

公司代码：600088

公司简称：中视传媒

中视传媒股份有限公司

2024 年年度报告摘要

第一节 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 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读年度报告全文。
- 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 公司全体董事出席董事会会议。
- 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
公司2024年度利润分配预案拟为：公司拟向全体股东每10股派发现金红利0.34元（含税）。截至2024年12月31日，公司总股本397,706,400股，以此计算合计拟派发现金红利13,522,017.60元（含税）。2024年年度不进行资本公积转增股本。

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	中视传媒	600088	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	贺芳	苏甦
联系地址	中国（上海）自由贸易试验区福山路450号新天国际大厦17层A座	北京市朝阳区西大望路1号温特莱中心B座22层
电话	021-68765168	021-68765168
传真	021-68763868	021-68763868
电子信箱	irmanager@ctv-media.com.cn	irmanager@ctv-media.com.cn

2、报告期公司主要业务简介

（一）报告期内公司所处行业情况

2024年，全球科技创新浪潮持续深化，数字化、网络化、智能化推动文化与科技深度融合，人工智能、大数据、VR、AR等技术加速渗透文化产业链，驱动文化传媒行业快速发展。政策聚焦高质量发展，促进新质生产力建设，监管框架进一步完善，技术赋能下产业生态焕发新活力。

1. 影视行业

2024年，影视行业严格监管、降本增效、盘活存量，寻求新增长点。监管部门出台多项规定，针对影视、直播带货、微短剧等领域提出严格要求，监管力度持续加强。影视公司和视频平台从追求流量、亏损换市场转向降本增效、注重发展质量和投资效率。剧集市场呈现“短、精、简”的减量增质趋势，短剧市场爆发式增长，行业强化内容审核与版权保护，遏制低质同质化竞争。长短视频携手互促，共建优质内容，推动产业融合发展。

另一方面，国家持续推动科技赋能文化产业，影视公司加速布局“AI+IP”双轮驱动模

式，通过 AI 技术优化剧本创作、特效制作及宣发效率等各个环节，实现文化传媒行业创新突破，带来全新发展机遇。

2. 广告行业

2024 年，广告行业变革加速，产业格局分化加剧。一方面，数字化创新稳步推进数字广告迅速增长，互联网广告成为主流，短视频、兴趣电商、社交平台等新形式广泛应用于品牌推广和营销领域。另一方面，传统广告市场竞争加剧，受宏观环境和内需不足影响，有线电视用户持续减少，电视广告呈下降趋势，传统广告公司经营压力增大。

据央视市场研究股份有限公司（CTR）数据，2024 年广告市场整体同比上涨 1.6%，电视广告刊例花费同比有所下降。广告主预算分配更趋理性，流媒体和短视频平台依托内容生态构建“大屏+移动端”广告矩阵，正在分割广告预算。传统电视广告行业在多重挑战下加速变革，利用现象级节目广告价值，逐步向“品牌+效果”转型，同时依托技术赋能广告形态创新，增强智能大屏跨屏互动性，提升广告投放效果。

3. 旅游行业

2024 年，国内旅游市场保持稳健增长。文化和科技赋能重构旅游体验和消费场景，数字文旅、低空文旅、康养旅游、博物馆旅游及“文旅+”新产业蕴含广阔发展潜能。然而，文旅行业仍面临消费下行、竞争加剧等压力，传统观光旅游产品客源流失，同质化竞争引发价格内卷。游客消费趋于理性，注重性价比，更愿意为具有文化内涵、深度体验的旅游产品买单。

与此同时，国家出台多项支持文旅产业发展政策，引导文旅行业数字化转型，鼓励创新产品和服务方式，支持新兴文旅业态规范发展，推动旅游业从资源驱动向创新驱动转变。

4. 文化产业基金

2024 年，国家持续推进媒体产业融合，不断深化资本市场改革。国务院及证监会相继出台《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》及相关配套文件，形成新“国九条”和“1+N”政策体系，系统性重塑资本市场基础制度和监管逻辑。在产业投资基金领域，出台减税降费、优化投资环境、支持实体经济发展、鼓励创新等新政策，降低基金运营成本，激发市场活力，为行业发展提供强有力政策保障。

（二）报告期内公司从事的业务情况

公司已形成电视节目制作与销售、影视技术服务和设备租赁、影视库存剧销售、媒体广告代理、影视拍摄基地经营、基金投资与管理等多平台业务发展格局。

1. 影视业务

公司影视业务涵盖电视节目制作与销售、影视技术服务和设备租赁、影视库存剧销售等领域。

（1）电视节目制作与销售

该业务以超高清/高清纪录片、电视栏目、大型晚会活动、宣传片等全链条服务为核心，覆盖策划、投资、制作、运营及管理的全生命周期。

公司深耕行业二十余年，积累了丰富的业务经验和市场资源。与总台建立了紧密的合作关系，参与制作多部高品质、高影响力的电视纪录片和栏目，全力配合重大宣传报道，服务各类大型晚会及活动。同时，公司积极拓展台外市场，深化与各部委、各省市政府、企事业单位及社会组织合作，承制多部重点纪录片、宣传片等市场项目。公司还着力构建融媒体运营体系，提升融媒体传播能力，拓展新媒体直播、宣推及短视频制作等业务，以“大屏+小屏”“线上+线下”的融合推广方式，推动多元化市场发展。报告期内，公司依托对台资源优势，稳步开展对台业务，并积极推动内容创新和市场开拓，不断提升节目创制质量和传播影响力。

（2）影视技术服务和设备租赁

该业务主要包括影视前后期技术服务及设备租赁。

影视前后期技术服务主要为影视行业各类节目提供技术保障和支持，涵盖后期剪辑、包装、调色，以及设备、机房和演播室运维等服务。作为总台的准制作岛和技术服务的固定供应商，公司享有稳定的业务来源和良好的行业认可。公司拥有一支经验丰富、技术成熟的运维团队，每年完成节目技审及通过专属节目传输通道在总台入库播出的节目近万小时，全力保障承接的宣传任务安全、优质地播出。近年来，公司紧跟总台发展步伐，由后期技术公司向全流程多门类制作公司转型升级。报告期内，公司以技术创新为基础，以内容创制为发展方向，加强融媒体技术应用，不断适应新时代变化 and 市场需求。

设备租赁业务方面，公司拥有满足超高清及高清前后期制作的各类型设备，可为超高清及高清电视连续剧、数字电影、专题纪录片、大型转播活动等多种影视制作领域提供技术服务和设备租赁。

（3）影视库存剧销售

该业务主要是公司媒资资源的销售。公司近年来利用已有影视作品资源，建立以内容产品为核心的业务执行调控体系，发行公司历年投资制作和引进的电视剧、纪录片、电视栏目等影视作品。报告期内，公司持续推进影视库存剧的销售。

2. 广告业务

该业务主要包括总台科教频道及农业农村频道的整频道广告资源的承包经营。近年来，公司面对传统电视广告市场的萎缩和市场竞争的加剧，在做好固有资源销售的基础上，积极调整经营策略，布局新兴业态，持续发力社会化合作，尝试打造电商平台，通过联合制作合作方式，推进多元化经营，努力从传统媒介销售型广告公司向全案全功能广告公司转变，以满足客户更全面的需求。报告期内，公司积极构建立体营销格局，进行线上线下跨媒体多维度合作，并积极拓展新业务，通过推进《中国诗词大会》《三餐四季》等联合制作项目和打造“央小满”融媒体电商平台等方式，实现业务新增量，增强了广告品牌的整体影响力，提升了公司在广告行业的市场竞争力。

3. 旅游业务

公司旅游业务主要为无锡影视基地和南海影视城的影视拍摄基地经营，主要收入来源为旅游门票销售，以及园内经营和影视拍摄服务收入等。

无锡影视基地位于无锡太湖之滨，占地面积超 1,000 亩，由三国城、水浒城、唐城三大景区组成。景区内风景秀丽、环境宜人，仿古建筑气势恢宏、古朴凝重，主要景点包括吴王宫、桃园、甘露寺、清明上河街、宋皇宫等。报告期内，景区以“品质+体验+服务”为经营理念，丰富景区文化，举办特色活动和演出，探索新兴业态，试水“夜经济”，增强游客游览体验。同时景区还开发了系列文创产品，深入挖掘景区文化特色，为景区注入新的活力。

南海影视城位于广东省佛山市南海区狮山镇桃园社区，占地面积近 1,500 亩，由天朝宫殿区、江南水乡区、港澳文化区、休闲游乐区四大部分组成，业务多元化发展，涵盖影视拍摄、休闲旅游、研学教育、户外拓展、婚纱摄影、品牌展示等。报告期内，南海景区深化主题活动，策划特色旗袍文化节、影视特技嘉年华等特色文旅活动 IP，推动精准营销。同时，景区持续进行微改造和精提升，通过引进全息交互娱乐项目，提升游客沉浸式互动体验。

4. 文化产业基金投资业务

公司自 2018 年起涉足产业基金投资业务，成立全资子公司宁波梅山保税港区国视融媒投资管理有限公司，参与设立的中视融合（上海）企业管理合伙企业（有限合伙）配合推进央视融媒体产业投资基金。国视融媒主要聚焦于融合媒体产业、IPTV 等特色细分行业的投资和布局。截至目前，中视传媒和国视融媒共参与两只专项基金和两只融媒体产业基金的设立和募集工作，并积极推动基金后续项目退出与投后管理工作，配合推进央视融媒体产业投

资基金的后续工作。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年	
				调整后	调整前
总资产	1,775,954,954.03	1,698,626,007.88	4.55	1,588,776,189.10	1,559,966,024.25
归属于上市公司股东的净资产	1,286,983,790.56	1,246,410,731.93	3.26	1,009,139,542.65	1,001,074,583.70
营业收入	1,137,504,727.93	1,114,904,025.63	2.03	1,149,492,197.34	1,149,492,197.34
归属于上市公司股东的净利润	43,846,433.73	237,271,189.28	-81.52	-64,909,557.15	-65,289,963.12
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	23,228,184.23	27,090,689.63	-14.26	-76,250,739.29	-76,631,145.26
经营活动产生的现金流量净额	92,929,746.83	31,128,078.47	198.54	-89,218,160.34	-89,218,160.34
加权平均净资产收益率(%)	3.47	21.04	减少17.57个百分点	-6.23	-6.32
基本每股收益(元/股)	0.110	0.597	-81.57	-0.163	-0.164
稀释每股收益(元/股)	0.110	0.597	-81.57	-0.163	-0.164

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	108,613,659.07	148,161,016.35	164,956,341.33	715,773,711.18
归属于上市公司股东的净利润	10,383,981.15	-28,818,900.08	129,073,217.16	-66,791,864.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-1,261,706.84	14,045,356.31	-9,631,052.36	20,075,587.12
经营活动产生的现金流量净额	-139,061,068.24	3,796,876.87	-49,889,351.06	278,083,289.26

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、 股东情况

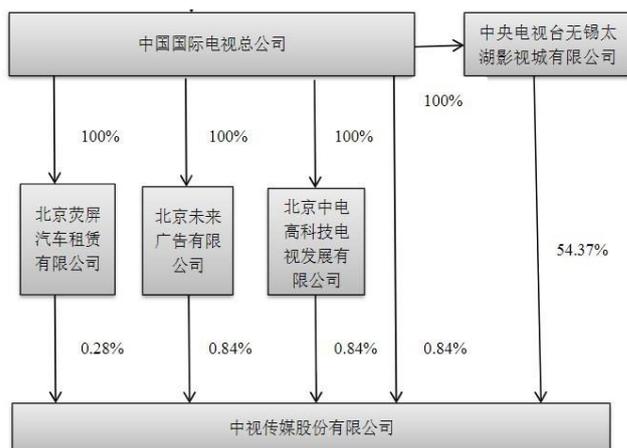
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					37,411		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					34,173		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 （%）	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
中央电视台无锡太湖影视城有限公司	0	216,182,194	54.37	0	无	-	国有法人
肖龙昌	6,385,000	9,200,000	2.31	0	未知	-	境内自然人
董小琳	618,100	3,603,362	0.91	0	未知	-	境内自然人
中国国际电视总公司	0	3,351,663	0.84	0	无	-	国有法人
北京中电高科技电视发展有限公司	0	3,351,663	0.84	0	无	-	国有法人
北京未来广告有限公司	0	3,351,663	0.84	0	无	-	国有法人
郑小华	976,200	2,823,938	0.71	0	未知	-	境内自然人
香港中央结算有限公司	547,064	2,022,392	0.51	0	未知	-	其他
高慧贞	1,550,200	1,550,200	0.39	0	未知	-	境内自然人
北京荧屏汽车租赁有限公司	0	1,117,221	0.28	0	无	-	国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1. 中央电视台无锡太湖影视城有限公司是公司第一大股东。上述股东中，发起人股东中国国际电视总公司系中央广播电视总台的子公司，发起人股东中央电视台无锡太湖影视城有限公司、北京中电高科技电视发展有限公司、北京未来广告有限公司、北京荧屏汽车租赁有限公司系中国国际电视总公司的子公司。 2. 其他股东之间，公司未知其是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	-						

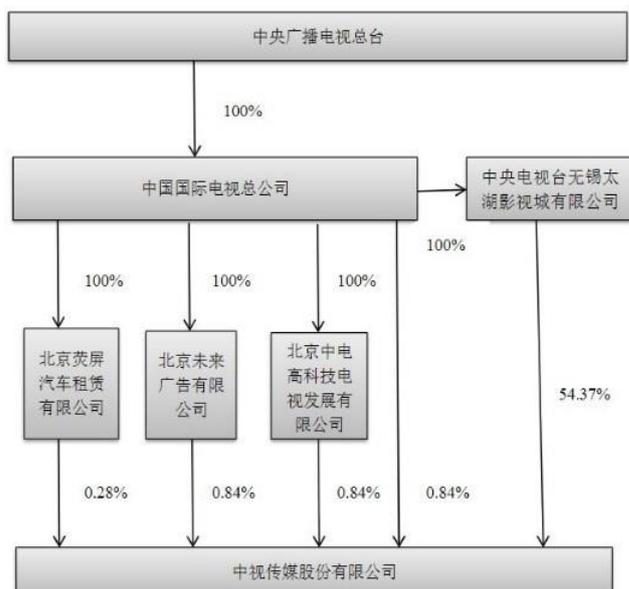
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5、公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

公司主要经营情况如下：

2024 年，公司按照董事会工作要求，坚持稳中求进工作总基调，秉持守正创新经营理念，统筹推进党建和经营互融共进，同步发力业务拓展和管理提升，立足总台，面向市场，多措并举应对风险挑战，有效保障公司稳定健康发展。

2024 年，公司实现营业收入 1,137,504,727.93 元，较上年同期增加 2.03%；归属于上市公司股东的净利润 43,846,433.73 元，较上年同期减少 81.52%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 23,228,184.23 元，较上年同期减少 14.26%。受公司投资收益下降，以及公司影视和旅游业务板块经营利润略有下降影响，公司归属于上市公司股东的净利润较上年同期下降。

本报告期，受公司参与投资的基金所持有已上市公司股价变动的影响，公司投资收益较上年同期大幅减少。公司参与投资的宁波梅山保税港区朴华惠新股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称朴华惠新）和朴盈国视（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称朴盈国视）直接和间接持有海看网络科技（山东）股份有限公司（以下简称海看股份）的股权。本报告期，由于海看股份的股价变化，致使朴华惠新和朴盈国视持有的股权公允价值变动较上年同期大幅减少。

1. 影视业务

2024 年，公司影视业务收入 582,790,734.63 元，较上年同期减少 5.51%。报告期内，公司全力做好对台保障服务，深度参与重大项目制作，积极推动内容创新和市场拓展，持续强化内部管理和成本控制，稳步推进台内外各类项目。

公司控股子公司中视北方集中优势资源，精心打造主题主线作品，成功承制《行进中的美丽中国》、八一特别节目《向着胜利》等重点项目；圆满完成大型节目保障工作，参与制作总台《2024 年春节联欢晚会》、2024 年全国“村晚”示范展示活动启动仪式及相关直播《我的“村晚”我的年》等节目；积极推进新媒体业务，成功打造 CGTN 多语种工作室，创新制作《截至目前》《冠军之路》等奥运系列短视频内容；努力开拓市场项目，推出《当燃国潮》《小撒探厂》等系列直播态产品。报告期内，中视北方承制的多部作品荣获国家广播电视总局、中央广播电视总台颁发的各类奖项。

公司北京分公司与总台保持密切合作，稳步推进《回家吃饭》《越战越勇》等常态业务，成功推出《中华风物》《寻古中国》《秘境之眼》等一批符合时代风貌的精品节目，有序推进《城市风华录》《中国土特产丰收大会》等助力地方发展的重点项目。同时，北京分公司坚持“向市场要效益”的方针，加大对外合作力度，与多个地方政府合作拍摄纪录片、生态文明宣传片等，拓展多元化市场发展。报告期内，北京分公司承制的《寻古中国》荣获第 28 届电视文艺“星光奖”优秀电视纪录片奖、《首届中华优秀传统文化视听大会》专题纪实类最佳作品奖等多个奖项。

报告期内，公司持续加强影视库存剧销售工作，积极调整销售发行策略，拓展发行渠道，努力实现更大价值。

报告期，受广播电视产业链下行、制作经费整体缩减及影视行业竞争加剧等多重因素影响，公司影视业务收入较上年同期略有下降。

2. 广告业务

2024 年，公司广告业务收入 388,109,485.37 元，较上年同期增加 21.09%。报告期内，公司积极应对新媒体广告对传统广告行业的冲击，着力强化营销能力建设，全力推进转型创新，加快布局新兴业态，开辟盈利新渠道。

公司控股子公司中视广告持续深耕总台科教频道和农业农村频道资源，全面优化整合现有资源，积极探索数字营销新模式，创新合作形式及产品形态，深入开展线上线下跨媒体多维度合作，业务形式从单一的定制直播产品逐步拓展为健康类营销支持和农业类营销支持两大核心板块，显著提升了资源价值。同时，中视广告积极拓展新业务领域，新增《三餐四季》联合制作项目，打造“央小满”融媒体电商平台，推进融媒体大型合作项目。

报告期，公司依托固有资源优势，精准把握市场需求，不断创新业务形态，努力寻求营销突破口，有效应对了传统广告业务下滑带来的挑战，广告业务收入较上年同期有所上涨。

3. 旅游业务

2024 年，公司旅游业务收入 163,498,792.07 元，较上年同期减少 6.71%。报告期内，公司两景区积极应对经营挑战，以内容创新和营销升级为抓手，深挖文化特色，探索新兴业态，优化内部管理，提升营销效能，全力促进经营创收。

无锡景区围绕“传统+创新”思路，以年轻化为导向，全新推出《这就是三国》《我的同学是曹操》等互动演出节目，打造“小美红”场景，推出八大“醉美夕阳打卡点”，试水“夜经济”，成功举办“汉宋奇妙夜”夜场活动，为游客提供沉浸式游园体验。此外，景区新增“汉服+威亚”飞天项目、“大学生汉服国潮游园会”，逐步实现体验类产品年轻化发展，开发“我的三国”跨媒介互动游戏项目，引入 MR 数字人导游“孙尚香”，以科技手段丰富游客的数字化体验。

南海景区持续深化主题活动，成功举办“龙行龘龘之影城桃花会”新春活动、“女士穿旗袍或马面裙，一元畅游影城”旗袍文化节、五一影视特技嘉年华等特色活动，营造了浓厚的沉浸式游园氛围。同时，景区持续提升品质建设与特色经营水平，引进光影梦工厂，新开水乡非遗体验馆，打造汉服文化体验馆，开发系列文创产品，全面满足游客多样化需求。报告期内，南海景区荣获“佛山市南海区社会化拥军单位”“佛山市南海区影视取景点”等荣誉称号，并荣登携程口碑榜“2024 必打卡景点榜”。

报告期，受旅游行业竞争加剧及极端天气频发等综合因素影响，无锡、南海两景区营业收入较上年同期略有下降。

4. 基金业务

报告期，由于海看股份的股价变化，致使朴华惠新和朴盈国视持有的股权公允价值变动较上年同期大幅减少。此外，朴华惠新在本报告期内减持了海看股份的部分股权。

另一方面，公司参与投资的朴盈国视间接投资的河北广电无线传媒股份有限公司（以下简称无线传媒）在创业板上市，无线传媒的股价变化致使朴盈国视持有的股权公允价值产生变动。

基金管理方面，2024 年公司基金业务收入 1,560,812.78 元，较上年同期增加 15.48%。公司持续加强基金投后管理，重点关注海看股份及无线传媒项目，积极推进投后项目的退出变现。公司全资子公司国视融媒参与设立的中视融合（上海）企业管理合伙企业（有限合伙）继续协同推进央视融媒体产业投资基金运营工作。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用