

证券代码：002137

证券简称：麦达数字

公告编号：2019-027

深圳市麦达数字股份有限公司

2018 年年度报告摘要



2019 年 4 月

## 致 股 东 书

尊敬的麦达数字股东：

2018 年是“喜”“忧”参半的一年。一方面，公司旗下智能硬件板块经过近 5 年的蛰伏，在 2018 年取得了收入突破 5.85 亿元、同比增长 69.01%，归属于上市公司股东的净利润同比增长 62.68% 的亮眼成绩，旗下产品品类切入到智能锁具、金融终端科技产品、智能模块等细分领域，紧握 5G、物联网发展带来的机遇；同时，公司逐步摸索总结了一套相对成熟的投资逻辑，投资拉动产业、产业赋能投资。报告期内，公司孵化设立了麦盟科技，陆续参股投资了细分领域领先企业舜飞科技、爱贝信息等，并成功获利退出惠赢天下，在为公司带来可观的投资收益的同时，持续布局更多符合未来趋势的优质标的。另一方面，受行业升级、经济下行以及公司本身的业务调整等因素影响，公司旗下数字营销业务 2018 年大幅下滑，公司因此计提大额商誉减值准备，这是业务转型升级发展中的阵痛，也更加坚定了公司升级智慧营销业务的决心。

### 一、智能硬件板块：紧抓 5G、物联网带来的历史新机遇，纵深布局产业链

随着 5G 通信技术的来临、云计算能力的强化、人工智能技术的应用以及传感技术的不断成熟，制约智能硬件发展的多维度的技术瓶颈在逐渐被打破，硬件智能化成为社会共识，万物互联的时代即将来临。在国家政策的大力支持下，智能硬件目前虽尚处于行业初期阶段，但高速发展的前提条件已逐渐形成，发展潜力巨大，公司的智能硬件板块处于历史性机遇期。在行业大发展的背景下，2018 年虽面临中美贸易摩擦、国内经济低迷等不利外部环境，公司智能硬件板块的业务仍实现超预期的增长。

#### 1、储备了一批优质的客户群体

公司智能硬件板块现有客户资质良好，主要客户如 ABL、ASM PT、GE 等均是知名的跨国企业，新拓展的客户怡化股份也是国内智能金融终端运维领域规模覆盖面最广的服务提供商之一。其中，2018 年公司来自 ASM PT 的业务收入同比大幅增加 68.65%；来自 ABL 的业务收入同比大幅增加 118.09%，公司凭借在智能 LED 照明产品领域技术研发、产品规划等方面的能力和洞察力，以 ODM 的模式与 ABL 达成了长期业务合作。优质的客户群体，一定程度上稳定了智能硬件板块业务，降低了应收账款回收风险，拓展了潜在业务空间，同时在与优质客户合作过程中，公司也能更好地触及先进技术和终端市场，为公司产品规划、管理等方面带来更好的借鉴。

#### 2、紧抓 5G、物联网新机遇，拓宽智能硬件品类

在物联网发展潮流的大背景之下，公司积极拓展除传统产品之外的新产品品类，如智能锁具、智能模块、金融终端科技产品等。2018 年子公司实益达技术投资专注于智能锁具研发、设计和市场推广的新加坡企业-THINGS SMART PTE.LTD（易智联），双方共享资源，共同探索智能锁具产品的应用市场；实益达技术与杭州涂鸦信息技术有限公司达成合作，实益达技术主要负责二次开发智能模块（俗称二级平台，如智能照明等）标准化的控制模块，为涂鸦以及其客户群提供智能硬件产品的设计、制造服务；实益达技术切入国内金融科技领域优质客户-怡化股份的供应链系统，2019 年初已开始陆续出货金融终端设备的相关产品。

#### 3、加大研发投入，增强技术实力

公司旗下的“实益达”品牌经过近二十年服务全球知名品牌商的经验，在产品规划、研发和制造领域具备了深厚的积累和底蕴。公司近年内加大研发投入，尤其是在智能照明、智能家居等新业务领域的投入，并紧跟物联网快速发展所带来的机遇，力争在细分业务领域开拓更大的市场空间，增强公司的核心竞争力。2018 年，公司智能硬件板块的研发投入同比增加 91.57%，占智能硬件板块业务收入的 5.24%。2018 年智能硬件板块共申请了 40 项专利，其中发明专利 5 项，实用新型专利 35 项，并获得 23 项实用新型专利证书。2016 年推出市场并持续优化调整、丰富产品系列的 WAFER 系列超薄圆形面板灯，因其具有超薄、防水汽、光色好、支持 TRIAC 调光等优良性能，得到了客户及终端消费者的高度认可，2018 年该系列产品销量同比大增，带动 LED 照明业务营业收入同比大幅增加 92.20%。截至目前实益达技术旗下现有四家子公司已取得了高新技术企业证书。

#### 4、内部机制创新优化，激发员工积极性

合伙人机制是公司的重要人力战略举措。2018 年公司持续引入符合公司战略规划合伙人，与核心骨干共同投资合作，通过合伙人团队建设，调动其积极性，推进公司战略布局顺利落地。比如与核心骨干共同出资设立江苏实益达，聚焦国内新零售领域的智能照明市场，大力拓展自有知识产权和自有品牌产品市场。

2018 年智能硬件板块还完成了实益达技术和实益达工业的重组，将两家业务相关性强、供应链等存在协同的子公司整合到同一主体之下，实现了智能硬件板块的统一规范和管理。

### 二、智慧营销板块：顺应行业发展趋势，促进业务优化升级

近几年，随着大数据、人工智能、云计算等技术的发展，数字营销行业近出现了结构性调整，整个行业直面“数字化”转型的挑战，数字营销行业原有秩序不断被打破，产业链中的各主体角色也随之产生变化，行业去中间化趋势明显，传统 4A 公司的业务规模和利润空间被压缩，2018 年又叠加了经济下行、中美贸易摩擦等外部不利环境。在此背景之下，2018 年公司智慧营销板块的经营业绩不及预期，公司因此对 2015 年收购的三家数字营销公司计提了大额商誉减值准备，并主动做了如下变革：

#### 1、加强内控管理，提升业务效率

因公司现有三家数字营销公司的业务更偏向于以创意、策略驱动的营销代理业务，技术能力不足，公司虽然近几年陆续投资布局了部分营销技术类企业，但对三家营销公司现有业务的协同性目前未达预期。为保障该业务板块的长效发展，2018 年公司对三家公司的业务进行了如下措施：

(1) 控制公司应收账款风险，强化客户、供应商资质审查程序，加强数字营销板块各类业务的风险层级分类管控，严格控制高风险业务（如需要垫资的广告投放业务），停止部分资质不佳客户的投放代理业务。通过上述措施，投放代理类业务的健康度得以较大幅度地提升。

(2) 调整、优化三家公司的业务格局及部分人员组织架构，聚焦各自擅长的业务领域，如控制利宣广告投放代理业务的风险，拓展更多高附加值的轻创意、策略业务；奇思广告依托现有汽车行业的创意、策略基本业务，向其他行业延伸，降低行业单一的经营风险等。

(3) 整合三家数字营销公司的后台服务职能。三家数字营销公司的业务部分存在协同效应，整合后台业务既方便统一、规范后台管理，又有利于提高业务效率和议价能力。

2018 年数字营销板块内部业务调整后，三家公司业务更聚焦，管理更规范，业务更健康。但未来一段时期三家数字营销公司的业务需要继续优化升级。公司会持续投资布局技术类数据应用企业，冀望寻求转型机会点，助力现有数字营销业务优化升级。

#### 2、大数据应用产品逐步落地，向“营销技术化”转型

数字营销行业面临深层业务变革，2018 年，公司基于现有业务，研发出了智慧营销解决方案-智慧营销“雷达”平台，帮助企业客户在“互联网+”时代的市场营销中更加精准和高效。为探索该平台在教育、保险等垂直领域更多场景的应用，帮助企业客户在获客、营销以及增效等方面取得提升，公司将相关业务从内部孵化项目改制为独立公司运营，成立了人工智能科技公司-麦盟科技。公司未来会持续关注智慧营销行业的创新产品，充分利用上市公司的综合优势，通过外延式投资和内生式发展，加强公司自身的营销能力和技术能力。

### 三、投资板块：产业为本，资本为翼

投资不仅可以布局和锁定优质标的，也可以带来投资收益和良好的现金回报。近几年，公司通过投资和并购实践，让公司积累了丰富的经验，形成了自身投资理念和逻辑。

#### 1、加快“产投研”一体化战略落地

2015 年以来，公司陆续在大数据、人工智能、物联网和智能制造等领域布局，报告期内公司参股投资了多家优质企业：麦盟科技——专注于人工智能在营销领域深度应用的营销云科技公司，通过大数据和人工智能技术帮助客户辨别虚假流量、降低获客成本、提高销售效率；

富数科技——以人工智能技术为核心的金融大数据解决方案提供商，致力于为行业用户提供行业领先的机器学习技术和数据智能解决方案；

舜飞科技——专注于为客户提供技术和数据驱动的营销数字化转型全流程解决方案的高新技术企业，拥有 TD (Trading Desk)、DSP、DMP、DCO (动态创意)、DNA (网站监测)、AB Tester (网站优化)、Tagmanager (代码管家) 等多项自主研发产品；

爱贝信息——知名的国际化金融科技公司，线上线下一体化的全球支付解决方案提供商，目前是国内数字娱乐领域从事提供交易解决方案业务的优质企业。

作为各自行业细分领域的优质企业，各家参股公司认识到国内资本市场多层次平台资源对公司快速发展的重要性且已具备独立融资的能力，未来将会依据自身的发展需要适时选择合适自身的融资方式和资本市场发展路径，以期进一步提升品牌影响力和竞争力，实现健康可持续发展。

## 2、机制创新，激发内部创业活力

基于现有数字化营销业务，公司成功推出自主研发的营销 SaaS 产品——智慧营销“雷达”平台。为探索该产品的多场景应用，公司将该项目独立运营，成立人工智能科技公司麦盟科技，本次机制创新一方面可以建立更加灵活的机制，最大限度的调动创始团队员工的积极性，从而吸引更多专业人才加盟，另一方面实现项目市场化的运作，降低公司在项目前期的投资风险。2019 年 3 月，麦盟科技获得新一轮股权融资，一定程度上是对公司本次机制创新项目的充分肯定，同时麦盟科技也进入新的发展阶段。

## 3、投资产生连接，连接实现共赢

2018 年公司持续投资布局细分行业的优质标的，如参股投资营销技术企业-舜飞科技、全球支付解决方案提供商-爱贝信息、国内大数据风控技术服务提供商-富数科技等，2018 年 10 月公司发起组织了“麦达荟”活动，旨在为公司与参股公司创始人之间搭建以“开放，协作、共赢”为精神，以交流、分享为特色的交流平台。截至目前已顺利召开两期，并取得良好的效果。投资是连接手段，不仅连接资本，更重要的是连接资源、能力和文化，通过经验分享和资源协同，助力参与各方的共同成长与发展。

## 4、引入专业合作伙伴，规避投资风险

2018 年公司发布了拟设立 2 只专项产业基金的公告，基金整体规模在 6-8 亿元，投资方向主要为大数据、物联网、人工智能及企业级服务等。截至目前，公司专项产业基金-1 已完成私募备案，基金-2 的设立事项还在推进之中。同时，鉴于沅源资本管理的基金“沅源启程”的投资领域更广且投资领域与公司的战略规划存在协同效应，可为公司带来更多的潜在投资收益和投资机会，公司还以自有资金出资 5000 万元认购沅源启程的份额。

## 5、成功获利退出惠赢天下

2018 年，公司一方面积极布局符合公司战略规划的新项目，同时也根据公司战略及项目的实际情况，逐步退出部分项目，如出售惠赢天下的全部股权，获得超过 2000 万元的投资收益。

## 四、小结

2018 年虽然亏损，但剔除资产减值等特殊影响因素后，公司经营性盈利状况基本符合预期。麦达数字管理团队战略思路清晰，账上资金充裕，且资产负债率低，这些均为后续长期可持续发展奠定了良好的基础！2019 年的公司将在挑战和机遇并存的市场环境中寻求发展，对此，我们依然保持信心！

最后，衷心感谢公司全体员工的努力拼搏，感谢各合作伙伴们的帮助与信任，也感谢各位股东朋友们的理解与支持！

麦达数字 CEO：乔昕

2019 年 4 月

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	麦达数字	股票代码	002137
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	朱蕾	陈世蓉	
办公地址	深圳市福田区彩田路新浩 e 都 A 座 2801	深圳市福田区彩田路新浩 e 都 A 座 2801	
电话	0755-29672878	0755-29672878	
电子信箱	dmb@mindatagroup.com	Shirong.Chen@mindatagroup.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司从事的主要业务类型：

公司业务目前主要包括智能硬件和智慧营销两个业务板块。

（1）在智能硬件板块，经过近年调整，智能硬件业务板块作为公司的成熟业务板块，经营业绩得以大幅改善。报告期内，受益于照明出口业务以及国内自主芯片产业的发展，公司智能硬件板块的经营情况更是好于预期，营业收入同比增加 69.01%，归属于上市公司股东的净利润同比增加 62.68%，收入和利润均同比大幅提升。目前公司智能硬件板块通过内生发展及外延投资，产融结合，致力于打造以物联网技术为基础的多元化智能硬件孵化平台。

报告期内，为进一步拓展公司在智能硬件领域的细分业务布局，公司投资设立深圳益明光电和江苏实益达，分别致力于布局、开拓国际照明市场和国内新零售领域的智能照明市场；公司增资新加坡企业 THINGS SMART PTE.LTD（易智联），易智联主要专注于智能锁具的研发、设计和市场推广。公司在智能硬件细分领域围绕产业链进行投资延伸和布局，进一步完善了公司业务板块，对公司的长远发展具有积极意义。

为更好的整合资源和服务于公司战略规划，同时考虑到子公司实益达工业、实益达技术业务的相关性以及两家子公司在供应链等方面有重合的情况，报告期内公司将实益达工业全部股权出售给了实益达技术，将公司智能硬件业务全部归拢到实益达技术这个主体之下，实现了智能硬件板块的统一规范和管理，有利于公司的长远发展。

（2）在智慧营销板块，公司旗下现有多家数字营销公司，涵盖创意、策略、媒体投放、社会化媒体营销等细分业务，搭建了全产业链、全媒体一站式整合数字营销平台。报告期内，公司基于现有数字营销业务，将人工智能&大数据融入企业营

销领域，成功推出自主研发的营销SaaS产品—智慧营销“雷达”平台，帮助企业在“互联网+”时代的市场营销中更加精准和高效。为探索该平台在教育、保险等垂直领域更多场景的应用，帮助企业客户在获客、营销以及增效等方面取得提升，公司将相关业务从内部孵化项目改制为独立公司运营，成立了人工智能科技公司-麦盟科技。

未来公司将以技术为基础，持续加大企业营销产业链各服务商整合力度，致力于为企业客户提供以技术为桥梁、数据为驱动的一站式营销数字化转型服务，助力企业客户实现全链路数据打通，获得用户精准画像和洞察、产生创意，精准触达；同时不断沉淀数据，推进业务创新与优化。

**(二) 公司的主要产品类型和经营模式:**

公司两个业务板块目前主要包括下表所列的各类产品和服务:

智能硬件业务	智慧营销业务
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆LED照明业务                             <ul style="list-style-type: none"> <li>● LED智能照明产品</li> <li>● LED非智能照明产品</li> </ul> </li> <li>◆智能硬件制造                             <ul style="list-style-type: none"> <li>●智能设备制造</li> <li>●其他智能硬件制造</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●互联网媒体全案营销（PC和移动端媒体）</li> <li>●创意策略服务</li> <li>●互联网整合营销服务</li> <li>●社会化媒体营销服务</li> <li>●广告制作服务</li> <li>●营销SaaS产品</li> </ul>

**(1) 智能硬件业务**

**1) LED照明业务**

公司LED照明业务主要包括LED智能照明产品和LED非智能照明产品的设计、研发、生产和销售，为用户提供照明解决方案；销售模式分为经销商模式和ODM模式；经营模式主要是按客户订单组织生产和销售，并按合同或订单约定收取销售款。

**2) 智能硬件制造**

公司为品牌商提供智能工业设备及其他智能硬件产品的工程测试、制造、供应链管理等一系列服务，经营模式主要是按客户订单组织材料采购、生产和销售，并按合同或订单约定收取相关服务费用。

**(2) 智慧营销业务**

公司智慧营销业务是基于现有的数字营销业务，结合新的技术、产品和数据，致力于为企业客户提供以技术为桥梁、数据为驱动的一站式营销数字化转型服务。具体包括以下服务:

1) 营销SaaS产品: 公司在报告期内专注于探索大数据、人工智能、物联网等新技术在公司业务场景中的应用落地，如营销自动化、会员忠诚度、CRM、SCRM、DMP、DSP、小程序应用、数据挖掘、微信客服系统、AI智能营销等营销SaaS产品。截至目前，公司平台聚集了一批如EC、硅基等优秀的营销SaaS产品，与此同时，公司基于业务研发出了“移动CRM系统”智慧营销解决方案，将人工智能&大数据融入企业营销领域，成功打造出了智慧营销“雷达”平台，让企业在“互联网+”时代市场营销中做得越来越精准和高效。

2) 互联网媒体全案营销服务是指通过为广告主定位目标受众群体，利用门户、视频、电商、垂直、搜索引擎网站等互联网媒体（包括PC端与移动端媒体）信息展示、互动等营销模式，帮助广告主获取理想的广告传播效果，并提供广告制作、投放时期的创意策略服务和广告投放后的效果监测服务，赚取代理服务费用与和媒介返点费用。

3) 创意策略服务是指通过为广告主提供全套市场营销创意策略服务方案，即品牌或产品营销策略服务、创意服务、区域营销策略规划，并协助广告主对接平面、电视、互联网等全媒体渠道，指导广告主进行营销推广，赚取创意策略服务费用。

4) 互联网整合营销服务是指通过向广告主提供结合广告创意设计 & 制作、线上投放与线下推广活动于一体的互联网整

合营销服务，赚取创意设计制作费用、线上推广及媒体采购费用、线下活动执行费用等整合营销服务费。

5) 社会化媒体营销业务服务是指通过利用具有社交属性的社会化媒体（如社交论坛、自媒体），向广告主提供包含品牌社交策略策划、品牌活动策划及执行、品牌自媒体管理、网络意见领袖策略及执行、社交媒体会员管理、社交电子商务、网络交互活动的设计与技术搭建、舆情监测等、社会化媒体账号的代运营在内的社会化媒体营销服务，赚取营销服务、媒介采购等费用。

6) 广告制作服务是指通过为广告主提供平面、视频等广告的制作、监制服务，赚取广告制作费用或广告监制费用。

### 3、行业格局和趋势

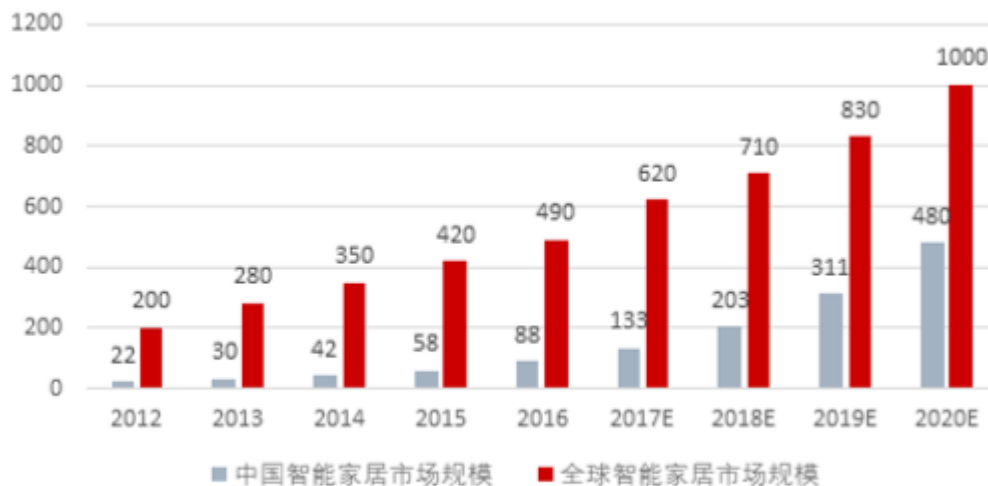
#### (1) 智能硬件行业

随着万物互联时代的到来，硬件智能化成为全社会的共识，智能硬件行业目前虽尚处于行业初期阶段，但高速发展的前提条件已逐渐形成。随着5G通信技术的来临，云计算能力的强化，初级人工智能的实现以及传感器技术的不断成熟，制约智能硬件发展的多维度的技术瓶颈已逐渐打破。此外，国内支持政策也相继出台，《中国制造2025》和《智能硬件产业创新发展专项行动(2016-2018年)》等相关政策都对我国智能制造产业提出方向，要求产业发展深入贯彻供给侧结构性改革和创新驱动发展战略，提高智能硬件的创新能力，加快智能硬件的应用普及进程。

由于智能硬件整体尚处在发展初期，仍有强大的替代效应和市场空间，智能硬件行业有望成为发展迅速、市场潜力巨大的行业之一。大数据、人工智能、物联网等技术带来更多样化的交互及表达模式，更多的产品成为物联网入口，在政策、技术、需求共同驱动下，中国智能硬件市场规模还将继续扩大，艾瑞咨询预计我国智能硬件市场在未来三年内仍将维持增长态势。

以其中的智能家居为例，根据新时代证券研究所的预计，2020年，智能家居的整体规模将由2016年的490亿美元增长至1000亿美元，而中国将占据其中近一半的份额。由于物联网的价值取决于连接智能设备的数量，当联网设备达到一定量级后，才有制定准则和标准的话语权。因此快速普及智能设备是进入物联网的关键战略。

智能家居增长趋势预测（亿美金）



数据来源：新时代证券研究所

#### (2) 企业互联网营销服务行业

数字营销行业处在快速变化的高速成长期。从门户时代、搜索时代，到电商、长视频网站崛起，再到移动互联网各类APP的兴起，互联网营销处在快速的更迭阶段，最具景气度的广告形式先后经历了品牌图形、搜索、电商到信息流广告的更

替。互联网与电子商务的发展、广告需求的爆发、流量的爆发式增长为行业的快速发展提供动力，数字营销行业至2017年依然保持30%以上的增长率。但是，随着大数据、云计算等技术的发展，数字营销行业呈现两个明显的特征：一是媒体端独享技术红利，赚取行业绝大部分利润，甚至技术所带来的去中介化进一步压缩了中间服务商的利润空间；二是广告行业过去一招鲜吃遍天的模式越来越难了，营销服务商需具备持续的业务创新和数据、技术的整合应用能力，以应对流量热点、客户、广告形式、新技术等方面的快速变化的挑战。根据艾瑞咨询数据，2016年我国互联网广告市场规模2902亿元，而根据光大证券测算，其中“中介端”数字营销服务公司市场规模约为400余亿元，市场上各数字营销服务公司营收中值仅4.56亿元，市场高度分散，这主要由于普通的互联网广告公司没有政策牌照限制，资金要求也不高，行业壁垒低。同时，在行业高速发展的环境下，众多代理服务类型的营销公司仍能取得生存空间，促使“大市场，小公司”格局的形成。在这样的行业形势下，中介端公司议价能力将逐步减弱，而技术能力、数据服务能力带来的高附加值是形成竞争优势的主要动力，未来具有技术布局、数据优势的企业将脱颖而出。

具体到2018年，叠加经济下行、中美贸易战、市场普遍对2019年经济形势悲观等因素影响，2018年对于国内大多数企业来说都是比较困难的一年，在此背景之下，很多企业主动开源节流，现金为王，不少媒体端也开始下调业绩目标，广告主也开始降低营销预算，并更关注营销效果和效率，广告巨头们收入放缓的背后是客户愈发紧缩的广告预算和流失的客户。而要提高营销效果和效率，普遍认为就得依靠“技术”的运用，用“技术”变革数字营销业务，让数字营销服务更“智慧”，才能在新的数字营销时代构建竞争力。所以公司将智慧营销板块定位于助力企业营销数字化转型，基于技术、产品和数据，与传统的策略、创意、服务相结合，为品牌客户提供从营销获客，到销售转化，再到持续客户运营的企业全套In-house营销数字化平台建设服务，帮助企业沉淀数据资产，构建客户体验旅程，关注客户从认知、转化到留存的全生命周期营销与客户服务。

基于对行业变化趋势的深刻理解，公司选择以SaaS-CRM及数据驱动的一站式营销数字化转型服务作为切入点，以应对数字营销行业的快速变化。国内SaaS行业经历2014-2015的短暂爆发式增长后，自2016年开始，SaaS市场进入稳定快速的发展阶段，艾瑞咨询数据显示，2017年国内SaaS行业市场规模为168.7亿元，增长率为32.3%，预计未来仍将维持30%以上增幅，2020年市场规模将达到473.4亿元，市场前景广阔。

2013-2020年中国SaaS行业市场规模及预测



数据来源：艾瑞咨询



### 3、主要会计数据和财务指标

#### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	1,035,533,828.46	935,965,359.52	10.64%	798,906,480.91
归属于上市公司股东的净利润	-369,515,881.56	75,327,297.44	-590.55%	149,987,651.76
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-435,734,121.51	52,124,287.07	-935.95%	16,689,969.07
经营活动产生的现金流量净额	1,990,048.31	105,453,586.05	-98.11%	34,836,526.01
基本每股收益（元/股）	-0.6418	0.1308	-590.67%	0.2630
稀释每股收益（元/股）	-0.6418	0.1304	-592.18%	0.2625
加权平均净资产收益率	-24.35%	4.55%	-28.90%	10.10%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	1,666,917,915.25	2,077,610,091.38	-19.77%	1,903,730,202.94
归属于上市公司股东的净资产	1,340,084,937.00	1,697,491,328.94	-21.05%	1,609,240,897.39

#### (2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	258,428,182.61	317,815,348.20	225,256,873.74	234,033,423.91
归属于上市公司股东的净利润	32,269,226.33	34,325,583.94	10,689,417.59	-446,800,109.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	370,178.42	13,316,663.54	6,638,514.26	-456,059,477.73
经营活动产生的现金流量净额	-11,919,343.67	-52,994,389.84	89,540,625.45	-22,636,843.63

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是  否

### 4、股本及股东情况

#### (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

报告期末普通股股东总数	56,285	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	51,557	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	

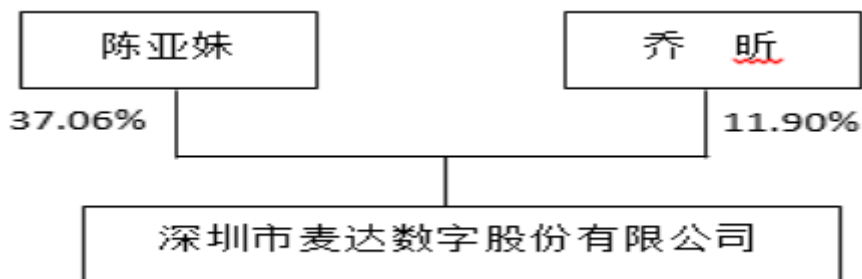
陈亚妹	境内自然人	37.06%	214,585,099	181,063,824	质押	98,000,000
乔昕	境内自然人	11.90%	68,927,032	56,195,274	质押	36,000,000
新余海和投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	6.02%	34,883,720	34,883,720		
薛桂香	境内自然人	2.47%	14,303,532	427,032		
伏虎	境内自然人	1.40%	8,125,546	38,890		
石磊	境内自然人	1.06%	6,143,700	0		
上海季子投资管理有限公司—季子天增地长一期资产管理计划	其他	1.00%	5,813,953	5,813,953		
张伟	境内自然人	0.75%	4,363,689	153,600		
高长亮	境内自然人	0.52%	3,014,961	0		
新余益瑞投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.48%	2,801,162	2,801,162	质押	849,900
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，乔昕先生与陈亚妹女士为夫妻关系，为一致行动人；乔昕先生亦为新余益瑞投资合伙企业（有限合伙）的普通合伙人。未知其他股东相互之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## （3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



备注：乔昕先生另通过新余益瑞投资合伙企业（有限合伙）间接持有公司1,381,162股。

## 5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券  
否

## 三、经营情况讨论与分析

### 1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求  
否

基于对公司所处行业趋势的判断，智能、数据和技术将会是公司业务未来新的驱动力，公司“智能硬件+智慧营销”双轮驱动战略也将始终以此为核心，构建核心能力。截至报告期末，公司可使用资金约6.84亿元，资产负债率仅为17.54%，公司

现金储备非常充裕，推进战略落地的资源相对丰盈。报告期内，公司根据战略规划，稳步推进各业务板块的布局 and 结构调整，整体经营业绩符合战略预期。整体经营情况参见“第三节 公司业务概要”之“一、报告期内公司从事的主要业务”。关于各业务板块补充说明如下：

#### （一）智能硬件板块：紧抓5G、物联网带来的历史新机遇，纵深布局产业链

随着5G通信技术的来临、云计算能力的强化、人工智能技术的应用以及传感技术的不断成熟，制约智能硬件发展的多维度的技术瓶颈在逐渐被打破，硬件智能化成为社会共识，万物互联的时代即将到来。在国家政策的大力支持下，智能硬件目前虽尚处于行业初期阶段，但高速发展的前提条件已逐渐形成，发展潜力巨大，公司的智能硬件板块处于历史性机遇期。在这种大的行业发展背景下，2018年虽面临中美贸易摩擦、国内经济低迷等不利外部环境，公司智能硬件板块的业务仍实现超预期的增长。

##### 1、储备了一批优质的客户群体

公司智能硬件板块现有客户资质良好，主要客户如ABL、ASM PT、GE等均是知名的跨国企业，新拓展的客户怡化股份也是国内智能金融终端运维领域规模覆盖面最广的服务提供商之一。其中，2018年公司来自ASM PT的业务收入同比大幅增加68.65%；来自ABL的业务收入同比大幅增加118.09%，公司凭借在智能LED照明产品领域技术研发、产品规划等方面的能力和洞察力，以ODM的模式与ABL达成长期业务合作。优质的客户群体，一定程度上稳定了智能硬件板块业务、降低了应收账款回收风险，拓展了潜在业务空间，同时在与优质客户合作过程中，公司也能更好地触及先进技术和终端市场，为公司产品规划、管理等方面带来更好的借鉴。

##### 2、紧抓5G、物联网新机遇，拓宽智能硬件品类

在物联网发展潮流的大背景之下，公司积极拓展除传统产品之外的新产品品类，如智能锁具、智能模块、金融终端科技产品等。2018年子公司实益达技术投资专注于智能锁具研发、设计和市场推广的新加坡企业-THINGS SMART PTE.LTD（易智联），双方共享资源，共同探索智能锁具产品的应用市场；实益达技术与杭州涂鸦信息技术有限公司达成合作，实益达技术主要负责二次开发智能模块（俗称二级平台，如智能照明等）标准化的控制模块，为涂鸦以及其客户群提供智能硬件产品的设计、制造服务；实益达技术切入国内金融科技领域优质客户-怡化股份的供应链系统，2019年初已开始陆续出货金融终端设备的相关产品。

##### 3、加大研发投入，增强技术实力

公司旗下的“实益达”品牌经过近二十年服务全球知名品牌商的经验，在产品规划、研发和制造领域具备了深厚的积累和底蕴。公司近年内加大研发投入，尤其是在智能照明、智能家居等新业务领域的投入，并紧跟物联网快速发展所带来的机遇，力争在细分业务领域开拓更大的市场空间，增强公司的核心竞争力。2018年，公司智能硬件板块的研发投入同比增加91.57%，占智能硬件板块业务收入的5.24%。2018年智能硬件板块共申请了40项专利，其中发明专利5项，实用新型专利35项，并获得23项实用新型专利证书。2016年推出市场并持续优化调整、丰富产品系列的WAFER系列超薄圆形面板灯，因其具有超薄、防水汽、光色好、支持TRIAC调光等优良性能，得到了客户及终端消费者的高度认可，2018年该系列产品销量同比大增，带动LED照明业务营业收入同比大幅增加92.20%。截至目前实益达旗下现有四家子公司已取得了高新技术企业证书。

##### 4、内部机制创新优化，激发员工积极性

合伙人机制是公司的重要人力战略举措。2018年公司持续引入符合公司战略规划的合伙人，与核心骨干共同投资合作，通过合伙人团队建设，调动其积极性，推进公司战略布局顺利落地。比如与核心骨干共同出资设立江苏实益达，聚焦国内新零售领域的智能照明市场，大力拓展自有知识产权和自有品牌产品市场。

2018年智能硬件板块还完成了实益达技术和实益达工业的重组，将两家业务相关性强、供应链等存在协同的子公司整合到同一主体之下，实现了智能硬件板块的统一规范和管理。

#### （二）智慧营销板块：顺应行业发展趋势，促进业务优化升级

从行业发展阶段来说，数字营销行业本身近几年出现结构性调整，随着大数据、人工智能、云计算等技术的发展，整个行业直面“数字化”转型的挑战，数字营销行业原有秩序不断被打破，产业链中的各主体角色也随之产生变化，行业去中间化

趋势明显，传统4A公司的业务规模和利润空间被压缩，2018年又叠加了经济下行、中美贸易摩擦等外部不利环境。在此背景之下，2018年公司智慧营销板块的经营业绩不及预期，公司因此对2015年收购的三家数字营销公司计提了大额商誉减值准备，并主动做了如下变革：

#### 1、加强内控管理，提升业务效率

因公司现有三家数字营销公司的业务更偏向于以创意、策略驱动的营销代理业务，技术能力不足，公司虽然近几年陆续投资布局了部分营销技术类企业，但对三家营销公司现有业务的协同性目前未达预期。为保障该业务板块的长效发展，2018年公司对三家公司的业务进行了如下措施：

（1）控制公司应收账款风险，强化客户、供应商资质审查程序，加强数字营销板块各类业务的风险层级分类管控，严格控制高风险业务（如需要垫资的广告投放业务），停止部分资质不佳客户的投放代理业务。通过上述措施，投放代理类业务的健康度得以较大幅度地提升。

（2）调整、优化三家公司的业务格局及部分人员组织架构，聚焦各自擅长的业务领域，如控制利宣广告投放代理业务的风险，拓展更多高附加值的轻创意、策略业务；奇思广告依托现有汽车行业的创意、策略基本业务，向其他行业延伸，降低行业单一的经营风险等。

（3）整合三家数字营销公司的后台服务职能。三家数字营销公司的业务部分存在协同效应，整合后台业务既方便统一、规范后台管理，又有利于提高业务效率和议价能力。

2018年数字营销板块内部业务调整后，三家子公司业务更聚焦，管理更规范，业务更健康。但未来一段时期三家数字营销公司的业务需要继续优化升级。公司会持续投资布局技术类数据应用企业，冀望寻求转型机会点，助力现有数字营销业务优化升级。

#### 2、大数据应用产品逐步落地，向“营销技术化”转型

数字营销行业面临深层业务变革，2018年公司基于现有业务，研发出了智慧营销解决方案-智慧营销“雷达”平台，帮助企业在“互联网+”时代的市场营销中更加精准和高效。为探索该平台在教育、保险等垂直领域更多场景的应用，帮助企业客户在获客、营销以及增效等方面取得提升，公司将相关业务从内部孵化项目改制为独立公司运营，成立了人工智能科技公司-麦盟科技。公司未来会持续关注智慧营销行业的创新产品，充分利用上市公司的综合优势，通过外延式投资和内生式发展，加强公司自身的营销能力和技术能力。

### （三）投资板块：产业为本，资本为翼

产投研是公司战略落地的主要路径，投资职能是公司当前非常重要的职能，投资不仅可以布局和锁定优质标的，也可以带来投资收益和良好的现金回报。近几年，公司通过投资和并购实践，积累了丰富的经验，形成了自身投资理念和逻辑。

#### 1、加快“产投研”一体化战略落地

2015年以来，公司陆续在大数据、人工智能、物联网和智能制造等领域布局，报告期内公司参股投资了多家优质企业：麦盟科技——专注于人工智能在营销领域深度应用的营销云科技公司，通过大数据和人工智能技术帮助客户辨别虚假流量、降低获客成本、提高销售效率；

富数科技——以人工智能技术为核心的金融大数据解决方案提供商，致力于为行业用户提供行业领先的机器学习技术和数据智能解决方案；

舜飞科技——专注于为客户提供技术和数据驱动的营销数字化转型全流程解决方案的高新技术企业，拥有TD（Trading Desk）、DSP、DMP、DCO（动态创意）、DNA（网站监测）、AB Tester（网站优化）、Tagmanager（代码管家）等多项自主研发产品；

爱贝信息——知名的国际化金融科技公司，线上线下一体化的全球支付解决方案提供商，目前是国内数字娱乐领域从事提供交易解决方案业务的优质企业。

作为各自行业细分领域的优质企业，各家参股公司认识到国内资本市场多层次平台资源对公司快速发展的重要性且已具备独立融资的能力，未来将会依据自身的发展需要适时选择合适自身的融资方式和资本市场发展路径，以期进一步提升品牌

影响力和竞争力，实现健康可持续发展。

2、机制创新，激发内部创业活力

基于现有数字化营销业务，公司成功推出自主研发的营销SaaS产品—智慧营销“雷达”平台。为探索该产品的多场景应用，公司将该项目独立运营，成立人工智能科技公司-麦盟科技，本次机制创新一方面可以建立更加灵活的机制，最大限度的调动创始团队员工的积极性，从而吸引更多专业人才加盟；另一方面实现项目市场化的运作，降低公司在项目前期的投资风险。2019年3月，麦盟科技获得新一轮股权融资，一定程度上是对公司本次机制创新项目的充分肯定，同时麦盟科技也进入新的发展阶段。

3、投资产生连接，连接实现共赢

2018年公司持续投资布局细分行业的优质标的，如参股投资营销技术企业-舜飞科技、全球支付解决方案提供商-爱贝信息、国内大数据风控技术服务提供商-富数科技等，2018年10月公司发起组织了“麦达荟”活动，旨在为公司与参股公司创始人之间搭建以“开放，协作、共赢”为精神，以交流、分享为特色的交流平台。截至目前已顺利召开两期，并取得的良好效果。投资是连接手段，不仅连接资本，更重要的是连接资源、能力和文化，通过经验分享和资源协同，助力参与各方的共同成长与发展。

4、引入专业合作伙伴，规避投资风险

2018年公司发布了拟设立2只专项产业基金的公告，基金整体规模在6-8亿元，投资方向主要为大数据、物联网、人工智能及企业级服务等。截至目前，公司专项产业基金-1已完成私募备案，基金-2的设立事项还在推进之中。同时，鉴于沅源资本管理的基金“沅源启程”的投资领域更广且投资领域与公司的战略规划存在协同效应，可为公司带来更多的潜在投资收益和投资机会，公司还以自有资金出资5000万元认购沅源启程的份额。

5、成功获利退出惠赢天下

2018年，公司一方面积极布局符合公司战略规划的新项目，同时也根据公司战略及项目的实际情况，逐步退出部分项目，如出售惠赢天下的全部股权，获得超过2000万元的投资收益。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用  不适用

单位：元

产品名称		营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
智慧营销板块	智慧营销服务	433,297,538.44	88,297,149.05	20.38%	-23.85%	-42.77%	-6.74%
智能硬件板块	LED 照明产品	393,199,757.77	68,144,024.56	17.33%	92.20%	44.75%	-5.68%
	智能硬件制造	192,012,445.29	32,272,935.47	16.81%	35.53%	35.82%	0.04%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是  否

## 5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用  不适用

报告期内，受计提商誉减值准备、应收账款坏账准备等因素影响，公司归属于上市公司股东的净利润为-36,951.59万元，同比下降590.55%。

## 6、面临暂停上市和终止上市情况

适用  不适用

## 7、涉及财务报告的相关事项

### (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情况说明

适用  不适用

1) 考虑到智能硬件板块现有业务的实际结算方式通常采取 3 个月月结，3 个月为正常账期，在此期间计提大额坏账准备与业务实际情况不符，公司细化调整了公司及下属智能硬件板块子公司 1 年内应收账款坏账计提比例，降低了 3 个月以内应收账款的坏账计提比例（从 5%降低至 0.1%）的同时，相应提高了“6(不含)-12 个月”的应收账款坏账计提比例（从 5%提高至 10%）。2018年8月24日公司召开的第五届董事会第十二次会议审议通过了《关于应收账款坏账准备会计估计变更的议案》。本次变更从 2018 年 8 月 25 日起开始执行，采用未来适用法进行会计处理。

2) 2018年6月15日，财政部颁布了《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号），废止了2017年12月25日发布的《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30号）。公司于2019年2月26日召开第五届董事会第十五次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》。本次变更从2018年1月1日起开始执行。如果公司沿用变更前的会计估计，2018年度需要补提坏账准备金额4,619,373.75元。

### (2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

### (3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

报告期内公司新设控股孙公司深圳市麦嘉投资有限公司、深圳前海麦嘉投资合伙企业（有限合伙）、深圳益明光电技术有限公司、江苏实益达智能光电有限公司，将以上公司纳入合并报表。

报告期内注销无锡实益达照明科技有限公司，期末不再纳入合并报表范围。

### (4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用  不适用

深圳市麦达数字股份有限公司董事会

2019 年 4 月 23 日