贵人鸟股份有限公司

公司代码:603555　公司简称:贵人鸟

2015 年度报告摘要

一 重要提示

1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 天健会计师事务所(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。

1.5 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	贵人鸟	603555	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周世勇	于春江
电话	0592-5725650	0592-5725650
传真	0592-2170000	0592-2170000
电子信箱	ir@k-bird.com	ir@k-bird.com

1.6 公司拟以2015年12月31日总股本61,400万股为基数,每10股派发现金红利4.5元(含税),共计分配现金红利27,630万元,剩余未分配利润结转以后年度。本年度不进行资本公积转增。

二 报告期主要业务或产品简介

(一)主要业务

公司是国内知名的运动鞋服品牌企业,主要从事贵人鸟品牌运动鞋服的研发、生产和销售。目前,公司主要产品为贵人鸟品牌运动鞋及运动服装,分为“专业运动”和“运动休闲”两大系列,公司产品主要用于消费者进行体育活动、休闲生活的场合穿着,运动鞋和运动服装的生产模式不同,其中运动鞋主要由公司自主生产,运动服装则向外协厂采购,公司将重点放在设计研发、质量控制、品牌运营和销售渠道管控等环节。公司主要商标为“贵人鸟”,主要产品为运动鞋、运动服装以及配饰,公司产品主要面向大众消费市场,公司运动鞋产品终端市场吊牌价多集中于200-400元/双,因三四线及以下城市居民平均收入低于一、二线城市,消费者价格敏感度相对较高,更加倾向于选择高质量但价格相对较低的产品,因此公司渠道重点布局三、四线及以下城市市场。

(二)经营模式

1、商品企划模式

公司商品企划部门负责根据公司制定的年度战略目标和运营计划,围绕贵人鸟品牌形象和目标消费群体需求,分析商品运营中心反馈的市场信息,结合公司自身经营模式和生产能力,整合内外部资源,对市场潮流趋势做出判断,制定公司商品企划案,主要内容包括流行元素、品牌主题、产品结构、产品款式、竞品分析和初步定价等。商品企划是公司业务流程的起点,商品企划部门负责有效连结研发设计、采购、生产、物流和销售各环节。

2、研发设计模式

公司研发设计由鞋设计研发中心与服装研发设计中心负责,每季产品的设计工作比该季产品的上市时间提前约1年,产品投入市场后,设计师和技术人员需走访经销商、零售终端进行市场调研。根据市场调查数据和公司销售数据分析消费者对产品的认可程度,作为下一季新产品研发设计的重要参考。

3、采购模式

(1)运动鞋原材料采购模式

在研发设计阶段,公司鞋设计研发中心根据产品企划设计需要,与合格的鞋材供应商共同研究开发鞋底、鞋面等原材料,并制作样品参加选样会,根据选样会意见进行修改后,制作订货会样鞋。经销商在订货会上自主判断并对样鞋下订单,间接选定了该样鞋的鞋材供应商。公司根据经销商的样鞋订单数量进行成本核算,并向提供相关鞋材的供应商提交集中采购需求,同时考虑供应商报价、交货期和供货质量等因素确定最终的采购合同。除集中采购外,公司也会根据产品销售和新材料、新产品开发情况,临时采购部分运动鞋原材料。公司根据供应商管理的相关内控制度对鞋材供应商仔细筛选,不断加强管理并定期考核评估,以确保原材料质量和交货期。公司与多家鞋材供应商建立了比较稳定的合作关系。

(2)运动服装产品采购模式

公司运动服装生产全部外包,根据供应商管理的相关内控制度对成衣外协厂进行筛选,对成衣质量、生产进度及生产成本严格控制。公司要求供应商提供面料、辅料的国家权威机构质量检测报告,并对外包生产进行统一质量控制。公司在选样会时即对订单量进行预估,与服装外协厂进行订单模拟分配,初步派单,保证其为公司预留足够产能,提前锁定生产成本。公司与多家服装外协厂建立了长期稳定的合作关系。

(3)配饰产品采购模式

公司配饰产品生产全部外包。根据供应商管理的相关内控制度对配饰外协厂进行筛选,对配饰质量、生产进度和生产成本严格控制。

4、生产模式公司

通过严密的生产组织、严谨的质量控制和科学的生产计划,保障生产过程有序、高效进行。公司运动鞋产品以自产为主,使用自有厂房、生产设备、工人、技术工艺组织生产。公司向外协厂采购运动服装和配饰产品,并全程监督其生产加工过程,对其产品质量严格把关验收。

5、销售模式

(1)经销商模式

公司与经销商签订年度区域经销合同书,以批发形式向经销商销售贵人鸟品牌产品,由经销商直接或通过零售运营商进行零售。所有零售终端均为贵人鸟品牌产品专卖店,并按照公司统一标准进行店内空间装修、产品陈列等。公司经销商销售模式的具体业务流程如下:公司每年分别组织春夏、秋季和冬季订货会,并在订货会一个月前组织选样会,邀请全部经销商及部分零售运营商参加,从公司开发的样品中挑选其认为最适销对路的产品参加订货会;商品企划和设计开发部门根据选样会的反馈意见,制作订货会样品;订货会召开时经销商及其零售运营商从样品中根据各区域需求订货,确认订单;经销商根据订单,确定当季采购金额,交付定金;公司根据订单制定生产计划并组织生产;公司采取买断式销售,于商品实际交予经销商委托的第一承运人并取得收款权利时确认收入的实现;公司对符合条件的经销商授予一定的信用额度,并对经销商信用额度进行动态管理;如果公司产品质量不符合国家相关标准或订单标准,经销商可在货品交付后六个月内向公司申请退换货,公司审核符合退换货标准,即办理退换货事宜。

(2)营销体系管理

公司营销部门负责监测区域市场、指导和管理经销商区域销售行为并为经销商提供营销网络布局规划、零售终端选址标准、店铺形象规范、产品陈列指导和员工培训等全方位服务,帮助经销商解决实际困难,以增强经销商的盈利能力。为了保证营销网络的稳健发展,公司建立了全面的营销网络管理制度,对开店审核、终端形象、店员培训、订货制度、产品价格控制、销售地域限制、营销活动、货品管理、资金结算、经销商绩效考核和激励机制等方面进行严格控制。(3)定价政策公司在推出每季新品前,首先对运动品牌流行趋势、竞品价格、目标客户偏好进行市场调查,结合自身产品在各区域的历史销售数据,确定当季竞争策略和产品企划方案。随后,公司根据产品企划方案,分析生产成本,并确定该产品的目标毛利率,最终确定产品定价。出厂价主要依据区域市场销售情况和公司竞争力水平确定。

(三)行业情况

1、行业的基本情况

我国运动鞋服企业在创业之初主要为国际运动品牌的代工制造商。由于代工市场竞争日趋激烈、利润率下降以及内销市场逐渐繁荣,优秀的运动鞋服企业开始创建自主品牌,向运动鞋服品牌运营商转型,对耐克、阿迪达斯等国际知名品牌在中国的市场份额构成了挑战。随着我国居民收入稳步增长、健康意识逐渐提升,同时以社区为基础的全民健身计划全面铺开,体育运动不再局限于运动员和体育爱好者之间,而成为了人民群众日常休闲活动的重要组成部分。运动行业生活化、休闲化、时尚化的潮流推动运动鞋服市场分化为“专业运动”与“运动休闲”两大细分领域。专业运动类产品以功能性为首要考虑因素,辅以舒适性和时尚性设计。运动休闲类产品则首先考虑舒适性和时尚性,辅以功能性设计。

2、行业的主要经营模式和周期性、地域性与季节性特点

目前,我国品牌运动鞋服企业主要通过自主、外包或两者相结合的模式进行研发、设计和生产;销售则以经销商模式为主,即运动品牌企业向经销商批发销售运动鞋服产品,通过多种方式支持经销商拓展营销网络并对其加以管理,但不参与零售环节具体经营;运动鞋服产品作为消费品,受宏观经济因素影响,但与周期性行业相比影响较小。我国工业化和城市化进程存在地域性差异,东部沿海地区与西部内陆地区、城市与农村地区之间发展不平衡。由于各地区居民收入水平和消费理念的差异,一、二线城市消费者购买力较高,对价格的敏感度较低,因此高端运动鞋服品牌占市场主导地位,三、四线城市消费者对价格的敏感度相对较高,具有性价比优势的国内运动鞋服品牌发展空间广阔。运动鞋服企业在下半年的销售额通常高于上半年,主要原因系下半年秋冬季产品单价普遍高于春夏季产品,且下半年节假日较多。

3、行业与上、下游行业之间的关联性

运动鞋服行业上游为鞋材制造行业和纺织行业。化工材料、合成皮革与纺织材料等价格和劳动力成本的上涨,在一定程度上提高了鞋材和纺织企业的经营风险。面对成本上升压力,鞋材和纺织企业需要通过与运动鞋服企业建立长期稳定的合作关系以降低经营风险和维持盈利。运动鞋服企业则通过与供应商建立战略合作关系和提高售价等方式对冲采购成本上涨的压力。运动鞋服行业的下游为经销商、零售运营商和消费者。我国拥有超过13亿人口,是全球最大的消费市场之一,随着扩大内需和提高居民收入具体政策的落实,以及人民健康消费观念的逐渐提升,未来运动鞋服消费增长空间较大。

4、运动鞋服的市场容量情况

近年来我国经济总量不断提升,城乡居民收入持续快速增长,消费品市场发展迅速。根据国家统计局的统计,全国城镇居民家庭人均可支配收入由2007年的13,786元增长到2014年的29,381元,年复合增长率11.42%;人均全年消费性支出由2007年的9,998元增长到2014年的19,968元,年复合增长率10.39%。全国农村居民家庭人均纯收入由2007年的4,140元增长到2014年的9,892元,年复合增长率13.25%;人均生活消费支出由2007年的3,224元增长到2014年的8,383元,年复合增长率14.63%。我国运动鞋及运动服装市场容量逐渐扩大,根据Euromonitor的统计数据,2007年至2014年间,我国运动鞋服市场容量由790亿元增长至1,420亿元,年复合增长率8.74%;预计2017年我国运动鞋服市场容量将达到1,803亿元。美国是全球运动鞋服市场中最具代表性和影响力的市场。根据Euromonitor的统计数据,2014年美国运动鞋服行业市场容量约为909亿美元,人均运动鞋服消费约为284.9美元。对比中国和美国人均GDP、人均收入、人均运动鞋服消费来看,2014年国内人均GDP和人均收入约为美国的1/7,而国内人均运动鞋服消费为16.9美元,仅为美国的1/17。美国的体育运动产业已成为国民经济支柱产业之一,国内运动产业随着政策红利的释放、人口结构变化带来的对运动健康需求的上升,未来仍有较大成长空间。

三 会计数据和财务指标摘要

单位:元 币种:人民币

	2015年	2014年	本年比上年增减(%)	2013年
总资产	4,827,221,105.87	4,205,672,804.50	14.78	2,754,749,323.87
营业收入	1,969,022,044.41	1,919,650,412.10	2.57	2,405,921,409.30
归属于上市公司股东的净利润	331,836,966.49	312,241,847.24	6.28	423,489,914.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	279,423,534.80	277,363,546.51	0.74	390,003,227.28
归属于上市公司股东的净资产	2,384,452,128.30	2,235,723,441.46	6.65	1,317,882,994.22
经营活动产生的现金流量净额	599,369,191.40	96,988,781.00	517.98	202,063,364.33
期末总股本	614,000,000.00	614,000,000.00	0	525,000,000
基本每股收益(元/股)	0.5405	0.5148	4.99	0.8066
稀释每股收益(元/股)	0.5405	0.5148	4.99	0.8066
加权平均净资产收益率(%)	14.36	14.56	减少0.2个百分点	33.34

四 2015年分季度的主要财务指标

单位:元 币种:人民币

	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)	第三季度(7-9月份)	第四季度(10-12月份)
营业收入	522,583,158.33	494,316,557.65	385,110,233.88	567,012,094.45
归属于上市公司股东的净利润	76,590,060.13	97,705,250.56	30,227,231.48	127,314,424.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	75,961,776.66	83,246,852.80	25,165,291.71	95,049,613.68
经营活动产生的现金流量净额	-283,504,696.95	613,502,224.24	73,793,894.72	195,577,769.39

五 股本及股东情况

5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10 名股东持股情况表

单位: 股

截止报告期末普通股股东总数(户)	13,125
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	12,120
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	

前10名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
贵人鸟集团(香港)有限公司	0	484,365,000	78.89	484,365,000	质押	228,289,800	境外法人
中国证券金融股份有限公司	14,170,368	14,170,368	2.31	0	未知		未知
贵人鸟投资有限公司	0	10,500,000	1.71	10,500,000	无		境内非国有法人
亿兴投资发展有限公司	-14,745,000	10,140,000	1.65	0	无		境外法人
中国建设银行股份有限公司-华夏医疗健康混合型发起式证券投资基金		5,530,387	0.90	0	未知		未知
福建省弘智投资管理有限公司	0	5,250,000	0.86	5,250,000	无		境内非国有法人
中国建设银行股份有限公司-交银施罗德蓝筹混合型证券投资基金		4,500,000	0.73	0	未知		未知
招商财富-招商银行-贵人鸟1号员工持股专项资产管理计划	4,234,927	4,234,927	0.69	0	未知		未知
中央汇金资产管理有限责任公司	4,046,500	4,046,500	0.66	0	未知		未知
招商银行股份有限公司-华富成长趋势混合型证券投资基金		3,214,336	0.52	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	亿兴投资发展有限公司与贵人鸟集团(香港)有限公司、贵人鸟投资有限公司、福建省弘智投资管理有限公司之间不存在关联关系。贵人鸟投资有限公司的实际控制人为林清辉。丁翠圆夫妇,林清辉系林天福的弟弟。福建省弘智投资管理有限公司的实际控制人为林思尧、施少红夫妇,林思尧系林天福、林清辉的侄子。贵人鸟集团(香港)有限公司、贵人鸟投资有限公司、福建省弘智投资管理有限公司的实际控制人均为林氏家族成员,存在关联关系。“招商财富-招商银行-贵人鸟1号员工持股专项资产管理计划”为本公司2015年第一期员工持股计划的证券账户,公司未知其他股东之间是否存在关联关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

六 管理层讨论与分析

报告期内,公司实现营业收入196,902.20万元,同比增长2.57%,营业成本107,901.13万元,同比下降4.69%,实现净利润33,183.70万元,同比增长6.28%。

(一)管理层讨论与分析

尽管我国经济增速较往年有所放缓,但2015年我国GDP仍实现6.9%的增长,城镇居民人均可支配收入同比增长6.6%,2015年,全国实现社会消费品零售总额30.1万亿元,同比增长10.7%。受宏观经济下行、国内外消费需求疲弱等不利因素影响,纺织服装业产、销量增速放缓,出口出现负增长;收入及盈利增速下滑,行业面临较大的经营压力。生产方面,2015年以来我国服装产量基本延续2014年的低速增长态势。国家统计局数据显示,2015年1-10月我国服装行业累计产量为249.24亿件,较上年同期增长1.53%,增速较上年同期下降1.18个百分点。内销方面,我国纺织服装业销量持续扩张,但增速有所放缓。从渠道类型来看,我国服装类商品线下销售低迷,2015年全国百家重点大型零售企业服装商品零售额较上年下降0.30%。出口方面,近年来受人民币升值和劳动力成本上升等因素的影响,部分来自欧美市场的订单转向柬埔寨和越南等成本更低的东南亚国家,东南亚国家在中低档纺织服装领域逐渐成为我国有力的竞争者。根据海关总署数据,2015年我国服装及衣着附件出口金额为1742.80亿美元,同比下降6.40%。成本方面,服装制造的原材料主要为棉花、化纤等。自2014年取消棉花收储政策后,棉花价格持续下滑,2015年以来延续下滑态势,328级棉花价格指数由年初约13607元/吨降至年末约12922元/吨;国际市场棉花价格小幅波动,2015年基本保持平稳趋势,而2016年初国际市场棉花价格开始呈现下跌趋势,主要原材料价格下行使国内纺织服装企业成本压力得到一定程度的缓解。

自2007年开始,受居民消费能力提升、大型赛事推动等诸多因素的推动下,我国运动鞋服行业实现快速发展,但自2011年以来,运动鞋服行业受到产能过剩、终端库存高企及生产要素成本提升等发展难题的困扰,由快速成长期步入深度调整期,历经四年多的调整,行业复苏的迹象已经基本确立。随着国家促进体育消费政策出台,全民运动热情持续高涨,我国城乡居民经常参加体育锻炼的人数百分比明显增加,人均体育消费水平大幅度提高,体育锻炼也逐渐成为一种时尚的生活方式。根据国家体育总局发布的2014年全民健身活动状况调查显示,2014年全国经常参加体育锻炼的人数(将每周参加体育锻炼频度3次及以上,每次体育锻炼持续时间30分钟及以上,每次体育锻炼的运动强度达到中等及以上的人,称为经常参加体育锻炼的人)百分比为33.9%(含儿童青少年),比2007年增加了5.7个百分点,在20岁及以上人群中,有39.9%的人有过体育消费,在体育消费人群中,购买运动服装的人数百分比最高,为93.9%,从人均消费金额来看,购买运动服装鞋帽623元,此结果与2007年相比,消费水平明显提升。根据尼尔森发布的《2015年中国体育人群调查研究报告》显示,分别有80%和70%的体育人群表示在过去一年里分别购买过运动鞋和运动服,跑步一族在运动装备上的平均花费超过900元,在运动服和运动鞋上的花费也分别超过800和700元。但是与发达国家相比,我国的运动热潮刚刚兴起,以目前我国火爆的马拉松为例,2014年我国举办了约51场马拉松,而美国同年举办了约1,200场马拉松,同时我国体育服饰占整个服饰以及鞋履的比例仍然偏低,欧睿国际预计中国体育服饰销售在2014年至2018年将按复合增长率6.4%增长,我国包括运动鞋服在内的体育产业具有广阔的发展空间。

报告期内,公司以“全面满足每一个人的运动需求”作为公司的使命,持续布局体育产业,加大了对体育产业的投资力度,随着未来体育产业的发展必将会成为公司一个新的利润增长点。在“贵人鸟”品牌条方面,报告期内公司继续加大对零售终端的调整,2015年关闭零售终端1,126家,新开零售终端565家,众多盈利能力较差零售终端的关闭有利于提高经销商的盈利能力;报告期内公司专业化的团队继续协助经销商提升零售管理能力,经销商的零售管理能力得到进一步提升,虽然公司业务转型调整晚于同行业,但是在以零售为导向的业务转型带动下,2015年公司业绩开始恢复增长,报告期内公司实现销售收入196,902.20万元,同比增长2.57%,实现净利润33,183.70万元,同比增长6.28%。

报告期内,公司体育产业布局全面展开,公司享有泉晟投资持有虎扑16.11%股份的全部收益,公司与虎扑体育构建战略合作关系并成立了体育产业基金动域资本,已投资包括“懂球帝”、“智慧运动场”“咸鱼游戏”“ZEEP”“趣运动”等14个项目,涵盖了跑步、健身、教育培训、增值服务、智能软硬件等多个体育服务行业,按照已投资项目最新一轮的融资估值计算,上述投资已实现综合收益11,374.88万元;贵人鸟香港已对西班牙足球经纪公司BOY进行第一期投资500万欧元并向其提供了500万欧元的分利资本化贷款,本次投资完成后贵人鸟香港持有BOY 30.77%股权,BOY积极参与了2016中超联赛冬季转会,逐步开始涉足国内球员转会市场,同时BOY也在推进与其他欧洲经纪公司的合作以期未来更好的为俱乐部和球员服务;公司与大体协、虎扑等成立的康洣思已经设立完成,康洣思举办的中国大学生马拉松联赛、校园杯中国大学生七人制足球联赛、全国大学生3对3篮球联赛等已经在全国多个高校展开,赛事推广、赛事招商等工作正在稳步推进。报告期内,公司已涉及赛事运营、体育经纪、体育服务、体育培训等多个领域,基本完成体育产业各领域的布局,为实现体育产业化集团的目标奠定了基础。

报告期内,公司强化运动战略,提升产品的运动属性,专注跑步及其他运动功能产品,为跑者提供功能更多、质量更好的跑步产品,聘请国内外优秀设计师,为公司的舒适功能诉求“轻”“软”“弹”“透”进行科研设计,产品研发升级迭代,在公司举办的“halo?run”发光跑活动中,陆续推出运用公司研发的“泡泡科技”、“迈浪科技”、“荷支撑科技”等技术产品的专业装备,为发光跑者提供更舒适、专业的跑步体验。报告期内,公司举办了10场“Halo run”发光跑活动并赞助了义乌国际马拉松,与跑步爱好者零距离沟通,倾听跑步爱好者对装备的反馈,及时为跑步爱好者提供最专业的运动装备。报告期内,公司在四川首次启动贵人鸟爱心公益活动,与虎扑体育联手,启动爱心里程捐赠、体育支教等系列活动,关注偏远地区留守儿童,希望将公益通过跑步的形态,把企业爱心带进大山。2015年贵人鸟“halorun”已经跑过了10座城市,今年的4月到12月这将继续在昆明、成都、武汉、沈阳、合肥等城市陆续开跑,新增的10公里赛道将为进军专业的跑者提供更好的线下跑步平台。通过上述举措,公司进一步塑造了贵人鸟品牌的运动属性。

报告期内,公司继续坚持“以零售为导向”的业务发展模式,从消费者需求出发细分产品专业定位,并持续投入提升品牌自主研发能力。加强零售终端运营,打造全新的运动空间概念、店铺规划及视觉陈列方案,提升消费者的购物体验。建立“伙伴顾问式”经销商管理模式,制定标准化服务流程,全程参与经销商渠道、零售、商品管理及培训工作,提升了终端店铺销售能力。报告期内,公司持续加大对门店调整力度,截至2015年12月31日,贵人鸟品牌营销网络已覆盖全国31个省、自治区及直辖市,零售终端数量达到4,465家,零售终端总面积348056.19平方米,其中按照城市分级划分,一线城市零售终端413家,二线城市零售终端841家,三线城市零售终端1654家,四线城市零售终端1557家;按照区域划分,华东1285家,西南933家,华中503家,华南437家,东北468家,华北534家,西北305家,2015年新开零售终端565家,关闭零售终端1126家。

报告期内,公司充分利用资本市场做大做强,2015年公司成功注册了8亿元的短期融资券并于10月发行4亿元短期融资券,进一步优化了公司财务结构;2015年11月,公司发布了非公开发行A股股票的预案,目前公司非公开发行股票项目申请已被中国证监会正式受理。

(二)报告期内主要经营情况

报告期内,公司实现营业收入196,902.20万元,同比增长2.57%,营业成本107,901.13万元,同比下降4.69%,实现净利润33,183.70万元,同比增长6.28%。

1、主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)
营业收入	1,969,022,044.41	1,919,650,412.10	2.57
营业成本	1,079,011,303.05	1,132,163,255.69	-4.69
销售费用	202,995,234.94	193,308,434.98	5.01
管理费用	150,185,351.68	144,987,526.59	3.59
财务费用	96,235,526.48	51,181,923.76	88.03
经营活动产生的现金流量净额	599,369,191.40	96,988,781.00	517.98
投资活动产生的现金流量净额	-556,478,260.53	-961,636,511.86	42.13
筹资活动产生的现金流量净额	215,379,946.62	1,064,514,047.67	-79.77
研发支出	36,484,281.78	31,148,321.89	17.13%

(1)收入和成本分析

报告期内,公司前五名销售客户情况

项目	客户名称	营业收入(元)	占全部营业收入比例(%)
1	云南赛宁时代体育用品有限公司	112,610,656.64	5.72
2	广州市天煜体育用品有限公司	109,134,268.40	5.54
3	杭州天致体育用品有限公司	106,250,610.86	5.40
4	四川省弘海体育用品有限公司	105,281,347.91	5.35
5	沈阳天运成体育用品有限公司	88,571,247.89	4.50
合计		521,848,131.70	26.50

主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
运动鞋服行业	1,968,309,381.24	1,078,991,919.39	45.18	2.59	-4.70	增加4.19个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
服装	836,896,496.00	445,983,958.82	46.71	-2.87	-11.24	增加5.02个百分点
鞋	1,104,319,921.56	615,025,299.62	44.31	7.34	0.58	增加3.74个百分点
配饰	27,092,963.68	17,982,660.96	33.63	-4.14	-1.32	减少1.89个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
华东	638,116,095.53	266,498,575.02	58.24	-1.89	-12.82	增加5.24个百分点
西南	357,671,874.93	224,877,240.93	37.13	9.36	8.13	增加0.71个百分点
华中	223,228,058.85	134,691,523.25	39.66	5.33	-0.36	增加3.45个百分点
华南	185,402,893.72	111,824,368.59	39.69	5.31	-4.6	增加6.27个百分点
东北	206,658,865.35	124,037,631.10	39.98	-8.25	-18.11	增加7.23个百分点
华北	284,127,874.45	172,517,625.91	39.28	3.37	-4.98	增加5.33个百分点
西北	73,103,718.41	44,544,954.59	39.07	37.59	34.64	增加1.33个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

无

产销量情况分析表

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减(%)	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
服装	10,251,025	11,160,790	657,357	-10.68	1.94	-0.32
鞋	11,472,616	12,334,081	1,669,006	-11.48	2.98	-0.32
配饰	2,078,725	2,059,603	230,343	-11.61	-5.72	-0.07

产销量情况说明

公司鞋产品为以自主生产为主,服装及配饰产品均为外包生产,报告期内公司产品具体情况如下:

单位:万双、万件

产品	产能	自主生产产量	外协加工产量	销售均价(元/双、元/件)	产销率(%)
服装	0	0	1025.10	74.99	108.87
鞋	1190.00	1061.31	85.95	89.53	107.51
配饰	0	0	207.87	13.15	99.08

成本分析表

单位:元

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
运动鞋服行业	营业成本	1,078,991,919.39	99.99	1,132,148,613.55	99.99	-4.70	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
服装	营业成本	445,983,958.82	41.33	502,436,090.15	44.38	-11.24	
鞋	营业成本	615,025,299.62	57.00	611,489,834.31	54.01	0.58	
配饰	营业成本	17,982,660.96	1.67	18,222,689.09	1.61	-1.32	

成本分析其他情况说明

报告期内,前五名鞋材供应商采购情况:

序号	供应商名称	采购额(元)	占年度鞋材采购总额比例(%)
1	晋江天翎鞋材有限公司	26,172,111.42	8.30
2	福建省晋江利轻商贸有限公司	25,386,189.66	8.05
3	福建万家鑫轻工发展有限公司	24,828,950.84	7.87
4	福建泰成鞋材有限公司	22,497,499.53	7.13
5	晋江东脱鞋材有限公司	17,964,530.67	5.70
合计		116,849,282.12	37.05

报告期内,前五名服装配饰供应商采购情况:

序号	供应商名称	采购额(元)	占年度服装配饰采购总额比例(%)
1	晋江市新辉服装织造有限公司	53,982,740.21	12.76
2	中山市广丰服饰有限公司	45,387,055.18	10.73
3	赣州市凯斯特体育用品有限公司	38,291,728.95	9.05
4	泉州市春辉体育用品有限公司	38,074,311.87	9.00
5	晋江市爱华钢服装织造有限公司	26,167,180.41	6.18
合计		201,903,016.62	47.72

报告期内,公司自产鞋类产品成本构成如下:

项目	本期金额	本期占自产鞋类成本比例(%)	上年同期金额	上期占自产鞋类成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)
直接材料成本	324,984,549.18	59.42	333,662,236.92	58.90	-2.60
直接人工成本	114,342,518.00	20.91	119,107,898.61	21.02	-4.00
加工费	20,644,830.14	3.77	14,082,916.83	2.49	46.59
制造费用	86,945,992.05	15.90	99,665,235.81	17.59	-12.76
合计	546,917,889.37	100	566,518,288.17	100	-3.46

公司的鞋类产品以自主生产为主,服装和配饰全部为外包生产。

(2)费用

单位:元

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	变动原因
销售费用	202,995,234.94	193,308,434.98	5.01	主要系公司广告费用及订货会务费有所提升
管理费用	150,185,351.68	144,987,526.59	3.59	主要系报告期内研发费用和员工薪酬福利增加所致
财务费用	96,235,526.48	51,181,923.76	88.03	主要系报告期公司发行公司债券导致利息费用所致

(3)研发投入

研发投入情况表

单位:元

本期费用化研发投入	36,484,281.78
本期资本化研发投入	0
研发投入合计	36,484,281.78
研发投入占营业收入比例(%)	1.85
公司研发人员的数量	303
研发人员数量占公司总人数的比例(%)	6.60
研发投入资本化的比重(%)	0

情况说明

报告期内,公司研发团队规模进一步扩大至303人,研发投入3,648.43万元,同比增加17.13%,公司强化产品的运动属性,专注跑步及其他运动功能产品,为跑者提供功能更多、质量更好的跑步产品,聘请国内外优秀设计师,运用“后跟减震科技”、“超轻科技”、“自由舒适科技”等前沿的科技,为跑步爱好者推出多款适合国人的跑步装备和智能运动产品。

(4)现金流

项目	本期数	上年同期	变动比例	变动原因
收到的税费返还	95,751.06	0	-	主要上期无税费返还情况
收到其他与经营活动有关的现金	81,200,898.01	144,381,260.31	-43.76%	主要系本期收到的经销商货款保证金减少
支付其他与经营活动有关的现金	237,849,007.00	401,317,038.94	-40.73%	主要系用于支付供应商货款的保证金减少所致
经营活动产生的现金流量净额	599,369,191.40	96,988,781.00	517.98%	主要系经营活动现金流出额减少所致,流出额减少系供应商货款保证金及支付的各项税费减少所致
收回投资收到的现金	400,000,000.00	0	-	本期收回上期用于购买理财的资金
取得投资收益收到的现金	1,854,246.56	0	-	本期收到上期的理财的利息
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0	95,000.00	-100%	主要上期转让房产所致
收到其他与投资活动有关的现金	836,833,118.95	0	-	因定期存款到期收回及利息收入,以及本期收到与资产相关的政府补助
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	81,677,547.54	161,731,511.86	-49.50%	主要系今年资产购置减少
投资支付的现金	714,748,078.50	400,000,000.00	78.69%	主要系报告期内公司参与设立泉翔投资,动域资本及香港子公司等体育产业投资增加所致
支付其他与投资活动有关的现金	998,740,000.00	400,000,000.00	149.69%	本期公司定期存款有所增加
投资活动产生的现金流量净额	-556,478,260.53	-961,636,511.86	42.13%	本期投资活动产生的现金流出及流入均有所增长,但本期因收回定期存款及银行理财本金及利息的金额较大,导致净额有所增加
吸收投资收到的现金	0	881,898,600.00	-100%	上期收到IPO募集资金所致
取得借款收到的现金	648,600,000.00	1,110,000,000.00	-41.57%	主要系报告期内借款减少所致