

公司代码：603877

公司简称：太平鸟

宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司
2018 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

以本次利润分配股权登记日股本总数 473,431,968.00 股（不含：1、回购专用证券账户中的股份；2、已经股东大会决定回购注销、但在股权登记日相关手续尚未办理完成的 2017 年限制性股票激励计划股份）为基数，向全体股东每 10 股派人民币 10 元现金（含税），共计派发现金股利 473,431,968.00 元，剩余未分配利润结转以后年度。

二 公司基本情况

- 1 公司简介

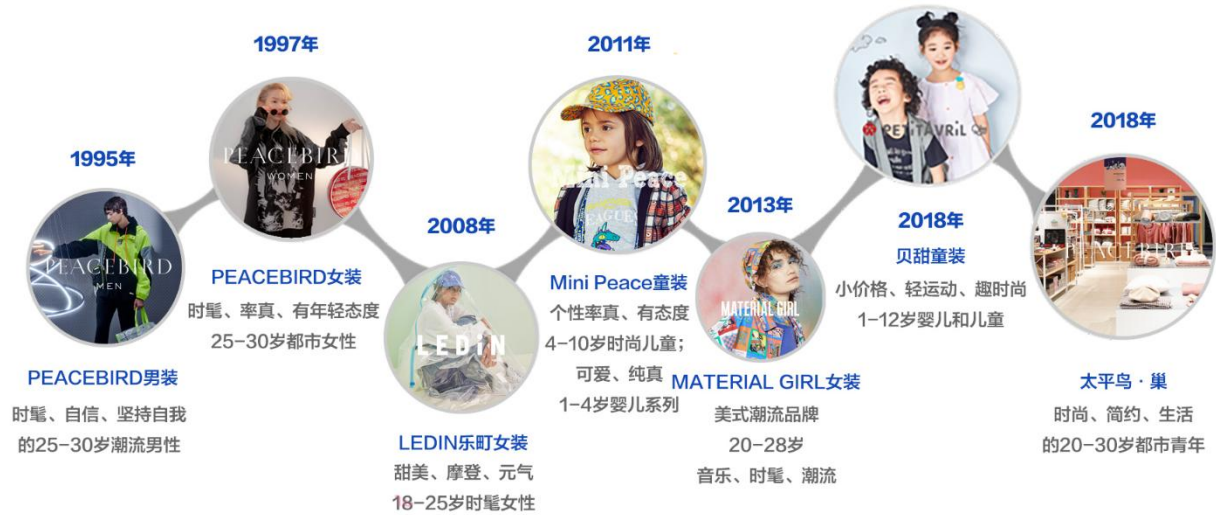
公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	太平鸟	603877	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	徐彦迪	范盈颖
办公地址	宁波市海曙环城西路南段826号	宁波市海曙环城西路南段826号
电话	0574-56706588	0574-56706588
电子信箱	board@peacebird.com	board@peacebird.com

- 2 报告期公司主要业务简介

（一）主要业务：聚焦时尚的多品牌服饰零售企业

公司以“让每个人尽享时尚的乐趣”为使命，以成为“中国时尚新生代的首选品牌”为战略目标，始终致力于为核心年龄 20-30 岁的中国时尚青年提供高性价比的优质时尚服饰产品。报告期内，公司品牌有 PEACEBIRD 女装、PEACEBIRD 男装、LEDiN 乐町女装、Mini Peace 童装和 MATERIAL GIRL 女装、PETiT AVRil 贝甜童装、PEACEBIRD LIVIN’太平鸟巢家居等。



（二）公司经营模式说明：以消费者价值为核心的 SPA 模式

公司的经营模式以 SPA 模式为基础，以消费者价值创造为核心，注重打造商品端和零售端的核心竞争力，持续进行数字零售创新和转型。



1. 企划+研发紧密联动的强商品模式

公司各品牌均设有独立的商品企划和产品研发部门，密切协作，集成开发。团队以市场趋势、消费者洞察、竞争情况为指引，以有利于提升生产速度、管控品质为导向，最大限度进行季前商品开发和季中追款追单。

2. 全网协同的零售模式

公司坚持直营+加盟+电商的全网协同零售模式，多通路立体触达消费者。报告期内，公司门店零售占比 78.9%，其中直营占比 36.2%，加盟（含联营）占比 42.7%，电商零售占比达到 21.1%。公司打造“云仓”数字化商品管理系统，商品在各通路中高效合理流转，实现消费者在哪里商品快速流向哪里。

3. 高协同、轻资产的生产供应模式

公司 90%以上的生产外包，以轻资产模式运营。公司有完备的供应商管理机制和供应商资源库，有完善的供应商准入、评估、退出制度，由专职供应商管理部门进行跟踪管理。公司与供应商高度协同，战略供应商深度参与商品开发、打样、追单生产，共同构建适应消费者需求快速开发、快速生产的供应模式。

4. 需求导向的全链路模式

公司全产业链以消费者需求为核心，数字贯穿始终，终端零售在数据平台上快速流转，及时指导公司各部门进行商品开发、生产供应、物流和营销零售，提升各部门与消费者的链接和互动，提高运营效能和效率。

（三）公司行业地位

公司男装、女装、童装等品牌发展均衡，在中档休闲服饰和童装等细分市场中均具有较强的竞争力。在中档休闲服饰领域，Jack&Jones、Vero Moda、Uniqlo、Zara 等国际品牌和上海拉夏贝尔服饰股份有限公司、赫基(中国)集团股份有限公司、卡宾服饰有限公司等国内公司旗下的品牌均系具有较强市场竞争力的品牌；在童装领域，Balabala 品牌市场占有率最高，安奈儿等国内品牌和 Adidas 等运动品牌童装也都具有较强的市场竞争力。

2018 年，公司入围工业和信息化部发布的“重点跟踪培育纺织服装企业名单”，被评为浙江省第四批大数据应用示范企业，并荣获“2017 年度宁波市商贸流通企业贡献奖”“2018 年浙江工业名牌产品”、“2018 年度中国纺织工业协会联合产品开发贡献奖”、“2018 年纺织服装行业自主品牌建设奖”等奖项。

公司及子公司先后获得“界面 2018 年度好公司”、“赢商网 2018 年度卓越零售企业”、“天下网商 2018 年度品牌”、“联商网 2018 年高成长连锁品牌”、“金麦奖”产品类金奖、“亿邦动力 2018‘逆生长’智能零售”奖等奖项。

（四）行业发展概况

根据中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处的行业为纺织服装、服饰业，行业代码为 C18。

2018 年，受国内外经济形势影响，行业总体呈现如下趋势：

1.社会总体消费增速减缓，衣着类消费增速低于社会整体

国家统计局数据显示，2018 年社会消费品零售总额增速缓慢下降至 9%，全年增速比 2017 年减少 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。

2.大众服饰行业增长稳健，行业集中度有提升空间

根据国泰君安研究报告，2018 年国内成人休闲服装市场规模预计将达到 7376 亿元，同比 17 年增长 7.5%，高于人均衣着支出增速。从市场格局来看，运动品牌集中度最高，2017 年 CR10（前十大企业市场集中度）为 73%；男装品牌集中度相对较高，2017 年 CR10 为 17.5%；童装、女装集中度相对较低，2017 年 CR10 分别为 11.5%和 9.7%。除运动品牌外，市场格局整体较为分散，有提升空间。

3.消费群体年轻化、个性化愈加明显

年轻消费者在逐渐成为消费主力。公司消费者调研显示，年轻消费者更希望与品牌建立共鸣和情感连接，通过产品来表达自己的生活方式；对人际关系高度敏感，崇尚社群活动和自我表达；

喜欢线下体验，需要个性化定制和造型服务；关注匠心品质、独立自由、专业极致的品牌精神内涵。

4. 零售新旧业态融合

移动互联网成为年轻人首要购物渠道。在大数据、人工智能等新技术推动以及日益完善的物流配送体系支撑下，传统实体业态和电商深度融合，许多以实体店渠道为主的品牌线上销售优势明显。

5.智能制造带来服装生产供应的高效化运营

中国纺织工业联合会报告显示，86%的加工制造品牌企业在加强研发投入，着力于关键生产工序的数控化建设；9.3%的企业实现全部工序数控化，平均年研发投入 4000 余万元。

相对低迷的经济环境、年轻消费者的快速变化、技术革新和经营模式的改变，迫切需要公司在商品研发、供应链、零售终端消费者链接等核心环节进行一系列的数字化创新转型，以确保公司拥有持续增长的潜力：

1.一切的出发点是顾客价值

在服装行业的竞争红海中，持续洞悉顾客需求、创造顾客价值是支持公司发展的源动力。

2.核心业务流程数字化

未来企业核心竞争力的基础，是通过端到端全流程数字化和数据化，提升营运的精准度和速度。

3.以柔性和快反为导向的流程和组织重组

传统的产业流程和组织，将以能够柔性调整、迅速响应需求为导向，进行打散和重组。

4.经营模式持续迭代升级

顾客新需求在不断产生，技术创新和新技术的普及在滚动推进，公司需要开放拥抱变化，持续创新迭代升级经营模式。

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

	2018年	2017年		本年比上年增减(%)	2016年	
		调整后	调整前		调整后	调整前

总资产	6,638,341,513.98	6,190,123,313.11	6,174,275,021.34	7.24	4,752,653,152.34	4,725,212,048.83
营业收入	7,711,875,387.66	7,155,121,774.96	7,141,653,431.86	7.78	6,327,679,630.66	6,320,368,583.51
归属于上市公司股东的净利润	571,539,256.75	448,225,138.71	456,254,148.41	27.51	427,084,723.84	427,538,922.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	395,451,509.01	350,401,763.18	350,401,763.18	12.86	350,500,550.64	350,500,550.64
归属于上市公司股东的净资产	3,539,118,846.85	3,322,954,348.98	3,317,545,994.18	6.51	1,993,775,176.52	1,996,657,812.02
经营活动产生的现金流量净额	852,943,125.15	615,525,073.79	627,230,501.21	38.57	632,509,484.56	630,167,807.67
基本每股收益（元/股）	1.20	0.95	0.97	26.32	1.02	1.02
稀释每股收益（元/股）	1.20	0.95	0.97	26.32	1.02	1.02
加权平均净资产收益率（%）	16.78	14.55	14.78	增加2.23个百分点	23.30	23.29

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	1,736,669,653.44	1,432,532,216.16	1,718,825,602.47	2,823,847,915.59
归属于上市公司股东的净利润	133,000,565.28	64,124,924.88	85,218,900.42	289,194,866.17

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	90,063,143.62	-16,005,001.67	42,857,058.18	278,536,308.88
经营活动产生的现金流量净额	-113,263,473.02	-158,037,519.08	-16,583,930.27	1,140,828,047.52

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

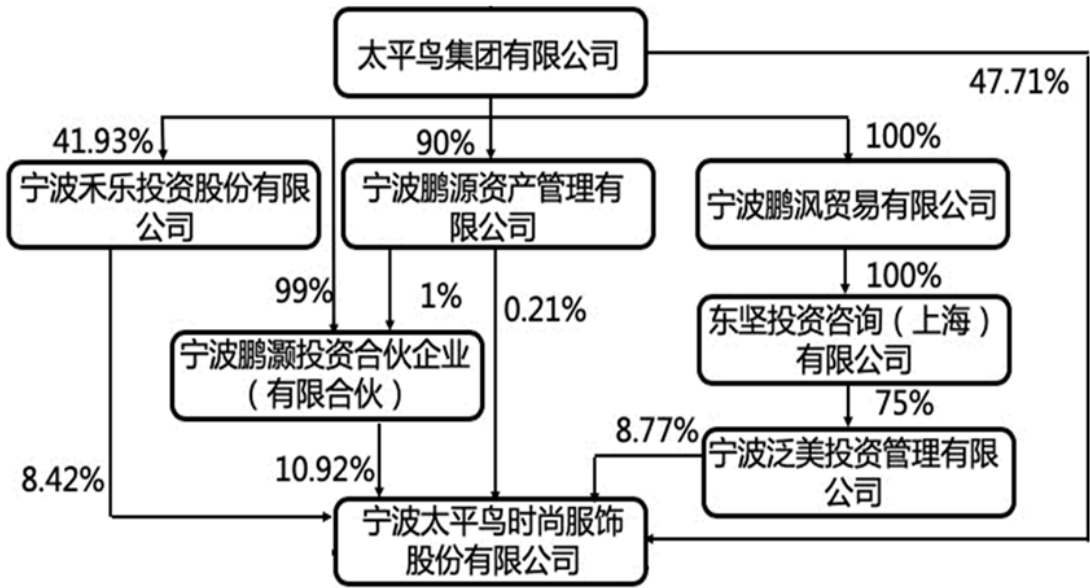
4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）						13, 104	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						12, 866	
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	
太平鸟集团有限公 司	0	229, 362, 000	47. 71	229, 362, 000	质 押	28, 000, 000	境 内 非 国 有 法 人
宁波鹏灏投资合伙 企业（有限合伙）	52, 500, 000	52, 500, 000	10. 92	0	质 押	52, 500, 000	境 内 非 国 有 法 人
陈红朝	97, 500	49, 195, 500	10. 23	0	无		境 内 自 然 人

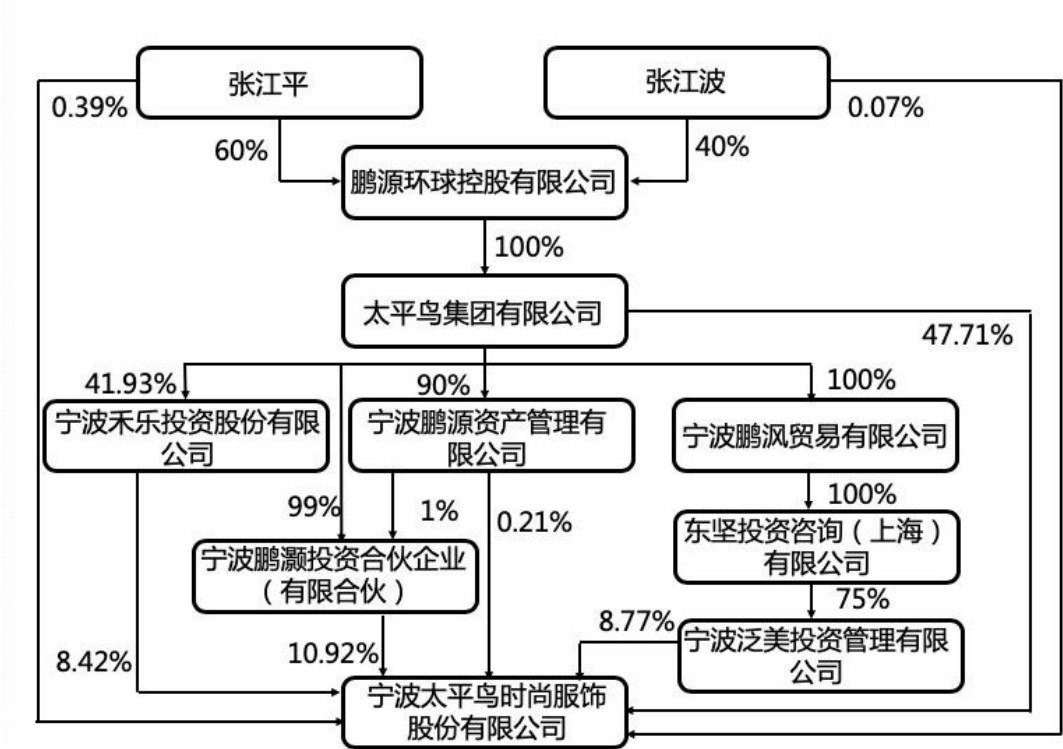
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

一、经营情况讨论与分析

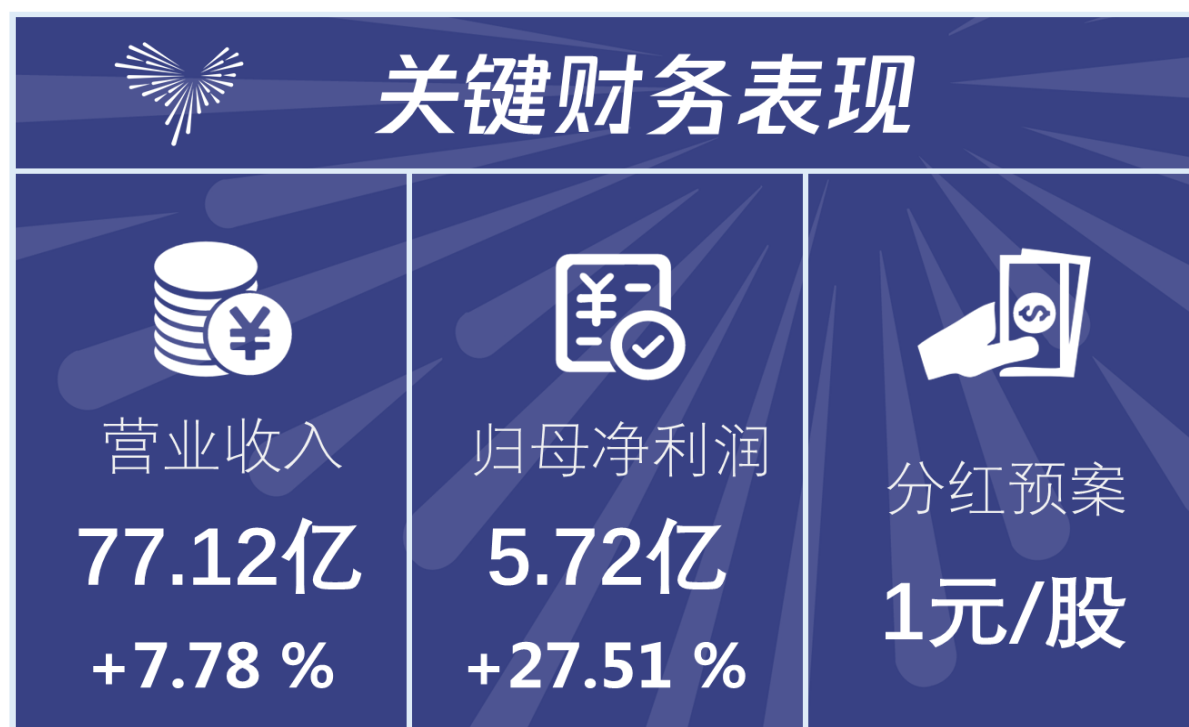
2018 年世界经济发展的不确定性加大，全球经济增长速度放缓。中国经济增速亦有所放缓，第四季度国内生产总值增速回落至 6.4%，全年经济增长 6.6%。2018 年居民消费指数同比增长 2.1%，物价增长速度温和平稳；城镇居民人均可支配收入同比增长 5.6%，增速有所下降。

受国内宏观经济增速放缓和消费者预期等因素影响，居民的消费意愿和消费能力均有所下降。2018 年社会消费品零售总额同比增长 9.0%，相比 2017 年增速 10.2%降低 1.2%，其中服装、鞋帽及针纺织品类同比增长 8.0%。

（一）财务表现

收入、利润均创历史新高

虽然面对中国经济增速放缓等外部环境压力，2018 年公司营业收入和归属于上市公司股东的净利润仍达到历史最高，营业收入增长 7.78%至 77.12 亿元，归属于上市公司股东的净利润增长 27.51%至 5.72 亿元，均为公司成立以来的最好业绩。



库存商品原值下降

2018 年公司进一步强化商品和供应链管理，持续推进的供应链快反项目取得阶段性成果，商品售罄率得到一定程度的提升，如 2018 夏款商品售罄率提升 6%；同时公司更加重视过季商品的管理，重点开发奥特莱斯等渠道用于处理过季商品，2018 年在收入增长 7.78% 的情况下，公司库存商品增长势头得到有效控制，库存商品原值相比年初降低 1.10 亿元，降幅 4.81%。



项目-万元	2018年12月31日	2017年12月31日
库存商品-原值	217,036	228,003
库存商品-跌价	40,306	50,915
库存商品-净值	176,730	177,088

财务状况稳健

截止 2018 年 12 月 31 日，公司持有的货币资金和理财产品金额合计 21.00 亿元，占公司总资产的 31.63%，现金储备充足。公司流动比率 1.86，资产负债率 46.86%，公司总体负债规模可控，债务偿还能力良好。2018 年公司经营活动产生的现金流量净额为 8.53 亿元，相比去年同期增加 2.37 亿元，增幅 38.57%。



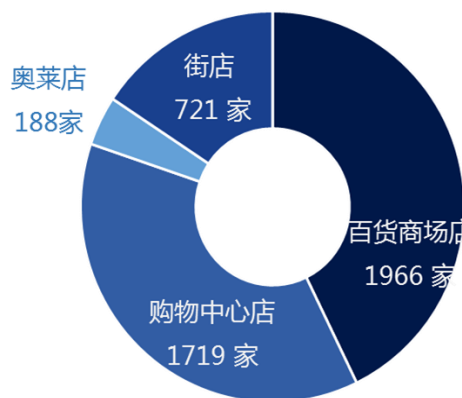
项目-万元	2018年12月31日	2017年12月31日
货币资金	64,823	109,068
理财产品	145,163	90,426
小计	209,986	199,494

高比例现金分红，回报投资者

2017 年公司上市元年，每 10 股现金分红 7 元，占当年归属于上市公司股东净利润的 73.77%；2018 年计划每 10 股现金分红 10 元（最终以股东大会批复为准），占当年归属于上市公司股东净利润的 83.33%。

（二）经营情况

线下渠道：注重店铺运营质量



店铺共计 4594家

受中国经济增速放缓等外部环境影响，2018 年公司采取稳健谨慎的拓店策略，将店铺拓展重心向购物中心转移，更加关注新拓展店铺的运营效益，同时积极关闭获利能力不理想的直营店铺。2018 年公司净拓展店铺 343 家，截止 2018 年 12 月 31 日公司店铺总数为 4594 家。

线上渠道：积极探索新零售

2018 年是公司线上业务开展十周年，全年 GMV 已经从刚成立时的 700 万元提升至 2018 年的 36 亿元；双十一单日 GMV 从刚成立时的 52 万元增长至 2018 年的 8.18 亿元。虽然面临传统电商渠道快速增长放缓及线上销售退货率增长的挑战，公司积极拓展社交电商新渠道，同时与阿里、腾讯等公司合作探索新零售，建立并不断夯实全网零售的基础。

品牌提升：拥抱青年文化

2018 年，公司聚焦青年文化，推出“太平青年”的品牌倡导，不断提升品牌调性。报告期内公司于 2018 年 2 月以“新学生主义”首次登陆纽约时装周，向世界展现了中国品牌的形象；于 2018 年 8 月在北京红砖美术馆举办了“ME & MY”的女装大秀，展现了品牌拥抱改变的态度；积极通过与新生代年轻人喜闻乐见的明星开展合作，组织了假笑男孩首次来华，并和黄子韬等明星开展了一系列合作，进一步提升了品牌在年轻人中的影响力；继续贯彻跨界联名策略，女装 X 凤凰自行车、男装 X Coca-Cola、童装 X 迪士尼等联名款均取得了不俗的业绩。

CROSSOVER





商品管理：改革效果初步显现

2018 年，公司开始在服饰全品牌推广实施 TOC 管理模式，强化公司存货管控，制定以消费者为中心的商品策略及快速反应的供应链，整合公司信息数据打造商品端+零售端的大商品可视化平台，并开始尝试利用人工智能技术辅助人工决策。目前公司商品管理的改革效果已经初步显现，以 2018 夏季商品为例，与 2017 年同期相比，零售折率较提升了 2%，售罄率提升了 6%，同时季度商品库存下降 12%。

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《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》。

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。本公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	本期受影响的报表项目名称和金额	上期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。	“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 590,024,860.88 元； “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 1,638,844,936.54 元； 调增“其他应收款”本期金额 2,772,273.38 元； 调增“其他应付款”本期金额 449,459.36 元。	“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”，上期金额 487,122,924.85 元； “应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”，上期金额 1,439,083,516.6 元； 调增“其他应收款”上期金额 2,618,348.65 元； 调增“其他应付款”上期金额 329,416.1 元。
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	调减“管理费用”本期金额 112,747,950.41 元，重分类至“研发费用”。	调减“管理费用”本期金额 87,080,498.4 元，重分类至“研发费用”。

“利息收入”项目。比较数据相应调整。		
--------------------	--	--

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

截至 2018 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

序号	子公司名称
1	宁波太平鸟风尚男装有限公司
2	宁波乐町时尚服饰有限公司
3	宁波太平鸟魔法风尚服饰有限公司
4	宁波太平鸟时尚服饰创意研究院有限公司
5	杭州太平鸟时装有限公司
6	合肥太平鸟服饰营销有限公司
7	西安乐町服饰营销有限公司
8	沈阳太平鸟服饰销售有限公司
9	上海太平鸟服饰营销有限公司
10	北京太平鸟服饰有限公司
11	长春太平鸟服饰营销有限公司
12	济南太平鸟服饰营销有限公司
13	南昌太平鸟服饰营销有限公司
14	南京太平鸟服饰有限公司
15	成都太平鸟服饰有限公司
16	长沙太平鸟服饰有限公司
17	郑州太平鸟服饰有限公司
18	慈溪太平鸟物流有限公司
19	宜昌太平鸟服装制造有限公司
20	宁波太平鸟服装制造有限公司
21	池州太平鸟服装制造有限公司
22	宁波玛蒂丽尔时尚服饰有限公司
23	宁波太平鸟网络科技有限公司
24	武汉太平鸟服饰营销有限公司

25	宁波太平鸟电子商务有限公司
26	宁波太平鸟服饰营销有限公司
27	宁波太平鸟男装营销有限公司[注 1]
28	Peacebird(France)Holding
29	宁波乐町服饰营销有限公司[注 2]
30	宁波云鸟软件科技有限公司
31	慈溪太平鸟企业管理咨询有限公司[注 3]
32	宁波太平鸟悦尚童装有限公司
33	广州太平鸟服饰营销有限公司
34	上海煊依文化传播有限公司[注 4]
35	宁波太平鸟巢艺术文化传播有限公司
37	宁波太平鸟魔法网络科技有限公司
37	宁波贝甜时尚服饰有限公司

[注 1]宁波太平鸟男装营销有限公司系子公司宁波太平鸟风尚男装有限公司的全资子公司。

[注 2]宁波乐町服饰营销有限公司系子公司宁波乐町时尚服饰有限公司的全资子公司。

[注 3]慈溪太平鸟企业管理咨询有限公司系子公司慈溪太平鸟物流有限公司的全资子公司。

[注 4] 上海煊依文化传播有限公司系子公司宁波云鸟软件科技有限公司收购的全资子公司。

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本报告第十一节“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”。