

证券代码：002875

证券简称：安奈儿

公告编号：2021-020

深圳市安奈儿股份有限公司 2020 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。

副董事长王建青女士因工作原因未能出席审议本报告的董事会会议，委托董事长曹璋先生出席并行使表决权，除此之外，其他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

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	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	证券事务代表	
姓名	蒋春	陈盈盈	
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	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	0755-22914860	
电子信箱	dongmiban@annil.com	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“启迪孩子，发现世界之美”为企业使命，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、公司的主要业务模式

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：

（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。从2020年开始，公司线下产品按照4季开发，线上产品按照8季开发，多季产品开发可以更好适应市场变化。

（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。

公司供应链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，各阶段的主要质量控制措施如下：

1) 产品设计开发阶段

在产品开发阶段，公司自主设计产品款式、研发加工工艺、开发产品样板，并依据产品样板制定工艺指导技术文件与质量标准要求；然后，加工厂根据公司的工艺指导文件、工艺样板，制作不同尺码的产前样板以供公司确认是否符合产品工艺质量要求，经公司批准后正式安排大货生产；在大货生产阶段，公司严格控制面辅料的质量，自主采购面辅料，检验合格后发往加工厂进行加工。

2) 外协厂商甄选阶段

在外协厂商甄选阶段，公司负责外协厂商的开发、评价并进行全程跟踪管理。首先，公司供应链中心协同品保部、产品供应部及风险控制部门，对外协厂商进行现场评估考核，对其生产设备、人员情况、技术能力及质量控制体系进行评估；同时，对于采用洗水、印绣花等特殊工艺的外协厂商，公司会额外要求其提供环保资质认证文件；接下来，公司会与选定的厂商签订外发加工合同，详细约定产品质量标准、双方的权利义务和赔偿处罚等内容；最后，针对合作厂商，公司在进行下季度产品生产计划安排前，会根据其订单执行、成衣质量检测结果等情况进行复评，检测合格的厂商才能够进入下一季产品的生产安排计划中。

3) 现场加工督检阶段

公司采用驻场监控的方式对现场加工阶段实施质量控制。首先，公司派驻质控人员现场负责生产过程的监督与指导，解决加工现场可能出现的技术问题；其次，在大货制作完成后，现场质控人员进行出厂检验，重点关注外观质量检查，并将大货抽样交由独立第三方质量检测机构进行内在质量检查；经检验，确认产品质量合格且PH值、甲醛、偶氮及色牢度等指标符合国家、行业及公司的相关标准后，根据生产计划向公司发货。

4) 产品入库检验阶段

外协厂商加工产品通过出厂检验后，将由供应商负责将产品运输至公司总仓；入库时，总仓质控人员会再次对入库成衣进行外观质量的复检，抽检合格后办理产品入库；如入库检验未合格，产品将退回相应外协厂商进行重新整理与加工。

5) 产品责任追究机制

针对产品异常状况，公司明确了各部门及外协厂商在处理异常状况中的职责与义务，建立了有效的责任追究机制：如外协厂商未按照公司要求生产产品或者产品未达到公司品质要求，所造成的损失由外协方承担；对于多次出现品质异常且无法改正的外协厂商，公司有权撤销其所有加工事宜；此外，针对异常状况的处理，公司生产计划部设立跟单员对生产过程中的异常情况进行重点跟进，督促相关人员处理，并及时将处理进度和处理结果报告公司主管人员，保证异常状况处理的及时、高效。

(5) 仓储配送

1) 仓储管理

在商品仓储方面，公司通过与专业物流机构进行紧密合作的形式，建立了“公司总仓-区域分发中心”两级仓储管理体系。其中，在广东东莞建立公司总仓，集中进行委托加工产品的验收入库，在北京建立区域分发中心（RDC），实现对区域市场的快速响应与支持服务。

在生产物流方面，公司采购的面辅料，由面辅料供应商或委托第三方负责运输至公司委托加工厂仓库；成衣主要由委托加工厂负责运输，按照订单要求交至公司指定的仓库。

2) 商品配送

公司的产品运输主要分为总仓配送、区域配送和电商配送三种主要模式。总仓配送为从东莞总仓发货至区域分仓、非区域分仓范围内的办事处仓库、部份直营门店以及加盟商的运输模式；区域配送为从区域分仓或办事处仓库发货至直营门店及少量加盟商、办事处和直营门店之间货物调拨的运输模式；电商配送主要为从东莞总仓或区域分仓发货给终端电商客户（包含唯品会）的运输模式。

2、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。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”；2019年，公司获得了广东省连锁经营协会评选的“2018年度广东特许经营五十强”；2019年，公司获得了妈妈帮“2019年度万千妈妈推荐奖”以及辣妈帮“行业推荐匠心奖”等奖项，得到一众妈妈们的认可。2020年，除了公司获得了广东省连锁经营协会评选的“2019年度广东特许经营百强”荣誉外，子公司深圳市安奈儿研发设计有限公司还通过了高新技术企业认定，子公司高新技术企业资格认定的通过是对公司在技术研发和自主创新等方面的肯定和鼓励。

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，给公司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。公司要结合目前已经开展的各个项目从自身开始变革，重新定位消费群体：当代颜值硬核妈妈和她的孩子；重新洞察市场：衣服不止是衣服，是向世界展示自我，是妈妈和孩子的人格之美；重新聚焦产品优势：轻、柔、弹、防、凉、暖、美；重新定义品牌使命：启迪孩子，发现世界之美。安奈儿品牌将主打“品质尊享”型客户，在品牌力、产品研发、商品流通、门店运营、库存控制等方面加强管控，通过品牌策略、渠道策略、商品策略实施，重塑企业格局及竞争优势，力争将安奈儿品牌打造成为“品质尊享”细分市场龙头。此外，公司将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，为社会创造更多的价值。

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：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增 减	2018 年
营业收入	1,256,842,735.41	1,326,622,371.23	-5.26%	1,212,555,440.60
归属于上市公司股东的净利润	-46,815,911.75	42,117,286.49	-211.16%	83,386,699.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-52,365,114.84	24,967,773.52	-309.73%	69,196,076.74
经营活动产生的现金流量净额	121,777,065.68	-46,172,712.06	363.74%	44,608,035.25
基本每股收益（元/股）	-0.27	0.25	-208.00%	0.63
稀释每股收益（元/股）	-0.27	0.25	-208.00%	0.63
加权平均净资产收益率	-5.42%	4.86%	-10.28%	10.13%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年 末增减	2018 年末
资产总额	1,160,508,337.22	1,237,039,099.79	-6.19%	1,236,707,381.86
归属于上市公司股东的净资产	842,668,403.67	887,758,779.36	-5.08%	860,236,622.32

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	260,206,941.25	231,262,516.87	236,929,116.38	528,444,160.91
归属于上市公司股东的净利润	-929,440.43	-13,377,014.05	-19,680,198.00	-12,829,259.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,210,299.05	-18,090,653.46	-19,199,982.64	-13,864,179.69
经营活动产生的现金流量净额	12,560,634.31	3,339,951.55	-19,334,086.60	125,210,566.42

注：营业收入根据新收入准则按照总额法填列。

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

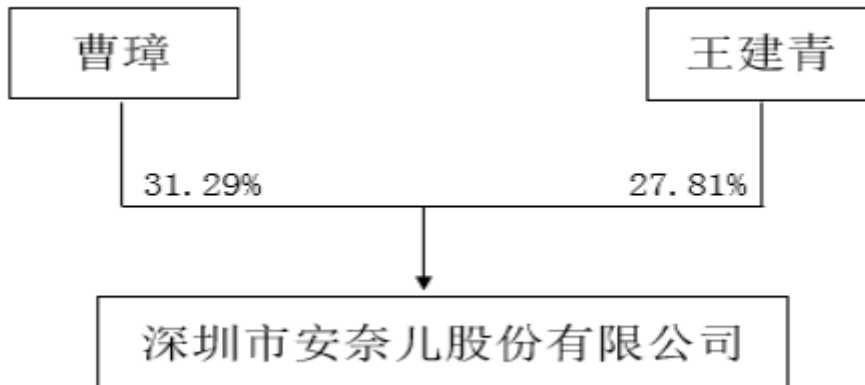
报告期末普通股股东总数	11,538	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	10,836	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
曹璋	境内自然人	31.29%	53,311,050	39,983,287			
王建青	境内自然人	27.81%	47,379,150	35,534,362			
徐文利	境内自然人	10.43%	17,770,350	13,327,762			
廖智刚	境内自然人	1.14%	1,937,628				
龙燕	境内自然人	1.03%	1,747,220	1,306,105			
王一朋	境内自然人	0.88%	1,497,496	22,984			
张运凤	境内自然人	0.23%	391,200				
湖南华昌盛控股集团股份有限公司	境内非国有法人	0.23%	388,800				
徐巧英	境内自然人	0.22%	372,776				
罗耀	境内自然人	0.21%	363,400				
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；龙燕系公司董事、副总经理。曹璋、王建青、徐文利及龙燕与其他前 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）	股东张运凤通过客户信用交易担保证券账户持有公司股票 281,600 股；股东湖南华昌盛控股集团股份有限公司通过客户信用交易担保证券账户持有公司股票 388,800 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。

公司结合目前已经开展的各个项目从自身开始变革，重新定位消费群体：当代颜值硬核妈妈和她的孩子；重新洞察市场：衣服不止是衣服，是向世界展示自我，是妈妈和孩子的人格之美；重新聚焦产品优势：轻、柔、弹、防、凉、暖、美；重新定义品牌使命：启迪孩子，发现世界之美。在品牌力、产品研发、商品流通、门店运营、库存控制等方面加强管控，重塑企业格局及竞争优势，力争成为童装“品质尊享”细分市场领域的领头羊，为股东创造更多的价值。

报告期内，公司受新冠疫情影响，营业收入下滑，公司直营为主的销售模式导致对外租赁店铺涉及的相关人工费用、租金及管理费等费用仍较为刚性，以及公司对长期股权投资计提资产减值准备，都对公司当期净利润造成了一定的影响。2020年，公司实现主营业务收入12.55亿元，同比下降5.15%，其中线上渠道实现主营业务收入4.38亿元，同比下降6.21%，线下渠道实现主营业务收入8.17亿元，同比下降4.57%；净利润-4,681.59万元，同比下降211.16%；截至2020年12月31日，公司总资产11.61亿元，较报告期初下降6.19%，所有者权益8.43亿元，较报告期初下降5.08%。

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	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
大童装	891,608,822.23	499,457,078.86	56.02%	-14.85%	-9.76%	3.16%
小童装	363,647,861.19	210,159,221.41	57.79%	31.64%	29.74%	-0.85%

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

报告期内，公司受新冠疫情影响，营业收入下滑，公司直营为主的销售模式导致对外租赁店铺涉及的相关人工费用、租金及管理费等费用仍较为刚性，以及公司对长期股权投资计提资产减值准备，都对当期净利润造成了一定的影响，使得公司净利润-4,681.59万元，同比下降211.16%

6、面临退市情况

□ 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

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
财政部于2017年度修订了《企业会计准则第14号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。	第三届董事会第二次会议	执行新收入准则，将与合同相关的已结算未完工、与合同相关的预收款项重分类至合同负债；将计入其他应付款的可兑换会员积分公允价值重分类至合同负债；将计入其他应付款的预提加盟商换货损失、预提加盟商返利重分类至合同负债。调整后，预收款项金额0.00元，“其他应付款”金额30,815,784.28元，

		<p>“合同负债”金额28,271,732.28元，“其他流动负债”金额1,203,447.20元。</p> <p>执行新收入准则，收入按照总额法确认，影响营业收入和销售费用两个科目。调整后2020年12月31日公司营业收入1,256,842,735.41元，销售费用644,128,704.24元。</p>
--	--	--

(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

2020年8月5日，经东莞市市场监督管理局核准，东莞市岁孚服装有限公司注销完成，东莞岁孚注销完成后不再纳入合并范围。

深圳市安奈儿股份有限公司

董事会

2021年4月29日