

福建蓝帽子互动娱乐科技股份有限公司 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 不存在董事、监事、高级管理人员对年度报告内容存在异议或无法保证其真实、准确、完整。

1.3 公司五名董事均出席了审议本次年度报告的董事会会。

1.4 中审华会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司 2016 年度财务报告进行了审计，并且出具了标准无保留的审计报告。

1.5 公司联系方式

董秘（信息披露事务负责人）：贺才范

电话：0592-2280081-8508

电子信箱：plutus@bluehatgroup.net

办公地址：厦门市龙山南路84号工业设计中心401-2室

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元

	本期末	上年期末	增减比例
总资产	89,518,167.27	50,925,840.17	75.78%
归属于挂牌公司股东的净资产	51,739,902.50	18,206,583.14	184.18%
营业收入	62,632,761.84	52,154,042.03	20.09%
归属于挂牌公司股东的净利润	18,500,489.17	9,156,350.65	102.05%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	16,958,843.91	8,568,244.43	97.93%
经营活动产生的现金流量净额	13,079,996.14	2,865,956.88	-
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)	59.64%	90.16%	-
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)	54.67%	84.37%	-
基本每股收益(元/股)	1.65	0.85	94.12%
归属于挂牌公司股东的每股净资产(元/股)	4.40	1.66	165.06%

2.2 股本结构表

单位：股

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%	4,520,000	4,520,000	38.40%
	其中：控股股东、实际控制人	0	0.00%	1,662,500	1,662,500	14.12%
	董事、监事、高管	0	0.00%	1,750,000	1,750,000	14.87%
	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	11,000,000	100.00%	-3,750,000	7,250,000	61.60%
	其中：控股股东、实际控制人	6,650,000	60.45%	-1,662,500	4,987,500	42.37%

	董事、监事、高管	7,000,000	63.64%	-1,750,000	5,250,000	44.60%
	核心员工	0	0.00%	0	0	0.00%
总股本		11,000,000	-	770,000	11,770,000	-
普通股股东人数		14				

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

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%	期末持有限售股份数量	期末持有无限售股份数量
1	陈肖东	6,226,500	0	6,226,500	52.90%	4,669,875	1,556,625
2	厦门蓝帽子投资管理合伙企业（有限合伙）	3,000,000	0	3,000,000	25.49%	2,000,000	1,000,000
3	厦门市思明区东信融投资管理合伙企业（有限合伙）	1,000,000	0	1,000,000	8.50%	0	1,000,000
4	蔡娟娟	423,500	0	423,500	3.60%	317,625	105,875
5	陈少红	0	355,000	355,000	3.02%	0	355,000
6	张伟玲	350,000	0	350,000	2.97%	262,500	87,500
7	苏庆端	0	150,000	150,000	1.27%	0	150,000
8	厦门高新科创天使创业投资有限公司	0	140,000	140,000	1.19%	0	140,000
9	纪荣辉	0	50,000	50,000	0.42%	0	50,000
10	林国彪	0	30,000	30,000	0.25%	0	30,000

合计	11,000,000	725,000	11,725,000	99.61%	7,250,000	4,475,000
前十名股东间相互关系说明： 蔡娟娟系陈肖东之妻，陈少红系陈肖东之姐。其他股东之间无关联关系。						

三、管理层讨论与分析

3.1 报告期内经营情况回顾

2016 年国家宏观经济下行、增速放缓,但玩具行业仍是处于上行阶段。中国仍是全球最大的玩具制造国和出口国。同时众多的动漫影视 IP 推动了相关玩具热卖的新模式从而持续推动玩具行业的发展。三大因素合力扩张国内玩具行业规模。1) 随着中国经济稳步发展,城乡居民收入不断提升,消费能力逐渐加强,在玩具消费上也会有相应的增加。2) 第四次婴儿潮的到来以及二胎政策的放开,为玩具行业提供了很好的消费者基础人群。3) 目前国内家庭玩具消费尚处于较低水平,和玩具成熟市场以及部分新兴市场相比仍有很大的提升空间。我国是玩具消费大国,考虑目前我国家庭平均玩具消费仍处于较低水平以及我国家庭收入不断增长的现实状况,国内玩具消费增长前景良好。

报告期内,公司销售收入 62,632,761.84 元,较去年同期 52,154,042.03 元提高了 20.09%;主要是公司国内市场产品销售额的上升及公司互动游戏类新产品的上市二者带来的销售收入增长。营业总成本 42,719,210.06 元,较去年同期 41,763,750.77 元提高了 2.29%;净利润 18,500,489.17 元,较去年同期 9,156,350.65 元增加了 102.05%,报告期内,净利润保持高速增长态势。管理费用 9,483,354.98 元,较去年同期 6,081,165.11 元增加了 55.95%,主

要是人员及研发费用在提升，符合公司对开发新产品投入力度。经营活动产生的现金净流量为 13,079,996.14 元，较上年增长了 356.39%，主要原因是报告期内销售业绩的增长和销售商品回款的持续稳定。

3.2 竞争优势分析

（一）独特的研发、采购模式：玩具是个很特殊的品类，经常出现以单品取胜，以产品趋动市场的情况；公司从设立之初就坚持自主研发，通过知识产权保护形成独特的产品壁垒，在产品创新上下工夫做文章，致力于打造蓝帽子一系列新奇特的玩具产品。而生产外包的采购模式，保证公司轻装上阵，能够轻松实现产品的多头并进，实现快速跟进市场需求变化。

（二）清晰的市场定位：公司的目标客户群为注重产品品质，关注潮流新品的家里有 0-12 岁儿童的家庭；该类群体的特征是“二胎政策”下此类家庭覆盖面更广生命周期更长，强大的消费能力、8090 后父母更热衷于亲子互动类电子游戏玩具等。公司针对此类客户的特征，研发出如 AR 飞车、3D 魔盒等市场上独特的游戏玩具产品。公司目前已拥有一定的线上客户基础，未来公司将以现有客户群体为基础，采用大数据营销，进一步开拓市场，扩大客户规模。

（三）高效的管理团队：公司拥有稳定、高效的专业管理团队，对玩具市场及动漫游戏行业的发展具有坚定的信念和丰富的经验。经过多年的创业发展，公司管理团队对行业发展认识深刻，能根据行业发展趋势和市场需求，及时高效的制定公司发展战略。公司强调企业文化建设，通过开展定期体育活动，设立阅读角、游戏区等，重视

团队凝聚力建设，培养员工的团队合作意识，增强员工的归属感。

（四）领先的技术优势：公司通过专注 AR 技术的应用开发，拥有业内强大的技术壁垒（同时也是 AR 游戏的难点），即通过技术多次调试优化实现硬件与软件的结合，应用难度的差异和用户体验的流畅性，多年 AR 开发的经验是软硬件达成更低成本的融合的保障。

3.3 经营计划和目标

（一）持续加大技术研发投入

（1）新产品研发计划

公司 2016 年已成立专门的产品部，未来会继续更注重研发与市场的结合，制定符合市场潮流又具有鲜明蓝帽子互动娱乐标签的新型产品线，为目标客户提供类型更丰富，品质更佳，玩法更新奇的产品。同时公司将通过获取 IP 授权，使用儿童接受度高的 IP 形象设计产品外观，为玩具注入文化内涵，提升玩具产品的附加值，能极大地带动产品销售。

（2）技术创新计划

公司计划继续巩固以儿童玩具为主的产品市场，坚持自主研发独特的外观及实用新型结构设计；利用公司多年来专注虚拟与现实交互游戏及游戏玩具方向的技术积累，努力保持公司在 AR 游戏及 AR 游戏玩具的技术壁垒（同时也是 AR 游戏的难点），通过技术优化实现硬件与软件的结合，保持游戏操作的简易度和用户体验的流畅性，保障软硬件达成更低成本的融合。

（二）市场开拓计划

（1）加强销售团队建设

销售部的架构设置以精干高效为宗旨，合理配置人力资源，核心团队打造核心市场，17年将在福建和广东试点样板市场，制胜终端攻克最后一公里的渠道服务难题，优化全渠道的资源，建立可复制的销售模板。

（2）加大电商领域的市场投入

渠道扁平化趋势已日趋明显，新兴玩具品牌如果还只走传统的总代-省代-市代的区域代理模式，将会限制品牌的长远发展。公司未来电商发展的业态，并不是颠覆实体，而是与实体店融合，形成线上与线下共同促进的O2O模式。

（三）品牌计划

知名的品牌能为消费者对产品质量的信心提供重要保证，同时知名品牌也提高了产品的识别度与消费者的品牌忠诚度。公司建立了玩具品牌的长期发展战略规划，从市场调查、产品系列设计以及售后跟踪调查的各个环节中渗透，深入了解消费者的口味，了解时尚文化潮流动向，并将对潮流的预测应用到玩具的设计中去，从而进一步加强品牌的形象和识别度，不断升品牌附加值。

（四）管理体系完善计划

未来几年，公司发展战略的实施以及组织结构将继续复杂化，对管理的科学性提出了新的要求。公司一方面会根据需要不断引进新型人才充实管理队伍，另一方面加强人才梯队建设，打造长期、稳定、真正了解公司企业文化和品牌意识的管理层。

四、涉及财务报告的相关事项

- 1、与上年度财务报告相比，公司会计政策、会计估计未发生变化。
- 2、本年度内未发生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，财务报表合并范围未发生变化。
- 4、中审华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司出具了标准无保留意见审计报告。

福建蓝帽子互动娱乐科技股份有限公司

董事会

2017年3月24日