

跟 踪 评 级 公 告

联合[2015] 954 号

联合资信评估有限公司通过跟踪评级，确定维持吉视传媒股份有限公司公司主体长期信用等级为AA⁺，评级展望为稳定，并维持“13吉视传媒MTN001”和“14吉视传媒MTN001”的信用等级为AA⁺。

特此公告。



地址：北京市朝阳区建国门外大街2号中国人保财险大厦17层(100022)

电话：010-85679696

传真：010-85679228

<http://www.lianheratings.com.cn>

吉视传媒股份有限公司跟踪评级报告

主体长期信用

跟踪评级结果: AA⁺ 评级展望: 稳定
上次评级结果: AA⁺ 评级展望: 稳定

债项信用

名称	额度	存续期	跟踪评级结果	上次评级结果
13 吉视传媒 MTN001	5 亿元	2013/8/29-2018/8/29	AA ⁺	AA ⁺
14 吉视传媒 MTN001	5 亿元	2014/7/4-2019/7/4	AA ⁺	AA ⁺

跟踪评级时间: 2015 年 6 月 26 日

财务数据

项目	2012 年	2013 年	2014 年	15 年 3 月
现金类资产(亿元)	7.34	5.05	24.78	22.87
资产总额(亿元)	55.38	63.16	93.61	92.40
所有者权益合计(亿元)	41.15	42.80	50.58	51.94
长期债务(亿元)	0.00	4.94	23.55	23.74
全部债务(亿元)	3.72	7.27	27.24	26.19
营业收入(亿元)	17.64	19.21	20.50	5.18
利润总额(亿元)	4.02	4.04	4.10	1.35
EBITDA(亿元)	9.63	10.01	11.37	--
经营性净现金流(亿元)	7.01	10.81	9.85	0.06
营业利润率(%)	46.42	43.54	44.61	50.64
净资产收益率(%)	9.76	9.39	8.08	--
资产负债率(%)	25.69	32.23	45.97	43.79
全部债务资本化比率(%)	8.28	14.51	35.01	33.53
流动比率(%)	81.88	80.03	192.94	213.18
全部债务/EBITDA(倍)	0.39	0.73	2.40	--
EBITDA 利息倍数(倍)	24.76	18.25	9.71	--
经营现金流流动负债比(%)	51.39	74.56	53.65	--

注: 现金类资产已剔除使用受限资金; 2015 年一季度财务数据未经审计。

分析师

胡鑫 徐璨 车飞
lianhe@lhratings.com

电话: 010-85679696

传真: 010-85679228

地址: 北京市朝阳区建国门外大街 2 号
中国人保财险大厦 17 层 (100022)

Http: //www.lhratings.com

评级观点

吉视传媒股份有限公司(以下简称“公司”)主要从事吉林省有线电视收视业务, 区域垄断优势明显, 政府对文化传媒行业支持力度较大, 外部发展环境良好。跟踪期内, 公司经营相对稳定, 资产及收入规模平稳增长, 盈利能力及经营获现能力强, 债务负担轻, 整体偿债能力强。

2014 年, 公司与北京永新视博数字电视技术有限公司(以下简称“永新视博公司”)签署了《战略合作协议》。双方通过优势互补, 合作开展云游戏、云体感应用以及 OTT 多屏互动等业务, 逐步拓展增值业务范畴, 从而进一步提升网络资源价值。并且公司与北京歌华有线电视网络股份有限公司(以下简称“歌华有线”)、永新视博公司、北京阅视无限科技有限公司、吉林省食品药品监督管理局等单位签署了《战略合作协议》, 对多领域开展深度合作达成一致共识, 并围绕着进一步提升双方信息化建设水平展开全方位合作。

综合考虑, 联合资信评估有限公司(以下简称“联合资信”)确定维持公司 AA⁺ 的主体长期信用等级, 评级展望为稳定, 维持“13 吉视传媒 MTN001”和“14 吉视传媒 MTN001” AA⁺ 的信用等级。

优势

1. 文化传媒行业受政府支持力度大, 行业发展前景好。
2. 吉林省实现全省有线电视一张网, 公司已完成省内网络整合, 在区域内具有相对垄断地位。
3. 跟踪期内, 公司分别与吉林移动、内蒙古广电及永新视博公司签署战略合作协议, 将实现业务创新及资源优势互补, 未来将扩大公司用户及业务规模, 提升竞争实力。
4. 跟踪期内, 公司资产及收入水平稳定增长,

经营活动现金流情况良好。

关注

1. OTT 等有线电视替代产品发展迅速，对有线电视业务用户存在一定程度的分流。
2. 公司运营存在一定区域性。

信用评级报告声明

一、除因本次评级事项联合资信评估有限公司（联合资信）与吉视传媒股份有限公司构成委托关系外，联合资信、评级人员与吉视传媒股份有限公司不存在任何影响评级行为独立、客观、公正的关联关系。

二、联合资信与评级人员履行了实地调查和诚信义务，有充分理由保证所出具的评级报告遵循了真实、客观、公正的原则。

三、本信用评级报告的评级结论是联合资信依据合理的内部信用评级标准和程序做出的独立判断，未因吉视传媒股份有限公司和其他任何组织或个人的不当影响改变评级意见。

四、本信用评级报告用于相关决策参考，并非是某种决策的结论、建议等。

五、本信用评级报告中引用的企业相关资料主要由吉视传媒股份有限公司提供，联合资信不保证引用资料的真实性及完整性。

六、本跟踪评级结果自发布之日起 12 个月内有效；根据后续评级的结论，在有效期内信用等级有可能发生变化。

一、跟踪评级原因

根据有关要求，按照联合资信评估有限公司关于吉视传媒股份有限公司主体长期信用及存续期内“13 吉视传媒 MTN001”和“14 吉视传媒 MTN001”的跟踪评级安排进行本次定期跟踪评级。

二、企业基本情况

吉视传媒股份有限公司（以下简称“吉视传媒”或“公司”）的前身系吉林广电信息网部等35家广电系统单位经国家广电总局和吉林省人民政府批准于2001年5月9日出资组建的吉林广电网络有限公司。2005年9月，吉林电视台等49家广电系统单位用城市广播电视网络资产出资，在吉林广电网络有限的基础上，以增资扩股的形式组建吉林广电网络集团。2009年12月25日，经吉林省委宣传部及吉林省财政厅的相关批复，由吉林广电网络集团按照1: 0.98的比例折股后整体变更设立为股份有限公司，总股本为1117988790元。2012年1月10日经中国证券监督管理委员会以证监许可【2012】29号，公司于2012年2月10日向社会公开发行人民币普通股股票28000万股，发行后总股本1397988790股，其中法人股1117988790股，社会公众股280000000股。截至2014年底，公司前五大股东吉林电视台、长春广播电视台、敦化广播电视台、延吉广播电视台及东丰广播电视台分别持股39.96%、5.53%、4.09%、2.41%、2.22%，公司控股股东为吉林电视台。公司注册资本为14.68亿元。

公司经营范围：有线电视业务；广播电视节目传输服务业务；专业频道、付费频道、多媒体数据广播、视音频点播服务业务；电子政务、电子商务、电视购物、远程教育、远程医疗方面的信息及其网络传输服务业务；网络广告、网上通讯、数据传输、专用通道出租服务业务；广播电视网络、计算机网络、通信网络及其线路的设计、安装和经营服务业务；广播

电视、通信天馈线系统安装、调试；电子社区工程、水电气热收费方面的信息网络服务；卫星及网络系统的技术开发、咨询、应用和服务，广播电视、通信及信息设备器材销售、软件开发（涉及专项审批的项目须凭有关审批许可经营）。

截至2014年底，公司共拥有50家分公司、7家子公司，分别为吉视传媒创业投资有限公司（以下简称“吉林创投”）、抚松县松江河林业网络传输有限公司（以下简称“松江河林业公司”）、抚松县泉阳林区网络传输有限公司（以下简称“泉阳林业公司”）、吉视传媒信息服务有限公司（以下简称“吉视信息”）及吉视传媒影院投资管理有限公司（以下简称“吉视影院”）、三亚樾城投资有限公司（以下简称“三亚樾城”）、北京吉视汇通科技有限责任公司（以下简称“吉视汇通”）。公司下设15个运营部门（详见附件1-2）。

截至2014年底，公司资产总计93.61亿元，所有者权益合计50.58亿元（其中包含少数股东权益0.14亿元）；2014年，公司实现营业收入20.50亿元，利润总额4.10亿元。

截至2015年3月底，公司资产总计92.40亿元，所有者权益合计51.94亿元（其中包含少数股东权益0.14亿元）；2015年1~3月，公司实现营业收入5.18亿元，利润总额1.35亿元。

公司注册地址：吉林省长春市净月开发区博硕路（仁德集团402室）；法定代表人：王胜杰。

三、宏观经济和政策环境

1. 宏观经济

2014年，中国国民经济在新常态下保持平稳运行，呈现出增长平稳、结构优化、质量提升、民生改善的良好态势。初步核算，全年国内生产总值636463亿元，按可比价格计算，比上年增长7.4%。增长平稳主要表现为，在实现7.4%的增长率的同时还实现城镇新增就

业 1322 万，调查失业率稳定在 5.1% 左右，居民消费价格上涨 2%。结构优化主要表现为服务业比重继续提升；以移动互联网为主要内容的新产业、新技术、新业态、新模式、新产品不断涌现，中国经济向中高端迈进的势头明显；最终消费的比重提升，区域结构及收入结构继续改善。质量提升主要表现为全年劳动生产率提升、单位 GDP 的能耗下降。民生改善主要表现为全国居民人均可支配收入扣除物价实际增长 8%，城镇居民人均可支配收入实际增长 6.8%，农村居民人均可支配收入实际增长 9.2%。

从消费、投资和进出口情况看，2014 年，市场销售稳定增长，固定资产投资增速放缓，进出口增速回落。社会消费品零售总额 262394 亿元，比上年名义增长 12.0%（扣除价格因素实际增长 10.9%）。固定资产投资（不含农户）502005 亿元，比上年名义增长 15.7%（扣除价格因素实际增长 15.1%）。全年进出口总额 264335 亿元人民币，比上年增长 2.3%。

2. 政策环境

2014 年，中国继续实施积极的财政政策。全国一般公共预算收入 140350 亿元，比上年增加 11140 亿元，增长 8.6%。其中，中央一般公共预算收入 64490 亿元，比上年增加 4292 亿元，增长 7.1%；地方一般公共预算收入（本级）75860 亿元，比上年增加 6849 亿元，增长 9.9%。一般公共预算收入中的税收收入 119158 亿元，同比增长 7.8%。全国一般公共预算支出 151662 亿元，比上年增加 11449 亿元，增长 8.2%。其中，中央本级支出 22570 亿元，比上年增加 2098 亿元，增长 10.2%；地方财政支出 129092 亿元，比上年增加 9351 亿元，增长 7.8%。

2014 年，中国人民银行继续实施稳健的货币政策，综合运用公开市场操作、短期流动性调节工具（SLO）、常备借贷便利（SLF）等货币政策工具，创设中期借贷便利（MLF）和抵

押补充贷款工具（PSL）；非对称下调存贷款基准利率；两次实施定向降准。稳健货币政策的实施，使得货币信贷和社会融资平稳增长，贷款结构继续改善，企业融资成本高问题得到一定程度缓解。2014 年末，广义货币供应量 M2 余额同比增长 12.2%；人民币贷款余额同比增长 13.6%，比年初增加 9.78 万亿元，同比多增 8900 亿元；全年社会融资规模为 16.46 万亿元；12 月份非金融企业及其他部门贷款加权平均利率为 6.77%，比年初下降 0.42 个百分点。

2015 年，中国经济下行压力依然较大。李克强总理的政府工作报告指出，2015 年经济社会发展的主要预期目标是 GDP 增长 7.0% 左右，居民消费价格涨幅 3% 左右，城镇新增就业 1000 万人以上，城镇登记失业率 4.5% 以内，进出口增长 6% 左右。2015 年是全面深化改革的关键之年，稳增长为 2015 年经济工作首要任务，将重点实施“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带三大战略。三大战略的推进势必拓展中国经济发展的战略空间，并将带动基础设施建设等投资，从而对经济稳定增长起到支撑作用。

四、行业及区域经济环境

1. 行业概况

有线电视行业

有线电视网络是中国城市和农村居民接收电视节目的主要途径。从 1964 年以来，经过几十年的发展，中国有线电视网络已具有一定规模，目前进入快速发展的状态。有线电视随着其功能的逐渐拓展、节目的逐渐丰富、图像的更加清晰而进入大众家庭。技术进步和社会需求变化，使有线电视业务正在经历从模拟到数字的变革。在政策的推动下，中国有线电视数字化进程逐步加快。《中国有线电视向数字化过渡时间表》提出，2015 年停止模拟广播电视的播出，并基本完成全国有线电视的数字化过渡。根据《2014 年全国国民经济和社会发展统计公

报》，截至 2014 年底，全国有线电视用户数 2.31 亿户，其中农村有线电视户数 1.43 亿户，同比分别增长 6.14%和 24.49%。

表 1 中国有线电视行业发展数据

	2012 年	2013 年	2014 年
全国有线电视用户（亿户）	2.03	2.14	2.31
其中：数字电视用户（亿户）	1.15	1.43	1.87

资料来源：国家统计局、广电总局

近年来，有线电视网络持续进行的技术革新。按照小网变大网、模拟变数字、标清变高清、单项变双向的总体要求，各级有线网络电视运营商及广电机构加快推进有线电视数字化转换和网络双向化改造的步伐，有线电视数字化整体转换工作顺利进行。截至 2014 年底，有线数字电视用户 1.87 亿户，数字电视用户占比大幅度提升，2009 年数字电视用户占比 35.43%，2012 年这一比例提高至 66.82%。同时，各广电运营商对 VOD（视频点播技术）、付费频道等依托数字电视为平台的增值服务开展力度加大。VOD 业务可以满足电视用户个性化需求，目前已经成为有线电视网络运营商开通最广泛的互动增值业务。2014 年，三网融合政策逐步深化，双向化改造步伐进一步加快，未来广电的 VOD 业务将迎来新的发展机遇。整体而言，有线电视网络 VOD 业务逐渐进入市场成长期。

有线电视业务具有特殊性且存在政策限制，行业进入壁垒不易突破。根据《有线电视管理规定》和《广播电视管理条例》等文件，国家对有线电视业务实施许可证管理，有线电视网络由广电部门独家进行投资建设和管理运营，并规定一城（地）一网。随着有线电视用户数的增长和网络建设带来的资金压力，有线电视网络运营的投资主体和筹集渠道有所放宽。2001 年 12 月《关于广播影视集团融资的实施细则（试行）》规定，广播电视传输网络公

司可以吸收国有资本进行股份制改造，国有大中型企事业单位在不参与宣传业务和经营管理的条件下，可以参股广播影视集团 51%以下，省级网络公司 25%以下的股份。2005 年 4 月《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》规定，非公有资本可以建设和经营有线电视接入网，参与有线电视接收端数字化改造，从事上述业务的文化企业国有资本必股控股 51%以上。

2011 年 1 月国务院常务会议决定加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合，并与 2011 年 7 月颁布了《国务院办公厅关于印发第一批三网融合试点地区（城市）名单的通知》，对外正式公布了包括北京、上海、杭州在内的 12 家三网融合第一批试点城市名单。2011 年 10 月，国务院发布《关于加快培养和发展战略性新兴产业的决定》，明确要大力发展新一代信息技术产业，加快推进“三网融合”，并建立促进三网融合高效有序开展的政策和机制。2011 年 12 月，国务院办公厅颁布了《国务院办公厅关于印发三网融合试点方案的通知》，正式公布了第二批三网融合试点城市名单，其中包括天津、重庆 2 个直辖市，沈阳、长春等 22 个省、首府城市、1 个计划单列城市（宁波）及 17 个其他城市，供给 42 个城市，三网融合试点城市合计达 54 个。

三网融合的第一步是双向网。2012 年 9 月底，全国各省（区、市）基本完成有线电视网络整合，“一省一网”基本实现，有线网络数字化、双向化改造步伐进一步加快。截至 2014 年底，全国双向网络覆盖用户超过 1.1 亿户，开通双向业务用户超过 3700 万户。三网融合两批共 54 个试点城市基本遍布全国，覆盖人口超过 3 亿。国务院批准了中国广播电视网络有限公司组建方案，全国有线电视互联互通平台正式开始筹建。双向进入许可证发放，标志三网融合取得实质性进展。截至 2014 年底，NGB 示范网络覆盖用户超过 5000 万，双向业务用户超过 1000 万，在示范区全网内基本实现点播、宽

带和 IP 电话等三种交互业务的互联互通。

2. 行业关注

有线电视的外部竞争加剧

IPTV 是电信运营商通过 DSL 或者光纤提供以电视机为终端的视频节目服务，内容与高清交互式综合业务具有相似之处。近年来全国 IPTV 用户继续保持高速增长，并已接近 2500 万台；互联网电视业进入爆发式增长阶段，其中互联网电视一体机累计销量突破 3000 万台，机顶盒市场也开始启动。从长期看有线电视盈利增长的压力将来自收入端。IPTV、在线视频和互联网电视等电视新媒体将对机制相对落后的有线电视运营商构成冲击。但由于有线数字电视收看的高清效果明显优于 IPTV，且 IPTV 处于三网融合试点阶段，暂时不能大规模开展，给高清交互式综合业务的开展留下了时间。

OTT TV 是指基于开放互联网的视频服务，终端可以是电视机、电脑、机顶盒、PAD、智能手机等等。意指在网络之上提供服务，强调服务与物理网络的无关性。通过互联网传输的视频节目，如 PPS、UUSEE 等平台的内容传输到显示屏幕(包括电视)上。2013 年是 OTT TV 爆发的元年，预计 2012~2017 年间，OTT TV 全球用户的年复合增长率将达到 14~15%，高于传统电视收视业务的增长率，对有线电视用户量的造成威胁。但目前国内对 OTT TV 的监管政策依然不允许其直接播放电视直播频道，只能提供点播内容，对 OTT TV 的发展造成很大限制。而且 OTT TV 的业务仍处于发展的早期阶段，短期内对传统有线行业的影响比较有限。

三网融合带来的挑战

三网融合推广阶段，根据国务院发布的三网融合政策性文件，试点城市中符合条件的电信企业可以申请经营除时政节目之外的广播电视节目生产制作、互联网视听节目信号传输，取得互联网接入业务许可证的电信企业可以向互联网视听节目服务单位提供信号传输服务、传播时政类新闻视听节目服务、除广播电台电

视台形态意外的公共互联网音视频节目服务、IPTV 传输服务和手机电视分发服务。未来，广播电视运营商与符合条件的电信运营商将在视频领域展开直接的竞争，可能会导致部分用户流失。

宽带业务受制于电信运营商

目前，虽然部分城市开展并推进了三网融合的试点工作。但有线运营商仍没有语音业务牌照和互联网出口带宽，获得宽带接入牌照的有线运营商必须向相关电信运营商租用出口带宽，大大增加了开展宽带接入业务的成本。

3. 行业政策

2013 年 3 月 10 日，全国人大会议审议了《国务院机构改革和职能转变方案》，将新闻出版总署、广电总局的职责整合，组建国家新闻出版广播电影电视总局，促进新闻出版广播影视业繁荣发展。新成立的国家新闻出版广电总局于 3 月 22 日挂牌，根据《国务院机构改革和职能转变方案》，国家新闻出版广电总局主要职责是，统筹规划新闻出版广播电影电视事业产业发展，监督管理新闻出版广播影视机构和业务以及出版物、广播影视节目的内容和质量，负责著作权管理等。国家新闻出版广电总局加挂国家版权局牌子。监管部门的合并将有利于进一步推进体制改革，减少行业分割，促进新闻出版和广播影视业做强做大，通过整合资源来增加整体文化实力和竞争力。新闻出版的体制改革经验对广电领域的体制改革有重要参考价值，预计将加速未来广电领域的相关改革；为新闻出版和广电两大产业业务上的交叉、融合，乃至产权上的兼并重组创造机遇，进一步拓展市场空间并激发市场活力。

2013 年 8 月，国务院印发了《“宽带中国”战略及实施方案》，其中提出了全国有线电视网络互联互通平台覆盖有线电视网络用户比例的目标，2015 年要达到 80%，2020 年要大于 90%。宽带中国战略路线图分为 3 个阶段。2013 年 8 月至 2013 年底为全面提速阶段，重点加强光纤

网络和 3G 网络建设，提高宽带网络接入速率，改善和提升用户上网体验；2014~2015 年为推广普及阶段，在继续推进宽带网络提速的同时，加快扩大宽带网络覆盖范围和规模，深化应用普及；2016~2020 年为优化升级阶段，重点推进宽带网络优化和技术演进升级，宽带网络服务质量、应用水平和宽带产业支撑能力达到世界先进水平。

2014 年 3 月和 8 月，国务院和中央全面深化改革领导小组第四次会议分别发布了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》和《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，共同探讨了产业融合的问题，强调多媒体、跨终端运营以及传统媒体网络化的重要性，预计未来将可能持续出台有关文化产业整合的扶持政策。

4. 行业发展

未来文化产业仍是国家重点关注行业，加快文化体制机制改革创新、全面加快广播电视行业技术设备和营运模式转变仍是突出的重点。“十二五”期间，是中国广播电视加快转变、加速转型的战略机遇期，是中国由广播电视大国向强国跨越的关键时期。

根据 2011 年 1 月国务院常务会议对推进三网融合的阶段目标的阐述，2013 年至 2015 年，要总结推广试点经验，全面实现三网融合发展，普及应用融合业务，基本形成适度竞争的网络产业格局。随着三网融合试点的开展和融合工作的不断推进，广播电视、通信通讯行业将会继续朝着三网融合的大趋势发展。随着广播电视运营商和电信运营商相互开展业务的壁垒逐渐降低，由单纯的利用固有资源竞争转变为通过共享资源相互合作的模式将成为主流。

另一方面，有线电视网络将持续开展双向化改造和新型业务平台的建设。推进以电视为平台引导用户的更多需求，引导用户由“看电视”变为“用电视”，将电视平台由传统电视收视

业务推广为交互收视、电视网络、电视银行等诸多功能的终端。

农村居民收入增长为文化娱乐消费提供了持续增长的动力。十八大报告中在“经济结构战略性调整”的政策选择中，十八大报告中在“经济结构战略性调整”的政策选择中，明确提出要积极推进城镇化，城乡结构调整的目标和核心就是城镇化和城乡一体化，着力解决制约经济持续健康发展的重大结构性问题，提出将在“工业化、农业现代化协同推进城镇化”的基础上，扩大内需，走可持续发展的城镇化，推进农村转移人口真正融入城市，并进行生活方式的转变，推动农村生活方式向城市文化演化。

联合资信认为，中国的广播电视产业乃至文化传媒行业在未来将沿着以城镇居民稳定带动、农村居民持续拉动的增长模式发展。在三网融合大趋势下，多种媒体形式、多种终端产品，在多张网络传送的过程中，进行同质化竞争已在所难免。从长期看，随着网络双向化应用的大力发展，电信运营商在三网融合中存在天然的优势，广播电视网络运营的节目产品质量、网络覆盖资源将成为三网融合竞争中的优势。网络双向化、跨平台、跨运营商的合作模式将成为广播电视产业乃至文化传媒行业的发展趋势。

5. 区域经济概况

根据《吉林省 2014 年国民经济和社会发展统计公报》，经初步核算，2014 年，吉林省实现地区生产总值 13803.81 亿元，按可比价格计算，比上年增长 6.5%。按常住人口计算，吉林省人均 GDP 达到 50162 元，比上年增长 6.5%。三次产业的结构比例为 11.0:52.8:36.2，对经济增长的贡献率分别为 6.8%、55.6%和 37.6%。2014 年吉林省居民消费价格总指数为 102.0(以上年为 100，下同)，价格总水平同比上涨 2.0%。

2014 年底，吉林省总人口为 2752.38 万人，比上年底净增加 1.1 万人。2013 年吉林城镇居民人均可支配收入达到 23217.8 元，比上年增

长 8.8%；城镇居民人均消费性支出为 17156 元，增长 7.6%。农村居民人均可支配收入达到 10780.1 元，增长 10.2%。城镇恩格尔系数为 26.1%，农村恩格尔系数为 29.6%。

从文化传媒普及程度来看，2014 年底，吉林省广播人口覆盖率达到 98.62%；电视人口覆盖率达到 98.75%。有线广播电视用户数为 574.8 万户，其中数字电视用户数达到 512.9 万户。

总体看，吉林省作为东北老工业基地，经济增长稳定，产业转型带给第三产业尤其是文化产业广泛的发展空间。

五、基础素质分析

截至目前，公司已拥有国家光缆干线网络 400 公里，省级光缆干线网 7300 公里，城域网支干线 65000 公里，建成了覆盖全省 51 个市（州）、县（市、区）的智能光网络。截至 2014 年底，公司全网有线电视覆盖户数 688 万户，覆盖率为 75.90%；公司双向业务用户累计发展 65.23 万户，付费频道用户 164 万户。

人员素质方面，公司高级管理人员 7 人，包括 1 名总经理、5 名副总经理及 1 名董事会秘书，高级管理人员均具有大学本科及以上学历，其中 3 人具有研究员职称。截至 2014 年底，公司在职员工 7126 人。从岗位结构分，前台人员占比 51.47%、中台人员占比 35.14%，后台人员占比 13.39%；从文化程度来看，高中及以下人员占比 28.64%、中专及大专人员占比 31.55%、大学本科及以上人员占比 39.81%。

政策支持方面，国务院办公厅最新发布的《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》明确规定，将有线数字电视增值税免税政策重新明确再延长 3 年，新增对农村有线电视、城市电影放映等增值税优惠政策。

跟踪期内，公司业务覆盖规模继续增长，原有税收优惠政策得以延续，为公司业务发展提供一定支撑。

六、管理分析

关于董事长变更的事项

2014年2月，公司原董事长谭铁鹰女士由于年龄原因，辞去公司董事、董事长职务。公司现任董事长王胜杰现年51岁，历任吉林省白山市有线电视台台长，白山广电局副局长、局长，吉林省广电局副总工程师，吉林省广电网络整合工作领导小组办公室副主任，吉林广电网络有限总经理，吉林广电网络集团总经理等职务，现任吉视传媒党委书记、总经理、董事长，吉林有线董事长。截至目前，相关工商手续已办理完毕。联合资信认为，此次公司董事长更换属常规人事变动，对公司管理方面不存在较大影响。

七、经营分析

1. 经营现状

2014年公司实现主营业务收入20.34亿元，同比增长6.99%。从收入结构来看，公司电视收视业务占比主营业务收入70.89%，较2013年变化不大，始终是公司收入贡献最大的板块；有线电视工程及入网费收入、节目传输收入、有线宽带业务收入、机顶盒销售收入分别占主营业务收入的15.63%、8.90%、3.49%、0.97%。其中工程入网收入有近2个百分点的下降，有线宽带业务收入有近一个百分点的增长。公司主营业务成本主要由机顶盒摊销成本、网络运行维护成本、人工成本及折旧构成，2014年人工成本增长幅度较快。2015年一季度，公司共实现营业收入5.18亿元，同比下降0.44%，变化不大。2015年1~3月，公司主营业务成本依然以人工、折旧成本及网络运行为主。跟踪期内，公司主营业务毛利率逐年下降、但始终保持较高水平，2012~2014年度分别为49.97%、46.08%、45.08%，由于2013年以来公司加大力度推广增值业务，2014年效果得以显现，电视收视业务收入规模提升较快，但由于主营业务成本的增长幅度大于收入的增长幅度，公司主营业务毛

利率小幅下降。

表 2-1 公司主营业务收入构成（单位：亿元）

		2012 年	2013 年	2014 年
电视收视业务	收入	12.66	13.28	14.42
	占比	71.89%	69.86%	70.89%
有线电视工程及入网费	收入	3.16	3.60	3.18
	占比	17.97%	18.94%	15.63%
节目传输	收入	1.33	1.60	1.81
	占比	7.57%	8.42%	8.90%
有线宽带业务	收入	0.40	0.50	0.71
	占比	2.27%	2.63%	3.49%
机顶盒销售	收入	0.05	0.04	0.20
	占比	0.31%	0.21%	0.98%
合计		17.61	19.01	20.34

资料来源：公司提供

表 2-2 公司主营业务成本构成（单位：亿元）

		2012 年	2013 年	2014 年
机顶盒摊销	成本	2.41	2.21	2.06
	占比	27.35%	21.54%	18.44%
网络运行、维护	成本	1.59	1.94	2.24
	占比	18.06%	18.91%	20.03%
人工	成本	2.76	3.55	3.67
	占比	31.31%	34.60%	32.88%
折旧	成本	2.05	2.55	3.19
	占比	23.28%	24.85%	28.55%
合计		8.81	10.25	11.17

资料来源：公司提供

2. 有线电视业务

跟踪期内，公司增值业务在有线电视业务中比重逐年提升，2012~2014年传统广播电视业务收入分别占收视业务收入的78.88%、75.89%、71.56%，相应的增值业务收入分别占比21.12%、24.11%、28.44%。2014年，公司收视业务实现收入14.42亿元，同比增长26.60%。

2014年底，公司全网有线电视覆盖户数688万户，同比增长5.36%，覆盖率75.90%。其中城网覆盖户数为471万户，覆盖率93.30%。农网覆盖户数为271万户，农网覆盖率为54.11%。

数字增值业务方面，截至2014年底，公司双向业务用户累计发展65.23万户，付费频道用户164万户，两项业务累计发展用户分别较2013年底增长80.17%、35.54%，2014年公司增值业务实现快速增长。

公司针对庞大的增值业务群体自主研发“吉视汇通”信源分发系统直播平台。平台旨在提供海量的高标清、3D、4k 视频内容，同时还具备股票、天气、新闻浏览等诸多功能，通过部署多样化的视频和应用，极大地提升了客户服务能力，为客户带来更加舒适的视听体验。

“吉视汇通”平台建设完成后的信源系统将以 IP 协议作为基本业务协议，将 IP 网作为核心网进行建设，达到系统间的资源共享和多业务的快速规模部署。以 IP 为基础的数字平台不仅仅使公司尽可能快的部署新的服务，减少运营成本，同时也使现有的视频服务直接通过 IP 网络与平台部署提供了可能性，最终语音，视频与数据全部可以在 IP 网络中利用。

公司有线电视收视业务为公司占比最大的业务，其中广播电视传输基本业务的收入每月固定向用户收取，来源较为稳定；但联合资信也关注到，IPTV、OTT等视频传播形式的介入对有线电视业务用户存在一定程度的分流，公司电视收视业务外部竞争加大。同时，跟踪期内，增值业务收入在电视收视业务收入比重持续提升，有望成为公司未来收视业务强有力的支撑。由于有线电视增值业务所涉及的服务与网络等新兴媒体平台形成一定竞争关系，公司增值业务的未来发展存在一定不确定性。

3. 其他业务

公司工程入网费收入一般与城市新建小区数量增加及农村城镇化发展进程有关。2013年，吉林省共新建24.25万户，农村乡镇新建小区已经逐步开始落实新建小区文件，2013年新建1.23万户。2013年，公司工程及入网费收入3.60亿元，同比增长13.92%。2014年，公司实现工程入网费收入3.18亿元，同比下降11.67%，2014年以来由于房产市场增速放缓，公司工程入网费收入有所下降。

节目传输收入方面，2014年公司实现该板块收入1.81亿元，同比增长13.13%，目前公司传输中央频道20套、省内卫视频道2套、省内非卫视频道13套，外省卫视及其他频道32套，对于吉林省外卫视频道，由吉视传媒和吉林市有线传输分别与各地方电视台签署传输协议，协议通常为一年一签，个别为两年一签，由吉视传媒和吉林市有线传输分别向各省电视台收取节目传输费。公司收取节目传输费约为200~300

万元/频道/年，吉林市有线传输收取节目传输费约为20~80万元/频道/年。公司以省级平台为依托对地方电视台收取落地费用，议价能力较强。

有线宽带业务方面，跟踪期内，公司个人宽带业务及集团专网业务均获得了较快发展，2013年底公司个人宽带及集团专网用户分别为6.33万户、359个单位；随着2012年互动业务捆绑推广的开展（包含在基本服务118元套餐），2013年个人宽带业务进入增长的爆发期。2014年两类用户分别为15.23万户、300余个单位。由于电信运营商始终把握着宽带用户资源，导致出口带宽受限，公司一定程度上须租用电信运营商的出口带宽提供有线宽带业务，因此虽有线宽带业务发展迅速，但规模始终较小。

公司机顶盒销售收入贡献较小，跟踪期内，主要系公司在现阶段针对终端用户的第一套机顶盒设备进行赠送，对有第二及更多套机顶盒设备需求的用户采用机顶盒销售方式。

2014年公司在市场公开竞得，并完成标的公司的交接工作，获得了“三亚红塘湾旅游度假区”项目地块，为公司增添“文化旅游板块”。该项目面积为250万平方米左右，目前处于待开发状态。

跟踪期内，公司收入规模增长稳定，有线电视收视业务仍然为收入拉动的核心因素，增值业务发展较快，但存在一定外部竞争。公司工程入网、卫视落地收入保持稳定，宽带业务扩张较快，但由于必须租用出口带宽等因素，规模始终受限。

4. 业务创新

公司先后引进并开发完成“云游戏”、“吉视阅视”、“屏屏通”、“电视点读笔”、“警视通”、“迅雷看看”全国首家 VOD 专区等优质增值业务产品与服务。其中，“云游戏”业务在省会城市试商用期间，日平台用户数已接近万余人次；“吉视阅视”业务已在全网20多万台机顶盒上部署应用，日均活跃用户数占绑定用户数的35%左右；“警视通”业务终端绑定用户达8.20万

户。公司 2014 年度“互动点播平台”以发展全高清互动视频点播产品为核心目标，截至 2014 年底，高清在线点播产品覆盖率达 60%。同时，公司还打造出多个品牌栏目、业务专区及特色产品，在注重产品与市场接轨，以大数据分析为工具，以市场调研为依据的基础上，满足了用户“个性化需求”、提升了公司整体品牌影响力。

硬件方面，公司研发中心经过前期的技术讨论，并综合市场走向，开发出支持 DLAN、AIRPLAY 等三屏互动协议的高清 WIFI 机顶盒。目前该机顶盒的设计和试制已经完成。未来在一段时间内，逐步向用户推广，逐步增加这种高清双向机顶盒在网量，为公司未来基于高清交互媒体信息服务平台和云服务平台的各项业务提供硬件支撑，使用户真正实现“从看电视到用电视”。

公司大力创新业务模式，通过新硬件功能的研发整合及平台建设开创依托于有线电视网络的全方位生活服务平台，将在行业及“三网融合”中的跨行业竞争中有效提升竞争实力。

5. 战略合作

(1) 公司于 2013 年 9 月 29 日与中国移动通信集团吉林有限公司（以下简称：“吉林移动”）在长春签署了《战略合作协议》，就在吉林省内共同推进“三网融合”，开展高、标清视频直播、点播、语音通信、互联网、数据传输、信息服务等现代信息化建设进行全面战略合作。合同有效期为 5 年。合作领域包括家庭互联网业务合作、融合业务合作、现代信息化建设合作、智能家居业务合作、物联网业务合作、国内通信设施服务业务（集团客户专网业务）等合作。公司将自身以电视机为接收终端的信息化服务延伸至手机终端，为融合业务提供家庭信息化、教育信息化、交通信息化、医疗信息化、电商信息化等信息应用服务。吉林移动将自身以手机为接收终端的信息化服务延伸至电视机终端，为融合套餐提供移动集群网、移

动办公网、短信群发信息应用服务，实现合作双方信息化资源利用的优化。吉林移动在互联网业务上的资质及资源将给公司受限的互联网业务上形成有益补充。

(2) 公司于 2013 年 11 月 28 日与内蒙古广播电视网络集团有限公司（以下简称“内蒙古广电”）签订《互联互通战略合作协议》，合同有效期为 5 年，到期后双方如无书面协议将自动顺延。双方合作内容包括：①互联网互通光纤波分通道的建设与维护；②互为输出的互联网镜像内容服务资源建设；③互为输出的互联网缓存内容服务资源建设；④互为输出的广电互联网内容服务资源建设；⑤互联网出口引入、互为备份建设；⑥互为输出的视频内容资源建设；⑦互为输出的交互信息服务内容资源建设。双方以自建和共建结合的方式进行系统建设和资源引入，并通过视频内容资源共享为公司节约系统建设和资源引入成本，将对公司节约投资，增强后台支撑能力，实现快速发展产生积极影响。在三网融合的背景下，公司积极建立跨区域资源共享建设，将形成行业内强强联合的示范作用。

(3) 公司于 2014 年 2 月 25 日与北京永新视博数字电视技术有限公司（以下简称“永新视博公司”）签署了《战略合作协议》。永新视博公司是中国数字电视产业的领跑者，解决方案广泛应用于国内 29 个省市地区和海外 30 多个国家，并于 2007 年进入云计算领域，拥有源于清华大学的技术研发团队，具备世界领先的研发能力和集成经验，同时与全球百余家顶尖游戏厂商达成合作，在云游戏运营及内容整合方面具有深厚经验及丰富资源。双方合作具体内容包括：①双方承诺在市场营销中相互支持并互相告知可能影响对方业务的潜在的商业机会；②双方将合作开展云游戏、云体感应用以及 OTT 多屏互动等业务；③在合作过程中，双方共同制定平台对接协议并进行平台对接；④在合作过程中，双方共同制定平台对接协议并进行平台对接；⑤本协议签订后，双方

各自成立合作项目团队，负责项目推进和具体业务的协商和业务协议的签署等合作事项；⑥本协议的签署及双方在履行协议的过程中，如遇各自的监管要求等原因需向监管部门及公众披露双方合作的有关事项时，双方应积极沟通保持信息披露一致。双方通过优势互补，合作开展云游戏、云体感应用以及 OTT 多屏互动等业务，逐步拓展增值业务范畴，为数字高清互动电视用户提供高质量的游戏产品，从而进一步提升网络资源价值。

(4) 公司与北京歌华有线电视网络股份有限公司、北京永新视博数字电视技术有限公司、北京阅视无限科技有限公司、吉林省食品药品监督管理局等单位签署了《战略合作协议》，就双方在“电视院线”产品的落地与公司视频点播产品的输出；云游戏、云体感应用以及 OTT 多屏互动等业务的开发应用；“吉视阅视社交电视应用系统”的研发与推广；吉林省食品药品安全放心工程“电子追溯项目”和“监控项目”等领域开展深度合作达成一致共识，并围绕着进一步提升双方信息化建设水平展开全方位合作。

联合资信认为，公司近期跨行业、跨地区的合作，在促进资源共享、节省建设成本及业务创新方面有较为深远的意义。随着试点城市的扩大，三网融合已在全国范围内形成不可逆的趋势。从全国范围来看，广播电视网络在“三网”中处于布局较早但近年来发展势头相对较弱的态势，公司凭借地域性垄断优势，依托发达的网络及丰富的用户资源实现与移动运营商的合作，在业务推广及网络资源共享方面取得一定优势，尤其在公司受限的互联网业务上形成有益补充；公司跨地区联手内蒙古广电将带来内容资源的扩充，并在一定程度上降低有线网络出口带宽租用成本，形成优势互补；与永新视博公司的合作突出公司对自身平台业务模式创新的决心。联合资信也关注到，虽然将三网融合下的竞争转化为强强合作或将成为行业趋势，但在分享合作方资源的同时，也让渡了本方资源使用权，且公司签署框架协议，合作

尚处于初期阶段，联合资信将持续关注上述合作事项的进展及对公司业务产生的影响。

6. 投资项目与未来发展

截至2014年底，公司在建项目主要涉及城网、农网的新建及双向化改造项目，省干线建设、波分扩容及房屋建筑物项目，项目具体情况见下表：

表3 公司2014年底在建项目情况

(单位：亿元)

项目名称	预计总投资	截至2014年底已投	工程进度(%)	资金来源
城网新建	3.50	1.65	47.14	自筹
城网改建	2.70	1.83	67.78	自筹
农网新建	1.68	0.69	41.07	自筹
农网改建	1.37	0.82	59.85	自筹
省干线建设、波分扩容及	2.29	1.39	60.70	自筹
机房搬迁	0.73	0.55	75.34	自筹
房屋建筑物及装修	5.59	1.44	25.76	自筹
合计	13.20	8.38	--	--

来源：公司提供

公司首次公开发行股票募集资金用途为数字电视网络建设项目及以高清互动视频为核心的双向网络与业务平台建设项目的建设资金，两项目总投资额27.39亿元，募股资金投入22.00亿元。截至目前，募集股票资金已全部使用完毕，且两项目已经完工。

公司同时制定了2015年的工作重点：一是努力确保基本业务平稳发展。充分发挥广电网络自身优势，巩固原有网络用户的忠诚度，提高服务质量和水平，最大限度的减少用户掉户的可能性。结合用户普查工作，对所有欠费、报停和销户用户进行物理隔断、有效遏制用户二终端漫游问题。二是全力推动增值业务快速发展。健全完善营销组织体系。采取营装维一体化网格管理，提升服务水平。严格规范

薪酬分配和激励机制。科学制定营销策略。引入大量的高清、优质节目，丰富产品内容，提高产品竞争力，大力推广双向交互业务，重点营销“吉视悦享”融合产品，重点做好春节、暑期、中秋等节假日期间的促销活动和宣传工作，以此为切入点，拉动基本业务、增值业务快速发展，迅速占领市场。三是按照董事会确定的发展战略，进一步夯实多业发展战略布局，快速向“主业突出、多业并举、治理科学、运转高效、跨区域、多元化经营”的大型文化产业集团转型。2015年，公司主要投资项目包括：网络建设改造项目投资、机顶盒项目投资、IP 数据网络与系统平台扩容升级改造项目投资、运行维护项目投资、研发中心系统建设项目投资和基建项目投资六大类，计划投资额8.00亿元，多业计划投资3.34亿元，公司2015年计划投资总额约为11.34亿元。

八、募集资金使用情况

公司于2013年8月发行“13吉视传媒MTN001”，期限为5年，额度为5亿元；于2014年7月发行“14吉视传媒MTN001”，期限为5年，额度为5亿，募集资金（10亿元）全部用于补充公司营运资金，截至目前募集资金已全部使用完毕。

九、财务分析

公司2013、2014年财务数据的审计报告均由瑞华会计师事务所审计，并均出具了标准无保留意见，公司2015年一季度财务数据未经审计。从二级子公司的合并范围来看，2014年公司增加了三亚樾城投资有限公司（全资）以及北京吉视汇通科技有限责任公司两家公司，合并范围变化对财务数据可比性影响不大。

截至2014年底，公司资产总计93.61亿元，所有者权益合计50.58亿元（其中包含少数股东权益0.14亿元）；2014年，公司实现营业收入20.50亿元，利润总额4.10亿元。

截至2015年3月底，公司资产总计92.40亿元，所有者权益合计51.94亿元（其中包含少数股东权益0.14亿元）；2015年1~3月，公司实现营业收入5.18亿元，利润总额1.35亿元。

1. 盈利能力

跟踪期内，公司收入规模实现小幅增长，2014年收入同比增长6.69%，由于吉林省有线电视服务基本达到饱和状态，公司主要的收视费用收入较平稳，导致收入规模较稳定，同时，公司始终保持较高的主营业务盈利能力，2014年营业利润率44.61%，同比增加1.07个百分点。公司在传统业务接近饱和的状态下，积极推广视频增值服务、网络服务等业务，导致销售费用大幅增长至1.73亿元，同比增长48.56%；债务规模的增长导致财务费用同比增加至0.23亿元，2014年期间费用占比提升至25.92%，由于传媒行业管理人员较多，属行业特点，公司整体费用控制能力尚可，但仍有待提升。

非经常性损益方面，2014年公司投资收益下滑（2013年公司实现投资收益717.27万元，系公司购买原控股孙公司吉林市无线广播电视传输有限责任公司少数股权，并由全资子公司吉林市有线广播电视传输有限责任公司对其吸收合并产生）。公司营业外收入在跟踪期内保持稳定。

2014年，公司利润总额4.10亿元，基本维持稳定，总资产收益率及净资产收益率分别为6.20%、8.08%。

2015年1~3月，公司营业收入及利润总额分别为5.18亿元、1.35亿元，营业利润率提升至50.64%。同期，公司实现投资收益1250万元，主要为投资德惠农村商业银行股份有限公司的收益。

总体看，跟踪期内，公司收入及利润保持稳定水平，非经常性损益有所波动但对利润的贡献程度有限。随着公司对新业务的拓展，未来有望在保持收视业务稳定的基础上实现新的

收入、利润增长。

2. 现金流及保障

经营活动现金流方面，2014 年，公司经营活动现金流入、流出分别同比增长 7.10%、21.37%，其中支付其他与经营活动有关现金增长来自于经营往来款项增加（2014 年为 0.87 亿元）。经营活动现金流净额虽有所减小，但仍保持相对较大规模。2014 年，公司现金收入比 112.07%，公司收入实现质量较好。

投资活动方面，现金流入中，由于公司加大基础网络及互动媒体应用聚合平台（可转债募投项目）等的建设，相应资本支出增加，2014 年投资活动现金流入规模为 2.10 亿元，公司投资活动现金流出规模为 27.21 亿元，2014 年支付其他与投资活动有关的现金为银行定期存款（15.78 亿元），剔除该因素的影响，跟踪期内公司投资活动现金流出规模基本保持稳定。

筹资活动方面，由于公司发行了可转债券是的筹资活动现金流入大增，另公司将 3.65 亿元跟踪期内取得的子公司所承担的债务列入支付其他与筹资活动有关的现金，2014 年公司筹资活动现金流净额 19.20 亿元。

2015 年 1~3 月，公司经营活动、投资活动、筹资活动的现金流净额分别为 0.06 亿元、4.00 亿元以及-0.04 亿元。由于收视费用一般为客户在上一年低交付，导致经营活动现金流入减少，同时年初支付的员工福利增加共同导致经营活动现金流净额下降。投资活动中收到其他与投资活动有关的现金为公司本期定期存款 5.78 亿元到期收回所致。

总体看，公司经营活动现金流较稳定且规模较大，随着公司未来对基础网及系统平台的投入，未来资本支出将增加，但考虑到公司支持项目的可转债已成功发行，且债务负担仍较轻，资金周转压力不大。

3. 资本及债务结构

资产

2014 年，公司资产总额同比增长 48.21%，

达到 93.61 亿元，其中流动资产增长迅速，比重迅速提升，其中货币资金占比 71.55%、应收账款占比 5.98%，以及存货占比 16.36%。同期公司货币资金同比增长 400.18%，主要系可转债成功发行融入资金所致，2014 年公司应收账款同比增长 46.42%，主要多一年以内账款，主要来自吉林电视台等客户的欠付传输费。存货增长 5.80 亿元，系新收购子公司三亚樾城投资有限公司的土地资产。公司之前年度的委托贷款到期导致 2014 年其他流动资产下滑。公司流动资产中货币资金占比高，应收账款账龄短，安全性高，存货中土地资产可能受到来自房地产市场状况的影响，但比重不大，风险可控。

非流动资产中，固定资产（占比 63.59%）、在建工程（占比 14.40%）及长期待摊费用（占比 11.36%）占比高，且随着基础网络及互动媒体应用聚合平台等大型资本项目的开展，固定资产及在建工程均呈现增长态势，2014 年在建工程同比增长 54.91%。2014 年公司根据会计准则的调整，将长期股权投资中对吉林德惠农村商业银行股份有限公司的投资调入可供出售金融资产科目。随着在建项目的开展，公司非流动资产呈现稳定增长趋势。

截至 2015 年 3 月底，公司资产总计 92.40 亿元，较 2014 年底下滑 1.29%，流动资产中货币资金有所下滑，非流动资产中在建工程及长期待摊费用呈现小幅增长态势，主要科目均保持基本稳定。

总体看，公司流动资产安全性较高，流动性较强，可转债成功发行进一步扩充了公司的资金规模，非流动资产的增长稳定，整体资产质量好。

所有者权益

跟踪期内，公司所有者权益增长主要来自未分配利润的增长及新增其他权益工具 4.34 亿元（公司发行的可转债为符合金融工具，公司按照会计准则将负债成分的公允价值确认为一项负债，按实际收到的金额扣除负债成分的公允价值确认为“其他权益工具”）。2014 年底，公

司所有者权益合计 50.58 亿元，同比增长 18.17%；2015 年 3 月底，公司所有者权益合计 51.94 亿元，较 2014 年底增长 2.69%，增长主要来自未分配利润。

负债

2014 年底，公司负债合计 43.03 亿元，同比增长 111.35%，增长主要来自可转债发行造成的非流动负债增长。经营性流动负债方面，2014 年底，应付票据、应付账款以及预收款项分别为 1.80 亿元(占比 9.80%)、6.55 亿元(占比 35.66%)以及 6.79 亿元(占比 36.96)，其中预收款项同比增长 69.49%，主要来自预收的收视费用增长。

有息债务方面，公司 2014 年成功发行可转债导致应付债券增长 22.55 亿元（2014 年 9 月 5 日，公司发行票面金额为 100 元的可转换公司债券 1700000 张，期限为 6 年，票面利率每年分别为 0.50%、0.80%、1.10%、1.40%、1.70%、2.00%），公司同时增加长期借款 1.00 亿元，2014 年底公司长期债务 23.55 亿元，同比增长 376.89%；短期债务为 3.70 亿元，同比增长 58.81%，主要来自短期借款的增长。2014 年底公司全部债务 27.24 亿元，同比增长 274.95%。跟踪期内，公司债务指标均呈现显著提升，资产负债率、全部债务资本化比率及长期债务资本化比率分别为 45.97%、35.01%、31.77%（2013 年三项指标分别为 32.23%、14.51%、10.34%）。

截至 2015 年 3 月底，随着应付票据及预收款项的结转，公司流动负债规模较 2014 年底下降 14.93%，非流动负债变化不大，公司负债合计 40.46 亿元。截至 2015 年 3 月底，公司全部债务为 26.19 亿元，短期债务下滑至 2.45 亿元。同期，债务指标相应下滑，资产负债率、全部债务资本化比率及长期债务资本化比率分别为 43.79%、33.53%、31.37%。

总体看，公司债务规模有所提升，未来基建项目规模增加，但考虑到公司可转债专门为在建项目融资，且公司现有债务水平整体

不高，预计未来公司承受的债务融资压力不大。

4. 偿债能力

短期偿债能力方面，截至 2014 年底公司流动比例、速动比率分别为 192.94%、161.37%，同比有较大幅度的提升，截至 2015 年 3 月底两项指标进一步增长，分别为 213.18%、116.07%。截至 2014 年经营现金流流动负债比为 53.65%。公司短期偿债能力很强。

中长期偿债能力方面，EBITDA 利息倍数由 2013 年的 18.25 倍降至 2014 年的 9.71 倍，全部债务/EBITDA 也由 2013 年的 0.73 倍增值 2014 年的 2.40 倍，主要系公司发行可转债带来的整体债务规模及财务费用的增长。但 EBITDA 对全部债务及利息的覆盖程度较好，公司长期偿债能力强。总体看，公司整体偿债能力强。

截至 2015 年 3 月底，公司共获银行授信额度 11.50 亿元，尚未使用授信额度 9.60 亿元，公司间接融资渠道通畅。同时，公司作为上市公司，拥有较通畅的直接融资渠道。

截至 2015 年 3 月底，公司无对外担保。

5. 存续期内债券偿还能力分析

截至目前，公司存续期内中期票据 2 期，合计金额 10 亿元，分别为 5 亿元的“13 吉视传媒 MTN001”和 5 亿元的“14 吉视传媒 MTN001”，分别在 2018 年和 2019 年到期。

以 2014 年财务数据为基础，经营活动现金流入量和经营活动现金流量净额分别为存续期内中期票据 10 亿元的 2.45 倍和 0.99 倍。公司 EBITDA 为存续期内中期票据的 1.14 倍。

总体看，公司经营活动现金流入量与 EBITDA 对存续期内票据保障能力较强。

6. 过往债务履约情况

根据人民银行企业基本信用信息报告（机构代码：G1022010100167060C），截至 2015 年 6 月 24 日，公司本部无已结清及未结清不良贷款，过往债务履约情况良好。

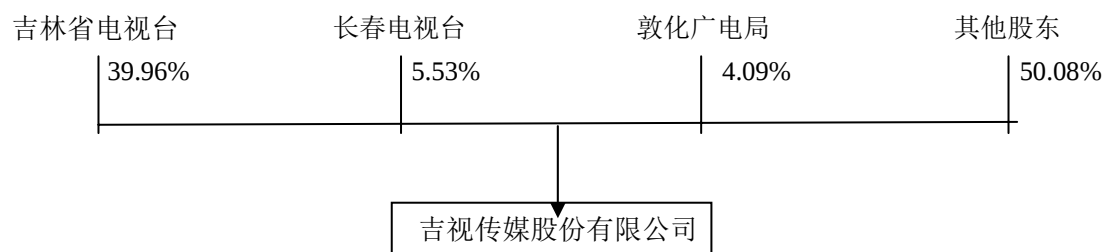
7. 抗风险能力

公司作为文化产业经营单位，发展前景较好，得到政府的支持力度较大；公司在吉林省的区域垄断优势较强；基于对公司自身经营和财务风险，以及公司整体规模和设备技术水平的分析，联合资信认为，公司整体抗风险能力强。

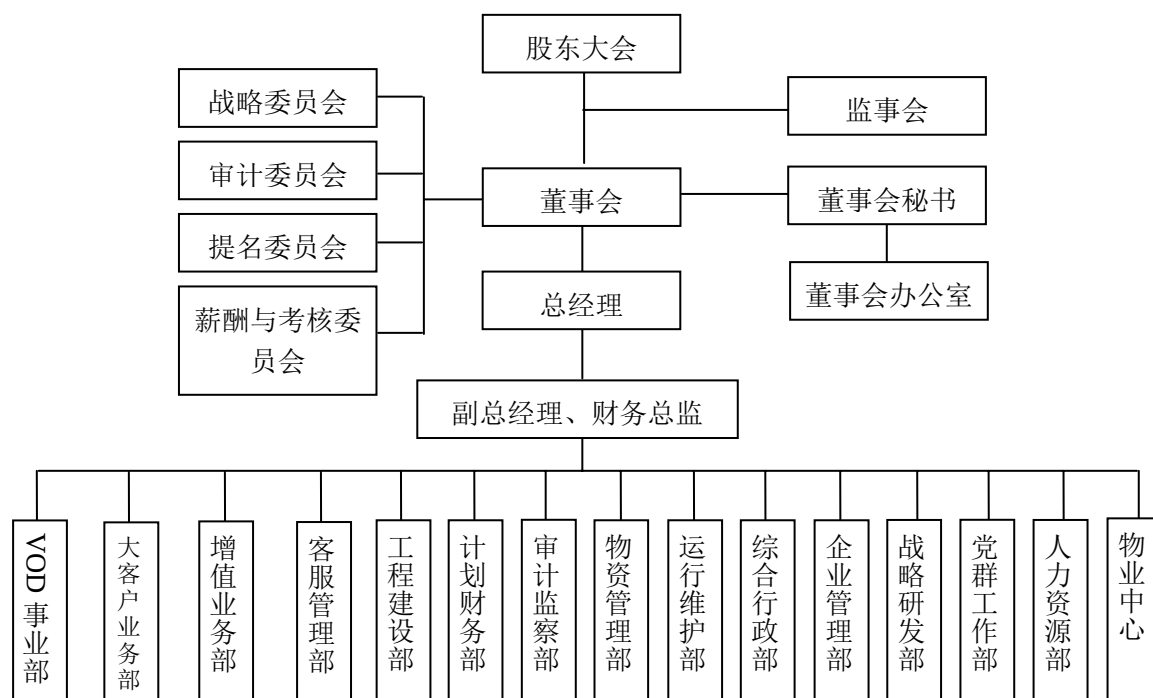
十、结论

综合考虑，联合资信确定维持公司AA⁺的主体长期信用等级，评级展望为稳定，并维持“13 吉视传媒 MTN001”和“14 吉视传媒 MTN001”AA⁺的信用等级。

附件 1-1 公司股权结构图



附件 1-2 公司组织结构图



附件 2 主要财务数据及指标

项目	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年 3 月
财务数据				
现金类资产(亿元)	7.34	5.05	24.78	22.87
资产总额(亿元)	55.38	63.16	93.61	92.40
所有者权益(亿元)	41.15	42.80	50.58	51.94
短期债务(亿元)	3.72	2.33	3.70	2.45
长期债务(亿元)	0.00	4.94	23.55	23.74
全部债务(亿元)	3.72	7.27	27.24	26.19
营业收入(亿元)	17.64	19.21	20.50	5.18
利润总额(亿元)	4.02	4.04	4.10	1.35
EBITDA(亿元)	9.63	10.01	11.37	--
经营性净现金流(亿元)	7.01	10.81	9.85	0.06
财务指标				
销售债权周转次数(次)	30.48	17.06	11.48	--
存货周转次数(次)	8.63	7.27	3.14	--
总资产周转次数(次)	0.37	0.32	0.26	--
现金收入比(%)	98.80	112.44	112.07	77.52
营业利润率(%)	46.42	43.54	44.61	50.64
总资本收益率(%)	9.40	8.65	6.20	--
净资产收益率(%)	9.76	9.39	8.08	--
长期债务资本化比率(%)	0.00	10.34	31.77	31.37
全部债务资本化比率(%)	8.28	14.51	35.01	33.53
资产负债率(%)	25.69	32.23	45.97	43.79
流动比率(%)	81.88	80.03	192.94	213.18
速动比率(%)	70.62	8.28	161.37	116.07
经营现金流动负债比(%)	51.39	74.56	53.65	--
EBITDA 利息倍数(倍)	24.76	18.25	9.71	--
全部债务/EBITDA(倍)	0.39	0.73	2.40	--

注：2015 年一季度财务数据未经审计；现金类资产已剔除使用受限的货币资金。

附件 3 有关计算指标的计算公式

指 标 名 称	计 算 公 式
增长指标	
资产总额年复合增长率	(1) 2 年数据: 增长率= (本期-上期) / 上期×100% (2) n 年数据: 增长率=[(本期/前 n 年) ^{1/(n-1)} - 1]×100%
净资产年复合增长率	
营业收入年复合增长率	
利润总额年复合增长率	
经营效率指标	
销售债权周转次数	营业收入 / (平均应收账款净额+平均应收票据)
存货周转次数	营业成本/平均存货净额
总资产周转次数	营业收入/平均资产总额
现金收入比	销售商品、提供劳务收到的现金/主营业务收入×100%
盈利指标	
总资本收益率	(净利润+费用化利息支出) / (所有者权益+长期债务+短期债务) ×100%
净资产收益率	净利润/所有者权益×100%
营业利润率	(营业收入-营业成本-营业税金及附加) / 营业收入×100%
债务结构指标	
资产负债率	负债总额/资产总计×100%
全部债务资本化比率	全部债务 / (长期债务+短期债务+所有者权益) ×100%
长期债务资本化比率	长期债务 / (长期债务+所有者权益) ×100%
担保比率	担保余额/所有者权益×100%
长期偿债能力指标	
EBITDA 利息倍数	EBITDA/利息支出
全部债务/EBITDA	全部债务/EBITDA
短期偿债能力指标	
流动比率	流动资产合计/流动负债合计×100%
速动比率	(流动资产合计-存货) / 流动负债合计×100%
经营现金流动负债比	经营活动现金流量净额/流动负债合计×100%

注: 现金类资产=货币资金+交易性金融资产/短期投资+应收票据
 短期债务=短期借款+交易性金融负债+一年内到期的长期负债+应付票据
 长期债务=长期借款+应付债券
 全部债务=短期债务+长期债务
 EBITDA=利润总额+费用化利息支出+固定资产折旧+摊销
 利息支出=资本化利息支出+费用化利息支出
 企业执行新会计准则后, 所有者权益=归属于母公司所有者权益+少数股东权益

附件 4 主体长期信用等级设置及其含义

根据中国人民银行2006年3月29日发布的“银发〔2006〕95号”文《中国人民银行信用评级管理指导意见》，以及2006年11月21日发布的《信贷市场和银行间债券市场信用评级规范》等文件的有关规定，主体长期信用等级划分成三等九级，分别用AAA、AA、A、BBB、BB、B、CCC、CC和C表示，其中，除AAA级，CCC级（含）以下等级外，每一个信用等级可用“+”、“-”符号进行微调，表示略高或略低于本等级。

级别设置	含 义
AAA	偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
AA	偿还债务的能力很强，受不利经济环境的影响不大，违约风险很低
A	偿还债务能力较强，较易受不利经济环境的影响，违约风险较低
BBB	偿还债务能力一般，受不利经济环境影响较大，违约风险一般
BB	偿还债务能力较弱，受不利经济环境影响很大，违约风险较高
B	偿还债务的能力较大地依赖于良好的经济环境，违约风险很高
CCC	偿还债务的能力极度依赖于良好的经济环境，违约风险极高
CC	在破产或重组时可获得保护较小，基本不能保证偿还债务
C	不能偿还债务

银行间债券市场中长期债券信用等级设置及其含义同主体长期信用等级。