

公司代码：600088

公司简称：中视传媒

中视传媒股份有限公司
2021 年年度报告摘要

第一节 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 <http://www.sse.com.cn> 网站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性、准确性、完整性，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 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
公司 2021 年度的利润分配预案拟为：不进行现金分红，不进行资本公积金转增股本。

第二节 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）报告期内公司从事的业务情况

公司已形成电视节目制作与销售、影视技术服务和设备租赁、影视剧拍摄、影视拍摄基地经营、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、影视技术服务和设备租赁、影视剧拍摄业务。

（1）电视节目制作与销售

该业务以超高清/高清纪录片、电视栏目和电视活动的策划、投资、制作、运营和管理为核心，业务涵盖超高清/高清纪录片、大型活动及电视栏目的制作、组织和运营。公司多年来与总台及国

内外各媒体平台密切合作，同时扩展与各部委、企事业单位及社会的合作，参与制作多部高品质、高影响力的电视纪录片、栏目，并策划多场融媒体活动。

此外，公司为电视剧、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。公司多年服务央视，总台成立以来，公司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。公司同时为国内外政府部门、组织机构和知名大型企业摄制形象宣传片。

（2）影视技术服务和设备租赁

该业务主要包括影视前后期技术服务及设备租赁。

影视前后期技术服务主要是为影视行业各类节目提供技术保障和支撑，包括设备、机房和演播室运维等技术服务。作为总台准制作岛和技术设备、技术服务的固定供应商，公司拥有一支成熟的技术运维团队，每年保障公司制作、技审及通过专属节目传输通道在央视入库播出的节目上万小时，保障承接的宣传任务安全、优质播出。公司以技术立本，近年来紧跟总台步伐，在超高清技术领域加大投入，积极参与超高清产业技术发展。同时，公司以内容创制为方向，推进业务转型，业务覆盖范围向策划、拍摄、制作、节目包装、技术审核、设备保障运维等影视制作全流程发展，实现跨越式升级。

设备租赁业务方面，公司现有大量超高清及高清前后期制作设备，可为超高清及高清电视连续剧、数字电影、专题纪录片、大型转播活动等提供技术服务和设备租赁。

（3）影视剧拍摄

该业务主要包括影视剧代理发行、投资制作，以及公司媒资资源的销售。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，发行公司历年投资制作和引进的电视剧、纪录片、电视栏目等影视作品。

2、广告业务

该业务主要包括总台科教频道及农业农村频道的整频道广告承包经营。同时持续布局健康类广告资源，独家代理财经频道《职场健康课》等健康类节目广告，与科教频道《健康之路》节目构建了“CCTV 大健康平台”。在媒体融合方面，公司也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

公司旅游业务主要为无锡影视基地和南海影视城的影视拍摄基地经营，主要收入来源为旅游门票，此外还有园内经营、影视拍摄收入等。

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，聚焦开发特色影视文化旅游项目。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。

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、休闲游乐区四大部分组成，业务集影视拍摄、休闲旅游、研学教育、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、文化产业基金及投资业务

公司从 2018 年开始涉足文化产业基金及投资业务，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，参股中视星选客（佛山）网络科技有限公司，拓展新的业务增长点。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。报告期内国视融媒参与设立央视融媒产业投资基金，截至目前中视传媒和国视融媒共参与两只专项基金和两只融媒产业基金的设立和募集工作。公司参投基金投资的部分项目已经进入上市审核阶段。

（二）报告期内公司所处行业情况

2021年，我国坚持稳中求进工作总基调，科学统筹疫情防控和经济发展工作，国民经济稳步恢复，实现了“十四五”良好开局。与此同时，全球疫情反复起伏，国内疫情时有散布发生，外部环境更趋复杂严峻。面对风险与挑战，文化传媒行业危中寻机，提质升级，不断寻找行业发展新动能。

1、影视行业

2021年，影视行业监管部门开展文娱整治专项行动，印发《关于进一步加强网络综艺节目管理工作的通知》《网络直播营销管理办法》《关于进一步加强文艺节目及其人员管理的通知》《规范明星代言 共塑文娱生态》《金融产品网络营销管理办法》《互联网信息服务算法推荐管理》等规定，针对影视、直播、短视频等泛传媒领域提出了严格要求，监管密度和处罚力度进一步加大，政策引导作用与规范价值更加明显。国家广电总局规范剧集创作生产，引导市场围绕建党百年、乡村振兴、共同富裕等重要主题创作了一批思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀作品。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》指出，要推进媒体深度融合，做强新型主流媒体，推进电视频道高清化改造，推进沉浸式视频、云转播等应用。影视行业已经进入规范发展、科技创新的新阶段。近两年，国家广播电视总局先后发布《4K超高清视频图像质量主观评价用测试图像》、5G高新视频系列标准体系（2021版）、《网络视听节目视频格式命名及参数规范》等文件，中央广播电视总台发布《8K超高清大屏幕系统视音频技术要求》，通过制定行业标准体系文件，充分发挥行业引导和规范作用。未来为适配时代变化和年轻态发展趋势，行业对5G、4K/8K超高清、AI等新技术的应用将不断增加，媒体融合向纵深发展，技术创新与内容创作相互促进，新媒体与新技术相互融合，行业整体趋向高质量、创新性发展。

2、广告行业

2021年中国广告市场相比2020年呈修复性增长态势，根据央视市场研究股份有限公司数据显示，2021年广告市场刊例花费整体同比增长11.2%，其中电视广告小幅增长1.3%。近年来，直播、短视频等新媒体营销模式为品牌增长开启新线路，视频化为市场带来强劲的增长动力。2020-2021年连续两年直播/短视频渗透率持续增加，逐步恢复到疫情前较高水平。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。

《2021中国互联网广告数据报告》显示，2021年互联网行业实现广告收入5435亿元，同比增长9.32%。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、长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。

随着我国国力增强，广告投放前二十名的品牌中，中国品牌通过多样化的营销传播渠道，宣扬多元化价值观，占比逐步提升。在大数据及人工智能技术的加持下，数字技术更新媒介形式，使品牌的广告目标发生根本性变化，未来数字营销将持续赋能广告业。整体广告市场处于结构性调整状态，全媒体全域服务能力日益重要，广告主的营销预算进一步向头部媒体、顶级资源集中，向数字营销倾斜。

3、旅游行业

2021年全球疫情反复，中国内地疫情散发，尽管部分地区旅游业有所回暖，但是行业整体复苏步伐仍然受到疫情影响。根据文旅部数据，2021年国内旅游总人次32.46亿，比上年同期增加3.67亿，增长率12.8%，恢复到2019年的54.0%；国内旅游收入2.92万亿元，比上年同期增加0.69万亿元，增长31.0%，恢复到2019年的51.0%。

当前，我国旅游产业顺应居民消费升级需求，推动传统文化和旅游行业转型升级，引导支持新兴文化和旅游业态规范发展。创新旅游景区监管手段，落实“错峰、预约、限量”要求，提高智慧化监管水平。在线旅游行业引导资源优化配置，以产品和内容为载体开展业态创新融合，通过大数据、数字化、网络化、智慧化等方式，赋能中小旅游企业创新发展，推动旅游企业数字化转型升级。旅游业发展既有新的机遇，也面临新的挑战。旅游产品结构与旅游消费结构还要进一步匹配，满足不同群体旅游消费升级的需求，推动文化和旅游深度融合，将成为扩大旅游消费的重点。

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，资本市场深化改革持续推进，继续深化科技创新、供给侧结构性改革。2021年，注册制提速、退市新规施行、北交所设立等一系列改革措施相继落实，将进一步优化资本市场，为私募基金行业提供更多的优质项目、更强的流动性和更便捷丰富的退出选择。中国经济高质量发展、资本市场大力改革，为私募股权基金行业提供了良好的发展环境。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	1,644,543,267.72	1,572,678,469.56	4.57	1,632,350,864.56
归属于上市公司股东 的净资产	1,066,364,546.82	1,098,781,129.14	-2.95	1,235,785,978.38
营业收入	1,188,056,039.49	778,340,963.98	52.64	855,821,413.23
扣除与主营业务无 关的业务收入和 不具备商业实质的 收入后的营业收入	1,187,166,832.67	777,393,852.32	52.71	854,657,546.78
归属于上市公司股东 的净利润	-2,094,902.17	-107,072,255.21	-98.04	89,892,390.63
归属于上市公司股东 的扣除非经常性 损益的净利润	-10,868,308.88	-122,795,484.99	-91.15	75,621,167.42
经营活动产生的现 金流量净额	-79,374,793.58	79,147,395.58	-200.29	76,331,628.91
加权平均净资产收 益率(%)	-0.19	-9.15	增加8.96个百分点	7.43
基本每股收益(元 /股)	-0.005	-0.269	-98.14	0.226
稀释每股收益(元 /股)	-0.005	-0.269	-98.14	0.226

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	200,263,526.60	228,161,318.68	183,677,684.46	575,953,509.75
归属于上市公司股东 的净利润	-13,157,238.76	9,192,063.03	-9,644,603.73	11,514,877.29
归属于上市公司股东 的扣除非经常性 损益后的净利润	-14,431,640.12	5,942,231.21	-11,431,326.66	9,052,426.69
经营活动产生的现 金流量净额	-155,011,826.66	-115,608,083.70	-47,438,422.10	238,683,538.88

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 股东情况

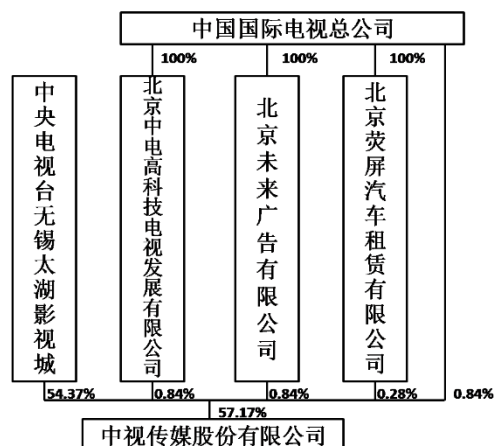
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					28,026		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					27,891		
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、标记或冻 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有限公司	0	3,351,663	0.84	0	无	-	国有法人
北京未来广告有限公司	0	3,351,663	0.84	0	无	-	国有法人
董小琳	-23,100	3,003,762	0.76	0	未知	-	境内自然人
UBS AG	2,676,131	2,676,921	0.67	0	未知	-	其他
张宏伟	14,500	1,403,572	0.35	0	未知	-	境内自然人
北京荧屏汽车租赁有限公司	0	1,117,221	0.28	0	无	-	国有法人
李岩	150,920	1,096,620	0.28	0	未知	-	境内自然人
郑小华	282,100	1,088,238	0.27	0	未知	-	境内自然人
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、北京荧屏汽车租赁有限公司系中国国际电视总公司的子公司。</p> <p>2018年3月21日，中共中央印发的《深化党和国家机构改革方案》决定，整合中央电视台（中国国际电视台）、中央人民广播电台、中国国际广播电台，组建中央广播电视总台。中央广播电视总台已于2018年4月19日挂牌。公司将根据后续进展情况及时履行信息披露义务。</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>						

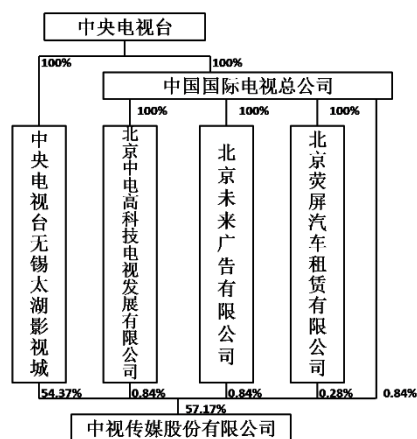
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

公司主要经营情况如下：

2021年，我国经济发展坚持稳中求进总基调，国内多轮新冠疫情散发反复，各种不确定性因素给公司经营带来困难。面对复杂的经营环境，公司坚持党建引领，统筹抓好疫情防控和生产经营，积极拓宽经营思路，调整经营策略，全力以赴做好经营工作。

报告期内，公司共实现营业收入1,188,056,039.49元，较上年同期增长52.64%；实现营业利润13,590,307.41元，较上年同期增加163,583,359.24元；实现归属于上市公司股东的净利润-2,094,902.17元，较上年同期大幅减亏104,977,353.04元。公司报告期整体经营情况较上年同期有明显改善，影视业务收入及净利润均较上年同期大幅增加，广告业务及旅游业务收入有所增长，净利润较上年同期减亏。

（一）影视业务

报告期，公司影视业务收入690,155,709.00元，较上年同期增长98.10%，毛利率较上年同期增加19.18%。

公司控股子公司中视北方近年来加快发展步伐，不断丰富业务形态，以内容创制为发展方向，推进业务转型，实现跨越式升级。报告期内，中视北方实现收入及净利润大幅增长。一方面完成了总台综合频道、电视剧频道多部电视剧播出版的包装和制作，完成了总台财经频道、综艺频道、国防军事频道、电视剧频道等多个频道的栏目和节目的制作及技术服务工作，继续巩固影视制作基地资源优势，持续推进设备技术升级。另一方面，集中优势资源，围绕庆祝建党百年、冬奥等重要宣传主题，参与制作了纪录片《山河岁月》《敢教日月换新天》《红色财经·信物百年》《战旗》等重点项目以及大型晚会、党史教育系列节目和短视频的生产创作；参与承制了《冬奥零距离》《冰雪之约》等专题节目。与此同时，中视北方在融媒体业务上再上台阶，策划了《好记者讲好故事——2021中国记者节特别节目》的新媒体矩阵式宣发、承制了总台五四晚会新媒体特别节目《奋斗吧！青春——2021年五四青年节特别节目倒计时》，同时助力总台电视剧频道、新闻新媒体中心、央视频完成了《剧说很好看春节特别节目——大剧陪您过大年》《三星堆大发掘》等多个重点融媒体直播项目。报告期内，中视北方荣获中国电视艺术家协会第27届中国纪录片学术盛典“年度制作机构”等多项行业权威奖项。

同期，公司积极推动体制机制创新，优化组织架构，以北京分公司为主体整合总部业务资源，提升节目及栏目制作业务发展能力。报告期内，北京分公司与总台各频道保持紧密合作，承制了综合频道《等着我》、财经频道《回家吃饭》、综艺频道《越战越勇》、科教频道《健康之路》等多个频道栏目和节目的制作工作。同时北京分公司努力拓宽业务领域，承接农业农村节目中心多个重要项目的制作和策划；积极开拓国际合作新领域，参与制作总台重点纪录片项目《北京人，人类最后的秘密》；主动对接台外市场，与国家部委、企事业单位开展合作，承制纪录片《中老铁路》等项目；积极承接融媒体项目，进行了《等着我》《实验现场》等多个栏目在新媒体平台的直播活动，策划制作了《一路有你》《民法典进行时·第一槌》等多个栏目的短视频。报告期内，北京分公司承制的多档节目获得奖项，参与制作的纪录片《智造美好生活》在央视等多个平台播出，被评为2021丝绸之路电视共同体高峰论坛“金丝带”优秀节目奖；纪录片《年画 画年》入选国家广电总局2021年第一季度优秀国产纪录片；《三农群英汇》荣获第27届中国纪录片十佳十优作品、纪录片优秀栏目推选活动十佳栏目，该栏目中的《好人老段》获得短片好作品奖项、《“胶鞋书记”的青稞情》获得短片十优奖项。

基于影视行业发展现状和公司经营策略，公司继续严格控制影视剧的新增投资，加强把控影视剧投资风险。报告期内，公司参与投拍的电视剧《青年霍元甲之威震津门》已于总台电视剧频道播出。

上述综合因素使公司本年度影视业务收入较上年同期有较大增长。

（二）广告业务

报告期，公司广告业务收入382,246,727.38元，较上年同期增长13.20%，毛利率较上年同期增加13.30%。

报告期内,公司控股子公司中视广告继续承包总台科教频道和农业农村频道整频道广告资源。中视广告坚持品牌化经营策略,持续深耕医药、城市旅游、汽车等行业的营销,继续布局“CCTV大健康平台”,扩充了《乡理乡亲(医疗版)》电视资源和《医路有你》《健康之路》新媒体资源。以“CCTV强农品牌计划”为农业农村频道广告销售推广重点,提升广告品质,努力拓展优质客户。同时,中视广告着力从硬广服务向融媒体传播服务提供方转型升级,探索业务新路径,运营了《中国诗词大会》《全国大学生党史知识竞答大会》《田野里的歌声》等项目。

报告期内,公司努力克服广告市场多元化及新媒体冲击的影响,广告业务收入较上年同期略有增长,但总体经营仍然亏损。

(三) 旅游业务

报告期,公司旅游业务收入 112,032,505.48 元,较上年同期增长 25.71%,毛利率较上年同期增加 11.01%。

报告期内,公司两景区在确保疫情防控安全和生产安全的基础上,坚持以文化统领旅游,深入挖掘景区文化内涵。以各大节假日为契机,两景区分别举办了“三国水韵古春节”“新春影城桃花会”“女神驾到——初春遇见你”等丰富的节庆活动,同时,把握影视热点和消费者特点,推出了“送你一朵小红花”“知否知否 正是海棠花开”“旗袍文化节”等活动。为适应后疫情时代旅游形势,两景区不断开发特色旅游产品,深耕省内旅游市场,创新演出形式,开发室外演出节目,有效提振景区人气;探索“旅游+”模式,打造沉浸式、角色化等个性旅游产品,构建旅游产品新体系;积极拓展影视剧和短视频协拍业务,积极对接影视剧组,开拓创收渠道。在营销方面,景区形成“传统媒体+自媒体”“线上+线下”的营销模式,通过短视频、游记攻略、推送软文、电商合作等方式加大网络营销力度,助力提升景区品牌影响力。报告期内,两景区荣获多项奖项,无锡景区荣获“2021年度美丽太湖·美好生活‘锡式生活’网红打卡地”“2021年度无锡市旅游行业‘抗疫复苏·产业振兴’先进集体”“2021年度无锡市放心消费创建先进企业”等荣誉;南海分公司荣获广东省景区行业协会授予的“公益惠民 促进消费 积极贡献奖单位”荣誉称号,策划的《“粤武传承”岭南非遗文化游学旅》获得佛山市特色研学游课程优秀奖。

报告期内,公司旅游业务收入较上年同期有所提升,但受疫情反复影响,旅游经营状态尚不稳定,旅游业务整体仍然亏损。

(四) 基金业务

报告期,公司基金咨询及基金管理业务收入 1,910,651.87 元,较上年同期下降 13.27%。

报告期内,公司强化对投资基金的跟进和管理工作,所参投基金投资的部分项目已经进入上市审核阶段。报告期内,国视融媒参与设立了中视融合(上海)企业管理合伙企业(有限合伙),该合伙企业作为普通合伙人之一,与海通创意私募基金管理有限公司、中国国际电视总公司等投资方共同投资了央视融媒体产业投资基金(有限合伙)。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用