

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
2017 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)审计，以截至 2017 年 12 月 31 日公司总股本 417,200,000 股为基数向全体股东每 10 股派发现金股利 4 元人民币（含税），合计分配 166,880,000 元；同时，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股，合计转增股本数为 166,880,000 股，转增完成后公司总股本变更为 584,080,000 股。

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

（一）公司主要业务及产品

报告期内，公司秉承“20 年来专注于制鞋这一项重要事业，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皮鞋、皮具以及儿童用品业务。目前，公司已形

成了红蜻蜓品牌的多品类产品格局。

公司在成人真皮男女皮鞋细分行业始终保持行业前列的位置。

公司现有自营门店 363 家，代理门店 3,812 家。2017 年红蜻蜓（杭州、温州）电子商务有限公司实现线上销售额 5.72 亿元，较去年增长 18.17%。

（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

公司业务以加盟为主，直营为辅，加盟商联营为补充的业务模式。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。加盟商联营业务发挥加盟商和公司的各自优势，实现店铺所有权与经营权分离，加盟商负责门店投资、支付租金及日常费用，公司负责督导运营和存货调拨，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。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，结合各地分子公司当季信息反馈需求进行畅销信息动态快速转化。

3、自产产品

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，订货制和配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

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“又一次从距离中寻求接近”的核心理念，致力于打造百年品牌，持续加大投入，进行品牌文化建设、品牌宣传与品牌形象提升工作，完善红蜻蜓品牌馆建设，对外进行鞋文化路演，同时积极跟进线上品牌宣传，通过微信、微博等进行粉丝与社群营销，升级终端店铺形象，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、销售经营环节

公司采取线上和线下同时发展，自营和加盟业务相结合的模式。

线上销售以直营为主、加盟为辅，通过在天猫、淘宝、京东、唯品会等第三方平台设立自营品牌旗舰店与其建立深度合作关系，同时也发展有一定资质的加盟商作为线上销售的特许加盟商。

线下经营中，公司协调加盟销售与直营销售占比，对加盟店进行导购员销售技巧培训、商品陈列及促销指导；对加盟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、行业外部环境

近年来，随着政府对于经济结构的不断优化、新旧经济增长动能的持续转换，2017年宏观经济总体出现回暖的迹象，根据国家统计局数据，2017年全年国内生产总值同比增长6.9%，略高于2016年的6.7%。虽然国内消费市场仍保持较快增长，但增速持续放缓，全年社会消费品零售总额增长10.2%，比上年回落0.2个百分点。

从中长期来看，中国经济增长仍有巨大的潜能和动力，未来仍将会保持中高速增长。“十三五”规划纲要明确提出，经济要保持中高速增长，到2020年国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番，GDP年均增速大于6.5%。同时，消费已成为经济增长的主要驱动力，2017年，最终消费对经济增长的贡献率为58.8%。

2、行业整体运行状况

2017年全国社会消费品零售总额366,262亿元，同比增长10.2%。在全年社会消费品中，消费升级类商品较快增长，通讯器材、体育娱乐用品及化妆品类商品分别增长11.7%、15.6%和13.5%。服装鞋帽、针纺织品零售方面，2017年服装鞋帽、针纺织品类零售总额达14,557亿元，同比增长7.8%，低于同期社会消费品零售总额增速10.2%。

从2012-2017年间，我国服装鞋帽、针纺织品类零售一直保持平稳增长趋势，2017年服装鞋帽、

针纺织品类零售总额达 14,557 亿元，相比 2012 年的 9,778 亿元增加了 4,779 亿元，根据中商产业研究院预计，2018 年全国服装鞋帽、针纺织品类消费将继续保持稳中有长趋势，增速也将保持稳定，预计 2018 年全国服装鞋帽、针纺织品类零售额将达到 15,231 亿元。

2017 年服装鞋帽、针纺织品消费占商品零售比重为 4.46%。与 2016 年 4.87%的比重相比有所下滑，照此发展，预计 2018 年服装鞋帽、针纺织品在商品零售中占比会进一步降至 4.3%。皮鞋行业企业整体经营业绩仍然低迷。

公司的产品面向整个终端消费市场，消费者消费态度谨慎，单店增长放缓，给公司的业务发展带来一定压力。面对严峻的市场环境，公司近年来稳扎稳打，通过不断提高供应链效率，提升设计研发水平，加大线上发展力度，优化终端渠道结构等措施，在 2017 年度，主营业务收入突破 32.45 亿元，同比增长 12.99%。

3、行业竞争格局

在全球皮革行业中，主要是欧洲和美国的鞋业品牌运营较为成功，东南亚国家主要还是生产加工型市场，品牌处在较为初级阶段。欧洲老牌制鞋大国，包括意大利，西班牙，仍具有较强的优势，尤其是在奢侈品牌、高端市场仍然占主导地位，而在中国、印度等新市场，随着经济的发展和品牌企业的发展，还是占据了国际鞋业的中低端市场。目前，该行业已快速进入品牌竞争阶段，国内各大品牌商争相代理或收购国际品牌，抢占中高端市场份额。全球制鞋企业将更加注重品牌推广和营销网络建设。

报告期内，国内皮鞋市场集中度仍然不高，各品牌公司之间的竞争仍非常激烈。行业内的领先品牌如百丽、达芙妮等近年来市场份额出现下降，传统的皮鞋品牌开始出现分化，部分品牌市场份额逐步下滑，优胜劣汰后的各品牌在洗牌过程中必须进一步提升竞争力来面对市场的考验。与此同时，红蜻蜓品牌所在的主力市场，还面临来自其他革鞋品牌的价格竞争。

未来判断，皮鞋行业面临的竞争将进一步加剧，各品牌市场占有率进一步分化。强者恒强，作为知名度与美誉度领先的强势品牌，在保持稳定消费的基础上将会得到有效提升。同时随着休闲风日渐升温，休闲生活理念越来越深入人心，"休闲"观念给休闲鞋行业带来了巨大的发展潜力。目前，运动消费已经成为居民消费的新热点。同时，人们的防病健身渴求使得现代都市人越来越喜爱旅游和运动，这些都有力地带动了休闲运动类鞋产品的消费。针对此趋势，公司围绕休闲品类“轻、软、透”的产品特性，积极提升年轻时尚休闲品类的产品研发，以应对市场和消费趋势的不断变化。

4、行业发展趋势

（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标。

（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

在部分鞋企经历了近两年的关店潮后，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。

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

	2017年	2016年	本年比上年 增减(%)	2015年
总资产	4,641,187,680.13	4,391,301,483.43	5.69	4,050,356,892.28
营业收入	3,245,337,230.15	2,872,321,258.88	12.99	2,966,870,726.80
归属于上市公司股东的净利润	381,532,011.90	278,922,606.35	36.79	300,009,542.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	252,125,036.92	237,917,550.82	5.97	280,038,865.8
归属于上市公司股东的净资产	3,484,153,201.99	3,194,252,690.09	9.08	2,945,109,083.74
经营活动产生的现金流量净	178,628,023.28	108,392,019.08	64.80	361,689,985.04

额				
基本每股收益 (元/股)	0.91	0.68	33.82	0.79
稀释每股收益 (元/股)	0.91	0.68	33.82	0.79
加权平均净资产 收益率(%)	11.20	9.09	增加2.11个百分 点	13

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	803,953,091.51	655,981,195.64	818,426,534.73	966,976,408.27
归属于上市公司股东的 净利润	88,729,199.38	85,703,355.28	86,502,679.51	120,596,777.73
归属于上市公司股东的 扣除非经常性 损益后的净利润	76,799,379.99	55,167,047.02	71,632,064.15	48,818,907.35
经营活动产生的现 金流量净额	-156,899,826.18	77,612,617.18	-138,853,010.54	396,768,242.82

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

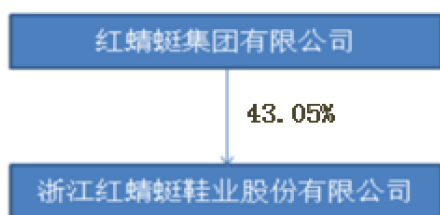
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					29, 896		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					28, 242		
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	
红蜻蜓集团有限公司	0	179, 623, 000	43. 05	179, 623, 000	无	0	境内 非国 有法

							人
钱金波	0	48,471,290	11.62	48,471,290	质押	25,910,000	境内自然人
金银宽	0	14,838,150	3.56	0	无	0	境内自然人
钱秀芬	300,000	12,202,430	2.92	300,000	无	0	境内自然人
陈铭海	0	9,892,100	2.37	0	质押	4,300,000	境内自然人
钱金云	0	8,310,650	1.99	0	质押	8,310,650	境内自然人
夏赛侠	0	6,813,745	1.63	0	质押	4,050,000	境内自然人
陈满仓	0	4,231,220	1.01	0	质押	2,430,000	境内自然人
汪建斌	300,000	4,097,290	0.98	300,000	质押	1,420,000	境内自然人
李忠康	0	2,313,600	0.55	0	质押	1,250,000	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。钱秀芬和夏赛侠为实际控制人钱金波近亲属，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	无						

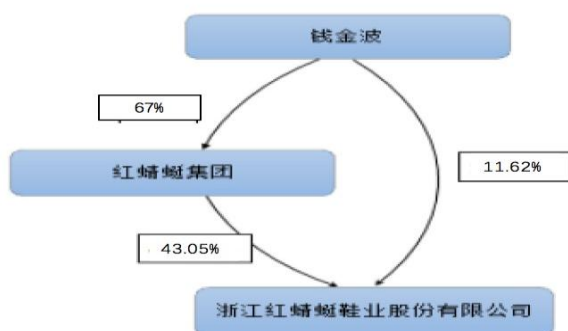
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



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，公司通过内部流程整合、SAP 系统投入应用、以及优化供应链管理等手段，有效提升了运营周转效率，实现营业收入 32.45 亿元，较去年同期增长 12.99%；通过调整组织架构与过程控制，提高组织效能，实现归属于母公司的净利润约 3.82 亿元，同比增长 36.41%，扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润 2.52 亿元，同比增长 6%。

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

执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》和《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》。

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于 2017 年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于 2017 年度及以后期间的财务报表。

本公司执行上述准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 在利润表中分别列示持续经营净利润和终止经营净利润。	列示持续经营净利润本年金额 373,003,374.49 元；
(2) 与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。其中财政将贴息资金直接拨付给企业，企业应当将对应的贴息冲减相关借款费用	其他收益 18,212,254.17 元； 冲减财务费用 0.00 元
(3) 在利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”和“营业外支出”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目。	2017 年度资产处置收益 512,624.15 元； 2016 年度资产处置收益 304,685.38 元

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

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
广州迪缇西贸易有限公司

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）

辽宁红蜻蜓贸易有限公司

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

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”。