

证券代码：300577

证券简称：开润股份

公告编号：2017-026

## 安徽开润股份有限公司 2016 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、高级管理人员无异议声明。

所有董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议

华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所无变更。

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以公司 2016 年年末总股本 66,670,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5.00 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 8 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	开润股份	股票代码	300577
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	丁丽君	肖小红	
办公地址	上海市松江区莘砖公路 518 号漕河泾园区 14 号楼 5 楼	上海市松江区莘砖公路 518 号漕河泾园区 14 号楼 5 楼	
传真	021-67651780	021-67651780	
电话	021-51085699	021-51085699	
电子信箱	support@korrund.com	support@korrund.com	

#### 2、报告期主要业务或产品简介

##### （一）主要业务

公司的主营业务为箱包等出行产品的研发、设计、生产与销售。公司致力于围绕优质出行场景，给用户完整的出行产品解决方案，将科技和创新融入产品，改善人们的出行装备和体验。公司的业务分B2B业务和B2C业务。报告期内，公司在拓展巩固公司传统B2B业务的同时，着力开拓B2C业务，发展公司自有品牌90分，进一步完善了公司产品作为消费品的两大业务方向。

##### （二）主要产品

公司的主要产品为背包、旅行箱，并逐渐延伸至功能性服装、智能鞋及相关配件等。一方面，公司以ODM/OEM的业务模式为国际著名品牌客户提供包袋类产品的研发设计与生产制造服务；另一方面，公司经营自主品牌90分，为消费者提供旅

行箱、背包、功能性服装及运动鞋等出行装备产品。

### (三) 公司所处行业分析

公司所处的行业为纺织行业是一个海量的市场，所属细分行业为箱包行业，主要产品为背包、旅行箱并逐渐衍生至功能性服装、运动鞋及相关配件等，主要用途是为人们进行商务出行及外出游玩、运动、旅行等活动提供功能齐全、造型美观的出行装备，市场分为商务出行和旅游出行两方面。在商务出行方面，行业发展主要是与笔记本电脑的出货量呈现较高的相关性。随着智能手机与平板电脑的替代效应逐渐减弱，加之原有笔记本电脑的正常更新换代以及对台式机的进一步，笔记本电脑出货量也逐渐趋于稳定，同时，随着人均可支配收入的增长，消费者对于生活质量的要求也会提高，消费理念也会发生改变，对产品的功能、实用和美观等个性化特点的追求促进商务背包的需求。在旅游出行方面，行业发展在一定程度上受到旅游业景气度影响。随着人们生活水平的提高，人们对出行的需求增长，旅游业得到迅速发展，根据国家统计局和国家旅游局的统计数据，2009年至2015年国内旅游人数达到了110.3%的增长，我国整体出行装备市场在居民消费观念改变及国家政策鼓励的双重驱动下，具有较大的增长空间。

## 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	775,774,462.14	494,129,516.75	57.00%	416,961,697.80
归属于上市公司股东的净利润	84,004,538.01	66,243,327.02	26.81%	42,012,947.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	79,314,585.85	56,787,411.86	39.67%	34,119,274.20
经营活动产生的现金流量净额	87,995,799.38	60,264,587.91	46.02%	32,539,830.80
基本每股收益（元/股）	1.68	1.32	27.27%	0.84
稀释每股收益（元/股）	1.68	1.32	27.27%	0.84
加权平均净资产收益率	37.04%	37.47%	-0.43%	31.67%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	811,553,419.55	414,118,008.83	95.97%	327,821,415.00
归属于上市公司股东的净资产	534,724,573.06	205,746,745.40	159.89%	151,975,864.53

### (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	156,286,895.65	181,893,886.76	217,389,754.95	220,203,924.78
归属于上市公司股东的净利润	12,950,979.11	21,180,613.00	30,008,672.57	19,864,273.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	12,581,230.20	15,438,531.77	30,173,304.85	21,121,519.03
经营活动产生的现金流量净额	-20,226,720.12	42,552,452.07	26,129,643.54	39,540,423.89

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

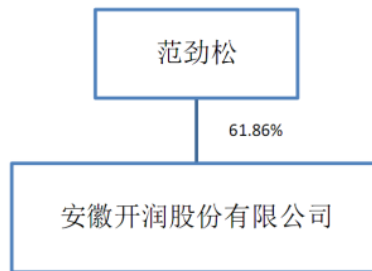
报告期末普通股股东总数	30,534	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	5,107	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
范劲松	境内自然人	61.86%	41,242,480	41,242,480			
高晓敏	境内自然人	3.75%	2,500,000	2,500,000			
王兵	境内自然人	2.26%	1,503,760	1,503,760			
张溯	境内自然人	2.26%	1,503,760	1,503,760			
钟治国	境内自然人	1.50%	1,000,000	1,000,000			
丁丽君	境内自然人	0.75%	500,000	500,000			
范风云	境内自然人	0.75%	500,000	500,000			
范泽光	境内自然人	0.75%	500,000	500,000			
范丽娟	境内自然人	0.75%	500,000	500,000			
揭江华	境内自然人	0.22%	150,000	150,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前十名股东中，范劲松、范风云、范丽娟与范泽光为兄弟姐妹关系，除上述关联关系外，各股东间无其他关联关系。						

(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 年面对复杂的国内外经济环境和日益加剧的竞争，公司上下一心，始终围绕“优质出行，为用户提供完整的出行产品解决方案”的发展战略，不断加大研发和设计投入，将科技与传统产品设计相结合，不断为用户提供高质量，高科技，高颜值和高性价比的优质出行产品；同时，公司内部不断优化管理，全面推行精益管理文化，持续降低产品和管理成本；2016 年，公司继续利用互联网思维，借助和小米合作的生态链平台，快速完成 B2C 业务线上布局和拓展，降低运营成本，提高运营效率。报告期内，公司实现营业收入 77,577.45 万元，较上年同期增长 57.00%，归属于母公司所有者的净利润 8,400.45 万元，较上年同期增长 26.81%；经营现金流量净额 8,799.58 万元，较上年同期增长 46.02%。

##### 1、传统 B2B 业务稳定增长

公司传统 B2B 业务的主要客户为国际知名品牌，公司通过优质的产品设计，过硬的产品质量，高效的运营团队，得到客户的认可，与优质客户成为长期合作伙伴，并随着客户业务的扩张，逐步拓展公司产品品类，业务量也保持着稳定增长。报告期内，公司 B2B 业务实现营业收入 5.45 亿元，较上年同期增长 22.58%。

##### 2、互联网 B2C 业务，借力小米生态链渠道，打造自有品牌“90 分”

公司利用互联网思维，着眼于粉丝经济模式，开拓销售渠道。2015 年，公司与小米成立合资公司上海润米、上海硕米，成为小米生态链公司，着力打造自有品牌“90 分”，完成 B2B 业务向 B2C 业务的拓展，并于 2016 年引进战略投资者京东。公司在“打造极致单品”的产品目标基础上，借助小米的品牌、供应链、投融资资源和强大的用户粉丝群等平台优势，接触大量活跃用户，使公司自有品牌“90 分”完成了 0 到 1 的突破。2016 年，公司 B2C 业务实现快速增长，实现营业收入 2.3 亿元，占总营业收入的 29.71%，较同期增加 367.75%。

##### 3、推动精益管理，降低成本，提高生产效率

公司率先在箱包行业推行精益管理，确立“消除浪费、精简生产、激发团队、提高效率”的战略方针。报告期，公司持续推动精益管理，推行看板管理、一体化生产模式，并进一步优化生产流程和薪酬激励机制，加强生产人员培训，建立设备自动化研发团队，通过与供应商或高校合作研发自动化生产设备，缩短公司产品的生产周期，降低生产成本，提高生产效率。

##### 4、加大研发投入、推动产品创新

公司一直坚持技术创新，致力于将科技融入产品，公司已成为国家级箱包测试中心、工信部工业与信息化贯标试点企业、安徽省纺织涂层材料工程技术研究中心、安徽省两化融合试点企业，获得了多项专利技术。报告期内，公司不断加大研发投入，推动产品创新，研究将科技融入到产品设计中，导入可穿戴等跨界技术，开发智能拉杆箱、智能跑鞋等产品，提高科技附加值，共产生研发支出 2,631.35 万元。

##### 5、高水平设计团队，打造极致产品

公司拥有一支高水平设计团队，一直致力于打造极致产品。公司一方面从德国、香港等地引进资深专业设计师，其获得过多次国际设计大奖；另一方面，公司积极从北京服装学院、上海东华工业设计、深圳大学艺术与教育学院等国内知名设计专业院校招聘平面设计及工业设计等专业优秀毕业生，同时，与国内外一些顶尖的设计工作室、独立设计师保持长期合作关系，共同保障公司高水平设计能力。2017 年 3 月，公司经过十个月的精心打磨和开发设计的 90 分金属旅行箱荣获了“2017 年德国 IF 设计大奖”。

##### 6、布局全球，印度建立生产基地

公司经过十余年的发展，业务遍布全球，在美国、印度、新加坡、台湾、香港等地均设有海外销售分部。为进一步增强公司的国际市场竞争力，综合考虑市场容量、劳动力成本及其他经营成本等因素，公司选择在印度建厂设立制造基地，报告期内，公司印度工厂建设完毕，目前已正式投产，这将为公司拓展国际市场提供产能支撑，并将大大降低公司的劳动力成本和物流成本，进一步提高公司国际市场竞争力。

#### 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
出行产品	681,837,583.89	197,982,126.40	29.04%	63.26%	51.95%	-2.16%

其他	93,936,878.25	25,057,944.86	26.68%	22.79%	27.00%	0.88%
----	---------------	---------------	--------	--------	--------	-------

备注：出行产品包含电脑包、拉杆箱、运动包、女包、鞋服等。

#### 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

报告期内营业收入77,577.45万元，较上年同期增加57.00%，主要是2016年公司深化精益化生产管理，进一步挖潜降耗，与加大市场开拓和新产品研发投入形成合力；自有品牌业务高速发展；ODM/OEM业务与客户保持良好的合作，业绩大幅度上升。营业成本55,273.44万元，较上年同期增加60.63%，主要是由于收入规模增长，营业成本相应增长。

#### 6、面临暂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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。