

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
2018 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 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。

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

根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的 2018 年度审计报告，公司归属于母公司所有者的净利润为 196,055,111.31 元，按照《公司章程》的规定，应提取法定盈余公积 3,323,510.39 元，提取法定盈余公积后的利润连同上年末的未分配利润 2,064,558,650.23 元，并扣除 2017 年度已分配利润 164,628,800.00 元，剩余的可供股东分配利润为 2,092,661,451.15 元。

为更好的回报股东，董事会拟定的公司 2018 年度利润分派预案为：以本次利润分配股权登记日的总股本扣除不参与本次利润分配股份（不参与本次利润分配股份包括：1、公司回购专用证券账户中的股份；2、已经由股东大会决定回购注销，但在股权登记日相关手续尚未办理完成的 2017 年限制性股票激励计划股份）后的股份数量为基数，向全体股东每 10 股派人民币 1.8 元现金（含税），剩余未分配利润结转下一年度。

二 公司基本情况

1 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
办公地址	浙江省温州市永嘉县瓯北镇五星工业园红蜻蜓大厦	浙江省温州市永嘉县瓯北镇五星工业园红蜻蜓大厦

电话	0577-67998807	0577-67998807
电子信箱	ir@cnhqt.com	ir@cnhqt.com

2 报告期公司主要业务简介

公司主要业务及产品报告期内，公司秉承“专注于鞋靴这一项重要事业，始终保持对鞋服行业的热爱”的精神，聚焦于设计、开发、生产和销售红蜻蜓品牌成人鞋靴、箱包皮具以及电商、儿童用品业务。目前，公司已形成了红蜻蜓品牌的多品类产品格局。公司现有门店共 4,175 家，其中直营门店 363 家，加盟门店 3,772 家。2018 年红蜻蜓电子商务销售额约 5.63 亿元。报告期内，公司聚焦主业发展，融合业务场景，有效推进新零售项目快速起航。2018 年，公司签约了全新形象代言人杨颖（Angelababy）女士，同时与法国知名设计师并与法国团队合作，打造了全新品牌形象、店铺形象与产品系列，致力于推进品牌的年轻化、时尚化。通过与业务团队的共同努力，2018 年红蜻蜓喜获“新零售服饰行业年度影响力品牌”，同时被阿里巴巴列入 A100 战略合作伙伴计划。

（二）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。1、渠道运营公司采取以加盟为主，直营为辅的业务模式。加盟业务采取品牌授权销售方式，每年签订销售任务协议书，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，在双方签订的协议中均加以严格约束与监督；直营店主要起到提升品牌地位、树立服务标准、应对区域竞争的作用，同时兼顾销售规模、市场占有率和综合盈利考虑，对直营业务的开店审批制定严格的标准。加盟联营业务发挥渠道商和公司的各自优势，实现店铺所有权与经营权分离，渠道商负责门店投资、支付租金及日常费用，公司负责运营，按一定的销售比例双方分成。2、研发设计公司以“引领东方时尚，开启原创生活”的理念，实施差异化产品策略。研发设计从销售和顾客需求出发，收集国外前沿流行资讯，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，结合分公司当季信息反馈需求进行畅销信息的动态快速转化。3、原材料供应和生产公司签订原材料战略采购协议，指定行业优质供应商定点供应，统一规模采购原材料，对原材料品质、环保指标等进行严格测试。实施计划指导和市场调节相结合的均衡生产，订货制、配货制、快速补货制统一协调的订单模式，做好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。4、OEM 产品采购公司对供应商资质严格把关，签订平台化合作框架协议，按照商品总体规划分品类采购，采购前期与供应厂家进行设计沟通和开发任务下达，开发中期进行型体确认和款式调整，开发后期进行筛选避免重复。订货下单后，对产品货期、价格等实施过程监督跟踪与考核，根据考核结果执行协议约定，并对供应商进行优胜劣汰。5、品牌经营公司秉

承“成就伙伴、亲密顾客、崇尚匠心”的企业使命，致力打造百年品牌。报告期内，公司持续加大品牌投入，进行品牌文化建设、品牌宣传与品牌形象提升工作，完善鞋履客厅建设，开启新零售之旅，打通线上线下，进行粉丝与社群营销，升级终端店铺形象，推进门店标准化、统一化、数字化，提升消费者生活购物体验。针对线上线下假冒伪劣产品，开展品牌打假维权工作。

6、销售环节

公司协调代理销售与直营销售占比，对代理店进行导购员销售技巧培训、商品陈列及促销指导培训；对代理商库存进行有效管控，对其应收账款和补货及任务完成进度进行关联考核。自营店则严格控制库销比，核定合理毛利率，科学把握上货波段，保持产品新鲜度，控制前期订单风险。

（三）行业情况说明

1、公司所处行业

公司主要业务为设计、开发、生产和销售红蜻蜓品牌成人鞋靴、箱包皮具以及电商、儿童用品业务。属于皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业（C19）。

2、行业整体运行状况

2018年全国社会消费品零售总额380,987亿元，比上年增长9.0%，其中，服装鞋帽、针纺织品零售总额为13,707亿元，同比增长8%，低于社会消费品总体零售增速。近年来我们看到消费者的消费行为正在发生重要变化。首先，消费变得更加理性，消费者会追求更高的性价比，购物的盲目性和冲动性下降；其次，消费者对于健康的生活方式更加注重，投入更多的时间进行运动和休闲；再次，互联网的不断渗透以及居民收入的提升，二三线城市消费者正面临消费升级。不断变化的消费需求以及新的消费趋势，给国内鞋服品牌带来新的机遇，也带来新的挑战。传统商务皮鞋的需求下降明显，运动、休闲风格的产品需求在逐步提升。

3、行业竞争格局

目前，国内鞋业市场正面临分化格局，由于年轻消费群体的崛起和消费需求的变化，传统的皮鞋品牌市场份额有所下降，行业领先企业都在进行不同程度的产品革新，以迎合年轻的消费人群。PU人造革鞋经过前几年的快速发展，目前处于稳定状态，但具有独特设计优势的快时尚类PU人造革鞋品牌发展依旧迅猛。同时随着运动风、休闲风的崛起，运动消费已经成为居民消费的一个新热点，有力地带动了运动鞋的整体消费趋势，传统运动类品牌发展势头良好。

4、行业发展趋势

未来判断，皮鞋行业的市场集中度仍然不高，在消费市场面临的竞争将进一步加剧。各品牌市场占有率进一步分化，强势品牌将凭借自身在终端消费者中的知名度及美誉度优势扩大市场份额，同时，由于资金积累所带来的研发潜力，也能使产品更具差异化。

（1）消费需求升级倒逼产品升级

消费者的需求从单纯追求性价比，到更关注个性彰显，以及产品传达的品牌文化和价值理念，使厂商的经营重点从单纯削减成本转向提升产品质量、加强产品设计、营造产品形象和优化消费体验。摆脱同质化的红海竞争后，各细分行业的优秀企业获取超额利润，又能反哺设计研发，生产出更符合消费者需求的产品，强化行业地位；而一些设计研发能力较弱的企业则被挤出市场，无形中实现了供给端去产能的目的。

（2）大量新科技运用于鞋类制造

经过多年发展，技术创新

成果层出不穷，工艺改善与工艺水平明显提升；而基于大量脚型研究与调研数据的数字化研发设计，以及为不同脚型的消费者有效改善鞋履穿着的舒适性也将是鞋履企业重点研究的内容，也将从源头解决鞋类商品标准化和提高鞋履舒适度。另外，人工智能、工业机器人和3D打印等技术的发展，也已经或即将大大降低鞋类制造端的成本，使鞋企将更多的运营重心放在设计研发和营销方面。（3）线上线下渠道深度融合 在部分品牌鞋企经历了近几年的关店潮后，线上销售已经在主要鞋企的销售总额中占到越来越大的比重。然而，当线下渠道在消费体验方面的优势被逐渐凸显，依托日益完善的鞋企自持和第三方物流、仓储网络，线上消费、线下提货或线上比价、线下购买等创新模式不断推出，线上线下渠道之间的界限日益模糊，并都服务于消费者需求的主线，未来这一趋势将进一步强化。应对上述趋势，公司将继续向年轻化、休闲化、运动化方向转型，在保有品牌原有的众多专利核心技术的基础上，力求为消费者带来舒适、健康、时尚的潮流鞋款。同时，公司也在大力发展新零售业务，以期通过提升品牌形象、提高消费者满意度、线上线下一体融合而带来业绩的增长。

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

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	4,654,774,451.68	4,641,187,680.13	0.29	4,391,301,483.43
营业收入	3,041,212,185.66	3,245,337,230.15	-6.29	2,872,321,258.88
归属于上市公司股东的净利润	196,055,111.31	381,532,011.90	-48.61	278,922,606.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	122,707,325.74	252,125,036.92	-51.33	237,917,550.82
归属于上市公司股东的净资产	3,544,973,133.30	3,484,153,201.99	1.75	3,194,252,690.09
经营活动产生的现金流量净额	211,061,693.61	178,628,023.28	18.16	108,392,019.08
基本每股收益 (元/股)	0.34	0.68	-50.00	0.68
稀释每股收益 (元/股)	0.34	0.68	-50.00	0.68
加权平均净资产收益率(%)	5.62	11.20	减少5.58个百分点	9.09

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	834,543,176.28	656,511,792.54	810,474,959.11	739,682,257.73
归属于上市公司股东的净利润	92,289,631.32	67,338,672.32	73,725,143.09	-37,298,335.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	81,527,820.26	44,429,081.47	60,658,202.00	-64,020,045.90
经营活动产生的现金流量净额	-7,216,975.31	112,756,348.06	-94,362,904.21	199,885,225.07

分季度财务数据情况说明：

本报告期第四季度净利润波动较大，主要原因包括：一、第四季度营业收入不及预期，致使本该属销售旺季的第四季度营业收入略低于季平均约 3%；二、第四季度为优化库存结构，加快存货的周转，公司积极消化积压库存，导致当季的毛利率低于年平均毛利率 1.72 个百分点；三、第四季度公司为提升品牌形象，聘请了杨颖（Angelababy）作为公司品牌代言人，全面传播新的品牌形象和产品、店铺风格，使第四季度的广告费用大幅上升；四、公司投资的分宜长信基金，由于 2018 年度股票市场大幅下挫，计提减值准备 3000 万元。综合上述原因致使本报告期第四季度归属于上市公司股东的净利润为-3,730 万元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为-6,402 万元。

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

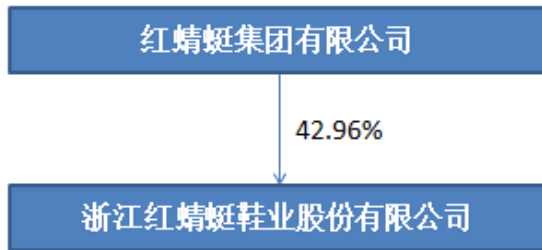
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）		27,106					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		25,621					
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	数量	

					态		
红蜻蜓集团有限公司	71,849,200	251,472,200	42.96		无		境内非国有法人
钱金波	19,388,516	67,859,806	11.59		无		境内自然人
金银宽	5,935,260	20,773,410	3.55		无		境内自然人
钱秀芬	4,880,972	17,083,402	2.92	281,400	无		境内自然人
陈铭海	3,956,840	13,848,940	2.37		无		境内自然人
钱金云	3,343,860	11,654,510	1.99		质押	11,650,000	境内自然人
夏赛侠	2,725,498	9,539,243	1.63		质押	7,500,000	境内自然人
郑军	4,817,047	6,300,118	1.08		无		境内自然人
陈满仓	1,692,488	5,923,708	1.01		质押	3,980,000	境内自然人
汪建斌	1,638,916	5,736,206	0.98	281,400	质押	3,640,000	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	钱金波和红蜻蜓集团为一致行动关系。钱秀芬为实际控制人钱金波姐姐，夏赛侠为实际控制人钱金波外甥，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	不适用						

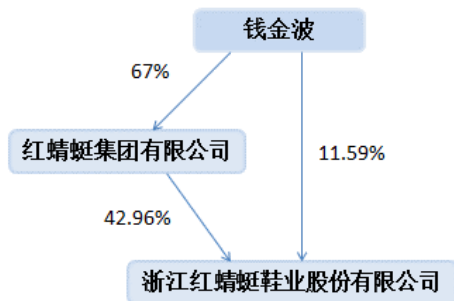
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 报告期内主要经营情况

报告期内，公司主要经营情况如下：

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 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。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	审批程序	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。	董事会和监事会	“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637,755,418.69元，上期金额502,850,470.92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782,960,671.15元，上期金额803,465,602.37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。	董事会和监事会	调减“管理费用”本期金额48,376,789.40元，上期金额44,966,549.09元，重分类至“研发费用”。

5 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

6 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

截至2018年12月31日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
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）

子公司名称

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

上海奈是特商贸有限公司

上海迪韦立商贸有限公司

河南红蜻蜓贸易有限公司

杭州红蜻蜓网络科技有限公司

宁波梅山保税港区红蜻蜓资产管理有限公司

温州履趣文化创意有限公司

温州尚佳鞋革产业链服务有限公司

浙江红蜻蜓品牌管理有限公司

浙江爱依迪贸易有限公司

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”。