

媒

上海新华传媒股份有限公司 2015 年年度报告摘要

一 重要提示

1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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、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。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 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。

1.5 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	新华传媒	600825	华联超市

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	诸巍	徐峥嵘
电话	021-60376284	021-60376284
传真	021-60376284	021-60376284
电子信箱	xhcm600825@gmail.com	xhcm600825@gmail.com

1.6 以 2015 年末总股本 1,044,887,850 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.17 元（含税），合计派发现金红利 17,763,093.45 元。剩余未分配利润转入以后年度分配。本年度不实施以资本公积金转增股本。上述预案尚须提交公司股东大会审议。

二 报告期主要业务或产品简介

（一）外部因素变化情况、影响及应对措施

1、宏观经济形势

2015 年以来，在经济增长减速、结构转型、发展动力转变的新常态背景下，国民经济总体保持稳中有进，同时，近阶段预期增速有所放缓，将延续疲弱复苏。政府通过一系列稳增长、调结构、促改革、惠民生、防风险的政策组合，努力使经济运行保持在合理区间，结构调整取得新进展，民生持续改善。

2、国家及行业政策

近年来，政府先后出台了一系列促进文化产业发展的政策，推动文化产业成为国民经济的支柱产业。2010 年 10 月，中央审议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二

个五年规划的建议》；2011年10月《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》正式发布，提出“研究部署深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣，进一步兴起社会主义文化建设新高潮，推动文化产业成为国民经济支柱性产业”；2014年8月，中央审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，提出“要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系”。

3、税收优惠政策

2013年财政部发布了《关于延续宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》。根据通知内容，公司全资子公司上海新华传媒连锁有限公司、子公司上海申活馆文化创意有限公司自2013年1月1日起至2017年12月31日免征图书批发、零售环节增值税。

公司全资子公司上海解放教育传媒有限公司取得上海市地方税务局闵行区分局签发的编号为3101121501015121的企业所得税优惠事先备案结果通知书，根据《财政部、国家税务总局关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收优惠政策的通知》（财税[2009]34号）规定，同意减免企业所得税的申请，免征期为从2014年1月1日至2018年12月31日。

公司全资子公司上海人报传媒经营有限公司、上海房报传媒经营有限公司、上海申报传媒经营有限公司和上海晨刊传媒经营有限公司分别取得上海市自由贸易试验区国家税务局签发的沪税自贸九所备（2015）004号—007号《企业所得税优惠审批结果通知书》，根据财税[2009]34号《财政部、国家税务总局关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收优惠政策的通知》规定，同意减免企业所得税的申请，免征期限从2014年1月1日至2018年12月31日。

4、用户需求

上海市新闻出版局2015年8月发布的《上海市民阅读状况调查报告（2015）》显示，在阅读方式的“首选”上，传统（纸质）阅读仍然体现出巨大的优势；高出“数字阅读”18.25个百分点，但这一数字低于2014年的差距；半数以上市民每天阅读图书超过30分钟；同时，碎片化阅读人群和深阅读人群均有所上升；期刊、报纸阅读时间持续下降，半数以上市民接触报纸的时间低于30分钟，“基本不阅读”的比例由2014年的23.8%上升至2015年的25.88%，显示在传统阅读时代，以时效性见长的报纸正面临着在线阅读、微博、微信等网络新媒体的巨大挑战。

2015年11月，中国广告协会报刊分会和央视市场研究(CTR)媒介智讯联合发布了《2015年1-9月中国报纸广告市场分析报告》，报告认为“传统媒体广告市场整体下降的局面不仅很难改变，而且有降幅扩大的趋势”。数据显示，2015年前三季度，传统媒体广告刊登额降幅已扩大至7.3%。其中，电视广告下降4.9%；广播广告下降0.8%；户外广告增长0.6%；平面媒体降幅继续扩大，杂志广告下降18.5%，状况最为严峻的报纸广告降幅扩大到34.5%。但与此同时，从各方面了解到的数据来看，全国各级党报的发行仍呈节节上升之势，而相当部分省级和省级以上党报的广告经营更是逆势上扬。

5、新兴业态

一方面，随着我国人均可支配收入的逐步增长、大众文化消费水平的不断提高，国民对文化领域的消费需求迅速增长，带动了“体验业”市场空间加速壮大。另一方面，智能硬件的不断革新和互联网技术的广泛应用，正引发传播形态的多元化发展。以数字技术、宽带网络技术、移动通信技术为代表的新技术，也对传统的传播形态和文化业态带来强烈冲击。在此

背景下，用户消费习惯正呈快速变迁的态势。

这一年，传统媒体在收缩中艰难转身，通过打造新产品、重塑价值链、搭建新平台、借力资本等方式拥抱互联网，进行深度转型创新。新媒体继续快速扩张，移动客户端迅猛发展，影响传媒业整体格局和舆论生态。社交媒体在用户获取、新闻分发、资本控制领域的掌控进一步强化。同时产生的还有垂直产品裂变细分，自媒体强势加入，资本深度介入等新趋势、新动向。

6、对公司当期和未来发展的具体影响以及公司已经或计划采取的应对措施

2015年，互联网更加深入地融入传媒业，伴随着新媒体的不断冲击、广告收入下滑、赢利模式失效，以及移动阅读体验的提升，公司经营业务的生存空间不断被压缩。但从传统业务转型升级的角度看，这些又是实现整合升级的必然之路。

站在当前传媒融合发展的新起点，公司将立足传统产业并积极打破与新媒体在机制和形态领域的藩篱，依托于国家政策契机、上海资源优势 and 行业发展势能，以“互联网+”为契机，推陈出新、兼容并蓄，在业务形态、商业模式上再造重生，努力实现跨媒体融合发展，力争在激烈的竞争中开创新的局面，向成为综合实力雄厚的大型传媒企业和优质资本平台目标迈进。

（二）行业发展状况、公司行业地位、公司竞争地位等情况

1、行业发展状况

2016年，全球经济延续疲弱复苏态势，国内经济增速预期放缓，文化传媒产业作为撬动国家产业结构调整升级的一个重要支点，仍将发挥国民经济增长的重要引擎作用，并将对各行业产生越来越显著的辐射和渗透作用。

当前，传统媒体行业正处于体制变革、政策鼓励下推动创新发展与信息技术创新带来变革压力共同作用下的一个特殊时期，但基于自身在内容生产、资源汇聚等方面的独特优势，未来发展仍有较大空间。融入互联网全方位推进媒体改革，突破壁垒整合资源，充分运用新技术新手段打造新平台、新产品，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，建设新型媒体格局和新型传播体系，是新一轮媒体改革的大势所趋。此外，传媒市场越来越进入细分化发展格局，传统媒体需要重新分析市场、找准自己的突破口。

2、公司行业地位

公司是横跨图书发行和报刊经营两大领域、国内第一家实现上市的文化传媒企业，也是2013年10月全新组建的上海报业集团旗下唯一上市公司和主要资本平台。公司目前已形成图书发行、报刊经营、广告代理、电子商务及传媒投资等业务板块。旗下图书发行业务主体上海新华传媒连锁有限公司是上海地区唯一使用“新华书店”集体商标的企业，拥有位于上海的所有新华书店、书城，图书直营网点逾百家，拥有中小学教材发行权，图书零售总量占上海零售总量的65%以上；公司拥有《新闻晨报》广告经营代理权和《申江服务导报》、《i时代报》、《上海学生英文报》等知名报刊的经营权，是上海地区最大的报业传媒经营单位，在沪上具有较高知名度和影响力。

3、公司竞争地位

公司在规模和盈利能力方面均处于上海报业龙头地位。公司下属子公司上海新华传媒连锁有限公司拥有上海地区的新华书店系统，并占据了上海中小学教材发行市场的绝对份额，竞争力较强。公司取得了上海市幼儿园教材和中专职业学校教材的总发行权，教材业务得到了进一步巩固与提升。公司经营的《申江服务导报》在上海消费服务类报纸市场上名列前茅，《i时代报》也随着上海市地铁系统的不断完善而释放更大的影响力，公司在报刊经营市场上的竞争力较强。公司下属子公司上海中润解放传媒有限公司在上海市平面媒体广告代理市场保持较显著地位。

（三）主要业务的经营模式、经营状况以及各业务板块间的协同效应

1、主要业务的经营模式

公司目前主营业务板块分为图书、音像制品、文教用品、报刊广告和其他，其中图书、文教用品和报刊广告构成公司主要的收入和利润来源，其他主营业务收入主要是新华连锁其他商品销售收入以及原广告业务延伸后会计分类为其他业务的销售收入。

2、主要业务的经营状况

主营业务收入占比排名前三位的分别是图书、报刊广告和文教用品。图书是公司最主要的传统主营业务，近年来受到数字化图书、网上书店迅猛发展的影响，业务规模增长减缓，但主营业务收入走势基本稳定，在主营业务收入中占比也逐年上升。报刊广告收入主要来源于报纸平面广告代理收入，受互联网、手机等新兴媒体迅速侵蚀传统广告市场的影响，平面广告市场份额整体有所下降，公司广告业务收入也随之下行。公司通过探索创新，重点加强“综合服务+活动营销”的业务能力，延伸了广告板块的主营业务（计入“其他业务收入”），使得报刊广告板块收入在主营业务中占比合理下调。文教用品也是公司传统的主营业务之一，由于文教用品消费对象的特定性以及该业务领域的特殊性，公司文教用品业务收入总体保持平稳。

3、各业务板块间的协同效应

公司主要业务板块之间的专业相关性较强，具有一定的协同效应，有助于公司业务的稳定发展。公司拥有较发达的实体门店系统，能与电子商务业务进行网上和网下的有效互动，有利于公司图书和音像制品发行业务和电子商务业务的发展。公司报刊经营业务与广告代理业务联系紧密，能较好地相互促进。

报告期内公司经营情况与行业整体发展状况基本一致。

三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年增减(%)	2013年
总资产	4,322,943,316.33	5,831,954,866.09	-25.87	6,203,077,176.19
营业收入	1,572,706,809.50	1,789,013,935.87	-12.09	1,847,477,710.55
归属于上市公司股东的净利润	57,794,772.07	50,421,603.16	14.62	59,498,464.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-98,779,960.82	2,235,668.19	不适用	-52,546,360.45
归属于上市公司股东的净资产	2,559,324,423.86	2,519,134,058.57	1.60	2,489,610,212.41
经营活动产生的现金流量净额	248,358,568.53	-27,698,915.82	-996.64	116,277,761.85
期末总股本	1,044,887,850.00	1,044,887,850.00	0.00	1,044,887,850.00
基本每股收益（元/股）	0.06	0.05	20.00	0.06
稀释每股收益（元/股）	0.06	0.05	20.00	0.06
加权平均净资产收益率（%）	2.27	2.01	增加0.26个百分点	2.375

四 2015年分季度的主要财务指标

单位：元 币种：人民币

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
--	------	------	------	------

	(1-3 月份)	(4-6 月份)	(7-9 月份)	(10-12 月份)
营业收入	323,996,585.04	474,937,731.57	300,806,561.12	472,965,931.77
归属于上市公司股东的净利润	20,140,713.33	12,671,757.67	2,790,657.64	22,191,643.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-21,178,611.30	12,859,906.87	-34,547,129.17	-55,914,127.22
经营活动产生的现金流量净额	-54,116,371.17	38,468,141.63	7,591,716.75	256,415,081.32

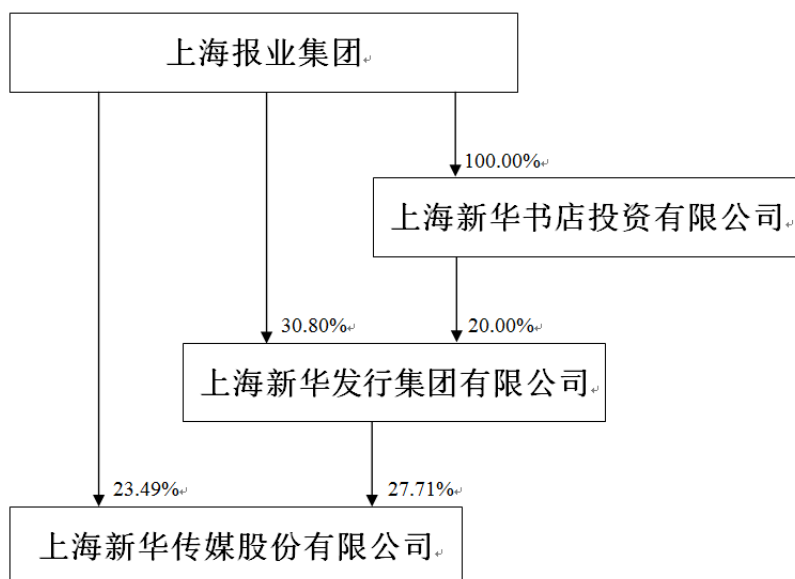
五 股本及股东情况

5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

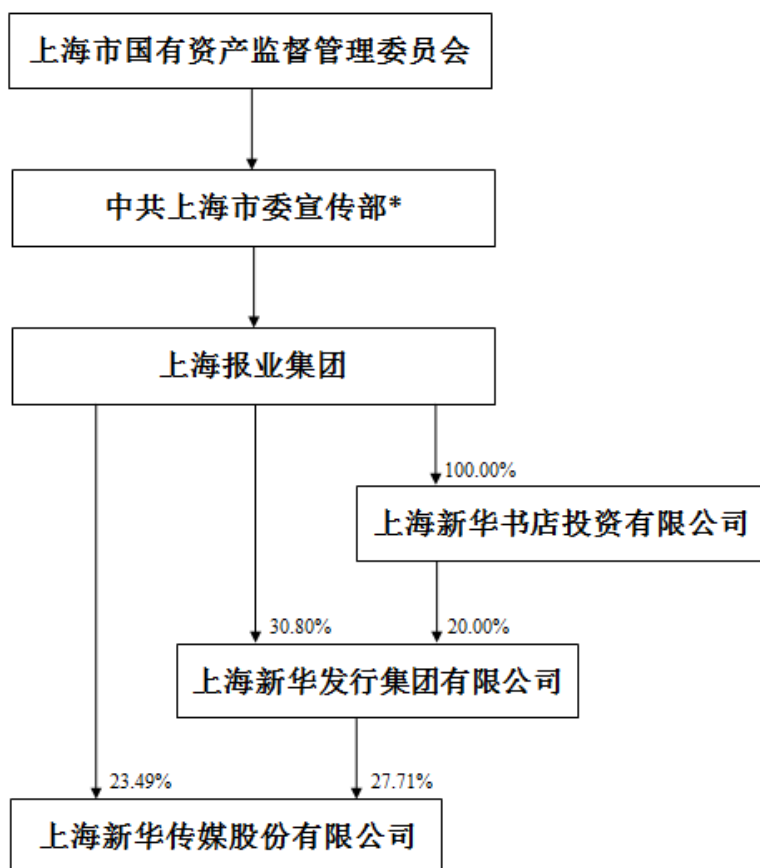
单位: 股

截止报告期末普通股股东总数 (户)				55,303			
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)				51,698			
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	质押或冻 结情况		股东性质
					股份 状态	数 量	
上海新华发行集团有限公司	-24,523,600	289,533,681	27.71	0	无		国有法人
上海报业集团	0	245,486,319	23.49	0	无		国家
中国证券金融股份有限公司	16,640,189	16,640,189	1.59	0	无		未知
中央汇金资产管理有限责任公司	14,603,000	14,603,000	1.40	0	无		未知
袁理	13,060,000	13,060,000	1.25	0	无		境内自然人
上海中润广告有限公司	-5,212,892	10,120,000	0.97	0	无		境内非国有法人
潘文雄	8,431,300	8,431,300	0.81	0	无		境内自然人
上海九百(集团)有限公司	0	8,286,480	0.79	0	无		国有法人
张晓文	7,604,223	7,604,223	0.73	0	无		境内自然人
莫海	7,592,760	7,592,760	0.73	0	无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上海新华发行集团有限公司与上海报业集团存在关联关系且为一致行动人。此外,未知前十名无限售条件股东之间,以及前十名无限售条件股东和前十名股东之间存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



*中共上海市委宣传部根据上海市国有资产监督管理委员会的委托对上海报业集团的国有资产实施监督管理。上海报业集团的最终控制人为上海市国有资产监督管理委员会。

六 管理层讨论与分析

本年度，公司实现营业收入 157,270.68 万元，同比减少 12.09%；利润总额 7,612.75 万元，同比增加 14.74%；归属于母公司股东的净利润 5,779.48 万元，每股收益 0.06 元，同比增长 20.00%。

截止 2015 年末，公司总资产 432,294.33 万元，同比减少 25.87%；归属于母公司股东权益 255,932.44 万元，同比增加 1.60%；加权平均净资产收益率 2.27%，同比提高 0.26 个百分点。

1、图书发行业务

公司着力打造升级文化空间，不断增强线下体验，推出一批新形态、新品牌的新型书店，赢得各方好评和市场认可，也激发出传统“新华”品牌新的光彩。

瞄准大型购物中心、百货商场，打造新一代品牌“新华一城书集”，通过换标升级，重点聚焦七大元素：风格更加现代、简约、雅致；书目更加贴近白领青年人群；开设咖啡轻食区域；打造亲子阅读体验；引入丰富文创产品；提供免费 Wi-Fi；开通微信支付。7 月，首家“新华一城书集”主力店亮相上海金虹桥国际中心，近 1,000 平方米店铺聚合图书销售、亲子阅读、咖啡休闲、文创产品等丰富业态，以更时尚、更年轻的文化体验，营造一方弥漫人文艺术气息的悦读空间。12 月，第二家主力店在新静安区协信广场店开业。目前，一批重点商圈的新店项目正在商谈、筹备过程中，有望于 2016 年陆续开业。

结合实体书店换标升级，公司整合线上业务团队并新设云端事业部，于 5 月推出“新华一城书集”微信书店（订阅号：xh001town），每日推荐好书，读者可直接在微商城购买，微信支付还可享折扣优惠、包邮等服务。订阅号上线约 5 个月间，完成 30 余万图书的上线、支付及配送。同时，与腾讯签署《智慧书城合作框架协议》，完成全市新华书店门店微信支付全覆盖，后续还将开通电子书的购买和阅读。

全新推出童书绘本独立品牌“玛德琳绘本馆”，利用公司图书配送资源、良好的社会品牌效应及资源整合能力，以图书销售+课程活动+产品销售+微信互动等组合方式，争夺童书市场份额。7 月，上线开通“玛德琳绘本馆”微店（微信号：madeline）。目前，正加紧建设位于福州路上海书城的首家 1,100 平方米沪上最大儿童绘本实体店，预计将于 2016 年 6 月开业。

深挖 B2B 团购业务潜能。面对激烈的市场竞争，各门店不懈努力，巩固并拓展馆配、团购等 B2B 市场份额，全年取得增量业务 30 多单，业务区域从上海拓展至江苏、浙江、安徽、湖南、湖北、四川等地，净销售额增长超过 20%。

继续加强教材教辅发行，报告期内实现销售净收入较上期略有增长。

积极推进上海数字教材（“电子书包”）项目。与各教材发行合作单位保持密切协同，有序推进平台开发工作，并尝试将中小学课本（纸质课本）征订过渡至“上海市中小学数字教材实验项目”平台实施，预计于 2016 年在虹口区先行试点。

成功参与举办上海书展等重点活动，并针对互联网消费人群提升平台服务能力。作为历年上海书展的主要承办单位，报告期内首次探索“云会场”形式，为书展插上“互联网+”的翅膀，读者通过浏览微信公众号即可查询展馆内活动安排、所有图书的具体位置，并实现部分图书在线购买，推动此届书展主会场销售额同比增长超过 10%，并收获了广泛的社会好评。

大力拓展有影响力的品牌活动。继续发挥传统优势，组织策划名家名作进校园、“莎莎姐姐讲故事”、“孙嘉哥哥教手工”等品牌活动，得到各方好评，深受读者喜爱。

先后申报获得“CNONIX 图书发行体系应用示范项目”、“一城书集 O2O 平台建设与实施项目”等文创专项扶持资金，并借此契机加快 O2O 能力建设，在信息、支付、物流、社交等方面做好对应改造升级，报告期内已完成对 ERP 系统、B2C 管理平台、物流分拣系统

等的升级改造，电商全网销售商品及订单对接系统完成开发并上线。

2、传媒广告业务

受新媒体行业冲击及外部市场环境的影响，全国及本地平面广告市场在报告期内延续低迷，公司旗下传统报刊经营总体有所下降。面对严峻的市场形势，各报纸经营单位积极寻求创新突破，全力守护市场份额及业务资源。

中润解放聚合《新闻晨报》“晨传媒”全媒体矩阵，以“新闻晨报+互联网+”为主平台，策划推出包括上海车展“看车团”等汽车领域、“第一八佰伴男人节”等百货领域、“保险公众宣传日”等金融领域、“晨报美妆课堂”等奢侈品领域一批有影响力的主题营销及活动策划。为保障全年广告业务及团队稳定有序，进一步降本增效、改造流程、加强一体化管理，同时，新设了拓展新客户和特别创新贡献两项激励制度，将考核激励向一线业务骨干进一步倾斜。

申报传媒积极做强“申活馆”品牌，组织开展人生大不同、系列行业评比大赏活动等，继续加快从单一纸媒向“城市生活服务运营商”转型。其中，线下文创品牌“申活馆”抓住2015年初成功引入证大喜马拉雅战略投资的机遇，推出一批新店，受到白领青年和商业地产圈的好评：占地1,200平方米的全新旗舰店证大喜马拉雅店构筑了图书、咖啡、创意杂货、生活教室等组合业态；在上海新天地开设高端美食空间“吃饱了 by 申活馆”和主题书店“镜子与窗”；与韩寒 ONE 团队携手推出“在一起”闪电书店，通过韩寒现身、Uber 合作、虾米音乐歌单等营销方式，迅速引爆全城热度；12月进驻上海报业集团大厦，开启了楼宇业态的新尝试。“线上”能力建设方面，继续围绕“申”字主品牌，打造“申V”、“美得你”、“看戏去”等微信订阅号新媒体矩阵。

地铁时代传媒面对行业环境、阅读习惯、消费形态变迁等多重压力，正视挑战，积极调整应对。基于读者需求重新设计改造《i时代报》刊物形态，精简聚合原主报资讯，新推出白领一周生活指南《周壹见》，从而提升内容品质感，增强精准营销；顺应新媒体阅读习惯，全面发展“iMetro”、“i时代社交圈”、“爱拍客”、“哑劲”等一批粉丝数可观的微信号，打造“魔都地铁微生活圈”整体品牌形象；积极拓展渠道合作资源，牵头长三角及全国多地的地铁报联动协作，报告期内已成立旅游板块长三角广告信息共享平台。

教育传媒策划新推两份细分市场报刊产品，并继续开展游学服务、品牌推广、竞赛活动、异地版权输出等延伸业务，报告期内启动了《上海学生英文报》英文报数字化运作及销售计划，预计将产生一定的增量收益。

此外，公司还积极谋划新媒体、新渠道、新业态等新型传媒广告资源，发掘传媒广告代理业务在移动新媒体、社会化媒体等方面的业务增量，于报告期内取得新突破。7月，与有志创业的广告代理团队合资设立上海荟集网络科技有限公司，设立“荟集智慧生活”自媒体营销平台，聚合一批有行业影响力的微信公众号，为旅游、餐饮、汽车等行业广告商家提供一站式新媒体解决方案。11月，寻求与国内知名健身服务企业的深度合作机会，合资设立上海维戈文化传媒有限公司，携手打造国内首家面向大众体育健身领域的专业传媒服务平台。

3、文化地产业务

加快存量包销、代销房产的销售去化，及时回笼资金，适度拓展新的销售代理楼盘，文化地产项目开发建设进展正常。报告期内，公司为进一步回笼前期在房地产领域投入的资金，适度分散商业地产的投资风险，并集中资源拓展新型文化产业，以承债式股转方式（股权加债权）将所持南翔项目60%股权和南桥项目30%股权公开挂牌转让。报告期内已办理完毕相关产权交易手续。

4、电子商务业务

电子商务公司继续推进“新华一城卡”预付卡业务和自主开发清结算系统的建设工作。

清结算系统通过中国人民银行“预付卡发行和受理”“互联网支付”非金融机构支付业务设施技术认证年度复审；按照中国人民银行要求完成对备付金核对校验及信息对接系统开发工作；设立上海新华城融实业有限公司，致力于为用户提供更加便捷实用的文化消费体验；报告期内，“城融微商城”及电商网站陆续上线服务。

5、产业金融业务

公司参与投资的上海文化产业股权投资基金继续积极开展文化及相关领域项目的投资，目前总体运营良好、回报理想。公司参与投资苏州八二五新媒体产业基金，于报告期内合计出资 1.05 亿元对有限合伙份额进行认缴，从而完成 1.5 亿元出资份额的全部认缴。“825 基金”主要投向 TMT、互联网+等领域新兴产业优质项目，目前运营富有成效，推动了基金的价值成长和发展。

6、鼓励创新创业

全力扶持推动员工创新创业。积极鼓励各级员工自发投入创新创业，除传统资金扶持和绩效奖励外，更支持员工个人出资入股，通过公司化运作，共同壮大发展。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法未发生变化。

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

报告期内未发生重大会计差错更正需追溯重述的情况。

7.3 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。

截止 2015 年 12 月 31 日，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称

上海新华传媒连锁有限公司

上海久远经营有限公司

上海联市文化发展有限公司

上海书刊交易市场经营管理有限公司

上海书城图书有限公司

上海中润解放传媒有限公司

上海杨航文化传媒有限公司

上海新华传媒文化传播有限公司

上海房报传媒经营有限公司

上海申报传媒经营有限公司

上海申活馆文化创意有限公司

上海晨刊传媒经营有限公司

上海人报传媒经营有限公司

上海地铁时代传媒发展有限公司

上海解放教育传媒有限公司

上海新华传媒电子商务有限公司

嘉时国际有限公司（香港）

上海新华传媒资产管理有限公司

上海风火龙物流有限公司

上海新华置城文化传媒有限公司

上海新置华城房地产经纪有限公司

上海中润解放房地产营销策划有限公司

上海荟集网络科技有限公司

本年合并财务报表范围及其变化情况详见年报正文财务报表附注“六、合并范围的变更”和“七、在其他主体中的权益”。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

年度财务报告未被会计师事务所出具非标准审计意见。