

广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司

2017 年度报告摘要

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、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法律责任。

一、重要提示

(一) 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。

(二) 没有董事、监事、高级管理人员对年度报告内容的真实性、准确性、完整性无法保证或存在异议。

(三) 公司全体董事出席了审议本次年度报告的董事会会议。

(四) 大信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准无保留意见。

(五) 公司联系方式：

1、董事会秘书（信息披露事务负责人）：戴水香

2、电话：020-84019725

3、电子信箱：daily@kavaya.com.cn

4、办公地址：广州市海珠区江怡路 258 号自编 211 房

二、主要财务数据和股东变化

(一) 主要财务数据

单位：元

项目	2017年	2016年	增减比例(%)
总资产	21,911,400.34	20,374,383.47	7.54%
归属于母公司股东的净资产	17,979,948.38	17,991,548.25	-0.06%
营业收入	32,182,183.44	35,025,236.91	-8.12%
归属于母公司股东的净利润	-11,599.87	-3,826,555.04	-99.70%
归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-2,036,147.75	-3,828,127.50	-46.81%
经营活动产生的现金流量净额	1,392,478.16	-7,781,150.71	-117.90%
加权平均净资产收益率	-0.06%	-19.22%	-99.66%
基本每股收益(元/股)	-0.0026	-0.85	-99.69%
稀释每股收益(元/股)	-0.45	-0.85	-47.06%
归属于母公司股东的每股净资产(元/股)	4.00	4.00	-

(二) 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			581,125	12.91%
	2、董事、监事及高级管理人员			456,375	10.14%
	3、核心员工				
	无限售条件的股份合计			1,387,500	30.83%
有限售条件的股份	1、控股股东、实际控制人	2,324,500	51.66%	1,743,375	38.74%
	2、董事、监事及高级管理人员	1,825,500	40.56%	1,369,125	30.43%
	3、核心员工				

	有限售条件的股份合计	4,500,000	100%	4,500,000	100%
总股本		4,500,000		4,500,000	
普通股股东人数		6			

(三) 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%	期末持有无限售股份数量	期末持有无限售股份数量
1	刘俊	2,324,500	0	2,324,500	51.66	1,743,375	581,125
2	颜坤	1,002,700	0	1,002,700	22.28	752,025	250,675
3	赫珈艺	350,000	0	350,000	7.78	-	350,000
4	黄建华	331,400	0	331,400	7.36	248,550	82,850
5	廖健	320,000	0	320,000	7.11	240,000	80,000
6	林杏英	171,400	0	171,400	3.81	128,550	42,850
合计		4,500,000	0	4,500,000	100.00	3,112,500	1,387,500

前十名股东间相互关系说明：

公司股东刘俊与颜坤于2014年8月24日签署的《一致行动协议》，刘俊与颜坤组成一致行动人，刘俊为实际控制人，颜坤为其一致行动人。

除此之外，其他股东之间没有关联关系。

(四) 公司与控股股东、实际控制人之间的产权及控制关系

公司控股股东及实际控制人均为刘俊。截止 2017 年 12 月 31 日，刘俊持有公司 51.66% 股份。

三、管理层讨论与分析

(一) 商业模式

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司属于批发和零售业（F）中的零售业（F52）；根据股转系统发布的

《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于“1314 零售业”分类下“131411 互联网与售货”之“13141111 互联网零售”。公司（含子公司培培乐、瑞创，下同）主要从事品牌商授权商品的销售业务，产品包括益智玩具、学习文具、母婴用品三大类别，也有少量的自有品牌学习文具产品的销售。公司主要通过 B2B、B2C 电子商务模式开展相关产品的互联网零售服务，并利用传统渠道（如线下批发商、商超客户）进行产品的线下销售，形成了以线上销售为主、兼顾线下销售的商业模式。

公司在不影响主营业务正常发展的前提下，也利用丰富的电子商务运营管理经验，向拥有一定品牌认可度、但缺乏电商运营经验的客户提供代运营服务，即接受委托为其开展电子商务综合服务，包括：店铺运营、客户服务等。公司及子公司依托互联网技术，凭借管理团队丰富的电商运营经验和对母婴益智玩具行业的深刻认识，以“培培乐”彩泥系列益智玩具产品的线下销售及代运营和“明澄雅”洗护系列的代运营业务起步，借助出色的品牌运营推广能力，逐步将“培培乐”产品的代运营转变为授权自主经营，并先后获得了“迪士尼”、“HELLO KITTY”、“布鲁精灵”、“咸蛋超人”等多个国际知名品牌玩具产品的线上销售授权。随着业务发展，借助线上销售国际知名品牌产品带来的强口碑效应，公司在 2015 年末开始聚集资源积极打造自主益智玩具“亲子企鹅”系列品牌产品，相关产品融合了玩具、早教、互联网、动漫文化、智能机器人等多个功能领域，公司的目标是经过 3-5 年的努力成为一家集高端产品研发、品牌营销、跨界整合于一体的母婴益智类互联网电商知名企业。

报告期内及报告期后至报告披露日，公司的商业模式未发生较大的变化。

（二）报告期经营情况回顾

1、营业收入和净利润情况

2017 年度，在行业同质化加剧、竞争日趋激烈的背景下，公司在董事会的领导下，全体员工齐心协力，克服困难，基本保持了规模稳定。报告期内，公司实现营业收入 32,182,183.44 元，较上年下降 8.12%，主要系公司营销战略调整所致。（1）考虑到线下经销模式的回款周期较长，毛利率较低，导致公司经营活动现金流量较差，经公司管理层决定：本年度大力收缩经销商的信用账期（180 天变为 45 天），对未及时回款的经销商，暂停发货，同时重点发展回款周期短、毛利率较高的线上销售渠道，以取得更好的经营现金流。因此，公司本期线下实现收入 574,154.61 元，较上年大幅下降 96.06%。（2）线上渠道方面，报告期内公司重点发展回款周期短、毛利率较高的线上销售渠道。因此公司本期线上收入为 31,608,028.83 元，较上年增长 56.80%。综上，公司营销战略的调整，线上收入的增长未能抵销线下收入的大幅度下降，因此报告期内公司营业收入略有下降。

报告期内，公司毛利率有所增加，主要系公司本年度加大力度提高线上销量，提高产品销售毛利所致。报告期内归属于挂牌公司股东的净利润-11,599.87 元，较上年增长 99.7%，主要是政府补助增加较多所致。

2、业务方面

2017 年度，公司以行业发展及客户需求为导向，结合自身优势，

与上游供应商建立了良好的合作关系。同时，公司力求产品定位清晰，利用知名品牌授权，开发具有故事背景及教育互动的玩具产品，以有效降低市场开拓风险。与此同时，公司将保持核心运营团队的竞争优势，始终以消费者需求、产品质量及创新为首位，为广大消费者提供优质的品牌消费体验。

公司通过与第三方电子商务平台合作，能享有行业内大量的客户资源，从而快速提升公司知名度，增加客户数量，再通过自营电商平台和发展自有品牌增加顾客粘性，提升品牌认可度，使公司未来的利润空间存在进一步增加的可能性。随着公司进一步发展和经营规模的逐步扩大，公司不仅将逐渐降低运营成本，对上游供应商的议价能力也将逐步增强，可能扩大采售价差，从而使公司未来利润率得到进一步提升，为2018年实现盈利打下扎实的基础。

3、管理方面

在管理方面，公司将进一步加强运营销售的团队建设，以公司未来的发展战略为导向，在各母婴类细分产品类别中建立自有品牌，同时创新服务方式，提升产品品质，为客户提供优质服务，为消费者提供高质量产品，坚持产品渠道多元化、管理精益化的系统建设，提升公司综合竞争力，提高企业风险抵抗能力。

（三）竞争优势分析

1、市场地位

公司创始团队在电商运营和早教行业拥有丰富的经验，通过为“培培乐”系列玩具产品提供电子商务销售的代运营服务，提升了公司在行

业内的认知度，报告期内公司逐步取得了“迪士尼”、“hello kitty”、“布鲁精灵”、“奥特曼”等国际知名品牌的国内线上销售授权，并获得部分品牌产品一定的设计开发权。公司提供运营推广的相关产品经过市场检验，取得了品牌拥有者、渠道和消费者的认可，建立了较好的市场口碑和商誉，公司以此为契机，积极培育自有品牌“亲子企鹅”，并开发设计了多款具有故事背景、教育互动、VR设备的智能玩具产品，努力形成公司在益智玩具领域的品牌优势。

2、比较优势

(1) 在产品开发方面，公司加强产品自主设计，以打造亲子产品一流品牌为发展目标，向儿童智能玩具、VR可穿戴设备方向进行延伸，丰富公司的产品线。

(2) 在运营方面，公司核心管理团队具有多年电子商务和早教行业从业经历，能及时掌握市场动态、分析市场需求，根据公司的发展策略，制定品牌及产品的运营计划，快速地提升品牌市场占有率。

公司注重产品的质量与性能，侧重于品牌的建设与运营，不直接进行玩具的生产。与传统玩具生产销售企业相比，公司利用线上销售渠道快速发展客户并建立品牌优势，积极进行市场调研分析，在线上购物体验、售后服务、客户响应速度上具有明显优势，有效地提高了市场竞争力与品牌影响力。

(四) 持续经营分析

1、公司主营业务盈利的可持续性

公司目前主要经营“培培乐”、“迪士尼”、“HELLO KITTY”、“布鲁

精灵”、“咸蛋超人”等多个知名品牌授权商品的销售，并通过数据分析市场需求的变化从而自主研发授权品牌的新品类，报告期内销售收入持续增长。在保持上述授权品牌商品销售业务的同时，公司自主品牌“亲子企鹅”第一款产品也已经推出上市。此外，公司在促进销售规模保持增长的同时开始适当控制线上运营费等销售费用的开支，以改善公司的盈利状况。

2 研发能力

公司成立了电商业务配套的系统研发部门，包括电商开发组及网络安全组两个小组；电商开发组主要负责公司官网及网上商城的测试维护工作，并于2016年4月形成了网上商场开发的软件成果，并取得国家版权局注册的7项软件著作权。网络安全组负责公司网络安全、维护及升级工作。系统研发部由资深研发人员带领，支撑起公司的核心信息系统。公司信息系统不断的创新和升级，带来了公司各部门的工作效率快速提高，为公司的快速稳步发展做出了突出贡献。

公司研发部已先后研发了公司电商管理系统、商户精准订单管理系统、订单维护系统、商户售后及时反馈信息服务系统和商户后台管理系统，集成接入了天猫、淘宝、京东等众多知名电商平台，为公司多渠道的发展铺下了信息高速公路。

3、行业空间与市场前景

电子商务近年来发展较快且受到政府支持，行业空间和市场前景广阔。2012年商务部发布《关于“十二五”时期促进零售业发展的指导

意见》，促进网络购物、电话购物、手机购物、电视购物、自动售货机等无店铺销售业态规范发展。鼓励大型零售企业开办网上商城，重点支持以中小零售企业为服务对象的第三方平台建设，推动建设行业电子商务平台，促进线上交易与线下交易融合互动、虚拟市场与实体市场协调发展。

全面二胎政策放开带来人口红利，母婴市场规模将激增，从国家政策来看，由于人口倒三角结构和老龄化、青壮年劳动力短缺等一系列问题日益显现。为了进一步解决人口老龄化、青壮年劳动力短缺的问题，2016年全面实施二胎政策。全面二胎政策的放开每年将新增300-500万新生儿，给市场带来900-1,500亿元的消费红利。人口规模的激增，将迎来母婴行业的黄金发展期，未来5年是母婴行业爆发式增长的五年。

4、市场开发能力

公司通过与第三方电子商务平台合作，能享有行业内大量的客户资源，从而快速提升公司知名度，增加客户数量，再通过自营电商平台和发展自有品牌增加顾客粘性，提升品牌认可度，使公司未来的利润空间存在进一步增加的可能性。随着公司进一步发展和经营规模的逐步扩大，公司不仅将逐渐降低运营成本，对上游供应商的议价能力也将逐步增强，可能扩大采售价差，从而使公司未来利润率得到进一步提升。

同时，公司于2016年7月成立了新媒体事业部，主要从事新媒体如微信、微博等自媒体平台运营与推广，可为公司新老客户提供更快捷的服务，形成良好的品牌传播效应，达到会员二次营销的目的，从而

进一步降低公司的网络推广成本，利用新媒体自身优势，可更好的结合品牌宣传与销售结合，形成新的业务方向布局。

公司内部控制体系运行良好，经营管理团队和核心业务人员稳定，公司资产负债结构合理，具备持续经营能力，不存在影响持续经营能力的重大不利风险。

四、涉及财务报告的相关事项

- (一) 与上年度财务报告相比，公司会计政策有发生变化（已在全国股份转让系统公司指定信息披露平台披露公告编号为 2018-010），会计估计和核算方法未发生变化。
- (二) 报告期内未发生重大会计差错更正需追溯重述的情况。
- (三) 合并报表范围未发生变化的情况。
- (四) 大信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2017 年度财务报表出具了标准无保留意见的审计报告，报告号为：大信审字[2018]第 22-00007 号

广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司

董 事 会

2018 年 3 月 22 日