



蒙发利:002614



2016年年度报告摘要

厦门蒙发利科技(集团)股份有限公司
MIAMEN COMFORT SCIENCE&TECHNOLCGY GROUP CO.LTD.

2017年4月

证券代码：002614

证券简称：蒙发利

公告编号：2017-29

厦门蒙发利科技(集团)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。

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：以未来实施 2016 年度权益分派方案时股权登记日为基数，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），不以公积金转增股本。

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	蒙发利	股票代码	002614
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李巧巧	郑家双	
办公地址	厦门市思明区前埔路 168 号（五楼）	厦门市思明区前埔路 168 号（五楼）	
电话	0592-3795739	0592-3795714	
电子信箱	cindyli@easepal.com.cn	zjs.zheng@easepal.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

公司是中国领先的集品牌、营销、研发、制造、服务为一体的国际化智能健康产业集团，主要经营包括保健按摩、健康环境、家用医疗等系列产品。公司以“为客户提供智能健康产品+服务”为使命，从2011 年开始了从“产品制造”向“产品+服务”模式的转型。通过“挖掘需求、服务客户、自主研发、精益制造及全球行销”一体化价值链经营，持续为客户创造新的健康服务价值。

公司从事的主要业务包括全球品牌经营和 ODM 出口经营。报告期内，公司在亚洲、北美、欧洲三大保健按摩核心市场自主品牌与渠道布局完成后，针对全球各地消费市场健康需求的不同偏好及差异，公司持续加大全球消费市场端的调研和客户沟通交流，持续加大设计与开发的投入，积极挖掘各个市场的潜在价值与客户需求，主动培养与引导消费，这些自主品牌的销售一直在逐步成长、开始放量，经营质量稳步提升，多个区域已跃居当地市场前三。报告期内，公司的 ODM 出口业务仍然稳踞龙头，已连续十二年位居行业出口排名第一，产品遍及全球 60 多个国家和地区，与 Homedics、Honeywell、日本松下等一系列国际领先健康品牌建立稳固合作关系。

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	3,451,383,192.65	2,830,727,191.13	21.93%	2,811,257,799.43
归属于上市公司股东的净利润	251,030,468.26	180,553,948.26	39.03%	140,218,107.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	191,502,969.61	123,895,897.97	54.57%	106,841,564.82
经营活动产生的现金流量净额	119,162,503.59	141,961,366.13	-16.06%	142,555,667.21
基本每股收益（元/股）	0.46	0.33	39.39%	0.26
稀释每股收益（元/股）	0.45	0.33	36.36%	0.26
加权平均净资产收益率	10.36%	8.03%	2.33%	6.61%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	4,398,000,953.18	3,924,634,283.70	12.06%	3,323,697,333.17
归属于上市公司股东的净资产	2,522,934,831.81	2,312,583,851.20	9.10%	2,178,769,660.91

(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	549,923,077.34	716,702,707.74	1,093,556,288.04	1,091,201,119.53
归属于上市公司股东的净利润	2,142,596.36	48,696,673.17	97,545,605.53	102,645,593.20

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-9,015,094.33	36,422,995.88	76,637,797.01	87,457,271.05
经营活动产生的现金流量净额	-111,034,411.15	144,744,803.30	-159,465,222.08	244,917,333.52

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	41,927	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	31,996	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	
李五令	境内自然人	27.82%	154,389,090	115,791,817			
邹剑寒	境内自然人	27.82%	154,389,000	115,791,750			
张泉	境内自然人	4.36%	24,216,000	18,162,000	质押	24,216,000	
中国银行股份有限公司—工银瑞信医疗保健行业股票型证券投资基金	其他	2.16%	12,000,000	0			
全国社保基金一一八组合	其他	1.43%	7,927,460	0			
中国银行—嘉实成长收益型证券投资基金	其他	1.33%	7,359,250	0			
魏罡	境内自然人	0.87%	4,839,149	3,629,362	质押	2,500,000	
中国农业银行股份有限公司—嘉实领先成长混合型证券投资基金	其他	0.76%	4,238,100	0			
曾建宝	境内自然人	0.52%	2,886,800	2,615,625			
全国社保基金—零四组合	其他	0.42%	2,309,892	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明			以上持股 5% 以上股东邹剑寒先生与李五令先生为一致行动人。				
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

适用 不适用

三、经营情况讨论与分析

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

1、报告期经营情况简介

公司以“为客户提供智能健康产品+服务”为使命，从2011年开始了从“产品制造”向“产品+服务”模式的转型。通过“挖掘需求、服务客户、自主研发、精益制造及全球行销”一体化价值链经营，持续为客户创造新的健康服务价值。

(1) 挖掘客户需求，主动引导消费

公司所处健康产业中的保健按摩器具行业目前全球市场规模近100亿美元，国内市场规模近90亿人民币，处于起步阶段。日本和韩国市场保健按摩器具家庭保有量相对较高，分别为20%和12%，中国仅为1%-2%左右。行业的发展除了消费升级、人口老龄化、亚健康群体增加等因素带来自然增长外，最主要还是商家能深入挖掘客户需求，主动引导消费。近年来，基于全球各地消费市场健康需求的不同偏好及差异，公司持续加大全球消费市场端的调研和客户沟通交流，持续加大设计与开发的投入，积极挖掘各个市场的潜在价值与客户需求，开发能更进一步提升客户健康生活品质、解决客户痛点的产品及解决方案。以中国市场为例，结合物联网、移动互联、大数据、云服务等新兴技术的发展，公司一方面深入挖掘保健按摩器具的功能突破与技术创新，另一方面深入研究移动支付习惯培养下场景时间消费的运营模式升级，从而更加贴近客户需求进行创新。报告期内，历经两年研发的OG7598C旗舰产品，以其首创的御手温感4D机芯、1.35米超长L型导轨、足膝全方位按摩，以及独到的脊椎和全身多个穴位精准按摩产品特点，不仅树立了业内按摩椅新的标杆，还通过一系列自主专利的布局，有效地构建了系列产品技术“护城河”，该产品一经推出，广受客户好评。

(2) 服务连客户，深耕“产品+服务”模式

公司提出了由“产品制造”向“产品+服务”模式的转型，通过公司旗下品牌、渠道、产品及服务链接客户，通过与客户沟通挖掘客户需求，从而有效地服务于客户，提升客户满意度。一方面，公司以全面售后服务体系为目标，在全球各主要市场，建立了及时响应、快速解决的专业售后团队及服务模式，极大地提升了售后服务效率，提高了客户满意度；另一方面，通过深入挖掘按摩椅功能突破与创新，历经三年开发的健康管理按摩椅在用户的体征检测上取得了突破性进展，使得服务功能可以和产品有机结合，通过健康管理服务平台打通用户与服务的连通、交互，为客户提供更加精准的健康解决方案，该模式得到了市场的认可，2017年初公司与漳州片仔癀药业股份有限公司以及康美健康云服务有限公司分别签署战略合作协议，齐力深耕“产品+服务”的商业模式，共同在产品、渠道、平台及行业资源等方面全面展开深度的战略合作。

(3) 持续自主研发，聚焦智能健康服务创新

“水之积也不厚，则其负大舟也无力。”技术进步是促进产业发展的主要推动力。公司自创立以来一直重视研发创新，拥有保健按摩器具行业最大规模的技术研发团队，每年研发投入占营业收入近 5%。报告期内，公司投入研发费用 1.34 亿人民币，申请核心技术专利和软件著作权 211 项，同比增长 90%，公司已荣获国家知识产权管理体系认证。

报告期内，公司围绕智能健康产业转型升级，强化自主创新能力建设，积极开展与外部科研机构、医学院校的产学研合作。主导筹建中医智能推拿按摩健康（中国）研究院，重点从事中医基础理论、操作技法、健康智库、推拿大师手法数字化采集与实现等研究，在人工技法与机械手臂的技术转换、产品智能模拟推拿按摩、医疗实验和临床研究等领域开展跨界技术攻关。

(4) 精益制造，提升品质与生产效率

公司进一步整合资源，持续推动精益生产的深度改造和推广。一方面加强公司内在体系的改造与优化，通过线体精益改造、工艺精益改造、自动化投入以及管理人员精益能力提升，带动生产效率同比去年大幅提升 20%。另一方面实施“走出去，合作共赢”的升级之路，通过与世界一流的按摩椅制造商日本松下在工程制造方面深度合作，共建精益制造体系。

目前公司精益产线已进入自主持续改善的运行阶段，精益制造的深度改造与推广，大大降低了制造成本，而产品品质更是在精益改造过程中不断得到提升。

(5) 全球行销，构建品牌能力

本着“全球化思维、本地化运作”理念，公司加大市场培养与消费引导，持续构建品牌能力。历经五年，公司在亚洲、北美、欧洲三大保健按摩核心市场均布下了自主品牌与渠道：公司自主品牌奥佳华“OGAWA”布局于中国、马来西亚、新加坡、香港、菲律宾、越南、中东等亚洲市场；“FUJIMEDIC”布局于日本市场，“FUJI”布局于台湾市场；“COZZIA”布局于北美市场；“MEDISANA”布局于欧洲市场。截止报告期末，公司已在全球设立专卖店/专柜 800 多家。

报告期内，公司旗下奥佳华“OGAWA”品牌运营中心成立，并完成了奥佳华“OGAWA”品牌各区

域新的经营层布局，奥佳华“OGAWA”品牌整合全面完成，形成了品牌、营销、产品、服务全球管理体系。尤其成立了奥佳华“OGAWA”技术中心、创新设计中心、产品策划中心等职能部门，使得奥佳华“OGAWA”在纵向一体化的价值链经营战略基础上，能够围绕各区域市场、客户的差异化和个性化的不同需求，主动进行自主调研、提前规划、创新设计和研究开发，积极推动产品按市场、按零售价位、按时间节点保质保量上市销售。

公司旗下“FUJIMEDIC”品牌在深耕日本市场多年后，逐步提升了对日本市场的认知和运营能力。报告期内，“FUJIMEDIC”以电视购物渠道为突破口，特别是与 Shopchannel 电视购物公司合作在黄金档时段播出保健按摩产品与健康运动产品，取得较好的销售业绩，提升了“FUJIMEDIC”的品牌知名度。品牌知名度的提升，又推动了与其他电视购物公司及线下渠道的合作进程，从而实现了“FUJIMEDIC”品牌在日本近 200%的营业收入增长及近 600%的利润增长。

公司旗下“FUJI”合资品牌深耕台湾市场二十多年，经营团队深谙台湾大众按摩消费需求，自 2015 年度公司控股“FUJI”以来，依托公司的研发、制造实力，“FUJI”品牌的产品力得到了强有力的支持。报告期内，“FUJI”经营团队通过一系列新品策划与营销推广，“FUJI”品牌在台湾市场知名度大幅提升，当年实现了近 100%的利润增长。

报告期内，公司完成了德国上市公司“MEDISANA”的收购，依托公司海外客户渠道优势及“MEDISANA”积累的家用医疗级产品线和技术，公司快速着手欧洲及北美品牌、渠道整合与布局。

随着品牌能力的构建与积累，早期开发的国际市场已开始放量。未来，通过各个市场消费需求的深挖以及研发创新的升级，公司自主品牌业务将迎来质的跨越和量的突破。

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
健康、保健产品	602,359,728.95	404,234,095.74	32.89%	26.33%	18.20%	4.61%
按摩小电器	1,690,431,545.56	1,154,514,156.36	31.70%	25.14%	22.63%	1.40%
按摩居室电器	817,397,196.48	417,579,969.91	48.91%	10.28%	0.17%	5.16%
其他	270,620,246.52	185,288,183.37	31.53%	47.67%	43.55%	1.97%
合计	3,380,808,717.50	2,161,616,405.38	36.06%	22.84%	18.16%	2.53%

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

1、重要会计政策变更

(1) 执行《增值税会计处理规定》

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》(财会[2016]22 号)，适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关交易。本公司执行该规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额
(1) 将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。	不适用	税金及附加
(2) 将自2016年5月1日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016年5月1日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。	不适用	调增税金及附加本年金额5,338,679.50元，调减管理费用本年金额5,338,679.50元。

(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

2016 年新增合并单位 1 家单位：MEDISANA AG

(4) 对 2017 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用



厦门蒙发利科技(集团)股份有限公司

法定代表人：邹剑寒

2017 年 4 月 23 日