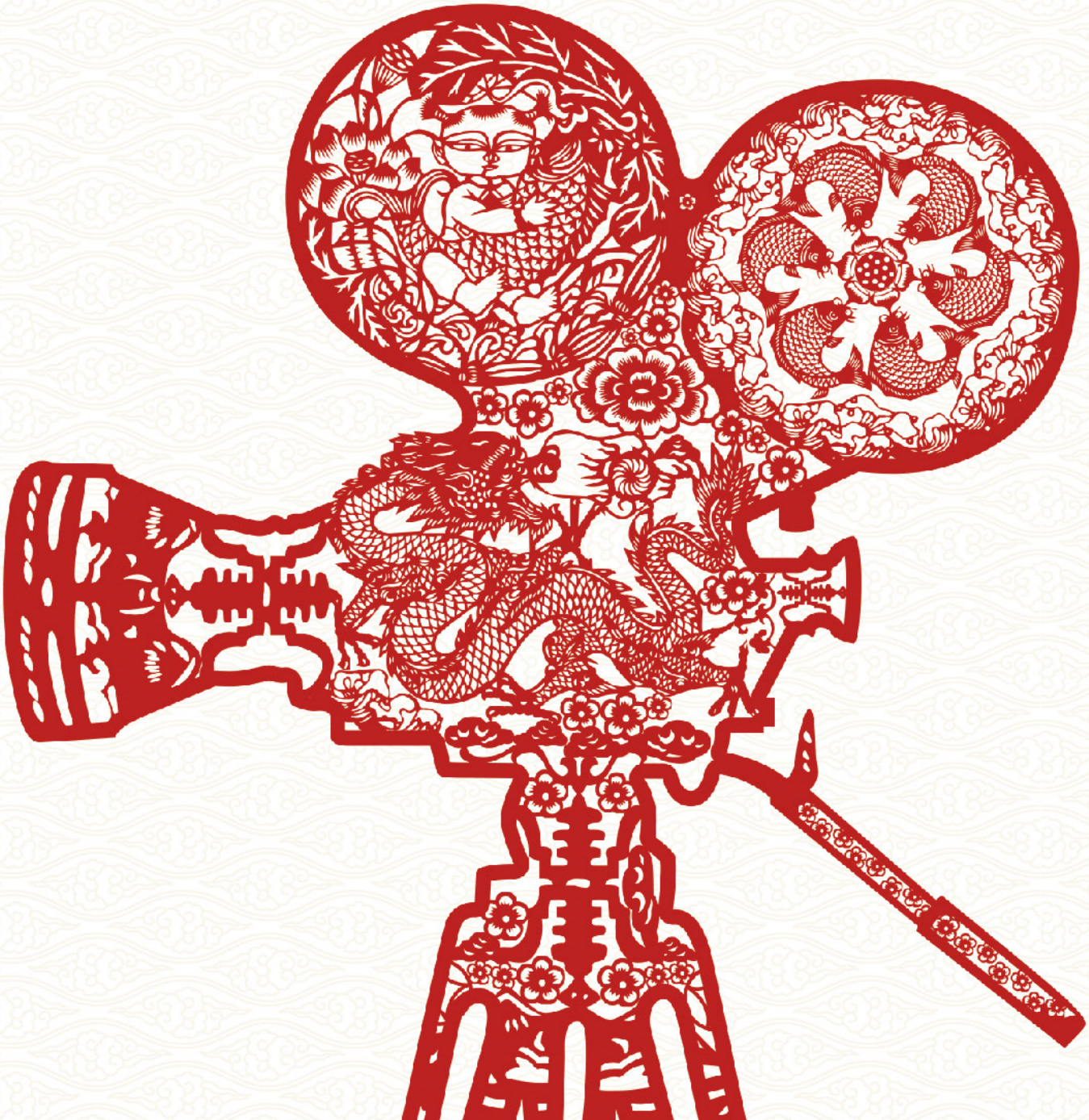
中国电影股份有限公司
CHINA FILM CO.,LTD.

2019
社会责任报告

SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT



关于本报告

本报告依据上海证券交易所、联合国和全球可持续发展标准委员会的相关规定编写，旨在通过客观、规范、透明和全面的信息披露，真实反映中国电影股份有限公司 2019 年在履行社会责任方面所做出的努力和促进全面健康可持续发展的具体实践。

编制依据

上海证券交易所《上市公司环境信息披露指引》

中共中央宣传部《国有影视企业社会效益评价考核试行办法》

明晟指数（MSCI）环境、社会和公司治理分级指标

全球可持续发展标准委员会（GSSB)《可持续发展报告编写指南》（GRI Standards）

中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-CSR4.0）

报告范围

除个别资料有特定说明外，本报告内容涵盖中国电影股份有限公司总部、分支机构及下属公司的实际经营领域，范围与中国电影股份有限公司发布的年度报告一致。

称谓说明

为了便于表述和阅读，本报告中提及的“中国电影”“公司”“我们”均指代“中国电影股份有限公司”，“董事会”指代“中国电影股份有限公司董事会”。

时间范围

本报告期限为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。

为增强报告的可比性和完整性，部分内容适当溯及以往年份。

发布周期

本报告是年度报告，上期报告于 2019 年 4 月发布。

数据来源与可靠性保障

本报告使用的行业与业务数据来源包括政府部门公开数据、公司内部统计数据、第三方市场调查结果及行业报告等。

本报告所述的公司财务数据来源于《中国电影股份有限公司 2019 年年度报告》。

中国电影保证本报告内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

报告发布与获取

本报告可于下列网站下载：中国电影股份有限公司官方网站 http://www.zgdygf.com/

上海证券交易所信息披露网站 http://www.sse.com.cn/

您的宝贵意见对公司在社会责任方面的改进与完善至关重要。

如对报告有疑问和建议，您可发邮件至 ir@chinafilm.com，或致电 86-10-88321280。

目录

关于本报告 / P 01

2019 年度关键数据 / P 04

2019 年公司荣誉 / P 05

关于我们

- 公司简介 / P 07
- 公司治理体系 / P 07
- 业务板块布局 / P 08

社会责任管理

- 社会责任模型 / P 10
- 利益相关方沟通 / P 11
- 实质性议题识别 / P 12
- 社会责任管理架构 / P 13

完善公司治理

- 完善公司治理 / P 15
- 党建引领发展 / P 18
- 履行资本市场责任 / P 20
- 构建规范管理体系 / P 22

创造企业价值

- 影视制片制作板块 / P 25
- 电影发行营销板块 / P 28
- 电影放映板块 / P 30
- 影视服务板块 / P 33

推动中国电影走向世界

- 中国文化出海 / P 36
- 技术产品出海 / P 36
- 加强国际交流 / P 37

成就员工发展

- 创新选人用人机制 / P 40
- 形成特色培训体系 / P 40
- 构建和谐劳动关系 / P 41
- 关爱员工健康发展 / P 41
- 提升组织凝聚活力 / P 42
- 传递企业关怀温暖 / P 42

积极奉献社会

- 庆祝祖国华诞，推出精品力作 / P 44
- 贯彻中央精神，助力产业扶贫 / P 45
- 发挥电影魅力，推动科普教育 / P 46
- 探索公益实践，积极奉献社会 / P 47
- 保护知识产权，促进持续发展 / P 48
- 以译制为桥梁，共享文化成果 / P 48
- 践行环保理念，营造生态文明 / P 49
- 注重节能减排，实现绿色运营 / P 50
- 严抓责任落实，确保安全生产 / P 51

2019 年度关键数据

- 营业收入
  90.68 亿元

- 归属于上市公司股东的净利润
  10.61 亿元

- 董事会宣派现金股利
  5.94 亿元

- 派发股利占当年归属于上市公司股东净利润的比例
  55.93 %

- 上缴税款
  7.25 亿元

- 员工总数
  4,285 人

- 廉洁教育覆盖率
  100 %

- 安全教育覆盖率
  100 %

- 出品影片投放市场共 **23** 部，累计实现票房 **74.06** 亿元，占同期全国国产影片票房总额的 **17.99** %

- 发行国产影片 **564** 部，占同期全国国产影片票房总额的 **34.15** %

- 发行进口影片 **133** 部，占同期全国进口影片票房总额的 **57.51** %

- 公司旗下控参股院线和控股影院合计覆盖全国 **18,353** 块银幕和 **232.79** 万席座位
  银幕市占率 **26.3** %

- 全球正式投入运营的中国巨幕影厅达 **359** 家，其中在中国境内 **352** 家
  在中国大陆高端巨幕格式银幕的市场占有率为 **32.8** %

- 公司旗下电影票务平台累计接入影院
  9,486 家，占全国总影院数的 **76.45** %

- 中影巴可放映机在全国已安装近 **37,000** 套，
  市场占有率超过 **51** %

2019 年公司荣誉

荣获第十一届
“全国文化企业三十强”

连续两年入选上海证券交易所
“上证公司治理板块”

荣获上海证券交易所
2018-2019 年度
信息披露 A 级评价

荣获 2019 年 A 股
“漂亮 100”潜力榜

荣获《证券时报》2019 年
中国 IP 企业领军奖

公司出品的《流浪地球》等
影片荣获精神文明建设
“五个一工程”优秀作品奖

“中影·神思”人工智能
图像处理系统荣获
广播影视科技创新奖

子公司中影器材连续获评
“国家文化出口重点企业”

公司出品影片斩获**“金鸡奖”**、**“天坛奖”**等 **50** 项国内外重要奖项

关于我们

公司简介　　公司治理体系　　业务板块布局

公司简介

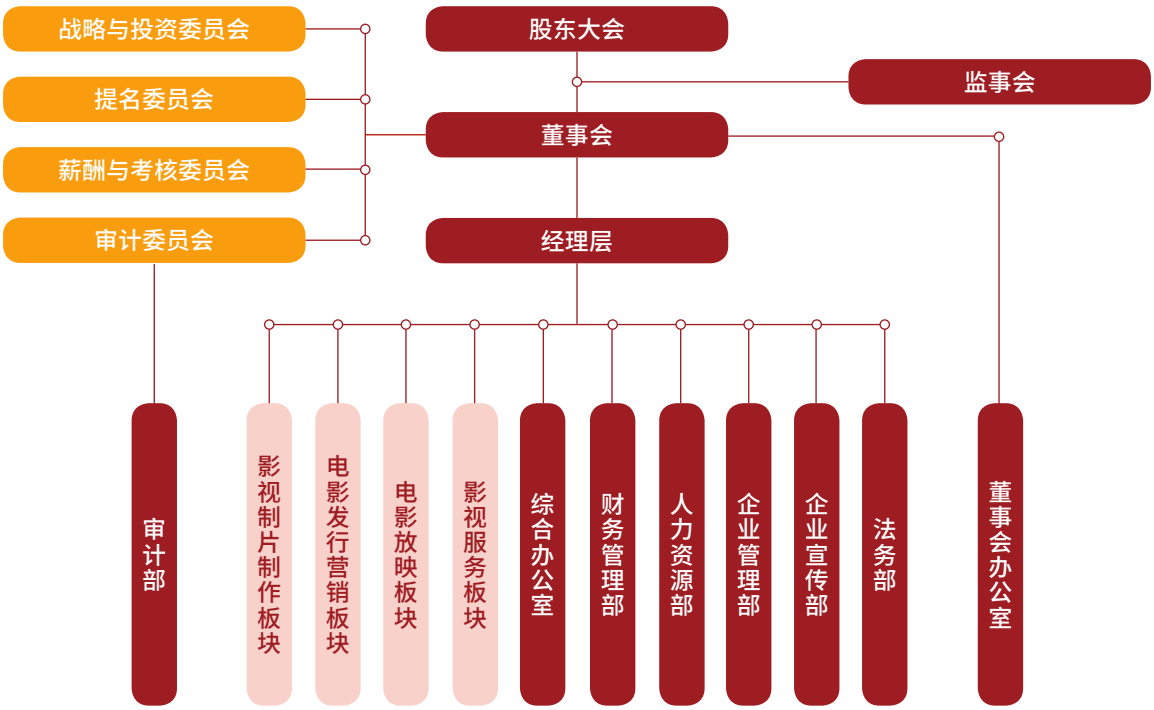
2010 年 12 月，经中共中央宣传部、国家新闻出版广电总局批准，中国电影集团公司联合中国国际电视总公司、央广传媒发展总公司等 7 家单位共同发起设立中国电影股份有限公司。2016 年 8 月 9 日，中国电影股份有限公司正式在上海证券交易所挂牌上市，公司股票简称为“中国电影”，股票代码为 600977。

公司拥有国内规模最大、最为完整的全产业链业务体系，覆盖影视制片制作、电影发行营销、电影放映及影视服务四大业务板块。近年来，公司主导或参与创作生产了各类优秀影片百余部；旗下的国家中影数字制作基地为千余部影视作品提供了制作服务；公司在数字影片发行领域占据市场主导地位，近年来发行了千余部国内外影片；公司下属控、参股院线及影院在全国银幕占比近 30%；公司联合科研机构研发了中国巨幕等高端放映技术，推动了中国电影技术在高格式、全景声效领域的领先发展和全球应用。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司拥有各专业领域人才 4,285 人，公司总资产为 172.59 亿元，归属于上市公司股东的净资产为 119.93 亿元。

公司治理体系

公司根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律、法规及规范性文件的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会和公司管理层组成的健全、完善的法人治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构与经营层之间权责分明、各司其职、有效制衡、科学决策、协调运作的公司治理体系，制定了完整、规范的议事、决策、授权、执行的规则和程序。



业务板块布局

公司从事的主营业务包括影视制片制作、电影发行营销、电影放映及影视服务四大业务板块，涉及影视制片、制作、发行、电影衍生品、院线、影院、在线票务、器材生产与销售以及金融服务等众多业务领域。

社会责任管理

社会责任模型

利益相关方沟通

实质性议题识别

社会责任管理结构

中国电影股份有限公司认为，积极履行社会责任是公司可持续发展、达成战略目标和为股东创造长远价值的重要基础。本着这一理念，公司将承担社会责任融入到经营发展之中，积极响应国家政策导向，严格履行上市监管要求，不断完善公司治理，持续优化内控体系，为观众打造优秀影视作品，发挥行业引领示范作用，追求公司与合作伙伴、员工、股东和社会的共同进步和发展。

公司全面落实社会责任管理，从社会责任模型确立到利益相关方沟通，再到实质性议题识别，推动公司社会责任工作更深入、更系统和更有效，确保社会责任真正落实到公司经营的各个环节。

- 核心价值观
- 社会责任理念

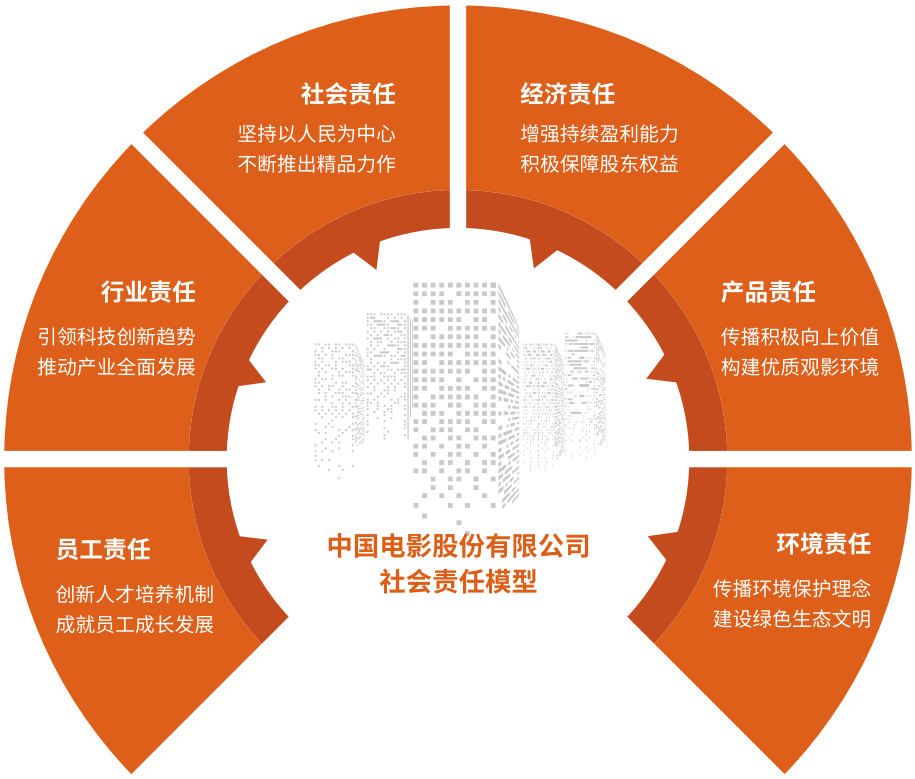
- 利益相关方识别
- 行动目标与方案

- 甄选社会责任议题
- 评估议题实质
- 形成重点关注事项

- 政策及行业趋势
- 社会责任标准
- 实质性议题
- 实质性议题实践

社会责任模型

公司始终坚持把社会效益摆在首位，努力实现社会效益和经济效益的双赢。根据发展战略与行业特点，公司建立了具有中国电影特色的社会责任模型，通过在创作优秀影视作品、引领科技创新趋势、创新人才培养机制、推动产业全面发展等领域的努力和实践，在为社会贡献力量的同时实现环境友好建设。



利益相关方沟通

公司高度重视利益相关方关切的问题，积极与利益相关方沟通。通过了解各利益相关方的诉求、意见和建议，将其关注的议题纳入公司的运营和决策过程，转化为公司可持续发展的行动目标和方案。

政府/监管机构
GOVERNMENT/REGULATORY BODY

- 积极响应国家战略
- 保障依法合规经营
- 社会效益放在首位
- 持续创造经济价值

股东/投资者
SHAREHOLDER/INVESTOR

- 完善的公司治理
- 保障全体股东权益
- 规范的信息披露
- 持续稳定的利润分配

观众/消费者
AUDIENCE/CONSUMER

- 以人民为中心的创作
- 提供高品质影视作品
- 满足日益增长的文化需求
- 提供优质观影环境与服务

行业/合作伙伴
INDUSTRY/PARTNER

- 携手共进 互利共赢
- 推动科技创新
- 保护知识产权
- 探索中国电影“走出去”

客户/供应商
CUSTOMER/SUPPLIER

- 信守合约
- 规范采购管理
- 满足多元化需求
- 为客户创造价值

员工
OUR PEOPLE

- 保障全体员工权益
- 提供职业发展机会
- 建立人才培养机制
- 创造良好工作环境

公众/社区
PUBLIC/COMMUNITY

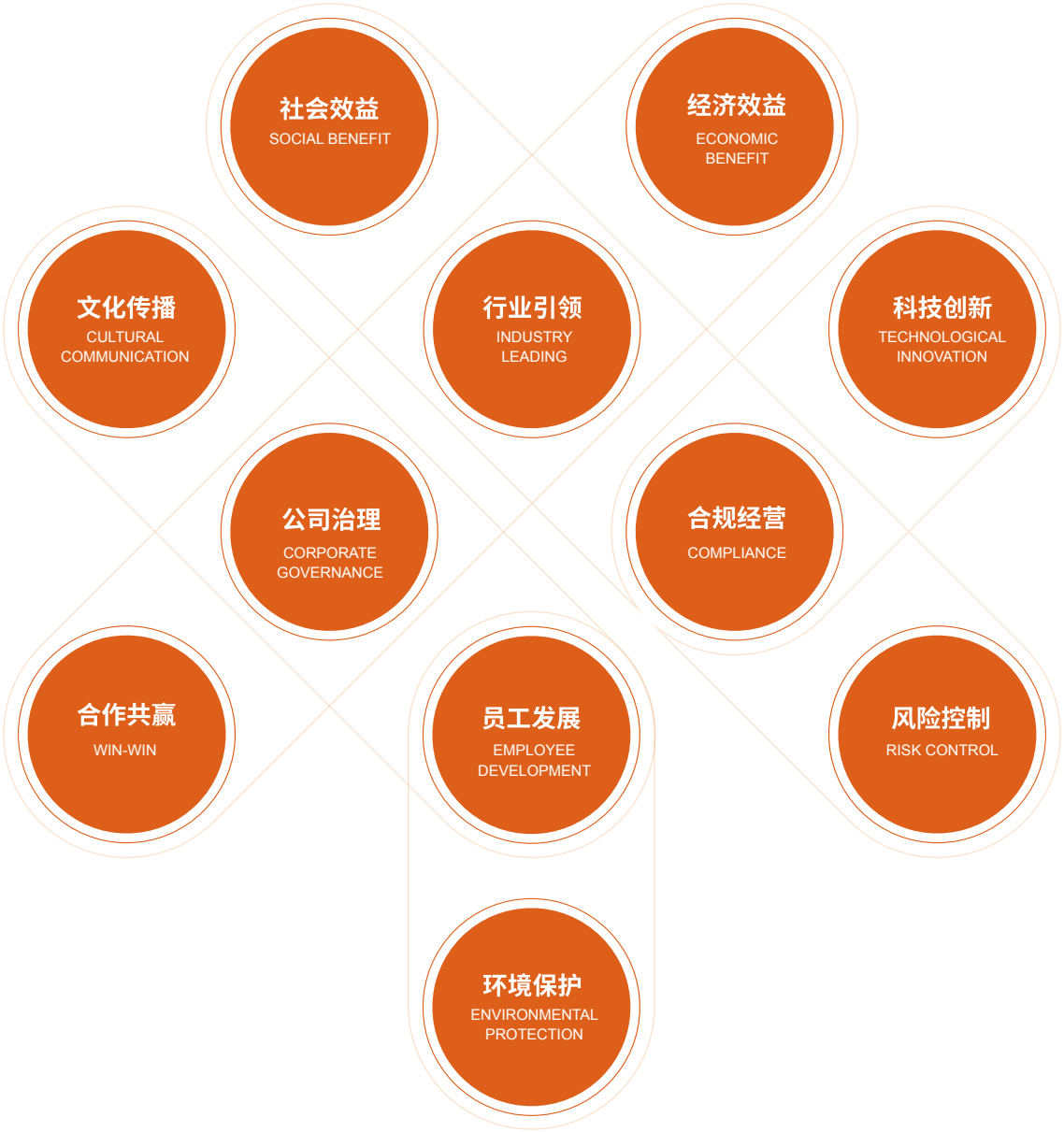
- 积极参加公益活动
- 支持地区发展建设
- 共建和谐社会
- 弘扬中国文化

环境
ENVIRONMENT

- 传播生态环保文化
- 践行绿色发展理念
- 绿色运营
- 节能减排

实质性议题识别

2019 年，按照国内外企业社会责任的相关标准要求，根据公司的社会责任模型和利益相关方诉求，结合公司的实际发展情况，公司识别并筛选出对公司和利益相关方都重要的实质性议题和重点关注事项。根据实质性议题识别结果，本报告将对公司治理、行业引领、员工发展、环境保护等议题进行重点回应，以切实回应利益相关方的期望与诉求，持续提升社会责任报告的沟通价值。



社会责任管理结构

领导层

公司董事会及经理层全面负责公司的社会责任管理。董事会承担公司社会责任的整体责任，审定社会责任管理方针、政策及其他工作成果；经理层负责制定社会责任管理方针和政策，确保公司设立合适有效的社会责任管理体系并健全相关组织架构，推动公司社会责任管理相关工作的实施。

决策层

公司战略与投资委员会是公司社会责任管理工作的决策议事机构，主要负责公司社会责任战略的制定，对公司社会责任工作的执行情况进行监督，并向公司董事会报告。

在社会责任管理体系的建设和运行过程中，委员会可根据专项研究需要，聘请相关专业机构或专家顾问，为公司提供专业化建议。

执行层

公司的社会责任管理团队是该项工作的执行层，主要负责利益相关方沟通，实际性议题的识别和调整，以及社会责任报告的信息采集、编制和披露等工作。

公司的社会责任管理团队由董事会办公室牵头，由企业管理部、人力资源部、企业宣传部、财务部、法务部、审计部等职能部门，以及公司四大业务板块下属各分子公司组成。

完善公司治理

完善公司治理

党建引领发展

履行资本市场责任

构建规范管理体系

完善公司治理

2019 年，公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》和《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规以及上海证券交易所的相关规定，不断完善法人治理机制，提高规范运作水平，真实、准确、完整、及时地披露相关信息，维护投资者的合法权益。

报告期内，基于公司的治理实践和在提升治理水平方面的持续努力，公司保持为“上证公司治理板块”样本企业。

报告期内，基于公司的治理实践和在提升治理水平方面的持续努力，公司保持为

“上证公司治理板块”样本企业

治理结构

公司持续推进公司治理体系和治理能力的现代化建设。按照《公司章程》和相关制度规定，公司的董事会、监事会和高级管理人员在各自的职责、权限范围内各司其职，各尽其责，形成了决策科学、执行有力、监督到位、运转高效公司治理体系。报告期内，公司顺利完成董事会、监事会的换届选举，组成了公司第二届董事会和监事会，聘任了高级管理人员，为公司的规范运作和科学决策打下了良好基础。

公司第二届董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 4 名，女性董事 2 名。董事会成员中，5 名执行董事具有丰富的电影行业从业及管理经验，4 名独立董事分别是战略、金融、会计和税务领域的知名专家。董事会成员的设置与组成符合法律、法规的规定，符合董事会成员的多元化政策要求，满足企业的发展需要。

公司第二届监事会由 4 名监事组成，其中职工代表监事 2 名，女性监事 2 名。监事会成员中，职工代表的比例不少于三分之一，2 名股东监事分别具有丰富的企业管理和财务经验，2 名职工监事在内部审计和制片业务方面具有实践经验。监事会成员的构成符合《公司章程》的规定，有利于监事会职能的履行。

董事会下设战略与投资、提名、薪酬与考核和审计四个专门委员会。委员会成员全部由董事组成，其中审计、提名、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会召集人在会计专业领域具有丰富理论水平与实践经验。

董事会、监事会成员共

13 人

董事会中独立董事超过

1/3

董监高中的女性成员超过

30%

监事会中的职工监事占

50%

治理实践

按照公司治理制度明确的股东大会、董事会、监事会和管理层的权责范围和工作程序，公司规范履行各项议事、决策、授权、执行程序。

2019 年，公司董事会、监事会严格按照《公司章程》的规定认真履行职责，报告期内召开董事会会议 7 次、监事会会议 6 次、董事会各专门委员会会议 9 次，审议通过规章、财务、投资等议案 80 项，会议的召集、召开和表决程序均符合法律、行政法规的相关规定。

公司始终重视决策程序的规范性和严肃性，严格按照《董事会议事规则》《监事会议事规则》等制度要求，履行会议召集、议题征集、议案审核、会议组织、事前认可意见和审议表决等决策程序，做到各治理主体对重大事项应议尽议，确保决策程序的规范有序。

2019 年 9 月，公司召开第二届董事会第一次会议

制度建设

根据法律、法规及规范性文件的相关规定，公司建立了以《公司章程》为核心，由《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》等规章制度组成的公司治理制度体系。各项治理制度明确了股东大会、董事会、监事会和管理层的权责范围和工作程序，为公司的规范化运作提供了制度保证。

2019 年，根据《公司法》《证券法》和中国证监会新修订的《上市公司治理准则》《上市公司章程指引》等法律法规，公司修订了《公司章程》及董事会、监事会议事规则等制度文件，将法律法规的新内容、新要求落实到公司现有的各项管理制度之中，进一步完善了公司治理的制度体系。

01

根据新修改的《公司法》，明确了公司发行股份回购的条件、用途和决策程序。

02

保障中小股东的合法权益，明确了公司股东大会的召集与表决程序，并制定了累积投票制度实施细则。

03

强化董事会专门委员会职责，明确了在战略引领、薪酬激励、内部控制和风险管理方面的职责。

科学决策

高度重视履职学习与培训

公司董事、监事和高级管理人员高度重视履职学习与培训，积极参加证券监管部门组织的专题培训，学习最新监管政策法规，持续提升履职能力。

高度重视对重大决策事项的科学研判

公司董事会高度重视对重大决策事项的科学研判，对于提交董事会的审议事项，由职能部门会同业务单位先行论证，同时参考中介机构的独立专业意见，保障了治理决策的科学有效。

充分发挥董事会成员结构多元化的优势

公司充分发挥董事会成员结构多元化的优势，董事会的每位成员都勤勉尽责，积极利用各自丰富的专业知识和管理经验参与公司治理，对重大事项独立发表意见，使公司在制定战略、研究问题、防控风险方面的决策更加全面、客观，有效地维护了公司整体利益和全体股东的合法权益。

党建引领发展

加强党建

公司认真落实新时代党的建设总要求，持续加强党风廉政建设，增强党组织的创造力、凝聚力、战斗力，为公司的高质量发展提供坚强政治和组织保证。

01

公司始终把政治建设放在首位，把党的领导融入到公司治理中。在治理实践中，公司严格履行《公司章程》的相关规定，把党组织研究讨论作为董事会、经理层决策重大问题的前置程序。报告期内，涉及“三重一大”方面的重要事项，在公司董事会审议决策前，均由党委先行研究论证。

02

报告期内，公司全面深入学习、贯彻、落实习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大、十九届二中、三中全会精神，按照习近平关于新时代党的建设总要求，认真开展“不忘初心、牢记使命”主题教育活动，不断加深对习近平新时代中国特色社会主义思想重大意义、科学体系、丰富内涵的理解。

报告期内，公司开展专题讲党课活动，共330余人参加党课学习。

开展专题民主生活会，开展学习研讨、谈心谈话，广泛征求干部职工的意见建议。

组织开展主题教育知识答题，举办“不忘初心、牢记使命”主题教育——庆祝建党 98 周年党员宣誓暨“手捧滚烫故事传递楷模精神”先进事迹报告会。

组织部分党员集体参观了“伟大历程辉煌成就——庆祝中华人民共和国成立 70 周年大型成就展”。

03

全面加强党的思想、组织、作风和制度建设，为公司的改革、发展、稳定和各项任务的完成提供了精神动力和组织保证。

抓牢党员干部教育，公司全年共组织党员干部理论学习 18 次；举办《新时代加强党的政治建设》专题讲座；组织党员干部参观房山区党群活动服务中心党史展览馆。

04

充分发挥党组织的政治核心作用和基层党支部的战斗堡垒作用，依靠各级党组织和广大党员，不断加强党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设和纪律建设。

廉洁建设

落实全面从严治党主体责任和监督责任，严肃党内政治生活。

01

报告期内，公司制定印发了全面从严治党主要任务分工，组织各职能部门、分子公司签署全面从严治党责任书，切实增强管党治党的责任意识，压紧压实全面从严治党的责任。

02

持续加强作风建设，建立完善作风建设长效化机制，推动中央八项规定及实施细则精神落到实处，形成重大节点都传达部署中央八项规定精神的工作惯例，重大节点发送廉政短信，节日期间开展舆情监控报告机制，节前督责提醒、节中执行落实、节后监督检查。

03

持续加强纪检监察干部队伍建设。按照忠诚坚定、担当尽责、遵纪守法、清正廉洁的要求，聚焦监督执纪问责主业，提高业务能力。切实把增强“四力”的要求融入履职尽责的细节之中。

履行资本市场责任

公司重视资本市场责任的履行，积极履行信息披露义务，保障与股东、投资者的有效沟通，通过实施现金分红给予股东稳定合理的回报。2019 年，公司同时纳入 MSCI、富时罗素、标普道琼斯三大国际指数体系。

信息披露公开透明

公司严格按照《公司法》《证券法》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规和公司《信息披露管理办法》的规定，真实、准确、完整、及时、公平地进行信息披露，不断提升信息披露水平。

1. 在定期报告的编制中，严格遵循披露准则，兼顾全面、准确与重要性原则，提升报告的有效性和可读性。
2. 积极落实行业信息披露指引的要求，结合公司经营实际，按规公告公司经营进展和业务数据。
3. 规范履行临时公告指引要求，涉及公司重要决策和重大影响的事项均按规定及时披露，为投资者了解公司的运营情况提供参考。
4. 严格遵守公平信息披露原则，依法披露的信息，均在证券交易场所网站和指定信息披露媒体发布。

经上海证券交易所综合考评，公司在 2018-2019 年度的信息披露工作中获得

A 级评价

加强合规运营管理

公司董事会高度重视募集资金、关联交易、内幕信息等重要事项的规范管理，持续强化公司合规管理的制度和流程。报告期内，公司严格按照管理制度规定，募集资金专户由公司、保荐机构与银行三方监管，每一笔募集资金的支出均按规定逐级审批后实施；公司严格按规定做好关联交易的专项管理，董事会审计委员会定期核查公司的关联方名单和范围，密切关注关联方资金往来等重要事项；公司严格按照规定做好内幕信息知情人的登记和报备工作，不存在因内幕信息泄露导致公司股价异常波动的情形。

投资者沟通互动

公司董事会积极维护投资者利益，加强投资者关系维护，通过多种渠道与股东、机构投资者和中小投资者开展沟通和交流。

保障渠道畅通

充分发挥投资者专线电话、邮箱和“上证 E 互动”平台的作用，保障畅通的投资者沟通渠道。

积极沟通交流

通过股东大会等现场活动，董事、高级管理人员积极与投资者交流，介绍公司经营情况，答复投资者关心的问题。

多渠道
沟通和交流

传递公司价值

在遵守信息披露相关规定的前提下，通过接待调研、电话会议、参加策略会等方式进行沟通，为公司价值传递和资本运作打下基础。

接待投资者调研或会议交流

37 次

回复或协调反馈投资者邮件

122 封

接听并答复投资者电话

119 通

答复上证互动平台提问

120 条

报告期内，基于公司在维护与投资者之间长期信任关系方面的持续努力，经专业证券分析师遴选，公司入选

2019 年 A 股“漂亮 100”潜力榜

稳定的分红政策

公司董事会秉承为股东持续创造价值的宗旨，认真贯彻《公司章程》的相关规定，积极响应监管部门号召，通过实施现金分红给予股东稳定合理的回报。

经股东大会批准，公司 2018 年度分红方案已于 2019 年 7 月实施完毕

向全体股东	共计派发	扣除非经常性投资收益后，占归属上市公司利润总额
每 10 股派发现金股利 2.81 元（含税）	52,462.70 万元（含税）	50.41%

截至本报告日，董事会结合公司实际经营情况制定了 2019 年度分红方案

向全体股东	拟派发	占归属上市公司利润总额
每 10 股派发现金股利 3.18 元（含税）	59,370.60 万元（含税）	55.93%

构建规范管理体系

完善内部控制体系

公司董事会始终把防控风险作为主要任务，按照《企业内部控制基本规范》及其配套指引的相关规定，建立了以风险为导向的内部控制体系，在董事会领导下形成决策、管理、执行、监督四个层次的管理架构，分工明确，各司其职。

公司管理层对重大风险进行动态管理，分析内外部各种不确定因素，并采取相应措施加强管控。

董事会审计委员会密切监督公司内部控制管理的运行情况和有效性，定期听取和审议内部审计报告和外部审计师关于内部控制改进的建议。

规范采购管理流程

公司按国家法律法规的相关要求制定了《中国电影股份有限公司采购管理规定》和供应商管理等相关规定。在采购管理过程中，公司坚持“公平、公正、公开”的原则，兼顾效益和效率，建立健全全过程的监督、监察机制。

充分调研，进一步完善采购相关管理制度。

加强采购预算管理，不断完善采购预算管理制度，及时做好采购预算执行统计工作。

做好采购过程的管理监督工作，做到监督与服务相融合，提升采购工作水平。

发挥审计监督作用

截至目前

共完成审计项目 **50** 项

提出审计发现问题、建议 **150** 余条

开展后续审计项目 **12** 项

督促落实被审计单位完成整改 **41** 条

创造企业价值

影视制片制作板块

电影发行营销板块

电影放映板块

影视服务板块

2019 年，公司整体经营业绩稳中有升，全年实现营业收入 90.68 亿元，同比增长 0.34%，归属于上市公司股东的净利润 10.61 亿元，因为去年公司有部分参股公司合并报表产生的账面投资收益，所以今年同比减少 28.99%；扣除非经常性损益后，公司归属于上市公司股东的净利润约为 9.00 亿元，同比增长 1.1%。截至 2019 年末，公司资产总额 172.59 亿元，归属于上市公司股东的净资产 119.93 亿元，较年初增长 7.33%，保障了企业资产的保值增值。

公司整体经营业绩稳中有升

全年实现营业收入

90.68 亿元

同比增长

0.34 %

公司经营收益稳定增长

扣除非经常性损益后
公司归属于上市公司股东的净利润约为

9.00 亿元

同比增长

1.1 %

保障企业资产保值增值

公司资产总额

172.59 亿元

归属于上市公司股东的净资产

119.93 亿元

较年初增长

7.33 %

影视制片制作板块

公司坚持以人民为中心的创作导向，积极创作反映历史大势、讴歌人间真情、紧扣时代脉搏、引起市场共鸣的优秀影视作品。报告期内，公司的影视制片制作业务以重点影片为中心，多种成本体量和多种类型题材并重，产品品类包括电影、剧集（电视剧、网剧）、动画，同时通过中影基地提供影视制作服务。

影视制片业务

报告期内，公司主导或参与出品并投放市场的各类影片共 23 部，累计实现票房 74.06 亿元，占全国同期国产影片票房总额的 17.99%。其中，公司主导出品的科幻影片《流浪地球》开创国内硬科幻大片先河，以高度工业化的制作水准展现了中国电影文化的软实力，凸显中国智慧对“人类命运共同体”的深刻思考，以总票房超过 46 亿元跃居中国影史第三位和全球年度票房第 12 名；正能量青春校园电影《最好的我们》口碑与票房双丰收；为庆祝新中国成立 70 周年的献礼影片《打过长江去》《太阳升起的时刻》取得较好的社会效益；合家欢电影《动物出击》通过动物演绎传递环保理念，《好小子，好功夫》《亲密旅行》展现追梦故事和亲子关系，拓展了儿童影片题材的作品外延。

剧集制片方面，公司坚持以原创优质内容开发作为驱动，形成多品类、网台覆盖的剧集投产体系。报告期内，公司联合出品的历史大剧《重耳传奇》登陆浙江卫视“中国蓝剧场”获得良好收视成绩；爱情偶像剧《鳄鱼与牙签鸟》播出后掀起追剧热潮。截至本报告日，公司投资出品的《光辉的旗帜》（原名《建国大业》）《暗恋橘生淮南》《黑色灯塔》《藤科动物也凶猛》《父亲的草原母亲的河》《蔓蔓青萝》等剧集已完成拍摄。

动画制片方面，公司坚持以精品原创动画项目为核心，在积极培育优质 IP、完善技术积累与开发、推进人才培养的同时努力丰富儿童和青少年电影市场。报告期内，公司出品的动画大电影《疯狂斗牛场》《巧虎与大飞船历险记》和《宠物联盟》上映后深受儿童与家长的喜爱；参与出品的动画系列片《厨神小当家》第一季 12 集在网络和湖南金鹰卡通卫视播出，累计点播量破 6,000 万。

面向2020

公司参与出品的《夺冠》《唐人街探案 3》《急先锋》将待新冠疫情结束后择期上映。此外，公司出品、拟于 2020 年上映的电影作品包括：“全面建成小康社会”献礼影片《我和我的家乡》，根据古代神话改编的魔幻电影巨制《封神》，延续周星驰影像风格的喜剧影片《美人鱼 2》以及《第十一回》《征途》等。

公司主导或参与投资、已进入拍摄或制作阶段的作品包括：反映抗日战争时期我党地下工作者不忘初心无畏牺牲精神的故事片《悬崖之上》，与新西兰合作制作的儿童电影《守龙者》，以及《圆梦星球》《熊猫总动员 2》等。

剧集制片方面，公司主导或参与出品的《父亲的草原母亲的河》《蔓蔓青萝》等剧集正在等待播出中；《黑色灯塔》《藤科动物也凶猛》《光辉的旗帜》《我在香港遇见他》等影片正在审核或制作中。

影视制作业务

在影视制作领域，中影基地以完善的电影制作能力和专业的技术专家队伍保持了国际领先水平。报告期内，中影基地共计为 660 部影视作品提供了制作服务，其中包括《流浪地球》《少年的你》《急先锋》等 451 部电影作品，《新世界》《光荣时代》等 41 部电视剧作品，以及 168 部纪录片、宣传片和专题片。

第九届北京国际电影节电影嘉年华启动仪式在中影基地举行

中影基地声音指导王丹戎及声画中心声音团队参与制作的《流浪地球》荣获第 32 届中国电影金鸡奖最佳录音奖

报告期内，中影声画制作中心负责声音后期全流程制作的《流浪地球》荣获第 32 届中国电影金鸡奖最佳录音奖；人工智能图像处理系统“中影·神思”荣获 2018 中国广播影视科技创新奖高新技术研究与开发二等奖；圆满完成第九届北京国际电影节、“电影嘉年华”等活动的承办，拓展了园区影视游览项目；完成生产接待中心的改建升级，为剧组提供 7×24 小时“一站式”协调服务，保障生产环节无缝连接、高效推进。随着制作业务的市场开拓和效率提升，报告期内，后期业务的营业收入同比增长 27%，其中视效制作业务的营业收入同比增长约 75%，呈现良好的增长趋势。

中影基地后期业务的声画团队经验丰富、屡获殊荣

中影基地生产接待中心提供 7X24“一站式”服务

面向 2020

公司坚持以人民为中心的创作导向，推出思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀影视作品。2020 年，公司将做好重点影片、商业大片和多类型、多题材中小成本影片的创作生产工作。

中影基地将以流程优化和服务升级为切入点，推进关键技术设备的创新和升级，提升在各领域的竞争优势。一是通过完善企业资源规划系统，优化经营流程，提升管理效率；二是着力增强技术实力，推进声音终混棚的整体升级改造，建设大型数字资产库和高规格电影实验室；三是探索科技创新与融合，开拓 VR 技术在影片宣发及特种电影领域的创作应用，研究 5G 和云技术在电影制作领域的落地应用；四是进一步发挥中影基地“一站式”综合业务优势，为更多高品质、制作精良的影视项目提供制作服务。

电影发行营销板块

面对市场环境的变化，公司全力做好国产与进口电影发行，调整银幕广告经营策略，在巩固市场份额的基础上，努力提升经营效益。

电影发行业务

报告期内，公司共主导或参与发行国产影片 564 部，累计票房 130.34 亿元，占同期全国国产影片票房总额的 34.15%；发行进口影片 133 部，票房 122.27 亿元，占同期进口影片票房总额的 57.51%，其中《流浪地球》《复仇者联盟 4：终局之战》《速度与激情：特别行动》等全国票房排名前十影片均为公司主导或联合发行，保持了行业领先优势和市场主导地位。

报告期内

公司共主导或参与发行国产影片
564 部

累计票房
130.34 亿元

占同期全国国产影片票房总额的
34.15 %

公司共主导或参与发行进口影片
133 部

累计票房
122.27 亿元

占同期进口影片票房总额的
57.51 %

公司建设的“中影数字电影发行放映服务平台”覆盖全国所有影院银幕，通过稳定、高效、准确的技术水准和精益求精的运营团队，为影院、院线、发行方和制片方提供信息管理、密钥下载、宣传推广、发运调配与设备管理服务，为发行业务提供了坚实的技术保障。

公司持续推广数字放映设备

报告期内新装数字放映设备
460 套

截至报告期末

为全国影院提供数字放映设备
共计 **9,154** 套

占全国银幕市场份额的
12.8 %

面向 2020

公司将树立“高效”、“精准”、“服务至上”的理念，重点针对技术和服务两个领域，提升运营效率，为电影发行业务赋能：一方面，通过建立中影发行服务平台，改进服务流程，提升专业化项目统筹和发行服务能力，吸引更多片方合作；另一方面，依托技术与平台优势，进一步完善分发服务、缩短结算周期、增强宣发功能，提升工作流程效率和业务便捷性。此外，公司将积极应对市场变化，探索点播院线等新业态、新模式，开拓市场潜能。公司努力通过上述措施，增强发行业务实力，扩大市场份额，保持并提升市场领先优势。

广告营销业务

报告期内，受宏观经济影响，国内广告市场需求减弱，行业收益下滑明显。为应对市场变化，公司及时调整经营策略，通过梳理银幕资源，转变合作模式，控制并降低采购成本。经过优化调整，现保有资源主要为公司控股影院、博纳院线等银幕广告资源。

公司以版权运营为核心，多渠道、多方式开拓版权收入。报告期内，公司围绕影片《流浪地球》开展多项 IP 授权经营，覆盖玩具、手办、模型等百余个授权品类、千余项授权商品 SKU，创新了国产电影衍生品授权纪录；针对《大黄蜂》《大侦探皮卡丘》《正义联盟》等进口影片开发的衍生品也领跑市场，其中，皮卡丘系列衍生品成为年度市场爆款。

截至报告期末

中影银幕广告平台已签约影院	覆盖银幕	占全国银幕总数的
718 家	**4,700** 块	**7.23** %

面向 2020

针对国内广告市场需求减弱的情况，公司将密切关注银幕广告市场动态，控制和压缩媒介采购成本，梳理和优化银幕资源，提高销售与上刊率。在版权经营领域，公司将继续精耕细作，充分开发影视版权的商业价值：一是采取灵活的版权采购模式，持续完善中影版权库；二是拓展版权运营渠道，扩大中影剧场落地；三是产品销售和版权销售并重，深挖中外电影资源，加大后电影产品的拓展力度，实现 IP 整合营销。

电影放映板块

截至报告期末公司旗下控参股院线和控股影院合计覆盖全国

18,353 块银幕　　**232.79** 万席座位　　公司银幕市场占有率为 **26.3** %

公司营业控股影院全年实现总票房 **16.65** 亿元　　观影人次共 **4,897.64** 万人次　　平均上座率 **14.24** %

影院投资业务

公司重视放映终端市场建设，扩大控股影院规模，加强放映设备升级，提升院线经营服务，开拓电影票务等增值业务空间。报告期内，公司稳步推进影院投资建设，在深圳、长沙、哈尔滨、南昌、珠海等地新开业控股影院 11 家，新增银幕 89 块，座位 13,752 席。截至报告期末，公司拥有营业控股影院合计 139 家，银幕 1,026 块，自有银幕规模比上一年度扩增 7.77%。虽然随着新开影院不断增多，公司的银幕市场份额有所稀释，但公司坚持把保持影城的经营品质、提高观众的满意度放在首位，保持公司在放映终端市场的竞争力。

面向 2020

在保持影院经营品质的基础上，继续扩大终端市场占有率。2020 年，公司计划投资建设控股影院 10 家左右，新增银幕 80 块左右。对于重点城市中的优质项目，将着力打造地区旗舰影城和亮点项目。针对市场中部分运营基础良好、有投资潜力的在营影城，公司将探索通过并购、增资等形式开展合作，增强在放映终端市场的话语权。

面对放映市场的激烈竞争，公司通过技术升级、系统管理、细化经营、重点培育等措施，挖掘银幕内外盈利空间。报告期内，北京、广州、深圳、武汉、海口等 6 家控股影院完成 CINITY 高格式影院系统安装，通过先进放映技术、设备的配备升级，为观众提供高品质观影体验。

CINITY 高格式影院系统

电影院线业务

报告期内，公司的 4 条控股院线、3 条参股院线合计新加盟影院 178 家，新增银幕 960 块；控参股院线全年观影人次共 4.52 亿人次，合计实现票房 164.33 亿元。在全国票房前十院线排名中，公司控股院线占据三席，中影南方新干线、中数院线和中影星美分列第 4 名、第 5 名和第 6 名。院线旗下 25 家影院跻身全国影院票房百强。

面向 2020

面对年初因疫情影响而造成的经营压力，公司将细化研究、分类施策，稳固影院经营局面。恢复营业后，公司将继续加强影院管理，提升高品质技术附加值，探索特色与差异化经营，提升影院的市场竞争力，满足观众的多样化消费需求。

电影票务业务

报告期内，中影云票务平台加强技术建设，扩展平台规模。截至报告期末，平台接入影院 9,486 家，同比扩增 57.29%，占全国电影市场总影院数的 76.45%。报告期内，平台实现票房总额 18.88 亿元，卖品收入 2,820 万元。同时，平台持续优化“中国电影通”手机端 APP，精耕渠道市场，研发了定制观影、宣发服务等功能，提升用户体验。

面向 2020

公司将强力推进票务平台的开发和建设，拓展中影云的平台功能，丰富在线业务和服务产品，促进新产品的研发和推广，在保持市场份额的同时，努力扩展盈利空间。

影视服务板块

公司积极响应国家战略，以电影科技创新为核心，推进高新技术在全产业链的应用，推动国产电影技术“走出去”，持续发掘和培育新兴业务领域。

影视器材业务

公司已形成集生产、研发、设计、培训、系统服务于一体的电影科技产业体系，拥有中国巨幕放映系统、中影巴可放映机等多个自主知识产权产品。

随着影院建设的增速放缓和市场下沉，特种影厅扩张承压。为积极应对市场变化，中国巨幕推出适用于中型影厅的“CGS THX Ultimate”高亮版解决方案，在应用激光技术的基础上，提升放映标准与品质，较高端产品更具价格优势。报告期内，新增投入运营的中国巨幕影厅 30 家，完成安装待开业的中国巨幕影厅 6 家，合计新增 36 家，保持与市场同步增速。截至报告期末，正式投入运营的中国巨幕影厅已达 352 家，覆盖国内 145 个城市；海外建设的中国巨幕影厅 7 家，落地美国波士顿、印尼等地。报告期内，中国巨幕制作母版影片 100 部，约占全年新上映影片的六分之一，放映资源更为丰富。

中影巴可在国内数字放映机市场保持领先。报告期内，公司推出新一代 S4 系列激光放映机，为放映画质带来全面提升；面向中国市场研发的新型号放映机 15SLP 成功研发上市，具有稳定、性价比高等优势，受到市场的广泛认可；智慧放映 SmartOPS 二期已研发完成，多个子功能已陆续在影院投入使用；S 系列产品的镜头已实现本地化并进入量产阶段。截至报告期末，中影巴可放映机在全国已安装约 37,000 套，市场占有率 51%，保持行业领先。同时，随着市场放映机保有量的增长，云维保业务获得广泛应用，售后服务相关收入有所提升。

除上述产品外，公司位于南京的“电影工业中心工厂”已启动建设，影院 TMS 管理系统、网络运营中心（NOC）、售票系统、银幕、座椅等影视设备、产品的研发、生产、销售和服务业务均保持稳定发展。截至报告期末，公司旗下的网络运营中心已接入影院 4,600 余家，服务 TMS 影院 2,200 余家；在南京地区试点的设备维保、智慧放映一体化运营取得成功，并拓展至周边 8 家影院，利用数字电影智慧运营服务技术支撑平台实现智慧放映的用户已覆盖全国 141 家影院；影院设计业务取得“建筑工程装饰设计乙级资质”，参与了北京、陕西等多项影厅设计与改造项目。

面向 2020

推进高格式巨幕系统的研发，努力实现高亮度、高帧率、高动态范围、广色域等技术功能，并规模化推向国内外市场。除新设影院外，公司将继续推进现营影院的巨幕影厅升级改造，更好地满足市场的多元化需求。

中影巴可将继续专注于数字放映机核心市场，深入发达地区和潜力市场，提升市场份额；通过开发、引进新技术和新产品，推进本地化研发，降低产品成本；提供系统解决方案，全方位、立体化解决放映市场实际需求。

其他影视服务业务

报告期内，公司演艺经纪业务已签约演员、导演、编剧等艺术创作人员 40 余人，包括张楠、卫铁等 12 名青年导演，朱珠、田晓威等 6 名优秀编剧，多布杰、杨轶、戴卓凝等青年演员，以及制片人、作曲家、剪辑师等优秀影视人才。公司围绕影视产业开设多项专业技能培训，覆盖影视制片管理、影院经理人以及影视编剧、导演、摄影、表演、美术设计、化妆造型等多个领域。

拓展业务

为进一步提升公司在影视设备推广领域的市场竞争优势，2019 年 12 月，公司与华夏电影共同投资设立中影华夏影视设备融资租赁（厦门）有限公司，并持有其 51% 股权。该公司致力于面向国内电影市场，提供高品质、多品类的影视设备和解决方案，通过模式创新推动优质影视设备的普及应用，提升全国影院的观影体验。截至报告期末，中影厦门公司已完成工商登记，作为公司之控股子公司纳入合并报表范围。

面向 2020

公司将通过新设子公司中影厦门，深度融合电影行业发展需求，全面服务电影产业升级，面向影视基地建设、电影前后期制作，电影发行和影院建设等领域，提供全系统、多样化的金融服务。通过基于产业发展的融资服务，盘活产业存量、推动技术升级，促进高格式巨幕系统等高端设备的推广和应用，带动电影全产业链的工艺水平提升，助力电影产业的高质量发展。

推动中国电影走向世界

中国文化出海　　技术产品出海　　加强国际交流

公司拥有与全球数百家著名电影企业的紧密合作关系，致力于推动中国文化产品、优质国产影片和国产电影技术设备“走出去”。

中国文化出海

报告期内，公司主出品影片《流浪地球》在北美、澳大利亚、新西兰、韩国等国家的百余家影院上映，影厅上座率高达 90%，影片的海外总票房累计达 793 万美元，并且在全球各地区的奈飞（Netflix）新媒体平台上线播映，获得国际舆论的广泛关注和高度赞誉。

积极参加国际电影节和影视节目展，借助奥斯卡、戛纳、东京等国际知名电影展映和交易市场，开拓影视产品的海外推广渠道，推动更多优秀影视作品“走出去”。报告期内，公司出品的影视作品和人员共获 28 个国际奖项。

“中影剧场”在美国城市电视台和澳大利亚华人台落地，成功举办了春节京剧电影展播、红色经典电影展播等活动，通过电视平台向海外观众推广国产优秀影视作品。

《流浪地球》在全球奈飞（Netflix）新媒体平台播映 *(注)*

《流浪地球》在海外上映获观众广泛好评

技术产品出海

积极践行“一带一路”走出去战略，“中国巨幕”系统主动参与国家市场竞争。报告期内，位于美国洛杉矶的 Regency Westwood Village Theater 影院的 CGS 中国巨幕影厅正式投入运营，该影厅配备了国际领先的 CGS 中国巨幕双引擎激光放映系统，得到当地观众的一致好评。截至报告期末，海外开业的中国巨幕影厅已达 7 家，位于波士顿 National Amusements 的影院项目也按计划完成。

公司之子公司中器公司连续获评“国家文化重点出口企业”目录，并与柬埔寨、哈萨克斯坦等国家的院线和制片单位签署协议，推动中国自有知识产权及电影核心技术、设备“走出去”。

美国 CGS 中国巨幕影厅内景

美国洛杉矶影院 CGS 中国巨幕影厅开幕

注：报告所展示的部分网页与活动图片转载自网络，著作权属原创者所有。下同。

加强国际交流

公司积极参与国际文化交流。报告期内，作为中俄建交 70 周年的重要人文交流项目，公司承办的“俄罗斯 2019 中国电影节”取得圆满成功，中俄电影主管部门、文化艺术界、媒体界的嘉宾与当地观众等 400 余人参加了圣彼得堡开幕式，以中国电影的独特魅力，促进和而不同、兼容并蓄的跨国文明交流。

公司积极协助外交部门开展国际文化交流活动。报告期内，公司支持我国驻墨尔本、迪拜、巴基斯坦等使领馆成功举办“中国电影周”“中国电影日”活动，开展影视文化交流与相关外事活动；举办“上合组织国家电影人研修班”，组织哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、俄罗斯、阿富汗、蒙古 10 个国家的 20 位国家电影主管官员和电影公司艺术创作负责人参加培训，为上合组织国家电影人合作交流开拓新平台。

俄罗斯“2019 中国电影节”取得圆满成功

俄罗斯“2019 中国电影节”开幕式

毛里求斯“中国电影周”开幕

上合组织国家电影人研修班结业典礼

成就员工发展

创新选人用人机制

形成特色培训体系

构建和谐劳动关系

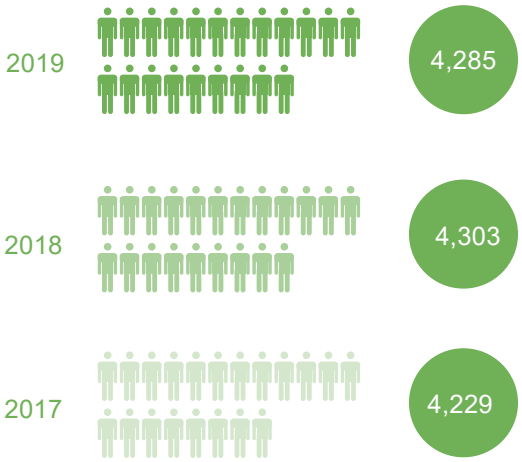
关爱员工健康发展

提升组织凝聚活力

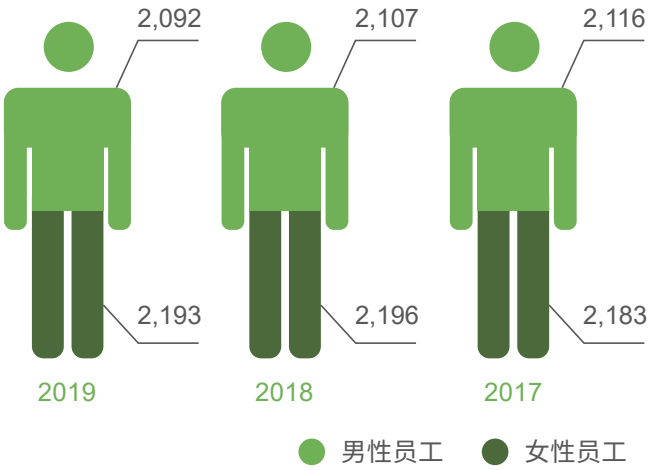
传递企业关怀温暖

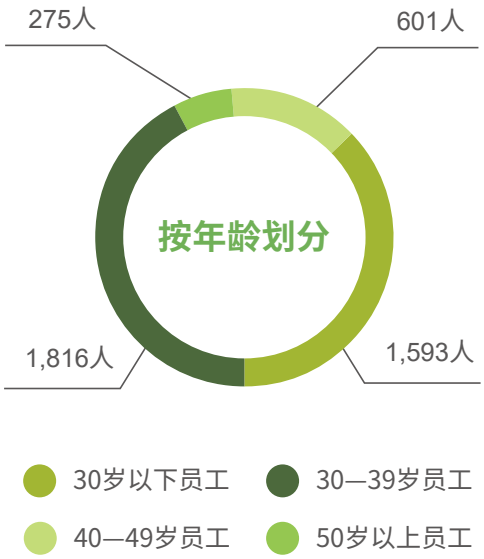
员工基本情况统计表(2017—2019)

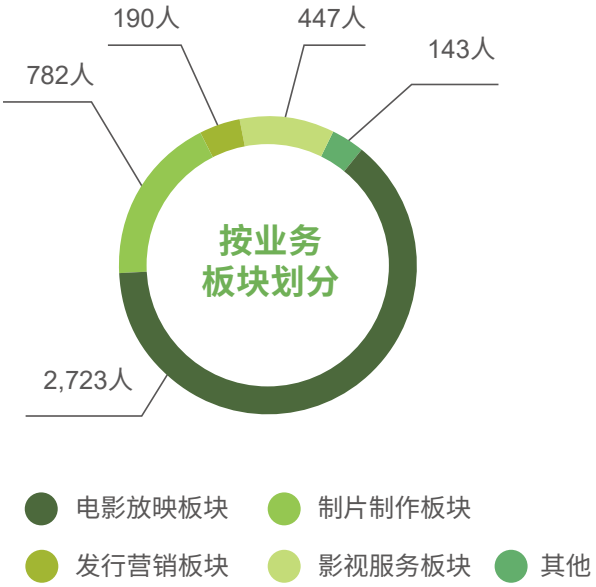
员工总数
(单位:人)



关注女性权益
(单位:人)







指标	单位	2019年	2018年	2017年
女性员工比例	%	51.18	51.03	50.77
社会保险覆盖率	%	100	100	100
劳动合同签订率	%	100	100	100

创新选人用人机制

公司完善制度体系，确保对员工进行全面、客观、公正的评估和考核，对员工实行长期激励。公司坚持能上能下的选人用人机制，鼓励优秀人才脱颖而出，通过不断完善职业经理人制度，为选拔、培养、留住各类优秀人才提供制度保障。

形成特色培训体系

经过充分调研与实践，公司已形成具有中影股份特色的“3+1”培训体系，即针对新员工的“启航计划”入职培训、针对基层干部的“远航计划”能力提升培训、针对中层干部的“领航计划”高层次培训、针对全体员工的“中影大讲堂”。根据公司发展战略和实际情况，做好教育培训和人才发展的各项工作，对中层干部、基层干部、新员工开展不同层级的培训。

“启航计划”入职培训采用业务课程 + 项目任务 + 拓展训练的形式 , 通过多任务学习的形式，选取实际工作中的典型问题，让新员工分组设计方案并展示汇报，充分调动新员工的参与热情，激发内在潜能，增进情感交流，取得了良好的效果。

“远航计划”能力提升培训包括现场启动工作坊、行动学习和复盘工作坊三部分。在启动工作坊阶段，学员结合实际工作中的业务与管理问题，分组进行深入研讨与充分互动，形成方案与行动计划，并向公司领导汇报。在行动学习阶段，各组学员在实际工作中推动方案落地实施。在复盘工作坊阶段，各组学员再集中起来，盘点各组方案的推动实施情况，并总结经验，分析得失。

“领航计划”战略罗盘培训着重从规划视角、定位视角、能力视角、学习视角四个方面，解读如何定位及审视公司战略，如何清晰认识战略核心问题，如何把握战略规划的核心流程和关键节点。

“中影大讲堂”是为股份公司的干部员工提供的培训平台，聚焦业务，服务大局，优中选优是大讲堂的宗旨。通过培训，为广大干部员工提供学习机会，开阔他们的视野。

实践

2019 年，“中影大讲堂”举办各类主题培训 18 期，培训不同岗位人员 830 余人次，有效地开阔了员工视野，提升了员工的岗位技能与专业素养。

构建和谐劳动关系

公司严格执行《中华人民共和国劳动合同法》等有关法律、法规，依法履行劳动合同，切实维护劳动合同双方的合法权益。实行工资总额预算管理，通过对工资总额调整和人力资源需求分析，在控制企业人力成本的前提下，引导各单位从战略角度合理配置人力资源，保持员工收入水平相对稳定。

公司严格执行《中华人民共和国社会保障法》及相关规定，依法足额缴纳社会保险费及住房公积金，参加补充医疗保险，建立企业年金制度，实行带薪年假等福利，努力提升员工福利保障水平。

- 社会保险
- 住房公积金
- 企业年金
- 补充医疗保险、意外保险、重疾保险等团体商业险

- 手机通讯费
- 交通补贴
- 物业、供暖费补贴

- 法定节假日
- 带薪年休假
- 婚假、婚检假
- 产假、生育奖励假、陪产假、哺乳假、计划生育假
- 医疗期、丧假、工伤假

- 职工体检
- 健康讲座
- 职工食堂
- 文体活动
- 慰问病困职工、退休人员、退伍军人、军属等

- 中影大讲堂
- “起航计划”新员工入职培训
- “远航计划”基层干部能力提升培训
- “领航计划”中层干部高层次培训
- 观影学习活动
- 干部交流轮岗

关爱员工健康发展

公司高度重视员工的身心健康。通过每年组织职工进行体检、开展健康知识等主题讲座、邀请中医专家来公司坐诊等活动普及健康卫生知识，帮助员工提升心理减压和情绪管理能力，为员工的健康建起立体防线。

提升组织凝聚活力

公司鼓励与提倡员工工作与生活的平衡，结合实际开展类型多样、健康向上的活动，如户外健步走、扑克比赛、跳棋比赛、跳绳比赛、踢毽比赛、主题征文等。通过丰富多彩的文体活动，满足职工的文化、健康需求，增进了职工之间的交流和沟通，陶冶了情操，增强了企业的凝聚力。

传递企业关怀温暖

公司定期组织慰问病困员工和退休老干部，通过组织休闲活动、座谈会、走访慰问等形式，传递公司的关怀；组织开展“缘来是你”、“中影青年放映室”、“中影青年羽毛球俱乐部”、“中影青年健身团”等系列活动，促进各部门、单位青年职工的交流。三八节期间，组织女员工参加了插花才艺和女性健康讲座活动。八一建军节前夕，组织开展了慰问复转军人活动。

积极奉献社会

庆祝祖国华诞，推出精品力作

贯彻中央精神，助力产业扶贫

发挥电影魅力，推动科普教育

探索公益实践，积极奉献社会

保护知识产权，促进持续发展

以译制为桥梁，共享文化成果

践行环保理念，营造生态文明

注重节能减排，实现绿色运营

严抓责任落实，确保安全生产

2019 年是新中国成立 70 周年，也是中国电影不断夯实产业基础、丰富创作类型，从电影大国向电影强国持续迈进的一年。公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神为指引，牢记历史使命和社会责任，紧紧围绕党和国家宣传文化工作大局，始终将社会效益放在首位，努力实现社会效益和经济效益双丰收。

庆祝祖国华诞，推出精品力作

2019 年，为庆祝新中国成立 70 周年，公司精心创作了多部献礼影视作品。公司出品的电影《打过长江去》《太阳升起的时刻》获得良好的社会效益，联合出品和摄制的电视剧《父亲的草原母亲的河》入选国家广播电视总局优秀电视剧百日展播活动。

公司联合中国电影发行放映协会、中国电影制片人协会共同发起“庆祝中华人民共和国成立 70 周年——重点献礼影片推介”活动，组织全国 50 条院线及十多个优秀国产影片方参加。

公司组织宣传发行了《周恩来回延安》《桂香街》《远去的牧歌》《红星照耀中国》等多部主旋律影片，从区域、省市扩大至全国市场，为献礼活动营造了良好的市场氛围。

通过“庆祝新中国成立 70 周年国产优秀电影全国农村院线推介”等活动平台，面向农村市场推介优秀电影，助力城市与农村相呼应的放映氛围。

中影基地组织“庆祝新中国成立 70 周年主题展 - 影视展”活动，展示了新中国成立 70 年来电影产业的蓬勃发展、中国电影建设发展的辉煌成就和中国影都的建设成果，取得了良好的社会反响。

贯彻中央精神，助力产业扶贫

公司坚决贯彻落实习近平总书记关于精准扶贫、精准脱贫的战略思想，积极参加中宣部组织的帮扶项目，助力国家扶贫开发重点县科右中旗的产业发展。

2019 年，公司在科右中旗建设了“国家中影数字制作基地科右中旗影视外景基地”，助力当地文化旅游业态的建设，推进旅游扶贫、文化建设的融合发展。目前，该基地已在图什业图王府地区正式挂牌，为蒙古族影视作品提供拍摄取景。此外，公司向内蒙古科右中旗扶贫支援当地农牧食品约 10 余万元。

发挥电影魅力，推动科普教育

在创作精品力作的同时，公司积极开拓电影作品的社会价值，创新价值的实现途径。

公司与中国科技馆合作举办“希望的力量——《流浪地球》”电影主题展览，并免费向公众开放。主题展借助电影特有魅力，通过展示电影画面、剧照、实物道具，取得极佳的科普教育效果。该展览成为继《流浪地球》电影之后，电影人和科普人联手为观众奉上的一道科学与艺术的盛宴，共吸引 20 余万人次参观，单日最高接待量超过 7,000 人次。

中国科技馆《流浪地球》电影主题展现场

“希望的力量—《流浪地球》”电影主题展揭幕

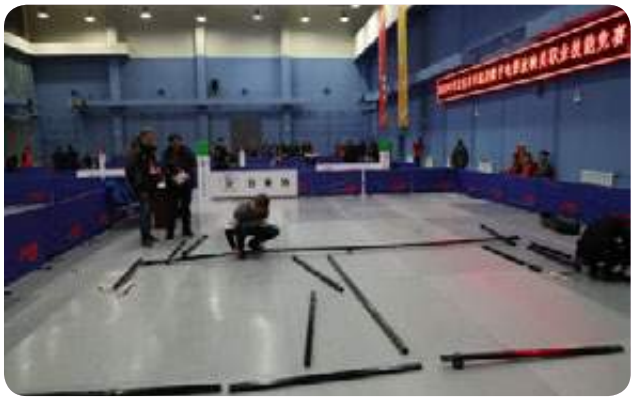
为支持儿童和科普公益活动，公司将自有版权的《霹雳贝贝》《横空出世》等影视作品，授权中国儿童少年电影学会、中国科技馆等组织在公益活动中免费播映。

探索公益实践，积极奉献社会

公司在创造经济效益的同时，结合行业优势，积极投身社会公益事业，不断创造社会价值，努力探索结合行业特色、专业优势和长效机制的特色公益之路。

公司积极做好农村电影放映的服务与支持工作。报告期内，公司参与了由西藏、新疆、甘肃、辽宁、浙江等 12 个省委和自治区委宣传部主办的农村电影培训工作，涵盖 100 余条农村电影院线，培训农村电影基层放映员和院线技术人员共计 1,200 人次。近年来，公司累计培训农村院线技术人员近千名，基层放映员两万余名。

甘肃省农村数字电影放映员映前培训



河北省农村数字电影放映员职业技能竞赛

公司积极配合上级主管部门，结合自身资源优势，打造“学习强国”平台下设的“百灵频道”板块，提供人民群众喜闻乐见的短视频内容。2019 年，公司共制作 70 部“影片速览”和 1,350 部电影“精彩片段”，累计向学习强国平台发送短视频作品 551 部。

通过“中影银幕广告平台”和“中影剧场”电视广告平台，公司无偿发布《美丽中国公益广告》《公安部国家移民管理局招警公益广告》《个税改革公益广告》等公益广告，增强了公益宣传的辐射面和影响力。

环保、个税等主题公益广告片段

保护知识产权，促进持续发展

公司高度重视对影视作品的版权保护，采用多元化立体综合模式对影视作品进行版权保护，全力支持国家打击惩处盗版侵权行为，为创造健康有序的版权环境、促进行业的可持续发展贡献力量。

在影视作品素材的每一次交接环节，均要求接收方签署相关保密协议，防止资源泄露。

承担电影发行放映协会的委托任务，对电影院影片侵权盗录行为进行监察，协助打击影院盗录侵权行为。

从“流量入口、视频网站、新媒体客户端”多渠道入手，通过预警、监控、取证、阻断等措施进行全方位网络监测，并根据侵权主体和侵权情况采取不同的法律手段。

对于情节恶劣且影响较大的盗版侵权行为，公司积极运用法律手段，提起民事侵权诉讼，有效维护版权方的合法权益。

2019 年，国家对保护电影版权展开重点保护，严厉打击影片盗版侵权。在公安部开展打击春节档电影侵权盗版违法犯罪活动、侦办“2·15”系列专案过程中，公司积极配合扬州市公安局、中山市公安局提供证据材料，对涉案的 8,658 部影片中公司相关影片的版权和发行情况进行鉴定，为公安部打击盗版行动提供有力支持。

以译制为桥梁，共享文化成果

少数民族语电影译制“以译制为桥梁、以电影为纽带”，促进中华文化在各民族之间传播、交流和交融。公司积极承担全国少数民族语公益电影数字化译制工作，通过民族语译制电影展现中华文化自信，为民族语电影事业贡献力量。

2019 年，为纪念“少数民族语公益电影数字化译制”项目开展十周年，公司制作了《少数民族语公益电影数字化译制十年年鉴》，受到了广泛的好评。

截至 2019 年底，中影基地译制中心为内蒙古、吉林延边、广西、四川甘孜（藏族自治州）、四川凉山（彝族自治州）、贵州、云南、西藏、甘肃、青海、新疆 11 个少数民族地区提供了 8,405 部译制完成影片，涉及 17 个少数民族语言、38 种方言，放映场次约 193.9 万场，覆盖群众约 4,500 万人。

践行环保理念，营造生态文明

公司重视环境保护的理念与实践，通过在实际生产中践行环保理念，促进公众对环境保护的认知，为营造生态文明建设大环境、落实环境保护做出贡献。

为保障影片拍摄过程中的环境保护，公司在制片管理规程中明确规定，摄制组应严格按照拍摄景地环保要求进行拍摄工作，并对规定执行情况进行监督检查。

为响应节约纸张和低碳环保的行动倡议，公司提倡全公司员工亲身实践绿色环保行动，积极助力环保公益事业，为生态环保建设贡献出自己的绵薄之力。

中影基地积极做好基地园区的绿地养护工作，全年防治病虫害共 24 次，修剪乔木 360 余车，为摄制组和宾客打造优美环境。

北京国际电影节期间，中影基地配合怀柔区园林绿化局，铺植草坪 700 平方米，摆置花卉 40 万株，以及延伸出的胶片、场记板、摄像机等造型，打造美观的园林绿化形象，展现出浓郁的电影元素。

注重节能减排，实现绿色运营

公司严格遵守环境相关法律法规，始终将绿色运营贯穿于公司经营的全过程，采取多种手段减少对环境和天然资源产生的不利影响。报告期内，公司未发生任何环境方面的违规事件。

公司采用市政用水作为主要来源，鼓励员工节约用水，优先采购节水器具，发现跑冒滴漏后及时维修，节约每一滴水。

公司每日对办公区域巡检，及时关闭无人区域空调和照明设备；对冬夏季空调控制开启温度；夜间公共区域常用灯源更换为节能灯；对不常用电器及电源进行断电处理，避免产生不必要能耗。

公司利用互联网进行无纸化办公，减少纸质文件、印刷、笔墨、曲形针、大头针等使用量，实现绿色环保。

公司倡导低碳出行，鼓励员工上下班乘坐公共交通工具，减少废气排放。

公司物业统一收集办公垃圾后进行清运，废水排放至城镇污水处理厂处理，以减少对环境的影响。

严抓责任落实，确保安全生产

国家中影数字基地除日常接待摄制组外，还承办“北京国际电影节”和电影嘉年华活动，公司高度重视安全生产工作，多角度开展安全培训、管理、巡查工作，加大各项安全管理治理力度。在重大节日期间，落实主体责任，且提前制定预案，防止事故发生。

安保设备升级改造

2019 年，完成了基地智能化园区系统的升级改造，新增高清数字摄像点位 190 个，安装门禁 698 套、双鉴报警器 124 点，道闸 1 套，对 7 号楼治安监控大屏、送排风系统等改造升级。

加强宣传教育

积极利用安全生产月、119 消防日等契机组织相关员工安全教育培训。2019 年，对 300 余人进行了消防知识和应急救援知识培训；对 200 余人进行了使用灭火器、手动火灾报警按钮、室内消火栓三个科目教育培训；对 200 余人进行了疏散逃生演习；在园区悬挂消防安全宣传横幅 5 条，发放“电动车起火夺命只需 100 秒”等宣传材料 100 余份。

消防设施维护

对园区内消防设施全面检查 15 次和测试 5 次。完成 3,701 具灭火器定期检测，新增 840 具灭火器。

安全隐患治理

在落实“日巡查、月检查、节前检查”的基础上，开展了专项排查治理工作，先后开展了“易燃物品检查和清理”“劳动节、国庆节等节前节后全面安全隐患排查”“用电设备隐患排查”“易燃易爆物品排查”等专项活动。在各专项活动中消除各类安全隐患 65 项。

附录

明晟指数（MSCI）环境、社会和公司治理分级指标索引表

3 大核心	10 大主题	37esg 关键议题	具体议题所在页码
环境	气候变化	二氧化碳排放	P49-P50
		融资环境影响	P49
		产品碳足迹	P49
		气候脆弱性	P49
	自然资源	水资源短缺	P49
		原材料货源	P50
		生物多样性 & 土地利用率	P49
	污染浪费	有毒排放物 & 浪费	P49-P50
		电子垃圾	P50
		包装材料 & 浪费	P49-P50
	环境机会	清洁技术	P49
		可再生能源	P50
		环保建筑	P49-P50
社会	人力资本	人力资源管理	P40-P43
		人力资本发展	P40
		健康 & 安全	P41、P50
		供应链劳动标准	P22
	产品责任	产品安全 & 产品质量	P51
		化工安全	P51
		金融产品安全	P51
		隐私数据安全	P48
		负责任投资	P45
		健康 & 人口风险	P40-P43
	利益相关者冲突	争议货源	P22
	社会机会	沟通渠道	P11
		卫生保健需求	P40-P43
		融资渠道	P20-P23
		营养健康	P41-P43
治理	公司治理	董事会	P15
		所有制	P07
		盈利	P04
		会计	P20-P22
	公司行为	商业道德	P19
		腐败 & 不稳定	P19
		反竞争行为	P20
		金融环境不稳定	P20-P21
		税收透明度	P04

全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》索引表

《可持续发展报告标准》索引		报告位置
编号	内容	页码
基础		
101-1	报告基础，包含界定报告内容和质量所需的报告原则	P01
组织概况		
102-1	组织名称	P07
102-2	活动、品牌、产品和服务 a. 组织活动说明 b. 主要品牌、产品和服务，包括在某些市场任何被禁产品或服务的说明	P08
102-3	组织总部的位置	P58
102-4	组织运营业务所在国的数量，在其中运营大量业务的国家名称，和 / 或与报告中涵盖的议题相关的国家名称	P36-P37
102-5	所有权的性质及法律形式	P07
102-6	服务的市场（包括提供产品和服务所在的地理位置；服务的行业；客户和受益人的类型）	P24-P34
102-7	组织规模（包括员工总数；运营点总数；净销售额或净收入；按债务和权益细分的总市值；所提供的产品或服务数量）	P04
102-8	包装材料 & 浪费	P49-P50
102-9	员工和其他工作者信息 a. 按雇佣合同（固定和临时）和性别划分的员工总人数 b. 按雇佣合同（固定和临时）和地区划分的员工总人数 c. 按雇佣类型（全职和兼职）和性别划分的固定员工总人数 d. 组织的活动是否有一大部分由非正式员工承担，如适用，请描述由非正式员工所承担工作的性质与比例 e.102-8-a, 102-8-b 和 102-8-c 所披露的雇佣人数的重大变化（如旅游或农业雇佣人数的季节变动） f. 说明数据统计方法，包括做出的任何假设	P39
102-10	描述组织的供应链情况，包括与组织活动、主要品牌、产品与服务相关的主要内容	P22
102-11	报告期内组织规模、架构、所有权或供应链发生的重要变化（包括经营位置或业务变化；股本架构改变和其他资本形成、维修及业务变更；供应商所在地、供应链结构、与供应商关系的变化）	P07
102-12	组织是否运用以及如何运用预警原则或方针	P22
102-13	组织参与或支持的外界发起的经济、环境、社会章程、原则或其他倡议	P44-P45
	组织加入的主要行业协会或其他协会，以及国家或国际性倡议组织	P48
战略		
102-12	组织最高决策者（如 CEO、主席或同等高级职位）就可持续发展与组织的相关性及组织可持续发展战略的声明	P10
102-13	描述关键影响、风险及机遇	P24-P34
道德和诚信		
102-16	描述组织的价值观、原则、标准和行为规范	P10
管治		

102-18	管治架构 a. 组织的管治架构，包括最高管治机构委员会； b. 负责经济、环境和社会议题决策的委员会	P07、P13
利益相关方参与		
102-40	组织所参与的利益相关方列表	P11
102-41	集体谈判协议覆盖的员工总数百分比	P15
102-42	就所选定的利益相关方，说明识别和选择的根据	P11
102-43	利益相关方参与的方法，包括按不同的利益相关方类型及组别的参与频率，并指明是否有任何参与是专为编制报告而进行	P11
102-44	通过利益相关方参与提出的主要议题和关切问题，包括组织是如何回应的，以及提出每个主要议题和关切问题的利益相关方群体	P11
报告概况		
102-45	合并财务报表中所涵盖的实体 a. 列出机构的合并财务报表或同等文件中包括的所有实体 b. 说明在合并财务报表或同等文件包括的任何实体中，是否有未纳入可持续发展报告的实体	P01
102-46	界定报告内容和议题边界 a. 说明界定报告内容和议题边界的过程 b. 说明组织如何应用界定报告内容的报告原则	P12
102-47	列出在界定报告内容的过程中确定的所有实质性议题	P12
102-48	说明重订前期报告所载信息的影响，以及重订的原因	不适用
102-49	与之前的报告相比，说明实质性议题、议题边界的重大变动	P12
102-50	所提供信息的报告期（如财务年度或日历年度）	P01
102-51	上一份报告的日期（如适用）	PO1
102-52	报告周期（如每年一次、两年一次）	P01
102-53	可回答报告或其内容相关问题的联系人信息	P01
102-54	组织声明报告编制依据 GRI 标准选择核心或全面方案	P01
102-55	在 GRI 内容索引中详细说明采用的每一项标准，相应列出报告披露的所有内容。每一项披露内容应包括该项披露的编号、页码或 URL。如适用并在允许的情况下，在不能进行必要披露时，要求提供从略原因	P53-P56
102-56	外部鉴证 a. 针对报告寻求外部鉴证的现行做法描述及组织政策描述 b. 如果报告经过外部鉴证，需要引用鉴证报告、声明和意见。如未在可持续发展报告附带的鉴证报告中列出，则需说明已鉴证和未鉴证内容及根据，包括采用的鉴证标准、获得鉴证水平，以及鉴证过程中的任何限制。说明报告机构与鉴证服务方之间的关系。说明最高治理机构或高级管理人员是否参与为可持续发展报告寻求鉴证	不适用
经济		
103-1	对于每一个实质性议题，说明议题具有实质性的原因，实质性议题的边界，以及有关议题边界的任何特定限制	P11
103-2	管理方法及其组成部分 a. 组织如何管理此议题的说明 b. 管理方法的目的陈述 c. 对政策、承诺、目的和目标、责任、资源、申诉机制和具体行动的描述	P10-P13
103-3	对组织如何评估管理进行说明（包括评估管理方法有效性所使用的机制；管理方法的评估结果；对管理方法进行的任何相关调整）	P10-P13
经济绩效		

201-1	机构直接产生和分配的经济价值 a. 基于权责发生制而产生和分配的直接经济价值，包括组织的全球业务的基本组成部分，如果以收付实现制呈现数据，还要报告作出该决定的理由 b. 在国家、地区或市场层面分别报告产生和分配直接经济价值，以及报告用于界定重要性的标准	P04
间接经济影响		
203-1	基础设施投资和支持性服务 a. 重大基础设施投资和支持性服务的发展程度 b. 对社区和地方经济的当前或预期正负面影响 c. 投资和服务是商业性、实物性或无偿性的活动	P44-P51
203-2	重大间接经济影响和影响的重要性	P44-P51
环境		
103-1	对于每一个实质性议题，说明议题具有实质性的原因，实质性议题的边界，以及有关议题边界的任何特定限制	P12
103-2	管理方法及其组成部分 a. 组织如何管理此议题的说明 b. 管理方法的目的陈述 c. 对政策、承诺、目的和目标、责任、资源、申诉机制和具体行动的描述	P10-P13
103-3	对组织如何评估管理进行说明（包括评估管理方法有效性所使用的机制；管理方法的评估结果；对管理方法进行的任何相关调整）	P10-P13
能源		
302-1	组织内部的能源消耗量（以焦耳或倍数表示） a. 组织内部的不可再生来源燃料消耗总量，包括所使用的燃料类型 b. 组织内部的可再生来源燃料消耗总量，包括所使用的燃料类型 c. 耗电量、耗热量、耗冷量、耗汽量 d. 售电量、售热量、售冷量、售气量 e. 组织内部的能源消耗总量 f. 使用的标准、方法、假设和 / 或计算工具、使用的换算系数来源	P49-P50
302-3	能源强度 a. 组织的能源强度比，及用于计算此比率的组织特定指标 b. 强度比中包含的能源类型 c. 该比率使用的是组织内部的能源消耗量、组织外部能源消耗量还是二者兼有	P49-P50
302-4	减少的能源消耗量（以焦耳或倍数表示） a. 由节约和能效举措直接促成的节能量 b. 节能量中包含的能源类型 c. 计算节能量所使用的依据，例如基准年或基线，并说明选择理由 d. 使用的标准、方法、假设和 / 或计算工具	P49-P50
302-5	降低产品和服务的能源需求（以焦耳或倍数表示） a. 报告期内达到的所售产品和服务的能源减少要求 b. 计算节能量所使用的依据，例如基准年或基线，并说明选择理由 c. 使用的标准、方法、假设和 / 或计算工具	P49-P50
水资源		
303-1	按源头细分说明总取水量，并说明使用的标准、方法和假设（包括地表水；地下水；由组织直接收集和储存的雨水；来自另一个组织的废水；市政供水或其他）	P49-P50
排放		
305-1	直接温室气体排放量（范畴一）	不适用
305-2	能源间接温室气体排放量（范畴二）	不适用
305-4	温室气体排放强度	不适用

污水和废弃物		
306-2	按类别及处理方法分类的废弃物总重量（包括危险废弃物总重量；非危险废弃物总重量；确定废弃物处理方法的过程）	P49-P50
环境合规		
307-1	违反环境法律法规被处重大罚款货币总值、非货币制裁总数，以及通过争端解决机制提起的案件，如未发生该情况，对事实做出简要说明即可	P50
社会		
103-1	对于每一个实质性议题，说明议题具有实质性的原因，实质性议题的边界，以及有关议题边界的任何特定限制	P10-P13
103-2	管理方法及其组成部分 a. 组织如何管理此议题的说明 b. 管理方法的目的陈述 c. 对政策、承诺、目的和目标、责任、资源、申诉机制和具体行动的描述	P10-P13
103-3	对组织如何评估管理进行说明（包括评估管理方法有效性所使用的机制；管理方法的评估结果；对管理方法进行的任何相关调整）	P10-P13
雇佣		
401-1	按年龄组别、性别及地区划分的新进员工和流失员工总数及比例	P39
401-3	按性别划分，有权享受育儿假 / 休育儿假 / 育儿假结束后在报告期内返岗 / 育儿假结束后返岗且 12 个月后仍在职的员工总数，及休假员工返岗率和留任率	P39
职业健康与安全		
403-2	工伤类别、工伤、职业病、损失工作日、缺勤等比率	P39
培训与教育		
404-1	按性别和员工类别划分，每名员工每年接受培训的平均小时数	P40
404-2	员工技能提升方案和为促进持续性就业能力及对退休或离职导致的职业生涯终止的管理而提供的过渡性协助方案	P40-P41
404-3	按性别和员工类别划分，接受定期绩效及职业发展考评的员工的百分比	P39
多样化与机会平等		
405-1	按性别、年龄组别及其他多元化指标划分，管治机构成员和各类员工的百分比	P39
反歧视		
406-1	报告期间发生的歧视事件总数及事件状况和采取的行动	P40-P41
童工		
408-1	具有使用童工，使用年轻工作者从事危险工作的运营点和供应商；具有重大童工事件风险的运营点和供应商以及组织在报告期为促进有效废除童工而采取的措施	P41
强迫与强制劳动		
409-1	已发现具有严重强迫或强制劳动事件风险的运营点和供应商，以及有助于消除一切形式的强迫或强制劳动的措施	P22
当地社区		
413-2	对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点，包括运营点位置和产生的重大负面影响	不适用
供应商评估		
414-2	供应链产生的重大实际和潜在的负面社会影响，以及采取的措施 a. 开展了社会影响评估的供应商数量 b. 经确定具有实际和潜在重大负面社会影响的供应商数量及重大的负面影响 c. 经评估后同意改进的供应商百分比 d. 经评估后决定终止关系的供应商百分比	P22
客户隐私权		
418-1	经证实的侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉总数	P22

中国电影股份有限公司
CHINA FILM CO.,LTD.

公司关注您对本报告的意见和反馈，如您对于公司在履行社会责任方面有任何意见和建议，可通过书信、电话、传真、网络等方式告诉我们，具体联系方式如下：

地址：中国北京市北展北街 7 号华远企业中心
邮编：100044
电话：86-10-88321280
传真：86-10-88310012
投资者专线邮箱：ir@chinafilm.com
网址：http://www.zgdygf.com/