

证券代码：837031

证券简称：衣酷文化

主办券商：安信证券

广东衣酷文化发展股份有限公司 2016 年年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于全国股份转让系统公司指定信息披露平台（www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc）的年度报告全文。

1.2 不存在董事、监事、高级管理人员对年度报告内容存在异议或无法保证其真实、准确、完整。

1.3 公司全体董事出席了审议本次年度报告的董事会会议。

1.4 广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司本年度财务报告进行了审计，并且出具了编号为广会审字[2017]G17003470010号的标准无保留意见的审计报告。

1.5 公司联系方式

董秘（信息披露事务负责人）：乐泽亚

电话：020-29070394

电子信箱：luazer@163.com

办公地址：广州市荔湾区信义路 24 号 3 幢之一、之二

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元

	2016年	2015年	增减比例
总资产	93,140,148.94	75,269,140.17	23.74%
归属于挂牌公司股东的净资产	34,874,525.62	34,750,336.22	0.36%
营业收入	99,255,061.31	65,852,385.02	50.72%
归属于挂牌公司股东的净利润	124,189.40	-7,325,283.90	-
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-451,715.54	-7,314,515.57	-
经营活动产生的现金流量净额	-4,308,972.98	-5,337,934.01	-
加权平均净资产收益率（依据归属于挂牌公司股东的净利润计算）	0.36%	-22.70%	-
加权平均净资产收益率（依据归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算）	-1.30%	-22.66%	-
基本每股收益（元/股）	0.00	-0.28	-
稀释每股收益（元/股）	0.00	-0.28	-
归属于挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.20	1.20	0.00%

2.2 股本结构表

单位：股

股份性质		期初		期末	
		数量	比例	数量	比例
无限售条件的股份	无限售股份总数	460,000	1.58%	19,835,000	68.23%
	其中：控股股东、实际控制人	280,000	0.96%	2,865,000	9.86%
	董事、监事、高管	-	-	-	-
	核心员工	-	-	-	-
有限售条件的股份	有限售股份总数	28,610,000	98.42%	9,235,000	31.77%
	其中：控股股东、实际控制人	10,460,000	35.98%	8,055,000	27.71%
	董事、监事、高管	-	-	-	-
	核心员工	-	-	-	-
总股本		29,070,000	-	29,070,000	-
股东总数		4			

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

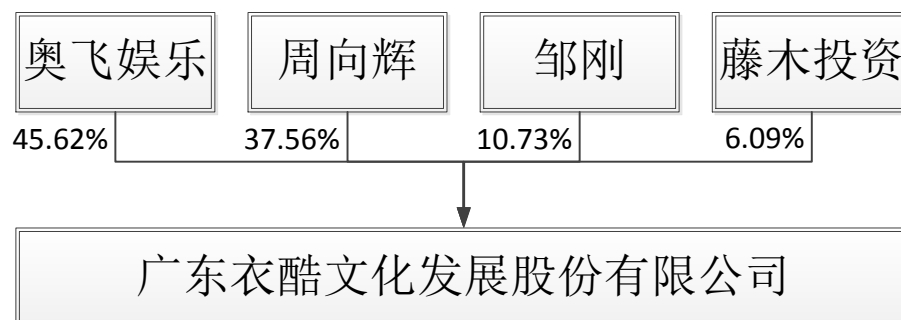
序号	股东姓名	股东性质	期初持股数	期内增减	期末持股数	期末持股比例	限售股份数	无限售股份数	质押或冻结的股份数
1	奥飞娱乐股份有限公司	境内非国有法人	13,260,000	-	13,260,000	45.62%	-	13,260,000	-
2	周向辉	境内自然人	10,740,000	180,000	10,920,000	37.56%	8,055,000	2,865,000	-
3	邹刚	境内自然人	3,120,000	-	3,120,000	10.73%	-	3,120,000	-
4	广州市藤木投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1,770,000	-	1,770,000	6.09%	1,180,000	590,000	-
5	帅民	境内自然人	180,000	-180,000	-	0.00%	-	-	-
合计			29,070,000	-	29,070,000	100.00%	9,235,000	19,835,000	-

前十名股东间相互关系说明：

公司股东中周向辉和邹刚是一致行动人，同时周向辉是广州市藤木投资合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人。除此之外，公司股东间不存在其他关联关系。

2.4 公司与控股股东、实际控制人之间的产权及控制关系的方框

图。



三、管理层讨论与分析

3.1 报告期内经营情况回顾

公司的主营业务是婴童服饰的设计、研发和销售。报告期内，公司实现营业收入 99,255,061.31 元，较上年度增长了 50.72%，净利润 124,189.40 元，实现扭亏为盈；公司的毛利率为 43.46%，较上年增长了 12.62%。

报告期内，公司通过行业发展分析，提前进行经营策略转型重塑，其重点就在于客户结构的重新调整以及供应链的重新塑造。

在客户结构方面，2016 年，公司进行渠道改革，扁平化调整，主动淘汰部分大代理商，策略性选择放弃部分既得利益，重新打造市场渠道，改变以往传统的代理商机制。虽然在短期内影响公司的收入，但经过渠道的调整，缩短了商品流通的路径，提升了商品流通效率，有利于消费者的消费体验。长远的角度考量，这吻合行业发展的规律和方向，在以用户为中心的商业环境中，一切以用户为中心的变革必然能得到市场的认同。

销售渠道方面，2016 年加大了对电子商务业务的投入，电商业务增速很快。电商业务渠道使公司与消费者沟通更便捷顺畅，让公司的产品、服务等更具针对性，更有效率，这必将有助于企业的持续良性发展。同时，加大了自营渠道的投入，自营渠道采用自营与托管方式，业务增长迅速，且比重提升也很大。自营渠道能让公司直接与消费者沟通，让公司的品牌、形象更深入消费者，也成为公司消化库存的一个重要渠道。

供应链的优化重造。2016 年公司重点打造柔性敏捷供应链模式初现成效。传统的期货制度带动了服装行业的快速发展，但现在也极大制约了行业整体经营质量的提升。

公司在管理上加强员工的培训，提高员工的业务素质，积极调动员工的积极性，为员工创造良好的工作环境，同时引进高端人才，提高公司技术竞争能力。

3.2 竞争优势分析

1、公司的竞争优势

(1) 产品质量优势

公司一向以给婴童最安全的衣服为理念经营，产品也一直保持了安全、高品质、高性价比的特征。公司对产品品质的要求苛刻，内部标准参照国际标准，高于国家标准。所有面辅料从原材料采购质检，成品质检，入仓质检，出仓质检，各个环节严格控制。同等面料工艺，公司一直坚持以略低于竞争对手的价格上市，高性价比一直受到客户好评。

(2) 品牌优势与品牌运营优势

公司以“藤之木工房”、“皮侬乔”及“澳恬”三个自有品牌为基础，经过几年的精心运营，公司建立了成熟的品牌运营团队，成为国内知名的婴童服饰运营商。公司打造立体强有力的品牌推广矩阵，各大母婴媒体平台、各教育公益慈善活动进行强势的品牌推广，让品牌进一步做到家喻户晓，并树立了良好的品牌形象。

作为奥飞动漫的参股子公司，公司具有得天独厚的品牌资源优势，目前已经签约的品牌有：巴啦啦小魔仙、铠甲勇士、超级飞侠。根据未来的经营状况和后续发展，公司会不断增加新的授权品牌，拓展婴童动漫服饰终端连锁零售渠道，建立行业内无法复制和跟随的模式。

（3）销售渠道的复合优势

公司销售渠道逐渐丰富。目前公司线上、线下渠道布局完整，电商平台、分销体系搭建完毕，销售渠道从单一到复合，形成既稳固老市场又不断开发新市场的格局。

在线上渠道方面，公司顺应消费者网络购物及电子商务的发展趋势，建立专业的电子商务中心和线上客服团队，大力发展移动电商业务。

2、公司的竞争劣势

（1）资本实力有待进一步提升

尽管公司在国内市场的业务规模已处于行业前列，但面对成长期行业激烈的市场竞争，公司的资本实力与国际知名服装企业以及国内同行业上市公司，仍存在一定差距。

市场竞争力的巩固与提升、多品牌运营模式的发展，需要公司以雄厚的资本为基础，在研发设计体系、营销网络建设与信息化系统等环节进行全面、持续、大规模的投入，资本实力有待进一步提升。

（2）整体规模略小

公司虽然在国内市场居于领先地位，且处于快速发展期，但规模仍相对较小，与国内外竞争对手相比，公司在规模和资金实力等方面处于劣势。

公司需要抓住发展机遇，积极进行市场开拓，尽快把规模做大，从而提高公司的行业地位，增强抗风险能力与竞争力。

（3）市场覆盖有待进一步加强

目前，公司线下营销网络已经覆盖全国 28 个省、自治区及直辖市的主要城市商圈，但门店在一、二线城市的覆盖深度仍然较低。公司需要进一步加深一二线城市的覆盖密度，拓展购物中心店数量；同时扩大城市核心商圈门店面积，以提升品牌形象影响，加强童装产品展示、提高儿童购物体验。

3.3 经营计划或目标

一、营销策略

- 1、做轻总部，从产品设计、销售等环节入手，加强专业化外包工作，总部围绕品牌、渠道、粉丝为核心构建中心团队，基础工作采用外包模式；
- 2、线下渠道进一步扁平化，继续强化现金回款的生意模式；
- 3、电子商务逐步提高品牌溢价能力，利用既有的网络品牌力，开发更多的客户参与全网全渠道零售，总部旗舰店提升单店经营质量，放手客户做大品牌整体规模；
- 4、推出澳恬动漫馆的概念，并进一步规范化、程序化，跨界整合成人服装行业零售商转型加盟，逐步推动动漫馆的加盟连锁业务；
- 5、强化总部对客户的服务能力，通过客户团队加强对线下零售终端的服务输出。

二、商品研发管理

- 1、继续强化现有婴童内衣、床品产品线，将核心产品进一步强化；
- 2、外出服改革期货模式，以快时尚的模式，加强产品出新节奏。

三、供应链管理

1、进一步利用沅江服装产业园区的资源，将产能进一步集中管理，提升供应链的柔性和敏捷度；

- 2、强化沅江驻地团队的服务能力，协助工厂提升效率，降低成本。

四、行政及人力资源管理

（一）组织架构调整

优化和调整公司组织架构，完善公司内部治理，强化公司品牌推广工作。

（二）体系优化

- 1、持续优化编制数量，降低员工流失率，提升效率，降低成本；
- 2、梳理公司薪酬体系及薪酬结构，设定职级和薪酬宽幅并严格执行。

精兵简政，提高员工收入水平；

3、调整内部绩效考核体系，销售部门业绩导向，后台部门绩效导向，尽可能保证客观、公正、透明；

4、从男女比例、平均年龄、工龄结构、学历结构等方面进一步优化公司人力资源结构。

（三）团队建设

1、搭建培训体系，加大培训力度及投入，提升员工专业度、满意度及归属感，降低员工流失率。从参训人数和培训学时着手，基层重专业，中层重素质，按照员工的层次进行差异化的培训；

2、组织参与各种类型的团队建设活动，举办季度生日会，开展 5S 检查活动，积极营造内部学习氛围，设立专项学习基金，建立公司内部图书角，组织内部学习分享会议。

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法未发生变化。

4.2 本年度内未发生重大会计差错更正需追溯重述。

4.3 与上年度财务报告相比，财务报表合并范围发生变化：2016 年 2 月 1 日《广东衣酷文化发展股份有限公司第一届董事会第四次会议决议》，审议通过关于设立全资子公司沅江市衣酷网络科技有限公司（以下简称“沅江衣酷”）的议案，沅江衣酷于 2016 年 3 月 29 日注册成立，财务报表合并范围增加沅江衣酷。

4.4 广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

广东衣酷文化发展股份有限公司

2017 年 4 月 18 日