

评级方法

(2018 年版)

文化传媒行业

信用评级方法

业务风险

- 宏观因素
- 行业因素
- 竞争地位
- 盈利能力/同业比较
- 公司治理与运营管理

财务风险

- 风险容忍度/财务政策
- 会计政策
- 现金流状况
- 负债结构和资产质量
- 流动性/短期因素

调整因素

外部支持

其他/补充说明

新世纪评级根据国家统计局国民经济行业分类标准(GB/T 4754-2017)，并结合国际行业分类标准 GICS（Global Industry Classification Standard）和基本信用特征，确定了信用评级的行业分类标准。

新世纪评级的文化传媒行业包括出版业、发行、广播和电视运营、电影和影视录制及播放、文化艺术业、娱乐业几类子行业。目前具体涉及企业类别主要有：出版、发行、报刊及杂志、有线电视传输、广播网络、电视台运营、影视剧制作、广告公司、院线等。与本行业相关的企业信用评级可参考本评级方法。

新世纪评级的文化传媒行业信用评级方法从业务风险和财务风险两个维度，依据行业内企业信用分析所涉及的历史和当前数据与信息，对行业内企业的信用质量和信用稳定性进行定量和定性的综合分析、预测和评价，并充分考虑来自控股股东、所属集团、政府或大型金融机构等外部支持因素对企业个体信用质量的影响与程度。

新世纪评级的文化传媒行业评级方法全面考察了可能影响文化传媒企业信用质量的各类要素，充分体现了评级方法及其运用的一致性，以及评级结果的客观性。

本评级方法是对发布于 2015 年 12 月 2 日的《文化传媒行业信用评级方法》的更新，自发布之日起实施。

业务风险

宏观经济环境的变化会对文化传媒行业整体景气程度产生一定影响，但对各细分行业的影响程度不尽相同。

新世纪评级衡量文化传媒企业业务风险状况及趋势时较全面地考虑了宏观因素、行业因素、竞争地位、盈利能力/同业比较、公司治理与运营管理等要素，并重点关注这些内外部因素对企业现金流量的影响。

■ 宏观因素

任何企业的经营活动都是在一定的宏观经济环境中进行的，当外部的经济周期、货币和财务政策等因素发生变化时，发行人的信用状况可能会发生一定变化。新世纪评级考察的宏观因素包括两个层次：一是国别风险因素，新世纪评级会根据企业的核心资产分布、营业收入占比等因素或指标，综合衡量企业跨国业务运营所处宏观风险因素；二是中国境内运营企业所面临宏观经济波动给文化传媒行业带来的影响或风险，体现于新世纪评级对行业因素的风险判定。

消费者的总支出及文化传媒消费支出受到消费者对当前和未来经济状况判断的影响，从而使文化传媒行业间接受到宏观经济周期影响；其中，广告公司、依托广告实现收入的报刊及杂志、电视节目制作、电视台运营、广播网络等细分行业受宏观经济景气度的影响程度较突出。有研究发现：广告营业额与 GDP、社会消费品零售额、进出口贸易额、外商直接投资额、居民消费支出之间均存在正相关，尤其与 GDP 之间的相关系数比较高。通过对多家企业数据研究也发现，报刊等受房地产行业景气度影响较大，房地产调控，报纸相应的广告收入也明显下降。宏观经济不景气，电视节目制作企业广告收入下降也明显。

除以上外，国民收入水平、消费需求、人口增长以及政府产业政策等宏观环境对文化传媒的景气程度影响也较大。

■ 行业因素

新世纪评级从（1）经营环境和竞争态势，（2）增长和盈利趋势，（3）成本变化与风险事件，（4）融资环境变化与趋势，和（5）政府管制与法律风险等五个方面共 28 个指标对行业层面的信用风险进行衡量。行业信用风险的评估结果，体现的是相同宏观经济环境下不同行业之间信用风险差异。新世纪评级会定期更新行业信用风险评估结果。

新世纪评级对文化传媒行业的行业风险的分析是建立在分析行业主要特征的基础之上，根据行业内企业共有的信用特征分析各个子要素的风险情况，确定整体行业信用风险的大小。

（一）文化传媒行业的基本特征

1. 政策有利支持

文化产业是市场经济条件下发展社会主义文化的重要载体，已上升为国家战略性新兴产业，能持续获得政府政策的有利支持。

我国对文化产业一直采取轻税政策，具体表现为流转税实行低

文化传媒行业能够获得政策有利支持，且进入许可及监管较严。新媒体/新技术是行业的发展趋势。

税率、所得税采用优惠政策、财产税给予扶持政策。

2. 进入壁垒高

文化传媒行业与意识形态关联度高，我国一直严格控制进入者。行业内公司的成立、业务的开展多需相关行政部门审批与许可。

比如，出版发行单位、广播电视企业的设立需新闻出版广电部电影电视主管部门批准，出版、发行、广播电视传送、视频点播、网络视频、影片制作分别需获得出版许可证、出版物经营许可证、广播电视节目传送业务经营许可证、广播电视视频点播业务许可证、网上传播视听节目许可证、摄制电影许可证或摄制电影片许可证（单片）后方可从事相关业务。

文化传媒行业存在进入壁垒，但各细分行业壁垒的大小存在差异。传统媒体进入难度更大，间接受到把控或受众面小的细分行业进入较为容易。具体，有线电视网络、电视台运营、广播网络进入难度最大，出版、发行、报刊及杂志次之，广告、影视剧制作相对容易。

3. 政府监管严格

文化传媒行业监管部门众多，涉及的部门有宣传部委、新闻出版广电部电影电视主管部门、工业和信息化部、工商行政管理部门、教育主管部门、文化主管部门等。部分细分行业还涉及行业协会等自律性组织。总体来看，行业运营和发布内容受到的监管较为严格，但各细分行业监管部门、监管内容、监管强度又存在差异。

出版企业经营过程中选题、书号和条码管理、印刷和复制都受到监管。有线电视传送只能按照许可证规定的范围传输和转播节目。工商行政管理部门对广告内容进行审查并对违法广告行为进行行政处罚。我国实行电影剧本（梗概）备案和电影片审查制度，未经备案的电影剧本（梗概）不得拍摄，未经审查通过的电影片不得发行、放映、进口、出口。

4. 新媒体/新技术是行业的发展趋势

利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的新媒体不但对报刊、广播、电视等传统媒体形成冲击，其本身也日新月异，不断面临挑战。新媒体/新技术是行业的增长点及发展趋势。

（二）文化传媒行业信用风险

1. 经营环境与竞争态势

文化传媒各细分行业竞争态势各有差异，不具有区域性的细分行业竞争相对激烈。

如前所述，文化传媒行业发展和宏观经济存在相关性，但各细分行业相关度存在差异。其中尤以广告和通过广告实现收益的报刊、杂志、广播网络和电视运营关系紧密。

我国政府对文化传媒行业的管理较为严格，历史形成的行业管理体制包括属地管理、专业分工经营、行政许可管理。这种行政管理体制导致整个行业经营主体的经营范围都局限于产业链的某个环节、地区之间分割严重，存在区域化分割、行业化分

割和地方保护主义。由此也导致除个别细分行业，行业内企业多具有一定区域性，且通常只从事某一细分行业。区域性明显的包括出版、发行、报刊、有线电视传输、广播网络、电视台运营等，且有线电视传输、广播网络、电视台运营通常在区域内还具有一定垄断性；广告公司存在一定区域性；而影视剧制作区域性不明显。广告公司、影视剧制作进入门槛相对较低也导致相应细分行业内企业竞争激烈。

另外，随技术的发展，传统媒体受到新媒体的冲击也加大。电视、电脑、平板电脑、手机四屏互动为媒体发展提供了新的挑战和机遇。而推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营和管理等方面的深度融合，打造形态多样、手段先进的媒体企业为传统媒体企业后期发展方向。

2. 增长和盈利趋势

在国民经济和居民收入不断增加等因素拉动下，文化传媒行业增长预计会持续。

在国民经济增长和居民收入不断增加等因素的拉动下，文化传媒行业发展较为迅速；加之文化产业为重点支持行业，增长预计会持续。

在行业整体盈利情况方面，文化传媒行业毛利率相对其他行业居高。但因为知识密集行业，相较制造业，部分成本在期间费用中反映，所以也存在部分企业毛利率虽高，但期间费用尤其管理费用过高，对盈利造成负面影响。另外内容制造类细分行业资产的减值也是影响公司盈利的因素之一。比如图书出版后不能全部销售所导致的资产减值是影响出版行业盈利的一个重要因素。

3. 经营要素和成本

文化传媒各细分行业经营要素和成本虽有差异，但增加销售均是摊薄单位成本的关键。

文化传媒行业细分行业众多，但大致可分为内容制造类和平台渠道类。其中内容制造类涉及：出版、影视剧制作、广告内容制作等；平台渠道类涉及：有线电视传输、广播网络、电视台运营、院线、广告代理等。文化传媒行业都涉及经营许可，所以从业许可也是各细分行业进入壁垒，为行业内企业从事相关业务的首要经营要素。

内容制造类和平台渠道类的经营要素和成本存在差异。内容制造类涉及：业务许可、内容撰写或版权采购成本、印刷装订（拍摄）、纸张等物资载体采购成本。其中内容形成或版权是关键，是构成成本的核心因素，因此图书的重版、影视剧版权的多轮销售是相关行业盈利的关键。

平台渠道类的经营要素和成本包括：平台类经营许可、平台渠道的构筑、维护和升级等相应的支出、业务运营人工成本等。各类平台进入和构筑存在难度，由此也导致不同类平台之间存在差异。比如，有线电视网络的构筑资金投入大，且随技术发展数字整改也加重了资金压力。而随三网融合的推进，IPTV、OTT 等业务依托电信等，前期网络构筑支出则相应下降。提升客户数、用户数是平台渠道类企业摊薄单位成本、增加盈利的关键。

4. 融资环境变化与趋势

文化传媒各细分行业融资需求和环境存在差异。

文化传媒行业中有线电视传输前期及改造升级资金投入量大，而业务开展资金需求量小；出版图书所形成的存货对资金形成占用；院线前期装修涉及资金需求大，后续运营资金需求量小；影视剧制作、广告内容制作、报刊杂志主要为运营中所需资金；电视台运营、广播网运营资金需求量相对较小。有线电视传输企业为其中固定资产投资较大的企业，具有较大的融资需求。有线电视传输企业多为国有背景，融资渠道较顺畅。其他细分行业资金主要用于日常运营需求以及应对新媒体、新技术的转型支出，金额相对较小。

5. 政府管制和法律风险

文化传媒行业监管严格，知识产权问题是主要的法律风险。

文化传媒行业为监管严格的行业，从进入许可到后期业务开展都受到监管。相较于书刊、报刊，电视节目和影视剧受到监管的影响更为明显，如内容审查未通过，公司将面临相应的投资风险。

法律风险主要是知识产权的问题，版权的归属、盗版、侵权都对业务开展形成影响。侵权盗版现象屡禁不止，严重影响了出版、影视等行业的健康发展，造成相关行业发展动力不足、原创内容缺乏等一系列问题，并给相应企业带来经济损失。

■ 竞争地位

已具有一定市场地位、拥有规模优势、且创新及研发突出、已对新媒体有所准备的文化传媒行业企业抵御风险能力相对较强。

在考察影响我国文化传媒行业的宏观因素和行业因素后，新世纪评级将归纳出衡量行业内企业竞争地位的基本信用要素或特征，并进行相对信用风险比较和分析。影响文化传媒行业内企业竞争地位的信用要素包括（1）规模，（2）市场地位，（3）多样性，（4）人才及技术优势，（5）创新储备等。新世纪评级将设置衡量这些信用要素的具体指标，对其风险进行定量或定性分析，并对各要素进行权重设置，以最终判定文化传媒企业竞争地位方面的信用风险大小。

（一）规模

规模是公司竞争实力及抗风险能力的综合表现。

一个企业的规模直接决定了其现有及后续业务开展的空间，也决定了其抗风险的能力。文化传媒行业各细分行业企业在资产、收入规模上差异较大。

新世纪评级把企业的现有规模和近年的规模增长情况作为考察企业竞争地位的重要指标。此部分主要考察的子要素包括：主营业务收入、主营业务收入的增长幅度、总资产规模。

（二）市场地位

文化传媒行业多细分行业存在区域性，相关细分行业区域空间的大小通常决定其市场地位。

市场地位往往是企业竞争关系的结果，新世纪评级通常用企业主营产品渗透区域的大小、是否有新进入风险、产品品质以及市场排名进行分析。

文化传媒多细分行业存在区域性，出版（仅指教材教辅）、发行、有线电视传输、广播网络、院线区域特征明显，通常相关企业只是在某个省或市从事相应业务。比如出版发行通常垄断了对

应区域内中小学生的教材、教辅出版与发行；有线电视传输通常同一行政区由一家负责。报刊及杂志中地域性报刊、电视台运营中地方台也具有区域性。区域内企业在其区域内市场占有率高，外区域企业进入其所在区域难度大，其进入外区域难度也大。而区域空间也直接决定了其业务空间，进而决定了其市场空间。但新技术、新媒体形成冲击，从而对传统媒体市场地位也形成一定挑战。

上星电视台运营、影视剧制作等通常是在全国范围内进行，市场的影响力大，竞争较前述细分行业更为激烈。

此部分主要考虑业务开展区域范围、在相应行业公司的排名、产品品质情况、是否有新进入风险等。

（三）多样性

业务、产品、客户多样性可降低企业业务风险，但同时也对管理、人力资源等提出了要求。

业务多样性、产品系列多样性、客户多样性对企业降低风险有着重要意义。

文化传媒细分行业跨行业经营在一定程度上可分散行业风险，但目前国内相应公司中多数所开展业务仍主要集中于某一细分行业，部分向产业链上下游发展，部分开始涉足新媒体。大型出版集团除出版外，还从事发行、纸业贸易、报刊杂志业务；有线电视传输企业参与三网融合。个别影视剧制作企业也从事电视栏目制作。部分报刊及电视台下设自营广告公司。个别行业内企业还从事文化地产开发等。跨行业有利于分散风险，但跨行业也给企业带来了管理风险。

从事单一细分行业的部分企业产品线单一、产品单一，收入实现在各年度间波动性大，比如规模较为有限的影视剧制作企业对单一影视作品的依赖。产品多样性有利于提高企业抗风险的能力。

文化传媒个别细分行业客户依赖性大，比如广告类企业对其前五大客户的依赖，客户的多样性是影响相关企业盈利稳定性的重要因素。

此部分主要考察的子要素包括业务板块多样性、产品多样性、客户多样性等。

（四）人力及技术优势

人力及技术优势是多细分行业核心竞争力的体现。

内容制造类细分行业产品品质这条生命线较普通制造企业更明显。比如出版、影视剧制作、报刊杂志，广告制作，每件产品都可以说是一件新产品，每件产品都是创新，且要把握读者、观众的爱好、潮流。相关企业的人力资源及其所拥有能力是其竞争力的体现。但创造能力的评判难度较大，可从公司历史经典作品情况、人才情况、公司创新体制来推测，但推测不一定准确。

平台渠道类细分行业技术要求相对较高，在各种新技术、新产品和新业务不断涌现的时代，研发和技术能力也是影响平台渠道类企业竞争力的一项因素。

此部分主要考虑公司人力资源情况、人才储备、对新技术的引进及研发情况等。

新媒体是行业未来的发展方向，对其已有探索和储备的企业将更有发展前景。

新世纪评级更为重视企业主业的盈利情况，并关注企业盈利与经营水平的匹配程度，以及在同行业内企业盈利所处的水平。

公司治理的合理性和有效性关系到企业的长期生存和发展。

（五）创新储备

随科学技术的日新月异，新媒体等新生事物代表了行业新的发展方向，对传统媒体形成挑战的同时，也助推了行业的增长。对新业务、新技术进行创新储备、积极转型的企业必将能获得先机，在新的领域形成竞争力。因此是否进行创新储备是影响文化传媒企业后续业务发展的一个重要因素。

此部分主要考虑行业受新媒体的冲击以及公司的应对措施。

■ 盈利能力/同业比较

盈利能力是企业现金流的来源，是企业业务能力的一个重要表现，也是企业偿债能力的根本保障。新世纪评级在分析盈利性时关注企业盈利与其业务水平的匹配程度，以及在同行业内企业盈利所处的水平。

新世纪评级在考察行业内企业的盈利时关注主营业务的盈利水平，为了剔除政府补助等非经常性因素的影响，新世纪评级采用营业收入、毛利率指标对行业内企业的主营业务盈利情况进行综合考察。期间费用率指标反应了企业的三费控制情况，能在一定程度上反映公司的管理效率。

新世纪评级主要采用定量分析方式对文化传媒企业的盈利能力进行衡量，具体指标包括：（1）营业利润率，（2）毛利率，（3）净资产报酬率。

■ 公司治理与运营管理

新世纪评级把企业的公司治理与公司管理归为定性指标，考察的范围包括企业的股权状况，三会是否齐全，组织架构是否清晰合理，管理结构是否适应企业的日常经营等。

新世纪评级认为，公司治理的合理性和有效性关系到企业的长期生存和发展。由于我国文化传媒行业仍处于较快发展阶段，因此行业内企业的经营战略和公司治理需要根据经营环境的变化而不断调整。企业完善的治理结构、各部门分工管理的清晰和有效性，会帮助企业在不断变化的商业竞争中保持决策的合理性和执行的效率。

财务风险

财务风险是指企业在各项财务活动中由于各种难以预料和无法控制的因素，使企业在一定时期、一定范围内所获取的最终财务成果与预期的经营目标发生偏差，从而形成的使企业蒙受经济损失或更大收益的可能性。企业的财务活动贯穿于生产经营的整个过程中，筹措资金、长短期投资、分配利润等都可能产生风险，因此财务风险是客观存在的，企业通过自身经营不可能完全规避风险。

新世纪评级对于财务风险的衡量建立在业务风险的基础之上，在风险容忍度/财务政策、会计政策、现金流状况、负债结构和资产质量、流动性/短期因素方面考察文化传媒企业财务活动对自身信用水平的影响。

新世纪评级主要通过信用管理、融资管理、运营资金管理、投资管理、股利管理几个方面考察企业财务政策方面的风险。

会计政策的一致性和可比性、会计数据的异常变动和会计信息的质量关系到财务数据分析的真实性和有效性，是进行财务风险分析的基础。

现金流为企业偿还债务的直接来源，新世纪评级主要关注企业的现金流对其债务的覆盖程度。

■ 风险容忍度/财务政策

新世纪评级主要采用定性分析方式来考察文化传媒企业的风险容忍度/财务政策要素，具体包括（1）信用管理政策，（2）融资管理政策，（3）运营资金管理政策，（4）投资管理政策和（5）股利管理政策等。

我国文化传媒行业中出版、发行、报刊及杂志、有线电视传输、广播网络、电视台运营现金流状况较好，且多为国有企业，融资手段较为多样。而影视剧制作、广告公司等细分行业民营中小企业数量众多，一般具有较快的业务增长速度，导致管理层在决策时容易采取激进的投融资策略，盲目地通过杠杆进行迅速扩张，并且达到一定规模的企业会进行资本运作（投资、并购等），导致企业内部管理及员工环境发生改变，经营稳定性差，风险容忍度低。

另外，企业对利润的分配可以看作企业的资金流出。若企业未分配额较大，其分配行为可能会对企业形成一定的财务压力。

■ 会计政策

企业会计政策的一致性和可比性是评级机构进行企业信用质量和信用稳定性分析的基础。

企业的财务报告是评级机构进行财务分析的基础。在信用评级的分析中，各财务比率的比较是分析企业财务风险和相应经营状况的重要方式，会计政策的可比性和财务数据的质量是财务比率分析的基础。在某些情况（如企业的会计政策具有较大的特殊性）下，新世纪评级会对发行人财务报告上的数据进行调整，以增强行业内企业之间的可比性。

目前，我国文化传媒行业企业基本执行相同的会计准则，并由专业的审计机构进行审计，其对财务报告的审计意见是分析财务信息质量的重要考虑因素。

会计信息质量是企业会计政策执行的重要体现。新世纪评级将根据审计报告意见、会计数据的变动或异动情况，对企业的信用质量和稳定性进行评价。对于非标准的审计意见、会计数据的变动或异动对企业信用产生负面影响的，将对企业信用质量和稳定性给予合理的信用负面评价并形成相应的信用减分。

■ 现金流状况

现金流为企业偿还债务的直接来源，新世纪评级认为对现金流的分析比盈利能力更能揭示发行人债务偿还能力的强弱，因此在现金流的分析中，新世纪评级会更多地查看企业的现金流状况与自身债务水平的覆盖程度。从企业自身偿债资金来源的角度来看，经营性现金净流量和投资活动的现金流入量是企业偿还债务的主要来源。新世纪评级尤其关注现金流对流动负债的覆盖程度。

在分析现金流时，新世纪评级引入自由现金流（Free cash flow，英文简写“FCF”）的概念，与 EBITDA 利息保障倍数等指标一起衡量企业对债务或利息的保障水平。自由现金流主要指企业

在不危及生存发展的前提下自身所产生的最大可供偿还债务的现金金额。

自由现金流=税后净营业利润+折旧及摊销-资本支出-营运资本当期增加数额

其中：资本性支出=长期资产当期增加数额

营运资本=流动资产-流动负债

自由现金流与债务总额的比率反映了企业在持续经营状态下对债务的最大可偿付水平，是假设在企业无增量融资条件下对长期的现金流对债务覆盖保障能力。相比之下，EBITDA/利息支出指标只考虑了息税、折旧及摊销前利润对利息的偿付能力，并未体现 EBITDA 对债务本金的覆盖程度，比自由现金流与债务总额指标更为宽松。

新世纪评级主要采用定量分析方式衡量文化传媒企业的现金流状况，主要指标包括（1）经营性现金净流量与流动负债比率，（2）非筹资性现金净流量与流动负债比率，（3）自由现金流与债务总额比率，（4）总债务/EBITDA，（5）EBITDA/利息支出。

■ 负债结构和资产质量

负债结构关系到企业短期和长期的偿债压力。资产质量不但会体现企业经营的效率，而且其可变现能力会影响企业的偿债能力。

新世纪评级对资本结构的分析主要是围绕负债结构和负债程度。在分析资本结构时，新世纪评级不仅衡量企业负债结构，而且衡量企业负债程度（杠杆程度）。过高的流动负债对企业生产经营的连续性和企业财务的流动性产生很高的要求。因此，新世纪评级会通过长短期债务比来分析企业的债务特点。合理的长短期债务比不但会改善企业的融资结构，减缓企业短期的资金压力，同时也会在短期债务的低利息支出和长期债务的高利息支出之间寻求平衡。在负债程度方面，新世纪评级主要考察企业使用财务杠杆的合理性以及在同行业企业中所处的水平。另外，新世纪评级也会关注表外数据（包括租赁、担保以及其他或有负债等）对企业的信用水平产生的影响。

资产质量是企业经营能力的保障。在判断资产质量时，新世纪评级会考虑资产的变现能力。文化传媒多细分行业具有轻资产的运营特征，流动资产占总资产的比重较大，因此新世纪评级特别关注流动资产的构成和实际的周转效率。

新世纪评级主要采用定量分析方式衡量文化传媒企业的负债结构和资产质量，主要指标包括：（1）长短期债务比，（2）资产负债率，（4）应收账款周转率，（5）存货周转率。

■ 流动性/短期因素

流动性主要考虑流动资产变现能力和对流动负债的覆盖程度。

新世纪评级认为流动性是考量企业信用情况的重要指标之一。流动性主要考虑流动资产变现能力和企业偿还短期债务的能力。

由于文化传媒行业日常运营对资金需求量较为稳定。大部分行业内企业为国有企业，外部的流动性支持较强，资产整体流动性较好。但个别细分行业，如出版行业存货规模较大，在考虑资产实际流动性时还要将存货扣除。另存货减值的计提也要关

注，关系到资产的真实价值。

在衡量文化传媒企业流动性/短期因素方面，新世纪评级主要采用定量分析方式，主要衡量指标包括：（1）现金比率，（2）流动比率和（3）速动比率。

调整因素

针对文化传媒企业的上述评级标准及要素，是按照行业层面统一标准，包括考察要素、指标及参照值设定的，并通过同一标准对全部文化传媒企业的个体信用质量进行评估，充分体现了评级方法及其运用的一致性，即：行业内不同企业适用同一标准，同一企业在较长时期内适用同一标准。在此基础上，新世纪评级仍将进一步考察企业个体信用特征，并根据规则进行必要的级别调整，以在较大程度上实现评级的客观性。

外部支持

同时，新世纪评级还会考虑股东、母公司的信用支持、企业其他有利的自身及外部因素对企业整体信用质量提升的影响。

其他/补充说明

除上述之外，新世纪评级还会关注企业及其核心关联方的重大特殊事件（历史债务违约、重大兼并收购、股权转让、管理层重大人事变动、信息披露严重违规、重大事故等）对企业信用质量的潜在重大影响。