证券代码:600136 证券简称:当代文体 公告编号:临2020-047号

武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司关于2019年年度报告的事后审核问询函回复的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司(以下简称"本公司")于2020年6月10日收到上海证券交易所下发的《关于武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司2019年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2020】0707号)(以下简称"《问询函》")。《问询函》要求公司就2019年年度报告相关事项作进一步补充说明,公司及年审会计师对有关问题进行了认真分析和核实,对《问询函》相关问题回复和补充披露如下。

公司2019年年度报告"第一节释义"中涉及的词语释义适用于本公告中的相关词语。

一、关于公司主营业务

根据公司年报,公司2019年度营业收入17.82亿元,同比减少33.21%;归属于上市公司股东的净利润1.05亿元,同比减少40.96%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净亏损5.09亿元,公司报告期主要依靠非经常性损益盈利。分地区收入显示,中国大陆地区实现营业收入4.37亿元,同比下降76.32%,中国大陆地区以外的国家和地区实现营业收入13.45亿元,同比增加63.67%,境内外业务毛利率分别为-8.92%,32.20%。请公司补充披露下列问题:

1、公司影视传媒营业收入2.40亿元,同比下降78.78%,毛利率同比下降18.90个百分点。报告期公司通过主投及参投方式制作电视剧4部,制作集数152集,同比下降56.54%。请公司补充披露公司影视传媒业务的具体收入、成本构成,并结合收入与成本分析说明公司2019年度影视剧业务毛利率下滑的原因及合理性。

回复如下:

1、鉴于公司前几年加大了对相关作品剧本创作的投入以及相关项目的投拍工作,促使公司的存货与业务的发展有了同步增长趋势。在影视行业整体下滑的趋势下,为减小存货对公司发展的影响,公司加强新增项目的投资论证工作,确保新增存货的减少。因此2019年度公司新参投的影视剧项目仅有电视剧《枫叶红了》,而且完成相关制作发行工作的4部电视剧中仅《女儿之国世无双》为公司主投,因此导致报告期内公司制作的影视剧同比下降了56.54%。

2、2019年度公司主要影视作品销售情况如下:

单位:元

项目	收入	成本	毛利率
庆余年	55,330,188.68	45,396,128.48	17.95%
爱情也包邮	50,000,000.00	26,399,999.00	47.20%
惹上你,爱上你	23,584,905.66	12,640,418.36	46.40%
如果岁月可回头	4,464,748.57	3,175,215.03	28.88%
海上嫁女记	4,442,483.02	18,043,413.67	-306.16%
合计	137,822,325.93	105,655,174.54	23.34%

影视传媒业务毛利率大幅下滑的具体原因:

(1)报告期内,为减少存货对公司发展带来的影响,公司加快了库存清理速度,上述5部剧中《爱情也包邮》、《惹上你,爱上你》、《海上嫁女记》均为库存剧;

(2)公司参投剧《庆余年》虽然收获了较好的市场口碑,但由于该剧首轮仅为网络平台播出,因此毛利率为17.95%。

(3)公司主投的电视剧《如果岁月可回头》报告期实现的收入为公司通过境内发行公司将该剧分销至海外的收入,在确认电视剧销售收入的同时,公司需按照投资比例同时确认其他参投方电视剧分账收益,导致该项目总体毛利率下降。若剔除其他投资方分账收益,该项目报告期内实际毛利率为44.02%;

(4)由于公司参投电视剧《海上嫁女记》首轮仅在一家卫视播放,因此大幅拉低了公司2019年度影视剧业务的整体毛利率。

综上所述,2019年度公司虽然通过强化影视衍生的广告业务开发力度来减少行业下滑带来的冲击,但由于影视剧业务营业收入、营业成本同比分别下降了86.21%、83.65%,毛利率减少12个百分点,最终导致公司影视传媒整体收入与成本同比下降了78.78%、72.68%,毛利率减少18.90个百分点。因此,基于行业整体发展因素的影响,公司2019年度影视剧业务毛利率下滑具有合理性。

2、公司体育服务营业收入15.42亿元,同比上升0.42%,毛利率同比下降12.29个百分点,其中体育版权收入11.45亿元,同比增长75.41%,毛利率下降21.17个百分点。请公司:(1)结合报告期内运营的具体体育赛事版权的收入、成本明细,以及报告期内体育版权采购的具体内容,并结合历史情况及公司现有收入确认以及成本结转的政策说明公司毛利率大幅下滑的原因及合理性,并请公司年审会计师发表意见;(2)结合公司目前现有体育赛事版权的内容、权利期限、历史贡献收入及占比,未来赛事变动等因素说明公司体育赛事版权业务是否具有可持续性,并结合目前行业发展情况提示相关风险。

回复如下:

(1)结合报告期内运营的具体体育赛事版权的收入、成本明细,以及报告期内体育版权采购的具体内容,并结合历史情况及公司现有收入确认以及成本结转的政策说明公司毛利率大幅下滑的原因及合理性,并请公司年审会计师发表意见。

1、2018年-2019年度具体体育赛事的收入、成本明细如下:

单位:人民币万元

项目	2018年度	2019年度	同比变化
西甲版权收入	73,453.20	120,176.10	63.61%
英超版权收入			
欧足联版权收入			
版权摊销成本	39,201.66	88,218.86	125.04%
版权运营成本	5,360.83	8,494.55	58.46%
版权成本小计	44,562.48	96,713.41	117.03%
版权分销业务毛利率	39.33%	19.52%	-19.81%

注1:英超联赛(权益截至时间2019年5月),以上体育版权收入包括版权分销及版权运营相关收入。

注2:由于上述各版权所对应的收入、成本金额涉及公司的商业机密,根据《公司信息披露暂缓与豁免事务管理制度》的规定,公司已履行了内部决策程序,因此对上述涉及公司商业秘密的信息不进行披露。

2、2019年度内分摊的赛事权益

公司于2019年度内分摊的赛事权益主要包括:中国大陆及澳门地区英超赛事2018/2019下半赛季独家转播权(2019年1月-2019年5月);中国大陆及澳门地区欧足联赛事第二周期赛事赞助权及数字媒体版权(2019年度);中国大陆地区西甲赛事2019/2020上半赛季独家转播权(2019年8月-2019年12月)。

3、体育版权收入及成本确认方式

本集团通过获取重大体育赛事在中国大陆及澳门的独家转播权,再通过与区域内的各转播平台签订授权转播协议的方式,来获取让渡播放版权使用费收入,具体包括版权分销,付费电视和视频点播收入,其中视频点播收入包括按次点播和购买赛季点播。除按次点播收入外,本集团根据转播权购买方确认的购买总价格,在提供服务期间按直线法平均确认体育比赛转播权授权使用收入。按次点播收入,按照每次点播服务完成后在当期确认收入。

公司根据与版权授权方签署的协议,将支付给版权方的版权采购成本计入无形资产,在合同约定版权期限内按直线法平均确认体育比赛转播权成本。

4、体育版权业务毛利率大幅下滑原因及合理性

由于体育版权资源具有天然的垄断性和稀缺性,因此具有较高的商业价值。近年来,随着体育版权的竞争日趋激烈,其每个周期(一般为3-5年)的采购价格也随之"水涨船高",上轮周期内,新英开曼与英超公司签署相关合同时间为2012年,已运营英超联赛6个赛季,而新英开曼与西甲联盟签署相关合同时间为2018年,自2019年正式开始西甲版权在中国大陆地区的分销工作,该项业务尚处于起步阶段,因此西甲联赛在国内的传播范围、覆盖人群、影响力以及商业价值尚不及新英开曼运营多年的英超联赛,导致本期版权分销业务毛利率较上期有所下滑,因此该毛利率的下滑具有合理性。

核查意见:经核查,公司补充披露的具体体育赛事版权的收入和成本明细、报告期内体育版权采购的具体内容与我们年度财务报表审计过程中获取的相关证据一致;结合体育版权业务历史运营情况,我们认为随着体育版权的竞争日益激烈,本周期西甲版权采购成本较上周期英超版权采购成本大幅上涨,同时西甲版权分销工作尚处于起步阶段,导致报告期内体育版权收入毛利率大幅下降,具有合理性。

(2)结合公司目前现有体育赛事版权的内容、权利期限、历史贡献收入及占比,未来赛事变动等因素说明公司体育赛事版权业务是否具有可持续性,并结合目前行业发展情况提示相关风险。

1、公司目前拥有的体育赛事版权具体情况

授权方	期限	权益特征	主要内容	主要赛事	地域及排他性
欧洲足球协会联盟(UE-FA)	1、全球赞助权:2015.11.26—2022.5.1 2、数字媒体权:2018.1.1-2022.11.30	独家全球赞助权益及数字媒体版权	包含中国地区新媒体独家版权以及赛事的全球范围内的赞助权益。 1、赞助权益 2020年欧洲杯,2020年欧洲杯欧洲区预选赛,2022年国际足联世界杯欧洲区预选赛的全球赞助权 2、数字媒体版权 新媒体版权涵盖互联网终端、移动终端、IPTV、互联网电视等	1、赞助权: -2020年欧洲杯 -2020年欧洲杯欧洲区预选赛 -2022年国际足联世界杯欧洲区预选赛 -2019年和2021年欧足联国家联赛四强比赛 -2021年女足欧洲杯 -2019年和2021年欧洲U21青年足球锦标赛 -2018年和2020年欧足联室内足球锦标赛 2、数字媒体权: -2020年欧洲杯 -2020年欧洲杯欧洲区预选赛 -2022年国际足联世界杯欧洲区预选赛 -2018/2019年和2020/2021年欧足联国家联赛(包括四强比赛) -2021年女足欧洲杯 -2019年和2021年欧洲U21青年足球锦标赛 -2018年和2020年欧足联室内足球锦标赛	中国地区的独家转授权权益。欧足联不授予任何第三方相同的产品类别的全球赞助权和相关比赛的数字媒体权利
西班牙足球职业联盟(Liga)	2019/2020赛季-2024/2025赛季	独家全媒体版权	作为全媒体领域(包括但不限于:合法的互联网视频网站平台(接受终端包括网站、客户端PC版及手持移动终端设备)、电视、IPTV、互联网电视(包括电视一体机)、手机电视、机顶盒、OTT等全部《许可协议》赛准的权利范围)独家代理人,独家代理中国境内(不包括香港,包括澳门和台湾)赛事节目全媒体权利的分销工作、协助相关方签署相关授权许可协议(包括但不限于播放许可、广告招商)	2019/2020-2024/2025共6个赛季的西班牙足球甲级联赛	中国地区、澳门及台湾的独家转授权权益
亚洲足球联合会(AFC)	2021.01.01-2028.12.31	独家全媒体版权及商务权益,以及全部衍生产品、博彩、VR等	1、AFC委任登峰体育为AFC2021-2028年亚足联赛事全球商业权益独家代理机构 2、AFC委任登峰体育为其提供合同项下约定的服务,AFC会就合同约定的服务条款与登峰体育展开合作,并尽其最大努力保证登峰体育能够根据合同约定的条款提供服务 3、登峰体育在取得AFC对合同约定权益分包计划(如待分包服务的细节安排及潜在分包商的身份确认)的事先同意后,方可任命分包商提供相关服务 4、AFC将举办或确保合同约定的亚足联相关赛事正常进行,依照适用法律确保登峰体育工作人员及承包商自由出入各体育场馆以便提供服务,并在移民和签证手续方面提供合理支持及合作 5、双方将在亚足联赛事的营销和推广方面进行合作。双方将携手探讨包括与亚足联名下俱乐部及成员国开展协同营销活动,制作比赛外视频内容在内的系列举措 6、登峰体育有权使用AFC标志来制作用于营销、合同约定权益及提供服务所需的资料 7、在数据传输及分享方面,双方同意采取一切必要措施,在确保各自遵守与数据保护和隐私相关适用法律、履行各自义务的前提下,尽最大可能进行相关的数据收集和分享	1、2023年、2027年亚足联亚洲杯决赛圈的所有比赛 2、2022年、2026年世界杯亚洲区预选赛决赛圈(包括附加赛)的所有比赛 3、2021年-2028年亚冠联赛(包括小组赛、淘汰赛和决赛) 4、2021年-2028年亚足联杯(包括小组赛、淘汰赛和决赛) 5、2022年、2026年亚足联女足亚洲杯决赛圈赛事 6、其他亚足联赛事: -亚足联女足奥运会资格赛(作为2024年、2028年奥运会预选赛,仅限决赛圈赛事) -2022年、2024年、2026年、2028年的亚足联U-19锦标赛 -2022年、2024年、2026年、2028年的亚足联U-16锦标赛 -2022年、2024年、2026年、2028年亚足联U-23锦标赛(2024年、2028年赛事分别作为2024年、2028年奥运会足球亚洲区预选赛) -2021年、2023年、2025年、2027年的亚足联U-19女子锦标赛 -2021年、2023年、2025年、2027年的亚足联U-16女子锦标赛 -2022年、2024年、2026年、2028年亚足联五人制足球锦标赛(2024年、2028年赛事分别为2024年、2028年世界五人制足球锦标赛亚洲区预选赛) -2021年-2028年的亚足联五人制足球俱乐部锦标赛 -亚足联团结杯决赛圈赛事	亚足联官方标记的权利人,只有得到亚足联的授权才可以使用

2、公司版权业务的历史贡献

2018年9月,公司完成了新英开曼的收购工作,至此新英开曼纳入公司合并报表范围。截止2019年12月31日,公司体育版权业务相关数据如下:

	体育版权收入	营业收入	占比(%)
2018年度	1,057,640,068.42	2,668,385,663.78	39.64
2019年度	1,145,291,444.59	1,782,335,445.21	64.26

注:2018年度数据中新英开曼贡献的版权收入为模拟其自2018年1月1日起纳入公司合并报表范围数据。2018年度,公司实际版权收入为652,915,508.97元,占当期营业收入的24.47%。

3、公司体育版权业务可持续发展能力分析

(1)足球体育赛事因故延期或取消情况

赛事全称	赛事简称	成立时间	届次	停办或延期事项
国际足联世界杯	世界杯	1930年	每4年一届	1942年和1946年两届世界杯因第二次世界大战影响取消
欧洲足球锦标赛	欧洲杯	1960年	每4年一届	2020年因新冠疫情延期
欧洲冠军联赛	欧冠	1954年	每年一届	2020年因新冠疫情延期
亚足联亚洲杯足球赛	亚洲杯	1956年	每4年一届	无
亚足联冠军联赛	亚冠	2002年	每年一届	2020年因新冠疫情暂无明确信息
西班牙足球甲级联赛	西甲	1929年	每年一届	2020年因新冠疫情延期
英格兰足球超级联赛	英超	1992年	每年一届	2020年因新冠疫情延期
德国足球甲级联赛	德甲	1962年	每年一届	2020年因新冠疫情延期
意大利足球甲级联赛	意甲	1898年	每年一届	1916-1919年,因第一次世界大战取消 1943-1945年,因第二次世界大战取消
法国足球甲级联赛	法甲	1932年	每年一届	1940-1944年,因第二次世界大战取消

从上表可知,相关主要足球赛事运营时间最短的亚冠从举办至今也超过15年,且历史上相关赛事停办原因皆与战争相关。因此除本次因新型冠疫情导致部分赛事延期举办外,相关主要足球赛事不存在停办或取消的可能性。

(2)本次新冠疫情对公司版权业务的影响

2020年新型冠状病毒肺炎爆发以来,疫情对各行各业产生了巨大影响,为最大限度降低疫情传播几率,避免人群聚集引发交叉感染,多项体育赛事取消或延迟举办,对公司相关版权业务的开展带来了不利影响。其中:

A、西甲联赛版权

西甲联赛2019/2020赛季停赛期间2020年3月12日-6月13日/1 4日。鉴于该赛事停赛期较短,复赛结束时间未跨年度,且停赛期间公司与相关各方做好大量的沟通工作,因此未对公司当期收益造成影响。

B、欧洲国家系列赛事版权

欧洲国家系列赛事中原定于2020年6月-7月举办的2020年欧洲杯推迟至2021年6月-7月举办。鉴于该赛事复办时间已跨年度,因此对公司当期业绩就造成不利影响,截止目前,公司正与欧足联协商前期已支付的相关费用及权益受损事项的相关补偿、后续相关费用的支付等事宜,因此暂无法测算2020年欧洲杯延期对公司当期业绩带来的影响数据。

为维护客户及供应商的权益,公司及时向客户与赞助商转达了公司与欧足联谈判的相关进展情况,相关客户与赞助商也据此对原计划的准备工作进行了调整。

C、亚足联相关赛事版权

在公司拥有的亚足联相关权益中,原拟于2020年9月举办的2022年世界杯预选赛第三轮30场(共63场)比赛因新冠疫情影响推迟至2021年3月开赛,虽然该赛事复办时间已跨年度,但受各国疫情有效控制程度不一以及出入境管理的相关限制等,公司目前暂只完成了印尼、越南、韩国、台湾四个国家及地区的媒体版权销售工作,故对公司当期收益造成的影响较小。同时,公司其他与之相关的前期准备工作也在一定程度上受到了影响,例如其他国家及地区的媒体版权分销谈判、各层级赞助商的推广、视频及信号处理与相关各方的协商以及与赛事举办相关的筹备工作等。

(3)公司体育版权业务的核心竞争优势

A、拥有长期核心版权

新英开曼作为公司主要负责版权运营业务的子公司,目前其所拥有的相关足球赛事版权权益均未到期(详见本题回复第1点)。另外,鉴于2020年欧洲杯延期至2021年举办,公司正积极与欧足联进行协商,后续公司还将就欧洲杯延期期间的合作、延期开赛后新技术的运用处理、赞助商权益的划分以及2022年合同到期后续约的相关事宜开展相关谈判。

B、优秀的团队

新英开曼核心团队由以李建光、喻凌霄为核心的资深体育人士构成。该团队运营英超版权多年,积累了丰富的版权运营经验,对国内版权市场有着充分的认识和独特的理解。

C、获取体育版权的能力

根据一般市场惯例,足球赛事版权拥有方会提前1-2个赛季提前确定后续赛季的版权归属,且每次授权年限不会超过3-5个赛季。为提高版权销售收益,版权拥有方往往通过竞争性谈判、议投标等方式确定权益归属。随着终端消费市场的繁荣,版权资源的竞争也日益激烈,版权分销商持续取得特定足球赛事版权存在一定的不确定性。

鉴于上述特点,版权分销商的核心行业竞争优势不仅在于其作为区域版权分销商的垄断地位,更集中于其对下游市场培育能力与资源运营能力。因此,随着欧洲五大联赛、欧洲冠军杯以及美洲杯、亚洲杯等系列顶级赛事新一轮版权竞价周期的到来,新英开曼凭借长期成功运营经验、及时反应能力、全媒体渠道及行业口碑等竞争优势,可充分参与这些版权资源下一周期的竞争。

D、优质的渠道资源

在体育赛事资源方面,新英开曼与英超公司、欧足联、西甲联盟建立了友好的合作关系。同时,新英开曼先后为央视、广东体育、五星体育、北京电视台、天津体育、腾讯、PPTV等多家媒体提供版权赛事转播服务,建立了深厚的渠道基础。

另外,公司已通过与爱奇艺等各方成立新爱体育的方式,共同运营全新的体育视频平台"爱奇艺体育",实现了在B2C商业变现方面的布局。

E、核心的商业模式

新英开曼主要核心商业模式是B2B,其在B2B业务端拥有深厚的版权运营经验及渠道分销基础,竞争对手虽然可以与新英开曼在版权获取层面展开争夺,但在版权运营和分销渠道层面进行竞争则难度较大。

(4)体育版权行业发展趋势

A、足球产业发展前景广阔

产业化的足球运动是世界上产值最高、受众最广泛、影响力最大的体育运动,为体育产业最大的单一项目。足球运动占体育产业总产值的43%,远超橄榄球、篮球、排球等其他项目。按照2025年我国体育产业规模逾5万亿目标计算,足球市场空间将超过2万亿元。

B、消费水平提高将推动产业结构调整

随着消费者人均可支配收入的提高和闲暇时间的增多,消费结构的升级转型将驱动体育相关消费的快速增长,而从体育消费的发展趋势来看,其需求也将由传统的体育制造用品初次消费转向娱乐性消费、观赏性消费,并且随着5G时代的来临,体育内容的传播速度将更加快捷,传播内容将更加丰富,其呈现形式也将更加多元化,从而将进一步推动体育消费的升级。

C、体育版权争夺激烈化

鉴于顶级体育赛事版权的稀缺性和网络媒体意欲争夺体育转播流量的背景,商业价值较高的优质赛事IP近年来依然是行业巨头的争夺重点。以腾讯视频、优酷视频、咪咕视频、PPTV为代表的互联网新媒体企业不断投入巨资购买体育赛事版权,使得体育赛事版权尤其是顶级赛事版权相关费用水涨船高。

综上所述,虽然优质的版权资源是公司版权分销业务开展的基础,但公司该业务未来持续经营能力和持续盈利能力更多是凭借多年的运营经验,以及在行业里积累和打造了优秀的团队、优质的渠道资源、核心的商业模式,同时综合公司相关体育业务的布局、行业集中度、已有的相对竞争优势、市场份额等因素来看,公司版权业务未来不存在无持续经营能力的可能性。

4、风险提示

(1)无法继续取得高端体育版权的风险

随着版权价格的不断上涨,后续的版权采购中,存在公司能承受的版权采购成本低于其他具备相关产业的优势竞争者,从而导致无法继续取得高端体育版权的风险。

(2)市场风险

随着竞争环境的日趋激烈,将存在成本持续上升、产品无法实现销售、销售价格和收入下降等系统性风险,可能导致上市公司利润无法持续增长。

(3)核心人员流失风险

拥有专业的团队及人才是公司具备市场竞争力的关键要素之一。虽然公司采取了一系列吸引和稳定核心人员的措施,同时也制定了积极进取的人才培养及引进战略。但仍不排除因核心人员的流失,对公司未来经营和业务稳定性造成的风险。

(4)客户集中的风险

由于体育版权行业的特殊性以及新英开曼运营战略,向互联网渠道分销的非独占性版权会集中于几个较大的客户,故客户集中度较高。如个别客户存在资金困难,将一定程度上影响版权分销收入。

(5)外汇结算风险

由于公司版权业务大部分集中在海外,因此公司未来将面临欧元、英镑、美元和港币等外币汇率波动的风险,进而可能对公司财务状况和经营成果造成不利影响。

(6)重大流行疾病风险

公司可能存在由于突发重大流行疾病和自然灾害,亦或是相关地域性因重大流行疾病而进入紧急状态的原因,导致公司影视、体育业务无法正常开展的情形,进而降低公司的盈利能力。

3、请公司分产品披露境内外营业收入、成本以及毛利率,说明境内外营业收入及毛利率变动的原因及合理性。

回复如下:

公司境内外业务详细情况如下:

单位:元

地区	分产品	2019年度营业收入	2019年度营业成本	2019年度毛利率(%)	2018年度营业收入	2018年度营业成本	2018年度毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
中国大陆地区	影视剧业务	142,288,787.58	108,632,367.34	23.65	1,032,149,803.74	664,225,801.36	35.65	-86.21	-83.65	减少12.00个百分点
	艺人经纪	683,046.61	161,566.56	76.35	726,952.47	1,506,046.27	-107.17	-6.04	-89.27	增加183.52个百分点
	广告收入	59,212,092.01	57,900,989.54	2.21	32,629,611.48	41,269,435.25	-26.48	81.47	40.30	增加28.69个百分点
	制作费收入		981,117.25		24,956,741.52	13,915,094.35	44.24	-100.00	-92.95	不适用
	其他收入(其中包括代理发行收入)	5,550,813.48	11,649,423.42	-109.87	2,112,873.83		100.00	162.71		减少209.87个百分点
	体育营销及其他	9,662,679.37	15,202,891.14	-57.34	477,039,009.46	375,017,845.23	21.39	-97.97	-95.95	减少78.72个百分点
	体育视频	54,806,369.94	99,777,875.64	-82.06	73,042,757.90	93,618,284.69	-28.17	-24.97	6.58	减少53.89个百分点
	体育版权	50,809,616.65	50,056,442.87	1.48	53,430,043.55	52,506,512.30	1.73	-4.90	-4.67	减少0.25个百分点
	场馆运营	44,940,367.36	71,666,817.30	-59.47	53,780,491.10	51,626,252.58	4.01	-16.44	38.82	减少63.48个百分点
	体育产品销售	36,209,004.61	36,011,693.67	0.54	54,169,630.00	42,512,789.01	21.52	-33.16	-15.29	减少20.98个百分点
	体育经纪	556,236.23	402,520.35	27.63	2,323,623.33	1,652,369.23	28.89	-76.06	-75.64	减少1.26个百分点
	影院	32,624,026.48	23,910,011.56	26.71	40,253,979.02	22,933,838.74	43.03	-18.95	4.26	减少16.32个百分点
合计		437,343,040.32	476,353,716.64	-8.92	1,846,615,517.40	1,360,784,269.01	26.31	-76.32	-64.99	减少35.23个百分点
中国大陆地区以外的国家和地区	体育营销及其他	196,155,651.41	78,667,979.37	59.90	151,875,384.86	54,158,881.53	64.34	29.16	45.25	减少4.44个百分点
	体育版权	1,094,481,827.94	818,072,715.43	25.25	599,485,465.42	304,167,126.75	49.26	82.57	168.96	减少24.01个百分点
	体育经纪	54,354,925.54	15,226,876.77	71.99	70,409,296.10	16,106,751.81	77.12	-22.80	-5.46	减少5.13个百分点
合计		1,344,992,404.89	911,967,571.57	32.20	821,770,146.38	374,432,760.09	54.44	63.67	143.56	减少22.24个百分点

如上表所述,公司2019年度境内外收入及毛利率较上年变动的主要原因为:

1、公司影视剧业务方面,2019年度受行业整体发展的影响,公司减少了相关业务的投入,导致影视剧业务收入、成本同比减少86.21%、83.65%,毛利率也因此减少12.00个百分点;

2、公司广告业务方面,为减少影视行业整体发展对公司相关业务的影响,公司强化了影视衍生业务的开发力度,导致广告业务收入、成本同比增加81.47%、40.30%,毛利率也因此增加28.69个百分点;

3、公司体育营销及其他业务方面,受行业周期影响,以及2018年度公司已完成2018年俄罗斯世界杯亚洲区域赞助商及其相关的营销工作,导致公司该境内业务收入、成本同比减少97.97%、95.95%,同时为加快下一周期的相关准备工作,以及与相关供应商、客户的关系维护工作,导致2019年度毛利率为-57.34%,同比减少78.73个百分点;2019年度,公司加快了境外体育营销相关工作的开展,导致公司该境外业务收入、成本同比增加了29.16%、45.25%,毛利率因此减少4.44个百分点;

4、公司体育视频业务方面,2019年度,公司控股子公司双刃剑减少相关业务的投入,以及新爱体育不再纳入公司合并报表范围前(2019年5月)相关业务的开展,导致该业务收入同比减少了24.97%,成本增加了6.58%,毛利率因此减少53.89个百分点;

5、公司体育版权业务方面,(1)2018年8月31日,公司完成新英开曼收购的全部工作,至此新英开曼从2018年9月起纳入公司合并报表范围,同时公司新增体育版权业务;(2)新英开曼与英超公司签署相关合同时间为2012年,而新英开曼与西甲联盟签署相关合同时间为2018年,新英开曼采购西甲联赛成本高于采购英超联赛成本;(3)新英开曼自2019年正式开始西甲版权(权益开始时间2019年8月)在中国大陆地区的分销工作,该项业务尚处于起步阶段,因此西甲联赛在国内的传播范围、覆盖人群、影响力以及商业价值尚不及新英开曼运营多年的英超联赛(权益截止时间2019年5月)。因此导致该境外业务收入、成本同比增加82.57%、168.96%,毛利率因此减少24.01个百分点;而该境内业务主要为通过电视平台等方式增加相关赛事的传播范围、覆盖人群以增强其影响力,故该境内业务无明显变化。

6、公司体育场馆运营业务方面,受2019年度军运会举办前后无法举办大型赛事及相关活动以及新增场馆无法按时开业的影响,导致该业务收入同比减少16.44%;而对应的租赁成本、人工成本等固定成本仍正常发生,以及原"百安居"项目终止,导致成本同比增加38.82%,从而使该业务毛利率减少63.48个百分点。

二、关于公司减值相关

4、根据年报,报告期末公司商誉余额33.91亿元。其中新英开曼和Super Sports Media Inc商誉余额为18.80亿元,双刃剑体育余额7.09亿元,强视传媒余额3.22亿元。公司子公司强视传媒实现营业收入2.06亿元,归母公司净利润-6641.43万元,本期计提商誉减值准备1788.11万元。汉为体育实现营业收入7513.15万元,归母公司净利润-6054.84万元,本期未计提商誉减值准备,上期计提商誉减值准备1010.71万元。公司商誉减值测试过程等信息披露较为简略。此外,公司2019年度将耐丝国际、双刃剑(苏州)体育文化传播有限公司、新英开曼和北京新英传媒整体作为一个资产组组合进行商誉的减值测试,与以前年度存在较大差异。请公司:(1)补充披露报告期内商誉减值测试具体步骤和详细计算过程,并结合行业现状、未来行业发展趋势说明具体指标选取情况、选取依据及合理性,包括营业收入、收入增长率、净利润、毛利率、费用率、净利率水平、自由现金流、折现率等重点指标的来源及合理性;(2)补充披露存在商誉余额标的报告期内主要财务数据以及与以前年度商誉减值测试预测的差异情况,并结合上述情况尤其是报告期存在亏损的子公司情况说明公司本期商誉减值计提是否具有充分性和准确性,是否符合谨慎性要求;(3)结合2018年度、2019年度商誉减值测试相关资产组的划分情况及依据、两种划分方式,说明公司资产组组合认定发生变动的原因及合理性;(4)请年审会计师说明针对商誉减值执行的审计程序与获取的审计证据,并就公司商誉减值准备计提时点是否恰当,金额是否充分、谨慎,前期会计处理是否存在重大会计差错等发表核查意见。

回复如下:

(1)补充披露报告期内商誉减值测试具体步骤和详细计算过程,并结合行业现状、未来行业发展趋势说明具体指标选取情况、选取依据及合理性,包括营业收入、收入增长率、净利润、毛利率、费用率、净利率水平、自由现金流、折现率等重点指标的来源及合理性;

截止2019年12月31日,公司商誉账面原值如下:

被投资单位名称或形成商誉的事项	年初余额	本年增加:企业合并形成的	本年增加:外币报表折算差异	本年减少:处置	年末余额
Nice International Sports Limited	44,273,768.44				44,273,768.44
双刃剑(苏州)体育文化传播有限公司	708,861,185.81				708,861,185.81
Super Sports Media Inc和北京新英体育传媒有限公司	2,363,005,530.78		38,905,995.02	522,342,263.15	1,879,569,262.65
强视传媒有限公司	339,914,571.92				339,914,571.92
武汉汉为体育投资管理有限公司	31,113,043.06				31,113,043.06
中影嘉华悦方影城(深圳)有限公司	31,729,664.88				31,729,664.88
Borg.B.V	385,382,084.10		-1,561,702.79		383,820,381.31
合计	3,904,279,848.99		37,344,292.23	522,342,263.15	3,419,281,878.07

1、Nice International Sports Limited、双刃剑(苏州)体育文化传播有限公司、Super Sports Media Inc和北京新英开曼传媒有限公司资产组组合商誉减值测试过程

1.1资产组组合未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程

2019年度,公司聘请具有证券期货资质的湖北众联资产评估有限公司出具了《武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司商誉减值测试所涉及的"新英开曼"&"耐丝国际"&"双刃剑"商誉资产组组合未来现金流现值》(众联评报字[2020]第1092号)资产评估报告。根据该评估报告,资产组组合未来五年现金流预测情况及商誉减值测试过程如下:

单位:人民币万元

项目/年度	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续年
	后五年预测数据					
一、营业收入	140,354.07	315,396.93	219,403.32	249,311.86	270,646.54	270,646.54
减:营业成本	115,931.46	185,354.46	169,624.72	173,743.79	178,445.05	178,445.05
税金及附加	197.73	291.24	245.59	238.17	249.23	249.23
销售费用	3,093.09	3,368.92	3,893.49	3,818.56	4,096.16	4,094.97
管理费用	2,842.42	3,101.63	3,144.44	3,332.28	3,558.64	3,665.99
二、EBIT	18,289.35	123,280.69	42,495.08	68,179.06	84,297.46	84,191.31
加:折旧与摊销	88,201.90	138,396.96	119,541.96	122,357.92	126,266.15	126,359.84
减:资本性支出	91,220.74	120,282.98	119,444.80	122,223.40	126,131.15	126,357.35
减:营运资金变动	59,854.35	44,419.09	-15,373.99	4,475.61	3,901.64	0.00
三、自由现金流量	-44,583.84	96,975.57	57,966.23	63,837.96	80,530.82	84,193.79
折现率水平	16.32%					
预计未来现金流量现值(A)	415,000.00					
包含全口径商誉的资产组账面价值(B)	314,035.07					

1.2 商誉测试过程中具体指标选取情况、选取依据及合理性

对新英开曼和双刃剑的收入成本费用进行单独的分析预测说明,耐丝国际母公司原持有的西甲版权运营业务已由新英开曼接手运营,故不进行预测。

A. 新英开曼收入成本费用的预测

1. 营业收入的预测

新英开曼收入主要内容包括版权分销、广告业务、付费电视收入。

(1)版权分销收入

版权分销收入是新英开曼将其所拥有的独家转播权以非独家的方式授予相关视频平台,包括电视和新媒体,从而获得分销收入。该项业务为新英开曼的主要收入来源,占新英开曼公司收入的90%以上。

客户主要为各大电视台及互联网视频运营平台。与客户签订合同后,按照国际赛事组织确认的时间提前与客户确认赛程安排,并向客户提供赛事信号的接收参数,确保客户的赛事直播能正常完整播出。如我方原因造成的赛事信号延迟、中断等现象,则依合同公司需向客户赔偿。

版权分销合同一般以赛季为期间与客户签署,合同约定公司在收到客户预付款后再提供相关视频信号,客户支付节点为赛季开始前预付50%,赛季过半时支付剩余的50%,因此该类业务无应收账款。

历史版权收入情况如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
版权收入	31,847.10	58,461.44	69,757.85	84,959.56	90,540.36

公司现有版权合同有:

1) 西甲赛事:合同期间覆盖2019/20至2025/26六个赛季,每赛季开始前客户应当支付当赛季版权费的50%,赛季过半时支付剩余50%;截至目前,2019/20赛季尚有11轮比赛未完成,计划7月底完成全部比赛,2020/21赛季将于2020年8月至2021年5月正常举行,因此未考虑疫情对西甲联赛影响;

2) 欧足联国家队赛事,合同期限为2018年~2022年,包括欧足联成员国国家队的全部赛事,重要赛事包括欧洲国家队联赛,2020欧洲杯及预选赛,2022世界杯欧洲区预选赛等。受疫情影响,2020年欧洲杯赛事推迟至2021年举行,因此该项收入预测延后一年;

3)亚足联相关赛事原拟从2020年下半年开始,但受疫情影响,相关比赛推迟至2021年。

预测未来年度版权收入如下(单位:万元):

项目		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
版权分销收入	欧足联	79,407.73	213,199.75			
	西甲			120,573.53	156,041.77	158,331.20
	亚足联					

(2)版权独家代理收入

参考拉加代尔上一周期亚足联权益收入与利润率,登峰体育对2021-2028年AFC市场营销收入进行了预测。

未来年度版权独家代理(市场营销)收入如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
市场营销	42,246.11	78,336.95	74,329.96	72,681.84	89,842.53

(3)广告业务收入

广告收入为新英开曼在新视觉付费频道和地方电视台联播网上,通过赛事转播期间植入广告或者将其授予广告代理商,从而获得广告收入。

历史收入情况如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
广告收入	2,034.84	5,985.17	9,448.14	10,176.95	7,161.89

新英开曼利用向地方联播网进行版权分销而获取广告时段资源,通过将广告资源授予广告代理商及其他广告服务商,从而获得广告收入。

预测未来年度广告收入如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
广告收入	6,534.00	8,534.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00

广告收入根据已签订的赞助合同和已取得的广告权益期来预计的广告收入,具体明细如下(单位:万元):

版权/收入/年度	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
一、欧足联国家队系列赛事	5,034.00	5,034.00			
1、全球赞助商权益2018~2021	5,034.00	5,034.00			
二、电视赛事植入广告	1,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
1、西甲赛事广告	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
2、亚足联赛事广告		2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
合计	6,534.00	8,534.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00

由于欧足联全球赞助商的广告效益实现不完全依赖于具体赛事举办进展,而在于品牌商利用"欧足联商业合作伙伴"等称号从事其特定的商业推广活动的权益价值,故2018年-2021年期间,该项赞助权每年收费标准未根据是否存在相应赛事而调整,故疫情导致欧足联赛事举办延期对欧足联全球赞助商权益广告收入无重大影响。西甲赛事广告投放平台主要包括付费电视频道及互联网体育视频平台,而非赛事现场周边广告牌等赛事现场广告资源,疫情期间相关平台正常运转,故疫情对该类广告收入无重大影响。

(4)付费收入

新英开曼付费收入主要包括付费电视订阅收入与网络视频订阅收入,其中网络视频订阅业务已随公司对新爱体育不再拥有控制权而剥离,本次预测将不考虑网络视频订阅收入。

历史收入情况如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
付费电视收入	3,610.31	3,800.86	3,885.69	3,921.13	3,015.46

结合新英开曼历年付费电视订阅情况,预测未来年度付费收入如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
付费电视收入	3,166.23	3,166.23	3,166.23	3,166.23	3,166.23

公司付费电视收入主要与付费电视频道订阅数量相关,2019年付费电视收入较2018年有所降低,主要系部分地方有线电视台内部调整播放内容,导致合作地方电视台数量减少。由于用户对于付费频道内容的主观偏好受疫情影响较小,故预计2020年度该项收入将略有恢复,未来基本保持不变。

2.营业成本的预测

新英开曼成本主要为无形资产摊销、市场营销成本、信号传输成本、广告发布成本、节目成本、技术服务成本、牌照租赁及其他成本。

历史成本情况如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
主营成本	14,026.23	41,582.32	49,864.38	44,617.90	64,805.44
无形资产摊销	9,509.87	33,038.41	38,865.18	37,036.06	59,065.23
信号传输成本	750.15	997.37	1,200.38	1,137.32	887.31
节目成本	286.40	476.99	419.88	686.47	1,471.09
推广成本	96.68	190.14	27.53		128.28
广告发布成本	687.65	1,541.34	3,492.32	1,768.42	1,512.95
技术服务成本	609.22	1,083.01	1,429.76	1,164.34	190.62
牌照租赁成本	534.59	584.91	551.58	540.58	521.54
人工成本	1,118.00	2,165.08	2,573.41	1,605.69	
折旧		7.21	9.50	2.54	
其他成本	433.67	1,497.87	1,294.84	676.47	1028.43

对于无形资产摊销、信号传输成本、广告发布成本、节目成本、牌照租赁成本等,根据历史业务成本结合未来投资计划确认成本。对于其他成本根据与盛开签订的服务协议确定。市场营销成本为登峰体育将媒体版权与赞助商权益出售给客户后,为客户提供的服务,包括:深度参与比赛运营、制作赛事传输信号、帮助商业伙伴定制化设计品牌形象及权益内容等。业务开发由公司与亚足联及客户沟通,制定执行方案;而由于权益及客户覆盖全球,因此为使得公司效率最大化,具体执行环节将外包给第三方处理。根据登峰体育提供的成本预测及拉加代尔上一周期利润率,核验了市场营销成本的合理性。

预测未来年度营业成本如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
主营成本	110,751.46	178,473.66	158,784.67	165,655.30	169,052.10
无形资产摊销	87,888.46	138,059.76	119,349.46	122,175.90	126,083.65
信号传输成本	850.00	1,360.00	1,070.50	931.53	743.10
节目成本	1,300.00	2,600.00	2,730.00	2,866.50	3,009.83
广告发布成本	570.00	598.50	628.43	659.85	692.84
牌照租赁成本	540.00	540.00	540.00	540.00	540.00
折旧	2.97	2.77	2.77	2.77	2.77
其他成本	1,180.00	1,180.00	-	-	-
登峰营销成本	18,419.97	34,132.37	34,463.25	38,478.49	37,979.66

3.税金及附加的预测

企业税项主要为境内业务,有增值税、文化事业建设费、城建税和教育费附加等。本次评估按照企业的税金标准预测后续的销售税金及附加。

历史税金及附加情况如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
税金及附加	721.95	814.82	211.15	173.21	164.79
增值税	72.09	74.96	732.66	725.15	1,099.95
销项税	500.41	595.14	1,095.56	1,066.78	
进项税			362.90	341.64	
文化事业建设费	114.59	55.48	116.61	30.85	5.48
城建税	16.17	48.71	52.15	67.31	74.84
教育费附加	13.30	37.20	26.79	35.45	36.60
地方教育附加	-	2.77	0.98	16.23	19.48
印花税	5.40	0.56	14.62	23.21	22.31
车船税				0.16	0.20

因国内业务中网络视频订阅业务已随公司对新爱体育不再拥有控制权而剥离,增值税、税金及附加减少。

预测未来年度税金及附加如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
税金及附加	167.71	249.96	191.10	192.47	198.98
增值税	660.27	889.41	1,219.43	973.83	1,075.45
销项税	819.97	1,129.57	1,469.99	1,235.29	1,348.37
进项税	159.70	240.17	250.56	261.46	272.92
文化事业建设费	58.81	76.81	31.50	31.50	31.50
城建税	46.22	62.26	62.26	62.26	62.26
教育费附加	19.81	26.68	26.68	26.68	26.68
地方教育附加	13.21	17.79	24.39	19.48	21.51
印花税	29.47	66.23	46.07	52.36	56.84
车船税	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20

4.销售费用的预测

销售费用主要为人工费、广告与宣传费、折旧费用、无形资产摊销费用、差旅及通讯费、专业服务费、市场调研费、办公费用、交际应酬费等。

历史销售费用如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
职工薪酬	812.09	681.17	797.73	907.07	1,170.92
广告与宣传费	2,446.20	2,332.36	1,418.40	678.79	695.89
折旧费用	67.88	30.28	20.54	26.77	23.97
无形资产摊销	1.07	1.07	1.07	0.99	-
市场调研费	141.55	82.60	19.81	111.39	-
办公费用	48.43	39.48	40.86	39.65	18.27
差旅及通讯费	106.22	205.66	330.93	123.42	103.73
交际应酬费	177.32	115.21	73.58	264.04	316.45
专业服务费	314.05	1,118.66	1,322.06	4,951.92	350.58
其他	5.19	1.76	0.45	0.39	20.20
通讯费				1.08	1.11
车辆费用				10.82	21.86
交通费				13.13	7.04
中介机构费用					420.25
租赁费					45.24
合计	4,119.99	4,608.25	4,025.43	7,129.46	3,195.50

2019年销售费用较2018年下降主要系2018年度公司支付了与体育版权相关的专业服务费所致。

对于折旧费、无形资产摊销费用按企业会计政策确定的各类资产折旧率综合计算确定。

预测未来年度销售费用如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续年
职工薪酬	1,592.40	1,751.64	1,926.80	2,119.48	2,331.43	2,331.43
广告与宣传费	303.20	318.36	334.28	350.99	368.54	368.54
折旧费用	31.92	31.92	31.92	31.92	31.92	31.92
无形资产摊销	1.05	1.05	1.05	1.05	1.19	-
办公费用	0.70	0.74	0.77	0.81	0.85	0.85
差旅及通讯费	262.50	275.63	289.41	303.88	319.07	319.07
交际应酬费	255.10	267.86	281.25	295.31	310.08	310.08
专业服务费	201.90	212.00	222.59	233.72	245.41	245.41
其他	0.20	0.21	0.22	0.23	0.24	0.24
通讯费	1.17	1.23	1.29	1.35	1.42	1.42
车辆费用	22.95	24.10	25.30	26.57	27.89	27.89
劳务费	84.00	88.20	92.61	97.24	102.10	102.10
合计	2,757.09	2,972.92	3,207.49	3,462.56	3,740.16	3,738.97

2020年预测销售费用整体较2019年度实现情况有所下降主要系对于营销推广需求较高的"TO C"端视频订阅业务剥离(即新爱体育出表)导致。

5.管理费用的预测

企业管理费用主要包括人工费用、房租费用、折旧费用、无形资产摊销费用、差旅及通讯费、专业服务费、办公费用、期权费用及其他费用等。历史管理费用如下表(单位:万元):

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
人工费用	1,136.02	1,389.16	1,172.13	1,418.85	995.53
房租费用	561.09	559.80	569.90	680.76	764.59
折旧费用	57.61	123.68	132.83	120.39	42.01
无形资产摊销	2.25	2.25	2.10	2.18	11.61
装修费摊销费用	37.90	40.76	34.65	34.65	74.55
专业服务费	871.25	796.25	398.61	5,775.90	218.26
办公费用	71.57	70.09	86.37	135.95	234.94
期权费用	16.80	5.88	-	45,403.24	-
差旅及通讯费	107.31	208.74	141.31	146.46	913.42
业务招待费				127.67	39.15
其他				5.32	27.39
通讯费				37.47	108.57
车辆费用				7.38	9.03
交通费	31.76	87.80	113.94	11.84	5.79
中介机构费用				34.44	1,015.57
水电气暖费					21.83
合计	2,893.56	3,284.39	2,651.84	53,942.48	4,460.38

2019年管理费率较2018年下降,主要系2018年度发生的偶发性费用包括与收购相关的期权费用及中介机构服务费等。对于折旧费及摊销,按企业会计政策确定的各类资产折旧率综合计算确定。对于房租费用,按照企业签订的房租合同确认。

预测未来年度管理费用如下(单位:万元):

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续年
人工费用	1,119.60	1,231.56	1,354.72	1,490.19	1,639.21	1,639.21
房租费用	342.70	359.84	377.83	396.72	416.55	416.55
折旧费用	86.60	143.56	143.56	143.56	143.56	143.56
无形资产摊销	2.45	2.45	2.45	2.45	2.79	-
装修费摊销费用	110.45	134.22	-	-	-	56.68
专业服务费	233.50	245.18	257.43	270.31	283.82	283.82
办公费用	51.00	53.55	56.23	59.04	61.99	61.99
差旅及通讯费	61.10	64.16	67.36	70.73	74.27	74.27
业务招待费	10.20	10.71	11.25	11.81	12.40	12.40
其他	30.13	31.64	33.22	34.88	36.63	36.63
通讯费	113.99	119.69	125.68	131.96	138.56	138.56
车辆费用	9.48	9.95	10.45	10.97	11.52	11.52
交通费	6.08	6.38	6.70	7.03	7.38	7.38
中介机构费用	38.50	40.43	42.45	44.57	46.80	46.80
合计	2,215.78	2,453.30	2,489.31	2,674.21	2,875.47	2,929.37

2020年预测期管理费用较2019年度下降主要系2019年度发生的大额中介服务费如法律咨询费,赛事筹措前期顾问费等偶发性费用,本次预测不予考虑。

B. 双刃剑收入成本费用的预测

1.营业收入的预测

双刃剑随着上市公司对体育营销业务架构的调整,业务重心与历史年度相比有所变化,企业将主营业务收入重新进行了分类和归纳。本次对收入的预测分为AFC赛事赞助、广告投放(席位)、明星代言及经纪、体育营销咨询四个方面。具体编制方法如下:

(1)赞助,各项赞助业务是企业主要的收入来源。公司原有的赞助品牌有:华帝燃具、TCL、重庆斯威、腾讯体育、功能饮料能量王、雅迪电动车、重庆啤酒等。

新英开曼与耐丝国际营销团队和双刃剑原有团队重组后,依托新英开曼拥有的亚足联系列赛事、西甲联赛、欧足联相关赛事等版权,将为双刃剑的赞助收入带来新的增长。

(2)广告投放,广告投放渠道主要是国内20多家体育电视台、爱奇艺体育等。

(3)明星代言及经纪,促成知名运动员与品牌方合作并为其代言以及协助其完成转会的佣金收入。

(4)咨询,2019年咨询收入主要是体育营销项目方案设计收入。

未来五年主营业务收入预测如下:

单位:人民币万元

序号	项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
		后五年预测数据				
一	主营业务收入	9,000.00	12,160.00	17,833.60	13,922.02	15,806.58
1	赞助	5,000.00	7,000.00	12,500.00	8,400.00	10,080.00
2	广告投放(席位)	1,000.00	1,100.00	1,210.00	1,331.00	1,464.10
3	明星代言及经纪	1,000.00	1,060.00	1,123.60	1,191.02	1,262.48
4	咨询	2,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00

(下转C74版)