

厦门海豹信息技术股份有限公司

2016 年年度报告摘要

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、重要提示

1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于全国股份转让系统公司指定信息披露平台（www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc）的年度报告全文。

1.2 没有董事、监事、高级管理人员对年度报告内容的真实性、准确性、完整性无法保证或存在异议。

1.3 公司全体董事出席了审议本次年度报告的董事会会议。

1.4 福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报表出具了标准无保留意见审计报告。

1.5 公司联系方式：

电话：0592-5161538

电子信箱：huangtiancai@taqu.cn

福建省厦门市软件园二期观日路 58 号 4 层

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

	本期	上年同期	增减比例
总资产	121,278,174.76	53,725,241.21	125.74%
归属于挂牌公司股东的净资产	75,096,881.23	47,996,876.15	56.46%
营业收入	102,934,975.66	59,441,159.19	73.17%
归属于挂牌公司股东的净利润	-9,700,994.92	-10,582,990.29	8.33%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-11,588,428.41	-11,000,476.65	-7.93%
加权平均净资产收益率%（依据归属于挂牌公司股东的净利润计算）	-17.51%	-29.57%	-
加权平均净资产收益率%（归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算）	-20.91%	-30.74%	-
基本每股收益	-0.21	-0.71	129.58%
稀释每股收益（元/股）	-0.21	-0.71	129.58%
归属于挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.57	3.20	-50.80%

2.2 股本结构表

股份性质		期初		本期变动	期末	
		数量	比例%		数量	比例%
无限售条件股份	无限售股份总数	0	0.00%	27,332,991	27,332,991	51.64%
	其中：控股股东、实际控制人	0	0.00%	3,352,443	3,352,443	7.03%
	董事、监事、高管	0	0.00%	6,013,991	6,013,991	12.61%
	核心员工	0	0.00%	0	0	0.00%
有限售条件股份	有限售股份总数	15,000,000	100.00%	5,367,009	20,367,009	42.70%
	其中：控股股东、实际控制人	4,469,925	29.80%	5,587,407	10,057,332	21.08%
	董事、监事、高管	8,019,990	53.47%	10,024,989	18,044,979	37.83%
	核心员工	0	0.00%	0	0	0.00%
总股本		15,000,000	15,000,000	-	32,700,000	47,700,000
普通股股东人数		25				

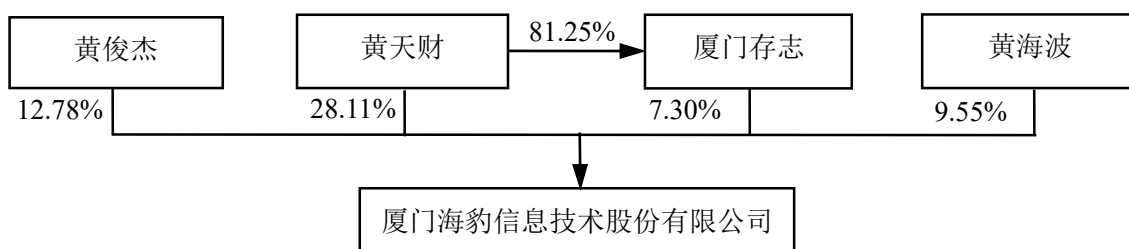
2.3 前 10 名股东持股情况表

序号	股东名称	期初持股数	持股变动	期末持股数	期末持股比例%	期末持有无限售股份数量	期末持有无限售股份数量
----	------	-------	------	-------	---------	-------------	-------------

1	黄天财	4,469,925	8,939,850	13,409,775	28.11%	10,057,332	3,352,443
2	陈荣	2,279,190	4,558,380	6,837,570	14.33%	0	6,837,570
3	黄俊杰	2,031,780	4,063,560	6,095,340	12.78%	4,571,505	1,523,835
4	黄海波	1,518,285	3,035,570	4,553,855	9.55%	3,416,142	1,137,713
5	上海达晨恒胜创业投资中心（有限合伙）	1,214,895	2,429,790	3,644,685	7.64%	0	3,644,685
6	厦门存志投资管理合伙企业（有限合伙）	1,161,015	2,322,030	3,483,045	7.30%	2,322,030	1,161,015
7	东方证券股份有限公司	0	1,800,000	1,800,000	3.77%	0	1,800,000
8	张爱华	540,015	1,080,030	1,620,045	3.40%	0	1,620,045
9	深圳前海高晟融信股权投资有限公司	428,550	827,100	1,255,650	2.63%	0	1,255,650
10	王波	257,100	514,200	771,300	1.62%	0	771,300
合计		13,900,755	29,570,510	43,471,265	91.13%	20,367,009	23,104,256

2.4 公司与控股股东、实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

三、管理层讨论与分析



3.1 公司报告期内经营成果分析

报告期内，公司运营的他趣移动应用影响力进一步提升，应用新增激活用户总数、用户日活跃数保持高速增长，随着“他趣”应用平台用户基数的不断扩大，两性健康用品在线零售订单数不断增加，并通过对外投资臻万智能布局情趣用品硬件生产业务，形成了情趣用品产、供、销一体化业务。公司依托“他趣”自有品牌进一步开设了信息推广业务，通过应用内提供跳转链接等方式收取信息服务费用，进一步提升盈利能力。

（一）公司财务状况

截至2016年12月31日，公司的注册资本为4770万元，母公司总资产为94,339,069.26元，较上年同期增加75.60%，母公司负债总额为18,989,373.78元，较上年同期增加231.50%，母公司资产负债率为20.13%，母公司净资产总额为75,349,695.48元，较上年增长56.99%。截至2016年12月31日，挂牌公司总资产为121,278,174.76元，较上年同期增加125.74%，公司负债总额为34,956,619.67元，较上年同期增加510.24%，公司资产负债率为28.82%，公司资产、负债规模和结构产生较大变化的原因来自于公司自营业业务的增长以及合并臻万智能财务报表产生的影响。

2016年1-12月，公司实现税后营业收入102,934,975.66元，较去年同期增长73.17%，营业收益继续保持较快增幅，主要原因为：（1）他趣平台的激活人数进一步增长，用户日活跃数同比提升，平台每日下单数增加；（2）公司在开展经营两性健康用品在线零售业务的基础上，

同广州丽程等国内知名两性健康用品运营商进行合作，自主拓展了两性健康用品线下业务；（3）公司新增信息推广业务，直播广告推广业务成为公司新的增长点。

（二）公司业务情况

电商业务进一步保持垂直领域领先地位。2016 年两性健康用品在线销售业务突破 8000 万元（税后），公司营业总收入突破 1 亿元。他趣自 2015 年以来即成为了除天猫、京东以外最知名的两性健康用品电商，他趣商城作为海豹信息的主营业务，自上线以来即表现出强劲的增长潜力，他趣商城自 2014、2015 年、2016 年销售收入环比增长率超过了 133%。通过 3 年的努力，他趣商城已经成为消费者无法绕过的情趣电商入口。

信息服务业务成为新的增长点。公司于 2016 年下半年与网络直播运营代理商开展了信息推广业务合作，在“他趣”App 内通过开设新板块、推荐跳转等方式新增在线直播推广链接，并收取相关服务费用，该业务上线以来转化率较高，信息服务业务收入成为公司新的业务增长点。

（三）公司对外投资情况

成立厦门他趣。厦门他趣为公司拓展天猫、京东等第三方两性健康用品零售业务而成立，是公司的全资子公司，设立厦门他趣能够有效地拓展天猫、京东等第三方在线零售市场，为公司多元化平台运营、提升用户红利打牢基础，厦门他趣自成立以来，相继拓展了他趣天猫专营店、他趣京东第三方店铺等，通过近半年时间的培育和基础运营，

厦门他趣开设的他趣天猫专营店前期推广和初始运营已规划完毕。

投资臻万智能。报告期内，公司投资并持有臻万智能 45% 股权比例，公司同时委派 3 名人员担任臻万智能董事会董事（董事会共 5 人），公司投资臻万智能，为尽快布局智能硬件和两性健康用品开发领域，完善两性健康用品产业链，深化两性健康人工智能及交互技术研究打下了基础。

（四）公司股票发行情况

2016 年 11 月，公司完成了挂牌以来首次公开发行股票，发行对象为中信建投、东方证券、兴业证券、安信证券、九州证券等，股票发行价格为 13.63 元/股，募集资金 3680.1 万元。

报告期内，公司逐步构建了情趣用品产供销生态链，用户激活总数和用户日活跃数继续增长，品牌知名度进一步增强，公司在报告期内加大了人员和推广投入，致使公司主营业务收入快速增长，但净利润和经营活动产生的现金流量净额均为负，公司仍然处于战略亏损期，但亏损服务较 2015 年减少。

3.2 竞争优势分析

（1）商业模式贴近用户使用习惯

移动端的隐私和精品导购思路非常适合计生及两性健康用品，他趣模式解决了用户三个需求：

两性健康用品的购买场景需求。很多时候，如在办公室网购的方式，可以买衣服、化妆品，但计生和两性健康用品不适合，不方便讨论和被外人看到。移动端则实现了想买就能买的要求。

闲暇时间的交互需求。用户可以在碎片化的时间上看社区短内容，讨论产品直接购买，可以发生在地铁、等候飞机等场所；他趣社区为用户提供了产品体验分享、性知识教育、性用品导购、情感和话题交流等多个渠道，有效地解决了用户获取信息的需求。

其他需求。他趣加了入社区后，还加引入工具功能，帮助用户改善自身生活质量，实现精准导购，之后还将加入用户粉丝、产品礼品化等模式，实现了 Wap 端本质上无法实现的新模式，如通过预设的线上专属课程对用户身心能力进行改善、基于用户购买数据的新产品推送试用，明星用户体验分享的在线导购，社区可以根据用户属性进行主页管理、分享交友，社区用户粉丝化等衍生创新模式，具有很大的想象空间，这是其他模式根本无法实现的功能。

（2）用户体验成熟

作为国内最大的两性健康用品垂直互联网电商之一，与同类竞争者相比，他趣拥有国内较好的用户体验，产品售前、支付、售后的服务体现了较好的客户关怀，目前，他趣用户重复购买率约为 30%左右，远高于同类竞争对手，这不仅得益于公司对产品和供应商的严格把控，还在于用户在消费过程中的享受到了便捷的购物体验。

（3）产品渠道进价优势

在产品供应端，公司建立了较好的价格优势，依托成熟的供应商体系，能够将产品价格长时间维持在较低水平，并保持较高的产品毛利率。

（4）社区想象空间巨大，未来发展多样化

他趣社区已经成为国内最大的情趣交流社区之一，社区一方面可以提

升用户留存，保持用户对他趣平台的新鲜感，提升软件启动频次，致使最大限度的留住用户；另一方面可以作为商城流量导入的重要入口，通过在社区开展各类产品推广活动，最大限度的将用户留存转化为用户购买行为，目前国内同类竞争对手并不具备上述运营条件。未来他趣还要从两性咨询、两性健康、两性医疗等多方面着手，更大程度的帮助用户解决关于两性健康方面的困惑，提升用户的生活品质。

（5）品牌价值凸显

目前，他趣已经在同类 APP 中具备了较高的知名度，具备较好的先发优势，保持了较旺盛的人气，已经是核心用户津津乐道的话题，通过持续开展社区运营、社会化营销和广告推广，“他趣”品牌价值将进一步增加，相对于同类竞争对手一直致力于传统的商城销售，并没有将用户培育放在核心战略上，用户留存较低，用户对其他商城品牌的认知度较低，短时间培育起来也较难。用户的品牌认知度、品牌信任度提升后，能够有效地减少选择成本，进而产生连续性的购买行为。

（6）团队优势

他趣团队均来自于优秀的互联网移动团队，对互联网行业理解深，做产品经验多，技术和社区建设实力强，迭代能力强，同时团队成员年轻活泼，接近目标用户群体，对用户心理把握能力强，为移动端的步步领先奠定了基础。

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估算和核算方法发生变化的说明

适用 不适用

4.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的说明

适用 不适用

4.3 合并报表范围发生变化的说明

适用 不适用

被购买方名称	股权取得时点	股权取得成本	股权取得比例(%)	股权取得方式	购买日	购买日的确定依据	购买日至期末被购买方的收入	购买日至期末被购买方的净利润
北京安凡娱乐科技有限公司	2016-8-31	150,000.00	100	受让股权	2016-8-31		-	-2,148.90
厦门臻万智能科技有限公司	2016-9-9	10,850,000.00	45.00	增资	2016-9-9		18,846,834.73	253,160.54

4.4 董事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

厦门海豹信息技术股份有限公司

董事会

2017年4月17日