央电视台	实际控制人	-
客户性质	电视台（事业单位）	注册地	北京市海淀区复兴路 11 号
开办资金	707,310 万元	合作历史	2013 年开始合作
订单方式	长期业务合作	销售模式	合作分成
收益分配	根据平均收视率区间，平台与公司按不同比例不等。	销售内容	综艺节目内容
定价依据	基于双方往期合作、同类节目分成比例等，并综合节目权益、工作量分配、播放效果预期等节目特点，双方谈判协商确定		
知识产权约定	出彩中国人第三季：中央电视台拥有所属网络、新媒体平台在全世界范围的非独家播出权。双方认可，中央电视台可以根据国家宣传工作需要，出于非商业性目的免费授权第三方使用本节目及节目片段；公司有权通过电视平台、信息网络、移动平台等对本节目进行宣传推广。		

5）北京电视台

客户全称	北京电视台	举办单位	北京广播电视台
客户性质	电视台（事业单位）	注册地	北京市朝阳区建国路甲 58 号

开办资金	100000 万元	合作历史	2016 年开始合作
订单方式	前期业务合作	销售模式	固定费用承制+独家广告招商
收益分配	公司收取固定承制费用及广告招商合作	销售内容	综艺节目内容
定价依据	以成本为基础双方谈判协商确定，承制方将详细的制作费明细表报于委托方，具体项目制作明细基于行业内合理报价作出，经委托方认可后以此为基础形成最终价格。在承制基础上，公司支付固定合作款，获得节目独家广告招商权。		
知识产权约定	了不起的长城：该节目的著作权双方共有。北京电视台独家拥有卫视和北京地面频道首播权，其他电视发行权双方共有。灿星文化负责该节目全部衍生品开发以及该节目的海外电视版权售卖，并被北京电视台授予独家享有该节目模式版权、DVD、音像发行权等，及独家对该节目版权进行信息网络传播权的销售发行并享有收益。		

6）优酷视频，包括优酷信息技术（北京）有限公司、优酷网络技术（北京）有限公司、北京优酷科技有限公司

客户全称	优酷信息技术（北京）有限公司	实际控制人	马云
客户性质	视频网站	注册地	北京市海淀区海淀东三街 2 号 7 层 701-01 室
注册资本	6,000 万人民币	合作历史	2012 年开始合作
客户全称	优酷网络技术（北京）有限公司	实际控制人	马云
客户性质	视频网站	注册地	北京市海淀区西小口路 66 号中关村东升科技园·北领地 B-6 楼 A 座 7 层 A707
注册资本	17,190 万美元	合作历史	2012 年开始合作
客户全称	北京优酷科技有限公司	实际控制人	马云
客户性质	视频网站	注册地	北京市朝阳区望京东园四区 9 号楼 26 层 2601 室
注册资本	1000 万元	合作历史	2019 年开始合作
订单方式	长期业务合作	销售模式	固定费用承制、合作分成、互联网播映权授权
收益分配	1、公司收取固定承制费用；2、公司收取互联网播映权授权费用；3、双方按投资比例分成。	销售内容	综艺节目内容、互联网播映权
定价依据	①固定承制费用以成本为基础双方谈判协商确定，承制方将详细的制作费明细表报于委托方，具体项目制作明细基于行业内合理报价作出，经委托方认可后以此为基础形成最终价格；②分成模式下根据双方投资比例进行分成；③互联网播映权授权双方谈判协商确定，一般在同类节目授权价格基础上，再采用多家平台询价、反复商谈后选择报价最优一方或多方的价格。		
知识产权约定	这!就是街舞第一季：一切知识产权归优酷信息技术所有，节目一切商业化开发权利，包括海选招募、线下商演等权利由优酷信息技术和浙江阿里巴巴通信技术有限公司共同享有。 这!就是街舞第二季：本节目所有视频版权、节目商标权归于优酷，节目模式及其他知识产权由优酷、公司双方共有。		

	这!就是原创：优酷独享中国大陆区域范围的视频信息网络传播权，节目模式、单独音乐作品权力归属公司，商标权及其他知识产权按投资比例享有。 师傅我要跳舞了：优酷享有合作节目的信息网络传播权，节目所有视频版权、节目商标权归于优酷视频，节目模式由优酷视频和公司共有，其他知识产权双方共有。

7）腾讯视频，暨深圳市腾讯计算机系统有限公司、上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司

客户全称	深圳市腾讯计算机系统有限公司	实际控制人	马化腾
客户性质	视频网站	注册地	深圳市南山区粤海街道麻岭社区科技中一路腾讯大厦 35 层
注册资本	6,500 万人民币	合作历史	2012 年开始合作
客户全称	上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司	实际控制人	马化腾
客户性质	视频网站	注册地	上海市徐汇区虹梅路 1801 号 C 区 202 室
注册资本	1,000 万人民币	合作历史	2018 年开始合作
订单方式	长期业务合作	销售模式	固定费用承制、互联网播映权授权
收益分配	1、公司收取固定承制费用；2、公司收取互联网播映权授权固定费用。	销售内容	综艺节目内容、互联网播映权
定价依据	双方谈判协商确定，一般在同类节目授权价格基础上，再采用多家平台询价、反复商谈后选择报价最优一方或多方的价格。		
知识产权约定	即刻电音：本节目及本节目相关一切包括但不限于创意、策划、方案、素材的全部知识产权归属于腾讯视频，未经腾讯视频许可，乙方不得使用或授权第三人使用。		

8）爱奇艺，包括北京爱奇艺科技有限公司、北京奇艺世纪科技有限公司

客户全称	北京爱奇艺科技有限公司	实际控制人	李彦宏
客户性质	视频网站	注册地	北京市海淀区海淀北一街 2 号 11 层 1101
注册资本	3000 万人民币	合作历史	2012 年开始合作
客户全称	北京奇艺世纪科技有限公司	实际控制人	李彦宏
客户性质	视频网站	注册地	北京市海淀区海淀北一街 2 号 10 层、11 层
注册资本	230,000 万美元	合作历史	2013 年开始合作

订单方式	长期业务合作	销售模式	互联网播映权授权
收益分配	公司收取互联网播映权授权固定费用	销售内容	互联网播映权
定价依据	双方谈判协商确定，一般在同类节目授权价格基础上，再采用多家平台询价、反复商谈后选择报价最优一方或多方的价格。		
知识产权约定	不涉及，仅网络播映权授权		

9）咪咕视频，暨咪咕视讯科技有限公司

客户全称	咪咕视讯科技有限公司	实际控制人	中国移动通信（BVI）有限公司
客户性质	视频网站	注册地	中国（上海）自由贸易试验区云桥路 636 号 1 幢
注册资本	165,000 万人民币	合作历史	2018 年开始合作
订单方式	拓展客户渠道	销售模式	互联网播映权授权
收益分配	公司收取互联网播映权授权固定费用	销售内容	互联网播映权
定价依据	双方谈判协商确定，一般在同类节目授权价格基础上，再采用多家平台询价、反复商谈后选择报价最优一方或多方的价格。		
知识产权约定	不涉及，仅网络播映权授权		

10）芒果 TV，暨湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司

客户全称	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	实际控制人	湖南广播电视台
客户性质	视频网站	注册地	长沙市开福区湖南国际会展中心北四楼
注册资本	24247.0013 万人民币	合作历史	2020 年开始合作
订单方式	拓展客户渠道	销售模式	互联网播映权授权
收益分配	公司收取互联网播映权授权固定费用	销售内容	互联网播映权
定价依据	双方谈判协商确定，一般在同类节目授权价格基础上，再采用多家平台询价、反复商谈后选择报价最优一方或多方的价格。		
知识产权约定	不涉及，仅网络播映权授权		

除上述播出平台客户外，还有少量非播出平台客户委托公司制作节目，列表如下：

序号	客户全称	实际控制人	注册地址	注册资本	合作开始年份
1	浙江阿里巴巴通信技术有限公司	马云	浙江省杭州市余杭区五常街道文一西路 969 号 1 幢 2 楼 201 室	1200 万港币	2018
2	夸克天华（北京）传媒有限公司	程琪	北京市西城区西海南沿 48 号 B 座一层 101 号	554.6669 万人民币	2019
3	好枫青芸文化传媒(上海)有限公司	孙莉	上海市崇明区新村乡耀洲路 741 号 5 幢 4766 室（上海新村经济小区）	333.3333 万人民币	2020

② 广告代理客户

报告期内，广告代理客户重合度较低，客户自身投放计划每年不尽相同，客户结构符合业务特点。公司招商团队根据节目特点开拓有潜在投放可能的客户。一档节目的广告资源位置有限，一般分为冠名、特约、指定、硬广等几个层次。平台根据节目时段、节目影响力、投资规模等因素，确定每一档次资源包所包含的权益内容以及价格。在联合招商的情况下，公司与平台共同确定节目招商方案，双方以招商方案中明确的各档次资源包所包含的权益以及价格为依据进行招商。

序号	客户全称	实际控制人	注册地址	注册资本	合作开始年份
1	香港京都念慈菴总厂有限公司	公司董事包括陈国榕等	BLOCK A, 16/F, 14/F, 12/F, 5/F, 4/F, TEXACO ROAD INDUSTRIAL CENTRE, 256-264 TEXACO ROAD, TSUEN WAN, NT, HONG KONG	204 万港币	2019
2	长城汽车股份有限公司	魏建军	河北省保定市莲池区朝阳南大街 2266 号	912726.9 万人民币	2019
3	中国石化润滑油有限公司	中国石油化工集团有限公司	北京市海淀区安宁庄西路六号	337445.434629 万人民币	2020
4	宁夏凯仕丽实业有限公司	卓著有限公司	宁夏吴忠市红寺堡区工业园区	12044 万人民币	2019
5	新疆信立传视传媒广告有限公司	湖北省人民政府国有资产监督管理委员会	新疆伊犁州霍尔果斯经济开发区兵团分区开元路科技众创空间三层 3239 室	1,000 万人民币	2019
6	北京代思博报堂广告有限公司	株式会社博报堂占比 45%、株式会社 DELPHYS 占比 45%	北京市朝阳区东三环北路 5 号北京发展大厦 901 室	1,000 万人民币	2019

7	北京新能源汽车营销有限公司	北京市人民政府国有资产监督管理委员会	北京市大兴区采育镇北京采育经济开发区采和路 1 号	2,000 万人民币	2019
8	厦门好慷家政服务有限公司	好慷在家集团有限公司	厦门市集美区杏林湾商务运营中心 9 号楼 18 层 1801	5,000 万人民币	2019
9	哈尔滨铭晟商业管理有限公司	嘉逸（香港）投资有限公司	哈尔滨市松北区世茂大道 99 号万达茂购物中心 2F 办公区	120,000 万人民币	2019
10	湖北丝宝股份有限公司	丝宝集团（国际）有限公司	湖北省仙桃市丝宝路 1 号	30,000 万人民币	2019
	腾讯音乐娱乐（深圳）有限公司	马化腾	深圳市前海深港合作区临海大道 59 号海运中心主塔楼 21 楼 2119P	500 万人民币	2016 年开始合作
11	华侨城天视文化集团股份有限公司[21]	国务院国有资产监督管理委员会	厦门市思明区湖滨东路 307 号 3 号楼第三层 A 区	10,338.5 万人民币	2017
12	北京九合互动文化传播有限公司	罗衍记	北京市朝阳区西大望路甲 12 号 2、4 号楼六层	500 万人民币	2018
13	上海聚网未来文化传媒有限公司	孙凌	上海市普陀区金沙江路 1678 号 1506 室	1,000 万人民币	2018
14	四川博迅文化传播有限责任公司	汪俊林	四川省成都市天府新区万安街道麓山大道二段 6 号附 16 号-8 麓山国际社区 1 栋-1-2 层	500 万人民币	2018
	四川郎酒股份有限公司	汪俊林	四川省古蔺县二郎镇	5,5000 万人民币	2017

[21] 原名：厦门市天视文化传媒股份有限公司

15	凯帝珂广告（上海）有限公司	WPP MARKETING COMMUNICATIONS (HONG KONG) LIMITED	上海市静安区恒丰路 385、399 号 21 层 2101 室	500 万美元	2018
16	珠海市碧桂园管理服务有限公司	恒宙国际有限公司	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-38755（集中办公区）	1,000 万人民币	2018
17	广东上星文化传播有限公司	董颖	广州市越秀区德政南路 48 号九层自编 916 房	1,000 万人民币	2017
18	上海星策影视制作有限公司	祝保社	上海市静安区万荣路 700 号 31 幢 B28 室	1,000 万人民币	2018
19	霍尔果斯华恒博睿文化传媒有限公司	王浩	新疆伊犁州霍尔果斯市天津路 8 号苏新公社公寓 4 幢 6 层 622 号	100 万人民币	2018
20	佛山市顺德区无年代文化创意有限公司	梁兰、许兴涛	佛山市顺德区北滘镇碧桂园大道 1 号碧桂园中心 1 楼东南区 102-1	1,000 万人民币	2018
21	微鲸科技有限公司	无实际控制人	上海市徐汇区龙腾大道 2879 号 3 楼 3024 室	200,000 万人民币	2016
22	奥佳华智能健康科技集团股份有限公司	邹剑寒、李五令	厦门市思明区前埔路 168 号（五楼）	5.61487 亿人民币	2017
23	长沙乐港广告有限公司	李善文	长沙市开福区金泰路 199 号湘江世纪城悦江苑 12 栋 1504 房	500 万人民币	2017
24	北京博视得广告有限公司	凯伦广告传媒有限公司	北京市朝阳区新源南路 8 号院 3 号楼 5 层 501 内 2-4 单元	1,000 万人民币	2016

25	江苏今朝广告有限公司	张筱茜	南京市白下区中山南路 49 号 20-C3 室	1,000 万人民币	2017
26	上海前景传媒股份有限公司[22]	张文杰	上海市崇明区长江农场长江大街 266 号 2211 室	5,100 万人民币	2017
27	广东省广告集团股份有限公司	广东省人民政府	广东省广州市海珠区新港东路 996 号保利世界贸易中心 G 座	174,333.713 万人民币	2017
	省广合众（北京）国际传媒广告有限公司	广东省人民政府	北京市门头沟区月季园 25 号 1 幢 111 号	1,000 万人民币	2016
	省广先锋（青岛）广告有限公司	广东省人民政府	青岛市市南区香港中路 32 号 22 层 2201 室	1,000 万人民币	2016
28	天津舜风文化传播有限公司	王恩杰	滨海新区中新生态城中成大道以西、中滨大道以南生态建设公寓 8 号楼 3 层 323 房间	1,000 万人民币	2017
29	上海恒一广告中心	姚国杰	浦东新区泥城镇云汉路 979 号 2 楼	-	2016
30	上海即悦文化传媒有限公司	李巍	浦东新区南汇新城镇环湖西二路 888 号 C 楼	1,000 万人民币	2017

[22] 原名：上海前景广告有限公司

（2）音乐制作授权及其他衍生业务主要客户情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月			
	收入	占比	毛利	占比
音乐授权	3,555.14	40.95%	1,735.89	38.48%
衍生业务	5,127.44	59.05%	2,775.75	61.52%
合计	8,682.58	100.00%	4,511.63	100.00%
项目	**2019 年**			
	收入	**占比**	**毛利**	**占比**
音乐授权	23,515.07	54.75%	19,178.95	60.03%
衍生业务	19,430.96	45.25%	12,771.59	39.97%
合计	**42,946.04**	**100.00%**	**31,950.54**	**100.00%**
项目	**2018 年**			
	收入	**占比**	**毛利**	**占比**
音乐授权	23,633.59	56.30%	19,334.19	66.38%
衍生业务	18,345.57	43.70%	9,793.57	33.62%
合计	**41,979.16**	**100.00%**	**29,127.76**	**100.00%**
项目	**2017 年**			
	收入	**占比**	**毛利**	**占比**
音乐授权	18,451.00	48.41%	15,698.73	57.42%
衍生业务	19,665.76	51.59%	11,643.33	42.58%
合计	**38,116.75**	**100.00%**	**27,342.06**	**100.00%**

公司通过制作音乐节目，以及为签约歌手制作歌曲，沉淀了大量音乐版权。通过授权互联网音乐平台等其他音乐内容需求方，获得授权收入。报告期内，公司授权的音乐版权权属清晰，相关业务开展合法合规。

除音乐授权外，衍生业务包括节目海选授权、演唱会、签约歌手的商演、代言收入等，收入实现形式多样。海选授权是公司授权承办方以“中国新歌声”、“中国好声音”等节目名义进行海选，公司收取授权费，海选承办方可以独立进行招商。海选授权既为节目输送了优秀选手，又实现了公司与合作方的共赢。此外，公司通过运营演唱会充分挖掘节目品牌价值，与节目形成良性互动，实现创收，并通过《中国好声音》、《中国新歌声》、《中国好歌曲》等品牌音乐综艺节目，挖掘优秀音乐人，协助艺人参加商演、代言等活动获得艺人经纪收入。公司已取得《营业性演出许可证》，可以开展演唱会、艺人经纪等业务，相关业务开展合法合规。

2020 年 1-6 月音乐授权前五大客户如下：

单位：万元

序号	客户	销售内容	金额	占比

1	腾讯音乐	节目音乐、非节目音乐	1,648.71	46.38%
2	广州宝声信息科技有限公司	卡拉 ok 音乐	1,281.17	36.04%
3	杭州网易云音乐科技有限公司	非节目音乐	207.55	5.84%
4	广州华宇文化传播有限公司	卡拉 ok 音乐	188.68	5.31%
5	咪咕音乐有限公司	非节目音乐	141.51	3.98%
合计			**3,467.61**	**97.54%**

注：腾讯科技（深圳）有限公司、腾讯音乐娱乐科技（深圳）有限公司统称为腾讯音乐

2019 年音乐授权前五大客户如下：

单位：万元

序号	客户	销售内容	金额	占比
1	腾讯音乐	节目音乐、非节目音乐	19,376.27	82.40%
2	广州宝声信息科技有限公司	卡拉 ok 音乐	2,376.03	10.10%
3	咪咕音乐有限公司	节目音乐、非节目音乐	596.23	2.54%
4	广州华宇文化传播有限公司	卡拉 ok 音乐	377.36	1.60%
5	联通沃音乐文化有限公司	节目音乐	286.85	1.22%
合计			**23,012.73**	**97.86%**

注：腾讯科技（深圳）有限公司、腾讯音乐娱乐科技（深圳）有限公司统称为腾讯音乐

2018 年音乐授权前五大客户如下：

单位：万元

序号	客户	销售内容	金额	占比
1	腾讯音乐	节目音乐、非节目音乐	19,555.09	82.74%
2	广州宝声信息科技有限公司	卡拉 ok 音乐	1,573.19	6.66%
3	重庆淮若文化传媒有限公司	节目音频授权智能交互平台支持硬件	733.75	3.10%
4	咪咕音乐有限公司	节目音乐、非节目音乐	565.37	2.39%
5	广州华宇文化传播有限公司	卡拉 ok 音乐	377.36	1.60%
合计			**22,804.76**	**96.49%**

注：腾讯音乐包括腾讯科技（深圳）有限公司、腾讯音乐娱乐科技（深圳）有限公司、腾讯科技（成都）有限公司及上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司

2017 年音乐授权前五大客户如下：

单位：万元

序号	客户	销售内容	金额	占比
1	腾讯音乐	节目音乐、非节目音乐	15,285.73	82.85%
2	广州宝声信息科技有限公司	卡拉 ok 音乐	1,338.45	7.25%
3	咪咕音乐有限公司	节目音乐、非节目音乐	890.97	4.83%
4	海洋互动（北京）信息技术有限公司	节目音乐	463.44	2.51%
5	DTS China Licensing (HONG KONG) Limited	非节目音乐	159.28	0.86%
合计			**18,137.87**	**98.30%**

注：腾讯音乐包括腾讯科技（深圳）有限公司及腾讯音乐娱乐科技（深圳）有限公司

报告期内公司音乐授权客户情况如下：

1）腾讯音乐，包括腾讯科技（深圳）有限公司、腾讯音乐娱乐科技（深圳）有限公司。

客户全称	腾讯科技（深圳）有限公司	实际控制人	马化腾
注册地	深圳市南山区高新区科技中一路腾讯大厦 35 层	注册资本	200 万美元
客户全称	腾讯音乐娱乐科技（深圳）有限公司	实际控制人	马化腾
注册地	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）	注册资本	500 万人民币
合作历史	2014 年开始合作	获取订单方式	长期业务合作
销售模式	授权	定价依据	双方谈判协商

2）海洋互动（北京）信息技术有限公司（现腾讯音乐（北京）有限公司）

客户全称	腾讯音乐（北京）有限公司	实际控制人	马化腾
注册地	北京市朝阳区天辰东路 7 号楼-2 至 8 层 101 内 3 层 303 室	注册资本	3000 万美元
合作历史	2015 年开始合作	获取订单方式	长期业务合作
销售模式	授权	定价依据	双方谈判协商

注：海洋互动 2017 年被腾讯收购

3）咪咕音乐有限公司

客户全称	咪咕音乐有限公司	实际控制人	中国移动通信（BVI）有限公司
注册地	中国（四川）自由贸易试验区成都市高新区交子大道 575 号中海国际中心 J 座 1 层 103、104 号及 J 座 3-10 层	注册资本	110,000 万人民币
合作历史	2015 年开始合作	获取订单方式	长期业务合作
销售模式	授权	定价依据	双方谈判协商

4）广州宝声信息科技有限公司

客户全称	广州宝声信息科技有限公司	实际控制人	宝添国际实业有限公司
注册地	广州市番禺区洛浦街上漖村广州奥林匹克大厦负一层 B03 室（自编号）	注册资本	125.684 万人民币
合作历史	2016 年开始合作	获取订单方式	长期业务合作
销售模式	授权	定价依据	双方谈判协商

5）重庆淮若文化传媒有限公司

客户全称	重庆淮若文化传媒有限公司	实际控制人	张自银
注册地	重庆市秀山县乌杨街道园区路 21 号（县工业园区内 A1 栋 3-18）	注册资本	100 万人民币

合作历史	2018 年开始合作	获取订单方式	开拓销售渠道
销售模式	授权	定价依据	双方谈判协商

6）DTS China Licensing (HONG KONG) Limited

客户全称	DTS China Licensing (HONG KONG) Limited	董事名单	Allen John Kingsley、Davis Paul Eugene、Kirchner Jon Edward
注册地	Suite 2214-15 Shell Tower Times Square 1 Matheson st Causeway Bay, Hong Kong	注册资本	10,000 港币
合作历史	2017 年开始合作	获取订单方式	开拓销售渠道
销售模式	授权	定价依据	双方谈判协商

7）广州华宇文化传播有限公司

客户全称	广州华宇文化传播有限公司	实际控制人	陈耀东
注册地	广州市越秀区先烈中路 80 号汇华商贸大厦 5 层 501 单元自编 C017 号	注册资本	10 万人民币
合作历史	2017 年开始合作	获取订单方式	开拓客户渠道
销售模式	授权	定价依据	双方谈判协商

8）联通沃音乐文化有限公司

客户全称	联通沃音乐文化有限公司	实际控制人	国务院国有资产监督管理委员会
注册地	广州市中新广州知识城九佛建设路 333 号自编 705 室（自主申报）	注册资本	10,000 万人民币
合作历史	2019 年开始合作	获取订单方式	开拓销售渠道
销售模式	授权	定价依据	双方谈判协商

9）杭州网易云音乐科技有限公司

客户全称	杭州网易云音乐科技有限公司	实际控制人	云村有限公司
注册地	浙江省杭州市萧山区钱江世纪城奔竞大道 353 号杭州国际博览中心 A 座 1201 室	注册资本	121,900 万美元
合作历史	2020 年开始合作	获取订单方式	开拓销售渠道
销售模式	授权	定价依据	双方谈判协商

2020 年 1-6 月衍生业务前十大客户如下：

单位：万元

序号	客户	销售内容	金额	占比
1	FSML	电影发行代理	1,025.24	20.00%
2	江苏省广播电视集团有限公司	艺人经纪、词曲版权代理服务	425.02	8.29%
3	上海匠仁文化传播有限公司	艺人经纪	330.19	6.44%

4	杭州宜格化妆品有限公司	艺人经纪	283.02	5.52%
5	长兴范堂文化发展合伙企业（有限合伙）	艺人经纪	226.42	4.42%
6	广州经济技术开发区建设进出口贸易有限公司	艺人经纪	188.68	3.68%
7	壹影时空（北京）影视文化有限公司	艺人经纪	181.13	3.53%
8	红卡合一（北京）文化传媒有限公司	艺人经纪	150.94	2.94%
9	上海昊韩文化传播有限公司	艺人经纪	150.94	2.94%
10	上海厉阳文化传播有限公司	YouTube 运营	141.51	2.76%
合计			**3,103.09**	**60.52%**

2019 年衍生业务前十大客户如下：

单位：万元

序号	客户	销售内容	金额	占比
1	腾扬广告有限责任公司	海选授权	6,341.77	32.64%
2	威尼斯人路氹股份有限公司	演唱会	1,492.29	7.68%
3	深圳市盛娱星汇文化传播有限公司	海选授权	754.72	3.88%
4	广州宝声信息科技有限公司	海选授权	754.72	3.88%
5	上海日玺创意策划有限公司	艺人经纪	712.26	3.67%
6	广州华宇文化传播有限公司	线下活动-华语音乐榜中榜合作	707.55	3.64%
7	北京巅峰美景科技有限责任公司	城市宣传投放	651.38	3.35%
8	江苏省广播电视集团有限公司	词曲版权代理服务	487.61	2.51%
9	浙江集享电子商务有限公司	线下活动-“最美”云集第五届服务商大会	400.94	2.06%
10	腾讯音乐	艺人商演及线下活动	263.03	1.35%
合计			**12,566.27**	**64.67%**

注：腾讯音乐包括腾讯科技（深圳）有限公司、腾讯科技（成都）有限公司、腾讯音乐娱乐科技（深圳）有限公司

2018 年衍生业务前十大客户如下：

单位：万元

序号	客户	销售内容	金额	占比
1	腾扬广告有限责任公司	海选授权	5,256.06	26.67%
2	西安曲江城墙旅游发展有限公司	线下活动-2018 年西安模特大赛制作	1,409.73	7.15%
3	腾讯科技（深圳）有限公司	艺人商演及线下活动	864.60	4.39%
4	广州华宇文化传播有限公司	线下活动-华语音乐榜中榜合作	707.55	3.59%
5	北京世纪华星艺术有限公司	演唱会-好声音总决赛门票销售权	626.42	3.18%
6	四川古蔺郎酒销售有限公司	演唱会	471.70	2.39%
7	北京巅峰美景科技有限责任公司	城市宣传投放	434.25	2.20%
8	天润瀚海（北京）文化传播有限公司	演唱会	377.36	1.92%
9	浙江梦曼文化传播有限公司	演唱会-巡演制作	327.08	1.66%

10	霍尔果斯乐娱星映文化传媒有限公司	演唱会-好声音总决赛门票销售权	316.98	1.61%
合计			**10,791.73**	**54.77%**

注：腾讯科技（深圳）有限公司包括腾讯科技（深圳）有限公司及深圳市腾讯计算机系统有限公司

2017 年衍生业务前十大客户如下：

单位：万元

序号	客户	销售内容	金额	占比
1	腾扬广告有限责任公司	海选授权	4,851.75	24.67%
2	浙江梦曼文化传播有限公司	演唱会-新歌声总决赛门票销售权、巡演制作	1,123.16	5.71%
3	省广合众（北京）国际传媒广告有限公司	演唱会-冠名及演唱会制作	878.68	4.47%
4	杭州来秀信息技术有限公司	其他授权-衍生品授权，好声音 APP 开发运营	707.55	3.60%
5	巴士在线科技有限公司	线下活动-华语音乐榜中榜直播	613.21	3.12%
6	北京魅力星晨文化发展有限公司	其他授权-衍生品授权，开发耳机等周边产品	589.62	3.00%
7	上海市海峡两岸交流促进会	演唱会-演唱会制作	567.2	2.88%
8	康佳集团股份有限公司	线下活动-华语音乐榜中榜广告赞助	452.83	2.30%
9	深圳海融科创互联网金融服务有限公司	艺人代言	273.58	1.39%
10	星空华文传媒（澳门）有限公司	线下活动-华语音乐榜中榜制作	239.41	1.22%
合计			**10,296.99**	**52.36%**

腾扬广告于 2015 年与公司开展节目海选的合作，为公司长期业务合作的海选授权合作方，与公司无关联关系。公司将节目海选运营的权利授权给合作方，合作方可以在举办海选活动的过程中自主招商，公司对海选活动的质量进行把控，并按合同约定投入一定的宣传资源。海选授权既为节目输送了优秀选手，又实现了梦响强音与合作方的共赢。梦响强音线下海选网络已覆盖 31 个省，每年共有上万场线下海选活动举行，每年通过线下海选，输送一百余位学员参加节目试音。

2018 年公司将 2019 年至 2021 年《中国好声音》全国地面海选运营授权给腾扬广告，合作期限自 2018 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，平均每季授权费 6,000 万元，较上期合同每季授权费 4,500 万元增长 33.33%，2018 年起中国好声音回归，节目海选价格较中国新歌声有一定增长。由于海选授权费在授权期限内平均确认收入，2018

年度腾扬广告收入增长主要是授权费增长所致。2016 年腾扬广告收入相对较低主要是由于梦响强音于 2016 年 4 月起才纳入合并范围所致。

2020 年 1-6 月电影发行代理收入系将 FSML 拥有的 700 余部电影发行给字节跳动形成，根据与 FSML 的协议，公司代理费为实收金额的 10%。受疫情影响，腾扬广告广州宝声信息科技有限公司、深圳市盛娱星汇文化传播有限公司无法开展线下海选活动，经双方协商，将合作期限顺延，本年度不确认相关授权收入。

公司衍生业务形态多样，除前述海选授权外，主要是艺人商演及代言、演唱会运营等。艺人商演及代言盈利模式为，公司为签约艺人接洽商演及代言活动，获得活动收入并根据经纪合约与艺人分成。演唱会、巡演及线下活动运营的盈利模式为，公司通过以演唱会名义招商、演唱会门票销售权转让、受托制作演唱会等形式获得收入。腾扬广告等大型客户订单获得方式基于长期合作基础，其他客户的订单系客户存在业务需求，公司开拓渠道获得，其他情况如下：

序号	客户全称	实际控制人	注册地址	注册资本	销售模式	合作开始年份
1	江苏省广播电视集团有限公司	江苏省人民政府	南京市北京东路四号	280000 万人民币	艺人经纪、词曲版权代理服务	2015
2	上海匠仁文化传播有限公司	金达祺	上海市嘉定区菊园新区环城路 2222 号 1 幢 JT4593 室	2000 万人民币	艺人经纪	2020
3	杭州宜格化妆品有限公司	吴成龙	杭州经济技术开发区白杨街道科技园路 2 号 5 幢 6 层 06 单元	500 万人民币	艺人经纪	2020
4	长兴范堂文化发展合伙企业（有限合伙）	范广珍	浙江省湖州市长兴县雉城街道长安路 135 号 2-205 室	-	艺人经纪	2020
5	广州经济技术开发区建设进出口贸易有限公司	张平	广州经济技术开发区开发大道 348 号建设大厦 712 室	1430 万人民币	艺人经纪	2019
6	壹影时空（北京）影视文化有限公司	梁艳东	北京市通州区经济开发区聚富苑产业园区聚和六街 1 号-1814	3000 万人民币	艺人经纪	2020
7	红卡合一（北京）文化传媒有限公司	王妍	北京市朝阳区高碑店乡西店村 44 号楼 2 号	500 万人民币	艺人经纪	2020
8	上海昊韩文化传播有限公司	吴雷	上海市奉贤区青村镇奉村路 458 号 1 幢 C60 室	300 万人民币	艺人经纪	2019
9	上海厉阳文化传播有限公司	黄海啸	浦东新区南汇新城镇环湖西二路 888 号 1 幢 1 区 23049 室	100 万人民币	YouTube 运营	2018
10	深圳市盛娱星汇文化传播有限公司	方宇翔	深圳市罗湖区南湖街道深南东路世界金融中心 B 座 1416 室	100 万人民币	授权	2019
11	威尼斯人路氹股份有限公司	-	Estrada da Baia de Nossa Senhora 大 EsperanCa, The Venetian Macau Resort Hotel, Executive Offices-L2,Taipa, Macau SAR, P.R China	-	演唱会赞助	2019
12	广州宝声信息科技有限公司	宝添国际实业有限公司	广州市番禺区洛浦街上漖村广州奥林匹克大厦负一层 B03 室（自编号）	125.684 万人民币	授权	2016
13	上海日玺创意策划有限公司	王锐基	上海市奉贤区望园路 1698 弄 31 号 22 幢 4 层 4603 室	50 万人民币	经纪	2019

14	江苏省广播电视集团有限公司	江苏省人民政府	南京市北京东路四号	280000 万人民币	版权代理	2015
15	浙江集享电子商务有限公司	肖尚略	浙江省杭州市萧山区经济技术开发区明星路 371 号 1 幢 1501 室	1000 万人民币	活动制作	2019
16	腾讯音乐娱乐科技(深圳)有限公司	马化腾	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）	500 万人民币	经纪	2017
	腾讯科技（深圳）有限公司	马化腾	深圳市南山区高新区科技中一路腾讯大厦 35 层	200 万美元	承制	2012
17	咪咕音乐有限公司	中国移动通信（BVI）有限公司	中国（四川）自由贸易试验区成都市高新区交子大道 575 号中海国际中心 J 座 1 层 103、104 号及 J 座 3-10 层	110000 万人民币	经纪	2015
18	上海聚网未来文化传媒有限公司	孙凌	上海市普陀区金沙江路 1678 号 1506 室	260 万人民币	承制	2016
19	FSML	华人文化天津及核心管理层间接共同控制的公司	UNIT A 9/F MG TOWER 133 HOI BUN RD KWUN TONG KLN, HONG KONG	10,000 普通股	发行代理	2012
20	腾扬广告有限责任公司	高晋	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-5117	5,000 万人民币	授权	2015
21	西安曲江城墙旅游发展有限公司	西安曲江新区管理委员会	西安曲江新区芙蓉西路 99 号	1000 万人民币	承制	2018
22	北京世纪华星艺术有限公司	李洪文	北京市朝阳区小庄 6 号 2 号楼 1 层 101B-001	1,000 万元人民币	票务代理	2018
23	广州华宇文化传播有限公司	陈耀东	广州市越秀区先烈中路 80 号汇华商贸大厦 5 层 501 单元自编 C017 号	10 万元人民币	授权	2017
24	四川古蔺郎酒销售有限公司	汪俊林	四川省古蔺县二郎镇	50000 万人民币	承制	2017
25	北京巅峰美景科技有限责任公司	束盈	北京市朝阳区静安东里 12 号院 4 号楼 6C	1000 万人民币	投放代理	2018
26	天润瀚海（北京）文化传播有限公司	张岩	北京市丰台区顺三条 21 号 1 号楼 705 室	3000 万人民币	承制	2018
27	霍尔果斯乐娱星映文化传	陈雪芳	新疆伊犁州霍尔果斯亚欧新天地一期	500 万人民币	票务代理	2018

	媒有限公司		1-118,1-119 号房			
28	浙江梦曼文化传播有限公司	陈素红	玉环市玉城街道双港路 420 号汉堡座 25 单元 202 室	1,000 万人民币	票务代理	2017
29	省广合众（北京）国际传媒广告有限公司	广东省人民政府	北京市门头沟区月季园 25 号 1 幢 111 号	1,000 万人民币	承制	2016
30	杭州来秀信息技术有限公司	NetEase Bobo Limited	浙江省杭州市滨江区长河街道网商路 599 号 4 幢 406 室	10 万美元	授权	2017
31	巴士在线科技有限公司	无实际控制人	江西省南昌市高新开发区火炬大街 201 号	5,000 万人民币	授权	2016
32	康佳集团股份有限公司	国务院国有资产监督管理委员会	深圳市南山区粤海街道科技园科技南十二路 28 号康佳研发大厦 15-24 层	240794.541 万人民币	演出会赞助	2014
33	深圳海融科创互联网金融服务有限公司	熊雄	深圳市南山区南头街道梦海大道和桂湾五路交汇处前海卓越金融中心 8 号楼 21060708	6000 万人民币	经纪	2017
34	星空华文传媒（澳门）一人有限公司	华人文化天津及核心管理层间接共同控制的公司	澳门冼星海大马路 81 至 121 号金龙中心 7 楼 B 座	25,000.00 澳门元	承制	2013
35	上海市海峡两岸交流促进会	上海市人民政府台湾事务办公室	上海市长宁区剑河路 780 弄 7 号	-	承制	2016

（五）主要供应情况

1、采购结构

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内容制作及运营	23,506.97	84.70	127,130.02	92.27	92,478.13	88.29	146,502.77	93.06
音乐制作授权及其他衍生	4,246.05	15.30	10,644.40	7.73	12,267.14	11.71	10,930.90	6.94
合计	**27,753.02**	**100.00**	**137,774.41**	**100.00**	**104,745.27**	**100.00**	**157,433.67**	**100.00**

由于公司业务非标准化的特点，相应采购内容也非标准化，采购价格主要以市场价为基础，综合考虑服务内容，双方谈判确定。

内容制作及运营采购主要包括节目邀请的嘉宾、节目制作相关的要素，如灯光、舞美、音响、后期制作等，以及电视台广告资源等。2017 年至 2020 年 1-6 月公司主要节目集数分别为 117 集、71 集、93 集、30 集，2018 年采购金额下降一方面是由于公司精简了利润率相对较低的节目，节目集数下降，制作投入下降。另一方面，行业逐步规范，嘉宾艺人片酬普遍下降，导致公司此类采购金额下降。2019 年采购金额上升主要是由于节目数量增加所致。

此外，公司广告投放采购下降也是导致 2018 年内容制作及运营采购下降的原因。由于公司节目的盈利模式为与电视台共同招商，合作分成，公司广告投放采购主要是将节目广告招商投放至电视台产生。由于电视台综艺广告招商整体环境发生变化，面对新媒体的竞争，招商难度增加，导致公司招商的规模下降，相应投放至电视台的采购下降。2019 年采取合作分成的节目多于上年，公司自主招商增加，对应广告投放采购增加。2019 年度公司为《中国好声音 2019》引入一汽丰田、郎酒品牌，较上年节目的自主招商规模增加。公司还为首次采取合作分成的网综《这！就是原创》引入全民 K 歌、洁婷等品牌。在电视广告行业负增长的环境下，公司较强的自主招商能力是稳定业绩的重要贡献。

音乐制作授权及其他衍生采购主要是音乐制作、签约选手参加商演、代言活动的成本等。2018 年音乐制作授权及其他衍生采购金额较上年略有增加，主要是当年音乐制作投入相对较高所致。2019 年成本率较高的演唱会、艺人商演及代言的规模有所收缩，导致音乐制作授权及其他衍生采购金额下降。

2020 年公司主要节目集中在下半年，因此上半年内容制作及运营采购金额较少。另外受疫情影响，商演、演唱会等线下活动无法开展，2020 年上半年音乐制作授权及其他衍生采购金额较少。

2、模式采购情况

报告期内，公司所有节目均为原创，没有采购境外模式。

公司自 2012 年开始，引进“the voice of……”模式制作中国好声音取得巨大成功，后续部分节目采取了引进节目模式进行制作，如 2013 年引进《So you think you can dance》模式并在东方卫视制作的《舞林争霸》、2015 年度引进《蒙面歌王》、《了不起的挑战》的模式并制作相应节目，但除“the voice of……”模式制作的中国好声音外并未形成连续的多季节目。报告期内，公司每年制作的原创节目和引进节目具体数量和比例如下：

年度	原创节目	原创节目占比	模式引进节目	模式引进节目占比
2017 年	9	100.00%	0	0.00%
2018 年	6	100.00%	0	0.00%
2019 年	9	100.00%	0	0.00%
2020 年 1-6 月	3	100.00%	0	0.00%

报告期内，公司原创节目和引进境外版权模式节目的收入和占比如下：

单位：万元

年度	项目	原创节目	模式引进节目	合计
2017 年	收入	167,725.22	0.00	167,725.22
	比例	100%	0.00%	100%
2018 年	收入	123,150.16	0.00	123,150.16
	比例	100%	0.00%	100%
2019 年	收入	130,140.70	0.00	130,140.70
	比例	100%	0.00%	100%

2020 年 1-6 月	收入	25,826.56	0.00	100%
	比例	100%	0.00%	100%

新闻出版广电总局 2016 年 6 月下发《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》，通知规定：“各电视上星综合频道每年在 19:30—22:30 开播的引进境外版权模式节目，不得超过两档。每个电视上星综合频道每年新播出的引进境外版权模式节目不得超过 1 档，第一年不得在 19:30—22:30 之间播出；与境外机构联合研发、邀请境外人员担任主创人员或境外人员在节目制作中发挥主要指导作用的节目，如中方未取得完全知识产权，视同引进境外版权模式节目管理。”

上述通知下发后，公司节目全部为原创，未再采购境外版权模式。从报告期内公司原创节目数量和收入占比来看，公司报告期内原创节目占比 100%，与行业政策相匹配。截至本招股说明书出具日，公司现有节目均不涉及节目模式侵权纠纷。

新闻出版广电总局 2017 年 12 月 6 日下发《进一步加强广播电视节目备案管理和违规处理的通知》（新广电发[2017]254 号），规定：“广播电视开办国际新闻节目、军事节目须提前一个月，电视上星综合频道播出歌唱选拔、晚会、引进境外模式节目和在黄金时段播出综艺娱乐、真人秀、访谈脱口秀、婚恋交友、才艺竞秀、情感故事、游戏竞技类节目须提前两个月，向省级新闻出版广电局备案，省级新闻出版广电局审核同意后，向国家新闻出版广电总局备案。各级广播电视行政部门和播出机构要高度重视重点节目备案工作，责成专人负责，相关领导亲自审核把关，确保按时、准确报备相关资料。”

根据上述通知，节目备案属于播出平台职责，报告期内，公司与播出平台严格遵守相关文件的精神，对于电视上星综合频道播出的节目由播出平台履行备案手续。据此，公司无需对引进境外版权模式的行为单独履行相关审批备案手续。

3、主要供应商

内容制作及运营采购前五大供应商如下：

2020 年 1-6 月

单位：万元

供应商	成立时间	股权结构	注册资本	注册地	采购内容	采购金额（含税）	占比
青岛柒鼎影视文化工作室	2019/12/26	孙凡清 100%	个人独资企业	山东省青岛市莱西市沽河街道办事处威海西路 632 号	嘉宾	840.00	3.54%
上海东方娱乐传媒集团有限公司	2009/10/9	上海文化广播影视集团有限公司 100%	5,000 万	上海市静安区威海路 298 号 298-30 幢上视大厦 1802 室	制作	824.71	3.48%
西藏乐华文化传播有限公司	2011/12/25	北京乐华圆娱文化传播股份有限公司 100%	1,000 万	西藏日喀则市亚东县城定亚路	制作服务、嘉宾	800.00	3.37%
北京少年智酷广告有限公司	2018/7/30	高思蓓 100%	500 万	北京市朝阳区大鲁店文化街 16 号 2 幢 1 层 1050	制作	766.00	3.23%
新沂萃珊雯影视文化有限公司	2019/5/9	刘艳 100%	200 万	新沂市经济开发区北京西路 2 号 2-19 室	节目嘉宾	640.00	2.70%
合计						**3,870.71**	**16.31%**

注：上海东方娱乐传媒集团有限公司为上海东方娱乐传媒集团有限公司、上海东方传媒技术有限公司、上海广电影视制作有限公司合计数。

2019 年度

单位：万元

供应商	**成立时间**	**股权结构**	**注册资本**	**注册地**	**采购内容**	**采购金额（含税）**	**占比**

上海东方娱乐传媒集团有限公司	2009/10/9	上海文化广播影视集团有限公司 100%	5,000 万	上海市静安区威海路 298 号 298-30 幢上视大厦 1802 室	广告投放、制作、发行分成	8,425.45	6.63%
江苏华夏影视文化传媒有限公司	2006/4/18	赵晓春 75%、潘雨霖 16.67%、刘慧媛 8.33%	600 万	南京市高淳区淳溪镇北漪园 24 幢 3 号	广告投放	8,000.00	6.29%
北京电视台	-	北京广播电视台	100,000 万元	北京市朝阳区建国路甲 98 号	广告投放	5,800.00	4.56%
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	2014/8/25	杭州阿里妈妈网络技术有限公司 100%	200 万	杭州余杭区五常街道文一西路 969 号 6 幢 2 层 201 室	广告投放	5,420.00	4.26%
江苏省广播电视集团有限公司	2002/5/13	江苏省人民政府 100%	280,000 万	南京市北京东路四号	广告投放、制作	4,572.20	3.60%
合计						**32,217.65**	**25.34%**

注：上海东方娱乐传媒集团有限公司为上海东方娱乐传媒集团有限公司、上海东方传媒技术有限公司、上海广电影视制作有限公司及上海五岸传播有限公司合计数。

江苏省广播电视集团有限公司为江苏省广播电视集团有限公司及子公司江苏广电荔枝传媒有限公司、江苏大江南传媒有限责任公司的合计数。

2018 年度

单位：万元

供应商	成立时间	股权结构	注册资本	注册地	采购内容	采购金额（含税）	占比
上海东方娱乐传媒集团有限公司	2009/10/9	上海文化广播影视集团有限公司 100%	5,000 万	上海市静安区威海路 298 号 298-30 幢上视大厦 1802 室	广告投放、制作	9,794.04	10.59%
江苏省广播电视集团有限公司	2002/5/13	江苏省人民政府 100%	280,000 万	南京市北京东路四号	广告投放、制作	8,717.90	9.43%
浙江广播电视集团	2002/1/15	浙江省人民政府	109,277.50 万	浙江省杭州市西湖区莫干山路	广告投	7,027.65	7.60%

				111 号	放、制作		
Polar Panda Holding B.V.	2010/7/22	Sierk Willem 50%、Huang Xiao Juan 50%	90,000 欧元	Herengracht 84c, 1398AD Muiden	节目咨询	3,609.51	3.90%
江苏汇特传媒股份有限公司	2008/9/19	刘涛 54.99%、蒋国 20%、刘伟 10%、丁崭 10%、新余原动力投资合伙企业（有限合伙）5%	1,500 万	江苏省南京市江宁区吉印大道 3789 号	广告投放	3,550.00	3.84%
上海东美航空旅行社有限公司	1995/5/19	上海航空国际旅游（集团）有限公司 100%	5,136.903 万	上海市徐汇区肇嘉浜路 376 号 13 楼	机票服务	2,269.41	2.45%
合计	-	-	-	-	-	**34,968.51**	**37.81%**

注：上海东方娱乐传媒集团有限公司为上海东方娱乐传媒集团有限公司、上海东方传媒技术有限公司、上海广电影视制作有限公司及上海五岸传播有限公司合计数。

江苏省广播电视集团有限公司为江苏省广播电视集团有限公司及子公司长江龙新媒体有限公司的合计数。

Polar Panda Holding B.V.为 Polar Panda Holding B.V.及 Aurag China Management B.V.的合计数。

2017 年度

单位：万元

供应商	成立时间	股权结构	注册资本	注册地	采购内容	采购金额（含税）	占比
江苏省广播电视集团有限公司	2002/5/13	江苏省人民政府 100%	280,000 万	南京市北京东路四号	广告投放、制作	24,637.52	16.82%
浙江广播电视集团	2002/1/15	浙江省人民政府	109,277.50 万	浙江省杭州市西湖区莫干山路 111 号	广告投放、制作	14,560.00	9.94%
昌荣传媒股份有限	2010/11/4	天津市滨海新区乙文企业	52,200 万	西宁经济技术开发区甘河工业	广告投放	10,829.00	7.39%

公司		管理咨询有限公司、达孜县大鹏科技有限责任公司、北京时代昌荣咨询有限公司、昌荣新媒体传媒有限公司、奥玛士达（香港）有限公司		园区创业路创业大厦 209 室			
上海东方娱乐传媒集团有限公司	2009/10/9	上海文化广播影视集团有限公司 100%	5,000 万	上海市静安区威海路 298 号 298-30 幢上视大厦 1802 室	广告投放、制作、分成	9,991.62	6.82%
JVR MUSIC INTERNATIONAL LTD	2007/1/26	-	500 万新台币	台北市松山区长春路 451 号 11 楼	节目嘉宾	5,302.25	3.62%
合计	-	-	-	-	-	**65,320.39**	**44.59%**

注：上海东方娱乐传媒集团有限公司为上海东方娱乐传媒集团有限公司、上海东方传媒技术有限公司、上海广电影视制作有限公司及上海五岸传播有限公司合计数。

报告期公司内容制作及运营前五大供应商基本稳定，主要为节目播出平台，采购内容为广告投放，金额变动受公司与平台合作节目数量以及广告招商规模影响，采购金额以平台广告报价为基础各方协商确定。报告期广告投放的新增供应商昌荣传媒股份有限公司、江苏汇特传媒股份有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司及江苏华夏影视文化传媒有限公司，主要是根据合作方要求将广告款通过前述指定广告公司投放至播出平台，因此采购金额相对较大。

2017 年公司对昌荣传媒股份有限公司关联采购，系将代理的一汽大众在《2017 出彩中国人》节目的独家冠名，通过昌荣传媒投放至中央电视台形成。中央电视台根据合作广告代理商投放的广告总量给予一定的折扣，通常累计投放的总量越大，折扣率越低。昌荣

传媒为当年中央电视台重要的广告代理商，通过本次投放，可增加其广告投放总量以争取额外收益。同时，公司通过昌荣传媒投放获得了更低的投放价格。与直接投放相比，公司额外获得了 2%的毛利。

上海广电影视制作有限公司及上海东方传媒技术有限公司为公司长期合作的专业制作服务机构，与上海东方娱乐传媒集团有限公司受同一方控制，因此金额合并披露。上海东美航空旅行社有限公司为公司长期合作的差旅服务供应商。2018 年，新增供应商长江龙新媒体有限公司为公司《蒙面唱将猜猜猜第三季》提供嘉宾艺人的邀请、接洽服务，支付嘉宾报酬并与公司结算。长江龙新媒体有限公司为江苏省广播电视集团有限公司的全资子公司，采购金额合并披露。《蒙面唱将猜猜猜第四季》采取了类似的采购模式，嘉宾聘请通过江苏省广播电视集团有限公司的全资子公司江苏广电荔枝传媒有限公司、江苏大江南传媒有限责任公司采购。

2020 年 1-6 月新增主要供应商采购情况如下：

供应商	对应节目	采购内容
青岛柒鼎影视文化工作室	电视剧《阅读课》	演员
新沂萃珊雯影视文化有限公司	《爆款来了》第二季	节目嘉宾
西藏乐华文化传播有限公司	《了不起的长城》	节目嘉宾
	《这！就是街舞》第三季	制作《这！就是街舞》第三季队长宣传片 2 条及制作创意中插广告
北京少年智酷广告有限公司	《爆款来了》第二季	嘉宾的妆发及安保服务，节目宣传

2020 年上半年采购规模小，采购金额较小的供应商进入前五大，但全年来看 2020 年节目制作相关供应商基本稳定，包括设备租赁及技术服务供应商上海东方娱乐传媒集团有限公司、差旅服务供应商上海东美航空旅行社有限公司、节目宣传供应商上海科翼文化传播有限公司等均有长期合作。2020 年上半年仅《了不起的长城》一档节目涉及到广告投放，共同招商合作分成的项目集中在下半年，

因此上半年公司对于平台或平台指定代理公司的广告投放采购较少，相关供应商未进入前五大。

由于报告期内各节目嘉宾阵容并非完全固定，存在新嘉宾的聘请，因嘉宾聘请而产生的新供应商具有合理性。青岛柒鼎影视文化工作室采购系子公司灿星影视为电视剧《阅读课》聘请主演所形成。电视剧《阅读课》于 2020 年 10 月杀青，进入后期制作和平台合作洽谈阶段，影视剧业务为公司新业务布局，因演员聘请而产生的新供应商具有合理性。

西藏乐华文化传播有限公司及新沂萃珊雯影视文化有限公司采购内容为节目嘉宾聘请。乐华文化在艺人的鉴别、培养、全方位包装及市场推广等方面拥有丰富的经验，是国内知名的艺人经纪公司，旗下拥有众多艺人。公司对其采购系旗下艺人参与《了不起的长城》录制所形成。公司对新沂萃珊雯影视文化有限公司采购系聘请嘉宾参加《爆款来了》第二季录制所形成。

西藏乐华文化传播有限公司除提供艺人外，还为《这！就是街舞》第三季提供队长宣传片及中插创意广告的拍摄制作服务。节目宣传片、中插广告等小片的拍摄制作，独立于主节目制作，公司通常采取聘请外部制作团队的形式进行制作，由公司统筹协调外部团队及客户各方的工作。西藏乐华文化传播有限公司本身也有包括广告创意策划、视频拍摄制作业务，制作过多个广告创意类内容在抖音等平台投放，因此公司在《这！就是街舞》第三季队长宣传片及中插创意广告的拍摄制作上选择与其合作。

公司对北京少年智酷广告有限公司采购内容为《爆款来了》第二季嘉宾妆发及安保服务，以及《爆款来了》第二季的节目网络推广服务。北京少年智酷广告有限公司除了公司《爆款来了》第二季以外，还为其他制作方的综艺节目提供艺人妆发、安保、网络推广服务，包括《让生活好看》、《潮流合伙人》等。《爆款来了》第二季作为一档明星带货类综艺节目，对嘉宾流量价值的挖掘尤其重视，因此聘请了与嘉宾合作较多的北京少年智酷广告有限公司作为供应商。

对于嘉宾劳务费用洽谈，公司遵照主管机构相关指导要求，以市场价格为基础，通过商务谈判的方式确定演职人员劳务费用，可以保证相关费用定价公允、符合同行业水平。公司根据艺人对于节目的重要程度、节目预算等因素综合判断是否接受艺人报价，如超过公司预算则会另外考虑合适人选。在《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》出台后，艺人片酬更为透明。

2018 年 11 月 9 日，广电总局下发《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》规定：“各电视上星综合频道 19:30-22:30 播出的综艺节目要提前向总局报备嘉宾姓名、片酬、成本占比等信息，每个节目全部嘉宾总片酬不得超过节目总成本的 40%，主要嘉宾片酬不得超过嘉宾总片酬的 70%。重点网络视听节目服务机构的网络综艺节目也要符合上述规定，上线前向国家广播电视总局报备以上信息。”

对于节目宣传片、队长大秀、中插广告等小片的拍摄制作，制作相对简单且独立于主节目制作，公司通常采取聘请外部制作团队进行制作。公司委托西藏乐华文化传播有限公司拍摄的《这！就是街舞》第三季队长宣传片及中插广告即属于该性质。以中国新歌声 3D 宣传片、《这！就是街舞》第三季开场片等类似第三方拍摄制作为例，制作方对宣传片创意、搭景、道具、造型、音乐制作、编舞伴舞、团队差旅餐饮等细项进行报价，公司对各细项报价进行审核，双方在此基础上协商确定制作费。节目宣传片、队长大秀、中插广告等小片的制作费与拍摄周期、制作规模等因素相关，总金额有一定差异，但各细项报价基本相匹配。

北京少年智酷广告有限公司为《爆款来了》第二季提供网络推广服务。网络推广服务内容与公司长期合作供应商上海科翼文化传播有限公司相似。上海科翼文化传播有限公司隶属于 A 股上市公司思美传媒股份有限公司（股票代码：002712），是国内知名视频内容制作商和娱乐整合营销服务商，为综艺节目、影视剧、艺人提供品牌整合营销服务。上海科翼是公司长期的节目宣传推广服务供应商。上海科翼除了为公司节目提供宣传推广服务外，也为《奔跑吧！兄弟》《极限挑战》《爸爸去哪儿》《欢乐喜剧人》《我们相爱吧》

《十二道锋味》等其他制作公司的节目提供宣传推广服务。

网络宣传推广服务有详细的服务内容及执行标准，较为典型的服务内容包括策划、撰稿、录制跟组、数据报告等基础性服务；在门户网站及手机新闻客户端进行宣传；制作视频、图片等物料；通过微博、微信、豆瓣、各类 BBS 及 APP 发布节目宣传内容；舆情监控、组织粉丝配合宣传等。

根据服务内容、执行标准及确定的 KPI 指标，有不同的报价。北京少年智酷广告有限公司为《爆款来了》第二季提供网络推广服务中的细类报价与可比交易的报价基本相同。网络推广服务中的高成本项目主要是微博、微信及 APP 的推广，根据意见领袖的粉丝量、APP 的活跃用户量有不同档次的报价。《爆款来了》是全国首档电商带货主播真人秀综艺。由于节目将直播带货与综艺形式相结合，深度联动电商、搭建新消费场景，需要更多的粉丝拉动，因此与上海科翼同类交易相比，在微博、微信的推广投入较高。此外与同类交易相比，增加了安排策划嘉宾参与的发布会，及明星定妆照拍摄、主视觉海报制作，金额相对较高。

综上所述，结合节目特点及具体网络推广服务内容和执行标准，北京少年智酷广告有限公司的网络推广服务定价合理，符合市场标准。

北京少年智酷广告有限公司还为嘉宾提供妆发及安保服务。根据合同约定为指定嘉宾配备妆发师 2 人跟组 14 天，造型团队提供 18 套造型，并提供贴身安保 2 人共 28 天安保服务。交易金额与类似的嘉宾妆发、安保服务的价格相似。

公司与上海东方娱乐传媒集团的业务往来包括：

（1）销售方面

报告期来自上海东方娱乐传媒集团的销售收入如下：

单位：万元

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
上海东方娱乐传媒集团有限公司	108.49	14,419.60	7,513.63	4,913.98

注：收入金额为合并抵消后金额

对上海东方娱乐传媒集团有限公司（以下简称“SMG”）销售主要系《金星秀》、《拜见小师傅》、《新舞林大会》及《中国达人秀》的节目分成款，此外还有少量上海五岸传播有限公司（以下简称“五岸传播”）的节目发行分成。2020 年 1-6 月公司与 SMG 无合作节目播出，收入系公司旗下艺人参加 SMG 相关节目形成。

报告期内节目分成金额变化主要受节目数量以及招商规模影响。根据公司与 SMG 的协议，节目广告扣除广告返点、税费等后的实际到账收入，双方一般根据投资比例分成。公司与 SMG 广告分成的合作模式与其他卫视无显著区别，系合作双方市场化谈判确定，定价公允。在 2018 年《新舞林大会》及 2019 年《中国达人秀》的合作中，合作方式略有变化，SMG 获得固定金额广告分成，主要是出于平衡收益及风险等方面的考虑。

五岸传播是 SMG 节目版权经营、发行的运营主体。通常情况下节目全球的网络版权发行销售工作由公司负责；节目国内传统电视平台及卫星频道，以及海外的广播权发行销售工作由五岸传播负责。报告期公司对五岸传播的收入系五岸传播获得的发行收益对公司的分成。

（2）采购方面

报告期对上海东方娱乐传媒集团采购情况如下：

单位：万元

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
上海东方娱乐传媒集团有限公司	-	2,448.00	7,543.00	6,038.00
上海东方传媒技术有限公司	291.06	2,982.22	1,517.04	2,615.13
上海广电影视制作有限公司	542.65	1,795.24	809.00	900.40
上海五岸传播有限公司	-	1,200.00	-	438.09
合计	**961.71**	**8,425.46**	**9,869.04**	**9,991.62**

公司与 SMG 合作的节目采取联合招商，合作分成的模式，公司针对自身招商部分，将收到的广告款投放至 SMG，上述对 SMG 的采购主要系该合作模式所形成。

如前所述，公司与五岸传播分别负责不同渠道的节目发行工作。公司对五岸传播采购系公司所负责发行的收益分成。公司以网络版权发行收益减去发行代理费后的网络版权发行净收益为基础，按约定比例分成。对于节目发行收益的分成，在公司与江苏卫视等其他卫视的合作中也有类似约定，分成比例系节目合作各方市场化谈判确定，定价公允。

公司对上海东方传媒技术有限公司（以下简称“SMT”）、上海广电影视制作有限公司（以下简称“广电制作”）采购性质类似，均为节目制作的生产要素采购，包括灯光舞美、设备租赁及技术服务等。SMT、广电制作根据提供的服务内容有市场化报价，公司不仅在与东方卫视合作的节目制作中对其采购，其他平台的合作节目同样会根据需要进行采购，双方交易价格以服务的市场化定价为基础最终谈判确定，定价公允。

公司与平台联合招商，合作分成的盈利模式，其他电视台也存在既为客户又为供应商的情况。此外，2018 年及 2019 年江苏省广播电视集团有限公司的全资子公司为公司提供嘉宾聘请相关服务，与江苏卫视合作节目的嘉宾款项由长江龙新媒体有限公司、江苏广

电荔枝传媒有限公司及江苏大江南传媒有限责任公司支付，公司再与其进行结算。因此对江苏省广播电视集团有限公司的采购既包括广告投放采购，又包括制作服务。

电视台既为客户又为供应商系公司与电视台联合招商、合作分成的商业模式形成，具有合理的业务背景。

音乐制作授权及衍生业务前五大供应商如下：

2020 年 1-6 月

单位：万元

供应商	成立时间	股权结构	注册资本	注册地	采购内容	采购金额（含税）	占比
广州宝声信息科技有限公司	2012/11/16	广州宝添信息科技有限公司 99%、方琼 1%	125.684 万	广州市番禺区洛浦街上漖村广州奥林匹克大厦负一层 B03 室	音乐版权结算	271.38	6.39%
JUMURO MUSIC SDN BHD	2016/11/28	-	-	马来西亚	音乐制作、音乐版权	250.00	5.89%
上海振鹏文化传播有限公司	2017/9/14	刘静 80%、谢江波 20%	100 万	上海市奉贤区新四平公路 2888 号 39 幢 1231 室	音乐制作	230.25	5.42%
广州龙溪网络科技有限公司	2017/6/12	王玉英 100%	50.00 万	广州市荔湾区龙津中路 526 号 406 房（仅限办公用途）	卡拉 OK 推广	195.19	4.60%
碳素之音文化传播（重庆）有限公司	2019/6/19	杨宏瑞 51%、杨波 30%、董小利 19%	100 万	重庆市九龙坡区渝州路 18 号高创锦业大厦 6 层 601 号	音乐制作	194.34	4.58%

2019 年度

单位：万元

供应商	成立时间	股权结构	注册资本	注册地	采购内容	采购金额（含税）	占比
顺丽（天津）数字传媒科技有限公司	2018/8/30	璨挚（天津）文化传媒有限公司 90%、张宇 10%	100 万	天津市河北区宁园街万柳村大街 56 号（纺织机械有限责任公司院内 C2）	艺人经纪结算	554.69	5.21%
广州龙溪网络科技有限公司	2017/6/12	王玉英 100%	50.00 万	广州市荔湾区龙津中路 526 号 406 房（仅限办公用途）	卡拉 OK 推广	481.13	4.52%
上海振鹏文化传播有限公司	2017/9/14	刘静 80%、谢江波 20%	100 万	上海市奉贤区新四平公路 2888 号 39 幢 1231 室	音乐制作	412.78	3.87%
广州宝声信息科技有限公司	2012/11/16	广州宝添信息科技有限公司 99%、方琼 1%	125.684 万	广州市番禺区洛浦街上漖村广州奥林匹克大厦负一层 B03 室	音乐版权结算	358.14	3.36%
北京千亩稻田文化传播有限公司	2018/10/19	田永秀 50%、张可 30%、胡雯 20%	200 万	北京市丰台区榆树庄 1 号(北京国家数字出版基地文化创意及科技产业办公区)D08-080	音乐版权	351.85	3.30%
合计						**2,158.59**	**20.26%**

2018 年度

单位：万元

供应商	成立时间	股权结构	注册资本	注册地	采购内容	采购金额（含税）	占比
顺丽（天津）数字传	2018/8/30	璨挚（天津）文化	100 万	天津市河北区宁园街万柳村大街	演出成本	1,013.89	8.27%

媒科技有限公司		传媒有限公司 90%、张宇 10%		56 号（纺织机械有限责任公司院内 C2）			
上海渥丹文化传媒工作室	2016/3/4	江义	个人独资企业	上海市奉贤区四团镇彭平公路 878 号 1 幢 1308 室	音乐制作	581.45	4.74%
上海振鹏文化传播有限公司	2017/9/14	刘静 80%、谢江波 20%	100 万	上海市奉贤区新四平公路 2888 号 39 幢 1231 室	音乐制作	476.49	3.88%
JUMURO MUSIC SDN BHD	2016/11/28	-	-	马来西亚	音乐制作、音乐版权	428.28	3.49%
北京北奥大路舞台艺术设计制作有限公司	2003/3/25	潘尧 38%、朱一丹 20%、刘振明 7.2%等自然人	1,000 万	北京市海淀区学院路 30 号科群大厦西楼 503 室	灯光舞美	415.00	3.38%
合计						**2,915.11**	**23.76%**

2017 年度

单位：万元

供应商	成立时间	股权结构	注册资本	注册地	采购内容	采购金额（含税）	占比
上海渥丹文化传媒工作室	2016/3/4	江义	个人独资企业	上海市奉贤区四团镇彭平公路 878 号 1 幢 1308 室	音乐制作	1,862.45	17.04%
上海莫莫吴闻文化传播中心	2013/11/12	吴莫愁	个人独资企业	上海市崇明县新海镇跃进南路 495 号 4 幢 3118 室（光明米业经济园区）	演出成本	776.26	7.10%
北京北奥大路舞台艺术设计制作有限公司	2003/3/25	潘尧 38%、朱一丹 20%、刘振明 7.2%	1000 万	北京市海淀区学院路 30 号科群大厦西楼 503 室	灯光舞美	395.00	3.61%

		等自然人					
广州龙溪网络科技有限公司	2017/6/12	王玉英 100%	50 万	广州市荔湾区龙津中路 526 号 406 房（仅限办公用途）	卡拉 OK 推广	300.00	2.74%
无锡泉音堂文化工作室	2016/4/13	李泉	个人独资企业	无锡市蠡湖大道 2009 号 A2 栋 2208C-7	音乐制作	270.45	2.47%
合计						**3,604.16**	**32.96%**

音乐制作授权及衍生业务的采购主要为音乐制作以及灯光舞美、艺人等演出成本。报告期上海渥丹文化传媒工作室为公司长期合作的音乐制作方，提供歌曲、EP、专辑制作服务，包括沟通制作人、协调录音棚事宜、进行制作监督、制作混音、编曲、和声、乐手等内容。其他包括上海振鹏文化传播有限公司、JUMURO MUSIC SDN BHD、无锡泉音堂文化工作室，提供歌曲录音制品的制作，也均是公司有长期合作关系的供应商。

上海莫莫吴闻文化传播中心为公司签约艺人吴莫愁成立的工作室，采购内容系报告期内商演及代言的艺人成本。顺丽（天津）数字传媒科技有限公司为签约艺人张碧晨的艺人成本。

艺人张碧晨为顺丽（天津）数字传媒科技有限公司的实际控制人，梦响当然与其签署合作协议，成为张碧晨唱片、演出等合同约定的演艺事业经纪公司，为张碧晨提供经纪服务。协议对各项演艺活动的分成比例作了约定，梦响当然与合作方结算演艺收入后再根据约定比例与顺丽（天津）数字传媒科技有限公司结算，其就收到的款项与艺人自行再次分配，顺丽（天津）数字传媒科技有限公司代扣代个人缴所得税，梦响当然无直接向艺人支付款项的义务。上述合作模式为艺人经纪市场上，与拥有全约经纪方艺人的通常合作模式，符合行业惯例。报告期内公司与绝大多数签约艺人直接结算并代扣代缴个人所得税，仅张碧晨、吴莫愁有独立全约经纪方的艺人，公司与其全约经纪方结算。

北京北奥大路舞台艺术设计制作有限公司系公司长期合作的灯光舞美供应商。除此之外的新增供应商为公司根据业务开展情况选择的专业服务供应商。2019 年公司对广州宝声信息科技有限公司采购系卡拉 OK 版权维权收入根据协议与其进行分成结算而形成。

除昌荣传媒股份有限公司外，主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员，不存在关联关系或其他利益关系。

（六）公司产品质量控制情况

1、质量控制标准

公司严格按照《广播电视管理条例》、《广播电视节目制作经营管理规定》、《互联网视听节目服务管理规定》等行业内法律法规开展节目制作业务。为了严格控制产品质量，公司专门制定了《上海灿星文化传媒股份有限公司节目组管理基本制度》，就产品生产过程中，即综艺节目制作过程中节目制作的质量管理和负责情况做了详细的规定。

2、质量控制措施

质量是公司综艺节目生产的生命线，是树立公司品牌、提高公司市场竞争力的重要保证。公司在创作、生产过程中对产品质量实行事前、事中、事后管理。节目从立项阶段开始，就要对节目的选题、市场认可度等进行科学的评估，经立项评审会的充分讨论、审核和总经理的最终把关，才可能投入生产阶段。

节目组成立后，由总导演负责节目的整体质量把控，导演、制片、宣传、选管、音乐、舞美、技术、后期制作等每个关键环节都有相应的负责人员对质量进行把关。节目完成之后，节目组还将邀请行业专家对节目质量提出建议，经总导演和主要合作平台充分认可后才会送到播放平台进行排播。

公司质量控制贯穿于整个工作流程，各部门工作分工尽管有一定的先后次序，但整个工作流程中又有穿插及相互监督。

3、质量纠纷处理

本公司通过各项管理制度和具体措施严格控制产品质量，不断提高作品的艺术性和观赏性，以确保客户满意。截至招股说明书签署日，公司未发生因产品质量问题而导致重大纠纷、诉讼或仲裁的情形。

（七）公司安全生产情况

公司从事的综艺内容制作和产业链开发运营业务不属于高危险行业，基本不会存在安全事故的风险。在节目拍摄过程中，一般由拍摄场地提供方和节目组共同负责安全拍摄的工作。总导演是节目组内安全拍摄的第一责任人，制片团队协助总导演全面负责节目组应负责的安全拍摄工作。

截至本招股说明书签署日，公司未发生重大安全生产事故。

（八）公司环保情况

公司属于文化创意产业，不属于重污染行业。公司经营符合环保要求，公司严格按照国家及地方的有关环保标准和规定执行。在节目组拍摄过程中，公司严格按照国家及有关部门的环保规定及标准执行。

2018 年 10 月 9 日，梦响启岸就影音传媒综合商办新建项目（暂定）办理了建设项目环境影响登记表备案（备案号 201831010400000530），对主要环境影响废气（地下车库废气）采取了排烟机机械排风措施后通过风道管笼井排放至地面的环保措施，废水（生活污水）采取了雨、污水分流措施后通过污水格栅并排放至市政污水管。

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司不存在因环境违法受到环保部门的行政处罚的记录。

六、公司的固定资产、无形资产及其他经营要素

（一）主要固定资产情况

1、主要经营性房产

截至本招股说明书签署日，公司不拥有房屋产权，公司经营所用房产均为租赁而来，且使用状况良好。公司经营所租赁的主要房产情况如下：

序号	出租方	承租方	租赁地点	租赁用途	租赁面积	租赁期限
1	上海申地资产管理有限公司	灿星文化	上海市黄浦区汉口路 300 号 14 层、15 层、17 层；上海市黄浦区汉口路 266 号 5M 层、B2 仓库部分	办公	办公：3,635.14 平方米；仓库：107 平方米	2020.6.16-2021.12.31

公司与相关主体签署的房屋租赁合同符合有关法律、法规的规定，对合同双方均具有约束力，合法、有效。

2、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人控股子公司梦响启岸持有一处位于龙华街道501街坊的土地使用权。根据上海市徐汇区规划和土地管理局与梦响启岸于2016年6月27日签署的《上海市国有建设用地使用权出让合同（经营性用地）》（沪徐规土（2016）出让合同补字第12号、沪徐规土（2016）出让合同第4号（2.0）），出让宗地坐落于龙华街道 501 街坊：东至云谣路，西至云锦路，南至龙启路，北至规划四路，宗地总面积为 35,319.10 平方米，其中出让宗地面积为 10,561.90 平方米，用途为商业用地、办公楼。截至本招股说明书出具之日，全部土地受让款均已支付，已取得建设用地规划许可证（沪规地徐（2017）EA31000420174503）、建设用地批准书（徐汇市（县）[2019]府土书字第004号）并完成项目发改委备案。

梦响启岸已于 2019 年 4 月 25 日取得《中华人民共和国不动产权证书》（沪（2019）徐字不动产权第006539号）及《中华人民共和国不动产权证书》（沪（2019）徐字不动产权第006540号），具体信息如下：

《中华人民共和国不动产权证书》（沪（2019）徐字不动产权第006539号）	
权利人	梦响启岸
共有情况	单独所有
坐落	龙华街道501街坊1/1丘
不动产单元号	310104013002GB00211W00000000
权利类型	国有建设用地使用权
权利性质	土地权利性质：出让
他项权利	已抵押
用途	土地用途：商业用地、办公楼
面积	10561.90平方米
《中华人民共和国不动产权证书》（沪（2019）徐字不动产权第006540号）	
权利人	梦响启岸
共有情况	单独所有
坐落	龙华街道501街坊1/910丘
不动产单元号	310104013002GB00212W00000000
权利类型	国有建设用地使用权
权利性质	土地权利性质：出让
他项权利	已抵押
用途	土地用途：商业用地
面积	17659.60平方米

3、主要生产设备

公司综艺节目内容制作所需要的生产设备，如高清设备及集成、后期制作系统、演播室设施为公司自有，其他道具、摄影棚、大型机房、整套摄影器材、洗

印设备等通常以租赁或对外采购专业劳务的方式取得及使用，公司的原创音乐制作、演唱会制作等通常以租赁或对外采购专业劳务的方式取得及使用，艺人经纪本身仅需日常办公设备即可。

截至报告期末，公司固定资产情况详见“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“3、非流动资产分析”之“（3）固定资产”。

（1）长期租赁设备

截至招股说明书签署日，公司暂无与生产经营密切相关的长期租赁设备。

（2）短期租赁设备

在公司的综艺节目拍摄、音乐制作过程中，存在由节目组或制作方提出申请，节目组或制作方在拍摄、录制期间临时向电视台或场地方、摄影、灯光等器材公司、汽车租赁公司、录音棚等短期零散租赁相应场地、器材或车辆的情况，租赁期间较短，一般为 1-3 月。

（二）主要无形资产情况

1、商标

截至本招股说明书签署日，公司已取得的注册商标情况如下：

（1）境内注册商标

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
1		灿星文化[23]	13671127	9	2015/1/28 至 2025/1/27	无
2		灿星文化	13672571	38	2015/1/28 至 2025/1/27	无
3		灿星文化	13671960	24	2015/2/7 至 2025/2/6	无
4		灿星文化	13672369	28	2015/3/7 至 2025/3/6	无
5		灿星文化	13672249	25	2015/3/7 至 2025/3/6	无

[23] 上海灿星文化传媒股份有限公司，即发行人。

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
6		灿星文化	13671645	21	2015/3/7 至 2025/3/6	无
7		灿星文化	13671202	14	2015/2/14 至 2025/2/13	无
8		灿星文化	13672713	41	2015/6/14 至 2025/6/13	无
9		灿星文化	13671356	16	2015/8/28 至 2025/8/27	无
10		灿星文化	13672353	28	2015/2/28 至 2025/2/27	无
11		灿星文化	13672232	25	2015/2/21 至 2025/2/20	无
12		灿星文化	13671888	24	2015/3/7 至 2025/3/6	无
13		灿星文化	13671565	21	2015/4/28 至 2025/4/27	无
14		灿星文化	13672527	38	2015/4/28 至 2025/4/27	无
15		灿星文化	13672639	41	2015/4/14 至 2025/4/13	无
16		灿星文化	13671076	9	2015/4/14 至 2025/4/13	无
17		灿星文化	13671186	14	2015/2/14 至 2025/2/13	无
18		灿星文化	13671445	18	2015/2/14 至 2025/2/13	无
19	Super Vocal	灿星文化	19962284	41	2017/7/7 至 2027/7/6	无
20	Super Vocal	灿星文化	19962614	14	2017/7/7 至 2027/7/6	无
21	Super Vocal	灿星文化	19962613	15	2017/7/7 至 2027/7/6	无
22	Super Vocal	灿星文化	19962612	16	2017/7/7 至 2027/7/6	无
23	Super Vocal	灿星文化	19962611	18	2017/7/7 至 2027/7/6	无
24	Super Vocal	灿星文化	19962286	25	2017/7/7 至 2027/7/6	无
25	Super Vocal	灿星文化	19962285	28	2017/7/7 至 2027/7/6	无
26	Super Vocal	灿星文化	19962283	42	2017/7/7 至 2027/7/6	无
27	Super Vocal	灿星文化	19962282	45	2017/7/7 至 2027/7/6	无
28		灿星文化	20305445	41	2017/10/21 至 2027/10/20	无
29		灿星文化	20305446	38	2017/8/7 至 2027/8/6	无
30		灿星文化	20305447	35	2017/8/7 至 2027/8/6	无
31		灿星文化	20305454	9	2017/8/7 至 2027/8/6	无
32		灿星文化	20305453	14	2017/8/7 至 2027/8/6	无
33		灿星文化	20305452	15	2017/8/7 至 2027/8/6	无
34		灿星文化	20305451	16	2017/8/7 至 2027/8/6	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
35		灿星文化	20305450	18	2017/8/7 至 2027/8/6	无
36		灿星文化	20305449	25	2017/8/7 至 2027/8/6	无
37		灿星文化	20305448	28	2017/8/7 至 2027/8/6	无
38		灿星文化	20305444	42	2017/8/7 至 2027/8/6	无
39		灿星文化	20305443	45	2017/8/7 至 2027/8/6	无
40		灿星文化、株式会社文化广播	20173793	35	2017/10/14 至 2027/10/13	无
41		灿星文化、株式会社文化广播	20173799	14	2017/7/21 至 2027/7/20	无
42		灿星文化、株式会社文化广播	20173798	15	2017/7/21 至 2027/7/20	无
43		灿星文化、株式会社文化广播	20173797	16	2017/7/21 至 2027/7/20	无
44		灿星文化、株式会社文化广播	20173796	18	2017/7/21 至 2027/7/20	无
45		灿星文化、株式会社文化广播	20173794	28	2017/7/21 至 2027/7/20	无
46		灿星文化、株式会社文化广播	20173790	42	2017/7/21 至 2027/7/20	无
47		灿星文化	20546578	15	2017/8/28 至 2027/8/27	无
48		灿星文化	20547086	36	2017/8/28 至 2027/8/27	无
49		灿星文化	20547160	40	2017/8/28 至 2027/8/27	无
50		灿星文化	21151265	38	2017/10/28 至 2027/10/27	无
51		灿星文化	20604834	41	2018/7/7 至 2028/7/6	无
52		灿星文化	20606148	18	2018/8/21 至 2028/8/20	无
53	哔哔熊	灿星文化	20604869	41	2017/10/21 至 2027/10/20	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
54	哔哔熊	灿星文化	20605364	35	2017/10/21 至 2027/10/20	无
55	哔哔熊	灿星文化	20605625	9	2017/10/21 至 2027/10/20	无
56	哔哔熊	灿星文化	20605742	14	2017/10/21 至 2027/10/20	无
57	哔哔熊	灿星文化	20605939	15	2017/9/7 至 2027/9/6	无
58	哔哔熊	灿星文化	20606219	16	2017/8/28 至 2027/8/27	无
59	哔哔熊	灿星文化	20606174	18	2017/9/7 至 2027/9/6	无
60	哔哔熊	灿星文化	20606627	28	2017/11/7 至 2027/11/6	无
61	哔哔熊	灿星文化	20606613	42	2017/8/28 至 2027/8/27	无
62	哔哔熊	灿星文化	20606757	45	2017/8/28 至 2027/8/27	无
63	BIBI 熊	灿星文化	20605132	38	2017/8/28 至 2027/8/27	无
64	BIBI 熊	灿星文化	20605858	15	2018/3/21 至 2028/3/20	无
65	BIBI 熊	灿星文化	20605988	16	2017/10/21 至 2027/10/20	无
66	BIBI 熊	灿星文化	20604689	41	2018/5/14 至 2028/5/13	无
67	BIBI 熊	灿星文化	20606714	42	2018/3/21 至 2028/3/20	无
68	BIBI 熊	灿星文化	20606665	45	2018/6/21 至 2028/6/20	无
69	苗阜秀	灿星文化	20621291	41	2017/9/7 至 2027/9/6	无
70	苗阜秀	灿星文化	20621574	38	2017/9/7 至 2027/9/6	无
71	苗阜秀	灿星文化	20621565	35	2017/9/7 至 2027/9/6	无
72	苗阜秀	灿星文化	20621691	9	2017/9/7 至 2027/9/6	无
73	苗阜秀	灿星文化	20621861	14	2017/9/7 至 2027/9/6	无
74	苗阜秀	灿星文化	20622319	15	2017/9/7 至 2027/9/6	无
75	苗阜秀	灿星文化	20622465	16	2017/9/7 至 2027/9/6	无
76	苗阜秀	灿星文化	20622541	18	2017/9/14 至 2027/9/13	无
77	苗阜秀	灿星文化	20622285	25	2017/9/7 至 2027/9/6	无
78	苗阜秀	灿星文化	20622378	28	2017/9/7 至 2027/9/6	无
79	苗阜秀	灿星文化	20622440	42	2017/9/7 至 2027/9/6	无
80	苗阜秀	灿星文化	20622683	45	2017/9/7 至 2027/9/6	无
81		灿星文化	20736725	41	2017/9/14 至 2027/9/13	无
82		灿星文化	20737151	38	2017/9/14 至 2027/9/13	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
83		灿星文化	20737132	35	2017/9/14 至 2027/9/13	无
84		灿星文化	20737246	9	2017/9/14 至 2027/9/13	无
85		灿星文化	20737519	14	2017/9/14 至 2027/9/13	无
86		灿星文化	20737456	15	2017/9/14 至 2027/9/13	无
87		灿星文化	20737584	16	2017/9/14 至 2027/9/13	无
88		灿星文化	20737807	18	2017/9/14 至 2027/9/13	无
89		灿星文化	20737882	25	2017/9/14 至 2027/9/13	无
90		灿星文化	20738057	28	2017/9/14 至 2027/9/13	无
91		灿星文化	20738173	42	2017/9/14 至 2027/9/13	无
92		灿星文化	20738418	45	2017/9/14 至 2027/9/13	无
93		灿星文化	21226730	41	2018/1/14 至 2028/1/13	无
94		灿星文化	21227115	35	2017/11/7 至 2027/11/6	无
95		灿星文化	21227440	15	2017/11/7 至 2027/11/6	无
96		灿星文化	21227452	16	2018/7/21 至 2028/7/20	无
97		灿星文化	21227582	18	2017/12/21 至 2027/12/20	无
98		灿星文化	21227634	28	2017/11/7 至 2027/11/6	无
99		灿星文化	21227720	42	2018/7/7 至 2028/7/6	无
100		灿星文化	21227818	45	2017/11/7 至 2027/11/6	无
101		灿星文化	21295396	41	2017/11/14 至 2027/11/13	无
102		灿星文化	21295465	38	2017/11/14 至 2027/11/13	无
103		灿星文化	21295367	35	2017/11/14 至 2027/11/13	无
104		灿星文化	21295403	9	2017/11/14 至 2027/11/13	无
105		灿星文化	21296477	14	2017/11/14 至 2027/11/13	无
106		灿星文化	21295926	15	2017/11/14 至 2027/11/13	无
107		灿星文化	21295968	16	2017/11/14 至 2027/11/13	无
108		灿星文化	21296008	18	2018/7/7 至 2028/7/6	无
109		灿星文化	21296187	25	2018/7/7 至 2028/7/6	无
110		灿星文化	21296056	28	2017/11/14 至 2027/11/13	无
111		灿星文化	21296090	42	2017/11/14 至 2027/11/13	无
112		灿星文化	21296182	45	2017/11/14 至 2027/11/13	无
113		灿星文化	21371155	41	2017/11/14 至 2027/11/13	无
114		灿星文化	21371273	38	2017/11/14 至 2027/11/13	无
115		灿星文化	21371379	35	2017/11/14 至 2027/11/13	无
116		灿星文化	21371591	9	2017/11/14 至 2027/11/13	无
117		灿星文化	21371724	14	2017/11/14 至 2027/11/13	无
118		灿星文化	21371744	15	2017/11/14 至 2027/11/13	无
119		灿星文化	21371909	16	2017/11/14 至 2027/11/13	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
120		灿星文化	21371924	18	2017/11/14 至 2027/11/13	无
121		灿星文化	21372096	25	2017/11/14 至 2027/11/13	无
122		灿星文化	21372150	28	2017/11/14 至 2027/11/13	无
123		灿星文化	21372229	42	2017/11/14 至 2027/11/13	无
124		灿星文化	21372336	45	2017/11/14 至 2027/11/13	无
125		灿星文化、上海熊猫互娱文化有限公司、北京万合天宜影视文化有限公司	21743553	9	2017/12/14 至 2027/12/13	无
126		灿星文化、上海熊猫互娱文化有限公司、北京万合天宜影视文化有限公司	21743604	14	2017/12/14 至 2027/12/13	无
127		灿星文化、上海熊猫互娱文化有限公司、北京万合天宜影视文化有限公司	21743676	15	2017/12/14 至 2027/12/13	无
128		灿星文化、上海熊猫互娱文化有限公司、北京万合天宜影视文化有限公司	21743870	16	2017/12/14 至 2027/12/13	无
129		灿星文化、上海熊猫互娱文化有限公司、北	21743860	18	2017/12/14 至 2027/12/13	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
		京万合天宜影视文化有限公司				
130		灿星文化、上海熊猫互娱文化有限公司、北京万合天宜影视文化有限公司	21744021	28	2017/12/14 至 2027/12/13	无
131		灿星文化、上海熊猫互娱文化有限公司、北京万合天宜影视文化有限公司	21744152	42	2017/12/14 至 2027/12/13	无
132		灿星文化	21809535	41	2017/12/21 至 2027/12/20	无
133		灿星文化	21809684	38	2017/12/21 至 2027/12/20	无
134		灿星文化	21810109	35	2017/12/21 至 2027/12/20	无
135		灿星文化	21810123	9	2017/12/21 至 2027/12/20	无
136		灿星文化	21810369	14	2017/12/21 至 2027/12/20	无
137		灿星文化	21810439	15	2017/12/21 至 2027/12/20	无
138		灿星文化	21810690	16	2017/12/21 至 2027/12/20	无
139		灿星文化	21810519	18	2017/12/21 至 2027/12/20	无
140		灿星文化	21810774	25	2017/12/21 至 2027/12/20	无
141		灿星文化	21810772	28	2017/12/21 至 2027/12/20	无
142		灿星文化	21810748	42	2017/12/21 至 2027/12/20	无
143		灿星文化	21810923	45	2017/12/21 至 2027/12/20	无
144	HEROES OF REMIX	灿星文化	20368044	41	2018/2/21 至 2028/2/20	无
145	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367944	38	2017/8/7 至 2027/8/6	无
146	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367767	35	2017/8/7 至 2027/8/6	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
147	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367774	9	2017/8/7 至 2027/8/6	无
148	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367548	15	2017/8/7 至 2027/8/6	无
149	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367498	16	2017/8/7 至 2027/8/6	无
150	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367327	18	2017/8/7 至 2027/8/6	无
151	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367280	25	2017/8/7 至 2027/8/6	无
152	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367282	28	2017/8/7 至 2027/8/6	无
153	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367155	42	2017/8/7 至 2027/8/6	无
154	HEROES OF REMIX	灿星文化	20367220	45	2017/8/7 至 2027/8/6	无
155	盖世英雄	灿星文化	20366245	41	2017/10/21 至 2027/10/20	无
156	盖世英雄	灿星文化	20366305	38	2017/8/7 至 2027/8/6	无
157	盖世英雄	灿星文化	20366391	35	2017/10/14 至 2027/10/13	无
158	盖世英雄	灿星文化	20366471	9	2017/10/14 至 2027/10/13	无
159	盖世英雄	灿星文化	20366588	14	2017/8/7 至 2027/8/6	无
160	盖世英雄	灿星文化	20366501	15	2017/8/7 至 2027/8/6	无
161	盖世英雄	灿星文化	20366602	16	2017/8/7 至 2027/8/6	无
162	盖世英雄	灿星文化	20366797	18	2017/8/7 至 2027/8/6	无
163	盖世英雄	灿星文化	20366831	25	2018/8/14 至 2028/8/13	无
164	盖世英雄	灿星文化	20366949	28	2017/8/7 至 2027/8/6	无
165	盖世英雄	灿星文化	20366937	45	2017/8/7 至 2027/8/6	无
166		灿星文化	20369284	9	2018/4/21 至 2028/4/20	无
167		灿星文化	20369214	14	2017/8/7 至 2027/8/6	无
168		灿星文化	20369407	16	2018/4/21 至 2028/4/20	无
169		灿星文化	20369474	18	2017/8/7 至 2027/8/6	无
170		灿星文化	20369519	25	2017/8/7 至 2027/8/6	无
171		灿星文化	20369585	28	2017/8/7 至 2027/8/6	无
172		灿星文化	20368889	41	2018/4/21 至 2028/4/20	无
173		灿星文化	20369513	42	2018/4/21 至 2028/4/20	无
174		灿星文化	20369616	45	2017/8/7 至 2027/8/6	无
175		灿星文化	23315643	41	2018/3/14 至 2028/3/13	无
176		灿星文化	23315837	38	2018/3/14 至 2028/3/13	无
177		灿星文化	23316182	35	2018/3/14 至 2028/3/13	无
178		灿星文化	23316833	9	2018/3/21 至 2028/3/20	无
179		灿星文化	23316995	14	2018/3/14 至 2028/3/13	无
180		灿星文化	23316912	15	2018/3/14 至 2028/3/13	无
181		灿星文化	23316468	16	2018/3/21 至 2028/3/20	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
182		灿星文化	23316639	18	2018/3/21 至 2028/3/20	无
183		灿星文化	23316672	25	2018/3/14 至 2028/3/13	无
184		灿星文化	23317412	28	2018/3/14 至 2028/3/13	无
185		灿星文化	23316872	42	2018/3/14 至 2028/3/13	无
186		灿星文化	23317438	45	2018/3/14 至 2028/3/13	无
187	SINGKIDS	灿星文化	23315204	41	2018/4/7 至 2028/4/6	无
188	SINGKIDS	灿星文化	23315942	38	2018/3/21 至 2028/3/20	无
189	SINGKIDS	灿星文化	23315974	35	2018/3/14 至 2028/3/13	无
190	SINGKIDS	灿星文化	23316241	9	2018/3/14 至 2028/3/13	无
191	SINGKIDS	灿星文化	23316801	14	2018/3/21 至 2028/3/20	无
192	SINGKIDS	灿星文化	23316504	16	2018/3/14 至 2028/3/13	无
193	SINGKIDS	灿星文化	23317275	18	2018/3/14 至 2028/3/13	无
194	SINGKIDS	灿星文化	23317381	25	2018/3/14 至 2028/3/13	无
195	SINGKIDS	灿星文化	23317185	28	2018/3/21 至 2028/3/20	无
196	SINGKIDS	灿星文化	23317402	42	2018/3/14 至 2028/3/13	无
197	SINGKIDS	灿星文化	23316979	45	2018/3/14 至 2028/3/13	无
198		灿星文化	24534587	41	2018/6/14 至 2028/6/13	无
199		灿星文化	24535282	38	2018/6/14 至 2028/6/13	无
200		灿星文化	24535387	35	2018/6/14 至 2028/6/13	无
201		灿星文化	24535764	15	2018/6/14 至 2028/6/13	无
202		灿星文化	24536142	18	2018/6/14 至 2028/6/13	无
203		灿星文化	24536041	25	2018/6/14 至 2028/6/13	无
204		灿星文化	24536214	28	2018/6/14 至 2028/6/13	无
205		灿星文化	24536073	42	2018/6/14 至 2028/6/13	无
206		灿星文化	24536293	45	2018/6/14 至 2028/6/13	无
207		灿星文化	24536615	41	2018/7/7 至 2028/7/6	无
208		灿星文化	24536121	38	2018/7/7 至 2028/7/6	无
209		灿星文化	24536878	35	2018/6/14 至 2028/6/13	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
210		灿星文化	24536816	9	2018/6/14 至 2028/6/13	无
211		灿星文化	24536338	14	2018/7/7 至 2028/7/6	无
212		灿星文化	24536395	15	2018/7/7 至 2028/7/6	无
213		灿星文化	24537002	16	2018/6/14 至 2028/6/13	无
214		灿星文化	24537070	18	2018/6/14 至 2028/6/13	无
215		灿星文化	24537056	25	2018/6/14 至 2028/6/13	无
216		灿星文化	24537256	28	2018/6/14 至 2028/6/13	无
217		灿星文化	24537468	42	2018/6/14 至 2028/6/13	无
218		灿星文化	24537301	45	2018/6/14 至 2028/6/13	无
219		灿星文化	25514131	41	2018/8/7 至 2028/8/6	无
220		灿星文化	25500084	38	2018/8/7 至 2028/8/6	无
221		灿星文化	25513152	35	2018/8/7 至 2028/8/6	无
222		灿星文化	25507673	9	2018/8/7 至 2028/8/6	无
223		灿星文化	25513172	14	2018/8/7 至 2028/8/6	无
224		灿星文化	25498940	16	2018/8/7 至 2028/8/6	无
225		灿星文化	25503742	25	2018/8/7 至 2028/8/6	无
226		灿星文化	25517278	42	2018/8/7 至 2028/8/6	无
227		灿星文化	25517298	45	2018/8/7 至 2028/8/6	无
228		灿星文化	25578709	41	2018/7/21 至 2028/7/20	无
229		灿星文化	25577110	38	2018/7/28 至 2028/7/27	无
230		灿星文化	25577152	9	2018/7/21 至 2028/7/20	无
231		灿星文化	25585009	14	2018/7/21 至 2028/7/20	无
232		灿星文化	25576382	16	2018/7/21 至 2028/7/20	无
233		灿星文化	25578588	18	2018/7/28 至 2028/7/27	无
234		灿星文化	25585117	25	2018/7/28 至 2028/7/27	无
235		灿星文化	25585145	28	2018/7/21 至 2028/7/20	无
236		灿星文化	25572028	42	2018/7/21 至 2028/7/20	无
237		灿星文化	25579677	45	2018/7/21 至 2028/7/20	无
238		灿星文化	25579134	9	2018/8/14 至 2028/8/13	无
239		灿星文化	25567827	14	2018/8/7 至 2028/8/6	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
240		灿星文化	25570121	15	2018/8/7 至 2028/8/6	无
241		灿星文化	25582939	25	2018/8/7 至 2028/8/6	无
242		灿星文化	25582922	18	2018/8/14 至 2028/8/13	无
243		灿星文化	25581618	38	2018/8/14 至 2028/8/13	无
244		灿星文化	25579683	45	2018/8/14 至 2028/8/13	无
245		灿星文化	25576281	15	2018/8/14 至 2028/8/13	无
246		灿星文化	25576216	41	2018/8/14 至 2028/8/13	无
247		灿星文化	25574299	42	2018/8/14 至 2028/8/13	无
248		灿星文化	25574285	28	2018/8/14 至 2028/8/13	无
249		灿星文化	25573623	35	2018/8/14 至 2028/8/13	无
250		灿星文化	25571621	16	2018/8/14 至 2028/8/13	无
251		灿星文化	25570890	35	2018/8/14 至 2028/8/13	无
252		灿星文化	25515854	18	2018/8/14 至 2028/8/13	无
253		灿星文化	25514592	28	2018/8/14 至 2028/8/13	无
254		灿星文化	25496609	15	2018/8/14 至 2028/8/13	无
255	灿星制作	灿星文化	20546869	21	2018/9/21 至 2028/9/20	无
256	BIBI 熊	灿星文化	20605356	35	2018/8/28 至 2028/8/27	无
257	灿星制作	灿星文化	20546248	38	2018/11/28 至 2028/11/27	无
258	灿星制作	灿星文化	20546330	35	2018/10/14 至 2028/10/13	无
259	灿星制作	灿星文化	20546519	9	2018/11/28 至 2028/11/27	无
260	灿星制作	灿星文化	20546670	16	2018/11/28 至 2028/11/27	无
261	灿星制作	灿星文化	20546744	18	2018/10/14 至 2028/10/13	无
262	灿星制作	灿星文化	20546920	25	2018/10/14 至 2028/10/13	无
263	灿星制作	灿星文化	20547190	42	2018/11/28 至 2028/11/27	无
264	灿星制作	灿星文化	20547225	45	2018/10/14 至 2028/10/13	无
265	BIBI 熊	灿星文化	20606215	18	2018/10/28 至 2028/10/27	无
266		灿星文化	26666021	28	2018/9/21 至 2028/9/20	无
267		灿星文化	26663544	12	2018/9/21 至 2028/9/20	无
268		灿星文化	26655613	45	2018/9/21 至 2028/9/20	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
269		灿星文化	26663518	14	2018/9/21 至 2028/9/20	无
270		灿星文化	26666681	42	2018/9/21 至 2028/9/20	无
271		灿星文化	26655640	25	2018/9/21 至 2028/9/20	无
272		灿星文化	26661798	16	2018/9/21 至 2028/9/20	无
273		灿星文化	26662009	15	2018/10/07 至 2028/10/06	无
274		灿星文化	26659784	38	2018/9/21 至 2028/9/20	无
275		灿星文化	26651877	18	2018/9/21 至 2028/9/20	无
276		灿星文化	26648494	41	2018/9/21 至 2028/9/20	无
277		灿星文化	26648291	35	2018/9/21 至 2028/9/20	无
278		灿星文化	26646172	9	2018/9/21 至 2028/9/20	无
279		灿星文化	26666015	28	2018/12/14 至 2028/12/13	无
280		灿星文化	26662933	38	2018/10/07 至 2028/10/06	无
281		灿星文化	26658368	16	2018/12/14 至 2028/12/13	无
282		灿星文化	26657672	41	2018/12/28 至 2028/12/27	无
283		灿星文化	26664104	41	2018/12/14 至 2028/12/13	无
284		灿星文化	26658104	28	2018/12/14 至 2028/12/13	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
285		灿星文化	26647727	16	2018/12/14 至 2028/12/13	无
286		灿星文化	26648954	42	2018/10/07 至 2028/10/06	无
287		灿星文化	26647875	9	2018/12/14 至 2028/12/13	无
288		灿星文化	26644836	38	2018/9/21 至 2028/9/20	无
289		灿星文化	23435140	45	2018/10/21 至 2028/10/20	无
290		灿星文化	23434001	35	2018/11/28 至 2028/11/27	无
291		灿星文化	23434902	16	2018/10/21 至 2028/10/20	无
292		灿星文化	23434986	42	2018/10/21 至 2028/10/20	无
293		灿星文化	20369236	15	2019/1/28 至 2029/1/27	无
294		灿星文化	23434292	15	2018/4/28 至 2028/4/27	无
295	LOOK OF THE YEAR	灿星文化	29299717	35	2019/1/21 至 2029/1/20	无
296	LOOK OF THE YEAR	灿星文化	29301867	38	2019/1/21 至 2029/1/20	无
297	LOOK OF THE YEAR	灿星文化	29298796	41	2019/1/21 至 2029/1/20	无
298	LOOK OF THE YEAR	灿星文化	29300339	45	2019/1/21 至 2029/1/20	无
299	STAR LOOK OF THE YEAR	灿星文化	29302096	35	2019/1/21 至 2029/1/20	无
300	STAR LOOK OF THE YEAR	灿星文化	29296621	38	2019/1/21 至 2029/1/20	无
301	STAR LOOK OF THE YEAR	灿星文化	29298076	41	2019/1/21 至 2029/1/20	无
302	STAR LOOK OF THE YEAR	灿星文化	29300336	45	2019/1/21 至 2029/1/20	无
303		灿星文化	20368945	38	2019/5/14 至 2029/5/13	无
304	STAR FASHION	灿星文化	29405905	26	2019/5/21 至 2029/5/20	无
305	STAR LOOK	灿星文化	29300557	41	2019/3/28 至 2029/3/27	无
306	同一堂课	灿星文化	30774806	9	2019/2/28 至 2029/2/27	无
307	同一堂课	灿星文化	30765408	37	2019/2/21 至 2029/2/20	无
308	同一堂课	灿星文化	30748958	42	2019/3/7 至 2029/3/6	无
309	同一堂课	灿星文化	30761810	43	2019/3/7 至 2029/3/6	无
310	同一堂课	灿星文化	30773322	45	2019/2/28 至 2029/2/27	无
311		灿星文化	30751781	3	2019/3/7 至 2029/3/6	无
312		灿星文化	30758564	6	2019/2/28 至 2029/2/27	无
313		灿星文化	30766064	9	2019/2/28 至 2029/2/27	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
314		灿星文化	30765524	18	2019/2/28 至 2029/2/27	无
315		灿星文化	30756738	19	2019/2/21 至 2029/2/20	无
316		灿星文化	30765258	21	2019/2/21 至 2029/2/20	无
317		灿星文化	30747496	25	2019/2/21 至 2029/2/20	无
318		灿星文化	30750073	37	2019/2/21 至 2029/2/20	无
319		灿星文化	30754221	42	2019/2/21 至 2029/2/20	无
320		灿星文化	30766046	43	2019/3/7 至 2029/3/6	无
321		灿星文化	30775124	45	2019/2/28 至 2029/2/27	无
322		灿星文化	21742932	41	2019/3/21 至 2029/3/20	无
323	星空时尚	灿星文化	21227300	14	2019/3/21 至 2029/3/20	无
324	爱情找对门	灿星文化	32444653	9	2019/4/7 至 2029/4/6	无
325	爱情找对门	灿星文化	32454864	14	2019/4/7 至 2029/4/6	无
326	爱情找对门	灿星文化	32444689	15	2019/4/7 至 2029/4/6	无
327	爱情找对门	灿星文化	32439615	16	2019/4/7 至 2029/4/6	无
328	爱情找对门	灿星文化	32439631	18	2019/4/7 至 2029/4/6	无
329	爱情找对门	灿星文化	32455852	25	2019/4/7 至 2029/4/6	无
330	爱情找对门	灿星文化	32447950	28	2019/4/7 至 2029/4/6	无
331	爱情找对门	灿星文化	32440610	35	2019/4/7 至 2029/4/6	无
332	爱情找对门	灿星文化	32455591	38	2019/4/7 至 2029/4/6	无
333	爱情找对门	灿星文化	32456199	41	2019/4/7 至 2029/4/6	无
334	爱情找对门	灿星文化	32443462	42	2019/4/7 至 2029/4/6	无
335	爱情找对门	灿星文化	32443480	45	2019/4/7 至 2029/4/6	无
336		灿星文化	26926923	9	2019/6/7 至 2029/6/6	无
337		灿星文化	26923206	14	2019/6/7 至 2029/6/6	无
338		灿星文化	26929382	15	2019/6/7 至 2029/6/6	无
339		灿星文化	26931166	16	2019/6/7 至 2029/6/6	无
340		灿星文化	26932746	18	2019/6/7 至 2029/6/6	无
341		灿星文化	26913795	25	2019/5/14 至 2029/5/13	无
342		灿星文化	26923592	28	2019/6/7 至 2029/6/6	无
343		灿星文化	26916913	35	2019/5/14 至 2029/5/13	无
344		灿星文化	26925495	38	2019/6/7 至 2029/6/6	无
345		灿星文化	26921513	41	2019/5/14 至 2029/5/13	无
346		灿星文化	26926954	42	2019/6/7 至 2029/6/6	无
347		灿星文化	26923632	45	2019/5/14 至 2029/5/13	无
348	STAR LOOK	灿星文化	29301172	35	2019/5/28 至 2029/5/27	无
349		灿星文化	31069169	16	2019/6/7 至 2029/6/6	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
350		灿星文化	31094711	21	2019/6/7 至 2029/6/6	无
351		灿星文化	31078875	41	2019/6/7 至 2029/6/6	无
352		灿星文化	23433615	38	2019/7/7 至 2029/7/6	无
353		灿星文化	24535628	9	2019/7/7 至 2029/7/6	无
354		灿星文化	24535695	14	2019/6/28 至 2029/6/27	无
355		灿星文化	24535785	16	2019/7/7 至 2029/7/6	无
356		灿星文化	34378227	3	2019/6/28 至 2029/6/27	无
357		灿星文化	27888261	9	2019/7/7 至 2029/7/6	无
358		灿星文化	27904774	14	2019/7/7 至 2029/7/6	无
359		灿星文化	27892790	15	2019/7/7 至 2029/7/6	无
360		灿星文化	27896885	16	2019/7/7 至 2029/7/6	无
361		灿星文化	27892992	18	2019/7/7 至 2029/7/6	无
362		灿星文化	27905991	25	2019/7/7 至 2029/7/6	无
363		灿星文化	27884019	28	2019/7/7 至 2029/7/6	无
364		灿星文化	27886732	38	2019/7/7 至 2029/7/6	无
365		灿星文化	27895407	41	2019/7/7 至 2029/7/6	无
366		灿星文化	27892330	42	2019/7/7 至 2029/7/6	无
367		灿星文化	27892354	45	2019/7/7 至 2029/7/6	无
368		灿星文化	8364189	9	2012/04/21 至 2022/04/20	无
369		灿星文化、株式会社文化广播	20173791	41	2019/11/7 至 2029/11/06	无
370		灿星文化	20546113	41	2019/09/28 至 2029/09/27	无
371		灿星文化	28186563	35	2019/07/21 至 2029/07/20	无
372		灿星文化	20369044	35	2019/10/28 至 2029/10/27	无
373		灿星文化	23433764	41	2019/07/14 至 2029/07/13	无
374		灿星文化	23434129	9	2019/09/21 至 2029/09/20	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
375		灿星文化	23435089	28	2019/09/21 至 2029/09/20	无
376		灿星文化	23434019	14	2019/08/21 至 2029/08/20	无
377		灿星文化	23434410	18	2019/07/28 至 2029/07/27	无
378	STAR MODEL	灿星文化	29407780	35	2019/2/14 至 2029/2/13	无
379	STAR MODEL	灿星文化	29408420	18	2019/2/14 至 2029/2/13	无
380	STAR MODEL	灿星文化	29410318	45	2019/2/7 至 2029/2/6	无
381	STAR MODEL	灿星文化	29414998	38	2019/2/14 至 2029/2/13	无
382	STAR MODEL	灿星文化	29414922	42	2019/1/14 至 2029/1/13	无
383	STAR MODEL	灿星文化	29401707	14	2019/1/28 至 2029/1/27	无
384	STAR MODEL	灿星文化	29402589	26	2019/2/7 至 2029/2/6	无
385	STAR MODEL	灿星文化	29402828	41	2019/2/7 至 2029/2/6	无
386	STAR MODEL	灿星文化	29404133	3	2019/2/7 至 2029/2/6	无
387	STAR MODEL	灿星文化	29404402	9	2019/2/7 至 2029/2/6	无
388	STAR MODEL	灿星文化	29404489	21	2019/2/7 至 2029/2/6	无
389	STAR MODEL	灿星文化	29406233	16	2019/2/14 至 2029/2/13	无
390	LOOK OF THE YEAR	灿星文化	29407873	26	2019/2/14 至 2029/2/13	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
391		灿星文化	29410286	41	2019/2/7 至 2029/2/6	无
392		灿星文化	29408648	35	2019/2/14 至 2029/2/13	无
393		灿星文化	29415168	21	2019/2/14 至 2029/2/13	无
394		灿星文化	29413982	3	2019/2/14 至 2029/2/13	无
395		灿星文化	29413582	42	2019/1/28 至 2029/1/27	无
396		灿星文化	29414993	38	2019/2/14 至 2029/2/13	无
397		灿星文化	29401701	14	2019/1/28 至 2029/1/27	无
398		灿星文化	29406225	16	2019/2/14 至 2029/2/13	无
399		灿星文化	29406165	9	2019/2/14 至 2029/2/13	无
400		灿星文化	29405828	45	2019/2/14 至 2029/2/13	无
401		灿星文化	29405462	25	2019/2/7 至 2029/2/6	无
402		灿星文化	29404924	18	2019/2/7 至 2029/2/6	无
403		灿星文化	29407151	16	2019/2/14 至 2029/2/13	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
404		灿星文化	29406197	14	2019/2/14 至 2029/2/13	无
405		灿星文化	29402961	9	2019/2/7 至 2029/2/6	无
406		灿星文化	29417800	26	2019/1/14 至 2029/1/13	无
407		灿星文化	29417725	3	2019/1/14 至 2029/1/13	无
408		灿星文化	29408415	18	2019/2/14 至 2029/2/13	无
409		灿星文化	29408862	21	2019/2/14 至 2029/2/13	无
410		灿星文化	29412650	42	2019/08/07 至 2029/08/06	无
411		灿星文化	29415257	45	2019/04/28 至 2029/04/27	无
412		灿星文化	29417732	3	2019/1/14 至 2029/1/13	无
413		灿星文化	29415314	9	2019/04/28 至 2029/04/27	无
414		灿星文化	29407167	16	2019/04/21 至 2029/04/20	无
415		灿星文化	29405145	18	2019/04/21 至 2029/04/20	无
416		灿星文化	29404495	21	2019/2/7 至 2029/2/6	无
417		灿星文化	29408201	41	2019/04/21 至 2029/04/20	无
418		灿星文化	29413961	42	2019/1/14 至 2029/1/13	无
419		灿星文化	29404360	45	2019/04/21 至 2029/04/20	无
420		灿星文化	31067217	3	2019/04/21 至 2029/04/20	无
421		灿星文化	31091809	9	2019/04/21 至 2029/04/20	无
422		灿星文化	31077328	14	2019/04/21 至 2029/04/20	无
423		灿星文化	31094746	18	2019/04/21 至 2029/04/20	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
424		灿星文化	31078114	25	2019/04/21 至 2029/04/20	无
425		灿星文化	31077623	26	2019/04/21 至 2029/04/20	无
426		灿星文化	31075381	35	2019/04/28 至 2029/04/27	无
427		灿星文化	31072093	38	2019/04/21 至 2029/04/20	无
428		灿星文化	31090394	42	2019/04/28 至 2029/04/27	无
429		灿星文化	31082245	45	2019/04/21 至 2029/04/20	无
430		灿星文化	29408868	21	2019/02/14 至 2029/02/13	无
431		灿星文化	29412655	42	2019/08/07 至 2029/08/06	无
432		灿星文化	29408055	9	2019/08/14 至 2029/08/13	无
433		灿星文化	29417410	14	2019/04/21 至 2029/04/20	无
434		灿星文化	29408536	16	2019/04/21 至 2029/04/20	无
435		灿星文化	29410817	18	2019/08/07 至 2029/08/06	无
436		灿星文化	29415166	21	2019/10/14 至 2029/10/13	无
437		灿星文化	29417663	25	2019/08/07 至 2029/08/06	无
438		灿星文化	29413985	26	2019/08/07 至 2029/08/06	无
439		灿星文化	29402847	38	2019/08/14 至 2029/08/13	无
440		灿星文化	29407514	41	2019/04/21 至 2029/04/20	无
441		灿星文化	29417685	42	2019/08/07 至 2029/08/06	无
442		灿星文化	29405825	45	2019/08/07 至 2029/08/06	无
443		灿星文化	25515826	15	2019/07/28 至 2029/07/27	无
444		灿星文化	25515889	28	2019/07/28 至 2029/07/27	无
445		灿星文化	25501310	38	2019/07/28 至 2029/07/27	无
446		灿星文化	25502016	42	2019/07/28 至 2029/07/27	无
447		灿星文化	25503795	45	2019/07/28 至 2029/07/27	无
448		灿星文化	29417294	9	2019/10/07 至 2029/10/06	无
449		灿星文化	29408533	16	2019/10/07 至 2029/10/06	无
450		灿星文化	29417644	18	2019/10/07 至 2029/10/06	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
451	STAR FASHION 星空时尚	灿星文化	29404841	45	2019/10/07 至 2029/10/06	无
452	Sig	灿星文化	27302425	9	2019/10/14 至 2029/10/13	无
453		灿星文化	21589066	9	2019/12/14 至 2029/12/13	无
454		灿星文化	21588878	38	2019/12/14 至 2029/12/13	无
455		灿星文化	21588810	41	2019/12/14 至 2029/12/13	无
456		灿星文化	30747472	35	2020-03-07 至 2030-3-6	无
457	同一堂课	灿星文化	30771138	35	2020-03-07 至 2030-3-6	无
458	STAR FASHION 星空时尚	灿星文化	29417730	3	2020-02-21 至 2030-2-20	无
459	STAR FASHION 星空时尚	灿星文化	29411066	26	2020-02-21 至 2030-2-20	无
460	STAR MODEL 星空模特	灿星文化	29412626	25	2020-02-21 至 2030-2-20	无
461	STAR MODEL	灿星文化	29410949	25	2020-02-21 至 2030-2-20	无
462	STAR FASHION	灿星文化	29414903	25	2020-02-21 至 2030-2-20	无
463		灿星文化	20606832	45	2020-07-14 至 2030-7-13	无
464	STAR FASHION 星空时尚	灿星文化	29410951	25	2020-07-21 至 2030-7-20	无
465		灿星文化	25512814	25	2020-08-28 至 2030-08-27	无
466	STAR MODEL 星空模特	灿星文化	40166723	25	2020-08-28 至 2030-08-27	无
467		灿星文化	42897925	38	2020-08-28 至 2030-08-27	无
468	秀立方	梦响强音[24]	17858434	9	2016/10/21 至 2026/10/20	无

[24] 梦响强音，即梦响强音文化传播(上海)有限公司，系发行人境内全资子公司。

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
469	秀立方	梦响强音	17858575	28	2016/10/21 至 2026/10/20	无
470	秀立方	梦响强音	17858669	38	2016/10/21 至 2026/10/20	无
471	秀立方	梦响强音	17858784	41	2016/10/21 至 2026/10/20	无
472	星乙	梦响强音	32141485	38	2019/6/7 至 2029/6/6	无
473	星乙	梦响强音	32141501	35	2019/6/7 至 2029/6/6	无
474	星乙	梦响强音	32141590	15	2019/5/28 至 2029/5/27	无
475	星乙	梦响强音	32133504	14	2019/6/14 至 2029/6/13	无
476	星乙	梦响强音	32141576	16	2019/6/14 至 2029/6/13	无
477	星乙	梦响强音	32129084	25	2019/6/14 至 2029/6/13	无
478	星乙	梦响强音	32141516	28	2019/6/14 至 2029/6/13	无
479	星乙	梦响强音	32131382	41	2019/6/14 至 2029/6/13	无
480	星乙	梦响强音	32141429	42	2019/6/14 至 2029/6/13	无
481	星乙	梦响强音	32122114	45	2019/6/21 至 2029/6/20	无
482	星乙	梦响强音	32140530	9	2019/07/21 至 2029/07/20	无
483	星乙	梦响强音	32133449	18	2020/6/21 至 2030-12-20	无
484	當然音樂	梦响当然[25]	6880533	15	2010/5/21 至 2020/5/20	无
485	當然音樂	梦响当然	6880534	41	2010/9/14 至 2020/9/13	无
486		梦响当然	8585653	15	2011/8/28 至 2021/8/27	无
487	当然	梦响当然	8585669	15	2011/8/28 至 2021/8/27	无
488	當然	梦响当然	8585683	15	2011/8/28 至 2021/8/27	无
489		梦响当然	8585709	35	2014/4/14 至 2024/4/13	无
490	当然	梦响当然	8585755	35	2013/1/7 至 2023/1/6	无
491	當然	梦响当然	8585768	35	2013/1/7 至 2023/1/6	无
492	当然	梦响当然	8585789	41	2011/8/28 至 2021/8/27	无
493		梦响当然	8585800	41	2011/8/28 至 2021/8/27	无
494	當然	梦响当然	8585909	41	2011/8/28 至 2021/8/27	无
495	造音乐	梦响当然	17741006	35	2016/10/7 至 2026/10/6	无
496	造音乐	梦响当然	17741508	41	2016/10/7 至 2026/10/6	无

[25] 梦响当然，即梦响当然音乐文化传播（上海）有限公司，系发行人境内控股二级子公司。

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
497	梦响当然音乐	梦响当然	19074542	15	2017/3/14 至 2027/3/13	无
498	梦响当然	梦响当然	19074648	15	2017/3/14 至 2027/3/13	无
499	梦响当然音乐	梦响当然	19074783	35	2017/3/14 至 2027/3/13	无
500	梦响当然	梦响当然	19074853	35	2017/3/14 至 2027/3/13	无
501	梦响当然	梦响当然	19074973	41	2017/3/14 至 2027/3/13	无
502	梦响当然音乐	梦响当然	19075031	41	2017/3/14 至 2027/3/13	无
503		梦响当然	21891315	35	2017/12/28 至 2027/12/27	无
504		梦响当然	21891497	35	2017/12/28 至 2027/12/27	无
505		梦响当然	21891713	41	2017/12/28 至 2027/12/27	无
506		梦响当然	21891744	41	2017/12/28 至 2027/12/27	无

（2）境外注册商标

①香港

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
1	SING! CHINA	灿星文化	303997261	35, 38, 41	2016/12/19 至 2026/12/18	无
2		灿星文化	303997270	35, 38, 41	2016/12/19 至 2026/12/18	无
3	中国新歌声	灿星文化	303997289	35, 38, 41	2016/12/19 至 2026/12/18	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
4		灿星文化	303997298	35, 38, 41	2016/12/19 至 2026/12/18	无

②台湾

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
1		灿星文化	01861999	35	2017/8/16 至 2027/8/15	无
2		灿星文化	01862359	38	2017/8/16 至 2027/8/15	无
3		灿星文化	01862466	41	2017/8/16 至 2027/8/15	无
4		灿星文化	01855435	35	2017/7/16 至 2027/7/15	无
5		灿星文化	01855645	38	2017/7/16 至 2027/7/15	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
6		灿星文化	01855800	41	2017/7/16 至 2027/7/15	无
7		灿星文化	01855437	35	2017/7/16 至 2027/7/15	无
8		灿星文化	01855647	38	2017/7/16 至 2027/7/15	无
9		灿星文化	01855802	41	2017/7/16 至 2027/7/15	无
10		灿星文化	01855436	35	2017/7/16 至 2027/7/15	无
11		灿星文化	01855646	38	2017/7/16 至 2027/7/15	无
12		灿星文化	01855801	41	2017/7/16 至 2027/7/15	无

③澳大利亚

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
1		灿星文化	1817170	35, 38, 41	2016/12/21 至 2026/12/21	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
2		灿星文化	1817171	35, 38, 41	2016/12/21 至 2026/12/21	无
3		灿星文化	1817172	35, 38, 41	2016/12/21 至 2026/12/21	无

④新加坡

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
1		灿星文化	40201621923Y	35, 38, 41	2016/12/21 至 2026/12/21	无
2		灿星文化	40201621948Q	35, 38, 41	2016/12/22 至 2026/12/22	无
3		灿星文化	40201621925R	35, 38, 41	2016/12/21 至 2026/12/21	无
4		灿星文化	40201621950T	35, 38, 41	2016/12/22 至 2026/12/22	无

⑤马来西亚

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
1		灿星文化	2016074012	35	2016/12/20 至 2026/12/20	无
2		灿星文化	2016074014	38	2016/12/20 至 2026/12/20	无
3		灿星文化	2016074016	41	2016/12/20 至 2026/12/20	无
4		灿星文化	2016073968	41	2016/12/19 至 2026/12/19	无
5		灿星文化	2016073962	35	2016/12/19 至 2026/12/19	无
6		灿星文化	2016073901	35	2016/12/19 至 2026/12/19	无
7		灿星文化	2016073903	38	2016/12/19 至 2026/12/19	无
8		灿星文化	2016073907	41	2016/12/19 至 2026/12/19	无
9		灿星文化	2016073945	35	2016/12/19 至 2026/12/19	无

序号	商标图案	权利人	注册号	注册类别	权利期限	他项权利
10		灿星文化	2016073953	38	2016/12/19 至 2026/12/19	无
11		灿星文化	2016073957	41	2016/12/19 至 2026/12/19	无

2、专利

截至招股说明书签署日，公司拥有的专利情况如下：

序号	专利名称	权利人	专利号	专利类型	申请日	他项权利
1	基于火油雾化的彩色喷火机	灿星文化	ZL201521120376.2	实用新型	2015/12/30	无
2	移动式纸飞机弹射器	灿星文化	ZL201521120391.7	实用新型	2015/12/30	无
3	基于单路关节的自动喷雾装置	灿星文化	ZL201521121138.3	实用新型	2015/12/31	无
4	多用途智能摄像机器人	灿星文化	ZL201521121141.5	实用新型	2015/12/31	无
5	可以移动交流的导师转椅系统	灿星文化	ZL201521124352.4	实用新型	2015/12/31	无
6	智能无线投票系统	灿星文化	ZL201521124353.9	实用新型	2015/12/31	无
7	体操竞技类节目舞台多用装置	灿星文化	ZL201521124354.3	实用新型	2015/12/31	无
8	基于无线网络的提词器装置	灿星文化	ZL201621484983.1	实用新型	2016/12/31	无
9	基于声音选择学员的导师舞台滑轨装置	灿星文化	ZL201720024260.1	实用新型	2017/1/10	无
10	一种应用于野外的视频采集箱	灿星文化	ZL201720028956.1	实用新型	2017/1/11	无
11	基于声音选择学员的舞台声光电联控装置	灿星文化	ZL201621484982.7	实用新型	2016/12/31	无
12	一种导师座椅及遮挡屏升降系统	灿星文化	ZL201621484987.X	实用新型	2016/12/31	无
13	真人秀舞台上的伞式效果灯	灿星文化	ZL201621484986.5	实用新型	2016/12/31	无
14	具有自动升降门的舞台	灿星文化	ZL201721031246.0	实用新型	2017/8/17	无
15	应用于舞台的可自动开合的导师座椅平台	灿星文化	ZL201721031426.9	实用新型	2017/8/17	无
16	荣耀之桥舞台装置	灿星文化	ZL201720024643.9	实用新型	2017/1/10	无
17	座椅	灿星文化	ZL201730348746.6	外观	2017/8/2	无
18	座椅	灿星文化	ZL201730348715.0	外观	2017/8/2	无
19	座椅	灿星文化	ZL201730348672.6	外观	2017/8/2	无
20	座椅	灿星文化	ZL201730348638.9	外观	2017/8/2	无
21	沙发	灿星文化	ZL201730349382.3	外观	2017/8/2	无
22	面具饰品	灿星文化	ZL201730520231.X	外观	2017/10/28	无
23	面具饰品	灿星文化	ZL201730536779.3	外观	2017/11/3	无

序号	专利名称	权利人	专利号	专利类型	申请日	他项权利
24	大风车面具饰品	灿星文化	ZL201730488751.7	外观	2017/10/14	无
25	面具饰品	灿星文化	ZL201730488816.8	外观	2017/10/14	无
26	披风（小魔女）	灿星文化	ZL201730503961.9	外观	2017/10/21	无
27	面具饰品	灿星文化	ZL201730536547.8	外观	2017/11/3	无
28	面具饰品	灿星文化	ZL201730536824.5	外观	2017/11/3	无
29	面具饰品	灿星文化	ZL201730554252.3	外观	2017/11/10	无
30	便携式无线提词器	灿星文化	ZL201721412815.6	实用新型	2017/10/30	无
31	舞台用照明灯光自动跟踪装置	灿星文化	ZL201721413599.7	实用新型	2017/10/30	无
32	移动平台及舞台	灿星文化	ZL201721693727.8	实用新型	2017/12/8	无
33	舞台大屏视觉效果联控装置	灿星文化	ZL201721693729.7	实用新型	2017/12/8	无
34	舞台用声光电联控系统	灿星文化	ZL201721693790.1	实用新型	2017/12/8	无
35	舞台节目流程联运控制系统	灿星文化	ZL201721693788.4	实用新型	2017/12/8	无
36	基于 DMX512 通讯协议的舞台灯光控制系统	灿星文化	ZL201721696916.0	实用新型	2017/12/8	无
37	学员反选装置	灿星文化	ZL201721696939.1	实用新型	2017/12/8	无
38	舞台滑轨控制系统	灿星文化	ZL201721763242.1	实用新型	2017/12/17	无
39	悬挂式舞台灯幕	灿星文化	ZL201721696983.2	实用新型	2017/12/8	无
40	具有高度调节功能的灯光装置	灿星文化	ZL201822175478.4	实用新型	2018/12/24	无
41	具有炫彩功能的新型结构灯光设备	灿星文化	ZL201822176144.9	实用新型	2018/12/24	无
42	具有防坠落结构的舞台灯光设备	灿星文化	ZL201822162672.9	实用新型	2018/12/23	无
43	用于舞台 VCR 展示的投影装置	灿星文化	ZL201822162673.3	实用新型	2018/12/23	无
44	一种具有立体效果的立体 LED 屏幕	灿星文化	ZL201822136472.6	实用新型	2018/12/19	无
45	一种舞台用 LED 灯具	灿星文化	ZL201822137566.5	实用新型	2018/12/19	无
46	一种互动舞台	灿星文化	ZL201820286034.5	实用新型	2018/3/1	无
47	一种舞台互动车	灿星文化	ZL201820290924.3	实用新型	2018/3/1	无
48	升降翻转沙发及其升降翻转机构	灿星文化	ZL201720952891.X	实用新型	2017/8/1	无
49	超大视角舞台环绕型摄像设备	灿星文化	ZL201822145058.1	实用新型	2018/12/19	无
50	一种具有转速调节功能的星型舞台	灿星文化	ZL201822140975.0	实用新型	2018/12/19	无
51	基于自动巡航系统的舞台导引车	灿星文化	ZL201822142749.6	实用新型	2018/12/19	无
52	九宫格旋转舞台	灿星文化	ZL 201822162671.4	实用新型	2018/12/23	无
53	基于远程遥控技术的摄像机安装平台	灿星文化	ZL 201822189479.4	实用新型	2018/12/26	无
54	用于室内真人秀节目制作的旋转型多媒体播放装置	灿星文化	ZL 201822189507.2	实用新型	2018/12/26	无
55	一种可实现多方位音效和灯光的中心舞台	灿星文化	ZL 201822236196.0	实用新型	2018/12/28	无
56	一种舞台用自动开关门	灿星文化	ZL 201822149057.4	实用新型	2018/12/19	无
57	一种新型导师转椅	灿星文化	ZL 201822150269.4	实用新型	2018/12/19	无
58	一种舞台用全方位弧形扩音装置	灿星文化	ZL 201822176149.1	实用新型	2018/12/24	无
59	基于 EFP 转播车系统的摄像机色彩调试装置	灿星文化	ZL 201822256233.4	实用新型	2018/12/29	无
60	一种具有学员预选端与导师转椅的舞台	灿星文化	ZL201822144184.5	实用新型	2018/12/19	无
61	一种具有移动摄像设备和立体屏幕的智能舞台	灿星文化	ZL201822137560.8	实用新型	2018/12/19	无

序号	专利名称	权利人	专利号	专利类型	申请日	他项权利
62	一种具有减震功能的舞台音响设备	灿星文化	ZL201921688487.1	实用新型	2019/10/10	无
63	具有限位结构的舞台旋转门	灿星文化	ZL201822189492.X	实用新型	2018/12/26	无
64	一种用于街舞展示的情景模拟舞台	灿星文化	ZL201822256281.3	实用新型	2018/12/29	无
65	一种舞台机械旋转装置	梦响强音	ZL201410359320.6	发明专利	2014/7/25	无
66	一种舞台机械旋转装置	梦响强音	ZL201420416218.0	实用新型	2014/7/25	无
67	一种提升机及其方法	梦响强音	ZL201410738178.6	发明专利	2014/12/5	无
68	虚拟现实智能娱乐体验馆	梦响强音	ZL201520857977.5	实用新型	2015/10/29	无
69	一种多功能舞台	梦响强音	ZL201720304366.7	实用新型	2017/3/27	无
70	一种旋转舞台的旋转驱动机构	梦响强音	ZL201720305324.5	实用新型	2017/3/27	无
71	一种屏幕可移动式舞台	梦响强音	ZL201820417540.3	实用新型	2018/3/27	无
72	升降舞台	梦响强音	ZL201820418784.3	实用新型	2018/3/27	无
73	基于互联网的多人异步合唱混音合成方法及合成系统	梦响强音	ZL201210550248.6	发明	2012/12/17	无
74	一种用于舞台灯光的旋转设备	梦响强音	ZL201821954266.X	实用新型	2018/11/26	无
75	一种用于舞台灯的升降设备	梦响强音	ZL201821885840.0	实用新型	2018/11/15	无

3、节目著作权

截至招股说明书签署日，公司总共登记的作品著作权如下：

序号	作品名称	权利人	作品类别	登记号	创作/录制完成日	首次发表/公映日	他项权利
1	拜见小师傅（抱拳）	灿星文化	美术作品	国作登字-2017-F-00411692	2017/9/20	/	无
2	拜见小师傅（寺庙）	灿星文化	美术作品	国作登字-2017-F-00411691	2017/9/20	/	无
3	《盖世英雄》	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2016-I-00347289	2016/9/3	2016/9/4	无
4	《歌声的翅膀》第一季	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2017-I-00426172	2017/4/28	2017/4/30	无
5	加油吧，老爸	灿星文化	其他	国作登字-2018-L-00445248	2017/11/24	/	无
6	了不起的沙发	灿星文化	美术作品	国作登字-2017-F-00467826	2017/7/26	2017/7/27	无
7	《蒙面唱将猜猜猜》第一季	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2016-I-00347290	2016/11/26	2016/11/27	无
8	《我们的挑战》第一季第一集	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2017-I-00347605	2016/12/17	2016/12/18	无
9	中国新歌声火炬	灿星文化	美术作品	国作登字-2017-F-00384059	2017/8/5	2017/8/18	无
10	《中国新歌声》那英战队队徽	灿星文化	美术作品	国作登字-2017-F-00475550	2017/6/6	2017/6/7	无

序号	作品名称	权利人	作品类别	登记号	创作/录制完成日	首次发表/公映日	他项权利
11	中国新歌声火炬	灿星文化	图形作品	国作登字-2017-J-00384060	2017/7/15	2017/8/18	无
12	《中国新歌声》周杰伦战队队徽	灿星文化	美术作品	国作登字-2017-F-00475548	2017/6/6	2017/6/7	无
13	《蒙面唱将猜猜猜》第二季	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2018-I-00533451	2017/11/17	2017/11/19	无
14	《中国新歌声》第二季	灿星文化、浙江广播电视集团	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2018-F-00544757	2017/10/8	2017/10/8	无
15	《我们的挑战》第一季第二集至第十一集	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2018-I-00575514	2017/3/4	2017/3/5	无
16	《爱情找对门》第一季	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2018-I-00575515	2018/2/22	2018/2/23	无
17	《中国新歌声》第一季	灿星文化、浙江广播电视集团	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2018-I-00578836	2016/10/7	2016/10/7	无
18	《中国之星》	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2017-I-00347643	2016/2/5	2016/2/6	无
19	《中国新歌声》Logo	灿星文化	美术作品	国作登字-2017-F-00473324	2016/6/30	2016/7/1	无
20	《微信小游戏大师赛》	灿星文化	其他	国作登字-2018-L-00657449	2018/8/25	/	无
21	《新舞林大会》	灿星文化	其他	国作登字-2019-L-00727842	2018/6/25	/	无
22	《新舞林大会》	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2019-I-00756467	2018/9/15	2018/9/30	无
23	《蒙面唱将猜猜猜》第三季	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2019-I-00756466	2018/12/20	2018/12/30	无
24	2018《中国好声音》	灿星文化、浙江广播电视集团	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2019-I-00746659	2018/10/7	2018/10/12	无
25	灿星制作平面图	灿星文化	美术作品	国作登字-2019-F-00815856	2018/12/1	2018/12/2	无
26	灿星制作立体图	灿星文化	美术作品	国作登字-2019-F-00815857	2018/12/4	2018/12/5	无
27	2019《中国好声音》	灿星文化	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2020-I-01055318	2019/10/07	2019/10/07	无
28	《中国好歌曲》第一季	星空华文国际传媒、中央广播电视总台	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2020-I-01097561	2014/3/18	2014/3/21	无
29	《中国好歌曲》第二季	星空华文国际传媒、中央广播电视总台	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2020-I-01097563	2015/03/10	2015/03/13	无
30	《中国好歌曲》第三季	灿星文化、中央广播电视总台	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2020-I-01097562	2016/4/7	2016/4/8	无

序号	作品名称	权利人	作品类别	登记号	创作/录制完成日	首次发表/公映日	他项权利
31	中国好声音之星燃麦克风造型香水外包装 2(男)	灿星文化	美术作品	国作登字-2020-F-01122136	2019/11/10	2019/11/13	无
32	中国好声音之星燃麦克风造型香水外包装 2(女)	灿星文化	美术作品	国作登字-2020-F-01122143	2019/11/10	2019/11/13	无
33	中国好声音之星燃麦克风造型香水外包装 1(男)	灿星文化	美术作品	国作登字-2020-F-01107051	2019/11/10	2019/11/13	无
34	中国好声音之星燃麦克风造型香水（男）	灿星文化	美术作品	国作登字-2020-F-01107052	2019/11/10	2019/11/13	无
35	中国好声音之星燃麦克风造型香水（女）	灿星文化	美术作品	国作登字-2020-F-01107053	2019/11/10	2019/11/13	无
36	中国好声音之星燃麦克风造型香水外包装 1(女)	灿星文化	美术作品	国作登字-2020-F-01107054	2019/11/10	2019/11/13	无
37	《蒙面舞王》调皮蛋	灿星文化	美术作品	国作登字-2020-F-00000506	2020/08/30	2020/09/13	无
38	《我们结婚吧》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212158	2012/12/9	2013/1/20	无
39	《逃》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212159	2014/4/13	2014/4/15	无
40	《雪人》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212160	2014/3/23	2014/5/26	无
41	《不说再见》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212161	2015/6/11	2015/6/18	无
42	《梦里的泪》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212162	2013/4/22	2013/9/12	无
43	《Bad Girl》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212163	2014/9/22	2014/10/28	无
44	《爱爱爱爱》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212164	2013/1/28	2013/3/28	无
45	《我知道》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212165	2014/1/27	2014/2/8	无
46	《生而不同》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212166	2014/5/14	2014/11/21	无
47	《伙伴》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212167	2013/4/10	2013/11/7	无
48	《猎人》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212168	2014/10/10	2014/10/20	无
49	《阴谋》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212169	2013/12/19	2014/5/13	无

序号	作品名称	权利人	作品类别	登记号	创作/录制完成日	首次发表/公映日	他项权利
50	《我就在你面前》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212170	2013/5/22	2013/9/10	无
51	《触发无限》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212171	2015/7/1	2015/7/6	无
52	《对的人 错的时候》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212172	2013/5/3	2013/9/3	无
53	《不请自来》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212173	2013/6/26	2013/10/22	无
54	《大闹天宫》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212174	2014/1/4	2014/1/10	无
55	《我相信》	梦响强音	电影和类似摄制电影方法创作的作品	国作登字-2015-I-00212175	2013/9/17	2013/9/23	无
56	《吴莫愁专辑<无所不在>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218605	2014/4/18	/	无
57	《中国好声音合辑<梦开始的地方>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218606	2013/5/25	/	无
58	《中国好歌曲导师原创大碟 美味人生》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218607	2014/7/18	/	无
59	《朱克专辑<逃>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218608	2014/8/25	/	无
60	《中国好歌曲导师原创大碟 走进心时代》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218609	2014/7/18	/	无
61	《中国好歌曲导师原创大碟 新九拍》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218610	2014/7/18	/	无
62	《中国好歌曲导师原创大碟 江湖新能量》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218611	2014/7/18	/	无
63	《张赫宣专辑<点赞>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218612	2014/12/5	/	无
64	《金池专辑<我就在你面前>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218613	2013/9/4	/	无
65	《萱萱专辑<这才像我>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218614	2015/5/8	/	无
66	《塔斯肯专辑<时光行者>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218615	2014/8/25	/	无
67	《郑虹专辑<电影票根>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218616	2014/8/25	/	无
68	《<中国好声音之为你转身>电影原声碟》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218617	2014/1/16	/	无
69	《张赫宣专辑<宣言>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218618	2013/9/10	/	无
70	《涂议嘉专辑<17>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218619	2015/4/19	/	无
71	《赵露专辑<LOVE>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218620	2014/11/14	/	无
72	《涂议嘉专辑<我们是谁>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218621	2015/3/30	/	无
73	《丁丁专辑<让你猜>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218622	2013/9/23	/	无
74	《赵晗专辑<花>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218623	2015/1/15	/	无
75	《金志文专辑<我们结婚吧>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218624	2013/1/20	/	无

序号	作品名称	权利人	作品类别	登记号	创作/录制完成日	首次发表/公映日	他项权利
76	《张玮专辑<喂>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218625	2014/8/25	/	无
77	《中国好歌曲第一季 档案》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218626	2015/3/30	/	无
78	《张赫宣金池张玮：2013“张张金曲”北京演唱会》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218627	2013/11/21	/	无
79	《毕夏单曲<安静下来>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218628	2014/4/2	/	无
80	《单曲<不说再见>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218629	2015/6/18	/	无
81	《张玮专辑<张玮是谁>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218630	2015/8/18	/	无
82	《孟楠专辑<我来自梦>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218631	2014/12/12	/	无
83	《毕夏专辑<序>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218632	2015/5/18	/	无
84	《侯磊专辑<不要太大声>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218633	2014/11/28	/	无
85	《大山专辑<逐光人>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218634	2014/11/7	/	无
86	《张恒远专辑<继承者>》	梦响强音	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218635	2014/9/26	/	无
87	星乙	梦响强音	美术作品	国作登字-2019-F-00763688	2018/8/4	2018/8/10	无
88	《伤》	梦响当然	录音作品著作权	国作登字-2016-S-00218584	/	/	无
89	《当然 KTV 合集（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218582	2014/12/10	/	无
90	《多亮 MV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218571	2014/12/17	/	无
91	《当然好声音合集（1）》	梦响当然	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218560	2014/12/10	/	无
92	《当然音像（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218566	2014/12/10	/	无
93	《当然好声音 MV 合集（2）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218577	2014/12/10	/	无
94	《多亮 KTV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V00218563	2014/12/10	/	无
95	《当然好声音合集（2）》	梦响当然	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218528	2014/12/10	/	无
96	《阿清 KTV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218562	2014/12/10	/	无
97	《当然 KTV 合集（2）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218572	2014/12/10	/	无
98	《当然好声音 MV 合集（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218583	2014/12/10	/	无
99	《红布条 KTV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-20016-V-00218565	2014/12/10	/	无
100	《何润东 KTV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218574	2014/12/10	/	无
101	《李代沫 MV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218576	2014/12/10	/	无
102	《凡人二重唱北京首唱会》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218561	2014/12/10	/	无
103	《李代沫北京百度享乐会》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218573	2014/12/10	/	无
104	《李泉 EP 她在北纬 26°》	梦响当然	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218557	2014/12/10	/	无
105	《何润东 MV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218568	2014/12/10	/	无
106	《黄洋单曲合集（1）》	梦响当然	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218555	2014/12/10	/	无

序号	作品名称	权利人	作品类别	登记号	创作/录制完成日	首次发表/公映日	他项权利
107	《黄淑惠 MV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218564	2014/12/10	/	无
108	《黄淑惠 KTV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218570	2014/12/10	/	无
109	《李泉上海演唱会》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218579	2014/12/10	/	无
110	《莫艳琳北京首唱会》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218567	2014/12/10	/	无
111	《李泉上海演唱会》	梦响当然	录音制作者	国作登字-2016-S-00218558	2014/12/10	/	无
112	《覃桢 EP（1）》	梦响当然	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218527	2014/12/10	/	无
113	《文颖秋 EP（1）》	梦响当然	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218526	2014/12/10	/	无
114	《李泉北京演唱会》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218578	2014/12/10	/	无
115	《李泉上海音乐节》	梦响当然	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218559	2014/12/10	/	无
116	《李泉 MV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218580	2014/12/10	/	无
117	《游鸿明 MV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218575	2014/12/10	/	无
118	《刘锡明 EP 好男人》	梦响当然	录音制作者权	国作登字-2016-S-00218556	2014/12/10	/	无
119	《游鸿明 KTV（1）》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218581	2014/12/10	/	无
120	《李泉上海音乐节》	梦响当然	录像制作者权	国作登字-2016-V-00218569	2014/12/10	/	无
121	《这！就是原创》主视觉（1）	上海灿腾[26]、优酷信息技术（北京）有限公司	美术作品	国作登字-2019-F-00848269	2018/11/30	2018/12/1	无
122	《这！就是原创》主视觉（2）	上海灿腾、优酷信息技术（北京）有限公司	美术作品	国作登字-2019-F-00848270	2018/11/30	2018/12/1	无
123	蒙面唱将之「自在」系列——面具复古戒指	梦响强音	美术作品	国作登字-2020-F-01013742	2018/11/5	2019/1/12	无
124	蒙面唱将之「自在」系列——羽翼复古戒指（金色/银色）	梦响强音	美术作品	国作登字-2020-F-01013744	2018/11/5	2019/1/12	无
125	蒙面唱将之「自在」系列——羽翼复古胸针	梦响强音	美术作品	国作登字-2020-F-01013743	2018/11/5	2019/1/12	无

4、计算机软件著作权

截至招股说明书签署日，公司登记的计算机软件著作权如下：

序号	软件全称	权利人	取得方式	权利范围	登记号	开发完成日	首次发表日	他项权利
1	灿星媒资数据管理平台软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2014SR093186	2012/11/28	2012/11/28	无
2	灿星新闻报片系统软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2014SR093405	2014/5/6	2014/5/6	无
3	灿星新闻审片系统软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2014SR093406	2014/5/9	2014/5/9	无

[26] 上海灿腾，即上海灿腾文化传媒有限公司，系发行人境内控股一级子公司。

序号	软件全称	权利人	取得方式	权利范围	登记号	开发完成日	首次发表日	他项权利
4	歌词显示集中控制系统 V1.2	灿星文化	原始取得	全部权利	2014SR101464	2014/6/30	2014/6/30	无
5	好声音导师转椅系统 V1.2	灿星文化	原始取得	全部权利	2014SR101536	2013/12/25	2013/12/25	无
6	好歌曲投票系统 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2014SR101538	2013/12/30	2013/12/30	无
7	好声音 NFC 投票系统 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2014SR101541	2012/12/25	2012/12/31	无
8	舞台灯光外部控制系统 V1.2	灿星文化	原始取得	全部权利	2014SR103225	2013/12/31	2013/12/31	无
9	真人秀节目屏幕显示控制系统 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR191240	2014/12/28	2014/12/28	无
10	媒体资讯大数据存储处理及远程管理系统 V2.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR191241	2014/12/27	2014/12/27	无
11	娱乐新闻报审片全程管理系统 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR191242	2014/12/4	2014/12/28	无
12	好声音节目远程投票管理系统 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR191243	2014/12/31	2014/12/31	无
13	好歌曲节目评委有线按钮投票系统 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR191244	2014/12/30	2014/12/30	无
14	真人秀节目舞台灯光多重变换控制系统 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR191245	2014/12/29	2014/12/29	无
15	好声音节目二代转椅控制系统 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR191246	2014/12/31	2014/12/31	无
16	大型真人秀舞台灯光特效管控软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR289911	2015/12/15	2015/12/15	无
17	大型真人秀导播系统之提词器软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR289912	2015/12/10	2015/12/10	无
18	多通道录制场记软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR290586	2015/12/1	2015/12/2	无
19	大型电视直播节目打分系统之媒体投票软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR290587	2015/12/3	2015/12/4	无
20	大型电视直播节目打分系统之在线包装实时计分软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR290588	2015/12/12	2015/12/12	无
21	AVXCG 效果编辑器软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2015SR290589	2015/12/10	2015/12/12	无
22	灿星演播室资产管理系统软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2017SR104007	2016/12/7	2016/12/12	无
23	灿星导师提示无线系统软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2017SR104012	2015/12/27	2016/2/5	无
24	灿星后期制作 JEMP 开放生产平台软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2017SR104020	2016/1/14	2016/1/18	无
25	灿星《蒙面唱将》竞猜 APP 软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2017SR447836	2016/12/31	2016/12/31	无
26	灿星演播室虚拟跟踪软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2017SR451481	2016/12/31	2016/12/31	无
27	基于 AngularJS 框架的实时投票数据汇总软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2018SR565911	2017/12/31	2017/12/31	无
28	灿星现场听歌辩音系统软件 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2018SR309594	2017/12/31	2017/12/31	无
29	基于非线性编辑系统的后期制作管理系统 V1.0	灿星文化	原始取得	全部权利	2018SR566200	2017/12/31	2017/12/31	无
30	中国好声音 singchina 软件（中国好声音）V1.0-	灿星文化	原始取得	全部权利	2020SR0745988	2020/06/20	/	无
31	APP 自动身份识别扫码软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2016SR032582	2015/12/21	/	无
32	个性化歌曲推荐系统软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2016SR035506	2015/12/22	/	无
33	PCTV 跨终端智能切播软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2016SR035600	2015/12/20	/	无

序号	软件全称	权利人	取得方式	权利范围	登记号	开发完成日	首次发表日	他项权利
34	梦响版权综合管理系统 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2017SR087143	2016/12/31	2016/12/31	无
35	梦响家社区应用软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2017SR087137	2016/12/31	2016/12/31	无
36	梦响强音 KTV 云支付 APP 软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2015SR035816	2014/12/19	2014/12/19	无
37	梦响强音触控视频播放系统应用软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2014SR092936	2014/4/30	2014/4/30	无
38	梦响强音一云多屏互动娱乐点赞器 APP 软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2015SR035641	2014/12/19	2014/12/19	无
39	梦响强音多功能拍照系统应用软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2014SR095267	2013/12/30	2013/12/30	无
40	梦响强音多功能舞台控制系统管理软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2017SR438029	2017/7/3	2017/7/3	无
41	梦响强音互动投影系统管理软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2014SR094284	2013/12/30	2013/12/30	无
42	梦响强音明星汇剧场直播间软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2015SR038458	2014/12/19	2014/12/19	无
43	梦响强音视频演播系统明星申请审核后台软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2015SR035812	2014/12/19	2014/12/19	无
44	梦响强音内容发布管理系统应用软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2014SR092902	2013/12/30	2013/12/30	无
45	梦响强音视频压缩存储管理系统应用软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2014SR092905	2014/4/30	2014/4/30	无
46	梦响强音视频直播互动娱乐 APP 软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2015SR038457	2014/12/19	2014/12/19	无
47	梦响强音旋转舞台的旋转驱动软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2017SR440348	2017/7/3	2017/7/3	无
48	梦响强音多屏互动选秀战演播平台软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2015SR035640	2014/12/19	2014/12/19	无
49	梦响强音音效控制系统管理软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2014SR092898	2014/4/30	2014/4/30	无
50	梦响曲库应用软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2017SR087134	2016/12/31	2016/12/31	无
51	梦响娱乐互动平台 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2017SR086697	2016/12/31	2016/12/31	无
52	梦响综合查询应用软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2017SR086691	2016/12/31	2016/12/31	无
53	数字音乐信息数据库软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2015SR175762	2014/11/17	/	无
54	秀立方防盗版记录分析软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2016SR031767	2015/12/19	/	无
55	云端歌曲智能同步软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2016SR031774	2015/12/21	/	无
56	云端智能点歌 APP 软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2016SR032585	2015/12/20	/	无
57	星空融媒体媒资管理平台 V1.0	星空国际[27]	原始取得	全部权利	2019SR0176571	2018/4/21	2018/12/3	无
58	梦响演艺信息宣传推广管理软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2018SR191977	2017/12/25	2017/12/25	无
59	梦响微信节目互动平台软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2018SR191988	2017/12/10	2017/12/10	无
60	梦响演艺互动平台管理软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2018SR186460	2017/12/20	2017/12/20	无
61	梦响粉丝互动平台管理软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2018SR186448	2017/12/1	2017/12/1	无

[27] 星空国际，即星空华文国际传媒有限公司，系发行人境内全资子公司。

序号	软件全称	权利人	取得方式	权利范围	登记号	开发完成日	首次发表日	他项权利
62	梦响强音梦家园专区软件平台 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2019SR0110693	2018/11/11	2018/11/11	无
63	梦响强音艺人演艺活动管理平台软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2019SR0229608	2018/12/27	2018/12/27	无
64	梦响强音互联网积分奖品兑换平台软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2019SR0225993	2018/12/31	2018/12/31	无
65	梦响强音微信用户互动平台软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2019SR0226095	2018/12/30	2018/12/30	无
66	梦响强音微信活动页面发布平台软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2019SR0228152	2018/12/28	2018/12/28	无
67	梦响强音梦响加油站软件平台 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2019SR0051212	2018/11/9	2018/11/9	无
68	梦响强音代理商海选应用软件 V1.0	梦响强音	原始取得	全部权利	2019SR0158033	2018/11/11	2018/11/11	无

公司上述无形资产主要在公司生产综艺节目、音乐作品及艺人经纪管理中使用，有助于公司的知识产权不被他人侵犯、生产经营有序开展，最近一期账面价值均为 0，不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制。

（三）业务经营许可

1、公司行政许可、备案、注册或认证情况

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司主要从事综艺内容制作和产业链开发运营，并以内容为基础开展音乐制作授权及其他衍生业务，其中广播电视节目制作经营属于外资禁止业务。公司及其子公司开展业务过程中从未与外资联合制作广播电视节目。公司已获得的各类经营资质的具体情况如下：

序号	证书名称	证书编码或批准文号	发证单位	发证时间/有效期	持证主体
1	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第02236号	上海市广播电视局	2019年4月1日至2021年3月31日	灿星文化
2	网络文化经营许可证	沪网文（2019）3950-284号	上海市文化和旅游局	2019年6月26日至2022年6月26日	灿星文化
3	营业性演出许可证	沪文演（经）00-0264	上海市文化广播影视管理局	2019年12月10日至2021年12月10日	灿星文化
4	营业性演出许可证	沪市文演（经）00-1595	上海市文化和旅游局	2019年4月9日至2021年4月9日	星空国际
5	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第02886号	上海市广播电视局	2019年4月1日至2021年3月31日	灿星影视

6	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第00831号	上海市广播电视局	2019年4月1日至2021年3月31日	梦响强音
7	营业性演出许可证	沪文演（经）00-0603	上海市文化广播影视管理局	2019年12月17日至2021年12月17日	梦响强音
8	营业性演出许可证	沪文演（经）00-1045	上海市文化广播影视管理局	2019年12月18日至2021年12月18日	梦响当然
9	电视剧制作许可证（乙证）	沪乙第2020-010号	上海市广播电视局	2020年6月16日至2021年6月15日	灿星影视

根据上述主管部门出具的合规证明、公司的业务合同及公司相关员工的演出经纪资格证，公司主要产品为综艺节目，在综艺节目内容制作业务基础上，公司开展流行音乐制作、音乐版权运营、演出活动、衍生品运营、艺人经纪等业务，公司及其子公司及相关人员已经取得了从事业务所必需的经营资质，相关经营资质不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或者到期无法延续的风险。

2、相关资质、许可、认证取得过程情况

根据上海市广播电视局于 2020 年 9 月 11 日出具的《关于上海灿星文化传媒股份有限公司有关情况的说明》，公司在持有《广播电视节目制作经营许可证》（（沪）字第 0236 号，有效期至 2021 年 3 月 31 日）期间，在历年年度广播电视节目制作经营机构年度业绩审核工作中被定为“合格”等级，未发现违规违纪行为。根据上海市文化市场行政执法总队于 2020 年 9 月 8 日出具的《企业/其他组织行政处罚记录》，2020 年 1 月 9 日至 2020 年 9 月 7 日期间，公司不存在文化市场监督类行政处罚记录。

根据上海市文化市场行政执法总队于 2020 年 9 月 8 日出具的《企业/其他组织行政处罚记录》，2020 年 1 月 9 日至 2020 年 9 月 7 日期间，星空国际不存在文化市场监督类行政处罚记录。

根据上海市广播电视局于 2020 年 9 月 11 日出具的《关于梦响强音文化传播（上海）有限公司有关情况的说明》，梦响强音在持有《广播电视节目制作经营许可证》（（沪）字第 0831 号，有效期至 2021 年 3 月 31 日）期间，在历年年度广播电视节目制作经营机构年度业绩审核工作中被定为“合格”等级，未发现违规违纪行为。根据上海市文化市场行政执法总队于 2020 年 9 月 8 日出具的《企业/其他

组织行政处罚记录》，2020 年 1 月 9 日至 2020 年 9 月 7 日期间，梦响强音不存在文化市场监督类行政处罚记录。

根据上海市文化市场行政执法总队于 2020 年 9 月 8 日出具的《企业/其他组织行政处罚记录》，2020 年 1 月 9 日至 2020 年 9 月 7 日期间，梦响当然不存在文化市场监督类行政处罚记录。

根据上海市广播电视局于 2020 年 9 月 11 日出具的《关于上海灿星影视文化有限公司有关情况的说明》，上海灿星影视在持有《广播电视节目制作经营许可证》（（沪）字第 02886 号，有效期至 2021 年 3 月 31 日）期间，在历次广播电视节目制作经营机构换证业绩审核工作中被定为“合格”等级，未发现违规行为。

根据上述主管部门出具的合规证明并查询上海市人民政府一网通办网站[28]中发布的申请相关证照所需提交文件清单及国家广播电视总局广播影视政务服务平台提交信息情况，公司及其子公司根据规定递交了申请相关证照所需的相应文件，相关资质、许可、认证取得过程合法合规。

3、已届期证照

根据公司报告期内有效的《广播电视节目制作经营许可证》、《营业性演出许可证》、《网络文化经营许可证》，除现行有效的资质证照，公司报告期内还拥有以下已经届期的资质证照：

序号	证书名称	证书编码或批准文号	发证单位	发证时间/有效期	持证主体
1	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第0236号	上海市文化广播影视管理局	2016年11月15日至2019年4月1日	灿星文化
2	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第0236号	上海市文化广播影视管理局	2015年3月4日至2017年4月1日	灿星有限
3	营业性演出许可证	沪文演（经）00-0264	上海市文化广播影视管理局	2015年12月31日至2017年12月31日	灿星文化
4	网络文化经营许可证	沪网文（2016）2819-185号	上海文化广播影视管理局	2016年7月5日至2019年7月5日	灿星文化
5	营业性演出许可证	沪市文演（经）00-1595	上海市文化广播影视管理局	2017年5月18日至2019年5	星空国际

[28] http://zwdt.sh.gov.cn/govPortals/index.do

				月18日	
6	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第0831号	上海市文化广播影视管理局	2017年4月17日至2019年4月1日	梦响强音
7	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第0831号	上海市文化广播影视管理局	2015年2月28日至2017年4月1日	梦响强音
8	营业性演出许可证	沪文演（经）00-0603	上海市文化广播影视管理局	2015年12月31日至2017年12月31日	梦响强音
9	营业性演出许可证	沪文演（经）00-1045	上海市文化广播影视管理局	2015年12月31日至2017年12月31日	梦响当然
10	广播电视节目制作经营许可证	（沪）字第2886号	上海市文化广播影视管理局	2018年8月27日至2019年4月1日	上海灿星影视
11	营业性演出许可证	沪文演（经）00-0264	上海市文化广播影视管理局	2017年12月31日至2019年12月31日	灿星文化
12	营业性演出许可证	沪文演（经）00-0603	上海市文化广播影视管理局	2017年12月31日至2019年12月31日	梦响强音
13	营业性演出许可证	沪文演（经）00-1045	上海市文化广播影视管理局	2017年12月31日至2019年12月31日	梦响当然
14	电视剧制作许可证（乙证）	沪乙第2019-017号	上海市广播电视局	2020年3月2日至2020年5月31日	灿星影视

公司主要产品为综艺节目，在综艺节目内容的基础上，公司开展流行音乐制作、音乐版权运营、演出活动、衍生品运营、艺人经纪等业务，公司报告期内开展业务前已经取得了相应的资质、许可、认证。

公司的相关资质、许可、认证能够全面覆盖公司报告期以及全部业务。

七、公司主要产品获奖情况及知识产权保护情况

（一）主要产品的获奖情况

报告期内，公司获奖情况如下：

公司奖项		
颁奖单位	**奖项名称**	**获奖时间**
上海市人力资源和社会保障局、上海市总工会、上海市企业联合会/上海市企业家协会、上海市工商业联合会	上海市和谐劳动关系达标企业	2017 年

长宁区总工会	工人先锋号	2017 年
长宁区总工会	2016-2017 年度长宁区先进职工之家	2018 年
艺恩咨询	2018 年度最佳网络综艺制作公司	2018 年
综艺报（国家广播电影电视总局主管、中广报刊出版发展中心主办）	2019 年度影响力“年度企业”荣誉	2019 年
长宁区总工会	2018-2019 年度长宁区先进职工之家	2020 年
长宁区人社局	2020 年度长宁区人才开发优秀单位	2020 年

节目奖项

节目名	颁奖单位	奖项名称	获奖时间
蒙面唱将猜猜猜	中国电视满意度博雅榜	2016 年度中国电视满意度博雅榜卫星频道综艺类栏目十强	2017 年 2 月
蒙面唱将猜猜猜第二季	中国电视艺术家协会	2017 中国综艺峰会-综艺盛典活动中荣获年度匠心导演奖	2017 年 12 月
	亚洲电视	最佳音乐节目提名奖	2018 年 11 月
中国新歌声第一季	上海电视节组委会	第二十三届上海电视节白玉兰奖最佳季播电视节目提名	2017 年 6 月
中国新歌声第二季	中国电视艺术家协会	2017 中国综艺峰会-综艺盛典活动中荣获年度匠心摄影奖	2017 年 12 月
盖世音雄	亚洲电视	第 22 届亚洲电视节最佳音乐节目提名奖	2017 年 12 月
这！就是街舞第一季	亚洲电视	最佳导演、最佳剪辑、最佳网络节目编剧提名奖	2018 年 11 月
	中国电视艺术家协会	2019 中国综艺峰会-综艺盛典活动中荣获年度匠心摄影、匠心作品、匠心制作人	2019 年 7 月
同一堂课	国家广播电视总局《中国广播影视》杂志社	“TV 地标”（2018）年度上星频道最具创新影响力节目	2018 年 12 月
	新加坡资讯通信媒体发展局	2019 年亚洲学院创意奖最佳儿童节目国家/区域大奖、	2019 年 10 月
即刻电音	中国电视艺术家协会	2019 中国综艺峰会-综艺盛典活动中荣获年度匠心导演、匠心音乐	2019 年 7 月
这！就是原创	中国电视艺术家协会	2019 中国综艺峰会-综艺盛典活动中荣获年度匠心导演、匠心音乐	2019 年 7 月
	新加坡资讯通信媒体发展局	2019 年亚洲学院创意奖最佳导演国家/区域大奖	2019 年 10 月
《这就是街舞》第二季	综艺报（国家广播电影电视总局主管、中广报刊出版发展中心主办）	2019 年度影响力“年度节目”荣誉	2019 年 12 月
	骨朵传媒、新浪微博	2019 年度品质网络综艺	2019 年 12 月
	刺猬公社	新内容探索者大会年度最佳网络综艺奖	2019 年 12 月

	三声	2019 第四届中国新文娱新消费年度综艺	2019年12月
爆款来了	国家广播电视总局《中国广播影视》杂志社	“TV 地标”（2019）年度优秀网络视听节目	2019年12月
	传媒内参、《电视指南》杂志	第四届“指尖综艺榜”最具影响力创新综艺	2020 年 1 月
中国好声音 2019	国家广播电视总局《中国广播影视》杂志社	“TV 地标”（2019）年度制作机构年度优秀节目	2019年12月
	传媒内参、《电视指南》杂志	第四届“指尖综艺榜”最具影响力电视综艺	2020 年 1 月
了不起的长城	上海电视节组委会	26 届白玉兰最佳电视综艺节目入围	2020 年 7 月

（二）知识产权保护情况

1、公司知识产权情况

报告期内公司内容制作和音乐制作业务各环节形成知识产权的具体情况如下：

（1）内容制作业务

①各环节形成的主要知识产权类型

公司的内容制作业务主要内容为综艺节目制作，综艺节目制作涉及主要阶段为节目策划、节目录制、后期制作、节目播出及节目宣传，其中，节目宣传贯穿节目制作的前中后期。

各环节形成的主要知识产权类型如下：

A、节目策划环节

节目策划环节形成的知识产权主要为：①综艺节目剧本的文字作品著作权；②节目中所涉及 LOGO、标识、图形、节目名称等的美术作品、图形作品著作权或商标权。

B、节目录制环节

节目录制环节形成的知识产权主要为：①节目舞美、灯光、服饰等的美术作品或图形作品著作权、道具的专利权；②节目嘉宾、选手或艺人等在节目中进行表演形成的音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品表演者权等著作权邻接权；③对节目内容进行录制形成的录音录像制作者权等著作权邻接权。

C、后期制作环节

后期制作环节形成的知识产权主要为：①节目后期制作过程中加入片头、片花及节目包装形成的美术作品制作权；②节目最终制作完成后形成的以类似摄制电影的方法创作的作品著作权。

D、节目播出环节

节目播出环节主要是由权利人将之前形成的以类似摄制电影的方法创作的作品著作权中的广播权或信息网络传播权授权至播放平台、由播放平台播出综艺节目，因此通常不形成新的知识产权。

E、节目宣传环节

节目宣传环节形成的知识产权主要为：宣传照、海报、宣传文稿等宣传物料的文字作品、美术作品、摄影作品著作权等。

②权利人

上述各环节形成的主要知识产权之归属、权利范围及权利期限主要取决于公司采用的两种节目制作模式，即联合制作模式和委托制作模式。

A、联合制作的节目

报告期内，公司的综艺节目主要系通过联合制作的方式完成。就联合制作的节目，节目制作各环节形成的相关知识产权产权归属、权利范围及权利期限取决于与联合制作方之间的协议约定，通常为由联合制作双方共有或归属于公司所有，权利范围及期限视与联合制作方协商情况而定，报告期内，公司内容制作及运营业务各期前 5 大节目（通过联合制作方式制作节目的知识产权约定主要内容如下：

①2020 年 1-6 月内容制作及运营业务前 5 大节目知识产权约定情况如下：

2020 年 1-6 月，公司内容制作及运营业务前五大节目中，不存在通过联合制作方式制作的节目。

②2019 年内容制作及运营业务前 5 大节目知识产权约定情况如下：

序号	节目名称	知识产权归属约定
1	《中国好声音 2019》	甲方：浙江广播电视集团 乙方：灿星文化

		1、甲乙双方共同制作节目，并共同共有该节目及所有相关衍生节目在全球的版权及相关知识产权（含地面分销权），其中，甲方永久免费拥有该节目唯一卫星电视播出权和甲方自有网络平台的信息网络传播权。 2、节目相关的衍生附属权利由甲乙方共同享有，按照固定比例对收益进行分配。节目音频的收益权利由乙方或乙方的关联公司享有，对于乙方或乙方关联公司行使衍生附属权利时实施的开发及运营行为甲方享有否决权。 以下不属于节目的衍生权利，由乙方独占享有权利及收益，并由乙方独自承担责任：(1)中国新歌声 app；(2)海选；(3)配合新歌声学员设立的教育培训机构及培训；(4)节目曲目的 KTV 许可；(5)节目学员的经纪业务及相关的演出等业务。 3、甲方不再参与《中国好声音》第四季及以后所有季的节目视频网络信息传播权（不含机顶盒、IPTV 和网络电视及直播流）销售收入分成。且甲方同意将其所享有的信息网络传播权都授予乙方行使，即除甲方保留的在自有网络平台的信息网络传播权外的信息网络传播权均由乙方独家行使（含转授权）。节目视频网络首播时间受限制。 4、“中国好声音”节目名称所有权益归甲方所有，更名后的“中国新歌声”节目名称涉及的所有权益归甲方享有。
2	《中国达人秀 2019》	甲方：上海东方娱乐传媒集团有限公司 乙方：灿星文化 1、本节目的节目模式由甲方负责提供，节目模式以及节目在制作过程中或已摄制完成后所形成的全部成果（包括但不限于节目模式、节目成片、素材、片段、视频、图片等）的著作权和邻接权及其他权益（包括但不限于出版、发行、各种形式的传播或许可他人使用之权利等）均归甲方单独所有。 2、甲方及上海广播电视台拥有该节目在上海广播电视台所属平台首播之日起独家永久电视播映权。上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（即 SMG）旗下包括但不限于看看新闻 Knews、BesTV 品牌或 SiTV 品牌自有和合作平台或终端的各项应用，包括互联网、移动互联网、IP 宽带网络、数字电视网络为传输方式、以直线播放或点播播放的 IPTV、互联网电视、移动端视频、数字电视等媒体平台拥有非独家永久播出本节目及节目相关宣传内容的权利（不含转授权）。 3、甲乙双方同意，乙方负责节目的新媒体（具体指信息网络传播权，含 IPTV 点播、OTT 业务）的中国大陆地区永久的独占开发与经营、发行。乙方买断新媒体版权，乙方可将新媒体版权转授权予其它第三方，甲方确保甲方及上海五岸传播有限公司（“五岸传播”）应配合乙方出具版权销售所需的授权书。 4、甲方将该节目的传统电视、卫星平台的版权（具体指广播权）的开发、经营、发行授权给甲方关联公司五岸传播行使并全权负责，维权权利归属于上海文化广播影视集团有限公司。甲乙双方确认，传统电视、卫星平台的版权实际到账收入扣除发行成本后的剩余金额由双方按固定比例进行分配。
3	《这！就是街舞》第二季	甲方：优酷信息技术（北京）有限公司 乙方：灿星文化 1、本节目所有视频版权、节目商标权归属于甲方，节目模式由甲

		乙双方共有，除此以外节目其他知识产权由甲乙双方共有。甲乙方享有节目出品署名权。 2、乙方享有宣传需要的传播权利，甲乙方在中国大陆区域均享有发行 IPTV、OTT、运营商、传统媒体等非独家的权利。双方均有权针对节目在首轮播出完毕后就节目短视频发行。 3、乙方与甲方共同享有海外成片发行的权利，但乙方仅可就第一季甲方已经发行的以外的海外地区发行，且在发行前需要与甲方确认。 4、双方均享有作为合作节目“出品方”的署名权。
4	《这！就是原创》	甲方：优酷信息技术（北京）有限公司 乙方：宁波灿腾文化 1、甲方独家享有合作节目在中国大陆区域范围内的视频信息网络传播权，授权期限为《著作权法》规定的最长期限，自协议生效之日起算，因第三方侵犯本节目中国大陆区域信息网络传播权的行为而进行维权权利及维权收益归甲方所有。 2、节目模式：本节目模式权利归甲乙双方按投资比例共有； 3、节目署名权：双方对本节目享有署名权，署名方式为“联合出品方”，并且应当明确展现于本节目字幕中，具体署名顺位由双方协商一致共同决定，同时，双方均有权指定代表作为本节目的出品人，出品人的署名顺位与联合出品方顺位一致。顺位协商不一致的，以乙方决策为准； 4、节目视频信息网络传播权：本节目（包括正片及所有相关花絮、未播素材）的中国大陆区域信息网络传播权、转授权由甲方独占性地、不可撤销地、永久地享有。为避免歧义，独占性权利是指：（1）非经甲方书面许可，乙方不得行使该权利；（2）甲方得单独地非经乙方同意而独自在该权利范围内行使权利。 5、节目中单独音乐作品权利：基于本项目制作播出过程中创作完成的全部原创音乐作品以及节目选手在本项目中对其进行现场表演、便装 video 等制作所形成的录音录像制品、另行制作音乐视听作品的著作权和邻接权等一切合法权益归属于乙方或原著作权人，乙方有权自行或授权第三方使用； 5、节目商标权：节目名称、标识、卡通形象（如有）衍生品名称、标识、节目 LOGO、元素、设计图案及其商标权等归属甲乙方双方按照投资比例共同享有； 6、节目版权及其他知识产权除特殊约定外，节目版权及其他知识产权归甲乙双方按照投资比例共有； 7、节目项下场景指舞美道具，该等场景的所有权由甲方和乙方按照投资比例共同享有。
5	《蒙面唱将猜猜猜第四季》	甲方：江苏省广播电视集团有限公司 乙方：灿星文化 1、乙方独家拥有本节目视频的信息网络传播权并独自享有全部收益。该节目的完整音乐版权由乙方享有。 2、节目的完整版权、节目模式、归乙方所有，双方有权按照本合同的约定行使各自的权利。除本合同中明确授予甲方的权利外，其他权利乙方予以保留。乙方有权自行行使权利、享有收益，包括但不限于节目音频的开发使用权、音像出版权、衍生品开发权等各种权项。 3、在本合同约定的合作期限内，乙方确认甲方拥有本节目在中国大陆地区独家卫星电视播映权。乙方承诺，若乙方授权第三方地面

		频道该节目的电视播映权，节目播放时间受限。 4、甲乙双方共同享有“联合出品”等名义的署名权，其中甲方为第一顺序署名方。 5、乙方保留对节目名称《蒙面唱将猜猜猜》进行商标注册或其他知识产权保护性注册的权利。

③2018 年内容制作及运营业务前 5 大节目知识产权约定情况

序号	节目名称	知识产权归属约定
1	中国好声音2018	甲方：浙江广播电视集团 乙方：灿星文化 1、甲乙双方共同制作节目，并共同共有该节目及所有相关衍生节目在全球的版权及相关知识产权（含地面分销权），其中，甲方永久免费拥有该节目唯一卫星电视播出权和甲方自有网络平台的信息网络传播权。 2、节目相关的衍生附属权利由甲乙方共同享有，按照固定比例对收益进行分配。节目音频的收益权利由乙方或乙方的关联公司享有，对于乙方或乙方关联公司行使衍生附属权利时实施的开发及运营行为甲方享有否决权。 以下不属于节目的衍生权利，由乙方独占享有权利及收益，并由乙方独自承担责任：(1)中国新歌声 app；(2)海选；(3)配合新歌声学员设立的教育培训机构及培训；(4)节目曲目的 KTV 许可；(5)节目学员的经纪业务及相关的演出等业务。 3、甲方不再参与《中国好声音》第四季及以后所有季的节目视频网络信息传播权（不含机顶盒、IPTV 和网络电视及直播流）销售收入分成。且甲方同意将其所享有的信息网络传播权都授予乙方行使，即除甲方保留的在自有网络平台的信息网络传播权外的信息网络传播权均由乙方独家行使（含转授权）。节目视频网络首播时间受限制。 4、“中国好声音”节目名称所有权益归甲方所有，更名后的“中国新歌声”节目名称涉及的所有权益归甲方享有。
2	蒙面唱将猜猜猜第三季	甲方：江苏省广播电视集团有限公司 乙方：灿星文化 1、乙方独家拥有本节目视频的信息网络传播权并独自享有全部收益。该节目的完整音乐版权由乙方享有。 2、节目的完整版权、节目模式、归乙方所有，双方有权按照本合同的约定行使各自的权利。除本合同中明确授予甲方的权利外，其他权利乙方予以保留。乙方有权自行行使权利、享有收益，包括但不限于节目音频的开发使用权、音像出版权、衍生品开发权等各种权项。 3、在本合同约定的合作期限内，乙方确认甲方拥有本节目在中国大陆地区独家卫星电视播映权。乙方承诺，若乙方授权第三方地面频道该节目的电视播映权，节目播放时间受限。 4、甲乙双方共同享有“联合出品”等名义的署名权，其中甲方为第一顺序署名方。 5、乙方保留对节目名称《蒙面唱将猜猜猜》进行商标注册或其他知识产权保护性注册的权利。
3	新舞林大会	甲方：上海东方娱乐传媒集团有限公司 乙方：灿星文化

		1、节目模式、节目以及在制作过程中或已摄制完成后所形成的著作权和邻接权及其他全部权利（包括但不限于全世界的出版、发行、各种形式的传播或许可他人使用之权利等）及该权利产生的所有收益归乙方所有。 2、甲方及上海广播电视台拥有该节目在上海广播电视台首播之日起独家永久电视播映权。上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（即 SMG）旗下媒体平台拥有永久播出本节目及节目相关宣传内容的权利（无转授权权利），该等权利产生的收入归甲方所有。播出区域仅限中华人民共和国大陆区域（不含港澳台）。 3、双方确认，凡乙方未明确在本合同中授权给甲方使用的权利，乙方予以保留。
4	同一堂课	甲方：浙江广播电视集团 乙方：灿星文化 1、甲乙双方共同制作节目，共同享有该节目在全球的版权及相关知识产权（合同另有约定除外）。其中，甲方永久免费独占拥有该节目的中国大陆地区唯一卫星电视播出权和免费享有甲方自有网络平台的信息网络传播权。 2、甲乙双方共同享有从单集节目和/或整季节目中开发或衍生而来的衍生产品权利，且甲方同意授权乙方单独行使该权利，乙方在开发相关衍生产品时，需投前告知甲方并取得甲方的书面授权，乙方保证相关衍生产品的开发和运营不会有损节目或甲方权益，否则，甲方有权拒绝授权。 3、节目信息网络传播权、除中国大陆地区卫星播放权之外的电视广播权由乙方独家运营，所得权益扣除乙方的经营成本以后，甲乙双方按比例分成。 4、《同一堂课》节目/栏目名称权及商标权由甲乙双方享有。 甲方：灿星文化 乙方：广东南瓜视业 1、甲乙双方共同享有本节目在全世界范围内的全部版权，并按照本协议项下的投资比例分享版权收益。 2、任何一方转让其对节目享有的版权，均应先经另一方同意，另一方不应无理予以否定，且另一方在同等条件下享有优先受让权。 3、甲乙双方以联合名义，可对本节目模式、LOGO 或素材、进行与知识产权相关的注册或授权注册，知识产权所产生收益（扣除有关成本）由双方按比例享受分配。 4、如有第三方共享知识版权，需同时征得甲、乙方共同认可，并就比例、分配等问题另行协商。 甲方负责与播出平台就本节目签署节目联合制作协议。如果甲方与播出平台签订的协议中，播出平台保留部分权利的，甲方需书面告知乙方，得到乙方认可。

④2017 年内容制作及运营业务前 5 大节目知识产权约定情况如下：

序号	节目名称	知识产权归属约定
1	中国新歌声第二季	同《中国好声音 2018》
2	蒙面唱将猜猜猜第二季	甲方：江苏省广播电视集团有限公司 乙方：灿星文化 1、节目的完整版权归乙方所有。双方有权按照本合同的约定行使

		各自的权利。除本合同中明确授予甲方的权利外，其他权利乙方予以保留。乙方有权自行行使权利、享有收益，包括但不限于节目音频的开发使用权、音像出版权、衍生品开发权等各种权项。 2、在本合同约定的合作期限内，乙方确认甲方拥有本节目在中国大陆地区独家卫星电视播映权，甲方无需向乙方另行支付版权许可费用。 3、为免异议，双方确认，乙方独家拥有本节目视频的信息网络传播权并独自享有全部收益。 4、乙方保留对节目名称《蒙面唱将猜猜猜》进行商标注册或其他知识产权保护性注册的权利。
3	我们的挑战	甲方：江苏省广播电视集团有限公司 乙方：灿星文化 1、节目的完整版权归乙方所有。双方有权按照本合同的约定行使各自的权利。除本合同中明确授予甲方的权利外，其他权利乙方予以保留。乙方有权自行行使权利、并享有收益，包括但不限于节目音频的开发使用权、音像出版权、衍生品开发权等各种权项。 2、在本合同约定的合作期限内，乙方确认甲方拥有本节目在中国大陆地区独家卫星电视播映权，甲方无需向乙方另行支付版权许可费用。甲方享有《我们的挑战》在中国大陆地区的卫星电视独家播映权。 3、甲方无权在中国大陆之外的所有区域对该节目进行任何发行事宜。该等区域的发行权利由乙方所有。 4、乙方独家拥有本节目视频的信息网络传播权，甲方配合乙方进行信息网络传播权销售，并分得信息网络传播权收入中的一定比例。 5、乙方保留对节目名称《我们的挑战》进行商标注册或其他知识产权保护性注册的权利。
4	出彩中国人第三季	甲方：中央电视台综合频道 乙方：灿星文化 1、节目版权归甲乙双方共同所有，双方有权按照本合同的约定行使各自的权利。 2、甲方拥有本节目在中央电视台各频道中国大陆及港澳台地区范围内的独家播出权，以及中央电视台各频道在上述地域以外、中央电视台所属网络、新媒体平台在全世界范围的非独家播出权。 3、为取得更好的播出效果，甲方有权授权第三方播出本节目宣传资料。 4、尽管本合同相关条款已有相关约定，双方认可，甲方有权在全世界范围内自行或许可第三方行使电视播放权、音像制品出版圈、图书出版权、IPTV/VOD 发行权，所得收益归甲方所有。 除上述权利外，乙方有权在世界范围内许可第三方行使本节目其他权利，包括除中央电视台所属网络、新媒体平台以外的互联网、手机电视、移动电视、车载电视、飞机电视发行权、商业演出等权利，所得收益由双方按固定比例分配。 本协议未涉及的版权归属及版权开发事项，相关利益分配机制由甲乙双方协商确定。 5、甲方有权对节目名称《出彩中国人》进行商标注册。
5	金星秀2017	甲方：上海东方娱乐传媒集团有限公司 乙方：灿星文化 1、节目在制作过程中或制作完成的节目的著作权及相关素材和衍生产品版权由甲乙双方按份共有。

		2 甲方及上海广播电视台拥有该节目在上海广播电视台所属平台及自有新媒体平台永久的国内非独家节目播映权，并进行节目相关宣传和展示。前述新媒体平台节目上线时间受限，且这些平台不得就该节目以任何形式直接或变相授权其他第三方。 3.节目衍生产品开发、运营事宜由双方另行协商。

B、委托制作的节目

就委托制作的节目，节目制作各环节形成的相关知识产权主要归属于委托方所有，权利范围及期限视取决于协议约定。报告期内各期，公司内容制作及运营业务前 5 大节目中通过委托制作方式制作的有《这！就是街舞》、《即刻电音》等，其知识产权约定主要内容如下：

序号	节目名称	知识产权归属约定
1	《这！就是街舞》	甲方：优酷信息技术（北京）有限公司 乙方：浙江杭州阿里创投通信技术有限公司 丙方：灿星文化 1、本协议所述所有服务成果，包括但不限于由服务中产生的或与服务相关的节目模式、名称、供应商制造、构思或开发的设计、美术品、软件、手册、指南、产品、程序、绘图、记录、文件、信息、材料、发现和发明（合称“工作产品”）所涉一切知识产权和所有权均由甲方及乙方享有。 2、丙方享有本节目署名权利，除此之外不得以任何方式，直接或间接地主张对节目内容的任何权利。
2	《即刻电音》	甲方：上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司 乙方：灿星文化 1、本节目及本节目相关的一切包括但不限于创意、策划、方案、素材的全部知识产权归属于甲方，未经甲方许可，乙方不得使用或授权第三人使用。乙方享有本节目制作部分的署名权利。 2、如后续本节目有衍生节目，衍生节目的知识产权归属于甲方，合作方式及盈利模式双方另行签署协议进行约定。
3	《了不起的长城》	甲方：北京电视台 乙方：灿星文化 该节目的著作权（包括但不限于节目成片、节目名称，宣传片、预告片、策划文案、拍摄素材、造型、舞美设计、音乐、歌曲、文字、图片、展示作品等），除本合作函另有约定为，为双方共有。 北京电视台独家拥有该节目中国大陆卫星电视和北京区域地面频道首播权，其他中国大陆卫星电视及地面电视发行权为双方共有，双方均有权授权给第三方行使的权利，售价高的一方有优先签约权。所得收入扣除成本后按照比例进行分配。灿星文化独家拥有该节目模式权利。 灿星文化负责该节目全部衍生品开发以及该节目的海外电视版权售卖，前述两项均在扣除所有成本后，收益双方按比例分成。 北京电视台授予灿星文化独家享有该节目模式版权、DVD、音

		像发行权等，及独家授权灿星文化对该节目版权进行信息网络传播权的销售发行并享有收益。
4	《爆款来了》第二季	甲方：浙江阿里巴巴通信技术有限公司 乙方：灿星文化 除署名权外的全部知识产权归甲方或其指定关联方所有。
5	《出发吧，师傅！》	甲方：夸克天华（北京）传媒有限公司 乙方：灿星文化 甲方永久拥有栏目的全球所有版权（包括但不限于栏目名称文字、栏目名称 LOGO、栏目名称图形、栏目形式、栏目主体、栏目脚本等相关素材）和收益，以及有衍生的一切相关权利以及权益。 本栏目模式由甲乙双方共同享有全部权利。未经对方书面许可的，任何一方无权另行使用或许可第三方使用本栏目模式。
6	《创造营 2020》后期制作	甲方：好枫青芸文化传媒（上海）有限公司 乙方：灿星文化 因本合同项下所约定之委托项目所产生之节目及相关素材（乙方自行创作或经授权使用的字体标识、图形、动画等作品除外）的著作权（包括著作人身权和著作财产权）、邻接权及其他所有相关之一切权利及权益，均由甲方享有。 甲方单独享有本节目完整知识产权，享有本合同项下所约定之委托项目所产生之节目及相关素材的著作权（包括著作人身权和著作财产权）、邻接权及其他所有相关之一切知识产权及收益等权益。

C、许可授权情况

在公司综艺节目制作业务的节目录制环节中，节目嘉宾、选手或艺人等进行表演，涉及词曲著作权授权情况。通常由公司向权利人取得对相关音乐作品进行演唱、录音录像、之后进行放映、广播、发行、通过信息网络向公众进行传播等方式使用并获取利益的授权。

在公司综艺节目制作业务的节目播出环节中，综艺节目的著作权权利人将广播权或信息网络传播权授权至播放平台、由播放平台播出综艺节目。

D、与主营业务开展的关系

公司的主营业务为综艺内容制作和产业链开发运营，并对已形成的内容资源进行再开发，将业务延伸至音乐制作授权及其他衍生。公司通过完成上述综艺节目制作各环节，（联合制作模式下）取得综艺节目的以类似摄制电影的方法创作的作品著作权并对外授权播出取得收益，或（委托制作模式下）取得制作费收益、由委托方取得综艺节目的著作权。

（2）音乐制作业务

公司音乐制作业务主要分为两种情形：1）嘉宾、选手或艺人在节目中表演产生音乐作品、形成相关著作权，公司对外授权获取收益；以及 2）公司为与其签署经纪合约的艺人制作音乐作品、形成相关著作权，公司对外授权获取收益。

①各环节形成的主要知识产权类型

A、综艺节目中表演产生的音乐作品

嘉宾、选手或艺人在公司制作的综艺节目中表演产生音乐作品，主要包括如下环节：公司就节目中表演的歌曲取得权利人的授权、嘉宾、选手或艺人在综艺节目中进行歌曲表演、录制及音乐作品播出。

a.公司取得节目中表演歌曲的授权

在确定节目中要表演的歌曲后，通常由公司取得相应歌曲在节目中演唱、录音录像、之后进行放映、广播、发行、通过信息网络向公众进行传播等方式使用并获取利益的授权。

b.歌曲表演

嘉宾、选手或艺人在节目中表演公司取得授权的音乐作品形成表演者权，公司录制后形成录音录像制作者权。

c.音乐作品播出

音乐作品播出环节主要是由权利人许可音乐播放平台通过信息网络向公众传播音乐作品并获取报酬，因此通常不形成新的知识产权。

B、公司为与其签署经纪合约的艺人制作音乐作品

公司为与其签署经纪合约的艺人制作音乐作品，主要包括如下环节：公司取得音乐作品录制、发行等相关授权、艺人演唱音乐作品、录制及音乐作品播出。

a.公司取得音乐作品录制、发行等相关权利

公司为与其签署经纪合约的艺人制作音乐作品，通常由公司取得相应歌曲录制并发行 CD、VCD、DVD、拍摄制作音乐录影带、在电视节目中录音录像及播放、信息网络传播、现场演唱的授权。

b.歌曲表演

签约艺人在录制场所演唱歌曲形成表演者权，公司录制后形成录音录像制作者权。

c.音乐作品播出

音乐作品播出环节主要是由权利人许可音乐播放平台通过信息网络向公众传播音乐作品并获取报酬，因此通常不形成新的知识产权。

②权利人、权利范围及权利期限

公司音乐制作业务主要形成的知识产权是表演者权和录音录像制作者权。其中表演者权中的人身权利（即表明表演者身份；保护表演形象不受歪曲）归表演者所有。

A、综艺节目中表演产生的音乐作品

就综艺节目中表演产生的音乐作品，表演者权中的财产权利（即许可他人从现场直播和公开传送其现场表演，并获得报酬；许可他人录音录像，并获得报酬；许可他人复制、发行录有其表演的录音录像制品，并获得报酬；许可他人通过信息网络向公众传播其表演，并获得报酬的权利）及录音录像制作者权（许可他人复制、发行、出租、通过信息网络向公众传播并获得报酬的权利）的归属取决于公司与联合制作方之间的约定。

就节目嘉宾、选手或艺人在综艺节目中表演产生的音乐作品，公司取得的原词曲著作权人在视频节目中使用作品的授权有效期通常为节目受著作权法保护的整个期间，包含授权音乐作品的视频节目在信息网络传播领域授权有效期通常为2-3 年，所形成的表演者权及录音录像制作者权的权利期限为其受著作权法保护的整个期间。

B、公司为与其签署经纪合约的艺人制作音乐作品

公司为与其签署经纪合约的艺人制作音乐作品，表演者权中的财产权利（即许可他人从现场直播和公开传送其现场表演，并获得报酬；许可他人录音录像，并获得报酬；许可他人复制、发行录有其表演的录音录像制品，并获得报酬；许可他人通过信息网络向公众传播其表演，并获得报酬的权利）及录音录像制作者权

（许可他人复制、发行、出租、通过信息网络向公众传播并获得报酬的权利）通常属于公司所有。

公司为与其签署经纪合约的艺人制作音乐作品，取得的原词曲著作权人授权通常为 3-5 年，所形成的表演者权及录音录像制作者权的权利期限为其受著作权法保护的整个期间。

③许可授权情况

公司在音乐作品制作过程中，节目嘉宾、选手或艺人等进行表演或签约艺人录制音乐作品，通常由公司向权利人取得对相关音乐作品进行演唱、录音录像、之后进行放映、广播、发行、通过信息网络向公众进行传播等方式使用并获取利益，以及录制并发行 CD、VCD、DVD、拍摄制作音乐录影带、在电视节目中录音录像及播放、信息网络传播、现场演唱的授权。

在音乐作品播放环节中，公司作为音乐作品表演者权相关财产权利以及录音录像制作者权的权利人，许可音乐播放平台通过信息网络向公众传播音乐作品并获取报酬。

④与主营业务开展的关系

公司的主营业务为综艺内容制作和产业链开发运营，并以内容为基础开展音乐制作授权及其他衍生业务，公司通过完成上述音乐作品制作各环节，取得音乐作品的表演者权中财产权利、以及录音录像制作者权，并对外授权播出取得收益。

2、公司为避免侵犯第三方拥有的知识产权所采取的内部控制措施及实施环节

公司保护知识产权的措施及执行情况梳理如下：

相关措施	具体情况		执行情况
制度文件	《知识产权管理制度》、《商标管理制度》		业务开展过程中严格遵守《知识产权管理制度》、《商标管理制度》，执行良好
职能部门	法务部门知识产权组、知识产权管理员和音乐版权部		各职能部门根据其职能相应发挥作用
具体流程	职能部门	所涉事项	
	法务部门知识产权组	对节目内容进行整体审核，审核节目内容是否存在侵权风险	整体把控，审核节目内容是否存在侵权风险
	音乐版权部	①制作团队就节目中拟使	规范节目音乐作品

相关措施	具体情况		执行情况
		用的音乐作品向音乐版权部申报	使用流程，有效控制侵权风险
		②音乐版权部负责进行判断是否需要取得知识产权授权	
		③如需则相应确定权属人并沟通取得授权	
	对于重点节目，公司还会外聘专业机构在节目制作过程中就可能涉及的知识产权侵权行为进行审查和风险规避		有效降低知识产权侵权风险
二次审查机制	在节目制作完成后及播出时，知识产权组会持续对节目进行监控，通过定期官方网络查询等方式确定是否涉及侵权，一旦发现涉嫌侵权，立刻与相关权利人沟通取得授权，最大程度降低产品的知识产权侵权风险。		有效降低知识产权侵权风险

为防止综艺节目制作侵犯第三方知识产权，公司致力于节目制作过程中涉及知识产权的管理，制定了《知识产权管理制度》、《商标管理制度》，定期培训员工知识产权法律保护意识，并设立了专门的法务部门知识产权组、知识产权管理员和音乐版权部，负责处理公司知识产权管理的日常事务。同时，公司不断完善知识产权事前审核制度，由知识产权组取得知识产权授权并审查节目所涉及内容是否存在侵权问题后方才授权制作团队在所制作节目使用涉及的知识产权。

具体而言，制作团队就节目中拟使用的音乐作品向音乐版权部申报，音乐版权部负责进行判断是否需要取得知识产权授权，如需则相应确定权属人并沟通取得授权。法务部门知识产权组则对节目内容进行整体审核，确认不存在侵权问题。对于重点节目，公司还会外聘专业机构在节目制作过程中就可能涉及的知识产权侵权行为进行审查和风险规避。

此外，针对日益复杂的知识产权管理形势，公司知识产权组进一步设置了二次审查的机制，即在节目制作完成后及播出时，知识产权组会持续对节目进行监控，通过定期官方网络查询等方式确定是否涉及侵权，一旦发现涉嫌侵权，立刻与相关权利人沟通取得授权，最大程度降低产品的知识产权侵权风险。

综上所述，公司已经在节目制作及播出阶段设置了有效防止知识产权侵权内部控制措施，有效减少了可能发生的知识产权侵权风险。

3、公司拥有从事知识产权工作的专业人员、外聘专业机构及所支付费用情况

公司设置了法务部知识产权组和音乐版权部，并外聘了专业的知识产权代理机构和知识产权法律服务机构，具体情况如下：

①知识产权组和知识产权管理专员

公司知识产权组主要职责包括：1）制定公司知识产权工作发展的策略及规定；2、审查公司各部门申报的知识产权文书，管理知识产权的申请、注册、登记统计等工作；3、监理业务合同中的有关知识产权问题；4、 规划处理与公司有关知识产权的争议，保护公司的知识产权；5、对节目内容进行整体审核，确认不存在侵权问题；6、其他有关知识产权的领导、管理和协调工作。发行人根据公司的薪酬管理制度及与相关人员签署的劳动合同发放报酬。

音乐版权部的主要职责包括：1、确定公司所制作节目中涉及音乐作品的第三方知识产权权属，相应沟通并取得授权；2、管理公司享有的音频库歌曲的状况、权属变更；3、规划处理与公司有关音乐作品的版权争议，保护公司的知识产权；4、其他有关音乐作品版权的领导、管理和协调工作。公司根据薪酬管理制度及与相关人员签署的劳动合同发放报酬。

相关人员配置情况具体如下：

A、法务部知识产权组合计三人，分别负责知识产权管理、维权及诉讼、商标管理相关事宜。

B、音乐版权部合计八人，主要职责为负责音乐版权的管理、风控等相关事宜。

②知识产权代理机构和知识产权法律服务机构

知识产权代理及法律服务机构的主要职责是负责公司知识产权的申报、注册登记，就公司有关知识产权的相关问题提供法律咨询服务、审查公司重要知识产权协议，并在发生知识产权相关诉讼时提供诉讼代理服务。

报告期内，公司聘请的知识产权代理及法律服务机构为北京市立方知识产权代理有限公司、北京市立方律师事务所、上海弼兴律师事务所、北京超凡知识产权代理有限公司。

报告期内，公司向上述知识产权代理及法律服务机构所支付的服务费用合计

为人民币 758.25 万元。

4、公司报告期内取得第三方许可或授权知识产权情况

根据相关知识产权授权协议，报告期内，公司取得第三方许可或授权知识产权的情况主要是取得音乐作品词曲著作权人的授权，由节目嘉宾、选手或艺人在综艺节目中演唱音乐作品，或由公司的签约艺人录制音乐作品。报告期内，2017 年，公司签署音乐作品著作权授权协议数量为 174 份（包含约 327 首歌曲），涉及合同金额约 598 万元；2018 年，公司签署音乐作品著作权授权协议数量为 283 份（包含约 743 首歌曲），涉及合同金额约 2,865 万元。2019 年，公司签署音乐作品著作权授权协议数量为 221 份（包含约 674 首歌曲），涉及合同金额约 2,071 万元。2020 年 1-6 月，公司签署音乐作品著作权授权协议数量为 39 份（包含约 66 首歌曲），涉及合同金额约 248 万元。

上述音乐作品数量与合同金额并不完全匹配，主要系由于：音乐作品词曲著作权是极富差异化的产品，不同音乐作品词曲著作权价格受歌曲传唱程度、发布时间、著作权人知名度、词曲类型、授权内容、市场行情等多方面因素影响，价格亦有较大差异。另外，就同一首歌曲的授权期限、权利内容不同价格亦会有所差异，因此音乐作品数量与合同金额无法完全匹配。

报告期内，公司音乐著作权授权方主要为音乐版权代理公司、中国音乐著作权协会或其他版权所有权人，公司音乐版权部在确定权属后相应沟通取得授权，根据音乐作品授权使用协议，相关许可方或授权方拥有对应知识产权的处置权利。

5、公司报告期内所使用的第三方知识产权的纠纷或潜在纠纷情况，以及因侵犯他人知识产权被起诉的情况

报告期内，公司使用第三方知识产权发生纠纷或因侵犯他人知识产权被起诉的情形如下：

序号	纠纷产生的原因	原告/申请人	被告/被申请人	案件结果/进展阶段
1	音乐作品著作权侵权纠纷	北京华乐成盟音乐有限公司	发行人、浙江广播电视集团、深圳市腾讯计算机系统有限公司	2018 年 12 月 28 日，北京市朝阳区人民法院判决：一、被告浙江广播电视集团立即停止通过信息网络传播包含《寂寞是音乐思念谁》词作品的《中国好声音》第三季第 13 期、第四季第 13 期电视节目；二、被告浙江广播电视集团、被告灿星有限于本判决生效之日起七日内共同赔偿经济损失 2 万元；三、被告灿星有限于本判决生效之日起七日内赔偿原告经济损失 4 万元；四、被告灿星有限于本判决生效之日起七日内赔偿原告制止侵权的合理开支 56,500 元，被告浙江广播电视集团在 18,000 元的范围内承担赔偿的连带责任；五、驳回原告的其他诉讼请求。
2	音乐作品著作权侵权纠纷	广州市涂鸦文化传播有限公司	发行人、浙江蓝巨星国际传媒有限公司、合一信息技术（北京）有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司	1. 涂鸦诉发行人、合一、蓝巨星案： 2018 年 10 月 19 日，广州市天河区人民法院一审判决：一、被告灿星有限于本判决生效之日起十日内赔偿原告经济损失包括为制止侵权行为所支付的合理开支共计人民币 10 万元；二、驳回原告的其他诉讼请求。 2018 年 11 月 2 日，发行人提起上诉。 2019 年 8 月 9 日，广州知识产权法院作出终审判决：一、维持广东省广州市天河区人民法院一审判决第二项；二、变更广东省广州市天河区人民法院一审判决第一项为发行人于终审判决生效之日起十日内赔偿广州市涂鸦文化传播有限公司经济损失及合理开支共计 60000 元。
				2. 涂鸦诉发行人、蓝巨星案： 2018 年 10 月 19 日，广州市天河区人民法院一审判决：一、被告浙江蓝巨星国际传媒有限公司于本判决生效之日起立即停止在浙江卫视官方网站通过信息网络向公众传播包括涉词作品的侵权视频节目；二、被告灿星有限于本判决生效之日起十日内赔偿原告经济损失包括为制止侵权行为所支付的合理开支共计人民币 10 万元；二、

				驳回原告的其他诉讼请求。 2019 年 8 月 9 日，广州知识产权法院作出终审判决：一、维持广东省广州市天河区人民法院一审判决第一项；二、撤销广东省广州市天河区人民法院一审判决第三项；三、变更广东省广州市天河区人民法院一审判决第二项为发行人于终审判决生效之日起十日内赔偿广州市涂鸦文化传播有限公司经济损失及合理开支共计 30000 元。四、驳回广州市涂鸦文化传播有限公司的其他诉讼请求。
				3. 涂鸦诉发行人、腾讯、蓝巨星案： 2018 年 10 月 19 日，广州市天河区人民法院一审判决：一、被告灿星有限于本判决生效之日起十日内赔偿原告经济损失包括为制止侵权行为所支付的合理开支共计人民币 10 万元；二、被告深圳市腾讯计算机系统有限公司于本判决生效之日起十日内向原告支付作品使用费人民币 25 万元；三、驳回原告的其他诉讼请求。 2018 年 11 月 2 日，发行人提起上诉。 2018 年 11 月 2 日，发行人提起上诉。 2019 年 8 月 9 日，广州知识产权法院作出终审判决：一、撤销广东省广州市天河区人民法院一审判决第二、三项；二、变更广东省广州市天河区人民法院一审判决第一项为发行人于终审判决生效之日起十日内赔偿广州市涂鸦文化传播有限公司经济损失及合理开支共计 60000 元；三、驳回广州市涂鸦文化传播有限公司的其他诉讼请求。
3	侵害商标权纠纷	精英许可股份有限公司	星空时尚、重庆星垣文化传媒有限公司	2017 年 7 月 3 日，精英许可股份公司向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，诉请（1）被告一发行人子公司星空时尚、被告二重庆星垣文化传媒有限公司立即停止所有对原告的商标侵权行为，包括停止使用与原告“elite”、“  ”注册商标相同或者近似的标识和名称；（2）两被告在《法制日报》上刊登关于其行为侵犯原告注册商标

				专用权的声明，以消除其侵权违法行为给原告造成的不良影响；（3）两被告赔偿原告经济损失及为制止侵权行为所支付的合理开支共计人民币 500 万元。 2019 年 6 月 14 日，上海市徐汇区人民法院下发（2017）沪 0104 民初 16908 号《民事判决书》：（1）被告星空时尚文化传播（上海）有限公司、重庆星垣文化传媒有限公司立即停止侵害原告精英许可股份公司第 10099486 号、第 G663732 号注册商标专用权；（2）被告星空时尚文化传播（上海）有限公司于本判决生效之日起三十日内就其侵权原告精英许可股份公司第 10099486 号、第 G663732 号注册商标专用权在《法制日报》上刊登声明消除影响（声明内容须经本院审核）；如逾期不履行，本院将在相关媒体上发布本判决的主要内容，相关费用由被告星空时尚文化传播（上海）有限公司承担；（3）被告星空时尚文化传播（上海）有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿原告精英许可股份公司经济损失 3,500,000 元；（4）被告星空时尚文化传播（上海）有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿原告精英许可股份公司为制止侵权支付的合理开支 122,302 元；（5）被告重庆星垣文化传媒有限公司对上述第（3）（4）项赔偿款在 300,000 元范围内承担连带责任；（6）驳回原告精英许可股份公司的其余诉讼请求。 2019 年 7 月 2 日，星空时尚向上海知识产权法院提出上诉，诉请：（1）撤销上海市徐汇区人民法院（2017）沪 0104 民初 16908 号判决，发回重审或依法改判驳回被上诉人精英许可股份公司全部诉讼请求。（2）一审及二审费用由被上诉人精英许可股份公司承担。 本案目前仍在诉讼过程中。
4	著作权纠纷	蜂鸟音乐有限公司、邓诗颖	发行人、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）	2018 年 9 月 1 日，蜂鸟音乐有限公司、邓诗颖向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，诉请（1）判令发行人、江苏

			股份有限公司	省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司立即停止侵害、消除影响、赔礼道歉；（2）判令发行人、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司连带赔偿因侵权造成蜂鸟音乐有限公司、邓诗颖的经济损失人民币 1,300 万元及为制止侵权行为支付的合理费用人民币 484,000 元；（3）本案的诉讼费用由发行人、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司承担。 2018 年 10 月 30 日，北京市朝阳区人民法院作出（2018）京 0105 民初 78099 号《民事裁定书》，驳回被告发行人提出的管辖权异议。被告不服北京市朝阳区人民法院（2018）京 0105 民初 78099 号民事裁定，于 2018 年 11 月 20 日向北京知识产权法院提起管辖权异议上诉。 2019 年 4 月 4 日，北京知识产权法院作出（2019）京 73 民辖终 95 号《民事裁定书》，驳回上诉，维持原裁定。 本案尚未开庭审理，目前仍在诉讼过程中。
5	著作权合同纠纷（品牌授权瑕疵）	腾讯科技深圳有限公司	梦响强音	原告已撤诉
6	音乐作品著作权侵权纠纷	河南万宇娱乐传媒有限公司	乐视网信息技术（北京）股份有限公司、发行人	已结案，判决发行人赔偿河南万宇娱乐传媒有限公司经济损失 10 万元
7	音乐作品著作权侵权纠纷	孙维君案	发行人、浙江广播电视集团、深圳市腾讯计算机系统有限公司	法院驳回起诉
8	侵权纠纷	蜂鸟音乐有限公司，邓诗颖	发行人、江苏省广播电视总台	原告已撤诉
9	侵害商标权纠纷	Talpa ContentB.V.	梦响强音、北京正议天下文化传播有限责任公司	原告已撤诉
10	侵害商标权纠纷	浙江唐德影视股份有限公司	发行人、世纪丽亮（北京）国际文化传媒有限公司	原告已撤诉
11	著作权纠纷	蜂鸟音乐、邓紫棋	发行人、江苏省广播电视总	原告已撤诉

			台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司	
12	知识产权侵权	Talpa Global B.V	SCML、梦响强音	达成和解、仲裁程序终止
13	音乐作品著作权侵权纠纷	解承强	浙江广播电视集团、上海灿星文化传媒股份有限公司、吴某愁	2019 年 9 月 18 日，原告向杭州市西湖区人民法院申请追加浙江广播电视集团、上海灿星文化传媒股份有限公司为 2019 浙 0106 民初 7324 号案件的被告，诉请：1、判令被告停止侵犯原告音乐作品《信天游》著作权；2、共同赔偿原告经济损失及合理费用 100000 元；3、被告在浙江电视台上向原告公开赔礼道歉；4、被告共同承担本案诉讼费用。 本案尚在诉讼过程中。

除上述纠纷外，报告期内，公司不存在其他因侵犯他人知识产权被起诉的情形。

根据公司审计报告，就上述知识产权相关诉讼中与成本相关的诉讼，公司已合理预估并结转成本，并根据管理层审慎评估未计提预计负债。公司已结案的知识产权侵权案件中，一起案件发行人被判决共同赔偿经济损失 2 万元、单独赔偿经济损失 4 万元及合理开支 56,500 元，并在 18,000 元的范围内承担赔偿的连带责任；四起案件发行人分别被判决赔偿原告经济损失及合理开支 13 万元、6 万元、6 万元、10 万元。

综上所述，公司报告期内存在少量涉嫌知识产权侵权而被第三方提起诉讼的情形，涉及金额较小，上海星投、上海昼星、田明作出承诺，“截至本承诺函出具之日，就灿星文化及其并表范围内子公司正在进行中的重大诉讼或仲裁事项，若根据最终判决/裁决，灿星文化或其子公司需赔付合计金额高于截至本承诺函出具之日已计入应付账款科目的应付原告方的合计暂估金额，则差额部分由上海星投投资有限公司、上海昼星投资有限公司、田明共同连带地向灿星文化进行补偿”，公司已经采取有效整改措施，加强知识产权管理，对本次发行不构成重大法律障碍。

八、公司研发情况

公司注重综艺节目制作技术创新，给观众提供新鲜、先进的观赏体验。公司的主要的核心能力在于节目的创意、开发、研制和运营，公司的业务特点决定了公司具有鲜明的创意、创新属性，制作节目过程中存在大量的创意设计环节，此外灯光、舞美、道具、拍摄方法、后期制作等技术手段均为节目的创意和制作服务。公司研发了多档综艺节目，同时也研发了多项与节目制作相关的技术和方法并申请了多项专利，其中“好声音战车”、“魔镜转椅”等创新元素的运用为大众所熟知，见本节内容“五、公司的固定资产、无形资产及其他经营要素 （二）主要无形资产情况 2、专利”。

截至报告期末，公司的参与节目研发的人员总计 137 名，占员工总数的比例

为 28.13%，技术人员总计 91 名，占员工总数的比例为 18.69%。上述研发和技术人员中核心人员 7 名，占员工总数的比例为 1.44%，核心人员情况及简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“（四）其他核心人员”。

公司研发费用的构成和占营业收入的比例详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”。

九、公司境外经营情况

2017 年 12 月 1 日，公司在香港注册子公司灿星国际，2018 年 5 月 23 日，公司在澳门注册子公司晟星传媒（澳门）。报告期内，灿星国际开展了少量的播映权授权业务，晟星传媒从事演出活动和会议展览筹备及制作、文化艺术交流策划业务。截至本招股说明书签署日，灿星国际、晟星传媒境外经营符合当地法律法规。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况，董事会专门委员会的设置和运行情况

（一）报告期内公司治理存在的缺陷及改进情况

公司在整体变更设立股份公司前，治理结构相对不够完善，规范性文件不够完备。股份公司设立以来，公司根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规、规范性文件的规定，成立了股东大会、董事会、监事会，董事会下设战略发展委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并结合经营发展的需要充实高级管理人员。公司的股东大会、董事会、监事会分别为公司的最高权力机构、执行机构及监督机构，上述三者与高级管理人员共同构建了分工明确、相互配合、相互制衡的运行机制，形成较为完善的公司治理结构。

同时，公司按照上市公司规范治理的标准，逐步制定并修改完善《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会秘书工作细则》、《对外担保管理制度》、《关联交易决策制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《独立董事制度》、《董事会专门委员会议事规则》、《审计委员会年报工作制度》、《独立董事年报工作制度》等一系列规范性制度，对公司的内部治理和内部控制进行全面规范，并在实施运行中严格遵照执行。

（二）股东大会的实际运行情况

1、股东大会制度的建立健全情况

股东大会为公司的最高权力机构，公司依照相关法律、法规及规范性文件的规定制定《公司章程》、《股东大会议事规则》，股东大会行使包括决定公司的经营方针和投资计划、审议批准公司的年度财务预算方案和决算方案等职权。上

述制度对公司股东大会如何有效运行设定清晰且具有可操作性的规定。

2、股东大会的运行情况

公司自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，共计召开股东大会17 次。公司历次股东大会的召集和召开程序、股东出席会议情况、会议表决程序、决议内容、相关文件的签署等均按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等有关法律、法规及规范性文件的要求规范运作，股东大会的召开及决议内容合法有效。

（三）董事会的实际运行情况

1、董事会制度的建立健全情况

董事会为公司股东大会的执行机构，公司依照相关法律、法规及规范性文件的规定制定《公司章程》、《董事会议事规则》，对董事的任职资格、选任、权利和义务，以及董事会职权及议事规则进行详细规定，指导董事会的规范运行。

2、董事会的运行情况

公司自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，共计召开董事会 24 次。公司历次董事会的召集和召开程序、董事出席会议情况、会议表决程序、决议内容、相关文件的签署等均按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等有关法律、法规及规范性文件的要求规范运作，董事会的召开及决议内容合法有效，不存在董事会违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（四）监事会的实际运行情况

1、监事会制度的建立健全情况

监事会为公司监督机构，监事会履行对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，检查公司财务等职权。公司依照相关法律、法规及规范性文件的规定制定《公司章程》、《监事会议事规则》，对监事的任职资格、监事会职权、议事规则等进行详细规定，指导监事会的规范运行。

2、监事会的运行情况

公司自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，共计召开监事会 15 次。公司历次监事会的召集和召开程序、监事出席会议情况、会议表决程序、决议内容、相关文件的签署等均按照《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》等有关法律、法规及规范性文件的要求规范运作，监事会的召开及决议内容合法有效。

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度的建立健全情况

公司已经建立《独立董事制度》，对独立董事的任职条件及独立性、选任及更换、权利及义务等进行规定，该制度符合《公司法》等法律、法规及规范性文件的要求。

2、独立董事实际发挥作用的情况

公司的独立董事依照有关法律、法规及规范性文件、《公司章程》、《独立董事制度》的规定，勤勉、认真、谨慎地履行其权利，并承担义务。公司的独立董事积极出席公司历次董事会会议，参与公司重大经营决策，对公司的关联交易发表独立意见，对切实保护股东权益尤其是中小股东权益不受侵害，以及监督公司依照法人治理结构规范运作起到了积极的作用。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书的聘任情况

2016 年 7 月 28 日，公司召开第一届董事会第一次会议，经董事长提名，审议通过聘任王艳女士为公司董事会秘书，任期 3 年，自 2016 年 7 月 28 日至 2019 年 7 月 27 日。

2、董事会秘书的履职情况

自公司董事会聘请董事会秘书以来，董事会秘书按照法律、法规、规范性文

件以及《公司章程》的有关规定，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料的管理，以及办理信息披露事务等事宜，积极配合公司独立董事履行职责，对公司的规范运作起到重要作用，公司不存在高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（七）董事会专门委员会的设置及运行情况

2018 年 3 月 22 日，公司召开第一届董事会第十次会议，审议通过董事会下设 4 个专门委员会，分别为战略发展委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。

1、战略发展委员会

战略发展委员会的主要职责为：根据公司经营情况以及市场环境变化情况，定期对公司经营目标、中长期发展战略进行研究并提出建议；对《公司章程》规定的须经董事会批准的重大投、融资方案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大交易项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查，并向董事会报告；董事会授权的其他的事项。

董事会战略发展委员会的成员为田明、徐志豪、盛文灏，自战略发展委员会设立以来，各委员恪守职责，依法依规履职，为公司治理的完善发挥积极作用。

2、审计委员会

审计委员会的主要职责为：提议聘请或更换外部审计机构；对公司聘请的审计机构的独立性予以审查，并就其独立性发表意见；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内部控制制度，监督内部控制的有效实施和内部控制自我评价情况，协调内部控制审计及其他相关事宜。

董事会审计委员会的成员为陈热豪、李良荣、徐志豪，自审计委员会设立以来，各委员恪守职责，依法依规履职，为公司治理的完善发挥积极作用。

3、提名委员会

提名委员会的主要职责为：研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；对董事候选人和经理人员人选进行审查并提出建议。

董事会提名委员会的成员为田明、李良荣、陈热豪，自提名委员会设立以来，各委员恪守职责，依法依规履职，为公司治理的完善发挥积极作用。

4、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会的主要职责为：研究董事及经理人员的考核标准，进行考核并提出建议；研究和审查董事、经理人员的薪酬政策与方案；每年对董事和经理人员薪酬的决策程序是否符合规定、确定依据是否合理、是否损害公司和全体股东利益等进行一次检查，出具检查报告并提交董事会；制定公司股权激励计划的草案。

董事会薪酬与考核委员会的成员为金磊、李良荣、陈热豪，自薪酬与考核委员会设立以来，各委员恪守职责，依法依规履职，为公司治理的完善发挥积极作用。

董事会上述各专门委员会按议事规则召开会议，在有效监督管理层、建立科学有效的激励与约束机制、强化董事会决策功能、完善公司治理结构等方面发挥了应有的作用。各专门委员会委员能切实履行职责，保障了公司的规范运行。

二、公司内部控制的评价情况

（一）管理层对公司内部控制的自我评估意见

2020 年 9 月 30 日，公司出具关于公司内部控制的自我评价报告。

根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于 2020 年 6 月 30 日，不存在财务报告内部控制重大缺陷。董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于 2020 年 6 月 30 日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自 2020 年 6 月 30 日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

2020 年 9 月 30 日，立信会计师就公司内部控制出具《内部控制鉴证报告》（信会师报字[2020]第 ZA15697 号），立信会计师认为：公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

三、发行人报告期内违法违规的情况及对发行人的影响

（一）行政处罚事实情况

2019 年 12 月 11 日，北京市朝阳区文化和旅游局向梦响强音签发《行政处罚决定书》（（朝）文执罚[2019]第 91 号），对梦响强音 2019 年 10 月 7 日 19 时 30 分至 22 时 00 分，在国家体育场（鸟巢）举办的“2019 中国好声音巅峰之夜”演出变更演出节目未重新报批的行为作出罚款人民币五万元的行政处罚。

上述变更演出节目行为系新增《我的祖国》、《缘分一道桥》、《年轻的战场》、《我爱你中国》等六首歌曲，因工作人员疏忽导致未及时重新报批，发行人已及时进行整改和内部培训、加强工作人员合规意识，并于 2019 年 12 月 16 日足额缴纳罚款。

（二）发行人报告期内违法违规对发行人的影响

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（深证上〔2020〕510 号）：“最近 3 年内，发行人及其控股股东、实际控制人在国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域，存在以下违法行为之一的，原则上视为重大违法行为：被处以罚款等处罚且情节严重；导致严重

环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。有以下情形之一且中介机构出具明确核查结论的，可以不认定为重大违法：违法行为显著轻微、罚款数额较小；相关规定或处罚决定未认定该行为属于情节严重；有权机关证明该行为不属于重大违法。但违法行为导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等并被处以罚款等处罚的，不适用上述情形。”

根据《行政处罚决定书》（（朝）文执罚[2019]第 91 号），处罚依据为《营业性演出管理条例》第十六条第三款“营业性演出需要变更申请材料所列事项的，应当分别依照本条例第十三条、第十五条规定重新报批。” 第四十四条第二款“违反本条例第十六条第三款规定，变更演出举办单位、参加演出的文艺表演团体、演员或者节目未重新报批的，依照前款规定处罚”、第四十四条第一款“违反本条例第十三条、第十五条规定，未经批准举办营业性演出的，由县级人民政府文化主管部门责令停止演出，没收违法所得，并处违法所得 8 倍以上 10 倍以下的罚款；没有违法所得或者违法所得不足 1 万元的，并处 5 万元以上 10 万元以下的罚款；情节严重的，由原发证机关吊销营业性演出许可证。”

根据《行政处罚决定书》及《营业性演出管理条例》相关规定：

（1）公司上述行政处罚不属于贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序等刑事犯罪；

（2）公司罚款 5 万元的行政处罚属于“没有违法所得或者违法所得不足 1 万元”情形下的最低罚款金额，且未被吊销营业性演出许可证、因此不属于情节严重的情况；

（3）公司相关违法行为不属于导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣的情形。

综上所述，公司上述演出违规行为违法行为轻微、罚款数额较小，相关处罚依据未认定该行为属于情节严重，不构成重大违法行为，不构成本次发行上市的法律障碍。

截至本招股说明书签署日，除上述行政处罚外，报告期内公司生产经营合法合规，不存在其他行政处罚。

四、公司报告期内资金被占用以及对外担保的情况

报告期内关联方应收款项如下：

单位：万元

关联方	2020.6.30		2019.12.31		2018. 12.31		2017.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款								
SCML	-	-	-	-	-	-	39.60	0.40
微鲸科技	-	-	1,000.00	500.00	1,000.00	50.00	6,000.00	60.00
星空澳门（已注销）	-	-	-	-	-	-	239.41	2.39
其他应收款								
杭州威加餐饮	-	-	-	-	341.39	341.39	377.00	18.85

截至 2019 年末，关联方应收款项主要为微鲸科技广告款，该款项系微鲸科技在《中国新歌声》第二季投放广告形成。截至 2020 年 6 月末，公司已收到微鲸科技款项。杭州威加餐饮为公司曾经参股 10%的公司。2016 年，杭州威加餐饮因经营需要向公司借款，截至 2020 年 6 月末，尚有 341.39 万元未归还。杭州威加餐饮经营不善，公司已于 2018 年 8 月转让所持全部股权，对该其他应收款项全额计提坏账准备。

截至 2020 年 6 月末，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款或者其他方式占用的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

五、公司资金管理、对外投资、担保事项的制度安排以及报告期内的执行情况

公司在整体变更设立股份公司以来，逐步建立健全公司的资金管理、对外投资、担保事项的相关制度，于《公司章程》中明确对外投资、担保事项在审批权限、审批程序等方面的一般原则。公司股东大会审议通过《募集资金使用管理办法》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》等制度规定，对股东大会、

董事会、管理层审批募集资金、对外投资、对外担保进行更为具体的规定。

（一）资金管理的制度安排

根据《募集资金使用管理办法》的相关规定，公司募集资金应当存放于经董事会批准设立的专户集中管理。募集资金专户不得存放非募集资金或用作其它用途。

公司应当对募集资金使用的申请、分级审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露程序做出明确规定；公司应当严格按照承诺的募集资金使用计划使用募集资金。

公司募集资金应当按照招股说明书或者募集说明书所列用途使用。公司募投项目发生变更的，必须经董事会、股东大会审议通过，且经独立董事、保荐机构、监事会发表明确同意意见后方可变更。

（二）对外投资的制度安排

根据《对外投资管理制度》的相关规定，股东大会审议重大对外投资事项的标准如下：

1、交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

2、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

3、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50％以上，且绝对金额超过 300 万元；

4、交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

5、交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上且绝对金额超过 300 万元。

（三）对外担保的制度安排

根据《对外担保管理制度》的相关规定，下列对外担保行为须经股东大会审议批准：

1、单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；

2、公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

3、为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

4、按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；

5、按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过三千万元；

6、对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

7、证券交易所或《公司章程》规定的其他担保。

（四）资金管理、对外投资、担保事项报告期内的执行情况

报告期内，公司严格执行资金管理、对外投资、担保事项的相关制度安排，不存在违规对外投资以及违规担保的情况。

六、公司独立性情况

公司自成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规及规范性文件的规定规范运作，在资产完整、人员独立、财务独立、机构独立、业务独立等方面与主要股东相分开，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。公司已经达到发行监管对公司独立性的要求。

（一）资产完整性

公司的资产产权清晰，发起人投入公司的资产已足额到位，并已办理相关资产、股权等权属的变更手续。

公司属于文化传媒企业，具备与经营有关的业务体系及主要相关资产，合法拥有与生产经营有关的主要设备以及商标、专利、著作权等的所有权或者使用权，具有独立的采购、创制和作品销售体系。公司资产与股东财产严格区分，不存在公司资金、资产和其他资源被股东违规占用的情况。

（二）人员独立性

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立性

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。公司已设立独立的财务部门，并配备专职财务人员，公司作为独立的纳税人，依法独立纳税。

（四）机构独立性

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。公司已建立健全独立完整的内部组织机构，各机构按照相关规定在各自职权范围内独立决策、规范运作。公司独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业分开，不存在合署办公、机构混同的情况。

（五）业务独立性

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。公司已建立健全业务经营体系，拥有完整的业务运营网络，能够独立开展业务，具备面向市场自主经营的能力。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定

公司最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化。公司控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持公司的股份权属清晰。最近 2 年公司的实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷和重大偿债风险

公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷和重大偿债风险。公司不存在重大担保事项。公司的重大诉讼、仲裁等或有事项对公司的资产、财务状况和持续盈利能力不会产生重大不利影响。公司所处的经营环境不存在已经或将要发生重大变化且会对公司持续经营造成重大影响的情况。

七、同业竞争

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的情况

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东上海星投不存在控制除公司之外其他企业的情况。公司的实际控制人为华人文化天津、田明、金磊、徐向东的共同控制，公司的实际控制人所控制的企业及其主要经营的业务情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有公司 5%以上股份的主要股东及实

际控制人”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”。

截至本招股说明书签署日，公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的情况，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争的情形。

（二）避免同业竞争的承诺

公司的控股股东、实际控制人、持有公司 5%以上股份的股东关于避免同业竞争作出承诺如下：

“（1）本公司/本人及本公司/本人直接或间接控制的其他公司、合作或联营企业和/或下属企业目前没有直接或间接地从事任何与灿星文化及其子公司的主营业务及其它业务相同或相似的业务（以下称“竞争业务”）；

（2）本公司/本人及本公司/本人直接或间接控制的其他公司、合作或联营企业和/或下属企业，于本公司/本人作为对灿星文化直接/间接拥有权益的主要股东/关联方期间，不会直接或间接地以任何方式从事竞争业务或可能构成竞争业务的业务；

（3）本公司/本人及本公司/本人直接或间接控制的其他公司、合作或联营企业和/或下属企业，将来面临或可能取得任何与竞争业务有关的投资机会或其它商业机会，在同等条件下赋予灿星文化该等投资机会或商业机会之优先选择权；

（4）自出具日起，承诺函及承诺为不可撤销的，且持续有效，直至本公司/本人不再作为对灿星文化直接/间接拥有权益的主要股东为止；

（5）本公司/本人和/或本公司/本人直接或间接控制的其他公司、合作或联营企业和/或下属企业如违反上述任何承诺，本公司/本人将赔偿灿星文化及灿星文化其他股东因此遭受的一切经济损失，该等责任是连带责任。”

公司的全体董事、监事、高级管理人员关于避免同业竞争作出承诺如下：“在担任灿星文化职务期间及辞去职务后六个月内，本人不直接或间接从事或参与任何在商业上对灿星文化构成竞争或可能导致与灿星文化产生竞争的业务及活动，

或拥有与灿星文化存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员；本人保证本人的配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母遵守本承诺；本人愿意承担因本人及本人的配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母违反上述承诺而给灿星文化造成的全部经济损失。”

八、关联方与关联关系

根据《公司法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》等法律、法规和规范性文件的相关规定，结合公司的实际情况，截至本招股说明书签署日，公司主要的关联方与关联关系情况如下：

（一）关联法人

1、直接或者间接控制发行人的法人或者其他组织

序号	关联方名称	关联关系
1	上海星投	上海星投持有发行人 61.68%的股权，系发行人的控股股东；徐志豪于上海星投担任董事；张敏君于上海星投担任董事；田明于上海星投担任董事长
2	上海星烁	上海星烁持有上海星投 34.18%的股权；Li Peter Chuan 于上海星烁担任执行董事
3	上海泽星	上海泽星持有上海星投 17.07%的股权；上海泽星持有上海星烁 49.00%的股权
4	上海辉星	上海辉星持有上海星投 17.64%的股权；金磊持有上海辉星 100.00%的股权；金磊于上海辉星担任执行董事
5	上海昭星	上海昭星持有上海星投 7.53%的股权；田明持有上海昭星 39.29%的股权，金磊持有上海昭星 6.22%的股权，徐向东持有上海昭星 12.02%的股权，上海昭星系核心管理层共同控制；田明于上海昭星担任董事长；金磊于上海昭星担任董事；徐向东于上海昭星担任董事
6	上海昼星	上海昼星持有发行人 19.32%的股权；上海昼星持有上海星投 23.58%的股权；上海昼星持有霍尔果斯晨星 1.00%

序号	关联方名称	关联关系
		的股权；上海昼星持有上海望星 1.00%的股权；田明持有上海昼星 100.00%的股权；田明于上海昼星担任执行董事
7	华人文化产业投资	华人文化产业投资持有上海星烁 51.00%的股权；华人文化产业投资持有上海泽星 1.00%的出资额，系上海泽星的执行事务合伙人
8	华人文化天津	华人文化天津持有华人文化产业投资 2.50%的出资额，系华人文化产业投资的执行事务合伙人；华人文化天津系发行人实际控制人之一；黎瑞刚于华人文化天津担任经理、董事长；许美娟于华人文化天津担任董事；刘曼于华人文化天津担任董事；田溯宁于华人文化天津担任董事；刘晓峰于华人文化天津担任董事；冯晓亮于华人文化天津担任董事；章茜于华人文化天津担任董事；梁嘉玮于华人文化天津担任董事；王效钉于华人文化天津担任董事
9	上海民星	上海望星持有上海民星 1.00%的出资额，系上海民星的执行事务合伙人
10	霍尔果斯晨星	田明持有霍尔果斯晨星 99.00%的股权；田明于霍尔果斯晨星担任执行董事
11	上海望星	田明持有上海望星 99.00%的股权；田明于上海望星担任执行董事

2、除上述披露的情况之外，直接或者间接控制发行人的法人或者其他组织直接或者间接控制的除发行人及其控股子公司以外的法人或者其他组织

序号	关联方名称	关联关系
1	Katy	上海泽星持有 Katy 100.00%的股权；黎瑞刚于 Katy 担任董事
2	Golden Horse	上海辉星持有 Golden Horse 100.00%的股权；金磊于 Golden Horse 担任董事
3	East Union	上海昭星持有 East Union 100.00%的股权；徐向东于 East Union 担任董事
4	Harvest Goal	上海昼星持有 Harvest Goal 100.00%的股权；田明于 Harvest Goal 担任董事
5	CMC Asia	MIR 持有 CMC Asia 75.5%的股权、志丰管理持有 CMC Asia 24.5%的股权；田明于 CMC Asia 担任董事；徐志豪于 CMC Asia 担任董事；王艳于 CMC Asia 担任董事
6	FSML	CMC Asia 持有 FSML100.00%的股权；田明于 FSML 担任董事；徐志豪于 FSML 担任董事；王艳于 FSML 担任董事
7	歆空实业	FSML 持有歆空实业 100.00%的股权；田明于歆空实业担任执行董事

8	歆丰文化	歆空实业持有歆丰文化 100.00%的股权；田明于歆丰文化担任执行董事
9	财富之星	FSML 持有财富之星 100.00%的股权；田明于财富之星担任执行董事
10	SCML	CMC Asia 持有 SCML 100.00%的股权
11	秦汉新城星空	SCML 持有秦汉新城星空 100.00%的股权；田明于秦汉新城星空担任执行董事
12	上海烨星	华人文化产业投资持有上海烨星 99.00%的股权；Li Peter Chuan 于上海烨星担任执行董事
13	MIS	上海烨星持有 MIS 51.00%的股权、上海泽星持有 MIS 49.00%的股权；Li Peter Chuan 于 MIS 担任董事
14	STM	MIS 持有 STM 100.00%的股权
15	MIR	华人文化天津及核心管理层间接共同控制的公司；Li Peter Chuan 于 MIR 担任董事
16	Fortune Star Media (Hong Kong) Limited	FSML 持有 Fortune Star Media (Hong Kong) Limited 100.00%的股权；田明于 Fortune Star Media (Hong Kong) Limited 担任董事
17	星屹（上海）企业管理有限公司	FSML 持有星屹（上海）企业管理有限公司 70.00%的股权；田明于星屹（上海）企业管理有限公司担任董事长

3、除上述披露的情况之外，发行人的持股 5%以上的自然人股东、董事、监事及高级管理人员控制或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人或者其他组织

序号	关联方名称	关联关系
1	西藏璀灿星河	田明持有西藏璀灿星河 72.68%的股权；田明于西藏璀灿星河担任执行董事
2	上海翊捷	田明持有上海翊捷 99.00%的股权、上海昼星持有上海翊捷 1.00%的股权；田明于上海翊捷担任执行董事
3	上海瓠星	上海翊捷持有上海瓠星 1.00%的出资额，系上海瓠星的执行事务合伙人
4	上海瓠帆文化	上海翊捷持有上海瓠帆文化 1.00%的股权、上海瓠星持有上海瓠帆文化 99.00%的股权；田明于上海瓠帆文化担任执行董事
5	上海瓠帆置业	上海瓠帆文化持有上海瓠帆置业 100.00%的股权；田明于上海瓠帆置业担任执行董事
6	西安曲江灿星文化产业投资管理有限公司	田明于西安曲江灿星文化产业投资管理有限公司担任董事；王艳于西安曲江灿星文化产业投资管理有限公司担任董事
7	广东南瓜视业	田明于广东南瓜视业担任董事

序号	关联方名称	关联关系
8	上海鸿赢文化	王艳于上海鸿赢文化担任董事
9	天壹紫腾资产管理（宁波）有限公司	陈永于天壹紫腾资产管理（宁波）有限公司担任首席投资官
10	上海柠萌影视传媒有限公司	陈永于上海柠萌影视传媒有限公司担任董事
11	四川驹马企业管理有限公司	陈永于四川驹马企业管理有限公司担任董事
12	宁波梅山保税港区瑞盟投资管理有限公司	陈永持有宁波梅山保税港区瑞盟投资管理有限公司95.00%的股权；陈永于宁波梅山保税港区瑞盟投资管理有限公司担任经理、执行董事
13	北京新爱体育传媒科技有限公司	陈永于北京新爱体育传媒科技有限公司担任董事
14	上海永之瑞企业发展有限公司	陈永持有上海永之瑞企业发展有限公司 100.00%的股权；陈永于上海永之瑞企业发展有限公司担任执行董事
15	上海文投投资管理有限公司	徐志豪于上海文投投资管理有限公司担任总经理、执行董事
16	上海海元文化体育传播有限公司	徐志豪于上海海元文化体育传播有限公司担任董事
17	盛力世家（上海）体育文化发展有限公司	徐志豪于盛力世家（上海）体育文化发展有限公司担任董事长
18	四川九牛足球俱乐部股份有限公司	徐志豪于四川九牛足球俱乐部股份有限公司担任董事
19	海宁壹线影视文化有限公司	徐志豪于海宁壹线影视文化有限公司担任董事
20	北京新英体育传媒有限公司	徐志豪于北京新英体育传媒有限公司担任总裁
21	湖南楚冠文体产业有限公司	徐志豪于湖南楚冠文体产业有限公司担任董事
22	爱麦克斯菲尔姆（上海）投资管理有限公司	徐志豪于爱麦克斯菲尔姆（上海）投资管理有限公司担任董事
23	上海音悦聚投资咨询有限公司	徐志豪于上海音悦聚投资咨询有限公司担任执行董事
24	四川优必选城市体育产业发展有限责任公司	徐志豪于四川优必选城市体育产业发展有限责任公司担任董事
25	北京映像汇文化创意有限公司	徐志豪于北京映像汇文化创意有限公司担任董事
26	CWWR Holdings Ltd.	徐志豪于 CWWR Holdings Ltd.担任董事
27	CWWR Vision Limited	徐志豪于 CWWR Vision Limited 担任董事；徐志豪持有 CWWR Vision Limited 100%的股权

序号	关联方名称	关联关系
28	上海公信会计师事务所有限公司	陈热豪于上海公信会计师事务所有限公司担任董事长
29	纽仕兰新云（上海）电子商务有限公司	盛文灏于纽仕兰新云（上海）电子商务有限公司担任董事长、总经理
30	上海灏加投资管理有限公司	盛文灏持有上海灏加投资管理有限公司 100.00%的股权；盛文灏于上海灏加投资管理有限公司担任执行董事、总经理
31	上海煜星	陆伟于上海煜星担任执行事务合伙人
32	上海璟星	陆伟于上海璟星担任执行事务合伙人
33	杭州灿辉	陆伟于杭州灿辉担任董事
34	接力网络技术发展（上海）有限公司	曹志高于接力网络技术发展（上海）有限公司担任董事
35	接力投资管理咨询（上海）有限公司	曹志高于接力投资管理咨询（上海）有限公司担任董事

4、直接持有发行人 5%以上股份的法人

直接持有发行人 5%以上股份的法人为上海星投、上海昼星、西藏源合，其具体情况详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人”之“（一）控股股东、实际控制人”及“（二）持有公司 5%以上股份的其他股东”。

（二）关联自然人

1、发行人的董事、监事及高级管理人员

序号	关联方名称	关联关系
1	田明	田明于发行人担任董事长、总经理；田明系发行人实际控制人之一
2	王艳	王艳于发行人担任董事、财务负责人、董事会秘书
3	陈永	陈永于发行人担任董事
4	金磊	金磊于发行人担任董事、副总经理；金磊系发行人实际控制人之一
5	徐向东	徐向东于发行人担任董事、副总经理；徐向东系发行人实际控制人之一
6	徐志豪	徐志豪于发行人担任董事
7	陈热豪	陈热豪于发行人担任独立董事
8	李良荣	李良荣于发行人担任独立董事

9	盛文灏	盛文灏于发行人担任独立董事
10	陆伟	陆伟于发行人担任监事会主席
11	姚寅	姚寅于发行人担任职工代表监事
12	吴冰	吴冰于发行人担任监事
13	曹志高	曹志高于发行人担任副总经理

2、除上述披露的情况之外，直接或者间接控制发行人的法人或者其他组织的董事、监事及高级管理人员

序号	关联方名称	关联关系
1	黎瑞刚	黎瑞刚于华人文化天津担任董事长、经理
2	Li Peter Chuan	Li Peter Chuan 于上海星烁担任执行董事
3	张敏君	张敏君于上海星投担任董事
4	朱敏	朱敏于上海星投担任监事；朱敏于上海星烁担任监事
5	桂芃芃	桂芃芃于上海辉星担任监事；桂芃芃于上海昭星担任监事；桂芃芃于上海昼星担任监事；桂芃芃于霍尔果斯晨星担任监事；桂芃芃于上海望星担任监事
6	章茜	章茜于华人文化天津担任董事
7	王效钉	王效钉于华人文化天津担任董事
8	田溯宁	田溯宁于华人文化天津担任董事
9	刘晓峰	刘晓峰于华人文化天津担任董事
10	梁嘉玮	梁嘉玮于华人文化天津担任董事
11	刘曼	刘曼于华人文化天津担任董事
12	许美娟	许美娟于华人文化天津担任董事
13	冯晓亮	冯晓亮于华人文化天津担任董事
14	胡军	胡军于华人文化天津担任监事

3、直接或者间接持有发行人 5%以上股份的自然人

除田明、金磊之外，发行人不存在其他直接或者间接持有发行人 5%以上股份的自然人。

（三）其他关联方

根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》及《企业会计准则》等规定，除上述披露的情况之外，下列情形亦构成发行人的关联方。其中，

关联关系及报告期内与发行人发生过交易的主要关联方情况如下：

1、发行人的董事、监事及高级管理人员的关系密切的家庭成员及其控制或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人或者其他组织

2、直接或者间接控制发行人的法人或者其他组织的董事、监事及高级管理人员控制或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人或者其他组织

序号	关联方名称	关联关系
1	微鲸科技有限公司	黎瑞刚于微鲸科技有限公司担任董事长
2	上海千杉网络	Li Peter Chuan 于上海千杉网络担任董事
3	昌荣传媒	Li Peter Chuan 于昌荣传媒担任董事

3、直接或者间接控制发行人的法人或者其他组织的董事、监事及高级管理人员的关系密切的家庭成员及其控制或担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人或者其他组织

序号	关联方名称	关联关系
1	IPCN Limited	黎瑞刚配偶于 IPCN Limited 担任董事；黎瑞刚配偶控制 IPCN Limited

4、发行人的控股子公司，发行人的合营和联营企业

发行人的控股子公司、合营和联营企业详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、公司的控股子公司、参股公司”。

（四）过去十二个月内视同为关联方的情况或报告期内曾经存续的关联方

过去十二个月内，曾经具有《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》第 7.2.3 条或者第 7.2.5 条规定情形之一的主体，视同为发行人的关联方（过去十二个月的起算点以本招股说明书出具之日为准）。

另外，发行人存在部分报告期内的关联方至本招股说明书出具之日已不满足相关规则中的关联方认定条件。

发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方或报告期内曾经存续的主要关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	东阳最佳拍档影视策划有限公司	东阳最佳拍档影视策划有限公司成立于 2016 年 11 月 29 日，曾系梦响当然持有 60.00%股权的子公司，于 2017 年 11 月 16 日注销。因此，东阳最佳拍档影视策划有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
2	北京同路凌云广告有限公司	2015 年 1 月 21 日，发行人董事田明任北京同路凌云董事，2017 年 3 月 21 日，田明卸任北京同路凌云董事。因此，北京同路凌云广告有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
3	啁哳文化传播（上海）有限公司	啁哳文化传播（上海）有限公司成立于 2017 年 4 月 5 日，曾系发行人持有 100.00%股权的子公司，于 2017 年 8 月 16 日注销。因此，啁哳文化传播（上海）有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
4	Fine Concept	Fine Concept 曾系 SCML 持股 100.00%的子公司。Fine Concept 于 2017 年 9 月 15 日注销。因此，Fine Concept 系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
5	星耀集团	上海朗星合伙持有星耀集团 100.00%的股权。星耀集团于 2017 年 12 月 27 日注销。因此，星耀集团系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
6	MRST	徐志豪于 MRST 担任董事。MRST 于 2018 年 11 月 8 日注销。因此，MRST 系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
7	北京星空华文	SCML 持有北京星空华文 100.00%的股权。北京星空华文于 2018 年 9 月 21 日注销。因此，北京星空华文系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
8	蔡华标	蔡华标申请辞去监事的议案于 2018 年 8 月 9 日经公司职工代表大会、2018 年 8 月 10 日经公司监事会决议通过。因此，蔡华标系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
9	管建安	管建安申请辞去监事的议案于 2018 年 8 月 10 日

		经公司监事会决议通过。因此，管建安系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
10	上海朗星投资	西藏璀灿星河持有上海朗星投资 100.00%的股权；田明于上海朗星投资担任执行董事。上海朗星投资于 2018 年 7 月 23 日注销。因此，上海朗星投资系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
11	上海朗星合伙	上海朗星投资持有上海朗星合伙 0.00067%的股权，系上海朗星合伙的执行事务合伙人；西藏璀灿星河持有上海朗星合伙 99.99933%的股权，系上海朗星合伙的有限合伙人。上海朗星合伙于 2018 年 5 月 28 日注销。因此，上海朗星合伙系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
12	李怀宇	李怀宇申请辞去董事职务的议案于 2018 年 3 月 4 日经公司董事会、2018 年 3 月 19 日经公司股东大会决议通过。因此，李怀宇系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
13	刘雯	刘雯曾任华人文化天津董事，2018 年 12 月 5 日，刘雯不再担任华人文化天津董事。因此，刘雯系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
14	楼家麟	楼家麟曾任华人文化天津董事，2018 年 12 月 5 日，楼家麟不再担任华人文化天津董事。因此，楼家麟系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
15	纽仕兰（上海）乳业有限公司	发行人独立董事盛文灏曾任纽仕兰（上海）乳业有限公司董事长、总经理，2018 年 10 月 9 日，盛文灏不再担任纽仕兰（上海）乳业有限公司董事长、总经理。因此，纽仕兰（上海）乳业有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
16	上海昂立海之宝食品有限公司	发行人独立董事盛文灏曾任上海昂立海之宝食品有限公司董事长，盛文灏不再担任上海昂立海之宝食品有限公司董事长。因此，上海昂立海之宝食品有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
17	上海洛合体育发展有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海洛合体育发展有限公司董事，2018 年 12 月 29 日，徐志豪不再担任上海洛合体育发展有限公司董事。因此，上海洛合体育发展有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
18	北京懒熊体育文化有限公司	发行人董事徐志豪曾任北京懒熊体育文化有限公司董事，2018 年 11 月 8 日，徐志豪不再担任北京懒熊体育文化有限公司董事。因此，北京懒

		熊体育文化有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
19	北京方其舟见文艺创作有限公司	发行人董事徐志豪曾任北京方其舟见文艺创作有限公司董事，2018 年 12 月 26 日，徐志豪不再担任北京方其舟见文艺创作有限公司董事。因此，北京方其舟见文艺创作有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
20	上海华骋体育文化传播有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海华骋体育文化传播有限公司董事。上海华骋体育文化传播有限公司于 2019 年 1 月 30 日注销。因此，上海华骋体育文化传播有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
21	Las Lunas	Las Lunas 曾系 MIM 持股 100.00%的子公司。Las Lunas 于 2019 年 1 月 28 日注销。因此，Las Lunas 系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
22	华人文化投资管理	华人文化天津曾持有华人文化投资管理 10.00%的出资额，系华人文化投资管理的执行事务合伙人。2019 年 4 月 28 日，华人文化天津不再持有华人文化投资管理的出资额。因此，华人文化投资管理系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
23	华人文化新世（上海）投资管理有限公司	华人文化投资管理持有华人文化新世（上海）投资管理有限公司 95.00%的股权。鉴于华人文化投资管理系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方，因此，华人文化新世（上海）投资管理有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
24	上海昊星	Li Peter Chuan 曾任上海昊星董事。上海昊星于 2018 年 9 月 11 日注销。因此，上海昊星系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
25	姚玮	姚玮申请辞去董事的议案于 2019 年 5 月 20 日经公司董事会决议通过、2019 年 6 月 4 日经公司股东大会决议通过。因此，姚玮系发行人过期十二个月内视为关联方的主要关联方。
26	上海中商网络股份有限公司	发行人独立董事陈热豪曾任上海中商网络股份有限公司董事，2019 年 8 月 8 日，陈热豪不再担任上海中商网络股份有限公司董事。因此，上海中商网络股份有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
27	上海聚作嘉文化传媒有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海聚作嘉文化传媒有限公司董事长兼总经理。上海聚作嘉文化传媒有限公司于 2019 年 3 月 18 日注销。因此，上海聚

		作嘉文化传媒有限公司系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。
28	杭州灿星子默	杭州灿星子默成立于 2017 年 3 月 24 日，曾系发行人持有 60.00%股权的子公司，于 2019 年 3 月 27 日注销。因此，杭州灿星子默系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
29	上海三次元影业有限公司	发行人董事徐志豪不再担任上海三次元影业有限公司董事，因此，上海三次元影业有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
30	上海谦寻投资管理有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海谦寻投资管理有限公司总经理。上海谦寻投资管理有限公司于 2019 年 8 月 27 日注销。因此，上海谦寻投资管理有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
31	上海华翰体育文化发展有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海华翰体育文化发展有限公司董事长。上海华翰体育文化发展有限公司于 2019 年 9 月 6 日注销。因此，上海华翰体育文化发展有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
32	MIM	MIM 曾系 MIS 持股 100.00%的子公司。MIM 于 2019 年 6 月 28 日注销。因此，MIM 系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
33	CMC IP2 HK Limited	发行人董事徐志豪不再担任 CMC IP2 HK Limited 董事，因此，CMC IP2 HK Limited 系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
34	Flagship Film Group Hong Kong Limited（旗艦影業集團有限公司）	发行人董事徐志豪曾任 Flagship Film Group Hong Kong Limited（旗艦影業集團有限公司）董事。Flagship Film Group Hong Kong Limited（旗艦影業集團有限公司）于 2019 年 6 月 6 日注销。因此，Flagship Film Group Hong Kong Limited（旗艦影業集團有限公司）系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
35	Flagship Pictures Group Hong Kong Limited（旗艦娛樂集團有限公司）	发行人董事徐志豪曾任 Flagship Pictures Group Hong Kong Limited（旗艦娛樂集團有限公司）董事。Flagship Pictures Group Hong Kong Limited（旗艦娛樂集團有限公司）于 2019 年 6 月 6 日注销。因此，Flagship Pictures Group Hong Kong Limited（旗艦娛樂集團有限公司）系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
36	Flagship Pictures Hong Kong Limited（旗艦影視有限公司）	发行人董事徐志豪曾任 Flagship Pictures Hong Kong Limited（旗艦影視有限公司）董事。Flagship

		Pictures Hong Kong Limited（旗艦影視有限公司）于 2019 年 6 月 6 日注销。因此，Flagship Pictures Hong Kong Limited（旗艦影視有限公司）系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
37	上海爱有网络科技有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海爱有网络科技有限公司董事，2019 年 9 月 12 日，徐志豪不再担任上海爱有网络科技有限公司董事。因此，上海爱有网络科技有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
38	上海孩创企业管理咨询有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海孩创企业管理咨询有限公司董事长。上海孩创企业管理咨询有限公司于 2019 年 11 月 20 日注销。因此，上海孩创企业管理咨询有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
39	上海丝芭文化传媒集团有限公司	发行人董事徐志豪不再担任上海丝芭文化传媒集团有限公司董事，因此，上海丝芭文化传媒集团有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
40	XiaoMa Edu Limited	发行人董事陈永不再担任 XiaoMa Edu Limited 董事，因此，XiaoMa Edu Limited 系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
41	Dingdong(Cayman) Limited	发行人董事陈永不再担任 Dingdong(Cayman) Limited 董事，因此，Dingdong(Cayman) Limited 系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
42	成都灿星教育	成都灿星教育成立于 2018 年 11 月 23 日，曾系发行人持有 71.00%股权的子公司，于 2020 年 3 月 10 日注销。因此，成都灿星教育系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
43	星空澳门	星空澳门成立于 2013 年 1 月 16 日，曾系 SCML 持有 100.00%股权的子公司，于 2020 年 1 月 7 日注销。因此，星空澳门系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
44	北京星云乐众	北京星云乐众成立于 2012 年 2 月 2 日，曾系田明担任副董事长的公司，于 2020 年 3 月 31 日注销。因此，北京星云乐众系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
45	上海星咖网络	上海星咖网络成立于 2015 年 9 月 2 日，曾系梦响强音持有 50.00%股权的参股公司，于 2020 年 5 月 29 日注销。因此，上海星咖网络系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。

46	嘉兴健腾投资管理有限公司	发行人董事徐志豪曾任嘉兴健腾投资管理有限公司董事长，2020 年 6 月 19 日，徐志豪不再担任嘉兴健腾投资管理有限公司董事长。因此，嘉兴健腾投资管理有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
47	北京乐华圆娱文化传播股份有限公司	发行人董事徐志豪曾任北京乐华圆娱文化传播股份有限公司董事，2020 年 7 月 28 日，徐志豪不再担任北京乐华圆娱文化传播股份有限公司董事。因此，北京乐华圆娱文化传播股份有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
48	上海倍视文化传媒有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海倍视文化传媒有限公司董事长，2020 年 4 月 1 日，徐志豪不再担任上海倍视文化传媒有限公司董事长。因此，上海倍视文化传媒有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
49	上海帕派体育文化发展有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海帕派体育文化发展有限公司董事，2020 年 6 月 1 日，上海帕派体育文化发展有限公司被吊销营业执照。因此，上海帕派体育文化发展有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
50	上海倍视熠文化发展有限公司	发行人董事徐志豪曾任上海倍视熠文化发展有限公司执行董事，2020 年 6 月 2 日，徐志豪不再担任上海倍视熠文化发展有限公司执行董事。因此，上海倍视熠文化发展有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
51	永康尚睿影视文化传媒有限公司	永康尚睿影视文化传媒有限公司成立于 2016 年 4 月 28 日，曾系徐志豪担任董事的公司，于 2020 年 6 月 11 日注销。因此，永康尚睿影视文化传媒有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
52	武汉当代明诚体育发展集团有限公司	发行人董事徐志豪曾任武汉当代明诚体育发展集团有限公司董事，2020 年 4 月 20 日，徐志豪不再担任武汉当代明诚体育发展集团有限公司董事。因此，武汉当代明诚体育发展集团有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。
53	湖南大康国际农业食品股份有限公司	发行人独立董事盛文灏曾任湖南大康国际农业食品股份有限公司董事，2020 年 7 月 20 日，盛文灏不再担任湖南大康国际农业食品股份有限公司董事。因此，湖南大康国际农业食品股份有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的

		主要关联方。
54	北京尚睿天地影视文化传媒有限公司	徐志豪于北京尚睿天地影视文化传媒有限公司担任董事，北京尚睿天地影视文化传媒有限公司于 2020 年 9 月 24 日注销。因此，北京尚睿天地影视文化传媒有限公司系发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方。

九、关联交易

（一）经常性关联交易

1、关联销售情况

单位：万元、%

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
微鲸科技	版权、广告、艺人经纪收入	-	-	-	-	-	-	7,829.01	3.80
星空澳门（已注销）	地面活动服务费收入	-	-	-	-	59.10	0.04	239.41	0.12
SCML	艺人经纪及推广服务费收入	-	-	-	-	11.42	0.01	65.66	0.03
合计		-	-	-	-	**70.51**	**0.04**	**8,134.08**	**3.95**

注：占比为关联交易占当期营业收入的比例

公司与微鲸科技关联销售主要为授权及广告代理收入。微鲸科技是一家专注于家庭娱乐的互联网科技公司，主要产品包括智能电视、智能投影、内容服务、互联网软硬件以及音响设备、电子商务等。微鲸科技有产品推广需求及对优质内容的采购需求，而公司作为国内知名节目制作公司，与视频网站及电视台保持良好合作，拥有优质的广告投放资源及突出的内容制作能力，双方有业务合作的客观需求。

微鲸科技为运营的“微鲸 VR”APP 进行综艺、体育赛事、演唱会等 VR 内容开发，公司是其综艺内容的合作方。公司来自于微鲸科技的授权收入主要为授权其对公司节目进行 VR 内容的改编制作及授权部分节目在其平台播出。2017 年度公司授权收入合计为 1,981.13 万元。

除授权合作外，2017 年度微鲸科技委托公司在浙江卫视播出的《中国新歌声》中进行广告投放，公司广告收入 5,660.38 万元。公司与微鲸科技的广告费基于播出平台对外定价原则，价格公允。

除前述关联销售外，微鲸科技关联销售还包括艺人经纪实现的零星收入，2017 年度上述收入为 187.50 万元。公司旗下歌手参与微鲸科技推广活动的报价均为歌手商演或其他活动的市场价。

星空澳门为华语音乐榜中榜举办方 SCML 的全资子公司，报告期内曾经负责颁奖典礼的投资。星空澳门作为投资方，本身无相关活动制作执行的人员，不具备具体的执行能力。因此由公司提供活动执行、现场后勤工作等基础性工作。双方采取成本加成的方式对公司代垫的费用以实际支出金额加成 10%进行结算，作为补偿，公司获得颁奖典礼相关的招商、内容运营等权利，产生的收益公司自行留存不与星空澳门结算。2018 年末星空澳门启动注销，SCML 与公司于 2019 年签署补充协议，确认 2019 年星空澳门不再承担颁奖典礼制作投资，未来由公司负责颁奖典礼投资，独家享有运营权利，并自负盈亏，SCML 仍保留颁奖典礼在星空卫视的播出权利。

SCML 运营星空卫视，其委托公司进行频道落地推广。公司在广东、湖北、黑龙江等地的地面频道进行推广，推广地区涉及范围广，且当地推广服务的供应商普遍规模较小，由公司统筹对接当地推广服务商，再与 SCML 进行结算。2017 年公司对 SCML 落地推广费收入为 37.36 万元，交易金额较小。公司采取成本加成 10%，并考虑合理税费的定价原则。

2017 年及 2018 年对 SCML 其他关联销售主要为艺人经纪收入，以艺人当时市场报价为基础双方协商确定，定价公允。

2、关联采购情况

单位：万元、%

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
上海千杉网络	服务费支出	-	-	-	-	-	-	188.68	0.15

广东南瓜视业	联合制作结算款、服务费	45.93	0.18	463.16	0.42	925.01	1.02	-	-
IPCN	节目制作咨询	-	-	180.00	0.16	420.00	0.46	-	-
昌荣传媒	广告投放	-	-	-	-			10,216.04	7.86
合计		**45.93**	**0.18**	**643.16**	**0.59**	**1,345.01**	**1.49**	**10,404.72**	**8.01**

注：占比为关联交易占当期营业成本的比例。

上海千杉网络运营电视猫 MoreTV 应用，电视猫是一款智能电视或盒子的视频应用软件，具有较好用户基础，公司在其应用上为节目进行营销推广，包括宣传片宣传、内容置顶宣传、中国新歌声专题宣传等。定价与公司其他同类渠道宣传费用持平，定价公允。

2018 年对广东南瓜视业关联采购，系公司与其联合制作《同一堂课》，根据合同应结算广东南瓜视业的联合制作结算款。公司与广东南瓜视业共同投资制作《同一堂课》节目，双方共同承担节目制作成本，按比例分享节目收益。公司负责主要节目制作成本，包括录制费用、器材租赁、后期制作、差旅、发行费、节目推广宣传费等。广东南瓜视业负责节目创意，协调统筹节目文化界及演艺界嘉宾等工作。在节目全部制作完成后，由双方共同核算节目总投资额、双方实际投资额，以及双方实际投资比例。

双方根据节目利润与投资比例分成，节目利润为节目收入扣除实际总投资。节目收入范围包括：

（1）广告收入=节目在播出平台获得的所有广告收入-税金。

（2）网络发行利润=视频网络发行总收入-相关成本

（3）其他衍生收益。

根据结算单双方对实际制作成本进行确认，核算实际投资比例，据此计算收益分成。

2019 年公司与广东南瓜视业及广东南方周末经营有限公司联合制作《2019 同一堂课》，对广东南瓜视业关联采购系根据投资比例，联合制作分成 459.27 万元。除此之外，广东南瓜视业为《回归未来，感恩时代》节目提供人物采访、策

划内容提纲等撰稿工作。服务费金额较小，双方以市场同类型撰稿工作市场价格为基础确定交易价格。

《2019 同一堂课》播出时间为 2019 年 10 月至 2020 年 1 月，2020 年 1-6 月对广东南瓜视业系《2019 同一堂课》剩余联合制作分成。

IPCN 以境外节目版权引进、节目模式研发为主要业务。2018 年及 2019 年公司对 IPCN 采购内容为节目制作咨询。IPCN 邀请节目制作专家为公司提供节目顾问服务，参加公司组织的节目研发会议，并陪同公司人员参加节目领域的国际会议。报告期，公司也邀请 SYCO 等国际知名节目研发公司参与公司节目研发，类似节目制作咨询服务金额与提供服务内容相关。

2017 年公司对昌荣传媒股份有限公司关联采购，系将其代理的一汽大众在《2017 出彩中国人》节目的独家冠名，通过昌荣传媒投放至中央电视台形成。中央电视台根据合作广告代理商投放的广告总量给予一定的折扣，通常累计投放的总量越大，折扣率越低。昌荣传媒为当年中央电视台重要的广告代理商，通过本次投放，可增加其广告投放总量以争取额外收益。同时，公司通过昌荣传媒投放获得了更低的投放价格。

3、其他关联交易

FSML 委托公司在中国境内代理销售其拥有的电影版权，公司按照电影版权销售收入收取一定比例的代理费后，剩余金额支付给 FSML，根据双方签订的框架协议，代理费为实收金额的 10%。

SCML 在亚洲和世界其他地区从事电视频道节目播放业务，委托公司代理境内客户在其平台上的广告投放，公司按照广告收入收取一定比例的代理费后，剩余金额支付给 SCML，根据双方框架合同，代理费为广告销售净收入的 15%。

公司上述交易以净额法确认收入，2017 年度至 2020 年 1-6 月扣除代理费后应结算给 FSML 的金额分别为人民币 1,196.07 万元、2,074.27 万元、882.35 万元及 9,280.21 万元；不含税代理净收入分别为 57.67 万元、100.02 万元、42.55 万元及 1,031.13 万元。应结算给 SCML 的金额分别为人民币 710.37 万元、335.32

万元、412.12 万元及 121.23 万元；不含税代理净收入分别为人民币 78.05 万元、36.84 万元及 45.28 万元及 13.32 万元。

报告期内，上述收入占公司利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
电影版权代理	1,031.13	42.55	100.02	57.67
广告代理	13.32	45.28	36.84	78.05
合计	**1,044.46**	**87.83**	**136.86**	**135.73**
占利润总额的比例	13.74%	0.22%	0.26%	0.25%

报告期内，SCML 及 FSML 的代理业务产生的收入占利润总额的比例较少。代理佣金属于行业平均水平。2020 年 1-6 月发行代理收入较大，主要系代理 FSML 将其拥有的 707 部电影发行给字节跳动所形成。

北京字节跳动科技有限公司成立于 2012 年，旗下产品包括今日头条，西瓜视频，抖音，火山小视频等。2019 年字节跳动全系应用全球 MAU 超过 15 亿，是全球用户规模最大的公司之一，在中国市场字节跳动占据了 13%的时长份额（2019 年三季度），仅次于腾讯[29]。

字节跳动虽然传统优势在于短视频内容，但是近年开始拓展长视频业务布局，上线了一系列电影、电视剧、综艺。从 2018 年开始，字节跳动旗下西瓜视频“由短入长”，尝试自制了包括《头号任务》、《侣行·翻滚吧非洲》等在内的多档原生移动综艺。2019 年 1 月的引擎大会上，时任西瓜视频总裁的张楠宣布其全新品牌定位是：聚合多元文化的综合视频平台。目前，西瓜视频以成长为主打 PUGC（专业用户生产内容）+版权内容的中长视频，长周期对标 YouTube。

字节跳动的长视频布局初期从采购老的经典影视剧版权开始，并于 2020 年春节档斥资 6.3 亿买下电影《囧妈》的版权；2020 年 3 月，字节跳动又拿下电影《大赢家》的独家播放版权；2020 年 4 月，字节跳动与 BBC Studio 达成内容

[29]中信证券科技先锋系列报告 57：字节跳动 2019 年度回顾

合作协议，上线《文明》等上百部 BBC 纪录片；2020 年 6 月，字节跳动又上线日本动画电影《无限》，并开启了付费会员服务和新片单点付费模式。

综上所述，作为头部视频网站中布局影视内容的新锐，字节跳动采取了一系列有特色的布局战略以实现对“爱优腾”的赶超，其中就包括购买大量符合平台调性、有竞争力的独播内容。字节跳动采购 FSML 拥有的优质电影版权即是在此背景产生，符合其业务结构和业务内容。

2020 年 3 月公司与北京字节跳动网络技术有限公司签署协议，将 FSML 拥有的 707 部电影在中国大陆区域的信息网络传播权（不含 OTT、IPTV 传播）、内容运营权（以宣传为目的，使用授权内容或其中任意元素的全部或部分内容进行剪切、重新或混合剪辑编排）、转授权权利及维权权利独家授权给北京字节跳动网络技术有限公司。北京字节跳动网络技术有限公司旗下包括“今日头条”、“西瓜视频”、“火山小视频”、“抖音”、“半次元”、“皮皮虾”等平台为协议项下授权权利的播出平台。

发行人自 2012 年起一直系 FSML 电影境内发行代理，公司根据 707 部电影的交付及字节跳动的结算情况，按 10%的代理费率确认了 1,025.24 万元代理费收入。根据 FSML 其他可比授权合同，多为非独家授权不含转授权权利，也不包括内容运营权利，同时播放渠道较少。公司与字节跳动交易价格系交易双方综合考虑授权期限、授权的权利范围、播出渠道及市场环境等因素协商确定，与字节跳动的定价在合理区间内。

FSML 拥有全球最大的华语影视片库之一，目前拥有 755 部电影所有权。FSML 与灿星文化于 2012 年 1 月签署协议，委托灿星文化在境内发行其拥有版权的电影作品。发行人按照电影版权销售收入收取一定比例的代理费后，剩余金额支付给 FSML，根据双方签订的框架协议，代理费为实收金额的 10%。上述交易自 2012 年起存续至今，代理费率未发生变化，公司以净额法确认收入。参考国内院线电影代理发行的费用率在 5%-15%的水平，公司与 FSML 的代理费率处于行业平均水平。

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行代理收入	1,031.13	42.55	100.02	57.67
占利润总额的比例	13.57%	0.11%	0.19%	0.11%

自 2012 年以来，公司已将电影授权给地方电视台、OTT、IPTV 等各类渠道的众多客户，包括陕西广播电视台、宁波广电集团少儿频道、贵州电视台、银川市广播电视台、吉林广播电视台等 50 余个客户。2017 年至 2019 年公司代理发行对单个客户授权电影数量少、授权期限短、权利范围小，因此总体金额相对较小，代理收入占发行人利润总额的比例极小。2020 年 1-6 月发行代理收入较大，主要系公司将 FSML 所拥有的 707 部电影发行给字节跳动，授权电影数量多且授权期长，交易金额较大。

电影代理发行业务未来将持续存在，不属于非经常性损益。

（二）偶发性关联交易

报告期内无偶发性关联交易。

（三）关联方资金拆借

报告期内，公司同关联方资金拆借情况如下：

单位：万元

借入方	借出方	拆借金额	借出日	还款日
北京同路凌云	发行人	1,200.00	2015-3	2017-3
杭州威加餐饮	梦响强音	380.00	2016-5	-
梦响强音	上海民星	31,000.00	2016-4	2017-12
发行人	上海昊星	1,000.00	2017-1	2017-9
发行人	上海民星	20,000.00	2017-9	2017-12
发行人	CMC Asia	208.00	2018-2	2019-12

注：如陆续归还，还款日为最后一笔交易的日期；
CMC Asia 金额为美元。

报告期内公司以资金借入为主，向上海民星借款 31,000.00 万元主要用于支付自用物业建设的土地出让金。

杭州威加餐饮仅为公司参股 10%的公司，且公司已于 2018 年 8 月转让所持其全部股权。截至 2018 年其他应收杭州威加餐饮款项为 341.39 万元，已全额计提坏账准备。

除上述资金拆借外，其余资金借入时间较短，主要为临时性周转。

除归还 CMC Asia 借款时公司根据同期银行贷款利率计提利息外，其余资金拆借均为无息资金拆借，拆借时间普遍较短。根据人民银行同期银行贷款利率对资金拆借应计提利息测算如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
应计利息收入	-	-	17.53	27.87
应计利息支出	-	-	54.62	1,259.56
净利息支出	-	-	37.09	1,231.69
占利润总额的比例	-	-	0.07%	2.29%

2019 年公司对 CMC Asia 借款已计提利息，经测算 2017 年及 2018 年其他无息资金拆借应计净利息支出为 1,231.69 万元及 37.99 万元，占当期利润总额的比例分别为 2.29%及 0.07%，占比很小，对公司经营成果无显著影响。

（四）关联方应收应付款项

单位：万元

关联方	2020.6.30		2019.12.31		2018. 12.31		2017.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款								
SCML	-	-	-	-	-	-	39.60	0.40
微鲸科技	-	-	1,000.00	500.00	1,000.00	50.00	6,000.00	60.00
星空澳门（已注销）	-	-	-	-	-	-	239.41	2.39
其他应收款								
杭州威加餐饮	-	-	-	-	341.39	341.39	377.00	18.85

截至 2019 年 12 月末，关联方应收款项主要为微鲸科技广告款，该款项系微

鲸科技在《中国新歌声》第二季投放广告形成。截至 2020 年 6 月末，公司已收到微鲸科技款项。杭州威加餐饮为公司曾经参股 10%的公司。2016 年，杭州威加餐饮因经营需要向公司借款，截至 2020 年 6 月末，尚有 341.39 万元未归还。杭州威加餐饮经营不善，公司已于 2018 年 8 月转让所持全部股权，对该其他应收款项全额计提坏账准备。

单位：万元

关联方	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付账款				
FSML	700.04	841.73	1,599.75	811.58
SCML	878.65	859.95	801.55	1,412.08
广东南瓜视业	405.20	459.27	708.55	
其他应付款				
CMC Asia	121.89	121.89	1,427.55	-

报告期末应付广东南瓜视业款项系公司与其联合制作《同一堂课》及《2019 同一堂课》尚未支付的结算款项。对 CMC Asia 的其他应付款系公司境外全资子公司灿星国际认购 Tencent Music Entertainment Group 增发股份，由 CMC Asia 代为支付投资款形成。该款项已于 2019 年 12 月归还，截至 2020 年 6 月末其他应付 CMC Asia 121.89 万元系尚未支付的利息。

截至 2020 年 6 月末，应付 FSML 及 SCML 款项主要系代理业务形成。上述业务款项定期结算支付。

（五）公司减少或规范关联交易的措施

1、已实施或正在实施的减少关联交易的措施

通过完成对梦响强音的收购，公司不仅完善了产业链，充实了业务板块，同时解决了与梦响强音的关联交易。通过转让所持北京同路凌云全部股权，公司已解决与北京同路凌云关联交易。

与 SCML、FSML、广东南瓜视业预计未来仍可能发生，公司将严格履行关联交易审议制度，保证关联交易价格公允。

2、完善规章制度

为规范公司的关联交易行为和减少不必要的关联交易，公司制定并不断完善《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》等规章制度，对关联交易的审议和披露、回避制度进行了详细的规定，以保证公司关联交易决策对所有股东的公平性和公正性。除上述规定以外，公司还结合实际业务情况，制定了《关联交易决策制度》，对关联交易的范围、审批、程序等进行了细致规定。

3、控股股东、实际控制人关于规范和减少关联交易的承诺

公司的控股股东、实际控制人、持有公司 5%以上股份的股东关于减少、规范关联交易及规范与关联方资金往来作出承诺如下：“本公司/本人承诺在作为灿星文化股东/实际控制人期间，本公司/本人及控制的其他企业将尽量避免与灿星文化发生关联交易，如与灿星文化发生不可避免的关联交易，本公司/本人及控制的其他企业将严格按照《公司法》、《证券法》、《上海灿星文化传媒股份有限公司章程》和《上海灿星文化传媒股份有限公司关联交易决策制度》的规定规范关联交易行为，并按有关规定履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证不通过关联交易损害灿星文化及灿星文化其他股东的合法权益。”

公司的全体董事、监事、高级管理人员关于减少、规范关联交易及规范与关联方资金往来作出承诺如下：“在灿星文化任职期间和离任后十二个月内，本人及本人投资的全资、控股企业将尽量避免与灿星文化发生不必要的关联交易，如与灿星文化发生不可避免的关联交易，本人及本人投资的全资、控股企业将严格按照《公司法》、《证券法》、《上海灿星文化传媒股份有限公司公司章程》和《上海灿星文化传媒股份有限公司关联交易决策制度》的规定规范关联交易行为。如违反上述承诺，愿承担由此产生的一切法律责任。”

（六）报告期内关联交易程序履行情况及独立董事对关联交易的意见

公司分别于 2018 年 10 月 15 日和 2018 年 11 月 1 日召开第一届董事会第十四次会议和 2018 年第四次临时股东大会，对报告期内的关联交易情况进行审议，并通过了《关于上海灿星文化传媒股份有限公司报告期内关联交易公允及关联方资金占用的议案》。

2019 年 3 月 25 日，公司召开第一届董事会第十五次会议审议通过《关于公司 2019 年度日常关联交易预计的议案》，并经 2018 年年度股东大会审议通过。

2019 年 9 月 20 日，公司召开第一届董事会第十七次会议审议通过《关于上海灿星文化传媒股份有限公司报告期内关联交易公允的议案》，并经 2019 年第二次临时股东大会审议通过。

发行人于 2020 年 6 月 29 日召开灿星文化 2019 年年度股东大会，审议通过了《关于 2020 年度日常关联交易预计的议案》，《关于 2020 年度日常关联交易预计的议案》对于公司 2020 年度将发生的日常关联交易情况予以预计，关联股东上海星投、上海昼星、田明回避表决。

2020 年 10 月 26 日，公司独立董事对报告期内关联交易事项发表了独立意见：

“1、上海灿星文化传媒股份有限公司 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年上半年《审计报告》对关联交易的披露是真实、准确与完整的，不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏。

2、上海灿星文化传媒股份有限公司在 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年上半年所产生的关联交易是公司生产经营过程中正常发生的，没有损害公司股东及债权人的利益，也不存在故意规避税收的行为。

3、上海灿星文化传媒股份有限公司在 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年上半年所产生的关联交易遵循市场经济规则，交易的价格公允。

4、上海灿星文化传媒股份有限公司已建立了必要的关联交易决策制度，关联交易的批准程序合法。上海灿星文化传媒股份有限公司设立后的关联交易均按关联交易决策制度执行，履行了必要的批准程序。”

（七）报告期内关联方的变化情况

报告期内，公司的主要关联方由关联方变为非关联方的情况如下：

序号	原关联方名称	由关联方变为非关联方的事由	与原关联方的后续交易情况	资产、人员的去向情况
1	梦响群音文化传播（上海）有限公司	成立于2014年12月16日，曾系梦响强音持有90.00%股权的子公司，于2016年5月4日注销，因此不再系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。	后续无交易	自设立以来，未开展业务，未拥有资产、员工。
2	梦响英模文化传媒（上海）有限公司	成立于2015年12月10日，曾系梦响强音持有50.00%股权的子公司，于2016年8月24日注销，因此不再系发行人报告期内曾经存续的主要关联方。	后续无交易	自设立以来，未开展业务，未拥有资产、员工。
3	杭州车猫网络科技有限公司	姚玮于杭州车猫网络科技有限公司担任董事。姚玮申请辞去发行人董事的议案于2019年5月20日经公司董事会决议通过、2019年6月4日经公司股东大会决议通过。发行人董事姚玮辞职，因此姚玮成为发行人过去十二个月内视为关联方的主要关联方，姚玮担任董事的杭州车猫网络科技有限公司不再系发行人的关联方。	后续无交易	杭州车猫网络科技有限公司存续，资产、人员不变。
4	浙江浙富资本管理有限公司	姚玮于浙江浙富资本管理有限公司担任执行董事、经理。发行人董事姚玮辞职，姚玮担任董事和高级管理人员的浙江浙富资本管理有限公司不再系发行人的关联方。	后续无交易	浙江浙富资本管理有限公司存续，资产、人员不变。
5	西藏浙富源沣投资管理有限	姚玮于西藏浙富源沣投资管理有限公司担任执行董事、总经理。发行人董事姚玮辞职，姚玮担任董事和高级	后续无交易	西藏浙富源沣投资管理有限公司存

序号	原关联方名称	由关联方变为非关联方的事由	与原关联方的后续交易情况	资产、人员的去向情况
	公司	管理人员的西藏浙富源沣投资管理有限公司不再系发行人的关联方。		续，资产、人员不变。
6	杭州智桐投资管理有限公司	姚玮于杭州智桐投资管理有限公司担任执行董事、总经理。发行人董事姚玮辞职，姚玮担任董事和高级管理人员的杭州智桐投资管理有限公司不再系发行人的关联方。	后续无交易	杭州智桐投资管理有限公司存续，资产、人员不变。
7	杭州浙富焱安投资管理有限公司	姚玮于杭州浙富焱安投资管理有限公司担任执行董事、总经理。发行人董事姚玮辞职，姚玮担任董事和高级管理人员的杭州浙富焱安投资管理有限公司不再系发行人的关联方。	后续无交易	杭州浙富焱安投资管理有限公司存续，资产、人员不变。
8	宁波梅山保税港区诚启创业投资有限公司	姚玮持有宁波梅山保税港区诚启创业投资有限公司95.00%的股权，并于宁波梅山保税港区诚启创业投资有限公司担任执行董事、经理。发行人董事姚玮辞职，姚玮控制、担任董事和高级管理人员的宁波梅山保税港区诚启创业投资有限公司不再系发行人的关联方。	后续无交易	宁波梅山保税港区诚启创业投资有限公司存续，资产、人员不变。

第八节 财务会计信息与管理层分析

立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计了公司最近三年的财务报表，并出具了信会师报字[2020]第 ZA15695 号标准无保留意见的审计报告。非经特别说明，本节所列财务数据，均引自经立信会计师审计的公司财务报告，或根据其中相关数据计算得出；非经特别说明，本节所列财务数据均为合并口径。

本节对财务报表的重要项目进行了说明，投资者欲更详细地了解公司报告期的财务状况、经营成果和现金流量，公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告及审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、最近三年经审计的财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
流动资产：				
货币资金	789,337,266.00	448,529,352.30	135,510,400.47	226,427,646.10
应收票据	49,789,123.80	59,204,274.70	113,958,134.00	21,270,000.00
应收账款	481,132,691.96	1,035,608,791.65	881,064,717.37	706,879,033.66
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	85,253,853.79	119,917,434.77	81,449,423.29	78,054,409.86
其他应收款	7,747,620.22	5,541,511.16	11,772,196.67	22,019,419.37
存货	103,754,248.07	92,102,515.58	67,721,497.53	50,346,150.91
其他流动资产	61,829,238.55	21,054,412.08	19,981,248.15	12,033,713.81
流动资产合计	**1,578,844,042.39**	**1,781,958,292.24**	**1,311,457,617.48**	**1,117,030,373.71**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	13,066,983.04	3,200,000.00
长期股权投资	4,676,213.54	5,935,771.35	5,882,110.87	5,137,292.55
其他权益工具投资	62,608,396.58	58,242,613.80	-	-
固定资产	17,933,841.08	23,359,406.49	29,506,826.81	36,616,904.15

在建工程	164,801,151.03	100,129,954.09	10,373,495.40	927,913.39
无形资产	808,181,937.54	819,494,337.32	964,301.51	672,731.51
商誉	1,635,519,565.41	1,635,519,565.41	1,635,519,565.41	1,635,519,565.41
长期待摊费用	4,216,369.71	8,358,055.58	16,413,437.60	23,592,647.04
递延所得税资产	47,773,261.20	53,736,287.60	35,841,922.28	39,072,548.34
其他非流动资产	-	-	834,705,000.00	834,705,000.00
非流动资产合计	**2,745,710,736.09**	**2,704,775,991.64**	**2,582,273,642.92**	**2,579,444,602.39**
资产总计	**4,324,554,778.48**	**4,486,734,283.88**	**3,893,731,260.40**	**3,696,474,976.10**

2、合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
流动负债：				
短期借款	100,108,750.00	185,256,468.89	280,000,000.00	597,157,440.00
应付账款	137,223,982.33	198,790,662.27	140,962,830.56	129,382,862.21
预收款项	-	142,923,240.92	26,960,575.91	36,297,644.70
合同负债	35,201,953.46	-	-	-
应付职工薪酬	13,269,053.53	18,748,324.53	18,817,779.23	30,930,383.04
应交税费	13,144,092.69	33,048,800.60	19,897,255.18	23,849,457.77
其他应付款	97,828,280.01	95,158,822.89	252,484,203.10	527,974,933.95
其他流动负债	161,277.79	-	-	-
流动负债合计	**396,937,389.81**	**673,926,320.10**	**739,122,643.98**	**1,345,592,721.67**
非流动负债：				
长期负债	140,135,465.71	89,173,204.55	-	-
递延收益	8,858,814.17	9,464,510.37	12,170,783.77	18,688,380.56
非流动负债合计	**148,994,279.88**	**98,637,714.92**	**12,170,783.77**	**18,688,380.56**
负债合计	**545,931,669.69**	**772,564,035.02**	**751,293,427.75**	**1,364,281,102.23**
所有者权益：				
股本	383,399,768.00	383,399,768.00	383,399,768.00	375,299,849.00
资本公积	1,572,404,122.70	1,572,327,601.85	1,572,327,601.85	1,220,427,520.85
其他综合收益	49,541,413.54	45,175,630.76		
盈余公积	94,246,117.01	94,246,117.01	76,859,253.39	50,275,551.88
未分配利润	1,461,151,105.07	1,401,460,134.82	1,073,399,758.14	647,374,629.13
归属于母公司所有者权益合计	3,560,742,526.32	3,496,609,252.44	3,105,986,381.38	2,293,377,550.86
少数股东权益	217,880,582.47	217,560,996.42	36,451,451.27	38,816,323.01
所有者权益合计	**3,778,623,108.79**	**3,714,170,248.86**	**3,142,437,832.65**	**2,332,193,873.87**
负债和所有者权益总计	**4,324,554,778.48**	**4,486,734,283.88**	**3,893,731,260.40**	**3,696,474,976.10**

3、合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业总收入	**345,236,784.43**	**1,733,290,195.88**	**1,652,771,402.39**	**2,058,419,778.50**
其中：营业收入	345,236,784.43	1,733,290,195.88	1,652,771,402.39	2,058,419,778.50
二、营业总成本	**333,911,942.09**	**1,328,909,962.91**	**1,165,137,747.61**	**1,602,299,498.35**
其中：营业成本	258,388,105.99	1,094,237,109.03	904,523,948.67	1,299,641,505.21
税金及附加	860,659.11	15,288,707.14	3,207,892.15	18,964,947.56
销售费用	14,479,996.83	34,529,413.11	31,786,532.33	36,751,648.53
管理费用	35,567,558.71	103,712,467.53	128,710,171.23	138,501,192.50
研发费用	24,201,939.76	70,604,639.40	76,424,819.93	74,090,939.67
财务费用	413,681.69	10,537,626.70	20,484,383.30	34,349,264.88
其中：利息费用	3,516,779.53	13,429,072.23	20,831,871.61	35,133,399.87
利息收入	3,510,289.76	3,803,727.27	3,363,789.88	1,723,893.23
加：其他收益	36,428,025.42	42,110,121.81	46,724,538.82	84,849,333.46
投资收益（损失以“-”号填列）	-1,359,557.81	-696,339.52	1,744,818.32	-258,214.38
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-1,359,557.81	-696,339.52	744,818.32	-680,996.01
信用减值损失（损失以“-”号填列）	29,672,147.11	-56,573,167.41	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-13,039,400.01	-2,507,454.47
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-894,384.03	-67,377.94	828,110.50
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	**76,065,457.06**	**388,326,463.82**	**522,996,233.97**	**539,032,055.26**
加：营业外收入	158,852.86	14,875,150.00	4,071,269.22	7,902.71
减：营业外支出	213,737.56	2,656,153.77	2,633,616.35	702,994.50
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**76,010,572.36**	**400,545,460.05**	**524,433,886.84**	**538,336,963.47**
减：所得税费用	16,563,495.21	55,544,323.12	74,189,928.06	83,411,011.93
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	**59,447,077.15**	**345,001,136.93**	**450,243,958.78**	**454,925,951.54**
（一）按经营持续性分类				
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号	59,447,077.15	345,001,136.93	450,243,958.78	454,925,951.54

填列）				
2. 终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类				
1. 归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	59,690,970.25	345,447,240.30	452,608,830.52	451,612,270.20
2. 少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-243,893.10	-446,103.37	-2,364,871.74	3,313,681.34
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	**59,447,077.15**	**345,001,136.93**	**450,243,958.78**	**454,925,951.54**
归属于母公司所有者的综合收益总额	59,690,970.25	345,447,240.30	452,608,830.52	451,612,270.20
归属于少数股东的综合收益总额	-243,893.10	-446,103.37	-2,364,871.74	3,313,681.34
八、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	0.16	0.90	1.19	1.25
（二）稀释每股收益（元/股）	0.16	0.90	1.19	1.25

4、合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	815,858,489.77	1,871,641,847.31	1,411,931,332.38	2,779,038,634.48
收到其他与经营活动有关的现金	52,766,342.89	60,928,277.07	59,587,107.31	84,662,332.69
经营活动现金流入小计	868,624,832.66	1,932,570,124.38	1,471,518,439.69	2,863,700,967.17
购买商品、接受劳务支付的现金	271,802,977.68	1,159,858,795.52	848,196,907.31	1,338,905,235.13
支付给职工以及为职工支付的现金	59,518,524.91	130,399,886.37	157,315,746.32	160,372,795.01

支付的各项税费	64,942,996.61	127,795,948.16	135,056,601.80	362,816,979.48
支付其他与经营活动有关的现金	43,428,197.79	130,358,863.82	142,404,898.41	153,710,355.79
经营活动现金流出小计	439,692,696.99	1,548,413,493.87	1,282,974,153.84	2,015,805,365.41
经营活动产生的现金流量净额	**428,932,135.67**	**384,156,630.51**	**188,544,285.85**	**847,895,601.76**
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	-	4,200,000.00	38,160,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	812,672.00	-	6,808,577.31
投资活动现金流入小计	-	812,672.00	4,200,000.00	44,968,577.31
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	50,672,170.43	90,177,233.15	17,212,296.26	22,748,465.56
投资支付的现金	100,000.00	750,000.00	-	3,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	600,000,000.00
投资活动现金流出小计	50,772,170.43	90,927,233.15	17,212,296.26	625,748,465.56
投资活动产生的现金流量净额	**-50,772,170.43**	**-90,114,561.15**	**-13,012,296.26**	**-580,779,888.25**
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	640,000.00	39,200,000.00	360,000,000.00	854,000,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	640,000.00	39,200,000.00	-	4,000,000.00
取得借款收到的现金	150,962,261.16	294,173,204.55	280,000,000.00	798,437,440.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	210,000,000.00
筹资活动现金流入小计	151,602,261.16	333,373,204.55	640,000,000.00	1,862,437,440.00

偿还债务支付的现金	185,000,000.00	300,000,000.00	597,157,440.00	1,010,618,972.70
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,635,482.31	12,095,658.37	306,911,192.86	747,725,178.74
支付其他与筹资活动有关的现金	-	1,644,351.48	-	440,000,000.00
筹资活动现金流出小计	188,635,482.31	313,740,009.85	904,068,632.86	2,198,344,151.44
筹资活动产生的现金流量净额	**-37,033,221.15**	**19,633,194.70**	**-264,068,632.86**	**-335,906,711.44**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-318,830.39**	**-656,312.23**	**-2,380,602.36**	**422,506.37**
五、现金及现金等价物净增加额	**340,807,913.70**	**313,018,951.83**	**-90,917,245.63**	**-68,368,491.56**
加：期初现金及现金等价物余额	448,529,352.30	135,510,400.47	226,427,646.10	294,796,137.66
六、期末现金及现金等价物余额	**789,337,266.00**	**448,529,352.30**	**135,510,400.47**	**226,427,646.10**

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

资产	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
流动资产：				
货币资金	381,051,504.88	187,037,763.67	38,391,804.34	128,854,252.62
应收票据	41,789,123.80	54,208,274.70	113,958,134.00	16,670,000.00
应收账款	441,739,448.50	947,506,790.88	995,985,655.28	709,208,522.56
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	71,107,761.30	54,250,408.89	65,612,599.38	54,578,613.36
其他应收款	51,533,932.03	23,197,462.03	90,527,623.12	227,575,320.71
存货	61,127,713.13	69,084,109.56	53,482,517.15	48,818,344.12
其他流动资产	36,807,757.21	-	4,561,335.89	2,976,103.40
流动资产合计	**1,085,157,240.85**	**1,335,284,809.73**	**1,362,519,669.16**	**1,188,681,156.77**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	3,000,000.00
长期股权投资	1,894,663,408.05	1,896,022,891.32	1,861,269,230.84	1,848,106,712.52

固定资产	13,496,806.17	17,161,706.03	20,182,967.94	25,282,227.61
在建工程	433,649.89	138,370.50	3,970,328.77	404,925.18
无形资产	1,156,714.12	1,245,769.96	964,301.51	672,731.51
长期待摊费用	2,511,695.98	6,370,790.07	11,962,489.21	20,047,734.56
递延所得税资产	37,251,406.22	37,188,690.06	29,690,593.09	34,339,266.92
非流动资产合计	**1,949,513,680.43**	**1,958,128,217.94**	**1,928,039,911.36**	**1,931,853,598.30**
资产总计	**3,034,670,921.28**	**3,293,413,027.67**	**3,290,559,580.52**	**3,120,534,755.07**

2、母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
流动负债：				
短期借款	100,108,750.00	185,256,468.89	280,000,000.00	597,157,440.00
应付账款	115,801,581.45	175,882,340.13	228,379,379.84	193,030,800.29
预收款项	-	92,624,244.26	2,543,794.52	5,791,002.85
合同负债	1,895,366.17	-	-	-
应付职工薪酬	7,405,180.71	11,541,184.93	11,800,708.71	22,202,824.71
应交税费	2,354,200.93	5,070,757.03	5,227,991.67	5,586,417.49
其他应付款	35,804,578.06	58,878,184.51	164,755,220.66	318,233,202.95
其他流动负债	11,456.60	-	-	-
流动负债合计	**263,381,113.92**	**529,253,179.75**	**692,707,095.40**	**1,142,001,688.29**
非流动负债：				
递延收益	1,653,814.17	2,259,510.37	9,820,783.77	16,338,380.56
非流动负债合计	**1,653,814.17**	**2,259,510.37**	**9,820,783.77**	**16,338,380.56**
负债合计	**265,034,928.09**	**531,512,690.12**	**702,527,879.17**	**1,158,340,068.85**
所有者权益：				
股本	383,399,768.00	383,399,768.00	383,399,768.00	375,299,849.00
资本公积	1,583,913,728.71	1,583,913,728.71	1,583,913,728.71	1,232,013,647.71
盈余公积	94,246,117.01	94,246,117.01	76,859,253.39	50,275,551.88
未分配利润	708,076,379.47	700,340,723.83	543,858,951.25	304,605,637.63
所有者权益合计	**2,769,635,993.19**	**2,761,900,337.55**	**2,588,031,701.35**	**1,962,194,686.22**
负债和所有者权益总计	**3,034,670,921.28**	**3,293,413,027.67**	**3,290,559,580.52**	**3,120,534,755.07**

3、母公司利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**241,253,980.27**	**1,283,480,614.88**	**1,240,915,749.56**	**1,580,242,894.07**
减：营业成本	208,410,482.99	936,700,015.52	770,991,277.15	1,109,226,121.45
税金及附加	373,435.08	12,718,987.68	3,033,457.41	13,603,856.47
销售费用	6,693,551.39	15,489,929.16	11,434,177.28	11,778,351.74
管理费用	26,605,767.98	72,166,866.50	92,420,827.60	103,850,294.43
研发费用	21,365,094.19	58,066,474.37	61,459,648.42	63,069,231.42
财务费用	1,999,822.10	9,437,857.49	18,830,097.53	31,789,846.78
其中：利息费用	3,487,763.42	11,931,180.18	20,831,871.61	32,547,256.54
利息收入	1,873,243.62	2,927,963.38	2,270,672.13	1,107,048.26
加：其他收益	29,473,235.83	33,168,072.11	38,276,349.98	61,193,211.84
投资收益（损失以“-”号填列）	-1,359,483.27	-4,229,812.31	1,744,818.32	-258,214.38
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-1,359,483.27	-696,339.52	744,818.32	-680,996.01
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-12,309,673.07	-2,634,617.98
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	828,110.50
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**9,427,755.04**	**191,019,202.36**	**310,457,759.40**	**306,053,681.76**
加：营业外收入	158,849.56	12,745,150.00	163,852.00	-
减：营业外支出	25,107.69	1,986,657.17	311,431.00	700,000.00
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**9,561,496.91**	**201,777,695.19**	**310,310,180.40**	**305,353,681.76**
减：所得税费用	1,825,841.27	27,909,058.99	44,473,165.27	46,748,898.67
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**7,735,655.64**	**173,868,636.20**	**265,837,015.13**	**258,604,783.09**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	7,735,655.64	173,868,636.20	265,837,015.13	258,604,783.09
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-

六、综合收益总额	**7,735,655.64**	**173,868,636.20**	**265,837,015.13**	**258,604,783.09**

4、母公司现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	637,198,493.28	1,435,352,600.54	921,103,968.40	2,056,622,099.12
收到其他与经营活动有关的现金	41,170,854.38	103,434,199.38	314,828,031.85	50,535,475.95
经营活动现金流入小计	678,369,347.66	1,538,786,799.92	1,235,932,000.25	2,107,157,575.07
购买商品、接受劳务支付的现金	221,037,950.62	864,976,338.88	740,094,428.94	936,752,600.39
支付给职工以及为职工支付的现金	48,083,200.07	102,474,194.36	124,235,098.02	124,376,302.64
支付的各项税费	34,923,503.42	80,157,830.73	83,348,558.19	295,064,532.76
支付其他与经营活动有关的现金	90,820,918.93	189,761,808.13	98,684,282.24	235,490,435.45
经营活动现金流出小计	394,865,573.04	1,237,370,172.10	1,046,362,367.39	1,591,683,871.24
经营活动产生的现金流量净额	**283,503,774.62**	**301,416,627.82**	**189,569,632.86**	**515,473,703.83**
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	2,466,527.21	4,000,000.00	38,160,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	691,948.97	3,813,646.15
投资活动现金流入小计	-	2,466,527.21	4,691,948.97	41,973,646.15
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	499,676.37	6,368,075.46	8,146,402.06	15,283,219.05
投资支付的现金	-	41,450,000.00	12,417,700.00	9,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现	-	-	-	600,000,000.00

金净额				
投资活动现金流出小计	499,676.37	47,818,075.46	20,564,102.06	624,283,219.05
投资活动产生的现金流量净额	**-499,676.37**	**-45,351,548.25**	**-15,872,153.09**	**-582,309,572.90**
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	360,000,000.00	850,000,000.00
取得借款收到的现金	100,000,000.00	205,000,000.00	280,000,000.00	798,437,440.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	210,000,000.00
筹资活动现金流入小计	100,000,000.00	205,000,000.00	640,000,000.00	1,858,437,440.00
偿还债务支付的现金	185,000,000.00	300,000,000.00	597,157,440.00	860,618,972.70
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,635,482.31	12,095,658.37	306,911,192.86	744,903,410.41
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	210,000,000.00
筹资活动现金流出小计	188,635,482.31	312,095,658.37	904,068,632.86	1,815,522,383.11
筹资活动产生的现金流量净额	**-88,635,482.31**	**-107,095,658.37**	**-264,068,632.86**	**42,915,056.89**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-354,874.73**	**-323,461.87**	**-91,295.19**	**419,430.55**
五、现金及现金等价物净增加额	**194,013,741.21**	**148,645,959.33**	**-90,462,448.28**	**-23,501,381.63**
加：期初现金及现金等价物余额	187,037,763.67	38,391,804.34	128,854,252.62	152,355,634.25
六、期末现金及现金等价物余额	**381,051,504.88**	**187,037,763.67**	**38,391,804.34**	**128,854,252.62**

二、审计意见

立信会计师事务所（特殊普通合伙）接受本公司委托，审计了公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日的合并及

母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注，并出具了信会师报字[2020]第 ZA15695 号标准无保留意见的审计报告，认为本公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了灿星文化 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、关键审计事项及与财务会计信息相关的重大事项的判断标准

（一）与财务会计信息相关的重大事项的判断标准

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项标准为金额超过 3,000 万元，或金额虽未达到 3,000 万元但公司认为较为重要的相关事项。

（二）关键审计事项

立信会计师在审计中识别出的关键审计事项汇总如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
（一）商誉减值	
商誉减值的会计政策及详情分析请参阅合并财务报表附注“三、重要会计政策和会计估计”注释（二十）所述的会计政策及“五、合并财务报表项目附注”注释（十四）。 管理层每年评估商誉可能出现减值的情况。商誉的减值评估结果由管理层依据其聘任的外部评估师编制的估值报告进行确定。减值评估是依据所编制的折现现金流预测而估计商誉的使用价值。折现现金流预测的编制涉及运用重大判断和估计，特别是确定收入增长率、永续增长率、成本上涨，以及确定所应用的风险调整折现率时均存在固有不确定性和可能受到管理层偏好的影响。 由于商誉的减值预测和折现未来现金流量	1、评估及测试与商誉减值测试相关的内部控制的设计及执行有效性，包括关键假设的采用及减值计提金额的复核及审批； 2、评价了管理层聘请的评估专家的胜任能力、专业素质及客观性； 3、与管理层及外部估值专家讨论商誉减值测试过程中所使用的价值类型、评估方法、估值模型的适当性，以及关键假设、折现率等参数的合理性。

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
涉及固有不确定性，以及管理层在选用假设和估计时可能出现偏好的风险，我们将评估商誉的减值视为灿星文化的关键审计事项。	
（二）收入确认	
收入确认的会计政策及详情分析请参阅合并财务报表附注“三、重要会计政策和会计估计”注释（二十五）所述的会计政策及“五、合并财务报表项目附注”注释（三十一）。灿星文化营业收入主要包括内容制作及运营、音乐制作授权及其他衍生收入。由于收入是灿星文化的关键业绩指标之一，从而管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险，立信会计师将收入确认作为关键审计事项。	1、了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性； 2、了解公司的收入确认政策，并检查了收入确认政策的执行情况； 3、按收入类别抽样检查销售合同、结算单等资料，逐项核对节目期数、金额、期间是否准确，以确认收入的真实性和完整性； 4、根据公司提供的节目进度对公司账面确认收入进行测算，确认收入金额的准确性； 5、针对营业收入执行截止测试，以确定收入不存在重大跨期。

四、财务报表的编制基础、遵循企业会计准则的声明、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

（二）遵循企业会计准则的声明

本财务报表符合财政部颁布的企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。

（三）合并财务报表范围及变化情况

本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围			
	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
星空华文国际传媒有限公司	是	是	是	是
宁波灿星文化传播有限公司	是	是	是	是
西安星空华文传媒有限公司	是	是	是	是
梦响强音文化传播(上海)有限公司	是	是	是	是
梦响当然音乐文化传播（上海）有限公司	是	是	是	是
梦响启岸文化发展（上海）有限公司	是	是	是	是
星空时尚文化传播（上海）有限公司	是	是	是	是
杭州灿星子默信息科技有限公司	否	是	是	是
灿星国际传媒有限公司	是	是	是	否
宁波梦响强音文化传播有限公司	是	是	是	否
上海灿腾文化传媒有限公司	是	是	是	否
上海灿星影视文化有限公司	是	是	是	否
成都灿星教育咨询有限公司	是	是	是	否
晟星传媒（澳门）一人有限公司	是	是	是	否
啁哳文化传播（上海）有限公司	否	否	否	是
东阳最佳拍档影视策划有限公司	否	否	否	是
宁波灿腾文化传媒有限公司	是	是	否	否
上海梦响节拍艺术发展有限公司	是	否	否	否
上海声众网络科技有限公司	是	否	否	否
上海北熠文化传媒有限公司	是	否	否	否
上海久吾一生文化传媒有限公司	是	否	否	否

五、主要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和计量方法

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

客户已接受该商品或服务等。

（1）内容制作及运营

公司内容制作及运营主要为综艺节目收入，通过节目受托承制、节目制作的合作分成、节目发行实现。

节目受托承制收入：公司将节目拷贝、邮寄、网络传输或其他载体转移给购货方，根据合同约定方式经购货方确认后结算收入。

节目制作的合作分成收入：一类是公司与客户（电视台等平台方）对节目获得的广告收入按照合同约定的分成方法进行分成。公司在节目播出后，根据合同确定的广告收入分配原则结算收入。另一类是在该模式下，公司自主招商的广告收入：公司在广告投放的节目播出后，根据合同约定的金额确认收入。

节目发行收入：公司将自有版权的节目或与他方共同拥有并经授权可转让的节目播映权转让给电视台、网络视频平台或者海外渠道所获取的收入。公司将节目拷贝邮寄、网络传输或其他载体转移给购货方时确认收入。

电视剧销售收入：在电视剧购入或完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过取得《电视剧发行许可证》，电视剧播映带和其他载体转移给购货方并已取得收款权利时确认收入，同时根据计划收入比例法结转成本。

（2）音乐制作授权及其他衍生收入

公司音乐制作授权及其他衍生收入主要包括音乐版权发行及授权、海选授权、演唱会、艺人经纪等。

公司音乐版权来源于节目及为签约歌手制作的音乐。与节目相关的音乐版权首次发行时，在音乐作品交付后确认收入。其他音乐版权授权在授权期限内平均确认收入。

其他衍生业务以收入的金额能够可靠计量及相关的、已发生的或将发生的成本能够可靠计量且相关的经济利益很可能流入本公司时确认。

此外，对于不承担相关的重大风险，明确公司只收取约定比例代理费的收入，公司按照合同约定金额乘以约定的比例确认收入。

（二）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

业务模式是以收取合同现金流量为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以摊余成本计量的金融资产；业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）；除此之外的其他金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

对于非交易性权益工具投资，本公司在初始确认时确定是否将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金

融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

1）该项指定能够消除或显著减少会计错配。

2）根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

3）该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

（1）以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

（3）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（4）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

（5）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

（6）以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费

用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计

额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

本公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。预期信用损失的计量取决于金融资产自初始确认后是否发生信用风险显著增加。

如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

对于应收账款，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存

续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

本公司将该应收账款按类似信用风险特征（账龄）进行组合，并基于所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，对该应收账款坏账准备的计提比例进行估计，简化方法计算如下：

账龄	应收账款计提比例(%)
1 年以内（含 1 年）	1
1-2 年	5
2-3 年	50
3 年以上	100

如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则本公司对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。

对于租赁应收款、公司通过销售商品或提供劳务形成的长期应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

（1）可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（2）应收款项坏账准备：

单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：

单项金额超过 100 万元人民币。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	1.00	1.00
1-2 年	5.00	5.00
2-3 年	50.00	50.00
3 年以上	100.00	100.00

单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

单独计提坏账准备的理由：

如有客观证据表明预计未来现金流量现值低于账面价值。

坏账准备的计提方法：

根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。单独测试未发生减值的应收款项，并入账龄分析法组合计提坏账准备。

（3）持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（三）存货

1、存货的分类

本公司存货分类为原材料、在产品、低值易耗品及库存商品。

原材料是指公司为制作视频节目购买的模式、版权等；

在产品是指在制作过程中的视频节目、提供节目相关服务及受托制作节目发生的成本。

库存商品是指已入库的视频节目、提供节目相关服务的工作成果、外购且可直接用于销售的视频节目或电视剧播映权之实际成本。

2、发出存货的计价方法

原材料是指公司为制作视频节目购买的模式、版权等；

在产品是指在制作过程中的视频节目、提供节目相关服务及受托制作节目发生的成本。

库存商品是指已入库的视频节目、提供节目相关服务的工作成果、外购且可直接用于销售的视频节目或电视剧播映权之实际成本。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、

具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品采用五五摊销法。

（四）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资

成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具有商业实质且换入资产和换出资产的公允价值均能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于该资产的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的

价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照本节“（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”和“（六）合并财务报表的编制方法”中披露的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资

损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后

的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

（五）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	预计残值率（%）	年折旧率（%）
电子及办公设备	年限平均法	5	0.00	20.00
运输设备	年限平均法	5	0.00	20.00

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

公司与租赁方所签订的租赁协议条款中规定了下列条件之一的，确认为融资租入资产：

（1）租赁期满后租赁资产的所有权归属于本公司；

（2）公司具有购买资产的选择权，购买价款远低于行使选择权时该资产的公允价值；

（3）租赁期占所租赁资产使用寿命的大部分；

（4）租赁开始日的最低租赁付款额现值，与该资产的公允价值不存在较大的差异。

公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费。

（六）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（七）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或

进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（八）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于使该资产达到预定用途所发生的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具有商业实质且换入资产和换出资产的公允价值均能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命（年）	依据
软件	10	预计受益期
土地使用权	预计可使用年限	预计受益期

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。经复核，本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

（八）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分

摊至相关的资产组组合。本公司在分摊商誉的账面价值时，根据相关资产组或资产组组合能够从企业合并的协同效应中获得的相对受益情况进行分摊，在此基础上进行商誉减值测试。。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（九）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

1、摊销方法

长期待摊费用在受益期内平均摊销。

2、摊销年限

在预计的受益期内分摊。

（十）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确

认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

（十一）预计负债

1、预计负债的确认标准

与诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项等或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司确认为预计负债：

（1）该义务是本公司承担的现时义务；

（2）履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、各类预计负债的计量方法

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

本公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

本公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账

面价值。

（十二）股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

1、以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。本公司以限制性股票进行股份支付的，职工出资认购股票，股票在达到解锁条件并解锁前不得上市流通或转让；如果最终股权激励计划规定的解锁条件未能达到，则本公司按照事先约定的价格回购股票。本公司取得职工认购限制性股票支付的款项时，按照取得的认股款确认股本和资本公积（股本溢价），同时就回购义务全额确认一项负债并确认库存股。在等待期内每个资产负债表日，本公司根据最新取得的可行权职工人数变动、是否达到规定业绩条件等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。但授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

对于最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用，除非行权条件是市场条件或非可行权条件，此时无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有可行权条件中的非市场条件，即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满

足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

2、以现金结算的股份支付及权益工具

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。初始采用模型按照授予日的公允价值计量，并考虑授予权益工具的条款和条件。授予后立即可行权的，在授予日以承担负债的公允价值计入成本或费用，相应增加负债；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内以对可行权情况的最佳估计为基础，按照承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，增加相应负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（十三）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

（十四）递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得

税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

六、重要会计政策、会计估计的变更及会计差错更正

（一）重要会计政策变更

1、执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）（以下合称“新金融工具准则”）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，因追溯调整产生的累积影响数调整 2019 年年初留存收益和其他综合收益，2018 年度及 2017 年度的财务报表未做调整。执行新金融工具准则的主要影响如下：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	2019 年 1 月 1 日	
		合并	母公司
非交易性的可供出售权益工具投资指定为“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产”。	可供出售金融资产	-13,066,983.04	
	其他权益工具投资	59,613,283.78	
	其他综合收益	46,546,300.74	

以按照财会〔2019〕6 号和财会〔2019〕16 号的规定调整后的 2018 年 12

月 31 日余额为基础，各项金融资产和金融负债按照修订前后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

合并报表

单位：元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	135,510,400.47	货币资金	摊余成本	135,510,400.47
应收票据	摊余成本	113,958,134.00	应收票据	摊余成本	113,958,134.00
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
应收账款	摊余成本	991,253,641.31	应收账款	摊余成本	991,253,641.31
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
其他应收款	摊余成本	19,555,966.95	其他应收款	摊余成本	19,555,966.95
可供出售金融资产(含其他流动资产)	以成本计量(权益工具)	13,066,983.04	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
			其他非流动金融资产		
			其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	13,066,983.04

母公司报表

单位：元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	38,391,804.34	货币资金	摊余成本	38,391,804.34
应收票据	摊余成本	113,958,134.00	应收票据	摊余成本	113,958,134.00
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	

原金融工具准则			新金融工具准则		
应收账款	摊余成本	1,103,892,082.48	应收账款	摊余成本	1,103,892,082.48
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
其他应收款	摊余成本	94,020,230.04	其他应收款	摊余成本	94,020,230.04

2、执行《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，2019 年度、2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整。执行该准则的主要影响如下：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	2020 年 1 月 1 日	
		合并	母公司
将与节目相关的预收款项重分类至合同负债	预收款项	-142,923,240.92	-92,624,244.26
	合同负债	142,332,588.33	92,171,131.05
	其他流动负债	590,652.59	453,113.21

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年 1-6 月财务报表相关项目的影响如下：

单位：元

受影响的资产负债表项目	2020 年 6 月 30 日	
	合并	母公司
合同负债	35,201,953.46	1,895,366.17
预收款项	-35,363,231.25	-1,906,822.77
其他流动负债	161,277.79	11,456.60

（二）首次执行新金融工具准则和新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

1、2019 年 1 月 1 日首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

（1）合并资产负债表

单位：元

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数
流动资产：			
货币资金	135,510,400.47	135,510,400.47	
结算备付金			
拆出资金			
交易性金融资产	不适用		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		不适用	
衍生金融资产			
应收票据	113,958,134.00	113,958,134.00	
应收账款	881,064,717.37	881,064,717.37	
应收款项融资	不适用		
预付款项	81,449,423.29	81,449,423.29	
应收保费			
应收分保账款			
应收分保合同准备金			
其他应收款	11,772,196.67	11,772,196.67	
买入返售金融资产			
存货	67,721,497.53	67,721,497.53	
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	19,981,248.15	19,981,248.15	
流动资产合计	**1,311,457,617.48**	**1,311,457,617.48**	
非流动资产：			
发放贷款和垫款			
债权投资	不适用		
可供出售金融资产	13,066,983.04	不适用	-13,066,983.04

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数
其他债权投资	不适用		
持有至到期投资		不适用	
长期应收款			
长期股权投资	5,882,110.87	5,882,110.87	
其他权益工具投资	不适用	59,613,283.78	59,613,283.78
其他非流动金融资产	不适用		
投资性房地产			
固定资产	29,506,826.81	29,506,826.81	
在建工程	10,373,495.40	10,373,495.40	
生产性生物资产			
油气资产			
无形资产	964,301.51	964,301.51	
开发支出			
商誉	1,635,519,565.41	1,635,519,565.41	
长期待摊费用	16,413,437.60	16,413,437.60	
递延所得税资产	35,841,922.28	35,841,922.28	
其他非流动资产	834,705,000.00	834,705,000.00	
非流动资产合计	**2,582,273,642.92**	**2,628,819,943.66**	**46,546,300.74**
资产总计	**3,893,731,260.40**	**3,940,277,561.14**	**46,546,300.74**
流动负债：			
短期借款	280,000,000.00	280,000,000.00	
向中央银行借款			
拆入资金			
交易性金融负债	不适用		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债		不适用	
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	140,962,830.56	140,962,830.56	
预收款项	26,960,575.91	26,960,575.91	
卖出回购金融资产款			
吸收存款及同业存放			
代理买卖证券款			
代理承销证券款			
应付职工薪酬	18,817,779.23	18,817,779.23	
应交税费	19,897,255.18	19,897,255.18	
其他应付款	252,484,203.10	252,484,203.10	
应付手续费及佣金			

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数
应付分保账款			
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	**739,122,643.98**	**739,122,643.98**	
非流动负债：			
保险合同准备金			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益	12,170,783.77	12,170,783.77	
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计	**12,170,783.77**	**12,170,783.77**	
负债合计	**751,293,427.75**	**751,293,427.75**	
所有者权益：			
股本	383,399,768.00	383,399,768.00	
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	1,572,327,601.85	1,572,327,601.85	
减：库存股			
其他综合收益		46,546,300.74	46,546,300.74
专项储备			
盈余公积	76,859,253.39	76,859,253.39	
一般风险准备			
未分配利润	1,073,399,758.14	1,073,399,758.14	
归属于母公司所有者权益合计	**3,105,986,381.38**	**3,152,532,682.12**	**46,546,300.74**
少数股东权益	**36,451,451.27**	**36,451,451.27**	
所有者权益合计	**3,142,437,832.65**	**3,188,984,133.39**	**46,546,300.74**
负债和所有者权益总计	**3,893,731,260.40**	**3,940,277,561.14**	**46,546,300.74**

（2）母公司资产负债表

单位：元

项目	2018年12月31日余额	2019年1月1日余额	调整数
流动资产：			
货币资金	38,391,804.34	38,391,804.34	
交易性金融资产	不适用		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		不适用	
衍生金融资产			
应收票据	113,958,134.00	113,958,134.00	
应收账款	995,985,655.28	995,985,655.28	
应收款项融资	不适用		
预付款项	65,612,599.38	65,612,599.38	
其他应收款	90,527,623.12	90,527,623.12	
存货	53,482,517.15	53,482,517.15	
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	4,561,335.89	4,561,335.89	
流动资产合计	**1,362,519,669.16**	**1,362,519,669.16**	
非流动资产：			
债权投资	不适用		
可供出售金融资产		不适用	
其他债权投资	不适用		
持有至到期投资		不适用	
长期应收款			
长期股权投资	1,861,269,230.84	1,861,269,230.84	
其他权益工具投资	不适用		
其他非流动金融资产	不适用		
投资性房地产			
固定资产	20,182,967.94	20,182,967.94	
在建工程	3,970,328.77	3,970,328.77	
生产性生物资产			
油气资产			
无形资产	964,301.51	964,301.51	
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	11,962,489.21	11,962,489.21	
递延所得税资产	29,690,593.09	29,690,593.09	
其他非流动资产			
非流动资产合计	**1,928,039,911.36**	**1,928,039,911.36**	
资产总计	**3,290,559,580.52**	**3,290,559,580.52**	

项目	2018年12月31日余额	2019年1月1日余额	调整数
流动负债：			
短期借款	280,000,000.00	280,000,000.00	
交易性金融负债	不适用		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债		不适用	
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	228,379,379.84	228,379,379.84	
预收款项	2,543,794.52	2,543,794.52	
应付职工薪酬	11,800,708.71	11,800,708.71	
应交税费	5,227,991.67	5,227,991.67	
其他应付款	164,755,220.66	164,755,220.66	
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	692,707,095.40	692,707,095.40	
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益	9,820,783.77	9,820,783.77	
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计	9,820,783.77	9,820,783.77	
负债合计	702,527,879.17	702,527,879.17	
所有者权益：			
股本	383,399,768.00	383,399,768.00	
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	1,583,913,728.71	1,583,913,728.71	
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	76,859,253.39	76,859,253.39	

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数
未分配利润	543,858,951.25	543,858,951.25	
所有者权益合计	**2,588,031,701.35**	**2,588,031,701.35**	
负债和所有者权益总计	**3,290,559,580.52**	**3,290,559,580.52**	

2、2020 年 1 月 1 日首次执行新收入准则调整 2020 年年初财务报表相关项目情况

（1）合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收账款	142,923,240.92		-142,923,240.92		-142,923,240.92
合同负债		142,332,588.33	142,332,588.33		142,332,588.33
其他流动负债		590,652.59	590,652.59		590,652.59

（2）母公司资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收账款	92,624,244.26		-92,624,244.26		-92,624,244.26
合同负债		92,171,131.05	92,171,131.05		92,171,131.05
其他流动负债		453,113.21	453,113.21		453,113.21

（三）其他重要会计政策和会计估计变更情况

（1）执行《企业会计准则第 16 号——政府补助》（2017 年修订）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要

求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

本公司 2017 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，执行该准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
与本公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入，比较数据不调整。	2017 年度其他收益：84,849,333.46 元。

（2）执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

本公司自 2017 年 5 月 28 日起执行该准则，执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（3）执行《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）（财会〔2019〕8 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 10 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（4）执行《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）（财会〔2019〕9 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行，

对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，债务重组损益计入其他收益和投资收益；2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，债务重组损益仍计入营业外收入和营业外支出。

（5）执行《企业会计准则解释第 13 号》

财政部于2019年12月10日发布了《企业会计准则解释第13号》〔财会〔2019〕21 号，以下简称“解释第 13 号”），自 2020 年 1 月 1 日起施行，不要求追溯调整。

①关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

②业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号，2019 年度、2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，执行解释第 13 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（6）执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于 2019 年 12 月 16 日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

（财会[2019]22 号），适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自 2020 年 1 月 1 日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该规定，2019 年度、2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（7）执行一般企业财务报表格式的修订

财政部分别 2018 年度和 2019 年度发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号）、《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6 号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会（2019）16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。

本公司已按修订后的格式编制本报告期间的财务报表：

资产负债表中“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示；

利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目；新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目；增加列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”；

所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目；

本公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
（1）资产负债表中 “应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	调增“其他应收款”：2018 年 12 月 31 日金额 0.00 元；2017 年 12 月 31 日金额 0.00 元。 调增“其他应付款”：2018 年 12 月 31 日金额 420,947.08 元，2017 年 12 月 31 日金额 286,500,268.33 元。 调增“固定资产”：2018 年 12 月 31 日金额 0.00 元；2017 年 12 月 31 日金额 0.00 元。 调增“在建工程”：2018 年 12 月 31 日金额 0.00 元；2017 年 12 月 31 日金额 0.00 元。 调增“长期应付款”：2018 年 12 月 31 日金额 0.00 元；2017 年 12 月 31 日金额 0.00 元。
（2）在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	调减“管理费用”：2018 年 12 月 31 日金额 76,424,819.93 元；2017 年 12 月 31 日金额 74,090,939.67 元。
（3）企业作为个人所得税的扣缴义务人，根据《中华人民共和国个人所得税法》收到的扣缴税款手续费，应作为其他与日常活动相关的项目在利润表的“其他收益”项目中填列，比较数据相应调整。	2018 年利润表中营业外收入减少 1,419,421.03 元，重分类至其他收益； 2017 年利润表中营业外收入减少 1,998,894.31 元，重分类至其他收益。
（4）在利润表中分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”。比较数据相应调整。	列示持续经营净利润 2017 年度金额 454,925,951.54 元。

七、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率（%）			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6、3	6、3	6、3	6、3
城市维护建设税	按实际缴纳的营业税、增值税及消费税计缴	7、5	7、5	7、5	7、5
企业所得税	按应纳税所得额计缴	15、16.5、25	15、16.5、25	15、16.5、25	15、25

存在不同企业所得税税率纳税主体的，披露情况说明：

纳税主体名称	所得税税率			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
本公司	15	15	15	15
梦响强音文化传播（上海）有限公司	15	15	15	15
其他子公司	25	25	25	25
灿星国际传媒有限公司（注 1）	16.5	16.5	16.5	-
晟星传媒（澳门）一人有限公司（注 2）	12	12	12	-

注 1：注册在香港（特别）行政区的全资子公司。

注 2：注册在澳门（特别）行政区的全资子公司。

（二）税收优惠及批文

本公司 2017 年被认定为高新技术企业，于 2017 年 11 月 23 日取得编号为 GR201731001045《高新技术企业证书》。公司在 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日止减按 15%税率征收企业所得税。

本公司子公司梦响强音文化传播（上海）有限公司 2017 年被认定为高新技术企业，于 2017 年 11 月 23 日取得编号为 GR201731001261《高新技术企业证书》。公司在 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日止减按 15%税率征收企业所得税。

（三）税收优惠对公司经营成果的影响

本公司及子公司梦响强音文化传播（上海）有限公司自 2014 年起被认定为高新技术企业，三年有效期到期后于 2017 年完成复审，继续被认定为高新技术企业。截至本招股说明书签署日，公司及子公司梦响强音文化传播（上海）有限公司的高新技术企业资格正在认定过程中。《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 24 号）第一条规定，企业的高新技术企业资格期满当年，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年底前仍未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴相应期间的税款。公司盈利能力较强，报告期对税收优惠不存依赖。

八、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表

（一）非经常性损益的具体内容、金额

公司根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》编制了 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的非经常性损益明细表，经立信会计师事务所审核并出具了《非经常性损益及净资产收益率和每股收益的专项审核报告》（信会师报字[2020]第 ZA15696 号）。

报告期公司非经常性损益具体内容、金额明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置损益	-	-89.44	-6.74	125.09
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	3,642.80	4,211.01	4,672.45	8,484.93
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	100.00	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-5.49	1,221.90	143.77	-69.51
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-1,290.68
所得税影响额	-551.01	-818.87	-754.32	-1,107.97
少数股东权益影响额	-13.02	-11.31	59.46	-5.01
合计	3,073.29	**4,513.29**	**4,214.62**	**6,136.85**

（二）非经常性损益对当期经营成果的影响

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

归属于母公司股东的非经常性损益净额	3,073.29	4,513.29	4,214.62	6,136.85
归属于母公司所有者的净利润	5,969.10	34,544.72	45,260.88	45,161.23
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东净利润的比重	51.49%	13.07%	9.31%	13.59%
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	2,895.81	30,031.43	41,046.26	39,024.38

2018 年计入当期损益的政府补助较上年下降 3,812.48 万元，导致归属于母公司股东的非经常性损益净额下降，在本年度归属于母公司股东净利润与上年度基本持平的情况下，非经常性损益占归属于母公司股东净利润的比重下降。2019 年归属于母公司所有者的净利润有一定下降，非经常性损益占比提高。2020 年 1-6 月非经常性损益占归属于母公司股东净利润的比重较高，系公司主要节目集中在下半年播出，上半年收入相对较少，但上半年收到政府补助金额较高所致。

报告期内，非经常性损益净额占归属于母公司所有者的净利润比例较低，不会对公司经营成果造成重大影响。

九、主要财务指标

（一）净资产收益率和每股收益

报告期内，本公司按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

单位：%，元

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率	每股收益	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于母公司股东的净利润	2020 年 1-6 月	1.69	0.16	0.16
	2019 年度	10.39	0.90	0.90
	2018 年度	16.77	1.19	1.19
	2017 年度	37.26	1.25	1.25
扣除非经常性损	2020 年 1-6 月	0.82	0.08	0.08

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率	每股收益	
			基本每股收益	稀释每股收益
益后归属于母公司股东的净利润	2019 年度	9.03	0.78	0.78
	2018 年度	15.20	1.08	1.08
	2017 年度	32.19	1.08	1.08

注：净资产收益率和每股收益的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率=P/（E0＋NP/2＋Ei×Mi/M0－Ej×Mj/M0±Ek×Mk/M0）

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产下一月份起至报告期末的月份数；Mj 为减少净资产下一月份起至报告期末的月份数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期末的月份数。

2、基本每股收益=P/S

S=S0＋S1＋Si×Mi/M0－Sj×Mj/M0－Sk

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份下一月份起至报告期末的月份数；Mj 为减少股份下一月份起至报告期末的月份数。

3、稀释每股收益=[P+（已确认为费用的稀释性潜在普通股利息－转换费用）×（1-所得税率）]/（S0＋S1＋Si×Mi/M0－Sj×Mj/M0－Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

报告期内本公司不存在稀释潜在普通股。

（二）主要财务指标

财务指标	2020-6-30/2020 年 1-6 月	2019-12-31/2019 年度	2018-12-31/2018 年度	2017-12-31/2017 年度
流动比率（倍）	3.98	2.64	1.77	0.83
速动比率（倍）	3.72	2.51	1.68	0.79
资产负债率（合并）	12.62%	17.22%	19.29%	36.91%
资产负债率（母公司）	8.73%	16.14%	21.35%	37.12%

财务指标	2020-6-30/2020年1-6月	2019-12-31/2019年度	2018-12-31/2018年度	2017-12-31/2017年度
应收账款周转率（次/年）	0.38	1.58	1.84	2.04
存货周转率（次/年）	2.64	13.69	15.32	10.96
息税折旧摊销前利润（万元）	8,940.51	43,756.04	56,722.95	59,217.23
归属于发行人股东的净利润（万元）	5,969.10	34,544.72	45,260.88	45,161.23
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,895.81	30,031.43	41,046.27	39,024.37
研发投入占营业收入的比例	7.01%	4.07%	4.26%	3.60%
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.12	1.00	0.49	2.26
每股净现金流量（元）	0.89	0.82	-0.24	-0.18
归属于发行人股东的每股净资产（元）	9.29	9.12	8.10	6.11

注：1、上述财务指标的计算公式如下：

流动比率=流动资产÷流动负债

速动比率=（流动资产-存货）÷流动负债

资产负债率（合并）=总负债（合并）÷总资产（合并）

资产负债率（母公司）=总负债（母公司）÷总资产（母公司）

应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额

存货周转率=营业成本÷存货平均余额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧+摊销

研发投入占营业收入的比例=研发费用÷营业收入

每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额÷期末普通股股数

每股经营活动的现金流量＝经营活动的现金流量净额÷期末普通股股数

归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益÷期末普通股股数

2、除特别说明外，本招股说明书其他位置提到的上述财务指标的计算公式与此相同。

十、分部信息

公司主要产品为综艺节目，通过对综艺节目内容运营或提供综艺节目内容制作服务实现收入。在综艺节目内容的基础上，公司在围绕自身打造节目的内容开展流行音乐制作、音乐版权运营、演出活动、衍生品运营、艺人经纪等业务。公司属于单一经营分部，因此无需列报更详细的经营分部信息。

十一、经营成果分析

（一）营业收入分析

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	34,509.14	99.96	173,086.74	99.86	165,129.32	99.91	205,841.98	100.00
其他业务	14.54	0.04	242.28	0.14	147.82	0.09	-	-
合计	**34,523.68**	**100.00**	**173,329.02**	**100.00**	**165,277.14**	**100.00**	**205,841.98**	**100.00**

2018 年度及 2019 年度公司其他业务收入主要为租赁演播室及设备的租金收入，根据合同约定在合作期限内按月结算收入。

1、主营业务分产品收入分析

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内容制作及运营	25,826.56	74.84	130,140.70	75.19	123,150.16	74.58	167,725.22	81.48
音乐制作授权及其他衍生	8,682.58	25.16	42,946.04	24.81	41,979.16	25.42	38,116.75	18.52
合计	**34,509.14**	**100.00**	**173,086.74**	**100.00**	**165,129.32**	**100.00**	**205,841.98**	**100.00**

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月，公司主营业务收入分别为 205,841.98 万元、165,129.32 万元、173,086.74 万元及 34,509.14 万元。

2018 年，公司主营业务收入下降 19.78%，主要是内容制作及运营收入下降

所致。一方面，2018 年度公司聚焦头部综艺，在优势节目上精耕细作，并对利润贡献相对较小的节目进行了精简，因此本年度节目播出数量较上年减少；另一方面，公司初次尝试超级网综，《这！就是街舞》第一季、《即刻电音》两档节目采取了更为稳健的受托承制模式，收入贡献相对较小。

2018 年公司音乐制作授权及其他衍生收入较上年增长 10.13%。2016 年公司收购梦响强音，整合音乐制作授权及其他衍生业务，充分挖掘节目衍生价值，通过收购后的运营价值实现途径日趋多样，报告期该业务板块保持了持续增长。

2019 年度公司主营业务收入较上年增长 4.82%，内容制作及运营业务及音乐制作授权及其他衍生业务均有增长。近年来视频网站自制网络综艺快速崛起，对电视台综艺的招商及互联网版权授权价格产生了一定的影响。但公司作为国内领先的综艺内容制作和运营商，在宏观经济波动及市场竞争变化的情况下，加大了节目制作力度，2019 年制作播出的综艺节目数量较上年明显增加。所制作的网络综艺《这！就是街舞》第二季、《这！就是原创》采取了与视频网站合作分成的模式。公司积极应对行业竞争格局的变革，在宏观环境不利的情况下，内容制作及运营业务仍实现了 5.68%的增长，是公司行业地位和作品影响力的具体体现。

2020 年上半年公司播出的主要节目为《了不起的长城》、《出发吧，师傅!》、《爆款来了》第二季以及《师父！我要跳舞了》，由于大型节目集中在下半年播出，上半年内容制作及运营业务收入相对较少。截至 2020 年 8 月末，《这！就是街舞》第三季、《蒙面舞王》、《2020 中国好声音》也在播出中，公司业务发展良好。2020 年上半年无音乐节目，音乐授权收入相对较少。此外受疫情影响，海选授权及演唱会等线下活动收入减少。

（1）内容制作及运营

公司内容制作及运营业务收入主要来自综艺节目。自成立以来，公司制作播出了数量众多的综艺节目，类型涵盖音乐类、舞蹈类、人文类、户外类、谈话类等，取得营收及口碑的双丰收。

综艺节目收入实现形式较为多样，根据与播出平台合作模式的不同，分为受托承制模式和合作分成模式。

①受托承制模式

在该模式下，公司根据节目播出平台（电视台或网络平台）的特点和要求研发节目，公司承担节目的创意和制作，并向客户交付节目产品，在节目交付后根据合同约定方式经购货方确认后结算收入。报告期内，采用受托承制模式的节目包括《苗阜秀》第二季、《这！就是街舞》第一季、《即刻电音》、《一起乐队吧》等。

②合作分成模式

在合作分成模式下，公司与电视台共同进行节目广告招商，包括冠名、特约、赞助以及节目中的硬广告、植入广告等。双方共同协作扩大总广告创收，并以总广告创收为基础，根据协议约定的分成比例分成。该模式是公司与电视台合作的主要模式，报告期内代表性节目包括《中国新歌声》、《中国好声音》、《中国好歌曲》、《蒙面唱将猜猜猜》、《我们的挑战》等。2019 年公司与视频网站也开始采取合作分成的模式。

报告期内，公司两类模式节目收入情况如下：

单位：万元、%

合作模式	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
受托承制模式	12,182.20	47.17	15,902.47	12.22	14,461.58	11.74	2,904.62	1.73
合作分成模式	13,644.36	52.83	114,238.24	87.78	108,688.57	88.26	164,820.60	98.27
合计	**25,826.56**	**100.00**	**130,140.70**	**100.00**	**123,150.16**	**100.00**	**167,725.22**	**100.00**

凭借长期积累的丰富制作经验和项目开发能力，公司已成功孵化过多档热门综艺节目，观众及播出平台对节目认可度较高。公司通常采取合作分成的双赢模式，报告期公司受托承制模式的节目收入占比较小。

2018 年上半年《这！就是街舞》取得优秀播出成绩，是公司成功向网综切

入的重要标志。下半年公司乘胜追击，与腾讯合作的《即刻电音》播出。该节目是公司在垂直门类网综的又一力作。2018 年两档重点网综均为受托承制模式，因此公司该模式收入占比较往年提升。

2019 年公司除与优酷合作的大型网综《一起乐队吧》采取受托承制模式外，还承制了包括《爆款来了》、《苗阜笑谭》、《唱给世界听》等多档节目，承制节目数量较上年度有所增加。一方面公司在整体广告招商环境不利的情况下，增加承制节目以平衡业务风险；另一方面通过承制中小型项目充分挖掘节目制作团队潜力，锻炼人才队伍。

2020 年上半年播出的节目中《出发吧，师傅!》、《爆款来了》第二季以及《这！就是街舞》第三季的衍生节目《师父！我要跳舞了》均为受托承制，同时公司还承接了《创造营 2020》的后期制作，因此 2020 年上半年受托承制收入占比较高。

③受托承制模式下委托制作方的主要类型

报告期主要受托承制节目如下：

序号	节目名称	委托方	类型
1	《这！就是街舞》	优酷信息技术（北京）有限公司、浙江杭州阿里创投通信技术有限公司	平台方
2	《即刻电音》	上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司	平台方
3	《了不起的长城》	北京电视台	平台方
4	《爆款来了》第二季	浙江阿里巴巴通信技术有限公司	非平台定制方
5	《出发吧，师傅!》	夸克天华（北京）传媒有限公司	非平台定制方
6	《创造营 2020》后期制作	好枫青芸文化传媒（上海）有限公司	制作公司委托方

公司受托承制节目的委托方可以分为三类：

A、平台方

即电视台及视频网站。平台方有节目内容的需求，而发行人是国内顶尖的节目制作公司，双方具有合作的基础。报告期公司受托承制节目的委托方主要为平台方，与平台方的合作是较传统的受托承制合作模式。

B、非平台定制方

以广告代理公司为代表的委托方，因与其代理的品牌客户有长期合作关系，将定制节目作为其为客户提供的整合营销手段之一。有直接需求的品牌方也可能作为定制节目的委托方。在以往的合作中，平台方进行广告招商，并委托节目制作公司制作节目，近几年也出现非平台定制方委托制作公司制作节目，同时确定合作的播出平台，嫁接播出平台、制作方及其他产业。《出发吧，师傅!》即属于该种情况，夸克天华（北京）传媒有限公司为滴滴出行在广告代理与创意方面的合作伙伴，滴滴出行有意推出一档面向网约车司机群体的才艺展示综艺节目，夸克天华（北京）传媒有限公司作为代理，与公司达成了节目制作的合作。2019 年《爆款来了》第一季及 2020 年《爆款来了》第二季的委托方代表品牌方天猫委托公司定制节目。根据艾瑞咨询报告，未来定制化综艺将不断兴起，注重与其他产业的联动发展，2019 年开始公司承制节目也显现出定制化的特点包括《爆款来了》第一季及《唱给世界听》，2020 年的部分承制节目延续了这一特点，与行业的发展相匹配。

C、制作公司委托方

此类委托方本身有节目制作能力，仅将导播、后期制作等部分制作环节委托于公司，而并非全部的节目拍摄制作工作。好枫青芸文化传媒（上海）有限公司是《创造营 2019》、《创造营 2020》的制作公司，其法定代表人孙莉也是《创造 101》的总导演。好枫青芸文化传媒（上海）有限公司对公司综艺节目的后期制作水平表示认可，尤其在素材量大的选秀类节目中体现出较高的剪辑水平，遂达成合作将《创造营 2020》的后期制作委托公司。报告期公司也承接过导播等服务，交易金额相对较小。

④不同类型委托制作方所提供的制作服务在服务内容、制作定价、合作模式、知识产权归属等方面的差异

报告期主要受托承制节目在服务内容、制作定价、合作模式、知识产权归属方面的差异如下：

委托方	服务内容	制作定价	合作模式	知识产权归属
平台方	1、配备合同约定的制作团队； 2、按约定的制作周期及制作标准交付成片； 3、配合委托方的运营需求，按委托方要求策划客户权益植入方式，并制作舞美、包装、话题等； 4、负责创意、策划、制作、宣发推广等主要工作，具体如下： （1）前期工作：创意策划案、节目执行、试镜沟通； （2）拍摄工作：导播、摄像、舞美、灯光、设施设备运输、调试、选手管理等； （3）后期工作：宣传预告片、后期正片剪辑包装、短切条剪辑制作； （4）节目宣发：宣发策略及节奏策划、宣发短切条话题拟定、协同沟通宣发平台之娱乐内容对接窗口、配合节目宣发工作； （5）艺人：艺人邀约、制片、差旅住宿餐食、协同沟通等工作；	根据现场拍摄所需的背景板基础结构、钢结构、装饰材料、地台结构、灯光舞美、网络设备等及安装运输费确定包含数量及价格的报价单；确定视频、音频、灯光、特效等专业设备的使用报价；确定制作团队的人工报价；根据上述报价单确定最终的受托承制价格	公司负责包括不限于前期筹备、方案制作、编剧、艺人统筹及相关接待、拍摄、商业化创意及摄制、后期制作、选手邀请、节目上线物料及宣传支持等，并根据服务内容收取固定承制费用，不参与委托方的商业化开发的分成。部分节目根据协议约定，公司可以获得信息网络传播权的销售权利。委托方对创意、执行方案等有最终决定权，对节目内容有审核并提出修改的权利。公司对后续节目有优先合作权。	节目及节目相关的一切包括但不限于创意、策划、方案、素材的全部知识产权归属于委托方
非平台定制方	与平台方无实质差别	与平台方无实质差别	与平台方无实质差别	与平台方无实质差别
后期制作委托方	仅提供节目制作中后期制作环节的服务，具体包括： 1、提供的后期制作包括DIT、剪辑、花字、动画、混音、调色、字幕等全部节目正片、上下节、	根据配备的人员、剪辑的素材量确定报价	仅按约定承担后期制作方面工作	与平台方无实质差别

	下期预告等小片从素材到粗剪直至最终播出版的后期制作工作； 2、提供约定人数的场记在约定期限内进行现场场记记录工作； 3、根据约定的制作周期交付后期剪辑制作初稿供委托方审核，在收到意见后完成节目精剪并交委托方审核，最终按约定交付要求交付节目完片。			

公司在与平台方及非平台定制方的合作过程中，合作模式、服务内容、制作定价、知识产权归属等各主要方面无明显差异，仅是业务线索来源的区别。平台方的委托承制在节目的播出平台上一般有排他性，即仅在自己的平台上播放。这类委托承制节目是平台内容战略的重要一环，与其他平台内容形成差异化。非平台定制方的委托承制节目在播出平台方面更为灵活，取决于定制方与播出平台的合作关系及模式，如《爆款来了》第二季在优酷视频及爱奇艺同步上线播出。定制方是嫁接节目制作方、播出平台、其他产业的桥梁，是综艺节目发展的新形态。

制作公司委托方与平台方相比，公司在提供服务的内容上有明显区别，仅是全节目制作环节中后期制作等部分环节的服务。

⑤2020 年上半年主要采用受托承制方式开展业务的原因、受托承制的定价依据及其公允性

报告期公司主要节目的合作模式为合作分成，公司制作节目的品质突出，具有良好的收视效果，与平台方通常采取合作分成模式。在合作分成模式下，公司与电视台协作共同做大广告招商规模，提高节目的整体收益。但合作分成模式也存在招商规模不及预期，节目收益低的风险。尤其在市场竞争环境日趋激烈，广告市场低迷的情况下，采取合作分成模式存在一定风险。公司 2018 年涉足网络综艺后，也是在经历了受托承制模式试水后，确定风险可控才与平台

探讨合作分成模式，并在 2019 年《这！就是原创》及《这！就是街舞》第三季中采取合作分成模式。

与平台采取何种合作模式，是公司将风险与收益权衡后的选择及与平台谈判的结果。2020 年上半年公司承制节目数量较多。一方面公司在整体广告招商环境不利的情况下，增加承制节目以平衡业务风险；另一方面通过承制中小型项目充分挖掘节目制作团队潜力，锻炼人才队伍。

在定价原则方面，受托承制节目一般采取硬件+外部团队+嘉宾+内部人工+后期制作+差旅餐饮+合理利润的预算报价形式。硬件预算报价包括舞台、音频、视频、灯光、舞美、摄像、场地等硬件设备；外部团队预算报价包括灯光、摄像等其他外部技术团队，服装、化妆、舞蹈、安保等外部团队；内部人工预算报价主要是公司内部导演执行团队；后期制作预算报价主要是公司后期制作部门的人工及相关成本。

硬件预算报价公司细化到具体百余项子项目，包括制作标准、规格、数量、单价等。外部团队及内部人工预算报价细化到各工种人数、天数、场次、单价。交通住宿餐饮等费用则根据人数、录制时间等进行预算报价。

针对上述各生产要素的硬件及外部团队，市场上有大量可供选择的供应商，市场价格成熟透明。公司在节目中的主要价值在于导演团队的策划创意及执行，以及公司后期团队的高水平制作能力。公司与委托方在预算报价的基础上协商确定最终的交易价格。

公司以制作大型季播类综艺节目为主，也有少量日播或其他节目。报告期内季播类综艺节目占比如下：

单位：万元、%

合作模式	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
季播类节目	25,508.08	98.77	126,286.60	97.04	122,325.09	99.33	153,032.44	91.24
其他节目	318.47	1.23	3,854.10	2.96	825.07	0.67	14,692.78	8.76
合计	**25,826.56**	**100.00**	**130,140.70**	**100.00**	**123,150.16**	**100.00**	**167,725.22**	**100.00**

季播类综艺节目通常高制作投入，拥有较大社会影响力，制作难度也高于其他类型节目。公司大体量综艺节目的运作能力突出，报告期内季播类综艺节目收入占比在 90%以上。

报告期公司内容制作及运营业务收入整体基数较大，盈利能力较强，报告期内收入波动主要原因为：

①网综发展迅速，抢夺台综市场空间

据《腾讯娱乐白皮书》显示，2017 年至 2019 年卫视综艺节目数量分别为 106 部、93 部、79 部，数量有所下降，2018 年及 2019 年分别较上年下降 12.26%、15.05%。2017 年至 2019 年收视率（CSM52、CSM59）破 2 的节目数量分别为 2 部、0 部、0 部，2017 至 2019 年收视率破 1 的节目分别为 25 部、8 部、13 部。从收视率角度看，在新的市场环境下，收视率超过 1 的节目可以视为优质节目。

网络综艺数量报告期内持续领先于台综，2017 年至 2019 年网络综艺节目数量为 113 部、124、105 部。网络综艺从 2015 年开始快速发展，在助推综艺市场繁荣的同时，也抢夺了台综广告招商份额。公司盈利模式为与电视台合作分成，并将节目授权给视频网站获得网络发行收入。一方面网络综艺对电视台广告招商有一定分流作用，影响公司分成收入。另一方面，随着网络综艺市场的爆发，视频网站越来越重视自制综艺节目，而在电视台综艺采购上更为谨慎，也影响了公司节目的网络发行收入。

面对行业的新变化，公司及时做出了调整，拓展与视频网站合作方式。2018 年公司与优酷视频合作的《这！就是街舞》及 2018 年至 2019 年在腾讯播出的《即刻电音》，播放量均突破 10 亿。2019 年《这！就是街舞》第二季更是取得了口碑丰收，在首次公布的国产综艺网络热度排行榜、国产综艺口碑排行榜中均位列前茅[30]，并一举斩获国家广电总局颁发的“2019《综艺报》年度影响力‘年度节目’荣誉”、刺猬公社[31]颁发的“新内容探索者大会年度最佳网络综艺

[30] 腾讯娱乐白皮书

[31] 刺猬公社是聚焦数字内容产业的垂直媒体。

奖”、三声[32]颁发的“2019 第四届中国新文娱新消费年度综艺”，以及骨朵传媒[33]主办的 2019 第四届金骨朵网络影视盛典“年度品质网络综艺”等荣誉和奖项。《这！就是街舞》第二季进一步巩固了公司的品牌形象，展示了公司在头部综艺制作上的强大实力。2019 年公司网络综艺上数量已超过台综，《即刻电音》、《这！就是原创》、《唱给世界听》、《这！就是街舞》第二季、《一起乐队吧》、《爆款来了》相继播出，网络综艺占比有一定提升。2020 年公司网综保持了良好的发展势头，继续推出了《出发吧，师傅!》、《爆款来了》第二季、《师父！我要跳舞了》、《这！就是街舞》第三季等作品。

2019 年公司网综占比提升的同时，主要台综节目《2019 中国好声音》、《2019 蒙面唱将猜猜猜》、《中国达人秀》第六季收视率均突破 1，在市场变化的情况下，公司仍具备突出的头部综艺制作实力。

②部分节目因生命周期原因收入下降

随着观众对内容欣赏水平的提高，以及偏好的快速变化，内容创作的创新和迭代速度加快。近几年，歌唱选秀类、户外真人秀类、小众音乐类、舞蹈类、演艺类、生活类、团体偶像选拔类节目形式相继引领潮流，同系列节目长期保持较大的市场份额已经越发困难。

据《腾讯娱乐白皮书》显示，卫视综艺方面，2017 年度收视冠军《奔跑吧第二季》的收视率为 2.643，其虽然蝉联 2018 年卫视综艺收视冠军，但收视率已经下滑到 1.941%，下滑幅度高达 26.56%，2019 年收视率小幅回升至 1.992%。网络综艺方面，2017 年火爆一时的《中国有嘻哈》网络播放量高达 29.10 亿次排名年度第二，但后续系列节目《中国新说唱》则播放量未能进入 2018 年前十。

《中国好声音》第一季于 2012 年 7 月 13 日在浙江卫视播出，据央视索福瑞数据显示，第三期节目以 3.093 的收视率创下收视新高，均遥遥领先其他节目。

[32] 三声是聚焦文娱产业的垂直媒体平台。

[33] 骨朵传媒成立于 2014 年，是由北京金骨朵文化传播有限公司运营的新媒体平台，专注于为新媒体电视剧、网络电视剧提供垂直行业服务，包含数据挖掘与评估、媒体资讯提供和 B2B 互动交流服务。

到第七期时，收视率达到 4.133，决赛夜更创下 5.234 的高记录。至 2019 年，中国好声音、中国新歌声系列节目已经制作了八季，面对激烈的市场竞争，中国好声音系列还能维持较好收视排名，这节目制作水准和持续创新有着密切的关系。报告期内，根据《腾讯娱乐白皮书》，中国好声音系列节目收视率和排名分别为：2017 年平均收视率 2.004%（CSM52），卫视综艺排行榜排名第二；2018 年平均收视率 1.675%（CSM52），卫视综艺排行榜排名第二；2019 年平均收视率 1.778%（CSM59），卫视综艺排行榜排名第二。2017 年至 2019 年中国好声音收视率同时段第一。

中国好声音系列节目的收入下降与行业发展的大背景相关，2012 年到 2019 年正是综艺节目市场逐步从井喷式的快速发展回归到平稳发展的时期，行业市场竞争加剧，广告主的投放也日趋谨慎。节目市场上能持续八季的综艺节目较为罕见，节目收入下降也是客观生命周期的影响。虽然“中国好声音”相关纠纷对公司节目收入有一定负面影响，但目前该影响已经消除，2017 年、2018 年及 2019 年，《中国新歌声》、《中国好声音》节目制作收入占总收入的比例分别为 32.33%、32.96%及 26.67%，呈现下降趋势，公司对该节目无重大依赖。随着公司新节目的持续培育，以及中国好声音逐步向陪伴型节目的转变，该节目对于公司整体收入的影响将有所减弱。2018 年以来公司在网络综艺上的成功转变也证明了，公司的核心竞争力在于持续孵化头部综艺，而并非依赖某一档综艺节目。

③广告投放波动的影响

公司的内容制作及运营业务收入主要来自于合作分成模式收入，该模式下最终的收入来源是依靠广告主的广告投放，而广告主的投放意愿与宏观经济周期、投放渠道能量、企业自身发展阶段等因素相关。2014 年至 2018 年，全国电视广告收入已经连续五年出现了负增长，公司报告期内营业收入受到了该大环境因素的影响。报告期内，在国内节目制作行业遭受广告市场收缩因素冲击的大环境下，灿星文化凭借多年的积累和良好的口碑，在合作平台节目产出、市场份额、节目影响力等指标均呈现出稳中有升的态势。

④加大网络综艺比重

面对网络综艺的繁荣发展，公司积极尝试向纯网综转型。2018 年是公司节目结构调整的一年，在试水网综的初期，公司采取委托承制的模式，以降低风险。虽然两档网综在节目热度、口碑上均有优势，但相比采取合作分成模式的台综，收入贡献相对较低。

2019 年公司与优酷合作《这！就是原创》、《这！就是街舞》第二季、《一起乐队吧》，与爱奇艺合作《出发吧，师傅!》。其中《这！就是原创》、《这！就是街舞》第二季采取合作分成的模式，一方面是公司驾驭纯网综的能力日趋成熟，另一方面彰显了公司对节目以及网综市场前景的信心。2019 年主要网络综艺收入合计占内容制作及运营收入的比例达 36.94%，公司网络综艺数量及收入贡献均有显著增长。2019 年公司向网络综艺转型的成果显著，在电视台综艺招商难度增加的情况下，为稳定公司收入做出了重要贡献。2020 年《这！就是街舞》第三季继续保持了该系列节目的高口碑与高热度，已成为公司新的王牌综艺节目。

⑤公司节目结构优化

公司《中国好声音》、《蒙面唱将猜猜猜》等经典节目经过长期打磨，已形成较强的品牌价值，以核心节目群为基础，公司积极尝试各种风格题材的节目，培育新的节目类型，节目结构日趋成熟。

报告期内，公司每年均有新类型的节目推出，如 2017 年推出的相亲类节目《爱情找对门》、弘扬传统文化的《拜见小师傅》、家庭形式参加的益智类节目《了不起的沙发》、儿童歌唱类节目《歌声的翅膀》等；2018 年推出的街舞、电音垂直门类的网综《这！就是街舞》、《即刻电音》，促进两岸文化交流的文化类节目《同一堂课》等，2019 年推出乐队这一垂直门类节目《一起乐队吧》，推广原创音乐的《这！就是原创》、电商运营类节目《爆款来了》等、2019-2020 年度推出的聚焦网约车司机的定制类才艺节目《出发吧，师傅!》，均是公司在新节目类型上的尝试。新节目推出的初期，广告主通常投放谨慎，在节目系列化、品牌效应持续显现后才会逐步加大投放，因此新节目收入增长是逐步积累的过程。

由于公司在新节目上的积极尝试，2017 年公司部分新节目存在亏损。因此 2018 年公司采取了更为谨慎的节目开发策略，在更为擅长的节目类型上进行微创新，以街舞、电音等垂直领域为突破口，实现在网综的布局。由于台综在节目收视人群、偏好等方面与网综产生一定差异，公司在台综新节目推出上更为谨慎。2018 年度公司聚焦头部综艺，对节目进行了精简，导致内容制作及运营业务收入下降。

公司对新节目开发策略的谨慎性是指公司基于历史节目制作成功或失败的经验，对新节目的质量和盈利性的把控更为成熟，体现在公司新节目成功率更高，自 2018 年开始，没有亏损的新节目出现。但公司在条件成熟的情况下仍敢于推出具有较强突破性的节目，如 2019 年公司制作的《即刻电音》、《这！就是原创》、《一起乐队吧》等均为全新的综艺节目品牌，公司 2020 年 1 月又推出了《了不起的长城》定位文化类体验节目，节目类型日趋丰富。公司不断完善自身在新节目开发方面平衡创新与风险的能力，伺机而为、择时而动，有利于自身的持续经营和不断成长。

2019 年公司《这！就是街舞》第二季播出，是当年内容制作及运营的主要收入贡献之一。该节目经过 2 年以来的培育已成为公司名牌节目之一，《这！就是街舞》第三季也在筹备过程中。《一起乐队吧》、《这！就是原创》等新节目的成功推出也支持了本年收入增长。此外，2019 年公司通过承制中小型节目获取低风险的稳定收入。如公司承制的《爆款来了》，打造电商综艺互动新模式，获得了良好的传播效果。基于天猫对于第一季节目的认可，2020 年双方继续合作了《爆款来了》第二季。

根据艾瑞咨询报告，未来定制化综艺将不断兴起，注重与其他产业的联动发展。2019 年公司承制节目定制化的特点明显，比较有代表性的包括与天猫（《爆款来了》）、滴滴出行（《出发吧，师傅!》）等合作方推出的定制化节目，符合行业的发展趋势。

（2）音乐制作授权及其他衍生

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，音乐制作授权及其他衍生业务收入分别为 38,116.75 万元、41,979.16 万元、42,946.04 万元及 8,682.58 万元。

通过制作的品牌音乐节目，以及为签约歌手制作歌曲，公司沉淀了大量音乐版权，音乐版权价值逐步显现。报告期音乐制作授权及其他衍生业务增长，主要是音乐授权收入增长所带动。随着音乐版权库的持续丰富，音乐制作授权及其他衍生业务增长潜力巨大。公司作为国内领先的节目制作公司，利用积累的品牌、口碑，对已形成的节目资源进行再开发，资源价值实现的途径日趋多样，音乐制作授权及其他衍生业务将成为未来收入的增长点之一。

2、主营业务分地区收入分析

报告期公司主要营业务分地区收入如下：

单位：万元、%

业务类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	34,463.36	99.83	171,070.73	98.84	164,495.72	99.62	204,918.36	99.55
境外	60.32	0.17	2,016.01	1.16	633.60	0.38	923.61	0.45
合计	**34,523.68**	**100.00**	**173,086.74**	**100.00**	**165,129.32**	**100.00**	**205,841.98**	**100.00**

公司产品主要满足国内观众的精神文化需求，境内收入占比较高。

3、产销量或合同订单完成量与财务数据的一致性

内容制作及运营业务收入与公司当期播出节目数量相关，匹配性如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年度
内容制作及运营收入	25,826.56	130,140.70	123,150.16	167,725.22
播出节目数量	3	9	6	9

注：跨期播出的节目以播出完毕的时间统计

公司内容制作及运营业务收入变动与播出节目数量同方向变动。2019 年播出节目数量回升至 9 部，但内容制作及运营收入低于 2017 年金额，主要是受电

视广告行业影响，电视台综艺招商规模尚未回升至 2017 年水平。同时视频网站自制综艺快速发展，电视台综艺版权授权价格受到一定影响。

由于公司业务特点，音乐制作授权及其他衍生业务收入构成多样且为非标准化业务，不存在一般意义上制造业企业产的销量。

4、营业收入季节波动性分析

由于播出平台对综艺节目有排播计划，每档节目有特定的播出档期。节目播出档期在一年内的分布，将影响收入分布。报告期公司大型节目集中在下半年播出，因此下半年营业收入高于上半年营业收入，存在一定季节性波动。

（1）2020 年 1-6 月内容制作及运营业务同比变动情况

2019 年及 2020 年主要节目情况如下：

时段	节目名称	节目体量	播出时间
2019 年上半年开始播出	这！就是原创	大型	2019/3/9-2019/5/28
	唱给世界听	小型	2019/4/25-2019/6/13
	这！就是街舞第二季	大型	2019/5/18-2019/8/3
2019 年下半年开始播出	中国好声音 2019	大型	2019/7/19-2019/10/7
	中国达人秀	大型	2019/8/11-2019/10/26
	一起乐队吧	中型	2019/8/17-2019/10/26
	爆款来了	小型	2019/10/17-2019/11/1
	蒙面唱将猜猜猜第四季	中型	2019/10/13-2019/12/22
	同一堂课 2019	小型	2019/10/20-2020/1/5
	出发吧师傅	小型	2019/12/25-2020/1/19
2020 年上半年开始播出	了不起的长城	中型	2020/1/4-2020/4/22
	创造营 2020 后期制作	小型	2020/5/2-2020/7/4
	爆款来了第二季	中型	2020/5/20-2020/7/2
	师父！我要跳舞了	小型	2020/5/14-2020/7/2
2020 年下半年开始播出	跨界歌王第五季	小型	2020/7/4-2020/10/1
	这！就是街舞第三季	大型	2020/7/18-2020/10/3
	蒙面舞王	中型	2020/8/16-2020/10/18
	中国好声音 2020	大型	2020/8/21-尚未结束
	街头音浪 2020	小型	2020/8/28-2020/10/30
	蒙面唱将猜猜猜 2020	中型	2020/11/4-尚未结束
	追光吧！哥哥	小型	预计 2020 年 12 月播出

注：节目体量根据公司节目收入规模划分

2019 年 1-6 月及 2020 年 1-6 月内容制作及运营收入分别为 31,170.81 万元及 25,826.56 万元，2020 年 1-6 月内容制作及运营收入较同期下降，主要是因疫情影响节目播出档期调整所致。2020 年因疫情防控要求，公司主要节目的录制播出时间较上年有所滞后，《这！就是街舞》、《中国好声音》、《蒙面唱将猜猜猜》系列节目的播出时间均晚于去年同期。2019 年上半年《这！就是街舞》第二季已播出 7 期（节目共 12 期），确认收入 9,358.05 万元。而 2020 年《这！就是街舞》第三季录制播出延后至下半年，因此对上半年的收入有一定影响。《这！就是街舞》第三季虽然播出时间推迟，但节目收入与第二季相比有所增加，该节目档期调整并未对全年收入造成负面影响。

2019 年上半年确认收入的主要节目除《这！就是街舞》第二季外还包括《即刻电音》及《这！就是原创》。其中《即刻电音》为跨年播出节目。2020 年上半年确认收入节目主要为《了不起的长城》、《创造营 2020》后期制作、《爆款来了》第二季及《师父！我要跳舞了》，节目数量较去年同期增加，在一定程度上弥补了《这！就是街舞》第三季档期调整对上半年的业绩影响。

根据报告期节目播出情况，公司上半年播出节目数量较少，多数节目集中在下半年；公司下半年播出节目的规模也大于上半年节目，因此公司收入集中在下半年。2020 年 1-6 月节目内容制作及运营业务收入较低具有合理性。

（2）2020 年 1-6 月音乐制作授权及其他衍生业务同比变动情况

2019 年 1-6 月及 2020 年 1-6 月音乐制作授权及其他衍生业务收入分别为 13,709.39 万元及 8,682.58 万元。2020 年 1-6 月该业务收入较上年下降 5,026.81 万元。下降的主要原因如下：

①2019 年 1-6 月有音乐节目《这！就是原创》播出，而 2020 年上半年无音乐节目播出，因此可供授权的新增音乐版权少于去年同期，导致音乐授权收入下降。腾讯音乐有意投资一档原创音乐节目，遂与公司成立合资公司制作《这！就是原创》。该节目制作发行、音乐授权均在合资公司层面运作。除该节目外，其余节目的音乐授权仍由梦响强音负责。2020 年 1-6 月梦响强音层面的音乐授权收入同比稳定。

②2020 年 1-6 月受疫情影响，合作方无法线下举办海选活动，中国好声音节目国内海选及小小好声音线下海选活动均有所推迟，2019 年 1-6 月中国好声音节目国内海选授权及小小好声音线下海选授权收入合计在 3,000 万元以上。2020 年上半年未确认上述海选授权收入，导致海选授权收入下降。

综上所述，2020 年 1-6 月音乐制作授权及其他衍生业务收入下降主要系疫情影响，海选授权收入下降，及与去年同期相比无新增节目音乐授权所致，收入变动具有合理性。

（二）营业成本分析

单位：万元、%

业务类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内容制作及运营	21,667.86	83.86	98,338.09	89.94	77,539.02	85.78	119,189.46	91.71
音乐制作授权及其他衍生	4,170.95	16.14	10,995.50	10.06	12,851.40	14.22	10,774.69	8.29
合计	**25,838.81**	**100.00**	**109,333.59**	**100.00**	**90,390.43**	**100.00**	**129,964.15**	**100.00**

报告期内，公司主营业务成本主要以内容制作及运营成本为主，占比在 85%以上。2018 年度，公司主营业务成本 90,390.43 万元，较上年下降 39,573.73 万元。主要是公司优化节目结构，播出节目数量减少，同时 2018 年行业整体艺人成本呈现一定程度下降，使得公司相应节约了成本支出，因此综合来看公司节目整体成本下降，内容制作及运营成本较上年下降 41,650.43 万元，降幅为 34.94%。2018 年音乐制作授权及其他衍生业务持续增长，相应成本较上年增长 19.27%。

2019 年公司节目数量较上年增长，内容制作及运营成本较上年增加 26.82%。音乐制作授权及其他衍生成本下降主要是由于演唱会、巡演等制作成本投入较高的业务减少所致。2020 年 1-6 月播出节目规模较小，内容制作及运营成本较少。

报告期公司主营业务成本构成如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
节目制作	15,888.51	61.49	74,675.80	68.30	54,885.78	60.72	55,037.26	42.35
嘉宾成本	5,385.46	20.84	16,979.05	15.53	18,200.37	20.14	49,491.13	38.08
广告投放成本	393.89	1.52	6,683.24	6.11	4,452.87	4.93	14,661.07	11.28
音乐制作授权及其他衍生成本	4,170.95	16.14	10,995.50	10.06	12,851.40	14.22	10,774.69	8.29
合计	**25,838.81**	**100.00**	**109,333.59**	**100.00**	**90,390.43**	**100.00**	**129,964.15**	**100.00**

节目制作成本主要为除嘉宾成本外节目制作相关投入，报告期公司节目以大制作高投入的头部综艺为主，制作成本占比较高。2018 年度公司节目数量下降，但成本占比较高的《2018 中国好声音》、《2018 蒙面唱将猜猜猜》节目制作成本并未下降，为满足观众日益提高的欣赏要求，制作投入有所增加，因此节目制作成本降幅较小。2019 年公司制作节目数量较上年增加，制作成本增加。

明星艺人供需关系日趋平衡，受行业政策影响，2018 年行业整体嘉宾片酬有一定程度下降。受益于行业健康发展，公司嘉宾成本大幅下降。2019 年嘉宾成本较上年略有下降，主要是《2019 蒙面唱将猜猜猜》嘉宾成本下降所致。

报告期公司节目的广告投放成本变动，与当期招商规模变动相关，2018 年受整体行业环境影响，公司招商规模下降，广告投放成本下降。2019 年公司自主招商规模较上年增长，广告投放成本上升。2020 年 1-6 月公司受托承制节目占多数，广告投放成本较少。

报告期公司音乐制作授权及其他衍生成本占比基本稳定，金额变动相对较小。报告期内金额变动主要受当期音乐制作投入及签约艺人商演、代言数量的影响。

（三）主营业务毛利及毛利率分析

1、毛利分析

报告期内，公司毛利额情况如下：

单位：万元、%

业务类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内容制作及运营	4,158.70	47.96	31,802.61	49.88	45,611.13	61.03	48,535.77	63.97
音乐制作授权及其他衍生	4,511.63	52.04	31,950.54	50.12	29,127.76	38.97	27,342.06	36.03
合计	**8,670.33**	**100.00**	**63,753.15**	**100.00**	**74,738.89**	**100.00**	**75,877.83**	**100.00**

公司主要毛利额贡献为内容制作及运营。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月公司毛利额分别为 75,877.83 万元、74,738.89 万元、63,753.15 万元及 8,670.33 万元。

报告期，公司音乐制作授权及其他衍生的毛利额占比提升，主要是高毛利率的音乐授权收入增长，带动该业务板块毛利额增长。

2018 年行业整体艺人成本有一定程度下降，对公司节目成本下降，毛利率提升有积极影响。虽然内容制作及运营业务收入较上年下降，但毛利额未出现大幅下降。

2019 年内容制作及运营毛利额下降主要是受行业影响，电视台综艺招商规模及电视台综艺互联网授权收入下降所致。

2020 年上半年内容制作及运营业务与音乐制作授权及其他衍生业务毛利占比基本稳定，由于主要节目在下半年播出，上半年毛利额相对较低。

2、毛利率分析

报告期内，公司分产品毛利率如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
内容制作及运营	16.10%	24.44%	37.04%	28.94%
音乐制作授权及其他衍生	51.96%	74.40%	69.39%	71.73%
主营业务综合毛利率	25.12%	36.83%	45.26%	36.86%

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司综合毛利率分别为 36.86%、45.26%、36.83%及 25.12%。报告期内公司毛利率波动，主要是受内容制作及运营毛利率变化影响所致。

（1）内容制作及运营

综艺节目为非标准产品，受节目类型、节目生命周期、合作模式、招商情况、分成方式等多种原因影响，不同节目之间毛利率存在差异。

2018 年内容制作及运营业务毛利率升至 37.04%，主要原因如下：

①新节目推出策略更为稳健

2017 年度公司《歌声的翅膀》、《拜见小师父》、《爱情找对门》等新类型节目出现亏损。2018 年公司在新节目推出上采取了更具针对性的策略，垂直且受众集中在年轻人的节目如《这！就是街舞》、《即刻电音》采取纯网综的形式，并以受托承制方式降低风险；文化类新节目《同一堂课》选择在电视台渠道，节目属性与平台风格相匹配。在公司稳健的新节目推出策略下，2018 年度无亏损节目拖累，毛利率相对较高。

②嘉宾成本下降

2018 年综艺节目市场健康发展，明星艺人供需关系日趋平衡。广电总局下发《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，行业整体嘉宾片酬有一定程度下降。公司受益于行业的健康发展，毛利率得以提升。

2019 年内容制作及运营业务毛利率较上年下降，原因如下：

①模式转变，视频网站授权收入下降

报告期综艺节目行业快速发展，节目类型，观众审美、偏好发生变化，视频网站自制综艺快速崛起，与采购电视台综艺相比呈现出此消彼长的态势，视频网站越来越倾向自制节目。2019 年在单个节目制作成本没有显著变化的情况下，视频网站发行收入下降导致毛利率下降。2018 年公司三档主要台综节目视频网站授权收入 31,132.08 万元，2019 年度下降至 11,509.43 万元。此外，与以往台综相比，网综没有视频网站授权收入，因此随着网综占比提升，来自于视频网站的授权收入自然下降。

②网综转型初期，毛利率较低

面对网络综艺发展的新形势，公司逐步改变单纯将节目版权授权视频网站的模式，深化与视频网站的合作，分享网络综艺市场快速增长的红利。2019 年公司与优酷合作的《这！就是原创》、《这！就是街舞》第二季采取合作分成的模式。由于初次与视频网站采取此类合作模式，尚在摸索阶段，毛利率偏低。虽然《这！就是原创》、《这！就是街舞》第二季已是网综中的头部综艺，但现阶段纯网综招商尚达不到电视台综艺的规模，两档节目毛利率较低。

综上，2019 年度内容制作及运营业务毛利率下降主要是综艺节目市场环境变化所致，以及公司在网综领域尚处于从试水，到深入耕耘扩大影响力的过程中。公司仍是综艺节目制作的龙头，节目具有较强的影响力。经过 2 年布局，公司在网综领域成果显著，已成为互联网视频、电视台多平台的头部内容提供商。目前公司正在探讨与短视频平台的合作，未来将进一步拓宽合作平台。

2020 年 1-6 月公司播出的节目体量较小，且受托承制模式居多，节目毛利率相对较低，导致内容制作及运营业务毛利率下降。《这！就是街舞》第三季、《中国好声音 2020》、《蒙面唱将猜猜猜 2020》等主要节目集中在下半年。

（2）音乐制作授权及其他衍生

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司音乐制作授权及其他衍生业务收入占主营业务收入的比例分别为 18.52%、25.42%、24.81%及 25.16%，占比有所提高，表现出良好的成长性，对总体毛利率的贡献增加。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月公司音乐制作授权及其他衍生业务毛利率分别为 71.73%、69.39%、74.40%及 51.96%。

公司音乐制作授权及其他衍生业务收入实现形式多样，其中音乐授权占比在 48%以上，对该业务毛利率影响较大。2017 年至 2020 年 1-6 月音乐授权毛利率分别为 85.08%、81.81%、81.56%及 48.83%。报告期音乐授权业务毛利率基本稳定，保持了较高的毛利率水平。随着国内对音乐版权保护的日益完善，以及公司版权库的持续丰富，音乐版权的价值逐步体现。报告期主要节目中国好声、蒙面唱将猜猜猜的音乐授权费有所提高，非节目音乐续展费用也在提高。2020

年 1-6 月公司无音乐节目播出，音乐授权收入主要来自于艺人音乐授权及历史节目音乐授权。高毛利率的新节目音乐授权集中在下半年，因此上半年音乐授权的毛利率较低，影响了整体音乐制作授权及其他衍生业务的毛利率。

2019 年音乐制作授权及其他衍生业务毛利率较上年略有提高，主要是由于公司加大衍生业务的开发力度，高毛利率的海选授权收入增加。同时，低毛利率的演唱会收入减小。2020 年 1-6 月受疫情影响，公司合作方的线下海选活动无法正常举行，海选授权收入受到影响。由于公司上半年无海选授权收入，对音乐制作授权及其他衍生业务的毛利率有一定影响。

3、同行业可比公司分析

根据最新公开披露资料，涉足综艺影视业务的 A 股上市公司主要有华策影视、华录百纳、中广天择、北京文化、完美世界。

可比公司	可比业务	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
华策影视	综艺节目	32.73%	10.32%	1.53%	8.69%
华录百纳	综艺业务	-	47.78%	-79.50%	16.47%
中广天择	视频节目制作相关服务	-	14.62%	27.36%	26.27%
北京文化	影视及经纪业务	76.36%	6.76%	48.02%	45.66%
完美世界	艺人经纪及综艺节目	-	88.78%	34.40%	44.41%
平均值	-	**54.55%**	**33.65%**	**27.83%**	**28.30%**
发行人	-	**25.12%**	**36.83%**	**45.26%**	**36.86%**

注：2020 年上半年华录百纳无综艺业务收入；
2020 年上半年中广天择无同口径数据披露；
2020 年上半年完美世界无同口径数据披露。

北京文化自 2016 年起开始涉足综艺业务，2017 年、2018 年及 2019 年，影视及经纪业务的营业收入分别为 12.31 亿元、6.56 亿元及 8.13 亿元，占总营业收入的 93.24%、88.53%及 95.11%。北京文化影视及经纪业务主要包括电影、电视剧网剧、艺人经纪及综艺等业务板块。根据北京文化年报，北京文化 2019 年综艺业务收入仅为 1.98 万元，2018 年无综艺业务收入，2017 年综艺业务收入占营业收入的比例仅为 5.33%。2020 年上半年北京文化影视及经纪业务收入仅为

564.85 万元。其业务结构与公司有较大差异。

完美世界 2017 年、2018 年和 2019 年艺人经纪及综艺节目营业收入分别为 1.79 亿元、1.94 亿元和 0.20 亿元，占总营业收入的 2.25%、2.41%和 0.24%，2017 年和 2018 年毛利率水平与发行人无重大差异。2019 年，完美世界艺人经纪及综艺节目收入金额较小，毛利率相对不可比。

华录百纳综艺板块 2017 年、2018 年及 2019 年营业收入分别为 4.75 亿元、1.50 亿元及 0.70 亿元，占总营业收入的 21.15%、23.82%及 11.39%，主要投资制作了《跨界歌王》、《旋风孝子》、《来吧，兄弟》和《神奇伙伴在哪里》等综艺节目。2018 年末因华录百纳出售下属子公司，剥离了部分综艺节目制作业务，2019 年综艺板块收入明显下降，受个别节目毛利率的影响较大。2020 年上半年华录百纳无综艺业务收入。

发行人毛利率水平高于华策影视、中广天择的原因如下：

1、公司行业地位突出

华策影视综艺板块 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月营业收入分别为 2.83 亿元、3.83 亿元、1.70 亿元及 749.89 万元，占总营业收入的 5.39%、6.61%、6.45%及 0.67%，主要投资出品的节目包括《我们 17 岁》、《跨界冰雪王》、《生活相对论》、《2019 央视春晚“飞灯项目”》、《2019 中超联赛开幕式》、《花样中国》、《抖音美好奇妙夜》、《天猫双十一狂欢夜》等综艺节目。2020 年上半年华策影视综艺收入规模极小，毛利率不具可比性。

中广天择视频节目制作相关服务 2017 年、2018 年和 2019 年营业收入分别为 2.19 亿元、1.92 亿元和 1.86 亿元，占总营业收入的 55.81%、61.28%和 69.28%，制作了《星动亚洲》、《中国艺考》、《星星的礼物》、《我们在行动》、《闪亮的名字》、《朗读者》、《美食中国》等综艺节目。

公司是国内较早专注于综艺节目制作的公司。2017 年至 2019 年，公司内容制作与运营业务收入占主营业务收入的比例在 74%以上，报告期内综艺节目收入规模远高于可比公司，在规模、制作经验、行业地位方面优势明显。

报告期公司节目播出平台主要为中央电视台、浙江卫视、江苏卫视、东方卫视，均为国内具有较强影响力的平台，与公司有稳定且有深度的合作。

报告期公司《中国好声音》、《中国新歌声》、《中国好歌曲》、《蒙面唱将猜猜猜》、《这！就是街舞》、《即刻电音》等节目，在各平台的收视效果、行业影响力、知名度等方面均处与行业前列。

2、合作分成的盈利模式

公司为节目的主投主控方，报告期内无参投形式的节目。公司以电视台合作分成模式为主，较少采取承制模式，且节目具有较强的影响力，对广告主的吸引力高，在合作分成的模式下，节目收入规模、毛利率均高于承制模式。

3、产品衍生价值高

视频网站重视头部综艺内容的投入，公司节目具有较强的竞争优势，节目授权费收入已经成为公司重要收入来源之一。公司除参与平台的分成外，视频网站的节目授权费收入进一步提高了毛利率水平。

公司制作音乐类节目经验丰富，积累了大量节目相关的音乐版权，通过授权音乐平台，可持续获得音乐授权收入，此类衍生业务的毛利率较高。

通过节目制作，公司形成了多样化的收入来源，提高了公司毛利率。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用情况如下表：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		
	金额	占期间费用比例	占营业收入比例
销售费用	1,448.00	19.39	4.19
管理费用	3,556.76	47.64	10.30
研发费用	2,420.19	32.41	7.01
财务费用	41.37	0.55	0.12
合计	**7,466.32**	**100.00**	**21.63**
项目	**2019 年**		

	金额	占期间费用比例	占营业收入比例
销售费用	3,452.94	15.74	1.99
管理费用	10,371.25	47.27	5.98
研发费用	7,060.46	32.18	4.07
财务费用	1,053.76	4.80	0.61
合计	**21,938.41**	**100.00**	**12.66**
项目	**2018 年**		
	金额	**占期间费用比例**	**占营业收入比例**
销售费用	3,178.65	12.35	1.92
管理费用	12,871.02	50.00	7.79
研发费用	7,642.48	29.69	4.62
财务费用	2,048.44	7.96	1.24
合计	**25,740.59**	**100.00**	**15.57**
项目	**2017 年**		
	金额	**占期间费用比例**	**占营业收入比例**
销售费用	3,675.16	12.95	1.79
管理费用	13,850.12	48.82	6.73
研发费用	7,409.09	26.12	3.60
财务费用	3,434.93	12.11	1.67
合计	**28,369.31**	**100.00**	**13.78**

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月，公司期间费用合计分别为元 28,369.31 万元、25,740.59 万元、21,938.41 万元及 7,466.32 万元，占营业收入的比重分别为 13.78%、15.57%、12.66%及 21.63%。2018 年度公司营业收入下降，期间费用占营业收入比重略有上升。2019 年营业收入较上年增长，同时管理费用及财务费用规模较上年下降，期间费用占比营业收入比例下降。2020 年上半年，期间费用结构基本稳定，财务费用有较大下降，同时受疫情影响，销售费用及管理费用金额有一定下降。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,029.48	71.10	2,444.89	70.81	2,420.74	76.16	2,764.19	75.21

办公、租赁及物业费	111.43	7.70	208.66	6.04	178.80	5.63	231.32	6.29
差旅费	167.26	11.55	457.97	13.26	319.58	10.05	432.22	11.76
折旧费	6.65	0.46	13.31	0.39	15.32	0.48	9.88	0.27
宣传费	12.73	0.88	58.28	1.69	46.62	1.47	36.67	1.00
专业机构服务费	19.52	1.35	23.78	0.69	23.40	0.74	39.65	1.08
业务招待费	97.01	6.70	213.81	6.19	156.61	4.93	140.00	3.81
其他	3.93	0.27	32.24	0.93	17.59	0.55	21.23	0.58
合计	**1,448.00**	**100.00**	**3,452.94**	**100.00**	**3,178.65**	**100.00**	**3,675.16**	**100.00**

公司客户主要为国内主要电视台及视频网站，客户结构稳定且均有较长合作历史，公司行业地位及作品知名度较高，在招商上处于优势地位，销售团队精干。收购梦响强音前，公司销售团队主要是广告招商团队，其与电视台广告招商部门配合，共同协作扩大总广告招商规模，并全程参与节目制作，确保广告权益能在节目中以符合客户要求的方式呈现。

报告期内销售费用规模基本稳定，主要为职工薪酬。

同行业可比公司销售费用率如下：

单位：%

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
华策影视	15.64	15.44	8.92	6.24
华录百纳	7.67	3.66	13.74	5.64
中广天择	4.88	7.23	5.53	5.76
北京文化	42.21	0.60	0.49	1.64
完美世界	14.55	14.24	10.96	9.38
平均	**16.99**	**8.24**	**7.93**	**5.73**
发行人	**4.19**	**1.99**	**1.92**	**1.79**

公司业务以综艺节目制作为主，与可比上市公司业务结构有较大差异，可比上市公司多元化程度相对较高，因此根据发行人业务特点，销售团队规模较可比公司小，销售费用率低于行业平均水平。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,224.22	34.42	3,332.37	32.13	4,250.48	33.02	4,601.50	33.22
折旧及摊销	626.56	17.62	1,586.13	15.29	1,638.54	12.73	1,419.68	10.25
专业机构服务费	426.51	11.99	1,306.38	12.60	2,274.56	17.67	2,448.79	17.68
办公、租赁及物业费	842.41	23.68	2,816.47	27.16	3,193.97	24.82	2,612.49	18.86
交通费	132.77	3.73	619.49	5.97	736.52	5.72	781.06	5.64
业务招待费	175.55	4.94	460.74	4.44	579.68	4.50	445.52	3.22
差旅费	24.80	0.70	195.70	1.89	192.38	1.49	182.98	1.32
股份支付	-	-	-	-	-	-	1,290.68	9.32
其他	103.94	2.92	53.96	0.52	4.89	0.04	67.42	0.49
合计	**3,556.76**	**100.00**	**10,371.25**	**100.00**	**12,871.02**	**100.00**	**13,850.12**	**100.00**

管理费用主要为职工薪酬、折旧及摊销、专业机构服务费及办公、租赁及物业费，报告期内上述合计金额合计占管理费用的比例分别为 80.02%、88.24%、87.18%及 87.71%。

2016 年 11 月 10 日，灿星文化 2016 年第二次临时股东大会审议通过《关于上海灿星文化传媒股份有限公司员工股权激励计划的议案》。公司向经营管理层、中层管理者及其他经公司认可的业绩突出的优秀员工实施激励，实施安排如下：

由上海昭星作为实施股权激励计划的持股平台，通过由激励对象直接向上海昭星增资或通过激励对象设立有限合伙间接向上海昭星增资的方式使激励对象间接持有公司股权。董事会确定激励对象为陆伟、章骊、沈宁、吴群达等共计 107 人，激励对象以 1 元/注册资本增资持股平台，授予股份数合计约相当于灿星文化 756.58 万股。

如任一激励对象在其与灿星文化签订的劳动合同的期限届满前从灿星文化离职的，持股平台执行事务合伙人/公司董事会有权选择：（i）指定符合条件的第三方以每一元注册资本的原价购买原激励对象持有的公司全部认缴出资；或（ii）就原激励对象持有的合伙企业出资份额/公司注册资本全额定向减资，减资对价为每一元注册资本原价，减资完成后，该原激励对象不再持有合伙企业出资份额/公司股权。

灿星文化上市后，激励对象股权的锁定期为上市后 36 个月。

2016 年末第一批以直接增资上海昭星的形式获得权益，2017 年 2 月第二批以持股平台上海璟星、上海煜星增资上海昭星的形式获得权益。股份支付公允价值以 2016 年 3 月公司增资后估值 494,252.87 万元为依据，根据激励对象所获得权益价值与出资额之间的差额，分别在 2016 年及 2017 年一次性确认 9,743.62 万元及 1,290.68 万元激励成本，并计入非经常性损益。

2018 年度无股份支付，管理费用较上年下降。2019 年度公司人员较上年下降，职工薪酬减少。

管理费用中专业机构服务费主要为节目咨询；审计、税务、律师等中介费用；汽车租赁公司的司机服务费等。节目咨询费主要为公司聘请英国 SYCO 公司等国际节目研发公司来华研讨、培训发生的相关费用。2019 年公司未与 SYCO 公司发生上述业务。2019 年专业及顾问服务费下降主要系诉讼律师费及 SYCO 公司咨询费用下降所致。

2020 年 1-6 月公司单位面积租金下降，租赁费用下降。2020 年 1-6 月诉讼相关的律师费减少，导致专业机构服务费下降。

同行业可比公司管理费用率如下：

单位：%

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
华策影视	7.71	10.15	5.25	5.38
华录百纳	73.05	12.28	25.69	3.76

中广天择	19.10	19.84	14.75	10.27
北京文化	909.78	17.59	14.14	14.56
完美世界	22.58	27.23	26.36	26.14
平均	**206.44**	**17.42**	**17.24**	**12.02**
发行人	**17.31**	**10.06**	**12.41**	**10.33**

注：管理费用率为管理费用与研发费用的合计计算所得。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人员人工	907.96	37.52	2,053.64	29.09	1,956.54	25.60	1,973.90	26.64
折旧费	298.94	12.35	588.41	8.33	514.71	6.73	415.75	5.61
直接投入	1,213.30	50.13	4,418.42	62.58	5,171.23	67.66	5,019.45	67.75
合计	**2,420.19**	**100.00**	**7,060.46**	**100.00**	**7,642.48**	**100.00**	**7,409.09**	**100.00**

公司作为国内知名节目制作公司，一直以来在节目舞台呈现方式、专业道具、录制技术等方向投入研发力量，并有多项研发成果申请专利。

报告期内，公司研发费用分研发项目明细情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	报告期内累计投入金额	实施进度情况
1	基于 AngularJS 框架的实时投票数据汇总软件	250.00	224.86	完成
2	真人秀现场现场评分大屏实时显示及选手抢拍装置	150.00	135.80	完成
3	基于 QR Code 编码技术的摄像设备管理系统	250.00	230.37	完成
4	新型舞台真人秀的拍摄方法	600.00	577.56	完成
5	新型户外真人秀的后期制作方法	420.00	400.00	完成
6	基于非线性编辑系统的后期制作管理系统	700.00	662.96	完成
7	可自动开合的导师座椅平台及新型座椅设计	400.00	173.20	完成
8	全票通过舞台灯光特效控制装置	600.00	594.99	完成
9	节目流程联动控制装置	500.00	435.35	完成

10	选手触发升降联动装置	850.00	827.08	完成
11	学员反选联动装置	1,000.00	966.77	完成
12	听歌辩音投票软件及面具设计	300.00	281.83	完成
13	基于导光体技术的新型多用途舞台灯光变换装置	900.00	796.15	完成
14	多功能舞台控制系统管理软件	53.00	48.76	完成
15	旋转舞台旋转驱动软件	55.00	50.17	完成
16	演艺互动平台管理系统	140.00	108.52	完成
17	粉丝互动平台管理软件	60.00	53.05	完成
18	微信节目互动平台软件	42.00	37.75	完成
19	演艺信息宣传推广管理软件	52.00	46.41	完成
20	一种舞台屏幕可移动装置	420.00	417.45	完成
21	具有折叠与扩展功能的舞台装置	344.00	340.07	完成
22	具有固定限位装置的旋转门及自保护的灯光设备	190.00	169.04	完成
23	用于 VCR 展示的智能高度调节投影装置	320.00	296.10	完成
24	基于互联网大数据技术的信息匹配指数分析软件	120.00	107.07	完成
25	可实现多方位声光效果的情景模拟舞台	820.00	807.72	完成
26	具有炫彩及智能高度调节的便捷拆装灯光设备	500.00	461.46	完成
27	全方位弧形扩散传播式扩音装置	485.00	466.49	完成
28	基于 EFP 转播车系统的摄像机拍摄色彩调试技术	855.00	799.93	完成
29	新型轮轨设计导师转椅 2.0	450.00	415.87	完成
30	学员预选端与魔镜转椅投射屏联动系统	370.00	359.26	完成
31	超大视角环绕型摄像设备	230.00	193.12	完成
32	具有 3D 效果的立体 LED 灯幕以及自适应智能调节灯光设备	770.00	748.33	完成
33	舞台多媒体美术设计项目	720.00	669.30	完成
34	节目互动项目——“盲听猜猜猜”小游戏软件	200.00	174.73	完成
35	基于远程遥控技术的全方位无干扰节目摄像机安装平台	520.00	477.55	完成
36	梦响加油站软件平台	96.00	90.36	完成
37	梦家园专区软件平台	43.00	38.49	完成
38	代理商海选软件平台	27.00	22.76	完成
39	舞台 LED 灯光的控制设备	640.00	633.86	完成
40	舞台灯光的旋转设备	441.00	440.42	完成
41	舞台灯的升降设备	279.00	270.61	完成
42	可便捷变换场景的积木搭建式三面舞台	500.00	352.36	完成
43	可智能变幻灯光流动效果的立体环形灯具	520.00	380.59	完成
44	可旋转的多面炫彩灯光立体显示装置	600.00	434.46	完成
45	基于虚拟多媒体技术和实景道具相结合的沉浸式节目舞台	550.00	468.57	完成
46	可根据表演需求快速切换场景的智能显示装置	600.00	401.37	完成
47	基于远程控制的多角度智能自动化移动拍摄装置	450.00	311.81	完成

48	大型棚录现场摄像机信号智能调度系统	410.00	311.57	完成
49	采用建筑学隔音设计的分离式封闭厢式货车舞台	550.00	468.53	完成
50	具有封麦功能的导师转椅 3.0	460.00	354.88	完成
51	具有远程控制变换造型功能的舞台立体灯光设备	620.00	509.19	完成
52	可根据音乐节奏智能调节灯光效果的框架式灯具	600.00	473.46	完成
53	具备升降旋转全方向传播功能的音响设备	600.00	392.64	完成
54	具有立体层次效果的点阵式舞台幕墙	650.00	469.97	完成
55	具有灯光联动效果的双层全方位舞台顶部显示装置	600.00	477.25	完成
56	星乙奖平台项目研发	73.00	69.96	完成
57	星乙奖排名系统项目研发	85.00	77.28	完成
58	星乙奖在线商城项目研发	100.00	87.05	完成
59	星乙奖 IP 授权系统项目研发	60.00	51.05	完成
60	舞台单点吊机项目研发	480.00	455.66	完成
61	舞台圆形旋转升降台项目研发	530.00	512.83	完成
62	具有防风功能的仿长城安全悬浮结构	420.00	382.14	未完成
63	线上音乐人才开发培养平台	270.00	69.00	未完成
64	音效音色分析	90.00	23.00	未完成
65	弧形屏幕幕墙舞台	500.00	127.79	未完成
66	适用于多种地形的户外摄影结构及拍摄手法	500.00	460.59	未完成
67	宣讲转动舞台	250.00	63.89	未完成
68	仿摩天轮的智能告警灯光系统	430.00	401.64	未完成
69	基于物联网的商社仓储软件	320.00	268.12	未完成
70	双面可旋转综合货物展览展示平台	350.00	300.67	未完成
71	基于 AVID MEDIA COMPOSOR 接口的唱词软件	370.00	323.35	未完成

4、财务费用

报告期内，公司财务费用具体构成情况如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息支出	351.68	1,342.91	2,083.19	3,513.34
减：利息收入	351.03	380.37	336.38	172.39
汇兑损益	31.88	65.63	238.06	-42.25
其他	8.84	25.60	63.57	136.23
合计	**41.37**	**1,053.76**	**2,048.44**	**3,434.93**

报告期内，公司财务费用主要为利息支出。因支付并购款，公司增加了短期借款以满足日常运营的资金需求。由于各档节目制作投入与平台结算回款存在一

定时间差，在节目制作投入高峰期阶段，公司通过银行借款满足短期支付需要。

2018 年 2 月，公司认购 Tencent Music Entertainment Group 增发股份，款项来自向 CMC Asia 的借款。公司应付 CMC Asia 的款项为美元计价。2018 年人民币对美元出现贬值，汇兑损益较往年增加。

2018 年公司完成融资，资产负债结构得以优化，偿还银行借款，利息支出较上年下降。

2019 年财务费用下降主要是借款规模下降，利息支出减少所致。2020 年上半年借款规模进一步下降，利息支出较少。

报告期内借款主要用途为补充公司日常经营所需的流动资金。2019 年末公司为建设影音传媒综合新建项目公司新增长期借款，利息费用资本化金额 0.16 万元。

（五）资产减值损失

单位：万元

类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账准备	-	-	1,303.94	250.75
合计	**-**	**-**	**1,303.94**	**250.75**

报告期内，公司资产减值损失为应收账款和其他应收款计提的坏账准备，占利润总额的比重较低。2016 年公司对乐视网的应收账款单独计提坏账准备，导致资产减值损失增加。2018 年末，应收账款余额增加，导致坏账准备增加。

（六）信用减值损失

公司与 2019 年 1 月 1 日执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》，将应收账款及其他应收款其发生的坏账准备应通过信用减值损失核算。

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款坏账损失	-2,516.85	5,323.96	-	-
其他应收款坏账损失	-450.36	333.36	-	-

合计	**-2,967.21**	**5,657.32**	**-**	**-**

2019 年坏账损失为 5,657.32 万元，一方面是由于应收账款余额增加所致，另一方面公司应收金嗓子等款项账龄已达 2-3 年，坏账准备计提增加。巴士科技单项计提坏账的比例增加。其他应收款坏账损失增加主要是办公楼租赁押金以及代垫浙江卫视往来款账龄已到 3 年以上，上述款项实际发生坏账的可能性较低。

2020 年上半年，微鲸科技、金嗓子等长账龄应收款收回，且应收账款整体回款情况较好，信用减值损失为-2,967.21 万元。

（七）投资收益

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-135.96	-69.63	74.48	-68.10
处置长期股权投资产生的投资收益		-	-	42.28
处置可供出售金融资产取得的投资收益		-	100.00	
合计	**-135.96**	**-69.63**	**174.48**	**-25.82**

2017 年度权益法核算的长期股权投资收益为负，主要是由于公司参股的上海星咖网络科技有限公司及广东南瓜视业文化传播有限公司产生亏所致。2017 年度，公司以 3,816 万元将所持有的北京同路凌云广告有限公司 49%股份转让，产生 42.28 万元投资收益。

2018 年处置可供出售金融资产取得的投资收益系转让西安西咸新区秦汉文化健康产业园股权形成。权益法核算的长期股权投资收益系权益法下广东南瓜视业文化传播有限公司确认的投资收益。

2019 年投资收益为负，主要是由于被投资单位广东南瓜视业亏损所致。2020 年上半年被投资单位均有亏损，导致投资收益为负。

（八）其他收益

根据财政部于 2017 年 5 月修订的《企业会计准则第 16 号——政府补助》，

公司新设了“其他收益”科目，用于核算与公司日常活动相关的政府补助，明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
政府补助	3,304.98	3,887.81	4,530.51	8,285.04
代扣个人所得税手续费	278.32	120.70	141.94	199.89
进项税加计扣除	59.50	202.51	-	-
合计	**3,642.80**	**4,211.01**	**4,672.45**	**8,484.93**

（九）营业外收支

报告期内，公司营业外收支情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
诉讼赔款收入	15.00	1,474.52	363.06	-
其他	0.89	13.00	44.07	0.79
营业外收入合计	**15.89**	**1,487.52**	**407.13**	**0.79**
对外捐赠	-	-	20.00	70.00
其他	21.37	265.62	243.36	0.30
营业外支出合计	**21.37**	**265.62**	**263.36**	**70.30**
营业外收支净额	**-5.48**	**1,221.90**	**143.77**	**-69.51**
营业外收支净额占利润总额的比例	**-0.07**	**3.05**	**0.27**	**-0.13**

2018 年营业外收入主要是公司诉讼判决收到的执行款。2019 年营业外收入主要是公司与签约艺人经济合同纠纷达成和解，收到赔偿款，以及艺人的解约赔偿等。公司营业外支出主是捐赠及赔偿支出。

（十）政府补助

1、资产相关的政府补助

单位：万元

项目	2020 年 1-6	2019 年	2018 年	2017 年

	月			
上海星娱乐传媒技术与创意研发基地	38.69	321.64	322.33	340.66
上海虚拟舞美创意设计中心	-	-	27.50	188.50
上海星空传媒音视频特效基地项目	100.00	394.29	394.29	361.43
上海星空开放式互动直播演播中心技术服务	19.82	39.65	39.65	29.73
“星空时尚”展示及推广服务平台	2.06	159.56	-	-
合计	**160.57**	**915.13**	**783.76**	**920.32**

2、收益相关的政府补助

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
领军拔尖人才资助	-	-	8.00	-
企业发展专项扶持资金	3,043.90	2,884.67	3,295.35	5,429.00
宁波大榭开发区财政补贴	-	-	265.00	-
上海市专利资助	-	0.30	1.31	0.57
区级时尚创意发展专项资金	-	9.43	-	-
星娱乐音乐类综艺节目研发项目	-	-	-	400.00
中小企业扶持资金	-	-	-	36.00
上海星空开放式互动直播演播中心技术服务	-	-	-	105.15
文创项目补贴	100.00	60.00	-	430.00
长宁区职工培训补助	-	18.00	152.00	64.00
上海互动娱乐综合运营平台	-	-	-	900.00
稳岗补贴	0.51	0.28	25.10	-
合计	**3,144.41**	**2,972.68**	**3,746.75**	**7,364.72**

（十一）公司报告期内缴纳税额

1、缴纳税额情况

根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2020]第ZA15698 号《主要税种纳税情况说明的专项审核报告》，发行人母公司及子公司最近三年的缴纳税额情况汇总如下：

（1）增值税纳税情况

单位：万元

期间	期初未交数	本期已交数	期末未交数
2017 年度	4,243.06	11,820.47	-760.74
2018 年度	-760.74	5,603.54	-1,417.58
2019 年度	-1,417.58	5,027.88	-1,354.88
2020 年 1-6 月	-1,354.88	1,564.99	-3,430.47

（2）所得税纳税情况

单位：万元

期间	期初未交数	本期已交数	期末未交数
2017 年度	13,677.57	20,578.71	1,707.65
2018 年度	1,707.65	7,058.98	1,744.43
2019 年度	1,744.43	6,989.30	1,990.99
2020 年 1-6 月	1,990.99	4,820.99	-1,770.34

2、所得税费用与会计利润的关系

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	7,601.06	40,054.55	52,443.39	53,833.70
按法定税率计算的所得税费用	1,140.16	6,008.18	7,879.19	8,075.05
子公司适用不同税率的影响	404.06	-261.62	-36.98	296.19
调整以前期间所得税的影响	16.76	10.90	-	-
非应税收入的影响	11.31	-56.60	-108.94	-593.82
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	41.45	-165.51	203.40	646.63
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	42.62	19.08	-517.68	-82.95
所得税费用	1,656.35	5,554.43	7,418.99	8,341.10

报告期公司税收政策未发生重大变化。

报告期内公司各年度营业收入及税金及附加发生额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	34,523.68	173,329.02	165,277.14	205,841.98
税金及附加	86.07	1,528.87	320.79	1,896.49
其中：文化事业建设费	2.00	711.67	-296.99	745.39
城镇土地使用税	3.17	-	31.69	-
剔除上述两项后税金及附加	80.91	817.20	586.09	1,151.10
占营业收入比例	0.23%	0.47%	0.35%	0.56%

文化事业建设费、城镇土地使用税的计税基础与营业收入不存在线性关系，剔除前述两项的影响后，公司税金及附加与营业收入具有匹配关系。因税金及附加按照当期进销项相抵后的应交增值税计提，占营业收入比例有小幅波动。

（十二）净利润分析

2017 年至 2020 年 1-6 月公司净利润来源情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
营业收入	34,523.68	173,329.02	165,277.14	205,841.98
营业成本	25,838.81	109,423.71	90,452.39	129,964.15
毛利率	25.16%	36.87%	45.27%	36.86%
期间费用	7,466.32	21,938.41	25,740.59	28,369.30
期间费用率	21.63%	12.66%	15.57%	13.78%
营业利润	7,606.55	38,832.65	52,299.62	53,903.21
营业外收支净额	-5.48	1,221.90	143.77	-69.51
净利润	5,944.71	34,500.11	45,024.40	45,492.60
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	2,895.81	30,031.43	41,046.27	39,024.37

2018 年，公司进行了一系列的节目调整，聚焦头部综艺，拓展网综市场。通过精简节目，虽然节目播出数量较往年下降，收入规模受到一定影响，但由于无亏损节目，提升了整体毛利率，对稳定净利润有积极作用。另外，公司加强与视频网站合作，培育了《这！就是街舞》、《即刻电音》等优秀的新网综节目品牌。

通过节目优化并布局网综，公司 2018 年归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润 41,046.27 万元，较上年有所增长。

2019 年公司制作播出的节目数量较上年增加，其中与优酷合作的《这！就是街舞》第二季及《这！就是原创》采取合作分成模式，与上年承制模式的网络综艺节目收入相比，合作分成模式下的节目收入增加。节目数量的增加以及深化与视频网站合作，带动公司收入增长。受视频网站的节目授权金额下降及网络综艺招商规模尚不达到台综水平的影响，2019 年综合毛利率较上年下降，毛利率下降是 2019 年净利润较上年下降的主要原因。

2020 年上半年播出的节目数量及规模相对较小，毛利率较低，此外受疫情影响海选授权收入下降，导致毛利额较小。截至本招股书出具日，公司《这！就是街舞》第三季、受托承制的《跨界歌王》第五季、《中国好声音 2020》以及新节目《蒙面舞王》已播出，《蒙面唱将猜猜猜 2020》也即将播出，主要收入集中在下半年。

综上所述，受行业发展趋势等因素的影响，公司业绩近几年受到了一定的影响，但公司已积极调整业务布局，顺应行业发展。在保持公司原有电视台头部综艺优势的情况下，与视频网站的合作逐步深入，将公司在台综领域的优势扩展至网综。在行业环境不利的情况下，公司在节目制作领域仍保持了较强的市场影响力。同时，公司音乐授权及衍生业务保持了良好的增长势头，该业务毛利率高，是未来公司重要的盈利点之一。

2020 年利润表主要科目同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动率
营业收入	34,523.68	45,161.45	-23.55%
营业成本	25,838.81	30,382.47	-14.95%
毛利率	25.16%	32.72%	-23.13%
期间费用	7,466.32	10,501.90	-28.91%
其他收益	3,642.80	3,232.98	12.68%
信用减值损失	-2,967.21	-628.68	371.97%
营业外收支净额	-5.49	561.61	-100.98%

净利润	5,944.71	6,153.38	-3.39%
归属于母公司股东的净利润	5,969.10	5,478.45	8.96%
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	2,895.81	2,351.22	23.16%

1、营业收入及毛利率变动分析

2020 年上半年营业收入同比下降 23.55%，下降原因如下：受疫情影响，2020 年的《这！就是街舞》第三季录制播出延后，而 2019 年同期《这！就是街舞》第二季已确认了 7 期（节目共 12 期）的收入。音乐制作授权及其他衍生业务方面，受疫情影响 2020 年 1-6 月海选授权收入较去年同期大幅下降，且由于无新增节目音乐授权，音乐授权收入低于去年同期。

2020 年 1-6 月主营业务毛利率与去年同期相比变化如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
内容制作及运营	16.10%	17.76%
音乐制作授权及其他衍生	51.96%	65.91%
主营业务毛利率	25.12%	32.47%

节目音乐授权及海选授权毛利率较高，平均在 70%以上，2020 年 1-6 月上述收入较去年同期下降，导致音乐制作授权及其他衍生毛利率下降。2020 年 1-6 月内容制作及运营毛利率基本稳定。

2、期间费用变动分析

2020 年上半年的期间费用较 2019 年同期下降 28.91%，主要原因如下：

（1）2020 年上半年的办公场所单位面积租金下降，办公、租赁及物业费较上年下降 691.02 万元。2020 年装修摊销期结束导致摊销金额下降，折旧及摊销下降 209.68 万元。

（2）受疫情影响，2020 年上半年公司的差旅活动减少，机票、住宿等相关费用下降 339.65 万元。

（3）2020 年上半年，公司的借款规模低于 2019 年同期，因此利息支出相

对较少，财务费用下降520.49万元。

（4）2020年上半年的员工薪酬规模相较于2019年同期有所下降。

3、信用减值损失变动分析

2019年6月末应收账款余额75,253.73万元，较2018年末下降24.08%。2020年6月末应收账款余额61,000.49万元，较2019年末下降49.13%，2020年1-6月应收账款整体回款情况好于去年同期。同时，2020年上半年账龄较长的应收款项及其他应收款收回，包括收到金嗓子款项 4,000 万及浙江卫视款项300万。综上原因，2020年上半年信用减值损失减少2,338.53万元，对净利润有正面贡献。

4、营业外收支变动分析

2020年1-6月营业外收支净额低于去年同期，主要是去年同期收到的艺人解约赔偿所致。

综上所述，2020 年上半年，虽然公司营业收入同比下降，但期间费用下降抵消了一部分影响。此外，由于长账龄款项的回收以及节目回款情况较好，导致坏账准备减少，对净利润有正面影响。2020 年上半年净利润仅比去年同期降低3.39%。

2019 年上半年主要节目《这！就是原创》是由公司与腾讯音乐的合资公司制作及发行，该节目对于净利润的贡献大于对归属于母公司股东的净利润的贡献。2020年1-6月无合资公司层面制作的节目，因此虽然净利润同比下降，但归属于母公司股东的净利润较去年同期增长490.65万元。2020年上半年营业收入同比减少而归属于母公司股东的净利润同比增加具有合理性。

十二、资产质量分析

（一）资产结构总体分析

1、资产总量分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司资产总额分别为 369,647.50 万元、389,373.13 万元、448,673.43 万元及 432,455.48 万元。报告期内公司运营情况良好，业务发展迅速，2019 年末总资产规模较上年末增长 15.23%。2020 年 6 月末总资产规模较去年末下降 3.61%。

2、资产构成分析

报告期内，公司资产的构成情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	157,884.40	36.51	178,195.83	39.72	131,145.76	33.68	111,703.04	30.22
非流动资产	274,571.07	63.49	270,477.60	60.28	258,227.36	66.32	257,944.46	69.78
合计	**432,455.48**	**100.00**	**448,673.43**	**100.00**	**389,373.13**	**100.00**	**369,647.50**	**100.00**

公司是国内领先的综艺内容制作和运营商，成立至今已成功推出多档高知名度、高收视率的节目。依托在节目制作领域的优势，公司将产业链逐步延伸至音乐制作授权及其他衍生业务，业务具有轻资产属性。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司流动资产占总资产的比例分别为 30.22%、33.68%、39.72%及 36.51%。公司非流动资产占比较高，主要系公司出于业务整合之目的，并购梦响强音形成商誉所致。2018 年末公司流动资产占 33.68%，较上年末略有上升，主要系公司应收账款及存货有所增加。2019 年末货币资金、应收账款增长带动流动资产增长。

（二）流动资产分析

报告期内，公司流动资产及构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	78,933.73	49.99	44,852.94	25.17	13,551.04	10.33	22,642.76	20.27
应收票据	4,978.91	3.15	5,920.43	3.32	11,395.81	8.69	2,127.00	1.90
应收账款	48,113.27	30.47	103,560.88	58.12	88,106.47	67.18	70,687.90	63.28
预付款项	8,525.39	5.40	11,991.74	6.73	8,144.94	6.21	7,805.44	6.99
其他应收款	774.76	0.49	554.15	0.31	1,177.22	0.90	2,201.94	1.97
存货	10,375.42	6.57	9,210.25	5.17	6,772.15	5.16	5,034.62	4.51
其他流动资产	6,182.92	3.92	2,105.44	1.18	1,998.12	1.52	1,203.37	1.08
合计	**157,884.40**	**100.00**	**178,195.83**	**100.00**	**131,145.76**	**100.00**	**111,703.04**	**100.00**

报告期内，公司流动资产结构基本稳定，以货币资金、应收账款为主，2017年末至2020年6月末上述合计占流动资产的比例分别为83.55%、77.51%、83.29%及80.47%。

2018年末，流动资产增加主要是应收账款及存货增加所致。截至2018年末，当年主要节目的款项尚在回收过程中，应收账款余额有较大增长。此外公司布局影视剧业务，购买电视剧播映权、剧本等，期末存货余额略有增长。2019年末公司主要节目尚在结算周期内，应收款项增加。存货余额增长系在制作过程的节目数量较多所致。2019年公司现金流情况较好，货币资金余额增加。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
库存现金	18.40	37.15	5.18	6.22
银行存款	78,912.21	44,815.79	13,545.86	22,636.54
其他货币资金	3.11	-	-	-
合计	**78,933.73**	**44,852.94**	**13,551.04**	**22,642.76**

注：2019年末其他货币资金4.98元。

公司货币资金基本为银行存款。2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司货币资金余额分别为 22,642.76 万、13,551.04 万元、44,852.94 万元及 78,933.73 万元。由于公司投入与客户结算回款存在时间差原因，公司货币资金仅够满足日常经营支付需求。2018 年度应收账款余额增加，经营性现金净流量较上年下降，公司货币资金余额较上年末下降。2019 年公司预收款项及应付账款增加，经营活动现金净流量较上年增加。与上年相比，2019 年无股利支付，筹资活动现金流出大幅下降。总体上看，2019 年公司现金流情况较好，与上年末相比货币资金余额增加。2020 年 1-6 月公司回款情况良好，货币资金增加。

2、应收票据

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
银行承兑汇票	4,978.91	5,920.43	11,395.81	2,127.00
商业承兑汇票	-	-	-	-
合计	**4,978.91**	**5,920.43**	**11,395.81**	**2,127.00**

公司应收票据为银行承兑汇票，主要系浙江卫视、江苏卫视支付节目分成款。2018 年收到的银行承兑汇票大部分在 2019 年上半年到期，截至 2018 年末尚未到期的应收票据余额较大，金额较上年增长。2019 年末及 2020 年 6 月末应收票据余额下降主要系票据承兑所致。

3、应收账款

①应收账款总体情况

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应收账款账面余额	61,000.49	119,903.73	99,125.36	80,958.19
应收账款坏账准备	12,887.22	16,342.85	11,018.89	10,270.29
应收账款账面净额	48,113.27	103,560.88	88,106.47	70,687.90
应收账款净额占期末流动资产的比	30.47%	58.12%	67.18%	63.28%

例				
应收账款余额占当期营业收入比重	-	69.18%	59.98%	39.33%
应收账款账面余额增长率	-49.13%	20.96%	22.44%	-32.85%
营业收入增长率	-	4.87%	-19.71%	-23.93%

公司应收账款主要为应收电视台的节目分成款及视频网站的节目授权费以及节目款。2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应收账款账面价值分别为 70,687.90 万元、88,106.47 万元、103,560.88 万元及 48,113.27 万元，占期末流动资产的比例分别为 63.28%、67.18%、58.12%及 30.47%；2017 年末 2019 年末应收账款账面余额占营业收入的比例分别为 39.33%、59.98%、69.18%，报告期末应收账款余额持续增长，占当年营业收入的比例有所提高，但账龄主要集中在 1 年以内，应收客户的节目款项尚在正常结算周期内。

2017 年末应收账款余额下降 32.85%与营业收入的变动幅度基本匹配。

2018 年末应收账款主要是浙江卫视《2018 中国好声音》、东方卫视《新舞林大会》及江苏卫视《蒙面唱将猜猜猜》第三季节目分成款，以及优酷《新舞林大会》、《蒙面唱将猜猜猜》第三季及爱奇艺《2018 中国好声音》授权费。上述款项处于正常的结算周期内。

2019 年末应收账款余额的增长率大于营业收入的增长率，主要有以下两方面的影响：第一，2019 年公司与互联网客户新增合作分成的模式，结算方式与以前年度有一定差异，导致应收账款回款慢于以前年度；第二，本年度《中国达人秀》第六季及《2019 蒙面唱将猜猜猜》档期较晚，因此主要节目回款较上年略有滞后。上述节目款项在 2020 年 1 月陆续回款。

2020 年 1-6 月主要客户优酷、东方卫视、浙江卫视、江苏卫视节目款陆续回款，应收账款余额大幅下降。

②应收账款账龄计提坏账准备情况

截至 2020 年 6 月 30 日，账龄法计提坏账准备情况如下表：

单位：万元、%

账龄	账面余额	占比	坏账准备
1 年以内	44,930.94	88.44	449.31
1-2 年	2,338.64	4.60	116.93
2-3 年	2,519.87	4.96	1,259.94
3 年以上	1,013.86	2.00	1,013.86
合计	**50,803.30**	**100.00**	**2,840.03**

截至 2019 年 12 月 31 日，账龄法计提坏账准备情况如下表：

单位：万元、%

账龄	账面余额	占比	坏账准备
1 年以内	90,770.45	82.74	907.70
1-2 年	10,044.47	9.16	502.22
2-3 年	7,881.78	7.18	3,940.89
3 年以上	1,009.85	0.92	1,009.85
合计	**109,706.54**	**100.00**	**6,360.66**

截至 2018 年 12 月 31 日，账龄法计提坏账准备情况如下表：

单位：万元、%

账龄	账面余额	占比	坏账准备
1 年以内	77,130.18	86.73	771.30
1-2 年	10,130.56	11.39	506.53
2-3 年	580.08	0.65	290.04
3 年以上	1,087.35	1.22	1,087.35
合计	**88,928.18**	**100.00**	**2,655.23**

截至 2017 年 12 月 31 日，账龄法计提坏账准备情况如下表：

单位：万元、%

账龄	账面余额	占比	坏账准备
1 年以内	67,616.27	95.56	676.16
1-2 年	1,999.99	2.83	100.00
2-3 年	28.58	0.04	14.29
3 年以上	1,116.17	1.58	1,116.17

合计	**70,761.01**	**100.00**	**1,906.62**

公司应收账款账龄主要集中在 1 年以内，主要是应收国内各大电视台及视频网站节目款项。

截至 2020 年 6 月末，公司按账龄法计提坏账准备的应收账款中 3 年以上账龄的合计 1,013.86 万元，占比较小。根据公司坏账计提政策，账龄 3 年以上应收账款已 100%计提坏账准备。

同行业上市公司坏账准备计提比例对比情况表如下：

可比公司	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
华策影视	1%	10%	30%	50%	100%	100%
华录百纳	1%	10%	30%	50%	100%	100%
中广天择	3%	10%	20%	40%	60%	100%
北京文化	5%	10%	20%	50%	80%	100%
完美世界	1%	10%	50%	100%	100%	100%
上海灿星	**1%**	**5%**	**50%**	**100%**	**100%**	**100%**

报告期内，公司账龄在 1 年以内应收款项占应收款项总额的比例较高，应收款项性质主要为暂未收回的节目制作分成和视频网站的节目发行费，应收客户主要为国内各大卫视及主流视频网站，客户资信状况好。公司对 3 年以上账龄的应收款坏账计提比例更为谨慎。综合考虑上述应收款项的款项性质、客户的信用状况及往年应收账款的回收情况，坏账计提政策较为谨慎。

③单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款

截至 2020 年 6 月 30 日，公司单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款如下：

单位：万元、%

项目	金额	坏账准备	计提比例
乐视网信息技术（北京）股份有限公司	8,030.19	8,030.19	100
巴士在线科技有限公司	2,167.00	2,017.00	93.08
合计	**10,197.19**	**10,047.19**	

2016 年末，乐视网出现资金紧张的状况，2016 年亏损 2.22 亿元。截至 2019 年末乐视网经营情况未见好转，公司对应收乐视网款项 100%计提坏账。巴士在线科技有限公司原为上市公司巴士在线全资子公司。根据巴士在线公告，其 2017 年度经营出现大幅亏损的主要原因系其核心管理人员王献蜀失联所致，对巴士在线外部的供应商、合作伙伴、客户的持续合作意愿造成了负面影响，巴士在线其他多个业务板块陷于停顿。根据巴士在线公告，其采取了更换巴士科技经营管理层、调整业务架构、鼓励分公司做业务、落实专门人员催收应收账款等手段加强业务和资金回流，并对巴士科技提供财务资助。巴士在线于 2018 年 12 月通过股东大会决议将巴士科技 100%股权转让给自然人鲁敏。截至 2019 年末巴士科技经营情况未见好转，公司对其账龄 3 年以下的应收款项坏账计提比例加至 90%。

④应收账款主要客户分析

截至 2020 年 6 月 30 日，公司前五名应收账款客户情况如下：

单位：万元、%

单位名称	与本公司关系	账面余额	占应收账款总额的比例	款项性质
浙江广播电视集团	非关联方	25,726.75	42.17	节目款
乐视网信息技术（北京）股份有限公司	非关联方	8,030.19	13.16	节目款
浙江阿里巴巴通讯技术有限公司	非关联方	7,000.00	11.48	节目款
巴士在线科技有限公司	非关联方	2,167.00	3.55	节目款
江苏省广播电视集团有限公司	非关联方	2,119.88	3.48	节目款
合计		**45,043.82**	**73.84**	

截至 2019 年 12 月 31 日，公司前五名应收账款客户情况如下：

单位：万元、%

单位名称	与本公司关系	账面余额	占应收账款总额的比例	款项性质
浙江广播电视集团	非关联方	34,620.40	28.87	节目款
优酷	非关联方	25,678.55	21.42	节目款

上海东方娱乐传媒集团有限公司	非关联方	17,378.25	14.49	节目款
乐视网信息技术（北京）股份有限公司	非关联方	8,030.19	6.70	节目款
江苏省广播电视集团有限公司	非关联方	7,000.00	5.84	节目款
合计		**92,707.39**	**77.32**	-

注：优酷包括优酷信息技术（北京）有限公司、上海全土豆文化传播有限公司、北京优酷科技有限公司。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司前五名应收账款客户情况如下：

单位：万元、%

单位名称	与本公司关系	账面余额	占应收账款总额的比例	款项性质
浙江广播电视集团	非关联方	22,559.21	22.76	节目款
上海东方娱乐传媒集团有限公司	非关联方	16,374.82	16.52	节目款
优酷	非关联方	12,866.61	12.98	节目款
北京爱奇艺科技有限公司	非关联方	10,678.93	10.77	节目款
江苏省广播电视集团有限公司	非关联方	8,103.74	8.18	节目款
合计		**70,583.32**	**71.21**	-

注：优酷金额为优酷信息技术（北京）有限公司与优酷网络技术（北京）有限公司（同一集团控制的公司）金额的合计

截至 2017 年 12 月 31 日，公司前五名应收账款客户情况如下：

单位：万元、%

单位名称	与本公司关系	余额	占应收账款总额的比例	款项性质
江苏省广播电视集团有限公司	非关联方	19,120.01	23.62	节目款
浙江广播电视集团	非关联方	10,094.11	12.47	节目款
中央电视台	非关联方	8,324.93	10.28	节目款
乐视网信息技术（北京）股份有限公司	非关联方	8,030.19	9.92	节目款
爱奇艺	非关联方	6,130.46	7.57	节目款
合计		**51,699.69**	**63.86**	-

注：爱奇艺金额为北京爱奇艺科技有限公司与北京奇艺世纪科技有限公司（同一集团控制的公司）金额的合计

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司前五大客户应收账款账面余额合计金额占应收账款总额的比例分别为 63.86%、71.21%、77.32%及 73.84%，集中度较高。前五大应收账款客户主要为各大卫视和主流视频网站。

主要客户结算方式如下：

客户	结算方式
浙江卫视	1、双方针对广告分成的结算在每季节目全部播出结束后进行。电视台可就广告款已到款的部分与发行人结算，结算方式如下：根据广告客户与电视台签订合同所约定的付款时间，电视台在收到节目广告客户支付的广告款后，通知发行人开具增值税发票，电视台在收到发票后 15 个工作日内将分成款支付给发行人； 2、每季节目结束后，当年年底双方核对收益总和，次年一月底前尾款付清（双方先就已收款项进行结算，如存在广告款应收款项或坏账的，待款项到账后在进行结算）； 3、自 2018 年起，待电视台广告款到账后双方再行结算； 4、平台根据节目播出进度预先支付一定金额合作款。
江苏卫视	根据广告到款情况，预先支付制作成本，节目播出后决算，双方确认后作为结算依据。
东方卫视	季播节目：待节目播出完毕后 3 个月内或 6 个月内，双方根据投资比例对节目所得收益进行决算并完成支付； 周播节目：自节目开播之日起每 6 个月对节目收益进行对账结算，双方按照合同约定的比例进行分配，并于对账结算后 15 个工作日内支付款项。节目全部首播完毕后 3 个月内，进行综合、全面的决算。
中央电视台	节目播出结束以后，平台支付款项。
北京卫视	承制费首款支付在合同签订完成且受到增值税专用发票后 7 个工作日内支付 30%。第一期节目录制完成且通过审核，在收到增值税专用发票后 7 个工作日内支付 30%。前六期节目录制完成且通过审核，在收到增值税专用发票后 7 个工作日内支付 30%。剩余制作费在节目最后一期首播结束且双方确认后的 10 个工作日内进行结算。
爱奇艺	爱奇艺授权费分三阶段付款，不同节目每阶段付款比例有差异，一般在前两阶段的付款比例在 70%以上。付款节点与节目播出进度挂钩，部分节目付款周期较长，最后一笔款项在节目播出完毕 6 个月后支付。
优酷	授权：优酷授权费支付阶段类型较多，两阶段、三阶段、四阶段均有。不同节目每阶段付款比例有差异，最后阶段前的付款比例在 70%以上。付款节点与节目播出进度挂钩，三阶段付款较典型，一般在合同签订后、第一期节目播出后、最后一期节目播出前或合同签订后、节目播出中段、最后一期节目播出前。 合作分成：收益有现金流入到账后逐月分配收益。节目结束后进行最终结算。
腾讯视频	授权：腾讯授权费分三阶段或两阶段付款，不同节目每阶段付款比例有

	差异，最后阶段前的付款比例在 50%以上。付款节点与节目播出进度挂钩，两阶段付款一般在第一期节目播出后，最后一期节目播出前，三阶段付款一般在合同签订后、第一期节目播出后、最后一期节目播出前或第一期节目播出后、节目播出中段、最后一期节目播出前。 承制费：在合同签订后、节目第一期上线后、最后一期上线后分阶段收款。

公司与电视台客户合同没有约定明确的信用政策，双方在节目播出完毕后，核对总广告收入，根据合同约定的分成方式计算结算金额，双方对结算金额进行确认。由于分成以实际到款的广告收入为基础，因此电视台广告客户的到款时间将影响电视台与公司的结算时间。

公司与视频网站的授权费收入分阶段收款，不同节目的收款节点和比例有所差异。2019 年公司与视频网站拓展合作分成的业务模式，与电视台类似，没有约定明确的信用政策。

4、预付款项

①预付款项账龄分析

报告期各期末，公司预付款项账龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	2,690.75	31.56	6,282.44	52.39	2,773.34	34.04	2,021.72	25.90
1-2 年	978.12	11.47	2,129.85	17.76	648.20	7.96	5,199.66	66.62
2-3 年	1,758.56	20.63	473.06	3.94	4,152.84	50.99	584.06	7.48
3 年以上	3,097.96	36.34	3,106.39	25.90	570.56	7.01	-	-
合计	**8,525.39**	**100.00**	**11,991.74**	**100.00**	**8,144.94**	**100.00**	**7,805.44**	**100.00**

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末预付款项余额末分别为 7,805.44 万元、8,144.94 万元、11,991.74 万元及 8,525.39 万元。主要为预付的节目制作费、广告费等。2018 年末预付款项规模与上年相比基本稳定。2019 年预付款项增加，主要是由于公司与北京卫视合作的《了不起的长城》于 2020 年 1 月播出，2019 年末形成较大预付广告款。2020 年 6 月末预付款项下降主要是《了

不起的长城》播出完毕，预付广告款结转成本所致。

公司预付款项账龄基本在一年以内。2020 年 6 月末，公司账龄超过 1 年的主要预付款项如下：

单位：万元

项目	期末余额	未及时结算的原因
北京福月音乐工作室（普通合伙）	2,500.00	未到结算期
预付中介机构 IPO 费用	1,083.77	未到结算期
JVR MUSIC INTERNATIONAL LTD	735.24	未到结算期
北京完美坚持文化艺术工作室	548.54	未到结算期
新沂时代峰景音乐工作室	509.94	未到结算期
合计	**5,377.49**	

②预付款项前五名情况分析

2020 年 6 月 30 日，公司前五名预付款项情况如下：

单位：万元、%

单位名称	与本公司关系	金额	占预付账款总额的比例	款项性质
北京福月音乐工作室（普通合伙）	非关联方	2,500.00	29.32	预付合作款
浙江广播电视集团	非关联方	1,500.00	17.59	预付广告服务合作款
JVR MUSIC INTERNATIONAL LTD	非关联方	735.24	8.62	预付合作款
北京完美坚持文化艺术工作室	非关联方	548.54	6.43	预付合作款
新沂时代峰景音乐工作室	非关联方	509.94	5.98	预付合作款
合计		**5,793.71**	**67.94**	

2019 年 12 月 31 日，公司前五名预付款项情况如下：

单位：万元、%

单位名称	与本公司关系	金额	占预付账款总额的比例	款项性质
北京电视台	非关联方	5,471.70	45.63	预付广告款
北京福月音乐工作室（普通合伙）	非关联方	2,500.00	20.85	预付合作款

JVR MUSIC INTERNATIONAL LTD	非关联方	735.24	6.13	预付合作款
北京完美坚持文化艺术工作室	非关联方	548.54	4.57	预付合作款
新沂时代峰景音乐工作室	非关联方	509.94	4.25	预付合作款
合计		**9,765.41**	**81.43**	

2018 年 12 月 31 日，公司前五名预付款项情况如下：

单位：万元、%

单位名称	与本公司关系	金额	占预付账款总额的比例	款项性质
北京福月音乐工作室（普通合伙）	非关联方	3,500.00	42.97	预付合作款
JVR MUSIC INTERNATIONAL LTD	非关联方	735.24	9.03	预付合作款
北京年代未来文化传播有限公司	非关联方	580.00	7.12	演唱会投资款
北京完美坚持文化艺术工作室	非关联方	548.54	6.73	预付合作款
新沂时代峰景音乐工作室	非关联方	509.94	6.26	预付合作款
合计		**5,873.71**	**72.11**	

2017 年 12 月 31 日，公司前五名预付款项情况如下：

单位：万元、%

单位名称	与本公司关系	金额	占预付账款总额的比例	款项性质
北京福月音乐工作室（普通合伙）	非关联方	3,500.00	44.84	预付合作款
北京年代未来文化传播有限公司	非关联方	980.00	12.56	演唱会投资款
上海亚和投资管理有限公司	非关联方	746.74	9.57	租金
新沂时代峰景音乐工作室	非关联方	509.94	6.53	预付合作款
广州小强填字传媒有限责任公司	非关联方	380.00	4.87	预付合作款
合计		**6,116.68**	**78.37**	

截至 2020 年 6 月末，公司预付北京福月音乐工作室（普通合伙）款项系与音乐人达成未来多档节目合作意向的预付款项。JVR MUSIC INTERNATIONAL LTD、北京完美坚持文化艺术工作室及新沂时代峰景音乐工作室预付款项也为类似性质。2019 年北京福月音乐工作室（普通合伙）预付款项减少，系嘉宾参加节目录制，预付款项结转成本所致。

根据电视台广告招商政策，通常要求在节目播出前预付广告款。公司与北京卫视合作的《了不起的长城》于 2020 年 1 月播出，2019 年末形成较大预付款项。预付款项系合同约定的广告费支付进度与节目播出的进度差异所形成。2020 年 6 月末，预付浙江卫视 1,500 万系未来节目广告服务合作款，在未来节目播出后结算。

北京年代未来文化传播有限公司为张学友三场演唱会的运营合作方，公司与其签订演唱会投资协议，在上述三场演唱会中占 10%的投资份额。公司于 2016 年及 2017 年分别支付投资款，累计 980.00 万元。截至 2019 年末，武汉站演唱会于 2018 年 6 月 23 日及 6 月 24 日举行，合肥站演唱会于 2018 年 10 月 21 日举行，并已完成结算。剩余一场演唱会尚在排期过程中。

5、其他应收款

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司其他应收款分别为 2,201.94 万元、1,177.22 万元、554.15 万元及 774.76 万元，主要为往来及代垫款、押金及保证金、备用金。

①其他应收款余额账龄情况

单位：万元，%

账龄	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1 年以内	641.32	46.88	200.85	12.06	555.25	28.39	1,240.18	51.14
1 至 2 年	129.40	9.46	145.36	8.73	447.41	22.88	944.59	38.95
2 至 3 年	33.85	2.47	434.44	26.08	746.35	38.17	153.59	6.33
3 年以上	563.51	41.19	885.24	53.14	206.58	10.56	86.61	3.57
合计	**1,368.08**	**100.00**	**1,665.89**	**100.00**	**1,955.60**	**100.00**	**2,424.98**	**100.00**

截至 2020 年 6 月末，公司账龄 3 年以上的其他应该收款主要为杭州威加餐饮往来款及供应商押金。

②坏账计提情况

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31

账面余额	1,368.08	1,665.89	1,955.60	2,424.98
坏账准备	593.32	1,111.74	778.38	223.04
账面价值	774.76	554.15	1,177.22	2,201.94

公司根据其他应收款预期信用损失计提坏账准备。截至 2020 年 6 月末，公司杭州威加餐饮管理有限公司的其他应收款全额计提了坏账准备。

③其他应收款前五名情况分析

截至 2020 年 6 月 30 日，公司前五名其他应收款情况如下：

单位：万元、%

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例
杭州威加餐饮管理有限公司	往来及代垫款	341.39	3 年以上	24.95
上海申地资产管理有限公司	押金及保证金	210.97	1 年以内	15.42
任庆英	备用金	121.31	1 年以内	8.87
汪卫东	备用金	50.00	1 年以内	3.65
中央电视台	押金及保证金	30.00	3 年以上	2.19
合计		**753.67**		**55.08**

截至 2019 年 12 月 31 日，公司前五名其他应收款情况如下：

单位：万元、%

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例
上海亚和投资管理有限公司	押金及保证金	424.50	2-3 年以上	25.48
杭州威加餐饮管理有限公司	往来及代垫款	341.39	3 年以上	20.49
浙江广播电视集团	往来及代垫款	300.00	3 年以上	18.01
广信教育科技有限公司	押金及保证金	50.00	1-2 年	3.00
上海长宁公共租赁住房运营有限公司	押金及保证金	38.90	2 年以下	2.34
合计		**1,154.78**		**69.32**

截至 2018 年 12 月 31 日，公司前五名其他应收款情况如下：

单位：万元、%

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例
上海亚和投资管理有限公司	押金及保证金	424.50	1-3 年以上	21.71
杭州威加餐饮管理有限公司	往来及代垫款	341.39	2-3 年	17.46
浙江广播电视集团	往来及代垫款	300.00	2-3 年	15.34
上海兴侨房地产有限公司	押金及保证金	117.74	1 年以内	6.02
广信教育科技有限公司	押金及保证金	50.00	1 年以内	2.56
合计		**1,233.62**		**63.09**

截至 2017 年 12 月 31 日，公司前五名其他应收款情况如下：

单位：万元、%

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例
上海亚和投资管理有限公司	押金及保证金	424.50	3 年以内	17.51
杭州威加餐饮管理有限公司	往来及代垫款	377.00	1-2 年	15.55
浙江广播电视集团	往来及代垫款	300.00	1-2 年	12.37
张勇	备用金	100.00	1-2 年	4.12
中央电视台	押金及保证金	60.00	2 年以上	2.47
合计		**1,261.50**		**52.02**

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司前五大其他应收款余额合计金额占其他应收款总额的比例分别为 52.02%、63.09%、69.32%及 55.08%。

2016 年末公司为浙江广播电视集团代垫款 300 万，系根据公司、浙江广播电视集团及上海益善基金签署的《捐赠合作协议书》，公司、浙江广播电视集团向上海益善基金捐赠人民币 500 万元。该捐赠金额，由浙江广电承担人民币 300 万元、公司承担人民币 200 万元用于上海益善基金执行的公益项目。2016 年公司支付上海益善基金 500 万元慈善款，其中为浙江卫视广播电视集团代垫 300 万元，该款项未来将在与浙江卫视的节目款项中予以结清。

梦响强音于 2015 年参股杭州威加餐饮管理有限公司，持有其 10%股份。杭州威加因经营所需流动资金，向公司借款。截至 2018 年 12 末，杭州威加经营不善，公司已转让所持全部股权。其尚有 341.39 万元未归还，公司已全额计提坏账准备。

2020 年上半年公司变更办公地点，其他应收上海申地资产管理有限公司的款项系房屋租赁押金。

6、存货

报告期各期末存货构成及变动分析

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
原材料	1,149.03	1,100.42	1,039.67	566.04
低值易耗品	192.64	191.65	301.63	317.01
在产品	8,441.72	7,362.83	4,513.87	4,151.57
库存商品	592.03	555.35	916.98	-
合计	**10,375.42**	**9,210.25**	**6,772.15**	**5,034.62**

2018 年存货余额增加主要系采购电视剧播映权及剧本所致。公司 2018 年成立灿星影视，布局影视制作，原材料增加主要系采购剧本及剧本改编权。库存商品为电视剧《爱情的边疆》播映权。公司电视剧的发行工作正在稳步推进中，已与多家客户达成了《爱情的边疆》的销售意向，未出现减值迹象。剧本为知名 IP，是公司重点孵化的影视剧，未出现减值迹象。

2019 年末存货余额增长主要是在制节目余额增加所致，主要是截至年末正在播出的《出发吧，师傅！》及于 2020 年 1 月播出的《了不起的长城》。此外，影视剧项目包括《我的花样老婆（暂定名）》及《阅读课（暂定名）》也进入前期筹备阶段，存货余额增加。

截至 2019 年末，存货主要为在制过程中的节目《了不起的长城》、《出发吧，师傅!》、《星心相印（暂定名）》；制作过程中的影视剧《我的花样老婆（暂定名）》、《阅读课（暂定名）》，上述合计占在产品余额的 72.18%。其

余项目也均为公司立项并在孵化过程中的节目，公司存货未出现减值迹象。

2020 年 6 月末存货余额增加，主要系《阅读课（暂定名）》已进入筹拍阶段，前期制作投入增加，以及下半年播出的《这！就是街舞》第三季、《跨界歌王》第五季等节目的制作投入增加所致。

7、其他流动资产

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
待抵扣增值税	3,612.88	1,787.61	1,221.54	805.46
预缴税费	2,570.04	317.83	776.59	397.91
合计	**6,182.92**	**2,105.44**	**1,998.13**	**1,203.37**

其中：预缴税费明细

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
增值税	-	-	209.47	194.75
文化事业费	314.77	314.77	560.08	199.55
城建税	1.88	-	3.66	2.10
教育费附加	1.34	-	2.62	1.50
所得税	2,252.06	3.06	0.75	-
合计	**2,570.04**	**317.83**	**776.59**	**397.91**

（三）非流动资产分析

报告期内，公司非流动资产及构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售金融资产	-	-	-	-	1,306.70	0.51	320.00	0.12
长期股权投资	467.62	0.17	593.58	0.22	588.21	0.23	513.73	0.20
其他权益工具投资	6,260.84	2.28	5,824.26	2.15	-	-	-	-
固定资产	1,793.38	0.65	2,335.94	0.86	2,950.68	1.14	3,661.69	1.42

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
在建工程	16,480.12	6.00	10,013.00	3.70	1,037.35	0.40	92.79	0.04
无形资产	80,818.19	29.43	81,949.43	30.30	96.43	0.04	67.27	0.03
商誉	163,551.96	59.57	163,551.96	60.47	163,551.96	63.34	163,551.96	63.41
长期待摊费用	421.64	0.15	835.81	0.31	1,641.34	0.64	2,359.26	0.91
递延所得税资产	4,777.33	1.74	5,373.63	1.99	3,584.19	1.39	3,907.25	1.51
其他非流动资产	-	-	-	-	83,470.50	32.32	83,470.50	32.36
合计	**274,571.07**	**100.00**	**270,477.60**	**100.00**	**258,227.36**	**100.00**	**257,944.46**	**100.00**

报告期各期末，公司非流动资产主要由商誉、其他非流动资产构成。2016年公司收购梦响强音，属于非同一控制下合并，形成商誉。其他非流动资产系预付自用物业土地款。2019 年 4 月公司取得土地使用权证，该项资产转入无形资产核算。

1、可供出售金融资产

2017 年末及 2018 年末公司可供出售金融资产分别为 320.00 万元及 1,306.70 万元。2015 年公司出资 20.00 万元参与设立杭州威加餐饮管理有限公司，持有其 10%的股份。2017 年公司出资 300.00 万元参与设立西咸新区秦汉文化健康产业园发展有限公司，持有其 5%的股份。公司分别于 2018 年 7 月和 2018 年 8 月转让所持西咸新区秦汉文化健康产业园发展有限公司及杭州威加餐饮管理有限公司的股份。截至 2018 年末，公司可供出售金融资产系参与认购 Tencent Music Entertainment Group 增发的普通股形成。

2、其他权益工具投资

财政部于 2017 年陆续修订了金融工具相关会计准则，自 2019 年 1 月 1 日起公司执行相关会计准则，并按照有关的衔接规定进行了处理。首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初资产负债报表相关项目。

公司根据长期持有的意图，自 2019 年 1 月 1 日起将持有的 Tencent Music

Entertainment Group股权划分为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

2019年1月1日，公司报表列示项目调整如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日余额	调整数			2019年1月1日余额
		重分类	重新计量	合计	
可供出售金融资产	1,306.70	-1,306.70	-	-1,306.70	-
其他权益工具投资	-	1,306.70	4,654.63	5,961.33	5,961.33
其他综合收益	-	-	4,654.63	4,654.63	4,654.63

注：以2019年1月1日前30日腾讯音乐收盘价13.22美元，美元汇率为6.8632计算，并考虑流动性折扣，2019年1月1日该金融资产余额为5,961.33万元。

2019年，上述其他权益工具投资公允价值变动情况如下：

单位：万元

项目	2019年1月1日余额	公允价值变动	2019年12月31日余额
其他权益工具投资	5,961.33	-137.07	5,824.26
其他综合收益	4,654.63	-137.07	4,517.56

注：以2019年12月31日前30日腾讯音乐收盘价11.74美元，美元汇率6.9762计算，并考虑流动性折扣，2019年12月31日该金融资产余额为5,824.26万元。

2020年1-6月，其他权益工具投资公允价值变动情况如下：

单位：万元

项目	2020年1月1日余额	公允价值变动	2020年06月30日余额
其他权益工具投资	5,824.26	436.58	6,260.84
其他综合收益	4,517.56	436.58	4,954.14

注：以2020年6月30日前30日腾讯音乐收盘价13.46美元，美元汇率7.0795计算，并考虑流动性折扣，2020年6月30日该金融资产余额为6,260.84万元。

3、长期股权投资

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
上海声众信息科技合伙企业（有限合伙）	9.99	-	-	-

广东南瓜视业文化传播有限公司	350.85	416.55	588.21	513.73
上海鸿赢文化艺术发展有限公司	98.15	151.78	-	-
杭州灿辉文化传媒有限公司	8.63	25.25	-	-
合计	**467.62**	**593.58**	**588.21**	**513.73**

注：北京星云乐众文传传播有限公司及上海星咖网络科技有限公司的长期股权投资已减记至零；参股公司西安曲江灿星文化产业投资管理有限公司、上海名音信息科技合伙企业（有限合伙）截至 2020 年 6 月末尚未实缴出资。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，长期股权投资分别为 513.73 万元、588.21 万元、593.58 万元及 467.62 万元。

2016 年公司出资 600 万元参与设立广东南瓜视业文化传播有限公司，该公司团队在人文类节目领域拥有丰富经验，公司为拓展此类型节目参股该公司。广东南瓜视业为公司《同一堂课》的联合制作方，2017 年度南瓜视业尚处在运营初期，公司权益法确认投资收益-68.10 万元。2018 年度，广东南瓜视业与公司联合投资制作的《同一堂课》在浙江卫视播出，广东南瓜视业业绩增长，公司权益法确认投资收益 74.48 万元。2019 年，广东南瓜视业本年度投入较大，出现一定亏损。2020 年 1-6 月公司权益法确认投资收益-65.70 万元。

2019 年 5 月，公司认缴出资 135 万元参与设立上海鸿赢文化，占注册资本 45%。截至 2019 年末公司实际出资 45 万元，2019 年上海鸿赢文化已有初步运营效果，权益法确认投资收益 106.78 万元。2020 年 1-6 月公司权益法确认投资收益-53.63 万元。

2019 年 8 月，公司实缴出资 30 万元参与设立杭州灿辉文化，占注册资本 30%。杭州灿辉文化尚在运营初期，2019 年权益法确认投资收益-4.75 万元。2020 年 1-6 月公司权益法确认投资收益-16.62 万元。

4、固定资产

报告期各期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
账面原值				

运输设备	124.43	117.94	113.90	113.90
电子及办公设备	6,882.38	6,882.38	6,281.06	5,743.93
合计	**7,006.81**	**7,000.31**	**6,394.96**	**5,857.82**
累计折旧				
运输设备	31.35	21.67	81.15	58.36
电子及办公设备	5,182.07	4,642.70	3,363.13	2,137.77
合计	**5,213.42**	**4,664.37**	**3,444.28**	**2,196.13**
账面净值				
运输设备	93.08	96.26	32.74	55.54
电子及办公设备	1,700.31	2,239.68	2,917.94	3,606.15
合计	**1,793.38**	**2,335.94**	**2,950.68**	**3,661.69**

公司固定资产主要包括节目制作相关的电子设备、办公设备及运输设备。报告期内，公司为满足业务快速发展需要，持续投入资金购入相关设备，电子设备原值持续提高，主要为高清录制设备、迅道设备、后期制作设备等。报告期内，固定资产不存在减值情况。

5、在建工程

报告期各期末，本公司在建工程情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
办公室及后期机房装修	43.36	13.84	49.71	40.49
录音棚装修		-	347.32	-
影音传媒综合新建项目	16,436.75	9,999.16	640.32	52.30
合计	**16,480.12**	**10,013.00**	**1,037.35**	**92.79**

报告期各期末，公司在建工程主要为办公租用场所、后期机房、录音棚等装修工程。2019 年影音传媒综合新建项目金额大幅增加，主要是由于土地使用权摊销 1,680.61 万元计入在建工程以及建设投入增加 7,678.07 万元所致。报告期内，在建工程不存在减值情况。

6、无形资产

报告期各期末，本公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
账面原值				
软件	216.61	216.61	126.33	85.08
土地使用权	83,470.50	83,470.50	-	-
合计	**83,687.11**	**83,687.11**	**126.33**	**85.08**
累计摊销				
软件	67.89	57.06	29.90	17.81
土地使用权	2,801.02	1,680.61	-	-
合计	**2,868.92**	**1,737.68**	**29.90**	**17.81**
账面净值				
软件	148.72	159.55	96.43	67.27
土地使用权	80,669.48	81,789.89	-	-
合计	**80,818.19**	**81,949.43**	**96.43**	**67.27**

2017 年末及 2018 年末，公司无形资产主要为软件使用权，占净资产比较低。2016 年公司支付土地出让金及相关税费合计 83,470.50 万元购买位于上海市徐汇滨江地区地块，2019 年 4 月取得土地使用权证，确认为无形资产核算。工程建设期土地使用权摊销计入在建工程。报告期内，无形资产不存在减值情况。

7、商誉

公司合并报表的商誉系梦响强音收购梦响当然及后续灿星文化收购梦响强音所形成。具体而言，公司收购梦响强音 100%股权，支付对价合计 208,000.00 万元，购买日享有梦响强音归属于母公司的净资产份额为 11,247.30 万元，差额 196,752.70 万元确认为商誉。梦响强音并购梦响当然，收购对价 2,500.00 万元，并购日享有梦响当然归属于母公司的净资产份额 939.31 万元，差额 1,560.69 万元确认为商誉。2016 年公司计提商誉减值准备 34,761.44 万元，2019 年末公司合并报表商誉 163,551.96 万元。

（1）2016 年对商誉进行追溯评估减值的原因及合规性

①公司在各期末均对商誉进行减值测试，商誉未发生减值

收购梦响强音后，公司各期末均对商誉进行了减值测试，其中 2016 年末及 2017 年末商誉减值测未出具评估报告；2018 年末及 2019 年末商誉减值测试，银信资产评估有限公司在梦响强音管理层预测的基础上，出具银信财报字（2019）沪第 115 号及银信财报字（2020）沪第 087 号评估报告。

2016 年末及 2017 年末公司采取梦响强音股权价值评估的方式进行商誉减值测试，即在企业自由现金流现值的基础上，考虑溢余资产及非经营性资产价值，计算股东全部权益价值。2016 年末及 2017 年末梦响强音股东全部权益价值分别为 24.31 亿元及 25.29 亿元，其中非经营性资产净额分别为 3.67 亿元及 3.85 亿元，与股权收购价格相比，未发生减值。2019 年初证监会发布《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》，公司根据要求，在 2018 年末及 2019 年末商誉减值测试中，以包含商誉资产组进行减值测试。2018 年末及 2019 年末资产组经营现金流现值分别为 21.10 亿元及 20.41 亿元，高于年末包含商誉的资产组账面价值，未发生减值。

②梦响强音实际业绩与收购评估预测存在差异，但不存在减值

2017 年至 2019 年实际净利润数**及 2020 年预测净利润数**与历年末预测数存在差异：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
实际业绩	**16,999.68**	18,239.85	17,701.63	16,320.94
2016 年末减值测试	**22,557.43**	21,483.27	19,891.92	17,297.32
2017 年末减值测试	**23,463.51**	21,439.26	19,336.75	
2018 年末减值测试	**19,691.07**	18,769.54		
2019 年末减值测试	**19,430.35**			
实际与 2016 年末减值测试差异	**-24.64%**	-15.10%	-11.01%	-5.64%
实际与 2017 年末减值测试差异	**-27.55%**	-14.92%	-8.46%	
实际与 2018 年末减值测试差异	**-13.67%**	-2.82%		
2020 年预测与 2019 年末减值测试差异	**-12.51%**			

注：为保持同一口径，实际业绩中剔除资产减值损失、财务费用、投资收益及营业外收

支对当期损益的影响。

从上表可知，越接近预测时点的净利润实现差异越小，系在历次减值测试时点，公司均会根据当时业绩实现情况及市场变化对未来预测进行修正，以确保后续预测的准确性。

2016 年至 2019 年的实际净利润与历次评估预测有一定差异，但整体实现情况相对较好。2016 年至 2019 年，梦响强音营业外收入/其他收益的金额分别为 2,401.25 万元、2,174.55 万元、933.04 万元及 969.27 万元。虽然梦响强音的政府补助持续存在，但为保持与预测口径一致，故在前表中进行了剔除。**如以实际净利润测算，梦响强音预测净利润的实现情况如下：**

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
实际与 2016 年末减值测试差异	-21.78%	-10.79%	-2.86%	-0.44%
实际与 2017 年末减值测试差异	-24.80%	-10.60%	-0.08%	
实际与 2018 年末减值测试差异	-10.39%	2.11%		
实际与 2019 年末减值测试差异	-9.19%			

2017 年至 2019 年实际净利润与历次评估预测的差异在 11%以内。2020 年预计全年净利润与历次评估预测的差异较大，主要系疫情影响，海选授权、艺人商演代言、演唱会收入下降所致。

历次商誉减值测试不减值的原因如下：

1）净利润仍保持增长，各预测起始点净利润规模增加

2016 年至 2019 年梦响强音评估同口径调整后的净利润（剔除资产减值损失、财务费用、投资收益及营业外收支的影响）分别为 14,624.61 万元、16,320.94 万元、17,701.63 万元及 18,239.85 万元，保持持续增长态势，复合增长率 7.64%。分别站在 2016 年末预测及 2019 年末预测的起始点上看，梦响强音净利润规模显著增加。2016 年至 2019 年净利润的实际增长率虽然未达到在 2016 年末时点的预测，但仍保持增长，梦响强音估值未发生显著下降。根据评估模型，假设预测的增长率得以实现，在新的规模下继续保持该增长，下一时点估值必然超过前一时点。因此，即使梦响强音净利润增长不及预期，但梦响强音利润规模持续增长，

仍能保持估值。

2）与收购评估时点相比，梦响强音业务结构根据市场环境变化进行了优化

2017 年至 2019 年梦响强音艺人商演代言、演唱会等非授权业务占比持续下降，其占比从 35.79%降至 21.46%，该类业务毛利率较低，收入结构的变化带动综合毛利率上升。同时，高毛利率的授权业务发展势头良好，音乐授权价格持续上升，该类业务的毛利率在 80%左右，对梦响强音的业绩实现有良好的支撑。

此外，2019 年梦响强音卡拉 OK 版权维权力度加大，实现收入 504.33 万元，净收益 132.08 万元，未来该项收入将持续增长。另外，长期以来大量的节目海选选手有音乐综合素质培训方面的需求，海选人数基数庞大，根据历史数据，好声音海选参加人数最低 30 万人。为满足培训市场需求，公司已上线相关音乐培训平台，未来将继续通过网络平台，为选手提供在线海选及音乐培训服务，培训收入也将成为梦响强音新的收入增长点。

综上所述，除业务结构变化带动毛利率上升外，新业务的增长也将对梦响强音的估值有一定贡献。

③从保护中小投资者角度出发并基于审慎原则进行商誉追溯评估

报告期内梦响强音商誉减值测试，均是基于当时实际业绩情况对未来业务进行预测，各项参数选取较为谨慎。历次商誉减值测试详细预测期的营业收入复合增长率在 5%-8%，与历史增长率相匹配。平均毛利率符合历史情况，折现率各项参数选取合理。经报告期各年末商誉减值测试，得出商誉未发生减值的结论。从 2016 年 3 月收购至今，梦响强音已有 4 年历史数据。从历次预测净利润的实现情况看，虽然收入增长率、毛利率等参数预测较谨慎，仍存在净利润未达预计的情况。从保护中小投资者利益角度出发并基于审慎原则，公司基于截至 2019 年末的历史情况及对未来的预测，在不考虑新增业务的贡献的情况下，重新测算了 2016 年末资产组现金流，并聘请银信资产评估有限公司出具追溯咨询报告。2020 年 4 月 25 日，银信资产评估有限公司出具了含商誉相关资产组未来现金流量折现值价值追溯咨询报告（银信资报字[2020]沪第 210 号）。

2016 年末公司基于当时所能获得的信息对梦响强音未来收益进行预测并进行商誉减值测试，并得出商誉未发生减值的结论。追溯评估是基于截至 2019 年末的历史情况及对未来的预测，不考虑新增业务的贡献，重新对 2016 年末的资产组进行评估，并据此进行了商誉减值，不属于重大会计差错，发行人会计基础工作规范。

④追溯评估商誉减值对财务数据的影响

公司根据追溯评估并基于谨慎性原则，在 2016 年计提商誉减值 34,761.44 万元，并对 2017 年至 2019 年的财务报表、报告进行了追溯调整。立信会计师在此基础上出具了信会师报字[2020]第 ZA12566 号审计报告。上述调整仅影响商誉、盈余公积及未分配利润的金额，除此之外对其他财务数据无影响。

⑤2020 年预测业绩下滑，商誉未发生减值

2020 年梦响强音预计净利润 16,569.14 万元（剔除资产减值损失、财务费用、投资收益及营业外收支的影响），较上年出现了下滑。同时低于 2019 年商誉减值测试中 2020 年预测的净利润 14.73%，差异为 2,861.21 万元。

2020 年净利润下滑原因如下：

A、海选授权收入下降

因疫情影响，合作方线下海选活动无法举行，2020 年预计的海选授权收入下降。2019 年公司对腾扬广告海选授权收入为 5,660.38 万元，由于疫情原因腾扬广告在湖北、黑龙江、吉林、新疆、西藏、北京等地活动不能正常开展，经双方协商，对 2020 年海选授权费进行了调整，2020 年下半年腾扬广告的海选活动逐步恢复，公司预计 2020 年对腾扬广告海选授权收入为 2,452.83 万元。2019 年公司对盛娱星汇的小小好声音海选授权收入 754.72 万元，2020 年因疫情影响合同无法执行，2020 年未确认小小好声音海选授权收入。此外，由于海外疫情防控情况较差，2020 年无海外海选授权收入。

除海选授权收入下降外，其他包括音乐授权等授权类业务受疫情影响较小，

基本达到 2019 年商誉减值测试的预测。

B、艺人商演代言及演唱会收入下降，但达到商誉减值测试预测

2019 年商誉减值测试预计 2020 年艺人商演代言及演唱会收入合计 3,410.00 万元，2020 年预计上述收入为 4,652.89 万元，虽同比有所下降，但已达到 2019 年商誉减值测试的预测。

综上所述，疫情对于海选授权业务的影响较大，由于海选授权业务毛利率较高，2020 年净利润未达到 2019 年商誉减值测试的预测主要是由于海选授权收入下降所致。随着疫情得到控制，海选授权业务正在逐步恢复。在 2020 年 6 月末商誉减值测试中，已经上述业绩影响纳入考虑，经减值测试，含商誉资产组的可回收价值仍高于账面价值。

（2）发行人选择在 2016 年追溯调整商誉减值的原因及合规性

在追溯评估 2016 年末资产组现金流的过程中，详细预测期为 2017 年至 2021 年，其中 2017 年至 2019 年利润表数据为实际数。2020 年及以后的盈利预测，以 2019 年末商誉减值测试的预测为基础，并剔除新增业务的贡献。2019 年至 2021 年的预测资产组经营利润的复合增长率为 4.49%，预测较为谨慎。与原 2016 年商誉减值测试选取的折现率相比，追溯评估的折现率在可比公司选择、无风险收益率、市场风险溢价及个别风险等参数方面完全一致，仅根据资产组折现口径做了对应的调整。

由于 2017 年至 2019 年梦响强音实际业绩未达预期，导致追溯评估的详细预测期现金流低于原预测。此外，由于增长率下降，永续期的利润总额规模下降，追溯评估的永续期现金流也低于原预测。根据银信资产评估有限公司出具的银信咨报字 2020 沪第 210 号报告，2016 年末包含商誉的资产组现金流现值为 165,000.00 万元，2016 年末包含商誉的资产组账面价值为 199,761.44 万元。公司以此计算 2016 年商誉减值金额为 34,761.44 万元。

综上，虽然 2016 年至 2019 年梦响强音业绩稳步增长，在各年末减值测试时，梦响强音根据业绩实现情况及市场变化修正未来预期，经减值测试商誉未发生减

值，但客观上存在净利润未实现预测的情况。根据追溯评估，减值发生在 2016 年末，减值金额为 34,761.44 万元。

（3）追溯调整商誉减值但是不追溯调整收购对价的合理性

①2016 年 3 月收购梦响强音的收购程序合法合规、履行了相关的决策程序、收购作价参考评估报告并经交易各方协商一致同意、收购协议无对赌安排

在灿星有限收购梦响强音 100%股权的交易中，交易作价参考了万隆（上海）资产评估有限公司出具的万隆评报字（2016）第 1076 号评估报告，且经交易各方协商一致同意。交易各方均履行了收购相关的决策程序，收购程序合法合规，且收购协议无对赌安排。

因此，灿星有限收购梦响强音股权的交易程序履行充分、根据市场化商业并购的方式形成交易价格，追溯评估减值不会对灿星有限过往收购梦响强音股权的作价造成影响。

②收购时点的灿星有限股东充分认可梦响强音的商业价值，该次收购具备商业实质，且交易各方对交易内容或程序均无争议

2016 年 3 月，灿星有限的股东为上海星投（田明、金磊、徐向东及华人文化天津的持股平台）、上海昼星（田明的持股平台）。

收购时点的灿星有限股东充分认可梦响强音的商业价值。通过收购梦响强音的股权，灿星有限可以取得与自身既有业务协同性较高的音乐制作及授权、艺人经纪和基于节目的衍生价值开发相关的经营性资产，避免潜在同业竞争及减少关联交易的同时进一步丰富灿星有限的业务体系，能够显著提升灿星有限的核心竞争力。因此，该次收购具备必要性和可行性，具有商业实质。

梦响强音经营情况良好、盈利能力突出，根据 2018 年末及 2019 年末商誉减值测试的情况，资产组经营现金流现值分别为 21.10 亿元及 20.41 亿元，资产组质量高。该次收购完成至今，交易各方对交易内容或程序均无争议。

③收购事项完成至今的 4 年期间，梦响强音外部经营环境良好、业绩持续增

长、在手合同充分，且履行了商誉减值测试程序。现用追溯模型“向后看”的方法进行追溯后，从保护中小投资者利益角度出发并基于审慎原则，进行追溯评估减值不会对收购梦响强音股权的作价造成影响。

管理层在收购完成后的各年末，对商誉进行了减值测试，2018 年末及 2019 年末的商誉减值测试，银信资产评估有限公司在梦响强音管理层预测的基础上，出具银信财报字（2019）沪第 115 号及银信财报字（2020）沪第 087 号评估报告。2018 年末及 2019 年末资产组经营现金流现值分别为 21.10 亿元及 20.41 亿元，高于年末包含商誉的资产组账面价值，未发生减值。

但另一方面，梦响强音 2016 年至今的业绩实现情况与 2016 年收购当时评估报告所预测的数据确实存在一定差距。公司使用合理的追溯模型用“向后看”的方法进行追溯后，从保护中小投资者利益角度出发并基于审慎原则，根据追溯评估的结果进行减值不会对收购梦响强音股权的作价造成影响。

④收购对价包含经营性资产及非经营性资产净值

灿星有限收购梦响强音的收购对价以评估报告为基础，且经交易各方协商一致同意。股权评估模式下，股东全部权益除包括股权自由现金流量的现值外，还包括非经营性资产净值。根据评估报告，梦响强音股东全部权益评估值为 218,200.00 万元（百万位取整），其中股权自由现金流量折现值为 203,173.00 万元，非经营性资产净值、溢余资产及单独评估资产（统称为非经营性资产净值）为 14,978.00 万元。

而追溯评估采取的是资产组现金流折现的方式，其评估的是经营性资产组的价值，非经营性资产未纳入追溯评估的范围。与收购评估相比，两者在评估目的和具体评估方法上有区别，同时评估基准日与收购评估相差 1 年。梦响强音的业务特点是资本性投入少，营运资金追加少，随着梦响强音持续经营，并非所有利润均投入到资产组进行扩大再生产，因此溢余资产有所增长。

综上所述，追溯调整商誉减值但是不追溯调整收购对价具有合理性。

（4）收购时点无形资产辨认情况

无形资产的确认条件：1）与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业；2）该无形资产的成本能够可靠计量。

收购时点梦响强音无形资产主要为艺人合约、作品登记证书、歌曲版权，不确认为无形资产的依据如下：

与成熟艺人不同，梦响强音签约艺人为节目选拔的素人选手，艺人经纪价值实现有不确定性，主要依赖于梦响强音包装运作。梦响强音通过安排艺人参与商演、代言、综艺节目、演唱会等方式对其进行培养并挖掘价值。艺人个体的商业价值依赖于平台和经纪人团队，无法将单独的艺人与平台分割开进行价值确认，故不单独确认其价值。

梦响强音作品登记证书的作品为美术作品，涉及到的图形一直未使用，故该部分无形资产不具有经济效益，不具有商业价值。

截至评估时点梦响强音成立时间短，歌曲版权数量相对较少，均已对外授权，且尚在授权期内。新歌的首次授权价格一般高于再次授权价格，由于梦响强音当时的歌曲版权尚在授权期内，没有再次授权的价格，无法判断未来版权价值的变化。歌曲版权虽然有价值，但金额不能可靠计量，因此不评估其价值。

由于上述原因，在收购时点艺人合约、作品登记证书、歌曲版权不符合无形资产的确认标准。公司在商誉初始确认中，辨认资产的完整、准确，商誉金额确认准确。

（5）梦响强音业务模式

梦响强音业务收入主要包括节目音乐授权、艺人音乐授权、拉卡 OK 音乐授权、海选授权、艺人商演代言、演唱会及线下活动等。各类业务运作模式及工作流程如下：

①节目音乐授权

梦响强音的音乐制作团队从节目录制现场采集素材开始，经独立加工后形成可对外授权的节目音乐产品，根据客户要求，将音频以 ape、flac、wav、5.1 声

道等无损音质，以及歌词、专辑介绍、专辑封面、表演者照片等文件交付给客户。

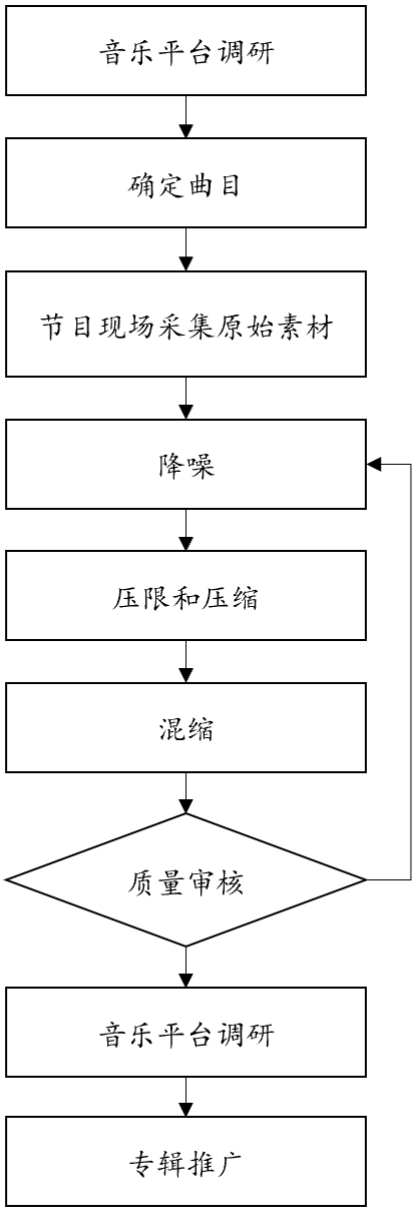
节目音乐授权涉及的投入主要是梦响强音相关人员投入及相关音乐类专业设施设备投入。梦响强音的音乐制作团队从节目的前期音乐平台调研、歌曲推荐、素材采集到经过降噪、压缩等技术环节形成节目音乐产品，全程参与整个节目音乐产品的生产。录音棚后期制作团队派出工程师在节目录制时进行音频采集，工程师需要对现场音频分轨采集。通常每一首歌会有 20 多级单轨声音，采集完成后传输至录音棚内，工程师对每一单轨的音频都需要修调处理。以中国好声音节目为例，每季约有 200 首歌曲，工程师工作量大，且专业要求高。与现场演出不同，音乐平台歌曲有反复聆听的需求，听众更专注于音频本身的质量，因此对音乐素材的加工要求更高，需要工程师对每一处细节反复调整才能达到满意的效果。经上述处理后，工程师对声音和音乐的结构进行搭建，搭建完成后，再次进入新一轮调整，需要利用专业设备再次对声音进行过滤和处理。之后，工程师对声音进行的缩混，此时呈现出来的也仅是准成品，工程师还要根据不同的平台音频格式需求，制作成不同版本的声音文件，其中包括高清版、无痕版、MP3 版、伴奏版、干人声版等。

除音乐制作外，节目音乐授权业务还涉到企划、宣传品的制作、宣传投放、执行、监控等的人力物力财力的投入。梦响强音在音乐平台进行推广，使节目歌曲进入平台热门榜单，以增加用户浏览的便利性和点击次数，提升歌曲的传播效果。同时还会在各大短视频及社交媒体上进行宣传推广，进一步扩大歌曲传播途径。梦响强音对特色歌曲进行包装、企划，寻找歌手及歌曲的亮点，策划适合的推广方案，使歌曲能够达到一定的传播热度。更为重要的是，由于梦响强音与音乐平台建立有长期的合作关系，在节目选歌阶段梦响强音即开始参与，根据平台提据用户大数据，了解互联网用户对于音乐内容的需求偏好。高质量的选歌不仅能提高节目收视及传唱度，而且从源头上保证了节目音乐的未来市场价值。梦响强音参与选歌及对节目音乐的宣传推广，既支撑了节目音乐授权业务的开展，同时也促进了灿星文化节目的曝光度及传播度，具有较高的附加值。

梦响强音前述人工成本全部在销售费用中核算，相关音乐类专业设施设备的

折旧全部在管理费用中核算。

节目音乐授权业务流程如下：



A、音乐平台调研

了解音乐平台的音乐需求偏好，确定节目选歌方向。

B、确定曲目

会同节目导演组、嘉宾/选手，确定演唱歌曲。充分考虑市场需求及歌手的特点，反复讨论确定最终演唱曲目。

C、节目现场采集原始素材

梦响强音的音乐制作团队从节目录制现场采集音乐素材，随时把控音频收录质量。

D、降噪

降噪指通过技术手段过滤掉节目现场产生的原始素材的噪音（如掌声、欢呼声等），获得更为纯净的音质。

E、压限和压缩

压限、压缩为调节原始素材的均衡性，力求高频不噪、低频不浑，再对最大波峰和平均电平之间的声音进行调节，获得丰满而有冲击力的声音。该步骤还包括将单声道调节成立体声、剪辑音波空隙杂音等细节。

F、混缩

混音师对每一轨录制好的声音进行分配称为混音，包括声音的位置、音质、效果、混响、音量、表情等，以带动音乐起伏和听众情绪，混音对音乐最终呈现效果影响举足轻重，此后通过均衡手段进行细致剪辑，使得高频清晰通透、低频清晰自然，此外还要对音频进行声唱比例压缩等。

G、质量审核

质量审核指相关负责人员对后期制作的质量进行把关，如不满足交付要求则返回前面相应步骤重新制作。

H、专辑包装

根据节目风格，歌手特点对专辑进行整体包装，包括封面概念、封面、海报等。

I、产品交付

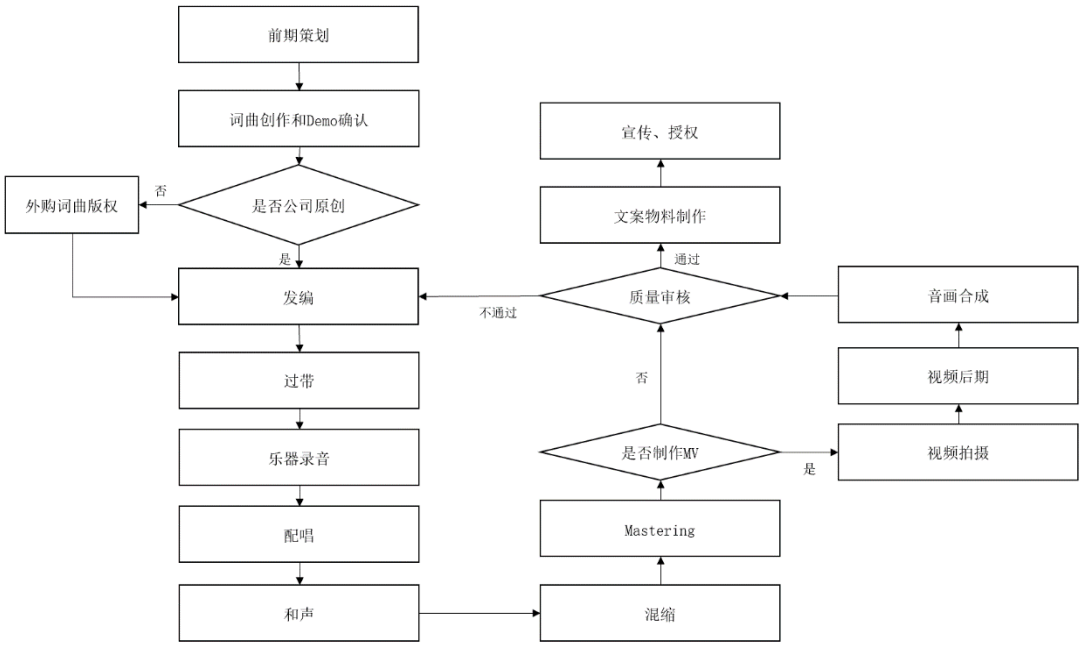
梦响强音提供相应照片作为专辑封面，并依据合同约定将相关音频、专辑封面、歌词等上传到相关通道，完成产品上线。

J、专辑宣传推广

促使歌曲进入平台热门榜单，以增加用户浏览的便利性和点击次数。在各大短视频及社交媒体上进行宣传推广，进一步扩大歌曲传播途径。对特色歌曲进行包装、企划，寻找歌手及歌曲的亮点，策划适合的推广方案，使歌曲能够达到一定的传播热度。

②艺人音乐授权

梦响强音为签约艺人制作音乐专辑、单曲等，并将上述艺人音乐授权给音乐平台等客户。根据客户要求，将音乐文档、表演者语音作品、专辑制作花絮、专辑图片、宣传短片及相关的音视频资料等交付给客户。音乐版权的生产通常包括企划、制作、宣传、发行等主要环节，涉及到唱片出版、音乐制作、艺人包装、歌手宣传推广、演出、版权代理等多个具体事项和内容，业务流程如下：



制作音乐专辑、单曲等涉及到的成本包括：相关原创歌曲作词、编曲成本、专辑（单曲）制作成本、宣发成本、录音棚相关费用和人员薪酬。原创歌曲的词、曲成本、制作成本、以及宣发成本，计入艺人音乐授权业务的营业成本。

除聘请专业音乐公司/独立音乐人负责作词、作曲及编曲外，整个音乐的最

终成品在 V-studio 录音棚打造完成。梦响强音搭建了专业录音棚——V-studio，投入专业设备及装修，一方面作为音乐生产的工作基地，另一方面也是歌手练习及创作者交流的专业场地。目前 V-studio 场地为租赁，未来公司的影音传媒大厦将扩建该部分功能。

梦响强音的录音棚 V-studio 硬件标准高、并覆盖音乐生产的全产业链：包括主录音间、导控间、编曲室、单人录音室以及开放式的创意空间。V-studio 的声学改造和音响工程由“2008 年北京奥运会开幕式音响总监”金少刚设计、监督建造。所有工作间的声学改造采用全悬浮隔声结构，结构内的顶部减震浮筑层、顶部全频吸声层、墙体全频隔声层、墙面扩散声学造型层、墙面 GRG 扩散体、地面悬浮减震层等专业声学改造全部由人工手工打制而成，具有很好的录音和制作效果。V-studio 配备有先进的 Solid State Logic XL-Desk 调音台，目前全球有超过 3,000 个高端录音棚、演播室配备了 Solid State Logic 的产品。录音棚还配有包括 Neumann U87i、Royer Lab R-122、Sony C800GPAC 等高端麦克风组成的麦克风话筒矩阵，可满足各类声音的录制。V-studio 除拥有优秀硬件声学设计和专业设备的同时，还有拥有国内经验丰富的录音团队。

V-studio 录音棚相关费用包括租赁费用、装修摊销费用、专业音乐设施设备的折旧费用，租赁费用根据租赁合同约定金额计入销售费用，录音棚折旧摊销固定资产折旧计入管理费用，人员薪酬计入销售费用。

除专业的生产工具外，音乐制作还需要制作人、艺人、词曲作者、编曲师、乐队、录音师、混音师、版权部门、宣发人员等通力配合。

A、前期策划

前期策划主要包括梦响强音相关负责人和团队根据流行文化动态、艺人特点、现有灵感素材等因素综合考量，拟定本轮制作的艺人、制作人、曲风、曲目、发行渠道等要素，条件成熟即可向梦响强音申请启动项目。

截至 2020 年 6 月 30 日，梦响强音签约艺人 159 名，包括如黄霄云、希林娜依.高、吴莫愁、李琦、苏运莹、旦增尼玛、毕夏、蒋敦豪、张磊、郭沁、扎西

平措等等知名艺人，具有词曲原创能力的艺人数十名。

梦响强音长期合作的知名制作人包括荒井十一郎、李泉、莫凡、黄舒骏、包小松等。

B、词曲创作和 Demo 确认

艺人和制作人反复讨论，对前期积累的素材进行初步加工，完成初步作词、作曲工作后初步录制小样，并和制作团队反复讨论、投票筛选，初步拟定具体曲目。

C、词曲版权

艺人原创歌曲不涉及此环节，但若涉及外部人员创作、老歌翻唱，则梦响强音版权部门协调外部词曲作者或相关权利方协商购买词曲版权事宜。

D、发编

发编指将拟定的曲目交付编曲，由编曲师对其进行配器和创作，一首歌曲可能会形成几个编曲的版本，再将初步 MIDI 交制作人和艺人讨论，确定编曲版本。

E、过带

编曲完成后，编曲师会用音源器、多轨录音器材等进入录音室过带，将音乐分轨录制到工作带，方便后期混音合成。过带过程可能导致机器无法正确捕捉时间格数，导致分轨录音之间不能完美匹配，需要重过带。该过程对器材要求较高。

F、乐器录音

若需要真实乐器的音色，需要请乐手进录音室分别录制，包括吉他、贝斯、鼓、弦乐、钢琴等，真实的乐器会使得音乐的品质更人性化。

G、配唱

配唱指艺人进入录音棚，在制作人、录音师等的指导下，对歌手的歌唱进行录制。主唱的人声录制是流行歌曲的核心和灵魂，需要反复多次尝试才能获得比较完美的录制效果。

H、和声

和声指专门录制用于搭配主唱的人声，这种人声搭配可以提高乐曲的表现力，较多运用于流行音乐制作过程中。

I、混缩

混音师对每一轨录制好的声音进行分配称为混音，包括声音的位置、音质、效果、混响、音量、表情等，以带动音乐起伏和听众情绪，混音对音乐最终呈现效果影响举足轻重，此后通过均衡手段进行细致剪辑，使得高频清晰通透、低频清晰自然，此外还要对音频进行声唱比例压缩等。

J、Mastering

Mastering 指在所有歌曲都录制完成后，制作人为平衡整张唱片的音量、质感进行的音响工程处理，以便让听众获得最佳欣赏效果。

K、MV 制作

如该单曲、专辑需要制作 MV，则艺人还将与制作人及 MV 策划、编剧、导演、摄像共同完成相关 MV 素材的策划、拍摄，交付后期团队完成视频后期制作和音画合成工作。

L、质量审核

梦响强音相关负责人和团队、制作人、艺人等对后期制作完成的成品进行质量审核，如不达要求则将返回之前的步骤重新制作。

M、文案物料制作

在交付客户之前，宣发人员还将对宣传照、主视觉、海报、宣发文稿等进行准备，以满足客户素材要求、配合后续歌曲上线宣传等工作。

N、宣传、授权

梦响强音依据合同约定将相关产品交付客户并完成授权，同时配合客户完成对艺人单曲、专辑的宣传、推广。

梦响强音自制音乐除授权音频互联网平台外，也为影视剧背景音乐、国内外知名厂商创作商业歌曲。

③卡拉 OK 音乐授权

卡拉 OK 音乐授权是将梦响强音拥有的音乐作品加工成适用于卡拉 OK 播放的版本。除与节目音乐类似的制作环节外，还需要增加视频素材的采集、重新编辑视频画面、制作特效后期，以及增加字幕。同时还需完成音乐对应画面音频分轨，及左右声道的分轨等。上述工作完成后，进行成品的压缩、对口型，再做一轮画面调色合成。之后根据卡拉 OK 客户的需求对其各种载体进行不同版本的制作，压缩格式的调整。最后分发到全国各地，后续由工程师对每家店提供的音频内容进行维护，给予技术支持。每个制作环节均需要经验丰富的专业人员进行操作，上述专业人员培养时间至少五年以上。

2019 年，梦响强音加强了卡拉 OK 音乐版权维权力度，音乐版权维权收入增长，是对音乐版权库的二次价值挖掘。卡拉 OK 音乐授权业务中，梦响强音除投入音乐制作及发行相关的人力物力财力外，还建立了版权维权团队。

④海选授权

梦响强音将节目海选的权利授权给运营方并获得授权费，运营方举办海选活动并独立招商获得收益。海选授权业务完全由梦响强音独立孵化，最早启动的商业化海选活动是 2015 年 4 月的贵州省《中国好声音》推介会，由梦响强音联合贵州天慕文化传媒有限公司完成活动的策划、组织和选手推荐工作。基于上述贵州省的这次海选活动圆满成功后，梦响强音成功探索出了一条可复制化的城市、校园海选模式，其后开始和腾扬广告联合，在全国多个省市组织大规模海选活动。目前已深入覆盖全国 31 个省、自治区、直辖市，300 多个地级市，800 多个县。

海选授权收入的最终来源实质是线下活动运营产生的收入。梦响强音海选授权在获得商业化运营收益的同时，拓宽了节目人才的选拔渠道，也对节目起到了一定的线下推广作用，实现了多方共赢。2017 年至 2019 年，海选渠道每年都为《中国好声音》系列节目推荐了最终获得名次的顶尖歌手。2017 年《中国新歌

声》第二季冠军扎西平措、《中国好声音 2018》亚军黎真吾、《中国好声音 2019》季军陈其楠均是通过海选渠道推荐而来。

梦响强音在海选授权中的主要工作为：（1）委派专业人员出席海选活动的发布会，共同完成全国地面海选的对外宣传；（2）完成对地面海选活动的品牌授权；（3）组织梦响强音艺人参与全国地面海选活动；（4）梦响强音派出专业的歌手选拔人员进驻海选现场，选取优秀的歌手推荐至导演团队；（5）梦响强音派专人指导全国地面海选相关事项，对整体宣传物料进行设计和审核，包括标准版平面海报设计、标准版视频宣传片制作、平面物料的整体 VI 设计审核等；（6）梦响强音协调灿星文化、梦响强音的自有官方自媒体资源进行宣传；（7）梦响强音全程监督腾扬广告的执行工作，确保比赛活动公平公正，能推荐真正优秀的歌手进入《中国好声音》节目录制的导演团队面试环节。

海选授权业务主要投入包括：参加海选活动的工作人员、学员艺人发生的劳务、相关海选管理人员差旅费用、人员薪酬等。学员艺人劳务计入营业成本；住宿费、差旅费、交通费等费用根据实际发生计入营业成本；人员薪酬计入销售费用。

⑤艺人商演代言

虽然梦响强音签约艺人的来源主要为节目选手，但对艺人的商业价值挖掘并非主要体现在其参加节目的阶段，而是体现在艺人经纪签约之后。梦响强音为签约艺人配备了经纪及商务团队，并投入专业的培训资源，通过对艺人包装运作，使其通过商演、代言等各类活动实现商业价值。

艺人商演和代言成本主要为参加商演和代言等活动发生的艺人劳务、妆发费、住宿费、差旅费、交通费、人员薪酬等，项目成本于商演和代言完成时确认。艺人劳务根据双方签订的分成规则确定并计入营业成本；直接妆发、住宿费、差旅费、交通费等费用根据实际发生计入营业成本；人员薪酬计入销售费用。

通过《中国好声音》、《中国好歌曲》、《这！就是原创》等节目，梦响强音挖掘了包括希林娜依·高、吴莫愁、蒋敦豪、苏运莹、周深、那吾克热、马吟吟、

刘雪婧、秦凡淇等众多歌手。梦响强音选择签约的艺人并非均是在节目中名次较高的选手，但通过梦响强音的后续艺人运作，其签约的头部艺人目前均活跃在华语乐坛，持续创制的音乐作品及艺人自身实力均受到广泛的认可。

⑥演唱会及线下活动

梦响强音演唱会及线下活动的盈利模式为：接受委托承办活动获得承办费用，或自主运营活动获得门票、广告赞助等运营收益。梦响强音提出整体方案策划、内容策划，并与客户沟通确定演出嘉宾。演唱会及线下活动还涉及现场协调执行、大屏幕素材购买及制作、道具购买及制作、活动现场网络专线架设、舞美设计及舞美搭建、灯光系统搭建、音频系统搭建、活动现场物料设计及布置、嘉宾接待安排等事项。

演唱会及线下活动成本主要为设备租赁费（舞美灯光道具等）、艺人劳务、安保人员费用、活动其他人员服务费用、住宿费、差旅费、交通费、人员薪酬等，项目成本于地面活动结束时确认。设备租赁费、安保人员费用、活动其他人员服务费用按照双方签订合同金额计入营业成本；艺人劳务根据双方签订合同约定金额或者分成规则确定并计入营业成本；住宿费、差旅费、交通费等费用根据实际发生计入营业成本。艺人经纪团队的人员薪酬计入销售费用。

（6）发行人授权给梦响强音从事相关业务的商业逻辑合理性

①梦响强音设立的背景和业务雏形

2012 年，灿星文化制作第一季“The voice of…”模式的《中国好声音》前，“The voice of…”的版权方荷兰 Talpa 公司提出要按照全球统一的合作模式签订协议，即“The voice of…”节目模式可以授权给制作公司和播出平台（在中国指浙江卫视），但艺人经纪等衍生权利给 Universal 和 CAA34在世界各国的分支机构，原因是避免利益冲突，否则，一旦制作公司和播出平台拥有艺人权利，就可能暗中推崇和捧红自己的艺人，导致比赛不公正。

[34] Universal，即 Universal Music Group（环球唱片集团），全球领先的唱片公司；CAA，即 Creative Artists Agency，全球知名的艺人经纪公司。

星空集团不认同 Talpa 的运营模式，原因是此类国际运营模式在中国水土不服，本土团队更具优势。经过艰苦谈判，星空集团终于说服 Talpa 把相关权利从全球协议中分割出来。但星空集团（包括其 VIE 公司灿星文化）不适合直接运营该等业务，原因如下：

1）艺人经纪等衍生业务本身存在较大的不稳定性；

2）艺人经纪等衍生业务与星空集团的核心业务，即电视节目制作，有根本区别；

3）星空集团系美国新闻集团所投资公司，根据美国长期以来的法律与市场惯例，传媒制作公司不得经营艺人经纪业务。运营艺人经纪等业务与星空集团经营原则不符。

但另一方面，源起于 Talpa 授权的艺人经纪等业务与“The voice of…”模式的《中国好声音》节目有关联，其运营如失控可能有损《中国好声音》节目的制作与推广。更重要的是，在星空集团方面，管理层是灿星文化经营成果的重要源泉，管理层加入之初星空集团曾对管理团队有过期权承诺，但未实质履行，考虑到管理层在极短的时间内将一个小规模且不知名的公司打造成中国盈利最好的顶尖节目制作公司，付出了巨大努力，同时管理层的优异表现已经引发业内同行竞相挖角，直接威胁灿星文化可持续发展，公司已在筹划更具市场竞争力的激励计划，此时，管理层主动提出以创新方式取代激励，愿意出资组建独立公司，由独立团队运营艺人经纪等衍生业务，并承担相应风险、获取相应市场化收益。梦响强音文化传播（上海）有限公司遂于 2012 年 12 月 6 日设立，运营艺人经纪等衍生业务。

②灿星文化授权梦响强音进行衍生业务运营是必要的商业选择

2013 年，灿星文化与梦响强音签署《独家排他合作协议》，灿星文化将影视节目品牌管理开发运营、影视节目艺人经纪、影视节目衍生产品开发、影视节目现场演出、影视节目音频内容运营的权益独家授权给梦响强音。

在灿星文化与梦响强音的授权交易中，一方面，梦响强音取得灿星文化原创

节目的相关授权，并基于该等授权实现音乐授权业务、海选授权、艺人商演、艺人代言等相关收入，授权节目的品质和影响力与梦响强音的相应收入通常成正相关关系；另一方面，梦响强音对于基于节目相关授权权利进行开发的相关作品的品质和影响力也会形成对灿星文化制作的节目本身的反哺，优秀的音乐作品、线下活动和节目出身的艺人知名度的提升能够增强灿星文化制作的节目本身在观众中的影响力，提高节目收视率和热度，提高播放媒体平台对节目的支持力度，促进广告主的投放意愿，直接增加灿星文化节目制作的招商收入。也更有利于吸引优质参赛选手的参与，从而进一步支撑灿星文化节目的品质和影响力，最终实现对灿星文化节目的良性循环。

同时，由于 2016 年后梦响强音成为灿星文化全资子公司，企业文化、经营策略一脉相承，相较于外部公司，两者间对于节目制作和音乐、艺人推广的业务能更好的在相同认知、相同战略目标下进行协同推广，从而进一步形成业务间的相对促进，因此梦响强音是灿星文化节目衍生业务与开展的最佳承载主体。

③授权价格具有合理性

1）节目衍生业务授权属于新业态，国内市场无可参考交易价格

梦响强音于 2012 年底成立，以《中国好声音》节目的衍生运营作为业务发展的起点。由于节目衍生业务授权属于新业态，国内市场无可参考的交易案例，因此灿星文化对梦响强音授权的定价，以当时 GMTA 对梦响强音《中国好声音》第二季（2013 年）至第四季（2015 年）Music & Artist Exploitation Rights（音乐与艺人全约权利）的授权费为参考，即 30 万美元。

2）授权价格考虑了梦响强音对于灿星文化的反哺作用

在灿星文化与梦响强音的授权交易中，一方面，梦响强音取得灿星文化原创节目的相关授权，并基于该等授权实现音乐授权业务、海选授权、艺人商演、艺人代言等相关收入，授权节目的品质和影响力与梦响强音的相应收入通常成正相关关系；另一方面，梦响强音对于基于节目相关授权权利进行开发的相关作品的品质和影响力也会形成对灿星文化制作的节目本身的反哺，优秀的音乐作品、线

下活动和节目出身的艺人知名度的提升能够增强灿星文化制作的节目本身在观众中的影响力，提高节目收视率和热度，提高播放媒体平台对节目的支持力度，促进广告主的投放意愿，直接增加灿星文化节目制作的招商收入。也更有利于吸引优质参赛选手的参与，从而进一步支撑灿星文化节目的品质和影响力，最终实现对灿星文化节目的良性循环。

鉴于梦响强音与灿星文化相互成就的关系，授权定价不仅反映了灿星文化对于梦响强音的支持，同时也反映了梦响强音对灿星文化反哺价值。

3）续约价格考虑了交易达成时的市场情况

灿星文化与梦响强音的独家排他合作协议到期后，双方续展了该合同，授权期限从 2017 年 1 月 1 日起至 2022 年 12 月 31 日。第一年至第三年授权费 400 万人民币，每三年授权费按 10%递增。

续约当时，因“The voice of…”模式的争议事项，灿星文化主要原创节目之一《中国新歌声》的节目知名度、广告招商等均受到较大程度影响，节目的市场前景存在较大不确定性，因此在灿星文化对梦响强音的授权协议到期续期时，主要延续之前近 5 年的定价水平，并适当调整了授权费金额、以对应反映新增原创节目授权内容。

同时，梦响强音通过前期中国好声音的衍生运营，已积累了渠道及运作经验。灿星文化依赖于梦响强音团队的市场开拓能力、专业人才团队配置、成熟的客户渠道，梦响强音在 2014 年至 2016 年期间在音乐授权业务和艺人经纪等业务领域创造可观业务收入的同时，对灿星文化原创节目的口碑、市场认可度、招商能力的提升提供了强有力的支撑。

4）梦响强音音乐授权业务经历逐步发展的过程

灿星文化于 2013 年 11 月与梦响强音签署《独家排他合作协议》，将相关影视节目的品牌管理开发运营等相关权利授权至梦响强音。当时梦响强音的主要业务收入来自于艺人商演及代言和演唱会，其中演唱会主要为梦响强音与中国电信合作的“百城百场”好声音巡演。2013 年音乐授权市场尚未打开，无音乐授权

收入。2014 年，梦响强音的音乐授权渠道逐步打开，包括运营商渠道（电信、联通）及互联网音乐平台（腾讯、虾米、酷我）等，音乐授权收入不足 4,000 万元。虽然音乐授权形成收入，但不是梦响强音的主要业务贡献。2014 年艺人商演代言和“百城百场”好声音巡演仍为梦响强音收入的重要组成部分。

梦响强音音乐授权业务的发展与音乐整体市场发展相关。在灿星文化与梦响强音签订独家授权协议时，音乐版权价值尚未体现，发展至今音乐授权已经成为梦响强音的主要利润贡献。节目音乐授权的高毛利率并非一蹴而就，该业务在梦响强音体系内逐步发展，业务价值逐步体现。

（7）梦响强音被收购前后关联交易对梦响强音整体估值和后续商誉减值测试的影响

①关联交易定价公允

梦响强音在 2016 年 3 月 31 日后纳入公司合并范围，收购前后关联交易情况如下：

1）关联销售

单位：万元

销售方	采购方	2015 年（收购前）	2016 年（收购后）
梦响强音	灿星文化	285.85	480.34
梦响强音	星空国际	-	-
合计		**285.85**	**480.34**

梦响强音被收购前及被收购后，对灿星文化销售系签约选手作为嘉宾零星参与节目录制形成，如张玮、陈冰参加《蒙面歌王》，丁丁参加《与星共舞》、吴莫愁参加《盖世英雄》、《我们的挑战》，张玮参加《盖世英雄》，周深参加《我要上蒙面》等。交易价格以当时签约艺人的市场报价为基础双方协商确定，定价公允。

2）关联采购

单位：万元

销售方	采购方	2015 年（收购前）	2016 年（收购后）
灿星文化	梦响强音	311.32	342.45

星空国际	梦响强音	-	-
合计		**311.32**	**342.45**

梦响强音对灿星文化采购系取得灿星文化影视节目品牌管理开发运营、影视节目艺人经纪、影视节目衍生产品开发、影视节目现场演出、影视节目音频内容运营的独家权益所形成。该合同授权期限 2014 年 1 月 1 日起至 2016 年 12 月 31 日。第一年授权费 300 万人民币，第二年和第三年每年上涨 10%。

综上所述，被发行人收购前后梦响强音与发行人之间的关联交易金额较小，双方运营相对独立，且关联交易定价公允，因此对梦响强音整体估值没有影响。

②业务运营相对独立，收购前后《独家排他合作协议》的影响是一贯的

从收购前后梦响强音与灿星文化的关联交易看，灿星文化向梦响强音采购金额较小，为艺人采购，且均以市场价结算。灿星文化向梦响强音销售主要系将节目衍生运营的权利独家授权给梦响强音形成。《独家排他合作协议》是梦响强音业务开展的主要权利来源。2013 年，灿星文化与梦响强音签署《独家排他合作协议》，灿星文化将影视节目品牌管理开发运营、影视节目艺人经纪、影视节目衍生产品开发、影视节目现场演出、影视节目音频内容运营的权益独家授权给梦响强音。该合同授权期限 2014 年 1 月 1 日起至 2016 年 12 月 31 日。第一年授权费 300 万人民币，第二年和第三年每年上涨 10%，并约定合作期限届满后 20 年内梦响强音享有优先续约权。到期后该合同续展，授权期限 2017 年 1 月 1 日起至 2022 年 12 月 31 日。第一年至第三年授权费 400 万人民币，每三年授权费按 10%递增。在收购评估及后续的商誉减值测试评估中，上述交易的影响没有变化，对估值的影响是一致的。

综上所述，从收购前后梦响强音和灿星文化的经营上看，双方运营相对独立，收购前后并未发生重大变化，没有因并购增加收入或减少成本。关联交易在收购前后未发生变化，对于估值的影响是一贯的。

（8）收购及商誉减值测试对于协同效应的处理

协同效应是企业通过并购后，整体价值超过双方独立经营时价值的部分。从

收购前后梦响强音和灿星文化的经营上看，双方运营相对独立，收购前后并未发生重大变化。

从收购前后梦响强音与灿星文化的关联交易看，灿星文化向梦响强音采购金额较小，为艺人采购，且均以市场价结算。灿星文化向梦响强音销售主要系将节目衍生运营的权利独家授权给梦响强音形成。《独家排他合作协议》是梦响强音业务开展的主要权利来源。2013 年，灿星文化与梦响强音签署《独家排他合作协议》，灿星文化将影视节目品牌管理开发运营、影视节目艺人经纪、影视节目衍生产品开发、影视节目现场演出、影视节目音频内容运营的权益独家授权给梦响强音。该合同授权期限 2014 年 1 月 1 日起至 2016 年 12 月 31 日。第一年授权费 300 万人民币，第二年和第三年每年上涨 10%，并约定合作期限届满后 20 年内梦响强音享有优先续约权。到期后该合同续展，授权期限 2017 年 1 月 1 日起至 2022 年 12 月 31 日。第一年至第三年授权费 400 万人民币，每三年授权费按 10%递增。灿星文化对梦响强音的授权在收购前后影响是一贯的，未发生重大变化。

综上，灿星文化与梦响强音收购前后独立相对运行，收购前后双方业务并未有重大变化，没有因并购增加收入或减少成本，从评估角度看，收购并未产生协同效应，收购评估及后续的商誉减值测试没有对协同效应进行评估。

（9）商誉减值测试的准确性及充分性

报告期内，梦响强音经营情况良好，公司于报告期各年年末对商誉进行减值测试，不存在商誉减值的迹象。中国好声音节目收视率虽然下降，但节目仍具有较强的影响力及生命力，对梦响强音业务有较好的支撑。梦响强音的音乐人才选拔合作机构已经覆盖全国31个省，构建了遍布全国并延伸海外的音乐人才选拔网络，拥有成熟的、成体系的人才选拔经验，梦响强音经已经成为华语音乐重要的人才入口。同时，梦响强音通过品牌音乐节目授权及原创歌曲制作等方式，沉淀了大量音乐版权。随着音乐版权库的持续丰富，梦响强音音乐制作授权业务增长潜力巨大。此外，良好的行业环境也支撑梦响强音的长期发展。

①梦响强音业务发展与灿星文化相关，但又有一定的独立性

A、节目音乐版权授权收入与节目的播出效果相对独立

梦响强音利润的来源之一是节目音乐版权授权，节目音乐版权的价值与节目知名度有一定的相关性。以《中国好声音》系列节目为例，节目收视率情况如下：

年度	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
收视率	2.83	1.93	1.67	1.85

尽管《中国好声音》系列节目的收视率有一定波动，但其节目音乐版权的价格2016年至2019年保持了13.48%的复合增长率。主要原因如下：

首先，音乐版权价格更多由市场竞争环境所决定。随着版权保护日益受到重视，以及音乐平台对于优质音乐内容的争夺，版权价值逐步体现。2019年网易云音乐完成7亿美元融资，为市场注入了新的变量和活力。

其次，歌唱类选拔节目本身具有一定的稀缺性。根据《关于做好2014年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》，每季度仅有一档歌唱类选拔节目安排在黄金时段（19:30-22:30）播出。在黄金时段播出的歌唱类选拔节目具有较高的曝光度，音乐版权价值高。

最后，《中国好声音》节目收视率虽然出现一定下滑，但仍具有较强的市场影响力，无论从同时段收视率还是从全年节目收视率看，《中国好声音》仍名列前茅。

B、节目音乐版权授权收入与节目的收入的实现相对独立

《中国好声音》系列节目的收入结构如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年
中国好声音节目制作及互联网视频授权	46,219.84	54,477.53	66,540.25	101,010.35
中国好声音音乐授权及衍生	18,655.05	17,593.90	17,320.53	13,228.43
音乐授权及衍生占比	28.76%	24.41%	20.65%	11.58%

《中国好声音》系列节目的节目制作相关收入下降，主要受整体电视广告行业负增长及互联网版权价格下降的影响。但《中国好声音》系列节目音乐授权及衍生业务收入逐年上升，节目的衍生开发价值逐步体现。

综上所述，节目音乐授权及衍生市场与节目市场是相对独立的两个市场，节目播出是音乐版权价值实现的前提之一，但音乐版权价值并不完全依赖于节目，其拥有相对独立的价值体系。

②中国好声音仍具有较强的生命力

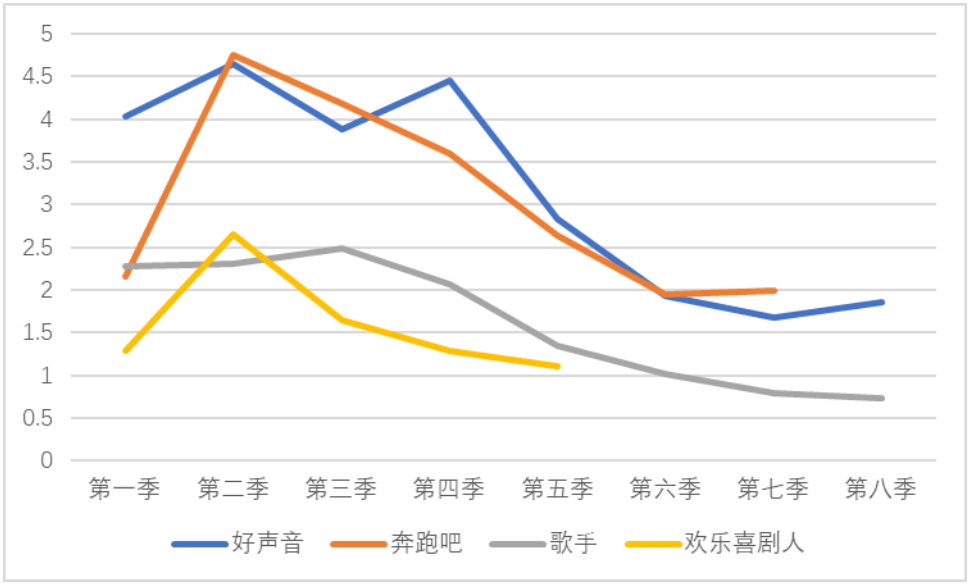
A、综艺节目理论生命周期

电视节目的生命周期与收视率存在一定关联性，即一定时间内的节目收视率通常呈现低—高—低的曲线发展趋势。一般而言，电视节目的生命周期需要经历三个重要阶段：1）导入阶段，即高斜率的上升阶段；2）成熟阶段，即电视节目处在一个相对高位，且波动平稳的阶段，这个阶段的电视节目已经逐渐到达收视顶峰，且时有波动；3）衰退阶段，即随着人们喜好程度的减弱，观赏习惯的改变，电视节目收视率也随之下降，并逐渐淡出人们的视野。

B、中国好声音节目生命周期变化趋势

下图是近年收视率排名较高的热门综艺节目从第一季至今的平均收视率走势（选取央视索福瑞收视率口径）：

热门季播综艺节目生命周期收视率走势图



数据来源：公开资料

单纯从收视率数据的角度可以看出，一般节目在第一季的成功铺垫后（导入期），收视率在第二季或第三季达到巅峰，之后开始震荡或者下行，与前述节目生命周期的理论一致。而《中国好声音》系列节目的特点在于：第一，该节目第一季就站在一个很高的起点上，导入期和成熟期并不明显；第二，该节目收视率高位震荡期非常长，其他节目一旦触及最高点后一般都会持续下行，而《中国好声音》前四季收视率基本都维持在高位，第四季节目收视率甚至反超第三季。

《中国好声音》系列节目生命周期呈现出导入阶段短、成熟阶段长的特点，并且目前仍处于成熟阶段，特别是《中国好声音》回归后节目标准收视指数开始反弹。中国好声音节目呈现出旺盛的生命力，对梦响强音业务收入的支撑性好。

③灿星文化持续的音乐节目出品能力是梦响强音音乐版权不断积累的有力支撑

A、灿星已形成矩阵式、长系列音乐节目

灿星文化已经形成了长系列、矩阵式音乐节目的出品能力，布局音乐各个细分领域，如针对大众选拔的《中国好声音》系列节目（2012 年第一季首播）、针对成熟歌手表演的《蒙面唱将猜猜猜》系列节目（2016 年第一季首播）、针对优秀原创歌手选拔的《中国好歌曲》系列节目（2014 年第一季首播）和《这！就

是原创》等。

B、长系列节目具有陪伴型、生命周期长的特点

灿星文化的长系列音乐节目主要优势为音乐人才素人选秀类节目，这类节目由于其音乐属性、素人选手、选秀赛制等特征，受众面广且生命周期长，属于陪伴成长类型的节目。海外类似选秀形式节目的生命周期也都较长，例如：《American Idol》自开播以来已持续十五季；《America's Got Talent》自开播以来已播出了十四季，《Britain's Got Talent》节目已出品九季，上述节目时至今日仍保有广大的受众群体和节目影响力。

C、灿星文化在现有音乐节目领域不断创新，具备打造新节目类型的能力

首先，灿星文化在现有优势音乐节目上不断创新，每季节目均会推出新元素吸引观众，同时在老节目面临挑战时，也具备足够的创新和应变能力，能够适应市场和政策的变化做出快速调整，进行再创作。其次，基于上述矩阵式、长系列音乐节目的制作能力和多年积累的丰富经验，灿星文化已具备充足的音乐节目创新能力，在各个音乐细分领域不断进行尝试，推动细分领域“出圈”，打造下一个“爆款”，例如舞蹈领域成功推出了《这！就是街舞》系列，电子音乐领域成功推出了《即刻电音》，乐队领域成功推出了《一起乐队吧》等。

D、灿星文化与梦响强音定位清晰，相互促进

从灿星文化与梦响强音的业务定位和合作关系来看，灿星文化专注于持续创制优质的视频节目，并获取节目的广告招商或版权收益；梦响强音则深度开发音乐授权、海选、艺人商演、艺人代言等相关衍生业务领域。一方面，梦响强音取得灿星文化原创节目的相关衍生授权，并基于该等授权开展相关衍生业务，授权节目的品质和影响力与梦响强音的相应业务收入通常成正相关关系；另一方面，梦响强音对于授权节目衍生权利开发的品质和影响力也会形成对灿星文化制作的节目本身的反哺，优秀的音乐作品、线下活动和节目出身的艺人知名度的提升能够增强灿星文化制作的节目本身在观众中的影响力，提高节目收视率和热度，提高播放媒体平台对节目的支持力度，促进广告主的投放意愿，直接增加灿星文

化节目制作的招商收入。同时也更有利于吸引优质参赛选手的参与，从而进一步支撑灿星文化节目的品质和影响力，最终实现对灿星文化节目的良性循环。

综上所述，从梦响强音的角度出发，灿星文化拥有持续的音乐系列节目出品能力，是梦响强音不断积累音乐版权、音乐人才的有力支撑，为梦响强音的持续业绩增长奠定基础。

④行业发展前景明朗为梦响强音提供了良好外部环境

A、版权保护政策趋于严格：音乐版权保护政策落地，保障音乐版权市场健康发展

2015 年来，国家加大音乐产业版权保护力度，相关政策相继出台。2015 年 6 月，国家版权局联合国家网信办、工信部、公安部宣布“剑网 2015”专项行动正式启动，从 6 月开始至 11 月严查网络音乐、云存储、应用 APP、网络广告联盟等侵权盗版。2015 年 7 月，国家版权局发布《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》，要求各网络音乐服务商于 7 月 31 日前将未经授权传播的音乐作品全部下线，被看作国内音乐史上最严厉的“版权令”。

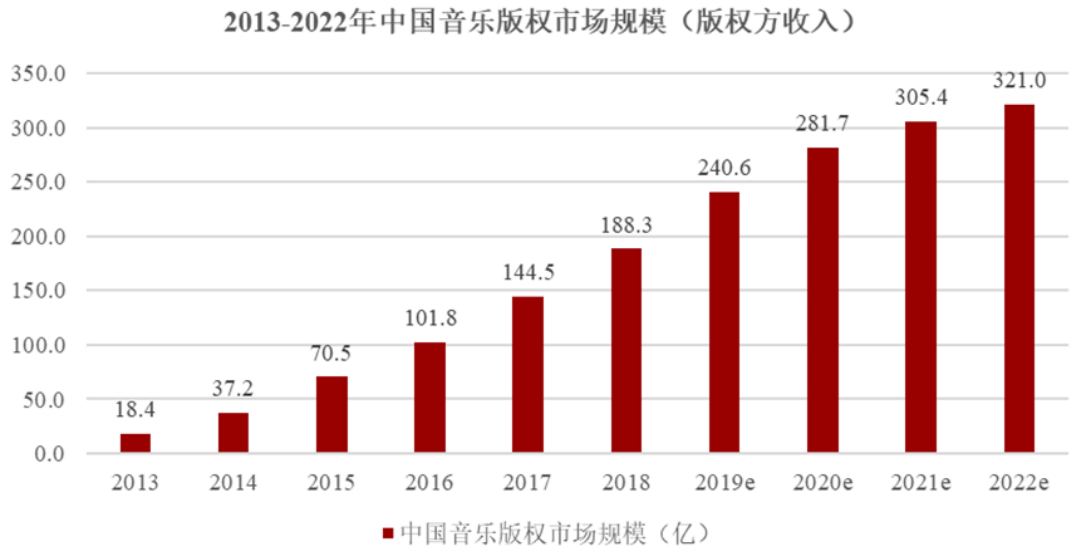
2015 年也被誉为中国数字音乐正版化元年，中国音乐产业市场开始快速发展，数字音乐逐步走入规范化发展的正轨。根据 2018 年国际唱片业协会（IFPI）的报告，2017 年中国音乐市场的正版化率达 96%。

B、政策支持产业发展，音乐版权市场规模持续增长

2017 年 2 月，文化部发《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》，成为首个明确提出“数字文化产业”概念的政策文件，涵盖动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络视频等数字文化产品。2017 年 5 月，《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》发布，首次将“音乐产业发展”列入到“重大文化产业工程”。

近年来，随着音乐版权保护政策的陆续落地，中国音乐市场迎来了迅猛发展的历史机遇。根据艾瑞咨询的数据，过去五年（2015 年至 2019 年）中国音乐版权市场规模的复合增长率为 35.92%，未来三年（2020 年至 2022 年）预计中国音

乐版权市场规模的复合增长率为 10.09%。



资料来源：艾瑞咨询

C、国内流媒体音乐平台的市场竞争，支撑梦响强音音乐版权价格

从国内流媒体音乐平台的市场格局来看，腾讯音乐、网易云音乐、咪咕音乐、虾米音乐占据了绝大部分的市场份额。2018 年 12 月，腾讯音乐（NYSE：TME）于纽约证券交易所上市。根据腾讯音乐披露信息，其在音乐内容采购方面保持着较高投入。2019 年网易云音乐完成 7 亿美元融资，积极争夺音乐版权。咪咕音乐有限公司于 2014 年设立，是中国移动 100%全资控股的公司，其前身为 2006 年组建的中国移动无线音乐基地。咪咕音乐背靠中国移动的用户优势，拥有海量的用户基础。2013 年 1 月，虾米音乐被阿里巴巴收购。虾米音乐旗下“音乐人平台”允许独立音乐人和独立唱片公司在平台上对正版音乐下载自主定价，音乐人可以获得相应收益。大量原创音乐人入驻虾米音乐发表原创作品。

⑤报告期历次商誉减值测试业绩实现情况

2016 年至 2019 年梦响强音评估预测同口径调整后的净利润分别为 15,718.80 万元、17,221.66 万元、19,322.04 万元及 19,165.95 万元，保持持续增长态势，复合增长率 6.83%。2018 年及 2019 年实际净利润相比 2017 年末及 2018 年末商誉减值测试时的预计，实现比例均在 90%左右，整体实现情况相对较好。同时，截

至 2019 末的在手订单对于预测业绩有较好的支撑。

A、2017 年末预测与实际情况的差异

2017 年末商誉减值测试梦响强音收入预测情况如下：

单位：万元

项目	2018 年	2019 年
授权收入	25,540.00	28,600.00
增长率	11.98%	10.00%
占比	75.01%	76.45%
非授权收入	8,510.00	8,810.00
增长率	-0.26%	3.53%
合计	34,050.00	37,410.00

截至 2017 年末，非授权收入已连续两年下降，降幅有所收窄。因此梦响强音预计 2018 年非授权收入总体上与上年持平，2019 年略有增长，并在未来保持稳定规模。2018 年及 2019 年实际非授权收入分别为 8,825.92 万元及 7,813.08 万元，与 2017 年末预测相比，2018 年实际实现情况较好，实现比例为 103.71%。但由于市场变化，2019 年非授权收入进一步下降，实现比例为 88.68%。

2018 年及 2019 年实际授权收入分别为 27,579.11 万元及 28,595.78 万元，与 2017 年末预测相比，实现情况较好，实现比例分别为 107.98%及 99.99%。公司主要音乐节目数量保持稳定，根据梦响强音当时的在手合同，主要音乐节目授权合同及卡拉 OK 授权合同中每年授权费均较上一年度均有所增长，对授权收入增长的支撑性强。

B、2018 年末预测与实际情况差异

2019 年梦响强音实际净利润基本实现 2018 年末预测，营业收入略有差异，但差异较小。2018 年末商誉减值测试预测 2019 年授权收入为 29,790.00 万元，非授权收入 8,960.00 万元。由于截至预测时点，授权收入保持了良好的增长，因此预计 2019 年将在 2018 年的基础上略有增长。2019 年实际实现授权收入 28,595.78 万元，非授权收入 7,813.08 万元，实现比例分别为 95.99%及 87.20%。

梦响强音非授权业务收入实现情况相对较差，因此在 2018 年末及 2019 年末

的预测中，梦响强音对非授权业务包括艺人商演代言、演唱会均下调了收入规模的预计。

C、在手合同对于 2019 年末业绩预测的覆盖情况

梦响强音授权合同通常为长期授权，具有较好的稳定性。截至 2019 年末，根据梦响强音在手合同情况，其未来业绩具有较好的可实现性。

根据公司 2019 年末商誉减值测试中的预计，梦响强音资产组 2020 年至 2021 年营业收入分别为 35,121.59 万元及 38,621.16 万元。截至 2019 年末的在手订单可覆盖 2020 年及 2021 年预测收入的 88.43%及 28.08%。在手订单主要为音乐版权授权及海选授权，该类业务的毛利率在 70%以上，对梦响强音的净利润实现有较强的支撑。

综上所述，报告期历次商誉减值测试预测业绩实现情况较好，非授权业务收入虽然持续下降，但由于毛利率较低，对于净利润的影响相对较小。授权业务保持增长，且在手合同有较好的支撑。

⑥历次评估主要参数比较

2017 年末的商誉减值测试未出具评估报告，管理层根据对梦响强音的业绩预测，以股权价值评估模型计算的股权价值作为减值测试的依据，并经会计师审核。2018 年末及 2019 年末商誉减值测试由评估师出具评估报告，以包含商誉的资产组可回收价值作为减值测试的依据。历次商誉减值测试各项参数选取合理，主要参数如下：

参数	2017 年末商誉减值测试	2018 年末商誉减值测试	2019 年末商誉减值测试
预测期收入复合增长率	6.49%	5.16%	5.05%
预测期平均毛利率	78.31%	71.48%	79.08%
营运资金追加合计（万元）	-333.05	-86.27	-202.61
折现率（注）	12.21%	13.07%	12.87%、14.45%

注：2017 年末商誉减值测折现率为股权评估折现率；2018 年末及 2019 年末商誉减值测试折现率为资产组经营现金流折现率。

A、收入增长率

2017 年至 2019 年梦响强音营业收入基本稳定，收入增长率未达预期，因此在历次商誉减值测试时点，公司下调了未来收入增长的预测。各商誉减值测试时点预测期内收入复合增长率下降，与公司实际业绩情况相吻合。

B、毛利率

2018 年末商誉减值测试预测期平均毛利率下降，主要是评估方法改变所致。2017 年末商誉减值测试采用股权价值评估的方法，其中子公司梦响当然的价值作为单独评估的资产。2018 年末及 2019 年末商誉减值测试中，梦响强音及梦响当然作为一个资产组进行测试。梦响当然业务主要是艺人商演代言以及艺人音乐版权授权。艺人商演代言毛利率较低，同时由于艺人音乐制作、宣发成本较高，艺人音乐版权授权的毛利率也低于节目音乐授权。毛利率较低的梦响当然纳入资产组后整体毛利率下降。2019 年末商誉减值测试的预测期平均毛利率上升，主要是预测期内低毛利率的非授权业务占比大幅下降所致。此外，音乐授权价格上升，也带动授权业务毛利率上升。毛利率变化趋势与梦响强音业务结构的变化相匹配。

C、营运资金追加

营运资金追加对于报告期商誉减值测试估值的影响相对较小。

D、折现率

2017 年末商誉减值测所选用的折现率为企业自由现金流量对应的折现率，即权益资本成本（CAPM）为期望收益率。计算公式如下：

Ke=Rf1＋βL×（Rm－Rf1）＋Rc

=Rf1＋βL×MRP＋Rc

式中：Ke：权益资本成本；

Rf1：目前的无风险利率；

βL：权益的系统风险系数；

Rm：市场预期收益率；

MRP：市场风险溢价；

Rc：企业特定风险调整系数。

2017 年折现率主要参数如下：

项目	2017 年
市场风险溢价 ERP	7.43%
无风险收益率	4.1813%
个别风险	1.50%
β 值	0.8793
CAPM 折现率	12.21%

无风险报酬率的选取依据是交易所上市交易的 10 年及以上期固定利率国债的到期收益率平均值。市场风险溢价管理层参考了评估公司当年度的取值。

2018 年末及 2019 年末商誉减值测试所选用的折现率口径一致，为资产组现金流对应的折现率。采用资本加权平均成本模型（WACC）确定折现率 r 的计算公式如下：

税后折现率 r=Ke×[E/(E+D)]+Kd×(1-T)×[D/(E+D)]

式中：E：股权的市场价值；

D：债务的市场价值；

Ke：股权资本成本；

Kd：债务资本成本；

T：梦响强音所得税率。

股权资本成本 Ke 采用资本资产定价模型（CAPM）计算：

公式：Ke=Rf+ERP×β+Rc

式中：Rf：基准日无风险收益率；

ERP：市场风险溢价；

β：公司风险系数；

Rc：公司特定的风险调整系数。

由于在预计资产组的未来现金流量时均以税前现金流口径作为预测基础，应当将上述折现率调整为税后，以便于与资产组未来现金流量的估计基础相一致。公式如下：

$$WACCBT = \frac{WACC}{1 - T}$$

2018 年及 2019 年折现率对比如下：

项目	2018 年	2019 年
市场风险溢价 ERP	6.28%	5.80%
无风险收益率	4.0790%	4.0625%
个别风险	1.50%	1.50%
β 值	0.9822	1.0990、1.0836
CAPM 折现率	11.75%	11.94%、11.85%
WACC	11.33%	10.98%、10.84%
WACCBT	13.07%	12.87%、14.45%

2018 年商誉减值测试与 2019 年商誉减值测试折现率主要差异如下：

1）对税率的预计

2018 年商誉减值测试以 2018 年综合所得税税率 13.29%（所得税/利润总额）预测，即假设未来梦响强音可持续取得高新证书。

2019 年商誉减值测试假设梦响强音可持续取得一期高新证书，即 2020 年-2022 年按 2019 年综合所得税税率 14.70%预测，2023 年及以后年度按 25%预测。

2）可比公司选择

2018 年商誉减值测试剔除业务差异大，净利润为负的公司后，选取北京文化、华谊兄弟和华策影视作为 β 值的测算依据。2019 年商誉减值测试时，上述

三家公司出现亏损，故重新选择捷成股份和光线传媒作为β值的测算依据。

除以上两点差以外，2018 年及 2019 年折现率计算的口径和依据一致，符合当时的市场情况。如 2019 年采用 2018 年同口径折现率进行测算，资产组未来现金流现值为 223,800.00 万元，高于包含商誉资产组的账面价值，商誉未发生减值。

综上所述，虽然中国好声音节目收视率有所下降，但音乐版权价值并未受到不利影响。梦响强音被收购后利润虽然未达收购评估预测，但仍保持了持续增长。报告期梦响强音历次商誉减值测试预测业绩符合实际经营情况，实现情况相对较好，在手订单对于预测业绩有较好的支撑。历次评估各项参数选取合理，商誉减值测试准确。

（4）2020 年 6 月末商誉减值测试情况

发行人聘请银信资产评估有限公司进行商誉减值测试相关的梦响强音含商誉相关资产组可回收价值评估，并出具了银信财报字（2020）沪第 0507 号。2020 年 6 月末，含商誉资产组可回收金额为 191,200.00 万元，大于包含商誉资产组的账面价值，商誉未发生减值。具体情况如下：

梦响强音资产组可回收价值的现金流预测包括 2020 年 7 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日的详细预测期和之后的永续期，永续年度预测数据同 2024 年数据：

①营业收入

梦响强音通过商演及代言、授权、演唱会等形式实现收入。

授权收入包括主要包括音乐授权、海选授权。音乐授权是将音乐版权授权给腾讯、咪咕音乐等音乐平台。海选授权是公司将中国新歌声、中国好声音节目的城市海选举办权利授权给腾扬广告等客户。

根据在手合同，主要节目的音乐版权授权费较上年增长，音乐版权授权收入表现出良好增长势头。此外，2019 年梦响强音卡拉 OK 版权维权力度加大，未来版权维权获得的收入将持续增长。2020 年受疫情影响，合作方的线下海选活动无法组织，海选授权收入下降，随着疫情的控制，2021 年国内海选授权将恢

复，但海外海选授权有一定不确定性，因此未纳入预测。

演唱会收入为梦响强音通过运营演唱会取得的收入，报告期演唱会数量及规模有一定的下降。签约艺人商演及代言收入主要为艺人参加演出、活动及代言的收入。梦响强音签约艺人多为节目选手。受市场环境影响，预计未来商演及代言、演唱会收入将在较低水平维持稳定。梦响强音拟进一步挖掘节目海选的价值，增加海选培训业务等，未来非授权收入也将有一定的增长。

②营业成本

公司根据各类业务历史的平均毛利率水平，谨慎预估营业成本。

③期间费用

公司以梦响强音以前年度实际发生的期间费用为基础对未来年度的期间费用进行预测。预测期内职工薪酬保持一定的合理增长。

④资产组税前自由净现金

梦响强音未来年度无新增设备、无形资产或其他资产的计划，资本性支出仅预测存量设备的更新支出，并以此为基础测算折旧及摊销。预测期营运资金以历史实际情况为基础预测。

⑤折现率的确定

折现率选取税前加权平均资本成本（WACCBT）。

WACCBT 的计算公式：

$$\text{WACCBT} = \frac{\text{WACC}}{1 - T}$$

$$WACC = R_e \frac{E}{D+E} + R_d \frac{D}{D+E}(1-T)$$

式中：Re：权益资本成本；

Rd：负息负债资本成本；

T：所得税率。

公司参考同行业上市公司，通过 CAPM 模型求取股权资本成本。在所得税税率方面，本次减值测试假设梦响强音可持续取得一期高新证书，即 2020 年至 2022 年按高新企业所得税税率 15%预测，2023 年及以后年度按 25%预测。经测算，折现率 2020 年至 2022 年为 13.17%，2023 年及以后为 14.83%。

⑥商誉减值测试结果

截至 2020 年 6 月 30 日含商誉资产组可收回金额为 191,200.00 万元，大于包含商誉资产组的账面价值，商誉未发生减值。

8、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
办公室及后期机房装修	1.13	332.42	1,032.71	1,689.89
演播室装修	-	15.14	165.01	314.88
录音棚装修	420.51	488.25	443.62	354.49
合计	**421.64**	**835.81**	**1,641.34**	**2,359.26**

公司长期待摊费用系装修费的摊余价值。

9、递延所得税资产

报告期各期末，本公司递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	13,492.87	2,147.44	17,443.95	3,036.05	11,794.75	1,878.23	10,493.33	1,656.66
工资及福利	700.85	127.71	700.88	127.71	801.13	142.75	801.15	142.75
预提费用	15,275.06	2,442.12	13,661.84	2,140.73	8,598.93	1,380.65	11,800.45	1,827.52
递延收益	400.38	60.06	460.95	69.14	1,217.08	182.56	1,868.84	280.33

合计	**29,869.15**	**4,777.33**	**32,267.63**	**5,373.63**	**22,411.89**	**3,584.19**	**24,963.77**	**3,907.25**

10、其他非流动资产

2017 年末及 2018 年末公司非流动资产 83,470.50 万元，系梦响启岸筹建影音传媒综合项目预付的土地出让金及相关税费。由于地块规划调整原因，公司一直未取得土地使用权证，2019 年 4 月公司取得土地使用权证，该项资产转入无形资产核算。截至 2020 年 6 月末公司无其他非流动资产。

十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债结构及变动分析

1、总负债构成及变动分析

公司负债结构以流动负债为主，各期末公司流动负债占总负债比重较大，分别为 98.63%、98.38%、87.23%及 72.71%，公司负债结构与公司的生产经营特点一致。

2、流动负债的构成及变化分析

报告期公司流动负债构成如下：

单位：万元、%

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	10,010.88	25.22	18,525.65	27.49	28,000.00	37.88	59,715.74	44.38
应付账款	13,722.40	34.57	19,879.07	29.50	14,096.28	19.07	12,938.29	9.62
预收款项	-	-	14,292.32	21.21	2,696.06	3.65	3,629.76	2.70
合同负债	3,520.20	8.87	-	-	-	-	-	-
应付工薪酬	1,326.91	3.34	1,874.83	2.78	1,881.78	2.55	3,093.04	2.30
应交税费	1,314.41	3.31	3,304.88	4.90	1,989.73	2.69	2,384.95	1.77
其他应付款	9,782.83	24.65	9,515.88	14.12	25,248.42	34.16	52,797.49	39.24
其他流动负债	16.13	0.04	-	-	-	-	-	-
合计	**39,693.74**	**100.00**	**67,392.63**	**100.00**	**73,912.26**	**100.00**	**134,559.27**	**100.00**

2017 年末，公司借款规模下降，股利实际支付，流动负债下降。2018 流动负债下降，主要是支付股利以及短期借款金额下降所致。2019 年末流动负债下降主要是短期借款及其他应付款下降所致。

（1）短期借款

单位：万元、%

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
保证借款	-	-	500.00	2.70	-	-	33,915.74	56.80
信用借款	10,000.00	99.89	18,000.00	97.16	28,000.00	100.00	25,800.00	43.20
短期借款应付利息	10.88	0.11	25.65	0.14	-	-	-	-
合计	**10,010.88**	**100.00**	**18,525.65**	**100.00**	**28,000.00**	**100.00**	**59,715.74**	**100.00**

2018 年度公司完成融资，营运资金情况好转，短期借款下降。2019 年公司现金流情况良好，银行借款金额减少导致期末短期借款余额下降。2020 年 6 月末公司短期借款余额进一步下降。

（2）应付账款

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末公司应付账款余额为 12,938.29 万元、14,096.28 万元、19,879.07 万元及 13,722.40 万元。应付账款主要包括应付的广告投放款、制作费、合作方分成款、版权费等。2018 年主要节目《蒙面唱将猜猜猜》第三季较前几季播出时间晚，制作进度晚于往年，导致年末应付账款增加。

2019 年公司制作播出的节目数量较上年显著增加，且《蒙面唱将猜猜猜 2019》及《2019 同一堂课》播出较晚，截至期末公司与供应商尚在结算进度内。

2020 年 1-6 月，随着上年度主要节目的供应商结算完成，应付账款余额下降。此外，上半年节目制作规模相对较小，同时下半年主要节目尚未到集中投入的时点，因此 2020 年 6 月末应付账款余额较上年末下降。

（3）预收款项

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末公司预收款项分别为 3,629.76 万元、2,696.06 万元、14,292.32 万元及 0 万元。主要为预收广告费、音乐版权授权费等。2017 年末预收款项较上年末减少 4,260.41 万元，主要系预收腾讯的音乐版权费在授权期限内逐步确认收入，导致预收款项减少。2018 年末预收款项减少主要是腾讯音乐及广州宝声的授权收入逐步确认所致。公司 2019 年末预收款项增加主要系《出发吧，师傅!》、《了不起的长城》预收制作费用，以及念慈菴等客户在《了不起的长城》中预付的广告款。

自 2020 年 1 月 1 日起公司执行新收入准则，公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系，将相关的预收款项重分类至合同负债及其他流动负债。

（4）合同负债

截至 2020 年 6 月 30 日，合同负债情况如下：

单位：万元

项目	金额	占合同负债总额的比例
腾讯版权协议	2,502.04	71.08%
中国好声音 2020 广告代理	283.02	8.04%
2019-2022 咪咕数字音乐版权	117.92	3.35%
其他零星项目	617.21	17.53%
合计	**3,520.20**	**100.00%**

截至 2020 年 6 月末，《出发吧，师傅!》、《了不起的长城》已播出完毕，节目收入确认，预收账款与合同负债合计额减少。

（5）应付职工薪酬

报告期内，公司应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
短期薪酬	1,322.91	1,855.05	1,849.81	3,074.22

离职后福利-设定提存计划	3.99	19.78	31.97	18.81
合计	**1,326.91**	**1,874.83**	**1,881.78**	**3,093.04**

报告期期末应付职工薪酬主要为计提在次年初发放的工资薪金奖金等。

（5）应交税费

报告期内，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
增值税	182.41	432.73	12.26	239.48
企业所得税	589.72	2,099.00	1,745.18	1,707.65
个人所得税	251.42	182.26	73.58	63.93
城市维护建设税	9.47	71.78	2.31	94.67
教育费附加	6.76	50.27	1.32	67.83
印花税	121.63	158.08	109.58	165.60
水利建设基金	-	-	-	0.21
河道管理费	-	-	-	0.07
文化事业建设费	111.19	268.96	3.71	3.71
代扣代缴税款	41.80	41.80	41.80	41.80
合计	**1,314.41**	**3,304.88**	**1,989.73**	**2,384.95**

主要税种的计算依据如下：

①增值税：按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税；

②企业所得税：按应纳税所得额计缴；

③城市维护建设税：按实际缴纳的营业税、增值税计缴。

（6）其他应付款

报告期内，公司其他应付款明细如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31

应付利息	-	-	42.09	78.60
应付股利	-	-	-	28,571.43
其他应付款	9,782.83	9,515.88	25,206.33	24,147.47
合计	**9,782.83**	**9,515.88**	**25,248.42**	**52,797.49**

公司分别于 2016 年 2 月 20 日及 2016 年 7 月 6 日决议分配利润，截至 2017 年末尚余 28,571.43 万元未支付。

其他应付款主要为往来款、股权收购款项等。2017 年末其他应付款金额较大，主要是因支付土地出让金需要，孙公司梦响启岸的少数股东上海光启提供资金支持 22,059.00 万元。

2018 年末公司支付全部应付股利，其他应付款余额下降。

2019 年上海光启以对梦响启岸的债权对其增资，因此公司其他应付款余额下降，截至 2019 年末其他应付上海光启剩余 7,818 万元。

3、非流动负债的构成及变化分析

报告期内，公司非流动负债主要为政府补贴形成的递延收益，占负债总额的比例较低。2019 年为影音传媒综合新建项目的需要，公司新增 8,917.32 万元长期借款。

（二）偿债能力分析

1、报告期内公司偿债能力指标

主要财务指标	2020-6-30/ 2020 年 1-6 月	2019-12-31/ 2019 年度	2018-12-31/ 2018 年度	2017-12-31/ 2017 年度
流动比率（倍）	3.98	2.64	1.77	0.83
速动比率（倍）	3.72	2.51	1.68	0.79
资产负债率（合并）	12.62%	17.22%	19.29%	36.91%
资产负债率（母公司）	8.73%	16.14%	21.35%	37.12%
息税折旧摊销前利润（万元）	8,940.51	43,756.04	56,722.95	59,217.23
利息保障倍数（倍）	22.61	30.83	26.17	16.32

（1）流动比率与速动比率分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司流动比率分别为 0.83、1.77、2.64 及 3.98，速动比率分别为 0.79、1.68、2.51 及 3.72。

2018 年 6 月，公司完成新一轮融资，营运资金充裕。公司支付股利，应付股利减少；偿还银行借款，期末短期借款余额下降，导致流动比率及速动比率均有所提高。

2019 年上海光启以对梦响启岸的债权对其增资，因此公司其他应付款余额下降，同时年末短期借款余额大幅下降，导致 2019 年末流动负债较上年下降。2019 年公司现金流情况较好，年末货币资金余额较上年增加。2019 年流动比率及速动比率均较上年有所提高。

2020 年 1-6 月应收账款大幅回款，短期借款余额下降，2020 年 6 月末流动比率及速动比率较上年末均有提高。

总体而言，公司的短期偿债能力指标处于正常水平。报告期内公司主营业务发展良好，回款正常，保证了公司能按时偿还银行贷款本息，未发生过逾期贷款。公司具备良好的银行信用和商业信用保障了对流动负债的偿付能力。截至 2020 年 6 月末公司流动资产中，货币资金、应收账款占比合计 80.47%，其中应收账款主要为国内主要电视台及视频网站的业务款项，具有较高的回款保障。公司流动资产质量好，流动性高。流动负债中除银行借款外，占比较高的为其他应付款，主要为因支付土地出让金，少数股东上海光启提供的资金支持，短期偿付压力较小。

综上所述，公司不存在显著的短期偿债风险。

（2）资产负债率

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司合并资产负债率分别为 36.91%、19.29%、17.22%及 12.62%。资产负债率变动主要受流动负债变动影响较大，变化原因详见“十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析之（二）

偿债能力分析之 1、报告期内公司偿债能力指标之（1）流动比率与速动比率分析”。

（3）息税折旧摊销前利润

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月，公司息税折旧摊销前利润分别为 59,217.23 万元、56,722.95 万元、43,756.04 万元及 8,940.51 万元。2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月利息保障倍数为 16.32、26.17、30.83 及 22.61，一直处于较高水平，表明公司的利润水平足够保障公司的利息支出，保持公司的信用等级，不存在显著的债务风险。

公司一直保持良好的偿债信用记录，无逾期未偿还银行借款本金及逾期支付利息的情况。此外，公司不存在对正常生产、经营活动有重大影响的需特别披露的或有负债、也不存在表外融资的情况。

2、报告期内同行业可比公司偿债能力指标对比

公司与可比公司的流动比率、速动比率、资产负债率对比如下：

可比公司	资产负债率（%）				流动比率（倍）				速动比率（倍）			
	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
华策影视	36.88	46.26	45.62	44.12	2.19	1.86	1.74	1.80	1.46	1.37	1.35	1.28
华录百纳	3.18	5.71	11.07	11.22	30.59	16.41	8.14	6.06	27.40	14.80	7.24	5.85
中广天择	12.67	18.73	13.52	17.29	6.62	4.63	6.34	4.86	5.14	3.61	5.77	4.42
北京文化	50.00	45.55	23.07	14.74	1.43	1.69	2.89	5.08	0.98	1.25	2.35	4.20
完美世界	30.14	39.09	41.74	47.02	2.03	2.11	2.75	1.96	1.72	1.74	2.20	1.66
平均值	**26.57**	**31.07**	**27.00**	**26.88**	**8.57**	**5.34**	**4.37**	**3.95**	**7.34**	**4.55**	**3.78**	**3.48**
发行人	**12.62**	**17.22**	**19.29**	**36.91**	**3.98**	**2.64**	**1.77**	**0.83**	**3.72**	**2.51**	**1.68**	**0.79**

可比公司在报告期内均进行过股权融资，2017 年末资产负债率优于公司。由于股权融资渠道较上市公司少，公司营运资金主要靠流动负债支持，流动比例及速动比例低于可比公司。

（三）报告期内股利分配的具体实施情况

报告期内，公司营运资金需求量较大，需要持续投入节目制作，因此公司报告期内未进行股利分配。

（四）现金流量分析

报告期内，公司的现金流量简要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	42,893.21	38,415.66	18,854.43	84,789.56
投资活动产生的现金流量净额	-5,077.22	-9,011.46	-1,301.23	-58,077.99
筹资活动产生的现金流量净额	-3,703.32	1,963.32	-26,406.86	-33,590.67
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-31.88	-65.63	-238.06	42.25
现金及现金等价物净增加额	34,080.79	31,301.90	-9,091.72	-6,836.85

1、经营活动现金流量分析

（1）公司经营活动净现金流量净额波动分析

报告期内，公司经营活动现金流各项目波动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	81,585.85	187,164.18	141,193.13	277,903.86
收到其他与经营活动有关的现金	5,276.63	6,092.83	5,958.71	8,466.23
经营活动现金流入小计	**86,862.48**	**193,257.01**	**147,151.84**	**286,370.10**
购买商品、接受劳务支付的现金	27,180.30	115,985.88	84,819.69	133,890.52
支付给职工以及为职工支付的现金	5,951.85	13,039.99	15,731.57	16,037.28
支付的各项税费	6,494.30	12,779.59	13,505.66	36,281.70
支付其他与经营活动有关的现金	4,342.82	13,035.89	14,240.49	15,371.04
经营活动现金流出小计	**43,969.27**	**154,841.35**	**128,297.42**	**201,580.54**
经营活动产生的现金流量净额	**42,893.21**	**38,415.66**	**18,854.43**	**84,789.56**

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额分别为 84,789.56 万元、18,854.43 万元、38,415.66 万元及 42,893.21 万元。

2018 年公司营业收入下降，同时截至年末应收票据及应收账款余额较上年有较大增长，导致经营活动产生的现金流量净额出现较大降幅。2019 年公司营业收入增长，经营性应收款项增加的幅度与经营性应付款项增加的幅度基本接近，经营活动现金流量净额较上年增加。

（2）销售商品、提供劳务收到的现金与销售收入匹配关系

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	81,585.85	187,164.18	141,193.13	277,903.86
营业收入	34,523.68	173,329.02	165,277.14	205,841.98
占比	236.32	107.98	85.43	135.01

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比例较高。2017 年度，应收账款及应收票据余额下降，款项收回情况较好，销售商品、提供劳务收到的现金较上年增加，占营业收入的比例较上年上升。2018 年应收款项回款不及以前年度，销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例下降。2019 年，公司以前年度大额节目款回款，同时预收款项增加，本年度销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例上升。2020 年 1-6 月，公司回款情况良好，销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例相对较高。

（3）经营活动现金流量净额与净利润匹配分析

报告期内，公司经营活动净现金流量与净利润之间的关系如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1、将净利润调节为经营活动现金流量				
净利润	5,944.71	34,500.11	45,024.40	45,492.60
加：信用减值准备	-3,032.59	5,657.32	-	-
资产减值准备	-	-	1,303.94	250.75

固定资产折旧	548.83	1,291.69	1,250.36	1,086.40
无形资产摊销	10.83	27.17	12.09	8.45
长期待摊费用摊销	428.11	1,039.73	933.93	775.35
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-	89.44	6.74	-82.81
财务费用（收益以“－”号填列）	383.56	1,408.54	2,321.25	3,471.09
投资损失（收益以“－”号填列）	135.96	69.63	-174.48	25.82
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	596.30	-1,789.44	323.06	-241.57
存货的减少（增加以“－”号填列）	-1,165.17	-2,438.10	-1,737.53	13,641.83
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	56,065.08	-18,544.93	-34,492.77	68,667.20
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-17,022.40	17,104.50	4,083.45	-48,305.53
经营活动产生的现金流量净额	42,893.21	38,415.66	18,854.43	84,789.56

报告期内，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额比较情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	42,893.21	38,415.66	18,854.43	84,789.56
净利润	5,944.71	34,500.11	45,024.40	45,492.60
经营活动产生的现金流量净额占净利润比例	721.54%	111.35%	41.88%	186.38%

经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异主要是由于经营性应收及应付项目变动所引起。

2、投资活动现金流量

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-58,077.99 万元、-1,301.23 万元、-9,011.46 万元及-5,077.22 万元。

公司收购梦响强音、星空国际的款项在 2016 年度及 2017 年度陆续支付，2018 年度公司无取得子公司及其他营业单位等大额的支出，投资活动现金净流出减少。2019 年及 2020 年 1-6 月公司投资活动现金流出增加主要系影音传媒综合新建项目投入增加所致。

3、筹资活动现金流量

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-33,590.67 万元、-26,406.86 万元、1,963.32 万元及-3,703.32 万元。2017 年度，偿还借款及股利支付导致筹资活动现金流出增加。2018 年公司筹资活动仍以偿还债务及支付股利为主，因此筹资活动现金流量净额持续为负。2019 年公司无股利支付等重大的筹资活动现金流出，筹资活动现金流量金额转正。2020 年上半年公司归还银行借款金额较大，筹资活动产生的现金流量净额为-3,703.32 万元。

（五）资本性支出分析

1、最近三年重大资本性支出

2017 年、2018 年 2019 年及 2020 年 1-6 月本公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 2,274.85 万元、1,721.23 万元、9,017.72 万元及 5,067.22 万元。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出计划为拟建设自用音乐大厦，及规划的募集资金投资项目。募集资金投资项目具体情况参见本招股说明书“第十节募集资金运用”。除上述计划外，公司无未来可预见的重大资本性支出计划。

（六）流动性风险分析

2017 年末至 2020 年 6 月末公司货币资金余额为 22,642.76 万、13,551.04 万元、44,852.94 万元及 78,933.73 万元，应收账款账面价值为 70,687.90 万元、88,106.47 万元、103,560.88 万元及 48,113.27 万元，主要为国内主要电视台及视频网站的业务款项，具有较高的回款保障。各期末以上两项合计占公司流动资产的比例在 77%以上，公司资产流动性好。2020 年 6 月末公司短期借款余额下降，短期偿付压力进一步降低。报告期公司经营活动产生的现金流量净额分别为 84,789.56 万元、18,854.43 万元、38,415.66 万元及 42,893.21 万元，各项业务经

营情况良好。

综上所述，报告期内公司流动性不存在已经或可能产生重大不利变化的情形或风险趋势。

（七）持续经营能力分析

1、发行人所处行业前景广阔

文化产业作为朝阳产业、绿色产业，对于优化经济结构、提升发展质量、坚持可持续发展具有独特优势。文化产业与多个传统产业和新兴产业紧密融合，有效提升了相关产业的文化附加值。近年来，中国文化产业发展规模从小到大，势头良好，整体实现了较快增长，在国民经济中的份额稳步提高，对整个国民经济的贡献逐年加大。

国家对包括电视节目制作行业在内的文化体制建设和文化产业发展一直保持着高度重视。2017 年 2 月 23 日颁发的《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》中提出落实供给侧结构性改革战略部署，完善现代文化产业体系，着力发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，促进文化资源与文化产业有机融合，形成新的增长点、增长极和增长带，全面提升文化产业发展的质量和效益。并提出建立统一开放、竞争有序、诚信守法、监管有力的现代文化市场体系，健全以内容监管为重点、信用监管为核心的文化市场事中事后监管体系，推动文化市场成为满足人民群众多样化精神文化需求的主渠道。

此外，随着我国经济稳步增长，居民的物质基础日益坚实，生活质量不断提升，释放出巨大的文化产品购买欲望和消费能力，从而带动了文化消费升级。文化产业的振兴、文化产品的繁荣将是经济结构调整的客观要求和必然结果，物质繁荣与精神文化需求的发展相辅相成，互为促进。这种关系必将最终体现为经济发展水平同居民文化支出的正相关。根据国家统计局数据，2018 年，全国城镇居民用于教育、文化和娱乐的人均消费支出为 2,974 元，同比增长 4.46%，文化消费已成为我国经济的一个新增长点，成为消费升级的重要表现。

在我国宏观政策导向和宏观经济发展均有利于文化产业的情况下，我国的综艺节目制作行业整体发展态势良好，并有以下两大发展趋势：

（1）电视市场的优质资源将在品牌化竞争下进一步向龙头企业集中

受到网络视听业务快速增长，新兴媒体广告业务分流等因素的影响，全国电视广告收入有所下滑，在整体广告盘缩小的情况下，广告主进一步将资源投向一线卫视平台，因为收视排名稳定、节目品相优质、平台品牌价值都是广告商最需要的定心丸。而电视台在电视业整体下降、招商相对困难的情况下，则更期待能够把握住高质量的节目以守住收视阵地。和其他类型的节目相比，综艺节目的收视比重更高，话题性更强，引入植入广告、冠名广告等软广告的效果更好，更加为一线卫视所青睐。对于综艺节目制作实力强的制作公司，本身具备全产业链的生产能力，产品的精品率高、风险小，另外还有强大的营销能力，在目前这个市场环境下将进一步聚集资源。

（2）网络综艺成长迅速，有望成为综艺节目制作行业未来的主要增长点

在电视综艺版权费高，网综招商规模逐步增加的双重影响下，近三年各大平台纷纷加强网综布局，自制网综数量显著提升。2017、2018 年度，前 10 大网络播放量综艺节目中，均有三档网综节目。在《中国有嘻哈》、《明日之子》、《这！就是街舞》、《偶像练习声》、《创造 101》、《这就是街舞》第二季等网综大获成功之后，视频网站对自制网络综艺投入资源的意愿更强。国内主流视频网站往往具备雄厚的资金实力，并不惜重金追逐最优质的节目以提高自身的核心竞争力。在此背景下，视频网站开始深化与节目制作经验丰富的内容制作公司合作制作网络综艺节目，为综艺节目制作行业开辟了更广阔的发展空间。

2、发行人具备相应能力和各项保障

（1）公司的节目研发能力是公司可持续创作的保障

公司陆续打造了《中国好声音》、《中国好歌曲》、《中国新歌声》、《蒙面唱将猜猜猜》、《这！就是街舞》、《这！就是原创》、《即刻电音》等一系列知名节目品牌，这与公司强大的节目研发能力是分不开的。公司设置专门的节

目研发部门，并采购了专业的节目库、数据库，对全球范围内流行的综艺节目形式保持着密切的关注，可以精准的开发出适应市场口味的节目。公司聘请专业的海外高水平的制作团队共同探讨新节目的开发，或者聘请外部专家对节目开发人员进行培训，提升公司节目研发的质量。

公司每个季度在内部进行节目方案征集大会，对其中优秀的方案投入资源制作样片，并进入公司的样片库。迄今公司的样片库已经累积了大量的节目创意，并孵化出了《了不起的沙发》、《爱情找对门》、《拜见小师傅》等节目。随着公司合作平台的进一步拓宽，也有更多类型的节目创意有望找到适合生长的平台。

总之，强大的节目研发能力可以让公司产生源源不断的创意方案，为公司的可持续创作提供了重要的保障。

（2）公司的工业化生产模式和优秀人才储备是公司稳定生产的可靠保障

公司已经建立了覆盖全部生产环节的工业化生产流程，在项目选题、立项、前期筹备、拍摄、后期制作和审查等各主要阶段都配备了相应的人力资源和设备，具备独立完成多品类的综艺节目制作的能力。报告期内，公司共制作了综艺节目公司共制作了综艺节目 27 部 311 集（不含日播和其他类节目），平均年产量 8 部、94 集左右，涉及歌唱类、舞蹈类、谈话类、人文类、户外类、文化资讯类等多种形式，产能保持稳定。

综艺节目制作行业既是一个资本密集型行业，也是一个人才密集型行业，优秀的制作团队是保证优秀综艺节目产出的智力基础。公司拥有在综艺节目制作界深耕多年、享有盛誉的导演，以及主要依靠自身培养、富有大型节目制作经验的庞大节目制作团队，和高精尖的后期制作、技术研发团队。在现有人才的基础上，公司已经形成了良好的“老带新”模式，有丰富经验的成熟团队带领和指导新人，传授经验和方法，帮助新人迅速成长。文化传媒是一项实践性极强的行业，在实践中学习和进步是培养新人最重要的环节，公司作为国内顶尖的内容生产机构，业务量远远超过业内同行，为锻炼培养新人提供了充足的机会。“老带新”的模

式和丰富的实践锻炼机会使新人得以快速发展成熟，同时，公司的制作投入规模和精品大综艺的战略在业内领先，公司的团队能够参与世界顶级水平的大综艺制作，扩展视野、实现职业价值，这也是公司吸引人才，并留住人才的重要砝码和条件。

在外部人才方面，公司与国内知名音乐人、国际知名的节目制作机构以及编曲、编舞、舞美、音响团队等都建立了稳定的合作关系。

总之，公司的工业化生产模式和优秀的人才储备是公司未来稳定生产的重要保障。

3、公司的渠道资源和营销能力是公司经营收入的可靠保障

公司与中央电视台、浙江、江苏、东方等电视台，优酷、腾讯、爱奇艺等在线视频网站平台都建立了深厚的合作关系，现有的营销渠道和客户关系足以满足未来两年的业务需要。此外，公司还将在维持现有客户关系的基础上，拓展新的客户，并尝试与短视频网站等新媒体渠道开展合作，创造更多的消费需求。

公司设置专人对接主要的合作平台，随时了解客户的需求，主动与客户探讨节目的制作方案。在节目立项阶段就会邀请客户参加，为播放平台量身定制适合其风格和播出时段的节目形式；在广告招商阶段一般会与客户共同招商，充分发挥各自的渠道优势谋求商业价值最大化；在节目成片之后，公司会邀请客户参与节目的审核，确保节目制作结果达到客户的要求。此外，公司会积极策划节目的品牌推广、宣传工作，为媒体提供宣传图片、视频和文稿素材，并有完善的舆情监测和危机公关体系，进一步提高节目的受关注度、收视率或点击量，获得了客户的普遍好评。

公司多年来对“灿星制作”品牌的深耕和运营使得公司生产节目的口碑在业内享有的盛誉，以及强大的渠道资源和营销能力是公司获得持续稳定的经营收入的可靠保障。

4、公司稳定的管理团队和清晰的战略定位是公司继续稳定发展的可靠保障

公司实际控制人、运营管理团队多年来非常稳定，并始终坚持从大众审美出发，打造“触及热点、触及民生、触及心灵”的精品内容，以内容为核心发展其他业务。综艺节目制作始终是公司的最核心的竞争力，公司高度重视节目的质量，无论制作规模大小，主创人员对节目的质量都有很高的追求。公司的管理层在节目定位上始终秉持“以精彩的内容吸引人，以真实的情感打动人，以向上的力量鼓舞人”的宗旨，以弘扬主流价值观、传播社会正能量为己任，因此公司制作的节目从未出现过度娱乐、恶搞低俗的现象，社会反响比较正面。

公司开展音乐制作授权及其他衍生业务，紧紧围绕公司创作的节目展开，不盲从不盲动，坚持自己的方向，稳扎稳打，保持着可持续盈利能力的同时，也具备较强的抗风险能力。报告期内，公司稳健经营的发展思路可以通过业绩得到验证，保证未来在募投项目的具体实施中，能够有效指导项目运行。

十四、重大资本性支出与重大资产业务重组事项

（一）重大投资事项

报告期内，公司不存在重大对外投资事项。

（二）重大资本性支出情况

报告期内，公司不存在重大资本性支出情况。

（三）重大资产业务重组情况

报告期内，公司不存在重大资产业务重组事项。

（四）股权收购事项

报告期内，公司不存在股权收购事项。

十五、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

2020 年 7 月 15 日，Munhwa Broadcasting Corp.向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，诉请：1、判令公司支付中国版《蒙面歌王》第三季和第四季的授权费用共计 5,600,000 美元，折合人民币 39,495,120 元；2、判令公司支付中国版《蒙面歌王》第二季和第三季网络发行收益分成人民币 42,000,000 元；3、判令公司提供中国版《蒙面歌王》授权节目第二、三、四季的广告收益分成、国内及海外发行收益分成、衍生产品收益分成以及第四季节目的网络发行收益分成的收入明细及凭证；4、判令公司支付未按约定支付中国版《蒙面歌王》第三季及第四季授权费用的滞纳金，共计 1,918,560 美元，折合人民币 13,531,028.11 元；5、判令公司支付违约金共计 2,160,000 美元，折合人民币 15,233,832 元；6、判令公司承担 Munhwa Broadcasting Corp.为维护合法权益支出的合理费用，暂计人民币 211,829.37 元（上述第 1 项至第 6 项诉讼请求金额共计人民币 110,471,809.48 元）；7、判令公司承担本案的诉讼费用。截止本报告披露日，此案尚在审理过程中。

2、发行人与 Munhwa Broadcasting Corp.合同书争议案（联合开发《户外真人秀》节目合同），2020 年 7 月 20 日，MBC 向上海市第一中级人民法院提起反诉，诉请（1）反诉被告向反诉原告支付联合开发费人民币 33,000,000.00 元；（2）反诉被告向反诉原告支付违约金人民币 10,000,000.00 元；（3）反诉被告赔偿反诉原告逾期付款利息损失：以人民币 43,000,000.00 元为基数，自 2017 年那月 5 日起至 2019 年 8 月 19 日，按照同期中国人民银行公布的贷款基准利率计付，合计人民币 4,449,591.67 元；以人民币 43,000,000.00 元为基数，自 2019 年 8 月 20 日之后至实际支付之日止，按同期全国银行间同业拆借汇中心公布的贷款市场报价利率（LPR）计付。

（二）或有事项

2017 年 7 月 3 日，精英许可股份有限公司（英文名称：ETLTELICENSING

COMPANY SA，住所地瑞士联邦帕拉迪索市）向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，诉请（1）被告一本公司全资子公司星空时尚文化传播（上海）有限公司（以下简称“星空时尚”）、被告二重庆星垣文化传媒有限公司立即停止所有对原告的商标侵权行为，包括停止使用与原告“elite”、“  ”注册商标相同或者近似的标识和名称；（2）两被告在《法制日报》上刊登关于其行为侵犯原告注册商标专用权的声明，以消除其侵权违法行为给原告造成的不良影响；（3）两被告赔偿原告经济损失及为制止侵权行为所支付的合理开支共计人民币 500 万元。2019 年 6 月 14 日，星空时尚已取得上海市徐汇区人民法院下发（2017）沪 0104 民初 16908 号《民事判决书》。2019 年 7 月 2 日，星空时尚向上海知识产权法院提出上诉。

2018 年 9 月 1 日，蜂鸟音乐有限公司、邓诗颖向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，诉请（1）判令本公司、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司立即停止侵害、消除影响、赔礼道歉；（2）判令本公司、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司连带赔偿因侵权造成蜂鸟音乐有限公司、邓诗颖的经济损失 1,300 万元及为制止侵权行为支付的合理费用 484,000 元；（3）本案的诉讼费用由本公司、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司承担。截止 2020 年 6 月 30 日，该项诉讼尚在审理中。

2019 年 1 月 21 日，Munhwa Broadcasting Corp.向上海市第一中级人民法院提起诉讼，诉请：（1）本公司支付网络发行利润分成余款人民币 2,600,000 元；二、本公司结算并支付广告利润分成约人民币 34,000,000 元（以实际广告利润分成数额为准）；（3）判令本公司支付延迟履行滞纳金约人民币 12,656,160 元（其中，网络发行利润分成滞纳金约 919,360 元，自 2016 年 8 月 20 日起算，暂计至 2019 年 1 月 21 日止，以 2,600,000 为基数，按每日万分之四计算；广告利润分成滞纳金约 11,736,800 元，自 2016 年 9 月 10 日起算，暂计至 2019 年 1 月 21 日止，以 34,000,000 元为基数，按每日万分之四计算。上述滞纳金的截止日期以被告一实际支付日为准）；四、判令本案的诉讼费由本公司承担。2020 年 6 月 30 日，尚在诉讼过程中。

（三）重要承诺事项

1、根据本公司全资子公司梦响强音文化传播（上海）有限公司 2017 年 3 月执行董事决议，梦响强音文化传播（上海）有限公司拟设立全资子公司宁波梦响强音文化传媒有限公司，投资总额为人民币 300 万元。2017 年 6 月，宁波梦响强音文化传媒有限公司领取了由宁波市市场监督管理局大榭开发区分局颁发的注册号为 330216000025439 号营业执照。截至 2019 年 12 月 31 日，梦响强音文化传播（上海）有限公司尚未出资。

2、本公司已于 2014 年 4 月设立全资子公司西安星空华文传媒有限公司（以下简称“西安星空”），投资总额为人民币 100 万元。西安星空已于 2014 年 4 月领取了由西安市工商行政管理局曲江分局颁发的统一社会信用代码为 916101333110715783 号营业执照。截至 2019 年 12 月 31 日，本公司尚未出资。

十六、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

十七、财务报告审计截止日后主要财务信息和经营状况

（一）会计师审阅意见

立信会计师对公司 2020 年 1-9 月财务报表进行了审阅，包括 2020 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2020 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及财务报表附注，并出具了“信会师报字[2020]第 ZA15907 号”《审阅报告》，审阅意见为：根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信上述财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映贵公司 2020 年 9 月 30 日合并及公司的财务状况以及 2020 年 1-9 月合并及公司的经营成果和现金流量。

（二）发行人的专项说明

发行人董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员已认真审阅了公司

2020 年 1-9 月财务报表，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

发行人负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已认真审阅了公司 2020 年 1-9 月财务报表，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（三）2020 年 1-9 月主要财务信息及经营状况

公司 2020 年 1-9 月主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	变动率
资产总额	449,596.15	448,673.43	0.21%
所有者权益	387,460.08	371,417.02	4.32%
项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动率
营业收入	87,308.61	122,791.61	-28.90%
营业利润	18,565.49	30,020.15	-38.16%
利润总额	18,596.80	31,267.31	-40.52%
净利润	15,176.58	27,007.33	-43.81%
归属于母公司股东的净利润	15,313.77	27,114.57	-43.52%
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润	12,197.67	23,171.56	-47.36%
经营活动产生的现金流量净额	20,518.99	30,613.85	-32.97%

截至 2020 年 9 月末，公司资产总额为 449,596.15 万元，所有者权益 387,460.08 万元，资产规模及所有者权益分别较 2019 年末增长 0.21%及 4.32%。

2020 年 1-9 月，公司营业收入为 87,308.61 万元，较上年同期下降 28.90%。下降原因如下：1、因疫情影响，主要节目《中国好声音 2020》录制播出时间推迟，2020 年 1-9 月播出 6 期（总期数 15 期），而去年同期播出 13 期（总期数 15 期）。因档期调整导致 2020 年 1-9 月《中国好声音 2020》确认收入较去年同期减少；2、因《中国好声音 2020》档期调整，导致音乐版权交付进度推迟，中国好声音节目音乐授权收入较上年同期下降。此外，2020 年 1-9 月较上年同期少一档音乐节目，对音乐授权收入也有一定影响。3、因疫情影响，合作方线下

海选活动无法举行，2019 年 1-9 月中国好声音国内海选授权及小小好声音海选授权收入下降。

由于营业收入下降，导致 2020 年 1-9 月毛利额较上年同期下降 21,517.33 万元。音乐授权及海选授权为高毛利率业务，上述收入的下降对于毛利额的影响较大。2020 年 1-9 月期间费用较去年同期下降 4,404.16 万元，一方面是公司的借款规模低于 2019 年同期，财务费用减少。另一方面，办公场所租金、差旅费、员工薪酬等较上年有所下降，管理费用及销售费用下降。2020 年 1-9 月应收账款回款情况较好，信用减值损失减少 4,307.22 万元。期间费用减少及信用减值损失减少一定程度上弥补了毛利额下降的影响。

2020 年 1-9 月归属于母公司股东的净利润较上年下降 11,800.80 万元。因疫情影响，2020 年主要节目的录制播出时间均有所推迟，但整个节目的播出未受影响。档期后移，公司四季度节目拍摄制作的工作量大，全年节目收入受档期调整的影响较小。公司 2020 年节目数量与上年相比略有增加，业务发展整体情况良好。《爆款来了》将综艺与电商相结合，开拓了综艺营销新阵地，在 2019 年取得良好播出效果。2020 年，合作方在去年节目的基础上扩大了《爆款来了》第二季的投资规模。2020 年《这！就是街舞》第三季赛制挑战大胆创新，队长选择契合节目，选手水准整体拔高。从第一季到第三季节目豆瓣评分持续提高，《这！就是街舞》第三季已经成为本年度热度最高的网络综艺之一。尤其作为制作三季的综艺节目，仍能保持热度持续走高的态势，是公司优秀制作能力的体现。以《这！就是街舞》为依托，公司开展衍生节目的开发，推出《师父！我要跳舞了》，深耕街舞细分领域。

公司内容制作及运营业务良性发展的基础上，随着疫情得到控制，2020 年下半年开始海选授权业务已经逐步恢复。公司海选授权合作方腾扬广告在广东、山东、甘肃等多个省市海选活动已经举行，2021 年全国海选活动的报名也已启动。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）募集资金使用计划

经公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过，公司本次拟向社会公开发行不超过 42,600,000 股人民币普通股，占发行后总股本的比例不低于 10%。

公司本次募集资金拟投资以下项目：

单位：万元

项目名称	拟用募集资金投入金额
补充综艺节目制作营运资金项目	150,000

募集资金计划在未来两年的时间内陆续投入。在本次募集资金到位前，公司将根据综艺节目拍摄的实际进度和资金需求，先行通过自筹资金解决资金缺口，待募集资金到位后，根据深圳证券交易所有关要求和公司有关募集资金使用管理的相关规定，置换本次发行前预先投入使用的自筹资金。

若本次发行实际募集资金不能满足项目需求，则不足部分由公司自筹解决；若本次发行实际募集资金超过上述项目需求的，公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所关于募集资金运用和管理的规定或办法安排使用该部分资金。

公司本次募集资金投资项目不属于按照《国务院关于投资体制改革的决定》需要进行批准或者备案的项目，无须向有关部门进行审批、核准或备案。发行人本次募集资金投资项目已履行了内部决策程序。

公司本次募集资金项目实施后不新增同业竞争，对公司的独立性不产生不利影响。

（二）募集资金专户存储安排

根据公司《募集资金管理制度》，公司募集资金实行专户存储制度，募集资

金存放于公司董事会指定的专项账户集中管理。公司将于本次股票发行前开立募集资金专项账户用于本次募集资金的专项存储。

（三）本次募集资金投资项目与发行人现有业务之间的关系

公司是国内领先的综艺内容制作和运营商，主营业务为综艺内容制作和产业链开发运营，并以内容为基础开展音乐制作授权及其他衍生业务。本次募集资金拟投资于未来两年的新的综艺节目制作，并补充流动资金，与公司主营业务方向一致。

本次募集的资金不仅可以使得公司继续制作适应时代发展的大体量综艺节目以保持卫视综艺节目制作的领先地位，还可以将业务延伸到网综制作，成为一家有能力打造互联网优质综艺节目的节目制作公司。同时，公司还可以进一步发展音乐制作授权及其他衍生业务，利用业务协同优势，推进“在播、在线、在场”的全面发展，将公司打造成国内一流的文化传媒公司。本次募投项目是建立在公司现有资源和经营模式之上，立足于公司的战略定位，支持公司在节目制作领域的创意、创作和创新，并以新节目为产品形式输出给观众，符合公司长远发展目标。募投项目紧扣主营业务综艺节目制作，在综艺节目制作的过程中持续创新、创意和创造的成果，在制作产品的同时锻炼了公司的团队在创造、创意、创新方面的能力，有利于公司继续推出有特色、受欢迎的文化创意产品。募投项目的成功实施，对公司现有业务起到丰富与提升作用，进一步增强公司的经营能力、盈利能力，提升公司行业地位和品牌影响力，为观众带来更多的富含正能量、振奋人心的作品，从而产生更大的经济效益与社会效益，推动公司更快更好地发展。

二、募集资金运用的具体情况

（一）募投项目的必要性说明

1、加强营运资金投入是综艺节目发展的客观要求

我国的综艺节目近几年经历了跨越式的发展，综艺节目的多样性大大增加，舞台效果、模式创新等方面也都有了长足的进步。在《中国好声音》树立高品质

节目制作标准后，大量的社会资本投入到高水准的综艺节目制作的行列中，涌现了大批技术制作精良的大型综艺作品，在丰富了人民群众的文化娱乐生活的同时，也提高了人民群众对综艺节目欣赏口味，对综艺节目制作的制作水平、资金投入提出了更高的要求。

随着节目制作水平的不断精良，节目制作的复杂性提高，精品综艺节目制作的资金需求也在提高。以才艺选拔类节目为例，综艺节目的模式已经由《中国达人秀》为代表的选手表演、导师评比模式，发展到《中国好声音》为代表的选手表演、导师点评的基础上突出导师间的互动和争夺的模式，再发展到《这！就是街舞》为代表的选手表演、导师点评的基础上全面展现选手间、导师间的互动，全景式、剧情式的呈现综艺节目内容的模式。这种模式的进步，带来的是素材成片比例的倍数提升，也是节目制作难度和制作成本的大幅度提升。

2、加强营运资金投入是公司战略发展的重要保障

首先，加强营运资金投入是公司扩大强势业务领先优势、巩固综艺节目制作行业领先地位的战略目标的重要保障。公司战略定位于综艺节目制作行业龙头，就需要在巩固音乐类节目的领先优势下，在谈话类、舞蹈类、人文类、户外类综艺节目上全面发力，力争在多个热点题材领域制作出现象级的综艺作品，也就势必要在现有的节目基础上扩大产能。而且，不同门类的综艺节目拍摄的方式会有一些差异化的独特技巧，而这些技巧正是决定节目成败的关键因素，公司需要资金的支持以吸引其他垂直门类制作领域的优秀人才加盟，或者聘请外部优秀的团队对现有团队进行知识转移和技术培训。公司巩固综艺节目制作行业领先地位的根本在于人才，在视频网站等新媒体通过强大的资金实力在综艺节目制作水平上突飞猛进的形势下，优秀的节目制作团队是被各家制作机构争夺的稀缺资源，扩充资金实力是通过有吸引力的薪酬和激励机制吸引优秀的节目制作人才、防止人才流失的重要保障。

其次，加强营运资金投入是实现公司多平台协同发展战略的重要保障。公司目前主要的制作力量基本集中投入到与知名卫视的合作中，但随着公司凭借《这！就是街舞》在网络综艺制作领域试水成功，预期未来网络综艺的制作需求非常旺

盛，客观上要求提高公司的产能、加强营运资金保障。

3、加强营运资金投入可以改善公司财务结构，拓宽融资渠道

公司近两年来流动比率、速动比率在同行业处于相对较低的水平，2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2019 年 6 月末，公司流动比率分别为 0.83、1.77、2.64 及 3.98，速动比率分别为 0.79、1.68、2.51 及 3.72。具体详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（二）偿债能力分析”。

由于大型综艺节目制作过程中占用资金量较大，公司在快速扩张中依靠债权融资解决营运资金缺口，主要方式是银行借款。尽管公司的负债结构本身较为均衡、合理，但较低的流动比率和速动比率及单一的债权融资方式对公司经营安全形成了负面影响，不利于公司业务规模持续扩张。

鉴于上述情况，发行上市进行股权融资是公司补充营运资金的最合理、可行的选择，本次募集资金到位后，公司资产负债率将会大幅度下降，流动比率和速动比率也将大幅度改善，未来的营运资金缺口将大幅改善，能够满足公司战略发展的基本要求。

（二）募投项目可行性分析

1、综艺节目内容制作行业发展前景广阔

首先，电视台对优质资源始终保持着较高的需求，根据《2019 年上半年中国综艺广告营销白皮书》，2019 年上半年视频综艺节目广告市场规模仍接近 220 亿元，同比 2018 年上半年增长 16.12%、环比 2018 年下半年增长 10.15%，电视媒体综艺领跑广告市场，2019 年上半年电视综艺市场规模 138.78 亿元，同比上涨 1.25%，环比上涨 5.07%，植入广告品牌数量增长明显，2019 年上半年累积植入品牌 377 个，同比上升 15%，环比上升 9.59%。

其次，视听新媒体行业近几年取得了跨越式的发展，《中国广播电影电视发展报告（2020）》显示，2019 年网络媒体广告收入 828.76 亿元，比 2018 年增加

336.88 亿元，同比增长 68.49%。截至 2020 年 3 月，我国网络视频（含短视频）用户规模达 8.5 亿，较 2018 年年底增长 1.26 亿，占网民整体的 94.1%，，根据《2019 年上半年中国综艺广告营销白皮书》，2019 年上半年网络视频综艺节目广告市场保持快速增长，2019 年上半年网综市场规模 79.71 亿元，同比上涨 56.05%、环比上涨 20.09%，网络综艺节目植入广告数量同比上涨 15%、环比则小幅上升 2%。

总之，广电系统和视听新媒体行业的蓬勃发展，都给专业综艺节目制作公司的发展提供了强大的支撑。专业的综艺节目制作公司，专注于精品内容制作，拥有专业制作团队与人才、拥有行业身后资源和号召力，最有希望打造现象级的优秀综艺节目，未来的发展前景还会更加广阔。

2、公司具备可持续生产和运营综艺节目的能力

（1）公司的节目研发能力是公司可持续创作的保障

公司是一家打造节目品牌的公司，在公司的发展历程中陆续打造了《中国好声音》、《中国好歌曲》、《中国新歌声》、《蒙面唱将猜猜猜》、《中国达人秀》、《这就是街舞》、《这就是原创》等一系列强大的节目品牌，这与公司强大的节目研发能力是分不开的。公司设置专门的节目研发部门，并采购了专业的节目库、数据库，对全球范围内流行的综艺节目形式保持着密切的关注，可以精准的开发出适应市场口味的节目。公司还采用了海外联合研发的模式，聘请专业的海外高水平的制作团队共同探讨新节目的开发，或者聘请外部专家对节目开发人员进行培训，提升公司节目研发的质量。公司每个季度在内部进行节目方案征集大会，对其中优秀的方案投入资源制作样片，并进入公司的样片库，随着公司合作平台的进一步拓宽，也有更多类型的节目创意有望找到适合生长的平台。

总之，强大的节目研发能力可以让公司产生源源不断的创意方案，为公司的可持续创作提供了重要的保障。

（2）公司的工业化生产模式和优秀人才储备是公司稳定生产的可靠保障

公司已经建立了覆盖全部生产环节的工业化生产流程，在项目选题、立项、前期筹备、拍摄、后期制作和审查等各主要阶段都配备了相应的人力资源和设备，

具备独立完成多品类的综艺节目制作的能力。报告期内，公司共制作了综艺节目27部311集（不含日播和其他类节目），平均年产量8部、94集左右，涉及歌唱类、舞蹈类、谈话类、人文类、户外类、才艺类等多种形式，产能保持稳定。

期间	综艺节目产量（部）	综艺节目集数产量（集）
2017年	9	117
2018年	6	71
2019年	9	93
2020年1-6月	3	30

注：综艺节目集数产量不包含日播和其他类节目。跨期节目，综艺节目产量（部）按照播放结束时间划分，如《爱情找对门》在2018年播放完毕，则统计在2018年；综艺节目集数产量按照实际播出情况划分。

综艺节目制作行业既是一个资本密集型行业，也是一个人才密集型行业，优秀的制作团队是保证优秀综艺节目产出的智力基础。截至招股说明书签署日，公司拥有金磊、徐向东、陆伟、章骊、沈宁、吴群达、陈涤等在综艺节目制作界深耕多年、享有盛誉的导演，以及主要依靠自身培养、富有大型节目制作经验的庞大节目制作团队，和以郑磊、罗檑等骨干带领的高精尖的后期制作、技术研发团队。在现有人才的基础上，公司已经形成了良好的“老带新”模式，有丰富经验的成熟团队带领和指导新人，传授经验和方法，帮助新人迅速成长。文化传媒是一项实践性极强的行业，在实践中学习和进步是培养新人最重要的环节，公司作为国内顶尖的内容生产机构，业务量远远超过业内同行，为锻炼培养新人提供了充足的机会。“老带新”的模式和丰富的实践锻炼机会使新人得以快速发展成熟，同时，公司的制作投入规模和精品大综艺的战略在业内领先，公司的团队能够参与世界顶级水平的大综艺制作，扩展视野、实现职业价值，这也是公司吸引人才，并留住人才的重要砝码和条件。

在外部人才方面，公司与国内知名音乐人、国际知名的节目制作机构以及编曲、编舞、舞美、音响团队等都建立了稳定的合作关系。

总之，公司的工业化生产模式和优秀的人才储备是公司未来稳定生产的重要保障。

（3）公司的渠道资源和营销能力是公司经营收入的可靠保障

公司与中央电视台、浙江、江苏、东方等电视台，优酷、腾讯、爱奇艺等在线视频网站平台都建立了深厚的合作关系，现有的营销渠道和客户关系足以满足未来两年的业务需要。此外，公司还将在维持现有客户关系的基础上，拓展新的客户，并尝试与短视频网站等新媒体渠道开展合作，创造更多的消费需求。

公司设置专人对接主要的合作平台，随时了解客户的需求，主动与客户探讨节目的制作方案。在节目立项阶段就会邀请客户参加，为播放平台量身定制适合其风格和播出时段的节目形式；在广告招商阶段一般会与客户共同招商，充分发挥各自的渠道优势谋求商业价值最大化；在节目成片之后，公司会邀请客户参与节目的审核，确保节目制作结果达到客户的要求。此外，公司会积极策划节目的品牌推广、宣传工作，为媒体提供宣传图片、视频和文稿素材，并有完善的舆情监测和危机公关体系，进一步提高节目的受关注度、收视率或点击量，获得了客户的普遍好评。

公司多年来对“灿星制作”品牌的深耕和运营使得公司生产节目的口碑在业内享有的盛誉，以及强大的渠道资源和营销能力是公司获得持续稳定的经营收入的可靠保障。

3、公司稳定的管理团队和清晰的战略定位将指导项目有效运行

公司实际控制人、运营管理团队多年来非常稳定，并始终坚持从大众审美出发，打造“触及热点、触及民生、触及心灵”的精品内容，以内容为核心发展其他业务。综艺节目制作始终是公司最核心的竞争力，公司高度重视节目的质量，无论制作规模大小，主创人员对节目的质量都有很高的追求。公司的管理层在节目定位上始终秉持“以精彩的内容吸引人，以真实的情感打动人，以向上的力量鼓舞人”的宗旨，以弘扬主流价值观、传播社会正能量为己任，因此公司制作的节目从未出现过度娱乐、恶搞低俗的现象，社会反响积极正面。

公司开展音乐制作授权及其他衍生业务，紧紧围绕公司创作的节目展开，不盲从不盲动，坚持自己的方向，稳扎稳打，保持着可持续盈利能力的同时，也具备较强的抗风险能力。报告期内，公司稳健经营的发展思路可以通过业绩得到验

证，保证未来在募投项目的具体实施中，能够有效指导项目运行。

（三）近两年综艺节目投资制作计划

目前，公司储备了一批优秀的项目资源，在综合考虑市场偏好及题材变化、监管机构的内容审查、公司财务状况、主创人员时间安排、公司未来的业务发展目标等因素的基础上，基于能够获得本次募集资金的预期，做出了未来两年部分综艺节目的制作计划[35]。在募集资金到位前，发行人将通过自有资金或者外部借款的方式解决投资拍摄所需资金缺口，待募集资金到位后再以募集资金置换前期投入资金。

未来两年公司部分综艺节目的投资拍摄计划如下：

序号	剧目名称（暂定）	类型	期数（暂定）	合作平台（暂定）	销售模式（暂定）	进展情况
1	蒙面唱将猜猜猜第三季	音乐类	11	江苏卫视	通过共同投资，获得节目整体收益分成	已完成
2	原创音乐人节目 2018	音乐类	12	腾讯视频	通过共同投资，获得节目整体收益分成	已完成
3	街舞节目 2019	舞蹈类	12	优酷视频	通过共同投资，获得节目整体收益分成	已完成
4	素人才艺类节目 2019	才艺类	12	东方卫视	通过共同投资，获得节目整体收益分成	已完成
5	同一堂课 2019	人文类	11	浙江卫视	通过共同投资，获得节目整体收益分成	已完成
6	青年文化谈话类节目	谈话类	50	东方卫视	通过共同投资，获得节目整体收益分成	2021 年拍摄
7	中国好声音 2019	音乐类	13	浙江卫视	通过共同投资，获得节目整体收益分成	已完成
8	蒙面唱将猜猜猜 2019	音乐类	11	江苏卫视	通过共同投资，获得节目整体收益分成	已完成
9	电音类节目	音乐类	10	腾讯视频	待定	已完成

[35]部分综艺节目指基于现有项目资源储备做出的节目计划。随着时间的推进，公司还将根据情况开发新的节目或对目前计划制作的节目进行调整。

序号	剧目名称（暂定）	类型	期数（暂定）	合作平台（暂定）	销售模式（暂定）	进展情况
10	青年生活类节目[36]	生活类	11	北京卫视	委托承制	已完成
11	星素结合类音乐节目 2020	音乐类	11	待定	待定	2021 年拍摄
12	美食类户外节目 2020	人文类	11	待定	待定	2021 年拍摄
13	素人才艺类节目 2020[37]	才艺类	5	爱奇艺	委托承制	已完成
14	同一堂课 2020	人文类	11	浙江卫视	通过共同投资，获得节目整体收益分成	已完成
15	中国好声音 2020	音乐类	15	浙江卫视	通过共同投资，获得节目整体收益分成	拍摄中
16	蒙面唱将猜猜猜 2020	音乐类	11	江苏卫视	通过共同投资，获得节目整体收益分成	2020 年 4 季度拍摄
17	原创音乐人节目 2020	音乐类	12	优酷视频	待定	2021 年拍摄

公司目前已经建立了较为完善和丰富的综艺节目项目储备，并即时根据市场对各类题材综艺节目的需求偏好、监管机构内容审查政策、社会舆论导向、公司财务状况、主要演职人员档期安排、业务发展目标等因素综合论证并确定后续综艺节目摄制计划。同时，在投资计划具体执行中，还会根据实际情况进行适度的调整，以达到计划预期成果。

在市场需求和审批政策不发生重大变化的前提下，公司可稳妥地按照上述规划完成上述节目的拍摄工作。但是，依然不排除因政策、市场、人员变化等多种因素导致推迟、中止拍摄或者节目计划发生变化的可能性。

（四）募投项目所需资金测算

按照公司目前计划的综艺节目制作项目投资金额，保守估计公司为实现目标所需填补的资金缺口预计金额为 154,186 万元，具体资金需求情况如下：

[36] 《了不起的长城》已于北京卫视播出完成

[37] 《出发吧师傅》已于爱奇艺播出完成

单位：万元

项目名称	资金需求
补充综艺节目制作营运资金项目	154,186

募投项目所需资金的测算取决于三个方面：第一个方面是为实现公司综艺节目制作发展目标所需的演出综艺节目资金总需求量；第二个方面是公司现有财务状况下为公司所有业务经营可提供的运营资金量；第三个方面是公司除综艺节目投资制作业务以外其他业务正常生产经营所需运营资金量。因此，需补充的综艺节目投资制作业务运营资金=综艺节目制作资金总需求量+其他业务所需运营资金-现有财务状况下可提供的资金量。

测算过程如下表所示：

	序号	项目	金额（万元）	备注
资金需求	A	节目制作投资总额	264,600	根据未来两年预计节目制作投资额测算
	B	各项税金及附加（两年）	22,519	按照预计收入规模估算
	C	期间费用（两年）	47,419	按照公司的预计扩张规模估算
	D	偿债支出（两年）	41,411	按照已有借款和预计借款估算
	E	分红支出	28,571	预计
	F	其他资本性支出	30,000	估算
	G	合计	434,520	G=A+B+C+D+E+F
资金来源	H	现有货币资金（截至 2018 年 6 月 30 日）	55,651	
	I	资金回笼	224,682	可按照预计收入和回款估算
	J	借款	0	
	K	合计	280,333	K=H+I+J
资金缺口	M		154,186	K-G
本次募集资金补充			**150,000**	

本项目完成后，将会取得良好的社会效益和经济效益，为公司带来新的利润增长点和发展空间。

截至招股说明书签署日，公司为实现综艺节目制作计划，需要补充流动资金总额约为 154,186 万元，其中的 150,000 万元将用本次募集资金补充，剩余部分由公司自行筹集资金解决。

三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

（一）优化资本结构，降低财务风险

本次募集资金到位后，公司货币资金大幅增加，公司资产质量和财务状况将得到进一步改善，公司净资产大大增加，资产负债率大幅降低，资本结构进一步优化，能够大幅提高公司的偿债能力，同时公司负债融资能力得到提升。

（二）提升盈利能力，增强核心竞争力

本次募集资金投入后，公司的内容制作及运营业务投入将增加，作品品质将进一步提升。相应地，公司的资产规模、营业收入将会实现大幅度地提升，盈利能力和核心竞争力将大大增强。

（三）增强公司资源整合能力，提高公司的品牌美誉度

本次募集资金到位后，公司打造的综艺节目品质将会更上一个台阶，能够进一步提升公司行业影响力，能够按照公司战略目标进行更好的布局，加快行业内的资源整合，更好地塑造公司的品牌形象，提高公司的品牌美誉度，为公司未来的发展打下更为良好的基础。

（四）净资产收益率短期内有所下降

本次发行完成后，公司的净资产和每股净资产将会大幅增加，虽然募集资金运用能够给公司带来较好的收益，但短期内盈利水平很难与净资产保持同步的增长。因此，净资产收益率在短期内将会有所下降。

四、公司未来三年发展规划

（一）公司总体目标

公司将抓住我国文化产业发展的良好机遇，把握新媒体崛起时期观众收看习惯的变化，以制作高水平的文化内容为己任，弘扬社会主义主流价值观，传播新时代的正能量。公司将继续巩固自身在综艺内容、音乐制作方面的优势，并将内容版图拓展到影视节目制作，打造文化内容生产领域的航空母舰。公司还将深化与播出平台的合作，探索互惠互利、共生共赢的新模式，与知名卫视和视频网站建立更深入的长期合作关系。

公司将进一步拓展运营综艺内容和音乐的全产业链生态，通过“在播、在线、在场”等多渠道触达用户，形成多业态融合的内容生态体系，全方位满足全球华人的文化需求。公司将打造音乐人才生产基地，不仅能将公司节目中脱颖而出的歌手培养成华语乐坛的实力唱将，还将发展音乐教育产业给广大人民群众提供专业的音乐教育培训。

（二）未来三年发展目标及发展规划

1、做强并开拓内容制作板块

公司以综艺内容制作为基石，未来将发挥自身在内容制作上的技术与人才优势，进一步加强内容制作实力、开拓内容生产版图：公司将继续打造高质量的精品综艺节目，弘扬社会主义主流价值观、挖掘受广大人民群众喜爱的文化热点；同时进一步做强音乐内容制作板块，将公司打造成亚洲最大的华语音乐生产基地，加强与新媒体公司合作并建立中国的数字原创音乐平台，建立基于互联网平台的音乐生产、销售新模式。此外，公司还将涉足其他内容制作板块，利用自己在综艺节目领域的制作优势和经验，力争以较小的试错成本做出价值观积极向上、深得群众喜欢的优秀文化内容作品。

报告期内，公司制作完成了 27 部综艺作品，其中包括《中国好声音》、《蒙面唱将猜猜猜》、《中国达人秀》等系列热播电视台综艺以及《这！就是街舞》、

《这！就是原创》、《爆款来了》等热门网络综艺，同时利用自身的艺人资源生产了大量的原创音乐内容。

2、深化与播出平台的合作

公司将进一步与播出平台深入合作，探索更多的合作模式。公司继续发挥其打造高品质综艺节目的传统优势，以独到的市场眼光与精准的判断，为国内知名卫视、在线视频播放平台塑造符合平台调性，可以代表平台品牌的顶级节目，并以优质内容为基础，与播出平台进一步深入宣发、制作、运营及衍生等各个环节的合作，共同探索互惠互利、共生共赢的新模式，与知名卫视和视频网站建立更深入的长期合作关系。

报告期内，公司拓宽了和与视频网站的合作模式，开始网络综艺制作，且网络综艺数量占比持续提升，公司与视频网站的合作也从委托承制向共同投资等新模式方向发展。

3、拓展基于音乐产业链的业务

公司将继续吸收节目中诞生的优秀艺人，扩大艺人队伍，计划在三年后建成一支 200 人以上的艺人队伍，每年可以生产原创音乐作品 300 首以上。公司将通过公司的强势节目及其他领域的内容形式进一步增加旗下艺人的曝光率，提升受众对艺人的感官印象，为华语乐坛打造新一代的实力歌手。

此外，公司还将利用公司优质内容的品牌效应，布局音乐教育产业板块。利用公司的优质资源，面向社会提供专业的流行音乐文化教育，让广大人民群众有机会接受到正统的流行音乐培训，满足人民群众日益增长的精神文化生活需要，为华语乐坛的明天挖掘新的人才储备。

截至报告期末，公司签约艺人 159 人，报告期内公司新签入的艺人丹增尼玛、黎真吾、邢晗铭等优秀选手，主要艺人周深、黄霄云、希林娜依·高等的曝光度和受欢迎程度持续上涨。公司自 2020 年开始筹备好声音学院等线上教育活动，并推动《中国好声音 第一课》的课程内容落地。

（三）假设条件及面临的主要困难

1、实现发展目标所依据的假设条件

（1）本次股票发行能够如期完成，募集资金能够按时到位，募投项目按计划进行。

（2）国际、国内经济持续稳定发展，国家财政政策、货币政策及资本市场不会发生对本公司运营产生重大不利影响的变化。

（3）本公司经营管理层不发生重大不利变化。

（4）与本公司业务有关的现行法律、法规和政策无重大变化。

（5）本公司所处行业处于正常发展的状态下，不会发生不利于本公司运营的重大变化，本公司所拥有的主要竞争优势继续发挥应有作用。

（6）无其他不可抗力及不可预见的因素造成的重大不利影响。

2、面临的主要困难

（1）公司创作大型综艺节目、开拓生态链等需要大量资金投入，如果公司资金出现瓶颈或无法获取充足资金，则难以保证上述计划顺利实施。

（2）公司迅速发展、业务规模扩张会对公司的运营管理，包括公司组织机构设置、内控制度等提出更高的要求。

（3）公司已经建立了良好的人才培养机制，积累和储备了大量综艺节目制作人才，但处于高速发展阶段会迫切需要更多优秀的专业人才。

（4）综艺节目制作的竞争者不断增加，市场竞争日趋激烈。

（四）实现上述规划拟采用的方式、方法或途径

公司将严格按照上市公司的要求规范运作，加强内部控制，强化各项决策的科学性；公司将凝聚行业最优秀的人才，并进一步提高公司的创作水平、运营水平和管理水平，推动公司未来三年发展目标及发展规划的实现。公司将认真组织募集资

金投资项目的实施，争取尽快产生效益，推进公司主营业务的发展和核心竞争力的提高，同时积极拓展市场，提高“灿星制作”品牌的知名度和市场占有率。

（五）上市后持续公告规划实施和目标实施的情况

公司管理层将按照公司发展规划，努力实现公司经营目标。公司上市后，将在定期报告中持续公告规划实施和目标实现的情况，及时披露募集资金投资项目进展情况。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

为切实保护投资者特别是中小投资者的合法权益、完善公司治理结构，公司根据《公司法》、《证券法》等法律法规的规定，建立了完善的投资者权益保护制度并严格执行，真实、准确、完整、及时地报送和披露信息，积极合理地实施利润分配政策，保证投资者依法获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等方面的权利。

（一）信息披露制度和流程

为了规范公司的信息披露行为，加强信息披露事务管理，保护投资者的合法权益，公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》以及其他相关法律、法规、规章和规范性文件的规定，公司制定了《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》，对公司信息披露的基本原则、信息披露的内容、信息披露的程序、保密措施、信息披露常设机构和联系方式、投资者关系管理的内容和方式等作出了具体规定。确保公司按照有关法律法规履行信息披露义务，加强信息披露的管理工作，明确信息披露的具体流程。

（二）投资者沟通渠道

为加强公司与投资者和潜在投资者之间的沟通，促进公司和投资者之间建立长期、稳定的良性关系，促进公司诚实信用、规范运作，加强投资者对公司的了解，公司制定了《投资者关系管理制度》。公司董事会秘书负责投资者关系工作，董事会办公室为公司投资者关系工作专职部门，负责公司投资者关系工作和信息披露事务。董事会办公室有专用的场地及设施，设置了联系电话、电子邮箱等投资者沟通渠道。

董事会秘书：王艳

电话：021-52032676

传真：021-52032679

电子邮箱：ir@canxingmedia.com

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规、规章和规范性文件及《公司章程（草案）》的要求，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司将不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，加强投资者对公司的了解，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

（四）获取公司信息的权利

公司已经建立健全内部信息披露制度和流程。根据《公司章程》的相关规定，股东享有查阅公司章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告的权利。《信息披露管理制度》则对公司信息披露的原则、内容、程序、管理等作出具体的规定，以保证公司信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，保障所有股东都能以快捷、经济的方式获取公司信息。

（五）享有资产收益的权利

根据《公司章程（草案）》的相关规定，股东按其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；公司终止或者清算时，股东按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配。

《公司章程（草案）》还对利润分配的基本原则、具体政策、决策程序以及变更进行具体的规定，切实保障投资者的资产收益权利。

（六）参与重大决策的权利

根据《公司章程》的相关规定，股东享有依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应表决权的权利。《股东大会议事规则》对股东参与重大决策的方式、程序等作出进一步细化的规定，保障投资者享有参与重大决策的权利。

（七）选择管理者的权利

公司已经建立健全股东投票机制。《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》对公司股东参与选举管理者提供多种方式和途径，包括对法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决、建立累积投票制选举公司董事、中小投资者单独计票等。以便通过上述制度的构建，更好的保障中小投资者选择管理者的权利。

二、股利分配政策

（一）本次发行后股利分配政策和决策程序

1、利润分配原则

公司将按照“同股同权、同股同利”的原则，根据各股东持有公司股份的比例进行分配。公司将实行持续、稳定的股利分配政策，公司的股利分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。在公司盈利且符合监管要求及公司正常经营和长期发展的前提下，公司将积极采取现金方式分配股利。

2、股利分配形式、优先顺序

公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利，并且在公司具备现金分红条件的情况下，公司应优先采用现金分红进行利润分配。

3、发放现金分红、股票股利的具体条件

公司进行现金分红应同时具备以下条件：

（1）在公司当年盈利及累计未分配利润为正，且执行分配方案后仍满足正常生产经营资金需求；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司在可预见的未来一定时期内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）；

（4）公司不存在可以不实施现金分红之情形。

如进行现金分红可能导致公司现金流无法满足公司经营或投资需要，且公司已在相关重大投资计划或重大现金支出等公开披露文件中进行说明，则不实施现金分红。

公司采用股票股利进行利润分配应当至少具备以下条件之一：公司发展阶段处于成长期且有重大资金支出安排；公司具备每股净资产摊薄的真实合理因素；公司需要实现公司未来投资计划以及应对外部融资环境。发放股票股利应注重股本扩张与业绩增长保持同步。

4、公司利润分配政策

公司董事会在制订利润分配预案时，应重视对投资者的合理回报，同时应考虑公司可持续经营能力及利润分配政策的连续性和稳定性。

在具备现金分配条件时，公司应当优先采用现金方式进行利润分配，且每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。公司董事会还可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

5、公司实行差异化的利润分配政策和现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，不时提出差异化的利润分配政策和现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，

现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

经公司独立董事发表明确意见，公司董事会综合考虑后可提出调整公司利润分配政策，尤其是调整公司现金分配政策，该等利润分配政策、现金分配政策的调整需经股东大会审议通过。

6、利润分配决策机制及程序

（1）决策机制

董事会应在充分听取独立董事意见和建议的基础上，负责制定利润分配尤其是现金分配政策、方案、股东回报规划。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。董事会通过相关决议后，应交由股东大会审议批准。

（2）利润分配政策、现金分配政策的调整程序

董事会应严格执行公司章程中确定的利润分配政策，尤其是现金分红政策，董事会审议与利润分配政策尤其是调整公司现金分配政策相关事项，并且由独立董事发表明确意见。董事会通过该等决议后，应交由公司股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过，同时应经参与网络投票的社会公众股东所持表决权的二分之一以上通过。

（3）利润分配方案、现金分红方案、股东回报规划的调整程序

董事会应当认真研究和论证公司利润分配方案，尤其是关于现金分红具体方案所涉的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，应充分听

取独立董事的意见和建议，并重视监事会的意见，根据章程的规定制定分配方案；董事会应在专项研究论证的基础上，负责制定明确、清晰的股东回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况。董事会审议与利润分配方案尤其是现金分配方案、股东回报规划相关事项，须经全体董事过半数通过，并且独立董事应发表明确意见。董事会通过该等决议后，应交由公司股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的过半数通过。

7、未按规定实施股利分配或股利政策调整的安排

公司当年盈利，公司董事会未做出现金利润分配预案的，独立董事应对此发表独立意见。公司应当在年度报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

8、子公司分红政策

根据梦响强音章程，梦响强音分红政策为：“第二十三条 公司利润分配按照《公司法》及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。”

根据星空传媒国际章程，星空国际传媒分红政策为：“第二十六条 公司利润分配按照《公司法》及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。”

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

根据《公司章程》规定，本次发行前，公司对股利分配的有关规定如下：“第三十一条公司利润分配按照《公司法》及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。股东按照出资比例分取红利。”

本次发行前，公司的股利分配政策未详细规定股利分配的决策程序及机制，本次发行后的股利分配政策对利润分配政策的内容和决策程序作出了详细规定。

（三）2018 年 12 月首次申报的报告期内股利分配情况

2016 年 2 月 20 日灿星有限股东会决议通过利润分配方案。截至 2014 年底可供分配的利润为 293,293,125.02 元，股东会决定利润分配 290,000,000 元。

2016 年 3 月，灿星有限引入 6 名投资者。各方同意，截至 2016 年 3 月 31 日前公司产生的全部未分配利润归原股东所有。至 2016 年 4 月 1 日起公司收益由新老股东共享、亏损由新老股东共同承担。2016 年 7 月 6 日灿星有限股东会决议通过，以截至 2016 年 3 月 31 日累计未分配利润向原股东分配，利润分配 956,398,847.27 元。

（四）未来三年的分红回报规划

1、股东分红回报规划的制订原则

公司利润分配应立足于公司可持续发展和维护股东权益，重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，公司可以采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润。具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红的方式进行利润分配。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司的持续经营能力。

2、未来三年的股东回报规划

在满足现金分红条件时，公司若无重大资金支出安排则每年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据本公司 2018 年第四次临时股东大会审议通过《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配方案的议案》，公司本次发行前滚存的未分配利润由发行后新老股东按照持股比例共同享有。如因国家财会政策调整而相应调整前述未分配利润数额，以调整后的数额为准。

四、股东投票机制的建立情况

根据《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》的相关规定，公司建立了普通决议表决、特别决议表决、累计投票制选举董事、中小投资者单独计票、网络投票方式召开股东大会等股东投票机制，充分保证了股东权利。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的重大合同情况如下：

（一）销售合同

截至本招股说明书签署日，公司已签署的年度交易金额在 15,000 万元以上已履行或正在履行的销售合同如下：

序号	合同名称	合同对方	合同主要内容	实际履行情况
1	第二季、第三季《中国新歌声》著作权许可使用协议书	北京爱奇艺科技有限公司	第二季、第三季《中国新歌声》信息网络传播权独家授权	履行完毕
2	《中国好声音》合作协议及其补充协议	浙江广播电视集团	共同制作《中国好声音》节目第四季及之后所有季	正在履行
3	《蒙面唱将猜猜猜》第二季联合制作合同	江苏省广播电视集团有限公司	联合制作《蒙面唱将猜猜猜》第二季	履行完毕
4	《蒙面唱将猜猜猜 2018》电视节目合作协议书	江苏省广播电视集团有限公司	联合制作《蒙面唱将猜猜猜 2018》	履行完毕
5	《我们的挑战》联合制作合同	江苏省广播电视集团有限公司	联合制作《我们的挑战》	履行完毕
6	《这！就是街舞》委托制作协议	优酷信息技术（北京）有限公司、浙江阿里巴巴通信技术有限公司	受托承制《这！就是街舞》	履行完毕
7	《这！就是街舞》第二季节目联合制作及出品合作协议书	优酷信息技术（北京）有限公司	联合制作《这！就是街舞》第二季	履行完毕
8	《中国达人秀》第六季节目合作合同书	上海东方娱乐传媒集团有限公司	联合制作《中国达人秀》第六季	履行完毕
9	《新舞林大会》节目合作合同	上海东方娱乐传媒集团有限公司	联合制作《新舞林大会》	履行完毕
10	《这！就是街舞》第三季节目联合制作及	优酷信息技术（北京）有限公司	联合制作《这！就是街舞》第三季	履行完毕

序号	合同名称	合同对方	合同主要内容	实际履行情况
	出品合作协议书			
11	青年导演合作协议	优酷信息技术（北京）有限公司	与核心团队确定合作关系，未来制作 4 档节目	正在履行

（二）采购合同

截至本招股说明书签署日，公司已签署的年度交易金额在 6,000 万元以上已履行或正在履行的采购合同如下：

序号	合同名称	合同对方	合同主要内容	实际履行情况
1	商务履行服务协议及其补充协议	上海东美航空旅行社有限公司	国内国际机票服务合作框架协议	正在履行
2	房屋租赁合同及补充协议	上海亚和投资管理有限公司	承租上海虹桥路 1665 号星空广场 A604、B601、B509 单元	履行完毕
3	影音传媒综合商办新建项目（暂定）总包工程合同	中国建筑第八工程局有限公司	影音传媒综合商办新建项目（暂定）总包工程	正在履行
4	广播影视节目制作服务合同	上海东方传媒技术有限公司	广播影视节目制作服务框架协议	正在履行
5	《蒙面唱将猜猜猜》第三季艺人邀请委托书	长江龙新媒体有限公司	组织邀请艺人参加《蒙面唱将猜猜猜 2018》	履行完毕
6	广告代理合同	昌荣传媒股份有限公司	一汽大众品牌广告投放	履行完毕
7	《2019 中国好声音》项目合作三方合同	四川博迅文化传播有限责任公司、江苏华夏影视文化传媒有限公司	郎酒品牌广告投放	履行完毕
8	《2020 中国好声音》项目合作三方合同	四川博迅文化传播有限责任公司、江苏英迈文化传媒有限公司	郎酒品牌广告投放	正在履行

（三）融资合同及相关担保合同

1、2019 年 10 月 23 日，梦响启岸与交通银行上海徐汇支行签署《固定资产贷款合同》（编号：Z1909LN15619812），贷款金额为人民币 52,650 万元，用于“影

音传媒综合商办新建项目”的建设，贷款期限至 2030 年 9 月 19 日。

2、2019 年 10 月 23 日，梦响启岸与交通银行上海徐汇支行签署《抵押合同》（编号：C190922MG3104555），该合同之主合同为梦响启岸与徐汇支行之间签署的《固定资产贷款合同》（编号：Z1909LN15619812），抵押物为影音传媒综合商办新建项目的土地使用权。

3、2020 年 4 月 15 日，发行人与上海浦东发展银行空港支行签署《流动资金借款合同》（编号 98912020280100），借款金额为人民币 5,000 万元，借款期限为首次提款之日（2020 年 4 月 15 日）起一年。

4、2020 年 4 月 22 日，发行人与上海浦东发展银行空港支行签署《流动资金借款合同》（编号 98912020280101），借款金额为人民币 5,000 万元，借款期限为首次提款之日（2020 年 4 月 22 日）起一年。

二、对外担保

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保事项。

三、发行人及其控股子公司的重大诉讼或仲裁事项

（一）发行人及其控股子公司作为原告的重大诉讼、仲裁

报告期初至本招股说明书签署日，发行人及其控股子公司作为原告的、判决金额在人民币 500 万元以上的已结案诉讼、诉讼请求金额在人民币 500 万元以上的未结案诉讼纠纷及重要的已撤诉诉讼纠纷具体情况如下：

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
1	被告违反协议约定，擅自单方解除《合作协议》，但却继续大量使用原告的品牌标识销售相关产品，且拒付 2015 年度的标识使用费。	梦响强音	深圳市魅动音响有限公司[38]	深圳市魅动智能股份有限公司，成立于 2009 年 10 月 21 日，统一社会信用代码：91440300695573250D，法定代表人为：梅庆开，注册地址为：深圳市宝安区西乡街道鸿竹雍啟科技园 B 栋厂房 B 单元三楼，经营范围为：一般经营项目是：多媒体音箱、功放、耳机、振动音箱的销售；国内商业、物资供销业；营销服务；电子产品研发服务；货物及技术进出口。（以上均不含法律、行政法规、国务院决定禁止及规定需前置审批项目），许可经营项目是：多媒体音	法院判决：一、魅动公司应于判决生效之日起十日内支付梦响强音公司自 2014 年 12 月 25 日至 2015 年 12 月 24 日的“中国好声音”品牌标识使用费 200 万元；二、魅动公司应于判决生效之日起十日内按中国人民银行同期同类人民币贷款利率标准的三倍支付梦响强音公司自 2013 年 12 月 25 日至 2014 年 12 月 24 日“中国好声音”品牌标识使用费 200 万元的逾期违约金（合计 150 万元）；三、魅动公司应于判决生效之日起十日内按中国人民银行同期同类人民币贷款利率标准的三倍支付梦响强音公司自 2014 年 12 月 25 日至 2015 年 12 月 24 日“中国好声音”品牌标识使用费 200 万元的逾期违约金（合计 200 万元）	于 2018 年 2 月 23 日结案	梦响强音已收到执行款人民币 290 万元

[38] 2016 年 6 月 2 日更名为深圳市魅动智能股份有限公司。

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
				箱、功放、耳机、振动音箱的生产。			
2	原告按约履行相关节目协议，被告未按约定支付相关授权费/制作费/相关款项。经原告多次催讨，被告仍不履行付款义务	发行人	乐视网信息技术（北京）股份有限公司（以下简称“乐视网”）	乐视网信息技术（北京）股份有限公司（SZ. 300104），成立于 2004 年 11 月 10 日，统一社会信用代码：911100007693890511，法定代表人为：刘延峰，注册地址为：北京市朝阳区姚家园路 105 号 3 号楼 12 层 1503，经营范围为：计算机软、硬件的开发；计算机系统服务；销售计算机软、硬件及辅助设备、服装、鞋帽、皮革制品、针纺织品、日用品、玩具、文化用品、体育用品、家用电器、珠宝首饰、小轿车、汽车配件；从事互联网文化活动；互联网信息服务（含发布网络广告）；第二类增值电信业务中的信息	2019 年 3 月 28 日，北京市朝阳区人民法院下发（2017）京 0105 民初 54355 号《民事判决书》，法院判决（盖世英雄节目）：（1）被告乐视网信息技术（北京）股份有限公司于判决生效之日起十日内向发行人支付授权费用人民币 5,333,338 元，并向原告支付至实际支付日止逾期付款的罚息；（2）本案诉讼费用由被告承担。 2019 年 3 月 28 日，北京市朝阳区人民法院下发（2017）京 0105 民初 54358 号《民事判决书》，法院判决（中国好歌曲节目）：（1）被告乐视网信息技术（北京）股份有限公司向发行人支付授权费用人民币 1,000 万元，并向原告支付至实际支付日止逾期付款的罚息；（2）本案诉讼费用由被告承担。 2019 年 3 月 28 日，北京市朝阳区人民法院下发（2017）京 0105 民初 54361 号《民事判决书》，法院判决（蒙面唱将猜猜猜节目）：（1）被告乐视网信息技术（北京）股份有限公司向发行人	于 2020 年 5 月 25 日结案	发行人已经根据会计政策计提坏账准备，计提金额为 7,500.19 万元

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
				服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；制作，发行动画片、专题片、电视综艺，不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目（广播电视节目及电视剧制作许可证有效期至2019年12月14日）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	支付授权费用人民币5,400万元，并向原告支付违约金900万元；（2）本案诉讼费用由被告承担。 2019年3月28日，北京市朝阳区人民法院下发（2017）京0105民初54362号《民事判决书》，法院判决（我要上蒙面节目）：（1）被告乐视网信息技术（北京）股份有限公司向发行人支付拍摄制作费用人民币5,668,520元，并向原告支付逾期付款的违约金人民币2,268,542元；（2）本案诉讼费用由被告承担。 2019年4月15日，乐视网信息技术（北京）股份有限公司向北京知识产权法院提出上诉。 2020年5月25日，北京知识产权法院下发（2019）京73民终3266号民事判决书：就乐视网信息技术（北京）股份有限公司不服（2017）京0105民初54355号民事判决提出的上诉，判决：驳回上诉，维持原判。		

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
					2020 年 5 月 25 日，北京知识产权法院下发（2019）京 73 民终 3279 号民事判决书：就乐视网信息技术（北京）股份有限公司不服（2017）京 0105 民初 54358 号民事判决提出的上诉，判决：驳回上诉，维持原判。 2020 年 5 月 25 日，北京知识产权法院下发（2019）京 73 民终 3280 号民事判决书：就乐视网信息技术（北京）股份有限公司不服（2017）京 0105 民初 54362 号民事判决提出的上诉，判决：驳回上诉，维持原判。 2020 年 5 月 25 日，北京知识产权法院下发（2019）京 73 民终 3626 号民事判决书：就乐视网信息技术（北京）股份有限公司不服（2017）京 0105 民初 54361 号民事判决提出的上诉，判决：驳回上诉，维持原判。		
3	原告按约履行了广告投放义务，被告在支付了	星空国际	广西金嗓子食品有限公司、广西金嗓子有限责任公司（以	广西金嗓子食品有限公司，成立于 2016 年 2 月 17 日，统一社会信用代码：91450700MA5KB4EUXH，法定代表人为：江世名，注	2018 年 12 月 29 日，上海市第一中级人民法院作出一审判决：（1）被告广西金嗓子食品有限公司应于本判决生效之日起十日内支付原告星空国际广告费 5,167 万元，并以此为本金支付自 2016 年 12 月 26 日起至实际支付之日止按每日	于 2019 年 6 月 14 日结案	除收到前期强制执行的执行款 137.22 万元外，收

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
	1300 万元广告款后未再支付任何广告费。经原告多次催讨，被告仍不履行付款义务		下简称“金嗓子”）	册地址为：广西钦州市中马钦州产业园区中马大街 1 号公共服务中心 A223 室，经营范围为：食品、饮料的研发和销售。 广西金嗓子有限责任公司，成立于 1998 年 9 月 18 日，统一社会信用代码：9145020070875596XE，法定代表人为：江佩珍，注册地址为：柳州市跃进路 28 号，经营范围为：片剂（含金嗓子喉片）、硬胶囊剂、颗粒剂（含中药前处理和提取）生产、销售；糖果制品（糖果）生产销售；货物进出口。	万分之一计算的违约金；（2）驳回原告星空国际的其他诉讼请求。 2019 年 6 月 14 日，上海市高级人民法院下发（2019）沪民终 145 号《民事判决书》：原审判决认定事实清楚，适用法律正确，应予维持。判决驳回上诉，维持原判。		到金嗓子广告款 4,000 万元，根据双方签署执行和解协议，剩余 938.78 万元应收款项核销。
4	原告按约履行了合同义务，	发行人	巴士在线科技有限公司（以下简称	巴士在线科技有限公司，成立于 2008 年 6 月 13 日，统一社会信用代码：	2019 年 3 月 21 日，江西省南昌市中级人民法院下发（2017）赣 01 民初 520 号《民事判决书》，法院判决：一、巴士公司应于判决生效之日起十	于 2019 年 3 月 21 日结案	发行人已经根据会计政策计

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
	但被告在仅付了部分合作费用人民币500万元后未再支付。经原告多次催讨，被告仍不履行付款义务		“巴士在线”）	91360106674979016R，法定代表人为：王献蜀，注册地址为：江西省南昌市高新开发区火炬大街201号，经营范围为：计算机软件开发、技术服务、技术转让；信息网络工程、网络终端产品开发、应用；设计、制作、代理、发布国内各类广告业务；知识产权服务；广播电视节目的制作、发行；利用信息网络经营音乐娱乐产品、游戏产品、演出剧（节）目、表演、动漫产品；从事网络文化产品的展览、比赛活动；第二类增值电信业务中的信息服务和因特网接入服务业务（不含互联网信息服务）；文化娱乐经纪代理；票务代理；大型活动组织策划服务；网上贸易代理；国内贸易。（依法须经	日内一次性支付灿星文化合作费用1,500万元；二、巴士公司应于判决生效之日起十日内支付灿星文化司逾期付款违约金（截至2017年12月18日，逾期付款违约金为997,750元，之后的逾期付款违约金，以1,500万元为基数按年利率24%计算至合作费用付清之日止）。		提坏账准备，计提金额为1,350.00万元

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
				批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。			
5	原告按约履行了合同义务，但被告仍欠付 667 万元。经原告多次催讨，被告仍不履行付款义务	星空国际	巴士在线科技有限公司	同上	法院判决：一、巴士公司应于判决生效之日起十日内支付星空国际合同款 667 万元；二、巴士公司应于判决生效之日起十日内支付星空国际逾期付款违约金 133.40 万元。	于 2018 年 11 月 13 日结案	星空国际已经根据会计政策计提坏账准备，计提金额为 667 万元
6	本诉：原告按约履行了义务，但被告未经原告允许擅自多次在	发行人（反诉被告）	张*（反诉原告）	张*，男，身份证号码：150402198808******	法院调解：一、确认原告上海灿星文化传媒股份有限公司与被告于 2012 年 8 月 4 日签订的《合约书》于 2018 年 11 月 24 日解除。二、被告应支付原告上海灿星文化传媒股份有限公司 500 万元（其中 200 万元被告应于 2018 年 12 月 31 日前向原告履行，300 万元被告应于 2019 年 5	于 2018 年 11 月 24 日调解结案	发行人已经收到全部执行款

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
	外参加各类演艺活动。被告的行为构成了严重违约，并已对原告造成了重大损失。 反诉：原告并未就专辑收益、演出收益与被告进行结算并支付任何权利金，未尽到合同义				月 1 日前向原告履行）。		

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
	务。						
7	本诉：原告按约履行了义务，但被告未经原告允许擅自多次在外参加各类演艺活动、录唱新歌并发行等。被告的行为构成严重违约，并已对原告造成了重大损失。	发行人（反诉被告）	金**（反诉原告）	金**，男，身份证号码：220104198207******	2019 年 6 月 25 日，上海市长宁区人民法院作出（2018）沪 0105 民初 11941 号《民事判决书》，判决：（1）发行人与被告于 2012 年 7 月 30 日签订编号 5 的《合约书》于判决之日解除；（2）被告应于判决生效之日起三十日内支付发行人违约金 7,200,000 元；（3）被告应于判决生效之日起三十日内支付发行人律师费 239,000 元;（4）驳回发行人的其余诉讼请求；（5）驳回被告全部诉讼请求。	于 2019 年 6 月 25 日结案	发行人已经收到全部执行款

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
	反诉：请求确认《合约书》已经解除。						
8	原告根据合同约定已支付了260万美元。签约后，被告严重违约，未提供任何节目开发服务，至今未与原告联合开发《户外真人秀》节	发行人	Munhwa Broadcasting Corp.	Munhwa Broadcasting Corp.，营业执照注册号：116-81-13833，住所地为：韩国首尔特别市麻浦区城岩路267号，代表理事/社长为：朴晟济	2019年4月17日，发行人向上海市第一中级人民法院提起诉讼，诉请（1）判令被告返还原告联合开发费用260万美元，并支付违约金52万美元；（2）判令被告承担诉讼费。	本案目前仍在诉讼过程中。 在提交答辩状期间，被告提出管辖权异议。 2019年6月24日，上海市第一中级人民法院作出（2019）沪01民初121号《民事裁定书》，裁定驳回被告本案管辖权提出的异议。 2019年7月1日，Munhwa Broadcasting Corp. 向上海市高级人民法院提起上诉，诉请：上海市第一中级人民法院（2019）沪01民初121号民事裁定，并将本案移送至上诉人	目前尚未结案，对发行人财务报表无影响

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
	目。					住所地首尔西部地方法院审理。 2019 年 9 月 6 日，上海市高级人民法院作出（2019）沪民辖终 177 号《民事裁定书》，裁定驳回上诉，维持原裁定。 2020 年 4 月 26 日，发行人向上海市第一中级人民法院提交《财产保全申请书》，申请冻结、查封、扣押被申请人 MBC 发行人享有的 6,339,019.01 元债权或等值财务（发行人银行账户内对应该笔债权金额的现金），该等金额系发行人在发行人与 Munhwa Broadcasting Corp.合同书（《<面具歌王>补充合同》）争议案中依据中国国际经济贸易仲裁委员会的仲裁裁决应向 MBC 支付的金额。2020 年 5 月 7 日，上海市第一中级人民法院裁定准许上述申	

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
						请。 2020 年 7 月 20 日，MBC 向上海市第一中级人民法院提起反诉，具体情况详见招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、发行人及其控股子公司的重大诉讼或仲裁事项”之“（二）发行人及其控股子公司作为被告的重大诉讼、仲裁”	
9	原告按约履行了合同全部义务，被告经原告多次催讨，仍未按约支付相应的结算款。	发行人	浙江和盛传媒有限公司（被告） 深圳广播电影电视集团（第三人）	浙江和盛传媒有限公司，成立于 2004 年 4 月 15 日，统一社会信用代码：9133010375953696XQ，法定代表人为：韦炜，注册地址为：杭州市下城区华电弄 78 号 303 室，经营范围为：服务：制作、复制、发行：专题、专栏、综艺、动画片、广播剧、电视剧，设计、制作、代理国内广告，承办会	2020 年 6 月 29 日，上海市长宁区人民法院作出（2020）沪 0105 民初 405 号民事调解书，发行人与浙江和盛传媒有限公司达成调解协议：1、发行人与浙江和盛传媒有限公司、深圳广播电影电视集团确认发行人仍有广告费 938 万元未结算；2、浙江和盛传媒有限公司应于 2020 年 7 月 1 日前向发行人支付广告费 5,117,365.23 元；3、深圳广播电影电视集团应于 2020 年 8 月 1 日前向发行人支付广告费 8,319.70 元；4、浙江和盛传媒有限公司应在 2021 年 7 月 1 日前向发行人支付广告投放预付款 600 万元，否则发行人	于 2020 年 6 月 29 日调解结案	发行人已经根据会计政策计提坏账准备，计提金额为 469 万元

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
				展，企业形象策划。其他无需报经审批的一切合法项目。 深圳广播电影电视集团，统一社会信用代码：124403004557560742，法定代表人：岳川江，住所：深圳市罗湖区东门街道怡景路深圳电视台大院，有效期：自 2017 年 07 月 10 日至 2022 年 07 月 09 日，业务范围：广播电影电视和其他信息，促进社会经济文化发展。〈广播/电影/电视〉节目制作 播放 销售 研究 对外交流〈设备技术〉开发 引进〈经营/宣传〉广告 管理研究 〈广播/电视〉节目发射 有线传输网络建设数	有权就差额部分要求浙江和盛传媒有限公司补足；5、本案案件受理费 23,785 元、财产保全费 5,000 元，均由发行人承担。		

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解方案	进展阶段	对经营及财务影响
				字电视规划发展文会展业			

此外，报告期内，发行人作为原告的，判决或诉请金额在人民币 200 万元以上、500 万元以下的诉讼、仲裁（含已结及未结）共计 3 件，其中 1 件已结案，剩余 2 件尚未结案，诉请金额分别为人民币 400 万元、人民币 2,056,687.77 元。

在上述诉讼事项中，公司针对乐视网、巴士在线、金嗓子以及深圳广播电影电视集团已确认收入的应收账款，根据坏账计提政策单项计提或按账龄计提了坏账准备，截至本招股说明书出具之日，合计计提坏账准备人民币 9,986.19 万元。

（二）发行人及其控股子公司作为被告的重大诉讼、仲裁

报告期初至本招股说明书签署日，发行人及其控股子公司作为被告的、判决金额在人民币 500 万元以上的已结案诉讼、诉讼请求金额在人民币 500 万元以上的未结案诉讼纠纷及重要的已撤诉诉讼纠纷具体情况如下：

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
1	原告主张被告未经授权使用“中国好声音”节目名称和包含“中国好声音”的商标标识的行为，造成相关公众的混淆误认，构成对原告享有的驰名商标权和知名服务特有名称权的侵犯	浙江唐德影视股份有限公司	发行人、世纪丽亮（北京）国际文化传媒有限公司	浙江唐德影视股份有限公司（SZ.300426），成立于 2006 年 10 月 30 日，统一社会信用代码：91330000794397512J，法定代表人为：吴宏亮，注册地址为：浙江横店影视产业实验区 C3-028，经营范围为：制作、复制、发行：专题、专栏、综艺、动画片、广播剧、电视剧（范围详见《广播电视节目制作经营许可证》），影视服装道具租赁，影视器材租赁，影视文化信息咨询，企业形象策划，会展会务服务，摄影摄像服务，制作、代理、发布影视广告，影视投资与管理，组织、策划综艺活动，电影、电视剧本的创作，货物与技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。 世纪丽亮（北京）国际文化传媒有限公司，成立于 2014 年 4 月	达成《和解协议书》后原告撤诉，法院出具裁定书准许撤诉。	于 2018 年 7 月 13 日撤诉结案	双方达成和解协议，互不要求赔偿或补偿。

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
				28 日，统一社会信用代码：91110105098793 44X2，法定代表人为：王丽君，注册地址为：北京市朝阳区北花园街甲 1 号院 1 号楼 4 层 413，经营范围为：演出经纪；文艺表演；组织文化艺术交流活动；技术推广服务；销售日用品、文具用品、服装鞋帽、五金交电、化工产品（不含危险化学品）、建筑材料、工艺品、首饰、家用电器、计算机、软件及辅助设备、汽车配件、机械设备、电子产品、通讯设备、金属材料；设计、制作、代理、发布广告；企业管理咨询；经济贸易咨询；会议及展览服务；摄影、扩印服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止			

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
				和限制类项目的经营活动。）			
2	原告主张被告未经原告同意擅自在相同或类似服务上使用与原告享有专用权的商标相同或高度近似的标识/名称，在公众中造成误认和混淆，且严重损害了原告的合法权益，行为构成对原告	精英许可股份有限公司	星空时尚、重庆星垣文化传媒有限公司	精英许可股份有限公司，住所地为瑞士联邦帕拉迪所市卡托利大街 3 号，法定代表人：保罗·巴比尔，董事会主席。 重庆星垣文化传媒有限公司，成立于 2015 年 11 月 10 日，统一社会信用代码：91500103MA5U3HHM42，法定代表人为：陶志刚，注册地址为：重庆市渝北区食品城大道 18 号重庆广告产业园 13-2-4-1，经营范围为：承办经批准的文化交流活动（国家有专项规定的除外)；企业形象策划；公关活动策划；商务信息咨询；设计、制作、代理、发布国内外广告（法律、法规禁止的不得经营；法律、法规限制的取得许可或审批后方可经营）；会议及展览服务（法律、	2017 年 7 月 3 日，精英许可股份公司向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，诉请（1）被告一发行人子公司星空时尚、被告二重庆星垣文化传媒有限公司立即停止所有对原告的商标侵权行为，包括停止使用与原告“elite”、“  ”注册商标相同或者近似的标识和名称；（2）两被告在《法制日报》上刊登关于其行为侵犯原告注册商标专用权的声明，以消除其侵权违法行为给原告造成的不良影响；（3）两被告赔偿原告经济损失及为制止侵权行为所支付的合理开支共计人民币 500 万元。	本案目前仍在诉讼过程中。 在提交答辩状期间，被告提出管辖权异议。 2017 年 8 月 14 日，上海市徐汇区人民法院作出（2017）沪 0104 民初 16908 号《民事裁定书》，驳回被告对本案管辖权提出的异议。 2019 年 6 月 14 日，上海市徐汇区人民法院下发（2017）沪 0104 民初 16908 号《民事判决书》：（1）被告星空时尚文化传播（上海）有限公司、重庆星垣文化传媒有限公司立即停止侵害原告	根据管理层评估，公司未计提预计负债。

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
	注册商标专用权的侵犯			法规规定需审批或许可的项目除外）；销售工艺美术品（不含文物）；计算机平面设计（法律、法规规定需审批或许可的项目除外）；从事建筑相关业务（凭相关资质证书执业）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。		精英许可股份公司第10099486号、第G663732号注册商标专用权；（2）被告星空时尚文化传播（上海）有限公司于本判决生效之日起三十日内就其侵权原告精英许可股份公司第10099486号、第G663732号注册商标专用权在《法制日报》上刊登声明消除影响（声明内容须经本院审核）；如逾期不履行，本院将在相关媒体上发布本判决的主要内容，相关费用由被告星空时尚文化传播（上海）有限公司承担；（3）被告星空时尚文化传播（上海）有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿原告精英许可股份公司经济损失	

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
						3,500,000 元；（4）被告星空时尚文化传播（上海）有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿原告精英许可股份公司为制止侵权支付的合理开支 122,302 元；（5）被告重庆星垣文化传媒有限公司对上述第（3）（4）项赔偿款在 300,000 元范围内承担连带责任；（6）驳回原告精英许可股份公司的其余诉讼请求。 2019 年 7 月 2 日，星空时尚向上海知识产权法院提出上诉，诉请：（1）撤销上海市徐汇区人民法院（2017）沪 0104 民初 16908 号判决，发回重审或依法改判驳回被上诉人精英许可股份公司	

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
						全部诉讼请求。（2）一审及二审费用由被上诉人精英许可股份公司承担。	
3	原告主张被告在未经原告授权许可的情况下，公开传送其现场表演，并且未支付任何报酬，违背表演者意志行使表演者的权利，损害表演者法定利益。同时，也侵犯了	蜂鸟音乐有限公司、邓诗颖	发行人、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司	蜂鸟音乐有限公司，成立于 2008 年 6 月 13 日，住所地为：香港铜锣湾高士威道 8 号航空大厦 19 楼。 邓诗颖，女，中国香港籍人士。 江苏省广播电视总台，统一社会信用代码 123200004660120461；法定代表人：卜宇；注册地址：南京市北京东路 4 号；登记管理部门名称：江苏省事业单位登记管理局；经营范围：制作播出广播电视节目,促进社会经济文化发展。新闻宣传、影视节目制作、传输发射、广电网络建设、广播影视产业开发。	2018 年 9 月 1 日，蜂鸟音乐有限公司、邓诗颖向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，诉请（1）判令发行人、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司立即停止侵害、消除影响、赔礼道歉；（2）判令发行人、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北京）股份有限公司连带赔偿因侵权造成蜂鸟音乐有限公司、邓诗颖的经济损失人民币 1,300 万元及为制止侵权行为支付的合理费用人民币 484,000 元；（3）本案的诉讼费用由发行人、江苏省广播电视总台、乐视网信息技术（北	本案目前仍在诉讼过程中。 在提交答辩状期间，发行人提出管辖权异议。 2018 年 10 月 30 日，北京市朝阳区人民法院作出（2018）京 0105 民初 78099 号《民事裁定书》，驳回被告发行人提出的管辖权异议。被告不服北京市朝阳区人民法院（2018）京 0105 民初 78099 号民事裁定，于 2018 年 11 月 20 日向北京知识产权法院提起管	发行人已合理预估应付金额计入应付账款并结转成本。

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
	邓诗颖的姓名权及肖像权。			乐视网信息技术（北京）股份有限公司基本情况同上。	京）股份有限公司承担。	辖权异议上诉。 2019 年 4 月 4 日，北京知识产权法院作出（2019）京 73 民辖终 95 号《民事裁定书》，驳回上诉，维持原裁定。	
4	原告主张被告未按照合同约定及时向原告支付报酬	YG ENTERTAINMENT INC.	发行人	YG ENTERTAINMENT INC.，住所地为：首尔特别市麻浦区喜雨亭路 1 街 3（含并洞），法定代表人为：梁民锡（YANG/ MIN SUK）	2019 年 1 月 9 日，YG ENTERTAINMENT INC.向上海市第一中级人民法院提起诉讼，诉请（1）被告向原告支付拖欠的艺人报酬税后人民币 410 万元；（2）被告向原告支付为履行合同实际发生的伴舞、化妆、发型、造型师劳务费用、服装费用、交通费、餐饮费、住宿费共计韩元 700,537,201 元（暂按 2019 年 1 月 9 日汇率计算，相应折合人民币 4,267,373 元）；（3）被告向原告支付违约金人民	本案各方已于 2020 年 1 月 8 日签署《和解协议》，各方依据《和解协议》向法院申请撤诉。 根据《和解协议》：发行人就原合同再向原告支付报酬人民币 388 万元。双方就原合同项下之争议达成的全面和解，双方充分履行《和解协议》项下之义务后，视为原合同已履行完毕，双方就原合	发行人已与 YG ENTERTAINMENT INC.达成和解，两案和解金额共计不含税 351.59 万元，超过原暂估金额的部分 184.53 万元计入当期损益。

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
					币 220 万元；（4）被告承担原告因本案发生的实际支出，包括公证认证费及律师费；（5）被告承担本案案件受理费。 2019 年 1 月 9 日，YG ENTERTAINMENT INC.向上海市第一中级人民法院提起诉讼，诉请（1）被告向原告支付拖欠的艺人报酬税后人民币 630 万元；（2）被告向原告支付为履行合同实际发生的伴舞、化妆、发型、造型师劳务费用、服装费用、歌曲改编著作权费、交通费、餐饮费、住宿费共计韩元 259,289,839 元（暂按 2019 年 1 月 9 日汇率计算，相应折合人民币 1,579,483 元）；（3）被告向原告支付违约金人民币 330 万元；（4）被告承担	同及《盖世音雄》节目合作再无争议。 2020 年 1 月 20 日，上海市第一中级人民法院分别下发《民事裁定书》（（2019）沪 01 民初 22 号）、（（2019）沪 01 民初 23 号），准许原被告双方撤诉。	

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
					原告因本案发生的实际支出，包括公证认证费及律师费；（5）被告承担本案案件受理费。		
5	原告主张被申请人拖延支付广告收益分成的行为违反了合同约定，应承担相应的违约责任	Munhwa Broadcasting Corp.	发行人	Munhwa Broadcasting Corp.，营业执照注册号：116-81-13833，住所地为：首尔特别市麻浦区城岩路 267 号，代表理事/社长为：朴晟济	仲裁庭裁决如下：（1）被申请人向申请人支付广告收益分成人民币 5,650,684.40 元；（2）被申请人以人民币 5,650,684.40 元为基数，按照年利率 4.35%，自 2019 年 9 月 11 日起向申请人支付利息，直至实际付款之日；（3）被申请人向申请人提供合作节目中国版本第一季节目的制作费用明细及结账证明；（4）驳回其他仲裁请求；（5）本案仲裁费人民币 538,158 元，全部由被申请人承担。该笔费用已由申请人全额预缴，故被申请人应向申请人支付人民币 538,158 元以补偿申请	于 2020 年 4 月 13 日结案。（该案件于 2020 年 4 月 13 日结案，经仲裁庭裁决，发行人应向 Munhwa Broadcasting Corp.支付广告收益分成人民币 565.07 万元，并按照年利率 4.35%，自 2019 年 9 月 11 日起支付利息，直至实际付款之日。截至 2020 年 4 月 24 日，分成款及利息合计 580.29 万元。）	发行人已支付 633.90 万元，超过原暂估金额的部分 544.43 万元计入当期损益。

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
					人代其垫付的仲裁费。上述（1）（3）（5）项，被申请人须于本裁决生效之日起 15 日内履行完毕。本裁决为终局裁决，自作出之日起生效。		
6	原告主张被告一、被告二违反合同约定，未能履行网络发行利润分成余款支付，以及广告利润分成的结算和支付义务，按照约定承担相应的违约责	Munhwa Broadcasting Corp.	被告一：发行人； 被告二：央视创造传媒有限公司	Munhwa Broadcasting Corp.，营业执照注册号：116-81-13833，住所地为：首尔特别市麻浦区城岩路 267 号，代表理事/社长为：朴晟济 央视创造传媒有限公司，成立于 2013 年 10 月 17 日，统一社会信用代码：91110105080525324C，法定代表人为：过彤，注册地址为：北京市朝阳区八里庄东里 1 号 CF09-A，经营范围为：广播电视节目制作、发行（广播电视节目制作经营许可证有效期至 2019 年 04 月 01 日）；出版物零售；设计、制作、代理、发布广	2019 年 1 月 21 日，Munhwa Broadcasting Corp.向上海市第一中级人民法院提起诉讼，诉请：一、被告一支付网络发行利润分成余款人民币 2,600,000 元；二、被告一结算并支付广告利润分成约人民币 34,000,000 元（以实际广告利润分成数额为准）；三、判令被告一支付延迟履行滞纳金约人民币 12,656,160 元（其中，网络发行利润分成滞纳金约 919,360 元，自 2016 年 8 月 20 日起算，暂计至 2019 年 1 月 21 日止，以 2,600,000 为基数，按每日万分之四计	本案目前仍在诉讼过程中。	发行人已合理预估应付金额计入应付账款并结转成本。

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
	任			告；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；企业策划；公共关系服务；会议服务；承办展览展示活动；组织文化艺术交流活动（不含演出）；从事文化经纪业务；文艺创作；舞蹈技术培训；声乐技术培训；投资管理；资产管理；市场调查；投资咨询；企业管理咨询；教育咨询（不含出国留学咨询及中介服务）；工艺美术设计；电脑动画设计；翻译服务；销售服装、鞋帽、金属材料、工艺品、珠宝首饰、电子产品、文具用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物零售以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	算；广告利润分成滞纳金约11,736,800元，自2016年9月10日起算，暂计至2019年1月21日止，以34,000,000元为基数，按每日万分之四计算。上述滞纳金的截止日期以被告一实际支付日为准）；四、判令本案的诉讼费由被告一承担。		

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
7	原告主张被告违反合同约定，未能履行授权费、网络发行利润分成款、广告收益分成款、国内及海外发行收益分成款、衍生品收益分成款支付义务，按照约定应承担相应的违约责任	Munhwa Broadcasting Corp.	发行人	Munhwa Broadcasting Corp.，营业执照注册号：116-81-13833，住所地为：首尔特别市麻浦区城岩路 267 号，代表理事/社长为：朴晟济	2020 年 7 月 15 日，Munhwa Broadcasting Corp.向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，诉请：1、判令发行人支付中国版《蒙面歌王》第三季和第四季的授权费用共计 5,600,000 美元，折合人民币 39,495,120 元；2、判令发行人支付中国版《蒙面歌王》第二季和第三季网络发行收益分成人民币 42,000,000 元；3、判令发行人提供中国版《蒙面歌王》授权节目第二、三、四季的广告收益分成、国内及海外发行收益分成、衍生产品收益分成以及第四季节目的网络发行收益分成的收入明细及凭证；4、判令发行人支付未按约定支付中国版《蒙面歌王》第三季及第四季授权费用的滞纳金，共计 1,918,560 美元，折合人	本案目前仍在诉讼过程中	对发行人财务报表无影响

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
					民币 13,531,028.11 元；5、判令发行人支付违约金共计 2,160,000 美元，折合人民币 15,233,832 元；6、判令发行人承担 Munhwa Broadcasting Corp.为维护合法权益支出的合理费用，暂计人民币 211,829.37 元（上述第 1 项至第 6 项诉讼请求金额共计人民币 110,471,809.48 元）；7、判令发行人承担本案的诉讼费用。		
8	反诉： MBC 主张发行人违反合同约定，未能就《我们的挑战》节目履行全部联合开发	Munhwa Broadcasting Corp.（反诉原告）	发行人（反诉被告）	Munhwa Broadcasting Corp.，营业执照注册号：116-81-13833，住所地为：韩国首尔特别市麻浦区城岩路 267 号，代表理事/社长为：朴晟济	2020 年 7 月 20 日，就发行人 2019 年 4 月 17 日向上海市第一中级人民法院诉 MBC《户外真人秀》合同纠纷案，MBC 向上海市第一中级人民法院提起反诉，诉请（1）反诉被告向反诉原告支付联合开发费人民币 33,000,000.00 元；（2）反诉被告向反诉原告支	本案目前仍在诉讼过程中。	对发行人财务报表无影响

序号	纠纷产生的原因	原告	被告	涉及各方基本情况	诉请/生效判决/和解情况	进展阶段	对经营及财务影响
	费支付义务，按照约定应承担相应的违约责任				付违约金人民币10,000,000.00元；（3）反诉被告赔偿反诉原告逾期付款利息损失：以人民币43,000,000.00元为基数，自2017年那月5日起至2019年8月19日，按照同期中国人民银行公布的贷款基准利率计付，合计人民币4,449,591.67元；以人民币43,000,000.00元为基数，自2019年8月20日之后至实际支付之日止，按同期全国银行间同业拆借汇中心公布的贷款市场报价利率（LPR）计付。		

根据上海星投、上海昼星、田明出具的承诺，若根据最终判决/裁决，灿星文化或其子公司需赔付合计金额高于截至承诺函出具之日已计入应付账款科目的应付原告方的合计暂估金额，则差额部分由上海星投、上海昼星、田明共同连带向灿星文化进行补偿。据此，上述纠纷不会对发行人持续经营构成重大不利影响，不构成本次发行上市的法律障碍。

综上所述，上述诉讼对发行人的资产、财务状况和持续盈利能力不会产生重大不利影响，不会对本发行人本次发行上市造成实质性法律障碍。

（三）发行人与 MBC 的诉讼、仲裁纠纷情况

1、涉诉事项的背景，频繁与 MBC 发生争议的原因

发行人与 MBC 之间的诉讼/仲裁纠纷主要围绕发行人与其于 2015 年、2016 年签署的相关协议，涉及《蒙面歌王》第一季节目合同、《了不起的挑战》节目合同、《蒙面歌王》第二、三、四季节目合同及其补充合同、联合开发《户外真人秀》节目合同。

发行人与 MBC 合同书争议案（《蒙面歌王》第一季节目合同）、MBC 诉发行人、央视创造传媒有限公司其他合同纠纷（《了不起的挑战》节目合同）涉及 2015 年播出的《蒙面歌王》、《了不起的挑战》节目，发行人制作了相应节目并均已按约定支付了授权费及部分网络发行收益分成等费用，但因播出平台结算等原因未及时完成广告收益等款项结算。MBC 于 2019 年 1 月（即发行人上市审核过程中）提出相应诉请、主张极高的广告收益、网络发行收益分成及相应的滞纳金、违约金金额，发行人及其诉讼律师认为该等主张明显缺乏依据，已结案的（2020）中国贸仲京字第 027389 号案件（蒙面歌王第一季合同纠纷）结果亦印证发行人及其诉讼律师的前述判断（MBC 原始主张金额为人民币 4,399 万元、裁决支持金额为人民币 579 万元）。

发行人与 MBC 于 2016 年 2 月签订了蒙面歌王第二、三、四季《合同书》并根据合同约定及时向 MBC 支付了合计 420 万美元的合同预付款，在 2016 年 10 月因情势变更等原因签署了前述合同之《补充合同》，将已支付的 420 万美元

款项中的 260 万美元折抵为联合开发《户外真人秀》节目合同项下的部分联合开发费。在 MBC 向发行人提起 MBC 合同书争议案（《蒙面歌王》第一季节目合同）、MBC 诉发行人、央视创造传媒有限公司其他合同纠纷（《了不起的挑战》节目合同）的仲裁和诉讼后，为维护发行人自身合法权益，发行人于 2019 年 4 月份向法院提起诉讼，鉴于 MBC 并未实际履行联合开发《户外真人秀》节目合同项下义务、未与发行人联合研发节目、亦未向发行人提供制作咨询服务，因此发行人要求 MBC 返还联合开发《户外真人秀》节目合同项下发行人已支付的联合开发费。

在发行人向 MBC 提起返还联合开发费之诉后，MBC 于 2020 年 7 月份分别（1）向上海市第一中级人民法院就《户外真人秀》节目合同提起反诉，诉请发行人支付剩余联合开发费，并相应支付违约金及利息；（2）向上海市徐汇区人民法院提起《蒙面歌王》第二、三、四季节目合同纠纷之诉。

上述相关诉讼背景具体如下：

（1）发行人与 MBC 合同书争议案（《蒙面歌王》第一季节目合同）

2015 年 5 月 29 日，发行人与 MBC 签订了《合同书》、《修改协议》及《<面具歌王>补充合同》，约定发行人向 MBC 购买《面具歌王》节目模式。根据上述合同，发行人于 2015 年制作并推出了《蒙面歌王》第一季节目。该节目于 2015 年 7 月 19 日至 2015 年 9 月 27 日在江苏卫视播出，江苏省广播电视总台在向广电总局申报时注明是引进版权的节目。

2019 年 1 月，MBC 于中国国际经济贸易仲裁委员会向发行人提起仲裁，请求发行人支付广告收益分成、违约金、相应利息。经仲裁庭审理后，2019 年 12 月，MBC 变更仲裁请求金额。

2020 年 4 月 13 日，仲裁庭作出裁决：（1）被申请人向申请人支付广告收益分成人民币 5,650,684.40 元；（2）被申请人以人民币 5,650,684.40 元为基数，按照年利率 4.35%，自 2019 年 9 月 11 日起向申请人支付利息，直至实际付款之日；（3）被申请人向申请人提供合作节目中国版本第一季节目的制作费用明细及结账证明；（4）驳回其他仲裁请求；（5）本案仲裁费人民币 538,158 元，全部由被申请人承担。该笔费用已由申请人全额预缴，故被申请人应向申

请人支付人民币 538,158 元以补偿申请人代其垫付的仲裁费。上述（1）（3）（5）项，被申请人须于本裁决生效之日起 15 日内履行完毕。截至招股说明书签署之日，本案已执行完毕。

（2）MBC 诉发行人、央视创造传媒有限公司其他合同纠纷（《了不起的挑战》节目合同）

2015 年 6 月 30 日，发行人与 MBC、央视创造传媒有限公司签订了《合同书》，2016 年 5 月 18 日，发行人与 MBC 签订《<无限挑战>补充合同》，就 MBC 授权发行人与央视创造传媒有限公司制作、播出《无限挑战》节目事宜进行约定。根据上述合同，发行人于 2015 年底至 2016 年初制作并推出了《了不起的挑战》节目。该节目于 2015 年 12 月 6 日至 2016 年 3 月 27 日在中央电视台综合频道播出。

2019 年 1 月 21 日，MBC 向上海市第一中级人民法院提起诉讼，诉请发行人支付网络发行利润分成余款、广告利润分成及相应滞纳金。

截至本回复出具之日，本案已经上海市第一中级人民法院开庭审理，正在进行司法审计。

（3）MBC 诉发行人知识产权合同纠纷（《蒙面歌王》第二、三、四季节目合同）诉讼背景

《蒙面歌王》第一季播出后，发行人与 MBC 于 2016 年 2 月签订了蒙面歌王第二、三、四季《合同书》，约定发行人有权独家使用《蒙面歌王》节目模式制作中国版节目第二、三、四季，于 2016 年至 2018 年每年制作播出一季节目。授权期限为 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，总授权费用为 840 万美元（每季 280 万美元）。发行人根据《合同书》约定，于 2016 年 3 月向 MBC 支付了 420 万美元第二、三、四季节目授权费预付款。

2016 年 10 月，发行人与 MBC 签署蒙面歌王第二、三、四季《合同书》之《补充合同》，补充约定，“甲（MBC）乙（发行人）双方已签署一份明星歌唱类节目《合同书》（以下简称‘原合同’），乙方合同编号为 PV15-11-962，内容为甲方为乙方提供制作咨询服务。……。1. 原合同中第二条关于第二季节目授权费用变更如下：第二季节目授权费用为 USD$1,600,000/季，甲方按原合同参与

广告收益、网络发行收益、国内及海外发行收益、衍生品开发收益分成。……。双方对于此档联合研发的节目，同等的享有优先续约权。乙方在本补充协议签订后30天内向甲方支付第三、四季节目的续约保证金共计US$200,000。……。自第三、四季节目开始，当年度6月31日前，如国家政策未对中韩联合研发模式提出书面认可意见而导致的乙方无法进行当季节目制作，当季合约自动解除，乙方不承担任何违约责任和赔偿，甲方应退还保证金（免息）。……。关于本补充合同中约定的2016年播放的明星歌唱类节目的知识产权归乙方（发行人）所有，包括但不限于节目的版权模式、节目商标、节目图案、节目名称等著作权利。”

2020年7月15日，MBC向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，主张发行人自主研发原创的《蒙面唱将猜猜猜（第一季）》、《蒙面唱将猜猜猜（第二季）》、《蒙面唱将猜猜猜（第三季）》节目即《蒙面歌王》第二季、第三季、第四季节目，诉请发行人支付《蒙面歌王》第三季和第四季的授权费用，要求发行人将《蒙面唱将猜猜猜（第一季）》、《蒙面唱将猜猜猜（第二季）》的网络发行收益向其分成，向其提供《蒙面唱将猜猜猜（第一季）》、《蒙面唱将猜猜猜（第二季）》、《蒙面唱将猜猜猜（第三季）》节目广告收益分成、国内及海外发行收益分成、衍生产品收益分成以及第四季节目的网络发行收益分成的收入明细及凭证，并相应支付滞纳金、违约金。

截至招股说明书签署之日，本案尚在一审诉讼过程中。

（4）发行人诉MBC及MBC反诉发行人合同纠纷（联合开发《户外真人秀》节目合同）诉讼背景

《了不起的挑战》第一季播出后，MBC（甲方）与发行人（乙方）于2016年10月9日签订了《合同书》，约定双方联合开发《户外真人秀》节目。根据《合同书》，“联合开发费用（甲方提供技术团队）人民币50,000,000元，NET。……。乙方（发行人）享有本合同所述节目完全的知识产权，包括但不限于节目的版权模式、节目商标、节目图案、节目名称等著作权利。”

同日，MBC（甲方）与发行人（乙方）签订了《补充合同》。根据《补充合同》，“《合同书》第三条第一款第一项‘首款：乙方于合同签订生效后的30

日之内支付人民币 20,000,000 元，NET。’该笔款项中的 17,000,000，NET 由《蒙面歌王》合同书中甲方给乙方的退款 17,000,000，NET 折抵，即乙方仅需支付甲方 3,000,000，NET。”

2019 年 4 月 17 日，发行人向上海市第一中级人民法院提起诉讼，诉请 MBC 返还联合开发费用并支付违约金。2020 年 7 月 20 日，MBC 向上海市第一中级人民法院提起反诉，诉请发行人支付剩余联合开发费用，并相应支付违约金及利息。

截至招股说明书签署之日，本案尚在一审诉讼过程中。

2、相关节目及后续系列节目的制作、播出涉嫌侵犯他人知识产权的情况，上述诉讼事项影响发行人后续相关节目的播出及收益分成情况

（1）发行人自主研发原创《蒙面唱将猜猜猜》系列节目，《蒙面唱将猜猜猜》系列节目的制作、播出不存在侵犯他人依法享有的知识产权的情形，诉讼事项不会影响发行人后续相关节目的播出及收益分成

发行人于 2016 年起自主研发原创了《蒙面唱将猜猜猜》系列节目，截至目前已播出四季，第五季节目目前正在播出中，各季节目具体情况如下：

序号	节目	播出时间	电视平台	网络平台	营业收入	
					金额	占比
1	《蒙面唱将猜猜猜》第一季	2016 年 9 月 18 日至 2016 年 11 月 27 日	江苏卫视	乐视	31,830.67	13.64%
2	《蒙面唱将猜猜猜》第二季	2017 年 9 月 3 日至 2017 年 11 月 19 日	江苏卫视	优酷	32,198.27	19.20%
3	《蒙面唱将猜猜猜》第三季	2018 年 10 月 21 日至 2018 年 12 月 30 日	江苏卫视	优酷	26,516.12	21.53%
4	《蒙面唱将猜猜猜》第四季	2019 年 10 月 13 日至 2019 年 12 月 22 日	江苏卫视	优酷	13,283.02	10.21%
5	《蒙面唱将猜猜猜》第五季	2020 年 11 月 1 日起播出（播出中）	江苏卫视	优酷	-	-

①《蒙面唱将猜猜猜》系发行人自主原创的综艺节目

A、其制作《蒙面唱将猜猜猜》系列节目背景如下：1）新闻出版广电总局2016年6月下发《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》限制引进境外版权模式节目的播放；2）发行人作为业内顶尖的综艺节目制作公司，具备优秀的节目制作水准、完备且磨合多年的核心制作团队、丰富的大型节目制作经验和持续创新能力，具有创造支撑节目模式的原创性内容的能力；3）发行人在行业内经营多年，积累了丰富的创作素材和经验，拥有自主原创节目模式、主导节目制作的意愿。

B、根据《关于做好2014年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》（广发[2013]68号）：“3. 抵制过度娱乐，防止雷同浪费。每季度总局通过评议会择优选择一档歌唱类选拔节目安排在黄金时段播出，其余不得安排在19:30-22:30之间播出；总局将对电视晚会进行调控，原则上重要节假日期间每日不超过3台。”因此，每年可以在电视上星综合频道19:30-22:30黄金时段播出的歌唱类选拔节目不超过四档。由于《蒙面歌王》系歌唱类选拔节目，需经国家广电总局批准方能在电视上星综合频道黄金时段播出，《蒙面歌王》最终播出时间为非黄金时段的22:30，播出时间较晚，不适应本土招商。

C、基于上述背景，发行人自主原创制作了《蒙面唱将猜猜猜》系列节目，《蒙面唱将猜猜猜》系猜谜娱乐综艺，除歌手蒙面演唱外，《蒙面唱将猜猜猜》系列节目与《蒙面歌王》其他要素并不相同，节目模式存在差异，播出时间为每周日晚20:30。此外，综艺节目模式属于思想，不受知识产权法律的保护，但具体实施、支撑节目模式各类细节的原创性内容可归属于著作权、专利权或商标权内容、受知识产权法律的保护，《蒙面唱将猜猜猜》节目模式细节的知识产权与《蒙面歌王》不同，且由发行人拥有，因此不存在知识产权侵权的情形。

综上，《蒙面唱将猜猜猜》为发行人原创节目，发行人享有《蒙面唱将猜猜猜》相关内容的知识产权。

②MBC并未履行蒙面歌王第二、三、四季《合同书》项下的义务，且针对第三、四季节目的合约已自动解除、《补充合同》明确约定2016年播出的明星歌唱类节目知识产权归发行人

发行人与 MBC 于 2016 年 10 月签订《补充合同》，调整了第二季节目授权费，并就第三季、四季节目的续约保证金及第三、四季节目合约终止情形等进行补充约定。其中，就知识产权归属进一步明确“关于本补充合同中约定的 2016 年播放的明星歌唱类节目的知识产权归乙方（发行人）所有，包括但不限于节目的版权模式、节目商标、节目图案、节目名称等著作权利。”

综上所述，即使根据《蒙面歌王》第二、三、四季《合同书》及《补充合同》MBC 亦无权对发行人“2016 年播放的明星歌唱类节目”提出任何知识产权方面的权利主张、且 MBC 亦并未实际履行《蒙面歌王》第二、三、四季《合同书》及《补充合同》项下义务，发行人亦未制作《蒙面歌王》第二、三、四季节目，且《蒙面歌王》第三、四季合约已根据《补充合同》约定自动解除。《蒙面唱将猜猜猜》系列节目的商标、文字脚本、舞美设计、面具饰品专利等模式的具体表达均为发行人原创，发行人拥有相关知识产权。《蒙面唱将猜猜猜》系列节目及后续系列节目的制作、播出不存在侵犯他人依法享有的知识产权的情形，上述诉讼事项不会影响发行人后续相关节目的播出及收益分成。

（2）发行人自主研发原创《我们的挑战》节目，《我们的挑战》节目的制作、播出不存在侵犯他人依法享有的知识产权的情形，发行人报告期内未再制作该节目的续季，不涉及影响发行人后续相关节目的播出及收益分成的情况

发行人于 2016 年底自主研发原创了《我们的挑战》节目，该节目于江苏卫视播出一季后，发行人未再制作该节目的续季，该节目具体情况如下：

序号	节目	播出时间	电视平台	网络平台	营业收入	
					金额	占比
1	《我们的挑战》	2016 年 12 月 18 日至 2017 年 3 月 5 日	江苏卫视	优酷	23,639.26	14.09%

《我们的挑战》系发行人自主原创的综艺节目：

A、其制作《我们的挑战》节目背景如下：1）新闻出版广电总局 2016 年 6 月下发《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》限制引进境外版权模式节目的播放；2）发行人作为业内顶尖的综艺节目制作公司，具备优秀的节目制作水准、完备且磨合多年的核心制作团队、丰富的大型节目制作经验和持

续创新能力，具有创造支撑节目模式的原创性内容的能力；3）发行人在行业内经营多年，积累了丰富的创作素材和经验，拥有自主原创节目模式、主导节目制作的意愿。

B、基于上述背景，发行人自主原创制作了《我们的挑战》节目。《我们的挑战》与《无限挑战》虽然均为户外真人秀节目，但节目内容完全不同。综艺节目模式属于思想，不受知识产权法律的保护，但具体实施、支撑节目模式各类细节的原创性内容可归属于著作权、专利权或商标权内容、受知识产权法律的保护，《我们的挑战》节目模式细节的知识产权与《无限挑战》不同且由发行人拥有，因此不存在知识产权侵权的情形。

综上所述，即使根据联合开发《户外真人秀》节目合同，MBC 亦无权对发行人“《户外真人秀》节目”提出任何知识产权方面的权利主张、且 MBC 并未实际履行《合同书》（联合开发《户外真人秀》节目）项下义务，发行人亦未制作《户外真人秀》节目。《我们的挑战》节目的商标、文字脚本、舞美设计、面具饰品专利等模式的具体表达均为发行人原创，发行人拥有相关知识产权。《我们的挑战》节目的制作、播出不存在侵犯他人依法享有的知识产权的情形，《我们的挑战》于 2016 年底播出后，发行人报告期内未再制作该节目的续季，因此不涉及上述诉讼事项影响发行人后续相关节目的播出及收益分成的情况。

3、未就上述涉诉事项计提预计负债具备合理性，符合《企业会计准则》的规定

（1）MBC 诉发行人知识产权合同纠纷（《蒙面歌王》第二、三、四季节目合同）未计提预计负债具有合理性，符合《企业会计准则》的规定

根据起诉状，该诉讼产生的原因是 MBC 主张发行人违反合同约定，未能履行授权费、网络发行利润分成款、广告收益分成款、国内及海外发行收益分成款、衍生品收益分成款支付义务，按照约定承担相应的违约责任。根据诉讼律师出具的《备忘录》， MBC 在与发行人一系列诉讼中，恶意诉请金额畸高，却又缺乏事实依据，被法院支持的可能性极低。因此，根据管理层审慎评估未计提预计负债，具有合理性。

根据《企业会计准则第 13 号--或有事项》（财会〔2006〕第 3 号）第四条，与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：（一）该义务是企业承担的现时义务；（二）履行该义务很可能导致经济利益流出企业；（三）该义务的金额能够可靠地计量。根据《<企业会计准则第 13 号——或有事项>应用指南》（财会〔2006〕18 号）：二、或有事项相关义务确认为预计负债的条件 本准则第四条规定了或有事项相关义务确认为预计负债应当同时满足的条件：（二）履行该义务很可能导致经济利益流出企业，通常是指履行与或有事项相关的现时义务时，导致经济利益流出企业的可能性超过 50%。履行或有事项相关义务导致经济利益流出的可能性，通常按照下列情况加以判断：

结果的可能性	对应的概率区间
基本确定	大于 95%但小于 100%
很可能	大于 50%但小于或等于 95%
可能	大于 5%但小于或等于 50%
极小可能	大于 0 但小于或等于 5%

结合上述诉讼事项内容，根据诉讼律师出具的《备忘录》及管理层审慎评估，MBC 诉讼主张被法院支持的可能性极低，因此不存在“很可能导致经济利益流出企业”的情形，未计提预计负债符合《企业会计准则》的规定。

上述纠纷系合同价款结算纠纷，不涉及公司后续节目制作及核心知识产权。根据立信出具的《审计报告》，2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1 至 6 月，发行人扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为人民币 39,024.37 万元、41,046.27 万元、30,031.43 万元、2,895.81 万元。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人货币资金为 789,337,266.00 元，发行人与 MBC《蒙面歌王》第二、三季、四季合同纠纷中 MBC 主张金额占发行人货币资金比例较低，且根据上海星投、上海昼星、田明出具的承诺，就发行人与 MBC《蒙面歌王》第二、三季、四季合同纠纷，根据管理层评估及诉讼律师意见，公司未计提预计负债或暂估成本，若根据最终判决/裁决，灿星文化需向 MBC 进行赔付，则赔付金额由上海星投、上海昼星、田明共同连带地向灿星文化进行补偿，各自承担比例为各方在灿星文化中所持股权比例。据此，上述纠纷不会对发行人持续经营构成重大不利影响，不构成本次发行上市的法律障碍。

（2）MBC 反诉发行人合同纠纷（联合开发《户外真人秀》节目合同）未计提预计负债具有合理性，符合《企业会计准则》的规定

根据反诉状，该诉讼产生的原因是MBC主张《我们的挑战》即协议项下《户外真人秀》节目，发行人违反合同约定，未能就《户外真人秀》节目履行全部联合开发费支付义务，按照约定应承担相应的违约责任。根据诉讼律师出具的《备忘录》，MBC在与发行人一系列诉讼中，恶意诉请金额畸高，却又缺乏事实依据，被法院支持的可能性极低。因此，根据管理层审慎评估未计提预计负债，具有合理性。

根据《企业会计准则第13号--或有事项》（财会〔2006〕第3号）第四条，与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：（一）该义务是企业承担的现时义务；（二）履行该义务很可能导致经济利益流出企业；（三）该义务的金额能够可靠地计量。根据《<企业会计准则第 13 号——或有事项>应用指南》（财会〔2006〕18号）：二、或有事项相关义务确认为预计负债的条件 本准则第四条规定了或有事项相关义务确认为预计负债应当同时满足的条件：（二）履行该义务很可能导致经济利益流出企业，通常是指履行与或有事项相关的现时义务时，导致经济利益流出企业的可能性超过 50%.。履行或有事项相关义务导致经济利益流出的可能性，通常按照下列情况加以判断：

结果的可能性	对应的概率区间
基本确定	大于95%但小于100%
很可能	大于50%但小于或等于95%
可能	大于5%但小于或等于50%
极小可能	大于0但小于或等于5%

结合上述诉讼事项内容，根据诉讼律师出具的《备忘录》及管理层审慎评估，MBC诉讼主张被法院支持的可能性极低，因此不存在“很可能导致经济利益流出企业”的情形，未计提预计负债符合《企业会计准则》的规定。

上述纠纷系合同价款结算纠纷，不涉及公司后续节目制作及核心知识产权。根据立信出具的《审计报告》，2017年、2018年、2019年、2020年1至6月，发行人扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为人民币 39,024.37万元、41,046.27万元、30,031.43万元、2,895.81万元。截至2020年6月30

日，发行人货币资金为 789,337,266.00 元，MBC 反诉发行人《户外真人秀》节目合同纠纷中 MBC 主张金额占发行人货币资金比例较低，且根据上海星投、上海昼星、田明出具的承诺，就 MBC 反诉发行人《户外真人秀》节目合同纠纷，根据管理层评估及诉讼律师意见，公司未计提预计负债或暂估成本，若根据最终判决/裁决，灿星文化需向 MBC 进行赔付，则赔付金额由上海星投、上海昼星、田明共同连带地向灿星文化进行补偿，各自承担比例为各方在灿星文化中所持股权比例。据此，上述纠纷不会对发行人持续经营构成重大不利影响，不构成本次发行上市的法律障碍。

四、公司控股股东、实际控制人，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

五、公司控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

六、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

第十二节 有关声明

一、 发行人相关声明

（一）发行人及全体董事、监事、高级管理人员的声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：



田 明　　金 磊　　王 艳

徐志豪　　徐向东　　陈 永

陈热豪　　李良荣　　盛文灏

全体监事签名：



陆 伟　　姚 寅　　吴 冰

除董事外的其他高级管理人员签名：



曹志高

上海灿星文化传媒股份有限公司

2020 年 12 月 22 日

（二）发行人控股股东的声明

本公司作为发行人的控股股东，承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

上海星投投资有限公司（盖章）

法定代表人或授权代表签名：

田 明

2020 年 12月 22日

（三）发行人实际控制人的声明

本人作为发行人的实际控制人之一，承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。



田 明

2020 年 12月 22日

本人作为发行人的实际控制人之一，承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

金 磊

2020年12月22日

本人作为发行人的实际控制人之一，承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。



徐向东

2020 年 12 月 22 日

本公司作为发行人的实际控制人之一，承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

华人文化（天津）投资管理有限公司（盖章）

法定代表人或授权代表签名：

黎瑞刚

2020 年 12 月 22 日

二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：

王建将

保荐代表人：

董军峰 吴建航

法定代表人：

王常青

中信建投证券股份有限公司

2020 年 12 月 22 日

声 明

本人已认真阅读上海灿星文化传媒股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理签名：

李格平

保荐机构董事长签名：

王常青

保荐机构：中信建投证券股份有限公司

2020年12月22日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师：

陈 原 包毅锋

律师事务所负责人：

张学兵

北京市中伦律师事务所

2020年 12月 22日

四、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

王斌 倪一琳

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 22 日

五、资产评估复核机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的《上海灿星文化传播有限公司股份制改制净资产公允价值评估报告》之复核报告[沪申威咨报字（2018）第 1319 号]无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。”

签字注册资产评估师：

陈毅夫 修雪嵩

资产评估机构负责人：

马丽华

上海申威资产评估有限公司

2020 年 12 月 22 日

EY安永

Ernst & Young Hua Ming LLP
Level 16, Ernst & Young Tower
Oriental Plaza
No. 1 East Chang An Avenue
Dong Cheng District
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京市东城区东长安街1号
东方广场安永大楼16层
邮政编码：100738

Tel 电话：+86 10 5815 3000
Fax 传真：+86 10 8518 8298
ey.com

关于招股说明书引用验资报告的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读上海灿星文化传媒股份有限公司首次公开发行股票招股说明书，确认招股说明书中引用的验资报告与本所出具的验资报告(报告编号：安永华明(2016)验字第61050207_K02号)的内容无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对上海灿星文化传媒股份有限公司在招股说明书中引用的本所出具的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用本所出具的上述验资报告而在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资报告的真实性、准确性和完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供上海灿星文化传媒股份有限公司首次公开发行A股股票使用；未经本所书面同意，不得作其他用途使用。

签字注册会计师：顾兆峰

签字注册会计师：沃秋瑜

会计师事务所负责人：毛鞍宁

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

2020年12月22日

七、验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

王斌 倪一琳

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 22 日

第十三节 附件

一、备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、与投资者保护相关的承诺

（一）股份锁定及减持事宜的承诺

1、控股股东、实际控制人承诺

田明、金磊、徐向东作出承诺如下：

1、本人承诺自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、当首次出现发行人股票上市后 6 个月内连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形（若发行人股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除

息事项的，发行价格将相应进行除权、除息调整），本人持有的发行人股票的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。

3、上述期限届满后，在本人担任发行人董事/高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的 25%；离职后六个月内不转让本人所直接或间接持有的发行人股份。

4、自锁定期届满之日起 24 个月内，若本人试图通过任何途径或手段减持发行人首次公开发行股票前本人已持有的发行人的股份，则本人的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价格。若在本人减持发行人股票前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价格除权除息后的价格。

5、本人如违反所签署持股承诺进行减持的，则减持股票所得收益归发行人所有。未向发行人足额缴纳减持收益之前，发行人有权暂扣应向本人支付的报酬和本人应得的现金分红，同时本人不得转让直接及间接持有的发行人股份，直至本人将因违反承诺所产生的收益足额交付发行人为止。

6、不论本人在发行人处的职务是否发生变化或者本人是否从发行人处离职，本人均会严格履行上述承诺。

华人文化天津作出承诺如下：

1、本企业承诺自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本企业如违反所签署持股承诺进行减持的，则减持股票所得收益归发行人所有。未向发行人足额缴纳减持收益之前，发行人有权暂扣本企业应得的现金分红，同时本企业不得转让直接或间接持有的发行人股份，直至本企业将因违反承诺所产生的收益足额交付发行人为止。

上海星投、上海昼星作出承诺如下：

1、本企业承诺自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、当首次出现发行人股票上市后 6 个月内连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，本企业持有的发行人股票的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。

3、自锁定期届满之日起 24 个月内，若本企业试图通过任何途径或手段减持发行人首次公开发行股票前本企业已持有的发行人的股份，则本企业的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价格。若在本企业减持发行人股票前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本企业的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价格除权除息后的价格。

4、本企业如违反所签署持股承诺进行减持的，则减持股票所得收益归发行人所有。未向发行人足额缴纳减持收益之前，发行人有权暂扣本企业应得的现金分红，同时本企业不得转让直接或间接持有的发行人股份，直至本企业将因违反承诺所产生的收益足额交付发行人为止。

2、其他股东承诺

西藏源合、上海岩衡、平潭沣淮、上海沣浦、曹斌、宁波奥腾、宁波芳华、宁波丰财、汉富资本、苏州海鲲、宁波君度、新余海鲲、北京朗玛永安作出承诺如下：“自灿星文化股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的灿星文化股份，也不由灿星文化回购该部分股份。”

杭州阿里创投作出承诺如下：“自获得灿星文化股份的增资扩股之工商变更登记手续完成之日（即 2018 年 6 月 20 日）起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的灿星文化股份，也不由灿星文化回购该部分股份。”

西藏齐鸣音乐作出承诺如下：“自灿星文化股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的灿星文化股份，也不由

灿星文化回购该部分股份。如果本公司属于中国证券监督管理委员会正式受理灿星文化首次公开发行股票并在创业板上市申请文件前六个月增资扩股进入的新股东，则本公司进一步承诺，自获得灿星文化股份的增资扩股之工商变更登记手续完成之日（即 2018 年 6 月 20 日）起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的灿星文化股份，也不由灿星文化回购该部分股份。”

（二）减持公司股份的意向说明

上海星投、上海昼星作出减持意向说明如下：

“1、本企业拟长期持有公司股票。如果在锁定期满后，本企业拟减持股票的，将认真遵守证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

2、本企业在持有公司股票锁定期届满后两年内拟减持公司股票的，减持价格将不低于公司股票的发行价，并通过公司在减持前 3 个交易日予以公告，并在相关信息披露文件中披露大股东减持原因、拟减持数量、未来持股意向、减持行为对公司治理结构、股权结构及持续经营的影响。若公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

3、本企业减持公司股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。”

西藏源合作出减持意向说明如下：

“1、如果在锁定期满后，本企业拟减持股票的，将认真遵守证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

2、本企业在持有公司股票锁定期届满后两年内拟减持公司股票的，减持价格将不低于公司股票的发行价，并通过公司在减持前 3 个交易日予以公告，并在相关信息披露文件中披露大股东减持原因、拟减持数量、未来持股意向、减持行为对公司治理结构、股权结构及持续经营的影响。若公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

3、本企业减持公司股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。”

（三）稳定公司股价的预案与承诺

1、预案启动条件

公司上市后 3 年内，如本公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于最近一期定期报告披露的每股净资产（“启动条件”），本公司自该事项发生之日起 3 个交易日内按本预案下述内容启动股价稳定措施，并在履行完毕相关决策程序后实施，且按照上市公司信息披露要求予以公告。（在发行人财务报告公开披露后至上述期间，发行人发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为，上述每股净资产亦将作相应调整。）

2、预案内容

发生启动条件时，发行人及控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员应按下述规则启动稳定股价措施：（1）发行人回购发行人股票；（2）控股股东、发行人董事（独立董事除外）和高级管理人员增持发行人股票。其中，控股股东、发行人董事（独立董事除外）和高级管理人员的前述增持义务后顺位于发行人的股票回购义务，即在发生启动条件时，应首先由发行人根据本预案规定履行股票回购义务；在发行人未能履行其回购义务的情况下，在发行人未能履行其回购义务或发行人回购股票实施完毕以后发行人股价稳定方案终止条件尚未消失的情况下由控股股东、发行人董事（独立董事除外）和高级管理人员根据本预案规定履行增持义务。

（1）发行人回购发行人股票：

1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

2）公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的

三分之二以上通过。

3）公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

①公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；②公司单次用于回购股份的资金不得低于人民币 1,000.00 万元。

（2）控股股东、发行人董事（独立董事除外）和高级管理人员增持发行人股票：

1）控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

2）增持股票的金额不低于控股股东、董事（独立董事除外）和高级管理人员上年度从公司领取的分红和上年度从公司领取的薪酬的合计值的 50%，具体增持股票的数量等事项将在启动股价稳定措施时提前公告。

在增持计划实施期间及法定期限内不减持其持有的本公司的股份。

（3）稳定股价措施的启动程序：

1）公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的 10 个交易日内做出回购股份的决议。

2）公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

3）公司回购应在公司股东大会决议做出之日起次日，并应在履行相关法定手续（如需）后的 6 个月内实施完毕。公司回购股票实施完毕之日起 2 个交易日内，公司应将回购股票实施情况予以公告。

4）公司回购股票实施完毕以后，若公司股价稳定方案终止的条件尚未消失，则控股股东及董事、高级管理人员应当在上市公司公告回购股票实施情况后的 3

个交易日内启动增持上市公司股份措施，并于 6 个月内实施完毕增持计划。

5）在稳定股价措施实施过程中，股价再次达到稳定股价启动条件的，不再重复启动稳定股价措施。前次稳定股价措施实施后，再次出现本预案规定的稳定股价启动条件的，则公司、控股股东、董事及高级管理人员应按照本预案的规定再次启动稳定股价程序。

3、信息披露

义务方在启动股价稳定措施时将提前公告具体实施方案。公司稳定股价措施实施完毕之日起 2 个交易日内，公司应将稳定股价措施实施情况予以公告。

4、相关承诺

发行人、上海星投作出关于执行公司股价稳定预案的承诺如下：“1、本公司将严格按照《稳定股价预案》之规定全面且有效的履行本公司在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任。2、本公司将极力敦促相关方严格按照《稳定股价预案》之规定全面且有效的履行其在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任。”

发行人全体董事、高级管理人员作出关于执行公司股价稳定预案的承诺如下：“1、本人将严格按照《稳定股价预案》之规定全面且有效的履行本人在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任。2、本人将极力敦促相关方严格按照《稳定股价预案》之规定全面且有效的履行其在《稳定股价预案》项下的各项义务和责任。”

对于公司未来新聘任的董事和高级管理人员，公司将督促其签署《关于上海灿星文化传媒股份有限公司股票上市后三年内稳定股价措施的预案》。

（四）在特定条件下回购股份和赔偿投资者损失的承诺

1、发行人承诺

发行人作出关于公司因信息披露重大违规回购新股、赔偿投资者损失的承诺如下：

“一、本公司首次公开发行股票并上市申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

二、若本公司首次公开发行股票并上市申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的重大条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购本公司首次公开发行的全部新股，回购价格按二级市场价格确定。

三、若本公司首次公开发行股票并上市申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法承担赔偿责任。

（一）证券监督管理部门或其他有权部门认定本公司《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司在收到该等认定书面通知后的三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（二）本公司将积极与投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

（三）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其他法定形式进行赔偿。”

2、控股股东及实际控制人承诺

上海星投作出关于公司因信息披露重大违规回购新股、赔偿投资者损失的承诺如下：

“一、本公司为灿星文化首次公开发行股票并上市制作、出具的申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

二、若灿星文化首次公开发行股票并上市申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断灿星文化是否符合法律规定的重大条件构成重大、实质影响的，本公司将依法购回已转让的原限售股份，购回价格按二级市场价格确定。

三、若因本公司为灿星文化制作、出具的首次公开发行股票并上市申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法承

担赔偿责任。

（一）证券监督管理部门或其他有权部门认定灿星文化《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本公司因此承担责任的，本公司在收到该等认定书面通知后的三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（二）本公司将积极与发行人、中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

（三）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其他法定形式进行赔偿。”

华人文化天津作出关于公司因信息披露重大违规回购新股、赔偿投资者损失的承诺如下：

“一、本公司为灿星文化首次公开发行股票并上市制作、出具的申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

二、若因本公司为灿星文化制作、出具的首次公开发行股票并上市申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法承担赔偿责任。

（一）证券监督管理部门或其他有权部门认定灿星文化《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本公司因此承担责任的，本公司在收到该等认定书面通知后的三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（二）本公司将积极与发行人、中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

（三）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其他法定形式进行赔偿。”

田明、金磊、徐向东作出关于公司因信息披露重大违规回购新股、赔偿投资者损失的承诺如下：

“一、本人为灿星文化首次公开发行股票并上市制作、出具的申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

二、若因本人为灿星文化制作、出具的首次公开发行股票并上市申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本人将依法承担赔偿责任。

（一）证券监督管理部门或其他有权部门认定灿星文化《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本人因此承担责任的，本人在收到该等认定书面通知后的三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（二）本人将积极与发行人、中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

（三）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其他法定形式进行赔偿。”

3、董事、监事、高级管理人员承诺

发行人全体董事、监事、高级管理人员作出关于公司因信息披露重大违规回购新股、赔偿投资者损失的承诺如下：

“一、本人为灿星文化首次公开发行股票并上市制作、出具的申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

二、若因本人为灿星文化制作、出具的首次公开发行股票并上市申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本人将依法承担赔偿责任。

（一）证券监督管理部门或其他有权部门认定灿星文化《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本人因此承担责任的，本人在收到该等认定书面通知后的三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（二）本人将积极与发行人、中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

（三）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其他法定形式进行赔偿。”

4、中介机构承诺

中信建投证券股份有限公司的承诺如下：“本次发行并上市过程中，本公司所出具的申请文件真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。本公司承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

北京市中伦律师事务所的承诺如下：“本所为发行人本次发行上市制作、出具的上述法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。作为中国境内专业法律服务机构及执业律师，本所及本所律师与发行人的关系受《中华人民共和国律师法》的规定及本所与发行人签署的律师聘用协议所约束。本承诺函所述本所承担连带赔偿责任的证据审查、过错认定、因果关系及相关程序等均适用本承诺函出具之日有效的相关法律及最高人民法院相关司法解释的规定。如果投资者依据本承诺函起诉本所，赔偿责任及赔偿金额由被告所在地或发行人本次公开发行股票的上市交易地有管辖权的法院确定。”

立信会计师事务所（特殊普通合伙）的承诺如下：“本次发行并上市过程中，本公司所出具的申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承诺对该等文件的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

上海申威资产评估有限公司的承诺如下：“本次发行并上市过程中，本公司所出具的《上海灿星文化传播有限公司股份制改制净资产公允价值评估报告》之复核报告[沪申威咨报字（2018）第 1319 号]不存在虚假记载、误导性陈述或重

大遗漏，并承诺对该等文件的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。因为上述文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

（五）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回之承诺

1、发行人承诺

发行人作出对欺诈发行上市的股份回购和股份买回之承诺如下：

“一、保证本公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情 形。

二、如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后五个工作日内启动股份回购程序，回购本公司本次公开发行的全部新股。”

2、控股股东和实际控制人承诺

上海星投、田明、金磊、徐向东、华人文化（天津）作出对欺诈发行上市的股份回购和股份买回之承诺如下：

“一、保证灿星文化本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

二、如灿星文化不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司/本人将在中国证监会等有权部门确认后五个工作日内启动股份买回程序，买回灿星文化本次公开发行的全部新股。”

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、就填补被摊薄即期回报，公司承诺将履行以下措施：

（1）按照承诺的用途和金额，积极稳妥地推动募集资金的使用，进一步提升公司整体实力

公司已对募投项目做好了前期的可行性分析工作，对募投项目所涉行业进行了深入的了解和分析，结合行业趋势、市场容量、技术水平以及公司自身情况，最终拟定了项目规划。本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源，加快推进募投项目建设，提高募投资金使用效率，争取募投项目实现预期效益，以增强公司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司将积极推进募投项目的各项工作，增强未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

（2）强化募集资金管理，保证募集资金合理规范使用

公司已根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》、《上市公司监管指引第 2 号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等境内上市地法律法规和公司章程的有关规定制定《上海灿星文化传媒股份有限公司募集资金使用管理办法》。根据《上海灿星文化传媒股份有限公司募集资金使用管理办法》，本次发行募集资金将存放于董事会指定的募集资金专项账户中；并由保荐机构、存放募集资金的商业银行、公司共同监管募集资金按照承诺用途和金额使用，实施募集资金三方监管制度。其中保荐机构需要每半年对募集资金使用情况进行实地检查；同时，公司内部审计部门应当定期对募集资金的存放与使用情况检查，并及时向董事会报告检查结果，配合保荐机构和存放募集资金的商业银行对募集资金使用的情况进行检查和监督。

通过募集资金使用管理办法的制定和实施，可保证公司本次发行后募集资金按照承诺的用途积极稳妥的使用，进一步确保公司股东的长期利益。

（3）进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37 号）和《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43 号）等相关法律法规的规定，结合公司的实际情况，同时为建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保

证利润分配政策的连续性和稳定性，公司已建立了《上海灿星文化传媒股份有限公司上市后分红政策及上市后三年内股东未来分红回报规划》，并按照相关法律法规的规定完善了公司章程。在符合利润分配条件的情况下，公司将积极推动对股东的利润分配，有效维护和增加对股东的回报。

2、公司全体董事、高级管理人员，对公司填补即期回报措施能够得到切实履行作出的以下承诺：

“（1）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害灿星文化利益。

（2）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

（3）承诺不动用灿星文化资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

（4）承诺由董事会或董事会薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与灿星文化填补回报措施的执行情况相挂钩。

（5）承诺拟公布的灿星文化股权激励的行权条件（如有）与灿星文化填补回报措施的执行情况相挂钩。

本人承诺切实履行本人所作出的上述承诺事项，确保灿星文化填补回报措施能够得到切实履行。若本人违反该等承诺或拒不履行承诺，本人自愿接受中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构依法作出的监管措施；若违反该等承诺并给灿星文化或者股东造成损失的，本人愿意依法承担补偿责任。”

（七）未能履行承诺的约束措施的承诺

发行人作出如下承诺：“1、本公司将严格履行在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。2、若本公司未能完全且有效的履行承诺事项中的各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下措施予以约束：（1）以自有资金补充公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补充金额依据本公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；（2）自本公司完全消除

未履行相关承诺事项所有不利影响之日起 12 个月的期间内，本公司将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换公司债券及证券监督管理部门认可的其他品种等;(3)自本公司未完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本公司不得以任何形式向董事、监事、高级管理人员增加薪酬或津贴。”

持有公司 5%以上股份的股东作出如下承诺：“1、本公司将严格履行在灿星文化首次公开发行股票并上市过程中本公司所作出的全部公开承诺事项(以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。2、若本公司未能完全且有效的履行前述承诺事项中的各项义务和责任，则自违约之日后本公司应得的现金分红由灿星文化直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因本公司未履行承诺而给上市公司或投资者带来的损失，直至本公司履行承诺或弥补完上市公司、投资者的损失为止。”

华人文化天津作出如下承诺：“1、本公司将严格履行在灿星文化首次公开发行股票并上市过程中本公司所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。2、若本公司未能完全且有效的履行承诺事项中的各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下措施予以约束：（1）本公司所持灿星文化股份（如适用）的锁定期自动延长至本公司完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之日。3、若本公司未能完全且有效的履行本公司在灿星文化首次公开发行股票并上市过程中已作出的现金补偿承诺，则本公司将以自有资金（包括但不限于本公司自灿星文化所获分红）补偿灿星文化因依赖该等承诺而遭受的直接损失。”

田明、金磊、徐向东作出如下承诺：“1、本人将严格履行在灿星文化首次公开发行股票并上市过程中本人所作出的全部公开承诺事项(以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。2、若本人未能完全且有效的履行承诺事项中的各项义务或责任，则本人承诺将采取以下措施予以约束：（1）本人所持灿星文化股份（如适用）的锁定期自动延长至本人完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之日；（2）本人完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本人将不得以任何形式要求灿星文化增加薪酬或津贴，并且亦不得以任何形式接受灿星文化

增加支付的薪酬或津贴。3、若本人未能完全且有效的履行本人在灿星文化首次公开发行股票并上市过程中已作出的现金补偿承诺，则本人将以自有资金（包括但不限于本人自灿星文化所获分红）补偿灿星文化因依赖该等承诺而遭受的直接损失。”

除了田明、金磊、徐向东之外，发行人全体董事、高级管理人员作出如下承诺：“1、本人将严格履行在灿星文化首次公开发行股票并上市过程中本人所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。2、若本人未能完全且有效的履行承诺事项中的各项义务或责任，则本人承诺将采取以下措施予以约束：（1）本人所持灿星文化股份（如适用）的锁定期自动延长至本人完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之日；（2）本人完全消除未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本人将不得以任何形式要求灿星文化增加薪酬或津贴，并且亦不得以任何形式接受灿星文化增加支付的薪酬或津贴。”

三、本次发行完成前滚存利润的分配计划及本次发行上市后的股利分配政策

（一）本次发行完成前滚存利润的分配计划

根据本公司 2018 年第四次临时股东大会审议通过《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配方案的议案》，公司本次发行前滚存的未分配利润由发行后新老股东按照持股比例共同享有。如因国家财会政策调整而相应调整前述未分配利润数额，以调整后的数额为准。

（二）本次发行上市后的股利分配政策

1、利润分配原则

公司将按照“同股同权、同股同利”的原则，根据各股东持有公司股份的比例进行分配。公司将实行持续、稳定的股利分配政策，公司的股利分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。在公司盈利且符合监管要求及

公司正常经营和长期发展的前提下，公司将积极采取现金方式分配股利。

2、股利分配形式、优先顺序

公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利，并且在公司具备现金分红条件的情况下，公司应优先采用现金分红进行利润分配。

3、发放现金分红、股票股利的具体条件

公司进行现金分红应同时具备以下条件：

（1）在公司当年盈利及累计未分配利润为正，且执行分配方案后仍满足正常生产经营资金需求；

（2）审计机构为公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司在可预见的未来一定时期内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）；

（4）公司不存在可以不实施现金分红之情形。

如进行现金分红可能导致公司现金流无法满足公司经营或投资需要，且公司已在相关重大投资计划或重大现金支出等公开披露文件中进行说明，则不实施现金分红。

公司采用股票股利进行利润分配应当至少具备以下条件之一：公司发展阶段处于成长期且有重大资金支出安排；公司具备每股净资产摊薄的真实合理因素；公司需要实现公司未来投资计划以及应对外部融资环境。发放股票股利应注重股本扩张与业绩增长保持同步。

4、公司利润分配政策

公司董事会在制订利润分配预案时，应重视对投资者的合理回报，同时应考虑公司可持续经营能力及利润分配政策的连续性和稳定性。

在具备现金分配条件时，公司应当优先采用现金方式进行利润分配，且每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。公司董事会还可

以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

5、公司实行差异化的利润分配政策和现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，不时提出差异化的利润分配政策和现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

经公司独立董事发表明确意见，公司董事会综合考虑后可提出调整公司利润分配政策，尤其是调整公司现金分配政策，该等利润分配政策、现金分配政策的调整需经股东大会审议通过。

6、利润分配决策机制及程序

（1）决策机制

董事会应在充分听取独立董事意见和建议的基础上，负责制定利润分配尤其是现金分配政策、方案、股东回报规划。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。董事会通过相关决议后，应交由股东大会审议批准。

（2）利润分配政策、现金分配政策的调整程序

董事会应严格执行公司章程中确定的利润分配政策，尤其是现金分红政策，董事会审议与利润分配政策尤其是调整公司现金分配政策相关事项，并且由独立

董事发表明确意见。董事会通过该等决议后，应交由公司股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过，同时应经参与网络投票的社会公众股东所持表决权的二分之一以上通过。

（3）利润分配方案、现金分红方案、股东回报规划的调整程序

董事会应当认真研究和论证公司利润分配方案，尤其是关于现金分红具体方案所涉的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，应充分听取独立董事的意见和建议，并重视监事会的意见，根据章程的规定制定分配方案；董事会应在专项研究论证的基础上，负责制定明确、清晰的股东回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况。董事会审议与利润分配方案尤其是现金分配方案、股东回报规划相关事项，须经全体董事过半数通过，并且独立董事应发表明确意见。董事会通过该等决议后，应交由公司股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的过半数通过。

7、未按规定实施股利分配或股利政策调整的安排

公司当年盈利，公司董事会未做出现金利润分配预案的，独立董事应对此发表独立意见。公司应当在年度报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途。

（三）未来三年的分红回报规划

1、股东分红回报规划的制订原则

公司利润分配应立足于公司可持续发展和维护股东权益，重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，公司可以采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润。具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红的方式进行利润分配。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司的持续经营能力。

2、未来三年的股东回报规划

在满足现金分红条件时，公司若无重大资金支出安排则每年以现金方式分配

的利润应不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

四、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项

（一）避免同业竞争的承诺

公司的控股股东、实际控制人、持有公司 5%以上股份的股东关于避免同业竞争作出承诺如下：

“（1）本公司/本人及本公司/本人直接或间接控制的其他公司、合作或联营企业和/或下属企业目前没有直接或间接地从事任何与灿星文化及其子公司的主营业务及其它业务相同或相似的业务（以下称“竞争业务”）；

（2）本公司/本人及本公司/本人直接或间接控制的其他公司、合作或联营企业和/或下属企业，于本公司/本人作为对灿星文化直接/间接拥有权益的主要股东/关联方期间，不会直接或间接地以任何方式从事竞争业务或可能构成竞争业务的业务；

（3）本公司/本人及本公司/本人直接或间接控制的其他公司、合作或联营企业和/或下属企业，将来面临或可能取得任何与竞争业务有关的投资机会或其它商业机会，在同等条件下赋予灿星文化该等投资机会或商业机会之优先选择权；

（4）自出具日起，承诺函及承诺为不可撤销的，且持续有效，直至本公司/本人不再作为对灿星文化直接/间接拥有权益的主要股东为止；

（5）本公司/本人和/或本公司/本人直接或间接控制的其他公司、合作或联营企业和/或下属企业如违反上述任何承诺，本公司/本人将赔偿灿星文化及灿星文化其他股东因此遭受的一切经济损失，该等责任是连带责任。”

公司的全体董事、监事、高级管理人员关于避免同业竞争作出承诺如下：“在担任灿星文化职务期间及辞去职务后六个月内，本人不直接或间接从事或参与任何在商业上对灿星文化构成竞争或可能导致与灿星文化产生竞争的业务及活动，

或拥有与灿星文化存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员；本人保证本人的配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母遵守本承诺；本人愿意承担因本人及本人的配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母违反上述承诺而给灿星文化造成的全部经济损失。”

（二）减少、规范关联交易及规范与关联方资金往来的承诺

公司的控股股东、实际控制人、持有公司 5%以上股份的股东关于减少、规范关联交易及规范与关联方资金往来作出承诺如下：“本公司/本人承诺在作为灿星文化股东/实际控制人期间，本公司/本人及控制的其他企业将尽量避免与灿星文化发生关联交易，如与灿星文化发生不可避免的关联交易，本公司/本人及控制的其他企业将严格按照《公司法》、《证券法》、《上海灿星文化传媒股份有限公司章程》和《上海灿星文化传媒股份有限公司关联交易决策制度》的规定规范关联交易行为，并按有关规定履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证不通过关联交易损害灿星文化及灿星文化其他股东的合法权益。”

公司的全体董事、监事、高级管理人员关于减少、规范关联交易及规范与关联方资金往来作出承诺如下：“在灿星文化任职期间和离任后十二个月内，本人及本人投资的全资、控股企业将尽量避免与灿星文化发生不必要的关联交易，如与灿星文化发生不可避免的关联交易，本人及本人投资的全资、控股企业将严格按照《公司法》、《证券法》、《上海灿星文化传媒股份有限公司章程》和《上海灿星文化传媒股份有限公司关联交易决策制度》的规定规范关联交易行为。如违反上述承诺，愿承担由此产生的一切法律责任。”

（三）关于避免资金占用的承诺

公司的控股股东、实际控制人、持有公司 5%以上股份的股东关于避免资金占用作出承诺如下：

“1、截至本承诺函出具日，除正常经营性往来外，本企业/本人及本企业/本人所控制的其他企业不存在违规占用灿星文化及其子公司资金，或以代垫费、其他支出、直接或间接借款、代偿债务等任何形式违规变相占用灿星文化及其子公司资金的情况。

2、本企业/本人及本企业/本人所控制的其他企业将严格遵守国家有关法律法规、规范性文件以及灿星文化相关规章制度的规定，坚决预防和杜绝本企业/本人及本企业/本人所控制的其他企业对灿星文化及其子公司的非经营性占用资金情况发生，不以任何方式违规占用或使用灿星文化及其子公司的资金或其他资产、资源，不以任何直接或者间接的方式从事损害或可能损害灿星文化及其他股东利益的行为。

3、本企业/本人将利用对所有控制的其他企业的控制权，促使该等企业按照同样的标准遵守上述承诺。

4、若违反上述承诺，本企业/本人将承担因此给灿星文化造成的一切损失。”

（四）关于社保、住房公积金的承诺

上海星投、田明、金磊、徐向东关于社保、住房公积金作出承诺如下：“若灿星文化（包括其前身）因其设立之日起至本承诺函签署之日期间存在任何漏缴、未缴或迟缴基本养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等城镇职工社会保险、外来务工险等社会保险费、住房公积金等瑕疵缴纳行为而招致任何费用支出、经济赔偿或其他经济损失，则由本公司/本人全额补偿。”

五、文件查阅时间

工作日上午 9：30-11：30；下午 14：00-16：00。

六、文件查阅地址

（一）发行人：上海灿星文化传媒股份有限公司

地址：上海市黄浦区汉口路 300 号解放大厦 17 层

联系人：王艳

电话：021-52032676

（二）保荐机构（主承销商）：中信建投证券股份有限公司

地址：北京市东城区朝内大街 2 号凯恒中心 B、E 座 3 层

联系人：董军峰、张铁、李盛杰、李重阳、周璞、吴建航

电话：021-68801573