

1. 重要提示

本报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。
公司简介

股票上市交易所	深交所	股票代码	002351
股票上市交易所	深圳证券交易所	董事会秘书	
联系人及联系方式	李向东	证券事务代表	
姓名	李向东	姓名	曾丽清
电话	0755-86029885	0755-86029885	
传真	0755-26970904	0755-26970904	
电子邮箱	mail@shibei.com	ylk_hk@shibei.com	

2. 主要财务数据和指标变化

(1) 主要财务数据
公司是否会计政策变更及会计差错更正追溯调整或重述以前年度会计数据
□是 √否

项目	2014年	2013年	本报告比上年增减	2012年
营业收入(元)	681,418,080.27	734,310,075.22	-7.20%	792,961,679.36
归属于上市公司股东的净利润(元)	92,496,652.14	85,134,376.49	8.65%	97,580,841.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	46,678,736.47	52,195,248.57	-10.57%	78,660,026.19
经营活动产生的现金流量净额(元)	59,545,866.66	583,995,959.87	-89.80%	280,658,359.46
基本每股收益(元/股)	0.31	0.29	6.90%	0.33
稀释每股收益(元/股)	0.31	0.29	6.90%	0.33
加权平均净资产收益率	5.62%	5.28%	0.34%	6.23%
2014年末	2013年末	本年末比上年末增减	2012年末	
总资产(元)	1,798,463,734.21	1,783,337,111.84	0.85%	1,741,320,866.53
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,668,739,066.23	1,629,353,128.49	2.42%	1,603,627,154.64

(2) 前10名股东持股情况表

报告期末股东总数	11,001	本报告披露日前5个交易日末股东总数	12,309
前10名股东持股情况表			

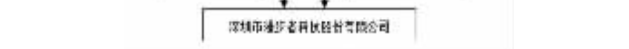
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
张文东	境内自然人	31.70%	93,195,900	69,896,925		
肖敏	境内自然人	28.03%	82,420,000	61,815,000		
王九彪	境内自然人	10.89%	32,010,000	32,010,000		
苏颖	境内自然人	2.24%	6,600,000	0		
张文昇	境内自然人	2.00%	5,880,000	5,880,000		
广发证券股份有限公司-广发基金-广发聚利混合型证券投资基金	其他	1.20%	3,516,851	0		
黄华清	境内自然人	1.06%	313,000	0		
陈清	境内自然人	0.90%	2,650,000	0		
中国银行股份有限公司-上证国企改革证券投资基金	其他	0.86%	2,520,515	0		
交通银行股份有限公司-上银信双利债券型证券投资基金	其他	0.58%	1,699,939	0		

上述股东关联关系或一致行动的说明
张文东与王九彪于2009年2月26日签订《授权委托书》,根据该委托授权书,王九彪在符合且不可撤销的授权文行使其所持有的公司全部(含)表决权(含)表决权增补,上述关联关系均指表决权委托、授权、委托及其他必要的所有权,该等限制不包括股份处分权,授权期限自2009年2月26日起至股东大会上一致同意之日止。除上述关联关系外,其他股东之间不存在关联关系,也未见面或属于一致行动人。

参与融资融券业务股东情况说明(如有)
广东惠泽持有公司3,130,000股股份,其中通过太平洋证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有2,660,000股股份。

(3) 前10名优先股股东持股情况表
□适用 √不适用
公司报告期无优先股股东持股情况。

(4) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



3. 管理层讨论与分析

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

成本费用方面,本公司在继续加大研发投入的同时有效控制人工成本,精简广告支出,使得营销费用比上年同期的14,897.28万元下降到9,923.18万元,下降幅度为33.44%;本报告期研发投入3,910.95万元,较上年同期增长27.23%,增长率为7.63%,主要为本期新增子公司利润逐渐增加的研发投入。

除上,2014年本公司实现归属于上市公司股东的净利润9,249.67万元,较上年同期5,134.44万元增长73.26%,同比增长率68.69%。

报告期内,公司管理层面对挑战和机遇,积极开拓创新,调整产品结构,按照公司整体经营目标,充分利用公司丰富的行业经验和品牌美誉度优势,积极寻求优质的产品及优质客户,电商营销和汽车营销等新产品,大力进行国内外市场拓展,不断推出符合市场需求的具有竞争力的产品。报告期内,一方面继续加大研发投入,使得研发投入有了持续的增长,较上年同期增长27.09%,达到1,263.63万元;另一方面加大市场营销,汽车营销的研发投入及市场推广,使得汽车营销收入较上年同期增长14.45%,汽车营销较上年同期增长76.38%,但得益于整体业务营销下滑的影响,2014年度总收入出现了下滑,本报告期实现收入6.814.81万元,较上年同期74,431.01万元下降5.28%,下降比率为7.2%。

深圳市漫步者科技股份有限公司

证券代码:002351 证券简称:漫步者 公告编号:2015-019

2014 年度 报告 摘要

股东及董事及持牌证券经纪人登记;由法定代表人委托的代理人出席会议的,需持营业执照、在保证件、法定代表人身份证明、授权委托书(复印件)、代理人身份证、授权委托书、股东账户卡及授权委托书;法定代表人进行登记;④异地股东应以书面信函或传真方式办理登记,信函、传真以登记封内送达公司登记地点为准,本公司不接受电话方式办理登记。
4. 注意事项:出席会议的股东及股东代理人,请于会议开始前30分钟携带相关证件原件到会场办理登记手续。
五、参加网络投票的具体操作流程
在本次股东大会上,股东可以通过深交所交易系统和互联网投票系统(网址为http://wlp.cninfo.com.cn)参加投票,具体操作如下:
(一)通过深圳证券交易所交易系统投票的程序
1. 投票时间:2015年4月22日 投票简称:漫步者
2. 投票时间:通过深圳证券交易所交易系统投票的时间为2015年5月20日9:30-11:30,13:00-15:00。
3. 投票当日,“昨日收盘价”字段为本次股东大会审议的议案数。
(二)在“委托价格”项下填报股东大会审议的议案号,100元代表议案1,1.00元代表议案2,依此类推。每一议案应以委托价格分别申报,股东对“总议案”进行投票,视为对所有议案表达相同意见。
表 1 股东大会对应“委托价格”一览表

议案序号	议案名称	委托价格
总议案	全部下述十个议案	100
议案1	《2014年度董事会工作报告》的议案	1.00
议案2	《2014年度监事会工作报告》的议案	2.00
议案3	《2014年度财务决算报告》的议案	3.00
议案4	《2014年度利润分配预案》的议案	4.00
议案5	《2014年度年度报告及其摘要》的议案	5.00
议案6	《关于续聘会计师事务所的议案》	6.00
议案7	《2015年度董事、监事及高级管理人员薪酬的议案》	7.00
议案8	《关于终止“全球营销网络建设项目”并将募集资金永久性补充流动资金的议案》	8.00
议案9	《关于终止“全球营销网络建设项目”并将募集资金永久性补充流动资金的议案》	9.00
议案10	《关于增加自有闲置资金购买理财产品金额的议案》	10.00

注:对总议案 100元进行投票视为对本次股东大会所有审议事项表达相同意见的一次性表决。
(3)在“委托价格”项下填报议案号,代表议案1,1.00元代表议案2,依此类推。
表 2 表决意见对应“委托议案”一览表

表决意见类型	委托议案
同意	1股
反对	2股
弃权	3股

(4)在股东大会审议多个议案的情况下,如股东对所有议案均表示相同意见,则可以只对“总议案”进行投票。

如果通过网络投票系统对“总议案”和单项议案进行了重复投票的,以第一次有效投票为准,即如果股东先对相关议案投票表决,再对总议案投票表决,则以已投票表决的相关议案的表决意见为准,其他未表决的议案以总议案的表决意见为准;如果股东先对总议案投票表决,再对相关议案投票表决,则以总议案的表决意见为准。

(5)对同一议案的投票只能进行一次,不能重复。
(6)符合《深圳证券交易所股票上市规则》,代表1%以上股份的股东,视为有效参与投票。
(二)通过互联网投票系统的投票程序
1. 互联网投票系统开始投票的时间为2015年5月19日(即临时股东大会召开前一天)下午3:00,结束时间为2015年5月20日(现场股东大会结束当日)下午3:00。
2. 投资者通过互联网投票系统进行投票的,按照《深圳证券交易所投资者证券账户注册业务身份认证(2014年5月修订)》的操作流程办理,取得“深交所数字证书”或“深交所投资者服务密码”。