证券代码:600136 证券简称:当代文体 公告编号:临2020-047号

武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司关于2019年年度报告的事后审核问询函回复的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容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、准确性和完整性承担个别及连带责任。

武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司(以下简称“本公司”)于2020年6月10日收到上海证券交易所下发的《关于武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司2019年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2020】0707号)(以下简称“《问询函》”)。《问询函》要求公司就2019年年度报告相关事项作进一步补充说明,公司及年审会计师对有关问题进行了认真分析和核实,对《问询函》相关问题回复和补充披露如下。

公司2019年年度报告“第一节释义”中涉及的词语释义适用于本公告中的相关词语。

一、关于公司主营业务

根据公司年报,公司2019年度营业收入17.02亿元,同比减少32.21%;归属于上市公司股东的净利润1.05亿元,同比减少40.96%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净亏损5.09亿元,公司报告期主要依靠非经常性损益盈利。分地区收入显示,中国大陆地区实现营业收入4.37亿元,同比下降76.32%,中国大陆地区以外的国家和地区实现营业收入13.46亿元,同比增加33.67%,境内外业务毛利率分别为-8.92%、32.20%。请公司补充披露下列问题:

1.公司影视传媒营业收入2.40亿元,同比下降76.77%,毛利率同比下降11.90个百分点。报告期公司通过主投及参投方式制作电视剧4部、制作集数152集,同比下降56.54%。请公司补充披露公司影视传媒业务的具体收入、成本构成,并结合收入与成本分析说明公司2019年度影视剧业务毛利率下滑的原因及合理性。

回复如下:

1.基于公司前几年加大了对相关作品剧本创作的投入以及相关项目的投拍工作,促使公司的存货与业务的发展有了同步增长趋势。在影视行业整体下滑的趋势下,为减小存货对公司发展的影响,公司加强新增项目的投资论证工作,确保新增存货的减少。因此,2019年度公司新参投的影视剧项目仅有电视剧《枫叶红了》,而且完成和实制作发行工作的4部电视剧中仅《女儿之国世无双》为公司主投,因此导致报告期内公司制作的影视剧同比下降了56.54%。

2.2019年度公司主要影视作品剧情情况如下:

单位:元

项目	收入	成本	毛利率
庆余年	55,330,188.68	45,396,128.48	17.95%
爱情也包邮	50,000,000.00	26,399,999.00	47.20%
惹上你,爱上你	23,584,905.66	12,640,418.36	46.40%
如果岁月可回头	4,464,748.57	3,175,216.03	28.88%
海上嫁女记	4,442,483.02	18,043,413.67	-306.16%
合计	137,822,325.93	105,655,174.54	23.34%

影视传媒业务毛利率大幅下滑的具体原因:

(1)报告期内,为减少存货对公司发展的影响,公司加快了库存清理速度,上述5部剧中《爱情也包邮》、《惹上你,爱上你》、《海上嫁女记》均为库存剧。

(2)公司参投剧《庆余年》虽然收获了较好的市场口碑,但由于该剧首轮仅为网络平台播出,因此,毛利率为17.95%。

(3)公司主投的电视剧《如果岁月可回头》报告期实现的收入为公司通过国内发行公司将该剧分销至海外的收入,在确认电视剧销售收入的同时,公司需按照权益比例回购确认其他参投方电视剧分销收益,导致该项目总体毛利率下降。若剔除其他投资方分账收益,该项目报告期内实际毛利率为44.02%;

(4)由于公司参投电视剧《海上嫁女记》首轮仅在一家卫视播放,因此大幅拉低了公司2019年度影视剧业务的整体毛利率。

综上所述,2019年度公司虽然通过强化影视行生的广告业务开发力度来减少行业下滑带来的冲击,但由于影视剧业务营业收入、营业成本同比分别下降了76.21%、85.16%,毛利率减少12个百分点,最终导致公司影视传媒整体收入与成本同比下降了76.78%、72.68%,毛利率减少18.90个百分点。因此,基于行业整体发展因素的影响,公司2019年度影视剧业务毛利率下滑具有合理性。

2.公司体育服务营业收入15.42亿元,同比上升0.41%,毛利率同比下降12.29个百分点,其中体育版权收入11.45亿元,同比增长75.41%,毛利率下降21.17个百分点。请公司:(1)结合报告期内运营的具体体育赛事版权的收入、成本明细,以及报告期内体育版权采购的具体内容,并结合历史情况及公司现有收入确认以及成本结转的政策说明公司毛利率大幅下滑的原因及合理性,并请公司年审会计师发表意见;(2)结合公司目前现有体育赛事版权的内容、权利期限、历史转播收入及占比,未来赛事变动等因素说明公司体育赛事版权业务是否具有可持续性,并结合目前行业发展情况提示相关风险。

回复如下:

(1)结合报告期内运营的具体体育赛事版权的收入、成本明细,以及报告期内体育版权采购的具体内容,并结合历史情况及公司现有收入确认以及成本结转的政策说明公司毛利率大幅下滑的原因及合理性,并请公司年审会计师发表意见。

1.2019年一2019年度具体体育赛事的收入、成本明细如下:

单位:人民币万元

项目	2019年度	2019年度	同比变化
西甲版权收入			
英超版权收入	73,453.20	120,176.10	63.61%
欧足联版权收入			
版权摊销成本	39,201.66	88,218.86	125.04%
版权运营成本	5,360.83	8,494.55	58.46%
版权成本小计	44,562.48	96,713.41	117.03%
版权分销业务毛利率	39.33%	19.52%	-19.81%

注1:英超联赛(权益截至时间2019年5月),以上体育版权收入包括版权分销及版权运营相关收入。

注2:由于上述各版权所对应的收入、成本金额涉及公司的商业机密,根据《公司信息披露管理与豁免事务管理制度》的规定,公司已履行了内部决策程序,因此对上述涉及公司商业秘密的信息不进行披露。

2.2019年度内分摊的赛事权益

公司于2019年度内分摊的赛事权益主要包括:中国大陆及澳门地区英超赛季2018/2019下半赛季独家转播权(2019年1月-2019年5月);中国大陆及澳门地区欧足联赛季第二周期赛季独家权益及欧字媒体版权(2019年度);中国大陆及澳门地区西甲赛季2019/2020上半赛季独家转播权(2019年8月-2019年12月)。

3.体育版权收入及成本确认方式

本集团通过获取重大体育赛事在中国大陆及澳门的独家转播权,再通过与区域内的各转播平台签订授权转播协议的方式,来获取让渡播放版权使用费收入,具体包括版权分销、付费频道版权、电视频道版权、互联网点播和用户端赛事点播。除欧足联收入外,本集团根据转播权确定赛季点播。除欧足联收入外,本集团根据转播权确定赛季点播。欧足联收入按照赛事比赛场次平均确认体育比赛转播权使用收入。按次点播收入,按照每次点播服务完成后在当期确认收入。

公司根据与版权授权方签署的协议,将支付给版权方的版权采购成本计入无形资产,在合同约定服务期限按直线法平均确认体育比赛转播权成本。

4.体育版权业务毛利率大幅下滑原因及合理性

由于体育版权资源具有天然的垄断性和稀缺性,因此具有较高的商业价值。近年来,随着体育版权的竞争日趋激烈,其每个周期(一般为3-5年)的采购价格也随之产大涨趋势。上轮周期内,新英甲最与英超公司签署相关合同时间为2012年,已运营英超联赛6个赛季,而新英甲最与西甲联盟签署相关合同时间为2018年,在2019年正式开始西甲版权在中国大陆地区的分销工作,该项业务尚处于起步阶段,因此西甲联赛在国内的传播范围、覆盖人群、影响力以及商业价值尚不及新英甲是运营多年的英超联赛,导致本期版权分销业务毛利率较上期有所下滑,因此该毛利率的下滑具有合理性。

核查意见:经核查,公司补充披露的具体体育赛事版权的收入和成本明细,报告期内体育版权采购的具体内容与我们年度财务报表审计过程中获取的相关证据一致,转播体育版权业务历史运营情况、我们认为随着体育版权的竞争日趋激烈,本期西甲版权采购成本较上周期英超版权采购成本大幅上涨,同时西甲版权分销工作尚处于起步阶段,导致报告期内体育版权收入毛利率大幅下滑,具有合理性。

(2)结合公司目前现有体育赛事版权的内容、权利期限、历史流媒收入及占比,未来赛事变动等因素说明公司体育赛事版权业务是否具有可持续性,并结合目前行业发展情况提示相关风险。

1.公司目前拥有的体育赛事版权具体情况

授权方	期限	权益特征	主要内容	主要赛事	地域及排他性
欧洲足球协会联盟(UEFA)	1、全球赞助权:2015.11.26一2022.5.1 2、数字媒体权:2018.1.1-2022.11.30	独家全球赞助权益及数字媒体版权	包含中国地区新媒体独家版权以及赛事的全球范围内的赞助权益。 1、赞助权益 2020年欧洲杯、2020年欧洲杯欧洲区预选赛、2022年国际足联世界杯欧洲区预选赛的全球赞助权 2、数字媒体版权 一2020年欧洲杯 新媒体版权涵盖互联网终端、移动终端、IPTV、互联网电视等	1.赞助权: 一2020年欧洲杯 一2020年欧洲杯欧洲区预选赛 一2022年国际足联世界杯欧洲区预选赛 一2019年和2021年欧足联国际家联赛巴强比赛 一2021年女足欧洲杯 一2019年和2021年欧洲U21青年足球锦标赛 2020年欧洲杯、2020年欧洲杯欧洲区预选赛、2022年国际足联世界杯欧洲区预选赛的全球赞助权 2、数字媒体权: 一2020年欧洲杯 一2020年欧洲杯欧洲区预选赛 一2022年国际足联世界杯欧洲区预选赛 一2018/2019年和2020/2021年欧足联国家联赛 一2021年女足欧洲杯 一2019年和2021年欧洲U21青年足球锦标赛 一2018年和2020年欧足联室内足球锦标赛	中国地区的独家转授权权益,欧足联不授予任何第三方相同的产品类别的全球赞助权和相关比赛的数字媒体权利
西班牙足球职业联盟(Laliga)	2019/2020赛季一2024/2025赛季	独家全媒体版权	作为全媒体领域(包括但不限于:合法的互联网视频网站平台(授受终端包括网站、客户端PC版及手持移动终端设备);电视、IPTV、互联网电视(包括电视一体机)、手机电视、机顶盒、OTT等全部《许可协议》获准的权利范围)独家代理人,独家代理中国境内(不包括香港、包括澳门和台湾)赛事节目全媒体权利的分销工作,协助相关方签署相关授权许可协议(包括但不限于播放许可、广告帘幕)	1.2023年、2027年亚足联亚洲杯决赛圈的所有比赛 2.2022年、2026年世界杯亚洲区预选赛决赛圈(包括附加赛)的所有比赛 3.2021年一2023年亚冠联赛(包括小组赛、淘汰赛和决赛) 4.2021年一2028年亚足联杯(包括小组赛、淘汰赛和决赛) 5.2022年、2026年亚足联女足亚洲杯决赛阶段赛 6.其他亚足联赛事: 一亚足联女足奥运会资格赛(作为2024年、2028年奥运会预选赛,仅限决赛阶段赛事) 一2022年、2024年、2026年、2028年的亚足联U-19锦标赛 一2022年、2024年、2026年、2028年的亚足联U-16锦标赛 一2022年、2024年、2026年、2028年亚足联U-23锦标赛 (2024年、2028年赛事分别作为2024年、2028年奥运会足球亚洲区预选赛) 一2021年、2022年、2025年、2027年的亚足联U-19女子锦标赛 一2021年、2022年、2025年、2027年的亚足联U-16女子锦标赛 一2022年、2024年、2026年、2028年的亚足联五人制足球锦标赛(2024年、2028年赛事分别为2024年、2028年世界五人制足球锦标赛亚洲区选拔赛) 一2021年一2028年的亚足联五人制足球俱乐部锦标赛 一亚足联团结杯决赛阶段赛事	亚足联官方标记的权利,只有界别亚足联的授权才可以使用
亚洲足球联合会(AFC)	2021.01.01-2028.12.31	独家全媒体版权及商务权益,以及竞争权/生产品、博彩、VR等	1.AFC委任登峰体育为AFC2021-2028年亚足联赛事全球商业权益独家代理机构 2.AFC委任登峰体育为其提供合同项下约定的服务,AFC会就合同约定的服务条款与登峰体育展开合作,并尽其最大努力保证登峰体育能够根据合同约定的条款提供服务 3、登峰体育在取得AFC对合同约定权益分包计划(如符合包括服务价格等条款及潜在分包商的身份确认)的事先同意后,方可任命分包商提供相关服务 4.AFC将举办或确保合同约定的亚足联相关赛事正常进行,依据适用法律确保登峰体育工作人员及承包商目由出入各体育场馆以便提供服务,并在移民和签证手续方面提供合理支持及合作 5、双方将在亚足联赛事的营销和推广方面进行合作,双方将携手探讨包括与亚足联各下俱乐部及成员国开展协同营销活动,制作比赛内容相关的系列举措 6.登峰体育有权使用AFC标志来制作用于营销、合同约定权益及服务所需的资料 7.在数据传输及分享方面,双方同意采取一切必要措施,在确保自己遵守与数据保护和隐私相关适用法律,履行各自义务的前提下,尽最大可能进行相关的数据收集和分享	1、亚足联官方标记的权利,只有界别亚足联的授权才可以使用	亚足联官方标记的权利,只有界别亚足联的授权才可以使用

2.公司版权业务的历史资料

2018年9月,公司完成了新英开曼的收购工作,至此新英开曼纳入公司合并报表范围。截止2019年12月31日,公司体育版权业务相关数据如下:

	体育版权收入	营业收入	占比(%)
2018年度	1,057,640,068.42	2,668,385,663.78	39.64
2019年度	1,145,291,444.59	1,782,335,445.21	64.26

注:2018年度数据中新英开曼贡献的版权收入为模拟其自2018年1月1日起纳入公司合并报表范围数据。2018年度,公司实际版权收入为62,915,508.97元,占当期营业收入的24.47%。

3.公司体育版权业务可持续发展能力分析

(1)足球体育赛事因效延期或取消情况

赛事全称	赛事简称	成立时间	届次	停办或延期事项
国际足联世界杯	世界杯	1930年	每4年一届	1942年和1946年两届世界杯因第二次世界大战影响取消
欧洲足球锦标赛	欧洲杯	1960年	每4年一届	2020年因新冠疫情延期
欧洲冠军联赛	欧冠	1954年	每年一届	2020年因新冠疫情延期
亚足联亚洲杯足球赛	亚洲杯	1956年	每4年一届	无
亚足联冠军联赛	亚冠	2002年	每年一届	2020年因新冠疫情暂无列明确信息
西班牙足球甲级联赛	西甲	1929年	每年一届	2020年因新冠疫情延期
英格兰足球超级联赛	英超	1992年	每年一届	2020年因新冠疫情延期
德国足球甲级联赛	德甲	1962年	每年一届	2020年因新冠疫情延期
意大利足球甲级联赛	意甲	1898年	每年一届	1916-1919年,因第一次世界大战取消 1943-1945年,因第二次世界大战取消
法国足球甲级联赛	法甲	1932年	每年一届	1940-1944年,因第二次世界大战取消

从上表可知,相关主要足球赛事运营时间最短的正过从事办至今也超过15年,且历史上相关赛事停办期因导与战争相关,因此除本次因新型冠状病毒导致部分赛事延期举办外,相关主要足球赛事不存在停办或取消的可能性。

(2)本次新冠疫情对公司版权业务的影响

2020年新型冠状病毒肺炎爆发以来,疫情对各行各业产生了巨大影响,为最大限度降低疫情传播几率,避免人群聚集引发交叉感染,多项体育赛事取消或延迟举办,对公司相关版权业务的开展带来了不利影响。其中:

A.西甲联赛版权

西甲联赛2019/2020赛季停赛期间2020年3月12日-6月13日/4日。鉴于该赛季停赛期较短,复赛结束时间未跨年度,且停赛期间公司与相关各方做好大量的沟通工作,因此:未对公司当期收益造成影响。

B.欧洲国家系列赛事版权

欧洲国家系列赛事中原定于2020年6月-7月举办的2020年欧洲杯推迟至2021年6月-7月举办。鉴于该赛事复办时间已跨年度,因此对公司当期业绩就造成不利影响,截止目前,公司正与欧足联协商前期已支付的相关费用及权益受损事项的相关补偿、后续相关费用的支付等事宜,因此暂无法测算2020年欧洲杯延期对公司当期业绩带来的影响数额。

为维护客户及供应商的权益,公司及时向客户与赞助商转达了公司与欧足联谈判的相关进展情况,相关客户与赞助商也都此对原计划的准备工作进行了调整。

C.亚足联相关赛事版权

在公司拥有的亚足联相关权益中,原报于2020年9月举办的2022年世界杯预选赛第三轮30场(共63场)比赛因新冠疫情推迟至2021年3月开赛,虽然该赛事复办时间已跨年度,但受各国疫情有效控制程度不一以及出入境管理的相关限制等,公司目前暂只完成了印尼、越南、韩国、台湾四个国家及地区的媒体版权销售工作,故对公司当期收益造成的影响较小。同时,公司其他与之相关的前期准备工作也在一定程度上受到了影响,例如其他国家及地区的媒体版权分销谈判、各层级赞助商的推广、规模及信号处理与相关各方的协商以及与赛事举办相关的筹备工作等。

(3)公司体育版权业务的核心竞争优势

A.拥有长期核心版权

新英开曼作为公司主要负责版权运营业务的子公司,目前共拥有的相关足球赛事版权权益均未到期(详见本题回复第1点)。另外,鉴于2020年欧洲杯延期至2021年举办,公司正积极与欧足联进行协商,后续公司还将就欧洲杯延期期间的合作、延期开赛后新技术的运用处理、赞助商权益的划分以及2022年合同到期后续约的相关事宜开展相关谈判。

B.优秀的团队

新英开曼核心团队由以李建光、喻凌霄为核心的资深体育人士构成。该团队运营英超版权多年,积累了丰富的版权运营经验,对国内版权市场有着充分的认识和独特的理解。

C.获取体育版权的能力

根据一般市场惯例,足球赛事版权拥有方会提前1-2个赛季提前确定后续赛季的版权归属,且每次授权年限不会超过3-5个赛季。为提高版权销售收益,版权拥有方往往通过竞争性谈判、议投标等方式确定权益归属。随着终端消费市场的繁荣,版权资源的竞争也日益激烈,版权分销持续取得特定足球赛事版权存在一定的不确定性。

鉴于上述特点,版权分销商的核心行业竞争优势不仅在于其作为区域版权分销商的垄断地位,更集中于其对下游市场终端能力与资源运营能力。因此,随着欧洲五大联赛、欧洲冠军杯以及美洲杯、亚洲杯等系列顶级赛事新一轮版权竞价周期的到来,新英开曼凭借长期成功运营经验、及时反应能力、全媒体渠道及行业口碑等综合优势,可充分参与这些版权资源下一周期的竞争。

D.优质的渠道资源

在体育赛事资源方面,新英开曼与英超公司、欧足联、西甲联盟建立了友好的合作关系。同时,新英开曼先后为央视、广东体育、五星体育、北京电视台、天津体育、腾讯、PPTV等多家媒体提供版权赛事转播服务,建立了深厚的渠道基础。

另外,公司已通过与爱奇艺等各之间的合作,在体育媒体内容视频平台“爱奇艺体育”,实现了在B2C商业变现方面的作用。

E.核心的商业模式

新英开曼主要核心商业模式是B2B,其在B2B业务端拥有深厚的版权运营经验及渠道分销基础,竞争对手虽然可以与新英开曼在版权获取层面展开争夺,但在版权运营和分销渠道层面进行竞争则难度较大。

(4)体育版权行业发展趋势

A.足球产业发展前景广阔

产业化的足球运动是世界上产值最高、受众最广泛、影响力最大的体育运动,为体育产业最大的单一项目。足球运动占体育产业总产值的43%,远超橄榄球、篮球、排球等其他项目。按照2025年我国体育产业规模逾6万亿目标计算,足球市场空间将超过万亿元。

B.消费水平提高将推动产业结构调整

随着消费者人均可支配收入的提高和闲暇时间的增多,消费结构的升级转型将驱动体育相关消费的快速增长,而从体育消费的发展趋势来看,其需求也将由传统的体育制造用品初次消费转向娱乐性消费、观赏性消费,并且随着5G时代的来临,体育内容的传播速度将更加快速,传播内容将更加丰富,其呈现形式也将更加多元化,从而将进一步推动体育消费的升级。

C.体育版权市场蓬勃化

鉴于顶级体育赛事版权的稀缺性和网络媒体意欲争夺体育转播流量的背景,商业价值较高的优质赛事IP近年来依然是行业巨头的争夺重点。以腾讯视频、优酷视频、咪咕视频、PPTV为代表的互联网新媒体企业不断投入巨资购买体育赛事版权,使得体育赛事版权尤其是顶级赛事版权相关费用水涨船高。

客户主要为各大电视台及互联网视频运营平台。与客户签订合同后,按照国际赛事组织确认的时间提前与客户确认赛程安排,并向客户提供赛事信号的接收参数,确保客户的赛事直播能正常完整播出。如我方原因造成的赛事信号延迟、中断等现象,则依合同公司需向客户赔偿。

版权分销合同一般以赛季为期间与客户签署,合同约定公司在收到客户预付款后再提供相关视频信号,客户支付节点为赛季开始前预付50%,赛季过半时支付剩余50%,因此该类业务无应收账款。

历史版权收入情况如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
版权收入	31,847.10	58,461.44	69,757.85	84,959.56	90,540.36

公司现有版权合同有:

1)西甲赛季:合同期间概念2019/20至2025/26六个赛季,每赛季开始前客户应当支付当赛季版权费的50%,赛季过半时支付剩余50%;截至目前,2019/20赛季尚有11轮比赛未完成,计划7月底完成全部比赛,2020/21赛季将于2020年8月至2021年5月正常举行,因此未考虑较情对西甲联赛影响;

2)欧足联国际家联赛:合同期限为2018年一2022年,包括欧足联全国国家队的全面赛事,覆盖赛事包括欧洲国家队联赛、欧足联杯及预选赛,2022世界杯欧洲区预选赛等。受疫情影响,2020年欧洲杯赛事推迟至2021年举行,因此该项收入预期是后一年;

3)亚足联相关赛事原拟从2020年下半年开始,但受疫情影响,相关比赛推迟至2021年。

预测未来年度版权收入如下(单位:万元):

项目		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
版权分销收入	欧足联	79,407.73				
	西甲		213,199.75			
	亚足联			120,573.53	156,041.77	158,331.20

(2)版权独家代理权入

参考拉加代尔上一周期亚足联版权收入与利润率,登峰体育对2021-2028年AFC市场营销收入进行了预测。

未来年度版权独家代理(市场营销)收入如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
市场营销	42,246.11	78,336.95	74,329.96	72,681.84	89,842.53

(3)广告业务收入

广告收入为新英开曼在新视觉付费频道和地方电视台联播网上,通过赛事转播期间插入广告或者将其授予广告代理商,从而获得广告收入。

历史收入情况如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
广告收入	2,034.84	5,985.17	9,448.14	10,176.95	7,161.89

新英开曼利用向地方联播网进行版权分销而获取广告时段资源,通过将广告资源授予广告代理商及其他广告服务商,从而获得广告收入。

预测未来年度广告收入如下(单位:万元):

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023年	2024年
广告收入	6,534.00	8,534.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00

广告收入根据1-3款1的赞助合同和上一版得的广告收益预测来预计的广告收入,具体明细如下(单位:万元):

版权收入/年度	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
一.欧足联国家队系列赛事	5,034.00	5,034.00			
1.全球赞助商权益2018-2021	5,034.00	5,034.00			
二.电视赛事植入广告	1,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
1.西甲赛事广告	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
2.亚足联赛事广告		2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
合计	6,534.00	8,534.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00

由于欧足联全球赞助商的广告效益实现不完全依赖于具体赛事事件进展,而在于品牌商利用“欧足联商业合作伙伴”等称号从事其特定的商业推广活动的权益价值,故2018年一2021年期间,该项赞助权每年收益基本相似,不受赛事内容影响,故投资决策以欧足联全球赞助商权益为准。

4.销售费用的预测

销售费用主要为人工费、广告与宣传费、折旧费用、无形资产摊销费用、差旅及通讯费、专业服务费、市场调研费、办公费用、交际应酬费等。

历史销售费用如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
职工薪酬	812.09	681.17	797.73	907.07	1,170.92
广告与宣传费	2,446.20	2,332.36	1,418.40	678.79	695.89
折旧费用	67.88	30.28	20.54	26.77	23.97
无形资产摊销	1.07	1.07	1.07	0.99	
市场调研费	141.55	82.60	19.81	111.39	–
办公费用	48.43	39.48	40.86	39.65	18.27
差旅及通讯费	106.22	206.66	330.93	123.42	103.73
交际应酬费	177.32	115.21	73.58	264.04	316.45
专业服务费	314.05	1,118.66	1,322.06	4,951.92	350.58
其他	5.19	1.76	0.45	0.39	20.20
通讯费				1.08	1.11
车辆费用				10.82	21.86
交通费				13.13	7.04
中介机构费用					420.25
租赁费					45.24
合 计	4,119.99	4,608.25	4,025.43	7,129.46	3,195.50

2019年销售费用较2018年下降主要系2018年度公司支付了与体育版权相关的专业服务费用所致。

对于折旧费、无形资产摊销费用按企业会计政策确定的各类资产折旧率综合计算确定。

预测未来年度销售费用如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续年
人工费用	1,119.60	1,231.56	1,354.72	1,490.19	1,639.21	1,639.21
房租费用	342.70	359.84	377.83	396.72	416.55	416.55
折旧费用	86.60	143.56	143.56	143.56	143.56	143.56
无形资产摊销	2.45	2.45	2.45	2.45	2.79	–
装修费摊销费用	110.45	134.22	–	–	–	56.68
专业服务费	233.50	245.18	257.43	270.31	283.82	283.82
办公费用	51.00	53.55	56.23	59.04	61.99	61.99
差旅及通讯费	61.10	64.16	67.36	70.73	74.27	74.27
业务招待费	10.20	10.71	11.25	11.81	12.40	12.40
其他	30.13	31.64	33.22	34.88	36.63	36.63
通讯费	113.99	119.69	125.68	131.96	138.56	138.56
车辆费用	9.48	9.95	10.45	10.97	11.52	11.52
交通费	6.08	6.38	6.70	7.03	7.38	7.38
中介机构费用	38.50	40.43	42.45	44.57	46.80	46.80
合计	2,215.78	2,453.30	2,489.31	2,674.21	2,875.47	2,929.37

2020年预测销售费用较2019年度下降主要系2019年度发生的大额中介服务费如法律咨询费,赛事筹备前期顾问费等偶发性费用,本次预测不予考虑。

B.双刃剑收入成本费用的预测

1.营业收入的预测

双刃剑通过上市公司对体育资讯业务架构的调整,业务重心与历史年度相比有所变化,企业将主营业务收入重新进行了分类和归纳。本次对收入的预测分为APC赛事赞助、广告及其他(新媒)、市场及其他(新媒)三大类。

(1)赞助,各项赞助业务是企业主要的收入来源。公司原有的赞助品牌有:华帝燃具、TCL、重庆斯威、腾讯体育、动能饮料能量王、雅迪电动车、重庆啤酒等。

新英开曼与耐丝国际营销团队和双刃剑原有团队重组后,依托新英开曼拥有的亚足联系列赛事、西甲联赛、欧足联相关赛事等版权,将为双刃剑的赞助收入带来新的增长。

(2)广告投放:广告投放渠道主要是国内20多家体育电视台、爱奇艺体育等。

(3)明星代言及经纪,促成知名运动员与品牌方合作并为其代言以及协助其完成转会的佣金收入。

(4)咨询,2019年咨询收入主要是体育营销项目方案设计收入。

未来几年主营业务收入预测如下:

单位:人民币万元

序号	项目	后五年预测数据				
		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
一	主营业务收入	9,000.00	12,160.00	17,833.60	13,922.02	15,806.58
1	赞助	5,000.00	7,000.00	12,500.00	8,400.00	10,080.00
2	广告投放(席位)	1,000.00	1,100.00	1,210.00	1,331.00	1,464.10
3	明星代言及经纪	1,000.00	1,060.00	1,123.60	1,191.02	1,262.48
4	咨询	2,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00

其中广告、明星代言及经纪,咨询业务根据2020年预算,以前年度收入和增长率水平预测,赞助部收入明细如下:

序号	项目	后五年预测数据				
		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	赞助收入合计	5,000.00	7,000.00	12,500.00	8,400.00	10,080.00
1.1	APC项目	3,500.00	4,500.00	4,000.00	7,500.00	7,380.00
1.2	华帝	1,000.00	1,000.00	500.00		
1.3	奥运会		1,000.00			1,800.00
1.4	世界杯			7,300.00		
1.5	其他	500.00	500.00	700.00	900.00	900.00

受此次新冠疫情影响,奥运会、2022年世界杯亚洲区资格赛已确定顺延至2021年举办,相关赞助咨询收入相应顺延至2021年;华帝赞助中国国家队合同周期为2018年至2022年,赞助费收入预测与合同保持一致;2022年有足球世界杯赞助收入参照2018年世界杯赞助收入情况预测;2023年亚洲杯、2024年2026年世界杯亚洲区资格赛均有中国队参赛,故预计APC赞助收入有较大幅度增长。

2.营业成本的预测

(1)毛利率分析及预测

双刃剑历史年度毛利率情况如下表:

序号	类 别	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
1	毛利率	76%	69%	76%	32%	54%

根据历史各业务类型的毛利率情况及未来市场判断,毛利率分别确定为赞助30%、广告投放(席位)40%、明星代言及经纪32%、咨询80%。

(2)未来五年主营业务成本预测如下(单位万元):

序号	项目	后五年预测数据				
		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
二	主营业务成本	5,180.00	6,880.80	10,840.05	8,088.49	9,392.94
1	赞助	3,500.00	4,900.00	8,750.00	5,880.00	7,056.00
2	广告投放(席位)	600.00	660.00	726.00	798.60	878.46
3	明星代言及经纪	680.00	720.80	764.05	809.89	858.48
4	咨询	400.00	600.00	600.00	600.00	600.00

3.税金及附加预测

国内公司主要缴纳的附加税税率为城建7%、教育费附加3%、地方教育附加2%、文化事业费3%。文化事业费按照合税的广告收入减去支出作为计税销售额;被告值单位属于服务贸易行业,增值税税率为6%。税金及附加预测数据见下表(金额单位万元):

序号	项目名称	内容	后五年预测数据				
			2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
一	城建税	7%	17.07	23.59	31.25	26.06	28.66
二	教育费附加	3%	7.31	10.11	13.39	11.17	12.28
三	地方教育附加	2%	4.88	6.74	8.93	7.45	8.19
四	文化事业费	3%	0.77	0.84	0.93	1.02	1.12
	税金及附加合计		30.03	41.28	54.49	45.70	50.25

4.销售费用预测

企业销售费用的内容主要是业务招待费、差旅费、房屋租赁费、活动及策划费等。销售人员工资均在成本中核算,不再单独列示。业务招待费、差旅费变化幅度较大是受体育行业周期影响。销售费用预测结果见下表(金额单位万元):

序号	项 目	后五年预测数据				
		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
一	销售费用	336.00	396.00	686.00	356.00	356.00
1	销售费用房屋费	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
2	销售费用活动及策划	80.00	80.00	100.00	100.00	100.00
3	销售费用制作费	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
4	销售费用业务招待费	120.00	150.00	250.00	120.00	120.00
5	销售费用办公费用	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
6	销售费用市内交通费	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
7	销售费用误餐费	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
8	销售费用差旅费	80.00	80.00	250.00	50.00	50.00
9	销售费用咨询费	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
10	销售费用展会费	6.00	6.00	6.00	6.00