（上接A35版）

绿城传媒自成立之日起至今合法有效存续，不存在法律、法规、其他规范性文件及其章程规定的需要终止的情形。截至本报告书签署日，绿城传媒产权清晰，不存在抵押、质押等权利限制，不涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者存在妨碍权属转移的其他情况，不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查的情形，不存在受到行政处罚或者刑事处罚的情形。

本次交易已通过绿城传媒股东会决议通过，取得了公司全体股东的同意，符合公司章程规定的股权转让前置条件。

对于所持绿城传媒股份，周伟成及兰江出具如下承诺："承诺人合法持有浙江绿城文化传媒有限公司合计100%股权，不存在委托持股、信托持股或其他任何第三方代持股的情形；承诺人对浙江绿城文化传媒有限公司不存在出资不实、虚假出资或者抽逃出资的情形；承诺人不存在非法占用浙江绿城文化传媒有限公司资金和资产的情形；如违反上述承诺与保证，将承担相应的法律责任。"

三、五、绿城传媒组织结构及人员结构

（一）组织架构

绿城传媒各部门的具体职责如下：

部门	职责
剧本中心	剧本中心由多个工作室组成，以孵化项目为目标，主要负责开发、策划符合市场需求且具有社会影响力的剧本作品
制作中心	制作中心承担着绿城传媒电视剧项目的摄制任务，负责绿城传媒所投拍电视剧作品制作环节的具体工作，包括项目的筹备、开机拍摄及后期制作等
发行中心	发行中心负责全球电视、音像及新媒体的发行业务，同时维护和开拓客户资源及网络，组织、参加国内外各项影展等外联活动
财务部	财务部为绿城传媒的经济核算中心，负责绿城传媒财产、资金的管理与安全，同时负责对电视剧组的财务进行成本管理与监控
综合管理部	综合管理部负责绿城传媒日常行政、后勤、人力资源事务工作，包括维护绿城传媒工作环境，购置、发放各项办公设备，提供各类行政保障性服务，负责公司员工招聘、录用工作，制定并实施薪酬福利政策，组织员工培训以及其他日常人力管理工作，接待来访客户等

（二）人员构成情况

截至2013年末，绿城传媒员工总数为21人。人员学历构成如下：

学历	人数	比率
硕士	2	10%
本科	9	43%
大专	7	33%
中专及以下学历	3	14%
合计	21	100%

人员专业结构如下：

专业类别	人数	比率
管理人员	4	19%
剧本采购及创作人员	7	33%
发行及销售人员	3	14%
行政、财务及其他	7	33%
合计	21	100%

截至2014年末，绿城传媒员工总数为25人。人员学历构成如下：

专业类别	人数	比率
硕士	4	16%
本科	12	48%
大专	6	24%
中专及以下学历	3	12%
合计	25	100%

人员专业结构如下：

专业类别	人数	比率
管理人员	5	20%
剧本采购及创作人员	8	32%
生产及制作人员	3	12%
发行及销售人员	2	8%
行政、财务及其他	7	28%
合计	25	100%

（三）核心人员情况

绿城传媒主要核心人员名单、任职情况及个人履历如下：

序号	姓名	职务	个人履历
1.	周伟成	董事长兼总经理	毕业于中山大学中文系，历任浙江卫视新闻中心副主任、浙江卫视周末版总监、浙江卫视广告部主任、浙江广电集团6频道总监、浙江广厦文化传媒集团有限公司总经理、《青年时报》社董事长、浙江绿城文化传媒有限公司副董事长兼总经理、浙江绿城文化传媒有限公司董事长兼总经理
2.	刘小平	常务副总	毕业于北京广播学院新闻系文编专业，历任浙江卫视文艺部主任助理兼制片人、浙江卫视周末编辑部副主任、浙江卫视节目部主任、浙江广厦文化传媒集团有限公司董事兼常务副总经理、浙江影视（集团）有限公司副董事长兼常务副总经理、浙江华新影视有限责任公司董事兼常务副总经理、浙江钱江浪花文化艺术有限公司副董事长、浙江绿城文化传媒有限公司常务副总
3.	沈寓琦	总经理助理（分管行政后勤）	毕业于杭州师范大学教育学专业，历任浙江电视台编辑、浙江绿城文化传媒有限公司综合管理部主任、浙江绿城文化传媒有限公司总经理助理
4.	唐怀宇	总经理助理（分管发行中心）	毕业于浙江大学工商管理专业，历任浙江绿城文化传媒有限公司发行主管、浙江绿城文化传媒有限公司总经理助理
5.	刘争	制作总监	毕业于北京电影学院制片管理专业，历任北京博方文化传媒有限公司制作经理、浙江绿城文化传媒有限公司制作总监

截至本报告书签署日，绿城传媒已与上述核心人员签署了期限为五年的劳动合同，自2015年1月1日起算，同时签署了期限为离职后两年的竞业禁止及保密协议。该等协议将有效保证绿城传媒核心人员的稳定性。

此外，本次交易完成后，绿城传媒可利用上市公司平台和资金实力，视该等核心人员的贡献提高其薪酬待遇和发展空间。同时，由于本次重组设置了业绩对赌期内的超额业绩奖励，如可超额完成利润，可将超额部分的50%在业绩承诺期满后对在职管理人员和核心技术人员进行奖励，这将对维持绿城传媒管理团队的稳定性、调动管理层工作积极性起到重要作用。

四、六、绿城传媒下属公司情况

截至本报告书签署日，绿城传媒未控股、参股其他公司，亦未设立分公司。

五、七、绿城传媒主营业务发展情况

（一）主营业务发展概况

绿城传媒的主营业务为电视剧的投资、制作、发行及衍生业务。参照证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），绿城传媒属于"文化、体育和娱乐业"项下的"R86广播、电视、电影和影视录音制作业"。

绿城传媒近年投资和发行的主要电视剧作品包括《眼中钉》（又名《解密档案》）、《家有父母》、《等到胜利那一天》、《刀尖上行走》、《护国大将军》、《最爱?你》、《代号十三钗》、《江南四大才子》、《恋爱相对论》、《喋血孤岛》、《神探杨金邦》、《冲出月亮岛》等电视剧，并正在筹划拍摄、拍摄、后期制作《杀手铜》、《昙花梦》、《刀光枪影》等电视剧。围绕电视剧内容制作的核心环节，绿城传媒在电视剧策划、制作和发行等领域已经具备显著优势，具备较强的盈利能力。

1、主营业务收入

绿城传媒2013年度、2014年度主营业务收入按业务构成分类如下：

单位：万元

项目	2014年度		2013年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比
电视剧业务收入	16,831.17	100%	4,311.76	100%
总计	16,831.17	100%	4,311.76	100%

2、主营业务成本

绿城传媒2013年度、2014年度主营业务成本按业务构成分类如下：

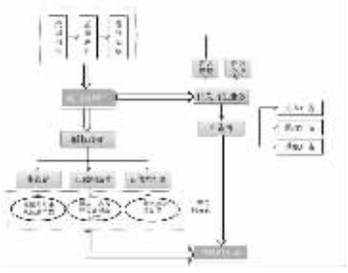
单位：万元

项目	2014年度		2013年度	
	成本金额	占比	成本金额	占比
电视剧业务成本	9,924.03	100%	2,450.68	100%
总计	9,924.03	100%	2,450.68	100%

（二）所处行业的主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、电视剧行业概述

电视剧行业是指以电视剧的策划创作、拍摄制作、发行播放等环节为基础而形成的服务行业以及相关衍生行业的产业化运作体系。电视剧行业的产业链如下图所示：



2、行业监管机构

由于电视剧的意识形态属性较强，国内电视剧行业受到了有关法律、法规及政策的严格监督和监管。目前行业内监管机构包括国家新闻出版广电总局、中共中央宣传部、文化部等。

国家新闻出版广电总局是国务院直属机构，也是我国电视剧行业的主要监管机构。2013年3月，原国家新闻出版总署与原国家广播电影电视总局的职责整合后，组建为国家广电总局。广电总局下设的电视剧司承担具体的电视剧行业管理职能，其主要负责承担电视剧制作的指导、监管工作，组织对国产电视剧、引进电视剧和对外合拍电视剧（含动画片）的内容进行审查，并指导、调控电视剧的播出。此外，广电总局下设的版权管理司、传媒机构管理司等多个内设机构还负责对影视作品的著作权登记和法定许可使用进行管理、对广播电视播出机构和业务及广播电视节目制作机构进行监督管理等多项职责。

此外，广电总局在省、自治区、直辖市等地区设置地方管理机构，主要负责对所在地区有关新闻出版广播影视产业进行行业管理，并拟定地方新闻出版广播影视科技发展规划、政策和行业技术标准。

中共中央宣传部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门，其职责包括：指导全国理论研究、学习与宣传工作；引导社会舆论；从宏观上指导精神产品的生产；规划、部署全局性的思想政治工作任务；提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规等。

文化部是国务院的职能部门，在国务院领导下管理全国文化艺术事业，其主要职责包括：拟订文化艺术方针政策，起草文化艺术法律法规草案；拟订文化艺术事业发展规划并组织实施；指导、管理文学艺术事业，指导艺术创作与生产等。因此，中共中央宣传部与文化部对电视剧行业的影响主要表现在宏观管理方面。

3、行业管理体系

电视剧行业的准入和监管体系涉及电视剧经营、立项、制作、发行等多项环节，监管内容主要包括电视剧经营许可、电视剧备案公示和摄制行政许可、电视剧内容审查及发行许可、电视剧播出管理等方面。

监管制度	具体监管内容	相关执行要求
电视剧经营许可制度	国家对设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动实行许可制度，设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动应当取得《广播电视节目制作经营许可证》	广电总局及各省级广电局负责《广播电视节目制作经营许可证》的审批手续
电视剧备案公示和摄制行政许可制度	国产剧、合拍剧的拍摄制作实行备案公示制度。依法设立的电视剧制作机构取得《广播电视节目制作经营许可证（甲种）》后从事电视剧制作工作必须经过广电总局的备案公示并取得制作许可后方可进行	广电总局负责全国拍摄制作电视剧的公示，各省级广电局负责受理本行政区域内制作机构拍摄制作电视剧的备案，经审核报请广电总局公示。此外，电视剧制作许可证分为《电视剧制作许可证（乙种）》和《电视剧制作许可证（甲种）》两种，由广电总局统一印制。其中，乙证由省级以上广播电视行政部门核发，电视剧制作机构在连续两年内制作完成六部以上单本剧或三部以上连续剧（3集以上/部）的，可向广电总局申请《电视剧制作许可证（甲种）》资格
电视剧内容审查及发行许可制度	国产剧、合拍剧、引进剧实行内容审查和发行许可制度。未取得发行许可的电视剧，不得发行、播出和评奖	电视剧制作完成后，必须经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
电视剧播出管理制度	电视台对其播出电视剧的内容，应当依照本规定内容审核标准，进行播前审查和重播重审；广电总局可以对全国电视台播出电视剧的总量、范围、比例、时机、时段等进行宏观调控	电视台在播出电视剧前，应当核验依法取得的《电视剧发行许可证》，在播前审查和重播重审中发现问题后应当及时经所在地省、自治区、直辖市人民政府广播影视行政部门报请广电总局处理

4、行业主要法律法规及政策

（1）行业主要法律法规

目前国内电视剧行业涉及的主要法律法规如下表所示：

序号	法律法规名称	生效日期	文件号
1	《广播电视管理条例》	1997.09.01	国务院令[1997]第228号
2	《音像制品出版管理规定》	2004.08.01	新闻出版总署令第22号
3	《广播电视节目制作经营管理规定》	2004.08.20	国家广电总局令[2004]第34号
4	《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》	2004.10.11	国家广电总局令[2004]第39号
5	《中外合作制作电视剧管理规定》	2004.10.21	国家广电总局令[2004]第41号
6	《境外电视节目引进、播出管理规定》	2004.10.23	国家广电总局令[2004]第42号
7	《中外合作制作电视剧管理规定》的补充规定	2008.02.14	国家广电总局令[2008]第57号
8	《中华人民共和国著作权法》	2010.04.01	国家主席令[2010]第26号
9	《电视剧内容管理规定》	2010.07.01	国家广电总局令[2010]第63号
10	《音像制品管理条例》	2011.03.19	国务院令[2011]第595号
11	《广播电视广告播出管理办法》的补充规定	2012.01.01	国家广电总局令[2011]第66号
12	《中华人民共和国著作权法实施条例》	2013.01.30	国务院令[2002]第633号
13	《信息网络传播权保护条例》	2013.01.30	国务院令[2013]第634号
14	《电视剧拍摄制作备案公示管理办法》	2013.12.01	广发[2013]65号

（2）行业主要政策

目前国内电视剧行业涉及的主要政策如下表所示：

序号	政策名称	生效日期	文件号（或颁布机构）
1	广电总局、文化部关于加强影视摄制活动管理的通知	2002.08.30	广发影字[2002]第886号
2	关于调整重大革命和历史题材电影、电视剧立项及完成片审查办法的通知	2003.07.28	广发编字[2003]756号
3	文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见	2003.09.04	文产发[2003]38号
4	关于"红色经典"改编电视剧审查管理的通知	2004.05.25	广发剧字[2004]508号
5	文化部关于鼓励、支持和引导非公有制经济发展文化产业的意见	2004.10.18	文产发[2004]35号
6	广电总局关于进一步加强广播电视节目制作经营机构管理的通知	2005.03.15	广发社字[2005]329号
7	国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定	2005.04.13	国发[2005]10号
8	文化部、国家广电总局等五部委关于文化领域引进外资的若干意见	2005.07.06	文办发[2005]19号
9	中共中央、国务院关于深化文化体制改革的若干意见	2005.12.23	中发[2005]14号
10	关于进一步加强广播影视节目版权保护工作的通知	2007.09.16	广发[2007]98号
11	广电总局关于加强互联网传播影视剧管理的通知	2007.12.28	国家广电总局
12	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支持文化企业发展两个规定的通知	2009.01.01	国办发[2008]114号
13	关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知	2009.03.27	财税[2009]31号
14	文化部文化产业投资指导目录	2009.09.08	部便函[2009]42号
15	文化部关于加快文化产业发展的指导意见	2009.09.10	文产发[2009]36号
16	文化产业振兴规划	2009.09.26	国发[2009]30号
17	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	2010.02.01	商服贸发[2010]28号
18	关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见	2010.03.19	银发[2010]94号
19	广电总局电视剧司关于进一步规范卫视综合频道电视剧编播管理的通知	2010.05.01	国家广电总局
20	广电总局关于进一步加强广播电视广告播出管理的通知	2011.10.11	国家广电总局
21	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	2011.10.18	中共第十七届中央委员会第六次全体会议通过
22	关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见	2012.01.01	国家广电总局
23	文化产品和服务出口指导目录	2012.02.01	商务部、外交部、文化部、国家广电总局、新闻出版总署、国务院新闻办公告[2012]第3号
24	广电总局关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知	2012.02.09	国家广电总局
25	国家"十二五"时期文化改革发展规划纲要	2012.02.15	中共中央办公厅、国务院办公厅
26	文化部"十二五"时期文化改革发展规划	2012.05.07	文政法发[2012]13号
27	关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知	2012.07.11	广发[2012]63号
28	中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定	2013.11.16	中共中央
29	关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知	2014.01.02	新广电发[2014]2号
30	关于广播电视节目和广告中规范使用国家通用语言文字的通知	2014.11.27	广电总局

（三）主要产品介绍

1、主要产品及用途

报告期内，绿城传媒的主要产品为电视剧作品。电视剧作品用于电视台以及新媒体平台播放，主要用途为满足人们精神文化生活的需求及达到休闲娱乐的效果。

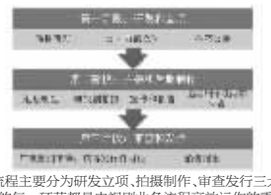
2、电视剧作品明细

自成立以来，绿城传媒投资、制作、发行的电视剧作品情况如下表所示：

截至本报告书签署日，绿城传媒正处于拍摄或制作中，尚未取得发行许可证的电视剧作品情况如下表所示：

序号	作品名称（暂定）	集数（暂定）	进展情况	备案信息	著作权中财产权享有情况
1	杀手铜	40	后期制作中	2014年8月	共同享有
2	昙花梦	42	后期制作中	2014年8月	独家享有
3	刀光枪影	45	后期制作中	2014年11月	独家享有

（四）主要业务流程图



绿城传媒的电视剧业务流程主要分为研发立项、拍摄制作、审查发行三大阶段。其中，每个阶段又细分为不同环节，其生产模式中的每一环节都是电视剧业务流程高效运作的重要保证。

围绕开展电视剧业务的三大阶段，绿城传媒成立了三个主要业务中心，包括剧本中心、制作中心及发行中心。目前上述业务中心能协同完成电视剧业务的整体运作经营，从而使绿城传媒具备了良好的电视剧业务全流程把控能力。

（五）主要经营模式

1、采购模式

电视剧业务所发生的采购主要为剧本创作服务及演职人员劳务，其余采购项目包括摄制耗材、道具、服装、化妆用品、专用设施、设备和场景的租赁使用、后期制作等。

（1）剧本采购

剧本是电视剧创作的基础和源头，绿城传媒主要采取以下方式取得剧本：一是直接购买已有剧本版权；二是由绿城传媒策划选题，进而自创剧本；三是采取半原创的方式，对已有小说、老版电视剧等进行改编，从而提高剧本制作效率。

目前，绿城传媒剧本中心由四个工作室组成，各工作室以孵化项目为目标，内部形成了项目开发、文学责编、编剧联络和数据分析等岗位，以市场需求为导向，力图开发策划既符合市场需求又具有社会影响力的剧本作品。绿城传媒与邹静之、郝岩、陈建忠等知名编剧建立了合作关系，并已建立了包括150多名编剧在内的人才资源库，可以在较短时间内遴选出性价比较优的编剧人选。

由于外部编剧的工作特点，绿城传媒并未与其签订长期合作协议，而是与其保持密切沟通和日常交流，如有合适剧本，双方再就该特定剧本签订《编剧劳务合同》或《电视剧编剧聘用合同》，并在合同中阐明剧本著作权的归属。

与绿城传媒存在合作关系的知名编剧列举如下：

编剧姓名	与绿城传媒已经合作或正在合作的作品	编剧代表作
陈建忠	《最爱·你》	电影《王牌》、《夏天的拉花》；电视连续剧《丑角爸爸》、《阳和楼前》、《蓝火焰》；戏剧作品《威煞光》、《达瓦丹朱》、《奉公守法》、《河伯娶妇》等
海飞	《代号十三钗》	电视连续剧《大西南剿匪记》、《铁面歌女》、《旗袍》、《旗袍，旗袍》、《从将军到士兵》、《太平公主秘史》、《代号十三钗》、《独立连》、《阵唐英雄》等
邹静之	《江南四大才子》	电视连续剧《琉璃厂传奇》、《康熙微服私访记》、《五月槐花香》、《铁齿铜牙纪晓岚》、《宋莲生坐堂》、《倾城之恋》、《中国1945之里庆凤云》、《皮五传奇》等；电影《千里走单骑》、《赤壁之战》、《第六百零一个电话》、《大武生》、《一代宗师》、《归来》等
韩炜	《喋血孤岛》	电视连续剧《天一生水》、《夜半歌声》、《夺粮剿匪记》、《烽火双雄》等
钱林森	《神探杨金邦》、《冲出月亮岛》	电视连续剧《宋慈断狱》、《月缺月盈》、《大宋提刑官》、《李小龙传奇》等；戏曲电视剧《血溅清风石》、《运海沉浮》等
郝岩	《刀光枪影》	电视剧连续剧《红娘》、《寻找》、《爱情二十年》、《冷箭》、《大声歌唱》、《暗红1936》、《幸福生活在招手》等

（2）其他采购事项

对于独家拍摄投资剧作及由绿城传媒承制的联合投资拍摄剧作，绿城传媒通过派驻财务人员、制定剧组财务管理制度等措施，有效控制剧组预算并监控日常财务管理情况。剧组执行严格的预算管理制度，制片人作为预算执行的责任人，在预算管理范围内合理使用资金，本着节约的原则严格执行预算管理，由此确保演职人员劳务、场景租用等诸多采购成本可得到有效控制。

其中，演职人员的采购是指聘请演员、导演、摄影、美工、道具等专业人员。绿城传媒通常通过剧组形式聘请相关剧目的演职人员，并分别支付劳务报酬。

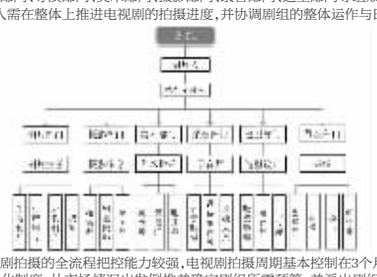
在电视剧拍摄制作过程中，服装、化妆用品、道具、器材、办公用品等物品的采购或租用，需事先申请，并由制片人批准后由专门采购人员或相关部门人员进行采购。对于总额在1万元以上的采购事项，需签订租用或采购合同，并需经制片人审批通过，必要时需由绿城传媒财务人员会同审核。

2、生产模式

（1）以剧组为生产单位

绿城传媒的电视剧投拍业务，均以剧组为单位进行生产，并实行制片人负责制。剧组是影视行业内特有的一种生产单位和组织形式，是为从事影视剧拍摄而临时成立的工作团队。

剧组一般由制片部门、导演部门、美术部门、摄影部门、录音部门、造型部门等组成。作为总负责人以及核心管理者，制片人需在整体上推进电视剧的拍摄进度，并协调剧组的整体运作与日常管理。



绿城传媒对电视剧拍摄的全流程把控能力较强，电视剧拍摄周期基本控制在3个月左右。公司目前已建立了剧组管理标准化制度，从市场情况出发倒推并确定剧组所需预算，并派出剧组出纳和成本会计进行监控，从而通过健全制度来确保摄制工作的顺利开展。

（2）采取独家或联合投资拍摄模式

自成立以来，绿城传媒采用的拍摄模式包括独家投资拍摄、联合投资拍摄（执行制片方）和联合投资拍摄（非执行制片方）三种。

在资金充足的情况下，对于市场前景良好、投资风险较小的电视剧项目，绿城传媒一般采取独家投资拍摄的方式，即由绿城传媒出资完成整个筹划、拍摄、制片、发行等过程。在该模式下，绿城传媒无需受其他投资方的制约，独享电视剧全部版权收益并承担全部投资风险。绿城传媒已发行的《喋血孤岛》及未发行的《昙花梦》等均属于独家投资拍摄的电视剧作品。

对于投资规模较大、投资风险较高的电视剧项目，绿城传媒一般会与其他投资方共同出资进行拍摄制作，并根据协议约定来共享收益、共担风险。在这种情况下，公司会承担执行制片方或非执行制片方的角色。执行制片方需负责剧组的组建、具体拍摄、资金管理等工作，而非执行制片方不参与具体的摄制管理和生产工作。

报告期内，绿城传媒联合拍摄作品中担任执行制片方和非执行制片方的情况如下：

电视剧作品	执行制片方	非执行制片方
《恋爱相对论》	绿城传媒	杭州银江传媒有限公司、上海星梦影视文化有限公司
《江南四大才子》	绿城传媒	邹魁（自然人）
《神探杨金邦》	浙江东阳横店影视制作公司	绿城传媒
《杀手铜》	浙江东阳中广影视文化有限公司	绿城传媒

在联合投资拍摄模式下，各投资方通常会在联合投资摄制合同中约定双方的投资比例，并按投资比例来分配收益、承担亏损。一般而言，在电视剧发行期间，所产生的收益在首笔发行收入到账后开始分配，每一笔发行收入到账后，执行制片方须在规定期限之内，将发行费用、应纳税费、净收益分配等结算明细表发给非执行制片方进行确认，并按各方出资比例，将非执行制片方的收益汇至其账户。

3、销售模式

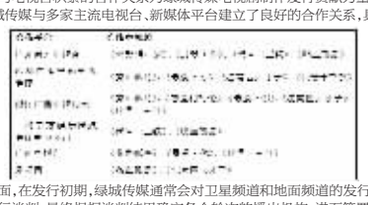
电视频道是电视剧产品的主要播放媒介，因此电视台是电视剧类生产企业的重要销售客户。但是随着电视终端互联网化、移动终端智能化的趋势，互联网媒体也正在成为电视剧产品的重要传播媒介，由此网络视频服务企业也成为了电视剧产品的主要销售对象。

电视剧的销售发行一般由发行方直接对下游播出平台（包括电视台及网络视频服务企业）进行发行，也可以由专业的发行机构一次性买断电视剧的发行权并进行销售。目前绿城传媒主要采用前一种发行方式。

一般而言，电视剧的发行分为首轮发行、二轮发行及多轮发行等。其中，首轮发行是指电视剧制作公司取得发行许可证后24个月内基本达到预定发行目的的发行，预计销售收入的90%以上可以在该段时间内实现，同时成本基本结转完毕。而在二轮发行及后续多轮发行期内，电视剧的发行价格相比于首轮会显著降低，占总销售收入的比例低于10%。

绿城传媒具有较强的发行能力，其主要发行人员，尤其是董事长兼总经理周伟成、常务副总刘小平均在电视剧相关行业从业近30余年，积累了丰富的电视剧制作发行经验。周伟成曾任浙江卫视新闻中心副主任、浙江卫视周末版总监、浙江卫视广告部主任、浙江广电集团6频道总监、浙江广厦文化传媒集团有限公司总经理、《青年时报》社董事长；刘小平曾任浙江卫视文艺部主任助理兼制片人、浙江卫视周末编辑部副主任、浙江卫视节目部主任、浙江广厦文化传媒集团有限公司董事兼常务副总经理、浙江影视（集团）有限公司副董事长兼常务副总经理、浙江华新影视有限责任公司董事兼常务副总经理、浙江钱江浪花文化艺术有限公司副董事长。除周伟成、刘小平外，绿城传媒亦鼓励其他核心人员和全部员工利用其行业经验以及在从业过程中与电视台积累的合作关系为绿城传媒电视剧制作发行贡献力量。

经过多年积累，绿城传媒与多家主流电视台、新媒体平台建立了良好的合作关系，具体情况如下：



具体在销售模式方面，在发行初期，绿城传媒通常会对卫星频道和地面频道的发行家数有初步规划，并据此与各家电视台进行谈判，最终根据谈判结果确定各个轮次的播出机构，进而签署销售协议。而对于信息网络传播权的销售，一般情况下，绿城传媒会将若干年内独占专有电视剧的信息网络传播权授权给一家网络视频服务企业，从而取得授权收入。

此外，为缓解资金压力、降低投资风险并锁定优质客户，对于部分电视剧，绿城传媒会采取预先销售的模式，即在电视剧取得发行许可证之前，绿城传媒将未来电视剧播映权或信息网络传播权预先销售给部分电视台、网络视频服务企业等客户的销售模式。

4、盈利模式

绿城传媒的电视剧投资、制作及发行业务，主要是通过向电视台、网络视频服务企业等客户销售电视剧作品播放权利而实现盈利，其收入来源是各播出平台为获取播放权利而支付的对价。其中，绿城传媒以电视剧版权授权播出的方式实现对电视台的销售，以出售电视剧信息网络传播权的方式实现对网络视频服务企业的销售。除上述主要客户外，公司的部分销售收入还来源于将电视剧音像制品出版权出售给音像制片出版企业，将电视剧版权出售给影视剧发行机构等中间商。

5、结算模式

绿城传媒的结算模式主要呈现客户分阶段付款的特征。以整体销售收入占比较高的电视台客户为例，一般而言，电视台会采取分期付款的方式，在签订合同数日后支付合同款的一定比例，在母带移交给电视台数日后再支付合同款的一定比例，在电视剧播出后支付剩余款项。但在绿城传媒与不同电视台所签订的有关不同电视剧的销售合同中，对结算方式的约定仍会有一定的差异。对于网络视频服务企业，双方在销售合同中约定的费用支付条款则多以移交电视剧母带、完成所有权利证明文件的文书公证、首轮卫视播放等时间节点来进行结算。

（六）主要销售情况

1、电视剧产品产能及产量情况

报告期内，绿城传媒电视剧产能稳步增长，已具备年产200~300集电视剧的生产能力。随着业务规模的提升以及公司实力的增强，绿城传媒未来年度的电视剧生产规模将逐步扩大。

报告期内，绿城传媒电视剧生产的产量情况如下所示：

项目	2014年	2013年
当期取得发行许可证的电视剧数量（部）	2	2
当期取得发行许可证的电视剧数量（集）	77	76

2、存货情况

绿城传媒的存货由原材料、在拍影视剧、完成拍摄影视剧构成，报告期内绿城传媒存货明细如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31
原材料	1,128.43	1,284.96
在拍影视剧	4,867.65	5,130.21
完成拍摄影视剧	5,903.40	6,608.80
合 计	11,899.48	13,023.97

3、销售收入及报告期内前五大影视作品销售情况

报告期内，绿城传媒主营业务收入按业务构成分类如下：

单位：万元

项目	2014年度		2013年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比
电视剧业务收入	16,831.17	100%	4,311.76	100%
总计	16,831.17	100%	4,311.76	100%

绿城传媒2013、2014年占营业收入前五名的影视作品情况如下：

（1）2013年度

前五名作品名称	年度收入金额	占全部营业收入的比例（%）
《喋血孤岛》	19,853,952.84	45.37
《代号十三钗》	13,929,326.79	31.83
《最爱·你》	4,905,547.19	11.21
《恋爱相对论》	1,606,415.09	3.67
《刀尖上行走》	914,410.83	2.09
小计	41,209,652.74	94.17

（2）2014年度

前五名作品名称	年度收入金额	占全部营业收入的比例（%）
《喋血孤岛》	71,996,133.21	42.66
《江南四大才子》	29,572,585.63	17.52
《恋爱相对论》	29,286,092.29	17.35
《冲出月亮岛》	21,368,490.57	12.66
《最爱·你》	7,988,188.68	4.73
小计	160,211,490.38	94.92

2013年、2014年，绿城传媒的销售收入主要集中在前五名的电视剧作品中，其占比分别达到94.17%和94.92%。

4、电视剧产品的主要销售对象

绿城传媒主要的销售内容为电视剧作品的播映权及信息网络传播权，其主要客户为各大电视台、网络视频服务企业、影视剧发行机构等中间商、音像制片出版企业等，最终消费群体为观看电视剧作品的观众。

5、电视剧产品的销售价格情况

绿城传媒在报告期内开始确认收入的电视剧作品共计4部，其中《喋血孤岛》已发行完毕，其单集销售收入为213.60万元/集。

电视剧	开始确认收入时间	发行情况	集数	单集销售收入（万元/集）
《喋血孤岛》	2013年	已发行完毕	43	213.60

此外，《江南四大才子》、《恋爱相对论》、《冲出月亮岛》尚在发行中，其单集已实现销售收入、单集预测总销售收入如下表所示：

电视剧	开始确认收入时间	发行情况	集数	单集已实现销售收入（万元/集，截至2014年末）	单集预测总销售收入（万元/集）
《江南四大才子》	2014年	尚在发行中	42	70.41	117.58
《恋爱相对论》	2013年	尚在发行中	33	93.61	136.07
《冲出月亮岛》	2014年	尚在发行中	35	61.05	198.11

绿城传媒电视剧价格主要由投资金额、导演、演员等诸多因素决定的电视剧拍摄质量、市场欢迎程度决定，不同电视剧之间差别较大。

6、绿城传媒2013年度、2014年度的前五大结算客户

报告期内，绿城传媒与前五大客户结算及其占当年营业收入总额的比例情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	交易金额	占营业收入比例
2014年度	1	广东电视台	1,870.10	11.08%
	2	广西电视台	1,664.87	9.86%
	3	浙江广播电视集团	1,598.71	9.47%
	4	乐视网（天津）信息技术有限公司	1,513.21	8.97%
	5	贵州广播电视台	1,322.27	7.83%
	合计		7,969.16	47.22%
2013年度	1	上海东方娱乐传媒集团有限公司	431.04	9.85%
	2	福建省广播影视集团	408.74	9.34%
	3	广西电视台	351.19	8.03%
	4	广东南方电视台	306.96	7.01%
	5	湖北广播电视台	305.99	6.99%
	合计		1,803.92	41.22%

在2013年度、2014年度，绿城传媒向前五大客户合计的销售额占当期销售总额的百分比分别为41.22%、47.22%，不存在向单个客户的销售比例超过总额的50%或严重依赖于少数客户的情形。

绿城传媒董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，其他主要关联方或持有绿城传媒5%以上股份的股东与报告期内绿城传媒的前五大客户无关联关系。

7、"一剧两星"政策对绿城传媒销售单剧价格、销售金额等的影响分析

（1）"一剧两星"政策实施后，同一部电视剧每晚黄金时段联播的卫视综合频道不得超过两家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过二集。由于同一部电视剧每晚黄金时段联播的卫视数量从四家下降为两家，电视剧的首轮卫视销售每家卫视的售价预计会有所上升，但每部剧的首轮卫星总发行收入会有所降低。同时，由于首轮上星数量从四家下降为两家，则地面台、二轮、三轮上星、卫星非黄时段、网络媒体平台的购买播放积极性和销售收入预计会有所提升。此外，"一剧两星"播出政策的推出，预计将增加电视剧的年发行部数和市场总容量。

从整个电视剧行业来看，多数影视公司以一剧四星方式完成发行的情况较少。报告期内绿城传媒完成首轮发行的电视剧中，《代号十三钗》、《恋爱相对论》首轮上星两家，《最爱?你》及