

证券代码：300269

证券简称：联建光电

公告编号：2018-048

深圳市联建光电股份有限公司 2017 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	无法保证本报告内容真实、准确、完整的原因
----	----	----------------------

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
-----------	-----------	-----------	--------

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由立信会计师事务所（特殊普通合伙）变更为瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

瑞华会计师事务所为公司出具了对部分事项保留意见的非标准审计报告，本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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	联建光电	股票代码	300269
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	王峰		
办公地址	深圳市南山区深圳湾科技生态园 9 栋 B1 座 19 楼		
传真	0755-29746765		
电话	0755-29746682		
电子信箱	dm@lcjh.com.		

2、报告期主要业务或产品简介

公司将致力于完善在广告资源整合、数据挖掘、采集和分析方面的能力，积极向广告传媒行业纵向拓展，成为线上线下整合营销传播集团。自上市以来，公司在原有国内领先的LED显示屏制造企业的基础上，经过多年的发展，逐步形成了包

括公关策划、代理执行、广告平台、互动活动、广告资源和数字显示设备在内的营销服务业务产业链。公司拟通过自主研发和产业整合等方式完善公司在广告资源整合、精准投放目标人群技术能力，以客户需求为中心，积极拓展线上线下优质媒体资源，满足广告主多样化需求。

1、公司的主要业务

报告期内，公司主要业务为数字显示设备、数字营销服务、数字户外广告等核心业务板块。

(1) 数字显示设备

目前，公司数字显示设备板块为国内外客户提供高质量、高性能的LED设备及解决方案，可广泛应用于广告媒体、政企宣传、体育场馆、舞台租赁等领域。通过高清无缝拼接显示系统与融合指挥调度系统结合，公司LED小间距产品可为电力、通信、交通、公安、能源、气象、安防、广电等领域提供统一指挥调度、监控等系统解决方案。

(2) 数字营销服务

力玛网络为主流移动社交广告、搜索引擎广告、自主研发广告产品全覆盖的高效广告管理平台，并逐步构建出微信朋友圈、腾讯广点通、360搜索、阿里神马搜索等多媒体矩阵。其主要业务模式是“广告策略+广告技术+广告投放”。通过不断开展与不同行业的客户的广泛合作，深度挖掘客户需求，为客户提供一套标准化的互联网广告（含移动互联网）广告解决方案。

精准分众为客户提供基于移动互联网的精准传播和精准营销的解决方案，通过提供精准scrm、精销+、微客通、精准DSP广告和微信朋友圈广告等产品，并积极协同集团各子公司户外媒体资源，为企业量身定制全套的营销、广告、线上线下互动及资源数据分析的解决方案。

友拓公关为客户提供包括战略顾问、策略咨询、互动营销、创意执行、体育与娱乐营销等全面整合服务，满足移动时代客户对品牌创意的需求，有效触达目标受众。

励唐营销是一家提供线下活动传播服务的企业，根据客户的实际需要，深入挖掘客户品牌或产品的亮点，策划并组织管理包括公众现场互动活动、产品推广会、新闻发布会、新品发布会、媒介沟通会、巡展等线下活动，让目标受众在体验和参与中了解并接受客户的品牌、产品或服务，从而提高客户的知名度。

爱普新媒立足于移动互联网行业并专注于移动广告业务，以综合自媒体矩阵为载体的推广和以移动营销大数据平台为基础的推广为主要业务。其自主研发的多款高品质App产品所组成的广告投放媒体集合，凭借持续增长的大数据用户流量以及迭代更新的综合自媒体矩阵产品，为广告投放方提供优质、高效、稳定的推广服务，为公司在互联网广告领域中形成了极具竞争力的媒体资源布局。

(3) 数字户外媒体网络

公司在户外大牌和大屏广告领域拥有全国领先的自有媒体资源和户外资源整合平台，自有户外媒体资源网络覆盖北京、上海、广州、深圳、成都、南京、太原、西安、无锡等地方性户外广告市场，成为公司一体化整合营销的渠道入口。公司依托e-TSM户外媒体资源管理系统可向客户提供一站式的户外广告投放解决方案。截至报告期末，公司通过e-TSM户外媒体资源管理系统，建立了拥有媒体主数量13,233家，媒体资源数量56,329个，媒体资源总面积达1,781.01万平方米，其中LED数量2814块，覆盖全国346个城市的户外广告资源数据库。

2、公司经营模式

公司通过提供包括公关策划、代理执行、广告平台、互动活动、广告资源和数字显示设备在内综合、完善的服务内容，整合传播服务业务产业链，在客户和用户之间搭建完整的传播服务平台，为客户提供定制化、一体化的传播方案。

3、驱动收入变化的因素分析

随着公司以数字显示设备、数字营销和数字户外广告等为核心的整合营销服务集团的形成，公司的营销服务能力进一步提升，公司融合协同效应逐步彰显，公司营收较去年同期较大增长。

数字显示设备板块随着小间距市场持续爆发增长，该板块业务进入高速增长周期。应对市场变化，公司及时进行了一系列战略调整，完成了从产品研发、生产设备、供应商、销售团队的全面升级，使得公司报告期内在小间距产品上取得收入的大幅增长。

数字营销板块通过拓展更多互联网广告资源为互联网广告业务创造新的收入来源。得益于公司旗下的力玛网络和精准分众相继拓展了微信朋友圈、腾讯广点通、阿里神马搜索等热门应用的广告资源，并通过收购爱普新媒，获得其旗下天气预报等一系列自有媒体APP广告资源，形成了丰富媒体矩阵使公司在客户资源和销售力量方面的优势得以释放变现。

数字户外广告板块持续拓展新型户外媒体资源和客户行业分布，有效驱动业绩的增长。公司在优势的传统户外大牌和LED大屏资源之外，将进一步开发机场、高铁站、地铁、影院、公交站等新型户外媒体资源，加强媒体资源的覆盖范围和触达深度，符合广告主对户外广告投放形式多样化的需求趋势。同时，公司持续优化客户行业布局，在巩固房地产、汽车等传统行业客户的基础上，在家居建材、旅游、酒类等行业取得了显著的销售增长。

4、公司所处行业的发展阶段、行业现状、周期性特点及行业地位

(1) 数字显示设备

国内传统LED显示市场增长比较平衡，其中LED小间距进入行业爆发期，带动城市商用显示应用系统快速增长，已经成为LED显示应用行业新的增长点。LED显示屏将以薄透轻柔和异形的创新技术拓展增量市场，以高清节能、智能互动的技术升级存量市场。随着LED显示技术的提升和规模效应显现，行业技术和资金壁垒也在显著提升。

针对LED小间距市场的快速发展趋势，2017年公司在研发、供应链、生产、销售各领域都进行了一系列向小间距产品倾斜的战略调整，报告期内开始显现成效，确立起在小间距产品上的市场竞争力。

(2) 数字营销服务

根据艾瑞咨询《2017年中国网络广告市场年度监测报告》数据显示，2017年度中国网络广告市场规模预计达到3,828.7亿元，同比增长31.9%。其中移动广告市场规模预测达到2,648.8亿元，增长率达到51.3%，远高于网络广告市场增速，占比达到68.2%。此外，信息流广告占比逐步扩大，占比已达到17.8%，社交广告继续呈快速增长趋势。从媒体类型来看，直播、短视频已成为营销新宠，满足用户碎片化时间对娱乐消费需求。

(3) 数字户外广告

根据央视市场研究（CTR）发布的报告，户外媒体市场份额保持稳定增长，户外媒体如传统户外、电梯海报等户外媒体市场份额由2015年的15.60%扩张至2016年的17.70%。随着我国国民经济的增长和城市化进程的深入，近年来我国户外广告市场延续了稳定增长态势，行业市场规模从2012年的687亿元增长至2016年的1,174亿元，占广告市场规模6,489亿元的18.09%。

户外媒体在各类传统媒体深受网络媒体冲击时，日常户外活动仍是人们不可替代的刚性需求，这一特性使得户外媒体成为传统媒体中唯一能保持到达率和投放额持续增长的媒体类型。得益于消费升级时代到来，一、二线城市户外媒体影院、电梯、地铁、购物中心等新型场景下的户外媒体继续保持快速增长。另一方面，户外大牌广告的投放则呈现向三四线城市下沉的明显趋势。此外，Wifi，iBeacon，人脸识别等技术的城市，加速了户外媒体数字化，提高了户外媒体感知和互动能力。

随着中国经济的发展和国民消费水平提升，新一代消费青年为自身消费的意愿和消费信心明显超过其他年龄段人群，三四线城市消费快速升级。消费者的消费习惯和消费能力的改变促使户外广告市场规模不断扩大，户外大牌广告的投放则呈现向三四线城市下沉的明显趋势，而一二线城市的影院、电梯、地铁、购物中心等场景下的新型户外媒体出现快速增长，户外媒体数字化、感知和互动能力升级也将带动行业变革。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更;会计差错更正

单位：人民币元

	2017 年	2016 年		本年比上年增 减	2015 年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	3,952,366,443.19	2,803,457,748.12	2,775,456,884.71	42.40%	1,522,596,437.62	1,486,382,151.77
归属于上市公司股东的净利润	104,285,770.90	402,960,152.07	258,608,815.74	-59.67%	223,671,959.48	162,287,382.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-282,170,225.82	380,754,681.06	182,204,730.90	-254.86%	209,067,218.31	88,394,263.89
经营活动产生的现金流量净额	303,029,627.99	452,796,475.41	452,796,475.41	-33.08%	230,167,308.90	230,167,308.90
基本每股收益（元/股）	0.1500	0.6976	0.4208	-64.35%	0.4533	0.2609
稀释每股收益（元/股）	0.1500	0.6976	0.4208	-64.35%	0.4533	0.2609
加权平均净资产收益率	-0.29%	9.15%	6.09%	-6.38%	9.34%	5.48%
	2017 年末	2016 年末		本年末比上年 末增减	2015 年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
资产总额	8,321,680,493.04	7,430,064,282.69	7,259,398,943.82	14.63%	3,259,624,807.12	3,160,910,387.09
归属于上市公司股东的净资产	4,895,757,264.22	5,358,453,503.26	5,147,230,482.32	-4.89%	2,638,426,309.46	2,536,670,380.00

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

(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	703,648,566.71	997,484,807.61	1,116,040,208.71	1,135,192,860.16
归属于上市公司股东的净利润	73,235,173.38	111,924,701.67	160,471,277.39	-241,345,381.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	66,163,448.19	109,957,759.25	164,659,323.78	-622,950,757.04
经营活动产生的现金流量净额	-38,257,001.96	133,470,240.84	36,579,493.70	171,236,895.41

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

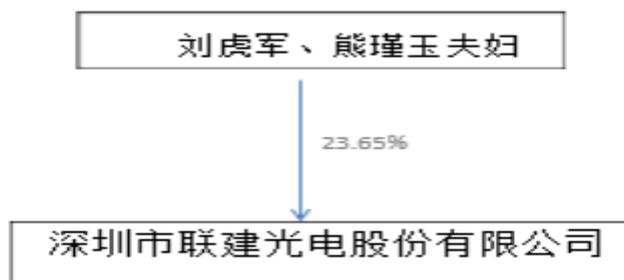
报告期末普通股股东总数	18,868	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,180	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
刘虎军	境内自然人	18.81%	115,388,120	86,541,090	质押	75,200,000	
何吉伦	境内自然人	12.55%	76,992,400	15,912,289	质押	75,151,998	
熊瑾玉	境内自然人	4.84%	29,704,777	22,278,582	质押	21,050,000	
姚太平	境内自然人	3.87%	23,763,240	17,822,430	质押	15,390,000	
段武杰	境内自然人	2.80%	17,206,297	7,751,461	质押	11,850,000	
张艳君	境内自然人	2.39%	14,637,755	0			
杨再飞	境内自然人	2.09%	12,798,385	12,798,385	质押	12,500,000	
深圳市联建光电股份有限公司回购专用证券账户	境内非国有法人	2.02%	12,387,274	0			
马伟晋	境内自然人	1.82%	11,150,042	11,150,042	质押	10,900,042	
中国银河证券股份有限公司	境内非国有法人	1.77%	10,864,644	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	股东刘虎军先生与熊瑾玉女士为夫妻关系。此外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。						

(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

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
否

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

互联网营销业;LED 产业链相关业

公司将致力于完善在广告资源整合、数据挖掘、采集和分析方面的能力，成为线上线下整合营销传播集团，以不断提升客户营销价值为己任。公司自上市以来，依据自身的核心竞争力和长期发展规划，一方面开展一系列的宣传推广活动和加大对LED小间距显示应用的研发投入，继续保持了数字显示设备业务的领先地位；另一方面，通过内生式发展和外延投资并购整合营销传播服务行业，业务覆盖公关策划、代理执行、广告平台、互动活动、广告资源和广告设备在内综合、完善的服务内容，为在客户和用户之间搭建完整的传播服务平台，为客户提供定制化、一体化的整合营销传播方案。

报告期内，公司数字显示设备、数字营销服务、数字户外等核心业务板块生产经营工作稳步发展。公司战略由外延式并购转向着重抓内生协同发展，建立了集团化的管理平台，为未来内生协同发展奠定基础。报告期内，公司的营销服务能力进一步提升。报告期内，公司实现营业收入为3,952,366,443.19万元，比去年同期增长42.40%；归属于上市公司股东的净利润为104,285,770.9元，比去年同期下降59.67%；基本每股收益为0.1500元，比去年同期下降64.35%。

1、业务方面

(1) 数字显示设备板块继续保持行业领先

报告期内，数字显示设备板块实现营业收入1,170,461,995.31元，较其上年同期增长25.17%。在小间距LED等新技术带领以及文化传媒体育等行业继续保持高速增长背景下，公司紧紧抓住市场机遇，不断开发和推广新的小间距产品，被广泛应用于军队、机场、公安、交通、安防、商场等领域。公司从2012年就已经开始布局小间距研发及生产，小间距产品收入连续三年保持高速增长趋势，2015年、2016年、2017年分别为1.48亿元、2.74亿元、4.17亿元，2016年和2017年年增长率分别为84.70%和52.19%。

此外，公司将持续关注新技术（如裸眼3D、AR、VR等）的发展方向，加大对新技术的投入，寻找符合公司发展战略的优质标的，进一步提升广告设备连接用户的能力。

(2) 积极采用内生式发展和外延投资并购等多种形式相结合，增强数字营销板块能力

报告期内，数字营销服务板块实现营业收入1,831,127,849.60元，较其上年同期增长56.06%。报告期内，公司完成收购了蓝海购的部分股权，利用蓝海购在房地产客户资源及公司现有广告业务的双方优势，增强公司在房地产方面的广告客户拓展方面的业务能力。另一方面，公司完成收购北京爱普新媒体科技有限公司100%股权。爱普新媒立拥有大量的自有APP平台及云魔方广告资源平台，积累大量的用户数据资源。通过收购爱普新媒能够提升公司在数据平台开发能力，在广告形式上加快与公司旗下的品牌广告形成合力，建立协同和互补效益。

公司所处互联网营销行业的发展概述与经营分析

1) 公司所处的产业链环节

公司互联网营销业务主要包括为客户提供互联网营销服务及互联网营销解决方案。其中精准分众作为微营销领域领导品牌及房地产、金融、汽车TOP10的合作伙伴，为客户提供全方位的移动互联网营销解决方案，提升企业营销效率；力玛网络作为连接互联网媒介与企业客户的桥梁，其上游是各类网络媒介运营商，下游是各类具有互联网营销服务需求的企业，包括信息技术、金融、快速消费品、汽车、家电数码等耐用消费品、房地产等行业。爱普新媒立足于移动互联网行业并专注于移动广告业务，以综合自媒体矩阵为载体的推广和以移动营销大数据平台为基础的广告推广为主要业务。

2) 业务模式

a) 精准分众

移动营销系统：根据客户的购买使用时间（按月 / 次，按年），在平台进行标准化产品服务的使用。并根据客户需求提供运营策划等服务，从中收取运营费或服务费。

移动广告业务：对对应的广告执行效果进行收费。主要包括千次展示cpm的方式，以及点击计费cpc的方式。通过提供精准scrm、精销+、微客通、精准DSP广告和微信朋友圈广告等产品，为企业量身定制全套的营销、广告、线上线下互动及资源数据分析的解决方案。

b) 力玛网络

作为天津奇思科技有限公司（360搜索）在深圳地区和广州地区的唯一指定代理商，为广大企业客户提供互联网搜索引擎营销服务，其主要业务模式为“广告策略+广告技术+广告投放”。并通过互联网平台运营商给予的返点比例及力玛网络给予终端客户或下级代理商的返点比例的差额赚取利润。

c) 爱普新媒

爱普新媒立足于移动互联网行业并专注于移动广告业务，以综合自媒体矩阵为载体的推广和以移动营销大数据平台为基础的广告推广为主要业务。凭借持续增长的大数据用户流量以及迭代更新的综合自媒体矩阵产品，通过“云魔方”移动营销大数据平台进行超大规模数据采集及对海量用户数据的整合、分类、分析，生成精准投放算法，为广告投放方提供优质、高效、稳定的推广服务。

(3) 进一步完善公司户外媒体资源网络建设

报告期内，数字户外板块实现营业收入935,229,667.06元，较其上年同期增长40.29%。公司继续采用内生式发展，完善公司媒体资源网络建设。公司在户外大牌和大屏广告领域拥有全国领先的自有媒体和户外资源整合平台。公司积极寻找当地媒体资源丰富，能够与公司自身户外LED设备及媒体技术形成良好业务协同的公司进行合作，进一步增强公司在全国户外广告资源的整合能力，目前公司自有媒体资源网络拓展到覆盖北京、上海、广州、深圳、成都、南京、太原、西安、重庆等地方性户外广告市场，成为公司整合营销服务的渠道入口。

户外媒体在各类传统媒体深受网络媒体冲击时，日常户外活动仍是人们不可替代的刚性需求，这一特性使得户外媒体成为传统媒体中唯一能保持到达率和投放额持续增长的媒体类型。得益于消费升级时代到来，一、二线城市户外媒体影院、电梯、地铁、购物中心等新型场景下的户外媒体继续保持快速增长。另一方面，户外大牌广告的投放则呈现向三四线城市下沉的明显趋势。公司在原有户外媒体资源管理系统e-TSM基础上进行研发升级，实现户外平台移动化，对媒体发布的广告进行全方位的监测，为广告投放提供客观的分析依据，提升客户服务满意度。

2、集团管理与业务协同

(1) 规范管理运营，提高公司管控能力

报告期内，公司进一步完善集团化管理体系建设，合理统筹内部资源。公司实行母子公司管理模式，为各子公司在规范运作、战略布局、技术研发、人才挖掘等方面提供帮助，助力子公司成长。为此，公司根据各子公司的特点和需求，制定了一委四部的管理架构，作为公司管理实施平台，从规范运作、投资管理、战略规划、人才培养、技术研发等与各子公司全面对接，同时加强公司与子公司及各子公司之间的协同发展，通过进一步推进集团OA及财务IT系统标准化，加强集团公司对子公司人财物的基础管理和管控，实现高效和规范化运营。

(2) 整合媒体资源，推动业务协同发展

公司依托大数据与人工智能技术，对技术链接和大数据等分析挖掘，目前已完成数字户外业务e-tsm平台和数字营销业务DSP平台的升级，以及完成SSP平台的研发和大数据DMP的应用，并从业务培训、销售激励、人员晋升等多个维度直接为子公司赋能。通过对媒体资源的整合，促进各业务板块的业务融合与协同，形成集团化作战的竞争优势，打造数据驱动的整体营销服务集团。

通过对集团公司产品资源的整合，实现产品标准化，并加强各子公司之间的产品交叉销售。在公关策划、营销活动策划、广告投放等领域梳理和打造出适合子公司交叉销售的标准化产品，增加子公司之间的销售协同和收入来源，形成覆盖营销价值链端到端的全案营销服务能力。

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
数字设备	1,170,461,995.31	761,338,810.12	34.95%	25.17%	27.03%	-0.96%
数字户外	944,663,629.33	584,600,547.58	38.12%	37.39%	60.95%	-9.05%
数字营销	1,831,127,849.60	1,352,196,175.62	26.16%	55.12%	63.25%	-3.67%

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

- 1、报告期内，公司营业收入同比增长42.40%，主要原因系公司各板块业务稳步增长所致。
- 2、报告期内，归属于上市公司股东的净利润同比下降59.67%，主要原因系公司计提了大额的资产减值准备所致。

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

(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

(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

序号	公司名称	权属关系	持股比例	股权处置方式	丧失/取得股权的时点
1	爱普新媒	子公司	100%	收购	2017年10月11日

法定代表人：刘虎军

2018年4月27日