

上接A23版)

原因系2018年4月后发行人不再代理NEC教育投影机,导致投影机整体销量有所下降;投影机销售收入占比呈下降趋势,主要是因为智能交互平板的收入增长迅速,占比提升所致。

2016年度、2017年度和2018年度,公司视频展台销售收入分别为13,830.34万元、10,852.25万元和10,289.87万元,占各期智能交互显示产品销售收入的比例分别为5.31%、3.14%和2.45%。视频展台销售收入变动的主要原因是报告期内该类产品单价呈下降趋势。

2016年度、2017年度和2018年度,公司录播产品销售收入分别为5,456.80万元、8,271.39万元和5,445.42万元,占各期智能交互显示产品销售收入的比例分别为2.10%、2.39%和1.30%。2017年录播产品销售收入大幅上升的主要原因是随着国家教育公平化的推进,优质教育资源共享成为教育公平化的重要手段之一,集成了音视频采集、网络传输、云计算和人工智能跟踪等技术的录播产品可提供便捷的共享教学资源录制采集、存储、复制和传播方式,帮助偏远地区学生接触到优质的授课内容,需求有所增长。2018年销售收入规模有所下降的原因是公司迎合市场需求进行了录播产品新品研发和销售战略转移,原有录播产品推广力度减少。

2016年度、2017年度和2018年度,公司电子班牌的销售收入分别为3,009.12万元、4,439.50万元和2,727.73万元,占各期智能交互显示产品销售收入的比例分别为1.16%、1.28%和0.65%。2017年电子班牌销售收入上升的主要原因是电子班牌作为我国数字校园和智慧校园建设的重要组成部分,需求有所增长,2018年销售收入规模有所下降的原因是该产品市场竞争加剧。

2016年度、2017年度和2018年度,公司配件销售收入分别为362.92万元、1,407.86万元和2,051.35万元,占各期智能交互显示产品销售收入的比例分别为0.14%、0.41%和0.40%。销售收入大幅上升的主要原因是电子书从硬件和软件技术层面加强了师生之间的交互,将课堂教学从单一屏幕互动进化至设备互动,进一步丰富了课堂授课信息量,加强了学生学习的自主性和便捷性,促进教学效率的进一步提高,是网络学习空间人通”的重要载体,市场潜力较大。

2016年度、2017年度和2018年度,公司配件销售收入分别为16,305.03万元、29,579.65万元和41,124.39万元,占各期智能交互显示产品销售收入的比例分别为6.26%、8.55%和9.81%。配件销售收入增长较快的主要原因是配件的销量随公司产品销售规模增加而增加。

②智能视听解决方案的销售收入增长情况分析

2016年度、2017年度和2018年度,公司智能视听解决方案收入分别为11,647.38万元、15,514.12万元和18,516.79万元,增长较快;各期销售收入占主营业务收入比例分别为4.28%、4.24%和4.23%,基本保持稳定。公司视听解决方案客户主要为对智能会议系统、大屏显示系统、展览展示系统及信息通讯系统等集成项目的需求较大的知名企业和展览馆和高校等。报告期内,公司智能视听解决方案业务迅速增长,先后承接并完成微软(中国)有限公司视像会议与语音会议项目、雅培贸易(上海)有限公司诊断业务客户体验中心项目、广汽传祺股份有限公司大厦会议系统项目等大型智能视听解决方案项目。

③利润的主要来源分析

报告期内,公司利润主要来源于公司营业利润,利润情况如下所示:

单位:万元

项目	2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例
营业收入	37,529.92	58.88%	23,621.17	167.82%	8,819.91	
营业外收支净额	1,426.77	1,216.81%	108.35	-27.88%	150.23	
利润总额	38,956.69	64.17%	23,729.52	164.54%	8,970.14	
净利润	33,790.07	64.83%	20,500.36	202.57%	6,775.46	

报告期内,公司主营业务毛利构成情况如下:

单位:万元

项目	2018年度		2017年度		2016年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
智能交互显示产品	102,888.95	96.18%	77,903.49	95.05%	57,508.07	96.61%
智能视听解决方案	4,088.11	3.82%	4,055.08	4.95%	2,016.87	3.39%
合计	106,977.05	100.00%	81,958.57	100.00%	59,524.94	100.00%

报告期内,公司主营业务毛利主要来源于智能交互显示产品,智能交互显示产品主营业务毛利的比例在95%左右,是主要利润来源。

④期间费用分析

报告期内,公司期间费用发生额及占同期营业收入的比如下:

单位:万元

项目	2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	437,795.52	361,694.82	272,076.64			
期间费用	64,328.21	54,665.84	48,608.04			
其中:销售费用	36,811.03	27,051.16	20,831.99			
研发费用	17,315.75	13,300.83	11,156.19			
管理费用	12,330.82	11,709.04	16,525.81			
财务费用	-2,327.39	2,604.82	94.05			

注:期间费用率=期间费用发生额/营业收入

报告期内,公司期间费用总额整体随着公司业务及营收的增长而增长,比例总体保持稳定。

⑤现金流量状况分析

报告期内,公司经营活动产生的现金流量与盈利情况对比如下:

单位:万元

项目	2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	477,786.43	400,345.09	307,790.16			
营业外收入(2)	437,795.52	361,694.82	272,076.64			
①/②	1.09	1.11	1.13			
购买商品、接受劳务支付的现金(3)	365,029.83	330,965.06	233,574.55			
营业成本(4)	330,772.17	279,698.35	212,540.85			
③/④	1.10	1.18	1.10			
经营活动产生的现金流量净额(5)	41,608.22	968.15	26,384.94			
归属于母公司所有者的净利润(6)	33,623.16	20,433.46	6,176.27			
⑤/⑥	1.24	0.05	4.27			

2016年度、2017年度和2018年,公司经营活动产生的现金流量净额分别约为-26,334.94万元、968.15万元和41,608.22万元,变动较大。

从现金流流出的方面看,公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例分别为1.13%、1.11%和1.09%,报告期内外均维持在较高的水平,公司销售商品回笼资金速度较快,营业收入收现能力较强且较稳定。

从现金流入的方面看,公司购买商品、接受劳务支付的现金占营业收入的比例分别为-1.10、-1.18和-1.10,报告期内均维持在较低的水平,公司购买商品回笼资金速度较慢,经营性收入收现能力较弱且较稳定。

从现金流出的方面看,公司购买商品、接受劳务支付的现金占营业收入的比例分别为-1.10、-1.18和-1.10,报告期内均维持在较低的水平,公司购买商品回笼资金速度较慢,经营性收入收现能力较弱且较稳定。

从现金流入的方面看,公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例分别为-1.13%、-1.11%和-1.09%,报告期内外均维持在较高的水平,公司销售商品回笼资金速度较快,营业收入收现能力较强且较稳定。

从现金流流出的方面看,公司购买商品、接受劳务支付的现金占营业收入的比例分别为-1.10、-1.18和-1.10,报告期内均维持在较低的水平,公司购买商品回笼资金速度较慢,经营性收入收现能力较弱且较稳定。

从现金流入的方面看,公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例分别为-1.13%、-1.11%和-1.09%,报告期内外均维持在较高的水平,公司销售商品回笼资金速度较快,营业收入收现能力较强且较稳定。