

公司代码：600088

公司简称：中视传媒

中视传媒股份有限公司
2019 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟以 2019 年末总股本 397,706,400 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.70 元（含税），共计分配 27,839,448.00 元，剩余未分配利润 201,229,211.89 元结转以后年度分配。2019 年度不进行资本公积转增股本。

二 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	中视传媒	600088	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	贺芳	苏甦
办公地址	中国（上海）自由贸易试验区福山路450号新天国际大厦17层A座	北京市朝阳区西大望路1号温特莱中心B座22层
电话	021-68765168	021-68765168
电子信箱	irmanager@ctv-media.com.cn	irmanager@ctv-media.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司主要业务及经营模式说明

公司已形成电视节目制作与销售、影视设备租赁和技术服务、影视剧拍摄、影视拍摄基地开发和经营、媒体广告代理、基金投资与管理等多平台业务发展局面。

1、影视业务

公司影视业务主要包括电视节目制作与销售、影视设备租赁和技术服务、影视剧拍摄业务。

（1）电视节目制作与销售

该业务以高清纪录片、电视栏目和电视活动的策划、投资、制作、运营和管理为业务核心，业务涉及高清纪录片、大型活动及电视栏目的组织和运营等。公司多年来先后与总台及国内外各播出平台密切合作，参与摄制多部高品质、高影响力的电视纪录片。长期承制总台综合频道《等着我》、财经频道《回家吃饭》、综艺频道《越战越勇》等多档电视栏目。报告期内，总台农业农村频道开播后，公司开始参与《遍地英雄》《乡村振兴资讯》《大地讲堂》等栏目的制作工作。

（2）影视设备租赁和技术服务

该业务主要由公司控股子公司北京中视北方影视制作有限公司开展，包括影视后期制作及设备租赁。其中，影视后期制作主要是为总台播出的电视剧、纪录片、栏目等电视节目提供包装、剪辑、调色、播出版制作等服务。

中视北方成立于 2000 年，作为总台准制作岛和技术设备、技术服务的固定供应商，一直全力以赴保障承接的电视节目优质播出，完成大量高清电视剧、纪录片前后期制作。近年来，中视北方搭建完成 4K 超高清技术保障系统，能够满足高端 4K 节目全业务需求。

中视北方连续多年服务央视，特别是总台成立以来，全力配合重大宣传报道，服务各类大型晚会及活动，提供现场大屏幕视频、虚拟动画植入等创意包装设计以及新媒体服务，为众多知名频道、栏目提供包装宣传服务，也为众多国内外政府部门、组织机构和知名大型企业摄制形象宣传片。

（3）影视剧拍摄

该业务主要涉及影视剧代理发行、投资制作，以及公司媒资资源的销售等。公司利用已有影视作品资源，建立以内容产品为核心的业务执行调控体系，发行公司投资制作和引进的电视剧、纪录片、电视栏目等影视作品。报告期内，公司以更加审慎的态度，继续严格控制影视剧的投资规模，尽力降低投资风险。

2、广告业务

该业务主要由公司控股子公司上海中视国际广告有限公司开展，主要涉及广告代理业务。中视广告成立于 2002 年，多年来独家运营总台科教频道整频道广告资源，近年开始承包运营总台《中国诗词大会》（第四季）、（第五季）及财经频道《职场健康课》等健康类节目广告资源，并获得总台农业农村频道整频道 2020 年度广告资源承包运营权。在媒体融合方面，不断尝试多屏运营发展模式，为客户开启多维度融合传播的营销方式。

3、旅游业务

公司旅游业务主要涉及影视拍摄基地开发和经营，收入来源于无锡影视基地和南海影视城，两景区分别由无锡影视基地分公司和南海分公司负责运营。报告期内，两景区坚持“文化统领旅游”的经营理念，收入主要来源于旅游门票、园内经营、影视拍摄，其中旅游门票收入是主要收入来源。

无锡影视基地位于无锡太湖之滨，占地 1000 余亩，由三国城、水浒城、唐城三大景区组成。无锡影视基地拥有体现秦汉、唐宋建筑风貌的仿古建筑群体，还拥有老北京四合院、旧上海一条街、民国码头和街道等明清、民国时期影视场景，多年来接待过《三国演义》《水浒传》《那年花开月正圆》《大明皇妃》等数百个影视剧组。景区不断开发特色影视文化旅游项目，不断向游客推出多项特色表演节目、提供多样的文化体验活动及季节性特色文化活动等游览内容。

南海影视城位于广东省佛山市南海区狮山镇南国桃园旅游度假区，占地近 1500 亩，景区由天朝宫殿区、江南水乡区、港澳文化区、休闲娱乐区四大部分组成，业务集影视拍摄、休闲旅游、户外拓展、婚纱摄影、品牌展示为一体。近年来，景区经营以“旅游+”为核心，成功打造了旗袍文化节、功夫美食节、新春桃花会等品牌活动。

4、文化产业基金业务

公司从 2018 年开始涉足文化产业基金业务，成立全资子公司宁波梅山保税港区国视融媒投资管理有限公司。国视融媒主要聚焦于融合媒体产业、IPTV 等特色细分行业的投资和布局。截至目前中视传媒和国视融媒共参与完成两支专项基金和一支融媒体产业基金的设立和募集工作。

（二）行业情况说明

2019 年，我国经济以供给侧结构性改革为主线，坚持新发展理念，坚持稳中求进工作总基调，保持经济社会持续健康发展。随着经济稳步发展和消费的升级，人民生活与消费习惯不断改变，对精神文化的需求不断提升，促使文化传媒行业与科技、金融等领域的融合发展成为新时期的重要关注点。

当前，人工智能、5G、4K/8K、大数据、云计算、全息投影、增强现实等新技术应用不断发展，推动文化传媒产业形态、传播方式加速演变，传播形式更加丰富，先进的技术及设备得到充分利用，跨界发展、多元发展、深度融合发展成为常态。新技术的发展为传媒业态创新带来新一轮赋能，使得传播渠道更加多元化。互联网、移动网、IPTV 等渠道显示出快速发展的态势，在资本市场的助力下，进一步促进了文化传媒行业革新的多元化格局，带来全新发展机遇。

1、影视

根据国家统计局发布的《中华人民共和国 2019 年国民经济和社会发展统计公报》，2019 年全年生产电视剧 254 部 10646 集，比 2018 年有明显上升，科教、纪录、动画和特种影片 187 部，比 2018 年略有下降。

2019 年，影视行业的监管政策范围更广、力度更大、聚焦更集中。中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频平台管理规范》和《网络短视频内容审核标准细则》；国家广播电视总局陆续发布《未成年人节目管理规定》和《总局办公厅关于停止播出影视剧项目非法集资类广告的通知》；中国广播电影电视社会组织联合会电视制片委员会发布《关于严格执行电视剧网络剧制作成本配置比例规定的通知》等行业规范，主管部门在剧集创作、网络短视频、电视广告、网络视听直播等方面出台了一系列管理规定，对内容市场实行严格监管。

在新媒体不断冲击传统电视、内容竞争激烈的客观环境下，国内传统电视频道依旧面临着不

小的生存发展压力。省级卫视整体生态延续往年的竞争格局，基本保持稳定态势，二三线卫视与一线卫视的差距进一步拉大，马太效应愈发明显。二三线卫视呈现抱团发展趋势，更多采用联合购买节目版权的方式，以分摊采购成本。三线卫视更多聚焦区域市场，打造差异化内容。

2、广告

2019年，在“稳中有变”的经济环境影响下，中国广告市场重新进入调整期。根据央视市场研究股份有限公司公布数据，截至2019年前三季度，中国广告市场整体下滑8.0%，传统媒体同比降幅达到11.4%。其中，电视媒体刊例收入同比下滑10.8%，广播媒体同比下滑10.7%。互联网媒体广告刊例收入同比下滑4.2%。

随着互联网和移动端经济的发展，新媒体广告模式已经成为重要的广告宣传渠道。5G技术的应用进一步推动直播与短视频行业的变革，移动社交、短视频和在线直播用户规模呈增长势头，为新媒体广告营销提供了较好的流量基础。当前，新媒体广告的短视频营销占比不断增加，展现出直观全面、即时性、交互性强的特点。在大数据及人工智能技术的加持下，传统媒体与新媒体广告市场的融合联动有望成为广告营销的主流方式。

3、旅游

2019年，我国旅游产业总量规模稳步增长，居民文化和旅游消费日趋活跃，旅游产业正在成为经济增长的重要引擎。根据国家统计局发布的《中华人民共和国2019年国民经济和社会发展统计公报》，2019年国内游客60.1亿人次，同比增长8.4%；入境游客14531万人次，同比增长2.9%；国内居民出境16921万人次，同比增长4.5%。

当前，我国旅游产业正在进入以大众市场和社会资本为依托，以技术、创意为代表的新发展阶段。文化、科技成为旅游发展新动能，不断加快旅游消费升级、促进旅游产业变革。在食住行游购娱之外，新业态、新要素不断出现，如智慧旅游、旅游大数据、数字文创、人工智能与文旅等。互联网、文创、VR/AR等当代科技元素，为旅游业从高速增长、融合发展，走向高质量发展提供了全新动能。随着国民素质提升，文化旅游吸引力与日俱增，深化文旅融合，发展全域旅游，成为满足人民美好生活需要的重要途径。从旅游市场区域竞争情况来看，近年来公司无锡、南海两景区所在区域旅游市场竞争形势愈发激烈，新兴景区和传统景区对市场争夺日趋激烈，可能对区域市场产生分流。

4、文化产业基金

近年来，国家大力推进媒体融合发展，陆续出台文化产业发展政策，支持产业创新发展。行业主管部门针对上市公司定向融资出台新政策，从多方面放宽了上市公司的再融资限制，对上市公司再融资和私募基金退出机制均产生诸多利好。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	1,632,350,864.56	1,584,266,239.54	3.04	1,409,699,247.19
营业收入	855,821,413.23	810,889,023.31	5.54	718,061,932.25
归属于上市公司股东的净利润	89,892,390.63	114,520,379.33	-21.51	82,220,239.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	75,621,167.42	106,428,476.09	-28.95	74,107,749.71
归属于上市公司股东的净资产	1,235,785,978.38	1,178,909,883.62	4.82	1,090,792,609.82
经营活动产生的现金流量净额	76,331,628.91	187,504,984.13	-59.29	85,532,201.05
基本每股收益 (元/股)	0.226	0.288	-21.53	0.248
稀释每股收益 (元/股)	0.226	0.288	-21.53	0.248
加权平均净资产收益率(%)	7.43	10.08	减少2.65个百分点	7.80

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	209,047,412.66	172,573,482.64	150,123,755.47	324,076,762.46
归属于上市公司股东的净利润	35,785,745.56	27,782,803.51	12,225,848.25	14,097,993.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	35,755,791.05	22,781,217.19	7,303,702.00	9,780,457.18
经营活动产生的现金流量净额	-77,386,583.60	3,856,839.49	38,575,161.08	111,286,211.94

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

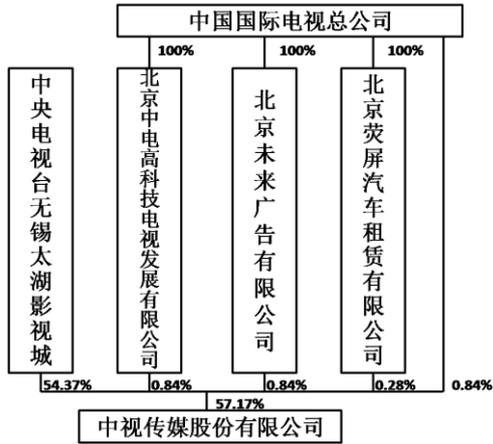
4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					27,815		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					31,369		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售 条件 的股 份数 量	质押或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数 量	
中央电视台无锡太湖影视城	0	216,182,194	54.37	0	无	-	国有法人
中央汇金资产管理有限责任公司	0	9,862,080	2.48	0	未知	-	其他
中信信托有限责任公司—中信信托成泉汇涌八期金融投资集合资金信托计划	7,703,100	7,703,100	1.94	0	未知	-	其他
中国国际电视总公司	0	3,351,663	0.84	0	无	-	国有法人
北京中电高科技电视发展公司	0	3,351,663	0.84	0	无	-	国有法人
北京未来广告公司	0	3,351,663	0.84	0	无	-	国有法人
董小琳	2,995,762	2,995,762	0.75	0	未知	-	境内自然人
张宏伟	13,500	1,377,172	0.35	0	未知	-	境内自然人
舒欣枝	1,265,049	1,265,049	0.32	0	未知	-	境内自然人
北京荧屏汽车租赁公司	0	1,117,221	0.28	0	无	-	国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>1、中央电视台无锡太湖影视城是公司第一大股东。上述股东中，发起人股东中央电视台无锡太湖影视城、中国国际电视总公司的实际控制人是中央电视台，发起人股东北京中电高科技电视发展有限公司、北京未来广告有限公司、北京荧屏汽车租赁公司系中国国际电视总公司的子公司。</p> <p>2、其他股东之间，公司未知其是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。</p>						

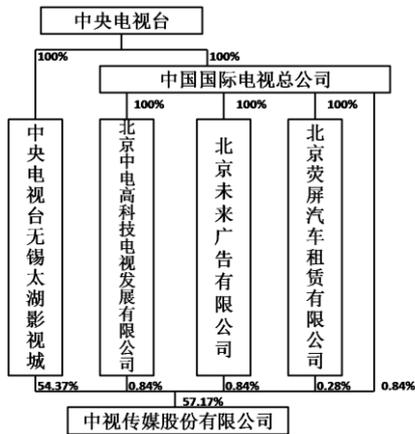
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期内，公司共实现营业收入855,821,413.23元，较上年同期增长5.54%；实现营业利润131,522,455.09元，较上年同期下降21.33%；实现归属于上市公司股东的净利润89,892,390.63元，较上年同期下降21.51%。

报告期内，公司影视业务收入256,517,272.94元，较上年同期增长32.02%，毛利额较上年同期增长24.57%。针对影视行业影视剧供给端加速去产能的市场现状及发展趋势，公司继续严格控制影视剧投资项目和投资规模，谨慎把控影视业务经营风险。公司上年度参与投拍的电视剧《破局1950》完成了首轮发行工作，已于2020年1月在总台电视剧频道首播。电视剧《客家人》《青年霍元甲之威震天津》《惹上你，爱上你》相关发行工作正在进行中。公司在栏目及节目制作方面与

总台各频道继续紧密合作，承接了《回家吃饭》《等着我》《越战越勇》等多个栏目和节目的制作业务，此外紧抓总台农业农村频道开播契机，达成了《乡村振兴资讯》《乡间纪事》等多个栏目的制作业务合作，报告期公司对台制作业务收入略有增长。在影视技术服务方面，公司控股子公司中视北方稳步推进与总台的业务合作。报告期中视北方深度参与总台财经频道、科教频道、农业频道、军事频道等多个频道的包装改版服务，完成了总台综合频道、电视剧频道多部电视剧播出的包装制作及科教频道、中文国际频道、音乐频道、综艺频道、农业农村频道多档栏目的前后期制作服务，承担了“庆祝中华人民共和国成立70周年”等多个重大项目的制作任务，完成了“2019年春节晚会”、“元宵晚会”等多场大型晚会节目现场大屏幕视频制作工作。中视北方还利用4K技术优势，高质量完成4K超高清纪录片《美丽中国：自然》等后期制作，报告期公司影视技术服务业务收入规模有较大提升。上述综合因素使本年度公司影视业务收入较上年同期有较大增长。

报告期内，广告业务收入**356,711,317.61**元，较上年同期下降**7.53%**，毛利额较上年同期下降**56.31%**。公司控股子公司中视广告承包了总台科教频道整频道广告资源，承包运营总台《中国诗词大会》及财经频道《职场健康课》等健康类节目广告资源。中视广告积极响应国家“品牌强国”战略，以“品牌化经营”为经营策略，以“2030健康强国”为依托，大力经营和推广“央视大健康”品牌资源。在“品牌化经营”策略的指导下，聚焦特项销售，充分发挥销售团队的积极性、主动性，全力以赴增加客户量、提升销售量。在设计开发广告产品时，公司以客户需求为核心，以充分展现客户产品特性为卖点，为客户进行定制化广告宣传策略，同时结合电视广告资源、新媒体资源、线下资源，为客户提供线上线下全流程广告服务方案。公司继续加强与总台的深度合作，2019年底，中视广告取得总台2020年农业农村频道整频道广告资源承包运营权，丰富的广告资源将有利于提升公司在广告市场的竞争力。报告期内，公司广告业务受宏观经济下滑、新媒体广告冲击加大及广告代理成本增加的影响，销售收入较上年同期有所下降，广告业务盈利能力有所下滑。

报告期内，公司旅游业务收入**239,381,487.82**元，较上年同期增长**4.72%**，毛利额较上年同期增长**4.22%**。公司无锡、南海两分公司坚持以“影视文化旅游”为经营核心，以“文化统领旅游”为经营理念，着力打造影视文化旅游核心品质，持续强化景区文化品牌建设。两分公司坚持按照5A及4A景区标准的要求，持续升级改造基础设施，改善景观品质，优化经营项目，调整经营布局，提升服务品质，积极推进智慧旅游和智慧景区建设。景区演出活动以创新为导向，在保证重大演出节目品质的基础上，结合景区文化背景，不断创新文化演出节目，提升演出节目文化内涵，持续推出特色文化主题活动，增加游客沉浸式互动体验，提升游客的满意度。在营销方面，除采用投放广告、与旅游公司合作、入驻旅游网站等营销方式外，两分公司继续加大新媒体宣传力度，投放抖音、快手、微信公众号等新媒体信息流广告，加大力度进行线上市场营销，有效提升了销售能力及景区品牌影响力。报告期公司旅游业务收入较上年同期略有增长。

公司全资子公司宁波梅山保税港区国视融媒投资管理有限公司实现基金咨询业务等收入**2,047,468.41**元，较上年同期增长**55.76%**。

报告期内，公司影视业务收入较上年同期有所增长、广告业务收入较上年同期有所下降，旅

游业务收入略有增长。由于广告业务的营业利润的变动对公司营业利润影响较大，公司整体营业利润及归属于上市公司股东的净利润等指标较上年同期有所下降。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

详见年报全文“第十一节财务报告”、五、42、重要会计政策和会计估计的变更。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

本公司合并财务报表范围包括北京中视北方影视制作有限公司、上海中视国际广告有限公司和宁波梅山保税港区国视融媒投资管理有限公司 3 家公司。

详见年报全文“第十一节财务报告”“九、在其他主体中的权益”相关内容。

中视传媒股份有限公司

董事长：唐世鼎

2020 年 4 月 15 日