

吴通控股集团股份有限公司

2018 年度总裁工作报告

各位董事：

我代表吴通控股集团股份有限公司（以下简称“公司”或“吴通控股”）管理层，就 2018 年度公司经营和管理工作，向董事会做如下报告，请各位董事予以审议。

一、公司整体经营情况

2018 年度，在董事会领导下，公司管理层秉承“诚信、简单、创新、融合”的企业核心价值观，在“连接有我，沟通无限”的企业使命持续驱动下，全力践行双轮驱动战略，不断深化移动信息服务业务拓展，积极推进互联网精准营销业务转型，同时加快实施通讯智能制造产业升级，公司大连接产业格局持续优化。公司围绕年度经营目标，加强企业内部管理，推进卓越绩效体系建设，完善业务流程与管理制度，加强组织与人才建设，积极开拓市场，推动集团化管理水平不断提升。公司总体收入继续保持较快增长，并在众多细分市场领域保持领先地位。

2018 年度，公司实现营业收入 303,670.95 万元，比上年度同期增长 18.69%；实现归属于上市公司股东的净利润-115,800.77 万元，比上年度同期下降 613.31%。截至 2018 年末，公司总资产为 245,175.47 万元，比期初下降 30.47%；归属于上市公司股东的净资产 150,292.34 万元，比期初下降 44.77%。

2018 年公司净利润下降的主要原因：（1）根据中国证监会发布的《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》和《企业会计准则第 8 号——资产减值》文件要求，公司对收购股权所形成的商誉进行了初步减值测试，计提互众广告（上海）有限公司（以下简称“互众广告”）和上海宽翼通信科技股份有限公司（以下简称“宽翼通信”）商誉减值准备合计约 11.91 亿元；（2）根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，由于公司收购互众广告形成的无形资产存在明显减值迹象，公司计提减值准备约 0.43 亿元；（3）由于全资子公司江苏吴通物联科技有限公司（以下简称“物联科技”）的机器设备存在明显减值迹象，计提固定资产减值准备 0.24 亿元；（4）互联网数字营销业务和无线通讯数据终端业务净利润相比上年同期有较大幅度下降。

二、公司各业务板块经营情况

（一）互联网信息服务板块

1、北京国都互联科技有限公司

2018 年度，北京国都互联科技有限公司（以下简称“国都互联”）完成营业收入 166,314.06 万元，较上年同期增长 28.48%，实现净利润 17,937.99 万元，较上年同期增长 25.79%。作为国内领先的企业移动信息服务提供商，国都互联充分发挥自身平台、技术和服务优势，深入挖掘行业客户的痛点和需求，着力拓展异业合作的广度与深度，提升客户价值，增强客户粘性，连续多年保持高速增长态势。

2018 年度，行业短彩信发送总量保持平稳增长，市场集中度继续上升，优胜劣汰步伐加快，价格竞争更加激烈。受运营商营销策略影响，企业资金压力伴随着业务收入同步增长。国都互联坚持聚焦金融行业的经营策略，移动信息服务业务再创历史新高，全年短彩信发送量突破 600 亿条。

国都互联主要经营举措与成果：（1）市场拓展方面：在金融领域，建行、农行、中信银行等大批客户业务量持续增长；新增交通银行、人民银行征信中心等战略客户，市场领先地位进一步巩固。在互联网领域，竞争白热化，行业比拼价格竞争现象严重，国都互联坚持不盲目拓展市场份额，重点关注阿里、腾讯、美团等互联网头部平台的客户需求，通过整合资源创新服务，不断开创业务合作的新局面；（2）技术创新方面：国都互联的核心系统全年稳定运行，“双 11”当天全平台短信发送量突破 10 亿条；（3）经营管理方面：公司给予国都互联管理层以充分的信任和有效的激励，国都互联核心团队稳定，企业氛围积极向上。抓住市场机遇，团结务实，稳健开拓，不断优化组织架构、业务流程和资源配置，取得了优秀的经营成果；（4）合规建设：国都互联恪守信息安全准则，高度重视客户及用户的数据保护，通过 ISO27001 信息安全管理体系建设与认证，将合规作为企业持续经营和发展的基石。

2、摩森特（北京）科技有限公司

2018 年度，摩森特（北京）科技有限公司（以下简称“摩森特”）实现营业收入 25,477.35 万元，较上年同期增长 19.46%，实现净利润 2,592.22 万元，较上年同期下降 12.89%。摩森特定位于为企业提供智能化运营和工具开发服务。公司主要为金融银行、互联网电商、商旅出行及传统制造等行业提供应用工具开发服务解决方案，为企业客户打造企业运营

服务云平台，提供基于移动短信、微信、微博、APP、移动官网、手机商城、营销工具等会员服务营销一站式解决方案，实现企业移动 IT 建设和移动会员营销的“无人驾驶”。

2018 年度，摩森特主要围绕：（1）业务开拓方面：聚焦金融与互联网行业，加强与国都互联的业务协同，强化样板点的示范作用，大力拓展农行、建行市场，此外摩森特全资子公司安信捷与国都互联在互联网领域形成差异化互补，进一步提升了集团整体在移动信息服务市场的份额；（2）技术研发创新方面：持续对着力打造的银行本地生活服务、企业运营云服务、中小企业数字化运营、移动化场景大数据精准分析的云平台等产品优化升级，完善平台内容，产品竞争力进一步提升，2018 年占据北京农商银行主要市场份额，并已在农行、建行几十家分支机构得到部署；（3）运营管理方面：根据工信部和运营商的监管与考核政策，实施精细化运营，从“战略品牌”、“利润空间”、“发展前景”等几个维度对所有客户评级标星，适时调配资源，优化考核指标，确保重点客户的发送通道始终通畅。

3、互众广告（上海）有限公司

2018 年度，互众广告实现营业收入 46,195.62 万元，较上年同期增长 10.41%，实现净利润 3,845.83 万元，较上年同期减少 77.34%。互众广告作为技术驱动型数字营销服务商，通过向媒体流量采购、客户分发流量，并在整体交易中进行技术优化实现流量增值，利用公司自身优质算法及先进的竞价系统，为媒体匹配更优质的营销需求方，为客户带来转化率更高的流量，帮助双方实现广告收益的最大化，是一家主旨于提供更强流量变现支持的软件技术及支持公司。

2018 年度，互众广告净利润较上年同期大幅下降，主要是受到互联网广告行业政策趋严，互联网流量进一步从 PC 端向 Mobile 端转移，客户资源加快向头部平台集中后的挤出效应等影响，以及受媒体采购成本上升，自身业务结构调整的影响，导致互众广告的收入规模虽略有增长，但毛利率大幅下降，净利润较上年同期大幅减少。

面对行业趋势和市场环境的变化，公司管理层与互众广告经营团队深入分析研讨，及时调整实施战略转型，主要举措包括：（1）加快向移动端转型，全力推进与趣头条等头部平台的业务合作，减缓 SSP 业务下滑趋势；（2）聚焦头部平台客户，进军信息流业务，引进专业团队合资成立广州新蜂，提升运营效率；（3）在互联网企业聚集地北京进一步贴近客户，导入成熟团队与业务，扩展并完善信息流经营渠道；（4）发挥互众广告

在互联网广告行业的技术优势，加快大数据研发与应用，提升数字精准营销的核心竞争力，同时培育新的业务；（5）根据业务变化，梳理流程制度，优化管理架构。

公司将持续关注互众广告各项业务进展情况，加强重大事项决策与审批流程，加强业务管控，力争尽快扭转趋势，实现健康的可持续发展，为公司在互联网领域的长期发展奠定坚实的基础。

（二）通讯智能制造业务板块

1、江苏吴通物联科技有限公司

2018年度，物联科技完成营业收入 27,856.14 万元，较上年同期增长 13.28%，实现净利润-3,142.01 万元，去年同期净利润为-951.39 万元。

2018年10月，全资子公司江苏吴通连接器有限公司（以下简称“吴通连接器”）完成对全资子公司苏州市吴通光电科技有限公司（以下简称“吴通光电”）和苏州市吴通天线科技有限公司（以下简称“吴通天线”）的吸收合并，并更名为江苏吴通物联科技有限公司。三家子公司所研发、生产和销售的射频连接器、射频馈缆、光纤连接器、光缆，天线等产品，均属于通讯基础连接产品范畴，业务高度相似，客户有很高的重合度。通过本次吸收合并，可以优化资源配置，减少整体运营成本，发挥协同效应，提升经济效益。

物联科技产业升级与经营能力提升，主要围绕以下工作展开：（1）聚焦经营本质，从产品应用场景出发，以创造客户价值为导向，思考客户决策逻辑，提升商务策划能力。2018年12月，公司在中移馈线辅件集采招标五个标包中获得两个第一，一个第二；（2）加大市场拓展力度，改变过去跟单的销售方式，加强策划，主动出击，扩大销售规模，改善客户结构与产品结构。2018年度，连接器产品新增罗森博格、雳通、东山精密等重要客户；针对传统大客户在销产品毛利率持续降低的局面，全力推进新品导入；（3）加快5G转型。目前小基站天线产品已完成厂验，预计三季度可实现销售，板对板连接器正处在送样测试阶段；（4）经营管理方面，招聘高端人才充实经营班子，加强产品线一体化运作，设立集中采购平台增强与供应商博弈能力，理顺业务流程，加快沟通与决策。

2、上海宽翼通信科技股份有限公司

2018年度，宽翼通信实现营业收入 27,485.04 万元，较上年同期减少 17.34%，实现

净利润 95.88 万元，较上年同期减少 94.56%。宽翼通信是一家专注于移动通信终端产品、无线通讯模块研发、销售和物联网应用方案的服务商。受客户需求放缓及新品交付延迟等因素影响，宽翼通信 2018 年产品出货量有所下滑，导致营业收入有所减少，此外加工费和人工成本上升，以及计提存货跌价等原因，导致其净利润较上年同期显著下降。

2018 年度，宽翼通信主要工作：（1）尽管宽翼通信 2018 年整体业绩表现低于预期，但在全体员工的努力下，经营质量亦有提升与改善，R520 新品受到海外客户欢迎，首单即获得 30 万台订货；着力培育的车载模块 M600 系列产品已实现规模出货；物联网产品 NB-IoT 模组 WT208 连续中标联通和中移集采，标志着公司已经跻身国内物联网终端模组一线厂商行列；（2）重新调整了内部组织架构，完成了经营班子交替，新聘任的总经理有丰富的销售管理和海外工作经验，有助于宽翼通信抓住海外市场机遇，扩大销售规模，提升业务毛利率，有助于集团管理思路的执行与落地；（3）加强内部管控机制及人才激励制度，根据能力与贡献实施了差异化的薪酬激励，提升了宽翼通信的凝聚力和战斗力。根据集团统一规划，实现了金蝶 ERP 财务模块上线，加强了财务管理，后续宽翼通信会继续引入供应链各个业务模块，进一步提升公司管理效率；（4）强调产品立项决策过程的科学性，深入分析研究目标客户需求与应用场景，使企业集中精力于核心产品，杜绝不能产生经济效益和品牌增益的无效开发与资源浪费，从源头上提升研发效率；（5）报告期内，宽翼通信成功申报上海市经信委软集专项资金项目《基于蜂窝的窄带物联网（NB-IoT）无线通信模块开发》并获得专项资金 300 万元扶持；成功申报闵行区科委科技项目《车规级 LTE 通信模组的开发及产业化》，并获得专项资金 80 万元扶持；成功入选上海市 2018 年度（第 24 批）市级企业技术中心。

3、苏州市吴通智能电子有限公司

2018 年度，智能电子实现营业收入 1,848.13 万元，比去年同期增长 6,326.63%；实现净利润-1,108.30 万元，去年同期净利润为-267.42 万元。智能电子是公司完善通讯智能制造产业布局的重要环节，企业引进 6 条西门子全自动 SMT 生产线，具备每小时 100 万点的加工制造能力，建设了 ERP/MES 生产信息化管理系统，是现代电子行业起点较高的智能制造 OEM 企业。智能电子未能完成年度经营目标的主要原因是运营时间较短，客户导入需要过程，市场尚未全面打开，对单一大客户依赖度过高，订单受客户自身业务开展情况影响较大。

2018 年度，智能电子已陆续突破医疗/汽车/工控及商业/通讯/消费等多个行业，顺利

通过了 13 家客户的审核，完成了 94 个产品的打样试产，新增 25 家客户，其中具备千万元销售规模潜力的有 8 家，尤其在汽车行业实现了连续突破，成功导入多家汽车客户，企业整体运营管理体系已经获得汽车行业 IATF16949 认证，并通过了医疗行业 ISO13485 复核，为 2019 年业务开拓奠定了坚实基础。

4、吴通通讯印度有限公司

报告期内，吴通印度实现营业收入 950.32 万元，较去年同期增长 31.39%，净利润 -125.39 万元，较去年同期下降 431.19%。经过 2018 年度的努力，印度跳线生产车间已经正常生产运营，市场推广及营销活动已有计划的展开，工艺优化，品质管理，生产效率提升正在稳步进行，争取增加更多的海外市场订单。

三、2018 年度经营管理工作回顾

2018 年度，集团公司的经营管理工作从以下几方面着重开展：

1、继续大力推进卓越绩效体系建设

2018 年度，公司继续推进卓越绩效体系建设，倡导聚焦经营本质，以创造客户价值为目标，降低总体成本，扩大业务规模，持续提升经营质量，使股东、员工及其它利益相关方都能够从公司的发展中获益。

公司从业务流程出发，持续优化企业组织架构，连续实施了吴通连接器、吴通天线、吴通光电三合一，互众广告管理架构优化等机构调整。通过组织架构调整，使经营单位的责任更加明确，成本费用意识明显加强，跨部门合作更加顺畅，运作效率显著提升，有效助力经营质量的持续提升。

2018 年度，公司成立了卓越绩效管理推进工作小组，由经营战略中心牵头、公司各中心、各子公司积极配合，以申报市长质量奖为契机，通过更深入推行卓越绩效管理模式，梳理优化了研发、营销、采购、生产运营等价值创造过程以及战略管理、人力资源、财务管理、信息管理等业务支撑过程，现场答辩得到评审组专家高度好评，首次获得 2018 年苏州市质量管理优秀奖。

2、把握 5G 机遇，加快制造业产业升级

2018 年 6 月，5G NR（第五代移动通信技术标准）独立组网功能冻结，R15 第一个完整版本发布，标志着 5G 商用进程再次加速。众所周知，5G 定义的三种应用场景将极

大地拓展传统通信的范畴，必将促进整个社会经济生产运行方式的创新，其投资规模远大于此前各代移动通讯。5G 低频位于 2.6/3.5GHz 频段，高频位于 30GHz 的毫米波频段——频段越高，穿透损耗越大，覆盖范围越小，越需要建设更多站点，而 Small Cell（小基站）也将得到更广泛部署。尤其是 Massive MIMO（大规模多入多出）技术的应用，基站射频器件需求更将出现数量级的增长，将是整个通讯产业近十年来最宝贵的机遇。与此同时，5G 网络由于 AAU（Automatic Answering Unit 自动应答单元）成为主力机型，网络形态和建设方式也将随之发生全面的变化，传统馈缆和外置连接器的需求将大幅度萎缩。

机遇与挑战面前，公司通讯智能制造业务必须尽快向 5G 转型，抓住这难得的产业机遇，实现再次腾飞。根据公司现有产品和业务，我们确定了几个重点突破的方向：（1）板对板连接器；（2）小基站天线；（3）5G 模组。

目前，板对板连接器已经打样送测，在研发、制造和销售等各方的共同努力之下，即将启动下一步流程；小基站天线各项测试工作已经完成，即将进入小批量出货，预计 2019 年第三季度实现规模发货；对于 5G 模组，宽翼通信已与高通公司建立了联系，后续将根据市场进展情况，适时启动 cV2X 产品立项开发，抓住车联网的市场机遇。

3、加强板块内相关子公司的业务协同

互联网信息服务板块内，国都互联与摩森特之间业务存在很强的互补性，能够在客户资源和产品方案上相互支持，协力为客户创造更大价值的同时，促进彼此共同发展。2018 年度，国都互联与摩森特均超额完成各自经营目标，为集团整体业绩做出了重要的贡献。

通讯智能制造产业已经形成了 SMT，到整机（类终端产品）的端到端的研发与制造能力，但是此前未能充分发挥协同效应。2018 年度，宽翼通信更换管理层之后，制造业子公司之间的相互协同正在加速推进，一方面宽翼通信的供应链安全得到改善，委外业务有了托底保障；另一方面智能电子获得了稳定可靠的订单，产线利用率也得到了提升。此外，物联科技三合一之后，产线之间的横向合作也开始增加，协同效应正在逐步体现。

4、坚持创新导向，建设双创型现代企业集团

公司始终坚持创新导向，把推动创新创业和建设双创型企业作为激发企业活力的主要抓手。大力推进技术创新、管理创新、观念创新。在技术创新上，加强新技术、新产

品开发，围绕大连接，移动信息服务，物联网构筑产业核心生态与竞争力。公司致力于创新体系建设，通过加强对创新活动的激励与引导，鼓励每一个员工参与创新，形成要创新、能创新、勤创新的氛围。推进股权激励机制改革，将核心员工利益与企业发展紧密捆绑，调动核心员工的主动性，提升公司内生增长能力。

截至 2018 年末，公司（含子公司）共获得授权专利 179 项，软件著作权 190 项；其中发明专利 10 项，实用新型专利 158 项，外观设计专利 11 项，发明专利占比大幅提升，体现了公司的创新能力和专利申请质量在不断提高，知识产权保护和科技创新的发展战略得到进一步落实。

2018 年度，吴通控股上榜江苏省创新型企业 100 强，被中国民营科技促进会评为 2017 年度民营科技发展贡献“优秀民营企业奖”，国都互联获得北京市高新技术企业认证，宽翼通信获得“上海市企业技术中心”称号。

公司积极推进产学研合作，2018 年末，公司博士后科研工作站由省级站升级为国家级工作站，为公司引进外脑，开展校企合作，提升企业技术能力与创新水平提供了更富有吸引力的平台，打开了更广阔的空间。

5、持续推进企业文化落地与人力资源建设

秉承人才强企、人才兴企的理念，2018 年度，公司引进行业内高级管理人才和核心业务人才逾 10 人，为集团高层管理团队和子公司经营团队补充了新鲜血液，拓展了公司的业务视野，重新激活了组织，并显著提振了员工士气。公司连续实施了两期股权激励，将激励对象与公司业绩紧密捆绑，与股东利益相一致，激发核心骨干团队的能动性与创造力。

公司强调聚焦经营本质，以价值贡献为导向，与高层管理人员签订了经营责任书。2018 年度，公司持续进行组织与业务流程优化，一方面增强集团对业务的管理、支持与服务，另一方面持续提升组织效率与员工效率。

2018 年度，公司通过举办高管大讲堂，开办微信公众号等多种手段宣贯企业战略，推进企业文化的落地。公司开展季度、年度优秀员工和团队的表彰活动，增强企业文化价值导向的示范效应，组织实施技术、市场、商务、管理交叉培训，提升干部与员工的职业技能。

公司倡导“努力工作，快乐生活”的理念，积极组织各种文娱活动，如羽乒徒行社团活动、亲子公益活动、部门旅游拓展、迎新年会等团建活动，增强了员工的归属感和满意度，为公司的可持续发展提供了有力人才保障。

6、稳步推进 IT 系统信息化建设

基于“业务财务一体化”的战略管控理念，公司全力推进财务系统的统一管理。2018年度，公司 25 家子公司和孙公司，全面实现了财务信息化系统的覆盖，以及资金、核算、报表、人员、信息“五统一”的垂直化管理。“业务财务一体化”管控能力建设相关的管理活动已通过了工信部两化融合管理体系评审组的现场审核。

公司持续深化 ERP 系统建设，通过 IT 工具提高运作效率的同时，规范业务流程。智能电子率先部署 MES 平台，将生产的精细化管理深入到生产过程的每一个环节，集中监控从物料投产到成品入库的全生产过程，真正实现了产品的可追溯，过程的可防错，生产的透明化。

7、加强内控审计及法务支持，为业务保驾护航

2018 年度，公司进一步完善内审制度体系和专业审计团队建设，以内控流程审计为牵引，加强财务收支审计。以财务审计为线，内控审计为点，在主线审核中扫描内控缺陷，内控审核辅助财务审核，在夯实公司财务合规性的基础上，逐步开展风险导向的专项审计。执行例行审计和专项审计共计 20 余项，为公司提供增值咨询建议 80 多项。

2018 年度，公司法务工作不仅横向延展到各个异地子公司，更纵向深入到集团各个业务领域。公司加大培训力度，扩大普法宣传；积极与顾问律所合作，挽回经济损失逾千万元；拟定集团合同范本 60 多个，审核集团及子公司合同、协议，有力支撑了公司经营健康有序地开展。

四、2019 年度经营工作计划

2019 年度，公司将恪守和践行企业价值观，坚定推进一体融合、双轮驱动、三大能力的企业战略，围绕“大连接”持续完善产业格局，深化产业升级与经营转型，以二次创业的心态，优先着力于内生式增长，审慎实施外延式发展，持续聚焦经营本质，加强集团对子公司的管理、支持与服务，提升经营质量，全力争取完成 2019 年经营目标。

（一）经营目标

2019年度，公司计划实现营业收入40亿元，利润2亿元。

（二）经营目标和管理举措

1、加快公司产业升级与经营转型

公司将以二次创业的心态加快产业升级与经营转型的步伐，为吴通控股成立 20 周年之际再次腾飞打好开局。

在移动信息业务方面，公司将充分发挥国都互联与摩森特的协同效应，加强针对金融行业客户需求的关注与研究，力争在现有业务基础上发掘并培育新的市场机会，为金融企业提供信息服务，进一步巩固在金融市场的领先地位，同时稳步拓展互联网企业服务市场，将国都互联和摩森特打造成为国内领先的移动信息服务商。

在数字营销业务方面，通过建设企业中台系统，集中管控人事、财务、风控、行政等职能模块，在上海、广州、北京三地团队业务各自灵活运作的基础上加强管理的一致性；继续整合媒体资源，聚焦趣头条等头部平台，发挥自身优势通过技术创新重振 SSP 程序化购买业务；稳步推进信息流业务，加强业务部门的风控意识，通过对客户的售前甄别与售后评估降低出险概率，持续优化商务方案，通过内容创新增加服务价值，提升业务毛利率；在现有技术积累及市场基础上，培育新的增长点，使公司数字营销业务恢复健康的可持续发展。

在通讯智能制造业务方面，公司将紧紧抓住 5G 产业机遇，加快 5G 小天线、大功率/阵列式板对板连接器测试认证流程，确保 2019 年内实现规模销售；根据 5G 商用节奏适时发布 5G 模组，推出 cV2X 产品，优化产品结构，提升业务毛利率。改变跟单为主的销售模式，对于基础连接产品加大设备商市场开拓力度，对于终端模组加大海外市场开拓力度，通过优化客户结构，改善经营状态，使智能制造业务重新焕发生机与活力。

2、面向整体解决方案，完善产业格局

吴通控股大连接产业始于通讯基础设施连接，现已拓展到互联网应用连接，目前公司互联网及移动信息服务收入占比已经超过 70%。但公司智能制造业务仍局限于通讯零部件制造及代工，始终未能形成行业整体解决方案能力，产品附加值较低，成为双轮驱动战略的短板。

2019 年度，公司将重点予以改善和提升：一方面在现有业务基础上延伸，形成面向

行业客户的整体解决方案，通过产品或市场的差异化逐步构筑起企业的护城河；另一方面在后续外延式扩张过程中，寻找市场潜力大、行业门槛高、具备核心竞争力的标的进一步夯实公司智能制造业务。

2019 年度，公司将继续推动两大业务板块内部的协同，尤其是在金融行业移动信息服务和数字化转型、智能化运营的一站式服务能力，以及智能制造端到端的产业链整体能力等领域，通过文化和机制促进彼此进一步协同，共享优势资源，创造新的发展机会。

3、聚焦经营本质，提升经营能力

加强对行业趋势、客户需求和竞争对手的研究与分析，不断检视自身状态，敏感捕捉变革的迹象与机会，及时调整经营策略，并适配资源。从产品应用场景出发，从客户角度出发思考其决策逻辑，以创造客户价值为导向，优化售前、售中、售后各项工作。

加强市场选择、客户识别与产品立项管理，从源头上提高经营效率，增强全员成本费用意识，杜绝浪费。加强项目运作管理，密切跟踪计划与进展，明确分工责任的同时，鼓励主动补位与协同，持续提升组织执行力。加强市场、研发、交付、质量、商务、品牌能力建设，提高企业在产业链当中的地位，一方面增强自身竞争优势，另一方面提升对上下游的博弈能力从而实现产业的合作共赢。

4、加强集团文化建设与融合

2019 年度，公司将举办系列文化活动进一步促进吴通大家庭的融合，提升组织的凝聚力和战斗力。通过管理干部读书班给公司中高层领导充电，帮助大家拓展思维，开阔视野，为公司的发展积蓄能量；通过明星员工总部行，高管面对面，年度评优表彰等活动鼓励员工立足本职争先创优，促进员工为企业发展建言献策、贡献力量。举办集团 20 周年系列庆祝活动，通过回顾集团发展历程激发员工对公司的认同感与自豪感，建立与企业同奋斗共成长的心理契约，激发员工的主人翁意识。公司将通过吴通快讯及时传递各业务领域、各子公司所取得的成绩与进展，增加各业务单位对彼此的了解，传播企业正能量。公司通过吴通文化公众号组织一系列主题活动，丰富广大员工的业余文化生活，并将拨付专项经费补贴各子公司组织积极健康的团建活动。

2019 年度，是吴通控股成立 20 周年。站在新的历史起点上，总结过往展望未来，我们目标明确，满怀信心，在董事会的领导下，吴通控股全体员工定当齐心协力，奋发图强，锲而不舍，向着梦想勇敢前进，向股东和投资者提交一份满意的答卷！

(以下无正文)

（本页无正文，为《吴通控股集团股份有限公司 2018 年度总裁工作报告》之签署页）

张建国

吴通控股集团股份有限公司

2019 年 4 月 25 日