跟 踪 评 级 公 告

联合[2016] 819 号

联合资信评估有限公司通过跟踪评级，确定将深圳华强集团有限公司主体长期信用等级由AA调整为AA^{+}，评级展望为稳定，并维持“15华强CP001”的信用等级为A-1。

特此公告。

联合资信评估有限公司

二零一六年六月八日

地址：北京市朝阳区建国门外大街2号中国人保财险大厦17层(100022)
电话：010-85679696
传真：010-85679228
http://www.lhratings.com

深圳华强集团有限公司短期融资券跟踪评级报告

主体长期信用

跟踪评级结果：AA+	评级展望：稳定
上次评级结果：AA	评级展望：正面

债项信用

名　称	额 度	存续期	跟踪评级结果	上次评级结果
15 华强 CP001	10 亿元	2015/06/12~2016/06/12	A-1	A-1

跟踪评级时间：2016 年 6 月 8 日

财务数据

项目	2013 年	2014 年	2015 年	16 年 3 月
现金类资产(亿元)	21.39	31.27	47.91	48.52
资产总额(亿元)	361.10	434.16	480.34	491.74
所有者权益(亿元)	96.58	123.64	146.50	161.52
短期债务(亿元)	75.89	105.17	102.26	101.15
全部债务(亿元)	126.33	166.62	195.76	201.46
营业收入(亿元)	102.96	112.24	150.65	35.04
利润总额 (亿元)	20.03	19.45	16.10	1.86
EBITDA(亿元)	31.03	31.64	29.41	--
经营性净现金流(亿元)	9.43	4.13	16.49	-4.40
营业利润率(%)	33.87	28.78	22.55	21.53
净资产收益率(%)	15.67	13.52	8.23	--
资产负债率(%)	73.25	71.52	69.50	67.15
全部债务资本化比率(%)	56.67	57.40	57.20	55.50
流动比率(%)	101.94	95.12	105.11	116.95
全部债务/EBITDA(倍)	4.07	5.27	6.66	--
EBITDA 利息倍数(倍)	3.95	3.34	2.53	--
经营现金流动负债比(%)	6.29	2.17	9.09	--

注：1. 公司 2016 年一季度财务数据未经审计；2. 短期债务及相关指标计算已包括短期融资券；3.现金类资产计算时已剔除受限部分。

分析师
董 征　刘 哲　赵 楠
lianhe@lhratings.com

电话：010-85679696
传真：010-85679228
地址：北京市朝阳区建国门外大街 2 号
中国人保财险大厦 17 层 （100022）
Http：//www.lhratings.com

评级观点

跟踪期内，深圳华强集团有限公司（以下简称“公司”）文化科技产业保持良好的发展态势，文化科技主题公园在全国布局初具规模，公园运营收入持续增长，同时保持了较高的盈利水平；受益于新增电子元器件分销业务及原有供应链业务的发展，公司电子信息服务业收入大幅增长。另一方面，联合资信评估有限公司（以下简称“联合资信”）也关注到公司多个文化主题公园与房地产在建项目推进建设，筹资压力较大对其整体信用水平带来的不利影响。

目前，公司已具备从创意设计、研发生产和建设到公园运营的全产业链服务能力，竞争能力较强，品牌知名度不断提高。未来随着公司各地的文化产业基地及主题公园投入运营，以及已投入运营主题公园门票收入稳步提升，将为公司带来可观的现金流入，公司整体收入规模及盈利能力有望进一步提升，公司的整体竞争实力与抗风险能力将进一步增强。此外，华强实业发行股份及支付现金购买湘海电子100%股权，进入电子元器件分销领域；华强方特成功登陆新三板并完成定向增发募集资金12.35亿元，公司资金实力进一步增强。

综合考虑，联合资信确定将公司主体长期信用等级由AA调整为AA+，评级展望为稳定，并维持“15华强CP001”A-1的信用等级。

优势

1. 文化科技产业政府支持力度大，公司文化产业项目投资获得大力支持，在项目地价、专项资金、税收返还等方面享受一系列政府优惠政策。
2. 公司文化产业研发能力强，已形成一定的规模优势，同时还打造了以《熊出没》为代表的一批国内优秀动漫，公司在文化产业初具影响力。

3. 跟踪期内，文化科技产业发展态势良好，主题公园影响力进一步扩大，投资风险逐步降低并保持着较高的盈利水平。
4. 公司通过收购湘海电子和捷扬电子股权，切入电子元器件分销领域。
5. 跟踪期内，子公司华强方特成功登陆新三板，并定向增发募集12.35亿元资金，公司资金实力进一步增强。
6. 公司现金类资产和经营活动现金流入量对“15华强CP001”保障程度较好。

关注

1. 受宏观经济增速放缓以及电商的快速发展的影响，公司电子专业市场业务面临挑战。
2. 公司房地产土地储备主要集中于二三线城市，受国家宏观调控政策影响，二三线城市房地产市场调整将对公司存货周转产生一定影响。
3. 跟踪期内，公司债务负担依然较重；公司在建项目较多，投资规模保持较高水平，对外筹资压力较大。

信用评级报告声明

一、除因本次评级事项联合资信评估有限公司（联合资信）与深圳华强集团有限公司构成委托关系外，联合资信、评级人员与深圳华强集团有限公司不存在任何影响评级行为独立、客观、公正的关联关系。

二、联合资信与评级人员履行了实地调查和诚信义务，有充分理由保证所出具的评级报告遵循了真实、客观、公正的原则。

三、本信用评级报告的评级结论是联合资信依据合理的内部信用评级标准和程序做出的独立判断，未因深圳华强集团有限公司和其他任何组织或个人的不当影响改变评级意见。

四、本信用评级报告用于相关决策参考，并非是某种决策的结论、建议等。

五、本信用评级报告中引用的企业相关资料主要由深圳华强集团有限公司提供，联合资信不保证引用资料的真实性及完整性。

六、本跟踪评级结果自发布之日起至“15 华强 CP001”到期有效；根据后续评级的结论，在有效期内信用等级有可能发生变化。

一、跟踪评级原因

根据有关要求，按照联合资信评估有限公司关于深圳华强集团有限公司主体长期信用及存续期内债券“15 华强 CP001”的跟踪评级安排进行本次定期跟踪评级。

二、企业基本情况

深圳华强集团有限公司（以下简称“公司”或“华强集团”）的前身是深圳华强电子工业公司，1994 年 12 月，经广东省经贸委和深圳市经济发展局批准，按照现代企业制度规范改制组建集团公司，公司更名为“深圳华强集团有限公司”，由广东省政府全资控股，注册资本 7347 万元。2003 年根据粤办函[2003]297 号文件批准，广东省人民政府转让华强集团 91%的国有股权，转让后，公司董事长兼总裁梁光伟等 10 名自然人通过直接或者间接方式合计持股 46%，由原华强集团 1213 名员工控股的深圳华强合丰投资股份有限公司持股 45%。2006 年 12 月 28 日，经公司股东会决议，公司注册资本由人民币 7347 万元增加至人民币 30000 万元；2010 年 12 月 7 日，深圳市工商行政管理局核准公司增加注册资本至人民币 80000 万元。2011 年 9 月 29 日，经广东省国资委粤国资函[2011]759 号《关于深圳华强集团有限公司 9%国有股权置换方案的批复》批准，华强集团实施重组。广东恒健投资控股有限公司用持有的华强集团 9%的股权及部分现金与景丰投资有限公司（以下简称“景丰投资”）持有的深圳市广恒顺投资有限公司（以下简称“广恒顺投资”）100%股权及广西贵糖集团有限公司 100%股权置换。重组完成后，梁光伟先生等公司核心管理团队合计持有公司 64.7566%的股权，因此梁光伟先生为主的核心管理团队为公司实际控制人。

表1　2016年3月底公司股东结构（单位：%、万元）

股东名称	占比	出资额
深圳华强合丰投资股份有限公司	45	36000
深圳华强资产管理集团有限责任公司（前身为深圳华强弘嘉投资有限公司）	21.85	17480
深圳华强升鸿投资有限公司	14.6624	11730
景丰投资有限公司	9	7200
鞠耀明	2.3719	1897.5
翁鸣	2.3719	1897.5
李国洪	2.3719	1897.5
方德厚	2.3719	1897.5
合计	**100**	**80000**

资料来源：公司提供

公司经营范围包括：资产经营；投资兴办各类实业项目（具体项目另行申报）；移动通信设备；广播电视设备，电子计算机整机，家用电子产品，传输设备，仪器仪表，电子元件，在合法取得土地使用权范围内房地产单项开发经营业务；程控交换机、传真机、办公自动化设备、激光拾音头、模具机芯、模具加工、计算机及通讯网络工程；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；航空客票代售、揽货、水运客运、销售代理；进出口业务（具体按深贸管审字 171 号规定执行）；物业管理、信息咨询服务。污染防治、环保技术的研发、应用（不含限制项目）。

公司本部下设行政管理中心、投资发展中心、财务管理中心、财务结算中心、金融服务中心和技术开发中心等 6 个职能部门；截至 2016 年 3 月底，公司拥有全资子公司 8 家、控股子公司 5 家；其中子公司深圳华强实业股份有限公司（以下简称“深圳华强”，股票代码“000062”）于 1997 年 1 月 30 日在深圳交易所发行上市，公司持有其 70.76%股权，为其控股股东。

截至 2015 年底，公司（合并）资产总额 480.34 亿元，所有者权益合计 146.50 亿元（其中少数股东权益 37.12 亿元）；2015 年，公司实现营业收入 150.65 亿元，实现利润总额 16.10 亿元。

截至 2016 年 3 月底，公司（合并）资产总额为 491.74 亿元，所有者权益合计为 161.52 亿元（其中少数股东权益 48.58 亿元）。2016 年 1～3 月，公司实现营业收入 35.04 亿元，利润总额 1.86 亿元。

公司注册地址：广东省深圳市福田区深南中路华强路口；法定代表人：梁光伟。

三、宏观经济和政策环境

2015年，中国经济步入“新常态”发展阶段，全年GDP同比实际增长6.9%，增速创25年新低，第三产业成为拉动经济增长的重要推动力。具体来看，2015年，我国消费需求整体上较为平稳，固定资产投资增速持续下滑，进出口呈现双降趋势；同时，全国居民消费价格指数（CPI）六年来首次落入“1”时代，工业生产者出厂价格指数（PPI）和工业生产者购进价格指数（PPIRM）处于较低水平，制造业采购经理指数（PMI）仍在荣枯线以下，显示我国经济下行压力依然较大。但在就业创业扶持政策的推动下，我国就业形势总体稳定。

根据国家统计局初步核算，2015年，我国国内生产总值（GDP）67.7万亿元，同比实际增长6.9%，增速创25年新低；分季度看，GDP增幅分别为7.0%、7.0%、6.9%和6.8%，经济增速逐渐趋缓。第二产业增加值增速放缓拖累我国整体经济增长，但第三产业同比增速有所提高，表明我国在经济增速换挡期内，产业结构调整稳步推进。

从消费、投资和进出口情况看，2015年，市场销售增速走势较为平稳，固定资产投资增速回落较大，进出口增速回落。社会消费品零售总额30.10万亿元，同比增长10.70%。固定资产投资（不含农户）55.20万亿元，比上年名义增长10.00%（扣除价格因素实际增长12.00%）。全年进出口总额4.00万亿元人民币，比上年下降8.00%。

2015年，中国继续实施积极的财政政策。我国一般公共财政收入15.22万亿元，比上年增长8.4%，增速较上年有所回落。一般公共财政支出17.58万亿元，比上年增长15.8%，同比增速有所加快。政府财政赤字规模增至2.36万亿元，赤字率上升至3.5%，显著高于2.3%的预算赤字率。

2015年，央行继续实施稳健的货币政策，灵活运用多种货币政策工具，引导货币信贷及社会融资规模合理增长，改善和优化融资结构和信贷结构。2015年共进行了五次降息和五次降准，降息和降准幅度分别达到125BP和300BP。在公开市场操作方面，央行多次开展逆回购操作，并通过短期流动性调节工具（SLO）、中期借贷便利（MLF）和抵押补充贷款（PSL）分别向市场净投放资金5200亿元、213亿元和10811.89亿元，向市场注入流动性。此外，自2015年10月起，央行在上海、江苏等11省（市）推广信贷资产质押再贷款试点，截至2015年年末，共向31家地方法人金融机构合计发放信贷政策支持再贷款49.73亿元，资金流动性保持宽松状态。

2016 年，中国经济下行压力依然较大。李克强总理的政府工作报告指出，2016 年经济社会发展的主要预期目标是 GDP 增长 6.5%~7.0%，居民消费价格涨幅 3%左右，城镇新增就业 1000 万人以上，城镇登记失业率 4.5%以内，进出口回稳向好，国际收支基本平衡，居民收入增长和经济增长基本同步。2016 年是中国“十三五”开局之年，也是推进结构性改革的攻坚之年。政府将稳定和完善宏观经济政策，保持经济运行在合理区间，进一步加强供给侧结构性改革，推进新一轮高水平对外开放，加强民生保障，切实防控风险，努力实现“十三五”时期经济社会发展良好开局。

四、行业及区域经济环境

公司营业收入及利润主要来自于文化科技产业及电子信息高端服务业。

文化科技产业

1. 行业现状

文化科技产业最核心竞争力是创意设计，创意设计是指依靠人的智慧、技能和天赋，借助于高科技对文化资源进行创造与提升，通过知识产权的开发与应用，生产出高附加值产品的过程，创意设计的概念由二十世纪 90 年代英国提出，在本世纪世界经济社会发展中发挥着越来越重要的作用。有数据表明，世界文化创意产业每年创造约 220 亿美元的价值，并以 5%速度递增。细分行业中，以网络技术和数字技术为主的高新技术成为引导当代文化产业变革的火车头，以动漫、动画、网络游戏、手机游戏，为代表的新型文化产业成为 21 世纪知识经济核心产业，比重已经超过传统文化产业。在中国，目前主要中心城市的人均 GDP 已经超过 3000 美元，北京、上海、深圳等大城市人均 GDP 均超过 5000 美元。从国外的发展经验来看，城市人均 GDP 达到一定水平之后，国民经济开始进入到持续稳定增长、经济结构快速升级、城市化水平迅速提升的新阶段。社会消费结构将向发展型、享受型转变，居民的消费重心开始向科技、文化、旅游等领域转移，这将为文化科技产业的发展提供广泛的市场需求。

近 5 年来，中国文化产业一直保持 20%左右的高速增长，远高于同期 GDP 增速。2014 年实现增加值 2.4 万亿元，占 GDP 的 3.77%，北京、上海、江苏、广东等省市文化产业增加值占 GDP 的比重已超过 5%，成为新常态下经济稳定增长和结构优化升级的重要推动力。据不完全统计，2015 年，文化产业资金流入 3241.8 亿元，其中最显著的现象就是互联网企业对文化企业的并购。对此，业内专家认为，随着互联网逐渐渗入传统文化产业领域，文化产业内部结构正在发生深刻变化。

2. 行业关注

中国文化科技产业的发展相对较晚，同时欧美文化在中国的强势发展，中国文化科技产业面临着激烈的竞争。中国目前没有建立统一、规范、竞争、有序的现代文化市场体系。而文化市场是文化产业不可或缺的重要组成部分，健全的文化市场能够促进各类文化产品与市场要素的流动，实现文化资源的优化配置，拓展文化产业的发展空间；同时知识产权法律的不完善，也在抑制着文化产业市场的发展。整个文化产业创新研发能力不足，人才培养机制不完善。在动漫领域，精品力作不多，缺少具有国际影响力的动漫品牌；产业结构业不尽合理，部分企业持续盈利能力不强，产业链尚不完整。

此外，中国丰富的文化资源未得到有效利用。中国有极为丰富的文化资源，无论在历史文化、民族文化或者现代文化各类资源空间极为广阔，如何通过发展文化产业等途径，将中国文化资源优势转变为文化产业优势的问题亟待解决。

3. 行业政策

党的十八大，明确提出要坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，推动文化事业全面繁荣、文化产业快速发展新思路；十八届三中全会，提出进一步深化文化体制改革，构建现代文化市场体系和公共文化服务体系的发展格局；十八届四中全会将法制建设提到了新的高度，也对文化立法提出了新的要求；十八届五中全会提出了推进基本公共文化服务标准化均等化发展，推动文化产业成为国民经济支柱性产业的战略布局。2015 年文化发展相关政策密集、系统出台，内容涵盖公共文化服务、“互联网+”、创业创新、文化企业扶持、双效统一等多个方面，这些政策与党的会议精神一脉相承，2015 年是战略部署转化为具体产业政策的一年。随着文化产业、公共文化建设的不断推进，我国文化政策体系将不断完善，政策红

利将继续惠及各方。

总体上看，国家计划将文化产业推动成为“国家的支柱性产业”表明国家在未来对文化产业发展的重视，未来行业政策对文化产业的支持也是可期的。

4. 行业发展

在文化产业领域，《“十二五”时期文化产业倍增计划》提到，将利用多层次资本市场，推动优质文化企业利用公开发行股票上市融资，扩大文化产业直接融资规模。加强文化企业上市的培育储备和推荐机制，形成“储备一批、培育一批、申报一批、发行一批”的文化企业上市梯次推进格局，培育 30 家上市文化企业。针对文化企业融资难的困境，《计划》提出建立健全多元化、多层次、多渠道的文化产业投融资体系：打造文化产业全产业链信贷融资体系；开展文化产业资产托管、投资理财、支付结算等配套金融服务；鼓励银行机构积极开展文化产业消费金融业务。文化产业发展受到行业政策较大的支持，未来有很大的发展空间。

电子信息高端服务业

1. 行业现状

目前，中国电子信息产品流通渠道主要包括电子专业卖场（包括连锁与地方性市场）、家电连锁、厂家直销、代理门店与电子商务（B2B 与 B2C）几种模式（见表 2）。

连锁卖场按组织方式有直营、特许经营、自由连锁三种，按经营模式又可分为自营与招商两种。目前国内连锁数码城多采用直营方式组织，招商模式运营，典型品牌有百脑汇、颐高、太平洋数码广场等。

渠道强势地位的电子信息产品的连锁卖场，与苏宁、国美与一些连锁化的专业卖场（如百脑汇、赛博、太平洋、颐高）以及地方专业市场形成激烈的竞争格局，尤其是在一线城市，目前连锁卖场的扩张更多指向中西部、二三线城市。

值得重视的是消费者消费方式的转变，电子商务网站（京东、易购等）对标准化的 3C 产品的销售具有越来越重要的影响，以苏宁、国美等传统的电子专业卖场与连锁零售企业受到网络冲击最为明显，苏宁和国美纷纷建立或者收购电子商务平台（苏宁易购、国美在线）进行艰难的转型。尽管网络冲击严重，但连锁经营仍然是当前电子信息产品流通的主流渠道，未来更多的职能会转变成主要电子产品制造商的消费者体验店，为消费者提供实际的使用体验，与线上的网络销售相结合。B2B 领域，根据易观国际数据，阿里巴巴占中国 B2B 电商市场份额为 47.02%，位居第一，环球资源、慧聪网分别以 12.46%与 3.85%，列第二与第三位。

表2 中国电子信息产品流通渠道对比

模式	典型企业	盈利方式
连锁电子专业卖场	百脑汇、赛博、颐高	租金、行销收入
地方电子专业卖场	海龙、沈阳东软	租金、行销收入
家电连锁	国美、苏宁	产品销售收益
厂家直销	戴尔（DELL）	直销收入
代理门店	经销商、零售商	产品销售收益
B2B 网站	阿里巴巴、慧聪	广告、会员收入
B2C 网站	京东、新蛋	产品销售收益

资料来源：联合资信整理

2. 行业关注

近些年，电子信息高端服务业的快速发展受益于连锁专业店的外延扩张以及下游对电子信息产品的需求增长，但现在行业发展遇到一定瓶颈。电子信息产品销售渠道正在发生着重大变革，线下实体连锁专业卖场在原本就竞争激烈的形势下，面临着线上网络销售的分流，尤其是 3C 产品等标准化电子产品在实体连锁卖场中销售份额趋于下降。

电子商务发展迅速，但盈利模式单一。目前公司电子商务网站发展较快，但盈利方式还停留在会费、广告费的收取，同时电子商务行业竞争异常激烈，盈利微薄且方式单一。

3. 行业政策

2015 年 5 月 7 日，国务院下发《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，《意见》提出要着力解决电子商务发展中的深层次矛盾和重大问题，大力推进政策创新、管理创新和服务创新，加快建立开放、规范、诚信、安全的电子商务发展环境，进一步激发电子商务创新动力、创造潜力、创业活力，加速推动经济结构战略性调整，实现经济提质增效升级。

2015 年 11 月 9 日，国务院办公厅下发《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》，《意见》要求积极培育农村电子商务市场主体，扩大电子商务在农业农村的应用，改善农村电子商务发展环境，加强政策扶持，加大金融支持力度，到 2020 年，初步建成统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠、绿色环保的农村电子商务市场体系。

4. 行业发展

电子信息高端服务业领域，之前“跑马圈地”的粗放式外延扩张的方式面临着挑战，专业卖场的同质化问题十分突出，未来行业会稳步拓展电子市场连锁经营，实行精细化管理，同时电子商务的建设发展的是行业未来融合线上线下资源，整合上下游产业链的重要手段之一。

区域经济环境

公司注册地位于广东省深圳市，深圳所处的珠江三角洲地区是中国改革开放的先行地区，是中国重要的经济中心区域。珠三角地区毗邻港澳的区位优势，率先建立开放型经济体系，成为中国外向度最高的经济区域和对外开放的重要窗口。珠江三角洲地区电视类产业群主要分布在深圳及周边的东莞、惠州等地，包括 TCL、康佳、创维等国内骨干彩电企业均聚集在此。

2015 年，深圳市实现生产总值 17502.99 亿元，比上年增长 8.9%。其中，第一产业增加值 5.66 亿元，下降 1.7%；第二产业增加值 7205.53 亿元，增长 7.3%；第三产业增加值 10291.80 亿元，增长 10.2%，二三产业结构由上年的 42.6：57.4 调整为 41.2:58.8。全年全市规模以上（下同）工业增加值 6785.01 亿元，同比增长 7.7%。全年全市固定资产投资 3298.31 亿元，增长 21.4%，增速创自 1999 年以来连续 17 年新高。

深圳市国民经济和社会发展十三五规划建议中提出了十三五期间要显著提升深圳的综合经济实力，发展方式实现根本性转变，成为中国经济“升级版”的标杆。到 2020 年，GDP 总量达 2.6 万亿元左右。现代产业体系核心竞争力进一步提升，高新技术、金融、物流、文化“四大支柱产业”地位更加巩固，战略性新兴产业主引擎作用更加突出，服务业高端化特征更加明显，未来产业初具规模，传统优势产业实现转型升级。金融中心、国际物流枢纽城市功能显著增强，成为重要的生产要素配置中心、信息资源交流中心和高端商务活动聚集地。湾区经济形态和布局得到强化，成为粤港澳大湾区的战略枢纽城市。

总体上看，珠三角地区彩电业聚集，产业链完善，有利于彩电制造业发展；深圳市经济良好的发展前景将为公司持续稳定发展奠定基础。

五、基础素质分析

1. 产权情况

截至 2016 年 3 月底，公司注册资本为 80000 万元，梁光伟先生等公司核心管理团队合计持有公司 64.7566%的股权，因此梁光伟先生为主的核心管理团队为公司实际控制人。

2. 企业规模

公司是一家以高科技产业为主导的大型投资控股企业集团，近年来公司积极推进产业结构调整，目前已经形成以文化科技产业、电

子信息高端服务业为核心产业，高科技电子制造业、地产开发经营等多元化领域共同经营的产业格局。截至 2016 年 3 月底，公司纳入合并财务报表范围的一级子公司 13 家，总计拥有国内外投资企业 150 多家，其中包括 1 家上市公司及 2 家新三板上市公司，多家国家级高新技术企业和国家级技术开发中心。

在文化科技产业板块方面，公司主营业务包括“创意设计、文化旅游、媒体网络、影视娱乐、文化衍生品”等五大领域且覆盖创意设计、主题公园、特种电影、数字动漫、影视出品、影视后期、网络游戏、电视联播网、文化消费品、主题演艺、旅游服务业等十一个专业方向。其中，创意设计引领公司文化科技整个产业的快速发展；主题公园是公司各类文化产品最主要的表现形式终端，截至 2016 年 3 月底，公司在国内拥有 17 家大型主题文化公园，并完全拥有自主知识产权；此外还将文化科技主题公园输出到伊朗等国，推动中国文化的世界化进程；公司特种电影系统已经成功走入国际市场，出口多个国家和地区。

2016 年 5 月，华强方特集团被光明日报社、经济日报社评为“第八届全国文化企业 30 强”，公司已经连续七届上榜。2015 年，公司动漫品牌“熊出没”品牌荣获 2015 年中国动漫授权业十大中国品牌、第七届中国国际影视动漫版权保护和贸易博览会动漫“金羊奖”最佳动漫品牌奖最佳奖；动画电影《熊出没之雪岭熊风》荣获第 11 届中国国际动漫节“金猴奖”动画电影金奖等。

在电子信息高端服务业方面，公司依托已形成较大规模与市场影响力的电子专业实体市场，以深圳华强为经营主体，形成了以电子专业市场经营为基础，以电子商务平台为核心，以供应链服务为主要支撑与配套的完整产业链服务体系。公司目前拥有亚洲最大、品种最齐全的电子专业市场--华强电子世界；公司电子商务平台电子商务网，连续五年被评为“中国行业电子商务网站 100 强”。此外，在工信部指导下，公司承办运营中国唯一的电子市场价格指数--华强北中国电子市场价格指数，涵盖 30 万种电子元器件查询数据，直接影响全国乃至全球电子产品与电子元器件交易。

高科技电子制造业方面，公司在多年电子制造业的基础上，运用全新的经营理念和商业模式进行资源整合，以云技术开发和应用为主导，以“华强云产业园”为基础平台，以“云、管、端”为产业核心，致力于建立和完善云技术服务平台，信息数据交互管道以及电子终端产品的研发设计体系，形成集“研发、体验、销售、生产、运营”为一体的产业链，打造华强“教育云”及“传媒云”，加快云技术在教育信息化和传媒数字化等领域的应用，推动信息化教学、云传媒以及教育科技体验基地等高新产业的快速发展，实现优质教学资源共享，进行媒体传播方式创新，探索产业融合发展的新模式。

房地产开发方面，公司依托文化科技产业和电子信息高端服务业的产业优势，根据公司文化主题公园和电子专业市场项目在全国各地的布局，实施以“生态主题地产”和“城市综合体”为特色的房地产开发模式，综合发展物业管理、商业运营、酒店管理等相关业务。目前在芜湖、安阳及沈阳地区拥有部分房地产项目。

综合来看，公司综合实力较强，以现有电子信息高端服务业为基础，文化产业为发展重点，两个核心业务均处于行业领先地位，竞争能力强。

3. 人员素质

公司目前有高级管理人员 8 名，包括总裁 1 名，执行总裁 2 名，副总裁 4 名，总裁助理 1 名，均具有多年的行业经验与管理经验。

公司董事长梁光伟先生，现年 52 岁，博士研究生学历，高级经济师，特级经营大师。历任深圳华强电子工业公司下属企业深圳华强三洋电子有限公司生产计划部部长、深圳华强电子工业公司生产计划部部长；深圳华强电

子工业总公司团委书记、总经理办公室主任、总经理助理、投资管理部部长、财务结算中心主任；深圳华强集团有限公司总经理办公室主任、投资管理部部长、财务结算中心主任、副总经理、总经理、董事、总裁、党委副书记、党委书记；现任深圳华强集团有限公司董事长、党委书记。

总裁李曙成先生，现年 43 岁，本科学历，历任深圳华强集团有限公司团委书记，肇庆蓝带啤酒公司副总经理、总经理，深圳华强集团有限公司信息中心主任、资产管理部部长，深圳华强广场控股有限公司总经理，深圳华强集团有限公司总裁办主任，芜湖市华强旅游城投资开发有限公司总经理，深圳华强电子世界发展有限公司总经理，深圳华强集团有限公司财务结算中心主任、深圳华强集团有限公司副总裁；现任深圳华强集团有限公司总裁。

截至 2016 年 3 月底，公司在职员工约 2 万人。按教育程度分类，大专及以上学历占 50%、高中中专学历占 46%，初中及以下占 4%；按年龄构成划分，公司员工 30 岁以下的占 54%、31~50 岁的占 41%、51 岁以上的占 5%；按职能构成分类，管理人员占 26%、生产人员占 10%、技术人员占 35%、销售人员占 29%。总体看，公司人员构成能够满足公司发展需求。

总体看，公司高层管理人员综合素质较高，具备多年的相关业务经历和企业管理经验，有利于公司的长远发展。公司人员构成比例合理，能够较好地满足公司经营需要。

4. 技术研发与设备水平

在文化科技板块，作为“文化+科技”为经营理念的文化企业，公司持续加大研发投入，2013 年、2014 年、2015 年分别投入 9686.31 万元、11785.29 万元和 16116.01 万元。迄今为止，华强方特集团已经获得各种 261 奖项，249 件商标、204 件著作权和 123 项软件产品登记和软件著作权、171 件专利。

5. 政策支持

各地政府对公司文化科技板块投资项目均给予了大力支持，在项目地价、专项资金、税收返还等多方面出台多种优惠政策以吸引公司相关产业投资。

公司文化产业基地开发流程采取滚动开发模式，在前期以各项创意设计收入补充建设资金，项目运营后可以持续不断地为后期在建项目提供稳定的现金流。在各个文化科技产业园项目中，各地政府对公司文化产业基地专项扶持基金及文化科技各类项目专项补助等，极大地减轻了公司资金支出压力，2013～2015 年公司各项资金补贴 7.19 亿元、6.29 亿元及 3.15 亿元，公司在未来几年仍有相关各项补贴资金收入。

六、管理分析

跟踪期内，公司董事会 2016 年第二次会议审议通过，公司董事长梁光伟先生不再兼任总裁一职，聘任李曙成先生为公司总裁。

公司管理体制、管理制度等方面无重大变化。

七、经营分析

1. 经营现状

跟踪期内，公司主营业务结构没有变化，仍以文化科技产业与电子信息服务业为核心，综合发展云技术应用与房地产业等产业。

2015 年，公司主营业务实现收入 150.12 亿元，同比增长 34.16%。从收入构成看，2015 年公司电子信息服务业及文化科技产业两大核心业务快速发展，两大业务分别实现收入 93.11 亿元和 28.05 亿元，占主营收入比重达 62.02%和 18.69%；公司云技术应用板块由于削减了毛利率较低的手机组装业务，该板块收入较 2014 年大幅下滑 44.84%，占主营收入比重下滑至 6.87%；跟踪期内受房地产行业企稳

回升影响，公司房地产业务收入有所增长，2015 年实现收入 18.64 亿元，占主营收入比重为 12.42%。

毛利率方面，2015 年文化科技产业仍保持较高的毛利率水平，全年为 78.18%；电子信息服务业毛利率持续下降，2015 年为 12.92%，主要是公司为完善其在电子信息产业链上的布局，2015 年进入承载了丰富上下游资源的电子元器件分销行业，由于尚处新进入阶段，为换取长期市场牺牲短期毛利率，导致电子信息服务业整体毛利率水平有所下降；云技术应用业务受削减手机组装等毛利率较低业务，毛利率上升至 9.17%；房地产业务受宏观经济及经济大环境影响，毛利率下滑，受上述因素的影响，公司整体毛利率下降至 25.88%。

2016 年 1~3 月，公司主营业务收入 34.99 亿元，同比增长 43.17%。其中，文化科技产业收入增加 3.30 亿元，同比增长 158.00%，主要是文产部分新开公园带来增量收入；电子信息服务业增加 7.26 亿元，主要是 2016 年一季度较上年同期新增电子元器件分销 7.28 亿元。同期，由于一季度为主题公园经营淡季，营业成本中固定成本占比较大，导致文化科技产业毛利率出现一定程度下滑。受此影响，公司主营业务毛利率为 23.87%，较 2015 年全年水平有所下降。

表 3　公司主营业务收入构成（单位：万元、%）

项　目	2013 年			2014 年			2015 年			2016 年 1~3 月		
	营业收入	营收占比	毛利率	营业收入	营收占比	毛利率	营业收入	营收占比	毛利率	营业收入	营收占比	毛利率
文化科技产业	205607	20.10	79.88	235247	21.02	76.64	280492	18.69	78.18	54271	15.51	73.18
电子信息服务业	473213	46.26	34.71	522482	46.69	24.73	931105	62.02	12.92	234270	66.96	13.86
云技术应用	87314	8.53	4.46	187069	16.72	4.92	103179	6.87	9.17	23571	6.74	9.59
房地产	256884	25.11	31.12	174204	15.57	24.53	186437	12.42	21.21	37754	10.79	23.98
合计	**1023018**	**100.00**	**40.31**	**1119002**	**100.00**	**32.30**	**1501213**	**100.00**	**25.88**	**349866**	**100.00**	**23.87**

资料来源：公司提供

2. 文化科技产业

文化科技产业方面，公司主要经营实体为控股子公司深圳华强文化科技集团股份有限公司，该公司已于 2015 年 12 月 28 日挂牌新三板（2016 年 4 月 22 日，“深圳华强文化科技集团股份有限公司”变更为“深圳华强方特文化科技集团股份有限公司”，以下简称“华强方特”）。华强方特作为全产业链运营模式的企业，业务领域既覆盖影视动漫等内容产业，文化衍生品产业，又包括主题公园的创意设计、研发生产和建设、公园运营管理。2015 年，公司文化科技产业实现收入 28.05 亿元，同比增长 19.26%；文化产业保持较高的盈利水平，毛利率为 78.18%。

创意设计

华强方特创意设计内容十分广泛，包含大型主题项目内容创意与策划、影视作品内容创意、文化科技产业基地规划与设计、文化科技主题公园创意与设计、特种电影创意设计、表演与演艺创意设计等多个方面。创意设计是文化科技主题公园业务的核心，也是文化科技主题公园产业链的第一阶段。

公司凭借丰富的特种电影及影视动漫等相关作品影响力、专有技术及自有知识产权以及公司主题公园的成功运营，不断扩大公司的品牌影响力，吸引需求方委托公司提供主题公园或相关文化主题项目的创意设计服务。根据创意和技术难度、耗时以及设计规模不同，根据整个项目投资预算的一定比例收入创意设计费。近年来，公司已交付多个主题项目内容创

意与策划、文化科技产业基地规划与设计、文化科技主题公园创意与设计等创意设计产品。2015 年创意设计业务实现收入 11.91 亿元，同比增长 74.12%。2016 年 1~3 月，该项业务实现收入 3.60 亿元。

表4　近年公司创意设计主要产品

序号	主要产品
1	安阳历史文化科技园项目创意设计协议
2	芜湖非物质文化遗产博览园创意设计
3	大型水景写实印象表演项目《大河之声》
4	大型室内综合表演项目《长城绝恋》
5	大型主题演绎项目《童话传说剧场》
6	南宁东盟文化旅游项目创意设计
7	大型球幕动感体验项目《动感狮城》创意设计
8	大型车载探险项目《拉玛坚传奇》创意设计
9	大型综合动感体验项目《大越传奇》创意设计
10	大型悬挂式飞行影院项目《东南亚飞翔之旅》创意设计
11	大型 360 度环幕动感体验项目《塔銮盛典》创意设计
12	大型巨幕电影《吴哥的微笑》创意设计
13	大型室内射击类轨道项目《丛林大反攻》创意设计
14	大型室内无轨车游览项目《抗日战争》创意设计
15	大型实景特技表演项目《鬼子来了》创意 设计
16	大型升降式魔幻剧场项目《巾帼英雄》创意设计
17	大型悬挂式飞行影院项目《开天辟地》创意设计
18	大型环绕式巨幕剧场项目《伟大工程》创意设计
19	大型垂直球幕动感体验项目《星火燎原》创意设计
20	嘉峪关丝绸之路文化博览园项目创意设计
21	洛阳华夏历史文明传承主题园项目创意设计
22	大型多轨道游览项目《丝路瑰宝》创意设计
23	大型室内抓举飞翔式 ride 体验项目《斗神记》创意设计
24	大型魔幻表演项目《梦回古城》创意设计
25	大型巨幕影院《西域传奇》创意设计
26	大型 360 度环境剧场表演项目《长城风云》创意设计
27	大型悬挂式飞行影院项目《飞越丝路》创意设计
28	长沙华夏历史文明传承主题园项目创意设计
29	邯郸中国成语文化主题园项目创意设计
30	大型动感球幕飞翔体验项目《飞跃九州》创意设计
31	大型自由式多轨道游览项目《千古风华》创意设计
32	大型数字立体巨幕影院项目《上下五千年》创意设计
33	大型无轨循迹综合体验项目《戏曲大观》创意设计
34	大型 360 度旋转类剧场综合表演项目《禅的智慧》创意设计

资料来源：公司提供

文化科技主题公园

公司文化主题公园主要依靠旅游门票以及配套商业设施（餐饮及酒店）的经营实现收入。2015 年 7 月和 8 月，郑州方特梦幻王国和芜湖方特东方神画建成并投入运营，公司投入运营的主题公园已达到 17 个。目前公司主题公园在全国布局已初具规模，各主题公园投入运营后，接待能力较强，总入园人数和收入呈逐年增长趋势，推动着整个文化科技产业板块规模的迅速扩张和盈利水平的提升。2015 年，公司文化科技产业板块实现收入 28.05 亿元，净利润 6.64 亿元。

由于自主投资建设主题公园所需投资额及经营风险较大，目前公司正在逐步加大合作投资及授权投资主题公园业务开发。合作投资方式一般流程为，公司与合作公司签订合作建设合同，公司以设备设施、软件、影片等作价出资，合作方以建设资金、土地等资产出资成立合营公司（合作方控股）；各方共同出资组建项目经营管理公司（公司控股）以资产租赁形式负责主题公园的日常经营管理，合同双方收益分配按照约定比例分配。在授权投资方式下，公司不是主题公园的投资方，公司可提供与公园建设、运营有关的全产业链服务收取相关费用。此外，在合作投资和授权投资方式下，公司可以通过向合作项目提供特种设备销售和安装、承接部分特效工程或提供项目管理服务取得收入。

表5　公司主题公园运营情况

公园名称	建成时间	控股比例（%）	2013 年		2014 年		2015 年		2016 年 1~3 月	
			入园人数（万人）	收入（万元）	入园人数（万人）	收入（万元）	入园人数（万人）	收入（万元）	入园人数（万人）	收入（万元）
重庆金源方特科幻乐园	2006 年 5 月	100.00	25.00	1942.00	25.00	1931.00	28.00	1758.00	4.00	279.00
芜湖方特欢乐世界	2007 年	100.00	104.00	12387.00	103.00	12846.00	130.00	11588.00	13.00	1182.00

	10月									
汕头蓝水星方特乐园	2010年1月	50.00	25.00	3813.00	31.00	3636.00	39.00	3384.00	12.00	1089.00
泰安方特欢乐世界	2010年5月	50.00	98.00	12974.00	81.00	10003.00	92.00	8166.00	10.00	861.00
芜湖方特梦幻王国	2010年12月	100.00	62.00	8737.00	73.00	8884.00	112.00	9949.00	12.00	1031.00
青岛方特梦幻王国	2011年7月	100.00	74.00	9902.00	73.00	9006.00	109.00	10022.00	5.00	441.00
株洲方特欢乐世界	2011年9月	100.00	118.00	16409.00	133.00	16727.00	176.00	15777.00	22.00	1,962.00
沈阳方特欢乐世界	2011年10月	100.00	74.00	10248.00	71.00	8972.00	114.00	10446.00	1.00	49.00
郑州方特欢乐世界	2012年6月	100.00	144.00	20831.00	175.00	21779.00	251.00	22038.00	39.00	3423.00
厦门方特梦幻王国	2013年4月	80.00	70.00	10133.00	100.00	12515.00	134.00	12272.00	28.00	2588.00
天津方特欢乐世界	2014年7月	100.00	-	-	19.00	2457.00	32.00	2914.00	2.00	143.00
芜湖水世界	2014年6月	100.00	-	-	17.00	1934.00	42.00	3449.00		
郑州水世界	2014年7月	100.00	-	-	11.00	1653.00	46.00	2665.00		
济南方特东方神画	2015年4月	54.00	-	-	-	-	39.00	3612.00	7.00	631.00
嘉峪关方特欢乐世界	2015年4月	55.00	-	-	-	-	129.00	11880.00	1.00	50.00
郑州方特梦幻王国	2015年7月	100.00	-	-	-	-	43.00	3401.00	14.00	1085.00
芜湖方特东方神画	2015年8月	100.00	-	-	-	-	50.00	4834.00	22.00	2119.00
合计	--	--	**794.00**	**107376.00**	**912.00**	**112343.00**	**1568.00**	**138155.00**	**191.00**	**16933.00**

资料来源：公司提供

文化内容产品及服务

公司文化内容及服务业务主要包括特种电影、动漫及文化衍生品等。

特种电影业务主要包括特种影片租赁及成套设备销售等。公司坚持影片发行与设备销售并举经营策略，目前已经成功研究并开发出了包括环幕 4D 电影、多屏水幕电影等十几种类型的特种电影系统，在放映系统、银幕、车辆、座椅以及特级制作方面均居于国内领先地位。此外公司特种电影具有故事情节惊险刺激、画面质量清晰、立体效果逼真等特点，辅以多功能运动车辆、环绕立体音响与临场特级效果的运用，获得了广大国内外投资商与运营商的认可。

华强方特研发制作的中国首个巨幕 4D 电影《生命之光》、大型车载全景立体动感电影《哪吒闹海》、4D RIDE《魔法城堡》等项目的开发成功，进一步拓展了特种电影的种类和表现形

式，创造出更多世界顶级水平的特种电影。公司在上述电影系统以及特种影片方面拥有完全的自主知识产权，均由公司自主设计，自主研发与自主生产。2015 年，华强方特集团特种电影业务实现收入 5697 万元。未来，随着公司主题公园合作投资建设模式的展开，公司特种电影业务收入将有望保持增长态势。

数字动漫是华强方特产业链中一个重要的节点，为产业链中其他环节如影视出品、电视联播网、文化科技主题公园以及文化消费品等的内容输入提供强有力的支持，对整个产业的发展起到非常重要的作用。公司动画作品主要向央视、地方地市台、北京卡酷、湖南金鹰等卫视频道和奇艺、优酷、乐视等新媒体发行，动画电影通过院线公开上映。国际上主要面向各个国家电视台、IPTV 等。公司制作的动画片《熊出没》系列动画片在中央少儿频道及卫视频道保持着较高的收视率和市场知名度。

2016 年 1 月，公司出品的 3D 动漫电影《熊出没之熊心归来》取得了 2.87 亿元票房。2015 年，公司数字动漫业务实现收入 15359 万元，同比增长 49%，主要为公司《熊出没》系列动画片播映及动漫形象授权收入增长所致。随着公司动漫制作水平不断提高，动漫形象知名度的进一步提升，数字动漫业务对公司营收的贡献将逐年提高。2016 年 1~3 月，公司数字动漫业务实现收入 1871 万元。

表6　近年数字动漫业务收入情况 （单位：万元）

项目	2015 年		2016 年 1~3 月	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
数字动漫业务	15359	1578	1871	7

资料来源：公司提供

表7　近年公司数字动漫主要产品

序号	主要产品
1	68 集全三维科幻动画片《恐龙危机》
2	130 集二维童话系列动画片《海螺湾》
3	70 集手偶系列喜剧《新星小镇》
4	52 集大型二维励志动画片《猴王传》
5	418 集大型二维爆笑系列动漫片《小鸡不好惹》
6	52 集三维动画《生肖传奇之十二生肖总动员》
7	52 集三维动画《生肖传奇之十二生肖闯江湖》
8	208 集三维系列动画《生肖传奇之十二生肖快乐街》
9	104 集大型三维科普类益智动画片《小虫虫有大智慧》
10	104 集大型三维环保幽默动画《熊出没》
11	104 集大型二维励志动画片《熊猫走天涯》等
12	52 集大型三维功夫喜剧动画片《捕快一个半》
13	104 集大型二维爆笑功夫动画片《小鸡蛋不好惹之咸蛋寺》
14	52 集二维冒险励志动画片《出发吧，鲁奇》
15	208 集三维动作喜剧类环保教育动画片《熊出没之环球大冒险》
16	26 集三维动作喜剧动画片《笨熊笨事》
17	2013 年新春贺岁特别篇《熊出没之过年》
18	104 集三维动画片《熊出没之丛林总动员》
19	4 集三维动画片《熊出没之年货》
20	52 集三维动画片《熊出没之春日对对碰》
21	26 集三维动画片《熊出没之冬日闹翻天》
22	104 集三维动画片《虫虫闹翻天》
23	416 集三维动画片《虫虫告诉你》
24	2014 年 3D 电影《熊出没之夺宝熊兵》
25	2015 年 3D 电影《熊出没之雪岭雄风》
26	2016 年 3D 电影《熊出没之熊心归来》

资料来源：公司提供

文化衍生品销售业务是公司以公司拥有的动漫形象为主要开发和经营对象，在运营的主题公园商店里销售图书、玩具、服装等文化衍生品。随着公司运营公园数量的增加，公司文化衍生品销售收入持续增长，2015 年，公司文化衍生品销售实现收入 5281 万元，同比增长 17.00%。

总体看，跟踪期内，公司文化科技板块规模保持良好的发展态势，盈利能力较强。未来随着公司各地的文化科技产业基地陆续建成并投入运营，公司该板块营业收入规模与盈利能力有望继续提升。

3. 电子信息服务业

公司电子信息高端服务业务由下属上市公司 华强云投资控股有限公司经营。

2015 年，公司电子信息服务业收入有所提升，达到 93.11 亿元，结构也有所调整，其中电子专业市场业务收入上升至 35.20 亿元，营收占比下降至 37.80%；同期，供应链业务收入大幅提升，该业务营收占比大幅增长至 49.33%；公司自 2015 年起新增电子元器件分销业务，2015 年收入为 6.84 亿元，占比 7.35%。

表 8　电子信息服务业收入构成（单位：亿元、%）

项目	2014年		2015年		16年1-3月	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
电子专业市场	30.11	57.63	35.20	37.80	5.83	24.88
电子元器件分销	-	-	6.84	7.35	7.28	31.07
电子商务平台	3.78	7.23	5.14	5.52	1.27	5.42
供应链服务	18.36	35.14	45.93	49.33	9.05	38.63
合计	**52.25**	**100.00**	**93.11**	**100.00**	**23.43**	**100.00**

资料来源：公司提供

电子专业市场

在电子专业市场方面，公司主要通过电子市场相关物业的销售与租赁实现收入，所经营的电子专业市场出租率和租金收入均较为稳定。公司租金收入根据不同的客户情况，一般按照一次性提前收取三个月、半年或一年租金的形式操作。

公司电子专业卖场公司只租不售，出售单位为市场配套商务单元（公寓、写字间）。公司目前在深圳、沈阳及济南等核心价值区域建立了多家电子专业市场。截至2016年3月底，公司运营电子专业市场9家，7家为公司自有，其余店为租赁店。其中深圳华强电子世界是亚洲最大、品种最齐全的电子专业市场，产品涵盖各类电子元器件、通讯器材、安防以及IT数码产品，并拥有中国唯一LED产业的集中式的国际采购交易中心。

表9　公司电子世界运营情况

市场名称	面积(㎡)	铺位(个)	按面积出租率（%）			
			2013年	2014年	2015年	16年1-3月
深圳一店	40092	3771	95.17	96.00	95.00	92.00
深圳二店	44128	2463	92.83	85.00	89.00	80.00
深圳LED店	8038	316	97.45	96.00	96.00	89.00
沈阳店	47634	976	72.58	67.00	58.00	65.00
深圳三店	14572	1370	80.31	93.00	97.00	97.00
惠州店	7462	267	61.07	56.00	62.00	59.00
济南店	56802	949	72.23	70.00	86.00	80.00
涪陵店	7155	141	100.00	96.00	92.00	97.00
石家庄店	89935	1579	--	47.00	46.00	50.00

资料来源：公司提供

电子元器件分销

电子元器件分销业务为公司2015年新增业务。公司下属子公司深圳华强实业股份有限公司于2015年10月和12月分别收购深圳市湘海电子有限公司100%股权和深圳市捷扬讯科电子有限公司70%股权。通过两次收购，公司业务范围将延伸至电子元器件分销领域，获取关键产品线及客户资源，并与现有的华强电子网、华强芯城、电子发烧友等线上业务平台进行协同整合。2015年，公司电子元器件分销业务实现收入6.84亿元；2016年1~3月，该项业务实现收入7.28亿元，占同期电子信息服务业整体收入的31.07%。

通过持续的外延式并购发展，公司拟逐步构建以交易服务平台和创新服务平台为支撑的电子信息高端服务业，掌握上下游产业资源及渠道，发挥产业平台优势，提供全面的供应链管理，深度参与电子信息产业链的整合及优化。

电子商务平台

电子商务平台方面，公司依托于华强电子专业市场，针对电子元器件市场和终端消费市场建立了B2B与B2C模式电子商务平台采用向客户收取会员费、增值服务费和广告投放费获得服务性收入，建立网络分销平台获得销售收入。2015年，电子商务平台业务实现收入5.14亿元，同比增长35.98%。

华强电子网是国内目前最大的电子元器件B2B电子商务平台。2015年，华强电子网交易额360亿元，注册电子企业用户超过150万户，网站月访问量3000万次，遍及全球200多个国家和地区，在线供求信息超过1.2亿条，覆盖600万种电子元器件型号。

华强商城主要从事网络分销和网络零售，同时为部分网络零售商提供仓储及配送管理服务，在北京、上海、武汉、深圳四个仓储、物流、配送中心。公司目前获得授权的品牌包括美的、九阳、创维、TCL、康佳、联创、朗欣特、艾美特、先锋等，均为市场一线品牌，获得授权模式包括网络零售、网络分销等，并已

覆盖京东、苏宁、易迅、1 号店等主要电商平台。

供应链服务

公司供应链服务主要经营主体为深圳华强供应链管理有限公司。

公司目前已建成深圳宝龙物流基地 5.58 万平方米、沈阳电商物流园 5.11 万平方米、梅林云产业园 6.64 万平方米、深圳西丽配送中心面积 2.04 万平方米。依托强大的资金实力、完善的物流网络、先进的信息系统及专业的管理人才，公司在大宗资源产品、能源、IT 电子、信息、电子商务等行业及领域精耕细作，形成了强大的供应链资源整合、解决方案设计及执行能力，主要提供采购执行、分销执行、交易执行、第三方物流、进出口贸易代理及配套商务、结算等一体化服务。供应链的利润来源主要来自为客户提供上述服务所收取的服务费。2015 年，华强供应链公司在原有黄金及投影仪项目的基础上，新开拓电煤、电动车和手机等项目，受此影响，公司供应链业务实现收入 45.93 亿元，较上年大幅增长。

总体看，跟踪期内，电子信息服务业作为公司重点板块，收入规模大幅增长，未来公司将逐步转变为一个集线下电子产品专业实体市场、线上信息发布、导购、交易、分销、支付等功能于一体、相互贯通、相互融合的电子行业全程服务商。同时由于供应链业务毛利率偏低，公司电子信息服务业板块毛利率出现一定下滑。

4. 云技术应用

跟踪期内，经营云技术应用业务的子公司为深圳华强激光电子有限公司和东莞华强信息科技有限公司两家公司。

公司云技术应用仍处在转型初期，2015 年随着公司停止经营手机组装业务，公司云技术应用业务收入同比大幅下滑 44.84%，为 10.32 亿元。2016 年 1~3 月，由于制造业整体市场情况不佳，该板块实现收入 2.36 亿元，由于仍处在转型初期以及工艺设计水平有待提高，云技术应用业务毛利率水平依然较低。

表 10　公司电子制造业板块主要产品生产销售情况

（单位：万元、万只）

主要产品	项目	2014 年	2015 年	16 年 1-3 月
激光头	销售额	65796.31	65183.00	10138.00
	销量	3730.00	3783.00	561.00
	产销率	100%	98%	102%
	毛利率	7.09%	5.77%	3.51%
贴片加工	销售额	3835.90	3818.30	288.00
	销量	2707.25	2637.60	924.70
	产销率	100.00%	100%	100%
	毛利率	-1.69%	23.50%	20.80%
手机组装	销售额	106858.39	--	--
	销量	567.23	--	--
	产销率	100.00%	--	--
	毛利率	4.77%	--	--
平板电脑组装	销售额	3859.25	2036.00	801.00
	销量	162.05	3.80	2.90
	产销率	100.00%	100%	100%
	毛利率	-6.95%	11%	11%

资料来源：公司提供

注：自 2015 年起，公司已停止手机组装业务。

公司在东莞塘厦的产业基地已经投产，并且与同业内最大的激光头采购商台湾建兴电子公司达成战略合作协议，解决市场销售渠道问题。手机及平板电脑方面，公司引进台湾 MTK 芯片为客户提供解决方案，产品主要以 OEM 形式出口到印度尼西亚等海外地区。电子书包及电子商用云板尚处在新产品培育阶段。

总体看，公司电子制造业板块仍处在转型期，主要产品盈利水平较低，公司正在加大设备投入，积极开拓国内外市场，扩大产品产销量。

5. 房地产板块

公司房地产业务主要由集团一级子公司深

圳华强新城市发展有限公司下属芜湖市华强旅游城投资开发有限公司、安阳华强新城市发展有限公司和沈阳华强新城市发展有限公司运营。

表 11　公司房地产项目统计表(单位：平方米、万元)

年度	项目所在城市	销售面积（平方米）	销售收入（万元）
2015 年	安阳	161522.56	72564.56
	沈阳	61604.87	38822.89
	芜湖	136974.30	75049.61
小计		**360101.73**	**186437.06**
2016 年 1~3 月	安阳	33873.44	14374.67
	沈阳	10246.01	6456.95
	芜湖	27623.36	16922.72
小　计		**71742.81**	**37754.34**

资料来源：公司提供

公司已完成项目与在建项目主要集中于芜湖、安阳及沈阳市。截至 2016 年 3 月底，公司已完成开发项目 13 个，规划建筑面积 182.13 万平方米；已完工未结算项目 2 个，规划建筑面积 49.23 万平方米；在建项目 7 个，规划建筑面积 193.5 万平方米。

表 12　公司已完成开发项目情况（单位：万平方米）

项目主体	项目名称	项目类别	规划建筑面积	销售进度
深圳华强房地产开发有限公司	深圳华强花园	住宅	5.99	100.00%
芜湖市华强旅游城投资开发有限公司	R03 德邑风尚项目	住宅	11.86	100.00%
芜湖市华强旅游城投资开发有限公司	R01 澳然天成项目	住宅	35.05	97.00%
芜湖市华强旅游城投资开发有限公司	R05 伊顿津桥	住宅	16.40	99.00%
芜湖市华强旅游城投资开发有限公司	R10 美加印象一期	住宅	19.70	99.00%
安阳华强新城市发展有限公司	安阳华强城 1.1 期	住宅	19.34	100.00%
安阳华强新城市发展有限公司	安阳华强城 1.2 期	住宅	16.58	99.00%
安阳华强新城市发展有限公司	安阳华强城 1.3 期	住宅	0.67	45.00%
安阳华强新城市发展有限公司	安阳华强城 2.1 期 A 区	住宅	14.49	99.00%
安阳华强新城市发展有限公司	安阳中心商务区 1 期	商业	2.54	100.00%
安阳华强新城市发展有限公司	安阳中心商务区 4 期	商业	2.51	95.00%
安阳华强新城市发展有限公司	安阳中心商务区 2、3 期	商业	9.00	85.00%
沈阳华强新城市发展有限公司	沈阳华强城一期	住宅、商业	28.00	87.00%
合计	--	--	**182.13**	--

资料来源：公司提供

表 13　公司已完工未结算项目情况（单位：万平方米）

项目主体	项目名称	项目类别	规划建筑面积
芜湖市华强旅游城投资开发有限公司	R10 二期	住宅	25.17
芜湖市华强旅游城投资开发有限公司	R10 三期	住宅	24.06
合计	--	--	**49.23**

资料来源：公司提供

表 14　公司在建房地产项目情况（单位：万平方米、万元）

项目主体	项目名称	建设期	规划建筑面积	未来三年预计销售收入	未来三年预计现金流入
芜湖市华强旅游城投资开发有限公司	芜湖 R09	2013 年 3 月至 2016 年 12 月	53	109316	114434
芜湖市华强旅游城投资开发有限公司	芜湖 R02	2014 年 5 月至 2017 年 9 月	40	128798	131622
安阳华强新城市发展有限公司	安阳华强城 1.4 期	2013 年 9 月至 2016 年 3 月	27	30683	32740
安阳华强新城市发展有限公司	安阳住宅 2.1B 区	2015 年 1 月至 2017 年 6 月	21	6034	18391
安阳华强新城市发展有限公司	安阳华强城 1.5 期	2016 年 2 月至 2018 年 9 月	19.5	75050	75050

沈阳华强新城市发展有限公司	沈阳华强城 2.1.1 期	2013 年 9 月至 2016 年 6 月	20	43345	39793
沈阳华强新城市发展有限公司	沈阳华强城 2.1.2 期	2014 年 9 月至 2017 年 9 月	13	31916	29577
合计	--	--	**193.5**	**425143**	**441607**

资料来源：公司提供

在土地储备方面，截至 2016 年 3 月底，公司在芜湖、安阳和沈阳拥有未开发土地面积 50.51 万平方米。未来，公司一方面集中对现有土地进行滚动开发，另一方面主动寻找合适条件的、符合公司发展战略的土地进行开发。

公司房地产土地储备主要集中于二三线城市，受国家宏观调控政策影响，二三线城市房地产市场调整将对公司存货周转产生一定影响。

表 15　公司土地储备情况（单位：万平方米）

地块名称	地理位置	未开发土地面积
芜湖 R06	安徽省芜湖市	11.75
芜湖 R04	安徽省芜湖市	7.38
芜湖 R07	安徽省芜湖市	11.10
安阳华强城未开发土地	河南省安阳市	11.00
沈北华强城未开发土地	辽宁省沈阳市	9.28
合计	--	**50.51**

资料来源：公司提供

2. 在建项目及未来发展

截至 2016 年 3 月底，公司在建文化产业基地项目 7 个，电子专业市场 6 个，房地产项目 7 个；拟建文化产业基地 1 个、房地产项目 4 个。公司在建、拟建项目投资规模较大，总投资共 390.71 亿元。公司投资项目资金主要来源于项目销售回笼资金、政府补贴、项目融资等，考虑到公司的经营活动现金流状况，公司投资规模较大，对外融资压力较大。

截至 2016 年 3 月底，公司在运营主题公园达到 17 个，未来还将陆续增加，预计门票收入以及设计费等其他收入大幅增加，主题公园将为公司带来大量现金流入；在电子信息服务业方面，华强电子世界未来三年门店数量也将增多，物业销售及租赁收入预计也将大幅增长。2015 年，在现有一家上市公司的基础上，公司子公司华强方特与华强电商成功挂牌新三板，扩大了公司的资本运作空间，同时较大程度上解决公司融资压力问题。

表 16　公司重大在建项目（单位：万元）

板块	项目名称	建设期（月）	总投资	截至 2016 年 3 月底已投入	未来投入				筹资渠道	
					2016 年 4-12 月	2017 年	2018 年	2019 年及以后	贷款	自筹
文化产业	湖南文产基地一期	48	200000	198000	2000	--	--	--	63600	136400
	郑州文产基地一期	48	250000	209000	8000	18000	15000	--	49820	200180
	厦门文产基地一期	48	210000	175000	15000	15000	5000	--	45830	164170
	沈阳文产基地一期	48	250000	160000	6000	11000	73000	--	34500	215500
	青岛文产基地一期	48	280000	200000	10000	15000	15000	40000	46000	234000
	天津 3D 影视基地一期	36	150000	135000	3600	7000	4400	--	32000	118000
	深圳光明产业	54	160744	65435	48265	41433	3370	2241	100000	60744

	园									
电子信息服务业	沈阳华强金廊城市广场项目一期	72	757335	320273	74936	94505	65664	201957	200000	557335
	郑州华强城市广场二期	51	102239	65288	14135	15149	7667	--	--	102239
	郑州华强城市广场三期	52	92127	25441	8096	15266	43324	--	30000	62126
	南通二期	32	174365	138495	15886	5003	10436	4545	27000	147364
	南通三期	28	133466	99515	19254	8837	2784	3076	30000	103467
	佛山华强广场	30	80275	59893	18674	1708	--	--	10000	70275
房地产	芜湖 R09	46	165000	78547	16500	26100	27131	16722	44000	121000
	芜湖 R02	41	127000	35512	20532	22043	21605	27308	40000	87000
	安阳华强城住宅 1.5 期	30	53786	3097	14328	17555	13879	4927	20000	33786
	安阳华强城住宅 1.4 期	39	78092	54937	10817	3524	4909	3905	30000	48092
	安阳华强城住宅 2.1 期 B 区	30	56905	25309	16354	12397	2845	--	20000	36905
	沈阳华强城 2.1.1 期	33	91715	67005	17191	2669	2415	2435	28000	63714
	沈阳华强城 2.1.2 期	36	78605	34114	21576	15626	2554	4735	22000	56605
合计			**3491655**	**2149861**	**361144**	**347815**	**320983**	**311851**	**872750**	**2618903**

资料来源：公司提供

表 17　公司未来重大拟建项目（单位：万元）

板块	项目名称	建设期（月）	总投资	截至 2016 年 3 月底已投入	未来投入			筹资渠道	
					2016 年 4-12 月	2017 年	2018 年	贷款	自筹
文化产业	深圳光明项目 4# 地块	54	52419	10797	17502	16222	7899	40000	12419
房地产	南通四期	36	197552	57496	27739	42897	38025	40000	157552
	安阳华强城 2.2 期 B 区	28	65620	2357	2197	23335	28716	20000	45620
	沈阳华强城 2.2 期	36	47280	14100	1906	10125	16245	6000	41280
	沈阳华强城 2.3 期	36	52538	13408	944	2631	12111	20000	32538
合计	--	--	**415409**	**98158**	**50288**	**95210**	**102996**	**126000**	**289409**

资料来源：公司提供

八、 重大事项

1. 12.24 亿元收购湘海电子 100%股权、捷扬电子 70%股权进入电子元器件分销领域

2015 年 5 月 20 日，子公司深圳华强实业股份有限公司（以下简称“华强实业”）对外发布公告称：拟 18.16 元/股向杨林等发行 4270 万股，并支付现金 2.60 亿元，购买其持有的湘海电子 100%股权，作价 10.34 亿元。同时，公司拟 22.44 元/股非公开发行 1152 万股，募集配套资金 2.60 亿元，全部用于支付此次收购的现金对价。该交易已于 2015 年 10 月完成。2015 年 12 月，华强实业 1.90 亿元收购深圳捷扬电子 70%股权。这两次交易是公司完善电子信息高端服务业总体战略的关键一步。公司业务范围将延伸至电子元器件分销领域，获取关键产品线及客户资源，并与现有的华强电子网、华强芯城、电子发烧友等线上业务平台进行协同整合。通过持续的外延式并购发展，公司拟逐步构建以交易服务平台和创新服务平台为支撑的电子信息高端服务业，掌握上下游产业资源及渠道，发挥产业平台优势，提供全面的供应链管理，深度参与电子信息产业链的整合及优化。

2. 华强方特成功登陆新三板并定向增发募集资金 12.35 亿元

2015 年 12 月 28 日，深圳华强文化科技集团股份有限公司（现已更名为深圳华强方特文化科技集团股份有限公司）在新三板挂牌上市（股票代码 834793，简称“华强文化”（更名后改为“华强方特”））。2016 年 1 月 15 日，公司股东会通过《关于公司股票发行方案的议案》，随后引入中国文化产业基金、中广文影股权投资基金、新华网等 14 家国内一线文化产业资本及明星企业，对新增投资者以 29 元/股的价格发行 4260 万股，募集资金 12.35 亿元。

公司通过登陆新三板，拓宽了融资渠道，扩大了资本运作的空间，提高了公司品牌的知名度；同时通过以较高的价格定向增发，引入一批在行业内影响力较大的战略投资者，有利于公司在资本市场树立良好的形象，并获取更好的业务资源。

九、募集资金使用情况

公司于 2015 年 6 月发行的“15 华强 CP001”募集资金共 10 亿元，所募集资金全部按计划用途使用。

十、财务分析

1. 财务质量及财务概况

公司提供的 2013~2014 年财务报表由瑞华会计师事务所审计，均出具了标准无保留审计意见的审计结论；公司 2015 年财务报表经天健会计师事务所审计，出具了标准无保留的审计意见。公司提供的 2016 年一季度财务数据未经审计。

2015 年，公司合并范围增加 1 家子公司，减少 1 家子公司，规模相对较小，对财务数据可比性影响较小。

截至 2015 年底，公司（合并）资产总额 480.34 亿元，所有者权益合计 146.50 亿元（其中少数股东权益 37.12 亿元）；2015 年，公司实现营业收入 150.65 亿元，实现利润总额 16.10 亿元。

截至 2016 年 3 月底，公司（合并）资产总额为 491.74 亿元，所有者权益合计为 161.52 亿元（其中少数股东权益 48.58 亿元）。2016 年 1～3 月，公司实现营业收入 35.04 亿元，利润总额 1.86 亿元。

2. 盈利能力

2015 年，公司实现营业收入 150.65 亿元，同比增长 34.22%，主要系文化科技板块收入增长及新增电子元器件分销业务收入所致。同期，公司营业成本 111.47 亿元，同比增长 46.82%。受此影响，公司营业利润率下滑至 22.55%。

2015 年，公司期间费用 27.31 亿元，同比增长 11.64%，占营业收入比例有所下降，为

18.13%。

2015 年，公司实现利润总额 16.10 亿元，同比下降 17.26%，其中公允价值变动收益 0.73 亿元，同比下降 38.58%，其中按公允价值计量的投资性房地产中部分物业评估增值产生变动收益 0.67 亿元；同期取得投资收益 6.36 亿元，较上年下降 11.84%，其中处置类投资收益 5.02 亿元。

2015 年，公司营业外收入 3.02 亿元，同比下降 24.97%，主要是政府补助（2.83 亿元，主要为各地文化产业基地资产补助摊销及所得税退税等补助）。

从盈利指标看，2015 年，公司净资产收益率及总资本收益率同比均有所下降，分别由 2014 年的 13.52%和 7.60%降至 8.23%和 5.02%。

2016年1~3月，公司实现营业收入35.04亿元，同比增长43.35%，利润总额1.86亿元，同比增长156.94%。

总体看，跟踪期内，受益于公司文化科技板块业务、供应链业务及电子元器件分销业务增长，公司收入规模增长，但公司盈利能力有所下降。

3．现金流分析

2015 年，公司经营活动现金流入 171.91 亿元，主要为销售商品、提供劳务收到的现金。同期，经营活动现金流出 155.42 亿元。2015 年，经营活动产生的现金流量净额为 16.49 亿元，同比增长 299.02%。从现金收入质量来看，2015 年公司现金收入比为 105.49%，较上年增加 6.75 个百分点。

投资活动方面，2015年，公司投资活动现金流入量26.80亿元，其中收回投资收回现金15.96亿元，主要为公司购买理财产品到期收回的现金；同期，公司投资活动现金流出55.45亿元，其中购建固定资产、无形资产等支付的现金24.77亿元，投资支付的现金20.78亿元，主要系公司购买理财产品支付的现金。2015年，公司投资活动产生的现金流净额为-28.65亿元。

2015年，公司筹资活动现金流入243.41亿元，主要为银行借款和发行债券取得的现金。同期，筹资活动现金流出217.69亿元，主要为偿还债务支付的现金和分配股利、利润或偿付利息支付的现金。2015年，公司筹资活动产生的现金流量净额25.71亿元。

2016年1～3月，公司经营活动产生的现金流量净额为-4.40亿元；公司投资活动产生的现金流量净额-9.15亿元；筹资活动产生的现金流量净额13.31亿元。

总体看，跟踪期内，公司经营活动获现能力有所增强；资本支出规模有所提升，公司未来在建项目较多，筹资压力较大。

4. 资本及债务结构

资产

截至2015年底，公司资产总额为480.34亿元，同比增长10.64%，其中流动资产占39.70%，非流动资产占60.30%，流动资产占比有所下降。

截至 2015 年底，公司流动资产 190.71 亿元，同比增长 5.44%。主要由货币资金（占 24.83%）和存货（占 54.13%）构成。

截至2015年底，公司货币资金47.35亿元，同比增长 33.10%，主要为银行存款（占 91.78%），公司受限货币资金为 3.85 亿元。

截至 2015 年底，公司其他应收款 15.05 亿元，同比下降 20.55%，主要为往来款和待返还的保证金、押金。

截至2015年底，公司存货账面价值103.22亿元，同比下降8.96%，存货结构基本没有变化，仍然以房地产业务开发成本为主（占 74.78%）。公司计提跌价准备0.60亿元，计提比例0.58%。

截至 2015 年底，公司非流动资产 289.63 亿元，同比增长 14.35%，主要由于长期股权投资（占 6.73%）、投资性房地产（占 27.71%）

和固定资产（占29.12%）增长所致。

截至2015年底，公司可供出售金融资产为15.91亿元，同比下降36.64%，全部为可供出售的权益类工具。

截至2015年底，公司长期股权投资19.50亿元，同比增长171.06%，全部系对合营联营企业的投资，主要是原子公司深圳华强前海科技有限公司因少数股东增资变更为公司联营公司，改为权益法核算，截至2015年底公司对前海科技长期股权投资账面价值为9.97亿元。

截至2015年底，公司投资性房地产80.24亿元，同比增长8.69%，主要源于增加了安阳市华强中心商务区集中商业和梅林厂房。

截至2015年底，公司固定资产为84.35亿元，同比增长17.03%，其中房屋建筑物占74.93%，机器设备占比24.53%，其余为运输工具和电子及其他设备。固定资产累计计提折旧20.28亿元。

截至2015年底，公司在建工程45.78亿元，同比增长16.90%，主要由文产基地工程和金廊一二期项目构成。

截至2015年底，公司商誉8.51亿元，主要系溢价收购深圳市湘海电子有限公司、深圳市捷扬讯科电子有限公司所形成。

截至2016年3月底，公司资产总额为491.74亿元，较2015年底增长2.37%，其中流动资产占40.93%，非流动资产占59.07%，资产构成变化不大。

总体看，跟踪期内，公司货币资金、投资性房地产和固定资产持续增长，流动资产中存货占比高，公司资产流动性一般，整体质量较好。

所有者权益

截至2015年底，公司所有者权益合计146.50亿元，同比增长18.49%，主要资本公积和未分配利润增长所致。归属于母公司所有者权益合计109.38亿元，实收资本占7.31%，资本公积占10.17%，盈余公积占1.68%，其他综合收益占33.53%，未分配利润占47.31%。截至2016年3月底，公司所有者权益合计161.52亿元，较上年底增长10.25%，公司所有者权益构成变化不大。

总体上看，公司所有者权益中未分配利润占比较高，稳定性一般。

负债

截至2015年底，公司负债合计333.84亿元，同比增长7.51%，其中流动负债占54.35%，非流动负债占45.65%，流动负债占比有所下降。流动负债中，短期借款大幅增长至71.40亿元，应付票据下降至5.72亿元，应付账款下降至30.70亿元，一年内到期的非流动负债下降至5.14亿元，其他流动负债下降至25.13亿元，其他科目变化不大。非流动负债方面，应付债券大幅增长至41.00亿元，主要系公司2015年发行两期中期票据共计33亿元和两期私募债共计8亿元。

有息债务方面，截至2015年底，公司全部债务为195.76亿元，较上年增长17.49%，长期债务93.49亿元，同比增长52.15%，短期债务102.26亿元，同比下降2.76%；债务结构方面，短期债务占比为52.24%，长期债务占比为47.76%，长期债务占比有所提升。

债务指标方面，截至2015年底，公司资产负债率和全部债务资本化比率分别下降至69.50%和57.20%，长期债务资本化比率提升至38.96%。

截至2016年3月底，公司负债合计330.22亿元，较上年底下降1.08%，流动负债占52.12%，非流动负债占47.88%。公司全部债务201.46亿元，较上年底增长2.91%。公司资产负债率、长期债务资本化比率及全部债务资本化比率分别为67.15%、38.31%和55.50%。

总体看，跟踪期内，公司资产负债率有所下降，债务负担有所减轻。

5. 偿债能力

从短期偿债能力指标看，截至2015年底，公司流动比率为105.11%，速动比率为48.22%，

较上年均有所提升。截至2016年3月底，公司流动比率和速动比率分别为116.95%和55.34%。2015年，经营现金流动负债比为9.09%，经营活动获取的现金对流动负债的保障能力有所提高。总体看，公司债务规模较大，考虑到公司货币资金规模较大，短期偿债能力尚可。

从长期偿债能力指标看，2015年，公司EBITDA为29.41亿元，同比下降7.03%，EBITDA利息倍数有所下降，2015年为2.53倍；全部债务/EBITDA倍数有所提升，2015年为6.66倍。总体看，公司长期债务增长较快，长期偿债能力有所下降。

截至2016年3月底，公司无对外担保。

截至2016年3月底，公司授信额度总量为658.55亿元，尚未使用528.37亿元。同时公司旗下拥有1家A股上市公司，2家新三板上市公司，直接和间接融资渠道畅通。

6. 存续期内债券偿还能力

公司存续期内短期融资券为“15华强CP001”，发行总额为10亿元。

截至2016年3月底，公司现金类资产（剔除受限货币资金后）合计48.52亿元，为“15华强CP001”待偿本金的4.85倍。2015年，公司经营活动现金流入量及经营活动现金流量净额分别为171.91亿元和16.49亿元，为“15华强CP001”待偿本金的17.19倍和1.65倍。

总体看，公司现金类资产和经营活动现金流入量对“15华强CP001”保障程度高。

7. 过往债务履约情况

根据公司提供的中国人民银行征信中心开具的企业信用报告（机构信用代码为：G1044030400397290W），截至2016年5月6日，公司无未结清和已结清的不良信贷信息记录，过往债务履约情况良好。

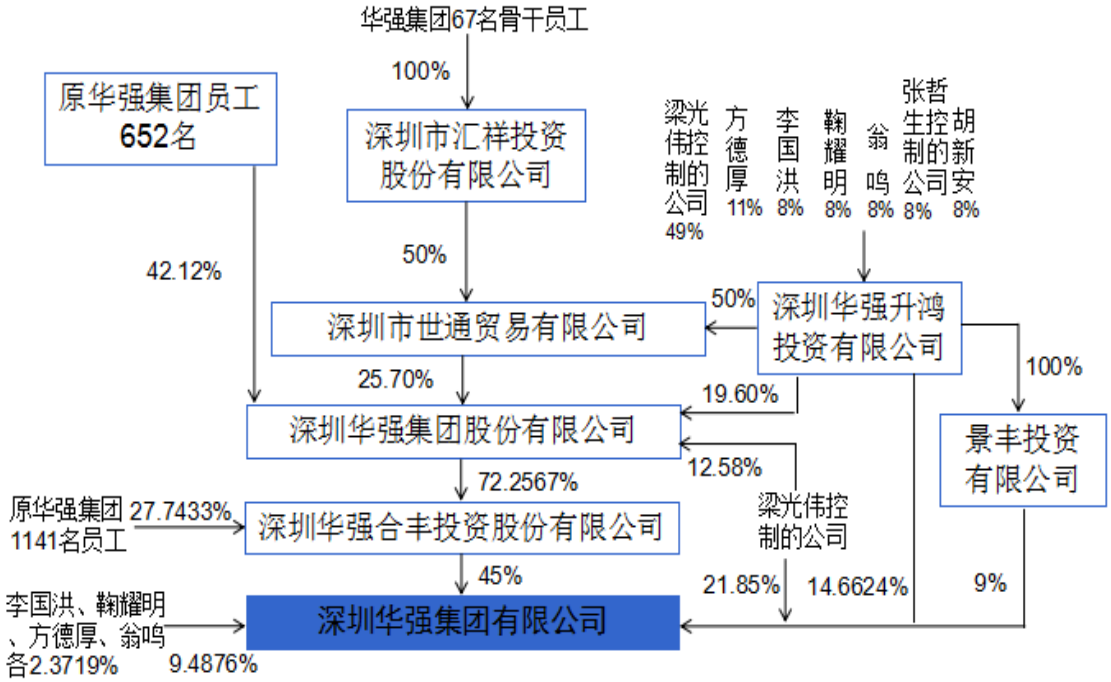
8. 抗风险能力

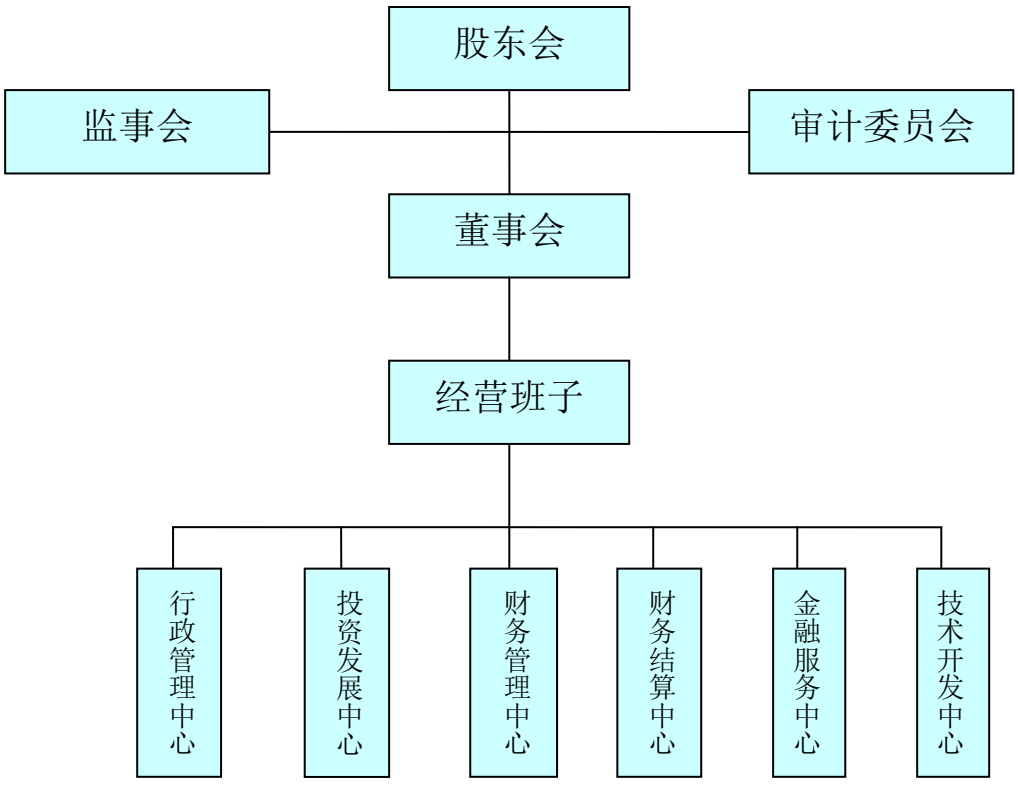
跟踪期内，公司文化科技产业及电子信息高端服务业两大核心业务发展态势良好，收入规模进一步提升，均处于行业领先地位；文化科技主题公园布局在全国初具规模，品牌知名度不断提升，竞争能力强，整体盈利能力处于较高水平。总体看，公司整体抗风险能力强。

十一、结论

综合考虑，联合资信确定将公司主体长期信用等级由AA调整为AA^{+}，评级展望为稳定，并维持“15华强CP001”A-1的信用等级。

附件 1　公司股权结构图及组织结构图





附件 2　主要财务数据及指标

项目	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年 3 月
财务数据				
现金类资产(亿元)	21.39	31.27	47.91	48.52
资产总额(亿元)	361.10	434.16	480.34	491.74
所有者权益(亿元)	96.58	123.64	146.50	161.52
短期债务(亿元)	75.89	105.17	102.26	101.15
长期债务(亿元)	50.43	61.45	93.49	100.31
全部债务(亿元)	126.33	166.62	195.76	201.46
营业收入(亿元)	102.96	112.24	150.65	35.04
利润总额(亿元)	20.03	19.45	16.10	1.86
EBITDA(亿元)	31.03	31.64	29.41	--
经营性净现金流(亿元)	9.43	4.13	16.49	-4.40
财务指标				
销售债权周转次数(次)	32.69	27.11	19.65	--
存货周转次数(次)	0.65	0.68	1.03	--
总资产周转次数(次)	0.29	0.28	0.33	--
现金收入比(%)	100.32	98.74	105.49	98.98
营业利润率(%)	33.87	28.78	22.55	21.53
总资本收益率(%)	9.09	7.60	5.02	--
净资产收益率(%)	15.67	13.52	8.23	--
长期债务资本化比率(%)	34.30	33.20	38.96	38.31
全部债务资本化比率(%)	56.67	57.40	57.20	55.50
资产负债率(%)	73.25	71.52	69.50	67.15
流动比率(%)	101.94	95.12	105.11	116.95
速动比率(%)	29.27	35.50	48.22	55.34
经营现金流动负债比(%)	6.29	2.17	9.09	--
EBITDA 利息倍数(倍)	3.95	3.34	2.53	--
全部债务/EBITDA(倍)	4.07	5.27	6.66	--

注：1. 公司 2016 年一季度财务数据未经审计；2. 短期债务及相关指标计算已包括短期融资券；3.现金类资产计算时已剔除受限部分。

附件 3　有关计算指标的计算公式（新准则）

指标名称	计算公式
增长指标	
资产总额年复合增长率	（1）2 年数据：增长率=（本期-上期）/上期×100% （2）n 年数据：增长率=[(本期/前 n 年)^（1/(n-1)）-1]×100%
净资产年复合增长率	
营业收入年复合增长率	
利润总额年复合增长率	
经营效率指标	
销售债权周转次数	营业收入/（平均应收账款净额+平均应收票据）
存货周转次数	营业成本/平均存货净额
总资产周转次数	营业收入/平均资产总额
现金收入比	销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入×100%
盈利指标	
总资本收益率	（净利润+费用化利息支出）/（所有者权益+长期债务+短期债务）×100%
净资产收益率	净利润/所有者权益×100%
营业利润率	（营业收入-营业成本-营业税金及附加）/营业收入×100%
债务结构指标	
资产负债率	负债总额/资产总计×100%
全部债务资本化比率	全部债务/（长期债务+短期债务+所有者权益）×100%
长期债务资本化比率	长期债务/（长期债务+所有者权益）×100%
担保比率	担保余额/所有者权益×100%
长期偿债能力指标	
EBITDA 利息倍数	EBITDA/利息支出
全部债务/ EBITDA	全部债务/ EBITDA
短期偿债能力指标	
流动比率	流动资产合计/流动负债合计×100%
速动比率	（流动资产合计-存货）/流动负债合计×100%
经营现金流动负债比	经营活动现金流量净额/流动负债合计×100%

注：现金类资产=货币资金+交易性金融资产/短期投资+应收票据

短期债务=短期借款+交易性金融负债+一年内到期的长期（非流动）负债+应付票据

长期债务=长期借款+应付债券

全部债务=短期债务+长期债务

EBITDA=利润总额+费用化利息支出+固定资产折旧+摊销

利息支出=资本化利息支出+费用化利息支出

企业执行新会计准则后，所有者权益=归属于母公司所有者权益+少数股东权益

附件 4　主体长期信用等级设置及其含义

根据中国人民银行2006年3月29日发布的“银发〔2006〕95号”文《中国人民银行信用评级管理指导意见》，以及2006年11月21日发布的《信贷市场和银行间债券市场信用评级规范》等文件的有关规定，主体长期信用等级划分成三等九级，分别用AAA、AA、A、BBB、BB、B、CCC、CC和C表示，其中，除AAA级，CCC级（含）以下等级外，每一个信用等级可用“+”、“-”符号进行微调，表示略高或略低于本等级。

级别设置	含　　义
AAA	偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
AA	偿还债务的能力很强，受不利经济环境的影响不大，违约风险很低
A	偿还债务能力较强，较易受不利经济环境的影响，违约风险较低
BBB	偿还债务能力一般，受不利经济环境影响较大，违约风险一般
BB	偿还债务能力较弱，受不利经济环境影响很大，违约风险较高
B	偿还债务的能力较大地依赖于良好的经济环境，违约风险很高
CCC	偿还债务的能力极度依赖于良好的经济环境，违约风险极高
CC	在破产或重组时可获得保护较小，基本不能保证偿还债务
C	不能偿还债务

银行间债券市场中长期债券信用等级设置及其含义同主体长期信用等级。

附件 5　短期债券信用等级设置及其含义

根据中国人民银行 2006 年 3 月 29 日发布的“银发〔2006〕95 号”文《中国人民银行信用评级管理指导意见》，以及 2006 年 11 月 21 日发布的《信贷市场和银行间债券市场信用评级规范》等文件的有关规定，银行间债券市场短期债券信用等级划分为四等六级，符号表示分别为：A-1、A-2、A-3、B、C、D，每一个信用等级均不进行微调。

级别设置	含　义
A-1	为最高级短期债券，其还本付息能力最强，安全性最高
A-2	还本付息能力较强，安全性较高
A-3	还本付息能力一般，安全性易受不良环境变化的影响
B	还本付息能力较低，有一定的违约风险
C	还本付息能力很低，违约风险较高
D	不能按期还本付息