公司代码:601929　　公司简称:吉视传媒

吉视传媒股份有限公司

2015 年度报告摘要

一 重要提示

(一) 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。

(二) 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。

(三) 公司全体董事出席董事会会议。

(四) 瑞华会计师事务所(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。

(五) 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	吉视传媒	601929	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	麻卫东	孙毅
电话	0431-88789022	0431-88789022
传真	0431-88789990	0431-88789990
电子信箱	maweidong@jishimedia.com	sunyi@jishimedia.com

(六) 经瑞华会计师事务所(特殊普通合伙)审计确认,公司 2015 年度母公司财务报表实现净利润为 435,517,765.08元, 合并报表实现归属于母公司所有者的净利润为411,345,068.60 元。根据《公司法》、《公司章程》规定的利润分配顺序以及2015年度公司经营发展的实际需要,2015年度利润拟作如下安排:

(1)按母公司实现净利润提取法定公积金 10%,计43,551,776.51元;

(2)按母公司实现净利润提取任意公积金 30%,计130,655,329.52元;

公司 2015年度母公司财务报表净利润435,517,765.08元, 减去提取法定公积金43,551,776.51元,减去提取任意公积金130,655,329.52元后,母公司当年可供分配利润余额为261,310,659.05元。公司拟以总股本为基数每10股派发现金股利0.25元(含税)。

二 报告期主要业务或产品简介

(一)主要业务情况

报告期内,公司主要经营吉林省地区有线电视网络的规划建设、经营管理、维护和广播电视节目的接收、转发、传输业务,以传输视频信息和开展网上多功能服务为主业。公司依托已经建立的交互式现代媒体服务平台,形成了广播电视传输基本业务、数字电视增值业务、宽带双向交互业务和基于有线电视网络的网络服务业务四大主营业务。

(二)经营模式

1、盈利模式

公司业务收入的主要来源有以下几个方面:

(1)广播电视基本收视业务收入、数字电视增值业务收入和数字电视工程业务收入。通过规划建设的吉林省有线电视网络干线网和用户分配网向用户(吉林省家庭用户)提供电视节目收视业务、视频点播、数据广播扩展业务和增值业务。目前,主要包括基本收视费、数字电视工程费、付费电视收视费和视频点播服务费等。

(2)节目传输收入。根据国家广电行政管理部门的规定,电视节目信号接收和传输必须经过审批,在本公司的经营地域内,仅本公司有权接收并通过自己的网络向用户传输有线电视节目信号,因此电视节目提供商在本公司网内落地传输必须依赖于本公司。该项业务收入主要包括:①国内各电视台在吉林省内播放节目向企业缴纳的落地费,企业在收取落地费后传送缴费电视台的信号;②为企事业单位传输信号收取的收入;③收取外单位线路使用费、线路维护费等。

(3)有线宽带业务收入和集团客户专网业务收入。通过有线电视网络向用户提供互联网接入服务,向用户收取有线宽带使用费。有线宽带业务收入包括两部分,一部分是个人宽带业务收入;另一部分是为集团客户提供数据专网服务收入。

(4)机顶盒等终端产品销售收入。本公司在有线电视数字化过程中,对机顶盒的发放按照《吉林省人民政府办公厅关于转发省广电局制定的吉林省有线电视数字化整体转换实施方案的通知》(吉政办发[2007]23号)规定,在整体转换期限内,为每个有线模拟电视家庭用户的第一台电视机免费配置一台有线数字电视基本型机顶盒(称第一终端),有线数字电视家庭用户的非第一台电视机使用的有线数字机顶盒 (称第二或第二以上终端),以及后续由于换代或为承载更多业务内容而更新的终端,由用户自行购买。

2、采购模式

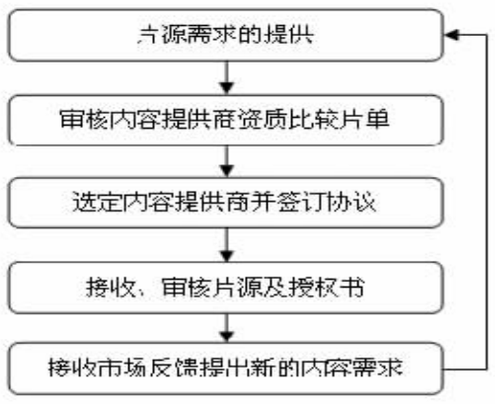
本公司的采购资源主要分为有线电视信号传输相关的设备和视频内容的版权,其中设备采购又分为重大项目采购和常规物资采购。

(1)本公司重大项目采取全省统一集中招标、集中采购,由各分公司分别签收,如网络传输平台、业务平台、双向网络设备、机顶盒等。

(2)常规物资采取全省统一入网认证、集中招标、信息发布、分公司分别采购,如光设备、电设备、光缆、电缆、机柜、配线架、架空用五金、管道用波纹管、油炸杆、楼道及用户配线箱等。

(3) 本公司VOD部门对于视频内容的采购主要集中在影视剧方面和付费频道的内容版权上。为保证引进内容版权的合法性,使VOD影视剧内容及付费频道内容更好的应对市场需求,从每年10月份开始,VOD部门总编组专人负责对VOD影视剧及付费频道内容新一年的片源需求进行综合分析汇总并制定内容采购计划。在每年的12月份,与选定的内容提供商签订下一年的内容合作协议。

内容采购工作流程如下:



3、客服模式

(1)全省客户服务工作由本公司客户服务管理部全面负责,实行全省统一业务流程、统一服务规范、统一考核标准的运行管理机制。客户服务中心以集中式呼叫系统为依托,负责受理全省客户7×24小时的日常报障、业务咨询、投诉处理、客户回访以及业务营销等各项服务工作。各分(子)公司负责接收工单、上门服务和营业厅服务等各项服务工作。

(2)客户在使用有线数字电视过程中,若出现故障,或咨询有关问题,可拨打本公司96633客户服务电话,客户服务中心设客服代表、质检员、疑难投诉座席,并按照操作规程进行受理。

(3)分(子)公司接到客户服务中心下派的工单后,要在1小时内,将上门服务时间、上门服务人员的工号、联系电话等信息上传客户服务中心,客户服务中心启动服务跟踪流程。

(4)客户对服务或产品质量不满意,通过96633电话、网站或其它形式进行投诉举报,由客户服务中心统一受理。接到客户投诉受理单的单位和部门,应在最短的时间内答复和解决客户投诉的问题,一般在12小时内答复客户,答复最长时间不能超过24小时,并将处理结果上报客户服务中心。

(5)客户服务中心对报障工单、投诉受理单进行100%的回访。同时对客户满意度进行统计调查。对满意的客户,要形成回访记录;对不满意的客户,要形成催办单,督促原服务单位或部门继续解决处理,直到客户满意为止。接到催办单的单位或部门,要在规定的时限内将处理结果反馈至客户服务中心。

(6)客户服务中心实行7×24小时下派工单流程。各分(子)公司设客户服务系统7×24小时工单接收值班员,做好客户服务中心下派工单的接收和派发工作。

(三)行业情况说明

1、全球有线电视行业发展概况

自上世纪90年代开始,数字技术开始应用于有线电视,并催生了有线数字电视的发展。数字技术的应用,释放了大量的频率资源,使广电网络系统的传输能力提高6-8倍,不但极大地满足电视节目传输的需要,而且还使有线电视成为提供电子政务、教育、金融、生活资讯等各种信息服务的工具。同时,伴随着数字化的深入及网络等科学技术的日新月异,有线电视运营商利用广电网络开展多元化业务成为发展的必然趋势。例如:有线数字基本型业务、增值业务、交互式电视、电话业务、高速互联网接入、商业网络连接、广告业务等。美国目前各家广电网络运营商都已将有线数字增值业务作为其发展的重点, 并向视频、数据、语音、社会信息化服务多业务运营商转型。同时,全球包括欧洲、北美和亚洲各国在内,纷纷制定了有线电视由模拟向数字转换的计划,并出台了最终关闭模拟信号的时间表,以政府干预的手段推动数字化转换的进程。

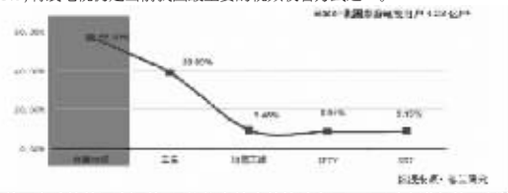
从传输覆盖技术手段来看,目前世界电视节目已形成无线、有线、卫星齐头并进、交叉混合覆盖的格局。数字化已成为全球有线电视业发展的统一趋势。从世界范围看,特别是欧美发达国家,广播电视的数字化程度已达到较高水平。

2、我国有线电视行业发展趋势

十八大以来,广电网络产业迎来了历史性的发展机遇。根据党中央提出的经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设“五位一体”总体布局,把文化建设摆上了更加重要的位置, 吹响了建设社会主义文化强国的进军号角;“四化同步”(促进工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展)的发展要求,为广电网络参与经济社会和家庭信息化创造了条件;居民收入“倍增”的目标蕴含着巨大的潜力和商机,居民文化消费需求的充分释放将为广电网络产业发展提供了广阔的增长空间。

(1)网络及用户规模化成为有线电视行业未来发展重要趋势

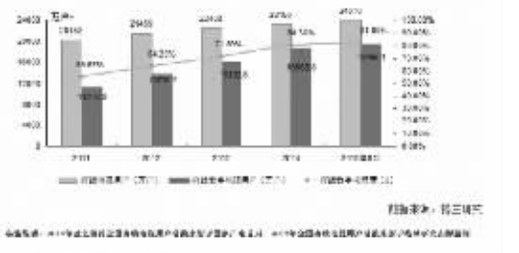
我国有线电视网络是全世界规模最大、最具市场潜力的网络。截止到2015年上半年,我国有线电视用户规模已超过2.4亿户,家庭入户率达到54.70%以上,电视家庭用户覆盖率达到56.90%,有线电视仍是当前我国最主要的视频收看方式之一。



随着国家政策的逐步调整、通信信息技术的快速发展、三网融合进程的不断推进、直播卫星电视的全面放开,以及地面无线数字电视的推进布局,中国有线电视网络将会由区域性特征明显的现状走向“互联互通”的新格局,形成一个综合的信息运营体。例如本公司于2013年与内蒙古广播电视网络集团有限公司签署《互联互通战略合作协议》,在互联网、直播电视、互动电视、行业应用、信息服务等领域开展全方位合作,是有线电视运营商打破区域限制的有益尝试。此外,公司2015年9月20日,与黑龙江广播电视网络股份有限公司、北方联合广播电视网络股份有限公司、内蒙古广播电视网络集团有限公司(四家公司统一简称为“四方”)共同签署的《四方广电数据业务互联互通合作协议》。实现了四方在物理层面的光纤通道互联互通。全方位实现了各方在镜像服务内容、互联网缓存服务内容、互联网公共信息服务内容、高清(原创)视频内容,以及基于智慧城市的交互信息服务内容等优质资源的全面共享。有效地降低了公司公网出口带宽资源及互联网资源相关业务成本。

(2)有线广播电视网络数字化进程不断加速

截止到2015年上半年,我国有线数字电视家庭用户数量达到19,496.1万户,数字化率达到81.00%,其中:高清数字电视用户占比逐年上升,用户规模达到5,466万户,占全国有线电视用户的22.71%; 双向网络覆盖用户数量达到12,263.6万户, 占有线电视用户总量的50.95%;双向网络渗透用户数量达到4,176.6万户,占有线电视用户总量的17.35%;个人宽带用户增长加快,用户规模突破1,450万户,达到1,492.2万户,占有线电视用户总量的比重达到6.20%。



(3)用户结构及业务发展

2015年上半年,我国有线电视用户结构性变化显著,主要表现在:1、高清用户快速增加,新增市场份额超九成;标清用户增速下滑明显,部分地区负增长;2、双向网络覆盖率过半;3、有线宽带业务提速增长。

各省用户发展差异较大。有线电视用户规模超千万的省份有七个,分别是:江苏、广东、山东、浙江、四川、湖北、辽宁;有十一个省的数字化率超过90%,而数字化率最低的省份还不到50%。

有线电视单向业务覆盖率保持较高水平,双向业务发展水平参差不齐,其中游戏、教育、社区服务受关注度较高。

1、单向业务		
1.1 收费频道	31	83.85
1.2 数字电视基础业务(含单向业务)	31	83.85
2、双向业务		
2.1 视频点播	30	18.97
2.2 教育	36	18.04
2.3 游戏	24	15.06
2.4 电子政务	7	8.49
2.5 社区服务	30	16.07
2.6 宽带网络业务	15	10.03

数据来源:吉视传媒

(4)市场竞争和技术进步推动电视互联网逐步发展

从市场竞争角度来看,越来越多的机构正在进入电视这一领域,快速兴起的互联网电视、网络视频是目前对传统有线电视行业冲击较大的竞争者,来自各基于互联网的服务提供商的不同屏幕对有线电视用户产生了分流影响。为在日趋复杂的竞争环境中完成转型并取得优势,电视的互联网化将成为有线电视行业的发展趋势。从技术进步角度来看,数字技术、网络技术及移动互联网的快速发展,推动广播电视网、通信网、互联网之间互联互通,所提供的服务逐步向提供语音、视频、数据等多种综合化、个性化服务的方向发展。随着双向化改造进程的不断推进,有线电视网络已具备双向交互、大容量、高速率、多功能等特征,除了能提供广播电视基本业务、扩展业务外,还能提供宽带数据接入、互联网接入业务以及语音服务等电信增值业务,以实现“看电视”向“用电视”的转变为核心的电视互联网轮廓逐渐清晰。

电视互联网以电视为中心,连接电脑、手机及其它移动终端,可使广播电视网、通信网、互联网无缝连接,从而实现多屏互动体验,为用户提供个性化定制服务。利用有线电视网络天然封闭、安全且高速的固有优势,电视互联网可实现有线数字电视产品从过去单一的模拟电视服务扩展到一系列的数字电视服务及互联网服务, 多种业务共享一个网络传输平台,不仅可以降低各种业务所分摊的网络成本,还将推动有线网络资源开发不断向纵深发展。

(5)“大数据”有利于引领有线电视行业实现突破式发展

在大数据快速发展的背景下,有线电视行业的发展离不开对数据的全面获取及有效利用。近年来,随着有线数字电视的不断推广与普及,有线电视行业已逐步形成一个拥有人口统计特征数据、用户内容使用数据、用户行为痕迹数据、用户搜索与需求信息数据、用户消费行为数据、用户社交活动与意见信息数据等巨量且详尽的真实用户信息数据库。在有线电视网络的基础上,通过大数据技术对上述数据进行有效分析与处理,将使有线电视运营商及时了解市场需求并为用户提供具有针对性的产品与服务,促进信息互动平台的不断完善,使管道化传输变为平台化传输、单向传播变为双向互动,从而真正实现有线电视用户从看电视到用电视的转变,推动有线电视行业进一步发展,也将为社会信息化、政府信息化、家庭信息化发展提供全面支持。

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	9,834,024,102.42	9,360,820,278.36	5.06	6,315,956,085.93
营业收入	2,175,808,939.92	2,049,804,116.47	6.15	1,921,271,411.99
归属于上市公司股东的净利润	411,345,068.60	409,789,183.36	0.38	402,104,092.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	392,674,720.84	359,683,761.12	9.17	353,174,309.71
归属于上市公司股东的净资产	6,028,794,270.39	5,044,160,740.53	19.52	4,280,123,489.23
经营活动产生的现金流量净额	1,038,702,276.87	985,294,114.57	5.42	1,080,708,519.67
期末总股本	3,110,801,192.00	1,467,888,229.00	111.92	1,467,888,229.00
基本每股收益(元/股)	0.1343	0.1396	-3.80	0.1370
稀释每股收益(元/股)	0.1343	0.1396	-3.80	0.1370
加权平均净资产收益率(%)	7.86	9.14	减少1.28个百分点	9.79

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(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	518,108,235.38	522,560,574.43	471,782,538.63	663,357,591.48
归属于上市公司股东的净利润	135,311,275.91	68,943,953.12	83,480,181.18	123,609,658.39
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	134,616,083.78	68,354,496.83	81,607,069.55	108,097,070.68
经营活动产生的现金流量净额	5,603,388.90	203,536,375.45	159,307,576.66	670,254,935.86

五 股本及股东情况

(一) 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

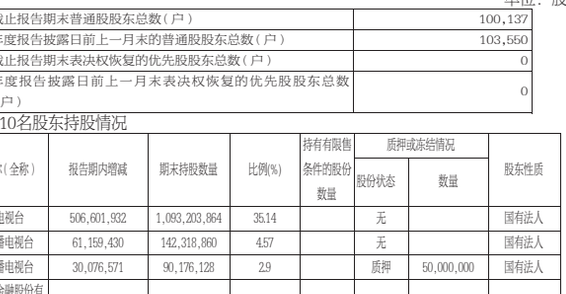
截止报告期末普通股股东总数(户)	100,137
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	103,550
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

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	
吉林电视台	506,601,932	1,093,203,864	35.14		无		国有法人
长春广播电视台	61,159,430	142,318,860	4.57		无		国有法人
敦化广播电视台	30,076,571	90,176,128	2.9		质押	50,000,000	国有法人
中国证券金融股份有限公司	81,826,922	81,826,922	2.63		无		未知
延吉广播电视台	35,326,568	70,653,136	2.27		质押	67,280,000	国有法人
吉林市广播电影电视总台	21,257,192	42,514,384	1.37		质押	41,520,000	国有法人
桦甸广播电视台	36,813,109	37,626,218	1.21		质押	18,810,000	国有法人
中央汇金资产管理有限责任公司	36,177,200	36,177,200	1.16		无		未知
榆树广播电视台	16,355,687	32,711,374	1.05		质押		国有法人
海通证券股份有限公司约定购回式证券交易专用证券账户	29,821,730	29,821,730	0.96		无		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东在本公司知悉范围内,不存在关联关系,也无《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

(二) 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

(三) 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



六 管理层讨论与分析

2015年是我国“十二五”规划的收官之年,也是国家放开“试点”全面推进“三网融合”产业政策的阶段性一年。公司本年除了积极应对直播卫星、地面无线数字电视等广电行业内部竞争外,全面经受了来自“三网融合”条件下的IPTV、互联网视频内容等同质类和新媒体业务的洗礼与挑战,市场竞争环境可谓“四面楚歌”,异常激烈。面对日趋复杂的经营环境,公司董事会始终坚持“以产品为核心、以市场为导向、以用户为中心、以创新为动力、以网络和平台为支撑,以精细化管理和贴心服务为保障”的战略方针,不断夯实和完善公司内部治理结构、强化风险管控意识。在深耕“主业”的同时,积极拓展“新业”、厚植“多业”,保持了公司稳健发展地良好势头,较好地完成了董事会年初既定的各项重点工作。现将董事会2015年度主要工作内容及2016年工作展望与战略部署报告如下:

(一)公司董事会2015年度主要工作情况回顾

1.公司整体经营状况

1.1.主要财务指标及用户规模

截止报告期末,公司累计实现营业收入217,580.89万元,较上年同期增长了6.15%;实现归属于上市公司股东的净利润41,134.51万元,同比增长了0.38%。

公司全网有线电视覆盖用户规模706.5万户,覆盖率77.8%。其中,城网覆盖户数489.2万户,覆盖率达96.6%;农网覆盖户数217.3万户,农网覆盖率为54.2%。公司全网有线电视居民用户规模531.9万户,入户率72.6%,数字化率达97.7%。其中,城网有线电视居民用户366.6万户,入户率73.0%;农网居民用户165.3万户,入户率71.7%。

报告期内,公司增值业务规模呈快速增长势头。整体增值业务用户ARPU值水平,从年初的199元提升至215元。集团客户服务能力方面,公司向省内300余家集团客户及其下属单位提供集团客户专网接入服务,全年新增专网节点146个,迁改专网节点67个,扩容专网节点12个。

1.2.产品研发与新业务拓展

报告期内,公司继续优化和推广云游戏、吉视阅视、屏屏通、警视通等增值业务平台产品,并引入“健康家庭平台”。其中:“云游戏”用户数接近14万,游戏更新数量超过170款;“吉视阅视”注入的节目数量已达到7.7万集(部),机顶盒的手机应用绑定数量达48万端;“屏屏通”产品已在省内部分农村商业银行网点、吉林财经大学等省内高校,以及一些驻留人群聚集地点普遍开展接入业务。“警视通”业务已实现车辆和驾驶员违法行为和图片的在线查询、在线缴纳罚款、法律援助、警务信息发布等功能,同时开通了手机APP和微信平台。报告期内“警视通”应用平台总浏览量达到183万次,电视端用户量达到19.63万户,手机端用户量达到10.03万人。此外,公司还完成健康家庭项目服务器调试及部署、健康家庭机顶盒界面效果开发、健康检测以及手机微信推送等应用功能。

1.3.营销模式的转变与创新

报告期内,公司不断顺应市场环境变化与同质化产品竞争,及时优化和调整产品结构与定价政策。通过制定“跨年缴费”、“悦享融合套餐”、优化和促进“吉视85”业务套餐、“150天大会战”、“先锋网格竞赛”等营销策略和组织形式,实现差异化服务和基本业务用户保有的市场战略定位。同时,以“免费体验”为切入点,以重大节假日为契机,密集开展各类主题营销活动,全面带动公司双向交互等增值业务的发展,提高了增值业务渗透率,实现公司全年增值业务收入的稳步增长。

1.4.多渠道、多途径开展公司产品与形象宣传

公司本年通过吉林电视台各类频道、吉林广播电台、地方电视台和电台等省(市)级媒体,以及互联网、终端应用等自媒体,密集播出和宣传公司云游戏、云宽带、云电视等各类创新性业务产品与企业形象。另一方面,通过开展用户大走访、电影节大抽奖等活动形式,为公司业务产品与整体形象宣传造势。

2. 网络建设与平台优化持续推进、区域性“互联互通”已成现实

2.1.网络建设与平台优化

报告期内,公司为保障用户体验的提升、业务的稳定开展、产品的优化布局以及平台质量的提高,不断加快网络优化建设与系统平台的升级步伐。全年共计新建城网管道干线246公里,农网主干线295公里;新建农网支干线303公里,分配网4,242公里。

平台升级改造方面, 先后完成了“交互式现代媒体信息服务平台”、“虚拟化平台二期”的扩容工程。全面优化了公司经营分析系统、用户行为分析系统、统一支付系统及流媒体视频点播服务系统等若干业务系统的IT基础设施需求。并对公司整体计算、存储及网络等资源进行了详细优化。同时,公司还新建了包括:OA二期、大数据中心、新型媒体支付渠道管理系统、综合网管系统与安全管控等业务平台,在实现了精准化营销、便捷化服务的基础上,降低了系统维护难度与维护成本、提高了系统管理水平与安全性。

2.2.网络区域性“互联互通”已经实现

2015年9月20日,公司与黑龙江广播电视网络股份有限公司、北方联合广播电视网络股份有限公司、内蒙古广播电视网络集团有限公司(四家公司统一简称为“四方”)共同签署了《四方广电数据业务互联互通合作协议》。四方本着平等互利,合作共赢,资源共享,共同发展的原则,结成长期、全面的战略伙伴关系。四方在互联网、直播电视、互动电视、行业应用、信息服务等领域基础上,积极开发新的合作领域,充分利用各自有形和无形资源,进行深层次,全方位的合作,共同打造北方四省广电网络运行平台、开创广电网络业务发展的新模式。

报告期内,公司在物理层面与其他北方三省实现了真正意义上的光纤通道互联互通。并与合作各方共同协商、引进和落地了IDC镜像网站服务器,共享各方互联网出口带宽资源的输出,全方位实现各方镜像服务内容、互联网缓存服务内容、互联网公共信息服务内容、高清(原创)视频内容,以及基于智慧城市的交互信息服务内容等优质资源的全面共享。有效地降低了公司公网出口带宽资源及互联网资源相关业务成本。同时,公司将以本次四方实现互联互通为有利契机,以公司制定的“广电网络光纤入户”标准为核心基础,在宽带业务、数据专网业务领域全面发力。并积极围绕宽带中国、宽带广电、互联网+、信息消费与智慧城市建设等国家战略,全面夯实内容服务产品,提升公司内容服务质量与网络运营品质。

3. 创新实施“互联网+业务内容”战略

3.1.进军“电视淘宝”业务

2015年6月,公司与杭州华数智屏信息技术有限公司签署了《电视淘宝业务合作运营协议》,双方将就“电视淘宝”业务在公司提供的平台上开展业务合作。“电视淘宝”是一项基于电视屏的购物业务,其商品系统、交易系统、物流系统及数据系统与淘宝全部打通。公司与运营方基于用户在“电视淘宝”上的购物消费额,按不同商品、不同比例提取佣金,分配收入。

公司本年通过“电视淘宝”业务的平台落地,探索并实现了“传统业务模式”向“体验型业务模式”的跨界融合。并以打造“客厅文化”为背景,将用户从传统购物终端重新引到电视机前;全力打造出绿色、健康、舒适的智能家居购物环境,培育了“电视+电子商务”的“互联网+”盈利模式。

“电视淘宝”业务于8月12日正式上线,公司后续通过“929”推广、“双十一”、“双十二”购物节等大型营销活动,全面提升了用户购物体验,增加了增值业务用户粘性。截至报告期末,公司用户通过电视机顶盒访问“电视淘宝”的数量共计33.85万台,累计页面浏览点击数374万次,点买4.98万次,累计交易额超过150万元。

3.2.“支付宝”平台落地全面贯通支付渠道

2015年同期,公司又与支付宝(中国)网络技术有限公司(以下简称:支付宝公司)共同签署了《吉视传媒支付宝公司合作协议书》。支付宝公司向公司提供包括安全加密、支付宝、在线查询系统等服务。具体产品包括:网银直联服务、大快捷即时到账服务、委托提现服务、WAP支付服务、电视支付服务、支付宝服务窗等6大类。

鉴于支付宝公司是全球最大的电子商务公司—阿里巴巴集团的关联公司,也是国内最大的独立“第三方支付平台”,用户规模数量庞大。同时,支付宝公司与国内各大商业银行及VISA国际组织等各大机构均建立了深入的战略合作关系, 不断根据客户需求推出创新产品。因此,公司通过支付宝产品的平台落地,将全面打通增值业务产品的支付通道。并借助其支持跨行、跨地区、跨产品的支付特点,全面提升公司用户的产品消费与支付体验。

截至报告期末,公司已完全实现电视机端用户使用和支付场景的设计、导入,并完成视频点播、云游戏、吉视阅视、吉视警视通等系列“互联网+内容”产品支付渠道的整合。同时,通过与支付宝公司的战略合作及“电视淘宝”本地平台的落地这一协同效应,全面开启电视终端的电子商务运营模式。后续,公司将在全方位、便捷的支付方式支持下,不断推出创新性的业务产品模式。

4. 战略布局社会信息化服务领域

报告期内,公司董事会在面对主业“四面楚歌”、国家“三网融合”产业政策深入实施等市场环境挑战下,战略性地提出公司要向政务信息化、教育信息化、智慧城市等社会信息化产品与服务领域升级转型的指导思想。这是公司紧紧把握国家政策脉络,将自身战略与国家战略规划有机结合,紧跟时代和技术步伐进行自主创新,全面引领广电行业“光纤入户”,“破茧成蝶”,升级转型的集中体现。

4.1.“吉林省优质教育资源全覆盖民生工程”落户公司

2015年7月26日,公司与吉林省教育厅共同签署了《吉林省教育信息化建设战略合作协议》,全面推动“吉林省优质教育资源全覆盖民生工程”(以下简称:教育信息化工程)的建设推广。教育信息化工程,是公司向社会信息化产业拓展的“龙头工程”。对公司在整个社会信息化产业布局,起着关键性的“示范引领”作用。

该工程是以公司向用户交付一套贯穿于教育信息化“完整产业链”的“教育云服务产品”而最终得到实现。“教育云服务产品”的核心架构,主要由“优质教育内容资源整合层、基础物理资源层、云服务层”三大层面共同组成。其中,云服务层主要包括:基础设施即服务(IaaS)、平台即服务(PaaS)和软件即服务(SaaS)。并基于“大数据”等技术基础之上,为教育机构等使用者,提供“海量教育数据信息”的存储、计算和分析服务,并将整个过程与最终教育机构、教育资源使用者的应用需求完美结合。教育信息化工程的盈利模式主要通过政务购买服务、优质教育内容资源点播、教育大数据分析等方式实现。

截止报告期末,公司已经完成教育信息化工程音(视)频管理平台、网络教学应用管理平台、资源管理平台和数字电视直播、点播平台等省级互动平台的建设工作。具备了基于教育专网的教学互动、教学直播和教学点播等基本功能,实现了互联网、移动终端(包括移动智能终端、PC等)的接入功能。同时,长春、白山两个“试点示范”地区的试点学校已全部完成施工并投入使用。下一阶段,公司将进行地市教育局、地市所辖县(市)区教育局、地市教育局直属单位和直属学校的专网、视频教学平台、互动终端的建设工作,以及部分市直属学校的优质视频资源采集班级的建设工作等。

4.2.智慧城市建设进展

报告期内,公司围绕机顶盒终端在智慧家庭方面,研发出系列智能家居应用服务产品。实现了居家安防、居家智能控制设备与公司平台的集成及远程智能控制等。智慧城市方面,公司完成了智慧社区规划建设方案设计, 并在长春市南关区范围内实现了“魅力南关板块”的应用呈现。同时,公司还完成了“吉林省食品药品追溯平台”的建立,现已对全省商户提供服务。开启面向吉林省的无线网络规划建设,完成长春市政府无线网络的完全覆盖等。后续,公司将在智慧家庭、智慧社区规划的基础上,以家庭安防、养老医疗等方面为突破口,加大研发力度,寻求技术和市场双重突破。

5. 企业诚信服务与保障能力稳步加强

报告期内,公司采取加快服务响应速度、提高客服代表在线解决能力等措施,着重解决服务不及时、服务不到位的现象,基层上门人员服务质量和各部门联动能力明显提高,公司整体“服务工单”接收时限从过去的4小时缩短到现在的1小时,上门服务时间由原来的6小时内,缩短到现在的3小时内完成,客服代表在线解决率达到81%,公司用户整体满意度达到99.91%。

6. “多业并举”初露锋芒,板块布局持续升级

报告期内,公司董事会继续贯彻和执行“主业突出、多业并举”的发展战略,持续拓展多业投资领域布局,不断加大多业投资力度,外延式发展再上新台阶,“三大板块”初露峥嵘。

6.1.主业创新板块

2015年初,公司在“产业链”下游已部署完成了北京吉视汇通科技有限责任公司和吉视传媒影院投资管理有限公司。因此,向“产业链”上游的内容领域拓展和延伸,是公司完善“产业链”整体投资布局,实现上市公司与产业链和谐发展的迫切需要。特别是作为拥有和运营“高清互动点播业务平台”的吉视传媒来说,通过设立影视剧等上游“内容”产业公司,实现内容产品与上市公司业务平台的协同效应,已是必然的选择。为此,报告期末,公司在北京设立了一家从事影视剧制作、发行等业务为一体的全资子公司——吉视传媒文化产业投资有限公司。同时,已经过两年培育期孕育的吉视传媒影院投资管理有限公司,本年已进入收获期。截止报告期末,开业影院数量已达到4家,当年实现营业收入4,546.91万元,利润 423.53万元;

报告期内,公司在“主业创新板块”还围绕“互联网+内容、信息化服务、电子商务”等业务模式,战略性投资参股了嘉影电视院线投股有限公司、大唐融合通信股份有限公司以及吉林省互联网传媒股份有限公司。不断丰富和拓展了“主业创新板块”的投资领域。另外,吉视传媒艺术品投资管理有限公司本年通过与荣宝斋(上海)拍卖有限公司、传家宝艺术品投资顾问有限公司长期合作关系的建立,成功地举办了一系列展览、拍卖活动,极大地提升了公司影响力和知名度。

6.2.金融投资板块

报告期内,公司在“金融投资板块”的整体投资规模为9.95亿元,实缴投资8.8亿元。其中,投资参股了3家省内优质农商银行,包括:吉林九台农村商业银行股份有限公司、吉林春城农村商业银行股份有限公司和吉林公主岭农村商业银行股份有限公司。至此,公司在省内农商银行领域,包括前期已投的吉林德惠农村商业银行股份有限在内已达4家。

另一方面,公司本年作为有限合伙人,先后投资了“东方星辉并购基金”,发起设立了“吉林省文化创意产业投资引导基金”,逐步涉足国内私募股权投资基金领域。同时,还发起设立了“中吉金服互联网有限公司”和“中吉(深圳)商业保理有限责任公司”,全面进军“互联网金融”和“供应链金融”领域。除此之外,公司还在“金融投资板块”布局了吉视传媒创业投资有限公司,主营创业投资与资产管理业务。截止报告期末,公司整个“金融投资板块”投资涉及并涵盖了商业银行、私募股权投资基金、互联网金融、供应链金融以及创业投资、资产管理等众多金融投资领域。

6.3.文化旅游板块

公司全资子公司——三亚樾城投资有限公司,持有“三亚红塘湾旅游度假区”105.67亩优质项目地块,并负责“吉视传媒三亚红塘湾旅游度假区项目”的开发建设。该项目东邻三亚著名的天涯海角景区,西接南山佛教文化旅游区,南邻大海,为“正南正北”朝向。距三亚市中心区仅15公里,区位优势十分明显。公司将依托该地块,全力打造以“蓝天、白云、碧海、沙滩”为背景的“热带海洋与视觉体验生态旅游文化项目”,并依托精品五星级旅游度假酒店、别墅和公寓产品,充分利用海南深厚且富有魅力特色的文化资源,开发建设富有特色的文化旅游产品。报告期内,樾城公司通过对三亚酒店市场的品牌定位、市场占有率、盈利模式和竞争状况的综合分析后,与万豪国际集团旗下的个性化、高端酒店品牌——“傲途格”合作,并聘任日本“入江三宅设计事务所联合营根史郎建筑设计咨询(北京)有限公司”作为项目规划概念方案设计单位。12月29日,项目修建性详细规划获得了三亚市政府规委会审议通过。目前, 项目施工图设计单位招标工作已经完成, 预计2016年正式施工。

公司全资子公司——吉林省紫竹房地产开发有限公司及项目公司——抚松紫竹房地产开发有限公司,共同负责“长白山文化产业园”的项目开发建设。该项目是以长白山西坡景区1,264亩项目用地为基础;以“萨满文化”为背景,白山黑水、长白山自然风光和旅游资源为依托,全力打造集“精品酒店、温泉疗养、休闲度假、狩猎旅游、影视创作和拍摄基地、民俗文化博览”等众多文化旅游资源为背景的高端旅游品牌。报告期内,长白山“吉视传媒铂尔曼度假酒店”一期工程的国有土地使用证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建筑工程施工许可证已全部办理完毕,并已确定工程施工单位及监理单位,正式开始施工建设。

7.“汇通科技项目”蓄势待发

北京吉视汇通科技有限责任公司(以下简称:吉视汇通)是吉视传媒于2014年4 月与黑龙江广播电视网络股份有限公司、自然人等主体共同发起设立的一家高新技术企业。吉视汇通是以实现“广电网络光纤入户”为宗旨与己任;创新性地提出广电网络万兆IP广播光纤入户整体解决方案”(以下简称:整体解决方案),并研究制定前端到终端的全新技术标准,全面推进创新技术的产品化与产业化;实现 “三网融合”条件下的网络设备、家庭智能接入网关、智能终端的规模化生产。为推动广电网络互联互通,向社会信息化服务领域转型与发展做出更大贡献。

2012年,吉视传媒在完成技术试验的基础上,成功完成了一、二代样机的研发与测试,并于2013年7月26日,通过了国家新闻出版广电局科技司组织的技术评审。同年,开始研究基于单芯片来解决万兆IP数据接收和处理新技术,并进行了算法模拟和仿真平台的设计,其核心技术取得了6 项国家发明专利。2015年7月16日,“整体解决方案” 被总局科技司设立为《基于光纤的IP广播系统技术规范》标准项目,正式定名为 “有线电视光纤入户IP广播技术标准规范(I-PON)”,并与 RF-Overlay和RFoG共同被纳入“有线电视网络光纤到户(C-FT