

§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中国证监会指定创业板信息披露网站。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广东正中珠江会计师事务所审计并出具了标准无保留意见的审计报告。
1.3 公司负责人刘双刃、主管会计工作负责人蒋成茂及会计机构负责人（会计主管人员）黄晓洁声明：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	高新兴	
股票代码	300098	
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	黄南潮	汪正武
联系地址	广州市萝岗区科学城开创大道 2819 号	广州市萝岗区科学城开创大道 2819 号
电话	020-32068888	020-32068888
传真	020-32032888	020-32032888
电子邮箱	irm.gsxm.info	irm.gsxm.info

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)	196,102,510.31	182,301,159.91	7.57%	201,455,463.75
营业利润(元)	12,210,548.56	26,520,040.29	-53.96%	43,208,997.46
利润总额(元)	35,588,276.72	42,281,576.60	-15.83%	64,523,727.46
归属于上市公司股东的净利润	30,490,383.17	40,482,881.53	-24.68%	58,746,542.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	22,759,791.52	39,057,626.63	-41.73%	55,053,838.76
经营活动产生的现金流量净额(元)	3,362,538.56	-26,905,116.04	112.00%	33,315,474.36
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
资产总额(元)	1,034,778,439.84	910,997,865.32	13.59%	295,764,960.28
负债总额(元)	151,437,387.03	100,493,450.83	50.69%	107,033,732.08
归属于上市公司股东的净资产	820,424,797.66	810,454,414.49	1.23%	188,731,228.20
总股本(股)	88,920,000.00	68,400,000.00	30.00%	51,300,000.00

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)	0.34	0.53	-35.85%	0.88
稀释每股收益 (元/股)	0.34	0.53	-35.85%	0.88
扣除非经常性损益后的 基本每股收益 (元/ 股)	0.26	0.51	-49.02%	0.82
加权平均净资产收益 率 (%)	3.75%	8.61%	-4.86%	26.94%
扣除非经常性损益后 的加权平均净资产收 益率 (%)	2.81%	8.31%	-5.50%	25.24%
每股经营活动产生的 现金流量净额 (元/股)	0.04	-0.39	110.26%	0.65
	2011年末	2010年末	本年比上年末 增减 (%)	2009年末
归属于上市公司股东 的每股净资产 (元/股)	9.23	11.85	-22.11%	3.68
资产负债率 (%)	14.63%	11.03%	3.60%	36.19%
3.3 非经常性损益项目 √ 适用 □ 不适用				

非流动资产处置损益				
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的损益	84,607.34			-6,647.25
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	10,681,500.00		7,138,053.64	4,328,333.33
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产取得的投资收益	530,322.51		101,934.01	141.09
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-2,073,137.44			0.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-128,478.70		79,368.55	22,530.75
符合非经常性损益定义的损益项目			-7,307,346.78	0.00
所得税影响额	-1,364,222.06		-285.98	-651,653.69
合计	7,730,591.65		1,425,254.90	3,692,704.23

§4 股东持股情况和控股情况						
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		4,258	本年度报告公布前一个月末 股东总数		5,521	
前 10 名无限售流通股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	持有无限售条件 股份数量	质押或冻结的 股份数量	
刘双刃	境内自然人	49.78%	44,259,930	44,259,930	0	
广州网维投资咨询有限公司	境内非国有法人	11.82%	10,507,770	10,507,770	0	
重庆国恒投资有限公司	境内非国有法人	3.48%	3,097,380	3,097,380	3,097,380	
广州市星海中侨投资管理有限公司	境内非国有法人	2.25%	2,000,700	0	0	
许熙	境内自然人	2.14%	1,899,300	0	0	
江苏三棱科技发展有限公司	境内非国有法人	1.75%	1,560,000	0	0	
林桂生	境内自然人	0.85%	753,001	0	0	
林桂刚	境内自然人	0.79%	700,378	0	0	
中国工商银行-申万安信新动力股票型证券投资基金	境内非国有法人	0.62%	550,556	0	0	
安信证券股份有限公司客户信用交易担保证券资金	境内非国有法人	0.57%	509,139	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			
广州市星海中侨投资管理有限公司	2,000,700		人民币普通股			
许熙	1,899,300		人民币普通股			
江苏三棱科技发展有限公司	1,560,000		人民币普通股			
林桂生	753,001		人民币普通股			
林桂刚	700,378		人民币普通股			
中国工商银行-申万安信新动力股票型证券投资基金	550,556		人民币普通股			
安信证券股份有限公司客户信用交易担保证券资金	509,139		人民币普通股			
胡明辉	487,175		人民币普通股			
中国工商银行-诺安平衡证券投资基金	480,820		人民币普通股			
招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券资金	473,642		人民币普通股			
<p>刘双刃先生直接持有本公司股份 4,425,930 股,占公司总股本的 49.78%,是公司的控股股东、实际控制人;刘双刃先生同时通过广州网维投资咨询有限公司持有股份 232,480 股,占公司总股本的 2.61%,其持有网维股份之股权不存在与本公司存在关联关系。公司未知前十大无限售条件股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。</p>						
<p>上述股东关联关系或一致行动的说明</p>						

(上接 D90 页)
证券代码: 002121 证券简称: 科陆电子 公告编号: 201224

深圳市科陆电子科技股份有限公司
关于举行网上 2011 年度
业绩说明会的通知
本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。
本公司将于 2012 年 4 月 26 日（即周四）14:30-14:30 在深圳证券交易所提供的网上平台举行 2011 年度业绩说明会。本次说明会采用网络远程方式举行，投资者可登录投资者互动平台（http://irm.szse.net）参与本次业绩说明会。
出席本次业绩说明会的人员有：公司董事长兼总经理陈皓华先生、财务总监董志勇先生、独立董事马秀英女士、董事会秘书黄韵女士、保荐代表人赵峰先生。
欢迎广大投资者积极参与！
特此通知。

深圳市科陆电子科技股份有限公司董事会
2012 年 4 月 17 日

证券代码: 002121 证券简称: 科陆电子 公告编号: 201217

深圳市科陆电子科技股份有限公司
关于召开公司 2012 年第二次临时股东大会的通知

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。
深圳市科陆电子科技股份有限公司（以下简称“公司”或“康泰公司”）于 2011 年 3 月 31 日在《证券时报》、《中国证券报》及巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）上刊登了《关于召开公司 2012 年第二次临时股东大会的通知》（公告编号：201114），本次股东大会以现场投票与网络投票相结合的方式召开，现将股东大会相关内幕公示如下：

- 一、会议召开基本情况
（一）本次会议召开的召开时间：2012 年 4 月 20 日下午 14:00 开始，会期半天；
网络投票时间为：2012 年 4 月 19 日—4 月 20 日，其中：通过深圳证券交易所交易系统进行网络投票的具体时间为 2012 年 4 月 19 日 9:30—11:30，下午 13:00—15:00；通过深圳证券交易所互联网投票系统进行网络投票的具体时间为 2012 年 4 月 19 日 15:00 起至 2012 年 4 月 20 日 15:00 的任意时间。
- 二、会议地点：2012 年 4 月 17 日
（一）会议地点：深圳市南山区高新技术产业园 T2 栋五楼公司行政会议室
（二）会议召集人：公司董事会
（三）会议召开方式：本次股东大会采取现场投票与网络投票相结合的方式。公司将通过深圳证券交易所交易系统和互联网投票系统向公司股东提供网络投票平台，公司股东可以在上述网络投票时间内通过深圳证券交易所交易系统或互联网投票系统行使表决权。
（四）参加股东大会的方式：公司股东只能选择现场投票 网络投票可以以委托代理人代投票 和网络投票中的一种表决方式。同一表决出现重复表决的，以第一次投票结果为有效，网络投票系统有权记录现场和网络投票两种投票方式，同一股份只能选择其中一种方式。
- 三、本次股东大会出席对象
（一）本次股东大会的股权登记日为 2012 年 4 月 17 日。在股权登记日登记在册的股东均有权利以本通知的方式参加股东大会并行使表决权；不能亲自出席现场会议的股东可授权他人代为出席 被授权人不必为本公司股东，可在网络投票时间内参加网络投票。
- 四、公司董事、监事和高级管理人员。

广东高新兴通信股份有限公司

2011 年度 报告摘要

证券代码: 300098 证券简称: 高新兴 公告编号: 2012-026

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

到期的募集资金将于 8 月 1 日开始存放于银行专户产生的定期存款利息所致。

（四）现金流量结构变动原因分析：
1. 报告期内，公司经营活动的现金流量同比增加 30.78%，主要为向客户销售产品及提供服务所收回款项、软件产品销售退税及收到广州市政府资助款项同比增加所致。
2. 报告期内，公司经营活动的现金流量同比增加 11.55%，主要为原材料采购及支付的各项税费增加所致。
3. 报告期内，公司投资活动现金流量同比增加 45,286,065.84 元，主要为以自有闲置资金购买银行短期金融理财产品增加所致。
4. 报告期内，公司筹资活动现金流量同比增加 125.59%，主要为公司加大对投资力度所致。
5. 报告期内，公司筹资活动现金流量同比减少 100.00%，主要为公司上期向社会公开发行人民普通股（A 股 1710 万股）所致。
6. 报告期内，公司筹资活动现金流量同比减少 22.15%，主要为公司本期还银行借款及支付现金股利所致。

（五）公司治理与内部控制
报告期内，公司核心竞争力未发生重大变化，核心技术人员保持稳定，公司的核心竞争力进一步加强。公司主要的核心竞争力体现在如下几个方面：
1. 领先行业的专业化解决方案提供能力
公司成立之初，一直致力于为通信运营商提供网络运维支撑系统解决方案，在研发、生产、系统集成、销售服务、技术服务、客户维护方面具有专业化优势，作为独立的第三方专业化网络运维支撑系统供应商，公司能够及时、准确的满足客户个性化、差异化需求。
2. 依靠自主创新，提升公司的核心竞争力
公司作为国内专业的通信网络运维支撑系统供应商，在技术研发和产品创新方面，形成一套行之有效的创新体系，通过自主研发和自主研发及加强项目管理、公司技术支持和产品创新能力，提升公司产品从中心网络平台、各种传输媒介、现场监控系统、传感器等都要自主研发，具有完全自主知识产权。核心技术已广泛应用于公司主营产品。公司核心技术产品主要包括软件、硬件产品的销售收入、技术支持的配套服务收入，这些核心技术全部拥有自主知识产权。
2011 年，公司完成高新技术企业资格复审，获得 2010 年国家规划布局内重点软件企业“广东省省级企业技术中心”、报告期内公司新增专利 27 项，其中：发明专利 18 项，实用新型专利 10 项，外观设计专利 4 项，截至 2011 年 12 月 31 日，公司已取得国家知识产权局授权专利 63 项，其中：发明专利 10 项，实用新型专利 46 项，外观设计专利 7 项。
3. 发挥自身优势，进行行业资源整合
公司在系统集成、传输、组网、视频监控、系统集成等方面具有丰富的技术积累，与通信运营商具有十五年的合作经验，拥有全国性的网络维护团队，并能根据客户需求，提供物联网+视频监控+网络维护，结合公司上述自身优势，进行行业资源整合。报告期内，公司对外投资设立了控股子公司广州高视，投资参股上海信云，收购了沃美电子 51%的股权，收购鑫程电子 100%的股权和创联电子 100%的股权（其中，收购鑫程电子 100%的股权和创联电子 100%的股权已报中国证监会审批），通过一系列的投并购与并购，公司在 IPC 网络高清视频监控、HDCVI 数字高清视频监控两大领域构建了核心技术优势，业务领域从为通信运营商提供通信网络信息化解决方案等拓展到安防、公安、金融、交通、铁路等视频监控领域，强化了公司的市场地位和品牌优势。
（六）市场拓展与研发投入，新业务探索开拓步伐
2011 年，三大通信运营商网络建设投入持续超预期，部分电信、联通等省公司集采项目竞争激烈，传统业务竞争加剧，四川、重庆、西藏、江苏、云南等省取得突破，公司投入中国通信网络工程集采项目，并凭借稳定的客户、完善的服务体系及良好的业界口碑，各区域又在中国电信集团集采基础上不断扩大节能市场份额。通过集成创新，成功实现了机房节能、楼宇节能等项目，拓宽了节能产品业务应用范围。
在新业务拓展方面，探索出了一条以视频监控业务为核心，以移动互联网为纽带的新型业务拓展流程，携手电信运营商共同推动无线城市、智慧城市建设，形成以平安城市、电子警察、道路卡口监控、车联网、手机一卡通、智能社区监控等为代表的一批新业务，为构建 2102 年的新业务市场拓展打下了基础。
（七）品牌建设和研发投入，品牌影响力显著提升
1. 报告期内，公司加入中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
2. 品牌建设和研发投入，品牌影响力显著提升
（八）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。

（九）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十一）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十二）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十三）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十四）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十五）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十六）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十七）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十八）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（十九）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十一）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十二）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十三）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十四）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十五）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十六）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十七）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十八）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（二十九）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十一）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十二）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十三）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十四）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十五）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十六）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十七）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十八）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（三十九）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十一）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十二）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十三）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十四）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十五）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十六）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十七）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十八）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（四十九）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十一）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十二）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十三）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十四）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十五）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十六）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十七）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十八）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相 2011 中国国际信息通信展，首次参加 2011 移动互联网国际研讨会，首次参加 5.18 海南国际经贸交易会福建海交会及第十三届中国国际社会公共安全博览会深圳分会场，均取得良好反响，提升了公司在通信及安防领域的知名度，通过网络媒体、微博、新闻、期刊等多种渠道，不断强化宣传效果及品牌影响力。
（五十九）研发投入与品牌影响力
报告期内，公司加大中国智能高清视频监控产业联盟，首次亮相