

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

## 2021 年年度报告摘要



## 第一节 重要提示

- 1 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 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。
- 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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 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。

### 5 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

公司拟向全体股东每10股派发现金红利2.70元（含税），截至2021年12月31日，公司总股本3,414,500,201股扣除公司回购专用账户中的股份52,600,384股后为3,361,899,817股。以此计算，拟派发现金红利为907,712,950.59元（含税），公司2021年度用于股份回购的金额为500,000,157.78元，根据前述规定，本年度公司现金分红比例为75.67%。

公司拟向全体股东每10股送红股0股、以公积金转增0股。

鉴于公司存在已回购股份，公司将以实施利润分配方案的股权登记日的股份数扣减当日公司回购专用账户中的股份数为基数，按照每股分配金额不变的原则对利润分配总额进行调整。

如在本预案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配金额不变的原则对分配总额进行调整。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

## 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	东方明珠	600637	百视通

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	嵇菲菲
办公地址	上海市徐汇区宜山路757号
电话	021-33396637
电子信箱	dongban@opg.cn

### 2 报告期公司主要业务简介

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（SMG）旗下统一的产业平台和资本平台。公司拥有国内全渠道视频集成与分发平台及独具特色的文化内容、文娱消费等资源，其中线上业务具体包括有线电视、IPTV、OTT、移动互联网终端等全媒体渠道，电视购物、视频购物、影视剧制作及发行、版权管理、游戏业务等，线下业务包括围绕东方明珠广播电视塔、上海国际会议中心（东方滨江大酒店）、奔驰文化中心、东方绿舟等多个上海地标性建筑展开的观光游览、浦江游览、酒店餐饮、会务会展、现场演艺、舞美制作、国际国内旅游、度假休闲、户外拓展等文化旅游及文化地产开发运营等业务。公司通过线上线下业务的整合、打通，满足人民群众不断提高的追求品质生活的需求。

公司蝉联“中国互联网企业 100 强”及“上海百强企业”，并连续 10 年入选中国“文化企业 30 强”。

#### （1）党和国家不断出台相关政策，数字经济发展大潮为行业带来新机遇

2021 年是“十四五”规划的开局之年,是向第二个百年奋斗目标进军的开启之年,也是中国共产党建党一百周年。3 月,国家“十四五”规划纲要正式发布,进一步强调推进媒体深度融合,做强新型主流媒体。6 月,文旅部发布《“十四五”文化产业发展规划》,对新型文化业态发展、文化科技创新与应用、发展生态体系创新、文化产业融合发展等方面做了系统部署与指导。2022 年 1 月,国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》,规划重点强调了数字经济发展重点围绕信息网络基础设施、数据质量提升、数据要素市场、数字化转型、数字技术创新等多个方面。上海市政府也在《2022 年上海市政府工作报告》中提出聚力推进城市数字化转型,加快建设具有世界影响力的国际数字之都,加快经济、生活、治理数字化转型。一系列政策为传媒互联网、文化旅游等行业指明方向,带来新的机遇。

（2）视频企业通过提升内容制作与平台运营能力持续改善盈利能力，并通过探索海外市场及元宇宙不断拓展发展空间

国内三大长视频平台会员数均已进入“亿级”时代，增长已经见顶，电商渗透率也趋于稳定。流媒体视频平台核心逻辑仍是内容为王，优质内容的持续产出是保证流媒体视频平台实现“用户带来收入、收入投入内容、内容再吸引用户”这一飞轮效应持续的基础。国内领先视频平台正通过探索海外市场、内容制作工业化及运营效能优化持续提升盈利能力。视频内容与电商服务不断深度融合，运营效率日益提高。

以 IPTV、OTT 为代表的大屏市场也逐渐进入存量竞争市场。网络视频平台正凭借内容优势，逐步参与到 IPTV、OTT 等业务领域。随着二级播控体系的进一步完善以及 IPTV 在互联网化改造及智慧中台能力方面的不断提升，各省 IPTV 在互联网内容平台深度合作、精细化运营、垂直领域运营方面会不断加强。随着跨屏智慧营销的深化以及垂类运营的探索，OTT 多元化运营潜力将进一步凸显。

着眼未来，元宇宙作为整合多种新技术而产生的新型虚实相融的互联网应用和社会形态，具有较大的发展潜力。以互联网公司为代表的元宇宙先行企业，基于在互联网和移动互联网时代已占据用户核心的需求（如资讯、社交、娱乐、购物等），逐步拓展外延，探索元宇宙生态。

### **（3）5G、智慧城市建设为有线网络发展带来新机遇**

尽管 2021 年全国有线电视实际用户数减少趋势有所放缓，但有线电视网络行业仍然普遍面临竞争加剧、用户流失、成本增加、利润下滑等情况。在此背景下，有线电视网络上市企业积极拓展政企业务，探索建设智慧城市、公共服务、基层社会治理等多个领域。

国网整合和广电 5G 建设为有线网络发展带来新的机遇。中国广电将充分发挥广电 5G 网络覆盖和媒体领域生态资源的独特优势，着力打造广电 5G NR 广播，建设广电 5G 应用平台，探索发展 5G 频道，提供有保障、有特色的 5G 政用、民用、工业用、商用相结合的特色服务。目前，中国广电已全面铺开基站、自有核心网、BOSS 系统等建设，搭建 5G 和有线一体化融合市场体系，启动 19210701 号段内部友好用户放号测试，并在主管部门的大力支持下，聚焦媒体、能源、政务等重点领域，在全国范围开展了超过 100 个广电 5G 示范应用。

### **（4）文旅行业复苏呈现出结构性特征，体验式文化旅游升级助力行业高质量发展**

根据文旅部数据，2021 年国内旅游总人次 32.46 亿，恢复到 2019 年同期的 54.0%（同比增长 12.8%）；国内旅游总收入(旅游总消费) 2.92 万亿元，恢复到 2019 年同期的 51.0%（同比增长 31.0%）。

受疫情冲击，旅游市场已连续两年低位徘徊，但行业复苏呈现出结构性特征。一方面，疫情常态化也倒逼文旅景点加速数字化转型，进一步发展智慧旅游，例如采取强化私域流量等营销模式和虚拟景区、数字博物馆等沉浸体验产品等更好地服务游

客。另一方面，历史人文资源、当代生活方式等新兴大众旅游细分领域发展势头依然向好。根据文旅部下属中国旅游研究院 2020 和 2021 年国内旅游发展报告，近年来，消费人群和市场主体向三四线城市拓展，带动乡村类旅游景区市场热度提升明显；同时，文化休闲成为人民群众生活刚需，疫情常态化影响下围绕主题商圈、城市公园等本地休闲旅游资源开发进一步集中。

### 报告期内公司从事的业务情况

1、报告期内，随着“BesTV+流媒体视频平台”战略的持续推进，通过打造 BesTV+流媒体视频平台，公司业务进一步划分为线上及线下业务，其中线上业务又分为流媒体业务和广电网络业务，具体如下：

#### 线上业务：

##### （1）流媒体业务：

以互联网为主要载体，集聚整合产品、内容、渠道、购物等线上核心资源，加快打造 BesTV+流媒体视频平台一系列多终端、多形态、多功能的新媒体产品，以“内容+电商”和“内容+服务”的模式，为广电媒体融合转型，探索在线新零售的新渠道，为用户提供优质生活方式的解决方案。流媒体业务主要由东方龙、百视通、东方购物、尚世五岸、文化发展、版权运营中心等部门组成，具体包括了通过通信网、互联网、移动互联网连接的电视、电脑、手机、Pad 等终端的全媒体渠道，业务涵盖内容运营、电视购物、视频购物、影视剧制作及发行、版权管理、游戏业务等领域。

##### （2）广电网络业务：

以广电网络为主要载体，持续推进广电媒体融合发展、国网整合、广电 5G 建设等重要任务，同时为“BesTV+流媒体视频平台”战略做好支持协同，推进自身业务转型升级，提升在行业及区域的影响力。广电网络业务主要由东方有线、文广互动等组成。具体包括上海市唯一的有线电视网络经营资源，业内领先的下一代广播电视网，提供有线电视、家庭宽带、互动电视、企业数据等全业务运营商服务；作为全国领先的有线数字付费频道集成播控运营平台之一，为全国提供数字电视集成运营、互动电视、专业频道产业运营等服务。

#### 线下业务：

##### （3）文化和旅游业务：

拥有东方明珠广播电视塔、上海国际会议中心（东方滨江大酒店）、梅赛德斯奔驰文化中心、东方绿舟等多个上海稀缺标志性文化旅游资源，以此为依托和载体，包括文化地产开发运营等业务，充分整合线下资源和渠道，加快观光游览、浦江游览、酒店餐饮、会务会展、现场演艺、舞美制作、国际国内旅游、度假休闲、户外拓展等文化旅游及文化地产开发运营等业务的用户体验和运营模式升级，并通过沉浸式演出、场景式体验、线下赛事、专题节目录制等一系列线下项目开发，为线上 BesTV+

流媒体视频体平台积极引流，促进“线上+线下”更为精准有效联动。推动全国范围内的线下文化产业项目落地，重点打造多个智慧文化产业集聚区，并提供相应文化技术服务。

文化和旅游业务主要由东方明珠广播电视塔、国际交流公司、上海国际会议中心（东方滨江大酒店）、东方明珠房地产、广电制作、安舒茨、国际旅行社、东方绿舟企业管理、东方绿舟宾馆、东方绿舟度假村、七重天宾馆等公司组成。

## 2、公司经营模式

2021 年，公司以“BesTV+流媒体视频平台”战略为核心，顺应中国社会消费整体升级转型的大趋势，与在线新经济充分融合。公司依托亿级规模用户，联手上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（SMG），通过开展流媒体、广电网络、文化和旅游等线上线下业务，共建“B+会员”服务体系，满足广大用户不断增长的文化娱乐消费需求，为用户提供全方位的“品质生活”服务，实现公司业务收入及产业增值，推动产业资源共享、权益互通、统分协同、交叉赋能。

## 3、公司的市场地位及主要的业绩驱动因素等

公司拥有国内领先的全渠道视频集成与分发平台及独具特色的文化内容、文娱消费等资源，公司蝉联“中国互联网企业 100 强”及“上海百强企业”，并连续 10 年入选中国“文化企业 30 强”。

公司流媒体平台以 APP、IPTV、OTT、有线电视、移动互联网等全渠道网络资源及上海稀缺标志性文化旅游资源为载体，汇聚视频内容、广告、游戏、购物、教育等多元内容及服务，形成线上线下全产业链布局与一体化运营能力。在当前流量见顶市场竞争环境下，有利于低成本触达用户，并通过强化用户运营、丰富商业化模式不断挖掘用户价值，实现流媒体平台价值最大化。

### 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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	43,680,817,947.38	44,058,872,352.95	-0.86	45,163,944,342.21
归属于上市公司股东的净资产	30,047,555,781.11	29,573,099,209.33	1.60	29,192,031,539.42
营业收入	9,069,176,152.60	10,033,351,988.04	-9.61	12,365,449,499.83
归属于上市公司股东的净利润	1,860,313,313.21	1,620,961,828.22	14.77	2,019,825,777.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	354,396,682.66	1,089,654,035.48	-67.48	390,681,831.39
经营活动产生的现金流量净额	2,105,218,347.75	3,609,240,901.67	-41.67	2,766,722,711.41
加权平均净资产收益率(%)	6.2882	5.5444	增加0.7438个百分点	6.9253
基本每股收益(元/股)	0.5501	0.4747	15.88	0.5915
稀释每股收益(元/股)	0.5501	0.4747	15.88	0.5915

#### 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	2,021,143,833.42	2,489,381,314.60	1,886,244,890.05	2,672,406,114.53
归属于上市公司股东的净利润	282,018,580.44	554,932,561.88	163,911,982.10	859,450,188.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	183,081,337.35	401,365,360.61	103,600,967.96	-333,650,983.26
经营活动产生的现金流量净额	123,995,500.52	868,021,145.83	324,302,734.10	788,898,967.30

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

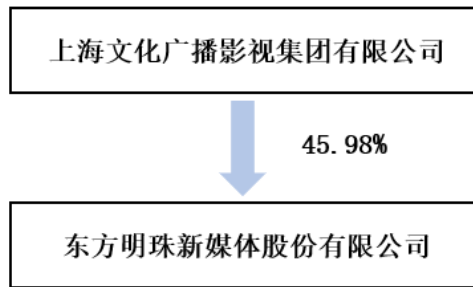
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					138,188		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					139,908		
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、标记或冻结 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	0	1,569,830,431	45.98	0	无	0	国有法人
中国证券金融股份有限公司	-42,338,834	125,909,025	3.69	0	无	0	国有法人
交银文化（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	0	39,685,540	1.16	0	无	0	境内非国有法人
中央汇金资产管理有限责任公司	-15,841,096	33,748,834	0.99	0	无	0	国有法人
上海久事体育资产经营有限公司	0	22,551,658	0.66	0	无	0	国有法人
上海国际影视节中心	0	19,271,465	0.56	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）	0	17,237,200	0.50	0	质押	17,237,126	境内非国有法人
上海文化产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	0	17,076,780	0.50	0	无	0	境内非国有法人
潘秀琴	-1,145,455	16,843,656	0.49	0	无	0	境内自然人
中欧基金－农业银行－中欧中证金融资产管理计划	0	16,335,105	0.48	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		不适用。					

##### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

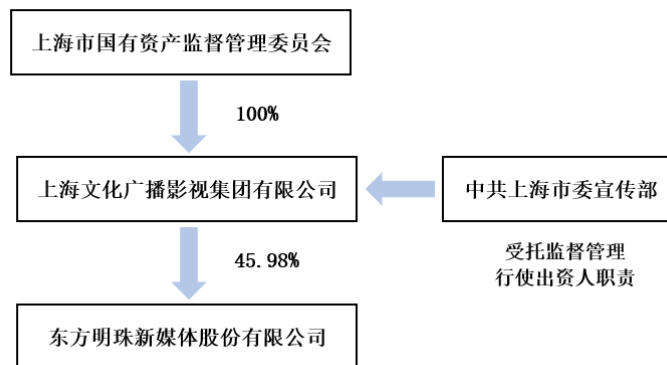
√适用 □不适用





#### 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。

报告期内，公司进一步深化“BesTV+流媒体视频平台”战略，全面拥抱客户需求。公司以 BesTV+流媒体视频平台为核心整合 IPTV、OTT、移动端、有线等全渠道资源，激活并强化流媒体内容创制能力，在深度耦合文广集团旗下以东方卫视为代表的头部制作力量的同时，围绕流媒体业务聚焦公司现有节目制作、影视剧制作、游戏业务，通过打造丰富、独特、创新的高质量产品组合，进一步发挥线上、线下资源聚合优势，并不断丰富和创新变现模式，实现企业高质量成长。

2021 年公司实现营业收入 90.7 亿元，实现归属于母公司净利润 18.6 亿元。

#### **(1) 深化实施“BesTV+流媒体视频平台”战略，全面拥抱用户，整合升级平台，创新完善商业模式**

报告期内，公司以流媒体平台为核心调整优化公司业务管理体系，整合原有 IPTV、OTT、移动端、影视剧制作、版权运营、游戏等线上业务。流媒体平台在各业务单元的全力支持下，实现了流量和商业目标的超额完成，践行了“内容+电商”的商业模式可行性。

核心平台产品建设方面，实现从零到壹，百视 TV 入选上海国际文化大都市三年行动计划重点品牌项目。全年实现月活用户 1013 万，闯入全网用户规模增速前十，内容电商实现全平台全年 GMV4.72 亿元。

小屏平台运营方面，深度耦合文广集团头部内容制作力量，打造平台核心竞争力。公司旗下东方龙与东方卫视共同成立融东方，以独播首播、联合投资以及主投主控等模式，打造《完美的夏天》《接招吧！前辈》《金曲青春》等多个面向年轻群体的头部 IP，斩获亿万级流量，极大提升了流媒体业务的活跃用户规模。SMG 推出“B+蜂巢计划”，通过在 SMG 进行内容创意征集、孵化，推动全集团制作团队向媒体融合的转型，为流媒体平台提供精品内容。同时，公司现有节目制作、影视剧制作、游戏业务向流媒体业务聚焦，定制《金色学堂》《儿歌电台》等原创跨渠道流媒体内容。电视剧《两个人的世界》作为百视 TV 定制、大小屏联动播出的首部电视剧作品，在百视 TV 全网独播，带来稳定走高的播放和用户数据，仅移动端播放量就突破 7100 万，日播最高破 400 万，每天收看用户近 60 万人；在东方卫视黄金档同步播出时，收视率 8 天位居全国 63 城第一。

大屏平台运营方面，在面临政策、市场、竞争、商业模式等多重变化的挑战下，坚持守正基本盘，积极进行产业链深度合作、产品打造、精细化运营的探索，寻求业

务转型方向以及新的增长。重点推进全国驻地精细化管理、上海播控市场深度运营以及互联网电视创新垂类产品布局。通过精细化运营，可以关注、深挖和掌握本地用户的文娱消费需求，提供更多个性化的产品包，打造受用户欢迎的高质量内容、产品和服务，以及数据驱动的数字化精细化运营和营销，在领先的差异化技术和能力等方面累积竞争优势，获取更多的产业链话语权，创造规模化效益并找到业务突破点。另外，在整合 IPTV、OTT、移动端等线上渠道的基础上，通过跨屏产品的运营有效打通渠道连接。公司与上海市教育委员会合作，面向 50+人群打造全媒体终身教育平台“金色学堂”，实现“百视 TV”移动端、有线和 IPTV 渠道全覆盖。《接招吧前辈》《金曲青春》等多档融屏综艺实现百视 TV 客户端、IPTV 等多渠道联动宣推。

在商业转化方面，通过设立东方播麦，视频购物业务加快探索内容电商转型，丰富创新商业模式。通过配套内容的商品体系和供应链构建，全面实现内容产品的商业价值变现；同时聚焦数据与流量的价值创新，构建媒体网络的价值体系，通过升级智慧运营场景，用内容产品重构连接力，实现品效合一。基于核心用户的“长者计划”战略，推进变革和转型。一方面在大屏端聚焦银发一族，通过“长者计划”在供应链、内容、营销、服务四个维度实现大屏用户运营效率的升级；一方面在小屏端积极参与“BesTV+流媒体视频平台”战略，通过 B+商城来实现在互联网端的突破。

内容生产和版权运营方面，内容精品化的趋势给了精品内容拓展市场的机遇，高质量影视作品的生产是业务发展的基础和核心，公司在内容 IP 的积累、中长期项目规划和布局、项目管控和过程管理、新业务领域以及商业模式开发等方面都富有成效，并实现了盈利能力的全面提升。同时，公司持续提升原创自制能力、工作室制作能力和项目运营能力，结合主投主控项目发行策略，SMG 全媒体主战略，持续打造赋能百视 TV 和东方卫视的原创强势制作平台，并根据流媒体平台需求提高中短视频的制作能力，围绕小屏的生产发力。报告期内，公司完成电视剧《光荣与梦想》《大浪淘沙》《经山历海》《温暖的味道》《逐梦蓝天》，纪录片《播火 1920》，纪实电影《萨瓦流淌的方向》等重大题材项目的创作、播出和发行，其中《经山历海》《在一起》《播火 1920》获重大奖励奖项。版权运营方面，公司依托全球的发行渠道，强化与流媒体平台进行版权分销的耦合联动，结合 BesTV+流媒体视频平台内容策略形成差异化版权运营和内容引进模式，赋能百视 TV 快速发展。

游戏业务方面，依托与微软和索尼两大合资公司主机市场资源，积极推进新主机游戏的引入发行工作。电视游戏方面在公司整体渠道覆盖的支持下，收益及增长稳定。手游方面公司持续强化发行优势和投入。同时，公司顺应行业发展，依托渠道网络优势及多年积累的版权资源，积极探索云游戏业务的创新发展。

## **(2) 协同发展 5G 业务，参与智慧城市建设运营**

报告期内，公司在大众基础业务守正发展的基础上，积极推进国网整合、5G 移动业务运营准备等方面工作。公司完成了地面无线 700M 频率迁移，正积极推动 5G 和有线电视相互融合并积极开展 5G 技术相关工作。现已携手华为完成全球首个 5G 700M 执法仪测试，升级了广电 5G 核心网上海用户系统，开展了 5G NR 广播技术试验及 4K+5G 直播等多项应用试点。此外，公司还设立“智慧广电网络安全生态创新研究国家广播电视总局实验室”，围绕广电网络的安全生态，为智慧广电网络安全提供技术支撑。

在政企业务方面，公司进一步拓展市场规模。充分利用国网整合所带来的资源与资质，在长途业务、5G、语音、短信、新型集成业务等方面拓展新市场、新用户，努力实现市场与行业双突破。聚焦城市数字化转型，基于上海市电子政务外网，在上海智慧城市建设及数字化转型发展战略中，强化城市治理新基座概念。同时，结合“一网统管”及城市数字化转型进程，参与上海市“一网统管”市域物联网运营中心建设运营，进入各区“一网统管”城运业务应用市场，并在深耕网元线路升级的基础上，以泛感知网发展为契机，全面参与上海智慧城市建设及城市运行各方面业务。

在付费频道运营方面，全国有线网络发展重点放在收入占比高并稳定增长的双向点播业务上。频道合作拓展了新媒体付费频道的落地。内容生产延伸到线下产业运营并进行线上线下的互相引流。完成 4K 点播系统建设，支撑广电网 4K VOD 业务。自主研发 4K 超分系统，实现 4K 频道节目生产。

## **(3) 在疫情常态化的背景下，持续推进产品及运营创新，加快布局流媒体战略体系下的智慧媒体产业集聚区**

当前文旅市场恢复进程仍主要受疫情影响，体验式文化旅游升级助力行业高质量发展。在上半年疫情防控常态化以及下半年疫情出现反复的形势下，线下文化和旅游板块发挥了独有资源的优势，挖掘了自身的潜力，经受住了考验，抓住文旅市场的发展趋势，积极拥抱互联网，坚决推进数字化转型和建设，包括数字化营销、数字化管理和服务等。在经营管理每个细节里落实和体现数字化技术的应用。通过数字化升级扩大了业务的边界和服务能力，根据市场制定有效策略，根据用户需求和偏好的变化打造新品、创新营销、优化运营、积极拓展、探索新模式和新业务。并通过各种方案和方式用线下资源为流媒体平台赋能，很好地实践了线上线下联动。在这些举措的推动下，线下业务实现了快速的恢复和增长，运营指标在一些节庆时点创造了近几年的峰值，迎来了近期的一个爆发。达成和超过了今年的既定预算目标。

报告期内，公司地产业务推进的智媒城、临港影视基地等各个重点项目都已顺利达成里程碑目标。公司地产业务围绕公司主战略，为“BesTV+流媒体视频平台”战略提供线下空间载体，充分发挥线下渠道优势，成为东方明珠全产业链聚合发展的落脚

点，并已形成有梯度的业务发展及项目储备。

**(4) 技术和服类业务，实现了保障功能，全力协同支持集团各项工作和项目的推进**

舞美设计和搭建业务，全年很好地完成了多个国家级、市级建党百年的相关项目以及台集团的一些重大重要项目。承接了“B+蜂巢计划”首期重点项目之一的《东方风云榜·闪电咖啡馆》和《国货潮起来》等众多项目的舞美灯光设计制作任务，全力支持 B+流媒体业务的推进。

信号传输和信息技术服务等，在今年中国共产党建党 100 周年的大背景下，高质量较好地完成了集团的重大任务保障工作，满足安全播出要求，实现经济效益与社会效益的统一。

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

董事长：沈 军

董事会批准报送日期：2022 年 4 月 30 日