
引力传媒股份有限公司
2017 年非公开发行股票预案



二〇一七年三月

发行人声明

1、引力传媒股份有限公司（以下简称“发行人”、“引力传媒”）及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对本次非公开发行股票预案的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

2、本次非公开发行股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次非公开发行股票引致的投资风险，由投资者自行负责。

3、本次非公开发行股票预案（以下简称“本预案”）是公司董事会对本次非公开发行股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

4、投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

5、本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行股票相关事项的实质性判断、确认、批准或核准，本预案所述本次非公开发行股票相关事项的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。

特别提示

1、本次非公开发行 A 股股票方案已经公司第二届董事会第十八次会议审议通过，尚需公司股东大会批准。根据《公司法》、《证券法》以及《上市公司证券发行管理办法》等相关法律、法规和规范性文件的规定，本次非公开发行 A 股股票需要获得中国证监会核准。本次非公开发行股票完成后，尚需向上海证券交易所、中国证券登记结算有限责任公司上海分公司办理股份登记及上市申请事宜。

2、本次非公开发行股票的发行对象范围为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者，发行对象不超过 10 名。最终发行对象将在本次发行申请获得中国证监会的核准文件后，根据发行对象申购报价情况，由董事会与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

3、本次非公开发行的定价基准日为本次非公开发行的发行期首日。发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价的 90%（定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额÷定价基准日前 20 个交易日股票交易总量）。最终发行价格将在公司取得中国证监会对本次发行的核准批文后，按照《上市公司非公开发行股票实施细则》的规定，根据竞价结果由公司董事会与保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司 A 股股票在本次非公开发行定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，公司将调整发行底价进行相应调整。

4、本次非公开发行的股票数量为募集资金金额除以发行价格，且不超过本次非公开发行前公司总股本的 20%，即不超过 5,422.26 万股（含本数）。最终发行数量将提请公司股东大会授权董事会根据实际情况与主承销商协商确定。

若公司 A 股股票在本次非公开发行董事会决议日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，公司将调整发行数量进行相应调整。

5、本次非公开发行股票募集资金总额（含发行费用）不超过 115,100.00 万元，扣除发行费用后，募集资金净额拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金
1	电视综艺节目	69,580.00	69,580.00
2	网络综艺节目	10,520.00	10,520.00
3	总部办公大楼	36,500.00	35,000.00
合计		116,600.00	115,100.00

若本次非公开发行实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金金额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹资金方式解决。

在本次非公开发行 A 股股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序予以置换。

6、本次非公开发行股票完成后，本次投资者认购的股份自发行结束之日起十二个月内不得转让。

7、本次发行前公司的滚存未分配利润将由发行后的新老股东共同享有。

8、本次非公开发行完成后，公司控股股东与实际控制人不变，不会导致公司股权分布不具备上市条件。

9、根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》及《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》的规定，公司进一步完善了公司利润分配政策，公司第二届董事会第十八次会议审议通过了《公司未来三年（2017 年-2019 年）股东分红回报规划》，该议案内容需经公司股东大会审议通过。

10、本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司的总股本将增加。虽然公司将合理有效使用本次发行所募集资金，但是募投资项目产生效益需要一定的时间。根据测算，本次发行可能导致公司发行当年每股收益较上年出现下降的情形，本次非公开发行募集资金到位当年公司的即期回报存在短期内被摊薄的风险。敬请广大投资者注意投资风险。

11、本次非公开发行股票方案尚需提交公司股东大会审议通过，并经中国证监会核准后方可实施。

目 录

发行人声明.....	2
目 录.....	6
释义.....	8
第一节 本次非公开发行概要.....	9
一、本公司的基本情况	9
二、本次非公开发行的背景和目的	9
三、本次非公开发行的具体方案	12
四、本次非公开发行是否构成关联交易	14
五、本次非公开发行是否导致公司控制权发生变化	14
六、本次非公开发行的审批程序	14
第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析.....	15
一、本次非公开发行股票募集资金使用计划	15
二、本次募集资金投资项目情况	16
三、项目必要性和可行性分析	17
四、项目投资估算及筹资方式及项目经济评价	25
五、本次募集资金对公司经营管理和财务状况的影响	27
第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析.....	29
一、本次发行对公司业务、资产、公司章程、股东结构、高级管理人员结构及业务结构的影响	29
二、本次发行后，公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况	30
三、本次发行后公司与控股股东及其关联方之间关系的变化情况	30
四、本次发行完成后，上市公司是否存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，或上市公司为控股股东及其关联人提供担保的情形	30
五、上市公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的情况	31
第四节 本次发行相关的风险说明.....	32
一、募集资金投资项目实施风险	32

二、审批风险	32
三、发行风险	32
四、行业竞争加剧的风险	32
五、政策风险	33
六、财务风险	33
七、股价波动的风险	33
第五节 公司利润分配政策及执行情况.....	34
一、公司现行章程规定的利润分配政策	34
二、公司最近三年利润分配情况及未分配利润使用情况	37
三、公司未来三年的股东回报规划	38

释义

除非文中另有所指，下列词语具有如下涵义：

发行人/本公司/ 公司/引力传媒	指	引力传媒股份有限公司
控股股东	指	罗衍记
实际控制人	指	罗衍记与蒋丽夫妇
股东大会	指	引力传媒股东大会
董事会	指	引力传媒董事会
监事会	指	引力传媒监事会
合众创世	指	北京合众创世管理咨询有限公司，发行人的股东，受发行人控股股东控制
《公司章程》	指	《引力传媒股份有限公司章程》
本次发行/本次非 公开发行	指	引力传媒股份有限公司 2017 年非公开发行 A 股股票的行为
本预案	指	引力传媒股份有限公司 2017 年非公开发行股票预案
定价基准日	指	本次非公开发行的发行期首日
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
最近三年	指	2013 年、2014 年、2015 年
元/万元	指	人民币元/人民币万元

本预案任何表格中若出现总计数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第一节 本次非公开发行概要

一、本公司的基本情况

1、中文名称：引力传媒股份有限公司

英文名称：Inly Media Co., Ltd.

2、股本总额：271,113,000 股

3、法定代表人：罗衍记

4、设立日期：2005 年 8 月 10 日

5、住所：北京市海淀区阜外亮甲店 1 号中水园乙 3 号楼 105 室

办公地址：北京市朝阳区西大望路通惠国际传媒广场 2 号楼 5 层

6、经营范围：制作发行动画片、专题片、电视综艺（不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目）；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；承办展览展示活动；市场调查；经济贸易咨询；投资咨询；企业管理咨询；企业策划、设计；公共关系服务；销售工艺美术品及收藏品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

7、统一社会信用代码：91110000779543497B

二、本次非公开发行的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

1、国家宏观政策的大力支持有利于广告行业的稳定发展

自 2008 年以来，国家有关部门相继出台了多项政策及指导意见，将促进包括广告产业在内的文化产业发展提升到国家战略层面，从产业准入到金融支持等方面都明确了各项支持措施。

2011 年 10 月 18 日，中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议通过《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》，指出要在重点领域实施一批重大项目，推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业。2012 年 2 月，国家“十二五”文化改革发展规划纲要提出，构建现代文化产业体系，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，培育骨干企业，扶持中小企业，完善文化产业分工协作体系。国家宏观政策的大力支持将有利于我国广告传媒行业的稳定发展。

2016 年 7 月 8 日，国家工商总局发布《广告业发展“十三五”规划》（以下简称《规划》），总结“十二五”时期广告业发展成果，明确“十三五”时期广告业发展的指导思想、基本原则和发展目标。

《规划》确定了“十三五”时期广告业发展的 10 项重点任务，包括提升广告企业服务能力、进一步优化产业结构、促进广告产业创新、推进广告产业融合发展、提升广告产业国际化水平、完善公益广告发展体系、建设广告业公共服务体系、发展广告研究和教育培训、促进广告市场秩序继续好转、推进行业组织改革发展。

2、新型广告营销模式增长迅速

近年来，随着电视广告经营的进一步发展，特别是在电视台节目创新能力的增强以及收视竞争日趋激烈的推动下，我国电视娱乐节目发展迅速，收视份额逐年上升，例如各类真人秀节目、综艺类节目、互动游戏类节目等精彩纷呈、备受关注。我国电视广告的播出形式也逐步发生改变，受到监管政策对广告时长的限制，传统常规广告出现的次数将会减少，而特殊形式广告成为各电视台广告资源开发的主要内容。在此背景下，电视台通过对电视广告资源的管理和开发，以电视节目为单位，将电视节目的特殊形式广告和常规广告以多种形式进行打包销售，这也成为广告公司代理广告主进行广告投放的一种重要模式。近年来，随着我国电视娱乐节目的蓬勃发展，电视节目广告投放业务增长较快，未来将成为我国电视广告增长的重要推动力。

近年来，随着我国互联网技术水平的发展以及国家产业发展政策的支持，网络视频媒体在社会传播中的作用日益重要，网络视频的优势逐渐显现，吸引了社会各类群体的参与，迅速向社会各个领域渗透。以互动营销、定位传播为主要传播形式的网络视频广告等广告市场将成为未来我国广告业的重要增长点。

3、在新的媒介技术革新下综艺节目发展迅速

综艺节目投资及制作，属于文化产业，受益于《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》、《文化产业振兴规划》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》等一系列鼓励扶持文化产业发展的政策。该行业整体面临着前所未有的发展机遇。

媒介技术革新在应用领域进步飞速，人们在信息传播和影音娱乐方式的消费又有了新的选择和习惯。综艺节目作为历史较为悠久的电视内容，是独立于电影、电视剧、新闻类节目之外第四大内容体系。近年来，其从过去单纯的娱乐内容开始向各个垂直细分领域延伸。因为其可以接纳各种表现形式，相比于电视和电影自由度更高，其内容表现形式更加多样化和专业化。目前，优质的综艺节目已然形成了自身独特的 IP 价值体系，构建出包括广告、衍生品、改编其他产品等多种变现的方式。

4、公司致力于打造新型营销服务生态产业链

公司业务发展的战略规划是“一体两翼”，围绕广告客户的品牌建设和传播需求，充分利用自身积累的各项优势，在国家加快发展文化产业的时代背景下，做大做强传统媒介代理业务，优先发展内容产业，战略发展数字产业。公司将以广告客户的趋势性需求作为出发点，以内容为核心，推动多屏联动、线上线下互动的整合营销，在内容制作和投资上，特别是综艺节目的制作和投资，公司将进一步加强该领域的布局，向市场推出更有竞争力的节目内容，完善内容产业链的业务布局。

（二）本次非公开发行目的

1、整合公司上下游资源、完善产业布局，加快实现公司战略目标

公司已经建立以媒介代理业务为本体，优先发展内容产业，战略发展数字产业的布局。公司拟通过非公开发行股票募集资金，将发挥自身客户和电视台等媒体资源多年积累的优势，延伸公司服务链条，从客户需求、文化内容制作运营、营销和整合传播方面，扩大媒介代理与内容营销板块的业务规模，进而提升公司盈利能力。

2、增强公司资金实力

行业集中度的提升和业内资源的整合是我国广告行业的发展趋势。一些拥有资本和规模优势的公司不断收购兼并其他广告公司或拓展分支机构，规模不断扩张。行业市场

集中度日趋提高，对资金投入的持续性与及时性都提出了更高的要求。资金实力已经成为内容制作行业核心竞争力之一。通过本次非公开发行股票，公司的资金实力将获得极大提升，为公司进入综艺节目版块的项目开展与服务创新提供有力的支持。同时，公司在原有业务品牌内容整合营销及传统媒体投放领域也将具备更强大的资本实力。

3、进一步提升公司的市场竞争力和持续盈利能力

公司在现有各项积累的基础上，增强面向市场的资源集聚能力和快速响应能力，为公司的合作客户提供高质量、更加多样化的内容产品，更快、更好地提升企业产品制作实力，提升公司影响力，形成开放式平台生态体系，极大地提升公司的行业竞争力。

同时在严格控制募集资金投资项目风险和保障投资收益的前提下，本次非公开发行将进一步提高公司的持续盈利能力，优化公司业务模式，实现多元化的、可持续的发展。

三、本次非公开发行的具体方案

（一）非公开发行股票的种类和面值

本次非公开发行的股票为人民币普通股（A股），每股面值人民币1元。

（二）发行价格和定价方式

本次非公开发行的定价基准日为本次非公开发行的发行期首日。发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价的90%（定价基准日前20个交易日股票交易均价=定价基准日前20个交易日股票交易总额÷定价基准日前20个交易日股票交易总量）。最终发行价格将在公司取得中国证监会对本次发行的核准批文后，按照《上市公司非公开发行股票实施细则》的规定，根据竞价结果由公司董事会与保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司A股股票在本次非公开发行定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，公司将对发行底价进行相应调整。

（三）发行数量

本次非公开发行的股票数量为募集资金金额除以发行价格，且不超过本次非公开发行前公司总股本的20%，即不超过5,422.26万股（含本数）。最终发行数量将提请公司股东大会授权董事会根据实际情况与主承销商协商确定。若公司A股股票在本次非公开

发行董事会决议日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，公司将对发行数量进行相应调整。

（四）发行对象及认购方式

本次发行的最终发行对象为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者等符合中国证监会规定的法人、自然人或其他合格投资者，发行对象不超过 10 名。证券投资基金管理公司以其管理的 2 只以上基金认购的，视为一个发行对象；信托投资公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。其他特定投资者由发行人董事会和保荐机构（主承销商）根据中国证监会相关规定，在获得中国证监会核准后，通过询价的方式确定。

所有发行对象均以人民币现金方式认购本次非公开发行的股票。

（五）限售期

本次非公开发行股票完成后，本次投资者认购的股份自发行结束之日起十二个月内不得转让。

（六）本次发行前的滚存利润安排

本次非公开发行前发行人滚存的未分配利润将由本次非公开发行完成后的新老股东共同享有。

（七）上市地点

本次发行的股票在锁定期满后，将在上海证券交易所上市交易。

（八）募集资金投向

本次非公开发行股票募集资金总额（含发行费用）不超过 115,100.00 万元，扣除发行费用后，募集资金净额拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金
1	电视综艺节目	69,580.00	69,580.00
2	网络综艺节目	10,520.00	10,520.00
3	总部办公大楼	36,500.00	35,000.00

合计	116,600.00	115,100.00
----	------------	------------

若本次非公开发行实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金金额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹资金方式解决。

在本次非公开发行 A 股股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序予以置换。

（九）本次发行股票决议的有效期限

本次非公开发行股票决议的有效期为股东大会审议通过之日起 12 个月内。

四、本次非公开发行是否构成关联交易

目前，本次发行尚未确定发行对象，最终是否存在因关联方认购公司本次非公开发行股份构成关联交易的情形，将在发行结束后公告的发行情况报告中披露。

五、本次非公开发行是否导致公司控制权发生变化

本次非公开发行股票前，公司的控股股东为罗衍记，实际控制人为罗衍记与蒋丽夫妇。罗衍记与蒋丽夫妇直接和间接持有公司股份合计为 16,900 万股，持股比例为 62.34%。

假定本次公开发行的股份数量为 5,422.26 万股，本次发行后的罗衍记与蒋丽夫妇合计持股比例将不低于 51.95%，仍为公司实际控制人，本次发行不会导致公司控制权发生变化。

六、本次非公开发行的审批程序

本次发行方案已经公司第二届董事会第十八次会议审议通过，尚需获得公司股东大会审议批准，报中国证监会核准。

上述呈报事项能否获得相关批准、审批和核准，以及获得相关批准、审批和核准的时间，均存在不确定性，提请广大投资者注意审批风险。

第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次非公开发行股票募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金总额（含发行费用）不超过 115,100.00 万元，扣除发行费用后，募集资金净额拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金
1	电视综艺节目	69,580.00	69,580.00
2	网络综艺节目	10,520.00	10,520.00
3	总部办公大楼	36,500.00	35,000.00
合计		116,600.00	115,100.00

若本次非公开发行实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金金额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司以自筹资金方式解决。在本次非公开发行 A 股股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序予以置换。

公司根据市场与媒体的研究，为客户制定传播策略与媒介计划，实行规模化、集中化的媒介谈判与购买，并进行广告投放监测和效果评估，提供精准、经济、有效的传播服务。采购渠道主要集中在电视媒体，包括央视、省级卫视、省级地面频道等，同时为应对受众碎片化，顺应广告主的品牌传播需求，公司加大了互联网视频等网络媒体的投放力度。在传统电视常规时段广告代理外，公司一直致力于服务品牌与电视节目内容深度结合的广告传播服务，为客户提供节目冠名、特约（赞助）播出、植入、节目内广告（主持人口播、字幕等）、互动、角标等特殊形式广告投放服务。

近年来，公司在电视、网络节目等内容的研发、投资、制作领域着力布局，以更好满足客户的需求，进行产业链的延伸。在传播策略与媒介代理领域，公司已经具备了丰富的市场经验和较高的行业地位；在内容制作方面，公司已经积累了一定的经验并有丰厚的节目制作资源；在发布渠道上，公司与央视、卫视、省级地面频道以及互联网视频

平台有良好合作基础及成功的合作经验。

二、本次募集资金投资项目情况

（一）电视综艺节目建设项目

项目类型	项目实施主体	项目数量	项目总投资	募集资金拟投入额	项目时间
电视综艺节目	公司或控股子公司	拟投资制作 7 部电视综艺节目	69,580.00 万元	69,580.00 万元	2017 年 6 月至 2019 年 5 月

（二）网络综艺节目建设项目

项目类型	项目实施主体	项目数量	项目总投资	募集资金拟投入额	项目时间
网络综艺节目	公司或控股子公司	拟投资制作 2 部网络综艺节目	10,520.00 万元	10,520.00 万元	2017 年 6 月至 2019 年 5 月

（三）总部办公大楼项目

项目类型	项目实施主体	项目位置	项目总投资	募集资金拟投入额	项目时间
总部办公大楼	公司或控股子公司	拟购北京市区办公场所	36,500.00 万元	35,000.00 万元	2018 年上半年

三、项目必要性和可行性分析

（一）电视综艺节目建设项目

1、电视综艺节目项目投资的必要性

（1）顺应国家文化产业政策和老百姓文化消费的需要

电视综艺节目投资及制作，受益于《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》、《文化产业振兴规划》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》等一系列鼓励扶持文化产业发展的政策；老百姓对综艺娱乐的欢迎，该行业迎来前所未有的发展机遇。

2016 年 6 月，国家广播电影电视总局发出《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》（以下简称通知），就加强自主创新、引进模式管理、920 时段编排等做了进一步明确。《通知》要求各卫视要特别注意提高晚间时段自主原创节目播出比重。《通知》要求各卫视把节目原创作为自主创新工作的核心，只有具有中华文化基因和中国特色、中国风格、中国气派的自主创新节目，才能更好地讲好中国故事、弘扬中国精神。《通知》引导创作更多更好的符合主流价值观，符合老百姓消费需求的电视综艺节目。

（2）电视节目市场需求量大，制播分离市场机制日趋成熟

电视综艺节目已经成为传媒娱乐行业的新热点，综艺节目的供需缺口大，重播率高。大量电视台依然面临节目来源不足的局面，综艺节目尤其是优质节目依然是一线卫视和新媒体视频公司的兵家必争之地。目前各大电视台纷纷秀出了多档综艺节目，收视率排名靠前的《中国新歌声》、《欢乐喜剧人》、《最强大脑》、《喜剧总动员》等都是制播分离的节目，制播分离合作模式成为趋势。

2016 年卫视综艺节目 TOP10:

序号	节目名称	频道	节目类型	(35 城) 收视率%
1	奔跑吧兄弟 3	浙江卫视	真人秀	4.469
2	奔跑吧兄弟 4	浙江卫视	真人秀	3.727
3	中国新歌声	浙江卫视	音乐类	3.172

4	欢乐喜剧人 2	上海东方卫视	喜剧类	2.797
5	王牌对王牌	浙江卫视	喜剧类	2.442
6	极限挑战 2	上海东方卫视	真人秀	2.486
7	最强大脑 3	江苏卫视	益智类	2.283
8	喜剧总动员	浙江卫视	喜剧类	2.076
9	我是歌手 4	湖南卫视	音乐类	1.981
10	二十四小时	浙江卫视	真人秀	1.893

数据来源：央视索福瑞，2016 年，4+人群，35 城网

真人秀、音乐、游戏和喜剧等综艺节目是满足老百姓文化消费、娱乐消遣的重要形式；近两年，弘扬中华优秀传统文化，讲好中国故事、体现中国精神的文化类节目，与老百姓的日常生活衣食住行结合比较紧密的生活服务类节目被广泛关注。

自从广东电视台《生存大挑战》开播以来，真人秀这种全球炙手可热的综艺类型让中国观众领略到了这类节目的魅力，包括中央电视台在内的各大卫视基本都开办了真人秀节目，最近三年“真人秀”的浪潮席卷中国。代表性的真人秀节目浙江卫视《奔跑吧兄弟》、东方卫视《极限挑战》等。

2015 年暑期，公司投资制作的《壮志凌云》在江苏卫视、爱奇艺、优酷、腾讯、乐视等平台播出，是国内首档飞行类励志真人秀节目，引起了较高的关注度和反响。节目中选手经过严苛的训练和测试，克服心理、体能的重重困难和考验，不断挑战自我、突破自我，最终驾驶飞机冲上云霄实现“蓝天梦”。节目在江苏卫视首播平均收视率过 1%（央视索福瑞，4+人群，35 城市组），在爱奇艺等五大视频网站浏览量合计过五亿，树立了良好的口碑。

音乐类节目受众广泛，广告品牌也比较关注。2012 年浙江卫视《中国好声音》在节目影响力和商业上都获得了巨大成功。紧接着湖南卫视《我是歌手》突破以往的平民选秀的形式，采用成名歌手进行竞演，使得节目的可看性和刺激性更强。近年来，音乐类节目有综艺化趋势，《蒙面歌王》、《我想和你唱》等节目均属此类。

2016 年一季度，公司投资制作了音乐类节目《看见你的声音》，在江苏卫视、爱奇艺、乐视网、腾讯视频、sohu 视频、PPTV 等平台播出。这档节目在江苏卫视播出平均

收视率达到 1.15%（央视索福瑞，4+，35 城市组），全网视频播放量突破十亿，网络话题阅读量超过 11.3 亿。

文化类节目近两年推陈出新，弘扬中国传统文化、具有中国特色、中国风格、中国气派的自主创新节目越来越多，既符合国家倡导的讲好中国故事、弘扬中国精神的主旋律要求，又给观众、市场带来了文化产品消费的多样化选择。央视《汉字听写大会》、《中国诗词大会》、《见字如面》、《朗读者》等节目都获得好口碑。文化生态多种多样，观众需要哈哈爆笑来解压，也需要悠久的历史来滋养。在这样的社会现实和需求下，文化类节目迎来了绝佳时机，文化节目相继涌现似乎是一种时代的必然，也是一种价值的回归。观众在娱乐之余，也会产生新的需求——对自我、对世界产生疑问，寻求答案。优质的文化节目也就适时而生。2017 年一季度，公司控股子公司投资制作的《非凡匠心》，在北京卫视播出，获得了很好的口碑。

生活服务类节目在服务性的基础上注入了娱乐元素，更加符合观众、市场需求，能够满足品牌传播和营销转化，渐渐成为企业和媒体新宠，打开了综艺市场的新格局。生活服务类节目的垂直性，能够帮助广告主精准的捕捉目标消费者，针对目标受众进行精准营销。广告主可以依托内容深度地将产品进行有效曝光，用电视的语言完整呈现在消费者面前，此类节目的服务性、实用性对观众而言更具吸引力。美食、旅游、家装、电商等类别节目如今都已日渐成熟。这类节目“小而美”，能为有需求的品类及品牌量身定制，充分植入品牌功能特点等信息。中央电视台的《交换空间》，以及东方卫视的《梦想改造家》、北京卫视《暖暖的新家》等节目让观众看到日常的“装修”也可以玩出新花样。

2016 年，公司控股子公司投资制作的周播节目《幸运秀》属于新型生活服务类节目，是为电商平台打造的垂直节目模式，节目加强了与观众的互动性，节目赞助品牌充分与节目相融合，为观众带来众多实惠产品。

(3) 客户对优质的内容资源有强力的传播需求

在当前传播大环境下，传统广告形式推送已经不能满足广告主的深度传播需求，内容资源合作可以有效植入品牌信息，潜移默化地影响受众，并能围绕内容爆点进行整合传播，广告、品牌内容化趋势催生内容资源的快速增长。

2、电视综艺节目投资的可行性

(1) 市场需求和市场规模快速增长，具备良好的市场及盈利前景

近年来，我国综艺节目内容生产能力不断增长，但仍不能满足电视台的需求，综艺节目的供需缺口大，重播率高，大量电视台依然面临节目来源不足的局面，而有强大市场影响力的精品节目更加稀缺。

目前电视仍是广告主投放广告优先选择的媒体之一，优秀综艺节目内容能带来丰厚的广告收入。电视媒体成为互联网品牌提升公信力以及扩展用户群体的有效宣传渠道。此外，T2O，O2O、二维码等互动技术引入电视端，实现电视媒体与互联网的协同，让受众参与到节目中从而对品牌产生更深刻的印象，电视媒体在互联网时代下的媒体价值，通过自身优势以及不断创新反而得到了提升。

据搜视网统计，近年来综艺节目冠名费一路走高。2016 年湖南卫视的王牌节目《快乐大本营》获得 7 亿冠名。浙江卫视的两档节目《奔跑吧兄弟》和《中国新歌声》的广告价格记录也被不断刷新。其中，《奔跑吧兄弟》第一季获得凌渡 1.3 亿冠名，第四季获得伊利 5 亿冠名。精品综艺节目市场需求旺盛，具有广阔的市场空间。

随着经济的发展，传播媒介不断变化，客户的传播需求日益多样化，公司将适应时代的潮流，在夯实传统媒介代理业务的同时，通过大力发展内容产业，增强业务能力。公司将始终坚持以客户需求为核心，创意化整合各个传播载体，为品牌的传播提供动力，产生巨大的爆发力。公司将继续坚持内容为王的出发点，为客户的传播需求量身定制传播内容，提升客户品牌的影响力。公司也将适应市场的快速变化，积极打通内容传播的全产业链，包括电视节目的投资制作、电视节目在互联网的发行，衍生产品的开发等，拓展公司的营收结构，为股东创造更多价值。

(2) 综艺节目制播分离机制深化，为内容制作机构提供了巨大发展空间

随着电视行业制播分离政策的全面推行，除新闻类节目之外，大部分电视节目都将由社会制作公司提供制作，其中包括从电视台内分离出来的制作公司。随着电视台之间竞争的加剧及制播分离政策的实行，社会电视节目制作机构有充分的发展空间。社会制作公司在与电视台不断增多的合作中，合作模式也在不断突破。市场化的制播分离新模式，已经成为趋势。

(3) 公司具备丰富的电视节目制作、运营经验

近年来，公司已经投资制作并成功运营多档季播、周播综艺节目，积累了丰富的综艺节目制作运营经验，公司引进了多名国内知名的制作人才，已经建立起一支内容研发、制作的优秀队伍；2015 年，公司还参股了国内最优秀的节目后期制作公司星驰传媒，该公司参与了现象级节目浙江卫视《奔跑吧兄弟》、湖南卫视《爸爸去哪儿》的后期制作。

(4) 公司具备强大的内容营销能力

公司拥有丰富的客户资源、稳定的服务团队、较强的营销能力和执行力。公司在节目内容营销上也方法论和营销工具。公司积累了大量内容营销广告客户，分布在电商、快消、日化、家电、汽车等行业。2014 年、2015 年以来，公司累计为近百个品牌提供多达 50 多档节目的内容营销传播服务，包括中央电视台《星光大道》、《中国成语大会》、《中国谜语大会》、湖南卫视《我是歌手》、《奇妙的朋友》、浙江卫视《十二道锋味》、《奔跑吧兄弟》、《中国新歌声》等多档节目深度内容营销传播服务，团队积累了丰富的经验和成功案例。

(5) 公司具有与电视台、互联网视频等良好的渠道合作关系

公司多年一直专注与电视台、互联网视频平台的合作，与央视、各省级卫视、地面频道及视频网站等从广告购买、节目播出、版权购买等都有良好的沟通和合作关系。每年在电视台、互联网视频有超过十亿的广告发布，超过十档节目的内容营销服务。《壮志凌云》、《看见你的声音》等节目互联网视频版权合作，也为公司积累了节目版权发行的经验。

(二) 网络综艺节目投资的必要性和可行性分析

1、网络综艺节目投资的必要性

(1) 国家政策给行业带来的发展机遇

网络综艺节目的发展与国家在政策层面上的支持密不可分。2015 年 3 月 5 日十二届全国人大三次会议政府工作报告首次提出，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展”。各行业都尝试用互联网平台挖掘传统内容的新亮点，从而创造新产品。传媒领域的“互联网+综艺”蓬勃发展成为纯网综艺，政策给行业带来了发展机遇。

(2) 多屏时代内容发展趋势，创新播出方式和互动性的需要

综艺节目的播出已进入多屏时代，“台网互动”“台网联播”等诸多创新播出方式使得综艺节目市场化竞争愈演愈烈，精品综艺内容价值凸显。内容为王的时代，精品综艺的电视收视和网络播放量之间的正相关性被强化，台网差异变小，同一内容跨屏表现趋同。

网综注重体现互动性，抓住 80、90 后人群。纯网综艺更加注重用户的互动参与，无论从运作模式的创新性，还是内容制作，以及宣发播出，都尽可能的与观众发生关系。网络视频平台作为节目的传播载体，由于高度的开放性、超时空性、实时性等特征，让受众不再像过去一样处于被动的受传者地位，而成为拥有主动权的平等主体。他们凭借多种反馈渠道和交互手段成了节目的主动传播者，甚至能参与到节目的制作层面，根据受众的最新反馈，如点播量、留言等来改变主题或对部分内容作出回应，实现节目传授角色的融合。

“弹幕”也是这种交流和互动的有趣体现，这种即时、直接的交流形式越来越被广大的年轻受众所接受和喜爱，五花八门的弹幕十分引人注目，对弹幕内容的好奇和参与交互的热情成为年轻人点选观看网络综艺节目的一大理由。

(3) 网络平台对优质资源进行竞争和购买，市场潜力巨大

网络综艺由于点击量高、可以反复观看、广告回报丰富、大数据营销等优势，更有利于品牌沉淀，视频也更有利于网友间进行分享，形成二次传播，增强品牌影响力。因此，网综市场潜力十分巨大。

据光明日报报道，2014 年堪称纯网综艺的“井喷之年”，五大主流视频网站全年累计上线约 150 档节目，同比增长 200%，市场规模初现，腾讯视频的《你正常吗》、搜狐视频的《隐秘而伟大》；到 2015 年进入“迭代之年”，《奇葩说》、《偶滴歌神啊》、《晓松奇谈》等，引发全行业对网络综艺的高度关注；2016 年，《火星情报局》、《爸爸去哪儿 4》等，可谓是进入了纯网综艺的黄金时代。

各播出平台对优质综艺资源进行竞争和购买，大大提升了精品综艺的交易价格。近年来，随着新媒体播出平台的日渐壮大和完善，国内综艺节目市场由各大卫视间的相互竞争逐渐转化为各大卫视、地面频道和新媒体播出平台群雄竞逐的局面。

(4) 客户对于网络综艺节目的需求日趋增加

近年来，随着互联网及网络综艺节目的蓬勃发展，越来越多的客户的广告传播思路也发生了变化，市场对网络综艺内容有了巨大需求。

随着网络综艺节目的火爆发展，会有更多的客户选择网络综艺节目深度合作，正是因为客户对网综的市场需求，公司也将生产制作更多优质的网络综艺内容服务于客户，与客户充分沟通品牌需求定制节目，或者与节目组共同探讨深度植入形式。

2、网络综艺节目投资的可行性

(1) 市场需求快速增长，传播渠道日趋多样化，具备良好的市场前景

网络自制综艺的发展势不可挡。从最初的《大鹏吧》到后来的《晓说》再到现在的《晓松奇谈》、《奇葩说》、《我去上学啦》、《火星情报局》等等，能让用户真正点击和接受的互联网品牌综艺名单越来越长。题材上，网综也跨越脱口秀，走向真人秀、推理、减肥、美食、时尚等细分垂直领域。

网络综艺精准定位人群，还有不同于传统电视综艺的营销新玩法。未来，互联网综艺依然会出现大投入、大产出的大型综艺节目，并且真正受互联网欢迎的内容才会出“爆品”，各大视频媒体将会加大优质节目的争夺。近来，网络自制综艺也一直在寻求出路，成功的创新出了具有“服务型、生活化的垂直类细分内容”、“能够满足吐槽需求的言论类节目”、“直播+互动类节目”等具有强烈互联网气质的节目。

(2) 新媒体广告规模增长，企业新媒体预算增加

中国新媒体广告市场蓬勃发展。其中网络视频用户也呈现逐年上升的趋势，2017年1月CNNIC发布的第39次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2016年12月，中国网络视频用户规模达5.45亿，较2015年底增加4064万人，增长率为8.1%；网络视频用户使用率为74.5%，较2015年底提升了1.3个百分点

网络自制实力提升，各家视频网站开始布局自制节目，如爱奇艺《奇葩说》、腾讯视频《你正常吗》已经形成很大影响力。网络自制节目由于受众定位更精准，节目形式新颖有趣也越来越受到广告主的欢迎。视频网站也涌现出不少现象级纯网综艺，如《奇葩说》、《火星情报局》等持续成为广告主关注的热门资源，使得广告主重新规划各媒体的广告花费，增加向网络优质内容转移的预算。

(3) 公司具有丰富的客户资源和综艺项目经验，为发展网络综艺奠定了基础

公司经过多年的运营，形成了丰富的客户资源和综艺节目投资和商务植入运营经验，为公司向网络综艺制作和运营转型奠定了坚实的基础。

《偶像就该酱婶》是公司联合国内领先的视频网站平台优酷共同打造国内首档问道体验秀。节目邀请岳云鹏、薛之谦、华晨宇、撒贝宁、邓紫棋、沈腾、沙溢等艺人，每期节目围绕一位嘉宾量身定制直戳痛点的花样两难选择题，看嘉宾在“选择困难症”频繁现场会表现如何。该节目于 2016 年下半年上线，总播放量突破 4 亿，网络话题阅读量 8 亿次以上，话题讨论量 91 万多，取得了不俗的效果。

（三）总部办公大楼投资的必要性和可行性分析

1、符合公司总体战略规划，满足公司日益升级的办公需要

目前公司的办公场所均以租赁方式取得，总部和控股子公司在北京租赁的办公面积 5000 平方米左右，年租金和物业管理费用超过 1100 万元。未来随着公司的发展，办公面积会进一步增加，北京写字楼租金价格逐年上涨，将会为公司带来一定的财务压力。同时，购置的物业在日后公司向银行等金融机构申请贷款时，可以作为合适的抵押物，有助于改善公司轻资产的财务结构，提升公司资产质量。

在新的总部建成之后，可以解决目前一些子公司异地办公的问题，目前公司与子公司办公地点较为分散，各环节沟通和协助效率有待提高。本项目的实施，将公司及控股子公司相关人员聚集在一起办公，进行面对面办公，便于公司日常管理，提高公司整体的运作效率。此外，购置房产也有助于提升公司形象，增强客户对公司的认可度，进而有利于公司各项业务的顺利开展。

2、有助于提升公司形象，吸引优秀人才

公司作为国内领先的媒介代理服务型企业，要吸引大量优秀人才，因此离不开企业品牌和文化建设。公司将企业文化和品牌宣传作为发展战略的重要一环，能够在北京市主要商圈拥有舒适、充足的办公场所，无形中也给企业宣传带来了宝贵的财富。

3、自营场地面积增加，为后续发展预留足够空间

目前公司及控股子公司租用的北京办公场所建筑面积 5000 平米左右，拟购置的办公楼建筑面积 5000-6000 平方米，从长远发展战略考虑，需为公司未来发展人员增长预留一定的办公空间。

四、项目投资估算及筹资方式及项目经济评价

（一）电视综艺节目项目

按照公司拟投资以下三个方向的电视综艺节目：一是贴近老百姓，满足日常娱乐消遣需求《圆梦广场舞》、《谁是歌手》、《壮志凌云 2》；二是弘扬传统文化类节目《诗词新赋》；三是满足特定品牌传播需求，为其量身定制类节目《生活时尚家》、《时尚合伙人》等。具体项目情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体
1	壮志凌云 2	引力传媒或其控股子公司
2	圆梦广场舞	引力传媒或其控股子公司
3	谁是歌手	引力传媒或其控股子公司
4	萌主来了	引力传媒或其控股子公司
5	中国好诗词	引力传媒或其控股子公司
6	生活时尚家	引力传媒或其控股子公司
7	时尚合伙人	引力传媒或其控股子公司
投资预算	69,580.00	
募集资金 拟投入额	69,580.00	

注：表中投资预算指公司自身在电视综艺项目中的总投资预算。该投资预算综合考虑电视综艺行业近期投资成本、物价上涨、行业发展及公司拟在项目中投资占比等因素而制定。上表中项目名称为暂定名称，未来可能根据项目具体情况修改。

公司拟投资的电视综艺项目投资预算合计 69,580.00 万元，拟用本次发行募集资金投入 69,580.00 万元。该等项目的实施将有利于巩固并提升本公司在国内电视综艺行业的地位，进一步提高公司的盈利能力。

（二）网络综艺节目项目

根据公司拟制作网络综艺节目的投资预算保守估计公司为实现本项目目标拟具体

制作项目及资金需求情况如下表所示：

序号	项目名称	实施主体
1	校园传说（事件簿）	引力传媒或其控股子公司
2	厉害了 world 娃	引力传媒或其控股子公司
投资预算	10,520.00	
募集资金 拟投入额	10,520.00	

注：表中投资预算指公司自身在网络综艺项目中的总投资预算。该投资预算综合考虑网络综艺行业近期投资成本、物价上涨、行业发展及公司拟在项目中投资占比等因素而制定。上表中项目名称为暂定名称，未来可能根据项目具体情况修改。

网络综艺节目制作项目总投资 10,520.00 万元，拟用本次发行募集资金投入 10,520.00 万元。公司经过多年的运营，积累了丰富的客户资源及投资和商务植入运营经验，为公司向网络综艺制作和运营转型奠定了坚实的基础，有助于进一步提高公司的盈利能力。

（三）总部办公大楼

1、办公场地建设方案

位置要求：北京市区

环境要求：交通便利、方便停车，靠近公园、景区尤佳，产业园区亦可；

房型要求：独栋尤佳，或者是写字楼的相邻整层

总面积：5000 平米-6000 平米

2、项目投资成本

本项目计划投资 36,500.00 万元，具体如下：

总投资估算表

单位：万元

序号	投资项目	合计
----	------	----

1	购置办公房产(含税费)	35,000.00
2	装修、办公设备等	1,500.00
3	总计	36,500.00

项目拟通过购置方式，拟购买面积为 5000-6000 平米的办公房产，预计总支出为 35,000 万元（含税费），装修及办公设备等投入为 1500 万元。

3、项目投资收益测算

本项目不涉及投资收益测算。本项目实施后有利于提升公司形象，提升公司总部各部门之间的协同工作效率，有利于吸引优秀人才。

五、本次募集资金对公司经营管理和财务状况的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次发行募集资金投资项目符合国家产业政策、行业发展趋势及公司整体战略发展方向。本次募集资金的运用合理可行，有助于实现内部资源的高效匹配，有助于公司提升综艺节目经营管理能力，提高公司盈利水平，保持较好的增长势态。本次发行有助于增强公司品牌影响力，巩固综艺节目领域的竞争优势，进而全面增强公司的综合竞争力。力争不断增强上市公司的持续经营能力和盈利能力，更好的回报公司全体股东，实现公司在广告传媒生态圈中的可持续发展。

（二）对公司财务状况的影响

1、提升公司的营业收入和盈利能力

本次发行募集资金投资项目的实施有助于增强公司综艺节目的经营能力，提高公司产业链的运营能力。同时随着公司精品内容产品的推出，公司品牌影响力将持续增强，公司的市场竞争力和整体盈利能力将进一步提高，为公司巩固行业领先地位奠定基础，为公司进一步发展提供可靠的保障。随着所投资项目的上线播出，有助于提升公司未来的营业收入和盈利能力。

2、优化公司的现金流量

本次发行 A 股股票融资，将使公司筹资活动现金流入大幅增加。随着募集资金投资项目的实施和效益的产生，未来经营活动现金流入将有所增加，公司总体现金流状况

将得到进一步优化。

3、降低公司资产负债率，提高公司抵御风险能力

本次非公开发行完成，募集资金到位后，公司净资产将大幅增长，资金实力大大提升，公司资产负债率将下降，偿债能力将得到增强，财务抗风险能力将会提升。

第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行对公司业务、资产、公司章程、股东结构、高级管理人员结构及业务结构的影响

（一）本次发行后对公司业务及收入结构的影响

本次非公开发行募集资金拟投资项目的实施，有利于进一步落实公司的战略规划，扩大媒介代理与内容营销板块的业务规模，围绕未来创新业务的持续发展，公司继续深化一体两翼发展战略，紧紧围绕广告主的品牌建设和传播需求，充分利用自身积累的各项优势，在进一步夯实传统电视媒介代理业务的同时，积极拓展内容业务，实现公司整体运营战略目标，丰富公司的业务结构和收入来源。

（二）本次发行对公司章程的影响

本次发行完成后，公司总股本将会增加、股本结构将会有所调整，公司董事会将根据股东大会授权，按照相关规定对《公司章程》中有关股本结构、注册资本等方面进行相应修改。

（三）本次发行对股东结构的影响

本次发行完成后，公司的股东结构将相应发生变化，增加不超过 5,422.26 万股限售流通股(具体数额将在取得中国证监会发行核准批文之后根据最终发行价格确定)，本次成功发行不会导致股本结构发生重大变化，不会导致公司控制权及实际控制人发生变化。

（四）对高管人员结构的影响

本次发行完成后，公司不会对高管人员进行调整，其结构不会发生变动。若公司未来拟调整高管人员结构，将根据有关规定，履行必要的法律程序和信息披露义务。

（五）对业务结构的影响

本次发行募集资金投资项目符合国家产业政策、行业发展趋势及公司整体战略发展方向。本次募集资金的运用合理可行，有助于实现内部资源的高效匹配，有助于公司提升综艺节目经营管理能力，提高公司盈利水平，保持较好的增长势态。

二、本次发行后，公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

（一）财务状况变动情况

本次发行完成后，公司资产总额与净资产额将同时增加，公司的资金实力得到增强，资产负债率水平有所降低，偿债能力得到加强，从而有利于降低公司财务风险，财务结构更趋合理。

（二）盈利能力变动情况

本次非公开发行完成后，公司的资金实力将大幅增强。虽然在募集资金投入初期，公司净资产收益率、每股收益等指标可能会因净资产和股本规模的扩大受到一定程度的影响，同时随着公司精品内容产品的推出，公司品牌影响力将持续增强，公司的市场竞争力和整体盈利能力将进一步提高，为公司巩固行业领先地位奠定基础，为公司进一步发展提供可靠的保障。随着所投资项目的上线播出，公司未来的营业收入、盈利能力将显著提升。

（三）现金流量变动情况

本次发行完成后，公司筹资活动现金流入将有所增加。随着募集资金投资项目的陆续完工和效益的产生，未来经营活动现金流入将有较大幅度增加。

三、本次发行后公司与控股股东及其关联方之间关系的变化情况

本次非公开发行完成后，公司在与控股股东、实际控制人及其关联方之间的业务关系、管理关系、关联交易和同业竞争等方面不会因本次发行而产生重大变化。

四、本次发行完成后，上市公司是否存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，或上市公司为控股股东及其关联人提供担保的情形

截至本预案出具之日，公司不存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，也不存在为控股股东及其关联人提供担保的情形。

五、上市公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的情况

本次发行完成后将使公司资产负债率有所下降，公司财务结构更加稳健，经营抗风险能力将进一步加强，不存在通过本次发行增加负债，以及负债比例过低、财务成本不合理的情形。

第四节 本次发行相关的风险说明

一、募集资金投资项目实施风险

公司本次发行募集资金投资项目的可行性分析是基于当前市场环境、行业发展趋势等因素做出的，投资项目虽然经过了慎重、充分的可行性研究论证，但上述项目在实施过程及后期经营中，如相关行业政策、经济和市场环境等方面出现重大变化，可能导致项目不能如期完成或顺利实施，进而影响项目进展或预期收益。

二、审批风险

本次非公开发行尚需获得公司股东大会审议批准，存在无法获得公司股东大会表决通过的可能。此外，本次非公开发行还需取得中国证监会等相关主管部门的批准和核准，能否取得相关主管部门的批准和核准，以及最终取得相关主管部门批准或核准的时间存在一定的不确定性。

三、发行风险

由于本次非公开发行需要向不超过十名符合条件的特定投资者定向发行股票募集资金，因此，此次发行存在不能足额募集用于拟投资项目资金的风险。

四、行业竞争加剧的风险

我国广告行业竞争较为激烈。一方面，我国广告行业的市场集中度不高，广告公司数量众多，公司面临较强的国内同行的竞争，国内主要竞争对手包括部分全国性的大型广告公司，以及大量的区域性广告公司。另一方面，随着我国广告业的迅速发展以及广告市场的日渐开放，越来越多的国际 4A 广告公司不断进入我国市场，在中国纷纷设立分支机构或者收购本土广告公司，为广告主提供中国市场的广告服务。国际 4A 广告公司凭借雄厚的资本实力、专业的技术优势，逐步扩大其在中国广告市场的份额，给国内广告公司带来强烈的冲击。

随着我国广告行业竞争的日趋激烈，规模较小、实力较弱的广告公司将逐步被市场淘汰，具有核心竞争力的广告公司将成为市场的主导，激烈的市场竞争可能会降低公司的盈利水平及市场份额。如果本公司未能在未来的市场竞争中保持优势，公司可能难以

维持现有的客户资源和开拓新的客户资源，从而对公司的经营业绩、财务状况、发展前景产生不利的影响。

五、政策风险

我国广告行业在一定程度上受到国家主管部门政策的影响。如 2011 年国家广播电视总局相继出台有关政策，包括规定国内 34 个卫视频道要提高新闻类节目播出量，同时对部分类型节目播出实施调控，以防止过度娱乐化和低俗倾向，以及全国各电视台播出电视剧时，每集电视剧中间不得再以任何形式插播广告。上述政策虽未对我国电视广告市场规模等产生重大影响，但对我国广告主选择电视媒体的广告投放策略产生了一定的影响。如果未来国家主管部门出台新的相关政策，而本公司不能及时根据国家政策进行调整，适应新的市场环境，则可能对本公司经营产生不利影响。

另外，广告主来自国民经济的各个行业，各行业关于广告宣传的相关法律法规或政策的调整 and 变化，可能会影响到该行业广告主的广告投放决策和广告市场规模，如烟草类广告的禁播等。如果本公司某个行业客户的广告受政策影响而禁播或投放量大幅减少，则将对本公司的经营产生不利影响。

六、财务风险

本次非公开发行股票完成后，公司的股本及净资产规模将出现大幅度增长。由于本次募集资金拟投资项目尚有一定的制作或生产周期，短期内对公司的经营业绩增长贡献度较小，利润增长幅度将低于股本和净资产的增长幅度，从而可能导致公司的每股收益和净资产收益率短期内被摊薄。

七、股价波动的风险

股票投资本身具有一定的风险。股票价格不仅受公司的财务状况、经营业绩和发展前景的影响，而且受到国家经济政策、经济周期、通货膨胀、股票市场供求状况、重大自然灾害发生等多种因素的影响。因此本次发行完成后，公司二级市场股价存在不确定性，若股价表现低于预期，则存在导致投资者遭受投资损失的风险。

第五节 公司利润分配政策及执行情况

一、公司现行章程规定的利润分配政策

根据《公司章程》，现行利润分配政策和现金分红政策如下：

（一）公司利润分配政策的基本原则：

1、公司充分考虑对投资者的回报，每年按当年实现的合并报表口径的可供分配利润（下同）的规定比例向股东分配股利；

2、公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；

3、公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（二）公司利润分配具体政策如下：

1、利润分配的形式：公司可采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利，但以现金分红为优先方式；在符合现金分红的条件下，公司应当采取现金分红的方式进行分配利润。

在满足现金分红条件的情况下，公司应当优先采取现金方式分配利润，原则上每年度进行一次现金分红；在有条件的情况下，公司董事会可以根据公司盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

2、公司拟实施现金分红时，应同时满足以下条件：

（1）公司未分配利润为正，当期可供分配利润为正且公司现金流可以满足公司正常经营和持续发展的需求；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）；

（4）公司不存在可以不实施现金分红之情形。

“重大投资计划”或“重大现金支出”指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过

公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

(2) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

3、公司出现以下情形之一的，可以不实施现金分红：

(1) 公司当年度未实现盈利；

(2) 公司当年度经营性现金流量净额或者现金流量净额为负数；

(3) 公司期末资产负债率超过 70%；

(4) 公司期末可供分配的利润余额为负数；

(5) 公司财务报告被审计机构出具非标准无保留意见；

(6) 公司在可预见的未来一定时期内存在重大投资或现金支出计划，且公司已在公开披露文件中对相关计划进行说明，进行现金分红将可能导致公司现金流无法满足公司经营或投资需要。

4、公司现金分红的比例：

在满足现金分红条件时，公司在依法提取公积金后进行现金分红。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；不易区分公司发展阶段但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。公司在实际分红时具体所处阶段，由公司董事会根据具体情形确定。

（三）公司发放股票股利的具体条件：

当公司未分配利润为正且当期可分配利润为正，董事会认为公司具有成长性、每股净资产的摊薄、股票价格与公司股本规模不匹配等真实合理因素且已在公开披露文件中对相关因素的合理性进行必要分析或说明，且发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，公司可以在满足上述现金分红比例的前提下，同时提出股票股利分配预案。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应当充分考虑发放股票股利后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

（四）公司利润分配方案的审议程序：

1、董事会在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，经与独立董事充分讨论后，制订利润分配方案；

2、独立董事应对利润分配方案进行审核并独立发表审核意见，监事会应对利润分配方案进行审核并提出审核意见；

3、独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

4、董事会审议通过利润分配方案后，提交股东大会审议批准，在公告董事会决议时应同时披露独立董事及监事会的审核意见；

5、股东大会审议利润分配方案时，公司为股东提供网络投票等方式以便股东参与股东大会表决。

6、公司因本条第（二）项规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

7、监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况、董事会调整或变更利润分配政策以及董事会、股东大会决策程序和信息披露等情况进行监督，发现董事会存在以下情形之一的，应当发表明确意见，并督促其及时改正：（1）未严格执行现金分红政策和股东回报规划；（2）未严格履行现金分红相应决策程序；（3）未能真实、准确、完整披露现金分红政策及其执行情况。

（五）公司利润分配方案的实施：公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（六）公司利润分配政策的变更：如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。公司应当严格执行《公司章程》确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定；有关调整利润分配政策的议案由董事会拟定，董事会应就利润分配政策调整作出专题论述、详细论证调整理由并形成书面论证报告，独立董事应对利润分配政策调整发表独立意见；调整利润分配政策的议案经董事会审议通过后提交股东大会审议，公司应在股东大会召开前与中小股东充分沟通交流，为股东提供网络投票等方式进行表决，并由出席股东大会的股东（包括股东代理）所持表决权的 2/3 以上通过方可实施。

二、公司最近三年利润分配情况及未分配利润使用情况

（一）公司最近三年利润分配情况

最近三年，发行人未向股东分配利润。

（二）最近三年现金分红情况

公司最近三年现金分红情况，如下表：

单位：元

年度	2013 年	2014 年	2015 年
现金分红金额	0.00	0.00	0.00
归属于上市公司普通股股东的净利润	63,490,809.52	50,218,130.29	27,150,261.04
现金分红占归属于上市公司普通股股东的净利润的比率（%）	0.00	0.00	0.00
最近三年累计现金分红	0.00		
最近三年年均归属于上市公司普通股股东的净利润	46,953,066.95		

最近三年累计现金分红额/最近三年年均归属于上市公司普通股股东的净利润的比率（%）	0.00
--	------

（三）公司最近三年未分配利润使用情况

根据公司经营情况，公司的未分配利润均用于公司日常生产经营，以满足公司各项业务拓展的资金需求，促进公司持续发展，提高公司的市场竞争力和盈利能力。公司未分配利润的使用安排符合公司的实际情况和公司全体股东利益。

三、公司未来三年的股东回报规划

为完善和健全公司科学、持续、稳定的分红决策和监督机制，更好地兼顾公司的实际经营需要和可持续发展以及对投资者的合理回报，根据中国证券监督管理委员会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的指示精神，结合《公司章程》等相关文件规定，公司董事会特制订《引力传媒股份有限公司未来三年（2017-2019）股东分红回报规划》（以下简称“《分红回报规划》”）。具体内容如下：

（一）制定本规划考虑的因素

公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑公司实际经营情况、发展目标、股东要求和意愿等因素，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对利润分配做出制度性安排，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

（二）制定本规划的原则

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配政策的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。公司董事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中，应当通过多种渠道充分听取并考虑独立董事和中小股东的意见。

（三）公司未来三年的具体分红回报规划

未来三年，在符合相关法律法规及《公司章程》和本规划有关规定和条件，同时保持利润分配政策的连续性与稳定性的情况下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的20%。若公司营业收入增长快速，并且董事会认为公司股票价

格与公司股本规模不匹配时，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

（四）股东回报规划制定周期及决策机制

1、公司至少每三年重新审阅一次《分红回报规划》，并充分听取和考虑股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的股利分配政策做出适当且必要的修改，以确定该时段的分红回报计划。

2、公司《分红回报规划》的制定或修改由董事会提出预案，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司独立董事应对公司《分红回报规划》进行审核并发表独立意见，公司监事会应对公司《分红回报规划》进行审核并提出审核意见。

（以下无正文）

[本页无正文，为引力传媒股份有限公司非公开发行股票预案之签章页]

引力传媒股份有限公司

2017 年 3 月 21 日