

广州天创时尚鞋业股份有限公司

2016 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 普华永道中天会计师事务所（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

经普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）出具的标准无保留意见的审计报告，本公司 2016 年度实现合并净利润 118,060,107 元，归属于母公司股东的净利润为 117,278,819 元，母公司实现净利润 23,679,593 元。按母公司净利润提取 10%法定盈余公积金 2,367,959 元，加上年初未分配利润 209,849,186 元，减去 2015 年度分红金额 70,000,000 元，2016 年可供全体股东分配的利润为 161,160,820 元。

综合公司发展状况和法律、法规要求，公司 2016 年度利润分配为：拟以 2016 年 12 月 31 日公司总股本 280,000,000 股为基数，向全体股东派发现金红利，每 10 股派

发现金红利人民币 3.5 元（含税），2016 年度现金红利分配总额为 98,000,000 元（含税）。同时以资本公积向全体股东每 10 股转增 4 股，共计转增 112,000,000 股，转增后公司总股本将增加至 392,000,000 股。本公司 2016 年度剩余未分配利润结转入下一年度。该利润分配方案尚需提交公司股东大会审议通过后方可实施。

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	天创时尚	603608	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	杨璐	
办公地址	广东省广州市南沙区东涌镇银沙大街31号	
电话	020-39301538	
电子信箱	topir@topscore.com.cn	

2 报告期公司主要业务简介

（一）主要业务及产品

公司是时尚女鞋行业领先的多品牌运营商之一，主要从事时尚女鞋、包袋及配饰的研发、生产、分销及零售业务，致力于为消费者提供时尚、舒适的鞋履及配套产品和服务。公司自主创立并经营“KISSCAT”、“ZSAZSAZSU”、“tigrisso”以及“KissKitty”四个女鞋自有品牌，并随着消费升级带来的消费需求扩张与消费需求多样性，推出多场景全品类男装自有品牌“型录”。此外，公司代理西班牙女鞋品牌“Patricia”、意大利时尚创意品牌“O BAG”，通过构建不同消费定位、不同风格的多品牌组合，满足不同生活阅历和价值追求的消费者的差异化需求。报告期内，公司的主营业务及产品未发生重大变化。

（二）经营模式

公司采用多品牌、全产业链纵向一体化运营的经营模式，业务涉及品牌规划、产品设计、材料采购、生产制造、仓储物流、品牌营销、零售服务等产业链上各个环节，一体化的运营有效实现了公司资源的协同优化与整合。

在多品牌组合方面，公司立足于国内时尚消费品零售市场，围绕时尚生态圈积极

实现多品类布局、提供差异化价值服务的多品牌。公司自成立以来致力于为女性消费者提供时尚鞋履产品与价值装扮体验服务，并因应外部市场环境的变化，尤其是消费者收入增长驱动、与消费偏好变化驱动，积极拓展及外延新品牌、新品类。

在一体化供应链模式方面，公司实行自主生产为主，辅以外协生产（包括：OEM 和 ODM 生产两类），报告期内自产比例达 68%。一体化供应链以对市场流行趋势、消费需求综合分析判断作为计划前提，结合四季订货会综合考虑市场规模、时尚潮流趋势、各城市群区域特征、季节变换等因素，对最终订单款式与数量进行确定。在原材料采购方面采取“战略+按需”的模式，确保了皮料、底料等重要原材料在供货时间、材料品质、价格水平等方面满足公司生产；在外协生产方面对厂商进行甄选、生产过程管控、质量控制等关键流程管理；在自主生产方面根据订单需求科学排产、按需计划，合理布置作业流程，确保生产线上产品快速流动并提升生产效率，以多批次、小批量的柔性生产方式，灵活快速地满足市场当季需求，同时通过量产前试制预防、量产中关键工序重点防控，确保品质，以匠心精神打造优质产品。

在全渠道营销方面，公司主要采用“实体店铺与电子商务相结合”“直营为主、电商为辅”的全渠道营销模式。其中，实体店铺主要通过商场店中店的直营销销售渠道。公司围绕国内中心城市和重点片区进行开店布局，直营店主要布局于一、二线城市核心商圈的优质百货渠道。截至 2016 年 12 月 31 日公司所有品牌店铺数量共 1,959 家，其中：直营 1,266 家，加盟 693 家；报告期内公司较去年末净减少店铺 216 家，其中：直营 163 家，加盟 53 家。随着电子商务与移动互联网的快速发展及普遍应用，公司也大力发展电商业务。针对线上消费者的消费特性与需求，通过大数据分析快速反应潮流商品的同时提高营销精准度，实现线上与线下商品策略、营销推广的互补，构建公司立体的全渠道营销体系。

（三）行业情况说明

1、公司所处的行业发展阶段和发展趋势

（1）公司所处的行业

根据国家统计局 2011 年公布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），公司所处行业为皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业的制鞋业（C195）；依据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司属于皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业（C19），主要产品为中高端时尚女鞋。

（2）行业现状

近年来随着全球经济增速放缓，国内经济结构调整、产业转型、消费升级等宏观经济环境变化，中国经济增长速度也随之放缓。根据国家统计局发布的 2016 年宏观经济数据，GDP 同比增长 6.7%，连续两年 GDP 增速低于 7%；全国居民人均可支配收入（扣除价格因素）和社会消费品零售增额同比分别增长 6.3%和 9.6%，增速持续下降。在不断加大的经济下行压力之下，前景的不确定性对消费者的消费心理和消费预期均造成一定程度的负面影响，短期内难见好转迹象；再者消费升级驱动下，消费需求不断细分，对于以往鞋履行业单依靠增加产量、降低成本、保证质量等以生产为导向的粗放型增长，已难以适应市场发展和竞争的需要；此外，整体消费渠道尤以商业地产为主要零售终端的渠道业态维持弱势，伴随新兴零售业态和网络购物蓬勃发展，传统实体销售渠道增长乏力。尽管鞋履商品属于衣食住行传统型消费必需品，但当前宏观经济与消费环境的变化，使鞋履行业持续面临着结构性调整的压力。

（3）行业发展趋势

从市场空间与消费需求量来看，首先整体居民人均可支配收入的增加和消费档次的提高，为中高端女鞋商品的市场空间有持续的消费支撑点；其次，庞大的女性人口基数也是女鞋行业持续稳定发展的消费基础，随着女性自我价值体现意识提升，女性消费特点、消费升级需求等将持续推动品牌女鞋市场的增长。

从技术水平发展来看，经过多年发展，新材料应用渐趋成熟，技术创新成果层出不穷，工艺改善与工艺水平明显提升，鞋类商品的标准化程度、产品品质和生产效率均有明显的改善与提升，鞋履产品也已从单一的美观、护足功能，向追求健康、环保、舒适等方面升级。环保材料的应用将呈持续发展态势，基于大量脚型研究与调研数据的研发设计，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，而自动化生产设备、各种计算机辅助设备的应用，也使劳动密集型的鞋企向自动化、智能化方向转型升级。

从零售市场消费升级来看，一方面女鞋产品的消费升级随着消费者对品牌和品质的追求日益增高，促使消费出现时尚化、健康化、场景化等升级需求；另一方面电商渠道崛起及快速发展，分化线下实体店铺客流，跨境电商、海淘、代购等新兴渠道的变化，一定程度上也满足消费者的多样化需求，在互联网科技技术日益改变人们生活方式和消费模式的环境下，结合鞋履产品标准化、品质化的提高，使鞋履产品在终端

销售的转化与实现更为便捷，消费渠道扁平化将成为发展趋势。

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

	2016年	2015年	本年比上年 增减(%)	2014年
总资产	1,822,187,109	1,408,161,061	29.40	1,394,567,110
营业收入	1,547,982,385	1,630,670,222	-5.07	1,685,876,461
归属于上市公司股东的净利润	117,278,819	104,279,540	12.47	120,112,313
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	102,609,197	93,950,537	9.22	119,422,352
归属于上市公司股东的净资产	1,529,589,865	849,149,246	80.13	776,369,706
经营活动产生的现金流量净额	212,441,247	144,651,223	46.86	236,261,249
基本每股收益（元/股）	0.44	0.50	-12.00	0.57
稀释每股收益（元/股）	0.44	0.50	-12.00	0.57
加权平均净资产收益率（%）	8.41	12.91	减少4.50个百分点	16.57

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	354,157,875	391,299,911	342,753,088	459,771,511
归属于上市公司股东的净利润	11,528,856	45,802,920	26,103,496	33,843,547
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	10,996,570	41,642,286	18,266,022	31,704,319
经营活动产生的现金流量净额	19,033,433	72,160,713	69,082,849	52,164,252

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）					29, 531		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					31, 488		
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 状态	数量	
高创有限公司	0	67, 700, 640	24. 18	67, 700, 640	无	0	境外 法人
广州番禺禾天投 资咨询合伙企业 （普通合伙）	0	63, 450, 450	22. 66	63, 450, 450	无	0	境内 非国 有法 人
广州番禺尚见投 资咨询合伙企业 （普通合伙）	0	37, 439, 220	13. 37	37, 439, 220	质押	5, 682, 000	境内 非国 有法 人
北京和谐成长投 资中心（有限合 伙）	0	14, 280, 000	5. 10	14, 280, 000	无	0	境内 非国 有法 人
广州创源投资有 限公司	0	11, 243, 190	4. 02	11, 243, 190	无	0	境内 非国 有法 人
沈阳善靚商贸有 限公司	0	9, 166, 500	3. 27	9, 166, 500	无	0	境内 非国 有法 人
深圳市兰石启元 投资企业（有限合 伙）	0	4, 200, 000	1. 50	4, 200, 000	无	0	境内 非国 有法 人
Sheng Dian Capital II, Limited	0	2, 520, 000	0. 90	2, 520, 000	无	0	境外 法人
银河金汇证券资 管—民生银行— 银河嘉汇 5 号集 合资产管理计划	2, 100, 000	2, 100, 000	0. 75	0	无	0	境内 非国 有法 人
银河金汇证券资	526, 100	526, 100	0. 19	0	无	0	境内

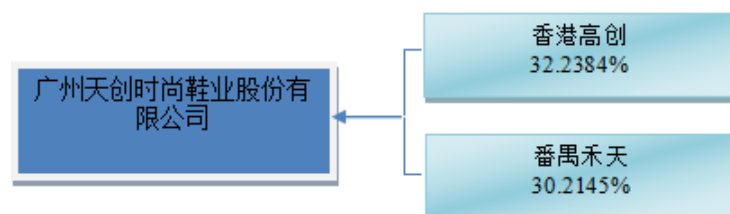
管一平安银行— 银河嘉汇 21 号集 合资产管理计划							非国 有法 人
上述股东关联关系或一致行动的说明	梁耀华和李林为公司的实际控制人，其二人与受梁耀华控制的香港高创及受李林控制的番禺禾天于 2011 年 12 月 7 日签订了《一致行动协议》，梁耀华和李林确认自天创有限设立以来至协议签订日，一致同比例间接持有天创有限的股权，且双方一直担任天创有限的董事长与副董事长，双方无论在香港高创层面还是在天创有限董事会层面均采取和保持一致行动；自协议签订日起，梁耀华、李林、香港高创、番禺禾天一致同意在发行人的董事会和股东大会就任何事项进行表决时及股权转让和锁定方面采取一致行动。协议有效期自协议签署生效之日起 5 年，有效期届满，如各方无变更或终止提议，本协议自动续期 5 年，依此类推。番禺禾天的控股股东李林是番禺尚见及广州创源股东倪兼明的姐夫。 除此之外，公司未知其他流通股股东之间、限售股股东之间、限售股股东与流通股股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

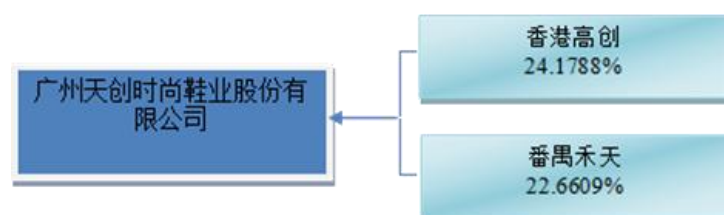
√ 适用 □ 不适用

公司不存在控股股东，由香港高创和番禺禾天两大股东共同控制。

报告期初，发行前：



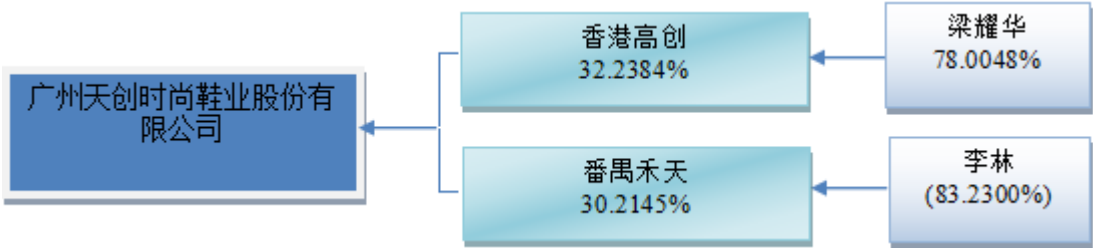
2016 年 2 月发行后：



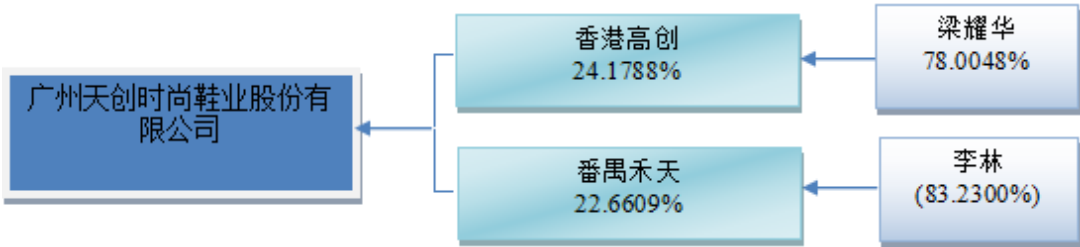
4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

报告期初，发行前：



2016 年 2 月发行后：



三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

受总体宏观经济环境增速放缓，互联网信息技术的高速发展，消费升级带来的消费需求与消费结构加速调整与变化等客观因素影响，传统零售消费品行业面临着转型升级，时尚产业也在消费升级中逐步形成新的形态。报告期内，公司围绕提升内部运营效率，积极拥抱零售消费市场变化，以用户思维不断深化服务体验，以匠心精神打造质优产品，布局全渠道新零售，分步实现全产业链数字化运营平台的再造与变革，达成了公司预期的经营结果与产业升级阶段性目标，在逆势中提高了运营效率：2016 年度，公司通过自有、代理的七个不同定位的鞋履、服饰品牌：实现营业收入 15.48 亿元，通过对低效益店铺的关停等调整，过程中虽然收入较去年同期相比下降 5.07%，但另一方面公司不断深化内部管理变革，创新商业模式，调整组织架构与业务流程，综合毛利率由 56.51%提升至 57.19%，同时归属于母公司股东的净利润 1.17 亿元，同比上升 12.47%。

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

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

本期纳入合并财务报表的所有子公司情况请见 2016 年年度报告全文附注九、在其他主体中的权益。本期的合并财务报表新纳入合并范围的子公司为天津型录、天津意奇、天津蕴意汇奇和西藏美创，详见 2016 年年度报告全文附注八、合并范围的变更。