

# 深圳市英唐智能控制股份有限公司

## 2017 年度董事会工作报告

### 一、概述

公司2017年实现营业收入739,987.53万元，同比增加75.27%；营业利润20,951.65万元，同比下降12.54%；归属于上市公司股东的净利润14,300.32万元，同比下降29.01%；归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润13,697.12万元，同比下降0.75%。2017年公司继续推进内生加外延的融合战略，向电子元器件分销领域横向发展，不断增加具有品牌优势的新产品线，销售规模较上年同期显著提升；但是，由于上年处置子公司产生的非经常性损益对利润的影响较大，以及本报告期研发投入、坏账计提、资金成本、场地费用、人员费用、业务分成等增加使得利润同比下降。

#### 分销金字塔布局

近年来公司通过收购、整合及合作获得了众多电子核心产品的代理权，技术型和资源型产品线愈发丰富，通过构建稳定的金字塔式产品结构形成了稳固的市场护城河，扩大了销售规模，盈利水平均有显著提升。随着家电智能化、消费电子、汽车电子等行业需求量不断增加，公司贯彻实施内升及外延整合战略迅速扩大销售规模，销售规模及盈利水平均有一定幅度的增长，进而提高了公司自身的行业地位及增强了公司稳定的盈利能力。

#### 完善产业互联网平台

公司的优软云目前分为八大版块：**B2B**商务、优软商城、优企云服、金融服务、人才招聘、英唐众创、定制商城及服务专区，企业客户有较多选择性。统一的云服务已经不能完全满足企业需求，随着优软云的不断升级，公司将为不同企业需要提供更具针对性的解决方案，定制化、个性化云服务，帮助解决企业管理痛点，赢得市场。

优软云是一个为企业提供信息化服务以及各项增值服务的多功能型平台。从企业内部信息化管理，对外的电子商务，以及渠道扩展，在整个企业信息化供应链的过程中提供金融服务等各项优质服务。公司通过信息化技术手段将公司优势服务以及外界的公共服务打通，实现了企业信息化，助力企业实现互联网+。在企业管理的每一个领域，都有诸多垂直S2S服务解决方案。

## 布局供应链金融

公司的产业互联网平台本身就是天然的供应链金融平台。公司的产业互联网平台可以实现财务流、实物流的数据匹配，未来添加税务的功能可实现数据准确的流动资产固定化的功能。依据相关算法后开展供应链金融的管理，可使整个链条风险大大降低。公司布局供应链金融，能够为制造业中小企业提供金融支持，改善行业内现金流，帮助企业快速发展。

## 二、公司未来发展的展望

### （一）元器件分销

电子元器件下游应用领域十分广泛，几乎涉及到国民经济各个工业部门和社会生活各个方面，既包括电力、机械、矿冶、交通、化工、轻纺等传统工业，也涵盖航天、激光、通信、高速轨道交通、机器人、电动汽车、新能源等战略性新兴产业。从细分领域来看，随着4G、移动支付、信息安全、汽车电子、物联网等领域的发展，集成电路产业进入快速发展期；另外，LED产业规模也在不断扩大，半导体领域日益成熟，需求关系略有改善等都为行业发展带来了广阔的发展空间。

当前，我国电子信息产业已成为国民经济发展最快的产业部门，对工业化和信息化起到了重要的促进作用。其中的电子元器件制造业总产值约占电子信息产业的五分之一，电子元器件产业已经成为支撑我国电子信息产业发展的重要基础。近年来中国电子工业持续高速增长，带动电子元器件产业强劲发展。我国许多门类的电子元器件产量已稳居全球第一位，电子元器件行业在国际市场上占据很重要的地位。

国内外电子信息产业的迅猛发展给上游电子元器件产业带来了广阔的市场应用前景。汽车电子、PDA、互联网应用产品、机顶盒等产品的迅速启动及飞速发展，极大地带动中国电子元器件市场的发展。在通讯类产品中，移动通信、光通信网络、普通电话等都需要大量的元器件。另外，计算机及相关产品、消费电子产品等领域的需求依然强劲，这些都将成为中国电子元器件市场发展的动力。

### 1、消费电子

2015年在全球经济增长疲软的大环境下，消费电子市场依旧保持了平稳增长。其中，智能手机继续占据主导地位，成为消费市场增长的重要引擎；PC和笔记本虽然整体规模可观，但没能扭转销售颓势，平板电脑出货量也呈下滑态势；可穿戴设备成长迅猛，成为市场热点。

智能手机是最大的消费电子市场，并且有效拉动超60%的IC需求。可以说，手机决定了电子行业的景气度。目前全球已经迈入了“后智能手机时代”。美国市场研究机构eMarketer的数据显示，2015年全球手机渗透率已经超过60%。来自腾讯企鹅智库发布报告显示，2015年中国成人智能手机渗透率已达43.1%。随着智能手机产业链渐趋成熟和市场竞争日益激烈，2016年智能手机将转战中高端市场，ForceTouch、AMOLED、裸眼和曲面屏触控和显示技术将有望带来惊喜，智能手机的升级将主要在于触摸屏、摄像头、指纹识别等传感器和集成电路等方面。未来，手机能否带来电子元器件重大升级或能否有新智能硬件赶超手机决定了电子元器件行业的景气走向。

2、汽车电子

全球汽车电子发展早已开始，但由于涉及的零部件领域众多，各细分领域处于不同的阶段。整体而言，当前车身电子（包括连接器、车灯等）已经具备实质产能，处于生产高峰期；而车载电子（音响、触摸屏、抬头显示等）处于稳步阶段；半自动驾驶技术（夜视系统、车载镜头等）刚开始从泡沫走出进入稳步阶段；动力控制方面，超级电容、磷酸铁锂电池、无线充电技术分别位于谷底、高峰和萌芽期。

我国汽车电子风头正劲，市场规模增长。虽然我国汽车市场已经进入成熟期，但由于汽车电子运用仍然处于成长期，因此下游应用市场的快速增长尤其是新能源汽车进入市场对汽车电子行业的发展起到巨大的推动作用。2015年中国汽车电子市场规模为4,171亿元，同比增长19%，高于同期汽车产量增速（3.3%）。中泰证券预计到2018年中国汽车电子市场将达到7,544亿元的规模，当前中国汽车电子市场的增长方式正在由汽车产量增长转向功能需求驱动。

未来几年我国汽车电子产业规模预测（单位：万辆，亿元，%）

	2013年	2014年	2015年	2016E	2017E	2018E
汽车电子渗透率	18%	20%	22%	24%	27%	30%
我国汽车产量（万辆）	2198	2349	2450	2786	3008	3250
我国汽车电子市场规模（亿元）	3081	3697	4171	5174	6287	7544
增长率	15.30%	20%	19%	17.82%	21.50%	20%

智能化趋势为汽车电子带来更大的市场空间。1) 汽车电子的配置逐渐从中高端向低端车型渗透。这样的趋势促使更多的汽车使用触摸屏、传感器、LED车灯等电子装置。2) 智能化趋势为汽车拉动对汽车电子配件的需求。越来越多的电子产品被应用到汽车

上以提高安全性、舒适性、稳定性及娱乐性，如信息交互、环境感知、影音娱乐、主动安全等。新能源汽车的普及提升了汽车电子占比。目前，新能源汽车的汽车电子占比47%，远高于紧凑型乘用车15%和中高端车型28%，随着新能源汽车的普及，将大幅提升汽车电子的比重。

我国汽车电子渗透率将快速提升，市场空间广阔。相较于国外25%左右的汽车电子渗透率，目前国内汽车电子渗透率不足20%，未来国内渗透率仍将快速提升。目前，国内积极推动车联网、新能源汽车、智能汽车的高速发展（由中国制造2025等文件也可以看出，智能汽车将成为未来10年的发展重点），电子件在汽车销量中的占比将会快速提高。过去汽车以机械结构为主，而新能源和智能汽车中，电子零部件的成本将会达到整车的一半以上，大量的雷达（激光、厘米波、毫米波、超声波）、传感器、通信（GPS、4G/5G）、摄像头、监控、检测、娱乐系统将会被装载在汽车之上。以单纯电子件的价值6万元、国内汽车现在的出货量2,450万辆来计算，国内智能汽车硬件的市场空间就将超过1.4万亿。未来几年，如果国内汽车的出货量达到5,000万辆，市场空间还将翻倍。

### 3、新应用领域

#### （1）虚拟现实（VR）

在智能手机创新乏力时，虚拟现实成了消费电子最火的概念，众多IT巨头纷纷推出各自的虚拟现实产品，并赢得了广泛的市场关注度。与现有消费电子产品不同的是，虚拟现实设备主要通过用户的各种感官为用户带来近乎真实的感知体验，有望引领一波新的科技浪潮的发展。从产品价格来看，多数VR设备的价格水平都能够为普通大众所接收，甚至低于低端苹果手机的水平，所以更容易在市场得到推广。而且，业内企业的初衷也是希望能推出大多数人有能力消费的虚拟现实产品。

根据KZero对虚拟现实市场的调查显示，预计全球VR设备的出货量将由2015年的570万台增加到2018年的2,380万台，年复合增长达到61%。随着出货量的快速拉升，虚拟现实产品的市场规模也将迅速扩张，预计硬件部分规模将从2015年的14亿美元增长至2018年的23亿美元，年复合增长率为18%

#### （2）智能穿戴

智能穿戴设备逐渐走向商业化，规模增长快速。随着移动互联网的发展、技术进步和高能低耗芯片的出现，智能穿戴设备种类进一步丰富，已经逐步从概念走向商用化。眼镜、手表、传感器智能服装、太阳能充电背包等穿戴式智能设备大量涌现，智能穿戴

技术已经渗透到健身、医疗、娱乐、安全、财务等众多领域。预计2018年出货量将达到1.4亿台，而这其中将包括近3/4的手腕部位的智能设备。

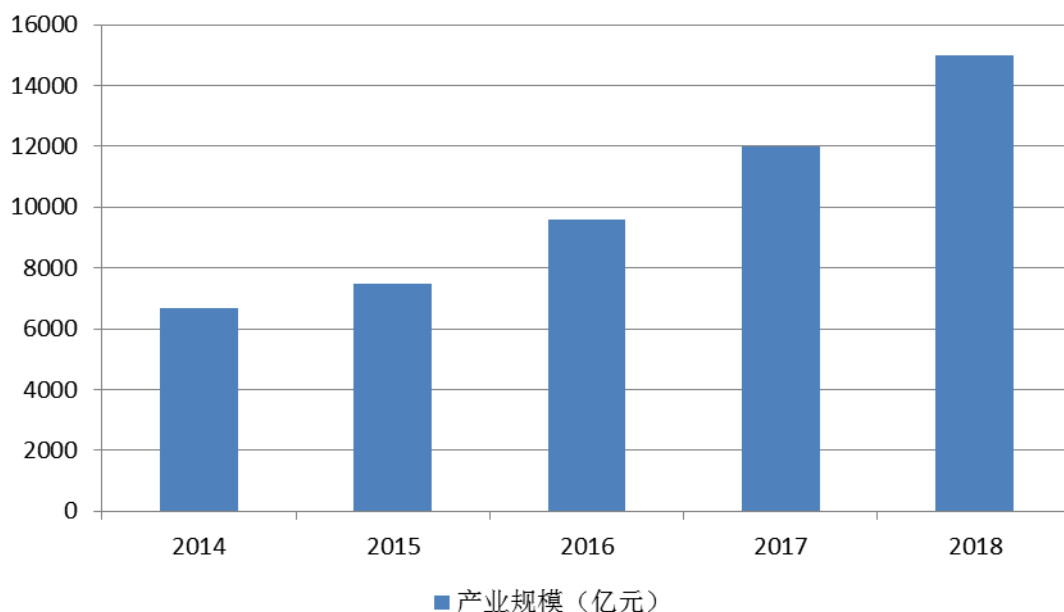
### (3) 智能家居

从有线到无线、从概念炒作到应用实施，智能家居经过十几年的发展历程，实现了质的跨越。根据中国室内装饰协会智能化委员会对智能家居产品的分类，我们选取了其中8类具有代表性并且未来可能会得到广泛普及的智能家居产品来对我国潜在的智能家居市场规模进行测算，得到我国智能家居产品总体市场规模约为5.8万亿元，潜在市场空间巨大。同时预计在行业产品未取得重大突破的情况下，我国智能家居市场未来3-5年的整体增速约为13%，市场爆发点尚未到来。

### (4) 物联网

在政策的培育下，近几年我国物联网产业保持较高的增长速度，综合增长率达到30%以上，充分体现了其强劲的发展势头。尤其是智能制造领域的工业物联网以及智能交通领域的车联网，市场前景良好，增长速度不断攀升。工信部数据显示，2015年我国物联网产业总体规模达到7500亿元，至2018年我国物联网产业规模有望突破15,000亿元，2014-2018年复合增长率达到25%。

我国物联网产业规模及预测（单位：亿元）



数据来源：工信部

物联网相关半导体产值将快速增长。物联网应用的兴起，必然需要海量的处理模块（包括微控制器和嵌入式处理器）、感测器（包括MEMS及光学传感器）及无线通讯模

组（BB、wifi等），都将拉动对电子元器件的需求。Gartner指出，物联网相关半导体产值将从2014年不到100亿美元，一路攀升至2020年的480亿美元规模，增长近四倍。根据Gartner的数据，从2014-2020年全球物联网半导体产值增速将稳定保持在25%-35%的增速空间。同时，物联网应用将逐渐从“消费类”应用转向“行业类”应用，推动全球半导体市场继续稳健增长。

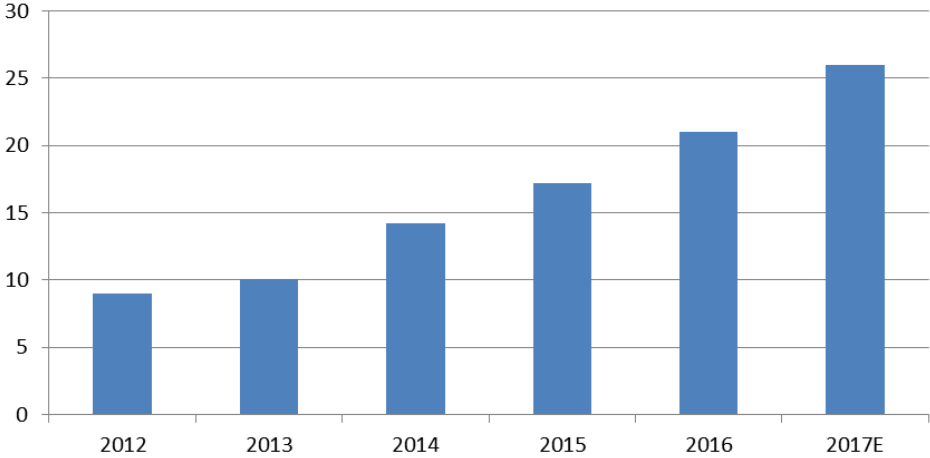
（二）未来网络即产业互联网

1、电子商务行业现状

2017年，国内政策进一步落地了“互联网+”战略在各行各业的转化效应，供给侧结构性改革和消费升级仍为推动B2B电商模式稳健发挥的支柱。数据显示，2017年，中国电子商务交易规模预计达到26万亿元，同比增长23.81%；中国B2B电子商务市场交易规模预计达到19万亿元，同比增长26.67%；中国B2B市场营收规模预计达到2518.99亿元，同比增长42.14%。

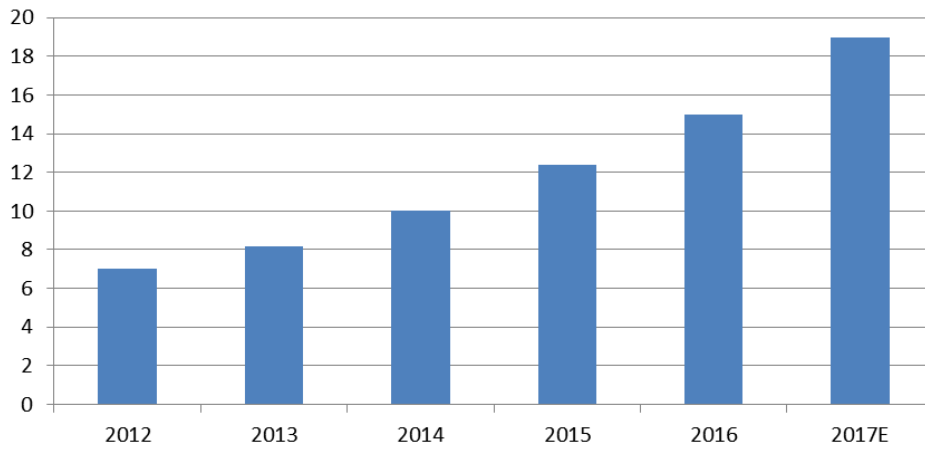
中国电商市场交易规模

单位：万亿元



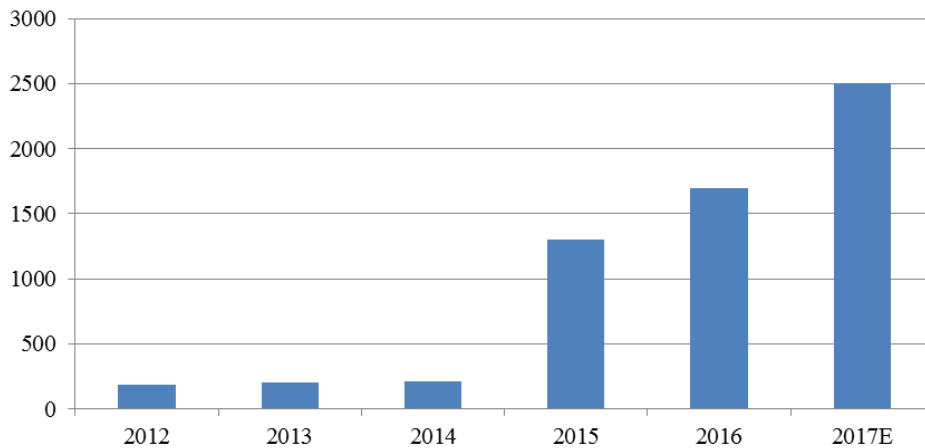
### 中国B2B市场交易规模

单位：万亿元



### 中国B2B市场营收规模

单位：亿元



## 2、产业互联网的现状

互联网的发展分为三个阶段：第一代科研型互联网、第二代消费型互联网和第三代生产型互联网。目前互联网正进入第三个发展阶段，主要标志就是互联网与实体经济融合发展，未来网络就是产业互联网。产业互联网具有业务“云端化”、连接“泛在化”、数据“多样化”、计算“边缘化”、网络“弹性化”、云网“协同化”和能力“开放化”等七个主要特征，在制造业、政府治理、金融、教育、医疗等领域具有广阔应用前景。

当前产业互联网迎来重要发展机遇。全球发达国家开始扭转“重金融、轻工业”的思维，纷纷制定国家级战略，推动互联网与传统产业融合，抢占发展制高点，我国提出“互联网+”和“中国制造2025”，推动互联网与实体经济融合发展。

## 3、电子商务发展趋势

### 趋势一：行业巨头“变身”平台方

供给侧改革关系到中国经济转型的平稳落地，尤其是中国传统企业的转型升级，未来以重点行业、特色产业为基础的B2B电商，将为中国高端制造业和现代服务业的发展赋予新动能。

### 趋势二：行业垂直细分越加服务化

垂直类B2B平台通过聚焦优势品类，在产品和服务上专注各自行业特点，形成专业壁垒。在部分行业里，企业通过之前数据和交易的积累，也开始与电商尝试金融服务，开拓仓库、加工、物流，甚至是自己设计管理软件，服务越来越深，壁垒越积越强。另外在一些如化工、塑料、石油、农产品行业中，垂直领域B2B电商也会从单纯的信息撮合，到行业的广度和深度的服务中来，通过优化开发制造流程，降低行业供应链成本，到提升产品和服务质量，再到确保交易安全，对于传统塑化行业资源和效率的提升有很大的价值意义。

### 趋势三：B2B平台合作共享趋势

李克强总理曾经在政府工作报告上，强调要大力推动包括共享经济等在内的“新经济”领域的快速发展，“促进分享经济发展”、“支持分享经济发展，提高资源利用效率，让更多人参与进来、富裕起来。”分享经济，已经来到时代的风口。

在B2B市场的中，尽管有些B2B平台目前没有成为生态中最有话语权的一方，但B2B平台的资源优势为合作带来了空间，甚至这种合作可以在不同功能的B2B平台间发生。

### 趋势四：地方特色产业链集群

国内很多地区都有自己的产业集群，这种靠依托于地方特色产业发展的产业带，面临着转型升级迫切需求，随着“供给侧改革”和“中国制造2025”的提出，以重点行业、特色产业为基础的B2B电商，通过打通上下游产业链，促进产业优化重组，聚合当地产业带的好商家、好货源，在B2B电商平台上构建专属卖场，同时整合线上线下服务型资源，调动整个产业链由简单的空间集聚向专业化、系统化集聚，形成上下游的良性互动。这种组团式的B2B发展模式能显著提升传统产业带的辐射范围和竞争优势，不仅能提升传统产业带的辐射范围和竞争优势，同时还能随时根据市场反馈的需求，激励产业带内制造商的优化调整，带动传统产业带转型升级。

### 趋势五：产业深度服务趋势

国内目前有一部分B2B平台，已经从B2B第一阶段的交易平台阶段，向深度服务发



展，一般针对特定B类客户需求，通过细分市场深耕产业，聚焦各自品类优势，专注于各行各业的销售提供专业化精细化的产品和服务，其专业性是综合类平台所不能及的。

#### 趋势六：B2B企业服务SaaS模式成为关注焦点

在中国SaaS模式的B2B企业服务领域是云计算范畴中的一个重要组成部分，随着移动互联网的勃发，在中国特殊国情下的企业级市场，中小企业也面临着海量的信息化需求，基于云端、移动以及社交所带来的技术红利，不断为B2B企业级服务平台创造良好条件，正在引领着中国企业级创业公司步入最好的黄金时代。

近两年BAT等互联网巨头相继布局云计算产业，本土SaaS模式B2B服务商悄然崛起，显示了资本市场对国内SaaS产业的投资热潮保持升温态势。未来十年中，互联网汽车、智能家居、智能硬件等基于大数据和云计算技术的产业快速发展将会带来规模效应，中国SaaS—B2B市场会进入高速发展阶段。预计2020年后，中国SaaS服务市场将进入应用成熟期，产业链逐渐完善，行业将逐步完成传统软件向SaaS服务软件的转型。

“供给侧改革”将成为B2B电商发展的新机遇，从供给、生产端入手，通过解放生产力，提升竞争力促进经济发展，核心在于提高全要素生产率，强调对于供大于求的产业需要进行整合，消除过剩生产力，对于供不应求的产业，需要增加供给来满足社会需求。在传统经济形态下，生产者无法了解购买者的需求量，在“互联网+”的经济形态下，生产者可以根据大数据了解购买方需求。因此，“互联网+”模式对于供给侧改革有重要实际意义。

#### 4、产业互联网将成为发展方向，大数据是核心战略

在数字经济大的背景下，产业互联网正面临着百年的发展机遇。实体经济一定会向数字经济转型和融合，而大数据是其中最为核心的战略资源层，也是最为核心的血管的构建者。大数据经过5年的发展，完成了真正落地实践的过程。在这样的时代机遇下，以企业为核心的市场主体，以及以科研院所、以资本、以服务机构为代表的服务业支撑部分，都会面临变化。产业互联网的发展方向，一定是重新定义数字经济，与各个传统行业深度融合形成新的产业生态。对于大数据产业来讲，未来一定要发生实体经济和数字经济的产业融合。互联网会重塑每一个产业的生态，从生产到流通、交易、消费，整个环节垂直打通的方式，这就是未来互联网在中国最主要的发展方向。

#### （三）未来几年公司战略和规划

在未来几年公司将坚持以垂直化电子信息全产业链为基础，以建立电子信息产业互

联网平台为核心的发展战略。未来公司将以平台大数据分析和应用为基础，建立智能、共享，有序的电子信息产业生态圈。

首先，公司的目标为3年内成为分销亚太区行业龙头企业。公司将不断提升内部管理效力、员工凝聚力，优化管理流程，制定时间管理及明确的目标管理计划，提升决策能力和风险管控，进行有效的内部沟通。外延方面，公司将向电子元器件上下游不断延伸及开展合作。一方面加强与原厂的绑定及合作，寻找行业内优质企业并购整合或开展合作；另一方面，以公司的产业互联网平台实施互联网+芯片分销经营模式，传统方式与线上双管齐下，不断开拓细分市场。

#### （四）2018年经营计划

##### 1、加快产品线整合，全面提升内部管理效力

2018年，公司将继续向产业链上下游渗透，增强公司的产业链地位和话语权，巩固代理资源，实施互联网+芯片分销经营模式。同时抓好资金管理的基础工作。合理筹集资金，降低财务风险，做好资金使用计划，优化配置资金。公司财务部将实施资金的集中管理，实行统一预算、结算及管理。全面、及时、准确地掌握各单位货币资金的动态收支状况，对闲散资金合理的安排使用，加速资金的周转，有效的利用。

##### 2、向电子元器件上下游不断延伸

目前，在电子元器件领域，不足整体电子产品制造商总数 1%的蓝筹超级客户直接向原厂采购，采购金额为总体份额的 44%，占总体 99%以上的其余制造商客户通过分销商渠道采购 56%的份额。公司是连接上下游必不可少的纽带，为上游电子元器件制造商分担大部分市场开拓和技术支持工作。同时，公司对下游电子产品制造商降低采购成本和提供供应链支持。

公司将不断拓展上游领域，与公司电子元器件分销行业形成产业融合，并在一定程度上满足公司产品需求，有助于发挥双方的协同优势。公司的产业互联网平台优软云还可提供供应链管理、金融服务、高端的专业性的咨询与服务。

##### 3、互联网+芯片分销

基于国内电子制造企业的兴起，对分销厂商的匹配需求日益增长，本土授权分销商通过依托对细分市场的深入挖掘，通过自身技术实力和 IC 解决方案提供能力为下游客户解决实际应用问题，与下游客户形成较为稳定的合作关系。

公司的以技术为导向的销售和应用工程团队都具备技术竞争力，可以为客户提供增

加产品的附加值及向客户提供量身定制的解决方案，并与市场需求保持一致的专业性。目前，公司的产业互联网平台对公司传统的分销模式有很积极的影响，这种新模式使得公司能够把最新的产品和信息快速传递给客户。互联网+芯片分销势不可挡，平台内拥有庞大的供应商数量和库存产品量，为客户提供一站式服务。

为了进一步激发更广泛客户进行创新设计，公司的众创平台与主要的渠道合作伙伴共同举办各类研讨会、客户交流等活动。设计活动可活跃风行的创客，带来大量关于小型多样化设计项目的小批量采购需求，公司的优软商城可支持客户的小批量采购、在线采购服务、下单，所有这些方式可满足客户的不同需求。

#### 4、全面上线产业互联网平台的服务

在公司的产业互联网平台中，公司将以客户导入量的迅速突破为目标，全面开发优软云的服务项目，不断提升平台的GMV。通过S2S的全方位管理，发现并解决企业经营中的痛点，上线更多的应用服务，帮助更多企业解决管理问题，提升盈利能力。公司以迅速导入用户数量及平台的GMV的快速增长为目标，通过S2S的全方位管理，发现并解决企业经营中的痛点，上线更多的应用服务，帮助更多企业解决管理问题，提升盈利能力，形成平台级力量。

平台核心数据一览表

时间	平台客户数量	平台GMV值	标准器件数量	备注
2017年度	6800	119亿	1066万	
2016年度	4702	44.3亿	233万	

#### （五）公司面临的风险和应对措施

##### 1、汇率波动风险

针对外汇市场人民币不稳定的局面，公司运用多种措施，包括在订单报价过程中，根据订单的期限，加入预估的人民币汇率损失；积极调整结汇安排，分散结汇损失风险；通过加强外币回款，及时收回外汇，直接支付进口货款；视情况适时采取外汇套期保值；与银行合作，锁定远期汇率，降低汇率波动所带来的财务损失。

##### 2、“泰国教育平板项目”法律诉讼的风险

2013年，公司参与了泰国政府“泰国教育平板”项目电子招标工作，并获得了1、2区中标。但鉴于泰国局势，在征求多方意见综合考虑后，公司认为此订单执行存在重大风险，故公司召开第二届董事会第三十二次会议决定终止与泰国教育部的教育平板项目合作，尽可能降低可能产生的损失和风险。公司就此事项已聘请了资深律师团队就该事宜开展相应工作，并于2015年12月4日通过泰国律师团队向泰国中央行政法院递交起诉

状，虽然公司与律师开展了大量工作并搜集了相关有力证据，但公司仍存在败诉风险，公司仍需承担案件诉讼费、律师费等相关费用，敬请投资者注意投资风险。被告方泰国基础教育委员会办公室对公司提起反诉，针对目前诉讼情况，公司决定在规定期限内向泰国法院提交异议及答辩反诉的文书。公司正在与法律顾问及泰国律师积极的沟通协商，并根据已收集的证据及新收集的证据材料应对本诉讼，最大限度的保护公司及中小投资者的权益。

公司将按照《创业板股票上市规则》等相关法规及制度的要求，及时的履行有关泰国诉讼后续进展情况的信息披露义务，敬请投资者注意投资风险。

### 3、人才储备不足的风险

人才永远是企业的最大资源之一。公司秉着培养内部优秀员工、引进外部适用人才的内外结合方式，充实人才库，储备人才资源。随着行业竞争的加剧及市场业务的快速发展，人才储备不足依旧是公司仍然面临的风险。

公司对人才储备风险作出积极地应对：

(1) 将激励政策落到实处，公司实施员工持股计划及针对子公司留住人才的股权激励机制；

(2) 公司人力资源管理体系统一并不断完善：公司广纳贤才，拓宽员工招聘渠道，健全培训体系，并展开内部讲师认证，让员工在培训中提炼，在实践中学习，训与练相结合；

(3) 开展人才盘点，挖掘员工优势，做到人岗匹配，留存激励员工；

(4) 定期的企业文化活动，促进员工交流，营造和谐氛围，感受公司关爱。

公司基业百年长青离不开人才，公司将持续关注人才培养及挖掘：

(1) 全体人才盘点，了解整体职业动机，制定更加完善且有针对性的激励机制；

(2) 优化人员结构，对外积极引进优秀人才，对内激活队伍，让人员动起来，坚持责任及结果导向的考核机制，深化价值分配理念，让优秀人才在适当时间拥有适当角色，做出最佳贡献，并给予合理的回报；

(3) 搭建分层分类的培训体系，促进优秀人才不断涌现，以进一步支撑企业的战略发展。

深圳市英唐智能控制股份有限公司

董 事 会

2018年3月16日