（上接B311版）

脑”。

(2). 三网融合

□适用 √不适用

(3). 其他

√适用 □不适用

公司是上海唯一的省级广播电视无线传输经营单位，采用调频、调幅等技术手段，提供包括广播、电视和数据三大类型的无线传输覆盖业务。公司主要为上海广播电视台、中央广播电视总台、上海教育电视台等单位提供广播电视无线传输覆盖服务，传输中波频率8个、中波实验频率6个、调频频率16个，以及地面无线电视频道11个，其中包含免费电视节目26套（含模拟电视节目3套，高清数字电视节目4套，标清19套），最终为上海市民提供公益性质为主的广播电视收听收视服务。

由于行业的特殊性，公司无线传输业务长期以来一直比较稳定，2018年主营业务未发生重大变化。

2. 行业经营计划

(1). 总体行业经营计划

√适用 □不适用

1.完成杨浦智慧城市一期建设目标，二期顶层设计与规划；

2.完成“智慧虹口”物联感知规模部署，推进虹口区数据池、数据可视化平台建设；

3.完善城市大脑应用功能，提升服务水平；挖掘数据价值，实现应用关联。

(2). 细分领域经营计划

□适用 √不适用

3. 公司收入及成本分析

(1). 按业务类型披露公司业务收入

□适用 √不适用

情况说明

□适用 √不适用

(2). 公司业务收费区间

□适用 √不适用

照牌照售说明

□适用 √不适用

其他情况说明

□适用 √不适用

(3). 其他业务情况

□适用 √不适用

情况说明

□适用 √不适用

情况说明

□适用 √不适用

(4). 成本情况

□适用 √不适用

情况说明

□适用 √不适用

4. 主要行业经营信息

(1). 有线电视基本收视维护及宽带情况

□适用 √不适用

情况说明

□适用 √不适用

(2). 增值业务

□适用 √不适用

情况说明

□适用 √不适用

(3). 基本业务ARUP值

□适用 √不适用

情况说明

□适用 √不适用

(4). 影视内容情况

□适用 √不适用

(5). 其他情况

□适用 √不适用

5. 对外投资影视剧

□适用 √不适用

6. 提供在线服务

□适用 √不适用

7. 重大业务建设投入情况

□适用 √不适用

8. 投入情况

□适用 √不适用

情况说明

□适用 √不适用

(1). 建设计划

□适用 √不适用

(2). 其他情况

□适用 √不适用

9. 政府补助及政府采购

√适用 □不适用

2018年公司微智慧广电业务、无线传输业务共获得政府采购及补助金额为5284.08万元，分别为：杨浦、虹口区购买网络服务3819.5万元、公共文化服务体系建设补助1070万元，科研项目补助394.58万元。

10. 相关长期资产折旧或摊销政策及影响

√适用 □不适用

公司对于广播电视无线传输、智慧城市业务等专用设备作为固定资产管理，采用年限平均法计提折旧，预计使用年限5-8年。

11. 其他情况

□适用 √不适用

15投资状况分析

1、对外股权投资总体分析

√适用 □不适用

报告期内，公司新增对外股权投资额为10.41亿元，相比上年同期14.84亿元，减少4.43亿元，减少29.85%。

(1) 重大的股权投资

√适用 □不适用

①参与富士康工业互联网股份有限公司入股IPO战略投资者定向配售

本次投资根据公司章程及对外投资管理相关规定，经公司履行内部决策流程后通过，公司以自有资金2,999932220 亿元人民币，参与富士康工业互联网股份有限公司（简称“工业富联”，SH.601138）入股IPO的战略投资者定向配售，工业富联本次发行股票的价格为13.77元/股，公司最终获配售股数为 21,786,000 股。该部分股票已于2018年6月8日前登记至公司股票账户。

②投资设立东方智媒城项目公司

本次投资经公司第八届董事会临时会议审议通过，由公司全资子公司上海东方明珠实业发展有限公司与上海临港港汇国际科技城发展有限公司合资设立上海东方智媒城建设开发有限公司和上海东方智媒城经济发展有限公司，上海东方明珠实业发展有限公司在两家合资公司中各出资25亿元人民币，分别占股50%。

③完成对东方明珠（上海）投资有限公司的投资

本次投资经公司第八届董事会第三十一次（临时）会议审议通过，由公司全资子公司上海东方明珠投资管理有限公司与上海杨浦滨江投资开发有限公司共同出资设立东方明珠（上海）投资有限公司。其中上海东方明珠投资管理有限公司出资11亿元，占股91.67%；上海杨浦滨江投资开发有限公司出资1亿元，占股8.33%。东方明珠（上海）投资有限公司于2018年1月31日完成工商注册登记，截至报告期末，本次投资出资已经全部缴付。

④完成对上海东方明珠传媒产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）的投资

本次投资经公司第八届董事会第三十三次（临时）会议审议通过，由公司全资子公司上海东方明珠投资管理有限公司参与发起设立上海东方明珠传媒产业股权投资基金（以下简称“基金”），基金整体规模20.02亿元人民币，分两期募集完成，首期规模15.02亿元，由6个合伙人共同出资设立。其中，普通合伙人为上海明珠尚棋商务咨询有限公司（出资0.02亿元），有限合伙人为上海东方明珠投资管理有限公司（出资6亿元）、北京盖娅互联网络科技股份有限公司（出资1.5亿元）、上海杨浦滨江投资开发有限公司（出资1亿元）、杭州璞致资产管理有限公司（出资6亿元）、交银国信资产管理有限公司（出资0.5亿元）。基金管理人为上海东方明珠文化产业股权投资基金管理有限公司。上海东方明珠传媒产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）于2018年1月25日成立，截至报告期末，本次投资出资已经全部缴付。

(2) 重大的非股权投资

√适用 □不适用

(3) 以公允价值计量的金融资产

√适用 □不适用

单位：万元币种：人民币

序号	证券品种	证券代码	证券简称	初始投资成本	资金来源	当期公允价值变动	报告期内购入或售出及投资收益情况
1	股票	601138	工业富联	29,999.32	自有	-904.33	战略配售21,786,000股
2	股票	600837	海通证券	0.01	自有	-0.04	分红587.28万元，出售25,533,911股，获利19,186.8万元
3	股票	600037	歌华有线	30,000.00	自有	-10,088.73	分红365.61万元
4	股票	600831	广电网络	35,500.00	自有	-8,679.68	分红78.11万元
5	股票	600642	申能股份	120.33	自有	-25.92	分红5.29万元
6	股票	600650	锦江投资	2.14	自有	-1.08	分红0.05万元
7	股票	08195	乐逊国际	4,546.35	置换	-9.37	
合计				100,168.15		-19,709.15	

1.6重大资产和股权出售

√适用 □不适用

①. 转让Super Sports Media Inc.14.65%股权

公司全资子公司BestTV International (Cayman) Limited（以下简称“百视通开曼”）与武汉当代明诚文化股份有限公司（以下简称“当代明诚”）签订附生效条件的《股份购买协议》，百视通开曼向当代明诚转让所持有的Super Sports Media Inc.全部14.65%股权，本次交易金额为6,321.47万美元，该事项在公司总裁办决策范围内，经总裁决策同意后实施。

截止报告期末，公司共收到当代明诚支付的交易对价款6,321.47万美元，通过本次转让，公司获得税前投资收益6,136.47万美元，占报告期公司利润总额的比例为16.32%。

②. 转让西安嘉行影视传媒股份有限公司19%股权

经公司第八届董事会第三十二次（临时）会议决策，公司以公开挂牌的方式转让所持嘉行传媒14.25%股权；经公司管理层决策，公司以公开挂牌的方式转让所持嘉行传媒4.75%的股权。

截至本报告披露日，公司所持有的嘉行传媒股权已完成转让，不再持有嘉行传媒股权。详见公司于2019年1月31日披露了《关于公开挂牌转让嘉行传媒股权的完成公告》（公告编号：临2019-003）。

本次转让完成，报告期内公司实现投资收益2.19亿，占报告期公司利润总额的比例为8.7%。

17.主要控股参股公司分析

√适用 □不适用

单位：万元币种（除特别注明外）：人民币

公司名称	主要业务	注册资本	期末总资产	期末净资产	净利润
百视通网络电视技术发展有限责任公司	媒体技术开发与营运等	26,445.96	506,828.49	393,213.30	20,035.77
上海东方希杰商务有限公司	视频购物	1503.1292万美元	245,184.73	239,170.76	39,152.57
上海东方明珠广播电视塔有限公司	广播电视传播服务，展览服务，登塔观光服务	32,100.00	118,475.66	93,575.72	32,519.65
上海尚世影业有限公司	电视剧制作	20,000.00	226,712.66	202,067.91	5,874.72
上海文广互动电视有限公司	在传输网络、网站中传播广播、影视节目及相应市场运营	9,520.00	49,587.06	40,680.10	5,568.85
上海五岸传播有限公司	版权运营等	10,000.00	83,624.90	40,941.06	4,259.45
东方有线网络有限公司	有线网络服务	150,000.00	784,521.09	319,885.04	25,929.04
上海市信息投资股份有限公司	对信息产业及相关产业项目，实业投资	37,500.00	1,470,402.15	707,928.01	59,330.28

对公司净利润影响达到10%以上的子公司情况如下：

单位：万元币种（除特别注明外）：人民币

	上海东方希杰商务有限公司	上海东方明珠广播电视塔有限公司	百视通国际（开曼）有限公司
		广播电视传播服务，展览服务，登塔观光服务	投资管理
主要业务	视频购物		
注册资本	1503.1292万美元	32,100.00	10万美元
期末总资产	245,184.73	118,475.66	43,744.94
期末净资产	239,170.76	93,575.72	42,501.99
主营业务收入	91,416.21	65,804.55	
主营业务利润	72,164.45	31,420.62	
净利润	39,152.57	32,519.65	41,470.61

18公司控制的结构化主体情况

□适用 √不适用

（二）公司关于公司未来发展的讨论与分析

1.行业格局和趋势

√适用 □不适用

在宏观经济增速承压的大背景下，文化娱乐行业也随之面临增长压力，但是，随着我国居民生活水平的整体提升和消费结构的长期改善，文化娱乐消费的市场前景依旧广阔。2018年，全国规模以上文化及相关产业企业营业收入中，文化服务业分类增长率高达15.4%，远远超过GDP及文化行业的整体增速，成长潜力巨大。

在政策层面，政府支持文化娱乐行业平稳高质量发展的基调不会改变，政策一方面对文娱市场哄抬炒作、资本投机等不良风气加大监管力度，另一方面对聚合精神底蕴及时代正能量的文艺作品加大支持力度，文娱行业长期稳定向好的政策基础没有改变。

在技术层面，信息技术快速迭代为文化娱乐行业不断注入新业态活力的趋势不会改变，随着5G、物联网、大数据、云计算、人工智能等下一代信息技术的的标准和部署日趋完善，高速宽带、虚拟现实、智慧城市、智能制造等新业态将为文娱行业带来新的业务领域及发展机会。

在市场层面，人口红利逐渐消失，消费升级与消费分层并存所带来的多元化、多层次的文娱行业竞争格局不会改变，一方面，以互联网巨头为代表的生态型文娱企业将通过资本和技术的力量进一步抢占市场先机并扩大规模效应，另一方面，消费能力和消费需求的分化所带来的下沉流量将成为细分文娱企业争夺的蓝海，小镇青年、银发族等新兴消费势力有望崛生全新文娱消费业态。

各细分领域行业发展趋势如下：

在媒体内容方面，跨渠道跨终端的媒体内容格局将继续推进，媒介融合与媒体渠道平台化、巨头化趋势显著，内容、技术并重驱动将成为媒体发展的主要方向。未来丰富精品的内容和优质的产品体验将成为融合媒体产品的核心竞争力。此外目前运营商、公众渠道的市场竞争日益激烈，业务发展接近饱和，而行业细分领域则将成为可挖掘的重要市场。以各地广电、电信运营商和互联网巨头为代表的媒体网络掌控方将通过汇聚各种在线内容和服务模式的方式，进一步打通大小屏幕，打通家庭个人、巩固目身渠道优势。

全国有线网络整合是在当前IPTV及互联网在线视频高速发展的环境下，有线电视乃至整个广电行业发展现状的必然趋势。考虑到未来国网整合的力度和节奏以及各省子公司自主程度等因素，整合对未来市场格局的影响仍存在不确定性。目前针对“国网整合”形势，公司已积极与相关方展开接触和沟通，就可能带来的影响及应对展开了认真研讨。

4K超清已成为未来大视频领域发展的必然趋势。推进打造4K超高清电视技术平台，开办4K数字超高清电视频道对于提升公司整体影响力，助力上海文化创意产业创新发展均具有重要意义。另一方面，4K业务尤其是4K电视频道及内容产品投入大、系统建设复杂，其商业模式、盈利路径尚未明朗，有待逐步探索。

2018年底，国内5G频谱资源分配方案的最终公布标志着三大运营商在5G中低频段的频谱资源格局基本形成，5G格局已初步形成。增强型移动宽带是业界公认的5G三大应用场景之一（意味着更高效的视频数据传输），这与公司智慧运营“文娱+”总体战略方向的要求高度契合，同时也将会对公司现有业务产品及市场产生一定程度的影响。首先，在当下4G时代，相较于互联网在线视频产品，基于广电有线网络的直播、点播等产品在高清视频传输播放的流畅、稳定性等方面竞争力开不迟色。未来在5G高速高效视频传输场景下，移动互联网在线视频在用户体验等方面的优势可能会进一步放大。基于传统广电传输渠道的视频服务产品将面临资产畸的压争压境。有必要提前做好相关业务战略转型布局，加大媒体融合探索进程。其次，以4K、8K为代表的超高清视频业务在5G场景下将迎来新一轮高速发展。目前4K超高清产业链在硬件等终端层面已经成熟并实现了较高商业化水平，传输及内容制作成为发展瓶颈。随着国内外5G商用进程的临近，超高清视频的传输效率会得到大大提升。目前，公司已开展4K超高清业务的前期商业模式、技术方案等方面的研究；同时将加大4K超高清点播业务、4K自制内容IP方面的探索。此外，在5G技术引领下，VR、AR、在线视频直播等细分领域均将迎来快速发展机遇。

在媒体娱乐内容方面，以即内容与云部平台结合，优质内容向用户价值回流的趋势不会改变，随着国家对影视剧和综艺等内容制作领域的监管不断加强，提升作品质量、同时价值本质正成为内容制作业界的共识。平台限价和资金面收紧一定程度上使得内容制作公司成本压力加大，将成本预算切实投入高质量制作本身成为内容行业转型方向。随着内容生产的极大丰富，人们对文化产品内容和体验的要求愈加严格，对文娱作品需求的类型更加多元，口碑成为文娱作品吸引流量变现加速的因素，垂直细分领域内容制作机遇更加凸显。游戏方面，随着国家游戏相关政策整体趋严，拥有制作发行优势的头部游戏公司将更具竞争力，而拥有创意特色的中小游戏公司也将在细分垂直领域更为活跃。中国游戏出海步伐将随着国家科技硬实力和文化软实力的提升而进一步加快。

在视频购物方面，与互联网融合并提升消费者购物体验势在必行。视频形式的直观性能带给用户更丰富的购物体验，因此视频化购物模式必将是购物领域的趋势。智能化、视频化的“视频购物”+“互联网”新型购物模式将成为支撑行业持续发展的重要因素。在消费流量深度挖掘方面，大数据和人工智能等科技带来的智慧营销将具备很大发展空间。受到电商的不断渗压，传统电视购物企业也将进一步转变自身业务模式，在积极采用网络购物技术的同时扩大大数据、人工智能等技术手段，通过智慧营销改造，通过进一步拓展零售渠道并转变业务模式，从单纯的销售媒介向综合的消费服务平台不断转型。

在文娱消费方面，基于文化内涵的深度体验感与基于技术进步的网络智慧旅游将齐头并进。我国经济稳中向好及居民生活水平提升的长期势头不会改变，文旅行业升级的经济基础依旧坚实。

经过改革开放40年来的发展历程，上海旅游业发展已进入依靠创新驱动的转型阶段，以“创新、协调、绿色、开发、共享”为理念，推动产业高质量发展。上海市政府提出打响“四个文化品牌”战略，为产业提供了先行战略支撑；未来，文旅消费群在打造“上海服务”、“上海购物”、“上海文化”三大品牌的战略中，必将一马当先，牢牢抓住发展契机，应对市场需求，以文化为载体，以创新为核心，以产业融合为依托，融入城市旅游产业高质量发展的趋势，实现综合竞争力的全面提升，打造出海派特色突出、内涵价值丰富、感知识别度高的知名文化品牌，构筑起上海文化发展新优势，加快提升上海城市文化软实力。而在全国文旅消费方面，文旅消费从从众消费、团体消费逐步向个性化消费、品牌消费转型，传统的文旅消费产品亟待转型升级。文旅消费群本着扎根上海服务全国的战略构想，积极创造创新型的文旅消费产品、文旅运营模式等，加强品牌的延伸和拓展社、让上海的文旅市场向全国。

随着新客对出游品质要求的不断提升，将文化体验、IP运营、消费产品乃至金融服务等要素相结合的整合性文旅产品将迎来更多机会，而加入大数据、云计算、AI等新技术的智慧文旅也将成为行业必需品。

2.公司发展战略

√适用 □不适用

东方明珠的智慧运营将基于公司已有的渠道、内容和产品优势与通过投资参股、并购控股、平台服务等产业链创新资源优势，借力OPG云为核心的系统化智能手段，通过打造统一融合媒体平台，连接视频、游戏、购物、文旅等产品及服务，依托统一的会员运营、产品运营、流量运营和内容运营，为中国的新中产消费群体提供跨终端、多场景的文娱产品，最终实现文娱消费的最佳体验和价值最大化。同时，响应国家提出的媒体融合发展的总体要求，顺应文化传媒行业媒体渠道和TMT融合发展的趋势，重点推进“智慧广电文娱+”、“智慧广电文娱+”的内涵是以BestTV品牌全媒体平台为核心，以OPG云为技术支撑，以文娱内容以及重点应用服务为产品形态，以有线网、电信网以及互联网（移动互联网）为渠道载体，开展全渠道全终端全产业链的智慧运营。

3.经营计划

√适用 □不适用

2019年，东方明珠将加强数据中台建设，通过人工智能等技术拓展基于云平台的融合媒体渠道优势，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“文娱+”生态产业链。

1）媒体网络方面：提升BestTV品牌行业影响力，打造城市大脑平台，持续提升平台的聚合能力，强化垂直行业拓展。

2019年，媒体网络事业群将扎根存量市场，拓展百视通与广电、移动的合作，并做好垂直化行业细分市场的开拓，继续推进新增目办高清及精品高清频道全国落地，力争频道增量增效。加大OTT平台广告营销整合，布局大屏端品牌市场营销媒体。

（1）进一步整合媒体网络内部资源，提升驻地服务能力，将驻地打造为融媒体产品在全国多渠道落地的前端，实现集约化运营。加强移动端有声、视频、图文等内容生产，探索打造大小屏联动的成熟产品和模式。推进产业化运营探索，深耕教育、体育、电竞、音乐、汽车等垂直细分市场，打造两至三个产业化运营样板，实现线上内容产品的线下产业化发展落地。

（2）继续夯实渠道和内容产品两大核心优势，扩大跨界合作领域，加强与中国现有互联网生态系统的对接、融合，尤其是推进与互联网龙头企业相关生态系统的深度合作，形成新的业务拓展渠道。内容方面，在继续发挥现有内容优势之上，实施“分基础、抢独家、促升级、谋上新”策略，进一步巩建内容壁垒。产品方面，持续深化新媒、视频购物等非视听生态圈的建设，强化渠道产品的供给能力，丰富内容产品矩阵，实现多元增值业务的落地与流量变现。

（3）持续加强智慧运营能力，融合媒体平台的链接能力，进一步打通业务的拓展与分发体系、统一用户体系及运营平台，通过智能融合、大小屏业务互通，为用户提供基于BestTV品牌的多业务产品。

（4）深化与三大电信运营商的战略合作，在分别与中国电信、中国联通、咪咕文化签订战略合作的基础上，积极拓展与运营商进行全方位的业务合作，在加强与运营商渠道合作关系的同时，为后续业务拓展创造机会。加深与中国移动的合作，提升增值业务ARPU值。加强与广电合作关系，在确保公司利益最大化的前提下，提升和强化内容产品运营能力。不断深化“咪视通”产品的经营，为下一步移动增值增长发展积蓄强劲动力。

（5）抓住运营商5G网络升级时机，规划打造国内多个24小时全4K播出专业频道，加强4K内容储备，聚合更多4K内容，持续升级4K产品，打造国内最大4K内容产品平台。

（6）在细分垂直领域探索更多的合作模式，定位产业连接器，通过产业合作创新，尝试拓展更多细分垂直领域，挖掘细分市场商业价值，获取多元化的经营收入。加大垂直细分市场合作，提升流量经营变现能力。扩大合作广商范围，推进包括小米和夏普在内的终端厂商的全面棚控合作。拓展垂直细分市场，在与污虎等合作的基础上，继续深挖垂直市场领域，如养老市场领域、教育市场领域等行业。尝试用户流量经营变现，与京东、电视购物广商深度合作，加强多渠道分发能力建设，与风行、夏普、联想、百度视频、小米视频等合作推进流量联盟的成立，提升流量广告变现能力。四是加速推进大小屏会员融合，进一步探索与大屏业务融合发展模式，发力经营OTT+APP+PC超级影视会员，继续推动BestTV全平台会员体系建设。

（7）目前针对“国网整合”形势，已积极与相关方展开接触和沟通，就可能带来的影响及应对展开了认真研讨。未来，将协同SMG等上级单位争取就“国网整合”事宜与总局、国网公司等方面建立长效沟通机制；公司将进一步强化元视IP布局，打造精品内容，持续提升内容产品竞争力，同时与东方有线携手强化本地合作，积极推进“终端+内容+运营+金融”四位一体合作运营模式，以迅速扩大用户规模，提高市场影响力，并在未来的三五年内获得稳定且有增值的收益，提高市场竞争力。

2）影视互联方面：打造精品力作，书写新兴产业

2019年，影视互娱事业群将精准定位国有文化企业，提前谋划，深化国际合作，打造影视剧精品力作，创新版权运营模式，丰富大屏游戏产品线，加快电竞产业布局，探索影视CINEX运营模式。

（1）做好重大题材影视剧的创作，2019年将重点打造献礼新中国成立七十周年的影视项目，同时继续围绕全面建成小康社会、建党100周年、党的二十大等重大节点做好战略部署，加大主题主题的创制，包括投资出品的电视剧《风雨送春行》、《老中医》、《中国制造》、电影《甲午江南探》、《上海八姐》；继续推进电视剧《紫川》、《荣小人间》、《上海》、《长街行》、《在不安的世界安静的活》、电影《挺第》、《整理》等重大项目的创制。二是进一步优化项目产品布局，通过主投主制与参投相结合、重大题材与商业题材相补充、台网联动与纯网播出相联动，丰富项目产品线，提升IP转化率。三是深化国际合作，与迪士尼合作电视剧《迎风展翅》将进入创制阶段，与BBC的合作将包括但不限于《神秘博士》项目，与日本富士台计划在未来3年共同完成2部剧集作品，且探索在电影方面的合作可能。探索多元化合作运营模式，加强版权内容布局，培养目有产品孵化和运营的人才团队，拓展衍生品授权业务。加强全媒体渠道建设和运维，以内容为核心，开创新型版权运营模式。

（2）继续坚持游戏大IP战略，引入更多优质IP，继续推动《最终幻想15》手游开发，争取在2019年至少新引入一款AAA级IP大作，同时引入日本顶级移动游戏并进行本地化运营。同时丰富大屏游戏产品线，并进一步大落地渠道覆盖面，加大与百视通牡地的合作，在全国范围内推进运营商市场的落地。深入布局电竞产业，从电竞教育、电竞赛事、电竞场馆及电竞平台入手，加强与上海体育学院合作，成立国内第一个电竞学院，培养电竞人才，依托全球两大主机平台以及和久事体育的合作，将电子体育和线下体育赛事相结合。

3）视频购物方面，以视频为核心，持续进行渠道、品牌、产品及内容的拓展与升级。以智慧运营为手段实现用户的深度运营与价值挖掘，开发推产业协同潜力，丰富购物体验。

作为电视购物行业的龙头企业，公司将继续保持领先优势，持续推进渠道拓展战略，通过融合媒体平台及文旅集聚区的发展，进一步拓展线上线下的优质渠道，打造多元化消费入口，实现渠道增量。采用商品渠道化策略，针对渠道特点持续优化商品结构，同时加大进口商品的开发力度，通过发挥积极参与“首届中国国际进口博览会”所蕴积的经验，在未来即将举办的第二届“中国国际进口博览会”上，继续深耕新品发布，力争成为优质的新品首发平台之一。完善视频内容战略，通过视频零创新形式，以优质的视频内容制作带动营销。同时加大自有品牌建设，提高自有品牌比例，2019年将继续打造第二季“放这样”IP系列主题活动，强化自有购物IP，提升对销售的拉动。

4）文旅消费方面：稳定业绩基石，打造重点项目，形成可复制可推广的业务模式，实现全国拓展。

公司计划依托改革和行业转型优势，重点打造自有文旅地标IP，聚合自身产业链资源优势，结合SMG媒体优势渠道丰富的线下文旅消费场景，满足当下多样化和个性化的主要消费特征，积极向文化娱乐旅游综合体改阵，加快推进智慧文化集聚区建设，进一步扩大线下流量入口。例如，东方明珠将重点推出投影秀、下午茶游玩线路、活动秀及运动赛事、IP专卖店；奔驰文化中心积极引进各类头部活动，制造更多热点活动，不断增加商业客流量与商业增值权益；国际会议中心将重点加强网络营销建设，积极探索与文化艺术领域的结合，通过智慧运营进一步提升智慧城市、加快文化地产在智慧文化集聚区项目的推进，将“东方智媒城”建成全国首个智慧媒体产业集聚区，早日成就中国首个全媒体产业平台。

5）进一步发挥技术和投资对经营活动的带动作用

2019年，东方明珠将进一步加强数据中台建设，重点完成数据中台智能推荐产品化、内容中台SaaS平台和媒资汇聚平台建设，对视频购物中台进行系统重构，实现视频中台编辑工具和运营方式的统一。

投资业务将在已成立投资平台和传媒产业基金的基础上，围绕公司战略寻找优质项目，在拓展产业链的同时，为公司创造经济效益。

4.可能面对的风险

√适用 □不适用

公司业务涉及媒体网络、影视互娱、视频购物、文旅消费等多个行业，各行业市场格局及监管政策变动均可能会给公司经营带来新的挑战和影响。

1.宏观经济波动风险

公司目前形成了文化娱乐领域多元化业务发展格局，文化娱乐消费市场需求受消费者实际可支配收入水平、消费者收入结构、消费者信心指数、消费倾向等多种因素影响，这些因素又直接受到宏观经济波动影响。2018年，国民经济发展稳中向好但增速持续承压，未来的经济走势仍然可能受到国内外多种因素的影响而发生波动，从而可能对消费需求带来不利影响。

2.市场风险

随着文娱行业进入深度发展和市场调整阶段，市场参与主体会进一步加快业务结构化转型，市场深度竞争仍会持续加剧。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，开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.监管政策变动风险

政府继续加大对文化娱乐行业的政策支持力度，我国文化娱乐行业发展稳中向好，随着国家文化监管相关机构的进一步调整，行业整体将持续获得行稳致远的制度保障。与此同时，由于文化娱乐行业较为依赖牌照许可的特殊属性，监管政策的不断变动也有可能对公司相关业务带来一定影响。面对政策变化，公司将紧跟政策步伐，不断推动合规性工作，保证新老业务顺利开展。

4.技术升级风险

全球文化传媒企业均面临技术与服务多样、复杂以及快速变化的挑战。人工智能、VR、AR、区块链等新技术带来的新应用、新渠道、新商业模式为公司现有业务的发展带来新的机遇与挑战，为适应这些变化，公司将持续深入开展新技术与新业务的研究与试验，不断提高技术创新能力。

5.知识产权侵权风险

中国国内的版权市场在逐步规范，但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。

（三）导致暂停上市的原因

□适用 √不适用

（四）面临终止上市的情况和原因

□适用 √不适用

（五）公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

√适用 □不适用

2019年4月28日召开第八届董事会第四十三次会议，第八届监事会第二十一次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》。本次会计政策变更是由于公司执行《企业会计准则第22号——金融工具计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》（上述四项准则以下简称“新金融工具准则”）以及《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15号）（以下简称“新报表格式”），相应修订公司的会计政策并按照新的财务报表格式进行列报调整。

本次会计政策变更情况概述：

中华人民共和国财政部（以下简称“财政部”）于2017年修订发布了《企业会计准则第22号——金融工具计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》；于2018年6月15日，颁布了《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15号）。

根据上述会计准则的要求，公司自2018年起按新报表格式编制公司财务报表，自2019年1月1日起执行上述新金融工具准则，并对公司会计政策相关内容进行同步调整。

本次变更具体情况及对公司的影响：

1.执行新金融工具准则的主要变动

（1）金融资产分类由现行的“四分类”改为“三分类”，以公司持有金融资产的“业务模式”和“金融资产合同现金流量特征”作为金融资产分类的判断依据，将金融资产合理分类为以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产三类；

（2）金融资产减值准备计提由“已发生损失法”改为“预期损失法”，以更加及时、足额地计提金融资产减值准备，揭示和防控金融资产信用风险；

（3）修订套期会计相关规定，拓宽套期工具与被套期项目的范围，使套期会计更加灵活地反映企业的风险管理活动；

（4）在财务金融资产转移的判断原则及其会计处理等方面做了调整和完善，金融工具披露要求也相应调整；

（5）调整非交易性权益工具投资的会计处理，允许企业将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益进行处理，但该指定不可撤销，且在处置时不得将损计入其他综合收益的累计公允价值变动额结转计入当期损益。

按照准则要求和衔接规定，公司将于2019年1月1日执行此项会计政策，自2019年第一季度起按新准则要求核算并披露，不重述前期可比数，比较财务报表列报的信息与新准则要求不一致的无须调整。首日执行新准则转换差异，调整计入2019年期初留存收益或其他综合收益，因此，新金融工具准则所致会计政策的变更，不会对2018年度财务报告相关指标产生重大影响。

2.执行新报表格式

根据财政部新报表格式，公司2018年度及以后期间按照修订后的一般企业财务报表格式编制财务报表，对相关项目列报进行调整。具体如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
将应收账款与应收票据合并列示为“应收票据及应收账款”	2018年12月31日合并应收票据及应收账款列示金额2,417,228,225.90元，母公司应收票据及应收账款列示金额2,716,585,877.19元，母公司应收票据及应收账款1,088,575,804.84元。
将应收利息、应收股利与其他应收款合并为“其他应收款”列示。	2018年12月31日合并其他应收款列示金额282,054,963.58元，母公司其他应收款列示金额4,048,842,127.80元；2017年12月31日，合并其他应收款列示金额337,568,845.27元，母公司其他应收款列示金额3,578,038,421.02元。
将应付账款与应付票据合并列示为“应付票据及应付账款”	2018年12月31日合并应付票据及应付账款列示金额2,609,133,834.43元，母公司应付票据及应付账款列示金额411,437,819.43元；2017年12月31日合并应付票据及应付账款列示金额2,702,335,851.17元，母公司应付票据及应付账款352,884,859.77元。
将应付利息、应付股利与其他应付款合并为“其他应付款”列示。	2018年12月31日合并其他应付款列示金额1,151,580,649.87元，母公司其他应付款列示金额12,516,862,120.20元；2017年12月31日，合并其他应付款列示金额1,308,299,893.03元，母公司其他应付款列示金额11,011,028,065.01元。
将长期应付款和专项应付款合并为“长期应付款”列示	无
将固定资产与固定资产清理合并为“固定资产”列示	2018年12月31日合并固定资产列示金额2,506,134,217.02元，母公司固定资产列示金额2227,421,287.22元；2017年12月31日，合并固定资产列示金额2,632,957,367.76元，母公司固定资产列示金额234,143,418.80元。
将在建工程与工程物资合并为“在建工程”列示	2018年12月31日合并在建工程列示金额282,069,969.05元，母公司在建工程列示金额134,133,610.81元；2017年12月31日，合并在建工程列示金额117,898,928.87元，母公司在建工程列示金额81,004,875.40元。
新增研发费用报表科目，研发费用不再在管理费用科目核算	2018年度合并研发费用列示金额78,005,468.68元，合并利息收入列示金额208,451,289.06元，母公司利息费用列示金额154,790,383.97元，利息收入列示金额116,452,575.33元；2017年度合并利息费用列示金额50,807,385.59元，合并利息收入列示金额167,309,095.58元，母公司利息费用列示金额71,460,320.22元，利息收入列示金额48,875,132.13元。
新增财务费用其中项“利息费用”、“利息收入”	2018年度合并利息费用列示金额78,005,468.68元，合并利息收入列示金额208,451,289.06元，母公司利息费用列示金额154,790,383.97元，利息收入列示金额116,452,575.33元；2017年度合并利息费用列示金额50,807,385.59元，合并利息收入列示金额167,309,095.58元，母公司利息费用列示金额71,460,320.22元，利息收入列示金额48,875,132.13元。
所有者权益项目新增“设定收益计划变动额结转留存收益”	无

此项会计政策变更仅影响财务报表的项目列报，对公司财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。

（六）公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

□适用√不适用

（七）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。

√适用□不适用

截至2018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
上海东方龙新媒体有限公司
百视通国际（开曼）有限公司
上海广电影视制作有限公司
上海文广科技(集团)有限公司
上海百视通数字电影院线有限公司
上海影尊投资管理有限公司
上海联兄影院管理有限公司
上海新兴媒体信息传播有限公司
上海东方广播电视技术有限公司
上海东华广播电视网络有限公司
上海百家合信息技术发展有限公司
百视通投资管理有限责任公司
百视通投资（香港）有限公司
上海广电通讯网络有限公司
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
东方购物（上海）电子商务有限公司
嘟购全球购株式会社（HIO Global Shopping Co.,Ltd）
东方购物贸易有限公司
上海五岸传播有限公司
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媒有限公司
极车（上海）文化传媒有限公司
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
上海东方绿舟企业管理有限公司
上海国际会议中心有限公司
上海东方绿舟宾馆有限公司
上海东方明珠游乐有限公司
上海明珠水上娱乐发展有限公司
上海东方明珠教育投资有限公司
上海七重天宾馆有限公司
上海东方绿舟度假村有限公司
上海东方明珠欧洲城有限公司
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
澳大利亚东方明珠国际控股有限公司
东方明珠安舒英文化体育发展（上海）有限公司
上海东方明珠传输有限公司
上海东方明珠广播电视研究发展有限公司
上海东方明珠信息技术