

中视传媒股份有限公司

关于控股子公司的重大事项公告

中视传媒股份有限公司（以下简称“中视传媒”、“公司”）股权分置改革方案于 2006 年 6 月经公司相关股东会审议通过。中央电视台作为中视传媒的实际控制人，在公司股权分置改革过程中做出了特殊承诺，即：“自股权分置改革方案实施之日起，一年内延长与中视传媒的关于中央一套、八套及十套已有的广告代理权的合同时限至 2011 年 12 月 31 日。”上述广告代理业务的原合同有效期均已到期。根据我公司业务发展战略，我公司控股子公司——上海中视国际广告有限公司（以下简称“中视广告”）将与中央电视台及其下属单位继续开展广告代理业务。根据上海证券交易所《股票上市规则》和本公司《关联交易决策制度》的有关规定，中视广告与中央电视台及其下属单位之间发生的广告代理业务构成关联交易。

一、关联交易概述

我公司控股子公司（中视广告）与我公司实际控制人中央电视台及其下属单位（中国国际电视总公司）就广告代理项目开展业务合作。

二、关联方介绍

1、甲方：

中央电视台及其所属部门广告部

中央电视台下属公司：中国国际电视总公司。

2、乙方：

上海中视国际广告有限公司

三、交易内容

1、乙方将全权代理中央电视台一套黄金时段 2 集电视剧片尾鸣谢标版广告

(约 20:45 和 21:40) 的征订事宜, 合同期自 2007 年 1 月 1 日起, 至 2011 年 12 月 31 日止。

2、乙方将全权代理中央电视台电视剧频道黄金时段电视剧(2 集)片尾鸣谢标版广告的征订事宜, 合同期自 2007 年 1 月 1 日起, 至 2011 年 12 月 31 日止。

3、乙方将独家代理中央电视台 CCTV-10 套科教频道全部广告资源, 合同期自 2007 年 1 月 1 日起, 至 2011 年 12 月 31 日止。

四、交易金额

乙方应缴纳的广告代理费金额一年一确定, 其中: 2007 年度应缴纳的关联交易金额将不超过 2.1 亿元, 已纳入公司 2007 年度日常关联交易框架(参见临 2007-11 号公告), 详细内容已刊载于 2007 年 4 月 30 日的《上海证券报》、《证券时报》和上海证券交易所网站 www.sse.com.cn。

五、交易方式

在开展广告代理业务时, 乙方将按甲方任一方或多方通常的广告管理制度, 依据所经营广告时段的不同, 获取相应的代理折扣或买断价格。

六、定价原则

对于广告代理业务, 其价格执行甲方对外执行的统一价格并按甲方确定的甲方与其他无关联代理商相同的代理分成办法确定分成比例或者买断价格。

七、风险及控制

1、政策风险, 国家有关法律、法规、条例等规定, 影响到广告市场总量发生巨变等造成对广告经营收入的影响;

2、市场方面, 因竞争加剧, 造成价格浮动而影响广告经营收入。

3、版面调整可能带来的风险, 关联方每年频道版面都会有所调整, 从而影响到公司广告代理项目的收视率。

4、风险控制方面: 公司将大力开发多种销售方式(包括全年打包销售), 积极推进二级代理商的网络建设, 完善广告资源的市场销售通道, 以减少各种风险带来的负面影响。

八、作用和意义

上述关联交易将有助于实施公司的业务发展战略,有利于公司保持经营业绩的稳定增长。

关联方是国内最强势的广告媒体,占有国内收视份额的 33%以上,与关联方开展广告代理项目的业务也是正常的市场行为。

九、关联人回避事宜

1、作为关联方董事在董事会审议上述关联交易时,按《公司法》规定回避表决。

2、我公司股东大会审议上述关联交易时,关联股东将回避表决。

3、公司独立董事徐海根、谭晓雨、赵燕士对上述关联交易发表了独立意见,参见临 2007-18 号公告附件二。

中视传媒股份有限公司

二零零七年七月五日