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

[2018] 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、误导性陈述或者重大遗漏,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)出具的2018年度审计报告,公司归属于母公司所有者的净利润为196,055,111.31元,按照《公司章程》的规定,应提取法定盈余公积13,523,510.39元,提取法定盈余公积后的利润连同上年末未分配利润2,064,568,650.23元,并扣除2017年度已分配利润164,628,800.00元,剩余的可供股东分配利润2,082,661,451.15元。鉴于公司目前处于稳定发展阶段,为了更好的回报股东,董事会拟定公司2018年度利润分配方案:以本次利润分配权登记日的总股本扣除不参与本次利润分配股份后的总股本为基数,向全体股东每10股派入民币1.15元现金(含税),剩余未分配利润结转入下一年度。

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	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	薛媛	戴婷
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@cnhqz.com	ir@cnhqz.com

2 报告期公司主要业务简介

公司主要业务及产品报告期内,公司秉承“专注于鞋概念一项惠更非业,始终践行鞋服行业的精髓”的精神,聚焦于设计、开发、生产和销售红蜻蜓品牌成人鞋帽、箱包皮具以及电商、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。公司现有门店共4,175家,其中直营门店343家,加盟门店3,772家。2018年红蜻蜓电子商务销售实现增长,报告期内,红蜻蜓品牌成人鞋、箱包皮具业务稳健,有效推进新零售项目快速起航。2018年,公司实现了全新形象代言人杨紫(Angelababy)在内的品牌代言人阵容,打造了全新品牌形象、品牌形象与产品系列,极力于推进品牌的年轻化、时尚化。通过与业务团队的共同努力,2018年红蜻蜓鞋类线下零售额既行业平均跑赢行业平均跑赢行业平均,A100战略合作伙伴计划。(二)经营模式公司采取线下+线上的业务模式,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.渠道运营公司采取以加盟为主,直营为辅的方式。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、进货要求和现代卖场管理等方面,在双方签订的协议书中加以约束和考核与监督;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,市场占有率和品牌形象等多维度。2.电商业务发展渠道和公司的内在优势,实现线下和线上销售的有机结合,以线下品牌形象为基础,通过自营、代运营、授权经销等进行产品销售。公司在线下线上实现了“线上线下同款同价同步上市”的理念,实施差别产品策略,研发设计从销售和顾客需求出发,收集国外潮流时尚资讯,分析国内行业竞争态势,根据商品企划、设计企划、ZD开发、加工跟单、对样产品上市跟进进行精准打样,同时,结合公司当年总目标及市场需求进行商品需求进行商品企划动态调整化。3.原材料供应和生产公司在以产原材料高质量的基础上,通过产业链,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。实施计划排程和市场调节相结合的均衡生产,订货制、配货制、快速补货制度统一协调的门店配货、配送管理模式等管理措施各部门密切配合,各司其职,分工明确,有效实现产品的生产、销售及分利用产能。4.OEM产品采购协同工作,做好供应商资质严格把关,签订单价合作框架协议,按照商品总体规模及品类采购,实现的原料与供应厂家进行对接和订单发任务下达,并按中期进行预体确认和款式调整,并及时跟进进行运动和休闲;再次,互联网的不断渗透以及居民收入的提升,二三线城市消费者正面临消费升级。不断变化的消费需求以及新的消费趋势,给国内鞋服品牌带来新的机遇,也带来新的挑战。传统业务或新的需求不断明显,运动、休闲风格的产品需求在逐步提升。3.行业竞争格局目前,国内鞋业市场正面临分化格局,由于品牌商在研发、生产、营销等方面的优势,国内鞋业市场的集中度有所提升,行业现先企业都在进行不同程度的产品革新,以适合年轻的消费人群。PUA造新材料进行几年的快速发展,目前处于稳定状态,但具有特别设计优势的快时尚类PUA造新材品牌发展依旧迅猛。同时随着运动风、休闲风的崛起,运动消费已经成为国民消费的重要组成部分,有力地推动了运动鞋服整体消费趋势,传统纯运动鞋发展势头放缓。4.行业发展趋势未来趋势,鞋行业的市场集中度仍然不高,在消费升级刺激的竞争将进一步加剧。各品牌市场占有率逐步分化,强势品牌凭借其在移动消费者中的知名度及资源优势扩大市场份额,同时,由于资金和整所需要的研发投入,也能够产品更具差异化。(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,到更关注个性表现,以及产品在达成功能、满足美学文化和价值观等之间,品牌的经营重点从单纯满足基本功能升级为产品品质、潮流产品设计、营造产品形象和提升文化消费体验。 随着国民收入的不断提升,传统的产品品牌,在