

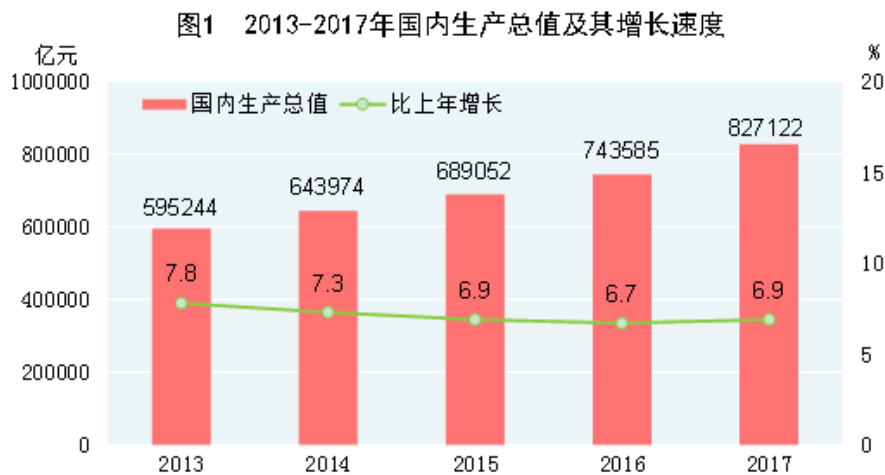
宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

2017 年度董事会工作报告

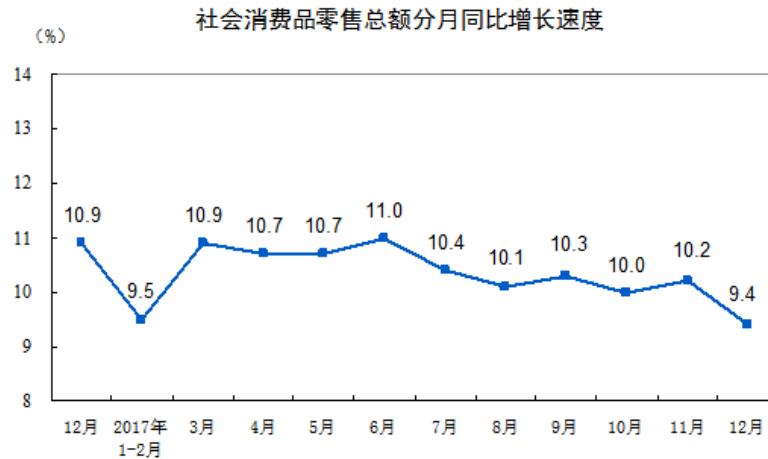
一、2017 年回顾

(一) 2017 年宏观与行业情况

2017 年国民经济稳中向好、好于预期，居民消费价格涨势温和。国家统计局数据显示，2017 年度 GDP 增速为 6.9%，同比增长 0.2 个百分点；CPI 上涨 1.6%，涨幅较上年回落 0.4 个百分点。



2017 年服装行业消费需求开始回暖。国家统计局数据显示，2017 年全年社会消费品零售总额超 36.62 万亿元，同比增长 10.2%；其中，服装鞋帽、针纺织品类零售总额超 1.45 万亿元，同比增长 7.8%；全国居民人均衣着消费支出 1,238 元，同比增长 2.9%，占人均消费支出的比重为 6.8%。中华全国商业信息中心的统计数据显示，全国百家重点大型零售企业零售额增速呈现回升态势，2017 年总额比上年增长 2.8%。



得益于区域结构优化、网络零售市场业态多元化、消费品质化趋势显现等因素，网络零售继续保持规模快速增长的态势，对消费的拉动作用进一步增强。2017年全年，全国网上零售额超 7.17 万亿元，同比增长 32.2%，增幅在连续两年下降后迎来反弹（2016 年为 26%）。其中，实物商品网上零售额 5.48 万亿元，同比增长 28.0%，占社会消费品零售总额的比重为 15.0%；在实物商品网上零售额中，穿类商品同比增长 20.3%，低于吃类（28.6%）与用类商品（30.8%）增速。

随着线上线下一体化的新零售发展大势推动，我国服装零售业以数据为驱动的新零售格局已经开启，增长质量不断提升。相比于传统零售下的人货场相对独立的运营，新零售时代下的零售商几乎均以用户数据为基础，依托科技和数据连接消费者、场景、商品，来实现三者高效协同发展，最终提升零售竞争力。

（二）2017 年公司经营回顾

2017 年，服装行业呈现弱复苏格局，行业需求有所回暖，但消费结构转型升级仍在继续，市场竞争较为激烈。在上述行业背景下，公司管理团队和全体伙伴们通过不懈努力，持续推动公司主营业务稳健发展，公司经营业绩明显提升，发展基础不断夯实。

报告期内，公司实现营业收入 714,165.34 万元，同比增长 12.99%；2017 年归属于母公司所有者的净利润为 45,625.41 万元，较去年增长 6.72%。公司净利润增长主要是男装、童装销售表现良好，女装、乐町品牌调整到位，电商销售表现优异，库存结构优化，从而使下半年公司业绩情况改善见好。截止 2017 年 12 月 31 日，公司总资产 617,427.50 万元，较年初增长 30.67%，归属于母公司所有者权益为 331,754.60 万元，较年初增长 66.15%。公司总资产、归属于母公司所有者权益同比增长主要系报告期内公司首发募集资金到位。

2017 年分季度主要财务数据：

单位：万元 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	151,444.95	130,025.95	149,808.99	282,885.45
归属于上市公司股东的净利润	5,860.96	3,539.90	7,597.45	28,627.11
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益后的净利润	4,494.93	-3,622.24	6,924.40	27,243.10
经营活动产生的现金流量净额	-1,695.71	-13,851.98	-10,580.73	88,851.47

报告期内，公司经营发展主要成果如下：

1、多品牌协同发展，零售总额破百亿

公司在继续巩固男装、女装核心品牌市场地位的同时，持续加大 Mini Peace、乐町、MG 等新兴、培育品牌的调整、培育力度，实现多品牌协同发展。公司 2017 全年实现零售总额 104.63 亿元，同比增长 5.74%。其中，核心品牌稳健增长，PEACEBIRD 女装零售总额 39.4 亿元，同比增长 3.85%；PEACEBIRD 男装零售总额 37.38 亿元，同比增长 5.56%；两者合计占总零售额比例为 73.38%。新兴品牌可持续发展能力不断增强，乐町完成了联营转加盟的运营模式调整，为未来的发展夯实了基础；Mini Peace 童装实现零售额 10.42 亿元，同比增长 29.31%。培育品牌发展势头强劲，MATERIAL GIRL 女装实现零售额 2.51 亿元，同比增长 59.38%。

2、持续优化线下渠道结构，推进联营模式转换

在消费升级的趋势之下，集合各类品牌购物与吃喝玩乐一体的购物中心逐渐取代街店、百货成为年轻人钟爱的线下消费场所。公司在报告期内继续根据线下渠道零售数据，对综合效益低的门店进行调整、转换、关闭，并顺利完成联营门店向直营、加盟门店转换工作；整合资源对优质店铺进行培育，和印力、银泰、万达、百盛开展渠道上战略合作；通过对重点城市核心商圈的考察，推进精准拓店。截至 2017 年末，公司的购物中心门店已有 1,386 家，同比增长 14.93%；2017 全年购物中心门店的零售额 28.68 亿元，同比增长 16.16%。

3、积极发展电商渠道，推进线上线下全渠道融合

报告期内，公司积极发展电商业务，合理调整电商新品、特供款比例，带动老品销售，优化库存结构。2017 全年实现线上零售净额 21.66 亿元（剔除退货），较去年同期 15.97 亿元同比增长 35.6%。2017 年“双十一”当日，全品牌实现零

售额近 8.08 亿元，累计订单量 170 万，总件数突破 270 万，零售额较去年“双十一”同比增长 31.4%。其中，太平鸟男装单日销售额突破 3.28 亿，居男装品类第四名；太平鸟女装单日销售额突破 2.08 亿，居女装品类第六名；乐町单日销售额突破 1.63 亿，居女装品类第八名；Mini Peace 单日销售额突破 0.72 亿，居童装品类第七位；Material Girl 单日销售量突破 0.37 亿。

公司持续推进线上线下全渠道融合，与天猫在新零售方面持续进行探索合作，在原先 O2O 项目基础上，扩大了品牌线下门店与线上零售的互动，通过商品、支付等维度打通，支持门店扫码购、门店自提等新业务；公司信息中心不断完善“云仓”系统，目前已经覆盖全国 23 个省的全部自营门店及部分加盟店，2017 年全年实现成交量 46.4 万件，同比增长 84.51%，成交额 2.07 亿元，同比增长 73.23%。

4、创新营销拥抱新生代，提升品牌粘度与会员贡献

公司通过在重点市场的大型活动，保持品牌的曝光度，提升品牌形象，积累粉丝与潜在消费者。报告期内，女装、男装分别在北京、上海举办了“LIVE ON STAGE”、“Work in Progress”两场主题大秀，展示了品牌的时尚、年轻姿态；在武汉楚河汉街打造了一家地标型的品牌集合店，凭借公司自媒体宣传秀、时尚达人穿搭直播、电音秀等年轻人喜爱的消费体验模式助力零售端；与天猫达成战略合作，组成 PT 铂金组合协同营销爆发新能量；推出“不便利店”、“快闪店”等活动，开启线上线下结合的新零售模式；继续推动品牌跨界（PEACEBIRD WOMEN×PEPSI，PEACEBIRD MEN×SNOOPY，乐町×MARK，MINI PEACE×小黄人，MATERIAL GIRL×茵宝等），通过合作实现共赢，创新营销吸引粉丝经济；推出设计师合作款（芬兰设计师 JUSLIN-MAUNUL、日本关根正悟等）、推送新生代偶像明星（迪丽热巴、古力娜扎、王子文、李沁等）、网红等爆款带货。

报告期内，公司会员数量快速增长，零售额持续提升。截至 2017 年末，公司全品牌有效会员总数超 1,406 万，同比增长 38.15%；会员贡献零售额 39.58 亿元，同比增长 35.9%；占总零售额比例 37.81%，同比提升 7.44 个百分点。其中，活跃有效会员数超 124 万，同比增长 30.95%；贡献零售额 24.49 亿元，同比增长 36.22%；占总零售额比例 23.39%，同比提升 4.67 个百分点。2017 年末，公司全品牌天猫旗舰店的粉丝数量突破 2,200 万，同比增长 42%。

5、职能中心专业赋能，可持续发展能力进一步增强

报告期内，公司持续推动职能中心专业赋能工作，公司商品中心、物流中心、信息中心等职能部门对公司发展的支撑作用不断增强，有效提升了公司的运行效率。

公司商品中心基于完善的渠道与全面的数据基础，通过 TOC 系统进一步整合公司数据分析、生产快反、仓储物流、终端零售能力，进而实现畅销款产品的深度销售和平销款库存优化。2017 年秋冬季公司率先在男装推行 TOC。从实施效果上看，当季男装售罄率和折扣率均有明显改善，带动了销售业务的健康增长。

公司物流中心与信息中心协力打造智能仓储管理系统，提升公司集中仓储、产品调配能力，为 O2O、TOC 项目推进夯实基础。目前，公司物流中心日常可实现单日进仓 25 万件、出库 20 万件、退货 5 万单件的高效流转；2017 年“双十一”当日，实现首单 18 分钟出库，单小时最大单量超过 2 万单，单日最大单量达 30 万单。

6、建立长效激励机制，助力业绩目标达成

公司重视人才团队的培养与激励，不断建立、健全公司长效激励机制。报告期内，公司完成了股权激励计划，授予公司中层管理人员、核心业务人员等 319 人共计 593.24 万股限制性股票。通过股权激励计划，管理团队、核心技术人员的工作积极性明显提升，共同目标进一步明确，股东、公司和管理团队的利益紧密结合，推动了公司的长期、可持续发展。

7、打造时尚活力企业文化，开展公益回馈社会

公司重视企业文化建设，拥有太平鸟商学院、人才培养组、青鸟巢、爱心鸟窝等组织与平台，持续开展人才培养，改善工作环境，丰富员工活动，践行公益责任。报告期内，公司积极开展专业技能、企业文化、领导力等方面的培训，组织了徒步军训、青鸟巢相亲、瑜伽公益秀、足球篮球联赛、趣味运动会等比赛，扩建了员工食堂、休闲娱乐区，持续改善外围员工办公环境质量。公司爱心鸟窝多次组织员工（自发志愿者）积极参与衣物捐赠、环保公益运动、关爱自闭儿童活动、助学支教等活动回馈社会，全年向云南省佤族自治县学校自发捐赠衣物、文具等价值 80 多万元。凭借品牌美誉度和积极承担社会责任的良好口碑，公司与鸟人志愿者也继去年荣获“2016 年度公益践行”和“2016 年度责任品牌”两项大奖后，今年在中国公益节上再获“公益项目奖”、“公益集体奖”殊荣。

（三）报告期董事会日常工作情况回顾

1、董事会会议召开及执行情况

报告期内，公司董事会共召开了九次会议，审议通过议案 51 项。具体情况详见下表：

会议简况	审议通过议案情况
二届六次董事会 2017 年 2 月 20 日 现场与通讯相结合	<ol style="list-style-type: none"> 1、《关于募投项目增加实施主体及延长实施期限的议案》 2、《关于使用募集资金置换预先已投入募投项目自筹资金的议案》 3、《关于变更公司性质与注册资本并修改公司章程的议案》 4、《关于修订〈公司信息披露管理制度〉的议案》 5、《关于修订〈公司投资者关系管理制度〉的议案》 6、《关于制定〈公司内幕信息知情人登记管理制度〉的议案》 7、《关于召开 2017 年第一次临时股东大会的议案》
二届七次董事会 2017 年 4 月 14 日 现场与通讯相结合	<ol style="list-style-type: none"> 1、 2016 年度总经理工作报告 2、 2016 年度董事会工作报告 3、 2016 年度财务决算报告 4、 2017 年度财务预算报告 5、 2016 年年度报告全文及摘要 6、 关于公司 2016 年度利润分配的预案 7、 关于续聘公司 2017 年度审计机构的议案 8、 关于部分已置换募集资金继续投入募投项目的议案 9、 关于公司申请 2017 年度银行综合授信额度的议案 10、 关于 2017 年度公司提供融资担保额度的议案 11、 关于 2017 年度日常关联交易预计的议案 12、 关于使用闲置募集资金与自有资金进行现金管理的议案 13、 关于制定《公司未来三年股东回报规划（2017 年-2019 年）》的议案 14、 关于授权公司董事长办理 2017 年度分支机构相关事宜的议案 15、 关于增补公司董事的议案 16、 关于聘任公司高级管理人员的议案 17、 关于确认董事、高级管理人员 2016 年度考评及薪酬的议案 18、 关于修订《董事、监事和高级管理人员薪酬与考核管理制度》的议案 19、 关于修订《关联交易管理制度》的议案 20、 关于修订《董事会议事规则》的议案 21、 关于修订《独立董事工作制度》的议案 22、 关于制定《投资理财管理制度》的议案 23、 关于制定《独立董事年报工作制度》的议案 24、 关于制定《董事会审计委员会年报工作规程》的议案 25、 关于制定《年报信息披露重大差错责任追究制度》的议案 26、 关于召开 2016 年度股东大会的议案
二届八次董事会 2017 年 4 月 26 日 现场与通讯相结合	<ol style="list-style-type: none"> 1、《公司 2017 年一季度报告全文及正文》
二届九次董事会	<ol style="list-style-type: none"> 1、《关于高级管理人员职务变动的议案》

2017年5月8日 现场与通讯相结合	
二届十次董事会 2017年7月4日 现场与通讯相结合	1、《〈宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司2017年限制性股票激励计划（草案）〉及其摘要》 2、《宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司2017年限制性股票激励计划实施考核管理办法》 3、《关于提请股东大会授权董事会办理公司2017年限制性股票激励计划有关事宜的议案》 4、《关于召开2017年第二次临时股东大会的议案》
二届十一次董事会 2017年7月24日 现场与通讯相结合	1、《关于向激励对象授予限制性股票的议案》
二届十二次董事会 2017年8月28日 现场与通讯相结合	1、《2017年半年度报告全文及摘要》 2、《关于全资子公司出售资产暨关联交易的议案》 3、《关于购买朝里中心商铺及办公楼暨关联交易的议案》 4、《关于公司会计政策变更的议案》 5、《关于公司〈2017年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告〉的议案》 6、《关于召开2017年第三次临时股东大会的议案》
二届十三次董事会 2017年9月25日 现场与通讯相结合	1、《关于增加公司注册资本并修改公司章程的议案》
二届十四次董事会 2017年10月30日 现场与通讯相结合	1、《2017年第三季度报告全文及正文》 2、《关于对募投项目实施方式作部分调整及延长实施期限的议案》 3、《关于调增闲置募集资金与自有资金现金管理额度的议案》 4、《关于召开2017年第四次临时股东大会的议案》

2、董事会对股东大会决议的执行情况

2017年公司共召开1次年度股东大会与4次临时股东大会，公司董事会根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规和《公司章程》的要求，严格按照股东大会的决议和授权，认真执行公司股东大会通过的各项决议。具体情况详见下表：

会议简况	审议通过议案	决议执行情况
2017年第一次临时股东大会 2017年3月8日	1、关于募投项目增加实施主体及延长实施期限的议案 2、关于使用募集资金置换预先已投入募投项目自筹资金的议案 3、关于变更公司性质与注册资本并修改公司章程的议案	均已有效执行
2016年度股东大会 2017年5月8日	1、2016年度董事会工作报告 2、2016年度监事会工作报告 3、2016年度财务决算报告 4、2017年度财务预算报告 5、关于公司2016年度报告及摘要 6、关于公司2016年度利润分配方案的议案 7、关于续聘公司2017年度审计机构的议案 8、关于公司申请2017年度银行综合授信额度的议案 9、关于2017年度公司提供融资担保额度的议案 10、关于2017年度日常关联交易预计的议案 11、关于确认董事、高级管理人员2016年度考评及薪酬的议案 12、关于制定〈公司未来三年股东回报规划（2017年-2019年）〉的议案	

	13、关于增补公司董事的议案 14、关于修订《董事、监事和高级管理人员薪酬与考核管理制度》的议案 15、关于修订《关联交易管理制度》的议案 16、关于修订《董事会议事规则》的议案 17、关于修订《独立董事工作制度》的议案	
2017年第二次临时股东大会 2017年7月21日	1、公司2017年限制性股票激励计划（草案）及其摘要 2、公司2017年限制性股票激励计划实施考核管理办法 3、关于提请股东大会授权董事会办理股权激励相关事宜的议案	
2017年第三次临时股东大会 2017年9月13日	1、关于购买朝里中心商铺及办公楼暨关联交易的议案	
2017年第四次临时股东大会 2017年11月15日	1、关于对募投项目实施方式作部分调整及延长实施期限的议案 2、关于调增闲置募集资金与自有资金现金管理额度的议案	

3、董事会下设各委员会履职情况

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。报告期内，各委员会依据各自工作细则规定的职权范围运作，并就专业性事项进行研究，提出意见及建议，供董事会决策参考。

4、独立董事履职情况

公司的三名独立董事根据《公司法》、《证券法》及《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》的有关规定，认真履行独立董事的职责，勤勉尽责，按时参加股东大会、董事会，参与公司重大事项的决策。报告期内，独立董事对历次董事会会议审议的议案以及公司其它事项均未提出异议。

二、2018年展望

（一）行业趋势、机遇与挑战

近年来，中国经济平稳健康发展，国内社会零售总额继续保持双位数增长，居民可支配收入逐年提升，消费和产业升级持续推进，为行业的发展提供了坚实的基础；但同时行业整体增速放缓，顾客需求瞬息万变，新技术新渠道不断涌现，也给行业公司带来了全新的挑战。

1、消费升级带动品牌升级

随着消费升级的不断深入，消费者特别是新生代消费者越来越不满足于服装产品的基本功能，而是希望获得更为丰富、个性化的选择和更为优质的产品。在此背景下，服装行业企业不断丰富品牌矩阵和产品线，提升产品颜值和功能，优

化顾客购物体验；品牌跨界合作日益频繁，潮牌广受追捧，升级版和高性价比网红品牌不断涌现并快速发展，市场空前活跃。

2、运动时尚、童装等细分行业成为新兴热点

中国消费者越来越追求健康的生活方式，开始积极投身于体育健身，购买运动产品和服饰，运动成为一种既健康又时尚的生活方式。得益于此，运动类和运动时尚服饰产品市场高速增长。“全面二胎”政策的落地则加速了国内童装市场的发展。根据世界服装鞋帽网统计数据显示，2017 年我国童装市场规模已经突破 1500 亿元。目前无论奢侈品品牌，快时尚品牌、运动品牌都在加紧布局发力童装市场，童装已经成为服装行业的新兴热点。

3、新零售创新和转型

随着互联网巨头的积极推动和消费的不断升级，线上线下相融合的趋势已经十分明显，传统服装企业的线上线下相分离的经营模式已经难以满足顾客的需求。在此背景下，越来越多的服装企业开始积极探索新零售，进行以顾客为中心的数字化转型，创建以顾客需求为导向的需求链经营模式：利用大数据和人工智能动态分析和预测顾客需求，快速测试，不断迭代，更快更精准地满足顾客的需求；通过 TOC、精益生产等创新，整合优化供应链反应速度和效率，实现商品精准、高速、敏捷流转；不断加强智慧门店建设，应用互联网技术和智能设备，对门店客流实现数字化，重新构建门店和消费者的连接，创建零售新场景。

（二）发展战略

公司将坚持以“让每个人尽享时尚的乐趣”为使命，努力打造成为中国领先的时尚品牌零售公司，实现卓越时尚品牌零售公司的愿景。

战略方向：公司各品牌成为新生代时尚消费者的首选品牌。公司将聚焦提升各品牌的商品力和渠道力，通过智能商品管理拉动供应链成长，不断提升对市场的快速反应与对消费者需求支持能力；积极发展新零售渠道，提升品牌形象，把握消费需求，实现精准营销，将现有品牌做精做强，实现商品力与渠道力的完美融合。

（三）经营目标与计划

围绕公司战略目标与经营策略，公司董事会拟定 2018 年经营目标：实现营业收入 84 亿元，实现净利润 6.5 亿元（上述净利润指不考虑股权激励成本影响

的净利润)。该经营目标存在不确定性，公司将根据宏观环境，市场趋势等进行必要的调整。

根据上述经营目标，同时结合外部环境与内部经营情况，公司董事会确定2018年工作重点如下：

1、持续推进商品力与渠道力的提升

通过大数据支持，联动商品线，精确匹配消费者需求，提升商品力；并协同零售终端、供应链等部门，大力推进智能商品管理和 TOC 项目，用少批量、多批次的方式优化产品结构，降低库存压力。

把握电商高速发展期，优先发展线上渠道；整合研发、商企、生产、营运等职能，稳步拓展线下渠道，提高品牌市场占有率。2018 年度计划净拓店 600 家左右。

2、不断扩大品牌影响力，完善太平鸟品牌生态圈

通过零售终端提升体验度，继续开展后台顾客口碑、品牌口碑的建设工作，持续提升品牌影响力与价值；进一步加大太平鸟品牌的覆盖范围，通过设立与服饰品牌风格统一的家居产品线，培育太平鸟巢时尚家居、法式童装 PeTiT AvRiL、町家居、女装内衣产品线等多种方式，提升太平鸟品牌的亲和力和客户体验，增强客户黏性，持续完善公司品牌的生态圈。

3、持续规范公司管理，提升治理、内控水平

严格遵守上市公司法律法规要求，不断完善公司治理和内部控制，强化对募集资金使用、关联交易、担保等事项的内部管理，确保必要的审批程序有效执行；积极组织公司董事、监事、高级管理人员及相关人员进一步加强法律法规及业务学习，增强规范运作意识，提升公司治理水平，切实维护公司全体股东合法权益；进一步建设、完善与公司自身相适应的内控体系，将内部控制与制度建设、管理需求充分结合，建立以审计、内控、法务等职能部门为主体的风控中心，打造专业化内部控制管理团队，确保公司持续、健康、稳定发展。

4、强化人才梯队建设，建立长效激励机制

公司将强化人才梯队建设和培养，同时建立人才长效激励机制。未来公司将根据公司发展规划，每年根据实际情况择机推出合适的激励计划。有效吸引和留住优秀人才，充分调动公司经营管理团队的积极性，有效地将股东利益、公司利

益和核心团队个人利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展，促进企业良性发展。

各位尊敬的董事，时代赋予太平鸟使命。2018 年，公司当肩负“大时尚，大时代”潮流旗帜，坚定经营方向与目标，秉持“让每个人尽享时尚乐趣”的使命与成为“卓越的时尚品牌零售公司”愿景，不断提升公司的经营管理效率、整体竞争力和盈利能力，促进公司持续健康发展，保证全体股东与公司的共同利益。2018，梦想很大，做得更大！