

证券代码：002572

证券简称：索菲亚

公告编号：2017-010

索菲亚家居股份有限公司 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。

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
谭跃	独立董事	因公出差	郑敏

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 461,713,155 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 7.00 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 10 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	索菲亚	股票代码	002572
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	潘雯珊	陈曼齐	
办公地址	广州增城市新塘镇宁西工业园	广州增城市新塘镇宁西工业园	
电话	020-87533019	020-87533019	
电子信箱	ningji@suofeiy.com.cn	ningji@suofeiy.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司从事的主要业务以及公司所处的行业定位

公司主要从事全屋定制家具及配套家居产品的设计、生产及销售，为消费者提供全屋定制的空间解决方案，产品主要品牌为“索菲亚”全屋定制、司米“定制橱柜”以及易福诺“地板”。

目前，公司主要产品包括卧室、书房、儿童房、老人房、厨房、客餐厅、衣帽间、入户玄关等家居空间所需的衣柜、橱柜、榻榻米、书柜、床、梳妆台、电视柜、书桌、酒柜、餐柜、鞋柜、饰物柜等全屋定制家具，以及床垫、饰品、窗帘、沙发、茶几、纺织用品等配套家居产品。

公司在国内较早引入了“定制衣柜”的概念，通过将手工打制衣柜的个性化解决方案和成品衣柜规模化、标准化生产的优势有效结合，充分运用信息技术和现代制造技术，为消费者提供定制化、个性化的产品。经过十余年的经营积累，目前公司定制

衣柜及其配套定制家具产品已形成了多种空间、多类品类、多种风格自由搭配组合的产品方案，“索菲亚”已经成为国内定制家具的领导品牌和驰名商标。

图表：公司主要产品



(二) 公司所处行业发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

1、公司所处的行业—定制家具行业

公司主要从事全屋定制家具及配套家居产品的设计、生产及销售。依据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司属于家具制造业（C21）中的木制家具制造业（C211）中的集成创新行业——定制家具行业。

这里所指的定制家具是指自动化、规模化生产的个性化板式家具，也就是家具生产企业借助现代化信息技术及柔性化生产工

艺，为消费者量身定制的满足消费者个性化需求的板式家具。

与传统的成品家具相比，定制家具因需要满足消费者的个性化需求，必须解决个性化产品大规模机械化生产的难题。随着现代信息技术的提升，部分家具生产厂商借助信息系统、自动加工系统等，将数字控制加工设备转变为能根据加工指令智能操作的自动化机械制造系统，实现了柔性化生产（Flexible Manufacturing System），解决了上述难题。

定制家具具有量身定做、个性化设计等特点，与成品家具、手工家具相比，具有明显的优势：

项目	手工家具		成品家具	定制家具
	现场手工制作	高档实木手工制作		
主要优势	1、尺寸贴切、空间利用率高； 2、个性化设计。	1、尺寸贴切、空间利用率高； 2、个性化设计； 3、材料高档、做工精美。	1、形式美观，多种材质可选； 2、标准化产品，即买即用； 3、价格稍低。	1、尺寸贴切、空间利用率高； 2、个性化设计； 3、工厂生产、安装便捷； 4、整体款式、风格统一； 5、款式新颖、潮流。
主要劣势	1、质量不稳定； 2、欠缺美观； 3、如需油漆，材料存在环保隐患； 4、没有成本优势。	1、价格较高； 2、工期长； 3、原材料短缺。	1、空间利用率低； 2、风格、尺寸等较难自由选择。	价格比成品家具高。

随着居民收入水平的提高，以及对居住环境的逐步重视，消费者对家具的个性化需求日益增加。定制家具凭借对家居空间的高效利用、能充分体现消费者的个性化消费需要、现代感强等特点，成为近年来家具消费领域中新的快速增长点。

2、行业周期性特点

（1）行业季节性

定制家具行业的季节性一方面与国内居民的商品住房购买和商品房的交房时间有关，另一方面又与国内居民的旧房二次装修或家具购买有关。从多年的发展情况看，每年的2—6月份属于行业淡季，当年7月—次年1月份属于行业旺季。

根据公司统计分析，本公司一般上半年完成公司全年销售收入的三分之一，下半年完成全年销售收入的三分之二。

（2）所处行业与上、下游行业之间的周期性与本行业的关联性

定制衣柜行业的上游行业为以生产中密度板为主的人造板制造业和五金配件行业，下游面向国内购买商品住房和存量房装修翻新的消费者，以及推出精装修商品住房的房地产企业。

定制家具行业的上游行业有周期性。中密度板和五金配件在公司的产品成本中占比较大，其原材料价格周期性波动会对行业产品的毛利率水平产生一定的影响，但由于生产中密度板材和五金配件的生产企业众多，行业产能增加较快，本行业对其依赖性较小。

定制衣柜行业的下游为国内购买商品住房和存量房装修翻新的城镇居民，以及推出精装修商品住房的房地产企业。房地产行业受国家宏观调控影响，有较强的周期性，但房地产对家具行业的影响有滞后性。定制家具行业跟交房时间相关性更高，而房地产企业交房的速度都比较平稳。另外存量房装修翻新比例也在持续上升，尤其是在一线重点城市，二手房和存量房装修翻新比例已经占30%以上，并呈逐年上升的趋势。此外，由于定制家具行业属于新兴行业，正在抢占手工定制、装修公司 and 成品家具的市场份额，定制家具行业目前市场基数小，发展空间大，因此，本行业现阶段受下游行业周期性的影响小。

3、行业的发展状况

（1）家具行业呈现稳定增长态势

我国城镇化、工业化、信息化进程的加快，有力地推动了家具产业的发展。城市化进程加快，人民收入水平不断提高，形成了强大的购买力，促进了我国家具行业的规模发展；同时，工业化与信息化的融合，促进了传统产业转型及改造升级，促进了我国家具行业从依靠成本竞争向提升服务水平、提高产品科技含量及产品附加值转变。

定制家具虽然在近年来实现了快速发展，但在我国仍处于发展初期。

A. 定制家具虽然快速增长，但在家具市场的份额仍然较小

与传统的成品家具相比，定制家具在满足消费者个性化需求方面存在较大的竞争优势，以公司为代表的主要定制家具企业近年来营业收入实现30%以上的高速增长，显著高于家具行业整体增长率。定制家具行业在过去几年呈现快速发展的态势，但成品家具目前仍占我国家具市场70%以上份额，定制家具占我国家具市场的份额还不足20%，定制家具在家具市场的份额仍然较小。

根据国家统计局发布的2016年规模以上工业企业主要财务指标（分行业），家具制造业主营业务收入为8559.5亿元，比上年同期增长8.6%；公司2016年主营业务收入45亿多元，同比增长41.87%。公司在家具制造行业的占比自2011年的0.2%稳步提升至2016年的0.53%。

B. 信息化技术在定制家具行业的使用越来越广泛，但定制家具企业的柔性化生产工艺和信息化程度仍参差不齐

为实现定制家具的个性化设计、规模化生产，定制家具企业在客户服务、产品设计、产品生产、物流配送、店面销售管理等诸多环节中使用了计算机技术、互联网技术、条形码技术等现代化信息技术。

鉴于一般定制家具企业由生产成品家具和手工家具转型，且现代化信息技术的使用需要定制家具企业前期大量的资金投入、对生产流程进行重造、对人才素质等多个方面提出更高的要求，导致定制家具生产企业的柔性化生产工艺和信息化程度仍需进一步提高。

C. 定制家具线上营销逐步展现，但仍依赖于实体店的支持

为适应消费者的线上消费习惯，已有部分定制家具企业通过自有网站进行线上营销，并与线下的连锁实体店销售进行有机结合。与普通标准化、通用性产品不同，定制家具为个性化定制产品，需要提供上门量尺，与客户互动进行个性化设计等现场服务，无法通过线上平台完成全部销售活动，因此，定制家具线上营销仍依赖于实体店的支持。

(2) 行业发展趋势

A. 定制家具的消费理念将日益普及，其市场地位将大幅提升

随着我国中产阶级的数量急剧增加，中高端消费群体逐渐涌现。国内越来越多的消费群体开始关注居家的整体生活艺术，旧式的成品家具已不能满足消费者对个性化生活的追求，人们更喜欢在居家生活中加入更多自主的创意与特色，这使得人们对全屋定制家具的需求呈现上升趋势。近年来，定制家具行业开始步入快速成长的发展阶段。

随着国内居民生活水平和文化水平的提升，80、90后适婚人群逐渐成为消费主力，对家居环境的自主设计意识将日益增强，同时随着包括保障性住房在内的小户型住宅增多，定制家具因兼顾了实用性与空间利用率，又能充分展现出消费者对个性、时尚、舒适的追求，从而走俏家具消费市场，市场份额及市场地位将不断提升。

B. 全屋定制是定制家具行业的发展方向

定制家具的兴起，最初主要集中在定制橱柜、定制衣柜等领域，主要由于国外流行的整体厨房、壁柜移门的传入，以及厨房、衣柜对房屋空间利用的要求相对严格等原因形成的，随着家具企业生产技术的提高和我国居民对家具消费理念的成熟，定制家具逐步拓展到卧室、书房、客厅、餐厅以及厨房等全屋家具领域。

定制模式是一种多方共赢的经营模式，对消费者来说，其具有可个性化设计、空间利用率高、充分考虑了对家居环境的诉求等优势，具有强大的吸引力；对企业来说，减轻了企业库存，提高了企业的盈利能力和抗风险能力；同时，定制模式有利于全行业实现按需生产，有效避免行业产能过剩的问题，减少木材浪费、有利于环境保护，具有良好的社会效益。

因此，实现全屋家具的定制是定制家具行业的发展方向，但全屋家具定制对企业的信息技术实力、工艺技术实力、柔性化生产能力等也具有较高的要求。

C. 借助工业4.0时代的智能制造技术实现大规模定制生产

家具行业正处在定制家具大规模取代传统成品家具的变革时期，传统上家具行业通过机械化生产标准家具产品来实现规模效应，随着定制家具行业快速发展，非标准件的比例不断提高，以个性化、大批量为特点的柔性化生产正是实现大规模定制生产的关键技术。人工智能技术的应用，通过扫描产品部件上含有加工信息的二维码实现了部件指挥机器的生产过程，解决了非标准件的识别难题，大幅提升生产效率。

D. O2O营销模式普及程度不断提高

O2O即Online To Offline（线上到线下），是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台。

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	4,529,964,328.40	3,195,738,720.76	41.75%	2,361,084,401.71
归属于上市公司股东的净利润	664,016,858.79	459,015,154.75	44.66%	326,896,486.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	648,114,691.09	450,435,879.80	43.89%	320,848,126.25
经营活动产生的现金流量净额	1,192,585,360.79	829,701,287.21	43.74%	352,256,556.84
基本每股收益（元/股）	1.48	1.04	42.31%	0.74
稀释每股收益（元/股）	1.48	1.04	42.31%	0.74
加权平均净资产收益率	22.55%	21.85%	0.70%	18.20%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	5,338,166,687.03	3,154,316,329.89	69.23%	2,533,284,686.17
归属于上市公司股东的净资产	3,888,385,780.44	2,304,440,535.71	68.73%	1,941,179,673.21

(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	643,152,739.90	1,026,251,700.16	1,301,880,402.16	1,558,679,486.18
归属于上市公司股东的净利润	52,623,312.68	147,335,289.00	208,219,570.28	255,838,686.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	51,222,305.51	146,577,450.50	202,367,761.00	247,947,174.08
经营活动产生的现金流量净额	-39,147,617.05	350,621,389.07	322,003,079.56	559,108,509.21

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

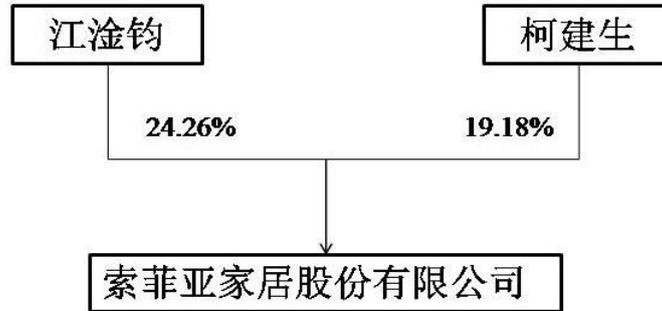
报告期末普通股股东总数	6,564	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	5,345	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
江淦钧	境内自然人	24.26%	112,000,000	84,000,000			
柯建生	境内自然人	19.18%	88,562,000	66,421,500			
招商银行股份有限公司－富国低碳环保混合型证券投资基金	境内非国有法人	2.41%	11,124,514				
民生证券－兴业银行－民生证券索菲亚 4 号集合资产管理计划	境内非国有法人	2.40%	11,060,363				
中国工商银行－汇添富成长焦点混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.59%	7,356,208				
中国建设银行股份有限公司－易方达新丝路灵活配置混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.15%	5,297,844	5,297,844			
中国工商银行股份有限公司－富国新兴产业股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.13%	5,222,918				
全国社保基金四一八组合	境内非国有法人	1.09%	5,051,909				
全国社保基金一一四组合	境内非国有法人	1.08%	4,984,700				
全国社保基金一一五组合	境内非国有法人	1.05%	4,844,297				
上述股东关联关系或一致行动的说明		股东江淦钧先生、柯建生先生为公司一致行动人、实际控制人和控股股东。其余股东未知是否存在关联关系或《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		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、公司债券情况

报告期内公司没有发行债券。

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

本公司请投资者认真阅读本年度报告全文，并特别注意下列风险因素

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

中国家装市场的消费观念已经转变，随着物质水平的提升和个人意识的觉醒，消费者愿意花钱为品牌买单，为个性化的服务买单。定制化的服务特征符合这个时代的生活节奏。全屋家具定制提供的是整体服务方案，是贴合消费者时间和精力不足客观现实的服务。一、二线城市的中心化进程，将带来长期的房地产刚需，房价上涨凸显出空间充分利用的重要性；而三、四线的城市必定跟随潮流去接受全屋定制的概念。“全屋定制”——满足个性化需求的方式必定是今后家装的主流方式，公司面对的是前所未有的机遇和挑战。

报告期内，凭借在柔性化生产制造、销售渠道、品类拓展以及大数据运营等方面综合竞争优势，公司在2016年度实现了营业收入约45.30亿元，比上期增长41.75%；归属于上市公司股东的净利润6.64亿元，比上期增长44.74 %；

(一) 品牌和销售拓展：

定制衣柜及其他配套柜类（索菲亚）

报告期内，公司继续采用以经销商为主、以直营专卖店和大宗用户业务为辅的复合营销模式。截至2016年12月31日，“索菲亚”全屋定制产品拥有经销商1000多位，全部店面超过1900家（含在装修店铺），其中省会城市门店数占比18%，地级城市门店数占比31%，四五线城市门店数占比51%。截止至2016年底，索菲亚客户数达48.7万，同比增长19.7%，实现客单价8600元/单（出厂口径，不含司米橱柜）。2017年度索菲亚计划再新开200~300家门店（不含超市店），原有城市继续加密开店，并继续下沉销售网络至四、五线城市。

整体橱柜（司米）

2013年开始公司战略向“定制家·索菲亚”，并提出“全屋定制”口号，致力于布局整体家居。2014年6月16日，司米厨柜有限公司正式成立，并快速开店，推行门店运营标准规范，实施司索联动，努力提高单店产出。截止2016年12月31日，司米厨柜拥有经销商接近400家，独立的经销商专卖店达600家（包括在设计中的店铺），实现营业收入4.18亿元。在2016年度，司米厨柜营业收入、开店数的目标均超出目标，品牌与渠道建设推进顺利，但是受折旧摊销、高额前期管理费用拖累，目前司米厨柜仍处于亏损，但是随着更多专卖店的开业和收入规模的扩大，司米厨柜将会逐步转亏为盈，成为公司未来营收的新增长点之一。2017年司米厨柜计划再新开200~300家门店，继续加密网店，构建司索联动销售网络。

(二) 产能：

定制衣柜及其他配套柜类（索菲亚）

自2012年开始逐步在全国生产基地投入柔性化生产线，索菲亚衣柜及配套定制家居产品的牢固基础已经打下。公司在河北廊坊、浙江嘉善、四川成都、湖北黄冈以及广州增城已经建设了五大生产基地。截至报告期末，华南、华北、华东、西南、华中工厂均已正常生产，覆盖全国销售网络的生产支撑体系已形成。2016年度公司“索菲亚”定制衣柜及其配套定制柜生产基地年度月平均实际生产达到15万余单，年度平均产能利用率平均为80%。为满足年底旺季及的大量市场需求，通过持续的设备投入及技术改进到12月产能已达到24万单，实际12月份产能利用率100%。工厂2016年平均交货周期（指确图订单下到工厂直到货物生产完毕可安排物流的期间）为10天左右。

公司2016年7月完成了非公开发行股票，所募集的资金将在未来3~4年用于智能化改造以及信息技术升级。投产后生产效率将会进一步提升。

整体橱柜（司米）

位于增城的司米厨柜工厂已于2015年6月开始调试，2015年第四季度已经开始试产。目前生产日均产能173单/天；2017年生产日均产能目标计划为240单/天。

（三）品类拓展

1、进入“索菲亚全屋定制”时代，扩充产品品类

在原有的索菲亚七大产品空间定制（卧室空间系列、书房空间系列、儿童房空间系列、老人房空间系列、客餐厅空间系列、入户玄关空间系列，厨房系列空间系列），针对不同房屋户型、不同装修风格、不同消费人群的“智定家居”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。2016年上半年公司向市场推出了两大色彩产品系列（芒通黄、阿尔萨斯蓝）及实木系列产品系列（安娜西系列、卡尔卡松系列以及吉维尼系列），覆盖原有七大产品空间系列定制。2016年下半年索菲亚推出了第八大产品空间定制：阳台柜空间系列。

在非定制类家具方面，公司陆续推出了床、餐桌、书桌等实木类OEM产品，与其他知名品牌合作，协同销售床垫、枕头、床上用品、茶几、沙发等产品。索菲亚希望通过“一站式”的全屋家居服务，凭借着“索菲亚”的品牌实力，覆盖全国的服务体系和供应链，力求实现“为更多的家庭定制专业的全屋家具品解决方案”的愿景。

2、持续进行“799元/m²”政策 让利用户

2015年全年推行“799元每平方米”和“899元每平方米”连门带柜的定制衣柜促销套餐，导流效果显著。凭借目前公司柔性制造的规模优势，2016年全年公司继续深化推进“799”套餐，把市场占有率和渗透率作为首要经营指标，拉大与市场对手的距离，巩固定制衣柜的行业龙头地位，大大加快市场占有率和品牌渗透率的提升。

3、推出索菲亚3D数字展厅，推进“所见即所得，所得即可买”愿景的实现

自2014年开始，公司致力于研发更多有效的工具，有效增强消费者对定制家居设计的参与度，改善消费者的用户体验，降低交易成本。2016年的核心工作在于在渠道推行索菲亚3D数字展厅（即索菲亚3D立体投影），在重点门店配置VR虚拟现实眼镜、全息立体幻影成像等工具。通过索菲亚3D立体投影实现单空间多功能、多款式样板房展示，打破传统展厅样板间展示款式有限且制作、更新成本高的阻碍，给消费者带来直观、多样性的空间体验。与此相配套，2016年7月索菲亚推出了一款3D家居设计软件以及3D家居设计软件DIY Home。简洁的用户操作界面，将复杂的设计过程转变为智能操作，快速设计并实时渲染全屋装修效果图，不但提升店面的工作效率，还大大提升了客户体验。

（四）打造数字化生产、管理、营销与决策体系

为实现大家居战略发展规划，公司提出了“创新、分享”的管理理念。“信息与数字化中心”的成立将作为公司转型至智能化，自动化和数字化的关键引擎。一切以自动化数据为驱动和引擎的运营方式将是公司的关键目标，以此为背景，公司数字化的战略规划正在被稳步实施与推进：

(1)移动互联网和云计算的深度落地对全球，特别是中国消费者的思维习惯，消费方式和沟通渠道等众多领域产生巨大影响。在此背景下，建立消费者与索菲亚品牌、产品以及运营团队的互动、互信以及互联的关系作为企业数据化转型的重要内容。一系列电子商务，特别是O2O的推进计划正在被稳步推进。

(2)消费者可以通过快速、准确和便捷地信息技术平台与线上线下销售渠道以及总部互动，从而产生消费者个性化需求的数据，以此触发企业整体供应链的高效运作。

(3)以精准数据以及设备互动为目标的智能制造正在被进一步优化与提升，从而实现真正意义上的数字化制造，并快速准确地为市场供应产品和服务。

(4)以逐步完善的企业整体信息技术系统为平台，打造企业对外、对内的大数据中心，从而全面实现企业管理数字化，产品研发数字化，生产制造数字化以及市场营销数字化。

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
衣柜及其配件	3,925,706,334.23	919,417,378.93	40.26%	29.49%	39.52%	1.45%
橱柜及其配件	413,002,812.97	-124,218,771.78	6.30%	376.57%	-64.91%	-3.03%
家具家品	158,706,482.71	9,844,831.52	21.55%	277.49%	243.82%	-1.90%

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

公司第三届董事会第十六次会议审议通过了《关于变更会计政策的议案》。具体内容如下：

(一) 本次会计政策变更的概述

1、会计政策变更的原因

根据中华人民共和国财政部2016年12月3日发布的《财政部关于印发〈增值税会计处理规定〉的通知》（财会[2016]22号）的规定，将“营业税金及附加”科目调整为“税金及附加”科目，将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目，将自2016年5月1日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”科目重分类至“税金及附加”科目，2016年5月1日前发生的税费不予调整，且比较数据不予调整。

2、变更前采用的会计政策

本次变更前，公司执行财政部于2014年修订和新颁布的《企业会计准则-基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定。

3、变更后采用的会计政策

本次变更后，公司增值税相关会计处理按照财政部发布的《增值税会计处理规定》的起始日期开始执行。其余未变更部分仍采用财政部前期颁布的《企业会计准则-基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

4、会计政策变更日期

根据规定，公司于以上文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则。

(二) 本次会计政策变更对公司的影响

根据《增值税会计处理规定》，公司执行该规定的主要影响如下：

(1) 将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。

(2) 将自2016年5月1日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016年5月1日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。

(3) 将“应交税费”科目下的“应交增值税”、“未交增值税”、“待抵扣进项税额”、“待认证进项税额”、“增值税留抵税额”等明细科目的借方余额从“应交税费”项目重分类至“其他流动资产”（或“其他非流动资产”）项目。比较数据不予调整。

综上，本次会计政策变更对公司无重大影响，对当期及前期列报的损益、总资产、净资产不产生影响。

(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

本年度主要发生了以下合并范围的变更：

- 1、2016年1月4日，本公司与黄健华、中山极点签订《股权投资协议》，本公司使用自有资金450万元先对中山市极点三维电子有限公司进行增资扩股，再以自有资金1,560万元收购黄健华部分股权。投资事宜完成后，本公司持有极点三维67%的股权，黄健华先生持有极点三维33%的股权。
- 2、2015年12月21日本公司以自有资金3亿元在深圳前海注册成立深圳索菲亚投资管理有限公司，截至2015年12月31日实际投入注册资金为零，2016年度，深圳索菲亚累计实收资本0.93亿元人民币，本期纳入合并范围；
- 3、2016年1月7日，本公司与上海明匠智能系统有限公司合资成立广州宁基智能系统有限公司，公司注册资本3,000万元，其中本公司出资1,530万元，持有宁基智能股权51%，上海明匠智能系统有限公司出资1,470万元，持有宁基智能股权49%。

(4) 对 2017 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用