

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

## 2016 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](http://www.neeq.com.cn)或[www.neeq.cc](http://www.neeq.cc)）的年度报告全文。

1.2 公司董事、监事、高级管理人员保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性，承担个别及连带责任。

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 中天运会计师事务所（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	刘晨
电话	0510-87825000
传真	0510-87825238
电子邮箱	info@inovel.com.cn
公司网址	<a href="http://www.inovel.com.cn">http://www.inovel.com.cn</a>
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	214213
公司指定信息披露平台的网址	<a href="http://www.neeq.com.cn/">http://www.neeq.com.cn/</a>
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	2016年（末）	2015年（末）	增减比例
总资产	79,401,325.91	89,679,248.35	-11.46%

归属于挂牌公司股东的净资产	49,214,956.55	65,395,136.70	-24.74%
营业收入	54,200,746.63	52,405,374.00	3.43%
归属于挂牌公司股东的净利润	-16,205,241.53	-1,948,927.15	731.50%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-16,937,222.99	-3,921,239.89	331.94%
经营活动产生的现金流量净额	-16,569,103.23	-13,362,765.61	23.99%
加权平均净资产收益率%(依据归属于挂牌公司股东的净利润计算)	-28.22%	-4.84%	-483.33%
加权平均净资产收益率%(依据归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算)	-29.50%	-9.75%	-200.00%
基本每股收益(元/股)	-0.25	-0.03	-733.33%
稀释每股收益(元/股)	-0.25	-0.03	-733.33%
归属于挂牌公司股东的每股净资产	0.76	1	-24.00%

## 2.2 股本结构表

单位:股

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	无限售股份总数	0	0.00%	46,881,214	46,881,214	72.01%
	其中:控股股东、实际控制人	0	0.00%	6,491,041	6,491,041	9.97%
	董事、监事、高管	0	0.00%	227,500	227,500	0.35%
	核心员工	0	0.00%	0	0	0.00%
有限售条件股份	有限售股份总数	65,100,000	100.00%	-46,881,214	18,218,786	27.99%
	其中:控股股东、实际控制人	22,312,500	34.27%	-7,401,041	14,911,459	22.91%
	董事、监事、高管	910,000	1.40%	-227,500	682,500	1.05%
	核心员工	0	0.00%	0	0	0.00%
总股本		65,100,000	0	0	65,100,000	
普通股股东人数		24				

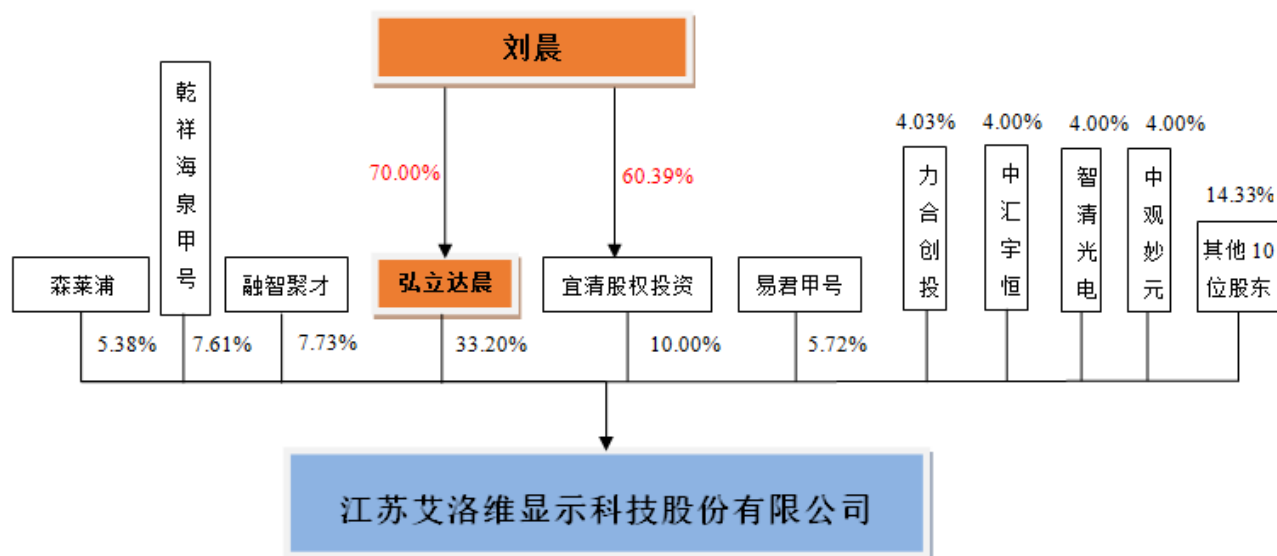
## 2.3 前10名股东持股情况表

单位:股

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量	期末持有无限售股份数量
1	北京弘立达晨科技有限公司	21,875,000	-910,000	20,965,000	32.20%	14,583,334	6,381,666

2	无锡宜清股权投资管理合伙企业(有限合伙)	6,510,000	0	6,510,000	10.00%	2,187,360	4,322,640
3	无锡融智聚才投资企业(有限合伙)	5,031,200	0	5,031,200	7.73%	0	5,031,200
4	北京乾祥海泉甲号股权投资中心(有限合伙)	4,952,200	0	4,952,200	7.61%	0	4,952,200
5	无锡易君甲号股权投资中心(有限合伙)	4,375,000	-651,000	3,724,000	5.72%	0	4,375,000
6	江苏森莱浦光电科技有限公司	3,500,000	0	3,500,000	5.38%	0	3,500,000
7	无锡力合创业投资有限公司	2,625,000	0	2,625,000	4.03%	0	2,625,000
8	北京中汇宇恒投资管理中心(有限合伙)	2,604,000	0	2,604,000	4.00%	0	2,604,000
9	深圳智清光电投资中心(有限合伙)	2,604,000	0	2,604,000	4.00%	0	2,604,000
10	北京中观妙元投资管理中心(有限合伙)	2,604,000	0	2,604,000	4.00%	0	2,604,000
合计		56,680,400	-1,561,000	55,119,400	84.67%	16,770,694	38,999,706

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，并大力发展激光电视和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，激光电视和无屏电视主要面向普通的个人消费者，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

报告期内，公司营业收入 5,420.07 万元，较上年同期增加 3.43%，营业成本 4,548.82 万元，较上年同期增加 14.86%，净利润为-1,620.52 万元，较去年同期增加净亏损 1,425.63 万元，经营性现金流量净额为-1,656.91 万元，较去年同期增加 320.63 万元。

报告期内，激光电视和无屏电视产生收入 3,249 万元，较上年同期大幅增加 105%。主要是公司将战略发展重心从商用产品、系统集成逐渐转入家用电视系列。公司的激光电视和无屏电视已经实现全系列产品布局，上升势头良好，报告期内公司有多款新产品实现量产，产品线更加丰富。公司激光电视的量产直接推动公司上半年家用产品的高增长。公司已经有激光电视、客厅无屏电视、便携智能微投等全系列产品，为公司下一步全面开拓市场，满足不同消费者需求提供了保障，在行业中占据了重要地位。2017 年 2 月，公司发布超高性价比激光电视 V7，整套售价¥29999，比其他品牌相同产品便宜一半，产品一发布便获得合作伙伴和用户的高度赞扬并取得良好销售业绩，同期发布旗舰级激光电视 V8S，主打高端消费群体，至此，公司的产品涵盖从 2399~49999 价位全系列 14 款产品，成为该领域产品线布局最全面的品牌。

报告期内公司电商平台销售增长迅猛，2016 年实现线上销售收入 1,466.58 万元，比上年同期增长了 7.21 倍。主要是京东 618 品质狂欢节期间，公司产品在京东平台上投影品类销售额排名第五，这是公司首次进入平台销售前五名。此外，公司与 CIBN 等内容生产厂家达成了战略合作，努力渗透内容资源；公司的生产效率自 5 月份以来有超过 50%的提升。

报告期内服务、销售渠道、关键客户与供应商、成本结构与收入模式均未发生重大变动。

##### 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。

(2) 产品开发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仍然存在，尤其是高层次技术人才和营销人才。

(4) 招商的团队建设没有跟上发展的需要。

(5) 激光电视和无屏电视作为新技术和新产品，消费者的认知接受度提高还需要一段过程，也需要持续的市场推广投入。

### 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	2016 年度		2015 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
商品销售	32,490,011.14	60.42%	24,332,639.52	47.00%
其中：无屏电视	32,490,011.14	60.42%	15,851,240.72	31.00%
投影机			8,481,398.80	16.00%
项目安装	21,280,252.53	39.58%	27,159,884.23	53.00%
其中：系统集成	21,280,252.53	39.58%	27,159,884.23	53.00%
合计	53,770,263.67	100.00%	51,492,523.75	100.00%

主营业务成本构成情况如下：

项目类别	2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比 (%)
商品销售	25,854,024.65	57.33%	18,689,069.65	29.85%
其中：无屏电视	25,854,024.65	57.33%	11,071,433.69	7.75%
投影机			7,617,635.96	22.10%
项目安装	19,244,278.67	42.67%	20,091,153.29	70.15%
其中：系统集成	19,244,278.67	42.67%	20,091,153.29	70.15%
合计	45,098,303.32	100.00%	38,780,222.94	100.00%

期间费用情况及变动原因分析：

项目	2016 年度	2015 年度
营业收入	54,200,746.63	52,405,374.00
销售费用	13,668,629.50	8,136,040.63
管理费用	9,810,130.30	7,294,833.51
财务费用	1,200,960.59	752,005.33
期间费用合计	24,679,720.39	16,182,879.47
销售费用与营业收入占比	25.22%	15.53%
管理费用与营业收入占比	18.10%	13.92%
财务费用与营业收入占比	2.22%	1.43%
期间费用与营业收入占比	45.54%	30.88%

期间费用情况及变动原因分析

报告期内公司营业收入较上期增长了 3.43%，营业成本较上期增加了 14.86%，本期毛利率有所降低，一是因为 2016 年新产品激光电视 V8 和 VH700 由于刚刚投放市场，未形成规模经济效益，单位成本较高。二是因为公司对线上营销日渐重视并与京东商城达成良好合作，为提升用户对激光电视的认知，试水高客单价产品的线上销售，主动降低激光电视的市场零售价，导致毛利偏低。虽然本期毛利偏低，但家用激光电视和无屏电视同期占销售收入比重从 31% 上升到了 60.42%；说明市场对激光电视和无屏电视的认知度逐年提高，未来随着公司技术的进一步成熟以及市场接受度的提升，公司激光电视和无屏电视销量将持续增长，毛利率也将随之提升。

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。

### 3.1.3 外部环境的分析

一、电视技术发展的规律催生新型显示技术的诞生。

1958 年，中国第一台电视机在天津诞生，从此，中国人的感官世界象是打开了潘多拉魔盒，从耳听（广播）为虚变为眼见（电视）为实。80 年代，黑白电视机开始在全国普及；90 年代，彩色电视机进入千家万户；2000 年代，液晶电视登堂入室；2016 年，艾洛维、LG、海信、SONY、长虹等将激光电视产品呈现在消费者的家里。

由上可以看到，中国电视技术每 10 到 15 年将发生一次技术革新，而每一次技术革新会给消费者带来全新的感官体验。目前电视技术将向三个技术方向分头发展：以 LG 为代表的 OLED 技术，以海信、艾洛维、长虹等为代表的激光显示技术，以三星为代表的 QLED 技术，LG 也同步在研发激光显示技术。

OLED 和 QLED 在形态上和传统液晶电视一样，属于直射光型，即光线直接照射到用户眼睛，长时间使用将带来眼睛疲劳与近视等状况发生，而激光电视是属于漫反射成像，即图像投射到墙上（或者屏幕）再反射到人眼，能有效降低眼睛疲劳、近视等现象发生。OLED 和 QLED 的产业也刚处于起步阶段，量产良品率和大尺寸化都未达到理想状态，据奥维云网数据统计：2016 年中国 85 英寸以上电视中激光电视的市场份额达 40%，2017 年将会更多的国内外品牌加入到这一新的技术革新中。

二、产业结构调整，国家政策支持新型显示技术的发展。

目前，由于经济增速放缓，我国钢铁、水泥、电解铝、平板玻璃等原材料工业存在严重产能过剩，进而导致我国工业整体增速进一步放缓，传统产业面临结构调整和转型升级的巨大压力。我国在 2016 年将持续进行经济结构转型政策，随着“一带一路”、“中国制造 2025”、“互联网+”行动计划等战略的加快推进，以及智能制造、小微企业扶持、技术改造等政策措施的不断推出与落实，我国工业增速逐步企稳，严峻形势将得到部分缓解，新一代信息技术、高端装备制造等新兴产业将成为经济增长新亮点。

早在 2011 年，国务院发布《工业转型升级规划（2011-2015 年）》，科技部发布《国家“十二五”科学和技术发展规划》中相继提出将大力发展新型激光显示技术的研发和产业化；

2012 年国务院：《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》工信部：《电子信息制造业“十二五”发展规划》中再次提出加快推进有机发光二极管、三维立体、激光显示等新一代显示技术研发和产业化。

2013 年国家发改委：《产业结构调整指导目录修正版》中提出鼓励发展：薄膜场效应晶体管 LCD、激光显示、有机发光二极管；

2014 年国家发改委、工信部：《2014-2016 年新型显示产业创新发展行动计划》提出开展激光光源性能提升、激光干涉噪音抑制、激光显示总体集成等核心技术攻关，实现激光显示的规模化应用；

2017 年发改委：《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》新型显示领域：激光显示列为新兴显示器件的重点发展方向之一。

液晶电视中 70% 的成本来自于液晶面板，液晶面板的核心技术基本掌握在日韩等外资企业手里，引进建设一条液晶面板生产线至少需要上百亿人民币的资金投入，而激光显示的 70% 以上核心技术由国内企业掌握，几千万人民币即可建成一条激光电视生产线，从核心技术掌握和投资规模来说，

国家大力支持激光显示技术的发展。

### 三、中国彩电市场状态

据奥维云网（AVC）数据统计，2016年中国彩电销售规模达5089万台，同比增长7.8%，屏幕大尺寸化和智能化是电视机的核心增长点，消费主流尺寸需求已经在55英寸之上甚至更大。中国也成了全球平均电视尺寸的领跑者，2017年中国彩电销售规模将达到5300万台以上，销售额将达到1600亿元人民币以上，大尺寸需求将持续发酵。

传统电视受生产工艺和成本因素限制，85英寸以上液晶电视每增加5英寸价格将成倍增加，100英寸的液晶电视售价高达50万元以上，价格因素严重阻碍了消费者对大尺寸、高质量电视的需求。而目前市售100英寸激光电视价格平均在2万~4万元之间，预期在未来2年内，100寸激光电视价格将控制在万元以内，仅为传统液晶电视的1/50，让千家万户家庭用上百寸电视将指日可待。

### 四、激光电视市场竞争状态

目前，激光电视领域的研发主要以国内企业为主，国内有海信，艾洛维，长虹，光峰光电，康佳，海尔等品牌，国外有LG，SONY，预期未来2~3年内，将有近20个国内外品牌推出激光电视产品，各大品牌的体验网络将触及到四五线城市及乡镇，同时，随着产业链的成熟与规模化生产，产品的成本将进一步降低，对激光电视的普及起到催化作用。

#### 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激光电视（之前称无屏电视）。作为显示行业的细分市场，激光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，激光电视将迎来广阔的市场空间。作为激光电视行业的先驱者，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，并能把握激光电视技术变化趋势，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、27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。公司研发实力行业领先，公司强大的研发团队将持续开发更具竞争力的产品。对于以后新产品、新技术的开发计划，主要有下面几个方面：

- ① 分辨率将从原先的 1080P 提升至 4K 甚至到 8K。
- ② 投射距离会越来越短。公司目前产品的投射比可以达到 0.24，而市场上只有少数国外品牌产品等同于该项指标，大多数产品均处于落后地位，公司以后会进一步开发投射比到 0.2 甚至更小的产品。
- ③ 新型光源使用。公司大力发展新型固体光源的使用，包括高功率 LED 光源、激光光源，届时将带来色彩色域以及画面的综合表现力方面的大幅提升。新型光源的使用寿命也从传统光源 3000 小时提升到 30000 小时以上。在 2016 年度推出多款新型光源产品，如 V8，VH700 激光电视，W1S 三色 LED 智能微投等。在 2017 年度，公司将有更多采用新技术的产品面市。
- ④ 智能系统上深度开发。公司目前拥有 Yunos、CIBN 和自主深度定制的 2 套电视操作系统，同时可以根据不同客户需求定制系统。
- ⑤ 公司的远期目标是发展立体全息投影技术，结合了全息投影技术的激光电视将使得用户在家中就能享受到身临其境的震撼视觉体验。

### （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 余人，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，在宜兴经济技术开发区内已建立成熟的投影光电产业园，计划用 10 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。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，在北京卫视，深圳卫视，中国教育电视台等电视栏目品牌植入，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。

作为激光电视和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激光电视和无屏电视认可度的提升，公司的发展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，并延伸出对产品形象的心理满足，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 2017 年开始进军海外市场，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 2016 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 中天运会计师事务所（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

2017年4月25日