

证券代码：002154

证券简称：报喜鸟

公告编号：2019-028

# 报喜鸟控股股份有限公司 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	内容和原因
----	----	-------

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
-----------	-----------	-----------	--------

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 2019 年 4 月 26 日总股本 1,217,611,874 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.00 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	报喜鸟	股票代码	002154
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	谢海静	包飞雪	
办公地址	浙江省永嘉县瓯北街道双塔路 2299 号	浙江省永嘉县瓯北街道双塔路 2299 号	
电话	0577-67379161	0577-67379161	
电子信箱	stock@baoxinia.com	stock@baoxinia.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

报喜鸟控股成立于 2001 年，主营业务为品牌服装的研发、生产和销售，在温州永嘉、上海松江、安徽合肥建立了三大生产基地，产品品类涵盖西服、西裤、衬衫、夹克、羊毛衫、休闲裤等全品类男士服饰。公司实施“一主一副、一纵一横”的发展战略，服装主业上坚持多品牌，目前拥有或代理的品牌包含报喜鸟、HAZZYS（哈吉斯）、恺米切、lafuma（乐飞叶）、东博利尼、云翼智能、宝鸟等，各品牌产品能满足中产阶层不同场合下的着装需求。主要品牌情况如下：

品牌	发展阶段	品牌标识	品牌风格	目标消费群体
报喜鸟	成熟		中高档商务男装品牌	30-50岁自信、儒雅、尊贵的白领、商务人士
哈吉斯	成长		中高档英伦风格男装、女装品牌	25-40岁时尚、品味的都市精英
恺米切	成长		极具性价比的意大利专业衬衫品牌	22-45岁的中产阶层、商务人士
乐飞叶	潜力		高档户外休闲品牌	30-50岁户外休闲爱好者
东博利尼	调整		意大利轻奢男装品牌	35-45岁追求精致生活的中产阶层人士
所罗	潜力		专业高级定制品牌	追求品质的商务高端人士
柯兰美	初创		中高档美式时尚休闲品牌	25-40岁的高级时尚白领
千行	初创		具备东方文化元素的极简男装品牌	30-40岁崇尚文化情怀、极简生活理念的男士。
亨利 格兰	初创		中高档英伦高尔夫风男装品牌	30-40岁追求轻松、品味生活理念和健康活力生活方式的男士。
云翼智能	潜力		中高档私人定制服务平台	定制店、定制品牌商、服饰品牌商、定制贸易商
宝鸟	成熟		职业装团购品牌	具有统一着装需求的高端商务组织

### （二）公司经营模式

公司主营业务为品牌服装的生产、研发和销售，在温州永嘉、上海松江、安徽合肥建立了三大生产基地，主导产品西服、衬衫以自制生产为主，拥有西服产能120万套，衬衫产能70万件，其他品类主要采用委外加工方式进行生产，包括衬衫、T恤、夹克、羊毛衫等。公司运营品牌分为零售品牌和团购品牌，零售品牌销售模式分为线下销售为主和线上销售为辅，线下销售主要为加盟和直营相结合的销售模式，通过开设品牌专卖店、商场专柜/专厅进行品牌服装零售；加盟商合作模式分为买断制和非买断制，买断制加盟商以发货确认收入，非买断制加盟商以终端实现销售确认收入；直营模式以终端实现销售确认收入。线上销售主要通过报喜鸟定制官网（www.bxn.com）推广定制业务，同第三方平台如天猫、京东、寺库、网易考拉等主流电商平台进行合作，开设官方旗舰店实现线上线下同款同价，通过淘宝、唯品会等平台进行品牌特卖。团购品牌和团购业务如职业装品牌宝鸟、校服品牌衣俪特、公司各品牌定制业务，通过招投标、市场开拓等形式获取客户订单，根据客户订单需求进行自主生产或委外加工。

### （三）行业情况说明

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订）及中国证监会公布的上市公司行业分类结果，公司所属的行业为“纺织服装、服饰业”。根据国家统计局数据显示，2018年全国社会消费品零售总额达到人民币380,987.00亿元，增速由2017年的10.2%下降至2018年度的9%，增速较上年同期下降1.2个百分点；2018年居民人均消费支出19,853元，同比增

长8.4%。其中，人均衣着消费支出1,289元，同比增长4.1%，增速略有上升，但低于消费支出增长水平，我国服装零售行业整体运行稳中趋缓。服装行业进入门槛低、行业集中低、竞争激烈，互联网快速发展促进服装行业的快速变革，形成线上线下相互融合的新零售格局。随着消费升级，消费者不再满足于单一的产品需求，对购物体验、品牌文化等提出更高的要求，服装行业必将围绕“满足用户需求”进行产品创新、市场创新、文化创新，以满足消费者对产品、购物体验、文化消费等需求，才能增强客户品牌粘性，提升品牌市场竞争力。

为进一步巩固在行业中的品牌地位和市场竞争力，公司继续坚持多品牌发展战略，聚焦优势品牌和核心品类，利用核心业务的优势稳步培育新品牌，逐步覆盖全品类中高端男装品牌组合，持续推进全品类私人定制业务和云翼智能加工业务，提升在行业细分市场的核心竞争力。

### 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	3,109,551,128.18	2,601,152,800.24	19.55%	2,008,224,818.63
归属于上市公司股东的净利润	51,837,510.57	25,928,830.34	99.92%	-386,697,100.08
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-16,848,292.22	4,608,342.78	-465.60%	-432,815,063.12
经营活动产生的现金流量净额	348,243,503.28	451,462,195.10	-22.86%	277,631,330.04
基本每股收益（元/股）	0.04	0.02	100.00%	-0.33
稀释每股收益（元/股）	0.04	0.02	100.00%	-0.33
加权平均净资产收益率	2.03%	1.06%	0.97%	-14.90%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	4,195,950,341.36	4,256,100,375.09	-1.41%	4,161,668,665.19
归属于上市公司股东的净资产	2,729,020,074.20	2,465,391,698.86	10.69%	2,399,000,188.15

#### (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	736,554,288.16	675,988,430.97	686,031,151.67	1,010,977,257.38
归属于上市公司股东的净利润	35,186,218.21	4,203,930.24	31,228,220.45	-18,780,858.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	24,057,482.86	-6,863,426.45	16,594,865.14	-50,637,213.77
经营活动产生的现金流量净额	-2,729,765.35	-62,416,996.28	79,201,320.34	334,188,944.57

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	99,196	年度报告披露日前一个月末普通股	94,682	报告期末表决权恢复的优先股	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的	0
-------------	--------	-----------------	--------	---------------	---	--------------------	---

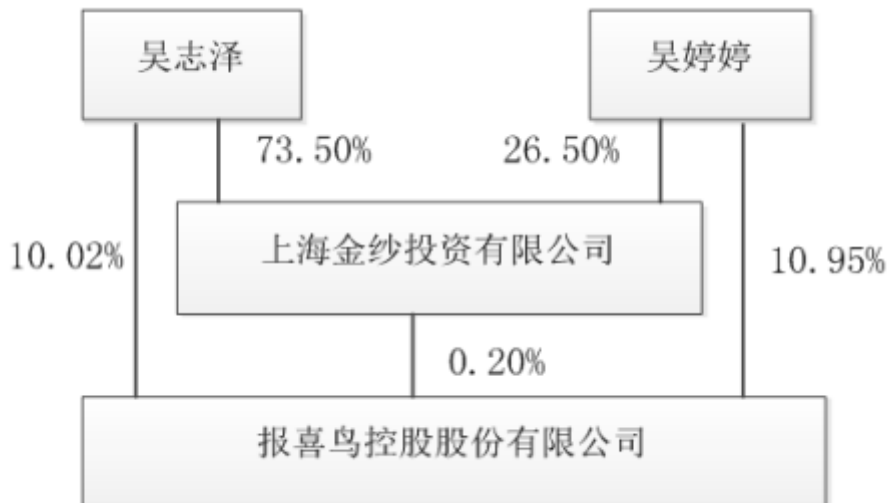
		东总数	东总数		优先股股东总数	
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
吴婷婷	境内自然人	10.95%	137,758,287	0	质押	89,000,000
吴志泽	境内自然人	10.02%	126,056,099	94,542,073		
吴真生	境内自然人	3.47%	43,600,932	0		
余建隆	境内自然人	2.19%	27,531,000	0		
中国建设银行股份有限公司—汇添富消费行业混合型证券投资基金	其他	1.63%	20,500,074	0		
全国社保基金一一一组合	其他	1.15%	14,408,100	0		
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.92%	11,587,600	0		
黄嘉霜	境内自然人	0.87%	11,000,000	9,500,000		
叶庆来	境内自然人	0.79%	10,000,000	0		
葛武静	境内自然人	0.79%	10,000,000	8,750,000		
上述股东关联关系或一致行动的说明	股东吴志泽、吴婷婷为一致行动人，与前十名其他股东之间不存在关联关系，也不属于一致行动人；未知前十名其他股东之间是否存在关联关系或是否为一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	余建隆通过招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 27,531,000 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  
否

报告期内，国内经济运行总体平稳，外部环境形势严峻，2018年度社会消费品零售总额增速持续放缓，人均衣着消费支出占比也呈下降趋势。为应对终端零售持续低迷的挑战，公司继续坚持多品牌发展战略，利用多品牌、多平台的资源优势做深做广；聚焦核心业务，进一步明确品牌与平台的职责；多个平台实现市场创新，扩大店铺规模、促进增长，但相应成本、费用也进一步增加；深入产品创新，促进品牌盈利。报告期内，公司实现营业收入310,955.11万元，同比增长19.55%；实现营业利润12,271.13万元，较上年同期增长192.41%；实现归属于上市公司股东的净利润5,183.75万元，较上年同期增长99.92%。2018年度，公司荣获由浙江省经济和信息化厅颁发的“浙江省第四批大数据应用示范企业”、“2018年度省级工业互联网平台”等荣誉称号。

报告期内，公司以“以创新者为先、以奋斗者为本”的理念，通过报喜鸟本部、凤凰国际本部、宝鸟本部和投资管理业务等四大业务模块，围绕中高端男装品牌的定位，坚持“聚焦、简单、标准、可复制”的经营原则，强化核心业务并利用核心业务优势稳定进入新市场，稳定“品牌+平台”的管理架构，围绕打造高性价比、高单店业绩、高产销率、高周转率、高人效的盈利模式，积极在市场、产品、技术、管理四大方面开展创新，力求建立简单、高效、健康的运营体系，努力实现盈利能力的提升，推进“一主一副、一纵一横”发展战略的顺利实施。报告期内，公司申请发明专利3项，实用新型专利9项，获得授权专利8项，实用新型专利5项。

报告期内，公司实现主营业务收入299,356.80万元，较上年同期上升21.59%，主要系报告期内公司继续加大市场开拓和市场维护力度，品牌网点较上年同期增加及加盟商买断制（发货即确认收入，并允许一定比例退换货）合作模式占比提高，报喜鸟、哈吉斯、恺米切等品牌实现销售收入增长所致；主营业务成本112,080.15万元，较上年同期上升21.98%，主要系报告期内销售收入增长所致；三项费用合计157,123.31万元，较上年上升20.76%，主要系报告期内公司继续加大市场开拓和市场维护，导致相关人工费用、终端投入费用增加，且股权激励计划股份支付费用较上年同期增加所致；研发费用5,336.94万元，较上年上升46.74%，主要系报告期内公司加强产品研发导致人工费用、材料投入增加所致；经营活动产生的现金流量净额34,824.35万元，较上年同期下降22.86%，主要系报告期内公司加大品牌推广力度增加品牌宣传费用、网点规模扩大相应终端费用增加；货品备货增加及销售实现增长导致相关税费支出增加所致。

报告期内，报喜鸟品牌持续推进“推买断、扩规模、强定制、提产销”策略。为提升加盟商和公司的市场竞争力，加盟商根据其经营能力和对市场环境的预判分别选择相应的货品政策，加盟商货品买断合作模式（发货即确认收入，并允许一定比例退换货）占比进一步提高；扩规模方面，不断鼓励优质加盟商多开店，加强商场、购物中心的网点拓展，有效扩大报喜鸟品牌规模，并进一步优化了报喜鸟品牌渠道结构；定制业务上，持续推进全品类私人定制业务的开展，通过开展意大利外籍量体师、搭配师参与全国巡店活动，实现定制业务持续增长；产销方面，通过“首单控制、过程加强滚动开发”提升商品企划管理能力；供应链方面，产品研发推动人物具像化、风格场景化，通过降成本、提品质实现产品性价比的提升；品牌推广方面，以全品类定制为核心业务，正装大师为主轴，推动成衣业务发展；加强新媒体的广告投放与跨界合作，提升品牌影响力与知名度，荣获中国服装时尚定制示范基地2018年度匠心标杆企业。云翼智能参展中国国际服装服饰博览会，推广定制加工业务；开展全国正装大师代言人活动，提升品牌关注度，增强VIP客户的品牌粘性；举办第十届新锐艺术人物盛典，与芭莎公益展开合作，通过多种媒体形式进行传播，进一步提升品牌影响力；连续举办报喜鸟婚礼季，暨大理、三亚之后开启巴厘岛集体婚礼，巩固婚庆市场的品牌地位。

HAZZYS品牌，坚持产品为品牌第一核心竞争力，持续进行产品创新，从女装系列到线上专供款再到PHIZ系列，不断适应客户、业态、渠道下沉的需求。渠道上，通过直营平台维护品牌形象、巩固和提升现有品牌市场份额，通过与优质加盟商合作进一步扩大品牌规模，提升品牌市场影响力。品牌推广上，获得了网球四大满贯之一温布尔登网球锦标赛（“温网”）的授权，推出温网跨界系列，获得较好的市场反响；在终端举办巡展，对目标人群实现精准营销推广；邀请偶像明星担任“一日店长”，到店为粉丝、VIP客户现场搭配，有效提升销售业绩。供应链上，提升生产周期与波段的匹配度，并尝试了畅销品快速反应并追单加量，实现降低成本不降低品质。

恺米切品牌，继续加快网点拓展，提升网点覆盖率、影响力，关闭低绩效店铺优化网点结构；营销上，继续推行买二送一，优化会员制度，提高连带率；产品上，电商开启专供款开发，线上线下活动相互融合；品牌推广上，通过大型缝纫机巡展、CHIC服装展、奥迪跨界活动、明星商拍等提升品牌知名度和影响力。

Lafuma品牌，渠道上，整合现有品牌渠道，逐步开拓加盟渠道；线上扩大规模，线下稳步发展；产品上，扩大国产比例，男装重设计，女装聚焦印花款的提档升级；品牌推广上，坚持“轻户外，悦旅行”主题，通过亮相上海时装周、跨界合作、Lafuma乐活社区等扩大品牌口碑传播提升品牌形象。

东博利尼品牌，以裤装+衬衫+单西的三个品类组合的品牌方向，持续强化品牌记忆点、强化产品核心卖点。目前仍处

于品牌调整后的前期投入阶段。

宝鸟品牌，聚焦规模拉动效益，丰富产品品类拓宽服务领域。成立宝鸟代理商合作中心，确保团购业务长期有序发展；销售渠道裂变、组织更加扁平化，提高运营效率；校服品牌衣佰特明确经营思路和策略继续稳健推进校服业务的开展，做大规模提高市场占有率。

投资方面，报告期内，平阳源泉投资合伙企业（有限合伙）已在中国证券投资基金业协会完成基金备案登记，备案编码为P1068006；2018年9月，公司出资108万与其他方同比例增资平阳源泉投资；公司将赣州浚泉信易正投资合伙企业（有限合伙）（原赣州易正投资管理合伙企业（有限合伙））1.1111%的份额转让给平阳源泉投资合伙企业（有限合伙），转让完成后公司持有赣州浚泉信易正58.8889%的股权，2018年10月，该基金引进新投资人后公司占比被稀释后为39.2593%。

报告期内，各主要品牌网点、面积及收入情况如下：

品牌	网点数量（个）	面积（万平方米）	收入(万元)
报喜鸟	740	16.22	128,144.81
hazzys	365	4.12	87,232.75
宝鸟	-	-	51,334.97
lafuma	81	0.72	12,808.17
恺米切	180	1.12	13,875.34
所罗	100	0.55	1,999.05
其他	110	0.22	3,961.71
合计	1576	22.95	299,356.80

注：品牌宝鸟收入包含衣佰特，“其他”网点数量为法兰诗顿、东博利尼、柯兰美、千行等品牌网点数，其中含法兰诗顿+千行融入店81家单独计算面积。

## 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
上衣	703,851,687.62	415,702,409.06	59.06%	20.76%	12.41%	-4.39%
裤子	554,663,870.81	332,198,537.22	59.89%	9.48%	6.04%	-1.95%
衬衫	576,531,250.81	386,924,097.11	67.11%	23.53%	24.01%	0.26%

## 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

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	(1) “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390,270,882.72元，上期金额384,110,523.68元； (2) “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341,589,960.77元，上期金额332,336,312.82元； (3) 调增“其他应付款”本期金额808,541.10元，上期金额3,369,638.78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	调减“管理费用”本期金额53,369,386.09元，上期金额36,369,487.80元，重分类至“研发费用”。

### (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

#### 1、本期新增合并单位8家，原因为：

公司于2018年3月设立全资孙公司徽美服饰（上海）有限公司，故2018年3月起将徽美服饰（上海）有限公司纳入合并报表合并范围；

公司于2018年5月设立全资孙公司上海恺蜜兹餐饮有限公司，故2018年5月起将上海恺蜜兹餐饮有限公司纳入合并报表合并范围；

公司于2018年7月设立全资孙公司兰州哈吉斯服饰有限公司，故2018年7月起将兰州哈吉斯服饰有限公司纳入合并报表合并范围；

公司于2018年8月设立全资孙公司大连圣安报喜鸟服饰有限公司，故2018年8月起将大连圣安报喜鸟服饰有限公司纳入合并报表合并范围；

公司于2018年9月设立全资孙公司西安哈吉服饰有限公司，故2018年9月起将西安哈吉服饰有限公司纳入合并报表合并范围；

公司于2018年9月设立全资孙公司广州汉爵斯服饰有限公司，故2018年9月起将广州汉爵斯服饰有限公司纳入合并报表合并范围；

公司于2018年11月设立全资孙公司厦门恺米切服饰有限公司，故2018年11月起将厦门恺米切服饰有限公司纳入合并报表合并范围；

公司于2018年12月设立全资孙公司三亚圣捷仟服饰有限公司，故2018年12月起将三亚圣捷仟服饰有限公司纳入合并报表合并范围。

#### 2、本期减少合并单位3家，原因为：

公司因生产经营需要，于2018年1月注销全资子公司泉州汉爵斯服饰有限公司，故2018年1月起泉州汉爵斯服饰有限公司不再纳入合并范围；

公司因生产经营需要，于2018年7月注销全资子公司上海锐铭时装有限公司，故2018年7月起上海锐铭时装有限公司不再纳入合并范围；

公司因生产经营需要，于2018年12月注销孙公司北京卡尔博诺服饰有限公司，故2018年12月起北京卡尔博诺服饰有限公司不再纳入合并范围。

**(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计**

适用  不适用