股票简称：中广天择　　股票代码：603721　　股票上市地：上海证券交易所

中广天择传媒股份有限公司 2020 年度非公开发行 A 股股票预案（修订稿）

二〇二〇年四月

公司声明

1、公司及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对预案的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

2、本预案是公司董事会对本次非公开发行股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

3、本次非公开发行股票完成后，公司经营与收益的变化由公司自行负责；因本次非公开发行股票引致的投资风险由投资者自行负责。

4、投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

5、本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行股票相关事项的实质性判断、确认或批准，本预案所述本次非公开发行股票相关事项的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。

重大事项提示

本部分所述词语或简称与本预案“释义”所述词语或简称具有相同含义。

1、公司本次非公开发行股票相关事项已经公司第三届董事会第三次会议、第三届董事会第四次会议审议通过，本次非公开发行股票尚需获得有权国资主管部门的审批、公司股东大会审议通过和中国证监会核准后方可实施。本次非公开发行股票完成后，尚需向上海证券交易所及中国证券登记结算有限责任公司上海分公司办理上市申请事宜。

2、本次非公开发行的对象为不超过 35 名特定投资者，包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者以及其他符合相关法律、法规规定条件的法人、自然人或其他机构投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终具体发行对象将在本次非公开发行取得中国证监会核准批复后，由上市公司股东大会授权董事会根据发行询价结果，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。若国家法律、法规对非公开发行股票的发行对象有新的规定，上市公司将按新的规定进行调整。

3、本次非公开发行股票募集资金总额不超过 70,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	新媒体内容制作及运营项目	45,216.52	45,216.52
2	马栏山视频文创产业园总部基地项目	16,016.84	16,016.84
3	补充流动资金	8,766.64	8,766.64
合计		70,000.00	70,000.00

在不改变本次募集资金拟投资项目的前提下，经上市公司股东大会授权，上市公司董事会可以对上述单个或多个投资项目的募集资金投入金额进行调整。若本次非公开发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入总额，上市公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由上市公司自筹解决。本次非公开发行募集资金到位之前，上市公司将根据募投项目实际进度情况以自有资金或自筹资金先行投入，待募集资金到位后按照相关规定程序予以置换。

4、本次非公开发行股票的发行数量按照募集资金总额除以发行价格确定，同时根据中国证监会《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》规定，本次非公开发行 A 股股票数量不超过本次非公开发行前上市公司总股本的 30%，即不超过 39,000,000 股（含本数），并以中国证监会的核准文件为准。在上述范围内，最终发行数量将在上市公司取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批复后，按照相关规定，由上市公司股东大会授权董事会根据发行询价结果，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定，计算方法为：发行股票数量 = 本次非公开发行募集资金总额 / 本次非公开发行价格，发行数量不为整数的应向下调整为整数。

若在本次发行董事会决议公告日至发行日期间，上市公司股票发生送股、回购、资本公积金转增股本等股本变动事项的，本次发行数量上限亦作相应调整。

5、本次非公开发行股票的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易均价的 80%。定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易均价 = 定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易总额 ÷ 定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易总量。

若在本次发行的定价基准日至发行日期间，上市公司股票发生派息、送股、回购、资本公积金转增股本等除权、除息或股本变动事项的，本次非公开发行股票的发行底价将进行相应调整。

在前述发行底价的基础上，最终发行价格将在上市公司取得中国证监会关于本次发行的核准批复后，由上市公司董事会在股东大会授权范围内与保荐机构（主承销商）根据发行对象的申购报价情况，以竞价方式确定。

若国家法律、法规对非公开发行股票的定价基准日、发行价格或定价原则有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

6、发行对象认购的本次非公开发行的股份，自本次发行结束之日起 6 个月内不得转让。发行对象因本次交易取得的公司股票在锁定期届满后减持还需遵守《公司法》、《证券法》、《股票上市规则》等法律、法规、行政规章、规范性文件、证券交易所相关规定以及《公司章程》的相关规定。本次非公开发行完成后，发行对象所认购的公司本次非公开发行的股票因公司送红股、资本公积金转增股本等形式所衍生取得的股票亦应遵守上述股份限售安排。

若国家法律、法规对非公开发行股票的限售期有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

7、本次非公开发行股票不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化，亦不会导致公司股权分布不具备上市条件。

8、本次非公开发行股票完成后，本次发行前滚存的未分配利润将由公司新老股东按发行后的股份比例共享。

9、根据中国证监会《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》（证监会公告〔2013〕43 号）、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发〔2012〕37 号）的相关规定，公司进一步完善了股利分配政策，在《公司章程》中制定了有关利润分配的相关条款，并制定了《中广天择传媒股份有限公司未来三年股东回报规划（2020-2022 年）》。公司分红政策及分红情况具体内容详见“第四节　公司利润分配政策及执行情况”。

10、根据中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关法规的要求，公司对本次发行是否摊薄即期回报进行了分析，相关情况详见本预案“第五节　本次非公开发行摊薄即期回报情况及填补措施”。本公司提示投资者制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

11、本次非公开发行股票的决议有效期为自上市公司股东大会审议通过之日起 12 个月。

释 义

本预案中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

发行人、本公司、公司、上市公司、中广天择	指	中广天择传媒股份有限公司
本次非公开发行股票/本次非公开发行/本次发行	指	中广天择以非公开的方式发行 A 股股票，募集资金总额不超过 70,000.00 万元（含本数）的行为
本预案	指	中广天择传媒股份有限公司 2020 年度非公开发行 A 股股票预案（修订稿）
定价基准日	指	发行期首日
发行底价	指	本次非公开发行定价基准日前二十个交易日上市公司股票交易均价的 80%
公司章程	指	中广天择传媒股份有限公司章程
股东大会	指	中广天择传媒股份有限公司股东大会
董事会	指	中广天择传媒股份有限公司董事会
监事会	指	中广天择传媒股份有限公司监事会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《发行管理办法》	指	《上市公司证券发行管理办法》
《实施细则》	指	《上市公司非公开发行股票实施细则》
《股票上市规则》	指	《上海证券交易所股票上市规则》
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
互联网广告、网络广告	指	广告主基于互联网所投放的广告。
广告主	指	为推销自身的商品或服务，自行或者委托他人设计、制作、投放广告的企业、其他经济组织或个人。
自媒体	指	自媒体（英文名：WeMedia）又称“公民媒体”或“个人媒体”，是指私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。自媒体平台包括：网络视频平台、微博、微信、博客、百度官方贴吧、论坛/BBS 等网络社区。
网络视频	指	视频网站提供的在线视频播放服务。狭义的指直播、短视频、网络电影、电视剧、新闻、综艺节目、广告等视频节目；广义的还包括自拍 DV 短片、视频聊天、视频游戏等行为。
网红	指	在网络视频平台、微博、微信等平台上获得个人认证，拥有众多粉丝的微博、微信用户。
KOL	指	关键意见领袖（Key Opinion Leader，简称 KOL）是营销学上的概念，通常被定义为：拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人。
MCN	指	Multi-Channel Network 的简称，MCN 模式源于国外成熟的网络达人经济运作，其本质是一个多频道网络的产品形态，将 PGC（专业内容生产）内容联合起来，在资本的有力支持下，保障内容的持续输出，从而最终实现商业的稳定变现。
粉丝	指	网络红人利用知名度吸引的对其保持持续关注的人类群体。
网络流量	指	网站或网页被浏览用户访问的量，通常以用户访问量或页面访问量衡量。
IP	指	知识产权（Intellectual Property）IP 是知识产权的简称，它可以是一个故事，一种形象，一件艺术品，一种流行文化。IP 是指能够仅凭自身的吸引力，挣脱单一平台的束缚，在多个平台上获得流量，进行分发的内容。
达人	指	在网络中是指在某一领域非常专业，出类拔萃的人物，指在某方面很精通的人，即某方面的高手。也指活跃用户，用户上线时长和内容更新频率很高的网民。

注：本预案中若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，为四舍五入原因造成。

第一节　本次非公开发行股票方案概要

一、发行人基本情况

企业名称	中广天择传媒股份有限公司
法定代表人	曾雄
注册资本	13,000 万元
注册地址	长沙市天心区芙蓉中路二段 188 号新世纪体育文化中心网球俱乐部 101
办公地址	长沙市天心区芙蓉中路二段 188 号新世纪体育文化中心网球俱乐部 101
成立时间	2007 年 4 月 13 日
上市地	上海证券交易所
上市日期	2017 年 8 月 11 日
股票简称	中广天择
股票代码	603721
经营范围	广播电视节目制作经营；围绕自主生产的视频内容的衍生价值开发；代理各类广告（长沙地区除外）；艺人经纪；设备租赁、汽车租赁、场地租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

二、本次非公开发行的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

1、国家产业政策大力支持，引导推动文化产业结构升级

中共中央、国务院和相关部委出台了一系列推进文化产业改革的政策和指导意见，提出把文化产业建设成为国民经济支柱性产业的目标，文化产业已成为国民经济发展新亮点，成为提供就业机会和优化产业结构的朝阳产业和促进经济增长的支柱产业。

国务院于 2016 年 11 月 29 日印发并实施的《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》中指出：“（1）推进相关产业融合发展：推动数字文化创意和创新设计在各领域应用，培育更多新产品、新服务以及多向交互融合的新业态，形成创意经济无边界渗透格局；（2）加快重点领域融合发展：推动数字创意在电子商务、社交网络中的应用，发展虚拟现实购物、社交电商、“粉丝经济”等营销新模式。（3）鼓励创作当代数字创意内容精品：鼓励多业态联动的创意开发模式，提高不同内容形式之间的融合程度和转换效率，努力形成具有世界影响力的数字创意品牌，支持中华文化‘走出去’。”

2017 年国家新闻出版广电总局印发的《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》中指出：“（1）推动传统媒体与新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等各方面加快深度融合，实现内容产品、技术应用、平台终端、人才队伍的共享融通，形成一体化的组织机构、传播体系和管理机制。（2）加快流程再造、平台再造、体制机制再造，着力打造融媒体服务、智慧化传播的新型主流媒体，建成若干家具有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型传媒集团。”

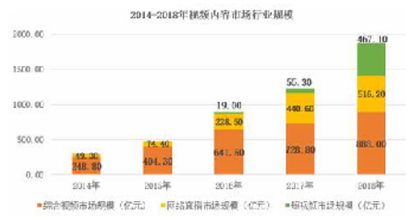
上述一系列产业政策的出台，充分说明了文化产业在国民经济发展中的重要地位，同时也反映了国家对于文化产业改革的战略侧重。公司本次非公开发行募集资金项目的实施，顺应国家产业政策导向。

2、视频行业发展格局已重构，网络视频成为发展趋势

近年来以传统电视业和视频网站为主导的视频行业格局发生了变化，总体来看，传统业务下游电视台客户购买力出现疲态，电视台广告经营总体增长放缓。根据中国广播电视网络有限公司发布的数据，2019 年第三季度我国有线电视用户规模已从 2016 年一季度的 25,216.8 万户下滑到 21,245.5 万户。其中，有线数字电视用户规模从 2016 年一季度的 20,577.8 万户下滑至 19,273.4 万户；有线数字电视付费用户规模从 2016 年一季度的 16,803.4 万户下滑至 2019 年三季度的 14,539.4 万户。除此以外，2018 年下半年广电总局先后出台相关规定：限制演员高片酬、限制演员的阴阳合同、取消演员工作室的税收优惠、敦促影视剧公司补税等。严格的监管之后，市场的剧集供给开始减少，传统电视媒体收视率下滑，使得广告主客户投放意愿下降，据广电总局数据统计，2018 年，传统电视业广告收入 958.86 亿元，同比下降 0.98%；网络媒体广告收入 491.88 亿元，同比增长 60.37%。

随着互联网特别是移动互联网的持续发展，网络视频时代已经来临。根据 CNNIC 发布的第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》统计数据，截至 2019 年 6 月，我国网民规模达 8.54 亿，较 2018 年底增长 2,598 万，互联网普及率达 61.2%，较 2018 年底提升 1.6 个百分点，其中网络视频用户数量为 7.59 亿，较 2018 年底增长 3,391 万，占网民整体的 88.8%；短视频用户数量为 6.48 亿，占网民整体的 75.8%；网络直播用户数量为 4.33 亿，较 2018 年底增长 3,646 万，占网民总体的 50.7%。

网络视频的快速普及以及内容产业视频化趋势的发展，使得网络视频内容产业出现爆发式增长，市场规模持续快速增长，具有巨大的商业化价值。根据中国网络视听节目服务协会发布的《2019 年中国网络视听发展研究报告》，2018 年网络视频市场规模达到 1,871.3 亿元，其中短视频市场同比增加 744.7%，网络直播市场同比增加 17.16%。



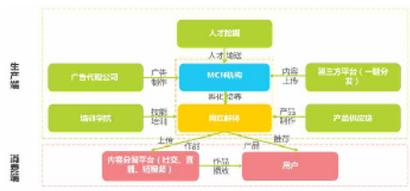
数据来源：中国网络视听节目服务协会

3、网络视频催生网红经济爆发式增长，MCN 机构迎来战略发展机遇

随着网络视频的快速普及、互联网技术的进步、各类视频网站和直播平台的崛起，中国网络开始诞生一些以专业知识、技能、创意内容等吸引新“粉丝”关注并且持续更新内容提升“粉丝”粘黏度的网红。根据 iiMedia Research 以及 QuestMobile 数据显示，2016 年至 2019 年中国在线直播及短视频用户逐年增长，19 年分别达 5.04 亿、8.2 亿人，同比增长 26.66%、99.94%。2018 年国内 10 万粉丝以上的网红数量同比增长 51%，超过 100 万粉丝的网红数量增长 23%。网红数量的增长也拉动了网络平台用户的增加，根据 QuestMobile 统计，2019 年 9 月中国互联网当下四大内容平台（即：抖音、快手、小红书、哔哩哔哩）分别实现月活用户 4.8 亿、3.4 亿、0.73 亿和 0.98 亿，其中抖音和快手日活用户已经突破 4 亿和 3 亿人。

所谓“网红经济”是指网红通过直播、视频、音频、图文等各类内容类型，在内容平台持续输出不同场景、领域的优质内容，当“粉丝”达到一定量级以后，依靠网红电商、粉丝打赏、广告、付费服务以及演艺代言等手段实现变现。

MCN（全称 Multi-channel Networks）在中国是一种多频道网络的产品形态，属于网红经济的核心，MCN 机构的职能主要是签约管理达人 KOL，提供内容创作专业性支持意见，在创意、剧本、计划统筹、场景设计、最终剪辑等方面对 KOL 提供支援，帮助 KOL 解决推广和分成的相关问题，为优质内容作品寻找对接资源平台，如网络视频平台和自媒体平台等，最终以广告营销、内容电商等方式实现多元化商业变现。



数据来源：艾瑞咨询

根据克劳锐发布的《2019 中国 MCN 行业发展研究白皮书》，截至 2018 年 12 月，在 2018 年 MCN 机构数量达到了 5,800 家，MCN 市场规模突破百亿，其中 34% 的机构营收达到了 5,000 万以上。根据招商银行研究院数据，2019 年末中国 MCN 机构数量已经达到 6,500 家，对比 2018 年底增长 12.07%。依托新平台的不断崛起，新 MCN 机构还在不断涌现，行业有望保持强竞争性、高创新性、高多元性，推动市场规模和产业链的进一步革新进化。

4、5G 时代技术革新，网络视频和直播行业受益，刺激 MCN 行业进一步发展

除平台与内容的成熟发展对行业带来的催生效应外，网络视频和直播行业有望极大受益于 5G 技术的推广落地，当前 4G 技术下的网络视频和直播行业为了保证用户观看的流畅感，防止卡顿影响用户体验，平台会调低分辨率至较普遍的 720p 和 1080p，而 5G 时代推广的应用会极大提升网络视频和直播的分辨率，有望普及 4K，推出超高清 8k 分辨率，提高用户体验，增加用户沉浸感与互动性，从而提升电商、手游及应用分发的转化率，引发网络视频和直播行业新一轮革新成长。除此以外，5G 技术能够更快地推动 VR、AR 技术大范围的应用推广，VR、AR 技术在电商直播领域的应用也将成为可能，进一步刺激 MCN 行业发展、升级。

5、湖南省提出文化产业发展战略，公司充分发挥地域传统优势

2019 年广播电视总局《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》提出：突出重点，因地制宜，推动经济基础较好、广播电视和网络视听资源比较集中、产业优势突出的地区、省区以及国家中心城市、城市群率先发展，形成文化产业乃至地区国民经济发展的战略高地；加强规划引导、政策支持和管理服务，科学引导广播电视和网络视听优质资源、优势产业、优秀企业集中集约发展、做大做优做强；积极培育一批符合高质量创新性发展方向的广播电视和网络视听专业性或综合性产业基地（园区），推动产业基地（园区）专业化、规模化、高质量发展，发挥引领示范作用；探索打造集广播电视和网络视听节目采集制作播出分发、智能网络传输、智能终端接收、提供高新视听节目和融合服务的全产业链高新视听产业示范基地（园区）。

湖南省作为我国的文化强省，文化产业一直在本省经济发展过程中扮演重要角色。根据《湖南省“十三五”时期文化改革发展规划纲要》，湖南省计划到 2020 年，力争实现文化和创意产业总产值 7,500 亿元，增加值突破 3,000 亿元，占 GDP 比重达到 7%，积极推进各市州传统媒体与新兴媒体融合，确定一批符合实际的特色项目。与此同时，长沙、衡阳、常德等城市可依托现有新兴媒体平台，推动文化科技融合工程，重点抓好 1 至 2 个传统媒体与新兴媒体融合项目，力争打造出 1 至 2 家有一定影响力的新型媒体集团。

湖南省人民政府出台《湖南省人民政府办公厅关于支持马栏山视频文创产业园建设发展的若干意见》，以此牵头重点打造马栏山视频文创产业园，以数字视频内容生产制作为核心，以数字视频创意为龙头，以数字视频金融服务、版权服务、软件研发为支撑，配套衍生数字视频设计服务、生活服务、视频电商、视频主题教育培训等全产业链集群，打造中国规模最大的视频基地示范区。2020 年内园区基础配套将基本建设完成，公共服务支撑不断强化，视频及衍生产业初具规模。

（二）本次非公开发行的目的

1、顺应行业发展的趋势，贯彻公司发展战略，推动公司在 MCN 市场的转型和快速发展

现今中国本土 MCN 已形成“两大主业态 + 五类细分业态”的整体格局，即内容生产业态和运营业态组合下孕育的营销业态、经纪业态、电商业态、社群 / 知识付费业态、IP 授权 / 版权业态。

网络视频用户对网络视频平台本身的粘性不强，优质视频节目是网络视频平台的核心，内容是吸引用户、留存用户的关键。头部网络视频平台对优质视频节目的需求程度、需求量均高，并具备雄厚的资金实力，对优质视频节目支付意愿强。因此，内容和运营是 MCN 的基础内核，精品内容制作能力是未来 MCN 机构的主要竞争核心。

公司目前的主营业务为节目销售及制作服务、电视剧播映权运营和影视剧投资，得益于在视频内容制作行业积累的经验和能力，中广天择在 MCN 市场的发展有着得天独厚的优势。

2018 年，公司开始布局 MCN 业务，制定“千号计划”发展战略，推行“网络视频开发运营 + 头、腰部平台推广 + 影视娱乐宣发 + 商业客户合作”业务模式。在上述战略布局下，公司的制作和运营团队在多年版权运营的基础上构建原创型 IP 孵化生态系统，目前已推出的自营账号和内容广受欢迎，旗下原创 IP 包括“疯狂特效师”、“晏大小姐 Vivi”、“玛栗小酥”等；与肯德基、松下、耐克、OPPO、陆风汽车、资生堂、植村秀、兰蔻等超过 200 个品牌进行了合作；与全网 30 家视频平台建立亲密合作关系，并和头部平台形成了战略合作伙伴关系，获得抖音、快手、微博、微视、企鹅号、头条号、美拍等大平台的流量支持。

未来，公司将不断增加新媒体账号和内容的研发和制作，孵化更多的原创型 IP，将 MCN 业务作为公司新的利润增长点。本次募集资金投资项目新媒体内容制作及运营项目的投资和实施将为公司在 MCN 业务的转型和快速发展提供内容和运营支持，顺应了产业发展趋势且符合公司的战略发展方向，并可实现募投项目与现有业务板块的联动，从而优化公司产业布局，形成公司新的利润增长点，提高公司核心竞争力和盈利水平，促进公司的可持续发展。

2、积极响应政府号召，入驻马栏山视频文创产业园，实现产业协同效应

湖南省人民政府出台《湖南省人民政府办公厅关于支持马栏山视频文创产业园建设发展的若干意见》，马栏山视频文创产业园作为湖南省、长沙市政府重点的项目，旨在打造中国规模最大的视频基地示范区。为了支持园区发展，吸引更多优质企业入驻，省、市政府联合出台了系列政策体系，最大限度地释放出政策红利。

公司作为长沙广播电视集团绝对控股的国有文化企业、全国地面频道改革先锋，和体制内首家改制设立股份公司并开展上市运作的市场化机构、湖南省传媒行业的示范企业，积极响应政府号召，成功入驻马栏山视频文创产业园后，可以推动湖南省整体文化产业进一步发展。长远来看马栏山视频文创产业园运营成熟后，该区域内将汇集多家同行业或产业上下游的优质企业，企业之间的资源整合将推动公司产品和服务的不断进步，预计将产生较好的产业集群效应，未来将助力公司加速业务转型，提升公司盈利能力。

3、缓解公司资金压力，为公司业务持续发展奠定基础

随着公司经营规模的扩大和本次募集资金投资项目的实施，公司生产经营的流动资金需求也随之上升，仅依靠自有资金已经较难满足公司快速发展的需求。本次非公开发行的募集资金将在一定程度上填补公司中期发展所产生的资金缺口，为公司业务持续发展奠定资金基础。

三、发行对象及其与公司的关系

本次非公开发行的对象为不超过 35 名特定投资者，包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、以及其他符合相关法律、法规规定条件的法人、自然人或其他机构投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终具体发行对象将在本次非公开发行取得中国证监会核准批复后，由上市公司股东大会授权董事会根据发行询价结果，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。若国家法律、法规对非公开发行股票的发行对象有新的规定，上市公司将按新的规定进行调整。

截至本预案公告日，本次非公开发行尚无确定的发行对象，因而无法确定发行对象与上市公司的关系，发行对象与上市公司之间的关系将在发行结束后公告的发行情况报告书中予以披露。

四、发行股份的价格及定价原则、发行数量、限售期

（一）发行股票的种类和面值

本次非公开发行的股票种类为中国境内上市人民币普通股（A 股），每股面值为人民币 1.00 元。

（二）发行方式

本次非公开发行全部采用向特定对象非公开发行的方式，在中国证监会核准后选择适当时机向特定对象发行。

（三）发行对象和认购方式

本次非公开发行的对象为不超过 35 名特定投资者，包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者以及其他符合相关法律、法规规定条件的法人、自然人或其他机构投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终具体发行对象将在本次非公开发行取得中国证监会核准批复后，由上市公司股东大会授权董事会根据发行询价结果，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。若国家法律、法规对非公开发行股票的发行对象有新的规定，上市公司将按新的规定进行调整。

本次非公开发行的所有发行对象均将以人民币现金方式认购本次非公开发行的股票。

（四）发行价格和定价方式

本次非公开发行股票的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易均价的 80%。

定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易均价 = 定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易总额 ÷ 定价基准日前 20 个交易日上市公司股票交易总量。

如公司股票在本次发行定价基准日至发行日期间发生派息、送股、回购、资本公积金转增股本等除权、除息或股本变动事项的，则本次非公开发行的发行价格将进行相应调整。调整公式如下：

派发现金股利：P1=P0-D

送红股或转增股本：P1=P0/(1+N)

两项同时进行：P1=(P0-D)/(1+N)

其中，P1 为调整后发行价格，P0 为调整前发行价格，每股派发现金股利为 D，每股送红股或转增股本数为 N。

在前述发行底价的基础上，最终发行价格将在上市公司取得中国证监会关于本次发行的核准批复后，由上市公司董事会在股东大会授权范围内与保荐机构（主承销商）根据发行对象的申购报价情况，以竞价方式确定。

（五）发行数量

截至本预案公告日，上市公司总股本为 130,000,000 股。本次非公开发行股票数量不超过本次发行前上市公司总股本的 30%，即不超过 39,000,000 股（含本数），并以中国证监会的核准文件为准。在上述范围内，最终发行数量将在上市公司取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批复后，按照相关规定，由上市公司股东大会授权董事会根据发行询价结果，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

若在本次发行董事会决议公告日至发行日期间，上市公司股票发生送股、回购、资本公积金转增股本等股本变动事项的，本次发行数量上限亦作相应调整。

（六）募集资金数额及用途

本次非公开发行股票募集资金总额不超过 70,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	新媒体内容制作及运营项目	45,216.52	45,216.52
2	马栏山视频文创产业园总部基地项目	16,016.84	16,016.84
3	补充流动资金	8,766.64	8,766.64
合计		70,000.00	70,000.00

在不改变本次募集资金拟投资项目的前提下，经上市公司股东大会授权，上市公司董事会可以对上述单个或多个投资项目的募集资金投入金额进行调整。若本次非公开发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入总额，上市公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由上市公司自筹解决。本次非公开发行募集资金到位之前，上市公司将根据募投项目实际进度情况以自有资金或自筹资金先行投入，待募集资金到位后按照相关规定程序予以置换。

（七）限售期安排

本次发行对象认购的本次非公开发行 A 股股票，自本次发行结束之日起 6 个月内不得转让，上述股份锁定期届满后减持还需遵守《公司法》、《证券法》和《上海证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规章、规范性文件以及上市公司《公司章程》的相关规定。

在上述股份锁定期限内，发行对象所认购的本次发行股份因上市公司送股、资本公积金转增股本等事项而衍生取得的股份，亦应遵守上述股份限售安排。

（八）股票上市地点

本次非公开发行的股份将在上海证券交易所上市。

（九）本次非公开发行前滚存未分配利润的安排

本次非公开发行股票完成后，本次发行前滚存的未分配利润将由公司新老股东按发行后的股份比例共享。

（十）决议的有效期

本次发行决议有效期为自公司股东大会审议通过本次非公开发行股票相关议案之日起十二个月内。

五、本次非公开发行是否构成关联交易

截至本预案公告日，上市公司本次非公开发行尚无确定的发行对象。最终是否存在因关联方认购上市公司本次非公开发行股份构成关联交易的情形，将在本次非公开发行结束后公告的发行情况报告书中予以披露。

本次非公开发行的募集资金拟用于新媒体内容制作及运营项目、马栏山视频文创产业园总部基地项目和补充流动资金，其中新媒体内容制作及运营项目、马栏山视频文创产业园总部基地项目的实施场地拟从长沙视谷实业有限公司购置，公司副总经理邓集慧先生担任长沙视谷实业有限公司董事，因此本次非公开发行涉及关联交易。

在审议相关议案时，董事曾雄先生、余江先生提出，因公司本次非公开发行股票募投项目实施场地拟从长沙视谷实业有限公司购置，而公司控股股东、实际控制人长沙广播电视集团持有长沙视谷实业有限公司 16%股权，为避免利益冲突，其主动提出对相关议案回避表决。

本次非公开发行相关议案在股东大会审议时，公司控股股东、实际控制人长沙广播电视集团将回避相关议案的表决。

六、本次发行是否导致公司控制权发生变化

截至本预案出具日，长沙广播电视集团持有公司 65,494,785 股股份，占公司总股本的 50.38%，系上市公司的控股股东、实际控制人。

本次发行前，公司总股本为 130,000,000 股，按本次非公开发行股票数量为 39,000,000 股的上限计算，发行完成后，公司总股本将变更为 169,000,000 股；本次发行完成后，长沙广播电视集团的持股比例稀释为 38.75%，仍不影响其控制地位，本次发行不会导致公司控制权发生变化。

七、本次发行的审批程序

（一）已履行的批准程序

本次非公开发行股票相关事项已经公司第三届董事会第三次会议、第三届董事会第四次会议审议通过。在审议相关议案时，董事曾雄先生、余江先生提出，因公司本次非公开发行股票募投项目实施场地拟从长沙视谷实业有限公司购置，而公司控股股东、实际控制人长沙广播电视集团持有长沙视谷实业有限公司 16%股权，为避免利益冲突，其主动提出对相关议案回避表决。

（二）尚需履行的批准程序

1、有权国资主管部门审批同意本次非公开发行股票；

2、股东大会审议同意本次非公开发行股票；

3、中国证监会核准本次非公开发行股票。

在获得中国证监会核准后，公司将向上交所和中国证券登记结算公司上海分公司申请办理股票发行、登记和上市事宜，完成本次非公开发行股票全部呈报批准程序。

第二节　董事会关于本次募集资金运用的可行性分析

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金总额不超过 70,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	新媒体内容制作及运营项目	45,216.52	45,216.52
2	马栏山视频文创产业园总部基地项目	16,016.84	16,016.84
3	补充流动资金	8,766.64	8,766.64
合计		70,000.00	70,000.00

在不改变本次募集资金拟投资项目的前提下，经上市公司股东大会授权，上市公司董事会可以对上述单个或多个投资项目的募集资金投入金额进行调整。若本次非公开发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入总额，上市公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由上市公司自筹解决。本次非公开发行募集资金到位之前，上市公司将根据募投项目实际进度情况以自有资金或自筹资金先行投入，待募集资金到位后按照相关规定程序予以置换。

二、本次募集资金使用的必要性和可行性分析

（一）新媒体内容制作及运营项目

1、项目基本情况

本项目预计项目总投资金额为 45,216.52 万元，使用募集资金投入 45,216.52 万元，实施主体为中广天择传媒股份有限公司，拟建设周期为 1.5 年。

2、项目实施的必要性

（1）本项目的投资是顺应行业发展趋势的必然选择

近年来以传统电视业和视频网站为主导的视频行业格局发生了变化，总体来看，传统业务下游电视台客户购买力出现疲态，电视台广告经营总体增长放缓。根据中国广播电视网络有限公司发布的数据，2019 年第三季度我国有线电视用户规模已从 2016 年一季度的 25,216.8 万户下滑到 21,245.5 万户。其中，有线数字电视用户规模从 2016 年一季度的 20,577.8 万户下滑至 19,273.4 万户；有线数字电视付费用户规模从 2016 年一季度的 16,803.4 万户下滑至 2019 年三季度的 14,539.4 万户。除此以外，2018 年下半年广电总局先后出台相关规定：限制演员高片酬、限制演员的阴阳合同、取消演员工作室的税收优惠、敦促影视剧公司补税等。严格的监管之后，市场的剧集供给开始减少，传统电视媒体收视率下滑，使得广告主客户投放意愿下降。

随着互联网特别是移动互联网的持续发展，网络视频时代已经来临。根据 CNNIC 发布的第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》统计数据，截至 2019 年 6 月，我国网民规模达 8.54 亿，较 2018 年底增长 2,598 万，互联网普及率达 61.2%，较 2018 年底提升 1.6 个百分点，其中网络视频用户数量为 7.59 亿，较 2018 年底增长 3,391 万，占网民整体的 88.8%。；短视频用户数量为 6.48 亿，占网民整体的 75.8%；网络直播用户数量为 4.33 亿，较 2018 年底增长 3,646 万，占网民总体的 50.7%。

网络视频的快速普及以及内容产业视频化趋势的发展，使得网络视频内容产业出现爆发式增长，市场规模持续快速增长，具有巨大的商业化价值。根据中国网络视听节目服务协会发布的《2019 年中国网络视听发展研究报告》，2018 年网络视频市场规模达到 1,871.3 亿元，其中短视频市场同比增加 744.7%，网络直播市场同比增加 17.16%。

2014-2018年视频内容市场行业规模
1500.00
1000.00
500.00
0.00
49.30
348.80