证券代码:002143　　证券简称:印纪传媒　　公告编号:2015-025

印纪娱乐传媒股份有限公司

【2014】年度报告摘要

1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	印纪传媒	股票代码	002143
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李荣强	韩洪龙	
电话	010-85653696	010-85653696	
传真	010-85653202	010-85653202	
电子信箱	zhengquanbu@dmgmedia.com	zhengquanbu@dmgmedia.com	

2、主要财务数据和股东变化

(1)主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

	2014年	2013年	本年比上年增减	2012年
营业收入(元)	2,460,594,458.23	1,631,496,144.10	50.82%	1,623,518,019.59
归属于上市公司股东的净利润(元)	436,142,796.42	276,007,876.81	58.02%	217,828,423.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	395,330,662.04	242,628,651.89	62.94%	187,346,828.56
经营活动产生的现金流量净额(元)	-212,028,262.81	123,222,678.66	-272.07%	155,847,402.03
基本每股收益(元/股)	0.48	0.34	41.18%	0.29
稀释每股收益(元/股)	0.48	0.34	41.18%	0.29
加权平均净资产收益率	51.37%	48.99%	增长2.38个百分点	54.74%
	2014年末	2013年末	本年末比上年末增减	2012年末
总资产(元)	1,998,836,748.05	1,187,890,210.43	68.27%	1,286,712,000.54
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,060,200,264.83	630,797,302.35	68.07%	498,321,118.82

(2)前10名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	11,501	年度报告披露日前第5个交易日末普通股股东总数	12,263

前10名普通股股东持股情况

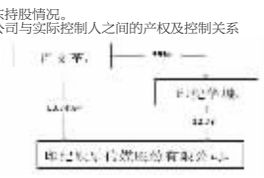
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
肖文革	境内自然人	63.74%	705,087,717	700,461,968	质押	225,131,000
北京印纪华城投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	12.78%	141,344,454	134,624,454		
张彬	境内自然人	7.24%	80,095,191	79,143,191		
金翔宇	境内自然人	5.70%	63,076,012	63,076,012	质押	46,820,000
高达明	境内自然人	3.08%	34,045,015	34,045,015	质押	34,030,000
陈林	境内自然人	0.53%	5,850,000	5,850,000		
中华联合财产保险股份有限公司-传统保险产品	国有法人	0.47%	5,218,478			
中国工商银行-诺安股票证券投资基金	境内非国有法人	0.36%	4,000,000			
邓江	境内自然人	0.35%	3,914,008	3,914,008	质押	3,900,000
何容	境内自然人	0.10%	1,114,610			
上述股东关联关系或一致行动的说明	印纪华城的有限合伙人为肖文革,肖文革持有印纪华城99%出资额。肖文革与印纪华城已签署了《一致行动协议》。邓江先生是金翔宇先生的姐夫,陈林女士是高达明先生的弟媳。其他股东未知其关联关系。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)						

(3)前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(4)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



3、管理层讨论与分析

一、概述

2014年,是印纪传媒迈入资本市场的元年,是印纪传媒各方面取得重大成绩的一年。公司继续巩固和发挥其在整合营销服务领域的领先优势,并在现有的基础上不断开拓自身丰富的海内外影视娱乐资源,业务板块逐步向电影、电视剧及电视栏目、影院投资与管理等业务延展,致力于将公司打造成为一家平台化运营的综合性娱乐传媒集团。在董事会、监事会和经营层的不懈努力下,通过全体印纪传媒员工的辛勤耕作,圆满完成各项工作。

1、顺利完成重大资产重组的各项重要工作。

2014年9月11日, 经中国证监会上市公司并购重组审核委员会召开的2014年第47次工作会议审核,公司重大资产重组暨发行股份购买资产事项获得无条件通过。2014年10月31日,公司收到中国证券监督管理委员会《关于核准四川高金食品股份有限公司重大资产重组及肖文革等发行股份购买资产的批复》(证监许可[2014]1142号)。2014年11月14日,公司完成新股发行手续,发布《重大资产置换及发行股份购买资产暨关联交易实施情况暨新增股份上市报告书》公告。2014年11月19日、12月5日,公司分别召开董事会和股东大会,完成重组后的董监高换届。在报告期内,顺利完成重大资产重组的各项重要工作。

2、优质大型客户得到拓展,结构进一步优化,市场地位再次得到巩固,各板块业务齐头并进。

面对日益激烈的整合营销市场竞争格局,各类新媒体对传统媒体的冲击,新技术、新渠道在传播过程中的应用,公司直面环境的变化,迎接挑战,在变革中进一步寻求商机,取得了巨大成绩。报告期内,公司业务方面,整合营销业务的行业龙头地位领先优势更加巩固,客户结构进一步优化,影视投资制作发行等项目顺利推进,娱乐行业地位进一步提升,整合营销和影视剧业务强有力的协同效应得到充分发挥,公司的整合营销服务及影视内容全产业链优势得到进一步的体现。

3、内部控制建设工作顺利推进,公司运作更加规范。

“没有规矩,不成方圆”,制度建设是公司规范运作的先行,公司始终重视内部控制,完善的内控制度和坚决的落实,是规范运行的保障。报告期内公司对以前的制度、流程进行了全方面的梳理,前瞻性的结合公司业务发展的实际情况,全面推广SAP管理系统。在内控方面,以财务、资产为核心,结合业务发展的需要,不断测试、优化流程,成本率得到大幅度降低,经营风险得到很好的控制,资产利用效率提高。

二、主营业务分析

1、概述

公司的主营业务为整合营销服务, 凭借强大的创意策划能力和执行力为客户提供系统化的品牌管理、广告创制、品牌推广、品牌公关、娱乐营销等全方位的服务。公司还是国内屈指可数的与美国好莱坞著名电影制片公司建立战略合作关系的文化传媒集团,通过从事影视剧和电视栏目的投资、制作、发行及衍生业务以及电影院的投资管理积累优质影视娱乐资源,为客户提供品牌化的娱乐营销服务。

报告期内,公司通过不断深化自身在整合营销、电影、电视等各个领域的水平和地位,提升整合营销服务能力,投资制作优质娱乐内容作品。在此基础上,强化公司各个业务板块之间的磨合,逐步释放平台化运营下的整合效益,提升了公司的品牌价值。

报告期内,公司实现营业总收入246,059.45万元,比上年度的163,149.61万元,增长82,909.84万元,增长率为50.82%,实现营业利润57,136.99万元,比上年度的31877.81万元,增长25,259.19万元,增长率为79.24%, 实现归属于母公司所有者的净利润43,614.28万元, 比上年度的27,600.79万元, 增长16,013.49万元,增长率为58.02%。

公司回顾总结前期披露的发展战略和经营计划在报告期内的进展情况

报告期内,公司继续围绕前期披露的经营计划,结合公司2014年度重点工作,主要开展了以下经营管理工作:

1、整合营销业务

报告期内,公司管理层一方面通过提高服务质量,稳定现有的客户,如一汽大众、一汽奥迪、天津一汽、一汽奔腾、一汽马自达、长安马自达、中国移动等,这些客户公司已经服务了10多年;另一方面公司积极开拓汽车行业的其他客户以及其他行业的优质客户,2014年汽车行业, 公司又新增了北汽集团以及华晨宝马这两个新客户,其他行业的新开拓的客户包括伊利股份、修正药业、统一食品、盼盼食品、京东商城等。

2、影视业务

报告期内,公司发行由约翰尼.德普主演的电影《超验骇客》及《北平无战事》、《刺刀英雄》、《勇士之城》以及《小时代》等电视剧,尤其是《北平无战事》,放映后取得了非常轰动的社会影响,无论从文学、剧本、制作、以及人文精神方面,该电视剧都堪称是精品。

3、院线业务

报告期内,公司继续推进院线建设,截止目前新乡影院和唐山影院两座影院投入运行,房山影院和东莞影院按照计划顺利推进中。

4、音乐业务

报告期内,公司成功举办韩国著名歌星RAIN上海演唱会及林俊杰演唱会,取得了很好的社会效益和经济效益。

5、活动部业务

报告期内,公司活动部部门厚积薄发,完成近三十场活动项目。尤其通过高品质的创意和执行力完成奥迪及宝马大型上市发布项目,获得客户和业界的认同。

公司实际经营业绩较曾公开披露过的本年度盈利预测低于或高于20%以上的差异原因

□ 适用 √ 不适用

2、收入

说明

2014年度,公司实现营业收入246,059.45万元,较上年同期增长50.82%。收入增加是报告期内公司继续加大整合营销业务的开拓力度,保持了业务的稳定增长,因此公司整体营业收入增幅较大。

公司实物销售收入是否大于劳务收入

□ 是 √ 否

公司重大的在手订单情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期内产品或服务发生重大变化或调整有关情况

□ 适用 √ 不适用

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额(元)	1,133,661,048.28
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	46.07%

公司前5大客户资料

√ 适用 □ 不适用

序号	客户名称	销售额(元)	占年度销售总额比例
1	一汽-大众销售有限责任公司	380,945,502.25	15.48%
2	一汽轿车销售有限公司	345,675,038.19	14.05%
3	天津一汽汽车销售有限公司	146,078,243.71	5.94%
4	西安金海洋文化影视广告有限公司	132,075,471.70	5.37%
5	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	128,886,792.43	5.24%
合计	--	1,133,661,048.28	46.07%

3、成本

行业分类

单位:元

行业分类	项目	2014年		2013年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
整合营销		1,461,114,838.52	87.99%	990,738,581.30	85.68%	47.48%
影视及衍生		199,339,941.15	12.01%	165,533,515.08	14.32%	20.42%

产品分类

单位:元

产品分类	项目	2014年		2013年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
品牌管理		4,748,963.75	0.29%	2,043,026.57	0.18%	132.45%
广告创制		100,742,708.58	6.07%	91,070,942.17	7.88%	10.62%
品牌推广		1,241,794,269.64	74.79%	824,584,775.31	71.31%	50.60%
品牌公关		98,969,231.56	5.96%	54,196,288.03	4.69%	82.61%
娱乐营销		14,859,664.99	0.89%	18,843,549.22	1.63%	-21.14%
影视及衍生		199,339,941.15	12.01%	165,533,515.08	14.32%	20.42%

说明

无

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额(元)	920,188,982.77
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	55.42%

公司前5名供应商资料

√ 适用 □ 不适用

序号	供应商名称	采购额(元)	占年度采购总额比例
1	中央电视台	538,195,173.73	32.41%
2	北京光耀天洞广告有限公司	109,856,132.13	6.62%
3	东开之星(北京)影视投资有限公司	109,170,998.80	6.57%
4	西安曲江春天融和影视文化有限责任公司	115,471,698.11	6.95%
5	视野环球(北京)文化传媒有限公司	47,494,980.00	2.86%
合计	--	920,188,982.77	55.42%

4、费用

项目	2014年	2013年	同比增减(%)
销售费用	114,781,289.88	95,408,742.05	20.30%
管理费用	53,401,598.71	37,373,469.51	42.89%
财务费用	25,552,112.99	13,235,350.39	93.06%
所得税	146,533,869.94	92,609,450.82	58.23%

报告期内销售费用、管理费用、财务费用所得税等财务数据同比变动30%以上的,应当说明原因。

1、2014年公司发生管理费用5340.16万元,比2013年度增加42.89%,主要是由于职工薪酬的增加、新开设影院的房租支出以及公司上市过程中发生的各种中介咨询费用。

2、2014年公司发生财务费用2555.21万元,比2013年度增加93.06%,主要是为补充公司运营资金的需要而增加的银行贷款以及票据贴现。

3、2014年公司所得税为14,653.39万元,比2013年度增加58.23%,主要是公司利润增加所致.

5、研发支出

无

6、现金流

单位:元

项目	2014年	2013年	同比增减
经营活动现金流入小计	2,110,420,925.03	1,571,157,137.98	34.32%
经营活动现金流出小计	2,322,449,187.84	1,447,934,459.32	60.40%
经营活动产生的现金流量净额	-212,028,262.81	123,222,678.66	-272.07%
投资活动现金流入小计	3,645.64	286,676,555.35	-100.00%
投资活动现金流出小计	15,248,728.46	34,723,295.86	-56.09%
投资活动产生的现金流量净额	-15,245,082.82	251,953,259.49	-106.05%
筹资活动现金流入小计	587,140,000.00	255,593,526.40	129.72%
筹资活动现金流出小计	400,393,690.68	528,154,555.19	-24.19%
筹资活动产生的现金流量净额	186,746,309.32	-272,561,028.79	-168.52%
现金及现金等价物净增加额	-38,991,297.08	102,183,034.87	-138.16%

相关数据同比发生变动30%以上的原因说明

√ 适用 □ 不适用

1、2014年经营活动产生的现金流量净额为-21202.83万元,主要是由于公司加大影视剧投资,而影视剧制作周期和资金回收周期较长,因而造成公司报告期内经营活动现金流量为净支出。

2、2014年投资活动产生的现金流量净额为-1524.51万元,主要是由于公司影院建设发生的影院装修和设备、座椅采购等支出。

3、2014年度筹资活动产生的现金流量净额为18674.63万元,主要是由于公司新增银行贷款38500万元,以及公司偿还DMG Inc的1.5亿港元的关联方借款。

报告期内公司经营活动的现金流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

√ 适用 □ 不适用

2014年净利润为47580.30万元,而经营活动产生的现金流量净额为-21202.83万元,主要是因为应收账款及影视剧存货的增加。

三、主营业务构成情况

单位:元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
整合营销	2,163,460,824.83	1,461,114,838.52	32.46%	61.23%	47.48%	6.30%
影视及衍生	296,945,969.20	199,339,941.15	32.87%	2.54%	20.42%	-9.97%
分产品						
品牌管理	111,856,934.85	4,748,963.75	95.75%	26.92%	132.45%	-1.93%
广告创制	165,574,629.14	100,742,708.58	39.16%	10.79%	10.62%	0.09%
品牌推广	1,648,450,448.46	1,241,794,269.64	24.67%	77.05%	50.60%	13.23%
品牌公关	141,591,666.38	98,969,231.56	30.10%	47.73%	82.61%	-13.35%
娱乐营销	95,987,146.00	14,859,664.99	84.52%	24.12%	-21.14%	8.89%
影视及衍生	296,945,969.20	199,339,941.15	32.87%	2.54%	20.42%	-9.97%
分地区						
境内	2,460,380,345.05	1,660,454,779.67	32.51%	50.98%	43.64%	3.45%
境外	26,448.98	0.00	100.00%	-98.55%	-100.00%	18.07%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下,公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据

□ 适用 √ 不适用

四、资产、负债状况分析

1、资产项目重大变动情况

单位:元

	2014年末		2013年末		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	266,067,063.63	13.31%	305,058,360.71	25.68%	-12.37%	
应收账款	1,195,394,175.16	59.80%	574,126,151.03	48.33%	11.47%	应收账款较年初增加了62126.80万元,一方面是公司销售收入大幅增长,另一方面是影视剧项目收款周期较长。
存货	162,943,317.98	8.15%	49,368,994.31	4.16%	3.99%	存货较年初增加了11357.43万元,主要是(幸福稍后再播)、(甜蜜都市)、(壮了也是兵)等5部电视连续剧在2014年度已经制作完毕,尚在发行过程中。
固定资产	6,425,771.39	0.32%	6,184,465.67	0.52%	-0.20%	
在建工程	23,981,291.50	1.20%	20,936,519.50	1.76%	-0.56%	
应收票据	46,458,109.40	2.32%	76,571,310.00	6.45%	-4.13%	应收票据较年初减少3011.32万元,主要原因是公司为补充运营资金而将票据进行贴现。
预付账款	212,667,866.16	10.64%	139,531,461.47	11.75%	-1.11%	预付账款较年初增加7313.64万元,主要是公司在2014年加强电视剧的制作而支付电视剧项目的投资款。
其他应收款	46,334,514.01	2.32%	5,893,344.64	0.50%	1.82%	其他应收款较年初增加4044.12万元,主要是公司支付媒介采购合同的履约押金。
其他流动资产	20,772,921.15	1.04%	1,389.56	0.00%	1.04%	其他流动资产较年初增加了2077.15万元,主要公司收到的尚未抵扣的增值税进项税额。
递延所得税资产	3,415,922.51	0.17%	1,555,657.83	0.13%	0.04%	递延所得税资产较年初增加了186.03万元,主要是由于坏账准备计提的增加导致的递延所得税资产增加。
其他非流动资产	3,877,373.07	0.19%	0	0	0.19%	其他非流动性资产较年初增加了387.74万元,主要是公司在2014年购置SAP企业资源管理软件。

2、负债项目重大变动情况

单位:元

	2014年		2013年		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
短期借款	380,000,000.00	19.01%	100,000,000.00	8.42%	10.59%	主要是由于公司在2014年度加大对电视剧制作的投资,而电视剧制作投资回收周期相对较长,因此公司通过银行贷款补充公司的资金需求。
长期借款	80,000,000.00	4.00%			4.00%	
应交税费	114,725,872.23	5.74%	56,223,276.45	4.73%	1.01%	应交税费较年初增加了5850.26万元,主要是由于公司收入和利润总额的增加而导致的应交增值税和应交企业所得税增加
应付利息	993,819.52	0.05%	16,666.67	0.00%	0.05%	应付利息较年初增加了97.72万元,主要是由于银行贷款增加。
其他应付款	6,663,807.49	0.33%	157,081,696.80	13.22%	-12.89%	其他应付款较年初减少了15041.79万元,主要是公司在2014年1月偿还DMG Inc的1.5亿港元的关联方借款。

3、以公允价值计量的资产和负债

□ 适用 √ 不适用

五、核心竞争力分析

报告期内,公司持续以客户价值提高服务为中心,加强品牌建设、充实创意团队,公司的核心竞争力得到进一步的强化。

1、优质全面的广告服务能力,强大的创意制作团队和稳定的核心客户基础

公司作为行业领先的整合营销服务商,优质全面的广告服务能力是其一项重要的核心竞争力。在广告业务领域,公司不仅拥有包括咨询、创意、制作、投放、监测和评估等在内完整的广告营销服务内容,还具备媲美于好莱坞国际电影大片的广告制作能力。受益于公司突出的影视实力、公司本身海外娱乐资源的引领的国际化视野,以及多年服务于各行业优质客户所沉淀的丰富案例经验,公司创意制作团队更加强大。

2、出色的公关营销水准,立体的媒体传播渠道和丰富的策划执行经验

公司拥有自公关方案策划到公关活动执行,再到活动后期跟踪以及最终的公关评估反馈等完整的一系列服务内容。公司的公关业务受益于自身业已构建的立体的媒体传播渠道,能够充分调动了线上及线下多层次的媒体资源为客户进行公关活动。公司公关业务在线上端和线下端均有很强的公关策划和公关执行的能力。报告期内这些核心竞争力得到了很好的巩固。

3、融通中外的影视娱乐内容,深厚的本土文化资源和国际化的影视产业链接

公司丰富的海内外影视娱乐内容的资源是其最为重要的核心竞争力之一。公司致力于以现有的海内外影视娱乐资源为基础,不断加强与包括好莱坞在内的其他国家影视产业的链接,持续拓展业务合作领域,发挥各方交流的桥梁和纽带作用,将我国优秀的文化内容以国际化的方式向世界展示。

4、逐步放大的平台整合效益,契合的业务板块结构和协同的板块互动效应

公司所拥有的整合营销业务和电影、电视业务同属于广义的文化创意范畴,两者之间具有较高的契合度和协同的可行性。

随着各板块磨合的逐步加深,业务模式在平台化的运营环境下不断优化,公司作为综合性娱乐传媒集团的实力将会进一步得到市场的确认,平台化经营环境下的板块整合效益亦将伴随着业务模式的逐步成熟而得到最为充分的释放。

六、投资状况分析

1、对外股权投资情况

(1)对外股权投资情况

√ 适用 □ 不适用

对外投资情况		
报告期投资额(元)	上年同期投资额(元)	变动幅度
6,011,977,900.00	24,821,357.82	24120.99%
被投资公司情况		
公司名称	主要业务	上市公司占被投资公司权益比例
印纪影视娱乐传媒有限公司	广告传媒及影视行业	100.00%
印纪之声文化传播(北京)有限公司	经营演出及经济业务	80.00%
浙江天弘光耀传媒有限公司	广告业、咨询、服务	95.00%
浙江中婚影视传播有限公司	广告传媒及影视行业	100.00%
四川印纪影视传媒有限公司	广告传媒及影视行业	100.00%
四川印纪环球影视传媒有限公司	广告传媒及影视行业	60.00%
唐山市布拉星格影院管理咨询有限公司	电影放映	100.00%
DMG (Hong Kong) Group Limited	影视剧投资、制作与发行	100.00%
星光布拉格(北京)影院投资管理有限公司	投资管理业	100.00%
东莞市星光布拉格影院管理有限公司	电影放映	100.00%
新乡市星光布拉格影院有限公司	电影放映	100.00%

(2)持有金融企业股权情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期未持有金融企业股权。

(3)证券投资情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期不存在证券投资。

(4)持有其他上市公司股权情况的说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期未持有其他上市公司股权。

2、委托理财、衍生品投资和委托贷款情况

(1)委托理财情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期不存在委托理财。

(2)衍生品投资情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期不存在衍生品投资。

(3)委托贷款情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期不存在委托贷款。

3、募集资金使用情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无募集资金使用情况。

4、主要子公司、参股公司分析

√ 适用 □ 不适用

主要子公司、参股公司情况

单位:元

公司名称	公司类型	所处行业	主要产品或服务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
印纪影视娱乐传媒有限公司	子公司	商务服务业	整合营销、影视剧投资、制作、发行及衍生业务	60,000,000.00	1,656,889,479.12	849,748,323.19	1,731,440,534.08	244,589,969.81	221,178,546.91
印纪之声文化传播(北京)有限公司	子公司	广播、电视、电影和影视录音制作业	会议、展览服务、投纪代理服务	5,000,000.00	3,254,397.20	3,189,920.90			
浙江天弘光耀传媒有限公司	子公司	商务服务业	广告业、咨询、服务	98,000,000.00	283,921,727.99	230,965,184.47	874,907,452.00	178,316,553.62	133,021,237.86
浙江中婚影视传播有限公司	子公司	广播、电视、电影和影视录音制作业	服务、投资管理、道具器材租赁	10,000,000.00	8,904,716.67	8,904,716.67			
四川印纪影视传媒有限公司	子公司	商务服务业	广告业、节目版权交易、电视剧	10,000,000.00	558,315,380.48	168,294,740.67	334,201,644.98	186,563,238.09	158,294,740.67
四川印纪环球影视传媒有限公司	子公司	商务服务业	广告业、节目版权交易、电视剧	3,000,000.00	2,991,449.09	2,991,029.09			
唐山市布拉星格影院管理咨询有限公司	子公司	广播、电视、电影和影视录音制作业	电影放映	500,000	5,902,731.85	-1,058,843.09			
DMG (Hong Kong) Group Limited	子公司	广播、电视、电影和影视录音制作业	影视剧投资、制作与发行	120,993,003.40	118,019,884.78	106,166,012.50			
星光布拉格(北京)影院投资管理有限公司	子公司	广播、电视、电影和影视录音制作业	投资管理业	2,000,000.00	45,752,820.10	-2,603,883.93			
东莞市星光布拉格影院管理有限公司	子公司	广播、电视、电影和影视录音制作业	电影放映	500,000	11,409,717.16	602.14			
新乡市星光布拉格影院有限公司	子公司	广播、电视、电影和影视录音制作业	电影放映	500,000	11,497,345.79	-3,466,772.10			

主要子公司、参股公司情况说明

报告期内取得和处置子公司的情况

√ 适用 □ 不适用

公司名称	报告期内取得和处置子公司目的	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产和业绩的影响
四川印纪影视传媒有限公司	业务拓展	出资设立	拓展了公司四川业务,增加公司盈利。
四川印纪环球影视传媒有限公司	业务拓展	出资设立	
唐山市布拉星格影院管理咨询有限公司	业务拓展	出资设立	拓展了公司院线业务。
东阳天帝传媒有限公司	业务需要	清算注销	
北京铭迹管理咨询有限公司	业务需要	清算注销	

5、非募集资金投资的重大项目情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无非募集资金投资的重大项目。

七、公司控制的特殊目的主体情况

□ 适用 √ 不适用

八、公司未来发展的展望

(一)行业的发展趋势

1、整合营销

整合营销行业系为了既定的传播目标,综合运用广告、公关活动等技术和方法,对品牌进行完整规划与设计的系统工程,其囊括了一切品牌展现在消费者面前的动作与态势。

我国广告行业近二十年来成长迅速并形成了良好的发展势头, 但就其在整个国民经济中的比重来看,整体规模仍然偏小,尚有很大的市场增长空间。目前,我国广告经营额占GDP的比重相较于发达国家的相应比重仍然偏低。可以预计,随着我国国民经济的持续增长,居民消费能力和消费水平的逐步提高,未来我国广告市场潜力巨大。

公共关系的业务领域,近年来已经从各个方面渗透到国民日常的经济生活之中,虽然该行业在我国的发展历史并不长,但其市场规模的发展非常迅速,市场需求逐步扩大,营业收入逐年增长,极具发展潜力。公共关系服务涉及的领域更多,覆盖的范围更广,整体呈现出向多个行业延伸的扩张性趋势。随着社会化媒体的快速、深入发展,以及在公共关系行业方面日益广泛的应用,网络营销、危机公关、微博微信沟通等均已经成为市场上认可度极高的重要传播手段,公共关系服务公司的新媒体业务已经成为了重要的新增长点。

2、影视行业

公司的电影、电视剧、电视栏目及影院投资与管理,属于电影行业及电视行业的范畴。

“十二五”期间,国家保持了对文化产业建设的大力推动,2011年10月,中共中央十七届六中全会召开,会议通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,提出加快发展文化产业、推动文化产业成为国民经济支柱性产业,增强国家文化软实力,弘扬中华文化,努力建设社会主义文化强国。2014年4月16日,国务院办公厅印发了《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,从财政税收、投资融资、资产管理、土地处置、收入分配、社会保障、人员安置、工商管理等多方面对文化影视行业进行多方面的支持,为文化改革发展注入了新的动力。

随着我国经济稳步增长,居民的物质基础日益坚实,生活质量不断提升,释放出巨大的文化产品购买欲望和消费能力,从而带动了文化消费升级。这种关系体现为经济发展水平同居民文化支出的正相关。

目前,中国主要中心城市人均GDP已逼5,000美元。从国外发展经验看,城市人均GDP 达到3,000美元的临界点后,国民经济开始进入到持续稳定增长、经济结构快速升级、城市化水平迅速提升的新阶段,文化消费能力和水平也迎来高速增长的黄金时代。

随着科技发展和技术进步,手机上网、家庭电脑上网等多种方式使网民用户不断攀升。2012年移动互联网飞速发展,被誉为“移动互联年”,不仅表现在手机和平板电脑等移动互联广告大幅度增长,而且表现在移动视听、移动搜索等成为网民的主流行为。这些行为快速改变着受众的视听消费方式。由于数字技术的普及和应用,电视、互联网、移动通讯、卫星等技术服务机构正在成为电影行业和电视行业中的新成员,非传统的娱乐内容传播模式正在逐步得到消费者的认可。同时,由于多媒体渠道的拓展,非传统的娱乐内容传播模式的有效到达率将逐步提高。另外,数字移动电视(CMMB)迅猛发展,IPTV加大建设力度,手机电视崛起,互联网电视和公共视听载体逐步成熟,新技术的运用导致新媒体的不断涌现,促进了电影、电视等内容制作行业的发展,各种媒介对影视娱乐内容的需求将逐步增大,电影行业和电视行业开始进入多媒体传播时代。

(二)发展战略及经营计划

公司的发展战略是继续巩固和发挥其在整合营销服务领域的领先优势,并在现有的基础上不断开拓自身丰富的海内外影视娱乐资源,业务板块逐步向电影、电视剧及电视栏目、影院投资与管理等业务延展,致力于将公司打造成为一家平台化运营的综合性娱乐传媒集团。

公司业务发展计划为:

1、整合营销服务业务

整合营销服务业务是公司目前的主营业务,亦是公司未来的核心业务之一。公司将继续重视整合营销服务业务的发展,强化从品牌管理、营销内容创制到最终媒体投放等在内的完整服务水平,以综合性的服务为公司赢得更多的高质量客户。

2、电影、电视业务

在产品规划方面,公司将加深对观众价值判断、审美心理的钻研,坚持对政策导向、社会发展、美学演进的研究,在此基础上把握政治经济及社会最广泛人群的主流价值观,以作品映射现实进行艺术创作,同时保持创新的追求、广阔的视野与前瞻的眼光,创造精品效应。继续与海内外的著名主创、主演团队和机构开展更广泛、更深入、更稳固、更多样的合作,以打造公司未来强势的影视娱乐业务板块。在发行渠道规划方面,公司将利用自身整合营销业务的经验和关系基础,加大营销力度,扩张公司影视产品在国内市场的占有份额,加强与电视台、网站、报刊等媒体的合作深度。同时,公司将在现有海外电影引进发行的基础上,进一步拓展海外市场,提高收益。

3、企业文化发展计划

公司将立足于娱乐传媒集团的企业定位,以内容输出为基石,将国际化、高标准、严内控的治企理念融入到企业文化的建设之中,形成公司独具特色的企业文化精神及企业文化体系。

4、人才培养计划

随着公司规模的不断扩大,市场份额的不断提升,公司对于高素质管理人才、营销人才和技术服务人才的需求不断提升。公司将基于未来业务发展的需求,进一步完善人才录用、员工培训、考评、激励机制。形成一支业务能力突出、适应市场能力强、积极推动公司发展的高素质人才队伍。

5、产业链整合和资本筹措计划

公司将进一步发挥上市公司的品牌优势和资本优势,由主要经营整合营销服务的营销服务商向整合营销与影视娱乐并重的综合性娱乐传媒集团转型,深化公司在文化娱乐产业中各个核心环节的业务布局,并在适当时机下开展收购,与外部优质资源进行更有效的整合,实现企业价值最大化。未来上市公司将在保证财务稳健的前提下,适时通过直接融资、间接融资以及企业自身利润积累等多种方式筹集资金,优化资本结构,提升股东回报率,促进公司业务的持续、健康发展。

(三)公司未来面临的挑战和应对措施

1、宏观经济波动的风险

公司的主要收入来自于整合营销服务收入, 而宏观经济的周期性波动会影响到客户的营销投入预算,进而影响到公司的经营业绩。在经济增长时,客户的营销预算一般较多,对公司的品牌管理、品牌推广、广告创制、品牌公关、娱乐营销等整合营销服务的需求会增加;在经济衰退时,客户的营销预算一般会下调,相应地会减少对公司整合营销服务的采购需求。虽然我国经济近年来持续快速增长,汽车、医药、快速消费品等广告投入较多的行业的年度营销预算也持续增长,但若宏观经济增速放缓,客户的营销预算下调,本公司也未能及时调整行业重点及业务重点,则将对本公司的营业收入和经营业绩产生一定的不利影响。同时,宏观经济的波动也会对公司的影视剧、电视栏目等娱乐业务产生一定程度的影响。

2、行业竞争加剧,拓展影视剧、电视栏目业务存在不确定性的风险

随着我国广告及影视行业的蓬勃发展及市场、监管政策的日渐开放,越来越多的国际4A 广告公司不断进入到我国市场,国外优秀影视剧被引进到国内市场。同时,本土的一些广告公司、影视公司也在通过不断创新、收购兼并等方式提升市场占有率。作为一家优秀的广告兼影视公司公司未来不但要与本土广告公司、影视公司直接竞争,同时还要与国际4A 广告公司、国外优秀的影视剧公司展开全面竞争。公司面临着广告及影视行业市场竞争加剧的风险。

报告期内,公司大部分以上的收入来自于整合营销服务,所属行业分类为传媒广告业。同时,公