

公司代码：603868

公司简称：飞科电器

上海飞科电器股份有限公司

2016 年半年度报告摘要

一 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

1.2 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	飞科电器	603868	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	乔国银	王焱
电话	021-52858888	021-52858888
传真	021-52855050	021-52855050
电子信箱	flyco@flyco.com	flyco@flyco.com

二 主要财务数据和股东情况

2.1 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	2,719,645,646.89	1,690,234,122.35	60.90
归属于上市公司股东的净资产	2,078,335,255.86	1,104,393,470.49	88.19
	本报告期（1-6月）	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	281,934,495.43	230,133,459.74	22.51
营业收入	1,447,089,290.30	1,316,874,048.89	9.89
归属于上市公司股东的净利润	246,215,185.37	240,658,428.29	2.31
归属于上市公司股东的扣除非	237,409,553.62	233,118,727.33	1.84

经常性损益的净利润			
加权平均净资产收益率 (%)	16.75	28.90	减少12.15个百分点
基本每股收益 (元 / 股)	0.61	0.61	
稀释每股收益 (元 / 股)	0.61	0.61	

2.2 前十名股东持股情况表

单位: 股

截止报告期末股东总数 (户)		28,171				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户)		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	质押或冻结的股份数量	
上海飞科投资有限公司	境内非国有法人	80.99	352,800,000	352,800,000	无	
李丐腾	境内自然人	9.00	39,200,000	39,200,000	无	
吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣明 2 期基金	其他	0.26	1,138,124	0	未知	
吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣手 1 期基金	其他	0.23	990,606	0	未知	
吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣达 2 期基金	其他	0.16	686,982	0	未知	
银丰证券投资基金	其他	0.15	659,943	0	未知	
吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣明 1 期基金	其他	0.15	652,715	0	未知	
吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣良 1 期基金	其他	0.13	567,600	0	未知	
黄金清	境内自然人	0.09	386,087	0	未知	
中国工商银行股份有限公司—申万菱信新经济混合型证券投资基金	其他	0.09	381,367	0	未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	其中, 吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣明 2 期基金、吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣手 1 期基金、吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣达 2 期基金、吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣明 1 期基金、吉林省一可圣达投资咨询有限公司—圣良 1 期基金的基金管理人皆为吉林省一可圣达投资咨询有限公司; 本公司未知前十名无限售条件股东之间存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人关系。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

2.3 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

三 管理层讨论与分析

2016 年是我国国民经济“十三五”规划的开局之年，根据规划，适应消费升级，以消费环境改善释放消费潜力，以供给改善和创新更好满足、创造消费需求，不断增强消费拉动经济的基础作用，因此促进消费升级是我国拓展发展动力的新空间，消费对我国经济增长的拉动作用越发突出。同时，着力推进供给侧结构性改革，使供给能力满足广大人民日益增长、不断升级和个性化的物质文化需要。未来，随着我国居民购买力的进一步增强，消费的品类将日益多元化、个性化，同时对高品质、时尚化、智能化的消费需求也将进一步提升，消费结构升级相关的商品和服务市场需求巨大。在消费规模快速扩张的同时，消费升级步伐将会不断加快，消费层次、消费品质、消费形态、消费方式和消费行为等方面均呈现出明显的趋势性变化。

小家电行业作为国民经济体系活跃的组成部分是供给侧改革的重要领域，个人护理电器和家居生活电器作为居民日常消费的常备品类是消费升级的重要方向。从政策角度来看，“十三五”规划体系中的多项政策，利于小家电行业的稳定发展和自身进化，有利于个人护理电器和家居生活电器的消费升级。

小家电行业只有实施制度创新、技术创新、产品创新、需求创新，把握服务消费、信息消费、时尚消费、个性消费、品质消费等重点领域作为主攻方向，切实优化自身的供给能力，以满足蓬勃兴起的新消费需求，进而形成经济发展的新动力。

报告期，董事会根据年初制定的经营计划，带领经营层持续强化品牌运营、技术研发、生产管理、质量控制、市场营销及团队建设，在加强研判市场消费和技术变革趋势的同时，立足当前阶段市场供需结构的实际情况，坚持高端不高价的销售策略，不断优化产品结构，适度延伸产品品类，积极拓展国内国际市场，继续保持企业发展与行业市场发展的战略趋同，持续推进向产品智能化、营销互联网化、品牌国际化的转型升级。

报告期公司实现营业收入 144,708.93 万元，比上年同期增长 9.89%，其中电子商务实现营业收入 55,015.17 万元，占营业收入的 38.02%，比上年同期增长 33.22%。实现净利润 24,621.52 万元，比上年同期增长 2.31%。为了进一步提升公司的品牌影响

力和研发实力，上半年公司加大在品牌宣传、市场营销以及技术研发等方面的投入，因此报告期内公司利润增长速度低于收入增长速度。

1、坚持研发设计驱动，产品结构不断优化。

公司作为电动剃须刀行业国家标准的参与起草单位，借助研发设计的不断创新使得飞科品牌产品在激烈的市场竞争中始终保持竞争优势。公司的研发设计在不断提升既有产品性能、满足市场需求、提升客户满意度的同时，持续地优化产品结构，进一步巩固公司独特的竞争优势。

个人护理电器：上半年新增了 5 款电动剃须刀新品，凭借“时尚外观、新功能创意、高性价比”的特性，新产品继续保持良好的销售业绩；飞科 FS339 剃须刀获评“中国家电艾普兰奖产品奖”。

家居生活电器：家居生活电器产品的研发设计也按计划不断推进，将陆续量产上市，不断培育公司新的利润增长点。

2、完善品牌运营策略，品牌价值持续提升。

报告期，公司基于年度品牌推广计划，在中央电视台体育频道（CCTV-5）独家冠名“天下足球”栏目及冠名《欧战快报》栏目，并在东方卫视、天津卫视、深圳卫视、云南卫视、宁夏卫视、第一财经频道等地方卫视、频道在优势时间内进行广告投放，同时充分利用淘宝天猫商城、京东商城、一号店、苏宁易购等知名电子商务平台进行品牌推广，通过传统媒体广告、互联网广告等多方位广告投放，更为精准地对公司核心目标客户人群的覆盖，使品牌具有更为丰富的内涵和更为广泛的市场认知。

同时，公司加大对防御性子品牌“博锐”的推广，用以保护和巩固公司现有市场地位，维护公司已有的竞争优势，报告期博锐品牌产品实现销售额达 6,731.38 万元，同比增长 11.27%。

3、强化立体营销网络，推进全渠道共同发展。

目前，公司已构建了以商超终端、电器连锁、批发、礼品团购、电子商务等相结合的经销制立体式营销渠道，实现了对各市场的全面覆盖。

传统线下渠道：报告期内，公司持续强化线下销售渠道的竞争优势，在继续重视对 KA 渠道发展和维护的同时，加大对中小卖场的分销体系建设，以进一步提高线下渠道的渗透率和覆盖率。

电子商务渠道：近年来公司持续加大对电子商务渠道的推广力度，电子商务渠道已成为公司重要销售增长点。报告期内，公司进一步加大与淘宝天猫商城、京东商城、苏宁易购、唯品会等知名电子商务平台的合作力度，通过“爆款”维护日销增长的同时，积极利用电商平台的重要促销活动增加电商渠道的销售，以有效提升公司产品在电子商务渠道的市场占有率。

“飞科商城”作为公司自营的垂直电商平台，报告期完成了 PC 端、WAP 端、APP 的搭建与日常运营。并通过“飞科电器”微信号、第三方平台资源互换合作推广以及在百度、360 搜索品牌专区进行关键词投放等多种方式对“飞科商城”进行推广和引流，提高消费者粘性。

公司在不断完善营销网络的过程中，售后服务体系建设也扎实推进，报告期末，全国特约维修网点达 190 家，遍布包括新疆、西藏等地区的全国各大省会城市和地级市。

公司致力于成为全球著名的智能时尚电器品牌运营商，推进国际化发展。在立足国内市场的同时，公司积极以自主品牌拓展国际市场，通过与国外经销商合作等模式，目前已建立墨西哥、印度等飞科品牌产品销售区域。

4、登陆资本市场，拓展融资渠道。

公司股票于 2016 年 4 月 18 日在上海证券交易所发行上市。登陆资本市场进一步拓展了公司的融资渠道，有利于公司开展产业与资本市场的高效协同，为公司实现市场化的外延式增长提供了更多空间与可能。

(一)主营业务分析

1 财务报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	1,447,089,290.30	1,316,874,048.89	9.89
营业成本	897,087,694.59	833,153,226.09	7.67
销售费用	170,775,750.28	134,096,781.78	27.35
管理费用	53,437,244.32	33,778,984.87	58.20
财务费用	-1,777,795.14	-676,186.72	不适用
经营活动产生的现金流量净额	281,934,495.43	230,133,459.74	22.51
投资活动产生的现金流量净额	-202,213,532.67	10,576,749.77	-2,011.87
筹资活动产生的现金流量净额	740,026,600.00	-219,515,200.00	不适用

研发支出	14,075,279.10	8,852,438.82	59.00
------	---------------	--------------	-------

营业收入变动原因说明:公司加大电子商务渠道的推广力度,报告期内电子商务渠道的收入同比增长 33.22%, 占营业收入的 38.02%。

营业成本变动原因说明:主营业务收入增加,同时产品的平均毛利率上升 1.27 个百分点。

销售费用变动原因说明:广告费与促销费增加。

管理费用变动原因说明:研发费、应付职工薪酬及折旧费用的增加。

财务费用变动原因说明:利息收入增加。

经营活动产生的现金流量净额变动原因说明:主营业务收入增加,并且应收账款规模得到有效控制。

投资活动产生的现金流量净额变动原因说明:购买的理财产品未到赎回期。

筹资活动产生的现金流量净额变动原因说明:收到首次公开发行股票募集资金。

研发支出变动原因说明:研发力度加大,产品品类增加。

2 其他

(1) 公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明

本报告期内公司利润或利润来源未发生重大变动。

(2) 公司前期各类融资、重大资产重组事项实施进度分析说明

截至本报告期末,除首次公开发行股票募集资金外,公司无其他融资、重大资产重组事项。

(3) 经营计划进展说明

本报告期,公司实现营业收入 144,708.93 万元,比上年同期增长 9.89%,其中电子商务实现营业收入 55,015.17 万元,占营业收入的 38.02%,比上年同期增长 33.22%。实现净利润 24,621.52 万元,比上年同期增长 2.31%。为了进一步提升公司的品牌影响力和研发实力,上半年公司加大在品牌宣传、市场营销以及技术研发等方面的投入,因此报告期内公司利润增长速度低于收入增长速度。

(4) 其他

无

(二)行业、产品或地区经营情况分析

1、主营业务分行业、分产品情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	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 (%)
小家电	1,445,206,785.86	896,081,569.95	38.00	9.91	7.70	增加 1.27 个百分点
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 (%)
电动剃须刀	994,537,577.51	565,938,716.17	43.10	7.38	3.37	增加 2.21 个百分点
电吹风	210,686,466.32	150,547,362.86	28.54	26.53	22.76	增加 2.19 个百分点
毛球修剪器	52,933,908.59	38,194,999.83	27.84	3.47	4.58	减少 0.76 个百分点
电烫斗	50,666,198.09	40,325,394.63	20.41	7.20	1.24	增加 4.69 个百分点
电动理发器	99,211,341.09	77,547,053.08	21.84	11.98	22.67	减少 6.81 个百分点
烫发器	11,896,043.05	7,959,373.56	33.09	-13.49	-16.58	增加 2.48 个百分点
鼻毛器	5,468,523.26	2,970,803.94	45.67	3.86	2.06	增加 0.96 个百分点
其他产品	7,676,850.13	5,352,289.64	30.28	40.80	62.94	减少 9.47 个百分点
零配件及其他产品	12,129,877.82	7,245,576.24	40.27	13.52	10.30	增加 1.75 个百分点
合计	1,445,206,785.86	896,081,569.95	38.00	9.91	7.70	增加 1.27 个百分点

主营业务分行业和分产品情况的说明

2、主营业务分地区情况

单位:元 币种:人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减 (%)
国内销售	1,435,539,044.77	10.04%
国外销售	9,667,741.09	-6.91%

主营业务分地区情况的说明

(三)核心竞争力分析

1、品牌优势

飞科品牌经过多年的发展，通过在技术研发和品牌建设等方面持续不断的投入，凭借高性价比的产品和完善的营销网络，树立起了良好的品牌形象和较高的品牌认知度。2015年，“FLYCO飞科”商标被上海市工商行政管理局认定为“上海市著名商标”，“FLYCO飞科”品牌电动剃须刀被上海市名牌推荐委员会推荐为“二〇一五年度上海名牌”。面对激烈的市场竞争，飞科品牌电动剃须刀、电吹风等个人护理电器产品稳居国内市场占有率前列。

2、研发设计优势

公司坚持以研发设计和品牌运营为核心竞争力，秉持“时尚、简约、科技”的创新设计理念，通过对目标客户群需求的了解和对流行时尚的把握，针对不同的细分市场研发不同的产品系列，并在外观、结构、功能、材料、配色等各环节进行持续创新，创造消费需求，引领流行趋势，为消费者提供质量卓越、外观时尚、功能创新的产品，提升消费者的生活品质。

3、营销体系优势

公司打造了高效的营销团队，构建了立体式营销渠道，拥有了遍布全国的销售网络和完善的售后服务体系。构建了以商超终端、电器连锁、批发、礼品团购、电子商务等相结合的立体式营销渠道，实现了对各市场的全面覆盖，提高了产品销售的渗透力。公司在不断完善营销网络的过程中，售后服务体系建设也扎实推进。

4、经营团队优势

公司拥有一支稳定、高效的经营团队，多数核心管理成员自公司的创业初期即任职至今，对于行业发展趋势具有深刻的认识和把握，对于公司的发展历史、企业文化亦有高度的认同感。公司创始人、董事长兼总裁李巧腾先生拥有近 20 年行业管理经验，在其带领下，核心管理团队能以开放的心态，不断学习吸收国内外先进的管理经验以及行业知识，提高自身管理水平。

(四)投资状况分析

1、对外股权投资总体分析

不适用

(1) 证券投资情况

适用 不适用

(2) 持有其他上市公司股权情况

适用 不适用

(3) 持有金融企业股权情况

不适用 不适用

2、非金融类公司委托理财及衍生品投资的情况

(1) 委托理财情况

适用 不适用

(2) 委托贷款情况

适用 不适用

(3) 其他投资理财及衍生品投资情况

适用 不适用

投资类型	资金来源	签约方	投资份额	投资期限	产品类型	预计收益率	投资盈亏	是否涉诉
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	20,000,000.00	2015.12.1-2016.1.14	保本	2.70%	60,803.50	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	30,000,000.00	2015.12.1-2016.1.14	保本	2.70%	91,205.25	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	20,000,000.00	2015.12.3-2016.1.14	保本	2.70%	59,389.47	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	50,000,000.00	2015.12.10-2016.1.14	保本	2.70%	120,192.97	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	20,000,000.00	2015.12.22-2016.1.14	保本	2.70%	29,694.73	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	50,000,000.00	2015.12.22-2016.1.14	保本	2.70%	81,307.01	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	10,000,000.00	2015.11.18-2016.1.4	保本	2.90%	36,491.87	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	20,000,000.00	2015.11.18-2016.1.14	保本	2.90%	88,849.76	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	40,000,000.00	2015.12.29-2016.1.14	保本	2.50%	50,771.29	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	40,000,000.00	2015.12.29-2016.2.16	保本	2.90%	155,487.08	否
银行理财产品	自有资金	平安银行上海金沙江路分行	50,000,000.00	2015.8.21-2016.2.17	保本	3.75%	924,721.59	否
银行理财产品	自有资金	北京银行上海松江支行	10,000,000.00	2015.12.3-2016.3.4	保本	2.90%	73,101.71	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行浦东开发区北蔡支行	30,000,000.00	2015.12.12-2016.3.14	保本	3.20%	239,300.00	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	3,000,000.00	2016.1.21-2016.2.3	保本	2.20%	2,386.84	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	67,000,000.00	2016.1.21-2016.2.16	保本	2.70%	116,303.99	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	80,000,000.00	2016.2.22-2016.3.15	保本	2.70%	115,725.36	否

银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	40,000,000.00	2016.2.26-2016.3.15	保本	2.70%	46,290.14	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	50,000,000.00	2016.2.26-2016.4.13	保本	2.70%	162,738.79	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	50,000,000.00	2016.3.1-2016.5.12	保本	2.70%	260,382.06	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	70,000,000.00	2016.3.10-2016.5.12	保本	2.70%	308,842.05	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	50,000,000.00	2016.3.24-2016.5.12	保本	2.70%	169,971.62	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	30,000,000.00	2016.5.3-2016.5.12	保本	2.70%	17,358.80	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	50,000,000.00	2016.5.3-2016.6.14	保本	2.70%	148,273.12	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	40,000,000.00	2016.5.3-2016.6.30	保本	2.70%	164,908.64	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	50,000,000.00	2016.5.26-2016.6.30	保本	2.70%	122,958.19	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	50,000,000.00	2016.5.31-2016.6.30	保本	2.70%	104,876.11	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	150,000,000.00	2016.6.22-2016.6.30	保本	2.90%	75,944.77	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	40,000,000.00	2016.1.7-2016.2.16	保本	2.90%	120,591.78	否
银行理财产品	自有资金	中国民生银行上海松江支行	10,000,000.00	2016.1.14-2016.4.14	保本	3.05%	77,097.22	否
银行理财产品	自有资金	平安银行上海金沙江路分行	50,000,000.00	2016.2.24-2016.5.24	保本	3.05%	376,027.40	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	50,000,000.00	2016.5.19-2016.6.16	保本	2.50%	103,287.67	否
银行理财产品	自有资金	北京银行上海松江支行	10,000,000.00	2016.3.17-2016.6.17	保本	2.70%	68,054.79	否
银行理财产品	自有资金	中国民生银行上海松江支行	10,000,000.00	2016.5.11-2016.6.15	保本	3.15%	30,205.48	否
银行理财产品	自有资金	交通银行湾沚支行	40,000,000.00	2016.3.28-2016.6.28	保本	3.40%	342,794.52	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行芜湖县支行	18,000,000.00	2016.3.23-2016.4.11	保本	2.50%	20,958.91	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行芜湖县支行	12,000,000.00	2016.3.23-2016.5.13	保本	2.90%	48,624.66	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行芜湖县支行	30,000,000.00	2016.6.21-2016.6.30	保本	2.20%	16,273.97	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	1,000,000.00	2016.1.12-2016.3.9	保本	2.20%	3,959.45	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	1,000,000.00	2016.1.12-2016.3.18	保本	2.20%	4,595.79	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	3,500,000.00	2016.1.12-2016.3.18	保本	2.20%	16,085.27	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	1,000,000.00	2016.1.12-2016.3.29	保本	2.20%	5,373.54	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	400,000.00	2016.1.12-2016.4.13	保本	2.20%	2,545.36	否

银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	3,100,000.00	2016.1.12-2016.5.31	保本	2.20%	30,466.57	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	1,400,000.00	2016.2.3-2016.5.31	保本	2.20%	11,581.40	否
银行理财产品	自有资金	中国工商银行上海市松江支行	34,000,000.00	2016.5.13-2016.6.17	保本	2.80%	91,287.67	否

其他投资理财及衍生品投资情况的说明

- 1、经公司股东大会批准，公司使用自有资金购买银行理财产品，上半年取得的收益为 519.81 万元。
- 2、上表的预计收益率指年化收益率，投资份额和投资盈亏的单位均为人民币元。

3、募集资金使用情况

(1) 募集资金总体使用情况

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

募集年份	募集方式	募集资金总额	本报告期已使用募集资金总额	已累计使用募集资金总额	尚未使用募集资金总额	尚未使用募集资金用途及去向
2016	首次发行	727,726,600.00	555,065,686.00	555,065,686.00	172,660,914.00	购买理财产品与存放于募集资金专户
合计	/	727,726,600.00	555,065,686.00	555,065,686.00	172,660,914.00	/
募集资金总体使用情况说明			<p>公司于 2016 年 4 月 11 日收到本次公开发行募集资金 741,108,000.00 元(募集资金总额扣除承销费用 45,000,000.00 元)，并将该资金存放于公司募集资金专项账户。</p> <p>2016 年 4 月 27 日，公司第二届董事会第四次会议通过了《关于使用募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金的议案》，会议同意公司使用募集资金 553,052,700.00 元置换截至 2016 年 4 月 11 日预先已投入募集项目的自筹资金，截至 2016 年 5 月 5 日，公司已完成上述以募集资金置换工作，详见公司公告临 2016-006。</p> <p>截至 2016 年 6 月 30 日，公司已使用募集资金 555,065,686.00 元，利用闲置募集资金购买银行理财产品 150,000,000.00 元（详见公司公告临 2016-012、临 2016-018、临 2016-019）。募集资金专户余额为 26,060,613.42 元（含存款利息）。</p>			

(2) 募集资金承诺项目情况

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

承诺项目名称	是否变更项目	募集资金拟投入金额	募集资金本报告期投入金额	募集资金累计实际投入金额	是否符合计划进度	项目进度	预计收益	产生收益情况	是否符合预计收益	未达到计划进度和收益说明	变更原因及募集资金变更程序说明
个人护理电器松江生产基地扩产项目	否	175,000,000.00	147,699,619.00	147,699,619.00	否	84.40%	45,070,000.00	不适用	不适用	未达计划进度原因为工程质保金、设备购置款未付。目前尚在试运行阶段，暂时不适用单项经济效益计算。	无
个人护理电器芜湖生产基地扩产项目	否	185,000,000.00	147,375,200.00	147,375,200.00	否	79.66%	56,380,000.00	不适用	不适用	未达计划进度原因为工程质保金、设备质保金未付及部分设备尚未购置。目前项目尚在运营初期，未全部达产。	无
研发及管理中心项目	否	240,000,000.00	132,819,251.06	132,819,251.06	否	55.34%	不适用	不适用	不适用	未达计划进度原因为工程质保金、装修款未付，部分办公设备尚未采购；该项目是投资综合管理办公大楼与研发中心的土建、设备、信息化建设，不适用单项经济效益计算。	无

个人护理 电器检测 及调配中 心项目	否	128,000,000.00	127,171,615.94	127,171,615.94	否	99.35%	不适用	不适用	不适用	未达计划进度原因为部分设备尚未购置，该项目是投资物流中心与检测中心的土建及设备，不适用单项经济效益计算。	无
合计	/	728,000,000.00	555,065,686.00	555,065,686.00	/	/	/	/	/	/	/
募集资金承诺项目使用情况说明			实际募集资金净额为 727,726,600.00 元，截止 2016 年 6 月 30 日累计使用 555,065,686.00 元，使用闲置募集资金购买 150,000,000.00 元的银行保本理财产品，募集资金专户尚余资金 26,060,613.42 元（含存款利息）。								

(3) 募集资金变更项目情况

适用 不适用

(4) 其他

无

4、主要子公司、参股公司分析

单位：万元 币种：人民币

公司名称	业务性质	主要产品或服务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	净利润
上海飞科美发器具有限公司	制造业	电吹风及配件等、家用电器及配件的研发、制造及加工	2,000.00	3,386.65	1,853.71	3,048.54	-173.69
芜湖飞科电器有限公司	制造业	剃须刀及配件等、家用电器及配件的研发、制造及加工	23,500.00	48,426.00	30,303.69	30,457.94	1,070.92

5、非募集资金项目情况

适用 不适用

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、会计估计发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

报告期内，公司会计政策、会计估计和核算方法未发生变化。

4.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

报告期内，公司未发生重大会计差错。

4.3 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。

截至 2016 年 6 月 30 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围
上海飞科美发器具有限公司	是
芜湖飞科电器有限公司	是

2015年3月，上海飞科贸易有限公司已完成清算注销程序，故其2015年12月31日的资产负债表不纳入公司上年度合并报表范围，但清算之前的利润表、现金流量表仍旧纳入公司上年度合并报表范围。

报告期合并财务报表范围及其变化情况详见公司2016年半年度报告附注“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”。

4.4 半年度财务报告已经审计，并被出具非标准审计报告的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

公司2016年半年度报告未经审计。

上海飞科电器股份有限公司

董事长：李巧腾

2016年8月16日