

---

公司代码：603996

公司简称：中新科技

# 中新科技集团股份有限公司

## 2015 年年度报告摘要



2016 年 3 月



## 一 重要提示

1.1 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。

1.2 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。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 天健会计师事务所（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。

1.5 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	中新科技	603996	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈斌权	盛伟建
电话	0576-88322505	0576-88322505
传真	0576-88322096	0576-88322096
电子信箱	stock@cncoptronics.cn	stock@cncoptronics.cn

1.6 公司拟定 2015 年度利润分配及资本公积金转增股本预案为:以 2015 年 12 月 31 日的公司总股本 200,100,000 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 4 元(含税),共计派发现金 80,040,000 元(含税),同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股,共计转增股本 100,050,000 股,本次利润分配及资本公积金转增股本实施后公司总股本变更为 300,150,000 股。剩余未分配利润结转下一年度。该预案尚需提交 2015 年度股东大会审议。

## 二 报告期主要业务或产品简介

### (一) 主要业务

#### 1、主要产品及其用途

##### (1) 平板电视



平板电视指屏幕呈平面的电视，它是相对于传统显像管电视机庞大的身躯作比较而言的一类电视机。以产品的主要用途划分，平板电视分为大尺寸（≥32 吋,下同）平板电视和小尺寸（<32 吋，下同）平板电视。

分类	用途及简介	显示屏种类	附加功能
大尺寸 (≥32 吋)	主要为家庭客厅使用，将逐渐演变为家庭娱乐中心。大尺寸产品中以 32 吋、40 吋和 42 吋为主流产品。随着消费能力的提高，平板电视平均尺寸逐年扩大，50 吋、55 吋甚至 65 吋已逐渐成为市场主流。	包括液晶显示 LCD 和 LED、等离子显示 PDP、有机发光显示 OLED 等，其中 LED 是市场主流，未来 OLED 将逐渐首先应用于大尺寸产品并逐步取代 LCD、LED	对于娱乐功能和视听享受的需求，使超高清、3D 及智能等附加功能应用于大尺寸产品，市场上通常称为超高清电视、3D 电视和智能电视
小尺寸 (< 32 吋)	主要为厨房、卧室及娱乐场所等使用；商用方面主要应用于广告。小尺寸产品以 19 吋、24 吋和 28 吋为主。	主要为液晶显示 LED	集成内置光驱，可播放碟片如 DVD、CD、VCD；具有丰富的功能接口

主要产品：

满足局部市场需求的 ELED 一体机系列\ ELED 一体机带 DVD 系列: 寸别涵盖 15.6 英寸至 28 英寸，主要功能包括多媒体 USB、多制式支持、HDMI 输出、SPDI 数字音频输出、REC 录像功能、YPBPR 分量接口、内置光驱。

超薄低成本 DLED TV 系列: 寸别涵盖 21.5 英寸至 65 英寸，主要功能包括 HDMI 接口、多媒体 USB、多制式支持、广视角、SPDI 数字音频输出、REC 录像功能、YPBPR 分量接口。

市场主流超高清 DLED/ELED TV、智能 DLED/ELED TV 系列: 寸别涵盖 32 英寸至 85 英寸，主要功能包括 HDMI 接口、多媒体 USB、多制式支持、广视角、SPDI 数字音频输出、REC 录像功能、YPBPR 分量接口、3D/2D 自由转换、智能安卓系统、无线 Wi-Fi 支持、支持 MHL 功能、支持 Miracast、高亮度，高色域。

高端市场树品牌及企业形象，获取高利润的玻璃背板 ELED TV 系列\无边框 ELED TV 系列: 寸别涵盖 49 英寸至 55 英寸，主要功能包括 HDMI 接口、多媒体 USB、多制式支持、广视角、SPDI 数字音频输出、REC 录像功能、YPBPR 分量接口、3D/2D 自由转换、智能安卓系统、无线 Wi-Fi 支持、支持 MHL 功能、支持 Miracast、高亮度，高色域。

伴随互联网行业发展，顺势而生的云屏电视系列：主要功能包括“云屏+云盒+声霸”分体式设计、超窄边框无缝折弯、以超薄一体化全金属或透光玻璃作为机壳、采用 4K\*2K 超高清显示，并且运用自主研发的仅通过一根云线接入液晶屏的专利技术。

平板电脑



平板电脑是自 2010 年以来新兴的消费电子产品，简称有 Pad、Tablet PC、Flat PC 等。平板电脑是一种信息处理终端，其外形尺寸介于笔记本电脑和手机之间，处理能力强于智能手机，可提供无线网络连接能力及实现互联网应用，可安装第三方应用程序，移动便携性优于笔记本电脑。平板电脑利用触摸屏作为核心输入输出设备，允许用户通过手指或触控笔进行操作。按产品尺寸分类，平板电脑主要有 7 吋、8 吋、9.7 吋和 10.1 吋四个主流尺寸，按屏幕显示效果分类，平板电脑主要分为标清和高清两大类。

主要产品：

市场主流的高清平板\3G 通话语音平板:主要功能 Android4.2.2/4.4 系统、分辨：2048\*1536/1280\*800/1024\*768/800\*480(IPS)、3G/GPS/BT/WIFI、支持 TVs 数字电视的功能、支持 3D 高清视频，H.264 ,H.265 高清视频解码、支持多屏互动的功能、扩展内存支持/USB/TF/HDMI、支持 NFC/RFID 行业应用、内置北斗导航系。

运用于特殊领域的工业平板\三防平板\多功能平板\智能家居平板\学生教育平板\Intel 芯平板:主要功能 分辨 2048\*1536/1280\*800/1024\*768/800\*480(IPS)、Android4.2.2/4.4 系统、3G/GPS/BT/WIFI、支持 TVs 数字电视的功能、支持 3D 高清视频，H.264 ,H.265 高清视频解码、支持多屏互动的功能、扩展内存支持/USB/TF/HDMI、支持 NFC/RFID 行业应用、内置北斗导航系、统一对多、点对点的学生教学系统、智能家居控制系统功能、独创桌面语音搜索，桌面应用系统、具有三防功能。

## （二）经营模式

公司的主要经营模式为 ODM 模式，该模式又细分为“菜单”模式和“量身定做”模式。

### 1、“菜单”模式

公司研发和销售人员通过对目标市场进行调研，就目标消费群、销售渠道、卖点、功能、价格、产品趋势等进行详尽分析，将公司的技术开发与市场需求紧密结合，使技术开发服务于市场，服务于客户，开发出具有集成化、多功能化的消费电子产品，以“菜单”形式供客户选择，客户选择下单后公司进行生产，产品生产完成后贴上客户的品牌销售给客户。

### 2、“量身定做”模式

公司根据品牌商的产品规划要求进行产品设计和开发，然后按品牌商的订单进行生产，产品生产完成后贴上客户的品牌进行销售。“量身定做”产品的关键是，一方面公司产品设计人员对于客户产品需求的理解程度决定了公司设计出来的产品是否符合客户需求；另一方面，公司产品开发设计、样品试制周期长短一定程度上构成公司对客户需求的响应速度，较快的响应速度保证了公司持续获得客户订单的能力。



### （三）行业状况

按产品的用途及消费群体分，公司平板电视与平板电脑产品均属于消费电子产品。消费电子是指围绕着消费者应用而设计的与生活、工作、娱乐息息相关的电子类产品，最终实现消费者自由选择资讯、享受娱乐的目的。消费电子终端设备产品属于人们日常消费的用品，对于消费者而言，消费电子产品的使用方便生活、增加乐趣、丰富娱乐、提升品质，消费电子产品已经成为现代人生活的重要组成部分。

#### 1、行业特点

消费电子行业有以下主要特点：

##### （1）技术和产品更新速度快

快速的技术升级和产品更新是消费电子行业最显著的特点，也是推动消费电子行业发展的原动力。信息化、数字化、网络化以及信息技术融合并在消费电子产品中成功应用，从而不断催生出集合多种功能的产品。在快速的技术发展支持下，消费者的个性化需求与充分竞争的市场环境促使厂商的新产品的推出速度加快，消费电子产品的品牌和数量迅速增长，竞争日趋激烈。

##### （2）对研发设计要求较高

消费电子产品除了在价格上需要满足消费者的心理预期之外，需要在产品功能用途上紧跟市场趋势，并通过设计体现产品的品味、细节和用户体验。因此，消费电子制造商须通过功能和工艺技术的研发以及外观造型的创新设计提高产品整体竞争力，其中工业设计对产品成功的影响越来越大，甚至成为消费电子企业占领市场和竞争制胜的关键因素。

##### （3）消费者对价格变动敏感

基于消费电子产品更新换代的速度较快，以及消费者需求不断升级导致产品的生命周期不断缩短等因素，消费者对消费电子产品价格极其敏感。较高的价格弹性使消费电子产品降价拉动的效果非常明显，消费者通常会选择在重大节假日或者购物季采购需要的消费电子产品，例如中国的“五一假期”、“十一黄金周”、“双十一”网络促销、春节假期和美国的“感恩节”、“圣诞节”采购旺季等，商家会在这个时候推出折扣很低的促销活动，降价对刺激消费电子产品销量具有显著作用。

#### 2、行业的区域性、周期性、季节性特征

##### （1）区域性

目前全球消费电子的产能主要集中在亚洲和南美洲，以中国为主，印度、东南亚地区、巴西、墨西哥等逐渐兴起，这些地区集中了众多品牌的制造基地和代工制造基地。从产业链的角度看，以中国内地为核心，沿东海岸一线顺延，分列着日本、韩国、中国台湾、中国香港、印度等国家



和地区，从芯片到软件，从工业设计到模具制作，从元器件到产品，消费电子产业链日益完善和成熟，竞争力逐年增强，已影响到全球消费电子的产业格局。

消费电子行业企业需要有较强的技术研发能力、丰富的生产经验、良好的人员管理、优秀的成本控制、大量的资金储备，同时需要上下游配套比较完善，所以此类企业一般处于经济比较发达和产业比较集聚的地区。目前，广东、浙江、江苏等省份是国内消费电子及消费电子代工企业的主要所在地。

### (2) 周期性

全球消费电子行业的终端需求受宏观经济景气度、居民可支配收入、技术革新、消费习惯、政府产业政策等因素的变化呈现周期性波动的特征。消费电子行业终端需求对代工厂商经营业绩有直接影响。近年来，智能手机、平板电脑等新型消费电子终端和应用领域的涌现，会驱动消费电子行业大周期成长。

### (3) 季节性

消费电子产品具有季节性特征。欧美市场方面，主要的节日如感恩节、圣诞节等集中在第四季度，因此各品牌厂商、零售商等一般在四季度集中备货，以应对节日的购物热潮。此外，其他节日如复活节等也会引起产品的销售增加。相较而言，每年第一和第二季度需求较少，属于行业淡季。国内市场方面，因为五一假期、十一黄金周、“双十一”网络促销、“双十二”网络促销、春节假期等因素，每年第三、第四季度是消费电子产品的销售旺季。

## 3、公司的行业地位

本公司是专注于消费电子产品研发生产的国家高新技术企业。随着公司 2015 年底成功在上海证券交易所上市，公司的融资渠道进一步拓宽、品牌知名度进一步提升，在国内行业企业中已处于较高水平，且具有完整的研发生产和供应链管理能力和能力，公司在 2015 年开始在国内国外两个市场同时开拓，并导入了品牌发展战略，销售收入明显提高，未来将占据更大的市场份额。

## 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	2,715,872,298.69	1,638,968,608.82	65.71	1,474,112,369.93
营业收入	3,463,163,307.09	2,407,545,707.74	43.85	2,351,065,975.74
归属于上市公司股东的净利	107,929,918.02	102,643,387.29	5.15	111,194,010.02



润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	100,682,940.87	91,661,557.76	9.84	105,391,915.17
归属于上市公司股东的净资产	1,357,764,354.48	764,991,636.46	77.49	662,348,249.17
经营活动产生的现金流量净额	-168,874,030.34	-29,857,256.82	-465.60	233,945,183.60
期末总股本	200,100,000.00	150,000,000.00	33.40	150,000,000.00
基本每股收益(元/股)	0.72	0.68	5.88	0.74
稀释每股收益(元/股)	0.72	0.68	5.88	0.74
加权平均净资产收益率(%)	13.18	14.38	减少1.20个百分点	18.33

#### 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	707,399,771.35	1,049,210,727.30	889,764,685.82	816,788,122.62
归属于上市公司股东的净利润	10,567,046.98	38,298,021.44	31,794,378.48	27,270,471.12
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	7,237,258.76	35,123,451.87	31,621,857.70	26,700,372.54
经营活动产生的现金流量净额	-122,623,179.34	-314,128,911.53	-453,045,768.56	-168,874,030.34

#### 五 股本及股东情况

##### 5.1 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

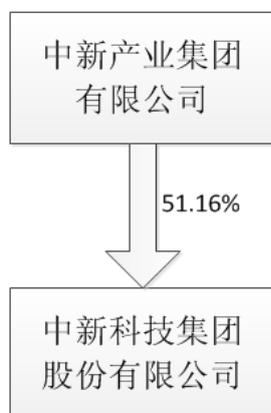
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)							45,305
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							30,146
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	

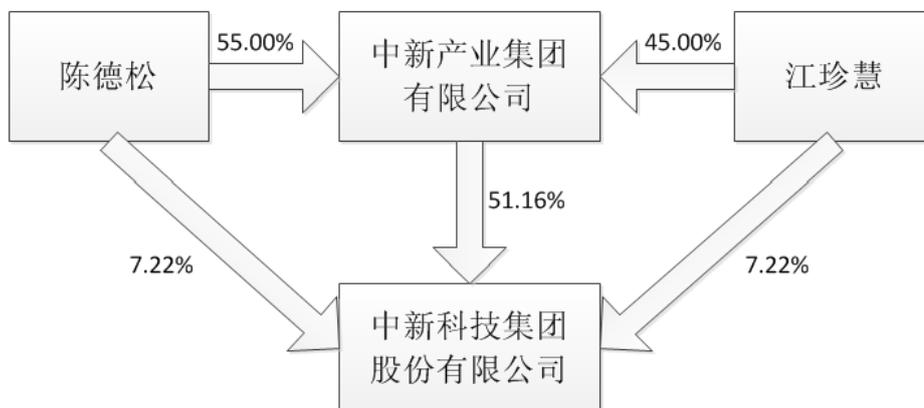


中新产业集团有限公司	0	102,375,000	51.16	102,375,000	无		境内非国有法人
江珍慧	0	14,437,500	7.22	14,437,500	无		境内自然人
陈德松	0	14,437,500	7.22	14,437,500	无		境内自然人
杭州联创永溢创业投资合伙企业（有限合伙）	0	7,500,000	3.75	7,500,000	未知		境内非国有法人
浙江浙商长海创业投资合伙企业（有限合伙）	0	7,500,000	3.75	7,500,000	未知		境内非国有法人
上海联创永沂股权投资中心（有限合伙）	0	3,750,000	1.87	3,750,000	未知		境内非国有法人
中国石油天然气集团公司企业年金计划—中国工商银行股份有限公司	54,444	54,444	0.03	0	未知		境内非国有法人
中国建设银行股份有限公司企业年金计划—中国工商银行股份有限公司	51,860	51,860	0.03	0	未知		境内非国有法人
梁静	50,100	50,100	0.03	0	未知		境内自然人
浦蕴秋	26,856	26,856	0.01	0	未知		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	陈德松和江珍慧为公司共同实际控制人，双方签署了《一致行动人协议》；中新产业集团有限公司为公司控股股东，陈德松和江珍慧分别持有其 55%和 45%；未知其他股东是否存在关联关系或一致行动。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

## 5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



## 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

报告期内，在公司管理层和全体员工的共同努力下，公司经营情况良好，实现营业收入 34.63 亿元，同比增长 43.85%；归属于上市公司股东的净利润 1.08 亿元，同比增长 5.15%；归属于上市公司股东的净资产 13.58 亿，同比增长 77.49%。具体详见《2015 年度报告》。



## 七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

7.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

本公司将中新国际电子有限公司、中新国际网视有限公司、中新国际新材料有限公司、中新工程技术研究院有限公司、中新家视有限公司和中新通网络支付有限公司等 6 家子公司纳入本期合并财务报表范围，情况详见本财务报表附注合并范围的变更和在其他主体中的权益之说明。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用