

公司代码：601231

公司简称：环旭电子

环旭电子股份有限公司
2017 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

2018年3月22日，经本公司第四届董事会第四次会议决议，通过了2017年度利润分配预案为：拟以总股本2,175,923,580股为基数向全体股东每10股派发现金红利1.85元（含税），分红总额为人民币402,545,862.30元，不送股，不转增股本，剩余未分配利润全部结转以后年度分配。

如若在董事会审议通过利润分配预案后至2017年度利润分配方案实施前，公司总股本由于股权激励行权而新增股份上市导致实施2017年度利润分配时的股权登记日公司总股本发生变化的，分配比例将按利润分配总额不变的原则做出相应调整。本次利润分配预案尚需提交公司股东大会审议。

二 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	环旭电子	601231	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘丹阳	王沛
办公地址	上海市浦东新区盛夏路169号B栋5楼	上海市浦东新区盛夏路169号B栋5楼
电话	021-58968418	021-58968418
电子信箱	Public@usiglobal.com	Public@usiglobal.com

2 报告期公司主要业务简介

本公司是电子产品领域提供专业设计制造服务及解决方案的大型设计制造服务商。主营业务主要为国内外的品牌厂商提供通讯类、消费电子类、电脑类、存储类、工业类、汽车电子类及其他类电子产品的开发设计、物料采购、生产制造、物流、维修等专业服务。

公司主要的经营模式是为电子产品品牌商提供产品研发设计、产品测试、物料采购、生产制

造、物流、维修及其他售后服务等一系列服务，与品牌客户之间一般是通过框架性协议与订单相结合的合约形式来明确设计制造服务的范围及具体要求。

电子产品领域科技的日新月异，加速了产品的更新换代，电子产品市场的竞争日益加剧，市场主体竞争策略也不断进化。电子制造行业专业化分工和全球性采购、生产、销售的特性，决定了电子产品市场的竞争不再简单地表现为单一公司之间的角逐，而是各个供应链之间的比拼。而在整个体系中，国际大型品牌商无疑充当着供应链最终领导者的角色，对供应链进行控制和协调，促使整个供应链生产效率的提高和成本的有效控制，以实现各个供应链成员企业的“共赢”。品牌商要真正实现品牌增值及持续获利，只有通过和可靠且有规模的设计制造服务商形成伙伴关系，才能有效整合供应链资源，全面优化产品供应的各个流程，提高整个供应链的核心竞争力，才能对市场变化作出快速反应，适时调整产品结构、不断推出满足市场需求的新产品，巩固其优势地位。因此，随着供应链合作的深化，品牌商和设计制造服务商由原本单纯的买卖协议转化成长期合作的伙伴关系。设计制造服务商与品牌商形成稳固的合作关系后，在满足品牌商的外包服务需求的过程中，不断增加与品牌商合作的服务领域，并逐步提高自身综合服务能力，强化服务增值。

在此背景下，公司从传统的 DMS 模式向新兴的 D(MS)² 模式转变，即增加 M 是 Miniaturized (微小化)，而 S 则是 Solutions (解决方案)，以在整个价值链过程中将获得更高的价值增值，并更多的参与到整个产业链中的应用型解决方案，整体服务及产品的附加值也将不断得到提升。即未来更加注重并强调 Solution 及 Service 环节，更加切合互联网经济的发展理念。诸如公司等实力厂商未来将从传统的制造商逐步发展成为电子产业系统方案解决商及综合服务商。

微小化系统模组是将若干功能的 IC 和配套电路集成成一个模块，达到缩小功能模块面积、提高电路系统效率及屏蔽电磁干扰等效果，更加复杂的硬件和更小的主板面积使得相关功能模组微小化、系统化成为趋势。随着电子产品趋于微小化、个性化、功能多元化，应用于电子产品的模组也将朝着微型化、多功能集成化的方向快速发展，并成为同类模组产品的主流。

智能终端功能不断增强，生态系统的成熟和百万 APP 的多样功能使人们对智能手机及平板电脑的性能需求越来越强，从最初的拍照、摄像功能到 3G、WiFi、蓝牙等数据传输功能，再到用于导航和照相防抖陀螺仪也被加入，智能终端的功能越来越强大和复杂，随着人们消费的不断升级，更多新的功能需要得到加强。

穿戴设备将为电子行业注入新活力，以智能眼镜、手环、手表等为代表的穿戴式设备将成为驱动电子产业增长的下一波动力。随着更多参加者加入，将共同推动技术的快速进步。尽管与之相关的应用和生态系统仍然薄弱，但随着技术的逐步成熟，更多的行业应用接口也将打开，让硬

件功能的拓展广泛、更具体、更稳健，并在更实质的层面改善人类生产和生活方式。同时，在物联网发展的趋势下智能穿戴将推动互联网的整体进化，智能穿戴技术将使互联网和物联网结合产生与人们更密切关联，智能穿戴将改变人类交流信息、获取内容以及生活的方式，前景非常广阔。

藉由与日月光集团的整合力量，“微小化”产品的能力已经是我们拉开跟竞争者距离，参与智能穿戴设备市场的强力武器，未来营业收入的成长可以期待，公司现阶段的主要挑战是精致管理，努力创造出利润，要开发出完整的解决方案，整合软件、硬件能力，以差异化创造产品附加价值及利润，以求给股东带来更好的回报。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2017年	2016年	本年比上年 增减(%)	2015年	
				调整后	调整前
总资产	17,363,394,029.17	15,404,766,821.20	12.71	14,473,736,279.12	13,031,434,863.11
营业收入	29,705,684,977.64	23,983,883,716.87	23.86	27,260,058,959.37	21,323,077,287.23
归属于上市公司股东的净利润	1,313,890,423.23	805,581,752.30	63.10	761,119,377.69	690,516,504.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,084,532,998.17	789,943,735.56	37.29	606,776,277.86	607,499,333.12
归属于上市公司股东的净资产	8,631,300,442.51	7,534,884,492.51	14.55	6,993,030,138.49	6,809,000,813.63
经营活动产生的现金流量净额	1,238,991,405.04	1,600,497,880.55	-22.59	845,775,460.23	1,301,078,479.91
基本每股收益（元 / 股）	0.60	0.37	62.16	0.35	0.32
稀释每股收益（元 / 股）	不适用	不适用		不适用	
加权平均净资产收益率（%）	16.34	11.27	增加5.07个百分点	11.39	10.57

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	6,469,863,661.88	6,421,884,731.65	7,297,224,982.82	9,516,711,601.29
归属于上市公司股东的净利润	286,671,471.17	269,362,156.12	305,720,136.77	452,136,659.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	242,454,618.12	204,240,215.93	259,507,083.14	378,331,080.98
经营活动产生的现金流量净额	721,091,174.60	57,828,593.28	45,668,314.25	414,403,322.91

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 股本及股东情况

4.1 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

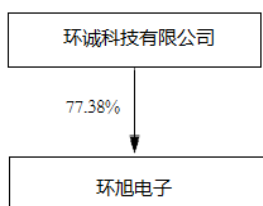
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					27,989		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					26,569		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数量	比例 （%）	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
环诚科技有限公司	0	1,683,749,126	77.38	0	无	0	境外 法人
中国证券金融股份 有限公司	-12,732,958	51,184,006	2.35	0	未知	0	未知
中国人寿保险股份 有限公司—分红— 个人分红—005L— FH002 沪	32,929,123	34,889,246	1.60	0	未知	0	未知
安徽省铁路发展基 金股份有限公司	-6,041,800	24,958,200	1.15	0	未知	0	未知
日月光半导体（上 海）有限公司	0	18,098,476	0.83	0	无	0	境内 非国 有法 人
中国人寿保险(集团) 公司—传统—普通 保险产品	15,843,725	15,843,725	0.73	0	未知	0	未知
申万宏源证券有限 公司	0	15,657,589	0.72	0	未知	0	未知
天弘基金—民生银 行—天弘基金定增 46 号资产管理计划	-2,908,600	12,760,726	0.59	0	未知	0	未知
中央汇金资产管理 有限责任公司	0	12,736,500	0.59	0	未知	0	未知
香港中央结算有限 公司	6,575,386	8,405,443	0.39	0	未知	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	张虔生先生和张洪本先生是本公司的实际控制人，其为兄弟关系，张氏兄弟通过间接持股控制本公司股东环诚科技						

	和日月光半导体(上海)有限公司，从而最终实际控制本公司，公司不了解其余股东之间是否存在关联关系及一致行动的情况
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	

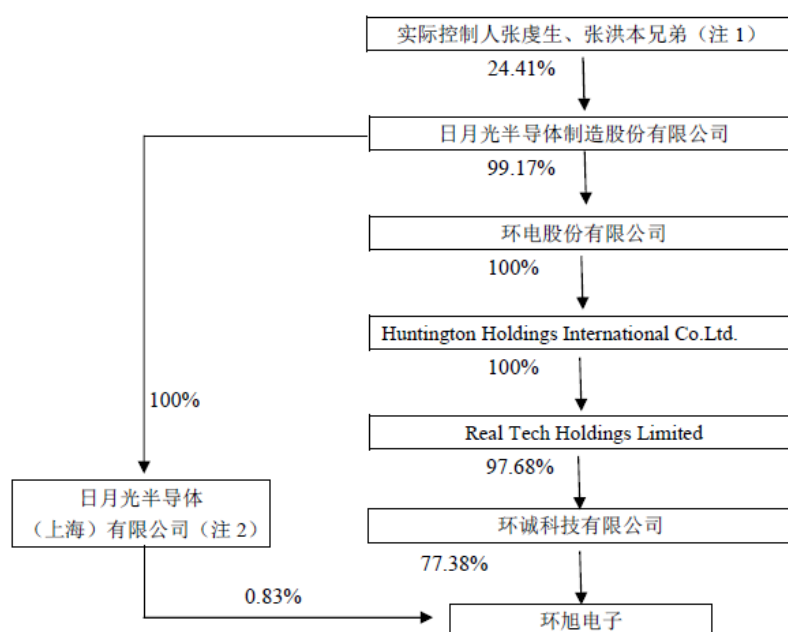
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



注 1：其中张虔生先生本人及透过香港商微及汇丰商业银行受托保管价值投资公司投资专户合计持股 21.62%，张洪本持股 2.71%，张洪本妻子冯美珍持股 0.08%；

注 2：日月光半导体制造股份有限公司通过间接持股持有日月光半导体（上海）有限公司 100% 股份；

注 3：本表数据截止 2017 年 12 月 31 日；

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

(一) 报告期内主要经营情况

2017 年公司全年合并营业收入创历史新高，其中，消费电子类产品及通讯类产品对营收增长贡献较多，工业类、存储类及汽车电子类产品营收较 2016 年度均有所增加。公司 2017 年度实现营业收入 29,705,684,977.64 元，较去年同期 23,983,883,716.87 元，增加 5,721,801,260.77 元，同比增加 23.86%。

获利能力方面，公司持续着重产品结构调整及获利结构的改善，公司 2017 年度的获利能力较 2016 年提升显著，利润增长强劲，实现了营业利润 1,564,790,728.88 元，同比增长 59.07%，利润总额 1,564,425,899.32 元，同比增长 55.30%，实现归属于上市公司股东的净利润 1,313,890,423.23 元，同比增长 63.10%。

1. 主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	29,705,684,977.64	23,983,883,716.87	23.86
营业成本	26,428,477,987.94	21,398,217,873.36	23.51
销售费用	240,143,670.80	223,677,288.10	7.36
管理费用	1,638,620,051.90	1,399,401,057.46	17.09
财务费用	56,830,700.77	-53,060,779.59	207.10
经营活动产生的现金流量净额	1,238,991,405.04	1,600,497,880.55	-22.59
投资活动产生的现金流量净额	-152,994,363.89	-778,965,848.64	80.36
筹资活动产生的现金流量净额	-716,988,312.76	-258,141,142.71	-177.75
研发支出	1,018,995,456.10	884,294,507.66	15.23

(1). 收入和成本分析

适用 不适用

公司报告期内的收入和成本分析如下：

A. 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
通讯类产品	13,502,369,921.04	12,813,462,862.43	5.10	11.28	11.08	增加 0.17 个百分点
消费电子产品	8,082,496,250.70	7,275,291,253.83	9.99	82.50	78.22	增加 2.16 个百分点
电脑类产品	3,034,417,399.97	2,453,777,645.22	19.14	-6.29	-6.45	减少 0.14 个百分点
存储类产品	998,700,304.43	657,577,140.86	34.16	26.88	21.67	增加 2.82 个百分点
工业类产品	2,102,355,085.57	1,585,538,118.10	24.58	23.43	27.29	减少 2.29 个百分点
汽车电子类	1,678,029,151.78	1,463,417,319.24	12.79	17.05	21.24	减少 3.02 个百分点
其他	288,821,554.73	179,269,136.83	37.93	20.99	9.27	增加 6.65 个百分点
主营业务 收入合计	29,687,189,668.22	26,428,333,476.50	10.98	23.88	23.51	增加 0.27 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

√适用 □不适用

2017 年公司全年合并营收创历史新高，其中消费类电子的营收增长较大，存储产品由于增加新客户产品出货，工业类产品由于 2016 年客户产品处于新旧产品交替期，营收下降，2017 年已恢复正常增长；汽车电子整体行业的景气度提升，带动公司营收成长，同时公司切入国内客户亦有营收贡献；电脑类产品由于市场趋于稳定，营收上有小幅下降。

2017 年较 2016 年毛利分析，公司 2017 年的主营业务毛利率为 10.98%，2016 年的主营业务毛利率为 10.71%，增长 0.27 个百分点。毛利率与去年相比保持稳定略有提升，从各个产品类别来看，毛利率变化不大，公司经过产品组合的优化，产品结构和毛利结构保持比较健康和稳定的结构。其中消费电子产品毛利率的提升主要是由于消费电子产品出货较去年同期大幅增长，产生规模效应。存储类产品的毛利率亦有所增加主要由于新客户及新产品的贡献。

B. 产销量情况分析表

√适用 □不适用

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减(%)	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
通讯类产品	363,199,028	363,776,727	15,833,755	21.60	17.22	-3.52
消费电子类产品	106,076,185	106,114,951	3,948,941	15.84	16.41	6.41
电脑类产品	6,323,427	6,402,449	609,542	-25.01	-22.27	-36.84
存储类产品	10,547,567	10,466,517	273,551	57.79	54.64	42.10
工业类产品	2,508,735	2,423,035	289,999	34.12	30.36	41.95
汽车电子类	39,460,578	39,437,841	2,761,439	10.28	11.57	0.83
其他	7,334,403	7,191,543	244,522	25.42	22.59	140.52
合计	535,449,923	535,813,063	23,961,749	19.29	16.59	-1.49

产销量情况说明

存储类产品因 2017 年度客户需求增加，生产量及销售量大大幅增长。

工业类产品因 2017 年度销量情况较好，生产量及销售量增长幅度较大。

C. 成本分析表

单位：元

分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
通讯类产品	原材料	11,362,146,508.82	88.67	9,930,020,144.71	86.08	14.42	
消费电子类产品	原材料	6,538,247,266.23	89.87	3,363,756,903.53	82.40	94.37	消费电子类产品出货较去年同期大幅增长,成本项目同比增长
电脑类产品	原材料	2,258,255,903.56	92.03	2,393,252,369.52	91.24	-5.64	
存储类产品	原材料	536,341,328.58	81.56	440,537,977.32	81.51	21.75	
工业类产品	原材料	1,460,538,260.68	92.12	1,159,933,452.10	93.12	25.92	
汽车电子类	原材料	1,215,049,651.85	83.03	991,462,718.34	82.14	22.55	
其他		179,269,136.83		164,057,031.57		9.27	

主营合计		23,549,848,056.56		18,443,020,597.08		27.69	
------	--	-------------------	--	-------------------	--	-------	--

成本分析其他情况说明

适用 不适用

D. 主要销售客户及主要供应商情况

适用 不适用

前五名客户销售额 1,971,000.48 万元，占年度销售总额 66.35%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 0 万元，占年度销售总额 0%。

前五名供应商采购额 1,182,835.69 万元，占年度采购总额 48.54%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 0 万元，占年度采购总额 0%。

其他说明

公司前五大客户销售情况如下表：

Rank	客户	2017 年度（人民币元）	占总营收比例
1	A	11,055,866,598.68	37.22%
2	B	3,881,216,937.49	13.07%
3	C	1,811,134,103.87	6.10%
4	D	1,532,867,523.90	5.16%
5	E	1,428,919,661.15	4.81%
合计		19,710,004,825.09	66.35%

公司前五名供应商采购情况如下表：

Rank	供应商	2017 年度（人民币元）	占总采购金额的比例
1	F	4,690,789,419.28	19.25%
2	G	3,784,102,119.44	15.53%
3	H	1,453,920,643.27	5.97%
4	I	1,278,842,989.29	5.25%
5	J	620,701,763.37	2.55%
合计		11,828,356,934.65	48.54%

公司前五大客户及供应商与公司均不存在关联关系。

(2). 费用

√适用 □不适用

- 1、本期财务费用 56,830,700.77 元，较上期-53,060,779.59 元增加 109,891,480.36 元，主要系本期因汇率变动致汇兑损失金额增加所致。
- 2、本期资产减值损失 11,905,418.18 元，较上期-344,319.60 元增加 12,249,737.78 元，主要系 2015 年底,部分材料市价下跌导致年末提列减值损失,但次年材料市价回升致 2016 年回冲金额大及 2017 年末备料较多,部分产品客户订单推迟,尚未投入生产,于年末计提减值损失所致。
- 3、本期公允价值变动收益 145,959,543.15 元，较上期-5,767,564.52 元增加 151,727,107.67 元，主要系本期投资的股票期末评价利益增加所致。
- 4、本期投资收益 97,902,580.83 元，较上期-15,555,213.69 元增加 82,347,367.14 元，主要系本期理财产品收益增加及处分股票收益增加所致。
- 5、本期资产处置收益 4,895,287.93 元，较上期-6,861,525.44 元增加 11,756,813.37 元，主要系上期财产出售损失较多所致。
- 6、本期其他收益 21,349,325.52 元，主要系本期根据财会〔2017〕15 号和《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》的要求，将 2017 年度取得的政府补助进行调整,2016 年不追溯调整所致。
- 7、本期营业外收入 9,464,474.23 元，较上期 60,041,987.38 元减少 50,577,513.15 元，主要系本期收到的政府补助为 21,349,325.52 元较上年 46,729,685.81 元减少 25,380,360.29 元,且本年度根据财会〔2017〕15 号和《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》的要求，将 2017 年度取得的政府补助进行调整,2016 年不追溯调整所致。
- 8、本期营业外支出 9,829,303.79 元，较上期 3,6400,855.43 元减少 26,571,551.64 元，主要系上期财产报废损失较多所致。

(3). 研发投入**研发投入情况表**

√适用 □不适用

单位：元

本期费用化研发投入	1,018,995,456.10
本期资本化研发投入	0
研发投入合计	1,018,995,456.10
研发投入总额占营业收入比例（%）	3.43

公司研发人员的数量	1,056
研发人员数量占公司总人数的比例(%)	6.40
研发投入资本化的比重(%)	0

情况说明

√适用 □不适用

研发费用主要包括与研发相关的员工费用、折旧及摊销、材料领用、水电费、租赁费等。

(4). 现金流

√适用 □不适用

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动原因
经营活动产生的现金流量净额	1,238,991,405.04	1,600,497,880.55	本期第四季营收大幅增加，期末尚未收回的帐款较多，且本期例行性员工调薪，支付给员工的薪酬亦增加所致。
投资活动产生的现金流量净额	-152,994,363.89	-778,965,848.64	上年同期有收购子公司而支付股款之情况以及本期将部分投资之股票出售获利所致。
筹资活动产生的现金流量净额	-716,988,312.76	-258,141,142.71	本期营运成长，偿还了较多的长、短期借款所致。

2. 资产、负债情况分析

√适用 □不适用

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例(%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例(%)	本期期末金额较上期期末变动比例(%)	情况说明
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	677,939,216.66	3.90	391,305,650.45	2.54	73.25	主要系本期增加证券投资所致

应收票据	64,151,729.87	0.37	27,494,194.40	0.18	133.33	主要系本期收到客户承兑汇票尚未兑现所致
预付款项	23,490,945.66	0.14	11,860,394.95	0.08	98.06	主要系本期预付材料款增加所致
其他应收款	89,969,053.53	0.52	41,564,071.43	0.27	116.46	1. 主要系本期存有尚未向客户收回的代垫款项 2. 主要系本期存有大额应收利息(平安阶梯利息)
其他流动资产	192,681,649.11	1.11	126,779,544.24	0.82	51.98	主要系本期预付税金及其他预付费用金额增加所致
在建工程	38,550,178.83	0.22	21,056,549.80	0.14	83.08	主要系本期产线扩增,在途设备增加所致
短期借款	939,479,544.77	5.41	1,373,386,094.53	8.92	-31.59	主要系本期货款陆续回收致借款金额减少所致
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	0	0.00	237,899.98	0.00		主要系本期期末未交割的远期外汇合约无评价损失所致
预收款项	87,476,783.61	0.50	34,720,014.86	0.23	151.95	主要系本期预收客

						户款金额增加所致
应付职工薪酬	472,419,350.62	2.72	343,111,287.79	2.23	37.69	主要系本期期末应付年终奖金额增加所致
其他流动负债	32,663,776.56	0.19	7,882,313.89	0.05	314.39	主要系本期跟客户代收模治具款金额增加所致
长期借款	0	0.00	75,285,271.33	0.49	-	主要系提前偿付所致
预计负债	6,881,824.01	0.04	11,632,131.97	0.08	-40.84	主要系产品保固费用随时间经过减少所致
其他非流动负债	1,416,810.39	0.01	1,041,791.17	0.01	36.00	主要系存入保证金金额增加所致

3. 行业经营性信息分析

通讯类产品方面，根据公司整理的资料，苹果智能手机,2017 年占有全球智慧手机 15% 的市场份额，销售数量达 2.15 亿支，较 2016 年衰退 0.7%；在平板计算机(Tablet)，销售数量达 4 千万台以上，占全球 27% 的市场份额。公司是全球无线通讯模组的领导厂商，2017 年通讯类产品营收成长 11.28%。

WorldWide Top 5 Smart Phone Estimated Market Share

	2016		2017		16'17
	Shipments (M units)	Market Share%	Shipments (M units)	Market Share%	YoY Growth%
Worldwide Total	1423		1463		2.8
SAMSUNG	314	22	306	21	-2.5
APPLE	217	15	215	15	-0.7
HUAWEI	141	10	173	12	23

OPPO	87	6.1	122	8.3	41
VIVO	67	4.7	104	7.1	57
Others	598	42	543	37	-9.2

Source: 环旭电子整理, Mar. 2018

WorldWide Top 5 Tablet Brand Estimated Market Share

	2016		2017		16'17
	Shipments (M units)	Market Share%	Shipments (M units)	Market Share%	YoY Growth%
Worldwide Total	175		164		-6.5
Apple	43	24	44	27	2.8
Samsung	27	15	25	15	-6.4
Amazon	12	6.9	17	10	38
Huawei	9.8	5.6	13	7.6	28
Lenovo	11	6.3	10	6.3	-6.4
Others	73	42	55	34	-24

Source: 环旭电子整理, Mar. 2018

消费电子类产品方面，公司在液晶面板控制板和背光源模块控制板的营收和获利维持了良好的成绩，虽然整体市场长期的成长性趋缓，公司透过调整产品组合和提升管理效率，营收仍有成长，并且取得良好获利。微小化系统模组产品增长迅速，随着市场容量的扩大，营收规模及获利均有较大提升。

全球大尺寸 LCD (NB PC, LCD Monitor, LCD TV)

Shipment (M units)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	16'17 YoY%	17-22 CAGR %
TV	265	255	264	272	280	278	277	-3.8	1.7
MNT	141	140	137	136	135	134	134	-0.9	-0.9
NB (> 12")	153	153	154	157	160	163	166	0.1	1.6

Source: 环旭电子整理, Mar. 2018

电脑类产品方面，根据公司整理的资料 2017 年整体市场和客户均呈现小幅衰退的情况，2017 以后则大约维持现况。为追求成长，公司正调整产品组合，积极开发高技术、高附加价值的产品。

WW PC & Tablet Shipment Forecast

(M unit)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	16'17 YoY%	17-22 CAGR %
PC	280	275	277	281	280	277	-1.8	0.2
- Desktop	108	101	98	97	94	92	-6.3	-2.4
- Notebook	172	173	179	184	185	186	1.1	1.7
Tablet	159	148	146	141	141	140	-7.0	-1.4

Source:环旭电子整理,Mar.2018

WorldwideDesktopPCVendorMarketShare

	2016		2017		16'17
	Shipments (Munits)	Market Share%	Shipments (Munits)	Market Share%	YoY Growth%
WorldwideTotal	108		102		-5.3
HPInc.	18	17	18	17	-3.7
Lenovo	20	18	19	19	-3.6
Dell	16	15	16	16	-0.4
AcerGroup	4.3	4.0	3.9	3.8	-9.1
Apple	3.3	3.0	3.1	3.0	-6.0
Others	46	42	42	41	-8.0

Source:环旭电子整理,Mar.2018

WorldwideNotebookPCVendorMarketShare

	2016		2017		16'17
	Shipments (Munits)	Market Share%	Shipments (Munits)	Market Share%	YoY Growth%
WorldwideTotal	172		173		0.5
HPInc.	37	21	41	24	12
Lenovo	37	22	37	21	-1.7
Dell	25	15	26	15	2.2
Asus	19	11	17	10	-11
Apple	15	8.9	16	9.2	4.0
Others	39	22	37	21	-4.5

Source:环旭电子整理,Mar.2018

存储类产品方面,公司的重要产品为 SSD。根据公司整理的资料,2016-2021 年 SSD 市场的复合

增长率约为 20%,公司产品营收和获利展望乐观。

SSDSShipments

(Munit)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	16'17 YoY%	17-22 CAGR%
Total	137	160	223	271	314	333	17	20
Enterprise	21	27	30	32	35	39	30	9.6
Client	104	118	175	221	260	275		
Industrial	12	15	17	18	18	19	24	5.4

Source:环旭电子整理,Mar.2018

在工业类产品方面,根据公司整理的资料,主要产品智能手持设备和 POS 的市场持续稳定的成长,公司在产品技术研发能力和质量控管方面深受客户肯定,营收增长约为 23.43%,显著优于市场平均水平。

WWPOSMarketForecast

(MUSD)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	16'17 YoY%	17-22 CAGR%
POS	3,141	3,134	3,197	3,261	3,326	3,392	3,460	-0.2	2.0

Source:环旭电子整理,Mar.2018

2016 年公司在汽车电子类产品营收成长约为 17.05%。根据公司整理的资料,2016-2017 汽车市场成长率约为 1.8%,公司订单表现优良。由于汽车电子化的程度越来越高,公司在汽车电子领域的优势也将越来越突出,同时公司也在积极开发国内业务,有望不断扩大版图。

WorldwideLightVehicleEstimatedSalesbyRegion(Units:Million)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	16'17 YoY%	16-21 CAGR %
GreaterChina	27	28	28	29	30	31	1.0	3.0
Europe	22	22	22	22	23	23	2.8	1.3
NorthAmerica	18	18	18	18	19	19	-1.6	1.5
Others	26	27	28	29	30	30	4.2	2.6
GrandTotal	93	95	96	98	102	104	1.8	2.2

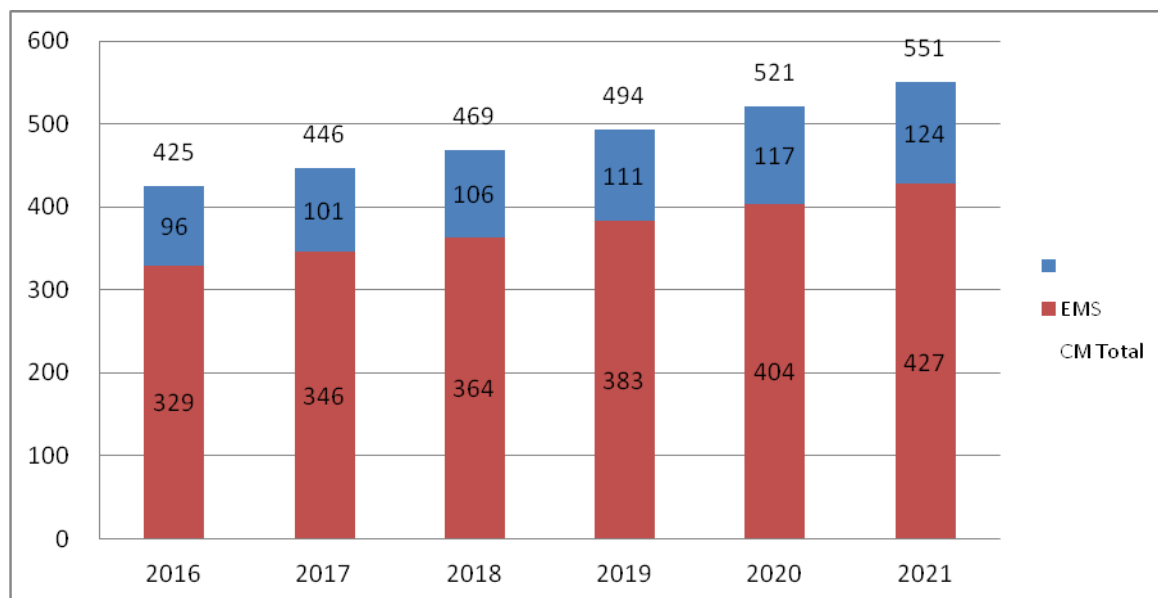
Source:环旭电子整理,Mar.2018

4. 行业格局和趋势

(1)、行业全球市场容量

公司整理专业市场调研机构 2017 年的报告显示, 2017 年全球电子制造服务收入将达到 4,463 亿美元, 预计 2021 年全球电子制造服务收入可达到 5,510 亿美元以上, 2016 年到 2021 年年均复合增长率约为 5.3%。

Source: 环旭电子整理, Mar. 2018



(2)、全球竞争格局及行业排名

以目前已公布最新的 2016 年度全球电子制造服务商排名情况如下:

排名	厂商名称	营业收入(亿美元)	年成长率	主营业务净利润
	年度	2016	16,15	2016
1	鸿海	1,352	-3.4%	3.4%
2	和硕联合	359	-5.3%	1.7%
3	广达	277	-12%	1.7%
4	Flextronics	239	-2.3%	1.3%
5	仁宝	238	-10%	1.1%
6	纬创	205	5.1%	0.4%
7	JabilCircuit,Inc.	184	2.5%	1.4%
8	英业达	133	7.6%	1.3%
9	冠捷	98	-11%	0.4%
10	新金宝集团	45	0.9%	1.2%
16	环旭	36	-12%	3.2%
	整体行业	3635	-3.3%	2.4%

Source: 环旭电子整理,Mar.2018

环旭电子在 2016 年全球 EMS 厂商排名为第十六位。

(3)、行业利润水平的变动趋势就净利率分析

公司 2016 年为 3.4%,2017 年提升为 4.4%,优于全球前十大合约制造商的平均水平。

本公司净利率高于同行业水平的原因分析如下:

(a)产品组合丰富而平衡且科技含量较高

产品丰富而平衡,提供设计制造服务,产品大多为该领域的关键零组件,非单纯组装最终产品。

(b)具备领先同业的工艺技术水平

产品良率及制程能力均高于同业,如 SMT 制程平均首次良率达到 99.7%以上。

(c)具备成本控制优势

开发环节通过合理规划和材料选择,使产品具备成本优势;通过对产线的合理布局,实现生产管理的制度化、系统化和标准化,有效控制产品单位生产成本。

(4)、行业发展格局

短期内,电子行业已经步入了缓慢增长的阶段,电子行业的主要增长动力 PC 和手机在之前高速增长,目前增长已趋缓。

中短期看,预计应用在电子产品包括手机上的模块化的趋势将持续。模块化和系统整合产品提供了更迅速的市场解决方案。比起传统的 SOC,微小化系统模组是一个更好的,能够更有效的增加功能和特性的方案。微小化系统模组技术对客户是非常有价值的,能为客户提供可以集成多种元器件的微小化系统模组方案,预计微小化系统模组的运用上可能扩及其他电子产品,如笔记本电脑的主板等。

从中期看,可穿戴装置仍是可能增长点。随着更多的健康监测功能和大数据分析功能的加入,可穿戴设备可能作为健康管理设备而使接受度提高,有潜在极大的需求。

从中长期看,在各种应用的实时决策系统中,越来越多的数据需要处理、分析和通信的系统整合应用。比如,随着汽车自动驾驶成为主流,汽车变得越来越像一台超级电脑,在路上的实时决策系统需要处理大量的数据。因此有更强大数据处理能力的大数据和人工智能出现和应用将推升下一波硬件、电子设备、通信和存储的需求。

5. 公司发展战略

(1)、行业发展趋势

(a)全球电子产品外包需求呈现不断增长的态势

随着电子制造服务模式日益成熟和服务能力的不断提升,全球电子制造服务业服务领域越来越

越广，代工总量逐年递增。为了满足品牌商日益增长的需求，电子制造服务的范围不断延伸，并逐步涵盖产品价值链的高端环节，这种趋势为本公司这类具备产品规划、设计与研发能力的制造厂商提供了更广阔的发展空间，以超越全球合约制造成长速度为目标。

(b)可穿戴设备的快速兴起，将微小化系统模组推入发展的快车道

可穿戴设备是把多媒体、传感器和多功能微小化模组等技术嵌入人们的衣着或配件的设备，可支持手势和眼动操作等多种交互方式。它是应用穿戴技术对日常穿戴进行智能化设计、开发出可以穿戴的设备的总称，目前市场上的可穿戴设备已经有包括智能手环、智能手表、智能眼镜、球鞋、计步器、服装、耳机等多种不同产品形态。得益于全行业和学术界在过去二十年的不懈努力，各种各样的先进可穿戴产品和设备不断问世。目前，科技行业巨头和小型创业公司都进军了可穿戴技术市场，说明了这一市场的巨大潜力。

(c)智能终端热潮催生无线通信模组（WiFi）迅速普及，前景巨大

电子产品生态系统的成熟和应用程序的多样功能使人们对智能手机、平板电脑的性能需求越来越强，从最初的拍照、摄像功能到 4G、WiFi、蓝牙等数据无线传输功能，再到用于 GPS 的导航功能和陀螺仪的方向、速度感知功能，智能终端的功能越来越强大和复杂。无线通信模组（WiFi）已普遍应用于各类移动数码产品上，尤其是智能手机和平板电脑等设备。随着智能终端的功能不断强大，移动智能终端市场越发蓬勃，也将带动更多 WiFi 的应用需求。

(d)电子制造业分工及制造服务业的区位转移及集群效应

随着国内电子制造服务的成熟度不断提升，电子产业集群效益在中国已逐步显现，与电子制造服务业配套的上下游供应链日趋成熟，从基础电子组件集中采购到研发设计配套的方案，以及支持全球物流配套服务等环节，均已经能够满足电子制造服务全球化的基础需求。

同时，我国综合国力的不断提升，投资环境的不断改善，人员素质的大大提高，以及拥有巨大市场空间等因素，加速推动我国成为世界电子产业的制造中心与消费中心。全球主要的电子品牌商纷纷进入我国，加上国内自主品牌的崛起，这大大有利于选址中国大陆的电子制造服务厂商未来的发展。

(2)、行业壁垒

(a)研发能力及制造技术壁垒

由于电子产品技术日新月异、产品升级换代速度很快，同时随着电子产品领域专业分工的深化，品牌商对于其供应链重要环节的专业制造服务商之研发能力和制造能力提出了更高和更为严格的要求，因此，制造服务行业也需要延续电子产品不断的研发同步和技术升级，需要服务提供

商在整体的研发技术能力、工艺技术保障、品质技术控制和生产技术管理等各个环节能为之提供配套。这就成为进入电子制造服务行业必须跨越的很高门槛。

(b)进入大型品牌商供应链的资质壁垒

在全球电子产品不断推陈出新、市场竞争越演越烈的背景下，制造服务企业只有与大型品牌商进行合作，加入其全球分工体系，才能获得稳定的业务和持续的盈利。但是制造服务商在成为大型品牌商的供应商之前，需要长时间的市场开拓、严格的质量管理体系审核以及产品性能认证。因此，严格的供应商资质认证对新进入者形成了较高的市场进入壁垒。

(c)规模化生产管理能力的壁垒

专业的电子制造服务商在为国际大型品牌商提供的服务中，核心环节之一是大规模的生产制造服务。由于生产线多、原材料品种及数量多、订单数量大，而对产品生产效率和品质的要求又很高，因此需要通过规范化的生产工艺管理、标准化的操作流程、实时在线监控、多环节的产品检测等来实现高产出、低成本和高品质。这就对拟进入此行业的企业之生产管理能力提出了非常高的要求。

(d)供应链管理能力的壁垒

电子制造服务商所服务的行业跨度较大，包括了网络通讯、消费电子等领域；制造服务商提供服务的业务管理跨度较大，包括产品研发设计、物料采购、生产制造、品质控制、物流配送及售后服务等；制造服务商提供服务的地域跨度也较大，为配合品牌商的全球销售及降低成本，需要进行全球采购、配送和维修。因此，制造服务商如何在每一个服务环节及时、准确地满足每个客户对供应链配套的需求，并建立一个完善、高效及具有竞争力的上下游供应配套体系，是复杂且系统的工作。具备出色且满足客户需求的供应链管理能力和成为电子制造服务商的较大障碍。

(e)资金投入的壁垒

大型电子产品品牌商要求与其合作的制造服务商必须具备与之业务规模匹配的制造能力，因而对设备、厂房、配套设施等固定资产的投入有较高要求，特别是要满足精密制造需要服务商购置大量昂贵的 SMT 组装系统及测试设备，对初期投入的资金门槛设置较高，同时需要根据产品更新换代追加设备技术改造及升级的投入；另一方面，大规模生产制造需要满足大批量生产采购的要求，而建立完善物料采购体系并保持其良性持续的运转还需要大量的流动资金保证。因此，巨大及持续的资金投入是进入电子制造服务行业的一大障碍。

(3)、市场竞争格局转变

据公司整理专业机构统计，2017 年合约制造产业前三大类产品营业收入分别为:无线通信行业，在 2017 年占有 36%，计算机行业约占 32%，至于消费类电子行业则占有 15%。预计到 2021 年时，三个行业占有整体合约制造的比重基本不变，共占去全球合约制造市场的 83%。无线通信行业约占 39%，计算机行业则小幅衰退到 30%，至于消费类电子行业则还是占有 14%。

2017-2021 合约制造产业营业额预估

	2017 (\$M)	2021 (\$M)	2017 (%)	2021 (%)	CAGR 17-21(%)
Communications	161	214	36	39	7.3
Computer	142	163	32	30	3.5
Consumer	65	76	15	14	3.9
Industrial	34	42	7.6	7.6	5.6
Medical	18	24	4.1	4.3	6.3
Automotive	15	19	3.3	3.4	5.8
CommercialAviation	6	7	1.3	1.3	5.2
Defense/Other	5	7	1.2	1.4	8.2
Total	446	551	100	100	5.4

Source: 环旭电子整理,Mar.2018

面对快速变化的市场与需求，本公司秉持一贯丰富而平衡的产品线，随时提供国际大型品牌客户完整的产品，将市场竞争格局的影响因素降到最低。

(4)、面临的困难

(a)来自超大型制造服务商的竞争

一方面，超大型制造服务商在资金实力、生产规模、技术水平、供应链管理能力和具有明显优势；另一方面，服务范围还在不断扩大，综合实力不断提高。加上品牌商对服务商从服务的深度与广度都提出了更高的要求，电子制造服务领域的竞争将会更加激烈。

(b)产品市场需求波动的影响

全球对消费电子产品的需求稳定成长。消费类电子产品作为本行业的重要服务领域之一，精确掌握其市场需求的方向及波动将为本行业的发展关键。

(5)、应对策略

2018 年公司的策略目标除了能在营收及获利同能持续稳定成长之外，更将 2018 年定位为“扩张”（Expansion）的一年，除了在现有的营运规模外，将为长期的成长着手布局一系列的策略投资，包括但不限于：为扩展新的业务领域与业界领先的科技公司成为伙伴进行策略合作、为了满

足客户需求扩展新的生产据点、为了现有业务的增量及新的业务引进扩充现有的生产规模。这些扩张投资虽短期不一定能对 2018 年带入立即显著的贡献，但对 2019 年以后的健康成长打下坚实的基础。此外公司对于外延的扩张也会积极的展开，会秉持稳健的原则，持续在寻找一些对公司长期策略发展有利的投资或兼并收购的可能项目。

6. 经营计划

(1)、成长计划

公司作为全球电子设计、制造及服务的 DMS 领导厂商，未来不仅要追求内部的自然成长，同时也积极寻求来自外部的成长动能。

公司凭借着多年来与全球主要领导品牌厂商的长期的合作关系，在细分领域中保持了领先的地位。同时，保持既有的精中选优的策略，根据市场动态、客户需求以及电子科技的主流技术，结合公司多年累积的核心优势，锁定高成长性且具有一定市场规模的电子信息产业。

内部自然的业绩成长固然重要，公司也将寻求外部的成长契机，补强本身在产业、供应链、客户、技术，以及制造据点，提升自身在电子信息产业当中的竞争力。此外公司对于微小化系统模组的投资着眼于行业发展趋势，对未来竞争能力的战略性投资，虽然短期的获利能力会受此项新投资影响。但公司经过此一项目的投资已使公司在微小化系统模组的技术水平及量产能力领先市场同业，将使公司在未来争取无论是现有客户的新产品及潜在客户的订单上产生绝对的优势。

(2)、研发计划

一直以来，尖端的制程能力、严谨的质量管控系统与实时回馈的产销制度，是客户长期信赖、肯定公司的关键因素；但在一日千里的产业竞争下，要加速公司的成长动能，单靠上述的因素是不足的。公司必须持续强化研发能力，提升产品的研发比重，持续成为市场领头羊。

公司广纳两岸优秀研发人才，为开发各项新技术、新产品注入活力，整合软件、硬件与微小化的能力，提高产品的附加价值及利润。

除此之外，公司也将以下列研发方向作为未来的主轴：

(a)无线通讯模组产品；

(b)汽车电子产品；

(c)持续对微小化产品的应用领域进行扩充，除现有产品外更扩及物联网产品的应用，并持续进行制程改进；

(d)与业界领先的科技公司合作，生产集成度更高、功能更多的模组产品，布局物联网等领域

(e)针对云计算研发与网络存储相关的技术，并与主要芯片公司合作推出效能卓越的固态硬盘；以及固态硬盘的微小化研发

(f)电脑类产品的微小化

(g)持续开发绿色设计（GreenDesign）产品，降低物质和能源的消耗。

(3)、生产计划

公司未来高端的制造基地仍以上海为主，并以此扩充在华东地区的生产基地。上海张江厂区将为无线通讯模块、汽车电子产品以及微小化产品的主要生产基地，上海金桥厂区为微小化系统模组的主要生产基地。公司计划增加巴西的生产据点，并且视客户需求及未来的成长需求予以适当的对其他地区生产基地产能进行扩充。为了因应国内人员工资上涨的问题，为了应对政策上的变化，公司自 2012 年开始，便积极导入自动化生产的作业流程，一方面带来更高的质量保证，同时，也利用自动化生产的流程，取代过去需要大量人工的制程环节，达到互惠的目的。

(4)、人力资源计划

根据公司未来的发展战略，公司制定了人力资源规划，对于公司未来人力的需求、人才引进以及培养进行了预测与规划。依据业务发展的需要，在提高工作效率、优化人力资源结构，并增加自动化生产。公司将持续完善以人为本的企业文化，规划员工职业生涯发展、绩效考核和激励机制，为人才的发展提供空间，进一步降低人员流失率，吸引更多人才加入，建设一支高素质、高水平的优秀团队，为公司实现发展目标提供有力的人才保障。

(5)、管理提升计划

卓越营运是公司发展战略的三大驱动力之一。未来公司将持续强化业绩管理，贯彻以客为尊、以人为本、致力创新的经营理念，不断突破产品极限，为股东创造最大的价值。

7. 可能面对的风险

(1)、客户集中度较高的风险

电子制造行业专业化分工和全球性采购、生产、销售的特性决定了电子产品市场的竞争不再简单地表现为单一公司之间的角逐，而是各个供应链之间整体的比拼。在整个供应链体系中，国际大型品牌商作为供应链的领导者，直面终端消费群体，国际大型品牌商通过不断推出新产品或升级新技术来经营打造其品牌，并根据市场及自身产品信息不断反馈、改进和协调供应链各环节，从而促使自己和整个供应链生产效率的提高和成本的有效控制，并实现各个供应链成员企业的共赢。

公司凭借在产品研发、产品品质和质量控制、供应链管理等方面的竞争优势，已进入全球业界一流品牌厂商供应链体系，形成了长期稳定的供应关系，是主要客户同类产品独家或主要供应商之一。在细分产品领域，公司主要服务该领域的高端客户，客户集中度较高，2016-2017 年，公司前五大客户合计占公司收入比重分别为 63.44%、66.35% 占比相对较高。如果公司所服务的国际大型品牌厂商未能根据市场和技术的发展，及时推出新产品或新产品销售未能达到预期的市场目标，将对整个供应链上的服务厂商造成不利影响。

(2)、行业及宏观经济波动的风险

电子制造行业有明显的波动性。从长期看，电子制造业正处于飞速发展阶段，各类产品、技术的更新换代速度快，有较大的波动性，消费电子市场的主流产品的生命周期比较短；从短期看，电子制造业有明显的淡旺季周期。公司需要不断的加大技术更新改造的力度以及产能的调配能力，以适应行业的波动，如果公司未能及时调整适应行业的波动性，公司可能会受到不利的影

响。电子制造业与世界及国内的宏观经济情况息息相关，宏观经济、国际贸易的情况都影响到公司的运营情况。目前世界经济的增长也有明显的周期性，如若宏观经济发生衰退或国际贸易状况出现恶化，可能会对影响整个电子产业，从而对公司的业务造成不利影响。

(3)、财务风险

(a) 应收账款的回收风险

截至 2016 年末及 2017 年末公司应收账款净额分别为 475,385.69 万元和 585,192.78 万元，占总资产的比例分别为 30.86% 和 33.70%。公司的主要客户均为业内知名的品牌商，信用记录良好，坏账风险较小。根据公司信用管理政策，公司会给予客户一定期间的信用期。未来随着公司经营规模的扩大及拓展国内市场，应收账款的规模会相应增长，信用风险也会相应提高，如发生金额较大的呆坏账损失，将对公司的盈利水平造成不利影响。

(b) 存货发生减值的风险

截至 2017 年 12 月 31 日，公司存货账面余额为 337,242.45 万元，计提跌价准备 5,481.19 万元，存货账面价值 331,761.26 万元，存货账面价值占流动资产的比例为 21.74%，占总资产的比例为 19.11%，存在存货跌价的风险。

(4)、汇率波动风险

公司在大陆地区以外的营业收入占比 80% 以上，主要交易以美元报价为主，制造成本会受益于人民币相对美元贬值，但美元升值对公司的美元借款会有负面影响，总体而言公司会受益于人民币相对美元贬值。公司将会持续针对美金收付部位的差额进行必要避险操作，使汇率变动对公

司的影响降到最低程度。

(5)、技术风险

公司的通讯类、消费电子类、电脑类、存储类、工业类及汽车电子类主营产品主要应用于 4C 领域，4C 领域具有技术更新快、产品技术升级频繁、产品生命周期逐渐缩短的特点，并向“微型化、轻薄化”的趋势发展，技术难度不断提升。终端电子产品客户需求的不断提高及产品的更新换代使公司的技术和研发水平面临更加严峻的挑战，公司需具有一定的前瞻性，若公司不能在技术创新方面占据先机，将使公司在激烈的市场竞争中面临竞争力下降的风险。

(6)、经营管理风险

(a)原材料价格波动风险

公司生产经营的主要原材料是 IC、PCB、结构件及其他电子元器件，占公司营业成本的比重较大，绝大部分需要公司以进口方式采购。IC 和 PCB 占公司采购总金额比重最大，国际市场上 IC 价格和 PCB 价格大幅波动，且无法将增加的采购成本向下游客户转移，将对公司的经营业绩造成一定影响。

(b)业务管理难度增加的风险

公司以上海总部为运营、研发中心，设立上海、昆山、深圳、台湾、墨西哥等生产基地，在上海、深圳、香港、台湾、美国、日本设立销售机构和服务全球客户的网络。跨国企业的经营模式将增加公司经营运作、财务管理及人员管理的难度，经营运作面临中国大陆、香港、台湾、美国等不同体系的法律法规环境、经营环境的影响。若公司经营管理人员及各项制度不能适应全球化经营、跨区域管理及规范运作的要求，将影响公司的经营效率和盈利水平。

(c)产品质量控制风险

公司主要客户均为全球电子产业知名品牌商，其对产品的质量有相当严格的控制标准。公司在业界一直以品质优良赢得客户信赖，拥有较为严格质量控制标准和完善的质量控制措施，但如果公司在产品质量控制方面出现问题，导致客户要求退货、索赔甚至失去重要客户，相应的损失将对公司的生产经营造成不利影响。

针对上述风险，公司将建立风险防范和控制措施，并严格按照有关法律法规的要求，规范公司行为，及时、准确、全面、公正地披露重要信息，加强与投资者的沟通，尽可能地降低公司投资风险，确保经营业绩稳健快速增长。

(7)、人才流失的风险

公司属于技术密集型企业，优秀的管理人员及技术人员是公司发展的重要基石。公司主要厂

区均处上海、昆山、深圳、台湾等地区，有利于吸引高素质人才。但由于同行业竞争加剧，各类公司对人才的需求旺盛，对优秀人才的争夺也更加激烈。如若公司的管理人员或主要技术人员流失，在短时间内无法招聘到适合公司文化、经验丰富的人员，可能对公司造成不利影响。

(二) 导致暂停上市的原因

适用 不适用

(三) 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

(四) 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

2017年5月10日，财政部颁布了财会〔2017〕15号关于印发修订《企业会计准则第16号—政府补助》的通知，自2017年6月12日起施行。公司自2017年6月12日起执行上述新颁布或修订后的企业会计准则。本次会计政策变更对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，对2017年度取得的政府补助根据本准则进行调整。公司2017年度发生的原列报于“营业外收入”中与经营有关的政府补助21,349,325.52元，本年按新规定列报于“其他收益”。上年比较数据不再进行调整。

2017年4月28日，财政部发布了《企业会计准则第42号—持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》（财会〔2017〕13号）；2017年12月25日，发布了《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30号）。按照新政策的规定和要求，公司规范了持有待售的非流动资产、处置组的分类、计量和列报以及终止经营的列报。在利润表中新增了“资产处置收益”项目，并对净利润按经营持续性进行了分类列报。本次会计政策变更，公司对可比期间的比较数据进行调整，将上期已计入营业外收入1,672,107.57元和营业外支出8,533,633.01元的资产处置净损失6,861,525.44元转入资产处置收益项目列示，该调整对可比期间的净利润不产生影响。

(五) 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

(六) 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

董事长：张洪本

董事会批准报送日期：2018 年 3 月 22 日