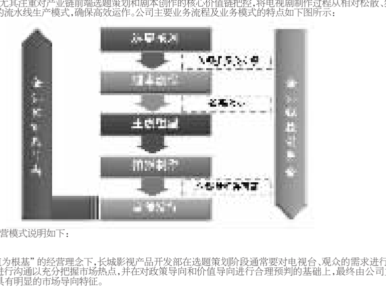
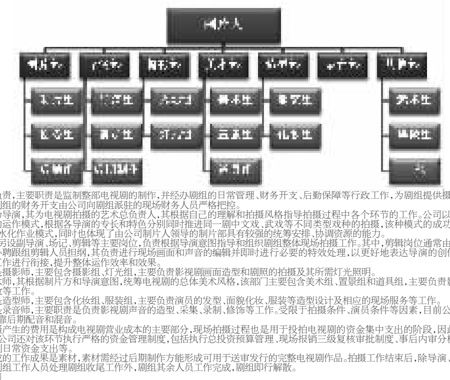
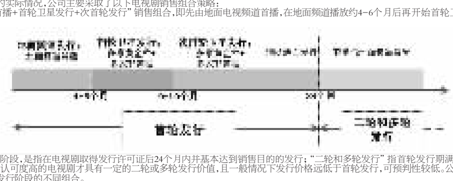
（上接B8版）
第一，坚持全流程市场导向，即高度重视产业链终端营销能力的打造和市场需求的研判，并把终端市场需求因素及时全面反馈、渗透至前端各业务环节，确保低发行风险；
第二，坚持制片方全流程控制整合，尤其注重对产业链前端选题策划和剧本创作的核心价值链把控，将电视剧制作过程从相对松散、独立的艺术创作及个体劳动组合有效整合成为产业化、批量化的流水线生产模式，确保高效运作。公司主要业务流程及业务模式的特点如下图所示：



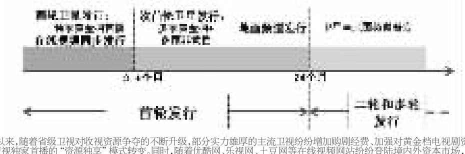
长城影视各业务流程环节的具体经营模式说明如下：
（一）前期筹备阶段的经营模式
1、选题策划
在"以主流价值为导向，以市场价值为根基"的经营理念下，长城影视产品开发部在选题策划阶段通常要对电视台、观众的需求进行充分的市场调研、讨论策划，尤其通过与合作良好的主流渠道进行沟通以充分把握市场热点，并在对政策导向和价值导向进行合理预判的基础上，最终由公司立项委员会集体决策确定拟投拍的电视剧题材。公司选题策划具有明显的市场导向特征。
2、公司内部立项
在确定项目题材和剧本意向后，长城影视将项目提交公司设立的立项委员会审核，公司立项委员会由总经理及分管产品开发、发行、财务、现场拍摄、后期制作的高管及外部委员共同组成。公司制定了专门的《项目立项管理办法》，规定立项委员会的职责主要包括：审核投资预算和利润测算、市场前景判断、确定公司人员安排、确定剧本创作方式或审核剧本（视组织剧本创作或外购剧本而不同）、确定电视剧整体定位、对主创人员进行预审等。通过立项委员会审核的项目，给予立项并进入组织剧本创作、备案公示等后续流程；未通过审核的项目，不予立项或者由相关部门进行修改后再申请立项。
3、剧本创作
剧本是"一剧之本"，是电视剧整体产业链的源头，在发行渠道日益丰富、电视剧产业链越来越倾向于"内容为王"的产业背景下，剧本越来越成为决定电视剧成败的关键，相应的，是否具备优质剧本的持续供应能力亦成为决定电视剧制作机构竞争力的关键。
与同行业公司相比，长城影视的剧本供应较少采用直接购买已有剧本版权的模式，而主要采取自行组织编剧创作剧本的模式，并在剧本创作过程中由公司产品开发部对完成进度和品质进行全程实时把控，相较剧本直接采购模式，可以说剧本创作是公司电视剧制作的主要生产过程之一。2011年以来，在创作《隋唐英雄》等剧过程中，公司均集中多名优秀编剧集体创作，流水线式分工、批量化高效完成剧本创作，形成了独具特色的剧本集中创作模式。目前，公司剧本集中创作的时间周期主要控制在2-3个月，在剧本创作以相对松散、独立的编剧个体艺术创作为主的影视行业环境中，可以说具备了较为突出的效率和品质保障优势，并且通过制片方意志的贯彻，能够及时将市场需求因素融入到剧本之中，有利于最终形成受到市场认可的、适销的电视剧作品。
通过多项目的运作，公司已与多名优秀编剧建立了深度合作关系，并积累了很强的剧本品质把控能力，可以根据已确定的选题，恰当组织编剧人选、高效创作出符合公司定位和要求的精品剧本，从而保障了公司持续获得优质剧本的能力。
4、备案公示
根据《电视剧管理规定》、《广播电视节目制作经营管理规定》及《电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法》的规定，依法设立的电视剧制作公司所从事的电视剧摄制工作必须经过国家广电总局的备案公示管理。
公司电视剧后期制作部负责按照相关要求对公司拟投拍的电视剧剧目向国家广电总局或者省广电局报送相关资料进行审查，完成"电视剧拍摄制作备案公示"后，公司方可开机拍摄制作。对于公司拟拍的如《东方红1949》、《五星红旗迎风飘扬》等涉及重大历史革命题材的电视剧，公司根据项目的便利性、紧迫性及相关规定，选择适当的国有合作机构合作，由其履行备案公示手续。
5、选择主创、组建剧组
公司针对每一部电视剧，均组建专门的剧组进行拍摄。剧组是影视行业所特有的一种生产单位和组织形式，由临时性组建的各种专业人员构成，其中以导演、主要演员和摄影师、美术师、造型师等其他剧组专业人员为最核心要素，通常称为主创人员，能否吸引适合的主创人员加盟是决定电视剧品质以及市场号召力的重要因素。公司所有电视剧均为独家投资摄制，因此在确定主创人员方面拥有绝对的主导权，在全流程市场导向模式下，公司主要根据市场偏好确定主创人选，尤其是对主要演员的选聘。公司拍摄制作部配置了专职进行演员联络和剧组演员协调的演员统筹岗位，相关专职人员与全国范围（含港澳台）及国外演艺圈内的诸多优秀导演和一线演员建立了广泛联系。
与同行业公司不同，长城影视通常采取组织创作剧本模式，因此，一般从剧本创作阶段开始，公司即基本确定了导演人选并着手进行主要角色演员的挑选，根据角色适应性、核心客户反馈、演员档期和报价等因素初步确定主创人员后，在项目立项阶段由公司立项委员会最终敲定。
除主创人员外，剧组还包含分别负责摄影、美术、造型、录音等各项职能的专业人员，均由公司指定的制片人及其聘用的制片主任进行招聘和组建。通常根据历史合作经验、专业人员品牌和信用、项目便利性等因素进行选聘。关于剧组构成的详细情况请参见下述"（二）拍摄制作阶段的经营模式"。
（二）拍摄制作阶段的经营模式
1、剧组现场拍摄
在完成主创选择和剧组组建后，即进入剧组现场拍摄阶段，这是公司电视剧制作的主要生产过程之一。一部剧从开机到"杀青"的时间周期短则2-3个月，长则5-6月，主要受剧目规模、公司统筹安排和剧组管理能力等因素影响。
公司对于剧组现场拍摄的管理和控制主要采取制片人制度，即由公司向剧组派驻的制片人负责推动整体剧组的运作，并由聘请的制片主任负责剧组的日常管理，由导演负责影视剧拍摄工作和整体艺术的把控。
制片人会在整体上把握公司电视剧的拍摄方向，在作为总协调人协助导演拍摄的同时，会对整体拍摄风格进行监控，确保电视剧拍摄方向符合制片方对于电视剧的既有定位。同时，制片人通过有效协调主要演员档期、有效督促和支持制片主任及制片部工作等方式，确保剧组顺利、高效运作，从而可合理缩短拍摄周期、节省拍摄成本。基于制片人在电视剧制作过程中的重要地位并考虑到其作为投资方代表的职能，公司截至目前对所投拍电视剧全部采取了以公司自有员工作为制片人的模式。
公司剧组一般由制片部、导演部、摄影部、美术部、造型部、录音部等组成，主要构成如下图所示：



制片部对制片人负责，主要职责是监制整部电视剧的制作，并经办剧组的日常管理、财务开支、后勤保障等行政工作，为剧组提供摄制和生活所需的各种资源及相关服务，其中，剧组的财务开支由公司向剧组派驻的现场财务人员严格把控。
导演部的负责人为导演，其为电视剧拍摄的艺术总负责人，其根据自己的理解和拍摄风格指导拍摄过程中各个环节的工作。公司以《隋唐英雄》为代表，开创了多导演同时拍摄的运作模式，根据各导演的专长和特色分别同时推进同一剧中文戏、武戏等不同类型戏种的拍摄，该种模式的成功运作提升了电视剧拍摄的整体效率，形成了流水化作业模式，同时也体现了由公司制片人领导的制片部具有较强的统筹安排、协调资源的能力。
除导演外，导演部另设副导演、场记，剪辑等主要岗位，负责根据导演意图指导和组织剧组整体现场拍摄工作。其中，剪辑岗位通常由公司电视剧后期制作部向剧组派驻的自有或外聘跟组剪辑人员担纲，其负责进行现场画面和声音的编辑并即时进行必要的特效处理，以更好地表达导演的创作意图，并有利于与拍摄完成之后的后期制作工作进行衔接，提升整体运作效率和效果。
摄影部的负责人是摄影师，主要包含摄影组、灯光组，主要负责影视剧画面造型和剧照的拍摄及其所需灯光照明。
美术部的负责人为美术师，其根据制片方和导演意图，统筹电视剧的总体美术风格，该部门主要包含美术组、置景组和道具组，主要负责影视剧拍摄场景、道具的设计、制作、布置及材料等工作。
造型部的负责人是造型师，主要包含化妆组、服装组，主要负责演员的发型、面貌化妆、服装等造型设计及相应的现场服务等工作。
录音部的负责人是录音师，主要职责是负责影视剧声音的造型、采集、录制、修饰等工作。受限于拍摄条件、演员条件等因素，目前公司电视剧拍摄较少采用同期录音模式，主要依靠后期配音和混音。
上述剧组现场拍摄产生的费用是构成电视剧营业成本的主要部分，现场拍摄过程也是用于投拍电视剧的资金集中支出的阶段，因此，除实行制片人制度确保剧组顺利运作之外，公司还对该环节执行严格的资金管理制度，包括执行总投资预算管理，现场报销三级复核审批制度、事后内审分析制度，以及通过派驻现场的财务人员严格控制日常资金支出等。
剧组现场拍摄形成的工作成果是素材，素材需经过后期制作方能形成可用于送审发行的完整电视剧作品。拍摄工作结束后，除导演、剪辑等继续参与后期制作，以及制片人、少量剧组工作人员处理剧组收尾工作外，剧组其余人员工作完成，剧组即行解散。
2、发行宣传与预售
在全流程市场导向模式下，公司品牌宣传部和发行部通常在拍摄与制作阶段有节奏的同步推进发行宣传工作，并力争形成预先销售（简称"预售"），即力争在取得发行许可证之前就通过协议的方式将未来电视剧作品的播映权预先销售给客户，从而确保低发行风险。
由于预售时电视剧尚未完成，预售效果除受制片方品牌效应、主创人员市场号召力、题材热度和剧本质量等核心要素影响外，市场宣传的力度和效果亦至关重要，因此，公司通常根据电视剧拍摄进度组织开展有针对性的、阶段性的宣传和媒体互动，包括制作寄送片花、宣传片和组织客户、媒体片场探班等方式。凭借有力的宣传并结合公司良好的品牌形象、高品质的剧本和优质主创的加盟，公司取得了良好的预售业绩，《武则天秘史》、《太平公主秘史》、《新乌龙山剿匪记》、《隋唐英雄》和《隋唐英雄2》等与重点客户深度合作的电视剧更是在开机之前或者开机后即签订了首轮卫星发行合同及视频网站发行合同。
3、后期制作
后期制作是对前期拍摄工作形成的电视剧素材（包括画面素材和声音素材），根据剧情需要进行画面初剪、精剪、配音或修音、拟音动效、音乐创作、混录合成、字幕制作、数字影视特效制作、片头片尾画面包装以及制作宣传片和片花等，最终形成达到预定质量水平的电视剧产品。制作完成的产品通过由公司总经理、分管后期制作的副总经理、外部顾问、编剧、导演、校对等人员组成的内部审查小组的质量评审后，提交广电部门审核。后期制作过程亦为电视剧制作的主要生产过程之一，时间周期通常为3-5个月。
与同行业公司相比，公司配置了90人以上的后期制作团队，下设剪辑合成、影视包装、影视特效等小组，可有效保证公司的后期制作能够配合同期举行的发行宣传活动及时提供高品质的宣传片、片花等技术资料，并可确保公司根据获取的市场反馈以及主管部门审核和客户审片要求，及时灵活调整后期制作的方向和细节，有助于提升后期制作的整体运作效率和成片效果，并最终有助于电视剧作品更好的符合发行需求。
（三）宣传发行阶段的经营模式
如前所述，公司通常以剧组现场拍摄阶段即开始进行发行宣传与预售，并且取得了良好的预售业绩，公司多部电视剧的首轮发行在预售阶段（即取得发行许可证之前）已与主要客户签订了销售合同。在公司全流程市场导向模式下，市场营销的因素实际上在前端各业务环节均有所渗透，公司电视剧的发行工作贯穿在前期各业务环节，宣传发行阶段与其他阶段有机融合。
尽管销售合同签订时间较早，但取得电视剧发行许可证仍然是实现"可售"的电视剧作品并实现正式销售的必要条件。根据《电视剧管理规定》和《电视剧内容管理规定》，国家对电视剧实行发行许可制度，即电视剧摄制完成后，必须经国家广电总局或省级广电局审查通过并取得《电视剧发行许可证》之后方可发行。公司后期制作部门专人负责提交广电部门履行内容审查，申请获取电视剧发行许可证。取得发行许可证之后，公司可以向客户寄送播放母带以履行销售合同的主要义务。
1、产品价格定价机制
电视剧作为一种非标准化产品，难以通过客观、量化的方法进行定价，因此电视剧销售价格一般由公司与客户之间通过询价、谈判确定。通常先由公司在综合考虑电视剧投资成本、题材定位、主创团队、预期市场效果等因素基础上确定预期销售目标，并向各意向客户发出要约邀请，而各电视台、视频网站等客户则根据过往的收视率和影响力评估、电视频道时段和播放平台定位的契合度，当前或预期播出时点的市场热点和需求以及制片机构以往电视剧的收视率等因素与公司进行沟通，双方经过多轮洽谈，询价谈判及预审片后，最终商定供应价格。
同时，电视剧的销售具有其较为突出的特点，其销售实质是将电视剧版权按照一定方式分割并针对不同客户进行多次转让，因此其关键在于确定一个相对最优的销售组合，即针对每部电视剧，公司均需根据预期销售收入目标，提前进行大致设计，并在与卫星频道、地面频道、视频网站等多方客户谈判的过程中，对整体销售组合进行不断修正。由于卫星频道的排播，尤其是首播档排播最难协调，而一部剧能否完成首轮卫星发行及其发行平台的高低、发行平台的影响力又通常是决定其能否实现盈利或达到预期盈利水平的最主要因素，因此，公司在制定总体销售组合的过程中，通常优先与具有购买意向的卫星频道关于首轮卫星发行组合（主要包括首轮卫星独家发行和首轮卫星多家同时上星）进行反复协商，并在确定首轮卫星发行组合的基础上，再行通盘考虑包括视频网站、地面频道、海外发行等其他客户渠道以及二轮发行、三轮发行在内的总体销售组合。
在上述销售组合的总体框架下，公司针对某卫星频道、视频网站、地面频道等单一客户发行时，主要采取与单一客户独立谈判定价的方式，最终价格取决于双方询价谈判的结果。在同版权范围不具可比性的独家卫星发行、独家视频网站发行和地面频道发行中，价格高低通常遵循一些基本的规律，比如卫星高于地面、首轮高于次首轮、首播高于非首播、黄金档高于非黄金档等。
在针对地面频道销售时，除价格通常低于卫星频道外的一般规律外，由于各地面频道覆盖区域互不交叉且分别独立谈判，相互之间的价格差异可能较大。在针对卫星频道销售时，虽然版权流转的具体形式可能细化多样，但电视剧作为一种标准化产品，其价格受卫星频道的定位、收视率、采购预算等多方面影响，因此在公司通常与各卫星频道独立谈判的情况下，与不同客户协商谈判的结果可能存在差异。而在涉及多家卫星同时上星组合销售时，公司针对各单一卫星频道的销售价格谈判通常是在考虑该轮发行总价目标的整体框架下进行，根据各卫星频道联合采购意愿、经济实力、排播协调难度等因素分别谈判，可能协商确定出不同的价格，也可能在某部剧意向采购电视台较多的情况下，采取以针对较高的价格对外统一报价，由愿意接受该价格的各卫视均摊采购成本的销售方案。
2、销售组合策略
在针对单部电视剧的销售中，公司通常以实现相对最优的销售组合及预期销售收入为目标，凭借发行渠道覆盖的广度和核心客户合作的深度，在广泛接触全国范围内的卫星频道、视频网站、地面频道等多方客户以及重点沟通卫星频道购买意向的基础上审慎确定销售组合。随着公司与主流卫视合作的不断深入，顺应主流省级卫视对电视剧的采购从资源共享逐步向资源独享发展，以及在线视频渠道影响力和购剧经费大幅提升等行业发展趋势，并结合自身产量规模大幅增长的实际情况，公司主要采取了以下电视剧销售组合策略：
（1）"地面频道首播+首轮卫星发行+次首轮卫星发行"销售组合，即先由地面电视频道首播，在地面频道播放约4-6个月后再开始首轮卫星发行。具体情况如下图所示：



注1："首轮发行"阶段，是指在电视剧取得发行许可证后24个月内并基本达到销售目的的发行；"二轮和多轮发行"指首轮发行期满后的再发行。通常而言，只有市场反应好、客户认可度高的电视剧才具有一定的二轮或多轮发行价值，且一般情况下发行价格远低于首轮发行，可预判性较低。公司关于销售价格的制定一般是指在首轮发行阶段的不同组合。
注2：关于"首轮发行"所包含的"首轮卫星发行"和"次首轮卫星发行"，按照行业惯例，"首轮卫星发行"是指电视剧首次面向全国观众上星播放，通常具有最高的发行价值；"次首轮卫星发行"是指在首轮卫星播放完毕后在卫星频道的发行，一般播放时间晚于首轮卫星播放2-4个月。按照广电总局规定，同一电视剧不能同时在4家以上卫星频道黄金时段播出，因此首轮卫星和次首轮卫星的黄金档发行均不超过4家卫星频道的限制。
注3：关于"地面频道发行"，由于卫星频道的受众范围远大于单一地面频道，因此，对于地面频道发行而言，如果要取得较高发行价值，一般先由地面频道首播；如果先由首轮卫星发行，则地面频道受制于其受众范围狭窄，通常发行价值将大幅降低。
注4：关于"先地面后卫星"的发行模式下，公司通常选择综合收视表现经济发达地区省级或省会级主流地面频道作为首播地面频道，以尽可能增加地面发行收益；同时，在首轮卫星发行时，力争实现多家卫星黄金档+多家卫星非黄金档发行，经实践证明，多家省级卫视联合采购模式通常有利于实现首轮卫星发行收入最大化。以《旗袍》为例，其不仅实现了首轮卫星发行时的四家卫星黄金档+三家卫星非黄金档播出，还在"先地面"的发行中广泛覆盖了20家地面台，并在首轮发行已经达到覆盖27个地区，最终首轮发行单价达到213万元/集，实现了优异的发行业绩。
（2）"首轮卫星独家首播及在线视频同步发行+次首轮卫星及地面频道普发"销售组合，即首轮卫星发行采取独家卫星黄金档首播，并同时配合以在线视频同步发行，次首轮卫星发行则力争达到多家卫星普发并配合以地面频道普发，具体情况如下图所示：



从2010年下半年以来，随着省级卫视对收视资源争夺的不断升级，部分实力雄厚的主流卫视纷纷增加购剧经费，加强对黄金档电视剧资源的争夺和控制，从"资源共享"模式向卫视独家首播的"资源独享"模式转变。同时，随着优酷网、乐视网、土豆网等在线视频网站的纷纷登陆境内外资本市场，资金实力的大幅增强和对优质电视剧内容资源的争夺也推动了在线视频网站的购剧经费迅速增长，推动在线视频渠道的发行价格在2011年出现了大幅度的增长，在线视频渠道发行收入成为构成电视剧发行总收入的重要部分。公司顺应行业发展趋势，不断加强与主流卫视及主流视频网站的合作，从2010年下半年以来，《五星红旗迎风飘扬》、《盖世英雄方世玉》、《武则天秘史》、《新乌龙山剿匪记》、《太平公主秘史》、《隋唐英雄》、《旗袍旗袍》等多部电视剧采取了上述销售组合策略。
随着公司制作规模的逐步扩大，公司在2011年以来更多采取了首轮卫星独家发行模式，虽然一般而言降低了单部剧的地面发行价值，但由于顺应了行业发展趋势，首轮卫星独家卫星的高发行价格以及在线视频发行价格的大幅增长有效弥补了地面收益损失，并且首轮卫星独家发行扩大了公司电视剧作品在首轮卫星发行的市场空间，对公司电视剧作品的盈利能力产生了显著积极影响。同时，公司加大了次首轮发行的推广力度，力争实现多家卫星和地面频道普发，推动实现综合销售收入的最大化。以《武则天秘史》为例，该剧在采取湖南卫视独家首轮卫星播出+视频网站同步播出模式下，首轮仅"一家卫星+一家网络"的发行价格即达86万元/集，而在次首轮发行中实现了5家卫星同播，7家地面普发，最终发行单价达到192万元/集，发行业绩良好。
公司电视剧销售组合策略的制定，均综合考虑各剧的投资规模、题材及受众群体定位、电视台及视频网站需求以及行业的发展变化等因素，在力争实现预期销售收入的总体框架下，针对各电视剧采取相应的销售组合。
（四）公司采购、生产、销售模式
如果从传统的采购、生产、销售角度来看待公司经营模式，可以从以下几点说明公司经营模式及其特点：
1、生产模式
长城影视的生产环节主要包括剧本创作、现场拍摄和后期制作，相较一般同行业企业而言，向两端均有所延伸，即：一方面，公司的剧本供应以组织编剧创作、制片方全程把控为主，相较对外采购编剧已有剧本的模式，剧本供应环节对于公司而言构成生产流程的重要一环；另一方面，公司配置了较多的后期制作人员，提升了整体运作效率、市场反应速度及对成品品质的把控能力。在现场拍摄生产环节，公司采取的模式的特点在于独家投资摄制，未采取行业内较为普遍的联合投资摄制模式，体现了公司的独立规模化运作能力。
公司生产环节向剧本创作、后期制作两端的延长以及独家投资摄制的模式，均是公司全流程控制整合模式的具体体现。关于三个环节经营模式的具体说明中可以看出，公司在三个环节均高度重视市场尤其是核心客户的反馈，各环节均通过制片方有效掌控贯彻了市场化导向理念，体现了公司生产环节全流程市场导向的运作模式。
2、采购模式
长城影视的采购环节主要包括剧本创作阶段对于编剧劳务的采购和现场拍摄阶段对于各种专业人员或团队劳务的采购及各种有形和无形物资的采购，具体如下：
在剧本创作阶段，由于公司以组织编剧创作剧本为主的剧本创作模式实际上是将所采购的编剧劳务作为基本生产要素，并按照一定的标准进行打磨，形成适销型剧本的生产过程。公司将编剧作为最核心"供应商"，高度重视与编剧的利益平衡和共享，通过引入多名业内优秀编剧作为公司股东，以及建立长期的、稳定的战略合作关系等多种方式，确保编剧劳务供应的稳定性和高品质。
除采购编剧劳务或剧本外，公司电视剧业务的主要采购项目还包括在拍摄制作阶段采购下述项目：演职人员劳务和专业团队服务；服装、道具及材料、置景材料等消耗型物资；场景、汽车、各类拍摄器材、道具等剧组生产工具的租赁支出；差旅、食宿等剧组生活所需各项支出；以及在后期制作阶段的后期声音制作和后期特效制作等外包服务。
通常由公司或剧组与主要演职人员或合作团队、公司签订聘用合同，分期支付劳务报酬。由于服装、道具及材料、置景材料、化妆用品等消耗型物资及场景制作的供应商繁多，通常由公司或剧组根据历史合作经验、供应商信誉度等因素，在询价比较的基础上选择历史合作关系良好或者有一定知名度的供应商并按需采购。对于价格较高的摄影器材、灯光器材、车辆等生产工具及需要外租使用的道具，通常由制片主任负责联系，根据综合评价确定供应商后建立租用关系，通常按天计算租用费。对于拍摄场景，公司会根据成本高低及拍摄需求选择自建或租用，如为租用，则通常按天计算场地费。对于演职人员食宿、差旅等各项生活支出安排，一般由剧组洽谈联系、制片主任统筹安排。
近年来，随着影视产业高速发展，在一些大型的影视拍摄基地如横店影视城等周边，均发展形成了大量上述相关配套产业供应商，产业链较为成熟和完善，对于上述有形或无形物资的采购不存在重大障碍。
3、销售模式
在全流程市场导向的运作模式下，宣传发行贯穿在公司业务流程的各个环节。在行业一般意义上的预售阶段，即拿到发行许可证之前的阶段，公司多部电视剧即已通过选题策划客户预沟通、剧本创作市场导向化、主创选择客户推荐、拍摄制作期集中宣传等多种形式的营销，完成了针对主要客户，包括首轮卫星发行及在线视频渠道的销售，从而在很大程度上降低了公司投资风险。
力争实现预售是降低投资风险的最直接保障，但如要实现销售收入和盈利的相对最大化，播映权多次转让的行业特点决定了公司销售时需要考虑的重要因素是采取适当的销售组合。公司通常根据与具有购买意向的主流卫星首轮发行的协商结果制定总体销售组合。在确保首轮卫星发行收益的前提下，凭借公司覆盖全部31个省级卫星频道、地面频道及国内各主要在线视频网站的发行渠道优势和整体品牌优势，通过重点营销与普发相结合等策略，尽可能增加非首轮卫星发行收入。
综上所述，无论是从五大业务环节产业链角度，还是从生产、采购、销售角度对公司经营模式进行分析，均体现出公司在全独家运作多项目的经验积累下，形成了具有自身特色的、相对成熟的全流程市场导向和全流程整合控制的业务模式，一方面有助于确保低发行风险，另一方面通过把电视剧制作过程从相对松散、独立的艺术创作、个体劳动组合整合成为产业化、批量化、环环紧扣的流水线生产模式，提高了运作效率。
三、主要生产、销售及采购情况
（一）主要生产情况
最近两年一期，长城影视电视剧生产的产量情况如下表所示：

	2013年1-6月	2012年	2011年
当期取得发行许可证的电视剧数量（部）	3	6	6
当期取得发行许可证的电视剧数量（集）	138	283	269

2011年至2013年6月，长城影视投资制作并取得发行许可证的电视剧作品情况如下：

序号	作品名称	海报	集数	著作权中财产权享有情况	发行许可证编号
1	盖世英雄方世玉		36	独家享有	(浙)剧审字(2011)第024号
2	旗袍旗袍		43	独家享有	(浙)剧审字(2011)第011号
3	武则天秘史		50	独家享有	(浙)剧审字(2011)第018号
4	新乌龙山剿匪记		46	独家享有	(浙)剧审字(2011)第030号
5	独立纵队		44	独家享有	(浙)剧审字(2011)第042号
6	从将军到士兵		50	独家享有	(浙)剧审字(2011)第048号
7	太平公主秘史		45	独家享有	(浙)剧审字(2012)第006号
8	血色黎明		45	独家享有	(浙)剧审字(2012)第021号
9	隋唐英雄		60	独家享有	(浙)剧审字(2012)第028号
10	五星红旗迎风飘扬2		45	独家享有	(浙)剧审字(2012)第05[illegible]号
11	隋唐英雄2		42	独家享有	(浙)剧审字(2012)第054号
12	五台山抗日传奇女兵排		46	独家享有	(浙)剧审字(2012)第063号
13	七年之痒		48	独家享有	(浙)剧审字(2013)第010号
14	武松		50	独家享有	(浙)剧审字(2013)第014号
15	五台山抗日传奇独立连		40	独家享有	(浙)剧审字(2013)第016号

上述15部电视剧均为长城影视独家投资、制作、发行，长城影视独家享有其他全部财产权（部分电视剧涉及利用合作单位资质报备送审等非实质性合作拍摄，相关合作单位享有著作权中的署名权等非财产权）。
截至2013年6月，上述15部电视剧的具体生产情况如下表所示：

剧集	开机时间	杀青时间	后续编辑时间	取得发行许可证时间	首次交付母带时间
《盖世英雄方世玉》	2010年8月28日	2011年1月18日	2011年1月18日至2011年5月24日	2011年5月24日	2011年6月17日
《旗袍旗袍》	2010年11月28日	2011年2月23日	2011年2月23日至2011年7月14日	2011年7月14日	2011年9月10日
《武则天秘史》	2011年2月18日	2011年5月5日	2011年5月5日至2011年9月23日	2011年9月23日	2011年9月30日
《新乌龙山剿匪记》	2011年5月8日	2011年8月3日	2011年8月3日至2011年12月5日	2011年12月5日	2011年12月13日
《独立纵队》	2011年6月18日	2011年9月5日	2011年9月5日至2011年12月23日	2011年12月23日	2012年1月29日
《太平公主秘史》	2011年7月28日	2011年9月21日	2011年9月21日至2012年2月7日	2012年2月7日	2012年2月23日
《从将军到士兵》	2011年5月18日	2011年8月17日	2011年8月17日至2011年12月23日	2011年12月23日	2012年3月2日
《血色黎明》	2011年9月28日	2011年12月31日	2012年12月31日至2012年6月25日	2012年6月25日	2012年7月23日
《隋唐英雄》	2011年10月28日	2012年2月28日	2012年2月28日至2012年7月25日	2012年7月25日	2012年11月22日
《隋唐英雄2》	2011年10月28日	2012年2月28日	2012年2月28日至2012年11月23日	2012年11月23日	2012年12月21日
《五星红旗迎风飘扬2》	2012年3月8日	2012年4月25日	2012年4月25日至2012年9月5日	2012年9月5日	2012年10月3日
《五台山抗日传奇女兵排》	2012年3月18日	2012年6月7日	2012年6月7日至2012年12月21日	2012年12月21日	2012年12月22日
《七年之痒》	2012年5月28日	2012年8月13日	2012年8月13日至2013年5月10日	2013年5月10日	–
《武松》	2012年8月8日	2012年11月30日	2012年11月30日至2013年5月18日	2013年5月18日	–
《五台山抗日传奇独立连》	2012年8月8日	2012年10月30日	2012年10月30日至2013年6月20日	2013年6月20日	–

注：本表中"开机时间"是指剧组开始现场拍摄的时间；"杀青时间"是指剧组完成现场拍摄的时间；"后续编辑时间"是指杀青后将现场拍摄取得的素材集中进行后期制作、直至取得发行许可证的时间。
由上表可以看出，长城影视电视剧现场拍摄时间通常在2-5月左右，后续编辑时间通常在3-5个月左右，考虑到前期筹划（包括剧本创作、主创组建等）通常需要2-5个月时间，电视剧的整个制作周期通常在1年左右。
在电视剧制作完成后，从获得发行许可证到首次向客户交付播放母带一般在2个月内完成，部分电视剧在10天内即完成，时间间隔较短，主要是相关电视剧在取得发行许可证之前已签订了部分预售合同，在取得发行许可证后可安排录制并交付母带。
截至2013年7月31日，长城影视其他已备案电视剧的实施进展情况如下表所示：

序号	电视剧名称	进展情况
1	天堂不相信眼泪	后期制作中
2	东北剿匪记	后期制作中
3	孤胆英雄	后期制作中
4	隋唐英雄3	后期制作中
5	隋唐英雄4	后期制作中
6	冷枪手	拍摄过程中
7	钱塘传奇	已备案公示
8	末代皇帝传奇	已备案公示
9	护墓笔记之国家宝藏	已备案公示
10	家有贤妻	已备案公示
11	人鱼情未了	已备案公示
12	大宋铜人	已备案公示
13	婚姻攻防战	已备案公示
14	布袋和尚新传	已备案公示

（二）主要销售情况
1、公司销售收入情况
最近两年一期，长城影视的销售收入情况如下表所示：

项目	2013年1-4月		2012年		2011年	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
电视剧	8,035.20	99.87	43,336.12	99.10	36,784.76	99.24
纪录片	9.81	0.12	188.11	0.43	130.62	0.35
广告及其他	0.75	0.01	204.58	0.47	150.20	0.41
合计	8,045.76	100.00	43,728.81	100.00	37,065.58	100.00

2、销售价格变动情况
截至2013年4月30日，长城影视2011年和2012年独家投资摄制、取得发行许可证的电视剧均已全部或部分完成首轮发行。2011年和2012年取得发行许可证的电视剧单集销售收入和全剧销售收入如下表所示：
单位：万元

序号	电视剧名称	取得发行许可证年度	集数	单集销售收入	全剧累计实现销售收入
1	《盖世英雄方世玉》	2011	36集	83.73	3,014.45
2	《旗袍旗袍》	2011	43集	152.72	6,567.17
3	《武则天秘史》	2011	50集	192.40	9,620.15
4	《新乌龙山剿匪记》	2011	46集	197.90	9,103.43
5	《独立纵队》	2011	44集	146.87	6,462.06
6	《从将军到士兵》	2011	50集	33.91	1,695.53
7	《太平公主秘史》	2012	45集	257.89	11,605.10
8	《隋唐英雄1,2》	2012	102集	170.45	17,386.16
9	《五星红旗迎风飘扬2》	2012	45集	121.43	5,464.14
10	《血色黎明》	2012	45集	61.59	2,771.71
11	《五台山抗日传奇女兵排》	2012	46集	104.85	4,823.26

注：《从将军到士兵》采取先地面后上星的发行策略，尚未实现上星销售，预计2013年下半年可以实现上星销售；《隋唐英雄》和《隋唐英雄2》两部剧合在一起计算。
3、公司向主要客户的销售情况
最近两年一期，长城影视前五名客户具体销售情况如下：

年度	前五大客户名称	销售额（万元）	占当期营业收入的比例(%)
2013年1-4月	中央电视台	2,790.56	34.68
	山东广播电视台	1,488.82	18.5
	贵州电视台	1,094.66	13.61
	吉林电视台	455.04	5.66
	江苏电视台	267.79	3.33
	小计	6,096.87	75.78
2012年	湖南广播电视台节目交易管理中心	16,439.29	37.59
	北京奇艺世纪科技有限公司	5,175.00	11.83
	乐视网（天津）信息技术有限公司	3,019.00	6.9
	北京光线传媒股份有限公司	2,175.00	4.97
	中央电视台	2,050.00	4.69
	小计	28,858.29	65.98
2011年	湖南广播电视台	7,045.12	19.01
	黑龙江电视台	4,836.23	13.05
	中央电视台	4,572.00	12.33
	江苏省广播电视总台	3,840.00	10.36
	合一信息技术（北京）有限公司（优酷）	3,206.00	8.65
	小计	23,499.35	63.40

注：上表中湖南广播电视台、江苏省广播电视总台等均为合同签订主体（或以其下属部门为合同签订主体），本报告书或分别简称为湖南电视台、江苏电视台，本报告书涉及营业收入、应收账款、预收账款等分析时，对各电视台通常以合同签订主体为准称谓，而涉及行业和业务相关分析时，对各电视台更多以较常使用的简称称谓。
4、销售回款情况
最近两年一期，长城影视前五大销售客户销售收入与回款情况如下：
（1）2013年1-4月
2013年1-4月，长城影视前五大客户销售收入合计6,096.87万元，占期间销售收入的75.78%。2013年起，长城影视流转税实行营改增，增值税率为6%，合同总价均为含税价，实际确认收入为合同价款除以1.06。
截至2013年7月31日，前五大客户的销售回款情况如下。

客户名称	销售收入（万元）	合同总价（万元）	2013年1-7月回款（万元）	回款占比（%）
中央电视台	2,790.57	2,958.00	2,958.00	100.00
山东广播电视台	1,488.82	1,578.15	–	0.00
贵州电视台	1,094.66	1,160.34	–	0.00
吉林电视台	455.04	482.35	–	0.00
江苏电视台	267.79	283.86	189.36	66.71
合计	6,096.87	6,462.70	3,147.36	48.70

（2）2012年度
2012年度，长城影视前五大客户销售收入合计28,858.29万元，占全年销售收入的65.98%。截至2013年7月31日，2012年度前五大客户的销售回款情况如下表所示。

客户名称	销售收入（万元）	回款（万元）				回款占比(%)
		2011年	2012年	2013年1-7月	合计	
湖南广播电视台节目交易管理中心	16,439.29	1,215.00	3,135.86	3,937.65	8,203.29	49.90
北京奇艺世纪科技有限公司	5,175.00	2,587.50	–	500.00	3,087.50	59.66
乐视网（天津）信息技术有限公司	3,019.00	–	–	471.73	471.73	15.63
北京光线传媒股份有限公司	2,175.00	–	972.00	1,203.00	2,175.00	100.00
中央电视台	2,050.00	–	2,050.00	–	2,050.00	100.00
合计	28,858.29	3,802.50	6,072.64	6,112.38	15,987.52	55.40

（3）2011年度
2011年度，长城影视前五大客户销售收入合计23,499.35万元，占全年销售收入的63.40%。截至2013年7月31日，2011年度前五大客户的销售回款情况如下。

客户名称	销售收入（万元）	回款（万元）					回款占比(%)
		2010年	2011年	2012年	2013年1-7月	合计	
湖南广播电视台节目交易管理中心	7,045.12	1,125	1,536.25	3,141.25	582.17	6,384.67	90.63
黑龙江电视台	4,836.23	–	440.84	–	–	440.84	9.12
中央电视台	4,572.00	1,200	3,372.00	–	–	4,572.00	100.00
江苏省广播电视总台	3,840.00	–	1148	960	1,440.00	3,548.00	92.40
合一信息技术（北京）有限公司（优酷）	3,206.00	120	1,630.8	1,455.20	–	3,206.00	100.00
合计	23,499.35	2,445.00	8,127.89	5,556.45	2,022.17	18,151.51	77.24

5、预计总收入与实际实现收入的情况
2011年以来，已完成首轮发行的电视剧中，预计总收入与实际实现收入的情况如下表。
单位：万元

序号	电视剧名称	发行许可证日期	预计总收入	实际实现收入	实际实现收入/预计总收入
1	《盖世英雄方世玉》	2011/05/24	2,939.75	3,014.45	102.54%
2	《旗袍旗袍》	2011/7/14	6,642.01	6,567.17	98.87%
3	《武则天秘史》	2011/09/23	9,621.25	9,620.15	99.99%
4	《新乌龙山剿匪记》	2011/12/5	9,130.74	9,103.43	99.70%
5	《独立纵队》	2011/12/23	6,289.40	6,462.06	102.75%
6	《太平公主秘史》	2012/2/7	11,709.27	11,605.10	99.11%
7	《隋唐英雄1,2》	2012/7/25 2012/11/23	17,500.00	17,386.16	99.35%
8	《五星红旗迎风飘扬2》	2012/9/5	5,464.14	5,464.14	100.00%

由上表可知，近年来，长城影视预计总收入较为准确，已经完成首轮销售的电视剧实际实现收入和预计总收入之比均在100%左右，差异较小。
（三）主要采购情况
1、主要采购项目
公司电视剧业务的主要采购项目包括：编剧劳务及剧本采购；演职人员劳务和专业团队服务；服装、道具等消耗型物资的采购；场景、汽车、各类拍摄器材等剧组生产工具的制作费用或租赁支出；差旅、食宿等剧组生活所需各项支出；以及在后期制作阶段的外包服务。
2、对主要供应商的采购情况
长城影视所投拍电视剧均采取独家摄制模式，而行业内企业通常采取联合摄制模式，因此，长城影视与行业内其他企业的采购内容存在部分差异，行业内公司的采购内容通常包括联合摄制费、剧组费用和剧本费等，而长城影视的采购内容主要为剧组费和少量剧本费，向前五名供应商的采购均为剧组费。公司向前五名供应商的采购明细及占当期营业成本的比例如下表所示：

年度	前五大供应商名称	采购额（万元）	占当期营业成本的比例(%)
2013年1-4月	浙江暨阳建设集团有限公司	358.87	8.32
	浙江磐龙影视有限公司	332.60	7.71
	婺源县欧莱堡工贸有限公司	218.64	5.07
	诸暨海纳影视文化服务有限公司	174.86	4.06
	诸暨市黄贤巨木业经营部	160.62	3.73
	小计	1,245.59	28.89
2012年	浙江磐龙影视有限公司	886.56	4.37
	杭州乐天广告有限公司	869.65	4.28
	浙江暨阳建设集团有限公司	795.44	3.92
	横店集团	763.64	3.76
	婺源县欧莱堡工贸有限公司	710.16	3.50
	小计	4,025.45	19.82
2011年	横店集团	1,614.60	9.75
	壹凡涛国际文化传播（北京）有限公司	910.99	5.50
	磐安县可人影视器材服务部	755.44	4.56
	北京盛大环球广告有限公司	687.76	4.15
	磐安县琳阳影视器材服务部	683.74	4.13
	小计	4,652.53	28.08

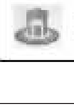
长城影视不存在向单个供应商的采购比例超过营业成本的50%或严重依赖于少数供应商的情况。长城影视供应商不断变化的主要原因是，电视剧为非标准化产品，每部剧目因题材、定位、拍摄场地等不同，导致场景制作、后期制作等专业团队的服务和道具、服装等主要耗材的采购，以及拍摄器材、场地等剧组生产工具的租赁等主要采购项目和相应供应商存在一定差别。
四、质量控制、安全生产及环境保护情况
（一）质量控制情况
1、质量控制标准
长城影视严格按照《广播电视管理条例》、《广播电视节目制作经营管理规定》、《电视剧内容管理规定》、《电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法》等行业内法律法规及《项目立项管理办法》、《剧组管理办法》等企业内控制度开展电视剧制作业务。
2、质量控制措施
长城影视对电视剧制作的质量控制贯穿于电视剧生产的各个环节，并通过严格的内部控制制度，确保电视剧品质，维护公司精品剧专业供应商的品牌形象。公司在各主要生产环节的质量控制措施如下：
在选题策划阶段，由公司产品开发部负责市场调研、客户沟通、形成初步方案，并最终提交立项委员会审核。公司立项委员会由总经理及分管产品开发、发行、财务、现场拍摄、后期制作的高管及外部委员共同组成，对选题进行全方位判断，从源头上把控电视剧质量。
在剧本创作阶段，主要采取由公司产品开发部组织编剧创作剧本的模式，并由产品开发部对剧本创作进行全程实时把控，从而严格把关剧本品质、确保剧本创作符合公司要求。
在电视剧现场拍摄及后期制作阶段，公司制定了《剧组管理办法》和后期制作业务流程，确定了现场拍摄以制片人为第一责任人的制度，对电视剧拍摄的整体风格和方向进行把关，确保符合制片方意志；后期制作以分管副总经理为质量责任人，建立了质量控制业务流程，制作完成的电视剧需通过由公司总经理、分管后期制作的副总经理、外部顾问、编剧、导演、校对等人员组成的内部审查小组组织的质量评审后，方能向广电部门报送申请发行许可证，如未通过内部质量评审，须根据评审提出的修改方案和要求进行修改，直至达到质量要求。
3、质量纠纷
长城影视自设立以来，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。
对于可能发生的质量纠纷，公司严格规定了各相关部门及人员的责任，相关责任人未达到相应的质量标准须承担经济赔偿责任。
（二）安全生产情况
除战争等特殊题材的电视剧拍摄中存在一定的安全风险因素外，大多数题材的电视剧拍摄基本不存在较高的安全风险。
根据公司的《剧组管理办法》，对于剧组安全生产实行制片人责任制，即由公司派驻剧组的制片人对安全生产负责，主要职责包括保障拍摄组在工作期间避免发生意外事故（包括交通事故、火灾、工伤事故等），负责督促规范剧组按合约规定为剧组外景人员办理摄制期间人身保险等事宜。
长城影视自设立以来，未发生重大安全生产事故。
根据东阳市安全生产监督管理局于2012年1月16日、2012年10月17日和2013年3月14日出具的《证明》，长城影视自2010年1月1日至最近一次证明出具日，严格遵守国家有关安全生产方面的法律、法规，不存在因违反国家有关安全生产方面的法律、法规而受到行政处罚的情形。
（三）环境保护情况
影视行业属于文化创意行业，不属于重污染行业。在剧组拍摄过程中，长城影视严格按照国家及有关部门的环保规定及标准执行。公司自设立以来没有因环保问题受到过行政处罚，公司及下属子公司环保证明情况如下：
根据浙江省环境保护厅于2012年4月23日出具的《关于长城影视股份有限公司环保情况的证明》，长城影视及其杭州分公司、东阳分公司、新长城影业近三年未发生环境污染事故和环境污染投诉，未受过环保部门行政处罚。
根据东阳市环境保护局于2012年10月18日、2013年3月14日出具的《证明》，长城影视作为非生产性企业，在影视剧生产制作过程中能遵守环保法律法规，自2012年1月1日至最近一次证明出具日，未发生违反环保法律法规的行为和污染事故纠纷，未发生过环境污染事故，未因环境违法受到环保部门的行政处罚。
根据东阳市环境保护局于2012年10月18日和2013年3月14日出具的《证明》，长城影视东阳分公司作为非生产性企业，在影视剧生产制作过程中能遵守环保法律法规，自2012年1月1日至最近一次证明出具日，未发生违反环保法律法规的行为和污染事故纠纷，未发生过环境污染事故，未因环境违法受到环保部门的行政处罚。
根据杭州市环境保护局西湖环境保护分局于2012年10月15日、2013年2月26日出具的《证明》，自2012年1月1日至最近一次出具日，新长城影业能严格遵守环保法律法规和规范性文件，未发生环境污染事故、环境违法行为及行政处罚。
根据诸暨市环境保护局于2012年9月24日和2013年3月18日出具的《证明》，自2012年6月7日至最近一次证明出具日，长城新媒体能严格遵守国家有关环境保护方面的法律、法规，从未因违反环境保护方面的法律、法规而受到行政处罚。
五、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
鉴于电视剧行业特殊的经营模式、轻资产运营的特点，长城影视无自有房产，其办公场所和制作部门等经营所用房产均为租赁而来。
截至本报告书签署日，长城影视房屋租赁情况如下：

承租方	出租方	房屋地址	租金	租赁期限
长城影视	横店控股	横店影视产业实验区内编号C6-006-A物管地	1.1万元/年	2012年1月1日至2013年12月31日
长城影视	横店控股	横店影视产业实验区内编号C2-042-B物管地	0.6万元/年	2012年1月27日至2014年1月26日
长城影视	杭州西溪湿地经营管理有限公司	西溪国家湿地公园桑梓漾区域西溪创意产业园内，建筑编号为2号、3号（钢架部分）、4号、6号、7号、会议中心	自2011年7月1日至2012年8月19日，租金按0.8元/平方/天收取；自2012年8月20日至2013年8月19日，租金按前一年为基数，递增10%。若续租，租金亦按上述原则执行。	2011年7月1日至2013年8月19日
长城新媒体	浙江华豹家私制造有限公司	浙江省诸暨市浣东街道十里牌	0.1万元/年	2012年5月25日至2014年5月25日

2、主要生产设备
由于影视剧拍摄通常无固定的场所，各种主要拍摄器材大部分不便于携带，服装、道具等一般不重复使用，因此长城影视影视剧制作所需的主要生产设备，如摄影棚、布景、洗印设备、灯光及摄影器材、服装、道具等通常以租赁方式从影视制作合作方取得，因而长城影视的固定资产主要为后期制作所需专用设备以及办公设备等，账面价值较少，属于典型的"轻资产"运营公司。长城影视所发生的设备租赁均为经营性租赁。
截至2013年4月30日，长城影视固定资产明细情况如下表所示：
单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	财务成新率
专用设备	872.60	287.35	585.25	67.07%
办公设备及其他	227.32	65.04	162.28	71.39%
合计	1,099.92	352.39	747.53	67.96%

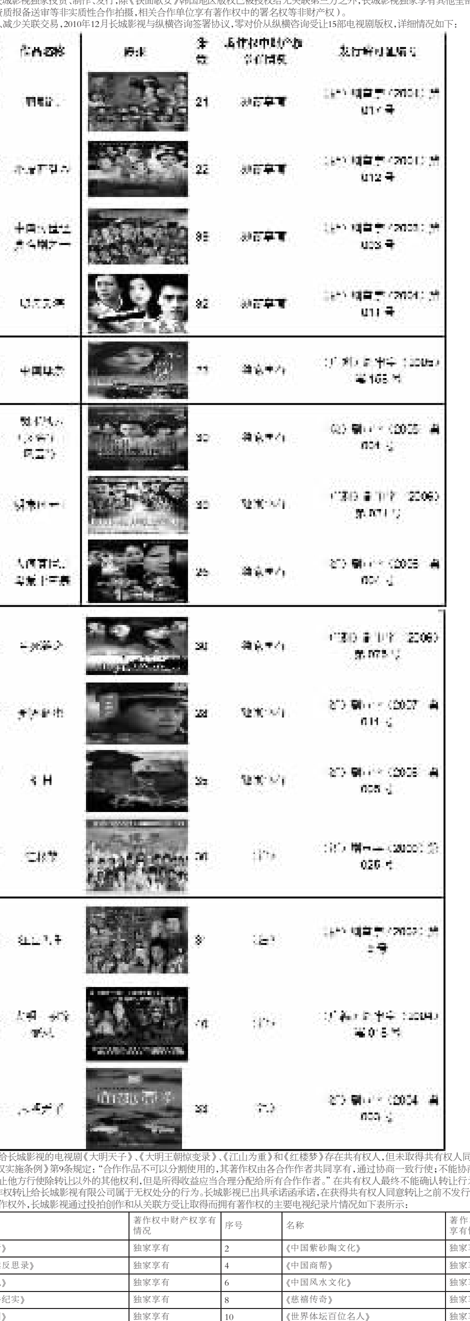
（二）主要无形资产情况
1、土地使用权
截至本报告书签署日，长城影视无土地使用权。
2、商标权
截至本报告书签署日，长城影视拥有如下商标：

标识	注册号	类别	核定商品	期限
	10026882	41	[illegible]	2013年2月21日至2023年2月20日
	10026884	41	[illegible]	2013年2月21日至2023年2月20日

3、著作权
截至本报告书签署日，长城影视独家投资制作完成并取得发行许可证的电视剧共20部，长城影视享有该等20部电视剧版权不存在权属争议或纠纷。

序号	作品名称	海报	集数	著作权中财产权享有情况	发行许可证编号
1	东方红1949		40	独家享有	(广剧)剧审字(2009)第018号
2	大西南剿匪记		40	独家享有	(浙)剧审字(2010)第012号
3	铁面歌女		30	除韩国地区版权外独家享有	(浙)剧审字(2010)第021号
4	红日		47	独家享有	(浙)剧审字(2010)第031号
5	五星红旗迎风飘扬		40	独家享有	(广)剧审字(2010)第264号
6	盖世英雄方世玉		36	独家享有	(浙)剧审字(2011)第024号
7	旗袍旗袍		43	独家享有	(浙)剧审字(2011)第011号
8	武则天秘史		50	独家享有	(浙)剧审字(2011)第018号
9	新乌龙山剿匪记		46	独家享有	(浙)剧审字(2011)第030号
10	独立纵队		44	独家享有	(浙)剧审字(2011)第042号
11	从将军到士兵		50	独家享有	(浙)剧审字(2011)第04[illegible]号
12	太平公主秘史		45	独家享有	(浙)剧审字(2012)第006号
13	血色黎明		45	独家享有	(浙)剧审字(2012)第021号
14	隋唐英雄		60	独家享有	(浙)剧审字(2012)第028号
15	五星红旗迎风飘扬2		45	独家享有	(浙)剧审字(2012)第05[illegible]号
16	隋唐英雄2		42	独家享有	(浙)剧审字(2012)第054号
17	五台山抗日传奇女兵排		46	独家享有	(浙)剧审字(2012)第063号
18	七年之痒		48	独家享有	(浙)剧审字(2013)第010号
19	武松		50	独家享有	(浙)剧审字(2013)第014号
20	五台山抗日传奇独立连		40	独家享有	(浙)剧审字(2013)第016号

上述20部电视剧均为长城影视独家投资、制作、发行，除《铁面歌女》韩国地区版权已被授权给无关联第三方之外，长城影视独家享有其他全部财产权（部分电视剧涉及利用合作单位资质报备送审等非实质性合作拍摄，相关合作单位享有著作权中的署名权等非财产权）。
此外，为规避同业竞争、减少关联交易，2010年12月长城影视与纵横咨询签署协议，零对价从纵横咨询受让15部电视剧版权，详细情况如下：



序号	作品名称	海报	集数	著作权中财产权享有情况	发行许可证编号
1	[illegible]		21	独家享有	[illegible]第017号
2	[illegible]		22	独家享有	[illegible]第012号
3	[illegible]		35	独家享有	[illegible]第003号
4	[illegible]		32	独家享有	[illegible]第011号
5	中国[illegible]		[illegible]	[illegible]	[illegible](2005)第165号
6	[illegible]		30	[illegible]	[illegible](2005)第004号
7	[illegible]		30	[illegible]	[illegible](2006)第071号
8	[illegible]		25	[illegible]	[illegible](2005)第007号
9	[illegible]		30	[illegible]	[illegible](2006)第075号
10	[illegible]		28	[illegible]	[illegible](2007)第011号
11	[illegible]		30	[illegible]	[illegible](2008)第005号
12	红楼梦		36	[illegible]	[illegible]第026号
13	[illegible]		8	[illegible]	[illegible]
14	大明王朝惊变录		[illegible]	[illegible]	[illegible](2004)第015号
15	[illegible]		30	[illegible]	[illegible](2004)第003号

注：纵横咨询无偿转让给长城影视的电视剧《大明天子》、《大明王朝惊变录》、《江山为重》和《红楼梦》存在共有权人，但未取得共有权人同意转让的确认函。《中华人民共和国著作权法实施条例》第9条规定："合作作品不可以分割使用的，其著作权由各合作作者共同享有，通过协商一致行使；不能协商一致，又无正当理由的，任何一方不得阻止他方行使除转让以外的其他权利，但是所得收益应当合理分配给所有合作作者。"在共有权人最终不能确认转让行为的情况下，纵横咨询将上述电视剧的著作权转让给长城影视有限公司属于无权处分的行为。长城影视已出具承诺函承诺，在获得共有权人同意转让之前不发行上述电视剧。
另外，除上述电视剧著作权外，长城影视通过投拍创作和从关联方受让取得而拥有著作权的主要电视纪录片情况如下表所示：

序号	名称	著作权中财产权享有情况	序号	名称	著作权中财产权享有情况
1	《刑案解析》	独家享有	2	《中国紫砂陶文化》	独家享有
3	《中国大案反思录》	独家享有	4	《中国商帮》	独家享有
5	《重案再现》	独家享有	6	《中国风水文化》	独家享有
7	《非常事件纪实》	独家享有	8	《慈禧传奇》	独家享有
9	《感动中国》	独家享有	10	《世界体坛百位名人》	独家享有
11	《母爱传奇故事》	独家享有	12	《世界重大发明与发现》	独家享有
13	《中国古家具》	独家享有	14	《中国现代建筑与装饰》	独家享有
15	《中国酒文化》	独家享有	16	《20世纪百部经典电影》	独家享有
17	《中国古遗址》	独家享有	18	《中华古玩荟萃》	独家享有
19	《中华养生宝典》	独家享有	20	《中国民间艺人》	独家享有
21	《中国自然奇观》	独家享有	22	《中国非物质文化遗产》	独家享有
23	《丝绸之路》	独家享有	24	《中国皮影》	独家享有
25	《中国名胜名园》	独家享有	26	《防治"非典"档案》	独家享有
27	《中国文房之宝》	独家享有	28	《中国的世界遗产》	独家享有
29	《中国名山名水》	独家享有	30	《中华民俗大观》	独家享有
31	《中国古都》	独家享有	32	《中国关隘文化》	独家享有
33	《中国博物馆镇馆之宝》	独家享有	34	《中国祖师文化》	独家享有
35	《中国优秀旅游城市》	独家享有	36	《千古之谜》	独家享有
37	《中国道教文化与艺术》	独家享有	38	《中国古城墙》	独家享有
39	《中国历代名人胜迹》	独家享有	40	《中国传统名小吃》	独家享有
41	《中国老街》	独家享有	42	《中国神秘宝藏之谜》	独家享有
43	《中国古建筑》	独家享有	44	《中国婚恋、情感案例剖析》	独家享有
45	《中国名楼》	独家享有	46	《20世纪中国文化名人》	独家享有
47	《中国宫殿与传说》	独家享有	48	《中国传世经典名画》	独家享有
49	《中国甲骨文》	独家享有	50	《世界宫殿与传说》	独家享有
51	《中国石窟石刻》	独家享有	52	《末代皇帝溥仪秘史》	独家享有
53	《中国历史悬案》	独家享有	54	《中国收藏家》	独家享有
55	《中国名寺古刹》	独家享有	56	《中国生肖文化》	独家享有
57	《中国十大王朝》	独家享有	58	《中国姓氏文化大观》	独家享有
59	《中国书院》	独家享有	60	《中华一绝》	独家享有
61	《海湾战争全纪录》	独家享有	62	《中国少数民族》	独家享有
63	《中国大运河》	独家享有	64	《中国禅宗》	独家享有
65	《神奇三峡》	独家享有	66	《民国悬疑奇案实录》	独家享有
67	《中国玉文化》	独家享有	68	《民国传奇女子爱情故事》	独家享有
69	《中国名湖》	独家享有	70	《特工解密》	独家享有
71	《中国名祠》	独家享有	72	《中国算命术解剖》	独家享有
73	《中国当代百位经典歌手》	独家享有	74	《中国古塔》	独家享有
75	《中国古代名人圣贤》	独家享有	76	《20世纪战争解密》	独家享有
77	《中国古代官场文化》	独家享有	78	《中国古代性文化大观》	独家享有
79	清朝二十九皇后	独家享有	80	百大悬疑	独家享有
81	大清王朝历史之谜	独家享有	82	中国湿地	独家享有
83	百大考古之谜	独家享有			

（三）业务经营许可
设立电视剧制作机构及从事电视剧业务，需要取得广电总局或省级广电局的批准。长城影视及其子公司取得的资质证书如下：

持证单位	证书类型	证书编号	有效期限	发证机关
长城影视	广播电视节目制作经营许可证	(浙)字第499号	2013年4月1日至2015年4月1日	浙江省广播电影电视局
长城影视	电视剧制作许可证（甲种）	甲第183号	2013年4月1日至2015年4月1日	国家广播电影电视总局
新长城影业	广播电视节目制作经营许可证	(浙)字第777号	2013年4月1日至2015年4月1日	浙江省广播电影电视局
长城新媒体	广播电视节目制作经营许可证	(浙)字第1005号	2013年4月1日至2015年4月1日	浙江省广播电影电视局

（四）知识产权的保护和管理情况
电视剧版权是电视剧制作机构最重要的资产，是长城影视盈利的主要来源，因此，建立良好的知识产权保护工作制度、完善知识产权管理对公司至关重要。
长城影视自设立伊始即高度重视知识产权保护工作，经过几年的发展，目前已经形成了较为完善的版权保护体系，贯穿于电视剧拍摄、制作、销售和播放的全过程，具体情况如下：
在电视剧拍摄、制作阶段，长城影视对于剧本、人物造型、拍摄素材等均实行严格的控制，对外宣传所需要的剧照、预告片、片花等内容均是经过公司内部审查后，由品牌宣传部统一对外发布；在后期制作阶段形成的磁带、胶片等素材均由专人管理；在送审、试映等环节由电视剧后期制作部派专人送达、专人取回，减少因遗失、偷盗等所带来的可能的版权风险。
在电视剧销售阶段，长城影视与各电视台、在线视频网站、音像制品公司等相关方签订了条款严密的版权合同，明确约定双方的权利与义务，尽可能杜绝版权侵权风险。
在电视剧播放阶段，长城影视行政法务部设置了知识产权专员负责对电视剧播放情况进行监控，及时跟踪调查市场上的盗版情况。
此外，长城影视还对员工进行电视剧版权保护相关的培训，提高并强化员工在日常工作中的知识产权意识；公司行政法务部设置了知识产权专员负责版权、商标等知识产权的管理和保护工作，配合公司聘请的常年法律顾问，及时跟踪调查市场上的盗版情况，采取有效措施保护公司合法权益，同时也注意防范公司在电视剧拍摄制作过程中侵犯他人的知识产权。
通过上述制度和措施，长城影视的版权保护已形成了一套较为完整的防范体系，能够有效保护公司知识产权不受侵害，同时有效防范公司侵犯他人知识产权，避免潜在的版权纠纷。
六、主要产品获得荣誉及奖项情况
长城影视拥有版权的主要电视剧作品的获奖情况如下表所示：

序号	作品名称	所获荣誉及奖项	表彰单位
1	《五星红旗迎风飘扬》	第十二届精神文明建设"五个一工程"优秀作品奖	中共中央宣传部
		浙江省第十一届精神文明建设"五个一工程"特别奖	中共浙江省委宣传部
		第28届电视剧"飞天奖"长篇电视剧一等奖	国家广播电影电视总局
		浙江省第二十一届电视"牡丹奖"优秀长篇电视剧特等奖	浙江省广播电影电视局、浙江省文学艺术界联合会、浙江省电视艺术家协会
2	《武则天秘史》	中国（横店）影视"金牛奖"	横店影视产业实验区管委会
3	《大西南剿匪记》	浙江省第二十一届电视"牡丹奖"优秀长篇电视剧二等奖	浙江省广播电影电视局、浙江省文学艺术界联合会、浙江省电视艺术家协会
		2010年度北京电视台最佳收视率贡献奖	北京电视台
		福建城市台节目联盟2010年度收视十佳奖第一名	福建城市台节目联盟
		2010中国电视剧上海排行榜收视榜电视剧频道第三名	SMG影视剧中心
		江苏2010年度观众最喜爱的十佳电视剧第二名	江苏城市联合电视传媒有限责任公司
4	《红日》	浙江省第十九届电视"牡丹奖"优秀长篇电视剧一等奖	浙江省广播电影电视局、浙江省电视艺术家协会
		江苏观众最喜爱的十佳电视剧第三名	江苏城市联合电视传媒有限公司
5	《独立纵队》	2012地面频道年度收视金奖	湖南电视台
		2012中国电视剧上海排行榜年度收视贡献奖	SMG影视剧中心
6	《隋唐英雄》	2012电视剧年度收视银奖	湖南电视台

第七节 发行股份基本情况

一、发行股份基本情况
（一）上市公司发行股份的价格及定价原则
本次交易发行股份的定价基准日为第四届董事会第十七次会议决议公告日。
1、发行股份购买资产的发行价格及定价依据
本次发行股份购买资产的股票发行价格为5.55元/股，不低于定价基准日前20个交易日上市公司股票交易均价。计算公式为：定价基准日前20个交易日股票交易总额/本次董事会决议公告日前20个交易日股票交易总量，即5.55元/股。
本次发行完成前上市公司如发生派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，则对本发行价格作相应除权除息处理，发行数量也将相应调整。
2、发行股份募集配套资金的发行价格及定价依据
本次募集配套资金将采用询价方式发行，发行价格不低于9元/股，本次股份发行定价基准日前二十个交易日公司股票均价的百分之九十为4.99元/股，本次募集配套资金股份发行底价较之溢价80.36%。最终发行价格将在本次交易取得中国证监会的核准后，按照《上市公司非公开发行股票实施细则》的规定以询价方式确定。
本次发行完成前上市公司如发生派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，则对本发行价格作相应除权除息处理，发行数量也将相应调整。
（二）拟发行股份的种类、每股面值
江苏宏宝本次发行的股份为境内上市人民币普通股（A股），每股面值为人民币1元。
（三）拟发行股份的数量、占发行后总股本的比例
1、发行股份购买资产的股份发行数量
依据重组各方签署的《重大资产置换及发行股份购买资产协议》，本次发行股份购买资产的股份发行数量为341,409,878股，模拟发行股份情况如下：

序号	股东名称	发行股份（股）
1	长城集团	180,731,553
2	如山创投	15,877,684
3	王培火	15,560,130
4	黄国江	14,289,916
5	郑培敏	12,702,147
6	祝亚南	11,114,379
7	宓强	8,020,135
8	横店控股	7,938,842
9	士兰创投	7,938,842
10	吴歌军	7,938,842
11	赛伯乐晨星	7,916,148
12	赵锐均	4,812,208
13	惠风投资	2,638,716
14	蓝山投资	2,638,716
15	汪运衡	2,566,468
16	杨逸沙	2,406,104
17	龙马科技	2,165,398
18	韦戈文	1,924,692
19	程菊琴	1,924,692
20	菲林投资	1,892,489
21	梁振华	1,667,156
22	孙耀琦	1,667,156
23	袁力	1,603,963
24	陈志平	1,603,963
25	何黎鑫	1,283,234
26	申军谊	1,270,214
27	王彪	1,270,214
28	张霞	992,355
29	钟柯伟	962,505
30	周敏	912,966
31	俞婉玲	802,140
32	邓燕燕	802,140
33	陆谷平	802,140
34	金琳	802,140
35	张菁菁	802,140
36	徐国俊	802,140
37	徐海滨	793,884
38	陈海飞	793,884
39	周云卿	793,884
40	陈建根	791,612
41	马笑涛	641,458
42	冯建新	561,434
43	葛含芝	516,024
44	张勇	516,024
45	王晌伟	396,942
46	任峻	396,942
47	蒋玉龙	320,729
48	俞波	320,729
49	刘财宝	320,729
50	孔子文	320,729
51	曾艳	320,729
52	赵光模	320,729
53	韩锋	320,729
54	杜文和	317,553
55	王红罗	240,705
56	章正丰	240,705
57	楼桂红	240,705
58	蒋林静	240,705
59	周丽君	240,705
60	郑延渝	198,471
61	张东东	198,471
合计		341,409,878

如因本次发行完成前上市公司发生派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股或配股等除权、除息事项，而对本次发行价格作相应除权除息处理的，发行股份的数量也将相应调整。
2、募集配套资金的股份发行数量
本次发行股份募集配套资金，融资金额不超过5亿元，低于交易总额的25%，发行价格不低于9元/股，发行数量不超过55,555,555股。最终发行数量由股东大会授权公司董事会，根据询价结果确定的发行价格计算。
（四）交易对象所持股份的转让或交易限制
1、发行股份购买资产之交易对象所持股份的转让或交易限制
（1）长城集团及其一致行动人
长城集团及其一致行动人赵锐均、杨逸沙、陈志平及冯建新承诺其以资产认购的股份自本次发行的股份登记至其名下之日起，至三十六（36）个月届满之日和利润补偿义务履行完毕之日中的较晚日不进行转让，但按照其与上市公司签署的《利润补偿协议》进行回购或赠送的股份除外，之后按照中国证监会或深交所的有关规定执行。
（2）其他56个交易对方
交易对方中，除长城集团及其一致行动人赵锐均、杨逸沙、陈志平及冯建新之外的其他56个公司、合伙企业、自然人承诺其以资产认购的股份自本次发行的股份登记至其名下之日起，至十二（12）个月届满之日和利润补偿义务履行完毕之日中的较晚日不进行转让，但按照其与上市公司签署的《利润补偿协议》进行回购或赠送的股份除外，之后按照中国证监会或深交所的有关规定执行。
2、募集配套资金之交易对象所持股份的转让或交易限制
本次交易向不超过10名特定投资者非公开发行募集配套资金发行股份的锁定期为：自发行结束之日起十二个月内不转让，在此之后按中国证监会或深交所的有关规定执行。
二、上市公司发行股份前后主要财务数据
单位：万元

项目	发行前（合并）		发行后（备考合并）	
	2013/4/30	2012/12/31	2013/4/30	2012/12/31
资产总额	99,719.30	100,452.65	59,460.06	57,284.09
负债总额	59,364.58	60,002.74	3,636.73	3,772.25
归属于母公司所有者权益	30,113.93	30,004.20	52,150.56	49,839.21
	2013年1-4月	2012年度	2013年1-4月	2012年度
营业收入	13,871.32	41,451.73	8,045.76	43,728.81
营业利润	-186.79	-10,632.83	2,926.55	16,329.71
利润总额	-197.55	-10,592.93	3,096.48	18,952.17
归属于母公司所有者净利润	-88.73	-5,487.25	2,311.35	14,208.47
	2013年1-4月	2012年度	2013年1-4月	2012年度
基本每股收益（元）	-0.00	-0.30	0.04	0.27
加权平均净资产收益率	-0.30%	-16.59%	4.53%	33.25%
资产负债率	59.53%	59.73%	6.11%	6.59%

注：发行后备考合并报表未考虑上市公司募集配套资金的影响
三、上市公司发行股份前后股权结构
本次交易前，上市公司总股本为184,020,000股。根据交易方案，本次发行股份购买资产拟发行341,409,878股股份，募集配套资金拟发行股份数不超过55,555,555股。交易完成后，长城集团将持有本公司180,731,553股股份，成为本公司的控股股东，赵锐勇、赵非凡父子将成为本公司的实际控制人。
本次交易前后公司的股权结构变化如下表所示：
单位：股

股东名称	本次交易前		本次重组完成后		本次交易完成后	
	股份数量	股份比例	股份数量	股份比例	股份数量	股份比例
宏宝集团	76,292,196	41.46%	76,292,196	14.52%	76,292,196	13.13%
红塔创新	9,157,680	4.98%	9,157,680	1.74%	9,157,680	1.58%
朱剑峰	5,144,964	2.80%	5,144,964	0.98%	5,144,964	0.89%
重组前的其他社会公众股东	93,425,160	50.77%	93,425,160	17.78%	93,425,160	16.08%
长城集团			180,731,553	34.40%	180,731,553	31.11%
如山创投			15,877,684	3.02%	15,877,684	2.73%
横店控股			7,938,842	1.51%	7,938,842	1.37%
士兰创投			7,938,842	1.51%	7,938,842	1.37%
赛伯乐晨星			7,916,148	1.51%	7,916,148	1.36%
惠风投资			2,638,716	0.50%	2,638,716	0.45%
蓝山投资			2,638,716	0.50%	2,638,716	0.45%
龙马科技			2,165,398	0.41%	2,165,398	0.37%
菲林投资			1,892,489	0.36%	1,892,489	0.33%
52名自然人股东			111,671,490	21.25%	111,671,490	19.22%
特定机构投资者					55,555,555	9.56%
合计	184,020,000	100.00%	525,429,878	100.00%	580,985,433	100.00%

注：（1）上表中"本次重组完成后"意为本次重大资产置换及发行股份购买资产完成后；"本次交易完成后"意为本次重大资产置换及发行股份购买资产并募集配套资金完成后。
（2）上表中募集配套资金发行股份数量按发行底价9元/股模拟计算，即55,555,555股，实际发行价格和发行股份数量将在本次交易得到中国证监会核准后询价确定。

第八节 财务会计信息

根据公证天业出具的"苏公W[2013]A717号"《审计报告》，本次拟置出资产最近两年及一期的财务报表如下：
一、置出资产的简要财务报表
1、置出资产近两年一期的合并资产负债表
单位：万元

项目	2013/4/30	2012/12/31	2011/12/31
流动资产			
货币资金	5,726.72	7,382.58	9,515.23
应收票据	1,501.29	1,715.21	2,727.86
应收账款	9,591.16	8,047.91	7,789.50
预付款项	685.11	619.79	2,256.02
其他应收款	177.32	273.85	308.84
存货	10,251.04	11,016.10	11,999.11
流动资产合计	27,932.64	29,055.43	34,596.55
非流动资产			
可供出售金融资产	1,878.00	1,746.00	2,042.00
长期股权投资	301.00	301.00	301.00
投资性房地产	739.31	755.11	802.50
固定资产	35,153.88	28,363.86	20,133.30
在建工程	26,069.64	31,961.61	25,528.08
工程物资	518.00	1,052.92	8,268.29
固定资产清理	–	–	647.78
无形资产	6,808.02	6,861.31	6,806.80
长期待摊费用	25.41	40.05	102.56
递延所得税资产	293.40	315.36	195.58
非流动资产合计	71,786.66	71,397.22	64,827.89
资产总计	99,719.30	100,452.65	99,424.44
流动负债			
短期借款	40,892.20	39,046.20	28,340.00
应付票据	965.00	5,050.00	4,257.15
应付账款	14,656.54	15,640.46	9,749.05
预收款项	402.45	419.64	511.15
应付职工薪酬	882.29	666.19	705.21
应交税费	-3,686.50	-3,665.67	-2,517.30
应付利息	360.68	77.82	49.94
其他应付款	2,691.84	1,209.56	5,248.28
流动负债合计	57,164.50	58,444.18	46,343.49
非流动负债			
专项应付款	–	–	880.42
递延所得税负债	294.50	261.50	335.50
其他非流动负债	1,905.57	1,297.06	69.26
非流动负债合计	2,200.07	1,558.56	1,285.17
负债合计	59,364.58	60,002.74	47,628.67
实收资本（或股本）	18,402.00	18,402.00	18,402.00
资本公积	7,558.84	7,459.84	7,678.24
专项储备	236.10	192.51	–
盈余公积	1,727.32	1,727.32	1,727.32
未分配利润	2,189.67	2,278.40	8,317.70
外币报表折算差额	–	-55.86	-55.86
归属于母公司所有者权益合计	30,113.93	30,004.20	36,069.40
少数股东权益	10,240.79	10,445.70	15,726.38
所有者权益合计	40,354.73	40,449.91	51,795.78
负债和股东权益总计	99,719.30	100,452.65	99,424.44

（下转B10版）