

# 河南瑞贝卡发制品股份有限公司

## 2016 年年度报告摘要

### 一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 中喜会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经公司 2017 年 03 月 29 日第六届董事会第十次会议审议通过的 2016 年度利润分配预案如下：提取法定盈余公积 14,047,037.99 元（以母公司实现的净利润为基数）；以截止 2016 年 12 月 31 日总股本 943,321,200 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 0.60 元（含税），共计派发现金红利 56,599,272.00 元（含税）；同时以资本公积向公司全体股东每 10 股赠送 2 股，合计转增股本 188,664,240 股。本次利润分配方案实施后，公司总股本将增加至 1,131,985,440 股，剩余未分配利润全部结转以后年度分配。上述预案尚须提交股东大会审议批准。

### 二 公司基本情况

#### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	瑞贝卡	600439	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	胡丽平	徐振
办公地址	河南省许昌市瑞贝卡大道666号	河南省许昌市瑞贝卡大道666号
电话	0374-5136699	0374-5136699
电子信箱	rbk600439@rebeccafashion.cn	rbk600439@rebeccafashion.cn

## 2 报告期公司主要业务简介

### 2.1 主要业务及经营模式

本公司主营业务为发制品系列产品的研制、生产和销售，主要产品有工艺发条、化纤发条、人发假发、化纤假发、教习头、纤维材料等六大类，主要品牌有“Rebecca”、“Sleek”、“NOBLE”、“JODIR”、“COUTURE”等，是目前国内最大的专注于时尚假发生产制造和销售的企业。

发制品是以人发或纤维发丝为原材料，经过传统工艺加工而成的发型装饰品，主要用途为满足全球“顶上时尚”发型装饰需求以及其它功能性需求，帮助消费者塑造个性气质和体现个体差异，提升和美化其外在形象。假发制品是全球非裔女性的生活必需品，欧美白人女性的传统时尚佩饰品，亚洲时尚女性的发型装饰品，全球少发、脱发人群的日常佩戴品以及演艺、律师、美容教学等其他实用性需求。目前，全球非裔人群因其生理特性仍为假发最大需求者。

公司业务遍及全球多个国家和地区，产品主要销往北美、非洲、欧洲以及亚洲等地区，公司在境外设立 8 家销售型子公司（非洲 6 家，英国、巴西各 1 家）和 3 家生产型子公司（尼日利亚、加纳和柬埔寨各 1 家）；境内设立 9 家子公司（河南 4 家，上海 2 家，北京、广州、辽宁各 1 家）。北美市场，由于历史传承以及全球发制品产业转移等原因，美国终端销售渠道被经销商所掌握，公司在北美市场目前主要采取 ODM/OEM 经营模式，根据经营商订单合理安排生产；非洲市场，产自公司本部以及非洲生产型子公司的产品，通过公司非洲销售子公司以及当地经销商以自主品牌“NOBLE”、“JODIR”、“COUTURE”等进行销售；欧洲市场，公司在欧洲市场主要通过全资子公司亨得尔进行销售，以英国、法国市场为依托，以自有品牌“Sleek”直接销售为主，辅之以通过其他经销商销售；国内市场，公司通过终端销售渠道，采取品牌连锁和双品牌（“Rebecca”和“Sleek”）经营战略，线下以自营和加盟为主，重点面向国内一二线大中城市，主要消费对象为追求时尚的女性及其他实用性消费群体，目前公司已在北京、上海、广州、深圳、成都、西安、重庆等国内大中城市拥有近 200 家门店；线上通过自建电商平台和借助国内外知名电商平台进行销售。

### 2.2 公司所处行业情况

北美市场是目前全球最大的发制品消费市场。北美市场主要指美国市场，该国是全球非裔人群居住数量最多的发达国家，非裔人群购买力水平显著高于全球其他国家，这也是美国成为全球最大发制品需求市场的主要原因。自金融危机爆发以来，美国非裔人群受影响最大，消费能力出现明显下降，导致发制品市场需求结构也发生了较大变化，产品需求由高档向中低端转变，由人发假发制品向化纤假发制品转变，致使美国发制品高端市场需求出现疲软，中低档工艺发条和化纤发条产品主导市场，但美国非裔人群仍然是全球最具消费能力的假发需求者。

非洲市场是全球第二大发制品消费市场。非洲地区是全球非裔人群居住最为集中的地区，非洲大陆人口约 10 亿，其中非裔人种占 70%左右，目前发制品在非裔人群中普及率逐步提高，庞大的人口基数和人种生理特征决定了非洲市场的增长潜力，如若非洲整体经济持续发展，将进一步带动当地居民生活条件的提高，非洲人均假发消费量亦将有一个持续提升的过程，消费能力也将随着收入水平的提高逐步上升，市场需求也将由低值化纤发条产品向高值人发产品演变，整体非洲市场具备成长为全球第一大发制品消费市场潜力。报告期内，因美元持续强势，国际经济动荡，非洲部分国家货币继续贬值导致购买力不足，致使公司非洲业务生产经营管理难度加大，但非洲市场仍然是公司重点开拓的市场。

欧洲是发制品行业发源地，行业历史最为悠久，市场成熟度较高，消费群体比较稳定，以白人群体的时尚消费为主要需求，总体消费档次较高，其次为非裔群体日常生活使用的假发制品。近年，欧洲受各种危机影响，经济增长缓慢，发制品市场也受到了波及，市场需求连年萎靡不振。亚洲正逐步发展成为继非洲大陆之后发制品行业的又一极具潜力市场，包括中国在内的亚太地区人口占全球人口总量的 50%以上，但发制品消费仅占到全球消费总额的 10%左右，尽管中国是世界发制品生产制造中心，但其 80%-90%的发制品用于出口。虽然亚洲发制品市场目前绝对规模不大，但随着亚洲经济的持续发展以及该地区居民传统观念受西方影响，发制品消费观念也慢慢与国际接轨，佩戴发制品正演变成一种引领时尚潮流的行为，越来越多时尚女性消费者和实用型需求者乐意尝试佩戴发制品。

目前，北美、欧洲发制品市场发展较为成熟，非洲、亚洲等其他发制品市场有较大发展潜力。发制品行业是一个以出口为主的行业，国际市场政治经济形势变化、国家出口退税政策调整、国际汇率变动等都会对行业产生较大影响，行业周期性受制于以上因素的变化。据中国海关统计，2016 年我国发制品出口总额约为 33.75 亿美元，北美、非洲、亚洲、欧洲、拉丁美洲是我国假发制品前五大出口目的地，占比分别约为 42%、33%、15%、7%和 2%，出口到其他地区的约占 1%；美国、南非、贝宁、尼日利亚、日本是我国假发制品前五大出口国；我国发制品生产制造和出口贸易企业主要集中于河南、山东、湖南、安徽、广东等五省份，占据了全国发制品总出口额的近 90%，其中河南占全国发制品出口总额的 49%左右，超过其他四省的总和；全国出口规模达到 1 亿美元以上的发制品企业仅公司 1 家；出口创汇规模排名第二的发制品企业约占公司出口总额的 50%。

### 3 公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2016年	2015年	本年比上年 增减(%)	2014年
总资产	4,263,364,498.14	4,878,929,048.94	-12.62	4,277,733,073.75
营业收入	1,810,858,985.54	1,945,191,966.16	-6.91	1,932,259,979.56
归属于上市公司股东的净利润	171,606,552.23	141,388,157.56	21.37	156,325,561.22
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	168,313,260.71	139,570,961.36	20.59	152,163,987.57
归属于上市公司股东的净资产	2,333,682,313.81	2,342,059,193.70	-0.36	2,261,879,829.74
经营活动产生的现金流量净额	523,134,811.42	31,341,520.63	1,569.14	-45,353,300.62
基本每股收益 (元/股)	0.1819	0.1499	21.35	0.1657
稀释每股收益 (元/股)	0.1819	0.1499	21.35	0.1657
加权平均净资产收益率(%)	7.14	6.11	增加1.03个百分点	6.86

### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	445,442,859.02	510,939,630.79	413,281,751.96	441,194,743.77
归属于上市公司股东的净利润	37,098,269.88	39,136,664.70	42,045,789.96	53,325,827.69
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	36,340,569.56	39,133,243.24	41,077,450.63	51,761,997.28
经营活动产生的现金流量净额	55,504,703.52	210,784,369.07	55,858,776.33	200,986,962.50

第四季度利润较前三季度有所增加主要是由于第四季度财务费用较前三季度明显减少。财务费用减少的原因一是由于第四季度人民币快速贬值，汇兑收益增加；二是由于短期借款减少，利息支出下降所致。

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 4 股本及股东情况

### 4.1 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

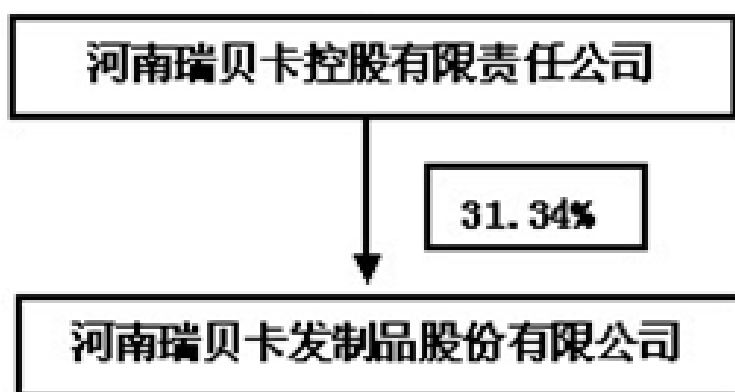
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					53,579		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					50,585		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
河南瑞贝卡控股 有限责任公司	0	295,617,681	31.34	0	质押	182,110,300	境内 非国 有法 人
前海开源基金— 民生银行—前海 开源恒定 1 号资 产管理计划	39,410,319	39,410,319	4.18	0	未知		未知
陕西省国际信托 股份有限公司— 陕国投·鑫鑫向 荣 27 号证券投资 集合资金信托计 划	26,749,994	26,749,994	2.84	0	未知		未知
长信基金—浦发 银行—中金投资 2 号资产管理计划	25,755,296	25,755,296	2.73	0	未知		未知
招商期货有限公 司—招商期货— 夏满 1 号资产管 理计划	23,577,901	23,577,901	2.50	0	未知		未知
云南国际信托有 限公司—云南信 托·聚鑫 9 号集 合资金信托计划	23,127,188	23,127,188	2.45	0	未知		未知
陕西省国际信托 股份有限公司— 陕国投·鑫鑫向 荣 26 号证券投资 集合资金信托计 划	18,857,751	18,857,751	2.00	0	未知		未知
河南瑞贝卡发制	18,722,649	18,722,649	1.98	0	未知		未知

品股份有限公司 —第一期员工持 股计划							
上海北信瑞丰资 产—工商银行— 北信瑞丰资产丰 润 15 号资产管理 计划	18,607,495	18,607,495	1.97	0	未知		未知
云南国际信托有 限公司—云南信 托·聚鑫 11 号集 合资金信托计划	15,138,998	15,138,998	1.60	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	前十名股东中，公司控股股东河南瑞贝卡控股有限责任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。本公司第八大股东河南瑞贝卡发制品股份有限公司—第一期员工持股计划，其管理人为国海证券股份有限公司，与本公司控股股东河南瑞贝卡控股有限责任公司之间不存在关联关系或一致行动人关系。						

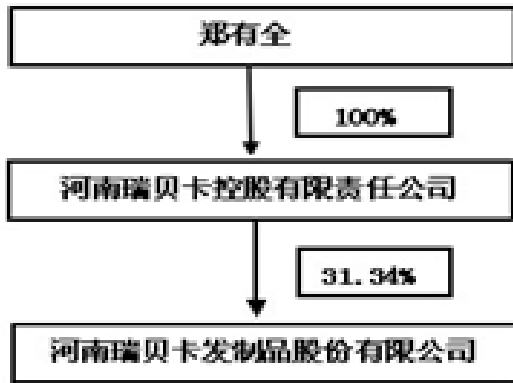
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用□不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用□不适用



## 5 公司债券情况

### 5.1 公司债券基本情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率	还本付息方式	交易场所
河南瑞贝卡发制品股份有限公司15年公司债券	15 瑞贝卡	136076	2015年12月08日	2020年12月08日	560,000,000.00	5.68	采用单利按年计息,不计复利,每年付息一次。本次债券采取分期还本方式。	上海证券交易所

### 5.2 公司债券付息兑付情况

适用 不适用

公司于2016年12月08日支付了自2015年12月08日至2016年12月07日期间的本期债券利息。

### 5.3 公司债券评级情况

适用 不适用

评级机构鹏元资信评估有限公司在对本公司经营状况及相关行业进行综合分析评估的基础上,于2016年06月02日出具了《河南瑞贝卡发制品股份有限公司2015年公司债券2016年跟踪信用评级报告》,本次跟踪评级结果为:本期债券信用等级维持为AA,发行主体长期信用等级维持为AA,评级展望维持为稳定。跟踪评级结果与本期债券发行时的评级结果不存在评级差异。

本次信用评级报告《河南瑞贝卡发制品股份有限公司2015年公司债券2016年跟踪信用评级报告》详见上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

#### 5.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

√适用 □不适用

主要指标	2016 年	2015 年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率	0.45	0.52	-13.18
EBITDA 全部债务比	0.17	0.12	45.48
利息保障倍数	3.36	2.58	30.11

### 三 经营情况讨论与分析

#### 1 报告期内主要经营情况

报告期内，公司专注于假发制品的研制、生产和销售，主营业务未发生重大变化。公司全年实现主营业务收入 1,810,858,985.54 元，同比下降 6.91%；实现归属于上市公司股东的净利润 171,606,552.23 元，同比增长 21.37%。截至 2016 年 12 月 31 日，公司总资产 4,263,364,498.14 元，与期初相比减少 615,564,550.80 元，主要是报告期内归还银行贷款较多所致；净资产 2,338,556,329.09 元，净资产与期初基本持平。报告期内，致使公司主营业务收入下降的主要原因是欧美以及非洲等海外发制品主要市场消费者产品需求结构发生变化，高端工艺发条产品和高价值人发假发制品需求不畅，中低端工艺发条和低价值化纤发条产品主导市场，影响了整体业务收入水平；实现归属于上市公司股东的净利润同比实现增长，主要是由于公司主营业务收入中毛利率较高的化纤发条产品占销售比重提升，以及财务费用和管理费用与上年同期相比减少所致。

#### 2 公司发展战略

公司未来发展目标是：以实现“拥有自主知识产权和自主知名品牌”为目标，走全球化发展道路，聚焦寻求美丽的消费群体，致力于打造女性“顶上时尚”，为消费者提供完美的发型解决方案，并以美丽为主题进行行业延展和拓展业务，力争在 2017-2019 年完全实现由加工制造型企业向品牌、技术、营销型企业转型升级，成为发制品行业中的卓越企业。

现阶段的发展重点依然是：一是完善假发制品上游产业链条，实现纤维发丝原材料完全替代进口，提升产品技术含量和附加值；二是拓展全球营销渠道，实现自主营销体系的全球化布局，完成向生产制造与服务贸易融合发展转变；三是加快工业化和信息化融合发展进程，提高公司自动化、智能化制造水平，降低生产制造成本；四是整合各种优势资源和科研工作平台，持续提升企业技术创新和自主研发能力，坚定不移地实施创新驱动发展战略；五是完善品牌体系建设，在目前品牌体系基础上打造全球知名假发品牌；六是在深化传统渠道建设的同时，加大对互联网渠道的投入和建设，提高自建网络营销平台和合作电商平台的销售收入，实现价值链攀升，更精准、高效地为全球寻求美丽的假发消费者提供满意的产品和服务。



3 导致暂停上市的原因

适用 不适用

4 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

5 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

7 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用