

公司代码：600088

公司简称：中视传媒

中视传媒股份有限公司
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 <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2023年度利润分配预案拟为：公司拟向全体股东每10股派发现金红利0.22元（含税）。截至2023年12月31日，公司总股本397,706,400股，以此计算合计拟派发现金红利8,749,540.80元（含税）。2023年年度不进行资本公积转增股本。

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。近年来，公司逐步构建全媒体格局，拓展新媒体宣推及融媒体运营，策划多场现象级融媒体活动，实现融媒体业务快速发展。

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，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，不断提升新媒体业务服务水平。同时，公司为国内外政府部门、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。近年来，公司紧跟总台步伐，以技术立本，以内容创制为方向，由后期技术公司向全流程多门类制作公司升级，推进业务转型，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。公司近年来对影视剧拍摄投资持审慎态度，业务重点专注于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等广告资源的承包经营。近年来，公司面对传统电视广告市场的萎缩和市场竞争的加剧，努力优化广告经营模式，通过联合制作合作方式，推进多元化经营，尝试从传统媒介销售型广告公司向全案全功能广告公司转变，构建立体营销格局，联合制作设计运营了一批大小屏联动、线上线下同构的精品广告营销案例。

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，还有园内经营、文创产品、影视拍摄收入等。

无锡影视基地位于无锡太湖之滨，占地 1,000 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、民国码头和街道等明清、民国时期影视场景。景区内风景秀美，举办特色活动，上演精彩演出，开发系列文创产品，受到游客广泛好评。影视协拍近年来接待过《那年花开月正圆》《大明风华》《知否知否应是绿肥红瘦》《梦华录》《奔跑吧》等多个影视剧组。

南海影视城位于广东省佛山市南海区狮山镇桃园社区，占地近 1,500 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、功夫美食节等品牌活动，结合央视动漫 IP 打造动漫主题乐园。

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，参与设立的中视融合（上海）企业管理合伙企业（有限合伙）配合推进央视融媒体产业投资基金。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两只专项基金和两只融媒体产业基金的设立和募集工作，配合推进央视融媒体产业投资基金的后续管理工作。

（二）报告期内公司所处行业情况

2023 年，大模型、人工智能等技术创新成为热点，传媒、影视、旅游等行业有序出台多项政策监管指导意见，行业发展更加规范。

1、影视行业

2023 年，行业监管部门进一步规范电视剧、网络剧、网络电影规划备案和内容审查，加强“注水剧”治理，加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》等规范要求，突出治理电视“套娃”收费和操作复杂问题。剧集市场活跃度提升，影视公司和长视频平台从追求流量、亏损换市场，向全力推动提质增效、追求发展质量和投资效率转变，并加大力度扶持精品短剧。

随着物联网、云计算、虚拟人、人工智能、实时互动技术的不断迭代和发展，新业态与新模式快速涌现。大模型、人工智能技术已逐渐进入影视、游戏、音乐等泛娱乐领域，新技术赋能应用，提高了视频生产、剧本写作、特效生成等方面的效率，智能创作的内容生产模式成为发展新趋势。

2、广告行业

2023 年，国家市场监督管理总局等部门颁布了《互联网广告管理办法》《广告绝对化用语执法指南》等规章制度，严管商业广告播出，加强广告监管领域行风突出问题排查治理。

2023 年，传统电视广告市场继续承压，移动端社交平台成为主要流量阵地，以抖音、快手、小红书为代表的短视频和社区成为广告主增投的主要平台。根据 CTR（央视市场研究股份有限公司）数据显示，2023 年全国广告市场同比上涨 6.0%，其中电视广告刊例花费同比下跌 0.2%，影院视频广告花费同比上涨 21.9%。根据 QuestMobile（北京贵士信息科技有限公司）数据显示，2023 年互联网广告市场规模 7,146 亿元，同比增长 7.6%。多元化经营、精准营销、数字化转型是传统广告行业的转型机会，广告渠道和媒体资源也将不断丰富，以满足不同广告主多元化、定制化的营销需求。

3、旅游行业

2023 年，文旅行业迎来复苏，中长期增长趋势向好。多项文旅政策规划出台，从税收减免、金融支持、行业补贴、审批管理等多个层面积极为行业纾困解难，引导文旅市场向优发展。疫情后补偿性消费导致文旅市场强势反弹，淄博烧烤、贵州村超、哈尔滨冰雪旅游等成为网红目的地。据文旅部数据，2023 年国内出游人次 48.91 亿，同比增长 93.3%；国内游客出游总花费 4.91 万亿元，同比增长 140.3%。

《“十四五”旅游业发展规划》提出，充分运用数字化、网络化、智能化科技创新成果，升级传统旅游业态，创新产品和服务方式，推动旅游业从资源驱动向创新驱动转变。文旅与社交媒体、短视频、直播、达人经济等结合，体现了互联网、数字经济与传统文旅产业的融合发展。虚拟现实技术有望赋能数字建设、智能导览等新场景，为传统文旅和文化内容带来全新沉浸式体验，推动旅游企业数字化转型，促进行业高质量发展。

4、文化产业基金

2023 年，中国资本市场砥砺前行，制度建设不断完善。证券市场推动健全多元融资支持机制，加大对实体经济的金融支持力度。随着《私募投资基金监督管理条例》的实施，有利于进一步完善私募基金法规体系，规范发展、扶优限劣将成为私募行业发展的重要路径。

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	1,698,626,007.88	1,588,776,189.10	1,559,966,024.25	6.91	1,676,926,224.61	1,644,543,267.72
归属于上市公司股东的净资产	1,246,410,731.93	1,009,139,542.65	1,001,074,583.70	23.51	1,074,049,099.80	1,066,364,546.82
营业收入	1,114,904,025.63	1,149,492,197.34	1,149,492,197.34	-3.01	1,188,056,039.49	1,188,056,039.49
归属于上市公司股东的净利润	237,271,189.28	-64,909,557.15	-65,289,963.12	不适用	5,589,650.81	-2,094,902.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	27,090,689.63	-76,250,739.29	-76,631,145.26	不适用	-3,183,755.90	-10,868,308.88
经营活动产生的现金流量净额	31,128,078.47	-89,218,160.34	-89,218,160.34	不适用	-79,374,793.58	-79,374,793.58
加权平均净资产收益率(%)	21.04	-6.23	-6.32	增加27.27个百分点	0.51	-0.19
基本每股收益(元/股)	0.597	-0.163	-0.164	不适用	0.014	-0.005
稀释每股收益(元/股)	0.597	-0.163	-0.164	不适用	0.014	-0.005

公司自2023年1月1日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第16号》“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”规定，对在首次执行该规定的财务报表列报最早期间的期初至首次执行日之间发生的适用该规定的单项交易按该规定进行调整。对在首次执行该规定的财务报表列报最早期间的期初因适用该规定的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产，以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产，产生应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的，按照该解释和《企业会计准则第18号——所得税》的规定进行追溯调整。

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	151,143,412.43	153,808,583.18	145,541,503.48	664,410,526.54
归属于上市公司股东的净利润	3,798,074.35	300,777,416.88	3,631,791.52	-70,936,093.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-541,958.00	19,471,702.87	-1,130,263.03	9,291,207.79
经营活动产生的现金流量净额	-104,250,759.06	-24,229,128.82	-43,352,257.07	202,960,223.42

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

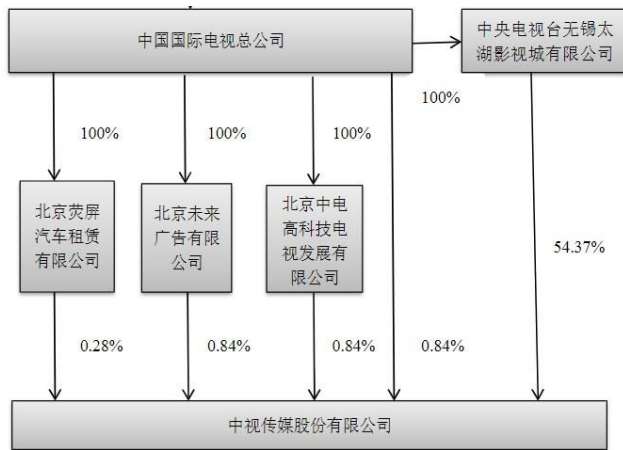
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					36,952		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					59,588		
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有限公司	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	-6,800	2,985,262	0.75	0	未知	-	境内自然人
肖龙昌	55,000	2,815,000	0.71	0	未知	-	境内自然人
蒋晗焯	2,114,178	2,114,178	0.53	0	未知	-	境内自然人
郑小华	259,000	1,847,738	0.46	0	未知	-	境内自然人
香港中央结算有限公司	1,445,809	1,475,328	0.37	0	未知	-	其他
张宏伟	-4,000	1,401,372	0.35	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有限公司是公司第一大股东。上述股东中，发起人股东中国国际电视总公司系中央广播电视总台的子公司，发起人股东中央电视台无锡太湖影视城有限公司、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》规定的一致行动人。</p>						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	-						

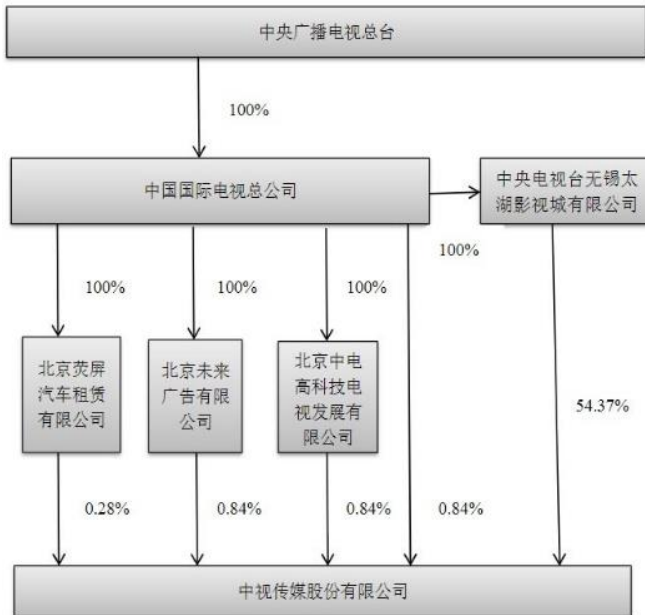
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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：

2023 年度，公司按照董事会总体要求，紧抓市场复苏机遇，稳中求进、守正创新，多措并举搞经营、周密部署强效能，全面推进各项工作向好发展，实现全年经营业绩扭亏为盈。

2023 年度，公司整体经营稳中有升，影视业务持续盈利，广告业务扭亏为盈，旅游业

务营业利润实现大幅增加。公司参与投资的宁波梅山保税港区朴华惠新股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“朴华惠新”）和朴盈国视（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“朴盈国视”）直接和间接持有海看网络科技（山东）股份有限公司（以下简称“海看股份”）的股权，海看股份于2023年6月20日首次公开发行股票在深圳证券交易所创业板挂牌上市，公司投资收益大幅增加，导致公司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均大幅增长。

2023年度，公司实现营业收入1,114,904,025.63元，较上年同期下降3.01%；实现营业利润250,105,523.22元，较上年同期增加334,316,872.73元；实现归属于上市公司股东的净利润237,271,189.28元，较上年同期增加302,180,746.43元。

1、影视业务

报告期，公司影视业务收入616,807,300.81元，较上年同期下降1.79%，毛利率较上年同期增长0.20%。

公司控股子公司中视北方积极落实总台深化内容生产供给侧结构性改革的部署，持续加强与总台的合作，完成总台17个频道的栏目和节目的制作及技术服务工作，完成总台多部电视剧播出版的包装和制作，以及多场大型晚会的制作任务。中视北方围绕习近平新时代中国特色社会主义思想、生态文明、乡村振兴等方面，参与制作总台《习近平的文化情缘》《行进中的美丽中国》《乡村振兴中国行》等重点节目，并不断提升新媒体业务占比，承揽大型融媒体直播《诗画杭州》、科普节目《顶级实验室》等创新项目。与此同时，中视北方加快开拓外部市场，承揽《国和一号》《海尔新年科技盛典》等重点社会项目。报告期内，中视北方承制的《清澈的爱 只为中国》荣获第三十二届中国新闻奖二等奖、《人类碳足迹》荣获2023年“纽约国际电影电视节”纪录片类银奖，各类节目共收获20余项国内外奖项。

公司北京分公司在服务总台多个频道常态化栏目制作的基础上，持续深化与总台各节目中心的合作，倾力打造精品力作，参与制作了大型系列纪录片《寻古中国·云梦记》，推出了原创微纪录片《青春·手艺人》，承制了纪录电影《北京人，人类最后的秘密》并在法国巴黎联合国教科文组织总部隆重举行了超前首映式。北京分公司以节目创制、融合传播为抓手，利用台内台外资源，打造了《中央广播电视总台2023年春节戏曲晚会》《喜剧的喜聚》《中国土特产大会》等项目，设立了《共同富裕观察点》、推出了《观察点日记》等品牌节目。

报告期内，公司优化部门设置，提升创制能力，参与创制《中央广播电视总台首届青年京剧演员大会》《酷跑大会》等活动。公司继续加强库存剧销售，针对不同平台制定销售策略，努力获取更多收益。

报告期内，公司影视业务整体稳定开展，但影视业务收入略有下滑。面对激烈的市场竞争和行业阶段特点，公司努力降本增效，影视业务毛利率上升，营业利润小幅增长。

2、广告业务

报告期，公司广告业务收入320,513,319.00元，较上年同期下降31.57%，毛利率较上年同期增长14.51%。

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及农业农村频道全频道广告资源，并坚持以市场为导向，以“CCTV强农品牌计划”等重点资源为抓手，集中投放专题广告和推广专项资源，维持优质客户。中视广告通过增加频道联动性，优化资源突出优势，以特别节目联合制作模式带动广告销售，深度开发《中国诗词大会》品牌价值，取得IP衍生品开发权利。此外，中视广告顺应广告内容化趋势，以定制系列短视频内容方式，推进新媒体业务发展；以内容营销为切入点，做到“品牌策略+创意设计+营销推广”一站式服务，持续加力从媒介型广告公司向全案型广告公司转型。

报告期内，传统电视广告市场仍然承压前行，公司广告业务收入不及预期，较上年同期

有所下降，但由于本期广告经营成本降低，广告业务净利润较上年实现扭亏为盈。

3、旅游业务

报告期，公司旅游业务收入 175,259,819.59 元，较上年同期增长 246.48%，毛利率较上年同期增长 96.85%。

报告期内，公司无锡、南海两景区紧抓旅游行业复苏契机，坚持以市场需求为导向，实施“品质+体验”双提升战略。景区创新“旅游+”经营模式，推出沉浸式旅游体验项目，优化创编精品节目，挖潜央视动漫 IP，加大旅游产品、文创产品开发，通过经营创新增加游客的游园体验。景区不断拓展营销方式、加强推广力度，借助大型赛事活动、大 V 直播间等渠道提升景区知名度。同时，景区做好内功，持续完善智慧景区建设，打造数字化运营平台，以此优化管理模式、提升管理效率。

报告期内，国内疫情逐步平稳，旅游市场整体复苏，公司旅游业务借势恢复良好，旅游业务收入和营业利润较上年同期大幅增长。

4、基金业务

报告期，公司基金咨询及基金管理业务收入 1,351,549.49 元，较上年同期下降 25.13%。

报告期内，公司参投的朴华惠新和朴盈国视基金所直接和间接投资的海看股份已在创业板上市，公允价值产生大幅变动，公司按权益法确认的投资收益也大幅增加。同时，公司投资的基金所投个别项目退出也产生了一定收益。

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