

(上接C6版)

本次发行前后的股本结构
(一)本次发行前后的股本结构
本次发行前,本公司总股本为109,961.52万股。公司首次公开发行股票274,903,797,占发行后总股本的比例为20.00%。本次发行公司原股东不公开发售股份。

Table with columns: 序号, 股东名称, 发行前, 发行后. Lists shareholders and their shareholdings before and after the IPO.

(二)发行人前十名股东

Table with columns: 序号, 股东名称, 持股数量, 持股比例. Lists the top 10 shareholders of the issuer.

四、发行人的主营业务情况

(一)主营业务
公司是国内首家从事电影发行业务的民营企业,深耕影视行业多年,不断向产业链上下游延伸,现已成为行业内知名的全产业链布局的影视集团。公司的主要业务为电影的投资、发行、院线及影业业务。

(二)公司主要产品或服务

1. 投资业务

投资业务为主营业务和参股业务。
(1) 主投业务
主投业务,也称主投主控业务,是指公司作为影片的发起人和主要投资人,从影片的选题策划、立项筹备、其他投资方引入、预算编制及管控、关键前期人员选择等方面全面把控影片的投资及制作工作;对于影片的具体拍摄及后期制作等环节,公司采用外聘制公司的方式完成。影片上映后,公司负责按协议分成或支付参与方的收益。

报告期内,公司主投并上映的影片共计6部,累计实现票房收入119.17亿元,其中票房超过10亿元的影片4部,票房超过1亿元的影片6部。《中国机长》改编自四川航空3U8633迫降的真实事件,记录平凡英雄们的非凡瞬间,在2019年度国产影片中票房排名第二,在中国电影史上票房排名第十五;《烈火英雄》真实还原“大连7·16油轮火灾”现场实景,致敬消防队伍用生命守护人民财产安全的无私精神,在2019年度国产影片中票房排名第七。《中国医生》根据2020年抗击新冠肺炎疫情真实事件改编,讲述了中国各地的医护人员英勇抗击新冠疫情的故事,为2021年暑期档票房冠军,在2020年度国产影片中票房排名第七,《长津湖》抗美援朝战争第二次战役中的长津湖战役为背景,讲述了在极寒环境下中国人民志愿军英勇作战扭转战局态势,成为中国影史票房冠军。公司主投的主旋律题材影片在中国电影市场占有重要地位。

发行人主投的都市情感悬疑电视剧《阳光之下》于2020年12月26日在芒果TV播出,实现了口碑和收益的双丰收。

(2) 参股业务
参股业务为公司投资由其他方发起的影视项目,并在发行上映后,按投资比例或协议约定比例获得影片收益。

报告期内,公司参投并上映的影片共计14部,累计实现票房收入102.02亿元,其中票房超过10亿元的影片4部,票房超过1亿元的影片6部。《我和我的祖国》在2019年度国产影片中票房排名第一,在中国电影史上票房排名第十一;《飞驰人生》在2019年度国产影片中票房排名第六;《我和我的家乡》在2020年度国产影片中票房排名第一,《我和我的父老》在2021年度国产影片中票房排名第二。

报告期内,公司参投的动画电影《哪吒之魔童降世》于2020年春节期间在网络视频网站爱奇艺、腾讯视频联合播放。

2. 发行业务

发行业务分为代理发行和保底发行。
(1) 代理发行业务
代理发行业务是指公司从电影发行商或其授权方取得影片的代理发行权,进行影片的宣传推广及销售工作,并按影片票房收入的约定比例取得代理发行佣金。

报告期内,公司代理发行的影片共19部,累计实现票房收入151.41亿元,其中票房超过10亿元的影片5部,票房超过1亿元的影片8部,典型影片包括《长津湖》《中国医生》《中国机长》《飞驰人生》《烈火英雄》等。

此外,公司于2015年11月与好莱坞娱乐金融公司TSG及美国六大电影公司之一的20th Century Fox合作,通过参与投资获取海外发行权在国内的发行代理权,与国内市场接轨,进一步提升提高了公司发行业务的收入和市场份额。

(2) 保底发行业务

保底/保底发行业务是指公司通过一次性支付固定价款或承诺保底价款的方式取得影片的宣传权,并负责影片的宣传推广及销售工作。

报告期内,公司保底/保底发行并上映影片共11部,累计实现票房收入28.49亿元,其中票房超过10亿元的影片2部,票房超过1亿元的影片3部。报告期内,公司保底发行的有影响力的影片包括《阿修罗》《叶问:宗师传奇》《决战中途岛》等。

3. 院线业务

公司于2019年2月18日同意受让中国电影集团的《关于同意受让博纳电影院线有限公司的议案》,获得电影院线经营权,以对资方控股或者全资加盟方式加入院线的影院进行统一品牌、统一排片、统一经营、统一管理。

截至2021年12月末,博纳院线旗下共有加盟影院108家,银幕905块。其中,资产控股型自有影院共有92家。

4. 影院业务

影院是电影产业链中最为重要的一个终端,影院主要为观影观众提供影片放映服务,同时还从事餐饮、食品、衍生品销售等服务以及贴片广告、场地广告等业务。

截至2021年12月末,公司共拥有自有开业影院101家(包括海外影院1家),银幕总数841块。2021年,公司旗下影院实现票房收入7.51亿元,市场占有率为1.60%,位列国内影院公司第九名,平均上座率居于行业前列。

公司采用一流的放映技术标准,拥有先进的数字放映系统、音响系统和银幕,从环境材料到灯光音响设计,从放映技术和观影舒适度上,全方位保障观影的观影品质。公司与世界放映技术领先的IMAX公司达成战略合作,截至2021年12月末,公司影院拥有25块中国巨幕,28块IMAX巨幕以及15个由博纳自主研发的BONA ONE影院,2个CINITY高帧率影院和10个SCREENX影院。

公司高度重视控股影院“博纳影城”的品牌建设,通过技术升级、系统管理、精细化运营等措施,提升放映技术及服务质量,保持在放映终端市场的竞争力。公司的升级影院品牌“博纳X”已成功进驻上海外滩金融滩、马来西亚吉隆坡云顶Sky Avenue酒店、重庆长寿区、天津滨海M11等高端地段,未来将持续利用自身产业链的优势为观影群众提供更多定制及差异化服务。

随着公司院线管理日渐成熟及规模化效应显现,影院业务收入逐年稳步上升,成为稳定持续的现金流来源。未来公司将进一步加快现代化多厅国际影院运营布局,提升影院经营业务市场排名,通过下游业务的持续扩张拉动上游业务,从而实现电影业务的全产业链协同发展。

公司旗下的影院均为控股型影院,目前主要加盟博纳院线,部分加盟第三方院线,并由院线公司统一管理。

(三) 行业竞争情况

公司业务覆盖了投资、发行、院线和影院环节,综合行业内电影公司票房收入和产业链覆盖情况,将主要竞争对手确定为中影股份、上海电影、万达电影、华谊兄弟和光线传媒。其中中影股份、上海电影是国内企业,万达电影、华谊兄弟、光线传媒和光线传媒属民营企业。下表是行业内主要竞争对手产业链覆盖情况:

Table with columns: 序号, 企业名称, 产业链覆盖环节. Lists competitors and their business segments.

上述同行业公司可与发行人均根据自身特点选择了发行产业链的某些环节开展业务,相同环节的运作方式无重大差异。

1. 中国电影股份有限公司

中影股份于2010年由中影集团联合中国国际电视总公司、央广传媒发展总公司、长影集团有限公司、江苏省广播电视集团有限公司、北京歌华文化电视网络股份有限公司、湖南电广传媒股份有限公司、中国联通网络电视集团有限公司等7家单位共同发起设立。中影股份业务涵盖影视剧制作、电影发行、电影放映及影视服务四大业务板块,涉及影视剧制作、发行、营销、院线、器材生产与销售、放映业务拓展、演艺经纪等众多业务领域,与世界二百多个国家和地区的数百家著名电影企业有着紧密的合作关系。2016年8月9日中国电影股份有限公司在上海证券交易所挂牌上市。

中国电影股份有限公司近年来创作生产了各类影片百余部,电影代表作有《狼图腾》《百团大战》《中国合伙人》《建国大业》《建党伟业》等,电视剧代表作有《恋恋不忘》《大路上》《大平原》等。中影股份旗下国家数字制作基地技术先进,设施完善,拥有世界级规模的摄影棚,全数字化的电影后期中心,具备电影声音制作、画面剪辑、数字中国制作、视觉特效制作、动画制作等完善的电影制作能力。中影股份拥有全国最大的数字电影发行管理平台和,在数字影片发行领域占据市场主导地位,近年来发行了近千部国内外影片。

截至2021年末,中影股份拥有直营控股影院共138家,银幕1,048块。中影股份旗下的控股院线、参股院线共有银幕20,687块和260.15万座席位。

2. 上海电影股份有限公司

上海电影成立于1994年,于2016年8月17日上海电影在上海证券交易所上市。上海电影的主营业务为电影发行及放映业务,具体包括电影发行和版权销售,院线经营、影院投资、开发和经营,广告营销、电子票务、技术服务等业务,形成了“专业化发行公司+综合型院线+高端影院经营”的完整电影发行放映产业链。

2021年,上海电影参与了包括《悬崖之上》、《大城小事》、《天书奇谭4K纪念版》等影片的发行业务。截至2021年12月末,上海电影拥有已开业直营影院“SFC上影影城”共54家,银幕数共计392块,旗下院线和院线加盟影院总数为724家,银幕总数共计4,633块。

3. 万达电影股份有限公司

万达电影成立于2005年,于2015年1月22日在深圳证券交易所创业板上市。2019年5月,万达电影收购万达影视传媒有限公司,目前万达电影主营业务为影院投资建设、电影投资制作、发行、放映及相关衍生业务,影视制作及发行、游戏发行等。

2021年万达电影实现票房收入62.2亿元(不含服务费),较2019年同期下降20.0%,观影人次1.6亿,较2019年同期下降2.2%。截至2021年末,万达电影拥有已开业直营影院700家,6,750块银幕,其中直营影院699家,6,063块银幕。2021年万达电影主投主控的《唐人街探案3》(误杀2)《海底一万里》《火灼灼》《大儿子和小爸爸4》等多部电影,其中《唐人街探案3》累计实现票房超45亿元。

4. 华谊兄弟传媒股份有限公司

华谊兄弟成立于2004年,于2009年10月30日在深圳证券交易所创业板上市。华谊兄弟主要从事电影的制作、发行及衍生业务;电视剧的制作、发行及衍生业务;艺人经纪及相关业务。

2021年,华谊兄弟出品上映了《温暖的抱抱》《侍神令》《盛夏未来》《铁道英雄》、《古画师之掠宝清单》等影片。

5. 光线传媒股份有限公司

光线传媒成立于2000年,于2011年8月3日在深圳证券交易所创业板上市,主营业务为电视节目和影视剧的投资制作和发行业务。同时,也参与影片投资和制作。2021年,光线传媒上映了《紧急救援》《明天会好的》《你的婚礼》《阳光姐妹淘》《革命》等五个档期的影片,《你的婚礼》和《革命》等影片在行业内取得较好成绩。

(四) 发行人在行业中的地位

公司深耕影视行业多年,是行业内少数完成完整产业链布局的影视行业领军企业,实现了全产业链条的闭环且相互协同发展,多项业务在行业中名列前茅。

1. 投资业务

报告期内,公司投资并上映的影片共有20部,累计实现票房收入221.19亿元,取得了良好的商业成绩。其中,直营票房10亿元的国产影片8部,占全国票房超过1亿元的国产影片总量的66.7%,实现票房占比30.27%;票房1亿元的国产影片11部,占全国票房超过1亿元的国产影片总量的5.95%,实现票房占比18.14%。公司体现了对于上游商业大片方面的市场优势,多部影片成为年度爆款,获得了市场的高度认可,其中《长津湖》位居国产影史票房冠军,《红海行动》和《中国机长》在中国电影史上票房收入分别排名第九和第十五,《长津湖之水门桥》仍在公映中,目前实现票房收入超过40亿元,排名中国电影史第八。

在取得票房佳绩的同时,公司多部影片在第十七届中国电影华表奖,获奖数量在民营电影公司中位居前列。其中,《红海行动》获得第17届中国电影华表奖优秀故事片、中宣部第十五届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖,第34届大众电影百花奖最佳故事片奖,第14届中国电影金鸡奖最佳影片奖,第32届中国电影金鸡奖最佳导演奖等;《中国机长》获得第32届东京国际电影节中国电影最佳影片奖,第15届中美电影节最佳影片奖;《无双》获得第14届中国电影年度优秀影片奖,第30届香港电影导演协会最佳导演奖,第38届香港电影金像奖最佳影片及最佳导演奖等;《明月几时有》获得第37届香港电影金像奖最佳影片及最佳导演奖,第17届中国电影华表奖优秀故事片等。

以《智取威虎山》为开端,公司开创了近年来真实事件改编的主旋律题材电影商业化的新篇章。公司的“山河水三部曲”系列电影《智取威虎山》《湘公湘妇》及《红海行动》,成为弘扬时代精神,引领主流价值观的主旋律题材代表作,屡获国内外大奖。2019年,在中宣部及国家电影局的指导和支持下,公司精心打造的主旋律系列电影“中国新三部曲”《中国机长》《烈火英雄》及《决胜时刻》,成为中国电影特别推荐的“中国庆祝新中国成立70周年献礼影片”中的三部,上述影片汇聚众多知名主创演员,合计实现票房收入4.7432亿,取得了票房和口碑的双丰收,成为中国主旋律电影商业化的典范,为行业树立了新的标杆。

在2021年度庆祝一百周年之际,公司再次推出主旋律系列电影“中国胜利三部曲”,其中《中国医生》讲述全国医护人员英勇抗击新冠疫情的故事,票房收入超过13亿元,夺得2021年暑期档票房冠军;讲述抗美援朝的史诗级战争巨制《长津湖》国庆档期上映,形成了“中国人,不可战胜的英雄神话”,该影片以57.75亿元的票房成为中国影史票房冠军及2021年全球票房冠军。

2. 发行业务

公司是首家从事电影发行业务的民营企业,优秀的发行能力是公司的传统核心竞争力。自成立以来,公司已发行影片超过250部,成为了累计票房先突破400亿元的民营企业发行公司,除2020年及2021年由于新冠疫情常态化防控影响外,近年来公司发行影片票房总额及票房占比总体呈现上升趋势,具体情况如下图所示:



发行国产影片数量及总体情况

公司每年发行影片均稳居民营发行公司前三名,2019年至2021年,发行并上映的国产影片共18部,累计实现票房175.21亿元,其中,2019年公司发行国产影片累计票房4.8089亿元,占2019年国产电影票房收入的19.65%;2021年公司发行国产影片票房收入75.62亿元,占2021年国产电影票房收入的18.94%。公司发行的影片题材丰富、类型多样,全面覆盖了国内各个重要档期,取得了优异的票房成绩及良好的市场口碑。

3. 院线业务

公司于2019年2月取得了《关于加快电影院建设促进电影市场繁荣发展的意见》出台后的第一张电影院牌照。2019年4月首家影院正式挂牌博纳院线,截至2021年12月末,博纳院线旗下加盟影院共108家,银幕905块,其中资产控股型自有影院92家,外部签约加盟影院16家。博纳院线旗下加盟影院于2021年实现营业收入1.36亿元,放映场次151.15万场次,年度观影人次超过1800万,单银幕产出80.95万元。根据普华永道数据,在2021年票房收入前500名的影院中,博纳院线旗下加盟影院位列16家。未来,随着自有影院数量和票房增长以及公司院线加盟业务的拓展,院线市场份额及排名有望进一步提升。

4. 影院业务

截至2021年12月末,公司已在北京、上海、杭州、宁波、重庆等城市投资建设并管理101家五星级标准现代多厅影城,银幕总数841块,在全国主要电影票市场中完成了初步业务布局。

五、发行人的资产权属情况

(一) 固定资产

1. 固定资产构成
公司拥有的固定资产主要包括房屋及建筑物、电影放映设备、营运专用设备、运输设备、电子设备及办公设备等,其中电影放映设备占比最高。电影放映设备包含的主要内容为放映机及服务器、银幕系统、还音系统、激光灯机等,其中没有经营租赁的设备。截至2021年12月31日,公司及下属子公司拥有的各类固定资产情况如下表所示:

Table with columns: 类别, 账面原值, 累计折旧, 减值准备, 账面价值, 成新率. Lists fixed assets and their depreciation.

注:成新率=账面价值/账面原值*100%

2. 主要设备

公司经营使用的主要设备为放映设备及音响设备,主要包括数字放映设备、IMAX 放映设备、3D 放映设备、电影还音设备、4D设备、礼品设备等。公司数字放映设备、音响设备总体状况良好,除正常更新、修理外,未存在重大报废等对公司经营造成重大影响的情形。

截至2021年12月31日,本公司主要设备情况如下:

Table with columns: 设备类别, 账面原值, 账面净值, 成新率. Lists major equipment and their values.

3. 房屋建筑物

(1) 自有房屋建筑物
截至2021年12月31日,公司下属子公司拥有2项房产,具体情况如下表所示:

Table with columns: 序号, 所有人, 房产证编号, 地址, 规划用途. Lists owned real estate.

注:红划大厦门下自有房屋不动产权手续正在办理中。

(2) 租赁房屋建筑物

截至招股说明书签署之日,公司及子公司向第三方承租的主要办公、经营用房共12处,租赁面积为538,766.93平方米。

(二) 无形资产

1. 商标
报告期内,公司及控股子公司共拥有44项注册商标。

2. 著作权
报告期内,公司及控股子公司共取得了10项电影的著作权。

六、同业竞争和关联交易情况

(一) 控股及参股企业

1. 实际控制人控制的企业
公司主营业务为电影业务、影院业务。公司控股股东、实际控制人于冬所控制的除发行人以外的企业均未从事电影业务及影院业务。

2. 实际控制人关系密切家庭成员控制或可能施加重大影响的企业
(1) 金巧巧控制企业,实际控制人:金巧巧。截至本招股意向书签署之日,金巧巧设立了主体经营实体象山金巧巧文化传媒工作室,金巧巧与其母亲于晓梅合计持有北京巧巧传媒餐饮管理有限公司100%的股权。金巧巧之母于晓梅持有北京巧巧影视文化传媒有限公司(以下简称“巧巧影视”)99.2%的股权和甜文化传媒(北京)有限公司66.67%的股权。上述四家主体的经营范围与发行人的主营业务不存在重合。截至本招股意向书签署之日,巧巧文化传媒(北京)有限公司已注销,2018年9月,金巧巧及其父母与无关关联方签订了关于股权转让协议,巧巧影视股权转让的主要原因为避免与发行人存在潜在的同业竞争,转让具有合理性,股权转让真实、有效,与发行人及其控股股东、实际控制人不存在其他特殊利益关系。

(2) 本公司控股股东、实际控制人鲍旭(女)为于东辉,截至本招股意向书签署

签署日,于东辉设立了个体经营实体上海故人来影视策划工作室(已于2020年5月11日注销),安吉故人来影视文化工作室(已注销);上海故人来影视文化工作室及安吉故人来影视文化工作室的经营范围与发行人的主营业务不存在重合。东辉博瑞影视文化传媒(北京)有限公司(以下简称“东辉博瑞”)的原股东结构系于东辉持股51%、吴孟瑞持股49%。为避免与发行人存在潜在的同业竞争,2017年11月,于东辉与吴孟瑞协商一致,将其持有的东辉博瑞51%股权全部转让给吴孟瑞,并退出东辉博瑞的运营管理。东辉博瑞对外转让的主要原因为避免与发行人存在潜在的同业竞争,转让具有合理性,股权转让真实、有效,与发行人及其控股股东、实际控制人不存在其他特殊利益关系。

股权转让前,东辉博瑞除中央宣传部电影卫星频道节目制作中心(即“CCTV6电影频道”)以下简称“电影频道”外,发行人及主要客户不存在;东辉博瑞的其他主要客户及供应商与发行人的主要客户及供应商不存在重合。电影频道系国内最大的电影电视版权采购商,由中央宣传部实际控制,与发行人不存在关联关系。东辉博瑞通过公开方式向电影频道销售电影版权,未利用发行人的客户资源,且其销售的电影版权系其独立取得亦与发行人无关,因此东辉博瑞与发行人部分客户存在重合具有合理性。

东辉博瑞的资产、人员、业务、财务、机构均独立于发行人,不存在影响发行人独立性或者构成利益冲突的情形;东辉博瑞最近三年的营业收入合计为6,000.96万元,占发行人近三年营业收入合计的7.6%,占比很小,不存在与发行人竞争业务机会的情形。东辉博瑞最近三年不存在利益输送和其他利益安排。

(3) 本公司控股股东、实际控制人鲍旭(女)之配偶为李琦芳,截至本招股意向书签署之日,李琦芳持有海宁星球影视有限公司30%的股权并担任经理,同时持有北京博纳文化传媒有限公司(以下简称“博纳文化”)100%的股权。海宁星球影视有限公司的经营范围与发行人的主营业务不存在重合,博纳文化的经营范围中包含“电影发行;摄制电影(单片)”,与发行人的主营业务存在重合。

除博纳文化的主要客户华夏电影发行有限责任公司(以下简称“华夏电影”)系发行人的主要客户外,报告期内,博纳文化的其他客户及供应商与发行人的主要客户及供应商均不存在重合。但华夏电影发行有限责任公司与博纳文化存在重合客户(另一家为中影集团),因此博纳文化与发行人的主要客户存在重合具有合理性,一较难回避。博纳文化主营的电影发行业务与发行人的电影发行业务不同,同为华夏电影发行行特定所适用的,符合电影发行行业的一般规律,因此博纳文化与发行人部分客户存在重合具有合理性。

博纳文化的资产、人员、业务、财务、机构均独立于发行人,不存在影响发行人独立性或者构成利益冲突的情形;博纳文化最近三年的营业收入合计不足一千万,2019年营业收入仅28.05万元,业务体量小,不存在与发行人竞争业务机会的情形。博纳文化与发行人部分客户存在重合具有合理性,不存在利益输送和其他利益安排。

综上所述,巧巧影视、东辉博瑞对外转让的主要原因为避免与发行人存在潜在的同业竞争,转让具有合理性,股权转让真实、有效,与发行人及其控股股东、实际控制人不存在其他特殊利益关系;东辉博瑞、博纳文化与发行人部分客户存在重合具有合理性,不存在利益输送和其他利益安排;李琦芳与其他鲍旭二姐之配偶李相相似业务,但因源于各自独立的业务与经营,彼此之间不存在控制(施加重大影响)的情形,上述三家亲属公司并不属于于冬控制的企业,报告期内,发行人的客户、人员、业务、财务、机构与上述三家亲属公司相互独立,历史沿革清晰,不存在影响发行人独立性或者构成利益冲突的情形,该三家亲属公司与发行人之间不构成同业竞争,其与发行人的主要客户及供应商不存在重合,并未损害发行人及发行人的合法权益,不构成本次发行上市的实质性障碍,发行人符合《首次公开发行股票并上市管理办法》中关于同业竞争和关联方的相关要求,发行人及发行人的实际控制人采取了切实有效的避免同业竞争的措施,并很好地履行了相关措施,能够有效避免发行人与关联方之间的同业竞争。

(二) 控股及参股企业实际控制人避免同业竞争的承诺
为了未来可能发生的同业竞争,保护投资者的权益,公司控股股东、实际控制人于冬已出具《关于避免同业竞争的承诺函》,承诺承诺:

1. 不直接或间接投资控股于业务与发行人及其全资、控股子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的企业、企业或其他机构、组织;

2. 不利用本人对发行人的控制地位,牟取属于发行人的商业机会;将尽一切可能之努力使本人其他关联方不从事与发行人及其全资、控股子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的业务;

3. 如本人直接或间接参股的公司、企业从事的业务与发行人及其全资、控股子公司有竞争,则本人将作为参股股东或从本人控制的企业参股股东等事项实施避免竞争的行为;

4. 不向其他业务及其他关联方及其全资、控股子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的企业、企业或其他机构、组织提供发行人及其全资、控股子公司的专有技术或销售渠道、客户信息等商业秘密;

5. 如果未来本人或本人控制的其他企业从事的新业务可能与发行人及其全资、控股子公司存在同业竞争,本人将本着发行人及其全资、控股子公司优先的原则与发行人协商解决;

6. 如本人或本人所控制的任何其他企业获得的商业机会与发行人及其全资、控股子公司主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的,本人承诺将上述商业机会让渡给发行人,在通知中所指定的合理期间内,如发行人及其他全资、控股子公司作出愿意利用该商业机会的书面答复,则本人及本人控制的其他企业将无条件放弃该商业机会,以确保发行人及其全体股东利益和全资、控股子公司不受损害;

7. 本人承诺函一经签署,即构成本人不可撤销的法律文件。如出现因本人违反上述承诺而导致发行人或其他股东权益受到损害的情况,本人将依法承担相应的赔偿责任;

8. 本承诺函自本人签署之日起生效,其效力至本人不再是发行人的控股股东或实际控制人之日为止。

(三) 关联交易

1. 采购商品/接受劳务情况

Table with columns: 关联方, 关联交易内容, 2021年, 2020年, 2019年. Lists procurement and services from related parties.

杭州博纳影视文化传媒有限公司 发行推广费 3,009.62 790.00 7,565.68

北京博纳影视文化传媒有限公司 服务费 323.54 314.23

上海阿拉丁巴影业有限公司 联合发行服务费 -85.62 39.06 6,130.31

阿拉丁巴影业有限公司 联合发行服务费 9,662.22 -0.72 3,187.62

北京阿拉丁巴影业有限公司 联合发行服务费、服务费 21,621.42 44.99 1,587.29

北京蓝天文化发展有限公司 宣发策划费 -43.25 635.86

上海三次元影业股份有限公司 影院推广费 667.00 -5.63

北京星耀影业有限公司 宣发策划费 - - 586.52

Distribution Workshop (HK) Limited 影片海外发行推广费 267.57 262.96 296.90

金巧巧 服务费 - - 30.31

上海星耀文化传媒有限公司 服务费 - 2.00 3.07

上海阿拉丁巴影业有限公司 服务费 6.27 20.00

上海阿拉丁巴影业有限公司(有限合伙) 影院推广费 3.40 24.74 15.20

天津长捷文化传媒(天津)文化传媒有限公司 影院推广费 - 43.24 8.59

下影博纳 影院推广费 - 2.19

北京博纳企业管理咨询有限公司(有限合伙) 下 影院推广费 - 8.19

山西星耀文化传媒有限公司 影院推广费 - 1.30

上海希映文化传播有限公司 影院推广费 - 0.60

安徽博纳影视传媒有限公司 影院推广费 - 1.55

杭州星耀影视文化传媒有限公司 影院推广费 - 1.15

北京博纳影视传媒有限公司 影院推广费 - 0.30

杭州博纳影视传媒有限公司 影院推广费 - 0.32

上海博纳影视传媒有限公司(有限合伙) 影院推广费 - 0.20

无锡木亦影视传媒有限公司 影院推广费 - 0.20

博纳博纳影视传媒有限公司 影院推广费 - 0.16

杭州博纳影视传媒有限公司 影院推广费 - 0.23

福建博纳影视传媒有限公司 影院推广费 - 0.08

Alpha Movie Limited 咨询费 - 17.25 100.10

A Health Group Film Company Limited 资料费 - 17.25 100.10

广州博纳影视传媒有限公司 资料费 - 3.25

根据委托发行合同相关条款, Distribution Workshop (HK) 有权从影片境外发行收入中抽取15%作为发行佣金。

报告期内,公司向杭州博纳票影文化有限公司(以下简称“杭州博纳票影”)支付的发行推广费主要系杭州博纳票影运营的“淘票网”(一家第三方网络电影售票平台)进行网络票务平台宣传推广及票务合作产生的费用。

2019年度,公司向阿拉丁巴影业(北京)有限公司(以下简称“阿里影业”)支付的推广费主要系影片《烈火英雄》(决胜时刻)《追龙II》的联合发行服务费。公司向上海阿拉丁巴影业有限公司(以下简称“上海阿里”)支付的推广费主要系影片《中国机长的联合发行服务费。

2020年度,公司向北京淘秀新媒体科技有限公司支付的推广费主要系公司就影片《紧急救援》《热血燃烧》(长津湖)期间其采购的微博、微信宣传推广服务费。

2021年度,公司向上海三次元影业(北京)有限公司采购的主要系影片《长津湖》的制片统筹服务费。公司向阿拉丁巴影业(北京)有限公司采购的主要系影片《中国机长》支付的推广费主要系影片《长津湖》和《中国医生》的联合发行服务费。

报告期内,发行人经常性关联交易中采购商品/接受劳务类的关联交易内容及占比情况如下:

Table with columns: 关联交易内容, 报告期同类关联交易金额合计, 同类交易分类, 报告期内同类关联交易金额合计, 关联交易占同类交易的比例, 关联交易金额占期末净资产的比例. Lists procurement and services from related parties.

发行推广费 11,265.30 影院推广费/发行推广费 30,404.00 37,599.66

宣发策划费 12,732.51 影院推广费/发行推广费 14,342.70 88,759.64

宣发策划费、服务费 3,339.49 影院推广费/发行推广费 23,295.05 16,466.56

影院推广费 104.17 影院推广费/发行推广费 4,140.15 2,524.26

影片海外发行佣金 760.43 影院推广费-其他 3,654.71 20,814.81

管理费 234.70 管理费/中间服务费 8,794.44 2,674.36

招待费 36.98 影院推广费-