



# 发展战略规划纲要

拥抱科技、借力金融、依托媒介、创新文旅

二〇一八年三月

重要提示：本发展战略规划纲要涉及未来计划等前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，请投资者注意投资风险。

# 华闻传媒投资集团股份有限公司

## 发展战略规划纲要

(2018-2022 年)

华闻传媒投资集团股份有限公司（以下简称“公司”）根据公司发展情况，结合自身行业发展趋势及当前宏观经济形势，制定并发布公司未来发展战略规划。本规划中涉及的未来计划、目标等前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺。鉴于市场和政策环境，以及公司发展条件等变化，公司存在根据发展需要对本战略规划作相应调整的可能。提请投资者注意投资风险。

### 一、公司基本情况

#### （一）历史沿革

华闻传媒投资集团股份有限公司（以下简称“华闻传媒”或“公司”）于1991年9月成立，1992年12月整体改制为股份制企业。1997年7月，公司股票在深圳证券交易所A股挂牌上市，开国内燃气行业企业上市之先河。2006年，在综合考量公司实际、传媒业发展规律与趋势、产业前景、大股东背景与资源、资本市场特点等因素后，公司实施重大战略转型，大举进军传媒产业。控股收购了人民日报主管主办的证券时报旗下“时报传媒”和著名的都市报品牌“华商传媒”。2006年11月，公司更名为华闻传媒投资股份有限公司，成为海南省“文化传媒第一股”。2012年，中国国际广播电台（以下简称“国际台”）旗下国广环球传媒控股有限公司成为公司实际控制人。依托国际台国家

级、国际化、全媒体背景和资源，2013-2014 年公司继续充分发挥上市公司的平台优势，通过整合、并购、持续重组等有效手段，先后收购了澄怀科技、国广光荣、国视上海、掌视亿通、精视文化、邦富软件、漫友文化等全国垂直领域排名均在前三位的公司。在原有财经资讯业务发展基础上，2017 年，公司通过多次增持获得东海证券 10%以上股份，着力打造以“财经资讯+财经服务”为特色的财经金融业务体系。同年出资 10 亿元参与投资海南国文产业基金，拟通过产业基金的方式对文化娱乐及旅游产业资源与项目进行投资布局。

## （二）现状特点

经过上市 20 年的快速发展，公司由资本不多、名气不大、业务单一、抗风险能力较弱的生产经营型企业，蜕变成长为一个规模跃升、持续盈利、规范运行、品牌优良的综合传媒集团。截至 2017 年 9 月底，公司注册资本已超 20 亿元。公司资产总额由上市之初的 6 亿余元扩展到 150 亿余元，净资产由上市之初的 5 亿余元增长到 98 亿余元。近三年年度营业收入 40 至 46 亿元，年度净利润 8 至 10 亿元，平均每年纳税达 3 至 4 亿元。在 70 余家 A 股文化传媒类上市公司中，2016 年度营业收入排第 14 名，净利润排第 9 名；在海南 30 家上市公司中，2016 年度净利润排第 3 名。公司连续 4 年入选“世界媒体 500 强”榜单。经过多年努力，华闻传媒已经实现了涵盖报纸、移动视频、网络媒体、广播、舆情营销、楼宇媒体等多种媒体渠道的全覆盖，基本奠定了“全媒体、大文化”的战略布局，初步形成了一个覆盖用户主要生活和工作场景的立体多样、融合发展的现代传播体系。

## （三）基本经验

### 1、坚持发展

公司多年的实践表明，发展才是硬道理；解决问题、化解矛盾，改善条件、提高待遇，聚集资源、凝聚力量，都离不开发展。只有克服困难，紧抓发展机遇、顺应发展潮流、把握发展规律、更新发展观念、创新发展理念、破解发展短板，提高发展质量，破除固步自封、不思进取、小富即安、小成即满的观念，才能谋求较快发展、创新发展、协调发展、持续发展。

### 2、坚持不断创新

发展离不开创新，创新是企业发展的不竭动力，是撬动未来的基本支点，

是基业长青的活力源泉。公司长期以来坚持在发展中不断创新，着力进行观念、战略、机制、经营、技术、产品、市场、商业模式、服务、管理、激励，乃至文化、社会责任等各个层面、各个环节的创新。创新驱动是公司发展的基本经验之一。

### 3、坚持内部整合

自 2000 年以来，公司一直致力于内部观念、业务、机构、人员、管理等系列整合。内部整合有利于形成内部合力，收缩管理跨度，节约运营成本，发挥协同效应，优化资源配置，提高专业化管理水平和企业竞争力，增强抵御风险能力，发挥规模效应，提升品牌价值，实现做优做强目标。具体包括对资源、管理、品牌、业务、人员、文化等各个因素进行有效整合，通过再造流程，理顺管理，优化模式，提高效能等，着力叠加优势，发挥成长潜能，达到协同效应，致力实现由“简单整合”走向“全面融合”。

### 4、坚持用好资本市场

公司发展的实践证明，发挥上市公司的平台优势，运用资本市场配置资源功能，充分利用多种融资渠道工具，筹集资金，聚合资源，使公司在资本运作中获得巨大的发展，是公司上规模、提效益的有效途径。未来公司应当进一步积极利用资本市场综合功能，不断利用资本平台拓展新业务、新领域，促进公司产业链、价值链延伸，促进公司品质提升和规模扩张。

### 5、坚持人才战略

人才是企业的生命之源，企业间的竞争归根到底是人才的竞争。公司长期以来的发展靠人才，公司未来持续发展更离不开人才。应当充分利用人才资源，吸引、聚集和成就各类优秀人才，建立并完善适应新时代、新形势、新目标、新征程要求的人才引进、培养和使用机制，努力建设一支规模适度、专业配套、结构优化、素质优良的人才队伍。应当坚持以人为本，尊重员工、关爱员工，完善机制，创造和谐企业，让员工充分分享企业发展的成果，为员工创造进步、成长的空间。

### 6、坚持规范治理

公司建立了由股东大会、董事会、监事会、经营班子各司其职、各尽其责的“三会一层”的法人治理结构和内部控制架构，建立起了一套涵盖经营、财

务管理、投资管理、人力资源管理、关联交易、对外担保、信息沟通与披露等方面的内部控制制度，贯穿于公司经营管理活动的各层面和各环节。下个五年，公司应当进一步完善上市公司治理结构，从机制、流程、执行、绩效等关键环节进一步完善内部管理，不断强化目标管理，增强激励约束刚性机制，使公司成为聚集人才、资金、产品、市场等各种资源，创造价值、互利共赢的平台。

## 7、坚持企业文化

企业文化是企业内在的生命力，是推动企业发展的不竭动力。多年来，公司从发展实际出发，经过不断思考、创新，对公司核心精神文化做了全新诠释和升华，形成了品位较高、广泛认同的企业文化，即秉承“传播信息，弘扬文化”的经营宗旨，恪守“同生、共进、互利、多赢”的合作理念，铸造“拼搏、诚信、和谐、创新”的公司精神，并相应倡导员工普遍认同的“工作是幸、平安是福、共事是缘、创造是金”的价值观精义，集中而凝练地展示了华闻传媒人的境界与品位，成为公司企业哲学的基本内容。对此，必须传承与弘扬，以进一步发挥企业文化的感召力和凝聚力。

## 二、外部环境分析

### （一）总体分析

文化产业正在经历文化、科技、金融、旅游、生态、体育、娱乐等领域的深度融合，能够满足用户对精神文化更高层次需求的财经新媒体、数字音乐、在线视频、网络文学、二次元、体育竞技、文化旅游等正高速发展，技术的变革也使处于相对成熟的细分板块有望再次进入成长期。

### （二）政策分析

习近平总书记在党的十九大报告中指出“满足人民过上美好生活的新时代，必须提供丰富的精神食粮。”为推动文化事业和文化产业发展提出了新的时代要求，指明文化传媒行业应继续把优质文化的生产和传播作为发展的最重要目标。

1、新经济：“十三五”规划明确提出，数字创意产业是未来五到十年国家需要加快发展壮大五大战略新兴产业之一。对于大型文化传媒集团而言，这

是一次绝佳的机遇。

2、海南国际旅游岛：2018 正值海南建省 30 周年，未来五年也必将出台一系列的政策，特别是对文旅、文娱、文体等内容和服务支持的政策。

3、文旅：随着我国经济发展、国力增强、国民收入增长，特别是围绕“一带一路”建设、京津冀协同发展、长江经济带发展等国家战略，重点文化产业带建设不断加强，文旅行业的崛起蓄势待发。

4、文娱消费：文娱消费及其相关产业正成为备受政府支持、资本追逐的新兴文化产业。2016 年末，国家将数字创意产业列入战略性新兴产业发展规划。

### （三）市场分析

1、旅游：2008-2016 年我国旅游业收入年均增长 19.1%，高于 11.1%的 GDP 增速。

2、娱乐：“互联网+”浪潮助推文化产业大融合，以打造独立 IP 为核心，涵盖动漫、影视、网络文学、互联网音乐、体育竞技等领域的泛娱乐消费及其产业迅速崛起。根据中信建投证券报告显示，核心娱乐行业市场规模预计为 5422 亿元；预计 2020 年，市场规模将达 8029 亿元。

## 三、内部业务分析

目前公司内部业务主要包括财经媒体业务、区域资讯业务、网络视频业务、漫画动漫业务、广播广告业务、楼宇广告业务、游戏竞技业务、文旅产业基金等，在媒体资源、传媒渠道领域的覆盖已较为全面。以信息披露、咨询服务为主要方向的财经媒体业务，以融合会展、快递、网络建设最有影响力的区域“媒体+”业务，为用户提供了优质的财经及区域媒体产品与服务。以广播广告和楼宇媒体为代表的广告营销业务，深入消费群体，内容覆盖广，现今已经产生了较强的品牌影响力与较高的广告溢价。以手机视频和互联网电视组成的网络视频服务业务，依托其独有的牌照优势，从广播频道、手机视频 APP、大数据深度挖掘、智能渠道管理等各层面处深挖市场，并为场景内有刚性或准刚性需求的用户提供免流量的视频服务，“护城河”进一步加强。以漫画动漫为典型代表的文化娱乐产品，为公司在文化传媒产业链延伸业务上积累培育了优

质的市场资源和强大的品牌影响力。目前公司在渠道布局上，已经为公司后续转型奠定了坚实的发展基础。

## 四、发展思路

### （一）指导思想

准确把握形势、政策与环境，全面贯彻党的十九大精神，深刻领会国家“十三五”规划纲要，从公司实际出发，按照“拥抱科技、借力金融、依托媒介、创新文旅”总体思路，致力落实“传播信息，弘扬文化”的经营理念，依托股东的国家级媒体背景，网络基础设施、信息服务、高科技产业等综合实力，依靠公司多年累积的品牌、平台、项目、实力、机制等比较优势，积极运用网络化、移动化、智能化、区块链等新技术手段，充分发挥资本市场配置资源等功能，继续开拓、加强、打通、融合媒体渠道、技术应用与用户，深度整合发展财经内容与服务，积极发展文化金融，大力进军文娱、文体、文旅内容与服务，全面发力创新文旅，整合资源，突出主业，激活存量，拓展增量，持续创新，规范运作，增创效益，提升价值，全力打造以财经服务与文媒体旅“两个服务供应商”为支撑的独具特色的“新兴生活方式文化生态圈”和“新型智慧传媒文化集团”。

### （二）基本原则

公司发展战略规划既要考量企业在战略跑道选取、顶层设计上应具备的前瞻性预见性，又要考虑具体业务板块在深度与广度上的落地执行能力。因此，按照公司战略指导思想与公司现状及发展方向，确定发展战略的基本原则。

第一，主次结合，突出主业。明确主打业务、主攻方向和突破口。同时兼顾其它相关业务，通过进一步优化产业结构，进行纵向一体化、横向一体化的梳理，保障业务有序、协同发展。

第二，大小结合，精选项目。突出重大项目，选定“定海神针”。孵化小微项目，培育新方向新业态新模式，以其带来后续发力式的增长。

第三，新老结合，处理好存量业务与增量业务关系。

第四，内外结合，既要抓好内部整合、内生发展，又要抓紧外部并购、外向发展。

第五，轻重结合，匹配资产。根据现状，在投资上，注意资产的轻重搭配。在剥离了主业之外的重资产的同时，注意补充与主业相关的重资产业务，增加融资所需要的可担保优质资产。

第六，长短结合，既重视短平快业务、立足当前，又重视中长期价值资产项目、布局长远。在收益上，不但需要在短期内继续增强盈利能力，而且更应着眼于未来长期的新文化、大文化、文媒体旅消费产业布局，使得原有产业和新产业形成合力，共同推进产业发展。

第七，“质”“量”结合，规模与效益结合。既努力上发展规模，争取较快速发展，又着力保经济效益，谋求高质量发展。在扩大规模时注重利润优先，注重企业价值、注重投资者回报，坚定投资者的信心，并在稳定公司利润的基础上不断提升公司价值。

第八，“人”“事”结合，既做好业务、项目，又要加强管理、以人为本。处理好优化公司管理与业务导向的关系。一方面支持业务优先，发展才是硬道理，另一方面要不断跟进管理、规范管理、创新管理，进一步完善治理机构，进一步健全目标管理、制度管理，再造流程，创新机制。在业务开拓与发展的实战中，形成专业、优秀的人才团队，并优化团队建设、队伍建设，践行适合司情的企业文化。

### （三）战略方向

公司从 2013-2017 年的战略侧重是实现全媒体的渠道布局，显著扩大了用户覆盖的地理范围、特征人群、消费习惯，从原有的都市和财经报纸媒体用户扩充到手机视频用户、互联网电视用户、二次元用户、广播用户、教育留学用户、框架传媒用户等。完成这一阶段的渠道布局后，公司 2018-2022 年的战略将在加强、整合、聚焦核心主渠道的同时，侧重于内容布局，而内容布局的切入点主要定位在互联网新媒体和“创新文媒体旅”。这将是公司的核心业务，也是公司未来五年并购重组、资源配置以及资金投入的主要方向。

互联网新媒体已然成为传播信息的主要渠道，互联网新媒体的项目、平台、品牌比比皆是，但是泥沙俱下。公司将积极应对媒体的互联网化、移动化、智能化、泛媒介化、个性化、程序化浪潮与趋势，在广泛调研的基础上，大浪淘沙，沙中淘金，选择适合公司的方向及体量、业绩、结构、周期等相应



要求的目标项目来实施并购与整合，为公司加强互联网智慧新媒体的渠道和内容，进行战略性、关键性、联动性的布局。

经过公司的论证分析，创新文体旅是公司多样化渠道覆盖用户的一个较有共性的需求，也是公司的全媒体能够发挥较高影响力、能够通过该项内容和服务将全媒体渠道整合运营的一个颇具张力的内容。因此，公司下一阶段战略就是用创新文体旅的内容和相应的服务去满足全媒体渠道的用户，相辅相成。用创新文旅、创新文娱及优质体育竞技内容来填充我们全媒体渠道各种用户切实的旺盛的极具成长性的需求。

内容是公司走向领先的优秀的新型智慧传媒集团的必经之路，公司下一阶段战略将致力于为全媒体渠道的各类用户提供满足切实需求的文娱、文体、文旅等内容和服务，并运用大数据、智能化、区块链等技术手段和工具，将多样化的媒体渠道及用户整合运营、全面提升。因此，将“**创新文体旅**”作为**战略发展的主攻方向**，“**拥抱科技、借力金融、依托媒介、创新文旅**”。

公司重点布局和发展的文旅产业是文化行业的一个组成部分，重点在于文化旅游、文化娱乐。文旅产业的发展有两个极为重要的推动力：一个是科技进步，特别是基于通信技术、互联网技术及信息管理与处理技术融合对文旅资源的价值提升；另一个是财经推动，特别是文旅与财经服务的结合、文旅金融对文旅资源的聚合作用。资源是基础，创意是灵魂，文旅与科技、文旅与财经的融合是公司发展的战略方向。

1、公司将注重科技与文旅的结合，打造科技文旅、创新文旅。公司拥有大数据挖掘、基于用户画像的智能推送技术等，公司将进一步强化现有的这些技术能力，重点突出智能语音、全息影像、AR、VR 等人工智能技术与文旅的结合，利用科技提升文旅的价值和用户体验。

2、公司将注重金融服务与文旅的结合，打造特色财经、文旅金融。公司将在深度整合财经内容与服务的基础上，充分利用财经资讯、证券交易平台、财经用户等金融能力与力量提升文旅的价值空间和创新空间。特别是在文旅项目的文创园、文交所、资产证券化等方面做更多的努力和拓展，向内外部用户提供文旅金融服务。

3、公司将注重媒体业务与文旅的结合，打造文旅传媒、智慧传媒。公司将

依托于股东国家级、国际化、全媒体背景和资源，依靠公司传媒文化品牌和实力，以文旅、财经服务为内容与纽带，将现有的手机视频、互联网电视、广播、报纸、框架等媒体覆盖的上亿用户连接在一起，建设智慧文旅传媒体系。通过文旅创造内容、培育内容；利用传媒业务渠道与用户覆盖传播内容、聚合用户；并以财经服务、文旅金融作为手段和产品支持。做到文化为魂、旅娱为体、财经服务为术。

#### （四）业务发展方略

围绕“拥抱科技、借力金融、依托媒介、创新文旅”总体思路，以财经综合服务及创新文媒体旅为主攻方向，以满足用户文化消费升级需求，提升企业价值为目标，打造两个服务供应商，一个新兴生活方式文化生态圈。

**第一，财经服务提供商：**重点发力整合以中国资本市场指定信息披露服务为核心的财经媒体服务平台“时报传媒”与金融交易平台“东海证券”相关资源与业务，深挖“财经资讯+财经服务+文旅金融+交易服务”的一体化服务，强化公司的大数据能力并积极向人工智能方向拓展，以提供符合用户投资需求的财经资讯数据服务产品与交易服务作为一大入口，打造客观、专业、权威、特色的财经综合服务提供商。

**第二，打造以科技为特色的文媒体旅服务：**以创意和科技创新为主要驱动力，以信息技术、互联网、物联网、大数据、区块链为基础，依托公司现有媒介平台资源、品牌资源、IP 资源和上亿的用户资源，打造突出智能语音、全息影像、VR、AR 等科技特色的文媒体旅服务。

围绕公司现有媒介平台资源、基础设施资源、品牌资源、IP 资源和用户资源，基于公司类型化音乐、动漫等内容，凭借公司网络视频、音频的渠道优势，整合构建音乐、动漫等 IP 优质互娱平台。以粉丝经济、体验经济为主题，适时延伸游戏产业，打通公司资源变现通道，结合音乐小镇、动漫小镇、文创园区、传媒村等形态，发展一站式体验消费旅游项目，以提供符合用户文化旅游、娱乐休闲、娱乐竞技为导向的文化娱乐产品与服务作为一大入口，进行“文化+”、“媒体+”、“智能+”产业延伸与融合，打造全新的文媒体旅矩阵式产业消费链条，打造以科技为特色的、满足用户个性化、差异化、一站式体验消费链条的文媒体旅综合服务提供商。

抓住海南国际旅游岛的发展机遇，实现公司创新文旅业务的战略突破。公司作为海南的优秀上市企业，在海南建省办特区 30 周年之际，必须抓住海南加快建成国际旅游岛及打造改革开放升级版的历史性机遇，实现文旅产业的抢滩布局与快速发展。

**两大业务融合，打造新兴生活方式文化生态圈。**财经服务与创新文旅两大业务未来可以在产品运营、渠道分发、流量入口、用户数据后台分享与管理等诸多业务层面互懂、互联、互通、互用，相互纠缠、相互渗透，相互协同，互动融合；也可在资产投融资、团队管理与运营、线上轻资产与线下体验式重资产上互动融合；借助线下文娱体旅资产的场景优势，推动公司金融、财经产品服务的落地。金融财经数据资讯本身也可以为文娱体旅资产与项目提供金融服务、资本市场服务，最终形成线上线下全场景融合，覆盖用户财经、旅游、娱乐、竞技体验的全景式的新兴生活方式的文化生态圈。

## 五、战略目标

公司通过对核心子公司未来五年业务及盈利做出预测，结合公司资产负债率和筹资指标，以及每年度公司外延式并购发展业务及净利润增长的预估，确立公司未来五年资产与业务目标。

公司努力建立两个核心文化传媒资产服务体系，实现各平台间的战略协同，构建以“财经资讯+财经综合服务”为核心的财经信息数据服务提供商，以科技为特色的“文化娱乐、文化体育、文化旅游”等文娱体旅综合服务提供商，打造具有较大规模、较高品质、较强品牌影响力的一流新兴生活方式文化生态圈。

在业务具体目标实施执行上，以五年作为具体落实时间点来划分。2018 年度，是公司新发展战略规划实施第一年，公司进入发展“换档期”、战略转型期。公司将努力克服困难，应对“换档”震动与转型阵痛，在加强内部整合重组的同时，通过引入一些项目资产与现有业务结合，培育出 1-2 个产品品牌；文娱体旅项目部分，立项并推进若干个自有项目，孵化培育 1-2 个重大核心资产。2019-2020 年度，是公司业务大发展时期，争取在两个战略方向上成功打造在业内享有声誉，并带来稳定现金流及利润回报的强势业务品牌与项目模

块。2021-2022 年度，是公司业务利润收获期，经过前 3-4 年的耕耘，实现外部并购整合与现有业务的有效结合与融合发展，实现核心业务利润快速增长和公司价值爆发式提升。

## 六、战略实施举措

第一，加强政策和市场的研究与分析，为业务发展提供顶层设计与指导。第二，建立战略保障落地机制，确保战略规划和运营实际相契合。第三，加大外部资源并购整合力度，实现公司规模和效益的快速提升。第四，抓好现有项目管理与内部整合，做到扬长避短、奖优罚劣。第五，拓宽融资渠道，优化筹资结构，合理规划、配置短、中长期融资及融资品种。第六，强化实施人才兴司战略，建立和完善人才培养、引进、使用机制；第七，优化内部管理构架与机制，有序协作，高效运行；第八，弘扬“拼搏、诚信、和谐、创新”企业精神，使企业文化成为公司持续发展的重要力量。

## 七、愿景与使命

**公司愿景：**继续秉承“传播信息，弘扬文化”的经营宗旨，运用自身渠道及用户优势，做好特色、精品内容产品与服务，拥抱科技，借力金融，依托媒介，创新文旅，最大限度地满足新时代用户的文化消费升级需求，夯实基础，持续创新，转型发展，融合发展，品质发展，持续发展，努力把公司建设成为中国新型智慧文化传媒集团；致力打造文化传媒产业的“百年老店”，坚持对股东、对团队、对员工、对客户、对合作伙伴、对政府、对社会、对国家等各方负责，真正实现互利共赢。

**公司使命：**专业提升价值，创新驱动发展，更好服务用户，更多回报股东，做优秀的企业公民。