

证券代码：836918 证券简称：房掌柜 主办券商：申万宏源证券有限公司

广东房掌柜网络股份有限公司

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 中汇会计师事务所（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的审计报告。

1. 5 公司联系方式

董秘（信息披露事务负责人）:刘晓云

电话:13554879772

电子信箱:65881952@qq.com

办公地址:东莞市南城区鸿福路 200 号海德广场 2 栋办公 2904 号

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 | 28, 280, 374. 97 | 29, 678, 557. 71 | -4. 71% |
| 归属于挂牌公司股东的净资产 | 314, 096. 18 | 2, 450, 374. 78 | -87. 18% |
| 营业收入 | 86, 631, 475. 63 | 51, 876, 800. 82 | 66. 99% |
| 归属于挂牌公司股东的净利润 | -14, 136, 278. 60 | 690, 863. 36 | -2, 146. 18% |
| 归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | -14, 238, 731. 86 | 126, 664. 97 | -11, 341. 25% |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 1, 591, 188. 76 | 1, 658, 917. 62 | - |
| 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） | -1, 975. 53% | 24. 34% | - |
| 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） | -1, 989. 85% | 6. 05% | - |
| 基本每股收益（元/股） | -1. 41 | 0. 35 | -502. 86% |
| 稀释每股收益（元/股） | -1. 41 | - | - |
| 归属于挂牌公司股东的每股净资产（元/股） | 0. 03 | 1. 23 | -97. 47% |

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% | 152,300 | 1.50% |
| | 其中：控股股东、实际控制人 | 0 | - | - | - |
| | 董事、监事、高管 | 0 | - | - | - |
| | 核心员工 | 0 | - | - | - |
| 有限售条件的股份 | 有限售股份总数 | 2,000,000 | 100.00% | 10,000,000 | 98.50% |
| | 其中：控股股东、实际控制人 | 1,200,000 | 60.00% | 3,899,100 | 38.41% |
| | 董事、监事、高管 | 590,000 | 29.50% | 2,472,600 | 24.36% |
| | 核心员工 | 0 | - | - | - |
| 总股本 | | 2,000,000 | - | 10,152,300 | - |
| 股东总数 | | 11 | | | |

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 | 张毅 | 境内自然人 | 1,200,000 | 2,699,100 | 3,899,100 | 38.41% | 3,899,100 | - | 0 |
| 2 | 西藏房掌柜 | 境内非国有法人 | 0 | 1,426,500 | 1,426,500 | 14.05% | 1,426,500 | - | 0 |
| 3 | 张伟 | 境内自然人 | 390,000 | 908,100 | 1,298,100 | 12.79% | 1,298,100 | - | 0 |
| 4 | 深圳前海掌柜投资 | 境内非国有法人 | 0 | 917,700 | 917,700 | 9.04% | 917,700 | - | 0 |
| 5 | 陈俊 | 境内自然人 | 200,000 | 465,700 | 665,700 | 6.56% | 665,700 | - | 0 |
| 6 | 萧伟坚 | 境内自然人 | 0 | 508,800 | 508,800 | 5.01% | 508,800 | - | 0 |
| 7 | 陈国海 | 境内自然人 | 150,000 | 349,300 | 499,300 | 4.92% | 499,300 | - | 0 |
| 8 | 季燕平 | 境内自然人 | 0 | 490,000 | 490,000 | 4.83% | 490,000 | - | 0 |
| 9 | 梅劲 | 境内自然人 | 60,000 | 139,700 | 199,700 | 1.97% | 199,700 | - | 0 |
| 10 | 杜尔冬 | 境内自然人 | 0 | 152,300 | 152,300 | 1.50% | - | 152,300 | 0 |
| 合计 | | | 2,000,000 | 8,057,200 | 10,057,200 | 99.06% | 9,904,900 | 152,300 | 0 |

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

报告期内，公司在保持内容核心竞争力的同时，及时调整了战略方向，将“打造 360 度传播服务链”的经营理念调整为“打造 360 度交易服务链”，在房地产实效交易环节投入了大量的资源和精力，先后上线了“掌柜云”、“掌销宝”、“掌柜团”、“燎原直销”等产品，同时着手线上、线中、线下资源的深度挖掘，为房地产项目实效成交提供了坚实保障。

公司重视品牌建设，强化市场渠道建设，加强业务能力建设，加强风险评估及管控，加大研发投入，进一步扩大专业技术服务团队，进一步增强公司市场竞争力，扩大市场份额。

报告期内，公司积极推进各项工作，在品牌提升、内部治理等方面取得了显著成效。公司管理层积极贯彻战略目标和年度经营计划，持续加强成本控制、项目管理和内控管理制度的落实，具体财务指标如下：

（1）公司财务状况

2015年12月31日，公司资产总额28,280,374.97元，同比下降4.71%；净资产总额314,096.18元，同比下降87.18%。净资产下降的主要原因为报告期内发生了经营亏损，亏损的原因为：一、行业竞争加剧，造成营业成本增加，主营业务毛利率下滑，公司利润下滑较大；二、报告期内由于公司新增了4家城市公司，前期需大量投入资金，运营费用增加；三、公司业务规模扩大导致员工人数增加，同时为了引进高素质管理人才，公司的薪酬成本增长较大。

（2）公司经营成果

2015年，公司营业收入总额86,631,475.63元，同比2014年上涨66.99%。同时，新房电商收入达到67,752,583.74元，占营业总收入的78.21%，同比2014年增加241.62%。

主要原因有：2015年公司全面进入新房电商主导的阶段，各个城市公司积极主动拥抱行业模式的变化，因此新房电商业务增长迅速。

（3）现金流量情况

2015年公司经营活动产生的现金流量净额为1,591,188.76元；投资活动产生的现金流量净额为-912,390.72元；筹资活动产生的现金流量净额为6,052,204.58元，主要系吸收股东投资收到的现金所致。

3.2 竞争优势分析

（1）国内仅有的几家全国性房地产网络营销垂直门户网站和丰富的产品线组合优势

公司所拥有的线上房地产垂直门户网站“FZG360.COM”经过长期的经营与发展，已经建立了相当的优势和地位，与行业内成立时间较长的房地产网络营销网站如搜房网、新浪乐居等相比，房掌柜网站综合排名、日均PV、日均IP等各项排名指标紧随其后，与同行业挂牌公司和其它区域性房地产网络营销网站相比，公司的各项排名指标拥有较大优势。公司依托其线上房地产垂直门户平台、移动互联网APP及其它媒介形式对公司新房电商业务、新房互联网推广业务等进行营销推广，并通过线下二手房门店和渠道中心，开拓大中型企业购房客户、渗透客户常出入场地的LBS广告、带动同行房地产经纪人转介客户、实施创意公关活动等，提升线上线下互动的O2O平台营销效果。

与此同时，公司根据房地产开发商及其衍生行业客户与消费者的需求，不断进行服务与技术创新，丰富房掌柜移动互联网产品的研发设计，提升产品的用户体验，使用户对公司产品具有较大粘性。

（2）良好的业务网络建设优势

为满足公司自身发展需求，公司自成立以来就确立了“3+X”的城市圈布局规划，在3年内实现了珠三角布点，5年内完成了长三角以及环渤海的跨区域布局，8年内将实现中西部等多个省会城市或直辖市的支点架构。公司已与万科企业股份有限公司、保利(东莞)房地产开发有限公司等多家国内大型房地产开发企业保持了多年合作，保持着良好的战略合作关系。公司还加入了中国房地产业协会、广东省互联网协会等行业协会，使公司可以更加便利的开展自身业务。

报告期内，公司已完成了7年55城的上线目标，未来三年，公司将实现全国“3+X”城市圈的全线业务落地布局。未来，公司将充分发挥自己有的业务网络优势，进一步完善市场开发和营销网络建设，继续完善以市场为导向、双向互动的营销模式，建立科学、适用、实效的营销管理体系和营销网络。公司将更加积极的与房地产开发商、同行业公司等各方沟通交流，在拓宽公司业务网络的同时，也搭建起公司与房地产开发商、同行业公司之间紧密合作的关系。

（3）区域品牌优势

公司自成立以来，重点布局珠三角城市的房地产互联网营销服务领域，以熟悉珠三角房地产市场与当地购房者需求为基础，及时准确地针对不同的市场情况变化制定应对策略。珠三角是中国房地产市场发展的风向标，珠三角城市群中的广州和深圳，是全国知名大型房企设立总部最多的两个城市，中国房企销售总金额排名 TOP20 名单中，超过 50% 房地产开发商的总部位于广州和深圳，房掌柜均与其从总部层面，在全国范围内建立了长期友好的战略合作关系。相较于长三角、环渤海地区，珠三角的房地产行业整体情况较好，在房地产销售面积、销售套数、销售价格等方面，均处于全国经济圈的领跑地位，公司深耕珠三角将获得较好的收益和回报率。

（4）人才优势

房地产网络营销服务业属于轻资产行业，稳定的人才团队是公司持续健康发展的关键因素。公司拥有稳定的人才队伍与全面的管理体系，公司董事和管理层有着在上市公司任职的工作经历。管理团队中大部分人是多年在中国房地产营销领域工作的经验丰富的资深人士，管理团队中的总编、财务总监、区域负责人、主编等分别在各自专业领域有着多年的从业经验，给公司提供了专业的采编规划经验以及规范的财务管理经验，为公司扩大自身的规模打下了良好的基础

公司各分站的营销和企划中心共拥有二百余名为经验丰富的房地产网络营销专业人才，能够为客户提供专业高效的营销推广与客户关系维系服务。公司团队专业的服务能力与丰富的项目经验为公司带来了长期、稳定的合作关系，实现员工、公司、合作客户及社会效益的和谐与共赢。

3.3 经营计划或目标

-

四、涉及财务报告的相关事项

无

广东房掌柜网络股份有限公司

2016 年 4 月 29 日