

证券代码：835554

证券简称：艾洛维

主办券商：华林证券

江苏艾洛维显示科技股份有限公司

2015 年年度报告摘要

一、重要提示

- 1.1 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全国中小企业股份转让系统指定信息披露平台（www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc）的年度报告全文。
- 1.2 公司董事、监事、高级管理人员声明对年度报告内容的真实性、准确性、完整性不存在异议。
- 1.3 公司全体董事、监事出席了审议本次年度报告的董事会、监事会会议。
- 1.4 大信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准无保留意见。
- 1.5 公司联系方式：江苏省宜兴市经济技术开发区永安路创业园二期 C1 栋

董事会秘书或信息披露负责人	邢红霞
电话	0510-87825000
传真	0510-87825238
电子邮箱	info@inovel.com.cn
公司网址	http://www.inovel.com.cn
联系地址	江苏省宜兴市经济技术开发区永安路创业园二期 C1 栋
邮政编码	214200
公司指定信息披露平台的网址	http://www.neeq.com.cn/
公司年度报告备置地	公司证券部

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元

项目	2015年（末）	2014年（末）	本年（末）比上年（末）增减（%）
总资产	89,679,248.35	57,459,484.45	56.07%
归属于挂牌公司股东的净资产	65,395,136.70	15,056,063.85	334.34%

营业收入	52,405,374.00	40,881,605.20	28.19%
归属于挂牌公司股东的净利润	-1,948,927.15	-5,646,255.25	65.48%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-3,921,239.89	-6,011,500.00	34.77%
经营活动产生的现金流量净额	-13,362,765.61	-12,320,255.30	8.46%
加权平均净资产收益率 %	-4.84	-31.58	提升了26.7个百分点
基本每股收益（元/股）	-0.03	-0.09	提升了0.06元
稀释每股收益（元/股）	-0.03	-0.09	提升了0.06元
归属于挂牌公司股东的每股净资产	1.00	0.23	334.78%

2.2 股本结构表

股份性质		期初		本期变动	期末	
		数量	比例		数量	比例
无限售条件股份	1、控股股东，实际控制人	26,250,000	52.50%	-26,250,000	-	-
	2、董事监事及高级管理人员	4,250,000	8.50%	-4,250,000	-	-
	3、核心员工	-	-	-	-	-
	4、其他	19,500,000	39.00%	-19,500,000	-	-
	5、无限售股份总数	50,000,000	100.00%	-50,000,000	-	-
有限售条件股份	1、控股股东，实际控制人	-	-	22,312,500	22,312,500	34.27%
	2、董事监事及高级管理人员	-	-	910,000	910,000	1.40%
	3、核心员工	-	-	-	-	-
	4、其他	-	-	41,877,500	41,877,500	64.33%
	5、有限售股份总数	-	-	65,100,000	65,100,000	100.00%
总股本		50,000,000	-	-	65,100,000	-
普通股股东人数			8	9		17

注：公司于2015年9月22日成立为股份有限公司，期初无限售条件股份为有限公司阶段

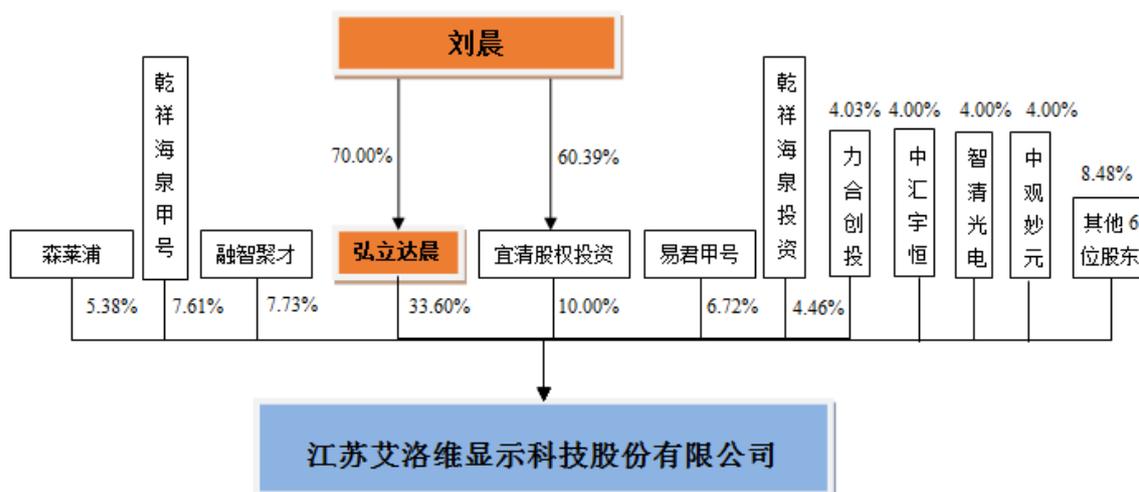
股份情况。

2.3 前10名股东持股情况

序号	股东名称	期初持股数	持股变动	期末持股数	期末持股比例	期末持有有限售股份数	期末持有无限售股份数
1	北京弘立达晨科技有限公司	25,000,000	-3,125,000	21,875,000	33.60%	21,875,000	0
2	无锡宜清股权投资管理合伙企业（有限合伙）	0	6,510,000	6,510,000	10.00%	6,510,000	0
3	无锡融智聚才投资企业（有限合伙）	0	5,031,200	5,031,200	7.73%	5,031,200	0
4	北京乾祥海泉甲号股权投资中心	0	4,952,200	4,952,200	7.61%	4,952,200	0

	(有限合伙)						
5	无锡易君甲号股权投资中心(有限合伙)	0	4,375,000	4,375,000	6.72%	4,375,000	0
6	江苏森莱浦光电科技有限公司	4,000,000	-500,000	3,500,000	5.38%	3,500,000	0
7	北京乾祥海泉投资管理有限公司	6,000,000	-3,098,100	2,901,900	4.46%	2,901,900	0
8	无锡力合创业投资有限公司	3,000,000	-375,000	2,625,000	4.03%	2,625,000	0
9	北京中汇宇恒投资管理中心(有限合伙)	0	2,604,000	2,604,000	4.00%	2,604,000	0
9	深圳智清光电投资中心(有限合伙)	0	2,604,000	2,604,000	4.00%	2,604,000	0
9	北京中观妙元投资管理中心(有限合伙)	0	2,604,000	2,604,000	4.00%	2,604,000	0
合计	-	3,800,000	21,582,300	59,582,300	91.52%	59,582,300	0

2.4 公司与控股股东、实际控制人产权及控制关系的方框图



三、管理层讨论与分析

3.1 经营分析

3.1.1 商业模式

公司立足于江苏，借鉴和依托国内外先进技术、设备及管理优势，为客户提供视觉显示系统研发、生产与服务的系统解决方案，并逐步开拓全国市场。公司采取的销售模式有标准订单销售和项目订单销售，并大力发展无屏电视的电商渠道销售，在天猫、京东、苏宁易购和国美在线等知名电商平台均开设了官方旗舰店。公司把质量视为公司生存和发展的基础，制定了完善的项目质量管理流程和标准，从项目开发伊始到产品上线后，技术部门和产品部门均通过完善流程对产品的质量进行监督和监控。公司的终端客户主要分为两类，无屏电视主要面向普通的个人消费者，投影机和系统集成服务的主要受众为学校、政府和公司等机构。

年度内变化统计：

事项	是或否
----	-----

所处行业是否发生变化	否
主营业务是否发生变化	否
主要产品或服务是否发生变化	否
客户类型是否发生变化	否
关键资源是否发生变化	否
销售渠道是否发生变化	否
收入来源是否发生变化	否
商业模式是否发生变化	否

3.1.2 报告期内经营情况回顾

1、基本经营情况

2015年，公司以上市公司规范性要求，逐步建立健全管理制度，加强内部控制，在全体员工团结拼搏、积极开拓、勤奋努力下，报告期内，公司实现营业收入5240.54万元，同比增长28.19%；总资产8967.93万元，同比增长56.07%；所有者权益合计6539.51万元；净利润-194.89万元，同比减少亏损369.74万元。

2015年，公司的战略重点在于一方面完善内部控制制度，走向资本市场，另一方面推出以效益为核心，丰富产品线，持续品牌建设。从实施结果看，公司未实现盈利，但做到了在“新三板”成功挂牌，并推出了便携、客厅、激光等全系列无屏电视产品，并将产品销售全国化，“艾洛维”品牌具备了一定的知名度和美誉度。公司顺利通过了高新技术企业认定复审，申请了“江苏省重点研发计划”、无锡市科技成果转化贷款贴息项目”等项目，并新申请了10项发明专利、10项实用新型专利、2项外观专利及3项软件著作权。

报告期内，公司借股份制改制和“新三板”挂牌契机，完善了企业内部控制制度，加强内部规范化管理；团队建设方面，补充了管理岗位，加强了关键岗位，注入了新鲜血液，实施了员工持股计划；报告期内，公司以品牌推广和销售促进为重点进行品牌建设，开拓了线下销售、电商平台销售和ODM模式，公司全系列产品线布局已经形成。

2、公司经营中存在的主要困难

(1) 生产经营方面存在部分原材料供货不及时造成生产不均衡的情况；部分产品返修率较高。

(2) 产品线规划方面存在个别产品规划与量产进度较计划推迟，造成与几大家电厂商合作未达到预期。

(3) 人才缺口对公司影响较大。

(4) 招商的团队建设没有跟上发展的需要。

(5) 虽然公司目前的智能无屏电视产品是在对市场需求进行充分调研基础上结合行业经验研发的，但前瞻性技术研发以及行业发展趋势的不确定性仍然可能导致公司前瞻性技术创新偏离行业发展趋势，研发出的新技术、新产品不能巩固和加强已有的竞争优势，公众对无屏电视的认知接受度提高还需要一段过程。

3、公司主营业务及经营情况

主营业务收入及主营业务成本构成情况（单位：元）

项目类别	2015年度		2014年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)

商品销售	24,332,639.52	47.00%	12,458,511.66	30.67%
其中：无屏电视	15,851,240.72	31.00%	3,804,089.74	93.60%
投影机	8,481,398.80	16.00%	8,654,421.92	21.30%
项目安装	27,159,884.23	53.00%	28,168,435.91	69.33%
其中：系统集成	27,159,884.23	53.00%	28,168,435.91	69.33%
合计	51,492,523.75	100.00%	40,626,947.57	100.00%

主营业务成本构成情况如下：

项目类别	2015 年度		2014 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
商品销售	18,689,069.65	49.00%	9,969,437.86	29.85%
其中：无屏电视	11,071,433.69	29.00%	2,588,747.47	7.75%
投影机	7,617,635.96	20.00%	7,380,690.39	22.10%
项目安装	20,091,153.29	52.00%	23,428,989.57	70.15%
其中：系统集成	20,091,153.29	52.00%	23,428,989.57	70.15%
合计	38,780,222.94	100.00%	33,398,427.43	100.00%

期间费用情况及变动原因分析

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	52,405,374.00	40,881,605.20
销售费用	8,136,040.63	5,098,461.96
管理费用	7,294,833.51	6,373,816.40
财务费用	752,005.33	1,363,775.93
期间费用合计	16,182,879.47	12,836,054.29
销售费用与营业收入占比	15.53%	12.47%
管理费用与营业收入占比	13.92%	15.59%
财务费用与营业收入占比	1.43%	3.34%
期间费用与营业收入占比	30.88%	31.40%

报告期内公司营业收入增长了 28.19%，营业成本增加了 18.44%，原因在于 2015 年家用无屏电视的量产使得产品综合毛利有了提升；期间费用除财务费用外，销售费用上升幅度远高于收入增长幅度，原因在于公司加强市场推广和经销代理队伍建设所致；管理费用增幅只有销售收入增幅的一半，原因在于在公司员工增加 20 人以及销售扩大的背景下，公司通过加强内部控制，完善内部管理制度，有效控制支出所致；公司在报告期内还收到了 150 万元“新三板”挂牌补贴，使得营业外收入增幅超过了 4 倍。

3.1.3 外部环境的分析

2015 年，一方面受宏观经济和行业特点的影响，家电市场增长乏力；另一方面因智能化演进，客厅这一入口的吸引力持续飙升，更多品牌进入抢夺市场份额。在这样的局面下，2015 年的中国智能电视市场充满明争暗斗：新品牌涌入、老品牌转型、国外品牌衰退；从上游到下游的价格战烽烟未灭，拼生态的战火已起；技术之争无止境，各类尖端技术相继涌现。

2016 年仍然是我国彩电行业继续深化产品结构调整和产业转型升级的关键年，市场增长的机会将主要集中在技术升级、线上市场和农村市场的增长。同时智能电视偏低的保有量加上巨大的更新需求，为智能电视的普及提供了条件。同时，考虑到我国经济增长放缓、房地产增速低迷等不确定因素的存在，未来我国彩电内销市场前景不容

乐观。

早在 2012 年，苹果 CEO Tim Cook 就提出了将电视机与内容供应商结合的想法，之后一众厂商纷纷加入该领域，小米盒子、小米电视、乐视 tv 等产品层出不穷。但上述产品只是互联网企业在传统电视和智能系统结合的方面进行了创新，本质上还是电视，无法摆脱电视画面尺寸的束缚。

如今的电视不仅用于收看电视节目，同时又可以是家用计算机、电子游戏机并可以预制录像带。人们不仅利用获取消息，而且可以通过卫星和电视进行遥感式诊病，使用家用电视控制家里的电器，进行电视报警、购物、记录、学习等等。此外，立体声电视、超大屏幕电视、高清晰度电视、激光视盘、家庭数据库等也不断地发展起来。也就是说，现代电视已经从一种公共媒介的收看工具，变成了包含众多信息系统的家庭视频系统中中心。

前景咨询的数据表明，2012 年到 2014 年间，投影行业的增长率从 2009 年到 2011 年的高速期的 30%以上下降到目前的 10%以下。且近三年来增速呈现相对稳定、略有下降的状态，每年都能保持 1 成左右的增量。业内预计，行业增速虽略有下降，但基本稳定的状态至少能保持四五年的时间。到 2020 年，投影产品全国销量突破 320 万台、甚至 400 万台并非不可预期。

随着涉足投影市场的品牌越来越多，投影市场竞争越来越激烈。一般来讲，大多家庭用户选择投影机的主要目的是打造家庭影院，对投影机的价格敏感度较低，因此家用市场成为了各家厂商利润争夺的重中之重。

受此影响，众投影厂商开始纷纷加大对家用投影机市场的投入，同时转变策略，将目光瞄准了客厅影院的布局。由于家用市场特殊性，家用投影机市场是投影最新技术检验的最前线。家用市场投影机最强劲的竞争对手正是电视机，尤其随着平板电视大尺寸推进，所占用的空间越来越大，安装起来也更加的繁琐，而家用投影机轻松可投射大画面，对消费者有着极大的吸引力。

涉足家用投影机的国内外品牌不断增加，国外品牌中 Sony、NEC 主要占据高端市场，爱普生、奥图码、丽讯、富可视等占据中高端市场；国内家用投影品牌主要有光峰光电、极米科技、艾洛维等。

作为一种颠覆传统的创新产品，无屏电视正受到人们越来越多的关注。其本质上是定位于家用领域的投影机，因其采用投影技术，没有传统意义的显示屏，而其目的又是取代电视所以又被称为无屏电视。人们对于大屏画面的追求不断升级使其成为了构建家庭影院系统时除了传统电视机的另外一种选择。

可以预期，未来 2-3 年的无屏电视市场会向着中高端化发展，超高分辨率超短焦激光光源无屏电视将会成为市场的主流，尤其是可以解决安装、布线问题的反射式投影，将成为家用投影产品的主流。随着大屏画面的深入人心以及液晶面板在尺寸超过 80 寸之后成本成几何级增长，无屏电视的性价比将体现出来，其凭借着轻松投射大画面优势，或将成为越来越多的人关注及选择，与电视机争夺客厅影院市场，另外，使价格走向亲民化，将令无屏电视相对于传统电视更具优势。

3.1.4 竞争优势分析

一、竞争优势

(1) 细分市场先发的优势

从 2014 年开始，公司将业务发展重点转移至无屏电视。作为投影行业的细分市场，无屏电视具有较为良好的市场前景，随着国民生活水平的不断提高，家用电视机不断向大尺寸、高清晰方向发展，无屏电视将迎来广阔的市场空间。作为无屏电视行业的先驱

者，公司凭借较强的研发能力和技术水平自行开发出较为领先的自有核心技术和软件产品，积累了大量的忠实客户和行业经验，在上述细分市场上已处于国内领先地位，树立了较高的行业壁垒，有利于维持和加强公司在上述市场的行业地位。

(2) 研发与技术优势

公司经过多年发展，已建立了完善的研发体系和稳定的研发团队，能够对下游市场需求做出及时迅速的反应，并能把握无屏电视技术变化趋势，不断开发具有更高性能的新产品，保证了公司在研发领域的领先优势。

公司是具有自主知识产权的新视觉解决方案提供商，拥有较强的研发能力和技术水平，共拥有 5 项软件著作权、24 项专利技术。公司于 2011 年获得“江苏省民营科技企业”称号，2012 年获得宜兴市科学技术进步二等奖。公司 2012 年被评为国家级高新技术企业，并于 2015 年 8 月 24 日通过复审。公司的超短焦自由曲面反射式投影成像系统项目所涉及的多项技术属于国内首创，在国际上也领先于国外同类产品。该技术可以使投影机在不到 50 厘米的距离投射出 80 英寸的影像，同时，光线由镜头折射后投射到自由曲面反射镜上，自由曲面反射镜将镜头投射进来的光线按不同的角度反射出去，依据自由曲面反射镜来做梯形校正，使投射在屏幕上影像的扭曲和畸变程度大幅度减轻，并且影像在亮度、聚焦、形状以及色散均匀性上均有优秀表现。

(3) 人才优势

公司坚持以人为本理念，对人才梯队建设、员工培训成长、员工薪酬激励、公司文化熏陶等进行中长期规划，形成了适应自身发展需要的人才开发管理机制，培养出一批理念一致、稳定诚信、爱岗敬业、专业精湛的经营管理团队和人才队伍。

公司拥有稳定的高管团队和研发团队，核心团队成员和技术骨干均持有公司股份。公司共有研发人员 10 人，均具有多年投影行业的研发经验，并形成了共同核心价值观和企业文化认同，是公司未来持续创新和发展壮大的中坚力量。

(4) 质量控制优势

公司十分重视产品质量管理，建立了较为完善的质量管理体系，设立和健全了体系管理和质量检验部门，按照体系管理的要求策划、制订和实施质量方针和质量目标；配备了先进的检测分析手段，对来料、过程和产品进行全过程的质量检验和监控。公司产品已通过了 ISO9001:2008 质量管理体系认证。

(5) 投影产业链优势

投影产业是宜兴市在经济转型中重点规划发展的一个新兴产业，宜兴市政府从 2010 年起开始引进全国投影产业的领军型人才以及整合国内外的科研开发机构，计划用 6 年的时间把产业园打造成为全球规模最大的投影光源和高清投影机研发与生产基地。在宜兴市经济开发区已建立成熟的投影光电产业园，该产业园将逐步打造成为全球规模最大的投影光源和高清投影机研发与生产基地。目前在该产业园区已落户了大量投影产业相关企业，公司是投影产业园核心企业之一。产业园中投影产业各企业已形成了完整的产、学、研一条龙配套生产、销售及服务，为投影电视产业发展奠定了良好的基础。

二、竞争劣势

(1) 资金实力有限

公司所处行业特性决定了公司资产中固定资产比例较低，通过固定资产抵押等途径获取银行贷款难度较大。融资渠道单一使得公司业务扩张存在较大的资金压力，公司目前正处于快速发展的重要阶段，研发投入资金来源于公司自有资金和银行贷款，在较大程度上影响了公司的研发费用投入，进而影响了公司规模的扩大和核心竞争力的提高，无法完全满足公司快速成长的资金投入需求。为扩大公司市场份额，提升竞争力，公司

急需拓宽现有融资渠道，提高自身资本实力，满足未来发展的要求。

(2) 规模较小、品牌知名度尚需提高

公司成立时间较短，相对于传统的知名电视行业企业来说，公司的知名度不高。公司为加强扩大公司知名度和影响力的宣传工作，在 CCTV1 和 CCTV5 黄金时段投放广告，在全国性的专业报刊、杂志上刊登广告、开办相关栏目。品牌知名度的不足导致了对于优秀人才的吸引力不足，虽然已建立了稳定的管理团队和研发团队，但对新的高端研发人才、经营管理人才和营销人才等吸引力仍显不足，从而限制公司研发水平和经营管理水平的进一步提升。

3.1.5 持续经营评价

报告期内，公司业务、资产、人员、财务等完全独立，具有良好的独立自主经营能力。会计核算、财务管理、风险控制等各项重大内部控制体系运行良好，主要财务、业务等经营指标健康，经营管理层、核心业务人员队伍稳定。报告期内未发生对持续经营能力有重大不利影响的事项，不存在影响持续经营能力的重大不利风险。

作为无屏电视行业的先驱者，公司凭借着技术较强的研发能力和技术水平获得了大量忠实的消费者，市场认知度逐年上升。随着家用电视机不断向大屏方向发展受限以及消费者对于无屏电视认可度的提升，无屏电视将迎来广阔的市场空间。可以预期未来公司在发展战略进一步推进的情况下，业绩会迎来明显的增长。

3.2 未来展望

3.2.1 行业发展趋势

2015 年中国进入家庭互联网时代，电视的大屏魅力把用户和厂商重新拉回客厅，据奥维云网(AVC)用户舆情数据显示：2015 年 12 月电视每天的平均观看时长为 5 个小时，较 14 年 12 月增加 1.5 个小时；电视的开机率达 62%，较 14 年 12 月增长 11 个百分点。2015 年电视硬件的投入新增 9 个品牌；电视企业在 TOP3 卫视的广告投入同比增长 50% 以上；电视内容孕育万亿级市场，花千骨 IP 价值超 20 亿。2016 年电视的价值将继续发酵，客厅经济成为彩电行业趋之若鹜的存在。

奥维云网(AVC)分析认为，众屏时代下众多的品牌和规则改变了现有的彩电行业版图，彩电品牌的边界逐渐模糊化，传统品牌的领地被入侵，越来越多非传统意义的品牌进入行业，用户的需求向多元化发展，消费者对电视产品的需求，从观看上升到切换快，够清晰，立体声，可升级诸如此类的高级需求，并延伸出对产品意象的心理满足，包括个性化，高端等。消费者更加注重风格差异和精神享受，这其实是一种追求象征价值的“符号消费”；同时也越来越重视对话功能——即通过产品的交互设计，实现与产品情感上的沟通与交流。未来，精品化产品将成为大势所趋，首先是未来的产品一定是企业整合自身优势资源，包括人力物力精力，集中打造，这样的产品一定是精美，精湛和极致的。

以公司为代表的部分厂商率先提出“无屏电视”这一颠覆性的概念，既是对投影机技术的创新应用，也是一次对细分市场的重新定位。作为一种颠覆传统的创新产品，无屏电视正受到人们越来越多的关注。其本质上是定位于家用领域的投影机，因其采用投影技术，没有传统意义的显示屏，而其目的又是取代电视所以又被称为无屏电视。人们对于大屏画面的追求不断升级使其成为了构建家庭影院系统时除了传统电视机的另外一种选择。作为投影行业的细分市场，无屏电视具有较为良好的市场前景，随着国民生活水平的不断提高，家用电视机不断向大尺寸、高清晰方向发展，无屏电视将迎来广阔

的市场空间。

3.2.2 公司发展战略

公司的定位是创新视觉显示方案提供商。目前在无屏电视这个细分品类，公司已经确立了技术领先优势和市场先发优势，成为无屏电视品类的领导品牌，保持并巩固在投影显示领域的技术领先性和市场领先性。长期发展目标是实现全息立体成像和虚拟显示技术的规模化应用，在显示领域不断创新，成为视觉显示解决方案的领导者，打造百亿级的企业集团。

为了实现公司的发展目标，在市场规划方面，公司会坚持线上与线下并重，硬件与内容结合，品牌与代工互补，逐步走向国际市场的策略。随着公司产品的批量生产，在工艺稳定性和产品品质管理方面都已经逐渐成熟。公司计划从 2016 年开始进军海外市场，今年主要是进行市场调研并寻找海外的合作伙伴，2017 年开始通过代理商逐步进入美国和欧洲市场。目标是通过三年的努力，到 2020 年使国际市场的销售收入占到公司的 30%以上。同时，海外市场的开拓反过来也会进一步促进国内市场的拓展，增加品牌的美誉度。

在产品规划方面，公司的研发体系将聚焦三个方向的产品开发。

一是在针对现有的无屏电视产品来提高性能表现，包括不断提高无屏电视的亮度和色彩表现力；进一步缩小产品体积和投射比，使得在更短的距离可以得到更大的显示画面；提高显示分辨率，争取率先发布 4K 分辨率的产品。

二是开发固态光源产品，包括激光光源和 LED 光源。激光光源由于其单色性好、方向性强、光亮度高，是非常理想的投影光源。但目前阶段只有红光和蓝光激光器比较成熟，绿光激光器还不成熟，而且成本非常高昂，所以普及还需要一段比较长的时间。LED 作为光源具有寿命长、成本低、色彩鲜艳的优点，但由于 LED 是面光源而非点光源，目前发光效率还不够高，应用于投影机来说亮度比较低。但随着技术的不断进步，固态光源取代气体光源已经公认为是发展的趋势，所以我们将积极开发采用固态光源的无屏电视，更好的满足用户对于产品使用寿命和显示效果的追求。

三是进行全息立体成像和虚拟现实显示技术的研究与开发。我们认为未来的世界会是彻底无屏显示的世界，任何实体的显示设备，包括液晶电视、等离子电视、OLED 等等，都不是终极的显示设备，最自然的显示介质就是空气本身，而只有投影技术能够实现在空气中的全息立体成像。目前在商用领域全息立体成像已经得到了很多的应用，例如演唱会，春晚等舞台上的演出特效，以及博物馆、科技馆里面的特种显示设备。公司也已经掌握了这种利用高亮度工程投影机配合半透半反膜实现全息立体成像的技术，下一步在研究如何降低它的技术门槛和使用成本，使之能够大规模进入消费电子市场，成为人人都能负担得起的家用显示解决方案。

3.2.3 经营计划或目标

1、提升品质管理，向品管要效益，建设供应商考核体系，拓宽采购渠道，力争生产成本降低；

2、不断推出新产品以丰富产品线；重视激光产品在家庭、教育、工程领域中的规模应用；尝试开展横向合作；

3、继续推动研发工作，对新型光源产品等加大投入，并加强对外合作，共享或交流研发成果，新申请各类知识产权数量不少于 2015 年；

4、拓展经销商队伍，并重点扶持 50 家以上经销商；

5、品牌建设重视基础市场工作开拓，加强终端建设，配合经销商打造 50 家形象店，

强化网络、社交媒体、自媒体传播，提升聚焦大事件能力；

6、加强财务管理工作信息化建设，拟进行 ERP 项目论证并实施；

7、加强团队建设，组建深圳研发中心，加强北京分公司队伍配置，完善全员绩效考核机制，继续分批实施员工持股计划。

该经营计划并不构成对投资者的业绩承诺，提示投资者对此保持足够的风险意识，并且应当理解经营计划与业绩承诺之间的差异。

3.2.4 不确定性因素

要实现公司目标，一方面必须不断增加科研投入和生产设备等固定资产的投资，能否顺利通过资本市场募集资金或银行融资以满足经营所需资金，存在一定的不确定性；另一方面，各项新业务的开展需要招聘相应的高端人才，而能否物色到合适的人才，存在一定的不确定性。

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法未发生变更。

4.2 本年度内公司未发生重大会计差错需要进行更正的情况。

4.3 与上年度财务报告相比，财务报表合并范围无变化。

4.4 大信会计师事务所（特殊普通合伙）为公司出具了标准无保留意见的审计报告。

江苏艾洛维显示科技股份有限公司

2016 年 3 月 31 日