

公司代码：600637

公司简称：东方明珠

## 上海东方明珠新媒体股份有限公司 2015 年年度报告摘要

### 一 重要提示

- 1.1 为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上仔细阅读年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 立信会计师事务所（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。

### 1.5 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	东方明珠	600637	百视通

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孙文秋	嵇绯绯
电话	021-33396637	021-33396637
传真	021-33396636	021-33396636
电子信箱	dongban@bestv.com.cn	ji.feifei@bestv.com.cn

1.6 2016年4月25日，公司第八届董事会第十二次会议审议通过《2015年度利润分配预案》，2015年度利润分配方案如下：以2015年12月31日的A股2,626,538,616股为基数，公司向股权登记日登记在册的A股股东每10股派发现金股利人民币2.30元（含税），送0股，转增0股，2015年度股利分配总额为604,103,881.68元。该议案尚需提交公司2015年年度股东大会审议。

## 二 报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司完成百视通新媒体股份有限公司换股吸收合并上海东方明珠（集团）股份有限公司及发行股份和支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易之重大资产重组事项，为公司“互联网+”战略转型奠定了基础。

### （一）公司经营模式

新媒体行业主要通过互联网、电信网、广播电视网等传播渠道，以PC、平板电脑、手机、电视机等为终端，向用户提供新闻、影视、综艺、体育、纪实等视频内容，以及提供电子商务、游戏、数字营销、教育、健康等综合服务，与传统行业相比传播形式更为灵活，用户覆盖面更广泛；并且可以通过吸引用户访问内容而形成的流量，实现多种形式的变现（流量变现），具有更为多样化的盈利模式。

作为上海广播电视台、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，公司拥有中国规模最大、门类最齐、特色鲜明的内容版权库；拥有互联网电视、IPTV、有线电视、移动等

多种传播渠道，已成为中国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。公司正以强大的媒体业务为根基，以互联网电视业务为切入点，建设覆盖线上线下的泛娱乐产业平台，推进受众向用户的转变以及流量变现，加快构筑互联网媒体生态系统、商业模式与体制架构，打造中国最具市场价值和传播力、公信力、影响力的生态型互联网媒体集团。



图 东方明珠互联网媒体生态系统

## （二）行业情况

信息基础设施建设加速，产业发展基础稳固。新媒体传播的内容通常为音频、视频、高清图片等大数据量的多媒体信息，该等信息的加载速度和播放流畅程度直接影响其受众的用户体验，而信息的加载速度和播放流畅程度主要是由传播渠道的信息传输速度决定。因此，信息基础设施的先进程度是影响新媒体行业高速发展至关重要的因素。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。

系列利好政策出台，产业发展环境改善。近年来，政府出台系列利好政策推动行业发展。2011 年 10 月，国家广播电影电视总局办公厅对七大牌照方下发《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》（广办发网字[2011]181 号）的通知，要求针对互联网电视现存的违规现象进行整改，强调互联网电视终端与播控平台的唯一对接。2015 年 4 月，国家新闻出版广电总局下发《关于当前阶段 IPTV 集成播控平台建设管理有关问题的通知》（新广电发（2015）97 号），要求中央电视台和各省电视台加强合作，尽快完成 IPTV（交互式网络电视）播控平台完善建设和对接工作，从而加快完成全国 IPTV 集成播控总分平台的建设。同时，要求各级新闻出版广电行政部门落实属地管理责任，同步加快 IPTV 监管体系建设。当年 9 月《关于依法严厉打击非法电视网络接收设备违法犯罪活动的通知》（新广电发（2015）229 号）下发，明确从事生产、销售非法电视网络接收设备（含软件），以及为非法广播电视接收软件提供下载服务，为非法广播电视节目频道接收提供链接服务等营利性活动，扰乱秩序

的都将不仅仅只是违规，而是犯罪。2016年3月，国务院三网融合工作协调小组办公室下发了《关于在全国范围全面推进三网融合工作深入开展的通知》（国协办2016一号文），该通知针对现阶段双向进入业务许可申请和审批工作，广电、工信的行业监督职责划分，具体工作要求以及协调机制做了进一步的明确和重申。上述文件对产业环境作出明确规定，对公司的经营格局、业务发展作出有力支撑，对公司未来业务发展给予了基本遵循，这些基本遵循能帮助公司排除一些对业务发展不利的因素，使我们更能够在这些政策规范下，能更好的发挥企业价值。

互联网用户持续增加，产业发展潜力巨大。随着信息科技的进步、社会节奏的加快和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愈高，互联网逐渐成为新媒体传播的主要渠道，其用户也成为了新媒体行业的主要受众群体。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）统计，自2005年以来，我国互联网用户规模及互联网普及率均保持稳步增长。截至2015年12月，中国网民规模达6.88亿，互联网普及率为50.3%。与此同时，网络使用时长也提升，截至2013年底，我国互联网用户人均周上网时长已达到25小时，较2010年增长36.61%。互联网用户规模、普及率以及使用时长的增长将直接带动新媒体行业经济规模的持续扩大，产业发展潜力巨大。

### （三）公司主要业务

公司根据战略定位，确立了“内容、渠道与平台、传媒娱乐相关服务”三大业务板块，设立了渠道产品运营、云平台与大数据、研究院、媒体制作、影视制作、版权运营、移动传输、数字营销与广告、视频购物及电子商务、游戏业务、文化娱乐旅游、文化地产十二个事业群，并确立了从产品运营向平台运营转变、从业务经营向用户经营转变、经营收益和资本收益并举的经营理念。

#### 1、打造以内容全IP、全产业链运营为核心的内容产业链

公司内容业务板块持续加强。在获授权独家经营SMG版权库内容超过80万小时的基础上，公司加强自身影视剧制作和版权经营业务，已形成包含内容模式研发、内容生产制作和内容版权分发与经营的完整“内容产业链”。

##### （1）内容制作

公司通过强化优质IP储备和影视项目策划、制作能力，开展全方位产业合作，进一步提高优质内容的生产水平和产能，努力发掘新的盈利增长点。同时，公司坚持与产业链上下游和国内外市场知名公司建立良好稳定的合作关系，通过外延式发展，不断推进内容精品化、国际化和新媒体化。

##### （2）版权运营

版权运营业务是公司联接内容制作与渠道运营两个产业链的核心环节，在版权的采购、归集、整理、内部分发、外部运营等方面扮演重要的角色。版权运营包括采购或者引进国内和国际市场版权内容资源，进行规模、特色、门类的打理和集成，以整合的媒资产品对包括IPTV、有线电视、互联网电视、移动端等在内的全渠道内容需求进行分发。

公司凭借优质版权内容资源打造华语节目版权营销枢纽，形成线上线下统一的版权集成与分销平台，对接境内外需求方，为其提供各种形式的版权服务；公司借助该平台实施IP拓展、模式拓展、品牌授权等内容IP产业链运营探索，将传统的版权中介服务转化为版权运营服务，从而实现持续的、高附加值的版权收益。

#### 2、打造以互联网电视为核心的多渠道视频集成与分发平台（MVPDs）

目前，公司拥有中国最大的多渠道视频集成与分发平台（Multichannel Video Programming Distributors，MVPDs），核心渠道包括互联网电视、IPTV、有线电视、移动端等。

互联网电视业务是公司未来发展的核心，公司正从B2B、B2C两大渠道对其加快布局，优化用户体验，强化多屏互动，力争3年发展3000万互联网电视月活跃用户，成为中国互联网电视第一入口。公司新媒体业务覆盖全国，IPTV用户超过2,250万户，OTT用户数超过800万户，移动终端日活跃用户数超过100万，已发展成为全球领先的互联网电视内容与技术服务商。

IPTV 方面，公司加强与地方广电的合作，以“内容+技术+市场运营+驻地服务”为竞争核心，继续保持 IPTV 的运营规模和总体收入第一的市场地位，同时积极拓展与中国移动、中国联通、长城宽带等电信运营商的合作，甚至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 B2B 市场，确保业务持续壮大。

OTT 方面，公司实施“B2B+B2C 双布局，大屏+小屏共运营”战略。在大屏端，明确了 B2B 和 B2C 双布局、共成长的新格局，完善了用户体验和内容呈现。进一步巩固与电信运营商合作发展互联网电视业务的同时，公司正通过资本+业务的合作方式加强有线电视渠道 B2B 拓展。在 B2C 格局上，形成电视大屏与移动终端同时发力的状态，形成内容、应用、运营平台到终端的深度协作，实现从内容制作、传输到家庭终端访问整个环节的优化。

移动端方面，公司开发 BesTV 客户端整合移动互联网全部 2C 业务，完成微信电视、公众号、移动互联网 APP 产品的整合；同时，与中国移动合作，开展手机音视频内容分发业务。

移动传输方面，公司重点发展数字电影、NGB-W 网络建设及无线传输业务。2015 年，依托国家广电总局批准的二级市场院线牌照以及影片发行资质，协同东方明珠新媒体股份有限公司强大的版权内容基础以及运营能力，公司已经搭建完成了数字电影院线的运营服务平台，结合爱影吧线上平台的内容推介、线下预订和社交评论等功能，最终形成 O2O 互相联动的多层次生态系统；公司自 2014 年起承担建设广电总局全国唯一的 NGB-W 示范区相关工作，2015 年 NGB-W 示范网的覆盖工作全面启动。经过近一年时间建设已完成 12 个交互小塔、120 个网络节点建设，实现了包括浦东陆家嘴核心区域在内的约 65 平方公里试验区的信号覆盖，公司已与杨浦区政府签署战略合作协议，共同打造具有全国引领意义的示范区，助力互联网+智慧城市；无线传输业务主要为广播电视无线传输覆盖，服务对象为上海广播电视台、中央广播电台/电视台、上海教育电视台等，采用调频、调幅、模拟及数字电视调制等技术手段，提供包括广播、电视和数据三大类型的无线传输覆盖服务。

2015 年，公司以统一用户管理和大数据为核心架构云平台，已完成视频服务的业务和云平台的对接，并持续提高云服务质量和稳定度，同时开展数据对接的完善和进一步建设的规划工作。

### 3、打造以传媒娱乐为延展的相关服务

#### (1) 数字营销与广告

公司主要依托 MVPDs 开展新媒体广告，通过广告实时交易和大数据的精准营销，实现广告经营的快速增长。未来，公司将通过整合营销打造一站式数字营销平台，依托数据、技术与服务优势打造领先的第三方广告交易平台。

#### (2) 游戏

公司与全球两大游戏主机商微软 Xbox、索尼 PlayStation 等合作伙伴的全面合作，围绕游戏 IP 产业链运营形成强大的游戏产业的闭环模式，并通过与技术、内容、应用、支付、服务等各合作方的合作，满足不同游戏玩家、用户群体的需求，创造中国积极健康的家庭游戏娱乐巨大市场。

公司围绕内容与发行核心环节，建设跨屏游戏聚合运营平台，引领中国主机游戏产业发展，打造成为中国领先的游戏内容运营与发行服务商。同时，以主机游戏业务为支撑，进一步整合旗下互联网电视、IPTV、移动等渠道的游戏业务和游戏媒体资源，与 SMG 动漫、体育、综艺等电视节目联动协同，通过内生增长和并购扩张两种途径，打造多渠道游戏发行与运营平台，实现从游戏研发、游戏发行与运营，到游戏媒体、游戏电竞和游戏衍生的全产业链布局。

#### (3) 视频购物与电子商务

公司视频购物与电子商务业务以电视、广播、网站、移动客户端、IPTV、OTT 等全媒体平台为渠道，以电视购物为特色，以移动端为增长点，以全球购等多元业务形态进行布局，以新概念、高品质、引领生活风尚的商品持续满足顾客需求、改变顾客生活方式，打造最具特色的全媒体视频购物平台。依托电视购物行业第一的领先地位，以“互联网+”为核心理念，通过大数据分析、跨境平台、

跨屏追踪和精细化用户管理等，打造用户与媒体间、媒体与媒体间、用户与用户间串联互动的全媒体视频购物平台。

#### (4) 文化娱乐旅游

公司拥有东方明珠塔、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，业务涉及都市旅游观光、休闲餐饮住宿及会务会展、演出娱乐、商旅代理等。公司通过与SMG优质资源耦合，引进国际文化影视IP落地和线上媒体平台与线下精品旅游结合，推动形成旅游目的地推广、时尚旅游线路研发到引领品质旅游的闭合产业链，形成旅游人群城市人群交汇，塑造年轻、时尚的薪地标形象，未来将直接受益于上海迪士尼带来的经济辐射效益。

#### (5) 文化地产

文化地产板块主要业务包括传统的房地产开发及销售业务以及现有商办物业租赁的资产经营业务，其中现有商办物业租赁的资产经营业务经营稳定、经营效益稳步提升。未来将深化与线上内容资源的结合，重点推进“互联网人才公寓、TMT产业加速器园区、古镇商业旅游开发”三大产品线。

### 三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年		本年比上年 增减(%)	2013年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	35,278,981,149.11	27,946,489,695.51	6,509,198,226.49	26.24	24,397,045,680.27	5,149,244,160.39
营业收入	21,125,971,174.62	15,588,077,086.38	2,977,815,723.29	35.53	13,655,724,709.57	2,637,350,919.15
归属于上市公司股东的净利润	2,906,717,293.77	2,305,111,751.22	785,468,830.93	26.10	1,613,432,194.78	677,350,579.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	806,550,306.46	729,918,101.36	729,918,101.36	10.50	626,767,186.57	626,767,186.57
归属于上市公司股东的净资产	25,002,556,733.98	15,212,180,053.33	4,470,149,327.64	64.36	12,952,741,050.38	3,720,381,910.18
经营活动产生的现金流量净额	994,137,079.72	2,582,917,086.43	1,100,991,287.25	-61.51	3,484,581,574.76	741,773,999.50
期末总股本	2,626,538,616.00	1,113,736,075.00	1,113,736,075.00	135.83	1,113,736,075.00	1,113,736,075.00
基本每股收益(元/股)	1.5332	2.0697	0.7053	-25.92	1.4487	0.6082
稀释每股收益(元/股)	1.5332	2.0697	0.7053	-25.92	1.4487	0.6082
加权平均净资产收益率(%)	14.4917	16.4893	19.1816	减少1.9976个百分点	12.8225	19.7857

### 四 2015年分季度的主要财务指标

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	4,910,384,582.56	6,091,937,892.28	4,977,100,857.77	5,146,547,842.01
归属于上市公司股东的净利润	549,517,820.77	913,538,042.43	1,061,823,177.69	381,838,252.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	196,628,701.31	121,451,530.84	200,060,280.15	288,409,794.16
经营活动产生的现金流量净额	-699,072,924.85	1,101,480,493.78	324,647,345.52	267,082,165.27

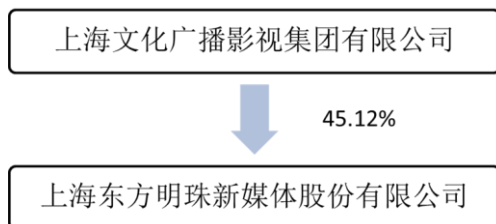
## 五 股本及股东情况

### 5.1 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

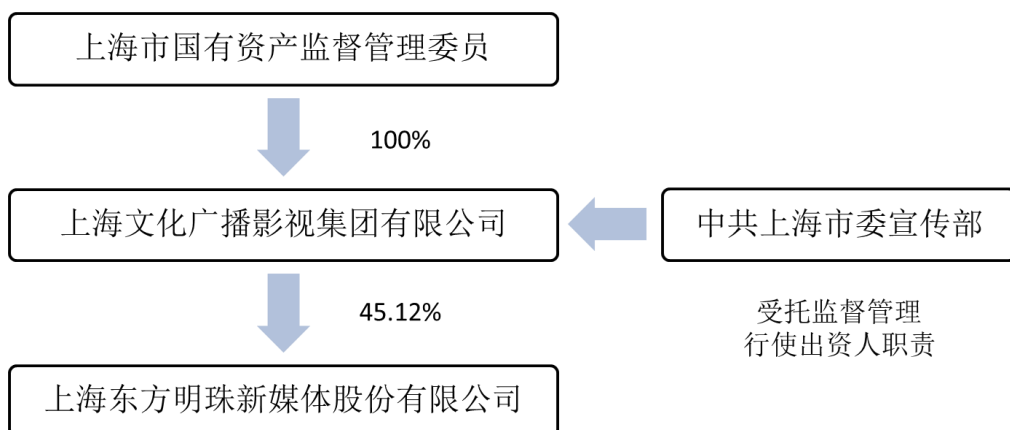
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					198,187		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					181,167		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数量	比例（%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
上海文化广播影视集团有限公司	718,233,581	1,185,118,656	45.12	716,335,042	无	0	国有法人
上海文广投资管理中心（有限合伙）	98,674,067	98,674,067	3.76	98,674,067	无	0	境内非国有法人
中国证券金融股份有限公司	73,522,344	73,522,344	2.80	0	无	0	国有法人
中央汇金资产管理有限责任公司	38,146,100	38,146,100	1.45	0	无	0	国有法人
上海国和现代服务业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	37,002,775	37,002,775	1.41	37,002,775	未知	18,501,386	境内非国有法人
交银文化（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	30,835,646	30,835,646	1.17	30,835,646	无	0	境内非国有法人
绿地金融投资控股集团有限公司	30,835,646	30,835,646	1.17	30,835,646	无	0	境内非国有法人
上海上汽投资中心（有限合伙）	24,668,516	24,668,516	0.94	24,668,516	未知	7,708,911	国有法人
同方股份有限公司	-8,017,195	19,955,383	0.76	0	无	0	境内非国有法人
宁夏诚贝投资咨询有限公司	-10,062,504	19,779,577	0.75	0	无	0	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东上海文化广播影视集团有限公司与前 10 名其他股东之间不存在关联关系和《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人；公司未知前 10 名其他股东之间是否存在关联关系和《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》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	无						

### 5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



## 六 管理层讨论与分析

### （一）管理层讨论与分析

报告期内，在公司管理层在董事会领导下，2015 年具体工作：

**1、完成重大资产重组，奠定“互联网+”转型基础。**报告期内，公司完成百视通新媒体股份有限公司换股吸收合并上海东方明珠（集团）股份有限公司，以及发行股份和支付现金购买五岸传播、尚世影业、文广互动、东方购物。重组完成后，公司成为上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（以下简称“SMG”）统一的产业平台和资本平台公司，新媒体业务资源整合完成，为公司“互联网+”转型奠定基础。

**2、明确战略发展定位，形成战略实施规划。**基于重组完成后的内容和渠道资源，公司确定了以强大的媒体业务为根基，以互联网电视业务为切入点，全力构建覆盖线上线下的泛娱乐产业平台，通过包括“内容、渠道与平台、服务”在内的互联网媒体生态系统，为用户提供影视内容、游戏、购物、娱乐旅游等全方位泛娱乐服务，打造最具市场价值和传播力、公信力、影响力的新型互联网媒体集团的发展战略。根据该发展战略，公司进一步整合业务资源，梳理业务关联性和协同模式，塑造以内容全 IP、全产业链运营、多渠道变现为核心的内容驱动力及以用户统一大数据运营为核心的技术驱动力，形成由业务经营向用户经营转变、由产品运营向平台运营转变、经营收益和资本收益并举的经营理念，并制订三大业务板块战略实施的具体方案和重点项目。

**3、建设组织结构及运营格局，创新集团管控模式。**公司进一步完善组织结构以适应互联网媒体运营规律，在报告期内对治理结构、业务架构及激励机制做了调整，确立了“内容、渠道与平台、传媒娱乐相关服务”三大业务板块及渠道产品运营、云平台与大数据、数字营销与广告、游戏业务、视频购物及电子商务、文化娱乐旅游事业群等十二个事业群，实现纵横交错的矩阵式业务运营格局，最大限度提升公司互联网媒体生态系统价值。与此同时，公司创新突破以资本为纽带的传统管控模式，形成战略管控和经营管控相结合的集团管控模式，充分授权各业务事业群以发挥其经营职能，高效发挥集团职能条线基础作用，为事业群提供服务、推动协同、实施管控。

### **4、通过资本运作，推动业务布局、资源整合、生态建设**

报告期内，公司通过投资并购加快落实战略目标。公司在完成互联网媒体生态系统初步构架的基础上，围绕渠道、内容和应用三个领域已成功实施超过 10 个投资与并购项目，交易金额近 50 亿，业务组合与生态布局进一步优化、完善，业绩进一步夯实。首先，公司聚焦渠道资源的投资与并购，扩大用户规模，公司参与歌华有线与广电网络的定增项目，深化与有线网络运营商的资本与业务合作，推进 DVB+OTT 业务布局，公司还通过增持风行网股权、出售风行网控股权、参与兆驰股份定增



项目等系列资本运作，形成产业链多端合作的超维生态，布局互联网电视 B2C 业务；其次，公司聚焦内容矩阵的投资并购，依托强势内容提高用户粘性、获取流量入口，公司与万达集团、IDG 和 华人文化产业投资基金等联合投资盈方体育，在世界杯等体育重大赛事转播权方面获得优势，公司投资嘉行天下并与哔哩哔哩合资成立哔哩哔哩影业，强化在影视剧制作领域的布局；第三，公司聚焦增值服务应用的投资并购，强化应用集群，进一步挖掘用户价值，公司完成收购艾德思奇控股权，后续将增资 1 亿元，打造数字营销与广告业务发展的业务平台，公司战略投资成都索贝，推进版权发行和视频版权交易平台业务开展。

#### **5、完善互联网媒体生态格局，经营业绩持续提升。**

##### **(1) 内容：着力打造门类齐全、规模庞大、特色明显的内容聚合，强化影视内容 IP 创新、垂直内容产品经营及全产业链运营，建立内容应用的整合优势**

强势内容是公司获取用户流量的核心竞争力。在全面对接 SMG 内容资源的基础上，公司不断强化特色内容聚合及内容产业链建设，打造中国互联网媒体电视端、移动端最大版权枢纽。

公司版权库拥有 5 大王牌内容产品，涵盖体育、电影、电视剧、少儿动漫、纪实，累计超过 120 万小时。电影内容方面拥有累计 4 万多部电影版权；电视剧内容全年拥有 2 万多集，覆盖主流卫视以及央视 90% 的热门剧集，在海外剧上特色显著、覆盖面最广；体育内容上，全年拥有 3000 多场赛事直播，其中包括 1300 多场 NBA 全赛事高清多屏直播以及 380 场独家英超全赛事高清直播等；少儿动漫内容上，公司对迪斯尼、尼克、东映、原创动力等国内外一线少儿品牌节目一网打尽。报告期内，公司已经与 MBC、华谊兄弟、TVB、TVBS、Endemol Shine Group、HBO、日本富士台、武网等达成了独家战略合作，全年引进卫视新剧 120 余部，购买进入国内新媒体电影版权市场电影约 5000 部，基本涵盖院线电影和好莱坞新片、片库，新增节目量约 4 万小时，在行业中处于领先地位。

在内容聚合的同时，公司依托控股股东 SMG 强大的资源优势，与 SMG 下属其他各业务板块进行广泛的协同合作，强化影视内容 IP 创新、垂直内容产品经营与产业链运营能力。报告期内，公司与云集将来传媒（上海）有限公司、美国 Discovery Networks Asia Pacific PTE LTD（探索频道）共同投资，联合制作由 SMG 纪实频道发起的荒野求生类真人秀原创节目《跟着贝尔去冒险》，不仅可以从前端直接获得该节目的版权权益，为公司版权库累积资源，还为旗下百视通平台（IPTV/OTT）获得免费跟播首播权，以及相应的版权运营权益。公司积极参与“SMG 智造”内容创意产品战略体系的创建和推广工作，借由相关活动，公司与各国际传媒巨头结为了更为稳固的战略合作伙伴，扩大了全球影响力。

##### **(2) 渠道：确立了 B2B 和 B2C 双布局、互联网电视和移动客户端共运营的独特格局**

###### **1) 大屏端**

在 2B 格局上，形成了电信运营商渠道与有线网络运营渠道双管齐下的安排。公司与电信运营商合作开发机顶盒业务，将小红机顶盒与电信产品捆绑，进行 B2B 部署；参与歌华有线、广电网络定向增发非公开发行，通过与有线网络运营商开展资本及业务层面的合作，布局 DVB+OTT 业务，取得了良好成效。

公司根据 IPTV 业务的新格局、新特点，明确了公司 IPTV 业务定位，依托拥有的全国 IPTV 内容分发资质，为全国各 IPTV 播控分平台提供内容分发服务；利用公司原有分布在全国的 IPTV 技术运营平台，进行 IPTV 业务的技术和运行服务；运用上市公司资本和市场运营能力，与各地方广电和电信运营商共同拓展市场和用户。2015 年公司依然保持 IPTV 业务规模全国第一的地位，IPTV 业务收入比上年有所增长。

在 2C 格局上，形成了电视大屏与移动终端同时发力的状态。公司拟出资 22 亿元参与兆驰股份定向增发，达成战略合作，并借此合作整合 BesTV 互联网电视的品牌、兆驰股份的硬件制造技术及成本优势、海尔的线下渠道，形成智能终端品牌与营销的优势，开辟、引领中国互联网电视平台运



营商和家庭视听消费电子产品生产商融合发展的新格局，形成产业链多端合作的超维生态。风行电视作为超维生态圈重要一环于 2015 年 12 月推向市场，在发布 10 天内线上渠道的预约量超过了 12 万台。此外，公司还与网宿科技战略合作，利用其 CDN 和社区云拓展互联网电视用户的运营新格局；与中兴、华为战略合作，在其手机终端预装 Bestv 客户端；与 360 开展战略合作，以联合品牌 BesTV 360 打造一个具有市场领先地位的移动互联网产品；与共进股份战略合作，打造中国领先的智慧家庭综合服务业务服务运营模式等。

此外，公司完成了对互联网电视大屏界面和运营平台的更新，使用户体验和内容呈现更加完善。

## **2) 移动终端**

2015 年 6 月，公司发布 BesTV 移动客户端，在实现大屏与移动端的互动的同时，实现影视直播点播、视频购物、游戏、媒体社交、互联网广播、财经服务、支付、应用商店八大功能。截止报告期末，移动终端日活跃用户数超过 100 万。未来，移动端将从平台对接、大小屏转换带动两方面发力，树立统一品牌，优化用户体验，通过与具有用户规模优势的市场主体合作，扩大用户规模，达到千万级的水平。

下一代广播电视无线系统示范网络项目（NGB-W）积极开展在上海地区的信号覆盖工作，并同步开展了商业运作的探索。

## **(3) 平台：以用户统一运营为核心，推进建成互联网全媒体云平台，建设“互联网+”战略转型技术引擎**

公司以建成中国最大最强的互联网全媒体云平台为目标，全面支持各项业务的安全、高效运营和创新发展，推动和支持互联网媒体生态系统建设和产业布局。公司通过统一用户管理系统（ULM）建设，着力打通各渠道用户资源，在实现内容的一云多发的同时，更好地优化产品体验、挖掘用户行为，来为后续的统一用户经营与流量变现提供良好支撑。2015 年，公司有序推进公司云平台建设，与亚马逊达成了公有云运用和建设的共识，同时积极推动媒体云应用的服务模块（大数据、用户服务、支付服务）建设，推动系统化协同运营机制的建设，建立与网宿科技的战略合作，推进和适应云架构下的运营需求。

## **(4) 经营：抓紧流量变现的四大产业基础，结合内容 IP 产业链运营发挥原有产业优势，塑造游戏、文化旅游等线上线下垂直产业，为实现互联网媒体的商业价值而努力**

### **1) 数字营销与广告**

作为公司数字营销与广告业务发展的引擎、数字营销与广告事业群的重要支撑，艾德思奇致力于成为中国领先的第三方广告交易平台。以此为发展目标，公司对艾德思奇进行了战略优化调整，拆除艾德思奇的 VIE 架构，将其业务、资产、专利等转移至境内公司，使其主要价值体现在境内实体。在此基础上，公司将通过百视通投资对北京艾德思奇进行 1 亿元的增资，使持股比例从目前的 51% 增持至 54.7785%，帮助艾德思奇进一步规范运营，迅速做大业务规模。

### **2) 视频购物与电子商务**

作为公司互联网媒体生态圈的流量入口之一与主要变现渠道之一，视频购物及电子商务在平台、产品、服务等方面的对接与耦合初具规模。报告期内，公司渠道延伸覆盖广播电视及移动互联网，通过耦合 SMG 优质 IP 资源，密切与渠道终端及战略合作伙伴的合作，创新依托海外直采与本地服务能力的全球购业务等方式，实现全媒体布局、移动端发展、业绩高速增长及品牌影响力提升，收入同比增长 16%，净利润同比增长 32%，全年 APP 销售业绩增幅 121%，APP 下载量增幅 195%，APP 订购人数预计增幅 75%。2016 年，预计继续拓展渠道、业务与品牌影响力，在营业收入、利润总额两方面力争实现两位数增长，顾客家庭数突破 1000 万户。

### **3) 游戏业务**

公司明确了建设游戏聚合运营平台，实施 1+2 主机游戏的战略，充分发挥公司在互联网媒体产

品方面的优势，同时通过开放合作带动国内主机与电视游戏产业的生态建设。

据此，公司把游戏 IP 的投入及运营作为重中之重，从游戏内容聚合出发，充分利用自身资源，推进产业链运营，已经形成了业务运营的体系架构，重大运作项目也已明确落地。公司获得了《最终幻想 15》的影游联动版权合作项目，不仅在游戏产业中树立了公司的主体形象和市场地位，也试水了游戏 IP 全产业链运作模式，为今后引进更多有份量的 IP 奠定基础。组织举办“中国游戏开发者大会”，通过政策讲解、东方明珠游戏战略发布、全球著名高端 CP 方的主题演讲等，促进公司游戏资源推介整合，提升公司游戏业务的品牌和市场影响力。2015 年，游戏事业群已经申报 XBOX 游戏 21 款，获批 13 款。2016 年预计双主机游戏发行量突破 100 款，双主机游戏用户数突破 100 万，达成“双 100”目标。

#### 4) 文化娱乐旅游与文化地产

以东方明珠塔为核心的小陆家嘴文化娱乐旅游集聚区、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，文化娱乐旅游业务平稳有序发展，定位逐步明晰。报告期内，旅游资源价值日益凸显，文化旅游收入同比增长 10.78%，已成为公司业务重要的现金流来源。东方明珠作为上海地标，全年接待宾客 508 万人次；目前还在积极部署实施包括东方明珠塔 78 米“更上海”全息投影环幕多媒体秀、太空舱、滑轨车、VR 应用体验等升级互动项目。奔驰文化中心全年演出 243 场，其中含热门主流演唱会 59 场，国际演唱会 43 场，观演人数超过 82 万人次；东方绿舟营地共接待游客 69.20 万人次；上海国际会议中心 2015 年千人场次会议达 35 场，参加会议人员约 26 万人次。

针对如何与迪士尼乐园并驾齐驱，利用迪士尼溢出效应树立我们的亮点和标杆，公司加快推进线上优质内容 IP 与线下资源的结合，采取了一系列有效举措，公司下属子公司与迪士尼达成了票务代理协议，公司积极部署实施——东方明珠塔 0 米大厅和广场功能改造等已经开始，将在 2016 年底前逐步完成，使东方明珠塔按照文化娱乐综合体的功能定位，为游客提供更多更好的文化娱乐感受。

同时，公司正依托强大的线上内容 IP 资源，积极推进和筹备斜土路互联网公寓、川沙城南社区办公楼改造、浦江镇东方媒体城、川沙历史文化名镇整体开发和黄山歙县整体开发项目，在为线下文化娱乐旅游业务发展提供物理支持的同时，为公司业务发展提供充裕的现金流及利润支持。

## (二) 报告期内主要经营情况

### 1、主营业务分析

#### 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	21,125,971,174.62	15,588,077,086.38	35.53
营业成本	16,522,395,308.82	10,957,078,962.21	50.79
销售费用	975,156,940.03	803,144,658.10	21.42
管理费用	1,228,556,449.27	1,180,734,813.93	4.05
财务费用	-30,386,168.99	-77,517,183.07	60.80
经营活动产生的现金流量净额	994,137,079.72	2,582,917,086.43	-61.51
投资活动产生的现金流量净额	-8,351,648,397.33	-442,030,854.93	-1,789.38
筹资活动产生的现金流量净额	7,829,118,031.50	-629,221,558.37	不适用
研发支出	216,784,536.16	199,625,141.04	8.60

#### (1) 收入和成本分析

营业收入变动原因说明:系并表艾德思奇，及视频购物及电子商务、文化地产等业务收入同比增加所致；

营业成本变动原因说明:系与收入相关的营业成本同比增长所致。

1) 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
传媒娱乐相关服务	16,230,722,316.29	13,403,280,992.59	17.42	48.06	57.92	减少 5.16 个百分点
多渠道视频集成与分发	3,160,172,201.41	1,961,304,236.64	37.94	4.11	18.79	减少 7.67 个百分点
内容制作与发行	630,080,567.75	501,534,600.08	20.40	-25.83	-9.59	减少 14.30 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
传媒娱乐相关服务	16,230,722,316.29	13,403,280,992.59	17.42	48.06	57.92	减少 5.16 个百分点
电视购物与电子商务	9,550,539,562.17	8,235,967,692.47	13.76	19.92	22.80	减少 2.02 个百分点
数字营销与广告	3,784,635,928.09	3,429,997,064.19	9.37	472.38	704.13	减少 26.12 个百分点
文化地产	1,411,928,347.38	906,253,402.69	35.81	40.63	43.46	减少 1.27 个百分点
文化娱乐旅游	1,459,643,809.90	815,654,281.37	44.12	10.78	14.01	减少 1.58 个百分点
游戏	23,974,668.75	15,408,551.87	35.73	53.61	116.89	减少 18.75 个百分点
多渠道视频集成与分发	3,160,172,201.41	1,961,304,236.64	37.94	4.11	18.79	减少 7.67 个百分点
IPTV	1,845,410,571.32	918,078,490.44	50.25	3.74	31.49	减少 10.50 个百分点
互联网电视	390,284,795.77	376,133,217.75	3.63	5.31	6.08	减少 0.70 个百分点
其他渠道视频集成与分发	215,846,010.84	125,876,822.06	41.68	-11.00	-10.74	减少 0.17 个百分点
网络视频	276,951,743.59	253,630,785.24	8.42	-15.34	0.72	减少 14.60 个百分点
有线电视	431,679,079.89	287,584,921.15	33.38	36.49	39.94	减少 1.64 个百分点
内容制作与发行	630,080,567.75	501,534,600.08	20.40	-25.83	-9.59	减少 14.30 个百分点
内容制作与发行	630,080,567.75	501,534,600.08	20.40	-25.83	-9.59	减少 14.30 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
华东	14,762,752,704.84	11,720,546,188.80	20.61	11.54	20.22	减少 5.73 个百分点
华南	347,377,463.86	210,325,619.52	39.45	-11.98	-3.00	减少 5.61 个百分点
西部	619,646,434.16	342,571,382.66	44.72	40.79	40.83	减少 0.02 个百分点
北部	4,011,539,535.55	3,377,331,526.11	15.81	484.79	678.39	减少 20.94 个百分点
华中	159,490,982.20	113,993,633.13	28.53	100.23	160.30	减少 16.49 个百分点
境外及其他	120,167,964.84	101,351,479.09	15.66	994.83	1,556.74	减少 28.61 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

传媒娱乐相关服务行业报告期收入及成本变动较大，主要系并表艾德思奇后相关业务收入及对应成本增长较大所致；

数字营销与广告业务变动：主要系并表艾德思奇后相关业务收入及对应成本增长较大所致；

文化地产业务变动：主要系太原湖滨项目、松江大学城项目在报告期收入实现所致；

游戏业务变动：主要系报告期加大游戏引进及开发投入；

有线电视业务变动：主要系报告期数字付费频道增值业务增长所致。

公司西部地区业务增长较快，主要系西部地区 IPTV 及其增值业务增长较快所致；

北部地区业务增长较快，主要系并表艾德思奇后相关业务收入及对应成本增长较大所致及太原湖滨项目收入实现；

华中地区业务增长较快，主要系 IPTV 及其增值业务增长，同时电视购物业务该地区增长所致；

境外及其他地区业务增长，主要系艾德思奇境外业务增长及对应成本增长较大所致。

公司报告期毛利率变动：1) 并表艾德思奇，其所在数字营销广告行业毛利率低于公司其他行业及业态平均毛利率；2) 公司报告期为提升新业务竞争力，加大了互联网电视及游戏业务的投入，致相关业务毛利率有所降低；3) 公司报告期影视及演艺制作业务转型调整中，为强化优质 IP 储备和影视项目策划，加大投入导致毛利率有所降低。

## 2) 成本分析表

单位：元

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
传媒娱乐相关服务	商品材料成本	8,331,984,967.54	62.17	6,902,158,434.32	81.32	20.72	主要系电视购物等销售收入增长对应的成本增加
	广告代理费	3,154,027,660.75	23.53	296,424,379.38	3.49	964.02	并表艾德思奇后相关业务对应广告成本增长较大所致
	其他	1,917,268,364.30	14.30	1,288,852,074.76	15.19	48.76	并表艾德思奇后相关业务的其他成本增长较大所致
多渠道视频集成与分发	版权及业务分成	942,321,838.36	48.05	770,859,324.13	46.69	22.24	主要系互联网电视版权投入增加
	技术成本及其他	1,018,982,398.28	51.95	880,252,925.01	53.31	15.76	
内容制作与发行	制作成本	454,166,696.40	74.33	492,788,279.88	82.73	-7.84	主要系影视及演艺制作业务转型调整中，制作业务占比下降及成本支出减少
	其他	47,367,903.68	25.67	61,951,377.29	17.27	-23.54	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
电视购物与电子商务	商品材料成本	7,966,812,468.90	96.73	6,444,212,079.05	96.09	23.63	主要系电视购物等销售收入增长对应的成本增加
	其他	269,155,223.57	3.27	262,452,736.20	3.91	2.55	
数字营销与广告	广告代理费	3,154,027,660.75	91.95	296,424,379.38	69.49	964.02	并表艾德思奇后相关业务对应广告成本增长较大所致
	其他	275,969,403.44	8.05	130,123,943.39	30.51	112.08	并表艾德思奇后相

							关业务的其他成本增长较大所致
文化地产	建造成本	784,600,603.72	86.57	496,898,436.44	78.66	57.90	主要系太原湖滨项目、松江大学城项目在报告期收入实现,对应的成本结转增加
	人工及设备折旧	74,287,930.74	8.20	72,330,720.27	11.45	2.71	
	其他	47,364,868.23	5.23	62,462,475.35	9.89	-24.17	
文化旅游	旅游服务成本	473,418,624.33	45.65	413,870,371.81	57.85	14.39	
	场地运营成本	143,365,571.90	17.58	144,651,423.37	20.22	-0.89	
	其他	198,870,085.14	36.77	156,904,097.50	21.93	26.75	
游戏	材料成本及分成	12,368,007.57	80.27	4,350,226.50	61.23	184.31	主要系提升新业务竞争力,加大了游戏业务的投入,成本增加
	其他	3,040,544.31	19.73	2,753,999.20	38.77	10.40	
IPTV	版权及业务分成	787,127,788.15	85.74	584,271,011.79	83.68	34.72	主要系加大版权及增值业务投入所致。
	其他	130,950,702.29	14.26	113,924,862.20	16.32	14.94	
互联网电视	版权及业务分成	276,387,393.03	73.48	258,181,971.56	72.81	7.05	
	其他	99,745,824.72	26.52	96,392,685.71	27.19	3.48	
其他渠道视频集成与分发	材料及人工	65,999,218.57	52.43	67,524,303.29	47.88	-2.26	
	技术成本及其他	59,877,603.49	47.57	73,490,690.28	52.12	-18.52	
网络视频	版权及传输费	143,336,412.81	56.51	160,670,403.08	63.80	-10.79	
	技术成本及其他	110,294,372.43	43.49	91,155,940.59	36.20	21.00	
有线电视	制作及人工	138,175,551.29	48.05	109,567,757.04	53.32	26.11	主要系数字付费频道增值业务制作投入加大所致
	技术成本及其他	149,409,369.86	51.95	95,932,623.60	46.68	55.74	主要系数字付费频道增值业务技术投入加大所致
内容制作与发行	制作成本	454,166,696.40	90.56	492,788,279.88	88.83	-7.84	
	其他	47,367,903.68	9.44	61,951,377.29	11.17	-23.54	

## (2) 费用

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)	说明
销售费用	975,156,940.03	803,144,658.10	21.42	系营销人员人力成本及营销费用增加所致
管理费用	1,228,556,449.27	1,180,734,813.93	4.05	主要系并表艾德思奇管理费用增加所致
财务费用	-30,386,168.99	-77,517,183.07	60.80	主要系外币贷款汇兑损失增加及存款利息收入减少所致

(3) 研发投入  
研发投入情况表

单位：元

本期费用化研发投入	216,784,536.16
本期资本化研发投入	0
研发投入合计	216,784,536.16
研发投入总额占营业收入比例（%）	1.03
公司研发人员的数量	619
研发人员数量占公司总人数的比例（%）	10.03
研发投入资本化的比重（%）	0

情况说明

主要系加大对互联网电视业务的研发投入所致。

(4) 现金流

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例（%）	说明
经营活动产生的现金流量净额	994,137,079.72	2,582,917,086.43	-61.51	主要系新增购买保本保息银行产品及应收账款增长所致
投资活动产生的现金流量净额	-8,351,648,397.33	-442,030,854.93	-1,789.38	主要系利用闲置募集资金购买低风险、保本理财产品
筹资活动产生的现金流量净额	7,829,118,031.50	-629,221,558.37	不适用	主要系定向增发收到募投资金所致

2、非主营业务导致利润重大变化的说明

适用 不适用

公司本期投资收益同比增加 154%，主要系出售子公司股权投资收益增加及闲置募投资金购买低风险理财收益增加所致。

3、资产、负债情况分析

资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例（%）	上期期末数	上期期末数占总资产的比例（%）	本期期末金额较上期期末变动比例（%）	情况说明
应收票据	288,854,280.00	0.82	149,080,000.00	0.53	93.76	主要系以票据结算方式的货款增加所致
预付款项	766,012,793.63	2.17	474,538,717.43	1.70	61.42	主要系预付广告代理费、土地出让金及设备款增加所致
应收利息	15,031,591.78	0.04	7,464,643.81	0.03	101.37	系定期存款应收利息增加
应收股利	10,498,587.50	0.03	5,887,747.39	0.02	78.31	系应收参股公司股利增长所致

划分为持有待售的资产		0.00	629,673,268.64	2.25	-100.00	系待售资产报告期内已出售
其他流动资产	6,248,201,124.83	17.71	97,196,469.34	0.35	6,328.42	系利用闲置募集资金购买低风险、保本理财产品
长期应收款	877,533,333.33	2.49	1,319,633,333.33	4.72	-33.50	收回项目公司股东借款
投资性房地产	428,748,320.25	1.22	143,900,802.45	0.51	197.95	主要系滨江国际广场部分项目售改租所致
在建工程	118,159,793.13	0.33	50,232,620.76	0.18	135.23	公司改造项目增加所致
工程物资	171,262.73	0.00	319,088.24	0.00	-46.33	系工程物资结转减少所致
商誉	581,056,299.42	1.65	281,745,587.67	1.01	106.23	并表艾德思奇所致
短期借款	1,153,929,792.32	3.27	1,721,278,698.00	6.16	-32.96	归还短期借款所致
应付票据	299,000,000.00	0.85	184,500,000.00	0.66	62.06	进出口业务增加所致
预收款项	1,499,218,497.07	4.25	2,739,374,003.06	9.80	-45.27	主要系预售款结转收入所致
应付股利	16,231,159.15	0.05	213,542,929.09	0.76	-92.40	支付股东股利
其他应付款	561,101,196.39	1.59	814,467,382.06	2.91	-31.11	主要系战略投资者认购意向金转股权及支付艾德思奇股权购买款

#### 4、行业经营性信息分析

详见公司 2015 年度报告第三节内容。



## 5、投资状况分析

### (1) 对外股权投资总体分析

报告期内，公司长期股权投资额为 2,926,126,687.66 元，与上年同比变动数为减少 53,969,734.33 元，变动幅度为减少 1.81%。

#### 重大的股权投资

投资公司名称	主要业务	投资金额	持股比例	投资事项说明	资金来源
北京歌华有线电视网络股份有限公司	北京地区有线电视、有线数字电视运营商	3 亿元	1.46%	公司第七届董事会第三十三次（临时）会议审议通过	自有资金
成都索贝数码科技股份有限公司	广电行业软件、智能安保和媒体云服务	8496 万元	11.8%	公司第七届董事会第三十三次（临时）会议审议通过	自有资金
北京风行在线技术有限公司	网络视频广告、购物及游戏联运	6462 万美元	82.76%	公司第七届董事会第三十三次（临时）会议审议通过	自有资金
陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司	陕西地区有线电视、有线数字电视运营商	3.55 亿元	3.17%	公司第七届董事会第三十六次（临时）会议审议通过 报告期内该事项尚未实施	自有资金
深圳市兆驰股份有限公司	专业生产消费类电子产品	22 亿元	9.68%	公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过 报告期内该事项尚未实施	自有资金

#### 重大的非股权投资

2015 年 9 月 22 日，公司第八届董事会第五次（临时）会议审议通过《关于公司与云集将来传媒（上海）有限公司、美国 Discovery Networks Asia Pacific PTE LTD 联合制作真人秀原创节目的议案》，公司与云集将来传媒（上海）有限公司、美国 Discovery Networks Asia Pacific PTE LTD（探索频道）作为投资主体共同投资，联合制作由 SMG 纪实频道发起的荒野求生类真人秀原创节目《跟着贝尔去冒险》，公司出资人民币 2,500 万，投资占比为 33.33%。

### 以公允价值计量的金融资产

序号	证券品种	证券代码	证券简称	初始投资成本 (元人民币)	持有数量(股)	资金来源	期末账面价值(元人民币)	公允价值变动	报告期内购入或售出及投资收益情况
1	股票	000166	申万宏源	56,248,000.00	62,600,000	自有	627,828,179.59	571,580,179.59	
2	股票	600837	海通证券	111,082,065.26	77,094,761	自有	1,219,639,119.01	1,108,557,053.75	抛售 17,948,833 股，获利 378,165,019.56 元。分红 19,273,690.25 元
3	股票	600037	歌华有线	299,999,998.34	20,311,442	自有	302,768,251.32	2,768,252.98	定向增发 20,311,442 股
4	股票	600642	申能股份	1,203,315.75	264,465	自有	1,996,710.75	793,395.00	
5	股票	600650	锦江投资	21,405.28	2,132	自有	97,517.68	76,112.40	
合计				468,554,784.63	160,272,800		2,152,329,778.35	1,683,774,993.72	

## 6、重大资产和股权出售

公司于 2015 年 6 月 18 日召开了第七届董事会第三十七次（临时）会议，审议通过了《关于公开挂牌转让风行网部分股权的议案》，公司拟通过转让风行在线 63%的股权的方式寻求战略合作方。2015 年 7 月 17 日至 2015 年 8 月 14 日，公司经上海文化产权交易所公开挂牌出售风行在线 63%股权，按照产权交易规则确定深圳市兆驰股份有限公司为本次产权交易标的受让方；2015 年 9 月 8 日，公司与兆驰股份签署了《产权交易合同》，交易价款为 96,700 万元人民币。公司已完成上述事项的工商变更登记手续，风行在线于 2016 年 1 月 7 日取得变更后的《营业执照》。公司持有风行在线 19.76%的股权，具体内容详见公司在上海证券交易所披露的公告（临 2015-064、临 2015-102、临 2016-003）。

## 7、主要控股参股公司分析

截止报告期末，公司主要子公司、参股公司情况如下：

### 内容制作与发行

#### （1）上海尚世影业有限公司

住所：上海市徐汇区宜山路 757 号 1 幢 5 楼西侧

法定代表人：陈思劼

成立日期：1990 年 12 月 03 日

注册资本：20000 万元

经营范围：电视剧制作，广播电视节目制作发行，摄制电影片，复制本单位影片，按规定发行国产影片及其复制品，设计、制作、代理、发布各类广告，利用自有媒体发布广告，经营演出及经纪业务。

持股比例：100%

#### （2）上海五岸传播有限公司

住所：上海市静安区威海路 298 号副楼 10 楼 C、D 室

法定代表人：何小兰

成立日期：2004 年 09 月 22 日

注册资本：10000 万元

经营范围：广播电视节目制作、发行，音像制品批发、零售，国产影片发行，广告制作、代理、发布，从事货物及技术进出口业务，会务会展，文化艺术交流与策划及咨询（不含经纪）。

持股比例：100%

### 多渠道视频集成与分发平台

#### （3）百视通网络电视技术发展有限责任公司

住所：上海市长宁区长宁路 1027 号 1008E 座

法定代表人：史支焱

成立日期：2005 年 11 月 25 日

注册资本：26445.9557 万元

经营范围：信息、网络设备的设计、租赁、销售与服务；研究、开发现代电视技术及其在宽带网络中的应用；承揽研究、开发、设计、建设、管理、维护多媒体互动网络系统及应用平台，提供与网络相关的软件、硬件领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，文化艺术交流策划，企业管理咨询，企业形象策划，市场营销策划，多媒体科技领域内的技术开发，平面设计。

持股比例：100%

#### **(4) 上海文广互动电视有限公司**

住所：南京西路 651 号广电大厦 23 楼

法定代表人：史支焱

成立日期：2001 年 12 月 30 日

注册资本：9520 万元

经营范围：以互动方式在传输网络、网站中传播广播、影视节目及相应市场运营为主营业务，兼营其他相关产业，广播电视节目制作、发行，电视节目制作，电视频道接收设备、电子产品、办公用品、五金交电、日用百货、工艺礼品、电器产品、机械设备、服装鞋帽、化妆品、针纺织品、钟表、眼镜（隐形眼镜除外）、汽车零配件、通讯器材、汽车装饰品、体育用品、洗涤用品、母婴用品、厨房用品、家居用品、家具、金银饰品、玩具、一类医疗器械、健身器具、计算机软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售，电子商务，在计算机专业领域内从事技术咨询、技术服务、技术开发、技术转让，承接各类广告的设计、制作、发布、代理，旅游咨询（不得从事旅行社业务），游戏产品运营，第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务），第二类互联网视听节目服务（范围详见许可证）。

持股比例：68.07%

#### **传媒娱乐相关服务**

##### **广告：**

#### **(5) 上海东方明珠国际广告有限公司**

住所：中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 1 号

法定代表人：王盛

成立日期：1994 年 11 月 02 日

注册资本：5000 万

经营范围：设计、制作、发布、代理各类广告，组织海内外文化体育交流活动。

持股比例：100%

#### **(6) 艾德思奇 (adSage Corporation)**

adSage Corporation 是 2011 年 4 月 18 日在开曼群岛注册成立的豁免有限公司 (Exempted Limited)。

企业法人营业执照注册号为 0I-255112.

授权资本 US\$50,000

注册地址: Floor4, Willow House, Cricket Square, POBox2804, GrandCaymanKY1-1112, Cayman Islands

注册代理: Offshore Incorporations (Cayman) Limited 经营范围: 主要从事数字营销业务, 一般经营项目: 技术开发、技术服务、技术咨询; 货物进出口; 技术进出口; 代理进出口; 代理、发布广告。

持股比例: 54.7785%

#### **游戏:**

##### **(7) 上海东方明珠文化发展有限公司**

住所: 中国(上海)自由贸易试验区马吉路2号1303E室

法定代表人: 许峰

成立日期: 2013年10月01日

注册资本: 20000.00万人民币

经营范围: 文化艺术交流策划, 文化艺术创作, 文化艺术咨询, 工艺美术品的销售, 实业投资, 投资管理, 投资咨询, 设计、制作各类广告, 利用自有媒体发布广告, 从事货物及技术的进出口业务, 转口贸易, 区内企业间的贸易及贸易代理, 区内商业性简单加工, 应用软件开发、销售及咨询, 信息咨询, 数字出版咨询、数字出版软件的销售, 计算机应用软件开发, 计算机软硬件及网络系统的技术开发, 电子通讯产品的技术开发及外观设计及相关产品的销售和咨询服务。

持股比例: 100%

上海东方明珠文化发展有限公司与索尼(中国)有限公司为上海东方明珠索乐文化发展有限公司、索尼电脑娱乐(上海)有限公司的股东。

##### **(8) 上海百家合信息技术发展有限公司**

住所: 中国(上海)自由贸易试验区马吉路2号27层04室

法定代表人: 凌钢

成立日期: 2013年10月1日

注册资本: 7900万美元

经营范围: 设计制作开发游戏及娱乐应用软件, 游戏及娱乐应用软件的批发, 游戏机相关技术咨询和服务, 商务咨询服务。

持股比例: 51%

#### **视频购物与电子商务:**

##### **(9) 上海东方希杰商务有限公司**

住所: 上海市洛川东路487号

法定代表人: 徐辉

成立日期：2004 年 01 月 15 日

注册资本：1503.1292 万美元

经营范围：通过电视、电话、邮购、互联网络方式开展服装、日用百货、化妆品、家用电器、建筑装潢材料（钢材、水泥除外）、家具、自行车、通讯器材、数码产品、文教体育用品、眼镜（除隐形眼镜及护理液批发、零售）、照相器材、金银（除进出口）、珠宝及饰品、花卉、预包装食品（含熟食卤味、冷冻冷藏）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、酒类的批发、零售、进出口（除裸钻、毛钻）、佣金代理（拍卖除外），并提供相关配套服务；商务信息咨询、投资咨询、企业管理咨询、国际经济咨询、科技咨询、环保信息咨询、贸易信息咨询、企业策划咨询；网络技术和计算机软硬件研发、制作，计算机系统集成，销售自产产品，提供相关的技术服务、技术培训、技术转让；道路普通货物运输。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。

持股比例：84.156%

#### **文化娱乐旅游：**

##### **（10）上海东方明珠广播电视塔有限公司**

住所：中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 1 号

法定代表人：徐辉

成立日期：1995 年 04 月 06 日

注册资本：32100 万元

经营范围：广播电视传播服务，展览服务，登塔观光服务，照相彩扩，烟草专卖零售（取得许可证件后方可从事经营活动），酒类零售，游艺设备、旅游工艺品、珠宝首饰、百货、预包装食品、散装食品（不含散装熟食卤味）的销售，咖啡馆（含无烹制简单餐饮），食堂（不含熟食卤味），黄金饰品及金银质纪念币（章）、珠宝玉器、工艺美术品的零售，自有房屋租赁，物业管理。

持股比例：100%

##### **（11）上海国际会议中心有限公司**

住所：中国（上海）自由贸易试验区滨江大道 2727 号

法定代表人：黄晋

成立日期：1996 年 10 月 08 日

注册资本：66000 万元

经营范围：会议、展览场地租赁，国内贸易（除专项规定），保龄球，游泳，歌舞厅，卡拉 OK 包房，桌球，中西餐，饮料，堂饮酒，国产烟零售，住宿，商场，停车库。电影放映。

持股比例：70.15%

##### **（12）东方明珠安舒茨文化体育发展（上海）有限公司**

住所：中国（上海）自由贸易试验区马吉路 2 号 615 室

法定代表人：黄晋

成立日期：2009年05月06日

注册资本：4280.00万美元

经营范围：演出场所经营、体育场馆经营、竞赛表演经营、场馆租赁、停车场出租，日用百货、服装鞋帽、箱包、家居用品、纪念品、预包装食品（含熟食卤味、含冷冻冷藏）、酒类的零售（限分支机构经营），提供相关配套业务，物业管理，文化创意策划咨询。

持股比例：51%

#### 文化地产：

##### （13）上海东方明珠房地产有限公司

住所：上海市浦东新区临沂路63号—67号

法定代表人：凌钢

成立日期：1992年07月10日

注册资本：48573.620000万人民币

经营范围：房地产开发、经营，实业投资，投资管理，国内贸易（除专项审批外），房屋租赁，建筑材料，房屋管理，社会经济咨询，文化信息咨询，文化艺术交流策划，投资咨询，企业投资，物业管理，停车场（库）经营。

持股比例：56.85%。

##### （14）山西东方明珠置业有限公司

住所：山西省太原市青年路5号

法定代表人：罗祥林

成立日期：2008年1月15日

注册资本：90000万元

经营范围：房地产开发；酒店管理；百货零售、建材（除木材）零售；物业管理；灯光设计与安装、调试；灯具销售；停车服务；会议会展服务；（以下经营范围只限分支机构使用）餐饮服务；烟、酒的零售；住宿服务；洗浴；文艺演出；健身；游泳馆。

持股比例：66%

其中，对公司净利润影响达到10%以上的子公司情况如下：

单位：元 币种：人民币

	百视通网络电视技术发展有限责任公司	上海东方希杰商务有限公司
业务性质	媒体技术开发与营运	商务信息咨询
注册资本	264,459,557.26	117,149,840.08
总资产	4,075,697,734.31	1,944,441,031.95
净资产	2,924,780,073.95	1,868,584,717.27
主营业务收入	1,992,124,336.30	1,098,838,301.84
主营业成本	1,050,752,511.81	215,283,332.88
主营业务税金及附加	7,250,151.51	5,012,264.57



主营业务利润	941,371,824.49	878,542,704.39
净利润	623,124,622.34	502,029,552.11

## 8、公司控制的结构化主体情况

2015年10月31日，公司第八届董事会第七次会议审议通过《关于对控股子公司艾德思奇进行整合的议案》、《关于调整向控股子公司艾德思奇增资方案的议案》和《关于以预期分配金额对北京艾德思奇再增资的议案》等拆除VIE架构并进行境内、外重组的议案，并于11月3日各方签署了《关于艾德思奇集团重组之框架协议》、《关于北京艾德思奇科技有限公司控制协议的终止协议》、《关于 adSage Corporation 和北京艾德思奇科技有限公司之增资协议的补充协议》和《北京艾德思奇科技公司收购昂然时代科技公司股权转让协议》。

协议签署后，东方明珠新媒体投资发展部及艾德思奇加快推进重组工作，由于境外艾德思奇（香港）公司关闭需要至少3-5个月公示期，因此截止至2015年12月31日，艾德思奇（香港）公司和艾德思奇（开曼）公司尚未完成关闭工作。艾德思奇美国子公司股权，已经通过北京艾德思奇科技公司收购昂然时代科技公司100%股权的方式，股权重组在境内主体公司名下。

根据《关于艾德思奇集团重组之框架协议》2.1-2.7条款，已经基本完成完成重组大部分工作，尚有如下三点工作仍在继续加快推进：（1）唐朝晖、关荣建股权回落；（2）境外艾德思奇相关和开曼公司关闭；（3）百视通投资对艾德思奇支付2000万增资尾款。

### （三）公司关于公司未来发展的讨论与分析

#### 1、行业竞争格局和发展趋势

##### （1）“互联网+”效应显著，新媒体的经济引擎作用更为突出

2015年，在“互联网+”行动计划的推动下，新媒体将加速向全行业渗透，创造更多的就业机会，新媒体经济占GDP的比重会进一步加大。

##### （2）通过用户构筑入口价值，用户规模决定商业模式的多样化

与传统电视媒体相比，国内新媒体行业更注重对渠道和终端的对接和把控，进行用户的争夺，实现对流量入口的控制是竞争成功的关键。未来新媒体行业公司将继续抢占用户构筑平台入口价值，通过丰富的内容和极致的体验来聚集人气，累积用户规模，集中精力打造成一个大娱乐平台。在活跃用户规模达到一定量级的时候，就能从简单的内容收费向广告、电子商务、游戏模式、应用分成等多样化的商业模式发展。

##### （3）互联网媒体正在由PC端向电视大屏端和移动终端转移，IPTV、OTT、视频客户端正在形成新的竞争格局

随着互联网技术和基础条件的提升与发展，以及客户对媒体应用体验要求的提升，电视大屏和移动终端正在成为互联网媒体传播应用的主要载体。IPTV、OTT、视频客户端也就成为互联网媒体的主要产品，有线电视仍是电视大屏用户基础规模最大的产品。

根据国家产业政策，IPTV的运营格局日益清晰，全国内容分发主体，地方广电的分平台播控主体，各地电信运营商的传输和市场运营主体在IPTV业务中的角色分工进一步确定，技术开发和运维主体、资本投资主体也会在IPTV业务中发挥作用，一个多元利益格局的IPTV业务新体系正在

形成。公司将依赖自身的内容、技术、运维、资本和市场拓展优势，继续在全国IPTV业务发展中实现重要作用和功能价值。

OTT业务已成为互联网媒体发展的热点，相当多的互联网企业、社会资本分别从终端和内容（IP）入手进入OTT业务领域，全国七大互联网电视集成播控牌照方，也以不同方式开展此项业务。公司立足自身内容和集成播控平台运营优势，严格按照181号文件要求展开此项业务完整产业链的运营，打造OTT业务的超维生态，对接各合作伙伴的终端生产和营销能力，建立平台利益的分享模式，在激烈的市场竞争中赢得主动，确保产业政策要求的管控规范落地。

视频客户端正成为互联网媒体的重要产品，有很大的传播力、影响力，当前各方投资和运营主体都在通过此产品来拓展在互联网阵地的影响力和提高行业地位。由于产业政策对此产品尚未形成运营管控格局，其市场竞争程度更为激烈。各方主体主要是通过内容优势，渠道优势和商业模式优势来进行市场份额的争夺，相当资本投资也对此加以关注，促使这一产品的竞争更加白日化。公司运用自身的资源条件，从渠道、内容、运营格局差异化优势出发来跻身视频客户端的行列，并与电视大屏和VR应用实现互动来打通用户，以满足所有用户的各种不同需求为宗旨，向这一产品的行业排名前列付出努力。

截止到2015年上半年，我国有线电视用户规模已超过2.4亿户，家庭入户率达到54.70%以上，有线电视家庭用户覆盖率达到56.90%，有线电视仍是当前我国最主要的视频收看方式之一。我国有线数字电视家庭用户数量达到19,496.1万户，数字化率达到81.00%，其中：高清数字电视用户占比逐年上升，用户规模达到5,466万户，占全国有线电视用户的22.71%；双向网络覆盖用户数量达到12,263.6万户，占有有线电视用户总量的50.95%；双向网络渗透用户数量达到4,176.6万户，占有有线电视用户总量的17.35%；个人宽带用户增长加快，用户规模突破1,450万户，达到1,492.2万户，占有有线电视用户总量的比重达到6.20%。我国有线电视用户结构性变化显著，主要表现在：1、高清用户快速增加，新增市场份额超九成；标清用户增速下滑明显，部分地区负增长；2、双向网络覆盖率过半；3、有线宽带业务提速增长。公司从有线数字内容成分发和推进DVB+OTT运营来提升用户体验、满足用户需求、增强用户粘性，更大程度地扩大用户规模和价值。公司将与中国广播电视网络有限公司合作建设全国有线电视内容成分发平台，对接各地有线电视运营商拓展有线电视的全国业务。

#### **(4) 内容领域竞争持续升温，“差异化”和“原创”成为内容方面的强大竞争力**

获取用户是新媒体行业商业模式的基础，而内容资源是吸引用户，并持续保持用户粘性和忠诚度的核心资源。作为行业竞争的核心要素，新媒体公司对内容资源的竞争日趋激烈，纷纷在内容资源的质量、覆盖面、差异性上做了更多的投入。在影视剧内容领域，新媒体行业公司一方面持续扩大支出增加外购精品内容资源的同时，另一方面越来越重视原创视频内容的开发，鼓励生产个性鲜明的原创视频内容，建立起内容的差异化竞争优势。在综艺节目领域，新媒体行业公司在外购各种经典综艺节目模式加以本地化开发的同时，开始向内容模式的上游探索，通过参与原创的模式内容开发，获取第一手的内容模式资源，以独创的综艺节目内容赢得用户。

#### **(5) 云计算、云存储和大数据技术带来新的服务和盈利模式**

通过云计算和云存储技术，新媒体行业将通过云端大数据的挖掘和分析，更全面、准确的了解用户的兴趣和需求，借此建立起全新的新媒体内容制作和个性化推荐模式，以及全新的新媒体

媒资生产流程，为用户提供个性化、交互化、社交化的服务。在上述趋势影响下，拥有大数据挖掘和分析技术的新媒体公司有能力通过云端个人行为轨迹大数据挖掘和分析，发掘每个用户的行为习惯和关注焦点，为每个用户推荐更个性化的媒体内容和更精准的广告营销，从而与其他竞争者拉开差距。此外，大数据本身具有很大的商业价值。一旦掌握海量的视频、购物、游戏等用户信息数据，以及用户行为数据、平台数据和消费数据，在法律法规允许的范围内，数据本身可以产生为第三方服务的巨大商业价值。

#### **(6) 移动网络购物市场高速发展**

根据艾瑞咨询《中国互联网经济趋势洞察报告（2014-2017年）》，商业零售的互联网化进程进一步加快，2013年网络购物的市场规模达到了18,500亿元，预计网络购物在未来五年中的年均增速将为22%。其中手机购物市场更是迎来了爆发式增长，2013年中国手机购物市场规模为1,564亿，预期2017年将达到9,946亿元，年均增速达到59%，为网络购物年均增速的2.7倍。产业链方面，智能终端已经呈现出硬件成本变低，性能却越来越强大的趋势，用户在终端选择上更加多样化；网络方面，未来3G资费逐渐调低将加快3G网络的普及率，未来国内4G网络的进一步开放也将极大促进无线网络环境的改善，将有更多手机、平板电脑用户形成移动购物习惯；用户方面，移动网络购物已经成为用户填补碎片时间的一大选择，用户购物的偏好向个性化、高端化方向发展；企业方面，电商企业寻找更多渠道为移动端引流，针对移动端的营销形式更加多样化，同时完善移动端使用功能，加强移动支付安全建设，使移动网购更加便捷、安全等，促使移动网络购物渗透率增加。

#### **(7) 广告进一步从传统媒体转向新媒体**

作为媒体的主要收入来源，广告日益转向新媒体，电视广告和报纸广告的市场份额已经出现明显的下滑态势，未来网络广告尤其是移动广告的收入份额将继续增长。广告业务从品牌类广告向数字化营销、精准营销转化，从PC到移动端，从多屏到跨屏，精准将成为了新时代广告投放的共同追求。

## **2、公司发展战略**

为适应行业发展，推动公司“互联网+”转型，公司于报告年度完成了重大资产重组，成为上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（以下简称“SMG”）统一的产业平台和资本平台公司。公司正以强大的媒体业务为根基，以互联网电视“大屏”和移动终端为切入点，构筑以互联网电视为核心的互联网媒体生态系统，探索流量变现与收费并举的商业模式，加快推进从产品运营向平台运营、从业务经营向用户经营、从经营获利向经营与资本获利并举的三大转变，打造中国最具市场价值和传播力、公信力、影响力的生态型互联网媒体集团。

## **3、经营计划**

未来，公司将本着“生态开放、利益共享”的原则，基于经营资质建立完整运营和有竞争优势的播控平台，集聚多元化内容，覆盖多元化渠道，依托多元化模式，提供多元化产品，形成极致产品竞争力，力争在2016年实现跨越式发展，实现互联网电视家庭月活跃用户突破2500万，成为中国互联网电视第一入口，实现BesTV移动客户端日活跃用户突破1000万，进入移动视频客

户端前十名。

为加快战略目标和互联网媒体生态系统的落实，公司积极探索、明确未来的发展思路，从内容、渠道与平台、传媒娱乐相关服务三方面优化并完善互联网媒体生态，加快实现从产品运营、业务经营向平台运营、用户经营的转型。具体如下：

**(1) 在内容方面，着力形成独特的内容生产聚合模式和运营体系，在垂直和细分领域开展布局。**

公司依托与 SMG 协同、自制与版权运营，形成门类齐全、规模庞大、特色明显的内容聚合与应用集群，通过“独播+直播+首播”的方式为用户提供独特的内容观看体验，通过聚合视频、应用、服务为用户提供多元化的服务享受。2016 年，公司将进一步开拓在影视内容、体育内容和综艺内容方面的发展，并在垂直和细分领域开展布局。

1) 独播方面，公司将继续与重要版权方合作，获取重要版权资源。

2) 直播方面，公司将推出几大类直播产品：新闻直播类由 SMG 新闻中心全新打造的 7 \* 24 小时的新闻直播流、体育赛事和活动的直播类以及演唱会、高端演讲类的产品。

3) 首播方面，公司将借助 SMG 内容优势，获取互联网综艺、影视剧等方面，在公司各平台上进行首播。

4) 垂直和细分领域方面，将重点关注音乐、动漫、教育等垂直细分领域，汇聚优质资源，行程独特布局。

5) 资金投入方面，2016 年公司预计用于采购版权及内容制作的基础费用为 10 亿左右，如果发掘更多符合市场价值，符合平台受众的节目内容，公司版权内容的采购资金或者合作资金会不断上升。

**(2) 在渠道方面，完善“B2B+B2C 双布局，大屏+小屏共运营”的独特格局；在平台方面，围绕云平台架构形成互联网战略转型技术引擎。**

### 1) 渠道

在大屏端，公司进一步明确 B2B 和 B2C 双布局、共成长的新格局，并完善用户体验和内容呈现；在小屏端，公司将通过推进战略伙伴合作、NGB-W 等项目，加快实现 BesTV 客户端活跃用户规模两年内超过 5000 万的目标。在 B2B 市场格局上，公司将进一步开展与电信运营商渠道、有线网络运营渠道的合作；在 B2C 格局上，公司将继续在电视大屏与移动终端同时发力。

2016 年，公司还将在 2B 市场新推出与现有大屏业务联动的 BesTV 手机移动端产品，实现小屏和大屏在内容、产品、技术平台、运营等全面联动和融合。这个产品已经获得合作伙伴高度认可，正在多个省进行产品大规模商用前的最后准备工作。

公司 IPTV 业务要利用公司在内容、技术、市场、资金等方面的优势，与电信运营商、地方广电密切配合，通过各种合作方式和运营模式，实现对接更多用户、分发更多内容的目标，提升增值服务营收比重，赢得 IPTV 业务技术转型、业务拓展的机遇，确保 IPTV 业务市场份额第一的地位，为未来实现互联网电视的用户转换、产品转换、能级提升奠定基础。进一步厘清公司 IPTV 业务与爱上公司的协同关系，按照爱上公司章程和合资合同的约定，发挥公司在爱上公司的作用，推进爱上公司对公司 IPTV 业务的协同。

为进一步提升 IPTV 用户的 ARPU 值、提升产品的用户黏性，公司创新的把公司 IPTV 大屏业务

与 BesTV 手机客户端在内容、产品体验、技术平台、运营、用户订购、支付等多个环节全方位打通，为用户提供“一屏订购多屏使用”、“灵活甩屏”、“多屏支付”、“清晰度多屏自适应”的极致多屏互动产品体验，大大提高用户同时购买公司的大屏业务和小屏业务的占比，不仅进一步提升用户的黏性，还可以大大的提高单用户的 ARPU 贡献。公司的这种极致的全新的多屏互动产品在前期设计阶段已经获得数个合作伙伴和市场的热烈支持，目前已在多个市场进行了产品规模商用前的最后准备工作。

## 2) 云平台

公司将继续围绕用户身份识别和价值管理，以统一用户管理和大数据为核心架构云平台，通过建立并完善用户管理系统、支付系统、媒资系统、广告分发系统、游戏发行平台、电商系统等核心应用，满足多渠道、多产品的业务发展需求，完成全产业链、全平台的整合。在实现用户实时数据的获取和用户信息的贯通的同时，为大数据平台建立数据基础，最终打通各个平台和业务的用户系统，形成上亿规模的用户体系，成为真正的平台及入口。

以云平台的定位和整体建设目标为导向，参照云平台的整体架构设计，结合自身现有的实际情况，未来的重点投入方向具体如下：

建设安全可靠、稳定高效的混合基础架构和管理体系；

建设整体管理和运维的基础体系，为协同的运维体系提供足够的工具和能力；

建设大数据基础平台、大数据服务和管理体系；

建设和完善内容媒资服务体系，提高内容媒资的服务能力；

建设用户系统、结算系统、和其他支持各个业务协同运营服务能力模块；

建设和完善内容分发网络（CDN）的服务能力。

### **(3) 在传媒娱乐相关服务方面，加速互联网生态业务布局及流量变现。**

未来，公司将进一步夯实流量变现的四大产业基础，发挥原有产业优势，为实现互联网新媒体的商业价值而努力。

## 1) 数字营销与广告

打造基于大数据和整合营销的广告新格局、新模式。一方面进行各载体有效整合，通过加大与 SMG 广告经营中心合作力度，发挥艾德思奇的功能性作用，进一步扩大整合营销的规模，探索商业模式，提升市场影响；另一方面进一步挖掘自有新兴媒体用户价值，实现自身新媒体广告收入的大幅扩张。

未来，公司将着力打造东方明珠的数字魔方的战略，在以下三个维度进行创新：

第一，产品创新。公司将依托移动端和互联网电视爆发式增长，拓展数字营销的价值空间，同时对 IPTV 进行数据改造，获取公司互联网广告的预算份额，从而与 SMG 地面频道进行区分。此外，将对户外媒体进行改造，依托公司强大的传输数字能力和其他的商业 Wifi 运营者，进行 Wifi 双向改造获得用户数据。

第二，模式创新。公司将通过更大的用户量的积累，扩大艾德思奇在搜索广告在 DSP 领域的规模优势，联合第三方进行价格评估，用用户统一的方法优化媒体组合。同时，公司将依托正在进行云平台大数据的建设，打造跨屏广告发布系统，从订单管理、库存管理到数据回传精准测算，为广告者精准投放。

第三，价值创新。公司将通过 T 型的模式从横向整合行业的资源，抢占更大流量入口，优化现有的资源架构，提升整体数字化的属性，完善数字营销的布局。公司将围绕垂直细分的人群，依托内容的营销 O2O，包括和电商合作，实现从平台到效果整体传播，激发效益行为，实现营销的价值闭环。

2016 年，公司将通过跨屏矩阵的方式来售卖，用精准投放的方式，用整合营销的方法与行业耦合发展，不断为广告主创造价值，传递价值。

## **2) 视频购物与电子商务**

公司以视频购物为重心，进行平台协同联动、渠道资源融合、全国布局优化、业务模式创新，积极探索利用移动互联网、VR 等技术对接现有的品牌公信力、媒体表现力与运营服务能力，挖掘消费者潜在需求，打造沉浸式购物体验。

在渠道运营方面，继续布局，以移动端为主要平台扩张全国市场，与有线电视等传统渠道互为犄角，满足与发展更多用户；利用互联网海量云存储平台优势，丰富商品选择，延伸服务半径，做强增量业绩。在品牌营销方面，精准定位用户画像进行分类营销，加强垂直领域合作挖掘商品潜力。在业务创新方面，启动移动端全国各区域分站运营，移动端栏目垂直化与全球购业务差异化运营，合作研发国内领先的 VR 立体拍摄技术、建设外拍基地以实现业内领先、所见即所得式的交互购物体验，逐步实现分区、分阶段覆盖全国网络电视购物、互联网电视购物、移动视频购物等领域，实现以移动视频购物为特色的全媒体全面融合，实现运营规模与盈利能力同步提升的发展目标。

## **3) 游戏**

公司将依托独有的主机游戏渠道及大屏、移动端渠道优势，以大 IP、大发行为抓手，聚合游戏内容，整合产业资源，形成产业链闭环，拓展游戏产业的深度运作和价值实现。同时，聚焦云游戏、VR 应用等产业前沿，占据先发优势。

2016 年，公司争取上线主机游戏 100 款，并实现百万级的主机活跃用户；同时，公司将引进一到两款例如《魔兽世界》级的游戏大作。公司将进行新的产业布局——云游戏的布局，即通过云平台和云计算的技术，将作品云化，在终端上呈现，实现游戏用户的挖掘和积累。

## **4) 文化娱乐旅游及文化地产**

公司将充分利用线上全媒体传播的优势和竞争力，结合在文化旅游运营上的积淀，进一步推动线上线下的协同发展，将线上传播业务与线下文化旅游和娱乐等结合起来，加大内容制作和媒体渠道运营对线下业务的互动和协同，将线上优秀内容向线下移植，引导线上媒体平台用户购买线下产品及服务，做大做强线下文化旅游和娱乐板块。

2016 年，公司将依托东方明珠电视塔、上海国际会议中心、梅赛德斯奔驰文化中心、东方绿舟度假村等上海地标性建筑，立足文化娱乐旅游产业的制高点，通过用户打通，进一步提升受众游客规模和迪士尼溢出效应。公司将着力推进东方明珠 0 米大厅、大球体未来上海环动多媒体秀、3D 全息 VR 声场结合沉浸式互动数字娱乐震撼体验应用和广场开放项目，将东方明珠电视塔转变为文化娱乐的综合体。

未来，公司还将基于在资金、用户和互联网媒体生态方面的优势，围绕用户经营，聚焦渠道、

内容和应用三个领域，通过存量资产盘活和增量资源投入的资本运作，并同步推进战略控股型投资与生态布局型投资，通过一体化业务组合的优化及生态联盟的打造进一步推动公司一体化发展和跨地区业务的拓展，完善互联网媒体生态布局，加快外延增长步伐，驱动公司从主要依靠经营性收益向经营性与资本性收益并举的盈利模式转型，加快实现成为新型互联网媒体集团的战略目标。

#### **4、可能面对的风险**

##### **(1) 重组后的整合风险**

重组完成后，被吸并和收购方的资产、业务及人员将整合进入上市公司。公司重组后的整合主要体现为产品、研发、采购、销售、人员、管理等方面的整合。前述整合过程是否能够达到上市公司各项业务间充分协同并实现跨越式发展的预期目标存在一定的不确定性。

##### **(2) 市场风险**

重组完成后，公司业务涉及文化传媒行业、影视剧行业、广告行业、游戏行业、媒体购物行业、旅游行业等多个行业。未来，随着各个行业的繁荣发展，市场参与者不断增加，越来越多的行业内及行业外竞争者开始布局该领域的业务，以期望充分享受行业高速发展带来的市场及盈利空间，市场竞争将进一步加剧。公司可能面临在客户积累、信息技术运用、供应链模式、用户体验等方面未达到预期目标的风险。同时，激烈的市场竞争对公司的经营模式和管理水平提出了较大的挑战，并可能对公司的市场份额及盈利能力带来一定的不利影响。

##### **(3) 技术风险**

重组完成后，公司在 IPTV、互联网电视、云平台、有线数字电视等方面已经掌握了关键的核心技术。公司也将面向 IPTV、OTT、数字电视、在线视频、手机电视等全媒介渠道，跨越手机、PC、PAD、电视等四大屏幕，进一步发展云技术，建设完善云平台。面对新媒体行业的不断发展，市场竞争的不断加剧，用户要求的不断提升，公司在正常经营管理中，对核心技术和核心技术人才存在一定的依赖性。未来随着公司业务规模的进一步扩大，如果不能同步完善及更新业务技术、稳定及扩大人才储备，公司将面临一定的技术风险，制约公司的发展。

##### **(4) 知识产权侵权和纠纷风险**

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。具体表现为，版权属于公司的节目可能被其他平台盗版、盗播，不排除某些企业利用避风港原则播出后侵害我公司权益。

## **七 涉及财务报告的相关事项**

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

2015年8月13日公司第八届董事会第三次会议审议通过《关于上海东方明珠新媒体股份有限公司会计政策统一描述和会计估计变更的议案》。本次会计政策统一描述和会计估计变更对公司的影响：

1、本次会计政策统一描述对公司业务的范围无影响。根据《企业会计准则第28号——会计



政策、会计估计变更和差错更正》的规定, 固定资产分类和折旧计提方法的统一描述、无形资产摊销的统一描述和业务板块收入确认的统一描述, 仅为对该等会计政策的统一描述和细化, 不会对以往各年度财务状况和经营成果产生影响, 无需追溯调整。

2、本次会计估计变更对公司业务的范围无影响。根据《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的规定, 变更应收账款和其他应收款坏账准备计提比例属会计估计变更, 应采用未来适用法进行会计处理, 不会对以往各年度财务状况和经营成果产生影响, 无需追溯调整。

针对本次变更采用账龄分析法计提应收账款和其他应收款坏账准备的计提比例后, 运用该会计估计变更分别对会计估计变更日前三年进行了测算, 合计增加公司利润总额 114.73 万元、增加净资产 86.05 万元。具体的影响见下表:

时间	应收账款 采用账龄分析法计提应收账款的计提比例变更比较表		
	按原计提比例	按变更后计提比例	影响金额 (元)
2012 年	24,827,195.14	18,470,480.26	-6,356,714.88
2013 年	46,183,457.57	42,351,414.03	-3,832,043.54
2014 年	94,242,415.45	89,231,004.25	-5,011,411.20

时间	其他应收账款 采用账龄分析法计提其他应收账款的计提比例变更比较表		
	按原计提比例	按变更后计提比例	影响金额 (元)
2012 年	22,403,181.73	26,472,200.05	4,069,018.32
2013 年	21,794,478.92	26,688,972.45	4,894,493.53
2014 年	39,116,581.86	44,205,911.53	5,089,329.67

时间	应收账款 计提比例变更影响金额	其他应收款 计提比例变更影响金额	影响金额合计 (元)
2012 年	-6,356,714.88	4,069,018.32	-2,287,696.56
2013 年	-3,832,043.54	4,894,493.53	1,062,449.99
2014 年	-5,011,411.20	5,089,329.67	77,918.47
合计	-15,200,169.62	14,052,841.52	-1,147,328.10

详见公司于 2015 年 8 月 15 日在上海证券交易所发布的公告 (临 2015-088)。

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的, 公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

7.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

截至 2015 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
百视通网络电视技术发展有限责任公司
上海文广科技（集团）有限公司
上海广电影视制作有限公司
百视通在线（开曼）有限公司
风行网络有限公司（注 1）
上海百家合信息技术发展有限公司
上海广电通讯网络有限公司
百视通投资管理有限责任公司
上海东方龙新媒体有限公司
百视通国际（开曼）有限公司
百视通国际(香港)有限公司
百视通国际（新加坡）有限公司
百视通新媒体国际(香港)有限公司
上海东方广播电视技术有限公司
上海文广奥迪欧音频科技有限公司
上海东华广播电视网络有限公司
上海山德电器维修站有限公司
上海新兴媒体信息传播有限公司
池上兼松（上海）维修站有限公司
上海广播电视设备维修站有限公司
上海百视通数字电影院线有限公司
北京风行在线技术有限公司（注 1）
天津经纬信息技术有限公司（注 1）
风行视频技术（北京）有限公司（注 1）
武汉风行在线技术有限公司（注 1）
上海东方宽频传播有限公司（注 1）
上海欢腾宽频信息技术有限公司（注 1）
百视通投资（香港）有限公司
ADSAGE CORPORATE（注 2）
艾德思奇科技有限公司（香港）
ADSAGE CORPORATE (Seattle)
昂然时代科技(北京)有限公司
北京艾德思奇科技有限公司
北京昂然时代广告有限公司
无锡艾德思奇科技有限公司
上海搜趣广告有限公司
无锡艾德思奇软件有限公司
无锡艾德无线广告有限公司
昂然时代公司

子公司名称
上海东方明珠广播电视塔有限公司
上海城市历史发展陈列馆有限公司
上海东方明珠空中旋转餐厅有限公司
上海国际新闻中心有限公司
上海明珠水上娱乐发展有限公司
上海东方明珠游乐有限公司
上海国际会议中心有限公司
上海国际会议展览有限公司
上海东方明珠国际旅行社有限公司
上海东方明珠国际交流有限公司
上海七重天宾馆有限公司
上海东方绿舟宾馆有限公司
上海东方绿舟度假村有限公司
上海东方明珠移动电视有限公司
上海东方公众传媒有限公司
上海东方明珠传输有限公司
上海东方明珠信息技术有限公司
上海东方明珠广播电视研究发展有限公司
上海东方明珠数字电视有限公司
上海东方明珠国际广告有限公司
澳大利亚东方明珠国际控股有限公司
上海东方明珠投资管理有限公司
上海东蓉投资有限公司
上海东秦投资有限公司
上海东方明珠教育投资有限公司
上海东方明珠置业有限公司
上海辰光置业有限公司
上海东方明珠实业发展有限公司
山西东方明珠置业有限公司
上海东方明珠物产管理有限公司
上海东方明珠欧洲城有限公司
上海东方明珠进出口有限公司
上海东方明珠国际贸易有限公司
东方明珠安舒茨文化体育发展（上海）有限公司
上海东方明珠文化发展有限公司
上海东方明珠迪尔希文化传媒有限公司
上海东方明珠房地产有限公司（原名为上海精文置业（集团）有限公司）
上海靓文景观工程有限公司
上海精文城上城置业有限公司
上海精文工程总承包有限公司
上海精文松南置业有限公司
上海五岸传播有限公司

子公司名称
上海五翼文化传播有限公司
上海文广互动电视有限公司
上海游戏风云文化传播有限公司
极车（上海）文化传媒有限公司
上海尚世影业有限公司
上海东方希杰商务有限公司
上海东方电视购物有限公司
上海东方永达汽车销售有限公司
上海东方侨圣房产电视营销有限公司
东方购物（上海）国际旅行社有限公司
上海东方购物拍卖有限公司
嗨鸥全球购株式会社（HIO Global Shopping Co., Ltd）
上海哦仕赏商贸有限公司

注 1：风行网络有限公司协议控制北京风行在线技术有限公司、风行视频技术（北京）有限公司、武汉风行在线技术有限公司各 100% 股权。2015 年 10 月起，对风行网络及其下属子公司股权为 19.7594%，故不再纳入本公司的合并范围。

注 2：ADSAGE CORPORATE、北京艾德思奇科技有限公司及其下属九家公司合并称为“艾德思奇”。

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“六、合并范围的变更”和“七、在其他主体中的权益”。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用

上海东方明珠新媒体股份有限公司

董事长：王建军

2016 年 4 月 27 日