

证券代码：838385

证券简称：爱家科技

主办券商：安信证券

北京创新爱尚家科技股份有限公司 2016 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 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。没有董事、监事、高级管理人员声明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。

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 天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司本年度财务报告进行了审计，并出具了标准无保留意见审计报告。

1.5 公司联系方式

董事会秘书：李蕊

电话：010-58731880

电子信箱：lirui@aikalife.com

办公地址：北京市海淀区知春路甲 48 号 3 号楼 1 单元 11A

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

项目	本期	上年同期	增减比例
资产总计	16,919,284.78	18,951,863.49	-10.72%
归属于挂牌公司股东的净资产	13,896,835.75	15,754,086.41	-11.79%
营业收入	10,217,935.16	17,507,992.00	-41.64%
毛利率%	19.46%	27.48%	-
归属于挂牌公司股东的净利润	-13,017,962.02	-1,183,693.06	-
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-12,916,342.19	-1,514,071.99	-
经营活动产生的现金流量净额	-10,282,594.90	-409,634.11	-
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）	-117.22%	-10.73%	-
加权平均净资产收益率%（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）	-116.45%	-13.72%	-
基本每股收益	-0.82	-0.10	-

2.2 股本结构表

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	-	-	1,331,700	1,331,700	7.85
	其中：控股股东、实际控制人	-	-	-	-	-
	董事、监事、高管	-	-	-	-	-
	核心员工	-	-	-	-	-
有限售条件股份	有限售股份总数	15,636,000	100.00	-	15,636,000	92.15
	其中：控股股东、实际控制人	8,400,000	53.72	-	8,400,000	49.52
	董事、监事、高管	2,880,000	18.41	-	2,880,000	16.97
	核心员工	-	-	-	-	-
总股本		15,636,000	100.00	1,331,700	16,967,700	100.00
普通股股东人数		9				

2.3 普通股前十名股东持股情况表

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	陈利军	8,400,000	-	8,400,000	49.52	8,400,000	-
2	深圳紫荆天使创投二期基金合伙企业(有限合伙)	1,818,000	-	1,818,000	10.71	1,818,000	-
3	深圳平安大华汇通-宁波银行-平安汇通新三板 I 期专项资产管理计划	1,818,000	-	1,818,000	10.71	1,818,000	-
4	林珠治	1,800,000	-	1,800,000	10.61	1,800,000	-
5	曹国平	1,080,000	-	1,080,000	6.37	1,080,000	-
6	王冰	720,000	-	720,000	4.24	720,000	-
7	王桂霞	-	579,000	579,000	3.41	-	579,000
8	广州尚东资产管理有限公司	-	579,000	579,000	3.41	-	579,000
9	北京清科华璟创业投资中心(有限合伙)	-	173,700	173,700	1.02	-	173,700
合计		15,636,000	1,331,700	16,967,700	100.00	15,636,000	1,331,700

前十名股东间相互关系说明：公司在报告期初为有限公司，2016年3月28日爱家科技成立股份有限公司，上述表格2.2、2.3中期初数量均依据股份有限公司成立时的数据填列。控股股东、实际控制人陈利军和股东林珠治、曹国平、王冰于2016年10月11日签署了《一致行动人协议》，成为公司一致行动人。除此之外，公司其他股东之间不存在关联关系。

三、管理层讨论与分析

3.1 商业模式

爱家科技创建于2013年，成立时是一家创意消费类潮品公司，以“创新+时尚+科技”的产品设计理念，配以行业中领先的材料、技术、工艺，制作出新颖、实用、时尚产品的高新技术企业。

2016年，公司主要收入来源包括3C创意数码产品的销售收入和石墨烯产品（公司石墨烯产品主要包括石墨烯披肩、石墨烯暖宫、石墨烯护具产品、石墨烯智能模组等）的销售收入。公司的主要产品或

服务包括 3C 创意数码产品、石墨烯智能模组和石墨烯+大健康+大数据的智能健康护具系列等。客户类型包括工厂、电商、电视购物、大客户、礼品公司、服装、护具行业品牌客户等。

2016 年，公司总销售收入为 10,217,935.16 元，其中主营业务收入为 10,167,321.12 元，主营业务收入中分产品类别的销售收入中 3C 创意数码产品 7,836,746.59 元（占主营业务收入的比例为 77.08%），石墨烯产品 2,330,574.53 元（占主营业务收入的比例为 22.92%）。

2016 年公司主要收入来自于 3C 创意数码产品的销售，在 3C 创意数码产品运营中，公司继续和京东、天猫等线上销售渠道开展合作。公司看好石墨烯类产品的市场，2016 年积极研发石墨烯类产品，同时积极与服装、护具等相关领域的企业开展合作。公司拟借助移动互联网技术跟踪用户数据的手段，构建 3C 创意数码产品+石墨烯+大健康的战略宏图。

公司商业模式描述如下：

1、销售模式

公司 3C 创意数码产品和石墨烯类产品都拥有线上和线下两种销售渠道。线上销售渠道有综合类电商和垂直类电商；线下销售渠道有知名服装品牌企业、会销团队、新媒体渠道、礼品渠道、区域分销商、电视购物渠道等。公司还针对不同大客户的需求，为其定制专属的衍生产品。

2、采购模式

(1) 公司产品生产采用包工包料的委外加工模式。

(2) 供应商选择：公司核心管理层具有一定程度的产品定义能力，对产品设计、用户需求有深刻见解，因此能确保公司合作厂商生产流程科学，制作及检验工序严格。公司在维护原有供应厂商的同时，也增加挑选新供应商，更新公司供应商名录。公司在每个领域会选择 3 家供应商备选，在签订年度采购协议之前，公司会对备选供应商进行严格的验厂，多维度综合对比各项指标后确定最终的产品委外加工厂商。

(3) 标准化产品：公司根据销售计划制定采购计划，并根据动态需求及出入库数据变化情况，时时调整采购计划。

(4) 定制产品：以客户订单需求为导向，按照客户要求、产品规格、数量及交货日期组织生产。采购时，销售部门将销售需求下达给采购人员，采购人员确认采购价格，最后公司确定，下达采购订单给供应商。

(5) 产品质检：公司产品中心质检人员负责按照检验标准对产品进行严格品质检验，检验合格后方可安排出货给客户。

随着电子行业进入标准品竞争白热化阶段，互联网新销售模式对传统消费类电子产业产生巨大冲击，小米等巨头使得市场竞争趋于白热化，小众品牌在消费类电子市场的销售额、毛利率普降，公司作为小众品牌亦受到一定程度的影响，所以在 2015 年下半年，公司进行整体战略调整，正式进军石墨烯轻应用领域。报告期内，公司投入 5,518,501.14 元应用于石墨烯产品研发，目前已经研发出石墨烯披肩、石墨烯暖宫、石墨烯护具产品、石墨烯智能模组产品，并且上述

石墨烯产品已经在报告期内形成销售。

3.2 报告期内经营情况回顾

公司管理层坚持贯彻企业方针，以公司经营发展战略为指引，坚持年度经营计划不动摇。报告期内，实现总销售收入 10,217,935.16 元，同比降低了 41.64%。

报告期内公司营业收入大幅下降的原因在于 2016 年公司将精力集中在研发石墨烯产品上，同期公司未积极开拓 3C 创意数码产品市场，从而使其销售渠道萎缩，导致其收入较上一年度大幅度下降；此外报告期内公司的石墨烯产品在品牌、市场推广、销售渠道上均处于研发及试运营阶段，石墨烯产品的营销周期较长，导致报告期内公司石墨烯产品收入不多。综上，报告期内收入比上年同期有较大下滑。

2016 年公司利润总额-13,017,962.02 元，同比降低了 999.78%；公司扣除非经常损益后的利润-12,916,342.19 为元，同比降低了 753.09%。

报告期内公司利润总额大幅下降的原因在于报告期内营业收入、毛利率降幅较大，而期间费用增幅较大，以上原因导致利润总额降幅较大。

2016 年 12 月 31 日，公司总资产为 16,919,284.78 元，同比降低了 10.72%。2016 年 12 月 31 日，公司净资产为 13,896,835.75 元，同比降低了 11.79%。报告期内公司净利润为-13,017,962.02 元，净利润降幅较大，但是同时并未导致公司净资产的大幅下降，主要的原因在于报告期内公司通过定向增发成功募集资金 11,505,888.00 元。

公司主要产品的销售渠道如下：

1、公司 3C 创意数码产品和石墨烯产品的销售渠道均包括采用线上和线下两种销售渠道。线上销售渠道有综合类电商和垂直类电商；线下销售渠道有知名服装品牌企业、会销团队、新媒体渠道、礼品渠道、区域分销商、电视购物渠道等。

2、公司石墨烯产品的客户类型还进一步细分为服装企业 TO B 和终端客户 TO C。

TO B 方面的情况如下：

2016 年上半年，公司主攻羽绒服、棉服领域的大量级客户，公司通过和波司登进行战略合作，了解服装行业规则，公司提出石墨烯+智能化+大数据的智能服饰解决方案。公司以大客户需求为导向，完成 To B 端产品的软硬件定义与产品形态输出等工作。

2016 年 10 月，公司在上海参展中国国际服装服饰博览会，公司产品首次公开进入服装行业视野。从该展会节点后，公司面向服装企业全面启动产品推广工作。

截至 2016 年 12 月，公司销售战略从服装领域逐步延伸到家纺、汽车后市场、工装、护具等多领域，并在石墨烯地热膜领域有了突破。公司 To B 端在服装领域的成单客户有波司登、南通牧绒王等。

TO C 方面的情况如下：

2016 年上半年，公司重点针对石墨烯产品的特性做市场调研，并开展用户端和渠道端的调研，最终公司确定产品类型 of 石墨烯+大健康护具产品系列，具体为女性暖宫产品、护腰护膝产品、理疗马甲

产品系列。产品上市后，公司选取具有媒体属性和社交属性的电商平台如京东等，进行小范围内的测评试销活动，同时公司在部分媒体做宣传推广活动。经过小范围测评试销后，最终公司确定“一个基础+两个中心”的渠道模式，即以京东、天猫作为基本的展示平台，同时以礼品渠道+电视购物作为两个中心突破渠道。

由于 2016 年度公司的石墨烯产品在品牌、市场推广、销售渠道不明朗，导致石墨烯产品收入不多；另一方面，公司管理层将精力集中在推广石墨烯产品上，同期公司未积极开拓 3C 创意数码产品市场，从而使其销售渠道萎缩，导致其收入较上一年度大幅度下降，但 3C 创意数码产品仍是报告期内的主要销售产品。报告期内，公司在规范管理的基础上，继续积极拓展业务范围。2016 年公司主营业务 3C 创意数码产品的基础上在大力拓展石墨烯产品，为公司未来的发展打下基础。

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发生变化。

根据中国财政部 2016 年 12 月 3 日发布的《财务部关于印发〈增值税会计处理规定〉的通知》（财会〔2016〕22 号）的规定，公司会计政策于 2016 年 5 月 1 日发生变更并开始执行上述规定。

更改前采取的会计政策如下：利润表设置“营业税金及附加”项目；公司经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等计入管理费用。

变更后采取的会计政策如下：利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目，房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等原计入管理费用的相关税费，自2016年5月1日起调整计入“税金及附加”。2016年5月1日之前发生的税费不予调整，比较数据不予调整。

本年度本次会计政策变更对公司的影响主要为将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。将自2016年5月1日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等相关税费计入“税金及附加”项目，相应调增“税金及附加”项目525.00元，调减“管理费用”项目525.00元。对于2016年5月1日之前的相关金额不再进行追溯调整。

4.2 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 天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对公司出具了审字[2017]11519号审计报告，审计意见为标准无保留意见。

特此公告。

北京创新爱尚家科技股份有限公司

董事会

2017年4月26日