

公司代码：603116

公司简称：红蜻蜓

浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司

2015 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1.1 为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上仔细阅读年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

1.5 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	红蜻蜓	603116	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	薛霞	戴蓉
电话	0577-67998807	0577-67998807
传真	0577-67350516	0577-67350516
电子信箱	ir@cnhqt.com	ir@cnhqt.com

- 1.6 根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，以截至 2015 年 12 月 31 日公司总股本 408,800,000 股为基数向全体股东每 10 股派发现金股利 0.80 元人民币（含税），合计分配现金分红 3,270.40 万元。不以公积金转增股本。

二 报告期主要业务或产品简介

公司报告期内主营业务是以红蜻蜓品牌为主的皮鞋、皮具、儿童用品的设计、开发、生产和销售。

(一)、经营模式 公司采取纵向一体化的业务模式，覆盖从品牌规划、设计开发、原材料采购、生产到销售等各个环节，实现对整个产业链的有效控制。 品牌建设方面，公司秉承“又一次从距离中寻求接近”的核心理念，致力将红蜻蜓品牌打造为百年品牌。报告期内公司持续加大品牌投入，进行品牌文化宣传与品牌形象提升工作。公司建立了国内首家鞋文化博物馆，以及展示制鞋工艺技术和鞋类研发科技的鞋科技馆、展现品牌发展历程的红蜻蜓品牌馆，并在报告期内对其进行扩建和维护。通过对外进行鞋文化路演、签约国内成长新星、进行粉丝与社群营销、升级终端店铺形象等举措，进一步提升消费者生活购物体验，提高品牌的知名度和美誉度。同时针对线上线下假冒伪劣产品，开展品牌打假等维权工作。 设计研发方面，公司一贯以“引领东方时尚，开启原创生活”为主旨，从顾客需求出发，收集国内外前沿流行资讯，分析国内行业竞争态势，按照商品企划、设计企划、2D 开版、3D 渲染，对照产品工程图进行精准打样。同时，结合各销售公司当季信息反馈进行市场信息的动态快速反应。 原材料采购方面，通过对原材料供应商进行分级考核、与主要原材料供应商签订战略采购协议等手段，确保对供应商研发实力、生产能力、产品质量、价格水平以及合法合规等方面的全方位把控。 生产方面，公司采取自主生产与外协生产（OEM）相结合的模式。通过订货会和市场反馈相结合的方式实现合理下单，以订货制和配货制统一协调的模式完成季前货源准备和季中返单工作，做到淡旺季结合，合理充分利用产能。对外协生产供应商，实行按公司商品总体规划分品类采购，采购前期与其进行设计沟通和开发任务下达，中期进行款型确认和款式调整，开发后期进行筛选避免重复。订单下达后，对产品交货期、价格水平等实施过程跟踪与监督考核，根据考核结果执行协议约定，并对外协供应商进行优胜劣汰。 销售方面，公司采取线上和线下同时发展，自营和加盟业务相结合的模式。线上销售以直营为主、加盟为辅，通过在天猫、淘宝、京东、唯品会等第三方平台设立自营品牌旗舰店与其建立深度合作关系，同时也发展有一定资质的加盟商作为线上销售的特许加盟商。公司线下销售以特许加盟为主、直营为辅，通过营销中心、销售大区、各销售分、子公司来管理遍布全国各个省市的 4000 余家店铺。公司通过与加盟商签订《特许加盟协议》授权其在一定区域范围内销售红蜻蜓产品和拓展营销网点，并在品牌形象维护、价格管理、促销方式、导购服务、进货要求和应收款管理等方面予以支持和监督；公司直营店由公司直接开设并经营管理，主要起到提升品牌地位、树立服务标准、应对区域竞争等作用。

(二)、行业情况说明 近年来，随着全球经济增长放缓以及国内经济结构的转型，中国经济增长速度有所放缓。根据国家统计局发布的 2015 年宏观经济数据，GDP 同比增长 6.9%，为 1990 年以来 GDP 增速首次低于 7%；全国居民人均可支配收入（扣除价格因素）和社会消费品零售总额同比分别增长 7.4%和 10.6%，增速连续第三年下降。不断加大的经济下行压力对消费者的消费心理和消费预期都造成一定程度的负面影响。报告期内，公司主营业务收入为 29.67 亿元，较上年度小幅下跌 5.15%。 目前，国内经济已经处于去产能、去杠杆、去库存的转型升级阶段，报告期内，鞋服行业的行业环境和整体渠道维持弱势，产品同质化、价格竞争愈加激烈。鞋服行业出现了消费群体年轻化和消费趋势多元化的趋势，同时新型零售业态和网络购物蓬勃发展，传统实体销售渠道增长乏力。 但从中长期来看，中国经济增长仍有巨大的潜能和动力，未来仍将会保持中高速增长。“十三五”规划纲要明确提出，经济要保持中高速增长，到 2020 年国内生产总值和城乡居民人均收入比 2010 年翻一番，GDP 年均增速大于 6.5%。同时，消费对经济增长的贡献率逐年上升，2015 年达到 66.4%，消费将依然成为经济增长的强劲动力。 具体行业情况说明请详见本报告“第四节 管理层讨论与分析”之“二、报告期内主要经营情况”之“（四）行业经营性信息分析”。

三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减(%)	2013年
总资产	4,050,356,892.28	2,764,349,462.83	46.52	2,678,476,875.00
营业收入	2,966,870,726.80	3,127,957,075.26	-5.15	3,221,543,648.19
归属于上市公司股东的净利润	300,009,542.02	327,630,846.37	-8.43	257,587,867.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	280,038,865.80	315,476,303.51	-11.23	247,813,862.19
归属于上市公司股东的净资产	2,945,109,083.74	1,671,274,008.72	76.22	1,413,643,162.35
经营活动产生的现金流量净额	361,689,985.04	607,512,560.27	-40.46	388,878,295.92
期末总股本	408,800,000.00	350,000,000.00	16.80	350,000,000.00
基本每股收益 (元/股)	0.79	0.94	-15.96	0.74
稀释每股收益 (元/股)	0.79	0.94	-15.96	0.74
加权平均净资产收益率(%)	13.00	21.10	减少8.10个百分点	20.05

四 2015年分季度的主要财务指标

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	781,196,121.96	641,575,532.72	690,930,712.09	853,168,360.03
归属于上市公司股东的净利润	81,472,524.71	50,326,761.52	77,144,539.53	91,065,716.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	80,394,916.57	47,489,284.63	73,517,109.50	78,637,555.10
经营活动产生的现金流量净额	-29,163,595.79	164,673,607.27	-23,166,192.39	249,346,165.95

五 股本及股东情况

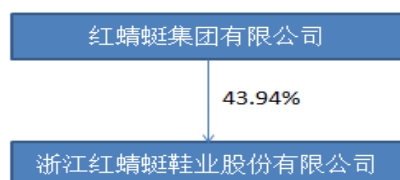
5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

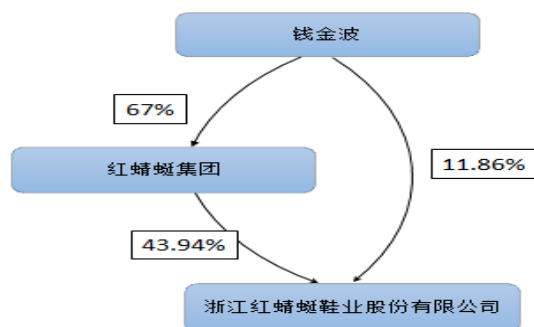
截止报告期末普通股股东总数（户）					24,436		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					22,960		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告 期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
红蜻蜓集团有限 公司		179,623,000	43.94	179,623,000	无		境内 非国 有法 人
钱金波		48,471,290	11.86	48,471,290	无		境内 自然 人
上海景林创业投 资中心（有限合 伙）		20,400,000	4.99	20,400,000	无		境内 非国 有法 人
金银宽		14,838,150	3.63	14,838,150	无		境内 自然 人
钱秀芬		11,902,430	2.91	11,902,430	无		境内 自然 人
李忠康		11,359,960	2.78	11,359,960	质押	1,360,000	境内 自然 人
郑春明		10,881,310	2.66	10,881,310	冻结	10,881,310	境内 自然 人
陈铭海		9,892,100	2.42	9,892,100	质押	3,800,000	境内 自然 人
钱金云		9,094,350	2.22	9,094,350	质押	5,880,000	境内 自然 人

夏赛侠		7,913,680	1.94	7,913,680	质押	2,200,000	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	钱金波与钱秀芬系姐弟关系；钱金波与钱金云系堂兄弟关系；夏赛侠系钱金波外甥。钱金波和红蜻蜓集团为一致行动关系。除此之外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明							

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



5.3 公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

单位:股

截止报告期末优先股股东总数 (户)	
-------------------	--

年度报告披露日前上一月末的优先股股东总数 (户)							
前 10 名优先股股东持股情况							
股东名称	股东性质	报告期内 股份增减 变动	持股比 例 (%)	持股 数量	所持股 份类别	质押或冻结情况	
						股份状 态	数量
前十名优先股股东之间，上述股东与前十名普通股股东之间存在关联关系或属于一致行动人情况说明							

六 管理层讨论与分析

2015 年度，公司经营情况良好，由于中国经济增长速度放缓，居民消费意愿降低，一定程度上影响了公司的经营业绩。报告期内公司共实现营业收入 296,687.07 万元，较上期下降 5.15%，报告期公司共实现净利润 30,000.95 万元，较上期下降 8.43%。公司资产规模进一步提升，截至 2015 年 12 月 31 日，公司总资产 405,035.69 万元，较期初增长 46.52%，净资产 294,510.91 万元，较期初增长 76.22%。

纵观 2015 年度，在宏观经济增速放缓，服装行业增长乏力，居民消费意愿不断降低的情况下，公司立足本业，通过提升研发能力、打造快速反应的供应链、加强零售运营管理和大力扶持电子商务发展等举措，积极应对市场和行业的各项挑战，保持了较为稳定的业绩和行业地位。报告期内，公司实现主营业务收入 296,687.07 万元，同比小幅下降 5.15%；实现净利润 30,000.95 万元，同比下降 8.43%。

公司在报告期内，进行了以下重点工作，提升了经营能力：

（一）、提升研发能力

报告期内，公司积极响应国家关于两化深度融合的战略，全力发展数字化技术在制鞋上的应用。报告期内，公司建立了数字化技术孵化中心，加大对数字化技术研究应用的投入，积极引进专业人才，依托院士专家工作站和博士后工作站，加强与高等院校及研究院的合作，持续引进了达尔康、麦德、犀牛等国际先进的专业设计软件，添置了 360° 五轴激光扫描仪、足底压力分布测力仪等设备，形成了数据研发平台。楦、底、跟、中底、饰扣、鞋款六大模块数据库的建立，三维数字信息采集技术、三维模型逆向技术和数据库搭建技术的应用，推动了鞋靴设计标准化，实现了鞋面 2D 开版与 3D 设计，提高了研发的设计水平、质量和效率。虚拟设计技术的应用，使得产品在资讯传递、策划设计、效果评价与虚拟订货等方面均可通过数字技术得以立体展现。其规模化的应用，可降低企业传统开发的比例，实现鞋类产品开发环节的科学性、高效性、绿色性。

通过新型技术的使用，开发人员和管理人员能够非常直观地了解和掌握产品的动态效果，从而加快由设计研发到推向市场的速度和准确度，进一步的提升整体效率。

报告期内，公司向浙江省科技局、浙江省经贸委共申报 6 项“2015 年新产品”。《全弓支撑抗扭商务鞋》、《助力速行健步鞋》、《沟状大底雪地防滑保暖鞋》、《楦底组合优化轻量商务鞋》、《软木垫芯记忆高跟女鞋》、《片式气囊呼气鞋》6 项新产品项目及参与评审答辩，结果获得 5 项国内领先、1 项国内先进，其中 1 项已获得省级优秀新产品称号。

（二）、打造快速反应的供应链

报告期内，公司通过与主要原材料厂商签订战略合作协议（包括粤海制革（01058.HK）、兴业科技（002674）等供应商），确保了皮料等重要原材料的供货时间、品质、数量和价格水平充分满足公司生产需求；通过与 OEM 采购厂家签订战略合作协议，使其按照季节主线有序、定向研发产品，减少中间环节，做到工厂和市场快速对接；自主生产方面，通过将自有产能按品类区分，并设立快速小线和定制专线，逐步实现多批次、小批量的柔性生产方式，以灵活快速地满足市场当季需求；同时对订货会模式进行改革，适当压缩每季首单订货量，提高当季适销产品比例，做到月月有新货，减小资金占用和库存积压风险。

（三）、加强零售运营管理

报告期内，公司深化产品管理，不断将基础工作向前向后延伸。商品部门深入市场一线，通过调研、访谈，结合数据分析，不断优化区域商品结构。各销售分子公司建立了销售与研发的定期沟通机制，针对不同渠道匹配不同的商品结构，在商品管理关键节点上保障信息畅通，确保自上而下的试销推广、自下而上的快速转化流程真正得到落地执行。

（四）、大力扶持电子商务发展

公司旗下电子商务公司通过优化线上产品供应结构，提高商品计划能力，加强营销活动策划，拓宽销售渠道结构，打造全能快节奏的电商团队等举措，在报告期内取得了令人满意的成绩。2015 双 11 活动当天，红蜻蜓在天猫网上商城自营旗舰店总计销售额超过 1 亿元，同比增长 59.37%；订单数超过 50 万件，同比增长 58.48%。

报告期内，公司在天猫、淘宝、京东、唯品会等国内主要第三方平台的销售业绩均名列皮鞋类目前三名，并保持稳定和高速增长。截至报告期末，线上销售额 41,619.31 万元，较去年同期增长 25.71%。

报告期内公司主要线上平台自营销销售的营业收入、毛利率、退货率如下表：

	营业收入(万元)	营业收入同比增减 (%)	毛利率(%)	退货率(%)
天猫	24,905.71	27.16	37.75	10.41

唯品会	6,067.00	172.53	18.11	3.20
京东	2,941.30	37.43	34.19	6.73
合计	33,914.01	41.59	33.92	8.37

(五)、实现皮具业务的独立运营

公司从 2009 年起开展皮具业务，六年来实现了皮具业务的连续增长。报告期内，皮具事业部开展了加盟商帮扶项目，为销售分子公司派驻经营团队，进行皮具业务的专门指导和对接，对多个分子公司进行市场考察和销售培训，逐步实现皮具业务从研发、生产到店铺和终端消费者的独立沟通渠道，摆脱了以往主要依靠皮鞋业务发展的旧有模式。同时，皮具事业部还开展了加强终端营销事件策划，全面实行数字化商品管控，产品精细化研发与工艺迭代，优化订货模式，全面提升单店运营能力等举措。报告期内，皮具业务实现销售收入 34,850.37 万元，在市场环境不景气的环境下较上年度增长 1,237.34 万元。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

无

7.2 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。

无

7.3 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 2015 年 12 月 31 日，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称

山西红蜻蜓销售有限公司

上海红蜻蜓鞋业有限公司

广东尚品服饰实业有限公司

广州迪缙西贸易有限公司

武汉红蜻蜓鞋业有限公司

浙江红蜻蜓电子商务有限公司

甘肃红蜻蜓贸易有限公司

广州迪基媛斯贸易有限公司

红蜻蜓营销温州有限公司

上海红蜻蜓服饰研发设计中心（有限合伙）

辽宁红蜻蜓贸易有限公司

杭州红蜻蜓电子商务有限公司

浙江红蜻蜓贸易有限公司

湖南红蜻蜓贸易有限公司

四川红蜻蜓鞋业有限公司

肇庆红蜻蜓实业有限公司

温州红蜻蜓儿童用品有限公司

上海红蜻蜓实业有限公司

广东红蜻蜓鞋业有限公司

重庆红蜻蜓鞋业有限公司

广西柳州红蜻蜓贸易有限公司

贵州利合集成贸易有限公司

温州红蜻蜓贸易有限公司

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“六、合并范围的变更”和“七、在其他主体中的权益”。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

无