

证券代码：002875

证券简称：安奈儿

公告编号：2019-012

## 深圳市安奈儿股份有限公司 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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

是否以公积金转增股本

是  否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以分红派息股权登记日下午收市时在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记在册的公司全体股东股数为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.60 元（含税），送红股 0 股（含税），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	安奈儿	股票代码	002875
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书		
姓名	蒋春		
办公地址	深圳市龙岗区坂田街道雪岗路 2018 号天安云谷产业园一期 3 栋 A 座 16 楼		
电话	0755-22914860		
电子信箱	dongmiban@annil.com		

## 2、报告期主要业务或产品简介

公司是一家主营中高端童装业务的自有品牌服装企业，旗下拥有“Annil安奈儿”童装品牌，从事童装产品价值链中的自主研发设计、供应链管理、品牌运营推广及直营与加盟销售等核心业务环节。公司以“不一样的舒适”为品牌理念，追求优质的面料与舒适的体验，致力于为广大婴童消费者提供舒适、安全、精致的童装产品。公司产品涵盖大童装与小童装两大类，包括上衣、外套、裤、裙、羽绒服、家居服等多个品类，广泛满足从初生婴儿到大龄儿童的各式衣着需求。公司自成立以来一直专注于婴童产业中的童装业务，致力于为广大婴童消费者提供舒适、安全、精致、时尚的高品质童装，主营业务未发生重大变化。

### (1) 公司主要的业务模式

公司实行自主设计与采购、外包生产以及直营销售与加盟销售相结合的经营模式，在中高端童装供应链中专注于上游的产品研发设计、面料开发采购，以及下游的自主品牌运营、多重渠道管理等核心业务环节，并对外包加工等中间环节采取严格的品质控制。公司在设计、采购、生产、销售及品牌管理等环节的经营模式具体如下：

公司实行自主设计与采购、外包生产以及直营销售与加盟销售相结合的经营模式，在中高端童装供应链中专注于上游的产品研发设计、面料开发采购，以及下游的自主品牌运营、多重渠道管理等核心业务环节，并对外包加工等中间环节采取严格的品质控制。公司在设计、采购、生产、销售及品牌管理等环节的经营模式具体如下：

#### 1) 设计研发

公司实行自主研发设计，建立了以“纵向一体化、横向专业化”为特征的设计研发体系，技术领域涵盖从商品企划、设计企划、面料开发，到款式设计、版型研发，再到工艺技术与品质控制等完整的童装产品研发价值链。公司产品设计研发分为“春夏”、“秋冬”两季，以半年为开发周期进行产品设计和推广。

#### 2) 采购模式

公司采购的原材料主要包括面料与辅料。其中，对于最核心的面料类原材料，公司采取“以销定采”、“定织定染”的采购模式，并根据产品上市计划、生产计划，组织采购工作。公司对委托加工成衣所使用的大部分面辅料实行自主采购，与上游面辅料供应商建立直接的长期合作关系，从面辅料源头加强对产品品质的控制。

#### 3) 生产模式

公司不直接从事童装成衣的加工生产，通过外协加工实现产品的加工制造，并通过设立驻厂品检，参与生产过程中各环节的品质检验，控制产品质量。公司产品的外协加工包括委托加工与包工包料两种模式。

公司生产中心根据不同产品的品类、生产工艺、订货数量、采购成本等因素，选择合作加工厂商进行成衣委托加工。在该加工方式下，公司自主设计产品，并将自主采购与检验合格的面辅料、产品样衣与生产工艺图，根据生产计划交由合作加工厂进行缝制加工。

此外，对于部分产品，公司也采取包工包料式的加工方式，即由公司提供样衣版式、工艺说明、品质要求及少量里布、吊牌等面辅料，加工厂按公司技术要求采购主要面料并组织生产，公司将该加工方式称为“FOB”模式或包工包料。

#### 4) 成衣加工质量控制

为全面加强产品外协加工的质量控制，公司全程参与到从设计开发、原材料采购、生产

加工至检验入库的全过程中，对外协加工的质量控制体现在款式设计、工艺开发、样衣打版、面料采购、加工厂甄选、驻厂质控、抽样检测、入库检验等阶段所构成的产品制造全生命周期中。

## （2）公司的营销网络情况

公司自成立以来，采取直营与加盟相结合，线上与线下互补的多元化营销网络发展模式。公司在营销网络扩张时，充分发挥品牌辐射效应，采取“国内一二线城市树品牌，其他城市促增长”的发展策略，通过在一二线城市的知名商场、购物中心设立直营门店的方式带动销售渠道的经营扩张，从而实现营销网络的合理结构和有效链接，并通过充分挖掘和利用加盟商的经营潜力，以相对较低的投入快速拓展营销渠道覆盖面。

### 1) 线下销售渠道

截至2018年12月31日，公司已在全国31个省、自治区及直辖市建立了1,433家线下门店，其中直营店990家，加盟店443家。2018年末，公司门店总数与上年基本持平，直营店铺较年初净增加16家，加盟门店较年初净减少18家，直营店铺面积较期初增加5,829.63平方米。2018年度，公司持续加快线下直营店铺结构调整，关闭经营业绩不达标的百货类店铺，积极扩展购物中心店铺，报告期内，公司新开直营门店数136家，关闭直营店铺数量120家，直营店铺数量稳中略有增加，但店铺结构发生变化，购物中心店数量显著增加达到264家，占比26.67%，占比较2017年末增长8.19个百分点。公司新开门店主要布局省会城市或区域中心城市等经济发达地区，以购物中心渠道为主，加强各核心区域直营渠道的覆盖密度，迎合购物中心商业业态的迅猛发展的趋势。

### 2) 线上销售渠道

公司线上销售渠道包括直营与加盟两种模式，合作的网络销售平台主要为天猫商城、淘宝网及唯品会等国内知名电商平台。线上加盟模式下，公司将产品销售给电商加盟商后，由后者通过其在天猫商城或淘宝网开设的加盟网店进行线上销售。2018年，公司继续大力发展线上网络销售业务，在2018年天猫商城的“双11”活动中，安奈儿品牌首次销售过亿，成功跻身天猫双11亿元品牌俱乐部，“安奈儿旗舰店”在童装/亲子装类目店铺销售排名中位列第3名。

## （3）公司竞争地位及未来发展展望

经过二十余年的发展，“Annil安奈儿”已经成为我国婴童产业中知名的童装品牌，品牌知名度及市场占有率位居中国童装行业前列。2016年3月，“安奈儿”品牌获得中国服装协会评选的第四届“中国十大童装品牌”称号；2017年，国家工商行政管理总局商标评审委员会认为：“Annil安奈儿”商标在童装商品上享有较高的知名度，构成了在中国为相关公众广为知晓并享有较高声誉的驰名商标；2018年1月，公司所持有的“Annil安奈儿”品牌在第十五届“深圳知名品牌”培育评价活动中荣获“深圳知名品牌”；2018年9月，公司入围了广东省连锁经营协会评选的“2017年度广东特许经营五十强”。

随着婴童产业的消费群体持续扩大，消费升级集中体现，行业集中度逐年提升，给安奈儿带来的机遇不仅在于市场整体规模的持续扩大，更在于市场占有率不断提升的潜力。未来，安奈儿品牌主打“品质尊享”型客户，通过品牌策略、渠道策略、商品策略实施，力争到2022年安奈儿品牌终端零售规模超过50亿，成为“品质尊享”细分市场龙头，此外，公司会继续坚持选用优质的舒适面料，加强品质控制，强化自主研发，构建线上、线下多渠道销售体系，对产品线进行适当的扩张与优化，适时进行品牌扩张，致力于成为儿童服装及用品产业的引领者，为股东创造更多的价值。

### 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	1,212,555,440.60	1,031,435,047.26	17.56%	920,364,536.53
归属于上市公司股东的净利润	83,386,699.37	68,869,761.10	21.08%	79,117,387.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	69,196,076.74	54,112,934.69	27.87%	74,250,546.15
经营活动产生的现金流量净额	44,608,035.25	52,532,815.66	-15.09%	61,204,784.54
基本每股收益（元/股）	0.63	0.59	6.78%	0.81
稀释每股收益（元/股）	0.63	0.59	6.78%	0.81
加权平均净资产收益率	10.13%	11.38%	-1.25%	24.35%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	1,236,707,381.86	1,086,412,683.04	13.83%	618,591,514.47
归属于上市公司股东的净资产	860,236,622.32	793,167,253.49	8.46%	364,522,143.91

#### (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	304,106,333.91	264,314,880.74	227,029,627.19	417,104,598.76
归属于上市公司股东的净利润	36,097,245.85	19,302,377.27	1,956,574.91	26,030,501.34
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	35,052,980.17	15,093,750.16	-516,672.09	19,566,018.50
经营活动产生的现金流量净额	-6,905,477.99	342,436.53	-92,721,209.10	143,892,285.81

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

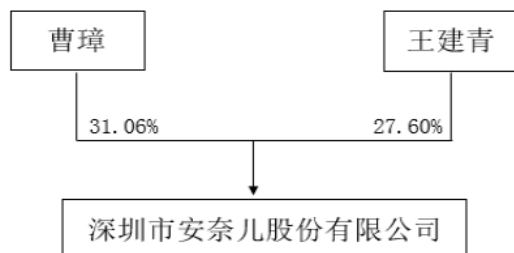
报告期末普通股 股东总数	12,514	年度报告披露日前 一个月末普通股股 东总数	15,262	报告期末表决权 恢复的优先股股 东总数	0	年度报告披露日 前一个月末表决 权恢复的优先股 股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条 件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
曹璋	境内自然人	31.06%	41,008,500	41,008,500			
王建青	境内自然人	27.60%	36,445,500	36,445,500			
徐文利	境内自然人	10.35%	13,669,500	13,669,500			
安华达	境内非国有 法人	4.55%	6,008,500				
王玉琴	境内自然人	0.78%	1,029,300				
罗仁胜	境内自然人	0.31%	415,300				
陈丙胜	境内自然人	0.29%	381,700				
刘丽华	境内自然人	0.26%	337,680				
方娜	境内自然人	0.25%	333,700				
朱建波	境内自然人	0.24%	314,070				
上述股东关联关系或一致行动的说明		曹璋与王建青系夫妻，为一致行动人；徐文利系王建青胞兄之配偶；安华达系公司员工投资本公司的持股公司，公司董事、副总经理龙燕，监事王建国、程淑霞、肖艳，副总经理王一朋通过该公司间接持有公司股份。曹璋、王建青、徐文利及安华达与其他前 10 名股东之间不存在关联关系与一致行动人关系，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或为一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		股东罗仁胜通过客户信用交易担保证券账户持有公司股票 415,300 股。股东朱建波通过客户信用交易担保证券账户持有公司股票 314,070 股。					

## (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

是

零售相关业

公司以经营“Annil 安奈儿”自主品牌中高端童装为主营业务，采取自主研发设计、生产委托加工以及直营与加盟销售相结合的经营模式。在童装产品产业链中，公司专注于前端的产品开发设计、面辅料采购、供应链管理，以及后端的自主品牌运营、销售渠道管理等核心业务环节。

公司将把握我国婴童产业的发展机遇，在管理模式上进行深化改革，对产品线进行适当的扩张与优化，调整产品结构，从货品端更精准把握消费者需求，适时进行品牌扩张。加快线下直营渠道布局的调整，加大购物中心的拓店力度，把提升平效与店效作为直营业务的重点突破点。继续大力推进电商渠道的快速发展，增强线上渠道的覆盖面。探讨加盟渠道新的共赢模式，通过 ERP 系统加强对加盟商精细化管理，利用利益共享和帮助开店促进加盟业务持续稳定发展。未来，安奈儿品牌主打“品质尊享”型客户，通过品牌策略、渠道策略、商品策略实施，力争到 2022 年安奈儿品牌终端零售规模超过 50 亿，成为“品质尊享”细分市场龙头。

报告期内，公司主营业务收入稳步增长，利润水平逐步提高。2018年，公司实现主营业务收入12.09亿元，同比增长17.64%，其中线上渠道实现主营业务收入4.17亿元，同比增长37.85%，线下渠道实现主营业务收入7.92亿元，同比增长9.21%；净利润8,338.67万元，同比增长21.08%；截至2018年12月31日，公司总资产12.37亿元，较报告期初增长13.83%，所有者权益8.60亿元，较报告期初增长8.46%。

**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	毛利	毛利率	营业收入比上年同期增减	毛利比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
大童装	990,430,040.65	557,380,894.56	56.28%	11.83%	12.02%	0.09%
小童装	218,771,034.54	136,362,542.87	62.33%	53.78%	63.23%	3.61%

**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

**(一) 会计政策变更情况说明**

1、根据财政部发布的《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）的要求，公司对会计政策相关内容进行相应调整，按照该文件规定的一般企业财务报表格式（适用于尚未执行新金融准则和新收入准则的企业）编制公司的财务报表。该会计政策变更对公司财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。

上述会计政策调整已经公司第二届董事会第十八次会议审议通过，详细信息请见公司于2018年10月23日在《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》及巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）上刊登的公告。

**(二) 会计估计和核算方法变更情况说明**

公司报告期无会计估计和核算方法发生变化的情况。

**(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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

**(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计**

适用  不适用

深圳市安奈儿股份有限公司

2019 年 3 月 27 日