

证券代码：836168

证券简称：青怡股份

主办券商：国海证券

## 广州市青怡农业科技股份有限公司

### 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 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 瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司本年度财务报告进行了审计，并且出具了瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）的审计报告。

#### 1.5 公司联系方式

董秘（信息披露事务负责人）：廖林

电话：17502083562

电子信箱：liaolin@qingyifood.net

办公地址：广州市天河区东方一路 36 号 18 栋之 14

#### 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                                     | 28,940,129.85 | 21,048,059.28  | 37.50%  |
| 归属于挂牌公司股东的净资产                           | 13,197,664.91 | 11,644,206.97  | 13.34%  |
| 营业收入                                    | 50,503,390.46 | 25,163,223.96  | 100.70% |
| 归属于挂牌公司股东的净利润                           | 1,553,457.94  | -1,170,325.06  | 232.74% |
| 归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益的净利润                  | 48,547.95     | -1,452,275.58  | 103.34% |
| 经营活动产生的现金流量净额                           | 4,049,371.23  | -11,484,548.35 | 135.26% |
| 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）           | 12.51%        | -15.31%        | -       |
| 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） | 0.39%         | -18.99%        | -       |
| 基本每股收益（元/股）                             | 0.11          | -0.09          | 220.70% |
| 稀释每股收益（元/股）                             | 0.11          | -0.09          | 220.70% |

|                      |      |      |        |
|----------------------|------|------|--------|
| 归属于挂牌公司股东的每股净资产（元/股） | 0.92 | 0.81 | 13.34% |
|----------------------|------|------|--------|

## 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       | -          | -       | 4,969,249  | 34.75% |
|          | 其中：控股股东、实际控制人 | -          | -       | 3,845,249  | 26.89% |
|          | 董事、监事、高管      | -          | -       | -          | -      |
|          | 核心员工          | -          | -       | -          | -      |
| 有限售条件的股份 | 有限售股份总数       | 14,300,000 | 100.00% | 9,330,751  | 65.25% |
|          | 其中：控股股东、实际控制人 | 12,441,000 | 87.00%  | 9,330,751  | 65.25% |
|          | 董事、监事、高管      | -          | -       | -          | -      |
|          | 核心员工          | -          | -       | -          | -      |
| 总股本      |               | 14,300,000 | -       | 14,300,000 | -      |
| 股东总数     |               | 5          |         |            |        |

注：“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）。

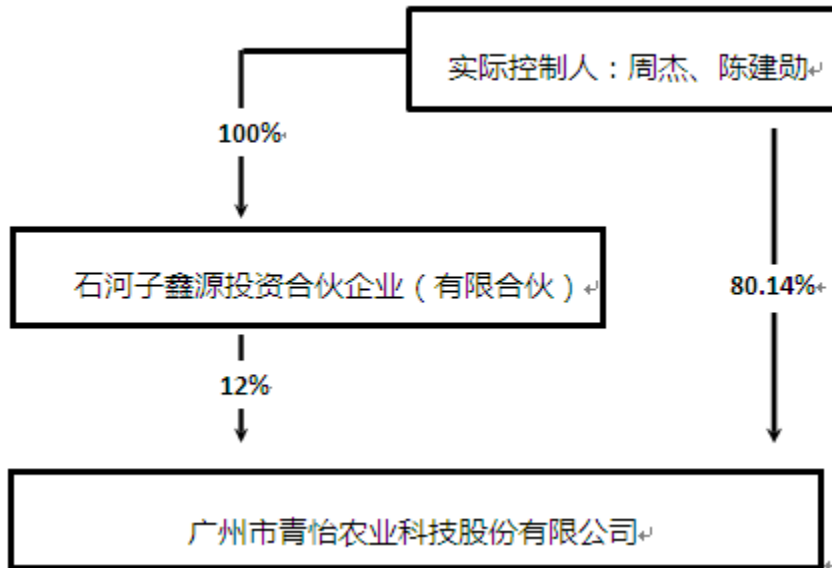
## 2.3 前10名股东持股情况表

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  | 周杰                | 境内自然人   | 9,533,810  | 735,000  | 10,268,810 | 71.81%  | 7,150,358 | 3,118,452 | -         |
| 2  | 石河子鑫源投资合伙企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 1,716,000  | -        | 1,716,000  | 12.00%  | 1,287,000 | 429,000   | -         |
| 3  | 陈建勋               | 境内自然人   | 1,191,190  | -        | 1,191,190  | 8.33%   | 893,393   | 297,797   | -         |
| 4  | 刘杰                | 境内自然人   | 715,000    | -        | 715,000    | 5.00%   | -         | 715,000   | -         |
| 5  | 李雪                | 境内自然人   | 715,000    | -715,000 | -          | -       | -         | -         | -         |
| 6  | 吴文光               | 境内自然人   | 429,000    | -20,000  | 409,000    | 2.86%   | -         | 409,000   | -         |
| 合计 |                   |         | 14,300,000 | 0        | 14,300,000 | 100.00% | 9,330,751 | 4,969,249 | -         |

注：“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 报告期内经营情况回顾

公司年初根据市场的变化和公司产品的特点，除了继续完善线上渠道外，也积极部署线下渠道，不但推出了“青怡庄园”品牌，还以逐渐树立的品牌优势进入大宗农产品交易市场，以点带面进行全覆盖销售网络布局。按照不同的客户群体采用不同的销售模式：针对大型企事业单位，公司采用直销的模式；针对社区消费者，公司与社区服务店或者商超卖场合作的模式；针对大宗农产品交易市场，公司采用分销模式。截至年底，公司与十几家大型企事业单位保持着良好的稳固合作关系，公司也与近三十家社区服务点建立了合作关系，并在高端社区中心开设了自有品牌的“青怡庄园”旗舰体验店，精准定位高端消费人群。公司以自有品牌的“青怡苹果”成功切入大宗农产品交易市场，改变了既往以客户为中心的经营理念，转变成以树立产品品牌为导向，以点带面进而全面覆盖的经营方针。该模式的成功运用，公司将会对其作品牌效果延伸发展，迅速复制到更多的产品系列中。

公司与华润万家有限公司签订《合作经营合同》，约定：公司可在华南地区所有华润万家、华润苏果门店、OLE业态、乐购Tesco内开立青怡专门店。截至年底，公司已在华润万家旗下的珠海海南屏店、广州龙洞店、广州番禺繁华店、广州萝岗万达店、广州天河北店、深圳彩田店等设立专门店。

同时，公司与天虹商场（002419，SZ）达成《战略合作协议》，约定：公司与天虹商场开展全面的战略合作，合作方式包括：（1）公司在天虹商场部分门店开设专门店，目前已在沙河京基百纳店开店；（2）公司作为天虹商场的供应商，为天虹商场供应有机食品和地理标志产品；（3）公司作为两家生鲜类供应商之一，为天虹网上商城提供有机食品和地理标志产品。

公司通过多年的大客户营销积淀，积极导入至成熟完善的线上消费平台，既满足时下兴盛的网络购物需求，又形成稳定的高端消费网络社区群体，在带来优质的网络购物体验的同时又能与消费者互动，对公司建立大数据分析体系起到至关重要的作用。至报告期末，已拥有线上优质客户十多万。

公司主动研发了农产品流通领域先进的15种各类子系统模块，对接正在实施开发的EPR系统，为公司节约了大量的运营中间费用。公司2016年末以此项目为中心，成功获得广东省科技厅高新技术企业认定。

按此布局后，公司销量迅速上涨，销售收入同比增长 100.7%，销售费用同比下降 19.6%，管理费用同比下降 13.52%。营业利润由上年的亏损 145 万，转为今年扭亏为盈 1.9 万。但由于公司尚处在销售网络的规划建立初期，虽通过严格内部控制制度压减中间费用支出等，业务短期内还未产生长足的规模经济效益，预计 2017 年经营业绩会有质的飞跃。

### 3.2 竞争优势分析

青怡在多年的发展过程中树立了行业竞争壁垒

#### (1) 品牌优势壁垒。

公司通过多年的经营积累，创造性的以树立农业品牌为经营理念，打造全方位的立体生态圈层，牢牢的抓住了消费者的心理需求。特别是高价生鲜农产品，消费者对品牌的认可度形成了品牌忠诚。因此，对行业新进入者形成了品牌优势壁垒。目前公司拥有十多万稳定优质的客户群体，这个规模还在不断扩大。

#### (2) 物流技术壁垒

农产品与工业品不同，产品质量会随着时间和环境的变化而时刻变化。尤其生鲜是一个对于物流、储存条件要求非常严苛的品类，导致生鲜的“最后一公里”不适合跨城市配送。因此，无论是传统的农产品批发、零售商，还是生鲜电商在掌握优质货源、完成采购加工之后，还需要根据冷链技术的要求构建完善的物流体系，保证产品能够迅速、及时和准确的运抵客户方。在运输过程中保持质量稳定对冷链保鲜物流技术要求较高。同时，对于生鲜类产品的运输，冷链技术需要投入大量资金用于大型冷库的建造和布局、物流配送车队的建设、从业人员的培养等。即便是选择将物流部分外包给专业的企业，仍然需要大量的投入来维护渠道。因此，对行业新进入者形成了较高的物流壁垒。公司在广州市天河区设立仓储点，面积近1800平方米，分别有用于储存肉类等生鲜产品的-18度冷冻库、用于保鲜及短期储存的-5度软冻库、用于储存干货等产品的18度常温库共五个温区，能够全面保证从干货到生鲜各类产品的储存和保鲜要求。

#### (3) 资质及渠道壁垒

生鲜及农产品在面向终端消费者之前，一般需要获得三个层次的准入资质：首先，生产产品需要通过国家的质量与安全标准；其次，产品销售必须获得目标市场所在地区的准入资质，部分地区对允许向该区域销售的农产品的种养基地、加工包装企业实行严格的检测及管理；第三是线下终端渠道的供应商认证，如TESCO、百佳等大型连锁超市及卖场，通常会制定高于国家、行业标准的认证体系。一般而言，生鲜电商需要取得相应的资质或认证，才能够进入相关市场，而其中目标市场所在地区的准入资质较难获得，线下终端渠道的供应商认证更加需要较长时间的认证、合作及持续考察才能取得资格，新进入者很难短时间内取得完整的资质。

#### (4) 资金壁垒

农产品采购具有一定的季节性，企业需要在产品成熟季节集中采购入库。因而，对于跨区域、跨季节经营的企业，需要具备承受库存压力的资金实力，对企业流动资金的筹措能力提出了较高的要求。另外，保证农产品的货源后，还需要符合产品定位的强大渠道支撑，而先进的渠道管理系统的开发和维护需要大量资金投入，为农产品行业的准入提高了资金门槛。最后，建立起高效的物流体系需要大量资金的投入。因不同产品往往有不同的仓储需求，生鲜电商需要自建仓储，导致新进入者面临大量的投资。同时，对保鲜技术的要求较高，因此涉及的包括冷链仓储、冷藏车辆、保鲜措施在内的整个体系都属于比较烧钱的“硬骨头”。

### 3.3 经营计划或目标

2017 年公司计划重点培育青怡苹果、青怡五常大米和青怡鸡蛋三个青怡旗下的优势品牌产品。通过并购重组,对产业链进行整合,预计将实现营业收入突破 1 亿元、实现净利润超过 1 千万元。以上经营计划或目标,并不构成对投资者的业绩承诺,敬请投资者注意投资风险。

#### 四、涉及财务报告的相关事项

- 4.1 与上年度财务报告相比,本年度会计政策、会计估计和核算方法未发生变化。
- 4.2 本公司报告期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,本公司财务报表合并范围没有变化。
- 4.4 瑞华会计师事务所(特殊普通合伙)对本公司财务报告出具了标准无保留的审计意见。

广州市青怡农业科技股份有限公司

2017 年 4 月 25 日