

证券代码：838135

证券简称：欧仕股份

主办券商：招商证券

福建欧仕儿童用品股份有限公司

2016 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 公司董事会及其董事、监事会及其监事、公司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、准确性和完整性承担个别及连带责任。

1.3 全体董事均出席了审议本次年度报告的董事会会议。

1.4 立信中联会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告进行了审计，出具了标准无保留意见的审计报告。

1.5 公司联系方式：

董秘及信息披露事务负责人：孙亚玲

联系电话：0596-8369307

电子信箱：67428923@qq.com

传真号码：0596-8367311

邮政编码：363900

办公地址：福建省漳州市长泰县兴泰开发区

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元

	2016年	2015年	增减比例
总资产	105,618,906.79	100,111,707.90	5.50%
归属于挂牌公司股东的净资产	62,591,917.02	43,841,432.83	42.77%
营业收入	103,849,596.44	105,794,502.85	-1.84%
归属于挂牌公司股东的净利润	1,507,384.19	2,761,057.29	-45.41%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益的净利润	32,313.96	2,208,065.32	-98.54%
经营活动产生的现金流量净额	-677,603.52	15,537,516.82	-104.36%

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）	2.62%	5.91%	—
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）	0.06%	4.75%	—
基本每股收益（元/股）	0.03	0.06	-50.00%
稀释每股收益（元/股）	0.03	0.06	-50.00%
归属于挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.17	1.02	14.71%

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	无限售股份总数	0	0.00%	4,569,999	8.54%
	其中：控股股东、实际控制人	0	0.00%	0	0.00%
	董事、监事、高管	0	0.00%	0	0.00%
	核心员工	0	0.00%	0	0.00%
有限售条件的股份	有限售股份总数	42,790,000	100.00%	48,930,001	91.46%
	其中：控股股东、实际控制人	25,674,000	60.00%	25,674,000	47.99%
	董事、监事、高管	17,116,000	40.00%	17,116,000	31.99%
	核心员工	0	0.00%	0	0.00%
总股本		42,790,000	100%	53,500,000	100%
股东总数		6			

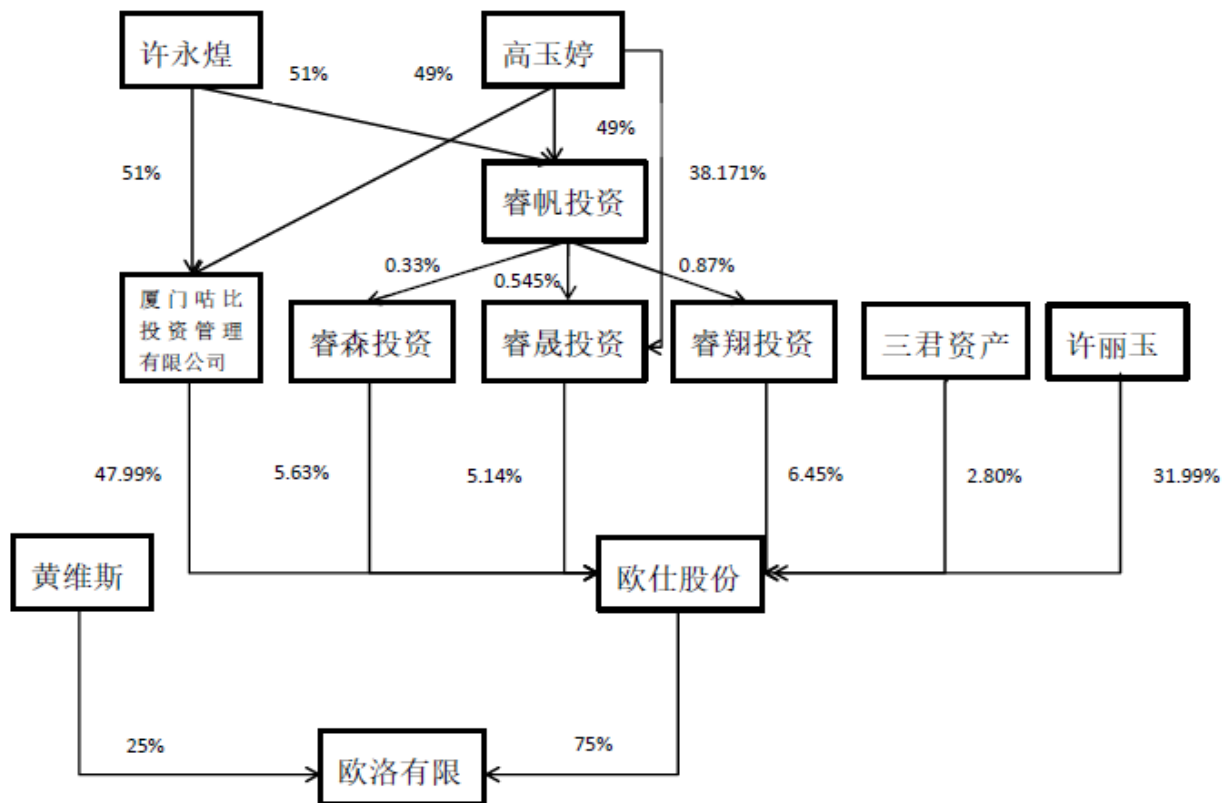
2.3 前10名股东持股情况表

单位：股

序号	股东名称	期初持股数	持股变动	期末持股数	期末持股比例	期末持有限售股份数量	期末持有无限售股份数量
1	厦门咕比投资管理有限公司	25,674,000	0	25,674,000	47.99%	25,674,000	0
2	许丽玉	17,116,000	0	17,116,000	31.99%	17,116,000	0
3	新余市睿翔投资管理中心(有限合伙)	0	3,450,000	3,450,000	6.45%	2,300,000	1,150,000
4	新余市睿森投资管理中心(有限合伙)	0	3,010,000	3,010,000	5.63%	2,006,667	1,003,333

5	新余睿晟投资管理中心(有限合伙)	0	2,750,000	2,750,000	5.14%	1,833,334	916,666
6	厦门三君资产管理有限公司	0	1,500,000	1,500,000	2.80%	0	1,500,000
合计		42,790,000	10,710,000	53,500,000	100.00%	48,930,001	4,569,999

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

欧仕股份公司及其子公司厦门欧洛儿童用品有限公司主要从事婴童手推车、婴童学步车、婴童床、婴童椅、婴童汽车安全座椅、婴童自行车、婴童沐浴器具、婴童餐具的设计、研发、制造、加工及销售，根据《国民经济行业分类与代码》(GB/4754-2011)，

公司所处行业为制造业（C）/玩具制造（C2450）业。根据全国中小企业股份转让系统发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业为玩具制造业。

公司经过多年发展，现已通过 ISO9001:2008 质量管理体系认证和 3C 认证，并先后荣获 ICTI 认证和反恐 GSV 认证。2011 年，公司获得“纳税信用等级 A 级”、“2011 年重合同守信用企业”荣誉称号。2012 年，公司被评为“漳州市知名商标”，2016 年 11 月被评为“福建省文化出口重点培育企业”，2016 年 12 月 1 日获得高新技术企业资质证书。

公司产品的消费群体是北美洲、欧洲、亚洲的大型母婴连锁店、婴童用品贸易商，但不存在对某一重大客户的依赖性问题的。

公司的商业模式主要分为销售模式、研发模式、生产加工模式。

（1）公司的销售模式分为内销、外销二种模式。

1) 外销模式：依托公司专业的设计开发和技术团队以及完善的生产、制造和品质管控体系，通过参加全球专业婴童用品展会接触国外客户，与国外知名品牌及全球大型母婴连锁和各国专业的进口商主要以 ODM 和 OEM 形式进行合作，按照国外客户的订单进行生产和出货，公司已经同全球 80 几个国家和地区的客户建立合作关系

2) 内销模式：通过国内知名的专业展会和电商交易平台进行推广，线上以自营商城为主，线下拓展国内代理商，并与国内专业大型母婴连锁店建立合作关系，同时构建全渠道的 O2O 模式，线上、线下相结合。

（2）公司的研发模式

公司实行内部自主研发模式，紧跟市场趋势，实行以市场为导向的研发策略，同时整合国内、外最优秀的设计人才，集设计、开发于一体的研发模式。公司高度重视产品研发，为世界知名品牌客户提供产品的研发、改良、设计和生产服务，所设计的产品拥有国内外数十项专利，并配置专业的实验室和检测设备，用于对童车的安全功能、物理性能等专业测试。所设计的产品通过欧盟相关检测标准，其中汽车安全座椅通过了欧洲 ECE 产品认证。

（3）公司的生产加工模式

1) 生产管理信息系统以及流水线生产方式

为了确保产品的质量以及生产效率，针对采购环节及生产环节，公司建立了科学的管理信息系统。由于公司通常会同时收到多个客户销售订单，且订单产品种类规格

多样化的特征，在收到订单后，公司计划课、生产部、采购部联合制定采购计划与生产车间调度计划。一方面，采购计划确保物料的按时按质

到位，同时降低存货占用的资金成本；另一方面，生产计划实行单一产品的流水线生产效率，同时有效利用产能空档，在确保准时交货的同时提高生产效率。

2) 注塑成型技术

公司拥有先进的进口全自动控制注塑机，在卧式注塑成型、热流道注塑成型、金属镶嵌注塑成型等方面已经拥有丰富的经验及标准的生产工艺。公司普遍注塑的平均制程不良及物料损耗率在 1%以下，远优于同行业 3%-5%的水平；塑料制品尺寸精度可控制到 $\pm 0.01\text{mm}$ ；在对成型制品的残余应力控制、IM 值

控制等高要求制品生产方面，采用应力分析仪和熔融指数测试仪等设备进行精确检测控制，把气辅成型技术、气辅快速冷冻技术、模内真空抽气技术研究和应用结合，为解决厚壁制品的冷却与变形、特殊制品设计、特殊材料的尺寸精度控制及高外观要求上能提供有效的技术解决方案。

3) 注塑机械手伺服驱动系统

公司在注塑工艺中搭配全自动化控制系统，采用机械手伺服驱动技术、机械手自动加工成套技术。该系统的采用不但节约了人力资源，降低了产品的综合成本，同时也降低了产品次品率，有效保证产品质量。

4) 热流道技术

将注塑工艺中的普通流道改为热流道，浇口流道优化后使成型废料降到最低；水路设计优化为单进单出后使成型周期降低 20%。热流道技术不断提高了注塑机生产效率，同时实现了注塑过程中的零废料，产品的厚度也降低到合理的程度，降低了产品的综合成本。

5) 机械手伺服驱动焊接技术

公司在焊接工艺上采用自动化设备机械手焊接，以此提高产品的焊接稳定性及焊接质量，同时，提高产品外观美观感受，有效降低人工成本。

6) CNC 数控弯管机

公司引进先进的数控弯管技术，可大幅提高产品的品质稳定性，可实现对复杂制品的一次成型，其中安全毯及双手操控按钮可有效提高操作的安全系数。

7) 智能吊挂系统

公司引进先进的智能吊挂系统，可针对不同的产品进行不同的流水工序排序，平衡产线生产力，实现产线半成品零积压，有效提高生产生产效率，对产线效率实时监控，有效控制生产现场的浪费。

公司目前是福建第一大童车和母婴用品制造企业，同时在国外享有较高的知名度，在行业内 GUBI 品牌以经营中高端婴儿用品为主，占据全国中高端婴儿用品前十位。公司及子公司产品销售方式均为直销和买断式经销，收入来源于产品的销售。

报告期内，公司商业模式未发生重大变化。

报告期后至报告披露日公司商业模式也未发生重大变化。

3.2 报告期内经营情况回顾

2016 年，公司在受到国际经济低迷、国内市场竞争激烈的环境下，公司管理团队一手抓拥有成熟市场的名星产品的生产，一手抓新项目的推进，在一定程度上维持住了经营成果。前三季度，由于受大客户 KIDS II 订单量下降的影响，公司的出口销售业绩在前三季度出现下滑。为此，公司的营销团队积极拓展并与其他国际大品牌进行合作，终于在第四季度与 HDG SPA 达成销售的合作共识，并最终与几家国际品牌达成战略全作。

公司 2016 年主营业务收入相较于去年同期同比下降 1.84%，销售成本由于受 2016 年前三季度国际原油价格影响，料米等主要材料成本有所下降；加之公司推行精益生产，主营业务成本全面有所下降；2016 年毛利率 27.30%，同比 2015 年毛利率增长 5.03%。

公司在 2016 年完成了对公司整体战略布局的关键性的调整，在 2016 年第四季度初见成效：

(1) 2016 年公司完成了对研发团队的重新整合与组建，最终形成了国、内外优秀研发人员为一体的集设计、研发团队。

(2) 2016 年公司健全财务核算体系，系统性组织成本控制，从而实现企业利润空间的持续增长。

(3) 2016 年完成对内、外销的全面布局，扩展内、外销营销渠道。实现营销团队在稳定扩大现有客户的基础上，拓展新的客户。

(4) 2016 年公司完成对品质控制的改善，成立品质中心，引入国内优秀的品质总监进行管理。

(5) 2016 年公司在生产管理上引入精益生产，从作业层面对生产的生产进行管理，同时成到降成增效的目的。

(6) 2016 年 11 月份与 HDG SPA 达成合作协议，并成功出货。

2016 年是对于欧仕股份来说是不平凡的一年，也是公司在经营管理上进行重大布局和调整的一年，为企业在未来的经营发展中奠定了坚实的基础。

2016 年公司营业收入为 103,849,596.44 元,比上年度减少了 1.84%; 归属于母公司所有者的净利润 1,600,993.47 元,比上年度减少 42.02%; 资产总额 105,712,516.07 元,比上年度增长 5.59%; 经营现金净流量-677,603.52 元,比上年度减少 104.36%。

3.3 竞争优势分析

公司经过十几年励精图治的发展，在与国际一流品牌的合作过程中，已形成独树一帜的企业文化和竞争优势。

(1) 研发设计 公司实行内部自主研发模式，紧跟市场趋势，实行以市场为导向的研发策略，同时整合国内、外最优秀的设计人才，集国外设计、国内开发于一体的研发团队模式。目前公司的研发团队有 60 人，这是一支经过多年打造和磨练而极具凝聚力和向心力的团队；同时，在技术上结合国外先进的设计，国内领先的开发和创新，极具竞争力和优势。公司高度重视产品研发，为世界知名品牌客户提供产品的研发、改良、设计和生产服务，所设计的产品拥有国内外数十项专利，并配置专业的实验室和检测设备，用于对童车的安全功能、物理性能等专业测试。所设计的产品通过欧盟相关检测标准，其中汽车安全座椅通过了欧洲 ECE 产品认证。

(2) 品质控制 公司在 2016 年设立具品质系统、品质工程、品质检验三大功能的品质中心。品质管理集合国内最优秀的品质管理人才，为公司产品的品质检验把好关。

(3) 客户优势 公司目前的销售模式，是分为外销和内销，无论外销还是内销都具有稳定的客户资源。

1) 外销方面：依托公司专业的设计开发和技术团队以及完善的生产、制造和品质管控体系，通过参加全球专业婴童用品展会接触国外客户，与国外知名品牌及全球大型母婴连锁和各国专业的进口商主要以 ODM 和 OEM 形式进行合作，按照国外客户的订单进行生产和出货，公司已经同全球 80 几个国家和地区的客户建立合作关系

2) 内销方面：通过国内知名的专业展会和电商交易平台进行推广，线上以自营商城为主，线下拓展国内代理商，并与国内专业大型母婴连锁店建立合作关系，同时构建全渠道的 O2O 模式，线上、线下相结合。

(4) 企业文化 使命：专注母婴用品，呵护世界未来。愿景：为客户提供更安全的产品和更有价值的服务，成为母婴用品行业最受尊重的企业。核心价值观：诚实守信、团结协作、开拓创新、勇于负责。企业文化是企业的经营发展过程中沉淀的非物质宝藏，是企业内涵与经营理念的内在写照，是企业的发展道路中的指明灯，同时也是企业获取市场竞争优势的来源之一。为了提升企业竞争力，必须重视对企业文化的建设与发展。从企业文化所具备的导向功能、教育功能、约束功能等出发，企业文化对企业的竞争优势、稳定发展有所帮助。

3.4 经营计划或目标

2017 年公司将围绕着发展战略，坚持“技术创新、成本领先、市场优先、品质至上、科学管理、诚信守法”的经营导向，构建以“财务管理、品质中心、研发创新、精益生产、营销拓展”几大管理模块。大力推进精益化作业层的改善，促进流程规范，提升管理信息化水平，坚持产品创新，建立阿米巴财务核算管理体系，降低成本，加强对企业内控风险的管控，进一步提升产品质量和效率。全方面进行国内、外市场的拓展，优化与调整产品与市场的结构，加强多渠道、全方位的营销模式，实现营销规模和效率的稳步增长。

(1) 加大市场开拓力度，提高市场占有率。优化市场及产品结构，深耕细作，稳定扩大现有国外大品牌合作份额；打造内销团队，形成全方位、多渠道的内销管理营销模式；同时与国内一流大型母婴超市合作，扩大品牌影响力和美誉度；积极拓展新的营销增长点，拓展新客户；全面提升国内、外市场占有率。

(2) 加大对研发创新的投入，提升企业核心竞争力。充分整合内外部资源，加强内部研发团队打造，保障新品研发计划落实，提升企业核心竞争。目前我司已形成由国、内外优秀研发人员组成的研发、设计团队。2016 年公司已成功获得高新技术资格，公司每年在研发上的投入一直保持持续性的增长。

(3)强化企业的科学化管理水平，提升企业的竞争力。健全、完善企业的财务管理体系，系统性控制成本；加强团队建设和人力资源投入，打造一流团队；健全生产品质管控系统，保障品质交期。

(4)加强企业的品牌拓展，持续提升“GUBI”品牌的影响力。品牌拓展从“市场定位、产品定位、理念定位、概念定位”四个方面全方面加强企业的品牌建设和定位，并与国内一流平台进行全方位合作，加大对“GUBI”品牌的影响力提升。

该经营计划并不构成对投资者的业绩承诺，投资者需对此保持足够的风险意识。

四、涉及财务报告的相关事项

- 4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法未发生变化。
- 4.2 本年度内未发生重大会计差错更正需追溯重述的情况。
- 4.3 与上年度财务报告相比，公司财务报表合并范围未发生变化。
- 4.4 立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

福建欧仕儿童用品股份有限公司

2017年4月12日