

红蜻蜓：因爱而生 为梦而飞

——浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司首次公开发行 A 股网上投资者交流会精彩回放

出席嘉宾：

红蜻蜓董事长	钱金波先生
红蜻蜓财务总监	方宣平先生
红蜻蜓董事会秘书	谢立治先生

国泰君安投行业务委员会副总裁	蒋 荀先生
国泰君安创新投行部执行董事、保荐代表人	徐玉龙先生
国泰君安创新投行部执行董事、保荐代表人	孔德仁先生

浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司 董事长钱金波先生致辞



尊敬的各位嘉宾、投资者和网友朋友们：

大家上午好！

欢迎大家参加浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司首次公开发行 A 股的网上投资者交流会。首先我谨代表红蜻蜓董事会、经营管理团队和全体员工，对投资者和各界朋友表示衷心的感谢！同时我希望，通过本次网上交流，能够与关注红蜻蜓的各位朋友展开深入交流，增进相互了解，达成合作共赢。

红蜻蜓秉承鞋履文化，以品牌建设和产品设计为核心，迅速发展成为集皮鞋、皮具和儿童用品的设计、生产和销售为一体的时尚鞋服企业。创牌 20 年来，红蜻蜓始终坚持“近距离中寻求接近”的价值导向，不断归零创新，目前已发展成为我国鞋服行业的领先品牌。

公司在巴黎、米兰等时尚都市设有时尚信息中心，并在上海、广州、成都和温州设有研发机构，在借鉴西方时尚的同时更多地融入中国元素，弘扬东方风尚。公司一直专注于营销网络的建设，通过直营和加盟相结合的渠道发展模式，有效整合了公司和加盟商的资源，促进了公司业务规模的快速扩张。截至目前，公司已建立了覆盖全国的分销网络，发展了 2,500 余名加盟商和近 4,300 间营销终端。

未来，公司将继续坚持“红蜻蜓”品牌为主导，聚焦主营品类，提升核心竞争能力，在弘扬传统鞋履文化的同时，践行东方时尚创造。

上市以后，公司将会严格按照法律法规的要求规范运作，科学管理。我们坚信，广大投资者的信任、支持与厚爱，是本次发行成功的重要保证。红蜻蜓将努力创造更加优异的业绩，回报广大投资者，回馈社会。谢谢大家！

国泰君安证券股份有限公司

投行业务委员会副总裁蒋荀先生致辞



尊敬的各位嘉宾、投资者和网友朋友们：

大家上午好！

欢迎各位参加浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司首次公开发行 A 股的网上路演推介活动。在此，我谨代表本次发行的保荐人和主承销商国泰君安证券股份有限公司，向所有参加今天网上路演的嘉宾和投资者朋友们，表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

红蜻蜓以品牌建设和产品设计为核心，迅速发展成为集皮鞋、皮具和儿童用品的设计、生产和销售为一体的时尚鞋服企业，“红蜻蜓”品牌也发展成为我国鞋服行业的领导品牌之一，市场占有率长期保持在前五之列。

国泰君安非常荣幸能够成为红蜻蜓首次公开发行 A 股的保荐人和主承销商。在合作过程中，我们见证了红蜻蜓优秀务实的管理团队和积极向上的企业文化，深刻感受到红蜻蜓的品牌实力和发展前景。

我们真诚地希望通过本次网上路演，广大投资者能够更加深入、客观地了解红蜻蜓，准确地把握红蜻蜓的投资价值！我们相信，红蜻蜓上市后，将不断提升公司竞争力，给广大投资者带来丰厚的回报！

再次感谢广大投资者对红蜻蜓的支持和关注！

最后预祝红蜻蜓首次公开发行 A 股获得圆满成功！

浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司 董事会秘书谢立治先生致结束词



尊敬的各位嘉宾、投资者和网友朋友们：

大家上午好！

非常感谢大家的积极参与，与你们的网上沟通让我们受益匪浅，你们的关注和支持将是我们继续前进的动力。经过三个小时的网上交流和沟通，加深了我们与各界朋友的感情，增进了相互了解，也为我们后续建立长久的信任奠定了良好基础。

通过今天的网上路演，相信大家对于红蜻蜓的主营业务、经营业绩、核心竞争力以及募集资金投资项目等有了进一步的认识，也对公司未来的发展增添了更多的信心。大家提出的许多中肯而有价值的建议，我们将在今后的经营管理实践中积极借鉴。

本次 A 股发行，是红蜻蜓发展的重要里程碑，我们将倍加珍惜这来之不易的机遇，并使之成为企业发展的动力。公司将继续以“红蜻蜓”品牌为主导，聚焦主营品类，将公司打造成现代、卓越、国际化的鞋服公司，将“红蜻蜓”品牌打造成倍受尊敬的时尚品牌，为股东带来丰厚的回报，为我们的顾客提高最优质的产品与服务，为社会创造更多的价值，与投资者一起共创红蜻蜓美好的未来。

网上路演就要结束了，我代表公司管理层和全体员工，再次对社会各界朋友对红蜻蜓的关心和支持表示衷心的感谢！

我们真诚地希望在红蜻蜓未来的发展道路上，能持续得到大家一如既往的支持与信任。同时，公司一定会通过多种形式积极创造条件加强与大家的互动和沟通，让投资者进一步了解红蜻蜓、信任红蜻蜓。让我们共同分享红蜻蜓成长的喜悦！

再次感谢大家！

经营篇

问：请介绍一下公司主要产品情况。

钱金波：公司的主要产品为红蜻蜓品牌成人皮鞋。2009 年以来，公司开始逐步开展皮具业务。2010 年公司开始经营儿童用品业务。目前，公司已形成了单品牌、多品类的产品格局。

问：请问公司自设立以来主营业务是否发生过变化？

钱金波：公司自成立以来，一直主要从事成人皮鞋业务。2009 年起，公司开始经营皮具业务；2010 年起，开始经营儿童用品业务。

问：请介绍一下公司的文化优势。

钱金波：本公司从创立之日就确立了“品牌开路，文化兴业”的经营思想，坚持不懈地挖掘、研究、传播中华鞋履文化。公司建成了首家鞋文化研究中心，编辑出版了第一部《中国鞋履文化辞典》，出版发行了第一部鞋履文化从书—《东方之履》，建成首家鞋文化博物馆—中华鞋文化博物馆，并建成展示制鞋工艺技术和鞋类研发科技的鞋科技馆、展现品牌发展历程的红蜻蜓品牌馆，引起社会各界广泛关注。

公司在发掘东方传统鞋文化的同时，积极借鉴西方文化和流行趋势，将西方流行文化融入产品设计开发，先后推出青花瓷系列、地中海系列、英伦风尚系列、灵感普罗旺斯系列、印象巴黎系列、留白阿尔卑斯系列、解密威尼斯系列等独具中外文化品味的产品，带给消费者独特的文化感受，促进销售业绩提升。

问：请介绍一下公司经营管理团队优势。

钱金波：公司管理设在皮鞋行业长期从事经营管理工作，具备丰富的行业经验。公司创始人、总裁钱金波先生及其他高级管理人员从事皮鞋行业经营平均达十年以上，对皮鞋行业的发展变革有深刻认识，能够把握行业发展方向。2012 年以来，在全球经济继续存在不确定性、国内经济增速放缓和经济结构调整的大背景下，公司管理层强调“归零创新、把犁深耕”，专注主业经营，加强团队凝聚力和战斗力，推动公司业务快速平稳发展。

问：公司与外国有哪些技术合作？

钱金波：公司积极与大专院校、科研院所、企业等开展技术合作。公司以鞋科技实验室为载体，先后与中国皮革与制鞋工业研究院、四川大学、陕西科技大学、温州大学等国内科研院所和高等院校合作，同时与比利时爱尔思康公司、英国达尔康公司、日本 IN FOOT 公司等制鞋技术先进企业成为技术合作伙伴，掌握了 3D 鞋垫设计、足底压力测试、激光脚型测量、鞋楦后身标准化等先进技术。

问：公司的管理费用都包括哪些？

方宣平：本公司的管理费用主要包括管理人员薪酬及福利费、相关税费、折旧费、差旅费、租赁费、技术开发费、低值易耗品以及物业服务费等。报告期内，公司的管理费用占营业收入的比例较为稳定，其中管理人员工资及福利费、技术开发费和折旧费占比较高。2012 年度—2014 年度，本公司的管理费用分别为 30、370.93 万元、29,409.54 万元和 27,704.48 万元，占当期营业收入的比例分别为 9.90%、9.13%和 8.86%。

问：请介绍一下公司研发人员配备情况。

方宣平：截至 2014 年 12 月 31 日，公司研发体系共有研发人员 251 人，其中设计人员 137 人，技术人员 114 人，其中 55.42%以上拥有大专以上学历。

问：影响公司主营业务毛利率的因素是哪些？

方宣平：由于特许加盟渠道的收入占据公司主营业务收入的 70.00%以上，因此特许加盟渠道的毛利率对公司主营业务毛利率具有决定性作用。基于此，公司在不同年度间批发价的制定将对公司主营业务毛利率产生重要影响。公司审慎而灵活的批发和零售运营政策及市场竞争力的价格策略、具有弹性的供应链管理能力有助于在公司盈利能力、市场份额之间寻求平衡，从而稳定公司毛利率水平，强化公司的竞争能力。

问：请介绍一下近几年来公司毛利率的变化情况。

方宣平：2012 年度—2014 年度，公司主营业务毛利率分别为 35.61%、35.43%和 34.63%。2012 年度—2014 年度，公司综合毛利率分别为 35.50%、35.14%和 34.28%。报告期内公司综合毛利率比较稳定，主要是由于公司的主营业务毛利率比较稳定。

问：请介绍一下公司生产对环境保护情况。

方宣平：本公司及其子公司在生产上严格遵守国家有关的环境保护法律法规，经营活动符合国家环保要求。本公司属于皮鞋行业，对周围环境基本不存在废气、废水和废渣的排放。

2010 年 8 月公司获得中国皮革协会和中国财贸轻纺烟草工会联合授予“节能减排环保创新奖”；2011 年 3 月公司获得浙江省皮革行业协会颁发的浙江省皮革行业“十一五”期间节能减排“创新型企业”荣誉称号。

报告期内，公司在环境保护上的投入情况如下：

单位：万元

年度 2014 年度 2013 年度 2012 年度

环保投入 152.78 169.74 128.07

2012 年 5 月 4 日，浙江省环境保护厅出具《关于浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司上市环保核查情况的函》，确认本公司“基本遵守国家环境保护法律法规，近三年未发生重大环境污染事故和严重的环境违法行为”，本次发行募集资金投资项目“不属于生产型项目，无需取得环评批复”，本公司“基本符合上市公司环保核查有关要求，同意通过上市环保核查”。

问：请介绍一下公司的主要业务模式。

谢立治：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。

公司重视品牌规划和产品研发，由品牌团队从遍布世界各个时尚之都的信息中心收集第一手资料，策划产品主题、组织流行趋势发布会，设计团队根据主题和趋势，借助信息平台进行款式研发，将流行元素充分融合进产品设计中。公司通过由外协生产和自主生产构成的高效产品供应体系和扁平化管理的销售体系打



路演嘉宾合影

造了一条快速反应的供应链，将研发设计迅速转化成产品，并将产品通过遍布全国各省、市和自治区的 4、000 余个销售终端进行销售，与终端消费者形成有效互动，持续满足市场需求。

问：请介绍一下公司信息管理模式优势。

谢立治：信息管理系统是现代企业提高效率 and 强化管理的重要手段，对于皮鞋一体化经营企业而言，在设计、开发、采购、生产、仓储、物流、销售等各个环节的管理中起到非常重要的作用。经过多年发展，公司建立了与目前经营模式、日常管理基本相适应的信息化系统。公司的信息化系统以产品规划主线为导向，以四大平台为框架，十二大系统为主要支撑点对公司进行业务支持。

公司信息系统的主要运行平台情况如下：

业务运营管理平台：是公司日常业务流程管理的核心系统，包含分销系统、订货会管理、生产管理、财务管理和人力资源管理等系统。

协同办公管理平台：是公司日常业务流程管理的主要辅助业务系统，包括协同办公 OA 系统、视频会议系统和产品季 HOPS 系统。

经营决策分析平台：是公司日常业务流程管理的辅助业务系统，包括商业智能 BI 系统和竞争情报 CI 系统。

网络支撑环境：是公司信息系统的硬件支持，包括服务器、存储设备、网络接入设备、终端设备、机房、数据库等。

问：请介绍一下公司的主营业务及变化情况。

谢立治：本公司是一家以红蜻蜓品牌为主，集皮鞋、皮具、儿童用品的设计、开发、生产和销售为一体的时尚鞋服企业。

本公司注重塑造“红蜻蜓”品牌文化内涵，自创牌 20 年来，以“单品牌、多品类”为发展战略，以“自产+外协”为生产模式，以“直营和特许加盟”为销售模式，建立了扁平化的销售管理体系，为消费者提供时尚生活产品。

公司自成立以来，一直主要从事成人皮鞋业务。2009 年起，公司开始经营皮具业务；2010 年起，开始经营儿童用品业务。

问：公司直营店的建店理念是什么？

徐玉龙：公司直营独立店的建店理念如下：新增直营独立店分为旗舰店和标准店，开展集成营销，提升红蜻蜓的品牌形象，促进红蜻蜓“一牌多品”的销售。公司建设直营独立店是在经过充分市场调研，掌握拟建店铺所在商圈的客户群体，科学估计拟建门店的的保本销售量的基础上，审慎作出建店决策的。

问：公司增开直营店后对公司的业务有何促进？

徐玉龙：本次募集资金投资项目中的公司直营店建设完成后，营销网络将进一步优化，公司的市场影响力将得到大幅提升。公司直营店不仅可以直接增加公司的销售收入，其品牌展示作用和指导示范作用将进一步有效提升公司的品牌形象，并与现有店铺形成良好的市场协同效应，进一步巩固公司的市场地位，为公司长期持续发展营造有利环境。

问：请说明公司 2013 年公司利润指标小幅下降的原因。

孔德仁：报告期内，受宏观经济形势的影响，国内消费市场疲弱，公司加大了销售资源的投入，导致 2013 年度销售费用的上升，同时公司根据市场形势，削减服装业务和国际品牌业务以优化货品结构并大幅提该类业务库存跌价准备。受此影响，2013 年度公司的利润指标较 2012 年度小幅下降。2014 年度，应对宏观经济环境的不利变化，公司一方面积极优化产品组合及销售渠道，保持销售毛利基本平稳，另一方面，公司积极调整运营政策，加强控制期间费用，2014 年度公司的利润指标较 2013 年度有所上升。

问：作为快消类企业，公司如何控制广告宣传费用的使用效果？

孔德仁：2014 年度，公司广告宣传费合计 4,262.88 万元，较 2013 年度减少 2,740.01 万元，同比减少 39.13%。2014 年度广告宣传费下降的主要原因：传统电视媒体的投放规模下降，2014 年的电视广告费较上年减少了 1,938.24 万元。为适应移动互联网对传统零售业务的影响，根据对消费者需求、购买习惯等行为以及广告投放市场的分析，发行人自 2014 年起逐步降低了传统电视媒体的广告投放，增加了如微博平台、网络短剧等线上媒体以及促销活动现场宣传材料的广告投放，以达到针对目标消费群体精准投放的效果。

行业篇

问：公司具有哪些竞争优势？

钱金波：1、文化优势；2、品牌优势；3、营销网络优势；4、供应链优势；5、产品设计能力优势；6、经营管理团队优势。

问：请介绍一下国内皮鞋行业主要的经营模式？

钱金波：国内皮鞋行业主要的经营模式包括：传统的生产加工模式、代理品牌销售模式和自主品牌经营模式。红蜻蜓属于自主品牌经营模式。

问：公司的应收账款情况与同行业相比处于什么位置？

孔德仁：目前，国内 A 股同行业上市公司有星期六（SZ.002291）、奥康国际（SH.603001），H 股同行业上市公司有百丽国际（股票代码：1880）、达芙妮国际（股票代码：0210）和千百度国际（股票代码：1028）。从同行业的上市公司来看，受宏观经济的影响，行业内上市公司的期末应收账款较以前同期均有较大幅度增长。2013 年末，由于宏观经济形势的影响，本公司的回款时间有所延长，期末应收账款占流动资产的比例有所上升，但公司应收账款的账期仍处于正常水平。截至 2014 年末，公司的应收账款账面价值为 39,878.41 万元，占流动资产的比例为 24.18%，较 2013 年末略有下降。

发展篇

问：请介绍一下公司业务发展目标。

钱金波：公司坚持“单品牌、多品类”的经营模式，以时尚鞋品为主，皮具、儿童用品为辅，为顾客提供高附加值、高性价比的时尚生活产品，为股东创造价值，积极履行社会责任，致力于打造卓越的鞋服行业领导品牌。

问：请介绍一下公司的研发目标。

钱金波：公司的研发目标是打造引领时尚和科技的一流产品。时尚方面，研发部门贯彻与国际同步设计的思想，引领时尚潮流，满足顾客求新求变的个性化需求。科技方面，在材料、工艺和技术上不断创新，满足顾客对舒适性、功能化和定制化的需求。

问：请介绍一下公司在行业中的市场定位。

钱金波：公司产品主要针对二、三线城市、经济强镇及一线城市二、三线商区的消费者，这些消费者年龄在 25—40 岁，通常有稳定职业和收入，主要为普通公司白领、事业单位职员和国家机关公务人员等。

问：请介绍一下本行业与上、下游行业之间的关联性。

谢立治：1、本行业与上游行业的相关性
皮鞋行业的上游行业主要包括机械设备、原材料（皮革、鞋底）和其他辅料等行业，与上游产品关系密切。皮鞋制造业的发展带动了上游各行业的发展。

目前我国皮鞋行业的上游行业基础扎实、行业工艺较成熟，能够持续稳定地提供设备和原辅材料，满足本行业快速发展的需求。

2、本行业与下游行业的相关性

皮鞋行业的下游行业是直接面向消费者的皮鞋零售行业，行业的发展状况与消费者的购买能力紧密相关。随着国家城市化进程加快、居民收入增加、购买力提高，皮鞋零售市场将蓬勃发展。

发行篇

问：公司本次发行的募集资金用途如何？

谢立治：本次募集资金在扣除发行费用后，公司将根据项目建设进度投资于以下项目：

1 营销渠道建设项目 86,691.25 万元

2 信息系统提升建设项目 10,778.82 万元

上述募投项目总投资额为 97,470.07 万元，计划全部用募集资金投入。如果本次募投资金到位前，公司需要对上述募投项目进行先期投入，则公司将用自筹资金投入，待募集资金到位后以募集资金置换自筹资金。

问：请介绍一下公司本次发行的发行方式。

徐玉龙：本公司首次公开发行 A 股，发行方式采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他方式。