



2017 年度报告

公司简称：天创时尚 证券代码：603608

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 普华永道中天会计师事务所（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

以截止 2017 年 12 月 31 日公司股本总数 431,654,167 股为基数，向股权登记日登记在册的全体股东派发现金红利，每 10 股派发现金红利人民币 2.5 元（含税），合计派发现金红利为人民币 107,913,541.75（含税）。公司剩余未分配利润 263,132,087.46 元结转入下一年度。

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	天创时尚	603608	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	杨璐	王立凡
办公地址	广东省广州市南沙区东涌镇银沙大街 31号	广东省广州市南沙区东涌镇银沙大街31号
电话	020-39301538	020-39301538
电子信箱	topir@topscore.com.cn	topir@topscore.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

（一）主要业务及产品

作为时尚女鞋行业领先的多品牌全产业链运营商之一，公司致力于为消费者提供时尚、舒适的鞋履及配套产品和服务。公司旗下拥有六大女鞋品牌，包括五个女鞋自有品牌“KISSCAT”、“ZSAZSAZSU”、“tigrisso”、“KissKitty”和“KASMASE”，以及代理西班牙女鞋品牌“Patricia”；以

女鞋核心业务为基础，公司积极拓展时尚生活方式品牌与品类，包括外延推出多场景全品类男装自有品牌“型录”，代理意大利时尚创意品牌“O BAG”，并参投国际化设计师品牌 United Nude(UN)。通过不同消费定位、不同风格的多品牌组合矩阵，满足不同生活阅历和价值追求的消费者的差异化需求。报告期内，公司完成了对基于受众的互联网精准营销企业北京小子科技有限公司（以下简称“小子科技”）的收购，其互联网数字化营销技术将助力公司拓展精准营销并实现用户服务的数字化升级。

以消费者用户为中心，公司以好产品布局多品牌，以数字化驱动新零售，积极打造以用户为本的数字化时尚生态圈。

（二）经营模式

公司采用全产业链纵向一体化运营的经营模式，业务涉及品牌规划、产品设计、材料采购、生产制造、仓储物流、品牌营销、零售服务等产业链上各个环节。公司始终围绕全产业链上高附加值的两端：“做好产品”和“做好终端销售与服务”，中间环节压缩流程提高效率，通过一体化运营有效实现资源整合与协同优化。

1、研发模式：

在差异化的品牌定位、设计风格及目标客群特征下，公司旗下各品牌坚守原创设计并实行自主、独立的产品开发，研发过程分为商品企划与产品设计两个主要阶段。研发体系围绕数字化和健康时尚两大核心理念：根据不同品牌客层定位结合时尚流行趋势、新材料应用等资讯，同时聚焦人足形态结构，通过脚型测量不断提高匹配度与舒适度，并以 PLM 产品全生命周期管理系统实现数字化研发平台。

2、采购模式：

公司采购的类别主要包括面料、底料、里料、辅料等原材料，以及部分外采商品。公司采取“战略+按需”采购模式，通过加强与供应商的战略合作，有效控制采购成本与保证采购品质，保障各生产计划与排产按时按质开展。

3、生产模式：

公司以自主生产为主，辅以外协生产（包括：OEM 和 ODM 生产两类），报告期内自产比例达 59%。一体化供应链以对市场流行趋势、消费需求的综合分析判断作为计划前提，综合考虑市场规模、时尚潮流趋势、各城市群区域特征、季节变换等因素，通过一年四季的订货会对订单款式与数量进行确定。在自主生产方面生产中心根据订单需求科学排产、按需计划，合理布置作业流程，确保生产线上产品快速流动并提升生产效率，以多批次、小批量的柔性生产方式，灵活快

速地满足市场当季需求，并通过量产前试制预防、量产中关键工序重点防控，确保品质，以匠心精神打造优质产品；外协生产方面则生产中心在厂商甄选、生产过程管控、质量控制等关键流程进行跟踪管理。

4、营销模式：

围绕消费者为中心，公司通过“实体店铺与电子商务相结合”的全渠道营销模式全面提升品牌力和渠道力。以互联网技术，大数据应用为依托，公司通过搭建以 SAP Hana 为核心构建的业务财务一体化平台、和以阿里云及大数据新技术为支撑的全渠道交易平台及商品运营平台，实现了线上线下全网会员通、商品通、库存通、价格通、支付通等业务交易系统平台建设，提升全渠道零售运营效益。在构建立体的全渠道营销体系中，线下销售与线上销售在 2017 年占主营业务收入比重分别为：86.14%、13.86%，其中线下渠道品牌店铺截至 2017 年 12 月 31 日共计 1,927 家，包括直营 1,286 家，加盟 641 家，与去年末店铺相比，报告期内直营店新增店铺 20 家，加盟店铺净关店 52 家。

（三）行业情况说明

1、行业发展现状

消费需求、消费动力仍在：近年来，世界经济复苏乏力，国际金融市场跌宕起伏，而国内经济发展中结构性问题和深层次矛盾凸显，经济下行压力依然存在，调结构、稳增长成为新常态。根据国家统计局发布的 2017 年宏观经济数据，GDP 同比增长 6.9%；全国居民人均可支配收入（扣除价格因素）同比增长 9.0%；社会消费品零售总额同比增长 10.2%，其中服装、鞋帽、针纺织品类增长 7.8%，增速较去年均有所加快，呈现回升迹象。在商业零售渠道方面，根据中华全国商业信息中心的统计数据，2017 年全国百家重点大型零售企业零售额同比增长 2.8%；而在网上销售渠道方面，2017 年网上商品零售额 54,806 亿元，占社会消费品零售总额的比重为 15.0%，增长 28.0%，其中穿类商品增长 20.3%，可见线上消费已成为零售消费的另一重要渠道，且穿着类商品占一定比重。而在推进供给侧结构性改革过程中，经济结构已发生重大变化：消费贡献率由 54.9%提高到 58.8%，成为经济增长主动力。

数字化驱动产业升级：在促进经济结构优化调整，经济运行保持在合理区间并实现稳中向好的情况下，经济长期趋好的基本面在不断巩固和发展，短期内也给消费心理和消费预期奠定了基础和恢复了信心。国内经济增长稳定，人均收入水平和消费档次逐步提高，是促进消费的主要动力，也是国内女鞋市场尤其是其中高端女鞋商品虽增速放缓但市场空间仍持续的消费支撑点。而在总体经济由以往“扩规模”转向“重质量”的优化过程中，新兴消费快速兴起、消费需求不断细分、

传统消费提档升级，鞋履行业如单依靠增加产量、降低成本、保证质量等以生产为导向的粗放型扩张，已难以适应市场发展和竞争的需要，鞋履行业同样面临着产业升级与结构性调整的压力，并逐步向以消费者用户为中心、以互联网和数据及数字化技术赋能企业进行转型。

2、行业竞争格局

时尚女鞋行业为时尚产业中的细分行业，行内企业众多，市场竞争充分。按产品消费市场档次划分，可分为：奢侈品、高端市场、中高端市场与中低端市场。而在国内中高端市场中，品牌集中度相对较高，市场份额也多集中在拥有多品牌和完整产业链、及在早期借助线下渠道布局扩张的头部女鞋企业。然而随着年轻一代成长为消费主力，新兴丰富的购物业态与渠道如购物中心、城市综合体、电子商务平台等越来越收到消费者青睐和追捧，传统百货近年来受到冲击、渠道客流量面临衰减，对于尤其依赖于线下渠道的女鞋品牌企业不得不对终端渠道进行调整，近年来关店频频。同时，电子商务平台逐步成为消费渠道的另一主要力量，在电商平台上催生孵化的“淘品牌”、“网红品牌”等线上品牌借助流量快速进入市场，而传统线下品牌多以线上渠道作为主要清理尾货平台，线上推进或转型较慢导致线上渠道占比不高以及增长乏力。在行业增长趋缓的周期下，女鞋行业进入了洗牌调整期。

3、行业发展趋势

消费结构随着消费升级正处于深刻调整阶段，以消费新热点、消费新模式为主要内容的消费升级，将在时尚、品质、服务等消费领域促进相关产业和行业的发展。

（1）消费需求从“量”到“质”的转变

消费升级驱动下，消费需求不断细分，消费者对产品提出了越来越高的全方位消费需求，个性化、多样化消费渐成主流，特别是年轻一代更加追求个性化的时尚品牌商品和服务，传统消费品从粗放式规模增长，逐渐迎来向个性细分品类纵向渗透。消费者对产品需求不在于“多”、而在于“精”，唯有回归商业本质并始终以“消费者用户需求”为导向，洞察消费者心智，一方面做好品牌定位，提升产品力与品牌力，另一方面做好服务体验，超越消费者对品牌与产品的期望与需求，才能更好地面对消费升级带来的机遇和挑战。

（2）技术水平从“机械化”到“智能化”的转变

经过多年发展，技术创新成果层出不穷，工艺改善与工艺水平明显提升；而基于大量脚型研究与调研数据的数字化研发设计，以及为不同脚型的消费者有效改善鞋履穿着的舒适性也将是鞋履企业重点研究的内容，也将从源头解决鞋类商品标准化和提高鞋履舒适度。随着鞋类商品标准化程度、产品品质和生产效率明显的改善与提升，各种计算机辅助设备的应用，自动化生产设备

如机械手臂等智能制造的运用，使劳动密集型的鞋企向自动化、智能化方向转型升级。

(3) 消费场景从“传统零售”向“新零售”的转变

随着消费者对品牌和品质的追求日益增高，促使女鞋消费出现时尚化、健康化、场景化等升级需求；同时，依托互联网/移动互联网的创新与发展，大数据、云计算、人工智能等技术得以普及和应用，推动了消费从“传统零售”向“新零售”转变。过去单一的传统线下零售、或单纯的传统电商销售方式，已不能适应消费升级和科技发展带来的变化。而“新零售”与“传统零售”相比，呈现如下特点：零售渠道从单渠道到多渠道，再到全渠道协同；消费场景从单一化向多样化转变，消费者更注重消费过程的体验与感受；消费时间与空间也从固定转向多维度，突破及消除了固定时间、固定地点、固定方式的边界等。在前述特征下，新零售模式将推动各时尚消费行业与企业通过大数据、人工智能等互联网技术的运用，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，并对全渠道的服务与体验以及现代物流进行深度融合，完成企业数字化、智能化改造，进而重塑业态结构与生态圈。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2017年	2016年	本年比上年 增减(%)	2015年
总资产	2,832,817,253	1,822,187,109	55.46	1,408,161,061
营业收入	1,733,843,632	1,547,982,385	12.01	1,630,670,222
归属于上市公司股东的净利润	187,938,425	117,278,819	60.25	104,279,540
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	161,607,404	97,475,548	65.79	93,120,152
归属于上市公司股东的净资产	2,007,648,716	1,529,589,865	31.25	849,149,246
经营活动产生的现金流量净额	270,090,208	212,441,247	27.14	144,651,223
基本每股收益（元/股）	0.48	0.31	54.84	0.35
稀释每股收益（元/股）	0.48	0.31	54.84	0.35
加权平均净资产收益率（%）	12.00	8.41	增加3.59个百分点	12.91

3.2 报告期分季度的主要会计数据

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	368,009,959	445,838,750	391,020,823	528,974,100
归属于上市公司股东的净利润	33,257,199	67,397,695	38,841,561	48,441,970
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	32,615,369	57,625,100	30,220,298	41,146,637
经营活动产生的现金流量净额	71,434,007	106,168,126	18,274,668	74,213,407

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 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）					29,163		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					24,672		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
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）					0		
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	
高创有限公司	27,080,256	94,780,896	21.96	94,780,896	无	0	境外 法人
广州番禺禾天投资 咨询合伙企业（普通 合伙）	25,380,180	88,830,630	20.58	88,830,630	质 押	27,504,100	境内 非国 有法 人
广州番禺尚见投资 咨询合伙企业（普通 合伙）	14,975,688	52,414,908	12.14	52,414,908	质 押	26,568,300	境内 非国 有法 人
李怀状	19,162,830	19,162,830	4.44	19,162,830	无	0	境内 自然 人
广州创源投资有限 公司	4,497,276	15,740,466	3.65	15,740,466	无	0	境内 非国 有法 人
沈阳善靓商贸有限 公司	3,666,600	12,833,100	2.97	12,833,100	质 押	5,790,000	境内 非国 有法

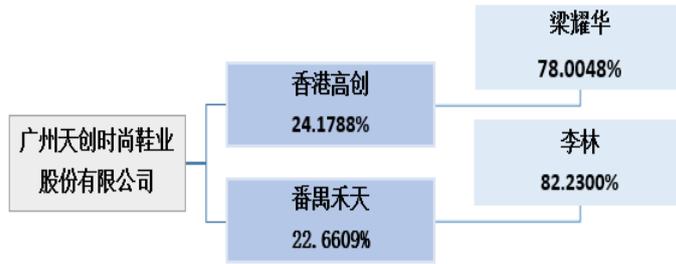
							人
北京和谐成长投资中心（有限合伙）	-1,719,200	12,560,800	2.91	0	无	0	境内非国有法人
刘晶	8,099,726	8,099,726	1.88	8,099,726	无	0	境内自然人
李林	7,400,317	7,400,317	1.71	0	无	0	境内自然人
林丽仙	6,321,740	6,321,740	1.46	6,321,740	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>梁耀华和李林为公司的实际控制人，其二人与受梁耀华控制的香港高创及受李林控制的番禺禾天于2011年12月7日签订了《一致行动协议》，梁耀华和李林确认自天创有限设立以来至协议签订日，一致同比例间接持有天创有限的股权，且双方一直担任天创有限的董事长与副董事长，双方无论在香港高创层面还是在天创有限董事会层面均采取和保持一致行动；自协议签订日起，梁耀华、李林、香港高创、番禺禾天一致同意在发行人的董事会和股东大会就任何事项进行表决时及股权转让和锁定方面采取一致行动。协议有效期自协议签署生效之日起5年，有效期届满，如各方无变更或终止提议，本协议自动续期5年，依此类推。番禺禾天的控股股东李林系番禺禾天及广州创源股东倪兼明的姐夫。</p> <p>除此之外，公司未知其他流通股股东之间、限售股股东之间、限售股股东与流通股股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。</p>						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

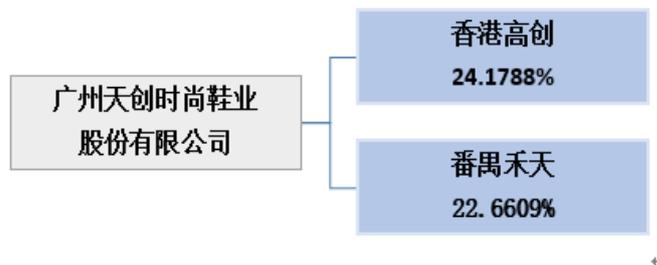
√适用 □不适用

公司不存在控股股东，由香港高创和番禺禾天两大股东共同控制。

报告期初：



报告期末：



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用

报告期初：



报告期末：



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期内公司通过布局上述重点工作，聚焦以匠心精神打造优质产品，以用户思维不断提升服务体验，在产品与用户关联的环节通过组织变革缩短流程提升组织效能与效率，以 IT 平台新技术为依托实现全产业链数字化运营平台，有效地提高商品运营能力、消费者运营效率。2017 年公司通过自有、代理的八个不同定位的鞋履、服饰品牌实现营业收入 17.34 亿元，较去年同期相比增长 12%；通过产品集成研发管理、商品生命周期管理、和协同供应链管理等一系列措施有效提升商品周转速度，加强产品运营管理，实现综合毛利率 57.78%，较去年同期增长 0.59 个百分点；通过三级精简层级调整组织架构与业务流程，提高组织效能，实现归属于母公司的净利润约 1.88 亿元，同比增长 60.25%，扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润 1.62 亿元，同比增长 65.79%。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

2017 年 4 月 28 日，财政部颁布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，要求自 2017 年 5 月 28 日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行。对于准则施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，采用未来适用法处理。

2017 年 5 月 10 日，财政部对《企业会计准则第 16 号——政府补助》进行了修订，要求自 2017 年 6 月 12 日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，并要求对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至准则施行日之间新增的政府补助根据修订后准则进行调整。

财政部于 2017 年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于 2017 年度及以后期间的财务报表。

会计政策变更对公司财务状况、经营成果和现金流量无重大影响，不涉及以前年度的追溯调整。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

本期纳入合并财务报表的所有子公司情况请见本附注九、在其他主体中的权益。于 2017 年度新纳入合并范围的子公司为天津型录智能科技、北京意奇、小子科技、云享时空、云趣科技、江西小子科技、霍尔果斯普力和大筱姐，详见本附注八、合并范围的变更。