公司代码:603196 公司简称:日播时尚

日播时尚集团股份有限公司

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 众华会计师事务所(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2019年4月25日召开的第二届董事会第十九次会议审议,公司拟以24,000万股总股本为基数,每10股分配现金股利1.00元(含税)。该事项尚需提交股东大会审议。

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	日播时尚	603196	–

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	郑耀鹏	尚未聘任
办公地址	上海市松江区荣乐路98号	
电话	021-57783232-8877	
电子信箱	zhengzheng@ribo.com.cn	

2 报告期公司主要业务简介

(一) 公司所从事的主要业务

公司的主营业务为精品服装的创意设计、工艺技术研发及生产销售,专注于中高端时尚女装领域。我们贴近消费者,了解当代女性内心中对美的强烈需求,分析各个人群对美的不同诠释,挖掘美的内在哲学,通过我们的创意设计优势,来向客户传递我们对美的理解。我们期望为客户提供真正满足其内心渴望的有价值的产品、服务及生活观。公司致力于成为拥绝消费者生活方式提供品牌解决方案的供应商。公司现有六个品牌——"broadcast 播"、"PERSONAL POINT"、"CRZ"、"MUCHELL"和"broadcute",上述品牌在设计风格、品牌定位和目标客户方面各异,服务于不同人群,从多种维度去阐释新时尚的生活方式。

"broadcast 播"品牌是目前公司的第一大品牌,其面向热爱时尚与艺术的都市职业女性,她们静谧时睿智自信,洒脱时自在飞扬。"broadcast 播"通过艺术性的图案,包容性的廓形,生态环保性的材质来与客户进行心灵上的沟通。

"broadcast 播"品牌定位于解决方案加生活态,产品选用高品质天然面料,将东方元素与西方流行的完美结合,原创与时尚结合。客户群面向25-35岁的都市职场女性,文艺爱好者,工作者等职业人群。主要产品平均定价￥650-￥1200。线下销售区域遍布于全国,线上以天猫、京东为主要销售平台。

"PERSONAL POINT"品牌面向一群意志坚定,具有内省精神,真诚表达个人观点的年轻女性,她们在当下拒绝苟且,用诗意照亮远方,以一股文艺而坚定的力量为时尚写下注脚。品牌采用廓形、拼接、破洞、反打和等艺术创意手法展示客户内心中理想坚韧执着。"PERSONAL POINT"品牌定位现在在大城市,具有勇敢、独立、真实职业特征的女性。客户群面向23-30岁的独立新女性。整体春装风格为Smart Casual都市休闲。主要产品定价￥700-￥1100。线下以一二线城市主要销售区域。

"CRZ"品牌是一个时装潮牌,对标具有乐观、本真、趣味的生活态度的千禧一代,她们以一种不一样的视角来看待社会与生活,对主流常识保持质疑,追寻自我的答案。"CRZ"从"运"的态度衍生出"勤态度、高眼值设计、艺术趣味性"为核心的品牌风格,主张在生活里玩出艺术感和幽默感"CRZ"品牌定位于用潮趣美学从新定义都市女性美。客户群面向22-28岁的千禧一代。主要产品定价￥330-￥988,线下以一二线城市,经济发达地区主要销售区域。

"MUCHELL"是满足现代都市女性的审美与穿衣需求而生的现代设计师品牌,让现代都市新女性可以在 office ladies 和 chic girls 的角色中自由切换,她们追求地净、简约、舒适、服装时髦时而沉,更多是一种自己与自己,乃至于与这个世界的对话。"MUCHELL"用简的设计语言,通过精益求精的工艺,通过精益求精模式,一方面可以规避公司的库存压力,帮助畅销款的销售量,有助于公司提高资源使用效率和提升资产周转能力,另一方面通过规避经销商的库存压力,有助于加强经销商对公司的粘性,实现公司和经销商之间的双赢,进一步保证营销网络的稳定性。

(二) 行业情况说明

2018年国民经济继续运行在合理区间,实现了总体平稳、稳中有进,但外部经济环境复杂严峻,经济面临下行压力。居民收入持续提升且高于GDP增速,消费水平随之提高,同时国家也颁布"出新"促消费,个税改革红利逐渐释放,人均可支配收入提升推动消费升级,以更好的产品质量和消费环境满足人民群众对美好生活的向往。根据国家统计局数据,2018年GDP增速为6.6%,经济总量首次突破90万亿元,最终消费对经济增长的贡献率为76.2%,比上年提高10个百分点,消费升级明显提速。全国居民人均可支配收入28,228元,比上年增长8.7%,城乡居民收入增长较快,2018年1-12月社会消费品零售总额38.10万亿元,同比增长9.0%,增速较上一年下降1个百分点,明显放缓。全国网上零售额0.08万亿元,比上年增长23.9%,网上零售增势尤为冠好,其中全国限额以上服装鞋帽针纺织品零售额同比增长8.0%,在整体世界外部因素不确定性增大情况下,纺织服装行业的发展面临诸多风险和挑战,其中衣着类消费的影响,消费意愿受到了一定的抑制,这种影响在消费频率同比下可以得到一定的释放。

顺应中国产业升级的大趋势,服装行业正疯狂着巨大的商业模式变革。消费水平提升和消费分级推动下的新零售应态正席卷全国,传统零售业企业积极拓展销售渠道,呈现恢复性增长态势。超市、百货等零售业改托移动互联网,大数据、人工智能和等新技术以及不断完善的物流配送体系,与电商平台深度融合……根据阿里研究院的报告,新零售是指以"消费者体验为中心"的"数据驱动"的"三维数据"为支点,本质是以技术、互联网、物流、数据等要素为支点,打破线上与线下的物理边界,最终使多元业态基础出发点是以消费者的心理动机,打破线上与线下的物理边界,最终使多元业态基础出发点是以消费者体验为中心,从情感、商品、服务三个维度向消费者提供全天候的客服环境及极致客户体验感。顾客参与计划从情感层面建立与消费者和谐的关系,消费者可以随时随地以方便的沟通方式联系到我们的客服,通过与消费者的沟通进行消费回馈,为其传达品牌文化及价值理念,既消费者制心的时间顾问,数字化感知平台从商品层面提供更丰富,时尚的搭配组合,充分利用公司的创意设计优势,整合内容资源,建立数据中心,能够敏锐地发现新的消费者了解我们的产品,精准销售。日由客服体系从服务层面提供更丰富,时尚的搭配组合,充分利用公司的创意设计优势,整合内容资源,建立数据中心,能够敏锐地发现新的消费者了解我们的产品,精准销售。日由客服体系从服务层面提供便捷的交易,结算,物流配送,试穿,退货,会员优惠等等一系列的精品服务。理想的全网全渠道模式就是使公司角色成为消费者的贴身服管家。

6.精益供应模式

精益供应模式的核心思想是"按需供应",采用"小批量、多批次"的供货模式,提高公司快速供货能力,从而能够有效控制库存量,通过精益供应模式,一方面可以规避公司的库存压力,帮助畅销款的销售量,有助于公司提高资源使用效率和提升资产周转能力,另一方面通过规避经销商的库存压力,有助于加强经销商对公司的粘性,实现公司和经销商之间的双赢,进一步保证营销网络的稳定性。

(二) 行业情况说明

2018年国民经济继续运行在合理区间,实现了总体平稳、稳中有进,但外部经济环境复杂严峻,经济面临下行压力。居民收入持续提升且高于GDP增速,消费水平随之提高,同时国家也颁布"出新"促消费,个税改革红利逐渐释放,人均可支配收入提升推动消费升级,以更好的产品质量和消费环境满足人民群众对美好生活的向往。根据国家统计局数据,2018年GDP增速为6.6%,经济总量首次突破90万亿元,最终消费对经济增长的贡献率为76.2%,比上年提高10个百分点,消费升级明显提速。全国居民人均可支配收入28,228元,比上年增长8.7%,城乡居民收入增长较快,2018年1-12月社会消费品零售总额38.10万亿元,同比增长9.0%,增速较上一年下降1个百分点,明显放缓。全国网上零售额0.08万亿元,比上年增长23.9%,网上零售增势尤为冠好,其中全国限额以上服装鞋帽针纺织品零售额同比增长8.0%,在整体世界外部因素不确定性增大情况下,纺织服装行业的发展面临诸多风险和挑战,其中衣着类消费的影响,消费意愿受到了一定的抑制,这种影响在消费频率同比下可以得到一定的释放。

顺应中国产业升级的大趋势,服装行业正疯狂着巨大的商业模式变革。消费水平提升和消费分级推动下的新零售应态正席卷全国,传统零售业企业积极拓展销售渠道,呈现恢复性增长态势。超市、百货等零售业改托移动互联网,大数据、人工智能和等新技术以及不断完善的物流配送体系,与电商平台深度融合……根据阿里研究院的报告,新零售是指以"消费者体验为中心"的"数据驱动"的"三维数据"为支点,本质是以技术、互联网、物流、数据等要素为支点,打破线上与线下的物理边界,最终使多元业态基础出发点是以消费者的心理动机,打破线上与线下的物理边界,最终使多元业态基础出发点是以消费者体验为中心,从情感、商品、服务三个维度向消费者提供全天候的客服环境及极致客户体验感。顾客参与计划从情感层面建立与消费者和谐的关系,消费者可以随时随地以方便的沟通方式联系到我们的客服,通过与消费者的沟通进行消费回馈,为其传达品牌文化及价值理念,既消费者制心的时间顾问,数字化感知平台从商品层面提供更丰富,时尚的搭配组合,充分利用公司的创意设计优势,整合内容资源,建立数据中心,能够敏锐地发现新的消费者了解我们的产品,精准销售。日由客服体系从服务层面提供更丰富,时尚的搭配组合,充分利用公司的创意设计优势,整合内容资源,建立数据中心,能够敏锐地发现新的消费者了解我们的产品,精准销售。日由客服体系从服务层面提供便捷的交易,结算,物流配送,试穿,退货,会员优惠等等一系列的精品服务。理想的全网全渠道模式就是使公司角色成为消费者的贴身服管家。

"broadcute"摄影致力于捕捉的是因原下设计团队原创设计意品易脾,做日日时尚;"摄影百合,花动断舌",意为摄下多种天谷,潮眼活力感藏,日是大因,是希望,是每天,更是未来,每个孩子都是活力四射的太阳,每一天也都灿烂温暖,期望更加美好的未来;摄影师不希望的种子,传播爱的理念,让爱像种子一样日由生长,如蒲公英一般飞往每个孩子的心里。"broadcute"摄影师"一颗善良的心才是最美丽的服饰"的理念,期许让孩子理解美丽不比关乎外表,关爱,帮助别人更是出心而发的美丽。我们希望孩子在享受考究工艺产品的同时,更能拥有一颗爱别人的心,感受帮助他人所带来的喜悦。Love and be loved, kindness is beautiful."broadcute"定位于设计师风格最美美别,中一中高价位,符合行业,消费升级分级的趋势,客户群面向0-3岁的独具品味,追求环保,热心公益事业的中高收入家庭女性。主要产品平均定价￥500-￥600。线下以一二线城市上海,北京,天津等为主要销售区域,线上以天猫,微商城和CLOUD为主要销售平台。

(二)公司的经营模式

1.设计研发模式

公司一直秉持"让创意成就生活"的价值观打造创意设计竞争优势。公司产品设计由各品牌设计研发部承担各负责,各品牌设计研发部均独立进行设计,其中"broadcast 播"、"PERSONAL POINT"、"MUCHELL"和"broadcute"摄影致设计研发部位于上海,"CRZ"设计研发部位于广州,公司设计研发部的主要工作流程如下:

2.采购模式

公司采用日主采购的模式,采购类别主要包括面辅料,成衣产品及配饰,由各品牌的采购部门负责,公司商品部根据订货会获得订单数量,并结合补单计划,上一年度同季产品的销售水平,当前销售市场反馈信息以及原材料或成衣交货周期,预测并制定具体的原材料和成衣需求计划,分解为具体的采购指令,采购令员根据下达的采购指令,确认采购的品种,数量和交货时间后,与供应商签订成衣采购协议,公司制定严格的采购流程控制和质量验收标准,有效保证了原材料和成衣的质量,公司采购部门通过时刻的市场调研,选择,评审,考核供应商,建立完善的原材料及成衣供应商档案体系,并以严格的第三方检测及日我检验的方式,确保所采购面辅料及成衣的品质能够符合产品生产经营需求。

3.生产模式

公司生产采用"外协生产为主,自制生产为辅"的生产模式,其中外协生产包括定制生产和委托加工两种模式。公司三种生产模式的具体情况如下:(1)自制生产自制生产模式下,公司设计研发团队自主设计,打样,自行采购面辅料,利用自有设备组织工人生产。公司自制生产部分主要是模积类服装,该类产品生产流程及品质控制复杂且供货时间较紧,技术水平要求高,由于公司日播至美组织完成生产,在同等情况下,公司生产再先考虑自有设备的生产能力,当生产能力不能满足订单要求时,再委托其他公司生产。日播至美的自有工厂定位"精品,精益"的双精工厂,既具备生产精品的技术能力,采用"工单生产模式"又具备精益按需供应能力。工单生产模式系指按照客户要求及产品的工艺工序分解为工单,并以工单制定生产计划,从而快速响应市场需求。(2)定制生产公司定制生产部分主要系需要特殊的生产工艺或专业设备的产品,如皮衣,羽绒服,牛仔,毛标,棉针织等。定制生产模式下,公司设计研发团队自主设计,指导或在定制厂商打样或由公司版房协助打样,经公司设计研发团队审核通过后,向成衣定制厂商提供自主设计的样板和工艺要求单,由成衣定制厂商自行采购面辅料,监督其严格按照公司要求的质量,数量,交期,及时完成生产,由公司采购成衣,验收合格入库。(3)委托加工委托加工模式下,公司设计研发团队自主设计,打样,自行采购面辅料,将商品设计样板,纸样,商品工艺要求单及面辅料提供给委托加工厂商,指导并监督其严格按照公司要求完成加工,并将其交付委托加工厂商,由公司验收合格入库。

4.销售模式

公司采用"线下销售为主,线上销售为辅"的销售模式,其中线下销售包括百货,联销和经销模式,公司各销售模式的特点如下:

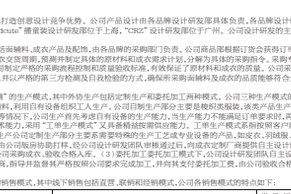
销售模式		店铺/平台	日常经营管理	货品权属	货款结算
直营销售	自收银店	公司租赁门店	公司负责选、聘购物中心等签署有关协议,供应商品,聘用人员负责门店的日常经营管理或委托第三方负责日常经营管理	公司	公司直接收得销售货款
	联营店	商场提供专柜			销售货款扣除商场扣点后结算给公司
联销销售		联销商自有、租赁或商场提供专柜	联销商与商场,购物中心等签署有关协议,聘用人员,公司供应商品并与联销商共同负责货品销售及运营	公司	按照货品销售额减吊牌价的分成比例结算货款
经销销售		经销商自有、租赁或商场提供专柜	经销商与商场,购物中心等签署有关协议,供应商品,聘用人员,负责日常经营管理	经销商	按照双方经销协议约定的价款结算给公司
网络销售		主要通过天猫,京东,唯品会等电商平台销售	公司与电商平台签署有关协议,供应商品,聘用人员,负责日常经营管理	公司	电商平台扣除平台费用后结款给公司

5.会员管理模式

在目前的服装行业中,消费者普遍在者一些痛点,一是我不知道自己想要什么?二是我不知道如何搭配?三是我缺少的那件在哪里可以找到?而这些恰恰应该是品牌方的优势,但现在恰恰却成了品牌方的痛点,我们希望通过会员管理,来帮客户传递我们对美的理解,我们期望为客户提供真正满足其内心渴望的有价值的产品,服务及生活观,公司致力于成为拥绝消费者生活方式提供品牌解决方案的供应商,公司现有六个品牌——"broadcast 播"、"PERSONAL POINT"、"CRZ"、"MUCHELL"和"broadcute",上述品牌在设计风格,品牌定位和目标客户方面各异,服务于不同人群,从多种维度去阐释新时尚的生活方式。

"broadcast 播"品牌是目前公司的第一大品牌,其面向热爱时尚与艺术的都市职业女性,她们静谧时睿智自信,洒脱时自在飞扬。"broadcast 播"通过艺术性的图案,包容性的廓形,生态环保性的材质来与客户进行心灵上的沟通。

"broadcast 播"品牌定位于解决方案加生活态,产品选用高品质天然面料,将东方元素与西方流行的完美结合,原创与时尚结合。客户群面向25-35岁的都市职场女性,文艺爱好者,工作者等职业人群。主要产品平均定价￥650-￥1200。线下销售区域遍布于全国,线上以天猫、京东为主要销售平台。



(二)公司的经营模式

1.设计研发模式

公司一直秉持"让创意成就生活"的价值观打造创意设计竞争优势。公司产品设计由各品牌设计研发部承担各负责,各品牌设计研发部均独立进行设计,其中"broadcast 播"、"PERSONAL POINT"、"MUCHELL"和"broadcute"摄影致设计研发部位于上海,"CRZ"设计研发部位于广州,公司设计研发部的主要工作流程如下:

2.采购模式

公司采用日主采购的模式,采购类别主要包括面辅料,成衣产品及配饰,由各品牌的采购部门负责,公司商品部根据订货会获得订单数量,并结合补单计划,上一年度同季产品的销售水平,当前销售市场反馈信息以及原材料或成衣交货周期,预测并制定具体的原材料和成衣需求计划,分解为具体的采购指令,采购令员根据下达的采购指令,确认采购的品种,数量和交货时间后,与供应商签订成衣采购协议,公司制定严格的采购流程控制和质量验收标准,有效保证了原材料和成衣的质量,公司采购部门通过时刻的市场调研,选择,评审,考核供应商,建立完善的原材料及成衣供应商档案体系,并以严格的第三方检测及日我检验的方式,确保所采购面辅料及成衣的品质能够符合产品生产经营需求。

3.生产模式

公司生产采用"外协生产为主,自制生产为辅"的生产模式,其中外协生产包括定制生产和委托加工两种模式。公司三种生产模式的具体情况如下:(1)自制生产自制生产模式下,公司设计研发团队自主设计,打样,自行采购面辅料,利用自有设备组织工人生产。公司自制生产部分主要是模积类服装,该类产品生产流程及品质控制复杂且供货时间较紧,技术水平要求高,由于公司日播至美组织完成生产,在同等情况下,公司生产再先考虑自有设备的生产能力,当生产能力不能满足订单要求时,再委托其他公司生产。日播至美的自有工厂定位"精品,精益"的双精工厂,既具备生产精品的技术能力,采用"工单生产模式"又具备精益按需供应能力。工单生产模式系指按照客户要求及产品的工艺工序分解为工单,并以工单制定生产计划,从而快速响应市场需求。(2)定制生产公司定制生产部分主要系需要特殊的生产工艺或专业设备的产品,如皮衣,羽绒服,牛仔,毛标,棉针织等。定制生产模式下,公司设计研发团队自主设计,指导或在定制厂商打样或由公司版房协助打样,经公司设计研发团队审核通过后,向成衣定制厂商提供自主设计的样板和工艺要求单,由成衣定制厂商自行采购面辅料,监督其严格按照公司要求的质量,数量,交期,及时完成生产,由公司采购成衣,验收合格入库。(3)委托加工委托加工模式下,公司设计研发团队自主设计,打样,自行采购面辅料,将商品设计样板,纸样,商品工艺要求单及面辅料提供给委托加工厂商,指导并监督其严格按照公司要求完成加工,并将其交付委托加工厂商,由公司验收合格入库。

4.销售模式

公司采用"线下销售为主,线上销售为辅"的销售模式,其中线下销售包括百货,联销和经销模式,公司各销售模式的特点如下:

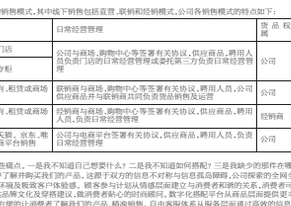
销售模式		店铺/平台	日常经营管理	货品权属	货款结算
直营销售	自收银店	公司租赁门店	公司与商场,购物中心等签署有关协议,供应商品,聘用人员负责门店的日常经营管理或委托第三方负责日常经营管理	公司	公司直接收得销售货款
	联营店	商场提供专柜			销售货款扣除商场扣点后结算给公司
联销销售		联销商自有、租赁或商场提供专柜	联销商与商场,购物中心等签署有关协议,聘用人员,公司供应商品并与联销商共同负责货品销售及运营	公司	按照货品销售额减吊牌价的分成比例结算货款
经销销售		经销商自有、租赁或商场提供专柜	经销商与商场,购物中心等签署有关协议,供应商品,聘用人员,负责日常经营管理	经销商	按照双方经销协议约定的价款结算给公司
网络销售		主要通过天猫,京东,唯品会等电商平台销售	公司与电商平台签署有关协议,供应商品,聘用人员,负责日常经营管理	公司	电商平台扣除平台费用后结款给公司

5.会员管理模式

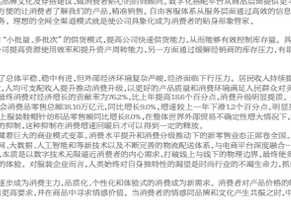
在目前的服装行业中,消费者普遍存在者一些痛点,一是我不知道自己想要什么?二是我不知道如何搭配?三是我缺少的那件在哪里可以找到?而这些恰恰应该是品牌方的优势,但现在恰恰却成了品牌方的痛点,我们希望通过会员管理,来帮客户传递我们对美的理解,我们期望为客户提供真正满足其内心渴望的有价值的产品,服务及生活观,公司致力于成为拥绝消费者生活方式提供品牌解决方案的供应商,公司现有六个品牌——"broadcast 播"、"PERSONAL POINT"、"CRZ"、"MUCHELL"和"broadcute",上述品牌在设计风格,品牌定位和目标客户方面各异,服务于不同人群,从多种维度去阐释新时尚的生活方式。

"broadcast 播"品牌是目前公司的第一大品牌,其面向热爱时尚与艺术的都市职业女性,她们静谧时睿智自信,洒脱时自在飞扬。"broadcast 播"通过艺术性的图案,包容性的廓形,生态环保性的材质来与客户进行心灵上的沟通。

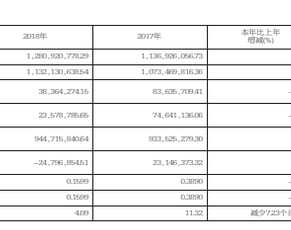
"broadcast 播"品牌定位于解决方案加生活态,产品选用高品质天然面料,将东方元素与西方流行的完美结合,原创与时尚结合。客户群面向25-35岁的都市职场女性,文艺爱好者,工作者等职业人群。主要产品平均定价￥650-￥1200。线下销售区域遍布于全国,线上以天猫、京东为主要销售平台。



"PERSONAL POINT"品牌面向一群意志坚定,具有内省精神,真诚表达个人观点的年轻女性,她们在当下拒绝苟且,用诗意照亮远方,以一股文艺而坚定的力量为时尚写下注脚。品牌采用廓形、拼接、破洞、反打和等艺术创意手法展示客户内心中理想坚韧执着。"PERSONAL POINT"品牌定位现在在大城市,具有勇敢、独立、真实职业特征的女性。客户群面向23-30岁的独立新女性。整体春装风格为Smart Casual都市休闲。主要产品定价￥700-￥1100。线下以一二线城市主要销售区域。



"CRZ"品牌是一个时装潮牌,对标具有乐观、本真、趣味的生活态度的千禧一代,她们以一种不一样的视角来看待社会与生活,对主流常识保持质疑,追寻自我的答案。"CRZ"从"运"的态度衍生出"勤态度、高眼值设计、艺术趣味性"为核心的品牌风格,主张在生活里玩出艺术感和幽默感"CRZ"品牌定位于用潮趣美学从新定义都市女性美。客户群面向22-28岁的千禧一代。主要产品定价￥330-￥988,线下以一二线城市,经济发达地区主要销售区域。



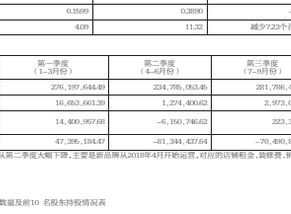
"MUCHELL"是满足现代都市女性的审美与穿衣需求而生的现代设计师品牌,让现代都市新女性可以在 office ladies 和 chic girls 的角色中自由切换,她们追求地净、简约、舒适、服装时髦时而沉,更多是一种自己与自己,乃至于与这个世界的对话。"MUCHELL"用简的设计语言,通过精益求精的工艺,通过精益求精模式,一方面可以规避公司的库存压力,帮助畅销款的销售量,有助于公司提高资源使用效率和提升资产周转能力,另一方面通过规避经销商的库存压力,有助于加强经销商对公司的粘性,实现公司和经销商之间的双赢,进一步保证营销网络的稳定性。

(二)行业情况说明

2018年国民经济继续运行在合理区间,实现了总体平稳、稳中有进,但外部经济环境复杂严峻,经济面临下行压力。居民收入持续提升且高于GDP增速,消费水平随之提高,同时国家也颁布"出新"促消费,个税改革红利逐渐释放,人均可支配收入提升推动消费升级,以更好的产品质量和消费环境满足人民群众对美好生活的向往。根据国家统计局数据,2018年GDP增速为6.6%,经济总量首次突破90万亿元,最终消费对经济增长的贡献率为76.2%,比上年提高10个百分点,消费升级明显提速。全国居民人均可支配收入28,228元,比上年增长8.7%,城乡居民收入增长较快,2018年1-12月社会消费品零售总额38.10万亿元,同比增长9.0%,增速较上一年下降1个百分点,明显放缓。全国网上零售额0.08万亿元,比上年增长23.9%,网上零售增势尤为冠好,其中全国限额以上服装鞋帽针纺织品零售额同比增长8.0%,在整体世界外部因素不确定性增大情况下,纺织服装行业的发展面临诸多风险和挑战,其中衣着类消费的影响,消费意愿受到了一定的抑制,这种影响在消费频率同比下可以得到一定的释放。

顺应中国产业升级的大趋势,服装行业正疯狂着巨大的商业模式变革。消费水平提升和消费分级推动下的新零售应态正席卷全国,传统零售业企业积极拓展销售渠道,呈现恢复性增长态势。超市、百货等零售业改托移动互联网,大数据、人工智能和等新技术以及不断完善的物流配送体系,与电商平台深度融合……根据阿里研究院的报告,新零售是指以"消费者体验为中心"的"数据驱动"的"三维数据"为支点,本质是以技术、互联网、物流、数据等要素为支点,打破线上与线下的物理边界,最终使多元业态基础出发点是以消费者的心理动机,打破线上与线下的物理边界,最终使多元业态基础出发点是以消费者体验为中心,从情感、商品、服务三个维度向消费者提供全天候的客服环境及极致客户体验感。顾客参与计划从情感层面建立与消费者和谐的关系,消费者可以随时随地以方便的沟通方式联系到我们的客服,通过与消费者的沟通进行消费回馈,为其传达品牌文化及价值理念,既消费者制心的时间顾问,数字化感知平台从商品层面提供更丰富,时尚的搭配组合,充分利用公司的创意设计优势,整合内容资源,建立数据中心,能够敏锐地发现新的消费者了解我们的产品,精准销售。日由客服体系从服务层面提供更丰富,时尚的搭配组合,充分利用公司的创意设计优势,整合内容资源,建立数据中心,能够敏锐地发现新的消费者了解我们的产品,精准销售。日由客服体系从服务层面提供便捷的交易,结算,物流配送,试穿,退货,会员优惠等等一系列的精品服务。理想的全网全渠道模式就是使公司角色成为消费者的贴身服管家。

"broadcute"摄影致力于捕捉的是因原下设计团队原创设计意品易脾,做日日时尚;"摄影百合,花动断舌",意为摄下多种天谷,潮眼活力感藏,日是大因,是希望,是每天,更是未来,每个孩子都是活力四射的太阳,每一天也都灿烂温暖,期望更加美好的未来;摄影师不希望的种子,传播爱的理念,让爱像种子一样日由生长,如蒲公英一般飞往每个孩子的心里。"broadcute"摄影师"一颗善良的心才是最美丽的服饰"的理念,期许让孩子理解美丽不比关乎外表,关爱,帮助别人更是出心而发的美丽。我们希望孩子在享受考究工艺产品的同时,更能拥有一颗爱别人的心,感受帮助他人所带来的喜悦。Love and be loved, kindness is beautiful."broadcute"定位于设计师风格最美美别,中一中高价位,符合行业,消费升级分级的趋势,客户群面向0-3岁的独具品味,追求环保,热心公益事业的中高收入家庭女性。主要产品平均定价￥500-￥600。线下以一二线城市上海,北京,天津等为主要销售区域,线上以天猫,微商城和CLOUD为主要销售平台。



(二)公司的经营模式

1.设计研发模式

公司一直秉持"让创意成就生活"的价值观打造创意设计竞争优势。公司产品设计由各品牌设计研发部承担各负责,各品牌设计研发部均独立进行设计,其中"broadcast 播"、"PERSONAL POINT"、"MUCHELL"和"broadcute"摄影致设计研发部位于上海,"CRZ"设计研发部位于广州,公司设计研发部的主要工作流程如下:

2.采购模式

公司采用日主采购的模式,采购类别主要包括面辅料,成衣产品及配饰,由各品牌的采购部门负责,公司商品部根据订货会获得订单数量,并结合补单计划,上一年度同季产品的销售水平,当前销售市场反馈信息以及原材料或成衣交货周期,预测并制定具体的原材料和成衣需求计划,分解为具体的采购指令,采购令员根据下达的采购指令,确认采购的品种,数量和交货时间后,与供应商签订成衣采购协议,公司制定严格的采购流程控制和质量验收标准,有效保证了原材料和成衣的质量,公司采购部门通过时刻的市场调研,选择,评审,考核供应商,建立完善的原材料及成衣供应商档案体系,并以严格的第三方检测及日我检验的方式,确保所采购面辅料及成衣的品质能够符合产品生产经营需求。

3.生产模式

公司生产采用"外协生产为主,自制生产为辅"的生产模式,其中外协生产包括定制生产和委托加工两种模式。公司三种生产模式的具体情况如下:(1)自制生产自制生产模式下,公司设计研发团队自主设计,打样,自行采购面辅料,利用自有设备组织工人生产。公司自制生产部分主要是模积类服装,该类产品生产流程及品质控制复杂且供货时间较紧,技术水平要求高,由于公司日播至美组织完成生产,在同等情况下,公司生产再先考虑自有设备的生产能力,当生产能力不能满足订单要求时,再委托其他公司生产。日播至美的自有工厂定位"精品,精益"的双精工厂,既具备生产精品的技术能力,采用"工单生产模式"又具备精益按需供应能力。工单生产模式系指按照客户要求及产品的工艺工序分解为工单,并以工单制定生产计划,从而快速响应市场需求。(2)定制生产公司定制生产部分主要系需要特殊的生产工艺或专业设备的产品,如皮衣,羽绒服,牛仔,毛标,棉针织等。定制生产模式下,公司设计研发团队自主设计,指导或在定制厂商打样或由公司版房协助打样,经公司设计研发团队审核通过后,向成衣定制厂商提供自主设计的样板和工艺要求单,由成衣定制厂商自行采购面辅料,监督其严格按照公司要求的质量,数量,交期,及时完成生产,由公司采购成衣,验收合格入库。(3)委托加工委托加工模式下,公司设计研发团队自主设计,打样,自行采购面辅料,将商品设计样板,纸样,商品工艺要求单及面辅料提供给委托加工厂商,指导并监督其严格按照公司要求完成加工,并将其交付委托加工厂商,由公司验收合格入库。

4.销售模式

公司采用"线下销售为主,线上销售为辅"的销售模式,其中线下销售包括百货,联销和经销模式,公司各销售模式的特点如下:

销售模式		店铺/平台	日常经营管理	货品权属	货款结算
直营销售	自收银店	公司租赁门店	公司与商场,购物中心等签署有关协议,供应商品,聘用人员负责门店的日常经营管理或委托第三方负责日常经营管理	公司	公司直接收得销售货款
	联营店	商场提供专柜			销售货款扣除商场扣点后结算给公司
联销销售		联销商自有、租赁或商场提供专柜	联销商与商场,购物中心等签署有关协议,聘用人员,公司供应商品并与联销商共同负责货品销售及运营	公司	按照货品销售额减吊牌价的分成比例结算货款
经销销售		经销商自有、租赁或商场提供专柜	经销商与商场,购物中心等签署有关协议,供应商品,聘用人员,负责日常经营管理	经销商	按照双方经销协议约定的价款结算给公司
网络销售		主要通过天猫,京东,唯品会等电商平台销售	公司与电商平台签署有关协议,供应商品,聘用人员,负责日常经营管理	公司	电商平台扣除平台费用后结款给公司

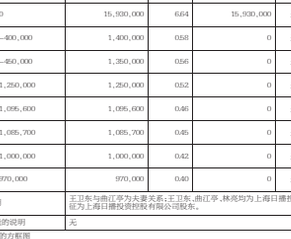
5.会员管理模式

在目前的服装行业中,消费者普遍存在者一些痛点,一是我不知道自己想要什么?二是我不知道如何搭配?三是我缺少的那件在哪里可以找到?而这些恰恰应该是品牌方的优势,但现在恰恰却成了品牌方的痛点,我们希望通过会员管理,来帮客户传递我们对美的理解,我们期望为客户提供真正满足其内心渴望的有价值的产品,服务及生活观,公司致力于成为拥绝消费者生活方式提供品牌解决方案的供应商,公司现有六个品牌——"broadcast 播"、"PERSONAL POINT"、"CRZ"、"MUCHELL"和"broadcute",上述品牌在设计风格,品牌定位和目标客户方面各异,服务于不同人群,从多种维度去阐释新时尚的生活方式。

"broadcast 播"品牌是目前公司的第一大品牌,其面向热爱时尚与艺术的都市职业女性,她们静谧时睿智自信,洒脱时自在飞扬。"broadcast 播"通过艺术性的图案,包容性的廓形,生态环保性的材质来与客户进行心灵上的沟通。

"broadcast 播"品牌定位于解决方案加生活态,产品选用高品质天然面料,将东方元素与西方流行的完美结合,原创与时尚结合。客户群面向25-35岁的都市职场女性,文艺爱好者,工作者等职业人群。主要产品平均定价￥650-￥1200。线下销售区域遍布于全国,线上以天猫、京东为主要销售平台。

"PERSONAL POINT"品牌面向一群意志坚定,具有内省精神,真诚表达个人观点的年轻女性,她们在当下拒绝苟且,用诗意照亮远方,以一股文艺而坚定的力量为时尚写下注脚。品牌采用廓形、拼接、破洞、反打和等艺术创意手法展示客户内心中理想坚韧执着。"PERSONAL POINT"品牌定位现在在大城市,具有勇敢、独立、真实职业特征的女性。客户群面向23-30岁的独立新女性。整体春装风格为Smart Casual都市休闲。主要产品定价￥700-￥1100。线下以一二线城市主要销售区域。



"CRZ"品牌是一个时装潮牌,对标具有乐观、本真、趣味的生活态度的千禧一代,她们以一种不一样的视角来看待社会与生活,对主流常识保持质疑,追寻自我的答案。"CRZ"从"运"的态度衍生出"勤态度、高眼值设计、艺术趣味性"为核心的品牌风格,主张在生活里玩出艺术感和幽默感"CRZ"品牌定位于用潮趣美学从新定义都市女性美。客户群面向22-28岁的千禧一代。主要产品定价￥330-￥988,线下以一二线城市,经济发达地区主要销售区域。

"MUCHELL"是满足现代都市女性的审美与穿衣需求而生的现代设计师品牌,让现代都市新女性可以在 office ladies 和 chic girls 的角色中自由切换,她们追求地净、简约、舒适、服装时髦时而沉,更多是一种自己与自己,乃至于与这个世界的对话。"MUCHELL"用简的设计语言,通过精益求精的工艺,通过精益求精模式,一方面可以规避公司的库存压力,帮助畅销款的销售量,有助于公司提高资源使用效率和提升资产周转能力,另一方面通过规避经销商的库存压力,有助于加强经销商对公司的粘性,实现公司和经销商之间的双赢,进一步保证营销网络的稳定性。

(二)行业情况说明

2018年国民经济继续运行在合理区间,实现了总体平稳、稳中有进,但外部经济环境复杂严峻,经济面临下行压力。居民收入持续提升且高于GDP增速,消费水平随之提高,同时国家也颁布"出新"促消费,个税改革红利逐渐释放,人均可支配收入提升推动消费升级,以更好的产品质量和消费环境满足人民群众对美好生活的向往。根据国家统计局数据,2018年GDP增速为6.6%,经济总量首次突破90万亿元,最终消费对经济增长的贡献率为76.2%,比上年提高10个百分点,消费升级明显提速。全国居民人均可支配收