

公司代码：600400

公司简称：红豆股份

江苏红豆实业股份有限公司
2017 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，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媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 江苏公证天业会计师事务所（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。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2017年度母公司实现营业收入1,997,368,075.85元，营业利润862,017,045.11元，净利润681,964,589.91元。按照《公司章程》有关规定，提取10%法定盈余公积金68,196,458.99元后，加上期初未分配利润628,247,268.24元，减去已发放现金股利164,497,202.10元，本年度可供全体股东分配的利润为1,077,518,197.06元。经董事会研究，公司决定以2017年度末总股本1,809,469,223股为基数，每10股派发现金红利2.00元（含税），共计派发361,893,844.60元，剩余未分配利润转存以后年度分配；同时，公司决定以2017年度末总股本1,809,469,223股为基数，以资本公积向全体股东每10股转增4股。

二 公司基本情况

1 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	红豆股份	600400

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孟晓平	朱丽艳
办公地址	江苏省无锡市锡山区东港镇	江苏省无锡市锡山区东港镇
电话	0510-66868422	0510-66868278
电子信箱	hongdou@hongdou.com	hongdou@hongdou.com

2 报告期公司主要业务简介

（1）公司主要业务和产品

为了集中优势资源发展男装业务，报告期内，公司实施了房地产业务的出售。2017年3月27日、2017年4月19日公司分别召开第七届董事会第二次会议、2016年年度股东大会，审议通过了向控股股东红豆集团出售所持有的红豆置业60%股权的重大资产重组事项的相关议案。2017年6月6日，公司发布了《关于重大资产重组实施完成的公告》。本次重大资产重组完成后，公司主营业务为男装的生产与销售。

公司重点发展红豆男装连锁专卖业务，产品包括西服、衬衫、毛衫、T恤、休闲服、裤子等，风格分为正装、休闲、运动。公司男装业务始终坚持平实、平和、平民、平价的定位，满足中等收入群体在不同场合的一站式着装需求。主要销售区域为全国二三线城市，在一线城市树立形象店，通过打造智慧门店提升用户体验，更好的满足消费升级新需求。

（2）经营模式

报告期内公司经营模式未发生变化。

设计生产上，主要采取自主生产和商品代销相结合的方式，且以商品代销为主。在自主生产方面，车间按照订单确定生产需要的面辅料名称、规格、数量，并制定面辅料采购计划，进行采购，将面辅料加工成成品后通过公司的销售渠道对外销售。在商品代销方面，公司整合内外部研发资源，联合供应商协同开发商品，按照国家和纺织行业质量标准和工艺要求对生产过程进行跟踪，并将商品通过公司的渠道进行销售，根据商品实际销售数量与供应商结算。该代销模式有利于减少公司采购端的资金占用、降低存货风险，公司与供应商结为利益共同体，充分利用了服装生产资源，促进外协厂商开发质优、畅销产品的积极性。

销售上，男装业务分线下销售和线上销售。线下销售，以连锁专卖为主，采取直营与加盟联营模式。直营模式为门店由公司直接经营管理，其所有权和经营权均归公司所有，在门店的管理、服务、供货、资金结算、存货管理、收入确认等各方面的权利和义务均由公司承担。加盟联营模式为加盟联营商委托公司对门店直接经营管理，加盟联营商自筹资金、提供稳定的经营场所和完善的物业保障，拥有门店所有权，承担门店租金和相关费用，不具体参与门店的管理，双方每月根据实际销售额按协议约定进行分成结算。线下销售，还有部分职业装业务，主要以客户团体定制为主。线上销售，和第三方平台建立深度合作关系，主要销售渠道为淘宝、天猫、京东、唯品会等主流电商平台。并自建垂直电商平台红豆商城，采取线上线下同款同价的销售模式，加速线上线下的协同。

（3）服装行业情况说明

根据证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订）及证监会公布的上市公司行业分类结果，公司所属行业为“纺织服装、服饰业”。

随着我国经济由高速增长转向高质量发展，服装行业运行质效提升、向好趋势显现。国家统计局数据显示，2017年全年，社会消费品零售总额366,262亿元，比上年增长10.2%，增速较上年同期回落0.2%；限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长7.8%，较上年同期上升0.8%；全国网上穿着类商品零售额同比增长20.3%，较上年同期上升2.2%。

新时代关键时期，“人民日益增长的美好生活需要”在纺织服装行业的核心表现是消费升级与需求变化。顺应时代发展，在“科技、时尚、绿色”的新定位指引下，行业深度竞合、协同创新，其发展正呈现以下主要态势：

①消费升级加剧品牌竞争。传统消费提质升级，消费者对品质和服务的要求不断提高；新兴消费风生水起，年轻一代消费者的成熟促使社群化、个性化消费快速发展。在消费驱动生产的新阶段，品牌服装市场更呈现多品牌、多品类、多渠道格局。海外品牌加快涌入中国市场，本土品牌通过外延并购或内生培育扩充品牌矩阵，推进高质量发展。

②新技术加快创新迭代。以移动互联、物联网、云计算、人工智能、虚拟现实为代表的信息技术已渗透到设计、研发、生产、营销、服务等纺织价值链的各个环节，带动行业的组织、生产、管理模式出现变化。行业模式创新业态日渐丰富，创新力和竞争力不断增强，推动行业的质量变革、效率变革、动力变革。

③新零售加速全渠道融合。新零售背景下，线上线下在流量、数据等方面的相互协同和赋能为全渠道增长提供持续动力。线下多业态跨界协同趋势明显，社交化场景化模式成主流，更好匹配顾客、商品、场地等零售要素；线上渠道向线下延伸，通过线上线下资源整合与互补，构建完整的商业生态体系。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2017年	2016年	本年比上年增减(%)	2015年	
				调整后	调整前
总资产	5,449,270,043.40	9,843,193,417.27	-44.64	6,785,184,401.64	6,755,115,567.77
营业收入	2,714,103,885.52	3,041,467,180.23	-10.76	2,669,830,265.99	2,651,092,378.36
归属于上市公司股东的净利润	608,037,365.19	159,417,686.58	281.41	81,537,198.35	86,095,570.71
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	161,066,595.37	142,739,296.39	12.84	84,957,766.31	84,957,766.31
归属于上市公司股东的净资产	4,535,340,378.84	4,098,445,009.65	10.66	2,189,662,161.32	2,188,044,188.34
经营活动产生的现金流量净额	-1,422,691,114.75	-1,071,895,355.37	-32.73	833,155,575.13	837,471,815.66
基本每股收益(元/股)	0.34	0.10	240.00	0.06	0.14
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.10	240.00	0.06	0.14
加权平均净资产收益率(%)	14.18	5.62	增加8.56个百分点	4.55	4.80

注：2016年11月30日发生同一控制下企业合并，追溯调整2015年数据。

3.2 报告期分季度的主要会计数据

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	573,283,701.61	1,025,214,110.85	390,975,883.04	724,630,190.02
归属于上市公司股东的净利润	30,785,055.78	467,586,744.46	68,753,017.07	40,912,547.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	29,663,826.24	33,689,099.56	53,693,239.86	44,020,429.71
经营活动产生的现金流量净额	-1,087,534,828.53	-465,415,284.34	-182,189,352.96	312,448,351.08

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

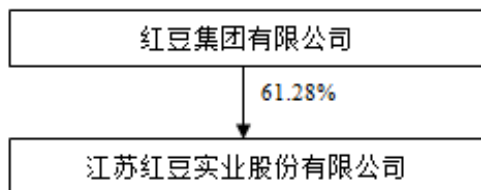
4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					34,498		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					34,033		
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	
红豆集团有限公司	261,679,885	1,108,850,754	61.28	315,122,931	质押	501,323,226	境内非国有法人
长城国融投资管理有限公司	4,425,428	48,679,706	2.69	0	无	0	国有法人
富安达基金－南京银行－江苏紫金农村商业银行股份有限公司	4,400,978	48,410,757	2.68	0	无	0	其他
中山证券－招商银行－中山证券启航 1 号定增集合资产管理计划	-1,582,212	42,672,066	2.36	0	无	0	其他
西藏信托有限公司－西藏信托－莱沃 37 号集合资金信托计划	26,264,484	26,264,484	1.45	0	无	0	其他
周海江	8,693,640	25,778,126	1.42	0	质押	25,778,000	境内自然人
农银无锡股权投资基金企业(有限合伙)	2,019,342	22,212,764	1.23	22,212,764	无	0	境内非国有法人
京渤聚投资基金管理(北京)有限公司－磐鼎·京晋 1 号阳光私募证券投资基金		14,134,184	0.78	0	无	0	未知
中信证券股份有限公司		13,868,118	0.77	0	无	0	未知
深圳市润石资产管理有限公司－润石 5 号证券投资基金		13,176,185	0.73	0	无	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，周海江先生担任红豆集团董事长，农银无锡股权投资基金企业（有限合伙）为红豆集团一致行动人；西藏信托有限公司－西藏信托－莱沃 37 号集合资金信托计划的参与人为公司董事、监事、高级管理人员及公司部分管理人员。除上述情况外，其他未发现关联关系，流通股股东未知是否存在关联关系或一致行动。					

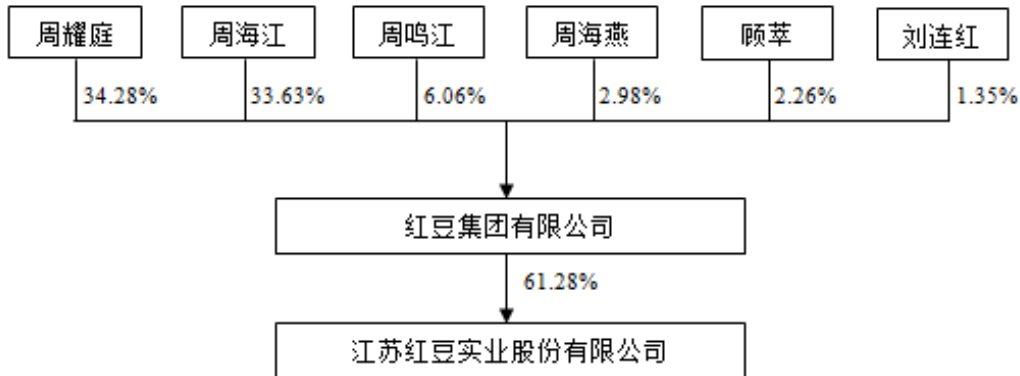
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

1 经营情况讨论与分析

2017 年度，公司集中优势资源发展男装业务，推进信息化建设，增强公司盈利能力，打造可持续竞争优势，推动公司向“智慧创造运营”经营模式转型。报告期内，实现营业收入 271,410.39 万元，其中男装业务收入 181,449.37 万元，较上期增长 35.22%；实现归属于上市公司股东的净利润 60,803.74 万元，较上期增长 281.41%，扣非后实际经营利润 16,106.66 万元，较上期增长 12.84%。

1、品牌形象：坚持打造自主品牌，重点在品牌价值深度、品牌市场表现力上持续提升，强调文化自信，驱动品牌的可持续增长。一是构建品牌价值深度，结合“六十年匠心、六十年传情”主题，从匠人、匠品、匠心等角度讲述品牌故事；二是强调品牌市场表现力，以“产品、活动、品牌”三个维度为抓手落地品牌营销。产品主推轻西服、白衬衫等秉承品牌内蕴的经典系列；活动主打节日情感营销，开展春节“送爱到家”、父亲节“爸爸我想对你说”、红豆七夕节“寻找最美爱的故事第五季——最美钻石婚”等活动；品牌塑造多维度立体传播，在央视黄金剧场、高铁品牌专列、新媒体等形成多渠道传播，倡导与品牌调性相契合的“主流生活方式”。

2、智慧红豆：以智慧红豆为目标，信息化技术为手段，公司坚持对外以全渠道销售、对内以高效业务协作为主线，推进智慧红豆五大体系建设。报告期内，公司与埃森哲深度合作，结合经营管理的各个环节，推出信息化发展蓝图规划，推进了个性化定制、打造柔性生产线、建设智慧物流、试点改造智慧门店等工作，运用新技术为公司转型升级提速增效。

3、线下业务：创新、优化红豆连锁经营模式，聚焦开店、产品、服务，打造注重消费者深度体验的智慧门店，适应新零售格局。开店方面，严格执行三优先原则。省会城市开设品牌形象店，成熟购物中心优先开店，重点城市多店布局，并评级现有门店、规划拓展市场，全局优化营销网络体系。报告期内，召开财富峰会，携手优质加盟商，填补空白市场，加快布局谋发展。产品方面，坚持优质、平价、款好、量够。以消费者为核心，打通从商品企划到门店陈列各环节的商品流，培育优质战略供应商，开发柔性供应链，开展主题陈列大提升活动。服务方面，将标准化执

行落地。开展“五好门店”评比，提供人性化、便捷化、智能化的购物体验，打造集专业化人才、标准化运营、高效化货品于一体的连锁专卖。

4、线上业务：以实现全渠道与消费者的交互、交易、交付为目标，快速发展红豆男装线上业务。在主流电商平台继续深度运营，提升店铺日销体量；线上业务不断加深线上线下协同，描绘更为精准的消费人群画像，为进一步聚焦内容运营提供服务，满足多元化、个性化的需求，有利于建立高黏性消费群体。

5、职业装业务：对外拓业务、对内强管理，以高品质、优服务推动转型升级。对外，持续推进核心办事处建设，建立客户资源库。对内，通过对客户接触点的梳理，建立了投标、商务洽谈、售后服务等标准化流程，提升客户满意度。

6、专业人才建设：聚焦专业人才，注重优化内生型专业人才的培育机制，为公司发展汇聚强大支撑。以连锁经营商学院为孵化基地，分类建立实操案例库，打造一流课程体系，打造店长、运营等男装连锁专业化队伍，提升专业技能。

7、资产重组：为集中优势资源发展男装业务，公司实施完成了重大资产重组。于2017年3月27日、2017年4月19日分别召开第七届董事会第二次会议、2016年年度股东大会，审议通过了向红豆集团出售所持有的红豆置业60%股权的重大资产重组的相关议案。2017年6月6日，公司发布了《关于重大资产重组实施完成的公告》。

2 报告期内主要经营情况

2017年度，公司主营业务持续发展，实现营业收入271,410.39万元，其中男装业务收入181,449.37万元，较上期增长35.22%；实现归属于上市公司股东的净利润60,803.74万元，较上期增长281.41%，扣非后实际经营利润16,106.66万元，较去年同期增长12.84%。同时净资产规模进一步提升，截至2017年12月31日，归属于上市公司股东的净资产453,534.04万元，较期初增长10.66%。

2.1 主营业务分析

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	2,714,103,885.52	3,041,467,180.23	-10.76
营业成本	2,028,004,831.77	2,343,226,549.47	-13.45
销售费用	290,833,945.36	246,303,257.54	18.08
管理费用	148,357,232.13	127,562,109.48	16.30
财务费用	20,758,085.51	46,603,365.69	-55.46
经营活动产生的现金流量净额	-1,422,691,114.75	-1,071,895,355.37	-32.73
投资活动产生的现金流量净额	-292,439,955.25	-1,121,364,723.33	73.92
筹资活动产生的现金流量净额	1,724,004,256.55	2,896,715,995.76	-40.48
研发支出	61,921,206.67	45,972,473.76	34.69

2.1.1 收入和成本分析

营业收入变化的因素分析：

报告期内，公司总营业收入271,410.39万元，同比下降10.76%，主要是出售控股子公司红

豆置业股权的影响。

公司主营男装业务营业收入 181,449.37 万元，同比增长 35.22%，主要是因为线下门店及线上销售收入增长。

2.1.1.1 主营业务分行业、分产品、分地区情况

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 (%)
服装	1,814,493,701.01	1,272,439,450.48	29.87	35.22	36.02	减少 0.41 个百分点
纱线印染	122,268,653.43	99,295,404.50	18.79	11.36	3.93	增加 5.80 个百分点
房地产	777,341,531.08	656,269,976.79	15.58	-51.11	-49.99	减少 1.88 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 (%)
西服	237,225,874.51	174,891,659.50	26.28	0.03	3.15	减少 2.22 个百分点
毛衫	110,150,648.24	80,541,578.02	26.88	45.33	44.98	增加 0.17 个百分点
衬衫	331,169,613.14	232,717,945.77	29.73	27.41	28.02	减少 0.34 个百分点
纱线印染	122,268,653.43	99,295,404.50	18.79	11.36	3.93	增加 5.80 个百分点
T 恤	179,967,569.96	123,650,555.61	31.29	65.11	62.59	增加 1.06 个百分点
休闲服	527,501,106.79	334,671,474.07	36.56	45.31	48.88	减少 1.52 个百分点
裤子	316,501,740.25	215,117,484.84	32.03	46.64	44.18	增加 1.15 个百分点
其他	111,977,148.12	110,848,752.67	1.01	38.04	41.04	减少 2.11 个百分点
房地产	777,341,531.08	656,269,976.79	15.58	-51.11	-49.99	减少 1.88 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率	营业收	营业成	毛利率比上

			(%)	入比上年 年增减 (%)	本比上年 年增减 (%)	年增减 (%)
东北	74,062,346.64	52,177,151.52	29.55	-0.57	-0.03	减少 0.38 个百分点
华东	1,762,407,292.77	1,348,301,012.73	23.50	-25.66	-27.49	增加 1.94 个百分点
华北	176,041,531.11	126,702,603.03	28.03	31.23	25.86	增加 3.08 个百分点
中南	246,547,968.06	178,788,310.60	27.48	129.21	130.76	减少 0.49 个百分点
西南	144,183,609.03	99,295,963.76	31.13	51.97	46.07	增加 2.78 个百分点
华南	80,223,026.59	56,486,013.84	29.59	17.52	16.75	增加 0.47 个百分点
西北	173,583,360.44	123,294,480.28	28.97	90.31	89.32	增加 0.37 个百分点
出口	57,054,750.88	42,959,296.01	24.71	-43.12	-40.29	减少 3.56 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明：

华东地区营业收入扣除房地产后为 985,065,761.69 元，营业成本为 692,031,035.94 元，毛利率为 29.75%，营业收入比上年增加 26.16%，营业成本比上年增加 26.45%，毛利率比上年下降 0.16%。

2.1.1.2 产销量情况分析表

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年 年增减 (%)	销售量比上年 年增减 (%)	库存量比上年 年增减 (%)
西服	123.42 万套	123.72 万套	37.79 万套	-4.21	4.97	-0.79
衬衫	497.14 万件	448.33 万件	109.77 万件	90.77	71.66	80.07
毛衫	81.30 万件	81.85 万件	0.83 万件	61.89	55.7	-39.86
T 恤	306.97 万件	291.53 万件	40.84 万件	23.68	17.7	60.79
休闲服	266.57 万件	251.19 万件	26.10 万件	50.11	35.68	143.47
裤子	273.85 万条	274.40 万条	4.15 万条	91.02	40.98	-11.7
小计	1,549.25 万套 /件/条	1,471.02 万套 /件/条	219.48 万套 /件/条	-	-	-
纱线印染	14,170.04 吨	12,897.03 吨	1,455.42 吨	36.3	16.6	697.88

产销量情况说明：

总体来看，2017 年公司产销量情况良好，库存量处在合理区间。

2.1.1.3 成本分析表

单位：元

分行业情况					
分行业	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)
服装	1,272,439,450.48	62.74	935,508,130.46	39.92	36.02
纱线印染	99,295,404.50	4.90	95,537,261.52	4.08	3.93
房地产	656,269,976.79	32.36	1,312,181,157.49	56.00	-49.99
分产品情况					
分产品	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)
西服	174,891,659.50	8.61	169,549,121.47	7.23	3.15
毛衫	80,541,578.02	3.97	55,552,804.75	2.37	44.98
衬衫	232,717,945.77	11.48	181,778,690.21	7.76	28.02
纱线印染	99,295,404.50	4.90	95,537,261.52	4.08	3.93
T恤	123,650,555.61	6.10	76,050,276.12	3.25	62.59
休闲服	334,671,474.07	16.50	224,788,749.30	9.59	48.88
裤子	215,117,484.84	10.61	149,196,152.80	6.37	44.18
其他	110,848,752.67	5.47	78,592,335.81	3.35	41.04
房地产	656,269,976.79	32.36	1,312,181,157.49	56.00	-49.99

2.1.1.4 主要销售客户及主要供应商情况

前五名客户销售额 27,080.66 万元，占年度销售总额 13.98%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 3,998.78 万元，占年度销售总额 2.06 %。

前五名供应商采购额 12,488.36 万元，占年度采购总额 6.18%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 0 万元，占年度采购总额 0%。

2.1.2 费用

报告期内，销售费用同比增加 18.08%，主要是：（1）连锁专卖门店增加后，拓展运营人员相应的薪酬、差旅费、运费的增加及道具类资产摊销的增加；（2）线上及团购业务增长服务费的增加。

管理费用同比增加 16.30%，主要是公司管理人员薪酬福利的增加。

财务费用同比减少 55.46%，主要是报告期内出售控股子公司红豆置业股权的影响，导致本期利息支出较上年同期减少，从而导致财务费用相比上年同期减少。

2.1.3 公司服装存货情况说明

2.1.3.1 服装存货情况

单位：元

项目	期末余额			期初余额		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	20,283,883.72	0.00	20,283,883.72	14,738,426.07	0.00	14,738,426.07
在产品	11,283,790.11	0.00	11,283,790.11	9,135,761.43	0.00	9,135,761.43
库存商品	199,737,324.81	10,464,702.14	189,272,622.67	150,707,348.20	11,278,858.23	139,428,489.97
委托加工物资	13,011,291.41	0.00	13,011,291.41	6,299,064.29	0.00	6,299,064.29
合计	244,316,290.05	10,464,702.14	233,851,587.91	180,880,599.99	11,278,858.23	169,601,741.76

说明：本公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。

2.1.3.2 服装库存商品库龄、跌价计提情况

单位：元

库存商品 库龄	期末余额			期初余额		
	账面金额	跌价准备	账面价值	账面金额	跌价准备	账面价值
6个月以内	161,134,355.86	0.00	161,134,355.86	125,129,932.83	0.00	125,129,932.83
6-12个月	16,396,302.59	819,815.14	15,576,487.45	6,010,657.51	300,532.88	5,710,124.63
12-24个月	13,955,871.08	3,121,065.93	10,834,805.15	6,643,941.70	1,422,590.11	5,221,351.59
24-36个月	3,839,866.39	2,298,430.55	1,541,435.84	6,955,928.38	4,120,191.32	2,835,737.06
36个月以上	4,410,928.89	4,225,390.52	185,538.37	5,966,887.78	5,435,543.92	531,343.86
合计	199,737,324.81	10,464,702.14	189,272,622.67	150,707,348.20	11,278,858.23	139,428,489.97

说明：目前，公司逐渐对外协加工产品采取代销模式，即外协厂商生产的产品通过公司营销网络代理销售，公司根据外协产品实际销售数量与外协厂商结算。该代销模式有利于减小公司存货压力，同时也较好地促进了外协厂商开发质优、畅销产品的积极性。

截至2017年末，公司80.67%的服装库存商品库龄在6个月以内，公司对超过6个月的库存商品按成本与可变现净值孰低的原则计提了存货跌价准备。总体来看，公司服装库存商品库龄较短，且跌价准备计提充分，存货风险相对较小。

2.1.3.3 服装存货周转率情况

科目	2017年	2016年
存货净额（元）	233,851,587.91	169,601,741.76
存货周转率	6.80	6.42

2.1.4 营运周转分析

2.1.4.1 存货周转天数分析

报告期末，公司存货余额为 23,385.16 万元，同比下降 94.85%，主要是报告期内出售控股子公司红豆置业股权的影响。扣除房地产后，存货周转天数约为 54 天，保持稳定。

2.1.4.2 应付账款周转天数分析

报告期末，公司应付账款余额为 33,477.67 万元，较上期同比下降 52.72%，主要是报告期内出售控股子公司红豆置业股权的影响。本期公司应付账款周转天数约为 94 天，较上期减少 28 天。

2.1.4.3 应收账款周转天数分析

报告期末，公司应收账款余额为 15,168.19 万元，较上期同比上升 10.04%。本期公司应收账款周转天数约为 20 天，较上期持平。

2.1.5 研发投入

单位：元

本期费用化研发投入	61,921,206.67
本期资本化研发投入	0.00
研发投入合计	61,921,206.67
研发投入总额占营业收入比例 (%)	2.28
公司研发人员的数量	402
研发人员数量占公司总人数的比例 (%)	10.23
研发投入资本化的比重 (%)	0.00

2.1.6 现金流

单位：元 币种：人民币

主要会计项目	2017 年度	2016 年度	增减比例 (%)	变化原因
经营活动产生的现金流量净额	-1,422,691,114.75	-1,071,895,355.37	-32.73	主要是控股子公司红豆置业南京 2017G03 地块的土地成本投入的增加
投资活动产生的现金流量净额	-292,439,955.25	-1,121,364,723.33	73.92	主要是母公司支付中民投 1.5%的股权收购款及收到出售控股子公司红豆置业的股权转让款，同时母公司 16 年使用部分闲置募集资金购买理财产品

筹资活动产生的现金流量净额	1,724,004,256.55	2,896,715,995.76	-40.48	主要是控股子公司红豆置业收到的另一控股股东江苏红豆国际发展有限公司的资金往来款，同时16年母公司非公开发行A股股票收到了资金及控股子公司红豆置业收到了另一控股股东江苏红豆国际发展有限公司的资金往来款
---------------	------------------	------------------	--------	---

2.1.7 公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明

单位：元 币种：人民币

主要会计项目	2017年度	2016年度	增减比例(%)	变化原因
税金及附加	61,600,230.16	114,724,084.78	-46.31	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
财务费用	20,758,085.51	46,603,365.69	-55.46	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
资产减值损失	3,784,146.47	2,371,774.62	59.55	主要是母公司库存商品存货跌价准备金的增加
投资收益	621,949,925.15	43,846,526.88	1,318.47	主要是母公司出售控股子公司红豆置业股权的收益
营业外收入	2,655,306.01	28,636,875.10	-90.73	主要是控股子公司红豆置业收到的违约金减少
营业外支出	2,016,591.75	951,577.26	111.92	主要是控股子公司红豆置业对外捐赠的增加

说明：报告期内归属于上市公司股东的净利润60,803.74万元，较去年同期增长281.41%，主要是出售控股子公司红豆置业股权的收益（属非经常性损益）。扣非后实际经营利润16,106.66万元，较去年同期增长12.84%。

2.2 非主营业务导致利润重大变化的说明

报告期内，公司将持有的红豆置业60%股权出售给控股股东红豆集团。本次交易使公司获得税前利润55,511.14万元，该部分利润不具有可持续性。

2.3 资产、负债情况分析

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例(%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例(%)	本期期末金额较上期期末变动比例(%)	情况说明
应收票据	23,289,568.11	0.43	12,700,517.09	0.13	83.37	主要是母公司增加应收票据的货款结算

其他应收款	17,824,295.56	0.33	48,923,768.84	0.50	-63.57	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
存货	233,851,587.91	4.29	4,541,986,617.54	46.14	-94.85	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
可供出售金额资产	1,246,580,021.00	22.88	323,081,317.06	3.28	285.84	主要是母公司受让中民投1.5%股权
投资性房地产	0.00	0.00	955,734,786.93	9.71	-100.00	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
在建工程	29,695,163.09	0.54	354,160.64	0.00	8,284.66	主要是母公司智慧红豆ERP系统、智慧红豆俞家塘仓储项目款投入的增加
短期借款	90,000,000.00	1.65	392,200,000.00	3.98	-77.05	主要是母公司归还已到期的短期流动资金借款
应付票据	135,030,000.00	2.48	100,971,026.82	1.03	33.73	主要是母公司增加应付票据的货款结算
应付账款	334,776,704.18	6.14	708,044,696.33	7.19	-52.72	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
预收账款	65,961,078.77	1.21	902,415,770.41	9.17	-92.69	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
应付职工薪酬	33,645,371.51	0.62	21,808,416.51	0.22	54.28	主要是母公司薪酬福利的增加
应交税费	48,990,112.05	0.90	78,997,468.01	0.80	-37.99	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
应付利息	101,500.00	0.00	2,999,453.68	0.03	-96.62	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
其他应付款	140,212,637.66	2.57	1,836,652,028.25	18.66	-92.37	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
一年内到期的非流动负债	0.00	0.00	366,500,000.00	3.72	-100.00	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响
长期借款	0.00	0.00	962,200,000.00	9.78	-100.00	主要是出售控股子公司红豆置业股权后产生的影响

2.4 服装行业经营性信息分析

2.4.1 报告期内实体门店情况

品牌	门店类型	2016年末数量(家)	2017年末数量(家)	2017新开(家)	2017关闭(家)	2017年末直营转加盟 联营(家)
Hodo 男装	直营店	84	57	3	6	-24
Hodo 男装	加盟联营店	829	1,036	218	35	24
合计	-	913	1,093	221	41	0

2.4.2 报告期内各品牌的盈利情况

单位:万元 币种:人民币

品牌类型	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(%)
Hodo 男装	157,287.39	106,072.72	32.56	45.00	47.27	-1.04
贴牌加工服装	24,161.98	21,182.92	12.33	-6.03	-1.58	-3.96

2.4.3 报告期内直营店和加盟店的盈利情况

单位:万元 币种:人民币

分门店类型	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(%)
直营店	11,127.53	6,177.31	44.49	0.05	0.76	-0.39
加盟店	107,580.72	78,644.23	26.90	48.91	50.13	-0.59
合计	118,708.25	84,821.54	28.55	42.39	44.96	-1.27

2.4.4 报告期内线上、线下销售渠道的盈利情况

单位:万元 币种:人民币

销售渠道	2017年			2016年		
	营业收入	营业收入占比(%)	毛利率(%)	营业收入	营业收入占比(%)	毛利率(%)
线上销售	24,032.72	13.24	36.47%	17,660.54	13.16	35.34%
线下销售	157,416.65	86.76	28.86%	116,523.41	86.84	29.51%
合计	181,449.37	100.00	29.87%	134,183.95	100.00	30.28%

2.4.5 报告期内各地区的盈利情况

单位:万元 币种:人民币

地区	营业收入	营业收入占比 (%)	营业收入比上年增减 (%)
东北	7,406.23	4.08	-0.57
华东	86,638.70	47.75	28.25
华北	17,604.15	9.70	31.23
中南	24,654.80	13.59	130.04
西南	14,418.36	7.95	51.97
华南	7,663.31	4.22	19.54
西北	17,358.34	9.57	90.31
境内小计	175,743.89	96.86	41.55
出口	5,705.48	3.14	-43.12
境外小计	5,705.48	3.14	-43.12
合计	181,449.37	100.00	35.22

2.5 投资状况分析

2.5.1 对外股权投资总体分析

报告期内，公司根据经营发展需要，参与了无锡华云数据技术有限公司的增资，受让了中感投资管理有限公司 25% 股权、中民投 1.5% 股份和财务公司 4.29% 股权。

(1) 公司以自有资金人民币 5,000 万元投资参与无锡华云数据技术有限公司的 B 轮股权 (2,000 万元) 和 C 轮股权 (3,000 万元) 增资, 持有其 2.22% 股权。该公司主营业务为第一类增值电信业务中的国内因特网虚拟专用网业务和因特网数据中心业务; 第二类增值电信业务中的因特网接入服务业务; 网络信息技术领域的技术开发、技术服务; 计算机软件及智能化控制系统的研发、销售、技术服务、技术咨询、技术转让; 计算机信息系统集成服务; 通信工程的技术服务、技术咨询、技术转让及施工; 通信设备 (不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置) 的销售、安装、调试、维护; 会议及展览服务; 自营和代理各类商品及技术的进出口业务 (国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外)。截至目前, 公司已完成此次出资工作, 并办理完毕工商变更手续。

(2) 公司以 0 元受让吴海滨持有的中感投资管理有限公司 25% 股权 (对应认缴出资 2,500 万元, 实缴出资 0 元)。中感投资管理有限公司注册资本为 10,000 万元人民币, 经营范围为投资管理 (不含国有资产); 资产管理; 为所投资的企业提供管理服务; 股权投资、创业投资、实业投资。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动) 公司已完成工商登记变更手续, 并于 2017 年 4 月 27 日出资 625 万元。

(3) 公司出资 89,250 万元受让了红豆集团持有的中民投 7.5 亿股股份, 占中民投总股本的 1.5%。中民投的经营范围为股权投资, 股权投资管理, 商务咨询, 财务咨询 (不得从事代理记账), 实业投资, 资产管理, 投资咨询。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动) 截至报告期末, 公司已向红豆集团支付完毕全部股份转让款, 且已收到了中民投出具的记载公司为其股东的《股权证书》。

(4) 公司出资 4,654.47 万元受让了江苏红豆国际发展有限公司持有的财务公司 4.29% 股权, 交易完成后, 公司共持有财务公司 49% 股权。财务公司经营范围为: 对成员单位办理财务和融资顾问、信用鉴证及相关的咨询、代理业务; 协助成员单位实现交易款项的收付; 经批准的保险代理业务; 对成员单位提供担保; 办理成员单位之间的委托贷款及委托投资; 对成员单位办理票据承兑与贴现; 办理成员单位之间的内部转账结算及相应的结算、清算方案设计; 吸收成员单位的

存款；对成员单位办理贷款及融资租赁；从事同业拆借；承销成员单位的企业债券；对金融机构的股权投资；有价证券投资（股票二级市场投资除外）；成员单位产品的买方信贷。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）截至报告期末，公司已向江苏红豆国际发展有限公司支付完毕全部股权转让款，且已办理完毕工商变更手续。

2.5.1.1 重大的股权投资

适用 不适用

2.5.1.2 重大的非股权投资

适用 不适用

2.5.1.3 以公允价值计量的金融资产

类别	名称	签约方	初始投资成本 (元)	报告期售出情况		资金来源
				份额(份)	投资收益(元)	
基金	曙光 83号B	财通基金管理有限公司 中国民生银行股份有限公司	22,609,285.65	22,388,392.39	-6,746,598.73	自有资金

2.6 重大资产和股权出售

公司于2017年3月27日、2017年4月19日分别召开第七届董事会第二次会议、2016年年度股东大会，审议通过了向红豆集团出售所持有的红豆置业60%股权的重大资产重组的相关议案。截至报告期末，红豆集团已按照《江苏红豆实业股份有限公司与红豆集团有限公司关于无锡红豆置业有限公司之附生效条件的股权转让协议》的约定向公司支付了全部股权转让款；红豆置业已办理完成股权转让的工商变更登记手续。公司本次重大资产重组已完成标的资产的交割和过户手续。

2.7 主要控股参股公司分析

单位：元 币种：人民币

名称	业务性质	注册资本	总资产	净资产	净利润
无锡红豆服饰有限公司	生产加工销售服装	300万美元	18,396,526.54	16,680,202.19	1,102,008.00
无锡后墅污水处理有限公司	污水处理	100万	19,400,532.37	-3,622,333.74	-1,085,738.26
无锡红豆置业有限公司	从事房地产开发经营业务	50,000万	--	--	5,197,798.50

无锡红豆国际贸易有限公司	服装、化纤的销售；自营和代理各类商品和技术的进出口	100 万	1,844,887.97	-596,839.89	-518,181.86
无锡红豆男装有限公司	服装、茄克衫、针纺织品的生产、加工、销售	500 万	10,775,627.48	10,549,794.44	-127,995.36
新疆红豆服装有限公司	服装、针纺织品、纺织品的制造加工、销售	3,000 万	38,932,382.81	13,335,560.32	3,106,544.23
深圳红豆穿戴智能科技有限公司	智能可穿戴设备、智能电子设备与服饰、鞋类、眼镜、童鞋、配件、网络系统的设计、技术开发、生产、销售、上门维护及相关技术咨询；电子产品及通讯设备的设计、开发、生产、销售及技术服务；应用软件的设计、开发、生产、销售及技术服务；内衣、时装、羽绒服、茄克衫、服装、鞋帽、针纺织品、披肩、配饰、一般劳动防护用品、特种劳动防护用品的设计、开发、生产、销售。	1,000 万	1,286,844.96	-184,609.18	-717,278.64
上海红豆骏达资产管理有限公司	股权投资，创业投资，实业投资，投资管理与咨询服务，销售建材、服装服饰、皮具箱包、日用百货、电子产品、家具制品、金属材料、服装辅料、针纺织品。	30,000 万	301,116,332.50	301,116,332.50	6,176,819.70
无锡红豆网络科技有限公司	计算机及辅助设备、电子产品、通信设备（不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置）、安全智能卡类设备和系统、计算机软件及网络系统、电子商务系统的设计、开发、销售、维护及相关技术咨询服务；贸易咨询服务；首饰、工艺品及收藏品（不含文物）、纺织、服装及家庭用品、陶瓷制品、玻璃制品、苗木、花卉、生鲜食用农产品、生鲜水产品、家禽、机械设备、五金产品、文具用品、食品、饮料的销售；票务代理（不含铁路客票）；代客订房、订餐服务；房地产信息服务、房地产经纪服务；设计、制作、代理和发布国内广告业务；企业管理服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。	1,000 万	6,767,639.35	144,727.05	-826,485.05
红豆实业（香港）有限公司	服装、针纺织品的加工、销售、海外投资、并购、项目投资	1,000 万美元	318,426.71	318,426.71	-5,926.26
红豆集团财务有限公司	对成员单位办理财务和融资顾问、信用鉴证及相关的咨询、代理业务；协助成员单位实现交易款项的收付；经批准的保险代理业务；对成员单位提供担保；办理成员单位之间的委托贷款及委托投资等	70,000 万	4,114,023,046.42	994,341,026.03	77,374,803.64
无锡市阿福农贷股份有限公司	面向“三农”发放小额贷款、提供担保，以及经省主管部门审批的其他业务	23,000 万	424,848,762.84	268,291,102.64	16,553,816.62

3 公司关于公司未来发展的讨论与分析

3.1 行业格局和趋势

在“创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业”的新定位下，中国纺织工业正把技术传导、智能增效、文化赋能、责任内化作为创新协同与价值再造的路径，在“中国制造 2025”、“一带一路”建设、“三品”战略、高质量发展的引领下持续发力。

随着中国经济稳中有进、稳中向好的发展态势，经历周期性调整的国内男装行业趋于稳定发展。中国男装过往增长强劲，但与其他发达国家相比，国内男装市场的人均开支仍处于低位，男装企业尚处于品牌塑造的初级阶段，市场集中度存在大幅提升空间，发展潜力可观。

新时代里，大国崛起、消费升级、智能技术爆发，带来新需求，也发起新挑战，同时又蕴含着新技术、新助力。消费升级背景下，男装品牌的个性化、差异化和多元化趋势越来越突出，进一步细分市场和消费群，企业市场差异化竞争进一步加剧。且国内龙头份额提升速度较快，步入以品牌竞争为核心的时代。科技的进步，从快速反应、柔性制造、产业协同等各方面为行业提升提供了重要动能。

3.2 公司发展战略

公司继续坚持“重点发展红豆男装连锁专卖业务，快速发展电子商务业务；实施智慧化建设，建立集企业信息流、资金流、物流、工作流于一体的智慧平台，带动公司经营管理的科学化、网络化和智能化，推动公司向‘智慧创造运营’经营模式转型”的发展战略，致力于使公司成为男装行业领军型企业。

3.3 经营计划

2018 年，公司将围绕变革发展年工作主题，继续集中优势发展男装业务，以卓越管理，全面提升经营业绩，重点在以下几个方面开展工作：

1、开展品牌营销、提升品牌形象。紧扣“主流生活方式”理念，从品牌、产品、视觉三个维度进行营销规划。传播途径上，继续借助各大节点把握营销节奏，搭载央视黄金剧场、高铁专列等各类媒体，传递品牌内涵，挖掘品牌价值。

2、聚焦产品、快开店、强店效，做大线下业务规模。坚持以消费者为核心，产品注重打爆款，高周转、高动销，执行以市场为导向的各项制度；开店重点从渠道规划、开发、管理进行优化，进一步形成开店规模化效应；店效提升围绕运营标准化展开，持续推进六好门店。

3、推进全渠道营销，做大线上规模。以全渠道融合为目标，搭建全渠道各项系统，运用数字化整合营销渠道，构建全渠道会员视图。并继续做大 B2C 平台销售，抢占消费者心智，提升客户体验。

4、规划重点业务系统，做大职业装规模。继续聚焦重点业务系统；做强核心办事处，建立客户信息库；规范标准，完善打样、应标等各类流程；细化服务，在设计、量体、交付等环节满足客户需求。

5、打造智能工厂，实现产业升级。以智能制造为契机，引进自动化设备、开展柔性化生产、打造数字化工厂，解决瓶颈工序、降低生产成本，实现小批量多品种快速切换，快速响应市场，做大业务规模。

6、提升专业技能，聚焦专业人才。做好各类人才的规划、储备；以连锁经营商学院为培训基地打造专业化团队；优化考核规定、完善 PK 机制；开展员工关怀，丰富员工活动。

7、推进卓越绩效管理，提升经营效率。抓好现场管理、TOC 瓶颈管理，全面推进阿米巴经营

模式，组织卓越绩效自评、QC小组、合理化建议等活动，积极运用信息化技术，以卓越的绩效管理 and 优异的全面质量管理水平，促进效率变革。

3.4 可能面对的风险

(1) 宏观经济波动及政策风险及对策

我国正处于转变发展方式的关键阶段，在国际政治环境、贸易壁垒等不稳定性因素下，宏观经济若产生波动，将不利于行业和公司发展。因此，公司将根据宏观环境的变化及时调整运营策略，凭借核心竞争优势做好经营创新的基础工作，提高抗风险能力和竞争能力。

(2) 服装行业经营风险及对策

新时代、新常态、新消费的市场结构下，面临消费升级、营销渠道转变、制造业成本上升等复杂因素，行业竞争加剧、变革加速。因此，公司立足创新化、信息化，分析行业痛点，专注做好产品和服务，以品牌提升影响力，以服务应对同质化，以科技增强竞争力。

(3) 企业运营管理风险及对策

随着业务规模扩大、信息化项目全面推进，公司经营管理、风险管控、信息建设等方面需进一步提高，适应新发展。因此，公司将以智慧化建设为抓手，打造专业化人才队伍，运用新技术提升现代化管理水平，注重高质量发展。

4 导致暂停上市的原因

适用 不适用

5 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

6 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

财政部于2017年度修订了《企业会计准则第16号——政府补助》，修订后的准则自2017年6月12日起施行，对于2017年1月1日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于2017年1月1日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于2017年度发布了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自2017年5月28日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于2017年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于2017年度及以后期间的财务报表。

本公司执行上述三项规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
在利润表中分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”。比较数据相应调整。	列示持续经营净利润本年金额178,136,140.41元、上年金额137,894,379.37元；列示终止经营净利润本年金额431,531,708.28元、上年金额38,471,889.65元。
自2017年1月1日起，与本公司日常活动相关的政府补助，从“营业外收入”项目重分类至“其他收益”项目。比较数据不调整。	营业外收入本年减少5,240,203.42元，其他收益增加5,240,203.42元。
在利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”及“营业外支出”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目。比	营业外收入、营业外支出本年分别减少1,456.31元、97,698.00元，重分类至资产处置收益-96,241.69元；营业外收入、营业外支出上年分

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
较数据相应调整。	别减少1,123.04元、123,714.24元,重分类至资产处置收益-122,591.20元。

7 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

8 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。

适用 不适用

子公司名称	注册资本	持股比例%	经营范围
无锡红豆红服饰有限公司	300 万美元	70.00	生产、加工服装。
无锡后墅污水处理有限公司	100 万人民币	100.00	污水处理。
无锡红豆国际贸易有限公司	100 万人民币	90.00	服装、化纤的销售;自营和代理各类商品和技术的进出口,但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。
无锡市红豆男装有限公司	500 万人民币	100.00	服装、服饰、鞋帽、针纺织品、皮具、眼镜、手表的批发及零售。
新疆红豆服装有限公司	3,000 万人民币	100.00	服装、针纺织品的制造加工、销售。
深圳红豆穿戴智能科技有限公司	1,000 万人民币	70.00	智能可穿戴设备、智能设备与服饰、鞋类、眼镜、童装、配饰的结合产品的设计、开发、销售及相关技术咨询服务;计算机硬件、软件、网络系统的设计、开发、销售及相关技术咨询服务;电子产品及通讯设备的设计、开发、销售及技术服务;应用软件的设计、开发、销售及技术服务;内衣、时装、羽绒服、茄克衫、服装、鞋帽、针纺织品、皮件(皮箱、皮包)、配饰、一般劳动防护用品、特种劳动防护用品的设计、开发、销售;国内贸易;经营进出口业务;经营电子商务。^智能可穿戴设备、智能设备与服饰、鞋类、眼镜、童装、配饰的结合产品的生产、维护;计算机硬件、软件、网络系统的生产、维护;电子产品及通讯设备的生产;应用软件的生产;内衣、时装、羽绒服、茄克衫、服装、鞋帽、针纺织品、皮件(皮箱、皮包)、配饰、一般劳动防护用品、特种劳动防护用品的生产。
上海红豆骏达资产管理有限公司	30,000 万人民币	80.00	股权投资,创业投资,实业投资,投资管理与咨询服务。
红豆实业(香港)有限公司	1,000 万美元	100.00	服装、针纺织品的加工、销售、海外投资、并购、项目投资。
无锡红豆网络科技有限公司	1,000 万人民币	100.00	计算机及辅助设备、电子产品、通信设备(不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置)、安全智能卡类设备和系统、计算机软件及网络系统、电子商务系统的设计、开发、销售、维护及相关技术咨询服务;贸易咨询服务;首饰、工艺品及收藏品(不含文物)、纺织、服装及家庭用品、陶瓷制品、玻璃制品、苗木、花卉、生鲜食用农产品、生鲜水产品、家禽、机械设备、五金产品、文具用品、食品、饮料的销售;票务代理(不含铁路客票);代客订房、订餐服务;房地产信息服务、房地产经纪服务;设计、制作、代理和发布国内广告业务;企业管理服务;自营和代理各类商品及技术的进出口业务(国家限定企业经营或禁止进出口的

子公司名称	注册资本	持股比例%	经营范围
			商品和技术除外)。

2017 年度合并财务报表范围发生变化，有关子公司的情况参见年度报告全文附注九“在其他主体中的权益”。

董事长：刘连红
江苏红豆实业股份有限公司
2018 年 3 月 26 日