

慈文传媒股份有限公司

2020年度董事会工作报告

2020年度，慈文传媒股份有限公司（以下简称“公司”）董事会全体成员严格按照《公司法》《证券法》等有关法律法规、规范性文件和《公司章程》《董事会议事规则》等的规定，本着对全体股东负责的精神，勤勉尽责地履行职权，积极有效地开展工作，不断完善公司治理和规范运作，努力推动公司各项业务持续发展，较好地维护了公司和全体股东的合法权益。公司董事会2020年度履职情况如下：

一、董事会会议召开情况

报告期内，公司董事会全年共召开了5次会议。会议的通知、召集、召开和表决程序均符合有关法律法规和《公司章程》的规定，具体情况如下：

召开日期	会议届次	审议通过议案	公告日期
2020-04-27	第八届董事会第五次会议	1、《2019年度总经理及联席总经理工作报告》 2、《2019年度董事会工作报告》 3、《<2019年年度报告>及其摘要》 4、《2019年度财务决算报告》 5、《2019年度利润分配预案》 6、《2019年度内部控制自我评价报告》 7、《2019年度内部控制规则落实自查表》 8、《2019年度非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项说明》 9、《2019年度募集资金存放与使用情况的专项报告》 10、《关于续聘2020年度审计机构的议案》 11、《关于公司及子公司2020年度申请综合授信额度及提供担保额度的议案》 12、《关于会计政策变更的议案》 13、《关于修改<公司章程>的议案》 14、《关于补选非独立董事的议案》 15、《关于聘任内审负责人的议案》 16、《<2020年第一季度报告>全文及正文》 17、《关于召开2019年年度股东大会的议案》	2020-04-29
2020-08-11	第八届董事会第六次会议	1、《关于公司及全资子公司开展融资租赁业务及提供担保的议案》	2020-08-12

2020-08-28	第八届董事会第七次会议	1、《关于<2020年半年度报告全文及摘要>的议案》 2、《关于<2020年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》。	2020-08-29
2020-10-28	第八届董事会第八次会议	1、《关于<公司2020年第三季度报告全文及正文>的议案》	/
2020-11-13	第八届董事会第九次会议	1、《关于召开2020年第一次临时股东大会的议案》	2020-11-14

二、董事会专业委员会日常工作情况

公司董事会下设四个专门委员会，分别是战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。报告期内，各专门委员会根据相关法规、《公司章程》及相应《议事规则》开展工作，认真履行职责，充分发挥各自的专业特长、技能和经验，切实维护了公司及全体股东的权益。各专门委员会日常工作情况如下：

1、战略委员会：根据公司的实际情况和市场形势进行战略规划，对公司的经营发展规划进行深入研究和探讨，并对发展战略的实施提出了合理建议，有利于加强公司战略决策的科学性、合规性，并对公司治理和规范运作发挥了重要的作用。

2、审计委员会：充分发挥了审查与监督的作用，对公司编制的财务报表、募集资金使用情况和控股股东及关联方资金占用等事项进行了审查，认为报表的编制符合会计准则的规定，真实反映了公司的财务状况以及经营成果；募集资金使用符合相关规定；不存在控股股东及关联方资金占用的情况。同时，在年报审计工作时，审计委员会积极督促年审会计师事务所按照审计计划完成审计工作，在约定时间内出具审计报告，并就审计工作中的问题与年审会计师进行了充分的沟通与交流。

3、提名委员会：在补选非独立董事时，对提名候选人的任职资格、个人简历等相关资料进行了审核。

4、薪酬与考核委员会：对公司董事和高级管理人员年度薪酬情况进行了审核，认为公司董事、高层管理人员的薪酬发放符合公司薪酬管理制度。

三、2020年公司经营情况

2020年，新冠疫情对影视娱乐行业冲击巨大，整个行业遭遇了资本流出、项目延期或减产、播出不确定性因素大增等多重压力，行业在震荡中加速了洗牌与整合。

在政策和市场的双重驱动下，国产剧集“减量提质”、“创新突破”仍是主趋势。广电总局发布《关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》等规定，

实施全剧本备案、规范集数长度、报备制作成本配置比例等举措，推动行业持续向高质量发展方向发展。广电总局备案公示显示，2020年全国电视剧拍摄制作备案剧目共670部23519集，相比上年，备案剧目数量和集数分别减少235部、10891集，同比分别下降26.0%和31.7%，迎来第四年连续下滑，且降幅继续扩大。

剧集播映市场整体口碑提升，需求稳定增长。据云合、艺恩数据，全年上新国产剧集475部，比去年增加25部，豆瓣7分以上高口碑国产剧增加，占总量的17%。中国视听大数据（CVB）统计，电视剧全年各月用户收视日均时长较去年不同程度上涨，多部主旋律和现实主义题材作品获得了较高的收视与口碑；网络剧趋于精品化和专业化，多部爆款网剧出圈，40%的网剧实现超前点播。

公司2020全年的剧集生产、发行及播出计划亦被疫情打乱，影视业务在5月份之前基本陷入停顿。在行业面临严峻考验之下，公司与行业共克时艰、共建信心，作为发起单位之一，联合三家视频网站与六家影视制作公司于5月发布《行业自救行动倡议书》，倡导严肃、严谨的创作风尚，支持多拍良心剧、口碑剧、精品剧，建立健全厉行节约、反对浪费的工作长效机制，对影视剧、综艺节目生产的各环节成本体系、价格体系进行动态调整。

公司在董事会和经营班子的带领下，全力抵御困境，统筹规划，调整节奏，大力加强项目筹备，积极推进复工复产。自5月份以来，多个影视、综艺项目陆续开机或播出，但由于影视业务的生产制作和发行周期导致公司收入确认存在一定的季度性波动等原因，公司2020年度影视业务确认收入及实现利润金额较少。报告期内，主要确认了存量剧集的多轮发行收入和联合出品项目《三叉戟》《重启之极海听雷》《胜算》综艺节目《舞者》《中国梦之声·我们的歌》及平台定制剧《一片冰心在玉壶》《山河令》的收入。

（一）坚持精品原创和IP开发并重，多元创新产品引领市场

公司坚持以影视内容开发运营为核心，以打造精品内容为使命担当，紧扣时代脉搏，主动把握政策导向和市场需求，持续保持市场的前瞻性和敏锐度，坚持走精品化、现实主义创作之路，不断丰富IP矩阵及原创内容，调整优化产品结构，努力实施多类型、多题材、差异化的项目研发和生产，提升内容的持续创新力和高质量发展。一方面持续打造头部剧和精品原创剧；一方面积极拓展付费视频市场，加大对网络剧、网络电影的投入。

1、截至本报告披露日，公司有12部影视剧分别取得发行许可证、上线备案号或在后期制作中。具体情况如下：

序号	剧名	项目类型	题材	集数	发行许可证号/生产进度	合作方/播出平台
1	一江水	电视剧	当代都市	30	(渝)剧审字(2020)第003号	重庆银龙影视公司等
2	婚姻的两种猜想	电视剧	当代都市	37	(京)剧审字(2021)第005号	优酷
3	一片冰心在玉壶	网络剧	古代传奇	24	已取得上线备案号	优酷
4	疫战	网络电影	抗疫	/	后期制作中	爱奇艺
5	杀破狼	网络剧	古代传奇	45	后期制作中	腾讯视频
6	爸爸来了	网络电影	奇幻、亲情	/	后期制作中	爱奇艺
7	流光之城	电视剧	民国爱情	40	后期制作中	艺能传媒
8	夏天的骨头	网络电影	公路悬疑	/	后期制作中	/
9	刀剑笑	网络电影	古装武侠	/	后期制作中	/
10	时光分岔的夏天	网络剧	青春悬疑	24	后期制作中	爱奇艺
11	雁回镇 (《杀破狼》番外)	网络剧	古代传奇	6	后期制作中	腾讯视频
12	海棠公馆	网络剧	近代传奇	12	后期制作中	/

6月份，国家广电总局公布第三批百部重点剧片单，公司出品的电视剧《一江水》及筹备中的电视剧《生命缘》《苍穹以北》均入选片单。公司积极响应政策导向，将讴歌时代精神的精品内容作为使命担当，不断推出兼具良好社会效益和经济效益的优质剧集。

2、截至本报告披露日，公司有9部297集剧集、2部网络电影分别在卫视和视频平台实现首轮播出，1部院线电影在春节档上映，具体情况如下（按首播日期先后排序）：

序号	项目名称	类型	首播日期	卫视播出平台	互联网播出平台
1	三叉戟	电视剧，42集	2020-05-31	江苏卫视 浙江卫视	爱奇艺、优酷、 腾讯视频
2	重启之极海听雷 (第一季)	网络剧，32集	2020-07-15	/	爱奇艺、优酷
3	胜算	电视剧，40集	2020-07-16	北京卫视 广东卫视	爱奇艺、优酷、 腾讯视频
4	仲夏满天心	网络剧，24集	2020-08-28	/	腾讯视频
5	重启之极海听雷 (第二季)	网络剧，30集	2020-09-13	/	爱奇艺
6	乘风少年	电视剧，24集	2020-09-22	/	咪咕视频、芒果TV
7	侦探语录	网络剧，26集	2020-10-25	/	爱奇艺
8	麒麟幻镇	网络电影，1部	2021-01-21	/	爱奇艺
9	我是警察之 扫黑英雄	网络电影，1部	2021-01-23	/	爱奇艺
10	人潮汹涌	院线电影，1部	2021年春节档	/	/
11	山河令(天涯客)	网络剧，36集	2021-02-22	/	优酷

12	风暴舞	电视剧，43集	2021-04-25	/	爱奇艺、腾讯视频、优酷
----	-----	---------	------------	---	-------------

《三叉戟》豆瓣评分开局8.1，最高评分8.4，收视始终位于黄金档电视剧收视率前列，6月23日大结局当晚，江苏卫视CSM59城收视率高达2.04%。播出期间，多日位于骨朵等数据平台的电视剧热度榜单首位，并获得光明日报、人民网、新华网、央视网等主流媒体的高度赞誉。该剧首轮播出后，在多个频道持续多轮播出。此外，该自6月8日晚7:00登陆马来西亚全佳HD及Astro GO频道，并陆续在北美ODC、Italk BB等海外平台播出，全球其他地区观众可在YouTube江苏卫视官方频道进行同步追剧，受到海外观众的欢迎和肯定。在北美ODC首页，该剧一度跃升为热度第一的国产电视剧。

《胜算》作为献礼世界反法西斯战争胜利75周年的作品，新华社、人民网、中新网、文汇报，《北京晚报》《北京青年报》等主流媒体均给予关注和赞誉。据中国视听大数据，《胜算》北京卫视的每集平均观众忠实度达到70.402%，位列黄金时间段电视剧单频道第一。超高的观众粘合度也使得它的直播关注度稳居卫视前三，收视率稳定破1，CSM59城卫视黄金时段收视率排名稳居前五。

《重启之极海听雷》两季相继上线播出，热度持续走高，收获网络超高人气。爱奇艺开播当日热度超8,000，最高热度为9,796，成为2020年爱奇艺最高热度剧，且入围爱奇艺热度剧历史前10。该剧豆瓣以8.7高分开分，成为同类题材最高分，并连续蝉联5周国内网络剧集口碑TOP1；播出期间，主话题阅读量突破88亿，讨论量1,799万，蝉联骨朵、艺恩、猫眼、云合等国内各大数据榜、热度榜多周第一。该剧以62集两季隔月上线方式播出，既满足了平台和粉丝的需求，又保证了最大集数首屏首页的上线量。

《乘风少年》是公司与咪咕文化合作的国内首部全流程4K制作原创剧集，在咪咕视频和芒果TV上线播出，豆瓣开分高达7.6。在没有流量明星加持的情况下，骨朵数据统计芒果站内排名第一、全网排名12，微博剧集榜第9名。该剧是国内首部描写练习生成长的有着丰富歌舞元素的剧集，剧中舞蹈戏一百多场、OST.BGM多达26首、配乐多达一百多段。

《山河令》是公司与优酷出品的古装新武侠剧，2021年2月22日上线优酷视频独播，3月27日会员收官，站内热度首周冲破9998，热度榜连续27天TOP1，微博、Vlinkage、灯塔、骨朵、猫眼、云合等多个权威剧集榜热度登顶，豆瓣评分高达8.6，主话题阅读量超120亿次；主要演员凭借剧集热播荣登各大艺人榜单前列；各项数据显示，剧集热度、用户口碑和商业化效果等方面均刷新剧集记录，成为现象级作品。人民网、《中国艺术报》及众多主流媒体、公众号及影评人给予高度赞誉，“将国风之美与侠义精神相结合，用扎实的故事内容与鲜活的人物角色，打造出了符合时下审美的国风新武

侠”。该剧陆续在海外流媒体Amazon、Youtube等多个平台播出，被译为6个语种，在东南亚、北美和日本等地区热播，掀起了中国武侠热潮，成为文化出海的最新代表作。

（二）拓展综艺内容，展现国产综艺的创新力和影响力

报告期内，公司紧紧围绕内容全产业链发展战略，密切关注细分市场的受众需求，积极拓展内容领域，延伸品牌价值，加速打造慈文“品牌+”泛娱乐平台。

公司与上海文化广播电视集团大胆突围，在唱跳、喜剧为主的娱乐节目扎堆背景下，与全球最大的传媒运营商之一英国富曼集团合作（全球知名出版运营商贝塔斯曼集团属于其旗下），将欧洲新鲜出炉的节目模式《伟大的舞者》引进中国，推出了大型综艺节目《舞者》。自5月23日开始于每周六晚黄金时段在东方卫视及全网同步播出，至8月8日播出第12期节目收官，12期蝉联CSM59城收视周六同时段前三，节目主话题阅读量18亿，讨论量破千万；总决赛收视率1.55，蝉联微博竞技类综艺TOP1。《人民日报》《文汇报》《光明日报》及中央广播电视总台等主流媒体给予了“用优美之姿表现大时代的大情怀”、“与时代声音相连，与人民心意想通”的高度评价；《舞者》不仅呈现了一档精彩高雅的综艺节目，还通过台网向全球观众展现了抗击疫情下，中国人、中国社会团结、安定、和谐的局面。

公司继与东方卫视联合打造年度爆款综艺节目《中国梦之声·我们的歌》之后，第二季自2020年10月11日于每周日晚黄金时段在东方卫视及全网同步播出，至12月27日播出第12期节目收官，连续12期均居全国收视第一名，收官当晚CSM59城收视2.20%，CSM35城收视2.18%；全网热搜500多，微博热搜100多，微博话题阅读量超130亿，讨论量破4,300万，微博综艺榜、艺恩综艺榜等蝉联12期第一，节目以超高话题度和口碑获得市场瞩目。节目播出期间，《文汇报》《新周刊》《广电时评》等主流媒体对《我们的歌（第二季）》给予肯定及高度评价。同时节目走向了海外，在2020秋季戛纳电视节上，《我们的歌》作为中国原创节目模式推介会“Wisdom in China”的主打内容向世界展示了中国优质原创节目模式和创意风采，法国知名节目制作公司Hubert已购买该模式在欧洲法语地区的正式授权。这是中国电视综艺首次打破传统的中国向欧美、日韩购买节目模式，再做本土化改造的套路，“中国智造”的研发创新力、国际辐射力、产业爆发力效果初现。

（三）实施首席经纪人制，推进艺人经纪业务协同发展

报告期内，公司坚持艺人经纪与影视娱乐内容生产和运营密切结合、协同发展。试行“首席经纪人工作室制度”，以业绩目标为导向，制定了三年生产经营计划，公司

给予首席经纪人相应的运营空间和相应资源支持，发挥经纪人的能动性和艺人的积极性，取得了初步效果。经纪团队作为“产品经理”，从新人挖掘、艺人培养、粉丝运营等维度，通过跨平台合作的模式拓展及资源整合，以直播带货、综艺、短视频、影视剧等多元化的内容体系，持续、立体化地宣传及培养艺人，加强签约艺人专业技能的培训以及综合职业素养的提升，逐步打造年轻化的艺人梯队，推进“艺人产品”与市场需求之间实现内容接轨。

（四）调整业务发展战略，推进视频彩铃业务落地

报告期内，公司加强各业务板块的协同效应，将内容产品、流量渠道、新技术应用等内外部资源有效整合，提升资源配置率。公司旗下赞成科技积极调整业务发展战略，基于中国移动、中国联通等运营商资源，持续对游戏、视频、阅读、音乐、动漫等多产品线的运营及代理，积极开展流量运营业务，加快推进视频彩铃业务的落地。

（五）积极开展党建工作

作为国有控股的混合所有制上市公司，公司根据中国共产党章程的规定和控股股东的要求，修订完善了《公司章程》相关条款，实现了“党建入章”。同时，公司努力克服疫情影响，获得所在地党委的批复，组建了北京慈文联合党支部；上海慈文党支部、赞成科技党支部在上级党组织的领导和指导下，积极开展了支部各项工作。

（六）主要获奖情况（截至本报告披露日）

1、公司及子公司获奖情况

（1）2020年6月，由影视行业知名媒体电视剧鹰眼主办的“第四届鹰眼匠心榜：2019年度匠心剧目及出品机构/2020年度潜力匠心剧目”评选活动公布榜单，慈文传媒荣获“2019十大匠心头部出品公司”称号；

（2）2020年12月，在“一起拍电影”行业大会暨颁奖典礼上，慈文传媒荣获“权利榜·2020年度最具影响力剧集公司”称号；

（3）2021年1月，浙江省委宣传部发布《关于拟认定2019-2020年度浙江省重点文化企业（含数字文化示范企业）、2019-2020年度浙江省重点文化产业园区、2020年度浙江省文化创意街区、第五批浙江省成长型文化企业的公示通告》，慈文传媒被认定为“2019-2020年度浙江省重点文化企业”；

（4）2020年6月，北京慈文影视制作有限公司被国家广电总局授予“2019年度基层广播电视统计工作优秀集体”称号；

（5）2020年12月，在由国家广播电视总局主管的《中国广播影视》杂志社主办的

2020“TV地标”中国电视媒体暨“时代之声”全国广播业综合实力大型调研成果发布会上，上海慈文影视传播有限公司荣获“年度优秀节目制作机构”称号。

2、首席内容官马中骏先生主要社会职务及个人荣誉

(1) 马中骏主要社会职务：中国广播电视学会电视制片委员会副会长，中国传媒大学经济与管理学院兼职教授及MBA实践导师；

(2) 2020年12月，在“一起拍电影”行业大会暨颁奖典礼上，马中骏荣获“权利榜·2020最具影响力电视剧出品人”称号。

3、影视、综艺项目获奖情况

项目名称	荣获奖项	授奖单位
楚乔传	2020 第二届“云+”奖特别奖“百亿俱乐部”	云合数据
哀乐女子天团	爱奇艺“2020编剧之夜”·网络电影最佳剧本	爱奇艺
大地震	年度现实主义题材网络电影奖	2020 年青岛影视博览会第四届“网影盛典”
	爱奇艺“2020编剧之夜”·网络电影最佳剧本	爱奇艺
中国梦之声·我们的歌	“权利榜”·2020年度最具关注综艺	2020“一起拍电影”行业大会
三叉戟	入选2018年-2022年“记录新时代工程”北京市重点选题规划电视剧片单	北京市新闻出版广电局
	第四届鹰眼匠心榜·2020十大最具潜力匠心剧（非古装类）	电视剧鹰眼
	第29届华鼎奖“2019-2020中国电视剧满意度调查百强榜单”第二名	华鼎奖集团
	首届中国电视创新影响力推优（2019-2020年度）·中国电视创新影响力电视剧	中国电视艺术创新峰会组委会
	第二届人民日报数字传播融屏传播盛典·“融屏时代剧集”	人民日报数字传播
	入选2020中国电视剧选集	国家广播电视总局
中国梦之声·我们的歌（第二季）	“2020年度中国故事「鲜」锋榜”·十大台网剧	烹小鲜
	2020年10月“指尖竞争力榜”·电视综艺榜TOP1	《电视指南》杂志、传媒内参智库
	2020《综艺报》年度影响力“年度节目”	综艺报
	2020“TV地标”中国电视媒体暨“时代之声”全国广播业综合实力大型调研·制作机构年度优秀节目	国家广播电视总局、中国广播影视杂志社
	2020年度最佳电视综艺	“娱刺儿”2020年度盛典
锦衣之下	2020微博年度综艺	微博
	首届中国电视创新影响力推优（2019-2020年度）中国电视创新影响力网络剧	中国电视艺术创新峰会组委会
	2021爱奇艺尖叫之夜 年度十大剧集	爱奇艺
	2020年第五届微博电视剧大赏十大人气剧集	微博台网、微博电视剧
	第二届人民日报数字传播融屏传播盛典·“融屏活力剧集”	人民日报数字传播

	新浪文娱风云盛典·十大影视剧领跑者	新浪文娱风云盛典
	“2020年度中国故事「鲜」锋榜”·十大网络剧	烹小鲜
舞者	“权利榜”·2020年度最具创新力综艺	2020“一起拍电影”行业大会
	2020“TV地标”中国电视媒体暨“时代之声”全国广播业综合实力大型调研·制作机构年度优秀节目	国家广播电视总局、中国广播影视杂志社
重启之极海听雷	“权利榜”·2020年度最具影响力IP剧集	2020“一起拍电影”行业大会
	2021爱奇艺尖叫之夜·年度十大剧集	爱奇艺
	第五届金骨朵网络影视盛典·“年度十大精品剧集”	金骨朵
	2020年第五届微博电视剧大赏十大人气剧集	微博台网、微博电视剧
	第二届人民日报数字传播融屏传播盛典·“融屏活力剧集”	人民日报数字传播
	2020《综艺报》年度影响力“年度剧集”	综艺报
我是警察之扫黑英雄	入选2020年网络视听节目精品创作传播工程重点扶持作品	国家广播电视总局
胜算	2020广西卫视年度黄档电视剧收视突出贡献奖	广西卫视
一江水	入选国家广播电视总局“第三批2018-2022年重点电视剧规划选题名单”	国家广播电视总局
	入选国家广电总局庆祝建党100周年电视剧展播剧目	国家广播电视总局
生命缘	入选国家广播电视总局“第三批2018-2022年重点电视剧规划选题名单”	国家广播电视总局
苍穹以北	入选国家广播电视总局“第三批2018-2022年重点电视剧规划选题名单”	国家广播电视总局

四、公司发展战略及2021年经营计划

(一) 行业分析

1、供给侧改革持续深化，“减量提质”主导行业发展

2020年，影视行业持续处于结构调整期，一场突如其来的新冠疫情加速了行业变革的进程，产业分化的拐点凸显。未来，一系列政策新规的落地叠加消费升级带动的供给侧改革将持续深化，产业链上下游对组织模式、产品形态及定价机制等方面进行了调整，行业资源分配在政策和市场的双重调控下逐渐趋于优化、高效，集中度进一步提升。广电部门坚持去产能、创精品的政策导向，从立项、审查等环节严格把关，引导精品化短剧的创作生产；制作公司通过自我调整，重建行业秩序，强化“以质取胜”的制作理念。短剧集、季播剧、互动剧等多元化的内容产品逐渐被市场接受，行业整体逐步形成高效、良性的发展态势。

2、网络剧与电视剧相互融合，题材及类型差异化定位

互联网内容的建设和管理首次写入政府工作报告，网络剧的审查标准、投资规模、制作水准等向传统电视剧靠拢，并获得白玉兰奖、飞天奖、金鹰奖等主流权威奖项的

认可，台网分界线进一步模糊。2020 全年上新国产剧集 475 部，其中电视剧 183 部，同比减少 14 部；网络剧 292 部，同比增加 39 部。网络剧的市场规模、受众群体及影响力均在扩大，与传统电视剧一同成为了剧集市场的重要组成部分；网络剧更偏向于 IP 改编，以悬疑、青春、甜宠、古装、玄幻等题材为主。

电视剧方面，我国近年迎来一系列重大的历史节点，由总局主抓、平台出品、影视公司制作，推出相关重点片单电视剧，以央视、五大卫视和视频网站为主要播出平台，题材以原创现实主义的年代剧、都市剧、家庭剧、抗疫剧等为主。主旋律电视剧作品热度、口碑俱佳，将在一段时间内成为行业发展的主导力量之一，资源配置和经济产值均占据重要比例。

3、长视频平台深耕存量市场，促进上游精品内容生产

长短视频平台的格局初步成形，短视频和直播成为了拉升在线文娱消费市场的主要增量，而长视频平台的会员量进入“亿级时代”之后缓慢增长。据云合数据，虽然 2020 年全网连续剧有效播放 4,251 亿，同比下滑 18%，但其中会员内容的有效播放量却持续保持增长，同比增长 12% 至 1,341 亿，表明优质的精品内容是驱动用户付费和拉升流量的核心竞争力。

长视频平台实施深耕存量市场，调整用户运营及提升 ARPU 值的策略，促进上游优质内容生产的正循环。一方面加大与头部内容公司的合作力度，依靠独播精品剧争夺流量、驱动用户付费，2020 年各平台的独播剧占比近半数；另一方面，控制成本扩大平台自制/定制剧比例的同时，按市场化原则调整项目的定级定价机制，给予 B 端精品内容合理的盈利空间；第三，C 端市场不断成熟，2020 年共上新分账剧 107 部，有效播放量达 68 亿，同比提升 9%，各平台公布分账新规及扶持计划，让度分账比例，加速布局 C 端市场。

4、用户圈层分化，垂类内容探索商业化变现

据易凯数据，中国新一代的消费主力是千禧一代（1981-1995 年出生）和 Z 世代（1996-2010 年以后出生），约 5 亿人口驱动了 60% 的消费增长。随着消费群体更加多元化的需求以及时间碎片化，2020 年的剧集市场呈现出了“短剧集、类型化、付费常态化”等特点，并依托爆款内容持续探索新的商业变现模式。

在短视频的市场竞争及政策调控下，全年上新的剧集中有两成是 20 集以下的短剧集，数量达 103 部。爱奇艺和优酷先后开辟的“迷雾剧场”和“悬疑剧场”成功推出了悬疑向代表作，湖南卫视和东方卫视等传统平台也宣布推出主题剧场主打短剧集。具有圈层属性的类型化短剧集、季播剧、互动剧，在吸引用户的注意力和付费意愿方

面得到了验证，剧场化运营模式初步确立，超前点播模式也已成为常态。

平台依托爆款剧的影响力链接新一代用户群体的消费场景也成为了标准操作，除了内容+广告、游戏、直播、带货和衍生品，根据用户需求挖掘新的变现模式，例如优酷在《山河令》上线期间推出“打榜”活动，重度粉丝通过付费获得一定数量的剧中“道具”来解锁活动特权，与游戏重度用户付费采买道具或装备的商业模式趋近。

影视行业持续发展的源动力和增长逻辑，是大众对文娱产品持续旺盛的消费需求且市场空间足够庞大。李克强总理在政府工作报告中提出重点工作之一就是“更好满足人民群众精神文化需求”。在新经济引领的消费升级背景下，大众群体出现分化，多种圈层文化形成，需求更加丰富多元和垂直。而视频平台已经进入了流量的存量时代，需要依托优质内容驱动用户付费并不断创新商业变现模式。

（二）公司战略展望

在当下的市场环境中，具有竞争力的影视公司需要具备以下几方面优势：第一，拥有丰富的供应链资源，具备强大的成本控制优势以及品控能力，能为市场批量生产高品质内容，保障稳定的毛利率；第二，具有新品类的研发能力，根据新一代消费群体的特点和需求，以及新技术、新渠道的变化，运营大数据等支撑工具开发短剧集、季播剧、互动剧等多元化的产品类型，兼顾长短视频的内容布局；第三，具备爆款开发的能力，内容直面 C 端用户，并依托影响力拓展商业价值、树立厂牌优势，打破内容公司的价值天花板。

公司将深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平文艺思想，以国家“十四五”规划为指导，坚定文化自信，坚持守正创新，秉承与时代同步、以人民为中心的创作导向，讲好中国故事，传播中国精神，用更多思想精深、艺术精湛、制作精良、经得住观众和时代检验的精品力作传播价值、培根铸魂，切实履行好新时代影视作品的政治责任和文化使命。

公司将以江西省出版集团和华章投资总体战略为指导，坚定实施“主打头部精品剧、拓展付费模式网生内容、深化推进 IP 泛娱乐开发”的发展战略，坚持“管理提升、创新融合”的经营方针，持续塑造和提升慈文传媒的品牌价值，加快公司转型升级的步伐，全力打造“泛娱乐产业优质运营商”，积极推进 IP 全产业链国际化发展之路。

1、公司将一如既往地发挥创新精神，以内容的持续创新为核心竞争力，持续量产头部精品内容引领市场，构筑竞争壁垒，保持发展的独立性和持续性。公司将加大项目前期的研发投入，以创意研发中心作为影视内容的孵化器，搭建集创意、策划、研发、评估、深加工一体化的运作体系，充分保障原创剧本和IP改编的创新力，优化产

品类型结构，做好产品集群的整体规划。与相关合作方共同探索及开发包括互动剧在内的新数字内容产品，开拓内容增量市场空间。

2、公司坚持走精品化、品牌化发展之路，秉承一贯的匠心精神，运用市场领先的制作理念及新技术提升内容品质，输入精细化的管理，优化供应链资源，发挥成本控制优势和品控能力，向国际标准化的高水准制作迈进，拍摄制作出兼具社会效益与经济效益的精品力作；凸显价值引领，讲好中国故事，进一步巩固和提升公司在头部内容市场的领先优势。

3、公司将与各大视频平台深度联动合作，拓展网生内容C端付费市场，培育新的盈利增长点。经过前期诸多网生产品的市场磨合以及分账体系的逐渐完善，科学规划产品类型组合，确定最合适的主创及营销策略，合理计算投入产出比，力争在C端的产品模型、播出模式、盈利能力等方面树立行业标杆，打造出具有代表的现象级产品，进一步巩固公司网生内容龙头的市场地位。

4、公司将运用国际化的IP开发运营理念，打造系列化、品牌化的超级影视IP集群，持续向海内外市场推出更为立体、持久的内容体系，培育IP的深度粉丝群，为精品内容的商业变现打好基础。公司将以融合发展的理念，积极与各领域的龙头企业互动合作，通过内容链接新的消费模式和消费场景，构筑IP文化消费新业态体系，充分释放IP的价值空间，实现“内容创作—内容运营—内容价值变现”的良性循环，加速打造慈文泛娱乐平台。

5、公司将积极拥抱新技术带来的行业变革，在5G时代与各方参与者共同探索AR/VR/AI等技术在影视领域的落地应用，建立创新“5G+内容”的产品生态，充分结合与发挥5G产品及场景的特性，共同联合开发全新的具有沉浸式和交互式体验的内容，助推新平台和新硬件的普及推广，创造出新的消费场景，激活新的内容消费需求，增强用户体验，打开行业的增量市场空间。

（三）公司业务计划

2021年，公司将基于行业发展趋势，在上述发展战略指导下，积极推进各项业务计划，具体如下：

1、电视剧计划

2021年预计取得发行许可证、完成制作或开机项目如下：

序号	暂定剧名	题材	暂定集数	生产计划	备注
1	流光之城	民国爱情	40	后期制作中	
2	核爆危机	现代国安	40	拟2季度开机	筹备中

3	生命缘	抗疫	20	拟3季度开机	筹备中
4	空港	都市情感	40	拟3季度开机	筹备中
5	苍穹以北	当代航天	40	拟4季度开机	筹备中
6	密使一号	国安	40	拟4季度开机	筹备中
7	弹痕	军旅	40	拟4季度开机	筹备中

2、网络剧、网络电影计划

2021年预计取得上线备案号、完成制作或开机项目如下：

序号	剧名	项目类型	生产/播出计划	合作方/播出平台
1	鼠王	网络电影	后期制作中	爱奇艺
2	风暴舞之破局者 (《风暴舞》番外篇)	网络电影	后期制作中	爱奇艺
3	疫战	网络电影	后期制作中	爱奇艺
4	杀破狼	网络剧	后期制作中	腾讯视频
5	爸爸来了	网络电影	后期制作中	爱奇艺
6	夏天的骨头	网络电影	后期制作中	爱奇艺
7	刀剑笑	网络电影	后期制作中	/
8	时光分岔的夏天	网络剧	后期制作中	爱奇艺
9	雁回镇 (《杀破狼》番外)	网络剧	后期制作中	腾讯视频
10	海棠公馆	网络剧	后期制作中	艺能传媒
11	紫川	网络剧	拟2季度开机	爱奇艺
12	哈尔滨1910	网络电影	拟2季度开机	/
13	血战松毛岭	网络剧	拟3季度开机	/
14	半欢半爱	网络剧	拟3季度开机	腾讯视频
15	心战	网络剧	拟3季度开机	爱奇艺
16	步步生莲	网络剧	拟4季度开机	优酷
17	兰陵缭乱	网络剧	拟4季度开机	优酷
18	釜底游鱼	网络剧	拟4季度开机	优酷
19	脱骨香	网络剧	拟4季度开机	爱奇艺
20	花千骨2	网络剧	拟4季度开机	爱奇艺

其中，网络电影《疫战》讲述抗击新冠疫情的故事，已入选广电总局重点网络原创视听节目。

3、艺人经纪业务计划

坚持艺人经纪与影视娱乐内容生产和运营紧密结合、协同发展，实行“首席经纪人工作室制度”，努力优化完善艺人梯队、宣传团队和经纪人团队，推进“艺人产品”与市场需求之间实现内容接轨。紧密结合当下演艺市场迭代的步伐，在巩固与公司影视业务协同的基础上，积极拓宽赛道，拓展与新消费市场的融合发展，加强精准营销，

提高品牌价值。

4、游戏、流量运营及相关业务计划

强化公司各业务板块的协同效应，有效整合内容产品、流量渠道、新技术应用等内外部资源，优化提升资源配置。赞成科技基于中国移动、中国联通等运营商资源，深入拓展与运营商各业务基地的合作，重点经营游戏、视频、阅读等产品线；扩大视频彩铃个人业务收入规模，发展视频彩铃企业应用，开拓视频彩铃业务新盈利点。同步大力发展短视频相关业务，与头部的短视频平台合作，提升短视频内容的运营盈利能力；结合流量运营，拓展视频直播项目的盈利模式。

5、党建工作计划

公司各党支部将按照上级党组织的部署和要求，认真开展支部建设标准化、组织生活正常化、管理服务精细化的各项工作；深入学习贯彻习近平总书记在党史学习教育动员大会上的重要讲话精神，扎实做好党史学习教育工作；紧密结合公司影视制作播出等生产经营工作，积极开展具有慈文传媒特色的党建活动。

6、国际合作计划

积极推进国际化发展战略，助力国剧出海，传递中华文化当代价值，促进中外文化交流。公司将借鉴美国等成熟工业化的影视运作体系和成功经验，与国际优秀的独立制片人、编剧、导演等国际人才携手，在剧本孵化、中外合拍和全球市场发行等全链条开展合作，开拓中外影视内容合作的新模式。公司将与国际一流文娱传媒公司迪斯尼、索尼、奈飞等建立合作关系，拓展影视娱乐全产业链国际化发展；通过项目合作追求全球主流市场的认同和份额，提升公司在国际市场上的影响力和竞争力。

7、人力资源开发计划

影视行业是人才密集型行业，核心团队、核心人才的专业水平和敬业精神在很大程度上决定了公司的核心竞争力。公司目前已拥有业内领先的管理团队和人才储备，将根据行业及市场形态的变化，调整优化人才结构，推进原有业务团队升级，加强年轻业务团队建设，打造一支与市场环境及公司发展战略相适应的多类型、多层次人才队伍。公司将通过外部引进和内部培养相结合的方式，不断加强优秀人才储备，保障业务规模的持续扩大及市场地位的领先优势。

公司将进一步完善各类岗位专业人员的薪酬体系和激励机制，加强对核心人才的管理和激励。根据未来战略发展和业务布局，探索实施包括股权激励在内的多种长效激励方式，通过各种行之有效的措施来稳定和壮大优秀人才队伍，让员工能分享企业成长所带来的收益，增强员工的归属感和认同感，激发员工的积极性和创造性，实现

公司与员工个人共同成长。

8、进一步完善公司治理结构计划

公司将在新的控股股东战略指导下，着力加强党的建设，坚持“管理提升、创新融合”的方针，进一步规范和完善公司治理结构，建立适应现代企业制度要求的决策机制、运营机制和用人机制。以加强董事会建设为重点，充分发挥独立董事和专门委员会的作用，更好地发挥董事会在重大决策、高管选聘等方面的作用。公司还将建立和完善高级管理人员及核心员工的激励和约束机制，更好地吸收社会各界的优秀人才。

9、资金需求、使用及资本运作计划

公司在自身业绩稳定、内生驱动力充足的基础上，将积极发挥慈文传媒在资本市场和产品市场的品牌效应，进一步加强与各大金融机构的良好合作关系，积极拓展再融资、设立产业基金等多元化的融资渠道；充分运用各类融资方式和金融工具，满足企业资金需求，改善优化财务结构，提升公司资本实力。以充足的资金保障，对内加快业务推进；对外整合产业链上下游的优质资源，构筑行业竞争壁垒。

作为控股股东华章投资“文化+”战略投资平台的核心内容板块，公司将在适当的时机，通过横向并购或垂直并购等方式，围绕新技术、新经济、新业态，优选成长性高、发展潜力大的标的进行战略投资，发挥协同效应，促进主业发展。通过整合产业链上下游的优质资源，增强公司的自主创新研发能力和成长性，巩固和提升公司在A股市场影视剧龙头地位，拓展和延伸慈文IP全产业链，增厚公司业绩，将慈文打造成业内领先的优质泛娱乐平台。

特别提示：

(1) 上述影视、综艺等各项业务计划中，公司经营层可能根据市场变化、剧本进度、主创档期等因素对项目进行增加、减少、替换和调整。

(2) 上述涉及行业预测、业务计划等方面的内容，均不构成本公司对任何投资者及相关人士的实质性承诺，投资者及相关人士均应对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。敬请广大投资者谨慎决策，注意投资风险。

特此报告。

慈文传媒股份有限公司董事会
2021年4月27日