

河南瑞贝卡发制品股份有限公司

2013 年年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 公司简介

股票简称	瑞贝卡	股票代码	600439
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	胡丽平	谷海燕	
电话	0374-5136699	0374-5136699	
传真	0374-5136567	0374-5136567	
电子信箱	rbk600439@rebeccafashion.cn	rbk600439@rebeccafashion.cn	

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

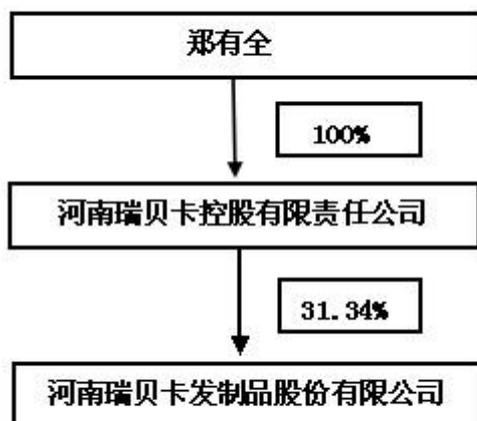
	2013 年(末)	2012 年(末)	本年(末)比上年(末)增减 (%)	2011 年(末)
总资产	4,044,715,416.97	4,248,251,350.50	-4.79	3,658,119,711.79
归属于上市公司股东的净资产	2,250,326,770.01	2,175,958,891.01	3.42	2,120,578,217.01
经营活动产生的现金流量净额	45,103,986.93	-83,847,372.78	不适用	-79,284,173.18
营业收入	2,129,142,076.55	2,245,546,469.98	-5.18	2,264,400,521.96
归属于上市公司股东的净利润	172,572,916.30	158,532,737.72	8.86	246,258,927.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	157,693,129.74	140,769,664.97	12.02	238,003,348.87
加权平均净资产收益率 (%)	7.81	7.38	增加 0.43 个百分点	11.93
基本每股收益 (元 / 股)	0.1829	0.1681	8.80	0.2611
稀释每股收益 (元 / 股)	0.1829	0.1681	8.80	0.2611

2.2 前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期股东总数	63,740	年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数	64,071		
前 10 名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
河南瑞贝卡控股有限责任公司	境内非国有法人	31.34	295,617,681	0	质押 117,600,000
招商银行股份有限公司—光大保德信优势配置股票型证券投资基金	未知	2.55	24,008,521	0	未知
民生人寿保险股份有限公司—传统保险产品	未知	2.06	19,455,164	0	未知
河南农开产业基金投资有限责任公司	未知	1.53	14,400,000	0	未知
摩根士丹利投资管理公司—摩根士丹利中国 A 股基金	未知	1.48	13,931,298	0	未知
泰康人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—019L—CT001 沪	未知	1.17	11,000,000	0	未知
泰康人寿保险股份有限公司—投连—优选成长	未知	0.84	7,904,381	0	未知
交通银行股份有限公司—汇丰晋信消费红利股票型证券投资基金	未知	0.78	7,318,403	0	未知
中国银行股份有限公司—招商行业领先股票型证券投资基金	未知	0.67	6,303,200	0	未知
中国光大银行股份有限公司—光大保德信量化核心证券投资	未知	0.61	5,726,930	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	前十名股东中，公司控股股东河南瑞贝卡控股有限责任公司与其他股东之间不存在关联关系或一致行动人关系，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人关系。				

2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



三、管理层讨论与分析

3.1 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

报告期，受欧美经济复苏缓慢影响，全球经济依然不振。发制品市场需求虽有回升，但由于消费结构发生较大变化，给公司的生产经营仍然带来较大的困难和压力。面对错综复杂的市场环境和经济形势，公司经营层及全体员工在董事会的领导下，按照“稳健经营，规范管理”的经营方针，坚持以市场为导向，以结构调整和产品升级为主线，以产品创新和管理提升为抓手，创新营销模式，拓宽市场空间，强化内部管理，确保经营稳定和持续盈利。报告期内，公司实现主营业务收入 2,129,142,076.55 元，同比下降 5.18%，实现归属于上市公司股东的净利润 172,572,916.30 元，同比增长 8.86%。

报告期内，公司主要开展了以下工作：

(1) 紧跟市场发展趋势，积极开拓市场

美洲市场，随着美国经济的复苏，发制品需求开始回暖。普通工艺发条需求虽有回升，但由于市场复苏力度依然较弱，加之高档产品需求出现阶段性下滑，给公司美洲市场的销售仍然带来了较大的压力。面对需求结构的变化，公司加大了产品结构调整和新品推广的力度。通过加强市场的调研与分析及与重点客户的沟通与合作，及时把握市场走势及产品流行趋势，不断向市场推出适销对路的产品。公司推出的自然发系列、女装假发系列新品受到了市场的追捧，新品订单的增加既保证了生产的平稳运行，也在一定程度上弥补了老产品需求下滑给公司带来的影响。报告期，虽然公司对美洲市场的销售环比逐步改善，但与上年较好的市场环境和销售形势相比，销售仍然出现了一定幅度的下滑。该市场全年实现销售收入 960,653,183.74 元，同比下降 19.74%。

非洲市场，报告期内公司主要着眼于对该市场的深耕细作。一是通过整合品牌，进一步规范了品牌体系。二是调整营销策略，进行产品结构调整，丰富产品系列。通过将欧美比较畅销的高温丝、女装假发等产品引入非洲，以及大众工艺发的重回批量销售渠道，为非洲市场销售提供了新的增长点。三是加大市场开发力度。各销售公司在加大本土市场开发的同时，积极向周边国家辐射。通过纵向挖掘市场潜力，横向拓宽市场覆盖，各市场较上年均有不同幅度的增长。四是加快非洲产品产地营销规模和进程，缩短产品上市周期，提高运营效率，降低生产成本，提升盈利能力。非洲市场全年表现良好，该市场全年实现销售收入

607,169,864.08 元，同比增长 21.10%。

欧洲市场，由于近年来受金融危机和欧债危机的双重影响，传统发制品市场需求出现疲软迹象。公司顺应市场变化并紧跟市场发展趋势，在巩固黑人市场份额的同时，加大白人市场的开拓力度。公司重新调整市场定位，细分产品类别，积极引入六大品牌系列产品，通过引导市场消费，扩大品牌影响力，培育和吸引新的消费群体，该市场全年实现销售收入 229,856,880.02 元，同比下降 2.84%。

国内市场，公司继续以“创品牌、树形象、谋发展”为指导方针，进一步完善和优化渠道建设，扩大品牌影响力和美誉度，终端销售继续保持稳定增长态势。在营销渠道建设方面，公司新拓展 60 家门店，并对“Rebecca”店面实施了全面改造升级，实现了店面形象与品牌定位的高度统一；在拓展传统销售渠道的同时，公司积极探索新的营销模式，调研尝试开通了沙龙营销渠道，并积极探索网上销售模式。在品牌建设和推广方面，一是充分利用时尚报刊杂志、电视广告、网络媒体、户外平面等宣传途径，大力提升品牌知名度和美誉度；二是通过与国内当红明星开展深度合作并创新合作方式，积极参加巴黎时装周、戛纳电影节等活动，提升瑞贝卡的高端品牌形象和国际时尚度；三是通过“Rebecca 2013 假发艺术节”、“Rebecca 2014 趋势发布会”等活动，持续巩固“Rebecca”高端品牌地位和“顶上时尚”的创意精髓，并通过风尚假发路演活动，有效提升了 Sleek 品牌的知名度，实现了在品牌差异化方面的成功运作。由于受国内经济增速放缓、需求减弱影响，加之本年度公司对部分直营店进行了调整升级，店面在位置调整、升级改造期间未正常销售，对公司内销报表确认收入产生了一些影响，导致国内发制品系列产品全年实现报表收入 192,480,135.20 元，同比增长 11.29%。

(2) 发挥科研平台优势，提高自主创新能力

报告期内，公司持续加大科研投入力度，通过充分发挥公司所拥有的国家级企业技术中心、河南省发制品工程技术研究中心、博士后科研工作站、院士工作站、上海纤维材料科技研究所、与高校组建的产、学、研平台等六大科研平台的优势，使公司的科研水平和自主创新能力得到了进一步提高。一是新产品、新工艺、新助剂研发继续取得新成效。研发部门采用概念+设计的开发模式，产品研发由粗放型向集约型呈系列化、精细化发展，全年累计成功推出新产品 1439 种，新产品实现产值约 8 亿元；完成技术创新项目 46 项，有 38 项已在生产中推广应用。二是 PVC 纤维材料的差异化开发和产品升级工作有了新突破。在差异化开发方面，成功开发出的三种高蓬松度、高弹性 PVC 原丝，自主研发的功能性高温丝，已实现批量生产。三是知识产权保护工作成效显著。2013 年，共申报专利 23 项，其中外观专利 17 项，发明专利 6 项。申请国内外商标注册 27 件，申请商标海关备案 6 件。报告期内，公司在自主创新、自主研发及自主知识产权保护方面的突出表现，得到了国家和省、市有关部门的充分肯定，公司被确定为“第一批国家级知识产权优势企业”和“河南省首批商标战略实施示范单位”。

(3) 加强内部管理，防范经营风险

报告期内，国内外经济形势复杂多变，各种风险日益加剧。为确保公司经营稳健，防范经营风险，实现持续盈利，报告期内，公司进一步加强了内部控制管理，建立健全了内控管理机制，规范了内控体系，通过在全面预算管理、采购管理、成本核算、存货管理、资金管理等环节重点加强内部控制，使公司的存货结构、现金流、成本控制、负债结构得到了进一步改善，资产质量、管理水平和盈利能力得到了进一步提升，风险防范能力得到了进一步增强。

3.2 主营业务分析

(1) 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	2,129,142,076.55	2,245,546,469.98	-5.18
营业成本	1,656,697,730.41	1,775,194,231.56	-6.68
销售费用	142,699,819.42	132,404,628.13	7.78
管理费用	183,458,739.06	169,624,355.20	8.16
财务费用	124,332,879.51	112,023,009.34	10.99
经营活动产生的现金流量净额	45,103,986.93	-83,847,372.78	不适用
投资活动产生的现金流量净额	-70,109,842.32	-96,430,313.05	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-370,880,838.63	395,058,539.84	不适用
研发支出	65,375,116.17	67,576,951.14	-3.26
营业外收入	187,067,131.10	158,848,528.36	17.76

(2) 主营业务分行业、分产品情况

单位：元 币种：人民币

主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
工艺发条	1,086,684,735.99	1,027,614,676.11	5.44	-15.37	-11.03	减少 4.61 个百分点
化纤发条	441,235,471.92	226,376,305.81	48.69	7.27	-0.87	增加 4.21 个百分点
化纤假发	124,943,640.54	98,384,651.99	21.26	2.02	-4.10	增加 5.03 个百分点
人发假发	267,984,232.23	157,055,934.96	41.39	21.81	23.49	减少 0.79 个百分点

3.3 核心竞争力分析

公司所在地许昌市发制品行业始于清朝末年，具有丰富的文化内涵和深厚的历史沉淀。公司秉承传统优势，开拓创新，在激烈的市场竞争中，通过走自主创新、自主研发之路，把公司打造成为一家集发用纤维材料及发制品研究、开发、生产、销售于一体的全球规模领先的发制品专业公司，形成了行业地位突出、品牌知名度高、科研实力雄厚、市场开拓能力强等诸多竞争优势。

(1) 行业地位突出

公司出口创汇规模连年位居国内同行业首位，是国内外生产规模最大的发制品企业；公司产品类别涵盖了发用纤维原材料、工艺发条、化纤发条、化纤假发、人发假发、教习头等六大系列数千个品种，产品类别齐全，产业链条完整，可满足不同客户类别的不同层次需求，产品畅销国际市场十余年；公司是国内发制品行业中率先取得 ISO9001:2000 国际标准质量

体系认证、ISO14001:2004 国际标准环境体系认证和 OHSAS18001:2001 标准职业健康安全体系认证、IQNET(国际认证联盟)质量体系认证的企业,在产品质量、环境保护和员工健康以及管理规范等方面走在了行业的前列;公司是中国轻工工艺品进出口商会发制品分会理事长单位,该分会是国内发制品行业唯一自律性组织,在促进行业健康发展方面起着重要作用。

(2) 品牌知名度高

公司坚持走品牌经营之路,“瑞贝卡 Rebecca”商标被国家工商总局商标局认定为“中国驰名商标”,并成为国内发制品市场第一时尚品牌,引领着国内发制品消费市场时尚潮流;“Sleek”、“NOBLE”、“JOEDIR”等品牌在欧洲、非洲市场享有较高的品牌影响力和市场地位,产品备受消费者喜爱和青睐,引领着全球发制品“顶上时尚”的潮流趋势。公司被河南省商务厅、郑州海关、出入境检验检疫局、科技厅等相关部门联合评定为“2013—2015 年度河南省国际知名品牌”。

(3) 科研实力雄厚

公司为全国发制品标准化技术委员会秘书处承担单位,起草编制了五项发制品国家标准,站在了行业发展的制高点;公司是河南省发制品工程技术研究中心承担单位,“公司企业技术中心”被认定为“国家级企业技术中心”,设立有博士后科研工作站和院士工作站,同时在上海设立纤维材料科技公司。公司积极推动实施创新发展战略,在新产品、新工艺、新助剂和新材料以及发制品工业化和信息化等方面取得了多项科技成果。

(4) 市场开拓能力强

公司市场占有率高,市场覆盖范围广,销售网络健全,客户关系稳定,品牌优势明显,基本上形成了国内、国外两大市场相互补充、相互促进的营销格局。

3.4 董事会关于公司未来发展的讨论与分析

(1) 行业竞争格局和发展趋势

受全球经济复苏乏力影响,国内外发制品市场需求的增长也出现了放缓迹象,致使发制品行业竞争更加激烈和市场需求更加难以把握。面对复杂多变的全球经济形势,以及企业综合成本的不断攀升,发制品企业的生产经营未来将会面临较大的挑战,发制品企业只有加大战略调整和转型升级的力度,加快工业化和信息化改造传统产业的步伐,走持续创新和品牌经营之路,不断提升产品附加值及企业盈利能力,才能确保行业的健康可持续发展。同时,行业竞争的加剧,市场将向有自主品牌、有核心竞争能力的规模企业集中,公司将在危机中寻求机遇,充分利用自身优势,在稳健经营的前提下稳中求进,逐步实现由制造型企业向品牌型企业的转型。

受金融危机和欧债危机的持续影响,虽然近年来发制品需求增长有所放缓,但发制品在国外属于类刚性需求及在国内属于新兴消费的特性决定,随着全球经济的逐步走强,发制品市场未来仍有较大的发展空间。

(2) 公司发展战略

公司将继续紧紧围绕“创新、创造、实现客户梦想”的企业使命,大力弘扬“精诚、创新、发展”的瑞贝卡精神,深入实施“人才、科技、品牌”三大战略,不断完善“激励、约束、竞争、监督”四大机制,认真遵循科学发展的客观规律,循序渐进、求真务实,在确保公司经营稳步发展的同时,努力打造拥有自主知识产权和拥有自主知名品牌的国际化企业集团。同时,坚定不移地实施“走出去”和“引进来”市场开放发展战略,加强和完善国内、国外两大市场营销体系建设,稳步拓展市场发展空间;整合各种优势资源和科研工作平台,持续提升企业技术创新和自主研发能力,坚定不移地实施创新驱动与品牌发展战略,逐步实现由生产制造型企业向品牌运营型企业转型。

(3) 经营计划

2014 年，是国际市场格局大变革、大调整的关键一年，也是公司积蓄发展能量，迎接未来市场机遇和挑战的关键一年。综合分析目前国际、国内经济形势，公司面临的内外部环境略好于上年，但全球经济复苏仍然缓慢，市场需求形势依然复杂严峻。面对各种挑战和机遇，公司将紧紧抓住国家大力支持有市场发展前景的劳动密集型行业和对传统产业改造升级的有利宏观政策，坚持走创新驱动与品牌发展战略，坚决实施国内、国外两大市场战略，稳定国外市场的同时做大做强国内市场，确保实现经济效益和经营质量的稳步提升。2014 年计划实现营业收入为 22.70 亿元，期间费用控制在 4.60 亿元。

为确保 2014 年经营计划目标的实现，公司将采取以下保障措施：一是深度广度开发国内外市场，持续提升市场占有率；二是加大科研投入力度，提升自主创新与自主研发能力；三是抓好生产调节和控制，有效降低生产运营成本；四是加强原辅材料采购管理，为生产经营提供充足保障；五是加强和完善内部控制，提高公司风险管理能力和治理水平；六是加强人力资源管理，为公司经营目标的实现提供人力资源保障；七是进一步推进工业化和信息化，有效提高经营管理效率；八是创新工作思路，服务员工，提升员工生活幸福指数；九是加强企业文化建设，提升公司的凝聚力和感召力。

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

根据公司第四届董事会第十六次会议审议通过，成都瑞贝卡发制品有限公司已于 2013 年度办理了清算注销手续。自注销之日起，不再纳入合并范围。

董事长：郑有全

河南瑞贝卡发制品股份有限公司

2014 年 3 月 5 日