

一、重要提示

1. 本公司年度报告摘要自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 公司简介

股票简称	瑞贝卡	股票代码	600439
股票上市交易所			上海证券交易所
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	胡丽平	谷海燕	
电话	0374-5136699	0374-5136699	
传真	0374-5136567	0374-5136567	
电子信箱	rbk600439@rebeccafashion.cn	rbk600439@rebeccafashion.cn	

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位:元 币种:人民币

	2013年(末)	2012年(末)	本年(末)比上年(末)增减(%)	2011年(末)
总资产	4,044,715,416.97	4,248,251,350.50	-4.79	3,658,119,711.79
归属于上市公司股东的净资产	2,250,326,770.01	2,175,958,891.01	3.42	2,120,578,217.01
经营活动产生的现金流量净额	45,103,986.93	-83,847,372.78	不适用	-79,284,173.18
营业收入	2,129,142,076.55	2,245,446,469.98	-5.18	2,264,400,521.96
归属于上市公司股东的净利润	172,572,916.30	158,532,737.72	8.86	246,258,927.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	157,693,129.74	140,769,664.97	12.02	238,003,348.87
扣除非经常性损益的净利润(%)	7.81	7.38	增加0.43个百分点	11.93
基本每股收益(元/股)	0.1829	0.1681	8.80	0.2611
稀释每股收益(元/股)	0.1829	0.1681	8.80	0.2611

2.2 前10名股东持股情况表

单位:股

报告期股东总数	63,740	年度报告披露日前第5个交易日末股东总数	64,071
前10名股东持股情况			
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数
河南瑞贝卡控股有限公司	境内非国有法人	31.34	295,617,681
招商银行股份有限公司-光大理财-锐意进取股票型证券投资基金	未知	2.55	24,008,521
民生人寿保险股份有限公司-传统保险产品	未知	2.06	19,455,164
河南农开产业投资有限公司	未知	1.53	14,400,000
摩根士丹利投资管理公司-摩根士丹利A股基金	未知	1.48	13,931,298
泰康人寿保险股份有限公司-传统保险产品	未知	1.17	11,000,000
泰康人寿保险股份有限公司-光大-泰康养老保险产品-019L-CT001沪	未知	0.84	7,904,381
交通银行股份有限公司-汇丰晋信消费红利股票型证券投资基金	未知	0.78	7,318,403
中国银行股份有限公司-汇丰晋信领先股票型证券投资基金	未知	0.67	6,303,200
中国光大银行股份有限公司-光大保德信量化核心证券投资基金	未知	0.61	5,726,930
前十名股东中，公司控股股东河南瑞贝卡控股有限公司与其他股东之间不存在关联关系或一致行动人关系，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人关系。			

2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



3. 管理层讨论与分析

3.1 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

报告期内，受欧美经济复苏缓慢影响，全球经济依然不振。发制品市场需求虽有回升，但由于消费结构发生较大变化，给公司的生产经营仍然带来了较大的困难和压力。面对错综复杂的市场环境和经济形势，公司经营层及全体员工在董事会的领导下，按照“稳健经营，规范管理”的经营方针，坚持以市场为导向，以结构调整和产品升级为主线，以产品创新和管理提升为抓手，通过创新营销模式，拓宽市场空间，强化内部管理，确保经营稳定和持续盈利。报告期内，公司实现主营业务收入2,129,142,076.55元，同比下降5.18%，实现归属于上市公司股东的净利润172,572,916.30元，同比增长8.86%。

报告期内，公司主要开展了以下工作：

(1) 跟踪行业发展趋势，积极开拓市场。积极关注行业发展趋势，通过加强市场调研与分析及与重点客户的沟通与合作，及时把握市场走势及产品流行趋势，不断向市场推出适销对路的产品。公司推出的新型发制品，女装发制品新品受到了市场的追捧，新品订单的增加既保证了生产的平稳运行，也在一定程度上弥补了老人产品需求下滑给公司带来的影响。报告期内，虽然公司对美洲市场的销售环比逐步改善，但与上年较年初的市场销售和销售形势相比，销售仍然出现了一定幅度的下滑。该市场全年实现销售收入960,653,183.74元，同比下降19.74%。

美洲市场，随着美国经济的复苏，发制品需求开始回暖。普通工艺发条需求虽有回升，但由于市场复苏力度依然较弱，加之高档产品需求出现阶段性下滑，给公司美洲市场的销售仍然带来了较大的压力。面对需求结构的变化，公司加大了产品结构调整和新品推广的力度。通过加强市场调研与分析及与重点客户的沟通与合作，及时把握市场走势及产品流行趋势，不断向市场推出适销对路的产品。公司推出的新型发制品，女装发制品新品受到了市场的追捧，新品订单的增加既保证了生产的平稳运行，也在一定程度上弥补了老人产品需求下滑给公司带来的影响。报告期内，虽然公司对美洲市场的销售环比逐步改善，但与上年较年初的市场销售和销售形势相比，销售仍然出现了一定幅度的下滑。该市场全年实现销售收入960,653,183.74元，同比下降19.74%。

非洲市场，报告期公司主要着眼于对该市场的深耕细作。一是通过整合品牌，进一步规范了品牌体系，二是调整营销策略，进行产品结构调整，丰富产品系列。通过将欧美比较畅销的高温丝、女装发制品等产品引入非洲，以及大工厂发条的批量销售渠道，为非洲市场销售提供了新的增长点，三是加大市场开拓力度。各销售公司在加大本土市场开发的同时，积极向周边国家辐射。通过纵向挖掘市场潜力，横向宽市场覆盖，各市场经过多年不懈的拓展，四是加快非产品产地大规模销售网络，缩短产品上市周期，提高运营效率，降低成本，提升盈利能力。非洲市场全年表现良好，该市场全年实现销售收入1607,169,864.00元，同比增长21.10%。

报告期内，公司主要开展了以下工作：

(1) 跟踪行业发展趋势，积极开拓市场。积极关注行业发展趋势，通过加强市场调研与分析及与重点客户的沟通与合作，及时把握市场走势及产品流行趋势，不断向市场推出适销对路的产品。公司推出的新型发制品，女装发制品新品受到了市场的追捧，新品订单的增加既保证了生产的平稳运行，也在一定程度上弥补了老人产品需求下滑给公司带来的影响。报告期内，虽然公司对美洲市场的销售环比逐步改善，但与上年较年初的市场销售和销售形势相比，销售仍然出现了一定幅度的下滑。该市场全年实现销售收入960,653,183.74元，同比下降19.74%。

非洲市场，报告期公司主要着眼于对该市场的深耕细作。一是通过整合品牌，进一步规范了品牌体系，二是调整营销策略，进行产品结构调整，丰富产品系列。通过将欧美比较畅销的高温丝、女装发制品等产品引入非洲，以及大工厂发条的批量销售渠道，为非洲市场销售提供了新的增长点，三是加大市场开拓力度。各销售公司在加大本土市场开发的同时，积极向周边国家辐射。通过纵向挖掘市场潜力，横向宽市场覆盖，各市场经过多年不懈的拓展，四是加快非产品产地大规模销售网络，缩短产品上市周期，提高运营效率，降低成本，提升盈利能力。非洲市场全年表现良好，该市场全年实现销售收入1607,169,864.00元，同比增长21.10%。

美洲市场，随着美国经济的复苏，发制品需求开始回暖。普通工艺发条需求虽有回升，但由于市场复苏力度依然较弱，加之高档产品需求出现阶段性下滑，给公司美洲市场的销售仍然带来了较大的压力。面对需求结构的变化，公司加大了产品结构调整和新品推广的力度。通过加强市场调研与分析及与重点客户的沟通与合作，及时把握市场走势及产品流行趋势，不断向市场推出适销对路的产品。公司推出的新型发制品，女装发制品新品受到了市场的追捧，新品订单的增加既保证了生产的平稳运行，也在一定程度上弥补了老人产品需求下滑给公司带来的影响。报告期内，虽然公司对美洲市场的销售环比逐步改善，但与上年较年初的市场销售和销售形势相比，销售仍然出现了一定幅度的下滑。该市场全年实现销售收入960,653,183.74元，同比下降19.74%。

非洲市场，报告期公司主要着眼于对该市场的深耕细作。一是通过整合品牌，进一步规范了品牌体系，二是调整营销策略，进行产品结构调整，丰富产品系列。通过将欧美比较畅销的高温丝、女装发制品等产品引入非洲，以及大工厂发条的批量销售渠道，为非洲市场销售提供了新的增长点，三是加大市场开拓力度。各销售公司在加大本土市场开发的同时，积极向周边国家辐射。通过纵向挖掘市场潜力，横向宽市场覆盖，各市场经过多年不懈的拓展，四是加快非产品产地大规模销售网络，缩短产品上市周期，提高运营效率，降低成本，提升盈利能力。非洲市场全年表现良好，该市场全年实现销售收入1607,169,864.00元，同比增长21.10%。

报告期内，公司主要开展了以下工作：

(1) 跟踪行业发展趋势，积极开拓市场。积极关注行业发展趋势，通过加强市场调研与分析及与重点客户的沟通与合作，及时把握市场走势及产品流行趋势，不断向市场推出适销对路的产品。公司推出的新型发制品，女装发制品新品受到了市场的追捧，新品订单的增加既保证了生产的平稳运行，也在一定程度上弥补了老人产品需求下滑给公司带来的影响。报告期内，虽然公司对美洲市场的销售环比逐步改善，但与上年较年初的市场销售和销售形势相比，销售仍然出现了一定幅度的下滑。该市场全年实现销售收入960,653,183.74元，同比下降19.74%。

非洲市场，报告期公司主要着眼于对该市场的深耕细作。一是通过整合品牌，进一步规范了品牌体系，二是调整营销策略，进行产品结构调整，丰富产品系列。通过将欧美比较畅销的高温丝、女装发制品等产品引入非洲，以及大工厂发条的批量销售渠道，为非洲市场销售提供了新的增长点，三是加大市场开拓力度。各销售公司在加大本土市场开发的同时，积极向周边国家辐射。通过纵向挖掘市场潜力，横向宽市场覆盖，各市场经过多年不懈的拓展，四是加快非产品产地大规模销售网络，缩短产品上市周期，提高运营效率，降低成本，提升盈利能力。非洲市场全年表现良好，该市场全年实现销售收入1607,169,864.00元，同比增长21.10%。

报告期内，公司主要开展了以下工作：

(1) 跟踪行业发展趋势，积极开拓市场。积极关注行业发展趋势，通过加强市场调研与分析及与重点客户的沟通与合作，及时把握市场走势及产品流行趋势，不断向市场推出适销对路的产品。公司推出的新型发制品，女装发制品新品受到了市场的追捧，新品订单的增加既保证了生产的平稳运行，也在一定程度上弥补了老人产品需求下滑给公司带来的影响。报告期内，虽然公司对美洲市场的销售环比逐步改善，但与上年较年初的市场销售和销售形势相比，销售仍然出现了一定幅度的下滑。该市场全年实现销售收入960,653,183.74元，同比下降19.74%。