

证券代码：002127

证券简称：南极电商

公告编号：2017-031

南极电商股份有限公司 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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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

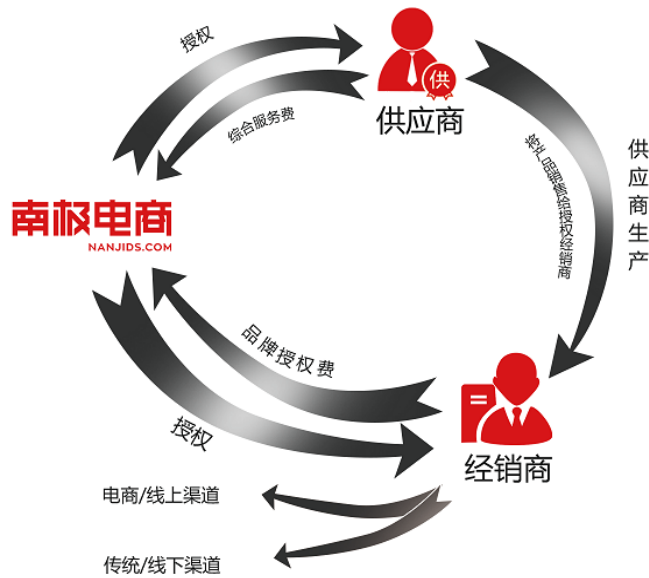
| | | | |
|--------------|---------------------------|-----------------------|--------|
| 股票简称 | 南极电商 | 股票代码 | 002127 |
| 股票上市交易所 | 深圳证券交易所 | | |
| 变更前的股票简称（如有） | 不适用 | | |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 | |
| 姓名 | 刘楠楠 | 吴晓燕 | |
| 办公地址 | 上海市黄浦区凤阳路 29 号新世界商务楼 18 楼 | 江苏省苏州市吴江区盛泽镇立新路 738 号 | |
| 电话 | 021-63461118-8883 | 0512-63574760 | |
| 电子信箱 | liunannan@nanjids.com | wxy@nanjids.com | |

2、报告期主要业务或产品简介

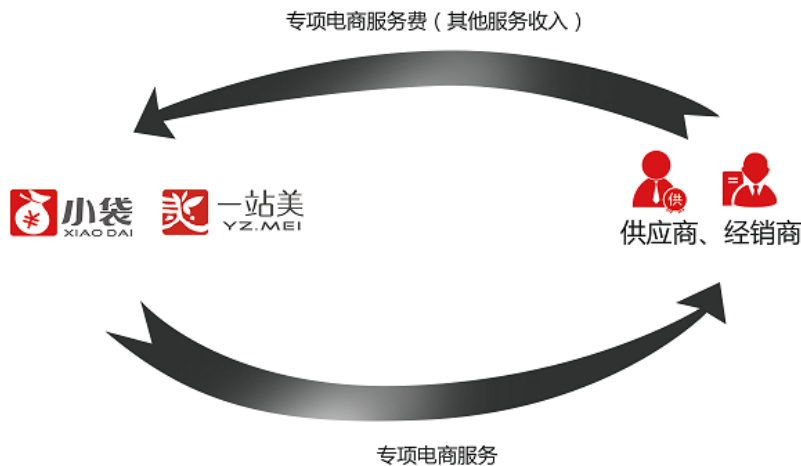
公司是经营品牌授权、电商服务、个人品牌业务、柔性供应链园区业务及少量货品销售业务的品牌商、电商服务商。LOGO品牌、IP品牌、个人品牌组成的品牌矩阵是公司业务的核心，公司以此为根基不断深耕业务深度、延伸业务范围。

品牌授权即公司对符合授权资质的供应商、经销商授予公司旗下某一个或多个品牌的生产、经营权利。电商服务包括一般电商服务及专项电商服务。品牌授权与一般电商服务紧密相连，一般电商服务即公司根据不同的品牌及合作伙伴的需求为其提供质量管控、设计研发、爆款推送、经销资源推介、电商渠道资源

推介、协助开店、辅导吸引流量及提升转化率等服务。在此过程中，公司向授权供应商收取综合服务费，向授权经销商收取品牌授权费，分别体现为品牌综合服务收入及经销商授权收入。



专项电商服务即公司根据客户的专项需求，为客户提供图片美化、店铺装修、供应链金融等服务，并根据实际服务内容、参考行业标准收取专项服务费，该业务体现为其他服务收入。



其他服务收入中还包括个人品牌业务收入，即公司以Pony、母其弥雅等个人品牌形象开展的业务。公司根据不同个人的特点及风格规划对应品牌的经营品类及运作模式，灵活采用自营、合作运营、委托运营等方式拓展实体产品经营、广告等业务，充分挖掘内容建设、社交营销、粉丝经济的空间，打造高品质内涵的时尚品牌。

柔性供应链园区业务即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。报告期内园区业务稳步发展。

报告期内公司的主营业务未发生重大变化，因公司更加注重品牌矩阵的夯实与拓展，包括个人品牌业务、内容建设、工具建设等在内的新经济业务，故柔性供应链园区业务偏稳健发展、货品销售业务大幅收缩，报告期内，该两项业务取得的收入分别占收入总额的3.12%、3.71%，同比增减分别为109.76%、-81.96%。

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 | 520,981,501.43 | 389,229,106.20 | 33.85% | 273,520,949.20 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 301,144,671.46 | 171,819,355.12 | 75.27% | 66,500,866.81 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 290,463,549.52 | 165,688,709.54 | 75.31% | 63,385,943.78 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 457,357,673.45 | 37,080,935.68 | 1,133.40% | 41,642,820.39 |
| 基本每股收益（元/股） | 0.20 | 0.30 | -33.33% | 0.11 |
| 稀释每股收益（元/股） | 0.20 | 0.30 | -33.33% | 0.11 |
| 加权平均净资产收益率 | 21.76% | 43.88% | -22.12% | 24.41% |
| | 2016 年末 | 2015 年末 | 本年末比上年末增减 | 2014 年末 |
| 资产总额 | 2,046,796,382.98 | 1,372,789,852.00 | 49.10% | 400,830,619.09 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 1,534,382,268.86 | 1,233,237,597.40 | 24.42% | 305,663,125.14 |

(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 | 42,578,002.99 | 116,441,163.82 | 143,906,034.47 | 218,056,300.15 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 16,312,776.19 | 68,766,035.89 | 59,203,016.30 | 156,862,843.08 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 10,878,783.82 | 68,003,994.37 | 55,240,143.82 | 156,340,627.51 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 13,426,988.38 | 46,242,658.98 | -11,668,517.14 | 409,356,543.23 |

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 | 27,103 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 19,586 | 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 | |
| 张玉祥 | 境内自然人 | 26.78% | 411,929,782 | 411,929,782 | 质押 | 151,490,000 | |
| 蒋学明 | 境内自然人 | 7.80% | 120,000,000 | | 质押 | 119,500 | |
| 吴江新民实业投资有限公司 | 境内非国有法人 | 6.12% | 94,142,614 | | | | |

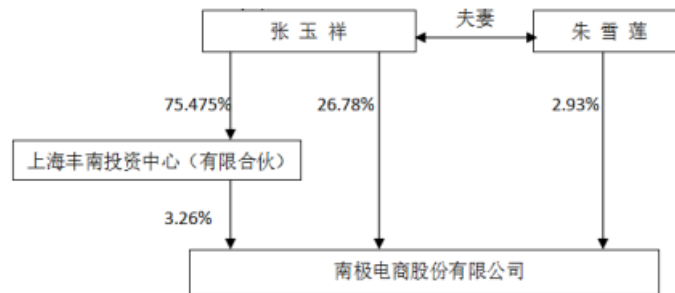
| | | | | | | |
|-------------------------|---|-------|------------|------------|----|---------|
| 东方新民控股有限公司 | 境内非国有法人 | 5.54% | 85,162,020 | | 质押 | 810,000 |
| 江苏高投成长价值股权投资合伙企业（有限合伙） | 境内非国有法人 | 3.39% | 52,176,484 | 52,176,484 | | |
| 上海丰南投资中心（有限合伙） | 境内非国有法人 | 3.26% | 50,079,220 | 50,079,220 | | |
| 朱雪莲 | 境内自然人 | 2.93% | 45,071,298 | 45,071,298 | | |
| 崔根良 | 境内自然人 | 2.60% | 40,001,544 | | | |
| 中国工商银行－汇添富成长焦点混合型证券投资基金 | 其他 | 2.32% | 35,630,000 | | | |
| 李文庆 | 境内自然人 | 1.95% | 30,000,000 | | 质押 | 284,000 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 上述股东中，张玉祥、朱雪莲为夫妻，与上海丰南投资中心（有限合伙）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



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

(1) 公司债券基本信息

| 债券名称 | 债券简称 | 债券代码 | 到期日 | 债券余额（万元） | 利率 |
|------|------|------|-----|----------|----|
|------|------|------|-----|----------|----|

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

| 项目 | 2016 年 | 2015 年 | 同期变动率 |
|----|--------|--------|-------|
|----|--------|--------|-------|

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

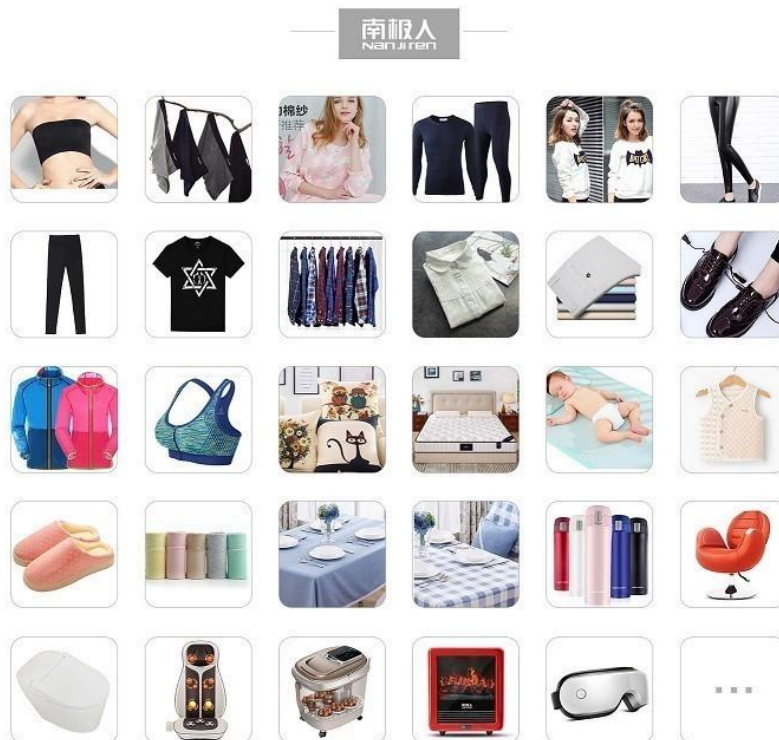
公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

因公司授权经销经营的产品大多经线上销售渠道即电子商务而实现，故电商行业的情况与公司的业务发展具有较为密切的关系。据艾瑞咨询《年度数据发布-互联网金融2016》，2016年中国电子商务市场交易规模20.2万亿元，增长23.6%。其中网络购物增长23.9%，本地生活O2O增长28.2%，电子商务行业环境向好。同时，网红品牌、社交营销、文娱产业近年来发展迅速，逐渐成为新的消费趋势。以上因素为公司各项业务拓展提供了较好的行业环境。

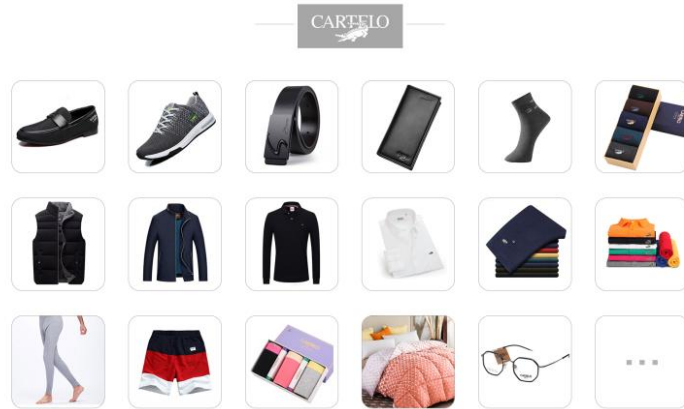
公司在报告期内取得了长足进步。一方面，深耕存量品牌授权、电商服务等业务，提升服务品质、增强客户粘性，另一方面，围绕建设品牌矩阵拓展新经济业务，包括IP业务、网红业务及基于品牌业务拓展的内容建设、工具建设与渠道建设，在打造有内容、有格调、有持续生命力的时尚品牌过程中，激发公司拓展周边、增加新的盈利增长点。报告期内，公司实现收入总额5.21亿元，实现归属于上市公司股东净利润3.01亿元，同比分别增长33.85%、75.27%。

(一)品牌矩阵得以进一步夯实和拓展

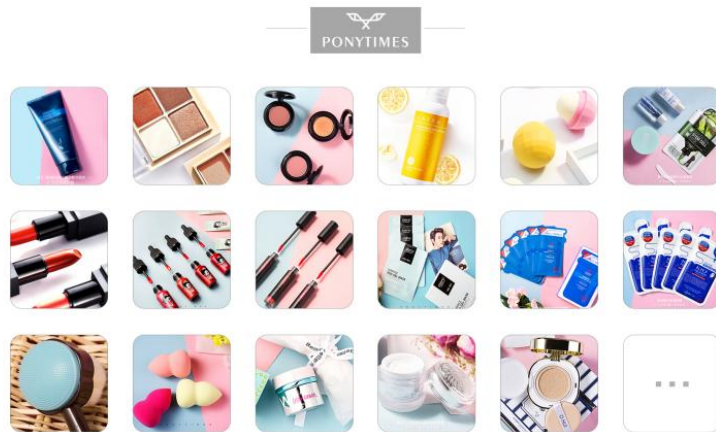
首先，品牌矩阵大为丰富。在LOGO品牌方面，公司于2016年6月协议收购CCPL95%股权，并于2016年7月完成交割，拥有包含 CARTELO 及鳄鱼图、卡帝乐、卡帝乐鳄鱼、卡帝乐及图等在内的“CARTELO”品牌及完整的商标权利。卡帝乐的品牌定位及优势类目对公司原有“南极人”品牌是较好的定位及类目补充，使公司的中高阶品牌布局初步落地。



其次，南极人、卡帝乐鳄鱼等品牌都实现了产品类目的横向、纵向扩展。截至报告期末，南极人品牌一级类目57个，二级类目320个，相比2015年度分别增加37个、191个，新增唐装、婚纱、3C数码、生活电器、餐饮具、家装等类目，在原有一级类目下拓展了移动电源、手机壳、毛绒玩具、取暖器、茶具等二级类目；卡帝乐鳄鱼品牌一级类目10个，二级类目184个，包括男装、内衣、鞋品、箱包皮具、运动户外等。另外，伴随着品牌、类目的增加，授权供应商、经销商的数量也随之增长。截至报告期末，南极人品牌授权供应商达562家，授权经销商达1649家，相比2015年度分别增加140家、596家。卡帝乐鳄鱼品牌授权供应商达40家，授权经销商达205家。



在IP品牌方面，于2016年11月收购经典泰迪系列中文及图形商标第1-35类，为公司开拓高端童装、母婴、家纺等提供了品牌空间。在个人品牌方面，公司于2016年6月签约“亚洲美妆天后”，并于2016年第四季度落地PONYTIMES 美妆及PONY COLLECTION服装项目。于2016年12月与“亚洲最美瑜伽教练”母其弥雅签订合作协议，开拓休闲户外、瑜伽用品类目。

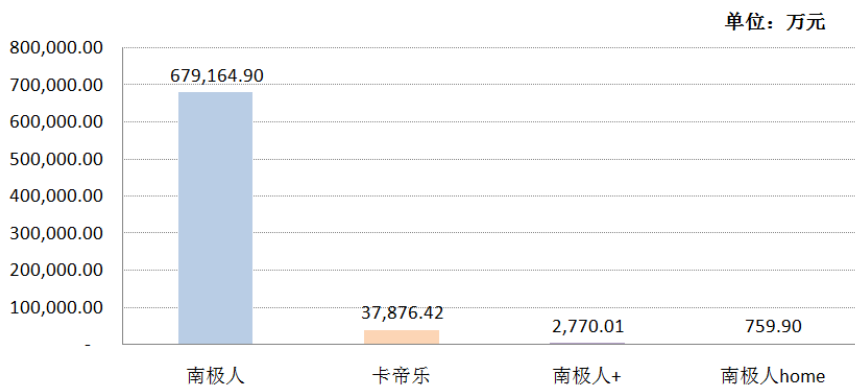


(二) 品牌产品线上渠道业绩卓著

1、品牌整体GMV实现大幅增长

报告期内，因品牌增多、类目的横向及纵向扩展、公司旗下品牌包括南极人及副牌（南极人discover、南极人home）、卡帝乐鳄鱼的产品在电商渠道取得了较好业绩，各品牌在阿里、京东、唯品会可统计GMV达72.06亿元，其中，南极人品牌在上述三个平台的可统计销售金额达67.92亿元、卡帝乐鳄鱼在上述三个平台的可统计销售金额达3.79亿元。

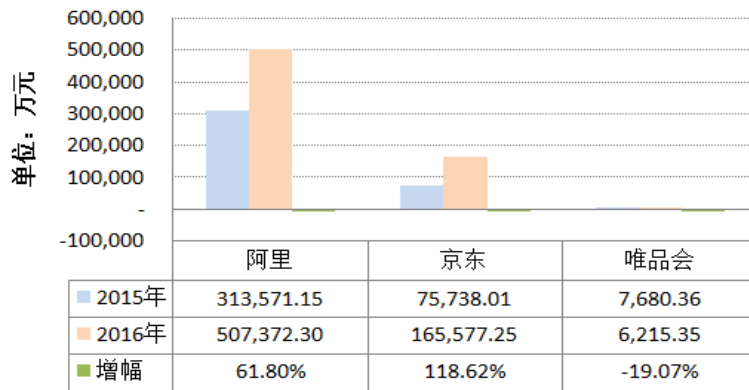
2016年公司旗下品牌在阿里、京东、唯品会实现的GMV数据



得益于报告期内南极人品牌的品类扩展、授权供应商及经销商体系壮大、品质提升及较好的线上运营，

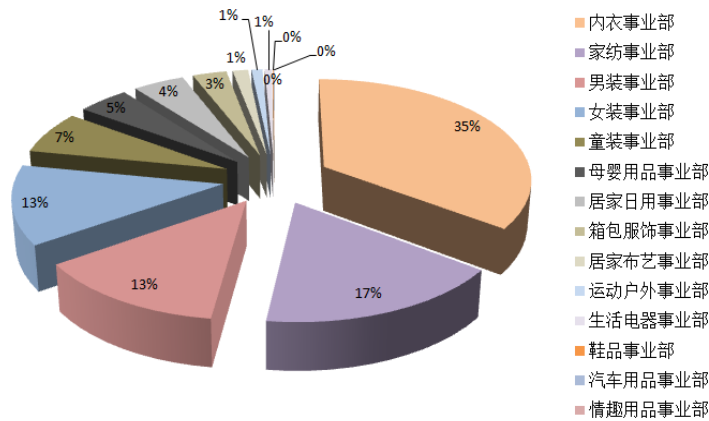
南极人品牌产品的GMV数据在报告期内取得了较好业绩，在阿里平台实现GMV50.74亿元，同比增长61.80%；在京东平台实现GMV16.56亿元，同比增长118.62%。

2015年、2016年南极人品牌各平台GMV对比



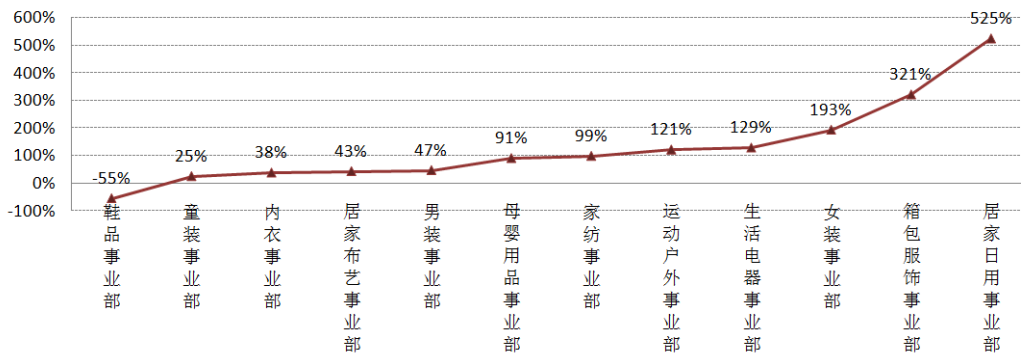
公司的品牌授权及一般电商服务采用事业部制，即每个事业部负责特定产品类目的全业务流程。如此，既能提高产品类目的运营效率，又能较为快速地培养人才。报告期内，南极人品牌共有17个事业部，报告期内已正式运营的事业部终端GMV占比如下图所示：

2016年南极人品牌各事业部GMV占比



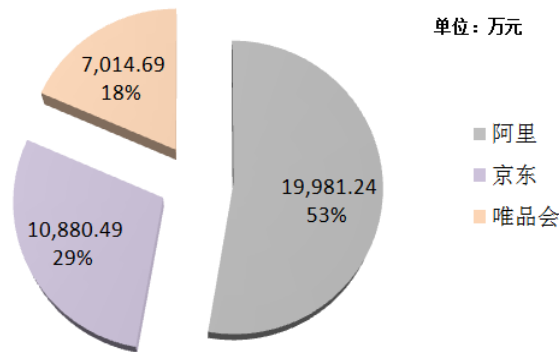
报告期内，南极人品牌实现100%以上GMV增幅的事业部达5个，包括运动户外事业部、生活电器事业部、女装事业部、箱包服饰事业部、居家日用事业部；报告期内新增事业部实现收入的包括汽车用品事业部及情趣用品事业部。

2016年南极人品牌各事业部GMV增幅



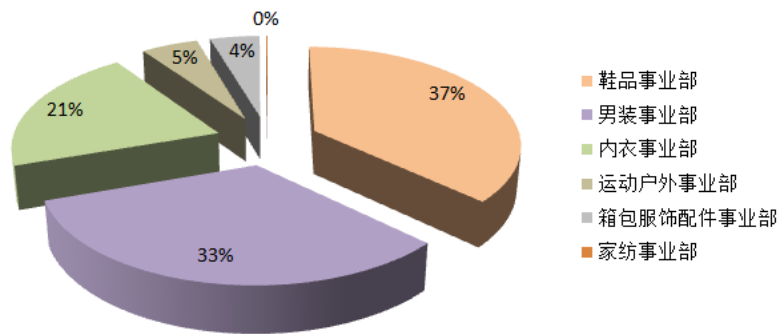
报告期内，卡帝乐品牌共有19个事业部，报告期内已正式运营的事业部终端GMV在阿里、京东、唯品会占比如下图所示：

2016年卡帝乐品牌各平台GMV占比



卡帝乐品牌定位中高档产品，注重品质管控、设计研发，足迹遍及全国各大城市和地区，更成功地将实体销售与线上销售完美结合，扩大市场占有率。

2016年卡帝乐品牌各类目GMV



2016年度双十一期间，实现全品牌、全平台GMV6.3亿元(含阿里、京东、唯品会等)，“双十一”当天在阿里平台实现GMV(总成交额)4.94亿元，相比去年增幅达82.96%，其中，南极人品牌实现GMV4.68亿元(单品牌同比增幅分别为73.47%)，卡帝乐品牌实现GMV0.25亿元，在京东活动期间，南极人品牌实现GMV1.01亿元(单品牌同比增幅达235.11%)，卡帝乐品牌实现GMV0.14 亿元，且多个类目实现了100%以上的增速。品牌产品的终端GMV的稳步增长充分体现了公司品牌的生命力。

2、南极人、卡帝乐鳄鱼多品类全面发展

报告期内，品牌实现持续的横向、纵向品类扩张，目前南极人品牌一级类目达57个、二级类目达320个，卡帝乐品牌一级类目达10个，二级类目达184个，基本涵盖日常消费品的各个方面。依托公司较强的电商运维能力、线上渠道资源及授权经销商的运营与配合，多品类实现了较为高速增长，且年度内打造了多个爆款，如女装打底裤、婴儿尿不湿、纸巾、羽绒服、冲锋衣、保暖裤、内裤、暖宝宝、足浴盆等。

(三) 新经济逐步落地

公司在新经济布局的开局之年有较多收获。逐步拓展的新经济业务包括IP、网红业务初步落地，工具建设、内容建设的思路也逐渐清晰。

公司在2016年度实施重大资产重组事项，拟以股份及现金支付的方式收购北京时间互联科技有限公司100%股权，切入移动互联网营销领域，未来将充分发挥双方的协同效应，在为公司的品牌建设与推广预备较好的流量渠道、铺路精准大数据营销的同时，为时间互联提供上市公司的资源，使其在移动互联网营销领域做强做大，并适时拓展新业务。

(四) 公司治理水平持续提升

1、进一步完善内控体系

公司根据实际发展情况及内控需要，不断完善业务、财务、人事、法务各模块的内控制度体系，防范经营风险，通过内控体系的持续完善与严格执行提升各项内部流程的规范性及时效性，为业务发展提供良好的制度保障。

2、组织架构及绩效考评体系持续创新

公司持续根据发展战略、业务板块、部门职能、市场竞争情况等需要适时、适当调整组织架构，完善绩效考评体系，充分发挥管理职能的功效，使组织架构及绩效考评作为业绩的正向催化剂。

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 |
|----------|----------------|---------------|--------|-------------|-------------|------------|
| 品牌综合服务业务 | 459,626,995.37 | 35,968,303.14 | 92.17% | 68.00% | 74.55% | 3.45% |

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

营业收入5209.82万元，同比增加33.85%，主要系2016年品牌扩张和产品线延伸策略的成功促使本年品牌服务费和标牌使用费收入大幅增长。

营业成本6654.90万元，同比减少37.91%，主要系经营业务进一步转型，高成本的成衣销售板块占比迅速减少所致。

由于前述营业收入增长和营业成本的下降的叠加效应，2016年度归属于上市公司普通股股东的净利润达到3011.45万元，同比增加75.27%。

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

本期新增子公司：

| 序号 | 子公司全称 | 子公司简称 | 合并报表期间 | 纳入合并范围原因 |
|----|-----------------------------------|---------|------------|-------------|
| 1 | 深圳前海禧汇商业保理有限公司 | 前海禧汇 | 尚未经营 | 新设 |
| 2 | 余姚一站通网络科技服务有限公司 | 余姚一站通 | 尚未经营 | 新设 |
| 3 | 义乌品恒网络科技有限公司 | 义乌品恒 | 2016年3-12月 | 新设 |
| 4 | 诸暨一站通优链电子商务有限公司 | 一站通优链 | 2016年4-12月 | 新设 |
| 5 | NANJI INTERNATION CO,LTD | NANJI | 2016年7-12月 | 新设 |
| 6 | CARTELO CROCODILE PTE LTD | CARTELO | 2016年8-12月 | 非同一控制下的企业合并 |
| 7 | 极文武（上海）文化有限公司 | 极文武 | 尚未经营 | 新设 |
| 8 | TOTAL CLASSIC INVESTMENTS LIMITED | CLASSIC | 尚未经营 | 新设 |

本期减少子公司：

| 序号 | 子公司全称 | 子公司简称 | 本期未纳入合并范围原因 |
|----|-----------------|-------|-------------|
| 1 | 上海南薇城电子商务有限公司 | 南薇城 | 注销 |
| 2 | 上海尚优品供应链管理有限公司 | 尚优品 | 注销 |
| 3 | 义乌一站通网络科技服务有限公司 | 义乌一站通 | 注销 |

(4) 对 2017 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

南极电商股份有限公司

董事长：张玉祥

2017 年 4 月 26 日