

公司代码：600637

公司简称：东方明珠

东方明珠新媒体股份有限公司 2023 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 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 天职国际会计师事务所(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**

截至 2023 年 12 月 31 日,公司总股本为 3,414,500,201 股,扣除公司回购专用账户中的股份 52,600,384 股后为 3,361,899,817 股,公司以此为基数,拟向股权登记日登记在册的全体股东每 10 股派发现金股利人民币 1.80 元(含税),共计分配现金股利人民币 605,141,967.06 元(含税)。本次现金股利分配后母公司未分配利润人民币 3,483,879,585.65 元结转至下一年度。

如在本方案披露之日起到实施权益分派股权登记日期间,公司可参与利润分配的股本发生变动的,公司拟维持每股现金分红金额不变,相应调整分配总额。如后续可参与利润分配的股本发生变化,将另行公告具体调整情况。

本次利润分配方案尚需提交公司2023年年度股东大会审议。

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	东方明珠	600637	百视通

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	嵇绯绯
办公地址	上海市徐汇区宜山路757号
电话	021-33396637
电子信箱	dongban@opg.cn

2 报告期公司主要业务简介

(1) 党和国家积极推动数字化战略布局，促进数字化新型文化业态发展

目前我国数字经济已迈向深化应用、规范发展、普惠共享的新阶段，文化传媒领域也在积极推进文化数字化建设国家战略。2023年，中共中央、国务院印发的《数字中国建设整体布局规划》指出，要打造自信繁荣的数字文化，大力发展网络文化，加强优质网络文化产品供给，要提升数字文化服务能力，打造若干综合性数字文化展示平台，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，要普及数字生活智能化，打造智慧便民生活圈、新型数字消费业态、面向未来的智能化沉浸式服务体验。工信部、广电总局等七部门印发《关于加快推进视听电子产业高质量发展的指导意见》的通知，目标到2030年，我国视听电子产业整体实力进入全球前列，技术创新达到国际先进水平，构建现代化视听电子产业体系。习近平总书记在上海考察时强调，要贯彻新时代中国特色社会主义思想，深化文化体制改革，激发文化创新创造活力，大力提升文化软实力。宣传系统深入学习贯彻，全面打造文化自信自强的上海样本，全力建设习近平文化思想最佳实践地，打造具有世界影响力的上海文化品牌。在政策指引下，文化传媒、文化旅游等行业将把握数字经济发展新机遇，积极践行媒体融合，培育新型文化业态。

(2) 融合媒体全方位提升消费者体验，智慧运营加速推进，影视内容呈现形式及生产模式进一步丰富

2023年，媒体网络全行业从管理规范、技术应用等多个层面着力提升用户体验，从4月份《治

理智能电视“套娃”式收费问题推进互联网电视传播秩序规范管理工作方案》的出台，到8月份电视治理工作第一阶段启动，最后到年底完成阶段性目标，原先粗犷的发展模式被重新塑形，进一步强化了播出安全、版权合规与用户体验，电视大屏进入规范化发展新阶段。伴随治理工作走向深入，媒体运营不断规范，势必推动行业有序竞争，高品质内容供给渠道更加通畅，视听服务企业加速推进智慧运营的发展策略，业务创新迎来良好转型契机，用户服务的理念与实践更新换代。另一方面，影视内容行业伴随平台技术升级加快迭代，呈现形式上，微短剧、互动剧等新形态层出不穷；生产模式上，伴随人工智能的崛起，影视剧选题、剧本创作、制作全链条生产效率大幅提升。

(3) 广电 5G 初步形成发展新格局，“有线+5G”蓬勃发展

2023年，中国广电在5G网络、应用、终端等方面稳步推进中，贯彻广电特色差异化发展理念，取得了较大进展。根据公开信息，5G用户累计达到2000万，实现了固话首呼，建成了59万个700MHz基站，完成31家省级分公司注册，开启5G新通话业务，打通携号转网“堵点”，广电网络全国性基础业务支撑能力全面升级，正式形成全业务运营体系。全业务运营体系的形成对于中国广电而言意义重大，在有线电视用户业务层面，有助于遏制用户回落的趋势；在品牌建设及影响力层面，各省网业务的打通与智慧广电的逐渐形成有助于为中国广电积累和吸引更多新用户；在融合发展方面，全业务体系的形成将为广电核心网、国家文化专网和“智慧广电+”提供更多契机。

(4) 文旅行业全面复苏，文旅融合的进一步加深带动产业价值的释放，更好地赋能城市经济增长和人民美好生活

2023年中央经济工作会议提出“积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货等新的消费增长点”。2023年国内旅游市场全面复苏，据中国旅游研究院测算，全国旅游经济运行综合指数已经接近2019年的同期水平，预计全年国内旅游人数和收入将分别达到2019年的80.25%和85.59%。受航空运力影响，出入境旅游逐步恢复中，预计入出境旅游人次和国际旅游收入将分别恢复到2019年的65%和59%。2023年国内旅游供给整体呈现文旅融合、内容创新多元、存量优化和增量拉动并举的特征及趋势。文化和旅游部印发的《国内旅游提升计划（2023—2025年）》指出，当前阶段主要任务有加强国内旅游宣传推广，优化旅游产品结构，打造优质旅游目的地，指

导推进国家 5A 级旅游景区和国家级旅游度假区建设，促进旅游新业态有序发展，推进“旅游+”和“+旅游”，推动旅游业区域协调发展，改善旅游消费体验，推动优化景区预约管理制度等。

党的二十大提出了“以文塑旅、以旅彰文”的明确要求，随着国内旅游全面复苏，文旅内容创作高度繁荣，“尔滨”“淄博烧烤”等旅游城市的现象级爆火，是互联网内容营销策略下的具象缩影。内容平台现已成为用户获取旅游信息和决策参考的重要渠道，内容营销更是文旅产业转型升级不可或缺的核心能力。行业参与者基于自身产业链资源，主动将景区运营及媒体内容优势进行结合，积极打造高质量的内容营销及运营能力，通过全渠道运营管理销售特色文旅产品。

(5) 上海展会产业前景较好，国际影响力进一步提升

上海作为国家中心城市，会议产业发展态势良好，国际化会展蓬勃发展。《上海市服务业发展“十四五”规划》《上海市推动会展经济高质量发展打造国际会展之都三年行动方案（2023-2025年）》的提出，对会展及相关行业高水平发展给予信心和动力。据上海市商务委统计数据显示，2023年，上海共举办各类展览活动 681 个，在全球会议目的地竞争力指数总排行榜中，上海位列大中华区第三位。

(6) 大型演艺演出市场恢复良好，带动文旅全产业链成为城市消费增长“新引擎”

2023 年被称为国内演出市场“大年”。根据中国演出行业协会发布的数据显示，前三季度全国营业性演出共 34.24 万场，较去年同期增长 278.76%，演出票房收入 315.41 亿元，较去年同期增长 453.74%，且均远超 2019 年，全年增长态势继续维持。大型演出另一大突出特点是激发本土城市文旅消费全产业链更大潜能，带动“演出经济”蓬勃发展。《2023 上半年全国演出市场简报》数据显示，知名歌手演唱会的观众中，跨城观演比例达 40%至 70%不等，在外出驱动以及多人出行两种因素的驱动下，“演唱会+文旅”已经成为年度消费热点。

(7) 线上零售增长趋稳，竞争进一步加剧，购物渠道个性化、多元化发展

2023 年我国网上零售额 15.42 万亿元，同比增长 11%，连续 11 年成为全球第一大网络零售市场。其中，实物商品网零占社零比重增至 27.6%，创历史新高。中国零售行业在历经多年的变革与发展后，呈现出趋稳态势，行业参与者间竞争加剧。首先，随着数字化技术的广泛应用，大多数零售业态在加速向电商和新零售转型，零售行业的线上线下融合程度进一步加深，平台与传统

实体店、供应链、前置仓等合作模式不断创新，涌现出一系列新型零售模式；其次，私域流量运营得到重视，通过构建会员体系、提供个性化服务等方式提高用户黏性；再次，全行业积极探索成本效率持续优化，以大模型 AI 等技术为核心，将全方位提升零售体系的各个环节，比如通过大数据分析市场需求、供应链优化管理、营销自动化、客服智能化、商品欺诈检测、合规监控等。

报告期内公司所从事的主要业务及经营模式

报告期内，公司基于智慧广电生态体系，持续推进媒体融合及产业融合，同时牢牢抓住数字化转型契机，探索产业发展新机遇。公司依托亿级规模用户，联手上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（SMG），立足智慧广电业务及文化消费业务，通过创新产品体系、拓展营销渠道、提升数字化能力等方式，为广大用户提供优质的文娱消费产品及服务，以满足广大用户不断增长的文化娱乐消费需求及体验。

报告期内，公司进一步优化调整业务布局，形成以融合媒体、智慧广电 5G 为主的智慧广电业务，以及以零售、文旅、文化地产为主的文化消费业务，具体如下：

1 智慧广电业务

（1）融合媒体业务

业务涵盖内容生产、运营、媒体渠道业务（互联网平台运营、IPTV 渠道运营、有线电视运营等）。

紧跟智慧广电转型发展契机，构建全媒体生态竞争能力。融合媒体业务以全媒体渠道矩阵为核心，整合产品、内容、服务等核心资源，加快打造一系列多终端、多形态、多功能的融合媒体平台产品，以“内容+产品和服务”的模式，为用户提供优质生活方式的解决方案，探索广电媒体融合转型的新模式。同时，坚持持续输出优质内容，以满足大众日益增长的文化消费需求。

（2）智慧广电 5G 业务

以广电 5G 网络为主要载体，持续推进广电 5G 建设等重要任务，推进自身业务转型升级，提升在行业及区域的影响力。智慧广电 5G 业务将基于广电特色及广电优势，形成以 5G 网络和技术为核心的差异化产品及服务解决方案，快速推进 5G 用户的发展，在不断提升 C 端用户的通讯及文娱消费体验的同时，为政企用户提供有效的行业解决方案，努力实现向全业务运营商的转型发展。

2 文化消费业务

（1）文化旅游业务

公司拥有东方明珠广播电视塔、上海国际会议中心（东方滨江大酒店）、奔驰文化中心、东方绿舟等多个上海稀缺标志性文化旅游资源，一方面通过观光游览、浦江游览、酒店餐饮、会务会展、现场演艺、国际国内旅游、度假休闲、户外拓展等文化旅游业务满足用户的文旅需求，并通过持续整合内外部优质文旅资源，打造沉浸式演出、场景式体验、线下赛事等一系列线下创新项目持续升级产品及运营模式，提升用户体验；另一方面，通过加快数字化建设，提升运营能级，升级文旅消费业务模式，并实现业务间的有效联动。

（2）零售业务

公司以数字化为核心手段，围绕用户需求，持续推进业务转型发展。公司零售业务以视频为主要传播方式，通过配套内容的商品体系和供应链构建，实现内容产品的商业价值变现；同时聚焦数据与流量的价值创新，构建媒体网络的价值体系，通过升级智慧运营场景，用内容产品重构连接力，实现品效合一。

（3）文化地产业务

作为股份公司传媒产业基座，立足文化传媒产业优势，在上海地区打造多个智慧文化产业集聚区，并提供相应的文化产业配套服务，为各业务发展提供更多的战略布局空间，成为公司全产业链聚合发展的落脚点。

公司的市场地位及主要的业绩驱动因素等

公司作为大型国有文化传媒上市企业，蝉联“中国互联网综合实力前百家企业”，并连续12年入选“全国文化企业三十强”。

公司拥有国内领先的全渠道视频集成与分发平台，运营上海地区广电5G网络服务，拥有上海地区独具特色的文旅消费资源，汇聚视频内容、广告、游戏、购物、教育等多元内容及服务，形成线上线下全产业链布局与一体化运营能力，并实现广泛的用户覆盖，在当前流量见顶的市场竞争环境下，公司的业务及能力有利于低成本触达用户，并通过强化用户运营、丰富商业化模式不断挖掘用户价值，实现产业价值最大化。

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

	2023年	2022年		本年比上年 增减 (%)	2021年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	44,139,984,573.04	43,400,408,359.19	43,278,565,241.44	1.70	43,829,427,209.97	43,680,817,947.38
归属于上市公司股东的净资产	29,639,657,077.38	29,222,367,512.71	29,214,542,911.87	1.43	30,056,473,637.22	30,047,555,781.11
营业收入	7,973,350,186.01	6,704,530,269.70	6,704,530,269.70	18.92	9,069,176,152.60	9,069,176,152.60
归属于上市公司股东的净利润	601,868,659.87	174,057,756.13	175,151,011.39	245.79	1,862,332,847.60	1,860,313,313.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	327,826,113.42	-129,658,551.34	-128,565,296.08	不适用	356,416,217.05	354,396,682.66
经营活动产生的现金流量净额	1,637,973,014.55	1,515,020,594.35	1,515,020,594.35	8.12	2,105,218,347.75	2,105,218,347.75
加权平均净资产收益率(%)	2.0488	0.5872	0.5911	增加 1.4616 个百分点	6.2948	6.2882
基本每股收益(元/股)	0.1790	0.0518	0.0521	245.56	0.5507	0.5501
稀释每股收益(元/股)	0.1790	0.0518	0.0521	245.56	0.5507	0.5501

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	1,706,536,361.73	1,841,202,068.80	2,058,628,098.85	2,366,983,656.63
归属于上市公司股东的净利润	254,106,753.21	262,235,614.05	269,861,598.79	-184,335,306.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	173,196,623.13	140,420,674.33	215,192,212.88	-200,983,396.92
经营活动产生的现金流量净额	-60,376,329.38	633,197,288.34	731,222,306.10	333,929,749.49

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

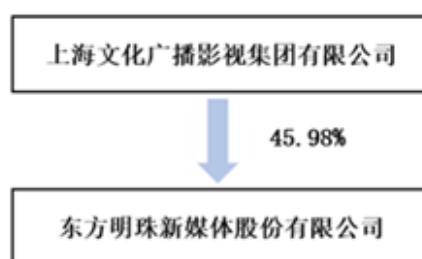
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					134,816		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					136,367		
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	
上海文化广播影视集团有 限公司	0	1,569,830,431	45.98	0	无	0	国有 法人
香港中央结算有限公司	81,267,188	88,128,618	2.58	0	无	0	境外 法人
中央汇金资产管理有限责 任公司	0	33,748,834	0.99	0	无	0	国有 法人
上海久事体育资产经营有 限公司	0	22,551,658	0.66	0	无	0	国有 法人
上海国际影视节中心	0	19,271,465	0.56	0	无	0	国有 法人
王薇	9,350,000	18,920,000	0.55	0	无	0	境内 自然 人
上海国和现代服务业股权 投资基金合伙企业（有限 合伙）	0	17,237,200	0.50	0	质押	17,237,126	境内 非国 有法 人
国开金融有限责任公司	0	16,043,170	0.47	0	无	0	国有 法人
中国工商银行股份有限公 司—广发中证传媒交易型 开放式指数证券投资基金	-6,970,021	13,751,934	0.40	0	无	0	其他

中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	-5,870,600	11,148,703	0.33	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东上海文化广播影视集团有限公司与前 10 名其他股东之间不存在关联关系和《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人；公司未知前 10 名其他股东之间是否存在关联关系和《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用。						

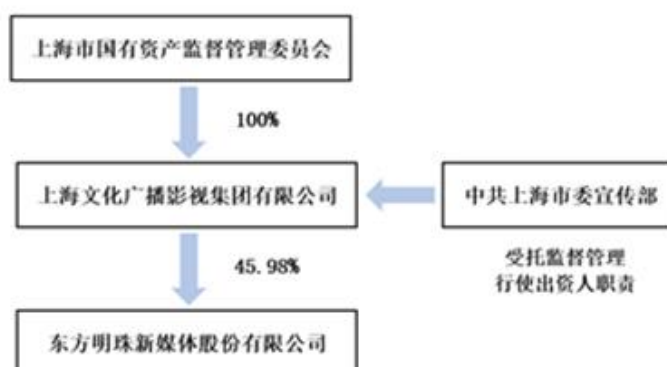
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

一、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。

报告期内，面对行业机遇与挑战，公司持续攻坚克难，坚定不移地深入推进智慧广电及文化消费业务全面发展。2023年，公司实现营业收入79.73亿元，实现归属于母公司净利润6.02亿元。

（一）践行主流媒体使命，把握主流舆论

公司作为党媒国企，始终坚持高政治站位，做大做强主流思想舆论，走好全媒体时代的群众路线，通过开放促进高质量发展，坚持内外宣联动讲好中国故事。报告期内，公司圆满完成全国、地方两会等重大主题和活动的宣传任务，获得各级主管部门高度肯定。公司多个国际传播项目获得上海市“中华文化走出去”专项扶持资金，多个作品获银鸽奖。

（二）持续深化融合媒体平台的运营及服务，紧抓广电5G发展契机实现业务新突破

1、融合媒体业务深化内容和服务建设，加快数字产业化发展进程

报告期内，公司依托全媒体渠道矩阵及全产业链布局优势，持续不懈推进融合媒体业务，着力提升业务数字产业化发展，优化渠道、内容、技术、运营举措，实现全平台价值提升。

（1）内容创制方面，公司坚守主流媒体主阵地，紧密围绕内容创制和版权运营主业，积极应对复杂的行业环境，持续提升优势影视内容生产及运营的核心竞争力，并在聚焦主制项目开发、重大题材创作的同时积极探索短剧、短视频等新型内容形态。报告期内，公司守正创新，打造舞剧纪实电影《永不消逝的电波》，积极拓展舞剧大IP的丰富度和延展性，传播上海红色文化，打响上海文化品牌。公司完成多个主投主控项目的播出工作，强化IP储备，持续夯实优质内容创制核心能力。在全球渠道发行方面，继续围绕关于加快建设具有世界影响力的社会主义现代化国际文化大都市的要求，发挥外宣平台的窗口作用，积极推动海外业务与国内业务的联动，持续打造“国家文化重点项目”影响力，并荣获2023-2024年度国家文化出口重点企业称号。

（2）融合媒体平台运营方面，继续推进流媒体内容和服务建设。积极落实IPTV、互联网电视行业秩序整治规范工作，推动广播电视和网络视听高质量发展，围绕构建家庭电视一体化运营体系目标，打通IPTV和有线互动点播的内容、技术平台，从精细化运营迈向数字化经营，用强大的数据分析能力提升生产效率、指导内容运营和策划，夯实业务保障能力；严治理强执行，“套娃收费”和操作复杂治理获广电总局高度认可。深耕多元云端产品，探索私域流量经营新方法，

持续推进“云电竞”“云演艺”“云教育”运营，并推进“中国越剧”“BesTV 爱乐”“BesTV 垂钓”“百家听”等优质垂类产品的落地。夯实数据基础和平台能力，提速数智化技术升级，深入数据分析和挖掘，完善数据产品功能。

2、智慧广电 5G 业务蓬勃发展

报告期内，公司开启“有线+无线”融合发展新格局，在持续推动用户规模增长的同时，强化全业务融合发展方向，实现了 5G 用户数超百万、固话语音试商用开通、5G 教育数智专网落地等多方面的突破；全面提振固网业务，通过网络技术和业务产品迭代升级，提升网络能级，满足高带宽产品市场需求，提升用户体验；建设“基于 5G+互联网接入的政务外网无线网”系统平台，围绕产品体系创新，打造 5G 政企业务新业态。

(三)抓住行业机遇，持续推进产品及运营创新，打造长三角文化消费新标杆

文旅业务方面，围绕提升用户体验持续推进产品及运营创新，打造深层次消费新模式，同时积极推进数字化转型，为用户提供线上、线下的多元体验。首先，通过产品更新、项目升级、拓展数字化全新应用场景，打造智慧旅游、沉浸式体验新空间，提供丰富的文旅服务，成为时尚文化网红打卡地及长三角文化新标杆；其次，休闲度假及酒店业务方面，进一步塑造特色差异化品牌价值 and 旅游新 IP，整合营销、服务及管理模式，多维度打造深层次的“快乐体验+健康文旅”新模式，为游客提供更舒适的休闲度假空间；第三，酒店及会议业务全年多次圆满完成重大接待任务，彰显了会议服务行业的金字招牌；第四，演艺演出业务活动类型逐步恢复，演艺演出业务同时带动包厢销售和商业化招商进展。同时，公司持续强化数字化建设赋能产业发展，通过数字化赋能，提高景区、场馆、酒店等文旅业态运营效率，为游客提供智能化的旅游消费场景和更高质量的旅游消费服务。

随着经济复苏的大环境，零售业务经历了深度的转型和改革。虽然面临诸多挑战，但公司积极扩展内容电商和直播带货领域，优化运营，利用自身的专业资源，提升了网络直播和短视频等多样化内容的制作和推广能力，推出了自有品牌“东方私厨”的预制菜，逐步构建自有产品矩阵，通过社区团购、本地生活等新业务吸引了新顾客，通过乡村振兴项目积极探索新的收入来源和模式。

文化地产业务方面，东方智媒城、东方明珠数字影视制作基地、东方明珠创智中心等多个重点项目建设和运营工作有序推进。报告期内，东方智媒城入选 2023 年上海市重大建设项目清单。公司将持续发挥产业资源优势，全力推进媒体融合向纵深发展，在服务相关领域企业的同时，不

断赢得自身新的经济增长点。随着上述重点项目入市，公司逐步充实项目运营管理模式，形成文化地产业务亮点和运营模式，成为东方明珠全产业链聚合发展的落脚点。

(四)整合优势资源，寻求共促共赢，拓展新业务合作形式

报告期内，SMG 与诸多产业集团、金融机构等建立了一系列合作。作为 SMG 旗下的产业平台和资本平台，公司积极探索现有优势资源的整合升级，努力寻求共促共赢的切入点，围绕创新产品体系、拓展营销渠道、数字转型升级等领域，探寻深度合作共创模式，不断推出符合消费升级需求的产品与服务。报告期内，公司通过完成对老凤祥的股权投资，进一步深化“消费+文化”“时尚+文化”产业合作，双方在品牌和资源联合的基础上，共同探索多领域、多层次、多形态的合作模式，带动流量和消费变现；公司作为有限合伙人参与设立投资基金，认购中经社股权，进一步实施文化产业战略布局。

(五)持续推进能力体系建设，塑造竞争优势；同时继续降本增效，提升业务盈利能力

公司根据行业发展及业务经营现状，结合二十大精神内涵“着力推动高质量发展，推动经济实现质的有效提升和量的合理增长”，以持续提升经营管理能力，促进公司可持续发展为长期目标，推进各业务能力体系建设，持续打造差异化竞争优势。同时，加强成本费用管控，通过盘活存量资产、改进采购模式、落实节能减排措施、合理减少运营消耗等，多措并举，实现提质增效，以管理耕效益。

二、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

董事长：宋炯明

董事会批准报送日期：2024年4月20日