

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 2018 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

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	嵇绯绯	嵇绯绯
联系地址	上海市徐汇区宜山路757号	上海市徐汇区宜山路757号
电话	021-33396637	021-33396637
传真	021-33396636	021-33396636
电子信箱	dongban@opg.cn	dongban@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	38,011,691,139.96	37,332,215,322.07	1.82
归属于上市公司股东的净资产	27,735,270,569.25	27,555,968,957.15	0.65
	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	1,446,768,983.75	-824,276,748.06	不适用
营业收入	6,027,514,444.78	8,797,433,372.41	-31.49
归属于上市公司股	1,240,103,599.95	1,223,641,698.40	1.35

东的净利润			
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	682,250,423.27	817,311,704.91	-16.53
加权平均净资产收益率(%)	4.4128	4.5161	减少0.1033个百分点
基本每股收益(元/股)	0.4695	0.4647	1.03
稀释每股收益(元/股)	0.4695	0.4654	0.88

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)				153,858		
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	45.14	1,192,239,638	0	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	0	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	0	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	0	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	0	无	0
上海上汽投资中心(有限合伙)	国有法人	0.86	22,582,754	0	质押	12,947,129
上海光控股股权投资管理有限公司	境内非国有法人	0.70	18,501,387	0	无	0
上海久事体育资产经营有	境内非	0.66	17,347,429	0	无	0

限公司	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。					

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

报告期内，公司大力推进智慧运营驱动“文娱+”战略落地，持续推动 OPG 云的升级工作，努力打造融合媒体平台建设，持续完善文娱消费布局，在实现用户持续增长的同时进一步实现业务与服务的融合打通。2018 年上半年，公司实现营收 60.28 亿元，实现归属母公司净利润 12.4 亿元。

（一）OPG 云转型升级，构建智慧运营平台

OPG 云的建设目标是通过云技术、大数据、人工智能等形成业务发展的核心技术支撑，实现技术后台打通、数据中台打通，以及用户、内容、产品、服务的打通。报告期内，公司全面提升云后台能力建设，现已建成统一网管平台，全面提升融合媒体平台的安全性；持续强化混合云建设，实现 IPTV/OTT 直播频道约 280 路云端软件化编码，显著降低成本且实现了各业务的个性化直播需求；通过与细分行业领先企业合作，提升 AI 能力建设。持续提升数据中台与业务中台建设，完成视频内容标签定义与生产，现已覆盖点播与直播的影视剧以及主创人员；同时进一步扩大用户数据，并提升用户画像及分析能力，并在此基础上推出全智能推荐产品，优化用户体验。启动智慧场馆建设，孵化 OMO 全场景运营系统，实现 B 端与 C 端用户的有效链接，进

一步实现数据驱动运营。

（二）持续夯实内生增长，实现业务板块的横向连接与垂直闭环发展

（1）媒体网络业务：夯实渠道，拓展用户，持续打造 BestV 融合媒体平台

公司持续推进融合媒体平台建设，夯实渠道分发优势，扩大产品覆盖，提升用户规模。报告期内，IPTV 用户规模突破 4600 万，较上年底实现用户新增 600 万；OTT 用户达 2448 万，较上年底实现用户新增 348 万；付费电视用户数 6000 万，较上年底维持不变；点播用户数 1400 万，较上年底增长 200 万；移动终端月活跃用户超过 6000 万，较上年底月活用户增长超过 100%。

在渠道建设方面，在保持原有中国电信与中国联通业务稳步增长的同时，积极拓展与中国移动的业务合作，在报告期内，Bestv 的运营商 B2B 业务已经覆盖全国 31 省；同时，以“世界杯”为契机，与咪咕联合打造了集约化增值产品“咪视通”，实现用户覆盖超过 6000 万，激活用户超过 1000 万，成为中国移动集约化最主要、覆盖范围最广的增值产品，为后续 Bestv 增值业务的发展奠定了坚实的基础。

（2）影视互娱业务围绕公司整体战略，持续打造精品化、差异化内容 IP 矩阵，持续探索以 IP 为核心的全产业联动开发模式，努力实现内容对全产业链发展的推动。

公司持续加快影视剧主业发展步伐，结合内外部优质资源，不断提升内容的聚合、生产与发行能力，持续提升产品竞争力，目前公司拥有优质 IP 产品，广电新媒体内容储备丰厚。公司继续坚持精品化、IP 化的优质内容生产路线，报告期内，公司主投电影《21 克拉》收获过亿票房，与 BBC 合拍纪录片电影《地球：神奇的一天》持续贡献海外票房。公司发行并参与制作的网剧《镇魂》引发网络收视热潮。同时，各项目均有序推进，如《大江大河》、《老中医》、《只为那一刻与你相见》等，年度重点项目《紫川》顺利推进，目前处于筹拍阶段。在版权合作方面，持续探索与平台的深度捆绑，积极拓展网大、网剧和网综等新领域。同时，携手国际合作伙伴，探索内容垂直产品的开发。

游戏业务持续推进全渠道业务布局。报告期内，公司创新主机游戏销售模式，实现主机游戏业务持续增长。升级手游联合发行业务模式，推进大 IP 电视游戏产品化，完成 15 款迪士尼游戏本土化改造，并对接多家省级运营商平台。依托优质产业资源，全面布局电竞业务，推进电竞游戏、联赛、联盟、场馆等项目建设，公司牵头成立的电子竞技联盟——“G 联盟”，其成员涵盖了内容方、平台方及赛事合作伙伴等，通过资源共享，谋求快速发展，实现多方共赢。

(3) 夯实视频购物业务，落地新零售，延伸消费场景；持续的产品优化及互联网化的营销模式，推动品牌的年轻化转型

视频购物围绕“跨界新零售，购物新体验”理念，加快打造新零售模式，与众多细分领域的优秀品牌和代表性企业进行跨界合作，将消费场景延伸到线上线下空间。继续加强向互联网渗透和大小屏联动，优化用户体验，增强对年轻人吸引力，目前已可以通过购物 APP、微信公众号和小程序观看直播、一键化订购。营销方式上引入全方位立体传播战略，自创“就这样”系列品牌活动，通过释放 SMG、OPG 赋予的渠道资源优势，在线上线下进行立体式投放宣传。取得了销售和口碑双丰收。进一步吸引年轻用户。报告期内，年轻用户占比逐步增加，从年初的 20% 升至年中的 31.6%。

(4) 文旅消费业务：持续提升存量资产运营效能，同时打造文化集聚区，升级运营模式

公司坚持存量业务的持续升级赋能，报告期内，文旅消费汇聚线下用户流量超过 700 万。公司通过持续丰富东方明珠塔产品线，进一步深化线下文化集聚区的打造，实现都市人群的生活、娱乐、消费场景的全面升级；并强化与 OTA 平台的合作，推动文创产品联动。贯彻智慧运营理念，推进梅赛德斯场馆 APP、数据平台、商户平台的搭建，全面启动智慧场馆建设。

(三) 持续推进创新业务孵化与外延发展，加速产业布局

(1) 积极推进“城市大脑”项目，助力上海智慧城市建设与广电网络的转型发展

2015 年，公司承担了广电总局下达的“下一代广播电视无线试验网”建设项目，并率先以整体解决方案打造了物联网+社区精细化治理示范街道。报告期内，公司完成了物联网社区大脑平台公司的筹建，并开发出第一版城市大脑产品，充分运用大数据分析和人工智能技术，形成了数据到、判断到、预测到的数据驱动机制，让大脑会监测、会思考、会派单，能够记录过去、感知现在、预测未来。目前，公司在该领域业务已覆盖杨浦、虹口、普陀三区 18 个街镇。未来将继续按照物联、数联、智联三位一体的智慧城市发展理念，持续推进新型城域物联专网建设，拓展区域覆盖。并通过产业生态的构建，实现模式的复制与全国推广。

(2) 对接“5G”标准，打通“8K”产业链

公司积极超前布局 5G 及 8K 业务。报告期内，公司与富士康进行合作，双方将共同构建“8K”布局，形成从生产到编辑储存传输，再到播放的完整的 8K 生态产业链。目前，双方合作推出了中国第一部 8K 城市形象宣传片《YES! 上海》，并获得国内外文化界一致好评；同时，与中国

电信、富士康等公司合作，联合发布了国内首个基于 5G 测试网络的 8K 视频应用平台——“5G+8K”试验网。未来，公司将联手上下游主流企业联合打造“5G+8K”产业联盟，共同发挥各自优势，共同探讨未来 5G+8K 发展及创新应用。

(3) 继续加强与各领域龙头企业战略合作，撬动产业资源

公司持续加强与各行业领先龙头企业的合作，提升公司自身业务能级。报告期内，公司携手中国联通、富士康等多家合作伙伴达成战略合作，扩大产业合作，加速前沿技术布局和业务落地，实现内生增长与外延扩展并举。与中国联通战略合作，携手拓展家庭娱乐客户市场；与富士康集团和富士康旗下工业富联战略合作，聚焦家庭娱乐终端、物联网业务。

(4) 以资本为杠杆，加快外延发展

报告期内，公司以自有资金约 3 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）A 股 IPO 的战略投资者定向配售，这不仅对公司拓展多项业务合作具有重大战略意义，同时还具有一定的财务投资价值。同时，公司进一步优化资产结构，完成新英体育项目退出，本次交易获得税前投资收益约 6000 万美元。对外投资平台和文化传媒基金各项工作在有序推进中。

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