

公司代码：603557

公司简称：ST 起步

起步股份有限公司
2021 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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性、准确性、完整性，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 亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了保留意见的审计报告，本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司2021年度合并报表归属于母公司股东的净利润为-228,526,221.05元，公司2021年12月31日合并报表未分配利润-70,109,176.77元。母公司2021年年初未分配利润-203,281,030.32元，本年实现净利润-90,601,606.05元，提取法定盈余公积后，母公司本年度实际可供股东分配利润为-293,558,459.08元。

根据《公司章程》等相关规定，鉴于公司2021年度合并报表归属于母公司股东的净利润为负，且2021年12月31日母公司累计未分配利润为负，不满足《公司章程》第一百五十六条第（三）款中“公司在当年盈利且累计未分配利润为正。”的前提条件。结合公司资金现状及实际经营需要，并基于公司目前经营环境和长期发展资金需求，为增强公司抵御风险的能力，经董事会审慎研究讨论，公司2021年度拟不进行利润分配，以保障公司的长远发展，为投资者提供更加稳定、长效的回报。

第二节 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	ST起步	603557	起步股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	殷逸轩	吕盛雪
办公地址	浙江丽水市青田县油竹新区侨乡工业园区赤岩3号	浙江丽水市青田县油竹新区侨乡工业园区赤岩3号
电话	0578-6558818	0578-6558818
电子信箱	abckids@qbabc.com.cn	abckids@qbabc.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

从整个时尚服装产业生命周期的角度来看，相比较男装、女装、运动装等成人服装行业，童装行业仍处于高速成长的阶段，具有明显的市场需求增长快、成长空间大的发展特点。随着我国国民生活水平的不断提升，大众消费观念及消费水平也在不断提高，家庭对孩子的消费投入逐年增加，市场消费热度空前增长。伴随着“二孩”“三孩”政策为出生人数提供支撑、“4+2+3”、“4+2+3”的家庭结构和“优生优育”的理念，90后新生代消费者愿意为品牌和品质支付更高的溢价，儿童服饰市场规模增长空间可观。

1、我国儿童服饰市场前景广阔，增长空间可观

受益于国民收入增加、消费观念升级、三胎政策等因素，儿童服饰市场规模快速增长，根据 Euromonitor Passport 的统计和预测，目前我国儿童服饰市场仍处于快速成长期，预期到 2025 年我国童鞋、童装市场分别达到 886 亿元、4,756 亿元。随着 90 后、95 后进入生育高峰成为父母，他们普遍受过良好教育，有更好的经济基础，更为重视生活品质，更加青睐于产品和口碑较好的儿童服饰品牌，家庭儿童人均消费支出不断增加，带动儿童服饰市场持续消费升级。

2、品牌竞争激烈，市场集中度持续提升

当下我国儿童服饰行业市场集中度程度较低，仍表现为高度分散，单个品牌的市场占用率仍然有限。长期精耕、专注于儿童服饰的品牌，具有持续竞争的优势，已建立起品牌知名度和美誉度的品牌，有望在这个行业率先得到发展。行业优胜劣汰将不断加剧，龙头企业凭借卓越的库存管理能力与渠道经营效率穿越下行周期，市占率将会进一步提升，进而使得行业集中度稳步提升。

3、中大童市场广阔发展，场景化服饰成为重要趋势

结合 ECdataway 数据威最新数据，2021 年，在童装童鞋所有的子品类中，儿童泳装、儿童演出服、儿童板鞋占据了增速前三的位置，增长率达到 88%、85%和 47%，与婴儿步前鞋、爬服哈衣等品类相比，快速的增长率侧面反映了我国中大童市场的广阔发展空间。同时随着穿着场景、不同年龄段精细化需求的升级，场景化童装在保证孩子生活仪式感的同时提高了孩子置换衣物的频率，产品更加高频触达消费者，让用户与品牌建立紧密的互动关系。场景化将是未来童装，乃

至服装品牌发展的重要趋向。

4、注重下沉市场发展，低线城市消费者成为重点竞争对象

得益于国家城镇化发展策略，低线城市的经济发展在近年持续保持较高增长，虽然它们的整体经济体量仍无法达到一、二线发达城市的水平，但在近年却持续保持着较高的增长速度。在城镇化大潮中，大量农村人口迁往就近的低线城市，生活环境、生活方式的改变带来了低线城市的消费升级需求。有别于一二线城市，低线城市消费者在对品牌的认知和认同，对于信息和趋势的解读、对线上线下服务的选择和区分上，考虑的边界会更“模糊”，会受到更多“非常规”周边因素的影响。随着各大品牌在一二线城市的饱和，纷纷选择下沉渠道，抢先布局空白市场，低线城市消费者的购买觉醒对儿童服饰市场规模的突破具有重要意义。

5、疫情加速线上线下全渠道融合，构建新零售运营模式

受疫情影响，营销环境和消费环境发生巨大变化，传统线下销售转至线上，线上销售额猛增。随着疫情期间用户线上消费习惯的加速养成，电商直播已经成为一种广泛受到用户喜爱的新兴购物方式。根据中国互联网络信息中心发布的第 49 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至 2021 年 12 月，我国网民规模达 10.32 亿，较 2020 年 12 月增长 4296 万，互联网普及率达 73.0%。其中，电商直播用户规模为 4.64 亿，较 2020 年 12 月增长 7579 万，占网民整体的 44.9%。截至 2021 年 12 月，我国网络购物用户规模达 8.42 亿，较 2020 年 12 月增长 5969 万，占网民整体的 81.6%。随着疫情期间用户线上消费习惯的加速养成，越来越多的消费者习惯电商直播这种新型消费形态。企业也逐渐重视起线上流量的作用，逐步从传统实体销售转变为新零售运营，把线下流量导入线上，推动线上线下私域流量池的共享，实现企业对精准客群的有效运营，同时也增强了企业对客户需求的反应能力。

公司自 2009 年成立以来，一直专注于童鞋、童装和儿童服饰配饰等的设计、研发、组织生产和销售，主营业务未发生重大变化。

公司产品主要定位于中端市场，面向 3-13 岁儿童。童鞋、童装及儿童服饰配饰方面，公司采用外协生产方式，主要产品为儿童皮鞋、运动鞋及各类儿童服装及服饰配饰。公司的产品品类、类型及款数情况如下：

产品品类	产品类型	款数
童鞋	皮鞋、运动鞋等	每季 200-300 款
童装	T 恤、毛衫、衬衫、裤类、裙类、外套、套装、呢大衣、羽绒服等	每季 200-300 款
配饰	包、帽类、袜类、内衣、泳装等配饰	每季 50-150 款

（二）经营模式

报告期内公司经营模式无重大变化。

公司采取纵向一体化的业务模式，覆盖从商品企划、设计开发、组织生产到销售等各个环节，实现了对产业链各个环节直接、及时和有效的控制。

在业务链的前端，公司重视商品企划和产品研发，长期与国际知名流行趋势提供商开展合作，通过实地调研进行信息收集，分析下一年的流行趋势、开展产品主题策划，对产品进行系列主题定位。在业务链的中端和后端，公司通过高效产品供应体系和扁平化管理的销售体系打造出一条快速反应的供应链。将研发设计迅速转化成产品，并通过遍布全国的终端零售网络进行销售，同时借助信息系统对终端零售信息进行采集，结合定期市场走访和调研等方式，即时了解销售情况和消费者偏好，与终端消费者形成有效互动，持续满足市场需求。

1、设计及研发模式

公司采取自主研发方式，设立专门部门负责公司产品的企划、研究开发及设计工作；商品企划部门定期进行趋势研究，通过对品牌定位的解读和目标竞品的分析，制定并实施商品计划，跟踪产品的销售和库存，分析产品售罄率，提高公司货品营运效率；商品研发部门长期与国际国内知名流行趋势提供商 WGSN、POP 以及蝶讯网等合作，坚持以产品研发和创新为核心，为满足童鞋透气、减震、安全等多方面需求，不断提升产品的舒适度和款式设计水平，将研发高品质、高性能的童鞋产品作为首要目标，为市场研发出舒适、安全、时尚的儿童服饰产品。

2、生产模式

公司采取订单生产模式，童鞋、童装及儿童服饰配饰采用外协生产方式。

公司外协生产主要是 OEM 模式，OEM 模式下，公司与外协厂商签订成品采购合同，外协生产商按公司的设计样板，自行采购原材料、生产并提供产成品。

公司推行全面质量管理，实施全过程质量控制。公司对产品质量控制措施贯穿产品从加工到入库的整个过程，在每一阶段均设立严格的质量控制措施，公司对产品内在品质控制的一般流程如下：

环节	外协生产质量控制
供应商甄选阶段	对外协厂商进行资质审核，制定外协工厂质量管理体系手册并建立供应商评估表，综合评估外协厂商开发技术能力、交期、质量及成本等管控措施
加工生产阶段	与外协厂商在采购合同中明确约定生产所执行的检测标准、工艺技术要求等规范性条款； 外协厂商在批量生产前先进行小量生产试做，送交公司指定的检测机构按标准进行产品物性、化性等方面检测合格，方可投入批

	量生产； 外协厂商由公司派驻品质控制人员进行质量管控
交货验收阶段	产品订单完成批量生产后，公司派驻外协厂商的品质控制人员对送货前的产品，按照一定比例进行现场开箱检验，检验合格后由驻厂品质控制人员开具合格的验货报告，方可送货
成品入库阶段	产品入库需携带装箱清单、验货报告、检测报告等必备资料，质量管理中心的质检人员按一定比例进行最终入库检验； 检验判定合格时，物流仓库办理成品入库手续，对确定为不符合质量标准或公司生产要求的产品，公司不予接收入库并要求其返工或退货

3、订货模式

为了充分满足各经销商的差异化需求，对产品合理备货，公司采取经销商集中向公司订货的模式，并通过订货流程的设计和协议条款执行。公司每年组织四季订货会，订货会一般在新一季产品推出6个月之前召开。

4、采购模式

公司设有供应链管理中心，负责制定公司各业务的供应链管理策略，负责协调和管理各事业部的供应商开发、管理、招标、采购和物资管理等相关工作。通过询价比价原则、一致性原则和审计监督原则的采购原则，谨慎选择供应商，以实现在控制成本的前提下保证品质。

5、销售模式

公司目前采用经销和直营、线上和线下相结合的销售模式。对终端店铺采取统一标准化管理，在门店选址、空间形象设计、商品陈列和推广、销售分析、库存管理和导购培训等方面提供制度指导，保障公司在品牌推广、店铺形象建设、产品营销等方面的标准化实施。线上销售方面，公司与天猫、京东商城等电子商务平台均开展了合作，采取与线下店铺差异化的产品营销策略，从而使电商销售与线下实体网点销售相辅相成，相互促进，并结合新零售加速发展的趋势，通过网络直播、小程序等新零售工具，开辟新的业绩增长点。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	2,403,951,547.33	2,970,465,721.79	-19.07	2,926,503,237.39
归属于上市公司股东的	1,311,870,578.12	1,615,529,632.25	-18.80	1,675,680,412.85

净资产				
营业收入	1,050,068,514.10000	773,372,454.710000	35.78	1,523,397,818.58
归属于上市公司股东的净利润	-228,526,221.05	-280,373,664.89	不适用	143,550,613.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-221,524,726.54	-334,098,591.39	不适用	114,333,560.22
经营活动产生的现金流量净额	-603,976,133.63	-88,100,176.71	不适用	44,659,122.36
加权平均净资产收益率(%)	-15.2222	-17.5523	增加2.33个百分点	8.8893
基本每股收益(元/股)	-0.4607	-0.5874	不适用	0.3054
稀释每股收益(元/股)	-0.4607	-0.5874	不适用	0.3054

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	317,526,836.54	301,438,993.68	231,248,594.97	199,854,088.91
归属于上市公司股东的净利润	16,653,839.13	10,681,329.57	-56,323,923.53	-199,537,466.22
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	8,208,476.81	6,278,501.52	-52,687,064.44	-183,324,640.43
经营活动产生的现金流量净额	-177,177,452.92	-79,101,909.55	-136,520,918.59	-211,175,852.57

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

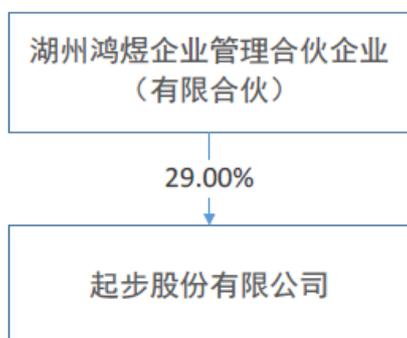
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					21,276		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					19,451		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
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）							
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、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
湖州鸿煜企业管理合伙企业（有限合伙）	143,843,689	143,843,689	29.00	0	质押	42,000,000	其他
香港起步國際集團有限公司	-143,843,689	48,888,245	9.86	0	质押	25,000,000	境外法人
					冻结	23,888,245	
					标记	25,000,000	
					轮候冻结	4,451,521	
张晓双	0	23,598,033	4.76	0	无	0	境内自然人
陈雨	-8,000	23,590,033	4.76	0	无	0	境内自然人
董安忠	1,958,000	1,958,000	0.39	0	无	0	境内自然人
上海道果企业发展集团有限公司	1,877,400	1,877,400	0.38	0	无	0	境内非国有法人
徐海峰	1,819,739	1,819,939	0.37	0	无	0	境内自然人
王育敏	1,659,800	1,659,800	0.33	0	无	0	境内自然人

赵全亮	0	1,515,100	0.31	0	无	0	境内自然人
唐世超	1,487,000	1,487,000	0.30	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	湖州鸿煜企业管理合伙企业（有限合伙）与其他股东之间不存在关联关系，香港起步国际集团有限公司与其他股东之间不存在关联关系。除此之外，公司未知其他流通股股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

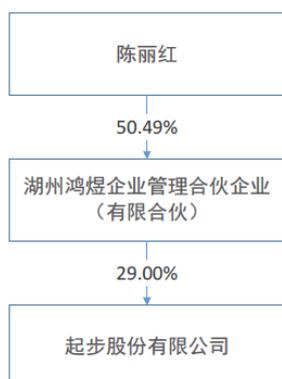
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:亿元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)
起步股份有限公司2019年面向合格投资者公开发行公司债券(第一期)	19起步01	155281	2022年4月1日	1	5.80

报告期内债券的付息兑付情况

债券名称	付息兑付情况的说明
起步股份有限公司2019年面向合格投资者公开发行公司债券(第一期)	报告期内,公司于2021年4月1日按期支付了“19起步01”债券自2020年4月1日至2021年3月31日期间的利息。该期债券的票面年利率为5.80%,每手债券(面值1,000元)派发利息为58.00元(含税),合计派发债券利息580万元(含税)。

报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

债券名称	信用评级机构名称	信用评级级别	评级展望变动	信用评级结果变化的原因
2019年面向合格投资者公开发行公司债券(第一期)	中诚信国际信用评级有限责任公司	AAA	负面	见注1

5.2 公司近2年的主要会计数据和财务指标

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

主要指标	2021年	2020年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率(%)	45.22	45.43	-0.46
扣除非经常性损益后净利润	-221,524,726.54	-334,098,591.39	不适用
EBITDA全部债务比	-0.16	-0.13	不适用
利息保障倍数	-5.16	-5.02	不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2021年，公司主营业务未发生重大变化。公司实现营业收入105,006.85万元，较上年度增加35.78%；归属于公司股东的净利润-22,852.62万元；经营活动产生的现金流量净额-60,397.61万元，较上年度减少51,587.60万元；2021年末归属于母公司股东的所有者权益131,187.06万元，较上年末下降18.80%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用