

## 業 務

### 概覽

我們是中國領先及快速增長的獨立電視綜藝節目運營商。根據弗若斯特沙利文報告，按2018年收入計，在這個高度分散的行業中，有超過18,000名參與者獲得營運許可，我們在中國獨立電視綜藝節目運營商當中排名第八<sup>(1)</sup>。根據同一資料來源，我們於2017年至2018年綜藝節目所得的收入增長率為20大行業參與者中最高者之一。

我們是視頻內容運營商，藉此，我們為媒體平台(包括電視媒體平台及網絡視頻平台)研發、營銷、製作及發行視頻內容(如綜藝節目及連續劇)。傳統上，電視媒體平台研發電視節目內容，並製作及營銷電視節目，此情況現在仍廣泛存在，尤其是預算較高的黃金時段節目。我們許多競爭對手並無內容開發能力，主要集中於節目製作中勞動力密集的方面。相反，我們專注於行業價值鏈中價值較高分部的業務模式——我們開發自身的節目內容，並一般保留該等內容的知識產權；我們不僅依賴媒體平台為節目吸引廣告，更促使企業贊助商及其他廣告商加入電視及其他媒體平台；我們亦通過內部製作人及主管監督製作過程以確保節目高質。

我們相信，我們的業務模式使我們較同業更具競爭優勢，使我們可與中國的頂級衛星電視網絡合作，並吸引來自本地及國際知名品牌的廣告。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們所有電視節目均於中國領先電視媒體平台(包括江蘇衛視、安徽衛視及深圳衛視)播出。同期，我們亦在愛奇藝播放網絡節目。我們的企業贊助商包括聯合利華、比亞迪及格力電器等知名品牌。我們節目的質素亦可從觀眾接受程度得以證明。我們的首個節目《誰是你的菜》在首次播出後僅五個星期就躍居該時段收視首位，且已連播三年。我們的長壽綜藝節目《你好！面試官》自2017年以來播放未止，我們正就2020年新季度的發佈進行磋商。《嗨！唱起來》第一季成功後，我們已就第二季(將於2019年播放)訂立正式合同，並正就第三季(將於2020年播放)進行磋商。

我們獨有綜合業務模式及我們與領先媒體平台的既有關係，有助我們建立強大節目儲備。截至最後實際可行日期，我們已於往績記錄期間後播放兩套節目。截至同日，預期於2019年最後四個月及2020年分別播放七套及16套節目，估計總預期為人民幣1,787.2百萬元。除電視綜藝節目外，我們亦正在快速使我們的節目儲備在格式和媒體(如網絡電影及連續劇以及短視頻)上變得多元化。

我們的業務在往績記錄期間錄得明顯而快速的增長。於2016年、2017年及2018年以及截至2018年及2019年4月30日止四個月，我們分別自兩個、四個、三個、三個及三個節目產生收入。我們的收入由2016年的人民幣127.8百萬元迅速增加至2018年的人民幣282.9百萬元，

<sup>(1)</sup> 根據弗若斯特沙利文報告，按2018年收入計，我們佔有[0.6]%的市場份額。請參閱「行業概覽—中國綜藝節目市場—競爭形勢」。

## 業 務

複合年增長率為48.8%；及由截至2018年4月30日止四個月的人民幣54.0百萬元至或2019年同期的人民幣97.3百萬元，或上升80%。我們的年度溢利由2016年人民幣13.9百萬元上升至2017年人民幣56.1百萬元及至2018年人民幣85.7百萬元，或複合年增長率148.7%；期內溢利亦由截至2018年4月30日止四個月人民幣3.9百萬元上升至2019年同期人民幣11.0百萬元，或上升182.5%。

### 競爭優勢

#### 中國領先及快速增長的獨立綜藝節目運營商

我們是中國領先及快速增長的獨立綜藝節目營運商。根據弗若斯特沙利文報告，按2018年收入計，在這個高度分散的行業中，有超過18,000名參與者獲得營運許可，我們在中國獨立電視綜藝節目運營商當中排名第八。根據同一資料來源，我們於2017年至2018年綜藝節目所得的收入增長率為20大行業參與者中最高者。由於市場規模龐大且有強勁的快速增長潛力，根據弗若斯特沙利文報告，預期中國綜藝節目市場規模將由2019年的人民幣529億元增長至於2023年的人民幣853億元，複合年增長率為12.7%。

即使中國電視網絡收視率及廣告收入全面下跌，但中國衛星電視媒體平台表現強勁，甚至曾贏得中國電視媒體平台當中其中一個最高收視率。具體而言，衛星電視媒體平台一向播出一些在中國獲得最高收視率的電視綜藝節目，尤其是在中國五大衛星電視媒體平台的黃金時段。為了利用這些高評級，企業贊助商將越來越多的廣告開支集中於該五大電視媒體平台。該五大電視媒體平台的廣告收入於2018年佔中國省級電視媒體平台總廣告收入約75%，預期到2023年將增加至約83%。我們認為，我們吸引廣受認同企業贊助商的能力以及節目的質素，使我們得以在往績記錄期間主要與中國領先電視媒體平台合作。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年及2020年，在預計於全國五大衛星電視媒體平台中極具吸引力的週末黃金時段播放的綜藝節目分別為約65及66個，預計將有約32及31個由獨立視頻內容營運商製作；而我們預期將於2019年播出三套及於2020年播出四套節目。

作為一名領先的行業參與者，在此分散市場，我們預計將從該等有利的行業趨勢以及整合機會中獲益匪淺。我們亦計劃戰略性善用我們的內容研發及營銷能力、行業經驗及品牌名譽，因應電視連續劇及網絡節目板塊的龐大增長機會及龐大市場規模，擴大我們在上述板塊的能見度。截至最後實際可行日期，我們已預期分別於2019年及2020年播放合共兩套電視連續劇及九套網絡節目。

## 業 務

### 以內容開發及市場推廣兩個側重點為基礎的獨有綜合業務模式

過往，電視媒體平台開發電視節目的內容，製作及營銷電視節目。自2009年實行電視節目制播分離以來，愈來愈多電視節目由獨立視頻內容營運商製作，但電視媒體平台一般保留內容開發(即知識產權)及向企業贊助商及其他廣告商進行市場推廣(其被視為行業價值鏈最高價值分部)的責任。我們許多競爭對手並無內容開發能力，主要集中於節目製作中勞動力密集的方面。相反，我們專注於行業價值鏈中價值較高分部——我們開發自身的計劃內容，並一般保留該等內容的知識產權；我們不僅依賴媒體平台為我們的節目吸引廣告，更推動企業贊助商及其他廣告商加入電視及其他媒體平台；我們亦通過內部導演及製片人製作過程以確保節目高質。具體而言，我們的業務模式有內容開發及市場推廣兩個側重點，我們相信這讓我們較同業更具競爭優勢，使我們能夠與中國的領先電視網絡合作，並吸引來自本地及國際知名品牌的廣告。

### 內容研發

我們經營規範高效的內容研發流程，連同重點產品線及自有知識產權，從而達至高效能及成功的往績記錄：

- **規範高效的研發流程。**我們規範高效的內容研發過程使我們可創造高質量及可銷售的節目概念。我們的研發團隊以每年制定80至100個原創節目概念為目標。該等概念的質量會經過評估，並向營銷團隊呈報約一半的概念，彼等將評估每個概念在潛在企業贊助商及其他廣告商贊助方面的適銷性。我們的高級管理層會挑選二十大最暢銷概念向潛在贊助商展示，而其餘概念存儲於我們的構思庫。該等可銷售的概念經過規管風險管理評估，並發展為詳細的項目執行計劃。該規範流程使我們能建立穩健的構思庫，以迅速滿足客戶需求，並確保我們的概念成功發展為項目，其後得以按高質量如期執行及推出。我們專注於節目內容的質量亦使我們較少為收視率而依賴名人出席，從而降低成本及風險。
- **重點產品線。**我們將資源集中在五類節目的研發上：美食、職場、城市、青年文化和警務。我們根據我們對受眾人口統計數據及行業趨勢的研究及分析，以及我們對不同電視媒體平台的不同品味及喜好的了解而選擇該等產品線。我們相信，有關重點可讓我們通過吸引企業贊助商及其他廣告商及電視媒體平台並達致強大收視率，充分利用我們的優勢，並盡量提高我們節目的成功機會。

## 業 務

- **透過自有知識產權以延伸節目的成功。**與我們的許多以製作為重點的競爭對手不同，我們一般擁有原創節目內容的知識產權。我們可通過研發成功節目的新季度或於主題相近的新節目中重新應用節目概念，延長節目概念的生命週期。其中一個例子是《家有廚神》，其源自《誰是你的菜》。更多示例請參閱「一 節目組合。」此外，我們通過網絡視頻平台提供我們的所有電視節目，以增加曝光及獲得更多收視率。透過擁有知識產權，我們亦可開發衍生產品等新收入來源。請參閱「一 業務策略 — 開發新的潛在收入增長來源」。
- **通過外包專注於高增值服務。**我們的內部製片人、項目協調及導演監督節目製作過程，並將某些功能(如舞蹈編排、錄影棚佈景設計、音響、燈光及編輯)外包予合資格製作團隊。通過多年合作，我們已就提供該等服務與優質的製作團隊建立穩固的業務關係。我們相信，外包能令我們的營運更具成本效益，並使我們能夠策略性地將資源集中於節目研發的高附加值方面。
- **洞察最新監管趨勢。**在高度監管的行業中，我們相信，我們對監管趨勢的關注及深刻理解對於確保我們的節目能如期成功發佈至關重要。為此，我們已成立監管風險管理委員會，審閱各項節目的內容。我們亦與眾多政府機構密切合作，將其媒體目標融入我們的節目內容，例如我們的警務節目。

由於作出上述措施，於2016年、2017年及2018年以及截至2018年及2019年4月30日止四個月，我們分別自兩個、四個、三個、三個及三個節目產生收入。我們的收入由2016年的人民幣127.8百萬元迅速增加至2018年的人民幣282.9百萬元，複合年增長率為48.8%；及由截至2018年4月30日止四個月的人民幣54.0百萬元增加80.0%至截至2019年4月30日止四個月的人民幣97.3百萬元。尤其是我們的首個節目《誰是你的菜》在首次播出後僅五個星期就躍居該時段收視首位，且已連播三年。我們的長壽綜藝節目《你好！面試官》自2017年以來播放未止，我們正就2020年新季度的發佈進行磋商。《嗨！唱起來》第一季成功後，我們已就第二季(將於2019年播放)訂立正式合同，並正就第三季(將於2020年播放)進行磋商。此外，我們於2018年獲得多個獎項，如「年度新銳節目製作機構」及「年度製作機構優秀節目」。詳情請參閱「一 獎項及榮譽」。



## 業 務

### 營 銷

我們明白滿足企業贊助商及電視媒體平台的需要對於成功發佈我們的節目內容以及我們的營運及財務表現至關重要，為達到此目的我們已在業務模式中有以下實踐：

- **企業贊助商。**我們能提供全面的廣告解決方案以滿足企業贊助商的廣告需求，這使我們從競爭對手中脫穎而出。我們的一站式解決方案提供全面的電視及網上廣告，包括產品植入式廣告(即實際置入、主持口述廣告與節目結尾特別鳴謝)及於吸引的電視廣告時段播放廣告。我們的營銷團隊與一批重要客戶保持密切聯繫，以了解他們最新的營銷目標和預算要求。在研發的早期階段，我們的專門營銷團隊基於廣泛的行業研究評估節目概念的適銷性，並選擇高潛力的概念進行進一步研發。我們為企業贊助商提供一系列節目概念，考慮到(其中包括)他們的產品、品牌、目標人群、合適的媒體平台等，我們的企業贊助商可以混合搭配，以滿足他們高度界定的營銷目標。我們以客戶為導向的營銷理念的成功體現在我們不斷增長的客戶基礎上，自我們成立以來，客戶基礎迅速擴大，其中包括聯合利華、比亞迪和格力電器等知名品牌。
- **媒體平台。**我們相信，我們與電視媒體平台面對面的談判能力得以加強，因為我們為其同時帶來廣告銷售及優質節目內容。我們亦受惠於少數獨立視頻內容供應商之一，彼等擁有財務資源，可研發符合中國領先電視網絡預算標準的黃金時段節目。另一方面，我們亦明白媒體平台的主要目標是取得高收視率及有利評價，以及吸引廣告商，從而要求高質量的內容。我們的贊助節目一般將贊助商品牌及產品納入我們的節目內容作為產品置入廣告。因此，這需要我們透過獨特業務模式獲得的能力及經驗，以維持媒體平台所需節目內容的質量。除節目質量外，透過我們與電視媒體平台的關係，我們已更深入了解彼等在節目類別及風格、目標受眾、預算及名人類型方面的喜好，並設計我們的節目以迎合該等喜好。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們所有節目均於中國領先電視媒體平台播出，包括江蘇衛視、深圳衛視及安徽衛視以及領先網絡視頻平台，包括愛奇藝、騰訊視頻及搜狐視頻。

### 風格鮮明的強大節目儲備

我們的綜合業務模式和標準化內容研發流程幫助我們構建了風格鮮明的強大節目儲備。截至最後實際可行日期，我們已於往績記錄期間後播放兩套節目。截至同日，預期於2019

## 業 務

年最後四個月及2020年分別播放七套及16套節目，估計總預期為人民幣1,787.2百萬元。該節目儲備具有以下特點：

- **專注於核心節目類型。**我們現有的節目儲備善用我們的深厚認識及經驗，在戰略上專注於五大類型。截至最後實際可行日期之間，我們預計將於2019年最後四個月及2020年播出三個美食類節目、五個職場類節目、四個城市類節目、八個青年文化類節目及三個警務類節目。
- **格式多元化。**我們持續加大對電視連續劇和網絡連續劇的關注，預計將在2019年和2020年分別播出一套及七套節目。我們亦在研發其他媒體格式，如紀實、動畫、漫畫及文學作品等。
- **媒體多元化。**我們戰略性地為新媒體研發內容，以擴大節目儲備的類型，接觸新觀眾。就此而言，我們有兩套及六套節目分別於2019年最後四個月及2020年播出，是為新媒體研發，如電視連續劇、網絡電影及連續劇以及短視頻等。
- **在各大電視媒體平台週末黃金時段播出。**我們的節目持續佔據全國各大電視媒體平台的黃金時段。截至最後實際可行日期，我們預計將於2019年最後四個月和2020年播出14套電視節目，其中七套將於週末黃金時段播放，且其中13套將在某五大衛星電視媒體平台播出。

於往績記錄期間末及最後實際可行日期之間，我們播出兩套節目。此外，截至最後實際可行日期，我們合共有七套及16套節目，估計預算人民幣1,787.2百萬元，預計將於2019年最後四個月及2020年播出，包括：

- **已簽訂正式合同的節目。**預計2019年將播出[四]套節目，而我們已就這些節目訂立正式合同，估計總預算為人民幣281.2百萬元；
- **已簽訂意向書的節目。**預計2019年及2020年將分別播出三套及兩套節目，而我們已就這些節目訂立意向書，估計總預算為人民幣488.0百萬元；及
- **已通過我們的內部項目審批的節目。**我們有14套預計2020年將播出的節目已通過內部項目審批，估計總預算為人民幣1,018.0百萬元。

### 具遠見的創辦人，以及經驗豐富的高級管理團隊

自2014年創辦以來，我們的增長極快。我們相信，我們得以成功，主要歸功於董事長劉先生，彼建立及實行我們獨特的綜合業務模式。劉先生在媒體及電視有約十年經驗。我們相信，上述經驗使劉先生得以對法規趨勢及觀眾口味及喜好的趨勢很有把握，加上其商業觸覺，使其企業得以成功。

## 業 務

我們其他高級管理團隊成員同樣在內容研發及製作以及項目管理等方面經驗豐富。例如我們負責監督日常運營的副總裁陳佳在影視行業有約十年經驗。陳女士曾參與《牽手愛情村》及《農飯吃過咪》等電視節目。我們的內容製作總監程藏女士，在媒體及內容開發上有超過五年經驗。我們的高級管理團隊由經驗豐富的內容開發者、製作人及營銷人員組成的團隊提供支援，對我們成功播出節目確保發佈內容至為重要。

我們相信，創辦人、高級管理團隊內其他成員及內容開發、製作與營銷團隊對行業、法規、環境及競爭形勢的深厚認識，將繼續有助於我們在以後努力壯大。

### 業務策略

#### 繼續擴大和多元化我們的儲備組合

我們擬繼續擴充和多元化我們的節目組合。在我們擴張的下一階段，我們擬將資源集中在以下領域：

- **電視連續劇。**我們過往一直專注於電視綜藝節目。電視連續劇一般需要大量前期投資，但回報率比綜藝節目高。由於我們快速增長，我們計劃增加對電視連續劇的投資。於最後實際可行日期，我們計劃於2019年及2020年播放合共兩套電視連續劇。我們亦正商討與政府機構合作製作警務節目。
- **網絡節目。**因在線觀看人數受到年輕人觀看習慣的推動而增加，預期中國網絡節目市場將快速增長，2019年至2023年的複合年增長率將超過20%。因此，我們計劃增加投資研發針對這類觀眾的原創節目。於最後實際可行日期，我們已推出三部網絡電影、一套連續劇及一套短視頻節目。預計這些節目大部分將以真人故事改編，類似《北漂愛情故事》和《網紅是怎樣倒下的》。此外，鑒於《北漂愛情故事》等節目取得成功，我們計劃擴大構思，研發圍繞上海、成都和深圳等國內其他大城市文化的節目。於最後實際可行日期，我們計劃於2019年最後四個月及2020年分別播放合共三套及六套網絡節目。
- **新的核心節目類型。**我們已將資源集中在五大類型的節目運營上，即美食類、職場類、城市類、青年文化類和警務類。我們正在研究擴展到歷史及文化等其他類型。
- **知識產權延伸。**我們計劃繼續通過綁定銷售將現有構思延伸到新節目。截至最後實際可行日期，25套節目中，已於往績記錄期間後播放及預計將於2019年和2020年播出的五套是通過構思延伸研發的。

## 業 務

### 開發新的潛在收入增長來源

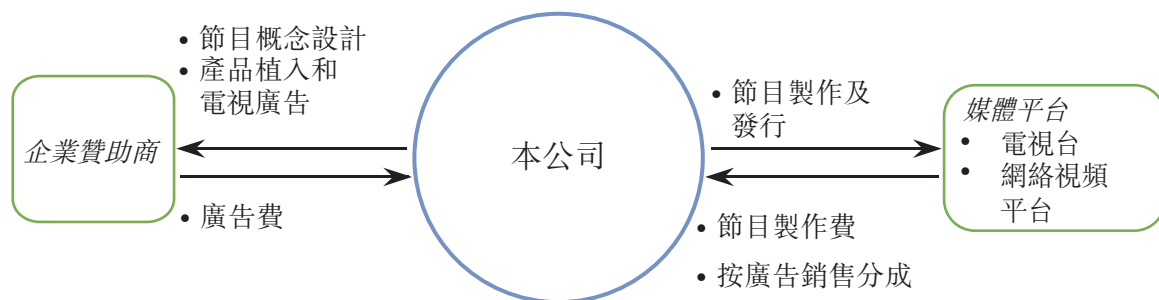
我們在透過運用我們自有知識產權的方式積極開發新的潛在收入來源，而我們相信此為盈利能力高而相對低成本的業務機會。例如，我們打算延伸流行節目的構思，研發綁定商品和節目。如我們預期在2019年和2020年播放的節目中，我們正在為《貓先生》研究綁定玩具商品，針對年輕專業的「貓先生」愛好者對收集喜愛角色的周邊產品的濃厚興趣。此外，我們的業務越來越多，如透過新媒體格式滿足中小型企業客戶的需求。作為有關工作的一部分，我們計劃擴大該業務，並加強與抖音、快手等短視頻平台的合作。此外，我們還計劃研發其他跨平台綁定節目。近期的一個例子是我們在喜馬拉雅FM等知名音頻廣播平台推出《你好！面試官》的綁定音頻廣播節目《好好工作》。見「一 已於往績記錄期間後播放的節目及即將播放的節目 — 中小企業的內容研發」。我們還打算加大力度尋求可以在中國銷售的海外知識產權，以及可以在海外市場銷售的中國傳統文化構思。

### 繼續拓展我們的團隊以支持擴張

我們相信，高素質、經驗豐富、敬業的員工是我們成功的支柱。截至最後實際可行日期，我們有77名員工。為支持業務擴充及儲備增長，我們計劃擴充團隊及可能考慮通過收購及整合小型製作室或團隊達成。我們預期在2020年將僱員人數增至約150人，主要增聘內容研發、營銷及製作人員。潛在收購方面，我們計劃集中上游及下游業務，如後期製作編輯及特殊效果。我們將繼續物色能夠理解我們獨特的綜合業務模式並在此模式下共同協作的創作和營銷人才。此外，為了培養人才和提升員工忠誠度，我們計劃完善薪酬和晉升制度，以激勵員工並專注於員工培訓和發展。

### 業務模式

我們製作及發行節目配合企業贊助商和媒體平台的需求。企業贊助商以我們的節目推廣及／或購買時段播放與節目相關的電視廣告。媒體平台聘請我們製作及發行節目，並與我們攤分銷售廣告的收入。下圖顯示我們的收入方式。更多資料請參閱「一 經營流程」和「一 銷售和合同」。





## 業 務

### 節目組合

由於我們是一家相對年輕的公司，我們集中資源累積經驗和能力，發展五大類節目——美食類、職場類、城市類、青年文化類及警務類。我們選擇這五大類，我們有時稱之為「產品系列」，因為我們相信其擁有共同特質：(i)貼近大眾且觀眾層面廣；(ii)構思容易延伸以創作配套節目[及其他商品]；及(iii)一般符合政府政策及監管趨勢。

下表載列我們現正播放及已播放完畢的節目，以及於往績記錄期後播放的節目及按我們截至最後實際可行日期的計劃將於2019年及2020年播出的節目的主要資訊。我們主要節目的詳情請參閱「—現在或已播放完畢的節目」及「—已於往績記錄期間後播放的節目及即將播放的節目」。

節目 <sup>(1)</sup>	形式	類型	實際/ 預計播放日期 <sup>(2)</sup>	主要媒體平台 <sup>(3)</sup>
<b>現正播放及已播放完畢</b>				
誰是你的菜 (第一至三季) .....	電視綜藝	美食	2015年10月至 2017年9月	安徽衛視
家有廚神.....	電視綜藝	美食	2017年5月至 2017年7月	安徽衛視
你好！面試官 (第一至四季) .....	電視綜藝	職場	2017年11月至 2019年1月	深圳衛視； 騰訊視頻
北漂愛情故事 .....	網絡連續劇	城市	2019年2月	愛奇藝
超級大首映.....	電視綜藝	青年文化	2016年3月至 2016年11月	安徽衛視
網紅是怎樣倒下的 ....	網絡電影	青年文化	2017年2月	搜狐視頻
網紅是怎樣倒下的 系列—71號公寓 ....	網絡電影	青年文化	2018年3月	搜狐視頻
嗨！唱起來(第一季) ..	電視綜藝	青年文化	2018年4月至 2018年7月	江蘇衛視
網紅是怎樣倒下的系列 —看不見的戀人 上下集.....	網絡電影	青年文化	2018年9月	搜狐

## 業 務

節目 <sup>(1)</sup>	形式	類型	實際／ 預計播放日期 <sup>(2)</sup>	主要媒體平台 <sup>(3)</sup>
<b>於往績記錄期後播放及將 於2019年播放</b>				
慢遊全世界.....	電視綜藝	美食	2019年第三季度	某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台
穿越時間的味道 .....	電視綜藝	美食	2019年第四季度	某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台
你好！面試官 (第五至七季) .....	電視綜藝	職場	2019年5月至 2020年1月	深圳衛視；騰訊視頻
時光樹洞1.0 .....	網絡短視頻	職場	2019年第二季度	某領先短視頻平台
老總來了.....	電視綜藝	職場	2019年第三季度	某五大衛星電視媒體平台
關於我父親的一切 ....	網絡綜藝	城市	2019年第四季度	某領先短視頻平台
讓我們去唱歌吧 (嗨！唱起來2) .....	電視綜藝	青年文化	2019年第四季度	某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台
耀眼的你.....	網絡電影	青年文化	2019年第四季度	某領先網絡視頻平台
鳳唳九天.....	網絡連續劇	青年文化	2019年第四季度	某領先網絡視頻平台
<b>將於2020年播放</b>				
穿越時間的味道2 .....	電視綜藝	美食	2020年第四季度	某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台

## 業 務

節目 <sup>(1)</sup>	形式	類型	實際/ 預計播放日期 <sup>(2)</sup>	主要媒體平台 <sup>(3)</sup>
你好！面試官 (第八至十季) . . . . .	電視綜藝	職場	2020年第一至 第四季度	某非五大衛視電視媒體平台及某領先網絡視頻平台
時光樹洞2.0 . . . . .	網絡短視頻	職場	2020年第一 至第四季度	某領先短視頻平台
貓先生 . . . . .	網絡連續劇	職場	2020年第二季度	某領先網絡視頻平台
老總來了2 . . . . .	電視綜藝	職場	2020年第三至 第四季度	某五大衛星電視媒體平台
北漂愛情故事2 . . . . .	網絡連續劇	城市	2020年第三季度	某領先網絡視頻平台
生命之輪 . . . . .	電視連續劇	城市	2020年第二季度	某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台
錄影棚的故事 . . . . .	網絡連續劇	城市	2020年第四季度	某領先網絡視頻平台
你就是主角 . . . . .	電視綜藝	青年文化	2020年第二季度	某五大衛星電視媒體平台
爆款 . . . . .	網絡連續劇	青年文化	2020年第二至第 三季度	某領先網絡視頻平台
嗨！唱起來3 . . . . .	電視綜藝	青年文化	2020年第三季度	某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台
華語糾錯王 . . . . .	電視綜藝	青年文化	2020年第三季度	某五大衛星電視媒體平台
使命的召喚 . . . . .	電視綜藝	青年文化	2020年第四季度	某五大衛星電視媒體平台

## 業 務

節目 <sup>(1)</sup>	形式	類型	實際/ 預計播放日期 <sup>(2)</sup>	主要媒體平台 <sup>(3)</sup>
一念無間.....	電視連續劇	警務	2020年第二季度	某兩個五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台
一念無間之雙城.....	網絡連續劇	警務	2020年第四季度	某領先網絡視頻平台
城市英雄之派出所故事	電視綜藝	警務	2020年第四季度	某五大衛星電視媒體平台

(1) 節目名稱或會更改。

(2) 即將播放節目的預期發佈日期反映我們於最後實際可行日期的計劃，或會變動。

(3) 即將播放節目的主要媒體平台反映我們於最後實際可行日期的計劃，乃基於截至最後實際可行日期已訂立的正式合同或意向書或與潛在媒體平台的磋商而定，或會變動。

### 現在或已播放完畢的節目

下表載列於所示期間按節目劃分的內容相關收入的組成部分。有關其他收入來源的說明，請參閱「財務資料—收入表項目說明—按來源劃分的收入」。

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2016年	2017年	2018年	2018年	2019年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
<b>電視節目</b>					
誰是你的菜.....	107,702	123,961	—	—	—
超級大首映.....	15,947	—	—	—	—
家有廚神.....	—	2,453	—	—	—
你好！面試官.....	—	16,255	96,985	38,328	92,138
嗨！唱起來.....	—	—	182,884	15,240	—
<b>小計</b> .....	<b>123,649</b>	<b>142,669</b>	<b>279,869</b>	<b>53,568</b>	<b>92,138</b>
<b>網絡節目</b>					
網紅是怎樣倒下的系列 <sup>(1)</sup> .....	—	1,057	1,175	473	4
北漂愛情故事.....	—	—	—	—	5,138
<b>小計</b> .....	<b>—</b>	<b>1,057</b>	<b>1,175</b>	<b>473</b>	<b>5,142</b>
<b>內容相關總收入</b> .....	<b>123,649</b>	<b>143,726</b>	<b>281,044</b>	<b>54,041</b>	<b>97,280</b>

(1) 包括《網紅是怎樣倒下的》、《71號公寓》及《看不見的戀人》上下集。

## 業 務

### 美食類

#### 誰是你的菜



#### 簡介

	第一季	第二季	第三季
主要平台		安徽衛視	
播放日期	13期，2016年10月11日至2016年1月3日	14期，2016年6月30日至2016年10月6日	13期，2017年5月4日至2017年9月14日
播放時間	每週日下午十時正	每週四下午九時十分	每週四下午十時正
每期長度		60至65分鐘	
主要贊助(推廣品牌)	中國領先食品分銷商(領先煮食用油品牌)	中國領先食品分銷商(領先食用油品牌)	大型飲料分銷商(維他可可)
平均收視率	0.61	0.73	0.45

#### 節目內容

我們歷史不長，而《誰是你的菜》是我們第一檔開發的節目。《誰是你的菜》的構思是從討論美食入手，探索明星真實的生活。每期節目裏，將有兩位明星嘉賓受邀參加節目，並透過家中冰箱內的食材，討論美食、烹飪及生活方式。節目集結美食、脫口秀、明星八卦及真人秀等元素。

為期三季的《誰是你的菜》吸引到多個企業贊助商客戶宣傳中國知名品牌。我們成功將《誰是你的菜》的想法推銷給某中國領先食品分銷商，其成為第一季節目的企業贊助商宣傳



## 業 務

其食用油品牌。於第二季，由於節目的成功，我們吸引到其他廣告商宣傳比亞迪、聯合利華和格力電器。於第三季，我們有新企業贊助商宣傳維他可可。根據弗若斯特沙利文報告，《誰是你的菜》是我們第一次與中國領先衛星電視媒體平台安徽衛視合作的節目。我們爭取到全部三季《誰是你的菜》在該聯播網均能在黃金時段內播出。

《誰是你的菜》第一季季結時的平均收視率為0.61。節目於第二季延續成功，14期節目中有10期為同時段內收視第一，平均收視率0.73。《誰是你的菜》第三季作為最後一季節目，13期節目中有11期為同時段內收視第二或第三，平均收視率為0.45。

《誰是你的菜》節目完結後，安徽衛視重新運用節目構思，並聘請我們製作及發行《家有廚神》。請參閱「—《家有廚神》」。我們亦延續《誰是你的菜》的構思研發其他即將播放的節目，包括綜藝節目《穿越時間的味道》。請參閱「— 已於往績記錄期間後播放的節目及即將播放的節目」。

### 家有廚神



### 簡介

主要平台	安徽衛視
播放日期	13期，2017年5月4日至2017年7月27日
播放時間	每週四下午九時二十分
每期長度	30分鐘

### 節目內容

《家有廚神》的節目構思與《誰是你的菜》相似，但參加者是素人。於每期節目中，我們會邀請兩個家庭於30分鐘內完成一道菜式進行比賽。每期節目將邀請一位名廚作為評審選出優勝者。

## 業 務

### 職場類

#### 你好！面試官(第一至四季)



### 簡介

主要平台	深圳衛視；騰訊視頻
播放日期	2017年11月至2019年1月
播放時間	每週四下午十時正
每期長度	50分鐘
主要贊助	多家公司

### 節目內容

《你好！面試官》是我們在職場類型的第一檔節目。節目中，求職者有機會同時與十二位僱主面對面交談，而僱主於面試過中將有機會談及他們的公司及產品。節目的獨特之處在於其為僱主與求職者之間的橋樑，提供了一個平台，展示僱主的核心優勢以及求職者的專業精神和專業知識。這使得該節目與傳統職場節目更加不同，而傳統職場節目則多從求職者的角度出發。

把焦點放在僱主身上的節目構思來自於我們察覺到中小企業的僱主在電視媒體曝光方面有重大需求，為了聘請員工以及宣傳產品及品牌兩方面。我們選擇深圳衛視為我們節目的合作夥伴，因為我們相信，深圳的經濟活躍，並擁有大量年輕求職者，因而擁有我們目標的觀眾群。

雖然《你好！面試官》原本是為中小企業僱主而設，但節目的人氣也吸引了可口可樂、

## 業 務

強生及萬事達卡等大企業的注意。因此，由節目的第四季開始，我們將每集僱主嘉賓的數量由12位減至6位，以為他們提供更多的曝光機會。

我們將《你好！面試官》的構思伸延，並研發其他即將播放並於不同平台推出的節目，包括《老闆來了》及《貓先生》。請參閱「一 已於往績記錄期間後播放的節目及即將播放的節目」。

### 城市類

#### 北漂愛情故事



### 簡介

主要平台	愛奇藝
播放日期	2019年2月20日；12集
每集長度	45至55分鐘
主要贊助	比亞迪

### 節目內容

我們首套城市類節目《北漂愛情故事》是一部網絡連續劇，故事講述五個二十多歲的年輕人和一個中年女士離開遙遠的家鄉，搬到北京的合租屋。在這段同住的期間，這六個人經歷了工作難關、家庭問題、愛情、爭吵、歡笑、淚水與驚喜，同時體會到在像北京一樣的大城市生存的真正意義。

自2018年以來，國家廣播電視總局鼓勵製作及發行以真實生活為主題的劇集，形容人民當代生活。《北漂愛情故事》是回應此監管趨勢後第一批播出的網絡劇。我們成功招徠現

## 業 務

有客戶比亞迪作為節目的企業贊助商。該節目首映時為愛奇藝最高收視的連續劇，播放量已超過4,500萬次。

成功之後，我們研發《北漂愛情故事》第二季及第三季，加入新角色及故事情節。請參閱「一已於往績記錄期間後播放的節目及即將播放的節目」。我們亦計劃就上海及深圳等城市研發同類故事橋段。

### 青年文化類

#### 超級大首映



#### 簡介

主要平台	安徽衛視
播放日期	35期，2016年3月27日至2016年11月11日
播放時間	每週日下午十時正(第1至25期)，每週五下午九時二十分(第26至35期)
每期長度	70分鐘
主要贊助	比亞迪

#### 節目內容

《超級大首映》的構思旨在為觀眾提供最新播出的電影及電視連續劇資訊，節目形式能讓劇中演員宣傳他們參與的電影和節目生動討論他們的拍攝過程。

我們在安徽衛視接觸我們以尋求以首映作主題的綜藝節目後產生了這個想法。我們的客戶，比亞迪在我們向其展示了節目的主要觀眾後成為節目的企業贊助商，宣傳其「秦」系列，我們的主要觀眾為年輕的中產人士，同時也是比亞迪的目標客戶群。



## 業 務

### 網紅是怎樣倒下的



### 簡介

主要平台	搜狐視頻
播放日期	2017年2月28日
每集長度	約65分鐘

### 節目內容

《網紅是怎樣倒下的》是一部網絡電影，故事講述在中國面對網紅當道的經濟環境，三個農村女孩來到城市，在網紅崛起之際，她們開始了她們作為網紅生活中令人興奮和複雜的一章。三個女孩自從來到城市後就發生戲劇性的變化。當面臨挑戰和艱難選擇時，一些人選擇了適應和融合，而另一些則選擇了分離和避免。這三個女孩對愛情的態度各有不同，她們以自己的方式接近萌芽的新戀情。這部電影反映了生活在這個複雜世界中的年輕人的真實生活、價值觀和觀點。《網紅是怎樣倒下的》自上映以來播放量已超過7,000萬次，當時成為中國所有網絡視頻平台評價最高的節目之一。

受《網紅是怎樣倒下的》的成功啟發，我們隨後開發了另外兩套電影，即《71號公寓》及《看不見的戀人》上下集，組成一個電影系列。《71號公寓》是一套網絡恐怖電影，講述了一名演員醒來後發現自己被困在一個單位中，試圖找出綁架者的故事。《看不見的戀人》上下集講述一名年輕專業人士設法為其女友籌錢治病的經歷。



## 業 務

### 嗨！唱起來



### 簡介

主要平台	江蘇衛視
播放日期	12期，2018年4月27日至2018年7月13日
播放時間	每週五下午十時正
每期長度	70分鐘
主要贊助	聯合利華

### 節目內容

《嗨！唱起來》為往績記錄期間我們最大型的綜藝節目之一。節目定位為由專業表演者如明星嘉賓及素人選手同台合唱。我們與我們的客戶兼合作夥伴酷狗音樂共同開發節目概念及製作及發行節目。每期節目之前，100位素人參賽者會透過酷狗音樂網上音樂平台所提供的卡拉OK功能及評分系統在節目前事先挑選。在每一期節目中，主持會從該100位參賽者中隨機挑選三位，與明星嘉賓合唱由明星嘉賓原唱，並由參賽者改詞的歌曲。每期完結時，該100位參賽者將與明星嘉賓共同合唱一曲。節目形式除了為發掘新藝人和音樂，也能拉近明星嘉賓和素人參賽者之間的距離。

《嗨！唱起來》是我們與江蘇衛視的第一個合作項目。於節目的第一季，酷狗音樂與我們為聯合製作人，而我們與酷狗音樂共同擁有該節目的知識產權。有關詳情請參閱「知識產權」。我們請江蘇衛視加入製作節目，與以往業務慣常相反，以往一般由電視媒體平台聘請我們製作及發行節目。

## 業 務

《嗨！唱起來》第二季將大幅改版，並改名為《讓我們去唱歌吧！》。請參閱「— 已於往績記錄期間後播放的節目及即將播放的節目」。

### 已於往績記錄期間後播放的節目及即將播放的節目

於往績記錄期間末及最後實際可行日期之間，我們已播放兩套節目。此外，我們預期將於2019年下半年播放[七]檔節目，及於2020年播放[16]檔節目。下表載列於往績記錄期間後播出的節目及按我們截至最後實際可行日期的計劃將於2019年最後四個月及2020年播出的節目的主要資訊。

估計播放時間	於往績記錄期間後播放		已簽訂合同 <sup>(1)</sup>		已簽訂意向書		已獲內部批准 <sup>(2)</sup>		總計	
	節目數目	估計預算 (人民幣 百萬元)	節目數目	估計預算 (人民幣 百萬元)	節目數目	估計預算 (人民幣 百萬元)	節目數目	估計預算 (人民幣 百萬元)	節目數目	估計預算 (人民幣 百萬元)
<b>2019年</b>										
電視節目.....	1 <sup>(1)</sup>	45.0	3	267.0	1	55.0	—	—	5	367.0
網絡節目.....	1	2.5	1	14.2	2	73.0	—	—	4	89.7
小計.....	2	47.5	4	281.2	3	128.0	—	—	9	456.7
<b>2020年</b>										
電視節目.....	—	—	—	—	1	300.0	9	804.0	10	1,104.0
網絡節目.....	—	—	—	—	1	60.0	5	214.0	6	274.0
小計.....	—	—	—	—	2	360.0	14	1,018.0	16	1,378.0
總計.....	2	47.5	4	281.2	5	488.0	14	1,018.0	25	1,834.7

- (1) 包括《你好！面試官》(第五至七季)，將於2019年5月至2020年1月發佈，惟我們已於2019年4月一批過交付所有集數的母片(及於往績記錄期間確認絕大部份收入)。
- (2) 在我們未訂立正式合同的情形下，如我們有信心已就重大條款意見一致並且最終將會簽訂合同，我們或仍會開始製作。
- (3) 我們已獲內部批准的項目一般為我們已與潛在企業贊助商及媒體平台就合作的基本商業條款達成諒解者。

有關節目儲備的風險，請參閱「風險因素 — 與我們的節目有關的風險 — 有關我們儲備節目的資料未必證實為準確或未必能反映我們未來的經營業績。」

### 美食類

#### 慢遊全世界

《慢遊全世界》是一個美食電視綜藝節目。在每一集中，一位明星將前往一座城市體驗那裏的生活，探索美味的當地美食。我們預期會在2019年第三季度於某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台播放《慢遊全世界》。於最後實際可行日期，我們已就《慢遊全世界》訂立正式合同。

## 業 務

### 穿越時間的味道(第一及二季)

《穿越時間的味道》是將傳統中國文化與美食相融合的電視綜藝節目。該節目精選評審與藝人陣容，以中國節氣為主線，介紹傳統上不同節氣能吃到的食品。節目嘗試闡述中國文化的精粹，以詩詞將傳統美食帶到生活當中。第一季及第二季節目於某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台播出。第一季預期將於2019年第四季度發佈，而第二季則估計將於2020年第四季度播出。於最後實際可行日期，我們已就第一季訂立意向書。同日，第二季已通過我們的內部節目審批。

### 職場類

### 你好！面試官(第五至十季)

由於《你好！面試官》廣受歡迎，我們計劃在2019年和2020年繼續製作及發行此檔節目，[節目形式會與第一季類似]。請參閱「—現在或已播放完畢的節目—職場類—你好！面試官(第一至四季)」。第五至第七季已經播出。於往績記錄期間後，我們預計由2020年第一季度至第四季度播出第八至第十季，其已通過我們的內部節目審批。

### 時光樹洞1.0和2.0



### 簡介

主要平台	某領先短視頻平台
播放日期	時光樹洞1.0：2019年6月14日；時光樹洞2.0：2020年
每期長度	1分鐘

《時光樹洞1.0》是我們首個網絡短視頻。故事發生在一個不起眼的手錶店裏。主角是一個神祕的鐘表匠，在其手錶店為各行各業的顧客提供服務。每集通過鐘表匠了解他的顧客，

## 業 務

講述他們的生活和故事，而觀眾隨之看到我們彼此之間的相互關係。截至最後實際可行日期，我們已發佈合共八集。

我們計劃於2020年發佈《時光樹洞2.0》作為《時光樹洞1.0》的續集。《時光樹洞2.0》的情節與《時光樹洞1.0》的情節有所不同，節目包含了網紅粉絲經濟。主角是一個剛畢業並找到一塊能穿越時間的手錶的女孩。當她戴上手錶後，能夠回到過去，重溫過去的面試和以往的工作經歷。我們預計於2020年第一季度至第四季度在某領先短視頻平台發行《時光樹洞2.0》。截至最後實際可行日期，《時光樹洞2.0》已通過我們的內部節目審批。

### **老總來了(第一季及第二季)**

《老闆來了》是一套延續《你好！面試官》所用職場構思的電視綜藝節目。每期節目有七位嘉賓，包括四位名人嘉賓和三位知名公司的名人高管，從中探討僱傭雙方在職場上的關係。我們預計於2019年第三季度發行第一季及於2020年第三及第四季度發行第二季。截至最後實際可行日期，我們已就第一季訂立正式合同。於同日，第二季已通過我們的內部項目審批。

### **貓先生**

《貓先生》是一部改編自流行漫畫的網絡連續劇。這個節目講述了幾個年青專才透過工作對彼此相互瞭解，以及有關他們在一個繁忙的大都市生活的故事。我們計劃於2020年第二季度於某領先網絡視頻平台發佈該節目。截至最後實際可行日期，我們已就《貓先生》訂立意向書。

### **城市類**

#### **關於我父親的一切**

《關於我父親的一切》是網絡綜藝節目，我們計劃每期邀請一位明星。節目嘗試透過講述他們父親的生平故事，以個人角度描繪一段歷史。我們預期在2020年第四季度於搜狐視頻播放《關於我父親的一切》。於最後實際可行日期，我們已就《關於我父親的一切》訂立意向書。

#### **北漂愛情故事(第二季)**

由於《北漂愛情故事》第一季的成功，我們決定製作及發行此節目的第二季，其有與第一季不同的獨立故事線。與第一季一樣，第二季將會是在某領先網絡視頻平台發行的網絡連續劇。我們計劃於2020年第三季度發佈第二季。於最後實際可行日期，《北漂愛情故事》已通過我們的內部節目審批。

---

## 業 務

---

### 生命之輪

《生命之輪》是一個圍繞救護車內醫護人員的連續劇，講述了他們所經歷的生死故事。這是一部電視連續劇，將在某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台上發行。我們預期於2020年第二季度播放《生命之輪》。於最後實際可行日期，《生命之輪》已通過我們的內部節目審批。

### 錄影棚的故事

《錄影棚的故事》是一部設定在錄影棚裏的喜劇片，其於員工和顧客的日常生活中尋找快樂和幽默。此節目為網絡連續劇，將於某領先網絡視頻平台發行。我們計劃於2020年第四季度發佈《錄影棚的故事》。於最後實際可行日期，《錄影棚的故事》已通過我們的內部節目審批。

### 青年文化類

#### 讓我們去唱歌吧及嗨！唱起來(第三季)

新二季的《嗨！唱起來》預期改名為《讓我們去唱歌吧》，而第三季的擬定名稱為《嗨！唱起來》。《讓我們去唱歌吧》中，十位參賽者(五男五女)進入「對唱屋」並共同生活50天。期間，各參賽者設法找到自己的異性對唱拍檔，組成對唱組合，準備每個星期一次的對唱表演。在關注他們在「對唱屋」準備每星期表演過程的同時，觀眾亦會票選其心儀的對唱組合。新一季將以戶外拍攝取代錄影廠拍攝。《讓我們去唱歌吧》和《嗨！唱起來》(第三季)計劃在某五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台播出。我們計劃在2019年第四季度發佈《讓我們去唱歌吧！》和在2020年第三季度發佈《嗨！唱起來》(第三季)。截至最後實際可行日期，我們已就《讓我們去唱歌吧》訂立正式合同。於同日，《嗨！唱起來》(第三季)已通過我們的內部項目審批。

### 耀眼的你

《耀眼的你》是一部網絡電影，講述了一個愛情故事：一個愛炫耀的超級明星與一個普通女孩相遇，並因她的善良和價值觀而改變。我們預計於2019年第四季度在某領先網絡視頻平台發行《耀眼的你》。截至最後實際可行日期，我們已就《耀眼的你》訂立意向書。

### 鳳唳九天

《鳳唳九天》是一部改編自流行網絡小說的網絡古裝劇。這是關於一個年輕人在重生後實現人生目標所經歷的艱辛。我們預計於2019年第四季度在某領先網絡視頻平台發行《鳳唳九天》。截至最後實際可行日期，我們已訂立正式合同並已完成製作。

### 你就是主角

《你就是主角》是把重點放在普通人的生活的電視綜藝節目。該節目我們計劃於節目中邀請幾個具有不同背景和工作但共同夢想成為演員的普通人作為我們的節目嘉賓。在每一



## 業 務

集中，我們將為他們提供與著名演員一同訓練和表演的機會。我們預計於2020年第二季度在某五大衛星電視媒體平台發行《你就是主角》。截至最後實際可行日期，《你就是主角》已通過我們的內部項目審批。

### 爆款

《爆款》是由八位不同的名導演製作，共八集的網絡科幻劇集。每一集都會在八分鐘內講述一個令人驚歎的科幻故事。我們預計於2020年第二季及第三季度在某領先網絡視頻平台發行《爆款》。截至最後實際可行日期，《爆款》已通過我們的內部項目審批。

### 華語糾錯王

《華語糾錯王》是電視綜藝節目。每集都會有幾位參賽者，他們要以最短時間糾正中國文學及其他內容中的錯處。《華語糾錯王》旨在將教育元素融入娛樂。我們預期在2020年第三季度於某五大衛星電視媒體平台播放《華語糾錯王》。於最後實際可行日期，《華語糾錯王》已通過我們的內部節目審批。

### 使命的召喚

《使命的召喚》是軍事主題的電視綜藝節目。我們的節目旨在透過邀請嘉賓參與軍事訓練，激發參與者及觀眾的愛國精神。我們預計於2020年第四季度在某五大衛星電視媒體平台發行《使命的召喚》。截至最後實際可行日期，《使命的召喚》已通過我們的內部項目審批。

### 警務類

#### 一念無間

該項目是我們2019年的重點研發的電視劇。《一念無間》是真人真事的白領犯罪劇，展示警察偵破案件、抓獲罪犯的過程，旨在鼓舞民心。《一念無間》計劃於某兩個五大衛星電視媒體平台及某領先網絡視頻平台播出。此節目預期將於2019年第四季度開始製作。我們計劃於2020年第二季度發佈該節目。於最後實際可行日期，我們就《一念無間》訂立意向書。

#### 一念無間之雙城

這項目是脫胎自電視連續劇《一念無間》的網絡連續劇。我們預期《一念無間之雙城》將於2020年第四季度在某領先網絡視頻平台播放。於最後實際可行日期，該節目已通過場我們的內部節目審批。

---

## 業 務

---

### 城市英雄之派出所故事

這個節目是一個紀錄片風格的實況綜藝節目，用來讚揚我們當中的日常英雄。該節目計劃於某五大衛星電視媒體平台播出。每一集都有四位明星與[上海]的當地社區警察同住，並展示這些普通市民如何以自己的方式作出貢獻，讓[上海]成為一個溫馨、安全並讓很多人稱之為家的大都市。我們計劃於2020年第四季度發佈這個節目。於最後實際可行日期，《城市英雄之派出所故事》已通過我們的內部節目審批。

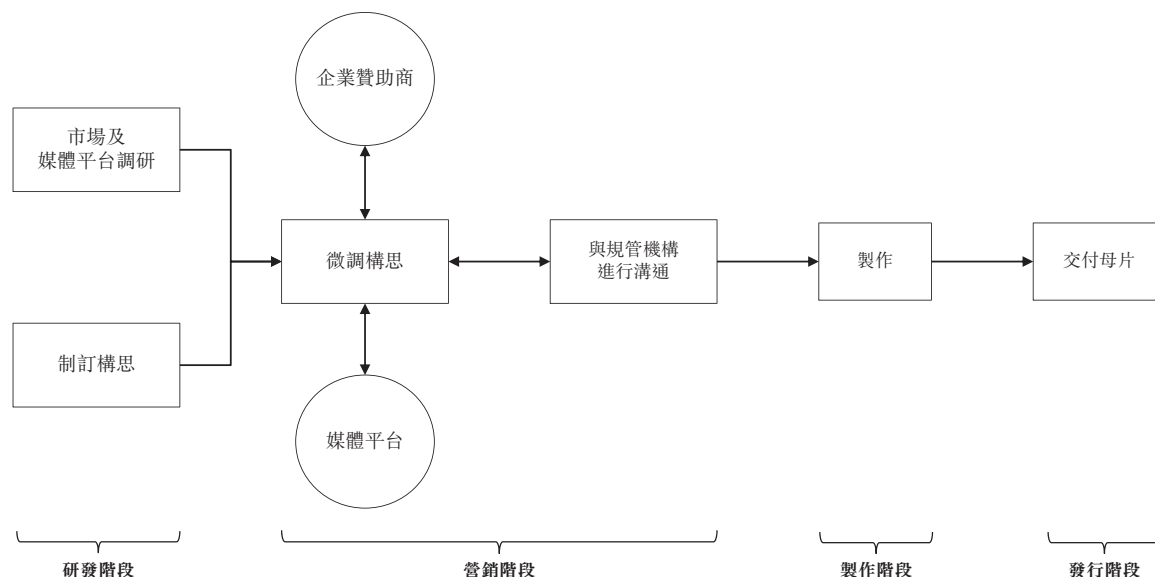
### 為中小型企業的內容研發

過往我們著重為大型商業贊助客戶提供視頻內容研發，並於電視媒體平台及網絡視頻平台播放那些內容。由2018年年末起，我們開始為中小型企業客戶提供內容研發服務。該等客戶基礎主要包括《你好！面試官》節目內的超過80位贊助商組成。大部分客戶就品牌知名度、產品推廣及聘請優秀員工都有相似的需要，但並無財務資源去贊助完整的視頻節目。為了配合這些客戶的需要，我們開始為短視頻提供贊助和廣告的機會。例如，我們會代表客戶與多個知名的社交媒體網紅合作，創作短視頻，於抖音及其他短視頻平台播放。另外，借助我們於製作職場主題內容如《你好！面試官》所獲得的豐富經驗，我們建立了音頻節目包括《你好！面試官》的幕後製作花絮《導演駕到》。我們正在建立一個關於求職的節目《好好工作》。該等節目已經上載於音頻平台如喜馬拉雅FM及懶人聽書。我們有意從這些節目產生收入，方法是與平台合作夥伴商討按照若干節目或期數的聽眾流量收取費用。

## 業 務

### 經營過程

整體而言，我們的經營過程包括四個階段，即研發階段、營銷階段、製作階段和發行階段。經營過程的主要階段及時間框架載列如下。



#### 研發(播放前最少九個月)

我們努力研發既具創意又可銷的構思。為達到此目標，我們就視頻內容市場及媒體平台進行調研，以緊貼市場最新潮流。我們亦運用富經驗的內部內容研發團隊，制定具創意的節目構思。

#### 市場及平台調研

我們的內容研發團隊就近期及最流行節目進行大量市場調研，並分析觀眾喜好的發展，找出市場潮流的變化。連續劇方面，我們的連續劇製作團隊(於最後實際可行日期由九名僱員組成)積極與媒體平台溝通，了解他們所需。

#### 制定構思

我們每名內容研發團隊成員每月須制定至少兩個原創節目構思，以作內部討論及審議。在內部會議期間，該等構思的質量會經過評估，並將向營銷團隊呈報約一半的概念，彼等將評估每個構思在潛在企業贊助商及其他廣告商贊助方面的適銷性。我們的高級管理層會挑選最適銷的構思並向潛在贊助商展示，而其餘構思則存儲於我們的構思庫。目前，我們的構思庫擁有超過80個原創節目構思。

#### 營銷(綜藝節目為四至九個月；連續劇為二至四個月)

我們帶同節目構思接觸企業贊助商及媒體平台。我們就綜藝節目和連續劇的營銷並不相同。一般而言，綜藝節目方面，我們會在將節目概念與企業贊助商清晰界定的營銷目標

## 業 務

配對後，為節目挑選媒體平台。然而就連續劇的需求則通常由媒體平台直接提出。因此，我們的主要責任時按需求籌備劇本。

於營銷過程中，我們將於項目跨過概念階段時進行內部審批程序。經我們內部審批的項目一般是我們已按基本商業合作條款與潛在企業贊助商及媒體平台達成初步諒解者。我們可與企業贊助商及／或媒體平台訂立意向書，紀錄主要商業條款，並將於落實商業條款後訂立正式協議。在某些情況下，由於某些客戶進行內部合同審批程序為時頗長，如果我們有高度信心可協定重大條款及最終可訂立合同，我們或會在簽訂正式協議前開始製作。以下段落提供我們的營銷活動的詳細描述。

### 企業贊助商

#### 綜藝節目

##### 配對需求及提出構思

綜藝節目的企業贊助商通常為知名消費者或零售品牌，他們尋求推廣其品牌或營銷其產品。我們的營銷團隊與一批主要客戶緊密接觸，了解其最新營銷目標及預算要求。當我們理解企業贊助商客戶的目標及需要後，我們首先搜尋構思庫。我們專職的營銷團隊按詳盡的業界調研，評估節目構思的可銷程度，並挑選高潛質構思作進一步研發。倘我們的構思庫沒有適合的構思，我們將與內容研發團隊展開內部的集思會，為企業贊助商創作及建立幾個構思建議。具體而言，建立構思建議時，我們旨在識別適合所推廣產品特性的節目類型。舉例來說，我們為有意推廣領先煮食用油品牌的中國領先食品分銷商開發美食類節目；並為有意推廣其音樂應用程式的酷狗音樂開發音樂節目。

初次集思會後，我們考慮其產品品牌、目標人口、合適媒體平台及其他因素，向企業贊助商提供一份節目構思清單，供企業贊助商按其需要進行搭配。我們亦會商討估計預算、不同節目方式、不同品牌及贊助模式以及建議嘉賓名單等詳情。

當定下初步構思，我們會按照企業贊助商客戶的意見，對構思進行微調以及制定試驗實行計劃。一般而言，我們的試驗實行計劃包括節目的種類及主題、主要節目流程、錄影棚佈景設計、候選明星名單、預算、建議媒體平台、建議製作及播映日程及產品植入廣告的樣版。具體而言，我們將強調企業贊助商客戶可推銷或宣傳其品牌或產品的機會，如廣

## 業 務

告植入意見、廣告時段、贊助機會及可帶動品牌聯想及為客戶品牌商譽增值的其他節目元素。

我們將於與企業贊助商進行第二次討論時彙報試驗實行計劃。我們的內容研發團隊將按照他們的意見及任何額外要求修改實行計劃。尤其，倘我們的企業贊助商對出演的明星有特定要求，我們會代表企業贊助商通過藝人統籌聯繫他們，討論檔期及預計演出費。

### 其他潛在廣告商

一般而言，我們會在整段營銷階段為節目物色其他潛在廣告商。綜藝節目方面，我們在開始製作前約一至三個月內為節目物色其他廣告商。

### 連續劇

連續劇方面，憑藉我們與知名消費者及零售品牌之間的緊密關係，我們通常會在製作前接觸他們，探求就連續劇而言的潛在廣告機會。一般而言，該等品牌會以在節目內置入產品作植入式廣告的方式贊助我們的連續劇。

### 媒體平台

#### 綜藝節目

一般而言，當我們微調節目構思後，就開始接觸媒體平台，通常為電視媒體平台。我們或會根據我們對不同的觀眾群的認知、媒體平台的特點及其是否適合我們的節目而向企業贊助商建議媒體平台。我們會按商業條款與電視媒體平台磋商，包括廣告時間段，廣告要求和分成機制，而電視媒體平台向我們提供資源配套，當中包含我們可用的時間段以及播映日程，讓我們與企業贊助商商討。

### 連續劇

#### 配對需求及提出構思

我們的連續劇是基於媒體平台(包括電視媒體平台和網上媒體平台)的要求而製作。截至最後實際可行日期，媒體平台通常會表明他們想要的節目類型，如青春連續劇或時代劇等，我們會嘗試與我們已制訂的構思庫進行配對。

### 籌備劇本

了解媒體平台的需求後，我們就提議項目提交載有故事橋段的背景及簡介的建議書。然後，我們會保留一支編劇團隊籌備連續劇大綱。大綱一般包括主要角色、故事橋段以及主要場景。與客戶進行多輪商討之後，我們按所協定的大綱編製最多十集的劇本草稿，供他們審閱。獲他們審批後，我們指示編劇編製該連續劇的完整劇本。在某些情況下，我們



## 業 務

會利用自己擁有的版權。如果我們相信某部小說主題可滿足若干媒體平台的要求，或會選擇將其改編成劇本。例如我們的網絡連續劇《北漂愛情故事》乃改編自都市小說《日落天通苑》，而我們擁有其版權。同時，我們亦會就節目詳情(如估計投資額、建議名人名單以及預期播放時間表)與媒體平台磋商。

### **與監管機構進行溝通**

為確保我們的節目能如期成功播出，我們已成立監管風險管理委員會，審視各項節目的內容。根據中國法律法規，大型網絡節目(包括投資額超過人民幣5百萬元的連續劇受投資額超過人民幣1百萬元的電影)須向國家廣電總局備案後方可製作。電視連續劇方面，製作公司須將劇本向國家廣電總局備案，並須於開工製作前獲國家廣電總局發出電視劇製作許可證。一般而言，我們負責向國家廣電總局備案及批准連續劇的程序。綜藝節目製作前無需備案或批准，而媒體平台通常負責廣播備案。

### **製作(綜藝節目為二至四個月；連續劇為四至十個月)**

一般而言，我們分配內部製作人、專案統籌及主管管理及監督整個節目製作過程，以確保我們的節目製作高質高效。我們聘請專業第三方擔當不同職責，包括燈光、舞蹈編排、錄影棚佈景設計、藝人統籌、編輯、音響、音樂和其他後期製作。藝人統籌負責物色切合我們要求的表演藝人，並與他們商討。在節目製作過程中，我們的主管向整個製作團隊發出指示並監督節目製作的美術及技術元素，以將我們的概念或劇本轉化為完整的節目。此外，我們的主管亦確保我們能履行對節目廣告商的所有合同義務。我們的製作人或專案統籌(彼等深入了解我們的概念及節目主題)負責監督第三方製作團隊的工作。我們的客戶及媒體平台也同時監察節目製作過程及於現場向我們提供意見。

### **發行(綜藝節目一般為每週一期；連續劇一般為每日兩集)**

### **交付母片**

正常而言，交付時間表乃經媒體平台及我們同意。過往，我們按滾動基礎將綜藝節目的母片交付予媒體平台。自2019年起，隨着我們加強財務資源及擴大我們的業務規模，我們逐漸能夠一次性交付節目內所有集數的母片，例如2019年4月時《你好！面試官》(第五至七季)的情形。在節目第一期播映後，該季餘下期數將按滾動基礎製作及交付予媒體平台。

## 業 務

在某些情形下，我們亦會在播放前一批過交付所有母片。連續劇方面，我們通常在播放前交付全部母片。

根據中國法律法規，播放及發行電視連續劇前須獲得國產電視劇發行許可證。我們一般負責就我們的電視連續劇取得該等許可證。

一般而言，媒體平台和我們都要負責進行推廣活動。整體而言，網上媒體平台會以在主頁上貼出節目廣告及作為播放前廣告，在其平台上為節目進行營銷和廣告宣傳。電視媒體平台會在播放當日之前播放有關宣傳片。宣傳節目時，我們會舉行網下活動，如支持者聚會和校園探訪。我們亦會在不同社交媒體平台宣傳節目。例如，宣傳《你好！面試官》時，我們會將經剪輯的節目視頻片段上載抖音等社交媒體平台。我們亦不時聘請第三方營銷公司進行宣傳活動。

我們、我們的企業贊助商及媒體平台共同監察節目播映的表現。具體而言，就我們的綜藝節目，根據企業贊助商及電視媒體平台的回饋意見，加上觀眾群數據及觀眾的其他意見，我們可能會調整餘下期數的節目內容、故事線及拍攝及編輯手法，實現企業贊助商價值的最大化。

### 銷售及合同

過往，我們主要為電視媒體平台研發綜藝節目。另外，我們有一個雖小但正在擴展的網絡電影及連續劇組合。在我們的行業，儘管合約範疇相似，但基於商討過程，每項交易的商業條款可能有很大差異。

### 電視節目

#### 綜藝節目

我們一般簽訂兩類合約，於為電視媒體平台建立的綜藝節目中產生收入。第一類為與代表企業贊助商的廣告代理簽訂廣告合約。第二類為與電視媒體平台簽訂有關節目播映的製作及發行協議，據此，我們負責製作及發行節目。以下為概述該等協議內的主要條款。

#### 與廣告代理簽訂的廣告協議

- **服務範圍。**我們一般向企業贊助商客戶提供全面的宣傳解決方案，主要包括：(i)節目內的產品植入式廣告(即實際置入、主持口述廣告與節目結尾特別鳴謝)；及(ii)於吸引的電視廣告時段(即節目分段進入廣告後的第一個廣告，以及於下一分段開始的前一個廣告)播放廣告。我們亦可能授權企業贊助商於其線下宣傳活動時使用節目素材如明星視頻及宣傳影片。

## 業 務

- **定價及付款。**我們一般向企業贊助商客戶收取一筆一次性費用，以於整個季度的節目內加入電視廣告。定價按贊助商的品牌出現於節目內的範圍及頻率而釐定。付款一般為分期支付。通常第一期付款將於簽訂合約後短期內到期，而最後一期付款將於所有集數播放完畢後到期。
- **知識產權擁有權。**一般而言，所有依附節目的知識產權乃屬我們，企業贊助商客戶可保留其提供的任何構思及素材。有關於往績記錄期間，我們現時及已完成節目的知識產權擁有權，請參閱「一 知識產權」。
- **違約。**倘因我們的過失而無法放映企業贊助商客戶的電視廣告，該電視廣告將會補播兩次，倘與我們在版本、日期、播放時段、順序及電視廣告內容方面的錯誤有關，該電視廣告則會補播一次。
- **排他性。**於履行協議條款期間，我們同意不會宣傳與我們企業贊助商客戶有競爭的產品。

### 與電視媒體平台簽訂的製作及發行協議

- **製作及發行服務。**一般而言，我們與電視媒體平台簽訂協議以製作及發行我們已建立的電視節目。
- **購買播放時段。**我們有時會向電視媒體平台支付費用購買播放時段，以指定於特定時段內播映我們的電視節目及企業贊助商客戶的電視廣告。
- **付款條款。**付款一般為分期支付。付款階段在不同交易中可有很大差異。大部分交易中，付款階段基於播出集數。在特定情況下，我們從電視媒體平台收取付款的權利與電視媒體平台收到廣告商的付款有關。
- **知識產權擁有權。**不同交易中的知識產權擁有權各有不同。一般而言，知識產權擁有權由電視媒體平台及我們共同擁有。某些情況下，我們將節目廣播權授予電視媒體平台，而在其他情況下，電視媒體平台擁有廣播權。任何自知識產權產生的收入乃根據各自的擁有權權益分配。

我們與電視媒體平台之間的商業安排因節目而異，視乎磋商結果而定。雖然我們通常會製作及發行我們所研發的節目，但有時電視媒體平台除成為我們的客戶之外，亦會參與節目製作及發行，成為供應商之一。《嗨！唱起來》(第一季)的交易下有一系列特別的商業條款。於該項交易中，我們聘請電視媒體平台製作及發行節目，我們亦有支付費用購買播放時段。此外，交易的一部分為我們將知識產權的大部分擁有權售予《嗨！唱起來》的合作夥伴，以收取一筆一次性款項及在此項權益中保留少數擁有權。有關酷狗的知識產權擁有

## 業 務

權的詳情，請參閱「—知識產權」。《嗨！唱起來》的合作夥伴亦有權分享我們與該節目相關的廣告收入。我們將按照相關擁有權的百分比分配五年來節目所得收入。《誰是你的菜》(第一及二季)方面，我們曾聘請發行該節目的電視媒體平台為藝人統籌及後期製作編輯，並向他們支付一筆一次性款項，而我們就同一節目向其提供節目製作及發行服務。

### *與網絡視頻平台簽訂的合同*

當我們的電視節目於電視媒體平台播映後，我們有時會以固定價格向網絡視頻平台銷售該等電視節目。

### **網絡節目**

我們一般就製作網絡節目簽訂兩類協議。第一類為與代表企業贊助商的廣告代理簽訂的廣告協議，其與就電視節目簽訂的廣告協議相類似。請參閱「—電視節目—綜藝節目—與廣告代理簽訂的廣告協議」。然而，就網絡節目訂立的廣告協議一般僅與產品植入廣告有關，由於網上廣告所得收入一般歸網上媒體平台所有。第二類為與網上媒體平台簽訂的合作協議，按照協議，平台同意向我們支付費用以放映該節目。我們的費用一般以收入分成形式收取，基於(i)觀看次數；及(ii)廣告收入分配釐定。費用一般按合同中的協定時間支付(其可能按季度或按進度結算)。

### **我們的客戶**

在往績記錄期間，我們的客戶通常包括(i)委聘我們製作及發行節目的電視媒體平台和網絡視頻平台；(ii)代表企業贊助商尋求通過產品植入廣告或電視廣告來宣傳其產品和服務的廣告公司。另外，在2018年，我們的主要客戶之一酷狗音樂與我們簽訂了有關《嗨！唱起來》的許可及共同製作協議。有關我們與客戶達成的協議的詳細信息，請參閱「—銷售及合同」。於往績記錄期間，我們與客戶的信貸期一般為發票日期起計30至90日。然而，實際上電視網絡的實際結付期或會長得多，根據弗若斯特沙利文報告，此情況對中國電視網絡的供應商而言並不罕見。儘管如此，我們相信在大多數情況下與領先的優秀中國電視網絡合作，所面臨的違約風險可望有所降低。

## 業 務

下表載列我們在往績記錄期間的五大客戶詳情：

客戶	交易額 (人民幣千元)	佔總收入的%	信貸期(基於 相關合約) (月)	開始 商業關係	所提供的 主要服務	客戶背景
<b>截至2016年 12月31日 止年度</b>						
客戶A.....	59,071	46.2	6-12	2014年	節目製作及 發行	於安徽省合肥市廣 播的電視媒體平台
客戶B.....	52,314	40.9	6-12	2015年	廣告	總部設於上海的公司，主要從事營銷及廣告
客戶C.....	8,774	6.9	3-6	2016年	廣告	總部設於北京的公司 的附屬公司，主 要從事廣告
客戶D.....	5,660	4.4	3-6	2016年	廣告	總部設於南京的公司，主要從事廣告
客戶E.....	804	0.6	3-6	2016年	廣告	總部設於上海的公司，主要從事廣告
<b>總計.....</b>	<b>126,623</b>	<b>99.0</b>				
<b>截至2017年 12月31日 止年度</b>						
客戶A.....	73,208	45.6	6-12	2014年	節目製作及 發行	於安徽省合肥市廣 播的電視媒體平台
客戶F.....	28,302	17.6	6-12	2017年	廣告	總部設於上海的公司，主要從事營銷及廣告
客戶B.....	17,752	11.1	6-12	2015年	廣告	總部設於上海的公司，主要從事營銷及廣告
客戶G.....	11,792	7.4	3-6	2016年	銷售 知識產權及 節目製作及 發行	總部設於北京的公司，主要從事視頻內容投資



## 業 務

客戶	交易額 (人民幣千元)	佔總收入的%	信貸期(基於 相關合約) (月)	開始 商業關係	所提供的 主要服務	客戶背景
客戶H.....	8,255	5.1	6-12	2017年	節目製作及 發行	於廣東省深圳市廣播的電視媒體平台的營運商
<b>總計.....</b>	<b>139,309</b>	<b>86.8</b>				
<b>截至2018年 12月31日 止年度</b>						
客戶I.....	141,509	50.0	6-12	2018年	節目製作及 發行	總部設於廣州的公司，主要從事數字音樂服務
客戶H.....	79,088	28.0	6-12	2017年	節目製作及 發行	於廣東省深圳市廣播的電視媒體平台的營運商
客戶J.....	27,224	9.6	6-12	2018年	節目製作及 發行	於江蘇省南京市廣播的電視媒體平台的營運商
客戶K.....	9,434	3.3	3-6	2018年	授出知識 產權特許	總部設於北京的公司，主要從事視頻內容相關業務
客戶L.....	8,255	2.9	3-6	2017年	廣告	總部設於北京的公司，主要從事營銷及廣告
<b>總計.....</b>	<b>265,510</b>	<b>93.8</b>				
<b>截至2019年 4月30日 止四個月</b>						
客戶H.....	92,138	94.7	6-12	2017年	節目製作及 發行	於廣東省深圳市廣播的電視媒體平台的營運商
客戶B.....	3,302	3.4	6-12	2015年	廣告	總部設於上海的公司，主要從事營銷及廣告
客戶M.....	1,835	1.9	3-6	2018年	節目製作及 發行	網絡視頻平台營運商
客戶N.....	4	0.0	3-6	2016年	節目製作及 發行	網絡視頻平台營運商
<b>總計.....</b>	<b>97,279</b>	<b>100.0</b>				

## 業 務

截至最後實際可行日期，我們的董事、彼等的連絡人或據董事所知截至最後實際可行日期擁有本公司已發行股本超過5%的股東並無於我們在往績記錄期間內的任何五大客戶中擁有任何權益。

### 我們的供應商

在往績記錄期間，我們的供應商通常包括(i)製作團隊；(ii)向我們提供時段或後期製作服務的電視媒體平台及媒體平台；(iii)藝人統籌公司；及(iv)營銷公司。我們通常按項目基準與供應商合作，並就各節目訂立合同，當中列明工作範圍、價格、付款時間及其他商業條款。我們所聘請供應商的類型及其工作範圍視乎我們就特定節目的需要而定，或會因不同節目而有不同。

在我們的節目製作中，我們就多項職責委聘專業的第三方，如燈光、編舞、錄影棚佈景設計、藝人統籌、編輯、音響、音樂以及其他後期製作。我們分配內部製作人、專案統籌及主管管理及監督整個節目製作過程及我們的供應商，以確保我們的節目製作高質高效。一般而言，供應商協議項下的付款分為兩至四個階段。第一筆付款通常在訂約後較短時間內到期；最終付款通常在節目發佈時到期。根據供應商的責任、合約金額及談判能力，每個階段的付款百分比可能會有較大差異。就合約金額而言，最重要的一項供應協議通常是我們關於藝人統籌的協議。藝人統籌負責確定符合我們要求的演員並進行相關談判。演員由藝人統籌僱用和支付薪酬，我們一般不會與演員簽訂協議。一般而言，我們要求藝人統籌就我們因演員作出任何不當行為而產生的全數費用進行賠償。

我們不時聘請電視媒體平台和媒體平台進行藝人統籌及製作節目，我們相信此舉可增進節目製作的效率。在往績記錄期間，我們曾聘請安徽衛視為《誰是你的菜》(第一季及第二季)作藝人統籌及後期製作編輯，亦聘請江蘇衛視製作《嗨！唱起來》。請參閱「一 銷售及合同 — 電視節目 — 綜藝節目」。在某些情形下，根據我們與電視媒體平台的協議，我們須向其支付費用購買播放時段，以於若干時段內播映我們的節目。請參閱「財務資料 — 收入表項目說明 — 收入」。

## 業 務

下表載列我們在往績記錄期間的五大供應商詳情：

供應商	交易額 (人民幣千元)	佔總採購額 的%	信貸期 (由相關節目 開始製作時 起計) (月)	開始商業關係	所提供 的主要服務	供應商背景
<b>截至2016年 12月31日 止年度</b>						
供應商A .....	24,500	24.8	3-6	2016年	藝人統籌	總部設於上海的公司，主要從事營銷及廣告
供應商B .....	20,000	20.2	3-6	2016年	後期製作 營銷及宣傳	總部設於北京的公司，主要從事視頻內容投資
供應商C .....	19,000	19.2	3-6	2014年	節目製作	於全國中小企業股份轉讓系統上市的公司，主要從事視頻內容製作
供應商D .....	18,638	18.9	3-6	2014年	節目製作及 節目時段	於安徽省合肥市廣播的電視媒體平台
供應商E .....	3,518	3.6	3-6	2015年	營銷及宣傳	總部設於北京的公司，主要從事營銷及廣告
<b>總計 .....</b>	<b>85,656</b>	<b>86.7</b>				
<b>截至2017年 12月31日 止年度</b>						
供應商D .....	55,000	38.7	3-6	2014年	後期製作； 藝人統籌及 廣告時段	於安徽省合肥市廣播的電視媒體平台
供應商C .....	19,000	13.4	3-6	2014年	節目製作	於全國中小企業股份轉讓系統上市的公司，主要從事視頻內容製作
供應商F .....	8,100	5.7	3-6	2017年	節目製作及 藝人統籌	總部設於北京的公司，主要從事視頻內容製作、營銷及廣告
供應商G .....	6,000	4.2	3-6	2017年	節目製作	總部設於北京的公司，主要從事視頻內容製作
供應商H .....	5,774	4.0	3-6	2017年	藝人統籌	總部設於北京的公司，主要從事廣告
<b>總計 .....</b>	<b>93,874</b>	<b>66.0</b>				

## 業 務

供應商	交易額 (人民幣千元)	佔總採購額 的%	信貸期 (由相關節目 開始製作時 起計) (月)	開始商業關係	所提供 的主要服務	供應商背景
<b>截至2018年 12月31日 止年度</b>						
供應商I.....	119,000	47.8	6-12	2018年	節目製作及 節目時段	於江蘇省南京市廣播 的電視媒體平台的所 有人
供應商J.....	16,500	6.6	3-6	2017年	節目製作	總部設於北京的公司， 主要從事視頻內容 製作及廣告
供應商K.....	13,540	5.4	3-6	2016年	節目製作	總部設於北京的公司， 主要從事廣告
供應商L.....	11,802	4.7	3-6	2018年	後期製作	總部設於霍爾果斯的 公司，主要從事視頻 內容製作
供應商M.....	10,000	4.1	3-6	2018年	節目製作	總部設於上海的公司， 主要從事廣告
<b>總計.....</b>	<b>170,842</b>	<b>68.6</b>				

供應商	交易額 (人民幣千元)	佔總採購額 的%	信貸期 (由相關節目 開始製作時 起計) (月)	開始商業關係	所提供 的主要服務	供應商背景
<b>截至2019年 4月30日 止四個月</b>						
供應商N.....	60,000	45.6	3-6	2018年	節目製作	總部設於北京的公司， 主要從事營銷及 廣告
供應商I.....	27,000	20.5	6-12	2018年	節目製作	於江蘇省南京市廣播 的電視媒體平台的所 有人
供應商O.....	14,200	10.8	3-6	2019年	部份 節目版權	總部設於浙江的公司， 主要從事視頻內容 製作
供應商P.....	5,000	3.8	3-6	2018年	節目製作	總部設於北京的公司， 主要從事視頻內容 相關業務
供應商Q.....	3,264	2.5	3-6	2018年	節目製作	總部設於北京的公司， 主要從事視頻內容 相關業務
<b>總計.....</b>	<b>109,464</b>	<b>83.2</b>				

我們的董事、彼等的連絡人或據董事所知截至最後實際可行日期擁有本公司已發行股本超過5%的股東並無於我們在往績記錄期間內的任何五大供應商中擁有任何權益。

### 客戶／供應商重疊

由於我們業務的性質，我們在往績記錄期間的部分最大客戶或供應商也分別是我們在同一期間的供應商或客戶。上述事情的詳情資料如下。

## 業 務

**客戶A。**客戶A是中國領先衛星電視媒體平台。於2016年及2017年，客戶A委聘我們製作及發行一套電視綜藝節目。同年，客戶A是一家供應商，因為我們委聘其擔任與製作及發行同一套節目相關的藝人統籌及後期製作編輯工作。於2016年及2017年，我們從客戶A產生的收入分別為人民幣59.1百萬元及人民幣73.2百萬元。同年，我們自客戶A採購的金額分別為人民幣18.6百萬元及人民幣55.0百萬元。

**客戶B。**客戶B主要從事營銷及廣告。於往績記錄期間，客戶B擔任我們的企業贊助商的廣告代理。於2016年，客戶B是我們的供應商，因為我們安聘其為某電視綜藝節目進行營銷及宣傳。於2016年、2017年、2018年及截至2019年4月30日止四個月，我們從客戶B產生的收入分別為人民幣52.3百萬元、人民幣17.8百萬元、人民幣2.4百萬元及人民幣3.3百萬元。於2016年，我們確認客戶B的銷售成本為人民幣0.3百萬元，乃與我們於2016年向彼等採購營銷及宣傳服務有關。

**客戶G。**客戶G主要從事視頻內容投資業務。2017年，我們出售一份劇本的知識產權，並向其提供節目製作及發行服務。2016年，客戶G是我們的供應商，因為我們自其採購營銷及宣傳服務。於2017年，我們從客戶G產生的收入為人民幣11.8百萬元。於2016年，我們自客戶G採購的金額為人民幣20.0百萬元。

**客戶J。**客戶J是中國領先衛星電視媒體平台的營運商。2018年，彼就我們出售某電視綜藝節目的電視廣告向我們付款。於2018年及截至2019年4月30日止四個月，客戶J也是一名供應商，因為我們聘請其製作該節目。於2018年，我們從客戶J產生的收入為人民幣27.2百萬元。於2018年及截至2019年4月30日止四個月，我們自客戶J採購的金額分別為人民幣119.0百萬元及人民幣27.0百萬元。

**客戶K。**客戶K主要從事視頻內容相關業務。2018年，我們就某節目的知識產權給予為期一年的特許。其於截至2019年4月30日止四個月是我們的供應商，因為我們就節目製作聘請客戶K。於2018年，我們從客戶K產生的收入為人民幣9.4百萬元。於截至2019年4月30日止四個月，我們自客戶K採購的金額為人民幣5.0百萬元。

董事確認及弗若斯特沙利文同意，該等交易的條款均符合行業慣例。

### 營銷及定價

#### 營銷活動和團隊

我們的營銷活動主要由我們的營銷團隊策劃和執行。截至最後實際可行日期，有21名成員。我們的營銷團隊主要負責與主要客戶密切接觸，了解他們的最新營銷目標及預算要求。在研發早期階段，我們專職的營銷團隊按詳盡的業界調研，評估節目構思的可銷程度，並挑選高潛質構思作進一步研發。



## 業 務

### 定價

#### 綜藝節目

我們的收入主要來自兩個來源：電視媒體平台和企業贊助商客戶。電視媒體平台方面，電視廣告價目在特定的電視媒體平台、特定的時段一般固定。因此，有關在特定時段內播放的任何特定節目的廣告總收入金額是相當透明。我們就節目的收費主要視乎該電視媒體平台就該節目收取的估計我們目標的總廣告收入、我們的估計預算以及同樣地，贊助費乃根據有關各方對基於時段及電視網絡對該等費用的市場價格的瞭解而釐定。就任何具體交易進行的磋商將視乎贊助商產品或品牌在該節目展示的程度等因素而定。

#### 網絡節目

我們來自網絡節目的收入通常為收入分成的形式（基於觀看次數）。展望未來，為確保盈利能力，我們將根據收視率逐步就一次性費用或最低保證及收入分成的組合進行磋商。

有關我們的廣告和贊助定價政策的詳情，請參閱「一 銷售及合同」。

### 季節性

電視節目研發、製作及發行行業極受季節性影響，曆年中第一季度原創節目較少，因為中國中央電視台及各家省級衛星電視媒體平台會製作大量春節聯歡節目。電視節目研發、製作及發行活動在曆年第二季度開始增加，並在下半年持續。詳情請參閱「財務資料 — 影響我們經營業績的主要因素 — 季節性」。

### 知識產權

我們認同知識產權對我們業務的重要性，並致力於研發和保護知識產權。截至最後實際可行日期，我們在中國擁有五個註冊商標、10個註冊版權及12個軟件版權。我們亦在中國擁有七個域名，包括sinozsw.com。於往績記錄期間，與我們目前及已完成節目有關的知識產權所有權的詳情概述如下：

- 《誰是你的菜》
  - 第一季。我們獨家擁有此節目的知識產權。我們將電視廣播權向外授予於中國廣播此節目的電視媒體平台。
  - 第二季。我們與廣播此節目的電視媒體平台共同擁有此節目的版權。

## 業 務

- 第三季。我們與廣播此節目的電視媒體平台共同擁有此節目的知識產權。我們將中國獨家電視廣播權向外授予該電視媒體平台。
- 《超級大首映》。我們與廣播此節目的電視媒體平台共同擁有(i)電視廣播權；(ii)網絡廣播權；及(iii)衍生權利。除上述權利外，我們獨家擁有此節目的全部其他類型版權。
- 《家有廚神》。我們與廣播此節目的電視媒體平台共同擁有此節目知識產權。廣播此節目的電視媒體平台擁有此節目在中國的獨家電視播放權。
- 《網紅是怎樣倒下的》系列(《網紅是怎樣倒下的》、《網紅是怎樣倒下的 — 71號公寓》及《網紅是怎樣倒下的 — 看不見的戀人》上下集)。我們獨家擁有此節目的版權。
- 《你好！面試官》
  - 第一季。我們獨家擁有此節目的知識產權。我們將獨家電視廣播權向外授予於中國廣播此節目的電視媒體平台。
  - 第二至四季。我們與廣播此節目的電視媒體平台共同擁有此節目的知識產權。該電視媒體平台擁有此節目的著作權。
- 《嗨！唱起來》第一季。我們與酷狗音樂共同擁有此節目的知識產權。廣播此節目的電視媒體平台擁有在中國的廣播權。
- 《北漂愛情故事》第一季。我們獨家擁有此節目的知識產權。

為了保護我們的知識產權，我們與參與節目製作的製作團隊簽訂協議，協議列明由提供予我們的服務所產生的知識產權均由本公司保留。我們亦定期監察我們的知識產權，並要求電視媒體平台和媒體平台採用適當的數字版權管理技術來保護我們節目的知識產權。

### 質量控制

由於我們的業務性質，我們並無設立單獨的質量控制團隊。我們採用項目責任制，要求內容製作部對節目的質量負全責。我們在內部評估服務執行和節目整體的表現，這使我們能夠控制未來類似性質項目的質量。我們的內容製作部由程藏女士領導，彼於媒體及內容開發方面擁有逾五年經驗。在往績記錄期間，我們並無出現客戶有關服務或節目質量的重大投訴或爭議。

## 業 務

### 研發

對於我們的行業，我們的研發活動相對有限，主要包括為我們的構思庫開發新的節目構思。我們的內容研發團隊對最新和最受歡迎的節目開展大量市場調查，並分析觀眾偏好的發展，以確定市場趨勢的變化。我們的內容研發團隊的每個成員都必須每月構思出兩個原創節目構思，並在內部進行討論和考慮。這些構思有不少將成為我們構思庫的一部分，我們將積極考慮這些構思是否適合任何現有或潛在客戶。

截至最後實際可行日期，我們的內容研發團隊由40名員工組成，由在影視行業擁有約10年經驗的陳佳女士領導。

### 牌照及許可證

在中國從事電視節目製作及發行的企業必須持有和維持廣播電視節目製作及發行經營牌照。更多詳情請參閱「監管概覽—有關製作經營廣播電視節目的法規」。以下是我們為經營所持有的重要中國牌照：

牌照	簽發部門	持有人	簽發日期	到期日期	範疇
廣播電視節目製作經營牌照	北京市廣播電視局(前稱為北京市新聞出版廣電局)	中廣煜盛	2018年 10月8日	2020年 10月8日	動畫片、故事片、電視綜藝節目，但不能製作政治新聞或類似題材新聞或專欄等廣播電視節目
廣播電視節目製作經營牌照	上海市廣播電視局	上海煜盛	2019年 4月22日	2021年 4月21日	廣播電視節目的製作和發行(政治新聞或類似題材新聞或專欄除外)
廣播電視節目製作經營牌照	浙江省廣播電視局	東陽千雨杏	2019年 4月1日	2021年 3月31日	廣播電視節目的製作和發行(政治新聞或類似題材新聞或專欄除外)
廣播電視節目製作經營牌照	新疆維吾爾自治區廣播電視局	伊犁中盛	2019年 4月1日	2021年 3月31日	廣播電視節目的製作和發行(政治新聞或類似題材新聞或專欄除外)

## 業 務

### 獎項及榮譽

下表載列我們於往績記錄期間獲得的主要獎項：

年份	獎項	頒發部門
2019年	2018-2019年度中國最具創新力節目 (嗨！唱起來)	澳門國際廣告節組織委員會
2019年	2018-2019年度中國最具創新營銷獎 (嗨！唱起來)	澳門國際廣告節組織委員會
2018年	年度新銳節目製作機構	國家廣電總局及中國廣播影視雜誌社
2018年	年度製作機構優秀節目	國家廣電總局及中國廣播影視雜誌社
2017年	年度優秀節目製作機構	國家新聞出版廣電局及中國廣播影視雜誌社
2017年	年度最具商業價值節目(家有廚神)	國家新聞出版廣電局及中國廣播影視雜誌社
2016年	年度最具商業價值內容運營機構	國家新聞出版廣電局及中國廣播影視雜誌社
2016年	年度最具創意節目(誰是你的菜)	國家新聞出版廣電局及中國廣播影視雜誌社

### 競爭

中國的綜藝節目市場競爭激烈而且分散。我們主要在內容開發能力、節目質量、客戶網絡、業績記錄和聲譽等基礎上與中國國內獨立運營商進行競爭。2018年，20大綜藝節目獨立運營商佔綜藝節目市場份額共12.5%，來自綜藝節目的總收入約為人民幣5,987.7百萬元。根據弗若斯特沙利文報告，基於2018年的收入，我們是中國第八大獨立運營商。請參閱「行業概覽」。

### 健康、安全和環境事項

除遵守適用的中國法律法規外，我們的業務不涉及重大健康、工作安全和環境事項。在往績記錄期間，我們的中國法律顧問已告知，我們並無經歷任何重大職業、健康安全及環境事故，且在所有重大方面均已遵守相關法律法規。

## 業 務

### 員工

截至最後實際可行日期，我們有77名全職員工，彼等均位於中國。下表載列截至最後實際可行日期我們各個職能部門的員工數目：

	員工數目	佔總人數的百分比
內容研發.....	40	51.9
營銷.....	21	27.3
行政及人力資源.....	7	9.1
財務及資金籌措.....	5	6.5
管理及支援.....	4	5.2
<b>總計.....</b>	<b>77</b>	<b>100.0</b>

我們通過專業獵頭公司、招聘網站和招聘會招聘員工。我們與僱員訂立僱傭合約，內容涵蓋薪金、福利及終止理據等事項。我們按中國法律法規就社會保險及住房公積金作出供款。

我們擁有保護員工權利、協助我們實現經濟目標及鼓勵員工參與管理決策的工會。在往績記錄期間內，我們並無經歷任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大勞資糾紛或罷工。

### 保險

我們根據中國法律法規以及我們對運營需求和行業慣例的評估[購買]保險。根據中國的行業慣例，我們選擇不購買某些類型的保險，如業務中斷險或關鍵人員保險。請參見「風險因素 — 與我們的營運有關的風險 — 本公司的保險保障範圍有限且並不涵蓋本公司所有業務風險。」我們的董事認為，我們現有的保險範圍足以滿足我們當前運營的需要，並符合中國的行業慣例。

### 物業

我們的總部設在北京。截至最後實際可行日期，我們並未擁有任何自有物業，但向獨立第三方租賃八項租賃物業，總建築面積約為2,217.2平方米。我們的自有和租賃物業乃用作[我們的辦公場所]，有關租賃協議的屆滿日期介乎2020年2月至2024年4月。

截至最後實際可行日期，我們其中一項總建築面積為[520]平方米的物業的出租人並無提供有效的產權證或相關的授權文件證明彼等有權向我們租賃該物業。因此，該租約可能無效，並存在可能無法繼續使用該物業的風險。我們相信，倘相關合法所有權持有人或其



## 業 務

他第三方質疑我們使用有關租賃物業的權利並要求我們搬離，則我們可於同區尋找合適替代物業，並不會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

根據適用的中國法律及法規，物業租賃合同必須向中國住房和城鄉建設部的地方分局登記。截至最後實際可行日期，我們並無租賃協議已登記。據中國法律顧問告知，根據中國法律，未登記租賃合同將不會影響租賃協議的效力，惟業主及我們（作為承租人）或將就每項租賃協議獲處以介乎人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。估計最高罰款總額為人民幣80,000元。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無被任何當局頒令登記任何尚未登記的租賃協議。

根據公司條例（豁免公司及招股章程遵從條文）公告第6(2)條，本文件獲豁免遵循公司（清盤及雜項條文）條例附表3第342(1)(b)條，須就本集團於土地或樓宇的全部權益編製估值報告的規定，原因是截至2019年4月30日我們並無賬面值達到總資產15%或以上的單一物業。

### 合規及法律程序

我們可能在正常業務過程中不時涉及法律程序。在往績記錄期間，我們或我們的任何董事均未涉及任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的訴訟、仲裁或行政程序。截至最後實際可行日期，我們並不知悉針對本公司或董事的任何未決或面臨威脅的訴訟、仲裁或行政程序，而可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

根據中國法律顧問所述，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守相關的中國法律法規。

### 內部監控及風險管理

我們在經營過程中會面臨各種風險，請參閱「風險因素—與我們的營運有關的風險」。我們已建立一個風險管理體系和相關的政策及程序，我們認為該等政策及程序適合我們的業務經營。我們的政策及程序旨在管理和監控我們的業務表現。

為監督風險管理政策和企業管治措施在上市後的持續實施，我們已經或將繼續採取（其中包括）以下風險管理措施：

- 設立審核委員會，以審查和監督我們的財務報告流程和內部監控系統。我們的審核委員會由三名成員組成：冉華女士（委員會主席）、陳凱先生和余國權先生。有關該等成員的資質和經驗，請參閱「董事及高級管理層」；

## 業 務

- 採取各種政策確保符合上市規則，包括但不限於風險管理、關連交易和信息披露方面的政策；
- 為高級管理層和員工提供定期的反腐敗和反賄賂合規培訓，以增強彼等對適用法律法規的了解和遵守情況；及
- 安排董事和高級管理人員參加有關上市規則要求和香港上市公司董事的職責的培訓研討會。

我們已委任一名內部監控顧問，以審查與我們主要業務流程有關的內部監控措施的有效性，找出需要改進的不足之處，就糾正措施提出建議，並審查該等措施的實施情況。我們正落實及擬於上市前全面落實內部監控顧問所提出的建議，我們計劃讓內部監控顧問就補救行動參與內部監控系統的跟進程序。

### 反賄賂措施

為遵守適用的中國反貪污及反賄賂法律法規，我們制定並實施了反貪污及反賄賂政策。我們的反貪污及反賄賂政策的重點以及關鍵反貪污及反賄賂措施包括以下事項：

- 我們向新僱員提供反欺詐及道德培訓，並透過僱員手冊及公告向所有僱員分發我們的反貪污及反賄賂政策；
- 我們已成立由我們的管理團隊組成的委員會，以識別僱員的不當行為及監察跨部門活動。委員會的主要職責包括提供反貪污及反賄賂合規建議、調查潛在貪污或欺詐事件以及與本集團展開反欺詐推廣活動；及
- 我們有通過書面、電話或電郵提交舉報及投訴處理的程序，而我們將對任何涉嫌賄賂、貪污或其他相關不當行為或欺詐活動的案件進行調查。若發現不當行為，我們可能會採取適當的紀律處分，向相關監管機構報告及／或採取法律措施以收回因有關不當行為而遭受的任何損失。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們遵守中國反貪污法律法規，且並未因該等活動受到任何行政處罰或任何監管機構調查。

---

## 業 務

---

### 反洗錢措施

為遵守防止洗錢的相關中國法律法規，我們已制定並實施反洗錢政策（「反洗錢政策」）。我們的反洗錢政策的重點包括以下關鍵措施：

- 我們的管理層及財政部門成員負責反洗錢事宜。彼等的主要職責是制定反洗錢政策、審查我們的反洗錢程序、經管理層批准後向政府機關報告任何涉嫌洗錢事件及評估業務營運（包括我們的項目及客戶）所產生的反洗錢風險。
- 我們向僱員提供定期反洗錢培訓，期間我們會介紹本公司反洗錢程序及緊貼有關反洗錢的最新法律及法規；及
- 倘我們有合理理由懷疑我們的任何客戶從事洗錢活動，我們或會暫停或終止與該客戶的業務關係，並根據中國法律法規要求及時向中國人民銀行報告。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們遵守中國反洗錢法律法規，且並未因該等活動受到任何行政處罰或任何監管機構調查。