

上海新文化传媒集团股份有限公司
2014 年度
备考合并盈利预测审核报告

目 录

内容	页码
审核报告	1
2014 年度盈利预测表	2
2014 年度盈利预测报告	3-49

审核报告

众会字（2014）第 4086 号

上海新文化传媒集团股份有限公司：

我们审核了后附的上海新文化传媒集团股份有限公司(以下简称“新文化集团”)编制的 2014 年度的盈利预测报告。我们的审核依据是《中国注册会计师其他鉴证业务准则第 3111 号——预测性财务信息的审核》。新文化集团管理层对该预测及其所依据的各项假设负责。这些假设已在新文化集团盈利预测报告中披露。

根据我们对支持这些假设的证据的审核,我们没有注意到任何事项使我们认为这些假设没有为预测提供合理基础。而且,我们认为,该预测是在这些假设的基础上恰当编制的,并按照新文化集团盈利预测报告中所述编制基础的规定进行了列报。

由于预期事项通常并非如预期那样发生,并且变动可能重大,实际结果可能与预测性财务信息存在差异。

本报告仅供新文化集团本次向中国证券监督管理委员会报送重大资产重组事宜使用,不得用于其他方面。如将本报告用于其他方面,因使用不当引起的法律责任与本所无关。

众华会计师事务所（特殊普通合伙）

中国注册会计师

戎凯宇

中国注册会计师

林德伟

中国·上海

二〇一四年六月三日

附件：

2014 年度盈利预测表

2014 年度盈利预测报告

上海新文化传媒集团股份有限公司

2014 年度盈利预测表

金额单位：万元

项目	附注	2013 年已实现数	2014 年预测数
一、营业收入	3.5.1	98,039.72	125,155.82
减：营业成本	3.5.1	59,577.99	76,488.09
营业税金及附加	3.5.2	1,569.30	1,860.00
销售费用	3.5.3	8,243.41	10,292.17
管理费用	3.5.4	4,620.58	4,762.64
财务费用	3.5.5	316.24	665.21
资产减值损失	3.5.6	2,722.64	2,842.58
加：公允价值变动收益		-	-
投资收益		-	-
二、营业利润		20,989.56	28,245.13
加：营业外收入	3.5.7	2,179.17	248.00
减：营业外支出	3.5.8	310.80	-
三、利润总额		22,857.93	28,493.13
减：所得税费用	3.5.9	5,176.05	7,187.03
四、净利润		17,681.88	21,306.10
归属于母公司所有者的净利润		17,706.09	21,138.47
少数股东损益		-24.21	167.63

法定代表人：

主管会计工作负责人：

公司会计机构负责人：

上海新文化传媒集团股份有限公司

2014 年度盈利预测报告

重要提示: (1) 上海新文化传媒集团股份有限公司 (以下简称: “本公司”或“公司”) 2014 年度盈利预测表是本公司在最佳估计假设的基础上并遵循谨慎性原则编制的, 但盈利预测所依据的各种假设具有不确定性, 投资者进行投资决策时不应过分依赖该项资料。(2) 本公司盈利预测系按财政部 2006 年颁布的《企业会计准则》编制。

1 编制基础

本公司已经众华会计师事务所 (特殊普通合伙) 及其经办注册会计师审计的 2013 年度实际经营业绩为基础, 以公司对预测期间经营条件、经营环境、金融与税收政策和市场情况等方面的合理假设为前提, 结合本公司 2014 年度的拍摄计划、广告投放计划、销售计划、投资计划、融资计划及其他相关资料, 在充分考虑公司的经营条件、经营环境、未来发展计划以及下列各项假设的前提下, 排除其他非公司可以控制因素的影响, 按照遵循谨慎性原则编制了 2014 年度的盈利预测报告。上述预测性财务信息反映了管理层对其涵盖期间内本公司的经营成果的预期。编制该盈利预测报告所依据的主要会计政策和会计估计均与本公司实际采用的主要会计政策和会计估计相一致。

2 重要假设

2.1 本盈利预测报告基于以下基本假设:

2.1.1 公司所遵循的国家现行法律、法规、制度、部门规章以及当前社会政治、经济环境不会发生重大变化;

2.1.2 公司所遵循的税收政策不发生重大变化;

2.1.3 公司适用的金融机构信贷利率以及外汇市场汇率相对稳定;

2.1.4 公司所从事的行业及市场状况不发生重大变化;

2.1.5 公司能够正常营运, 组织结构不发生重大变化;

2.1.6 公司经营所需的场地、媒体资源、网络布局、劳务等能够取得且价格无重大变化;

2.1.7 公司制定的销售计划、投资计划、融资计划等能够顺利执行;

2.1.8 公司高层管理人员无舞弊、违法行为而造成重大不利影响;

2.1.9 无其他人力不可抗拒因素和不可预见因素所造成重大不利影响。

2 重要假设 (续)

2.2 本盈利预测报告基于以下特殊假设:

2.2.1 公司的经营者是负责的, 且公司管理层有能力担当其责任;

2.2.2 公司能够按照既定的战略继续经营;

2.2.3 公司能够继续控制其拥有的各项资源、保持核心竞争能力;

2.2.4 公司能保持生产投放处于正常运营状态;

2.2.5 公司的生产投放技术、成本结构、媒体资源、销售方式在未来年份内保持相对稳定, 并保持预测的价格水平不变;

2.2.6 国内各地区政府部门对户外 LED 大屏幕媒体广告的管理标准及规范意见无重大变动;

2.2.7 公司能够得到通过广告代理公司实现销售的最终客户的认可;

2.2.8 公司主要客户的财务状况、经营情况和商业信用未发生重大不利变化。

3 盈利预测说明

3.1 公司基本情况

3.1.1 拟实施的向特定对象发行股份购买资产方案

上海新文化传媒集团股份有限公司(以下简称“新文化集团”、“新文化”“公司”)拟发行股份及支付现金购买资产,本次重组交易价格参考坤元资产评估有限公司出具的坤元评报(2014)166号、坤元评报(2014)167号《资产评估报告》的评估结果并经各方友好协商后确定为150,000.00万元。其中支付现金62,985.12万元,发行股份3,364.84万股支付交易对价87,014.88万元,具体情况如下:

1.1、新文化以发行股份及支付现金的方式购买郁金香广告传播(上海)股份有限公司(以下简称:郁金香传播)100%股权,交易价格为120,000.00万元。其中以现金方式收购Wise Genesis Limited(以下简称:Wise Genesis)、Fame Hill Media Corporation Limited(以下简称:Fame Hill)、Panpacific Outdoor Media Company Limited(以下简称:Panpacific)、Yumi Media Corporation Limited(以下简称:Yumi)、BNO Media Corporation Limited(以下简称:BNO)、Switch Media Corporation Limited(以下简称:Switch)和Asha New Media Limited(以下简称:Asha)合计持有的郁金香传播42.38%的股份,共支付现金50,857.92元;以发行股份及支付现金的方式购买上海银久广告有限公司(以下简称:上海银久)、上海欣香广告有限公司(以下简称:上海欣香)、成都禅悦广告传媒有限公司(以下简称:成都禅悦)、上海慧裕文化传播有限公司(以下简称:上海慧裕)、北京智百扬广告有限公司(以下简称:北京智百扬)、上海聚丰广告有限公司(以下简称:上海聚丰)、上海鸣瑞广告传媒有限公司(以下简称:上海鸣瑞)、沈阳悟石整合广告传媒有限公司(以下简称:沈阳悟石)、上海鑫秩文化传播有限公司(以下简称:上海鑫秩)和上海狮电文化传播有限公司(以下简称:上海狮电)合计持有的郁金香传播57.62%的股份,共计支付现金8,047.20万元,发行股份2,362.52万股支付交易对价61,094.88万元。

1.2、新文化以发行股份及支付现金的方式购买韩慧丽、周晓平合计持有的沈阳达可斯广告有限公司的100%股份、沈阳达可思庞达广告传媒有限公司的100%股份、宁波达可斯庞达广告传媒有限公司的100%股份、沈阳裕华传媒广告有限公司的50%股份(上述4家交易公司以下合称:达可斯广告及其相关公司),交易价格为30,000.00万元。其中支付现金4,080.00万元,发行股份1,002.32万股支付交易对价25,920.00万元。

上述两项交易以下简称“本次重组”、“本次交易”。

3 盈利预测说明 (续)

3.1 公司基本情况 (续)

3.1.2 本公司基本情况

本公司前身为上海新文化传媒投资有限公司、上海新文化传媒投资集团有限公司, 成立于 2004 年 12 月 30 日, 由杨震华、伍怡中、方文襄、杨小弟、张建芬、石蕙等 6 名自然人共同出资组建, 并取得由上海市工商行政管理局颁发的注册号为 3101092010726 的《企业法人营业执照》, 注册资本人民币 3,000 万元, 其中: 伍怡中占注册资本 50%, 杨震华占注册资本 43.96%, 方文襄占注册资本 2.91%, 杨小弟占注册资本 1.25%, 张建芬占注册资本 1.04%, 石蕙占注册资本 0.84%。

2005 年 8 月, 伍怡中将其所持的本公司的 50% 股权无偿转让给王灏。经此次股权转让后, 本公司的注册资本仍为 3,000 万元, 其中: 王灏占注册资本 50%, 杨震华占注册资本 43.96%, 方文襄占注册资本 2.91%, 杨小弟占注册资本 1.25%, 张建芬占注册资本 1.04%, 石蕙占注册资本 0.84%。

本公司于 2005 年 8 月新增注册资本 3,000 万元, 本次增资由各股东按原持股比例同比例以货币资金认缴, 增资后各股东股权比例不变。经此次增资后, 本公司注册资本变更为人民币 6,000 万元。

2006 年 9 月, 公司名称从“上海新文化传媒投资有限公司”变更为“上海新文化传媒投资集团有限公司”, 注册资本及各股东股权比例不变。

2008 年 5 月, 王灏将其所持本公司的 50% 股权 (代表出资额 3,000 万元) 转让给丰禾朴实投资管理 (北京) 有限公司 (以下简称“丰禾朴实”), 转让价格为 3,000 万元。经此次股权转让后, 本公司的注册资本仍为 6,000 万元, 其中: 丰禾朴实占注册资本 50%, 杨震华占注册资本 43.96%, 方文襄占注册资本 2.91%, 杨小弟占注册资本 1.25%, 张建芬占注册资本 1.04%, 石蕙占注册资本 0.84%。

2008 年 12 月, 杨震华、方文襄、杨小弟、张建芬和石蕙分别将其个人持有本公司的 43.96% 股权 (代表出资额 2,637.6 万元)、2.91% 股权 (代表出资额 174.9 万元)、1.25% 股权 (代表出资额 75 万元)、1.04% 股权 (代表出资额 62.4 万元)、0.84% 股权 (代表出资额 50.1 万元) 转让给上海渠丰国际贸易有限公司 (以下简称“渠丰国际”)。转让价格为每单位出资额 1 元。经此次股权转让后, 本公司的注册资本仍为 6,000 万元, 其中: 丰禾朴实占注册资本 50%, 渠丰国际占注册资本 50%。

3 盈利预测说明 (续)

3.1 公司基本情况 (续)

3.1.2 本公司基本情况 (续)

2009 年 6 月, 丰禾朴实将所持本公司 1%的股权 (代表出资额 60 万元) 转让给盛文蕾、0.5%股权 (代表出资额 30 万元) 转让给孙毅、0.5%股权 (代表出资额 30 万元) 转让给张建芬、0.5%股权 (代表出资额 30 万元) 转让给李容、0.25%股权 (代表出资额 15 万元) 转让给余厉, 转让价格均为每单位出资额 1 元。经此次股权转让后, 本公司的注册资本仍为 6,000 万元, 其中: 渠丰国际占注册资本 50%; 丰禾朴实占注册资本 47.25%; 盛文蕾占注册资本 1.00%; 张建芬占注册资本 0.50%; 孙毅占注册资本 0.50%, 李容占注册资本 0.50%, 余厉占注册资本 0.25%。

2009 年 12 月, 丰禾朴实将所持本公司 0.5%的股权 (代表出资额 30 万元) 转让给张建芬、1%股权 (代表出资额 60 万元) 转让给李向农, 各标的股权转让价格均为每股 1.2 元 (价格为截止至 2009 年 11 月 30 日的账面每股净资产值)。经此次股权转让后, 本公司的注册资本仍为 6,000 万元, 其中: 渠丰国际占注册资本 50%; 丰禾朴实占注册资本 45.75%; 盛文蕾占注册资本 1.00%; 张建芬占注册资本 1.00%; 李向农占注册资本 1.00%; 孙毅占注册资本 0.50%, 李容占注册资本 0.50%, 余厉占注册资本 0.25%。

2010 年 4 月, 本公司整体变更为“上海新文化传媒集团股份有限公司”, 由上海众华沪银会计师事务所有限公司出具的《审计报告》[沪众会字(2010)第 2258 号]审验, 本公司经审计的 2009 年 12 月 31 日净资产为 6,208.43 万元, 折股后确定股份公司的股本总额为 6,000 万股, 其余 208.43 万元计入股份公司的资本公积。本公司于 2010 年 4 月 27 日取得上海市工商局核发的变更后的《企业法人营业执照》, 注册号: 310000000087442。注册资本及各股东股权比例不变。

由于本公司对坏账准备的计提比例进行了调整, 对财务报表进行相应调整后截至 2009 年 12 月 31 日财务报表净资产为 6,023.56 万元, 折股后确定股份公司的股本总额为 6,000 万股, 其余 23.56 万元计入股份公司的资本公积。

2010 年 5 月, 18 名自然人增资 700 万股, 增资价格每股 5 元, 全部为货币资金。经此次增资后, 本公司注册资本变更为人民币 6,700 万元, 其中: 渠丰国际占注册资本 44.78%; 丰禾朴实占注册资本 40.97%; 21 名自然人共占注册资本 14.25%。

3 盈利预测说明(续)

3.1 公司基本情况(续)

3.1.2 本公司基本情况(续)

2010年9月,9名自然人增资500万股,增资价格每股5元,全部为货币资金。经此次增资后,本公司注册资本变更为人民币7,200万元,其中:渠丰国际占注册资本41.66%;丰禾朴实占注册资本38.13%;29名自然人共占注册资本20.21%。本公司已经于2010年9月19日取得由上海市工商行政管理局换发的注册号为310000000087442号的《企业法人营业执照》,注册资本7,200万元。

2012年7月,根据公司股东大会决议和中国证券监督管理委员会核准(证监许可[2012]689号),同意公司公开发行人民币普通股增加注册资本人民币24,000,000元,变更后的注册资本为人民币96,000,000元。本公司已于2012年8月27日取得由上海市工商行政管理局换发的注册号为310000000087442号的《企业法人营业执照》,注册资本9,600万元。

根据股东大会批准通过的《关于公司2013年度利润分配议案》,本公司以2013年12月31日总股本96,000,000股为基数,向全体股东按每10股派发现金股利人民币5元(含税),共计派发48,000,000元(含税),剩余可分配利润转入以后年度分配;同时,以资本公积金向全体股东每10股转增10股。2014年5月13日,完成了上述工商变更,总股本变更为1.92亿股。

3 盈利预测说明 (续)

3.1 公司基本情况 (续)

3.1.3 郁金香传播基本情况

本次交易对方之郁金香传播的全体股东, 分别为上海银久、Wise Genesis、Fame Hill、上海欣香、Panpacific、成都禅悦、上海慧裕、北京智百扬、上海聚丰、Yumi、BNO、Switch、Asha、上海鸣瑞、沈阳悟石、上海鑫秩和上海狮电。

郁金香传播的股权结构情况如下:

序号	股东名称	持股数 (股)	持股比例 (%)
1	上海银久	49,500,000	30.0000
2	Wise Genesis	31,578,360	19.1384
3	Fame Hill	17,552,535	10.6379
4	上海欣香	13,051,500	7.9100
5	Panpacific	10,355,895	6.2763
6	上海狮电	7,086,750	4.2950
7	成都禅悦	5,799,750	3.5150
8	上海慧裕	5,669,400	3.4360
9	北京智百扬	5,529,150	3.3510
10	上海聚丰	3,544,200	2.1480
11	Yumi	2,640,000	1.6000
12	BNO	2,612,115	1.5831
13	Switch	2,612,115	1.5831
14	Asha	2,578,620	1.5628
15	上海鸣瑞	2,126,850	1.2890
16	沈阳悟石	1,452,000	0.8800
17	上海鑫秩	1,310,760	0.7944
	合计	165,000,000	100.00

3 盈利预测说明 (续)

3.1 公司基本情况 (续)

3.1.3 郁金香传播基本情况 (续)

郁金香广告传播(上海)股份有限公司是郁金香广告传播(上海)有限公司依法变更而来的股份有限公司, 于 2012 年 6 月 29 日首次获得股份有限公司的营业执照。

郁金香广告传播(上海)有限公司, 原名郁金香多媒体技术(上海)有限公司, 曾用名华锦广告传媒(上海)有限公司, 成立于 2005 年 12 月 8 日, 曾系一家外商独资企业, 持有上海市人民政府颁发的商外资沪张独资字[2005]3517 号批准证书和上海市工商行政管理局颁发的注册号为 310115400189354(市局)的《企业法人营业执照》。公司注册资本及实收资本均为 1974 万美元, 法定代表人为王敏。

经上海市张江高科技园区领导小组办公室以《关于郁金香多媒体技术(上海)有限公司设立的批复》(沪张江园区办项字(2005)758 号)批准, 郁金香媒体(国际)有限公司(以下简称“郁金香国际”)于 2005 年设立了公司。公司成立时的注册资本为 14 万美元, 郁金香国际出资 14 万美元, 占公司注册资本的 100%。

上海市张江高科技园区领导小组办公室于 2006 年 3 月 8 日出具《关于郁金香多媒体技术(上海)有限公司增加投资总额和注册资本的批复》(沪张江园区办项字(2006)128 号), 批准公司注册资本增至 214 万美元, 增加的 200 万美元注册资本由郁金香国际缴纳。本次增资完成后, 公司注册资本为 214 万美元, 郁金香国际出资 214 万美元, 占公司注册资本的 100%。

上海市外国投资工作委员会于 2006 年 9 月 14 日出具《关于同意郁金香多媒体技术(上海)有限公司增资及变更经营范围的批复》(沪外资委协[2006]3861 号), 批准公司注册资本增至 1214 万美元, 增加的 1000 万美元注册资本由郁金香国际缴纳。本次增资完成后, 公司注册资本为 1214 万美元, 郁金香国际出资 1214 万美元, 占公司注册资本的 100%。

上海市外国投资工作委员会于 2007 年 12 月 25 日出具《关于同意郁金香多媒体技术(上海)有限公司增资及修改公司章程的批复》(沪外资委协[2007]5537 号), 批准公司注册资本增加至 5000 万美元, 增加的 3786 万美元注册资本由郁金香国际缴纳。截止 2008 年 6 月 17 日, 公司经审计的实收资本为 1974 万美元。

2010 年, 经上海市商务委员会以《市商务委关于同意郁金香多媒体技术(上海)有限公司更名及增加经营范围的批复》(沪商外资批[2010]102 号)批准, 公司更名为“华锦广告传媒(上海)有限公司”。

3 盈利预测说明 (续)

3.1 公司基本情况 (续)

3.1.3 郁金香传播基本情况 (续)

上海市商务委员会于 2010 年 6 月 17 日出具《市商务委关于同意华锦广告传媒(上海)有限公司减资及更名的批复》(沪商外资批[2010]1524 号), 批准公司注册资本减至 1974 万美元, 并更名为“郁金香广告传播(上海)有限公司”。本次减资完成后, 公司注册资本为 1974 万美元, 郁金香国际出资 1974 万美元, 占注册资本的 100%。

2011 年 8 月, 经上海市商务委员会以《市商务委关于同意郁金香广告传播(上海)有限公司股权转让及改制的批复》(沪商外资批[2011]2547 号)批准, 郁金香国际将公司 30%的股权以 592.20 万美元的价格转让予上海银久广告有限公司、将公司 0.7944%的股权以 15.68 万美元的价格转让予上海鑫秩文化传播有限公司、将公司 10.6379%的股权以 209.99 万美元的价格转让予香港的 Fame Hill Media Corporation Limited、将公司 1.6%的股权以 31.58 万美元的价格转让予香港的 Yumi Media Corporation Limited、将公司 6.2763%的股权以 123.89 万美元的价格转让予 Panpacific Outdoor Media Company Limited、将公司 1.5628%的股权以 30.85 万美元的价格转让予香港的 Asha New Media Limited、将公司 1.5831%的股权以 31.25 万美元的价格转让予香港的 BNO Media Corporation Limited、将公司 1.5831%的股权以 31.25 万美元的价格转让予香港的 Switch Media Corporation Limited、将公司 19.1384%的股权以 377.79 万美元的价格转让予香港的 Wise Genesis Limited。前述股权转让完成后, 公司注册资本为 1974 万美元, 郁金香国际出资 529.52 万美元, 占注册资本的 26.824%; 上海银久广告有限公司出资 592.20 万美元, 占注册资本的 30%; 上海鑫秩文化传播有限公司出资 15.68 万美元, 占注册资本的 0.7944%; 香港的 Fame Hill Media Corporation Limited 出资 209.99 万美元, 占注册资本的 10.6378%; 香港的 Yumi Media Corporation Limited 出资 31.58 万美元, 占注册资本的 1.6%; 香港的 Panpacific Outdoor Media Company Limited 出资 123.89 万美元, 占注册资本的 6.2763%; 香港的 Asha New Media Limited 出资 30.85 万美元, 占注册资本的 1.5628%; 香港的 BNO Media Corporation Limited 出资 31.25 万美元, 占注册资本的 1.5831%; 香港的 Switch Media Corporation Limited 出资 31.25 万美元, 占注册资本的 1.5831%; 香港的 Wise Genesis Limited 出资 377.79 万美元, 占注册资本的 19.1384%。公司由外商独资企业变更为中外合资企业。

3 盈利预测说明(续)

3.1 公司基本情况(续)

3.1.3 郁金香传播基本情况(续)

2011年9月,经上海市商务委员会以《市商务委关于同意郁金香广告传播(上海)有限公司股权转让的批复》(沪商外资批[2011]3024号)批准,郁金香国际将公司3.515%的股权以4092万元的价格转让予成都禅悦广告传媒有限公司、将公司3.351%的股权以3900万元的价格转让予北京智百扬广告有限公司、将公司7.91%的股权以9207万元的价格转让予上海欣香广告有限公司、将公司0.88%的股权以1024万元的价格转让予沈阳悟石整合广告传媒有限公司、将公司4.295%的股权以5000万元的价格转让予上海狮电文化传播有限公司、将公司3.436%的股权以4000万元的价格转让予上海慧裕文化传播有限公司、将公司2.148%的股权以2500万元的价格转让予上海聚丰广告有限公司、将公司1.289%的股权以1500万元的价格转让予上海鸣瑞广告传媒有限公司。前述股权转让完成后,公司注册资本为1974万美元,上海银久广告有限公司出资592.20万美元,占注册资本的30%;上海鑫秩文化传播有限公司出资15.68万美元,占注册资本的0.7944%;香港的Fame Hill Media Corporation Limited出资209.99万美元,占注册资本的10.6379%;香港的Yumi Media Corporation Limited出资31.58万美元,占注册资本的1.6%;香港的Panpacific Outdoor Media Company Limited出资123.89万美元,占注册资本的6.2763%;香港的Asha New Media Limited出资30.85万美元,占注册资本的1.5628%;香港的BNO Media Corporation Limited出资31.25万美元,占注册资本的1.5831%;香港的Switch Media Corporation Limited出资31.25万美元,占注册资本的1.5831%;香港的Wise Genesis Limited出资377.79万美元,占注册资本的19.1384%;成都禅悦广告传媒有限公司出资69.3974万美元,占注册资本的3.515%股权;北京智百扬广告有限公司出资66.1413万美元,占注册资本的3.351%;上海欣香广告有限公司出资156.1442万美元,占注册资本的7.91%;沈阳悟石整合广告传媒有限公司出资17.3663万美元,占注册资本的0.88%;上海狮电文化传播有限公司出资84.7965万美元,占注册资本的4.295%;上海慧裕文化传播有限公司出资67.8372万美元,占注册资本的3.436%;上海聚丰广告有限公司出资42.3982万美元,占注册资本的2.1480%;上海鸣瑞广告传媒有限公司出资25.4389万美元,占注册资本的1.289%。

3 盈利预测说明(续)

3.1 公司基本情况(续)

3.1.3 郁金香传播基本情况(续)

根据公司2012年6月2日董事会决议及2012年6月2日发起人协议,以郁金香广告传播(上海)有限公司原有股东作为发起人,以截至2012年1月31日经审计的净资产折股投入,整体变更为股份有限公司,变更后总股本为16,500万元,每股面值人民币1元,注册资本人民币16,500万元。公司于2012年5月11日取得上海市商务委员会沪商外资批[2012]1330号《市商务委关于同意郁金香广告传播(上海)有限公司改制为外商投资股份制企业的批复》,并于2012年6月18日取得上海市商务委员会沪商外资批[2012]1868号《市商务委关于同意调整郁金香广告传播(上海)股份有限公司股本总额及注册资本的批复》,公司于2012年6月19日换领了商外资沪股份字[2005]3517号批准证书。此次股本变更业经上海众华沪银会计师事务所以“沪众会字(2012)第2167号”验资报告予以验证。2012年6月29日,公司在上海市工商行政管理局办理了变更登记,领取了注册号为310115400189354(市局)企业法人营业执照。

3.1.4 达可斯广告及其相关公司基本情况

2009年6月24日,沈阳达可斯广告有限公司经沈阳市和平区工商行政管理局核准设立,注册号:210102000043204。企业类型:有限责任公司。公司注册资本:人民币100万元,其中韩慧丽女士出资65万元,占比65%;王子龙先生出资35万元,占比35%。

2011年11月10日,公司签署股东会决议,王子龙先生与周晓平先生签署《股权转让协议》,协议约定王子龙先生将其所持沈阳达可斯35%的股权转让给周晓平先生。股权转让完成后,韩慧丽女士出资65万元,占比65%;周晓平先生出资35万元,占比35%。

2011年12月8日,公司签署股东会决议,通过公司章程修正案,决定公司注册资本由100万元增加至500万元。其中韩慧丽女士增资260万元,周晓平先生增资140万。增资完成后,韩慧丽女士出资325万元,占比65%;周晓平先生出资175万元,占比35%。

2013年度、2014年1月份公司的实收资本增加额共计225万元,均为模拟合并宁波达可斯庞达广告传媒有限公司、沈阳达可思庞达广告传媒有限公司和沈阳裕华传媒广告有限公司时,模拟自然人股东进行增资所产生的金额。

3 盈利预测说明(续)

3.2 公司采用的主要会计政策、会计估计和合并财务报表的编制方法

3.2.1 会计年度

会计年度为公历1月1日起至12月31日止。

3.2.2 记账本位币

记账本位币为人民币。

3.2.3 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

3.2.3.1 同一控制下的企业合并

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, 认定为同一控制下的企业合并。

合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的, 在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额, 调整资本公积; 资本公积不足冲减的, 调整留存收益。

为进行企业合并发生的各项直接相关费用于发生时计入当期损益。

3 盈利预测说明(续)

3.2.3 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法(续)

3.2.3.2 非同一控制下的企业合并

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, 认定为非同一控制下的企业合并。

购买方通过一次交换交易实现的企业合并, 合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。通过多次交换交易分步实现的企业合并, 合并成本为每一单项交易成本之和。购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用, 于发生时计入当期损益; 购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用, 计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

购买方的合并成本和购买方在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额, 确认为商誉; 合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额, 计入当期损益。

3.2.4 合并财务报表的编制方法

合并财务报表的合并范围包括本公司及子公司。

从取得子公司实际控制权之日起, 本公司开始将其予以合并; 从丧失实际控制权之日起停止合并。公司间所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。子公司的股东权益中不属于公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并资产负债表中股东权益项下单独列示; 子公司净利润中不属于公司所拥有的部分作为少数股东损益在合并利润表中净利润项下单独列示。

子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的, 在编制合并财务报表时, 按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

对于因非同一控制下企业合并取得的子公司, 在编制合并财务报表时, 以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整; 对于因同一控制下企业合并取得的子公司, 在编制合并财务报表时, 视同该企业合并于报告期最早期间的期初已经发生, 从报告期最早期间的期初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表, 且其合并日前实现的净利润在合并利润表中单列项目反映。

3 盈利预测说明(续)

3.2.5 现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金及可随时用于支付的存款, 现金等价物是指持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金及价值变动风险很小的投资。

3.2.6 外币业务和外币报表折算

3.2.6.1 外币业务

外币业务按业务发生日的即期汇率将外币金额折算为人民币入账。

于资产负债表日, 外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为人民币, 所产生的折算差额除了为购建或生产符合资本化条件的资产而借入的外币借款产生的汇兑差额按资本化的原则处理外, 直接计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目, 于资产负债表日采用交易发生日的即期汇率折算。

3.2.6.2 外币财务报表的折算

以非记账本位币编制的资产负债表中的资产和负债项目, 采用资产负债表日的即期汇率折算成记账本位币, 股东权益中除未分配利润项目外, 其他项目采用发生时的即期汇率折算。以非记账本位币编制的利润表中的收入与费用项目, 采用交易发生日的即期汇率折算成记账本位币。上述折算产生的外币报表折算差额, 在股东权益中以单独项目列示。以非记账本位币编制的现金流量表中各项目的现金流量采用现金流量发生日的即期汇率折算成记账本位币。汇率变动对现金的影响额, 在现金流量表中单独列示。

3 盈利预测说明 (续)

3.2.7 金融工具

3.2.7.1 金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的, 终止确认:

- (1) 收取该金融资产现金流量的合同权利终止;
- (2) 该金融资产已转移, 且符合《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》规定的金融资产终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的, 终止确认该金融负债或其一部分。

3.2.7.2 金融资产的分类

金融资产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、应收款项、可供出售金融资产和持有至到期投资。金融资产的分类取决于本公司对金融资产的持有意图和持有能力。

(1) 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持有目的为短期内出售的金融资产, 该资产在资产负债表中以交易性金融资产列示。

(2) 应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产, 包括应收账款、其他应收款和长期应收款等。

(3) 可供出售金融资产

可供出售金融资产包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产及未被划分为其他类的金融资产。自资产负债表日起 12 个月内将出售的可供出售金融资产在资产负债表中列示为一年内到期的非流动资产。

3 盈利预测说明(续)

3.2.7 金融工具(续)

3.2.7.2 金融资产的分类(续)

(4) 持有至到期投资

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定,且管理层有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。自资产负债表日起12个月内到期的持有至到期投资在资产负债表中列示为一年内到期的非流动资产。

3.2.7.3 金融资产的计量

金融资产于本公司成为金融工具合同的一方时,按公允价值在资产负债表内确认。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,取得时发生的相关交易费用直接计入当期损益。其他金融资产的相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和可供出售金融资产按照公允价值进行后续计量,但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,按照成本计量;应收款项以及持有至到期投资采用实际利率法,以摊余成本计量。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的公允价值变动计入公允价值变动损益;在资产持有期间所取得的利息或现金股利以及在处置时产生的处置损益,计入当期损益。

除减值损失及外币货币性金融资产形成的汇兑损益外,可供出售金融资产公允价值变动计入股东权益,待该金融资产终止确认时,原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算利息,计入投资收益;可供出售权益工具投资的现金股利,于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益。

3.2.7.4 金融负债的分类

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其他金融负债。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和初始确认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。

3 盈利预测说明(续)

3.2.7 金融工具(续)

3.2.7.5 金融负债的计量

金融负债于本公司成为金融工具合同的一方时,按公允价值在资产负债表内确认。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,取得时发生的相关交易费用直接计入当期损益;其他金融负债的相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,按照公允价值后续计量,且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用。

其他金融负债,采用实际利率法,按照摊余成本进行后续计量。

3.2.7.6 金融工具的公允价值

存在活跃市场的金融资产或金融负债,采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的,采用估值技术确定其公允价值,估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

3.2.7.7 金融资产减值

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。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时,按预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值低于账面价值的差额,计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复,且客观上与确认该损失后发生的事项有关,原确认的减值损失予以转回,计入当期损益。

当可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度或非暂时性下降,原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资,在期后公允价值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。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资,在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的,原确认的减值损失予以转回,直接计入股东权益。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发生的减值损失,如果在以后期间价值得以恢复,也不予转回。

3 盈利预测说明 (续)

3.2.8 应收款项

3.2.8.1 单项金额重大并单项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	对于单项金额重大的应收款项(单项金额在 500 万元以上, 含 500 万元), 当存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时, 确认相应的坏账准备。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	根据该款项预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额, 单独进行减值测试, 计提坏账准备。

3.2.8.2 按组合计提坏账准备应收款项:

确定组合的依据	
账龄分析法组合	相同账龄的应收款项具有类似的信用风险特征划分为一个组合
合并范围内往来组合	将合并范围内母公司及各子公司间的应收款项划分为一组合

按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄分析法组合	账龄分析法
合并范围内往来组合	合并范围内往来的应收款项, 单独测试未发生减值的, 不计提坏账准备

组合中, 采用账龄分析法计提坏账准备的方法:

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)	5%	5%
1-2 年 (含 2 年)	10%	10%
2-3 年 (含 3 年)	50%	50%
3 年以上	100%	100%

3.2.8.3 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款:

单项计提坏账准备的理由	有确凿证据表明其可收回性存在明显差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备; 经单独测试未发生减值的, 包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中计提坏账准备。

3 盈利预测说明(续)

3.2.9 存货及存货跌价准备

3.2.9.1 存货的分类

存货主要包括原材料、在拍影视剧、完成拍摄影视剧、外购影视剧、低值易耗品等。

(1) 原材料系公司为拍摄影视剧购买或创作完成的剧本支出, 在影视剧投入拍摄时转入在拍影视剧。

(2) 在拍影视剧系公司投资拍摄尚在摄制中或已摄制完成尚未取得《电影片公映许可证》或《电视剧发行许可证》的影视剧产品。

(3) 完成拍摄影视剧系公司投资拍摄完成并已取得《电影片公映许可证》或《电视剧发行许可证》的影视剧产品。

(4) 外购影视剧系公司购买的影视剧产品。

3.2.9.2 存货增加的计价方法

(1) 存货按照实际成本进行初始计量。

(2) 公司从事与境内外其他单位合作摄制影片业务的, 按以下规定和方法执行:

公司负责摄制成本核算的, 在收到合作方按合同约定预付的制片款项时, 先通过“预收款项—预收制片款”科目进行核算; 当影视剧完成摄制结转入库时, 再将该款项转作影视剧库存成本的备抵, 并在结转销售成本时予以冲抵。

其他合作方负责摄制成本核算的, 公司按合同约定支付合作方的制片款, 先通过“预付账款—预付制片款”科目进行核算, 当影视剧完成摄制并收到其他合作方出具的经审计或双方确认的有关成本、费用结算凭据或报表时, 按实际结算金额将该款项转作影视剧库存成本。

3 盈利预测说明(续)

3.2.9 存货及存货跌价准备(续)

3.2.9.3 存货发出的计价方法

发出存货采用个别计价法, 自符合收入确认条件之日起, 按以下方法和规定结转销售成本:

(1) 一次性卖断国内全部著作权的, 在收到卖断价款时, 将全部实际成本一次性结转销售成本; 采用分期收款销售方式的, 按企业会计准则的规定执行。

(2) 采用按票款、发行收入等分账结算方式, 或采用多次、局部(特定院线或一定区域、一定时期内)将发行权、放映权转让给部分电影院线(发行公司)或电视台等, 且仍可继续向其他单位发行、销售的影视剧, 应在符合收入确认条件之日起, 不超过 24 个月的期间内(主要提供给电视台播映的美术片、电视剧片可在不超过 5 年的期间内), 采用计划收入比例法将其全部实际成本逐笔(期)结转销售成本。

(3) 如果预计影视剧不再拥有发行、销售市场, 则将该影视剧未结转的成本予以全部结转。

(4) 低值易耗品按照一次转销法进行摊销。

3 盈利预测说明(续)

3.2.10 长期股权投资

3.2.10.1 投资成本的确定

企业合并形成的长期股权投资,按照本附注“3.3 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”的相关内容确认初始投资成本;除企业合并形成的长期股权投资以外,其他方式取得的长期股权投资,按照下述方法确认其初始投资成本:

- (1)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。
- (2)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。
- (3)投资者投入的长期股权投资,按照投资合同或协议约定的价值作为初始投资成本,但合同或协议约定价值不公允的除外。
- (4)在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值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为基础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。
- (5)通过债务重组取得的长期股权投资,其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

3.2.10.2 后续计量及损益确认方法

本公司对子公司的长期股权投资,采用成本法核算,编制合并财务报表时按照权益法进行调整。对被投资单位不具有共同控制或重大影响,并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资,采用成本法核算。对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资,采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资,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,投资企业应当按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。采用权益法核算的长期股权投资,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,其差额包含在初始投资成本中;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且经复核两者差额仍存在时,该差额计入当期损益,同时调整长期股权投资成本。

3 盈利预测说明(续)

3.2.10 长期股权投资(续)

3.2.10.2 后续计量及损益确认方法(续)

采用权益法核算时, 按应享有或应分担的被投资单位的净损益份额确认当期投资损益。确认被投资单位发生的净亏损, 以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限, 但本公司负有承担额外损失义务且符合或有事项准则所规定的预计负债确认条件的, 继续确认投资损失和预计负债。被投资单位除净损益以外股东权益的其他变动, 本公司按照持股比例计算应享有或承担的部分直接计入资本公积。被投资单位分派的利润或现金股利于宣告分派时按照本公司应分得的部分, 相应减少长期股权投资的账面价值。本公司与被投资单位之间的交易产生的未实现损益在本公司拥有被投资单位的权益范围内予以抵销, 惟该交易所转让的资产发生减值的, 则相应的未实现损益不予抵销。

3.2.10.3 确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

按照合同约定对某项经济活动所共有的控制, 仅在与该项经济活动相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在, 则视为与其他方对被投资单位实施共同控制; 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, 则视为对被投资单位施加重大影响。

3.2.10.4 减值测试方法及减值准备计提方法

采用成本法核算的、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资, 其账面价值高于按照类似投资当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值, 确认该项投资存在减值。采用权益法核算的联营企业和合营企业以及采用成本法核算的子公司的长期股权投资, 当长期股权投资的账面价值高于可收回金额时, 确认该项投资存在减值。长期股权投资存在减值迹象的, 其账面价值减记至可收回金额。可收回金额根据长期股权投资的公允价值减去处置费用后的净额与长期股权投资预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

3 盈利预测说明 (续)

3.2.11 固定资产

3.2.11.1 固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的, 使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产同时满足下列条件的, 才能予以确认:

- (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。

3.2.11.2 固定资产初始计量和后续计量

购置或新建的固定资产按取得时的实际成本进行初始计量。与固定资产有关的后续支出, 在相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能够可靠的计量时, 计入固定资产成本; 对于被替换的部分, 终止确认其账面价值; 所有其他后续支出于发生时计入当期损益。当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时, 终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

3.2.11.3 各类固定资产的折旧方法

类别	折旧年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率 (%)
办公及电子设备	5 年	5%	19.00%
机器设备	5-10 年 (注)	5%	9.50%-19.00%
运输设备	5 年	5%	19.00%

注: 模拟并入子公司郁金香传播和达可斯广告及其相关公司的机器设备主要为 LED 屏, 折旧年限按 LED 屏一般寿命 10 年和 LED 屏所占用场地的剩余租赁期孰短确定。

于每年年度终了, 对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核并作适当调整。

当固定资产的公允价值减去处置费用后的净额和资产预计未来现金流量的现值均低于固定资产账面价值时, 确认固定资产存在减值迹象。固定资产存在减值迹象的, 其账面价值减记至可收回金额。可收回金额根据固定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较高者确定。

符合持有待售条件的固定资产, 以账面价值与公允价值减去处置费用孰低的金额列示。公允价值减去处置费用低于原账面价值的金额, 确认为资产减值损失。

3 盈利预测说明 (续)

3.2.12 在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑费用、其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出以及在资产达到预定可使用状态之前所发生的符合资本化条件的借款费用。在建工程在达到预定可使用状态时, 转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

当在建工程的可收回金额低于其账面价值时, 账面价值减记至可收回金额。

3.2.13 借款费用

发生的可直接归属于需要经过相当长时间的购建活动才能达到预定可使用状态之固定资产的购建的借款费用, 在资产支出及借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始时, 开始资本化并计入该资产的成本。当购建的资产达到预定可使用状态时停止资本化, 其后发生的借款费用计入当期损益。如果资产的购建活动发生非正常中断, 并且中断时间连续超过 3 个月, 暂停借款费用的资本化, 直至资产的购建活动重新开始。

在资本化期间内, 专门借款(指为购建或者生产符合资本化条件的资产而专门借入的款项)以专门借款当期实际发生的利息费用, 减去将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确定应予资本化的利息金额; 一般借款则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利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

借款存在折价或者溢价的, 按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额, 调整每期利息金额。

3 盈利预测说明(续)

3.2.14 无形资产

无形资产包括软件等。无形资产以实际成本计量。

软件按使用年限平均摊销。

当无形资产的公允价值减去处置费用后的净额和资产预计未来现金流量的现值均低于无形资产账面价值时, 确认无形资产存在减值迹象。无形资产存在减值迹象的, 其账面价值减记至可收回金额。可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

3.2.15 研究与开发

根据内部研究开发项目支出的性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性, 分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出, 于发生时计入当期损益; 开发阶段的支出, 同时满足下列条件的, 确认为无形资产:

- (1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性;
- (2) 管理层具有完成该无形资产并使用或出售的意图;
- (3) 无形资产产生经济利益的方式, 包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场, 无形资产将在内部使用的, 应当证明其有用性;
- (4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持, 以完成该无形资产的开发, 并有能力使用或出售该无形资产;
- (5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出, 于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出, 自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

当开发支出的可收回金额低于其账面价值时, 账面价值减记至可收回金额。

3 盈利预测说明(续)

3.2.16 商誉

商誉为股权投资成本超过应享有的被投资单位于投资取得日的公允价值份额的差额, 或者为非同一控制下企业合并成本超过企业合并中取得的被购买方可辨认净资产于购买日的公允价值份额的差额。

企业合并形成的商誉在合并财务报表上单独列示。购买联营企业和合营企业股权投资成本超过投资时应享有被投资单位的公允价值份额的差额, 包含于长期股权投资。

企业合并形成的商誉每年进行减值测试。减值测试时, 商誉的账面价值根据企业合并的协同效应分摊至受益的资产组或资产组组合。期末商誉按成本减去累计减值损失后的净额列示。

3.2.17 长期待摊费用

长期待摊费用包括经营租入固定资产改良及其他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, 按预计受益期间分期平均摊销, 并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

3.2.18 预计负债

对因产品质量保证、亏损合同等形成的现时义务, 其履行很可能导致经济利益的流出, 在该义务的金额能够可靠计量时, 确认为预计负债。对于未来经营亏损, 不确认预计负债。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量, 并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。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; 因随着时间推移所进行的折现还原而导致的预计负债账面价值的增加金额, 确认为利息费用。

于资产负债表日, 对预计负债的账面价值进行复核并作适当调整, 以反映当前的最佳估计数。

3 盈利预测说明(续)

3.2.19 资产减值

在财务报表中单独列示的商誉和使用寿命不确定的无形资产, 无论是否存在减值迹象, 至少每年进行减值测试。固定资产、无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及长期股权投资等, 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。

上述资产减值损失一经确认, 如果在以后期间价值得以恢复, 也不予转回。

3.2.20 职工薪酬

于职工提供服务的期间确认应付的职工薪酬, 并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。职工薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、社会保险费及住房公积金、工会经费和职工教育经费等其他与获得职工提供的服务相关的支出。

3 盈利预测说明(续)

3.2.21 收入确认

3.2.21.1 销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认:(1)将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方;(2)公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权,也不再对已售出的商品实施有效控制;(3)收入的金额能够可靠地计量;(4)相关的经济利益很可能流入;(5)相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

3.2.21.1.1 本公司营业收入主要为影视剧销售及其衍生收入。主要业务收入的确认方法如下:

(1) 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。

电视剧销售收入包括电视播映权转让收入、音像版权收入、网络播映权收入、海外发行收入、复制费母带费收入等。

本公司按照《电影企业会计核算办法》的规定,采用计划收入比例法核算相应的影视剧销售收入和成本。

计划收入比例法是指企业从首次确认销售收入之日起,在成本配比期内,以当期已实现的销售收入占计划收入的比例为权数,计算确定本期应结转的相应销售成本。该方法在具体使用时,一般由影视片的主创人员、销售和财务等专业人员,结合以往的数据和经验,对发行或播映的影视作品的市场状况,本着谨慎的原则进行市场销售状况及效益的预测,并提出该片在规定成本配比期内可能获得销售收入的总额。在此基础上,计算其各期应结转的销售成本。计算公式为:

计划销售成本率=影视剧入库的实际总成本/预计影视剧成本配比期内的销售收入总额×100%

本期(月)应结转销售成本额=本期(月)影视剧销售收入额×计划销售成本率

在影视剧成本配比期内,因客观政治、经济环境或者企业预测、判断等原因而发生,预期收入与实际收入发生较大的偏离情况时,本公司将及时作出重新预测,依据现实实际情况调整影视剧成本配比期内的预计销售收入总额。

3 盈利预测说明 (续)

3.2.21.1 销售商品 (续)

在电视播映权的转让中, 还包括首轮播映权转让和二轮播映权转让。首轮播映权是部分电视台可以按约定的顺序在 2 年内 (部分剧目延长到 3—5 年) 先后开始播放的权利; 二轮播映权是指在首轮播放结束后, 其他部分电视台继续播放的权利。由于电视剧项目收入中, 主要为首轮播映权转让收入, 通常在 24 个月之后进行的二轮播映权的交易具有较大的不可预期性。因此, 本着谨慎性的原则, 本公司仅以为期 24 个月 (部分剧目延长到 3—5 年) 的首轮播映权转让预计实现的收入作为电视剧项目的预期收入, 不考虑首轮播放后二轮播映权可能实现的收入。

(2) 电影票房分账收入: 电影完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过取得《电影公映许可证》, 于院线、影院上映后按双方确认的实际票房统计及相应的分账方法所计算的金额确认收入。

3.2.21.1.2 模拟并入子公司郁金香传播和达可斯广告及其相关公司的营业收入主要为 LED 屏幕广告发布业务收入。主要业务收入的确认方法如下:

收入的金额按照公司在日常经营活动中广告发布、劳务提供或已提供让渡资产使用权时, 已收或应收合同或协议价款的公允价值确定。收入按扣除增值税、商业折扣、销售折让及销售退回的净额列示。

广告发布业务收入, 同时满足下列条件的予以确认: (1) 广告已经播出; (2) 收入的金额能够可靠计量; (3) 相关经济利益很可能流入企业; (4) 相关的已发生或将发生的成本能够可靠计量。

3.2.21.2 提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的 (同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量), 采用完工百分比法确认提供劳务的收入, 并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的, 若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿, 按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入, 并按相同金额结转劳务成本; 若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿, 将已经发生的劳务成本计入当期损益, 不确认劳务收入。

3.2.21.3 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时, 确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定; 使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3 盈利预测说明 (续)

3.2.22 借款

借款按公允价值扣除交易成本后的金额进行初始计量, 并采用实际利率法按摊余成本进行后续计量。于资产负债表日起 12 个月 (含 12 个月) 内偿还的借款为短期借款, 其余借款为长期借款。

3.2.23 政府补助

政府补助, 是指公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产, 但不包括政府作为公司所有者投入的资本。政府补助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。

政府补助为货币性资产的, 按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的, 按照公允价值计量; 公允价值不能可靠取得的, 按照名义金额计量。

与资产相关的政府补助, 确认为递延收益, 并在相关资产使用寿命内平均分配, 计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助, 直接计入当期损益。与收益相关的政府补助, 用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的, 确认为递延收益, 并在确认相关费用的期间, 计入当期损益; 用于补偿公司已发生的相关费用或损失的, 直接计入当期损益。

3.2.24 递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额 (包括应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异) 计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损, 视同可抵扣暂时性差异。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异, 不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额 (或可抵扣亏损) 的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异, 不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日, 递延所得税资产和递延所得税负债, 按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

3 盈利预测说明(续)

3.2.24 递延所得税资产和递延所得税负债(续)

递延所得税资产的确认以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。

对子公司、联营企业及合营企业投资相关的暂时性差异产生的递延所得税资产和递延所得税负债,予以确认。但本公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的,不予确认。

3.2.25 经营租赁、融资租赁

实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁为融资租赁。其他的租赁为经营租赁。

3.2.25.1 经营租赁

经营租赁的租金支出在租赁期内按照直线法计入相关资产成本或当期损益。

3.2.25.2 融资租赁

按租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者作为租入资产的入账价值,租入资产的入账价值与最低租赁付款额之间的差额为未确认融资费用,在租赁期内按实际利率法摊销。最低租赁付款额扣除未确认融资费用后的余额以长期应付款列示。

3 盈利预测说明 (续)

3.3 税项

3.3.1 主要税种及税率

税种	计税依据	税率
本公司及子公司:		
增值税	应纳税增值额	3%, 6%
营业税	应纳税营业额	3%, 5%
企业所得税	应纳税所得额	25%
城建税	实际缴纳的流转税额	1%, 5%, 7%
教育费附加	实际缴纳的流转税额	5%

税种	计税依据	税率
模拟并入郁金香传播和达可斯广告及其相关公司:		
增值税	应纳税增值额	6%
营业税	应税营业额	5%
文化事业费	应税营业额	3%
城市维护建设税	应纳流转税	1%-7%
教育费附加	实际缴纳的流转税额	5%
企业所得税	实际缴纳的流转税额	25%, 2.5%

3.3.2 税收优惠及批文

模拟并入沈阳达可斯广告有限公司, 根据沈阳市和平区地方税务局的《税务事项通知书》, 沈阳达可斯广告有限公司 2013 年度企业所得税采用定率征收的方式, 核定的企业所得税应税所得率为 10%。

上海新文化传媒集团股份有限公司
2014 年度盈利预测报告
(除特别说明外, 金额单位为人民币万元)

3 盈利预测说明 (续)

3.4 盈利预测表的合并范围 (金额单位为人民币万元)

本公司对所控制的全部子公司均盈利预测表的合并范围, 本公司控制的特殊目的主体也纳入盈利预测表的合并范围。纳入合并范围单位如下:

序号	子公司名称	注册地	注册资本	业务性质及经营范围	本公司持股比例	本公司表决权比例
1	浙江天合盛世影视制作有限公司	浙江省	500 万元	制作、复制、发行: 专题、专栏、综艺、动画片、广播剧、电视剧; 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; 户内外各类广告及影视广告。	100%	100%
2	上海新文化国际交流有限公司	上海市	500 万元	文化艺术交流策划, 经营演出及经纪业务, 电视节目制作、发行, 会展会务服务, 广告设计、制作, 自有设备租赁, 文化信息咨询 (除经纪), 国际贸易、转口贸易, 保税区内企业间的贸易及贸易代理, 从事货物和技术的进出口业务。	100%	100%
3	上海派锐纳国际文化传播有限公司	上海市	300 万元	文化艺术交流活动策划。电视节目制作、发行, 设计、制作、代理、发布各类广告, 会展会务服务, 礼仪服务。	100%	100%
4	上海华琴影视科技发展有限公司	上海市	150 万元	影视技术专业领域内的“四技”服务, 企业营销策划, 市场营销策划, 企业形象策划, 会展服务, 商务咨询, 电脑图文设计制作。	51%	51%
5	上海新文化影业有限公司	上海市	300 万元	影视策划, 摄影摄像服务, 制作、发布各类广告, 摄制电影 (单片, 有效期至 2014 年 12 月 4 日)	70%	70%
6	鹰潭龙虎山水影视制作传播有限公司	江西省	300 万元	影视技术咨询、影视投资	51%	51%
7	上海凯羿影视传播有限公司	上海市	1000 万元	文化艺术交流活动策划, 摄影摄像服务, 制作、发布各类广告, 摄制电影	60%	60%
8	上海兰馨影业有限公司	上海市	2000 万元	文化艺术交流活动策划, 技术咨询, 发布各类广告, 投资管理, 资产管理	60%	60%
9	模拟并入郁金香广告传播(上海)股份有限公司	上海市	16500 万元	设计、制作、发布、代理国内外各类广告 (不含灯箱广告制作); 多媒体技术、网络技术的开发、设计; 计算机软件的开发、设计、制作。	100%	100%
10	模拟并入上海郁金香广告有限公司	上海市	303 万元	设计、制作、发布、代理国内各类广告、礼仪策划、百货、建筑装潢材料、电脑、通讯器材的批发。	100%	100%
11	模拟并入上海郁金香广告传媒有限公司	上海市	1000 万元	设计、制作、发布、代理各类广告、礼仪策划, 百货、建筑装潢材料、电脑、通讯器材销售	100%	100%
12	模拟并入沈阳达可斯广告有限公司	辽宁省	500 万元	许可经营项目: 无 一般经营项目: 设计、制作、发布、代理国内外各类广告。	100%	100%
13	模拟并入宁波达可斯庞达广告传媒有限公司	浙江省	100 万元	设计、制作、发布、代理国内外各类广告	100%	100%
14	模拟并入沈阳达可思庞达广告传媒有限公司	辽宁省	100 万元	设计、制作、发布、代理国内外各类广告	100%	100%
15	模拟并入沈阳裕华传媒广告有限公司	辽宁省	50 万元	设计、制作、发布、代理国内外各类广告; 文化艺术交流活动策划 (法律、法规禁止的或需经前置审批而未获批准的项目除外); 会议及展览展示服务; 企业营销策划; 摄影服务; 美术装潢设计; 礼仪庆典服务 (不含礼炮)。	50%	50%

3 盈利预测说明 (续)

3.5 盈利预测项目编制说明

3.5.1 营业收入及营业成本

项 目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
主营业务收入	97,929.72	124,666.82
其他业务收入	110.00	489.00
主营业务成本	59,577.99	76,376.09
其他业务成本	-	112.00

项 目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
主营业务收入	97,929.72	124,666.82
其中: 影视剧	48,061.25	67,948.00
LED 屏幕	49,868.47	56,718.82
主营业务成本	59,577.99	76,376.09
其中: 影视剧	28,763.42	44,905.00
LED 屏幕	30,814.57	31,471.09

3.5.1.1 营业收入

公司营业收入主要系影视剧制作发行收入及 LED 屏幕相关的广告发布业务收入。

公司营业收入的预测是以 2013 年度实际发生额为基础, 参考对以前年度财务报表发生数的分析结果, 并考虑公司年度影视剧拍摄计划, LED 屏幕广告投放计划、不同客户群体的复合增长率进行预测, 同时结合预测期间市场份额的变动趋势进行测算。

公司影视剧节目制作收入 2013 年度已实现数为 48,061.25 万元, 2014 年度预测数为 67,948.00 万元, 2014 年预测数比 2013 年增加 41.38%。公司 2013 年 9 月新购入子公司上海凯羿影视传播影视传播有限公司, 该公司 2014 年度预计有 9 部左右的影视作品上映, 公司 2014 年度预计将有 30 部左右的影视作品产生收入, 故导致预测收入上涨。

公司 LED 屏幕广告发布收入 2013 年度已实现数 49,868.47 万元, 2014 年度预测数为 56,718.82 万元; 2014 年预测数比 2013 年增加 13.74%。主要由于公司通过对不同客户群体历史数据横向分析, 针对性的制定营销策略并试点推出创新产品, 使客户的服务覆盖宽度提升, 预测 2014 年度销售业绩上涨; 子公司沈阳裕华传媒广告有限公司 2014 年将有新建 LED 屏幕投放市场, 扩大收入; 子公司沈阳达可斯广告有限公司 2014 年起调整经营模式, 由授权其他公司独家代理本公司 LED 屏幕资源转变为自营模式, 同时增加松散代理的收入规模, 故导致预测收入上升。

3 盈利预测说明 (续)

3.5 盈利预测项目编制说明 (续)

3.5.1 营业收入及营业成本 (续)

3.5.1.1 营业成本

公司营业成本主要由影视剧节目制作成本、LED 屏幕折旧、场地租赁费、代理费、电费等构成。

公司营业成本的预测是以 2013 年度实际发生额为基础, 参考对以前年度财务报表发生数的分析结果, 并考虑公司年度战略投资计划和成本费用控制计划进行预测, 同时结合预测期间媒体资源市场网络布局的变动趋势进行测算。

公司 2013 年度影视剧节目制作成本已实现数为 28,763.42 万元, 2014 年度预测数为 44,905.00 万元, 2014 年预测数比 2013 年增加 56.12%, 主要原因为公司采用计划收入比例法结转成本, 2014 年实现销售的剧目较多而部分剧目的预计毛利率较低, 故导致 2014 年预测成本上升

公司 2013 年度 LED 屏幕广告发布成本已实现数为 30,814.57 万元, 2014 年度预测数为 31,471.09 万元; 2014 年预测数比 2013 年增加 2.13%。预测依据如下:

- 1) 公司对部分业绩较差且对媒体网络布局影响较小的 LED 屏幕进行战略性收缩, 在法律条款允许的情况下主动终止部分代理及租赁合同, 预测 2014 年度该部分成本下降;
- 2) 公司对已签订的场地租赁及独家代理合同逐年测算相关成本; 对自有设备按照会计政策合理估计折旧费; 上述成本的发生具有一定的刚性, 波动幅度较小;
- 3) 公司根据营销策略及物价变动趋势, 预测 2014 年度电费、人工成本、媒介费等其他成本将出现一定幅度的上涨;
- 4) 公司对松散媒体资源代理成本金额参照松散代理业务收入金额及历史毛利率数据加以预测。

经过上述各项波动预测分析得出, 2014 年营业成本总体的预测数比 2013 年将略有增长, 但是涨幅不大。

3 盈利预测说明 (续)

3.5 盈利预测项目编制说明 (续)

3.5.2 营业税金及附加

项目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
营业税	110.87	-
城市维护建设税	220.40	345.36
教育费附加	177.99	246.84
河道管理费	38.59	53.17
文化事业费	1,021.45	1,214.63
合计	1,569.30	1,860.00

营业税金及附加主要为文化事业费及按流转税计提的城市维护建设税、教育费附加等组成。公司 2014 年度营业税金及附加系根据公司预测的应税收入及相关税率预测。公司 2013 年度全面实施营改增后不再缴纳营业税。

公司 2013 年度营业税金及附加已实现数为 1,569.30 万元, 2014 年度营业税金及附加预测数为 1,860.00 万元, 2014 年预测数比 2013 年增长 18.52%。主要由于预测的应税收入上涨所致。

3 盈利预测说明 (续)

3.5 盈利预测项目编制说明 (续)

3.5.3 销售费用

项目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
人工费用	3,399.66	4,213.20
办公费	282.77	303.80
交通差旅费	501.80	619.90
业务招待费	260.58	391.36
会展费	222.11	265.00
宣传制作费	1,924.29	1,917.00
专业服务费	215.96	222.44
代理费	974.67	1,805.06
折旧及摊销	34.43	65.04
物业租赁及管理费	384.24	402.77
其他	42.90	86.60
合计	8,243.41	10,292.17

公司销售费用主要为销售人员的职工薪酬、影视剧的宣传制作费、代理费、专业服务费、物业租赁及管理费等。公司销售费用的预测是以 2013 年度实际费用发生额为基础, 参考对以前年度财务报表发生数的分析结果, 并考虑公司成本费用控制计划和 2014 年度销售增长预测以及营销策略等因素分项目进行的预测。

公司 2013 年度销售费用已实现数为 8,243.41 万元, 2014 年度销售费用预测数为 10,292.17 万元; 2014 年预测数比 2013 年增加 24.85%。

销售费用上升主要是由于随着预测收入的增长, 公司销售规模扩大, 与收入相关的代理费、销售人员绩效薪酬等支出增加所致。

3 盈利预测说明 (续)

3.5 盈利预测项目编制说明 (续)

3.5.4 管理费用

项目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
人工费用	2,066.74	2,161.10
物业租赁及管理费	630.68	785.98
折旧及摊销	190.80	263.59
办公费	255.99	242.71
交通差旅费	260.01	224.07
业务招待费	146.83	89.08
专业服务费	635.29	360.15
会务费	147.52	148.00
税费	86.15	91.19
其他	200.57	396.77
合计	4,620.58	4,762.64

公司管理费用主要包括职工薪酬、物业租赁及管理费、专业服务费、业务招待费、折旧费等。公司管理费用的预测是以 2013 年度实际费用发生额为基础, 参考对以前年度财务报表发生数的分析结果, 并考虑公司成本费用控制计划及变动趋势进行的预测。

公司 2013 年度管理费用已实现数为 4,620.58 万元, 2014 年度预测数为 4,762.64 万元, 2014 年预测数比 2013 年增加 3.07%。

2013 年度管理费用中专业服务费发生额较大, 系由于子公司郁金香传播将以往年度计入预付账款的 IPO 中介机构费用一次性结转入管理费用所致, 故该项费用在 2014 年度预测数中有较大幅度的下降。除此之外管理费用的发生, 具有一定的刚性, 在考虑了管理部门规模的变化, 以及管理效率的提高等因素后, 预测 2014 年度管理费用发生额较 2013 年度将略有增长。

3 盈利预测说明 (续)

3.5 盈利预测项目编制说明 (续)

3.5.5 财务费用

项目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
利息支出	1,033.19	1,084.85
减: 利息收入	742.82	439.54
利息净支出	290.37	645.31
汇兑净损失	17.65	11.00
银行服务及手续费	8.21	8.90
合计	316.23	665.21

公司财务费用的预测是以 2013 年度实际费用发生额为基础, 并结合公司 2014 年度资金存量的变化、资金筹措及使用计划以及国家金融机构存、贷款利率变动趋势进行的预测。

公司 2013 年度财务费用已实现数为 316.23 万元, 2014 年度财务费用预测数为 665.21 万元; 2014 年度预测数比 2013 年度增加 110.36%, 主要由于公司 2013 年度实现较多定期存款利息收入, 而 2014 年预测数仅对定期存款做保守估计, 故导致利息收入下降, 财务费用上升。

3.5.6 资产减值损失

项目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
坏账准备	2,722.64	2,842.58
合计	2,722.64	2,842.58

公司资产减值损失的预测是以 2013 年度实际资产减值损失发生额为基础, 参考对以前年度财务报表发生数的分析结果, 并考虑公司 2014 年度销售增长预测以及回款计划等因素进行的预测。

公司 2013 年度资产减值损失已实现数为 2,722.64 万元, 2014 年度预测数为 2,842.58 万元; 2014 年度预测数比 2013 年度增加 4.41%, 公司主要参考以前年度资产减值损失占营业收入的比例以及预测的 2014 年度销售收入增长幅度和回款情况所进行的分析测算结果。

3 盈利预测说明 (续)

3.5 盈利预测项目编制说明 (续)

3.5.7 营业外收入

项目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
政府补助	2,142.32	248.00
其他	36.85	-
合计	2,179.17	248.00

营业外收入具有金额的不可预测性, 出于谨慎性原则, 2014 年度预测数仅为截至审核报告日, 公司实际已实现的政府补助金额。

3.5.8 营业外支出

项目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
非流动资产处置损失合计	276.49	-
其中: 固定资产处理损失	276.49	-
对外捐赠	5.00	-
其他	29.31	-
合计	310.80	-

营业外支出具有金额的不可预测性, 出于谨慎性原则, 盈利预测期间不作出预测。

3 盈利预测说明 (续)

3.5 盈利预测项目编制说明 (续)

3.5.9 所得税费用

项目	2013 年度已实现数	2014 年度预测数
所得税费用	5,176.05	7,187.03
合计	5,176.05	7,187.03

公司 2014 年度企业所得税系根据 2014 年度预测的利润总额, 按照本盈利预测报告的编制说明 3.3 税项所述的企业所得税率预测的。

公司 2013 年度企业所得税已实现数为 5,176.05 万元, 2014 年度预测数为 7,187.03 万元; 2014 年度预测数比 2013 年度增加 38.85%, 主要系所预测的 2014 年度利润总额增加所致。

3.6 影响盈利预测结果实现的主要风险因素和准备采取的措施

本公司所作盈利预测已综合考虑各方面的影响, 并遵循了一贯性和谨慎性原则。但由于盈利预测所依据各种假设具有不确定性, 因而实际结果可能与预测信息存在差异, 投资者进行投资决策时, 不应过分依赖本预测资料, 同时应当关注以下事项:

1. 资产重组风险

盈利预测是建立在本公司本次资产重组计划获得有关审批部门和重组各方股东大会同意并实施的基础之上, 资产重组过程中任何重大改变均将对盈利预测结果产生影响。

公司对策: 公司将加强对资产重组有关政策信息的收集, 加强对监管及审核部门有关方针、政策的研究, 并根据政策变化及时调整对策, 以减少政策变化对盈利预测结果的影响。

2. 经营风险

影视剧行业版块: 影视行业系轻资产行业, 资金主要来源于电视剧投资款项的回笼, 而电视剧作和发行特点又决定了从启动投资到资金回笼存在着时间差, 此外, 随着国内物价水平的不断提高以及各制作机构对优秀主创人员争夺的不断加剧, 电视剧制作成本也在不断攀升。因此, 在公司规模的持续扩张中, 一旦不能及时获得所需资金, 公司投拍计划和盈利水平将受影响, 存在一定的经营风险。

公司对策: 谨慎选择投资项目, 进一步加强剧组成本预算管理体系, 深化成本费用管理, 加强剧组成本的事前、事中、事后控制。同时, 公司通过加强应收账款管理尽快收回资金, 并考虑多元化的融资渠道, 降低资金短缺的风险。

3 盈利预测说明 (续)

3.6 影响盈利预测结果实现的主要风险因素和准备采取的措施

广告业版块: 公司经营的广告发布业务主要依托覆盖全国各地的户外 LED 大屏幕资源, 经营基础的表现形式通常为场地租赁合同、独家代理协议、战略合作协议或媒体代理协议等, 屏幕媒体资源的稳定是公司经营的重要保障, 当主要的媒体资源合同到期后不能续约会造成公司媒体资源稳定性下降, 从而给公司的经营造成不利影响。

公司对策: 公司将结合自身战略规划, 发挥与媒体资源供应商的协同效应, 采取合理措施确保不同类型的媒体资源稳定运营。

3. 场地租金和媒体资源代理费用上涨的风险

广告业版块: 根据公司媒体运营方式的不同, 自有屏幕的场地租金和独家代理屏幕的媒体资源代理费用是公司营业成本的主要组成部分, 这些营运成本未来受政策性因素、物价上升和产权变更等的影响是不可预见的, 上述因素会加大公司成本支出, 影响公司业绩。

公司对策: 公司通过签署长期场地租赁合同和长期媒体资源独家代理协议的方式提前锁定了主要营业成本, 同时未来公司将根据媒体网络布局, 主动出击并进行战略性收缩以确保资源最优化、盈利能力最大化。

4. 政策监管风险

影视剧行业版块: 影视剧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。国家在资格准入、内容审查、行政许可等方面的监管政策对公司影视剧业务策划、制作、发行、播放等各个环节的顺利开展构成比较重要的影响。

公司对策: 通过公司内部健全的影视剧立项审核、内部审片等质量管理和控制体系, 有效防范影视剧业务所面临的政策监管风险, 避免监管政策给公司正常业务经营带来风险。

广告业版块: 鉴于户外 LED 大屏幕媒体是一种区别于传统媒体形式的新兴媒体类型, 户外 LED 大屏幕媒体在点位设置、广告内容播放等行为的过程中相对于其他媒体平台会受到多个政府部门的交叉管理, 如工商、市容、规划、城市管理等。国内各地区对户外广告管理 (如广告设施的设置许可、户外广告登记) 的地方性规定以及实际执行的管理措施也是各有不同, 规范的统一化程度较低。若未来对户外 LED 大屏幕媒体管理标准提高, 规范的统一标准出台, 则可能会对公司的运营产生影响。

公司对策: 公司制定了完善的投资开发审批流程, 投资建屏前公司与当地工商行政管理机关和当地相关政府部门进行充分沟通, 获取相关资质权利后进行投放。同时公司媒介部门和法务部门密切关注运营所在地相关政策和制度变化, 有效防范所面临的政策监管风险, 避免监管政策给公司正常业务经营带来风险。

3 盈利预测说明(续)

3.6 影响盈利预测结果实现的主要风险因素和准备采取的措施(续)

5. 行业风险

影视剧行业版块: 随着文化体制改革的不断深入, 电视剧制作营销领域在政策上对国内市场已全面放开。在此过程中, 各制作机构为保持并扩大自己的市场份额, 掌控更多的行业资源, 会进行更加激烈的市场争夺, 电视剧市场呈现整体上“供大于求”, 而精品电视剧市场却出现供不应求的结构性失衡局面。因此, 尽管公司致力于精品电视剧的制作, 且在行业中占据了一定的优势地位, 但仍然无法完全避免整个行业竞争加剧所可能产生的风险。

公司对策: 加强内部专业数据支持及研发部门的建设, 拓展电视剧题材及衍生产品开发, 引进影视剧制作专业人才, 充实营销团队, 加大市场占有率, 提高行业竞争能力。

广告业版块: 广告行业属于周期性行业, 与宏观经济的发展密切相关, 其特点在于行业内企业的营业收入和利润水平受经济周期波动的影响明显, 并呈正相关。当国家宏观经济增长放缓、消费者购买力下降时, 可能会对公司的经营业绩产生影响。

公司对策: 近年来, 我国国民经济持续稳定发展, 居民消费水平不断提升, 为广告行业提供了良好的发展机遇。未来公司拟加强宏观经济分析, 通过产品创新来扩大客户服务力度以力求在经济放缓时获得突破。

3 盈利预测说明 (续)

3.6 影响盈利预测结果实现的主要风险因素和准备采取的措施 (续)

6. 市场竞争激烈的风险

影视剧行业版块: 公司目前主要从事电视剧的投资、制作和发行。随着文化体制改革的不断深入, 政府主管部门在电视剧产业管理上采取了“管放兼有”的政策。特别是 2006 年“电视剧拍摄制作备案公示”替代“电视剧题材规划立项审批”制度以来, 电视剧制作营销领域在政策上对国内市场已全面放开。中国电视剧市场开始通过以竞争来实现优胜劣汰, 生产调节由政府主导型向市场主导型转变。目前, 电视剧行业政策准入门槛较低, 制作机构数量众多, 市场分散, 竞争比较充分。

公司对策: 公司主要致力于精品电视剧如《一代枭雄》等的制作。从过去几年发行的电视剧市场反应可以看出本公司影视产品具有较强的市场竞争力, 今后公司生产策略和计划仍为加强精品影视剧的投入, 从一定程度上降低市场竞争加剧带来的风险。

广告业版块: 鉴于城市核心商圈的优质点位具有稀缺性和排他性, 同行业为数不多的几家公司已基本完成了对一线城市商圈屏幕媒体点位的布局, 正逐步向二三线城市商圈的优质点位进行拓展。此外, 与 LED 大屏幕媒体相类似的产品还有楼宇媒体、地铁媒体、机场媒体、铁路媒体、巴士媒体等其他广告媒体。因此优质媒体资源的竞争与广告价格的竞争会对公司未来盈利能力产生影响。

公司对策: 未来公司对于一线城市的主要任务在于对现有媒体价值的深度挖掘, 提高媒体刊挂率并实现价值最大化, 同时近年来, 国家推出了一系列开发中西部及二三线城市战略投资计划, 预计未来这部分市场对广告投放需求及消费购买力均会有较大上升, 公司拟通过调整销售结构等方式进一步拓展二三线城市商圈从而形成网络化布局, 公司将凭借媒体规模优势来降低市场竞争激烈带来的风险。同时公司正在开发软件, 拟在 LED 屏幕中加入二维码, 增加观众的互动体验, 通过一定的产品创新来降低市场竞争激烈的风险。

3 盈利预测说明 (续)

3.6 影响盈利预测结果实现的主要风险因素和准备采取的措施 (续)

7. 应收账款回款风险

随着经营规模逐年扩大, 经营业绩逐年增长, 公司应收账款回款速度也略有放缓, 尽管该变动趋势是由行业特点、服务结算方式及市场宏观环境决定的, 并且公司的客户主要为各电视台、国内知名企业, 资信状况良好, 但公司仍存在部分账款无法收回的风险。

公司对策: 公司拟建立健全应收账款授信管理制度, 加强对账龄较长客户的催收对账工作, 同时建立严格的客户承接审批流程, 进一步提高客户质量以降低应收账款回款风险。

8. 专业人才的风险

影视剧行业版块: 影视剧作品的摄制须组建由制片部门、导演部门、摄像部门、录音部门和美术部门等构成的剧组, 各部门核心岗位只有具备相当专业知识和丰富工作经验的专业人士方能胜任。此外, 影视制作企业内部项目研发、项目管理、项目制作、项目发行等影视剧专业人才也是影视剧项目运作成功的核心因素。目前影视制作企业数量众多, 对专业人才的争夺日益激烈, 随着公司电视剧制作规模的不断扩大, 对上述各类人才的需求不断加大, 如不能通过内部培养或者外部招聘方式储备自身所需的各类内部人才或者不能及时足量地聘用到外部专业人才组建剧组, 将对公司影视剧项目造成一定的管理风险和影视剧作品摄制计划不能正常实施的风险。

公司对策: 通过有竞争力的薪酬政策、清晰的职业发展规划体系和良好的工作环境等, 增强专业人才对公司的归属感, 提高对公司的满意度, 稳定其与公司的服务关系, 重视人才的培养和吸纳, 加强内部人员专业培训, 扩大人力资源储备规模。对于合作的外部拍摄团队根据实际需要采用深度合作的模式, 形成稳定且可延续的合作状态。

广告业版块: 随着公司屏幕数量的增加和媒体网络的扩张, 业务规模呈现出高速增长的态势, 公司的管理半径逐步放大。在这样的发展背景下, 公司对现有人员的运营能力提出了更高的要求, 管理的难度进一步加大。

公司对策: 公司自成立以来一直专注于户外 LED 屏幕媒体的研发和运营, 在多年的发展中培养和积累了大批优秀的专业技术人员。随着业务规模的进一步扩大, 公司拟建立完善的人才培训和激励政策, 同时吸纳更多的社会优秀资源, 以满足业务规模扩大带来的管理要求。

3 盈利预测说明 (续)

3.6 影响盈利预测结果实现的主要风险因素和准备采取的措施 (续)

9. 联合摄制风险

影视剧行业版块: 联合投资摄制为影视剧投资制作的主要形式之一, 如合作方作为执行制片方时, 尽管合作方多为经验丰富的制片企业, 公司可以根据合同约定行使相关权利, 或利用自身优势协助对方取得该剧目拍摄与发行的成功, 但具体执行工作掌握在合作方手中, 对方的工作成果直接影响到该剧目能否取得成功, 从而间接影响到本公司联合投资摄制剧目的成功。

公司对策: 谨慎选择联合拍摄电视剧合作方, 积极履行合同约定行使的相关权利, 争取掌握电视剧发行的相关权利, 保证预期盈利水平的实现。

上海新文化传媒集团股份有限公司

日期: 2014 年 6 月 3 日