

公司代码:603721

公司简称:中广天择

中广天择传媒股份有限公司

2024

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,投资者请到www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2.本公司董事会、监事会及监事、董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、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.容诚会计师事务所(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间分配预案或公积金转增股本预案

经公司第四届董事会第十四次会议决议,鉴于2024年度公司利润为负,同时考虑公司日常生产经营需要以及未来发展资金需求等综合因素,决定公司2024年度拟不派发现金红利,不送红股,不以资本公积转增股本。该事项尚需公司2024年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

公司概况					
股东种类	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	中广天择	603721		不适用
股东名称及联系方式	董事局秘书	证券事务代表			
姓名	周雷	李雷			
联系方式	湖南省长沙开福区湘江路2号鸭子铺路46号	湖南省长沙开福区湘江路2号鸭子铺路46号			
电话	0731-88740233	0731-88740233			
传真	0731-88740233	0731-88740233			
电子邮箱	tz@zgtv.com	tz@zgtv.com			

2.报告期公司主要业务简介

传媒行业作为信息传播和文化交流的重要领域,在社会发展中扮演着关键角色。2024年,传媒行业在技术变革、市场需求变化以及政策调整等多重因素的影响下,呈现出复杂多变的发展态势。

(一)推进文化与科技深度融合,加快发展战略文化生态

党的二十大提出,“探索文化和科技的有机结合,加快发展新型文化业态”。为加快推进文化和科技深度融合提供了方向指引。在数字化产业革命时代,文化和科技融合正加速生产生活方式、思想观念、社会组织结构等多方面的系统性革新,是提升文化软实力的内在要求和重要途径,是新质生产力的重要形态。也为内容创作提供更大的可能性、创新性和空间,驱动更多文艺创新形式涌现。

(二)节目内容创作和运营更加精细化

根据云数据,2024年上半年新增综艺节目329部,同比增加54部。相比之下,综艺市场在下半年的活跃度又明显提升,7月11日上线的《奔跑吧》168期,较上半年增加41期,网络日均播放量较上半年提升8%。全年上新综艺数量的增加意味着行业供给充足,产能恢复,下半年的变化释放出积极信号,即市场正在持续向好。而在行业回暖的一年中,在各个赛道中,文旅综艺的数量和有效播放占比均居于首位。同时,情感类综艺一直是直播平台的深度赛道,在各大平台的各自布局下,已经诞生了不少生命力强劲的经典IP,并通过高话题性产生持续的影响力。无论这些内容属于哪个赛道,在创作和运营上都彰显精细化。

(三)电视剧行业持续提质减量,短视频将进一步规范化和精品化

2024年,中国剧集产业链呈现“减量增质”的趋势。根据国家广电总局的数据,2024年获得发行许可证的电视剧数量也在快速下降,2021年至2023年中国微短剧市场规模从3.68亿元、101.7亿元、373.9亿元,到2024年中国微短剧市场规模已提升至50亿元。商业模式上,微短剧从依赖应用内购买付费模式(LAP)转向免费模式(AAA),报告显示,2024年,免费模式用户已成为微短剧增长的主力军,免费模式用户的占比从2024年的11%提升至10%的9%,微短剧行业在制作与发行模式上呈显著多元化,通过免费剧、端原生内容、电商APP联动等创新形式,推动短视频渠道进一步拓宽。

相关政策陆续出台,推动微短剧的精品化发展。2024年1月召开的全国广播电视台工作会议明确提出要更加分类指导,推动微短剧从“流量高”向“高质量”发展。国家广电总局发布的《关于鼓励网络视听节目创作生产弘扬社会主义核心价值观的通知》,对微短剧行业提出了具体要求,规范微短剧行业分类分级管理,加强内容的审核和管理,推动了行业更加注重品质,向规范化、精品化发展。同时,微短剧的题材也在不断拓展,已有更多作品在传播正能量、弘扬社会主义核心价值方面发挥出积极作用。

(四)数字技术推进传媒新生产力发展

2024年,中国剧集产业链呈现“减量增质”的趋势。根据国家广电总局的数据,2024年获得发行许可证的电视剧数量也在快速下降,2021年至2023年中国微短剧市场规模从3.68亿元、101.7亿元、373.9亿元,到2024年中国微短剧市场规模已提升至50亿元。商业模式上,微短剧从依赖应用内购买付费模式(LAP)转向免费模式(AAA),报告显示,2024年,免费模式用户已成为微短剧增长的主力军,免费模式用户的占比从2024年的11%提升至10%的9%,微短剧行业在制作与发行模式上呈显著多元化,通过免费剧、端原生内容、电商APP联动等创新形式,推动短视频渠道进一步拓宽。

相关政策陆续出台,推动微短剧的精品化发展。2024年1月召开的全国广播电视台工作会议明确提出要更加分类指导,推动微短剧从“流量高”向“高质量”发展。国家广电总局发布的《关于鼓励网络视听节目创作生产弘扬社会主义核心价值观的通知》,对微短剧行业提出了具体要求,规范微短剧行业分类分级管理,加强内容的审核和管理,推动了行业更加注重品质,向规范化、精品化发展。同时,微短剧的题材也在不断拓展,已有更多作品在传播正能量、弘扬社会主义核心价值方面发挥出积极作用。

(五)国内旅游业市场持续扩大

国家文化和旅游部发布了2024年度国内旅游数据情况,根据国内旅游抽样调查统计结果,2024年,国内游客人次达6.15亿,比上年同期增长14.8%,同比增长14.8%。国际游客出境花费6.75万亿元,比上年增加0.84万亿元,同比增长17.1%。整体来看,2024年旅游需求得到持续释放,旅游消费稳步增长,行业发展信心稳中有升,旅游市场得到持续稳定的高质量发展。

中广天择多年来坚持“正能量,真品质”,做头部内容的组织者、垂直领域的专家学者和全媒体内容的运营商,致力于打造具有全国影响力的综合传媒集团。天择坚持“文化和科技融合”新战略开拓发展空间,强化专业化的内容科技,实现内容制作公司到文化科技公司的演进。

1.视频内容制作运营服务

数字技术的发展推动了传媒新生产力的形成,数据要素成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(六)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(七)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(八)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(九)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十一)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十二)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十三)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十四)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十五)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十六)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十七)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十八)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(十九)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(二十)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(二十一)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(二十二)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(二十三)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能的传媒新业态、各项神通的自媒体创作和大众传播等。通过数据在传媒行业的场景应用,全产业链打通和数据产品的数据再生产,实现数据要素赋能传媒新生产力建设。同时,突破性技术如Web3.5G、AR/VR等的广泛应用,正在重塑传媒业的未来发展路径,拓展了传媒应用场景。

(二十四)文化旅游服务

新技术推进传媒新生产力发展,数字资产成为新质生产力概念下的先进生产要素。传媒新生产力对传媒业务的影响,主要表现为对技术应用和数据的应用、平台内容分发的算法推送、对受众的精准画像、以及对广告投放的精准匹配等。

技术赋能