

慈文传媒股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024年度，慈文传媒股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等法律法规、规范性文件和《公司章程》《董事会议事规则》等内控制度的规定，本着对全体股东负责的精神，切实履行股东大会赋予的职权，严格执行股东大会各项决议，积极推进董事会各项决议和公司“1133”发展战略规划纲要的实施。全体董事恪尽职守、勤勉尽责，不断完善公司治理和规范运作，努力推动公司各项业务持续发展，有效地维护了公司和全体股东的合法权益。现将 2024年度董事会的工作情况报告如下：

一、董事会运作情况

（一）董事会的会议情况及决议内容

报告期内，公司董事会全年共召开8次会议，审议通过了39项议案，会议的召开与表决程序均符合《公司法》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。全体董事严格履行所承担的职责，均亲自出席了各次会议，对审议的每一项议案进行充分研讨和审慎论证。董事会会议形成的决议和成果，对促进公司战略发展、经营管理与规范治理等都发挥了重要作用。公司严格按照相关法律法规和规范性文件的规定，真实、准确、完整、及时地披露相关信息，切实履行上市公司信息披露义务，保证公司信息披露的公开、公平、公正，积极维护公司和投资者、尤其是中小股东的合法权益。

会议届次	召开日期	披露日期	审议通过议案
第九届董事会第十八次会议	2024-01-08	2024-01-09	1. 《关于聘任公司副总经理的议案》 2. 《关于修订<独立董事工作制度>的议案》 3. 《关于使用闲置自有资金进行委托理财的议案》
第九届董事会第十九次会议	2024-03-19	2024-03-20	1. 《关于部分高级管理人员岗位调整及聘任总经理的议案》 2. 《关于聘任公司董事会秘书的议案》
第九届董事会第二十次会议	2024-04-17	2024-04-19	1. 《关于“1133”发展战略规划纲要的议案》 2. 《2023年度总经理工作报告》 3. 《2023年度董事会工作报告》 4. 《<2023年年度报告>及其摘要》 5. 《2023年度财务决算报告》 6. 《2023年度利润分配预案》 7. 《关于未弥补的亏损达实收股本总额三分之一的议案》 8. 《2023年度内部控制自我评价报告》 9. 《关于2023年度董事、高级管理人员薪酬的议案》

会议届次	召开日期	披露日期	审议通过议案
			10. 《关于2023年度计提信用及资产减值准备和核销资产的议案》 11. 《董事会关于独立董事独立性自查情况的专项意见》 12. 《关于会计师事务所2023年度履职情况的评估报告》 13. 《董事会审计委员会对会计师事务所2023年度履行监督职责情况的报告》 14. 《关于续聘会计师事务所的议案》 15. 《关于公司及子公司2024年度申请综合授信额度及提供担保额度的议案》 16. 《关于调整公司组织架构的议案》 17. 《关于修订或制定部分内控制度的议案》（逐项表决） （1）修订《对外投资管理制度》 （2）修订《年报信息披露重大差错责任追究制度》 （3）修订《重大信息内部报告制度》 （4）修订《董事会审计委员会议事规则》 （5）制定《董事会审计委员会年报工作规程》 （6）制定《信息披露暂缓与豁免事务管理制度》 18. 《关于对子公司减资的议案》
第九届董事会第二十一次会议	2024-04-26	2024-04-29	1. 《关于<2024年第一季度报告>的议案》 2. 《关于补选非独立董事的议案》 3. 《关于改选董事会提名委员会与战略委员会委员的议案》
第九届董事会第二十二次会议	2024-05-24	2024-05-25	1. 《关于召开2023年年度股东大会的议案》
第九届董事会第二十三次会议	2024-08-29	2024-08-30	1. 《关于2024年半年度报告全文及摘要的议案》 2. 《关于修订<财务管理制度>的议案》 3. 《关于修订<委托理财管理制度>的议案》 4. 《关于调整公司组织架构的议案》 5. 《关于补选非独立董事的议案》 6. 《关于补选董事会提名委员会委员的议案》
第九届董事会第二十四次会议	2024-10-29	2024-10-30	1. 《关于<2024年第三季度报告>的议案》 2. 《关于回购公司股份方案的议案》（逐项表决） （1）《回购股份的目的》 （2）《回购股份符合相关条件》 （3）《拟回购股份的方式及价格区间》 （4）《拟回购股份的种类、用途、数量、占公司总股本的比例及拟用于回购的资金总额》 （5）《回购股份的资金来源》 （6）《回购股份的实施期限》 （7）《关于办理本次回购股份事宜的具体授权》 3. 《关于召开2024年第一次临时股东大会的议案》
第九届董事会第二十五次会议	2024-11-27	2024-11-28	1. 《关于全资子公司上海慈文影视传播有限公司与专业投资机构及关联方共同投资暨关联交易的议案》 2. 《关于全资子公司霍尔果斯定坤影视传播有限公司与专业投资机构及关联方共同投资暨关联交易的议案》 3. 《关于全资子公司霍尔果斯定坤影视传播有限公司与关联方共同投资暨关联交易的议案》

（二）独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事严格按照《上市公司治理准则》《上市公司独立董事管理办法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规、规范性文件及《公司章程》

《独立董事工作制度》的有关规定，诚实、勤勉、独立地履行职责，认真审议董事会会议各项议案，关注公司重大事项的进展，充分利用各自行业领域的专业优势为公司建言献策，切实增强董事会决策的科学性和合理性，推动公司规范治理、经营管理等方面工作持续、稳定、健康发展。

报告期内，独立董事对相关议案进行审核与分析，并对公司利润分配预案、与关联方共同投资暨关联交易、董事及高级管理人员提名与聘任等事项发表了独立意见，切实维护了公司及全体股东的合法权益。

（三）董事会专业委员会履职情况

公司董事会下设战略、审计、提名、薪酬与考核四个专门委员会。报告期内，各专门委员会根据相关法律法规、规范性文件、《公司章程》及相应《议事规则》开展工作，认真履行职责，充分发挥各自的专业特长、技能和经验，对相关事项进行审议并发表意见，不存在异议事项，切实维护了公司及全体股东的权益。各专门委员会日常工作情况如下：

1. 战略委员会：报告期内，该委员会共召开了4次会议，根据公司实际情况和市场形势进行战略规划，对公司制定“1133”发展战略规划纲要、修订对外投资及委托理财方面的管理制度、使用闲置自有资金进行委托理财、调整组织架构、与专业投资机构共同投资等事项进行研究和审议，有利于加强公司战略决策的科学性、合规性，并对公司治理和规范运作发挥了重要的作用。

2. 审计委员会：报告期内，该委员会共召开了5次会议，充分发挥了审查与监督的作用，对公司的财务报表、财务决算报告、利润分配预案、内部控制自我评价报告、计提资产减值准备与核销资产、控股股东及关联方资金占用、会计师事务所年度履职及聘任会计师事务所等报告或事项进行了审查，认为报表的编制符合会计准则的规定，真实反映了公司的财务状况以及经营成果，不存在控股股东及关联方资金占用的情况。对公司年审会计师事务所履行了监督职责，对拟聘任的会计师事务所进行了充分了解，对其专业胜任能力、投资者保护能力、诚信状况、独立性等方面进行了审查。同时，在年报审计工作时，审计委员会积极督促年审会计师事务所按照审计计划完成审计工作，在约定时间内出具审计报告，并就审计工作中的问题与年审会计师进行了充分的沟通与交流。

3. 提名委员会：报告期内，该委员会共召开了4次会议，按照相关要求对公司董事及高级管理人员的提名等重大事项进行审议，对提名拟聘人员的任职资格、个人简历等相关资料进行了审核，审议通过相关议案。

4. 薪酬与考核委员会：报告期内，该委员会共召开了1次会议，对公司董事和高级管理人员年度薪酬情况进行了审核，认为公司董事、高级管理人员的薪酬发放符合公司薪酬与考核管理制度的规定。

（四）董事会对股东大会决议的执行情况

报告期内，公司共召开了2次股东大会，其中，年度股东大会1次，临时股东大会1次，审议通过了14项议案。公司按照《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》等规定的要求，严格执行股东大会的召集、召开、表决等程序，采用现场和网络相结合的投票方式，确保股东特别是中小股东能充分行使权利。本年度2次会议均由公司董事会召集召开，公司聘请见证律师进行现场见证。

报告期内，公司召开的股东大会不存在违反《上市公司股东大会规则》的情形，公司未发生单独或合并持有本公司有表决权股份总数10%以上的股东请求召开临时股东大会的情形，也无应监事会提议召开的股东大会。按照《公司法》《公司章程》的规定应由股东大会审议的重大事项均通过股东大会审议，不存在绕过股东大会或先实施后审议的情况。

会议届次	会议类型	召开日期	披露日期	审议通过议案
2023年 年度股东大会	年度 股东大会	2024-06-14	2024-06-15	1. 《关于“1133”发展战略规划纲要的议案》 2. 《2023 年度董事会工作报告》 3. 《2023 年度监事会工作报告》 4. 《<2023 年年度报告>及其摘要》 5. 《2023 年度财务决算报告》 6. 《2023 年度利润分配预案》 7. 《关于未弥补的亏损达实收股本总额三分之一的议案》 8. 《关于 2023 年度董事、高级管理人员薪酬的议案》 9. 《关于 2023 年度监事薪酬的议案》 10. 《关于续聘会计师事务所的议案》 11. 《关于公司及子公司 2024 年度申请综合授信额度及提供担保额度的议案》 12. 《关于补选非独立董事的议案》
2024年第一次 临时股东大会	临时 股东大会	2024-11-15	2024-11-16	1. 《关于补选非独立董事的议案》 2. 《关于回购公司股份方案的议案》（逐项表决） （1）《回购股份的目的》 （2）《回购股份符合相关条件》 （3）《拟回购股份的方式及价格区间》 （4）《拟回购股份的种类、用途、数量、占公司总股本的比例及拟用于回购的资金总额》 （5）《回购股份的资金来源》 （6）《回购股份的实施期限》 （7）《关于办理本次回购股份事宜的具体授权》

（五）公司治理与规范运作情况

经过董事会的持续努力，公司稳步推进法人治理结构完善与管理运作规范工作，提升了公司治理水平，规范了经营运作。目前，公司股东大会、董事会、监事会、管理层之间权力责任义务明确，相互关系清晰，董事会专门委员会对公司专业领域事项进行提前审议与充分讨论，形成了较为完善的公司治理架构。公司治理实际情况与中国证监会相关规定的要求不存在差异。

公司已建立了相对健全的内部控制体系，制定了比较完善、合理的内部控制制度。内部控制体系的建立对公司经营管理的各个环节起到了较好的风险防范和控制作用，公司内部控制的自我评价报告真实、客观地反映了公司内部控制制度的建设及运行情况，积极有效维护了公司和全体股东的利益。

二、2024年公司经营情况

（一）报告期内公司所处的行业情况

1. 政策驱动下的产业结构性调整

2024 年，国家广电总局发布《关于丰富电视大屏内容进一步满足人民群众文化需求的意见（试行）》，明确台网融合战略方向，推动《繁花》《我的阿勒泰》等 19 部网络剧进入电视大屏，其中约 47.37%的进入电视大屏的网络剧采用“台网同播”的模式，还有 15.79%的进入电视大屏的网络剧采用“多星联播”模式。政策实施后，有线电视终端免费节目占比提升至 68%，有效激活大屏内容生态。2025 年修订的《广播电视管理条例》取消设立电视剧制作单位审批，带动新增影视企业参与内容创作，行业准入门槛降低。

2. 产能优化与题材结构升级

全年电视剧发行数量同比下降 26.28%至 115 部，集数缩减 24.65%至 3,490 集，但备案数增至 593 部，同比增长 10.40%。电视剧发行现实题材占比持续提升至 76.52%。网络剧发行 166 部 3910 集，同比下降 16.58%和 20.12%，部均集数降至 23.55 集，中篇化趋势显著。2024 年 10 月至 12 月发行的 132 部微短剧中，都市题材占比 47%，农村、青少等题材合计占比 7%，显示政策引导下的题材多元化探索。

3. 台网融合与渠道协同效应

网络平台主导的“网台联播”模式成效显著，《我的阿勒泰》登陆央视一套黄金档，带动单集广告收入突破 500 万元。云合数据显示，联播剧集平均播放量较纯网播作品高出 47%，印证渠道协同价值。尽管全年全网有效播放量下降 15.30%至 2,550.4 亿，但《繁花》等头部作品单剧播放量突破 120 亿，显示精品内容仍具市场号召力。

4. 市场竞争与用户需求演变

长视频平台竞争格局出现分化，根据云合数据，爱奇艺、腾讯视频、芒果 TV 有效播放量同比下降，优酷通过独播策略实现微增。用户日均使用时长约 42 分钟的微短剧对长视频形成冲击，但核心用户对高质量内容的偏好持续加深。2024 年 7 月至 9 月发行的网络剧中，都市题材占比 41%，公安题材 6 部，同比增长 500%，反映观众对现实题材的关注提升。

5. 技术创新与产业生态重构

AI 技术在剧本开发、虚拟拍摄等环节逐渐深度应用，AR 演唱会等开创内容消费新场景，“内容+技术”模式在逐渐突破原有的桎梏，开始逐渐形成有效的商业模式。

（二）报告期内公司从事的主要业务

报告期内，公司主要从事影视 IP 内容投资与运营和游戏产品及渠道推广业务，已形成了以自有 IP 为核心资源，以影视 IP 内容投资、开发、制作及发行为核心业务，积极延伸拓展网络电影、网络微短剧、互动剧、小程序短剧、IP 线下衍生等相关业务的业务体系，各业务板块良性互动、协同发展。

公司影视业务主要包括影视 IP 内容的投资、开发、制作及发行，产品形态包括电视剧、网络剧、电影、网络电影、网络微短剧、互动剧、小程序短剧等，通过制作发行、版权售卖与运营、付费分成、内容营销、衍生品授权或售卖等方式获取收益，是目前公司营业收入的主要来源。

公司秉承“讲好中国故事，展现东方审美，面向世界表达”的理念，坚持精品原创和 IP 开发并重，优化产品结构，丰富影视题材，提升制作品质，持续打造头部精品内容，形成影视主业优势不断巩固、经营业绩稳定可持续、品牌影响力日趋增强的良好发展局面，努力筑牢影视行业头部企业的市场地位。

公司依托丰富的影视资源推动协同业务发展，推进实施“1133”发展战略规划，加快转型升级步伐，积极打造慈文“品牌+”与“IP+”的产品形态，持续在短剧、互动剧、动漫、游戏、文旅、演出经济及科技向（XR/AI）等多个板块开展业务布局，致力于从单一内容制作影视公司转型为一家相关多元化、轻资产、平台运营型的泛文化公司。

2024 年度，公司稳步有序推进实施“1133”发展战略规划，坚持以精品内容为核心、以国家产业政策及市场需求为导向，把控影视行业的发展方向，及时调整经营思路 and 创作方向，以“真善美”为选题创作原则，推进影视项目自主开发制作，巩固提升公司开发制作能力、创新引领能力、品牌影响力和市场竞争力，同时进一步努力提

升公司整体毛利率；积极布局创新增长，多元拓展各项业务，开启慈文传媒高质量发展新征程。报告期内，影视业务主要确认了《暗夜深海》《正当防卫》《暗潮缉凶》《了不起的我们》等项目的收入及存量剧集的多轮发行收入，演唱会业务实现收入1,213.65万元，公司全年实现营业收入36,605.06万元，较上年同期有所下降；实现归属于上市公司股东的净利润3,034.78万元，较上年同期增长9.85%。

1. 影视剧制作情况

截至本报告披露日，公司投拍的影视剧（包括电视剧、广播剧、网络剧、网络微短剧、电影等品类）有12部取得发行（公映）许可证，2部完成制作，12部在后期制作或拍摄中。具体情况如下：

序号	剧名	项目类型	题材	集数	发行(公映)许可证号/生产进度	(拟)合作方/播出平台
1	烽火流金	电视剧	古代传奇	40	(沪)剧审字(2021)第008号	腾讯视频
2	一江水	电视剧	当代都市	30	(渝)剧审字(2020)第003号	电视台及网络平台
3	鲲鹏击浪	电视剧	重大革命	35	(广剧)剧审字(2023)第012号	电视台及网络平台(已播出)
4	了不起的我们	电视剧	当代都市	39	(川)剧审字(2024)第007号	电视台及网络平台
5	暗夜深海(深海1950)	电视剧	国安谍战	40	(闽)剧审字(2024)第005号	爱奇艺
6	搭伙	电视剧	当代都市	24	后期制作中	优酷
7	平等之门	电视剧	检察法医	36	后期制作中	爱奇艺
8	谷雨	电视剧	当代涉案	40	拍摄中	优酷
9	禾下乘凉梦	广播剧	当代人物	4	完成制作	广播电台等(已播出)
10	紫川·光明三杰	网络剧	古代传奇	24	(沪)网剧审字(2022)第014号	爱奇艺、腾讯视频(已播出)
11	紫川·光明王	网络剧	古代传奇	24	(沪)网剧审字(2022)第019号	爱奇艺
12	燃罪	网络剧	悬疑职业	38	(苏)网剧审字(2024)第008号	爱奇艺(已播出)
13	暗潮缉凶	网络剧	当代公安	18	(沪)网剧审字(2025)第002号	爱奇艺
14	时光分岔的夏天	网络剧	青春悬疑	24	后期制作中	网络平台
15	正当防卫	网络剧	当代司法	16	后期制作中	爱奇艺
16	明月苍茫	网络剧	古装仙侠	36	后期制作中	爱奇艺
17	无罪之身	网络剧	情感悬疑	14	后期制作中	爱奇艺

序号	剧名	项目类型	题材	集数	发行(公映)许可证号 /生产进度	(拟)合作方 /播出平台
18	武林外史	网络微短剧	古装武侠	24	后期制作中	网络平台
19	龙王令	网络微短剧	古装仙侠	30	后期制作中	网络平台
20	乌金沉	网络微短剧	古装悬疑	24	后期制作中	网络平台
21	天天有囍	网络微短剧	古装甜宠	24	后期制作中	网络平台
22	鼠王	电影	冒险、动作	/	电审故字〔2023〕 第 304 号	院线及网络 (已播出)
23	无声呼救 (夏天的骨头)	电影	公路悬疑	/	电审故字〔2022〕 第 386 号	院线及网络
24	河西村的故事	电影	当代农村	/	电审故字〔2024〕 第 190 号	院线及网络
25	梵高计划	电影	喜剧	/	已完成制作，取得龙标	院线及网络
26	爆水管	电影	喜剧、动作	/	后期制作中	院线及网络

2. 影视剧播出情况

公司坚持将展示与传导社会正能量作为首位担当，截至本报告披露日，公司有 2 部网络剧、1 部电影与 1 部广播剧先后实现首轮播出，社会效益和播放流量市场表现优异。具体情况如下（按播出日期先后排序）：

序号	项目名称	类型	播出日期	播出平台（卫视/网络等）
1	紫川·光明三杰	网络剧，24 集	2024-02-27	爱奇艺、腾讯视频
2	禾下乘凉梦	广播剧，4 集	2024-03-17	中央人民广播电台文艺之声 《午夜书场》节目
			2024-03-20	湖南电台交通频道
3	鼠王	电影	2025-01-02	爱奇艺
4	燃罪	网络剧	2025-03-13	爱奇艺

重大题材广播剧《禾下乘凉梦》相继在中央广播电台与浙江、江西、湖南、福建等省级广播电台播出，并实现主要互联网平台全覆盖，得到了社会各界的广泛好评和主流媒体的高度肯定。2024 年 4 月 5 日，人民日报刊发了《一粒种子满载梦想》的短评；4 月 7 日，光明网刊发了《中国科学英雄形象的“自塑”路径与话语建构》的评论文章。截至 6 月底，《人民日报》《光明日报》、新华网等各主流媒体、新媒体共发布《禾下乘凉梦》相关新闻稿 80 篇。

除上述首轮播出剧目外，革命历史题材网络剧《血战松毛岭》实现多轮播出。《血战松毛岭》自 2024 年 4 月 29 日起在山西卫视黄金剧场播出，自 2024 年 8 月 13 日起在广东卫视黄金时段播出，自 2024 年 12 月 4 日起在重庆卫视黄金时段播出，作为国家广电总局批准在电视台卫星频道播出的网络剧之一，截至目前已在 5 家省级卫视播

出，取得了良好的播出成效和社会反响。2024 年 5 月 25 日，《血战松毛岭》专家研讨会在北京举行，国家广电总局网络视听管理司领导及行业专家出席会议，对该剧的制作水平、传播效果给予了高度肯定。

此外，报告期内，公司多部存量精品剧集实现多轮播出。其中，《胜算》《五号特工组》在陕西卫视播出，《五号特工组之偷天换月》在甘肃卫视、山东卫视、四川卫视播出，《楚乔传》在湖南卫视播出。

值得关注的是，公司出品的《暗夜深海》《正当防卫》《谷雨》3 部剧集入选中央广播电视总台 2025 年电视剧片单，实现了历史性突破。

3. 影视业务战略合作开展情况

为巩固提升精品影视剧的生产能力，打造影视制作产业集群，截至本报告披露日，公司分别与北京热烈开场文化传媒有限公司、北京画工影业传媒有限公司等业内知名公司签署了《战略合作协议》，就影视项目的联合开发、联合制作、联合发行与上述公司开展战略合作，已储备超过 10 个 S 级影视项目。

4. 创新业务开展情况

报告期内，公司围绕“内容+技术+场景”的创新战略，加速布局五大创新增长业务：截至本报告披露日，一是国内分账中剧，公司与东阳椿工、迪依铭、十方曦和等四家机构合作开发 10 余部 S 级/S+级作品，其中《东北往事》等重点项目进入后期制作阶段；二是海外短剧，公司与不止漫卷联合出品的《love on the sidelines》登陆五大国际平台并登顶榜首，与 Golden Infinity 合作的 4 部出海短剧启动制作；三是 IP 全链路开发，公司与若鸿文化完成《万界宇宙》世界观搭建，全面推进长中短剧开发；四是演艺经济领域，成功举办 4 场大型演出，与普普文化、阔景音乐等达成战略合作，探索拼盘演出、个唱参投及艺人孵化；五是文旅板块，青城山首个沉浸式融合全息 VR 技术文旅项目“白蛇传奇”预计将于 2025 年 5 月开业，后续将复制至江西省内 5A 级景区。公司通过构建多业务协同生态，深度整合海内外平台资源与技术创新，形成短剧出海、IP 开发、演艺、文旅等多维度增长引擎，为行业转型升级提供新范式。

5. 管理提升与党建引领情况

报告期内，慈文传媒持续加强公司治理和规范运作，纵深推进管理提升，增强了公司应对市场的抗风险能力，为未来的持续稳定健康发展奠定了基础。公司持续优化组织架构，有效提升了整体组织效能；完善内控制度建设，推进全面风险管理；加强人力资源管理体系和人才队伍建设，以业绩为导向更新人才队伍，实施基础性激励约束机制全覆盖，提升了公司人才队伍的活力；深入开展“四降一增”（降应收、降库

存、降成本、降风险，增收益）专项工作，有效盘活了公司资产，在降本增效上取得了明显成效。

公司始终将党建工作视为筑牢意识形态阵地、践行社会责任的核心引擎。公司坚持“党建+业务”深度融合模式，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，将红色基因深度融入内容创作、企业管理与社会服务全链条。通过建立“三会一课”标准化体系、党员示范岗评优机制、红色主题教育创新工程，持续强化党组织战斗堡垒作用，推动党建工作与影视精品生产、文化惠民工程同频共振。通过党建引领，公司不仅创作了《暗夜深海》等弘扬主旋律的精品力作；更以社会效益为先的发展理念，实现政治效益、社会效益与经济效益的有机统一，为新时代文化传媒行业高质量发展注入红色动能。

6. 公司及影视项目主要获奖情况（截至本报告披露日）

（1）2024 年 5 月 22 日，在 2024 年江西省文化强省建设推进大会上，慈文传媒被授予“2023 年度江西省文化企业 20 强”称号。

（2）2024 年 6 月，慈文传媒荣获 2024 年度“未来信息产业之星上市公司”的荣誉称号。

（3）影视项目主要获奖情况

《禾下乘凉梦》荣获了中宣部第十七届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖，实现了公司影视剧荣获“五个一工程”奖的历史性突破。公司影视项目主要获奖情况如下：

项目名称	荣获奖项	主办/授奖单位
禾下乘凉梦	第十七届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖	中共中央宣传部
	国家广电总局 2024 年第一季度广播电视创新创优节目	国家广电总局
	2024 年“中国梦 新征程”原创网络视听节目征集展播活动优秀节目	国家广电总局
鲲鹏击浪	第 34 届中国电视剧“飞天奖”提名作品	国家广电总局
	第 32 届中国电视“金鹰奖”优秀电视剧提名作品	中国文学艺术界联合会、中国电视艺术家协会
血战松毛岭	第 34 届中国电视剧“飞天奖”提名作品	国家广电总局
暗夜深海 （曾用名： 破晓时分、 深海 1950）	国家广电总局 2024 年度电视剧引导扶持专项资金项目	国家广电总局
	2023 年度厦门市影视精品扶持项目	厦门市委宣传部
	江西文化艺术基金 2024 年度重点项目	江西文化艺术基金管理中心
	2025 年度福建省电视剧创作生产专项资金扶持项目	福建省广播电视局
河西村的故事	第二十届“金天使奖”之中华文化国际传播力奖	美国鹰龙传媒公司

项目名称	荣获奖项	主办/授奖单位
武林外史	“跟着微短剧去旅行”创作计划推荐目录	国家广电总局

四、公司发展战略及2025年经营计划

（一）行业分析

1. 2024 年，影视剧相关政策呈现出优化行业环境、鼓励创新、推动高质量发展和加速国际化进程的特点

2024 年 8 月 1 日，国家广电总局印发《关于丰富电视大屏内容进一步满足人民群众文化需求的意见（试行）》，该意见旨在提升电视大屏优质内容创新和供给能力作为核心目标。在当前媒体融合的大趋势下，推动优秀网络视听作品在电视大屏播出，是促进台网深度融合的关键举措，打破了传统媒体与新兴媒体之间的壁垒，让观众能在电视大屏上欣赏到更多元、更具创新性的内容。同时，允许“多星联播”以及指导推动联购联播等措施，为影视剧上下游产业带来了诸多积极影响。“多星联播”模式可以使一部优秀的影视剧在多个频道同时播出，扩大其传播范围，提高作品的影响力和收视率，进而增加广告收入和版权收益。而联购联播则有助于整合各方资源，降低购买成本，促进影视行业的资源优化配置，为上下游企业创造更广阔的盈利空间和发展机遇。

2025 年 1 月 20 日起施行的《国务院关于修改和废止部分行政法规的决定》，明确修改《广播电视管理条例》，删去“设立电视剧制作单位审批”的相关条款，这一举措是深化“放管服”改革的体现，有利于加强和改进电视剧管理与服务工作。通过简化审批流程，完善电视剧创作生产服务、引导、组织工作机制，能够将出成果和出人才紧密结合，使抓作品和抓环境相互贯通。这不仅降低了电视剧制作行业的准入门槛，引导更多机构参与电视剧创作生产，还进一步激发了电视剧行业的创新创造活力，为行业注入新鲜血液，促进市场竞争，推动行业朝着多元化、高质量的方向发展。

2025 年 1 月 24 日，国务院办公厅印发《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》，从财政、税收、金融服务、科技创新等多个维度，提出了推动文化产业高质量发展的具体措施。在财政方面，加大对文化产业的资金投入，设立专项扶持基金，为影视剧创作提供充足的资金保障，助力制作方打造高质量作品；税收上，实施税收优惠政策，减轻影视企业负担，提高企业的盈利能力和发展积极性；金融服务领域，鼓励金融机构创新金融产品和服务，为影视项目提供多元化的融资渠道，解决影视企业融资难的问题；科技创新方面，支持影视行业运用新技术，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、

人工智能（AI）等，提升影视剧的制作水平和观赏体验，为观众带来更具沉浸感和科技感的视听盛宴，也在逐渐的拓宽观众消费内容的场景边界。这些政策的协同发力，为影视剧行业在高质量发展道路上提供了坚实的政策支持和保障。

2. 2024 年，长剧集行业呈现出鲜明的发展态势，优化产能、提质减量成为贯穿全年的核心趋势，并有望在 2025 年持之以恒

根据国家广电总局公示信息，2024 年，获准发行的电视剧数量为 115 部，较 2023 年的 156 部下降了约 26.28%；集数方面，2024 年共计 3,490 集，相较于 2023 年的 4,632 集，下降比例约为 24.65%。网络剧领域，2024 年获准发行 166 部，而 2023 年这一数字为 199 部，同比下降约 16.58%；集数从 2023 年的 4,895 集降至 2024 年的 3,910 集，同比下降约 20.12%。网络剧的部均集数也下降至 23.55 集，长剧中篇化趋势愈发明显，行业已从过往盲目扩张、追求数量增长的模式，逐步转向注重内容质量与剧集精品化打造。

与此同时，网络平台在长剧领域的地位愈发凸显，已然成为长剧制作与播出的核心力量。并且，电视剧与网络剧的融合进程也在持续加速，二者之间的界限日益模糊。2024 年，全国电视剧备案数量接近 593 部，相较于 2023 年的 537 部，同比增长约 10.40%。尽管在发行端呈现减量态势，但市场对于优质长剧内容的创作热情依旧高涨，各方对剧集市场前景仍保持看好的态度。而“网台联播、多星联播”模式也让电视台逐渐恢复元气，在 2024 年上新的国产长剧中，云合数据显示，网台联播的部数占比约 32%。这种联播模式充分整合了电视台与网络平台的优势资源，电视台拥有广泛的受众基础与权威性，网络平台则具备强大的传播力与互动性，二者携手能够扩大剧集的传播范围，提升剧集的影响力与话题度。

此外，从行业整体播放数据来看，根据云合数据，2024 年全网剧集累计正片有效播放量 2,550.40 亿，同比下降 15.3%，这也从侧面反映出行业在调整阶段，观众对于剧集质量的要求提高，不再单纯为数量买单。长视频核心用户对高质量内容的偏好持续加深，内容竞争仍胶着，各平台收入因内容上表现差异或有分化，优质内容的持续产出能力仍然经营的核心影响因素。

3. 互联网微短剧市场继续呈现爆发式增长态势，创作提升与规范管理齐头并进

在长剧集领域不断调整优化的同时，互联网微短剧在 2024 年异军突起，展现出强劲的发展势头。2024 年，互联网微短剧获准发行 602 部，较之上一年度的 557 部，同比增加 8.08%。

根据深圳广播电影电视集团、中国传媒大学视听艺术研究中心、中国电视剧制作

产业协会等联合出品和发布的《2024 年中国微短剧产业研究报告》，2024 年我国互联网微短剧市场规模约 505 亿元，微短剧用户规模已达 5.76 亿，占网民总数的 52.4%，这意味着超过一半的网民都成为了微短剧的受众群体。从年龄分布来看，18 至 25 岁的年轻群体占比达 35%，26 至 35 岁群体占比 28%，36 至 45 岁群体占比 22%，45 岁以上群体占比 15%，受众覆盖范围广泛，且年轻群体成为消费主力。

在政策层面，多措并举推动着行业的健康发展。2024 年 6 月 1 日起，国家广电总局《关于微短剧备案最新工作提示》正式生效，随着微短剧规模和影响力的急速增长，为规范行业健康发展，微短剧施行分类分层审核，未经审核且备案的微短剧不得上网传播。同时通过分类审核，引导微短剧题材的多元化发展。这一举措使得创作环境得到进一步优化，行业整体迈向精品化、多元化。众多原长剧集影视制作公司外的新势力纷纷响应，如字节跳动旗下的番茄小说推出的多部微短剧，吸引了大量观众。

2025 年 2 月 5 日，国家广电总局办公厅配套发布了《关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》，为微短剧创作、生产、传播、推广等产业链各环节协同联动提供了依据和支持。通知提出了促进科学化管理的有效举措，例如在创作环节，鼓励创作者深入生活、扎根人民，挖掘更多现实题材；在传播推广环节，规范营销宣传行为，防止虚假宣传等，为微短剧行业的持续健康发展提供了有力保障。随着政策的持续引导与市场的不断成熟，互联网微短剧有望在未来成为影视行业中不可忽视的重要力量，与长剧集相互补充，共同构建更加丰富多元的视听内容生态。

4. 网络微短剧出海业务蓬勃发展

在长剧集行业深度调整的同时，中国微短剧产业正以惊人的速度实现全球化突破。根据短剧自习室公众号数据，截至 2024 年 12 月，中国制作的 202 款海外短剧应用在全球范围内累计下载量突破 3.7 亿次，其中第四季度单季下载量达 1.1 亿次，环比增长 10%。这些应用通过 Google Play 和 App Store 两大主流渠道实现内购收入 5.7 亿美元(约合人民币 41 亿元)，较 2023 年增长 12 倍，印证了海外市场对中国微短剧的强劲需求。

从区域分布看，美国市场贡献了 38.6%的收入份额，欧洲市场占比 26.3%，东南亚市场则以 14%的增速成为新兴增长点。以头部应用 ReelShort 为例，其在北美市场的 DAU(日活跃用户)峰值突破 300 万，单集付费转化率达 8%，远超行业平均水平。Statista 数据显示，2024 年海外微短剧用户日均使用时长已达 42 分钟，用户粘性显著高于传统长视频平台。

政策层面的支持为出海进程注入关键动能。国家广电总局 2024 年 6 月实施的《网

络微短剧内容审核细则》明确要求，出海作品需通过“内容适配性审查”，重点考察文化元素的国际化表达。2025 年 1 月发布的《关于推动网络视听产业高质量发展的若干措施》进一步提出，对年出口额超过 500 万美元的微短剧企业给予税收优惠。这些举措推动行业建立起“创作—审核—发行”全链条的标准化流程。

同时技术创新同样成为重要驱动力。国内制作团队普遍希望采用 AI 辅助编剧系统提升创作效率，某头部厂商数据显示经测试 AI 可将剧本开发周期缩短 40%。同时，虚拟拍摄技术的应用有望使单集制作成本下降 60%。这种“精品化内容+轻量化制作”的模式，使中国微短剧在海外市场形成差异化竞争力。

5. 2024 年，中国演唱会市场呈现出全面复苏和快速增长的态势，成为文化娱乐产业的重要增长点

根据中国演出行业协会发布的《2024 年全国演出市场简报》，2024 年全国营业性演出（不含娱乐场所演出）场次 48.84 万场，同比增长 10.85%；票房收入约 579.54 亿元，同比增长约 15.37%；观众人数累计约 17,618.16 万人次，同比增长 2.95%。分季度来看，第四季度演出市场表现尤为突出，单季票房收入达 186.3 亿元，占全年总额的 32.15%，同比增长 21.4%，显示出文旅消费的强劲复苏势头。区域市场呈现显著分化特征，北京、上海、广州等一线城市凭借丰富的演出资源，占据全国票房总额的 41.2%；成都、重庆等新一线城市则依托文旅融合优势，实现票房收入同比增长 28.7%。

多地政府纷纷出台支持政策，推动演出市场高质量发展，演出行业已成为文旅深度融合的重要纽带和文旅消费的重要引擎。全国 31 个省（区、市）出台专项支持政策，累计发放文旅消费券 23.5 亿元，重点支持红色题材、传统文化类演出项目。

6. “谷子经济”商业模式与影视行业的结合异军突起

2024 年，以二次元 IP 周边商品为核心的“谷子经济”模式在影视行业异军突起。艾瑞数据显示，我国谷子经济市场规模突破 1,689 亿元，较 2023 年增长超 40%，用户群体覆盖 5 亿泛二次元人群。其中，剧集《永夜星河》仅卡牌销售突破 1,500 万元，印证年轻消费群体对 IP 衍生品的旺盛需求。

同时，谷子经济产业链还可以呈现“IP 运营—产品开发—渠道销售”三位一体特征。上游领域，影视公司通过超级 IP 开发衍生周边；中游环节，亚克力立牌、镭射票等文创产品开发周期缩短至 3 个月，成本较传统手办降低 60%；下游渠道方面，上海百联 ZX 创趣场等二次元主题商场客流量同比上涨 40%，带动老商圈消费升级，同时专业的卡牌直播间流量翻倍。

除此以外，广州等地出台专项扶持政策，推动“谷店+VR/AR”沉浸式消费场景建

设。国家广电总局《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》明确将 IP 衍生品开发纳入文化产业扶持范围，助力企业构建“内容创作—授权开发—市场推广”全链条运营体系。

（二）公司战略展望

公司认真学习习近平总书记关于文艺工作的重要论述以及党的二十大精神，深入学习贯彻习近平文化思想，加强对中国式现代化中的重大现实、重大革命、重大历史、重大未来选题的精准寻找，呼应时代主题，讲好中国故事，拍出时代精品，同时推进多元题材类型的项目储备及开发，初步形成了“策划储备一批、立项备案一批、开机制作一批、宣传发行一批”的项目梯次，保障精品内容持续产出，不断巩固公司在影视剧内容市场的重要地位。

2025 年是“十四五”规划的收官之年，也是“十五五”规划的谋篇布局之年。随着 2024 年慈文传媒“1133”发展战略正式发布并实施，一年来取得了明显成效。一方面，影视精品创作能力进一步夯实，荣获中宣部精神文明“五个一工程”等重要奖项 4 项，开机拍摄长、中、短剧 9 部，入选中央广播电视总台 2025 年电视剧片单 3 部，取得突破性成果；另一方面，拓展创新业务，微短剧、演唱会等项目相继落地。未来，慈文传媒将坚守影视主业阵地，探索多元发展路径，构建可持续发展新格局，致力于发展成为一家行业领先的、相关多元化、轻资产、平台型的泛文化公司。

1. 筑牢三大阵地

（1）筑牢内容生产阵地

慈文传媒以参评中宣部“五个一工程”奖为龙头，聚焦党的创新理论和伟大实践，深入实施文艺作品质量提升工程，在强化选题策划的思想深度、抢占创作者资源高地等方面下硬功夫，精心策划一批有价值、有份量、有市场的文艺精品，推出兼具社会效益与经济效益的优质影视内容。2025 年，公司将密切跟踪《暗夜深海》《正当防卫》《谷雨》3 部入选中央广播电视总台 2025 年电视剧片单剧集的拍摄制作、播出及宣传，并稳步推进重点项目开发制作。

（2）筑牢渠道拓展阵地

当大多数潜在互联网用户都已成为长视频平台的用户后，平台间的竞争焦点不可避免地转向了存量用户的争夺和用户使用时长的延长。这种竞争格局的转变，正推动着整个影视行业向更加精细化和个性化的方向发展，同时也为影视制作公司带来了更大的创新压力和运营需求。公司将持续靠大联强合作，深化与腾讯视频、芒果 TV、优酷视频与爱奇艺等头部网络平台及电视台等渠道的合作，夯实影视主业；探索拓展投

资、IP 运营、数字资产等泛文化业务，形成多维盈利模式。

（3）筑牢团队建设阵地

为更好地聚焦“走在前，勇争先，善作为”的管理目标要求，更好的解放思想、自我革新、细化“1133”发展战略，慈文传媒一方面与影视行业知名制片人、导演、编剧及拥有优质项目经历的制作团队，特别是有过共同合作的“四名”人才（名导演、名编剧、名制片人、名演员）保持沟通，建立“四名人才库”。另一方面，公司积极推进内部人才结构优化，陆续组建了四个制片工作室，通过建立由工作室发展为子公司的进阶机制、考核要求与激励制度，吸引和留住优秀人才，充分激发员工们的积极性与创造力，营造出奋发进取的工作氛围，推动公司整体战略目标早日实现。

2. 打造 3 大产业集群

（1）打造长、中、短剧相结合的影视制作产业集群

网络微短剧作为近年来新兴的网络视听文艺形态，是文化与科技深度融合的产物。它融合了影视剧的基因与短视频的特性，凭借快节奏、低成本以及便于网络传播等优势，呈现出爆发式的增长态势。慈文传媒将牢牢把握长剧、中剧、微短剧的发展趋势，满足观众个性化观赏需求，完善产业链条，打造影视产业集群，充分发挥传统影视模式的资源禀赋链接与业务优势，积极开拓横屏短剧、竖屏短剧赛道，稳妥推进短剧出海。

公司将紧密推进与北美 Reelshort 旗下最头部制作公司 Gold Infinity、与番茄平台合作的头部内容公司 Above story 以及中文在线日本短剧平台 UniReel 展开出海短剧的试点合作，并与多家优质微短剧制作公司达成合作意愿，积极推进具体项目的落地工作，为全面开展短剧业务奠定了资源基础。

（2）打造泛文娱产业集群

在“1133”发展战略的引领下，公司创新增长板块以“科技+文化+投资”为拓展理念，2024 年重点在演出经济、文旅等方面实现了从 0 到 1 的突破，并持续在多个板块开展业务布局。2024 年内公司共成功参与举办演出 4 场，观演总人数高达 14 万人，每个项目在互联网社交平台上热度传播均不低于 6,000 万次传播量，拓展慈文传媒创新业务的同时，也助推了当地文旅发展，为公司与地方文旅开展合作奠定了良好基础。

同时慈文传媒与合作伙伴共同拓展青城山线下文旅项目，为后续文旅方面的拓展与深度挖掘合作奠定夯实基础。

（3）打造新技术催生下的数字文化资产产业集群

现阶段 AI 技术在影视内容策划、后期制作、推荐算法等环节的广泛应用，提升了

生产效率和用户体验。慈文传媒将积极把握 AI 技术进步的红利，尤其在微短剧制作领域，AI 技术与微短剧叙事节奏快的特征高度契合，能够有效压缩制作周期、降低制作成本，满足市场竞争中快速响应的需求。随着 AI 技术的不断迭代，在影视制作全流程中的应用愈发广泛，正在重塑影视行业的生产模式。

近年来，国家陆续出台政策支持前沿科技与文化娱乐的融合场景。2024 年 2 月 1 日起施行的《产业结构调整指导目录（2024 年本）》，对广播电视和网络视听领域纳入鼓励类目录的内容进行了拓展，首次纳入了“可穿戴智能文化设备”，“互动视频、VR 视频、沉浸式视频、云游戏等高新视频开发和应用”等内容，为壮大广电视听领域产业投资、促进产业结构优化升级提供了重要政策指引。2024 年 5 月 6 日，文化和旅游部办公厅、中央网信办秘书局等联合印发了《关于印发<智慧旅游创新发展行动计划>的通知》，《通知》指出，鼓励和支持文博场馆、考古遗址公园等文化场所，运用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、拓展现实（XR）、混合现实（MR）、元宇宙、裸眼 3D、全息投影、数字光影、智能感知等技术和设备建设智慧旅游沉浸式体验新空间。

2023 年 9 月，慈文传媒与专业投资机构及关联方共同投资了杭州灵伴科技有限公司。该公司是一家专注于通过 AR 眼镜及其生态，实现人机交互的产品平台公司，其产品功能与舒适度均受益于 DeepSeek 为代表的 AI 大模型商业应用，以及 5G、云计算等基础设施的日趋完善。慈文传媒将密切关注、积极探索与被投企业开展相关合作，拓展 AR 内容赛道，着力在新场景站稳脚跟，并在此基础上进一步拓展 AI 技术在内容端的商业化应用案例。

（三）公司主要业务计划

公司将基于行业发展趋势，在上述发展战略指导下，积极推进各项业务计划，具体如下：

1. 电视剧计划

2025年预计上线播出、完成制作或开机项目如下：

序号	暂定剧名	题材	暂定集数	生产计划	备注
1	了不起的我们	当代都市	39	上线播出	
2	暗夜深海	国安谍战	40	上线播出	
3	平等之门	检察法医	36	完成制作	
4	谷雨	当代涉案	40	完成制作	
5	绝代双骄	古装武侠	40	拟 2 季度开机	筹备中
6	庭战女王	当代检察	32	拟 3 季度开机	筹备中

7	屋檐拌月	现代言情	24	拟 3 季度开机	筹备中
8	小满未满	当代都市	24	拟 3 季度开机	筹备中
9	警动全城	当代公安	24	拟 4 季度开机	筹备中

另外，公司还有《中国军医》（当代军队，40集）、《万里山河》（重大历史题材，40集）、《表小姐》（古装传奇，36集）、《指间生长》（当代都市，40集）、《食荤者》（当代都市，40集），以及古装、主旋律、现实主义等题材的相关项目，均在筹划推进中。

2. 网生内容、电影等业务计划

2025年预计上线播出、完成制作或开机网生内容等项目如下：

序号	暂定剧名	项目类型	生产/播出计划	(拟)合作方/播出平台
1	明月苍茫	网络剧	完成制作	爱奇艺
2	无罪之身	网络剧	完成制作	爱奇艺
3	人间清醒	网络剧	完成制作	腾讯视频
4	暗潮缉凶	网络剧	上线播出	爱奇艺
5	正当防卫	网络剧	上线播出	爱奇艺
6	时光分岔的夏天	网络剧	上线播出	爱奇艺
7	惩戒者	网络剧	上线播出	芒果 TV
8	御廷谣	网络剧	拟 3 季度开机	网络平台
9	南明离火	网络剧	拟 4 季度开机	网络平台
10	步步生莲（第一季）	网络剧	拟 4 季度开机	网络平台
11	脱骨香（第一季）	网络剧	拟 4 季度开机	网络平台
12	无声呼救 （夏天的骨头）	电影	上线播出	院线及网络
13	爆水管	电影	上线播出	院线及网络
14	武林外史	网络微短剧	上线播出	网络平台
15	龙王令	网络微短剧	上线播出	网络平台
16	天天有囍	网络微短剧	上线播出	网络平台
17	乌金沉	网络微短剧	上线播出	网络平台

另外，公司还有网络微短剧《小鱼儿与花无缺》《天涯明月刀》、网络剧《兽王》等项目，均在筹划推进中。

3. 创新业务计划

相关多元化、 创新品类	探索布局进展	合作方
国内分账中剧	在国内头部平台成功上线分账中剧，并取得收入。	东阳椿工、迪依铭、新海视、十方羲和
海外短剧	在海外头部平台成功上线分账中剧，并取得收入。	不止漫卷、GOLDEN INFINITY
IP 全链路开发	完成战略合作框架的签署，以此为基础，积极展开长中短剧的全方位开发工作与《万界宇宙》世界观梳理与搭建，为后续系列作品的创作奠定坚实基础。同时在合作方已成熟 IP 基础上探讨动画院线电影的开发与制作。	若鸿文化
演艺经济	成功举办四场大型音乐演出，建联并合作多加国内专业演出行业机构。目前规划按照拼盘主控、个唱参投及发展腰尾艺人孵化与音乐版权的方向持续推进探索。	普普文化、好乐无荒、阔景音乐、飞碟音乐、博远致睿等
文旅	已在成都青城山落地一个大型线下实体沉浸式体验类项目，待该项目模式得到充分论证后，将持续围绕 5A 级旅游目的地进行复制。	都江堰文旅投资集团、杭州众洋
互动剧	与互动影游赛道头部技术与内容团队战略合作，通过 AI 创作的全新手段，共同研发改编经典 IP 衍生互动剧，并打造互动剧宇宙。	互影科技
游戏	积极拓展游戏业务，通过战略投资，布局优秀研发团队及运营发行团队，真正实现影游联动。	/
科技	AR 文旅智能导览、探索 AR 数字内容的多场景交互体验、推动 AR 职业教育及 AR 美育教育。	灵伴科技、北京大学文化产业研究院
	探索 AI 与影视、动画等内容创作结合，拟通过严格的前期论证双方共同探讨战略投资事宜。	智象未来（HiDream AI）

（1）国内分账中剧

①公司与东阳椿工于2023年12月22日合作《武林外史》联合投资、拍摄及制作，目前项目在后期制作阶段，拟于2025年上线国内头部网络视频平台。

②公司与迪依铭于2024年9月达成合作，旨在结合双方的优势及资源，发力中剧赛道，有规划性、有针对性的打造一揽子《乌金沉》《天天有囍》等4部S级、S+级精品项目。其中《乌金沉》《天天有囍》两个项目均在后期制作阶段，拟于2025年上线国内头部网络视频平台。

③公司与新海视于2024年达成《龙王令》的合作，该影片领衔主演为李沐宸、叶盛佳，系分账中剧赛道年度现象级爆款剧男女主二搭，项目在后期制作阶段，拟于2025年上线国内头部网络视频平台。

④公司与十方羲和于2025年3月签署框架合作协议，旨在结合双方的能力及资源，打造精品短剧剧集。根据目前项目进展商定，双方以《东北往事》1、2季（基于孔二狗 IP 改编）作为第一部合作项目展开推进工作，该剧在后期制作阶段，拟于2025年上线国内头部网络视频平台。

（2）海外短剧

①公司与不止漫卷于2025年1月签订《love on the sidelines》短剧联合投资摄制合同，项目已在美国拍摄顺利完成，并于2025年3月18日强势登陆海外5家头部短剧平台（分

别为枫叶互动Reelshort、点众Dramabox、新阅时代Goodshort、昆仑万维Dramawave、字节番茄Minishorts）。上线当日，该剧便凭借其精彩剧情与出色制作，一举斩获海外英语短剧榜首之位，成绩斐然。

②公司与Golden Infinity于2025年1月签订海外短剧联合投资协议，联合精心制作出品4部出海短剧，目前项目孵化顺利推进中，第一部计划于2025年4月份在美国开机。

（3）IP全链路开发

公司与若鸿文化于2024年11月完成战略合作框架协议的签署，以此为基础，积极开展中短剧的全方位开发工作。目前，已圆满完成基于《万界宇宙》IP的世界观梳理与搭建，为后续系列作品的创作奠定了坚实基础。

同时，基于若鸿文化的《妖神记》等热门动画IP，双方正在共同探讨动画院线电影的开发与制作。

（4）演艺经济

①公司与厦门普普文化股份有限公司正在推进战略框架合作协议的签署工作，双方将围绕大型音乐演出项目、艺人经纪及音乐版权经纪展开多维度合作，遵循“优势互补深化合作、互利共赢、共同发展”的原则，充分发挥各自优势，共同探索建立紧密的合作伙伴关系，促进合作共赢。

基于公司与普普文化在2024年围绕多个项目的顺利合作，2025年双方有意向围绕整个演出经纪板块签署战略合作框架协议，深入结合双方公司的产业连接优势及在专业领域的项目及资源整合能力，积极推动双方在演出经纪赛道的壮大发展。

②公司与阔景音乐集团将在今年围绕大麦B级以上评级的艺人开展演出经纪个唱板块的合作布局。通过对演出经纪中个唱项目的探索参与，一方面提升公司在演出经纪领域的行业身份，另一方面更重要的是结合集团战略目标，更加实际地以业务带动产业转型。

③公司拟计划与北京好乐无荒文化音乐有限公司围绕艺人孵化及音乐版权等赛道进行探索。通过深入艺人经纪与音乐版权领域形成公司扎根该赛道的长期抓手与核心竞争力，提升公司在行业内的身份，实现在行业的长尾发展。

（5）文旅

公司首个文旅项目标的选址在成都市青城山风景区。选取契合景区的传统经典 IP（白蛇传奇）、以及景区大流量入口的物理空间业态，结合交互式数字内容开发及特色差异化衍生品等要素，以景区独立的体验式二销项目方式，开创全新的线下沉浸式数字文化空间产品。

该文旅产品体验设计与商业模式清晰，结合光影、影像、交互、演艺、造景等技术，融合真实与虚拟，呈现多个沉浸式体验场景，通过文学内容与导入全息、VR等互动类应用技术，为游客带来视听有冲击、身体有互动、情感有共鸣的全感官体验。项目总占地面积约1,800平方米，现阶段处于施工建设期，项目预计在2025年5月份开业运营。

（6）互动剧

公司已与互影科技（北京）有限公司（简称“互影科技”）签署了战略框架合作协议，双方遵循“优势互补深化合作、互利共赢、共同发展”的原则，充分发挥各自优势，共同探索建立紧密的合作伙伴关系，促进合作共赢。

基于公司在传统影视娱乐等业态的实力基础与丰富的IP库及互影科技在交互技术领域的综合研发实力，双方将充分利用AIGC技术联合研发改编经典IP衍生互动剧并进行联合发行；双方深入结合公司的传统产业连接优势及互影科技在数字交互娱乐产业领域的项目及资源整合能力，将积极探索成立互动剧发展联合扶持专项基金，寻找优秀的互动剧项目并进行投资；利用双方共同研发的AIGC小工具助力互动剧的效率提升，共同推动互动内容赛道的壮大发展，提升用户的沉浸式互动体验。

（7）科技

①公司通过参与专业投资机构上海敦鸿资产管理有限公司成立的基金对外投资了杭州灵伴科技有限公司（Rokid AR眼镜），双方基于AR眼镜的新场景需求以及传统文化领域头部企业在AR新场景应用方面的需求，共同就线下文旅产业的智能导览、AR数字内容的多场景交互体验、AR职业教育及AR美育教育等文化、教育领域开展合作。

②公司已与深圳智象未来科技有限公司（简称“智象未来”）签署了战略框架合作协议，在科技创新的支撑和引领下，充分利用科技创新驱动新产品、新业态、新模式重塑产业链，发挥各自优势，在以下六个方面展开合作；第一，利用智象未来AIGC视频技术研发微短剧、互动剧内容；第二，利用智象未来AIGC视频技术剪辑片花、宣传物料；第三，利用慈文传媒影视素材库进行大模型训练；第四，慈文传媒协助智象未来进行数据资产认定及数据要素确权等事项；第五，双方将共同探索算力购买、服务提升、算力中心成本优化等方面的合作；第六，双方就战略投资进行深入探讨合作。同时，双方以本次合作为契机，还将积极探索AIGC在泛文化领域的应用，抢抓技术革新带来的发展机遇。

4. 运营管理计划

公司将积极应对行业“降本增效”的发展趋势，建立实施符合当下市场特点的业务运营及管理模式。在内部管理上，进一步推进“四降一增”（降应收、降库存、降

成本、降风险，增收益）专项工作，有效盘活资产，防范经营风险，提高资金流动性，推进公司高质量发展。

在运营模式上，努力推进以业务为中心的机制建设。一是充分发挥平台优势，拓展多元化的合作模式，找准选题，集中资源，保障重点项目开发推进；提高中后台的服务意识、专业技能水平、管理水平和组织效能，为业务拓展保驾护航、赋能助力。二是着力构建以终为始、结果导向的项目开发和分配机制，实施营销前置的生产销售模式，进一步完善各类岗位专业人员的薪酬体系和激励机制，在项目推进中调动各方面参与人员的积极性和创造性；探索实施包括股权激励在内的长效激励方式，加强对核心人才的激励，实现公司与员工共同成长与发展。三是整合地方政府、战略合作伙伴等各方面的资源，拓展优质 IP 内容+消费+科技+场景的全产业链机会，培育新的业务模式和盈利增长点。

5. 进一步完善公司治理计划

公司将积极贯彻党的二十大精神，着力加强党的建设；坚持“管理提升、创新融合”的方针，进一步规范和完善公司治理结构和组织架构，建立健全适应现代企业制度要求的决策机制、运营机制和用人机制，建立健全项目开发、创新引进、全面预算、激励约束、风险控制的全流程管控机制。加强董事会建设，充分发挥独立董事和专门委员会的作用，更好地发挥董事会在重大决策、高管选聘等方面的作用。

6. 资金需求、使用及资本运作计划

公司在努力推进业绩稳定的基础上，将积极发挥慈文传媒品牌优势，进一步拓展与各类金融机构合作的广度与深度，充分利用资本市场，积极拓展公司投融资渠道。充分运用各类金融工具，满足企业资金需求，降低财务杠杆，优化财务结构，提升公司资本实力，以充足的资金保障支撑业务推进。同时通过整合优质资源，与专业机构搭建投资基金，通过基金项目投资运用杠杆建立公司的护城河；并积极发挥协同效应，增强自主创新研发能力，探索文化+科技的有效结合，巩固和提升公司的市场头部地位，拓展和延伸慈文 IP 全产业链，增厚公司业绩，将慈文传媒打造成业内领先、相关多元化、轻资产、平台运营型的泛文化公司。

（四）公司面临的风险和应对措施

1. 政策风险和行业竞争风险

影视行业作为具有意识形态特殊属性的重要产业，受国家有关法律、法规及政策的影响较大。同时，行业主管部门对题材审查及生产播出等的管理规定亦会随着市场的变化而不断推出或调整，可能对公司具体业务的策划、制作、发行等各个环节产生

影响。如果公司未来不能完全贴合政策导向，可能面临影视作品无法进入市场的风险。同时，随着行业竞争加剧，公司影视项目开发面临激烈的市场竞争，存在市场份额下降及经营业绩下滑的风险。

公司始终坚持找准选题、讲好中国故事、制作精品剧目的方针，坚持以精品内容为核心、以市场需求为导向，凭借多年的经验积累和强大的制作能力，推进实施剧集创作生产全流程管理体系，能够准确把握影视行业的发展方向，及时调整经营思路和创作方向，以适应国家产业政策的调整及行业竞争的加剧，在影视行业始终保持优势地位，巩固提升公司品牌影响力和市场竞争力。

2. 影视剧目适销性的风险

影视剧是一种文化产品，质量检验的方式为市场的接受程度，体现为影视剧发行后的收视情况、点击播放情况或票房收入。市场的接受程度与观众的主观喜好与价值判断紧密相关，观众会根据自己的生活经验与偏好选择影视剧，并且观众自身的生活经验与偏好也在不断变动中。因此，影视剧制作企业难以准确预测作品的适销性，难以确保每一部影视作品都能够得到市场的认可。

公司为了保证影视剧的发行，实施营销前置的销售模式。公司在寻找选题和选取剧本时即与目标平台沟通交流，把握市场需求，并根据主管部门对影视剧类型的比例要求制定拍摄计划，避免类型单一导致的风险。在剧本创作和改编优化过程中，公司与目标平台沟通互动，了解最新动态。营销前置的销售模式和创作生产全流程管理体系，有效保证了公司影视剧产品的发行和销售。

3. 人才流失风险和管理风险

专业人才是文化创意产业的核心资源，在市场竞争不断加剧的情况下，对专业人才的竞争也必将日趋激烈。面对行业规范整治及市场环境变化，公司在资源整合、资本运作、市场开拓等方面对专业人才质量和数量提出了更高的要求，增大了管理与运作的难度。如果公司管理层的业务能力不能适应公司战略发展及业务拓展的需要，组织模式和管理制度未能及时调整、完善，将给公司带来管理风险。

同时，公司的影视业务、创新业务与整体经营规模不断拓展，业务领域不断增多，产业链不断延伸与丰富，使得管理的跨度和半径愈来愈大，进而提升了管理的难度，可能导致经营管理风险增强。

为稳定公司核心人员团队，公司完善了富有竞争力的薪酬福利体系，并通过多种形式持续吸引及留住人才。公司将积极探索各种激励机制，继续完善实施多层次的激励体系，保持核心管理层稳定，降低核心人员流失风险。

公司根据既定的人才战略，不断提升现有管理团队的素质，积极引进外部专业优秀人才，促使公司的管理能力能够满足公司扩张的需求。同步加强企业全面风险管理，及时调整、完善和优化组织模式、管理结构和各项业务流程，通过更科学的管理体系建设、管理信息化建设及风险控制系统建设等措施，有效防范经营管理风险，保证公司运行效率和市场竞争力。

特别提示：

（1）上述影视等各项业务计划中，公司经营层可能根据市场变化、剧本进度、主创档期等因素对项目进行增加、减少、替换和调整。

（2）上述涉及行业预测、业务计划等方面的内容，均不构成本公司对任何投资者及相关人士的实质性承诺，投资者及相关人士均应对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。敬请广大投资者谨慎决策，注意投资风险。

特此报告。

慈文传媒股份有限公司董事会
2025年4月8日