

证券代码：300155

证券简称：安居宝

公告编号：2022-012

广东安居宝数码科技股份有限公司 2021 年年度报告摘要

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。

公司全体董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：无变更。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 561,227,744 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.36 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	安居宝	股票代码	300155
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	黄伟宁	骆伟明	
办公地址	广东省广州开发区科学城起云路 6 号安居宝科技园	广东省广州开发区科学城起云路 6 号安居宝科技园	
传真	020-82082030	020-82082030	
电话	020-82051026	020-82051026	
电子信箱	huangwn@anjubao.net	weiming_l@anjubao.net	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）、公司所处行业

公司主营楼宇对讲系统、智能家居系统、停车场系统、监控系统等智慧社区安防智能化设备及系统的研发设计、生产制造和销售，属于安防行业，按照产品的应用领域划分属于社区安防行业。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所处行业属于制造业，细分行业属于“C39 计算机、通信和其他电子设备制造业”；根据《国民经济行业分类》（2017 年修订），公司所处行业属于“C39 计算机、通信和其他电子设备制造业”。

（二）、公司业务的周期性特点

公司楼宇对讲系统、智能家居系统和防盗报警系统等产品主要应用于新建住宅小区，因此其行业周期性与房地产行业的发展紧密相关。公司主要客户为工程施工商或系统集成商、房地产开发商，产品是在房地产项目施工的后工序阶段才进行施工安装，而新建楼盘竣工时间一般在三、四季度较为集中，故客户一般会集中在三、四季度进行大批量的采购提货，公司生产经营具有较强的季节性特征。在相关指标上，又与房地产住宅新开工面积、住宅竣工面积关系尤为密切，其中住宅新开工面积会影响未来2-3年公司楼宇对讲产品、智能家居产品的销售好坏，住宅竣工面积会影响公司当年楼宇对讲产品的销售情况。

（三）、公司所处行业地位

公司楼宇对讲、智能家居业务是与房地产企业相配套，由于房地产行业今后的发展空间问题，公司从长远发展考虑，大力发展停车场生态方面的业务，因此公司楼宇对讲、智能家居业务收紧了对房地产开发商的信用政策及账期管理。根据国家统计局发布的2021年全国房地产开发投资和销售情况显示，2021年全国房地产开发投资147,602亿元，同比增长4.4%，其中住宅投资111,173亿元，增长6.4%。2021年房地产开发企业房屋施工面积975,387万平方米，同比增长5.2%，其中，住宅施工面积690,319万平方米，增长5.3%。房屋新开工面积198,895平方米，下降11.4%，其中住宅新开工面积146,379万平方米，下降10.9%。房屋竣工面积101,412万平方米，增长11.2%，其中，住宅竣工面积73,016万平方米，增长10.8%。按平均100平米一户测算，约有竣工住宅730.16万户，报告期内，公司楼宇对讲及智能家居出货量为163.11万户，折算市场占有率约为22.34%，同比下降7.26%。

（四）、智慧社区、楼宇对讲、智能家居领域

公司的AI智慧社区系统突破了目前国内绝大部分厂家楼宇对讲、智能家居、智慧社区和停车场系统单独工作的状态，运用AI先进技术及软件平台，对小区产品进行技术关联整合，从而提升产品竞争门槛。公司楼宇对讲系统主要由管理机、控制器、单元门口主机、室内可视分机、信号类产品、电源、网络交换机、智能终端、软件等组成；智能家居系统是以家庭端为核心结合家电控制、家居安防、远程信息交互的一套系统，由智能控制器、智能摄像机、传感器等产品组成。

（五）、停车场业务领域

公司停车场业务收入主要来源于两个方面，一是停车场硬件设备及城市路内智能停车设备的销售及维保收入，二是停车场道闸广告收入。停车场硬件设备主要包括道闸、车牌识别控制机、停车场控制机、车位检测终端、车位引导屏；人行通道翼闸、摆闸等，主要应用于商业、小区停车场。停车场道闸广告是停车场硬件设备销售的一个延伸业务，公司利用前期布局取得的停车场道闸广告位，为有需求的客户进行广告投放运营。同时，公司通过组织全国一、二、三线城市的孤岛式经营的停车场道闸经营公司进行联盟合作，针对其空杆率高、本地大单少、全国大单客户少等痛点，将全国的道闸资源进行整合、共享，打造成为全国资源广告平台运营商，通过该平台，公司可进一步吸引全国性的广告大客户，形成更全面的广告业务体系，为停车场业务打开新的盈利增长点。

（六）、监控系统集成领域

公司监控系统集成项目主要由子公司奥迪安实施，业务主要集中在广东省，主要是基于智能安防的系统集成服务、与系统集成相关的商品销售、后期维护服务。

（七）、液晶显示屏领域

考虑到该项目与楼宇对讲产品相配套，属于重资产、重资金投入，而目前公司在这方面的产业规模属于中等规模，没有太大的竞争优势，公司将对该项目做关闭处理。

（八）、公司经营模式

1、采购模式

为保证公司制造成本具有更强的竞争力，公司十分重视制造材料成本和仓储成本控制。在研究行业竞争环境和条件的基础上，根据电子行业材料市场的性价比和竞争规律，公司制定了具有公司特色的采购政策和采购制度。

公司设置了两个采购部门，每个部门各自负责供应商的开发和参与原材料的竞购，最大程度的压缩采购成本。公司会根据客户的订单情况和市场需求情况进行显示模组、液晶屏、镜头、IC芯片、结构件等材料部件的招标采购。

2、生产模式

公司生产部根据“订单+库存”的方式组织生产。业务部在每月月初作出下一个月的销售预测计划，物料部根据销售预测计划制定投产计划，然后根据投产计划完成生产计划和物料需求计划；同时，公司准备一部分的“库存”机型生产，即生产体系负责人考虑前三个月销售与投产计划的情况、上年同期的销售情况，与公司现有主流机型，决定“库存”机型生产数量。由于安防行业市场竞争比较激烈，客户的个性化需求越来越丰富，企业需要通盘考虑市场情况，合理安排部分现有主流机型的“库存”生产，以此为需要个性化定制的客户提供更充裕的生产资源，保证按时交货。

3、销售模式

公司楼宇对讲及智能家居系统产品主要应用于新建住宅小区，市场分布在全国各地，主要客户为工程施工商或系统集成商、房地产开发商。由于公司产品的系统性和技术服务在产品安装、运营环节非常重要，为更好地服务客户，公司采用直销的销售模式，通过在全国各大中小城市建立的营销服务网点进行产品销售和售后服务。完备的营销服务网络对公司产品后续的维保服务、品牌竞争力、影响力起到举足轻重的作用。

停车场道闸广告业务方面，公司在广深地区主要采取自营模式，即公司销售人员根据广告投放客户需求，通过组织当地营销服务网点人员进行广告的上画和下画、维护操作，以停车场广告道闸作为媒介载体，发布广告并取得广告收入；公司在其他地区主要采取承包模式，即公司将各地停车场广告道闸资产打包承包给当地具有较强实力的广告公司，上述广告公司负

责其所承包的停车场道闸资产相关广告资源拓展、投放、设备维护和物业关系处理，并根据承包协议向公司支付广告投放费用。

对停车场的产品销售，由于有广告道闸全国撮合平台，公司近期推出了“安装停车场系统送广告道闸”（原广告道闸需购买）的销售模式，该模式有初装费比传统模式便宜（约为7折）的优点，同时客户还有广告分成的增值服务，这将极大的提升了公司停车场系统产品的竞争力。

同时，公司通过组织全国一、二、三线城市的孤岛式经营的停车场道闸经营公司进行联盟合作，针对其空杆率高，无法承接跨地区大单的现状，将全国的道闸资源进行整合、共享，打造成为全国资源广告平台运营商，通过该平台，公司可在吸引全国性的广告大客户的同时，提升广告经营商的经营效益，公司在此过程中，收取一定的资源撮合费，同时也可带动停车场系统产品的销售及维保来获取收益。

此外，对于品牌知名度不高的客户，公司也允许该客户使用公司的资质、设备器材进行项目投标，公司在运营过程中收取一定的管理费用。

监控系统集成业务模式主要为传统的建设模式和BT模式，传统的建设模式主要是公司与业主签订系统集成服务合同，业主根据合同验收条款分期付款；BT模式是指一个项目的运作通过项目公司承包、融资、建设、验收合格后移交业主，业主向投资方支付项目总投资加上合理回报的工程建设管理模式。

4、服务模式

公司始终坚持以客户为中心的服务宗旨，建立了专业服务体系主动为客户提供公司特色的专业服务，具体情况如下：

（1）本地化服务

公司总部设立了技术服务、软硬件工程师、销售工程师等技术保障人员，在分公司设立了由总部培训派遣的合格技术服务主管、技术服务员、维修工程师、维修员等专业人员，确保第一时间响应客户需求，为客户提供及时、便捷的售前、售中及售后服务。

售前服务：在业务开发阶段，为客户提供技术咨询、系统方案的设计、产品配置方案等；对于新项目和大项目，公司总部业务管理团队、技术服务部、研发部等为客户提供远程或现场的技术服务。

售中服务：在系统安装和调试阶段，为客户提供现场释疑与指导。

售后服务：在系统运营阶段，为客户提供远程答疑、维修服务、上门维护、人员培训、项目档案建立、客户回访等。分公司储备有一定的元器件和配件，以及产品的主要组件，以备客户维修需要。

（2）项目“户籍”管理

公司为每一个服务的项目（楼盘）建立“户籍”，自最初的系统设计、产品配置到布线、安装、调试，到日常维护和维修，中间所有环节都有记录，从而确保每个项目在任何时候都能及时得到与之匹配的专业服务。

（3）设立专业培训中心，开通培训热线

公司培育了一批产品巡回培训导师，培训对象包括设计院社区工程师、工程商弱电工程师、系统集成商工程师和物业公司电工等人员。公司根据客户的不同需求以及行业技术进步和产品升级等情况，有针对性的安排相应的课程。培训分为新项目培训和每年常规培训，新项目培训是指为新开发项目客户的培训，常规培训是指培训导师每年在全国各分公司所在地进行巡讲培训，通过技术研讨、实例分析、观摩产品展示的形式，为客户提供全面系统的培训。

（九）、报告期公司经营回顾

报告期内，公司实现销售总收入7.59亿元，同比下降18.98%，其中楼宇对讲、智能家居、监控及系统集成、显示屏分别实现销售收入4.64亿元、8,821万元、6,117万元、5,352万元，同比分别下降5.37%、32.19%、57%、45.67%，停车场系统及道闸广告业务实现销售收入6,679万元，同比增长23.91%。实现归属于上市公司股东的净利润约2,765.95万元，同比下降73.54%。2021年度，公司签订各类销售合同89,059万元，同比下降19.26%。

公司业绩同比下降的主要原因是报告期内公司产品受液晶显示屏及IC芯片等原材料涨价的影响，产品成本上升；同时公司根据房地产开发商的资金状况逐步收紧了信用政策，导致收入及利润均受到一定程度的影响；报告期对持有恒大集团及其成员企业、华夏幸福及其成员企业、佳兆业集团及其成员企业、荣盛发展及其成员企业等客户的商业承兑汇票及应收账款计提坏账准备，从而导致公司利润同比下降73.54%。

报告期内，公司计提信用减值损失及资产减值准备合计3,281.81万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	本期计提金额
一、信用减值	2,280.32
其中：应收票据坏账损失	59.25

应收账款坏账损失	2244.86
其他应收款坏账损失	3.87
长期应收款坏账损失	-21.44
一年内到期的非流动资产坏账损失	-6.22
二、资产减值	1,001.48
存货跌价损失及合同履约成本减值损失	828.47
固定资产减值损失	6.84
商誉减值损失	166.17
合计	3,281.81

报告期内，主要开展了以下工作：

- 1、公司子公司车前传媒通过组织全国一、二、三线城市的孤岛式经营的停车场道闸经营公司进行联盟合作，并于2021年4月22日召开全国道闸广告媒体百城联盟启动大会，针对其空杆率高，无法承接跨地区大单的现状，将全国的道闸资源进行整合、共享，打造成为全国资源广告平台运营商，通过该平台，公司可在吸引全国性的广告大客户的同时，提升广告经营商的经营效益，公司在此过程中，收取资源撮合费，同时带动停车场系统产品的销售来获取收益。广告平台小程序已于2021年8月上线运行，截至年末公司广告平台已与170个战略合作方进行合作，并已整合广告道闸资源16.64万杆。
- 2、对外投资方面，2021年2月，公司在广西投资设立孙公司，整合利用当地资源，打造路内停车与区块链技术应用相结合的停车收费示范项目，进一步促进停车场等业务的发展；投资参股广州威溶特医药科技有限公司1000万元。
- 3、落实与施耐德战略合作协议，共同推进产品和项目落地。
- 4、对公司业务制度、组织架构进行改革，精简营销服务网点，降低成本，提升人员效率，以进一步激发销售人员的积极性，同时更有效地促进应收账款的催收力度，控制应收账款风险。截至目前，公司在全国各地拥有营销服务网点87个。
- 5、完成总额1亿元的非公开发行股票融资工作及董事会、监事会的换届工作。
- 6、加强公司各项成本管控，报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用、财务费用合计同比下降10.53%。

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：元

项目	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	1,748,156,236.09	1,720,474,581.34	1.61%	1,608,088,517.00
归属于上市公司股东的净资产	1,414,975,191.35	1,314,660,420.43	7.63%	1,231,208,852.22
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	759,399,709.42	937,307,627.18	-18.98%	924,120,718.50
归属于上市公司股东的净利润	27,659,497.31	104,546,600.01	-73.54%	71,835,708.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	22,184,476.91	100,327,463.69	-77.89%	60,243,669.91
经营活动产生的现金流量净额	33,138,163.91	-8,784,251.58	477.25%	134,255,535.86
基本每股收益（元/股）	0.050	0.19	-73.68%	0.13
稀释每股收益（元/股）	0.050	0.19	-73.68%	0.13

加权平均净资产收益率	2.07%	8.21%	-6.14%	5.99%
------------	-------	-------	--------	-------

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	128,928,334.66	222,261,484.57	218,617,162.15	189,592,728.04
归属于上市公司股东的净利润	2,757,111.77	18,926,302.80	25,044,186.13	-19,068,103.39
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	529,631.89	18,643,324.12	24,251,653.90	-21,240,133.00
经营活动产生的现金流量净额	-78,163,326.02	12,430,387.29	-3,023,314.62	101,894,417.26

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	27,065	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	24,441	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	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、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
张波	境内自然人	29.89%	167,777,419	148,333,064			
张频	境内自然人	23.54%	132,091,832	102,935,874			
上海牧鑫资产管理有限公司一牧鑫鼎硕 1 号私募证券投资基金	其他	5.35%	30,000,000				
吕强	境内自然人	0.95%	5,357,142	5,357,142			
李乐霓	境内自然人	0.91%	5,134,442	3,850,831			
UBS AG	境外法人	0.42%	2,329,494	1,785,714			
陈建有	境内自然人	0.39%	2,200,000	0			
瞿小波	境内自然人	0.35%	1,964,285	1,964,285			
丁凤梅	境内自然人	0.33%	1,838,900				
宁波宁聚资产管理中心（有限合伙）一宁聚映山红 4 号私募证券投资基金	其他	0.32%	1,785,714	1,785,714			
上述股东关联关系或一致行动的说明		股东张波、张频、李乐霓、上海牧鑫资产管理有限公司一牧鑫鼎硕 1 号私募证券投资基金为公司一致行动人，合计持有公司 59.69% 股权；公司未知其他股东是否存在关联关系或是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					

公司是否具有表决权差异安排

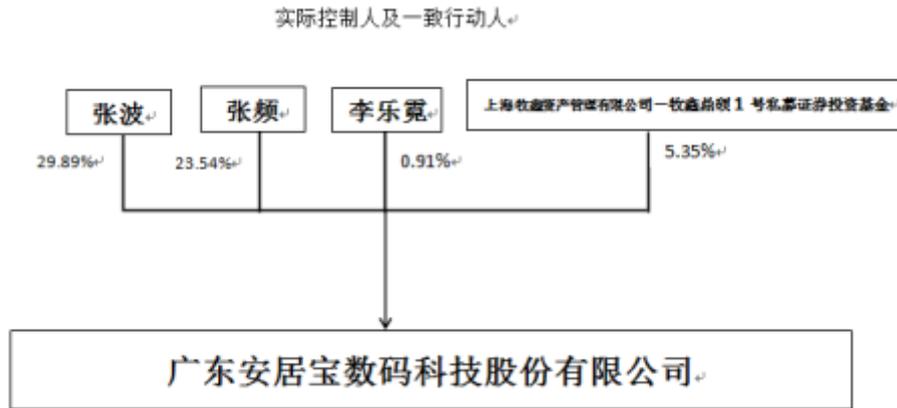
适用 不适用

(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



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

公司子公司广东安居宝显示科技有限公司主要从事LCM液晶模组研发、生产、销售，母公司为其第一大客户，现因行业外部环境变化较大，生产成本较高，规模效益不再明显，其生产的液晶显示屏竞争力变弱，为了提高公司整体产品的竞争力，公司从2022年起加大对外部供应商的液晶显示屏采购量，并已于今年初停产。