

证券代码：002047

证券简称：宝鹰股份

公告编号：2017-021

深圳市宝鹰建设控股集团股份有限公司

2016 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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 1,263,101,435 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.40 元（含税），送红股 0 股（含税），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	宝鹰股份	股票代码	002047
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	钟志刚	吴仁生	
办公地址	深圳市福田区车公庙泰然四路 303 栋 3 楼		深圳市福田区车公庙泰然四路 303 栋 3 楼
电话	0755-82924810	0755-82924810	
电子信箱	zq@szby.cn	zq@szby.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司所从事的主要业务及变化情况

报告期内，公司主要业务为综合建筑装饰工程承建，主要为大型房地产项目、政府机构、大型企业、跨国公司、高档酒店等工程提供装饰设计和施工服务。公司承接的项目分为公共建筑装饰、住宅精装修、幕墙装饰以及其他工程四类，其中公共建筑装饰业务收入占比最大，其包含了酒店、写字楼、展馆、地铁、机场、医院、剧院、运动中心、会所、工厂、学校和商场等多种业态项目类型。主要客户为大型房地产项目、政府机构、大型企业、跨国公司、高档酒店等。

2016年，公司董事会进一步深化贯彻公司“三大业务主线”的发展战略，第一条主线是稳定公司现有装修装饰主营业务，保证公司业绩持续增长，努力实现更大的营业收入与净利润增长；第二条主线是紧跟国家“一带一路”战略决策，倾力发展印尼宝鹰、中建南方、宝鹰国际投资、宝鹰国际建设等，将其分别打造成为宝鹰股份业务各具特色、市场各有侧重的海外业务平台，扎实有效地推进公司海外战略的实施和深入，实现主营业务的增量发展；第三条主线，是公司继续高度契合国家“互联网+”以及发展高新技术产业两大战略，结合宝鹰股份自身的战略部署，继续走资本并购的运作路线，持续投资发展高新技术产业，一方面为公司带来新的业绩增长点和业务拓展空间，另一方面通过高新技术与传统产业的有机结合，推动公司主营业务往战略纵深方向进行延伸和发展，力促公司主营业务转型升级。

报告期内，公司董事会、管理层带领全体员工排除万难、积极进取，深入推动公司综合建筑装饰装修设计及施工主营业务健康发展，公司业绩稳步增长、知名度持续增高、团队执行力持续增强，公司一方面深耕国内工程业务，促其业务稳定发展；另一方面，公司加大“一带一路”海外业务拓展力度，海外业务收入显著增长。此外，公司积极利用资本市场平台和企业运营平台，努力塑造良好的资本市场形象，有效实施收购兼并及对外扩张计划，发挥上市公司资本平台优势，寻求新的业务增长点和利润贡献点，凭借科学清晰的发展战略与经营计划，以及快速落地的判断力与执行力，公司整体资产质量、经营管理水平、盈利能力和抗风险能力已得到显著提升，公司的发展前景和空间已然更为广阔。

除上述主营业务介绍外，本报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

（二）行业发展概况

1、行业特点

根据我国《国民经济行业分类与代码》，公司主要经营实体所处行业属于建筑业中的建筑装饰业子行业。与其它行业相比而言，装饰装修行业不属于一次性投入和消费（服务），它具有重复循环实施的行业属性。每个建筑物在其主体结构完成直到整个使用寿命的周期中，都需要进行多次装饰装修和维护保养。因此，建筑装饰行业的发展具有乘数效应和市场需求可持续性的特点。

此外，建筑装饰行业有一定的季节性。通常，业主方在上半年进行预算制定，随后实施招标、邀标，因此可能导致第一、第二季度的项目开工较晚，而第三、四季度由于临近年关业主方要求结算、现场施工工人年底返乡等因素，较多项目在年底竣工或结算，所以在第三、四季度工程完工比率、结算额相对较高，整体业务在年度内呈现前低后高的特点。

2、行业发展阶段

建筑装饰业是国民经济的重要组成部分，其发展与国家宏观经济的发展水平息息相关，经济增长的周期性波动对建筑装饰行业存在重要影响。我国快速发展的经济为建筑装饰行业的发展提供了坚实的基础。

近年来，伴随我国经济的快速增长，城镇化进程加快，我国房地产、建筑业持续增长，建筑装饰行业显现出了巨大的发展潜力。尽管当前因宏观经济形势的影响，建筑业增速有所放缓，作为建筑业支柱产业之一的建筑装饰行业也受到了不小挑战。然而，基于行业政策导向的支持和我国城镇化推进带来的人口转移，与之相配套的住房、生活、交通、商业等基础

设施和空间建设使得建筑装饰行业在未来三到五年仍将保有较大的市场空间。尤其随着国家“一带一路”重大战略的实施和推进，“一带一路”相关国家基础设施建设进程显著提速，对大型体育场馆、文化展馆、机场高铁等建筑装饰项目需求很大，为我国建筑装饰企业发展提供了更为广阔的发展空间。

综上，整体来看，当前我国建筑装饰行业仍处于持续稳步发展的阶段。

3、影响行业发展因素

(1) 宏观经济和政策影响

首先，宏观经济的周期性波动对建筑装饰行业存在重要影响，其市场需求与国民经济发展、全社会固定资产投资等关联度较高。近年来，尽管存在全球金融危机带来的负面影响，但受益于中国采取的积极财政政策和稳健的货币政策等应对措施，中国建筑装饰行业仍保持较快的增长速度，但如果宏观经济增长发生较大波动乃至大幅下降，将可能对建筑装饰行业产生较大不利影响。

此外，房地产行业的政策和发展环境对建筑装饰行业也会产生重要影响。建筑装饰行业企业的主要业务之一为住宅精装修。住宅精装修业务主要面向大型房地产开发商。但随着国家对房地产行业的持续宏观调控，如开发商开发进度减缓，则可能导致住宅精装修业务订单的下滑。

目前来看，受制于宏观经济及调控政策影响，我国固定资产投资增速已现下滑趋势，城市基础设施和公共建筑的增量放缓将直接导致公共建筑装饰业务的增速趋缓，若未来我国全社会固定资产投资增速下降，则可能对建筑装饰业产生不利影响。此外，国家对房地产行业的调控尚未有放松迹象，当前二三四线城市房地产去库存压力非常大，对行业发展形成不小制约。

(2) 国家四大政策将对行业发展带来重要驱动

首先，**城镇化进程将进一步拉动行业需求**。根据《2016年政府工作报告》，到2020年我国的城镇化率将到达60%左右，而城镇化率每年平均增长一个百分点，每年将新增城镇人口1300万，按照全国城镇人口人均住房面积30平方米计算，每年将带来3.9亿平方米的新建住房需求。这些住房需求将给住宅装饰行业带来巨大的市场空间，按照每平米产生500-1000元的基础装饰费用估算，将带来每年1950-3900亿元的市场需求。

其次，**供给侧结构性调整与优化将极大促进行业规范化发展**。2016年是“十三五”规划的开局之年，伴随着我国经济发展“新常态”理念的进一步贯彻落实，建筑装饰行业也将呈现新的发展特点。尤其是供给侧结构性改革的深化以及国家“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”的任务目标，将极大促进建筑装饰行业进一步规范发展。

然后，**国家出于节能环保的战略考虑，正大力支持住宅精装修产业化**。住宅精装修具有节能、环保的特点，符合国家的产业发展政策。2002年，建设部颁布《商品住宅装修一次到位实施细则》，明确提出推行装修一次到位的根本目的在于逐步取消毛坯房，直接向消费者提供全装修成品房；2013年1月1日，国务院办公厅转发了发展改革委和住房与城乡建设部的《绿色建筑行动方案》，提出要推动建筑工业化，积极推行住宅全装修，鼓励新建住宅一次装修到位或菜单式装修，促进个性化装修和产业化装修相统一。2016年，浙江、广东等重点省市陆续出台了要求、鼓励住宅精装修后再行销售的政策文件，从上海、北京、深圳等一线城市的情况来看，精装修住宅的比例正在逐步提升，但与主要发达国家的情况相比，仍存在较大差距，市场发展潜力巨大。

最后，**国家大力发展特色小镇和PPP项目建设，将给建筑装饰行业带来新的行业需求和明显的业务增量**。一般来说，旅游产业具有三大动力效应：直接消费动力、产业发展动力、城镇化动力。旅游产业的发展将会为地区带来价值提升效应、品牌效应、生态效应、幸福价值

效应，是国家大力要发展的产业。根据《住房城乡建设部国家发展改革委财政部关于开展特色小镇培育工作的通知》，到2020年，我国将培育1000个左右各具特色、富有活力的休闲旅游、商贸物流、现代制造、教育科技、传统文化、美丽宜居等特色小镇。由于特色小镇的初始投入规模较大，一般地方政府采用政策性银行贷款、债券计划、信托计划、证券资管、PPP融资等方式实施。尤其是特色小镇PPP融资模式，由于其金融优越性和政府大力支持，在特色小镇开发过程中所占比例不断上升。我们判断，国家大力发展特色小镇建设和重视PPP项目建设的政策，将会给建筑装饰行业带来新的行业需求和明显的业务增量。

（3）消费结构升级推动行业发展转型升级

全球发达国家经济发展历史表明，国家人均收入水平的逐年提高将带动消费结构的升级，健康、节能、环保将是未来住宅装饰行业的发展主流和市场取向。随着国民经济的发展和人民生活品质的提高及绿色健康生活理念的普及，人们在进行装饰装修时，除了满足基本的居住需求功能外，对节能环保、美观、个性化等需求也不断提升。同时政府近年来也陆续出台了相关室内节能和环保方面的管理措施，因此，健康、节能、环保已经成为住宅装饰行业的新风向。同时，随着国家对于建筑工业化、现代化的全面推进，顺应建筑装饰市场的发展趋势，以“建筑设计标准化、部品生产工厂化、现场施工装配化、结构装修一体化、过程管理信息化”为主要特征的节能环保装饰更将被大量推广应用，进一步拓展了建筑装饰企业的发展空间。

（4）“互联网+”和智慧装饰将成为建筑装饰行业的新方向

“互联网+”代表一种新的经济形态，即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升实体经济的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。与此同时，随着“互联网+”等全新发展理念和新兴商业模式的实践，充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，亦将有助于提升建筑装饰企业的创新力和生产力，大大增强建筑装饰行业发展的深度和广度。

“互联网+”在建筑装饰业最大应用为智能系统的嵌入，一个过程或者一个系统，利用先进的计算机技术、网络通信技术与居、办公及其环境中的各种有关的子系统进行有效的互联互通。智能生活理念将随着智能体验产品的普及而进入每个人的生活，智能家居将引爆智能装饰市场的巨大需求，为建筑装饰产业带来新的增长点。随着“互联网+”的普及，互联网思维对社会传统思维模式、生活模式的冲击将不可避免，甚至将极大地影响装饰行业的传统盈利模式，能否帮助客户实现价值最大化将成为装饰企业持续发展的根本保障。同时互联网思维也为未雨绸缪、具有颠覆式超前战略眼光的装饰企业将迎来前所未有的发展机遇。

根据中国建筑装饰行业协会发布的《2013年度中国建筑装饰百强企业发展报告》，我国现阶段的建筑智能化与发达国家存在较大差距，日本和美国的智能建筑已占新建建筑的60%以上，而中国“十二五”末在15%左右。“十三五”期间，我国智能建筑及智能家居受到国家产业政策大力支持，市场规模增速维持在25%左右，处于二者之间业态的智能装饰业未来的市场前景巨大，包括新增建筑的智能化、既有建筑的智能化改造和系统升级，以及智能系统的运行维护等三个市场。智慧城市建设，我们判断，将成为建筑装饰行业未来很长一段时期重要的业务类型之一。

（5）“一带一路”国家战略将是中国建筑装饰企业未来20年最大的发展机遇

2013年9月7日，习近平主席在哈萨克斯坦纳扎尔巴耶夫大学发表演讲时首次提出建设“丝绸之路经济带”。同年10月3日，习近平主席在印度尼西亚国会发表演讲时又提出共同建设21世纪“海上丝绸之路”，倡导“共享机遇、共迎挑战，实现共同发展、共同繁荣”。3年多来，已有100多个国家和国际组织积极响应和支持，40多个国家和国际组织同我国签署合作协议。基础设施建设、交通互联互通是“一带一路”的战略重点，随着国家“一带一路”政策利好的不断

落地，“一带一路”的政策红利已经不断兑现，海外建筑装饰工程景气度不断提升，为我国建筑装饰企业发展海外市场提供了历史机会。我们判断，“一带一路”国家战略将是我国建筑装饰企业未来20年最大的发展机遇。

公司是国内民营建筑装饰企业实施“一带一路”发展战略的急先锋，自2013年开始，公司经过充分研究，制定了开拓海外市场的“三步走”战略：一、充分调研海外市场，制定走出去的实施方案；二、与开拓海外市场的企业和国际企业深度合作，使海外战略方案快速扎实落地；三、重视海外文化交流，以人文交流促进经贸合作。近四年来，凭借国家“一带一路”重大战略的迅速推进，公司重点关注各区域经济走廊的发展动向，加强对海外市场的分析研究，积极利用亚投行、丝路基金以及国家对有关地区的专项贷款与合作基金等，利用国家间的合作机会，抓住“一带一路”版图国家的发展机遇，培养国际化团队，积极发展海外业务，提升公司品牌的海外影响力。2016年，公司海外在手订单量已经占到了全年在手订单量的将近一半，“一带一路”发展战略已经开始凸显成效，相信并将继续得到更大的收获。

4、行业竞争格局

由于行业准入门槛低，我国建筑装饰行业一直呈现出“行业总体大、企业多而小”的市场竞争格局，属于完全竞争行业，竞争异常激烈。

(1) 企业绝对数量很大，中小规模的企业在企业总数中占比非常高

中国建筑装饰协会发布的《中国建筑装饰行业“十二五”发展规划纲要》显示：我国“十一五”期间，建筑装饰行业的企业数量，由2005年的19万家，下降到2010年的14.8万家，下降幅度为23%，取得由建设行政主管部门核发工程资质的企业数量增加，从2005年的4.5万家左右，增加到2010年的5.8万家左右，增长幅度28.9%。虽然具备施工等级资质的企业数量不断增加，但占行业所有企业数量的比重仅为40%，仍有约9万家企业未取得主管部门核发的资质证书，绝大多数无资质企业为中小规模的企业。

中国建筑装饰行业协会官方网站中装新网（<http://www.cbda.cn/>）发布的《2015年中国建筑装饰行业发展报告》显示：2015年，全行业企业总数约为13.5万家左右，比2014年减少了约0.5万家，企业数量进一步减少，但中小企业数量比重依然非常高。

(2) 建筑装饰行业规模大，缺乏高市场占有率的龙头企业

由于本行业市场规模大，进入门槛相对较低，使得处于高速发展期的建筑装饰行业市场集中度依然较低。根据中装新网发布的《2015年中国建筑装饰行业发展报告》，2015年，全国建筑装饰行业完成工程总产值3.4万亿元，比2014年增加了2300亿元，增长幅度为7%。同期营收规模排名第一的苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司营业收入186.54亿元，也仅占行业规模的0.55%，由此就给各家有实力的规模较大企业提供了绝佳的发展机会，努力提高市场占有率，推动自身快速发展。

(3) 建筑装饰行业的并购重组将日益频繁，行业集中度将逐步提升

近年来，随着建筑装饰行业优质企业逐个登陆中国资本市场，以及行业发展对企业规模和实力的更高要求，行业的集中度有逐步增强的趋势。尤其是，随着2016年国家“供给侧改革”发展战略的不断深化，各级政府均以“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”为任务目标，建筑装饰行业也面临产业创新与升级和淘汰落后产能的供给侧结构性调整。为了增加建筑装饰市场的有效供给，建筑装饰行业势必将引发新一轮以品牌、资金、技术为核心的企业间兼并、重组、整合，行业内将形成一批具有规模实力和技术实力的大型建筑装饰企业。那些主业突出，拥有稳定的管理团队、优质的客户资源，具备明显的区域优势或专业优势的装饰企业将获得新的发展契机；而效率低下，团队管理能力差，客户资源缺乏的小公司将会逐渐被淘汰。因此，未来一段时期，上市装饰公司的规模优势、专业优势、资金优势、竞争优势将得以进一步凸显，从而将淘汰行业的落后产能，清除市场中的僵尸企业，促进行业市场

的规范化，提高工程资源和市场保有的集中度，推动行业产业化跨越式发展。

5、公司所处的行业地位

宝鹰建设作为公司最重要的经营主体，成立于1994年4月，是我国最早一批从事建筑装饰工程业务的企业之一，也是全国领先的综合建筑装饰工程承建商，为全国建筑装饰行业中拥有最齐全专业资质的企业之一，综合实力和市场竞争能力位居全国公共建筑装饰行业领先地位。公司连续多年被评为“中国建筑装饰行业100强企业”、“中国建筑业最具成长性100强企业”，所属商标已被国家工商总局商标局认定为“中国驰名商标”，是全国公共建筑装饰行业为数不多拥有“中国驰名商标”的企业。近年来，宝鹰建设在全国建筑装饰行业的排名中位列前五，在业内享有很高的知名度和影响力，在行业竞争中处于第一梯队。

此外，公司在实施“一带一路”战略的过程中，高度重视国际品牌声誉的塑造和积淀，2016年，公司因在“一带一路”沿线国家特别是东盟国家中的突出业务表现而获评“2015中国走进东盟十大成功企业”，公司的建筑装饰设计与施工水平、国际商业经验和能力、财务稳定性已得到了海外市场的高度肯定和认可，已然成为我国在全球建筑装饰行业少数具有国际影响力的企业之一。

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

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入	6,815,510,073.47	6,853,661,299.48	-0.56%	5,382,464,813.41
归属于上市公司股东的净利润	339,508,248.74	335,415,475.47	1.22%	268,789,896.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	319,357,295.03	332,966,186.76	-4.09%	267,403,418.60
经营活动产生的现金流量净额	-569,343,508.41	344,370,942.53	-265.33%	-738,645,006.92
基本每股收益（元/股）	0.27	0.27	0.00%	0.22
稀释每股收益（元/股）	0.27	0.27	0.00%	0.22
加权平均净资产收益率	12.99%	14.90%	-1.91%	15.37%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	8,762,339,826.03	6,895,636,643.06	27.07%	4,917,856,427.78
归属于上市公司股东的净资产	2,706,710,518.36	2,430,402,868.65	11.37%	2,072,123,104.20

(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	1,387,229,109.94	1,713,023,956.87	1,656,752,892.99	2,058,504,113.67
归属于上市公司股东的净利润	53,853,805.99	127,170,980.40	74,864,398.25	83,619,064.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	53,312,053.49	127,255,406.30	73,123,222.21	65,666,613.03
经营活动产生的现金流量净额	-344,899,601.28	-241,188,675.20	-399,132,181.15	415,876,949.22

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	53,777	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	53,237	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	
古少明	境内自然人	21.51%	271,642,980	0	质押	191,050,000	
深圳市宝贤投资有限公司	境内非国有法人	12.55%	158,510,535	0	质押	127,104,000	
深圳市宝信投资控股有限公司	境内非国有法人	11.41%	144,100,486	0	质押	144,100,000	
全国社保基金一零四组合	其他	2.67%	33,689,860	0			
李素玉	境内自然人	2.40%	30,341,646	0	质押	12,600,000	
恒大人寿保险有限公司-万能组合 B	境内非国有法人	1.83%	23,057,668	0			
中信证券股份有限公司	其他	1.20%	15,165,040	0			
戴国乾	境内自然人	0.95%	12,020,000	0			
罗仕卓	境内自然人	0.71%	9,006,100	0	质押	172,000	
庄楚雄	境内自然人	0.71%	8,929,100	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	除古少明、深圳市宝贤投资有限公司、深圳市宝信投资控股有限公司系一致行动人，李素玉与罗仕卓系母子关系外，公司未知股东之间是否存在关联关系，也未知股东是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	股东戴国乾通过华安证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股票 12,020,000 股，股东庄楚雄通过中国中投证券有限责任公司客户信用交易担保证券账户持有公司股票 8,700,000 股。						

(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



(注：古少明先生与吴王琼女士系夫妻关系)

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
参照披露

(1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	到期日	债券余额 (万元)	利率
深圳市宝鹰建设控股集团股份有限公司 2016 年非公开发行公司债券(第一期)	16 宝鹰 01	118813	2019 年 08 月 19 日	15,000	7.00%
报告期内公司债券的付息兑付情况	暂不涉及				

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

根据中国证监会相关规定、评级行业惯例以及中诚信证券评估有限公司评级制度相关规定，自首次评级报告出具之日（以评级报告上注明日期为准）起，中诚信证券评估有限公司将在本次债券信用级别有效期内或者本次债券存续期内，持续关注本次债券发行人外部经营环境变化、经营或财务状况变化以及本次债券偿债保障情况等因素，以对本次债券的信用风险进行持续跟踪。跟踪评级包括定期和不定期跟踪评级。在跟踪评级期限内，中诚信将于本次债券发行主体及担保主体（如有）年度报告公布后两个月内完成该年度的定期跟踪评级。此外，自本次评级报告出具之日起，中诚信将密切关注与发行主体、担保主体（如有）以及本次债券有关的信息，如发生可能影响本次债券信用级别的重大事件，发行主体应及时通知中诚信并提供相关资料，中诚信将在认为必要时及时启动不定期跟踪评级，就该事项进行调研、分析并发布不定期跟踪评级结果。中诚信的定期和不定期跟踪评级结果等相关信息将在中诚信的网站（www.ccxr.com.cn）和交易所网站予以公告，且交易所网站公告披露时间应早

于在其他交易场所、媒体或者其他场合公开披露的时间。如发行主体、担保主体（如有）未能及时或拒绝提供相关信息，中诚信将根据有关情况进行分析，据此确认或调整主体、债券信用级别或公告信用级别暂时失效。

（3）截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	同期变动率
资产负债率	66.15%	62.42%	3.73%
EBITDA 全部债务比	24.00%	36.00%	-12.00%
利息保障倍数	6.32	7.17	-11.85%

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

是

装修装饰业

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第 6 号--上市公司从事装修装饰业务》的披露要求

（一）经营工作简要回顾

2016年，全球政经局势动荡，主要国家的经济增长并无多大亮点，国内经济形势亦错综复杂，经济下行压力犹存，国家加快结构调整步伐，在适度扩大总需求的同时，持续推进供给侧结构性改革。报告期内，公司根据国内外经济形势和企业自身情况，以年度计划为中心，积极开展各项工作，逐步提高公司精细化管理水平，推动主业拓展升级；加大推进市场开发，不断调整和深化经营策略；加强项目生产运营管理、安全质量管理和风险控制管理，提高项目管理水平和盈利能力；进一步完善海外管理体系，突出区域市场开发能力，积极跟踪相关项目，抓住国家“一带一路”战略，推动公司海外市场发展取得重大突破；积极拓宽融资渠道，开展非公开发行股票、非公开发行债券等筹融资工作，以降低公司资产负债率和利息成本，优化公司债务结构和财务状况；主动适应“营改增”政策，采取修改核算办法、建立增值税发票管理制度、明确付款程序等方式规范经济业务，减少涉税成本，降低涉税风险；继续深化“互联网+”、BIM等现代IT技术在建筑装饰工程领域的应用，积极拓宽公司科技创新服务平台，逐步形成创新、科技、设计、施工一体化模式。上述措施的有力实施，有效保障了公司在报告期内业绩得以平稳健康发展。

报告期内，公司实现营业总收入681,551.01万元，较上年同期下降0.56%；实现营业利润52,976.22万元，较上年同期增长8.72%；归属于上市公司股东的净利润33,950.82万元，较上年同期增长1.22%。同比收入基本持平，在海外业务同比去年实现较大幅度增长的同时，也受国内宏观经济影响，部分项目施工进度有所减缓，部分完成结算项目未达预期，确认收入减少及行业受营业税改增值税等因素所影响。净利润较上年同期增长，主要原因是受公司加强精细化管理、海外业务增加贡献利润等因素综合所致。

现将报告期公司具体经营情况报告如下：

1、国内主营业务

2016年，公司夯实装修装饰主营业务，锐意进取，积极推动公司综合建筑装饰装修设计及施工主营业务深入健康发展，在确保主业发展的同时，整合幕墙、门窗、智能化、消防、机电设备、钢结构的资源配置，挖掘配套资质的巨大市场潜力，与主业资质形成良性互

动，共同发展，为客户提供更完善、更优质、更高效的建筑装饰工程设计施工综合解决方案及承建管理服务。报告期内，公司的幕墙门窗工程业务和智能化工程业务进一步增长，突破了此前制约此类业务向上发展的诸多瓶颈，为公司创造新的业绩和利润增长点。

公司进一步实施了精品战略、精细化管理、项目责任制管理，发扬宝鹰的工匠传统，充分发挥在服务高端客户方面的资源、技术、管理、经验、先发优势，继续努力开发和培育更多高端客户，稳步增加业务来源，使其成为公司主要的业务构成。与更多优质客户建立长期合作伙伴关系，实现了利润效益稳步增长。报告期内，管理层的着力点主要表现在：

(1) 进一步整合配套资质，提供综合解决方案及承建管理服务

报告期内，公司在确保主业发展的同时，进一步整合幕墙、门窗、智能化、消防、机电设备、钢结构的资源配置，挖掘配套资质的巨大市场潜力，与主业资质形成良性互动，共同发展，为客户提供更完善、更优质、更高效的建筑装饰工程设计施工综合解决方案及承建管理服务，为公司创造新的利润增长点。

(2) 进一步完善营销网络

报告期内，公司继续实施“立足深圳、面向全国、走向世界”的经营策略，营销网络已经遍布全国省会城市，在华南、华东、华中、华北、东北、西北、西南各大区域占有了一定的市场份额，公司营销网络已由省会城市向周边重点城市深入推进。

(3) 深入推进公司知名品牌和特色经营战略实施

公司进一步从深度和广度上加快推进公司知名品牌和特色经营战略的实施，以提高市场竞争力和经济效益为目标，倾力打造“诚信宝鹰、质量宝鹰、效益宝鹰、艺术宝鹰、文化宝鹰”的知名品牌内涵和特色经营形象，导入科学的品牌管理体系，不断强化公司在建筑装饰市场的品牌效应和业主美誉度。

(4) 努力开发和培育高端客户

公司继续深入实施精品战略，更加充分发挥在服务高端客户方面的资源、技术、管理、经验、先发优势，继续努力开发和培育更多高端客户，稳步增加业务来源，使其成为公司主要的业务构成。与更多优质客户建立长期合作伙伴关系，进一步为公司未来盈利能力提升作出贡献。

(5) 通过产业整合，快速提升整体设计能力，增强品牌优势和市场影响力

随着现代建筑的快速发展，人们已不满足建筑只具备遮风避雨满足办公和生活所需的基本功能，在对建筑的安全、舒适、节能、环保、艺术、人性化等方面的要求越来越高。因此，设计作为建筑装饰企业的核心竞争力之一，越来越重要。

为提升自身整体设计能力，从而增强品牌优势和市场影响力，同时积极把握市场机遇，稳步推进公司产业链扩展、延伸、整合。报告期内，公司有效整合高文安设计的品牌资源，充分利用高文安先生和众多著名客户的良好合作关系，发挥设计龙头作用，进一步提升和巩固公司在高端设计、装饰施工上的领先优势；同时引进高文安先生先进的设计理念和设计方法，培训和提升公司整体设计能力，将整体设计水平提升到国际水平，以进一步增强公司的品牌影响力和市场竞争力，非常有助于宝鹰建设实现“设计带动施工”的发展策略，有利于增强公司对施工订单的吸获能力。

2、海外业务开展

公司是国内民营建筑装饰企业实施“一带一路”发展战略的急先锋，自2013年年底始，公司经过充分研究，制定了开拓海外市场的“三步走”战略：一、充分调研海外市场，制定走出去的实施方案；二、与开拓海外市场的企业和国际企业深度合作，使海外战略方案快速扎实落地；三、重视海外文化交流，以人文交流促进经贸合作。近四年来，凭借国家“一带一路”的重大战略迅速推进，公司重点关注各区域经济走廊的动向，加强对海外市场的分析研究，积极利用亚投行、丝路基金以及国家对有关地区的专项贷款与合作基金等，利用国家间的合

作机会，抓住“一带一路”版图国家的发展机遇，培养国际化团队，积极发展海外业务，提升公司品牌的海外影响力。

报告期内，公司已与众多可靠、有实力的海外客户缔结了强力的商业合作关系。自实施海外战略至今，公司海外市场版图已成雏形，承建了印尼柯世模公司“钻石综合楼”项目、印尼国军总部项目、越南银岸投资公司的岘港 JW 万豪酒店施工总承包项目等。目前，公司在印尼、越南、缅甸、马来西亚、毛里求斯、巴西、美国等15个国家都有项目在建和合作客户。

2016年，公司总共签订的海外工程订单金额总计近70亿元，同比实现了300%多的高速增长。报告期内，公司海外在手订单量已经占到了公司全年在手订单量的将近一半，“一带一路”发展战略已经开始凸显成效。未来，随着公司“一带一路”战略的实施、前期洽谈业务的逐步落地、已签订单的逐渐开工以及海外市场拓展空间的加大，公司的海外业务收入有望进一步提升，成为公司更重要的业绩组成部分。

公司在推进“一带一路”战略、拓展海外市场业务的过程中，也高度重视海外文化交流，坚定实施“以人文交流促进经贸合作”的务实路径。近年，公司相继与印尼教育部、印尼文化旅游部、印尼统筹部、印尼工商会馆等政商界组织一起主办“21世纪海上丝绸之路文化交流印尼行”系列活动，包括国际书画展，国际书画印比赛等。这些人文交流活动，依托于“一带一路”战略和经济新常态下的新思维，它们不仅让我们获得了印尼民众、政界、商界的资源人脉，还吸引了很多印尼人到宝鹰就业，伴随着的，是一系列大工程、大项目的成功落地。

同时，公司高度重视国际品牌声誉的塑造和积淀，公司品牌和形象已经得到国际组织和国际社会的充分肯定：

(1) 报告期内，宝鹰集团应邀出席亚非商业峰会，获得“中国-东盟商务理事会”授予“中国走进东盟十大成功企业”荣誉；

(2) 获得中国财经峰会组委会授予宝鹰集团“2016（行业）影响力品牌”的荣誉；

(3) 共同发起成立印度尼西亚广东总商会成立，公司实际控制人古少明任总商会首任会长。

2016年10月5日，由广东省贸促会、印尼工商会馆中国委员会共同主办的中国（广东）—印度尼西亚双边经贸合作交流会，在印度尼西亚首都雅加达召开。交流会上，印度尼西亚广东总商会正式宣告成立。广东省政协主席王荣、印尼投资协调统筹部长托马斯、印尼旅游部长阿里夫共同为新成立印度尼西亚广东总商会揭牌。公司实际控制人古少明先生荣任印度尼西亚广东总商会首任会长，极大提升了公司在东南亚国家的影响力和公信力。

基于国家“一带一路”战略的发展方向和长远规划，公司会一直紧跟国家“一带一路”战略的推进，往更广阔的空间进行布局，未来，整个东南亚、中亚、中东等地区都是公司海外战略的重点方向，公司的发展是绝不会拘泥于某一国家、某一地区。公司将继续积极专注于海外市场，践行国家“一带一路”战略，以此实现“二次创业、二次腾飞”的宏伟目标。

3、新兴业务布局

公司作为一家控股平台型的上市企业，其架构设计和组织功能相比其它同行企业更适合实施“以内源性增长促进外延式的发展，以外延式发展巩固内源性增长”的经营战略。报告期内，公司在专注主业的同时，继续积极把握市场机遇稳步推进产业链扩展、延伸、整合。公司于2016年3月4日召开第五届董事会第二十一（临时）次会议，审议通过《关于对深圳市国创智联网络系统有限公司进行股权投资的议案》，通过本次交易，充分发挥公司在建筑智能设计与施工一体化方面的业务积累和资源优势，发挥国创智联在智慧城市领域的建设实力，对公司主营业务往战略纵深方向进行延伸与发展，力促公司主营业务的转型与升级。未来，将充分利用国创智联在智慧城市方面的优势和资源，深入推动公司“一带一路”发展战略的进一步实施，结合国创智联在智慧城市建设方面的经验，将智慧城市推广到“一带一路”沿线国家。与此同时，为公司持续实施“互联网+”战略和发展高新产业，增强了公司科技研发实

力和人才智库的储备，夯实了各项软、硬件基础。

公司管理层坚定认为，紧跟国家“互联网+”的发展战略，结合公司自身发展的实际规划，通过产业整合、资本并购的方式，持续发展高新技术产业，至少可以给公司带来以下几方面的积极意义，为此公司将长期坚持实施这一发展战略：

(1) 通过高新技术与传统产业的有机结合，实现双方优势互补，资源共享，有效实现高科技成果的转化和应用，推动公司主营业务往战略纵深方向进行延伸和发展，力促公司主营业务转型升级，为公司传统业务转型升级带来新的附加值和业务增长点以及拓宽发展空间。

(2) 通过投资发展高新技术产业，公司大力加强了在高新技术产业领域的新利润点布局，并逐步形成日趋完善的高新技术产业链，有利于抵御周期性经济风险，且能够不断增强公司的整体资产质量、盈利能力和抗风险能力。

(3) 公司持续实施“互联网+”战略和发展高新技术产业，有利于公司在短时间内汇聚更多优秀的高科技人才，不断增强公司科研能力和人才储备能力，夯实由传统产业向高科技产业转型升级的各项软、硬件基础。

4、开展了包括非公开发行股票等在内的各项筹融资工作，保障公司长期发展的资金需要

资金是企业运营中不可或缺的血脉，是一个企业的命脉，是企业创建、生存和发展的一个必要条件。资金实力是建筑装饰企业发展的关键要素之一，建筑装饰企业在项目招投标阶段通常需要支付投标保证金，在工程前期需要垫付材料款，在施工过程中需要支付履约保证金、安全保证金，项目运作需要大量的流动资金。

结合行业发展格局和国内外形势，2016年，是公司实施“资金为王”战略的关键年，报告期内，按照董事会制定的发展战略和经营目标，公司已经开展了非公开发行股票、非公开发行债券、公司债、短期融资券、中期票据等各项筹融资工作，为公司长期发展的资金需要提供强有力的保障。

5、优化企业经营管理、进一步改革创新企业组织

(1) 进一步推动深化改革和组织结构调整计划

a、公司严格按照现代企业制度，进一步完善法人治理结构，提升公司管理水平，降低企业经营风险。

b、根据公司发展需要进一步合理设置和整合管理及执行部门，积极推进企业信息化管理系统建设，合理高效配置企业资源，逐步实现公司经营管理的科学化、标准化、规范化、专业化、信息化。

c、进一步加强成本控制体系，通过不断降低成本提升企业竞争优势。公司进一步通过全面预算、材料比价、内部审计等措施继续加强内部管控，做好全面预算、预警机制，推出成本改善计划，并且公司在供应链管理上进一步不断创新，完善招标流程，把采购向源头延伸。公司广泛吸取跨行业采购经验和流程，进一步建立适应公司发展的供应链体系和采购平台。

d、进一步推行战略管理、标准化管理、风险管理，大力加强企业内控体系建设，建立行之有效的激励和约束机制。

e、进一步完善和规范控股子公司的管理，建立有效的股权管理架构，保证对外投资的安全和投资收益的稳定。

(2) 进一步完善职业经理人管理团队建设，着力推动人力资源开发计划的实施

报告期内，公司进一步完善了管理团队从传统的家族式企业向现代化的职业经理人管理公司的转型，已形成了老中青梯队年龄结构合理，企业管理、工程技术、市场开拓、经济法律、金融证券等专业结构完善的高管团队。同时，公司继续坚持“以人为本”的经营理念，高度重视人力资源的开发和优化配置。公司根据发展规划需要，在现有的人才基础上，继续推进综合人才战略。一方面对公司内有发展潜能的员工进行发掘和培训；另一方面积极引进外部人才，加强对外部人才的识别、教育、培养和提升；在人才培养方面，继续加强了与专业

建筑院校的紧密合作，为公司输送对口人才。此外，公司进一步完善了人才培养机制、人才考核评价机制、人才成长的激励机制等。

(3) 努力推进产品技术开发与创新

报告期内，公司利用资本市场平台，加大投入，加快产业链延伸步伐，培育专业化、标准化生产能力，进一步推动建筑装饰部品部件由传统的施工现场手工操作向工厂化生产、装配化施工方向发展，缩短施工周期、降低施工综合成本、提高工程质量，增强公司的施工业务承接能力，继续深化精细化管理，有效提升公司的生产盈利能力。

公司进一步推进“设计研发”战略的实施，加大资金投入力度，为设计人才提供更为舒适的工作环境，进一步优化设计流程，在现有设计队伍的基础上，通过充实设计研发力量，健全研发体系，按照专业化分工原则，建设集设计、研发为一体，技术优势突出、专业特色明显的装饰设计研发中心；大力开展符合安全、绿色、节能、环保概念的新材料、新技术、新工艺的研发；积极打造研发设计协作工作平台，推行协同设计、交叉设计、并行设计、创意设计。

报告期内，宝鹰建设在行业内率先成立了企业科学技术协会，专门对接和负责科学技术工作、服务科研技术人员；2016年12月，根据《深圳市博士后管理工作规定》，宝鹰建设被深圳市人力资源和社会保障局批准设立“博士后”创新实践基地，显示了公司在引进、培养高层次科研人才方面的较大竞争优势。

(4) 进一步推进企业文化建设计划

通过多年的沉淀和发展，公司业已形成了以“智、敏、勇”为核心要素的宝鹰文化内涵，该内涵强调执行力、持续学习、改革创新、协作共赢与用心服务，体现了公司“团结、务实、奋斗、卓越”的企业精神。报告期内，公司不断强化和提升企业文化的理论价值和实践价值，为企业未来的发展提供强有力的精神支撑。公司坚定打造“诚信宝鹰、质量宝鹰、效益宝鹰、艺术宝鹰、文化宝鹰”，继续高度重视企业文化建设，积极贯彻实施“文化立企”发展战略。公司继续加大资金、人员、时间投入，做大做强“宝鹰文化大讲堂”，使之成为中国建筑装饰行业倡导和引领“文化艺术”装饰装修产业发展方向的知名平台。

6、重视资本市场品牌建设，塑造上市公司良好公众形象

报告期内，公司进一步规范投资者关系管理工作，拓宽投资者交流渠道，加强与中小投资者沟通，提升公司诚信度和美誉度，加深投资者对公司的了解和认同，严格遵照制度要求，做好信息披露工作，保证信息披露合法合规，确保投资者关系朝着稳定、互信方向发展。

(1) 拓宽投资者交流渠道，加强与中小投资者坦诚沟通

公司为广大的投资者提供了多渠道的沟通平台，包括投资者热线、传真、邮箱、公司主页投资者关系专栏以及深交所互动易平台等。同时，在合规合法的前提下，开展多种形式的与投资者之间的互动，例如建立了“宝鹰集团”微信公众号、利用业绩说明会、现场及电话调研、临时公告等多种途径加强与投资者之间的沟通与探讨，让投资者公平、公开、及时地理解公司决策动态及实施意义，增加彼此的信任 and 了解。为保证双方沟通的有效性，公司管理层会定期对投资者的建议、意见及咨询的重点问题进行分析总结，及时向广大投资者反馈，用心维系双方基于互信搭建的互动平台。

(2) 定期开展自我评价工作，确保投资者保护工作有序开展

公司定期对投资者保护工作开展总结评价工作，认真反思工作过程中的不足，及时学习监管部门对于投资者关系保护工作的各项意见和指引，引导投资者树立理性投资理念，提高风险意识和自我保护能力。

(3) 品牌建设和良好公众形象得到各方肯定和认可

2016年9月23日，因公司在践行国家“一带一路”战略，积极开拓海外市场的发展成果明显，深圳证券交易所中小板公司管理部、创业板管理部、公司管理部代表以及《中国证券报》《上

海证券报》等媒体记者一行赴公司进行走访调研。公司管理层接待了来访一行，并召开了专题座谈会向深交所领导汇报公司的发展情况。双方就如何新的经济环境下保证国内业务稳步增长、上市公司走出国门融资方案、保障海外项目款项安全和工程质量、海外员工股权激励、传统行业转型升级跨界并购等方面的议题相互坦诚交换了意见并进行了深入探讨。

（二）公司经营模式

公司目前的经营模式为自主承揽业务、自主组织设计或/和施工。报告期内，公司经营模式未发生重大变化。

（三）质量控制情况

公司依据《建筑法》、国家标准GB50210《建筑装饰装修工程质量验收标准》、《企业标准》及相关法律法规、国家规范标准等进行对工程项目实施质量控制。公司各工程项目的设计和施工，在公司的质量控制体系及控制措施等制度的约束和管理下，有效运行。工程施工质量达到国家质量标准要求，得到客户的肯定。并获得了市级、省级、国家级的质量奖项。公司在2016年度内针对工程项目质量管理实际运行情况评价如下：

1、质量方针和质量目标

作为纲领性文件，质量方针是公司的质量宗旨和质量方向，为公司提供了质量目标制定和评审的框架；而质量目标是公司在质量方面所追求的目的，也是各职能部门所追求并实现的主要工作任务。公司质量控制体系是以质量方针和质量目标为核心的。

2、建立、健全质量管理体系和技术规程

根据国家有关质量方面的法律、法规，建立、健全了一整套行之有效的管理制度，结合各工种的作业特点，编制了各工种质量技术操作规程，颁布实施了《企业施工工艺标准--装饰与装修工程》和《企业施工工艺标准--机电设备安装工程》《企业施工工艺标准--幕墙与门窗工程》《企业施工工艺标准--建筑智能化工程》《企业施工工艺标准--钢结构工程》。完成了《质量通病与防治》《作业指导书汇编》和《施工过程质量检查表》，供各分公司、工程管理部、项目部学习、贯彻、执行。

通过质量制度在项目施工中的运行，使项目施工质量得到较大提升，并在质量制度实施的过程中，对质量制度中存在的不足之处加以完善，使质量制度更具有实用性、合理性、多样性，形成了公司的施工质量规章制度和操作规程与项目施工实施形成一个良性循环。公司还通过了国际质量管理体系（ISO9001）认证。

3、设置质量管理机构

根据公司实际情况，公司设立质量管理部作为专门的质量管理机构，加强质量检查和指导，根据各工程项目的质量情况采取定期与不定期、全面与重点检查，节假日检查与日常检查相结合的多种形式，加强工程项目的质量管理工作，掌握工程项目的质量动态，对不符合验收要求的质量问题及时指出和纠偏。

4、配备专职质量管理人员

质量管理部、各工程管理部都配备了经考核合格的专职质量管理人员，对项目的设备、材料、半成品、成品进行质量检查，消除质量隐患；检查和验收隐蔽工程并做好记录，为工程项目的质量提供了有力的保障。

5、质量管理体系的组织结构

由于质量的控制需要企业众多部门参与和协调，通过质量管理体系组织结构的建立，在领导主持、质量管理部门负责、众多部门的协调下，使公司的质量控制体系得以正常运行。

6、工程项目质量控制流程

公司的工程项目质量控制流程是以流程图的形式表现出来，建立规范化的质量控制流程图，使工程项目质量按照既定、优化、合理的程序进行质量的控制，避免质量控制的程序疏漏、成本失控等情况出现，通过质量控制流程图的实施，使公司工程项目质量控制水平得到

很好的发挥。

7、公司的创新和研发

公司通过创新和研发，公司取得了省级工法、市级工法、发明专利、实用新型专利、企业标准、CBDA标准、BIM技术应用、质量通病与防治等一大批科技创新成果，并将创新的科技成果转化为实际应用，让公司工程项目的质量水平得到很大提升。公司目前已成功申请国家高新技术企业并获得认定。

8、严格执行施工人员持证上岗制度

公司严格执行特种作业人员持证上岗制度，对电工、焊工、架子工、机械操作工等特殊工种作业人员，都经过有关主管部门的专业培训、考核、取证，才准上岗。使公司工程项目的施工质量更符合技术标准、规范的质量要求，减少因质量问题返工情况发生。

9、认真做好从业人员的质量教育和技术培训工作

公司组织了各类质量教育培训，丰富了员工的技术知识，提高了全员的质量意识和管理水平。

10、加强施工场地设备、设施的配套和管理

各项目部作业场所均按施工规范及文明施工要求进行布置；机械设备、作业工具等有专人保养、管理，并有维修记录。施工日志、质量技术专项方案的审批、施工过程所形成的资料的文件有专门的资料档案管理。各施工项目均按国家标准GB50210《建筑装饰装修工程质量验收标准》以及《企业标准》要求，在2016年内，在公司及上级主管部门的各次检查评价中，达到了合格标准。

截止本报告披露之日，本公司所承接的业务未有因重大质量问题发生诉讼情况出现。

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
装饰工程施工	6,703,105,717.85	1,103,720,467.56	16.47%	0.18%	-3.12%	-3.12%

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

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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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

本公司2016年度纳入合并范围的子公司共28户，详见本附注八“在其他主体中的权益”。
本公司本年度合并范围比上年度增加2户，减少0户，详见本附注八“合并范围的变更”。

(4) 对 2017 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

深圳市宝鹰建设控股集团股份有限公司
董事长：古少波
二〇一七年四月二十五日