

证券代码：300074

证券简称：华平股份

公告编号：201203-10

华平信息技术股份有限公司 2011 年年度报告摘要

§ 1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料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、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文，报告全文同时刊载于证监会指定网站和公司网站。投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读年度报告全文。

1.2 公司年度财务报告已经上海众华沪银会计师事务所有限公司审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.3 公司负责人刘焱、主管会计工作负责人王金仙及会计机构负责人(会计主管人员)张宏俊声明：保证年度报告中财务报告的真实、完整。

§ 2 公司基本情况

2.1 基本情况简介

股票简称	华平股份
股票代码	300074
上市交易所	深圳证券交易所

2.2 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	奚峰伟	黄巧连
联系地址	上海市国定路 335 号 2 号楼 22 层	上海市国定路 335 号 2 号楼 22 层
电话	021-65650210	021-65650210
传真	021-55666998	021-55666998
电子信箱	ir@avcon.com.cn	ir@avcon.com.cn

§ 3 会计数据和财务指标摘要

3.1 主要会计数据

单位：元

	2011 年	2010 年	本年比上年增减 (%)	2009 年
营业总收入 (元)	126,404,382.09	103,417,203.11	22.23%	101,674,845.90
营业利润 (元)	45,657,657.51	39,302,073.68	16.17%	37,832,149.77
利润总额 (元)	56,820,383.10	54,124,147.07	4.98%	49,315,577.58
归属于上市公司股东	50,613,078.32	48,406,551.30	4.56%	43,888,966.73

的净利润（元）				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	46,430,930.28	41,186,996.49	12.73%	42,110,814.45
经营活动产生的现金流量净额（元）	-11,038,789.03	20,007,187.85	-155.17%	45,259,270.97
	2011 年末	2010 年末	本年末比上年末增减（%）	2009 年末
资产总额（元）	856,310,871.93	833,044,008.35	2.79%	125,949,622.35
负债总额（元）	27,397,763.22	14,743,977.96	85.82%	9,488,143.26
归属于上市公司股东的所有者权益（元）	828,913,108.71	818,300,030.39	1.30%	116,461,479.09
总股本（股）	100,000,000.00	40,000,000.00	150.00%	30,000,000.00

3.2 主要财务指标

	2011 年	2010 年	本年比上年增减（%）	2009 年
基本每股收益（元/股）	0.506	0.528	-4.17%	0.585
稀释每股收益（元/股）	0.506	0.528	-4.17%	0.585
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.464	0.449	3.34%	0.562
加权平均净资产收益率（%）	6.00%	8.40%	-2.40%	46.43%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	5.50%	7.15%	-1.65%	44.55%
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.11	0.50	-122.00%	1.51
	2011 年末	2010 年末	本年末比上年末增减（%）	2009 年末
归属于上市公司股东的每股净资产（元/股）	8.29	20.46	-59.48%	3.88
资产负债率（%）	3.20%	1.77%	1.43%	7.53%

3.3 非经常性损益项目

√ 适用 □ 不适用

单位：元

非经常性损益项目	2011 年金额	附注（如适用）	2010 年金额	2009 年金额
非流动资产处置损益	-431.72		-36,875.94	-53,725.05
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	3,840,000.00		6,087,892.86	1,248,357.14
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	352,515.00		1,188,790.00	897,620.00
所得税影响额	-9,935.24		-20,252.11	-314,099.81
合计	4,182,148.04	-	7,219,554.81	1,778,152.28

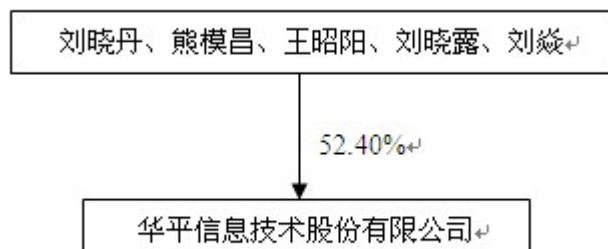
§ 4 股东持股情况和控制框图

4.1 前 10 名股东、前 10 名无限售条件股东持股情况表

单位：股

2011 年末股东总数	10,078	本年度报告公布日前一个月末股东总数	10,580		
前 10 名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例（%）	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
刘晓丹	境内自然人	19.26%	19,260,000	19,260,000	0
熊模昌	境内自然人	18.73%	18,727,500	18,727,500	0
王昭阳	境内自然人	7.95%	7,950,000	7,950,000	0
刘晓露	境内自然人	5.07%	5,070,000	5,070,000	0
交通银行－光大保德信中小盘股票型证券投资基金	境内非国有法人	3.46%	3,464,801	0	0
郭浩根	境内自然人	1.80%	1,795,000	0	0
周小川	境内自然人	1.77%	1,767,500	1,325,625	0
刘焱	境内自然人	1.40%	1,395,000	1,395,000	0
中国工商银行－融通动力先锋股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.38%	1,377,452	0	0
中国建设银行－华夏红利混合型开放式证券投资基金	境内非国有法人	1.13%	1,129,999	0	0
前 10 名无限售条件股东持股情况					
股东名称		持有无限售条件股份数量		股份种类	
交通银行－光大保德信中小盘股票型证券投资基金		3,464,801		人民币普通股	
郭浩根		1,795,000		人民币普通股	
中国工商银行－融通动力先锋股票型证券投资基金		1,377,452		人民币普通股	
中国建设银行－华夏红利混合型开放式证券投资基金		1,129,999		人民币普通股	
中国光大银行股份有限公司－光大保德信量化核心证券投资基金		1,067,231		人民币普通股	
招商银行股份有限公司－光大保德信新增长股票型证券投资基金		1,003,287		人民币普通股	
陈树新		978,000		人民币普通股	
全国社保基金一一八组合		965,572		人民币普通股	
姚卫		668,116		人民币普通股	
中国工商银行－鹏华消费优选股票型证券投资基金		599,949		人民币普通股	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，刘焱是刘晓丹与刘晓露的母亲,刘晓丹和刘晓露是兄妹关系，刘焱、刘晓丹、刘晓露、熊模昌和王昭阳是一致行动人。				

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



§ 5 董事会报告

5.1 管理层讨论与分析概要

一、公司报告期内总体经营情况

1、总体经营情况概述

2011 年是公司上市后的第一个完整的会计年度，这一年中，公司从一个以技术为主导的小型企业成长为一个拥有充足资本的上市公司，市场形象得到大幅提升。作为一个以政府、军警、金融等行业为主要目标客户的企业，公司的上市同样使公司在这些客户中的可信度和美誉度得到进一步的提高。

本报告期内公司充分实施并完成了 2011 年经营计划的大部分内容，报告期内经营计划的实施情况及其他经营情况概述如下：

本报告期内，公司的主营业务仍然为销售视频会议、视频监控产品及提供相关的行业应用解决方案，盈利模式主要为定制研发、销售视频类产品，服务类的收入仍属于摸索阶段。与本公司上市时在招股说明书中披露的主营业务和盈利模式相比，未发生变化。但在收入结构上，行业应用解决方案的比重上升较快，特别是图像综合集成系统（也称“应急指挥调度平台”）在某部队的应用已趋向成熟。

经过公司各部门员工的努力，公司在报告期内的营业收入比去年同期增加 22.23%，净利润比去年同期增长 4.56%，对特定大客户的依赖度逐渐减少。

公司在报告期内的总体经营情况可概括为：

- ✧ 完善公司的研发体系及销售体系，大量招聘各类人才，为公司未来的发展奠定人力资源基础；
- ✧ 开拓产品的行业应用范围，获得新的大客户，保证收入的持续增长；
- ✧ 加大研发投入，不断开发新产品，保持公司技术领先和产品领先；
- ✧ 试点公司的产品运营模式，为未来业务发展模式的转型积累经验。

（1）、完善公司的销售体系及研发体系

报告期内成立了华平信息技术（南昌）有限公司（以下简称为“南昌公司”）。因近几年大城市北京、上海、广州等地的生活成本较高，员工生活压力大，公司难以招聘及留住好的人才，为了公司长远的发展，2011 年 5 月在南昌投资 1 亿元成立了全资子公司作为公司的研发中心，并与当地的高校进行合作定向为南昌公司培养人才。报告期末，南昌公司已招聘各类人才 80 多人，较好地承担了公司的各项研发任务。

在销售体系上，将销售大区与大客户服务相融合，以满足对大客户服务的需求。2011 年提出了大客户和各销售大区融合的销售策略，将各地的大客户和当地的大区融合在一起，在总部与大客户洽谈认可以后，由各大区为当地的大客户做好本地化的服务，因此提高了销售人员的积极性。为进一步拓展市场规模及覆盖面，并完善公司的服务网络，销售分支机构由原来的 19 个拓展到 31 个。

2011 年下半年，公司大量招聘人员，至报告期末，公司的员工总数为 486 人，同比增长 45%，人员薪酬同比增长 73%。

为适应人员规模的增长，公司成立了培训部，并制定了整套培训体系，在培训过程中加强了对新员工和在岗员工的培训，全年共组织了 63 次培训，参加培训人员的业务水平和工作能力都提到了提升。培训体系的搭建围绕公司精神、理念、价值观、职业素质教育、职业技能教育展开，将培训效果真正落实、运用到每位员工的实际行动及工作当中，为公司整体发展和员工的职业发展规划提供有力的保障，促进公司人力资源的良性循环发展。

（2）、开拓产品的行业应用范围，保证收入的持续增长

报告期内公司签订的合同数超过 700 份，同比增长约 40%，客户的集中度进一步下降。在新产品开发应用方面，主要开发出应用于公安、武警、军队等行业的图像综合集成系统，该系统通过各种网络的跨网通信（3G 网络、互联网、专网等网络融合

通信)集成了跨地区的远程监控、会议、现场指挥、培训、业务管理等,使其应用于同一个平台。

报告期内开发出了基于 3G 网络及 WIFI 的无线视频终端,该终端利用公司现有的核心视音频传输技术、网络自适应技术、大规模组网技术等核心技术而研发出来的一款新型的产品,是业界第一个利用 H264-High Profile 的编码实现了商用级的高清传输,该产品已于报告期内确认近 1000 万元的收入,该产品是对公司现有产品系列的重大补充。

此外,公司在以下方面的拓展将会进一步使公司的收入稳定增长:

- ◇ 移动视频客户端 Android 系统开发完成,实现基于 Android 系统手机的监控客户端、手机会议端;
- ◇ 对外发布拥有完整自主知识产权的、适合中国的网络环境的特点的 AVCON AUDEC 和 AVCON VIDECON 音视频引擎产品,全面进军音视频引擎产品市场,以打破国外产品在中国市场的垄断;
- ◇ 公司为某省级政府单位定制了谈话沟通系统,方便政府领导在办公桌面即可直接与各部、委、局、区的领导及时进行视频沟通和工作交流,公司预计该系统将会在其他行政区域内得到推广应用;
- ◇ 为建筑行业定制视频通讯平台,着手拓展建筑行业的客户,为开发商、建筑设计研究院等建立视频的协同工作平台。

(3)、在研发项目方面,公司除在原有的视音频编解码技术、网络传输技术等方面持续优化外,公司还在以下方面进行研究和开发:

持续研究与其他视频产品的融合,目前已支持黄河、大华、海康、科达等行业内的主流厂商的设备接入,一方面可以保护用户的原有投资,另一方面可以更容易建成一个融合通讯平台。

研发视频通讯系统的“云计算”,针对大型扁平化网络架构实现视频服务的“云计算”框架;开展“云存储”服务。将离线文件、会议文件分发、录像的上传下载、文档共享等集中归纳到云存储服务中。云计算及云存储的研发将使公司未来能够以视频运营平台向众多的中小企业和个人用户提供视频服务。

在募集资金投向方面,除原有的全媒体统一通信系统项目、全高清监控指挥系统项目等募投项目外,公司以超募资金设立了华平信息技术(南昌)有限公司,主要开发以下产品:

电子白板:交互式电子白板广泛应用于教学、演讲、多媒体网络会议、远程医疗、产品展示会、气象、天文、车辆调度、交互式简报等领域,并能根据行业的特殊性满足客户的个性化需求(如多媒体课堂、应急指挥、远程会议、产品导购、电视媒体制作等)。

电子地图:通过计算机对空间有关的数据进行采集、管理、操作、模拟分析和显示,实现了基于 GIS 的应急指挥,结合各单位视频会议与监控系统的视频、VOIP 系统等,形成综合应急指挥平台。

视频分析与识别技术:是计算机对视频“内容”的提取和理解,该产品主要应用于违章停车、闯红灯、目标跟踪、禁区管理、防火等。

上述技术的开发将使公司的产品应用更具有竞争力,进一步丰富公司的产品线及市场领域。

本报告期内公司在产品、研发、市场等方面打下了良好的基础,多媒体通信产品在视频会议、监控指挥、远程培训、3G 无线单兵等方面得到广泛应用,潜在的市场规模远远突破了原有的视频会议市场。

(4) 试运营云服务平台 <http://www.avcon.cn/>,针对中小企业及高端个人用户摸索云服务模式;报告期内,公司正在试点的产品运营模式已在招商银行上海分行及其他试点企业得到应用,已成为公司职员办公桌面的沟通工具,并用于日常的协同工作、远程培训等方面,这将为公司在未来几年建设视频通讯的运营平台积累经验。

报告期内,以下方面未达到 2011 年经营计划的预期:

(1) 总部基地计划未能实施。主要原因是与相关政府部门洽谈的用地计划未能达到公司发展的需要,也未能找到合适的地点购买总部办公楼,公司将继续关注适合公司进一步扩张的地点并择时建设公司的总部基地。

(2) 海外市场计划未能成功实施。主要原因为公司的产品目前主要为硬件,当向海外销售时在运输、安装、换货等方面还未建成较好的体系,不能保证能全方位地为海外客户提供服务,故未展开海外市场,目前还只是通过少数代理商向东南亚的少数客户进行销售。

二、对公司未来发展的展望

公司一直重视深交所投资者互动平台上投资者所关心的各个问题,到目前为止,深交所投资互动平台共收到投资者 21 条问题,公司均能于一个工作日内及时回复。此外,公司还积极主动地参加相关机构投资者的调研,报告期内共接受 17 次的机构调研。投资者关心的问题包括以下几个方面:

- 1、公司所处行业的市场规模如何?是否 1 亿元的收入已经封顶?
- 2、市场竞争状况如何?公司产品的技术领先状况如何?
- 3、公司大客户的可持续性如何?公司的盈利模式能否持续?
- 4、可否拓展到视频搜索领域或其他领域?
- 5、是否有云服务、手机移动视频服务的计划?如何为更多的中小企业服务?
- 6、能否有持续的高送股或高转股方案?

结合以上投资关心的问题,行业前景和市场规模、公司的核心技术和竞争状况、研发计划及未来的市场拓展等方面阐述公司的未来发展方向。

(一) 公司所处行业的发展前景

经过多年的发展,视频通信行业已经成功由最初的“鲜为人知”成为时下最为流行的信息沟通工具之一,无论是在技术上还

是在整体的产业链上都已经趋于成熟稳定。伴随着音视频编码技术的飞速发展和应用门槛的大幅降低，视频通信系统在我国逐步褪去“通信奢侈品”的外衣。三网融合带动的“三屏合一”也使得电脑不再是视频通信唯一的终端，智能手机、平板电脑等应用已经日趋火热。在这应用为王的时代，视频通信的应用范围不断拓宽，如今的视频通信已经不是大型企业商务会议的专属，中小企业、学校甚至个人消费应用都日渐升温。

延续 2010 年迅猛发展态势，2011 年视频通信领域依旧风云再起，从年初的免费风潮到远程呈现系统的崛起，再到移动 3G 和云计算的应用，乃至于开放协议的渐趋普及等等，特别是在电信运营商加大增值业务投入的推动下，视频通信行业将摆脱桎梏朝向多元化飞速发展。回顾 2011 年，多媒体通信继续沿着“综合服务”的康庄大道奋力前进着，移动视频通信、云计算等主流趋势已经逐渐褪去了青涩，开始由萌芽期进入了活跃期。

报告期内，国内的宏观经济环境的主要特征是通货膨胀，银行信贷紧缩，企业成本上升，利润率下降，这导致各大企业、政府部门等节约成本的需求不断提升，减少出差、提高效率成为节约成本的一个重要手段，远程视频通信的市场需求进一步提升，从而使得多媒体通信行业的市场空间进一步扩大。

多媒体通信行业的另一个发展趋势是，从政府和大企业的应用拓展到中小企业的应用，从传统会议室的应用拓展到电脑桌面的应用，从专线的应用拓展到互联网，从单一的应用场景延伸到多场景的融合通信，从固定通信拓展到移动通信。这种发展趋势将进一步拓展行业的发展空间。

1、“十二五”计划进一步刺激多媒体通信市场发展

我国在政府“十二五”工作计划明确提出要全面推动两化融合，以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，提高效率、降低成本，全面提高我国工业能力和企业的核心竞争力。视频通信作为企业信息化的一个核心组成部分，是企业在实现两化融合的道路需要率先解决的问题。目前金融、能源、交通、民航、医疗、教育等相关行业正在加速推进企业视频信息化建设，它将加速行业对视频通信产品的需求，进一步刺激我国多媒体通信市场发展。

2、可视化调度与管理前景无限

随着城市管理、公共安全和国防减灾信息化建设的不断推进，政府对于联动部门沟通以及前方信息掌控的需求也不断提升，原有多系统单独建设，独立运行的建设模式已经不适应客户的应用需求，基于视频会议系统、信息采集系统、移动定位系统和综合指挥决策系统的综合监控指挥系统已经成为建设重点。视频会议的应用，也将逐渐从单一系统的建设向多系统融合方向发展。

3、移动视频通信应用持续升温

3G 无线网络成熟和普及，以及手机、平板电脑等移动设备处理能力的增强，为移动视频通信的应用奠定了良好的基础。目前基于智能手机和平板电脑的无线视频通信应用正日益成熟，并逐步受到了企业和个人用户的青睐。同时在政府级的可视化应急调度和管理应用中，基于 3G、WIFI 或卫星网络的专业级移动化视频通信设备的应用需求也在日益增加。

4、行业定制化应用加速

目前视频通信在应用的过程中正不断渗透到各行各业。它基本的价值在于提高沟通效率，为用户节约开支，但最高价值却是与用户的业务流程进行融合，帮助用户改进业务，提高生产力。如，将视频通信技术与远程医疗业务相结合所催生的视频远程医疗系统、与保险理赔业务相合的视频远程定损系统、与教育培训技术和业务相结合的视频远程培训系统，目前正越来越多地被医疗、保险、教育等行业用户所采用，视频通信的行业化应用趋势进一步加速。

5、融合发展成主流，视频指挥调度成行业发展重要方向

为应对自然灾害、人为隐患、社会动乱等，视频指挥调度成为迅速处置的有效手段。视频指挥调度系统完整地融合了视频会议、视频监控的双重功能，将会议与监控融为一体，成为多媒体通信行业应用的一颗新星。

巨大的市场潜力有效地推动视频指挥调度功能快速发展，经过近一年内应对重大灾难的应用以及厂商的有力推广，视频指挥调度的概念体系已经建立。同时基于建设平安城市这一项长期的国家性政策，随着视频监控项目的逐渐成熟，下一步对视频指挥调度的需求将会越来越大。

6、进入云会议时代

云会议是基于云计算技术的一种高效、便捷、低成本的会议形式。用户可快速高效地与全球各地团队及客户同步分享语音、数据文件及视频，而会议中数据的传输、处理等复杂技术由云会议服务商帮助使用者进行操作。

在云会议时代，数据的传输、处理、存储全部由视频会议厂家的计算机资源处理。云会议系统支持多服务器动态集群部署，并提供多台高性能服务器，大大提升了会议的稳定性、安全性、可用性。近年来，视频会议因能大幅提高沟通效率，持续降低沟通成本，带来内部管理水平升级，而获得众多用户欢迎，已广泛应用在政府、军队、交通、运输、金融、运营商、教育、企业等各个领域。毫无疑问，视频会议运用云计算以后，在方便性、快捷性、易用性上具有更强的吸引力，必将激发视频会议应用新高潮的到来。云会议是视频会议与云计算的完美结合，带来了最便捷的远程会议体验。

综上所述，公司所处的多媒体通信行业的市场规模不断扩大，应用前景极为广泛。

（二）公司的主要优势及面临的市场格局

随着多媒体通信应用的快速发展，目前，越来越多的厂商和企业开始关注并进入这一领域，包括通信设备商、电信运营商、软件企业、网络服务商、传统会议厂商、监控厂商等，纷纷利用自己所拥有的技术、资源以及相关平台，推出新的产品或系统组合参与到多媒体通信行业的市场竞争之中。

在视频会议领域，有软件视频会议商与硬件视频会议商两大类，其中软件视频会议商是以 V2、视高为代表，定位于低端市场，专注于中小企业市场用户开发；硬件视频会议商以宝利通、华为、科达为代表，定位于高端市场，致力于具备专网条件的政府机关、金融单位用户。在中国市场，华平是少数几个具备软、硬件综合解决方案以及软硬融合应用产品的专业解决

方案供应商，产品可根据用户需求搭配出高、中、低档不同的解决方案，并可以适应不同网络环境。同时还具备国内首款视音频引擎产品，在视频编码技术、网络适应技术、音频编码效果上具备明显的技术优势。

在监控指挥领域，华平是目前少数拥有监控指挥完整解决方案与相关专利的企业之一，而且具备中国石油、云南省公安厅、天津消防等多个大型成功案例，在品牌、产品、技术以及解决方案上都具有明显优势。

在行业视频通信应用解决方案领域，华平已经在医疗、教育、保险、消防积累了丰富的经验，并具备符合行业业务需求，契合行业业务流程的定制化解决方案，稳步走在市场前列。

1、技术优势

公司坚持以视音频技术为核心，坚持自主创新，不断发展基于 IP 网络的多媒体通信技术，目前已经形成了以视音频编解码技术、音频处理技术、数据协同处理、智能网络适应技术、大规模组网、监控和会议融合等行业领先的核心技术，为公司未来的快速发展奠定了良好的基础。

目前，公司在核心技术方面的领先性主要表现在如下几个方面：

第一，_在大规模视频会议方面，公司的大规模组网技术仍然是目前全球规模最大、技术最先进的网络视频会议系统（详见本公司的招股说明书及 2010 年年报中的相关表述）。

第二，_在视音频处理方面，公司在报告期内不断研发，持续发展。_视频通信系统的品质不仅取决于设备，还与通信网络的优劣有着直接的影响。与政府机关和大型国企不同，中小企业并没有自己的专线网络，他们建设的视频通信系统只能依靠 Internet 公网进行通信，这就不得不面对中国特殊而又复杂的网络环境，去承受因延时、丢包、抖动或带宽不够等网络问题而带来的音视频品质下降的痛苦。

因此在视频通讯的过程中，如何减少因延时、抖动、丢包或带宽不够等网络问题而造成的音视频质量下降，有效提高音视频品质，成为多媒体通信企业关注和竞争的焦点。在这个竞争中，公司走在国内多媒体通信企业的前列，其推出 AUDEC/VIDEC 音视频引擎成为国内首款音视频引擎产品，打破了国外公司对中国音视频引擎市场的垄断。

第三，_公司开发出基于 3G 网络及 WIFI 的无线视频终端及基于手机及 PAD 类的终端软件，使公司的产品进一步覆盖到全部的无线网络。

第四，_在多技术融合方面，公司将电子白板、智能视频分析、电子地图、监控技术、手势识别等技术与视频通讯技术相结合，使公司产品能够应用于应急指挥、远程培训、远程教育、建筑行业等各个领域。

截止 2011 年 12 月 31 日，公司（含华平软件、华平电子、南昌子公司等）获得授权专利 78 项，其中发明专利 18 项、实用新型 46 项、外观设计 14 项，公司共有高新技术成果转化证书 5 项，软件著作权 37 项，软件产品登记证书 20 项。

2、研发优势

公司长期致力于视频会议和视频监控相关技术的研究和产品的开发，积累了丰富的开发经验。多年的产品销售和开发，使公司对我国各主要应用行业的客户需求有着深入的了解，并且和各行业的客户建立了长期的沟通渠道。公司依托具有自主知识产权的核心技术，建立了快速响应客户需求的开发机制，提供针对性、个性化的定制开发服务。

报告期内，公司的研发人员增加到 258 人，比去年同期增长了 36%，进一步充实了公司的研发力量。

2011 年，“AVCON UCC 统一协同通讯软件 V6.0”被国家发改委、国家商务部、国家质量监督局、国家环保总局联合授予“国家重点新产品”。这是公司继 2005 年“AVCON 网络视频会议系统 V4.0”、2009 年“AVCON 企业版网络视频会议软件 V5.0”后获得的第三个“国家重点新产品”。报告期内公司还通过了上海市科委“小巨人培育企业”项目验收、“国家火炬计划重点高新技术企业”及高新技术企业复审，公司将继续享受高新技术企业荣誉和优惠政策。

3、产品及方案优势

公司基于领先的视音频核心技术，形成了丰富的产品线。目前，公司视频会议系统包括软件系统、硬件系统、软硬件系统，以及标清系统和高清系统；视频监控指挥系统包括管理系统、报警联动系统、电子地图、应用系统、电视墙、录像存储、媒体转发等，可以为客户提供端到端的监控解决方案；同时，公司在业界率先实现了网络视频会议和网络视频监控的融合，提供全面的应急监控指挥调度解决方案。

报告期内，公司为政府行业、建筑行业、军警行业等定制了特定的视频通讯平台。

4、深刻的客户需求理解和经验积累

公司多年以来建立的“以客户为中心”的销售、研发体系使公司开发的产品更加符合市场需求。公司依托和客户长期沟通的渠道，制定了端到端的需求管理流程，专门成立针对各个行业的客户拓展和需求分析小组，对各个客户的需求进行深入的收集和分析，确保产品和客户需求的一致；严格规范从需求收集、需求分析、需求规划、需求验证到版本发布的全过程，确保需求得到及时、有效的分析并落实到产品版本中，向客户提供可信任的需求承诺。

公司在实践中通过对各种复杂网络环境、各种类型视音频终端兼容性的理解，以及对各种开发技巧的掌握，形成了丰富的多媒体通信系统实施经验，并可以通过快速的定制开发流程，对解决方案的若干环节进行修改，满足客户的个性化需求。

报告期内，公司共完成 38 个定制项目的开发及维护，根据客户和行业的需求定制了图像综合集成系统、医疗、建工、金融等行业的视频系统，充分满足客户的沟通需求和业务需求。

5、品牌及市场优势

公司在全国软件网络视频会议市场上占有率保持第一，在代表最先进技术和产品的高清网络视频会议市场上处于领先地位。公司产品及解决方案广泛应用于大型企业、武警部队、政府、教育等行业。2011 年，公司获得“A 类纳税信用证书”、“中国企业网络通讯大奖”，顺利通过高新技术企业复审并被评为“国家火炬计划重点高新技术企业”。

公司建立了总部、大区、各省市的三级服务体系，服务网点从去年的 19 个扩展到 31 个，覆盖了全国全部省市。同时，公司制定了规范的售后服务制度，定期对项目进行巡检，并且和客户主动沟通，制定明确的分级故障响应时间承诺，为客户提供及时、满意的服务，不断提升客户的满意度和忠诚度。

6、人力资源优势

公司作为高新技术企业，以人为本，注重优秀人才的引进和开发，保障公司健康、稳定、快速的发展。公司的核心管理人员、核心研发人员和核心销售人员，在业界具有 10 年以上的丰富经验，具有较强的稳定性和凝聚力，对市场现状、客户需求、核心技术和发展趋势有着深刻的了解，可以准确把握公司的战略方向，确保公司的长期稳健发展。

公司为了吸引业界突出的专业研发人才，建立了技术中心，并建立了有效的管理办法和奖励机制，确保核心技术人员的长期稳定和核心技术的长期竞争力。

公司本科以上学历人员占全体员工的 50.41%，30 岁以下员工占比为 70.16%，充分保证了合理的人才结构和充足的人才储备。

公司在多媒体通信行业仍定位于以软件开发为基础的可扩展到互联网应用的产品提供商，在软件视频会议行业的市场份额仍遥遥领先，排名第一，在超大规模的视频通信市场（即 1000 个以上分支机构同时接入通信平台）份额排名第一。虽然如此，但公司相较于国际知名的竞争对手而言，营业收入规模还很小，仍有较大的成长空间。

（三）、对公司未来发展战略和经营目标的实现产生不利影响的风险因素及存在的困难分析

1、公司规模的迅速扩张带来管理和人才上的瓶颈。

人才紧缺仍然是公司目前存在的主要困难，特别是研发人员扩张速度跟不上公司业务规模的扩张，导致公司潜在的新用户的需求得不到满足，这可能会使公司失去一些市场机会。

为解决人才招聘的困难，公司在南昌设立研发中心，借助南昌大学等高校计算机系的资源，力争为公司定向培养软件开发人才以完成公司的开发任务。

公司上市之初仅有 250 人，本报告期末的员工数达到 486 人，预计在未来几年内公司的人数将扩张到 1000 人左右，人员规模的扩张要求公司在管理模式上要更加成熟，但由于公司原有团队管理经验和管理幅度的限制，使公司在管理上面临瓶颈。目前公司已通过各种方式招聘管理人才，包括引进公司原独立董事方永新先生加入本公司管理团队以加强公司的管理能力。

随着公司产品线扩充、市场扩大和客户增加，公司目前面临的最大问题是人才，特别是研发和销售类的人才很难招聘，这导致公司目前的一些潜在项目流失。

2、超募资金使用进展缓慢，影响公司营业利润增长速度

因公司是以软件开发为主的公司，最主要的瓶颈是人才，并非机器设备和厂房，所以公司的超募资金无法用于生产线的扩张，只能用于对其他企业的并购，但由于前期创业板市场的发展，并购同类企业的 PE 过高，导致并购风险增大。超募资金在暂时找不到并购项目的情况下，只能用于研发项目的投入及市场开发，从而不能使公司规模通过并购的方式得到迅速扩张。公司目前通过开发新的行业应用方式迅速扩大市场空间，使公司以先发优势进入新的应用领域，从而保证了公司经营业绩的高速增长。

3、净利润率下降的风险：公司预计在短期内研发人员及销售人员会大量增加，从而致使销售费用和管理费用增加较快，当收入增长速度低于费用增长速度时，会导致公司的净利润率下降。目前公司处于上市后的基础建设期，将进一步完善公司的营销体系及研发体系，人员的增加将为未来的发展打下良好的基础。

4、大客户拓展的风险：本报告期内原有大客户实现的收入较少，虽然有新的大客户弥补了原有大客户的收入贡献，但仍然存在大客户波动的风险。公司将持续开发新的大客户，并通过对原有大客户的贴心服务帮助原有大客户进行升级和扩容，从而维持大客户所贡献的收入持续增长。

（四）管理层所关注的发展机遇和挑战

1、高清视频通信加速普及，移动视频通信开始崛起。随着高清技术的成熟，高清视频通信备受追捧，在应用领域呈现以点带面、行业应用带动全面普及的趋势，高清视讯产品得以迅速普及，高清市场正在逐渐成熟并得到认可。2011 年，在视频通信领域，无论是音频方面还是视频方面，“高清”都是当之无愧的潮流。“高清”的不断成熟也使得以节约差旅支出而著称的视频通信特性更加突出。同时，随着智能手机的普及，愈来愈热的移动视频会议成为了众多厂家的目标，移动视频通信开始迅速崛起。

2、国务院陆续出台的十大行业振兴计划，其中尤其是装备制造和电子信息行业振兴规划与多媒体通信行业有密切关系，也将为中国多媒体通信行业发展提供有力支持。

3、三网融合解决了不同网络间的通信问题，将全面刺激视频会议的应用和普及。

4、相对于物联网概念的接驳，伴随着交通产业的发展及其与人们生活消费的紧密关联，视频监控指挥领域潜力巨大。

5、国际互联网巨头谷歌、微软针对视频通信行业的持续收购，将对全国视频通信行业的格局形成深远的影响。

（五）公司未来发展战略规划及 2012 年经营计划

1、战略规划

公司未来三年的总体规划为：以“普及高品质的视频应用，帮助客户实现更高效率的沟通”为公司长期愿景，持续跟踪和把握最先进的视音频编解码算法和各种网络通信技术，不断巩固公司核心技术的领先地位；紧紧抓住信息化、网络化和多媒体的时代发展机遇，推动网络视频会议和网络视频监控指挥两大基础业务，积极培育和发展适合各行业、企业业务需求特点的行业解决方案市场，并适时进入运营服务市场，不断扩大公司产品和服务的差异化竞争优势；开拓国内市场并逐步发展国际市场，逐渐扩大公司市场份额和品牌影响力。

公司将充分发挥人才、技术、市场基础等综合优势，深入开展技术储备研究与开发，积极探索包括并购、参股、战略合作等多种形式的合作方式，紧紧把握多媒体通信行业的历史发展机遇，构建公司持续成长的长效格局。

2、公司 2012 年经营计划

2012 年，公司将继续遵循“产品领先、技术领先、市场领先”的经营目标，努力提高产品与解决方案的市场竞争力，稳步提高产品的市场占有率。

(1) 研发计划

2012 年公司在产品总体技术策略方面继续在视频、音频、网络传输、智能分析等核心技术领域的持续优化并实现新突破，基于嵌入式软硬件平台的核心技术移植与优化，为产品模块化及配件类产品开发做好平台支撑，在人机交互、调度指挥、视频智能分析等解决方案配套应用开发，探索面向运营、消费市场等新市场、产品的开发。

在版本策略上，针对大客户采取定制化版本，针对中小客户采取统一的标准化版本。特别是针对中小企业客户的版本要进一步优化、简化，以适应大众的需求，此外，针对不同行业进行特别定制，争取在军警、建工、金融、医疗等行业定制更为通用的版本以争取相应的行业类客户。

在研发和技术团队建设方面，分别组建行业定制研发团队、项目经理（产品经理）、服务团队以配合市场行业销售。

2012 年度的研发重点为：

- 1、_将多媒体的视频通讯系统完整地移植到各种手机操作系统，开发基于 Android Pad 和 Android Phone 的即时通讯、会议、会控等终端软件及基于 iPad 和 iPhone 的即时通讯、会议等终端软件；
- 2、_将专业的视频会议系统开发成时尚、简约的桌面多方协同工作软件，以适应中小企业及个人的应用，进一步完善云计算和云存储技术；
- 3、_将公司拥有的核心音视频技术 AUDEC 和 VIDEA 模块进行封装，探索与各类拥有大规模用户的网站、运营商等的合作；
- 4、_在智能视频分析方面，完善视频智能交通版本，进行“烟火识别”算法开发，研发基于智能分析手势识别的 PPT 翻页控制及远程教育中的教师跟踪（学生跟踪）技术。

(2) 市场计划

2012 年度公司的总体市场计划是巩固一线品牌地位，提升知名度，增加曝光率；初步建立市场分析体系、建全产品资料体系；配合公司发展战略，将运营产品推向市场，实现一定规模的用户量；全面推动建立市场分析机制，联合一线，配合项目，发布市场竞争资料，并进行宏观信息收集与整理，定期发布《华平内参》。

2012 年将在 2011 年原有市场营销计划的基础上进行优化与改进，并增加重点行业领域的市场营销推广，综合利用媒体宣传、奖项评选、搜索推广、市场活动、行业活动等多种手段进行整合营销，提高公司在视讯和安防领域的企业知名度，拉近公司与相关行业的联系，推动产品销售。

在媒体宣传方面，以软文为主，硬性广告为辅，全面建立软硬结合的立体宣传模式，重点在《多媒体通信》杂志、慧聪网、22 家知名 IT 视讯、8 家主流安防媒体等媒介上进行整合营销传播，全面提升公司知名度和品牌美誉度。充分利用社会化营销工具，拓展公司的传播渠道，优化传播组合，提升公司产品和品牌传播的广度。在原有的新浪微博基础上，建立腾讯微博，在微博上发表最新产品信息、技术特色、行业内动态等，吸引更多粉丝关注，达到推广目的。充分利用相关论坛的舆论效应，在新浪、和讯、东方财富网等网站上发表相关软文，提升公司的社会声誉，并及时对股民言论进行关注与跟踪，发现问题及时处理，保障公司的品牌形象。

在市场活动方面，公司将加大在视讯专业领域的活动推动力度，积极参加中国多媒体通信展，通过展示新产品、新技术，巩固和提升公司在行业领域的知名度；同时配合各区域业务拓展的需要，在全国六大区域开展产品巡展活动，帮助各区域合作伙伴更好、更近地认识华平；同时充分抓住上海市政府组团参加外地大型交易展的机会，运用免费的资源扩大公司的知名度；全面加强行业市场的推广力度，根据公司业务需要，配合政府、公安、消防、银行、保险、医疗、建工六大行业的拓展，开展研讨会、展示会等相关市场活动，提升华平在六大行业领域的知名度，推动产品销售。

(3) 销售计划

2011 年是公司销售部门打基础的一年，在客户开拓、人员配备、网点建设等方面都有一定的积累和扩充，2012 年度，公司将持续完善组织建设和制度建设，加强销售培训，力争完成公司制订的销售目标。

组织建设：销售管理部建立合同管理中心，完善销售考核体系；技术支持部完善部门组织建设，大区技术经理的技术和管理

能力上台阶；培养出一支技术过硬的售后服务团队，真正做到全国 31 个省技术服务全覆盖，实现优质服务本地化；建立一支既有音视频技术能力又理解行业业务特点的售前支持团队，为销售市场开拓起到保驾护航的作用；建立牢不可破的客户关系，使客户对华平产生极大的信任和依赖，提升员工技术技能，建立、完善客户档案管理。各大区明确所辖区域每个办事处的发展目标，做好各办事处的发展计划，确保销售能力和技术能力的显著提升。

分销体系建设：各个销售大区加强办事处建设，发展合作伙伴，形成更为广泛的销售代理和分销网络，大客户部继续完善行业解决方案，开发新的重大客户，完成公司下达的销售任务；有步骤地发展区域战略合作伙伴，争取在年内发展 3-5 家；各区域依据本区域的实际业务环境，制定切实可行的销售计划，以保证区域销售任务的完成。

营销活动组织：2012 年，公司继续通过优化组合，采用整合营销手段，建立起针对性强、执行力强的营销模式，将市场推广融入销售组织、策略合作、客户服务、项目培训等各个环节，在合作、销售、服务、培训过程中实现公司文化与价值的传播，努力提升公司的品牌影响力，以好的产品、好的服务、好的声誉推进公司销售业绩的增长。

销售过程标准化：进一步加强售前工作，包括售前人员的培养，重点配合公司的行业拓展战略，有针对性地加强行业售前支持力度，做好行业相关知识及规范性培训，保障行业方案、测试的标准化。售中工作加强规范性培训，做到行业内实施步骤的程序化，验收过程的标准化，以及人员、路线等安排的合理化。售后工作一方面是要加强老客户的跟踪、回访，另一方面做到规范化售后服务标准流程与报价，逐步规范售后服务体系并形成对客户销售的有效支撑；400 热线服务进一步加强，改善服务手段和流程规范；重点加强技术培训，尤其是一线技术人员的培训。

摸索新的服务业务模式：公司目前主要以销售产品为主，服务收入所占比例较少，但随着市场的不断发展，客户对服务的需求将不断显现，主要体现在以下三方面：

A、服务外包。客户将其视频会议系统委托第三方进行维护并确保会议的正常召开。目前已有客户向公司提出这类需求，公司将继续探索服务外包市场的发展情况，依靠公司现在的遍布全国的服务网络向客户提供外包服务；

B、会议室租赁。某些客户临时租用第三方的视频会议室召开全国性会议，2011 年已有一些客户实际向公司租用会议并支付相关费用，目前公司已建成自用的全国视频会议系统，如能同时为第三方提供会议室服务，将可能形成一个新的业务模式；

C、平台运营。目前公司已推出运营平台的测试网站 www.avcon.cn，且已有少量客户以付费方式使用，公司将在今年尝试吸引一些客户以租赁方式使用公司的视频通讯平台，同时完善公司的服务模式。

D、与第三方运营网站的合作。公司将在 2012 年尝试向已有千万级用户的第三方网站定制视音频引擎软件，并摸索双方的盈利模式及合作方式。

上述服务模式是公司全新的业务模式，公司将在 2012 年进行尝试以积累经验，未来一旦市场成熟，公司将迅速拓展新的业务领域并谋求公司的业务转型。

(4) 人力资源计划

公司 2011 年在选人、用人、育人、留人等方面做了大量的工作，公司的人才得到一定补充，2012 年公司将继续加强人力资源方面的工作，使公司的人力资源成为公司发展的源动力。

✧ 搭建机构、优化团队，梳理编制，做好人力资源规划。

A、进一步完善公司的组织架构，确定和区分每个职能部门的权责，确定各部门的岗位设置数量及工作职责，争取做到组织架构的科学运用，保证公司在既有的组织架构中正常运行。

B、进行公司各部门各职位的工作分析，为人才招聘与评定薪资、绩效考核提供科学依据，通过职位分析了解公司各部门各职位的任职资格、工作内容，从而使公司各部门的工作分配、工作衔接和工作设计更加精确，也有助于公司了解各部门，各职位全面的工作要素。通过职位分析对每个岗位的工作量、贡献值、责任程度等方面进行综合考量，为制定科学合理的薪酬制度、实施绩效考核提供良好的依据。

✧ 开展好人力资源招聘与配置，构建关键岗位素质模型，完善人才梯队建设。

A、人力资源部在 2012 年的工作中保证公司日常招聘与配置的基础之上，主要做好关键岗位的储备工作，提升公司专业技术人员水平，同时丰富招聘渠道，加强技术人员的招聘和选拔，培育企业所需人才。

B、为激励关键员工长期为公司服务，人力资源部计划制定关键员工职业生涯发展规划，结合员工个人发展期望，以及未来职业发展期望，为关键人才确立职业生涯发展目标以及达到目标的行动计划，达到留人的目的。

C、构建关键岗位素质模型。关键岗位的岗位胜任力是实现公司发展战略的前提条件。考虑到素质模型工作需要非常专业的知识和技术，人力资源部建议初期以销售人员的岗位评价模型入手，尝试引入心理测评软件，为后续中层及关键员工测评的发展奠定基础。

✧ 完善培训管理制度、流程，形成真正基于组织发展需要的培训体系。

培训是公司员工整体水平提升的重要工作之一，这个工作公司一直持续在做。因此 2012 年我们将对培训体系作重点改革与创新，我们将重点从如下角度进行调整：积极拓展培训渠道，丰富培训形式。一直以来，公司非常注重销售和技术岗位培训和提升，但对于其他职能体系培训的不够，2012 将成为公司的全员培训年，尤其加强管理层培训的投入，从培训形式上讲我们将与专业培训机构合作，购买视频培训资料，采取内部培训+外部培训相结合，远程视频培训+现场培训相结合的方式，丰富培训内容和形式。

✧ 努力搭建合理的薪酬体系。

改善薪酬管理，完善员工薪资结构，实行科学公平的薪酬制度，人力资源部本着“对内体现公平性，对外具有竞争力”的原则，根据公司原有的薪酬体系，完善薪酬设计、薪酬管理和薪酬控制工作。同时，公司将对同行业的薪资水平进行摸底调查，为招聘提供决策依据。充分考虑员工福利，做好员工激励工作，结合职业生涯规划，培养员工的主人翁精神，增强企业凝聚力。在 2012 年，公司计划增加福利项目，制定华平福利制度及员工激励政策，从根本上解决员工工作积极性、主动性、稳定性、对企业的忠诚感、荣誉感等问题，形成公平向上的企业精神。

✧ 加强企业文化建设，提升员工对组织的认同感。

企业文化的形成是一个不断累积，不断传承，不断发扬光大的过程，在一个拥有良好企业文化的企业，员工的向心力和凝聚力会不断增强，企业的团队精神和拼搏精神也非常明显。

(5) 投资者关系计划

2012 年公司将进一步完善公司的治理结构，建立和健全投资者沟通平台，充分利用深交所的互动平台与广大投资者沟通和交流，规范公司投资者关系工作，加深投资者对公司的了解和认同，促进公司与投资者之间长期、良好、稳定的关系，提升公司的诚信度、核心竞争能力和持续发展能力，实现公司价值最大化和股东利益最大化。

5.2 主营业务分行业、产品情况表

主营业务分行业情况

✓ 适用 □ 不适用

单位：万元

分行业	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入比上年 增减（%）	营业成本比上年 增减（%）	毛利率比上年增 减（%）
多媒体通信行业	12,640.44	3,522.82	72.13%	22.23%	16.20%	1.45%

主营业务分产品情况

单位：万元

分产品	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入比上年 增减（%）	营业成本比上年 增减（%）	毛利率比上年增 减（%）
多媒体通信系统	12,214.20	3,522.82	71.16%	20.58%	17.67%	0.71%
技术开发	97.80	0.00	100.00%	-51.10%	-100.00%	18.96%
技术服务及其他	328.44	0.00	100.00%	2,628.64%	0.00%	0.00%
合计	12,640.44	3,522.82	72.13%	22.23%	16.20%	1.45%

5.3 报告期内利润构成、主营业务及其结构、主营业务盈利能力较前一报告期发生重大变化的原因说明

□ 适用 ✓ 不适用

§ 6 财务报告

6.1 与最近一期年度报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的具体说明

□ 适用 ✓ 不适用

6.2 重大会计差错的内容、更正金额、原因及其影响

□ 适用 ✓ 不适用

6.3 与最近一期年度报告相比，合并范围发生变化的具体说明

☒ 适用 ☐ 不适用

本期本公司投资设立华平信息技术（南昌）有限公司，注册资本 10,000 万元，自成立之日起纳入合并报表范围。
--

6.4 董事会、监事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

☐ 适用 ☒ 不适用