

证券代码：002181

证券简称：粤 传 媒

公告编号：2023-005

广东广州日报传媒股份有限公司

2022 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 1,161,058,174 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.27 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	粤传媒	股票代码	002181
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	郭献军	朱兆龙	
办公地址	广州市海珠区阅江西路 368 号第 23 层 2301 室	广州市海珠区阅江西路 368 号第 23 层 2301 室	
传真	020-83569332	020-83569332	
电话	020-83569319	020-83569319	
电子信箱	ycm2181@gdgzrb.com	ycm2181@gdgzrb.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司是首家获得中宣部和国家新闻出版总署批准并在深圳证券交易所上市的报业传媒公司，同时是广东省唯一报业传媒集团经营性业务整体上市公司。报告期内，公司从事的主要业务包括以下几类：

1. 整合营销传播业务

公司的整合营销传播业务主要包括为客户提供平面媒体广告、数字媒体及户外广告、创意策划、影视服务、展览展示、活动执行、融媒体整合营销传播全案服务。平面媒体广告是公司的传统业务，主要业务范围为《广州日报》的广告发布，由公司全资子公司广报经营广告分公司负责运营。当前品牌主对广告的投入从传统媒体向短视频/直播等新媒体渠道倾斜，对传统报纸广告预算投入同比降幅加大。近几年，公司坚持以“创意”为驱动，积极推动业务转型，大力发展新媒体广告发布、广告代理、视频服务、展览展示、活动执行等整合营销传播业务，带动公司整体营收水平提升，并通过整合内外部资源，不断提升服务质量和市场竞争力。其中，广告分公司视频和展陈项目通过不断引进人才，加强转型团队建设，提升业务供给能力，继续保持发展势头。

2. 印刷业务

公司印刷业务包括报纸印刷和商业印刷两部分。广报经营印务分公司以承印《广州日报》《信息时报》等报纸为主，《广州日报》在 2022 年度全国报纸印刷质量评比中第 16 年连续保持“精品级报纸”称号。粤传媒印务分公司主营图书、

报纸、期刊、DM 快讯（快讯商品广告）等商业印刷业务，是广东省政府、广州市政府印刷采购定点企业，通过 ISO 9001:2015 质量管理体系认证、FSC/COC 产销监管链管理体系认证及中国环境标志产品认证。报告期内，公司深化推进印刷业务转型升级，重点发展少儿图书及教材教辅类图书业务，积极加强商业印刷业务。

3. 系列媒体经营业务

公司从事《足球》《篮球先锋报》《广州文摘报》《老人报》《新现代画报》《读好书》《美食导报》《舞台与银幕》等一系列体育、资讯、娱乐、文化、生活类报刊的经营业务，以及大洋网等新媒体经营业务。传统主流媒体近年来加大融媒矩阵建设力度，在新兴传播阵地提升传播力与影响力。公司旗下的系列媒体《老人报》《足球》报和大洋网在各自垂直领域的影响力依旧处于业内第一梯队。报告期内，公司继续加大在新媒体影响力建设力度，从内部机制上全力推动新媒体运营项目的孵化和成长，加快推进媒体融合；积极推进美食垂类 MCN（网红孵化机构）队伍建设，签约数十位行业达人，结合精品珠江亚洲地标美食、双桥粤味之旅、读懂广州·打卡老字号等多个大型政企新媒体营销活动，发展短视频及直播带客等新型整合营销业务。

4. 文创园区运营及文化产业投资业务

公司在广州市内拥有在建的粤传媒大厦、在用的广州记者乡村俱乐部、马赛国际商务中心三层写字楼等一批物业，并在广东省清远市清城区洲心工业园拥有一块带厂房的工业用地。报告期内，公司全资子公司广报文控公司全力推进广报阡陌间文化创意产业园项目、悦派·SPACE 天河园区等文创园区项目的招商运营，其中广报阡陌间文化创意产业园于 2022 年招商工作进入稳定增长期，出租率大幅提升，运营收入稳步增长。粤传媒大厦位于广州市海珠区琶洲人工智能与数字经济试验区内，定位为“琶洲数字文化创新坐标”，项目已成功通过 LDDEV4.10+M 预认证，并收到由美国建筑委员会颁发的预认证证书，2022 年大厦实现施工总体竣工，招商正稳步有序推进。

公司一直致力于在文化传媒及相关产业领域积极寻找团队优秀、发展可行的投资项目，通过多种资本运作方式为公司积累有助于实现多元化战略部署和传媒产业链布局的投资项目资源，推进公司战略转型。公司 2014 年发起设立的德粤基金专注于投资文化传媒新兴领域和创新服务领域的相关企业，德粤基金通过香港影谱互动有限公司 VIE 协议间接持有北京影谱科技股份有限公司 11.6718% 股权，并投资了宁波美腕网络科技有限公司等一批优质文化产业项目。报告期内，公司紧紧围绕主业积极研究调整投资策略，推进投资布局以及德粤基金所投项目的退出工作，并开展新一期文化产业基金筹备工作。

5. 销售电商业务

广报经营销售分公司（含广报电商公司）以向广大民众和单位提供优质生活产品为目标，充分利用发行网络资源，线下线上的联动，开展报刊销售、家庭用品订购、电商销售及配送业务。报告期内，在报刊销售方面，公司主要为广报系的《广州日报》《老人报》《广州文摘报》等报刊以及非广报系其他多种报纸期刊提供发行服务；电商销售及配送方面，广报电商 2022 年推行微信+淘宝双平台运营，依托线上商城、直播带货等形式，重点打造特色地标农产品及食品销售、电商代运营等板块。在消费帮扶及社会贡献方面，“广州日报电商”平台 2022 年被列入广州市商务局核准的生活物资保供白名单，并成功获得广州市协办认证的广州市消费帮扶专馆资格。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	5,554,468,303.80	5,309,045,236.43	4.62%	4,922,303,584.42
归属于上市公司股东的净资产	4,486,785,261.17	4,290,991,789.58	4.56%	4,255,945,650.22
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	546,143,993.63	545,987,251.02	0.03%	506,860,696.84
归属于上市公司股东的净利润	44,346,927.19	89,670,392.00	-50.54%	313,496,770.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	9,351,981.25	65,204,623.01	-85.66%	123,145,815.00
经营活动产生的现金流量净额	-527,895,315.17	-483,814,899.60	-9.11%	86,412,994.75
基本每股收益（元/股）	0.0382	0.0772	-50.52%	0.2700
稀释每股收益（元/股）	0.0382	0.0772	-50.52%	0.2700
加权平均净资产收益率	1.01%	2.10%	减少 1.09 个百分点	7.56%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	116,401,550.27	116,439,433.39	130,921,424.99	182,381,584.98
归属于上市公司股东的净利润	5,319,084.95	16,904,736.99	4,963,742.23	17,159,363.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,943,375.81	16,553,157.14	3,900,005.68	-16,044,557.38
经营活动产生的现金流量净额	-99,862,045.08	-83,770,298.19	-48,946,731.37	-295,316,240.53

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	64,313	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	55,553	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	

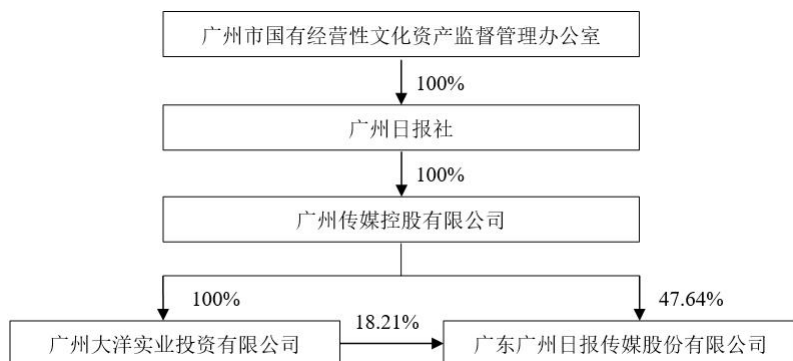
广州传媒控股有限公司	国有法人	47.64%	553,075,671	0		
广州大洋实业投资有限公司	国有法人	18.21%	211,407,711	0	冻结	14,560,000
叶玫	境内自然人	1.05%	12,170,674	12,170,674	质押（冻结）	12,170,674
上海埃得伟信投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	0.40%	4,679,666	4,679,666	质押（冻结）	4,679,666
黄钟声	境内自然人	0.32%	3,711,629	0		
MERRILL LYNCH INTERNATIONAL	境外法人	0.31%	3,605,698	0		
乔旭东	境内自然人	0.29%	3,342,618	3,342,618	质押（冻结）	3,342,617
UBS AG	境外法人	0.26%	3,042,681	0		
李力华	境内自然人	0.25%	2,856,600	0		
JPMORGAN CHASE BANK, NATIONAL ASSOCIATION	境外法人	0.19%	2,233,103	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1. 广州大洋实业投资有限公司为广州传媒控股有限公司之全资子公司，两者为一致行动人；2. 叶玫、上海埃得伟信投资中心（有限合伙）两者为一致行动人；3. 其他股东之间的关联关系未知，是否为一致行动人也未知。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	前 10 名股东中：1. 黄钟声通过投资者信用账户持有公司股份 722,900 股；2. 李力华通过投资者信用账户持有公司股份 2,856,600 股。					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2022 年是《粤传媒转型发展实施方案(2020-2022 年)》的收官之年，公司在“强基础，抓重点，释活力，稳增长”的指导思想下，克服传统版面广告、发行收入下降等带来的不利影响，继续坚持以转型促增长战略，继续坚持“媒体+”

和“文化+”双轮驱动，致力从“传统纸媒经营者”转型成为“城市媒体运营商、城市文化服务商和文创产业生态投资运营商”，在继续鼓励转型孵化的基础上，转向“加强聚焦重点、从1到10、从孵化到加速”的工作，并从体制机制和资源配套上重点保障，进一步提升转型业务收入规模和优化公司业务结构。

经过三年孵化培育，公司在全案营销、融媒服务、视频、展陈、文创园区、商业印刷、教育研学等多个领域，开拓了一批新领域新赛道，打造了广报G视频、广报策展、广报阡陌间、广报MCN等一批新品牌，初步完成了阶段性的产业转型升级。非报收入占营业收入比重逐年提升，产业结构更趋健康，发展更具可持续性。公司报告期内主要工作回顾：

1. 整合营销传播业务：业务结构再优化，经济效益社会效益双效结合

广告分公司在广州日报传统版面资源类业务下跌的趋势下，积极推动供给侧能力建设，大力发展视频、展陈等转型业务，积极推动政务服务商务全案营销的市场化竞标，拿下一批非传统广告的项目。2022年正式投标的项目达131个，同比增长77%；虽然全年营收同比小幅下降，但转型业务仍保持增长势头，广告分公司的转型收入和传统业务收入之比从2021年的5:5进一步提高至目前的6:4。

广报策展、广报G视频项目营收继续保持发展势头。广报G视频2022年完成411个视频项目，在2021年大幅度增长的基础上同比继续增长。涌现出一批优秀视频案例，其中，《青春志百年——跨越时空的青春对话》系列网络微短剧入选2022年广东省原创网络视听精品项目库，获得共青团中央主管主办的《中国青年》杂志视频号和中国青年报等媒体转载；广州市征兵宣传片《男儿本色》获广州市文广旅新局主办的“第二届精品超高清视频征评活动”二等奖；广东省地方金融监督管理局《非法集资都逃不过这个下场》系列短视频获得广东省公安厅主办全媒体创作大赛奖项。

广报策展团队积极加强展陈资质建设，获得了广州会展产业商会“展览服务（布展工程）”企业一级资质，服务对象从单一政务客户向国企、商业客户扩展，并强化与供应商、外部展陈公司合作，提升业务供给能力，全年落实合作项目30个。

公司持续加强创意策划能力，着力打造一批品牌性活动和项目，如粤港澳大湾区公益慈善盛典、读懂广州·打卡活力老字号、广报之夜、校长论坛等，取得了良好的经济效益和社会效益。

2. 印刷业务：保障党报安全生产，积极调整业务结构

报纸印刷方面，全力做好《广州日报》等党报的印刷保障工作。在党的二十大召开等重要时期，严格把关，狠抓质量，出色地完成出版印刷任务。广报经营印务分公司在全国报纸印刷质量评比中继续位居精品级报纸行列。粤传媒印务分公司参加广州市印刷包装品质量评比，荣获杂志期刊类金奖、书籍类金奖、画册类金奖；承印的《新周刊》获首届广东出版政府奖（印刷复制奖）。

商业印刷方面，在努力维护原有客户业务的基础上，积极拓展教材教辅类图书业务和儿童图书业务的种类和规模，积极拓展新客户，加强管理，精细核算，2022年盈利进一步提升。

3. 系列媒体经营业务：传播影响力快速提升，营收稳中有增

公司按照系列媒体垂直细分市场领域，结合业务、要素、组织等方面对旗下系列媒体进行整合转型，形成系列媒体四大板块，其中系列报刊共13家：

公司名称	主打方向	报纸报刊	新媒体矩阵
大洋传媒	老年健康少儿教育产业	《老人报》、《广州文摘报》、《广州日报社区报·岭南少年》、《大东方·健康参考》、《读好书》	老人报微信公众号、岭少同学微信公众号、西瓜园读书微信公众号、西瓜园读书今日头条号、你好老友微信视频号等
广粤文化	生活与时尚娱乐产业	《舞台与银幕》、《美食导报》、《新现代画报》、《南沙新区报》、《湾区时报》	微信公众号美食导报、新现代画报、舞台与银幕、微博美食导报、抖音广州美食导报、抖音粤好玩、快手美食导报、今日头条美食导报等
先锋报业	体育科技服务产业	《足球》、《篮球先锋报》	足球+APP、足球+小程序、劲球网、大赢家网、足球报官方微博、微博KOL矩阵、微信公众号足球报、足球报头条号、足球报百家号、足球报网易号、抖音足球报、快手号足球报、视频号足球报等
大洋网	新媒体产业	《丝路邮报》	大洋网、新浪微博广州日报大洋网、抖音号大洋网、微信公众号大洋网、头条号大洋网、大洋App，百家号大洋网等

2022 年系列媒体板块积极作为，持续提升传播影响力，大力发展新闻+政务服务商务，营业收入同比去年仍有所增加。

(1) 老年健康、少儿教育板块

2022 年大洋传媒传统板块中广告收入大幅下滑。发行收入方面，《老人报》同比基本持平；《广州文摘报》受个人订户和零售市场不稳定的影响，下滑幅度较大；《大东方·健康参考》保持稳定；《广州日报社区报·岭南少年》呈现小幅下滑的状况。广告方面，大洋传媒结合市场环境，一方面调整产品商业模式，将原单一广告投放逐步变成整合营销业务模式；另一方面优化客户结构，从以涉老客户为主，向符合大洋传媒业务特性的客户调整。

大洋传媒转型以新闻+政务服务商务和老少板块业务作为突破重点，集中在政务微信公众号代运营、内刊制作、专版和专栏合作、社会调查、进社区活动等多业务形态进行突破。老少板块上，开发少儿研学，探索老年研学，老少教育加强客户运营及业务拓展。

(2) 生活与时尚娱乐板块

广粤文化积极推进 MCN 业务，MCN 队伍从 0 起步，经过一年的发展，目前资源库签约达人 97 人，社交媒体群 785 人，网红和达人粉丝数突破 2000 万。与广东银联及银行等深度合作，成为餐饮、商圈场景核心合作服务商，举办了食神电竞·精品珠江亚洲地标美食、双桥粤味之旅、读懂广州·打卡老字号等项目，积极推进《美食导报》778 俱乐部及《导报内参》等移动优先知识付费业务。

(3) 体育科技服务板块

先锋报业继续拓展体彩培训和传播业务，相继为官方体彩机构提供培训服务和制作官方传播物料，世界杯期间更成为官方观赛手册制作机构；联手京东灵犀平台发行了第一份体育刊物数字藏品——《足球》报创刊号数字藏品；2022 年足球报微博粉丝 250 万，抖音和今日头条平台粉丝数均突破 50 万，与去年相比均有大幅度增长。世界杯期间，新媒体矩阵图文总阅读超过 2 亿，视频总播放近 3 亿，微博全平台前十，微博体育细分排名前三，与王老吉、海信、蒙牛等世界杯主赞助商达成多项新媒体合作。

(4) 新媒体板块

大洋网 2022 年优质稿件全网全省推送量显著提升，加强精品建设和原创策划，推出“大湾区凡人歌”等多个原创产品。在保持原有业务的基础上，积极拓展新客户与新项目，取得显著效果，新签订广州妇联、广州侨联、穗台 E 家、退役军人事务局等单位相关的项目 14 个。

4. 文创园区运营：招商去化出租提升，运营体系基本完善

报告期内，广报文控全力推进广州人民中路园区、悦派·SPACE 天河园区等文创园区项目。人民中路园区项目打造成为以“健康时尚”为主题的文化创意产业园——广报阡陌间，园区着重以“内部微改造”的“绣花”功夫，从规划设计、产业定位、园区配套、客户服务等方面对标国内一流，打造主城区“老旧建筑更新改造的新名片”。园区自 2021 年 11 月开园以来，招商运营工作稳步推进，截至报告期末，园区出租率已达 82%，入驻企业 30 余家，包含文化传媒、时尚艺术、影视制作、建筑设计、大健康、直播、新零售、公寓及银行等业态，以文化时尚艺术类企业、大健康类企业为主。饮品咖啡厅、广报餐厅、配套停车场等自营项目稳步增长，运营体系基本完善。园区于 2022 年 8 月和 9 月分别获授“粤港澳大湾区生命健康产业创新区广报阡陌间园区”和“广州北京路国家级文化产业示范园区广报阡陌间文化创意产业园”。2022 年，广报文控积极开拓新园区项目资源，与政府相关部门、行业协会、大型地产公司等加强沟通对接，加快推进新园区项目的落地。

5. 销售电商业务：市场影响力和产品销售量不断扩大

报刊销售方面，做好《广州日报》关键发行，加强机团单位的拓展，强化管理，稳定发行。

“广州日报电商”以开拓线上 C 端客户为主攻方向，依托“广州本地生活服务”业务、淘宝食品产地大店、“粤韵文创”数藏及文创产品平台上线等，进一步加大平台在粤港澳大湾区市场的影响力。“广州日报电商”专注本地老百姓日常生活所需，倡导源头直供经营理念。“广报菜篮子”直供基地现增至 21 家、新增联名合作产品 8 款。

广粤文化、大洋传媒、销售分公司联合本地生活服务业务，打造“非遗手信+广府产品+本地媒体”新业务形态，精选广府年货手信产品，整合公司的电商和宣传资源，在私域和专属 IP 上延伸新的发展曲线。

广粤文化建设了“想想去哪吃·广粤优品”小程序，并开展餐券到店消费业务；通过广粤文化 MCN 直播团队，结合小程序等完成直播带“客+货”42 场，直播累计热度超过 3 千万。

6. 文化产业投资业务

报告期内，公司围绕主业积极研究调整投资策略，推进投资布局，推进德粤基金所投项目退出工作，开展新一期文化产业基金筹备工作。根据德粤基金被投项目的具体情况，经德粤基金全体合伙人审议通过，德粤基金的营业期限延长至 2024 年 1 月 12 日。