

其中线上渠道实现主营业务收入 3.02 亿元，同比增长 35.49%，线下直营渠道实现主营业务收入 5.76 亿元，同比增长 6.68%，线下加盟渠道实现主营业务收入 1.49 亿元，同比下降 3.30%；全年实现净利润 6,886.98 万元，同比下降 12.95%。

2017 年度，受部分原材料价格、加工费上升，线上渠道活动力度加大致使销售折扣下降，以及公司加大了过季产品的清货力度影响，同时受较低毛利率的线上渠道收入占比上升影响，公司主营业务毛利率出现了一定幅度下降；同时公司加大品牌推广力度，大力拓展购物中心店铺，使得广告促销费、租金及管理费等店铺费用增长较大。

存货同比增长 23.11%，主要是公司为 2018 年春夏季产品备货，至使原材料及委托加工物资增幅较大影响所致；库存商品方面，同比增长 11.25%，占存货比重 67.78%，同比下降 7 个点，且 1 年以上库存商品占比显著下降，存货结构进一步优化。

2017 年末，公司已在全国 31 个省、自治区及直辖市建立了 1,435 家线下门店。2017 年度，公司加快线下直营店铺结构调整，关闭经营业绩不达标的百货类店铺，积极扩展购物中心店铺，2017 年，购物中心店数量显著增加达到 180 家，占比 18.48%。公司新开门店主要布局省会城市或区域中心城市等经济发达地区，以购物中心渠道为主，加强各核心区域直营渠道的覆盖密度，迎合购物中心商业业态的迅猛发展的趋势。

公司目前专注于自己的品牌安奈儿，未来几年将继续提升业绩，保持良好的发展势头。公司将主要从商品、品牌、渠道三个方面来促进发展，我们会保持自己的优势，加大产品研发力度，特别是对版型、面料的研究；公司品牌定位中高端，专注于品质尊享，努力打造明星款和无季节款；抓住线上发展红利期，积极调整线下渠道，线上线下协同发展。

二、投资者提问环节

1、近 1-3 年有没有收购上下游企业或跨界收购一些资产的考

虑？优先考虑哪些行业或资产？

答复：公司目前还是希望能专注于自己的品牌，因为安奈儿品牌的内生式增长空间还比较高，如果考虑并购也希望能与安奈儿品牌有较好的协同发展空间，会优先考虑儿童服装领域。

2、公司的直营店和加盟店的这个数量均出现不同程度的减少，是公司战略调整还是市场出现变化？店铺在全国各地分布情况怎么样？未来线下是着重布局哪些城市？

答复：公司目前正在加快线下直营店铺结构调整，关闭经营业绩不达标的百货类店铺，积极扩展购物中心店铺，这既是公司的战略调整也是为了迎合市场的发展趋势。2017年，直营店铺数量稳中略有增加，加盟店铺数量较2016年有所下降；公司70%的门店在一二线城市，30%在三四线城市；未来公司会继续在省会城市或区域中心城市等经济发达地区拓展购物中心店铺，进驻优秀的百货店铺，同时也会把加盟业务的战略位置提高，推进联营加盟新模式。

3、公司购物中心店和百货店的店铺面积、坪效情况如何？

答复：百货店平均面积大概在50平米左右，购物中心店平均面积100平米甚至更大。在店铺数量一定的情况下，单店面积、坪效是近几年公司主要攻克的方向。

4、公司在打造爆款方面有没有具体的措施？

答复：公司根据大量的数据分析已经圈定裤子、裙子、羽绒服、夏天T恤等客户认知度高的优势品类来打造爆款，公司从商品企划阶段开始准备，供应链端面料选购和货品供应会持续跟上，也会加大营销推广力度。

5、公司目前婴童增长较快，有哪些竞争优势？

答复：我们的婴童产品很精致，选择更加舒适的面料，未来战略上也会注重推广。

6、公司产品既然定位中高端，有没有对客户群体进行一个分析？

答复：公司主要针对的客户群体是注重品质、对产品的信赖度

	<p>高，价格敏感度较低的中高端客户，安奈儿客户定位为品质尊享型客户。</p> <p>7、公司目前供应商是如何选择的？</p> <p>答复：公司会逐步选择较大规模的供应商，一是保证品质、二是有利于公司柔性供应链打造，例如 2018 年羽绒服供应商我们选择了优衣库的供应商东丽。</p> <p>8、公司 2017 年与迪士尼开展合作，未来有没有考虑与其他品牌展开合作？</p> <p>答复：未来公司将更多的考虑立足于自身品牌，加大品牌推广力度，提升安奈儿自有品牌的知名度。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2018 年 4 月 16 日</p>