

广东万里马实业股份有限公司 2018 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	无法保证本报告内容真实、准确、完整的原因
----	----	----------------------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	万里马	股票代码	300591
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	黄晓亮	牟其飞	
办公地址	广州市海珠区新港东路 1028 号保利世界贸易中心 F 座 3 层	广州市海珠区新港东路 1028 号保利世界贸易中心 F 座 3 层	
传真	020-22319136	020-22319136	
电话	020-22319138	020-22319133	
电子信箱	wlm_stock@wanlima.com.cn	wlm_stock@wanlima.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

公司是皮具行业领先的民族品牌之一，主营业务为皮具产品的研发设计、生产制造、品牌运营及市场销售业务。同时，公司采取ODM的模式，为国际知名企业生产手袋等产品；通过控股子公司超琦电商为母婴产品、户外运动产品的品牌商提供物流管理、电商平台旗舰店运营管理、代理经销品牌商产品等综合服务。

公司经营的产品主要为皮具产品,按用途及渠道主要分为团购产品和时尚消费品类两大类;按品牌分为“万里马”、“Saint Jack”、“COOME” 3个自有品牌皮具产品,产品类别主要包括手袋、钱包、拉杆箱、皮鞋和皮带,同时,公司不断丰富产品线,搭配各式时尚精品小配饰,如眼镜、丝巾、钥匙扣等。

2018年3月,公司完成对新零售电商公司超琦电商的收购,超琦电商致力于为中产阶级家庭精选全球知名中高端品质生活方式品牌,主要聚焦母婴及户外运动大健康领域,通过线上线下零售相结合的模式,打造领先的“新零售”商业公司,为品牌商提供全价值链的电子商务服务。超琦电商签约的户外运动品牌包括:ARCTERYX/始祖鸟、SUUNTO/颂拓、Salomon/萨洛蒙、WILSON/威尔胜、VICTORINOX/维氏军刀以及MARCHON/迈创等;签约的母婴品牌包括GRACO/葛莱、MICRO/米高、MAXI-COSI/迈可适等。

目前,公司已经初步形成了三个自有品牌和多个代理品牌的“3+N”多品牌格局。自有品牌分别是主张“精品设计、精致时尚”的“万里马”,主张“英伦风尚、华彩人生”的“SAINT JACK”,以及主张“趣享缤纷、个性自我”的“COOME”。各品牌以不同的用料、设计、款式和色彩来表现不同的主题风格,再按照产品的风格、市场定位、价格等因素多层次覆盖目标客群,从而满足各个细分市场的差异化需求。同时,公司还不断加强与国外知名品牌的合作,公司代理的品牌包括母公司直接代理的荷兰品牌Oilily,以及通过超琦电商代理的多个世界知名品牌,超琦电商签约的户外运动品牌包括:ARCTERYX/始祖鸟、SUUNTO/颂拓、Salomon/萨洛蒙、WILSON/威尔胜、VICTORINOX/维氏军刀以及MARCHON/迈创等;签约的母婴品牌包括GRACO/葛莱、MICRO/米高、MAXI-COSI/迈可适等。

近年来,公司积极推进多品牌、多渠道、多品类战略,通过构建多品牌矩阵,丰富多品类的产品线,以“精准体验、精细营销”为主线全方位布局新零售,为客户提供场景化全品类的体验选择。

公司在聚焦团购产品的同时和时尚消费品双向发力,围绕品质升级打造关键性竞争能力。团购产品客户群体较为稳定,主要分为军警系统、国家权力机关及其分支机构、国有大中型企业等三大类团购客户,业务规模占比较大。时尚品类主要通过直营渠道、电商渠道及代理加盟渠道面向终端零售开拓市场。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位:人民币元

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	693,399,606.66	604,143,896.88	14.77%	601,885,818.97
归属于上市公司股东的净利润	37,797,261.11	37,332,410.09	1.25%	37,002,327.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	37,597,046.05	34,703,061.72	8.34%	35,429,243.52
经营活动产生的现金流量净额	-87,726,059.01	-259,386,742.01	66.18%	67,665,521.92
基本每股收益(元/股)	0.12	0.14	-14.29%	0.1645
稀释每股收益(元/股)	0.12	0.14	-14.29%	0.1645
加权平均净资产收益率	7.95%	8.67%	-0.72%	14.07%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
资产总额	1,110,464,587.75	1,018,583,520.79	9.02%	711,322,245.46
归属于上市公司股东的净资产	493,852,171.27	456,268,744.93	8.24%	281,049,254.95

(2) 分季度主要会计数据

单位:人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	97,312,506.20	205,124,875.45	163,299,914.71	227,662,310.30
归属于上市公司股东的净利润	-4,889,871.13	17,090,165.54	347,201.76	25,249,764.94
归属于上市公司股东的扣除非	-4,941,116.06	16,525,815.56	646,718.58	25,365,627.97

经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	37,897,758.15	-49,416,095.05	-45,571,222.91	-30,636,499.20

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

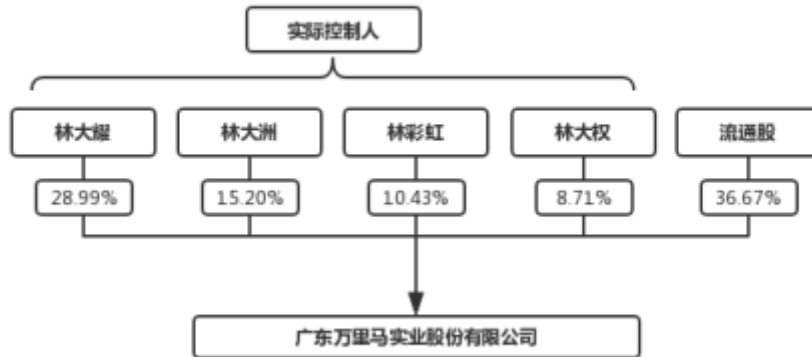
报告期末普通股股东总数	19,304	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	18,662	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
林大耀	境内自然人	28.99%	90,454,000	90,454,000	质押	63,590,000	
林大洲	境外自然人	15.20%	47,437,000	47,437,000	质押	44,319,999	
林彩虹	境内自然人	10.43%	32,526,000	32,526,000	质押	32,525,999	
林大权	境外自然人	8.71%	27,183,000	27,183,000			
陈泳源	境内自然人	2.96%	9,229,900	0			
陈泳武	境内自然人	1.71%	5,330,200	0			
王涛	境内自然人	1.67%	5,200,000	0			
黎锦新	境内自然人	0.91%	2,850,140	0			
林镜微	境内自然人	0.38%	1,177,340	0			
郑钧元	境内自然人	0.38%	1,175,080	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、公司总股本为 31,200 万股，林大耀、林大洲、林彩虹、林大权合计持有公司 63.33% 股权，系兄弟姐妹关系，为公司的控股股东、实际控制人，其中林大洲担任董事长，林大耀担任董事、总经理，林大权担任副董事长。 2、陈泳源与陈泳武为兄弟关系。						

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(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



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

2018年，是公司“稳发展、稳投资、补短板”的一年。在国内消费增速放缓的大环境下，面对复杂的经营环境及激烈的市场竞争，公司能够保持业绩稳中有升，成绩来之不易。

宏观经济层面，国内经济运行总体平稳、稳中有进，同时，也稳中有变、亦变中有忧。外部环境复杂严峻，不确定性因素增多，中美经贸摩擦不断，国内供给侧结构性改革深入推进。社会消费品零售总额增速放缓，根据国家统计局发布的数据显示，2018年全年社会消费品零售总额380,987亿元，同比增长9.0%，其中，商品零售338,271亿元，增长8.9%。而前5年（2013-2017年）社会消费品零售总额年均增长11.39%。在去杠杆、贸易摩擦背景下，消费趋势总体呈现减速放缓迹象。

整体行业层面，对于公司所处的市场竞争激烈的皮具行业和制鞋业来说，增长乏力、利润率下滑是行业内众多企业面临的普遍困境。供给面，市场上国内品牌繁多，新兴网红品牌、淘品牌等线上品牌不断涌现。加之近年来跨境电商、海淘兴起，也面临国外品牌的冲击。消费面，随着互联网、大数据、人工智能等新技术与传统零售深度融合，新模式、新业态、新物种不断涌现，零售业态不断迭代，消费风格偏好多变。总体而言，行业竞争逐步加剧，整体处于完全竞争状态。

公司经营层面，报告期内，公司紧紧围绕“多品牌、多渠道、多品类”战略方针，以团购业务为抓手，以多渠道布局新零售为工作重心，收购新零售电商公司超琦电商，加速推进线上线下融合，创新服务体验。同时，推进发行可转债，布局智能制造主动适应产业转型升级，并积极推进商业模式创新探索和未来产业布局。

报告期内，在公司董事会的领导和全体同仁的共同努力下，公司实现营业收入693,399,606.66元，较上年同期增长14.77%；营业利润51,504,567.63元，较上年同期增长6.92%；利润总额为51,523,818.70元，较上年同期增长5.29%；归属上市公司股东的净利润为37,797,261.11元，比去年同期增长1.25%。公司各项主要经营情况回顾如下：

1、充分发挥团购业务“压舱石”作用，业务规模实现平稳增长

公司销售渠道包括团购渠道、直营渠道、电子商务渠道、批发代理渠道和ODM渠道。报告期内，公司主营业务收入按销售渠道划分如下：

单位：万元

销售渠道	2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

自有渠道	团购	50,724.16	73.61%	43,472.90	72.36%	43,368.24	72.22%
	直营店	7,198.27	10.45%	8,145.33	13.56%	6,971.92	11.61%
	电子商务	7,187.62	10.43%	3,989.24	6.64%	3,438.88	5.73%
	批发商	262.89	0.38%	207.51	0.35%	388.61	0.65%
	ODM	1,021.30	1.48%	993.15	1.65%	2,455.10	4.09%
	小计	66,394.24	96.35%	56,808.13	94.56%	56,622.74	94.29%
代理商	2,512.70	3.65%	3,266.40	5.44%	3,429.90	5.71%	
合计	68,906.94	100.00%	60,074.53	100.00%	60,052.65	100.00%	

在消费结构调整、社会消费品零售总额和服装类零售额增速下降、终端需求疲软、竞争加剧等多重因素影响下，公司团购业务及时补位，继续发挥“压舱石”作用，为公司产销规模稳步扩大奠定了重要基础。

2、收购新零售电商公司超琦电商，补电商短板，加速推进线上线下融合

近年来电商平台的销售保持持续快速增长，自媒体、手机APP等新零售渠道的出现，使得线上销售更加具有吸引力。根据国家统计局数据显示，2018年全国网上零售额90,065亿元，同比增长23.9%。其中，实物商品网上零售额70,198亿元，增长25.4%，占社会消费品零售总额的比重为18.4%。相比于公司自己建设电商渠道，超琦电商在电商领域具有多年的运营、管理经验，其管理层及市场人员对电商销售更有经验和独到的见解。

报告期内，公司通过股权转让及增资的方式完成了对超琦电商控股权的收购。通过此次并购，一方面，可以借鉴超琦电商的线上运营及新零售经验，进一步打通公司的线上线下渠道，运用其沉淀的大数据技术积累重构公司“人一货一场”，构建精准营销体系，提升公司盈利能力；另一方面，可以将超琦电商运营国际知名品牌的成熟经验移植到自有品牌体系，实现公司品牌重塑和价值释放；再次，超琦电商聚焦品质生活国际中高端知名品牌，积累了大量高净值客户，与公司目标客群相一致，可以互相转化渠道流量资源，实现协同发展。同时，超琦电商拥有自有仓库和仓储物流系统，覆盖华南、华北、华东地区，延伸了公司的产业链，拓展公司业务范围，丰富公司产品品类，加速公司“多品牌、多渠道、多品类”的战略进程。

3、推进发行可转债，加快布局智能制造主动适应产业转型升级

公司所处的皮具行业和制鞋业是典型的完全竞争和劳动密集型产业，行业集中度低，市场竞争激烈。随着人口红利逐渐消失、用工成本持续上升，行业企业面临的招工难、成本高等问题日益突显。根据国家统计局数据显示，2013-2018年我国16-59岁劳动年龄人口（含不满60周岁）由91,954万人下降至89,729万人，占全国总人口的比重也由67.6%下降至64.3%；2013-2017年我国制造业城镇单位就业人员年平均工资由46,431元增长至64,452元，年均复合增长率为8.54%。结合公司用工成本来看，近年来公司生产人员的用工成本逐年上升。

结合行业发展来看，通过智能制造提高生产经营效率，降低劳动力依赖已成为行业升级转型的主要趋势之一。公司本次公开发行可转换公司债券募集资金总额不超过18,029万元（含18,029万元），拟投入智能制造升级建设项目、研发中心升级建设项目和信息化升级建设项目。通过本项目的实施，公司将在智能制造建设过程中迈出坚实步伐，有效提升智能制造水平，并对公司适应产业升级转型、顺应智能制造发展趋势起到积极作用。使公司从劳动密集型企业向自动化、智能化方向转型升级。目前本项目已经报送中国证监会审核但尚未获得批准。

4、夯实团购渠道，布局特种防护产品，推进全渠道建设

经过多年发展，公司形成了团购渠道、直营渠道、电子商务渠道、批发代理商渠道和ODM五大类渠道。近年来，在国家军民融合战略实施及公司在团购业务的战略布局下，团购渠道业务取得了高速发展。公司以高质量的产品获得了良好的口碑，尤其在团购客户中树立了较好的形象，团购渠道客户涵盖了中国人民解放军总后勤部军需局、中国人民武装警察部队后勤部物资采购站、武警交通指挥部后勤部军需物资处、武警森林指挥部后勤部、广东省公安厅、湖南省公安厅、深圳市公安局、中国南方航空股份有限公司、广州铁路（集团）公司车站车服务中心等。报告期内，公司团购渠道业务销售金额为50,724.16万元，占本期主营业务收入73.61%，与去年同期相比增长16.68%，团购业务增速明显。在同质化竞争激烈的当下，公司不断夯实团购渠道业务构建护城河，并深度结合军民融合战略，持续布局特种作战防护类产品，挖掘新的业务增长点。

为进一步完善公司营销网络渠道，加强电商渠道的建设与拓展，公司于2018年3月通过股权转让及增资方式收购了专业成熟的电商公司超琦电商，另外通过营销网络拓展项目实施加大对直营渠道的投入，公司在大力发展团购渠道的同时加速全渠道建设，实现渠道协同创新发展。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
手袋	84,381,533.57	57,420,380.48	31.95%	-9.66%	-7.51%	-1.58%
皮带	44,832,972.23	32,331,922.09	27.88%	-54.40%	-56.70%	3.82%
鞋品	441,515,720.10	308,633,951.71	30.10%	25.16%	26.34%	-0.65%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(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情况说明

适用 不适用

(1) 会计政策变更

财政部于2018年6月15日发布了《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15号)，对一般企业财务报表格式进行了修订。本公司执行上述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
(1) 资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”；“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”，本期金额4453,243,823.35元，上期金额329,168,980.99元； “应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”，本期金额182,547,678.83元，上期金额206,398,746.53元； 调增“其他应付款”本期金额519,798.61元，上期金额419,988.87元。
(2) 在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	调减“管理费用”本期金额19,642,205.84元，上期金额13,335,253.04元，重分类至“研发费用”。

(2) 会计估计变更说明

本报告期公司无会计估计变更事项。

(3) 重大会计差错更正的说明

本报告期公司无重大会计差错更正事项

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 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

适用 不适用

2018年度，公司收购以及增资广州超琦电子商务有限公司，当期将其纳入合并报表范围；广州超琦电子商务有限公司的全资子公司上海悦跑信息科技有限公司，当期也纳入合并报表范围。

根据企业会计准则的相关规定，本报告期合并财务报表的合并范围增加超琦电商和悦跑科技。