

中原大地传媒股份有限公司

2016 年度董事会工作报告

2016 年，公司继续按照“上规模、调结构、促转型、强开放、树品牌”的总体战略规划，牢牢把握发展机遇，同心协力，真抓实干，开拓进取，基本完成了年初制定的各项经营目标。

一、公司 2016 年主要经营工作回顾

（一）各项指标完成情况。2016 年，公司总资产为 101.48 亿元，同比增长 9.14%；归属于上市公司股东的净资产为 66.58 亿元，同比增长 9.13%；实现营业收入 78.90 亿元，同比增长 10.51%；实现净利润 6.72 亿元，同比下降 3.72%；实现归属于母公司的净利润为 6.73 亿元，同比下降 4.27%。

（二）社会效益进一步彰显。2016 年，公司始终坚持正确的政治方向和出版导向，弘扬主旋律，传播正能量，有效履行了国有文化企业的政治责任和社会责任。一是主题出版成效显著。人民社、文艺社、农民社等单位策划出版了《共和国日记》《中国工农红军长征记》《焦裕禄精神文献典藏》《中国红旗渠》《第一书记脱贫攻坚指导手册》等一批双效俱佳的优秀出版物，19 种图书选题入选“十三五”国家重点图书出版规划。二是出版物质量进一步提高。狠抓出版物质量管理，从严管控内容质量，严格执行三审三校、发稿发排、书号管理等规章制度。组织实施了对出版、印制、发行单位出版物质量管理状况全面检查，针对发现问题，及时纠正整改，并出台了《关于加强出版物综合质量管理的指导意见》。三是社会影响力进一步扩大。在第六届中华优秀出版物奖评选中，人民社的《书学要义》、科技社的《太平圣惠方校注》、农民社的《中国乡土小说名作大系》获得优秀图书奖，音像社的《马街书会》获得音像电子游戏出版物提名奖。海燕社《斗年兽》和大象社《名人家风丛书》入选 2016 年总局向全国青少年推荐百种优秀出版物。

（三）产业发展基础进一步夯实。一是抓好教材教辅的开发与维护，教材教辅质量不断提高。大象社积极开展对外合作，编辑出版了职教图书，旅游教材。美术社推出了《我向经典学书法·中小学生描红丛书》、《跟名帖练硬笔书法字

帖》等。科技社开发了“中小学综合实践特色课程系列读本”。古籍社的“中国传统文化启蒙读本”，“实验报告册”等教辅图书市场反响良好。二是提升服务质量，市场得到进一步巩固和扩大。大象分公司（即：教材出版中心）加强与地市教育部门合作，围绕“部编三科”教材开展 213 场次，培训老师 37685 人次；网络培训 7589 场次，培训教师 30 多万人，教版教材稳中有升；古籍社创新营销模式，《书法练习指导》《快乐足球》发行量实现稳定增长；发行集团开展“送书到校、服务到班”，持续优化细化了发行服务工作，提升了学校师生、家长和社会对新华书店品牌信任度和服务满意度。三是数字化产品收入不断提高。大象社 ADP5 数字出版与教育融合平台、大象教育服务体系建设效果明显，教育出版优势得到巩固；中教网数字教育产品和在线教育服务进一步优化，市场占有率逐步提高。

（四）结构调整进一步深化。一是出版板块紧盯社会文化市场需求，全面提升出版质量效益。科技社持续推进有效出版，重印图从 795 种上升到 1018 种。海燕社推出幼儿园达标验收产品《儿童学习与发展评价》及《幼儿舞动篮球》数字化特色课程等产品。二是印刷物供板块结构调整成效显著。印刷集团积极推动绿色印刷技术升级项目建设，数字印刷业务同比增长 22.7%。物资集团在稳固传统业务的同时，以包装客户为主要目标，开发了华泰瓦纸、临清瓦纸和进口牛卡等经营品种，开拓了新的市场客户和产品。三是发行板块立足多层次实体卖场渠道、“云书网”电商平台线上渠道、全省农村电商网络布局，提升服务教育市场、大众消费市场、电子商务市场的能力，满足“互联网+”时代多样性、个性化的文化生活需求。

（五）可持续发展能力进一步增强。一是进一步夯实优势领域基础，提升教育出版、三农出版、手工出版优势。中国教育出版网、ADP5 数字出版与教育融合平台建设稳步推进；依托“华夏文明传承创新工程”建设，加快“华夏文库”、“全球中国研究文献数据库”和三农数字图书馆建设，实现传统出版资源的全媒体呈现；实现从手工图书出版到手工产品、手工体验和培训、会展等资源的多元开发服务。二是加快培育特色领域，形成传记出版、生物出版等特色领域和规模优势。科技社加快完成植物、动物、微生物等原色图鉴出版，逐步在生物类图书出版方面形成特色和规模。文艺社“名人传记数据库”在线数字图书馆网站已建

设完成，传记图书原创出版形成了品牌规模优势。美术社“书法中国”、古籍社华夏文库系列图书及农民社“三农中国”特色产品线，出版品种增长迅速。三是加快数字化转型，创新发展模式，为持续发展增添后劲。美术社融媒体数字出版工程“i 美术”有序推进，农民社“天下农书”数字图书馆 2000 册农业技术图书已经聚合完成。海燕社幼儿多媒体互动课堂成功走出河南，已在广西、内蒙、河北形成市场。美术社中国书法资源数据库、古籍社 MPR 版《古文观止》、海燕社 AR 版《传统经典之中国式诵读》、科技社《记忆中原》等全媒体出版项目进展顺利。发行集团积极探索数字教育、幼儿教育服务等新领域，持续增长开拓新兴业务。濮阳、民权、新乡等书店，获得了地方数字图书馆、中小学优质资源库、教育资源云平台等业务；首家新华书童幼儿园顺利开园，积累了进军实体教育的经验。

（六）文化消费服务能力进一步提升。一是持续打造三级实体渠道发行体系。启动了 18 个店的卖场改扩建项目，13 个店的卖场新建项目和 5 个店的卖场购置项目，新增卖场面积 70000 多平方。启动建设了 20 家面积在 10000 平方米以上的大型文化综合体，改扩建 70 余家现代复合式书店，新建 31 家社区书店、校园书店，形成多层次文化传播服务网络体系，开展各类文化宣传和阅读推广活动近万场，有力服务了书香社会建设。二是打造第四层级的乡村文化电商服务站。以“云书网”电子商务平台为依托，新增了 17 个电子商业运营中心和乡村服务站建设项目，建设 9600 家乡村文化服务站，将文化服务终端延伸至乡村，有效解决文化服务“最后一公里”问题。三是打造新华快的网络体系。整合县域物流快递资源，拓展县域快递市场，形成以县级物流分拣中心、“新华快的”班车、乡村服务站为核心的新华快递网络体系。

（七）开放合作力度进一步加大。一是“走出去”力度不断提升。围绕国家“一带一路”战略，发行集团与吉尔吉斯斯坦就建设中原文化海外发展中心进行了实质性接触，中心建设工作已经启动。科技社打造外向型对外汉语教材，策划推出《快乐手工学汉语》英汉双语图书。二是版权贸易工作扎实推进。组织召开了版权贸易及河南图书走出去座谈会，开展公司成立以来首次版权贸易工作调研总结，在此基础上形成公司“十三五”时期走出去工作规划。海燕社与世界著名童书出版机构合作，重点推出了从美国引进的《哈利·波特》系列配套电影书、

涂色书和《〈魔兽世界〉艺术原画集》，从法国引进的《小兔汤姆的成长烦恼图画书》系列已出版 30 册，累计销量已超过 700 万册。三是豫浙战略合作持续推进。全面推动数字教育、合作出版、大项目合作、连锁经营、运营管理、市场开拓等全方位、高水平战略合作向更高层次提升。四是与台湾地区的合作进一步加强。公司与台湾学创集团、台达集团、嘉惠集团开展合作，智慧教室、脑波教室、护理云平台已经进入试点实施阶段，VR 特色教程开发也已经达成意向，为未来数字出版产业基地引入台湾智慧产业入驻集聚了项目资源。五是产业发展途径进一步拓展。数字中心与中科大、中科院古动物馆合作，第一部 108 集《中国恐龙五宝寻祖历险记》系列科普动漫项目已经开始实施。文艺社与北京酱油熊动漫文化公司合作成立工作室，第一批产品已上市。海燕社与河南影视集团合作拍摄的《足球梦 中国梦》校园足球系列电影科教片正加速推进。

二、2016年董事会日常工作回顾

2016年度，公司董事会严格按照法律、法规以及《公司章程》、《董事会议事规则》、各专门委员会工作细则和《独立董事工作细则》等规定行使职权，加强规范运作，不断提高董事会的决策能力以维护全体股东利益。主要工作情况如下：

（一）忠实履行信息披露义务，努力提升信息披露质量。2016年度，公司董事会严格按照深圳证券交易所最新信息披露格式指引及信息披露备忘录的相关要求，忠实履行信息披露义务，确保投资者真实、准确、及时、完整的了解公司的生产经营及重大事项的运作情况，最大限度的保护投资利益。全年，公司董事会指定媒体对外发布公告53条，其中包括定期报告、重大资产重组相关事项公告、股东大会、董事会、监事会相关事项公告、对外投资、对外担保等其他事项相关公告。做到了真实、准确、完整、及时、公平的信息公开。

（二）重视并积极做好投资者关系管理。董事会十分注重投资者关系管理工作，与投资者之间建立了多种沟通渠道，虚心听取投资者对公司发展的建议，在符合监管规则的前提下，及时向投资者说明公司经营管理、业务转型以及未来发展等情况，自觉接受投资者对公司的评议和监督。董事会下设的证券法律部工作人员对每位投资者的来电来访均做好详细的记录，并对投资者提出的问题及建议，进行逐一答复收集。2016年度，证券法律部共接听个人投资者和机构投资

者的来电 200 余个；对于深交所网站的互动易投资者提问平台和公司对外公布的公共邮箱来信，坚持做到每天查阅，全年累积回复投资者提问约 380 余条。

（三）完善董事会自身建设，提升履职能力。报告期内共召集股东大会2次，年度股东大会1次，临时股东大会1次，对股东大会决议及授权事项逐一贯彻落实；本着对股东负责的原则，积极履行职责，全年召开董事会会议8次，其中2次现场会议、2次现场+通讯会议、4次通讯会议，共审议47项议案，审议事项涉及定期报告披露、重大资产重组、对外担保、提供财务资助、聘任董事、副董事长等重大事项。董事会会议的召开及审议程序均严格执行了证监会、深交所有关规定和公司的相关制度，并在会议召开后及时公告了审议内容，确保了投资人的知情权。

董事会各专门委员会能够按照职能分工分别履行职责。报告期内，审计委员会、提名委员会、薪酬考核委员会均召开了一次会议，对相关议案提出了专业意见和建议，为公司董事会科学决策提供了有力保障。

三、2017 年生产经营工作主要任务

整体工作思路：继续坚持“上规模、调结构、促转型、强开放、树品牌”的总体要求，紧紧抓住升级发展这条主线，力争实现营业收入增长 8%以上，利润增长 6%左右。

（一）着力打造内容资源开发体系。内容建设是出版产业的立业之本，是发挥国有文化企业宣传文化主阵地、主渠道、主力军作用的基础。第一，快速实现资源集聚。要按照专业化、集约化、品牌化原则，通过与专业机构专业团队合作，聚合、集约特色领域优质内容资源；继续实施“一流作者合作计划”，聚合高端作者资源；加大版权贸易和“走出去”工作力度，充分利用国内国际两个市场两种资源；介入知识产权产业，聚合优质知识产权资源，充分发挥优秀 IP 的潜在价值，构建以特色资源为核心的出版生态。

第二，重点落实项目支撑。要落实双百主题出版工程、双百原创出版工程、双百版贸出版工程、双百常销书畅销书出版工程、双百品牌书系出版工程等“五个双百出版工程”，打造中原特色出版品牌；加强项目库建设，做好国家、省级、公司各类出版产业项目，寻求和提供更多资金保障；修订完善产业发展专项资金管理办法，实施双效统一考核办法和配套激励措施，为项目建设提供机制保障。

第三，持续实施精品打造。要围绕党的十九大召开等中心工作，切实担负起主题出版的主体责任，完善主题出版长效机制，弘扬主旋律，传播正能量；继续实施华夏文明传承创新工程，重点推进“中原文库”、“华夏文库”、“大地文库”三大文库，打造文献、普及、学术三个层面的突出特色；继续实施“双十计划”，推进融合发展，形成 20 个特色领域的一体化出版优势，不断提高出版主业的社会影响、市场份额和发展后劲。

第四，加快推进一体发展。在特色领域和特色项目上寻求传统出版与新兴出版一体化发展的突破。通过特色内容资源的立体化开发，从基础资源、核心项目到常销品种，形成兼顾高中低端的产品线布局和产品群效应；通过“双十计划”的“四个一”提升，每一个特色方向都要出版一批多介质产品、搭建一个专业化平台、出版一个专业数据库、建设一个数字图书馆，形成内容资源的全媒体呈现；通过多终端发布、全媒体营销和全网络传播，实现一个内容多种创意、一个创意多次开发、一次开发多种产品、一种产品多个形态、一次销售多条渠道、一次投入多次产出、一次产出多次增值。

第五，延伸拓展知识服务。推广“手工中国”的开发服务模式，以特色出版带动特色产业；加强论证，加快推进专业出版的数据库、数字图书馆开发及服务模式建设，形成一批数据库和数字图书馆产品，并取得初步效益；整合教育、专业、大众出版资源，特别是中原文化内容资源，介入公共文化服务和智慧城市建设，拓展产业发展新空间。

（二）着力打造教育综合服务体系。教育服务是公司工作的主线，也是公司产业的核心板块。**第一，巩固完善教育内容资源系统。**要突出教材教辅生产供应在公司产业中的主体地位，深挖传统主业潜力，巩固教材教辅市场，确保市场占有率稳中有升。要抓住国家加强和改进大中小学教材建设的历史机遇，在保证公司租型教材其它学科市场份额的前提下，力争 3 年实现中小学道德与法治、语文、历史三个学科国家教材及配套教辅的全面覆盖，并千方百计拓展扩大其它学科教材教辅市场份额，不断巩固和扩大主营业务阵地，夯实产业发展基础；要创造条件做好中高等职业教育教材、本地高等教育公共基础必修课程、学科专业核心课程教材的编写与建设，力争在中高等教育教材服务领域实现更大突破。要加速推进教育内容资源数字化。积极引进增强现实、虚拟现实、复合数字出版等新技术，在建设数字化教材教辅、微课及翻转课堂应用平台、多媒体教师备课资源库、虚

拟实验室、数字图书馆的同时，将智慧化精准题库作为核心建设目标，本年度实现量的积累与质的突破。要快速向教育产业两头延伸，形成涵盖学前教育、中小学教育、中高职及高等教育、成人教育的教育内容资源系统。

第二，建设并运营好功能强大的在线教育云平台系统。要以公司教育云平台为载体，以海燕少儿教育平台、音像社中教网、大象 e 课教育服务平台、科技社职教平台等为依托，尽快形成内容丰富、门类齐全、功能强大的在线教育服务系统。做好公司教育云的运维工作，为各出版社提供不同层次、不同规模、不同类型的在线教育服务硬件支撑；管理、指导公司系统各专业网站的商业运营，充分发挥综合效益；运营好中阅网及手机端“16 开”应用平台，为终身教育和学习型社会的打造提供丰富的内容资源和强大的平台支持。

第三，研发推广周密严整的教育管理网络系统。要以服务区域和学校教育管理信息化为目的，加快研发打造面向各级教育行政部门和各级各类学校的管理系统，为区域和学校教育管理信息化提供先进而周密的解决方案；研发打造面向不同层次的校园网管理系统，融教学管理、学生管理、后勤管理、教研管理以及安全管理、绿能管理于一体，为各级各类学校提供先进且模块可选的管理信息化解决方案；研发打造一流的家校沟通联络系统，帮助学校组织好家庭及社会教育资源，为学生的健康成长提供及时有效的帮助。

第四，开发应用精准的学习检测与发展评估系统。要加快研发应用先进的学生学业成绩考试与评价系统，积极应用教育大数据，帮助学生、班级、学校和区域分析教育教学效果得失，有针对性地进行练习推送、个性发展设计、区域发展评估等精准服务；要加快研发应用面向学生全面发展的成长评价系统，帮助学校建立科学有效的素质教育评价体系；要积极向学校推荐先进的教学改革模式，提供改进课堂教学、推进教师发展、涵养校园文化、完善学校管理等提升学校综合发展水平的系统方案；要研发建立完善的教育发展水平评价系统，向学校和区域教育提供精准的第三方教育发展评估服务。

（三）着力打造文化消费集成服务体系。文化消费服务是出版传媒业的基本内核，发行集团是公司打造文化消费集成服务体系的主阵地。**第一，建设结构先进的传播服务渠道。**要在全省新华书店现有省市县三级渠道网络的基础上，适应“互联网+”时代市场新需求，加快完善以省级总部实体渠道连锁、电商网络与 128 个市县运营中心、中盘配送中心、物流分拨中心以及线上线下 O2O 服务终端

为载体的立体传播体系；按照试点先行、典型引路、总结经验、推广全省的路径，进一步激活遍布全省城乡的乡村社区服务站点，在基层形成覆盖完整的网状布局，成为靠得住用得上信得过的文化消费服务主渠道。2017 年，要完成试点经验总结并开始向全省扩展。

第二，不断丰富和延伸传播服务功能。要依托全省正在完善的立体网状传播服务渠道，集聚优质文化资源和商品服务资源，主动适应和满足城乡群众五个方面的消费新需求，逐步丰富和延伸传播服务功能。即在满足社会读者学习购书和文化阅读需求的基础上，要通过丰富服务功能，逐步满足基层群众的大文化产品消费需求、日常生活必需品消费需求、生活便民服务和信息服务需求，以及跨行业的其他植入型消费需求等。

第三，形成技术领先的信息服务。要进一步深化豫浙战略合作，提升以门店卖场请配为主的连锁业务系统，持续增强连锁经营业务的市场贡献能力；完成云书网平台升级与技术升级，提升“购物+服务 智慧新生活”电子商务平台功能；增强物联网技术应用，在封丘、平舆、林州等地建成方便、快捷、高效的智慧物流和快递系统，为全省推广提供示范；重视客户行为统计与分析，加快研发掌握客户潜在需求的客户画像技术；研发数字加工新技术，加快集聚数字内容，为智慧城市建设提供更加丰富的内容产品。

第四，提供周到完善的保障服务。要通过 24 小时书店建设和网上书店升级，为读者提供不间断的阅读服务；通过线上线下融合服务，完成全省新华书店卖场的智能化升级，强化读者的 O2O 消费体验；通过理念引领和一站式服务，加大宣传和推广力度，强化整体书房个性订制服务；通过省市县大小中盘建设、分拨中心建设、新华快的班车开通，为客户提供更加便捷的物流快递服务；通过系统升级和标准提升，加大督导指导与检查力度，强化课前到书、人手一册、送书到校、服务到班的教育服务，逐步形成满足各类客户需求的保障服务体系。

第五，建设模式清晰的运营体系。要强化顶层设计，明确管理层级，细化责任分工，通过总结试点经验，完善运营模式，加快形成“省级总部统筹管总、市县主建和运营、合伙人经营和服务”的运营模式，由省级总部负责统筹规划、总体推进，市县新华书店负责建设和区域运营，乡村社区服务站合伙人负责具体经营和提供服务。

（四）着力推进升级发展。

第一，技术上必须取得突破。一是要牢固树立“中央厨房”意识。选题策划时就要确立一次加工、多种生成、全媒体发布的运行模式，把综合策划作为策划编辑能力的第一要素，确保把优秀内容资源潜力挖掘到极致。二是要快速具备新技术应用能力。要积极引进、应用增强现实、虚拟现实、复合数字出版、人工智能等先进技术。数字加工中心要创造条件，建设具有先进技术应用能力的团队，尽快适应并满足新技术应用的需要；要积极开展与全国乃至全球一流技术企业的合作，确保集团技术应用水平始终跟上国际先进水平。三是要尽快推出新技术应用成果。在智慧教育、在线教育、数据库建设、大众阅读、知识服务、手机端应用开发、增强虚拟现实产品开发、优秀 IP 内容多形态生成等领域尽快形成一批新技术产品，并创新营销理念与模式，快速占领市场。四是要积极推进智慧城市服务计划。要全方位打造智慧城市内容提供、技术服务、平台运营的服务体系，抓住新县智慧城市和河南文化云建设的突破口，在点上深入突破，并快速扩大战果，让智慧城市建设的大平台成为我们文化服务的主战场。

第二，机制上必须取得突破。一是要创新适应升级发展的运营机制。公司各经营单位要在护盘传统业务的基础上，对创新型升级发展业务，通过单独设立项目部、事业部、分公司，实行独立核算；或设立子公司，或与外部资源合作成立合资公司。二是要创新适应升级发展的项目运作机制。要对升级发展项目实行“项目池”管理，各单位经营班子成员要带头组织业务骨干谋划项目，认真做好“项目池”入库申报工作，真正形成经营班子成员人人头上有升级发展项目、人人抓升级发展项目的良好局面。三是要创新适应升级发展的考核评价机制。要把升级发展的具体成效纳入各单位经营班子的年度考核目标，在原有考核指标的基础上，增加创新型升级发展业务考核指标与考核权重。年度评先要向升级发展做出成效的单位与个人倾斜，各类资金支持要向升级发展业务倾斜。

（五）着力推进供给侧改革。文化产品的供给侧改革就是瞄准小康社会建设过程中人民群众日益增长的品质化、个性化、社群化的精神文化需求，进一步调整产品结构，提高文化产品供给的质量和效益。要加大供给侧改革力度，在精心打造三大体系中把握好文化产品的生产供给方向。

第一，为社会提供更多中高端文化产品。一是按照专业发展方向和精品化、品牌化战略，加大中高端文化产品开发力度。出版单位要根据“双十计划”特色方向，打造精品力作，形成精品线和精品群；印刷物供和发行单位要借鉴优秀企

业成功转型的经验，充分发挥市场配置资源的决定性作用，认真研究与把握当代不同类型消费群体的消费习惯，为中高端客户群体提供优质的个性化、小众化特色服务，打造特色产品和服务品牌。二是加快改变低端、无效生产模式，解决低效率、同质化、出版供需错位问题。合理调整出版、物流、卖场库存结构，拒绝出版平庸产品，及时清退不动销品种，确保市场需求品种和中高端商品的充足供给；社区书店、校园书店和市县小中盘，要重点关注动销率、周转次数等主要指标，为周边市场和附近读者提供及时、到位的文化需求服务。三是着力调查研究，把握大文化消费新常态，跟踪消费新热点，通过内容创新、形式创新和业态创新，创造新供给，激发新潜能，培育新的文化消费增长点。

第二，提供更加个性化的文化产品。要主动适应消费水平增长带来的新兴个性化消费趋势，积极研究分析不同区域、不同年龄、不同群体目标客户的个性化消费需求，推出更多的符合个人特点、社群需求的个性化、定制化产品。传统出版要探索向平台型出版、按需型出版和服务型出版的转变，尝试和扩大中高端定制出版；要加强创意设计、个性化印刷、书刊印刷、包装印刷、物流服务等综合性印刷业务开拓，全方位增强个性化服务能力；要发挥电商平台和连锁配送体系的渠道和信息优势，针对目标客户提供专业化、精细化、有针对性的文化消费服务。

第三，提供整合型文化产品。按照社会需求的关联性特点，改变提供单一产品的生产、营销模式，强化顶层设计和协同创新，以为消费者提供结构完善、功能强大、高亲和力和体验感的整体解决方案，提供方便周到、快速反应、温暖贴心的优质服务为目的，充分整合公司系统内外出版内容、教育服务、文化消费等方面的资源，尽快形成一批优质内容整合产品、教育服务整合产品、大文化消费整合产品，切实实现从单一的图书出版商、销售商向整合商、服务商、供应商的转变。

第四，提供更加方便的数字化产品。以用户需求为切入点，充分运用数字出版的工具与平台，加快传统出版与增强现实、虚拟现实等技术的结合，向听书形态、演播图书形态、增强现实图书形态、动漫影视形态等高体验感、大众喜闻乐见的数字化方向转变，生产一系列具有良好交互性的数字产品，在应用层面为用户提供内容服务。

第五，提供服务更加全面的文化产品。要从根本上改变对出版功能的传统思维模式，实现从提供阅读产品到提供知识服务的转变；要围绕客户需求策划选题，整合资源，进行精致出版和精准营销，切实提高知识服务的质量和水平；要树立客户至上的理念，围绕功能、用途、需求等挖掘产品的延伸和附加内容，提高客户满意度，在提供文化产品的同时提供更加精准、到位的服务。

第六，提供紧密服务社会发展大局的文化产品。要强化“围绕中心，服务大局”的宗旨意识，发挥国有文化企业的独特优势，积极融入电子商务、物流产业、文化扶贫、智慧城市等领域。特别是要牢牢抓住国家智慧城市建设的发展机遇，对优质内容资源进行科学有效加工，为智慧城市建设和发展提供更好更优的内容支撑、服务支撑；围绕百姓生活需求，提供更多更好的生活服务及信息服务。

（六）着力推进开放合作。坚持“全方位、多层次”的开放合作原则，加大走向全国走向世界的力度。**第一，推进以内容资源深度挖掘和按需整合为方向的对外合作。**要对自身拥有的内容资源进行系统思考、认真梳理、统筹规划，通过作者、技术、业务、版权等全方位合作，实现内容资源的深度挖掘和按需整合。

第二，加快由技术支撑向技术引领转型的对外合作。围绕公司全产业链升级发展，在已开展的数字化转型的基础上，全面加强出版、印刷、发行等主要产业板块的技术升级与合作。要充分发挥“多形态创新发布融合出版发展重点实验室”的引进、研发与孵化功能，形成在新技术研发与应用方面的引领作用。

第三，推动提升和深化教育产业的对外合作。要围绕教育产业在内容、技术、产品、市场的持续深化和深耕细作上下功夫，实现教育出版、教育培训、教育服务等方面的全方位合作。

第四，加快构建海外业务发展平台。紧抓国家“一带一路”和文化“走出去”的战略发展机遇，加快打造公司海外文化交流、文化贸易和文化服务平台。重点推进吉尔吉斯斯坦比什凯克分中心建设，加快在童书互译、作家作品互译、汉语教学、ISLI/MPR技术应用等方面的版权贸易合作，加快设立实体书店、文化产品输出、跨境电商贸易的推进速度。逐步把比什凯克分中心打造成中原文化海外展示、交流、应用的窗口。并以此为依托，积极探索和实践我省实体文化走向中亚、欧洲的有效方式，扩大中原文化海外影响力。继续办好国际手工展、国际绘本展、版权贸易交流会，为加快国际交流和文化“走出去”提供支持。

（七）着力推进资本运作。充分利用上市平台，加速兼并重组步伐，真正实现通过资本运作推动公司产业升级发展。

第一，提高资本运作能力。要通过学习、培训、交流等多种形式，进一步提高公司资本运作的团队水平，不拘一格引进专业的投资人才、经验丰富的资本运作人才，真正形成一支既懂业务又熟悉资本运作的人才队伍。

第二，创新资本运作模式。一是要利用公司的上市平台、以资本为纽带集聚专业资源，通过资本运作、产融结合，改造传统产业价值链，通过产业投资基金、文化银行、互联网金融等文化投资手段，布局并支持产业延伸业务发展，打造投资主导型的产业发展模式。二是要以战略合作、试探性参股过渡、控股谋求长远发展“三步走”的方式，推进以兼并重组为主导的资本运作取得实质性突破。三是要以资本为核心驱动力，将资本与优质的内容资源、优势的渠道及终端体系相结合，利用多种资本运作手段，整合重组产业资源，打造产业资源整合的价值平台，形成产业经营与资本经营双轮驱动的发展格局。

中原大地传媒股份有限公司

董 事 会

2017 年 3 月 29 日