证券代码:002762 证券简称:金发拉比 公告编号:2017-032号

金发拉比妇婴童用品股份有限公司

2016 年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因

声明

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

√ 是 □ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以202,300,000股为基数,向全体股东每10股派发现金红利1.00元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	金发拉比	股票代码	002762
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	薛平安		
办公地址	广东省汕头市金平区蛇口港蛇浒南路107号		
电话	0754-82516061		
电子信箱	xueqp@btjinfo.com		

2、报告期主要业务或产品简介

公司是国内最早从事婴幼儿服饰棉品及日用品等母婴消费品的设计研发、生产、销售的企业之一,旗下拥有拉比、下一代及贝比拉比三个自有品牌。公司于2015年6月在深圳证券交易所成功上市,成为第一家登陆中国A股市场的母婴消费品企业。报告期内,公司在经营上述自有品牌的基础上,逐渐引进国外优质代理品牌,跟现有的自有品牌产品形成优势互补。公司以优质的产品和服务赢得客户,以多元品牌驱动市场,以合作共赢拓展渠道,已成为国内知名的母婴消费品品牌运营商。

(一)主要产品及用途

公司坚持科学、精细的生产工艺,秉承为婴幼儿提供自然、舒适、优质、安全的产品理念,多年来专注于经营穿、用类婴幼儿消费品,主要包括婴幼儿服饰棉品(内着服饰、外出服饰、家居棉品)、婴幼儿日用品(寝具、哺育、卫浴、洗护用品)以及孕产妇用品等。

公司主营的婴幼儿服饰棉品和日用品使用周期短,消费频次高,大部分具有快速消费品特征,主要用于0-3岁婴幼儿的穿、用类领域;而孕产妇用品主要是用于育龄妈妈的产前护理、产后修复的穿、用类产品。

(二)主要经营模式

1、品牌运营模式

公司紧密围绕具有较强消费力和现代育儿理念的城镇居民为主要目标消费群体,从商品企划、产品设计、终端视觉形象、货品陈列、品牌宣传和营销活动策划等方面实行整合营销模式,不断提升品牌的知名度和美誉度。

在品牌策略方面,选择品牌差异化经营,进行精准的品牌定位,使品牌印记清晰化。在打造自有中高端品牌的基础上,适当引进国外知名代理合作品牌,作为自有品牌产品品类的补充。

在品牌推广方面,公司根据产品定位中高端的特点,通过对中国婴幼儿消费习惯的针对性分析,较少采用电视、报纸等大众媒体形式推广,主要通过独特的终端环境形象、商品包装、优质百货渠道、行业展览会、客户消费体验等口碑传播的方式进行推广。整合打造品牌形象,树立独特的终端环境形象,占领主流百货,多渠道,多媒介进行品牌宣传。

2、设计研发模式

"品质、效益、全球视野、创新、规范"是公司的五大工作原则,公司在产品设计研发过程中,一贯追求产品品质,坚持对产品创新,设立专门的研发机构不断开发新的产品以持续适应市场和消费者的需求。公司在拉比、下一代、贝比拉比等品牌中心内设产品研发部门,公司研发人员大多具有丰富的母婴产品特别是纺织服装方面或生物化学方面的知识和实践经验,技术素质过硬,人员配备合理。公司的产品研发部门按不同产品类型共分为五个开发小组,分别是内着服饰设计开发小组、外出服饰设计开发小组、家居棉品设计开发小组、洗护用品设计开发小组、其他用品设计开发小组。

3、生产-采购模式

公司通过分析每年订货会时收到的加盟商订单情况,结合对年内预计新增加盟客户、自营店/柜和电商的销售预测,制定公司各阶段生产计划和采购计划,并结合产品上市时间或交货时间表,确定采购量和产能安排,保证库存的合理性。根据原材料采购方式及后续生产方式的不同,公司的生产-采购模式分为自主生产模式、委外加工模式和外包生产模式。

(1)自主生产模式

在此种模式下,公司自主完成产品的功能、外观和包装设计,利用自有的核心技术,按照产品设计要求及生产工艺要求,采购原辅材料,依靠自己的工厂、生产设备和技术工人自行组织生产,按照生产流程完成整个产品的制造。

(2)委外加工模式

对于委外加工生产,公司自主完成产品的功能、外观和包装设计,利用自有的核心技术,按照产品设计要求及生产工艺要求,采购原辅材料。公司下达委外加工生产要求后,生产部门向委外加工商下达订单,待委外加工厂商完成订单后交付公司。

(3)外包生产模式

目前,公司采用的外包生产模式主要为OEM,在该模式下,公司负责产品研发设计,包括:面辅料规划及开发、成衣打样、以及产品的质量控制及相关配饰等涉及品牌商标的设计,并将设计完成的图纸样板、技术资料以及部分品牌商标物料(如领标、吊牌等)提供给选定的外包生产商进行生产。我司前期开发物料,并进行检测,在后期成衣下单时,外包生产商会按照指定面辅料供应商处采购物料,确保物料的安全性和服用性能。除OEM模式外,公司对部分童鞋、配件等除洗护用品外的日用品采用ODM模式,由外包专业生产厂商负责该等产品的设计研发,这主要由于专业的外包生产厂商对该等产品的工艺特点以及原辅料材质特性具有更深入的了解。通过外包生产的模式,有利于公司从面、辅料的采购以及部分生产环节中解放出来,从而能够更专注于品牌运营、产品的研发设计。

(4)原材料供应商管理模式

公司通过自主生产及委外加工模式进行生产时,均由公司选择原材料供应商进行采购,为了更好地保证采购的品质及供货的及时性,公司已制定并执行供应商管理制度、采购管理制度等一系列内部控制制度。公司在与供应商初次合作前,会前往供应商厂家现场进行实地考察,对供应商的基本经营状况、信誉、产品质量等进行综合考核。然后公司结合产品的销售预测及订货的订单情况,按照产能以及生产方式进行合理的生产分单,形成自产、委外和外包的生产计划,并据此制原原材料采购量,通过初步询价、财务审核、小样审核等程序确定最后的采购供应合作关系。公司一般会对每种原材料选择两家以上的供应商。

公司定期对主要供应商做出评价,评价内容包括原材料质量、交货期限以及服务水平等多方面。公司根据评价结果对主要供应商进行分级管理。

(5)存货管理制度

公司的存货在入库、保管、出库等各个环节进行严格管理。在入库阶段,原料及产成品到达后,由质量管理部、采购部门与仓库共同进行验收入库。在保管阶段,仓库设立物登记卡,按物资类别、品名、规格分类在物流系统上进行收发存记录。仓库定期对存货进行盘点,财务部门派人进行监盘。在出库阶段,仓库根据商品调拨单开具相应出库单,经财务部门确认后,物流部门安排发货。

公司对加盟商一般实行款到发货原则,加盟商货品在发出之前,由公司统一进行仓储管理。产品交付予加盟商或承运人之后,即由加盟商自行进行存货管理。公司要求加盟商及时反馈存货信息,根据加盟商存情况对其进货数量进行适当调整,指导加盟商控制产品滞销风险。

4、销售模式

公司采用加盟与自营相结合,经销为补充的销售模式,初步形成了全国性的营销网络。

公司拉比和下一代品牌主要通过加盟和自营模式销售。通过加盟商销售有利于公司销售网点的快速扩张,品牌快速传播以及开发市场盲区,也可以节省公司在当地进行业务拓展的成本;而自营销售可以更好地进行品牌宣传维护和控制销售利润。公司贝比拉比品牌,公司代理的"法拉利"品牌儿童汽车安全座椅、"贝丽"婴幼儿奶瓶等主要采用经销模式拓展市场,同时利用拉比和下一代的销售渠道进行销售。

(1)加盟模式

在加盟模式下,加盟商的渠道内的相关人、财、物由加盟商支配,但公司根据有关加盟合同规定,给予管理支持,而加盟商也应按加盟合同条款履行相应义务。

(2)自营模式

公司自营模式主要分为通过商场联营专柜与直营专卖店销售两大类渠道。其中商场联营专柜模式是指公司通过与百货商场联营,在百货商场的经营场所内开设销售专柜,货品出售后百货商场统一收款,在协定时间内进行结算,是现阶段公司的主要自营销售渠道;直营专卖店销售模式是指在公司商场或租赁的场地内由公司直接设立专卖店全权经营,货款由公司自行收取的销售模式。

此外,公司还有部分货品通过互联网进行销售,为避免网上、网下销售的竞争,公司在产品和定价等方面采取了有效措施进行规避。在产品方面,公司网络销售限定于线上专供产品和库龄较长产品,避免了产品类别方面的直接竞争;在定价方面,公司网络销售的折后价格一般不会低于实体店铺的促销价,使得零售价格全国分市场予有差异的大发展机会。

目前公司自营网络销售的占比仍较低,现阶段公司网络销售的策略主要是做好品牌宣传、购物体验和客户服务,以提高公司品牌知名度和影响力。

(3)经销模式

在经销模式下,经销商销售网点相关人、财、物由经销商支配,合作双方根据有关销售协议规定,履行各自相应的权利和义务。

(三)业绩驱动因素

1、消费升级大背景下的新消费群体为母婴市场提供了业绩提升的动力

随着人们生活水平的提高和生活方式的转变,80、90后为主的人群已成为母婴消费的主力。这一群体更加注重母婴消费品的品质、安全性能和产品品质感,使得家长们对婴幼儿消费品更愿意投入,从而淡化传统的价格敏感型消费,加之母婴消费品本身所具有的刚需性、高频率的特征,客观上将增加母婴消费品的消费总量,从而提升公司业绩。

2、二孩政策所带来的人口红利为母婴市场所展了业绩空间

2016年是全面二孩政策正式实施的第一年,国家计生委副主任张皆安指出,这一年政策效果乐观显著,直接导致了2016年的新生儿数量比上年增加了180多万,达到1846万,是2000年以来中国出生规模最大的一年,"十二五"期间年均出生人口增加了140万。市场要幼儿基数的增加客观上增加了母婴消费品的需求总量,从而有助业绩提升。

3、经济稳中向好,零售行业的回暖为母婴市场提供了信心

2016年国内宏观经济总体延续"缓中趋稳,稳中向好"的局面,经济发展已进入"新常态",宏观经济的改善将为实体零售转型变革营造了较为宽松的环境,随着《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》的推进,无疑也为零售业转型之路指明了方向,零售业的回暖将提振母婴市场的信心,客观上有利业绩提升。

4、多元品牌差异化运营蓄势更多的细分市场,增大了品牌的辐射力

公司旗下拉比、下一代、贝比拉比三个自有品牌定位不同,从中端到中高端都有覆盖,多品牌辐射力有利于消费群体消费总量的提升,促进总体业绩的提高,公司也在各品牌之下不断研发推出新的品牌,丰富各品牌的产品品类。同时,随着公司上市,逐渐朝着自有品牌和代理品牌双轮驱动的品牌战略方向发展,特别是尝试引进了一些国外优质品牌,以轻纺模式布展市场,同时利用自有品牌的销售渠道进行销售。外来优质品牌不仅对公司自有品牌的品类有了有益的补充,也使未来公司业绩提升有了新的增长点。

5、优秀的研发设计团队和掌握核心技术的生产经验,使设计出来的产品更具有竞争力,而满足消费者需求的忠诚客户的增加也为重复消费提升业绩创造了条件

公司通过大力引进和内部培养,建立了一支由众多专业设计人员和工艺技术人员组成的设计研发团队,将自然、舒适、好用、安全的设计元素融入公司产品,使产品更具有竞争力,更能满足消费者需求,这也大大增加了公司与消费者之间的粘性,提高了消费者的忠诚度,从而增加了消费者的"二次购买",有利于提升公司的业绩。

6、终端模式创新有助公司业绩提升

报告期末,公司共拥有1300家终端店/柜,销售网络遍布全国。公司不但对已有的营销网络进行管理优化,且开始探索新的终端模式,新增的品牌集成店将打破传统专卖店模式,在以自有品牌为主导的同时,引进其他优质知名品牌和跨境电商业务进入终端店面,在带给消费者更多选择的同时,也增加了新的盈利渠道,有助业绩驱动。

7、电商业务的发展有利推动业绩增长

公司互联网销售业务近年来稳步向前发展,目前电商业务独立运营,以多样的营销推广策略,有别于实体店铺的产品线,多元化的线上销售平台,以及快速的仓储物流以和周到的客户服务,有效地促进了公司电商业务的发展,为公司业绩提升增加了新的通道,助力公司业绩提升。

(四)母婴消费品行业的发展阶段、周期性特点及公司所处的行业地位

1、母婴消费品行业的发展阶段

公司所处行业为母婴消费品行业,属于母婴产业相关行业之一。我国母婴消费品行业发展可分为四个阶段:?

(1)上世纪90年代-1999年,母婴消费品行业尚处于起步阶段,母婴用品品种不多见。

(2)2000年-2009年,母婴消费品行业进入快速发展阶段,一方面零售渠道扩大到大卖场、便利店等,另一方面以2000年乐友上线B2C网购平台为始,电商渠道主要以线下连锁母婴店的网上商城为主。?

(3)2010年-2015年,母婴消费品行业进入黄金爆发期。以2010年淘宝、京东、亚马逊纷纷经营母婴渠道为标志,综合电商平台成为母婴网购的主要方式。

(4)2015年以后,母婴消费品行业进入成熟期。目前大部分企业仍以线下销售为主,未来线上线下将逐步打通,电商渗透率将提高,而随着全面二孩政策的实施,母婴行业无疑迎来了大繁荣的机会,尤其是线上渠道的竞争会更加激烈。当前母婴消费品行业已从线下母婴店为主,发展到线上多渠道共存的新阶段。

2、母婴消费品的周期性特点

(1)按照儿科医学上的小儿年龄分期,从出生至1周岁为婴儿期,从1周岁至3周岁为幼儿期。母婴消费品市场主要为0-3岁婴幼儿和孕产妇提供生活中"吃、穿、用、玩"等各方面消费品。

(2)公司主营的婴幼儿服饰棉品和日用品中,大部分具有快速消费品特征。公司婴幼儿日用品中,哺育用品、卫浴用品、洗护用品等使用周期短、消费频次高,属于典型的快速消费品。而婴幼儿服饰棉品有别于服装和成人服饰,婴幼儿生长发育迅速,尤其0-1岁的婴儿时期,体长、体围等生理指标变化较快,因此婴幼儿服饰棉品使用周期较短;且由于婴幼儿尚无日理能力,饮食排泄等极易弄脏衣物棉品,为保证穿着舒适,婴幼儿服饰棉品的每日更换频率较高,消费频次也相应较高。因此婴幼儿服饰棉品也具有与快速消费品相似的特征。

3、公司所处的行业地位

(1)公司20年来专注于母婴消费品行业,是多项国家、行业标准的主要起草单位,对行业未来发展具有一定影响力,公司已成为在母婴消费品市场具有自有品牌的国内知名母婴消费品品牌运营商。

(2)公司专注于母婴消费品中高端市场,坚持重点发展目有品牌,"拉比"品牌连续多次在中国服装协会主办的"中国十大童装品牌"评选活动中荣获"中国十大童装品牌"称号,其品牌风格和产品质量得到了市场的认可,积累了丰富的行业经验和众多的忠诚客户群,是行业细分市场中的知名品牌。

(3)截至报告期末,公司已在全国境内30个省、自治区、直辖市中拥有约1,300家销售网点,既包括北京、上海、广州、深圳等一线城市和大部分二线城市,也包括部分经济较发达的三、四线城市,销售网络遍布全国,销售渠道多为优质商场的品牌专柜和品牌专卖店,其品牌形象鲜明,在行业中具有主流销售渠道分布的明显优势。

3、主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:人民币元

	2016年	2015年	本年比上年增减	2014年
营业收入	389,411,383.09	363,624,012.06	5.99%	406,916,576.11
归属于上市公司股东的净利润	72,716,668.33	68,763,667.11	5.81%	94,316,704.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	71,898,369.73	69,156,499.28	3.96%	94,576,615.42
经营活动产生的现金流量净额	80,499,760.90	34,846,373.96	131.01%	111,204,208.76
基本每股收益(元/股)	0.36	0.39	-7.69%	0.62
稀释每股收益(元/股)	0.36	0.39	-7.69%	0.62
加权平均净资产收益率	8.34%	11.30%	-2.96%	32.64%
	2016年末	2015年末	本年末比上年末增减	2014年末
资产总额	963,872,904.55	904,626,684.66	6.55%	443,091,942.56
归属于上市公司股东的净资产	887,148,379.56	833,432,350.21	6.45%	385,158,683.10

(2)分季度主要会计数据

单位:人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	81,593,140.13	82,054,874.64	96,411,488.62	125,351,879.70
归属于上市公司股东的净利润	14,566,341.06	14,436,824.29	20,056,231.46	23,696,271.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	13,800,269.76	14,336,656.04	20,041,711.09	23,719,732.84
经营活动产生的现金流量净额	-2,200,051.43	5,403,179.38	28,461,820.94	48,834,812.00

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	12,462	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	10,462	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
林浩亮	境内自然人	30.29%	61,285,000	61,285,000	质押	28,815,000
林若文	境内自然人	29.85%	60,392,500	60,392,500		
林浩茂	境内自然人	3.53%	7,140,000	7,140,000		
卢志坤	境内自然人	3.24%	6,549,000	0	质押	6,549,000
中国工商银行股份有限公司-中银趋势精选灵活配置混合型证券投资基金	其他	2.27%	4,600,000	0		
南方基金-建设银行-中国人寿-中国人寿委托南方基金混合型组合	其他	1.48%	3,003,592	0		
陈迅	境内自然人	0.88%	1,788,000	1,338,750	质押	500,000
只旭	境内自然人	0.82%	1,664,700	1,664,700	质押	440,000
孙豫	境内自然人	0.81%	1,638,800	1,338,750	质押	935,000
郑耀光	境内自然人	0.77%	1,562,722	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述前10名股东中,林浩亮先生,林若文女士为直接持股5%以上普通股股东,两人为夫妻关系;林浩茂先生为公司控股股东,实际控制人林浩亮先生的兄弟。除上述情况外,公司未知其他前十名股东之间是否存在关联关系,也未知其是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无					

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

2016年,世界经济持续深度调整,发达经济体增长格局出现分化,新兴市场和发展中经济体整体增速逐渐企稳。在全球经济增长整体放缓的背景下,2016年中国国内经济在保持总体平稳发展态势的同时,制造型企业也受到原材料价格上涨的压力,同质化产品增多,市场竞争日益激烈,受上述宏观经济形势影响,消费需求未能显著增长,电商对实体百货的冲击依然存在。

重事会认为:虽然外部经营环境的不利因素依然存在,但也应看到我们所面对的发展机遇,在把握市场商流、顺应行业发展趋势、积极面对困境中及时调整发展策略,实现业绩增长。在当前产业升级和消费升级的双重驱动下,实体零售业亦开始逐渐寻求转型,线下重新成为商家必争之地,零售百货业亦迎来寒冬后的机遇。全面二孩政策实施后,婴幼儿消费品行业将有望迎来新一轮的快速增长,使得婴幼儿消费品行业细分市场孕育着巨大的发掘机会。

报告期内,公司经营管理层严格按照董事会制定的发展目标和规划,通过继续优化产品结构、提升终端形象、推动品牌运营、加强零售渠道拓展及改造、加大互联网营销投入等措施,取得了较好的经营成果,2016年公司实现营业收入和利润的双增长。

1、调整经营策略,应对不利环境,实现业绩增长。

2016年,公司通过加大市场开发力度,在原有加盟模式的基础上,开始试行特许加盟联营模式,寻找有经验的潜在客户,借助优惠政策发展加盟联营客户,同时拓展直营体系,全年开店数量净增长77家,进一步扩大了市场占有率,同时毛利率也得到提升。全年实现营业收入38,541万元,同比增长5.99%,实现净利润为7,276万元,同比增长5.81%。

2、完善信息系统。从人、货、场等方面提升单店精细化管理水平;完善公司的信息基础设施,提升信息安全水平。

在单店信息化建设方面,公司已对原有POS信息系统进行升级改造。单店新引进的信息化系统能把指标分解到日、到人,垂直管控店面的促销政策和折扣,通过店面一货品结构模型,全面实时监控货品的库存配比,实时掌握畅销和滞销货品。通过对终端零售的产品、价格、VIP客群、消费习惯等的大数据分析,及时对终端的销售政策和货、场等进行调整,店员的销售目标达成情况和差距即时反映,促进了单店业绩的提升。

报告期内,公司按国家及行业的安规标准,对原有的机房进行了全面改造,添加了机房无人值守,UPS、环境监控、出入指纹识别等设施。另外,为防止人的自然灾害,公司建设了本地-异地灾备系统,每天把公司的经营业务数据备份到异地移动机房,确保公司运营数据的安全。

3、创新研发设计,丰富产品品类,稳定走城镇客。

公司一直围绕产品研发设计的创新,通过一年两次的订货会不断向市场推出新的产品以持续适应市场需求。公司已具有行业内较高的设计研发水平,拥有专业和稳定的研发设计团队,年新增设计款式达千种以上。由于设计研发体系逐渐成熟,公司的设计最终推向市场的比率较高,充分保障市场在售品类和款式。2016年,公司创新品牌IP,推出了拉比家族熊品牌形象,完成了拉比创意园的装修设计,给客户带来了启心。同时,在婴幼儿服饰的取材方面,推出了一系列天然纤维面料,不但环保,同时具有吸湿、亲肤、透气的特性,改善了婴幼儿服饰的天然品质。为丰富产品品类,公司除了开发自有品牌产品之外,还引进了国外合作品牌(如:贝丽奶瓶等),形成了对现有品类的有益补充,满足了顾客的需求。

4、打造优质的供应链体系,确保产品品质。

公司通过整合上下游资源,优化供应链体系,推进供应链管理策略向更加追求高品质与专业策略转型,打造了具有行业竞争力的供应链体系,在产业链上游形成了一批品质可靠、具有行业先进水平的战略供应商,为提升公司产品品质、提高钱品难交率起到了重要的作用。

5、加大互联网投入,拓展电商业务,形成线上线下全渠道布局。

2016年,在互联网快速发展的背景下,公司加大了对电商业务的投入,电商业务除了天猫、淘宝、京东、贝贝网等零售渠道外,还开辟了唯品会等特卖渠道。公司电商业务全年实现了销售业绩50%以上的增长,电商业务在去年整个一年里提升了在公司整体业绩的占比,与线下渠道形成了品牌联动传播、客户购买体验的协同效应。

6、参股江通动画传媒,布局母婴文化娱乐领域

为有效优化资源配置,实现合作共赢,公司与武汉江通动画传媒股份有限公司(简称"江通动画传媒")于2016年2月签署了《增资扩股协议》,公司以现金出资4,550万元人民币认购江通动画传媒新发行650万股股份,股份占比5.14%,取得其董事席位,实现了公司在母婴文化娱乐方向的布局。投资入股江通动画传媒,将与公司未来在母婴文化娱乐领域的运营形成较强的经营协同效应,并对公司未来的经营发展提供有力的业务补充。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位:元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
婴幼儿服饰棉品	311,700,541.94	164,094,462.52	52.64%	3.35%	8.51%	4.99%
婴幼儿日用品	65,568,833.96	29,584,278.61	45.12%	15.44%	19.27%	3.32%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临新停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(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的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3)与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

公司本期新设4家全资子公司,分别为长沙金发拉比母婴用品有限公司、拉比母婴(香港)有限公司、广东金发拉比投资有限公司、福州金发拉比妇婴童用品有限公司,其中长沙金发拉比母婴用品有限公司注册资本为500,000万元人民币,截止2016年12月31日实缴出资428,000万元;拉比母婴(香港)有限公司注册资本为港币1,00万元,截止2016年12月31日实缴出资港币1,00万元;广东金发拉比投资有限公司注册资本为1,900,000万元人民币,截止2016年12月31日尚未出资;福州金发拉比妇婴童用品有限公司注册资本为100,00万元人民币,截止2016年12月31日尚未出资,上述子公司自成立之日起纳入公司合并范围。

(4)对2017年1-3月经营业绩的预计

□ 适用 √ 不适用

证券代码:002762 证券简称:金发拉比 公告编号:2017-030号

金发拉比妇婴童用品股份有限公司第三届董事会第六次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

金发拉比妇婴童用品股份有限公司(以下简称"公司")第三届董事会第六次会议于2017年4月27日在公司一楼会议室以现场方式召开,会议通知于2017年4月15日通过电话及书面形式发出,本次会议由董事长林浩亮先生主持,应出席董事8名,实际出席董事8名,公司监事和高级管理人员列席了本次会议。会议的召集、召开符合《公司法》和《公司章程》的有关规定,会议合法有效。经出席会议的董事讨论和表决,审议通过如下决议:

一、审议通过公司《2016年年度报告及摘要》。

本议案尚需提交公司2016年年度股东大会审议。

公司《2016年年度报告》全文请详见公司指定信息披露网站巨潮资讯网上的公告(http://www.cninfo.com.cn);公司《2016年年度报告摘要》(2017-032号)请详见公司发布在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上的公告。

表决结果:同意8票,反对0票,弃权0票。

二、审议通过公司《2016年年度董事会工作报告》。

关于《2016年年度董事会工作报告》的相关内容,请参见公司《2016年年度报告》"第三节公司业务概要"和"第四节 经营情况讨论与分析"部分。

本议案尚需提交公司2016年年度股东大会审议。

公司独立董事姚明安先生、蔡佩先生、杜金岷先生、冯育升先生、谢俊源先生、李凡先生向董事会提交了《2016年度独立董事述职报告》,并将在公司2016年年度股东大会上述职。独立董事述职报告请详见公司指定信息披露网站巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)。

表决结果:同意8票,反对0票,弃权0票。

三、审议通过了公司《2016年年度总经理工作报告》。

表决结果:同意8票,反对0票,弃权0票。

四、审议通过公司《2016年年度财务决算报告》。

公司2016年度财务决算报告已经广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)审计验证,并出具了标准无保留意见的审计报告。

公司实现营业收入38,541万元,同比增长5.99%;实现归属于上市股东的净利润7,276万元,同比增长5.82%;2016年末公司总资产96,387万元,比年初的90,463万元,增加5,924万元,增长6.15%;2016年末股东权益88,715万元,比年初的83,343万元,增加5,372万元,增长6.45%;现金及现金等价物2016年度净增加额-29,210万元。本议案尚需提交公司2016年年度股东大会审议。

表决结果:同意8票,反对0票,弃权0票。

五、审议通过公司《2016年年度利润分配预案》。

根据广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)对公司2016年度财务审计的结果,金发拉比妇婴童用品股份有限公司(母公司)2016年度实现净利润人民币73,491,210.47元,按照《公司章程》规定提取10%法定盈余公积金7,349,121.05元后的可分配利润为66,142,089.42元。根据公司实际发展需要,经董事会研究提议2016年度利润分配预案如下:

公司拟以截至2016年12月31日的总股本20,230万股为基数,向全体股东以每10股派发现金红利1.00元(含税),共计2,023万元,利润分配后,2016年度剩余可分配利润及期初未分配利润共320,847,967.31元转入下一年度。公司不实施资本公积转增股本、不分红股。

本议案尚需提交公司2016年年度股东大会审议。

公司《2016年度利润分配预案的公告》(公告编号:2017-034号)请详见公司指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn);公司监事会、独立董事、保荐机构发表的意见及公司律师事务所出具的专项鉴证报告详见公司指定信息披露网站巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)。

表决结果:同意8票,反对0票,弃权0票。

六、审议通过《2016年年度内部控制自我评价报告》。

根据中国证监会和财政部等联合发布的《企业内部控制基本规范》及公司《内部控制管理制度》,公司对2016年年度的内部控制进行了自我评价,并编制和发布了《2016年年度内部控制自我评价报告》。截至2016年12月31日止,公司已建立了较为完整、合理、有效的内部控制制度,且在制度执行过程中未发现重大内控缺陷。公司将不断完善内部控制制度,加强规范运作意识,加强内部监督机制,促进公司健康、可持续发展。

公司《2016年年度内部控制自我评价报告》及监事会、独立董事和保荐机构发表的意见详见公司指定信息披露媒体巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)。

表决结果:同意8票,反对0票,弃权0票。

七、审议通过《内部控制规则落实自查表》。

根据深交所对中小板上市公司内部控制规则落实情况的监管要求,公司董事会审计委员会与审计部门依照相关法律法规及公司内部规章,结合公司生产经营管理的实际,对公司内部控制规则的落实情况进行了自查,自查结果显示,公司2016年内部控制规则落实情况良好,未出现内部控制规则执行不力的情况。

公司《内部控制规则落实自查表》及保荐机构出具的核查意见请详见公司指定信息披露网站巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)。

表决结果:同意8票,反对0票,弃权0票。

八、审议通过《关于募集资金2016年度存放与使用情况的专项报告》的议案》。

公司《关于募集资金2016年度存放与使用情况的专项报告》(公告编号:2017-035号)请详见公司指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)。

表决结果:同意8票,反对0票,弃权0票。

九、审议通过《关于续聘会计师事务所的议案》。

鉴于广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)在担任公司2016年度审计机构期间,工作尽职、能坚持公允、客观的态度进行独立审计,经董事会研究,拟继续聘请广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)为我公司2017年度的财务审计机构。公司监事会、独立董事对公司续聘会计师事务所发表了同意的意见,请详见公司指定信息披露网站巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)。

本议案尚需提交公司2016年年度股东大会审议。

表决结果:同意8票,反对0票,弃权0票。

十、审议通过《2016年度关联交易确认及2017年度日常关联交易预计的议案》。

预计2017年度,公司拟与实际控制人林浩亮、林若文夫妇之女儿林燕菁女士发生交易额不超过人民币1,062,000元的关联交易。

公司与实际控制人林浩亮、林若文夫妇之女儿林燕菁女士发生交易额不超过人民币1,062,000元的关联交易。2016年12月31日召开的公司第三届董事会第二次会议审议通过了《关于向关联方林燕菁女士续租租赁厦门的议案》,独立董事对上述关联交易发表了同意的事前认可意见和独立意见。

预计2017年度,公司将在公司实际控制人之一林若文女士参股的汕头市潮人半岛投资管理有限公司进行餐饮消费,发生交易额不超过人民币90,000元的关联交易。

(二)预计关联交易类别和金额

关联交易类别	关联人	预计2017年关联交易的金额(元)	上年实际发生的金额(元)
向关联人直系亲属林燕菁女士租赁厦门	林浩亮、林若文、林国栋	1,062,000(注1)	1,062,000
在关联人参股的其他企业进行餐饮消费	林若文	90,000	74,210

注1:1,062,000元仅为2017年一年的商铺租赁金额;该合同期限为三年(2017年1月1日起—2019年12月31日止),合同约定三年商铺租赁的总金额为3,186,000元。

三、关联人介绍和关联关系

(一)基本情况

关联人林浩亮、林若文夫妇分别为公司董长和副董事长兼总经理,是公司的控股股东和实际控制人;关联人林国栋为公司董事兼副总经理。

(二)与上市公司的关联关系

林燕菁女士是公司实际控制人林浩亮、林若文夫妇之女儿,与公司董事、副总经理林国栋先生为兄妹关系,上述自然人符合深圳证券交易所《股票上市规则》第10.1.3条第(二)款关联关系的规定。

汕头市潮人半岛投资管理有限公司是实际控制人之一林若文女士参股的其他企业,公司因业务需要,在上述企业进行餐饮消费,该交易构成关联交易。

(三)履约能力分析

上述关联交易为正常的生产经营或业务需要,关联交易方的所产所有权在林燕菁女士名下,交易对方具备履约能力。

四、关联交易主要内容

(一)关联交易主要内容

关联交易的定价遵循公平交易原则,按照市场价格交易。

交易各方拟定,租金每半年一结。

(二)关联交易协议签署情况

2016年度关联交易的《房屋租赁合同》已于2015年1月签署,并于2016年12月31日到期;2017年度关联交易的《房屋租赁合同》已于2017年1月续签,并于2019年12月31日到期。

五、关联交易目的和对上市公司的影响

关联交易的目的是为了以直营店面展示品牌形象,属于公司正常的生产经营需要,交易价格公允,不存在损害公司及股东利益的情况,关联交易对定价等方面均不存在不规范或违法法规的情形。

六、独立董事意见

独立董事对于本次关联交易的必要性、公允性进行了事前审查,