浙江华策影视股份有限公司

证券代码:300133　证券简称:华策影视　公告编号:2012-010

2011年度报告摘要

§1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文,报告全文同时刊载于证券日报、上海证券报。投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读年度报告全文。

1.2 公司年度财务报告已经天健会计师事务所审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.3 公司负责人傅梅城、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)张伟英声明:保证年度报告中财务报告的真实、完整。

§2 公司基本情况

2.1 基本情况简介

股票简称	华策影视
股票代码	300133
上市交易所	深圳证券交易所

2.2 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	金骞	刘洋
联系地址	杭州市文二西路683号西溪创意产业园C-C座	杭州市文二西路683号西溪创意产业园C-C座
电话	0571-87553086	0571-87553075
传真	0571-87553077	0571-87553077
电子信箱	zqsw@huacemedia.com	zqsw@huacemedia.com

§3 会计数据和财务指标摘要

3.1 主要会计数据

单位:元

	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
营业总收入(元)	403,068,202.50	281,837,427.84	43.01%	165,973,582.69
营业利润(元)	194,530,387.75	117,351,761.99	65.77%	66,614,650.11
利润总额(元)	211,374,438.45	129,608,776.72	63.09%	73,636,861.96
归属于上市公司股东的净利润(元)	153,988,116.83	96,177,584.58	60.11%	55,516,481.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	139,416,851.13	83,325,068.03	67.32%	44,972,204.13
经营活动产生的现金流量净额(元)	-49,335,394.87	27,788,679.83	-277.54%	11,472,862.12
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
资产总额(元)	1,472,973,484.84	1,211,009,241.08	21.63%	240,430,703.71
负债总额(元)	165,185,799.80	23,185,211.61	612.46%	58,961,403.31
归属于上市公司股东的所有者权益(元)	1,274,368,846.30	1,187,824,029.47	7.29%	181,469,300.40
总股本(股)	192,032,000.00	56,480,000.00	240.00%	42,360,000.00

3.2 主要财务指标

	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
基本每股收益(元/股)	0.80	0.63	26.98%	0.43
稀释每股收益(元/股)	0.80	0.63	26.98%	0.43
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.73	0.55	32.73%	0.35
加权平均净资产收益率(%)	12.45%	25.23%	-12.78%	45.40%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	11.27%	21.86%	-10.59%	36.78%
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	-0.26	0.49	-153.06%	0.27
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	6.64	21.03	-68.43%	4.28
资产负债率(%)	11.21%	1.91%	9.30%	24.52%

3.3 非经常性损益项目

√ 适用 □ 不适用

单位:元

非经常性损益项目	2011年金额	附注(如适用)	2010年金额	2009年金额
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	17,229,605.00		12,645,000.00	6,091,386.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	0.00		1,830,942.38	0.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	9,101.46		-106,147.84	1,090,495.99
其他符合非经常性损益定义的损益项目	2,169,165.06	本公司发行从关联方处无偿取得的电视剧所产生的收益	2,352,276.82	6,844,488.57
所得税影响额	-4,589,317.88		-3,869,554.81	-3,482,093.64
少数股东权益影响额	-247,287.94		0.00	0.00
合计	14,571,265.70	-	12,852,516.55	10,544,276.92

§4 股东持股情况和控制框图

4.1 前10名股东、前10名无限售条件股东持股情况表

单位:股

2011年末股东总数	7,255	本年度报告公布日前一个月末股东总数	10,984

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
傅梅城	境内自然人	35.68%	68,512,665	68,512,665	0
杭州大策投资有限公司	境内非国有法人	25.50%	48,960,000	48,960,000	0
浙江浙商创业投资股份有限公司	境内非国有法人	7.51%	14,422,800	14,422,800	0
上海六禾投资有限公司	境内非国有法人	3.75%	7,201,200	7,201,200	0
华润深国投信托有限公司-龙信基金通1号集合资金信托	境内非国有法人	1.36%	2,617,633	0	0
张永昕	境内自然人	1.18%	2,259,724	0	0
中国农业银行-中邮核心优选股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.07%	2,063,594	0	0
中国农业银行-景顺长城内需增长贰号股票型证券投资基金	境内非国有法人	0.93%	1,788,818	0	0
裕隆证券投资基金	境内非国有法人	0.69%	1,320,000	0	0
阚晓燎	境内自然人	0.69%	1,317,514	0	0

前10名无限售条件股东持股情况

股东名称	持有无限售条件股份数量	股份种类
华润深国投信托有限公司-龙信基金通1号集合资金信托	2,617,633	人民币普通股
张永昕	2,259,724	人民币普通股
中国农业银行-中邮核心优选股票型证券投资基金	2,063,594	人民币普通股
中国农业银行-景顺长城内需增长贰号股票型证券投资基金	1,788,818	人民币普通股
裕隆证券投资基金	1,320,000	人民币普通股
阚晓燎	1,317,514	人民币普通股
邵金妹	1,297,835	人民币普通股
博时价值增长证券投资基金	1,259,928	人民币普通股
刘海英	1,254,561	人民币普通股
中国农业银行-景顺长城内需增长开放式证券投资基金	1,105,408	人民币普通股
上述股东关联关系或一致行动的说明	傅梅城与杭州大策投资有限公司属一致行动人,前10名无限售条件股东之间的关联关系未知悉。	

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

§5 董事会报告

5.1 管理层讨论与分析概要

一、报告期内公司经营情况回顾

(一)公司总体经营情况

华策影视以"传播优秀中华文化 打造文化传媒旗舰"为一贯宗旨,积极开展影视剧的制作、发行及衍生业务。公司电视剧业务位于国内行业第一方阵,并在国际华语市场上具有良好品牌影响力。

2011年作为公司第二个五年计划的起始年,公司利用良好的政策环境,充分发挥上市公司的资金、资源优势,采用了扩张型发展战略,重点围绕内容生产、团队建设、产业布局等方面,为建设全产业链型影视文化企业打下了坚实的基础。

在内容制作方面,公司报告期内制作和制作完成电视剧共18部652集。在报告期内,公司制作电视剧共有9部292集新取得发行许可证,引进剧共有7部202集新取得发行许可证。

在产业布局方面,公司一方面向上下游或横向延伸自身的产业链,朝全产业链发展积极布局,公司通过投资西安佳韵社进军新媒体发行领域,跨媒体延伸内容价值;通过投资上海蓝程,深入衍生品开发领域,跨行业延伸产业链;通过与浙江时代院线组建合资公司,涉足电影院线领域,横向拓展产业链;另一方面,搭建服务影视企业的金产业链型平台,公司通过与海宁市政府的联合,携手开发建设海宁中国武侠影视文化基地,同时启动影视产业国际合作实验区的组建,努力构建一个面向国际的集创新研究、创意制作、交易传播、配套服务、人才培养等于一体的影视产业平台,服务于影视产业的资源整合。

根据业务发展需要,公司加大招募力度,现员工人数已突破120人,团队规模同比翻倍,并且,公司相继在北京、深圳、上海以及台湾建立办事处或联络处,为跨区域资源整合、扩张经营打下基础。

基于全产业链价值延伸的思路,公司上述的一系列扩张,优化了公司的业务结构,也使得公司的布局多元而合理,从而为培育出公司自身的强大竞争优势打下坚实的基础。

公司在积极扩大规模的同时,坚持"精品"战略的指导,公司产品得到了客户及观众的高度认可,报告期内播出的公司产品均获得了良好的收视成绩,《香格里拉》开播首日就创下0.37的不俗成绩,位居全国同时段收视第二;时尚都市情感剧《命运交响曲》在安徽卫视、深圳卫视热播,网络热度与收视率上人气一直居高不下,夺得全国卫视同时段收视冠军。同时,部分产品再次获得业内专业奖项,其中,电视剧《中国往事》和《雪豹》被评为"中国电视剧产业二十年优秀电视剧",电视剧《万卷楼》获第28届飞天奖"少儿电视剧三等奖",《雪豹》获第28届飞天奖"提名荣誉奖"、"牡丹江二等奖",华鼎奖"十佳电视剧奖"、《流星蝴蝶剑》荣获"牡丹奖三等奖",公司引进的《宫心计》获香港TVB"2011致谢典礼最具影响力项目"、《爱上查美乐》获"偶像类最佳女演员"奖。下属全资子公司浙江金球影业出品的《地道英雄》荣获牡丹奖"优秀长篇电视剧一等奖"、电影《西风烈》荣获第五届浙江省电影"风凤奖"优秀故事片奖。

报告期内公司主营业务发展良好,资源累积良性增加,公司整体经营业绩按照预期持续增长,2011年公司实现销售40,306.8万元,比上年同期增长43.01%;利润总额为21,137.4万元,比上年同期增63.09%。

在目前我国电视剧市场制作经营主体数目庞大,规模普遍偏小,市场集中度低的现状下,公司收入也体现出公司主营业务较明显的市场优势。

公司的不断发展也获得了各级主管部门的认可,报告期内,公司及公司经营管理人员新增荣誉如下:

?、公司荣获由浙江省商务厅、浙江省文化厅、浙江省广播电影电视剧、浙江省新闻出版局颁发的"2011-2012年度浙江省文化出口重点企业"。

?、因积极响应中央关于"西新工程"的总体工作部署,支援少数民族地区精神文明建设的号召,向西藏、新疆、四川康巴卫视、青海安多藏语频道捐赠两千余集民族语言译制电视剧,获国家广播电影电视总局颁发荣誉证书。

?、公司荣获由浙江省商务厅、浙江省文化厅、浙江省广播电影电视剧、浙江省新闻出版局颁发的"2011-2012年度浙江省文化出口重点企业"。

?、公司获杭州上城区人民政府评选为文化创意产业"重点企业"。

?、总经理赵依芳获中国传媒大学聘任为首批MBA实践导师。

?、公司总经理赵依芳被评委"品质杭商",成为杭州优秀文化企业的典范。

?、总经理赵依芳在中国广播电视协会、中国电视艺术家协会举办的"中国电视剧产业20年 群英盛典"中荣获"中国电视剧产业二十年突出贡献出品人"称号。

(二)报告期内公司主营业务及其经营状况

1.主营业务及主要产品

公司目前主要从事影视剧的制作、发行及衍生业务,在公司所从事的主营业务中,电视剧和电影业务分属影视产业中的两个细分行业,报告期内公司主要从事电视剧的制作、发行业务,电影制作发行业务处于稳健起步阶段,同时通过审慎的合作方式进入影城、院线业务。

报告期内公司制作和制作完成电视剧共18部,其中取得发行许可证的9部292集,电影业务也按预期计划稳步推进,参与投资的2部电影产品正在制作阶段。

在报告期内,公司制作完成的和仍在制作的电视剧情况如下:

序号	剧目	投资比例	进度
1	《黑狐》	20%	取得发行许可
2	《钟馗传说》	100%	取得发行许可
3	《命运交响曲》	100%	取得发行许可
4	《法故前》	30%	取得发行许可
5	《抬头见喜》	45%	取得发行许可
6	《爱上查美乐》	80%	取得发行许可
7	《香格里拉》	不适用	取得发行许可
8	《冲出虚拟世界》	不适用	取得发行许可
9	《血战到底》	不适用	取得发行许可
10	《一句顶一万句》	30%	后期制作
11	《施公案》	60%	后期制作
12	《天涯明月刀》	60%	后期制作
13	《国家命运》	50%	后期制作
14	《傻姐归来》	40%	后期制作
15	《薛平贵与王宝钏》	70%	后期制作
16	《雪剑》	20%	拍摄中
17	《幸运宝精灵》	40%	拍摄中
18	《金家福》	60%	拍摄中

(三)公司核心竞争优势

1.公司坚持"策划一批、投拍一批、外购一批、发行一批、储备一批"的滚动式发展策略,保证项目资源的持续性。

2.公司坚持务实、发展的经营理念,发挥团队整体能动性,积极研究市场需求变化,优化产品生产,确保公司产品的发行率。

3.公司产品精品化定位不断成熟,近几年,国内电视剧市场竞争充分,产品质量迅速,公司的电视剧精品化品质定位使得电视剧的品质、收视都得到了良好的市场表现,2011年公司投拍发行的电视剧,均在卫视黄金档播出并取得良好收视率。

4.公司海内外的整体市场资销能力优势更加明显,报告期内,公司不断加强国际合作,积极参与国际交流,拓展海外发行渠道,目前共有2000多小时影视节目行销全世界70多个国家和地区,居全国民营企业第一位。

5.公司借助上市带来的推动力,积极进行行业资源整合,在稳定原有制作、合作、战略资源团队外,不断扩大国内和海外的优质创作团队和导演、编剧精英人才的战略合作,加强公司核心竞争力。

6.企业文化奠定了企业竞争力的根本,文化产业的发展是国家当务之急,也是国家重要战略目标之一,构建和谐社会,创建精神家园,提升国家软实力和国际竞争力,都离不开国家文化的强大、产业的繁荣和发展,华策影视作为文化企业时刻谨记文化企业的责任感、使命感,一直坚持理想、坚持社会效益和经济效益的统一,坚持产品的思想性、艺术性和观赏性的统一。在我国整个文化产业的初级阶段,公司的企业文化奠定了企业明显的竞争优势。

二、公司未来发展的展望

(一)公司所处行业的发展趋势

1.政策支持有利于公司产业发展

影视业属于文化产业,未来的发展趋势首先将得益于国家政策支持力度的加大,近年来,国家的宏观性政策以及地方支持政策为电视剧行业实现快速发展提供了良好的政策环境,为电视剧行业营造了一个较为宽松和有利的发展环境,这有助于国内影视剧制作企业尽快缩短与国际同行之间的差距。

2.物质生活水平的提高带动文化消费增长

国家改革开放三十年来极大地增加了人民群众的物质生活,人民群众的需求将从单纯满足于解决温饱的物质需求转向对精神文化的广泛需求。电视剧对于丰富人们精神生活起着重要的作用,并逐渐成为人们生活中不可缺少的一部分,居民日益增长的物质基础和提升生活质量的需求会释放出巨大的文化产品购买欲望和消费能力,随着我国国民经济的持续增长,人民生活水平的不断提高,人民对精神文化产品的需求也随之增大,这就为电视剧产业创造了巨大的市场空间。

3.电视广告投放量增长、电视台竞争自身市场化促进行业发展

近年来,电视广告继续保持上升态势,传统媒体、地方卫星电视台,经过十多年的发展,已培育了一批广告创收几十亿的优秀电视台,由于影视剧在电视台的播出比例最大,电视剧成为电视广告竞争的重要方式,电视剧的广告投放额比电视广告总投放额的一半以上,电视台购买力与电视广告收入有密切关系,电视广告收入的增长促使市场购买力明显增强,从而有利于电视剧市场交易频率的增长,电视台竞争日趋市场化,电视台在经营过程中,更加专业化、细分化,进一步刺激了各类型电视剧的需求,同时,竞争的加剧,也促进了电视剧产品的价格提升。

4.新媒体崛起

公司已经积累了一定数量的内容资源,同时在已经建立的优质资源基础上,通过权益性合作进一步拓展了渠道资源,随着新媒体行业的整体发展,公司会继续加强业务渠道的开拓,在前期已建立的良好基础上,通过包括整合资源在内的多种手段,快速推进新媒体业务。

5.新技术、高科技不断运用于影视剧制作,为影视产品不断提升质量提供了有力的保障,为公司的精品战略提供了更多支持,随着影视剧质量的不断提升,精品影视剧的销售价格也会逐渐提升,进而鼓励制作企业制作更优秀的影视剧产品,从而形成良性循环,推动行业快速发展,缩短与先进国家的差距,为文化产品走出去提供良好基础。

6.海外市场巨大发展空间也将成为公司未来成长的主要潜力

我国历史悠久、地域广阔、民族众多,因而文化资源极为丰富,根据国外经济发展和文化产业的发展轨迹来看,随着我国经济的快速发展和经济地位的迅速提升,必然伴随着文化和意识形态的大量输出,我国影视业未来在海外市场有巨大的发展空间。

商务部等十部委出台《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》,明确将进一步加大对文化出口重点企业和项目的支持力度,率先培育一批中国文化出口品牌企业和品牌项目,加快提升文化出口企业的国际竞争力,国家对于文化企业将加大资金支持力度,实行税收优惠政策,提供金融支持,提高出口便利化水平。随着国家对文化产业出口政策支持的力度加大,电视剧产业海外市场发展空间巨大。

(二)公司面临的市场竞争格局

国内电视剧制作机构根据所有制不同,可概括性地归为国有制作机构和民营制作机构两大类。电视剧国有制作机构起步较早,如中央电视台等。中国的电视剧市场开放比较晚,民营制作机构起步比较迟,但由于民营机构市场适应性强,近年来发展势头强劲,出现了一批包括公司在内的实力较强、品牌形象良好的电视剧制作公司。

但电视剧市场仍处于制作主体数量庞大,电视剧市场集中度较低、电视剧产品产量远高于市场需求,而精品电视剧任然缺乏的格局。随着客户需求的提高,有能力持续生产优质精品影视剧的企业将逐渐成为市场主导,市场集中度也会逐渐提高。

公司将凭借自身市场化优势、竞争力优势,在未来市场格局中进一步占据优势地位和主动地位,未来影视业将是一个竞争更为充分、激烈,行业逐步洗牌,资源重新整合,各种资源更多的流向行业中经营成熟、有品牌、有规模、各方面实力较强的优质企业,公司经过历史积累已经取得了一定的先发优势,未来的竞争格局将为公司提供更多机会。

最近两年,公司发展势头强劲,未来几年内,随着公司规模的不断扩大,公司将持续加大电视剧的投资拍摄力度,争取更高的市场份额。

三、2012年经营计划及公司未来发展战略规划

(一)整体发展战略

2012年是公司第二个五年计划的"提升年",,公司将把握政策机遇,以"传播中华文化,打造华人文化传媒旗舰"为宗旨,提升理念搭平台,提升环境出人才,提升管理造精品,提升服务树品牌,构建面向未来颇具竞争优势的发展格局。

在影视行业市场竞争日趋激烈的情况下,确保销售收入的持续高比例增长,市场营销方面必须提升决策的灵活度与客户服务的精细化程度,确保稳定大客户的前提下,扩大市场覆盖面,提升整体盈利水平。

充分利用公司电视剧丰富的项目资源储备,扩大电视剧的生产和销售规模,提升电视剧产品质量,确保有2-3部成为当年度具有较大影响力的品牌剧,在电视剧、电影制作之外适度尝试电视专题片、纪录片、微电影、网络剧、手机微视频等不同类型的视频产品,丰富自身的产品线,全方位盘活策划与内容制作资源。

充分开拓国内国外两个市场,盘活投拍与引进剧两个资源,做好新媒体发行的深入拓展,细分电视台、视频网站、互动电视以及手机视频四屏,全方位超媒体整合营销。

加大力度拓展海外市场,稳定华语文化圈,重点加强与美国好莱坞的合作,积极构建影视文化国际实验交流平台,通过多种合作方式力争进入欧美主流媒体的播出平台。

(二)2012年公司经营计划

1.电视剧业务

公司2012年计划制作电视剧主要包括:《供逮对手》、《幸福的面条》、《一克拉梦想》、《撞拿》、《一个屋檐下的两个母亲》、《错位不错过》、《红玫瑰与白玫瑰》、《百万保姆》、《小李飞刀》、《钓上金龟婿》、《天龙八部》、《火线三兄弟》、《雁过蓝天》、《书香门第》、《西冷传奇》(以上名称为暂定,最终以国家广电主管机关核准为准)等,预计约21部695集,公司将通过自主投拍和联合投拍结合的方式完成项目的制作。根据目前计划的公司对单个电视剧投比例计算,对公司未来收益产生影响的权益集数约450集左右,最终的权益集数将根据单个剧目最终的投资计划确定。计划剧目均为2012年开始拍摄,完成期限将视具体剧目筹备、制作进展而定。

在外购剧方面,公司将在原有港剧、泰剧、韩剧、日剧等产品类型的基础上,继续扩大引进范围,寻求其他地区适合国内市场的优秀电视剧,2012年公司引进剧拟发行数量约为200集左右。

另外,在重点抓好新剧的传统媒体发行的同时,继续加大力度相应老剧、旧剧的新媒体发行,挖掘旧剧的持续盈利能力,力争旧剧资源的效益最大化。

2.新媒体经营计划

公司将继续加强目拍剧的新媒体发行,不断强化、完善新媒体发行渠道,同时利用下属专业从事新媒体发行业务的控股子公司完善新媒体产品线,探索、发展、制作适合网络播出平台的产品类型及营销模式。

3.电影业务

目前公司已投入制作的电影《人鱼帝国》、《一场风花雪月的事》、《听风》、《太平轮》等均在制作阶段,根据制作进度将逐一投放市场公映。鉴于电影发行存在的风险较大,为了尽可能降低风险,对于已经投入较长时间、后续制作、发行进度还存在一定不确定性的产品,公司不排除在产品发行公映前,采用包括转让相关权益等方式尽早实现收益,相关产品的最终销售策略,公司将根据具体情况进行决策并执行。

2012年公司将继续保持审慎的原则进行电影产品的投资制作,在最大限度控制风险的前提下,不断提高电影产品的质量。

(三)未来发展计划

1.加速"华策+华语影视军团"的建立

公司计划通过有力整合两岸三地编剧、导演在海内外市场的优势,实现资源最大化、品牌最大化、发行网络最大化,扩大公司影视节目在国内、外市场和新媒体市场的影响力。下半年,公司将加速建立"华策+华语影视军团",与知名剧作人才洽谈合作,全面提升公司创作竞争力和凝聚力,建设影视创作人才高地。

2.以内容为主导的资源整合

公司将采取包括战略合作、股权投资、资产收购等在内的各种方式整合相关团队、资产,进一步扩大公司制作能力、丰富产品类型,以影视剧内容为基础,开拓其他形式的内容产品,从专业的内容制作、发行商逐渐发展为优秀的综合性内容运营平台。

同时,公司还计划利用现有品牌、资源优势,以影视文化产业园的方式拓展影视拍摄基地、影视文化培训等业务。

3.通过搭建影视产业园际合作实验区实现影视产业化

影视行业的竞争已经进入了产业化阶段,作为一家文创企业,在接下来的发展过程中为了做大做强,我们将通过外延式的扩张来努力实现向平台化方向转型升级。

为了打造中外影视产业资源聚集平台,公司正在国家广电总局、省广电局、杭州市有关部门的指导下,积极筹备"中国影视产业国际合作实验区"项目。　在实验区我们将逐步构建创意创作、文化外贸、交易传播、配套服务、剧新研究、人才培养六大平台体系,通过产业的集聚,在影视内容生产中创造出更广泛的社会和经济价值,成为国际优质影视产业资源集聚和创作生产的重要平台,形成中华文化"走出去"的重要窗口,最终建成中国影视产业国际交流合作最具影响力的集聚区。

4.加速品牌建设

以"大品牌"思路,做强华策影视公司主体品牌,实现品牌传播的差异化营销。妥善做好公司品牌、子公司品牌以及产品品牌的分层次统筹规划,确保不同层次不同区域的品牌协同发展。

一方面,要继续围绕影视项目带动品牌推广,借助精品电视剧、电影大片、旗舰影院等加大力度进行重点宣传,将公司品牌与享有公众知名度的影视项目深度捆绑,凸显公司的创新实力;另一方面,梳理公司品牌传播的路径与接触点,通过在关键的接触点推送公司的形象宣传,创新电影产品对公司品牌营销的力度和创意,将企业文化建设、广告、产品营销与公关等与品牌建设密切结合,通过组合拳的方式提升品牌形象。此外,也同时要加强对政府及行业一些重要荣誉的申报和维护,提升推广的高度。

建立品牌体系,从知识产权角度探索建立涵盖版权申请、保护、管理、转让、授权等系列品牌运作体系,做强品牌的内核。

5.加强企业管理

以年度计划为前提,进一步开展法务六大体系、人力资源六大模块的建立和完善工作,规范行政和财务管理流程等,全面加强公司在行政、人事、财务、法务等方面的管理,提高管理效率和管理质量。

(四)实现未来计划公司拟采取的措施

1.加强人力资源的开发。

文化创作产业以人为主,华策目前的公司团队和战略合作团队是一支非常优秀并具有相当创作力和市场战斗力的团队,随着公司的快速发展,公司将进一步开发人力资源,通过行业交流、研讨、培训等进一步提升团队战斗力。

同时,公司将进行培训体系化运作,建立基于胜任力的培训体系,建立内部培训师体制,做到培训需求定位明确、评估到位,跟踪及时,并通过实施"雏鹰"、"飞鹰"、"精鹰"系列培训计划,建立一套自主培养核心岗位人才的实用教材和培养体系,使培训真正为企业的"生存和发展"做贡献。将公司建设为影视行业优秀团队和人才共同发展、共赢合作的平台。

2.加强海外、港台、内地等联络处的布局

公司已在北京、深圳、台湾、香港等地建立联络处,以利于快捷整合各类行业资源,推动业务快速发展,同时获得更多信息资源,公司将继续坚持推进文化产品"走出去"、海外的优秀影视作品引进来,通过国际业务交流、合作,提升公司整体经营的国际化竞争能力。

3.搭建信息化平台

在信息化资源规划的基础上,以软件建设、机制建设、培训宣导为三个层面,本着先搭框架,打好基础,由浅入深,逐步完善的思路,完形成涵盖行业资讯、业务资讯、知识库信息等职能域的资讯信息系统,此后逐步形成涵盖财务信息、人力资源信息和制作动态信息在内的综合的信息系统,最后构建全方位的信息集成、整理分析、传输分发、管理利用、反馈转化的信息互动平台和系统,提高信息资源利用效率。

4.有效利用募集资金

在保证募投项目成功运作的前提下,提高募集资金利用率,利用募集资金加强资源积累与整合,延伸公司产业链,扩大公司业务规模和经营平台。

5.建立新技术研发中心

影视文化产业对各种新技术、高科技的要求越来越高,内容创作的动画技术、3D技术、画面色彩处理、音效处理、高清技术等技术创新面临许多新挑战,公司将通过成立专门团队进行研讨、研发、服务,提高产品制作过程中的科技含量,为公司制作更优质的影视剧产品提供技术保障。

6.逐步推进纵向产业

借助公司的品牌优势、影视剧资源以及艺人商业价值的开发能力,在条件成熟的情况下启动公司的艺人经纪业务,通过挖掘影视新人,为公司的影视剧制作和娱乐营销提供有力支撑,同时也提升艺人行业的造血功能。

(五)实施上述经营目标和未来发展战略的实现所面临的风险因素

1.政策监管风险

目前,国家对具有意识形态特殊属性的影视行业的监管、管理较为严格,国家对电视剧制作、进口、发行等环节实行许可制度,并禁止出租、出借、出卖、转让或变相转让电视剧制作经营许可证。

公司认为,一方面,如果国家严格的行业准入和监管政策将来进一步放宽,广播电影电视行业的竞争将会更加激烈,外资企业及进口电影、电视剧对国内广播电影电视行业的冲击市有可能加大;另一方面,国家从资格准入到内容审查,对广播电影电视行业的监管贯穿于行业的整个业务流程之中,如果在影视制作过程中违反了相关监管规定,将受到国家广播电影电视行政部门通报批评、限期整顿、没收所得、罚款等处罚,情节严重的还将被吊销相关许可证及市场禁入。

对公司影视作品而言:一是剧本未获备案的可能,公司筹拍阶段面临的损失主要是前期筹备费用,若剧本未获备案,对公司的不利影响很小;二是公司已经摄制完成的作品,存在未获内容审查通过使前期投资全部损失的可能,公司的损失是该作品的全部制作成本;三是禁止发行或改播(播映)作品的风险,即公司影视作品取得(电影片公映许可证)或(电视剧发行许可证)后被禁止发行或改(播)映,作品将存在报废处理的可能,同时公司还可能遭受行政处罚,公司除承担全部制作成本的损失外,还可能面临因行政处罚带来的损失。

2.影视剧适销性的风险

影视剧作为一种大众文化消费,与日常的物质消费不同,没有一般物质产品的有形判断标准,对作品的好坏判断主要基于消费者的主观体验和独立判断,而且消费者的主观体验和判断标准会随社会文化环境变化而变化,并具备很强的一次性特征,这种变化和特征不仅要求影视产品必须响合广大消费者的主观喜好,而且在响合的基础上必须不断创新,以引领文化潮流,吸引广大消费者。影视剧的制作者对消费大众的主观喜好和判断标准的认知也是一种主观判断,只有创作者取得与多数消费者一致的主观判断,影视剧才能获得广大消费者喜爱,才能取得良好的票房或收视率,形成市场需求。

公司一方面尽量扩大影视题材的来源(包括但不限于外购购买剧本、委托编剧创作等),另一方面公司建立了一整套题材、剧本和剧组人员遴选制度,充分利用集体决策制度和创作团队多年的从业经验、从思想性、艺术性、娱乐性、观赏性相结合的角度尽可能地去提高影视剧的适销性。但由于不能确保创作团队主观判断与广大消费者主观判断的完全一致性,因此,公司影视剧产品的市场需求具有一定的未知性,影视剧的投资回报存在一定的不确定性。

3.侵权盗版的风险

盗版对影视行业而言是一种客观存在,只可限制,很难杜绝,随着VCD/DVD刻录技术、摄影技术等影音技术和网络传播技术的迅速发展,影视盗版产品不仅价格低廉,且容易获得,对部分消费者而言具有较强的吸引力,因此,影视作品的侵权盗版现象呈愈演愈烈之势。对影视作品的制作发行单位而言,影视盗版带来的是电视剧收视率及销售收入、电影票房收入、音像版权收入和网络版权收入等经营业绩下降而导致的经济损失。

近年来,我国政府有关部门致力于建立较为完善的知识产权保护体系,加大打击盗版的执法力度,有效遏制了侵权盗版的蔓延之势,在保护知识产权方面取得了明显的成效,但由于打击盗版侵权、规范市场秩序是一个长期的过程,公司在一定时期内仍将面临盗版侵害的风险。

4.业务扩展至电影制作发行存在不确定性的风险

公司主要业务扩展至电影制作发行业务虽然拥有丰富电视剧拍摄制作及管理经验的先天优势、一定的人才资源聚集优势、很强的题材把控能力等优势,但仍可能存在不确定性的风险。

公司初涉电影业务,在电影发行经验方面与业内领先企业之间存在一定的差距,可能使公司不能准确把握电影发行的最佳策略,从而影响影片经济效益的最大化。

5.市场竞争加剧的风险

公司目前主要从事电视剧的制作和发行,我国电视剧市场经过十多年来的迅猛发展,市场化程度较高,从近几年的情况看,市场对电视剧的需求一直在增加,各电视台的播出和交易数量持续增长,随着政策的逐步放宽和市场的进一步发展,越来越多的民营影视制片公司大量涌现,根据国家广电总局公布的数据,持有2010年度《电视剧制作许可证(甲种)》的机构有132家,持有2010年度《广播电视节目制作经营许可证》的机构有4,057家,尽管市场规模较大,但由于大量实力弱小的制作公司的出现,市场制作水平良莠不齐,电视剧市场整体上仍然呈现"整体供需状况供不应求"的特征,有相当一部分产品无法实现销售,但同时精品电视剧出现求大于供的特殊局面。公司自成立以来,一直致力于精品剧、电视大片的制作,公司产品在市场上供不应求,但仍然无法完全避免整个行业市场竞争加大可能产生的系统性风险。

6.知识产权纠纷的风险

对影视制作行业而言,著作权是最重要的知识产权,根据《中华人民共和国著作权法》第十五条规定,"电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品的著作权由制片者享有,但编剧、导演、摄影、作词、作曲等作者享有署名权,并有权按照与制片者签订的合同获得报酬,电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品中的剧本、音乐等可以单独使用的作品的作者有权单独行使其著作权。"公司影视作品存在多方主张知识产权权利的情形,为了避免出现主张权利的纠纷,公司与各合作单位或个人等权利方签订合约,约定了详细的权利范围,如果发生上述纠纷,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,最终对公司业务开展带来不利影响。尽管报告期内公司未发生知识产权纠纷引起的诉讼,但公司无法确保未来不发生此类情形,公司影视作品还存在侵犯第三方知识产权的潜在风险。

7.制作成本不断上升的风险

近几年来,剧本费用、演职人员劳务报酬、场景、道具、租赁费用等电视剧相关制作费用不断提价,而且许多影视公司为了制作精品大片提升作品质量,赢得高收视率,加大投入并延长制作周期,使得影视公司制作成本不断上升,另一方面,由于电视剧市场竞争比较激烈,电视台具备较强的话语权,除少数精品大片电视剧能获得理想的发行价格外,多数普通电视剧的购片价格滞涨、甚至下跌,加之盗版的存在,电视剧的音像销售收入也难取得大的突破;影视制作公司向下转移电视剧制作成本存在一定的难度,因此公司存在着制作成本不断上升的风险。

8.生产计划执行的风险

公司每年下半年制定下一年度电视剧、电影的总体制作发行计划,对具体的影视作品而言,生产计划能否按期完成存在不确定性,在前期筹备阶段,题材剧本的修改与定稿、主管部门的审批、主创阵容的确定、资金的及时到位等因素对计划安排产生较大影响;在影视拍摄阶段,主创人员的配合程度、拍摄的自然条件、剧组的管理等因素对拍摄的进度、质量、投资预算控制都可能产生较大影响,上述各因素中任何一个因素,均有可能影响具体影视作品的顺利完成,从而影响公司总体的制作发行计划。为此,公司在影视作品制作发行的各个环节均制定并执行严格的管理流程,以确保公司自身的工作效率,报告期内公司未发生生产计划未按期完成的情况,但由于该行业的诸多外部不可控因素的影响,公司仍然存在不能顺利完成制作发行计划的可能。

9.联合投资制作的控制风险

联合投资制作现已成为影视投资制作的主要形式之一,具有集合社会资金、整合制作、市场资源以及分散投资风险的优点。在联合摄制中,通常约定投资额较大的一方作为执行制片方,全权负责一切具体制作,拍摄及监督事宜,其他各方可以根据合同约定具有对影视摄制过程的重大事项的知情权和建议权等。

公司作为执行制片方的联合投资制作与公司单独摄制一样,不存在控制风险。合作对方作为执行制片方的联合摄制时,公司虽然可以根据合同充分行使联合投资制作方的权利,但摄制的具体工作均由执行制片方完成,具体执行工作的好坏对影视作品的出品以及发行成效具有重大的影响。如果执行制片方的具体摄制工作不能达到联合投资制作各方的共同预期要求,导致影视作品发行