

本号：V4.0.202208

有 企业主体信 型（打分）



2022 年 8 月

有线电视企业主体信 型（打分）

一、修 明

合信估份公司（以下“合信”）关制度，为应业发展变化，完善业企业体，合信对企业主体信型不定和修。《企业主体信型（号：）》（以下“型”）以年《企业主体信型（号：）》为基修，已合信技委员会审，年。修主及：一完善了因及关价准，将括关因、发展性可持发展力因入；对了当，了分布合性。合信关于企业体与前型基保持一，因体和主保持不变，修不会对合信企业别产大影响。

二、打分 围

合信业企业主体信于，依《广例》，国家或广批准从事广传业务且拥分和户传公司或单位。

三、打分

合信先型（打分）分企业和务。型参在对业关和分基上得到，大度减少了中主因影响，升客度。其中，分以定性分为主，外境（括宏、区域、业），以及企业。务分以定分为主，几个关指化处；型将分与务分合，在合价基上得到

企业指。对于中一些以入型处同又对企业信况大影响，专家估，其影响大小对企业指别应，得到别。在别基上，合信会合受企业在各，与同业企业对，审专家充分和投，定受企业信。

合信打分形式对企业主体信。打分主多个及应化多个定性和定因所成，括对企业估和务估。其中，估括“境”和“争力”两分，务估括“”“”和“偿债力”三分。各又多个二因成。如，“境”分为“宏和区域”“业”两分，“争力”分为“基”“分”和“企业”三分，“”分为“利力”“产”和“”三分。合信业、业、业内企业、专家定企业二因主因子（即三因）及对应。

打分思：

先，合信对三因定因分、定性因分并打分（其中，三因低到分别为分，务三因低到分别为分），对各三因定加后，得到各二因得分。

一，对各二因定应，将各得分加，得到加后各合分：括“境因”得分和“争力因”得分，其中“境因”“宏和区域”和“业”加后合得分，“争力因”得分“分”、“企业基”和“企业”加后合得分；务括“偿债力”得分、“”得分以及“因”得分，其中“因”得分“利力”得分、“产”得分以及“”得分加后合得分。

其，各得分射（、）得到上因应，并合各因得到：“境因”得分和“争力因”得分，以及“偿债力”得分、“”得分以及“因”得分，射得到上因应，并合各因后价，得到各。外，如

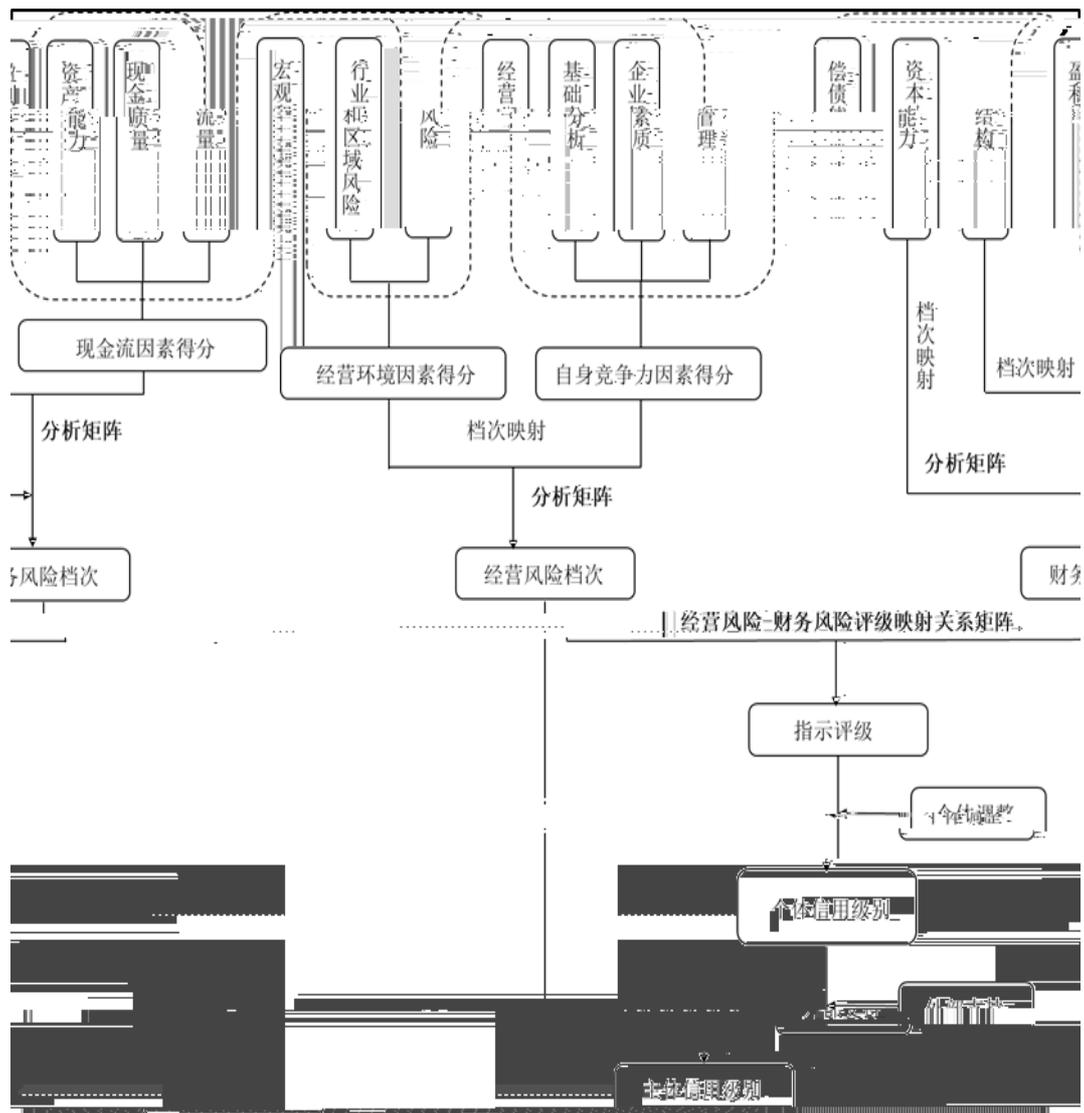
企业所处位在“竞争力”“偿债力”“”“”因临左右，可估后其位，信委做决。

再，各和分（）得到受企业和服务。得价和务价后，（）得到对应个体基别。值得意，型所得为“及以下”别，则信委决定企业别。

从，在得指后，个体因（）价准，对企业指，得到企业个体信别。

后，在企业个体信别基上，合外持（）价准，得出企业主体信别。

图1 合信 企业主体信 打分 图



1 企业主体 —— 各因 射

	境因 得分	争力因 得分
1 (常好)		
2 (很好)		
3 (好)		
4 (一)		
5 (弱)		
6 (常弱)		

2 企业主体 —— 务 各因 射

	偿债 力得分	得分	因 得分
1 (常好)			

5 企业主体 —— 务 分

偿债 力	因 与 价因						
	1	2	3	4	5	6	7
1 (常 好)							
2 (很好)							
3 (好)							
4 (一)							
5 (弱)							
6 (常 弱)							
7 (弱)							

发展	投产
	兼并

东实力，主 察 东 企业性、 东 业地位、 争 力、 务 况和可持
发展 力。

东 持 可 性，应 察 受 主体在 东 个 团 和发展战 中 地位和
性，具体可从下列 度 察：

- () 公司 厚且受 主体在 东 发展战、业务布局上 ；
- () 得 东、 产划拨和 持力度大，并 历史 持 录；

报) 分 , 且所 均为 年 加 平均值, 各 及 分别为 、 和 , 以反 一 内企业 况或 低异常值 影响。 企业仅存在 年合并报 及公司 报 , 则所 为 年 加 平均值各 及 分别为 和 。 企业仅存在 年合并报 及公司 报 , 则所 为 年合并报 及公司 报 。

打分 中 择、 值、 原则: () 择: 合 信工商企业信 总 、 企业信 , 合 业 , 性、可 作性 原则, 专家 后 所得; () 值: 企业 业 、 业 、 业内企业 因 , 历史 、 值、 业均值 , 专家 后 定各指 值: () : 业信 , 合 业 征及 性 。

四、有 企业指 打分 和 值 定

企业指 从 和 务 两个 价。

9 企业指 打分 - 价

一 因子	二 因子		二	三 因子	三
	境	宏 和区域		宏 和区域	
		业		业	
	争 力	基		业地位	
				户 (万户)	
		分		心业务 入 (亿元)	
				户均 入 (户)	
企业		人 平			

全 债务	(倍)		
------	-----	--	--

加快。同时，“三合一”、互联网媒体对用户形成分流，行业市场竞争加剧。

行业周期性和季节性不强，近年来，中国政府高度重视行业发展，制定了一系列鼓励、扶持性政策，与同行业技术发展同步，企业业务不断丰富，传输不断提升，从而使行业保持了强劲发展势头。受到互联网、信行业冲击，但

作为前人民群众主要娱乐休闲方式，行业周期性不强。

国家对广播电视行业实行统一领导、分级管理，主管部门为国家广播电视总局（以下简称“广电总局”）及地方广电局，广电总局全面负责行业管理工作，地方广电局对广播电视业务分级管理。国务院办公厅、广电总局、工信部及地方广电局出台对行业企业引导作用关键。

2. 竞争力

竞争力主要从基础、分和企业价值。

(1) 基础

企业基础主要指行业地位及用户。

行业地位

行业地位，企业运营模式为“一业一企”，一定区域垄断优势，企业对区域市场综合情况区域内企业行业地位，已完成一业一企合一企业区域内具备很强垄断优势，竞争实力很强。

用户

用户是企业主体。企业向用户提供基础广播内容传输业务，同时也提供付费及互动（增值）业务，并优先取基础增值保护，业务供应。在国家发改委、国家广电总局《基础保护办法》（发改价格〔2015〕2486号）指导下，各地基础保护价格准均各地物价局制定，价格对定，模式下入主在册户启动，

围广，户多，企业争力强。

11 户价参

三因子	6	5	4	3	2	1
户 (万户)						

(2) 分

分主心业务入、户均入(户)以及存周指。

心业务入

企业心业务入为入，心业务入大，公司抗市场动力强。

12 心业务入价参

三因子	6	5	4	3	2
-----	---	---	---	---	---

3. 企业

企业 主 从 人 和 平 两 价。

人

人 主 企业 出 和 之 一 套制度性安 ， 安
对企业 中 发展具 别 意义。 常，公司 完善， 作
、 ， 东 利得到 保 企业， 作 为 ， 利于实
企业 定发展。

平

平主 体 在公司 和制度 完善和执 情况，内
和 制情况，完 健全 、 制度 利于企业 及 。 常，

15 利 力 价参

三 因子	7	6	5	4	3	2	1
利 总 (亿元)							
业利							
净 产							

(2)

主 动 净 、 入 指 。

◇ 动 净 大，则企业 动 力 强。

◇ 入 (入 售商品、 供劳务 到 业总 入) 从 入 度反 售 入实 情况 指 ， 入 ， 企业 动 回 好， 利 好。

16 价参

三 因子	7	6	5	4	3	2	1
动 净 (亿元)							
入							

(3) 产

产 主 产总 、 动 产占 、总 产周 指 。

◇ 企业 产总 大，则 应 强，抗 力 强。

◇ 动 产占 (动 产占 动 产 产总) 企业 产 动性 平 指 ， 动 产占 ，企业 产 动性 好

◇ 总 产周 (总 产周 业总 入平均 产总) 主 企业 产 和利 。总 产周 ，企业 产 平和 。

17 产 价参

三 因子	7	6	5	4	3	2	1
产总 (亿元)							
动 产占 (%)							
总 产周 ()							

2.

- 主 所 、 产 债 、 全 债务 化 指 。
- ◇ 所 反 所 投入 保值增值情况， 企业债务 保 基 ， 所 ， 对债务 保 度 。
 - ◇ 产 债 （ 产 债 债总 产总 ） 企业利 债 人 供 动 力， 并反 企业 务 平， 在一定 围内， 产 债 ， 企业 债务 担 。
 - ◇ 全 债务 化 （全 债务 化 全 债务（ 债务 债务 所 ） ） 企业刚性债务 平 指 ， 在一定 围内， 全 债务 化 ， 企业 息债务 担 。

18 价参

三 因子	7	6	5	4	3	2	1
所 (亿元)							

- ◇ 流动负债（流动负债/流动资产）从程度反映企业当期偿付能力。流动负债，企业偿债力强。
- ◇ 利息倍数（利息倍数/利息支出）反映企业以息、折及前利对利息保障度。利息倍数，企业偿债力强。
- ◇ 全债务反映企业以息、折及前利对息债务偿付能力。全债务低，企业偿债力强。
- ◇ 全债务/流动净资产从企业资产负债程度企业偿债力指标。全债务/流动净资产值低，企业偿债力强。

19 偿债力价参

三因子	7	6	5	4	3	2	1
债务（倍）							
流动							<
利息倍（倍）							<
全债务（倍）							> 或<
全债务/流动净资产（倍）				,			> 或<

五、打分局性

合信对受主体情况判以其历史况、以及前导向为基，但受主体发展、变化及影响其偿债力内外因动态变化，些影响因素可与去、在大不同，因打分中对受主体信估不保完全准地其实。

为了免因打分完全实作业于复，中打分所列因可并完全括企业所因。实作业中会合其他因，括但不于务制、发事件

和季节性因素估。
打分所使用业务信息主要为历史，存在不确定性，打分受主体在，在受主体，打分并可失度。
打分所使用于受主体和定专业所供信息，因其真实性、完整性和可靠性将影响打分。
打分所列因子仅为建，实作业中可能存在因子与打分建不同情况，存在打分列因子情况。例如，打分中含定性因素，尽管人员在分会合且严制并合专家定性因素估，但始存在主观成分，因在实作业中可能会出现因子与打分建不同情况。打分中所列因子代了对性，但在些情境下，例如受主体，性可与打分中所列存在差异。
合信打分在别定中参作，但不会完全依打分定受对信。在参打分基上，合信将影响受对信其他因，并依技委员会投定受对信。
会关律、或其他性件不所和修，合信将定或不定审，修。