

证券代码：836053

证券简称：友宝在线

主办券商：中信建投

北京友宝在线科技股份有限公司

2015 年年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本年度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全国股份转让系统公司指定信息披露平台（www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc）的年度报告全文。

1.2 不存在董事、监事、高级管理人员对年度报告内容存在异议或无法保证其真实、准确、完整。

1.3 公司全体董事出席了审议本次年度报告的董事会会议。

1.4 致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司本年度财务报告进行了审计，并且出具了标准无保留意见的审计报告。

1.5 公司联系方式

董秘（信息披露事务负责人）：崔艳

电话：0755-84705900

电子信箱：cuiyan@ubox.cn

办公地址：北京市朝阳区广顺北大街 5 号院内 32 号融创动力文化科技创意产业基地 4 层

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元

	2015年	2014年	增减比例
总资产	1,490,588,063.67	819,957,000.82	81.79%
归属于挂牌公司股东的净资产	369,052,127.46	-57,698,542.10	739.62%
营业收入	1,219,226,272.18	818,318,776.70	48.99%
归属于挂牌公司股东的净利润	22,442,129.35	-116,695,977.96	119.23%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益的净利润	18,571,825.08	-101,162,296.26	118.36%
经营活动产生的现金流量净额	57,664,778.23	37,171,433.21	55.13%
加权平均净资产收益率（依据归属于挂牌公司股东的净利润计算）	13.74%	-	
加权平均净资产收益率（依据归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算）	11.37%	-	
基本每股收益（元/股）	0.05	-	106.50%
稀释每股收益（元/股）	-	-	
归属于挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	0.82	-0.38	315.79%

2.2 股本结构表

单位：股

股份性质	期初		期末		
	数量	比例	数量	比例	
无限售条件的股份	1、控股股东、实际控制人	152,039,793	100.00%	0	0
	2、董事、监事及高级管理人员	0	0	0	0
	3、核心员工	0	0	0	0
	4、其他	0	0	0	0
	无限售条件的股份合计	152,039,793	100.00%	0	0
有限售条件的股份	1、控股股东、实际控制人	0	0	128,573,100	28.57%
	2、董事、监事及高级管理人员	0	0	142,929,000	31.76%
	3、核心员工	0	0	0	0
	4、其它	0	0	0	0
	有限售条件的流通股合计	0	0	450,000,000	100.00%
总股本	152,039,793	100.00%	450,000,000	0	
股东总数	18				

注：1、报告期初，公司为外商独资企业，实收资本为 2449.999 万美元，折合人民币 152,039,792.73 元。2015 年 9 月 10 日，公司整体变更设立为股份有限公司，股本总额为 4.5 亿股；

2、“核心员工”按《非上市公众公司监督管理办法》的有关规定界定；“董事、监事及高级管理人员”包括挂牌公司的董事、监事和高级管理人员（身份同时为控股股东及实际控制人的除外）。

2.3 前 10 名股东持股情况表

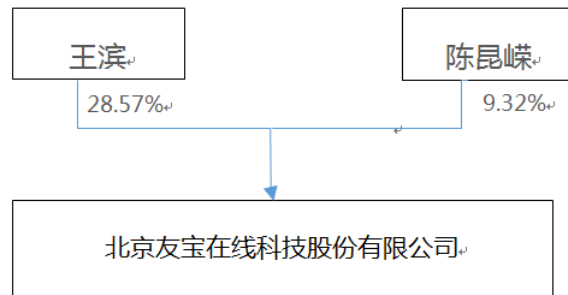
单位：股

序号	股东姓名	股东性质	期初持股数	期内增减	期末持股数	期末持股比例	限售股份数	无限售股份数	质押或冻结的股份数
1	王滨	境内自然人	0	128,573,100	128,573,100	28.57%	128,573,100	0	0
2	沈国军	境内自然人	0	49,356,900	49,356,900	10.97%	49,356,900	0	0
3	许戈	境内自然人	0	44,387,550	44,387,550	9.86%	44,387,550	0	0
4	陈昆嵘	境内自然人	0	41,940,450	41,940,450	9.32%	41,940,450	0	0
5	黄次南	境内自然人	0	34,309,350	34,309,350	7.62%	34,309,350	0	0
6	林荣	境内自然人	0	33,446,700	33,446,700	7.43%	33,446,700	0	0
7	吴松锋	境内自然人	0	33,446,700	33,446,700	7.43%	33,446,700	0	0
8	李明浩	境内自然人	0	22,291,650	22,291,650	4.95%	22,291,650	0	0
9	华住投资	境内非国有法人	0	16,109,100	16,109,100	3.58%	16,109,100	0	0
10	温瑞峰	境内自然人	0	10,562,400	10,562,400	2.35%	10,562,400	0	0
合计			0	414,423,900	414,423,900	92.08%	414,423,900	0	0-

注：1、报告期初，公司为外商独资企业，实收资本为 2449.999 万美元，折合人民币 152,039,792.73 元。2015 年 9 月 10 日，公司整体变更设立为股份有限公司，股本总额为 4.5 亿股。

2、“股东性质”包括国家、国有法人、境内非国有法人、境内自然人、境外法人、境外自然人等。

2.4 公司与控股股东、实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



三、管理层讨论与分析

3.1 商业模式

公司的主营业务是以智能自动售货机为销售形式，通过线上、线下两种渠道销售饮料、食品等日用快消品，并辅之以售货机销售、租赁及售货机广告、陈列等相关增值服务。

具体而言，自动售货机商品销售业务指通过自动售货机向顾客销售商品，即顾客通过现金投币或者在线支付等方式结算商品货款后，售货机自动发出商品；自动售货机销售、租赁业务指本公司向加盟商销售或出租自动售货机，该业务也是 2015 年公司推出加盟政策以来发展的新业务；广告业务主要是本公司为客户提供自动售货机机身广告和电子屏幕广告服务；自动售货机陈列收入主要是客户与本公司签订协议，约定一定期间内自动售货机指定货道展示并销售该客户商品，也称为售货机货道业务。

友宝在线自成立以来，一直围绕着售货机市场进行深耕细作，通过智能系统和云技术的运用，为传统的自动售货机注入新的活力，成功研发出了公司目前所使用的智能售货机以及纵贯“硬件、电子、物联网、手机支付、移动互连网、大数据”且具有“硬件控制、零售业务管理、互联网合作”功能的技术平台，并在手机客户端以及运营系统中智慧运营。

截至 2015 年 12 月末，公司的自动售货机在全国一线城市及其他重要城市投放超过 3 万台，广泛应用在学校、工厂、地铁（交通枢纽）、企事业单位、医院、商场和旅游景点、商业物业等各类场所。其中包括清华大学、北京大学、复旦大学、武汉大学、北京师范大学等大专院校，北京地铁、武汉地铁、深圳地铁、首都机场等交通设施，以及 HSBC、SAMSUNG、中国平安、阿里巴巴、百度、新浪、腾讯、中国人寿、58 同城等企业场所。未来公司将在保持原有市场竞争力的基础上，深入开拓市场，完善营销网络，增加更多新点位的投放，不断创新产品及服务。公司目前正积极拓展新型态的加盟业务，通过加盟商的持续加入，推动公司继续更好地在原有的基础上维持并扩大在自动售货产业的市场占有率，积极拓展电子商务及 O2O 领域，紧跟互联网发展和市场发展变化，进一步提高公司的盈利能力。

按照中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所属行业为 F“批发和零售业”中的 F52“零售业”；根据《国民经济行业分类代码》（GB/T4754-2011），公司属于 F52“零售业”中的 F522“食品、饮料及烟草制品专门零售”；根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司颁布的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业细分正从初创时期的食品与主要用品零售（141010）逐步向互联网零售（13141111）转型。

3.2 报告期内经营情况回顾

一、报告期内，公司整体业务规模和盈利能力有较大幅度提升。

2015 年全年共实现主营业务收入 12.19 亿元，较上年同期增长 48.99%；公司成功扭亏为盈，全年实现净利润 2,352 万元。

1、随着自营售货机规模的提升和公司不断对点位质量进行优化，公司商品零售业务增长显著。截至 2015 年末，公司标准售货机保有量近 30000 台，全年实现营业收入 9 亿元，较上年同期增长 21.68%；月平均单机销售额 3442 元，较上年水平增长 12.7%；

2、公司在 2015 年初启动了“开放平台”的加盟政策，既售货机销售、租赁和商品批发业务。截至 2015 年末，共实现加盟设备 8000 台，售货机销售、租赁收入共计 8,909 万元，批发商品收入 5352 万元，为公司创造了新的盈利点；随着公司加盟政策的不断优化，“开放平台”业务量稳步提升。

3、公司 2015 年实现广告及货道陈列收入 1.76 亿元，较上年大幅增长 128.57%。随着公司售货机终端的放量式增长，公司广告服务能力大幅提升。除与原有饮料商继续深化广告合作业务外，公司在 2015 年积极拓展新型广告业务来源，包括互联网、游戏、娱乐及金融、汽车等领域的广告业务均有大幅提升。目前，公司同上游饮料厂商以及百度、阿里巴巴、腾讯、京东等知名互联网企业均已形成深度推广合作关系，广告业务量持续高速增长，业已成为公司最重要的盈利点。

二、报告期内，公司规模效应显现，采购议价能力稳步提高。

2015 年，公司零售业务全年平均毛利率为 41.9%，较 2014 年提升 15.62%，达到了行业内较高水平。

三、报告期内，公司持续加大技术投入，完善售货机智能管理平台。

2015 年，公司全面推广“智慧运营”，利用大数据运算结果和技术监控手段替代运营人员主观判断，大幅提高运营效率，降低运营成本。运营费用占收入比由 2014 年的 26.6%降低至 21.4%，运营效率提升 19.55%，仅此一项节省成本 4 千余万元。

3.3 竞争优势分析

（1）品牌优势

公司是全国首家智能自动售货机的运营商，所推出的智能售货机凭借着技术领先性和优良的客户体验，在行业内已形成较高品牌声誉。“友宝”曾多次被社会媒体评价为“带给传统自动售货机行业新的销售模式与互联网思维的创新型”企业，在行业内树立起高技术、高品质、产业领导者的市场形象。

（2）技术优势

自设立以来，公司一直专注于智能自动售货机的生产、研发智能售货机以及纵贯硬件、电子、物联网、手机支付、移动互连网、大数据，且具有硬件控制、零售业务管理、互联网合作的技术平台。公司拥有优秀的研发团队，虽然国内智能自动售货机行业的人才数量有限，公司已经汇集并培养了这个行业多数的优秀人才。经过几年开发，在智能自动售货机的机器本身技术与后台管理技术平台上皆领先于同行。

（3）营销服务优势

公司已建立起覆盖全国的营销网络，在北京、上海、广州、深圳、武汉、成都、杭州、大连等主要发达地区已设立十余家一级子公司，并且建立起完善的技术支持及售后服务中心，为产品的销售与技术服务提供了坚实的后盾，保证了公司市场开拓与销售的稳定增长。同时，公司服务网络覆盖全国，自动售货机已投放全国除新疆、西藏等地以外的近 30 个省级行政区，近 60 个城市，提供了统一的全国服务号码与客服中心号码（4001-528-528）与在线咨询客服，为消费者及潜在合作伙伴提供咨询及售后服务一体化的服务系统。

（4）点位资源优势

热门市场的点位资源具有稀缺性，后来者如要抢占势必将耗费较大的人力财力。友宝在线作为国内首家智能售货机运营商，已利用先发优势拿下了众多的优质点位资源，比如北上广深等一线城市的地铁站、机场、商圈、学校和企业等，这是其他竞争对手或者后来者所不具备或难以超越的。

3.4 经营计划或目标

2016 年，公司将进一步优化现有自营售货机点位，提高单机销售额；持续拓展加盟业务，实现市场占有率阶段性的爆发式增长；加大技术研发投入，完善“智慧运营”系统，进一步提高运营效率，降低运营成本；发挥规模优势，进一步提高采购议价能力，提高零售业务毛利率；深化现有广告业务合作伙伴，拓展全新的广告服务模式，保持广告业务的高增长趋势。

特别提示：公司上述经营目标不代表公司对 2016 年度的盈利预测，能否实现取决于市场状况的变化、经营团队的努力等多种因素，存在一定的不确定性，敬请广大投资者和年度报告阅读者特别留意。

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，公司会计政策、会计估计和核算方法未发生变化。

4.2 报告期内，公司不存在重大会计差错更正需追溯重述的事项。

4.3 合并范围的变动情况

报告期内，新增上海建凌自动售货机有限公司、杭州联线宝科技有限公司、杭州友柏利市贸易有限公司、成都友宝昂斯科技有限公司、上海友试市场营销策划有限公司纳入本期合并财务报表范围。

4.4 致同会计师事务所（特殊普通合伙）对公司出具了致同审字（2016）第 110ZB4224 号标准无保留意见的审计报告。

北京友宝在线科技股份有限公司

董事会

2016 年 4 月 13 日