跟 踪 评 级 公 告

联合[2016] 1283 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。

联合资信评估有限公司

二零一六年七月六日

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中期票据跟踪评级报告

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：2016 年 7 月 6 日

财务数据

项　目	2013 年	2014 年	2015 年	16 年 3 月
现金类资产(亿元)	5.05	24.78	17.58	12.42
资产总额(亿元)	63.16	93.61	98.34	95.28
所有者权益合计(亿元)	42.80	50.58	60.40	60.75
长期债务(亿元)	4.94	23.55	19.26	15.92
全部债务(亿元)	7.27	27.24	19.81	17.51
营业收入(亿元)	19.21	20.50	21.76	5.04
利润总额(亿元)	4.04	4.10	4.08	1.03
EBITDA(亿元)	10.01	11.37	11.99	--
经营性净现金流(亿元)	10.81	9.85	10.39	0.06
营业利润率(%)	43.54	44.61	45.76	46.56
净资产收益率(%)	9.39	8.08	6.75	--
资产负债率(%)	32.23	45.97	38.58	36.25
全部债务资本化比率(%)	14.51	35.01	24.70	22.38
流动比率(%)	80.03	192.94	164.63	134.47
全部债务/EBITDA(倍)	0.73	2.40	1.65	--
EBITDA 利息倍数(倍)	18.25	9.71	6.09	--
经营现金流动负债比(%)	74.56	53.65	60.65	--

注：现金类资产已剔除使用受限资金；2016 年一季度财务数据未经审计。

分析师

徐 璨　姜雨彤
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。

2015年，公司广电网络万兆 IP 广播光纤入户整体解决方案”（以下简称：整体解决方案）被国家新闻出版广电局科技司设立为《基于光纤的 IP 广播系统技术规范》标准项目，未来公司将依托以芯片为基础的智能家庭网关的生产与业务布局，向用户提供高清、超高清、3D、4K 等广播和点播视频业务；并提供千兆光纤数据交互业务；语音和视频通讯业务等，为 “三网融合”战略的实施提供重要技术支撑。另外，公司与杭州华数智屏信息技术有限公司、支付宝公司、吉林省教育厅、吉林省公安厅和外省广播电视台签订了不同领域的合作协议，为进一步提升网络资源价值，提高增值业务收入规模打下基础。

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，公司研发广电网络光纤入户整体解决方案被国家新闻出版广电局科技司设立为《基于光纤的 IP 广播系统技术规范》标准项目，并完成“万兆网络芯片”研发工作，

为“三网融合”战略的实施提供重要技术支撑，提升公司整体竞争实力。

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. 随着三网融合方案进一步实施，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。
3. 公司跨地区合作，在分享合作方资源的同时，也让渡了本方资源使用权。

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公司的基础上，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件许可【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2015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、中国证券金融股份有限公司及延吉广播电视台分别持股35.14%、4.57%、2.90%、2.63%、2.27%，公司控股股东为吉林电视台。2015年3月，公司可转债开始转股，截至2015年7月共累计转股8751.24万股，公司实收资本增至155540.04万股。2015年10月，公司以资本公积向全体股东每10股转增10股，合计转增155540.06万股，本次转增股本后，公司总股本为311080.12万股。截至2016年3月底，公司注册资本为31.11亿元；公司控股股东吉林电视台持股比例35.14%，为公司实际控制人。

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 2015 年底，公司共拥有 50 家分公司、主要子公司 7 家，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 2015 年底，公司资产总计 98.34 亿元，所有者权益合计 60.40 亿元（其中包含少数股东权益 0.11 亿元）；2015 年，公司实现营业收入 21.76 亿元，利润总额 4.08 亿元。

截至 2016 年 3 月底，公司资产总计 95.28 亿元，所有者权益合计 60.75 亿元（其中包含少数股东权益 0.19 亿元）；2016 年 1~3 月，公司实现营业收入 5.04 亿元，利润总额 1.03 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

2015 年，中国经济步入“新常态”发展阶段，全年 GDP 同比实际增长 6.9%，增速创 25 年新低，第三产业成为拉动经济增长的重要推动力。具体来看，2015 年，中国消费需求整体上较为平稳，固定资产投资增速持续下滑，进出口呈现双降趋势；同时，全国居民消费价格指数（CPI）六年来首次落入“1”时代，工业生产者出厂价格指数（PPI）和工业生产者购进价格指数（PPIRM）处于较低水平，制造业采购经理指数（PMI）仍在荣枯线以下，显示中国经济下行压力依然较大。但在就业创业扶持政策的推动下，中国就业形势总体稳定。

根据国家统计局初步核算，2015 年，中国国内生产总值（GDP）67.7 万亿元，同比实际增长 6.9%，增速创 25 年新低；分季度看，GDP 增幅分别为 7.0%、7.0%、6.9%和 6.8%，经济增速逐渐趋缓。第二产业增加值增速放缓拖累中国整体经济增长，但第三产业同比增速有所提高，表明中国在经济增速换挡期内，产业结构调整稳步推进。

从消费、投资和进出口情况看，2015 年，市场销售增速走势较为平稳，固定资产投资增速回落较大，进出口增速回落。社会消费品零售总额 30.10 万亿元，同比增长 10.70%。固定资产投资（不含农户）55.20 万亿元，比上年名义增长 10.00%（扣除价格因素实际增长 12.00%）。全年进出口总额 4.00 万亿元人民币，比上年下降 8.00%。

2015 年，中国继续实施积极的财政政策。中国一般公共财政收入 15.22 万亿元，比上年增长 8.4%，增速较上年有所回落。一般公共财政支出 17.58 万亿元，比上年增长 15.8%，同比增速有所加快。政府财政赤字规模增至 2.36 万亿元，赤字率上升至 3.5%，显著高于 2.3%的预算赤字率。

2015 年，央行继续实施稳健的货币政策，灵活运用多种货币政策工具，引导货币信贷及社会融资规模合理增长，改善和优化融资结构和信贷结构。2015 年共进行了五次降息和五次降准，降息和降准幅度分别达到 125BP 和 300BP。在公开市场操作方面，央行多次开展逆回购操作，并通过短期流动性调节工具（SLO）、中期借贷便利（MLF）和抵押补充贷款（PSL）分别向市场净投放资金 5200 亿元、213 亿元和 10811.89 亿元，向市场注入流动性。此外，自 2015 年 10 月起，央行在上海、江苏等 11 省（市）推广信贷资产质押再贷款试点，截至 2015 年末，共向 31 家地方法人金融机构合计发放信贷政策支持再贷款 49.73 亿元，资金流动性保持宽松状态。

2016 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，2016 年经济社会发展的主要预期目标是 GDP 增长 6.5%~7.0%，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，进出口回稳向好，国际收支基本平衡，居民收入增长和经济增长基本同步。2016 年是中国“十三五”开局之年，也是推进结构性改革的攻坚之年。政府将稳定和完善宏观经济政策，保持经济运行在合理区间，进一步加强供给侧结构性改革，推进新一轮高水平对外开放，加强民生保障，切实防控风险，努力实现“十三五”时期经济社会发展良好开局。

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《2015 年全国国民经济和社会发展统计公报》，截至 2015 年底，全国有线电视用户数 2.39 亿户，其中有线数字电视用户 2.02 亿户。

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 2015 年底，有线数字电视用户 2.39 亿户，同比增长 27.81%，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%，2015 年这一比例提高至 84.52%。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 个省会、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。2015 年 9 月国务院办公厅印发《三网融合推广方案》，提出六项工作目标。①将广电、电信业务双向进入扩大到全国范围，并实质性开展工作；②网络承载和技术创新能力进一步提升；③融合业务和网络产业加快发展；④科学有效监管体制机制基本建立；⑤安全保障能力显著提高；⑥信息消费快速增长。

2. 行业关注

有线广播电视网络数字化进程不断加速

截止到 2015 年上半年，我国有线数字电视家庭用户数量达到 19496.1 万户，数字化率达到 81.00%，其中：高清数字电视用户占比逐年上升，用户规模达到 5466 万户，占全国有线电视用户的 22.71%；双向网络覆盖用户数量达到 12263.6 万户，占有线电视用户总量的 50.95%；双向网络渗透用户数量达到 4176.6 万户，占有线电视用户总量的 17.35%；个人宽带用户增长加快，用户规模突破 1450 万户，达到 1492.2

万户，占有线电视用户总量的比重达到 6.20%。

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市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。

2016 年 5 月，工业和信息化部正式向中国广播电视网络有限公司（以下简称“中国广电公司”）颁发《基础电信业务经营许可证》，批准中国广电公司和授权其控股子公司中国有线电视网络公司在全国范围内经营互联网国内数据传送业务、国内通信设施服务业务两项基础电信业务。中国广电公司获得基础电信业务经营许可，标志着电信业、广电业的双向进入有了进一步的实质性进展，使得未来的基础电信业务服务市场的竞争更为多元化。

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性目标的阐述，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 2015 年国民经济和社会发展统计公报》，经初步核算，2015 年，吉林省实现地区生产总值 14274.11 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 51852 元，比上年增长 6.5%。三次产业的结构比例为 11.2:51.4:37.4，对经济增长的贡献率分别为 6.9%、47.4%和 45.7%。2015 年吉林省居民消费价格总指数为 101.7（以上年为 100，下同），价格总水平同比上涨 1.7%。

2015 年底，吉林省总人口为 2753.3 万万人，比上年底净增加 0.94 万人。2014 年吉林城镇居民人均可支配收入达到 24901 元，比上年增长 7.2%；城镇居民人均消费性支出为 17973 元，增长 4.8%。农村居民人均可支配收入达到 11326 元，增长 5.1%。城镇恩格尔系数为 25.8%，农村恩格尔系数为 29.0%。

从文化传媒普及程度来看，2015 年底，吉林省广播人口覆盖率达到 98.64%；电视人口覆盖率达到 98.76%。有线广播电视用户数为 595.06 万户，其中数字电视用户数达到 541.56 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 7400 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 2015 年底，公司全网有线电视覆盖户数 706.5 万户，覆盖率为 77.8%。

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 2015 年底，公司在职员工 7152 人。从岗位结构分，前台人员占比 52.17%、中台人员占比 33.88%，后台人员占比 13.95%；从文化程度来看，高中及以下人员占比 26.31%、中专及大专人员占比 33.26%、大学本科及以上人员占比 40.42%。

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

跟踪期内，公司在高层管理人员、管理体制、管制制度等方面无重大变化。

七、经营分析

1. 经营现状

2015年公司实现主营业务收入21.28亿元，同比增长6.74%。从收入结构来看，公司电视收视业务占比主营业务收入72.79%，较2014年增长1.90个百分点，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12.14%、8.87%、4.41%、1.79%。其中工程入网收入占比下降3.49个百分点，机顶盒销售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，2015年公司网络运行、维护成本增长幅度较快。2016年一季度，公司共实现营业收入5.04亿元，同比小幅下降但变化不大。2016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波动增长、且始终保持较高水平，2013~2015年度分别为46.08%、45.08%、46.15%，由于近年来公司加大力度推广增值业务，效果显著，电视收视业务收入规模持续增长，主营业务成本的增长幅度小于收入的增长幅度，公司主营业务毛利率同比增加1.07个百分点至46.15%，受增值业务收入影响，电视收视业务毛利率持续提升；因

人工成本费用不断提升及促销等因素，工程及入网费毛利率下降至12.14%；公司其他版块毛利率波动不大。

表 2-1　公司主营业务收入构成（单位：亿元）

		2013 年	2014 年	2015 年
电视收视业务	收入	13.28	14.42	15.49
	占比	69.86%	70.89%	72.79%
有线电视工程及入网费	收入	3.60	3.18	2.58
	占比	18.94%	15.63%	12.14%
节目传输	收入	1.60	1.81	1.89
	占比	8.42%	8.90%	8.87%
有线宽带业务	收入	0.50	0.71	0.94
	占比	2.63%	3.49%	4.41%
机顶盒销售	收入	0.04	0.20	0.38
	占比	0.21%	0.98%	1.79%
合计		**19.01**	**20.32**	**21.28**

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）

		2013 年	2014 年	2015 年
机顶盒摊销	成本	2.21	2.06	2.15
	占比	21.54%	18.44%	18.39%
网络运行、维护	成本	1.94	2.24	2.46
	占比	18.91%	20.03%	21.04%
人工	成本	3.55	3.67	3.66
	占比	34.60%	32.88%	31.31%
折旧	成本	2.55	3.19	3.27
	占比	24.85%	28.55%	27.97%
其他	成本	--	0.01	0.15
	占比	--	0.09%	1.28%
合计		**10.25**	**11.17**	**11.69**

资料来源：公司提供

2．有线电视业务

跟踪期内，公司收视业务实现收入15.49亿元，同比增长26.60%，其中公司增值业务收入为2.50~3.00亿元之间。近年来，公司增值业务收入规模增长迅速。

2015年底，公司全网有线电视覆盖户数706.5万户，同比增长5.76%，覆盖率77.8%。其中城网覆盖户数为489.2万户，覆盖率96.6%。农网覆盖户数为217.3万户，农网覆盖率为54.2%，农网覆盖户数和覆盖率同比变化不大，全网有线电视覆盖户数的增长主要来自城网户数的增长。

数字增值业务方面，公司增值业务规模快速增长，整体增值业务用户ARPU值（每用户平均收入），从年初的199元提升至215元。截至2015年底，公司双向业务用户累计发展用户同比分别有所增长。2015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。2015年，完成房地产开发投资924.24亿元，同比下降10.30%，房屋竣工面积1287.40万平方米，同比下降18.20%。2014年，公司实现工程入网费收入3.18亿元，同比下降11.67%；2015年，公司工程及入网费收入2.58亿元，同比下降18.87%，近年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，2015年公司该板块实现收入1.89亿元，同比增长4.42%，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，2014年底公司个人宽带及集团专网用户分别为15.23万户、300余个单位；2015年两类用户分别有所增长。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。截至目前处于待开发状态，预计 2016 年下半年开工。

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

跟踪期内，公司继续优化和推广“云游戏”、“吉视阅视”、“屏屏通”、“警视通”等优质增值业务产品与服务，并引入“家庭健康平台”。其中：“云游戏”用户数接近 14 万，游戏更新数量超过 170 款；“吉视阅视”注入的节目数量已达到 7.7 万集（部），机顶盒的手机应用绑定数量达 48 万端；“屏屏通”产品已在省内部分农村商业银行网点、吉林财经大学等省内高校，以及一些驻留人群聚集地点普遍开展接入业务。“警视通”业务已实现车辆和驾驶员违法行为和图片的在线查询、在线缴纳罚款、法律援助、警务信息发布等功能，同时开通了手机 APP 和微信平台。跟踪期内，“警视通”应用平台总浏览量达到 183 万次，电视端用户量达到 19.63 万户，手机端用户量达到 10.03 万人。此外，公司还完成健康家庭项目服务器调试及部署、健康家庭机顶盒界面效果开发、健康检测以及手机微信推送等应用功能。

硬件方面，跟踪期内，吉视汇通研发的“广电网络光纤入户”：广电网络万兆 IP 广播光纤入户整体解决方案”（以下简称：整体解决方案）被国家新闻出版广电局科技司设立为《基于光纤的 IP 广播系统技术规范》标准项目，正式定名为 “有线电视光纤入户 IP 广播技术标准规范（I-PON）”，并与 RF-Overlay 和 RFoG 共同被纳入“有线电视网络光纤到户（C-FTTH）技术规范”标准体系。截至 2015 年底，吉视汇通已基本完成基于“I-PON 标准”的智能接入网关的“万兆网络芯片”研发工作。2016 年，公司计划量产 30 万台新芯片机顶盒。未来，公司将依托以芯片为基础的智能家庭网关的生产与业务布局，向用户提供高清、超高清、3D、

4K 等广播和点播视频业务；并提供千兆光纤数据交互业务；语音和视频通讯业务；网上医疗、网上教学、电子商务和家庭安防等智能家居业务，为“三网融合”战略的实施提供重要技术支撑。

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）2015 年 6 月，公司与杭州华数智屏信息技术有限公司签署了《电视淘宝业务合作运营协议》，双方将就“电视淘宝”业务在公司提供的平台上开展业务合作。“电视淘宝”是一项基于电视屏的购物业务，其商品系统、交易系统、物流系统及数据系统与淘宝全部打通。公司与运营方基于用户在“电视淘宝”上的购物消费额，按不同商品、不同比例提取佣金，分配收入。公司本年通过“电视淘宝”业务的平台落地，探索并实现了“传统业务模式”向“体验型业务模式”的跨界融合。“电视淘宝”业务于 2015 年 8 月正式上线，公司后续通过“929”推广、“双十一”、“双十二”购物节等大型营销活动，增加了增值业务用户粘性。截至 2015 年底，公司用户通过电视机顶盒访问“电视淘宝”的数量共计 33.85 万台，累计页面浏览点击数 374 万次，点买 4.98 万次，累计交易额超过 150 万元。

同期，公司与支付宝（中国）网络技术有限公司（以下简称：支付宝公司）共同签署了《吉视传媒支付宝公司合作协议书》。支付宝公司向公司提供包括安全加密、支付宝、在线查询系统等服务。具体产品包括：网银直联服务、大快捷即时到账服务、委托提现服务、WAP 支付服务、电视支付服务、支付宝服务窗等 6 大类。通过支付宝产品的平台落地，将全面打通公司增值业务产品的支付通道。并借助其支持跨行、跨地区、跨产品的支付特点，全面提升公司用户的产品消费与支付体验。

（2）2015 年 7 月，公司与吉林省教育厅共同签署了《吉林省教育信息化建设战略合作协议》，全面推动“吉林省优质教育资源全覆盖民生工程”（以下简称：教育信息化工程）的建设推广。教育信息化工程，是公司向社会信息化产业拓展的“龙头工程”，对公司在整个社会信息化产业布局，起着关键性的“示范引领”作用。该工程是以公司向用户交付一套贯穿于教育信息化“完整产业链”的“教育云服务产品”而最终得到实现。“教育云服务产品”的核心架构，主要由“优质教育内容资源整合层、基础物理资源层、云服务层”三大层面共同组成。其中，云服务层主要包括：基础设施即服务（IaaS）、平台即服务（PaaS）和软件即服务（SaaS）。并基于“大数据”等技术基础之上，为教育机构等使用者，提供“海量教育数据信息”的存储、计算和分析服务，并将整个过程与最终教育机构、教育资源使用者的应用需求完美结合。教育信息化工程的盈利模式主要通过政务购买服务、优质教育内容资源点播、教育大数据分析等方式实现。截至 2015 年底，公司已经完成教育信息化工程音（视）频管理平台、网络教学应用管理平台、资源管理平台和数字电视直播、点播平台等省级互动平台的建设工作；具备了基于教育专网的教学互动、教学直播和教学点播等基本功能，实现了互联网、移动终端（包括移动智能终端、PC 等）的接入功能。同时，长春、白山两个“试点示范”地区的试点学校已全部完成施工并投入使用。下一阶段，公司将进行地市教育局、地市所辖县（市）区教育局、地市教育局直属单位和直属学校的专网、视频教学平台、互动终端的建设工作，以及部分市直属学校的优质视频资源采集班级的建设工作等。

（3）公司2015年9月20日，与黑龙江广播电视网络股份有限公司、北方联合广播电视网络股份有限公司、内蒙古广播电视网络集团有限公司（四家公司统一简称为“四方”）共同签

署《四方广电数据业务互联互通合作协议》。实现了四方在物理层面的光纤通道互联互通，以及完成各方在镜像服务内容、互联网缓存服务内容、互联网公共信息服务内容、高清（原创）视频内容，以及基于智慧城市的交互信息服务内容等优质资源的全面共享。协议有利于降低公司公网出口带宽资源及互联网资源相关业务成本。

（4）2015年12月，公司与吉林省公安厅交通警察总队在长春市就交通管理信息服务业务“警视通”项目的合作事宜签署了协议。公司负责承建“警视通”多屏互动平台（基于吉林省广播电视传输网数字电视高清双向机顶盒终端、互联网计算机终端、移动互联网智能手机终端）的软、硬件系统。包括但不限于负责改扩建、日常运行维护和运营管理。在实现交通管理服务信息推送、交通安全宣传、信息发布、交通违法信息查询、缴费及信息精准送达等交管便民服务类信息的基础上，逐步开展全方位的社会化应用。通过与交警总队的深入合作，向“智慧交通”等“智慧城市”建设与业务服务方面的拓展，公司将以此为契机，继续开拓和夯实“政务信息化”建设与服务领域。

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；与吉林省教育厅和支付宝公司合作将为公司增值业务收入带来新的增长点，并稳固公司在传统业务和业务创新方面的市场地位；公司跨地区联手黑龙江、内蒙古等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。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2015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 2015 年底在建项目情况

（单位：亿元）

项目名称	预计总投资	截至 2015 年底已投	工程进度（%）	资金来源
城网新建	3.50	2.51	71.71%	自筹、贷款
城网改建	2.70	0.54	19.97%	自筹、贷款
农网新建	1.68	0.64	38.08%	自筹、贷款
农网改建	1.37	0.92	67.14%	自筹、贷款
省干线建设、波分扩容及	2.29	0.66	67.14%	自筹、贷款
机房搬迁	0.73	0.18	24.09%	自筹、贷款
房屋建筑物及装修	5.59	3.31	59.26%	自筹
合计	**17.86**	**8.75**	--	--

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，募投资金投入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2016年的工作重点：一是将全面促进和保障吉视汇通“万兆网络芯片”的

落地，并依托“光纤入户一体化智能接入网关”等系列产品的量产布局，全面提升公司在社会信息化领域的产品应用布局。同时，将借助“I-PON标准”作为国家“有线电视网络光纤到户（C-FTTH）技术规范”标准的推动等有利契机，迅速开展吉视汇通光纤入户系列接入产品的全行业推广。从而，为公司在激烈市场竞争环境下培育出丰富和高质量的视频直播、互联网视频点播等增值业务，以及社会信息化服务、终端产品销售等全新业务模式与盈利增长点。二是将依托吉林省教育信息化专网的建设与布局，实现从小学到高中所有科目、名师、名校的全覆盖，并陆续向职业教育、高等教育领域延伸。同时，将以点播课堂、直播课堂、互动课堂的方式来呈现，以汇通科技公司“万兆光纤智能接入网关”为接入基础。实现教育内容是以电视大屏为基础，以计算机屏、智能终端屏实现速度最快、成本最低的优质教育内容传播。三是适时增加“金融板块”投资项目布局，2016年，公司将在原有金融投资板块的基础上，根据实际情况，以财务投资人的身份，适时布局省外优质商业银行股权标的，参与投资国内顶尖券商基金产品，及国内优质私募基金发起设立的项目基金等产品，不断丰富“金融产业链”投资布局，反补公司主业的增长乏力。

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

公司提供的 2015 年财务报表由瑞华会计师事务所审计[1]，并均出具了标准无保留意见，公司 2016 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，2015 年公司合并范围较 2014 年底无变化。截至 2016 年 3 月底，公司合并范围较 2015 年底无变化。

截至 2015 年底，公司资产总计 98.34 亿元，所有者权益合计 60.40 亿元（其中包含少数股东权益 0.11 亿元）；2015 年，公司实现营业收入 21.76 亿元，利润总额 4.08 亿元。

截至 2016 年 3 月底，公司资产总计 95.28 亿元，所有者权益合计 60.75 亿元（其中包含少数股东权益 0.19 亿元）；2016 年 1~3 月，公司实现营业收入 5.04 亿元，利润总额 1.03 亿元。

1. 盈利能力

2015 年，公司收入规模实现小幅增长，较 2014 年收入同比增长 6.15%，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，2015 年营业利润率 45.76%，同比增加 1.15 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 2.21 亿元，同比增长 27.19%；财务费用同比增加 0.25 亿元至 0.48 亿元，由于传媒行业管理人员较多，属行业特点，管理费用 3.48 亿元，占比 16.00%，2015 年期间费用占比提升至 28.35%，公司整体费用控制能力有待提升。

非经常性损益方面，2015 年公司投资收益 0.24 亿元，较 2014 年增长 0.22 亿元，主要为获得吉林德惠农村商业银行股份有限公司现金红利（0.25 亿元）。2015 年公司营业外收入 0.23 亿元，同比有所下降，主要为政府补助的减少。

[1] 2016 年 5 月，中国证券监督管理委员会决定对大华会计师事务所（特殊普通合伙）、北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）、瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“瑞华”）、银信资产评估有限公司、辽宁元正资产评估有限公司、中和资产评估有限公司正式启动立案调查的行政执法程序。2016 年 6 月，中国银行间交易商协会（以下简称“交易商协会”）发布公告称，经自律处分会议复审决定，给予瑞华公开谴责处分，责令瑞华及时改正，并暂停瑞华相关业务，期限为一年。

2015 年，公司利润总额 4.08 亿元，基本维持稳定，总资本收益率及净资产收益率分别为 6.94%、6.75%，公司净利润近年波动增长，因公司资本公积转股本，公司所有者权益增长，导致净资产收益率有所下降（2014 年为 8.08%）。

2016 年 1~3 月，公司营业收入及利润总额分别为 5.04 亿元、1.03 亿元，营业利润率提升至 46.56%。同期，公司实现投资收益 0.18 亿元，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，2015 年，公司经营活动现金流入 24.48 亿元，同比下降 3.87%，其中收到其他与经营活动有关现金的增长主要来自于收回银行保证金的增长（同比增长 0.44 亿元）。2015 年，公司经营活动现金流出 14.10 亿元，其中同比下降 3.69%，其中购买商品、接受劳务支付的现金因公司增加收费业务销售力度，导致该科目同比增长 7.73%；支付其他与经营活动有关的现金 1.05 亿元，同比下降 42.31%，主要为支付银行保证金的减少。2015 年，公司经营活动现金流净额 10.39 亿元，同比增长 5.48%，保持相对较大规模。2015 年，公司现金收入比 104.80%，公司收入实现质量较好。

投资活动方面，现金流入中，2015 年投资活动现金流入规模为 16.38 亿元，同比大幅增长，主要为公司收回定期存款及存款利息（16.20 亿元，收到其他与投资活动有关的现金）。公司投资活动现金流出规模为 22.68 亿元，2015 年投资支付的现金 9.03 亿元，主要新增股权投资，吉林当地三家商业银行的股权投资（6.5 亿元）、东方星辉投资基金（2.00 亿元）等。公司支付其他与投资活动有关的现金为银行定期存款（5.09 亿元），2015 年公司投资活动产生的现金流量净额-6.03 亿元。

2015 年，公司筹资活动体现在取得借款收到的现金和债还债务支付的现金，分别为 14.90 亿元和 14.37 亿元。2015 年公司筹资活动现金流净额-0.62 亿元。

2016 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、0.26 亿元以及-3.03 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 3.03 亿元到期收回所致。

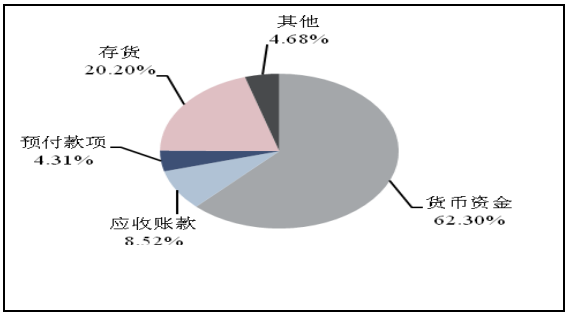
总体看，公司经营活动现金流较稳定且规模较大，随着公司未来对基础网及系统平台的投入，未来资本支出将增加，但考虑到公司债务负担仍较轻，实收资本大幅增长，公司资金周转压力不大。

3. 资本及债务结构

资产

截至 2015 年底，公司资产总额 98.34 亿元同比增长 5.06%，其中流动资产占比 28.67%，非流动资产占比 71.33%，非流动资产占比因可供出售金融资产和固定资产的增长比重迅速提升（2014 年为 62.15%）。截至 2015 年底，公司流动资产中，货币资金占 62.30%、应收账款占 8.52%，以及存货占 20.20%。

图 1　2015 年底公司流动资产构成情况



资料来源：公司审计报告

截至2015年底，公司货币资金17.57亿元，同比下降30.72%，主要公司赎回可转换债券及偿付银行贷款所致。货币资金中银行存款占99.89%。

截至2015年底，公司应收账款2.40亿元，同比增长13.42%，一年以内账款占57.50%，主要来自吉林电视台、公主岭市保障性住房工作办公室和长春市公安局等客户的欠付传输费。公司对应收账款共计提还账0.40亿元，计提比例14.29%，计提较充分。

截至2015年底，公司存货5.70亿元，其中库存商品占9.47%，开发商品占90.35%，存货同比小幅下降1.78%，主要为库存商品的减少，其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。

截至2015年底，公司非流动资产70.14亿元，同比增长20.58%，以可共出售金融资产（占14.61%）、固定资产（占57.53%）、在建工程（占12.48%）及长期待摊费用（占18.77%）为主，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。

截至2015年底，公司可供出售金融资产10.25亿元，同比大幅增长，主要为对吉林4家农村商业银行（合计7.75亿元）和东方星辉投资基金（2.00亿元）的投资。

截至2015年底，公司固定资产余额65.03亿元，同比增长12.68%，其中传输线路及设备占67.42%，电子设备及用户网占17.87%。2015年公司对固定资产累计折旧24.68亿元，截至2015年底，固定资产净额40.35亿元。

截至2015年底，公司在建工程8.75亿元，同比增长9.09%，主要为城网新建的增长。

截至2016年3月底，公司资产总计95.28亿元，较2015年底下滑3.11%，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，其他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，非流动资产因城网建设增长迅速，整体资产质量好。

所有者权益

跟踪期内，公司所有者权益60.40亿元，同比增长30.62%，增长主要来自实收资本的增长；构成以实收资本（占51.50%）、资本公积（占14.95%）和未分配利润（占22.65%）为主。截至2015年底，公司实收资本31.11亿元，主要为公司可转债转股8751.24万股以及公司以资本公积向全体股东每10股转增10股，合计转增155540.06股。截至2015年底，公司资本公积9.03亿元，同比下降5.63亿元；未分配利润13.68亿元。截至2016年3月底，公司所有者权益合计60.75亿元，较2015年底变化不大。

负债

2015年底，公司负债合计37.94亿元，同比下降11.83%，主要来自赎回可转债导致应付债券减少的原因。流动负债方面，截至2015年底，公司应付账款、预收款项以及其他应付款分别为7.60亿元（占44.35%)、7.59亿元（占44.30%）以及0.66亿元（占3.83%）。其中应付账款同比增长16.03%，主要为材料款和工程款的增加；预收款项同比增长11.74%，主要来自落地费、工程配套款和大客户专网的增长；其他应付款主要为保证金、押金和各项社保。

非流动负债中，截至2015年底，长期借款9.35亿元，全部为信用借款的增加，增加9.34亿元。截至2015年底，公司赎回可转债，导致应付债券下降至9.91亿元，剩余金额为公司存续期内两期中期票据。

有息债务方面，公司2015年赎回可转债导致全部债务降至19.81亿元，2015年底公司长期债务19.26亿元，同比下降27.29%；短期债务为0.55亿元，同比大幅下降。跟踪期内，公司债务指标均呈现显著下降，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38.58%、24.70%、24.18%（2014年三项指标分别为45.97%、35.01%、31.77%）。

截至 2016 年 3 月底，公司流动负债规模较 2015 年底变化不大，同比小幅下降 0.34%，非流动负债因长期借款的减少，降至 17.47 亿元。截至 2016 年 3 月底，公司全部债务为 17.51 亿元，长期债务下滑至 15.92 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 36.25%、22.38%、20.76%。

总体看，公司债务规模因赎回可转债下降显著，以及考虑到公司权益规模大，经营情况稳定，公司债务负担轻。

4. 偿债能力

短期偿债能力方面，截至 2015 年底公司流动比率、速动比率分别为 164.63%、131.38%，因货币资金的减少，同比有所下。截至 2016 年 3 月底两项指标进一步下降，分别为 134.47%、100.79%。截至 2015 年经营现金流动负债比为 60.65%。公司短期偿债指标下降，但仍处于较高水平，考虑到公司货币资金充足，公司短期偿债能力很强。

长期偿债能力方面，2015 年，公司 EBITDA 利息倍数 6.09 倍，全部债务/EBITDA 为 1.65 倍，同比分别有所下降（2014 年分别为 9.71 倍和 2.40 倍，主要为公司赎回可转债以及在建工程增长导致利息支出规模扩大，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 2016 年 3 月底，公司共获银行授信额度 14.00 亿元，尚未使用授信额度 10.10 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 2016 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2015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1.04倍。公司EBITDA为存续期内中期票据的1.20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 2016 年 5 月 31 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。

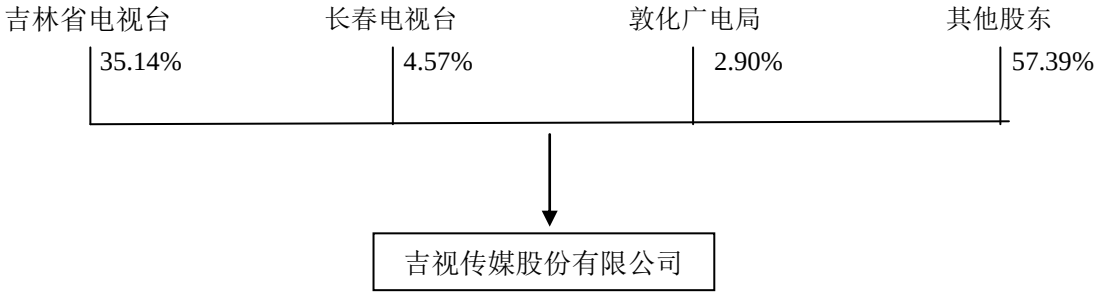
7. 抗风险能力

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。

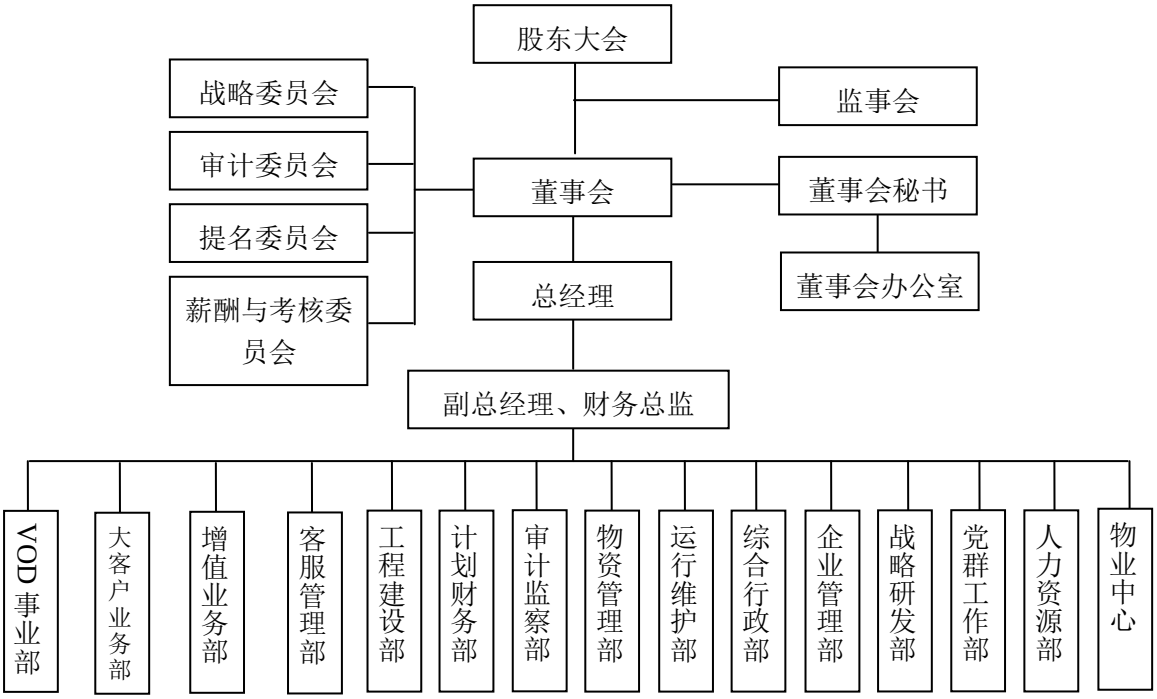
十、结论

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	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年 3 月
财务数据				
现金类资产(亿元)	5.05	24.78	17.58	12.42
资产总额(亿元)	63.16	93.61	98.34	95.28
所有者权益(亿元)	42.80	50.58	60.40	60.75
短期债务(亿元)	2.33	3.70	0.55	1.60
长期债务(亿元)	4.94	23.55	19.26	15.92
全部债务(亿元)	7.27	27.24	19.81	17.51
营业收入(亿元)	19.21	20.50	21.76	5.04
利润总额(亿元)	4.04	4.10	4.08	1.03
EBITDA(亿元)	10.01	11.37	11.99	--
经营性净现金流(亿元)	10.81	9.85	10.39	0.06
财务指标				
销售债权周转次数(次)	17.06	11.48	9.58	--
存货周转次数(次)	7.27	3.14	2.03	--
总资产周转次数(次)	0.32	0.26	0.23	--
现金收入比(%)	112.44	112.07	104.80	81.79
营业利润率(%)	43.54	44.61	45.76	46.56
总资本收益率(%)	8.65	6.20	6.94	--
净资产收益率(%)	9.39	8.08	6.75	--
长期债务资本化比率(%)	10.34	31.77	24.18	20.76
全部债务资本化比率(%)	14.51	35.01	24.70	22.38
资产负债率(%)	32.23	45.97	38.58	36.25
流动比率(%)	80.03	192.94	164.63	134.47
速动比率(%)	70.89	161.37	131.38	100.79
经营现金流动负债比(%)	74.56	53.65	60.65	--
EBITDA 利息倍数(倍)	18.25	9.71	6.09	--
全部债务/EBITDA(倍)	0.73	2.40	1.65	--

注：2016 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（非流动）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。