第四节经营情况讨论与分析一、概述（一）、公司的报告期内发生的重大事项报告期内，公司紧紧围绕董事会确定的发展战略、经营目标，努力克服各种不利因素，在市场的激烈竞争中，加大市场开发力度，加强公司体系内企业的资源整合，协同管理，在管理层和全体职工的共同努力下，公司的发展战略继续稳步向前推进。1、2016年2月2日，中国证监会出具证监许可[2016]225号《关于核准索芙特股份有限公司非公开发行股票的批复》，核准发行人非公开发行不超过552,855,245股新股，用于购买天夏科技100%股权。2、2016年3月22日，公司本次非公开发行拟购买标的天夏科技100%股权的过户及相关工商变更登记手续办理完毕。2016年4月7日，公司非公开发行股票在深圳证券交易所上市流通，天夏科技正式成为公司的全资子公司3、2016年4月7日，公司召开的董事会七届二十三次会议和2016年4月25日召开的2016年第一次临时股东大会审议通过了《关于修改公司章程部分条款的议案》，会议决定将公司中文名称由“索芙特股份有限公司”变更为“天夏智慧城市科技股份有限公司”；2016年4月29日，公司完成了名称变更工商登记手续，并取得了梧州市工商行政管理局颁发的统一社会信用代码为91450400198229854U的营业执照。经公司申请，并经深圳证券交易所核准，自2016年5月3日起，公司证券简称由“索芙特”变更为“天夏智慧”。4、2016年5月19日，公司召开董事会第七届二十五次会议、监事会七届十八次会议和2016年6月17日召开的2015年年度股东大会审议通过了《关于公司董事会换届选举的议案》、《关于公司监事会换届选举的议案》。会议选举陈国民、梁国坚、夏建统、高友志、胡宝钢、贾国华、陈晓东、陈芳、管自力为第八届董事会董事，选举方巍、杨伟东为公司第八届监事会监事。5、2016年5月30日公司召开的董事会第七届二十六次会议和2016年6月17日召开的2015年年度股东大会审议通过了《天夏智慧城市科技股份有限公司关于出售公司部分子公司股权的议案》，公司与广州东盟长升商贸有限公司签订了《股权转让协议书》。协议约定公司以人民币总价6,482.0702万元向广州东盟出售公司部分子公司股权，包括：2,890.62万元出售广西红日娇吻洁肤用品有限公司75%股权，3,591.45万元出售梧州索芙特化妆品销售有限公司100%股权及其控股子公司陕西集琦康尔医药有限公司51%股权，1.00元出售广东传奇置业有限公司100%股权，1.00元出售索芙特香港贸易有限公司100%股权。6、2016年7月，天夏智慧与北京亦庄国际新兴产业投资中心（有限合伙、中军中科基金管理（北京）有限公司共同发起设立中科睿德信息技术股权投资基金，基金认缴出资总额人民币10亿元。首期出资额3亿元于2016年12月出资到位。7、2016年11月30日，公司召开的董事会第八届十次会议，审议通过了《关于<天夏智慧城市科技股份有限公司重大资产出售预案>及其摘要的议案》，拟通过公开挂牌的方式出售所持有的广州市天吻娇颜化妆品有限公司100%股权，目前该资产出售还在进展中，还需股东大会审议通过后方可实施。8、截止本报告期末，公司总资产56.91亿元，比期初数增加737.03%，归属于上市公司股东的净资产50.07亿元，比期初数增加778.05%；实现营业收入12.77亿元，同比增加186.41%；取得归属于上市公司股东的净利润3.23亿元，同比增加12841.17%，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润3.19亿元，较上年同期增加5180.34%。（二）目前公司两大业务情况现状1、传统的化妆品等业务A、公司曾凭借着差异化的营销理念在中国日化行业独树一帜，先后推出了十八个系列的近百种高性价比产品，从海藻减肥香皂到木瓜白肤洗面奶，从防脱育发香波到祛斑、减肥系列产品等。公司通过自身的努力在中国日化行业中逐步获得了较高声誉。公司良好的产品品质得到了广大消费者的认同，先后获得了“中国驰名商标”、“中国名牌”、“中国保护消费者权益315信用品牌”等一系列的荣誉。同时，传统业务也面临着诸多的不利因素，公司的化妆品企业面临较大的生存竞争压力。B、日化行业内市场竞争日趋激烈，化妆品行业是中国对外开放最早的产业之一，属于充分竞争行业，企业数量众多，市场竞争激烈，国际知名化妆品生产企业依托强势的品牌地位以及强大的资金实力，主要占据了我国一线城市的高端化妆品市场，我国前10大中高端化妆品品牌主要来自欧美、韩国、日本，而国内本土化妆品生产企业依托性价比优势及对国内消费者消费习惯的了解，主要在中低端化妆品领域参与市场竞争。但目前，这些大型外资品牌持续投入到中低端市场进行竞争；许多本土品牌也与各路资本合作，以更激进的营销方式争夺市场份额，使竞争更趋激烈。目前，国内化妆品生产企业家数众多，但市场份额不到20%。国内化妆品市场较为分散，集中度不高，超过1%份额的品牌已是市场上较为常见的品牌。国内品牌在高档化妆品领域很难与外资品牌相抗衡。由于市场竞争激烈、原材料价格与人力成本的持续上升以及公司一直采用“索芙特”单一品牌战略，使得公司近年来传统业务在市场竞争中一直未能取得大的发展和质的突破。公司近几年审计报告中可以看出，虽然加大了产品结构和营销模式的调整，但仍然没有改变近年来公司营业收入，毛利率和扣非后净利润总体下滑的趋势。2、智慧城市业务A、国家大力推动智慧城市建设，智慧城市产业发展处于战略机遇期在新型城镇化和信息化的力量推动下，2012年12月，住建部发布关于开展国家智慧城市试点工作的通知，并印发了《国家智慧城市试点暂行管理办法》和《国家智慧城市（区、镇）试点指标体系（试行）》两个文件，开始试点城市申报。2014年3月中共中央、国务院发布《国家新型城镇化规划（2014-2020年）》，明确“推进智慧城市建设”，将智慧城市纳入国家级战略规划，智慧城市得到国家层面的支持。随着政策红利的逐步释放，将会为行业发展注入更多的推动力。2014年8月29日，经国务院同意，发改委、工信部、科技部、公安部、财政部、国土部、住建部、交通部等八部委印发《关于促进智慧城市健康发展的指导意见》提出，到2020年，建成一批特色鲜明的智慧城市，聚集和辐射带动作用大幅增强，综合竞争优势明显提高，在保障和改善民生服务、创新社会管理、维护网络安全等方面取得显着成效；同时要求加快发展智慧城市产业，作为国家新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点，为智慧城市产业的有序健康发展提供了良好的外部环境。智慧城市作为城市创新发展的新理念和新模式，将新一代信息技术广泛融入到城市生产、生活、管理的各个方面，极大地提升了城市的生产效率、管理效能和服务水平，提高了人们的生活水平，实现人与城市的和谐发展，是我国新型城镇化发展的必然选择。B、智慧城市市场空间广阔，发展前景光明。智慧城市上升为国家战略，随着政策红利的进一步释放，智能城市产业规模将会迎来快速增长。智慧城市由概念规划期进入项目建设落地期。自2010年以来全国智慧城市投资额保持年均14.81%的复合增长率，预计未来十年智慧城市建设投资将超过万亿元。C、公司全资子公司天夏科技主营业务包括软件产品销售、系统集成建设与运营服务。借助于天夏科技自主研发的XGIS地理信息基础平台和信息共享平台的核心技术，完整的硬件设备制造、软件和信息服务、系统集成、项目建设、运营服务产业链，领先XGIS行业应用解决方案，成熟可复制的“1+N”的运营模式，知名的市场品牌和丰富的项目经验，领先推出的系统集成及总包业务模式，天夏科技的营业收入近年实现了快速成长。（三）公司未来的主要发展思路和方向鉴于上述公司两大业务的发展现状，为了实现公司经营业绩的快速、健康发展，公司未来主要的发展思路如下：1、逐步剥离原有传统业务，继续推动公司的战略转型。2、抓住中国智慧城市发展的战略机遇，大力巩固和发展智慧城市业务，以智慧城市建设、运营为主业，未来五年年内以智慧城市建设运营产业布局的战略发展方向，以投入后有产出的智慧商圈、、智慧旅游、智慧园区等城市解决方案为重点，目标成为中国智慧城市建设和运营领域的龙头上市企业。3、实施“走出去战略”，积极开拓印度、印度尼西亚、英国等国际市场的智慧城市业务，争取国内市场和国外市场齐驱并驾，协同发展。4、以智能城市产业为基础和依托，通过并购方式积极发展物联网、大数据和云平台等相关业务，构建产业协同的生态链，形成公司业绩的新增长点。二、主营业务分析1、概述参见“经营情况讨论与分析”中的“一、概述”相关内容。2、收入与成本（1）营业收入构成单位：元（2）占公司营业收入或营业利润10%以上的行业、产品或地区情况√适用□不适用公司是否需要遵守特殊行业的披露要求否单位：元公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据□适用√不适用（3）公司实物销售收入是否大于劳务收入□是√否（4）公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况√适用□不适用否公司全资子公司天夏科技与重庆市永川区天禾智慧商圈运营管理有限公司于2016年9月27日签署《永川区智慧商圈设计、建设目合同书》，天夏科技担任永川区智慧商圈设计、建设项目集成商。项目建设内容包括基础信息体系、智慧商业体系、智慧民生体系3大块，合同总价11.485亿元,具体内容详见公告。截至2016年12月31日，该项目实现营业收入700,416,722.22元，累计收款349,958,251.00元。（5）营业成本构成行业分类行业分类单位：元说明1、2015年度药品行业的员工薪酬在销售费用及管理费用中反映。2、智慧城市行业因2016年4月完成收购天夏科技，2015年度没有纳入合并报表。（6）报告期内合并范围是否发生变动√是□否1、合并范围增加1）、2016年2月2日，中国证监会出具证监许可[2016]225号《关于核准索芙特股份有限公司非公开发行股票的批复》，核准发行人非公开发行不超过552,855,245股新股，用于购买天夏科技100%股权。2016年3月22日，公司本次非公开发行拟购买标的天夏科技100%股权的过户及相关工商变更登记手续办理完毕。2016年4月7日，公司非公开发行股票在深圳证券交易所上市流通，天夏科技正式成为公司的全资子公司。本期合并报表范围中应增加杭州天夏科技集团有限公司所属于2016.04-2016.12利润表及现金流量表的发生数、合并涉及资产负债表等相关数据。2）、本公司境外全资子公司TeamaxHongKongLimited，境外全资孙公司TeamaxSmartIndustryIndiaPrivateLimited、TeamaxTechnologyLimited均已完成工商登记注册，还未办理银行开户等其他事项。2、合并范围减少1）、公司原持有的广州红日娇吻75%股权、梧州索化公司100%股权、陕西集琦51%股权、广东传奇100%股权、索芙特香港公司100%股权于2016年05月26日与广州东盟长升商贸有限公司签署出售资产的相关协议。截止本报告披露日，所涉及的资产产权已经全部过户，所涉及的债权债务已经全部转移。因此，合并范围应合并2016.01-2016.06利润表及现金流量等发生额，资产负债表所涉及内容不再合并。（7）公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况√适用□不适用（一）、公司的报告期内发生的重大事项1、2016年2月2日，中国证监会出具证监许可[2016]225号《关于核准索芙特股份有限公司非公开发行股票的批复》，核准发行人非公开发行不超过552,855,245股新股，用于购买天夏科技100%股权。2、2016年3月22日，公司本次非公开发行拟购买标的天夏科技100%股权的过户及相关工商变更登记手续办理完毕。2016年4月7日，公司非公开发行股票在深圳证券交易所上市流通，天夏科技正式成为公司的全资子公司3、2016年4月7日，公司召开的董事会七届二十三次会议和2016年4月25日召开的2016年第一次临时股东大会审议通过了《关于修改公司章程部分条款的议案》，会议决定将公司中文名称由“索芙特股份有限公司”变更为“天夏智慧城市科技股份有限公司”；2016年4月29日，公司完成了名称变更工商登记手续，并取得了梧州市工商行政管理局颁发的统一社会信用代码为91450400198229854U的营业执照。经公司申请，并经深圳证券交易所核准，自2016年5月3日起，公司证券简称由“索芙特”变更为“天夏智慧”。4、2016年5月19日，公司召开董事会第七届二十五次会议、监事会七届十八次会议和2016年6月17日召开的2015年年度股东大会审议通过了《关于公司董事会换届选举的议案》、《关于公司监事会换届选举的议案》。会议选举陈国民、梁国坚、夏建统、高友志、胡宝钢、贾国华、陈晓东、陈芳、管自力为第八届董事会董事，选举方巍、杨伟东为公司第八届监事会监事。5、2016年5月30日公司召开的董事会第七届二十六次会议和2016年6月17日召开的2015年年度股东大会审议通过了《天夏智慧城市科技股份有限公司关于出售公司部分子公司股权的议案》，公司与广州东盟长升商贸有限公司签订了《股权转让协议书》。协议约定公司以人民币总价6,482.0702万元向广州东盟出售公司部分子公司股权，包括：2,890.62万元出售广西红日娇吻洁肤用品有限公司75%股权，3,591.45万元出售梧州索芙特化妆品销售有限公司100%股权及其控股子公司陕西集琦康尔医药有限公司51%股权，1.00元出售广东传奇置业有限公司100%股权，1.00元出售索芙特香港贸易有限公司100%股权。6、2016年7月，天夏智慧与北京亦庄国际新兴产业投资中心（有限合伙、中军中科基金管理（北京）有限公司共同发起设立中科睿德信息技术股权投资基金，基金认缴出资总额人民币10亿元。首期出资额3亿元于2016年12月出资到位。7、2016年11月30日，公司召开的董事会第八届十次会议，审议通过了《关于<天夏智慧城市科技股份有限公司重大资产出售预案>及其摘要的议案》，拟通过公开挂牌的方式出售所持有的广州市天吻娇颜化妆品有限公司100%股权，目前该资产出售还在进展中，还需股东大会审议通过后方可实施。8、截止本报告期末，公司总资产56.91亿元，比期初数增加737.03%，归属于上市公司股东的净资产50.07亿元，比期初数增加778.05%；实现营业收入12.77亿元，同比增加186.41%；取得归属于上市公司股东的净利润3.23亿元，同比增加12841.17%，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润3.19亿元，较上年同期增加5180.34%。（二）目前公司两大业务发生重大变化和调整的有关情况1、传统业务方面根据公司董事会七届十八次会议（2015年7月21日召开）审议通过的《关于加快公司战略转型的规划纲要》、公司2015年年度报告、2016年半年度报告：公司拟通过稳步转型，逐步剥离原有传统化妆品和医药流通业务，着力拓展在智慧城市产业领域的业务，构建智慧城市产业平台，实现产业转型发展的战略。在上述行业背景下背景下，2016年5月26日，公司与广州东盟长升商贸有限公司（以下简称“广州东盟”）签订了《股权转让协议书》，以人民币总价6,482.0702万元向广州东盟出售了公司旗下五家公司股权;2016年11月15日，公司第八届董事会第十次会议审议通过了《关于<天夏智慧城市科技股份有限公司重大资产出售预案>及其摘要的议案》，公司通过南方联合产权交易中心公开挂牌的方式出售标的资产广州市天吻娇颜化妆品有限公司100%的股权。最终以3.43亿元拟出售给关联方广西索芙特集团有限公司。目前出售天吻娇颜的事项正在进行中，尚需在股东大会审议后方可实施，预计在5月底前能够完成所有出售的手续。综上、公司通过上述2次资产出售正逐步剥离原有的传统日用化妆品和医药商业流通业务。2、智慧城市业务经中国证监会核准，2016年4月，公司以非公开发行新股552,855,245股的方式的完成了收购天夏科技100%的股权。发行完成后，公司股本由287,989,200股增至840,844,445股。购买天夏科技使公司业务和资产结构发生重大变化，公司从日用化工传统制造行业转型升级到以计算机软件为核心的智慧城市行业。（8）主要销售客户和主要供应商情况公司主要销售客户情况公司前5大客户资料主要客户其他情况说明□适用√不适用公司主要供应商情况公司前5名供应商资料主要供应商其他情况说明□适用√不适用3、费用单位：元4、研发投入√适用□不适用报告期新增全资子公司杭州天夏科技集团有限公司，天夏科技一直以来高度重视研发创新工作，为产品的不断升级和创新提供强有力支撑。同时，公司时刻关注行业发展动向，不断追踪和吸收国内外最新技术，积极做好新产品的研发和技术储备工作，进一步丰富公司的产品类型。根据一惯性和谨慎性原则，公司研发费用全部计入当年费用，未进行资本化。公司研发投入情况研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显着变化的原因□适用√不适用研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明□适用√不适用5、现金流单位：元相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明√适用□不适用1、报告期经营活动产生的现金流量净额同比增加了2631.16%，主要原因是报告期销售商品收回的现金增多较大影响所致。2、报告期投资活动产生的现金流量净额同比增加了12795.33%，主要原因是报告期收购全资子公司天夏科技支付现金影响大所致。3、报告期筹资活动产生的现金流量净额同比增加了3517.16%，主要原因是报告期非公开发行股份用于收购天夏科技100%股权收到的现金金额巨大所致。报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明□适用√不适用三、非主营业务分析□适用√不适用四、资产及负债状况1、资产构成重大变动情况单位：元2、以公允价值计量的资产和负债□适用√不适用3、截至报告期末的资产权利受限情况截至报告期末，公司的资产权利没有受限的情形。五、投资状况1、总体情况√适用□不适用2、报告期内获取的重大的股权投资情况√适用□不适用单位：元制作：3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况□适用√不适用4、金融资产投资（1）证券投资情况□适用√不适用公司报告期不存在证券投资。（2）衍生品投资情况□适用√不适用公司报告期不存在衍生品投资。5、募集资金使用情况√适用□不适用（1）募集资金总体使用情况√适用□不适用单位：万元，用后募集资金净额拟用于购买杭州天夏科技集团有限公司100%股权。募集资金实际到账时间为2016年3月23日，以上募集资金已由瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）于2016年3月23日出具的瑞华验字（2016）第48030006号《索芙特股份有限公司验资报告》验证确认。（2）募集资金承诺项目情况√适用□不适用单位：万元（3）募集资金变更项目情况□适用√不适用公司报告期不存在募集资金变更项目情况。六、重大资产和股权出售1、出售重大资产情况□适用√不适用公司报告期未出售重大资产。2、出售重大股权情况√适用□不适用合伙）所持全部财产份额营战略做出的慎重决策，能有效实现公司资源的合理配置。短期看，将有助于改善公司的现金流，优化公司的财务结构。中长期看，资本循环利用又能为公司提供有力的资金支持及保障，帮助公司抓住机遇，在新的区域拓展优质项目资源，增强行业综合竞争力。上述转让财产份额事项是基于对公司当前和未来的实际情况和战略规划审慎分析研究而做出的决定，有利于公司的长久发展和股东利益的最大化。好协商广州东盟长升广西红日娇吻2016年05月306,482.07-562.18影响当期的损益金以评估否报告作无关联是关系已按计划实施2016年2016-0305月319七、主要控股参股公司分析√适用□不适用主要子公司及对公司净利润影响达10%以上的参股公司情况单位：元报告期内取得和处置子公司的情况√适用□不适用，，，主要控股参股公司情况说明八、公司控制的结构化主体情况□适用√不适用九、公司未来发展的展望（一）行业格局和趋势1、传统行业：近年来，国际著名化妆品牌冲击国内市场，本土化妆品企业面临较大的生存竞争压力。化妆品行业属于充分竞争行业，国际知名化妆品生产企业依托强势的品牌地位以及强大的资金实力，主要占据了我国一线城市的高端化妆品市场，而国内本土化妆品生产企业依托性价比优势及对国内消费者消费习惯的了解，主要在中低端化妆品领域参与市场竞争。目前，国内化妆品生产企业家数众多，但市场份额不到20%。国内化妆品市场较为分散，集中度不高，超过1%份额的品牌已是市场上较为常见的品牌。国内品牌在高档化妆品领域很难与外资品牌相抗衡。公司曾凭借着差异化的营销理念在中国日化行业独树一帜，先后推出了十八个系列的近百种高性价比产品，从海藻减肥香皂到木瓜白肤洗面奶，从防脱育发香波到祛斑、减肥系列产品等。公司通过自身的努力在中国日化行业中逐步获得了较高声誉。与此同时，公司良好的产品品质得到了广大消费者的认同，先后获得了“中国驰名商标”、“中国名牌”、“中国保护消费者权益315信用品牌”等一系列的荣誉。但由于市场竞争激烈、原材料价格与人力成本的持续上升以及公司一直采用“索芙特”单一品牌战略，使得公司面临较大的经营风险。因此，公司已经和正在资产出售原有传统日化资产，正逐步剥离原有的传统日用化妆品和医药商业流通业务。2、智慧城市产业：A、国家大力推动智慧城市建设，智慧城市产业发展处于战略机遇期在新型城镇化和信息化的力量推动下，2012年12月，住建部发布关于开展国家智慧城市试点工作的通知，并印发了《国家智慧城市试点暂行管理办法》和《国家智慧城市（区、镇）试点指标体系（试行）》两个文件，开始试点城市申报。2014年3月中共中央、国务院发布《国家新型城镇化规划（2014-2020年）》，明确“推进智慧城市建设”，将智慧城市纳入国家级战略规划，智慧城市得到国家层面的支持。随着政策红利的逐步释放，将会为行业发展注入更多的推动力。2014年8月29日，经国务院同意，发改委、工信部、科技部、公安部、财政部、国土部、住建部、交通部等八部委印发《关于促进智慧城市健康发展的指导意见》提出，到2020年，建成一批特色鲜明的智慧城市，聚集和辐射带动作用大幅增强，综合竞争优势明显提高，在保障和改善民生服务、创新社会管理、维护网络安全等方面取得显着成效；同时要求加快发展智慧城市产业，作为国家新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点，为智慧城市产业的有序健康发展提供了良好的外部环境。智慧城市作为城市创新发展的新理念和新模式，将新一代信息技术广泛融入到城市生产、生活、管理的各个方面，极大地提升了城市的生产效率、管理效能和服务水平，提高了人们的生活水平，实现人与城市的和谐发展，是我国新型城镇化发展的必然选择。2016年底，国务院印发的《“十三五”国家信息化规划》中提出了新型智慧城市的建设行动目标:要求到2018年，分级分类建设100个新型示范性智慧城市；到2020年，新型智慧城市建设取得显着成效。B、智慧城市市场空间广阔，发展前景光明，PPP模式成为智能城市建设的主要模式近年来，国家多部委发布了《国家新型城镇化规划（2014-2020）》《关于加快推进“互联网+政务服务”工作的指导意见》《关于促进智慧城市健康发展的指导意见》等多项政策文件，提出到2020年，我国将建成一批特色鲜明的智慧城市。政策的出台促进了我国智慧城市建设进入了一个新阶段，“智慧城市”和“信息惠民”等信息化手段成为推动新型城镇化建设的重要抓手，通过新技术提升城市的综合管理效率和水平并解决与民生相关的实际问题成为新的发展趋势，国家智慧城市建设与发展上升到国家战略层面。随着智慧城市建设的深入开展，政府自建自营的传统模式已经远不能满足发展需求，再加上地方政府负债高企，在《预算法实施条例》和《地方政府一般债务预算管理办法》（财预〔2016〕154号）文件等法律法规出台实施后，地方政府财政支出能力有限，资金之困成为阻碍智慧城市建设发展的一大难题。为此，财政部发布的《关于推广运用政府和社会资本合作模式有关问题的通知》文件精神指出，要尽快形成有利于促进政府和社会资本合作模式（PPP）发展的制度体系，以适应新形势下的发展需求。因此，PPP模式引起了从中央到地方、从政府到企业的高度关注，将市场机制引入智慧城市建设已经成为必然选择。2015年12月中旬，发改委公布了第二批PPP推介项目，总投资2.26万亿元，加上第一批次项目总投资已达到3.5万亿元。如果再加上财政部公布的两批次示范项目，PPP总投资额超过了4万亿元。C、“一带一路”战略正在搭建国际合作平台，为智慧城市产业发展拓展巨大的国际空间2013年，习近平主席提出共建“一带一路”战略构想，中国与沿线国家开展了一系列的务实合作。2015年发改委、外交部和商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》宣告“一带一路”进入了全面推进阶段。目前，中国正在积极推进‘一带一路’建设，成果丰硕。目前公司正在实施“走出去战略”，积极开拓印度、印度尼西亚、英国等国际市场的智慧城市业务，契合“一带一路”倡议，积极在一带一路背景下积极参与新型城镇化和绿色生态智慧城市建设是公司难得的发展机遇。（二）公司发展战略综观公司的现状，努力寻找新的业务领域、推动公司战略转型，已成为公司刻不容缓的头等大事。为了实现公司经营业绩的快速、健康发展，形成不同业务与行业之间的优势互补，公司通过调研分析认为智慧城市产业具备良好的外部发展环境与政策支持，且多为轻资产的知识密集型企业，具有巨大市场与强劲发展动力，具备未来快速成长前景。为此，公司拟通过收购兼并实现外延式发展，可望通过拓展在智慧城市产业领域的业务，新增智慧城市基础软件平台及系统集成建设技术服务业务，致力于发挥该行业协同发展的效应，形成公司开拓智慧城市产业相关业务的可行路径，初步实现公司转型发展的战略，形成公司业绩的新增长点，为公司将来退出化妆品行业奠定坚实的基础。公司非公开发行股票方案已于2016年2月2日获得中国证监会的核准通过，并且该方案已于2016年4月7日实施完毕。根据该方案，公司已购买杭州天夏科技集团有限公司100%股权。天夏科技属于软件和信息技术服务行业，该公司以自主研发的核心技术XGIS为基础，在智慧城市的数字化城市管理系统、智能交通系统，平安城市等单一行业应用的业务模式基础上，已开始研发及应用智慧城市“1+N”系列产品，即在信息共享平台的基础下逐步拓展子行业应用面，从其擅长的行业应用（如数字化城市管理系统、智能交通系统，平安城市等）扩展至新的行业应用（如智慧规划系统、智慧教育系统、智慧消防系统、智慧环保系统、智慧农业系统、智慧社区系统等），并在全国范围内进行系统集成及总包业务模式推广。同时，基于自身发展现状，天夏科技在维持自主研发的信息共享平台下，目前将基于共享平台基础之下的部分行业应用分包给第三方供应商进行开发。目前天夏科技的主要盈利模式主要分为两种：一种是软件产品销售；另一种是系统集成建设。软件销售模式下，天夏科技以软件授权的方式销售给增值开发商或最终用户，并提供售后服务，按照安装的终端数量收费。系统集成建设模式下，天夏科技作为系统集成商，根据用户的要求，按照合同规定由天夏科技或由天夏科技委托给第三方进行智慧城市应用软件设计和开发，开发完成后，并进行硬件设备采购，并提供安装、调试、集成以及其他售后服务。另外，天夏科技通过提供信息采集和加工收取服务费用，系统建成工程完工后通过运营维护收取服务费用。（三）经营计划根据公司的战略发展规划，公司总体目标是依托子公司天夏科技建立智慧城市领域的业务布局，构建具有较强市场竞争力的智慧城市产业发展平台，为后续进一步拓展该领域的业务奠定基础。同时，逐步把现有的化妆品业务和医药流通业务置换出去，争取早日实现产业转型发展的战略，充分借助产业转型的发展机遇，实现公司经营业绩的稳步增长。2017年，公司计划实现营业收入超过20亿元，净利润不低于6亿元。上述计划与2017年经营目标不代表公司对2017年的盈利预测，并不构成公司对投资者的业绩承诺，投资者应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。公司实际经营情况受各种内外部因素影响，存在不确定性，敬请投资者注意投资风险。为完成以上经营目标，2017年公司将重点开展以下工作：1、坚持全球布局战略培育新的业务增长点面对新的经济发展形势，新的机遇和挑战，公司将继续贯彻落实智慧城市业务国内市场和国外市场齐头并进的发展思路，重点拓展发展空间巨大，人口众多的印度、印度尼西亚等海外市场，打造海外市场的标杆项目，提示公司的形象和效益，探索新的利润增长点。2、坚持智慧城市“1+N”战略持续深挖项目落地公司坚定智慧城市“1+N”战略，做深领域，做大区域，深刻理解并不断创新智慧城市项目的业务模式、商业模式和发展模式，继续增加智能城市总包项目的数量。同时，积极推进已签订的智慧城市“1+N”项目落地实施工作，努力打造智慧城市“1+N”业务模式的示范工程。3、坚持投资兼并战略打造智慧城市生态圈公司要抓住智能城市建设和互联网产业快速发展的机遇，利用智慧城市产业基金的优势，发挥上市公司资本市场平台价值，充分利用自身优势资源，积极寻求智慧城市产业链优质投资项目，拓宽新业务领域，力争在2017年度通过并购实现扩大市场规模，促进公司持续快速发展，提高公司核心竞争力的目标。4、坚持平台战略不断开发应用新产品公司将进一步依托天夏科技的研发平台，完善市场驱动的产品研发机制，以符合技术发展趋势和面向市场需求相结合的视野，推进新产品和新技术的研发。公司将与国内着名高等院校、科研院所和行业专家学者进行紧密合作，积极申报各项国家级、省部市级科技项目，加大自主知识产权和领域技术创新的研发工作，为公司各项业务开展，提供强大的技术支持，实现自有技术的市场化运作，提高自有技术的品牌知名度，提高市场占有率。5、坚持政企协同，合理应用PPP模式2016年受中国国情影响，传统的政府自建自营模式已经远不能满足投资需求，更多的资金需要由企业和融资机构去筹措，将市场机制引入智慧城市建设已经成为必然选择。PPP模式是发展智能城市的最佳选择。公司通过募集产业资本，将政府、银行、投行、产业链龙头企业进行整合。充分发挥各方在智慧城市领域的资源、影响力与发展战略。发挥融合发展的灵活机制的优势，将产生一加一大于二的效应。可降低拓展市场的成本，缩短市场培育期，完善公司的战略布局，推动先进技术的更广泛应用。6、坚持优化人才队伍推动企业文化建设人才是一种战略资源，是推动企业可持续发展、长远发展的根本保证。公司将继续重视人才引进与培养，将人员素质的提升与企业的发展联系在一起，加快职业化队伍建设，加大年轻后备力量的培养步伐，不断完善人力资源整合、绩效考核体系和激励措施，形成可持续发展的用人环境，最大限度地实现企业和员工的共赢。7、大力推广智慧城市2.0运营平台。智慧城市2.0运营平台即：A、系统建设运营化以长期运营营收的系统设计为出发点，基于基础运行数据进行智能解析，为更多的外部接入系统提供更有价值的数据和智能化的服务，实现系统整体可运营化。B、数据采集智能化采用更广泛的数据采集方式和更智能的数据提取技术，以保证从海量的数据信息源中抽取到匹配的关键数据，从而满足系统的数据要求。C、实施建设可调节化根据实施点可调节的“1+N”建设模式。“1”表示基于地理信息基础的跨行业信息和数据共享交换的智慧城市公共平台，是整个智慧城市建设的核心；“N”表示多个行业应用，包括智慧交通、智慧农业、智慧商圈、智慧教育、智慧消防等行业的扩展。系统整体可以根据需求进行功能自主调节，满足全方位的系统功能需求。D、系统关联紧密化利用高内聚低耦合的软件设计原则，保证各系统之间的关联紧密，模块职责明确，具有更好的可复用性、可维护性和可扩展性。E、平台运行统一化遵循统一可调节的运营实施平台体系，使各个行业应用系统之间的连接、数据交换、服务管理统一化、标准化，从而使系统整体由下至上实现平台化的运营。重点拓展投入后有产出，建设后能运营的智慧商圈、智慧旅游、智慧园区智慧城市解决方案，建立一站式服务的综合性公共服务系统或体系。（四）可能面对的风险（1）政策性风险智慧城市建设相关细分行业与国家宏观经济运行状况密切，公司的发展与国民经济运行状况呈正相关性，公司的多数客户为政府客户，所以国家宏观调控政策的力度、经济复苏振兴政策的力度都直接和间接影响公司主营业务和公司客户。（2）公司资源整合及规模扩张后带来的管理风险和资金风险随着公司资源整合和全国市场战略布局的实施，公司业务规模的不断扩大，各类订单项目在全国各地的不断增多，覆盖区域更广，使公司充分及时地掌握全国各地项目现场工程进度、安全、质量、人力资源配备等方面信息的难度进一步加大，同时公司对资金的需求也越来越大，从而给公司带来一定的经营风险。（3）核心技术人员流失风险伴随着行业技术的不断更新和市场竞争的不断加剧，相关技术人才的竞争也日趋激烈，如果公司不能有效保持和完善核心技术人员的激励机制，将会影响到核心技术人员积极性、创造性的发挥，也会影响到核心技术团队后备力量的建设，造成人才流失，从而给公司的生产经营造成不利影响。（4）智慧城市“1+N”业务模式的风险智能城市建设主导者是城市管理者即地方政府或政府有关部门，而受益者则是城市的主体即城市中的企业和市民。由于智慧城市“1+N”项目投资总金额偏大、项目建设周期较长、项目所涉及的地方政府下属部门或分支机构较多、智慧城市“1+N”合同仅为较笼统的框架性协议，因此，智慧城市“1+N”业务模式存在政府换届或国家政策调整变化、地方政府财政紧张导致投入延迟或无法持续投入、费用控制不力、公司现金流压力和回款压力等因素造成项目部分或全部无法实施或延期的风险。（5）商业模式转变风险随着大数据、云计算、网络通信、移动互联网等技术的发展和智能手机的普及，互联网与智慧城市行业发展进一步撞击与融合，如企业不能及时把握商业模式转变带来的机遇可能面临原有市场格局被打破的风险。目前智慧城市项目建设与发展的商业模式，无论是政府出资企业建设模式，或政府和企业共同出资建设模式，或政府规划第三方建设运营模式，亦或是BOT及其变种（如BOO）模式，又或者是政府企业共同出资（或企业单独出资，政府补贴）企业运营，用户购买服务模式，再或是政府与企业建立“利益共享、风险共担、全程合作”的伙伴式的合作关系模式（PPP）均存在不同利弊。十、接待调研、沟通、采访等活动情况1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表□适用√不适用公司报告期内未发生接待调研、沟通、采访等活动。

标注：82