

证券代码：835362

证券简称：紫丁香

主办券商：兴业证券

广东紫丁香实业股份有限公司

2015 年年度报告摘要

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

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

1.3 公司全体董事均出席了审议本次年报的董事会会议。

1.4 广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司2015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：

董事会秘书（信息披露负责人）：汪灿

联系电话：0760-22188270

传真：0760-22221128

电子邮箱：zqb@lilacchina.com

办公地址：广东省中山市小榄镇泰丰工业区华成路1号

二、主要财务数据和股东变化

1、主要财务数据

单位：人民币元

项目	2015年（末）	2014年（末）	增减比例
总资产	246,475,872.37	259,677,734.82	-5.08
归属于挂牌公司股东的净资产	60,312,467.24	58,916,228.62	2.37%
营业收入	282,579,828.80	314,118,102.64	-10.04%
归属于挂牌公司股东的净利润	1,398,802.01	3,134,117.41	-55.37%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-426,891.97	2,808,929.94	-115.24%
经营活动产生的现金流量净额	27,888,179.88	15,781,857.23	76.71%
加权平均净资产收益率%	2.34%	5.24%	-55.34%
基本每股收益（元/股）	0.05	0.11	-57.69%
归属于挂牌公司股东的每股净资产（元）	2.01	2.08	-3.37%

2、股本结构表

单位：股

股份性质	期初		本期变动	期末	
	数量	比例%		数量	比例%
无限售条件股份	无限售股份总数	-	-	-	-
	其中：控股股东、实际控制人	-	-	-	-
	董事、监事、高管	-	-	-	-
	核心员工	-	-	-	-
有限售	有限售股份总数	28,286,700	1,713,300	30,000,000	100.00%
	其中：控股股东、实际控制人	26,286,700	92.93%	1,592,162	27,878,862

条件股份	董事、监事、高管	-	-	-	-	-
	核心员工	-	-	-	-	-
普通股总股本		28,286,700	-	1,713,300	30,000,000	-
普通股股东人数		5				

3、报告期末（前十名）股东持股情况

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	梁国全	13,565,437	821,646	14,387,083	47.96%	14,387,083	0
2	梁文全	9,043,992	547,787	9,591,779	31.97%	9,591,779	0
3	黎炜玲	2,206,363	133,637	2,340,000	7.80%	2,340,000	0
4	中山市紫信股权投资企业（有限合伙）	2,000,000	121,138	2,121,138	7.07%	2,121,138	0
5	李宝明	1,470,908	89,092	1,560,000	5.20%	1,560,000	0
合计		28,286,700	1,713,300	30,000,000	100.00%	30,000,000	0

三、管理层讨论与分析

3.1 商业模式

公司一直专注于家居用品的设计、加工和销售，主要产品包括日用玻璃器皿、日用陶瓷制品、保温瓶等，经过多年的口碑积累和品牌建设，公司“紫丁香”品牌在行业内拥有较高的知名度和美誉度，同时公司具备连锁店形式的“七彩丁香”店中店项目目前已经初具规模。公司目前已经建立了重点突出产品研发设计和销售平台建设的经营模式，公司拥

有独立的研发设计团队进行产品设计，产品制造则采用委托外包加工和自主精加工相结合两种方式，产品通过KA、经销商及大型电商销售平台等出售给客户，从而获得收入与利润。

1、日用玻璃、陶瓷器皿

(1) 研发设计模式

公司主要产品的研发设计以自主原创设计为主，公司每年会根据市场发展趋势，制定年度产品开发计划，确定拟开发新产品的品类和数量，并根据市场的最新变化每月进行调整。

公司产品研发设计由商品部与工程部共同完成，商品部进行产品需求调研与用户研究，预判市场发展趋势以及新产品的特点，提出产品创意；商品部下设的设计团队根据商品部的创意进行设计，形成产品设计，新产品涉及的结构与生产工艺方面的问题则由工程部协助完成。上述阶段完成后公司会先进行新产品的样品生产，并进行一个月的样品试用期，以便收集对产品的反馈意见，再由商品部、工程部根据反馈意见进行调整，最终确定新产品具体的设计指标和参数。

(2) 采购模式

基于公司重点突出产品研发设计和销售平台建设的经营模式，公司产品的生产主要以后续精加工为主，因此公司日常经营活动需要采购的物资主要包括委外初加工的玻璃、陶瓷器皿等半成品，以及用于后续精加工的塑料、钢材、包装材料等原材料；同时，根据公司业务发展的需要，公司也进行OEM生产，即对外采购后续不需要进行精加工的委外加工产品，上述产品经公司验收通过后可直接销售。

公司采购部门根据生产计划及其他部门申购计划并结合库存情况，统一编制采购计划，运用ERP系统确定最佳采购和存储量，采购价格根据当时市场情况确定。按照公司与供应商的协议，公司采购货款一般在货到后的30天内以银行转账或承兑汇票方式结算。

基于采购规模日益增长，公司制定了选择合格供应商的管理机制，通过对供应商的产品质量、资信、履约实力、售后服务能力及价格等综合评估选择供应商。

(3) 生产模式

公司采取以销定产、批量生产的生产模式，并以后续精加工为主。销售部门根据客户需求制订销售计划，生产部门根据销售计划和实际库存及委外厂商生产情况制订生产计划。

对于委外初加工的玻璃、陶瓷器皿等半成品及其他不需要后续精加工的委外加工产品，

公司向委托厂家提供产品设计的具体指标和参数，由委托厂家根据产品设计完成生产，对于保证产品质量重要的原材料及辅料，公司会指定供应商采购特定的原材料及辅料，同时为保证质量，公司会定期或不定期对委托厂家进行抽检，指导监督受托企业按流程完成加工过程，上述产品经公司检验验收合格后入库。

在产品质量控制上，公司在产品设计时会规定产品生产工艺，部分产品会提出原材料及辅料采购要求，向生产部门提供生产作业指导书，对于特殊原材料还会要求供应商提供检验报告，并通过备料制、首件制等制度控制原材料、辅料及生产过程符合生产标准。产品入库前，公司会先对样品进行详细的检测，以确保产品品质符合标准；对于委托厂家，还进行定期或不定期的现场检查。

(4) 销售模式

公司目前已经建立了立体的销售渠道，包括KA、经销商及网络销售渠道。公司产品销售由总经理直接管理，具体由销售部和商品部、营运部负责，其中商品部负责网络销售业务，其他销售渠道的业务比如KA销售、经销商渠道、外贸、团购及七彩丁香连锁店业务则由营运部和销售部管理；此外，为更有效的维护和拓展渠道资源，提高公司品牌的知名度，公司还设立了市场部，具体负责品牌形象推广，统一规划促销活动等。

①KA销售渠道

公司目前已经与国内主要的KA形成了良好的合作关系，在公司与超市签订合同并确定相关费用后，双方确定进入超市的产品品类及规模，并根据销售情况不断进行调整；随后公司根据超市订单要求将产品配送到超市的总仓或者门店，由KA负责销售，对于滞销的产品超市将会向公司进行退货处理。公司在取得KA确认的送货单后至合同约定的验货期满，产品所有权的风险与报酬已经转移，销售收入可以确认。公司每月与KA进行对账，根据对账结果进行货款结算，结算周期为月结30-60天。

②经销商：公司与经销商的合作模式是卖断式销售，公司以统一价格向经销商销售产品，给予经销商15天左右的账期，即月结15天，同时对部分小客户或新客户，采取取先款后货或货到付款的结算方式。公司在取得经销商确认的送货单后至合同约定的验货期满，即认为产品所有权的风险与报酬已经转移，据此确认收入。同时，公司与签约经销商约定该经销商在一定考核期间内达到某一销售规模后，公司将在下一期间的销售中给予一定的折扣，即每一季度/年度经销商达到目标销售额度，公司会根据预先约定的比例折算成货款金额，冲抵下一季度/年度货款。每个年度末，公司会与经销商签订一个经销合同，确定经销商下一年度的销售任务，并定期对经销商的业绩和管理水平等方面进行评估和考核。

③定制销售模式：公司作为OEM生产商，接受客户委托，按其提供的产品设计的具体指标和参数为其制作产品或促销赠品。客户会对产品进行检验，以确保产品品质符合标准。公司在取得客户确认的送货单后至合同约定的验货期满，即认为产品所有权的风险与报酬已经转移，据此确认收入。公司一般按订单分批提供产品给客户，每一批订单的款项在客户收到相应发票后的30日内结算。④网络销售平台：公司产品目前主要在京东和天猫平台上进行销售。天猫模式：客户在天猫平台下单后，由公司向客户或者由平台统一向客户进行配送，客户签收后公司销售即完成，因为历史退货率较低，所以此时商品所有权的风险与报酬已经转移，公司据此确认销售收入。京东模式：公司将产品销售给负责京东自营商品的部门，公司根据京东定期提供的销售清单确认销售收入。

2、七彩丁香连锁店

“七彩丁香”连锁店在家乐福、华润万家等KA中实现了店中店的联营模式。此模式下，卖场为公司提供经营场所，营销策划，现场管理，收银结算等全套服务，相比自己运营或授权品牌专卖店而言，运营成本大大降低，公司可以通过卖场的销售平台及品牌资源，快速取得消费者的信任，打开商品的销路。

公司根据超市卖场的商品结构、市场流行商品的种类等，采购其他日用品百货，并派驻销售人员，按照自主制定的价格体系（在参加卖场统一组织的促销活动时，具体商品的价格也会有所变化）对外销售。“七彩丁香”连锁店的进、销、存由公司负责，在商品尚未售出的情况下，该商品所有权仍属公司所有，并承担该商品的跌价损失及其他风险。KA卖场主要负责收银、开票、商场保安等职责。

销售商品的现金流由卖场收取，并通过其结算系统进行结算。公司在商品售后次月收到卖场提供的销售明细后确认收入，此时商品所有权上的风险与报酬已经转移。商品售后1-2个月内，公司与卖场结算相关货款，并依据合同约定向超市支付费用。

3.2 报告期内经营情况回顾

2015年，公司注重于新产品的研发，大力发展公司产品多元化目标，2015年公司实现营业收入282,579,828.80元，比去年同期收入314,118,102.64元增长-10.04%；利润总额和净利润分别为2,665,107.37元、1,398,802.01元，比去年同期5,099,605.61元、3,137,115.41元，利润总额减少-47.74%，净利润减少-55.41%，归属母公司股东的净利润有所下降。报期末，公司总资产为246,475,872.37元，净资产为60,315,030.63元。

报告期内，自主研发产品完成销售收入282,579,828.80元，与上年同期收入相比有小

幅度下降，从地方区域分析，西南地区较上年减少了700万多，华中地区较去年也减少700万多，其他各地区也略有减少，受市场方面影响总体销售与同年相比有所下滑。“七彩丁香”店中店项目与去年同期相比大幅增长了333.68%，显示细分行业垂直类连锁渠道得到长足发展，有助于利润的提升。

3.3 2016 年经营计划或目标

公司预计2016年销售收入比2015年提升15%，由于采购成本降低，分支机构的费用缩减，利润率会预计有所上升。。

四、涉及财务报告的相关报告

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 公司本年度内未发生重大会计差错需更正或追溯重述的情况。

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 广东正中珠江会计师事务所（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。

广东紫丁香实业股份有限公司

董事会

2016年4月5日