

公司代码：600715

公司简称：文投控股

文投控股股份有限公司
2022 年年度报告摘要

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，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、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 中兴财光华会计师事务所（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利润分配预案或公积金转增股本预案

经公司十届董事会第十四次会议审议通过，公司2022年度不进行利润分配，亦不进行资本公积转增股本。本事项尚需提交公司股东大会审议。

第二节 公司基本情况

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	文投控股	600715	松辽汽车

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王森（代）	黄靖涛
办公地址	辽宁省沈阳市苏家屯区白松路22号	辽宁省沈阳市苏家屯区白松路22号
电话	010-88578078	010-88578078
电子信箱	zhengquan@600715sh.com	zhengquan@600715sh.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）影视行业情况

2022年，受外部因素影响，影院暂停营业、剧组反复停摆，院线电影市场在优质影片频繁撤档、改档，影迷的观影需求和影片供给大幅下滑等众多因素的综合作用下，影视行业持续处于低迷，多数影院出现亏损。与此同时，剧集市场在相关因素波及下进入降本增效的调整期，整体加速“内容升级”，呈现剧总量平稳、题材多元等特点。影视行业在面对艰难挑战的同时，加速了调整和改革，有望进入新的增长期。

1. 行业发展情况

（1）电影行业

①电影投资制作方面

2022年全国电影总票房仅为300.67亿元，较2021年下降近四成，全年日票房不足2,000万元的天数超过一百天，中国电影市场经历了近几年中最低迷的时期。市场惨淡的主要原因一是受影院停摆及观影人次持续下降，二是制片方因为市场情况不佳频繁改档、撤档致使头部国产影片内容供给不足；三是重量级进口批片未按预估有效刺激电影市场，2022年国产电影票房为255.11亿元，在总票房中占比为84.85%，进口批片占比减少。

内容储备方面，受市场及政策影响，电影项目备案及立项数量较前几年明显减少，全国仅有1,876个项目通过备案立项，对后续内容生产供给链会有周期性影响。

网络电影2022年数量下降，但影片品质提升及头部效应显现。2022年1至11月，经国家广电总局备案的网络电影共计1,167部，较2021年同期减少了66%；但网络电影质量逐渐向高质量内容生产转型，2022年中国三大流媒体平台（爱奇艺、腾讯和优酷）在网络电影的公开分账票房约为19.8亿元；2022年头部网络电影背后出品公司较为集中，题材也较为固化，需要更多活力进入市场激活内容创造力。

②电影发行方面

2022年，电影发行受持续的撤档及临时定档的影响，给宣发公司带来极大的考验。宣发时间短使得物料准备及营销铺垫不够充分，但因为大部分重要档期内容供给缺乏，不少影片的秘钥经过多次延长，弥补了部分宣传工作不充分带来的损失。

互联网平台的深度参与拓展了电影发行收入的路径及影片营销的方式。抖音依托短视频平台高流量及用户黏性等优势加入电影售票市场，刺激现有票务市场的变化并为观众提供新的买票途径；在电影宣传营销方面，短视频、网络二创推广、头部直播带货等方式均在有效的补充线下宣传票房潜力，扩大了电影受众面并拓宽了电影消费潜力。

③影城方面

2022年，中国电影总票房300.67亿元(包含二级市场票房)，同比下降36.4%，较2021年大幅减少171.9亿元。全球票房贡献比例缩水至17.3%，创近8年历史新低。放映场次继2020年后再次出现历史性负增长，同比下降18.0%。头部内容供应严重不足，观影人次同比下降39.82%。全年日大盘票房低于2,000万的天数高达108天。

受到外部客观因素影响加剧片方频繁改档、撤档，市场供片严重不足。2022年上映新片325部，较去年减少222部。其中，过亿元新片39部，较2021年的58部减少19部。市场集中度进一步提升，但头部影片体量回落明显，相比2021年3部票房超40亿元影片，2022年仅《长津湖之水门桥》1部；中高体量新片断层严重，特别是票房2-5亿元新片仅6部，同比减少12部。进口片日渐式微，多部进口大片的上映尽管被寄予救市厚望，但最终票房均未达预期。

影院建设经营方面，影院新建明显放缓，2022年全国新建影院770家，同比下降30.3%。影院经营方面，受客观因素影响，全国42.3%的影院暂停营业时间长达3个月以上，全年因影院暂停营业造成的票房损失达27.6%，特别是3-4月、10-12月是全国影院停业高峰期。

(2) 电视剧集行业

根据国家广播电视总局发布的数据，2022年全年全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的剧目160部5,283集。其中，现实题材剧目共计129部4,143集，分别占总部数、集数的80.63%、78.42%；历史题材剧目共计25部906集，分别占总部数、集数的15.63%、17.15%；重大题材共计6部234集，分别占总部、集数的3.75%、4.43%。

整个剧集行业逐渐呈现减量提质、降本增效的行业常态。剧集行业的经营战略也逐渐调整为长视频平台降低投入成本，深耕优势垂直题材内容，以保障良性发展。立项审查管理不断优化，在提升效率的同时内容把控亦逐渐严格。网络剧以IP改编为内容创作主力，且优质IP孵化的网剧在热度及口碑上也具有优势。随着网络剧片发行许可证的正式发放，网剧的质量要求将进一步规范化，有利于向精品化迈进。

2.行业政策变化

2022年2月，国家广播电视总局发布《“十四五”中国电视剧发展规划》[广电发（2022）9号]，文件以2023年建成文化强国为远景目标，从推进新时代电视剧精品创作，建设高标准电视剧市场体系，创新推进国际传播与国际合作，建设高质量电视剧人才队伍等方面对“十四五”时期电视剧发展作出了细致的统筹安排。

2022年6月，国家广播电视总局正式对网络剧片发放行政许可，包括网络剧、网络微短剧、网络电影、网络动画片等多种内容的国产重点网络剧片上线播出时，将使用统一的“网标”。

2022年9月，国家广播电视总局办公厅发布关于使用国产电视剧片头统一标识的通知。通知称，为适应新时代电视剧高质量发展需要，进一步提升电视剧制作规范化标准化水平，打造中国电视剧的标志性文化符号，广电总局决定自2022年9月21日起使用国产电视剧片头统一标识。

2022年12月，国家广播电视总局发布《关于国产网络剧片发行许可服务管理有关事项的通知》[广电发（2022）128号]，明确对国产网络剧片发行实行许可制度，要求国产重点网络剧片上线播出时，应使用统一标识，准确标注节目发行许可证号，固定于节目片头的显著位置展示。

（二）游戏行业情况

1.行业发展情况

据中国音数协游戏工委的数据显示，2022年全年中国游戏市场实际销售收入2,658.84亿元，比2021年下降306.29亿元，同比下降10.33%；游戏用户规模6.64亿人，同比下降0.33%；自主研发游戏国内市场实销收入2,223.77亿元，同比下降13.07%；移动游戏市场实际销售收入1,930.58亿元，同比下降14.40%；中国客户端游戏市场逆势增长，实际销售收入同比增长4.38%至613.73亿元；此外中国网页游戏市场实际销售收入为52.80亿元，同比下降12.44%。

2022年，我国游戏行业多项市场指标出现下滑。企业生产研发受限，项目进度严重滞后；招聘需求紧缩，岗位优化频繁；资本信心不足，企业投融资困难；用户削减个人开支，娱乐消费数额显著降低；海外竞争更加激烈，企业出海阻力增大。行业整体处于承压蓄力阶段。

2.游戏行业政策变化

2021年8月，《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》印发后，2022年，各部门持续出台法规政策，进一步加大未成年人保护工作力度。2022年3月14日，国家互联网信息办公室就《未成年人网络保护条例（征求意见稿）》再次公开征求意见，新增网络素养培育、个人信息保护、网络沉迷防治章节，再次强调“网络产品和服务提供者”的预防和干预责任，提出网络产品和服务提供者应当建立健全防沉迷制度，不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务。

2022年7月21日，经国务院批准，商务部、中央宣传部等27部门联合印发《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》，《意见》提出28项具体任务举措，大力发展数字文化贸易，积极培育网络游戏等领域出口竞争优势，在游戏等领域培育一批国际知名品牌。同时，针对网络游戏审批，该文件也提到，聚焦推动文化传媒、网络游戏、动漫、创意设计等领域发展，开展优化审批流程改革试点，扩大网络游戏审核试点，创新事中事后监管方式。网络游戏审核试点扩大将会简化游戏版号审批环节，提高审批效率，有利于游戏行业的良性发展。

（三）“文化+”部分相关产业

1.行业发展情况

近年来，“文化+”“文化赋能”成为备受瞩目的焦点议题。文化是国家持久发展的不竭动力，文化自信是国家兴旺发达的重要支撑。在经济、社会发展的各个方面，文化相关产业正在以其接受度广、延展性强、融合度高的特质，逐步成长为重要的推动力。

根据国家统计局发布2022年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入数据，2022年，全国文化产业保持平稳增长态势，文化新业态行业发展韧性持续增强。2022年，全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入121,805亿元，比上年增长0.9%。在9个文化行业中，内容创作生

产、新闻信息服务、文化投资运营、文化装备生产和文化消费终端生产等 5 个行业营业收入比 2021 年实现增长，增速分别为 3.4%、3.3%、3.2%、2.1%和 0.3%。

文化新业态发展韧性持续增强。2022 年，文化新业态特征较为明显的 16 个行业小类实现营业收入 43,860 亿元，比上年增长 5.3%，快于全部规模以上文化企业 4.4 个百分点；文化新业态行业营业收入占全部规模以上文化企业营业收入的 36.0%，占比较上年提高 1.5 个百分点。 综上数据显示，文化产业各细分领域整体发展趋优，带动整个文化产业处于高速发展阶段。

2.相关政策

2022 年 2 月，国家发展改革委、文化和旅游部等 14 部门联合印发《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》，提出 3 个方面 43 条具体措施，发挥财税、金融、产业、就业以及精准防控政策的协调效应，积极帮助服务业恢复发展，力度空前，意义重大，显示出政府纾困的决心，为文化和旅游市场的复苏和振兴注入了信心。

2022 年 3 月，体育总局办公厅印发《2022 年群众体育工作要点》，其中强调，要巩固和扩大“带动三亿人参与冰雪运动”成果。借助举办北京冬奥会、冬残奥会掀起的群众参与冰雪运动热潮，进一步推动丰富多彩、形式多样的群众性冰雪赛事活动蓬勃开展，打造品牌，做大规模，降低门槛，增强吸引力，全方位推广普及冰雪运动；因人、因时、因地制宜，宜冰则冰、宜雪则雪，线上线下、室内外相结合，进一步扩大参与主体和覆盖面；加强冰雪运动知识普及和文化推广，促进群众对冰雪运动技能的掌握和提高，不断提升群众性冰雪运动普及程度和发展水平；持续推动群众冰雪运动场所建设，不断改善广大群众参与冰雪运动的条件。

2022 年 4 月，为全面贯彻乡村振兴战略，落实《中共中央国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，以文化产业赋能乡村经济社会发展。文化和旅游部、教育部、自然资源部、农业农村部、国家乡村振兴局、国家开发银行联合印发《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》，明确了文化产业赋能乡村振兴的总体要求和发展目标，提出了文化产业赋能乡村振兴的创意设计、演出产业、音乐产业、美术产业、手工艺、数字文化、特色文化产业、文化和旅游融合八大领域，明晰了培育壮大市场主体、建立汇聚各方人才的有效机制、加强项目建设和金融支持、统筹规划发展和资源保护利用的四项政策措施，为文化产业赋能乡村振兴提供有力的政策保障。

2022 年 5 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》。《意见》明确，到“十四五”时期末，基本建成文化数字化基础设施和服务平台，形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系。到 2035 年，建成物理分布、逻辑关联、快速链接、高效搜索、全面共享、重点集成的国家文化大数据体系，中华文化全景呈现，中华文化数字化成果全民共享。

2022 年 7 月，为深入贯彻党中央、国务院关于稳增长稳市场主体保就业的决策部署，认真落实全国稳住经济大盘电视电话会议精神，推动国务院印发的《扎实稳住经济一揽子政策措施》和支持中小企业纾困解难系列举措在文化和旅游领域落地落实，进一步提升惠企服务水平，文化和旅游部于 2022 年 7 月 1 日至 7 月 31 日组织开展 2022 年文化和旅游企业服务月（简称“服务月”）活动。服务月活动以“助企纾困促发展”为主题，聚焦纾困扶持政策贯彻落实、优化助企惠企服务，组织各地集中推出一批形式多样、有针对性、能见实效的服务活动和惠企举措，营造浓厚助企氛围，帮扶文化和旅游企业纾困解难，进一步稳定市场预期，提振行业信心，助力文化产业和旅游业恢复发展。活动内容涉及加大政策宣传解读力度，扎实推进政策落地落实，开展金融精准对接服务，举办消费助企惠民活动，建立联系服务企业机制五个方面。

2022 年 9 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《“十四五”文化发展规划》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

2022 年 11 月，工业和信息化部、教育部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家体育总局等五部门联合发布《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026 年）》。《行动计划》

提出了到 2026 年的发展目标。到 2026 年，三维化、虚实融合沉浸影音关键技术重点突破，新一代适人化虚拟现实终端产品不断丰富，产业生态进一步完善，虚拟现实在经济社会重要行业领域实现规模化应用，形成若干具有较强国际竞争力的骨干企业和产业集群，打造技术、产品、服务和应用共同繁荣的产业发展格局。

（一）从事的主要业务

公司主要从事业务涵盖影视和游戏两个行业及其衍生“文化+”业务，主营业务板块包括院线及影城运营管理、影视投资制作及发行、游戏研发与运营、“文化+”业务，涉及文化娱乐相关产业。

（二）经营模式

1.院线及影城运营管理业务主要经营模式

影院运营业务主要为向电影观众提供影片放映服务，同时还从事影院卖品、衍生品销售等增值服务以及电影贴片广告、电影院场地广告等经营业务。

院线运营业务主要为对下属影院进行统一的排片及供片管理。

影城及院线主要通过收取票房分账款、卖品及广告等非票房收入获取收益。

2.影视业务主要经营模式

电影投资制作业务主要为公司通过审慎评估及市场分析选择优质题材，独立或与其他合作方共同开发剧本、筹建剧组，并进行拍摄制作，最终按各自出资比例或合同约定分享利益及分担风险。

电影发行业务主要为向院线和影院推广影片并与院线洽谈、安排影片放映等服务，通过收取发行佣金、固定回报等形式获取收益。

电视剧投资制作业务主要为公司与其他投资方共同投资电视剧项目或由公司提供 IP 及剧本并委托第三方为公司制作拍摄电视剧，通过向电视台、网络视频平台等转让传播权获取收益或分成。

3.游戏业务主要经营模式

公司主营业务包括移动游戏和网页游戏的研发、发行及运营。公司网络游戏运营业务按不同运营方式分为自主运营、授权运营和联合运营三种模式。

网络游戏研发与运营业务主要为在已构建的研发、发行、渠道全产业链格局下，打造精品化的移动游戏、网页游戏等产品内容，并通过与国内外各大游戏平台合作，以及自有游戏平台进行发行和推广，通过游戏下载收入、道具销售等方式获取收益或分成。

4.“文化+”业务主要经营模式

“文化+”业务为根据公司战略发展规划，围绕公司现有主营业务，基于公司自身品牌优势和丰富的 IP 储备，通过横向+纵向的投资并购和业务拓展，在文化领域多元化布局，拓展公司收入渠道，提升公司竞争力。

冬奥文化活动服务业务。公司于 2019 年成为北京 2022 冬奥会及冬残奥会官方文化活动服务赞助商，于 2021 年成为特许经营商，拥有冬奥贵金属、工艺品和陶瓷三大品类的特许生产权益，同时拥有冬奥全品类产品的特许零售权益。公司冬奥业务主要分为文化活动、特许经营和市场开发三大板块。文化活动服务承办冬奥官方文化活动，通过付出的相关成本折抵赞助费（VIK）。特许经营围绕三大授权品类，设计和生产一批优质的冬奥特许产品；特许零售通过授权第三方企业或经营实体作为冬奥特许分销商，在全国范围内开设冬奥特许零售店，特许分销北京 2022 年冬奥会全品类特许产品，获取特许分销环节的销售收益。市场开发业务授权合作伙伴共同开发文化活动、影视、综艺、音乐演出等，通过收取投资收益或通过提供宣传推广、知识产权咨询、创作团队组建等服务收取合作费用。

文化产业发展服务业务。基于公司在文化领域的资源优势及行业整合能力，文投控股积极与地方政府合作，为地方文化产业发展提供各项服务，包括为地方文化产业发展提供规划咨询、文化企业招商、文化 IP 资源引入、文化产业园运营开发等。在助力地方文化产业发展的同时，拓展

公司整体品牌影响力，形成公司在影视行业、游戏行业和“文化+”行业互促互生的良性循环。公司通过提供具体服务收取相应的服务费。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	5,022,454,010.68	7,218,958,535.00	-30.43	7,243,344,394.45
归属于上市公司股东的净资产	834,892,354.65	2,139,162,938.44	-60.97	2,848,178,743.29
营业收入	799,726,395.680000	776,093,582.010000	3.05	527,986,746.42
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	799,248,992.190000	775,766,330.150000	3.03	526,545,193.20
归属于上市公司股东的净利润	-1,272,522,513.78	-718,013,713.74	不适用	-3,462,649,263.23
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,313,910,635.14	-578,857,597.10	不适用	-3,412,667,941.22
经营活动产生的现金流量净额	74,112,373.77	128,806,499.35	-42.46	180,739,060.96
加权平均净资产收益率(%)	-84.67	-27.81	不适用	-74.16
基本每股收益(元/股)	-0.69	-0.39	不适用	-1.87
稀释每股收益(元/股)	-0.69	-0.39	不适用	-1.87

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	225,116,942.50	153,922,632.24	192,044,354.28	228,642,466.66
归属于上市公司股东的净利润	-79,649,852.73	-132,197,497.79	-97,603,159.74	-963,072,003.52

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-81,774,638.08	-151,434,064.99	-99,357,493.17	-981,344,438.90
经营活动产生的现金流量净额	47,389,655.94	38,875,553.70	-19,298,282.78	7,145,446.91

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

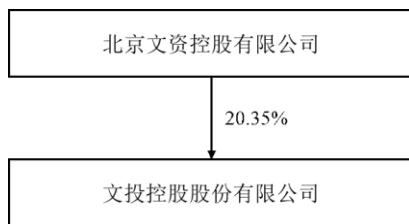
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					45,747		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					43,735		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					-		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					-		
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、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
北京文资控股有限公司	0	377,389,466	20.35	0	质押	187,000,000	国有法人
厦门国际信托有限公司—厦门信托—汇金1667号股权收益权集合资金信托计划	-74,194,035	208,017,965	11.21	0	无	0	其他
北京亦庄国际投资发展有限公司	0	111,654,400	6.02	0	无	0	国有法人
北京文资文化产业投资中心（有限合伙）	0	74,251,881	4	0	无	0	其他
姚戈	0	56,564,200	3.05	0	质押	56,564,200	境内自然

							人
上海丰煜投资有限公司—丰煜—稳盈证券投资基金1号	0	39,412,800	2.12	0	无	0	其他
北京市文化创意产业投资基金管理有限公司—北京文创定增基金	0	36,421,921	1.96	0	无	0	其他
北京市文化创意产业投资基金管理有限公司—屹唐文创定增基金	-246,900	32,915,700	1.77	0	无	0	其他
北京君联嘉睿股权投资合伙企业（有限合伙）	-4,000,000	29,987,290	1.62	0	无	0	其他
华信超越（北京）投资有限公司	0	24,686,900	1.33	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	北京文资控股有限公司和北京文资文化产业投资中心（有限合伙）、北京市文化创意产业投资基金管理有限公司—北京文创定增基金、北京市文化创意产业投资基金管理有限公司—屹唐文创定增基金存在同一控制下的关联关系。除此之外的公司前十名股东、前十名无限售条件的股东之间是否存在关联关系或一致行动关系未知						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

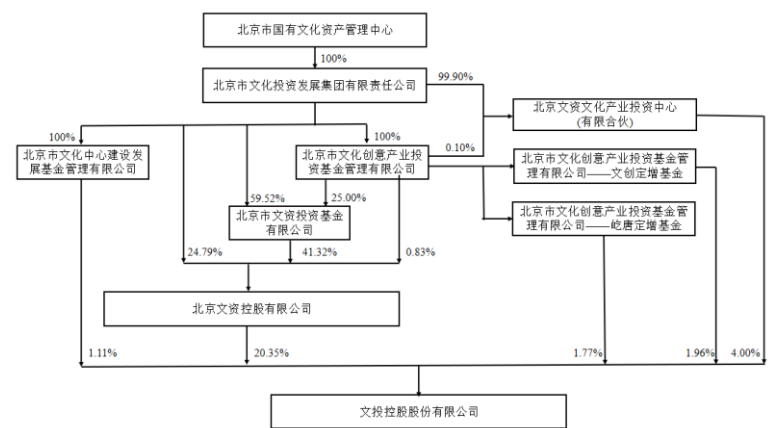
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2022 年，随着北京冬奥会和冬残奥会的成功举办，公司相关的特许经营业务迎来业绩兑现期，特许经营业务收入较上年同期增长显著。同时，随着迭代手游产品《攻城天下》在报告期已步入稳定期，公司游戏业务盈利能力有一定恢复。此外，随着公司投拍的影视作品陆续播出，影视业务收入较去年有增长，盈利能力有一定改善。但因影视行业受外部因素及部分影城关停的影响，导致影城相关收入大幅下降，因此导致公司营业收入仅为 8 亿元，较 2021 年仅增长 3.05%。同时，由于部分影城的关停，导致固定资产减值损失 0.22 亿元，导致长期待摊费用进行加速摊销 1.02 亿元；结合公司与市场环境的变化，公司产生了 3.56 亿元商誉减值损失和 1.12 亿的预付账款减值损失；此外，由于受外部因素影响，公司部分下游客户付款意愿和付款能力均受到重大冲击，基于谨慎性原则，公司产生了 2.92 亿元应收账款坏账损失。受上述因素的叠加影响，导致公司报告期亏损 12.73 亿元。

截至 2022 年末，归属于上市公司股东的净资产为 8.35 亿元，较 2021 年末下降 60.97%，总资产为 50.22 亿元，较 2021 年末下降 30.43%。

截至 2022 年末，公司总股本为 185,485.35 万股，与上期相比没有变化。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用