证券代码:000810　证券简称:创维数字　公告编号:2015-05

创维数字股份有限公司

2014 年度报告摘要

1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

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	杨春华	
电话	0755-26010018	0825-2287329	
传真	0755-26010028	0825-2283399	
电子信箱	skydtbo@skyworth.com	yangchunhua@skyworth.com	

2、主要财务数据和股东变化

(1)主要财务数据

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

	2014年	2013年	本年比上年增减	2012年
营业收入(元)	3,501,634,730.02	3,602,073,637.59	-2.79%	3,408,159,898.91
归属于上市公司股东的净利润(元)	386,862,597.43	365,742,800.20	5.77%	303,983,381.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	372,550,895.46	316,820,086.69	17.59%	293,462,446.43
经营活动产生的现金流量净额(元)	213,957,789.11	193,775,827.06	10.42%	514,153,498.04
基本每股收益(元/股)	0.8571	0.8401	2.02%	0.6982
稀释每股收益(元/股)	0.8571	0.8401	2.02%	0.6982
加权平均净资产收益率	21.42%	25.61%	下降4.19个百分点	26.94%
	2014年末	2013年末	本年末比上年末增减	2012年末
总资产(元)	3,909,796,269.78	3,370,588,246.77	16.00%	3,034,210,713.47
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,988,460,647.12	1,616,036,972.75	23.05%	1,240,101,665.64

注:由于报告期内,公司实施完成了重大资产重组,根据《企业会计准则第20号—企业合并》的相关规定,采用了本报告期与上年同期备考数据作对比。

本报告期基本每股收益=归属于上市公司股东的净利润/451,349,288.85股(公司重大资产重组中原华润锦华向深圳创维数字原股东发行的普通股数量与重大资产重组完成后实际发行在外普通股数量的加权平均数);上年同期及2012年采用的股本数为435,381,840.80股(公司重大资产重组中原华润锦华向深圳创维数字原股东发行的普通股数)。

(2)前10名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数		7,928	年度报告披露日前第5个交易日末普通股股东总数		5,903
前10名普通股股东持股情况					
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	58.54%	292,274,254	244,274,254	
深圳市领优投资有限公司	境内非国有法人	9.20%	45,947,575	45,947,575	
施驰	境内自然人	4.18%	20,885,262	20,885,262	
叶晓彬	境内自然人	2.51%	12,531,157	12,531,157	
遂宁兴业资产经营公司	国有法人	2.19%	10,958,004		
华夏证券广州营业部	其他	1.80%	9,000,000		
李晋	境内自然人	1.67%	8,354,105		
路云龙	境内自然人	1.52%	7,583,000		
陕西省国际信托股份有限公司-陕国投·厚棚1号证券投资集合资金信托计划	其他	1.00%	5,000,000		
陕西省国际信托股份有限公司-陕国投·吉祥2号证券投资集合资金信托计划	其他	0.69%	3,420,000		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述法人股东不存在关联关系或一致行动的情况,未知上述其他股东之间存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无				

(3)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。

(4)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

基于公司治理、股东会、董事会的运作及公司经营管理的决策,公司无实际控制人。

3、管理层讨论与分析

(一)、管理层讨论与分析

(1)、报告期内主要业务回顾

报告期内,公司重大资产出售、置换及发行股份购买资产事项于2014年9 月26日全部实施完毕,并于2014年11月7日公司完成工商登记变更手续,企业名称由原华润锦华股份有限公司变更为创维数字股份有限公司。重组实施完成后,公司原有纺织业务及锦纶业务已经全部置出上市公司,深圳创维数字技术有限公司资产全部注入上市公司,公司行业分类发生变更,由原纺织业变更为计算机、通信及其他电子智能终端业,公司变更后的主营业务为数字电视智能终端及前端系统的研究、开发、生产、销售、运营与服务。公司现有电子信息智能终端是国家战略规划布局新兴产业中的基于下一代信息技术产业,电子信息智能终端及运营与服务业的盈利能力比公司重组前原纺纺织及锦纶业务盈利能力大幅度提升。

报告期内,公司一方面继续开发既有终端市场,巩固优势市场地位的同时,通过新方案、新技术及供应链规模,实现毛利提升、费用降低;另一方面积极拓展新的市场领域,抓住机遇,保证利润总额及经营的稳定增长。2014年,全年实现营业总收入35.02亿元,同比下降2.79%,全年实现净利润3.85亿元,同比增长4.98%。

过往与公司合作的国内广电网络公司客户共956家,报告期公司于国内465家广电网络运营商实现销售,且高清占比达54%,截至报告期期末全国广电有线数字电视用户数达18,411万,公司在广电网络的市场占有率连续7年居行业第一。基于广电智能终端市场规模及占有率的优势,以及公司80%以上国内广电网络运营商的市场覆盖率和15年来的信任与精诚合作,公司搭建的云服务前端系统平台,通过多形式深度参与广电DVB+OTT、云平台以及智慧城市、社区、家庭等的本地服务合作,报告期公司与重庆广播电视信息网络有限公司、合肥有线电视宽带网络有限公司、秦皇岛广电网络公司、江西省广电网络传输有限公司赣州市分公司等签署协议,共同拓展广电互联网增值服务。

报告期公司是中国电信“悦Me”战略合作伙伴,中国移动“和家庭”互联网智能OTT首批合作商。电信运营商基于高端智能OTT通过百兆光纤宽带将手机、电脑、平板、电视“多屏”串联,打造中国式“智慧家庭”,同时与智慧城市、智慧社区相连,利用光纤宽带、3G和WiFi构建无缝互联网络,提供丰富的智慧家庭应用与服务。截至报告期期末三大电信运营商IPTV、OTT用户数达3500万,报告期公司于三大电信运营商的38家省、市级分公司实现销售,IPTV、OTT的市场占有率居电信运营商的前三甲。

就互联网智能OTT,报告期公司与18家知名互联网公司、宽带运营商、增值服务运营商等实现合作的销售,也通过线上京东商城、天猫等电商渠道及线下20家行业、连锁等渠道商积极拓展创维自主品牌互联网OTT的销售。互联网智能OTT盒子,创维自主品牌于天猫电商渠道的年度销量提升度为160%;创维在京东商城与芒果TV合作的创维M300互联网OTT智能盒子,好评度达97%,电视之家联合新浪科技等媒体对互联网智能盒子品牌的年度评选中,创维与小米、百度、华为荣耀被网友评测为2014年度十大最喜爱的智能电视盒子品牌的前四。

公司积极拓展海外市场,报告期在89个国家实现批量销售。公司与非洲、印度、泰国、非律宾运营商合作,市场占有率居第一;在印尼、越南、缅甸等多区域市场与区域TOP前3的运营商合作,保持了市场优势;于欧洲、拉美、北美等市场销售平稳,2014年度继续保持海外市场出口领先优势的同时,销售单价及市场毛利率在持续提升。

基于公司智能终端的市场规模,公司搭建了云计算、大数据分析、前端系统平台及应用商店平台,积极布局与广电网络公司合作运营的同时;布局智能家居与应用商店的运营与服务,由智能终端向智慧家庭延伸,拓展在线、数据化的新服务。基于公司大数据运营团队统计,报告期公司自主云平台下应用商店的用户数为316万,日活跃用户数均值在32万。

(2)、报告期内主要经营情况

1)、主营业务分析

①概述

单位:元

项目	2014年	2013年	同比增减
营业总收入	3,501,634,730.02	3,602,073,637.59	-2.79%
营业总成本	3,145,215,189.40	3,294,482,393.96	-4.53%
销售费用	223,554,105.75	295,508,125.02	-24.35%
管理费用	176,914,509.47	218,126,549.92	-18.89%
财务费用	-15,829,646.76	5,967,832.98	-365.25%
经营活动产生的现金流量净额	213,957,789.11	193,775,827.05	10.42%

报告期内,公司全年实现营业总收入35.02亿元,较上年同期降低2.79%,如剔除报告期同期有手机产品销售收入的因素,营业收入略增长;营业总成本31.45亿元,较上年同期降低453%;期间费用3.85亿元,较上年同期降低25.97%;实现利润总额4.33亿元,较上年同期增加11.30%;实现归属于上市公司股东的净利润3.87亿元,较上年同期增加5.77%,较好的完成了年度经营目标。

报告期内,公司的经营活动产生的现金流量净额较上年同期增加2,018.20万元,主要原因是公司在报告期内公司加强应收账款回款分析、跟踪与管控,积极与第三方金融机构合作等所致。

②主营业务构成情况

单位:元

	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	毛利率比上年同期增减(%)
分行业						
计算机、通信及其他电子智能设备制造业	3,488,162,000.57	2,713,955,773.80	22.20%	-2.85%	-0.21%	下降2.06个百分点
分产品						
有线机顶盒	1,560,212,509.48	1,169,962,547.32	25.01%	-23.41%	-19.76%	下降3.41个百分点
卫星机顶盒	538,612,994.06	448,505,532.92	16.73%	-44.76%	-42.92%	下降2.69个百分点
地面机顶盒	653,788,278.18	481,844,022.05	26.30%	350.44%	315.39%	增加6.22个百分点
IPTV机顶盒	44,275,733.93	34,102,589.20	22.98%	-51.08%	-55.48%	增加7.61个百分点
智能网络机顶盒(含OTT)	647,285,323.25	544,605,876.20	15.86%	182.12%	194.00%	下降3.40个百分点
网络接入设备	27,413,242.59	21,686,314.34	20.89%	1,917.20%	1854.59%	增加2.53个百分点
技术服务费	5,254,499.08	5,439,728.55	-3.53%	-46.60%	20.04%	下降57.47个百分点
其他产品	11,319,420.00	7,809,163.22	31.01%	-88.89%	-91.54%	增加21.59个百分点
分地区						
出口销售	1,612,824,545.17	1,266,124,307.67	21.50%	-11.83%	-14.02%	增加2.00个百分点
国内销售	1,875,337,455.40	1,447,831,466.13	22.80%	6.48%	16.10%	下降6.40个百分点

③成本

行业分类

单位:元

行业分类	项目	2014年 金额	2014年 占营业成本比重	2013年 金额	2013年 占营业成本比重	同比增减
计算机、通信及其他电子智能设备制造业	原材料	2,405,336,058.38	88.63%	2,407,279,643.13	88.52%	-0.08%
	人员工资	92,294,094.09	3.40%	92,695,869.88	3.41%	-0.43%
	制造费用	216,325,621.33	7.97%	219,609,389.27	8.07%	-1.50%

产品分类

单位:元

产品分类	项目	2014年 金额	2014年 占营业成本比重	2013年 金额	2013年 占营业成本比重	同比增减
数字机顶盒	直接材料	2,379,910,389.68	87.69%	2,323,085,225.92	85.42%	2.45%
	直接人工	84,967,770.49	3.13%	80,445,594.95	2.96%	5.62%
	制造费用	214,142,407.53	7.89%	218,121,470.66	8.02%	-0.13%
网络接入设备	直接材料	19,042,847.82	0.70%	981,583.78	0.04%	0.67%
	直接人工	483,105.53	0.02%	26,341.01	0.00%	0.02%
	制造费用	2,160,360.99	0.08%	101,583.57	0.00%	0.08%
技术服务费	直接人工	5,439,728.55	0.20%	4,531,686.13	0.17%	0.03%
其他产品	直接材料	6,382,820.88	0.24%	83,212,833.40	3.06%	-2.82%
	直接人工	1,403,489.52	0.05%	7,692,247.80	0.28%	-0.23%
	制造费用	22,852.81	0.00%	1,386,335.06	0.05%	-0.05%

④费用

项目	2014年	2013年	同比增减%	变化原因
销售费用	223,554,105.75	295,508,125.02	-24.35%	
管理费用	176,914,509.47	218,126,549.92	-18.89%	
财务费用	-15,829,646.76	5,967,832.98	-365.25%	主要为本期利息收入及汇兑收益增加所致?
所得税	47,660,492.08	22,012,499.82	116.52%	主要为去年同期收回以前年度多缴所得税所致

⑤现金流

单位:元

项目	2014年	2013年	同比增减
经营活动现金流入小计	3,697,578,094.14	3,796,175,303.57	-2.60%
经营活动现金流出小计	3,483,620,305.03	3,602,399,476.52	-3.30%
经营活动产生的现金流量净额	213,957,789.11	193,775,827.05	10.42%
投资活动现金流入小计	535,281,155.83	101,089,842.69	429.51%
投资活动现金流出小计	518,399,169.53	266,709,801.05	94.37%
投资活动产生的现金流量净额	16,881,986.30	-165,619,958.36	-
筹资活动现金流入小计	200,506,527.02		-
筹资活动现金流出小计	6,733,971.09		-
筹资活动产生的现金流量净额	193,772,555.93		-
现金及现金等价物净增加额	426,585,834.29	23,850,742.89	1,688.56%

报告期内,公司投资活动产生的现金流量净额比上年同期增加18,250.19万元,主要原因是在报告期内收回上期购买的理财产品所致。

报告期内,公司筹资活动产生的现金流量净额比上年同期增加19,377.26万元,主要原因是在报告期内新增银行借款15,000万元所致。

2)、资产、负债状况分析

①资产项目重大变动情况

单位:元

	2014年末 金额	2014年末 占总资产比例	2013年末 金额	2013年末 占总资产比例	比重增减	重大变动说明
货币资金	1,009,199,700.12	25.81%	615,935,278.67	18.27%	增加7.54个百分点	本期新增银行借款及前期理财产品在本期收回、经营活动现金流入
应收账款	2,058,317,630.70	52.65%	1,853,788,556.89	55.00%	下降2.35个百分点	本期应收账款回款情况较上期转好
存货	252,541,403.34	6.46%	358,629,435.36	10.64%	下降4.18个百分点	本期在途发出商品、备货库存商品减少
固定资产	36,121,050.91	0.92%	42,224,104.90	1.25%	下降0.33个百分点	本期资产计提产折旧所致
在建工程	76,041,203.56	1.94%	17,335,423.93	0.51%	增加1.43个百分点	创维数字研发大楼工程在本年度继续投入建设
应收票据	263,025,871.33	6.73%	172,018,008.54	5.10%	增加1.63个百分点	本期应收票据结算量增加
应收利息	468,925.86	0.01%	1,818,739.71	0.05%	下降0.04个百分点	前期理财产品利息在本期收回
其他应收款	52,820,128.31	1.35%	40,221,006.93	1.19%	增加0.16个百分点	本期应收出口退税款增加
一年内到期的非流动资产	0.00	0.00%	5,581,474.79	0.17%	下降0.17个百分点	前期一年内到期的长期应收款在本期收回
其他流动资产	50,403,544.28	1.29%	150,514,546.33	4.47%	下降3.18个百分点	前期理财产品在本期收回
长期应收款	0.00	0.00%	354,073.50	0.01%	下降0.01个百分点	前期长期应收款在本期收回
长期待摊费用	9,643,530.85	0.25%	4,610,997.49	0.14%	增加0.11个百分点	本期平台维护费增加
其他非流动资产	1,405,689.73	0.04%			增加0.04个百分点	本期将预付购买固定资产款项重分类所致

②负债项目重大变动情况

单位:元

	2014年 金额	2014年 占总资产比例	2013年 金额	2013年 占总资产比例	比重增减	重大变动说明
长期借款	150,000,000.00	3.84%			增加3.84个百分点	本期新增银行借款所致
预收款项	50,418,675.19	1.29%	83,522,374.41	2.48%	下降1.19个百分点	前期预收账款在本期出货结算
应付职工薪酬	66,487,343.65	1.70%	86,096,538.31	2.55%	下降0.85个百分点	基于客户结构,本期销售奖励政策变化
应交税费	24,915,525.66	0.64%	39,031,630.67	1.16%	下降0.52个百分点	本期应交所得税减少
应付利息	280,370.92	0.01%	0.00	0.00%	增加0.01个百分点	本期新增银行借款利息所致
递延所得税负债	0.00	0.00%	454,080.69	0.01%	下降0.01个百分点	本期分期收款销售商品产生的递延所得税负债下降
预计负债	53,769,706.73	1.38%	40,849,557.89	1.21%	增加0.17个百分点	本期售后服务费计提增加所致

3)、核心竞争力分析

①机制与人力资源优势

公司控股股东在香港联交所主板上市公司创维数码旗下,集团整体公司治理及运作规范,公司是民营科技企业,注重效率、效益,组织扁平,决策与运作要求快速响应,具有机制优势。同时,公司兼持共赢及分享的企业理念,近180名核心经营与管理骨干是上市公司股东,注重人力资本价值,利于凝聚优秀人才,具有人力资源及团队优势。

②研发与技术优势

公司2002年开始,是国内较早涉足数字电视机顶盒研究、开发、生产以及销售的公司,是一技术、科技型的企业,重视研究、开发,乃至市场技术应用与技术支持。公司成立之初至今,持续重视研究、开发与新产品、新技术、新模式和新体验、新应用等的投入。公司研发人员占公司总人数超过60%的比重,在中国及全球本细分行业的企业中为数不多。公司在国内数字智能盒子行业中是专利积累(尤其是发明专利)最多的企业,截至报告期期末,公司累计申请专利711项(其中:发明专利378项),也是深圳市知识产权优势企业,“国家高新技术”、“国家火炬计划重点高新”、“国家规划布局内重点软件”、“广东省战略性新兴产业骨干”、“深圳南山区知识产权工作示范”等技术优势企业。每年均承担了国家各部、委、局及广东、深圳市的多项科技研发项目。

③客户资源优势

公司有达14年国内广电网络运营商的深度合作与市场规模优势,于广电网络市场覆盖率及占有率高,在国内广电行业内拥有较好的市场基础和客户资源,已与国内多家省级、地方的956家广电运营商保持着良好的合作关系,信任度强。公司搭建的云计算、大数据、前端及应用商店平台开始与广电合作运营,除提供基础视频服务外,还包括信息服务(含商用、集团客户、社区商圈等)、WiFi热点、云广告业务与第三方服务引入),公司希望于重庆、合肥、秦皇岛、赣州等地广电互联网本地服务合作运营取得经验,并后续于其他广电网络公司予以推广。

④品牌优势

公司服务产品涵盖有线、卫星、地面、IPTV、互联网智能OTT、智能网络接入等,客户包括广电、电信、电商渠道、互联网品牌及海外全球市场,服务用户的品种全,覆盖的客户资源广。“创维”是国内知名品牌,在国内广电运营商市场、国内智能终端市场、出口海外销量均为国内第一,是国内同行业的龙头企业,有较好的口碑及品牌知名度。

(二)、公司未来发展的展望

(1)、行业竞争格局及发展趋势

1)国内市场

国内互联网OTT零售品牌市场2015年需求预计1,000万台以上,2015年的竞争格局及有效市场需求的实现,逐渐向能给用户带来体验惊喜、用户黏性强、硬件与应用软件能不断迭代升级,拥有云平台及相关应用服务能力的品牌商倾斜。互联网OTT零售品牌市场逐步向拥有智能家居整体解决,具备大数据分析、运营与服务能力以及具备一定市场合作规模优势的品牌商转移。

基于格兰研究数据统计,目前,国内广电全国用户总数为22,400万户,而其中已经数字化的用户为18,411万户。在已经数字化的用户中高清用户比例为22.94%。目前,国内广电网络公司均拥抱互联网,将互联网精神植入到传统电视的思维、布局与系统运营中。国内广电网络公司正在将传统家庭单一的“观众”变为有多体验需求的“用户”,将传统的“电视内容”变为新兴的“IP资源”,将“内容制作单位”变为“内容分发平台”;同时,基于可管、可控及播控的安全,与行业内专业、可信赖、具备市场与技术能力,可依赖的战略伙伴就内容平台和云服务平台实施建设、升级与拓展,除直播视频外,有局智慧城市、电子商务、游戏娱乐、本地消费等服务。为此,国内广电对数字电视终端盒子逐渐向具备互联、传输功能的智能交互需求转变,而目前国内广电全国用户总数81%左右的盒子不具备高清、智能、交互的功能,预计2015年有线数字电视智能终端将有3,100万台的需求。国内广电宽带智能接入产品(CM、ROC),2015年将至少发展300万户,整体智能盒子与宽带智能接入产品的需求以及运营的合作,将给行业及公司带来了新的机遇。

2015年国内三大电信运营商也分别加大对家庭市场的投资力度。中国电信在“悦Me”战略驱动下,与传统IPTV平行发展,规划全年将新增互联网OTT用户1,000万户;中国移动2015年“和家庭”终端战略发布,预计新增智能OTT 800万户;而中国联通的投资策略2015年预计至少新增互联网OTT用户300万户,也将给行业及公司带来了新的机会。

2014年12月30日,国家广电总局和财政部联合印发《关于实施中央广播电视节目无线数字化覆盖工程的通知》,明确2015年全国无线广播电视节下发射台要基本实现12套中央电视节目对广大农村的无线数字化覆盖,2015-2016年要继续补充无线覆盖建设并扩大覆盖面,2015年基于AVS地面国标的面向广大农村市场存量电视机用户的数字化服务电视盒子的需求将增强。

2)海外市场

据格兰研究全球统计数据,目前每年全球机顶盒的有效需求数量在2.3亿台左右。在海外市场,目前相关国家与地区刚开始产生标准清晰度的转换需求,数字化产品,尤其高清产品的市场需求空间仍很大。公司在市场占有率很高的印度、南非及拉美等地区目前基本是标清需求,而在欧洲、北美等高端智能、PVR、多功能及与接入网关等叠加的智能处理盒子市场需求很大。2015年法国卫星市场,德国T2市场,印度Cable整转,非洲T2市场,巴西ISDB-T、拉美政府项目等,以及国际一线运营商TTLP、Reliance、Citi、Canal+、Astro等都将产生较大的市场需求。同时,基于人民币的不升值,以及一带一路战略等的实施,都将给行业及公司带来显在的海外市场机会。

(2)、公司未来发展战略

随着宽带通信的发展,基于云计算、大数据的支撑,互联网的在线化、数据化以及物联网基于传感器、模块协议将真实的物体通过互联网联结、传输与通信,使互联网正改变着人类的生活、消费、政务、商业、物流、服务等方面。同时,提供及产生了许多新服务、新业态和新的商业及发展模式。互联网的信息与虚拟网络经济,使得终端不仅仅只具备硬件的功能,而且成为提供服务界面、数据来源、信息同传的重要智能端。

截至报告期期末公司合作品牌与自主品牌的双向、智能盒子达1,000万台,智能接入设备达300万部,公司目前具备数据传输、信息回馈的互联网智能盒子、互联网智能路由、互联智能网关、互联网智能接入设备等已具备了市场规模及竞争优势,基于其也已从一个单一的功效设备演变为智能化、连接互联网的智能设备。为此,给公司带来了新的经济业态与新的商业模式:布局公司强大的服务后台(云端),与智能终端进行交互、数据处理,实施精准的运营与服务。公司将方实自身的工业能力、服务能力、资本运作能力与国际化能力。在发展战略上,一方面继续进一步拓展智能终端的市场规模及市场占有率。内生性的智能终端是智能盒子、智能路由、智能网关、智能接入等设备;同时,外延式向智能开关、智能摄像、智能穿戴、智能医疗健康、智能安防、智能交通等智能家居方向拓展。另一方面,公司基于自身的云平台与大数据,合作伙伴(运营商、服务商)的系统云平台与大数据,公司控股股东创维集团智慧家庭的云平台与大数据,实现数据、用户共享,提供云端的强大精准运营与服务。公司未来在智慧城市、智慧社区、智慧家庭,围绕视频、教育、游戏、娱乐、健康、医疗、安全等方面将积极布局、拓展与有效运营。与广电网络公司的合作,除已经签约运营的重庆广播电视信息网络有限公司、合肥有线电视宽带网络有限公司、秦皇岛广电网络公司、江西省广电网络传输有限公司赣州市分公司之外,其他配置公司前端系统云平台在试行及洽谈合作协议的,也在积极推进中。

(3)、公司2015年度经营计划

1)夯实工业互联的能力,增强智能终端业务的领先优势,拓展新的市场机会。基于服务创新与边际规模,满足柔性需求,积极拓展国内运营商市场及自主品牌互联网智能端的规模与占有率;同时,进一步培育国际化的能力,增加国际化人才引进、理解、培育及选拔国际化文化及本地化运作,拓展国际化大型运营商的市场空间及零售品牌市场。整体,2015年公司收入规划稳健的增长。

2)拓展运营与服务的能力,规划将公司自身的云平台、运营商与服务商战略合作伙伴的云平台、控股股东创维集团智慧家庭的云平台实现合作与对接,实现大数据与用户服务的融合、共享,扩大、倍增有效的周、日活跃用户数。

3)借助资本市场平台,与公司战略匹配,在智慧城市、智能家居生态链上布局,规划寻找外延式拓展其他智能终端与轻资产运营及服务的机会,实现业务多元化,改变公司目前的市场结构与未来的盈利结构。

(4)公司未来发展战略可能面临的风险

1)政策风险

2014年6月,国家广电总局基于《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》[2011]181号文,禁止互联网电视盒预装未经审核的视频APP,要求互联网电视集成平台只能连接广电总局批准的互联网电视内容服务机构设立的合法内容服务平台,互联网电视集成平台不能与设立在公共互联网上的网站进行相互链接。基于公司互联网OTT盒子一致以来是与广电总局批准的集成播控牌照方及内容方合作,该禁令对报告期公司互联网OTT盒子销售没有产生影响。2015年或以后广电总局是否会对互联网OTT盒子推出新的其他监管政策,具有不确定性。公司一直以来按要求规范运作,也将继续秉持增强用户体验,提升用户黏性,提高服务品质来经营。

2)市场风险

随着新服务、新业态和新商业模式的不断推出,工业与服务的智慧互联已是发展大趋势,各大智能设备商、内容商、运营商等均在布局智能产品的云运营及新服务,未来市场上与互联网运营、服务相关的竞争格局将更为激烈。公司结合自身竞争优势,基于相关性,在积极研究市场与精准服务的同时,渐进式推进,注重质量、品质、投产比及风险控制,保证企业的良性。

3)财务风险

①信用风险

公司的信用风险主要来自客户信誉敞口等。公司管理层已制定适当的信用策略的政策,确保与中国信用保险、第三方金融机构的合作,并且基于内控系统不断监察这些信用风险的敞口。

公司持有的货币资金,主要存放于商业银行等金融机构,管理层认为这些商业银行具备较高信誉和资产状况,存在较低的信用风险。公司采取限额政策以规避对任何金融机构的信贷风险。

对于应收账款、其他应收款,公司设定相关政策以控制信用风险敞口。公司基于对客户的财务状况、从第三方获取担保的可能性、信用记录及其它因素,诸如目前市场状况等评估客户的信用资质并设置相应信用期。公司会定期对客户信用记录进行监控,对于信用记录不良的客户,公司采用书面催款、缩短信用期或取消信用期等方式,以确保公司整体信用风险的可控。

②外汇风险

公司承受的外汇风险主要与美元、港币、欧元、南非兰特有关,公司除境外子公司及国外采购和销售外,其他主要业务以人民币结算。公司将积极关注国际汇率变化,基于外汇风险预警系统,采取应对措施,有效防控外汇风险。

4、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

1)会计政策变更

财政部于2014年陆续颁布或修订了一系列企业会计准则,本公司已按要求于2014年7月1日执行新的该等企业会计准则,并按照新准则的衔接规定对比较财务报表进行调整。执行新准则对比较财务报表影响说明如下:

①财务报表列报准则变动对于合并财务报表的影响

a本公司根据修订后的《企业会计准则第30号—财务报表列报》,对外币报表折算差额予以调整,根据列报要求作为其他综合收益项目列报,并对年初数采用追溯调整法进行调整列报,追溯调整影响如下:

项目	2013年1月1日 调整前	2013年1月1日 调整后	2013年12月31日 调整前	2013年12月31日 调整后
外币报表折算差额	2,186.19	---	67,273.17	---
其他综合收益	---	2,186.19	---	67,273.17
合计	2,186.19	2,186.19	67,273.17	67,273.17

b本公司根据修订后的《企业会计准则第30号—财务报表列报》,根据列报要求将递延收益单独列报,并对年初数采用追溯调整法进行调整列报,追溯调整影响如下:

项目	2013年1月1日 调整前	2013年1月1日 调整后	2013年12月31日 调整前	2013年12月31日 调整后
递延收益	---	44,441,147.67	---	50,034,802.05
其他非流动负债	44,441,147.67	---	50,034,802.05	---
合计	44,441,147.67	44,441,147.67	50,034,802.05	50,034,802.05

②财务报表列报准则变动对于母公司报表的影响

本公司根据新修订的《长期股权投资准则》,将原成本法核算的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的权益性投资纳入可供出售金融资产核算,其中:在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具按照成本进行后续计量,其他权益工具按公允价值进行后续计量。上述会计政策变更追溯调整影响如下:

被投资单位	持股比例(%)	2013年1月1日归属于母公司股东权益	2013年12月31日 长期股权投资	2013年12月31日 可供出售金融资产	2013年12月31日 归属于母公司股东权益
遂宁市丰发现代农业融资担保有限公司	0.54	550,000.00	---	550,000.00	550,000.00
合计	0.54	550,000.00	---	550,000.00	550,000.00

2)会计估计变更

本报告期主要会计估计未变更。

(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

报告期内,由于公司实施重大资产重组,原华润锦华公司原有纺织业务及锦纶业务已经全部置出上市公司,深圳创维数字技术有限公司资产已经全部注入上市公司。2014年度新增合并单位NAMEC TECHNOLOGIES SADC(PTY) LTD,原因为:本公司全资子公司才智商店有限公司于2014年5月8日以51美元价格收购NAMEC TECHNOLOGIES SADC (PTY) LTD 51%股权。

(4)董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

□ 适用 √ 不适用

创维数字股份有限公司
董事长:杨东文
二〇一五年三月二十日

股票简称:创维数字　股票代码:000810　公告编号:2015-07

创维数字股份有限公司
第九届董事会第三次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整,对公告的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏负连带责任。

一、董事会会议召开情况

创维数字股份有限公司第九届董事会第三次会议于2015年3月18日在深圳南山创维大厦A座13楼新闻中心召开,会议通知于2015年3月11日以电子邮件形式发给各董事。会议应到董事9人,实到董事9人,会议由董事长杨东文先生主持。会议召集、召开符合《公司法》和《公司章程》的有关规定。

二、董事会会议审议情况

会议审议通过了如下议案:

1、会议以9票赞成,0票反对,0票弃权的表决结果,审议通过了《2014年度公司董事会工作报告》;本报告将提交公司2014年年度股东大会审议。

2、会议以9票赞成,0票反对,0票弃权的表决结果,审议通过了《公司2014年度利润分配及资本公积金转增股本预案》。

根据大华会计师事务所(特殊普通合伙)出具的审计报告,2014年本公司合并报表归属于母公司所有者的净利润386,862,597.43元,未分配利润为1,489,277,698.17元;母公司报表2014年12月31日资本公积为2,872,810,652.52元(其中:股本溢价的资本公积金为2,598,424,464.26元),未分配利润为81,534,343.19元。

2014年度利润分配预案为:以公司2014年12月31日总股本499,251,633股为基数,向全体股东每10股分配现金红利2.00元(含税),共计分配现金红利99,850,326.60元。以创维数字股份有限公司母公司资本公积金中股本溢价的资本公积金向全体股东每10股转增10股,共计转增499,251,633股,转增后公司总股本将增加至998,503,266股。

独立董事发表了独立意见。本分配预案将提交公司2014年年度股东大会审议。

3、会议以9票赞成,0票反对,0票弃权的表决结果,审议通过了《公司2014年年度报告全文》及《公司2014年年度报告摘要》。

《公司2014年年度报告全文》及《公司2014年年度报告摘要》的具体内容详见巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)的相关公告,《公司2014年年度报告摘要》同时刊登于《中国证券报》、《证券时报》。

本议案将提交公司2014年年度股东大会审议。

4、会议以4票赞成,0票反对,0票弃权,5票回避的表决结果,审议通过了《关于公司2015年日常关联交易预计情况的议案》。

会议同意2015年本公司向控股股东深圳创维-RGB电子有限公司及其全资子公司遂宁锦华纺织有限公司租赁办公场地及支付水电费,向关联方深圳市创维物业发展有限公司支付办公物业租赁的管理费;本公司全资子公司深圳创维数字有限公司向关联方创维集团财务有限公司支付理财管理费用,向控股股东深圳创维-RGB电子有限公司租赁办公场地及支付水电费以及提供技术服务,并向关联方创维平面显示科技(深圳)有限公司租赁厂房及支付水电费。《公司2015年日常关联交易预计情况的公告》详见《中国证券报》、《证券时报》及巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)的相关公告。

关联董事杨东文、施驰、刘小榕、张知、应一鸣回避表决。独立董事发表了独立意见。本议案将提交公司2014年年度股东大会审议。

5、会议以