



对冲工具、与供应商重启关于额度与账期谈判，有效化解了资金与汇率风险方面带来的压力，为公司未来的经营环境铸造了坚实的城墙。同时，公司进一步完善渠道覆盖、巩固与海外主流厂商的合作，保证市场份额，并且在新领域合作实现突破。为顺应国产化浪潮，公司主动加大与国内厂商企业级 IT 产品的合作。通过借壳重组登陆 A 股后，管理层与全体员工上下彰显多年来在公司治理与业务经营中极强的执行力，**成功维持、巩固公司在全国 IT 分销领域的领先地位，并且连续在 2015、2016 年两年超额完成了重组业绩承诺。**

2016年公司IT分销业务经营策略为：**保存量、拓增量，实现总体增长。**公司在现有合作的300多家国内外供应商中，实现多家主力供应商份额保持第一，并不断扩大市场份额。

在消费电子产品分销方面，销售收入占比61%，毛利率为3.2%。主要包括：英特尔业务保持高速增长，增幅超过40%，并且与英特尔新签IOT物联网嵌入式业务；与华为、荣耀、乐视的合作带来了新智能硬件产品业务的增量。同时，公司在下半年承接了苹果产品在京东线上电商平台的销售，以上合作带动了公司在消费电子产品分销的业绩。

在企业IT产品分销方面，企业IT产品收入占比39%，毛利率7.5%。国家强调自主可控与国产化浪潮的背景下，公司主动加强与国产品牌的合作，带来大幅业务增量，其中国产品牌在全部企业IT分销业务营收规模占比已超过40%，带动了整体企业IT分销业务的增长。**公司在华为企业级网络与光伏业务增长超过50%。在锐捷、迈普、华三业务方面均取得超过60%的增长。**在其他国际主流IT厂商的合作方面，公司仍保持各大厂商市场份额的领先优势。

综上所述，公司2016年在IT分销业务交出了一份令人满意的答卷。

更为重要的是，**公司未来的经营与战略将如何规划、部署、实施、落地。**新的公司战略结合了中国IT信息化与全球行业发展的大趋势，以及国家政策的指引，公司将致力在国家自主可控的政策指引下，充分利用互联网、云计算、大数据等新型技术，聚合IT产业链资源、助力生态合作伙伴转型，打造中国最大的企业信息化服务型互联网平台，实现“数字化中国”的理想。

2017年，公司将在原有IT分销业务的基础上，充分利用、发挥庞大的IT供应链体系与产业链资源，围绕**互联网业务、企业增值服务业务、自有品牌业务、云服务业务**开展全新的战略布局，

并利用资本平台，加大投资、并购等协同效应，补充各项专业能力，推进以渠道管理、产品代理、资金运作为主的分销贸易型企业向互联网型企业信息化服务平台，并拥有自有品牌、云计算、大数据等相关技术以及研发能力的技术服务型企业转型。

为此，公司2017核心经营计划如下：

- 1) 积极推进新平台下各战略业务，包括：B2B企业信息化服务互联网平台、云服务平台、自有品牌业务，且会在2017年合作伙伴大会中正式发布。
- 2) 公司将全面规划营销平台、营销管理系统，搭建以客户为中心，以服务为导向的营销体系；公司成立技术管理委员会，完成集团技术服务和研发发展规划并逐步实施，全面提升技术服务和研发能力。
- 3) 优化资产负债结构，保障内生增长，推进外延式发展。

其次，公司管理层与投资人进行了问答交流，主要内容如下：

**1、2016年公司业绩非常好，净利润增长接近20%，请问管理层增长更多的来自于传统的IT分销业务的结构调整还是新业务的贡献？**

**答：**公司管理层对2016年的经营结果非常满意，在人民币贬值的速度超出想象，借壳上市导致供应商缩减账期及额度的背景下，如果将公司业绩还原至全年，同比口径业绩突破了510亿。公司业绩的稳定增长最大得益于传统业务，其中企业增值分销业务表现最为突出，带来达10%的增长。

公司与华为企业级业务的合作起步较晚，但在华为企业级规模中已经处于前两名的位置，同时达成与华为的全方面战略合作，此外与华为光伏业务合作首年已达约10亿规模，盈利能力也绝对优于传统IT分销；在企业级网络二线业务方面，增长也非常迅速；企业级存储和系统业务方面，在甲骨文、EMC等国外厂商业务增长乏力的大环境中，公司仍然保持上升趋势；在CPU方面，公司加深与英特尔合作，在IOT物联网嵌入式领域取得了大幅的增长。

总体来看，公司传统业务由于结构的优化、合作方式的递进，业绩均取得了大幅的进步，盈利能力有了进一步提升。企业级

增值服务业务是公司盈利能力的主要贡献者，也是我们打造未来最大的企业信息化平台的出发点与根基。

**2、请问企业 IT 分销业务中，目前公司业务中国外的份额与国内相比，大概比例是多少？**

答：2016 年企业级 IT 产品分销全年收入超过 200 亿，国内厂商份额占比已经超过 40%，华为等厂商增长在 50%左右，锐捷、新华三增长率在 60%，预期国产品牌很快可以达到过半的规模。

**3、请问公司 500 亿的 IT 分销收入规模，运行中对于资金和需求上下游供应商客户在账期方面的基本情况？**

答：如果按公司现在 500 亿左右营收规模，存货周期 30~35 天，应收账款周期 40~45 天，考虑上游供应商的帐期，平均应付周期为 40 天左右。

**4、请问公司重点布局的三块业务将来可能给财务报表带来哪些方面的变化？**

答：重点布局的三块业务，B2B、云服务、自有品牌，都属于公司在新平台下的核心业务。公司将通过互联网化平台推广企业级的服务，开发几大类互联网产品，汇聚产品、解决方案。中国的企业级客户会在各自信息化建设中通过平台找到各式各样的企业级服务，包括自主可控、云服务，甚至汇集了全国优质供应商的优秀工程师资源和方案。

未来，公司将从供应链金融、技术服务、自主可控和云等多方面将神州数码打造成服务型企业。2017 年公司收入结构将发生变化，会重新设计报表结构。公司服务型收入将表现为互联网形态的收入，服务型收入将逐渐替代现在的收入模式。

**5、请问公司在自有品牌业务的发展策略？**

答：公司与海外主流厂商合作，打造“双品牌策略”，沿着本地化生产、本地化服务、本地化研发的路径逐步实施。其中公司的本地化研发将着重在存储与安全领域展开。

**6、请问公司对自主可控和云服务未来的规划？**

答：如果站在未来如何提供 IT 服务的角度，自主可控和云服务属于同一件事情。如今，ICT 在高速融合，未来 IT 服务的形态将以云的形势出现，互联网企业、传统的 IT 企业、电信运营商等各类公司都在关注 ICT 的发展趋势，同时将基于各自

	<p>自身的细分领域优势进行战略布局。</p> <p>未来中国云的基础设施服务建设将出现大量设备的需求，公司在国家自主可控战略下，未来也要有一席之地。公司不仅会做IT层面的服务，还将加大与数字中心和运营商的合作力度，提高自己的ICT能力，同时不排除未来会自建ICT体系。</p> <p>公司未来重点关注云平台建设、云增值和公有云服务三大方面。MarketPlace 希望可以聚合云资源，并推向市场。云增值服务目前仍为难题，我们认为中国未来会产生一大批云增值服务提供商，公司也将进行相应的布局，一方面我们已具备云增值服务的能力，能够将客户的系统在公有云和私有云之间快速部署，同时可以联合一批在市场上有潜力的服务商进行业务以及资本层面合作，打造公司在业界云增值服务的能力。</p> <p><b>7、请问云业务增值服务空间是多大？</b></p> <p>答：目前来看，云的市场处于起步阶段，现在市场是以虚拟机、存储等传统IT架构为主，当公司IT资源不够时，公司将考虑上云。未来，当所有公司的IT业务都向云迁移、部署时，市场空间会越来越大，同时在上云过程中会涉及核心资源安全等问题，所以未来市场的云化趋势将呈现公有云与私有云并存的状态。</p> <p><b>8、请问公司原分销平台成为互联网模式后，会带来哪些不同，人员结构会发生哪些变化？</b></p> <p>答：互联网平台将支撑原有业务效率的提升，重点在于费用的改善。平台互联网化后会优化人员结构，原有渠道销售员的数量不会减小，可能会增长，以便更好协助客户交流。前端的客服人员、技术人员会增加，运营人员（商务、财务、风控）将会发生变化，逐渐实现电子化。</p> <p>在接待过程中，公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单(如有)	
日期	2017年3月30日

