

证券代码：002127

证券简称：南极电商

公告编号：2018-013

南极电商股份有限公司 2017 年度业绩快报

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示：

本公告所载2017年度的财务数据仅为初步核算数据，已经公司内部审计部门审计，未经会计师事务所审计，与年度报告中披露的最终数据可能存在差异，请投资者注意投资风险。

一、2017年度主要财务数据和指标

单位：元

项目	本报告期	上年同期	增减变动幅度（%）
营业总收入	984,240,032.52	520,981,501.43	88.92%
营业利润	621,656,878.23	343,329,673.81	81.07%
利润总额	628,668,572.53	354,182,357.10	77.50%
归属于上市公司股东的净利润	530,831,429.95	301,144,671.46	76.27%
基本每股收益（元）	0.34	0.20	70.00%
加权平均净资产收益率	27.10%	21.76%	5.34%
	本报告期末	本报告期初	增减变动幅度（%）
总资产	3,840,283,182.40	2,046,796,382.98	87.62%
归属于上市公司股东的所有者权益	3,018,037,726.06	1,534,382,268.86	96.69%
股本	1,636,580,269.00	1,538,259,532.00	6.39%
归属于上市公司股东的每股净资产（元）	1.84	1.00	84.00%

注：上述数据以合并报表数据填列。

二、经营业绩和财务状况情况说明

1. 经营业绩说明

（1）较高知名度的品牌群

公司于2008年开始专注品牌授权，从南极人单一品牌逐渐发展为包括南极人、卡帝乐鳄鱼、精典泰迪等在内的较高知名度品牌群。大量优质的中小供应链在出口、OEM等渠道不稳定或收窄的环境下，较高的品牌推广及运营成本导致其必然需要知名度较高、消费受众较广的品牌与其合作，南极人、卡帝乐鳄鱼、精典泰迪等品牌恰能有效解决这些中小供应链的品牌痛点、帮助其在电商时代的竞争中实现突围。

（2）一站式供应链服务

公司深植电商行业十余年，与阿里、京东、唯品会、拼多多等电商渠道长期合作，积累了丰富的电商运营经验、具备较为敏锐的行业嗅觉、拥有专业的电商业务团队，这使得公司能够在为供应链提供品牌授权的同时，为其提供优质、专业、有效的一站式供应链服务，包括数据分析与应用、资源撮合、品类规划、爆款推荐、质量管控、研发设计、流量管理、战略发展等，另外，公司的全资子公司时间互联在流量导入、流量分析及管理方面与公司具有较好的协同效应，进而帮助供应链降低库存、提高流量转化率、提升盈利能力，打造坚实的命运共同体，形成公司的市场竞争壁垒。

（3）新快消品战略

公司把握了消费升级这一大趋势，结合多年的电商经验，创新性地提出“新快消品”发展战略，即传统的消费品如保暖内衣、内裤、打底裤、袜子、T恤、四件套、被子、枕芯、婴童用品、电动牙刷、按摩器械等等，由于生活水平提高，其由低频消费变为中频、高频消费，促进公司供应链的销量持续提升、资金周转效率加快、库存风险下降。公司坚定地放弃个性化产品，并鼓励所有供应链一厂一品有特色，力争打造新快消品龙头。

（4）品牌GMV表现

报告期内，公司授权品牌产品的可统计GMV达124.03亿（包含可统计的电商渠道及电视购物渠道），同比增加72.13%。多达14个细分类目的GMV居阿里行业第一位，包括保暖套装、内裤、打底裤、儿童内衣裤、抹胸、被子、蚕丝被/羽绒被/棉被、被套、枕头、床垫、床笠、蚊帐、热水袋等。GMV数据在总数、同比、细分类目等方面的出色表现充分体现了公司的优势综合竞争实力。

（5）主要财务数据

报告期内，公司合并口径的营业收入等主要财务数据也有不同幅度的增长。营业总收入为984,240,032.52元，同比增加88.92%，实现利润总额628,668,572.53元，同比增长77.50%，实现归属于上市公司股东的净利润530,831,429.95元，同比增长76.27%，经营性现金流量净额550,320,984.42元，同比增长20.33%。

因收购北京时间互联网络科技有限公司（包含其下属子公司，以下简称“时间互联”）的合并日为2017年11月9日，根据相关会计准则规定，时间互联财务数据并表期间为2017年11月和12月，其在该期间内实现的营业总收入238,574,377.99元，利润总额26,570,891.69元，归属于上市公司股东的净利润26,414,900.50元，经营性现金流量净额28,167,715.78元。上述数据包含在公司合并口径数据中。

2. 财务情况说明

(1) 营业总收入：品牌数量增加、产品类目有效扩展、供应链资源不断壮大、电商服务效率提升等因素促使本年品牌综合服务费收入增长34%，同时营业收入也包含了时间互联在收购完成后的营业收入共计238,574,377.99元。

(2) 营业利润：相比于2016年度，2017年度营业收入中毛利水平较高的品牌综合服务费收入大幅增加，在整体营业收入中的占比也明显增大。综合毛利率的提升带动了营业利润的大幅增加。

(3) 利润总额：利润总额与营业利润保持了大致相同比例的增幅。

(4) 归属于上市公司股东的净利润：归属于上市公司股东的净利润增幅与利润总额的增幅基本一致。

(5) 基本每股收益：2017年度归属于上市公司股东的净利润超过去年同期，导致了基本每股收益的增加。

(6) 总资产：报告期内盈利及收购时间互联股权导致了资产总额的增加。

(7) 归属于上市公司股东的所有者权益和归属于上市公司股东的每股净资产：报告期内的盈利以及公司因时间互联项目实施了股份增发，导致归属于上市公司股东的所有者权益和归属于上市公司股东的每股净资产大幅增加。

三、与前次业绩预计的差异说明

本次业绩快报披露的经营业绩与前次披露的“2017年第三季度报告”（以下简称“季报”）中对2017年度经营业绩的预计存在差异，但差异幅度与原预测数据差异幅度在10%以内。

差异原因主要为2017年10月26日披露季报时，尚不能确定收购时间互联的合并日，故全年业绩范围以只包含时间互联12月数据的保守口径预估，即归属于上市公司股东的净利润预计13,000,000元-16,000,000元。其后，确认收购时间互联的合并日为2017年11月9日，时间互联财务数据并表期间应为2017年11月和12月。故，本次业绩快报披露的经营业绩相较季报预计口径多算入时间互联2017年11月数据。2017年11月和12月合计归属于上市公司股东的净利润为26,414,900.50元。

四、备查文件

1. 经公司现任法定代表人、主管会计工作的负责人、会计机构负责人签字并盖章的比较式资产负债表和利润表；

2. 内部审计部门负责人签字的内部审计报告。

特此公告。

南极电商股份有限公司

董事会

二〇一八年二月二十八日