

证券代码：002127

证券简称：南极电商

公告编号：2016-034

南极电商股份有限公司 2015 年年度报告摘要

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 769,129,766 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0 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 10 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

公司简介

股票简称	南极电商	股票代码	002127
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	新民科技		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	张燕妮	吴晓燕	
办公地址	江苏省苏州市吴江区盛泽镇立新路 738 号	江苏省苏州市吴江区盛泽镇立新路 738 号	
传真	0512-63551976	0512-63551976	
电话	0512-63527615	0512-63574760	
电子信箱	zhangyn@nanjids.com	wxy@nanjids.com	

二、报告期主要业务或产品简介

报告期内，南极电商的主营业务包括品牌授权服务、电商生态综合服务平台服务、柔性供应链园区服务、专业增值服务及货品销售业务。在公司“造品牌、建生态”的战略思想指导下，各项业务都取得了较好的业绩。

1、品牌授权服务

公司对通过“南极人”品牌审核标准的供应商授权其使用“南极人”的商标及配套辅料、生产并销售“南极人”品牌的产品，同时，对通过“南极人”品牌审核标准的授权经销商和分销商在授权期限和授权场所、平台内，进行被授权产品类目的销售活动。

报告期内，“南极人”产品共有20个一级类目、129个二级类目，分别比2014年增加3个、31个，涵盖保暖内衣、基础内衣、童装、母婴用品、男装、女装、生活用品、保健用品等。截至2015年12月31日，南极人共同体（NGTT）内的授权供应商达422家，授权经销商达1,053家，相比2014年分别增加103家及249家，在极大地丰富了“南极人”产品类目、增加了授权供应商和授权经销商范围、提升了服务能力的同时，也使南极电商的品牌授权业务收入实现了快速增长。

2、电商生态综合服务平台服务

公司基于互联网营销的特质，把握行业增长点及痛点，连接授权供应商和授权经销商，提供一站式生态服务，为授权供应商提供产品研发设计、工艺品质管控、生产计划优化等服务，为授权经销商提供大数据分析、运营计划、视觉展示、流量推广、用户体验、活动策划及客户关系管理等服务，全面提升合作客户的盈利能力。

2015年“南极人”品牌产品在主要销售平台阿里及京东的销售额分别达313,571.151万元、53,536.64万元，同比分别增长77.95%、136.79%。

目前，互联网信息行业正处在上升期，基于互联网信息的电商平台服务业及电商衍生服务业具备良好的行业发展环境。同时，基于互联网销售渠道的消费品产业供应链销售端与供应端的脱节也凸显了行业痛点，如部分行业产能过剩、无法切实满足消费者需求、部分消费品领域缺少质优平价的领导品牌、好产品缺乏有效销售渠道等等。痛点即机遇，公司在电商服务行业具有丰富的运营管理经验、出色的运营能力和优秀的专业人才，通过时时行业动态研究、大数据分析，及时为供应商推送爆款、提供自主设计产品，使供应商更迅速地感知市场需求，避免库存积压；通过大数据分析、线上店铺装修、客服服务培训等使经销商更好地了解电商运营，逐步实现精准营销并提升产业链运行效率。

3、柔性供应链园区服务（即供应链平台服务）

公司根据产业聚集地分布情况，因地制宜地集中产业资源和自身的供应商、经销商资源，在当地开设供应链平台，为加入供应链平台体系的供应商、经销商提供仓储、物流、代销货品等服务，不仅是“南极人”品牌的供应商及经销商的货品管家，也为其他品牌提供服务，致力于发展成为供应商、经销商的货品及增值服务共享中心。

自第一个供应链平台--合肥南极人电子商务服务有限公司，即一站通供应链平台（合肥童装）于2014年9月设立以来，供应链平台的运营模式已日趋成熟。报告期内，公司新设了3家供应链平台，分别是诸暨华东一站通女装电子商务有限公司、诸暨一站通网络科技有限公司、桐乡一站通网络科技有限公司。报告期内，主要合作平台包括阿里、京东、唯品会、美团、一号店等，业绩稳步提升。

4、货品销售业务

南极电商货品销售业务是指向“南极人”品牌供应商采购“南极人”品牌商品，通过唯品会等渠道进行销售。

三、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

	2015 年	2014 年	本年比上年增减	2013 年
营业收入	389,229,106.20	273,520,949.20	42.30%	279,741,899.82
归属于上市公司股东的净利润	171,819,355.12	66,500,866.81	158.37%	80,089,897.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	165,688,709.54	63,385,943.78	161.40%	74,678,060.25
经营活动产生的现金流量净额	37,080,935.68	41,642,820.39	-10.95%	29,980,436.16
基本每股收益（元/股）	0.59	0.23	156.52%	0.28
稀释每股收益（元/股）	0.59	0.23	156.52%	0.28
加权平均净资产收益率	43.88%	24.41%	19.47%	38.61%
	2015 年末	2014 年末	本年末比上年末增减	2013 年末

资产总额	1,372,789,852.00	400,830,619.09	242.49%	299,366,388.52
归属于上市公司股东的净资产	1,233,237,597.40	305,663,125.14	303.46%	239,162,258.33

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	33,247,947.03	80,813,696.85	133,307,914.06	141,859,548.26
归属于上市公司股东的净利润	4,383,409.63	28,833,063.69	52,951,508.74	85,651,373.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,115,361.45	27,963,720.87	54,093,836.91	79,515,790.31
经营活动产生的现金流量净额	-39,827,251.01	54,943,286.68	-4,381,053.35	26,345,953.36

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

四、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

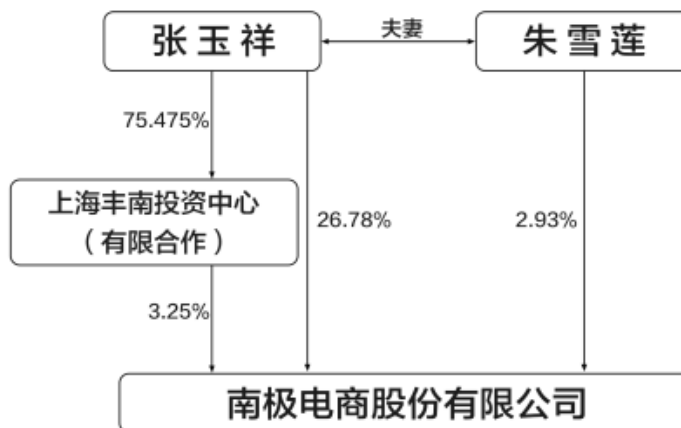
报告期末普通股股东总数	18,601	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,546	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
东方新民控股有限公司	境内非国有法人	20.74%	92,581,010		质押	54,500,000	
吴江新民实业投资有限公司	境内非国有法人	10.54%	47,071,307				
蒋学明	境内自然人	8.96%	40,000,000		质押	39,250,000	
崔根良	境内自然人	4.48%	20,000,772				
中国工商银行—汇添富成长焦点混合型证券投资基金	境内非国有法人	2.98%	13,290,505				
任军	境内自然人	2.63%	11,733,600				
马伟民	境内自然人	2.32%	10,370,000				
全国社保基金一一三组合	境内非国有法人	2.30%	10,266,148				
中国建设银行股份有限公司—融通新能源灵活配置混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.69%	7,524,417				
顾林宝	境内自然人	1.62%	7,231,199				
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，崔根良与顾林宝为一致行动人；蒋学明与东方新民控股有限公司为一致行动人。本公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用						

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



五、管理层讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2015年是具有里程碑意义的一年。上市公司通过实施重大资产重组，剥离了丝织品织造业务，实现了南极电商的借壳上市，完成了由传统制造业向电商服务型企业的转型。在“造品牌、建生态”的战略思想指导下，一方面深耕品牌授权服务、电商综合服务能力，拓展“南极人”品牌产品的竞争力，另一方面积极布局柔性供应链园区服务及各类专业增值服务，同时积极采用现代企业管理模式提升公司治理水平、为业务的可持续发展提供坚实保障。

（一）报告期宏观经济及行业分析

1. 产业结构调整凸显新增长点，居民消费能力尚可挖掘

2015年全球经济增速放缓为提振国内经济，我国实施了一系列调结构、促发展的政策，积极推进供给侧改革，为重构产业链、提升行业生产经营效率的企业创造了较好的发展机遇。

在总体经济增速放缓、产业结构问题突出的同时，居民消费能力仍然强劲。去年末居民储蓄存款余额增长8.5%，新增4万多亿元。全年全国居民人均可支配收入21,966元，比上年名义增长8.9%，扣除价格因素实际增长7.4%，居民消费能力稳步提升，为商品销售业提供了较好的消费环境。

2. 电子商务业方兴未艾

十三五规划制定了实施创新驱动发展战略纲要和意见，出台推动大众创业、万众创新政策举措，落实“互联网+”行动计划，增强经济发展新动力。

2015年，电子商务交易额达20.8万亿元，同比增长约27%；2015年全国网络零售交易额为3.88万亿元，同比增长33.3%，其中实物商品网上零售额超过3万亿元，同比增长31.6%，高于同期社会消费品零售总额的增速（20.9%）。在政策鼓励及巨大的市场需求的大环境下，电子商务仍有巨大的发展空间。基于电商平台的货品销售及增值服务具备良好的行业发展环境。

（二）报告期内公司运行情况总结

2015年，在公司对“南极人”品牌业务精耕细作的同时，也打开了丰富电商生态服务、柔性供应链平台服务的新局面，布局大数据、供应链平台、供应链金融等“互联网+行业”增长点。

2015年，公司实现营业收入38,922.91万元，同比增加42.30%。其中，标牌使用费收入10,103.17万元，同比增加268.42%；品牌服务费实现收入17,255.1万元，同比增加60.95%；货品销售业务收入10,716.83万元，同比下降21.29%；园区平台服务收入为774.27万元，同比增加184.63%。

1.持续构建、发展多梯度产品体系

公司基于“南极人”品牌优势，结合市场需求点，不断吸引更多消费品行业的高品质生产商、经销商加入南极人共同体（NGTT），共同推进产品专业化开发、优化产品结构、延伸关联产品，以实现公司做强优势类目，巩固成熟期类目、助力成长期类目、扶持启动期类目的品牌战略，构建全面、有序发展的多梯度消费品王国。

报告期内，“南极人”品牌产品的一级类目包括保暖内衣、基础内衣、家居服、泳装、棉袜、床上用品、居家布艺、箱包配饰、女装、男装、户外运动、鞋品、孕妇装、童装、玩具、儿童用品、居家日用、个人护理、汽车用品等，较好地阶段性实现了“南极人”品牌的全品类布局。

同时，公司积极培育线上大店，2015年，仅在阿里平台（根据数据魔方中可查的数据），授权“南极人”品牌店铺营业额500万以上的有250家，1,000万以上的有162家，3,000万以上的有68家，较上年同期分别增加133家、52家、44家，充分体现了公司2015年的服务成效。

授权南极人-淘宝/天猫高GMV店铺数量

南极人-淘宝/天猫高GMV店铺数量	500万以上	1,000万以上	3,000万以上
2014年	117	110	24
2015年	250	162	68

数据来源：阿里数据魔方可公开数据

2015年，“南极人”产品一级类目新增3个，二级类目新增31个、三级类目增加25个，新增类目的领域涵盖优势类目、发展中类目及萌芽期类目，包括基础内衣、床上用品、男装、女装、户外运动、儿童玩具、儿童用品、居家日用、个人护理/保健/按摩器材等。在适当开发新类目的同时，公司针对在不同发展阶段的品类制定了不同的发展策略。对于启动期类目，加大招商力度，在保证品质的同时增加授权供应商、经销商数量，充分利用体系内电商服务资源增加销售额、扩大市场份额；对于成长期类目，考量已有类目的可盈利性，具有市场潜力的重点扶持，市场反响较差的及时转变业务方向；对于成熟期类目，循序渐进开发子类目、升级供应商品质及格调，逐渐丰富价格层次，扩大消费群体。

南极人品牌产品类目数量

	一级类目数量	二级类目数量	三级类目数量
2014年	17	98	27
2015年	20	129	52

2.不断丰富电商生态服务平台内涵

公司在报告期内创建了一站美、匠人之心、南未来、小袋等提供专业增值服务的子公司。

一站美用更全面的定位及视觉服务提升店铺整体形象，更符合用户浏览习惯的设计页面，促使整店转化率提升；

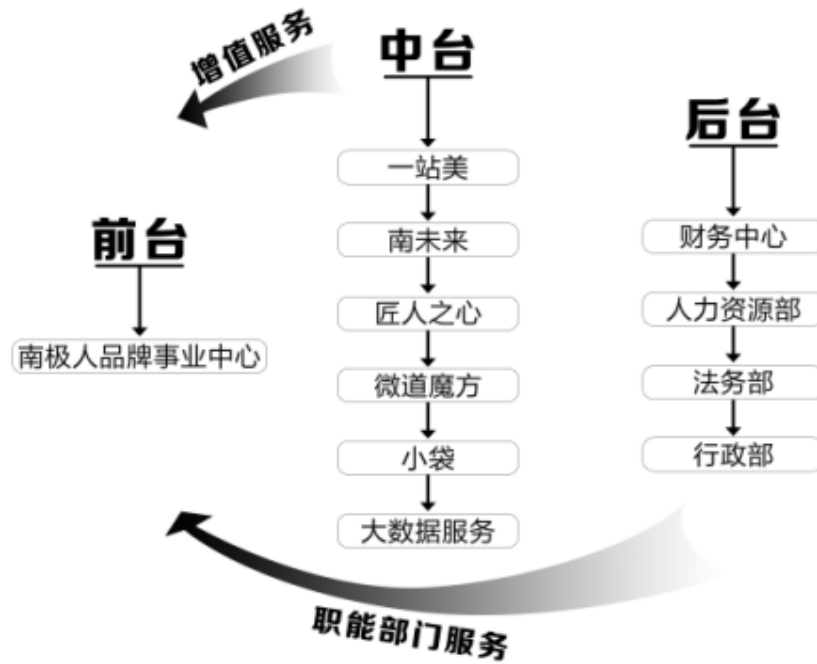
匠人之心为授权生产商提供一站式的品质检验、质量过程管理服务，并提供各类质量咨询、品质培训；

微道魔方为客户提供平台运营推广服务、平台创意视觉服务、独立平台服务、数据挖掘服务、社交电商服务、SCRM服务等。聚合国内专家和实战品控团队，从原材料采购到生产包装、物流体系打造全供应链服务，用专业服务改变传统生产模式；

南未来提供专业的的设计服务，包括产品设计、外包装设计、辅料设计、企业LOGO等；

为解决日用消费品行业竞争激烈、融资困难等问题，公司成立了上海小袋融资租赁有限公司，主要为南极人共同体内的客户提供供应链金融服务。报告期内资金使用规模近1亿元人民币，融资租赁和商业保理业务同步开展，未出现坏账等不良情况。为南极电商体系优质供应商提供了强大的金融支持，充分显示了南极电商决策的科学和前瞻性。

由于公司瞄准行业痛点，在电商服务上的不懈努力及多样化尝试使得2015年品牌服务费收入同比增加60.95%，并赢得了良好的用户口碑。在电商服务体系拓展之初，客户主要集中在南极人共同体系内部，公司将在2016年大力拓展体系外客户，让市场熟知、认可公司作为电商生态服务提供商的形象。



3. 打通行业壁垒、整合产业资源，构建供应链平台体系

由于日用消费品行业整体产能增速过快、下游消费者消费习惯转变、生产成本（包括人工、原材料、仓储物流等）逐渐增加等因素，日用消费品行业面临着发展困境，供应链凸显重构需求。与此同时，互联网行业高速发展，众多供应商货品销售渠道逐渐从线下转变到线上，营销渠道、模式发生了较大的变革，精准营销、品牌代运营等模式在供应链整合的过程中逐渐凸显其价值。

基于此，公司打造供应链平台，为客户提供包括库存管理、分销、物流配送、大数据分析等一站式服务。在为电子商务企业提供各类物流与供应链管理服务同时，自身也分享到了下游行业快速成长所带来的红利。

公司在报告期内成立了诸暨华东一站通女装电子商务有限公司、诸暨一站通网络科技服务有限公司、桐乡一站通网络科技服务有限公司。2015年，四家供应链平台全年发单量达372.95万件，GMV达12,809.78万元，同期增长389%。

4. 提升电商渠道的运维能力

公司利用丰富的品牌运营经验，掌握各合作平台的活动规则，积极参加专场活动以提高业绩。报告期内，在阿里的活动收入约12亿元，同期增长超过300%。公司较为重视对阿里双十一、京东6.18等大型营销活动的效应，2015年“双十一”“南极人”品牌产品在阿里平台实现的终端销售超2.7亿元，较2014年同期增长近80%，充分体现了公司的电商平台运营能力。

5. 践行阿米巴模式，全面提升公司治理

5.1 践行阿米巴经营理念、实现单位效益最大化

公司初具阿米巴模式，即经营单位最小化，产品研究院、业务增值部、财务中心等部门融合进事业中心，增强业务部门的经营主体意识和进取精神。

5.2 调整组织架构，更适应电商服务行业的发展特质

为了集中管理增值服务资源，公司在报告期内整合组建中台事业部群，统筹管理各业务增值部门、子公司，包括中国供应链合作中心、中国品牌合作中心、一站美、微道魔方、南未来等。成立创新业务中心，统筹管理投融资、小袋等业务。同时，为了更加灵活地推进品类发展战略，公司不断根据市场情况调整事业部群的类目配置，更好地把握市场机遇。

6. 充分利用品牌优势带来的社会资源

报告期内，公司加入了中国电子商务协会、跨境电子商务协会，利用行业内信息及资源，扩大公司影响力。

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
品牌服务费	172,550,885.77	5,595,089.97	96.76%	60.95%	-32.63%	4.51%
标牌使用费	101,031,693.73	25,266,302.37	74.99%	268.42%	201.44%	5.55%
货品销售	107,168,305.07	72,516,221.82	32.33%	-21.29%	-24.24%	2.64%

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

报告期内公司营业收入、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，主要原因是：公司于2015年下半年启动并实施了重大资产出售及发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易，公司已取得南极电商（上海）有限公司的财务及经营的控制权，本次重组构成反向收购，报告期内上市公司合并范围发生变化所致。

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

六、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

(一)反向购买

根据本公司2015年度第三次临时股东大会决议和修改后的章程规定，并经过中国证券监督管理委员会《关于核准江苏新民纺织科技股份有限公司重大资产重组及向张玉祥等发行股份购买资产并募集配套资

金的批复》（证监许可[2015]2968号）的核准，由本公司向张玉祥、朱雪莲、胡美珍、丰南投资、江苏高投（以下简称“重组方”）发行人民币普通股291,158,259股（每股发行价格为人民币8.05元）购买上海南极电商100%股权。本次交易前，东方新民为上市公司控股股东，蒋学明先生直接及间接合计持有上市公司29.69%股权，为上市公司实际控制人。本次交易完成后，张玉祥先生及朱雪莲女士直接持有本公司29.71%的股份，通过其一致行动人丰南投资间接持有本公司3.25%的股份，合计共持有本公司32.96%的股份，为本公司第一大股东。因此，张玉祥先生、朱雪莲女士是本公司实际控制人。

根据财政部《关于非上市公司购买上市公司股权实现间接上市会计处理的复函》（财会便【2009】17号）和《企业会计准则第20号-企业合并》及其相关讲解的规定，重组方以所持有的上海南极电商100%股权为对价取得公司的控制权，构成反向购买。

1、上市公司保留的资产、负债情况

交易完成后，上市公司保留如下资产、负债：

资产	2015年12月31日	负债	2015年12月31日
货币资金	573,215,802.64	应付账款	3,203,802.96
其他应收款	159,848,617.96	应付职工薪酬	39,234,017.96
其他流动资产	1,005,172.98	应交税费	32,273.42
长期股权投资	2,343,823,984.95	其他应付款	102,199.08
固定资产	10,583.08	其他流动负债	1,200,000.00
无形资产	88,144.55	负债合计	43,772,293.42
其他非流动资产	65,309,089.35	净资产	3,099,529,102.09
资产合计	3,143,301,395.51	负债和净资产合计	3,143,301,395.51

其中属于资产重组双方约定的上市公司留存资产、负债如下：

资产	2015年12月31日	负债	2015年12月31日
货币资金	176,635,940.75	应付职工薪酬	860,000.00
其他流动资产	1,005,172.98	应交税费	32,273.42
其他非流动资产	65,309,089.35	其他应付款	102,199.08
		负债合计	994,472.50
		净资产	241,955,730.58
资产合计	242,950,203.08	负债和净资产合计	242,950,203.08

上市公司保留的资产、负债中除去资产重组双方约定的留存资产及负债，其余资产、负债均与本次重大资产重组相关。上市公司留存资产及负债仅为货币资金、待抵扣增值税、少量未支付的薪酬等，不构成业务。

注：交易完成后，上市公司保留的资产、负债和资产重组双方约定的留存资产及负债之间的差额为本次资产重组所形成的相关资产、负债。

2、本公司遵循以下原则编制合并财务报表：

(1) 因法律上母公司（被购买方，即本公司）原与业务相关的资产和负债均在本次重组中置出，故本次反向购买认定为被购买的上市公司不构成业务，在编制合并报表时按权益性交易的原则进行处理，不确认商誉或当期损益。

(2) 合并财务报表中的留存收益和其他权益性余额反映法律上子公司（购买方上海南极电商）在合并前的留存收益和其他权益金额。

(3) 合并财务报表中的权益性工具的金额应当反映法律上子公司（上海南极电商）合并前发行在外的股权面值以及假定在确定该项企业合并成本过程中新发行的权益性工具的金额。但是在合并财务报表中的权益结构应当反映法律上母公司（本公司）的权益结构，即本公司发行在外权益性证券的数量及种类。

本公司本次资产重组向购买方（上海南极电商原股东）定向增发291,158,259股，同时向特定投资者香溢融通（浙江）投资有限公司管理的香溢专项定增1-3号私募基金发行31,512,605股，增发后股本为769,129,766.00股。其中购买方持有291,158,259股，占增发后总股本的37.86%。2015年12月31日，华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）审验了本次公司新增注册资本及股本情况，并出具会验字[2015]4117号《验资报告》。2016年1月8日，公司发行上述增发的股票。在本次编制合并财务报表时，假定购买方保持在合并后报告主体中享有其在本公司同等的权益（即持股比例保持37.86%），因此需要模拟增发股本259,326,994.00股。上海南极电商合并前股本158,000,000.00元，增发后上海南极电商总股本为417,326,994.00元，列示为合并财务报表的股本项目，相应模拟调增资本公积497,578,123.14元。模拟增发后上海南极电商总股本金额作为本公司合并财务报表中的股本金额。

法律上母公司（本公司）发行在外的权益性证券的股份数量 769,129,766.00股，故母公司个别报表中股本金额为769,129,766.00元。

(4) 合并财务报表的比较信息为法律上子公司（上海南极电商）的比较信息，即上海南极电商的前期合并财务报表。

(5) 对于法律上母公司（本公司）的所有股东，虽然该项合并中其被认为被购买方，但其享有合并形成报告主体的净资产及损益，不作为少数股东权益列示。

(6) 法律上母公司（本公司）在个别财务报表中按照《企业会计准则第2号—长期股权投资》等的规定确定取得资产的入账价值。本公司前期比较个别报表为自身个别财务报表。

(二) 处置子公司

单次处置对子公司投资即丧失控制权的情形

子公司名称	股权处置价款	股权处置比例 (%)	股权处置方式	丧失控制权的时点	丧失控制权时点的确定依据	处置价款与处置投资对应的合并财务报表层面享有该子公司净资产份额的差额	丧失控制权之日剩余股权的比例
苏州新民纺织有限公司	243,720,500.00	100%	转让	2015/12/31	工商变更登记完成，且收到12,200万股股权转让款	5,663,662.00	—

(续上表)

子公司名称	丧失控制权之日剩余股权的账面价值	丧失控制权之日剩余股权的公允价值	按照公允价值重新计量剩余股权产生的利得或损失	丧失控制权之日剩余股权公允价值的确定方法及主要假设	与原子公司股权投资相关的其他综合收益转入投资损益的金额
苏州新民纺织有限公司	—	—	—	—	—

注*：

2015年8月21日，公司第五届董事会第三次会议审议通过了《重大资产出售协议》、《发行股份购买资产协议》及《江苏新民纺织科技股份有限公司非公开发行A股股票之附条件生效的股份认购协议》，根据协议约定，本公司将扣除约定资产、约定负债之外的全部资产、负债及业务（以下简称“出售资产”）向张玉祥、江苏高投、胡美珍出售。

为了便于交割，上市公司设立全资子公司苏州新民纺织有限公司，将其全部出售资产、负债、业务（包括吴江蚕花100%股权和新民高纤75%股权）整合至新民纺织，并将新民纺织100%股权转让给张玉祥、江苏高投及胡美珍。

吴江蚕花和新民高纤丧失控制权的情形如下：

子公司名称	股权处置价款	股权处置比例 (%)	股权处置方式	丧失控制权的时点	丧失控制权时点的确定依据	处置价款与处置投资对应的合并财务报表层面享有该子公司净资产份额的差额	丧失控制权之日剩余股权的比例
吴江蚕花进出口有限公司	5,094,500.00	100%	转让	2015/11/30	收到100%股权转让款	832,758.55	—
吴江新民高纤有限公司	77,320,000.00	75%	转让	2015/11/30	收到100%股权转让款	36,395,730.00	—

(续上表)

子公司名称	丧失控制权之日剩余股权的账面价值	丧失控制权之日剩余股权的公允价值	按照公允价值重新计量剩余股权产生的利得或损失	丧失控制权之日剩余股权公允价值的确定方法及主要假设	与原子公司股权投资相关的其他综合收益转入投资损益的金额
吴江蚕花进出口有限公司	—	—	—	—	—
吴江新民高纤有限公司	—	—	—	—	—

(三) 其他原因的合并范围变动

(1) 新设子公司

①上海微茂百货有限公司是2015年7月本公司投资新设的全资子公司，注册资本人民币1,000万元，本公司持股比例100.00%，本公司已实际出资1,000万元。

②上海星瓣网络科技有限公司是2015年11月本公司投资新设的全资子公司，注册资本人民币1,000万元，本公司持股比例100.00%。截至2015年12月31日，尚未出资，尚未正式开展经营。

③上海南薇城电子商务有限公司是2015年12月本公司投资新设的全资子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例100.00%。截至2015年12月31日，尚未出资，尚未正式开展经营。

④上海尚优品供应链管理有限公司是2015年12月本公司投资新设的全资子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例100.00%。截至2015年12月31日，尚未出资，尚未正式开展经营。

⑤上海微道魔方营销管理咨询有限公司是2015年12月本公司投资新设的全资子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例100.00%。截至2015年12月31日，尚未出资，尚未正式开展经营。

⑥南未来(上海)视觉设计有限公司是2015年11月本公司投资新设的全资子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例100.00%。截至2015年12月31日，尚未出资，尚未正式开展经营。

⑦上海小袋融资租赁有限公司是2015年8月本公司投资新设的控股子公司，注册资本人民币100,000万元，本公司持股比例75.00%，本公司已实际出资8,500万元。

⑧上海优品质量信息咨询有限公司是2015年11月本公司投资新设的控股子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例60.00%。截至2015年12月31日，尚未出资，尚未正式开展经营。

⑨苏州一站影摄影服务有限公司是2015年7月本公司投资新设的控股子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例51%。本年一站影合作股东叶雷起诉本公司，至此本公司无法对一站影实施控制。截至2015年12月31日，本公司尚未出资。

⑩诸暨华东一站通女装电子商务有限公司是2015年9月本公司子公司上海一站通网络科技服务有限公司投资新设的控股子公司，注册资本人民币200万元，本公司持股比例51.00%，本公司已实际出资51万元。

⑪诸暨一站通网络科技服务有限公司是2015年9月本公司子公司上海一站通网络科技服务有限公司投资新设的控股子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例51.00%，本公司已实际出资51万元。

⑫桐乡一站通网络科技服务有限公司是2015年9月本公司子公司上海一站通网络科技服务有限公司投资新设的控股子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例51.00%，本公司已实际出资4.16万元。

⑬义乌一站通网络科技服务有限公司是2015年7月本公司子公司上海一站通网络科技服务有限公司投资新设的控股子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例51.00%。截至2015年12月31日，本公司尚未出资，尚未正式开展经营。

⑭上海一站美视觉设计有限公司是2015年6月本公司投资新设的控股子公司，注册资本人民币100万元，本公司持股比例51.00%，本公司已实际出资51万元。

(2) 清算子公司

①嘉兴南极人网络科技有限公司于2015年5月完成清算注销，并办理工商变更手续。

②桐庐南极人网络科技有限公司于2015年10月完成清算注销，并办理工商变更手续。

4、董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

5、对 2016 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

2016 年 1-3 月预计的经营业绩情况：净利润为正，同比上升 50%以上

净利润为正，同比上升 50%以上

2016 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润变动幅度	260.00%	至	308.00%
2016 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润区间(万元)	1,500	至	1,700
2015 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润(万元)	417.23		

<p>业绩变动的原因说明</p>	<p>公司 2015 年完成了重大资产重组，由于本次重大资产重组构成反向收购，据此公司 2016 年第一季度报告合并报表中的“上年同期”数为南极电商（上海）有限公司相应数据。按照此口径，预计公司 2016 年第一季度实现的归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比，将增加 259.51%至 307.45%。</p> <p>本次业绩变动主要系公司类目有效扩张、授权供应商和授权经销商增加及电商生态服务品质提升的带动效应。</p>
------------------	---

南极电商股份有限公司

董事长：张玉祥

2016 年 4 月 15 日