证券代码:000810　　证券简称:创维数字　　公告编号:2019-017

创维数字股份有限公司

2018 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,投资者应当到证监会指定媒体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、所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

4、非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

5、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	创维数字	股票代码	000810
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	张知	梁晶	
办公地址	深圳市南山区科技园高新南1道创维大厦A座16楼	深圳市南山区科技园高新南1道创维大厦A座16楼	
传真	0755-26010028	0755-26010028	
电话	0755-26010018	0755-26010680	
电子信箱	skydtbo@skyworth.com	skydtbo@skyworth.com	

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

公司主营业务是数字电视智能盒子终端和软件系统与平台的研发、制造、销售及运营与服务,主要面向运营商(国内广电、国内三大通信、全球海外Pay-TV及Android TV生态等)和国内B2C、海外B2B2C的零售渠道市场;同时,公司全面进入智能接入网终端,家庭互联、物联网终端产品及汽车智能电子领域,致力于打造“家庭客厅”及汽车“移动客厅”智慧互联网+生活。公司在数字智能终端方面有着较为完整的产品、系统、平台并实施运营与服务,主要数字智能网络机顶盒包括:4K超高清、IPTV+OTT,互联网OTT、IPTV、智能互联融合型,DVB有线高清双向互动、有线数字、地面数字、直播卫星等机顶盒;主要智能接入网终端及家庭互联、物联网终端包括:智能网关、ONU、EPON、GPON、Cable Modem、Wi-Fi路由、CATV光机、EOC、C-Docsis、Smart Home等产品。随着融合网络接入、互联、物联、AI、PVR、4K、音响、投影、K歌、智能语音、会议等功能的融合,智慧家庭生态产品及体系越来越多地向智能化、平台化、系统化以及生态化、交互化、多样化发展。于国内B2B广电市场,公司拥有支撑广电网络有线电视IP、OTT或DVB+OTT业务运营的平台系统,包括IP化视频业务运营平台(含运营支持、媒资管理、智能EPG、OTA升级、CDN分发、多屏互动、应用商店、个人云空间、统一内容管理、统一门户管理、智能广告管理、大数据分析等)、运营商Wi-Fi增值服务运营管理平台、电商业务导流平台等。于全球海外市场,基于带宽网络IP化转型步伐的加快,以及AI人工智能趋势的到来,Google主导的Android TV生态系统结合丰富的高清内容,IPTV、DVB+OTT、OTT+等基于Android生态系统的新型运营服务需求应运而生,公司重点投入Android生态系统系列新产品的研、产、销,建立与Google和Netflix的全球战略合作伙伴关系。于B2C零售市场,随着创维2C自主品牌布局的进一步深化,基于快速增长的激活用户数量,公司积极开展自主OTT云平台的运营与服务,利用大数据平台有效支撑OTT用户的精细化运营,涉及VIP会员、内容、贴片广告与开机广告,应用分发、应用商店、教育、购物、娱乐等运营服务。创维数字以“智慧家庭入口级”智慧生态系列为突破口,进一步丰富智慧家庭的应用与服务生态,“入口、连接、服务”实现智慧家庭生态链全方位的深度布局。

基于汽车智能驾驶、仪表数字化及新能源汽车趋势,公司也重点布局研发、制造、销售汽车电子前装智能系统,包括:智能中控(含导航)系统、行车记录仪、智能后视镜、数字液晶仪表系统及智能汽车辅助驾驶系统与平台,打造汽车智能驾驶舱。目前重点服务于国内自主品牌车厂及国内合资品牌车厂的前装项目,如:长江新能源、海马新能源、东风雷诺、江铃、江淮、神龙、奇瑞、南京金龙、汉腾、宝沃等。

智能制造业务,公司旗下创维液晶器件从事中小尺寸显示模组(含OLED模组)、LED灯条、POS机、光学膜片的研发、生产、销售业务及移动通信手机SMT及整机制造业务等,目前合作中的品牌客户主要有三星、中兴、OPPO、京东方BOE、LG、冠捷、闻泰、传音、华勤、龙旗、和辉、大疆创新、优博讯、联迪、惠尔丰等。同时,公司积极拓展专显、商显、平板、手表等非手机类中小尺寸产品业务,TV、车载、电子标牌等显示类产品业务,白电、广告灯箱等非显示类产品业务。

公司智能终端产品业务流程主要包括:需求规划、产品研发、产品定义、原材料采购、生产制造、销售及售后、运营服务等环节。公司根据运营商和终端客户的需求,自行设计智能终端方案、软件及系统并集成或移植其他相关软件系统,采购芯片等原材料,通过自主生产和委托代工相结合的方式,订单零库存模式制造生产,以招投标或零售方式将数字盒子终端及智能接入网终端等产品销售给数字电视的运营商、经销商、终端用户。

(二)报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点

基于硬件+平台+内容+服务的智慧家庭生态体系,机顶盒已不仅仅承担数字电视视频解码功能,如今的数字智能盒子已在陆续融合高级视频功能、无线Wi-Fi路由、智能网络接入、智能网关、4K、HDR、3D、PVR、AI、音响、投影等诸多功能,并向网络智能化、业务多样化、运营智慧化、平台生态化发展。其一,围绕智能家居及互联,智能盒子开始融合远近场的语音技术,结合手机端语音交互或微信互动实现智能互联,智能盒子开始承载家庭交互入口的功能;其二,以智能盒子为中心,集成家居网关功能,通过摄像头、传感器的动作捕捉及姿态识别以及智能门锁等安防家居设备,智能盒子串联起家庭生活场景信息,进行深度化的场景感知并自动做出响应动作,智能盒子开始承载智能感知入口的功能;其三,智能盒子整合互联网视频及音频内容,通过AI云平台链接资讯、新闻及各种有声资讯,通过大数据平台智能推荐及呈现,内容、设备、状态、用户行为、场景得以串联融合、智能呈现,智能盒子日益成为家庭信息汇聚及生态平台。

根据Grand View Research的数据,2022年全球数字盒子市场需求量将达到3.37亿台,维持稳定增长的态势。

数据来源:Grand View Research

面对国内电信IPTV、网络视频的冲击,我国广电网络运营商正向深入挖掘用户收视需求、提升服务竞争能力的方向发展,加强网络IP化、积极部署4K业务,发力特色服务,拓展DVB+OTT、集客业务(雪亮工程、天网工程、公共Wi-Fi、智慧医疗、智慧政务、党政视频会议)等新业态。2018年8月国家广电总局发布了《4K超高清电视技术应用实施指南(2018版)》,中央电视台4K超高清频道正式开播,体现出4K产业正在驶入快车道。4K产业链中,4K终端的发展领先于其他环节。我国有线电视行业4K超高清机顶盒市场空间将快速释放。

数字经济正影响和改变着人们的生活方式和消费习惯,推动着经济转型和社会进步。随着国内三大通信运营商提速降费政策的进一步实施,流量增加难以扭转流量价值下降的消极影响,运营商ARPU值下降已经成为不可逆转的趋势。5G浪潮下,人与人、人与物、人与媒体互联互通的“万物互联”时代即将到来,三大通信运营商纷纷发力家庭物联网和智慧家庭产业布局,大力实施数字家庭工程。创维数字与三大通信运营商建立和保持战略合作伙伴关系,共同探索以用户价值为导向,以市场需求为中心,以场景与应用的融合为切入点的产品与服务新业态。其一,智能接入光通讯终端;其二,智能多媒体信息中心;其三,泛智能终端设备,利用运营商“+N”战略的市场契机,建设符合客户需要的运营商渠道智能家居生态。

从全球数字盒子产业十多年的发展、创新、变革的视角,全球数字盒子行业仍处于数字化、融合性的阶段,且在智能化、多功能不断迭代中演进,世界各国、各地区处于不同的发展阶段,各运营商及C端用户对数字盒子的功能需求不一,行业并不存在明显的周期性特点。

汽车行业在“四化”方向(电动化、智能化、网联化、共享化)发展的趋势愈发显著,未来5G通讯和物联网背景下,智联汽车将是5G硬件技术、消费、应用与互联网的结合处,车载智能产品集成度越来越高,智能驾驶舱功能日趋丰富,汽车驾驶智能中控系统、数字仪表盘系统、辅助驾驶系统、车载娱乐及舒适系统等需求不断增强;随着自动驾驶及辅助驾驶的发展,基于汽车驾驶安全及安全辅助产品的需求也越来越旺盛,汽车智能电子面临长期向好发展的好时机。

智能手机及光显示均已进入成熟发展阶段,基于普及率提升及新功能驱动下降等因素影响,2018年全球手机市场需求及出货量下滑。据市场研究公司Counterpoint的报告,2018年全球智能手机出货量下降4%。基于中小尺寸模组未来从LCD转向AMOLED、柔性OLED,公司旗下液晶器件手机模组基于前期技术投入与积累,在抓住手机模组新技术、新业务及提高市占率的同时,也已经在拓展专显、商显、平板等模组领域及TV、车载、电子标牌等显示模组的市场。基于柔性显示、5G通讯等,全球智能手机未来的需求会面临更多新机遇的同时,非手机类显示模组业务前景也十分广阔。

(三)公司所处的行业地位

公司成立于2002年,是国内较早从事数字电视智能盒子终端研究、开发、设计、制造以及销售的国家高新技术企业,基于格兰研究等数据,在国内广电运营商市场占有率、国内OTT智能终端市场份额、国内有线4K机顶盒销量、国内三大通信运营商IPTV+OTT销量、中国企业出口海外销量,整体在国内遥遥领先。公司推行研发、生产、营销的国际化战略,机顶盒产品行销全球,公司是国内数字智能盒子行业的龙头企业,整体规模居于全球机顶盒行业前列。

公司目前在汽车智能电子领域属于稳步发展阶段,已经进入汽车前装业务。公司已在十余家国内自主品牌与合资品牌的汽车厂家前装项目中获得前装供应商一级代码,并已经实现批量供货,也在积极布局车载智能显示触控系统,目前前装车厂及核心项目数量也在不断拓展中。

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

单位:人民币元

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	7,762,616,543.11	7,253,159,800.45	7.02%	5,927,091,441.29
归属于上市公司股东的净利润	327,946,324.11	94,335,732.74	247.64%	486,402,025.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	288,186,655.01	43,559,327.33	561.60%	433,243,232.41
经营活动产生的现金流量净额	-77,562,911.40	-574,994,737.87	86.51%	441,805,802.87
基本每股收益(元/股)	0.32	0.09	255.56%	0.48
稀释每股收益(元/股)	0.30	0.09	233.33%	0.48
加权平均净资产收益率	11.46%	3.55%	7.91%	21.33%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
总资产	8,349,143,939.54	7,576,862,757.56	10.19%	6,581,467,425.18
归属于上市公司股东的净资产	3,047,702,515.13	2,691,541,199.46	13.23%	2,657,280,234.88

(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	1,834,863,803.51	1,713,731,084.95	1,924,895,672.60	2,289,125,982.05
归属于上市公司股东的净利润	67,453,781.24	94,962,507.47	67,751,507.49	97,778,527.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	62,885,000.76	75,431,022.24	60,499,823.32	89,370,808.69
经营活动产生的现金流量净额	-310,386,127.51	-14,250,581.91	-164,705,782.73	411,779,580.75

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	44,144	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	44,679	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

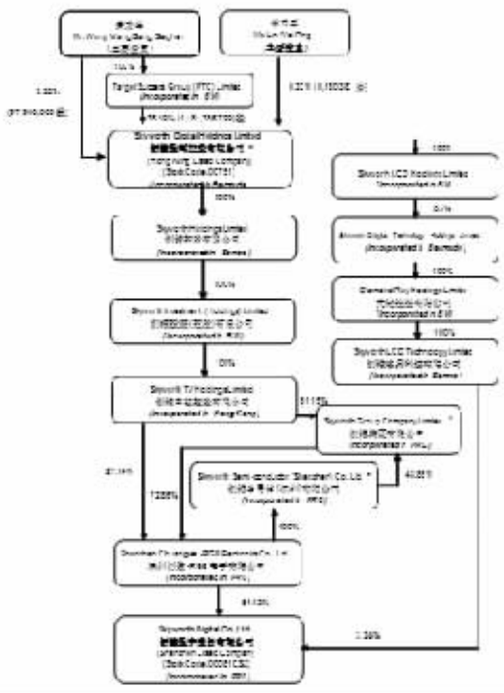
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
深圳创维-RGB电子有限公司	境内非国有法人	54.42%	584,548,508		质押	584,548,508
林伟建	境内自然人	4.04%	43,367,131		质押	29,849,999
施驰	境内自然人	3.42%	36,770,524	27,577,893		
创维液晶科技有限公司	境外法人	3.36%	36,055,014	36,055,014		
谢雄涛	境内自然人	2.66%	28,528,051			
遂宁兴业资产经营公司	国有法人	2.04%	21,916,008			
李晋	境内自然人	1.37%	14,683,310			
华夏证券广州营业部	其他	0.88%	9,400,000			
汤燕	境外自然人	0.61%	6,507,500			
张知	境内自然人	0.35%	3,759,348	2,819,511		
上述股东关联关系或一致行动的说明	①深圳创维-RGB电子有限公司与创维液晶科技有限公司同为创维数码控股有限公司下属企业,为法定一致行动人。②林伟建原为鹰潭市鹏盛投资有限公司监事,林伟敬原为鹰潭市鹏盛投资有限公司执行董事兼总经理,谢雄涛原为鹰潭市鹏盛投资有限公司执行董事兼总经理,林伟建、林伟敬与谢雄涛为亲属关系。鹰潭市鹏盛投资有限公司、林伟建、谢雄涛、林伟敬为法定一致行动人关系。③施驰是公司董事、总经理,汤燕为其配偶为法定一致行动人。④除上述情况外,本公司未知其他股东之间是否存在关联关系,亦未知其是否属于《上市公司收购管理办法》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)	截至2018年12月28日,谢雄涛合计持有公司28,528,051股,其中28,528,051股通过“投资者信用证券账户”持有。					

(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

报告期内,公司产品销量、市场覆盖率、市场占有率及运营服务收入均实现较大增长,公司的竞争优势及规模优势进一步增强,公司实现营业收入776,261.65万元,同比增长7.02%;基于全要素成本优化和外汇风险管控政策的有效实施,公司实现净利润31,616.78万元,同比增长231.95%。公司相关业务经营情况概述如下:

(一)智能终端业务

1、国内广电网络运营商市场

报告期内,广电运营商市场实现营业收入17.29亿元,覆盖533家广电网络运营商客户。围绕广电网络运营商4K超高清及光网络改造的升级需求,以及紧抓智慧广电建设的战略契机,公司加大市场智能4K超高清盒子及ONU、PON、网关等广电产品布局的广度和深度,推动智能家居、物联网和安防工程等智慧家庭应用场景搭建以及雪亮工程、智慧旅游和智慧城市等政企业务开展。报告期内,公司数字智能盒子终端在国内广电533家运营商实现销售。智能接入网终端Cable Modem、ONU、CATV光机、PON、EOC、家庭智能网关等产品在贵州、广东、江苏、安徽、福建、湖北、辽宁等省、地市级广电中标;PON产品市场覆盖面进一步扩大,新增吉林、广西市场突破,完成中标及开发出货;贵州省网GPON+OTT产品自主软硬件开发完成并批量出货,引领广电光纤入户风向标。在2018年整体物料成本上升情况下,通过推进供应链和研发融合、量产降成本以及新产品推广和需求归一化策略,优化产品毛利,毛利率同比提升。根据格兰研究数据,公司整体国内广电数字电视盒子连续十一年市场占有率第一。

2、国内三大通信运营商市场

报告期内,三大通信运营商市场实现营业收入24.06亿元。随着互联网、物联网以及在线化、数据化等运营与应用的进一步推进,“宽带中国”战略持续发展,公司紧抓大数据、云计算、物联网、人工智能产业化历史机遇,把握三大通信运营商积极布局新兴数字化领域和大力发展数字家庭与物联网等战略布局的契机,基于多年自主研发与技术优势,加强智能接入设备、智能网关、智能组网终端的差异化产品设计及加大市场布局,也基于IPTV、IPTV+OTT、OTT、PON、接入设备、智能网关、智能组网产品等智能终端产品,在运营商集团总公司集采中标,并落地省份;同时,加强各省、地市,乃至县级客户的分销能力,报告期内与三大通信运营商的80家省、地市级运营商实现销售。公司成为中国联通智能网关核心供应商;成为中国移动智能网关产品合格供应商,成为中国移动集团数字家庭联盟战略合作伙伴。公司智能终端产品的市场覆盖率分别达到:中国电信100%;中国移动60%;中国联通70%。

3、国内自主品牌互联网OTT智能盒子零售市场

报告期内,创维2C自主品牌布局的进一步深化,创维轻奢型智能品牌“小湃”目前已推出电视盒子、智能投影仪、智能音响等产品,成为备受消费者喜爱和信赖的年轻科技潮品。在线下销售渠道,基于21家省级代理,31家地级代理,365家二级分销商,渠道深入国内三、四线城市,并延伸至部分乡镇;线下渠道OTT智能终端销量维持行业内第一。同时,基于自营及分销,京东、天猫等线上渠道销售,线上京东平台销量跃居行业第二,创维自主品牌整体互联网OTT智能终端零售销量居于行业前三甲。

4、全球海外市场

基于海外各国政府数字化项目的持续推进、数字盒子技术的迭代更新以及宽带信息化浪潮的到来,在2018年动荡的国际政治环境和严峻的国际贸易形势下,公司守疆拓土、精耕细作,报告期内实现Pay-TV、Android TV、OTT智能盒子终端和PON宽带接入网产品的销售,海外市场实现营业收入22.96亿元。公司重视重点战略客户的深耕培育和产业联盟的整合协作,报告期内公司成为Google和Netflix全球战略合作伙伴,转型为AndroidTV第一品牌,建立了业界最强大的产业联盟,与芯片厂家和CA公司建立和保持广泛的合作关系。报告期内全球海外市场,(1)公司于亚、非、拉等传统优势市场地位稳固,市场份额进一步提升,成为非洲顶级运营商Multichoice的独家供应商;(2)在欧洲市场,公司子公司Strong集团基于B2B2C模式,在法国、德国、奥地利、意大利、丹麦、乌克兰、克罗地亚、捷克、瑞典子公司实现销售收入。与此同时,Strong集团B2B业务取得突破,中标欧洲一线运营商MTS AndroidTV项目,进入欧洲一级电信运营商短名单;(3)英国Caldero Limited国际化精英团队已逐步转型为针对全球一线运营商的专业售前和项目交付的高端业务团队,与总部合作合力形成,新增印度和墨西哥一级运营商项目;(4)公司在墨西哥、印度、南非、马来西亚子公司运营保持良好态势,成为公司实现海外本地化生产、供应、交付及售后的重要触手,公司全球化布局及客户服务能力进一步加强。

(二)汽车智能电子业务

报告期内,在我国乘用车市场行业景气度下行态势下,公司汽车智能电子业务逆水行舟、迎难而上,获得奇瑞、海马新能源、华晨、江铃新能源、汉腾、宝沃、北汽银翔、江铃控股8家车厂前装供应商代码,进入主流车厂体系,同时获得包括数字液晶仪表、中控导航、流媒体后视镜、记录仪等核心产品的20多个车型前装项目,实现营业收入1.82亿元,同比增长102.66%。近期,公司进入中国移动集采项目,进入中移智行,并实现首次出货,为后续公司业绩增长打下基础。

(三)智能制造业务

报告期内,公司旗下创维液晶器件光电显示器件的智能制造业务实现营业收入8.47亿元,同比下降16.98%,下降原因系基于普及率提升及新功能驱动下降等因素影响,全球智能手机市场需求及出货量与去年同期相比下滑。公司中小尺寸LCD显示模组、OLED显示模组、POS机等业务持续稳定发展,更积极拓展专显、商显、平板、手表等中小尺寸产品业务,TV、车载、电子标牌等LB、LCM显示类产品业务,白电、广告灯箱等LED指示板、LB非显示类产品业务。2018年,公司正式与全球领先手机方案提供商闻泰通讯股份有限公司启动ODM和整机项目方面的合作,并发展了传音、华勤、龙旗等战略客户;正式与全球液晶显示主控板卡市占率第一的方案公司——广州视源股份有限公司开始合作;与和辉合作OLED OEM加工项目,完成了生产工艺及量产的推广,为进入OLED模组生产领域打下基础;中小尺寸非手机类项目逐渐量产,POS机项目在优博讯、联迪、惠尔丰等客户端逐步成为主力供应商;自主开发CSP机种在LG客户端完成认证,获得TPV外销产品供应资质,海外机种实现量产。

(四)增值服务与运营业务

报告期内,公司用户增值服务与运营各板块取得稳步增长。(1)互联网OTT用户增值服务运营平台。公司基于自主OTT全媒资运营后台与管理系统、会员账号系统、配套盒子终端软件等,开展OTT用户的增值服务运营,全年共策划内容专题、特色MiniLauncher等累计达1300个,运营形式极大丰富,运营用户数量及运营效率大幅提升,2018年12月全媒资月付费用户数同比增长超10倍,截至报告期末累计注册用户数较去年末增长18倍。报告期内公司VIP会员收入、贴片广告收入、开机广告收入、APP应用分发收入、购物商城收入等合计同比大幅增长;(2)互联网+Wi-Fi增值服务运营平台。公司着力推进运营商智慧医疗、酒店数字客房、公共Wi-Fi等集客运营业务,报告期内于全国自建或并运营100家医院Wi-Fi网络覆盖,运营Wi-Fi AP数量近1万只;于河北、重庆、内蒙古实现合并运营第三方已建成公共区Wi-Fi网络,纳入第三方AP约5千只;基于Wi-Fi网络覆盖的公众号推广、导流、自营、代运营及Portal页面广告等业务稳步发展。报告期内,流量运营场景更趋于丰富,流量变现能力更趋于稳定,整体形成Wi-Fi用户流量获取、流量导流、流量变现的闭环。(3)家庭管家式O2O上门服务平台。①运营商业务捷报频传,与中国移动“移动快修”顺畅运行,中标中国移动通信集团终端有限公司多项服务类业务,业务范围涵盖配件供应、智能门锁安装与服务、车载产品安装、彩电上门安装及维护等;②B2B2C业务方兴未艾,承接优必选机器人上门服务业务,打造全能型智能产品服务管家的行业影响力;③海外服务网络进一步优化,南非、印度、马来西亚服务子公司持续盈利。

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	主营业务收入	主营业务成本	毛利率	主营业务收入比上年同期增减	主营业务成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
数字智能盒子终端	5,751,581,433.09	4,750,463,092.04	17.41%	5.16%	0.63%	3.72%
网络接入设备	463,109,802.62	414,088,633.31	10.59%	162.24%	197.15%	-10.50%
运营、技术服务	187,624,677.83	99,917,391.94	46.75%	79.17%	95.57%	-4.46%
汽车电子	182,447,587.13	158,940,710.39	12.88%	102.66%	93.09%	4.32%
创维液晶器件业务	847,062,013.08	735,910,788.78	13.12%	-16.98%	-13.71%	-3.30%
智能电视及一体机	190,670,570.14	183,938,366.64	3.53%	-23.99%	-20.45%	-4.30%
其他智能产品	91,761,908.64	84,636,563.01	7.77%	-9.75%	6.80%	-14.29%

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

报告期归属于上市普通股股东的净利润总额较上期增加2.34亿元,增长247.64%,主要原因是:(1)国内三大通信运营商、国内广电网络运营商等市场占有率、覆盖率提升以及宽带接入、智能网关等新产品带来公司市场规模及主营业务收入的增长;(2)基于产业联盟、战略合作及内部供应链与研发的深度融合、需求归一化和新产品推广,提升了毛利率。另,报告期内公司主动、及时关注国际外汇汇率变化,基于外汇风险预警系统及措施,降低了汇率波动对公司的不利影响。

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

本公司2018年1月1日起采用财政部2017年修订的《企业会计准则第14号-收入》和《企业会计准则第22号-金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号-金融资产转移》和《企业会计准则第24号-套期会计》、《企业会计准则第37号-金融工具列报》(以上四项统称(新金融工具准则)),变更后的会计政策详见第十一节、附注四。

(1)执行新收入准则对本公司的影响

新收入准则要求首次执行该准则的累计影响数调整首次执行当期期初(2018年1月1日)留存收益及财务报表其他相关项目金额,对可比期间信息不予调整。

在执行新收入准则时,本公司仅对首次执行日尚未执行完成的合同的累计影响数分析是否进行调整;对于最早可比期间期初之前或2018年年初之前发生的合同变更未进行追溯调整,而是根据合同变更的最终安排,识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间应分摊的交易价格。

执行新收入准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下:

单位:元

项目	2017年12月31日	累积影响金额			2018年1月1日
		重分类	重新计量	小计	
长期待摊费用	140,583,926.41	-85,605,597.84	---	-85,605,597.84	54,978,328.57
其他非流动资产	27,255,194.83	85,605,597.84	---	85,605,597.84	112,860,792.67
预收款项	92,919,384.35	-92,001,421.38	---	-92,001,421.38	917,962.97
合同负债	---	69,988,052.01	---	69,988,052.01	69,988,052.01
其他非流动负债	---	22,013,369.37	---	22,013,369.37	22,013,369.37

于2018年1月1日,本公司履行机顶盒产品租赁合同所发生的成本,在符合新收入准则相关规定下将其作为合同履约成本单独确认为一项资产,由于本公司与客户签订的产品租赁合同期限较长,根据初始确认时摊销期限超过一年或一个正常营业周期,由原长期待摊费用重分类至其他非流动资产,同时对于确认的合同履约成本,采用与该资产相关的商品收入确认相同的基础进行摊销,计入当期损益。变更日将原计入长期待摊费用85,605,597.84元调整至其他非流动资产。

于2018年1月1日,本公司因预收客户支付的对价而负有向客户转让商品或提供服务的履约义务,根据新收入准则相关规定将预收款项重分类列示为合同负债,其中预计1年以上结转的款项列报为其他非流动负债。变更日将原计入预收款项的92,001,421.38元根据流动性分别调整69,988,052.01元计入合同负债和调整22,013,369.37元计入其他非流动负债。

(2)执行新金融工具准则对本公司的影响

于2018年1月1日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的,本公司按照新金融工具准则的要求进行衔接调整。涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则要求不一致的,本公司未调整可比期间信息。金融工具原账面价值和新金融工具准则施行日的新账面价值之间的差额,计入2018年1月1日留存收益或其他综合收益。

执行新金融工具准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下:

单位:元

项目	2017年12月31日	累积影响金额			2018年1月1日
		分类和计量影响	金融资产减值影响	小计	
应收票据及应收账款	3,722,266,264.35	---	-30,276,163.86	-30,276,163.86	3,691,990,100.49
其他应收款	167,981,979.81	---	-186,576.09	-186,576.09	167,795,403.72
可供出售金融资产	14,500,000.00	-14,500,000.00	---	-14,500,000.00	---
其他非流动金融资产	---	12,025,000.00	---	12,025,000.00	12,025,000.00
递延所得税资产	57,168,140.87	---	4,277,728.89	4,277,728.89	61,445,869.76
递延所得税负债	3,325.21	303,750.00	---	303,750.00	307,075.21
盈余公积	51,856,189.93	---	-2,424,046.37	-2,424,046.37	49,432,143.56
未分配利润	1,351,234,570.52	1,721,250.00	-23,563,009.63	-21,841,759.63	1,329,392,810.89
少数股东权益	69,899,318.42	---	-197,955.06	-197,955.06	69,701,363.36

于2018年1月1日,本公司根据新金融工具准则相关规定,对应收票据及应收账款、其他应收款按预期信用损失模型重新计量了金融资产减值的影响,主要是对超过一年以上未发生交易且根据客户实质判断为预期信用风险较高的客户以及针对购买保险在合同偿付比例之外的客户,重新考虑并计量了减值影响,其中应收票据及应收账款补提了30,276,163.86元的信用减值损失,其他应收款补提了186,576.09元的信用减值损失。同时,因期初追溯调整补提的信用减值损失,相应调增了递延所得税资产4,277,728.89元,调减了盈余公积2,424,046.37元、冲减了未分配利润23,563,009.63元和冲减少数股东权益197,955.06元。

于2018年1月1日,公司将原账面价值10,000,000.00元的以前年度被分类为可供出售金融资产的权益工具投资分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,根据管理层预期持有的时间超过一年以上将其列报为其他非流动金融资产,并根据变更日该金融资产的公允价值重新计量,确认其他非流动金融资产为12,025,000.00元。因期初追溯调整金融工具公允价值,相应调增了递延所得税负债303,750.00元和调增未分配利润1,721,250.00元。

(3)列报格式变更及执行新收入准则、新金融工具准则对本公司的汇总影响

单位:元

项目	2017年12月31日	列报格式变更的影响及其他调整	列报格式变更调整后金额	执行新企业会计准则的影响	2018年1月1日
应收票据	368,928,499.41	-368,928,499.41	---	---	---
应收账款	3,353,337,764.94	-3,353,337,764.94	---	---	---
应收票据及应收账款	---	3,722,266,264.35	3,722,266,264.35	-30,276,163.86	3,691,990,100.49
应收利息	751,510.09	-751,510.09	---	---	---
其他应收款	167,230,469.72	751,510.09	167,981,979.81	-186,576.09	167,795,403.72
可供出售金融资产	14,500,000.00	-4,500,000.00	10,000,000.00	-10,000,000.00	---
长期股权投资	5,085,194.50	4,500,000.00	9,585,194.50	---	9,585,194.50
其他非流动金融资产	---	---	---	12,025,000.00	12,025,000.00
长期待摊费用	140,583,926.41	---	140,583,926.41	-85,605,597.84	54,978,328.57
递延所得税资产	57,168,140.87	---	57,168,140.87	4,277,728.89	61,445,869.76
其他非流动资产	27,255,194.83	---	27,255,194.83	85,605,597.84	112,860,792.67
资产合计	7,576,862,757.56	---	7,576,862,757.56	-24,160,011.06	7,552,702,746.50
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	2,319,376.58	-2,319,376.58	---	---	---
交易性金融负债	---	2,319,376.58	2,319,376.58	---	2,319,376.58
应付票据	1,144,082,973.68	-1,144,082,973.68	---	---	---
应付账款	1,660,224,211.22	-1,660,224,211.22	---	---	---
应付票据及应付账款	---	2,804,307,184.90	2,804,307,184.90	---	2,804,307,184.90
预收款项	92,919,384.35	---	92,919,384.35	-92,001,421.38	917,962.97
合同负债	---	---	---	69,988,052.01	69,988,052.01
应付利息	1,356,215.89	-1,356,215.89	---	---	---
其他应付款	648,308,947.12	1,356,215.89	649,665,163.01	---	649,665,163.01
其他流动负债	---	40,781,262.45	40,781,262.45	---	40,781,262.45
预计负债	57,883,168.68	-40,781,262.45	17,101,906.23	---	17,101,906.23
递延所得税负债	3,325.21	---	3,325.21	303,750.00	307,075.21
其他非流动负债	---	---	---	22,013,369.37	22,013,369.37
负债合计	4,815,422,239.68	---	4,815,422,239.68	303,750.00	4,815,725,989.68
盈余公积	51,856,189.93	---	51,856,189.93	-2,424,046.37	49,432,143.56
未分配利润	1,351,234,570.52	---	1,351,234,570.52	-21,841,759.63	1,329,392,810.89
少数股东权益	69,899,318.42	---	69,899,318.42	-197,955.06	69,701,363.36
所有者权益合计	2,761,440,517.88	---	2,761,440,517.88	-24,463,761.06	2,736,976,756.82

注:上表仅呈列受影响的财务报表项目,不受影响的财务报表项目不包括在内,因此所披露的小计和合计无法根据上表中呈列的数字重新计算得出。

可供出售金融资产中,账面价值为4,500,000.00元的以前年度被划分为可供出售金融资产的股权投资,原不具有控制、共同控制或重大影响,但因公司经营策略调整,派出人员参与其公司决策,能够对被投资单位构成重大影响,故自2018年1月1日起将其列报为长期股权投资并采用权益法核算,因改按权益法核算根据企业会计准则相关规定调整计入2018年当期损益。

(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

1、广州创维汽车智能有限公司于2018年5月16日完成新设并纳入合并范围;

2、DIGITAL ELECTRONICS SDN.BHD于2018年5月22日完成新设