

证券代码: 300729

证券简称: 乐歌股份

公告编号: 2018-046

# 乐歌人体工学科技股份有限公司 2017 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	无法保证本报告内容真实、准确、完整的原因
----	----	----------------------

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
-----------	-----------	-----------	--------

立信会计师事务所(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由变更为立信会计师事务所(特殊普通合伙)。

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 86000000 为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 2.00 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 0 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	乐歌股份	股票代码	300729
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	傅凌志	白咪	
办公地址	宁波市鄞州区日丽中路 757 号奥克斯大厦 20 楼	宁波市鄞州区日丽中路 757 号奥克斯大厦 20 楼	
传真	0574-88070232	0574-88070232	
电话	0574-55007473	0574-55007473	
电子信箱	law@loctek.com	law@loctek.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### (一) 主营业务、主要产品的基本情况

##### 1、主营业务介绍及报告期业务开展概况

公司主营业务为人体工学家具产品的研发、生产及销售,致力于以人体工学家具产品创新日常生活与办公方式,通过产品创新与组合为用户提供舒适、健康、安全和高效的人体工学家具产品。报告期内,公司主营业务未发生变化。

报告期内，公司实现营业收入747,830,821.99元，较上年同期增长53.29%；归属于上市公司股东的净利62,827,782.33元，较上年同期增长4.57%。公司资产质量良好，财务状况健康，是国内人体工学行业的领导品牌和标杆企业。

**2、主要产品及应用**

公司目前产品主要包括人体工学工作站、人体工学大屏支架等系列产品等。人体工学工作站系列产品主要包括升降台、升降桌、桌边健身车、电脑支架；人体工学大屏支架主要包括大屏支架功能款和大屏支架基础款，公司产品广泛应用于日常生活、办公领域，以及智慧城市、智能工厂、医疗、金融、IT、电竞等专业领域。

(1) 主要产品示例



升降台

升降桌

娱乐学习健身车



桌面显示器支架



笔记本支架



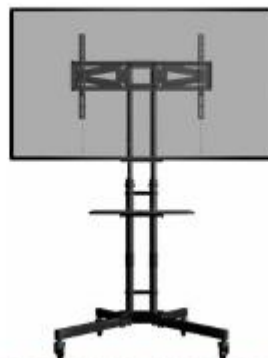
多屏支架

平板电视支架

电子白板支架

曲面电视支架

人体工学大屏支架产品



(2) 产品组合应用场景

公司主要产品的组合应用场景主要涵盖办公领域、生活领域以及专业应用领域等。

1) 办公领域



公司电脑支架、升降桌、升降台等人体工学工作站系列产品通过产品创新与组合提供健康、高效办公的人体工学家具产品，致力于改变用户传统办公环境和方式，实现坐、站、动各种行为姿势的自由转换，针对性解决职场人群普遍存在的颈椎病、腰椎病以及久坐引起的腰腹赘肉、肠胃不适等亚健康问题，同时提升用户的办公舒适度及工作效率。

### 2) 生活领域



公司人体工学大屏支架产品从基础的固定承载功能发展出通过机械、电控方式实现自由悬停、水平移动、多角度调节、多面旋转等多种个性化功能，有效实现了空间优化并向用户提供了舒适、安全的观赏体验。同时，通过人体工学家具产品的组合应用，用户在观看电视的同时，可轻松进行个性化、碎片化的办公、健身，满足多层次的需求。

公司升降桌产品通过智能电控的方式实现升降桌的运动控制和高度调整，满足不同身高、不同坐姿习惯用户的舒适性需求，适应青少年成长期脊柱正常发育带来的身高变化，通过坐站交替降低长期保持固定姿势对人体健康造成的损害。

### 3) 专业应用领域



人体工学家具产品在智慧城市、智能工厂、医疗、金融、IT、电竞等专业领域均存在广泛的行业应用需求，既包括多屏信息快速获取的共性需求，也包括适用于行业特点的差异化需求。公司致力于根据细分领域特点，打造生产力提升专业解决方案。

根据《国家新型城镇化规划（2014-2020）》，智慧城市建设方向包括：基础设施智能化、公共服务便捷化、社会治理精细化、产业发展现代化、规划管理信息化、信息网络宽带化等六个主要方向，在轨道交通、航空调度、电力能源、公共安全等智慧城市领域，公司的人体工学家具产品被广泛应用于信息指挥中心、安防监控系统为代表的智慧城市场景，负责全方位实时监控、快速收集信息、及时处理各类突发情况。公司人体工学家具产品能有效地提升信息获取、分析决策和应急处理能力，较大幅度提升工作效率。在智能工厂等通过智能控制、信息化操作实现工厂的办公、管理及生产自动化的领域，公司人体工学家具产品的应用能有助于构建安全、和谐、高效的工作环境，有效提高信息的收集分析速度，降低操作风险，有助于生产力的提升。在金融、IT 等需要长时间、大规模使用电子设备的行业，公司人体工学家具产品的应用既能满足信息快速获取与处理的共性需求，也能进一步打造舒适、健康的工作环境，有效地提升用户体验和工作效率。此外，在医疗、电竞等领域人体工学家具产品也有着广阔的应用空间。

## （二）公司主要经营模式

公司业务线覆盖市场调研、产品企划、研发设计、供应链管理、生产制造、渠道建设、品牌营销和售后服务等各个环节，实现对全价值链的有效控制。公司整体业务流程如下图所示：



公司采购、生产及营销等主要经营模式的具体情况如下：

### 1、采购模式

公司对外采购生产所需的原材料、零配件以及产品包装物。其中，原材料主要包括钢板、钢管、铝锭、塑料粒子等基础原材料；零配件主要包括标准件、定制件（铸件、冲压件、塑料件等）以及电子零配件（集成电路、半导体分立元件、马达等）；产品包装物主要包括彩盒、外箱、说明书等。公司制定了完备的采购制度及流程，与采购管理直接相关的部门包括采购部和品质保障部。其中，采购部负责供应商的选取、储备与管理，根据生产部门需求及库存情况制定采购计划，制定并执行采购合同；品质保障部负责与供应商事先沟通落实公司的质量政策和要求，并对采购的原材料、零配件、包装物等进行质量检验。在公司产生采购需求后，由采购部向供应商进行询价、比价和议价，确定具体的采购内容及价格后向供应商下达采购订单，公司收到货物并验收入库后在账期内进行付款。

### 2、生产模式

公司产品以自主生产为主，有利于保障产品质量及供应需求。对于电镀、氧化、抛光等能耗较高的工序，公司采用部分委外加工的方式。近年来，公司持续加大对自主生产的投入和升级，向着生产自动化、智能化、规模化的方向发展；不断升级生产线以适应更复杂工序产品的生产；延伸生产线以提升产品的自产率；同时建立严格的质量控制体系提升产品品质。

#### （1）自主生产

公司产品销售可分为自主品牌及贴牌两种模式：对于自主品牌产品，公司根据市场需求自行制定销售计划，并结合安全库存的要求组织生产；对于贴牌业务，公司根据订单组织生产。公司产品生产主要涉及模具设计与制造、连续模冲压成型、激光切割、机器人焊接、压铸成型、注塑成型、表面喷涂、电子组装、机械装配等环节，工艺门类齐全、生产工艺复杂，主要零部件的生产工艺自动化程度高，部分产品机、电结合，具有较高的复杂程度和技术含量。

#### （2）委外加工

公司对于电镀、氧化、抛光等能耗较高的表面处理工序采用部分委外加工的方式。公司将需要委外加工的半成品配件提供给委外加工单位进行作业，并向其支付加工费。

### 3、销售模式

公司坚持由“乐歌制造”向“乐歌品牌”转型，目前公司自主品牌产品销售收入占比已达到51.34%，已形成多类型、多渠道的多元化销售模式。

#### （1）境外线下销售

公司报告期内境外线下销售客户主要为长期合作的境外品牌商、大型连锁零售商、批发商，采用 ODM 销售为主，销售市场主要为北美及欧洲。此外，公司报告期内积极尝试境外自主品牌产品的经销商销售模式，目前销售占比较小，随着美国公司营销团队的日趋成熟，境外线下自主品牌产品的销售预计将得到提升。

#### （2）境内线下销售

公司报告期内境内线下销售客户主要为国内知名家电/电脑厂商、办公集成商、安防监控集成商，以及线下经销商、行业客户等。公司境内线下销售产品以自主品牌为主，亦有少量家电/电脑厂商采用双品牌或 ODM 的合作方式。

#### （3）线上销售

公司境内外线上销售主要通过大型电商平台进行，如境内的天猫、京东，境外的 Amazon、eBay 等。根据不同电商平台的经营特点，公司线上销售以 M2C 直营模式为主，分销模式为辅。

##### 1) M2C 直营模式

M2C 直营模式下，公司作为产品制造商通过电商平台直接面向最终消费者，减少了中间环节，使公司有效把控包括市场调研、产品企划、研发设计、供应链管理、生产制造、渠道建设、品牌营销和售后服务在内的全业务价值链，通过纵向一体化既实现了公司效益最大化，也提升了消费者购买及售后体验。公司在天猫旗舰店、Amazon、eBay 平台均以 M2C 直营模式为主。公司线上 M2C 直营模式销售流程主要包括：客户通过网店、网页下单购买，并通过网络支付手段进行支付，公司在确认支付后向客户寄送商品。

##### 2) 线上分销模式

公司与京东等电商平台及其他线上分销商之间的合作以分销模式为主，即主要由公司将产品销售给京东等分销商，再由其通过自身平台销售给最终消费者，并负责向消费者寄送商品。

### （三）主要的业绩驱动因素

## 1、国家产业政策驱动

2016年10月中共中央、国务院印发的《“健康中国 2030”规划纲要》奠定了未来 15 年健康中国建设的重要性，以人民健康为中心，推行健康生活方式，实现全面健康。2015 年 3 月 5 日，李克强总理在全国两会上作《政府工作报告》时首次提出“中国制造 2025”计划。中国制造 2025，是中国政府实施制造强国战略第一个十年的行动纲领。中国制造 2025 旨在对中国制造业进行转型升级，提质增效。2016 年 8 月，工信部、中国工程院、新华社和宁波市政府联合召开“中国制造2025”城市试点示范新闻发布会，宣布宁波为全国首个“中国制造 2025”试点示范城市。产业政策的推动以及行业的快速发展对公司营业收入起到了积极的推动作用。

## 2、健康消费理念升级驱动。

以颈椎、腰椎疾病为代表的亚健康状态已经成为困扰长时间使用电脑的白领、“网虫”的主要因素。根据国家卫生和计划生育委员会 2013 年的统计，我国骨关节炎患者超过 1 亿人，颈椎病患者 1.2 亿多人，腰椎病患者达到 2 亿多人；腰椎间盘突出症患者占全国总人数的 15.2%，其发病率已仅次于感冒。在世界卫生组织（WHO）公布的《全球十大顽症》中，颈椎病排序第二，仅次于心脑血管疾病；在全球 60 多亿人口中，颈椎的患病人群高达 9 亿。同时，由于长时间低头久坐学习和办公，颈腰椎病患者已经呈现低龄化趋势。在健康类消费日益受到人们重视的情况下，公司人体工学支架、坐立交替办公系统以及健身车等人体工学家具产品及组合能帮助人们缓解颈椎腰椎和视力疲劳，有效预防和消除亚健康问题，健康消费理念驱动下消费升级趋势，将带来公司人体工学产品消费需求的持续增长，市场规模也将不断扩大。

## 3、电子商务高速发展，促使交易规模正不断扩大。

近年来中国的电子商务行业蓬勃发展，而移动互联网的兴起以及各类 APP 在移动终端设备中的广泛应用，加快了电子商务行业的扩张。与健康办公、生活方式密切相关的人体工学家具产品也越来越在电商平台受到关注，电子商务平台的传播优势和便利优势也有利于此类新产品在消费者人群中的认知、推广，因此电子商务的高速发展也将推动公司人体工学产品同步蓬勃发展。

## 4、公司自身竞争力优势驱动。

公司凭借全价值链业务模式优势、经营团队和管理理念优势、知识产权综合优势、产品优势、营销网络优势、信息化优势等核心竞争力，进一步加大研发设计和新产品开发力度，拓展产品宽度、精耕产品深度、提升产品品质；加强线上线下、境内境外市场的开发力度，扩大产品销售规模，增强盈利能力；充分利用资本市场平台，募集资金投资优势项目，在加大研发投入、模具设计的同时，实现产能的合理扩张和生产自动化率的提升；借助资本市场平台，提高企业品牌知名度和产品认可度。公司自身竞争力优势成为业绩增长驱动的一个核心因素。

### （四）公司所处行业发展阶段及行业地位

公司所属行业为人体工学家具行业，按照中国证监会《上市公司行业分类指引》（2013 年修订），公司所处行业可归属于“C21 家具制造业”。与传统的生活、办公家具不同，公司产品的研发设计紧密围绕人体工学理念，除了需要考虑环境设计、外形设计、材料性能等方面外，还需要考虑消费者的人体生物力学结构及行为认知习惯等因素，构建舒适、健康、安全及高效的生活与办公环境。因此，公司所处行业为家具制造业中的人体工学应用细分领域，属于快速发展的新兴行业。

#### 1、人体工学家具行业概况

人体工学是一门研究人、机及其工作环境之间相互作用的系统学科，国际人类工效学学会将人体工学定义为：“人体工学是一门研究人类和机器及环境的相互作用的学科”。合理的人体工学设计能够帮助避免肢体的重复性劳损和其他肌肉骨骼疾病，从而保障职业健康、提升安全性、工作满意度和生产力。


国外人体工学理念提出较早，目前已进入相对成熟的发展阶段，应用领域拓展到了所有与人的活动相关的行业，包括办公用品、家具、服装、手工工具、装备、建筑、室内设计、交通工具以及太空设备等领域。在美国和欧洲等发达国家与地区，人体工学办公家具市场成熟度较高，目前人体工学理念已被广泛地运用到生活家具和办公家具的设计和生产中。

人体工学理念在国内家具行业的应用起步较晚，目前主要应用在桌椅、家电承载、床具、休闲健身器材等家具产品中。随着人们对健康舒适的生活、工作环境要求的不断提高，人体工学家具行业发展迅速，未来随着健康理念进一步驱动消费升级，以及国内消费者对人体工学家具产品的认知提升和消费习惯养成，运用人体工学原理所设计和生产的家具产品市场需求前景广阔。

根据前瞻产业研究院发布的《2015-2020 年中国大健康战略发展模式与典型案例分析报告》显示，美国的健康产业占 GDP 比重超过 15%，加拿大、日本等国健康产业占 GDP 比重超过 10%，而我国的健康产业仅占 GDP 的 4%-5%。未来十年将是大健康产业的黄金十年，与人们的生活、工作息息相关的健康办公、舒适生活的需求将成为大健康产业发展的重点之一，人体工学家具行业将迎来良好的发展机遇，未来人体工学家具产品的运用领域和场景也会愈发广阔和频繁。

#### 2、公司的经营特点和行业地位

公司在人体工学家具领域已精耕细作多年，目前已形成覆盖市场调研、产品企划、研发设计、供应链管理、生产制造、渠道建设、品牌营销和售后服务的全价值链业务模式。公司在人体工学家具市场具有较高的知名度和竞争优势。公司系国家级高新技术企业，电视支架商务部标准及行业标准的起草者，中国人类工效学学会团体成员单位。公司为中国最具市场竞争力的人体工学支架制造商之一。

公司坚持在国内外实施以“乐歌 ”为核心的自主品牌战略，并对产品和业务进行了人体工学应用和专利化战略转型升级，不断设计、研发人体工学家具产品，并积极申请国内外专利保护，在满足用户需求的同时，打造自身竞争壁垒。另一方面，公司从以大屏显示支架为核心的较为单一的产品结构拓展到了涵盖人体工学大屏支架、电脑支架、升降台、升降桌、桌边健身车等多元化的产品体系，进而为客户提供健康、高效、安全、舒适的人体工学家具产品。公司在海外市场拥有较为稳定的市场份额，在国内行业领域处于开拓者、领先者地位。

### 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

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：人民币元

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	747,830,821.99	487,862,606.10	53.29%	376,562,756.43
归属于上市公司股东的净利润	62,827,782.33	60,084,343.56	4.57%	50,858,265.03
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	53,452,122.61	64,024,343.95	-16.51%	40,145,355.45
经营活动产生的现金流量净额	67,370,627.32	38,892,501.59	73.22%	72,873,628.67
基本每股收益（元/股）	0.95	0.95	0.00%	0.85
稀释每股收益（元/股）	0.95	0.95	0.00%	0.85
加权平均净资产收益率	16.07%	20.09%	-4.02%	22.82%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	1,096,889,356.51	652,836,496.40	68.02%	445,284,813.95
归属于上市公司股东的净资产	687,295,912.54	336,916,590.35	104.00%	246,537,098.74

#### (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	155,287,415.89	187,768,698.06	187,007,430.03	217,767,278.01
归属于上市公司股东的净利润	15,410,859.44	15,994,931.75	11,526,942.00	19,895,049.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	12,804,013.11	10,742,774.20	11,062,073.34	18,843,261.96
经营活动产生的现金流量净额	8,032,042.38	27,866,339.56	14,592,418.11	16,879,827.27

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	19,265	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	13,450	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	

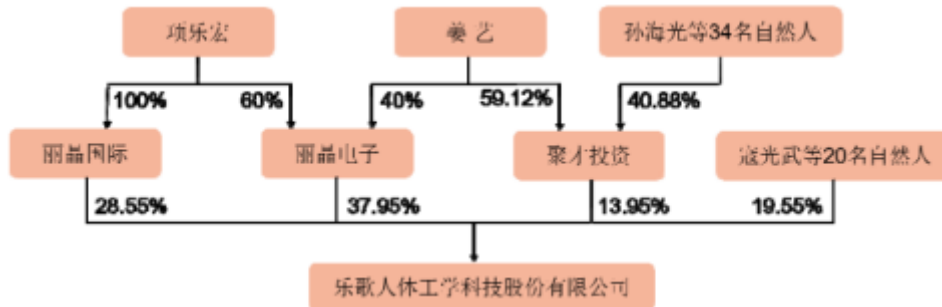
宁波丽晶电子有限公司	境内非国有法人	28.46%	24,478,320	24,478,320		
麗晶(香港)國際有限公司	境外法人	21.42%	18,417,540	18,417,540		
宁波聚才投资有限公司	境内非国有法人	10.47%	9,000,000	9,000,000		
高原	境内自然人	2.37%	2,040,000	2,040,000		
寇光武	境内自然人	2.37%	2,040,000	2,040,000	质押	2,040,000
王梅	境内自然人	1.16%	1,000,000	1,000,000		
马洁	境内自然人	1.16%	1,000,000	1,000,000		
陈默	境内自然人	1.16%	1,000,000	1,000,000		
朱伟	境内自然人	1.06%	914,580	914,580		
滕春	境内自然人	0.64%	548,760	548,760		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司董事长项乐宏通过丽晶国际控制公司 21.42%的股份，项乐宏、姜艺通过丽晶电子控制公司 28.46%的股份，姜艺通过聚才投资控制公司 10.47%的股份。项乐宏、姜艺夫妇通过丽晶国际、丽晶电子、聚才投资合计控制公司 60.35%的股份，系公司的共同实际控制人。					

(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

一、概述

公司主营业务为人体工学家具产品的研发、生产及销售，致力于以人体工学家具产品创新日常生活与办公方式，通过产品创新与组合为用户特别是长期伏案办公和久坐人群提供健康、高效、安全、舒适的人体工学家具产品。经过多年的发展与积累，公司已成为国内人体工学家具行业的领先企业，形成了覆盖市场调研、产品企划、研发设计、供应链管理、生产制造、渠道建设、品牌营销和售后服务的全价值链业务模式。



2017年，是公司发展历程中的里程碑，在战略上公司完成了首次公开发行股票并在创业板上市的相关工作，解决了公司在发展过程中需要的融资渠道及目前发展形势下所需的部分资金需求。在未来的发展过程中，公司将严格按照上市公司规范性的要求运作，也将借助资本市场这个平台更好地发展自己，以回报广大投资者。

报告期内，公司通过持续加强在品牌营销、产品及技术研发、柔性化生产制造、渠道建设等方面的工作，最大限度发挥公司在品牌、技术、制造、渠道、人才等方面优势。2017年公司实现营业收入747,830,821.99元，较上年同期增长53.29%；归属于上市公司股东的净利润62,827,782.33元，较上年同期增长4.57%。公司资产质量良好，财务状况健康，为中国人体工学办公家居领域的领导品牌和标杆企业。

报告期内，公司围绕品牌营销、产品和技术研发、柔性化生产制造、销售渠道开拓，重点实施了以下工作：

（一）高度重视人力资源建设

以质量和效率为导向，公司在研发、营销及供应链领域持续的引进高素质的人才，更有效地促进商品化转化的能力和生产效率的提升，更好地贯彻公司制定的质量管理体系、更快速的解决客户反映的问题，打造高效的服务体系。公司通过加大对人力资源建设和管理的力度，加快内部人才梯队建设和人才储备，采取有效措施进一步激活组织，为公司持续发展提供有力支持。

（二）坚定不移地实施自主品牌战略

2017年12月1日，公司在深圳证券交易所创业板上市。借助上市契机，公司通过M2C直营模式，即公司作为生产厂家直接面向消费者，通过减少流通环节降低销售成本，并提升消费者购买及售后服务体验，集中资源，形成合力，提高经营质量和盈利水平。同时，基于国内国际两个市场，通过品牌推广的措施，不断进行品牌出海、质量出海，包括口碑营销和口碑传播，加强消费者行为习惯研究，进行不同形式的营销活动尝试等，由“乐歌制造”全面向“乐歌品牌”转型，促进营业收入快速增长。目前公司自主品牌产品销售收入占比已达到51.34%。

（三）稳步推进大单品市场策略

2017年，公司持续推进大单品策略，升降台、升降桌、娱乐学习车作为乐歌大单品战略的三个品种，公司集中和调动市场优势资源，践行大单品模式，做大市场，完善价值生态链，开启新的增长周期。2017年公司销售收入实现了高速增长。

（四）积极开拓销售渠道

2017年，公司充分协同线上及线下资源，不断提升公司在跨境业务的运营质量，促进跨境电商业务实现更有质量的增长。在巩固并提升线上业务的同时，公司积极开拓和布局国内市场渠道，在全国范围内举办了一系列经销商会议，董事长作为公司CEO兼首席产品经理亲临现场宣讲。

（五）加强财务成本核算

2017年，公司持续加强对各业务板块的财务规划及分析能力，针对不同业务单位的经营特点，有针对性地从事成本、渠道、业务、生产等多角度提供优化及提升措施，优化成本结构，提升经营单位利润。

## 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
人体工学大屏支架	306,524,559.03	25,870,547.69	37.50%	0.92%	-38.72%	-22.41%
人体工学工作站	358,024,614.20	30,217,131.33	53.12%	169.62%	63.73%	-3.61%

## 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

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
(1) 在利润表中分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”。比较数据相应调整。	第三届董事会第十六次会议决议	本期列示持续经营净利润本年金额62,827,454.87元；列示终止经营净利润本年金额0.00元；上期列示持续经营净利润本年金额60,084,343.56元；列示终止经营净利润本年金额0.00元。
(2) 与本公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。比较数据不调整。	第三届董事会第十六次会议决议	其他收益2,466,064.77元。
(3) 在利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目。比较数据相应调整。	第三届董事会第十六次会议决议	本期营业外收入减少169,696.49元，营业外支出减少152,507.13元，重分类至资产处置收益。

执行《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》、《企业会计准则第16号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》。

财政部于2017年度发布了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自2017年5月28日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于2017年度修订了《企业会计准则第16号——政府补助》，修订后的准则自2017年6月12日起施行，对于2017年1月1日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于2017年1月1日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于2017年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于2017年度及以后期间的财务报表。

**(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

实际控制人项乐宏、姜艺夫妇及三位菲律宾自然人于2017年1月20日在菲律宾共同完成了乐歌人体工学（菲律宾）有限公司的初始设立，其资本金为1,500,000.00比索。项乐宏将其持有的全部60%股权转让给子公司沃美特（香港）有限公司，姜艺将其持有的全部38.5%股权转让给子公司美国乐歌有限公司，2017年3月10日已办理完成上述转让登记手续。此事项构成同一控制下企业合并，本期将乐歌人体工学（菲律宾）有限公司纳入合并范围。