

证券代码：002103

证券简称：广博股份

公告编号：2014-016

广博集团股份有限公司 2013 年年度报告摘要

1、重要提示

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深圳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。

公司简介

股票简称	广博股份	股票代码	002103
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	杨远	杨昊悦	
电话	0574-28827003	0574-28827003	
传真	0574-28827006	0574-28827006	
电子信箱	stock@guangbo.net	stock@guangbo.net	

2、主要财务数据和股东变化

(1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

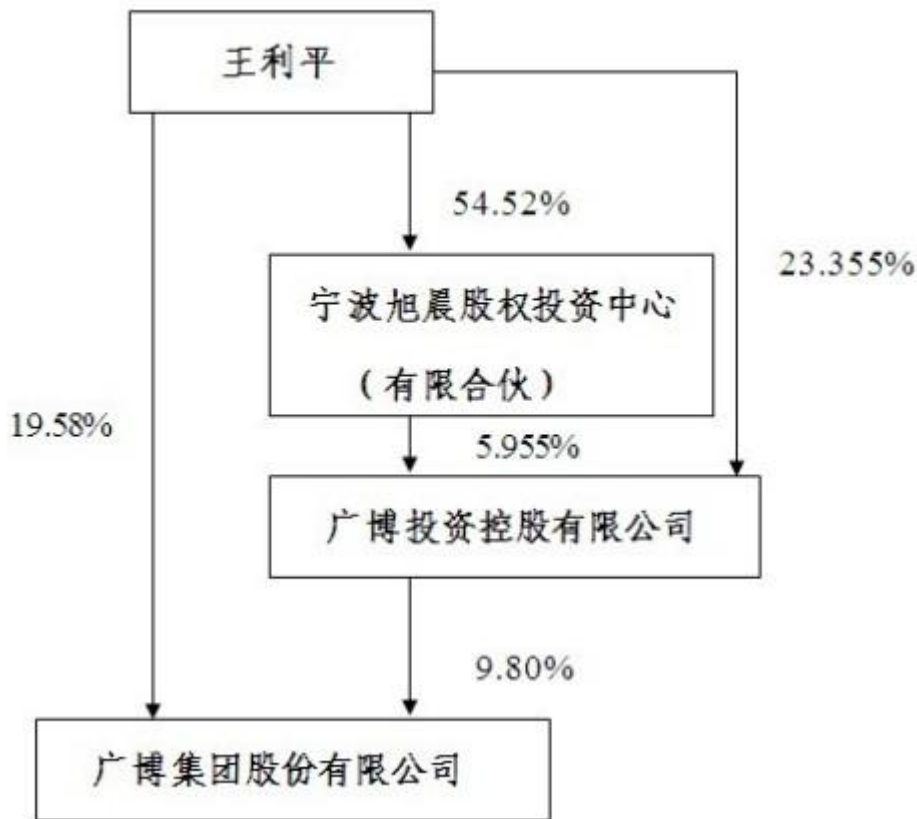
	2013 年	2012 年	本年比上年增减(%)	2011 年
营业收入(元)	848,348,018.49	1,041,150,659.99	-18.52%	1,053,255,038.92
归属于上市公司股东的净利润(元)	16,798,493.86	36,609,267.85	-54.11%	43,612,810.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	1,194,923.00	30,021,125.45	-96.02%	26,993,031.66
经营活动产生的现金流量净额(元)	68,416,291.38	60,321,550.46	13.42%	72,204,085.63
基本每股收益(元/股)	0.08	0.17	-52.94%	0.2
稀释每股收益(元/股)	0.08	0.17	-52.94%	0.2
加权平均净资产收益率(%)	2.27%	5.03%	-2.76%	6.09%
	2013 年末	2012 年末	本年末比上年末增减(%)	2011 年末
总资产(元)	1,171,329,626.22	1,172,777,575.11	-0.12%	1,207,158,206.23
归属于上市公司股东的净资产(元)	741,188,390.08	735,745,347.76	0.74%	721,015,576.28

(2) 前 10 名股东持股情况表

报告期末股东总数	14,051	年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数	13,284
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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
王利平	境内自然人	19.58%	42,772,370	33,054,277	质押	42,772,370
雅戈尔集团股份有限公司	境内非国有法人	10.99%	24,000,000			
广博投资控股有限公司	境内非国有法人	9.8%	21,397,659		质押	12,480,000
王君平	境内自然人	8.44%	18,426,548	13,819,911		
宁波兆泰投资有限公司	境内非国有法人	7.15%	15,613,368			
宁波广联投资有限公司	境内非国有法人	6.75%	14,753,349			
张攀峰	境内自然人	3.02%	6,602,075			
钱伟阳	境内自然人	0.48%	1,041,900			
何明珠	境内自然人	0.45%	978,114			
刘重磊	境内自然人	0.4%	875,400			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前 10 名股东中：王利平和王君平系兄弟关系；王利平持有广博投资控股有限公司 26.60% 的股份，上述三股东存在一致行动的可能。宁波广联投资有限公司、宁波兆泰投资有限公司系公司职工出资设立的公司。其余股东公司未知他们之间是否存在关联关系，也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	宁波兆泰投资有限公司持有本公司股份 15,613,368 股，占公司股份总数的 7.15%，宁波广联投资有限公司持有本公司股份 14,753,349 股，占公司股份总数的 6.75%，两家公司持有本公司的全部股份已转入海通证券股份有限公司客户信用担保账户，用于开展融资融券业务，详见公告 2013-018 和 2013-021。					

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



3、管理层讨论与分析

报告期内，公司紧紧围绕年初确立的各项经营目标，积极倡导“思想在改变，行动在改善”的工作理念，切实贯彻责任至上，恪尽职守的工作作风，通过抓机遇、求突破，力克各类困难，持续提升管理水平，确保了各项工作的有序开展。

报告期内公司总体经营情况稳定，公司实现营业总收入84,834.80万元、营业总成本84,856.66万元，其中主营业务收入84,384.74万元，同比下降18.63%；主营业务成本66,986.76万元，同比下降17.17%；研发支出1,486.19万元，同比下降7.68%；期间费用17,241.04万元，同比下降5.41%；经营活动产生的现金流量净额6,841.63万元，同比增加13.42%；报告期内公司主营产品的毛利率20.62%，同比下降1.4个百分点；归属于上市公司股东的净利润1,679.85万元，同比下降54.11%，主要是受宏观经济形势的不利影响，公司的外销收入有所下滑，导致公司营业收入有所下降，降低了公司的毛利润，同时受人民币升值汇率波动影响，公司汇兑损失增加，使得报告期内营业利润下降67.13%，利润总额下降49.29%。

2013年度，公司主要开展以下几方面工作：

一、销售市场开拓与管理

(一) 加大海外市场的差异化开发力度。公司通过对美国、日本等重点销售市场进行从单纯OEM接单到市场调研基础上的产品筹划并举的开拓市场模式转变，促进市场竞争差异化能力的提升和接单赢利能力提高。夯实海外销售机构的管理，继续充实美国团队的销售力量，进一步完善组织架构，并对公司现有客户关系进行重建与巩固，同时通过进一步提升美国团队的市场产品开发能力，深化客户主动拜访，有计划有策略地进行新市场、新客户的开拓工作。

(二) 积极推进电商销售渠道的发展。根据市场电商业务发展的趋势，建立起从产品筹划、文案策划、美工设计、网店装修到活动策划的一整套商品管理流程，不断完善计划、物流跟踪、财务对账以及店务运营的运营模式，持续提升电商后台的各项服务技能，为满足电商业务的持续增长提供保障。

(三) 全力助推品牌提升工作。国内市场在继续推进户外广告、门头和店内品牌输出以及渠道推广会的同时，不断推进品牌形象升级工作，确立以“中国好文具”为主体的品牌宣传主题，加紧推进品牌代言人落实，央视广告投入工作。进一步规范门店形象系统、产品包装等公司品牌形象输出。抓住数字手媒体快速发展的契机，积极推动O2O的品牌宣传工作，通过线下活动和微信微博推介方式来落地品牌传播，为下一步通过大数据技术来促进国内销售工作的发展奠定基础。

(四) 积极转变产品开发思路。2013年产品设计更加注重产品结构创新和系列化开发，将以往以设计人员喜好为主导的设计导向型开发，转变为以市场与销售要求为主导的市场导向型开发模式。建立内销新品研发月度提报机制，强化新品评审和试销环节。以生活文具项目为代表的新产品系列，已初步形成具有竞争优势的自我特色的产品体系，为推动销售市场继续全面发展提供保障。

二、生产运行与管理

(一) 调整生产布局, 平衡产能结构。结合生产实际进一步统筹平衡公司内部各分厂的产能结构。考虑内销仓库场地需求以及分厂内物流便捷性, 对部分生产场地进行了合理调整, 使公司整体布局更为合理, 生产产能更为均衡。

(二) 努力降低采购成本。在物价普遍上涨的大环境下, 公司采购部门想方设法通过招投标、引进新供应商、新型材料替代等举措努力降低采购成本, 保障公司产品的市场竞争力。

三、综合管理

(一) 加强财务筹划保障公司利益最大化。公司积极开展银行理财, 强化内部资金管理, 提高资金利用率。根据不同公司的税率、税负情况, 合理规划各公司的业务结构, 优化公司总体税负, 尽量减少税费负担。继续有效开展远期结汇业务, 有效减少人民币升值带来的损失。

(二) 持续推进内控监督检查工作。充分发挥各部门主管作为管理要求推行“第一执行人和主要推行人”的作用, 广泛开展各项管理程序的培训与考试工作, 来推动公司各项制度程序的贯彻落实, 进一步提升公司的管理水平。在此基础上, 针对产、供、销等核心节点开展定期不定期的内控检查, 通过对检查发现的问题进行整改落实, 促使各部门管理更加规范有序。

四、主营业务构成情况

单位: 元

	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	毛利率比上年同期增减(%)
分行业						
文具行业	764,429,941.23	596,777,127.44	21.93%	-18.42%	-16.61%	-1.7%
物流行业	79,417,457.97	73,090,475.02	7.97%	-20.59%	-21.45%	1.01%
分产品						
本册	239,798,671.10	175,599,027.99	26.77%	-32.13%	-31.41%	-0.77%
相册	56,471,701.13	41,687,582.26	26.18%	-32.3%	-33.78%	1.65%
包装物	57,742,291.43	37,998,950.15	34.19%	-17.58%	-17.15%	-0.34%
办公用品	156,251,853.84	120,499,102.99	22.88%	27.16%	32.32%	-3.01%
纸张纸浆	12,154,436.35	11,997,859.79	1.29%	177.06%	181.95%	-1.71%
收购产品	147,540,830.67	142,824,575.51	3.2%	-19.8%	-18.43%	-1.63%
图书	66,249,090.22	46,755,293.04	29.43%	-22.96%	-18.64%	-3.75%
物流	79,417,457.97	73,090,475.02	7.97%	-20.59%	-21.45%	1.01%
其他	28,221,066.49	19,414,735.71	31.2%	-14.65%	-15.44%	0.65%
分地区						
国内	329,057,746.22	260,546,527.29	20.82%	-4.86%	-2.07%	-2.26%
国外	514,789,652.98	409,321,075.17	20.49%	-25.52%	-24.57%	-1%

公司未来发展的展望

一、行业所处的发展趋势及面临的市场竞争格局

(一) 行业竞争格局和发展趋势

我国文具办公用品行业的发展尤为迅速, 产品更新换代较快, 品质明显提高, 花色品种和国外基本接轨, 产品的技术含量也有很大的提高。随着文具专卖店、专业化市场的渐趋成熟, 经营者的管理水平和内涵有着向高层延伸的趋势, 以品牌为主的中高档产品将成为未来消费的主流。而我国文具产业在前期的发展过程中, 缺乏明确有序的管理规范、产品单一、低价竞争、浪费资源等都严重制约阻碍了国内文具新生品牌的发展。面对品种繁多的文具用品, 消费者可选择的余地也越来越多, 国外竞争对手的涌入也将使得整个市场的竞争压力不断加强, 随着竞争的愈演愈烈, 文具业应该积极主动的通过各种努力实现品牌化突围。

(二) 公司发展战略及发展规划和2014年经营工作目标和计划

公司的中长期目标是实现由文具制造商向品牌运营商的转变。2014年公司着重突出“变、革、新”三个核心, 坚持“求突破、抓创新”, 把“变革开创新局面”的工作理念融入到各个方面的工作中, 坚持以市场为导向来适应市场的变化, 坚决打破各种不利于发展的观念和格局, 进一步夯实和创新管理, 推动公司销售收入和利润的增长。同时, 公司将加快推进收购项目的进度, 积极寻找、接洽适合本公司的文化产业或其他产业进行股权合作。(上述经营目标并不代表公司对2014年度的盈利预测, 能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素, 存在很大的不确定性, 请投资者特别注意)

1、销售市场开拓与管理

(1) 创新销售模式适应市场变化需求。针对当前外销市场竞争在产品、成本和渠道等要素上同质化不断趋同的现状, 公司将着力通过销售市场推广模式的转变, 使销售工作从以依托生产能力来推销接单, 逐步发展为与客户共同发掘市场机会

的营销模式，从而提高我司产品在市场的差异化竞争力。

(2) 创新产品开发及管理模式。拟建立外销产品月度开发提报会的“众研”模式，通过拟定相关的激励机制调动业务团队全员参与产品开发，通过评审形式，强化产品开发时对市场的适宜性、成本的可行性以及设计的新颖性等方面的综合把控，提高开发成功率。

(3) 加强品牌推广力度，推动市场发展。将以打造“中国好文具”为品牌推广主线，形成“软广、硬广”相结合的品牌推广策略，通过与中国好声音知名主持人华少代言合作，适度投放央视的硬广，扩大各批发市场的户外广告投放等方式来提高品牌的曝光度，同时也将通过参与“西部助学”、中国好文具评选、京东公益拍卖、寻找最美乡村教师等软广投放活动，提升品牌的美誉度，从而推动消费者对品牌的认可度促进销售的发展。

2、生产运行与管理

(1) 构建以市场为导向、以效益为目标的生产运行体系。为全面提升公司综合竞争力，激发各协同部门的接单积极性，生产系统将切实树立以市场需求为导向、以满足客户及公司效益最大化为目标的运行机制，拟建立以业务、生产、采购、工艺、品质等多部门联动共担的运行体系，推动协同创新，鼓励各部门共同谋划，通过齐抓共管努力降低各项生产成本，提高产品市场竞争力和公司效益。

(2) 提高生产运行快速反应能力。将主要从加强生产计划和物料跟踪（PMC控制）的有效管理方面着手，逐项落实计划、采购、工艺技术、品质以及印刷的进度控制，努力缩短生产前期准备时间。在此基础上，不断加强对各分厂、部门的跟踪落实力度，通过定期监督检查、考核评比等方式，促进整个生产后勤加强主动服务意识，提高生产异常反馈意识和处理能力，切实提高生产运行速度和交期准时率。

3、综合管理

(1) 逐步转变内控模式。在继续推进内控部门专职管理的基础上，将着力强化各级主管领导的管理责任机制，引导各模块、各部门主管深入参与到相关程序的建立、修改、推行贯彻及监督检查等各项工作中，实现内控工作由各级主管抓日常规范化运行，内控专职部门抓阶段性检查监督的“管”与“监”的互动促进局面，促进管理升级，防范公司各类重大管理风险发生。

(2) 继续发挥财务融资理财职能。在做好日常各项财务管理工作的基础上，进一步有效利用公司的资金优势，争取通过合理的融资和投资理财，以及供应商付款收息等措施增加资金收益。加强财务综合运筹，继续强化在远期结汇、税收筹划等方面的运作，通过财务职能为公司创造更大的效益。

(三) 资金需求及使用计划及资金来源

2014年公司将根据经营及投资项目资金需求，合理筹集银行信贷资金；在确保公司日常运营和资金安全的前提下，以自有闲置资金适度进行低风险的投资理财业务，提高公司资金使用效率，获得一定的投资收益，进一步提升公司整体业绩水平，在风险可控的前提下为公司股东谋取更多的投资回报；条件具备时开展资本市场直接融资工作。

(四) 可能对公司未来发展战略和经营目标的实现产生不利影响的所有风险因素

1、主要风险因素

(1) 纸张等原材料价格波动风险、劳动力紧张和成本上升，给公司的市场策略制定和实施带来了很大的不确定性，给公司的成本控制也带来了一定的影响。

(2) 人民币汇率双向波动，给公司的外贸业务及所开展的远期结售汇业务带来了很大的不确定性，影响公司的盈利水平。

(3) 市场竞争日趋激烈。文具行业内大多为劳动力密集型企业，市场进入壁垒相对较低，进入充分竞争阶段，渠道进入了终端的竞争，竞争更加直接，更加激烈。

2、主要应对措施

(1) 针对原材料价格波动风险，公司继续采取采购招投标机制，保障采购材料的价格基本稳定，同时对纸张、塑料等大宗材料采取预订、锁单等措施，减少行情波动给公司带来的风险，严格控制生产成本。

(2) 针对人民币汇率风险，公司通过分析外销客户市场结构，针对性向新老客户提出根据新的产品核价体系进行报价，直接消化人民币汇率带来的部分影响；建立外销报价与汇率联动机制，在接单环节提高报价，维持产品平均销售毛利水平；及时收款结汇，加快应收账款的回笼速度，尽可能避免汇兑损失；继续开展远期结售汇业务，降低人民币汇率带来的损失。

(3) 针对市场竞争日趋激烈，公司将进一步通过加大产品研发、加强过程管控、打造品牌建设等方面拉动销售发展，完善内部控制制度，提高生产效率和产品附加值。

4、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

1、因公司发展战略安排，决定注销控股子公司宁波奥尔特纸制品有限公司，并于2013年12月31日办妥工商注销登记手续。上期纳入合并报表范围销售收入为2.02万元。

2、因公司发展战略安排，2013年9月，公司在美国洛杉矶设立全资子公司广博美国桃林股份有限公司，注册资本10万美元，该公司主要从事文教用品的贸易和销售。自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。本期纳入合并报表范围销售收入为0万元。