江苏省广电有线信息网络股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要

（上接A25版）

一般经营项目：广播电视传输网络建设、改造、经营、维护和管理，广播电视的频道集成及传输，广播电视及信息网络技术开发、咨询、服务，广播电视设备及信息设备代理、销售及租赁，对广播、电影、电视、信息、传媒等产业进行投融资及其管理。

2、主要业务介绍

（1）基本收视业务

基本收视业务指向用户提供广播电视基本节目，用户按月缴纳收视维护费的业务。由于各地有线电视发展情况不一，目前公司辖区内模拟电视、普通单向数字电视、高清互动数字电视几种业务形态并存。截至2014年12月31日，公司共拥有有线电视联网用户1,772万户，其中数字电视用户1,442万户，互动用户终端数277万个；联网用户中有748万为直接用户，其中数字电视用户666万户，互动用户终端数236万个。

（2）数字电视增值业务

数字电视增值业务指通过电视终端开展的除基本收视以外的其他服务，包括付费频道、影视点播、频道回看、新闻时移等互动数字电视服务。

为适应三网融合的要求，公司首创云媒体电视，极大扩展了有线电视增值业务，为用户提供融合三网的全方位服务。

（3）数据业务

①互联网宽带接入业务

2009年7月中旬，公司获得江苏省通信管理局发放的因特网接入服务业务（ISP）和互联网信息服务业务（ICP）经营许可证。2009年10月，公司正式推出其创新业务产品——“有线宽带”。

有线宽带接入服务采用国际主流的光纤和电缆调制解调器等多种接入方式，具有传输容量大、质量好、损耗小和距离长等优点。作为新兴的宽带运营商，公司的“有线宽带”定位于视频传输专家，充分利用广电系企业在内容方面的优势，主打“好看的宽带”宣传理念。为提高用户黏着度，“有线宽带”为用户专门打造了“大电视”网站（www.bigtv.com.cn），集成中央、地方超过50套精彩电视频道，为用户提供暂停、回看、时移电视等多种服务，同时提供海量高画质电影、电视剧的点播服务。

②数据专网业务

公司依托自身高速、安全的网络和线路资源优势，开发了SDH（同步数字复用）组网产品、MSTP（多服务传输协议）组网产品、企业专线、光纤互联网接入、楼宇专线、电缆调制解调器互联网接入、服务器托管、空间出租、“广讯通”视讯会议系统、“广视通”远程监控等各类数据专网业务产品，为政府机构、企事业单位提供量身定制的一站式数据解决方案。

（4）视频接入业务

视频接入业务，也称节目传输业务，主要包括卫视落地服务和有线电视传输服务两类。卫视落地服务是通过接收各省市卫视频道卫星信号，利用广电网络传送到用户终端的一项有偿服务；有线电视传输服务主要是将各省办频道节目信号传输至省内各地市广电网络中心。截至2014年12月31日，公司共传输46个地方卫视频道、12个省内非卫视频道以及部分购物频道，另有大量省辖市的当地频道在各分公司所辖区域内传输。

（5）广电网络城建规划建设业务

公司根据城市建设发展的需求，规划建设广电网络干线网，按照新建商品住宅的入网需求，建设小区分配网，并负责网络的日常管理和维护。该项业务收入体现为城建配套费和入网费，其中城建配套费系对新建商品住宅收取的费用，对非新建住宅的新增用户和尚未实施城建配套费政策的地区仍然按照规定标准收取入网费。

（6）分成收入业务

公司与省内除分公司、子公司外的大部分县（市、区）广电网络公司签订合作协议，帮助县（市、区）广电网络公司完善网络系统和数字电视整体转换，提供互动电视的信源、技术、运营支撑，县（市、区）广电网络公司将其部分基本收视维护费、增值业务等收入按照协议约定分成给公司。

（7）一体机业务

公司与省内除分公司、子公司外的大部分县（市、区）广电网络公司签订合作协议，帮助县（市、区）广电网络公司完善网络系统和数字电视整体转换，提供互动电视的信源、技术、运营支撑，县（市、区）广电网络公司将其部分基本收视维护费、增值业务等收入按照协议约定分成给公司。

（7）一体机业务

为有效拓展公司产业链，提升用户黏性，公司于2013年初逐步开展融合终端业务。融合终端业务通过与电视终端生产商合作，将电视机、机顶盒及有线电视增值服务等业务相结合成为一体机，由公司的营业厅及指定合作渠道进行销售，截至2014年12月31日，公司已与海信、长虹、TCL、创维、LG、同洲（飞利浦）、熊猫等电视机厂商达成智能电视机/智能电视一体机代理合作关系，在公众客户渠道及集团客户渠道进行融合终端销售。公司相关销售收入作为其他业务收入核算。2013年4月，融合终端业务开始试运营，并于2013年6月中旬正式实现一体机业务的上线。2014年度，公司销售一体机6,848台，实现收入1,655万元。所有一体机用户均同时成为公司互动电视及宽带的用户，该业务对公司增值业务、宽带业务有良好的促进作用。

4、创新业务

（1）云媒体电视

云媒体电视是公司继单向数字电视、互动电视之后，顺应三网融合要求自主研发的新型数字电视。云媒体电视为三网融合搭建一个多媒体综合服务信息平台，借助电视机这一最常见、使用频率最高的家庭显示终端，高效整合电视、广播、报刊、互联网四大媒体，开展视频业务、通讯业务和互联网业务，为用户提供融合三网的全方位服务，使传统的“看电视”升级为包括上网冲浪、电视读报、在线游戏、视频通话等多功能的“用电视”。

云媒体电视的板块包括：高清、点播、频道、阅读、娱乐、营业厅、互联网、商城和万事通等。除上述板块外，云媒体电视还可以实现视频通话，为政企事业单位提供云媒体电视台的服务，自主锁定目标受众，定制专属服务。

（2）“大电视”网站

随着国家广电总局网络音视频牌照的陆续发放，高清视频热潮开始涌入百姓生活。作为视频专家的广电网络运营商，江苏省广电有线信息网络股份有限公司获得2010年江苏地区首张网络视频服务牌照，并于同年6月正式推出了高清视频网站www.bigtv.com.cn（大电视网站）。大电视网站依托广电系统影视资源优势，与百余家电视台联手，融汇众多尖端技术，重点突出同步直播、时移播放、高清视频、海量影视、3D蓝光、个性设置等六大核心优势。目前公司的宽带用户可免费观看上述各种视频资源。

（3）“智慧社区”业务

“智慧社区”以社区为建设单元，以数字电视家庭智能终端为接入点，创建基层政府信息发布平台，开展文化服务、信息服务、医护服务、社区服务、养老服务、教育服务、公共服务、金融服务、智能家居服务以及延伸服务等十余项业务。“智慧社区”覆盖城市基础设施、资源环境、社会民生等领域，优化了可用资源，可以有效提升城市信息化水平和市民生活的幸福指数。

（4）“广电物联网”业务

公司在无锡市国家传感网创新示范区成立了“江苏下一代广电网物联网研究中心”，依托广电网络和家庭智能终端，借助物联网、传感网、云计算等技术，目前已研发出电视图书馆、智能医护平台、家居智能控制、视频监控、物业管理等十多项新业务，在江苏重点城市试点应用。

（5）自学互动教育平台

自学互动教育平台打造了指导学生自主、全面、健康成长的教育互动学习平台。由于广电网络的普及程度很高，互动教育平台以此为契机，以全省城乡居民家用电视机为终端，通过广电网络实现对教育信息的桌面互动应用，真正实现教育从学校到家庭的有效延伸。

上述创新业务有利于公司构建新的盈利模式和业务路径，为将来的业务发展带来新的增长点。

（二）主要经营模式

1、基本经营模式

（1）采购模式

公开招标是公司最主要的采购模式。项目招标所涉及的部门包括：项目需求部门、财务资产部、法律审计部、技术研发部、采购管理部（招标办）和监察室。评标委员会一般由以下三部分人员构成：委托招标公司从全省专家库中抽取专家，由招标办从公司内部招标专家库中推荐人员，从监察室抽取一定人员。招标一般由项目需求部门发起，经公司技术、财务、招标办、招投标工作委员会、公司领导审批后确定招标采购方式。评委会评标一般采用综合评价法，即评委根据各投标人商务和技术上的响应情况进行打分，排列名次，并由招标办、公司领导确认评委员会推荐的中标人。此外，公司还采用询价、竞争性谈判、单一来源谈判等方式进行采购。

（2）服务模式

①“96296”客服热线：实行7×24小时不间断服务，通过人工客服进行有线电视开通、宽带业务办理和业务咨询等服务。

②实体营业厅：公司在全省大部分地市、县（市、区）设立营业厅，在营业厅窗口为客户提供业务接待、咨询并受理业务办理。

③网上营业厅：用户通过登陆“http://www.jscnnet.com/”，可以进行业务办理、资费查询、数字电视节目定制和在线投修等服务。

④电视营业厅：用户在升级成为云媒体电视后，可通过遥控器点击进入营业厅，获得业务查询、节目订购与退订、充值缴费、故障报修、账户查询等综合服务。

（3）销售模式

公司主要通过规划建设广电网络干线网和用户分配网取得城建配套费收入和入网费收入；通过传输节目向电视台或内容提供商收取卫星落地费或节目传输费；向用户提供电视节目收视业务、视频点播等基本业务和增值业务，向用户收取收视维护费和增值服务费；通过广电网络向用户提供互联网接入服务，向用户收取有线宽带使用费。公司有线电视业务和宽带业务主要通过实体营业厅、客服热线和网上营业厅进行销售。宽带业务与有线电视组合进行推广，同时开通有线电视和宽带业务将享受一定优惠。

（4）现金收费情况

公司的有线电视业务和宽带业务客户对象主要为个人，传统广电网络运营商主要依靠营业厅现金的方式向用户收取基本收视维护费、数字电视增值服务费和宽带使用费。公司营业厅现金收取的管理主要依靠BOSS计费系统完成，营业员每天以自己的工号登入BOSS计费系统，每办理一项收费业务须将用户证号、收费项目、收费金额和对应的发票号录入BOSS计费系统，系统自动生成收费流水号和操作时间等信息。每天终了时，营业员须从BOSS计费系统中打印《员工日报表》，营业员审核报表中的收费总金额和收取的现金是否一致，审核无误后，次日早上将收取的现金存入公司指定银行账户，同时将发票等凭证上交给财务人员，由财务人员根据银行凭证等进行复核。公司现金收银系统运作良好，能够保证现金收缴业务的及时和准确。

公司成立以来，一直致力于方便用户，向用户提供丰富的缴费方式，目前公司个人用户缴费方式除了营业厅现金收取外，还包括银行代扣代缴、银行终端缴费、网上营业厅和云媒体平台支付等。

2、增值业务的经营模式

付费频道和视频点播是公司目前增值业务最主要的收入来源，其他增值业务如大电视、智慧社区、广电物联网等新业态多数处于推广阶段，尚未形成稳定的盈利模式，产生的效益有限。下面主要就付费频道和视频点播业务的经营模式介绍。

（1）付费频道经营模式

付费频道是以有线数字方式播出并须单独付费才能收听收看的专业化广播电视频道，提供个性化、专业化、多样化的电视节目，用户自主选择、自愿订购，目前公司拥有80余套付费频道可供用户选购。该等付费频道目前由江苏华博在线传媒有限责任公司向内容提供商统一采购，合作方式包括一次性买断、保底金额＋收益分成及纯分成等方式。

用户可在实体营业厅、电话营业厅选择开通需要的付费频道，或者通过电视界面直接点击开通。付费频道一般以打包方式促销，即用户可选择几个付费频道的组合进行开通，开通的频道越多，价格越优惠，一般单个频道收费2元–20元/月不等，频道包资费在10–30元/月不等。各分公司根据市场情况向省公司申请组包和定价方案，经省公司市场运营部批复后方可执行，销售收入由运营支撑中心及主要地级市的BOSS系统计费。

（2）视频点播（VOD）业务模式

视频点播业务可根据用户需要随时提供交互式视频服务业务，提供的付费点播节目包括电影、电视剧、动漫、综艺、体育、证券等栏目。视频点播业务的开展要求公司储备大量的视频内容资源，该等内容资源目前由江苏华博在线传媒有限责任公司统一采购，一般从内容提供商的节目明细中选择需要的节目，要求内容提供商按公司介质格式要求将所选节目制作成样片提交给内容中心审核；样片通过审核后，公司市场运营部对该节目的价值进行评估，根据合作模式、合同额度与内容提供商进行洽谈并签署合同。公司一般一次性打包购买多部片源，根据视频的时长和质量，单部片源的价格一般在几万元至几十万元不等，合同期限一般为1–2年，合作方式包括一次性买断、保底金额＋收益分成及纯分成等方式。

协议签订后，由内容提供商交付内容介质，保证公司对该等内容享有合法有效的信息网络传播权，交付后公司将购买的内容编播上线。开通互动电视的用户可直接在电视点播界面确认选择，点播价格由江苏华博在线传媒有限责任公司根据市场情况自行制定，由运营支撑中心及主要地级市的BOSS系统计费。

3、节目传输业务经营模式

公司的节目传输包括中央台、各地方卫视频道、购物频道的落地传输以及省内各地方频道的传输。一般由省公司或者相应传输地区的分、子公司与对方电视台签订传输协议，协议期从几个月到3年不等，公司保证签约地区相关频道内容能够按照合同相关要求送达用户。公司每年根据合同约定的金额，在传输服务期内根据为其提供服务时属期计算并确认当期节目传输收入。

4、入网业务和城建配套业务经营模式

对于新建小区，开发商须在缴纳土地出让金的同时缴纳有线电视相关配套费。公司根据各地物价局批准的收费标准，向房地产商或政府代收部门收取城建配套费。有线电视的城建配套费主要包括从主干网至用户终端的施工工程费、材料费及其他费用，公司负责小区广电网络的建设及接入到户，待小区网络建设完毕后确认收入。

对于已建小区新装用户，一般由客户通过营业厅、服务电话、互联网平台等方式进行预约，公司安排专人上门安装并收取费用。安装完成后，根据《财政部关于印发〈关于企业收取的一次性入网费会计处理的规定〉的通知》（财会[2003]16号）规定，公司将符合规定的入网费作为递延收益并按10年分期确认为收入。

5、收入分成业务经营模式

公司目前与47个地区存在业务合作关系。公司根据与各县（市、区）广电网络运营商签订的《收入分成合同》相关条款进行分成，一般几个月进行一次结算，按双方认可的分成金额确定收入。由于存在一定时滞，年底的分成收入一般按照BOSS系统的统计金额进行预估确认收入。

（三）主要服务的销售情况

1、报告期内有线电视业务、数据宽带业务以及节目传输业务的销售情况

单位：万户

业务分类			2014年末	2013年末	2012年末
有线电视业务	直接用户	模拟电视	82	121	57
		数字电视	666	623	567
		其中：互动电视	236	199	173
		合计	748	744	624
	间接用户	模拟电视	248	289	410
		数字电视	776	731	716
		其中：互动电视	41	35	53
		合计	1,024	1,020	1,126
	模拟电视合计		330	410	467
	数字电视合计		1,442	1,354	1,283
	其中：互动电视		277	234	226
	总计		1,772	1,764	1,750
数据宽带业务	直接用户		61.82	41.76	33.06
	间接用户		26.92	16.54	22.57
	总计		88.74	58.30	55.63
节目传输业务（视频接入业务）			传输地方卫视频道46个、省内非卫视频道12个、部分购物频道以及省内各地方频道	传输地方卫视频道43个、省内非卫视频道12个、部分购物频道以及省内各地方频道	传输地方卫视频道45个、省内非卫视频道10个、部分购物频道以及省内各地方频道

（四）主要原材料、能源及其供应情况

公司生产经营所需的原材料主要为机顶盒、智能卡、电缆调制解调器（Cable Modem）、光缆、电缆等，主要来源于外购。原材料的供应充足，市场竞争较为充分，不存在原材料受制于特定供应商的情形。

（五）发行人主要业务竞争情况分析

1、有线电视及增值业务的竞争状况

根据《广播电视管理条例》第二十三条“同一行政区域只能设立一个区域性有线广播电视传输覆盖网”，目前各广电网络运营商按各自区域经营管理，同一区域仅有一家广电网络运营商，各运营商不存在业务竞争关系。与江苏省广电有线信息网络股份有限公司所辖区域电视及增值业务产生竞争的主要来自其他传输网络运营商或服务商，目前可能的竞争形态主要包括卫星直播电视、地面移动数字电视、IPTV、互联网电视等。

从国家大的战略布局和现有技术条件看，目前直播卫星电视和地面移动数字电视仅定位于有线电视的补充和延伸，与有线电视是相对分工、互为补充、互为备份的关系。直播卫星电视主要是用于实现有线电视无法到达的偏远地区电视信号覆盖，地面移动数字电视主要应用于车载移动电视、公交移动电视、楼宇电视等公益性广播电视传输。直播卫星电视和地面移动数字电视未来与有线电视竞争格局的变化，主要取决于国家宏观信息化战略和相关产业政策的调整，并受到通讯科技发展等因素的影响。

从目前各电视业态的发展情况来看，目前发展较快并有可能直接对广电网络有线电视及增值业务造成冲击的主要是IPTV和互联网电视。

三网融合推进所带来的业务双向进入政策，使电信运营商得以借助IPTV进入电视传输业务领域，通过IP网络上的视频传输技术及良好的互动功能，在直播与点播业务上与有线电视形成竞争。随着电信带宽升级，有线电视在视频清晰度和流畅程度上相比IPTV的优势正逐渐减弱。凭借电信运营商良好的网络基础、技术优势、营销体系和市场手段，IPTV呈现快速发展态势，全国范围用户数已从2005年底的不足30万发展到20134年底的约3,000万，其中江苏用户数约为500万户。

互联网电视无需基于专用网络，其开放性远高于有线电视和IPTV，因此其长期受到政策监管，起步较晚。互联网电视的服务提供方无需拥有自己的物理网络，可直接在互联网上运营，其出现使得电视功能重新定位，电视机由原来被动接受信息的媒介转变为手机、电脑之外进入互联网的第三个入口。此外，互联网电视集成大量应用软件，使得互联网电视机拥有网上购物、游戏、即时通讯、社交平台等多种功能，成为多媒体娱乐终端。

互联网电视的发展和普及打破了有线广播电视传输行业端到端，内容提供商、网络运营商和用户捆绑的运营方式，实现了内容提供商、硬件制造商、网络运营商均可加入互联网电视的新型运营方式。随着牌照管理模式日渐清晰，产业链上各企业都积极与牌照方展开紧密合作。由于直播内容的缺失或低质，互联网电视短期内尚无法代替传统有线电视，但其海量的节目内容、开放式的使用体验将对传统有线电视特别是其增值业务造成巨大冲击。

2、宽带数据业务竞争状况

电信运营商重组完成后，国内宽带运营商形成了“3+1”的格局，即中国电信、中国联通、中国移动等三大电信运营商＋广电网络运营商。整个宽带市场进入以资费下降、速率提高、竞争激烈为特点的高速发展时期。

广电网络运营商从事数据宽带业务尚属起步阶段，无论在基础网络架构、应用技术，还是市场份额、用户粘着度方面，电信运营商在宽带业务上均占据绝对主导地位。广电网络运营商在三网融合的背景下涉足宽带业务，主要受限于出口资源等，与电信运营商远未形成等量级竞争，尚处于业务渗透阶段。近年来公司宽带业务呈现持续增长态势，2009年–2014年，公司宽带用户数分别为15.08万户、32.77万户、45.37万户、53.60万户、58.30万户和88.74万户。在广电网络运营商积极探索增值业务新模式的情况下，推广有线宽带的作用更加凸显。随着三网融合政策性支撑，特别是下一代广播电视网建设布局的完成，借助于广电网络所独有的专网专线的安全性以及终端覆盖广、视频服务领先等优势，有线宽带业务仍有相当广阔的发展空间。

五、发行人业务及生产经营有关的资产权属情况

（一）自有房产

公司及其控股子公司已取得所有权证的房产共计135处，面积59,166.18㎡。经核查所有权证书并在房产管理部门查询，发行人律师认为：该等房产权属清晰，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

（二）土地使用权

公司及其控股子公司拥有的与生产经营有关的土地使用权共计105宗，面积157,115.19㎡。发行人律师经核查认为：该等土地使用权权属清晰，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

（三）商标

公司及其控股子公司南京邦联有线广播电视信息产业有限公司共拥有7项注册商标。

（四）专利

公司及其控股子公司南京邦联有线广播电视信息产业有限公司共拥有31项专利，其中发明专利5项，实用新型专利20项，外观设计专利6项。

（五）计算机软件著作权

公司控股子公司江苏有线数据网络有限责任公司、南京邦联有线广播电视信息产业有限公司和扬州广电网络有限公司共拥有23项计算机软件著作权。经查验上述计算机软件著作权的登记证书并登录国家版权保护中心网站检索，公司拥有的上述计算机软件著作权不存在任何产权纠纷或潜在争议。

（六）特许经营权

公司为广电网络运营商，相关业务运营需要有关国家机关颁发的许可证等文件，目前公司及其控股子公司准安广电宽带网络有限公司、南京邦联有线广播电视信息产业有限公司、江苏有线数据网络有限责任公司、扬州广电网络有限公司、江苏华博在线传媒有限责任公司已取得业务运营所需的所有特许经营权证，总计17项。

六、同业竞争情况

（一）发行人与第一大股东及其控制的其他法人或组织之间不存在同业竞争关系

公司的第一大股东为江苏省广播电视信息网络投资有限公司，本次发行前持有公司23.29%股份。江苏省广播电视信息网络投资有限公司经营范围为：房地产开发经营、投资与资产管理、企业管理与咨询等业务，与公司不存在同业竞争关系。

江苏省广播电视信息网络投资有限公司未直接或间接控制其他法人或组织。

（二）发行人与第一大股东的实际控制人及其控制的其他法人或组织之间之间不存在同业竞争关系

江苏省广播电视总台是江苏省人民政府举办的事业单位，持有江苏省广播电视信息网络投资有限公司89.58%的股份。江苏省广播电视集团有限公司是江苏省人民政府全资控股的公司，江苏省广播电视总台与江苏省广播电视集团有限公司机构重合、内部统一管理。根据实质重于形式的原则，将江苏省广播电视总台和江苏省广播电视集团有限公司同时界定为公司第一大股东的实际控制人。

江苏省广播电视总台主要从事制作与播出广播电视节目、新闻宣传、影视节目等业务，与公司不存在同业竞争关系。江苏省广播电视集团有限公司主要从事省政府授权范围内的国有资产经营、管理、投资、企业托管、资产重组、实物租赁等业务，与公司不存在同业竞争关系。

通过对比江苏省广播电视总台和江苏省广播电视集团有限公司直接或间接控制的其他法人或组织与公司的经营范围，江苏省广播电视总台和江苏省广播电视集团有限公司直接或间接控制的其他法人或组织与公司不存在同业竞争关系。

（三）发行人与持有公司5%以上股份的其他股东之间不存在同业竞争关系

持有公司5%以上股份的其他股东中信中信国安通信有限公司有限公司、南京广播电视集团有限责任公司、苏州市广播电视总台、无锡广播电视集团（无锡广播电视台）和苏州工业园区股份有限公司均未从事与公司相同或相似的业务。

（四）主要股东出具《避免同业竞争的承诺函》

为避免同业竞争，江苏省广播电视总台、江苏省广播电视集团有限公司和持有公司5%以上股权的主要股东均出具了《避免同业竞争的承诺函》，就与公司避免同业竞争事宜作出如下承诺：

1、在本承诺函签署之日，公司及所控制的公司和拥有权益的公司均未直接或间接经营与江苏省广电有线信息网络股份有限公司经营的业务构成竞争的业务，也未参与投资任何与江苏省广电有线信息网络股份有限公司经营的业务构成竞争的其他企业。

2、自本承诺函签署之日起，公司及所控制的公司和拥有权益的公司将不直接或间接经营任何与江苏省广电有线信息网络股份有限公司经营的业务构成竞争的业务，不参与任何与江苏省广电有线信息网络股份有限公司经营的业务构成竞争的其他企业。

七、关联交易情况

（一）经常性关联交易

报告期内，公司在日常经营过程中与关联方存在一定的关联交易，主要包括有线电视信号传输、广告宣传、房产租赁、物业管理等方面。该等关联交易是公司日常经营管理活动所必要的。

1、接受劳务和采购商品

报告期内，常州市武进广播电视信息网络有限责任公司、无锡广播电视发展有限公司、苏州市广播电视总台向公司提供广告宣传及电视节目传输服务，常州市武进广播电视信息网络有限责任公司、溧阳市广播电视信息网络有限责任公司、金坛市金广电信息网络有限公司向公司提供数据业务服务，南京广播电视系统集成有限公司向公司提供工程施工服务和广播电视设备。具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2014年度			2013年度		
		金额	占同类交易金额的比例（%）	占营业成本比例（%）	金额	占同类交易金额的比例（%）	占营业成本比例（%）
常州市武进广播电视信息网络有限责任公司	入网费	375.38	2.78	0.13	295.99	2.55	0.12
	数据业务服务	41.55	0.21%	0.01	–	–	–
无锡广播电视发展有限公司	广告费	235.85	4.21	0.08	363.87	6.52	0.14
溧阳市广播电视信息网络有限责任公司	数据业务服务	27.43	0.14	0.01	–	–	–
南京广播电视系统集成有限公司	工程施工费	10.90	0.02	0.00	–	–	–
	设备采购	1,558.66	1.42	0.54	–	–	–
金坛市金广电信息网络有限公司	数据业务服务	12.02	0.06	0.00	–	–	–

关联方名称	交易内容	2012年度		
		金额	占同类交易金额的比例（%）	占营业成本比例（%）
常州市武进广播电视信息网络有限责任公司	入网费	381.50	4.31	0.18
苏州市广播电视总台	广告费	250.00	6.43	0.12

公司报告期内与常州市武进广播电视信息网络有限责任公司发生的入网费支出系公司常州分公司支付的快乐购物频道、央广幸福购物频道、优购物频道和家有购物频道在常州市武进区的传输费用分成。公司委托常州市武进广播电视信息网络有限责任公司传输上述电视购物频道是由目前省内网络资源整合的现状造成的，常州市广电网络资产分属公司常州分公司（拥有常州市新北区、天宁区、钟楼区、戚墅堰区网络资产）和常州市武进广播电视信息网络有限责任公司（拥有常州市武进区网络资产）所有。为了不因省内广电网络资产权属问题影响正常业务的开展，常州分公司在与各购物频道签订传输协议时先按照常州市区的覆盖范围收取传输费用，再与常州市武进广播电视信息网络有限责任公司就常州市武进区的传输费用进行结算。

电视购物频道是指专门展示各类日用商品，使消费者通过电话、网络订货，并由专业电视购物流公司配送商品的以无店铺商品销售模式为特征的专业化频道，与一般电视频道主要依赖广告业务收入不同，电视购物频道主要通过供销差价来获取利润。目前电视购物频道尚处于起步阶段，但发展潜力巨大，中央电视台、湖南电视台、江苏省广播电视总台等国内大型电视台均成立了自己的购物频道公司，试图抢占电视购物市场的巨大蛋糕。江苏省发达的经济条件和庞大的数字电视用户群体吸引了大量购物频道进入，目前已有多家经营购物频道的企业与公司或各地分公司签订传输协议。这些购物频道一方面为公司增加了可观的传输收入，另一方面也为公司用户提供了更加丰富的电视体验。

公司与常州市武进广播电视信息网络有限责任公司发生的该等关联交易是公司业务发展的要求。由于目前江苏省内广电网络资产整合尚未完成，省内部分网络资产分属各地区网络公司所有的情况依然存在。如果某家购物频道需要与多个网络公司进行谈判协商才能实现在某一区域的传输，势必增加交易成本，不利于这种创新业务模式的推广。考虑到目前公司与各地区网络公司网络之间已实现了互联互通，并且公司与大部分地区网络公司共用省级数字电视平台和计费系统，实质上全省一张网在技术上已经实现，因此采用常州分公司这种先统一对外签署协议再内部结算的交易方式一方面技术上可行，另一方面大大降低交易成本，有利于公司业务多元化发展，可以充分利用江苏省内发达的经济基础做大做强。

公司与常州市武进广播电视信息网络有限责任公司协议约定的上述购物频道在常州市武进区传输价格如下：

频道名称	期限	分成标准（万元/年）	折合每百万用户传输价格（万元/年）
快乐购物频道	2010年6月至2013年7月	140.00	445.86
	2013年7月至2015年7月	96.80	308.28
央广幸福购物频道	2011年4月至2016年4月	82.50	262.74
优购物频道	2011年4月至2013年4月	82.50	262.74
家有购物频道	2011年12月至2013年11月	76.50	243.63
	2014年1月–2018年12月	84.00	267.52
风尚购物频道	2014年1月–2017年1月	85.60	272.61
家家购物频道	2014年5月至2015年5月	84.00	267.52

注1：优购物频道自2013年4月起停止在常州市武进区传输；

注2：截至2014年12月31日常州市武进区拥有数字电视用户31.40万户。

公司与常州市武进广播电视信息网络有限责任公司发生的入网费交易定价公允。快乐购物频道、央广幸福购物频道、优购物频道、家有购物频道、风尚购物频道和家家购物频道在常州市折合每百万用户传输价格与上述频道在常州市武进区的传输价格相当，因此公司与常州市武进广播电视信息网络有限责任公司发生的入网费交易定价合理，具有公允性。

频道名称	传输期限	传输价格（万元/年）	折合每百万用户传输价格（万元/年）	与武进广网分成标准（折合每百万用户）（万元/年）
快乐购物频道	2010年6月至2013年7月	347.00	534.11	445.86
	2013年7月至2015年7月	240.00	369.41	308.28
央广幸福购物频道	2011年4月至2016年4月	220.00	338.63	262.74
优购物频道	2011年4月至2013年4月	215.00	330.92	262.74
家有购物频道	2011年12月至2013年11月	200.00	307.84	243.63
	2014年1月–2018年12月	210.00	323.23	267.52
风尚购物频道	2014年1月–2017年1月	214.00	329.39	272.61
家家购物频道	2014年5月至2015年5月	210.00	323.23	267.52

注：截至2014年12月31日常州市拥有数字电视用户80.07万户。

公司报告期内与常州市武进广播电视信息网络有限责任公司发生的数据业务服务支出系公司在武进地区拓展集团专网业务支付给常州市武进广播电视信息网络有限责任公司的数据业务分成。公司向常州市武进广播电视信息网络有限责任公司支付的数据业务服务费严格按照双方协议约定执行，交易价格公允、合理。

公司报告期内与无锡广播电视发展有限公司发生的信息服务费收入系公司将数字电视开机画面、EPG平台授权淮安市广播电视台运营收取的费用，双方协议的定按45%与55%的比例对收入进行分成，2012年度、2013年度和2014年度公司分别从淮安市广播电视台分得收入150万元、116.04万元和116.04万元。公司收取的信息服务收入严格按照双方协议约定执行，交易价格公允、合理。

公司报告期内与盐城广播电视台发生的信息服务费收入系公司将数字电视EPG图片发布平台授权盐城广播电视台运营收取的费用，双方协议约定按50%与50%的比例对收入进行分成，2012年度、2013年度和2014年度公司分别从盐城广播电视台分得收入120.00万元、125.99万元和259.95万元。公司收取的信息服务收入严格按照双方协议约定执行，交易价格公允、合理。

公司报告期内与无锡广播电视发展有限公司发生的信息服务费收入系公司将点歌频道授权无锡广播电视发展有限公司运营收取的费用。2012年、2014年公司分别与无锡广播电视发展有限公司签订《频道委托经营协议》，约定公司将拥有的点歌频道授权无锡广播电视发展有限公司运营，使用费为500万元/年，合作期限为2012年1月1日–2014年12月31日。公司向无锡广播电视发展有限公司收取的频道使用费严格按照双方协议约定执行，交易价格公允、合理。

公司2012年度与江苏省广电网络科技发展有限公司发生的信息服务费收入系公司将互动电视平台中的“电视银行”栏目授权江苏省广电网络科技发展有限公司运营，使用费为750元/年，运营费用合计650.00万元，2012年度该项业务收入为50万元。公司收取的信息服务收入严格按照双方协议约定执行，交易价格公允、合理。

公司2012年度与南京广播电视集团有限责任公司发生的器材销售收入系公司向南京广播电视集团有限责任公司销售广播电视器材。2012年公司与南京广播电视集团有限责任公司签订协议，向南京广播电视集团有限责任公司提供南京广播网系统平台建设项目和南京网络电视台小微网系统平台建设项目相关设备、软件，并提供安装、系统集成、培训和技术支持，协议金额分别为165.31万元和173.40万元，此外公司还向南京广播电视集团有限责任公司销售服务器硬盘，交易金额为4.8万元。公司向南京广播电视集团有限责任公司销售广播电视器材严格按照双方协议约定执行，交易价格公允、合理。

公司2014年度与南京广播电视集团有限责任公司发生的视频接入费收入包括以下三个部分：

①公司将江苏省广播电视总台综艺频道、公共频道、城市频道、影视频道等电视频道信号传输至省内各省辖市广电网络中心机房所收取的传输费用。2012年度、2013年度和2014年度该等传输收入分别为700.00万元、850.00万元和858.49万元。

公司报告期内与江苏省广播电视总台协议约定的各频道传输价格如下：：

频道名称	传输期限	传输价格
综艺频道	2010年1月–2014年12月	120.00万元/年
公共频道	2010年1月–2014年12月	70.00万元/年
城市频道	2010年1月–2014年12月	120.00万元/年
影视频道	2010年1月–2014年12月	120.00万元/年
优漫卡通频道	2010年1月–2014年12月	80.00万元/年
体育休闲频道	2010年1月–2014年12月	120.00万元/年
国际频道	2010年8月–2014年12月	70.00万元/年
教育频道	2013年1月–2014年12月	150.00万元/年
靓妆、财务天下、幼儿教育频道	2014年1月–2014年12月	60.00万元/年
合计		910.00万元/年

注：江苏教育电视台2012年12月并入江苏省广播电视总台，2013年起江苏省广播电视总台增加教育频道。

②重庆卫视落地费收入。2012年、2013年公司与江苏省广播电视总台分别签订协议，约定由江苏省广播电视总台代理重庆卫视在江苏省内落地的相关事宜，落地期限为2012年1月1日–2014年12月31日，2012年度、2013年度和2014年度落地费收入分别为385.00万元、420.00万元和453.60万元。

③临时传输费和传输线路租用费收入。除江苏省广播电视总台自办频道和重庆卫视的传输收入外，公司还收取江苏省广播电视总台临时传输费和传输线路租用费，2012年度、2013年度和2014年度该等收入分别为126.90万元、170.43万元和137.64万元。

此外，根据《省委办公厅、省政府办公厅转发省广电网络整合工作领导小组关于＜江苏省广播电视信息网络股份有限公司组建方案＞的通知》（苏办[2006]1号）文件精神和《发起人约定》规定，公司报告期内为江苏省广播电视总台免费传输江苏卫视频道。

（2）收取江苏省广播电视总台视频接入费的定价依据

由于有线电视传输业务的特殊性，行业内并没有统一的计价标准，同一广电网络运营商对不同电视台收取的传输费各不相同，同一电视台支付给不同的广电网络运营商的传输费也各有差异，包括天威视讯、歌华有线、电广传媒等上市公司在内的企业都是通过台网双方谈判议价的方式来确定传输费的收取标准。影响传输费收取标准的主要因素包括覆盖用户数、各地用户收视习惯及经济发展水平等。

公司2012年度、2013年度和2014年度分别收取江苏省广播电视总台重庆卫视落地费385.00万元、420.00万元和453.60万元，公司与重庆广播电视集团协议约定重庆卫视2011落地价格为350.00万元，2012年、2013年度和2014年度落地价格分别比2011上涨10.00%、20.00%和29.60%，年均增长率与其他卫视频道落地价格增长情况相当，因此公司与江苏省广播电视总台发生的重庆卫视落地费定价合理，具有公允性。

公司2012年度、2013年度和2014年度有偿传输地方卫视频道30个、29个和31个，公司与各电视台签订的地方卫视频道落地协议约定的落地费用分别为21,531.34万元、24,105.43万元和26,480.50万元，平均每个卫视频道落地价格分别为717.71万元/年、831.22万元/年和854.21万元/年，高于公司收取综艺频道等电视频道的传输价格，原因在于：

①公司在确定传输价格时需要考虑收视群体的收视习惯。拥有大量忠实观众的电视频道在与公司进行传输价格协商时拥有非常强势的地位，如中央电视台3套、5套、6套、8套等电视频道不仅不需要向公司支付传输费，反而每年会