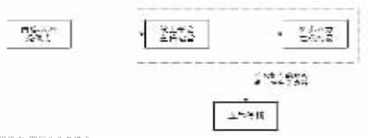
（上接B19版）

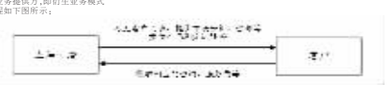
经过前期大量的技术分析与经营模式论证，五岸传播已完成线上版权交易电子商务平台的技术储备，并具备了大规模商业运营和实施应用的基础。

五岸传播的线上业务流程如下图所示：



（三）五岸传播作为衍生业务提供方，即衍生业务模式

五岸传播的衍生业务流程如下图所示：



三、主要经营模式

（一）盈利模式

五岸传播主要通过以下四个方面实现收入：

1.通过买断或代理等形式获取上游版权方版权内容的版权或者发行权后，进行再发行或再授权而实现的收入；

2.协助版权内容拥有方整理、制作、存储版权作品收取服务费和咨询费而实现的收入；

3.为内容渠道方进行渠道分析、发展策略、媒介咨询、节目定制等全方位全媒体服务而实现的收入；

4.未来将通过聚合上游版权方及下游渠道方的各自需求，在线上平台进行自由交易，五岸传播收取推广服务费及销售提成而实现收入。

（二）采购模式

五岸传播的媒体版权采购需要经过信息收集、初步筛选、集中评审、合作洽谈、签约五个阶段：

1.信息收集：对媒体制作团队、优秀制片人等媒体版权资源核心要素进行持续追踪，及时获取市场前沿信息；

2.初步筛选及集中评审：在完成信息搜集工作的基础上对获取的信息进行及时筛选和集中评审，围绕客户需求及市场热点进行决策，挖掘优质版权资源；

3.谈判、签约：五岸传播在完成筛选、评审后，在优势媒体内容制作前期或中后期与项目投资方进行接触并达成购买意向，提前锁定优质资源；在媒体内容制作完成后与版权拥有方进行商务谈判，确定购买版权的价格、版权授权期限及范围，并完成签约。

（三）销售模式

通过建立版权资源库，五岸传播充分利用独家版权的再授权权利，将优质的栏目版权授权给其他地方电视台、新媒体公司及其他专业机构，取得版权分销收入，这种销售模式具有版权收益回收快、收入集中的特征。

独家版权在向外分销时，可以将栏目版权授权给其他多家合作方非独家使用，授权期限不超过独家版权的自有期限，版权分销期内，被授权方不具有再转授权的权利，即只限被授权方自己使用，在销售版权时，五岸传播根据协商方式确定一次性收取或者分次收取版权费，通常按照版权引进价格的一定比例作为基准价，根据市场供求关系协商确定销售价格。

四、主要产品或服务的销售情况

（一）主要销售情况

最近两年一期，五岸传播各项业务销售收入如下：

单位：万元

项目	2014年1-7月		2013年		2012年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
发行及制作业务	2,036.89	87.41%	5,498.07	56.49%	11,586.09	58.26%
衍生业务	293.45	12.59%	4,235.57	43.51%	8,301.31	41.74%
合计	2,330.34	100.00%	9,733.64	100.00%	19,887.40	100.00%

（二）前五大客户情况

最近两年一期，五岸传播向前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

期间	排名	客户名称	销售金额	占营业收入的比例
2014年1-7月	1	深圳市迅雷网络技术有限公司	132.84	5.70%
	2	江苏省广播电视集团有限公司	119.51	5.13%
	3	飞狐信息技术(天津)有限公司	113.21	4.86%
	4	东方传媒	95.87	4.11%
	5	深圳市腾讯计算机系统有限公司	94.34	4.05%
	合计		555.77	23.85%
2013年度	1	北京东方坤视广告有限公司	2,973.94	30.55%
	2	东方娱乐	456.17	4.69%
	3	济南五岸广告传媒有限公司	345.62	3.55%
	4	浙江广播电视集团	342.86	3.52%
	5	东方传媒	337.00	3.46%
	合计		4,455.60	45.77%
2012年度	1	北京东方坤视广告有限公司	6,547.17	32.92%
	2	上海合源网络有限公司	5,000.00	25.14%
	3	济南五岸广告传媒有限公司	855.25	4.30%
	4	传媒互动(北京)科技有限公司	750.00	3.77%
	5	MediaCorp TV Singapore Pte Ltd.	436.34	2.19%
	合计		13,588.76	68.32%

注：东方传媒、东方娱乐同受文广集团最终控制，2013年度，五岸传播向东方娱乐、东方传媒实现的销售金额占当期营业收入的比例合计为8.15%。

报告期内，五岸传播不存在向单一客户销售或受同一实际控制人控制的客户合计销售金额超过当期营业收入50%的情形，不存在严重依赖少数客户的情形。

五、采购和供应情况

最近两年一期，五岸传播向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

期间	排名	供应商名称	采购金额	占营业成本的比例
2014年1-7月	1	东方传媒	180.20	7.58%
	2	上海野马传播发展有限公司	163.13	6.86%
	3	东方娱乐	76.70	3.23%
	4	上海甜橙文化传播有限公司	48.10	2.02%
	5	真实传媒有限公司	42.75	1.80%
	合计		510.88	21.49%
2013年度	1	真实传媒有限公司	411.34	4.21%
	2	上海野马传播发展有限公司	399.64	4.09%
	3	星尚传媒有限公司	363.21	3.71%
	4	河北广电信息网络集团股份有限公司	330.00	3.38%
	5	东方传媒	294.83	3.02%
	合计		1,799.02	18.40%
2012年度	1	山东教育台	4,457.55	22.89%
	2	东方传媒	2,838.66	14.58%
	3	Silver Moon Service	1,132.20	5.81%
	4	东方娱乐	540.00	2.77%
	5	上海新娱乐传媒有限公司	467.94	2.40%
	合计		9,436.34	48.46%

注：东方传媒、东方技术、真实传媒有限公司、星尚传媒有限公司、东方娱乐、上海新娱乐传媒有限公司同受文广集团最终控制，2012年、2013年及2014年1-7月，五岸传播向前述供应商实现的采购金额占当期营业成本的比例合计分别为19.75%、10.94%及12.61%。

报告期内，五岸传播不存在向单一供应商采购或受同一实际控制人控制的供应商合计采购金额超过当期营业成本50%的情形，不存在严重依赖少数供应商的情形。

六、荣誉及奖项情况

获奖时间	奖项名称	颁奖单位
2008	2007-2008年度国家文化出口重点单位	商务部、文化部、国家广播电影电视总局、国家新闻出版总署
2010	2009-2010年度国家文化出口重点企业	商务部、文化部、国家广播电影电视总局、国家新闻出版总署
2012	2011-2012年度国家文化出口重点企业	商务部、中宣部、财政部、文化部、国家广播电影电视总局、国家新闻出版总署
2012	2011-2012年度国家文化出口重点项目	商务部、中宣部、财政部、文化部、国家广播电影电视总局、国家新闻出版总署
2014	2013-2014年度国家文化出口重点企业	商务部、中宣部、财政部、文化部、广电总局
2014	2013-2014年度国家文化出口重点项目	商务部、中宣部、财政部、文化部、广电总局

七、税收优惠情况

根据《财政部、国家税务总局关于在全国开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点税收政策的通知》（财税[2013]37号）以及《财政部、国家税务总局关于将铁路运输和邮政业纳入营业税改征增值税试点的通知》（财税[2013]106号），公司自2013年8月1日起执行"营改增"试点，对于在境外提供的节目发行、播映服务和在境外的公司展览服务实行免征增值税。

八、五岸传播的核心竞争优势

（一）内容资源优势

通过与国际国内众多媒体机构建立长期的合作关系，五岸传播建立了稳定的版权素材获取平台，在版权内容类型方面，已涵盖了纪实类、法制类、综艺类、少儿类、体育类等十几大类，与此同时，五岸传播也具备了根据客户需求，将版权节目内容进行碎片化处理与整合的能力，并形成了成片节目、短视频（视频素材）、音频、图片等多层次的版权内容资源库，最大程度上挖掘版权内容的多次开发价值。

截至本报告书签署日，五岸传播获得可销售电视片库约100万盘（节目磁带载体），80多万小时，各数字化电视内容共约27.9万小时，超过240万条，数字化广播节目约19万小时，100多万条，已经成为国内领先的版权素材综合提供商。稳定可靠的版权素材来源，使公司版权素材资源不断积累，公司的竞争力不断增强。

（二）客户渠道优势

近年来，五岸传播致力于打造"华语节目版权营销权相"的理念，构建了专业化、平台化、国际化的多维版权分发与合作渠道。

在客户渠道的区域分布方面，五岸传播和全国约三分之一的大型国内广播电视专业客户建立了密切的合作关系，目前已覆盖国内、国外上千家媒体平台。在海外，五岸传播与全球200多个客户建立了稳定的合作关系，目前已覆盖中国香港、中国澳门、中国台湾、北美、欧洲、菲洲、中东、东南亚、日韩等区域，并且已连续多年被评为"国家重点出口企业"。

在客户渠道的类型分布方面，五岸传播的客户渠道覆盖从卫视、省台、省会台、城市台、市县台到优酷土豆、腾讯、乐视、爱奇艺、搜狐等主流视频媒体；国际客户包括香港TVB、新加坡新传媒、美国FOX、马来西亚Astro、日本NHK、美国BBC等华语及国外主流电视台到Youtube、Twitter等新媒体平台。

（三）人才团队优势

五岸传播拥有高度专业化的版权运营业务团队，发行人员拥有对版权产品的辨别能力，采购人员具备对客户需求的认知能力，研究人员具有对发行业务潜值的分析能力，完整的专业能力保证了业务团队在行动力、协作力、反应速度等方面处于业内领先水平。

五岸传播专业团队拥有遍晓国际版权的维权手段和经验，业务覆盖确权、授权、维权等版权全链条，五岸传播还拥有大型综艺节目制作导演和版权业务配套内容加工、剪辑、编目的专家，组建了国内、国际版权专业人才储备。

第五节 文广互动主营业务情况

一、业务概览

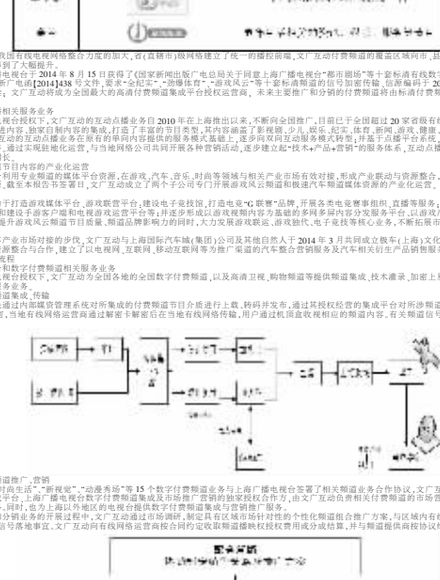
经上海广播电视台授权，文广互动的主要业务包括数字付费频道内容集成、营销推广与分发、互动点播业务及专业频道节目内容的产业化运营。

（一）集成平台与数字付费频道相关服务业务

上海广播电视台"STV付费电视"作为经国家新闻出版广电总局批准的全国四家付费频道集成平台之一，在上海广播电视台授权下，文广互动为上海广播电视台及其他省级电视台的全国数字付费电视频道、高清卫视、全国购物频道等分别提供频道集成、技术播录、加密上星、上星传输和营销推广等集成与分发服务业务。

近年来，文广互动迎合电视频道消费市场的发展趋势，以市场为导向，不断完善分销体系和商业模式，深化与全国各地有线网络运营商的客户关系，强化市场营销推广和用户服务，所集成付费频道在全国各地的用户数逐年增加，实现了良性发展。

同时，在上海广播电视台授权下，文广互动为上海广播电视台所属15套全国数字付费频道提供内容提供、营销推广与分发等服务业务。上海广播电视台所属15套全国数字付费频道如下表所示：



近年来，随着国内有线电视网络整合力度的加大，省（直辖市）级网络建立了统一的播控前端，文广互动付费频道的覆盖区域网市、县级进一步延伸，付费频道受众数量规模得到了大幅提升。

鉴于上海广播电视台于2014年8月15日获得了《国家新闻出版广电总局关于同意上海广播电视台"都市频场"等十套标清有线数字付费电视频道调整方案等的批复》（广电[2014]438号文件，要求"全红宝"、"动漫体育"、"游戏娱乐"等十套标清频道的信号加密转换、信源编码于2014年12月31日前调整为高清播出标准；文广互动将放弃全国最大的高清付费频道集成平台授权资格，未来主要由广和分销的付费频道将由标清付费频道转变为高清付费频道。

（二）互动点播相关服务业务

在上海广播电视台授权下，文广互动的互动点播业务自2010年在上海推出以来，不断向全国推广，目前已于全国超过20家省级有线网络公司实现平台对接，通过对最引进内容、独家自制内容的集成，打造了丰富的节目类型，其内容涵盖了影视剧、少儿、娱乐、纪实、体育、新闻、游戏、健康、时尚、旅游等。

近年来，文广互动的互动点播业务在原有的单向内容提供的服务模式基础上，逐步向双向互动服务模式转型，并基于点播平台系统，开发新的增值服务，如游戏、购物、理财等，通过实现技术优化运营，与各地网络公司共同开展各种营销活动，逐步建立起"技术+产品+营销"的服务体系，互动点播业务的市场覆盖范围和付费用户不断增长。

（三）专业频道节目内容的产业化运营

文广互动充分利用专业频道的媒体平台资源，在游戏、汽车、音乐、时尚等领域与相关产业市场有效对接，形成产业联动与资源整合，探索产业化运营模式，开拓新的盈利来源，截至本报告书签署日，文广互动成立了两个子公司专门开展游戏及公司渠道和提供汽车频道媒体资源的产业化运营。

1.游戏风云

游戏风云致力于打造游戏媒体平台、游戏联营平台、建设电子竞技，打造电竞"G联赛"品牌，开展各类电竞赛事组织、直播等服务，独家代理、联合运营网络游戏产品，开发和建设手游客户端和电视游戏运营平台等；并逐步形成以游戏视频内容为基础的多网多屏内容分发服务平台，以游戏产品为基础的游戏运营平台，游戏风云在提升游戏风云频道节目质量、频道品牌影响力的同时，大力发展游戏联运、游戏软件、电子竞技等核心业务，不断拓展市场。

2.数车传媒

为顺快与汽车产业市场对接的步伐，文广互动与上海国际汽车城（集团）公司及其他自然人于2014年3月共同成立数车（上海）文化传媒有限公司，通过与汽车相关产业的资源整合与合作，建立了以电视剧、互联网、移动互联网等为推广渠道的汽车整合营销服务及汽车相关衍生产品销售服务等平台。

二、主营业务流程

（一）集成平台和数字付费频道相关服务业务

1.数字付费频道集成、传输

文广互动在先通过内部媒资管理系统对所集成的付费频道节目介质进行上载、转码并发布，通过其授权经营的集成平台对所涉频道的传出信号进行条件接收系统（CA）加密，当地有线网络运营商通过解密卡解密后在当地有线网络传输，用户通过机顶盒收视相应的频道内容，有关频道信号集成及传输的主要流程如下图所示：

2.数字付费频道推广、营销

文广互动就"时尚生活"、"新视觉"、"动漫秀场"等15个数字付费频道业务与上海广播电视台签署了相关频道业务合作协议，文广互动为上海广播电视台数字付费频道集成平台，上海广播电视台数字付费频道集成及市场推广营销的独家授权合作方，由文广互动负责相关付费频道的市场营销、推广与分销业务，以及频道集成服务，同时，也为上海以外地区的电视台提供数字付费频道集成与营销推广服务。

在频道推广和分销业务的开展过程中，文广互动通过市场调研，制定具有区域市场针对性的个性化频道组合推广方案，与区域内有线网络运营商签订合作协议，落实频道的信号落地事宜，文广互动向有线网络运营商按合同约定收取频道播映权授权费用或分成结算，并与频道提供商按协议结算费用。

（二）互动点播相关服务业务

互动点播是指基于有线网、机顶盒及电视机终端等，开展双向互动的电视业务及其它增值应用。

在上海广播电视台授权下，文广互动对其向国内或自制的电视节目介质在内容生产管理系统中进行转码、编目、剪辑，进入媒资库，推送到内容服务平台进行栏目编排、制作和锁定，并发布到其平台发布系统，通过互动点播平台系统与目标区域内有线网络公司平台进行系统及信号的接入与整合；终端用户通过机顶盒进行选择收视。

主要业务流程如下图中所示：

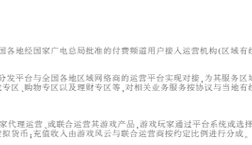
（三）专业频道节目内容资源的产业化运营

1.游戏产品

游戏产品的运营主要包括独家代理和自主平台联合运营的游戏产品，游戏风云通过向游戏开发商支付游戏产品运营收入分成款的方式与游戏开发商进行合作；由游戏风云全权负责产品的线上运营、线下市场推广、线上及"游戏风云"频道等宣传平台的推广以及产品运营平台维护的工作，并且由游戏风云进行游戏充值收款的统一管理；对于游戏风云独家代理的游戏产品，游戏风云有权选择其他合作方进行第三方联合运营，其涉及的主要业务流程如下图所示：

（1）联运游戏产品

（2）独家代理游戏产品



2.电竞赛事运营

游戏风云通过与第三方游戏开发商或运营商商定主办或经授权联合承办的形式举办该等游戏赛事，根据游戏赛事不同属性以及游戏开发商或运营商的相关要求策划、制定个性化的赛事方案，并提供赛事组织、直播、宣传推广等服务。

三、主要经营模式

（一）盈利模式

1.数字付费频道集成平台相关服务业务

在上海广播电视台授权下，文广互动为全国各地经国家广电总局批准的付费频道用户接入运营机构（区域有线网络商）合作，根据区域内实际发展的付费频道用户所产生的收入，按协议进行分成。

2.互动点播相关服务业务

在上海广播电视台授权下，通过中央内容分发平台与全国各地区域网络商的运营平台实现对接，为其服务区域内用户提供视频互动点播业务服务，并在点播平台的基础上开拓新的增值互动业务如游戏专区、购物专区以及理财专区等，对相关业务服务按协议与当地有线网络商分成结算收入（含信月和按次），或是收取内容分销收入。

3.频道内容资源的产业化运营

（1）游戏产品运营

游戏风云与游戏产品开发商（CP）合作，独家代理运营、或联合运营其游戏产品，游戏玩家通过平台系统或选择直接在游戏内部操作系统进行充值，以获取可用于购买道具和游戏装备等游戏特殊虚拟货币；充值收入由游戏风云与联合运营商按约定比例进行分成。

（2）电竞赛事运营

主要分为产品投放、赛事营销和整合营销三种盈利模式。

产品投放——游戏风云通过在赛事现场植入产品广告展示平台（软性广告植入、平面广告展示等），产品展销场地向合作方收取一定的现金对价或折合同等金额水准的实物产品，服务等。

赛事营销——根据其他相关游戏产品运营商、CP商的要求，与其签订赛事定制的服务协议，制作、承办个性化的赛事及赛事节目并收取一定的服务费用；或以赛事直播节目、周边节目编制媒资内容产品整体打包向第三方出售该等节目的播映权。

整合营销——在游戏风云承办的赛事中凭借游戏赛事的品牌效应以及游戏风云的业界影响力，在赛事现场植入其他产品的相关推广信息，共享游戏风云的推广营销资源，并向第三方收取一定难入费用。

（二）销售模式

1.数字付费频道集成平台相关服务业务

在上海广播电视台授权下，与各地有线网络运营商签署合作，由当地网络运营商负责发展用户，并按用户付费收入进行分成结算，运营商根据当地市场情况对付费频道进行包合，组成统一节目包，或纳入基本节目包，特色产品包（如体育包、影视剧包等）进行销售。文广互动近年来逐步加强市场营销，制订和开展全国市场营销活动，与地域营商联合制定和开展市场宣传推广活动。

2.互动点播相关服务业务

在上海广播电视台授权下，与当地有线网络运营商签署合作协议，由当地运营商发展用户，用户订购后，双方收入分成，近年来，文广互动逐步建立了全国驻地服务体系，通过"技术+产品+营销"为运营商提供综合服务，并与当地运营商联合组织市场营销活动等进行宣传推广。

3.频道内容资源的产业化运营

（1）游戏产品运营

主要通过互联网的网页Banner/Button、文本链接、插播式广告等移动终端（微博、微信）广告进行推广；针对大型重点推广的游戏产品，采取制作、投放游戏产品宣传视频、借助与上海广播电视台+游戏风云+频道台作渠道和资源进行视频广告的推广；对于具有特殊互动性的游戏，借助独有的频道台作资源，制作相应的专业电视栏目以完出游戏体验的交互性。

（2）电竞赛事运营

针对不同规模、不同层级的游戏赛事，定制多元化、多屏化的赛事宣传推广方案，通过游戏风云积累以来为游戏产品研发商或运营商承办游戏赛事的合作经验，把握游戏产品的研发趋势；同时通过对"游戏风云"频道终端用户反馈信息分析，及时获取游戏玩家对于相关游戏产品的用户体验，促使游戏风云能够及时把握游戏产品的市场需求动向。

（三）采购模式

1.内容采购

文广互动依据数字付费频道和互动点播业务的战略发展及市场竞争需要，采取版权一次性买断、运营分成或保底加分成的方式，与国内外版权商建立了长期深入的合作关系，集成了大量电影、热播剧、少儿动漫、纪实、体育、综艺、娱乐等丰富多彩的节目内容。

2.硬件和软件采购

为了规范文广互动的采购行为，加强硬、软件采购的监督管理，提高采购资金的使用效率，文广互动制定了明确的内部采购制度，采购主要采用招标、竞争性谈判、单一来源采购、选型比价、询价等，采购程序为各部门提出采购需求，由公司采购评审小组组织进行外部询价和内部价格评审，经审核批准后由采购小组办理采购，采购后资产管理予员负责入库，财务部核对付款。

四、主要产品或服务的销售情况

（一）主要销售情况

最近两年一期，文广互动各项业务销售收入如下：

单位：万元

项目	2014年1-7月		2013年		2012年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
数字付费频道业务	6,666.69	40.71%	13,234.13	45.55%	11,131.73	49.90%
互动点播业务	1,715.00	10.47%	2,581.31	8.88%	2,078.08	9.31%
频道节目内容产业化运营	7,995.45	48.82%	13,240.42	45.57%	9,099.24	40.79%
合计	16,377.14	100.00%	29,055.86	100.00%	22,309.05	100.00%

（二）前五大客户情况

最近两年一期，文广互动前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

期间	排名	客户名称	销售金额	占营业收入的比例
2014年1-7月	1	上海正冠红广传媒有限公司	1,677.15	10.24%
	2	百视通技术	1,633.68	9.98%
	3	深圳市腾讯计算机系统有限公司	1,057.71	6.46%
	4	东方有线	845.61	5.16%
	5	天翼视讯传媒有限公司	660.38	4.03%
	合计		5,874.52	35.87%
2013年度	1	北京中广互动广告有限公司	2,131.13	7.35%
	2	东方有线	1,704.14	5.88%
	3	百视通技术	1,369.81	4.73%
	4	深圳市腾讯计算机系统有限公司	962.65	3.31%
	5	江苏省广播电视信息网络股份有限公司	952.48	3.28%
	合计		7,120.21	24.50%
2012年度	1	东方有线	1,485.21	6.66%
	2	百视通技术	1,452.00	6.51%
	3	上海丽通科技有限公司	887.18	3.98%
	4	江苏省广播电视信息网络股份有限公司	850.00	3.81%
	5	山西广电信息网络(集团)有限责任公司	518.00	2.32%
	合计		5,192.39	23.28%

注：百视通技术受文广集团最终控制，同时东方有线者文广集团以股益法核算的对外投资，文广集团对东方有线能施加重大影响，2012年、2013年及2014年1-7月，文广互动向前述客户实现的销售金额占当期营业收入的比例合计分别为13.17%、10.61%及15.14%。

报告期内，文广互动不存在向单一客户销售或受同一实际控制人控制的客户合计销售金额超过当期营业收入50%的情形，不存在严重依赖少数客户的情形。

五、采购和供应情况

（一）主要产品或品及服务成本

1.内容集成费用

内容集成费是指频道节目内容的购买成本，公司目前面向国内外内容供应商进行采购。

2.信号传输费用

该费用主要是指文广互动在进行付费频道的分销与推广以及互动点播业务的经营活动中，向第三方卫星运营公司支付的信号上星传输的费用，该费用将随着付费频道由标清转为高清频道制式转换以及卫星信号覆盖区域的扩大而增长。

3.游戏业务成本

目前游戏风云运营若干自购版权的游戏，未来随着自购版权游戏数量的增加，该等成本将相应上升，另游戏风云在联运游戏业务模式下，与游戏开发商就该等游戏产品的收入进行分成。

4.设备维护成本

运营维护成本主要是文广互动对频道集成平台系统设备、信号传输终端设备、互动点播系统等设备的日常维护、升级更新费用。

5.人力资源成本

人力资源成本主要是指向公司员工发放的工资薪金、福利和社会保险金等费用。

（二）对主要供应商的采购情况。

最近两年一期，文广互动向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

期间	排名	供应商名称	采购金额	占营业成本的比例
2014年1-7月	1	中国卫星通信集团有限公司	1,277.50	11.26%
	2	上海移动通信	464.54	4.09%
	3	天翼视讯传媒有限公司	391.51	3.45%
	4	东方技术	314.90	2.78%
	5	东方传媒	194.60	1.72%
	合计		2,643.05	23.29%
2013年度	1	中国卫星通信集团有限公司	1,990.00	12.09%
	2	文广科技	677.40	4.11%
	3	东方技术	552.90	3.36%
	4	东方传媒	337.75	2.05%
	5	中国移动通信集团上海有限公司	214.46	1.30%
	合计		3,772.51	22.91%
2012年度	1	中国卫星通信集团有限公司	3,290.00	22.31%
	2	成都索贝数码科技股份有限公司	420.00	2.85%
	3	东方传媒	298.17	2.02%
	4	东方技术	220.00	1.49%
	5	北京东保星像文化传播有限公司	208.31	1.41%
	合计		4,436.48	30.08%

注：东方传媒、文广科技、东方技术同受文广集团最终控制，2012年、2013年及2014年1-7月，文广互动向前述供应商实现的采购金额占当期营业成本的比例合计分别为3.51%、9.52%及4.50%。

报告期内，文广互动不存在向单一供应商采购或受同一实际控制人控制的供应商合计采购金额超过当期营业成本50%的情形，不存在严重依赖少数供应商的情形。

六、荣誉及奖项情况

获奖时间	奖项名称	颁奖单位
2007年	第三届中国最具投资价值媒体	受邀国际
2007年	上海市科学技术奖一等奖证书	上海市人民政府
2008年	2008最受网络欢迎十佳付费频道(全纪实)	中广网媒
2008年	2008最受网络欢迎十佳付费频道(东方财经)	中广网媒
2009年	2009中国传媒伊陀奖最佳产业创新媒体	中国传媒大学广告学院、媒介杂志社编辑部
2011年	上海市科学技术奖二等奖	上海市人民政府
2012年	2012年度"金翎奖"最佳游戏视频媒体;游戏风云	中国国际数码互动娱乐展览会
2012年	全国付费频道行业2011年度行业优秀频道;欢笑剧场频道	中国广播电视协会数字付费频道工作委员会、中国广播电视数字付费频道行业年度评估委员会、中国广播电视协会
2012年	2012年度行业最受目标观众欢迎频道;动漫秀场频道	中国广播电视协会数字付费频道工作委员会、中国广播电视数字付费频道行业年度评估委员会、中国广播电视协会
2012年	上海高新技术企业	上海市科学技术委员会
2012年	国家火炬计划重点高新技术企业	科技部火炬计划重点高新技术企业开发中心
2013年	2013年度"金翎奖"最佳游戏视频媒体;游戏风云	中国国际数码互动娱乐展览会
2013年	"TV地标(2013)中国电视媒体综合实力大型调研成果"榜单;游戏风云频道获省级广电最具产业创新频道大奖	《中国广播影视》杂志社
2013年	上海"专精特新"企业	上海市经信委
2014年	上海市科技小巨人企业	上海市科学技术委员会
2014年	上海市软件企业	上海市经信委
2014年	中国电影电视技术学会科学技术奖一等奖	中国电影电视技术学会
2014年	第27届华东电视技术年会技术进步奖一等奖	华东电视技术年会
2014年	上海互动媒体工程技术研究中心数字媒体建设	上海市科委

七、税收优惠情况

文广互动是经国家认定的高新技术企业，企业所得税税率减按15%的税率征收；上海游戏风云文化传媒有限公司适用国家文化体制改革中经营性事业单位转制为企业的相关税收优惠，按《财政部国家税务总局关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收政策问题的通知》（财税[2009]34号）和《国务院办公厅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[2014]15号）相关规定，公司2014-2018年享受企业所得税税收优惠，目前公司已取得《关于公布上海市第十一批文化体制改革转制文化企业名单的通知》（沪市宣[2014]310号），主管税务机关的免税批复正在申请程序中。

根据《财政部、国家税务总局关于在全国开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点税收政策的通知》（财税[2013]37号）以及《财政部、国家税务总局关于将铁路运输和邮政业纳入营业税改征增值税试点的通知》（财税[2013]106号），公司自2013年8月1日起执行"营改增"试点，对于在境外提供的节目发行、播映服务和在境外的公司展览服务实行免征增值税。

八、五岸传播的核心竞争优势

（一）内容资源优势

通过与国际国内众多媒体机构建立长期的合作关系，五岸传播建立了稳定的版权素材获取平台，在版权内容类型方面，已涵盖了纪实类、法制类、综艺类、少儿类、体育类等十几大类，与此同时，五岸传播也具备了根据客户需求，将版权节目内容进行碎片化处理与整合的能力，并形成了成片节目、短视频（视频素材）、音频、图片等多层次的版权内容资源库，最大程度上挖掘版权内容的多次开发价值。

截至本报告书签署日，五岸传播获得可销售电视片库约100万盘（节目磁带载体），80多万小时，各数字化电视内容共约27.9万小时，超过240万条，数字化广播节目约19万小时，100多万条，已经成为国内领先的版权素材综合提供商。稳定可靠的版权素材来源，使公司版权素材资源不断积累，公司的竞争力不断增强。

（二）客户渠道优势

近年来，五岸传播致力于打造"华语节目版权营销权相"的理念，构建了专业化、平台化、国际化的多维版权分发与合作渠道。

在客户渠道的区域分布方面，五岸传播和全国约三分之一的大型国内广播电视专业客户建立了密切的合作关系，目前已覆盖国内、国外上千家媒体平台。在海外，五岸传播与全球200多个客户建立了稳定的合作关系，目前已覆盖中国香港、中国澳门、中国台湾、北美、欧洲、菲洲、中东、东南亚、日韩等区域，并且已连续多年被评为"国家重点出口企业"。

在客户渠道的类型分布方面，五岸传播的客户渠道覆盖从卫视、省台、省会台、城市台、市县台到优酷土豆、腾讯、乐视、爱奇艺、搜狐等主流视频媒体；国际客户包括香港TVB、新加坡新传媒、美国FOX、马来西亚Astro、日本NHK、美国BBC等华语及国外主流电视台到Youtube、Twitter等新媒体平台。

（三）人才团队优势

五岸传播拥有高度专业化的版权运营业务团队，发行人员拥有对版权产品的辨别能力，采购人员具备对客户需求的认知能力，研究人员具有对发行业务潜值的分析能力，完整的专业能力保证了业务团队在行动力、协作力、反应速度等方面处于业内领先水平。

五岸传播专业团队拥有遍晓国际版权的维权手段和经验，业务覆盖确权、授权、维权等版权全链条，五岸传播还拥有大型综艺节目制作导演和版权业务配套内容加工、剪辑、编目的专家，组建了国内、国际版权专业人才储备。

第五节 文广互动主营业务情况

一、业务概览

经上海广播电视台授权，文广互动的主要业务包括数字付费频道内容集成、营销推广与分发、互动点播业务及专业频道节目内容的产业化运营。

（一）集成平台与数字付费频道相关服务业务

上海广播电视台"STV付费电视"作为经国家新闻出版广电总局批准的全国四家付费频道集成平台之一，在上海广播电视台授权下，文广互动为上海广播电视台及其他省级电视台的全国数字付费电视频道、高清卫视、全国购物频道等分别提供频道集成、技术播录、加密上星、上星传输和营销推广等集成与分发服务业务。

近年来，文广互动迎合电视频道消费市场的发展趋势，以市场为导向，不断完善分销体系和商业模式，深化与全国各地有线网络运营商的客户关系，强化市场营销推广和用户服务，所集成付费频道在全国各地的用户数逐年增加，实现了良性发展。

同时，在上海广播电视台授权下，文广互动为上海广播电视台所属15套全国数字付费频道提供内容提供、营销推广与分发等服务业务。上海广播电视台所属15套全国数字付费频道如下表所示：

近年来，随着国内有线电视网络整合力度的加大，省（直辖市）级网络建立了统一的播控前端，文广互动付费频道的覆盖区域网市、县级进一步延伸，付费频道受众数量规模得到了大幅提升。

鉴于上海广播电视台于2014年8月15日获得了《国家新闻出版广电总局关于同意上海广播电视台"都市频场"等十套标清有线数字付费电视频道调整方案等的批复》（广电[2014]438号文件，要求"全红宝"、"动漫体育"、"游戏娱乐"等十套标清频道的信号加密转换、信源编码于2014年12月31日前调整为高清播出标准；文广互动将放弃全国最大的高清付费频道集成平台授权资格，未来主要由广和分销的付费频道将由标清付费频道转变为高清付费频道。

（二）互动点播相关服务业务

在上海广播电视台授权下，文广互动的互动点播业务自2010年在上海推出以来，不断向全国推广，目前已于全国超过20家省级有线网络公司实现平台对接，通过对最引进内容、独家自制内容的集成，打造了丰富的节目类型，其内容涵盖了影视剧、少儿、娱乐、纪实、体育、新闻、游戏、健康、时尚、旅游等。

近年来，文广互动的互动点播业务在原有的单向内容提供的服务模式基础上，逐步向双向互动服务模式转型，并基于点播平台系统，开发新的增值服务，如游戏、购物、理财等，通过实现技术优化运营，与当地网络公司共同开展各种营销活动，逐步建立起"技术+产品+营销"的服务体系，互动点播业务的市场覆盖范围和付费用户不断增长。

（三）专业频道节目内容的产业化运营

文广互动充分利用专业频道的媒体平台资源，在游戏、汽车、音乐、时尚等领域与相关产业市场有效对接，形成产业联动与资源整合，探索产业化运营模式，开拓新的盈利来源，截至本报告书签署日，文广互动成立了两个子公司专门开展游戏及公司渠道和提供汽车频道媒体资源的产业化运营。

1.游戏风云

游戏风云致力于打造游戏媒体平台、游戏联营平台、建设电子竞技，打造电竞"G联赛"品牌，开展各类电竞赛事组织、直播等服务，独家代理、联合运营网络游戏产品，开发和建设手游客户端