

上海文化广播影视集团有限公司

2020 年度第一期中期票据

募集说明书

注册金额：人民币 20 亿元

本期发行金额：人民币 5 亿元

发行期限：3 年

担保情况：无担保

信用评级机构：上海新世纪资信评估投资服务有限公司

发行人主体长期信用等级：AAA 级

本期中期票据信用等级：AAA 级

发行人

The logo for Shanghai Media Group (SMG) consists of the letters "SMG" in a bold, blue, sans-serif font.

主承销商及簿记管理人



联席主承销商



二〇二〇年三月

声明

本公司发行本期中期票据已在中国银行间市场交易商协会注册,注册不代表交易商协会对本期中期票据的投资价值做出任何评价,也不代表对本期中期票据的投资风险做出任何判断。投资者购买本公司本期中期票据,应当认真阅读本募集说明书及有关的信息披露文件,对信息披露的真实性、准确性、完整性和及时性进行独立分析,并据以独立判断投资价值,自行承担与其有关的任何投资风险。

本公司董事会已批准本募集说明书,全体董事承诺其中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带法律责任。

本公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证本募集说明书所述财务信息真实、准确、完整、及时。

凡通过认购、受让等合法手段取得并持有本公司发行的本期中期票据,均视同自愿接受本募集说明书对各项权利义务的约定。

本公司承诺根据法律法规的规定和本募集说明书的约定履行义务,接受投资者监督。

截至本募集说明书签署日,除已披露信息外,无其他影响偿债能力的重大事项。

目录

第一章释义	6
第二章投资风险提示及说明	9
一、与本期中期票据相关的投资风险	9
二、与本期中期票据发行人相关的投资风险	9
第三章发行条款	17
一、本期中期票据主要发行条款	17
二、本期中期票据发行安排	19
第四章本期中期票据募集资金用途	21
一、本期中期票据募集资金的使用	21
二、发行人偿债保障措施	21
三、发行人承诺	22
第五章发行人的基本情况	23
一、发行人基本信息	23
二、发行人历史沿革	24
三、发行人股权结构	26
四、发行人控股股东及实际控制人	26
五、发行人独立性	26
六、发行人重大权益投资情况	27
七、发行人公司治理	36
八、发行人董事、监事及高级管理人员	47
九、发行人主营业务情况	54
十、发行人在建工程与拟建工程	74
十一、发行人发展战略及经营计划	75
十二、发行人所在行业状况及行业地位	76
十二、发行人其他经营重要事项	99
第六章发行人主要财务状况	100
一、发行人主要会计数据和财务指标	100
二、近三年及一期重大会计政策变更情况	100

三、近三年及一期发行人报表合并范围变化情况.....	102
四、发行人历史财务数据.....	105
五、发行人财务情况分析.....	113
六、发行人主要财务指标.....	147
七、发行人有息债务情况.....	149
八、发行人关联交易情况.....	152
九、发行人主要或有事项.....	165
十、发行人衍生产品情况.....	170
十一、发行人重大投资理财产品情况.....	170
十二、发行人海外投资情况.....	171
十三、发行人直接债务融资计划.....	173
第七章 发行人资信情况	174
一、发行人近三年评级情况.....	174
二、发行人信用评级情况.....	175
三、发行人银行授信情况.....	176
四、发行人债务违约记录.....	177
五、发行人债务融资工具偿付情况.....	177
六、发行人其他资信重要事项.....	178
第八章 本期中期票据担保情况	179
第九章 税务事项	180
一、增值税.....	180
二、所得税.....	180
三、印花税.....	180
第十章 信息披露	181
一、中期票据发行前的信息披露.....	181
二、中期票据存续期内定期信息披露.....	181
三、中期票据存续期内重大事项披露.....	182
四、中期票据本息兑付信息披露.....	183
第十一章 违约责任及投资者保护机制	184
一、违约事件.....	184

二、违约责任.....	184
三、投资者保护机制.....	185
四、不可抗力.....	190
五、弃权.....	190
第十二章本期中期票据发行的有关机构	191
一、发行人.....	191
二、承销团.....	191
三、托管人.....	195
四、集中簿记建档系统技术支持机构.....	195
五、审计机构.....	195
六、信用评级机构.....	195
七、发行人法律顾问.....	196
第十三章本期中期票据备查文件及查询地址	197
一、备查文件.....	197
二、查询地址.....	197
附录一：主要财务指标计算公式	199

第一章 释义

在本募集说明书中，除非上下文另有规定，下列词汇具有以下含义：

本公司/公司/发行人/文广集团	指	上海文化广播影视集团有限公司
非金融企业债务融资工具/债务融资工具	指	具有法人资格的非金融企业在银行间债券市场发行的，约定在一定期限内还本付息的有价证券
中期票据	指	具有法人资格的非金融企业在银行间债券市场按照计划一次性或分期发行的，约定在一定期限还本付息的债务融资工具
本期中期票据	指	发行额度为人民币 5 亿元、期限为 3 年的上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度第一期中期票据
本次发行	指	本期中期票据的发行
募集说明书	指	公司为本次发行而制作的《上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度第一期中期票据募集说明书》
人民银行	指	中国人民银行
交易商协会	指	中国银行间市场交易商协会
银行间市场	指	中国银行间债券市场
上海清算所	指	银行间市场清算所股份有限公司
北金所	指	北京金融资产交易所有限公司
主承销商	指	中国建设银行股份有限公司
联席主承销商	指	招商银行股份有限公司
承销商	指	与主承销商、联席主承销商签署承销团协议，接受承销团协议与本次发行有关文件约束，参与本期中期票据簿记建档的机构
承销团	指	主承销商、联席主承销商为本次发行组织的，由主承销商、联席主承销商和承销商组成的承销团

承销协议	指	发行人与主承销商、联席主承销商为本次发行签订的中期票据承销协议
余额包销	指	主承销商、联席主承销商按承销协议的规定，在规定的发行日后，将未售出的中期票据全部自行购入
簿记建档	指	发行人和主承销商协商确定利率（价格）区间后，承销团成员/投资人发出申购定单，由簿记管理人记录承销团成员/投资人认购债务融资工具利率（价格）及数量意愿，按约定的定价和配售方式确定最终发行利率（价格）并进行配售的行为。集中簿记建档是簿记建档的一种实现形式，通过集中簿记建档系统实现簿记建档过程全流程线上化处理
簿记管理人	指	制定集中簿记建档流程及负责具体集中簿记建档操作的机构，本期中期票据发行期间由中国建设银行股份有限公司担任
工作日	指	中华人民共和国商业银行的对公营业日（不包括法定节假日或休息日）
元	指	人民币元（有特殊说明情况的除外）
广电发展	指	上海广播电影电视发展有限公司
原东方明珠	指	上海东方明珠（集团）股份有限公司
原百视通	指	百视通新媒体股份有限公司
东方明珠	指	东方明珠新媒体股份有限公司
东方希杰	指	上海东方希杰商务有限公司
电视塔公司	指	上海东方明珠电视塔有限公司
水上公司	指	上海明珠水上娱乐发展有限公司
国际旅行社公司	指	上海东方明珠国际旅行社有限公司
国际会议中心公司	指	上海国际会议中心有限公司
七重天宾馆公司	指	上海七重天宾馆有限公司
东方绿舟度假村公司	指	上海东方绿舟度假村有限公司

国际交流公司	指	上海东方明珠国际交流公司
安舒茨公司	指	东方明珠安舒茨文化体育发展（上海）有限公司
明珠投资	指	上海东方明珠投资管理有限公司
进出口公司	指	上海东方明珠进出口有限公司
国际贸易公司	指	上海东方明珠国际贸易有限公司
成都复地	指	成都复地明珠置业有限公司
大世界投资	指	上海大世界投资管理有限公司
娱乐传媒集团	指	上海东方娱乐传媒集团有限公司
电视广播集团	指	上海电视广播集团有限公司
文广国际	指	文广国际控股公司
尚世影业	指	上海尚世影业有限公司
五岸传播	指	上海五岸传播有限公司
文广互动	指	上海文广互动电视有限公司
IPTV	指	交互式网络电视
OTT-TV	指	以 Over-The-Top 方式服务的互联网电视
三网融合	指	通信网、因特网和有线电视网的整合
IP	指	Intellectual Property, 即知识产权

第二章 投资风险提示及说明

一、与本期中期票据相关的投资风险

(一) 利率风险

本期中期票据存续期内,国民经济总体运行状况、国家宏观经济、金融政策以及国际环境变化等因素会引起市场利率水平的变化,市场利率的波动将对投资者投资本期中期票据的收益造成一定程度的影响。

(二) 交易流动性风险

本期中期票据将在银行间债券市场上进行交易流通,在转让时可能由于无法找到交易对手而难以将中期票据变现,存在一定的交易流动性风险。

(三) 偿付风险

本期中期票据不设担保,能否按期足额兑付完全取决于发行人的信用。在本期中期票据的存续期内,如政策、法规或行业、市场等不可控因素对发行人的经营活动产生重大负面影响,进而造成发行人不能从预期的还款来源中获得足够的资金,将可能影响本期中期票据按期、足额支付本息。

二、与本期中期票据发行人相关的投资风险

(一) 财务风险

1、偿债风险

公司长期以来经营稳健、财务结构稳定、无不良信用记录,同时也非常注重负债期限结构管理和资金管理。截至 2019 年 9 月 30 日,公司合并财务报表口径的资产负债率为 28.94%,流动比率为 217.38%,速动比率为 188.44%。公司负债水平合理,长短期偿债能力指标均处于较好水平。

本期中期票据发行后,募集资金将用于归还银行贷款或到期债务,以调整公司债务结构。但若未来公司的经营环境发生重大不利变化,负债水平不能保持在合理的范围内,公司将可能无法按期足额偿付相关债务的本金或利息。

2、投资收益占比过高风险

2016-2018 年及 2019 年 1-9 月末,发行人投资收益分别为 14.38 亿元、14.67 亿元、18.62 亿元和 9.86 亿元,分别占当期营业利润的 51.69%、108.37%、103.53%

和 88.33%，投资收益在营业利润中占比较高。公司投资收益主要来源于持有或处置金融资产或长期股权投资，若未来经济周期或资本市场波动，公司投资收益在营业利润中占比较高，将可能对公司盈利能力带来一定的不确定性。

3、应收账款回收风险

2016-2018 年及 2019 年 9 月末，公司的应收账款余额分别为 35.50 亿元、27.97 亿元、27.52 亿元和 29.76 亿元，占流动资产比率分别为 10.87%、9.27%、8.52% 和 9.62%；同期其他应收款分别为 10.03 亿元、9.32 亿元、8.77 亿元和 5.74 亿元，占流动资产的比例分别为 3.04%、3.09%、2.69%和 1.86%。尽管公司本着谨慎性原则对应收账款和其他应收款提取了坏账准备，但是随着公司营业收入的扩大，较大规模的应收账款和其他应收款可能增加公司资产管理的难度，若款项不能及时回收，将会影响公司的资金周转和运营，对盈利水平造成冲击，并存在发生资产减值的风险。

4、存货跌价损失风险

2016-2018 年及 2019 年 9 月末，公司的存货分别为 27.42 亿元、23.62 亿元、35.72 亿元和 41.19 亿元，占流动资产的比例分别为 8.33%、7.83%、10.95%和 13.31%。存货在流动资产中占比相对较高，意味着占用公司较多营运资金，对公司流动性可能产生负面影响。虽然公司已按规定计提了存货跌价准备，但存货中占比较大的开发成本和库存商品较易受宏观经济影响，因此公司仍面临着一定的存货跌价损失风险。如果公司的存货因市场价格波动出现滞销或因管理不善出现毁损而导致存货跌价，将影响公司盈利状况，增加公司财务风险。

5、经营活动现金流波动的风险

2016-2018 年及 2019 年 1-9 月末公司经营活动产生的现金流量净额分别为 11.43 亿元、8.31 亿元、19.95 亿元和-1.45 亿元，波动幅度较大。2019 年 1-9 月，发行人经营活动产生的现金流量净额-1.45 亿元，较上年同期减少，主要因为赎回定期存款等受限资金的现金流入较上年度同期减少 17.78 亿元所致。经营性现金流是发行人偿债资金的最重要来源，大幅波动可能会给公司带来一定流动性风险。

6、期间费用占比较高风险

2016-2018 年及 2019 年 1-9 月末，发行人的销售费用分别为 13.58 亿元、11.71 亿元、11.32 亿元和 7.10 亿元，财务费用分别为-0.39 亿元、-0.80 亿元、-0.21 亿元和-0.18 亿元，管理费用分别为 21.54 亿元、21.15 亿元、19.77 亿元和 12.85 亿元，研发费用分别为 3.03 亿元、3.84 亿元、3.47 亿元和 2.26 亿元。近三年一期的期间费用占当期营业收入的比重分别为 13.59%、14.53%、15.66%和 15.53%，所占比重较高，挤占发行人毛利润。随着发行人近年来业务规模的扩大以及相关

投入带来的融资规模上升，期间费用占比较高，会影响发行人的盈利能力，进而对发行人的债务偿付能力产生不利影响。

7、流动比率、速动比率波动风险

2016-2018 年及 2019 年 9 月末，公司流动比率分别为 211.53%、185.25%、200.44%和 217.38%，速动比率分别为 193.92%、170.75%、178.50%和 188.44%，流动比率和速动比率存在一定波动。虽然根据发行人目前的流动比率和速动比率，发行人有能力偿还短期债务。但若未来发行人自身经营、融资环境或股东支持发生变化，从而使得发行人的流动资产大幅减少或流动负债大幅增加，发行人或将产生一定的短期营运资金缺口，从而对发行人偿还短期债务本息造成不利影响。

8、营业收入持续下降的风险

2016-2018 年及 2019 年 1-9 月末，发行人分别实现营业收入 277.83 亿元、247.06 亿元、219.28 亿元及 141.90 亿元。发行人 2017 年、2018 年、2019 年 1-9 月末营业收入持续下降，下降幅度分别为 11.08%、11.24%和 6.71%。近两年营业收入下降主要由于公司 2017 年出售艾德思奇股权后，控制权丧失后其销售收入不再计入合并报表中，以及互联网电视业务结构调整导致媒体广告收入减少所致。同时，新媒体业务的迅速发展将对公司传统媒体业务带来一定的冲击，影响公司盈利能力，存在营业收入持续下降的风险。

9、流动负债占比过高风险

2016-2018 年及 2019 年 9 月末，发行人流动负债分别为 155.72 亿元、162.90 亿元、162.83 亿元和 142.33 亿元，占各期负债总额的比例分别为 88.81%、94.24%、88.95%和 87.39%。发行人流动负债主要包括短期借款、应付账款、预收款项和其他应付款构成。流动负债占总负债比重较高主要由于发行人为文化行业，流动资金占比较高。流动负债较高将使发行人存在一定短期偿债压力，可能会出现一定的流动性风险。

10、固定资产折旧风险

2016-2018 年及 2019 年 9 月末，发行人固定资产账面价值分别为 47.03 亿元、45.92 亿元、43.57 亿元和 41.82 亿元，占发行人总资产比例为 8.28%、8.23%、7.47%及 7.43%。近三年及一期，发行人固定资产累计折旧分别为 52.92 亿元、55.81 亿元 59.05 亿元及 61.60 亿元。发行人固定资产主要包括房屋及建筑物、办公设备、专用设备、运输工具和其他设备。其中，房屋及建筑物是固定资产最主要部分，近三年及一期末占比分别为 71.55%、71.36%、71.36%和 71.99%。固定资产折旧金额较大，导致发行人固定资产余值受影响，同时影响公司盈利能力。

11、可供出售金融资产减值风险

2016-2018 年及 2019 年 9 月末,发行人可供出售金融资产账面价值余额分别为 89.18 亿元、83.58 亿元、85.32 亿元及 71.90 亿元,占总资产的比重分别为 15.69%、14.98%、14.63%及 12.77%。发行人每年年末对可供出售金融资产进行减值测试,其中包括权益工具(上市公司股票)、基金投资、产业基金以及其他股权投资。发行人每年均会对金融资产履行减值测试程序,由计划财务部以及相关投资部门联合进行。每年年末,审计机构亦会履行必要审计手续以确保发行人金融资产价值计量的公允性。经审核,发行人目前主要计提了按成本计量的可供出售权益工具的减值准备,其余可供出售金融资产无客观证据表明资产有明显减值迹象,故未计提减值准备。未来,如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度的下降,或在综合考虑各种相关因素以后,预期这种下降趋势属于非暂时性的,发行人可能认定该项金融资产发生减值,确认减值损失。整体而言,可供出售金融资产规模较大,存在减值的风险。

12、无形资产摊销风险

2016-2018 年及 2019 年 9 月末,发行人无形资产账面价值余额分别为 13.38 亿元、14.13 亿元、14.41 亿元及 12.44 亿元,占总资产的比重分别为 2.36%、2.53%、2.47%及 2.21%。近三年及一期,发行人无形资产累计摊销分别为 17.39 亿元、24.90 亿元 33.85 亿元及 41.05 亿元。发行人无形资产主要包括软件、土地使用权、非专利技术、商标权、著作权、特许权和经营权等。无形资产累计摊销金额较大,导致发行人无形资产余值受影响,同时影响公司盈利能力。

13、商誉减值风险

2016-2018 年及 2019 年 9 月末,发行人的商誉分别为 15.36 亿元、9.55 亿元、9.58 亿元和 9.58 亿元。发行人商誉主要为子公司百视通网络电视技术发展有限责任公司,截至 2019 年 9 月末金额为 9.58 亿元。2017 年末公司商誉较 2016 年末减少 5.81 亿元,主要系本公司之子公司东方明珠新媒体股份有限公司处置对北京艾德思奇科技有限公司的股权,相应的商誉予以转出所致。截至 2019 年 9 月末,公司包含商誉的相关资产组的账面价值不存在高于可收回金额的情形,故未计提商誉减值准备。但是不排除未来因经营不善、宏观经济变化等原因导致包含商誉的相关资产组(或资产组组合)账面价值出现高于可收回金额,产生商誉减值,从而降低公司的盈利水平的风险。

14、海外投资风险

随着发行人经营领域的逐渐扩大,开拓海外市场成为公司经营战略之一。各个国家和地区的差异与变化加大了发行人在境外经营发展的难度。如果发行人项目所在国家或地区政治局势变动、经济政策发生重大变化、发生自然灾害或国家

之间的外交关系和政策发生变化,均可能影响发行人已有项目的实施或新业务的开拓,从而影响发行人海外业务的经营业绩。此外,全球金融危机和全球经济增速放缓对发行人海外业务可能产生影响,发行人海外业务面临着市场环境变化风险。由于发行人主要业务集中在国内,国际业务风险对发行人影响有限。

(二) 经营风险

1、经济周期波动风险

公司目前文化旅游及传媒业务受经济环境的影响较大。国民经济稳步健康发展和居民消费水平持续增长是我国旅游及传媒行业未来增长的主要驱动力。若经济环境恶化,影响国民收入,则将影响旅游及传媒行业的消费支出,公司有一定的业务经营风险。

2、传媒行业竞争风险

传媒行业在我国目前仍处于高度分散化的竞争格局中,广告公司数量众多,且缺乏占据主要市场份额的大型企业。随着媒体产业的逐步开放,各种资本的进入导致行业竞争迅速升级;尤其是富有行业经验的外资介入,将引发媒体广告产业链各个环节的激烈竞争,对公司在媒体广告领域的传统优势形成一定的影响。

3、新媒体业务冲击风险

随着传输技术的发展,预计新媒体,特别是在线视频、IPTV 等媒体将加速替代传统媒体,尤其是平面媒体、有线网络,公司目前传统媒体运营板块收入占公司营业收入比重较大,新媒体业务的迅速发展将对公司传统媒体业务带来一定的冲击。

4、影视及广告业务监管风险

我国对影视节目的制作、引进实行经营许可证制度,对广告的播出、制作及引进影视节目实行专门机构的审查制度。虽然发行人已取得影视节目的经营许可证,但如果发行人对国家审查标准及其变化情况掌握不准、遵守不严,将存在一定监管风险。

5、关联交易风险

目前,公司与关联企业之间存在劳务租赁、商品销售、采购等关联交易,并签署了相应的关联交易协议,日常经营中公司与控股子公司及关联方等企业间的交易较为频繁。公司关联交易签署相应的关联交易协议,但如果以上关联交易协议不能严格执行或不能按照公允的价格执行,可能会损害公司利益。

6、旅游行业的安全生产风险

旅游行业安全隐患集中于交通、住宿、餐饮、景区等环节,近年国家不断加

强对安全生产的监管力度，相关安全生产法规越来越严格。发行人高度重视安全生产工作，建立安全生产规章制度，做好重点领域安全隐患专项整治工作，但如果出现安全生产事故，造成人员伤亡或财产损失，将在一定程度上影响公司声誉和经营状况。

7、房地产业务经营风险

目前公司房地产业务主要包括在建的上海松江南站保障房项目及已完工的杨浦区的“渔人码头”二期项目和太原湖滨广场项目。近年来国内房地产开发投资规模增长加快，出现了房地产市场过热现象，中央政府为了国民经济协调健康发展，从金融、税收、土地、拆迁等多方面出台了一系列房地产行业调控政策，对房地产行业调控提出了更明确、更具体的限定性要求。虽然公司的房地产板块业务占比不大，房地产业务宏观调控政策还是会影响公司相关业务的盈利能力，使公司面临一定的风险。

8、知识产权侵权和纠纷风险

媒体运营和互联网新媒体业务是公司主营板块的主要经营业务，而知识产权在文化传媒行业中有着十分重要的地位。中国国内的版权市场在逐步规范，但是仍旧存在节目被盗版、盗播和侵权的不可预测性。公司目前严格遵守知识产权相关法律法规开展传媒相关业务，但不排除未来因知识产权侵权和纠纷而对公司权益产生的影响和侵害。

9、突发事件引发的经营风险

截至本募集说明书签署日，发行人的经营情况和财务状况均保持稳健。但若未来公司发生突发事件，事件的偶发性和严重性可能对发行人的生产经营和财务状况等带来一定程度影响，存在由突发事件引发的经营风险。

10、技术革新风险

公司在有线电视网络的总体规划、建设和运营方面具备了丰富的技术创新和应用经验，并在音视频传输、数据业务开展、增值业务拓展上具有一定的技术领先优势，但是随着国内“三网融合”趋势的发展，需要研发适应三网融合业务要求的软件和硬件等基础产品以及开发交互数字电视、多媒体终端、智能化家庭设备等应用产品。网络升级换代速度将不断加快，各种新业务和新产品将不断涌现，公司在技术前景、技术开发、技术应用等革新方面将面临一定的风险。

11、新型冠状病毒疫情引发的经营风险

2019 年末全国爆发了新型冠状病毒疫情，国务院宣布延长春节假期，上海市政府于 2020 年 1 月 24 日启动重大突发公共卫生事件一级响应机制，并宣布延后企业复工时间。此次肺炎疫情可能对发行人文化旅游板块的经营带来一定程度

影响，该板块的营业收入可能产生波动。

（三）管理风险

1、多元化经营的风险

发行人主营业务主要包括融合媒体运营、视频购物与电子商务、以及包括文化旅游、文化地产等在内的传媒娱乐相关服务。部分业务的行业相关性较弱。多元化经营虽然有利于发挥公司整体优势，进而快速扩张企业规模，但跨行业经营可能会造成资源分散，资金占用较多，管理难度增加，效率下降等问题，一定程度上加大了公司管理的难度。

2、业务扩张带来的管理风险

公司建立了健全的管理制度体系和组织运行模式，但是随着资产规模和经营规模不断扩张，下属参、控股公司数量不断增加，员工人数及组织机构日益扩大，公司经营决策、组织管理、风险控制的难度增加；公司面临组织模式、管理制度、管理人员的数量和能力不能适应公司规模快速增长的风险。

3、突发事件引发公司治理结构突然变化的风险

若发行人董事、监事和高级管理人员因为重大违法犯罪行为而被执行强制措施或因故无法履行职责等，造成其部分董事、监事和高级管理人员无法履行相应职责，可能造成公司治理机制不能顺利运作，股东权利、董事会、监事会不能顺利运行，对发行人的经营可能造成不利影响。

4、进一步整合风险

公司事业单位改制时间尚短，且公司下属子公司和关联企业较多，涉及多种不同行业。为充分发挥整体规模优势，公司后续在业务、资产、组织结构等方面可能需要进行进一步优化整合。若时间过长或整合效果不理想，可能会影响发行人经营规模效应和优势。

（四）政策风险

1、旅游行业政策风险

公司所处的旅游业是对经济周期较为敏感的行业，旅游产品也属于弹性消费品，容易受到宏观政策、经济环境的影响。国家在“十二五”规划中提出要“探索适合新型服务业态发展的市场管理办法，营造有利于服务业发展的政策和体制环境”、“大力发展生产性服务业和生活性服务业，积极发展旅游业，拓展服务业新领域，发展新业态，培育新热点，推进规模化、品牌化、网络化经营推动特大城市形成以服务经济为主的产业结构”，为旅游业的发展营造较为宽松的政策环境。但是，公司不能确保国家推出的法律政策和具体措施均能对公司的经营产生积极

影响。旅游行业政策调控措施的不确定性可能对公司业绩产生一定影响。

2、信息传输收费政策调整的风险

近年来，公司从事的无线及有线广播电视信息传输业务收入保持稳定，但该业务的收费可能受到相关国家收费政策的调整，未来信息传输的收费标准和政策存在调整的可能性，对公司的业务可能带来一定的风险。

3、房地产政策风险

目前公司下属公司开发的房地产项目“渔人码头”二期及“太原湖滨广场”是公司主要投资的商业地产项目。国家宏观经济政策、财政和税收政策、产业政策、行业管理政策的调整可能会影响公司房地产板块的经营活动。

（五）不可抗力因素导致的风险

诸如地震、台风、战争、疫病等不可抗力事件的发生，可能给发行人的生产经营和盈利能力带来不利影响。

第三章 发行条款

一、本期中期票据主要发行条款

本期中期票据名称:	上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度第一期中期票据
发行人:	上海文化广播影视集团有限公司
主承销商:	中国建设银行股份有限公司
联席主承销商:	招商银行股份有限公司
簿记管理人:	中国建设银行股份有限公司
待偿还债务融资工具余额:	截至本募集说明书签署之日, 发行人待偿还债务融资工具余额 10 亿元, 为中期票据。
注册通知书文号:	中市协注〔2020〕MTN160 号
本次中期票据注册总额:	20 亿元 (¥2,000,000,000.00)
本期发行金额:	5 亿元 (¥500,000,000.00)
期限:	3 年
计息年度天数:	非闰年为 365 天, 闰年为 366 天
票面金额:	人民币壹佰元 (¥100)
形式:	采用实名记账方式, 投资人认购的本期债券在上海清算所开立的持有人账户中托管记载
发行价格:	发行价格为面值人民币壹佰元
票面利率:	固定利率, 通过集中簿记建档的方式确定
发行对象:	全国银行间债券市场机构投资者 (国家法律、法规禁止的投资者除外)
承销方式:	主承销商、联席主承销商余额包销
发行方式:	采用集中簿记建档、集中配售方式发行
公告日:	2020 年 3 月 26 日-3 月 27 日

簿记建档时间:	2020 年 3 月 30 日-3 月 31 日
发行日:	2020 年 3 月 30 日-3 月 31 日
起息日:	2020 年 4 月 1 日
缴款日:	2020 年 4 月 1 日
债权债务登记日:	2020 年 4 月 1 日
上市流通日:	2020 年 4 月 2 日
付息日:	中期票据存续期内每年的4月1日（如遇法定节假日，则顺延至其后的一个工作日）。
兑付日:	2023年4月1日（如遇法定节假日，则顺延至其后的一个工作日）。
兑付价格:	按面值兑付
付息方式:	本期中期票据每次付息日前 5 个工作日，由发行人按有关规定在指定的信息媒体上刊登《付息公告》，并在付息日按票面利率由上海清算所代理完成付息工作
兑付方式:	本期中期票据到期日前 5 个工作日，由发行人按有关规定在指定的信息媒体上刊登《兑付公告》，并在到期日按面值加最后一期利息兑付，由上海清算所完成兑付工作
信用评级:	经上海新世纪资信评估投资服务有限公司综合评定，发行人主体长期信用等级为 AAA 级、评级展望稳定，本期中期票据信用等级为 AAA 级
担保情况:	无担保
登记和托管:	上海清算所为本期中期票据的登记和托管机构
集中簿记建档系统技术支持机构:	北金所
税务提示:	根据国家有关税收法律、法规的规定，投资者投资本期中期票据所应缴纳的税款由投资者承担

二、本期中期票据发行安排

(一) 集中簿记建档安排

1、本期中期票据簿记管理人为中国建设银行股份有限公司，本期中期票据承销团成员须在 2020 年 3 月 30 日 9 时至 3 月 31 日 17 时整，通过集中簿记建档系统向簿记管理人提交《上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度第一期中期票据申购要约》（以下简称“《申购要约》”），申购时间以在集中簿记建档系统将《申购要约》提交至簿记管理人的时间为准。

2、每一承销团成员申购金额的下限为 1,000 万元（含 1,000 万元），申购金额超过 1,000 万元的必须是 1,000 万元的整数倍。

(二) 分销安排

1、认购本期中期票据的投资者为境内合格机构投资者（国家法律、法规及部门规章等另有规定的除外）。

2、上述投资者应在上海清算所开立 A 类或 B 类托管账户，或通过全国银行间债券市场中的债券结算代理人开立 C 类持有人账户；其他机构投资者可通过债券承销商或全国银行间债券市场中的债券结算代理人在上海清算所开立 C 类持有人账户。

(三) 缴款和结算安排

1、缴款时间：2020 年 4 月 1 日 17 点前。

2、簿记管理人将在 2020 年 3 月 31 日通过集中簿记建档系统发送《上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度第一期中期票据配售确认及缴款通知书》（以下简称“《缴款通知书》”），通知每个承销团成员的获配中期票据面额和需缴纳的认购款金额、付款日期、划款账户等。

3、合格的承销商应于缴款日 17:00 前，将按簿记管理人的“缴款通知书”中明确的承销额对应的募集款项划至以下指定账户：

收款人名称：中国建设银行股份有限公司

收款人账号：110400396

开户行名称：中国建设银行总行

清算行行号：105100000017

如合格的承销商不能按期足额缴款，则按照中国银行间市场交易商协会的有关规定和“承销协议”及“承销团协议”的有关条款办理。

4、本期中期票据发行结束后，中期票据认购人可按照有关主管机构的规定进行中期票据的转让、质押。

(四) 登记托管安排

本期中期票据以实名记账方式发行，在上海清算所进行登记托管。上海清算所为本期中期票据的法定债权登记人，在发行结束后负责对本期中期票据进行债权管理、权益监护和代理兑付，并负责向投资人提供有关信息服务。

(五) 上市流通安排

本期中期票据在债权登记日的次一工作日（2020年4月2日），即可以在全国银行间债券市场流通转让。按照全国银行间同业拆借中心颁布的相关规定进行。

(六) 其他

无。

三、投资者承诺

购买本期中期票据的投资者被视为做出以下承诺：

（一）投资人具备识别、判别、承担风险的能力。中期票据的风险由投资人自行承担。

（二）投资者接受申购要约和募集说明书对本期中期票据项下权利义务的所有规定并受其约束。

（三）本期中期票据发行完成后，发行人根据日后业务经营的需要并经交易商协会接受注册后，可能继续增发新的中期票据，而无须征得本期中期票据投资者的同意。

（四）一旦本期中期票据发生没有及时或者足额兑付的情况，投资人不得向主承销商和承销团成员要求兑付。

第四章本期中期票据募集资金用途

一、本期中期票据募集资金的使用

(一) 本注册额度募集资金用途

发行人本次注册中期票据 20 亿元，全部用于置换发行人本部及下属子公司的银行贷款和到期债务。

截至 2019 年 9 月末，发行人合并范围内有息负债余额为 60.16 亿元，其中短期借款 47.80 亿元、长期借款 2.36 亿元、应付债券 10 亿元。发行人为提高直接融资比例，优化融资结构、降低综合成本，计划将注册金额的全部用于置换发行人本部及下属子公司的银行贷款和到期债务。

(二) 本期中期票据资金用途

本期中期票据募集资金人民币 5 亿元，全部用于偿还公司本部即将到期的银行贷款，具体明细如下：

表 2：拟偿还银行贷款情况明细

单位：万元

序号	借款主体	借款机构	借款金额	拟偿还金额	贷款类型	借款日期	到期日
1	上海文化广播影视集团有限公司	工商银行	48,000	48,000	流动资金贷款	2019/6/10	2020/6/10
2	上海文化广播影视集团有限公司	工商银行	13,500	2,000	流动资金贷款	2019/4/24	2020/4/24
合计			61,500	50,000			

二、发行人偿债保障措施

(一) 强大的资本实力，稳定的营业收入和经营性现金流为本期中期票据的偿付提供了实力保障。

发行人主营业务主要包括媒体运营、电视购物、互联网新媒体、文化旅游等板块，截至 2019 年 9 月末，发行人资产总额 562.88 亿元，负债总额 162.87 亿元，资产负债率为 28.94%，货币资金 98.53 亿元，货币资金储备充裕。发行人 2018 年实现营业毛利 35.73 亿元，当年综合毛利率为 16.56%，盈利能力和盈利水平较

高。公司资本实力强大，且货币资金充裕，为本期超短期融资券的偿付提供了实力保障。

(二) 畅通的融资渠道，较低的负债经营程度和良好的资信状况为债券还本付息提供进一步的保障。

发行人具有良好的资信状况，与各大金融机构建立了良好的合作关系，因此信贷融资渠道畅通。目前发行人负债经营程度低，且货币资金充裕，整体偿债能力极强。资产流动性较好，可为债务偿付提供支撑。公司良好的资信状况不仅能保障公司的资金需求，也将为本期债券的足额还本付息提供重要保障。

(三) 有效的风险控制机制为本期债券的偿付提供了制度保障。

发行人建立了健全的管理体制，逐步形成了适应市场经济需要的管理制度，发行人完善的管理制度及较强的风险控制能力为本期债券的兑付提供了制度保障。发行人将进一步提高管理效率和运营效率，严格控制资本支出，尽可能降低本期债券兑付风险。

三、发行人承诺

对于本期中期票据的募集资金，公司将按照中国银行间市场交易商协会关于中期票据募集资金使用有关规定、公司内部的财务制度，对募集资金进行专项管理，确保募集资金的合理有效使用。

公司承诺，本次发行债务融资工具所募集的资金将仅用于符合国家相关法律法规及政策要求的企业生产经营活动中的资金需要。本期中期票据的募集资金不会用于房地产的土地储备、项目开发建设、偿还房地产项目开发贷款等与房地产相关的业务。本次中期票据募集资金的实际用途与本募集说明书中约定用途保持一致，且资金不进入土地、房地产、股权、股票及期货等国家规定禁入领域，不用于金融理财，不用于资金拆借。如果本期债务融资工具存续期间，募集资金用途发生变更前，公司将及时披露有关信息。

第五章 发行人的基本情况

一、发行人基本信息

公司中文名称：上海文化广播影视集团有限公司

公司英文名称：Shanghai Media Group

法定代表人：王建军

注册资本：人民币 500,000 万元

成立日期：2014 年 3 月

工商登记号：91310000093550844J

注册地址：上海市静安区威海路 298 号

邮政编码：200041

联系人：童颖

电话：021-22000228

传真：021-33050532

电子邮箱：tongying@smg.cn

经营范围：广播、电视节目的制作、发行及衍生品开发、销售，各类广告的设计、制作、代理、发布，广播电视领域内的技术服务，广播电视设备租赁、经营，承办大型活动、舞美制作、会议会展服务，网络传输，网站经营，现场演艺，演艺经纪，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），投资管理，文化用品批发零售，货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

文广集团原为于 2001 年 2 月 22 日经国家广播电影电视总局文件广发办字[2001]135 号批准成立的事业单位法人，原名上海文化广播影视集团，开办资金人民币 1 亿元。2014 年，公司经改制及合并重组后变更为现在的法人单位上海文化广播影视集团有限公司。

文广集团主营业务主要包括融合媒体运营、视频购物与电子商务、文化旅游与文化地产等板块，其中融合媒体运营是文广集团的核心业务。近年来，文广集团面对较为严峻的外部挑战，不断提升内容创作能力，增加媒体传播渠道，逐步实现传统主流媒体向新型主流媒体的转变。在同业竞争日趋激烈，新媒体冲击愈演愈烈的大环境下，文广集团直面挑战，积极应对，市场份额不断提高。

截至 2018 年 12 月 31 日,文广集团总资产 583.22 亿元,总负债 183.06 亿元,资产负债率 31.39%,所有者权益 400.16 亿元;2018 年度营业总收入 219.28 亿元,实现利润总额 16.12 亿元,实现净利润 12.58 亿元。

截至 2019 年 9 月 30 日,公司总资产 562.88 亿元,总负债 162.87 亿元,资产负债率 28.94%,所有者权益 400.01 亿元;2019 年 1-9 月营业总收入 141.90 亿元,实现利润总额 11.49 亿元,实现净利润 8.39 亿元。

二、发行人历史沿革

1995 年 8 月,上海市政府撤销了原上海市广播电视局和上海市电影局,组建上海市广播电影电视局。

2000 年 4 月,上海市广播电影电视局和上海市文化局合并成立上海市文化广播影视管理局。

发行人前身为上海文化广播影视集团,于 2001 年 2 月 22 日经国家广电总局以广发办字〔2001〕135 号文批准设立;并将媒体宣传及经营业务从上海市文化广播影视管理局(包括上海广播电影电视发展有限公司)剥离并入上海文化广播影视集团,上海广播电影电视发展有限公司变更为上海文化广播影视集团全资子公司;2001 年 5 月 16 日上海文化广播影视集团由国家事业单位登记管理局办法注册号为:第 131000000040 号事业单位法人证书,开办资金为人民币 1 亿元。

2003 年 6 月 12 日,中共上海市委委员会印发《中共上海市委、上海市人民政府关于组建上海电影(集团)公司和上海文广新闻传媒集团的批复》(沪委发〔2003〕526 号),撤销上海文化广播影视集团所属的上海人民广播电台、上海东方广播电台、上海电视台、上海东方电视台的建制,整合前述电视台的资源基础上,组建上海文化新闻传媒集团,保留上海人民广播电台、上海东方广播电台、上海电视台、上海东方电视台的牌子。上海文化新闻传媒集团为上海文化广播影视集团的子公司。

2009 年 10 月 1 日,上海市委宣传部作出《关于同意上海文广新闻传媒集团制播分离转企改制资产划分方案的批复》(沪委宣〔2009〕430 号),同意(一)将上海文广新闻传媒集团的频道资源、广播电视新闻采编制作、编播管理、技术播出总控等相关资产及下属事业单位以划拨方式注入上海广播电视台(事业单位),金额为 9.28 亿元,上海广播电视台(事业单位)的出资主体为上海文化广播影视集团。(二)同意上海文广新闻传媒集团划拨至上海广播电视台上述资产后的全部资产,转制设立上海东方传媒(集团)有限公司,金额为 32.22 亿元,并由该公司承继上海文广新闻传媒集团除上述划拨给上海广播电视台资产以外的债权债务。(三)上海东方传媒(集团)有限公司的出资主体是上海广播电视

台。完成制播分离。

2009 年 10 月 27 日，上海市委员会作出《关于上海文广新闻传媒集团更名的批复》（沪委〔2009〕700 号），同意上海文广新闻传媒集团更名为上海广播电视台。

根据国家新闻出版广播电影电视总局出具的《国家新闻出版广播电影电视总局关于上海广播影视改革方案的批复》（新广电函〔2014〕146 号）及中国共产党上海市委员会、上海市人民政府作出的《关于深化上海文化广播影视集团改革有关问题的批复》（沪委〔2014〕294 号），上海文化广播影视集团与上海广播电视台进行整合与改革，事企分离。发行人设立于 2014 年 3 月 28 日，经上海市人民政府《关于同意设立上海文化广播影视集团有限公司的批复》（沪府发〔2014〕22 号）批准，同意以清产核资专项审计报告为依据，以上海文化广播影视集团（事业单位）整体资产负债出资设立，注册资本为人民币 1 亿元。并在上海工商局办理登记手续依法设立，出资人为上海市国有资产监督管理委员会（以下简称“上海国资委”），前述批复同时委托中共上海市委宣传部（以下简称“市委宣传部”）代行出资人监管职责，且根据《上海市人民政府办公厅转发市国资委关于对部分市属经营性国资实施委托监管意见的通知》（沪府办发〔2009〕45 号），上海国资委与市委宣传部签订《上海市市属经营性国有资产委托监管书》，委托市委宣传部代行国资出资人监管职责，对公司享有权利、行使职权并履行义务。2014 年 3 月 26 日，由立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具信会师报字【2014】第 121853 号验资报告验证 1 亿改制设立的注册资本。

2014 年 10 月 15 日，根据中共上海市委宣传部文件沪委宣〔2014〕463 号，同意上海文化广播影视集团有限公司吸收合并下属全资子公司上海东方传媒集团有限公司和上海广播电影电视发展有限公司，合并后，上海东方传媒集团有限公司、上海广播电影电视发展有限公司注销法人主体资格，其全部资产（含所持百视通、东方明珠股权）、负债、权益、业务和人员均由集团承继。合并基准日数据来源上海东方传媒集团有限公司和上海广播电影电视发展有限公司 2014 年 10 月 31 日财务报表，分别由立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具信会师报字【2015】第 120883 号和信会师报字【2014】第 123730 号审计报告。

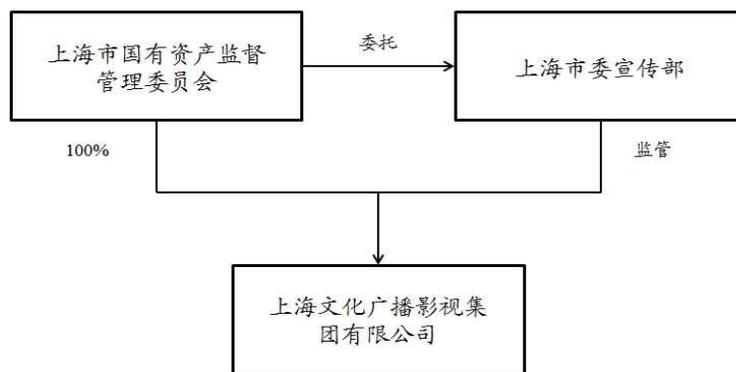
2014 年 10 月 27 日，市委宣传部做出股东决定，并经上海工商局核准，发行人根据章程约定将资本公积转增注册资本 49 亿元，注册资本由人民币 1 亿元变更为人民币 50 亿元。

经过改制整合后，文广集团已经成为一个拥有广播电视、新闻网站、报刊杂志、移动电视、互动电视、宽频电视等多种媒体；拥有以电视剧、动画片为主的影视制作、发行、放映体系；拥有一批高水平的文艺院团、体育俱乐部；拥有东方明珠、国际会议中心等 12 处标志性文化建筑的大型新闻文化传媒集团。

三、发行人股权结构

截至 2019 年 9 月 30 日，公司股权结构如下所示：

图表 5-1：发行人股权结构图



四、发行人控股股东及实际控制人

发行人为国有独资公司，公司控股股东与实际控制人均为上海市国有资产监督管理委员会。上海市委宣传部根据《上海市人民政府办公厅转发市国资委关于对部分市属经营性国资实施委托监管意见的通知》和与上海市国资委签署《国资监管委托书》，代上海市国资委履行监管职责，对发行人享有权利、行使职权并履行义务。

上海市国资委是上海市政府直属的特设机构。上海市政府授权上海市国资委按照国家、上海市有关法律、法规和规章以及市政府的有关规定，代表上海市人民政府履行国有资产出资人职责和义务，负责监管上海市所属国有资产。

上海市委宣传部主要负责上海市宣传、文化、出版工作中的路线、方针、政策，掌管对意识形态工作所涉及的理论、文化艺术、新闻出版、对外宣传、宗教等主要方面的工作。

发行人控股股东上海市国资委持有公司 100% 股份，截至报告日持有股份无增减变动及质押情况。

五、发行人独立性

（一）业务方面

发行人主营业务突出，具有独立完整的业务及自主经营能力。公司遵循公正、公平、公开的原则，与关联公司发生关联交易的价格执行国家定价或市场定价。

（二）人员方面

公司在劳动、人事及工资管理等方面管理实行独立管理。发行人高级管理人员均不在其他企业领取薪酬或津补贴、福利费等其他任何收入。公司建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及考核奖惩制度，建立独立的工资管理、福利和社会保障体系。

（三）资产方面

发行人资产独立于控股股东，生产系统、辅助生产系统和配套设施均由公司独立拥有。

（四）机构方面

公司设立了健全的组织机构体系，董事会、监事会及内部机构独立运作，不存在与控股股东职能部门之间的从属关系，也不存在控股股东、实际控制人及其他控制企业干预公司机构设置的情况。

（五）财务方面

发行人设立了独立的财务管理部门，建立了独立的财务核算体系，执行规范、独立的财务会计制度。发行人在银行开设独立于出资人的账户，独立依法纳税。

六、发行人重大权益投资情况

（一）全资及控股子公司

截至 2019 年 9 月末，文广集团共有全资及控股子公司 155 家，其中一级子公司 30 家，二级子公司 66 家，三级子公司 48 家，四级至六级子公司 12 家。其中 30 家一级子公司具体情况如下：

图表 5-2：发行人全资及控股子公司情况表

单位：万元

序号	子公司全称	业务性质	注册资本	持股比例 (%)	表决权比例 (%)	与发行人关系
1	上海东方娱乐传媒集团有限公司	传媒业	5,000 万元	100	100	全资子公司
2	五星体育传媒有限公司	传媒业	6,666.67 万元	75	75	控股子公司
3	真实传媒有限公司	传媒业	5,000 万元	100	100	全资子公司
4	上海文广传媒有限公司	制作广告等	10,000 万元	100	100	全资子公司
5	上海炫动传播有限公司	传媒业	50,00 万元	100	100	全资子公司
6	东方明珠新媒体股份有限公司	实业投资等	264125.2316 万元	45.09	45.09	控股子公司

上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度第一期中期票据募集说明书

7	上海百视通电视传媒有限公司	传媒业	833.3333 万元	100	100	全资子公司
8	上海东方惠金文化产业创业投资有限公司	创业投资等	38,417 万元	40	40	控股子公司
9	上海东方传媒技术有限公司	传媒技术服务	19,000 万元	100	100	全资子公司
10	上海科学教育电影制片厂有限公司	技术咨询等	816.2 万元	100	100	全资子公司
11	上海文广集团国际控股有限公司	传媒投资	1,710 万元 (美元)	100	100	全资子公司
12	上海广播电视台香港办事处有限公司	传媒业	1 万元 (港币)	100	100	全资子公司
13	上海电视广播集团有限公司	对外贸易等	2,600 万元 (港币)	100	100	全资子公司
14	上海文广影视摄制基地有限公司	项目投资等	1,000 万元	100	100	全资子公司
15	上海网腾投资管理有限公司	投资管理	4,360 万元	100	100	全资子公司
16	北京文广佳业文化发展有限公司	文化娱乐业	50 万元	100	100	全资子公司
17	上海文广演艺 (集团) 有限公司	文化娱乐业	8,650 万元	100	100	全资子公司
18	上海文广实业有限公司	物业服务	2,000 万元	100	100	全资子公司
19	上海新汇文化娱乐 (集团) 有限公司	文化娱乐业	14,019 万元	52.06	52.06	控股子公司
20	上海上视女子足球俱乐部	文化体育业	200 万元	100	100	全资子公司
21	上海尚演文化投资管理有限公司	文艺策划等	7,000 万元	66.32	66.32	控股子公司
22	上海曦倍思投资控股有限公司	资产管理等	312,746.2902 万元	61.63	61.63	控股子公司
23	上海明珠广播电视科技有限公司	商品流通业	2,500 万元	100	100	全资子公司
24	看东方 (上海) 传媒有限公司	技术服务等	28,000 万元	100	100	全资子公司
25	上海好有文化传媒有限公司	传媒业	10,000 万元	78.06	78.06	控股子公司
26	上海文化广播影视集团财务有限公司	金融业	100,000 万元	78.06	78.06	控股子公司
27	上海新娱乐传媒有限公司	传媒业	3,000 万元	100	100	全资子公司
28	星尚传媒有限公司	传媒业	5,000 万元	100	100	全资子公司
29	上海东方明珠国际广告有限公司	传媒业	5,000 万元	100	100	全资子公司

30	上海东方广播有限公司	传媒业	10,899.3834 万元	100	100	全资子公司
----	------------	-----	----------------	-----	-----	-------

注 1: 东方明珠新媒体股份有限公司纳入合并范围的原因: 文广集团为东方明珠的第一大股东, 虽然持股比例未超过 50%, 但文广集团对公司的财务和经营政策以及人事任免有决定权。

注 2: 上海东方惠金文化产业创业投资有限公司纳入合并报表的原因: 文广集团为惠金创投的第一大股东, 虽然持股比例未超过 50%, 但文广集团对公司的财务和经营政策以及人事任免有决定权。

(二) 主要子公司介绍

1、东方明珠新媒体股份有限公司

公司成立于 1990 年, 原名为百视通新媒体股份有限公司 (以下简称“百视通”), 2015 年 6 月百视通吸收合并上海东方明珠 (集团) 股份有限公司, 更名为上海东方明珠新媒体股份有限公司。2017 年 8 月, 更名为“东方明珠新媒体股份有限公司”。

截至 2018 年末, 公司注册资本人民币 343,362.8011 万元, 文广集团持有公司 45.14% 股份, 股票代码 600637。公司注册地址为上海市徐汇区宜山路 757 号, 法定代表人张炜, 公司类型为有限责任公司, 经营范围为电子、信息、网络产品的设计、研究、开发、委托加工、销售、维修、测试及服务, 研究、开发、设计、建设、管理、维护多媒体互动网络系统及应用平台, 从事计算机软硬件、系统集成、网络工程、通讯、机电工程设备、多媒体科技、文化广播影视专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务, 设计、制作、发布、代理各类广告, 利用自有媒体发布广告等。

东方明珠新媒体股份有限公司是上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司统一的产业平台和资本平台。公司主营业务为媒体运营、电视购物、互联网新媒体板块, 拥有中国规模最大、门类最齐、特色鲜明的内容版权库以及国内最大的多渠道视频集成与分发平台, 旗下数字营销、主机游戏、电视购物、文化娱乐旅游等传媒相关服务行业领先。公司通过整合转化 IPTV、数字电视等多种渠道、终端和东方购物等应用服务的用户资源, 打造以互联网电视为核心的互联网媒体生态系统。

截至 2018 年末, 公司资产总额 379.59 亿元, 负债总额 74.05 亿元, 所有者权益 305.55 亿元, 2018 年度公司实现营业收入 136.34 亿元, 实现净利润 22.05 亿元。截至 2019 年 9 月末, 公司资产总额 363.78 亿元, 负债总额 54.58 亿元, 所有者权益 309.20 亿元, 2019 年三季度公司实现营业收入 85.37 亿元, 实现净利润 14.32 亿元。

2、上海文化广播影视集团财务有限公司

公司成立于 2016 年 12 月，注册资本 100,000 万元人民币，文广集团持有公司 60% 的股权，东方明珠新媒体股份有限公司持有 40% 的股权。其经营范围是：对成员单位办理财务和融资顾问、信用鉴证及相关的咨询、代理业务，协助成员单位实现交易款项的收付，经批准的保险代理业务，对成员单位提供担保，办理成员单位之间的委托贷款，对成员单位办理票据承兑与贴现，办理成员单位之间的内部转账结算及相应的结算、清算方案设计，吸收成员单位的存款，对成员单位办理贷款及融资租赁，从事同业拆借，中国银行业监督管理委员会批准的其他业务。

上海文化广播影视集团财务有限公司是全国广电领域首家集团财务公司，持有金融牌照，是文广集团的资金集中中心、金融服务中心和利润增长中心。

截至 2018 年末，公司资产总额 62.60 亿元，负债总额 52.34 亿元，所有者权益 10.26 亿元，2018 年全年公司实现营业收入 1.10 亿元，实现净利润 0.11 亿元。截至 2019 年 9 月末，公司资产总额 42.32 亿元，负债总额 31.79 亿元，所有者权益 10.53 亿元，2019 年三季度公司实现营业收入 0.95 亿元，实现净利润 0.27 亿元。

3、上海东方广播有限公司

公司成立于 2009 年 10 月，注册资本 10899.3834 万元人民币，文广集团持有公司 100% 的股权。其经营范围是：广播电视节目制作、发行，图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品零售，经营演出及经纪业务，设计、制作、代理、发布各类广告，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），会展服务，教育培训（限分支机构经营），文化用品、电子产品、服装鞋帽、办公用品、工艺品（文物、象牙及其制品除外）、金银饰品、日用百货的销售，企业管理，商务信息咨询，文化艺术交流活动策划（除经纪），礼仪服务，市场营销策划，投资咨询，汽车及其零配件的销售，汽车装饰及养护用品，票务代理。

上海东方广播有限公司是文广集团广播媒体运营板块的重要平台，是全国第一家挂牌的制播分离的广播公司，经营规模和营业额居全国广播第一阵营。

截至 2018 年末，公司资产总额 5.90 亿元，负债总额 2.08 亿元，所有者权益 3.82 亿元，2018 年全年公司实现营业收入 6.08 亿元，实现净利润 1.21 亿元。截至 2019 年 9 月末，公司资产总额 5.33 亿元，负债总额 1.41 亿元，所有者权益 3.92 亿元，2019 年三季度公司实现营业收入 3.80 亿元，实现净利润 1.05 亿元。

4、上海炫动传播有限公司

公司成立于 2004 年 10 月，注册资本 5,000 万元人民币，文广集团持有公司 100% 的股权，其经营范围是：动漫设计，知识产权代理（除专利代理），教育信息咨询（不从事教育培训，中介，家教），创意服务，电子商务（不从事增值电

信、金融业务), 文化艺术交流组织策划(除经纪), 设计、制作、代理、发布各类广告, 网络系统数据处理, 会务服务, 商务咨询(除经纪), 国内贸易, 展览展示服务, 图书报刊批发、零售, 商品零售; 电视节目制作、发行; 国产影片发行, 经营演出及经纪业务。

上海炫动传播有限公司是经国家广电总局颁发的国家动漫产业基地, 是文广集团动漫业务的核心载体。公司以原创动漫为核心, 以媒体运营为特色, 以产业经营为驱动, 拥有“原创动漫投资中心”、“媒体运营中心”和“产业中心”三大业务板块。

截至 2018 年末, 公司资产总额 3.87 亿元, 负债总额 1.84 亿元, 所有者权益 2.03 亿元, 2018 年全年公司实现营业收入 3.25 亿元, 实现净利润 254 万元。截至 2019 年 9 月末, 公司资产总额 4.05 亿元, 负债总额 2.10 亿元, 所有者权益 1.95 亿元, 2019 年三季度公司实现营业收入 2.43 亿元, 实现净利润 0.14 亿元。

5、上海曦倍恩投资控股有限公司

公司成立于 2015 年 12 月, 注册资本 312746.2902 万元, 文广集团持有 61.63% 股权, 杭州阿里创业投资有限公司持有 38.37% 股权, 其经营范围是: 资产管理, 企业管理, 投资管理, 投资咨询, 实业投资。

公司主要投资了上海第一财经传媒有限公司, 持有其 95.76% 股权。第一财经(CBN) 是中国最具影响力、品种最完整的财经媒体集团, 旗下拥有: 第一财经频道、第一财经月刊、第一财经网站、第一财经研究院, 并在积极探索数字媒体业务和金融商业信息服务业务等。

截至 2018 年末, 公司资产总额 16.05 亿元, 负债总额 1.93 亿元, 所有者权益 14.11 亿元, 2018 年全年公司实现营业收入 4.63 亿元, 实现净利润-0.99 亿元。截至 2019 年 9 月末, 公司资产总额 15.42 亿元, 负债总额 1.75 亿元, 所有者权益 13.67 亿元, 2019 年三季度公司实现营业收入 2.95 亿元, 实现净利润-0.43 亿元。2018 年及 2019 年三季度净利润为负的主要原因为一财向新媒体融合转型中, 前期在新媒体产品的投入较大, 主要用于投入全面升级打造“第一财经”APP 旗舰产品等, 提升新媒体旗舰产品的能级和影响力。

(三) 主要合营及联营公司

截至 2018 年末, 发行人主要合营及联营公司情况如下:

图表 5-3: 发行人主要参股公司情况表

单位: 万元

序号	公司名称	持股比例 (%)	注册资本
合营公司			

1	广视通网络通信传媒有限公司	50.00%	10,000
2	上海城市之光灯光设计有限公司	50.00%	200
3	上海东迪数字传播咨询有限公司	51.00%	400 万美元
4	Orient Pearl Media Sports Holdings Limited	50.00%	4.51 万欧元
5	宁波甬洲置业有限公司	25.00%	5,000
6	湖州富棣房地产有限公司	27.50%	5,000
联营公司			
1	北京易豪科技有限公司	14.51%	7,380
2	上海共进新媒体技术有限公司	34.00%	1,000
3	西安嘉行影视传媒股份有限公司	9.5%	2,000
4	爱上电视传媒有限公司	45.00%	5,000
5	北京风行在线技术有限公司	19.76%	2,828.70043
6	北京盖娅互娱网络科技股份有限公司	25.50%	16,288.275
7	北京新奥传媒有限公司	33.50%	7,200
8	成都复地明珠置业有限公司	34.00%	50,000
9	东方有线网络有限公司	49.00%	150,000
10	广东南方希杰商贸有限公司	26.00%	2,000 万元
11	河北广电传媒技术有限公司	40.00%	1,000
12	黑龙江龙视东方电视购物有限公司	49.00%	2000
13	湖北广通东方购物有限公司	49.00%	500
14	华人文化（天津）投资管理有限公司	30.00%	6,000
15	媒捷中国有限公司	32%	780 万港币
16	明珠富想川沙（上海）民宿文化有限公司	20.00%	5,000
17	南京复地明珠置业有限公司	34.00%	50,000
18	上海阿财文化传媒有限公司	15.00%	1,000
19	贵州贝格大数据产业发展有限公司	19.91%	4,125
20	上海大世界投资管理有限公司	51.00%	15,000
21	上海地铁电视有限公司	25.00%	5,000
22	上海东方惠金融资担保有限公司	21.22%	18,846
23	上海东方梦想投资管理有限公司	30.00%	96,000
24	上海东方明珠索乐文化发展有限公司	51.00%	1,000
25	上海东方明珠文化产业股权投资基金管理有限公司	35.00%	1,000

26	上海东方票务有限公司	25.00%	1,000
27	上海歌星俱乐部有限公司	30.00%	50
28	上海儿童国际文化发展有限公司	33.00%	600
29	上海交大海外教育发展有限公司	28.00%	500
30	上海聚力传媒技术有限公司	1.00%	3,083.0143
31	上海浦东广播电视传媒有限公司	50.00%	1,000
32	上海润金文化传播有限公司	10.00%	2,135.416
33	中兴九城网络科技无锡有限公司	8.65%	1,790.938
34	上海时空之旅文化发展有限公司	33.00%	3000
35	上海市信息投资股份有限公司	21.33%	37,500
36	上海视云网络科技有限公司	12.24%	12500
37	上海体育场酒店管理有限公司	30.00%	5,000
38	上海文广融媒股权投资基金合伙企业（有限合伙）	63.26%	39,896
39	上海文广招融股权投资管理中心（有限合伙）	68.06%	400
40	上海文广招融文化投资管理中心（有限合伙）	76.56%	600
41	上海文广智娱股权投资基金合伙企业（有限合伙）	36.97%	39,882
42	上海文广资本管理有限公司	40.00%	1,000
43	上海文化广场剧院管理有限公司	40.00%	5,000
44	上海文化广场有限公司	40.00%	10,000
45	上海下一代广播电视网应用实验室有限公司	12.50%	4,000
46	上海中广传播有限公司	40.00%	10,000
47	深圳市兆驰股份有限公司	9.89%	452,694.0607
48	索尼互动娱乐（上海）有限公司	30.00%	4,380
49	亚洲联创（上海）文化发展有限公司	40.00%	3,000
50	银视通信息科技有限公司	35.00%	10,000
51	云集将来传媒（上海）有限公司	24.07%	1,080
52	云南云视幻维数码影视有限公司	33.00%	300
53	卓拓维（上海）虚拟现实信息科技有限公司	38.10%	5,250 万美元
54	上海东方明珠迪尔希文化传媒有限公司	42.86%	7,000
55	上海川沙名镇东方明珠建设开发有限公司	51.00%	10,000
56	绍兴华秦明珠置业有限公司	32%	3,000

57	上海东方明珠传媒产业股权投资 基金合伙企业（有限合伙）	39.95%	150,200
58	上海明珠尚祺商务咨询有限公司	30%	60

注 1：上海东迪数字传播咨询有限公司未纳入合并范围的原因：虽然文广集团持股比例超过 50%，但公司表决权按董事成员数确定，实际表决权未超过 50%。

注 2：上海大世界投资管理有限公司未纳入合并范围的原因：虽然文广集团持股比例超过 50%，但实际上公司已移交由上海市黄浦区政府管理。

注 3：上海东方明珠索乐文化发展有限公司未纳入合并范围的原因：虽然文广集团持股比例超过 50%，但公司表决权按董事成员数确定，实际表决权未超过 50%。

注 4：上海文广招融股权投资管理中心（有限合伙）未纳入合并范围的原因：虽然文广集团出资比例超过 50%，但公司表决权按投资委员会成员数确定，实际表决权未超过 50%。

注 5：上海文广招融文化投资管理中心（有限合伙）未纳入合并范围的原因：虽然文广集团出资比例超过 50%，但公司表决权按投资委员会成员数确定，实际表决权未超过 50%。

注 6：上海川沙名镇东方明珠建设开发有限公司未纳入合并范围的原因：虽然文广集团持股比例超过 50%，但公司表决权按董事成员数确定，实际表决权未超过 50%。

注 7：上海文广融媒股权投资基金合伙企业（有限合伙）未纳入合并范围的原因：虽然文广集团出资比例超过 50%，但公司表决权按投资委员会成员数确定，实际表决权未超过 50%。

（四）主要合营及联营公司介绍

I. 合营公司

1、广视通网络通信传媒有限公司

广视通网络通信传媒有限公司成立于 2013 年 10 月 1 日，注册资金 10,000 万元，主要从事通信工程施工，通信设备的销售、安装、维护、批发、零售。

2、上海城市之光灯光设计有限公司

上海城市之光灯光设计有限公司成立于 2004 年 5 月 20 日，注册资金 200 万元，主要从事灯光工程设计、安装、调试、维护及提供相关技术服务、技术咨询。

3、上海东迪数字传播咨询有限公司

上海东迪数字传播咨询有限公司成立于 2014 年 12 月 31 日，注册资金 400 万美元，主要从事媒体行业电视节目制作和发行方面的咨询服务。

4、Orient Pearl Media Sports Holdings Limited

Orient Pearl Media Sports Holdings Limited 注册在开曼群岛，注册资金 4.51 万欧元，主要从事体育赛事的转播、运营及提供相关技术服务、技术咨询。

5、宁波甬洲置业有限公司

宁波甬洲置业有限公司成立于 2017 年 9 月 18 日，注册资金 5000 万元人民

币，主要从事房地产开发经营；物业服务；建材、金属材料、装潢材料、五金交电的批发、零售。

6、湖州富隸房地产有限公司

湖州富隸房地产有限公司成立于 2018 年 8 月 2 日，注册资金 5000 万元人民币，主要从事房地产开发经营；物业管理；房地产信息咨询。

II. 联营公司

1、东方有线网络有限公司

东方有线网络有限公司成立于 1999 年 6 月 11 日，注册资金 150,000 万元，主要从事有线网络的频率资源、光纤资源，传输广播、电视、卫星、视频、音频和数据的节目和信号，利用网络进行多媒体和信息综合服务，设计、安装网络工程项目，从事货物与技术的进出口业务，各类广告的设计、制作、代理、发布，通信工程，电子产品及配件、通信设备及产品、家用电器、计算机硬件及辅助设备的销售。

截至 2018 年末，公司资产总额 78.45 亿元，负债总额 46.46 亿元，所有者权益 31.99 亿元，2018 年公司实现营业收入 15.05 亿元，实现净利润 1.10 亿元。截至 2019 年 9 月末，公司资产总额 79.26 亿元，负债总额 46.47 亿元，所有者权益 32.79 亿元，2019 年三季度公司实现营业收入 20.59 亿元，实现净利润 1.03 亿元。

2、上海市信息投资股份有限公司

上海市信息投资股份有限公司成立于 1997 年 10 月 17 日，注册资金 37,500 万元，主要从事对信息产业及相关产业项目及企业技术改造进行投资、建设、制造、销售及咨询服务，国内贸易（除专项规定），实业投资，物业管理及各类咨询服务，电子数据交换系统的研究、开发、设计。

截至 2018 年末，公司资产总额 147.04 亿元，负债总额 76.25 亿元，所有者权益 70.79 亿元，2018 年公司实现营业收入 43.30 亿元，实现净利润 5.93 亿元。截至 2019 年 9 月末，公司资产总额 147.32 亿元，负债总额 75.30 亿元，所有者权益 72.02 亿元，2019 年三季度公司实现营业收入 26.98 亿元，实现净利润 1.23 亿元。

3、深圳市兆驰股份有限公司

深圳市兆驰股份有限公司成立于 2005 年 4 月 4 日，注册资金 452694.0607 万元人民币，主要从事生产销售数字电视机、数字摄录机、数字录放机、数字电视接收器、DVD 机、TFT 显示器、LCD 显示器、MID 产品、平板电脑(不含限制项目)等。

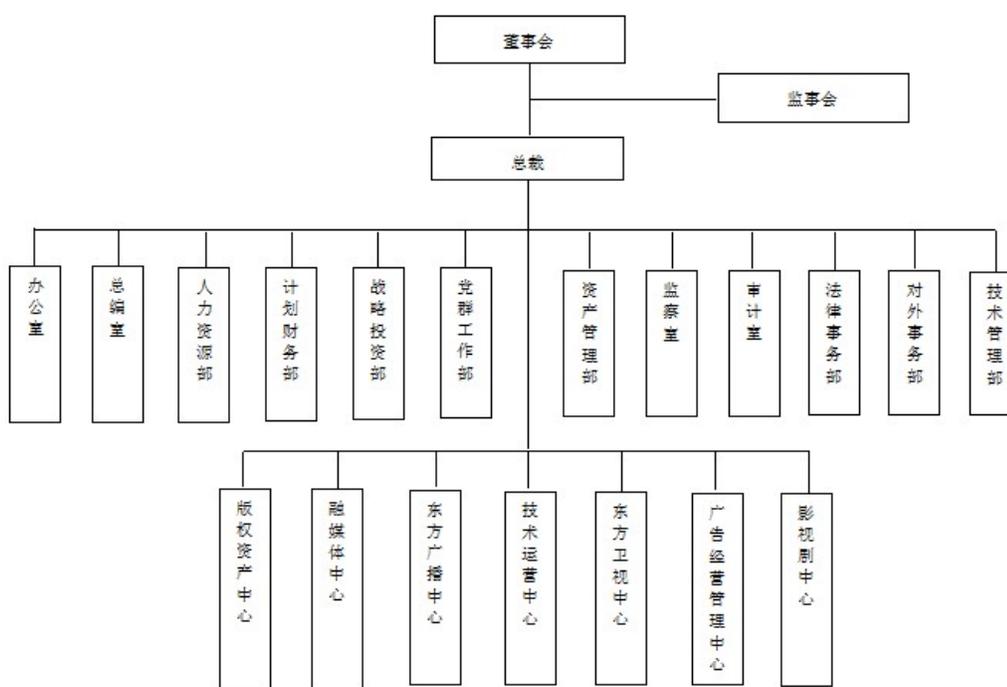
截至 2018 年末，公司资产总额 186.64 亿元，负债总额 99.88 亿元，所有者权益 86.77 亿元，2018 年公司实现营业收入 128.29 亿元，实现净利润 4.09 亿元。截至 2019 年 9 月末，公司资产总额 191.37 亿元，负债总额 98.23 亿元，所有者权益 93.14 亿元，2019 年三季度公司实现营业收入 32.19 亿元，实现净利润 2.89 亿元。

七、发行人公司治理

（一）发行人组织结构

发行人组织结构如下图所示：

图表 5-4：公司内部组织结构图



（二）发行人主要职能部门职责简介

发行人内部设置职能部门和直属事业部，其中职能部门包括办公室、总编室、人力资源部、计划财务部、战略投资部、党群工作部、资产管理部、监察室、审计室、法律事务部、对外事务部、技术管理部等 12 个部门；直属事业部包括融媒体中心、东方广播中心、技术运营中心、版权资产中心、东方卫视中心、广告经营管理中心、影视剧中心等 7 个部门。

1、职能部门

（1）办公室

主要负责日常行政工作，包括公文、档案、机要工作；门禁卡管理、安保管理；法制宣传工作，公关接待工作以及多媒体信息发布平台等。

(2) 总编室

主要负责宣传、艺术管理、协调和监督工作，确保导向正确和安全播出。统筹各媒介平台，及时做好协调服务工作，负责新媒体业务和平台的统筹发展及管理。

(3) 人力资源部

主要负责制定人力资源薪酬管理制度，体系和流程建设，负责人才招聘、储备、培养和职业发展管理；负责绩效管理和制定及优化激励机制。

(4) 计划财务部

主要负责财务管理制度、财务发展规划；负责财务日常结算、预算、分析管理、财务管理、资金管理、经济运行分析及报告等事宜。

(5) 战略投资部

主要负责制定发展战略规划，为集团提供信息与决策支持，评定集团投资项目可行性等。

(6) 党群工作组

负责拟定党组织建设，指导直属党组织开展党组织相关工作。负责集团精神文明创建等工作，开展集团共青团等群众团体工作。

(7) 资产管理部

主要负责编制固定资产投资完成情况以及固定资产投资计划，车队管理，负责基建改造、资产登记和公共采购计划等。

(8) 监察室

主要负责党风廉政建设、开展反腐倡廉活动和职业道德教育、业务流程防控、资金使用防控及重要部门、关键岗位内部防控建设。

(9) 审计室

主要负责内部控制制度完整性有效性审核、资产管理审计、专项资金提取及使用审计、财务计划执行和决算情况审计等事宜。

(10) 法律事务部

负责为文广集团经营、管理决策提供法律上的可行性、合法性论证。协助各

部门解决法律相关问题，进行法律宣传教育。

(11) 对外事务部

主要负责文广集团的国际合作及相关涉外事务管理，国际交流与公关等。

(12) 技术管理部

制定完善相关技术管理规章制度，做好监督落实工作，积极为一线运营部门提供技术支持和咨询，做好服务工作。

2、直属事业部

(1) 融媒体中心

主要负责文广集团旗下新闻综合频道、东方卫视、外语频道新闻节目的制作与运营，生产并运营融媒体新闻产品“看看新闻 Knews”，通过各种形式与国际传播机构建立合作关系，在全国范围内具有较高的知名度。

(2) 东方广播中心

主要负责文广集团旗下所有广播频率的节目制作与运营，中心旗下现有上海人民广播电台、东广新闻台、上海交通广播、动感 101、Love Raido、经典 947 等 13 个广播频率，东方广播中心负责 13 套广播制作业务及全部可经营性资源的开发、经营活动。本地收听市场占有率达 95.9%，拥有广泛而固定的受众群体。

(3) 技术运营中心

主要负责广播电视的安全播出、大型节目保障、节目制作、信息服务与保障、新媒体业务发展等，是公司旗下的负责技术保障、服务、运营等业务的中心。技术运营中心不仅为 SMG 旗下各节目中心和子公司提供服务，主要合作伙伴还包括 BBC、NHK、ABC、KBS、星空传媒等全球传媒巨头，是国内最具影响力之一的传媒技术服务的提供商。

(4) 版权资产中心

主要负责文广集团旗下专业电视频道和广播频率的版权管理及管理制度的制定。同时从事公司经营的版权产品的影像数字化工作。

(5) 东方卫视中心

负责文广集团旗下东方卫视、新娱乐、星尚、艺术人文、七彩戏剧等频道的节目制作与运营，其中东方卫视频道是公司的旗舰频道，是中国最具价值、最具影响力的卫星电视机构之一。

(6) 广告经营管理中心

负责管理与统筹文广集团旗下多类媒体资源的广告经营工作。

(7) 影视剧中心

负责文广集团旗下电视剧、电视电影等的创作、播编和营销，负责集团下属东方卫视、新闻综合、电视剧等频道的影视剧购买、推广和编播等工作。

(三) 公司治理机制

公司严格按照《公司法》、《企业国有资产法》、《公司章程》及其他有关法律法规的要求，不断完善公司法人治理结构，规范公司运作。

1、出资人

公司不设股东会，由出资人按照《公司法》等法律、法规、规章和公司章程的规定对公司行使下列职权：

- (1) 决定公司的宣传导向、发展战略；
- (2) 审议批准公司的经营方针和年度投资计划；
- (3) 任免由非职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬及奖惩事项；
- (4) 审议批准董事会的报告；
- (5) 审议批准监事会的报告；
- (6) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (7) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；决定公司的增加或减少注册资本作出决议；
- (8) 决定发行公司债券或其他具有债券性质的证券；
- (9) 决定公司出资转让、合并、分立、解散和清算事宜；
- (10) 制定和修改公司章程；
- (11) 决定公司对外投资、资产处置、对外担保以及融资事项；
- (12) 批准董事会提交的公司内部改革重组、股份制改造方案、重要子公司重大事项；
- (13) 决定聘任或解聘会计师事务所，必要时决定对公司重要经济活动和重大财务事项进行审计；

(14) 重大会计政策和会计估计变更方案；

(15) 公司章程其他条款规定应当由出资人行使的职权。

上海市委宣传部与上海市国资委共同行使出资人职权。除上述第(9)项外，上海市国资委将其余出资人职权委托给上海市委宣传部，由上海市委宣传部单独行使出资人职权，并向上海市国资委备案。

出资人依据法律、行政法规、规章、其他规范性文件及公司章程独立行使职权，不受公司、董事会、监事会及高级管理人员的干涉。出资人行使职权的程序及形式应符合法律、行政法规、规章、其他规范性文件、其内部规程及公司章程。

2、董事与董事会

公司董事会由 7 名董事组成，由公司出资人委派。董事每届任期三年，任期届满，获得连续委派或连续当选可以连任。董事会设董事长 1 名，由出资人在董事会成员中指定。董事会行使如下职权：

(1) 向出资人报告工作；

(2) 执行出资人的决定；

(3) 制定公司年度、决算方案；

(4) 制定公司经营方针和投资计划；

(5) 制定公司的利润分配方案和亏损弥补方案；

(6) 确定公司对所投资企业重大事项的管理原则；

(7) 制定公司增加或者减少注册资本以及发行公司债券或其他证券的方案；

(8) 制定公司合并、分立、变更公司形式、解散的方案；

(9) 决定公司内部管理机构的设置；

(10) 决定聘任或者解聘公司总裁、副总裁、总监及其报酬事项，并对高级管理人员进行检查和考核；

(11) 制定公司的基本管理制度以及董事会认为必要的其他规章制度；

(12) 公司章程及其他条款规定的职权；

(13) 出资人依据公司章程及上海市国资委、市委宣传部其他规范性文件授予的职权。

3、监事和监事会

公司设监事会，监事会由 5 名监事组成，其中两名由出资人委派，一名由职

工代表担任。监事会设主席 1 名,由出资人在监事中指定。监事会行使如下职权:

(1) 检查公司贯彻有关法律、行政法规、国有资产监督管理规定和制度以及其他规章制度的情况;

(2) 检查公司财务,包括查阅公司的财务会计报告及其相关资料,检查财务状况、资产质量、经营效益、利润分配等情况,对公司重大风险、重大问题提出预警和报告;

(3) 检查公司的战略规划、经营预算、经营效益、利润分配、国有资产保值增值、资产运营、经营责任合同的执行情况;

(4) 监督公司内部控制制度、风险防范体系、产权监督网络的建设及运行情况;

(5) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督,对违反法律、行政法规、公司章程或者出资人决定的董事、高级管理人员提出惩处和罢免的建议;

(6) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时,要求董事、高级管理人员予以纠正;

(7) 提请召开董事会会议;

(8) 向出资人报告其认为出资人有必要知晓的事项;

(9) 法律、法规、公司章程规定及出资人交办的其他事项。

4、高级管理人员

公司高级管理人员包括总裁、副总裁、总监等。出资人可以决定公司其他人员为高级管理人员。根据出资人的推荐,总裁、副总裁、总监在市委决定人选后由董事会决定聘任或解聘,可由董事兼任,聘任期每届三年,获连续受聘可以连任。总裁对董事会负责,行使以下职权:

(1) 主持生产经营管理工作,组织实施董事会决议;

(2) 组织实施年度经营计划和投资方案;

(3) 拟订内部管理机构设置方案;

(4) 拟订公司的基本管理制度;

(5) 制定公司基本管理制度之外的其他规章制度;

(6) 决定聘任或者解聘除应由董事会决定聘任或者解聘以外的负责管理人员;

(7) 决定员工的工资、福利、奖惩、录用和辞退；

(8) 在法律法规及公司章程规定的以及董事会授权的范围内代表公司对外处理日常经营中的事务；

(9) 董事会授予的其他职权。

(四) 公司内部控制制度

为加强公司治理和内部控制机制建设，发行人根据《公司法》等相关法律法规及现代企业制度的要求，遵循内部控制的基本原则，结合自身的实际情况，从财务管理、国有资产控制、对外担保管理、内部审计控制、突发事件内控、关联交易管理、信息披露管理等多角度构建了内部控制制度体系。

1、财务管理

为了加强和完善公司的财务管理和会计核算工作，加强对公司资金运用的监管，用好资金，提高公司经济效益。公司制定了一系列财务管理制度，对财务体系各个环节进行有效控制，保证会计资料的真实完整和资产的安全。

(1) 全面预算管理

根据中共上海市委宣传部《宣传系统果子营运机构全面预算管理暂行办法》（沪委宣【2009】202号）有关精神，公司内部通过建立科学的全面预算管理体制，明确各级预算执行单位的职责权限、授权批准程序及监督考核机制；公司内部各单位应根据全面预算管理要求，通过编制年度全面预算报告，反映各单位预算年度内收入支出、成本费用、资本运营、经营效益、现金流量及重要事项等预测情况，且应包括经营预算、资本预算、财务预算三大部分。

(2) 资金集中管理

发行人通过加强资金管理，建立和完善公司资金集中管理平台，提高资金整体使用效益；明确与规范货币资金及专项资金的业务办理流程，保证资金安全。公司通过规范的招投标程序，结合战略发展需要，选择实力雄厚、名列前茅的股份制商业银行作为合作银行；公司内部实行分层管理、分级负责的资金安全管理责任制度，严格控制资金风险。

(3) 规范会计核算

公司根据《中华人民共和国会计法》、《企业会计准则》制定了内部会计政策和会计核算的原则。公司以持续经营为前提，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、《企业会计准则应用指南》及其他相关规定进行确认和计量，并编制财务报表。

2、国有资产控制

为提高公司自有资金的使用效率，增加股东权益和公司收益，实现国有资产的保值、增值，防范和化解投资风险，公司制定了完善的投资管理制度，根据上海市委宣传部下达的《经营性单位国资监管履职清单（2015）》以及上海市国资委对国有资产监管的有关规定，严格设定了投资审批程序及审批权限，保证了对外投资全部符合有关法律法规及自身内部管理制度的规定。

（1）投资管理

发行人投资活动必须遵循谁投资谁负责原则、坚持战略导向原则、统一审批原则、风险防范原则、分级管理与全过程管理相结合原则，对投资项目进行全过程监督、管理与考核。投资单位的投资项目应按程序审批，并向发行人战略投资部提交申请文件与可行性研究报告。投资单位主管领导为项目第一责任人，对投资项目负有直接领导和经营责任。对于发行人审核批准的投资项目，应严格遵守发行人董事会管理、监事会管理与人事管理相关方面制度。项目投资协议及公司章程中必须明确项目推出机制，退出机制需符合国资管理规定。

（2）筹资管理

为加强公司对外融资的内部控制和管理，公司规定了岗位分工及决策程序、对外融资方案的拟订和实施、档案管理等内容以做到合法筹资。筹措资金到位后，筹资单位的财务部门需对筹措资金使用的全过程进行有效控制和监督。筹资单位的财务部门应结合偿债能力、资金结构等，保持足够的现金流量，确保及时、足额偿还到期资金，并按照会计准则规定对筹资业务进行核算监督。

3、对外担保管理

为规范对外担保行为，严格控制对外担保产生的经营风险，公司对担保事项实行统一管理，并以会签形式向公司有关领导汇报。报经有权机构批准的担保，财务部定期对担保进行跟踪检查，及时了解被担保单位的经营状况，确保被担保企业经营正常稳定

4、内部审计控制

公司制定了一系列的内部审计管理办法和规则，以规范公司年度财务审计、经济责任审计、基本建设项目审计、专项审计等各类审计业务的程序、方法以及标准，依法依规开展审计工作，相关办法和规则对公司内部审计的范围与内容、程序与方法、机构和人员要求作了明确规定。

（1）内审管理办法

根据《中华人民共和国审计法》、《审计署关于内部审计工作的规定》以及中

国内部审计准则等有关法律法规，结合公司实际情况，发行人制定了内部审计管理办法。公司审计室作为内部审计机构应保持独立性和客观性，不得负责发行人及下属单位经营活动和内部控制决策与执行。根据计划，组织对公司内部管理的领导人员进行经济责任审计。

(2) 年度财务审计

年度财务审计包括个别财务报表审计和合并（汇总）财务报表审计，承担发行人及下属单位年度财务审计的会计师事务所由中共上海市委宣传部根据具体管理办法选择财务审计中介机构。各单位应当主动配合注册会计师实施的年度财务报表审计，按审计业务约定书的要求提供与审计相关的资料，并对所提供资料的真实性作出承诺，承担相应的会计责任。

5、突发事件内控

突发事件内控方面，发行人通过加强各项制度中对于突发事件的应对条例，形成了决策层和管理层相互配合，相互制衡的较为完善的公司治理结构。发行人在完善法律体系下，能快速实现股权控制权与管理权利分离，从而维持公司治理结构的稳定。如发生突发事件，例如灾难、供应商生产安全事故应急预案、公司高级管理人员被执行强制措施或因故无法履行职责等，出资人会第一时间指派专员进行处理，确保公司治理机制顺利运作，不会对发行人的经营造成不利影响。

6、关联交易管理

公司及各下属单位与关联方发生的关联交易，遵守国家有关规定，遵循诚实信用和公平、公开、公允及商业原则进行，按照独立企业之间的交易计价结算，不利用关联交易非法转移企业经济利益或者操纵关联企业的利润。在确定关联交易交割时，不偏离市场独立第三方的价格或收费标准，确保不出现损害公司和非关联股东利益的情形发生。公司日常与经营活动的关联交易均履行了法定程序，没有侵害公司及股东利益的情形。

7、信息披露管理

在信息披露制度方面，为规范公司在银行间债券市场发行债务融资工具的信息披露行为，保护投资者合法权益，根据中国人民银行《银行间债券市场非金融企业债务融资工具管理办法》、中国银行间市场交易商协会《银行间债券市场非金融企业债务融资工具信息披露规则》及相关法律法规，公司制定通过了《上海文化广播影视集团有限公司债务融资工具信息披露管理制度》。公司在持续履行信息披露义务的同时，保证所披露的信息真实、准确、完整、及时，承诺其中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

8、资金运营内控制度

为建立和完善文广集团资金集中管理平台，提高资金整体使用效益，明确与规范货币资金业务流程，保证资金安全，文广集团结合自身特点，在资金运营内控方面，制定了一系列的管理制度，包括《上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司资金集中管理制度》、《上海文化广播影视集团有限公司资金集中管理细则》、《上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司货币资金内部控制办法》、《上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司外来专项资金使用财务管理规定》。

在资金集中管理制度中，文广集团确定了资金集中管理原则，包括银行账户管理、资金信息管理、资金预算管理、资金结算管理、内部信贷管理；建立了分层管理、分级负责的资金安全管理责任制度；落实了单位负责人为资金安全管理第一责任人，财务负责人为单位资金安全管理直接责任人，严格控制资金风险；完善了集团各单位管理考核体系，对于考核不达标单位将予以追责。同时文广集团在资金集中管理细则中，对于上述内容进行了细化，明确了执行要求。

在货币资金内部控制办法中，文广集团对涉及货币资金的业务建立岗位责任制，明确岗位职责权限，确保办理货币资金业务的不相容岗位互相分离、制约和监督。主要包括：货币资金支付的审批与执行、货币资金的保管与盘点清查、货币资金的会计记录与复核监督。出纳人员不得兼任稽核、开票、会计档案保管和收入、支出、费用、债权债务账目的登记工作，不得同时从事银行对账单的获取、银行存款余额调节表的编制等工作。严禁由一人办理货币资金支付的全过程。

在外来专项资金使用财务管理规定中，文广集团要求专项资金到位后应及时提交资料，并在财务系统中建立专项档案，在专项资金使用中严格按照项目书要求控制金额、范围及进度，在专项资金验收结转时配合完成项目审计工作。

9、资金管理模式

发行人为进一步加强和完善国有资产的监督管理，全面规划文广集团预算年度的经营情况，提高国资运营管理水平，提升市场竞争力和风险防范能力，制定了《上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司全面预算管理办法》，管理办法中规定：（1）全面预算的程序和范围包括：需合并的企业单位、内部各业务机构、下属境外各单位、基建项目的全部经营活动；（2）全面预算的形式和内容包括经营预算、资本预算、财务预算三大部分，并按照文广集团制定的表式填报；（3）全面预算的编制与上报须为年度预算，遵循真实性、全面性、及时性、规范性、准确性原则，结合文广集团各单位自身经营特点，合理设计基础指标体系；（4）全面预算报告质量的评估分为事业单位和经营性单位预算质量评估考量因素，根据单位性质不同，评估考量因素侧重不同；（5）全面预算的实施与调整在出现以下情形并导致全面预算编制基本假设发生重大变化时执行，包括：自然灾害等不可抗力因素、市场环境发生重大变化、国家经济政策发生重大调整、国

资营运机构发生合并、分离等重大资产重组行为。(6) 全面预算的监督与考核要求文广集团各单位每月按时上报财务报表及财务分析,若主要财务指标实际完成情况同比相差 10%及以上或按时间进度标准分解后与预算相差 10%及以上,须进行详细说明,文广集团定期对经营情况不佳单位进行警示性谈话并将预算执行结果纳入关键业绩指标考核体系;(7) 全面预算的工作体系明确了预算责任人,文广集团各单位主要领导为第一责任人,并成立委员会或预算管理小组,拟定单位预算执行细则,执行核定后预算方案,分析执行差异,解决执行问题,组织奖惩工作。

10、短期资金调度应急预案

文广集团资金预算管理体系管理工作包含全面日常的执行及修正工作,在资金预算过程中包含了合理规划现金收支与配置,增强现金保障和偿债能力,注重防范财务风险,严格控制金融负债规模。同时集团对预算执行情况进行跟踪监测,建立执行分析制度,及时分析预算执行差异原因,找出改进方法,并积极采取有效的解决措施。文广集团审批各单位年度及月度融资方案,并对融资方案执行情况进行监督检查和考核,成员单位根据年度现金流预算,编制本单位年度融资方案,上报文广集团计划财务部。编制融资方案时充分考虑自由资金,合理安排债务融资,做好资金动态平衡。

11、对下属子公司财务、资产、人员的内部控制

文广集团为加强下属子公司财务、资产、人员的内部控制,保障出资人的利益,充分发挥财务工作的监督管理作用,制定了集团下属子公司财务负责人委派管理制度。该制度由集团计划财务部负责执行,集团人力资源部等有关部门协同组织实施。集团所属单位除上市公司外,须执行财务负责人委派管理制度;上市公司按公司章程规定聘用财务负责人,在聘用前应征求集团计划财务部意见;非集团控股但其章程规定需由集团委派财务负责人的单位,由集团按规定派出财务负责人。对集团控股的股东多元化单位,财务负责人的委派岗位明确为财务总监。集团原则上实行逐级委派,对特别重大的股权投资,经批准可实行跨级委派。集团对人事委派的财务负责人实行定期轮换,每轮任期三年,在同一单位任职一般不超过两轮。

(五) 人员情况

截至 2018 年 12 月末,发行人在职员工的数量共计 14,628 人,具体构成情况如下:

1、专业构成情况

图表 5-5: 发行人员工专业构成情况表

单位：人

专业类别	人数	占比
全面管理	350	2%
职能管理	2,123	15%
内容生产	5,799	40%
技术	1,668	12%
市场经营	2,090	15%
工勤技能	2,238	16%
合计	14,268	100%

2、教育程度情况：

图表 5-6：发行人员工教育程度情况表

单位：人

教育类别	人数	占比
博士	37	0.3%
硕士	1,590	11.1%
大学本科	7,960	55.8%
大学专科	2,801	19.6%
专科以下	1,880	13.2%
合计	14,268	100%

八、发行人董事、监事及高级管理人员

公司根据《中华人民共和国公司法》等相关法律法规，并按照公司章程，合理合法设置公司董事会，并任命监事及高级管理人员。

（一）发行人董事、监事及高管人员

发行人董事、监事及高管人员由上海市委组织部、宣传部统一任命，相关人员不存在政府公务员兼职兼薪情况，符合《公司章程》的规定。截至 2019 年 9 月末，发行人董事、监事及高级管理人员情况如下：

图表 5-7：发行人董事、监事及高级管理人员情况

姓名	职务	性别	出生年月	任职期间
王建军	董事长	女	1961.11	2017.06-至今
高韵斐	董事、总经理	男	1966.01	2018.04-至今
王治平	董事	男	1963.07	2018.04-至今
刘晓峰	董事	男	1970.07	2018.04-至今

张炜	董事	男	1970.11	2018.04-至今
钟璟	董事	女	1976.02	2018.06-至今
袁雷	职工董事	男	1964.02	2018.05-至今
滕俊杰	监事长	男	1957.10	2017.06-至今
金丹	副监事长	女	1960.10	2018.04-至今
杨晓平	监事	女	1960.05	2018.04-至今
刘志强	职工监事	男	1969.06	2018.05-至今
郑丽娟	职工监事	女	1959.12	2018.05-至今
王建军	党委书记	女	1961.11	2017.06-至今
高韵斐	党委副书记、台长、总裁	男	1966.01	2017.06-至今
王治平	党委副书记	男	1963.07	2018.02-至今
金丹	纪委书记	女	1960.10	2016.07-至今
宋炯明	副台长	男	1975.11	2017.05-至今
袁雷	副总裁	男	1964.02	2018.02-至今
李蓉	副总裁	女	1971.10	2014.03-至今
陈雨人	副总裁	男	1963.01	2017.05-至今
刘晓峰	副总裁	男	1970.07	2016.07-至今
张炜	党委委员	男	1970.11	2016.04-至今
徐浩	副总编辑	男	1973.10	2014.03-至今
钟璟	总会计师	女	1976.02	2018.05-至今

注:经过制播分离、事企分离后,发行人作为国有独资企业进行市场化运营,同时上海市委、市政府同意保留上海广播电视台的牌子。发行人董事、监事及高管人员由组织部、宣传部任命,无任命期限。

(二) 发行人董事、监事及高管人员简历

1、王建军,女,1961年11月出生,研究生学历,高级编辑。曾任共青团上海市委常委、少年部部长、办公室主任,上海市人民政府新闻办秘书处处长,上海市委宣传部办公室主任,上海市委办公厅秘书,上海市委外宣办(新闻办)副主任。1996年、2006年曾分别赴美国伊利诺伊大学和万博宣伟国际公关公司任访问学者。2010年9月起,任上海广播电视台党委书记、上海东方传媒集团有限公司执行董事。2014年3月,任上海广播电视台(上海文化广播影视集团有限公司)党委副书记、上海广播电视台副台长、上海文化广播影视集团有限公司副总裁。2014年12月起,任上海广播电视台台长、上海文化广播影视集团有限公司总裁、上海广播电视台(上海文化广播影视集团有限公司)党委副书记。2015年5月起,兼任东方明珠新媒体股份有限公司董事长。2017年6月起任上海广播电视台(上海文化广播影视集团有限公司)党委书记,上海文化广播影视集团有限公司董事长,2017年10月起兼任东方明珠新媒体股份有限公司党委书记。现任上海广播电视台(上海文化广播影视集团有限公司)党委书记、上海文

化广播影视集团有限公司董事长。

2、高韵斐，男，1966 年 1 月出生，研究生学历，高级编辑。现任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）党委副书记，上海广播电视台台长，上海文化广播影视集团有限公司总裁，上海文化广播影视集团有限公司董事。

1988 年 7 月进入上海电视台工作，曾先后任新闻中心采访部副主任、新闻中心编辑部主任、新闻中心副主任。1998 年 9 月任上海市委宣传部新闻出版处副处长。2000 年 4 月任上海有线电视台副台长、副总编辑。2001 年 8 月起先后任上海电视台财经频道党总支书记、总监，上海电视台副总编辑，上海第一财经传媒有限公司总经理、党总支书记，上海文广新闻传媒集团广告经营中心主任。2006 年 1 月任上海文广新闻传媒集团副总裁。2009 年 9 月任文汇新民联合报业集团副社长。2013 年 10 月任上海报业集团党委副书记、总经理、副社长。2016 年 3 月任上海世纪出版集团党委书记、总裁。2017 年 6 月起任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）党委副书记，上海广播电视台台长，上海文化广播影视集团有限公司总裁。2018 年 4 月任上海文化广播影视集团有限公司董事。

3、滕俊杰，男，1957 年 10 月出生，大学本科学历，硕士学位，国家一级导演。现任上海文化广播影视集团有限公司监事长。

曾参军入伍，后又到企业工作。1986 年初进入上海电视台历任制作部摄像科副科长、节目部导演、文艺部编导。1992 年 9 月起先后任上海东方电视台节目部副主任、节目中心副主任、文艺部主任，上海卫星电视中心节目部主任。2000 年 4 月任上海电视台副台长，其间先后兼任小荧星文化艺术学校校长，文艺节目中心主任，上海东方电视台文艺频道总监、主编、党总支副书记。2006 年 1 月任上海文广新闻传媒集团副总裁。2009 年 11 月任上海广播电视台副台长。2011 年 9 月任上海市文化广播影视管理局艺术总监。2015 年 10 月起任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）党委书记。2017 年 6 月起任上海文化广播影视集团有限公司监事长。

4、王治平，男，1963 年 7 月出生，大学本科学历，硕士学位，主任编辑。现任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）党委副书记，上海文化广播影视集团有限公司董事。

1985 年 7 月进入上海人民广播电台历任新闻编辑科助理编辑、副科长、总编办公室编辑组副组长。1992 年 8 月起先后担任上海东方广播电台新闻部副主任、主任。1998 年 4 月进入上海市文广局，历任总编室副主任、主任。2002 年 1 月起历任上海文化广播影视集团总部党总支书记、综合办公室主任、直属党委书记、总裁助理。2014 年 3 月任上海文化广播影视集团有限公司副总编辑，2014

年 5 月兼任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司东方广播中心党委书记、主任。2015 年 6 月起任上海文化广播影视集团有限公司副总裁（2015 年 11 月起不再兼任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司东方广播中心主任）。2018 年 1 月起任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）党委副书记。2018 年 4 月任上海文化广播影视集团有限公司董事。

5、金丹，女，1960 年 10 月出生，大学本科学历，主任记者。现任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）纪委书记，上海文化广播影视集团有限公司副监事长。

1983 年 7 月起任文汇报新闻部记者。1984 年 8 月起任市委组织部研究室干事、科员、《组织信息报》记者。1987 年 7 月起历任文汇报编辑部记者、经科部记者、科技部记者、党支部书记。1997 年 6 月起任文汇报组织人事处副处长（主持工作）。1999 年 1 月起任文汇新民联合报业集团组织人事处副处长。2001 年 10 月起任东方新闻网站组织人事处处长（人力资源部主任）、纪律检查室（监察室）主任，上海东方网股份有限公司人力资源部总监。2006 年 2 月起兼任上海东方网股份有限公司工会主席。2012 年 5 月起兼任上海城市导报传媒有限公司党委书记。2012 年 12 月起任上海东方网股份有限公司党委副书记、纪委书记。2016 年 7 月起任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）纪委书记。2018 年 4 月任上海文化广播影视集团有限公司副监事长。

6、宋炯明，男，1975 年 11 月出生，硕士研究生，高级编辑。现任上海广播电视台副台长。

1997 年 8 月参加工作。1999 年 3 月进入上海东方电视台从事记者工作，2003 年 5 月任新闻娱乐频道专题新闻部副主任。2005 年 9 月借调至上海市委宣传部新闻出版处工作。2009 年 3 月起先后担任上海市委宣传部新闻出版处副调研员、副处长。2013 年 4 月任上海市委外宣办（市政府新闻办、市网信办）网络发布处处长，新闻发布处副处长，市政府办公厅上海发布办公室主任。2014 年 4 月任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司电视新闻中心主任、党委副书记。2015 年 11 月起任上海文化广播影视集团有限公司新闻总监，2016 年 6 月兼任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司融媒体中心主任。2017 年 3 月起任上海广播电视台副台长。

7、袁雷，男，1964 年 2 月出生，大学本科学历，主任编辑。现任上海文化广播影视集团有限公司副总裁，上海文化广播影视集团有限公司职工董事。

1985 年 7 月参加工作，担任上海电视台新闻部记者，历任上海电视台新闻部采访部副主任、主任，上海电视台新闻中心副主任。2000 年 5 月任上海东方电视台新闻中心主任。2001 年 12 月任上海东方电视台新闻娱乐频道党总支副书记。

记、主编。2005 年 11 月任上海文广新闻传媒集团电视新闻中心主任、党委副书记。2010 年 1 月任上海广播电视台台长助理，电视新闻中心主任、党委副书记。2012 年 11 月任上海广播电视台副台长。2013 年 1 月兼任上海东方娱乐传媒集团有限公司党委书记。2014 年 3 月，任上海文化广播影视集团有限公司副总裁。2016 年 7 月起任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）党委副书记。2016 年 11 月起兼任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）工会主席。2018 年 1 月起任上海文化广播影视集团有限公司副总裁。2018 年 5 月任上海文化广播影视集团有限公司职工董事。

8、李蓉，女，1971 年 10 月出生，硕士研究生，高级记者。现任上海文化广播影视集团有限公司副总裁。

1993 年 7 月起任解放日报社夜班编辑部编辑。1994 年 2 月起任解放日报社工交部记者。2001 年 8 月起任解放日报经济部副主任。2004 年 4 月起任市委外宣办（市政府新闻办）新闻发布处处长。2008 年 7 月起任文汇报副总编辑。2010 年 7 月起任上海广播电视台副台长。2014 年 3 月起任上海文化广播影视集团有限公司副总裁。2015 年 12 月兼任第一财经日报社总编辑。2018 年 7 月兼任上海第一财经传媒有限公司首席执行官。

9、陈雨人，男，1963 年 1 月出生，硕士研究生，一级编辑。现任上海文化广播影视集团有限公司副总裁。

1984 年 7 月参加工作，先后在多家学校从事教师工作。1996 年 7 月进入上海东方电视台，先后担任节目中心编导、副主任、音乐频道副总监（主持工作）。2003 年 12 月任上海电影集团公司东方电影频道总监。2007 年 8 月任《每周广播电视》报社总编辑。2009 年 6 月兼任《每周广播电视》报社总经理。2010 年 9 月任上海东方传媒集团有限公司艺术人文中心主任。2014 年 3 月任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司总编室主任。2015 年 6 月兼任上海东方明珠新媒体股份有限公司总编辑。2015 年 11 月起任上海文化广播影视集团有限公司艺术总监。2016 年 3 月兼任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司互联网节目中心主任。2017 年 3 月起任上海文化广播影视集团有限公司副总裁。

10、刘晓峰，男，1970 年 7 月出生，大学本科学历，硕士学位。现任上海文化广播影视集团有限公司副总裁，上海文化广播影视集团有限公司董事。

1992 年 7 月起历任上海黄浦区人民法院书记员、助理审判员。1998 年 1 月起任上海久事公司法律顾问室企业法律顾问。2003 年 1 月起任上海申铁投资公司办公室副主任。2004 年 3 月起任上海久事公司法律事务部副经理、经理（2008 年 9 月至 2009 年 9 月期间，挂职任市国资委改革重组处副处长）。2011 年 5 月

起任上海久事公司资产经营部经理。2012 年 12 月起任上海巴士公交（集团）有限公司党委副书记、纪委书记、副总经理。2014 年 3 月任上海巴士公交（集团）有限公司党委书记。2015 年 4 月起任上海久事置业公司党委书记、总经理。2016 年 7 月起任上海文化广播影视集团有限公司副总裁。2018 年 4 月任上海文化广播影视集团有限公司董事。

11、张炜，男，1970 年 11 月出生，大学本科学历，硕士学位，教授级高级工程师。现任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）党委委员，上海文化广播影视集团有限公司董事。

1993 年 11 月进入江西省音像资料馆工作，历任助理工程师、工程师、高级工程师、馆长助理。2004 年 11 月起先后任上海市广播影视信息网监测中心高级工程师、副主任、主任兼党支部书记。2009 年 7 月起先后兼任上海市文广局广播电视与网络视听处副处长、调研员、处长、电影处处长。2016 年 4 月起任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）党委委员，上海东方明珠新媒体股份有限公司总裁、党委副书记（2017 年 1 月起公司更名为东方明珠新媒体股份有限公司）。2018 年 4 月任上海文化广播影视集团有限公司董事。

12、徐浩，男，1973 年 10 月出生，硕士研究生，二级编辑，现任上海文化广播影视集团有限公司副总编辑。

1996 年 7 月起历任上海市委办公厅市区工作处联络员、科员、副主任科员、机关党委办公室副主任科员、市委研究室科教文处副主任科员、市委宣传部办公室机要秘书。2003 年 9 月起先后兼任宣传系统青年工作委员会副主任、主任。2008 年 12 月任上海文广新闻传媒集团总裁助理。2010 年 1 月任上海广播电视台台长助理。2010 年 7 月兼任上海东方传媒集团有限公司重大题材创作办公室副主任。2014 年 3 月起任上海文化广播影视集团有限公司副总编辑。

13、钟璟，女，1976 年 2 月出生，硕士研究生，会计师。现任上海文化广播影视集团有限公司总会计师，上海文化广播影视集团有限公司董事。

1997 年 7 月参加工作，先后在上海有线电视台财务部、上海电视台计划财务部、上海文广新闻传媒集团计划财务部担任成本管理员。2003 年 5 月起历任上海文广新闻传媒集团计划财务部主任助理、副主任。2010 年 5 月任上海广播电视台、上海东方传媒集团有限公司计划财务部主任。2011 年 2 月任上海东方盛典传媒有限公司（筹建名，后正式名为上海东方娱乐传媒集团有限公司）副总经理、财务总监。2014 年 2 月任上海东方传媒集团有限公司演艺中心总经理。2014 年 3 月任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司演艺中心总经理。2014 年 12 月任上海文广演艺（集团）有限公司副总裁。2015 年 5 月起兼任上海市演艺有限公司总经理、上海市演艺中心总经理。2016 年 3 月任上海文广

演艺（集团）有限公司总裁。2016 年 5 月起兼任上海爱乐乐团团长。2016 年 6 月起兼任上海市演出有限公司总经理。2018 年 5 月起任上海文化广播影视集团有限公司总会计师。2018 年 6 月任上海文化广播影视集团有限公司董事。

14、杨晓平，女，1960 年 5 月出生，大学本科学历，高级政工师。现任上海文化广播影视集团有限公司监事。

1976 年 4 月进入上海市农业科学院工作。1984 年 7 月任上海市农业科学院团委副书记（主持工作）。1987 年 12 月任上海市农业科学院纪委副主任科员。1989 年 12 月任上海人民广播电台纪委监察室纪检员。1993 年 6 月任上海人民广播电台纪委专职组织、纪检员兼宣教科科长。1997 年 4 月任上海人民广播电台党政办公室副主任。2000 年 12 月任上海人民广播电台纪委副书记、监察室主任。2001 年 9 月起历任上海文化广播影视集团监察室副主任、主任。2014 年 4 月任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司监察室主任。2018 年 4 月任上海文化广播影视集团有限公司监事。

15、刘志强，男，1969 年 6 月出生，大学本科学历，高级经济师。现任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司审计室主任，上海文化广播影视集团有限公司职工监事。

1990 年 8 月任江苏南通中医院会计。1993 年 1 月在上海大平实业公司工作（人事关系挂靠南通市人才中心）。1995 年 2 月借调上海人民广播电台工作（人事关系挂靠南通市人才中心）。1997 年 4 月任上海人民广播电台财务部会计。2002 年 8 月任上海广电影视制作有限公司财务主管（文广集团委派）。2005 年 9 月任上海文广新闻传媒集团计划财务部财务主管。2010 年 12 月任上海广播电视台、上海东方传媒集团有限公司广告管理部副主任。2014 年 4 月任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司广告管理部主任。2016 年 6 月任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司广告经营管理中心党总支书记、副主任。2017 年 7 月任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司审计室主任。2018 年 5 月任上海文化广播影视集团有限公司职工监事。

16、郑丽娟，女，1959 年 12 月出生，大学本科学历，一级编辑。现任上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）工会常务副主席，上海文化广播影视集团有限公司职工监事。

1982 年 8 月参加工作，先后在上海人民广播电台新闻部、上海东方广播电台新闻部担任记者。1998 年 5 月起历任上海东方广播电台有线音乐部副总监、总监。2001 年 11 月任上海东方电视台音乐频道主编。2005 年 11 月任上海文广新闻传媒集团音乐部总监。2008 年 2 月任上海文广新闻传媒集团广播文艺中心主任。2009 年 12 月任上海东方广播有限公司总经理。2010 年 1 月兼任上海炫动

传播股份有限公司副总经理。2014 年 5 月任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司工会常务副主席（2014 年 9 月市总工会正式批复）。2015 年 3 月兼任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司群团组织党支部书记。2015 年 10 月兼任上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司离退休工作党委副书记。2018 年 5 月任上海文化广播影视集团有限公司职工监事。

九、发行人主营业务情况

（一）经营范围

根据发行人的营业执照所示，公司的经营范围为：广播、电视节目的制作、发行及衍生品开发、销售，各类广告的设计、制作、代理、发布，广播电视领域内的技术服务，广播电视设备租赁、经营，承办大型活动、舞美制作、会议会展服务，网络传输，网站经营，现场演艺，演艺经纪，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），投资管理，文化用品批发零售，货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（二）发行人主要业务构成

1、发行人营业收入总体情况

发行人是上海文化传媒行业的龙头企业，自 2014 年改制重组后，经营业务呈多元化格局，目前已形成融合媒体运营、视频购物与电子商务板块为主，文化旅游、文化地产及其他传媒娱乐衍生业务共同发展的业态。

截至 2018 年末，经审计合并报表显示发行人总资产规模达到 583.22 亿元，净资产规模为 400.16 亿元，2018 年度实现营业总收入 219.28 亿元，其中实现主营业务收入 215.82 亿元，实现利润总额 16.12 亿元，实现净利润 12.58 亿元。

截至 2019 年 9 月末，未经审计合并报表显示发行人总资产规模达到 562.88 亿元，净资产规模为 400.01 亿元，2019 年 1-9 月实现营业总收入 141.90 亿元，其中实现主营业务收入 140.04 亿元，实现利润总额 11.49 亿元，实现净利润 8.39 亿元。

2、主营业务领域情况

公司是一家综合性文化传媒企业，经营业务呈多元化格局，目前公司主营业务主要包括融合媒体运营、视频购物与电子商务、文化旅游与文化地产、其他传媒娱乐衍生业务等四大板块。近年来公司经营规模持续稳定，2016-2018 年及 2019 年 1-9 月发行人分别实现营业总收入 277.83 亿元、247.06 亿元、219.28 亿元和 141.90 亿元。

图表 5-8：发行人近三年及一期主营业务情况

单位：万元，%

项目	2019 年 1-9 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	1,400,396.87	100.00	2,158,164.09	100.00	2,430,798.64	100.00	2,751,686.51	100.00
融合媒体运营	714,405.70	51.01	1,108,580.12	51.37	1,295,050.52	53.28	1,532,508.72	55.69
视频购物与电子商务	429,889.19	30.70	693,951.05	32.15	732,320.63	30.13	664,669.27	24.15
文化旅游与文化地产	144,421.04	10.31	218,461.53	10.12	243,081.10	10.00	376,352.20	13.68
其他传媒娱乐衍生业务	111,680.94	7.97	137,171.40	6.36	160,346.38	6.60	178,156.32	6.47
主营业务成本	1,196,319.08	100.00	1,800,849.43	100.00	2,018,694.68	100.00	2,168,096.76	100.00
融合媒体运营	672,396.40	56.21	970,888.99	53.91	1,155,750.72	57.25	1,313,980.12	60.61
视频购物与电子商务	353,436.27	29.54	587,486.57	32.62	596,603.61	29.55	532,946.34	24.58
文化旅游与文化地产	78,870.12	6.59	114,421.06	6.35	132,425.63	6.56	187,408.16	8.64
其他传媒娱乐衍生业务	91,616.29	7.66	128,052.81	7.11	133,914.72	6.63	133,762.14	6.17
毛利额	204,077.80	100.00	357,314.66	100.00	412,103.96	100.00	583,589.74	100.00
融合媒体运营	42,009.31	20.58	137,691.13	38.53	139,299.81	33.80	218,528.60	37.45
视频购物与电子商务	76,452.92	37.46	106,464.48	29.80	135,717.03	32.93	131,722.93	22.57
文化旅游与文化地产	65,550.92	32.12	104,040.47	29.12	110,655.47	26.85	188,944.04	32.38
其他传媒娱乐衍生业务	20,064.65	9.83	9,118.58	2.55	26,431.66	6.41	44,394.18	7.61
毛利率	14.57		16.56		16.95		21.21	
融合媒体运营	5.88		12.42		10.76		14.26	
视频购物与电子商务	17.78		15.34		18.53		19.82	
文化旅游与文化地产	45.39		47.62		45.52		50.20	
其他传媒娱乐衍生业务	17.97		6.65		16.48		24.92	

2016-2018 年及 2019 年 1-9 月发行人分别实现主营业务收入 275.17 亿元、243.08 亿元、215.82 亿元和 140.04 亿元，2016-2018 年增长率分别为 1.30%、-11.66% 和 -11.22%。近三年及一期，公司毛利分别为 58.36 亿元、41.21 亿元、35.73 亿元和 20.41 亿元，毛利率分别为 21.21%、16.95%、16.56% 和 14.57%。公司 2017 年营业收入较 2016 年下降 32.09 亿元，主要原因为公司新媒体板块出售艾德思奇公司的股权，其不再纳入公司合并范围，致使公司新媒体板块收入和成本均较 2016 年均有大幅下降。公司 2017 年毛利率较 2016 年下降了 4.13 个百分点，主要原因是公司 2017 年在毛利率较高的文化旅游与文化地产板块的营业收入的减少，而媒体运营板块毛利率受新媒体业务冲击影响大幅下降，两方面因素拉低了公司整体毛利率。公司 2018 年营业收入较 2017 年下降 27.78 亿元，毛利率较 2017 年下降了 0.39 个百分点，主要原因是公司出售了业绩亏损的艾德思奇公司，广告收入下降的同时提升了板块毛利，并且 2018 年在毛利率较高的文化旅游与文化地产板块的营业收入减少，而视频购物与电子商务板块的营业收入和毛利率受电商竞争加剧影响大幅下降。公司 2019 年 1-9 月，营业收入较 2018 年 1-9 月下

降 10.21 亿元，毛利率较 2018 年 1-9 月下降了 4.03 个百分点，主要原因为受外部经济环境及新媒体冲击影响，媒体广告收入进一步下滑所致。

融合媒体运营板块是公司收入的主要来源之一，近三年及一期分别实现营业收入 153.25 亿元、129.51 亿元、110.86 亿元和 71.44 亿元，分别占公司主营业务收入的 55.69%、53.28%、51.37%和 51.01%。2017 年，公司融合媒体运营板块收入较 2016 年减少 23.74 亿元，但毛利率较 2016 年下降 3.50 个百分点。2018 年，公司融合媒体运营板块收入较 2017 年减少 18.65 亿元，毛利率较 2017 年增加 4.73 个百分点。2019 年 1-9 月，公司融合媒体运营板块收入较 2018 年 1-9 月减少 3.04 亿元。近三年来，毛利呈下降趋势，主要是两方面的原因：一是受市场新媒体的冲击，以传统媒体为主的媒体运营板块在盈利上受到显著影响；二是传统媒体之间竞争日益激烈，为了抢占市场份额，公司在节目内容生产和采购等方面的支出不断增加，而广告收益在激烈的同业竞争中出现下降，从而使得利润出现下滑。

2016-2018 年及 2019 年 1-9 月，公司视频购物与电子商务板块分别实现营业收入 66.47 亿元、73.23 亿元、69.40 亿元和 42.99 亿元，分别占公司主营业务收入的 24.15%、30.13%、32.15%和 30.70%，是公司收入的又一重要来源。2017 年，板块实现收入 73.23 亿元，较 2016 年增加 6.76 亿元；营业成本 59.66 亿元，较 2016 年增长 6.37 亿元。2018 年，板块实现收入 69.40 亿元，较 2017 年减少 3.83 亿元；营业成本 58.75 亿元，较 2017 年减少 0.91 亿元。2019 年 1-9 月，板块实现收入 35.34 亿元，较 2018 年 1-9 月减少 3.84 亿元。近三年及一期板块毛利率分别为 19.82%、18.53%、15.34%和 17.78%，较去年有所提升。该板块收入下降主要系电商竞争加剧，客户分流压力明显增大，导致普通商品收入同比下滑所致。

2016-2018 年及 2019 年 1-9 月，公司文化旅游与文化地产板块分别实现营业收入 37.64 亿元、24.31 亿元、21.85 亿元和 14.44 亿元，分别占公司主营业务收入的 13.68%、10.00%、10.12%和 10.31%。虽然公司文化旅游与文化地产板块营业收入相对较小，但毛利率相对较高，2016-2018 年及 2019 年 1-9 月，板块毛利率分别达到了 50.20%、45.52%、47.62%和 45.39%，基本保持稳定。2017 年，板块实现收入 24.31 亿元，较 2016 年减少 13.33 亿元，主要原因为文化地产板块杨浦滨江国际广场及太原湖滨广场项目已于 2016 年基本完成出售，2017 年实现收入同比减少所致；2018 年，板块实现收入 21.85 亿元，较 2017 年减少 2.46 亿元；2019 年 1-9 月，板块实现营业收入 14.44 亿元，较 2018 年 1-9 月减少 0.11 亿元，同比减少 0.76%，主要为受外部经济环境影响，发行人房地产项目销售收入同比减少、房产销售回笼速度减慢，导致文化地产板块业务收入较同期减少所致。

2016-2018 年及 2019 年 1-9 月，公司其他传媒娱乐衍生业务板块分别实现营业收入 17.82 亿元、16.03 亿元、13.72 亿元和 11.17 亿元，分别占公司主营业务

收入的 6.47%、6.60%、6.36%和 7.97%。公司其他传媒娱乐衍生业务板块主要包括游戏业务、文艺演出、物业管理等。2017 年，板块实现收入 16.03 亿元，较 2016 年减少 1.79 亿元，主要原因为公司影视业务收入同比减少所致；毛利率较 2016 年减少 8.44 个百分点，主要原因为游戏业务中毛利率较低的手游业务收入增加，导致板块毛利率降低。2018 年，公司其他传媒娱乐衍生业务板块收入较 2017 年减少 2.31 亿元，毛利率较 2017 年减少 9.83 个百分点，主要系游戏版号暂停发放，部分自研及独家代理游戏无法上线实现收入，而毛利较低的游戏联合运营业务收入及成本增长，且比重较高，拉低了整体业务毛利所致。2019 年 1-9 月，板块实现收入 11.17 亿元，较 2018 年 1-9 月减少 3.07 亿元，主要为 2019 年上半年受游戏版号暂停发放影响，2019 年 1-9 月同期手机游戏业务收入同比减少，导致板块整体收入减少。

（三）主营业务板块情况

1、融合媒体运营

多元、优质的媒体业务是文广集团产业发展的核心与基石。立足电视、广播和平面媒体三大平台，围绕内容制作、播出和出版，融合互联网新媒体，文广集团不断提升媒体运营能力，是上海地区最有影响力的主流媒体。2016-2018 年及 2019 年 1-9 月，公司融合媒体运营板块分别实现营业收入 153.25 亿元、129.51 亿元、110.86 亿元和 71.44 亿元，营业成本 131.40 亿元、115.58 亿元、97.09 亿元和 67.24 亿元，毛利 21.85 亿元、13.93 亿元、13.77 亿元和 4.20 亿元，毛利率 14.26%、10.76%、12.42%和 5.88%。

融合媒体运营板块的主要盈利模式以传媒媒体收入为主，其中：电视媒体、广播媒体、平面媒体、互联网新媒体的主要收入均为广告收入；内容制作与发行的主要收入为影视产品制作发行收入。媒体运营板块的上下游产业链较短，以自主制作影视剧节目及联合制作相结合的模式，上游主要以采购版权为主，下游主要为各大广告公司及直客。支付结算模式为现金收付结算。

（1）电视媒体运营

截至 2018 年末，文广集团共运营 3 个上星频道和 12 个省级地面频道。3 个上星频道分别为上海东方卫视、纪实频道和炫动卡通。12 个省级地面频道分别为新闻综合、娱乐、星尚、电视剧、第一财经、五星体育、艺术人文、ICS 外语、东方购物、哈哈少儿、东方卫视国际海外频道、东方电影。上述频道在上海市场全天份额达到 41.24%，黄金时段（18:00-24:00）的整体市场份额达到 45.16%。2016 年、2017 年、2018 年及 2019 年 1-9 月，电视媒体广告收入为 52.24 亿元、48.51 亿元、41.61 亿元及 25.03 亿元。

东方卫视的前身为上海卫视，上海卫视于 1998 年 10 月上星播出，2003 年 10

月更名为东方卫视。东方卫视以“大台气象、都市气质、年轻气息”为频道定位，播出节目类型涵盖新闻专题、影视剧、综艺节目等。频道拥有全国省级卫视容量最大的新闻版面，品牌新闻栏目包括《看东方》、《东方新闻》、《环球交叉点》、《双城记》等，平均每天新闻时长超过 300 分钟，每周共有 11 档新闻报道和新闻专题栏目，在栏目数量和播出时长方面均位居省级卫视第一。影视剧方面，近三年，东方卫视凭借《那年花开月正圆》、《欢乐颂 2》、《我的前半生》以及周播剧《琅琊榜 2》等掀起了影视剧的收视高潮，2018 年实现全天全国收视排名第三。综艺节目方面，在十九大召开期间坚定引领主流文化价值观，营造良好舆论环境；同时通过原创综艺节目系列《诗书中华》、《喝彩中华》、《唱响中华》弘扬传统文化和正能量取得了相当高的收视率和积极的社会反响，在媒体使命和经营方面均进一步提高影响力。其中《极限挑战》、《欢乐喜剧人》、《中国式相亲》等节目收视达到 1% 以上，位列同期全国收视排行前三位。年度现象级节目《极限挑战》收视率屡创新高，最高单期收视超过 3%。截至目前，东方卫视的全国有线网覆盖位居省级卫视第一，并已在欧洲、亚洲、南美、非洲、大洋洲等海外地区成功落地，全球可收视人口逾 10.8 亿。

纪实频道成立于 2002 年 1 月，是中国第一家纪录片专业电视频道，2014 年 6 月起上星播出，成为全国性专业卫视，覆盖全国逾 3 亿人口。纪实频道原创节目包括《纪录片编辑室》、《档案》、《大师》、《往事》等，已形成有特色、有深度、有声势的纪录片制作播出高地。频道先后获得多个国内、国际重要奖项，如中国广播电视大奖、中国电视金鹰奖、亚洲电视奖、美国广播电视文化成就奖等，获奖数量首屈一指。

炫动卡通成立于 2003 年 3 月 22 日，是经过国家广播电视总局和上海市委宣传部批准，通过卫星传送覆盖全国的专业电视卡通频道。炫动卡通卫视以电视播出为平台，与多种传媒合作，致力于国产动漫形象的原创、卡通饮食的投资制作、周边产品的开发以及动漫品牌的市场化运作。炫动卡通卫视开播以来已覆盖包括上海、江苏、浙江、广东、山东、湖南、湖北、辽宁、吉林等地包括杭州、广州、武寒、长沙、沈阳等省会城市在内的 20 多个大中城市，收视人口近 1 亿人。

2018 年全年，公司三个上星频道东方卫视、纪实频道和炫动卡通全天收视率分别为 0.84%、0.07% 和 0.04%，黄金时段收视率分别为 2.10%、0.14% 和 0.05%。其中东方卫视全天收视排名位居全国收视第三的位置。

公司电视业务播出的节目主要可分为新闻类节目、综艺类节目、专题类节目及影视剧。新闻类、综艺类、专题类电视栏目大多由公司自制。此外，部分大型季播类栏目采取海外版权引进、本土团队制作的模式。公司播出的影视剧基本从外部采购而来，2016 年、2017 年、2018 年及 2019 年 1-9 月电视剧采购支出分别为 16.35 亿元、21.31 亿元、24.97 亿元和 14.19 亿元。2015 年起，公司影视剧的

采购支出大幅上涨，主要是因为随着“一剧两星”政策在 2015 年正式实施，东方卫视面临电视剧采购成本增加、优质电视剧采购难度上升、与其他卫视频道、视频网站的资源竞争加剧等挑战。

除传统业务外，公司电视业务也在不断进行积极的探索与创新。2015 年 6 月，公司下属第一财经和阿里巴巴集团开展深入合作，阿里巴巴投资 12 亿元人民币参股第一财经，与第一财经共同开拓市场潜力巨大的数据服务领域。2018 年，第一财经紧跟政策和战略导向，从内容出发，坚持推出优质的内容产品，同时，继续重点打造网端，推动各项新业务成长，以内容和平台拉动影响力，以服务体验和吸引用户。进一步强化财经媒体矩阵的内容聚合和分发能力，提升网端的内容质量和数量，提升流量，扩大影响力，对互联网视频产品中心、有看投等重点项目加大投入、强化运营。2015 年 6 月，公司下属真实传媒有限公司与纪录片制作团队共同出资，成立上海云集将来传播有限公司。公司尝试采用完整的市场体制，建立核心员工股权激励，打造纪录片开发、制作的产业高地，成功制作了《跟着贝尔去冒险》、《越野千里》、《本草中国》等优质节目，取得了良好的收视率、广告收益和版权销售与分发。

公司经营的所有电视频道每天广告时段合计在 27.67 小时左右，主要由公司的东方卫视中心、广告经营中心等团队自主经营，部分广告时段对外进行拍卖。公司 80%-90% 的广告客户为 4A 广告公司，大都与公司保持了长期合作关系，客户来源较为稳定，目前公司正在加强与直客的接触，吸引广大的中小客户来投放广告。公司在与广告公司约定每年度广告投放总量的前提下，就每一项广告签订单品协议，成交价格通常在刊例价基础上给予对方一定折扣。广告公司制作的广告片播出后，公司委托第三方机构进行全程监播，广告公司根据监播报告，在广告达到约定的最低收视率或在约定的频道和时段内播出后付款。在款项回笼方面，公司在协议签订后向广告公司收取一定比例的保证金，同时给予 4A 广告公司 30 天账期；对新客户则采取款到播出原则。

另外，公司共运营 15 个全国数字付费电视频道，分别为都市剧场、欢笑剧场、动漫秀场、全纪实、东方财经·浦东、法制天地、七彩戏剧、幸福彩、游戏风云、魅力音乐、生活时尚、极速汽车、金色频道、劲爆体育、新视觉。付费电视收取的服务费用是公司电视业务的又一重要收入来源。

(2) 广播媒体运营

截至 2018 年末，文广集团旗下共有 13 套广播频率，占上海广播市场份额的 91.61%。自 2005 年至今，市场份额一直保持在 85% 以上。2016-2018 年及 2019 年 1-9 月，公司旗下广播频率整体收听率分别为 2.20%、2.91%、3.19 和 3.36%，其中音乐类频率、新闻类频率和交通频率对收听份额和收听率的贡献度较高。

图表 5-9：近三年及一期发行人广播业务收听率情况

分类	2019 年 1-9 月	2018 年	2016 年	2015 年
音乐类	1.46%	1.37%	1.24%	0.76%
新闻类	1.03%	0.91%	0.84%	0.75%
交通类	0.46%	0.52%	0.4%	0.34%
经济类	0.27%	0.25%	0.26%	0.21%
文艺类	0.07%	0.08%	0.11%	0.1%
体育类	0.06%	0.05%	0.05%	0.03%

公司广播节目基本为自制，并按频率组建节目团队，各频率团队间的资源可以共享。主要频道包括动感 101 上海新闻广播、Love Radio 最爱调频、经典 947、上海交通广播、第一财经等。

除传统广播业务外，公司也不断在探索从传统广播向互联网新媒体广播的转型。公司建成使用全媒体制作中心——一个全媒体的 N 进 N 出的多媒体编辑、多平台分发的系统，并首先在东广新闻台全频率尝试向互联网节目转型，积极打造新媒体应用“新闻+”、“话匣子”，增加传统广播向新媒体发展的“N”多可能性。公司重点打造的互联网音频产品——“阿基米德”，已实现全国 160000 余档广播节目的直播节目收听和 24 小时回听等功能，用户近 4000 万，覆盖 163 个国家和地区，日均活跃用户近 30 万。

收入方面，同电视业务类似，公司广播业务的收入也基本来自广告。2018 年及 2019 年 1-9 月，公司广播广告收入分别为 5.58 亿元和 3.49 亿元。从客户行业分类来看，汽车类、金融类、食品饮料类和房地居家类广告占比较大。公司广播业务的广告基本采用自营模式，部分广告由外部公司统一代理。公司电台广告的收费标准由广告经营中心制定，播出的广告全部由内部团队策划和制作。广告客户以广告公司为主，分布较为分散。公司的电台广告采取先收款、后播出的模式，在广告播出后确认收入。

(3) 平面媒体业务

截至 2018 年末，文广集团共拥有报纸、杂志等平面媒体 5 个，分别为《第一财经日报》、《第一财经周刊》、《陆家嘴》、《上海电视》和《每周广播电视》。文广集团旗下平面媒体，内容主要包括财经和电视广播节目两大类，具有较强的专业性和独创性，在上海地区有很高的区域影响力，目前正积极推进融合转型发展。

平面媒体业务主要盈利模式为广告收入和发行收入，在融合媒体运营板块中占比较小，结算模式主要为现金收付。2019 年度平面媒体收入共计 12,978 万元，其中：广告收入 7,256 万元，新媒体广告收入 3,806 万元，发行收入 1,400 万元，活动收入 516 万元。《每周广播电视》每期发行约 10 万份，《上海电视》每期发行约 2 万份，在上海同类报刊中处于垄断地位。

(4) 内容制作与发行

文广集团依托电视台资源，主要从内容研发、内容制作和版权经营三方面打造媒体运营的内容产业链。公司内容制作和发行业务主要由旗下子公司尚世影业和五岸传播经营，分别为公司影视剧制作和版权经营的平台。

公司紧紧围绕市委市政府文化创新发展、繁荣兴盛、建设国际文化大都市的战略目标，结合“文创 50 条”要求，坚守“精品化”内容制作路线，在纪念改革开放 40 周年、一带一路文化走出去等重大宣传节点和各类重大评奖活动中从不缺席。截至 2018 年 12 月，公司拥有超过 100 项优质 IP 产品，广电新媒体内容储备第一。

2018 年，公司继续保持制作“精品化”内容的一贯水准，其中电视剧《刑警队长》、《海棠依旧》获第 31 届电视剧“飞天奖”优秀电视剧大奖，《海棠依旧》获第 29 届中国电视金鹰奖最佳电视剧奖，《曹操与杨修》荣获京都国际电影节最受尊敬大奖及第十四届中美电影节“评委会年度十大金天使奖”；公司围绕改革开放 40 周年献礼的精品电视剧《黄土高天》、《大江大河》，入选了国家广电总局纪念改革开放四十周年首批推荐剧目；全程创制的电影《春天的马拉松》，被国家电影局列为向改革开放四十周年献礼重点影片之首；青春题材电视剧《你和我的倾城时光》、《青春抛 2018 年全年，物线》入选国家广电总局改革开放四十周年重点片单剧；参投的网剧《烈火如歌》于 3 月上线，累计播放量超 80 亿，位列 2018 年度电视剧网播量第 5 名；大型 IP 项目《紫川》正在精耕细作、打磨剧本，等待全面启动，从全方位、多路径增强上市公司内容 IP 的生产研发能力和市场聚合能力。

同时公司继续坚持国际化路线，影视内容国际发行规模同 2017 年相比实现稳步增长，在组织带领中国传媒企业开拓影视出口方面作出积极贡献。2018 年，公司积极响应中国-东盟媒体交流年这一背景，携手泰国 T&B 公司联合打造美食创意喜剧电影《启动人生》；与 BBC 合作拍摄的纪录片电影《地球：神奇的第一天》受到北京电影节纪录片单元评委推荐，获第十四届中美电影节年度最佳纪录片；五岸传播蝉联国家五部门联合共同认定的“2017-2018 年度国家文化出口重点企业”，《“一带一路”海外平台合作输出项目》获评“2017-2018 年度国家文化出口重点项目”，同时获得“第二届上海文化企业十佳”称号。

2018 年 12 月 16 日至 12 月 17 日，由东方明珠主办的第四届家庭游戏大会（Family Game Forum，简称 FGF）在上海国际会议中心举办。本届大会以“竞未来”为主题，邀请全球范围内的顶级游戏公司、重磅产品制作人、大 IP 共聚上海，从赛事、场馆、电竞培训等多个角度，畅谈电竞产业未来发展。会上，东方明珠与上海体育学院、上海久事体育集团、群星职业技术学校等分别达成多项合作，从教育、场馆、赛事项目等方面全力推进电竞产业建设，助力上海“电竞之都”

的建设。此外，公司继续借助外部合作伙伴，提升内生业务的能力，公司与腾讯合作尝试拓展 PC 发行。基于已合作的 IP 如《索尼克力量》，追加 Wegame 平台发行权。针对新合作的项目，在技术开发可行的前提下，以主机+PC 多平台发行权为整体谈判策略，增加收入来源。

(5) 互联网新媒体运营

2017 年起，文广集团加大对媒体融合的投入，打造 IP 创作精锐团队，通过互联网内容产品获取流量资源，进一步提升互联网竞争力促进媒体融合发展。2018 年继续推进媒体“深度融合、整体转型”发展，做好传统内容，集中资源完善互联网内容，在经济效益方面寻求突破，从影响力、内容、用户服务三方面拓展更多盈利模式。

文广集团按照互联网的特性规律，以打造互联网媒体生态系统、商业模式和体制架构为目标，努力打造国内最大的互联网视频节目平台。为了实现经营目标，整合平台资源，2015 年 6 月，文广集团旗下两家上市公司百视通新媒体股份有限公司和上海东方明珠（集团）股份有限公司完成并购重组，重组后公司更名为上海东方明珠新媒体股份有限公司。本次重组完成了东方明珠组织架构和事业群的再造，确立了内容、渠道与平台、传媒娱乐相关服务三大业务板块，建立了以互联网电视平台打造、云平台大数据建设等重大项目为抓手，积极打造集内容、渠道、平台、终端、应用服务于一体的互联网生态系统。2017 年 8 月公司名称由上海东方明珠新媒体股份有限公司变更为东方明珠新媒体股份有限公司

作为文广集团统一的产业平台和资本平台，东方明珠拥有中国规模最大、门类最齐、特色鲜明的内容版权库以及国内最大的多渠道视频集成与分发平台，在媒体网络领域拥有全牌照资质，基于 IPTV 全国内容服务牌照、全国互联网电视集成播控牌照与内容服务牌照、全国数字付费电视集成播控牌照、全国手机电视集成播控牌照和内容服务牌照、网络视频运营牌照、广播电视视频点播牌照，具有打造融合媒体平台的绝对优势。公司持续推进融合媒体平台的打造，不断夯实融合媒体产品多渠道的分发，强化渠道拓展和内容产品运营上的优势，做大产品覆盖和用户规模。

公司新媒体板块主要包括数字营销与广告业务以及多渠道视频集成与分发业务两大子板块：

I、数字营销与广告

公司拥有 IPTV、OTT、手机电视、风行网、数字户外媒体等多种平台和渠道进行数字营销，2014 年底并入艾德思奇公司后更是进一步拓展了互联网广告与投放平台，收入及成本显著增长。艾德思奇借助新媒体平台，根据广告客户的需求，进行广告推广营销。盈利模式为利用自己的技术优势对接新媒体平台，向

客户收取营销服务费，成本主要为向投放媒介支付的投放费用，从中赚取差价。

2017 年 6 月，公司完成艾德思奇股权的出售，故 2017 年 7 月起该企业销售收入不再并入公司营业收入中，导致该板块营业收入造成大幅下降，但对发行人而言，是公司对数字营销与广告发展战略进行调整的具体体现之一。公司转让北京艾德思齐控股股权，利于剥离非核心业务并整合产业资源，实现广告业务从以线上第三方流量经营为核心向以自身全媒体流量深度经营为核心的转变和发展。公司拟利用全媒体传播的优势和竞争力，通过文化旅游、游戏竞技、电视购物等渠道和方式的结合，加强广告业务的落地和效果。目前经营主体是“上海东方明珠新媒体广告传播有限公司”，2018 全年实现收入 2.35 亿，毛利率 23.69%。

II、多渠道视频集成与分发

文广集团为国内最大的多渠道视频集成与分发平台 (MVPDs)，已拥有 IPTV、互联网电视、有线电视、手机电视、网络视频等多种传播渠道。经上海广播电视台授权，公司拥有 IPTV 全国内容牌照、互联网电视集成播控牌照与内容服务牌照、数字付费电视集成播控牌照、手机电视集成播控牌照等稀缺资源。

公司多渠道视频集成与分发的营运模式主要为：利用宽带网，将互联网、多媒体和通讯技术进行融合，向用户提供数字电视等交互式服务。板块收入主要是向使用 IPTV、OTT 服务的个人客户收取的费用，包括基础业务收费和增值业务收费两部分。其中，基础业务收费是客户选择使用 IPTV 等产品后，统一缴纳的服务费用，由公司和网络运营商进行分成；增值业务收费是每个客户根据自身的实际需求，选择点播、回看等其他服务项目时支付的费用。公司成本主要包括版权、技术开发及运维等。

图表 5-10：截至 2018 年末公司 IPTV 及 OTT 用户情况

单位：万户

项目	用户数
IPTV	4,863
OTT	2,870
合计	7,733

①、IPTV

公司是国内 IPTV 业务模式的创立者，并首创与电信网络运营商合作的商业模式，建立了独有的三大电信运营业务支撑中心以及遍及全国的二级化运营支撑体系。2013 年公司与中国网络电视台 (CNTV) 联合组建爱上电视，负责全国唯一的 IPTV 中央集成播控总平台运营。截至 2018 年末，公司 IPTV 渠道用户规模达到 4,863 万户，较 2017 年底净增逾 863 万户，增长达 21.58%。2018 年 IPTV 收入规模为 20.20 亿元，户均收入约 41.55 元。全国驻地规模扩展到了 29 个省，

继续保持了运营商渠道市场领先优势。同时，公司加强与中央及地方播控平台的合作，推广“内容+技术+市场运营+驻地服务”一体化解决方案，在继续扩大中国电信用户规模的同时，积极拓展与中国移动、中国联通等电信运营商的合作，并通过硬件终端厂商合作，为运营商提供多样化的业务合作方案，维护巩固市场份额，确保业务持续壮大。

②、OTT

公司严格遵守广电总局 181 号文《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》的要求发展互联网电视业务，目前已建立互联网电视集成播控运营平台、内容服务平台，拥有了从云到端的高清电视的解决方案。截至 2018 年末，公司 OTT 客户达 2,870 万户，较 2017 年底用户数增长 36.67%。2018 年 OTT 互联网电视收入规模为 3.07 亿元。公司稳步探索和发展互联网电视业务，建立了 B2B、B2C 相结合的稳健的互联网业务模式。在 B2B 方面，除了进一步巩固与电信运营商合作外，公司还积极拓展与有线网络运营商的合作。2015 年公司出资 3 亿元参与歌华有线定向增发，同时出资 3.55 亿元参与陕西广电网络传媒（集团）有限公司定向增发，通过资本手段参与整合地方有线网络，推进 DVB+OTT、电视购物等领域的合作，以实现在内容、终端、渠道、销售模式等方面的优势互补。在 B2C 方面，公司出资 22 亿元参与深圳市兆驰股份有限公司（简称“兆驰股份”，股票代码 002429）的非公开发行，进入终端领域；双方将在在在互联网电视业务、硬件、营销等领域合作，其中公司主要负责内容和服务，而硬件制造及销售环节则（均为具备投资不确定性的重资产环节）由兆驰股份来运作。此外，公司还与华为、天猫、坚果等合作伙伴先后开展了全方位的业务合作，形成了多层次的产品体系。在终端机产品中涵盖了机顶盒、一体机、智能投影和激光电视等垂直细分领域。2017 年，公司加强海外业务拓展，与富士康达成合作，实现产品在台湾地区落地。

③、其他渠道

在有线数字付费电视（含 DVB+OTT）方面公司是中国目前规模领先的有线数字付费频道集成运营平台，高清电视频道运营商及产业运营服务商。截至 2017 年，有线电视渠道用户覆盖 6,000 万户，DVB 付费点播业务合作平台 38 个，服务用户数超过 1,600 万。至 2018 年底，拥有自有及集成的高清付费频道共计 18 套，成为全国最大的有线数字高清付费频道集成运营平台。截至 2018 年末，公司拥有东方有线网络有限公司 49% 股权。东方有线经营着上海地区的有线电视网络资源，已发展成为集有线电视、家庭宽带、企业数据等于一体的运营商。此外，公司还拥有包括上海市各公交、轨交、商务楼宇在内的户外电视终端渠道。

在手机移动电视方面，公司是全国六家手机集成播控平台之一。除“大屏电视”外，公司积极探索移动互联网综合创新，将手机电视业务与各类手机、Pad

移动终端、金融行业应用系统对接，推出视听与应用综合服务平台。公司与国内三大通讯运营商开展合作，借助运营商营销渠道，打造出适合市场需求的手机电视产品。通过自主开发的“大屏+小屏”互动平台，形成双屏内容、产品、运营方面的协同。自 2015 年 6 月 BesTV 移动客户端发布以来，公司加强大屏与移动端互动，2016 年上半年实现了 VR、BesTV Live、付费会员服务、手机移动直播、广告平台、播放器 SDK 等六大产品功能。BesTV 移动客户端是第一批推出 VR 点播直播功能的视频应用。BesTV Live 平均每月涵盖 NBA、英超、演唱会、脱口秀、突发新闻、庭审、行业盛典、电竞等 80 场直播。截至 2018 年末，移动视频渠道 BesTV 客户端月活用户已超过 7,200 万，行业内排名前十。

④、视频内容

公司投入建立了较为完整的网络视听版权库，同时建立了对接各种网络、服务各类终端的“电视云”平台，实现了 IPTV、OTT 以及网络视频全业务服务体系和全屏覆盖。公司通过入股新英体育、盈方体育，占据英超、世界杯等国际级赛事内容版权；通过与 BBC、迪士尼、维亚康姆战略合作，引入 BBC CBeebies、迪士尼、尼克动画等国际知名少儿内容，成为国内领先的动漫少儿内容提供商。

在内容产品运营上，基于智慧运营技术的驱动，公司推出 EPG7.0，实现了瀑布流、人工智能、千人千面、智能推荐等功能，大幅提升用户体验，在 2018 年第六届中国网络视听大会上，EPG7.0 更是获得了国家广电总局“年度产品/技术创新团队”大奖。公司还积极打造一系列垂直内容产品矩阵，已完成游戏、购物、教育、电竞、汽车、旅游等新产品的孵化与全国落地。

围绕智慧运营，公司在移动市场、行业应用、智能融合平台以及 4K/8K 产业布局等方面实现突破。2018 年 6 月，百视通携手上海国际电影节展开深度合作，百视通以官方指定电视新媒体展映平台的身份对上海国际电影节进行全渠道推广，在内容运营、影视宣发、用户运营等方面全方位对接，并独家推出为期三个月的上海国际电影节“线上影展”。百视通利用世界杯契机联合中国移动推出了“咪视通”，用户数爆发式增长，2018 年“咪视通”用户已达 1,300 万，为 2019 年增量提供了强大基础；同时通过跨界合作，与巧虎、中国供销总社等各类合作伙伴开展合作，积极建设集聚用户、智慧运营的智能融合平台。公司还成功完成全市首个区级城市大脑的部署和落地，数字电视的“城市大脑”项目获得了“上海市工人先锋号”的称号。媒体网络板块在注重存量业务突破转型的基础上，更重视培育新的业务增长点。

2、视频购物与电子商务

文广集团依托东方希杰，通过电视、商品目录和新媒体三大渠道开展电视购物与电子商务业务。2016-2018 年及 2019 年 1-9 月，公司该板块分别实现收入 66.47 亿元、73.23 亿元、69.40 亿元和 42.99 亿元。

公司主要以下属东方购物频道为载体进行电视购物业务。东方购物频道于 2010 年获得全国首家模拟电视购物频道牌照（广局[2010]28 号），在 2011 年取得原国家广电总局颁发的全国数字频道运营牌照（广局[2011]155 号），是上海市内唯一获得全国性家庭购物电视频道牌照的电视购物频道。东方购物是目前全国销售规模最大的视频购物平台，是全国电视购物行业绝对的龙头企业，已实现注册会员 1,200 万。截至 2018 年末公司电视购物频道落地区域包括北京市、天津市、浙江省、江苏省、山西省、福建省、贵州省、湖北省、云南省。

随着行业发展与技术升级，以视频为特色的购物形式价值凸显，公司积极探索跨界渠道融合，在 PC+APP、电视频道、杂志的基础上，通过融合平台的优势，拓展了 OTT+IPTV，建立了以视频购物为特色的全媒体立体销售平台，探索出“视频购物”+“互联网”的新模式，通过内容 IP 化、形式栏目化、营销板块化、促销工具化，并通过与电商巨头的合作，营造视频购物新面貌。并积极拥抱新零售，率先建立线下购物旗舰店，打造高品质线下购物体验场景。采用全球商品战略，打造全球商品供应链体系，同时，积极打造自有品牌，形成与传统电商的差异化产品路线。发挥用户规模大，用户粘性足，用户消费高的优势，以智慧运营为核心手段，实现用户和服务的跨业务打通，为用户提供优质购物体验。

公司视频购物业务的主要盈利模式为：供应商将货物寄放到仓库后，公司通过电视、网站、移动终端等渠道进行销售。顾客下单采购后，公司安排公司配送商品。当顾客收到相应商品并支付货款后，公司和供应商进行结算。目前，公司绝大多数商品均采用先销售后结算的模式，除一些销量较好的小件商品，不存在商品积压现象。视屏购物板块在文广集团主营业务中毛利较高，主要是其所处行业的特性，其呼叫中心、物流中心、仓储费用、信息技术费用等都在销售费用及管理费用中反映，保持高毛利率是公司盈利的保障。此外，文广集团视频购物业务定位于中高端产品，产品价格相对较高，盈利空间较大。

文广集团视频购物业务以视频购物为重心，围绕品牌、产品、服务建立了全媒体立体销售平台，实现跨屏联动与优势互补，在坚守传统优势的同时，围绕“跨界新零售，购物新体验”理念，寻求转型突破。2018 年，东方购物独家打造、主要服务于新中产消费群体的“就这样”系列 IP 活动获得广大消费者高度认可，形成新的可持续营销热点，平均客单价超过 700 元，优于传统电商平台客单价。

东方购物通过充分发挥文广集团、东方明珠所赋予的优质资源，与其自身强大的视频制作、视觉设计、品质服务等势能，强化与领先电商平台阿里、京东、小米的合作，进一步拓展用户群体，实现从区域向全国的扩张。敞开双臂拥抱来自全球各地的合作伙伴，共同以“Nature 商品保真•Heart 服务用心•Good 东方购物就是好”的“真•心•好”（NHG）理念为国内消费者提供品质购物体验，并通过深度实施“新品季、精品季、全球购”主题战略，聚力打造精品栏目，努力挖掘开发

“新业务、新用户、新商品”，顺应消费升级趋势，优化商品结构，获取境外优质品牌全国电视购物及电商平台总代理权，同时拓展自有品牌，通过不断的品牌升级满足用户高品质、高体验的购物需求，从激烈的市场竞争中寻求发展空间。东方购物在 2018 年借助进博会东风，与进博会新西兰参展商、高端乳品品牌纽仕兰，以及垂直一体化生鲜运营平台易果集团，三家联手开创了《The Fresh 鲜东方》栏目，2019 年 3 月 21 日召开的 2019 联商大会上，东方购物的《The Fresh 鲜东方》栏目凭借在创新力、影响力和转化率方面的突出表现，入选 2018 中国零售十大营销事件。报告期内，东方购物连续四年被评定为“全国服务业企业 500 强”“上海市企业 100 强”“上海市服务企业 100 强”，同时荣获“2015-2018 上海市诚信经营五星级先进单位四连冠”称号。

3、文化旅游与文化地产

公司文化旅游与文化地产板块业务主要包括由公司传媒业务引申出的旅游与地产业务。2016-2018 年及 2019 年 1-9 月，公司该板块分别实现收入 37.64 亿元、24.31 亿元、21.85 亿元和 14.44 亿元。

(1) 文化旅游

文广集团文化旅游业务已形成了以东方明珠塔为核心的小陆家嘴文化旅游集聚区、以奔驰文化中心为核心的世博地区文化体验集聚区、以东方绿舟为核心的文化休闲旅游区为业务拓展的三个战略重点，文化旅游业务平稳有序发展，定位逐步明晰。公司文化旅游板块主要涉及旅游观光、住宿、餐饮和休闲娱乐等业务，主要由下属上海东方明珠广播电视塔有限公司、上海明珠水上娱乐发展有限公司、上海东方明珠国际旅行社有限公司、上海东方绿洲度假村有限公司等子公司参与运营。收入明细情况如下：

I、旅游观光

公司旅游观光业务收入主要包括东方明珠电视塔门票收入、浦江游览的船票收入、国际旅行社的营业收入以及东方绿舟营地的管理费收入等。

①东方明珠电视塔

上海东方明珠广播电视塔主要由下属电视塔公司进行经营管理。上海东方明珠广播电视塔是集观光、会议、博览、餐饮、购物、娱乐、广播电视发射为一体，建设完成时是亚洲第一、世界第三的高塔，目前已成为上海城市的标志性建筑之一。目前，东方明珠广播电视塔的年观光人数和旅游收入在世界各高塔中排名前列，是世界著名旅游景点。电视塔内主要有电视塔内有主观光层、360 度全透明玻璃观光廊、太空舱、上海城市历史发展陈列馆、上海国际新闻中心、东方明珠空中旋转餐厅和 98 米娱乐城等供游客参观、购物、餐饮等。公司主要通过日常对电视塔进行维护及运营，向登塔游客收取门票、销售纪念品等形成主要收入来

源。

上海城市历史发展陈列馆位于电视塔内，展示面积超过六千平方米，是集历史、文化、鉴赏、旅游、娱乐于一体、具有创新理念的历史陈列，由“华亭溯源”、“城厢风貌”、“开埠掠影”、“十里洋场”、“海上追踪”，“建筑博览”、“车马春秋”七个部分构成，采用“融物于景”的场景化展示手法，凭借其高科技的技术手段，将文物、道具、模型、音视频多媒体、声光电等表现手法融于一体。静态展示主要以蜡像人物和文物道具为主，动态展示以实景和影视相结合。

上海国际新闻中心位于东方明珠电视塔下，是集新闻发布、观光、会展、餐饮等功能于一体的综合性新闻中心。总面积 1,100 平方米的新闻发布厅配置有最先进的同传、背投、音响与灯光等会务设施，可容纳 800 人规模的新闻发布会或国际会议。

98 米娱乐城位于电视塔底，有森林之旅、南极之旅、魔幻之旅、藏宝洞、迪士尼剧场、欢乐广场、激光影院、动感影院、探险列车等项目。

东方明珠作为上海地标，是全国首批 5A 级旅游景区。2016-2018 年东方明珠接待宾客共计 427.36 万、450.64 万和 430.07 万人次。电视塔门票分为 A、B、C 三类，A 类 220 元/人次，参观主观光层、太空舱、360 度全透明观光廊空中英雄基地、上海历史发展陈列馆；B 类 160 元/人次，参观主观光层、360 度全透明观光廊、空中英雄基地、上海历史发展陈列馆；C 类 120 元/人次参观主观光层加悬空观光廊、上海历史发展陈列馆。近三年及一期，东方明珠广播电视塔门票价格未发生重大变化，另有与浦江游览船的套票为 180 元/人次。

2018 年，东方明珠塔依托文广集团丰富多元的媒体文化产业资源优势，以内容 IP 聚合能力，对餐饮、购物、观光、会展等业务进行赋能升级，向着融合媒体时代背景下的文化娱乐旅游综合体的战略目标迈进，全年汇聚流量超 900 万人次。东方明珠塔积极开展丰富多彩的城市广场活动，拓展在文娱、体育、公益等领域的传播，提升品牌内涵、继续打造城市客厅；同时努力由传统封闭式公众活动场地向品牌发布阵地变阵，先后与知名品牌、互联网公司合作，落地各类品牌发布活动，成为首批上海全球新品首发地；拓展文化娱乐旅游综合体服务功能，推出地标乐园-全球奇幻旅行项目，与可口可乐跨界合作改造迷你欢乐园，积极打造城市生活场景。

②浦江游览船

浦江游览船主要由下属水上娱乐公司经营管理，其盈利模式是主要经营杨浦大桥、南浦大桥及卢浦大桥之间的黄浦江游览业务，同时提供不同消费层次的休闲、娱乐、餐饮、商务、婚宴、庆典等水上特色服务。目前拥有“中华号”、“东方明珠号”、“东方明珠 2 号”三艘游船，其中“中华号”高级游船是黄浦江上首条

采用全透明玻璃幕墙制造的游览观光船，除日常散客观光接待以外，“中华号”游船同时承接不同形式的商务宴请、水上婚礼等特殊包船活动。水上游览门票价格主要分为两种：130 元/人次提供基本的水上游览，主要在一等舱游览；160 元/人次还可在特等舱上休息观光。近三年及一期，浦江游览船船票价格未发生重大变化。

③国际旅行社

国际旅行社由下属上海东方明珠国际旅行社有限公司管理运营。国际旅行社依托发行人雄厚的资本实力、良好的品牌信誉和众多的旅游资源，致力于招徕、接待国际、国内游客的出入境旅游和开展商务会展等各项服务。国际旅行社针对旅游市场的变化积极调整经营策略，将业务重心转向会展服务，同时还向主题策划、平面设计、媒体支持等方向拓展服务业务。随着文化与旅游的不断融合发展，文旅消费市场迅速扩大，行业发展长期利好。国际旅行社旅游路线覆盖海内外，主要以上海及上海周边游为特色，路线包括东方明珠塔、上海国际会议中心、梅赛德斯奔驰文化中心、东方绿舟等上海本地稀缺标志性文化娱乐旅游资源，现已形成由观光旅游、酒店管理、场馆演艺、休闲度假、文化地产组成的布局齐全的文旅消费板块。

④东方绿舟营地

东方绿舟是上海新崛起的生态休闲旅游度假景点，目前已成为全国最大的青少年校外活动营地、中国上海国际修学旅游中心、上海体验式拓展训练中心、上海国防教育中心、4A 级旅游景点、是上海市名牌企业。东方绿舟营地 2018 年共接待游客 89.35 万人次。东方绿舟毗邻上海青浦淀山湖，占地 5,600 亩（其中水域 2,000 亩）。园内有 17 万平方米草坪，11 万棵大树，500 余种花卉树木，拥有智慧大道、航空母舰、湖滨广场、渔人码头、求知岛、月亮湾、地球村等精品景点和户外攀岩、趣桥体验、野营烧烤、水上运动、拓展训练、科学探索、素质测试等 30 余项活动项目。近三年及一期，东方绿舟门票价格未发生重大变化，成人票 50 元/人，学生票 25 元/人。

II、住宿

公司经营的酒店及度假村主要包括上海国际会议中心、上海东方绿舟度假村以及七重天宾馆。2018 年，以上海国际会议中心、东方绿舟为主的宾馆酒店业务接待宾客 101 万人次。

上海国际会议中心主要由下属国际会议中心公司进行经营管理。上海国际会议中心是上海市又一标志性建筑，拥有上海目前最大的无柱型多功能厅，曾举办过 APEC、上海合作组织峰会、上海世博会等国际性会议。作为迎接大型国际会议而建设的会议接待性酒店，国际会议中心现拥有客房 273 间，会议厅 43 个，

建筑面积 11 万平方米，能满足大部分会议的接待要求。2018 年，上海国际会议中心圆满地完成了首届进口博览会晚宴的国家级接待任务，得到党和国家领导人和各国元首级贵宾的一致赞誉，在举世瞩目的国际交流盛会上成为“上海服务”的代表品牌之一，进一步奠定了上海国际会议中心在高规格、高品质文旅产业运营中的独一无二的领先优势。

七重天宾馆由下属七重天宾馆公司经营管理。七重天宾馆是一家旅游涉外宾馆，座落于中华商业第一街南京路上，交通便利。宾馆主要以提供住宿餐饮服务为主。宾馆接待过众多海内外广播电视同行、各界名流和中外宾客；是历届上海国际广播音乐节、上海国际电影节、上海电视节的指定接待单位。

东方绿舟度假村由下属东方绿舟度假村公司经营管理，是一家三星级的度假酒店，座落东方绿舟之中，有标准客房，套房共 110 间，分布在主、副楼，餐厅有一个大厅及 10 间包房，可同时供 230 人用餐。度假村配有大小各异、设备功能齐全的会议室六间，能满足不同会务客户的需求。度假村还有丰富的娱乐设施可供宾客休闲娱乐。有水疗中心、棋牌室、桌球、沙弧球、康乐球及游艺机等。除了室内娱乐设施，还有许多户外活动项目：汽艇、摩托艇、龙舟、手划船、垂钓；有各大专业场馆：网球场、足球场、篮球场、沙滩排球、乒乓、游泳馆等。度假村还受到了很多国内外知名运动队的青睐，如韩国女足、美国水球队、中国国家乒乓球队、国家女足等。

III、餐饮

发行人餐饮业务主要包括东方明珠空中旋转餐厅、老上海餐厅、国际会议中心、东方绿舟度假村及七重天宾馆的餐饮收入。东方明珠空中旋转餐厅坐落于电视塔 267 米上球体，是亚洲最高的旋转餐厅，其营业面积为 1,500 平方米，可同时容纳 350 位来宾用餐。

国际会议中心调整业务结构，将 9 楼原用于会议的浦江厅打造成陆家嘴地区最高档的宴会厅之一，以吸引高档客户取得较好的收效。充分利用场地优势做大婚宴服务品牌，在价格递增的前提下年婚宴接待量接近万桌。

IV、文化娱乐

公司下属国际交流公司专门从事海内外大型活动策划、会展会务组织、演艺经纪、海外商品贸易和商务考察、影视传媒培训等文化交流业务。经过十多年的发展，国际交流公司已成为上海文化广播电影电视系统重要的对外交流通道之一。拥有国家文化部颁发的 A 类演出资质证书和一支资深执行团队，曾成功策划运作了许多大中型海内外文艺演出项目，并参与亚广联年会、APEC 等大型会议的会务和接待工作，受到了国内政府机构的高度好评。公司常年协助国家文化部、国家广播电影电视管理总局和上海文化广播电影电视管理局以及发行人接待世

界各国文化代表团访沪交流、媒体来沪采访和影视制作、电视实况传送、航拍、电视节目和广告拍摄事务；策划运作各类大中型会展会议；组织传统旅游商品、中国艺术团体及民间艺人赴海外展销和交流表演；承接出国商务活动的组织接待；与全国主流媒体和复旦大学携手开展影视传媒高层次培训等。

目前公司对梅赛德斯-奔驰文化中心，即世博演艺中心，管理并承担运营职能。世博演艺中心于 2010 年 1 月 31 日竣工，由公司下属国际交流公司通过支付 5 亿元及世博演艺中心场馆每年 5% 营业收入的对价方式，从上海世博演艺中心有限公司获取上海世博演艺中心场地 40 年的经营权。另外，国际交流公司与美国 AEG 公司下属的香港安舒茨文化体育发展有限公司、NBA 中国三方合资成立了安舒茨公司，国际交流公司占 51% 股权。该合资公司以 5 亿元人民币和每年营业收入 5% 的对价从国际交流公司租赁经营上海世博演艺中心场地 20 年。国际交流公司实际上拥有了世博演艺中心前 20 年 51% 的经营权和后 20 年 100% 的经营权。

梅赛德斯-奔驰文化中心拥有最大容量为 18,000 座的室内演艺场馆，同时可变换成 5,000 座、8,000 座、10,000 座及 12,000 座不同规模和形态的观演空间；可举办各类大型综艺演出，同时也是上海首个 NBA 赛事标准的场地、上海首个国际冰上赛事及冰上表演的标准场地。世博会后，梅赛德斯奔驰文化中心每年举行各种演出和活动上百场。梅赛德斯-奔驰文化中心以主场馆为核心，还设有 The Mixing Room、电影院、溜冰场等文体娱乐设施和各类餐饮、酒吧、商业零售等休闲设施，是一个集综合演艺、艺术展示、时尚娱乐于一体的综合性文化娱乐集聚区，目前梅赛德斯-奔驰文化中心已逐步成为上海文化娱乐的新地标。

2018 年，奔驰文化中心继续保持亚洲第一场馆的行业地位，在活动、赞助、包厢、商业等方面不断发展。全年主场馆观演人数近 70.29 万人次，实际活动场次 91 场、音乐俱乐部实际活动场次 200 场，如“NBA 季前赛”等世界顶级体育赛事、“天猫双十一狂欢节”等；进一步调整商业布局，引入互动、体验式新商业。作为聚合文广集团影视制作、主机游戏、IP 运营优质资源的线下文娱综合体布局的落地之作，集沉浸式高端影院、VR 电影展映、VR 互动娱乐、大屏游戏、精致餐饮、个性零售为一体的“东方明珠 CINEX”于 2018 年在奔驰文化中心正式开业，创新的复合式文娱综合运营模式，不仅实现了文广集团内部产业的有机联动，也对奔驰文化中心的整体产业运营升级起到了重要的推动作用。

目前公司主要盈利模式是通过日常对场馆的维护取得梅赛德斯奔驰的冠名权收入、场馆租金、场馆包厢租金以及场馆内商铺的租金收入，梅赛德斯奔驰的冠名权收入、场馆包厢租金以及场馆内商铺的租金收入均按年支付，场馆租金按照场次收取。

(2) 文化地产

近三年公司文化地产业务主要涉及上海杨浦区“渔人码头”二期项目、与太原文化广播电视集团合作开发的太原湖滨广场项目、以及与复地（集团）股份有限公司合作开发的成都市高新区金融城河心岛、南京卡子门、松江南站保障房、松江南站经适房六个项目。

图表 5-11：截至 2018 年末发行人主要房地产项目情况

单位：亿元、平方米

项目	开发主体	项目批文	合法合规性	经营模式
渔人码头二期	上海东方明珠实业发展有限公司	沪发改城备（2008）002号、沪发改城备（2011）009号	具备房地产开发资质、四证齐全	出售、出租及部分自持
太原湖滨项目	山西东方明珠置业有限公司	晋发改社会发【2009】29号	具备房地产开发资质、四证齐全	自持（酒店）、出租、出售
成都市高新区金融城河心岛	成都复地明珠置业有限公司	川投资备[51010915051101]0012号	具备房地产开发资质、四证齐全	出售及部分自持
南京卡子门	南京复地明珠置业有限公司	宁发改投资字[2014]185号	具备房地产开发资质、四证齐全	出售及部分自持
松江南站保障房项目	上海精文松南置业有限公司	松发改核[2015]111号	具备房地产开发资质、四证齐全	出售
松江南站经适房项目	上海明松置业有限公司	松发改核[2017]93号、94号	具备房地产开发资质、四证齐全	出售
项目	持股比例	总投资	已投资	已回笼资金
渔人码头二期	100%	14.41	14.41	20.00
太原湖滨项目	66%	31.21	30.94	29.95
成都市高新区金融城河心岛	34%	86.00	38.00	56.00
南京卡子门	34%	42.15	37.28	64.12
松江南站保障房项目	70.05%	14.50	10.31	5.46
松江南站经适房项目	70.05%	15.04	5.09	-
项目	总建筑面积	可租面积比例	可售面积比例	
渔人码头二期	9.28	100%	100%	
太原湖滨项目	32.29	5.38%	68.62%	
成都市高新区	94.58	13%	87%	

金融城河心岛			
南京卡子门	39.20	19.5%	80.5%
松江南站保障房项目	19.30	0%	100%
松江南站经适房项目	23.19	0%	100%

“渔人码头”二期项目总投资 14.41 亿元，由公司下属东方明珠独资开发，已在 2014 年内竣工。“渔人码头”二期项目采用租售结合模式，其中 4 号楼和 6 号楼对外出售，2 号楼对外出租。截至 2018 年末已回笼资金 20.00 亿元，售楼计划全部完毕。

太原湖滨广场项目集会议、五星级酒店、办公、商业为一体，总投资 31.21 亿元，由公司与太原文化广播电视集团合作开发，其中公司出资 66%。太原湖滨广场项目采用租售结合模式，办公楼及住宅对外销售，商业由公司持有，下属公司国际会议中心公司负责运营项目中的山西国际会议中心（五星级酒店）。截至 2018 年末，整个太原湖滨广场项目累计完成投资 30.94 亿元，其中一期商业项目已竣工、并交付了部分办公楼和裙楼，二期住宅目前已竣工部分交付小业主使用，正在办理竣工验收手续；该项目已回笼资金 29.95 亿元，预计尚可回笼资金 0.51 亿元。另有湖滨国际大酒店在运营中，酒店建筑面积为 78000 平方米。

公司参股复地（集团）股份有限公司的成都市高新区金融城河心岛、和南京卡子门两个项目，总投资合计 128.15 亿元，其中发行人出资比例均为 34%。截至 2018 年末已投入 75.28 亿元、已回笼资金 120.12 亿元，预计尚可回笼资金 89.7 亿元。

发行人松江南站保障房项目于 2017 年 2 月正式开工，至 2018 年已经完成主体结构封顶，2019 年竣工交付使用，项目总投资 14.50 亿元，截至 2018 年末已投入 10.31 亿元、已回笼资金 5.46 亿元，预计尚可回笼资金 9.34 亿元。发行人松江南站经适房项目于 2018 年 8 月取得四证开工，项目总投资 15.04 亿元，截至 2018 年末已投入 5.09 亿元，尚未形成回笼资金。

公司地产项目后续资金需求仍较高，但由于主要采用联合开发模式，公司实际需承担的投资额有限，加上在售项目的资金回笼，在商业地产投资方面的资金压力尚可控。2015 年以来随着“渔人码头”和太原湖滨广场项目的对外销售，以及下属子公司上海东方明珠教育投资有限公司转让松江大学城和复旦大学北区公寓，公司项目收入大幅增长。

截至募集说明书签署日，公司无土地储备情况。

发行人文化地产业务涉及的房地产项目开发主体均具备相应资质；发行人在信息披露中不存在未披露或者失实披露违法违规行，不存在因重大违法行为受

到行政处罚或受到刑事处罚；发行人诚信合法经营，未出现违反供地政策、违法违规取得土地使用权、拖欠土地款、土地权属不明、未经国土部门同意且未补缴出让金而改变容积率和规划、违反闲置用地规定等情况，所开发的项目均合法合规，且不存在“囤地”、“捂盘惜售”、“哄抬房价”、“信贷违规”、“销售违规”、“无证开发”等问题，没有受到监管机构处分的记录或造成严重社会负面的事件出现。

十、发行人在建工程与拟建工程

（一）发行人在建工程

发行人及纳入合并报表范围子公司的在建工程符合法律法规的要求，符合国家相关政策，已按照相关规定办理审批，不存在未批先建、批建不符等情况。

截至 2019 年 9 月末，发行人在建工程账面余额 4.14 亿元，减值准备 0.76 亿元，账面价值 3.39 亿元。减值准备形成的主要原因为：因佘山项目建设需要，文广摄制基地 2002 年购买 IMAX 放映系统和 SIMEX 动感设备，账面价值 75,561,288.74 元。2014 年 3 月经上海东洲资产评估有限公司出具的沪东洲资评报字【2014】第 0157166 号上海文广影视摄制基地有限公司拟期末测试所涉及的部分资产评估报告，并经批准，按《企业会计准则》规定计提了在建工程减值准备计人民币 57,412,949.74 元。由于文广摄制基地全面退出佘山项目，考虑到该设备已无实际使用价值，对其全额计提了减值准备。目前设备处置方案尚在制定过程中。发行人不存在停建缓建情况。

公司主要在建工程包括东方明珠凯旋路数字电视发射研发中心建设工程，该工程为东方明珠新媒体股份有限公司在上海市凯旋路的新建数字电视发射研发中心大楼项目，总建筑面积约 54,000 平方米，包括地下二层，地上二十二层，预计于 2019 年结构封顶，2020 年进行装修工程。项目建成后，数字电视发射研发中心大楼将具备数字电视发射、研发等功能，完工后经营模式为“出租”。该在建工程项目已获得上海市发改委批准（沪发改社[2015]87 号）、四证齐全，符合法律法规的规定和国家相关产业政策的要求及行业发展规划，均按照批准文件要求正常实施。

截至 2019 年 9 月末，公司在建工程明细如下表所示：

图表 5-12：截至 2019 年 9 月末发行人在建工程明细

单位：万元

项目	账面余额	减值准备	账面价值
建安工程	41,430.43	7,576.09	33,854.34
设备工程	37,181.11	-	
待摊支出	4,758.29	-	

其他支出	528.90	-	
工程物资	13.81	-	
合计	83,912.54	7,708.97	76,336.45

（二）发行人拟建工程

截至 2019 年 9 月末，发行人无拟建项目。

十一、发行人发展战略及经营计划

文广集团将打造“互联网+SMG”作为未来的发展目标。为实现这一目标，文广集团将不断强化面向全媒体生产内容的能力，运用现代传播新手段、新方法弘扬主旋律。通过互联网模式运营，不断提升核心竞争力，打造互联网媒体生态系统。引领文广集团整体实现新媒体突围与跨越式发展，助力文广集团成为拥有强大实力和传播力、公信力和影响力的新型主流媒体。

公司将力争打造一家用户过亿的“平台级”新媒体或新应用，重点建成一个综合性的互联网电视平台—BesTV，该平台将整合原来分散的移动互联网应用，融合新闻、财经、体育等 SMG 所有的内容并集中呈现，并且链接外部伙伴，植入电商购物、在线支付、应用商店等多线功能服务，未来三年力争汇集 3,000 万月活跃用户。

公司将全力打造一个面向多终端的互联网视频新闻品牌—“看看新闻”，“看看新闻”紧紧瞄准年轻人这一群体，引入“人工智能”、“互动直播”等创新体验技术，打造一个“最具参与感”的视频新闻应用，在一年时间内，要实现日均活跃用户 20 万以上；在两年时间内，登上 IOS 和安卓应用市场同类型产品前十名，并在今后三年里努力成为国内用户数和用户活跃度领域的“视频新闻第一客户端”。

公司将发展一个互联网音频社区—“阿基米德”，“阿基米德”要推出一系列的新节目新功能，强化社交性、互动性、延展性，面向全国的广播电台以及音频内容提供者，提供一个聚合平台，给内容以更多出口，建立利益分享机制，力争未来五年达到 2 亿用户规模，成为平台级新媒体应用。

公司将全媒整合，打造第一财经新媒体矩阵，第一财经网为互联网聚合中心，第一财经客户端为移动互联互聚合中心，微博账号作为社交广场式入口，微信公众号作为社交朋友圈入口，形成对投资用户多屏、多场景、多形式的财经资讯粘性，打通矩阵脉络，争取在 2020 年在用户总数、页面浏览量、客户端下载量上达到新高度。

公司要将互联网媒体产品作为主营业务加以培植和发展，以 BesTV、看看新闻、阿基米德和第一财经新媒体矩阵为突破口，使其成长为各自领域的最强品牌，并带动 SMG 实现管理、运营和业务的互联网转型。

公司将致力形成完善的互联网媒体生态系统的内容矩阵、应用集群和服务体系。未来五年，基本完成云平台搭建，SMG 已经确定了与亚马逊公司的战略合作框架，参与其公有云的发展，同时利用其技术，开发满足媒体特性的私有云，以统一用户管理和大数据为核心，全面对接互联网媒体生态系统的各项业务，成为 SMG 媒体融合发展及“互联网+”战略转型的技术引擎，SMG 的媒体云平台和大数据中心要力争成为中国广电行业最大的行业公有云提供商，提升产品制作的针对性和有效性。

公司将加大开放合作，引入外部的内容创作经验和模式，通过与成熟互联网公司开展各个层面的合作，学习他们的经验和方法，SMG 将寻找更多的对外合作机会，借助外部力量来丰富 SMG 的内容创作，打造“SMG 智造”这一品牌。未来五年，在影视、娱乐、纪实、体育、动漫、演艺等方面，打造自主创意制作或拥有自主知识产权的全国“现象级”产品；培育或组建有创意和制作能力的独立制作人团队；招聘或选拔有策划和市场运营能力的产品经理人；发展在产业链和相关环节上全国排名领先的专业企业。

截至本募集说明书签署日，发行人合并范围内暂无未来进一步的整合计划。

十二、发行人所在行业状况及行业地位

（一）发行人所属行业整体情况

1、文化传媒

（1）我国文化传媒行业发展现状

建国六十多年来，我国文化及传媒产业经历了从小到大、从无到有、从小到大、从弱到强的发展历程，作为快速发展的“朝阳产业”，现已成为中国特色社会主义事业和国民经济体系的重要组成部分。

2015 年以来，经济增速的持续放缓使得产业转型升级的需求不断增强，新兴产业被市场寄予了深切的期望。消费的扩容和技术的升级成为支撑文化传媒产业持续健康发展的底层动力，传媒行业持续进入中长期景气阶段。

国家广电总局发布的数据显示：截止 2018 年底，全国有线广播电视覆盖用户数达 3.46 亿户，比 2017 年（3.36 亿户）增加 0.10 亿户。其中，数字电视覆盖用户数 3.23 亿户，双向电视覆盖用户数 2.08 亿户，比 2017 年（3.04 亿户和 1.86 亿户）分别增长 6.25%和 11.83%。有线电视网络数字化、双向化和宽带网络建设持续推进，有线广播电视覆盖人群持续扩大。

报纸期刊和广播电视是文化传媒的传统媒介，随着近年来互联网及电子产品的飞速发展，传统传媒媒介受到了一定的冲击。以有线电视为例，受外部竞争等

因素影响，全国有线电视网络收入继续下滑。2018 年有线电视网络收入 779.48 亿元，比 2017 年（834.43 亿元）减少 54.95 亿元，同比下降 6.59%。我国电视台、广播电台数量众多，行业竞争日趋激烈。且不同层级、不同区域播出机构之间的收入规模和创收能力差距较为显著，总体而言，省级广电机构的收入贡献度最为突出，经济发展、广播电视体制机制改革以及节目创新探索的先行区域成为广播电视行业的领军者。

未来，媒介融合将是文化传媒发展的重要趋势。2014 年 8 月 18 日，国务院出台了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，随着未来互联网对传媒产业发展的驱动力日渐增强，未来我国文化传媒行业将迎来以互联网为核心，媒介融合发展的新时代。

1) 传统有线电视行业发展现状

国有有线电视网络行业的主管部门为国家新闻出版广电总局，其主要负责产业政策研究制定、标准研究与起草、行业管理与规划等。在行业的监管中，目前我国有线电视行业实行国家统一领导，分级管理，由各省、市、县级广播电视局对各级有线电视运营商进行分级管理，通过发放经营许可证，实施许可认证管理。

我国有线电视网络行业呈现如下特征：

①网络整合空间广阔

中国有线电视网络是全世界规模最大、最具市场潜力的网络。截至 2018 年底，全国广播综合人口覆盖率为 98.94%，电视综合人口覆盖率为 99.25%。有线电视实际用户 2.18 亿户，有线数字电视实际用户 2.01 亿户，占有有线电视用户的 92.20%，是用户最多的有线网络运营体。随着国家政策的逐步“松绑”、通信信息技术的飞速发展、三网业务融合步伐的加快、直播卫星电视的全面放开，中国有线电视网络将会由“四分五裂”、“各自为政”的现状走向“合纵连横”、“互联互通”新格局，形成一个整体的综合信息运营体。

②业务融合趋势明显

数字技术、网络技术的快速发展，推动着广播电视网、通信网、互联网向综合提供语音、视频、数据等多种业务方向发展，三网融合正在逐步成为现实，同时也催生出了网上广播电视、IP 电视、移动多媒体广播电视、手机电视等多种新的媒体形式。三网融合后，内容转播平台的增加，对于内容提供商而言，将拥有更多发行渠道及受众资源，其中广电系统的传统节目电视剧已成功跻身互联网。三网融合使电视剧的播放实现全时段、立体化，可以摆脱空间的限制，走出传统的电视屏幕，在更大的平台上体现内容价值。随着双向化改造的逐渐完成，有线电视网络已具备双向交互、大容量、高速率、多功能等特征，除了能提供广电基本业务、扩展业务外，还能提供电信增值业务（宽带数据接入、互联网接入业务

以及语音服务等), 将在很大程度改变以往有线电视的商业运营模式。有线数字电视的产品已经从过去单一的模拟电视服务扩展到一系列的数字电视服务, 多种业务共享一个传输平台, 将降低各种业务所分摊的网络成本, 推动有线网络资源开发向纵深发展, 大大提升网络用户 ARPU (每用户平均收入) 值。

③政策支持力度越来越大

党和政府高度重视有线电视数字化工作, 各级政府、各部门陆续出台了一系列鼓励和支持有线电视数字化工作的政策。国家广电总局 2003 年颁布的《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》规定付费频道开办主体向系统内、系统外、民营资本、社会资本开放; 国务院 2005 年颁布的《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》允许非公有资本参与广电节目制作、有线电视接入网、有线电视接收端数字化改造; 2008 年发改委等六部委起草的《关于鼓励数字电视产业发展的若干政策》规定 2010 年底前, 广播电视运营服务企业收取的有线数字电视基本收视维护费, 经批准免征营业税, 期限不超过 3 年。2011 年 10 月 22 日中共中央印发中发(2011) 14 号文《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展、大繁荣若干重大问题的决定》, 该文件明确将继续执行文化体制改革配套政策, 对转企改制的国有文化单位的扶持政策执行期限再延长五年。

④有线电视行业的周期性、季节性或区域性特征

有线电视行业周期性和季节性不明显, 区域性特征明显, 这是由于: 近年来, 我国政府高度重视有线电视行业的发展, 制定了一系列鼓励、扶持的政策性措施, 与此同时, 行业技术发展有了较大进步, 行业业务种类不断丰富, 节目传输质量不断提升, 从而有线电视行业保持了强劲的发展势头。电视虽然遭受到互联网、电信等行业的冲击, 但是作为目前人民群众最主要的娱乐休闲方式, 行业周期性不明显。电视节目制作、信号传输以及观看不受天气与季节的影响, 故亦无明显的季节性特征。另外, 目前国家广电总局对有线电视网络的指导管理政策为区域单一性, 即根据《广播电视管理条例》第二十三条规定, 同一行政区域只能设立一个区域性有线广播电视传输覆盖网, 使我国有线电视行业具有了极强的区域性特征。

⑤行业发展加速, 面临巨大的资金压力

在有线电视迈向产业化、集约化、规模化的发展过程中, 需要投入巨额的资金。虽然存在着多种融资途径, 但从总体上来看有线电视网络运营商仍普遍存在着资金短缺的问题。首先, 有线电视数字化是一项庞大的系统工程, 工程内容包括数字电视前端系统的建设、数据通信平台的建设、综合业务服务平台的建设、城域网双向化改造、长途干线传输网络的重组、优化及扩容、数字电视机顶盒购

路、信息内容集成平台建设等，每一项都需要投入巨额资金。根据国内已完成数字电视整体转换的城市经验，有线电视数字化投资成本超过 1,000 元/户。其次，我国有线电视处于高速发展时期，从经济、市场和技术发展的角度分析，现有有线电视网络和业务必须打破分割、分散的状态，加速整合和扩张，但整合和扩张需要巨额投资作保证。最后，数字电视的核心在于内容，而内容建设与内容提供也需要巨额的资金投入。

⑥行业内外竞争压力加大

首先，有线电视网络面临着无线、卫星、互联网等多种传输网络的竞争压力。由于多种原因，在我国形成了有线、无线、卫星、互联网等多种技术手段并用的广播电视传输网络，它们的功能定位不同，各有优势，既相互补充又相互竞争。在数字、网络技术高度发达的今天，渠道已不再是稀缺资源。有线网络不是电视传输的唯一渠道，今后渠道将会更多、成本会更低，甚至还会出现渠道过剩的现象。其次，近年来新媒体发展迅猛，已成为推动社会变革的重要力量，给社会生活的方方面面带来了冲击。网络电视台、IPTV、手机电视、互联网电视在技术模式、商业模式、信息交换方式等方面加快融合，传统媒体也在积极与新媒体技术相结合，利用新技术在新的终端或技术平台上发展。2011 年以来，全国成立了数十家网络电视台。新华网络电视台与 PPTV 签署战略合作协议，在内容分发、商务、网站运营等方面展开全面合作。3G 网络的覆盖使得移动媒体迅速扩张。3G 网络的快速发展，使得手机上网越来越方便快捷，手机的便携性与随时随地上网的特性使得手机逐渐发展成超越通信工具的移动媒体。IPTV 发展提速，用户数量快速增加，截至 2018 年末，全国 IPTV 用户达 1.55 亿户，全年净增 3,316 万户。电信供应商凭着双向交互的技术优势、灵活经营的运行优势、公司上市的资本优势、上下联通的体制优势、盈利模式成熟的经济优势，将给广电系统带来巨大的竞争压力。不仅如此，随着电信实施“光进铜退”策略——将进入家庭的双绞铜线改造成同轴电缆，或者使用全光纤网（光纤入户），电信网也将突破传输容量的瓶颈，广电有线网络的带宽优势将很快消解。再次，来自新媒体的挑战。以新一代数字、网络技术为基础的新媒体业务，作为世界高新技术发展的大趋势，正给数字电视行业带来新的挑战。互联网、网络广播、IPTV、移动电视、MP4、网络视频、手机电视等，正在以不同的形式、不同的传播途径挤压或“入侵”电视的势力范围，尤其是基于互联网的网络新媒体的高速成长，正在迅速地蚕食电视现有受众，网络受众的增长速度远超传统媒体。

⑦行业体制机制落后、盈利模式单一

由于体制的因素，有线电视网长期处于相对垄断和封闭的环境里，缺乏体制创新动力。首先，网络比较分散。中国有线电视网络是本着“谁投资、谁受益”的原则，自下而上发展起来的，有线电视网络的所有权比较分散。截至 2018 年

末,我国有线电视实际用户 2.18 亿户,这些用户分别属于全国 2,500 多家省、地、县级有线网络公司,归全国各省、市、县政府部门分割管理。这些彼此独立的网络在建设时就缺少统一规划和统一标准,不能互联互通,不利于开发多功能业务和形成规模经济。其次,关键人才缺失。有线电视网络作为高新技术产业,融会了当今世界最先进的信息传播技术,需要一流的技术人才,有线电视网络产业化经营和企业化运作更是需要一流的企业经营人才和管理人才,但长期以来落后的行业体制限制了电广系统的人才培养和人才引进。最后,有线电视网络的盈利模式比较单一。如前所述,有线电视数字化实现了技术升级,但用户真正购买的并非技术,而是内容和服务,影视节目内容、各种信息内容及与之相应的服务才是整个数字电视产业链的核心产品,更是核心竞争力所在。目前,全国大多数有线电视运营商在实施数字电视整体转换后,普遍存在着内容缺失、增值服务开发滞后等问题,这就严重影响和制约了有线电视收入的提高和产业的进一步发展。

2)、互联网新媒体行业发展现状

随着信息科技的进步和社会节奏的加快,人们对于信息的交互性、定制性、即时性、开放性和共享性要求越来越高。以数字技术和网络技术为依托,通过电脑、手机和数字电视机等终端设备,向用户提供信息和娱乐服务的新媒体业务发展迅猛。以 IPTV 和 OTT 为代表的互联网新媒体在三网融合政策的推进与宽带建设的加速共同作用下,得到了良好的发展环境。

三网融合是指电信网、广播电视网和互联网经过技术改造后业务范围趋同的过程。2015 年 9 月,国务院办公厅印发《三网融合推广方案》,明确提出要在全国范围推动广播电视和电信业务的双向进入,并在加快宽带网络建设改造和统筹规划以及强化网络信息安全和文化安全监管两方面提出要求。方案的推出标志着三网融合已从试点阶段升级到了全面而深入的推广阶段。

另一方面,随着宽带中国战略的推进,国内光纤接入户数进一步增长,宽带提速效果也较为显著。根据工信部相关数据,截至 2018 年 12 月底,电信、移动、联通三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达 4.07 亿户,同比增长 16.9%。“光进铜退”趋势更加明显,2018 年全国光缆线路总长度达 4358 万公里,比上年增长 16.3%。其中,光纤接入 (FTTH/O) 用户 3.68 亿户,占固定互联网宽带接入用户总数的 90.4%,同比增长 6.1%,100M 以上的宽带接入用户占比达 70.3%,比上年提高 31.4%。4G 用户总数达到 11.7 亿户,同比增长 16.9%,居民网络消费需求不断增强。在工业和信息化部推进下,已完成 5G 技术研发试验第三阶段测试,5G 系统设备具备预商用水平,目前中国移动目前正在 5 个城市推进 5G 试点,并参与了 12 个城市 5G 应用示范。中国电信目前在 17 个城市进行 5G 创新示范,中国联通试点城市规模也达到 16 个。按照计划,中国将在 2019 年进行 5G 试商用,2020 年正式商用。因此信息基础建设的强化为发行人所在的

新媒体行业发展提供了强劲动能。

2018 年收视多元化特征愈加明显，IPTV 用户规模快速增长，2018 年底用户数已达 1.55 亿户，同比上涨 27.1%，OTT TV 用户总量达 1.64 亿户，同比上涨 12.08%，在线视频行业渗透率达 71.3%，相比去年同期增长 4.2%，行业整体呈现波动上涨趋势。视频付费用户的比例也在持续增长，2018 年中国视频会员规模超过 2.3 亿，近三年复合增长率达 119%，付费用户占比已过半，付费用户的使用粘性及其复购率高，用户付费习惯已经基本养成。移动视频市场规模及渗透率仍在上涨，无论是垂直细分领域精耕细作，还是跨平台间的合作共生，均尚有较大的发展空间。

3) 节目制作行业发展现状

我国的电视剧和电影制作产业近年来飞速发展。根据国家广电总局的统计数据，2018 年全国电视剧产量总体平稳，作品质量不断提升。2018 年全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的电视剧、电视动画片、纪录片的制作量稳中有升。2018 年全国制作发行电视剧 323 部、1.37 万集，制作发行电视动画片 241 部、8.62 万分钟，制作纪录片 7.59 万小时，比 2017 年小幅增长。影视剧类电视节目播出时间 822.09 万小时，比 2017 年（798.81 万小时）增加 23.28 万小时，同比增长 2.91%。国内现有获得电视剧生产甲级许可证机构一百三十余家，获得乙级许可证机构近 3,000 家，电视剧制片业规模稳居世界第一。

我国电影市场在近年来高速增长的基础上继续保持增长，电影票房再创新高。2018 年内地票房超过 609.76 亿元，比上年增长约 9.06%；内地城市院线观影人次超过 17 亿，在上年较高基数基础上继续保持增长态势，全年生产故事影片 902 部，科教、纪录、动画和特种影片总计 180 部。2018 年，规模以上电影和广播电视节目发行营业收入同比增长 35.8%。2

2018 年中国视频用户已经接近 2 亿，继续保持高速发展，而伴随着下游内容付费高速发展的是上游影视制作的重建和洗牌。精品内容与头部内容的整体优势进一步扩大，随着国家加强影视综艺等视听节目审核、强化内容制作企业的税务征收监管并限制明星嘉宾薪酬，影视剧行业告别高速增长进入去产能调整阶段。电视剧制作许可证（甲种）持证机构数量明显下降，由 2014 年的 137 家下降至 2018 年的 113 家。2018 年下半年以来，受税收政策和资金紧张的影响，制作方经营压力加大，电视剧制作备案数环比持续下降，电视剧开机数大幅低于 2017 年同期。在“内容为王”的时代，优质内容受到多方青睐，电视剧精品化趋势已经确立。过去由于演员片酬过高导致成本分配不合理，在监管趋严的形势下，行业成本结构有望改善，更多的资金将投入到制作本身，行业的寒冬反而有益于制作能力强、规模大、资金充足的精品影视剧制作公司。主流影视公司不再迷恋流量明星，制作成本合理分配，以剧带人取代以人带剧。内容行业正逐渐由“流量为

王”转向“内容为王”的良性发展趋势。

4) 广告行业发展现状

我国广告行业经历近三十年的发展，从无到有、从小到大，正在成长为知识密集、人才密集、技术密集的高新技术产业。但我国广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业低端市场竞争激烈，基本处于完全竞争状态。电视广告行业与我国整个广告行业的情况类似，市场参与者众多，市场竞争激烈，行业内企业发展水平参差不齐，大部分的中小电视广告公司服务单一，大型的综合型广告公司较少。

我国电视媒体广告公司分媒介代理、广告创意制作和综合型三种。省级、地市级媒介代理公司多属区域性公司，数量众多、规模不大、竞争激烈、生存压力越来越大；广告创意制作类专业度高、竞争压力小、盈利能力较强、但很难形成规模效益；媒体控制型公司因拥有长期经营的媒体资源，如：未来广告公司作为央视下属广告公司，经营稳定、盈利能力强；综合型公司兼营媒介代理和创意制作，能整合电视媒体广告资源、为客户提供从市场调研、品牌定位、品牌管理、创意制作到媒介策略、媒介购买、媒介执行、策略评估等广告全案服务，大多是国际 4A 公司及中国 4A 公司，这些公司广告资源整合力强、规模化、专业化程度高、竞争力强。

随着互联网和通信技术的不断升级以及大数据和云计算的广泛应用，各类销售渠道之间的界限被打破，电视、电脑、移动终端之间多屏互动成为趋势。近年来我国广告收入持续保持增长，收入构成持续调整，广播电视传统广告收入下降，网络媒体广告收入大幅增加。2018 年全国广告收入 1864.49 亿元，比 2017 年（1651.24 亿元）增加 213.25 亿元，同比增长 12.91%。其中，广播广告收入 140.37 亿元，比 2017 年（155.56 亿元）减少 15.19 亿元，同比下降 9.76%；电视广告收入 958.86 亿元，比 2017 年（968.34 亿元）减少 9.48 亿元，同比下降 0.98%；网络媒体广告收入 491.88 亿元，比 2017 年（306.71 亿元）增加 185.17 亿元，同比增长 60.37%，占广告收入总额的比例从 18.57% 提高到 26.38%，网络等新媒体广告成为新的收入增长点。

(2) 文化传媒发展环境与行业政策

我国的文化体制改革于 2003 年启动。2009 年 7 月，我国第一部文化产业专项规划《文化产业振兴规划》由国务院常务会议审议通过，标志着文化产业上升为国家战略性产业。近年来，为加快文化产业发展、推动其成为国民支柱性产业，政府出台了一系列政策：包括支持国有控股文化企业股份制改造，落实税收优惠政策、加大税收扶持力度，鼓励银行金融机构加大对文化企业的金融支持力度，支持有条件的文化企业上市融资等。文化企业发展面临着有利的政策环境。

但作为具有意识形态特殊属性的重要产业,文化传播领域的发展和规范一直受到原国家广播电影电视总局(简称“国家广电总局”)及国家新闻出版广电总局严格的监督和管理。2011年10-11月间,原国家广电总局先后下发了《关于进一步加强广播电视广告播出管理的通知》以及《〈广播电视广告播出管理办法〉的补充规定》(即“限广令”),决定自2012年1月1日起,全国各电视台播出的影视剧和新闻节目中间不得再以任何形式插播广告,禁止在片头之后、剧情开始之前以及剧情结束之后、片尾之前插播任何广告。同一时期,原国家广电总局还发布了《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》(即“限娱令”),要求自2012年1月1日起,全国各家电视上星综合频道提高新闻类节目播出量,每周在19:30-22:00黄金时段内播出的娱乐节目不超过2档;全国卫视选秀节目一年内的总量不超过10档,类型不得重复;各台必须设1档道德建设类节目。2013年10月12日,国家新闻出版广电总局下发了《关于做好2014年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》(即“加强版限娱令”),要求扩大新闻、经济、文化、科教、少儿、纪录片等节目播出比例,总播出时长按周计算不少于30%;每季度黄金档只择优选择一档歌唱类选秀播出;各卫视每年引进境外版权模式节目不得超过一个。“限广令”、“限娱令”等管理办法的出台在一定程度上规范了广播电视行业的经营运作,同时亦对各个广播电视媒体营运构成一定挑战,对各电视台广告收入也带来较大冲击。据估算,2012年“限广令”的实施,导致各地电视台的年广告收入减少约200亿元。

2014年4月,国家新闻出版广电总局宣布自2015年1月1日起实行“一剧两星”政策,即同一部电视剧每晚黄金时段联播的综合频道不得超过两家、在卫视综合频道每晚黄金时段播出集数不得超过两集。根据《2015年中国电视产业发展报告》统计显示,自“一剧两星”政策实施以来,2015年晚间19:00-21:00时段,卫视共播出内地剧447部,较2014年减少55部,其中新剧播出238部,较2014年减少11部,首播新剧比例为53.24%,较2014年增加3.64个百分点。“一剧两星”的新政实施后,一方面卫视频道的电视剧采购成本有所增加;另一方面,同一时段卫视频道播出新剧比例上升,优质电视剧的稀缺性进一步凸显,卫视频道之间的资源竞争更趋激烈。

2017年8月,国家新闻出版广电总局发布《关于把电视上星综合频道办成讲导向、有文化的传播平台的通知》(简称“《通知》”)。《通知》要求,进一步强化电视上星综合频道的公益属性和文化属性,鼓励在黄金时段增加公益、文化、科技、经济类节目的播出数量和频次;继续加强综艺娱乐、真人秀节目管理调控,严格控制影视明星参与综艺娱乐、真人秀等节目的播出量和播出时间,原则上黄金时段不再播出引进境外模式的节目,鼓励制作播出星素结合的综艺娱乐和真人秀节目以及具有中华文化特色的自主原创节目;强化重点时期黄金时段电视剧播出管理调控,提前审查、重播重审,原则上不得编排娱乐性较强、题材内容较敏

感的电视剧。国家新闻出版广电总局对综艺、娱乐监管的进一步加强，一方面催生出各省级卫视文化类节目的繁荣以及如《声临其境》等部分高品质原创综艺节目的收视热潮，但同时也给各上星综合频道的运营造成了一定的压力，各上星综合频道在优质电视剧资源方面的竞争或将更加激烈。

2018 年，中国宏观经济增速持续承压，文化行业在国家经济进行供给侧改革的大背景下面临转型挑战，产业升级与业务优化势在必行。面对文化行业发展的新局面，党和政府相关主管部门不断推出新的产业监管政策，推动行业发展行稳致远。

2018 年 3 月，国务院机构改革方案正式公布，不再保留文化部、国家旅游局、国家新闻出版广电总局，组建文化和旅游部以及国家广播电视总局，同时重新组建国家知识产权局。此外，根据中共中央于同月印发的《深化党和国家机构改革方案》，中央宣传部将统一管理新闻出版工作和电影工作，对外加挂国家新闻出版署(国家版权局)和国家电影局牌子。文化产业相关主管机构的调整整合，为新时代文化产业的发展繁荣提供了进一步的组织机构保障。

2019 年 3 月出版的第六期《求是》杂志发表中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平的重要文章《加快推动媒体融合发展构建全媒体传播格局》。文章强调，要推动媒体融合向纵深发展，加快构建融为一体、合而为一的全媒体传播格局。

在具体政策方面，国家新闻出版广电总局发布《关于加快推进高清电视发展的通知》，政策明确，到 2020 年省级和较发达地级台基本实现高清化，各有线网络公司要积极支持高清电视发展，做好高清频道的接入、传输工作，加快高清电视机顶盒推广普及，在这一政策的推动下，高清化将进一步成为全国广电业务的行业标准。2018 年 9 月，广电总局印发《4K 超高清电视技术应用实施指南(2018 版)》，指导电视台和有线电视、卫星电视、IPTV、互联网电视等规范开展 4K 超高清电视直播和点播业务，保障 4K 超高清电视制播、传输、接收及显示质量，4K 领域发展步入正轨。

新组建的国家广播电视总局发布《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，政策强调要牢牢把握正确的政治方向，鼓励以优质内容取胜，严格控制嘉宾片酬，加大电视剧网剧治理力度，维护广播电视与网络视听节目的健康有序发展。

在上海市文创产业政策方面，上海市继续落实市委、市政府“文创 50 条”政策精神，发布《全力打响“上海文化”品牌加快建成国际文化大都市三年行动计划(2018-2020 年)》及《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》，政策强调要在全中国率先建成现代公共文化服务体系，培育两个以上平台级新媒体、两家

以上国内领先的新型主流媒体集团，未来五年，本市文化创意产业增加值占全市生产总值比重达到 15%左右，基本建成现代文化创意产业重镇，这为上海市综合主流媒体集团提供了广阔的发展空间。上海的文化产业发展已进入全面加速期。

综上所述，国家文化产业政策的完善以及上海文化产业政策的大力推动为上海文化产业和传媒企业提供了坚实的发展环境。

(3) 我国文化传媒行业竞争格局与发展趋势

行业竞争方面，随着互联网技术及科技技术的飞速发展，以纸质传媒为代表的传统传媒行业正面临着严峻的挑战。一方面，广播电视等传统媒体虽然能够凭借着无线传输行业的特殊性，在各区域内都能够垄断经营，但另一方面，互联网新媒体的不断发展，也冲击着传统媒体原先的垄断地位，逐渐侵蚀传统媒体的市场份额。

发展趋势方面，文化传媒行业随着时间的推移其外延与内涵也在不断发生着变化。根据清华大学传媒经济与管理研究中心发布的《中国传媒产业发展报告》（即“传媒蓝皮书”），2012 年以前文化传媒的分类主要包括报纸、图书、期刊、广播、电视、电影、音像、互联网、移动媒体、广告。自 2013 年起，分为了印刷、广电、PC 互联网和移动互联网四大板块。随着互联网等新兴媒体的崛起，传媒产业呈现整体繁荣，局部下滑的局面。整体良好的发展态势主要依赖于基于互联网的新兴媒体，但以报纸为代表的部分传统媒介产品已经处于市场生命周期的衰退期。电视广告的增长趋于平缓，连续三年低于两位数，报纸广告收入连续 5 年大幅下降。而网络广告收入和网络游戏收入保持了较高的增长。

新媒体方面，根据《“宽带中国”发展战略及实施方案》，我国将继续加快推进固定宽带网络基础设施的建设普及和优化升级，到 2020 年固定宽带用户的发展目标为 4 亿户，家庭普及率达到 70%，城市和农村家庭宽带接入能力分别达到 50Mbps 和 12Mbps，50%的城市家庭用户宽带接入能力达到 100Mbps，发达城市部分家庭用户接入能力达到 1Gbps；此外，3G/LTE 网络等高速移动互联网的进一步普及和提速也是“宽带中国”战略的发展重点，到 2020 年我国将实现 3G/LTE 超过 12 亿用户，移动用户渗透率达到 85%，LTE 网络基本覆盖城乡的发展目标。信息技术基础设施建设和升级的加速推进为公司所在新媒体行业的高速发展奠定良好基础。

内容趋势方面，未来互联网新媒体的发展将呈现以内容 IP 为驱动的泛娱乐化发展趋势。“互联网+”时代，文化产品的连接融合现象明显，文学、动漫、影视、游戏、音乐、综艺等娱乐形式不再孤立发展，而是可以协同打造同一个优质 IP，构建一个以内容 IP 为驱动的泛娱乐新生态。未来互联网新媒体的内容将从文学、动漫、影视、音乐等领域挖掘有潜力的 IP，通过动漫、影视、游戏等视

觉冲击巨大的大众媒体扩大影响力，最后通过影视点播、游戏、授权衍生品销售等途径实现变现。

技术趋势方面，随着移动互联网的发展，除浏览器、搜索引擎等传统流量入口外，各类应用成为了互联网服务和体验的新入口。吸引用户进入之后，通过技术驱动打造一站式的综合服务平台提供更多的服务内容，交付更多价值，实现用户粘性增加。因此以技术为驱动的平台化发展战略成为互联网时代的必然趋势。

用户趋势方面，围绕用户打通智能家庭及户外应用，形成线上线下联动生态，实现用户价值增值将是行业发展的趋势。

未来，媒介融合将是文化传媒发展的重要趋势。2014年8月18日，国务院出台了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，明确提出着力打造新型主流媒体和强大实力的新媒体集团。媒介融合将承担起拯救传统媒体的重任，传统媒体需要具有互联网思维，进行转型。随着未来互联网对传媒产业发展的驱动力日渐增强，未来我国文化传媒行业将迎来以互联网为核心，媒介融合发展的新时代。此外，商业模式的创新也将成为文化传媒行业发展的关键。传媒与广告业相生相伴，作为传媒产业的主要营收模式，传媒产业与广告行业的兴衰保持相同的步调。随着互联网的发展，传媒产业生存发展模式也将发生巨大的变化，媒体在商业模式上的创新将为传媒脱离广告发展创造出更多的可能性。如节目与内容版权收入、网络游戏、电子商务、数据信息服务等都将成为商业模式创新后文化传媒发张的新增长点。

2、电视购物

(1) 我国电视购物行业市场现状

电视购物于 20 世纪 90 年代开始进入中国，经过二十余年的发展已经形成相对成熟的产业链，并随着经济发展和居民收入水平提高而得到较快的发展，以东方卫视的东方购物、湖南卫视的快乐购和江苏卫视的好享购物等为代表的电视台自办模式成为行业主流。

我国电视购物实行准入制度。截至 2017 年末，全国经国家新闻出版广电总局颁发运营牌照的电视购物企业共有 34 家。其中，信号覆盖全国的电视购物企业有 11 家，覆盖省域的有 15 家，覆盖跨省域的有 1 家，覆盖跨市域的有 3 家，覆盖市域的有 4 家。

图表 5-13：经国家新闻出版广电总局颁发运营牌照的电视购物企业名单

省份	开办主体	频道名称	覆盖范围
中央	中央人民广播电台	央广购物频道	全国
中央	中国国际广播电台	环球购物频道	全国

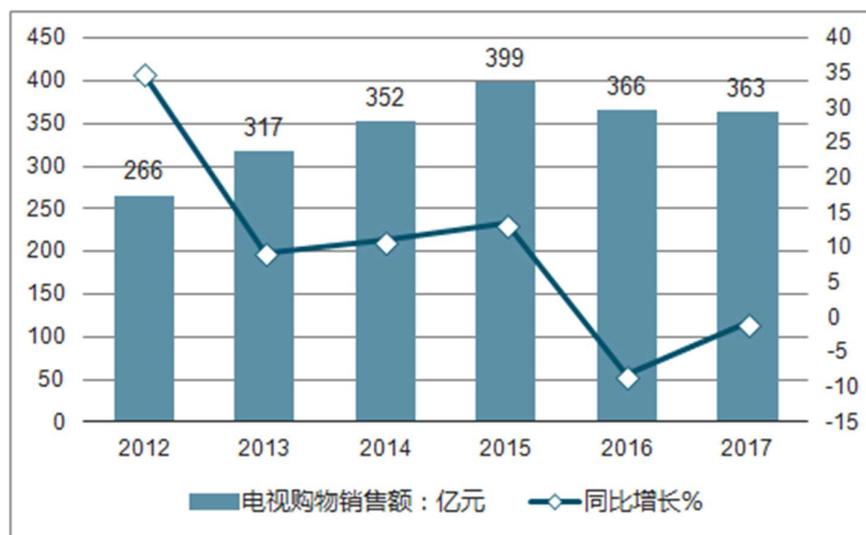
省份	开办主体	频道名称	覆盖范围
中央	中央电视台	中视购物频道	全国
山西	山西广播电视台	优购物频道	全国
上海	上海广播电视台	东方购物频道	全国
江苏	江苏电视台	好享购物频道	全国
安徽	安徽广播电视台	家家购物频道	全国
江西	江西广播电视台	风尚购物频道	全国
湖南	湖南广播电视台	快乐购物频道	全国
重庆	重庆电视台	时尚购物频道	全国
贵州	贵州广播电视台	家有购物频道	全国
北京	北京广播电视台	爱家购物频道	省域
山西	太原市广播电视台	家庭消费频道	省域
辽宁	辽宁广播电视台	宜佳购物频道	省域
黑龙江	哈尔滨市电视台	天鹅购物频道	省域
浙江	浙江电视台	好易购频道	省域
山东	山东电视台	居家购物频道	省域
河南	河南电视台	欢腾购物频道	省域
湖北	湖北广播电视台	美嘉购物频道	省域
湖北	武汉市广播电视台	广通购物频道	省域
广东	深圳市电视台	宜和购物频道	省域
广东	南方影视集团	天天购物频道	省域
广西	广西电视台	乐思购频道	省域
四川	四川广播电视台	星空购物频道	省域
四川	成都市广播电视台	每日电视购物频道	省域
陕西	陕西广播电视台	乐家电视购物频道	省域
天津	天津广播电视台(与河北/内蒙古电视台联办)	三佳购物频道	跨省域
安徽	芜湖市广播电视台(与合肥/马鞍山/铜陵/安庆电视台联办)	皖江购物频道	跨市域
福建	厦门市电视台	全心购物频道	跨市域
湖南	长沙市电视台(与株洲市/湘潭市电视台联办)	嘉丽购物频道	跨市域
辽宁	大连市广播电视台	乐天购物频道	市域
福建	福州市广播电视台	家禧购物频道	市域
广东	广州市广播电视台	电视购物频道	市域
陕西	西安市广播电视台	乐购购物频道	市域

从企业规模看，电视购物以大中型企业为主。根据《广播电视管理条例》和

《广播电台电视台审批管理办法》规定，电视购物企业不仅需要具有完备的节目审查、产品质量保证等保障体系，而且自有启动资金应达到一定规模，全国播出的购物频道不少于 1 亿元，省级行政区域内播出的不少于 5,000 万元，市地级行政区域内播出的不少于 3,000 万元。按照国家对企业规模的划分标准，目前有 85.3% 电视购物企业年销售额超过 1 亿元，达到大中型企业标准。

2017 年，全国获得电视购物经营许可的企业共有 34 家，这 34 家企业实现销售额达 363 亿元，同比小幅下降 0.8%，降幅比上年收窄 7.5 个百分点，市场规模相对趋于稳定。

图表 5-14：2012-2017 年中国电视购物销售额及同比增长走势



从经营效益看，2017 年整体电视购物企业的平均利润率为 10.7%，比 2016 年 10.1% 增加 0.6 个百分点，利润总额同比增长 5%。其中，播出范围覆盖全国的企业表现良好，销售额占比达 81.8%，较上年提高 0.7 个百分点，销售额增速比行业整体高出 3 个百分点；其 2017 年企业平均利润率为 10.2%，比 2016 年下降 0.4 个百分点。信号覆盖市级/跨省市的电视购物企业平均利润率最高，2017 年达到 16.5%。

从商品类别看，受居民消费水平提高、行业品牌信誉提升等因素影响，珠宝类和收藏品类商品需求旺盛，销售额同比分别增长 27% 和 23%，远高于社会消费品零售总额中限额以上零售企业金银珠宝 5.6% 的销售增速；电器和 3C 数码类商品受电商分流影响较大，销售额同比下降 11%。与此同时，开展跨境商品销售业务成为我国电视购物企业解决商品同质化难题、促进特色化、品质化发展的重要手段。2017 年，我国有 15 家电视购物企业开展跨境商品销售业务，占行业总体的 44%，跨境商品销售总额比上年上升 117.5%。播出范围覆盖全国的企业有 82% 开展了跨境商品销售业务。定制服务、订单采购等模式有效满足了中高端消费群

体和新兴消费群体的购物需求，个性化、品质化商品数量增多。

从销售渠道看，在媒体深化融合发展趋势下，我国电视购物企业立足电视大屏，构建起多渠道协调发展的立体销售模式，适配消费者不断转变的购物习惯。其中，网络电视渠道和外呼渠道销售额的快速增长成为亮点。2017 年，在有线网络电视渠道用户规模与销售规模双双下滑的背景下，互联网电视渠道连续两年保持良好发展势头，销售总额同比增长 37%；通过调整外呼营销策略，建立大数据分析应用，外呼渠道的营销精准度得到有效提升，实现了销售规模的快速增长，同比增幅达到 23%。

消费群体方面，2017 年，电视购物消费群体增长态势良好，部分企业的会员年龄结构趋于年轻化。从规模看，2017 年我国电视购物会员人数为 8219 万人，同比增幅 9.3%，占全国总人口的 5.9%，较上年提高 0.5 个百分点。电视购物企业平均拥有会员数为 274 万人，同比增长 6.2%。其中，播出范围覆盖全国的电视购物企业平均会员数达到 578 万人，同比增长 11.4%。从结构看，女性仍是电视购物的主力消费群体，占群体总数的 63%，与上年持平。得益于新渠道的发展和个性化商品的引入，电视购物年轻会员数量有所增长，部分电视购物企业 35 岁以下会员人数增长超过 10 万人，部分企业 35 岁以下会员人数占比达到 40%。此外，电视购物消费群体的购买力也不断走强，2017 年电视购物商品平均单价达 758 元，同比提升 6%。

国家统计局发布数据显示，2018 年全国社会消费品零售总额约为 38.10 万亿元，其中网上零售额约为 9.01 万亿元，占比 23.6%，比上一年扩大了 4 个百分点，更多人选择“足不出户”的购物方式。视频购物的优质购物体验被进一步放大，但是，包括视频购物在内不同零售渠道及零售模式的发展态势存在分化。一方面，电视购物进入下行周期，短期内难以逆转，根据商务部中国电视购物业发展报告显示，2017 年国内电视购物销售额 363 亿，同比减少 1%，维持下行态势，未来行业继续面临严峻挑战。另一方面，电商在零售领域的渗透率不断提升，2018 年，实物商品网上零售额 7 万亿元，同比增长 25.4%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达到 45.2%，较上年提升 7.3%。但是，随着互联网移动端流量红利的逐渐消失，传统电商平台流量成本不断增加，行业进入门槛持续增加并已经形成寡头垄断，在这样的行业背景下，内容电商、精准营销、消费金融等新业态不断尝试精准开辟细分领域，推动渠道下沉。在视频购物方面，融合“视频购物”+“互联网”的购物模式正逐步改变传统电视购物，以智能化、网络化为代表的新型电视购物模式成为行业发展的趋势和未来。用户对品质购物和体验购物需求不断提升，为注重精品化及视频体验的电视购物带来了发展空间，电视购物行业纷纷探索更多样化的渠道销售，探索向“视频购物”+“互联网”的转型。

(2) 我国电视购物行业发展环境及行业政策

2009 年 12 月 10 日，国家广电总局向各省、自治区、直辖市广播影视局，新疆生产建设兵团广播电视局，总局机关各司局、直属各单位，中国教育电视台发出《广电总局印发关于电视购物频道建设和管理的意见的通知》，就电视购物频道建设和管理提出意见。通知要求是以优化电视购物播出资源配置和提升服务质量为核心，以构建和完善产业链为重点，以频道专业化、经营规模化方向，完善市场主体，创新经营模式，形成结构合理、导向正确、信誉良好、充满活力、竞争优势明显的电视购物发展新格局。

2011 年 1 月 12 日，广电总局向各省、自治区、直辖市广播影视局，新疆生产建设兵团广播电视局，中央三台、中国教育电视台、电影频道节目中心发布了《广电总局关于开展打击电视购物领域侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品专项行动的通知》。此次专项行动，以保护知识产权，清理虚假违法、侵犯知识产权等电视购物节目为工作目标，停播一批违反总局规定的电视购物节目，曝光一批质量伪劣、售后服务不健全的电视购物商品，向商务、工商等部门移交一批违法电视购物企业，并向社会公开曝光。

2011 年 10 月 25 日，商务部、财政部和中国人民银行联合下发《关于“十二五”时期做好扩大消费工作的意见》。《意见》明确要进一步完善农村流通网络，发展社区便民服务，促进网络购物、电视购物等无店铺销售形式规范发展，大力促进便利消费。要发展现代流通方式，促进产销直接对接，降低流通成本，大力促进实惠消费。要培育商品、服务消费热点，大力促进热点消费。

2016 年 8 月 23 日，中国电视购物首个行业标准《中国电视购物行业标准(试行)》发布。《中国电视购物行业标准(试行)》强调购物频道必须坚持诚信为本、广电为主、规范发展、维护消费者权益等原则的基础上，对电视购物频道和从事电视购物活动的经营企业做出了具体规范，涵盖了电视购物经营活动的全过程，涉及商品管理、节目管理、顾客服务等方面。同时，将原来有关的法律、法规政策，细化到了行业流程中的每个细节和岗位，指导性和操作性更强，也向社会和消费者提供了中国电视购物行业的服务清单和承诺，让每一位消费者能放心消费、明白消费。

作为试行版，此次颁布的行业标准将根据融合发展的目标，在今后的实际运行中，积极应对消费人群日益分众化、多元化、个性化的需求，在挖掘新价值的同时，通过与新媒体的积极融合，不断完善和更新，以达到拓展自身发展空间，提升电视购物行业的整体实力。

(3) 我国电视购物行业发展趋势

当前我国电视购物业仍处于转型升级的重要阶段，面对消费市场深刻变革的机遇和挑战，坚持以创新引领发展，把提质增效升级作为企业经营的重点，加强

产业融合协作与自身品牌建设，着力提升商品特色化和服务体验化，以更加宽广的发展视角挖掘行业在消费市场的核心竞争力。

1) 合作共赢成为行业发展新常态

随着线上线下零售企业融和加快，电视购物业积极开展各种形式的合作交流，寻求创新变革与降低经营成本之间的平衡，提升行业资源利用率的同时，避免内部竞争带来的负面影响，“合作、创新、共赢”成为行业发展新基调。

2) 实施品牌战略提升市场竞争力

打造高信用度和市场认可度的优势品牌能树立起良好的企业形象，显著提升企业市场影响力，已经成为电视购物企业发展的必然选择。2017 年，我国电视购物企业采取了三管齐下的品牌打造策略：对外增加各类广告宣传投放力度，对内加强员工的品牌意识、优化更新品牌标识，同时积极参与社会公益活动、创立自主节庆活动，形成鲜明的品牌形象。

3) 推进商品差异化营销渐成热点

为破解同质化困局，电视购物企业除了积极寻求在节目制作中体现特色，更力求在商品差异化上形成突破。当前，我国电视购物以代销商品为主，为打造差异化的商品格局，许多电视购物企业考虑将开发自有品牌商品和独家代理商品作为未来发展的最主要突破口。通过与供应商开展生态圈合作，打造商品的地域差异，以特色商品为基础的企业间合作越来越多。

4) 全球化视角助力行业战略转型

在国家“一带一路”战略引导和相关政策支持下，我国电视购物企业不断探索全球化的资本运营与市场营销，力求通过实施国际化的竞争发展策略，打造一批具有国际影响力的中国电视购物品牌企业，迈向全球化已成为我国电视购物发展的重要趋势。作为具备“走出去”发展潜力的零售业态之一，我国电视购物行业充分挖掘自身潜力，积极探索战略转型，以全球化、全市场的思维模式，树立国际化视野，制定区域性发展战略，寻求构建一条由供应商、消费者、流动渠道等组成的全球产业价值链。

5) “视频购物”+“互联网”新型购物模式

视频购物与互联网融合并提升消费者购物体验势在必行。视频形式的直观性能带给用户更丰富的购物体验，因此视频化购物模式必将是购物领域的趋势。智能化、网络化的“视频购物”+“互联网”新型购物模式将成为支撑行业持续发展的重要因素。在消费流量深度挖掘方面，大数据和人工智能等科技带来的智慧零售将具备很大发展空间。受到电商的不断挤压，传统电视购物企业也将进一步转变自身业务模式，在积极采用网络购物技术的同时注入大数据、人工智能等技术手

段，通过智慧零售改造，通过进一步拓展零售渠道并转变业务模式，从单纯的销售媒介向综合的消费服务平台不断转型。

4、文化旅游

(1) 我国旅游行业发展历程

文化旅游行业是个综合性、依托性很强的产业，交通、通信、食宿、娱乐、安全等都是支撑现代旅游业发展的必备条件。现代旅游业的发展与经济发展水平息息相关，中国旅游业的发展同样遵循这个规律。1978 年改革开放，中国的旅游业也开始起步，但主要还是有限度地开展入境游，注重创汇功能。1986 年，旅游业首次纳入国民经济计划序列，国内旅游才算起步。1990 年以后，市场经济地位逐步确立，经济发展进入新的阶段，交通、通信、住宿、居民收入等迅猛增长，国内旅游开始真正进入快速发展轨道。过去的三十年，中国旅游业基本完成了从起步到起飞的跨越。

图表 5-15：我国旅游行业发展历程

阶段	时间	特征
第一阶段	1949—1978	配合外交工作，扩大政治影响
第二阶段	1978—1985	现代中国旅游业起步阶段，注重创汇功能
第三阶段	1986—1990	入境旅游继续发展，国内旅游起步，经济功能凸显
第四阶段	1991—2005	国内旅游迅猛发展，综合功能开始显现
第五阶段	“十一五”以后	基本完成起飞阶段，进入持续高速增长阶段，综合功能全面释放
第六阶段	“十二五”以后	中国政府将多策并举，把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业

(2) 我国旅游行业发展现状

2018 年中国已经形成 55.39 亿人次的国内旅游市场，国内旅游收入 5.97 万亿人民币；2018 年，国内旅游市场高速增长，出入境市场平稳发展，供给侧结构性改革成效明显。初步测算，全年全国旅游业对 GDP 的综合贡献为 9.94 万亿元，占 GDP 总量的 11.04%。旅游直接就业 2826 万人，旅游直接和间接就业 7991 万人，占全国就业总人口的 10.29%。2018 年全年，国内旅游人数 55.39 亿人次，比上年同期增长 10.8%。其中，城镇居民 41.19 亿人次，增长 12.0%；农村居民 14.20 亿人次，增长 7.3%。国内旅游收入 5.13 万亿元，上年同期增长 12.3%。其中，城镇居民花费 4.26 万亿元，增长 13.1%；农村居民花费 0.87 万亿元，增长 8.8%。2018 年全年，入境旅游人数 14120 万人次，比上年同期增长 1.2%。其中：外国人 3054 万人次，增长 4.7%；香港同胞 7937 万人次，下降 0.5%；澳门同胞 2515 万人次，增长 2.0%；台湾同胞 614 万人次，增长 4.5%。2018 年全年，入

境过夜旅游人数 6290 万人次，比上年同期增长 3.6%。其中：外国人 2364 万人次，增长 5.2%；香港同胞 2820 万人次，增长 1.6%；澳门同胞 553 万人次，增长 5.9%；台湾同胞 553 万人次，增长 4.5%。2018 年全年，国际旅游收入 1271 亿美元，比上年同期增长 3.0%。其中：外国人在华花费 731 亿美元，增长 5.1%；香港同胞在内地花费 291 亿美元，下降 3.3%；澳门同胞在内地花费 87 亿美元，增长 5.0%；台湾同胞在大陆花费 163 亿美元，增长 4.5%。

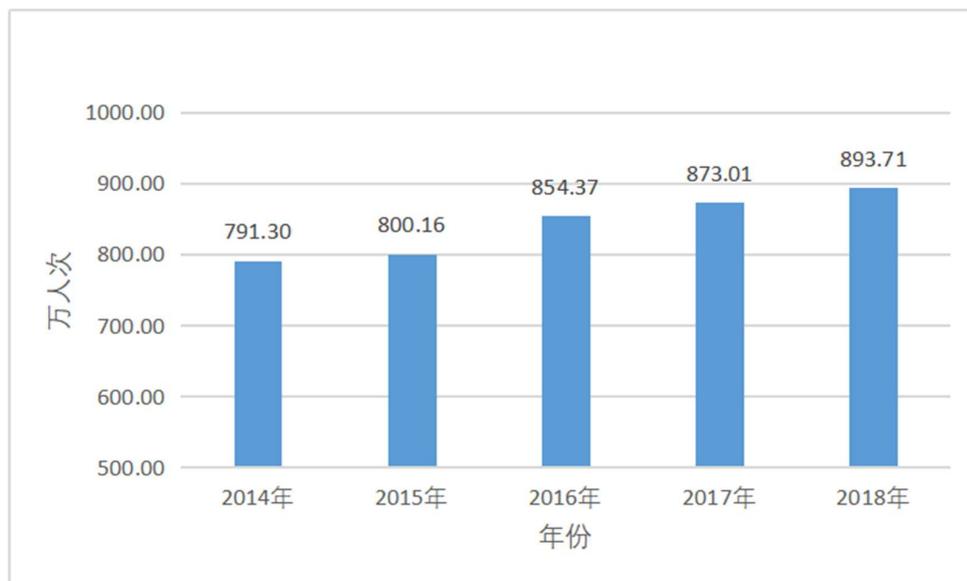
2018 年全年，入境外国游客人数 4795 万人次，亚洲占 76.3%，美洲占 7.9%，欧洲占 12.5%，大洋洲占 1.9%，非洲占 1.4%。2018 年全年，按入境旅游人数排序，我国主要客源市场前 17 位国家如下：缅甸、越南、韩国、日本、美国、俄罗斯、蒙古、马来西亚、菲律宾、新加坡、印度、加拿大、泰国、澳大利亚、印度尼西亚、德国、英国。

2018 年全年，中国公民出境旅游人数 14972 万人次，比上年同期增长 14.7%。

(3) 上海旅游行业发展现状

上海作为全国主要的旅游城市，旅游市场在近年来趋于稳定。上海旅游业以海派都市文化为特色，依托黄浦江两岸中心的都市风光、公共活动中心及社区弄堂的都市文化、南京路淮海路徐家汇的都市商业以及悠然恬静的上海远郊度假吸引了众多海内外游客。截至 2018 年末，上海市已有星级宾馆 206 家，旅行社 1639 家，A 级旅游景区（点）113 个，红色旅游基地 34 个。2018 年上海全年实现旅游产业增加值 2078.64 亿元，较上年增长 8.10%；全年接待国际旅游入境者 893.71 万人次，较上年增长 2.40%，其中，过夜旅游者 742.04 万人次，较上年增长 3.20%；全年接待国内旅游者 33976.87 万人次，增长 4.40%，其中，外省市来沪旅游者 16209.12 万人次，增长 4.40%；全年入境旅游外汇收入 73.71 亿美元，增长 8.20%；国内旅游收入 4477.15 亿元，增长 11.20%。

图表 5-16：上海市 2014-2018 年接待入境游客人次



此外，作为上海国际旅游度假区标志性景点的上海迪士尼乐园于 2016 年 6 月正式开园。上海迪士尼乐园占地 3.9 平方公里，为全球第六个迪士尼主题公园，开园首年¹游客接待数量超过 1100 万人次。上海迪士尼乐园的运营将增大上海作为国际旅游城市的魅力和吸引力，推动上海旅游业的发展。

（4）我国旅游行业竞争格局

从国内旅游市场的竞争格局看，虽然中国旅游业的总体规模已经位居世界前列，但发展模式单一，产业形态落后，产业集中度低，行业秩序混乱，产品质量不高等深层结构问题依然存在，中国旅游企业的实力和规模也相对弱小。与国外有竞争力的旅游企业相比，中国旅游企业无论从资产规模、营业收入规模、赢利能力角度看，还是从业务地点分布、业务类型多样性角度看，都还存在相当巨大的差距。

整体来看，受到旅游行业经营模式特殊性的影响，旅游企业之间即是相互依存的合作伙伴，又为相互排斥的竞争对手，旅游市场的竞争在一段时期内仍将较为激烈。

（5）我国旅游行业发展趋势

我国旅游资源丰富、旅游条件改善，对国内外旅游者的吸引力增强我国旅游资源丰富，文化自然遗产数量众多，我国已有 50 处文化遗址和自然景观列入联合国教科文组织《世界遗产名录》，位列世界第二位，仅次于意大利，其中：文化遗产 34 处、自然遗产 10 处、文化和自然双重遗产 4 处、文化景观 4 处。另一方面，我国的自然旅游资源和人文旅游资源尚未完全开发，尤其是中西部众多资源远未向游客揭开神秘的面纱，随着东部旅游资源的深度开发、中西部旅游资源

¹2016 年 6 月 16 日至 2017 年 6 月 15 日。

的相继开发和旅游条件的改善，我国将会对世界产生越来越大的吸引力，吸引众多的旅游者。

从我国国内旅游总收入占国内生产总值比重的变化趋势可以看出，随着我国对外开放程度的逐步深化，我国旅游行业快速发展，近十年来我国旅游总收入占 GDP 的比重整体呈上升趋势，虽然我国旅游行业占 GDP 的比重逐步提高，但是比重值与中等发达国家相比，仍然偏低。在中等发达程度以上的国家，旅游总收入占 GDP 的比重约 10%；以旅游为支柱或主导产业的国家，其旅游总收入占 GDP 的比重则超过 20%。随着城乡居民的收入水平和改善生活质量需求的提高，尤其是随着中等收入阶层规模的不断增加，旅游消费预期会得到极大释放，旅游参与者规模将迅速扩大，旅游产业规模不断扩张。据世界旅游组织预测，到 2020 年，中国将成为全球第一大旅游目的地，旅游总收入将占国内生产总值的 8%，未来增长空间较大。

我国旅游业经过几十年快速发展，正面临一个整体转型问题。目前旅游市场体系的结构仍然比较单一，观光型旅游“一枝独秀”，无论是入境旅游、出境旅游还是国内旅游，观光型旅游都占主体地位。未来一段时间，观光旅游仍将会保持第一的市场份额，但随着我国中等收入家庭阶层的建立及逐步扩大，其对闲暇的需求越来越多，对生活的品质要求越来越高，将会选择以放松心身、体验生活的休闲度假类旅游产品。届时，休闲度假旅游将迅速崛起，其旅游体现形式也将多样化，旅游市场结构将逐步完成从观光游向休闲度假游过渡。近年来，我国旅游市场行业规模稳步扩大，富含文化气息的主题特色旅游及休闲度假旅游受到游客青睐，信息基础设施的完善及网络技术的进步推动智慧旅游从概念进入实际应用层面。根据腾讯文旅研究数据，2018 年，我国在智能终端上使用各种文旅服务的移动旅游用户规模已经达到 6.2 亿，地图导航、智能导游、电子票务等网络服务有力提升了游客体验，互联网巨头发力旅游大数据业务有望塑造全新消费平台，打通线上线下的智慧文旅成为行业发展新趋势。

5、房地产

(1) 国内房地产市场发展现状

房地产业是综合性的长链条产业，横跨生产、流通和消费三大领域，对金融、建材、家电等 50 多个相关产业有直接的拉动作用，在经济和社会发展中具有重要的地位和作用，对金融业稳定和发展至关重要，对于推动居民消费结构升级、改善民生具有重要作用。近年来，房地产业对经济增长的贡献率保持在 2 个百分点以上，根据国家统计局数据，2005 年以来，全国房地产开发投资增速保持在 20% 以上，对国内生产总值具有重要的拉动作用。

2018 年，全国房地产开发投资 120,264 亿元，比上年增长 9.5%。全国商品

房销售面积 171654 万平方米，增长 1.3%，其中住宅销售面积增长 2.2%。全国商品房销售额 149973 亿元，增长 12.2%，其中住宅销售额增长 14.7%。其中东部地区房地产开发投资 64355 亿元，比上年增长 10.9%；中部地区投资 25180 亿元，增长 5.4%，回落 0.5 个百分点；西部地区投资 26009 亿元，增长 8.9%，提高 0.7 个百分点；东北地区投资 4720 亿元，增长 17.5%，提高 1.3 个百分点。

供应方面，2018 年，房地产开发企业房屋施工面积 822300 万平方米，比上年增长 5.2%，比上年提高 2.2 个百分点。其中，住宅施工面积 569987 万平方米，增长 6.3%。房屋新开工面积 209342 万平方米，增长 17.2%，比上年提高 10.2 个百分点。其中，住宅新开工面积 153353 万平方米，增长 19.7%。房屋竣工面积 93550 万平方米，下降 7.8%，比上年扩大 3.4 个百分点。其中，住宅竣工面积 66016 万平方米，下降 8.1%。

需求方面，2018 年，商品房销售面积 171654 万平方米，比上年增长 1.3%，比上年回落 6.4 个百分点。其中，住宅销售面积增长 2.2%，办公楼销售面积下降 8.3%，商业营业用房销售面积下降 6.8%。商品房销售额 149973 亿元，增长 12.2% 比上年回落 1.5 个百分点。其中，住宅销售额增长 14.7%，办公楼销售额下降 2.6%，商业营业用房销售额增长 0.7%。东部地区商品房销售面积 67641 万平方米，比上年下降 5.0%；销售额 79258 亿元，增长 6.5%，增速提高 0.9 个百分点。中部地区商品房销售面积 50695 万平方米，增长 6.8%，增速回落 1.1 个百分点；销售额 33848 亿元，增长 18.1%，增速回落 2.5 个百分点。西部地区商品房销售面积 45396 万平方米，增长 6.9%，增速提高 0.3 个百分点；销售额 31127 亿元，增长 23.4%，增速回落 0.1 个百分点。东北地区商品房销售面积 7922 万平方米，下降 4.4%；销售额 5740 亿元，增长 7.0%，增速回落 0.3 个百分点。

（2）国内房地产行业发展趋势

未来我国经济增长向好趋势不变，就业情况保持良好，同时金融严监管、去杠杆政策延续，物价存一定上涨压力，外围货币环境变化对人民币汇率的影响仍未消除，内外因素共同决定短期内货币政策不存在放松的基础，而适度的中性调控更符合国内经济结构调整的需要。2018 年房地产政策坚持“房子是用来住的，不是用来炒的”基调，地方以城市群为调控场，从传统的需求端抑制向供给侧增加进行转变，限购限贷限售叠加土拍收紧，供应结构优化，调控效果逐步显现。同时短期调控与长效机制的衔接更为紧密，大力培育发展住房租赁市场、深化发展共有产权住房试点，在控制房价水平的同时，完善多层次住房供应体系，构建租购并举的房地产制度，推动长效机制的建立健全。

2018 年中央多次重申坚持房地产调控目标不动摇,力度不放松,坚决抑制房价上涨。各级政府积极调控,旨在“稳地价、稳房价、稳预期”,供需两侧精准调控,引导预期回归理性,房地产市场整体渐趋平稳。作为贯彻十九大精神的开局之年,

为保障全体人民住有所居,在住房制度改革以及房地产长效机制建设方面取得了长足的进步。未来房地产政策短期将坚持政策的连续性稳定性,主体政策收紧趋势不变,形成“高端有市场、中端有支持、低端有保障”的住房发展格局。中长期逐步构建并完善长效机制,中央政治局会议指出要加快住房制度改革和长效机制建设,2019年长效机制落实将进一步加快。同时,短期调控与长效机制的衔接将更为紧密,在维持房地产市场稳定的同时,完善多层次住房供应体系,这也将对未来房地产市场产生更深远的影响,推动住房观念变化和住房居住属性强化,为房地产市场稳定建立更稳固的基础。

(二) 发行人所处行业地位与竞争优势

1、发行人所处行业地位

文广集团是中国目前产业门类最多、产业规模最大的省级主流媒体及综合文化产业集团,拥有广播电视媒体、平面媒体和网络媒体,拥有一批颇有实力的影视制作公司和文艺团体。经过几十年的发展,文广集团坚持以媒体运营为核心,全国影响力不断提升,逐步成长为省级媒体的排头兵,综合实力位居省级媒体首位。

作为上海地区实力最为雄厚的综合性媒体集团,2018年文广集团电视媒体在上海市场全天份额达到41.24%,黄金时段(18:00-24:00)的整体市场份额达到45.16%;广播频率在上海市场全天份额的91.61%,区域影响力遥遥领先。

文化旅游方面,下属公司上海东方明珠广播电视塔是上海市第一个获得5A级的旅游景区。上海东方明珠电视塔建设完成时是亚洲第一、世界第三的高塔,是上海市标志建筑之一。“东方明珠”被国家工商总局认定为中国驰名商标,品牌价值近80亿元,东方明珠已成为上海的城市形象和名片。上海国际会议中心及其下属的五星级酒店东方滨江大酒店是上海市又一标志性建筑,拥有上海目前最大的无柱多功能厅,曾举办过APEC和五国峰会等国际性会议,是会展设施最齐全的五星级酒店。东方绿舟、七重天宾馆均是上海地区的知名品牌。上海明珠水上娱乐发展公司打造浦江“黄金水道”精品游。上海东方明珠空中旋转餐厅是亚洲最高的旋转餐厅。上海城市历史发展陈列馆带领人们进入时空之旅。与AEG、NBA联手经营上海世博文化中心,引进顶级文娱演出、体育赛事。发行人下属公司所拥有的旅游资源在国内外均享有盛名,有其他旅游企业不具备的资源优势。

文广集团坚持以媒体运营为核心,业务领域涵盖节目制作及版权、电视购物、互联网新媒体、文化旅游、现场演艺等多个板块。其中,文广集团是上海地区唯一有能力提供广播电视节目无线传输业务的企业,具有区域垄断优势,经营着全球最大单个城市的有线电视网,拥有带宽、用户资源、电信及光纤资源 and 全上海规模运营的优势,承担着上海有线电视数字化进程和三网融合的重要任务;文

文广集团旗下东方卫视，是全国最有影响力的省级卫视之一；下属上市公司东方明珠新媒体股份有限公司，拥有中国规模最大、门类最齐、特色鲜明的内容版权库以及国内最大的多渠道视频集成与分发平台；旗下动漫、纪录片、体育赛事制作团队，业务能力领先同业；旗下技术运营团队，业务能力领先同业，除满足文广集团自身业务需要外，还向其他兄弟媒体及机构提供服务；旗下演艺团体和场馆，编排表演能力和设施配套全国一流。

2、发行人竞争优势

(1) 区域优势

发行人处于上海这一世界知名的国际金融航运中心。公司控股子公司东方明珠拥有众多上海标志性旅游景点。在旅游业务上拥有众多知名品牌。在媒体运营领域，公司是上海地区唯一有能力提供广播电视节目无线传输业务的企业，具有垄断优势。

(2) 品牌优势

文广集团与旗下东方明珠双双进入 2018 年度《世界媒体 500 强》，分列世界第 65 位和 98 位，以及中国大陆 89 家上榜媒体公司的第 4 位（在广电系统中仅次于央视）和第 5 位；同时，文广集团与东方明珠已连续 7 年膺获“全国文化企业 30 强”；东方明珠还上榜“中国互联网企业 100 强”，位列第 26 位，在上榜的国有企业中排名第二，并入选“中国品牌价值百强榜”、“中国上市公司品牌价值榜主榜”、“《财富》中国 500 强”。东方卫视持续位居省级卫视第一阵营，全天收视排名第三、黄金时段排名第三。《第一财经日报》和《第一财经周刊》的发行量在全国财经类报刊中均居于首位。东方广播中心综合实力已进入省级电台第一阵营。

公司参股的上海申迪（集团）有限公司已与美国迪士尼公司合作开发了上海迪士尼主题乐园项目，该项目已于 2016 年正式运营。“迪士尼”也具有强大的知名度和品牌价值，在 2018 年世界品牌实验室公布的 2017 年《世界品牌 500 强》中排名第 23 位。

(3) 人才优势

发行人拥有众多专业能力强、经验丰富的核心技术人才。同时公司从人才战略的高度，既注重培养后备梯队，也吸引众多优秀人才的加盟，公司的激励约束机制不断完善，为公司内部的年轻人才以及外部的行业精英提供了良好的发展平台。

(4) 多业态协同优势

公司是一家综合性文化传媒集团，通过发展媒体运营、电视购物、互联网新

媒体、文化旅游等多个产业，满足了用户和消费者的多种需求，完善了公司的商业服务功能；同时，公司依托各个产业组团式发展、向外扩张，提升了公司的整体竞争力，为可持续发展提供了保障。

(5) 管理优势

公司形成了五年发展战略规划的滚动式制定模式，逐步完善风险控制体系，通过不断适应市场机制，完善和创新一系列管理机制，不断提升管理水平和经营方法。

(6) 资金发展优势

公司是中国最早一批区域化、集团化管理的国有广电企业，享受政府财政上的补贴，随着公司经营业绩的增长，资产规模的上升，在多年来的实际经营发展中，公司积极开展银企合作，有效形成了多种融资渠道。

(7) 商旅文联动发展的独特优势

公司依托于东方明珠电视塔、上海国际会议中心等 12 处标志性文化建筑的人文资源，形成了商业、旅游、文化联动发展的经营模式，在上海乃至全国的行业竞争中具有独特的经营模式和竞争优势。

十二、发行人其他经营重要事项

截至本募集说明书签署日，发行人无其他经营重要事项。发行人 2019 年全年经营状况无重大不利变化。

第六章 发行人主要财务状况

本募集说明书中的公司财务数据来源于发行人 2016 年、2017 年和 2018 年经审计的年度合并及母公司财务报表，及未经审计的 2019 年三季度合并及母公司财务报表。投资者在阅读以下财务信息时，应当参阅读发行人经审计的财务报表、注释以及本募集说明书中其他部分对于发行人的历史财务数据的说明。

本募集说明书中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

一、发行人主要会计数据和财务指标

发行人 2016-2018 年度合并及母公司财务报表由立信会计师事务所（特殊普通合伙）进行审计，并出具了编号为信会师报字[2019]第 ZA23425 号的标准无保留意见审计报告。

本公司经审计的 2016-2018 年度及未经审计的 2019 年三季度财务报表按照 2014 年财政部颁布或修订的《企业会计准则》编制。

二、近三年及一期重大会计政策变更情况

（一）会计政策变更概述

中华人民共和国财政部（以下简称“财政部”）于 2017 年修订发布了《企业会计准则第 22 号——金融工具计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》；于 2019 年 4 月 30 日，颁布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号）。

根据上述会计准则的要求，发行人自 2019 年二季度起按新报表格式编制合并及母公司财务报表。发行人未经审计的 2019 年三季度合并报表中，发行人在境内上市的子公司自 2019 年 1 月 1 日起执行上述新金融工具准则，并对公司会计政策相关内容进行同步调整，母公司及其余子公司暂不执行上述新金融工具准则。

（二）会计政策变更具体情况及对本公司的影响

1、执行新报表格式

根据财政部新报表格式，公司 2019 年度二季度及以后期间按照修订后的一

般企业财务报表格式编制财务报表，对相关项目列报进行调整。

(1) 将“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”与“应收账款”；

(2) 将“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”；

(3) 将“应收利息”、“应收股利”和“其他应收款”合并为“其他应收款”；

(4) 将“应付利息”、“应付股利”和“其他应付款”合并为“其他应付款”；

(5) 将利润表“减：资产减值损失”调整为“加：资产减值损失（损失以“-”号填列）”。

(6) 现金流量表明确了政府补助的填列口径，企业实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，均在“收到其他与经营活动有关的现金”项目填列。

2、执行新金融工具准则的主要变动

(1) 金融资产分类由现行的“四分类”改为“三分类”，以公司持有金融资产的“业务模式”和“金融资产合同现金流量特征”作为金融资产分类的判断依据，将金融资产合理分类为以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产三类；

(2) 金融资产减值准备计提由“已发生损失法”改为“预期损失法”，以更加及时、足额地计提金融资产减值准备，揭示和防控金融资产信用风险；

(3) 修订套期会计相关规定，拓宽套期工具与被套期项目的范围，使套期会计更加如实地反映企业的风险管理活动；

(4) 在明确金融资产转移的判断原则及其会计处理等方面做了调整和完善，金融工具披露要求也相应调整；

(5) 调整非交易性权益工具投资的会计处理，允许企业将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益进行处理，但该指定不可撤销，且在处置时不得将原计入其他综合收益的累计公允价值变动额结转计入当期损益。

按照准则要求和衔接规定，发行人在境内上市的子公司于 2019 年 1 月 1 日执行此项会计政策，自 2019 年第一季度起按新准则要求核算并披露，不重述前期可比数，比较财务报表列报的信息与新准则要求不一致的无须调整。首日执行新准则转换差异，调整计入 2019 年期初留存收益或其他综合收益，因此，新金融工具准则所致会计政策的变更，不会对 2018 年度财务报告相关指标产生重大影响。

三、近三年及一期发行人报表合并范围变化情况

(一) 发行人合并报表范围

发行人合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，发行人所有子公司（包括发行人所控制的被投资方可分割的部分）均纳入合并报表。

(二) 2016 年度报表合并范围变化情况

1、合并报表范围变化情况

2016 年合并范围内子公司共 163 家，其中 2016 年新纳入合并范围的子公司 9 家，不再纳入合并范围的子公司 20 家，总计比 2015 年减少 11 家。

2、合并报表范围变化原因及影响

图表 6-1：2016 年相对 2015 年报表合并范围增加表

子公司名称	本年成为子公司的原因	业务性质
上海好有文化传媒有限公司	本年新设	广播、电视、电影和录音制作业
上海文化广播影视集团财务有限公司	本年新设	金融业
上海一财梵泰传媒科技有限公司	本年新设	科技推广和应用服务业
东方购物贸易有限公司	本年新设	零售批发业
枫尚文化（上海）有限公司	本年新设	广播、电视、电影和录音制作业
哔哩哔哩影业（天津）有限公司	本年新设	新闻和出版业
上海东方明珠文创投资发展有限公司	本年新设	商务服务业
上海国际舞蹈中心剧场经营管理 有限公司	本年新设	广播、电视、电影和录音制作业
上海尚演文化投资管理有限公司	本年新设	广播、电视、电影和录音制作业

图表 6-2：2016 年相对 2015 年报表合并范围减少表

公司名称	本年不再成为子公司的原因	对公司的影响
上海炫动投资有限公司	关闭注销	无
上海炫动城资产管理有限公司	关闭注销	无
上海炫酷企业管理有限公司	破产清算	无
BesTV New Media International (Hong Kong) Limited	关闭注销	无
上海山德电器维修站有限公司	关闭注销	无
上海文广奥迪欧音频科技有限公司	关闭注销	无
上海广播电视设备维修站有限公司	关闭注销	无

池上兼松(上海)维修站有限公司	关闭注销	无
ADSAGE CORPORATION (Cayman)	关闭注销	无
Adsage Technology (HK)	关闭注销	无
上海东方明珠空中旋转餐厅有限公司	关闭注销	无
上海国际新闻中心有限公司	关闭注销	无
上海东方明珠迪尔希文化传媒有限公司	变为合营企业	无
上海靓文景观工程有限公司	关闭注销	无
STR international group co.,ltd	被吸收合并	无
文广户外媒体有限公司(SMEG OUTDOOR MEDIA CO., LIMITED)	被吸收合并	无
上海文广广告有限公司	关闭注销	无
上海银珠广告公司	关闭注销	无
上海文大演出中心	关闭注销	无
上海红摩炫动画设计有限公司	破产清算	无

(三) 2017 年度报表合并范围变化情况

1、合并报表范围变化情况

2017 年合并范围内子公司共 151 家，其中 2017 年新纳入合并范围的子公司 6 家，不再纳入合并范围的子公司 18 家，总计比 2016 年减少 12 家。

2、合并报表范围变化原因及影响

图表 6-3：2017 年相对 2016 年报表合并范围增加表

子公司名称	本年成为子公司的原因	业务性质
长沙幻维影视有限公司	本年新设	动画制作及相关技术服务
卓拓维（上海）互动娱乐有限公司	本年新设	广播、电视、电影和录音制作业
东方购物（上海）电子商务有限公司	本年新设	电子商务
上海东方绿舟企业管理有限公司	本年新设	商务服务业
上海东方明珠新媒体广告传播有限公司	本年新设	传媒业
上海明松置业有限公司	本年新设	房地产业

图表 6-4：2017 年相对 2016 年报表合并范围减少表

公司名称	本年不再成为子公司的原因	对公司的影响
上海星神体育文化传播有限公司	全部股权转让	无
云集将来传媒（上海）有限公司	部分股权转让，丧失控制权	无
BesTV Online (CAYMAN)	关闭注销	无

Limited		
北京艾德思奇科技有限公司及下属子公司（共 11 户）	部分股权转让, 丧失控制权	无
哔哩哔哩影业（天津）有限公司	全部股权转让	无
STR 新加坡有限公司（STR INTERNATIONAL (SINGAPORE) PTE LTD）	关闭注销	无
上海歌星俱乐部有限公司	部分股权转让, 丧失控制权	无
上海声像出版经营有限公司	关闭注销	无

（四）2018 年度报表合并范围变化情况

1、合并报表范围变化情况

2018 年合并范围内子公司共 152 家，其中 2018 年新纳入合并范围的子公司 7 家，不再纳入合并范围的子公司 6 家，总计比 2017 年增加 1 家。

2、合并报表范围变化原因及影响

图表 6-5：2018 年相对 2017 年报表合并范围增加表

子公司名称	本年成为子企业的原因	业务性质
上海影尊投资管理有限公司	本年新设	广播电视节目制作
东方明珠（上海）投资有限公司	本年新设	投资管理等
上海东方明珠股权投资基金管理有限公司	本年新设	投资管理等
重庆云中明珠置业有限公司	本年新设	房地产业
上海欢乐马戏有限公司	股权划转	文化娱乐业
上海幻维数码科技有限公司	本年新设	动画制作及相关技术服务
上海东方智媒城建设开发有限公司	本年新设	房地产开发、经营

图表 6-6：2018 年相对 2017 年报表合并范围减少表

公司名称	本年不再成为子公司的原因	对公司的影响
STR 香港国际有限公司（STR INTERNATIONAL (H.K.) COMPANY LTD）	吸收合并	无
上海炫动漫文化传播有限公司	关闭注销	无
上海国际会议展览有限公司	关闭注销	无
上海演出广告公司	关闭注销	无
上海文谊俱乐部有限公司	关闭注销	无
上海今夜娱乐文化演出影视有限公司	关闭注销	无

(五) 2019 年 9 月末会计合并报表范围变化情况

1、合并报表范围变化情况

2019 年 9 月末合并范围内子公司共 155 家，比 2018 年增加 3 家。合并范围内一级子公司共 30 家，比 2018 年较少 1 家。

2、合并报表范围变化原因及影响

图表 6-7：2019 年 9 月末相对 2018 年报表合并范围增加表

子公司名称	本年成为子公司的原因	业务性质
上海科影置业有限公司	本年新设	房地产业
重庆明珠云邑置业有限公司	本年新设	房地产业
重庆明珠云栖置业有限公司	本年新设	房地产业
重庆明珠云锦置业有限公司	本年新设	房地产业

图表 6-8：2019 年 9 月末相对 2018 年报表合并范围减少表

公司名称	本年不再成为子公司的原因	对公司的影响
上海东方希杰贸易有限公司	关闭注销	无

四、发行人历史财务数据

图表 6-9：发行人近三年及一期合并资产负债表

单位：万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
流动资产				
货币资金	985,274.81	1,111,482.24	1,317,477.22	1,194,324.77
以公允价值计算且变动计入当期损益的金融资产	-	167.97	204.34	396.95
交易性金融资产	793,881.70	-	-	-
应收票据及应收账款	-	299,153.82	350,363.84	411,324.04
应收票据	1,502.02	-	-	-
应收账款	297,621.14	-	-	-
预付款项	153,974.33	123,685.36	133,838.94	146,409.53
其他应收款	57,412.90	87,668.81	93,235.55	100,261.63
存货	411,881.50	357,226.78	236,197.02	274,226.81
持有待售资产	-	-	1,199.03	-
一年内到期的非流动资产	31,625.00	31,628.33	-	-
其他流动资产	360,752.61	1,252,706.03	885,201.58	1,166,842.67
流动资产合计	3,093,926.02	3,263,719.34	3,017,717.51	3,293,786.38

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
非流动资产				
发放贷款及垫款	3,850.00	-	2,535.00	-
可供出售金融资产	718,981.91	853,195.51	835,783.86	891,820.46
长期应收款	17,500.00	17,500.00	84,263.33	22,963.33
长期股权投资	806,838.30	845,074.42	801,347.92	573,969.04
其他权益工具投资	70,126.51	-	-	-
其他非流动金融资产	64,368.07	-	-	-
投资性房地产	79,073.84	79,971.52	77,715.86	81,074.43
固定资产	418,175.42	435,725.07	459,156.20	470,333.72
在建工程	76,336.44	35,378.08	21,428.77	17,808.91
无形资产	124,402.90	144,062.35	141,271.35	133,847.33
开发支出	4,317.96	101.34	627.55	1,011.14
商誉	95,842.02	95,842.02	95,516.42	153,622.05
长期待摊费用	16,128.38	18,607.50	17,595.50	22,159.43
递延所得税资产	38,899.22	43,039.76	24,220.98	19,710.99
其他非流动资产	0.02	0.02	-	315.20
非流动资产合计	2,534,840.98	2,568,497.59	2,561,462.73	2,388,636.04
资产总计	5,628,767.00	5,832,216.93	5,579,180.23	5,682,422.42
流动负债				
短期借款	478,014.68	567,500.00	550,999.50	389,268.84
吸收存款及同业存放	-	0.08	-	-
应付票据及应付账款	-	386,120.03	359,647.06	445,513.64
应付票据	60.94	-	-	-
应付账款	423,261.75	-	-	-
预收款项	174,983.38	159,908.42	140,480.68	144,196.51
应付职工薪酬	31,866.09	73,620.85	71,722.80	66,528.63
应交税费	24,161.07	67,852.38	90,052.90	108,060.53
其他应付款	278,741.15	300,281.63	292,032.31	268,889.65
一年内到期的非流动负债	-	1,305.40	103,234.32	103,535.88
其他流动负债	12,218.79	71,704.86	20,814.91	31,158.36
流动负债合计	1,423,307.85	1,628,293.64	1,628,984.47	1,557,152.03
非流动负债				
长期借款	23,601.07	21,673.19	22,729.61	28,258.33
应付债券	100,000.00	100,000.00	-	100,000.00
长期应付款	27.31	16.82	90.00	2,188.31
预计负债	1,541.95	1,541.95	1,099.86	2,190.50
递延收益	78,356.16	72,816.94	65,857.39	47,637.94
递延所得税负债	1,858.79	6,237.86	9,847.40	16,002.31
非流动负债合计	205,385.27	202,286.77	99,624.26	196,277.38
负债合计	1,628,693.12	1,830,580.41	1,728,608.73	1,753,429.41
所有者权益(或股东权益)				
股本	500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00

项目	2019年9月末	2018年末	2017年末	2016年末
资本公积	547,924.54	544,875.25	431,248.89	398,737.48
其他综合收益	46,403.29	67,110.66	96,236.23	137,120.80
盈余公积	152,274.79	152,274.79	144,728.66	144,728.66
一般风险准备	555.89	555.86	179.95	-
未分配利润	864,674.93	868,245.70	871,691.36	969,695.06
归属于母公司所有者权益合计	2,111,833.43	2,133,062.26	2,044,085.09	2,150,282.00
少数股东权益	1,888,240.44	1,868,574.25	1,806,486.41	1,778,711.01
所有者权益合计	4,000,073.87	4,001,636.52	3,850,571.50	3,928,993.01

图表 6-10：发行人近三年及一期合并利润表

单位：万元

项目	2019年1-9月	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业总收入	1,419,000.82	2,192,775.98	2,470,566.01	2,778,306.42
营业收入	1,413,712.26	2,186,722.80	2,464,608.83	2,778,078.57
利息收入	5,288.56	6,053.18	5,957.18	227.85
二、营业总成本	1,436,433.97	2,251,470.49	2,520,087.47	2,645,003.24
营业成本	1,201,648.20	1,819,407.06	2,035,136.11	2,179,157.19
利息支出	-	0.08	10.01	-
手续费及佣金支出	6.04	12.52	4.70	-
税金及附加	14,455.64	30,691.86	36,871.79	65,311.57
销售费用	70,961.39	113,152.66	117,144.63	135,808.37
管理费用	128,540.78	197,707.70	211,488.52	215,403.67
研发费用	22,591.35	34,720.99	38,383.22	30,344.10
财务费用	-1,769.43	-2,106.65	-8,016.61	-3,875.64
其中：利息费用	22,077.66	32,583.07	27,688.78	26,730.76
利息收入	24,851.21	35,401.03	42,172.49	34,646.08
资产减值损失	-2,716.56	57,884.28	88,977.10	22,853.98
加：其他收益	30,019.83	52,120.74	37,964.42	0.00
投资收益	98,613.96	186,157.60	146,706.04	143,789.24
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	9,175.16	44,618.30	30,920.98	17,546.54
公允价值变动收益	1,429.22	-36.37	-192.61	-49.25
信用减值损失	1,581.06	0.00	0.00	0.00
资产处置收益	143.31	269.66	329.77	1,117.60
三、营业利润	111,637.68	179,817.12	135,374.18	278,160.77
加：营业外收入	3,643.95	5,958.68	11,280.95	98,457.30
其中：政府补助	2,444.52	3,236.80	7,850.22	51,732.23
减：营业外支出	363.29	24,557.61	1,970.99	4,192.65
四、利润总额	114,918.34	161,218.19	144,684.15	372,425.42
减：所得税费用	30,986.39	35,437.46	65,993.59	84,925.26

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
五、净利润	83,931.94	125,780.72	78,690.55	287,500.16
归属于母公司所有者的净利润	3,436.89	1,424.65	-56,574.26	102,770.06
少数股东损益	80,495.05	124,356.07	135,264.81	184,730.10
六、其他综合收益的税后净额	-24,805.71	-49,099.74	-58,619.33	-123,094.96
七、综合收益总额	59,126.23	-29,125.57	-40,827.36	-79,515.65

图表 6-11：发行人近三年及一期合并现金流量表

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	1,574,283.18	2,534,325.43	2,708,039.09	3,515,813.71
客户存款和同业存放款项净增加额	-0.08	0.08	236.47	-
收取利息、手续费及佣金的现金	4,475.69	6,442.26	5,372.71	227.85
收到的税费返还	618.11	12,285.91	1,161.13	1,133.41
收到其他与经营活动有关的现金	209,427.38	326,914.05	377,647.20	426,293.17
经营活动现金流入小计	1,788,804.28	2,879,967.72	3,092,456.59	3,943,468.15
购买商品、接受劳务支付的现金	1,148,755.96	1,744,278.89	1,910,696.73	2,744,001.14
客户贷款及垫款净增加额	3,850.00	-2,600.00	2,600.00	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-336.47	12,533.38	7,844.79	-
支付利息、手续费及佣金的现金	6.30	13.27	80.55	-
支付给职工以及为职工支付的现金	310,036.12	403,928.05	400,632.11	361,867.25
支付的各项税费	118,777.35	155,156.28	174,037.05	210,939.90
支付其他与经营活动有关的现金	222,230.29	367,207.22	513,500.43	367,207.22
经营活动现金流出小计	1,803,319.56	2,680,517.09	3,009,391.67	3,829,146.01
经营活动产生的现金流量净额	-14,515.27	199,450.62	83,064.93	114,322.14
二、投资活动产生的现金流量				

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
收回投资收到的现金	64,891.08	161,101.44	14,038.66	237,931.16
取得投资收益收到的现金	95,503.38	52,431.62	54,408.27	39,247.83
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	234.44	533.87	3,174.54	93,060.04
处置子公司及其他经营单位收到的现金净额	-	535.56	50,414.57	-1,751.08
收到其他与投资活动有关的现金	2,037,280.98	2,234,032.16	2,885,759.25	2,648,245.10
投资活动现金流入小计	2,197,909.89	2,448,634.66	3,007,795.29	3,016,733.05
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	127,358.18	173,334.23	129,798.44	97,278.33
投资支付的现金	25,862.79	119,364.37	222,405.93	283,638.98
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	1,050.12	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	1,915,073.15	2,511,009.09	2,633,262.36	2,838,778.75
投资活动现金流出小计	2,068,294.12	2,804,757.81	2,985,466.73	3,219,696.06
投资活动产生的现金流量净额	129,615.77	-356,123.15	22,328.56	-202,963.01
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	2,144.54	57,749.53	12,807.16	35,716.83
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	11,748.63	-	-
取得借款收到的现金	416,978.93	841,289.65	623,492.93	465,187.14
发行债券收到的现金	-			
收到其他与筹资活动有关的现金	-	44,000.00	5,400.00	-
筹资活动现金流入小计	419,123.48	943,039.18	641,700.10	500,903.97
偿还债务支付的现金	554,686.53	784,399.97	557,390.44	506,522.77
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	79,606.89	113,824.26	77,451.14	83,663.93
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	21,924.43	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	5,712.78	13,780.00	12,607.03	20,609.84
筹资活动现金流出小计	640,006.20	912,004.23	647,448.60	610,796.53
筹资活动产生的现金流量净额	-220,882.72	31,034.95	-5,748.50	-109,892.56

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	1,718.11	1,708.20	-1,589.37	1,387.37
五、现金及现金等价物净增加额	-104,064.11	-123,929.37	98,055.62	-197,146.05
加：期初现金及现金等价物余额	1,060,105.15	1,184,034.52	1,085,978.91	1,283,124.96
六、期末现金及现金等价物余额	956,041.04	1,060,105.15	1,184,034.52	1,085,978.91

图表 6-12：发行人近三年及一期母公司资产负债表

单位：万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
流动资产				
货币资金	220,342.57	194,758.66	61,174.57	75,344.19
应收账款	188,096.59	-	-	-
应收票据及应收账款	-	140,215.87	64,951.54	56,103.02
预付款项	29,014.91	34,455.62	42,307.94	3,479.04
其他应收款	143,624.42	151,290.86	122,621.22	135,380.83
存货	143,200.97	114,920.47	58,139.16	9,807.00
其他流动资产	5,600.35	7,075.82	7,485.29	1,500.65
流动资产合计	729,879.80	642,717.29	356,679.71	281,614.74
非流动资产				
可供出售金融资产	639,415.25	666,810.13	626,250.49	618,729.59
长期应收款	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00
长期股权投资	1,637,470.49	1,598,060.94	1,519,254.56	1,453,675.14
固定资产	129,260.98	135,793.75	153,463.69	170,281.29
在建工程	2,256.33	1,131.93	1,496.58	3,522.07
无形资产	2,726.97	2,719.84	3,010.83	2,850.98
开发支出	142.31	101.34	568.96	801.21
长期待摊费用	-	-	39.34	-
其他非流动资产	0.02	-	-	-
非流动资产合计	2,428,772.34	2,422,117.92	2,321,584.44	2,267,360.27
资产总计	3,158,652.14	3,064,835.21	2,678,264.15	2,548,975.01
流动负债				
短期借款	625,500.00	575,500.00	422,500.00	375,000.00
应付账款	172,221.92	-	-	-
应付票据与应付账款	-	126,642.45	107,295.09	74,264.22
预收款项	4,656.16	5,568.78	8,015.73	37,389.93
应付职工薪酬	140.18	9,000.00	11,400.00	11,458.46

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
应交税费	626.24	916.37	1,405.90	1,641.00
其他应付款	218,030.50	220,818.89	265,860.39	28,187.97
一年内到期的非流动负债	-	-	100,000.00	-
其他流动负债	-	50,000.00	-	16.29
流动负债合计	1,021,175.00	988,446.49	916,477.11	527,957.87
非流动负债				
长期借款	-	-	-	17,500.00
应付债券	100,000.00	100,000.00	-	100,000.00
递延收益	31,115.83	32,222.89	33,045.03	33,036.73
非流动负债合计	131,115.83	132,222.89	33,045.03	150,536.73
负债合计	1,152,290.83	1,120,669.37	949,522.13	678,494.60
所有者权益（或股东权益）				
实收资本（或股本）	500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00
资本公积	332,627.50	326,811.30	173,348.56	164,444.07
其他综合收益	33,955.89	59,131.21	72,631.36	97,499.17
盈余公积	152,274.79	152,274.79	144,728.66	144,728.66
未分配利润	987,503.12	905,948.54	838,033.43	963,808.50
所有者权益合计	2,006,361.31	1,944,165.83	1,728,742.02	1,870,480.41

图表 6-13：发行人近三年及一期母公司利润表

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业总收入	170,924.95	279,437.97	211,320.33	115,356.80
营业收入	170,924.95	279,437.97	211,320.33	115,356.80
二、营业总成本	209,115.01	338,158.87	369,772.52	158,937.02
营业成本	151,458.39	256,643.80	291,661.75	108,573.25
税金及附加	1,577.91	2,186.48	2,204.93	2,339.21
销售费用	1,985.22	3,730.16	4,876.67	-
管理费用	35,420.14	48,975.00	49,753.01	60,287.43
研发费用	-	477.11	394.06	132.62
财务费用	18,673.35	27,152.43	20,338.40	-22,012.19
其中：利息费用	22,421.77	30,765.95	22,050.70	18,902.01
利息收入	4,329.47	4,289.52	1,958.20	41,060.98
资产减值损失	-	-1,006.11	543.70	9,616.70
加：其他收益	561.37	1,197.38	627.85	-
投资收益	118,031.31	131,582.87	70,556.57	137,035.60
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-2,231.69	-796.49	-4,841.78

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
三、营业利润	80,402.63	74,059.35	-87,267.76	93,455.38
加：营业外收入	1,166.47	1,713.33	2,310.80	2,827.71
其中：政府补助	943.52	-	-	-
减：营业外支出	14.51	311.45	262.57	846.44
四、利润总额	81,554.59	75,461.23	-85,219.54	95,436.65
减：所得税费用	-	-	-	-
五、净利润	81,554.59	75,461.23	-85,219.54	95,436.65
归属于母公司所有者的净利润	81,554.59	75,461.23	-85,219.54	95,436.65
六、其他综合收益的税后净额	-25,175.31	-13,500.16	-24,867.81	-44,424.17
七、综合收益总额	56,379.27	61,961.07	-110,087.35	51,012.48

图表 6-14：发行人近三年及一期母公司现金流量表

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	124,882.94	174,212.49	156,502.73	108,826.86
收到其他与经营活动有关的现金	352,057.01	519,449.00	249,421.73	132,214.29
经营活动现金流入小计	476,939.96	693,661.49	405,924.46	241,041.15
购买商品、接受劳务支付的现金	118,377.05	224,953.17	243,103.80	52,736.61
支付给职工以及为职工支付的现金	32,083.94	40,927.73	43,897.81	63,110.52
支付的各项税费	1,841.01	3,407.18	6,730.42	9,447.86
支付其他与经营活动有关的现金	354,589.28	622,100.58	213,012.87	166,076.03
经营活动现金流出小计	506,891.29	891,388.66	506,744.90	291,371.02
经营活动产生的现金流量净额	-29,951.33	-197,727.17	-100,820.44	-50,329.87
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	7,851.69	44,459.43	7,096.50	902.27
取得投资收益收到的现金	118,980.08	130,235.16	158,988.63	45,488.21
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	165.86	170.36	278.03	582.24

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
处置子公司及其他经营单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	1,600.00	800.00	0.03
投资活动现金流入小计	126,997.63	176,464.95	167,163.16	46,972.74
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,790.53	2,952.20	8,053.37	12,206.85
投资支付的现金	33,694.64	14,609.86	82,847.73	68,699.47
支付其他与投资活动有关的现金	-	800.00	800.00	-
投资活动现金流出小计	38,485.17	18,362.06	91,701.10	80,906.31
投资活动产生的现金流量净额	88,512.46	158,102.89	75,462.06	-33,933.57
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金		-	900.00	8,000.00
取得借款收到的现金	532,500.00	825,100.00	452,500.00	443,000.00
筹资活动现金流入小计	532,500.00	825,100.00	453,400.00	451,000.00
偿还债务支付的现金	532,500.00	622,500.00	422,500.00	385,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	23,852.21	28,531.64	22,111.23	20,885.15
筹资活动现金流出小计	556,352.21	651,031.64	444,611.23	405,885.15
筹资活动产生的现金流量净额	-23,852.21	174,068.36	8,788.77	45,114.85
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	34,708.91	134,444.08	-16,569.62	-39,148.59
加：期初现金及现金等价物余额	183,233.66	48,789.57	65,359.19	104,507.78
六、期末现金及现金等价物余额	217,942.57	183,233.66	48,789.57	65,359.19

五、发行人财务情况分析

(一) 资产结构分析

图表 6-15：发行人近三年及一期资产结构情况

单位：万元、%

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
----	-------------	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产合计	3,093,926.02	54.97	3,263,719.34	55.96	3,017,717.51	54.09	3,293,786.38	57.96
非流动资产合计	2,534,840.98	45.03	2,568,497.59	44.04	2,561,462.73	45.91	2,388,636.04	42.04
资产总计	5,628,767.00	100	5,832,216.93	100	5,579,180.23	100	5,682,422.42	100

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末,公司合并报表口径的资产规模整体保持稳定,发行人总资产规模分别为 568.24 亿元、557.92 亿元、583.22 亿元和 562.88 亿元。从资产结构来看,2016-2018 年末及 2019 年 9 月末流动资产占总资产的比例分别为 57.96%、54.09%、55.96%和 54.97%。

1、流动资产结构分析

图表 6-16: 发行人近三年流动资产结构分析

单位: 万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	985,274.81	31.85	1,111,482.24	34.06	1,317,477.22	43.66	1,194,324.77	36.26
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	-	-	167.97	0.01	204.34	0.01	396.95	0.01
交易性金融资产	793,881.70	25.66	-	-	-	-	-	-
应收票据及应收账款	-	-	299,153.82	9.17	350,363.84	11.61	411,324.04	12.49
应收票据	1,502.02	0.05	-	-	-	-	-	-
应收账款	297,621.14	9.62	-	-	-	-	-	-
预付款项	153,974.33	4.98	123,685.36	3.79	133,838.94	4.44	146,409.53	4.45
其他应收款	57,412.90	1.86	87,668.81	2.69	93,235.55	3.09	100,261.63	3.04
存货	411,881.50	13.31	357,226.78	10.95	236,197.02	7.83	274,226.81	8.33
持有待售资产	-	-	-	-	1,199.03	0.04	-	-
一年内到期的非流动资产	31,625.00	1.02	31,628.33	0.97	-	-	-	-
其他流动资产	360,752.61	11.66	1,252,706.03	38.38	885,201.58	29.33	1,166,842.67	35.43
流动资产合计	3,093,926.02	100	3,263,719.34	100	3,017,717.51	100	3,293,786.38	100

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末,公司流动资产总额分别是 329.38 亿元、301.77 亿元、326.37 亿元和 309.39 亿元,主要由货币资金、交易性金融资产、应收票据及应收账款、预付款项、其他应收款、存货和其他流动资产构成。2018 年末,上述科目占流动资产比例分别为 34.06%、0.00%、9.17%、3.79%、2.69%、10.95%和 38.38%; 2019 年 9 月末上述科目占流动资产比例分别为 31.85%、25.66%、9.67%、4.98%、1.86%、13.31%和 11.66%。在流动资产中,货币资金

占比分别为 36.26%、43.66%、34.06%和 31.85%，除 2018 年以外是占比最高的科目，2018 年占比最高的科目为其他流动资产，占比为 38.38%。公司一年内到期的非流动资产主要为湖州富隸房地产有限公司长期应收款账龄达到一年以内重分类所致，截至 2019 年 9 月末该笔应收款金额为 31,625 万元。

(1) 货币资金

图表 6-17：发行人近三年货币资金明细

单位：万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
库存现金	295.43	217.15	248.87	321.73
银行存款	625,415.70	611,210.06	610,610.65	938,819.98
存放中央银行款项	20,041.81	20,378.28	7,844.89	-
存放同业	237,556.64	434,859.61	537,388.24	100,227.85
其他货币资金	101,549.33	44,817.13	161,384.57	154,955.21
应收利息	415.91	-	-	-
合计	985,274.81	1,111,482.24	1,317,477.22	1,194,324.77

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司的货币资金分别为 119.43 亿元、131.75 亿元、111.15 亿元和 98.53 亿元，货币资金主要包括库存现金、银行存款、存放中央银行款项、存放同业、其他货币资金和应收利息。其他货币资金主要为各项保证金、支付宝存款等。其中银行存款为货币资金的主要构成部分，近三年及一期末分别占比 78.61%、46.35%、54.99%和 63.48%。2017 年、2018 年末银行存款占比有所下降，主要因为 2017 年、2018 年货币资金中新增了财务公司存放同业款项，占比为 40.79%和 39.12%。公司存款主要集中在工商银行、建设银行、招商银行、交通银行和民生银行等五家主要合作银行。近三年企业经营状况稳定，市场竞争力不断提升，货币资金基本保持稳定。截至 2019 年 9 月末，公司受限的货币资金为 2.88 亿元，主要为各项保证金和存放中央银行法定准备金，具体明细情况可见图表 6-81。

(2) 交易性金融资产

图表 6-18：发行人近三年交易性金融资产明细

单位：万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
交易性金融资产	793,881.70	-	-	-
合计	793,881.70	-	-	-

发行人境内上市的子公司根据财务部发布的 2017 年《企业会计准则第 22 号——金融工具计量》，自 2019 年 1 月 1 日起，将其持有的理财产品重分类为交易性金融资产。

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司的交易性金融资产分别为 0 亿元、0 亿元、0 亿元和 79.39 亿元，交易性金融资产主要为会计准则变更后部分重分类的理财产品，相应款项由其他流动资产科目转入交易性金融资产科目核算，产品明细详见图表 6-82。

(3) 应收票据及应收账款

I、应收票据

图表 6-19：发行人近三年应收票据明细

单位：万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
银行承兑汇票	258.61	7,425.75	13,461.60	3,573.02
商业承兑汇票	1,243.40	16,526.45	57,162.93	52,750.48
合计	1,502.02	23,952.20	70,624.52	56,323.51

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司应收票据分别为 5.63 亿元、7.06 亿元、2.40 亿元和 0.15 亿元，主要是下属子公司应收商业承兑汇票，占比分别为 93.66%、80.94%、69.00%和 82.78%。2018 年公司应收票据较 2017 年减少 4.66 亿元，降幅为 66.09%，主要是因为其下属贸易公司国内外贸易结算量减少所致。2016-2018 年末及 2019 年 9 月末公司银行承兑汇票占应收票据的比率分别为 6.34%、19.06%、31.00%和 17.22%，占比逐年提高，这是由于近年来为了降低承兑风险、改善票据结构公司逐渐增加应收票据中银行承兑汇票的占比，减少商业承兑汇票的占比。

II、应收账款

图表 6-20：发行人近三年及一期应收账款列示

单位：万元、%

项目	2019 年 9 月 30 日			2018 年 12 月 31 日		
	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	13,535.84	3.64	21,314.75	13,920.63	4.12	13,920.63
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	25,178.70	6.77	28,071.76	26,450.49	7.84	23,712.23
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	333,138.93	89.59	24,540.88	297,039.78	88.04	24,576.43
其中：按账龄计提坏账准备的应收账款	332,507.77	89.42	24,540.88	296,731.12	87.94	24,576.43

关联方	604.05	0.16	-	308.66	0.09	-
合计	371,853.47	100.00	73,927.40	337,410.90	100.00	62,209.29
项目	2017 年 12 月 31 日			2016 年 12 月 31 日		
	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	25,960.22	7.99	24,390.65	18,080.38	4.68	13,035.81
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	298,797.54	92.01	20,627.80	368,310.28	95.32	18,354.32
其中：按账龄计提坏账准备的应收账款	298,318.83	91.86	20,627.80	367,690.41	95.16	18,354.32
关联方	478.71	0.15%	-	619.86	0.16	-
合计	324,757.76	100.00	45,018.45	386,390.66	100.00	31,390.13

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司应收账款分别为 35.50 亿元、27.97 亿元、27.52 亿元和 29.76 亿元，占流动资产比率分别为 10.87%、9.27%、8.52% 和 9.62%。近三年应收账款逐年下降。按计提坏账准备的方式不同，公司应收账款主要分为四类，分别为单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款和关联方应收账款。其中按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款占比最大，近三年及一期末分别占应收账款的 95.32%、92.01%、88.04% 和 89.59%。而按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款则主要由按账龄计提坏账准备的应收账款构成。公司按账龄计提坏账准备的应收账款主要集中在 1 年以内，2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，账龄在 1 年以内的按账龄计提坏账准备的应收账款分别占公司应收账款总额的 84.95%、73.89%、71.16% 和 82.65%。公司账龄在 3 年以上的应收账款占比较小、单笔金额不大且均按账龄计提了坏账准备。

图表 6-21：发行人近三年及一期末按账龄计提坏账准备的应收账款情况

单位：万元、%

账龄	2019 年 9 月 30 日				2018 年 12 月 31 日			
	金额	占比	坏账准备	占比	金额	占比	坏账准备	占比
1 年以内	274,819.55	82.65	23,368.07	61.99	240,103.49	71.16	11,898.47	48.41
1 至 2 年	28,066.34	8.44	3,499.32	9.28	28,746.43	8.52	2,869.12	11.67
2 至 3 年	9,989.44	3.00	2,918.54	7.74	9,315.32	2.76	2,408.76	9.80

3 年以上	19,632.44	5.90	7,908.21	20.98	18,565.88	5.5	7,400.09	30.11
合计	332,507.77	100.00	37,694.14	100.00	296,731.12	100.00	24,576.43	100.00
账龄	2017 年 12 月 31 日				2016 年 12 月 31 日			
	金额	占比	坏账准备	占比	金额	占比	坏账准备	占比
1 年以内	239,979.18	80.44	7,192.38	34.87	328,218.84	89.26	8,523.56	46.44
1 至 2 年	39,429.54	13.22	3,942.95	19.11	18,543.98	5.04	1,541.08	8.40
2 至 3 年	6,666.23	2.23	1,999.87	9.70	12,183.25	3.31	3,487.05	19.00
3 年以上	12,243.87	4.10	7,492.59	36.32	8,744.34	2.38	4,802.63	26.17
合计	298,318.83	100.00	20,627.80	100.00	367,690.41	100.00	18,354.32	100.00

图表 6-22: 2019 年 9 月末公司应收账款前五名单位情况

单位: 万元、%

单位	金额	账龄	占应收账款总额的比例	与发行人关系
公司一	19,971.71	一年以内	5.37	非关联方
公司二	13,380.00	一年以内	3.60	非关联方
公司三	11,992.05	一年以内	3.22	非关联方
公司四	10,520.00	一年以内	2.83	非关联方
公司五	5,926.00	一年以内	1.59	非关联方
合计	61,789.76		16.62	-

(4) 预付款项

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末, 公司预付账款分别为 14.64 亿元、13.38 亿元、12.37 亿元和 15.40 亿元, 占流动资产的比例分别为 4.45%、4.44%、3.79% 和 4.98%。公司预付账款主要是预付影视剧购买款、房租和工程款等。从预付账款账龄结构来看, 主要集中在 1 年以内, 2016-2018 年末及 2019 年 9 月末账龄 1 年以内的预付账款占比分别为 90.76%、80.38%、63.35%和 67.64%。近两年预付账款金额较大, 主要是因为当前各家卫视对优质电视剧的争夺较为激烈, 为了抢占优质资源, 公司增加了相关购买影视剧的预付款项所致。发行人中长期预付账款的比重逐年增加, 主要原因为发行人预付账款主要为预付给影视剧制作公司的版权播映费, 受近年来影视剧播映监管趋严的影响, 影视剧取得播映许可的周期延长, 导致预付账款账期延长。

图表 6-23: 发行人近三年及一期预付账款账龄情况

单位: 万元、%

账龄	2019 年 9 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	104,144.62	67.64	78,358.61	63.35	107,575.66	80.38	132,875.66	90.76
1 至 2 年	20,266.32	13.16	22,168.48	17.92	23,289.82	17.40	10,441.04	7.13
2 至 3 年	16,512.07	10.72	21,011.78	16.99	1,819.37	1.36	2,101.39	1.44

3 年以上	13,051.32	8.48	2,146.49	1.74	1,154.07	0.86	991.44	0.67
合计	153,974.33	100.00	123,685.36	100.00	133,838.94	100.00	146,409.53	100.00

图表 6-24: 2019 年 9 月末发行人预付账款前五名单位情况

单位: 万元、%

单位	金额	占预付账款总额的比例	账龄	与发行人关系
公司一	27,220.97	17.68	1 年以内	非关联方
公司二	13,747.92	8.93	2 至 3 年	非关联方
公司三	6,580.00	4.27	4 年以内	非关联方
公司四	4,811.32	3.12	1 年以内	非关联方
公司五	3,962.00	2.57	4 年以内	非关联方
合计	56,322.21	36.58		-

(5) 其他应收款

图表 6-25: 发行人近三年及一期其他应收账款列示

单位: 万元、%

项目	2019 年 9 月 30 日			2018 年 12 月 31 日		
	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	91,118.52	56.70	76,670.51	91,118.52	47.79	76,670.51
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	45,248.67	28.16	22,334.72	47,340.05	24.83	24,282.89
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	24,341.11	15.15	4,290.18	52,209.99	27.38	2,548.72
其中: 按账龄计提坏账准备的其他应收款	24,591.68	15.30	4,290.18	21,033.96	11.03	2,548.72
关联方、押金、保证金、备用金	30,992.88	19.29	-	31,176.03	16.35	-
合计	160,708.31	100.00	103,295.41	190,668.55	100.00	103,502.13
项目	2017 年 12 月 31 日			2016 年 12 月 31 日		
	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备
单项金额重大并单项计提坏账准备其他应收款	92,595.52	47.53	69,852.11	37,549.54	26.74	23,214.02
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的	48,458.51	24.87	30,951.43	17,611.43	12.54	16,168.04

其他应收款						
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	53,780.68	27.60	2,877.33	85,239.94	60.72	3,032.00
其中：按账龄计提坏账准备的其他应收款	13,701.42	7.03	2,877.33	56,399.54	40.17	3,032.00
关联方、押金、保证金、备用金	40,079.27	20.57	-	28,840.41	20.54	-
合计	194,834.71	100.00	103,680.87	140,400.91	100.00	42,414.06

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司其他应收款分别为 10.03 亿元、9.32 亿元、8.77 亿元和 5.74 亿元，占流动资产的比例分别为 3.04%、3.09%、2.69% 和 1.86%。公司按照财政部的要求时间开始执行《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号），2018 年起将应收利息，应收股利与其他应收款合并为“其他应收款”列示。

公司其他应收款主要为应收关联方往来款和押金、保证金及备用金。近三年公司其他应收款呈下降态势，但占流动资产的比重基本维持在 3% 左右。同公司应收账款的分类类似，公司的其他应收款依然按照计提坏账准备的方式分为单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款、按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款和关联方其他应收款，其中按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款近三年及一期末分别占其他应收款的 60.72%、27.60%、27.38% 和 15.15%。

图表 6-26：2019 年 9 月末发行人其他应收款前五名单位情况

单位：万元、%

单位	与本公司的关系	金额	年限	占其他应收款的比例	坏账准备	计提比例
广州涛声广告有限公司	非关联方往来	38,956.50	3 年	22.93	31,165.20	80
上海天天新报社有限公司	关联方往来	18,878.50	5 年以上	11.11	18,878.50	100
广州壬天企业管理咨询有限公司	非关联方往来	14,220.00	3 年	8.37	11,376.00	80
深圳市前海涛略文化传媒有限公司	非关联方往来	10,540.52	3 年	6.21	8,432.42	80
上海雅润文化传播有限公司	非关联方往来	8,523.00	4 年	5.02	6,818.40	80
合计		91,118.52		53.64	76,670.51	

发行人其他应收款前五名中，上海天天新报社有限公司正在破产清算中，该公司应收款预计无法收回，已按全额计提坏账准备；其余四家公司的其他应收款均按账面余额的 80% 计提了坏账准备。

(6) 存货

图表 6-27: 发行人近三年及一期末存货明细

单位: 万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	净额	占比	净额	占比	净额	占比	净额	占比
原材料	9,256.79	2.25	11,112.96	3.05	8,170.34	3.41	6,446.37	2.32
自制半成品及在产品	37,339.66	9.07	31,981.73	8.79	17,241.30	7.19	41,523.69	14.97
库存商品 (产成品)	186,209.96	45.21	165,083.50	45.36	126,059.10	52.55	160,644.49	57.93
周转材料 (包装物、低值易耗品)	2,919.59	0.71	7,594.61	2.09	12,884.24	5.37	16,047.69	5.79
工程施工 (已完工未结算款)	1,436.72	0.35	395.01	0.11	1,150.93	0.48	1,039.96	0.38
开发成本	174,718.78	42.42	147,803.32	40.61	74,400.77	31.01	51,611.41	18.61
合计	411,881.50	100.00	363,971.15	100.00	239,906.69	100.00	277,313.61	100.00

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末, 公司存货净额分别为 27.42 亿元、23.62 亿元、35.72 亿元和 41.19 亿元, 占流动资产的比例分别为 8.33%、7.83%、10.95% 和 13.31%。2018 年末公司存货较 2017 年增加 11.56 亿元, 增长幅度为 48.19%, 较上年度增长较快, 主要由于库存商品和开发成本的增加, 其中: 库存商品主要为尚在制作或已制作完成的电视电影作品等; 开发成本主要为在建房地产项目, 2018 年发行人新增松江南站经济适用房项目。2016-2018 年末及 2019 年 9 月末发行人存货主要包括自制半成品及在产品、库存商品和其他存货, 自制半成品及在产品主要为尚在制作的电视电影作品等, 库存商品主要为已制作完成的电视电影作品等。发行人其他存货主要包括开发成本。开发成本主要为房地产企业存货, 发行人将在建房地产项目计入开发成本, 主要是松江南站保障房项目和松江南站经济适用房项目。

(7) 其他流动资产

图表 6-28: 发行人近三年及一期末其他流动资产明细

单位: 万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
增值税留抵、待抵扣、待认证	44,469.70	36,821.18	39,330.54	28,825.49
预缴的所得税	3,727.00	134.31	1,734.32	649.65
待摊费用	-	194.62	129.16	317.40
理财产品及结构性存款	270,000.00	1,173,000.00	844,007.56	1,137,050.13

土地出让金	42,555.91	42,555.91	-	-
合计	360,752.61	1,252,706.03	885,201.58	1,166,842.67

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末,公司其他流动资产分别为 116.68 亿元、88.52 亿元、125.27 亿元和 37.74 亿元,分别占流动资产的 35.43%、29.33%、38.38% 和 11.66%。公司的其他流动资产主要包括增值税进项税、预缴的所得税、物业费及租赁费、理财产品和结构性存款、土地出让金等。2018 年末发行人土地出让金余额 4.26 亿元,主要为子公司上海科学教育电影制片厂有限公司支付的科影厂项目土地出让金。2018 年末,公司其他流动资产较 2017 年增加 36.75 亿元,增幅达 41.52%,主要是因为 2017 年部分理财产品到期后尚未续买,相应款项计入货币资金所致。2019 年 9 月末,公司其他流动资产较 2018 年末减少 89.20 亿元,主要因为会计政策变更后部分理财产品重分类为交易性金融资产,相应款项计入交易性金融资产科目核算,金额共计 79.39 亿元。

2、非流动资产结构分析

图表 6-29: 发行人近三年及一期非流动资产结构分析

单位: 万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
发放贷款及垫款	3,850.00	0.15	-	-	2,535.00	0.10	-	-
可供出售金融资产	718,981.91	28.36	853,195.51	33.22	835,783.86	32.63	891,820.46	37.34
长期应收款	17,500.00	0.69	17,500.00	0.68	84,263.33	3.29	22,963.33	0.96
长期股权投资	806,838.30	31.83	845,074.42	32.90	801,347.92	31.28	573,969.04	24.03
其他权益工具投资	70,126.51	2.77	-	-	-	-	-	-
其他非流动金融资产	64,368.07	2.54	-	-	-	-	-	-
投资性房地产	79,073.84	3.12	79,971.52	3.11	77,715.86	3.03	81,074.43	3.39
固定资产	418,175.42	16.50	435,725.07	16.96	459,156.20	17.93	470,333.72	19.69
在建工程	76,336.44	3.01	35,378.08	1.38	21,428.77	0.84	17,808.91	0.75
无形资产	124,402.90	4.91	144,062.35	5.61	141,271.35	5.52	133,847.33	5.60
开发支出	4,317.96	0.17	101.34	0.00	627.55	0.02	1,011.14	0.04
商誉	95,842.02	3.78	95,842.02	3.73	95,516.42	3.73	153,622.05	6.43
长期待摊费用	16,128.38	0.64	18,607.50	0.72	17,595.50	0.69	22,159.43	0.93
递延所得税资产	38,899.22	1.53	43,039.76	1.68	24,220.98	0.95	19,710.99	0.83
其他非流动资产	0.02	0.00	0.02	0.00	-	-	315.20	0.01
非流动资产合计	2,534,840.98	100	2,568,497.59	100	2,561,462.73	100	2,388,636.04	100

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末,公司非流动资产分别为 238.86 亿元、256.15 亿元、256.85 亿元和 253.48 亿元,规模较为稳定,在总资产中占比分别为 42.04%、45.91%、44.04%和 45.03%。从构成来看,发行人非流动资产主要包括可供出售

金融资产、长期股权投资、固定资产、无形资产和商誉，2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，上述五项合计在非流动资产的占比分别为 93.09%、91.08%、92.42 和 85.38%。

(1) 可供出售金融资产

2018 年末可供出售金融资产较 2017 年末增加 1.74 亿元，增幅 2.08%。

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人可供出售金融资产分别为 89.18 亿元、83.58 亿元、85.32 亿元和 71.90 亿元，在非流动资产中的占比分别为 37.34%、32.63%、33.22%和 28.36%，近三年基本保持稳定。

2019 年 9 月末，发行人可供出售金融资产为 71.90 亿元，较 2018 年末减少 13.42 亿元，主要由于发行人境内上市的子公司根据财政部发布的 2017 年《企业会计准则第 22 号——金融工具计量》，自 2019 年 1 月 1 日起，将其持有的可供出售金融资产重分类为其他权益工具投资和其他非流动金融资产。

公司对于可供出售金融资产的减值测试均按照会计准则的要求执行，除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

可供出售金融资产采用公允价值进行计量的，均使用资产负债表日前最后一个交易日该股票在二级市场的收盘价作为公开报价，乘以公司所持股数进行计量。

图表 6-30：发行人 2019 年 9 月末可供出售金融资产明细

单位：万元

持有公司	被投资单位	合计	计量方式
上海文化广播影视集团有限公司	浦发银行	21,701.78	公允价值
	人民网股份有限公司	11,264.45	公允价值
	百联股份	1,570.66	公允价值
	中国太保	194.95	公允价值
	豫园商城	1,302.78	公允价值

持有公司	被投资单位	合计	计量方式
	中煤能源	17.36	公允价值
	申能股份	74.93	公允价值
	新锦江	54.47	公允价值
	天地源	17.39	公允价值
	上海数字电视国家工程研究中心有限公司	600.00	成本价值
	上海视觉艺术学院	13,000.00	成本价值
	上海文化产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	20,225.67	成本价值
	杭州盛维晟祥创业投资合伙企业（有限合伙）	1,000.00	成本价值
	上海文广投资管理中心（有限合伙）	49,690.00	成本价值
	上海申迪（集团）有限公司	399,767.06	成本价值
	上海世博文化中心有限公司	112,165.58	成本价值
	航天数字传媒有限公司	3,533.19	成本价值
	海通创意资本管理有限公司	2,250.00	成本价值
	上海东方汇融文化商务有限公司	750.00	成本价值
	上海复宣工程建设发展有限公司	135.00	成本价值
	杏花楼食品餐饮股份有限公司	100.00	成本价值
		合计	708,981.91
上海东方惠金文化产业创业投资有限公司	上海浦东中银富登村镇银行有限责任公司	1,200.00	成本价值
	上海浦东新区张江科技小额贷款股份有限公司	1,000.00	成本价值
	华人文化产业股权投资(上海)中心(有限合伙)	20,243.70	成本价值
	合计	22,443.70	
上海新汇文化娱乐(集团)有限公司	上海新索音乐有限公司	2,607.78	成本价值
	上海数字世纪网络有限公司	300.00	成本价值
	合计	2,907.78	
上海文广集团国际控股有限公司	美国虚拟现实公司 JAUNT	2,434.85	成本价值
	网易云音乐	22,517.66	成本价值
	BAOBAB	2,797.72	成本价值
	复盛风投基金	15,393.76	成本价值
	合计	43,143.99	
上海话剧艺术中心有限公司	北京银行	91.43	公允价值
上海市演出有限公司	上海新世界股份有限公司	31.70	公允价值

持有公司	被投资单位	合计	计量方式
司			
上海网腾投资管理 有限公司	上海经怡实业发展有限公司	381.60	成本价值
上海仙乐斯文化实 业公司	上海仙乐斯房地产有限公司	566.45	成本价值
上海东方明珠房地 产有限公司	上海视觉艺术学院	10,000.00	成本价值
合计		718,981.91	

(2) 长期应收款

图表 6-31: 发行人近三年及一期长期应收款明细

单位: 万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
分期收款销售商品	-	-	-	-	13.33	0.01	23.33	0.01
其他	17,500.00	100.00	17,500.00	100.00	84,250.00	99.99	22,940.00	99.99
合计	17,500.00	100.00	17,500.00	100.00	84,263.33	100.00	22,963.33	100.00

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末, 发行人长期应收款分别为 2.30 亿元、8.43 亿元、1.75 亿元和 1.75 亿元, 在非流动资产中的占比分别为 0.96%、3.29%、0.68% 和 0.69%。2018 年末及 2019 年 9 月末公司长期应收款为上海久事体育资产经营有限公司(曾用名“上海东亚(集团)有限公司”)的拆借资金。2018 年末长期应收款较 2017 年末减少 6.68 亿元, 主要系公司收回湖北保和明珠置业有限公司 3.50 亿元和宁波甬洲置业有限公司 3.18 亿元。

(3) 长期股权投资

长期股权投资包括对合营企业及联营企业股权投资以及其他股权投资。2016-2018 年末及 2019 年 9 月末, 发行人长期股权投资分别为 57.40 亿元、80.13 亿元、84.51 亿元和 80.68 亿元, 占非流动资产的比例分别为 24.03%、31.28%、32.90%和 31.83%。

公司长期股权投资成本的核算方式为: 对被投资单位具有共同控制(构成共同经营者除外)或重大影响的长期股权投资, 采用权益法核算; 此外, 公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

图表 6-32: 发行人近三年及一期长期股权投资期末余额

单位: 万元

长期股权投资	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
北京艾德思奇科技有限公司	0.00	0.00	18,227.45	0.00

长期股权投资	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
上海上视小荧星文化艺术培训学校	100.00	100.00	100.00	100.00
广视通网络通信传媒有限公司	4,935.44	4,912.80	5,023.61	5,016.17
上海城市之光灯光设计有限公司	400.34	363.35	308.35	249.32
上海马戏城演出有限公司	0.00	0.00	377.52	375.78
上海文化广场有限公司	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
上海东方票务有限公司	234.84	234.84	339.77	402.74
上海文化广场剧院管理有限公司	2,105.34	2,330.75	1,742.67	1,476.13
上海东方梦想投资管理有限公司	23,315.39	23,315.39	24,710.17	25,710.17
上海体育场酒店管理有限公司	4,039.70	4,039.70	4,153.94	4,205.96
上海国际儿童文化发展有限公司	344.66	344.96	283.11	203.74
上海东方卢森堡传播开发有限公司	0.00	0.00	0.00	100.03
上海大世界投资管理有限公司	0.00	0.00	1,885.85	2,754.53
银视通信息科技有限公司	524.06	822.30	1,483.62	1,830.04
上海下一代广播电视网应用实验室有限公司	0.00	503.31	488.48	482.53
黑龙江龙视东方电视购物有限公司	0.00	0.00	229.81	632.84
成都每日电视购物有限公司	0.00	0.00	216.64	199.70
湖北广通东方购物有限公司	0.00	0.00	0.00	1,215.40
上海浦东广播电视传媒有限公司	383.82	383.82	506.11	504.02
云南云视幻维数码影视有限公司	502.40	508.76	498.67	500.39
上海交大海外教育发展有限公司	194.08	222.70	777.96	597.51
河北广电传媒技术有限公司	533.01	545.17	498.36	485.02
上海练塘水木文化发展有限公司	0.00	0.00	0.00	158.60
西安嘉行影视传媒股份有限公司（曾用名：西安同大实业股份有限公司）	0.00	23,444.86	38,603.46	34,243.00
上海市信息投资股份有限公司	107,034.56	102,625.72	95,222.56	88,866.56
Orient Pearl Media Sports Holdings Limited	4,324.42	14,745.09	14,635.16	13,779.56
北京易豪科技有限公司	0.00	0.00	379.19	379.32
爱上电视传媒有限公司	2,520.83	2,520.83	2,520.83	2,520.83
上海东方惠金融资担保有限公司	4,686.77	4,686.77	4,639.02	4,624.94
东方有线网络有限公司	114,093.46	112,097.30	105,260.52	99,322.34
上海中广传播有限公司	272.05	280.84	3,051.64	2,976.11
成都复地明珠置业有限公司	11,829.02	20,144.25	19,522.56	10,705.95
南京复地明珠置业有限公司	13,765.59	14,383.72	15,606.69	23,823.98
上海东方明珠索乐文化发展有限公司	505.55	498.08	533.74	525.29
上海地铁电视有限公司	1,387.92	1,388.63	1,369.72	1,356.49
上海时空之旅文化发展有限公司	1,839.49	1,839.48	1,871.38	963.11
上海东方明珠迪尔希文化传媒有限公司	96.33	185.97	691.13	1,758.24

长期股权投资	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
中兴九城网络科技无锡有限公司	1,807.75	1,843.09	2,001.76	0.00
云集将来传媒（上海）有限公司	15,997.46	15,997.46	16,250.00	0.00
深圳市兆驰股份有限公司	222,296.06	219,494.63	226,163.71	221,043.51
绍兴华泰明珠置业有限公司	0.00	167.62	0.00	0.00
上海文广资本管理有限公司	799.82	799.82	192.37	0.00
上海文广智娱股权投资基金合伙企业（有限合伙）	8,745.95	8,745.95	3,462.19	0.00
上海文广招融股权文化投资管理中心（有限合伙）	301.53	301.53	295.14	0.00
上海文广招融股权投资管理中心（有限合伙）	203.94	203.94	198.21	0.00
上海文广融媒股权投资基金合伙企业（有限合伙）	19,254.05	19,254.05	6,395.61	0.00
上海润金文化传播有限公司	8,550.99	8517.12	8,946.82	8,348.43
上海聚力传媒技术有限公司	0.00	0.00	30.83	0.00
上海歌星俱乐部	30.16	58.90	35.95	0.00
上海东方明珠文化产业股权投资基金管理有限公司	112.78	134.15	239.30	0.00
上海东方明珠传媒产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	59,948.10	60,739.62	0.00	0.00
上海川沙名镇东方明珠建设开发有限公司	1,587.24	1,668.56	2,085.19	2,461.80
宁波甬洲置业有限公司	0.00	77.79	1,099.91	0.00
明珠富想川沙（上海）民宿文化有限公司	360.41	454.59	621.76	363.99
媒捷中国有限公司	0.00	21.88	148.72	0.00
华人文化（天津）投资管理有限公司	4,088.57	4,088.57	3,797.25	3,756.33
湖北保和明珠置业有限公司	0.00	0.00	426.23	0.00
北京盖娅互娱网络科技股份有限公司	128,402.63	128,375.19	128,566.33	0.00
北京风行在线技术有限公司	28,358.57	27,181.06	28,947.52	0.00
卓拓维（上海）虚拟现实信息科技有限公司	2,567.72	2,994.70	3,756.37	0.00
上海香蕉云集新媒体有限公司	0.00	0.00	0.00	147.86
上海东迪数字传播咨询有限公司	1,423.96	1,413.50	697.80	725.24
湖州富隸房地产有限公司	217.85	1,011.32	0.00	0.00
上海明珠尚祺咨询有限公司	59.94	60.00	0.00	0.00
上海东方智媒城经济发展有限公司	1,004.83	0.00	0.00	0.00
大连卓谱数码科技有限公司	120.00	0.00	0.00	0.00
合计	806,838.30	845,074.42	801,347.92	573,969.04

(4) 其他权益工具投资

图表 6-33: 发行人近三年及一期其他权益工具投资明细

单位: 万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
其他权益工具投资	70,126.51	-	-	-
合计	70,126.51	-	-	-

发行人境内上市的子公司根据财务部发布的 2017 年《企业会计准则第 22 号——金融工具计量》，自 2019 年 1 月 1 日起，将其持有的金融资产重分类为其他权益工具投资。

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司的其他权益工具投资分别为 0 亿元、0 亿元、0 亿元和 7.01 亿元，其他权益工具投资主要为会计准则变更后部分重分类的金融资产，相应款项由可供出售金融资产科目转入其他权益工具投资科目核算。

图表 6-34: 发行人 2019 年 9 月末其他权益工具投资明细

单位: 万元

其他权益工具	金额
富士康工业互联网股份有限公司	30,604.73
新疆广电网络有限责任公司	5,630.00
太原有线网络有限公司	8,660.00
上海旗忠高尔夫俱乐部有限公司	1,280.00
OPG FUND LP	8,441.80
北京艾德思奇科技有限公司	5,613.00
上海数字电视国家工程研究中心有限公司	400.00
美国虚拟现实公司 JAUNT	1,046.98
北京国际广告传媒集团有限公司	8,450.00
合计	70,126.51

(5) 其他非流动金融资产

图表 6-35: 发行人近三年及一期其他非流动金融资产明细

单位: 万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
其他非流动金融资产	64,368.07	-	-	-
合计	64,368.07	-	-	-

发行人境内上市的子公司根据财务部发布的 2017 年《企业会计准则第 22 号

——金融工具计量》，自 2019 年 1 月 1 日起，将其持有的金融资产重分类为其他非流动金融资产。

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司的其他非流动金融资产分别为 0 亿元、0 亿元、0 亿元和 6.44 亿元，其他非流动金融资产主要为会计准则变更后部分重分类的金融资产，相应款项由可供可供出售金融资产科目转入其他非流动金融资产科目核算。

图表 6-36：发行人 2019 年 9 月末其他非流动金融资产明细

单位：万元

其他非流动金融资产	金额
海通证券股份有限公司	0.13
北京歌华有线电视网络股份有限公司	18,930.26
陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司	18,550.60
明日世界互动娱乐有限公司	440.00
上海黄浦江行人隧道联合发展有限公司	832.00
上海科技创业投资股份有限公司	1,273.56
上海宝鼎投资股份有限公司	978.00
上海东方网股份有限公司	11,800.00
成都索贝数码科技股份有限公司	8,253.52
东方嘉影电视院线传媒股份公司	3,310.00
合计	64,368.07

(6) 投资性房地产

图表 6-37：发行人近三年及一期投资性房地产明细

单位：万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
一、账面原值	96,273.61	95,304.68	90,635.79	91,698.82
房屋建筑物	96,273.61	95,304.68	90,635.79	91,698.82
二、累计折旧摊销	17,182.01	15,315.40	12,902.17	10,624.40
房屋建筑物	17,182.01	15,315.40	12,902.17	10,624.40
三、减值准备	17.76	17.76	17.76	-
房屋建筑物	17.76	17.76	17.16	-
四、账面价值	79,073.84	79,971.52	77,715.86	81,074.43
房屋建筑物	79,073.84	79,971.52	77,715.86	81,074.43

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司投资性房地产的账面价值分别是 8.11 亿元、7.77 亿元、8.00 亿元和 7.91 亿元，占非流动资产比例分别是 3.39%、3.03%、3.11%和 3.12%。公司投资性房地产全部是已出租的房屋建筑物，全部采用成本计量。

(7) 固定资产

图表 6-38：发行人近三年及一期固定资产及固定资产清理明细

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
固定资产	417,977.20	435,617.75	459,063.45	470,333.72
固定资产清理	198.22	107.32	92.75	-
合计	418,175.42	435,725.07	459,156.20	470,333.72

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人固定资产账面价值分别为 47.03 亿元、45.92 亿元、43.57 亿元和 41.82 亿元，占非流动资产的比例分别为 19.69%、17.93%、16.96%和 16.50%。发行人固定资产主要包括房屋及建筑物、办公设备、专用设备、运输工具和其他设备。其中，房屋及建筑物是固定资产最主要部分，近三年及一期末占比分别为 71.55%、71.36%、71.36%和 71.99%。

图表 6-39：发行人近三年及一期固定资产明细

单位：万元

固定资产	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
一、账面原值	1,034,510.07	1,029,368.43	1,020,460.28	1,001,588.67
1、土地资产	-	-	-	-
2、房屋及建筑物	491,491.61	492,101.55	498,968.64	498,313.85
3、办公设备	73,673.05	73,422.51	78,457.51	69,678.47
4、专用设备	442,291.16	435,019.00	418,803.05	397,803.00
5、运输工具	10,338.45	10,821.63	11,642.53	12,155.25
6、其他	16,715.80	1,8003.74	12,588.55	23,638.10
二、累计折旧	614,040.80	590,513.61	558,145.05	529,192.11
1、土地资产	-	-	-	-
2、房屋及建筑物	190,599.51	181,236.60	171,383.41	161,807.80
3、办公设备	62,482.64	60,997.54	62,589.76	54,278.86
4、专用设备	345,912.71	334,070.62	311,736.76	292,404.30
5、运输工具	7,529.20	7,495.76	7,525.88	7,254.05
6、其他	7,516.74	6,713.09	4,909.23	13,447.10
三、减值准备合计	2,492.07	3,237.07	3,251.78	2,062.84
1、土地资产	-	-	-	-
2、房屋及建筑物	-	-	-	-
3、办公设备	1.43	1.43	16.39	15.44
4、专用设备	2,490.65	2,490.65	2,490.39	2,047.40
5、运输工具	-	-	-	-
6、其他	-	745.00	745.00	-
四、账面价值	417,977.20	435,617.75	459,063.45	470,333.72
1、土地资产	-	-	-	-
2、房屋及建筑物	300,892.10	310,864.94	327,585.23	336,506.05

固定资产	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
3、办公设备	11,188.98	12,423.55	15,851.36	15,384.17
4、专用设备	93,887.80	98,457.74	104,575.90	103,351.30
5、运输工具	2,809.25	3,325.87	4,116.64	4,901.20
6、其他	9,199.06	10,545.64	6,934.32	10,191.00

(8) 在建工程

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人在建工程分别为 1.78 亿元、2.14 亿元、3.54 亿元和 7.63 亿元，占非流动资产的比例分别为 0.75%、0.84%、1.38% 和 3.01%。2018 年末，在建工程主要东方明珠凯旋路数字电视发射研发中心、电视塔各类设备更新改造等。

(9) 无形资产

图表 6-40：发行人近三年及一期无形资产明细

单位：万元

无形资产	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
一、原价合计	536,075.08	483,737.88	390,832.37	308,199.07
1、软件	34,438.21	30,257.46	21,700.27	17,627.02
2、土地使用权	19,825.43	19,825.43	19,825.37	18,116.41
3、非专利技术	-	-	-	-
4、商标权	316.17	826.96	826.96	826.96
5、著作权	394,933.45	346,360.56	262,068.90	190,606.74
6、特许权	7,705.66	7,705.66	7,705.66	21,369.74
7、经营权	78,856.16	78,761.82	78,705.21	59,652.19
二、累计摊销合计	410,503.52	338,506.86	249,044.23	173,852.04
1、软件	19,860.40	16,886.25	13,355.13	11,021.37
2、土地使用权	4,671.17	4,270.00	3,735.10	1,491.24
3、非专利技术	-	-	-	-
4、商标权	96.54	594.62	571.40	545.46
5、著作权	342,583.98	274,825.59	195,132.08	128,265.81
6、特许权	7,041.54	6,795.48	3,091.46	19,316.32
7、经营权	36,249.88	35,134.92	33,159.05	13,211.85
三、减值准备合计	1,168.66	1,168.66	516.79	499.70
1、软件	18.02	18.02	17.09	0.00
2、土地使用权	-	-	-	-
3、非专利技术	-	-	-	-
4、商标权	-	-	-	-
5、著作权	499.70	499.70	499.70	499.70

无形资产	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
6、特许权	650.94	650.94	-	-
7、经营权	-	-	-	-
四、账面价值	124,402.90	144,062.35	141,271.35	133,847.33
1、软件	14,559.79	13,353.19	8,328.05	6,605.65
2、土地使用权	15,154.26	15,555.43	16,090.27	16,625.17
3、非专利技术	-	-	-	-
4、商标权	219.63	232.34	255.55	281.50
5、著作权	51,849.77	71,035.27	66,437.12	61,841.24
6、特许权	13.18	259.23	4,614.20	2,053.42
7、经营权	42,606.28	43,626.89	45,546.16	46,440.34

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人无形资产账面价值分别为 13.38 亿元、14.13 亿元、14.41 亿元和 12.44 亿元，占非流动资产的比例分别为 5.60%、5.52%、5.61%和 4.91%。发行人无形资产主要包括软件、土地使用权、非专利技术、商标权、著作权、特许权和经营权。

(10) 商誉

图表 6-41：发行人近三年及一期商誉明细

单位：万元

项目	2019 年 9 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
上海影尊投资管理有 限公司	325.59	325.59	-	-
北京艾德思奇科技有 限公司	-	-	-	58,105.63
百视通网络电视技术 发展有限责任公司	99,516.22	99,516.22	99,516.22	99,516.22
上海东方惠金文化产 业创业投资有限公司	0.20	0.20	0.20	0.20
合计	95,842.02	95,842.02	95,516.42	153,622.05

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人商誉分别为 15.36 亿元、9.55 亿元、9.58 亿元和 9.58 亿元，占非流动资产的比例分别为 6.43%、3.73%、3.73%和 3.78%。2017 年末公司商誉较 2016 年末减少 5.81 亿元，主要系本公司之子公司东方明珠新媒体股份有限公司处置对北京艾德思奇科技有限公司的股权，相应的商誉予以转出所致。

对于商誉，公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。经减值测试，公司商誉不存在减值迹象。

(二) 负债结构分析

图表 6-42: 发行人近三年及一期末负债结构情况表

单位: 万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	1,423,307.85	87.39	1,628,293.64	88.95	1,628,984.47	94.24	1,557,152.03	88.81
非流动负债	205,385.27	12.61	202,286.77	11.05	99,624.26	5.76	196,277.38	11.19
负债总额	1,628,693.12	100.00	1,830,580.41	100.00	1,728,608.73	100.00	1,753,429.41	100.00

近三年, 发行人的负债规模与资产规模较为匹配。2016-2018 年末及 2019 年 9 月末, 发行人负债总额分别为 175.34 亿元、172.86 亿元、183.06 亿元和 162.87 亿元。

从发行人负债结构来看, 流动负债占比较高。2016-2018 年末及 2019 年 9 月末, 发行人流动负债分别为 155.72 亿元、162.90 亿元、162.83 亿元和 142.33 亿元, 占各期负债总额的比例分别为 88.81%、94.24%、88.95%和 87.39%。

1、流动负债结构分析

图表 6-43: 发行人近三年及一期流动负债结构分析

单位: 万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	478,014.68	33.58	567,500.00	34.85	550,999.50	33.82	389,268.84	25.00
吸收存款及同业存放	-	-	0.08	0.00	-	-	-	-
应付票据及应付账款	-	-	386,120.03	23.71	359,647.06	22.08	445,513.64	28.61
应付票据	60.94	0.00	-	-	-	-	-	-
应付账款	423,261.75	29.74	-	-	-	-	-	-
预收款项	174,983.38	12.29	159,908.42	9.82	140,480.68	8.62	144,196.51	9.26
应付职工薪酬	31,866.09	2.24	73,620.85	4.52	71,722.80	4.40	66,528.63	4.27
应交税费	24,161.07	1.70	67,852.38	4.17	90,052.90	5.53	108,060.53	6.94
其他应付款	278,741.15	19.58	300,281.63	18.44	292,032.31	17.93	268,889.65	17.27
一年内到期的非流动负债	-	-	1,305.40	0.08	103,234.32	6.34	103,535.88	6.65
其他流动负债	12,218.79	0.86	71,704.86	4.40	20,814.91	1.28	31,158.36	2.00
流动负债合计	1,423,307.85	100.00	1,628,293.64	100.00	1,628,984.47	100.00	1,557,152.03	100.00

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末, 公司流动负债主要由短期借款、应付票据及应付账款、预收款项和其他应付款构成, 上述四项合计占发行人流动负债的比

例分别为 80.14%、82.45%、86.83%和 95.21%。

(1) 短期借款

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司短期借款分别为 38.93 亿元、55.10 亿元、56.75 亿元和 47.80 亿元，占流动负债比例分别为 25.00%、33.82%、34.85%和 33.58%。短期借款主要为公司本部及成员企业的信用方式银行借款，近三年及一期末，信用借款占短期借款的比重分别为 99.81%、99.91%、100%和 100%。

图表 6-44：发行人近三年及一期末短期借款类别

单位：万元、%

账龄	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用借款	478,014.68	100.00	567,500.00	100.00	550,500.00	99.91	376,900.00	99.81
质押借款	-	-	-	-	499.50	0.09	11,725.68	0.07
保证借款	-	-	-	-	-	-	643.16	0.11
合计	478,014.68	100.00	567,500.00	100.00	550,999.50	100.00	389,268.84	100.00

(2) 应付票据及应付账款

I、应付票据

2016-2018 年末及 2019 年 3 月末，公司应付票据分别为 6.21 亿元、6.82 亿元、2.51 亿元和 0.01 亿元，占流动负债比例分别为 3.99%、4.18%、1.54%和 0.00%。公司 2018 年应付票据余额较 2017 年减少 4.30 亿元，下降幅度 63.14%，主要是因为其下属贸易公司国内外贸易结算量减少所致。

II、应付账款

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司应付账款分别为 38.34 亿元、29.15 亿元、36.10 亿元和 42.33 亿元，占流动负债比例分别为 24.62%、17.89%、22.17%和 29.74%。公司应付账款主要为应付的影视剧购买款、工程款等。公司应付账款的账龄主要集中在 1 年以内，近三年及一期末，1 年以内的应付账款分别占应付账款 54.37%、72.16%、75.91%和 72.61%。2018 年末应付账款较 2017 年末增加 6.95 亿元，增幅 23.84%，应付账款增长主要原因是公司业务规模扩大，导致应付账款增加所致。公司 3 年以上应付账款主要为应付影视剧版权费。

图表 6-45：发行人近三年及一期末应付账款账龄明细表

单位：万元、%

账龄	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	307,334.31	72.61	274,009.92	75.91	210,344.85	72.16	208,474.19	54.37
1 至 2 年	73,659.58	17.40	61,642.70	17.07	37,435.31	12.84	65,027.57	16.96
2 至 3 年	28,699.64	6.78	10,330.06	2.86	8,632.59	2.96	68,734.17	17.93
3 年以上	13,568.22	3.21	15,005.01	4.16	35,074.95	12.03	41,175.21	10.74
合计	423,261.75	100.00	360,987.70	100.00	291,487.71	100.00	383,411.14	100.00

图表 6-46：2019 年 9 月末发行人应付账款前五名单位情况

单位：万元、%

单位	金额	占应付账款总额的比例	与发行人关系
公司一	15,750.00	3.72	非关联方
公司二	15,151.00	3.58	非关联方
公司三	13,179.57	3.11	非关联方
公司四	12,480.00	2.95	非关联方
公司五	12,027.83	2.84	非关联方
合计	68,588.40	16.20	-

(3) 预收款项

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人预收款项分别为 14.42 亿元、14.05 亿元、15.99 亿元和 17.50 亿元，占流动负债的比重分别为 9.26%、8.62%、9.82% 和 12.29%。公司预收账款主要为预收的影视制作费、媒体服务费等。公司预收账款的账龄主要集中在 1 年以内。近三年及一期末，1 年以内的预收账款分别占公司预收账款总额的 80.59%、88.19%、88.94% 和 83.41%。

图表 6-47：发行人近三年及一期末预收款项账龄明细表

单位：万元、%

账龄	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	145,947.50	83.41	142,219.03	88.94	123,886.60	88.19	116,209.77	80.59
1 年以上	29,035.88	16.59	17,689.39	11.06	16,594.08	11.81	27,986.75	19.41
合计	174,983.38	100.00	159,908.42	100.00	140,480.68	100.00	144,196.51	100.00

图表 6-48：2019 年 9 月末发行人预收账款前五名单位情况

单位：万元、%

单位	金额	占预收账款总额的比例	与发行人关系
公司一	4,936.47	2.82	非关联方
公司二	4,701.26	2.69	非关联方
公司三	4,595.45	2.63	非关联方

单位	金额	占预收账款总额的比例	与发行人关系
公司四	4,245.28	2.43	非关联方
公司五	3,490.57	1.99	非关联方
合计	21,969.03	12.55	-

(4) 其他应付款

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末, 发行人其他应付款分别为 26.89 亿元、29.20 亿元、30.03 亿元和 27.87 亿元, 占流动负债的比重分别为 17.27%、17.93%、18.44% 和 19.58%。公司按照财政部的要求时间开始执行《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15 号), 2018 年起将应付利息, 应付股利与其他应付款合并为“其他应付款”列示。

发行人其他应付款的构成主要为各类保证金和押金、预提费用、集团外往来款等。2017 年末其他应付款较 2016 年末增加 2.31 亿元, 2018 年末其他应付款较 2017 年末增加 0.83 亿元, 呈逐年增长。随着主营业务增长, 各类保证金、押金及关联方企业的往来款增加。1 年以上其他应付款主要为在保障房意向金、代收代付税金、长期往来账等其他应付款项。

图表 6-49: 发行人 2018 年末其他应付款构成明细

单位: 万元、%

主要项目	金额	占比
集团外借款	84,400.44	28.64
预提费用	135,469.92	45.97
资助奖励款	4,979.53	1.69
代扣个人款项	6,713.29	2.28
互助基金	1,026.93	0.35
党费、团费	566.08	0.19
押金及保证金	31,430.19	10.66
退票	263.25	0.09
职工待领款项	375.61	0.13
其他	22,629.47	7.68
工程基金	1,712.68	0.58
房租及物业费	155.00	0.05
重组款	5,000.00	1.70
合计	294,722.38	100.00

其他应付款中的集团外借款主要包括: 单位往来款、股权转让意向金、限制性库存股、暂收建设进度款等。其他应付款中的预提费用主要为发行人及其子公司根据权责发生制会计准则预提的成本费用。其他应付款中的其他主要包括应付票款、在建工程应付款等其他各类单位往来款项。

图表 6-50: 2018 年末账龄超过一年的重要其他应付款

项目	期末余额	未偿还或结转的原因
上海市静安区建设和交通委员会	21,015.09	保障房意向金
上海市黄浦区建设和交通委员会	17,162.33	保障房意向金
上海市静安区房屋征收中心	4,493.92	保障房意向金
太原文化广播电视集团	4,025.60	尚未结算
樟树市喜马投资管理中心(有限合伙)	2,145.00	尚未结算
顺馨佳园返还款	1,815.15	代收代付税金
上海文化广场有限公司	1,000.00	盈利后逐年归还
合计	51,657.08	

图表 6-51: 2019 年 9 月末发行人其他应付款前五名单位情况

单位: 万元、%

单位	与本公司的关系	金额	占其他应付款的比例
公司一	非关联方	39,162.33	14.05
公司二	非关联方	37,813.18	13.57
公司三	非关联方	9,629.83	3.45
公司四	非关联方	8,733.32	3.13
公司五	非关联方	5,780.12	2.07
合计	-	101,118.78	36.28

(5) 其他流动负债

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末, 发行人其他流动负债分别为 3.12 亿元、2.08 亿元、7.17 亿元和 1.22 亿元, 占流动负债的比重分别为 2.00%、1.28%、4.40% 和 0.86%。公司其他流动负债主要包括销售积分、广告返点及调整和递延收益等。2018 年末其他流动负债较 2017 年末增加 5.09 亿元, 增幅 70.99%, 主要系发行人发行的超短期融资券“18 文广集团 SCP002”。

图表 6-52: 发行人近三年及一期其他流动负债构成明细

单位: 万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
超短期融资券	-	-	50,000.00	69.73	-	-	-	-
销售积分、递延收益、广告返点等	14.58	0.12	10,939.59	15.26	9,194.21	44.16	20,902.72	67.09
待缴销项税	12,204.22	99.88	10,765.27	15.01	11,620.70	55.84	10,255.64	32.91
合计	12,218.79	100.00	71,704.86	100.00	20,814.91	100	31,158.36	100

2、非流动负债分析

图表 6-53：发行人近三年及一期非流动负债结构分析

单位：万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	23,601.07	11.49	21,673.19	10.71	22,729.61	22.82	28,258.33	14.40
应付债券	100,000.00	48.69	100,000.00	49.43	-	0.00	100,000.00	50.95
长期应付款	27.31	0.01	16.82	0.01	90.00	0.09	2,188.31	1.11
预计负债	1,541.95	0.75	1,541.95	0.76	1,099.86	1.10	2,190.50	1.12
递延收益	78,356.16	38.15	72,816.94	36.00	65,857.39	66.11	47,637.94	24.27
递延所得税负债	1,858.79	0.91	6,237.86	3.08	9,847.40	9.88	16,002.31	8.15
合计	205,385.27	100.00	202,286.77	100.00	99,624.26	100.00	196,277.38	100.00

发行人非流动负债主要构成为长期借款、应付债券、递延收益和递延所得税负债。2016-2018 年末及 2019 年 9 月末上述四项合计占发行人非流动负债的比例分别为 97.77%、98.81%、99.23%和 99.24%。2018 年末非流动负债余额 20.23 亿元，较 2017 年增长 10.27 亿元，主要系发行人 2018 年发行了 10 亿元中期票据。在负债结构上，公司近年来开始注重资本市场直接融资，从而降低公司的融资成本，极大程度上改变了以往依靠银行贷款的单一局面，有效打开了多种融资渠道，显示出公司较强的融资实力。

(1) 长期借款

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人长期借款分别为 2.83 亿元、2.27 亿元、2.17 亿元和 2.36 亿元。2016-2018 年末，公司长期借款主要为保证借款，分别占比 71.77%、100%、100%和 93.73%。从借款期限看，公司长期借款主要为 3 年左右的银行借款。

图表 6-54：发行人近三年及一期长期借款类别

单位：万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
保证借款	22,122.13	93.73	21,673.19	100.00	22,729.61	100.00	20,281.44	71.77
质押借款	-	-	-	-	-	-	7,976.88	28.23
抵押借款	1,478.94	6.27						
合计	23,601.07	100.00	21,673.19	100.00	22,729.61	100.00	28,258.33	100.00

(2) 应付债券

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人应付债券分别为 10 亿元、0 亿元、

10 亿元和 10 亿元。2018 年末和 2019 年 9 月末，公司应付债券为发行人发行的 10 亿元三年期中期票据“18 文广集团 MTN001”。

(3) 递延收益

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司递延收益分别为 4.76 亿元、6.59 亿元、7.28 亿元和 7.84 亿元，占非流动资产比例分别为 24.27%、66.11%、36.00% 和 38.15%。公司递延收益主要为尚未结转的政府补助，主要包括北京东路 2 号政府动迁补贴、上海话剧艺术中心修缮工程专项款、流动剧场补助款、面向互联网+媒体混合云的支撑服务平台研发及示范项目补助款等。其中北京东路 2 号政府动迁补贴按照会计准则进行逐年递延，其余补助项目基本为当年一次性补助。

(三) 所有者权益结构分析

图表 6-55：发行人近三年及一期末所有者权益结构分析

单位：万元、%

项目	2019 年 9 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
股本	500,000.00	12.50	500,000.00	12.49	500,000.00	12.99	500,000.00	12.73
资本公积	547,924.54	13.70	544,875.25	13.62	431,248.89	11.20	398,737.48	10.15
其他综合收益	46,403.29	1.16	67,110.66	1.68	96,236.23	2.50	137,120.80	3.49
盈余公积	152,274.79	3.81	152,274.79	3.81	144,728.66	3.76	144,728.66	3.68
一般风险准备	555.89	0.01	555.86	0.01	179.95	0.00	-	0.00
未分配利润	864,674.93	21.62	868,245.70	21.70	871,691.36	22.64	969,695.06	24.68
归属于母公司所有的权益合计	2,111,833.43	52.79	2,133,062.26	53.30	2,044,085.09	53.09	2,150,282.00	54.73
加：少数股东权益	1,888,240.44	47.21	1,868,574.25	46.70	1,806,486.41	46.91	1,778,711.01	45.27
所有者权益合计	4,000,073.87	100.00	4,001,636.52	100.00	3,850,571.50	100.00	3,928,993.01	100.00

1、实收资本

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人的实收资本金额均为 50 亿元，占所有者权益的比重分别为 12.73%、12.99%、12.49% 和 12.50%。

2、资本公积

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司的资本公积金额分别为 39.87 亿元、43.12 亿元、54.49 亿元和 54.79 亿元。占所有者权益的比重分别为 10.15%、11.20%、13.62% 和 13.70%。2018 年资本公积较 2017 年增加 11.37 亿元，主要系内部股权收购形成的所有者权益内部结转、增资等。

2018 年资本公积变动原因：

(1) 子公司看东方（上海）传媒有限公司转付 2017 年获得的市财政专项资金 5,000.00 万元至本公司，本公司用以对其进行增资，资本溢价增加 5,000.00 万元；

(2) 2008 年至 2013 年间，市委宣传部拨付上海世博文化中心 1,789,700,000 元作为项目建设资金、土地款，现同意集团按 51%比例债权承接 912,747,000 元作为国有资本补充投入。

(3) 子公司五星体育传媒有限公司吸收新股东，导致资本公积增加 271,589,049.54 元；

(4) 公司将持有的艺海大厦裙楼建筑物及裙楼设备资产无偿划拨给上海艺海剧场，导致资本溢价减少 48,062,221.81 元；

(5) 子公司上海第一财经报业有限公司少数股东减资，导致资本公积减少 20,169,071.09 元；

(6) 子公司东方明珠新媒体股份有限公司合并变化，导致资本公积减少 14,333,990.73 元；

(7) 子公司上海声动亚洲文化发展有限公司于本年度启动清算程序，所有者权益作内部结转，将资本公积余额 11,262,225.66 元结转至未分配利润；

(8) 子公司上海幻维数码创意科技有限公司吸收新股东，导致资本公积增加 9,016,585.57 元；

(9) 公司对东方明珠新媒体股份有限公司增资，导致资本公积减少 8,321,399.35 元；

(10) 根据沪委宣[2018]224 号文件，以 2017 年 12 月 31 日为基准日将上海杂技团有限公司持有的上海马戏城演出公司 30%股权无偿划转至上海马戏城有限公司，导致资本公积减少 3,469,168.64 元。

3、未分配利润

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人未分配利润分别为 96.97 亿元、87.17 亿元、86.82 亿元和 86.47 亿元。2017 年末分配利润较 2016 年减少 9.8 亿元，主要系专项减值形成的亏损与内部股权收购形成的所有者权益内部结转。

2017 年末分配利润减少的主要原因为公司收购子公司东方明珠新媒体股份有限公司持有的上海东方明珠国际广告有限公司 100%股权。

2018 年末分配利润增加的主要原因是子公司上海幻维数码创意科技有限公司股权稀释导致未分配利润增加 15,104,152.88 元以及子公司上海声动亚洲文化

发展有限公司于本年度启动清算程序，所有者权益作内部结转，将资本公积余额 11,262,225.66 结转至未分配利润。

4、其他综合收益

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，发行人其他综合收益分别为 13.71 亿元、9.62 亿元、6.71 亿元和 4.64 亿元。2017 年末其他综合收益较 2016 年末减少 4.09 亿元，下降幅度为 29.83%；2018 年末较 2017 年末减少 2.91 亿元，下降幅度为 30.25%，主要为发行人所持有的可供出售金融资产公允价值变动损益，主要为发行人所持有的上市公司股票的公允价值变动损益。

图表 6-56：发行人 2019 年 9 月末其他综合收益明细

单位：万元

其他综合收益	金额
浦发银行	20,694.74
人民网股份有限公司	10,854.89
豫园商城	1,145.68
外币报表折算差异	3,387.09
其他	10,320.89
合计	46,403.29

(四) 利润表分析

图表 6-57：发行人近三年及一期利润情况

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业总收入	1,419,000.82	2,192,775.98	2,470,566.01	2,778,306.42
营业收入	1,413,712.26	2,186,722.80	2,464,608.83	2,778,078.57
利息收入	5,288.56	6,053.18	5,957.18	227.85
二、营业总成本	1,436,433.97	2,251,470.49	2,520,087.47	2,645,003.24
营业成本	1,201,648.20	1,819,407.06	2,035,136.11	2,179,157.19
利息支出	-	0.08	10.01	-
手续费及佣金支出	6.04	12.52	4.7	-
税金及附加	14,455.64	30,691.86	36,871.79	65,311.57
销售费用	70,961.39	113,152.66	117,144.63	135,808.37
管理费用	128,540.78	197,707.70	211,488.52	215,403.67
研发费用	22,591.35	34,720.99	38,383.22	30,344.10
财务费用	-1,769.43	-2,106.65	-8,016.61	-3,875.64
其中：利息费用	22,077.66	32,583.07	27,688.78	26,730.76
利息收入	24,851.21	35,401.03	42,172.49	34,646.08
资产减值损失	-2,716.56	57,884.28	88,977.10	22,853.98

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
加：其他收益	30,019.83	52,120.74	37,964.42	-
投资收益	98,613.96	186,157.60	146,706.04	143,789.24
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	9,175.16	44,618.30	30,920.98	17,546.54
公允价值变动收益	1,429.22	-36.37	-192.61	-49.25
信用减值损失	1,581.06	-	-	-
资产处置收益	143.31	269.66	329.77	1,117.60
三、营业利润	111,637.68	179,817.12	135,374.18	278,160.77
加：营业外收入	3,643.95	5,958.68	11,280.95	98,457.30
其中：政府补助	2,444.52	-	-	-
减：营业外支出	363.29	24,557.61	1,970.99	4,192.65
四、利润总额	114,918.34	161,218.19	144,684.15	372,425.42
减：所得税费用	30,986.39	35,437.46	65,993.59	84,925.26
五、净利润	83,931.94	125,780.72	78,690.55	287,500.16
归属于母公司所有者的净利润	3,436.89	1,424.65	-56,574.26	102,770.06
少数股东损益	80,495.05	124,356.07	135,264.81	184,730.10

发行人作为上海本地媒体传媒行业的领先企业，具有品牌、渠道、技术等核心竞争优势，近三年公司处于体制改革转型期，经营情况较为平稳。2016-2018年，公司分别实现营业收入 277.83 亿元、247.06 亿元和 219.28 亿元。2017 年减幅为 11.08%，2017 年减少的主要原因系公司出售了艾德思奇的股权，控制权丧失后其销售收入不再记入合并报表中。2018 年减幅为 11.24%，2018 年减少的主要原因系 2017 年中期公司出售了艾德思奇的股权因素影响，控制权丧失后其销售收入不再记入合并报表中，及互联网电视业务结构调整导致媒体广告收入减少所致。公司近三年分别实现净利润 28.75 亿元、7.87 亿元和 12.58 亿元，2017 年减幅为 72.63%，2017 年减少的主要原因系所属子公司上海东方明珠国际广告有限公司的业务合作方涉嫌合同诈骗，被告人为：上海涛略广告有限公司、陈华、郭孝忠、祝卫东、周炳泉，公安机关已立案侦查，公司对相关款项计提专项资产减值准备，当期财务影响 6.73 亿元。截至目前，案件尚在侦查过程，处于一审阶段。另外，2017 年净利润减少的主要原因还包括公司出售了艾德思奇的股权，控制权丧失后其销售收入和销售成本不再记入合并报表中，导致营业利润减少所致。2019 年 1-9 月，发行人实现营业收入 141.90 亿元，利润总额 11.49 亿元，净利润 8.39 亿元，较 2018 年 1-9 月减少 10.21 亿元，主要原因为受外部经济形势及新媒体业务冲击影响，IPTV 业务、房产销售及影视业务收入同比减少，营业收入和毛利率进一步下降所致。

1、营业收入和营业成本

2016-2018 年，发行人分别实现营业收入 277.83 亿元、247.06 亿元和 219.28

亿元。2018 年发行人营业收入比上年同期减少 27.78 亿元，同比下降 11.24%，发行人营业成本较上年同期减少 21.42 亿元，同比下降 10.53%。2018 年发行人营业收入下降主要系出售艾德思奇股权后，控制权丧失后其销售收入不再计入合并报表中，及互联网电视业务结构调整导致媒体广告收入减少所致。

2019 年 1-9 月，发行人实现营业收入 141.90 亿元，比上年同期减少 10.21 亿元，同比下降 6.71%，营业成本比上年同期减少 5.01 亿元，同比减少 3.37%。

2、财务费用、销售费用及管理费用

图表 6-58：发行人近三年及一期期间费用情况表

单位：万元、%

项目	2019 年 1-9 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比
销售费用	70,961.39	32.21	113,152.66	32.94	117,144.63	32.63	135,808.37	35.96
管理费用	128,540.78	58.34	197,707.70	57.56	211,488.52	58.91	215,403.67	57.03
研发费用	22,591.35	10.25	34,720.99	10.11	38,383.22	10.69	30,344.10	8.03
财务费用	-1,769.43	-0.80	-2,106.65	-0.61	-8,016.61	-2.23	-3,875.64	-1.03
期间费用合计	220,324.09	100.00	343,474.70	100.00	358,999.76	100.00	377,680.50	100.00

2016-2018 年末及 2019 年 1-9 月，发行人期间费用合计数分别为 377,680.50 万元、358,999.76 万元、343,474.70 万元和 220,324.09 万元，期间费用合计在营业收入中的占比分别为 13.59%、14.53%、15.66%和 15.53%。由于发行人下属控股公司数量众多，期间费用中管理费用占比最大，近三年及一期分别占期间费用的 57.03%、58.91%、57.56%和 58.34%。公司管理费用主要包括职工薪酬、文化事业建设费、研究与开发费、业务宣传费、折旧费、租赁费等。

3、资产减值损失

2016-2018 年末及 2019 年 1-9 月，发行人资产减值损失分别为 22,853.98 万元、88,977.10 万元、57,884.28 万元和 -2,716.56 万元。2017 年发行人资产减值损失主要为子公司上海东方明珠国际广告有限公司计提专项减值准备 6.73 亿元。2018 年发行人资产减值损失主要为计提深圳市兆驰股份有限公司长期股权投资减值准备 1.14 亿元、计提北京盖娅互娱网络科技股份有限公司长期股权投资减值准备 0.87 亿元、计提美国虚拟现实公司 JAUNT 可供出售金融资产减值准备 1.07 亿元。

4、投资收益

图表 6-59：发行人近三年及一期投资收益明细表

单位：万元

项目	2019年1-9月	2018年	2017年	2016年
权益法核算的长期股权投资收益	9,175.16	44,618.30	30,920.98	17,546.54
处置长期股权投资产生的投资收益	20,709.28	29,656.64	56,500.34	674.70
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益	1,317.10	5.34	5.87	5.34
持有至到期投资在持有期间的投资收益	0.00	339.62	0.00	0.00
可供出售金融资产在持有期间的投资收益	1,866.61	8,654.84	4,449.83	11,506.19
处置可供出售金融资产取得的投资收益	47,285.35	76,174.68	38,360.75	105,583.16
其他	18,260.45	26,708.17	16,468.28	8,473.30
合计	98,613.96	186,157.60	146,706.04	143,789.24

2016-2018年末及2019年1-9月,发行人分别实现投资收益143,789.24万元、146,706.04万元、186,157.60万元和98,613.96万元,在营业利润中占比分别为51.69%、108.376%、103.53%和88.33%。2017年,发行人实现投资收益146,706.04万元,较2016年增加2917万元,主要为公司完成艾德思奇项目的退出,实现退出投资收益3.17亿元,处置子公司云集将来(上海)有限公司部分股权确认投资收益2.5亿元,剩余股权根据企业会计准则转为按公允价值计量确认投资收益1.4亿元,其他投资收益主要为联营合营企业权益法调整、股票转让及理财产品收益等。2018年,发行人实现投资收益186,157.60万元,较2017年增加39,452万元,增幅为26.89%,主要为公司出让西安嘉行传媒股权实现投资收益2.19亿元,出售Super Sports Media Inc股权实现投资收益6136.47万美元,出售网易云音乐股权实现投资收益0.9亿元,出售海通证券股票实现投资收益1.92亿元,其他投资收益主要为联营合营企业权益法调整、理财产品收益等。2019年1-9月,发行实现投资收益98,614万元,较2018年1-9月增加1,643万元,主要为处置长期股权投资获得的收益和处置可供出售金融资产取得的投资收益,包括:出售万达信息股票的投资收益4.35亿元、转让西安嘉行传媒股权的投资收益1.72亿元、理财产品投资收益1.64亿元。

5、资产处置收益、其他收益、营业外收入

图 表 6-60: 发 行 人 近 三 年 及 一 期 其 他 收 益 、 资 产 处 置 收 益 、 营 业 外 收 入 情 况 表

单位: 万元

项目	2019年1-9月	2018年	2017年	2016年
其他收益	30,019.83	52,120.74	37,964.42	-
资产处置收益	143.31	269.66	329.77	1,117.60
营业外收入	3,643.95	5,958.68	11,280.95	98,457.30
其中: 政府补助	2,444.52	3,236.80	7,850.22	51,732.23
合计	33,807.09	58,349.08	49,575.14	99,574.90

公司按照财政部的要求时间开始执行《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》(财会[2017]13号)和《企业会计准则第16

号——政府补助（2017 年修订）》（财会[2017]15 号）。2017 年 1 月 1 日之后发生的与日常活动相关的政府补助，计入其他收益；与日常活动无关的政府补助，计入营业外收入。与资产相关的政府补助确认为递延收益，在资产使用寿命内平均摊销计入当期损益。另外公司根据《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会【2017】30 号），将 2017 年度处置固定资产和无形资产产生的利得和损失计入资产处置收益项目，2016 年度的比较财务报表已相应调整。

2016-2018 年末及 2019 年 1-9 月，发行人资产处置收益、其他收益、营业外收入合计数分别为 99,574.90 万元、49,575.14 万元、58,349.08 万元和 33,807.09 万元。三项收益的主要构成为政府补助，近三年及一期政府补助分别为 51,734.23 万元、7,850.22 万元、3,236.80 万元和 2,444.52 万元，占营业外收入的 52.54%、69.59%、54.32%和 67.08%。2016 年因文广影视设置基地项目处置确认营业外收入 3.87 亿元，因此 2016 年三项收益合计数明显高于其他年份，且拉低了政府补助的占比。

（五）现金流量表分析

图表 6-61：发行人近三年及一期现金流量情况

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年	2017 年	2016 年
经营活动产生的现金流量净额	-14,515.27	199,450.62	83,064.93	114,322.14
经营活动现金流入小计	1,788,804.28	2,879,967.72	3,092,456.59	3,943,468.15
经营活动现金流出小计	1,803,319.56	2,680,517.09	3,009,391.67	3,829,146.01
投资活动产生的现金流量净额	129,615.77	-356,123.15	22,328.56	-202,963.01
投资活动现金流入小计	2,197,909.89	2,448,634.66	3,007,795.29	3,016,733.05
投资活动现金流出小计	2,068,294.12	2,804,757.81	2,985,466.73	3,219,696.06
筹资活动产生的现金流量净额	-220,882.72	31,034.95	-5,748.50	-109,892.56
筹资活动现金流入小计	419,123.48	943,039.18	641,700.10	500,903.97
筹资活动现金流出小计	640,006.20	912,004.23	647,448.60	610,796.53

1、经营活动产生的现金流量

发行人主营业务具有较强的获取现金的能力，2016-2018 年末及 2019 年 1-9 月，公司经营性现金净流量分别为 11.43 亿元、8.31 亿元、19.95 亿元和-1.45 亿元。发行人经营活动现金流入主要包括销售商品、提供劳务收到的现金，收到的税费返还以及收到其他与经营活动有关的现金。其中，收到其他与经营活动有关的现金主要包括利息收入、营业外收入、保证金押金及备用金收入、企业间往来暂收款等；发行人经营活动现金流出主要包括购买商品、接受劳务支付的现金，支付给职工以及为职工支付的现金，支付的各项税费以及支付收到的税费返还以及支付其他与经营活动有关的现金。其中，支付其他与经营活动有关的现金主要

包括销售费用、管理费用、押金及备用金支出、企业间往来暂付款、购买固定收益理财产品等。近三年，发行人不断强化面向全媒体生产内容的能力，运用现代传播新手段、新方法，通过互联网模式运营，不断提升核心竞争力，打造互联网媒体生态系统，主营业务规模不断扩大，然而，主营业务规模扩大的同时，公司的版权采购、内容生产、广告代理等运营成本也在不断增加，同时定期存款等受限制货币资金的购买与赎回，使得发行人经营性现金流量净额有所波动。

2018 年度，收到的其他与经营活动有关的现金 32.69 亿元，主要包括企业间往来暂收款及赎回定期存款等受限制货币资金等现金流入 24.66 亿元，补贴扶持和营业外收入 4.57 亿元，利息收入 1.67 亿元，保证金、押金及备用金收回 1.79 亿元。支付的其他与经营活动有关的现金 36.72 亿元，主要包括取得定期存款等受限制货币资金等现金流出 14.08 亿元，销售费用、管理费用、财务费用支出 16.90 亿元，企业间往来暂付款 2.38 亿元，营业外支出 2.09 亿元，押金及备用金支出 1.27 亿元。

2019 年 1-9 月，发行人经营活动产生的现金流量净额-1.45 亿元，较上年同期减少 16.82 亿元。发行人 2019 年 1-9 月经营活动净现金流量为负的主要原因为：2019 年受外部经济环境及新媒体冲击影响，媒体广告收入进一步下滑，从媒体广告收入获得的现金流流入进一步减少，销售商品、提供劳务收到的现金较上年同期减少 12.8 亿元，而成本支出较去年同期基本无变化，购买商品、接受劳务支付的现金基本与上年同期持平，从而导致经营活动产生的现金流净额为负。

2、投资活动产生的现金流量

2016-2018 年末及 2019 年 1-9 月，发行人投资净现金流波动较大，分别为 -20.30 亿元、2.23 亿元-35.61 亿元和 12.96 亿元。总体上呈现净流出状态。

2018 年投资活动现金净流量净额为-35.61 亿元，较 2017 年减少 37.84 亿元，主要是由于 2018 年公司购买新的结构性存款及理财产品大于到期的结构性存款及理财产品，而 2017 年公司购买新的结构性存款及理财产品小于到期的结构性存款及理财产品较多，投资活动为现金净流出。

2019 年 1-9 月，发行人投资活动产生的现金流量净额为 12.96 亿元。较上年同期增加 51.14 亿元，主要系 2018 年 1-9 月公司购买的结构性存款及理财产品较去年同期多，投资活动为现金净流入。

3、筹资活动产生的现金流量

公司根据五年发展规划的战略目标，为了支撑媒体运营、电视购物、互联网新媒体等板块五年期间销售规模的迅速扩张及资金需求，发行人近年来通过增加中长期流动资金借款的方式筹集资金，获得中长期稳定的资金安排来支持公司五年规划的实现。2016-2018 年末及 2019 年 1-9 月，公司筹资活动产生的现金流量

净额分别为-10.99 亿元、-0.57 亿元、3.10 亿元和-22.09 亿元。

2018 年发行人筹资活动现金净流量 3.10 亿元，较 2017 年增加 3.67 亿元，主要为 2018 年度取得借款金额大于当期偿还借款的金额，而 2017 年度取得借款金额小于当期偿还借款的金额。

2019 年 1-9 月，发行人筹资活动产生的现金流量净额-22.09 亿元，较去年同期减少 29.41 亿元，主要为发行人本年度偿还银行借款的金额大于当期取得借款的金额所致。

六、发行人主要财务指标

（一）偿债能力指标分析

图表 6-62：发行人近三年及一期末偿债能力指标

项目	2019 年 9 月末	2018 年	2017 年	2016 年末
流动比率	217.38%	200.44%	185.25%	211.53%
速动比率	188.44%	178.50%	170.75%	193.92%
现金流动负债比率	-1.02%	12.25%	5.10%	7.34%
资产负债率	28.94%	31.39%	30.98%	30.86%
利息保障倍数	6.21	5.95	6.23	14.93

从近三年及一期各项偿债能力指标来看，公司财务政策稳健，整体抗风险能力较强。

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司流动比率分别为 211.53%、185.25%、200.44%及 217.38%，速动比率分别为 193.92%、170.75%、178.50%及 188.44%。近三年末公司流动比率、速动比率都较为稳定，公司资产流动性较强。

2016-2018 年末及 2019 年 9 月末，公司资产负债率分别为 30.86%、30.98%、31.39%和 28.94%。2014 年公司改制重组后，公司积极调整债务结构，资产负债率基本保持稳定，处于较好水平。

（二）盈利能力指标分析

图表 6-63：发行人近三年及一期盈利能力指标

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入增长率	-6.71%	-11.24%	-11.08%	-1.81%
营业毛利率	15.32%	17.03%	17.62%	21.57%
净利润率	5.91%	5.74%	3.19%	10.35%
总资产收益率	1.46%	2.20%	1.40%	4.90%
净资产收益率	2.10%	3.20%	2.02%	7.09%

公司盈利来源主要由生产经营盈利和投资收益构成。公司的投资收益主要来自于处置子公司股权取得的投资收益、对联营企业和合营企业的投资收益、处置可供出售金融资产取得的投资收益等。

公司 2017 年营业收入较 2016 年下降 32.09 亿元，主要原因为公司新媒体板块出售艾德思奇公司的股权，其不再纳入公司合并范围，致使公司新媒体板块收入和成本均较 2016 年均大幅下降。公司 2017 年毛利率较 2016 年下降了 4.13 个百分点，主要原因是公司 2017 年在毛利率较高的文化旅游与文化地产板块的营业收入的减少，而媒体运营板块毛利率受新媒体业务冲击影响大幅下降，两方面因素拉低了公司整体毛利率。公司 2018 年营业收入较 2017 年下降 27.78 亿元，毛利率较 2017 年下降了 0.39 个百分点，主要原因是公司出售了业绩亏损的艾德思奇公司，广告收入下降的同时提升了板块毛利，并且 2018 年在毛利率较高的文化旅游与文化地产板块的营业收入减少，而视频购物与电子商务板块的营业收入和毛利率受电商竞争加剧影响大幅下降。公司 2019 年 1-9 月，营业收入较 2018 年 1-9 月下降 10.21 亿元，毛利率较 2018 年 1-9 月下降了 4.03 个百分点，主要原因为受外部经济环境及新媒体冲击影响，媒体广告收入进一步下滑所致。

（三）经营效率指标分析

图表 6-64：发行人近三年及一期经营效率指标

项目	2019 年 1-9 月	2018 年	2017 年	2016 年
应收账款周转率	4.95	7.90	7.78	8.58
存货周转率	3.12	6.13	7.97	6.59
应付账款周转率	3.06	5.58	6.03	5.58
流动资产周转率	0.45	0.70	0.78	0.84
总资产周转率	0.25	0.38	0.44	0.47

从应收账款周转率来看，2016-2018 年应收账款周转率分别为 8.58 次、7.78 次和 7.90 次。2017 年以来发行人应收账款周转效率放缓，主要系公司扩充经营，应收账款金额增长。发行人有完善的商品销售及应收账款管理制度，通过内控机制严格加强应收账款管理。

从存货周转率来看，2016-2018 年存货周转率分别 6.59、7.97 和 6.13。2017 年，公司存货周转率较上一年度有所上升，主要是因为集团下属企业开发房产项目导致存货增多所致。

从应付账款周转率来看，2016-2018 年应付账款周转率分别为 5.58、6.03 和 5.58，近三年较为稳定。

2016-2018 年发行人的流动资产周转率分别为 0.84 次、0.78 次、0.70 次；总资产周转率分别为 0.47 次、0.44 次、0.38 次，近三年逐年下降，主要系公司营

业收入近三年下降，而总资产和流动资产逐年增加所致。

七、发行人有息债务情况

（一）发行人有息债务情况

发行人有息债务主要包括短期借款、其他流动负债、长期借款及应付债券。截至 2018 年末，公司有息债务余额为 73.91 亿元。其中短期借款 56.75 亿元，全部为信用借款；其他流动负债 5 亿元，主要为公司发行的超短期融资券“18 文广集团 SCP002”；长期借款 2.17 亿元；应付债券 10 亿元，主要为公司发行的中期票据“18 文广集团 MTN001”。截至 2018 年末，发行人有息债务结构如下表所示：

图表 6-65：发行人有息债务结构表

单位：万元

项目	2018 年末余额	占比
短期借款	567,500.00	76.77%
其他流动负债	50,000.00	6.76%
长期借款	21,673.19	2.93%
应付债券	100,000.00	13.53%
合计	739,173.19	100.00%

截至 2018 年末，发行人银行借款结构如下表所示：

图表 6-66：发行人银行借款结构表

单位：万元

债务担保结构	2018 年末
信用借款	567,500.00
保证借款	21,673.19
合计	589,173.19

截止 2018 年末，发行人保证借款明细如下表所示：

图表 6-67：发行人保证借款情况

单位：万元

贷款人	贷款银行	担保方式	担保人	金额	利率%	起息日	到期日
上海文广集团国际控股有限公司	上海银行	担保	上海电视广播集团有限公司	300 万美元	LIBOR+170bps	2018-8-20	2019-8-20
上海文广集团国际控股有限公司	上海银行	担保	上海电视广播集团有限公司	150 万美元	LIBOR+270bps	2018-8-20	2020-2-20

贷款人	贷款银行	担保方式	担保人	金额	利率%	起息日	到期日
上海文广集团国际控股有限公司	建设银行	担保	上海文化广播影视集团有限公司	1749.99 万美元	LIBOR+100bps	2017-2-23	2020-2-22
上海文广集团国际控股有限公司	上海银行	担保	上海电视广播集团有限公司	4398 万港元	3.25%	2018-8-20	2020-2-20

(二) 发行人主要银行借款

截至 2019 年 9 月末, 发行人银行借款共计 50.16 亿元, 其中: 短期借款 47.80 亿元, 全部为信用借款; 长期借款 2.36 亿元, 担保方式为信用、担保和抵押。

截止 2019 年 9 月末, 发行人主要银行借款情况如下:

图表 6-68: 发行人主要银行借款情况

单位: 万元

借款人	贷款银行	担保方式	担保人	金额	利率%	起息日	到期日
上海文化广播影视集团有限公司	中国交通银行上海黄浦支行	信用	无	15,000.00	4.1325%	2018-11-8	2019-11-7
上海文化广播影视集团有限公司	中国交通银行上海黄浦支行	信用	无	18,000.00	4.1325%	2018-12-5	2019-12-5
上海文化广播影视集团有限公司	中国建设银行上海第五支行	信用	无	48,000.00	3.915%	2019-2-2	2020-2-1
上海文化广播影视集团有限公司	中国建设银行上海第五支行	信用	无	10,000.00	3.828%	2019-3-28	2020-3-27
上海文化广播影视集团有限公司	中国建设银行上海第五支行	信用	无	25,000.00	3.915%	2019-5-14	2020-5-13
上海文化广播影视集团有限公司	中国建设银行上海第五支行	信用	无	40,000.00	3.915%	2019-5-31	2020-5-30
上海文化广播影视集团有限公司	中国建设银行上海第五支行	信用	无	27,000.00	3.915%	2019-9-9	2020-9-8
上海文化广播影视集团有限公司	中国工商银行上海市静	信用	无	30,000.00	3.915%	2019-3-21	2020-3-21

借款人	贷款银行	担保方式	担保人	金额	利率%	起息日	到期日
	安支行						
上海文化广播影视集团有限公司	中国工商银行上海市静安支行	信用	无	50,000.00	3.915%	2019-04-11	2020-4-10
上海文化广播影视集团有限公司	中国工商银行上海市静安支行	信用	无	13,500.00	3.915%	2019-04-24	2020-04-24
上海文化广播影视集团有限公司	中国工商银行上海市静安支行	信用	无	48,000.00	3.915%	2019-06-10	2020-06-10
上海文化广播影视集团有限公司	中国工商银行上海市静安支行	信用	无	41,000.00	3.915%	2019-08-07	2020-08-07
上海文化广播影视集团有限公司	招商银行上海常德支行	信用	无	30,000.00	4.1325%	2018-11-19	2019-11-19
上海文化广播影视集团有限公司	招商银行上海常德支行	信用	无	20,000.00	3.915%	2019-07-11	2020-07-11
上海文化广播影视集团有限公司	上海银行总行营业部	信用	无	30,000.00	3.915%	2019-05-10	2020-05-10
上海文化广播影视集团有限公司	上海银行总行营业部	信用	无	17,500.00	3.915%	2019-09-09	2020-09-09
东方明珠新媒体股份有限公司	工商银行上海静安支行	信用	无	5,000.00	3.915%	2019-06-18	2020-06-18
东方明珠新媒体股份有限公司	建设银行上海第五支行	信用	无	5,000.00	3.915%	2019-06-19	2020-06-18
东方明珠新媒体股份有限公司	招商银行上海分行	信用	无	5,000.00	3.915%	2019-08-09	2020-08-08
上海明松置业有限公司	招商银行上海五角场支行	自持土地及在建工程抵押	无	1,478.94	4.5125%	2019/9/30	2022/6/11
上海文广集团国际控股有限公司	上海银行	信用	无	399.99 万美元	LIBOR+270bps	2018-8-20	2020-2-20
上海文广集团国际控股有限公司	上海银行	担保	上海电视广播集团有限公司	300 万美元	LIBOR+170bps	2018-8-20	2020-2-20
上海文广集团国际控股有限公司	上海银行	担保	上海电视广播集团有限公司	150 万美元	LIBOR+270bps	2018-8-20	2020-2-20

借款人	贷款银行	担保方式	担保人	金额	利率%	起息日	到期日
上海文广集团国际控股有限公司	上海银行	担保	上海电视广播集团有限公司	4,398 万港元	3.25%	2018-8-20	2020-2-20
上海文广集团国际控股有限公司	建设银行	担保	上海文化广播影视集团有限公司	1,749.99 万美元	LIBOR+100bps	2017-2-23	2020-2-22
合计				人民币 479478.94 万元 港元 4,398 万元 美元 2,599.98 万元			

(三) 发行人未到期债券情况

截至本募集说明书签署日，发行人未到期债券的本金余额共计人民币 10 亿元，为发行人于 2018 年 8 月 6 日发行的 10 亿元中期票据。详细情况如下：

图表 6-69：发行人未到期债券情况表

单位：万元

债券名称	发行规模	票面利率	起息日期	到期日期	期限
18 文广集团 MTN001	100,000.00	3.97%	2018-08-08	2021-08-08	3 年
合计	100,000.00	-	-	-	-

八、发行人关联交易情况

(一) 关联方

1、发行人子公司

截至 2018 年 12 月末，发行人子公司如下表所示：

图表 6-70：发行人子公司情况表

子公司全称	子公司类型	业务性质	注册资本	持股比例 (%) (按权益份额)	表决权比例 (%)
上海东方娱乐传媒集团有限公司	全资子公司	传媒业	5,000 万元人民币	100	100
五星体育传媒有限公司	控股子公司	传媒业	6,666 万元人民币	75	75
真实传媒有限公司	全资子公司	传媒业	5,000 万元人民币	100	100
上海文广传媒有限公司	全资子公司	制作广	10,000 万	100	100

子公司全称	子公司类型	业务性质	注册资本	持股比例 (%) (按权益份额)	表决权比例 (%)
		告等	元人民币		
上海东方希杰贸易有限公司	全资子公司	商品流通业	100 万元人民币	100	100
上海炫动传播有限公司	全资子公司	传媒业	5,000 万元人民币	100	100
东方明珠新媒体股份有限公司	控股子公司	实业投资等	343,362 万元人民币	45.14	45.14
上海百视通电视传媒有限公司	全资子公司	传媒业	833 万元人民币	100	100
上海东方惠金文化产业创业投资有限公司	控股子公司	创业投资等	38,417 万元人民币	40	40
上海东方传媒技术有限公司	全资子公司	传媒技术服务	19,000 万元人民币	100	100
上海东方广播有限公司	全资子公司	传媒业	10,899 万元人民币	100	100
上海科学教育电影制片厂有限公司	全资子公司	技术咨询等	816 万元人民币	100	100
上海文广集团国际控股有限公司	全资子公司	传媒投资	1,710 万美元	100	100
上海广播电视台香港办事处有限公司	全资子公司	传媒业	1 万元港币	100	100
上海电视广播集团有限公司	全资子公司	对外贸易等	2,600 万元港币	100	100
上海文广影视摄制基地有限公司	全资子公司	项目投资等	1,000 万元人民币	100	100
上海网腾投资管理有限公司	全资子公司	投资管理等	4,360 万元人民币	100	100
北京文广佳业文化发展有限公司	全资子公司	文化娱乐业	50 万元人民币	100	100
上海文广演艺(集团)有限公司	全资子公司	文化娱乐业	6,150 万元人民币	100	100
上海文广实业有限公司	全资子公司	物业服务	2,000 万元人民币	100	100
上海新汇文化娱乐(集团)有限公司	控股子公司	文化娱乐业	14,019 万元人民币	52.06	52.06
上海上视女子足球俱乐部	全资子公司	文化体育业	200 万元人民币	100	100
看东方(上海)传媒有限公司	全资子公司	技术服务等	23,000 万元人民币	100	100
上海尚演文化投资管理有限公司	控股子公司	文艺策	7,000 万元	66.32	66.33

子公司全称	子公司类型	业务性质	注册资本	持股比例 (%) (按权益份额)	表决权比例 (%)
司		划等	人民币		
上海曦信恩投资控股有限公司	控股子公司	资产管理等	312,746 万元人民币	61.63	61.63
上海明珠广播电视科技有限公司	全资子公司	商品流通业	2,500 万元人民币	100	100
上海好有文化传媒有限公司	控股子公司	传媒业	10,000 万人民币	78.06	78.06
上海文化广播影视集团财务有限公司	控股子公司	金融业	100,000 万元人民币	78.06	78.06
上海新娱乐传媒有限公司	全资子公司	传媒业	3,000 万元人民币	100	100
星尚传媒有限公司	全资子公司	传媒业	5,000 万元人民币	100	100
上海东方明珠国际广告有限公司	全资子公司	传媒业	5,000 万元人民币	100	100

2、发行人合营及联营企业

截至 2018 年 12 月末，发行人主要合营及联营企业如下表所示：

图表 6-71：发行人主要合营及联营企业

单位：万元

序号	公司名称	持股比例 (%)	注册资本
合营公司			
1	广视通网络通信传媒有限公司	50.00%	10,000
2	上海城市之光灯光设计有限公司	50.00%	200
3	上海东迪数字传播咨询有限公司	51.00%	400 万美元
4	Orient Pearl Media Sports Holdings Limited	50.00%	4.51 万欧元
5	宁波甬洲置业有限公司	25.00%	5,000
6	湖州富棣房地产有限公司	27.50%	5,000
联营公司			
1	北京易豪科技有限公司	14.51%	7,380
2	上海共进新媒体技术有限公司	34.00%	1,000
3	西安嘉行影视传媒股份有限公司	9.5%	2,000
4	爱上电视传媒有限公司	45.00%	5,000
5	北京风行在线技术有限公司	19.76%	2,828.70043
6	北京盖娅互娱网络科技股份有限	25.50%	16,288.275

序号	公司名称	持股比例 (%)	注册资本
	公司		
7	北京新奥传媒有限公司	33.50%	7,200
8	成都复地明珠置业有限公司	34.00%	50,000
9	东方有线网络有限公司	49.00%	150,000
10	广东南方希杰商贸有限公司	26.00%	2,000 万元
11	河北广电传媒技术有限公司	40.00%	1,000
12	黑龙江龙视东方电视购物有限公司	49.00%	2000
13	湖北广通东方购物有限公司	49.00%	500
14	华人文化 (天津) 投资管理有限公司	30.00%	6,000
15	媒捷中国有限公司	32%	780 万港币
16	明珠富想川沙 (上海) 民宿文化有限公司	20.00%	5,000
17	南京复地明珠置业有限公司	34.00%	50,000
18	上海阿财文化传媒有限公司	15.00%	1,000
19	贵州贝格大数据产业发展有限公司	19.91%	4,125
20	上海大世界投资管理有限公司	51.00%	15,000
21	上海地铁电视有限公司	25.00%	5,000
22	上海东方惠金融资担保有限公司	21.22%	18,846
23	上海东方梦想投资管理有限公司	30.00%	96,000
24	上海东方明珠索乐文化发展有限公司	51.00%	1,000
25	上海东方明珠文化产业股权投资基金管理有限公司	35.00%	1,000
26	上海东方票务有限公司	25.00%	1,000
27	上海歌星俱乐部有限公司	30.00%	50
28	上海儿童国际文化发展有限公司	33.00%	600
29	上海交大海外教育发展有限公司	28.00%	500
30	上海聚力传媒技术有限公司	1.00%	3,083.0143
31	上海浦东广播电视传媒有限公司	50.00%	1,000
32	上海润金文化传播有限公司	10.00%	2,135.416
33	中兴九城网络科技无锡有限公司	8.65%	1,790.938
34	上海时空之旅文化发展有限公司	33.00%	3000
35	上海市信息投资股份有限公司	21.33%	37,500
36	上海视云网络科技有限公司	12.24%	12500

序号	公司名称	持股比例 (%)	注册资本
37	上海体育场酒店管理有限公司	30.00%	5,000
38	上海文广融媒股权投资基金合伙企业 (有限合伙)	63.26%	39,896
39	上海文广招融股权投资管理中心 (有限合伙)	68.06%	400
40	上海文广招融文化投资管理中心 (有限合伙)	76.56%	600
41	上海文广智娱股权投资基金合伙企业 (有限合伙)	36.97%	39,882
42	上海文广资本管理有限公司	40.00%	1,000
43	上海文化广场剧院管理有限公司	40.00%	5,000
44	上海文化广场有限公司	40.00%	10,000
45	上海下一代广播电视网应用实验室有限公司	12.50%	4,000
46	上海中广传播有限公司	40.00%	10,000
47	深圳市兆驰股份有限公司	9.89%	452,694.0607
48	索尼互动娱乐 (上海) 有限公司	30.00%	4,380
49	亚洲联创 (上海) 文化发展有限公司	40.00%	3,000
50	银视通信息科技有限公司	35.00%	10,000
51	云集将来传媒 (上海) 有限公司	24.07%	1,080
52	云南云视幻维数码影视有限公司	33.00%	300
53	卓拓维 (上海) 虚拟现实信息科技有限公司	38.10%	5,250 万美元
54	上海东方明珠迪尔希文化传媒有限公司	42.86%	7,000
55	上海川沙名镇东方明珠建设开发有限公司	51.00%	10,000
56	绍兴华秦明珠置业有限公司	32%	3,000
57	上海东方明珠传媒产业股权投资基金合伙企业 (有限合伙)	39.95%	150,200
58	上海明珠尚祺商务咨询有限公司	30%	60

3、发行人其他关联企业

截至 2018 年 12 月末，发行人其他关联企业如下表所示：

图表 6-72：发行人其他关联企业

其他关联方名称	其他关联方与本企业关系
上海广播电视台（以下简称电视台）	由上海市委宣传部出资； 与本公司实行一体化运行与管理
上海《每周广播电视》报社	由电视台控制的单位
上海广播电视报业经营有限公司	由电视台控制的单位
上海市马戏学校	由电视台控制的单位
上海爱乐乐团	由电视台控制的单位
上海美琪大戏院	由电视台控制的单位
上海艺海剧场	由电视台控制的单位
上海马戏城有限公司	由电视台控制的单位
上海广播电视发展中心	由电视台控制的单位
上海天天新报社有限公司	参股公司
SUPER SPORTS MEDIA INC	参股公司
风行视频技术（北京）有限公司	参股公司
广州东方数智科技有限公司	参股公司
上海宝山东方有线网络有限公司	参股公司
深圳市盖娅科技有限公司	参股公司
上海东方有线数据服务有限公司	参股公司
上海世博文化中心有限公司	参股公司
深圳风行多媒体有限公司	参股公司
深圳市兆驰数码科技股份有限公司	参股公司
太原有线电视网络有限公司	参股公司
新英体育数字电视传播（上海）有限公司	参股公司
新英体育咨询（北京）有限公司	参股公司
成都索贝数码科技股份有限公司	参股公司
新疆广电网络股份有限公司	参股公司

(二) 重要关联交易

1、定价原则

发行人根据公平、公正、合理的原则，按照国内外及当地市场交易原则及交易价格进行交易，有国家定价时执行国家定价，没有国家定价时执行市场价格，没有市场价格时按双方协商价格。

2、关联交易情况

发行人制定了有关关联交易的决策程序，并在《公司章程》中对关联交易表决权限、表决程序、关联股东和关联董事回避表决的权利和义务作了明确规定。发行人的关联交易主要是与其存在控制关系且已纳入发行人合并财务报表范围的子公司在生产经营过程中形成的资金往来，在编制合并报表时，已进行抵消。

发行人与关联方根据关联交易事项的具体情况确定定价方法及结算方式，并在具体的关联交易合同中予以明确。关联交易对发行人无影响，亦不存在关联资金占用等情况。

截至 2018 年 12 月末，发行人所发生的关联交易情况如下所示：

(1) 向关联方销售或提供劳务

① 关联方销售

图表 6-73：关联方销售情况

单位：万元

关联方	关联交易内容	本期发生额	上期发生额
北京风行在线技术有限公司	收视费收入/技术收入/商品销售收入/广告代理收入	3,465.11	1,341.67
成都复地明珠置业有限公司	顾问服务费	89.15	30.26
成都每日电视购物有限公司	商品销售收入/技术收入	-	880.94
东方有线网络有限公司	收视费收入/技术收入	2,803.21	2,566.79
广视通网络通信传媒有限公司	劳务收入	64.40	82.33
广州东方数智科技有限公司	物业服务收入	-	0.16
河北广电传媒技术有限公司	技术收入	19.91	
上海《每周广播电视》报社	租赁业务收入/物业服务收入/其他收入	-	154.97
上海宝山东方有线网络有限公司	推广收入	-	0.47
上海东方有线数据服务有限公司	技术收入/广告收入	30.37	13.08

关联方	关联交易内容	本期发生额	上期发生额
上海马戏城有限公司	技术收入/工程施工收入/演艺经纪收入/利息收入/其他收入	-	392.11
上海美琪大戏院	销售商品收入/演艺经济收入/技术收入/其他收入	-	126.22
上海市马戏学校	商品销售收入/工程施工收入	71.36	34.90
上海丝芭文化传媒集团有限公司	娱乐餐饮服务收入	123.70	-
上海中广传播有限公司	技术收入	377.67	580.50
绍兴华秦明珠置业有限公司	劳务收入	1,495.02	
深圳风行多媒体有限公司	技术收入/劳务收入/广告代理收入	-	1,919.75
深圳市兆驰股份有限公司	收视费收入/商品销售收入	-	1,633.75
索尼互动娱乐（上海）有限公司	咨询服务收入/劳务收入/游戏收入	220.21	258.54
新疆广电网络股份有限公司	收视费收入	266.94	340.24
新英体育数字电视传播（上海）有限公司	收视费收入	544.96	531.00
新英体育咨询（北京）有限公司	技术收入/授权使用收入	2,101.89	943.40
银视通信息科技有限公司	收视费收入/游戏业务收入	0.55	51.74
中兴九城网络科技无锡有限公司	咨询服务收入	148.42	-
上海兰心大戏院	演艺经纪收入		58.06
上海时空之旅文化发展有限公司	广告制作收入/演艺经纪收入/商品销售收入/广告代理收入	-	1,388.73
上海文艺医院	租赁业务收入	-	7.18
上海广播电视发展中心	其他收入	-	20.68
上海舞台技术研究所	技术收入	-	28.30
上海人民大舞台	演艺经纪收入	-	1.94
上海艺海剧场	物业服务收入/演艺经纪收入/广告代理收入/其他收入	-	85.20
上海欢乐马戏有限公司	演艺经纪收入	-	623.30

②关联方采购

图表 6-74：关联方采购情况

关联方	关联交易内容	本期发生额	上期发生额
SUPER SPORTS MEDIA INC	节目采购	1,784.70	-
爱上电视传媒有限公司	收入分成	1,333.56	4,915.90
北京风行在线技术有限公司	宣传推广费/广告代理成本	2,494.87	45.14
东方有线网络有限公司	研究与开发费用/邮电通讯费/技术成本/广告代理成本/咨询费/宣传推广费/内容制作成本	3,176.38	2,399.06
广视通网络通信传媒有限公司	节目成本/技术费	181.94	19.62
上海爱乐乐团	职工薪酬费用/节目成本/其他成本	0.05	891.29
上海城市之光灯光设计有限公司	劳务费/制作费/维修维护费	222.76	322.64
上海东方明珠迪尔希文化传媒有限公司	游戏业务成本	633.33	305.76
上海东方有线数据服务有限公司	邮电通讯费/技术成本/研究与开发费用/办公费/节目成本/宣传推广费/广告代理成本/内容制作成本	179.11	178.96
上海广播电视报业经营有限公司	宣传推广费/制作费/印刷费/利息费用	-	5.65
上海广播电视发展中心	职工薪酬费用/其他成本	611.49	208.24
上海广播电视台	职工薪酬费用/节目成本/广告成本	1,825.42	3,236.63
上海聚力传媒技术有限公司	资产采购	91.87	23.44
上海美琪大戏院	演艺经纪成本/节目成本/节目成本/利息费用	0.22	140.64
上海浦东广播电视传媒有限公司	节目成本	17.96	21.23
上海世博文化中心有限公司	管理费	1,086.20	998.48
上海丝芭文化传媒集团有限公司	节目成本	-	226.42
上海文化广场剧院管理有限公司	宣传推广费	1.72	3.00
深圳风行多媒体有限公司	商品采购/宣传推广	102.97	261.79

关联方	关联交易内容	本期发生额	上期发生额
深圳市盖娅科技有限公司	商品采购	973.40	-
深圳市兆驰股份有限公司	维修维护费/商品采购	96.44	15,287.74
深圳市兆驰数码科技股份有限公司	维修维护费/商品采购	6.31	75.58
索尼互动娱乐(上海)有限公司	产品采购/商品销售成本/游戏成本/宣传推广费	782.47	105.48
太原有线电视网络有限公司	节目成本	134.43	-
新英体育数字电视传播(上海)有限公司	节目成本	43.40	-
上海艺海剧场	节目成本/演艺经纪成本/租赁费/利息费用	1.58	67.04
中兴九城网络科技无锡有限公司	游戏业务成本	32.20	-
上海市广播科学研究所	技术成本/租赁费/制作费	-	110.47
上海电视杂志社	广告代理成本/宣传推广费/利息费用	-	12.43
上海广播电视国际新闻交流中心	利息费用	-	2.62
上海欢乐马戏有限公司	观摩费/利息费用	-	8.48
上海兰心大戏院	节目成本/演艺经纪成本/其他成本/利息费用	-	32.36
上海马戏城	租赁费/演艺经纪成本/利息费用	-	27.41

(2) 关联方往来

图表 6-75: 关联方往来情况

单位: 万元

关联方	期末余额	期初余额
应收账款		
北京风行在线技术有限公司	560.6	249.91
东方有线网络有限公司	249.16	8,729.71
湖北广通东方购物有限公司	679.06	-
江苏东方电视购物有限公司	-	2,155.12
上海东方明珠迪尔希文化传媒有限公司	6.65	-

关联方	期末余额	期初余额
上海东方有线数据服务有限公司	13.58	13.58
上海欢乐马戏有限公司	-	357.00
上海聚力传媒技术有限公司	620	-
上海马戏城有限公司	-	22.30
上海美琪大戏院	-	0.09
上海浦东广播电视传媒有限公司	166.6	-
上海时空之旅文化发展有限公司	-	95.77
上海市马戏学校	61.75	1.45
上海文艺医院	-	2.1
索尼互动娱乐（上海）有限公司	27.75	16.79
新疆广电网络股份有限公司	192.36	216.24
新英体育数字电视传播（上海）有限公司	53.9	53.9
新英体育咨询（北京）有限公司	1078	980
银视通信息科技有限公司	34.2	37.24
中兴九城网络科技无锡有限公司	213.06	131.72
上海视云网络科技有限公司	-	377.65
预付款项		
成都索贝数码科技股份有限公司	-	57.05
东方有线网络有限公司	13.06	-
上海东方有线数据服务有限公司	0.31	-
深圳风行多媒体有限公司	0.05	-
中兴九城网络科技无锡有限公司	147.38	-
深圳市兆驰股份有限公司	32.39	-
上海广播电视发展中心	15.2	-
上海美琪大戏院	-	16.50
其他应收款		
SUPER SPORTS MEDIA INC	79.54	-
爱上电视传媒有限公司	1.90	2.66
北京风行在线技术有限公司	23.46	32.85
风行视频技术（北京）有限公司	0.31	38.11
好十传媒（上海）有限公司	1.25	4.35
上海（海南）旅游联合发展有限公司	-	1,924.00
上海城市之光灯光设计有限公司	2.49	-
上海广播电视台	-	13,558.56
上海马戏城有限公司	-	4,874.00
上海美琪大戏院	-	271.28
上海天天新报社有限公司	-	18,878.50

关联方	期末余额	期初余额
上海文艺医院	-	43.25
上海中广传播有限公司	7.69	-
深圳风行多媒体有限公司	223.62	193.87
索尼互动娱乐（上海）有限公司	1,513.78	3,013.43
银视通信息科技有限公司	15.00	15.00
明珠富想川沙（上海）民宿文化有限公司	-	15.44
宁波甬洲置业有限公司	-	3.54
应付账款		
SUPER SPORTS MEDIA INC	1,784.70	-
北京风行在线技术有限公司	-	395.38
东方有线网络有限公司	127.01	227.36
上海东方明珠迪尔希文化传媒有限公司	197.83	24.94
上海东方有线数据服务有限公司	51.91	40.27
上海广播电视台	47.17	-
上海聚力传媒技术有限公司	102.17	10.30
上海浦东广播电视传媒有限公司	17.96	21.23
上海世博文化中心有限公司	120.81	283.11
上海丝芭文化传媒集团有限公司	47.17	220.32
深圳风行多媒体有限公司	179.72	179.70
深圳市兆驰股份有限公司	1,298.76	5,433.32
深圳市兆驰数码科技股份有限公司	45.76	29.95
太原有线电视网络有限公司	47.17	-
银视通信息科技有限公司	45.83	45.83
中兴九城网络科技无锡有限公司	7.96	0.70
上海市广播科学研究所	-	46.90
长期应收款		
湖北保和明珠置业有限公司	-	35,000.00
宁波甬洲置业有限公司	-	31,750.00
湖州富隼房地产有限公司	31,625.00	-
预收账款		
爱上电视传媒有限公司	-	270.83
北京风行在线技术有限公司	1,653.24	395.55
新英体育咨询（北京）有限公司	60.38	-
中兴九城网络科技无锡有限公司	0.01	-
上海广播电视台	-	0.50
上海市马戏学校	-	53.38
上海马戏城有限公司	-	15.00

关联方	期末余额	期初余额
上海时空之旅文化发展有限公司	-	20.00
上海《每周广播电视》报社	-	0.92
其他应付款		
SUPER SPORTS MEDIA INC		17.34
东方有线网络有限公司	7.20	0.20
河北广电传媒技术有限公司	1.04	-
上海广播电视台	55.92	56.35
上海文化广场剧院管理有限公司	2.00	-
银视通信息科技有限公司	35.09	-
中兴九城网络科技无锡有限公司	2.00	-
上海广播电视台	-	1,537.92
上海马戏城有限公司	-	1.73
上海美琪大戏院	-	1.00
上海广播电视发展中心	-	3,072.72
上海爱乐乐团	-	1,353.00
上海文化广场有限公司	-	1,000.00
吸收存款及同业存放		
上海马戏城有限公司	-	24.13

(3) 关联方担保事项

截至 2018 年末，发行人关联方担保事项如下所示：

图表 6-76：关联方担保事项

单位：万元

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	履行情况
上海文化广播影视集团有限公司	上海大世界投资管理有限公司	4,055	2016-10-31	2021-10-30	正在履行
上海文化广播影视集团有限公司	上海大世界投资管理有限公司	7,650	2017-06-30	2021-10-30	正在履行
上海文化广播影视集团有限公司	上海大世界投资管理有限公司	4,590	2010-8-31	2018-8-30	履行完毕
上海文化广播影视集团有限公司	上海文广集团国际控股有限公司	美元 300 万	2016-7-1	2018-7-1	履行完毕
上海文化广播影视集团有限公司	上海文广集团国际控股有限公司	美元 399.99 万	2016-9-22	2018-9-22 日	履行完毕
上海文化广播影视	上海文广集团国	美元 150 万	2016-10-13	2018-10-13	履行完毕

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	履行情况
集团有限公司	际控股有限公司				
上海文化广播影视集团有限公司	上海文广集团国际控股有限公司	美元 1,750	2017-02-23	2020-02-23	正在履行
上海文化广播影视集团有限公司	上海文广集团国际控股有限公司	美元 1,150 万	2017-10-21	2018-10-20	履行完毕
上海电视广播集团有限公司	上海文广集团国际控股有限公司	港币 5,500 万	2015-04-28	2018-03-31	履行完毕
上海电视广播集团有限公司	STR International (H.K) Company Limited	美元 650 万	2017-12-31	2018-12-31	履行完毕
上海文化广播影视集团有限公司	上海马戏城有限公司	2,600 万元	2017-05-22	2018-05-21	履行完毕
上海文化广播影视集团有限公司	上海尚演文化投资管理有限公司	1,200	2017-01-31	2019-01-30	履行完毕
东方明珠新媒体股份有限公司	上海东方明珠国际贸易有限公司	10,000	2017-07-14	2018-06-11	履行完毕
东方明珠新媒体股份有限公司	上海东方明珠国际贸易有限公司	9,000	2017-10-25	2018-10-24	履行完毕
东方明珠新媒体股份有限公司	上海东方明珠国际贸易有限公司	5,000	2017-09-26	2018-03-25	履行完毕
东方明珠新媒体股份有限公司	上海东方明珠进出口有限公司	40,000	2017-07-14	2018-06-11	履行完毕
东方明珠新媒体股份有限公司	上海东方明珠进出口有限公司	23,000	2017-10-25	2018-10-24	履行完毕
东方明珠新媒体股份有限公司	上海东方明珠国际贸易有限公司	15,000	2018-9-28	2019-6-30	履行完毕
东方明珠新媒体股份有限公司	上海东方明珠进出口有限公司	30,000	2018-9-28	2019-6-30	履行完毕

九、发行人主要或有事项

(一) 发行人担保情况

截至 2019 年 9 月末，发行人对外担保余额 11,705 万元，担保情况如下所示：

图表 6-77：发行人对外担保情况

单位：万元

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	履行情况
上海文化广播影视集团有限公司	上海大世界投资管理有限公司	4,055	2016-10-31	2021-10-30	正在履行
上海文化广播影视集团有限公司	上海大世界投资管理有限公司	7,650	2017-06-30	2021-10-30	正在履行

图表 6-78：发行人合并报表范围内担保情况

单位：万元

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	履行情况
上海文化广播影视集团有限公司	上海文广集团国际控股有限公司	美元 1,750	2017-02-23	2020-02-23	正在履行

其中文广集团对大世界投资的担保为对外担保，其余企业担保均为发行人合并范围内公司间的担保。上海大世界投资管理有限公司为发行人的参股公司，由文广集团持有 51% 股份，公司实际控制人为上海市黄浦区政府。

（二）发行人重大未决诉讼或未决仲裁形成的或有负债

截至 2019 年 9 月末，发行人及合并报表范围内子公司涉案标的超过 300 万元人民币的未决诉讼、仲裁情况如下：

图表 6-79：发行人重大未决诉讼、仲裁情况

序号	原告	被告	案由	阶段	案件标的 (万元)
1	上海东方广播有限公司	上海康斐信息技术有限公司、上海斐讯数据通讯技术有限公司	广告欠款纠纷	一审阶段	339.87
2	东方明珠新媒体股份有限公司、上海东方明珠教育投资有限公司	上海立信会计金融学院	合同纠纷	一审阶段	1093.62
3	东方明珠新媒体	上海工程技术大学	其他合同纠纷	二审阶段	1004.72

序号	原告	被告	案由	阶段	案件标的 (万元)
	股份有限公司、上海东方明珠教育投资有限公司		纷		
4	上海尚世影业有限公司	上海润金文化传播有限公司、樟树市喜马投资管理中心(有限合伙)	合同纠纷	一审阶段	7493.701
5	上海文广互动电视有限公司	辽宁北方互动电视有限公司	合同纠纷	一审阶段	372.25 加逾期违约金
6	上海新兴媒体信息传播有限公司	河南通视文化传播有限公司	买卖合同纠纷	诉前调解阶段	533.5
7	北京动起来文化传媒有限公司	上海广播电视台, 上海文化广播影视集团有限公司, 看东方(上海)传媒有限公司	名誉权纠纷	一审阶段	500
8	上海东方娱乐传媒集团有限公司	上海鸿翼驭动广告有限公司	合同纠纷	诉前调解	3150
9	上海东方娱乐传媒集团有限公司	乐视网信息技术(北京)股份有限公司	合同纠纷	二审(尚未判决)	583.1197
10	上海东方娱乐传媒集团有限公司	至初无限(北京)文化传媒有限公司	合同纠纷	被告上诉阶段	2694.9645
11	喀什元纯文化传播有限公司	上海东方娱乐传媒集团有限公司	合同纠纷	诉前调解	16333.93086
12	上海声动亚洲文化发展有限公司	北京华章东信文化投资有限责任公司、北京壹仟零壹夜演出经纪有限公司、北京战马票务有限公司	项目投资合同纠纷	申请再审阶段	1925.37056 元以及至实际支付日的利息, 利率按中国人民银行同期贷款利率计算。
13	创祀网络科技(上海)股份有限公司	上海东方娱乐传媒集团有限公司(原广告经营中心)	广告合同纠纷	二审阶段	返还履约保证金、广告发布费、赔偿违约

序号	原告	被告	案由	阶段	案件标的 (万元)
					金并承担 诉讼费合 计 5568
14	赵素芬、赵素均、 赵佩	北京老兵世纪创业 投资有限公司， 上海东方明珠房地 产有限公司	股权转让纠 纷	2019.5.16 一审法院 开庭	500
15	未来电视有限公司	百视通网络电视技术 发展有限责任公司	侵害信息网络 传播权及不正 当竞争纠纷	等待一审开 庭	12550
16	公诉机关	上海涛略广告有限公 司，陈华，郭孝忠， 祝卫东，周炳泉	合同诈骗罪 (受害单位： 上海东方明珠 国际广告有限 公司)	一审阶段	预计损失 78516.07

发行人及合并报表范围内子公司近三年受到的行政处罚情况如下：

图表 6-80：发行人行政处罚情况

执法机关	被处罚事项	处罚内容	处罚时间
工商管理部门	医疗广告中含有利用广告 代言人做推荐、证明，违 反新修订的《广告法》	罚款 15 万 元整	2016 年 7 月

截至 2019 年 9 月末，发行人合并报表的净资产为 400.01 亿元人民币，发行人上述未决诉讼、仲裁及行政处罚对于本次中期票据发行不构成重大实质性障碍。

(三) 发行人重大承诺事项

1、发行人子公司东方明珠收购上海精文置业(集团)有限公司(以下简称“精文置业”，现已更名为“上海东方明珠房地产有限公司”)时，由精文置业的原股东上海广播电影电视发展有限公司(现已被发行人吸收合并)和上海网腾投资管理有限公司，向东方明珠作出不可撤销的承诺：因 2014 年 7 月 31 日股权转让前的事由(包括但不限于审计报告强调事项以及虽未列示但客观存在的事项)导致收购完成后精文置业发生任何经济损失的，包括但不限于合法债权无法收回，清偿额外债务，承担担保责任，被要求补缴税款，被处以罚款或缴纳滞纳金，承担诉讼或仲裁的不利后果，被要求承担相关补偿费等情况，对精文置业发生的经济损失由上海广播电影电视发展有限公司(现已被上海文化广播影视集团有限公司吸收合并)与上海网腾投资管理有限公司向精文置业承担连带赔偿责任。

2、发行人子公司东方明珠与上海地铁电视有限公司（以下简称“地铁电视公司”）有如下关联交易承诺事项：

(1) 根据 2008 年 8 月东方明珠与地铁电视公司签订的“电视广播发射接收设备租赁及服务合同”及 2009 年签订的“补充协议”约定，东方明珠自合同生效日起 15 年内每年将按地铁电视公司实际营业收入的 12.5%收取资源使用租金，此外还将在资源使用及服务期（15 年）内收取编播费共计 7,500 万元。

(2) 根据 2008 年 8 月东方明珠与上海申通地铁资产经营管理有限公司及地铁电视公司签订的“光纤及漏缆租赁使用合同”约定，东方明珠将在合同生效日起的 15 年内，每年向地铁电视公司收取传输服务费 290 万元。

(3) 根据东方明珠与地铁电视公司签订的“运营信息编播及服务合同”约定，公司自 2009 年 1 月 1 日起至 2023 年 12 月 31 日止，每年向地铁电视公司收取运营信息编播费 150 万元。

除上述已披露事项外，发行人不存在会对本期中期票据发行产生重大实质性不利影响的重大承诺。

（四）发行人资产抵押、质押、担保和其他限制用途安排

截至 2019 年 9 月末，发行人其他受限资产共计 2.88 亿元，主要包括各项保证金、存放中央银行法定准备金等。其他受限资产中的保证金主要为银行履约保函、银行承兑汇票保证金。其他受限资产中的法定准备金为财务公司上存人民银行的法定准备金。

图表 6-81：2019 年 9 月末受限货币资金明细

单位：万元

项目	期末余额	年初余额
各项保证金	1,965.91	12,659.51
用于担保的定期存款或通知存款	4,853.30	12,012.83
存放中央银行法定准备金	20,041.71	20,378.18
国内非融资保函保证金	-	195.00
诉讼冻结账户	1,956.95	1,923.56
定期存款	-	4,208.01
合计	28,817.87	51,377.09

（五）发行人其他重大事项

截至本募集说明书签署日，发行人无其他重大事项。发行人 2019 年全年财

务状况无重大不利变化。

十、发行人衍生产品情况

截至 2019 年 9 月末，发行人未持有重大衍生产品。

十一、发行人重大投资理财产品信息

截至 2019 年 9 月末，发行人理财产品投资情况如下表所示：

图表 6-82：2019 年 9 月末发行人理财产品明细

单位：万元

序号	持有人	银行	产品品种	金额	起始日期	终止日期
1	上海新娱乐传媒有限公司	兴业银行上海分行营业部	人民币结构性存款	10,000.00	2019.01.09	2020.01.06
2	上海新娱乐传媒有限公司	民生银行市南支行	人民币结构性存款	20,000.00	2019.01.10	2020.01.10
3	上海新娱乐传媒有限公司	浦发银行静安支行	人民币结构性存款	20,000.00	2019.01.11	2020.01.06
4	上海新娱乐传媒有限公司	上海银行总行营业部	人民币结构性存款	10,000.00	2019.01.15	2020.01.14
5	上海新娱乐传媒有限公司	上海银行总行营业部	人民币结构性存款	10,000.00	2019.01.16	2020.01.15
6	上海新娱乐传媒有限公司	交通银行黄埔支行	人民币结构性存款	10,000.00	2019.02.22	2020.02.21
7	上海新娱乐传媒有限公司	招商银行上海常德支行	人民币结构性存款	20,000.00	2019.02.25	2020.02.25
8	上海新娱乐传媒有限公司	招商银行上海常德支行	人民币结构性存款	10,000.00	2019.02.25	2019.11.25
9	上海新娱乐传媒有限公司	招商银行上海常德支行	人民币结构性存款	20,000.00	2019.04.10	2019.12.09
10	上海新娱乐传媒有限公司	光大银行上海分行营业部	人民币结构性存款	10,000.00	2019.04.11	2019.10.11
11	上海新娱乐传媒有限公司	光大银行上海分行营业部	人民币结构性存款	10,000.00	2019.07.24	2019.10.24
12	上海新娱乐传媒有限公司	招商银行上海常德支行	人民币结构性存款	10,000.00	2019.07.25	2019.10.28
13	上海新娱乐传媒有限公司	招商银行上海常德支行	人民币结构性存款	20,000.00	2019.07.25	2019.12.23
14	上海新娱乐传媒有限公司	上海银行总行营业部	人民币结构性存款	10,000.00	2019.07.29	2020.10.08
15	上海新娱乐传媒有限公司	交通银行黄埔支行	人民币结构性存款	30,000.00	2019.08.30	2020.08.28
16	上海新娱乐传媒有限公司	光大银行上海分行营业部	人民币结构性存款	20,000.00	2019.08.07	2019.11.07
17	上海新娱乐传媒有限公司	兴业银行上海分行营业部	人民币结构性存款	10,000.00	2019.08.07	2020.05.04

序号	持有人	银行	产品品种	金额	起始日期	终止日期
18	上海新娱乐传媒有限公司	招商银行上海常德支行	人民币结构性存款	10,000.00	2019.08.08	2019.12.18
19	上海新娱乐传媒有限公司	兴业银行上海分行营业部	人民币结构性存款	10,000.00	2019.08.08	2020.05.04
20	东方明珠新媒体股份有限公司	建行第五支行	银行理财产品	3,000.00	2018/11/28	2019/11/27
21	东方明珠新媒体股份有限公司	工商银行南京西路支行	银行理财产品	70,000.00	2019/3/29	2019/10/21
22	东方明珠新媒体股份有限公司	民生银行丽园支行	银行理财产品	50,000.00	2019/8/15	2019/11/14
23	东方明珠新媒体股份有限公司	招行上海分行营业部	银行理财产品	80,000.00	2019/3/15	2019/12/6
24	东方明珠新媒体股份有限公司	建行第五支行	银行理财产品	50,000.00	2019/1/18	2019/12/10
25	东方明珠新媒体股份有限公司	兴业银行股份有限公司上海沪闵支行	结构性存款	20,000.00	2019/1/18	2019/12/12
26	东方明珠新媒体股份有限公司	工商银行南京西路支行	银行理财产品	50,000.00	2019/6/25	2020/1/13
27	东方明珠新媒体股份有限公司	建行第五支行	银行理财产品	100,000.00	2019/6/25	2020/3/23
28	东方明珠新媒体股份有限公司	上海银行广中路支行	结构性存款	100,000.00	2019/9/26	2020/4/2
29	东方明珠新媒体股份有限公司	招行上海分行营业部	结构性存款	90,000.00	2019/7/30	2020/6/16
30	东方明珠新媒体股份有限公司	上海银行广中路支行	结构性存款	30,000.00	2019/7/30	2020/6/16
31	东方明珠新媒体股份有限公司	招行上海分行营业部	银行理财产品	110,000.00	2019/6/21	2020/6/19
32	东方明珠新媒体股份有限公司	建行第五支行	银行理财产品	20,000.00	2019/8/16	2020/8/12
33	东方明珠新媒体股份有限公司	建行第五支行	银行理财产品	20,000.00	2018/12/5	2019/12/4
	合计			1,063,000.00		

十二、发行人海外投资情况

截至 2019 年 9 月末，发行人主要海外投资情况如下表所示：

图表 6-83：发行人主要海外投资情况

序号	持股公司	公司名称	注册地	持股比例	实收资本
1	上海文化广播影视集团有限公司	上海文广集团国际控股有限公司	香港	100.00%	5892.2134 万美元
2	上海文广集团国际控股有限公司	上海文广（香港）置业有限公司	香港	100.00%	0.5 万港币
3	上海文化广播影视集团有限公司	上海电视广播集团有限公司	香港	100.00%	2600 万港币

主要公司介绍如下：

1、上海电视广播集团有限公司

上海电视广播集团有限公司是文广集团在香港创立的海外企业，是文广集团市场化、规模化、国际化的运作载体。公司承担文广集团在海外广播影视、广告

展览、文娱节目演出制作，以及境内外广播、电视领域和互联网等相关行业的技术支持、设备服务等功能。截至 2019 年 9 月末，文广集团对该公司出资金额为 2600 万港币。

截至 2018 年末，公司资产总额 12,072.27 万元，负债总额 3,441.36 万元，所有者权益 8,630.91 万元，2018 年公司实现营业收入 4,942.79 万元，实现净利润 -1,516.26 万元。截至 2019 年 9 月末，公司资产总额 11,183.67 万元，负债总额 3,349.89 万元，所有者权益 7,833.78 万元，2019 年三季度公司实现营业收入 5,828.51 万元，实现净利润 -903.78 万元。公司 2016 年及 2017 年保持微利，2018 年及 2019 年三季度亏损的主要原因为公司主要从事广播电视专业设备的进出口贸易，受近年来传统广电行业下滑及新媒体行业冲击影响，业务量萎缩、营业收入下降，而产生亏损。

2、上海文广集团国际控股有限公司

上海文广集团国际控股有限公司是文广集团的主要海外投资平台，是文广集团国际化战略的重要载体，主要从事海外投融资业务，无实体经营业务。公司承担文广集团对海外资源的投资、整合以及发展等功能。截至 2019 年 9 月末，文广集团对该公司出资金额为 5,892.2134 万美元。

截至 2018 年末，公司资产总额 31,789.26 万元，负债总额 23,874.24 万元，所有者权益 7,915.02 万元，2018 年公司实现营业收入 300.00 万元，实现净利润 -7,805.51 万元。截至 2019 年 9 月末，公司资产总额 64,100.29 万元，负债总额 29,460.74 万元，所有者权益 34,639.55 万元，2019 年三季度公司实现营业收入 255.19 万元，实现净利润 -3,059.45 万元。公司 2018 年及 2019 年三季度亏损的主要原因为公司为文广集团的海外投融资平台，主要收入来源为投资收益，目前上海文广集团国际控股有限公司主要投资标的包括美国复盛风险投资基金、美国 VR 公司 Baobab Studios Inc、美国 VR 公司 Jaunt Inc、网易云音乐(Cloud Village Inc)等境外文化科技相关行业财务投资，由于所投资项目投资期较长，目前尚未实现财务回报，故净利润为负。

3、上海文广（香港）置业有限公司

上海文广（香港）置业有限公司是上海文广集团国际控股有限公司在香港设立的全资子公司，持有公司在香港的房产，负责项目运营。该楼产位于香港常悦道 1 号恩浩国际中心 9 楼，建筑面积 1,154 平方米，另有车位 4 个。公司所购房产部分自持、部分用于出租。

十三、发行人直接债务融资计划

截至本募集说明书签署日，除本次申请注册中期票据外，发行人计划在银行间市场发行超短期融资券，已申请注册额度为 50 亿元，具体发行计划暂未确定。

第七章 发行人资信情况

一、发行人近三年评级情况

评级时间	评级机构	编号	主体评级	评级结论
2015-01-12	上海新世纪资信评估投资服务有限公司	新世纪企评 [2015]020008	AAA	发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
2016-07-27	上海新世纪资信评估投资服务有限公司	新世纪跟踪 [2016]100781	AAA	发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
2016-09-30	上海新世纪资信评估投资服务有限公司	新世纪企评 [2016]020254	AAA	发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
2017-07-25	上海新世纪资信评估投资服务有限公司	新世纪跟踪 [2017]100821	AAA	发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
2018-07-02	上海新世纪资信评估投资服务有限公司	新世纪债评 [2018]010522	AAA	发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
2019-07-01	上海新世纪资信评估投资服务有限公司	新世纪跟踪 [2019]100884	AAA	发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低

2020-03-13	上海新世纪资信评估投资服务有限公司	新世纪债评 [2019]010738	AAA	发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
------------	-------------------	-----------------------	-----	-----------------------------------

二、发行人信用评级情况

（一）信用评级机构

上海新世纪资信评估投资服务有限公司（以下简称“新世纪”）对发行人进行了信用评级。

（二）信用评级结论及标识含义

经上海新世纪资信评估投资服务有限公司最新综合评定，发行人的主体信用等级为 AAA 级（表示发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低）、评级展望稳定，本期中期票据的信用等级为 AAA 级（表示债券的偿付安全性极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低）。

（三）对本期中期票据的评级报告摘要

1、主要优势

（1）政府支持优势

文化产业已上升为国家战略性产业，旅游行业为上海市政府大力推动发展行业，文广集团的相关主业开展能够获得政策的有力支持。

（2）区域环境优势明显

上海市经济发展水平在全国处于领先地位，常住和过境人口规模大，居民收入水平较高，为文广集团主业开展提供了良好的区域环境。

（3）资源优势

文广集团运营的电视频道、广播频率具有一定区域垄断性，拥有的牌照经营权和旅游资产具备一定稀缺性，业务开展已积累了一定品牌效应，资源优势较突出。

（4）财务状况良好

文广集团资本实力较强，负债经营程度低，且主业现金回笼情况较好，存量货币资金充裕，整体偿债能力极强。

2、主要风险

(1) 政府监管严格

文广集团的媒体运营、电视购物等主业受到政府部门的严格监管,“限广令”的实施已对公司广告收入造成影响。

(2) 竞争压力加剧

国内电视媒体之间的同业竞争日趋激烈,新媒体的快速发展也对传统媒体形成冲击,文广集团的竞争压力不断加大。

(四) 跟踪评级安排

根据相关主管部门的监管要求和新世纪评级的业务操作规范,在本期中期票据存续期(本期中期票据发行日至到期兑付日止)内,新世纪评级将对其进行跟踪评级。

定期跟踪评级报告每年出具一次,跟踪评级结果和报告于发行人年报披露后 3 个月内出具。定期跟踪评级报告是新世纪评级在发行人所提供的跟踪评级资料的基础上做出的评级判断。

在发生可能影响发行人信用质量的重大事项时,新世纪评级将启动不定期跟踪评级程序,发行人应根据已作出的书面承诺及时告知新世纪评级相应事项并提供相应资料。

新世纪评级的跟踪评级报告和评级结果将对发行人、监管部门及监管部门要求的披露对象进行披露。

新世纪评级将在监管部门指定媒体及新世纪评级的网站上公布持续跟踪评级结果。

如发行人不能及时提供跟踪评级所需资料,新世纪评级将根据相关主管部门监管的要求和新世纪评级的业务操作规范,采取公告延迟披露跟踪评级报告,或暂停评级、终止评级等评级行动。

三、发行人银行授信情况

发行人资信状况良好,与各大商业银行均建立了长期稳定的信贷业务关系,具有较强的间接融资能力。截至 2019 年 9 月末,发行人本部在各家银行流动资金授信额度为 102.44 亿元,其中已使用授信额度 46.30 亿元,剩余授信 56.14 亿元。

图表 7-1: 发行人及主要子公司银行流动资金贷款授信情况表

单位：万元

序号	授信银行	授信额度	已使用	未使用
1	工商银行静安支行	274,400	182,500	91,900
2	建设银行第五支行	250,000	150,000	100,000
3	交通银行黄埔支行	100,000	33,000	67,000
4	上海银行总行营业部	100,000	47,500	52,500
5	招商银行常德支行	100,000	50,000	50,000
6	民生银行市南支行	50,000	-	50,000
7	光大银行上海分行	100,000	-	100,000
8	浦东发展银行静安支行	50,000	-	50,000
	合计	1,024,400	463,000	561,400

四、发行人债务违约记录

截至本募集说明书签署日，发行人近三年及近一期未发生债务违约情况；根据中国人民银行“银行信贷登记咨询系统”相关记录，发行人没有借款人逃废债信息，没有被起诉信息，没有借款人欠息信息，没有违规信息，没有不良负债信息，没有未结清信用证信息。

五、发行人债务融资工具偿付情况

发行人及其子公司债务融资工具偿付情况如下：

图表 7-2：发行人债务融资工具偿付情况

单位：亿元

债券类别	债券简称	金额	期限	发行日期	到期日	是否到期
中期票据	13 沪广电 MTN1	10	5 年	2013-06-17	2018-06-19	已兑付
	14 明珠 MTN001	10	3 年	2014-06-06	2017-06-06	已兑付
	18 文广集团 MTN001	10	3 年	2018-08-06	2021-08-08	未到期
超短期融资券	17 文广集团 SCP001	3	180 天	2017-05-02	2017-10-31	已兑付
	18 文广集团 SCP001	10	60 天	2018-06-12	2018-08-13	已兑付
	18 文广集团 SCP002	5	270 天	2018-07-11	2019-04-09	已兑付

截至本募集说明书签署之日，发行人未发行永续债及其他权益类融资，发行人未出现过已发行债务融资工具本息到期未偿付情形。

六、发行人其他资信重要事项

截至本募集说明书签署日，发行人无其他资信重要事项。发行人 2019 年全年资信状况无重大不利变化。

第八章本期中期票据担保情况

本期中期票据不设担保。

第九章 税务事项

本期中期票据的持有人应遵守我国有关税务方面的法律、法规。本“税务事项”是依据我国现行的税务法律、法规及国家税务总局有关规范性文件的规定作出的。如果相关的法律、法规发生变更，本“税务事项”中所提及的税务事项将按变更后的法律法规执行。

下列这些说明仅供参考，不构成对投资者的法律或税务建议，也不涉及投资本期中期票据可能出现的税务后果。投资者如果准备购买本期中期票据，投资者应就有关事项咨询财税顾问，发行人不承担由此产生的任何责任。

投资者所应缴纳的下列税项不与中期票据的各项支出构成抵销。

一、增值税

《财政部国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36号），金融业自 2016 年 5 月 1 日起，纳入营业税改征增值税（以下简称营改增）试点范围，金融业纳税人由缴纳营业税改为缴纳增值税，并在全国范围内全面推开。投资者从事有价证券买卖业务应缴纳增值税。

二、所得税

根据 2008 年 1 月 1 日生效的《中华人民共和国企业所得税法》及其他相关的法律、法规，一般企业投资者来源于中期票据的利息所得应缴纳企业所得税。企业应将当期应收取的中期票据利息计入当期收入，核算当期损益后缴纳企业所得税。

三、印花税

根据 1988 年 10 月 1 日生效的《中华人民共和国印花税暂行条例》及其实施细则，在我国境内买卖、继承、赠与、交换、分割等所书立的产权转移书据，均应缴纳印花税。对中期票据在全国银行间债券市场进行的交易，我国目前还没有具体规定。发行人无法预测国家是否或将会于何时决定对有关中期票据交易征收印花税，也无法预测将会适用的税率水平。

所列税项不构成对投资者的纳税建议和纳税依据。

第十章信息披露

在本期中期票据发行过程及存续期间,本公司将严格按照根据中国人民银行《银行间债券市场非金融企业债务融资工具管理办法》及交易商协会《银行间债券市场非金融企业债务融资工具信息披露规则》等文件的相关规定,通过中国货币网(www.chinamoney.com.cn)和上海清算所网站(<http://www.shclearing.com>)向全国银行间债券市场披露下列有关信息,披露时间不晚于企业在证券交易所、指定媒体或其他场合向市场公开披露的时间。

一、中期票据发行前的信息披露

本公司在本期中期票据发行日 2 个工作日前,通过上海清算所和中国货币网披露如下文件:

(一) 上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度第一期中期票据募集说明书;

(二) 上海新世纪资信评估投资服务有限公司出具的信用评级报告及跟踪评级安排;

(三) 上海市海华永泰律师事务所出具的法律意见书;

(四) 上海文化广播影视集团有限公司 2016 年、2017 年、2018 年经审计的财务报告,以及未经审计的 2019 年三季度财务报表;

(五) 交易商协会要求披露的其他文件。

二、中期票据存续期内定期信息披露

本公司在本期中期票据存续期内,向市场定期公开披露以下信息:

(一) 每年 4 月 30 日以前,披露上一年度的年度报告和审计报告;

(二) 每年 8 月 31 日以前,披露本年度上半年的资产负债表、利润表和现金流量表;

(三) 每年 4 月 30 日和 10 月 31 日以前,披露本年度第一季度和第三季度的资产负债表、利润表及现金流量表。并且,第一季度信息披露时间不早于上一年度信息披露时间。

三、中期票据存续期内重大事项披露

本公司在本期中期票据存续期间,将及时向市场披露可能影响本公司偿债能力的重大事项,包括:

- (一) 公司名称、经营方针和经营范围发生重大变化;
- (二) 公司生产经营的外部条件发生重大变化;
- (三) 公司涉及可能对其资产、负债、权益和经营成果产生重要影响的重大合同;
- (四) 公司发生可能影响其偿债能力的资产抵押、质押、出售、转让、划转或报废;
- (五) 公司发生未能清偿到期重大债务的违约情况;
- (六) 公司发生大额赔偿责任或因赔偿责任影响正常生产经营且难以消除的;
- (七) 公司发生超过净资产 10%以上的重大亏损或重大损失;
- (八) 公司一次免除他人债务超过一定金额,可能影响其偿债能力的;
- (九) 公司三分之一以上董事、三分之二以上监事、董事长或者总经理发生变动;董事长或者总经理无法履行职责;
- (十) 公司做出减资、合并、分立、解散及申请破产的决定,或者依法进入破产程序、被责令关闭;
- (十一) 公司涉及需要澄清的市场传闻;
- (十二) 公司涉及重大诉讼、仲裁事项;
- (十三) 公司涉嫌违法违规被有权机关调查,或者受到刑事处罚、重大行政处罚;公司董事、监事、高级管理人员涉嫌违法违纪被有权机关调查或者采取强制措施。
- (十四) 公司发生可能影响其偿债能力的资产被查封、扣押或冻结的情况;公司主要或者全部业务陷入停顿,可能影响其偿债能力的;
- (十五) 公司对外提供重大担保;
- (十六) 交易商协会规定的其他可能影响企业偿债能力的重大事项。

四、中期票据本息兑付信息披露

本公司将在本期中期票据本息兑付日前 5 个工作日,通过中国货币网和中国债券信息网公布本金兑付和付息事项。

如有关信息披露管理制度发生变化,本公司将依据其变化对于信息披露作出调整。

第十一章违约责任及投资者保护机制

为保证按期足额偿付中期票据，本公司制定了相应的偿债计划和保障措施。此外，中期票据的债权人还可以依据法律法规的规定和本募集说明书的约定，以中期票据持有人会议的形式行使有关权利。

一、违约事件

如下列任何一项事件发生及继续，则投资者均可向公司或主承销商、联席主承销商（如有代理追偿责任）发出书面通知，表明应即刻启动投资者保护机制。在此情况下，发行人或主承销商、联席主承销商（如有代理追偿责任）应依据本条款有关规定即刻启动投资者保护机制。有关事件在公司或主承销商、联席主承销商接获有关通知前已予以纠正的，则另作别论：

（一）拖欠付款：拖欠中期票据本金或任何到期应付利息；

（二）解散：公司于所有未赎回中期票据获赎回前解散或因其它原因不再存在。因获准重组引致的解散除外；

（三）破产：公司破产、全面无力偿债、拖欠到期应付款项、停止/暂停支付所有或大部份债务或终止经营其业务，或公司根据《破产法》规定进入破产程序。

二、违约责任

（一）发行人对本期中期票据投资者按时还本付息。如果发行人未能按期向上海清算所指定的资金账户足额划付资金，上海清算所将在本期中期票据本息支付日，通过中国货币网和上海清算所网站及时向投资者公告发行人的违约事实。若发行人延期支付本金和利息，除进行本金利息支付外，还需按照延期支付金额和延期支付天数以日利率万分之二点一（0.21‰）计算向持有人支付违约金。发行人到期未能偿还本期中期票据本息，投资者可依法提起诉讼。

（二）若投资者未能按时缴纳认购款项，应按照应缴款金额和延期缴款的天数以日利率万分之二点一（0.21‰）计算向发行人支付违约金。发行人有权根据情况要求投资者履行协议或不履行协议。

三、投资者保护机制

(一) 应急事件

应急事件是指本公司突然出现的,可能导致本期中期票据不能按期、足额兑付,或可能影响到金融市场稳定的事件。

在本期中期票据存续期内单独或同时发生下列应急事件时,可以启动投资者保护应急预案:

1、本公司发生未能清偿到期债务的违约情况;债务种类包括但不限于非金融企业债务融资工具、企业债券、公司债券、可转换债券、可分离债券等公开发行债务,以及银行贷款、承兑汇票等非公开发行债务;

2、本公司或本公司的高级管理层出现严重违法、违规案件,或已就重大经济事件接受有关部门调查,且足以影响到中期票据的按时、足额兑付;

3、本公司发生超过净资产 10%以上重大损失(包括投资损失和经营性亏损),且足以影响到中期票据的按时、足额兑付;

4、本公司做出减资、合并、分立、解散及申请破产的决定;

5、本公司受到重大行政处分、罚款或涉及重大诉讼或司法强制执行等事件,且罚款、诉讼或强制执行的标的额较大,且足以影响中期票据的按时、足额兑付;

6、其他可能引起投资者重大损失的事件。

应急事件发生后,本公司和主承销商、联席主承销商应立即按照本章的约定启动投资者保护应急预案,保障投资者权益,减小对债券市场的不利影响。

(二) 投资者保护应急预案的启动

投资者可以在发生上述应急事件时,向本公司和主承销商、联系主承销商建议启动投资者保护应急预案;或由本公司和主承销商、联席主承销商在发生应急事件后主动启动应急预案;也可在监管机构认为必要时要求启动应急预案。

本公司和主承销商、联席主承销商启动应急预案后,可采取下列某项或多项措施保护债权。

1、公开披露有关事项;

2、召开持有人会议,商议债权保护有关事宜。

(三) 信息披露

在出现应急事件时,本公司将主动与主承销商、联席主承销商、评级机构、

监管机构、媒体等方面及时沟通，并通过指定媒体披露该事件。

应急事件发生时的信息披露工作包括：

- 1、跟踪事态发展进程，协助主承销商、联席主承销商发布有关声明；
- 2、听取监管机构意见，按照监管机构要求做好有关信息披露工作；
- 3、主动与评级机构互通情况，督促评级机构做好跟踪评级，并及时披露评级信息；
- 4、适时与主承销商、联席主承销商联系发布关于应急事件的处置方案，包括信用增级措施、提前偿还计划以及债权人会议决议等；
- 5、适时与主承销商、联席主承销商联系发布关于应急事件的其他有关声明。

（四）持有人会议

根据《银行间债券市场非金融企业债务融资工具持有人会议规程》（2010年8月27日第二届常务理事会第二次会议审议通过；2013年6月27日第三届常务理事会第六次会议修订），主承销商及联席主承销商（以下简称“召集人”）负责组织召开持有人会议，征求与收集债务融资工具持有人对重大事项的意见，履行信息披露、文件制作、档案保存等职责。

1、持有人会议的召开条件

在债务融资工具存续期间，出现以下情形之一的，召集人应当召开持有人会议：

- （1）债务融资工具本金或利息未能按照约定足额兑付；
- （2）发行人转移债务融资工具全部或部分清偿义务；
- （3）发行人变更信用增进安排或信用增进机构，对债务融资工具持有人权益产生重大不利影响；
- （4）发行人或者信用增进机构减资、合并、分立、解散、申请破产、被接管、被责令停产停业、被暂扣或者吊销许可证、暂扣或者吊销执照；
- （5）发行人或者信用增进机构因资产无偿划转、资产转让、债务减免、股权投资、股权托管等原因导致发行人或者信用增进机构净资产减少单次超过最近经审计净资产的百分之十或者两年内累计超过净资产（以首次减资行为发生时对应的最近经审计净资产为准）的百分之十，或者虽未达到上述指标，但对发行人或者信用增进机构的生产、经营影响重大；
- （6）单独或合计持有百分之三十以上同期债务融资工具余额的持有人提议

召开；

(7) 募集说明书中约定的其他应当召开持有人会议的情形；

(8) 法律、法规规定的其他应由持有人会议做出决议的情形。

触发上述持有人会议召开情形的，发行人或者信用增进机构应当及时告知召集人，召集人应当自知悉该情形之日起在实际可行的最短期内召集持有人会议，并拟定会议议案。持有人会议的召集不以发行人或者信用增进机构履行告知义务为前提。

召集人不能履行或者不履行召集职责的，单独或合计持有百分之三十以上同期债务融资工具余额的持有人、发行人、主承销商、联席主承销商或信用增进机构均可以自行召集持有人会议，履行召集人的职责。

2、持有人会议的召集

召集人应当至少于持有人会议召开日前十个工作日在交易商协会认可的网站发布召开持有人会议的公告。

召开持有人会议的公告内容包括但不限于下列事项：

(1) 债务融资工具发行情况、持有人会议召开背景；

(2) 会议召集人、会务负责人姓名及联系方式；

(3) 会议时间和地点；

(4) 会议召开形式：持有人会议可以采用现场、非现场或两者相结合的形式；

(5) 会议拟审议议题：议题属于持有人会议权限范围、有明确的决议事项，并且符合法律、法规和本规程的相关规定；

(6) 会议议事程序：包括持有人会议的召集方式、表决方式、表决时间和其他相关事宜；

(7) 债权登记日：应为持有人会议召开日前一工作日；

(8) 提交债券账务资料以确认参会资格的截止时点：债务融资工具持有人在持有人会议召开前未向召集人证明其参会资格的，不得参加持有人会议和享有表决权；

(9) 委托事项：参会人员应出具授权委托书和身份证明，在授权范围内参加持有人会议并履行受托义务。

召集人应当至少于持有人会议召开日前七个工作日将议案发送至持有人，并

将议案提交至持有人会议审议。

3、会议参会机构

债务融资工具持有人应当于债权登记日向中国人民银行认可的银行间债券市场债券登记托管结算机构申请查询债务融资工具持有人当日的债券账务信息，并于会议召开日提供相应债券账务资料以证明参会资格。召集人应当对债务融资工具持有人的参会资格进行确认，并登记其名称以及持有份额。

除法律、法规及相关自律规则另有规定外，在债权登记日确认债权的债务融资工具持有人有权出席持有人会议。

发行人、债务融资工具清偿义务承继方、信用增进机构等重要关联方应当按照召集人的要求列席持有人会议。交易商协会可以派员列席持有人会议。

持有人会议应当有律师见证。见证律师原则上由为债务融资工具发行出具法律意见的律师担任。非协会会员单位的律师事务所的律师见证持有人会议并出具法律意见的，该律师事务所应当向交易商协会书面声明自愿接受交易商协会自律管理，遵守交易商协会的相关自律规定。

见证律师对会议的召集、召开、表决程序、出席会议人员资格和有效表决权等事项出具法律意见书。法律意见书应当与持有人会议决议一同披露。

信用评级机构可应召集人邀请列席会议，持续跟踪持有人会议动向，并及时发表公开评级意见。

4、会议的表决和决议

债务融资工具持有人及其代理人行使表决权，所持每一债务融资工具最低面额为一表决权。发行人、发行人母公司、发行人下属子公司、债务融资工具清偿义务承继方等重要关联方没有表决权。

除募集说明书另有约定外，出席持有人会议的债务融资工具持有人所持有的表决权数额应达到本期债务融资工具总表决权的三分之二以上，会议方可生效。

持有人会议的议事程序和表决形式，除本规程有规定外，由召集人规定。

持有人会议对列入议程的各项议案分别审议，逐项表决。

持有人会议不得对公告通知中未列明的事项进行决议。

单独或合计持有百分之十以上同期债务融资工具余额的持有人可以提议修订议案。

持有人应当至少于持有人会议召开日前五个工作日以书面形式向召集人提出修订议案，召集人应当至少于持有人会议召开前三个工作日将修订议案发送至

持有人，并提交至持有人会议审议。

持有人会议的全部议案应当在会议召开首日后的三个工作日内表决结束。

召集人应当于表决截止日向中国人民银行认可的银行间债券市场债券登记托管结算机构申请查询和核对相关债项持有人当日债券账务信息，表决截止日终无对应债务融资工具面额的表决票视为无效票。

持有人投弃权票的，其所持有的债务融资工具面额计入议案表决的统计中。持有人未做表决或者投票不规范的，视为该持有人投弃权票。

募集说明书另有约定外，持有人会议决议应当由出席会议的本期债务融资工具持有人所持表决权的四分之三以上通过后生效。

除因触发前述“1、持有人会议的召开条件”（6）规定而召开持有人会议的，因会议有效性或者议案表决有效性未达到本规程所规定的持券比例的，召集人可就本重大事项自行判断是否需要再次召集会议。

持有人会议应有书面会议记录。持有人会议记录由出席会议的召集人代表和见证律师签名。

召集人应当在持有人会议表决截止日次一工作日将会议决议公告在交易商协会认可的网站披露。会议决议公告包括但不限于以下内容：

- （1）出席会议的本期债务融资工具持有人所持表决权情况；
- （2）会议有效性；
- （3）各项议案的议题和表决结果。

如需要发行人答复的，召集人在会议表决截止日次一工作日将会议决议提交至发行人，并代表债务融资工具持有人及时就有关决议内容与发行人及其他有关机构进行沟通。发行人应当自收到会议决议之日起三个工作日内答复是否接受持有人会议通过的决议。

召集人应当及时将发行人的答复在交易商协会认可的网站披露。

持有人会议的会议公告、会议议案、参会机构与人员以及表决机构与人员名册、会议记录、表决文件、会议决议公告、发行人的答复（若持有人会议决议需发行人答复）、法律意见书、召集人自登记托管机构获取的债权登记日日终和会议表决截止日日终债务融资工具持有人名单等会议文件和资料由召集人保管，并至少保管至对应债务融资工具兑付结束后五年。

如召集人为发行人或者信用增进机构的，上述会议文件、材料由见证持有人会议的律师所在的律师事务所存档。

四、不可抗力

(一) 不可抗力是指本期中期票据计划公布后, 由于当事人不能预见、不能避免并不能克服的情况, 致使本期中期票据相关责任人不能履约的情况。

(二) 不可抗力包括但不限于以下情况

- 1、自然力量引起的事故如水灾、火灾、地震、海啸等;
- 2、国际、国内金融市场风险事故的发生;
- 3、交易系统或交易场所无法正常工作;
- 4、社会异常事故如战争、罢工、恐怖袭击等。

(三) 不可抗力事件的应对措施

1、不可抗力发生时, 本公司或主承销商、联席主承销商应及时通知投资者及中期票据相关各方, 并尽最大努力保护中期票据投资者的合法权益;

2、本公司或主承销商、联席主承销商应召集中期票据投资者会议磋商, 决定是否终止中期票据或根据不可抗力事件对中期票据的影响免除或延迟相关义务的履行。

五、弃权

任何一方当事人未能行使或延迟行使本文约定的任何权利, 或宣布对方违约仅适用某一特定情势, 不能视作弃权, 也不能视为继续对权利的放弃, 致使无法对今后违约方的违约行为行使权利。任何一方当事人未行使任何权利, 也不会构成对对方当事人的弃权

第十二章本期中期票据发行的有关机构

一、发行人

名称：上海文化广播影视集团有限公司
注册地址：上海市静安区威海路 298 号
法定代表人：王建军
注册资本：人民币 5,000,000,000 元
联系人：童颖
电话：021-22000228
传真：33050532
邮政编码：200041

二、承销团

1、主承销商

名称：中国建设银行股份有限公司
注册地址：北京市西城区金融大街 25 号
法定代表人：田国立
联系人：李国良
电话：010-67595447
传真：010-66275840
邮政编码：100032

2、联席主承销商

名称：招商银行股份有限公司
注册地址：深圳市深南大道 7088 号招商银行大厦
法定代表人：李建红
联系人：王斐
电话：021-20625967
传真：021-20777755-5967
邮政编码：200120

3、承销团其他成员（排名不分先后）

名称：申万宏源证券有限公司
联系地址：北京市西城区太平桥大街 19 号

法定代表人： 李梅
联系人： 周欣
电话： 010-88013586
传真： 010-88085135
邮编： 100032

名称： 东海证券股份有限公司
联系地址： 上海市浦东新区东方路 1928 号东海证券大厦
法定代表人： 赵俊
联系人： 陈琛
电话： 021-20333407
传真： 021-50498839
邮编： 200125

名称： 第一创业证券股份有限公司
联系地址： 广东省深圳市福田区福华一路 115 号投行大厦 17 层
法定代表人： 刘学民
联系人： 万金
电话： 010-63197800
传真： 0755-25832940
邮编： 518000

名称： 中信证券股份有限公司
联系地址： 北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦
法定代表人： 张佑君
联系人： 陈啸
电话： 010-60836328
传真： 010-60836294
邮编： 100600

名称： 长沙银行股份有限公司
联系地址： 湖南省长沙市芙蓉中路 1 段 433 号
法定代表人： 朱玉国
联系人： 马腾君
电话： 0731-82110311
传真： 0731-84305350

邮编： 410005

名称： 平安证券股份有限公司
联系地址： 广东省深圳市福田区金田路 4036 号荣超大厦 15 楼收发室
法定代表人： 刘世安
联系人： 李绪鸿
电话： 0755-22622863
传真： 0755-82401562
邮编： 518026

名称： 兴业证券股份有限公司
联系地址： 北京市西城区锦什坊街 35 号北楼 801
法定代表人： 兰荣
联系人： 游杰
电话： 010-50911229
传真： 010-50911210
邮编： 100032

名称： 浙商银行股份有限公司
法定代表人： 沈仁康
联系地址： 浙江省杭州市庆春路 288 号
联系人： 俞飞帆
电话： 021-50290510
传真： 021-50290550
邮编： 310006

名称： 中航信托股份有限公司
联系地址： 江西省南昌市红谷滩新区赣江北大道 1 号中航广场 24-25 层
法定代表人： 姚江涛
联系人： 闫天驹
电话： 021-80202924
传真： 0791-86772268
邮编： 330038

名称： 九江银行股份有限公司
联系地址： 上海市浦东新区世纪大道 1168 号东方金融广场 B 座 1001
法定代表人： 刘羨庭
联系人： 章淑萍

电话: 021-68827613
传真: 021-68827613
邮编: 200122

名称: 东方证券股份有限公司
联系地址: 上海市黄浦区中山南路 318 号东方国际
金融广场 2 号楼 25 楼

法定代表人: 潘鑫军
联系人: 王佳珩
电话: 021-63326926
传真: 021-63326933
邮编: 200001

名称: 宁波银行股份有限公司
联系地址: 上海市浦东新区世纪大道 210 号二十一世纪大厦 19 楼

法定代表人: 陆华裕
联系人: 张舒华
电话: 021-23262637
传真: 021-63586853
邮编: 200120

名称: 国信证券股份有限公司
联系地址: 北京市西城区金融大街 27 号投资广场 20 层

法定代表人: 何如
联系人: 赵达理
电话: 010-88005412
传真: 010-88005419
邮编: 100032

名称: 中信建投证券股份有限公司
联系地址: 北京市东城区朝内大街 2 号凯恒中心 B 座二层

法定代表人: 王常青
联系人: 马翔宇
电话: 010-86451022
传真: 010-85130542
邮编: 100010

三、托管人

名称：上海清算所
注册地址：上海市黄浦区北京东路 2 号
法定代表人：谢众
联系人：发行岗
电话：021-23198888
传真：021-63326661
邮政编码：200010

四、集中簿记建档系统技术支持机构

名称：北京金融资产交易所有限公司
注册地址：北京市西城区金融大街乙 17 号
法定代表人：郭欠
联系人：发行部
电话：010-57896722、010-57896516
传真：010-57896726
邮政编码：100032

五、审计机构

名称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）
注册地址：上海市南京东路 61 号
法定代表人：朱建弟
联系人：张雯
电话：021-63390956
传真：021-63392558
邮政编码：200002

六、信用评级机构

名称：上海新世纪资信评估投资服务有限公司
注册地址：上海市汉口路 398 号华盛大厦 14 楼
法定代表人：朱荣恩
联系人：蒋卫

电话： 021-63501349-914
传真： 021-63500872
邮政编码： 200001

七、发行人法律顾问

名称： 上海市海华永泰律师事务所
地址： 上海市东方路 69 号裕景国际商务中心 A 座 15 层
负责人： 冯加庆
联系人： 严洁红、林剑
电话： 021-58773177
传真： 021-58773268
邮政编码： 200120

特别说明：

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他重大利害关系。

第十三章本期中期票据备查文件及查询地址

一、备查文件

- (一) 关于发行人发行中期票据的注册通知书；
- (二) 上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度第一期中期票据募集说明书；
- (三) 上海新世纪资信评估投资服务有限公司出具的信用评级报告及跟踪评级安排；
- (四) 上海市海华永泰律师事务所出具的法律意见书；
- (五) 上海文化广播影视集团有限公司 2016 年、2017 年、2018 年经审计的财务报告，以及未经审计的 2019 年三季度财务报表；
- (六) 相关法律法规、规范性文件要求披露的其他文件。

二、查询地址

如对本募集说明书或上述备查文件有任何疑问，可以咨询发行人或主承销商、联席主承销商。

名称：上海文化广播影视集团有限公司
地址：上海市静安区威海路 298 号
联系人：童颖
电话：021-22000228
传真：33050532
邮政编码：200041

名称：中国建设银行股份有限公司
地址：北京市西城区金融大街 25 号
联系人：李国良、金慧菁
电话：010-67595447、021-58880000-1713
传真：010-66275840
邮政编码：100033

名称：招商银行股份有限公司
地址：广东省深圳市福田区深南大道 7088 号
联系人：王楠、张怡
电话：0755-88026165、021-20777543
传真：0755-83195057
邮政编码：518040

投资者可通过中国货币网（<http://www.chinamoney.com.cn>）或上海清算所网站（<http://www.shclearing.com>）下载本募集说明书，或在本期中期票据发行期内工作日的一般办公时间，到上述地点查阅本募集说明书全文及上述备查文件。

（以下无正文）

附录一：主要财务指标计算公式

指标名称	计算公式
偿债能力指标	
流动比率	流动资产合计/流动负债合计×100%
速动比率	(流动资产合计-存货)/流动负债合计×100%
现金流动负债比率	经营活动产生的现金流量净额/流动负债合计×100%
资产负债率	负债总额/资产总计×100%
EBITDA	利润总额+利息支出+固定资产折旧+摊销
利息保障倍数	EBITDA/利息支出
盈利能力指标	
营业毛利率	(营业收入-营业成本)/营业收入×100%
净利润率	净利润/营业收入×100%
净资产收益率	净利润/平均所有者权益×100%
总资产收益率	净利润/平均资产总额×100%
经营效率指标	
存货周转率	营业成本/平均存货
总资产周转率	营业收入/平均资产总额
流动资产周转率	营业收入/平均流动资产总额
应收账款周转率	营业收入/平均应收账款
应付账款周转率	营业成本/平均应付账款

(本页无正文, 为《上海文化广播影视集团有限公司 2020 年度第一期中期票据募集说明书》盖章页)

上海文化广播影视集团有限公司

