

北京歌华有线电视网络股份有限公司

2014 年社会责任报告

北京歌华有线电视网络股份有限公司（简称“歌华有线”）于 1999 年 9 月经北京市人民政府批准成立，授权负责全市有线广播电视网络的建设、管理和经营，并从事广播电视节目收转传送、视频点播、网络信息服务、基于有线电视网的互联网接入服务、互联网数据传送增值业务、国内 IP 电话业务和有线电视广告设计、制作、发布业务等。

歌华有线公司于 2001 年在上海证券交易所上市（股票代码 600037），是国内有线网络首家上市公司、国内第一批三网融合广电试点企业、北京市第一批文化体制改革试点单位、北京市高新技术企业，2009-2011 年连续三届入选全国文化企业 30 强，2012 年被中宣部等四部门评为全国文化体制改革工作先进单位，2014 年入选首届首都文化企业 30 强，连续被评为纳税信用 A 级企业。

2014 年，公司全体干部员工全面落实“一网两平台”战略规划，锐意创新，攻坚克难，创新体制机制，优化市场结构，圆满完成了各项重点工作任务，在技术创新、业态创新、资本运作、融合发展等方面实现了一系列重大突破，经营指标实现大幅稳步增长。在广大股东和社会各界的广泛支持下，公司坚持企业行为与社会责任紧密结合，重视履行社会责任，实现了经济效益和社会效益相统一。

一、企业基本情况

（一）企业概况

公司设有 24 个部门，15 个分公司及 6 个控股子公司，2800 多名员工。截至 2014 年底，公司拥有有线电视注册用户 551 万户（其中高清交互数字电视用户 420 万户），集团数据业务超过 2.7 万线，个人宽带用户超过 31.6 万户，歌华飞视用户超过 33.5 万户。公司网内传输模拟电视节目 59 套、数字电视节目 173 套（其中高清电视节目 25 套）、数字广播节目 18 套和多种交互数字电视应用服务，是全国传输数字电视节目、高清电视节目以及保留模拟电视频道最多的有线电视网络公司。公司在京敷设光缆线路 4 万余公里、电缆线路 24 万公里，除总前端机房外，拥有一级传输机房 15 个，已

建成二级传输机房 200 余个，小区接入机房上千个，双向网络超过 520 万户，已形成覆盖全市 16 个区县，可承载视频、语音、数据的超大型信息化基础网络。

（二）经营情况

2014 年，公司全力实施“一网两平台”发展战略，创新体制机制，优化市场结构，大力拓展三网融合新业务，积极布局新媒体、发展新业态，经营指标实现大幅稳步增长。报告期公司实现营业收入 246,600 万元，同比增长 9.62%；实现利润总额 57,435 万元，同比增长 49.53%；实现归属于母公司所有者的净利润 56,875 万元，较上年同期增加 19,200 万元，增幅 50.96%。

（三）组织机构优化调整

为配合公司战略转型，建立以市场为导向的快速响应机制，进一步实现部门职责清晰、流程顺畅，公司加强了业务板块专业化管理，完成了组织架构的调整优化工作，确定了党务纪检监督、管理保障、业务运营、网建及技术支撑四大体系及相应的内设机构调整方案，并完成实施。公司有 12 个部门涉及组织架构调整、21 个部门涉及职责调整，调配干部员工 180 余人。

（四）主要荣誉

序号	获奖时间	奖项名称	颁发单位
1	2014 年 5 月	“2013 年度北京市五四红旗团委”	共青团北京市委员会、北京市人力资源和社会保障局
2	2014 年 9 月	“首都文化企业 30 强”	光明日报社、经济日报社
3	2014 年 11 月	公司研发的 DVB+OTT 融合终端在“媒体融合发展创新榜”研评活动中荣膺“最具特色智能硬件产品设计”奖	国家新闻出版广电总局发展研究中心
4	2014 年 11 月	“2012-2014 年度首都文明单位标兵”	首都精神文明建设委员会
5	2014 年 12 月	“2014 年度国家安全人民防线建设工作先进集体”	北京市国家安全局

二、对股东和债权人的责任

（一）完善公司治理，规范公司运作

按照证券监管部门关于加强上市公司治理的相关要求，公司本着规范运作、严格自律的原则，以维护股东利益为目标，进一步提高公司治理水平，加强内部控制审计，保持了持续、健康、稳定发展。

（二）及时召开“三会”，确保股东行使决策权

2014年，公司共召开5次董事会、6次监事会、1次股东大会。本次股东大会，除现场会议外，还同时向股东提供了网络投票方式，有利于股东行使权利。

（三）履行信息披露义务，加强投资者关系管理

2014年，随着公司加快战略转型，在技术创新、业态创新、资本运作、融合发展等方面实现了一系列重大突破，到公司调研、咨询的投资者人数增多、频率变高。公司按照要求，完善网站内容，保持投资者专线电话畅通，热情接待到公司调研的投资者，进一步强化信息披露、规范公司治理，提升中小投资者的知情权、收益权。全年累计到公司调研的投资者近300人。

三、对员工的责任

2014年，通过校园、社会招聘等渠道，公司共招聘近百人，均为专业技术和新媒体人才，为公司的持续发展注入了新的活力。目前，公司已经建立起一支综合素质高、人才结构合理的干部员工队伍，员工总数达2800余人。

（一）全面保障员工劳动权益

公司严格遵守劳动合同法，与员工、实习生100%签署劳动合同、实习协议，保障其合法权益。公司依法为员工办理了社会保险手续，并按比例缴纳应由公司承担的社会保险费及住房公积金，2014年共缴纳5151万元。公司员工可享受法定休假日、带薪年假、婚假、丧假、探亲假、产假、哺乳假等假期。自2004年起，公司按照市政府相关文件规定，每年都及时、足额、主动地缴纳残疾人就业保障金（2014年缴纳45万元），先后四次荣获先进单位，充分体现了对残疾人群体的关爱。公司于2009年制定了企业年金制度，为员工提供了与公司共同成长的平台，增加了员工退休后的生活保障。2014年，公司支付员工企业年金总额283万元，企业年金累计总额达4292万元。

（二）不断优化员工培训体系

2014年，公司以深化重点主题培训项目运作为目标，共组织培训300余人次、600余学时。为提高公司人力资源管理专业化水平，组织开展了“数据分析在人力资源管

理中的应用”培训；为提升营销技巧、服务水平、维护技能和管理水平，制定了网格化管理试点员工培训方案；为提高挂职锻炼人才培养质量和实战能力，先后组织挂职锻炼干部前往环球购物、上海百视通和阿里集团等标杆企业考察学习，并组织了两次管理创新及专业知识培训。

（三）建立健全员工激励机制

为打破单一依靠职务晋升的发展机制，公司开展职级体系搭建工作，设立了“专业技术”、“市场营销”、“专业职能”和“综合行政”四大专业序列七个层级的多通道职业发展路径，通过职级职档调整体现了短期与长期激励相结合；制定了《职级体系管理办法》等制度，进一步明确了员工业绩评价机制及相应的激励机制；修订了《绩效考核管理办法》和《专项奖励办法》，强化专项奖励激励效果；全面拓宽了员工职业化发展通道。同时，通过内部招聘盘活公司存量人才资源，为员工提供多元化的职业发展机会。

（四）保障员工民主管理

为进一步贯彻民主集中制原则，公司继续完善民主、科学的决策程序，不断健全民主管理机制，维护员工民主管理权益，强化员工民主参与、民主管理和民主监督，提升员工参与公司决策的能力。

（五）注重员工安全健康

按照国家劳动安全卫生相关规定，公司不断改善施工现场、室外工作现场以及机房的作业环境，全面做好防寒防冻、防暑降温工作，及时配备、发放相应物资，最大程度上为员工提供安全、卫生的工作环境和作业条件。同时，公司为员工开展了6期生产安全、消防安全等方面的教育培训，增强员工的安全意识；进一步优化补充医疗保险方案，为全体员工增加保险项目，加大重大疾病理赔保障并缩短理赔周期，保证理赔款及时到账；组织全体员工进行了2014年度集体体检。

（六）关爱员工生活

公司尊重员工、关爱员工，以实实在在的行动关心员工的工作和生活，使员工感受到家一样的温暖，增强归属感。一是公司领导注重与一线员工、年轻员工沟通交流，了解其生活、工作情况。二是进一步完善职工互助保障计划，2014年职工互助金共收到职工自愿捐助11万元，共按程序为3名困难职工发放互助金9万元，形成了和谐融洽、关爱互助的良好氛围；三是积极落实送温暖、帮困解难和走访慰问工作；组

组织了“共产党员献爱心”捐款活动，捐款总额达 6.5 万元；四是重视做好老干部管理和走访慰问工作。对生活特别困难的退休干部给予经济援助，帮助退休干部解决实际问题。此外，推选 2 名退休干部作为公司第二次党代会的代表参加会议。

四、对用户的责任

2014 年，公司以“大客服”、“现代客服”为发展目标，继续加强呼叫中心、营业厅服务质量建设，启动网格化营维服务体系试点工作，提升整体服务水平。

一是保障客服热线畅通。通过加强培训、科学排班、理顺流程、完善自助服务、加大质检力度等措施，确保热线接通率和服务质量。2014 年，96196 服务热线系统呼入量 1066 万人次，较去年 945 万增加了 121 万，增加 12.8%；受理用户诉求 925 万人次，较去年 789 万增加了 136 万，增加 14.7%；96196 人工接通率达到 93.97%，IVR 用户满意度 98.18%，用户回访满意率 99.67%。

二是提升营业厅服务质量。根据用户分布合理设置营业厅，所有营业厅须将服务承诺时限、资费标准等统一上墙公布，加强营业厅考评，提高服务管理水平。同时，加强营业厅软硬件建设，提高标准化和专业化服务水平。制作了《营业厅服务规范教学片》；组织 30 个营业厅共 547 人进行了服务规范和服务技能培训；制作了统一工装，配置了一号通，实现了服务评价器和叫号机的数据对接；引入暗访机构，完善考核机制，实现标准化、精准化和科学化管理，营业厅年度考评平均成绩提升至 98.98 分。

三是启动网格化试点工作。2014 年，公司正式启动了网格化营维服务体系试点工作，推进实现维护服务和业务营销的规范化、标准化、精细化与制度化，进一步提高公司的服务水平和营销能力。目前，已经启动第一批和第二批网格化试点工作，覆盖注册用户超过 66 万户，划分为 136 个网格。网格化试点工作有力促进了维护服务水平的提高，为全面推广打下基础。

四是加强电子服务渠道建设，方便用户服务和缴费。在原有基础上，新增开通中国银行、光大银行、浦发银行、中信银行网银及终端缴费渠道，实现了公司网厅支付宝缴费渠道上线，累计缴费渠道达 28 个；加强电视营业厅建设，实现全业务产品购买、缴费、查询和在线报障功能；开通微信公共账号，对公司产品业务情况进行及时告知；建立短信平台，及时告知用户欠缴费情况，避免用户忘记缴费而停机。

五是优化机顶盒软件，缩短开机时间，提升用户体验。公司始终高度重视有线电视用户体验提升，2014 年就如何进一步缩短开机时间、减少开机广告、提升用户体验

等事宜进行认真研究部署。全年共完成六批次机顶盒软件升级工作，完善机顶盒功能和用户体验，重点实现开机优化、解决部分死机和音视频不同步等问题。开机优化方面，将进入直播频道的开机图片广告时长缩短了 7 秒。

此外，公司积极开展“用户之家”活动，邀请用户到公司参观、体验、交流；开展“学雷锋”、“党员进社区”、“服务进社区”等公益服务活动，其中“党员进社区”志愿服务活动开展 40 余次，500 人次参加。

五、对社会的责任

（一）圆满完成十八届四中全会、APEC 会议等重要保障期有线电视安全传输

安全是公司的生命线，是首要政治任务。2014 年，公司圆满完成了春节、全国“两会”、国庆、十八届四中全会、APEC 会议等重要保障期有线电视传输安全和网络信息安全保障工作。完成了 APEC 会议北京雁栖湖国际会都项目有线电视工程建设、验收及会议保障。全面深入开展了安全传输隐患排查整改工作，从内容安全到技术安全、内网安全到外网安全、内部安全到外部安全等不同维度进行了彻查。

（二）继续推进双向网络改造和高清交互数字电视推广工作

根据市委市政府的总体部署，北京市在 2009-2011 年已完成全市 260 万户高清交互机顶盒推广的基础上，将在 2012-2015 年继续完成 200 万户高清交互机顶盒推广工作。2014 年，公司克服农村地区有线电视网络改造压力，选定 C-DOCSIS 技术进行农村双向网络改造，全年开通 40 万户双向网，累计开通超过 520 万户。同时，公司积极配合北京广播电视台做好机顶盒采购工作，做好网络、机房基础设施建设和改造工作，截至 2014 年底累计完成高清交互数字电视机顶盒推广 420 万户。

（三）完成全媒体聚合云服务平台一期建设

公司努力学习跟踪全球云计算技术发展，探索符合中国有线电视行业发展要求的云平台构架，完成了“歌华云平台”一期建设并正式上线。“歌华云平台”是基于有线电视 HFC 网络，面向互联网、移动互联网的云平台，旨在构建内容、渠道、平台、经营、管理“五位一体”的媒体融合发展的新型平台，是目前广电行业云平台中，用户规模最大、最完整的聚合云服务平台。

北京的高清交互数字电视用户无需更换机顶盒即可实现向云平台的平滑升级和用户体验的不断改善，这就盘活了 420 余万台存量机顶盒终端资源，全面保护了政府和企业的巨大投资。升至云平台后，机顶盒界面操作速度及响应速度得到显著提升。

“歌华云平台”具有强大的业务支持能力，能支持流畅的高清、3D 和虚拟现实等应用。云飞视和云游戏就是基于云平台的典型应用，下一步还将提供更多、更新、更优质、更酷炫的云服务应用。

（四）做大做强高清交互数字电视新媒体

在打造全球最大的城市有线电视媒体平台的同时，公司加快了高清交互数字电视新媒体建设。公司坚持以人为本，从用户需求出发，不断丰富节目内容，创新表现形式，提供用户喜爱的节目和应用，打造品牌服务产品，已将高清交互数字电视打造成首都用户精神文化生活中不可或缺的一部分。2014 年，高清交互平台节目总量达 7.4 万小时，歌华点播在线节目总计 3.6 万小时（其中高清节目 2 万小时，标清节目 1.6 万小时）；“电视回看”频道从 69 套增至 108 套，数量居全国各省市首位，目前日点击量突破 365 万次。同时，公司创新推出了歌华导视、歌华高清、歌华阅视、4K 专区、健康专区、游戏专区等新应用、新栏目，极大地丰富了用户的精神文化生活。

（五）推出“电视院线”公共文化服务项目

2014 年 1 月 27 日，公司推出了“电视院线”公共文化服务项目，以“好影片+低价格+后付费”的方式，为用户提供全新观影体验，赢得了高度认可，获得了良好的社会效益和经济效益。12 月 6 日、7 日，公司开展了“全民观影日”活动，全市所有高清交互用户可在家中免费观看“电视院线”栏目中 40 部热门影片。活动期内，“电视院线”栏目点播超过二百万次。

为加快向全国其他省市推广，公司于 2014 年底组织召开“中国电视院线”峰会，启动成立“中国电视院线联盟”，启动与 30 余家省市网络公司合作，覆盖超过 2000 万高清双向用户，近两亿有线电视用户。联盟将通过成立控股公司及运营公司的方式，开展运营“中国电视院线”，使“电视院线”的公共服务模式推向全国，搭建全新的公共文化服务平台，缩短影片从传统影院到电视平台的“窗口期”，开辟传统院线之外的第二大电影发行市场。

（六）建成全国首个收视数据实时采集分析系统

不同于传统收视率调查，公司大样本收视数据中心依托超过 420 万高清交互数字电视用户，实时记录所有电视用户的收视行为，具有客观、准确、权威的特点，数据真实、可靠性强，满足了大数据时代行业对收视数据越来越快速、高效的要求。2014 年 11 月，公司正式推出了“歌华发布”收视数据品牌产品，包括“北京地区有线电

视用户每日不重复开机率”、“收视用户每日每户平均收视时长”等收视数据情况，引起业内积极反响，获得广泛认可。特别是北京地区近两年日均不重复开机率高于 60% 的统计数据，引导了社会舆论对主流媒体影响力的积极评价。

（七）不断加强科技研发工作

一是科技项目立项工作。完成了“数字文化传播示范基地”、“基于直播电视的互动增强多媒体应用”、“跨区域互动电视媒体应用聚合云服务总体架构及关键技术研究”项目的申报及立项；完成了“网格化营维支撑系统”、“内网安全运维审计平台项目”、“IT 支撑系统综合网管项目”、“全媒体聚合云服务平台”等公司内部项目的立项工作。

二是自主知识产权申报与获取工作。共完成 8 项专利的申请工作，对 13 项已申请专利进行了维护，完成了专利试点单位的资质报备；申请并获得 15 项计算机软件著作权。

三是技术标准研究、制定工作。完成北京市地方标准《民建通信及有线广电基础设施设计规范》的修订工作；完成北京市总体规划修编工作中有线电视部分的规划修编。

四是正式成为美国 CableLabs（有线电视实验室）的会员，并积极与 CableLabs 进行专题交流，取得了良好的效果。

五是依托下一代广播电视网（NGB）实验室，全力实验并从“云、管、端、联、运”各个层面统筹、搭建了歌华有线全媒体聚合云服务平台。同时，开发了更为小巧、功能强大的云终端，构建了更为开放的终端平台。

六、对环境的责任

歌华有线公司积极响应国家节能减排等相关政策号召，以高度的责任感和使命感，通过严抓管理、技术革新等方式节能降耗，保护环境，确保实现企业经济效益与社会效益、环境效益相统一。

一是播放公益性质广告。依托高清交互数字电视平台，公司与首都精神文明办策划播出了“清洁空气，蓝天行动”、“北京榜样”等公益广告，与市环境保护宣传中心、市烟花办策划进行了“2014 北京首届环境文化周”、“烟花爆竹安全燃放”等主题宣传，提醒市民增强环境保护意识。

二是做好节能减排相关工作。按照市发改委工作要求，积极开展完成了碳交易账

户开户，2013 年碳排放数据统计上报及核查等相关工作。

三是倡导绿色办公。不断优化、完善办公自动化（OA）系统，实现了更多工作、业务流程的无纸化、自动化办公；充分利用视频会议系统，既节省了交通成本，又提高了工作效率。同时，加强对公司全员的环境保护教育，鼓励员工在日常生活、工作中注重节约资源和能源，选择公共交通工具，共同营造绿色舒适的办公环境。

四是美化城市环境，净化生存空间。公司积极配合市政府相关部门做好 2014 年老旧小区改造工作，完成了小区改造过程中的缆线改移工作；完成了 50 条道路的架空线入地以及相应废弃缆线、线杆的核实清理工作。

歌华有线公司已成为首都公共文化服务和信息化建设的重要支撑平台，基本实现了由单一有线电视传输商向全业务综合服务提供商、由传统媒介向新型媒体的战略转型，步入快速发展时期。2015 年，公司将坚决按照中央关于“推动传统媒体和新兴媒体融合发展”的总体要求，紧紧把握难得的战略机遇期和跨越发展黄金期，全面深化“一网两平台”发展战略，加快全媒体产业布局，全力探索打造具有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，为首都公共文化服务和信息化建设，为首都文化产业大发展大繁荣作出新的更大贡献。

北京歌华有线电视网络股份有限公司

2015 年 3 月 21 日

