中国新闻出版广电报
2025年6月17日　星期二
主编：杜一娜　责编：张　博
版式：乔　磊　责校：吴　琪
邮箱：mediaweekly2014@163.com
热线：(010)87622068

微信公众号：传媒瞭望

■本期关注：报业上市公司财报（上）

透过2024年媒体财报，我们看到了哪些信号？

□本报记者　朱子钰

近日，多家媒体涉及的上市公司或新三板挂牌企业披露了2024年财报。在这些反映企业经营成果、财务状况和发展态势的数据中可以发现，涉及媒体的28家公司营业收入实现增长的占比42.8%，净利润盈利的占比67.86%，净利润增速上升的占比17.86%，整体有喜有忧。

将统计公司从报业、广电、网站3个方向划分，横向比较也能看到不同趋势：浙数文化、新华传媒、华媒控股、粤传媒、博瑞传播、北青传媒等在内的6家报业传媒集团相关的上市公司中，4家归母净利润实现盈利；芒果超媒、东方明珠、吉视传媒、湖北广电、新媒股份、ST广网、天威视讯、海看股份等11家广电相关上市公司中仅有5家归母净利润实现盈利，占比不到一半；人民网、新华网、川网传媒、东方网、南海网、大江传媒、荆楚网等11家相关公司，归母净利润全部下滑，经营困境较为明显。

以表现较为亮眼的报业集团财报“解剖麻雀”，能反映媒体在改革融合发展进程中的何种新趋势？又透露了什么重要信号？本期《中国新闻出版广电报》记者进行了重点调查。

报业改革成果逐步显现

浙江日报报业集团旗下浙数文化2024年年报显示，公司2024年营业收入为30.97亿元，同比增长0.61%；归母净利润为5.12亿元，同比下降22.84%；扣非归母净利润为4.05亿元，同比上升12.8%。

上海报业集团旗下新华传媒2024年年报显示，公司营业收入为14.32亿元，同比增长9.75%；归母净利润为4045万元，同比增长11.81%。然而，扣非归母净利润却大幅下滑至-4098.70万元，同比下降2233.91%。

广州日报报业集团旗下粤传媒2024年年报显示，公司营业收入为5.97亿元，同比增长6.77%；其中，归母净利润2999万元，同比增长258.78%；扣非归母净利润为2616万元，而2023年为-1317万元，实现了扭亏为盈，增幅达298.62%。

成都传媒集团旗下博瑞传播2024年年报显示，公司实现营业收入5.79亿元，同比下降5.83%；归母净利润1882万元，同比下滑47.83%。

杭州日报报业集团旗下华媒控股2024年年报显示，公司营业收入为14.31亿元，同比下降19.40%；其中，归母净利润为-831万元，同比下降109.41%；扣非归母净利润更是同比下降238.52%。

作为中国内地传媒企业香港上市第一股，北京青年报社旗下北青传媒2024年年报显示，公司实现营业总收入2.09亿元，同比下降1.3%；归母净利润亏损204.2万元，上年同期亏损1519.9万元，同比上升86.56%。

总的来看，6家报业集团旗下上市公司表现可圈可点，改革挺进“深水区”，报业经营模式已经发生重大变化，进入多元经营阶段，一些改革创新的成果正在逐步显现，大多数企业实现盈利，其中粤传媒归母净利润涨幅最大，呈现良好发展态势。从数据上看，浙数文化营业收入一马当先，归母净利润更是在一众报业传媒集团中担当“排头兵”。新华传媒营业收入增长明显，排在首位。作为国内第一家实现上市的文化传媒企业，新华传媒已经形成图书发行、报刊经营、广告代理以及传媒投资等业务板块。但扣非归母净利润的暴跌，反映了其主营业务营收能力的下降。年报显示，图书是其最传统主营业务，但受到数字化图书、网上书店迅猛发展影响，业务规模增长缓慢。颇有看点的是，虽然北青传媒出现亏损，但亏损已大幅收窄，主要原因是其出售投资性房地产实现收益等。

擦亮传统品牌找准发力点

报业传媒集团旗下上市公司突出的核心竞争力在于传统主流媒体积累的权威性、公信力和品牌，以此为基点，创新营业模式，积极拓展盈利空间，不断开创新局面。纵观媒体财报，紧扣主流媒体系统性变革，改造媒体经营业务，同时加快新赛道布局，做大做强新业务，提升经营规模与影响力，成为主要趋势。

如新华传媒紧扣“系统性变革”战略部署，以“做好定位、做强优势、做精主业、做大规模、做强机制、做优管理”为目标不断推进深化改革，聚焦优化管理机制、构建核心优势，调整优化业务板块，推动优质资源向主业集中。

粤传媒依托《广州日报》多年积累的品牌公信优势，通过资源经营及整合，不断扩大自身“作业面”，创造更大价值。2024年，公司营业收入实现持续增长，转型业务收入比例超过整体营业收入过半。在媒体经营业务上，按照系列媒体垂直细分市场领域，结合业务、要素、组织等方面，粤传媒对旗下系列媒体进行整合转型，大洋传媒主攻老年文旅少儿教育行业，广粤文化主攻生活与时尚娱乐产业，先锋报业瞄准体育服务产业，大洋网负责信息技术及政务服务产业。其中，2024年大洋网成功开发了以政企服务为核心的助企服务平台，助力基层政府客户完善辖区内的监督服务体系。此外，紧密结合AIGC、大模型等前沿技术，大洋网推动粤传媒及分子公司管理与业务流程的数字化改造与智能化升级。

在一系列的举措下，粤传媒推动报业“二次创业”转型取得了丰硕果实，实现稳健进阶。具体来看，2024年，其报刊广告及发行营业收入为1.48亿元，占总营业收入的24.97%，比重仅次于整合营销传播服务。

此外，找准各业务板块发力点，持续推升整体盈利能力也是一个重要方面。博瑞传播主营业务包括媒体业务、软件开发及系统集成业务、游戏业务等。1999年，公司实施资产重组，围绕《成都商报》的优质媒体经营业务置换进上市公司，成为资本市场上的“传媒第一股”。

立足文化传媒领域，博瑞传播以“传统媒体运营服务商、新兴媒体内容提供商、文化产业战略投资者”的发展战略为指导，实施了多轮并购工作。2024年，博瑞传播积极培育可持续发展新动能、优化存量业务等方面，取得了显著成效。如在游戏板块进行扩容，搭建起“研发+运营+发行”一体化全流程业务体系，报告期内，游戏流水实现5.87亿元，其中海外流水达1.52亿元，多个游戏登陆泰国、新加坡、马来西亚等市场。

积极拥抱数字文化新赛道

纵观报业传媒集团财报，记者发现，传统主营业务做专做精成为基本共识。而在新赛道布局上，不少媒体主动拥抱新技术，剑指“数字文化”，寻求新的增长点。

随着云计算、AI、5G技术等新一代信息技术的发展，数字技术领域持续取得新突破，数字成果不断涌现，数字经济展现出强劲韧性与活力，成为推动质量变革、效率变革、动力变革的重要引擎。

年报披露，2024年华媒控股旗下各传媒公司积极探索在内容生产和服务环节运用AIGC等新兴技术工具，尝试构建具备杭州日报报业集团特色的AI赋能内容生产体系。全资子公司聚焦AI行业应用和系统开发，研发智能媒资库系统、智能H5系统、智能体写作系统以及智能体数字人应用，建立了数字人生产基地，包括真人视频数字人、文本数字人、语音数字人、3D数字人等多种形态。不过，该类技术应用与项目实践尚处初步探索阶段，暂未体现明显的业绩贡献。

粤传媒计划在文化产业投资业务方面，紧紧抓住AI等技术给文化产业带来的迭代更新和弯道超车机会，积极发挥上市公司的投融资功能，加大对外投资力度。以投资赋能产业，进行资本和产业的双轮驱动，开拓新的业务板块，驱动公司业务的转型升级。博瑞传播持续推进与华为、川大华西、百川智能、腾讯、哔哩哔哩、科大讯飞等头部企业的合作关系，大胆探索新领域，培育增长新动能。以公司现有智慧管理、游戏、大数据、潮流文创等业务为基础，力争推进实质性合作，构建产业生态新领域，持续夯实公司在数字文创新经济的核心竞争优势。

作为布局数字科技的实践者，浙数文化在“文化+科技”的探索中走在了前列。充分依托党报集团拥有的主流媒体品牌公信力和良好的公共关系等多方优势，以及多年数字化产业转型的发展积累，公司形成了以边锋网络为核心的数娱生活业态，在数字文化领域取得了稳步进展。同时，浙数文化推进先进AI算力建设，加强培育AI技术赋能的数字技术矩阵，不断通过传播大脑科技公司、杭州城市大脑公司、智慧网络医院、淘宝天下等垂直领域的数字业务主体，深化布局数字融媒、城市智治、智慧医疗、数字文旅等AI数字应用场景生态。可以看到，浙数文化的多方布局运营，获得了较为可观的投资收益，为自身创新发展注入了强劲动力。

年报显示，下一步，浙数文化将进一步加强科技创新和人才培养力度，持续优化产业结构，以技术驱动推进“数字文化+”“数字技术+”“数据运营+”“创新赛道”协同发展的业务格局。具体包括，以AI为牵引打造“数字技术+”矩阵，应时推进“数据运营+”生态业务场景，依托资本市场的优势，积极推进主业发展和创新赛道布局，加强与传媒主业的融合联动，进一步研究跟踪新兴市场的发展趋势，寻求新兴赛道投资发展新机会。

资源整合与数据资产化将决定未来

□本报记者　张博

在传统广告收入持续承压、媒体深度融合不断推进的大背景下，传统媒体的生存空间与发展模式经历着前所未有的深刻变革。近期，多家报业集团旗下上市公司相继公布2024年财报，一组组数据勾勒出当下报业发展冷热交织、机遇与挑战并存的现实图景。

在主流媒体系统性变革的重大战略部署下，各报业传媒集团如何顺势而为、借势而进、乘势而上，突破发展瓶颈、实现转型升级？数据资产化这一被寄予厚望的新兴方向，如何真正转化为推动发展的现实动能？中小型报业集团又该如何在激烈的市场竞争中另辟蹊径、谋求突围？带着这些行业关注的焦点问题，《中国新闻出版广电报》记者采访了中央财经大学新闻系主任、中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端。

资源整合能力成关键分水岭

“在推进主流媒体系统性变革政策大背景下，媒体机构的竞争已从‘内容流量’升维至‘生态位争夺’，其本质是资源整合效率与生态位重构能力的比拼。”作为根植于财经领域的新闻人，陈端从财报数据出发提出了自己的观点。

陈端表示，营业收入差距反映了资源禀赋与转型效率的差异，媒体机构的梯队分化也折射出资源整合能力的代际差，“数据资产运营能力”和“区域生态位卡位能力”等更高维度的资源整合能力，将成为决定下一轮竞争格局的分水岭，具体业务竞争则从传统内容领域传播声量之争转向场景化细分服务渗透率之争。

在她看来，之所以资源整合能力成为关键分水岭的原因主要源于3个方面，即内容生产方面、渠道拓展方面和产业协同方面。陈端解释，在内容生产方面，资源整合能力不足的媒体机构，由于内部资源分散、信息沟通不畅，难以在内容生产上形成优势，导致报道内容单一、缺乏竞争力，难以满足受众日益多样化的信息需求；在渠道拓展方面，资源整合能力弱的媒体机构在新兴渠道布局上滞后，导致内容传播受限，受众流失，市场份额被竞争对手抢占；在产业协同方面，资源整合能力强的媒体机构通过整合内部产业资源，可实现多元化发展，进而避免传统业务一旦受到冲击，陷入经营困境。

善用优势是开辟新收入关键

从“媒体+”到“智库+”，从IP联动到打造IP，传统广告收入承压下，各传媒机构不断努力开辟新收入新来源。

“以系统性变革开辟新收入的核心路径就是要从‘内容供应商’向‘生态服务商’转型。”在陈端看来，对于内容的IP化运营，应从流量变现向价值沉淀，建立IP全生命周期开发机制，通过核心IP的多形态创新和跨界联名等形式延长价值链。陈端举例表示，浙江日报报业集团旗下边锋网络通过《三国杀》IP手游化，衍生出电竞、直播等业务，2024年游戏业务占比45.81%。

“在内容IP开发过程中，媒体机构应注重以下几点：一是精准定位目标受众，开发符合受众口味的IP产品；二是加强IP的品牌建设和推广，提升IP的知名度和美誉度；三是注重IP的版权保护，确保IP的商业价值。”陈端提示道。

对于“智库+”而言，陈端认为，媒体机构应进一步拓展智库咨询业务，实现从大众传播到分众服务。“智库咨询业务是报业传媒集团发挥专业优势、实现价值增值的重要方向。报业传媒集团拥有丰富的信息资源、专业的采编团队和广泛的社会联系，具备开展智库咨询业务的良好基础。”陈端以成都传媒旗下的《每日经济新闻》为例表示，《每日经济新闻》聚焦财经数据服务，衍生会展、培训收入，作为参考，未来大家可以在文旅、康养等众多具有产业潜在开发价值的若干区域性赛道进行深耕。

重视并加强数据资产深耕

“在金融学和会计学视角下，数据资产化通过比较使用数据资产前后的业绩指标，识别和量化数据资产的潜在投资回报率。媒体机构在以数据为驱动中，可以开发出一系列新的业务模式和产品，进而提升媒体机构的整体商业价值。”陈端进一步解释说，媒体积累的新闻、图片等资源具时效性、权威性，经标签化、结构化后可转化为高价值资产，通过对外授权（如政务数据服务）、交易平台分成（如上海数据交易所）、精准营销（如浙数文化数据挖掘业务）等模式构成多级变现体系。

因此，陈端建议，各媒体机构应进一步加强对数据资产化的深耕。

此外，结合不同地区、不同规模的媒体机构，陈端表示，头部报业传媒集团可以依托数据资产化为支点，通过跨行业并购、技术整合、数据要素共享撬动“传媒+政务+金融”的跨域协同；中小报业传媒集团则需抓住区域垂直场景的不可替代性，依托技术联盟降低转型成本，通过场景创新实现不可替代性，避免因为对单一垂直领域的过度依赖而形成风险敞口。

“在此过程中，第一是要强化资本运作能力，通过上市公司平台发起产业链并购，聚焦数字文化、数智科技等新兴朝阳领域进行垂类深耕，以数据链带动服务链和价值链的有效整合；第二是深化体制机制改革，推行扁平化管理与复合型人才培养，打破部门壁垒，强化横向协同；第三构建区域协同生态，中小报业传媒集团可效仿成都传媒集团整合‘新闻媒体方阵+产业经营集群’，利用本地政务资源建立垂直服务网络。”陈端表示，媒体机构还可以考虑将历史内容库转化为结构化数据资产，以便为后续交易、质押融资等奠定基础。

陈端特别提示，中小报业传媒集团要避免过度依赖资源整合带来的资源赋能，以及因为强化整体业务规划而削弱本地响应力。