

公司代码：600637

公司简称：东方明珠

# 东方明珠新媒体股份有限公司

## 2017年半年度报告摘要

### 一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经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  
无

### 二 公司基本情况

#### 2.1 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	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	王军	嵇菲菲
电话	021-33396637	021-33396637
办公地址	上海市宜山路757号	上海市宜山路757号
电子信箱	dongban@opg.cn	ji.feifei@opg.cn

#### 2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	36,152,631,532.70	36,796,554,224.63	-1.75
归属于上市公司股东的净资产	26,821,339,184.19	26,488,774,395.69	1.26
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期 增减(%)

经营活动产生的现金流量净额	-824,276,748.06	159,381,798.96	-617.17
营业收入	8,797,433,372.41	7,902,850,823.75	11.32
归属于上市公司股东的净利润	1,223,641,698.40	1,278,667,412.24	-4.30
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	817,311,704.91	762,147,638.36	7.24
加权平均净资产收益率(%)	4.5161	5.0063	减少0.4902个百分点
基本每股收益(元/股)	0.4647	0.4868	-4.54
稀释每股收益(元/股)	0.4654	0.4868	-4.40

### 2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)			166,836			
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	质押或冻结的股份数量	
上海文化广播影视集团有限公司	国有法人	45.04	1,189,969,138	716,335,042	无	0
中国证券金融股份有限公司	国有法人	4.99	131,818,352	0	无	0
上海文广投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	3.74	98,674,067	98,674,067	无	0
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.44	38,146,100	0	无	0
上海国和现代服务业股权投资基金合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.40	37,002,775	37,002,775	质押	18,501,386
绿地金融投资控股集团有限公司	境内非国有法人	1.17	30,835,646	30,835,646	无	0
交银文化(上海)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.17	30,835,646	30,835,646	无	0
上海上汽投资中心(有限合伙)	国有法人	0.93	24,668,516	24,668,516	质押	14,488,911
中国工商银行股份有限公司—中证上海国企交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.81	21,481,391	0	无	0
长江养老保险股份有限公司—长江养老金	其他	0.70	18,501,387	18,501,387	无	0

色定增一号资产管理产品					
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 名有限售条件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 名无限售条件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。				

#### 2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

#### 2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

#### 2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 3.1 经营情况的讨论与分析

公司作为上海广播电视台、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，以引领家庭娱乐生活方式为使命，致力于成为中国领先的新型文化产业集团。报告期内，公司管理层在董事会领导下，在“娱乐+”战略指导下，公司不断夯实基于多元化娱乐 IP 的内容优势，不断拓展基于云技术的融合媒体渠道优势，不断丰富线上线下服务体验，并通过统一用户体系建设不断完善以用户价值变现商业模式为核心的生态体系，构建“娱乐+”生态。通过上述努力，公司业务取得了良好的进展。公司上半年实现营业收入 87.97 亿元，较去年同期增长 11.32%，公司实现归属于母公司净利润为 12.24 亿元，较去年同期减少 4.3%。实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 8.17 亿元，较去年同期增长 7.24%。

##### （一）内容：聚焦精品内容研创与运营，提升多元化娱乐内容竞争力

报告期内，公司在继续强化与控股股东 SMG 内容合作的基础上，依托产业链布局优势，培育独特的头部内容 IP 研创与运营体系，巩固多元化娱乐内容核心竞争力，强化“娱乐+”生态的第一推力。

1、内容研创方面，公司秉承一贯的“都市气质、现实关注”创作理念和“精品化、国际化、全媒体化”发展方向，聚拢优质内容和影视 IP 资源，为全媒体渠道提供优质的定制内容。报告期内，公司一方面继续在都市情感剧领域的制作优势，基于经典日剧 IP 推出电视剧《求婚大作战》，成功登陆东方卫视与腾讯视频平台，获得良好的收视效果，公司还联合腾讯视频推出首部网

络定制剧《约会恋爱究竟是什么》，实现互联网内容创作的突破；另一方面，继续深化与迪士尼、BBC 等国际传媒娱乐巨头在电影领域的合作，培育电影制作与发行能力，与 BBC EARTH 联合制作并发行自然纪录片《地球：神奇的一天》。此外，公司去年与迪士尼联合制作的纪录电影《我们诞生在中国》也于 4 月 21 日在北美院线正式上映。

2、内容聚合方面，公司进一步加大国内外优质内容采购力度，并通过与控股股东 SMG 在内容领域的耦合以及与国内外顶尖内容方的合作，巩固体育、电影、电视剧、少儿动漫、纪实 5 大王牌内容产品的竞争力。报告期内，公司继续开展内容引进及版权合作项目，其中包括引入 HBO《权力的游戏》（第七季）、NBA 新一轮全赛事及 BBC《Top Gear》等精品内容，同时成功获取《极限挑战》、《天籁之战》等多个 SMG 核心综艺版权产品的发行权并实现 BesTV 平台播出。

3、IP 开发与运营方面，公司正逐步完善内容产业链布局及内容运营体系建设，强化头部内容 IP 的获取、孵化与产业化运营能力。报告期内，公司继续推进与国内外内容巨头合作，充实 IP 储备。公司已成功与日本世嘉游戏达成《索尼克：力量》PS 及 Xbox 双平台引入意向，并与俄罗斯知名动画公司 Animaccord 就俄罗斯知名 IP“玛莎与熊”在国内的全渠道运营达成合作。公司还投资了晋江文学城人气 IP 改编的网剧《镇魂》和投资了由超级 IP 改编的电视剧《你和我的倾城时光》，获取相关版权及深度二次开发合作权利。与此同时，公司通过业务、资本合作进一步完善游戏研发、发行能力的培育，提升内容 IP 衍生运营的产业能力。公司发挥与 Sony 的合作优势及 PS 平台资源优势，包揽国行 PS 平台国产 VR 游戏发行。公司与多家电视游戏商、运营商签订了电视游戏合作协议，通过联合推广，向市场推出独立的东方明珠电视游戏平台，发展 B2B 用户，探索可持续商业模式。公司还完成了对北京盖娅互娱网络科技股份有限公司的投资，希望利用盖娅互娱丰富的手游 IP 储备以及研发发行经验强化公司自身的手游研发与发行能力，补足内容 IP 的产业链运营短板。作为公司打通 IP 运营产业链的尝试，公司于报告期内成功完成电影《最终幻想 15：王者之剑》的引进发行，实现影游联动，使“最终幻想”的品牌得到了极大地提高。

## **（二）媒体渠道：大力推进增值与双屏业务，巩固融合媒体渠道竞争力**

报告期内，公司围绕家庭泛娱乐需求，大力发展大屏增值业务和移动互联网业务，巩固和加强 BesTV 融合渠道竞争优势，为“娱乐+”生态提供渠道载体。

1、IPTV 方面，公司发挥多年的内容版权积累、完善的驻地化运营支撑体系和 IPTV 全国内容服务牌照三大优势，进一步加强与中央及地方播控平台的合作，提供“内容产品+技术服务+市场运营+驻地贴身服务”整体解决方案，在继续扩大中国电信市场的用户规模同时，积极拓展与中国移动、中国联通等电信运营商的合作，进一步扩大了用户覆盖规模，有效用户数达到 3600 万，继续保持了 IPTV 业务市场中的领先优势。

2、互联网电视（OTT）方面，公司作为全国七个互联网电视播控平台运营商之一，依托版权储备优势、内容产品优势以及多年的业务运营经验，不断推出新的产品，不断提升用户体验，并不断加强智能终端、推广渠道、市场营销、品牌宣传等各方面工作，继续与华为、联想、夏普、

兆驰、坚果等合作伙伴进行全方位的业务合作。报告期内，公司 OTT 业务用户接近 2100 万户，其中与兆驰合作的风行电视累计出货量超过 350 万台，在同类产品中达到市场领先水平。

3、有线数字电视方面，公司继续加强增值业务服务能力。公司是广电总局批准的 4 家全国数字付费频道集成平台之一，也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，目前运营 15 套全国数字付费频道，其中 13 套为高清频道，是目前中国最大的高清付费频道提供商。报告期内，DVB 付费频道业务方面，标清付费频道覆盖全国 31 个省、市、自治区超过 2 亿数字电视用户，高清付费频道已落地全国 29 个省、市、自治区。公司 DVB 付费点播业务合作平台 38 个，服务用户数超过 900 万。DVB+OTT 业务服务用户数超过 400 万，覆盖上海、重庆、河南、陕西、贵州等省份。

4、手机移动电视方面，公司进一步加快市场布局。公司是全国六家手机集成播控平台之一，通过与电信运营商展开合作，借助运营商营销渠道、流量捆绑等优势，打造出适合市场需求的手机电视产品。报告期内，加强内容产品创新，加强节目自制能力，全面聚合了第一财经、阿基米德、看看新闻 Knews24 等直播入口，开发了包括《边玩边直播》、《欢乐 BBKing》及《ACG 晓得伐》等新产品。加强与控股股东 SMG 优质资源的对接，开发了包括草莓音乐节、迷笛音乐节及各类演唱会产品。加快技术创新，加强 BesTV Live 产品优化、VR 能力优化、语音识别、智能搜索等能力优化。加快运营商 B2B 渠道业务推广，多个跨屏项目上线、开始商用。多个流量合作项目实现快速上线、开始商用。公司加快 B2C 渠道推广，积极拓展与华为、百度视频、番茄视频、Wi-Fi 万能钥匙等流量型互联网公司合作。据艾瑞咨询的数据，BesTV APP 客户端月活跃用户数峰值超过 1900 万，进入视频类 APP 前十。

未来，公司将以 BesTV 为统一品牌，继续扩大用户规模，加强增值业务精细化经营，加快移动互联网业务布局。

公司继续推进互联网全媒体云平台建设，依托一云多屏技术促进 IPTV、互联网电视、有线数字付费电视、移动视频等渠道融合发展，为各项业务的安全、高效运营和创新发展提供技术支撑，推动和支持“娱乐+”生态系统建设和产业布局，BesTV 融合渠道平台用户得到快速增长。

此外，公司还继续推进 NGB-W（下一代广播电视网）宽带网络和物联专网建设，报告期内，虹口 NGB-W 网络建设、杨浦窄带物联网覆盖及区域性应用示范等项目正按计划有序推进，已打通 NGB-W 媒体平台后台内容管理与节点设备系统，累计新用户数 30 万人，实现短信认证用户 49 万。

### **（三）传媒娱乐相关服务：发掘产业生态协同潜力，丰富线上线下服务体验**

报告期内，公司聚焦家庭多样化、个性化需求，不断丰富线上线下服务体验，进一步完善“娱乐+”生态布局，拓展用户价值变现途径。

1、视频购物和电子商务方面，作为全媒体购物行业的领军者，公司以视频购物为重心，进行 PC+APP、TV+目录、IPTV+OTT 的渠道联动，通过天猫旗舰店开设、独有品牌产品开发、APP 客户端重构等举措，全面实施渠道拓展战略、商品开发战略、视频内容战略和运营管理战略，拓展全国

布局，深化商品开发，升级品牌模式，优化用户体验，引领“文化购物”“品质购物”“科普购物”“体验购物”的电视购物 3.0 模式。报告期内，公司探索电信网、有线网、移动网三网联合直播，挖掘自有融合媒体渠道的用户价值，同时在天猫平台开设东方购物旗舰店，利用天猫平台巨大的流量资源以及与东方购物差异化的消费者群体定位，增加业绩增量，并借助天猫渠道的全国渗透力，推进东方购物品牌影响力在非上海地区的培育和提升。公司还对外拓展自有品牌 Marie Bonne 服装合作，获取瑞士先锋口腔护理品牌 Curaprox 库诺登全国电视购物和电商平台总代理权，升级品牌模式。此外，公司开展东方购物 APP 重构项目，完成 APP 前端交互的重新设计和后台 CMS 管理系统的重新构建，以跟踪移动端顾客行为轨迹，了解顾客习惯，提高用户体验及整体服务水平，新系统已于 7 月 23 日正式上线。

2、文化娱乐旅游与地产方面，公司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、东方绿舟等上海地标性建筑，立足文化娱乐旅游产业的制高点，通过线上线下打通、商业模式优化、媒体融合营销等手段，进一步发挥重组协同效应、提升受众游客规模和迪士尼溢出效应。报告期内，东方明珠电视塔继续加快打造丰富多彩的东方明珠城市广场活动，加快从单一的“旅游景点”向集餐饮、购物、观光、游船、博物馆、会展等为一体的文化娱乐旅游综合体变阵。奔驰文化中心引入 NHL 美国职业冰球联赛、UFC 终极格斗等诸多世界顶级文体项目的中国首秀，继续保持演出市场的龙头地位。同时，公司专注探寻“娱乐+”产业链上的机会和细分市场，通过文化、娱乐资源的植入，将成熟的地产运营经验和文娱品牌进行对外输出，营造“娱乐+”物理平台。

3、广告方面，在“娱乐+”战略指导下，公司对广告业务中心和格局作出调整，将数字营销与广告业务从以线上第三方流量经营为核心转变为以自身全媒体流量深度经营为核心。公司是上海规模最大的本地化交通出行类媒体和辐射全国的家庭智能电视营销专家，在整合上海本地公交、地铁、站台、楼宇四屏近五万个终端的同时，扎根东方有线（OCN）及 IPTV 两大客厅媒体，业务覆盖超过 33 个城市，形成了以客厅媒体与户外交通媒体等平台为主的跨屏矩阵，囊括家庭客厅、户外出行等人群，实现 360 度全方位辐射的立体式传播，上海地区渗透率达 90%。

#### **（四）用户：推进用户中心建设，构建统一用户体系**

报告期内，公司继续推进用户中心建设，完善东方明珠会员体系。公司完成了 OPG 旗下主要业务，尤其是线上业务的用户数据汇集与基本画像以及业务数据的整合与综合展示，为数据运营提供了基本支撑。基于视频、购物、游戏等业务的自有标签体系和业务 BI 正加紧上线准备。OPG Club 会员中心的产品架构和跨业务赋能也初具雏形，已完成员工内部的试运营与种子用户的积累。

#### **（五）生态：推进战略合作，打造投融资平台**

报告期内，公司与微软、腾讯分别签署战略合作协议，结合双方优势资源，完善“娱乐+”生态布局。根据战略合作协议，公司智能终端产品将采用微软最新的人工智能技术和基于微软技术的 Azure 智能云平台，结合公司独有的泛娱乐产业资源，打造全新互动体验的智能家庭互娱平台及终端。公司将通过与腾讯公司全方位多业务的合作，实现互联网资源领域的互补结合，带动双方包括在游戏、电竞、影视、动漫的版权和内容运营服务合作，以及新媒体业务、数字电影点播、电视购物等营销渠道的合作运营，并提供强有力的技术保障能力。

同时，公司还继续推进投融资平台建设，聚焦内容、渠道、游戏、商业、旅游等核心业务领域，希望通过存量资产盘活和增量资源投入的资本运作，同步推进战略控股型投资与生态布局型投资，加快外延增长步伐，加快实现成为新型文化产业集团的战略目标。

### **3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响**

适用 不适用

### **3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。**

适用 不适用