

浙江唐德影视股份有限公司

非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告

浙江唐德影视股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”、“唐德影视”）2015年2月完成首次公开发行A股股票并在创业板上市，不仅增强公司的资本实力，亦大大提升了公司的品牌价值，增强了公司与产业链上下游的议价能力，公司竞争能力正在逐步提升。

在电视剧业务方面，公司将继续秉承精品剧的定位，以销售为导向，着力围绕优质IP，不断提升制作品质，以巩固公司在国内电视剧行业中的领先优势。

公司将积极发展壮大电影业务，强化电影业务的人员和资源配置，以规模化投资方式，打造系列化电影产品，树立行业内品牌和票房号召力。

公司将充分利用好上市公司平台，与知名编剧、导演和演员等业内人才协商探索包括成立合资公司等形式在内的新的合作模式，以期进一步巩固和深化已有合作伙伴合作关系，吸引新的合作伙伴，更好地积聚和整合业内资源，做好创意者的汇集者、管理者和服务者。

本次募集资金项目是本公司战略发展规划的重要步骤。

本次非公开发行募集资金投资项目符合我国支持文化产业发展的政策导向，有利于公司抓住影视剧行业高速增长机遇，扩充影视剧作品产量，完善业务布局，提升在影视剧领域的竞争力，提升盈利能力。

一、本次募集资金使用计划

公司本次非公开发行股票拟募集资金649,771,092元，扣除发行费用后拟全部用于补充影视剧业务营运资金。

本次募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目的实际进度，通过自有资金和银行贷款等先行投入，募集资金到位后，将优先偿还先期投入资金。若实际募集资金不能满足项目资金需求，不足部分将由公司自筹解决。

二、本次募集资金投资项目基本情况

（一）项目概况

公司拟投资的电视剧、电影项目投资预算合计 1,119,700,000 元，拟使用本次发行募集资金投入 649,771,092 元。项目概况如下：

项目类型	电视剧	电影
实施主体	唐德影视、唐德传媒、唐德电影、诚宇传媒	
项目数量	12 部	5 部
公司拟投资总额	1,119,700,000 元	
募集资金拟投入额	649,771,092 元	
项目期间	2016 年 1 季度-2018 年 4 季度	2016 年 1 季度-2017 年 4 季度

1、拟投资电视剧项目明细

公司拟投资电视剧项目实施主体为唐德影视、唐德传媒、唐德电影、诚宇传媒，项目明细如下：

序号	电视剧名称	计划开始拍摄时间
1	奔跑吧哈尼	2016 年 1 季度
2	嗨！出租车	2016 年 2 季度
3	东宫	2016 年 2 季度
4	山东大嫂	2016 年 3 季度
5	生铁开花	2016 年 3 季度
6	尚宫	2016 年 4 季度
7	万人的恋人	2016 年 4 季度
8	孩子来了	2017 年 1 季度
9	宋氏三姐妹	2017 年 4 季度
10	制裁者（妙计群英）	2016 年 2 季度
11	新市委书记	2017 年 1 季度
12	花好月圆	2017 年 2 季度

注：上述电视剧名称均为暂定名，最终以取得国家新闻出版广电总局核准后的电视剧名称为准。公司在上述项目投资计划具体执行中，可能会根据实际情况进行适度的调整，以达到计划预期成果。

2、拟投资电影项目明细

公司拟投资电影项目实施主体为唐德影视、唐德传媒、唐德电影、诚宇传媒，项目明细如下：

序号	电影名称	计划开始拍摄时间
1	雁侠行	2016 年 2 季度
2	飞虎队	2016 年 1 季度
3	岛上书店	2016 年 4 季度
4	1986 淘金惊魂	2016 年 3 季度
5	生命之路	2016 年 2 季度

注：上述电影名称均为暂定名，最终以取得国家新闻出版广电总局核准后的电影名称为准。公司在上述项目投资计划具体执行中，可能会根据实际情况进行适度的调整，以达到计划预期成果。

（二）必要性分析

1、响应国家政策，把握影视剧行业繁荣发展的市场机会

2011 年 3 月，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》提出“推动文化产业成为国民经济支柱性产业，增强文化产业整体实力和竞争力”、“大力发展影视制作等重点文化产业”，其后，中共中央和各部委陆续发布《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》和一系列具体支持、鼓励政策，大力推进我国文化产业改革和发展。影视剧行业作为文化产业的重要组成部分，迎来政策推动发展的有利时机。

随着国民经济持续快速增长，我国居民可支配收入逐年增加。2009-2014 年，我国城镇居民人均可支配收入由 17,174.70 元提高至 28,843.85 元，年均复合增长率 10.93%；农村居民人均纯收入为由 5,153.20 元提高至 10,488.88 元，年均复合增长率达到 15.27%。城乡居民可支配收入的逐年增加使得居民消费能力大幅提高。从人均可支配收入水平来看，国际经验表明现阶段是文化消费的快速增长期，给影视剧等精神文化产品提供了广阔发展空间，给影视剧制作和发行企业带来了良好的发展机遇。同时，随着近年来中国经济高速增长，中产阶级队伍日益壮大。根据瑞士信贷银行发布的《全球财富报告 2015》，2000-2015 年，中国中产及以上阶级人数由 0.718 亿人增长至 1.151 亿人，中国中产及以上阶级财富总额由

2.145 万亿美元增长至 15.412 万亿美元，并且至 2020 年中国中产及以上阶级财富总额将会继续以每年 9% 左右的速度增长。中产阶级具有一定的经济实力，除了满足最基本的生活需要，其更加追求精神文化层次的享受和体验，将进一步驱动影视剧行业蓬勃发展。因此，公司迫切需要通过本次非公开发行募集资金，投资制作并发行更多优质影视剧，以把握影视剧行业繁荣发展的市场机会。

2、满足快速发展的资金需求，进一步提升公司核心竞争力

公司扩充影视剧投资制作产能的关键在于补充营运资金。公司在影视剧投资制作业务的经营过程中，所投入的资本较少用于购买土地和固定资产，而是作为营运资金，用于支付影视剧投资制作相关的成本和费用，并主要形成流动资产存在于整个生产过程中，且回收周期比较长。影视剧投资制作业务运营的特点，决定了公司必须通过不断地补充营运资金来满足扩充产能的需要。

公司通过首次公开发行并在创业板上市募集资金投资项目的实施部分缓解了因资金不足造成的产能瓶颈。然而，受益于市场对优质影视剧需求的增长，公司 2012-2014 年营业收入复合增长率达到 46.06%，2015 年 1-9 月实现营业收入 32,263.44 万元，同比增长 190.06%，正处于扩大产能和快速发展的关键阶段。公司目前已储备了一批优质的影视剧项目，通过实施本次募集资金投资项目，将有效补充业务发展所需的营运资金，整合更多优质资源对储备项目进行多样化开发，拓展优质客户资源，从而进一步提升公司的核心竞争力和成长能力，增强市场影响力。

（三）可行性分析

1、影视剧行业具备良好的盈利前景

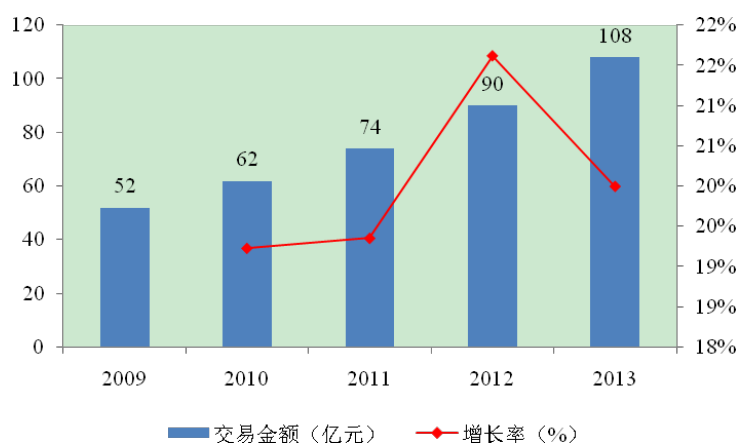
近年来，随着物质生活水平的提高，人们对精神生活的需求日益旺盛，包括影视剧在内的文化娱乐产业作为精神生活中不可或缺的一部分，在人均可支配收入不断提高和消费观念升级的推动下蓬勃发展。

（1）电视剧市场有望持续扩容，未来发展前景乐观

① 电视剧交易金额呈较快增长趋势

近年来，我国国产电视剧交易额实现较快增长，2013 年行业整体规模达到 108 亿元，2009-2013 年年均复合增长率 20.05%。

2009-2013 年电视剧交易金额



资料来源：艺恩咨询《2013-2014 中国电视剧市场研究报告》。

② 电视剧市场整体供大于求，优质电视剧供不应求

中国电视剧市场近年来处于整体供大于求的局面。根据国家新闻出版广电总局的统计，2011 年、2012 年、2013 年和 2014 年中国取得《国产电视剧发行许可证》的电视剧数量分别为 14,909 集、17,668 集、15,770 集和 15,983 集。而根据《中国文化产业发展报告（2012-2013）》，每年中国电视台播出的电视剧约为 7,000-8,000 集¹，其中仅有约 3,000-4,000 集进入黄金时段播出²。按此测算，有一半电视剧无法在电视台播出平台播出，只有约 20%的电视剧能在黄金时段播出。

但是，与市场整体供需情况不同的是，优质电视剧依旧是稀缺资源，呈现供不应求的局面，经常出现诸多电视台抢播同一部电视剧，热门电视剧被电视台反复重播的现象，充分表明国内优质电视剧较为匮乏。市场整体供大于求和优质电视剧供不应求造成普通电视剧价格和优质电视剧价格相差较大，且市场对优质电视剧不断增长的需求使得优质电视剧交易价格持续攀升。

¹ 此处统计数据不含重复播出的电视剧集数，反映了能够进入电视台播出市场的电视剧数量。前文所述“2012 年中国电视台播出电视剧 24.23 万部计 662.20 万集”含重复播出的电视剧部数和集数，用于反映电视台整体播出容量。两个数据反映的内容有本质差异。

² 资料来源：《中国社科院发布 2013 年<文化蓝皮书>》，载于光明网。

③ 新媒体市场发展迅猛，为电视剧创造新的需求增长点

基于互联网、移动通信和数字技术之上的广播电视新媒体不断涌现，互联网视听、手机视听等新兴影视剧播出平台发展迅猛，为影视剧创造新的需求增长点。在新媒体市场中，网络视频服务行业的发展最引人瞩目。截至 2014 年 3 月 5 日，互联网视听节目服务持证机构达 613 家。³截至 2015 年 6 月，中国网络视频用户数量达到 4.61 亿户，网络视频使用率为 69.1%，与上年底相比增长 2.3 个百分点；手机视频用户数量达到 3.54 亿户，手机端视频用户占总体的 76.8%，占比较上年底提升 4.6 个百分点。⁴

在网络视频服务行业，网络视频服务企业竞争日趋激烈和网络版权保护、“海外限剧令”等政策的提出共同推动电视剧网络版权市场持续扩容。2009-2010 年，原国家广电总局陆续出台《关于加强互联网视听节目内容管理的通知》、《广播影视知识产权战略实施意见》，大力推动网络反盗版运动。随着合法影视剧版权重要性的凸显，各网络视频服务企业对影视剧版权的争夺也日趋激烈，推动影视剧信息网络传播权价格大幅上升。网络视频行业领先的企业纷纷上市或者被上市公司收购，以及腾讯控股有限公司、搜狐有限公司等具有雄厚资本实力的已上市互联网企业大力发展视频业务，从而拥有更雄厚的财务资源采购正版视频版权，进一步推动市场扩容。2014 年 9 月，国家新闻出版广电总局下发通知，重申网上境外影视剧管理的有关规定，要求用于互联网等信息网络传播的境外影视剧，必须依法取得《电影片公映许可证》或《电视剧发行许可证》，强调自 2015 年 4 月 1 日起未经登记的境外影视剧一律不得上网播放⁵。“海外限剧令”的推出使得引入国内的海外剧被延期播放，国内视频网站争夺热门美剧、韩剧的现象降温，优质国产电视剧获得更大的发展空间。

此外，中国网络视频服务企业的收入空间正在迅速拓展，网络视频广告市场规模实现了较快增长。同时，随着消费观念持续升级，人们更愿意为优质的影视剧内容和网络视频服务支付费用，网络收费点播有望成为网络视频服务企业新的收入增长点，这将改善网络视频服务企业的业绩，提高其对网络版权价格的承受

³ 资料来源：《互联网视听节目服务持证机构名单（截止 2014 年 3 月 5 日）》，载于国家新闻出版广电总局网站。

⁴ 资料来源：中国互联网络信息中心（CNNIC）《第 36 次中国互联网络发展状况统计报告》。

⁵ 资料来源：《总局重申网上境外影视剧管理的有关规定》，载于国家新闻出版广电总局网站。

能力，从而有利于网络版权价格的维持和提升。未来几年中国在线视频市场规模有望保持较快增长态势。

④ 电视台对优质电视剧需求不断攀升，将推动电视剧市场持续扩容

首先，电视台广告收入的增长，为电视剧市场的长期发展奠定了良好的基础。近年来，我国电视广告收入总体呈增长态势，由2009年的675.82亿元增长到2014年的1,116.19亿元，年均复合增长率为10.56%。随着国民经济的稳步增长，电视台广告收入有望保持在较高水平或进一步增长，这将有利于维持或进一步增强电视台对电视剧播映权的购买能力，为电视剧行业的长期发展奠定了基础。下表列示了所示期间中国电视广告收入。

单位：亿元

项目	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
中国电视广告收入	675.82	796.59	934.54	1,046.29	1,119.26	1,116.19

资料来源：2009年数据来源于《2009年广播电影电视产业发展概况》，载于原国家广电总局广播影视发展研究中心网站；2010年数据来源于《“十一五”时期广播电视发展状况》，载于原国家广电总局的政府网站；2011年和2012年数据来源于《中国广播电影电视发展报告2013》（国家新闻出版广电总局发展研究中心编撰）；2013年和2014年数据来源于《中国广播电影电视发展报告（2015）》（国家新闻出版广电总局发展研究中心编撰）。

并且，优质电视剧的价格未来仍有提升空间。目前，我国电视剧交易额占电视台电视剧广告收入的比例较低，电视台仍有财务能力承担更高的电视剧采购价格。通过增加优质电视剧采购支出，主要卫视可以谋求更大的收视市场份额，有效增加广告收入。虽然我国电视剧销售单价近年来快速上升，但与美国、韩国相比，仍有很大的提升空间。随着各个电视台之间，以及电视台与新媒体之间对于优质电视剧的争夺加剧，未来优质电视剧的价格有望提高。

2014年4月15日，国家新闻出版广电总局在2014年全国电视剧播出工作会议上宣布，自2015年1月1日开始，将对卫视综合频道黄金时段电视剧播出方式进行调整。具体内容包括：同一部电视剧每晚黄金时段联播的卫视综合频道不得超过两家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过二集。

“一剧两星”的实施一方面意味着播出容量增加，但另一方面由于黄金时段首轮播映权价格远大于非黄金时段首轮播映权价格，电视剧制作企业最多只能将播映

权同时卖给两家卫视，相比原有四家卫视联播不利于平摊制作成本。电视剧制作业结构性分化的趋势更加明显，精品电视剧供不应求的状况将持续，而中低档电视剧则面临一定的销售压力，部分小型制作机构将逐步被淘汰，而具备优秀的精品剧制作能力和强大发行能力的电视剧龙头企业有望实现市场份额的稳步扩张。

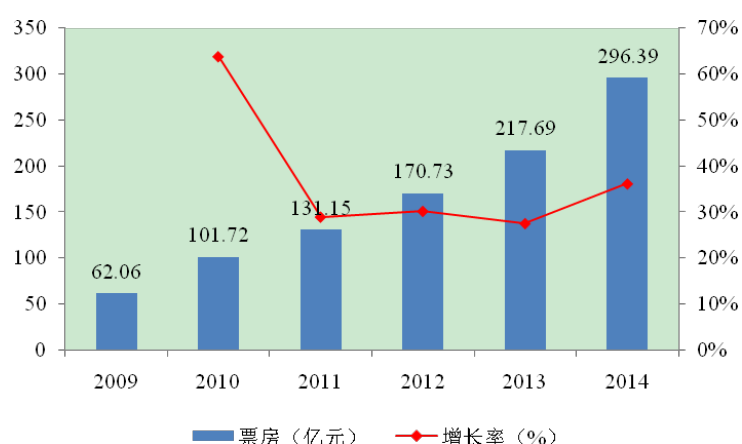
（2）电影产业持续繁荣，未来有望保持快速增长趋势

① 电影票房收入和单片票房持续快速增长

电影产业作为文化娱乐产业的重要组成部分，整体发展势头向好，处于高速增长期。继 2010 年我国电影市场国内票房收入首次突破百亿元之后，2013 年又迅速突破了两百亿元，2014 年进一步增长到 296.39 亿元。并且，国产电影票房收入及占比也实现了较快提升，2012-2014 年国产影片票房收入分别为 82.73 亿元、127.67 亿元和 161.55 亿元，分别占国内票房总收入的 48.46%、58.65%和 54.51%。

根据国家新闻出版广电总局的统计，截至 2015 年 12 月 3 日，2015 年全国电影票房收入达到 400.5 亿元，同比增长 48.4%。其中，国产影片票房收入为 237.2 亿元，国产影片票房占比为 59.2%，同比增长 73.1%。国产影片的比例和影响力正在不断上升。

2009-2014 年国内电影票房收入



资料来源：2009 年至 2010 年数据来源于《2011 年：中国传媒产业发展报告》，传媒蓝皮书课题组编；2011 年和 2012 年数据来源于《2013 年中国传媒发展报告》，传媒蓝皮书课题组编；2013 年数据来源于国家新闻出版广电总局的政府网站；2014 年数据来源于《2014 年中国电影票房收入增长显著》，载于国家新闻出版

广电总局的政府网站。

近年来，单片票房也出现了大幅增长，票房超亿元的国产影片从 2009 年的 10 部增加到 2014 年的 66 部。

单位：部

项目	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
票房超亿元的国产影片数量	10	17	20	21	32	66

资料来源：2009 年至 2010 年数据来源于中国电影家协会产业研究中心《2010 中国电影产业研究报告》；2011 年和 2012 年数据来源于中国电影家协会产业研究中心《2013 中国电影产业研究报告》；2013 年数据来源于《成果卓著提振信心——2013 年中国电影市场综述》，载于《中国电影报》；2014 年数据来源于《中国广播电影电视发展报告（2015）》（国家新闻出版广电总局发展研究中心编撰）。

② 影院及银幕数量快速增长，观影人次逐年提高，票价也呈增长趋势

在电影产业链上，影院为放映终端，影院及银幕数量对产业规模影响重大。近年来，我国城市影院及银幕数量快速增长，从 2009 年的 1,687 家和 4,723 块增至 2014 年的 5,158 家和 23,592 块，年均复合增长率分别达到 25.05% 和 37.95%。下表列示了所示期间中国城市影院数量和银幕数量情况。

项目	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
城市影院数量（家）	1,687	2,000	2,800	3,000	4,143	5,158
银幕数量（块）	4,723	6,256	9,286	13,118	18,195	23,592

资料来源：2009 年至 2010 年数据来源于国家统计局《2010 中国统计年鉴》；《2011 年：中国传媒产业发展报告》，传媒蓝皮书课题组编；2011 年和 2012 年数据来源于《2013 年中国传媒发展报告》，传媒蓝皮书课题组编；2013 年和 2014 年数据来源于《中国广播电影电视发展报告（2015）》（国家新闻出版广电总局发展研究中心编撰）。

院线快速增长，电影产业化改革推动电影数量和质量稳步提高，加之 3D、IMAX 等播映技术不断提高，吸引观众重新步入影院。近年来，中国观影人次逐年提高，2009-2014 年中国可统计城市影院观影人次从 2.1 亿人次增长到 8.3 亿人次，年均复合增长率为 31.64%，表明观看电影的消费习惯正逐渐形成。下表列示了所示期间中国可统计城市影院观影人次。

单位：亿人

项目	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
----	--------	--------	--------	--------	--------	--------

年观影人次	2.1	2.84	3.68	4.72	6.134	8.3
-------	-----	------	------	------	-------	-----

资料来源：2009年至2010年数据来源于中国电影家协会产业研究中心《2011中国电影产业研究报告》；2011年和2012年数据来源于《2013中国电影产业研究报告》；2013年数据来源于《2013年全国电影总票房217亿元 同比增长27.51%》，载于国家新闻出版广电总局的政府网站；2014年数据来源于《2014年中国电影票房收入增长显著》，载于国家新闻出版广电总局的政府网站。

2009-2014年中国电影票价总体呈增长趋势，2011年以来呈现小幅波动态势，下表列示了所示期间全国城市院线市场年度平均票价。

单位：元

项目	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
平均票价	30.03	34.69	35.04	35.70	34.91	35.24

资料来源：2009-2012年数据来源于中国电影发行放映协会《2012中国电影市场报告》，2013年和2014年数据来源于《中国广播电影电视发展报告（2015）》（国家新闻出版广电总局发展研究中心编撰）。

③ 电影市场供给在长期增长后理性回落，上映比例显著提高

近年来，中国国产故事影片产量呈长期增长态势，但2013年以来出现了理性回落，一定程度上化解了产能过剩的问题。下表列示了所示期间中国国产故事影片产量。

单位：部

项目	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
国产故事影片产量	456	526	558	745	638	618

资料来源：2009年数据来源于国家统计局《中国统计年鉴2010》；2010年数据来源于中国电影家协会产业研究中心《2011中国电影产业研究报告》；2011年和2012年数据来源于中国电影家协会产业研究中心《2013中国电影产业研究报告》；2013年数据来源于《2013年全国电影总票房217.69亿元》（新闻出版广电总局电影局局长通报报道），载于新华网；2014年数据来源于《中国广播电影电视发展报告（2015）》（国家新闻出版广电总局发展研究中心编撰）。

尽管电影产量明显减少，上映影片数量却在逐步增加，上映比例从2009年的19.30%提升至2014年的62.78%。⁶受益于国产电影制作质量的提高以及商业化运营能力的提升，国产电影票房收入及占比实现了较快提升。

④ 政策红利推动电影产业健康、快速发展

⁶ 资料来源：中信证券股份有限公司《新三板市场消费行业2016年投资策略：娱乐消费春风已至，产业腾飞主体活跃》。

2010 年国务院发布的《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》将电影产业提升至战略高度。其后，随着国家对文化产业的扶持力度不断加强，各职能部门陆续颁布了一系列支持政策，通过财政、税收、金融、土地等扶持措施全面推动电影产业健康、快速发展。

2010 年 1 月，国务院发布的《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》提出，以丰富产品和加快产业发展为主题，以改革创新为动力，以数字化技术为支撑，以现代化基础设施为依托，以科学化管理为保障，以满足人民群众日益增长的精神文化需求为出发点和落脚点，大力推动我国电影产业跨越式发展，实现由电影大国向电影强国的历史性转变。

2011 年 3 月，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业，增强文化产业整体实力和竞争力；大力发展影视制作等重点文化产业；加快中西部地区中小城市影院建设。

2014 年 5 月，财务部、国家发改委、国土资源部、住房和城乡建设部、中国人民银行、国家税务总局、国家新闻出版广电总局联合发布的《关于支持电影发展若干经济政策的通知》提出，中央财政继续安排电影精品专项资金促进电影创作生产，其中每年安排 1 亿元资金，采取重点影片个案报批的方式，用于扶持 5-10 部有影响力的重点题材影片；从税收、资金、金融、土地等方面支持电影产业发展。

2015 年 11 月，全国人民代表大会常务委员会第十七次会议初次审议了《中华人民共和国电影产业促进法（草案）》，并向社会公开征求意见，标志着其距离正式出台又迈近一大步，电影产业促进法对于电影产业发展具有里程碑式的意义，待该法律通过并实施后，将对电影产业乃至整个文化产业发展产生深远影响。

⑤ 电影票房市场增长潜力大，电影产业未来有望保持快速增长趋势

目前，中国观众的影院观影习惯正在形成，但人均年观影次数与其他电影产业发达的国家相比，仍然有较大差距。中国银幕总量近年来快速增长，但目前人均拥有银幕数仍大幅低于电影产业成熟的国家。未来，随着人均可支配收入的持续增长、消费观念的持续升级和电影制作、播映技术的不断提高，中国电影票房

市场仍有较大的增长潜力，电影产业未来有望保持快速增长趋势。

2、公司具备扩大影视剧制作规模所需的人才和经验保障

本公司的管理团队年富力强、经验丰富、锐意进取，具备丰富的影视剧制片管理经验和影视企业管理经验。公司自成立以来就高度重视人才队伍的建设工作，坚持内部人才建设、培养以及外部人才合作并重的人才发展战略，在制片人、导演、监制、编剧、演员、发行人才等方面，形成了丰富的人才储备。

本公司具有较强的影视剧投资制作风险控制能力。在电视剧业务方面，公司投资制作的电视剧收视率情况良好，其中，在中央电视台综合频道播出的《永不消逝的电波》位居同时段收视排名第一；在浙江卫视播出的《裸婚之后》位居同时段收视排名第一；在湖南卫视播出的《武媚娘传奇》位居同时段收视排名第一，开播首日全国网收视 2.14，播出期间话题阅读量达到 33.4 亿，创多项记录。在电影业务方面，公司参与投资制作的电影《心花路放》取得 11.69 亿元的票房收入，在 2014 年国产电影票房收入排名中位居第一；公司作为执行制片方和美国 Dasy Entertainment, LLC 等合作拍摄的电影《绝地逃亡》正在进行后期制作，预计 2016 年上映。本公司影视剧作品具有较强的盈利能力，2012 年、2013 年、2014 年和 2015 年 1-9 月，本公司归属于母公司所有者的净利润分别为 5,653.87 万元、6,389.86 万元、8,577.77 万元和 7,241.42 万元。

本公司拥有较强的发行能力和优质的客户资源，发行渠道涵盖电视台、影视剧发行企业、音像制品出版企业和网络视频服务企业等新媒体。在长期的业务发展过程中，公司与中央电视台、浙江电视台、北京电视台、湖南电视台等国内 50 多家中央和省市级电视台，乐视网信息技术（北京）股份有限公司、北京搜狐新媒体信息技术有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司、深圳市迅雷网络技术有限公司等网络视频服务企业以及台湾地区民间全民电视股份有限公司、LEGEND ENTERTAINMENT INC. 公司等海外电视台和影视剧发行机构建立了良好的业务合作关系。公司管理层大部分毕业于北京电影学院等影视类院校，部分曾经在广电系统任职，具有丰富的行业经验和人脉资源。

电影发行方面，公司与中国电影股份有限公司及华夏电影发行有限责任公司进行深度合作，并与全国主流电影院线建立了良好的合作关系，逐渐形成了一套

成熟的电影发行模式，为公司扩充电影发行规模提供了有力保障。在电影协助推广业务方面，公司业务拓展取得了一定成效，完成了电影《饥饿游戏》系列、《魔法奇幻秀》、《拳皇》和《小战象 2》的协助推广，其中《饥饿游戏》系列取得了良好的票房收入，给公司带来了良好的回报。

此外，公司与中国电影集团公司、上海上影英皇文化发展有限公司、北京耀莱国际文化产业投资有限公司等行业内知名影视剧制作企业建立了合作关系，共同投资制作影视剧。在本公司作为非执行制片方的影视剧联合拍摄业务中，本公司获得了优质影视剧投资机会，公司参与投资制作的电视剧《心术》、《千山暮雪》、《男媒婆》、《恋恋不忘》和电影《十二生肖》等取得了良好的回报，进一步提升了公司盈利水平和影响力。

公司丰富的人才储备和影视剧制作经验将为本次非公开发行募集资金投资项目的实施提供有力保障。

三、本次募集资金运用对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目合理可行，募集资金到位后，公司在做大产业规模的同时将出品更多的优质影视剧，进一步提升品牌影响力和资源整合能力，提升核心竞争力。公司资本实力的增强和募集资金投资项目的实施，将提升公司的成长能力，使公司进入新一轮的快速发展期，有助于实现公司的发展目标。

（二）对公司财务状况等的影响

1、对公司财务状况的影响

募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加，资本实力将得到有效增强，资产负债率、有息负债占总资产的比例将有所下降，将有利于优化公司融资结构，缓解融资压力，提升财务抗风险能力。

2、对公司盈利能力的影响

募集资金到位后，公司影视剧制作等核心业务将获得有效的资金支持。随着募集资金投资项目的实施，公司影视剧生产能力将得到进一步提升，优质影视剧

投资制作的规模化先发优势将得到进一步增强。项目投产后，公司将充分利用已有的市场和客户基础，并积极开拓新的客户资源，提升营业收入和盈利水平。

3、对公司现金流量的影响

募集资金到位后，公司筹资活动现金流入将大幅增加。项目达产后，公司未来经营活动现金流入将有所增加，总体现金流量状况将得到进一步优化。

（本页无正文，为《浙江唐德影视股份有限公司非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告》之盖章页）

浙江唐德影视股份有限公司

董 事 会

二〇一五年十二月三十日