**起步股份有限公司**

**投资者见面会会议纪要**

**一、会议基本情况**

会议时间：2017年9月25日

会议地址：浙江省青田县油竹新区侨乡工业园区赤岩3号公司8楼会议室

主持人：董事会秘书吴剑军先生

参会人员：董事长章利民先生、董事会秘书吴剑军先生、财务总监邹习军先生等

出席会议的投资者、中介机构、媒体等：光大证券股份有限公司罗晓婷女士、国泰君安股份有限公司于健先生、财通证券有限责任公司杨冰先生、海通证券股份有限公司马榕女士、天风证券股份有限公司周晶晶女士、东方证券股份有限公司王树娟女士、天弘基金管理有限公司袁东先生、狮华公关顾问（上海）有限公司狄景昊先生、狮华公关顾问（上海）有限公司赵雪女士、中国证券报高晓娟女士、证券时报李欣女士。

**二、会议主要内容纪要**

（一）公司董事会秘书吴剑军先生宣布公司投资者见面会开始，并介绍出席会议的人员情况和公司基本情况。

（二）问答环节，就现场人员提问作答复，主要内容整理如下：

**1、公司的渠道数量是多少？介绍一下公司的渠道结构和未来渠道规划是什么？**

截至2016年12月31日，公司有2278家终端网点。目前，公司购物中心店与街铺店分别各占50%左右。未来公司线下：结合现阶段商圈及消费者消费的特点，以综合体、购物中心为主。线上：进一步拓宽线上合作平台，稳步推进线上线下一体化融合。

**2、公司商品企业周期是多少？**

公司提前9个月商品企划，提前6个月订货会

**3、介绍一下经销商退换货政策？**

公司实行买断式，非质量问题不予以退换货。

**4、介绍一下公司门店上新频率？**

根据南北差异以及大小季的不同，每季产品分3-5上市波段，未来将进一步提高上市频率。

**5、公司的配货/补货情况如何？**

公司正大力推行快返业务，满足市场及消费者多变的需求。

6、**公司线上和线下存货、仓储物流等是否有打通？**

目前线上线下两盘货，公司目前也正在推进线上线下全渠道的建设。

**7、最近几年童装行业景气度比较高，公司2013—2015年也经历了一波快速增长，16年至今公司的业绩增速有所放缓，这个现象发生的原因主要有哪些？**

前几年业务规模相对较小，所以增长比例相对较大，未来公司业绩会稳步增长。

**8、公司过去几年的利润增速一直快于收入增速，主要是毛利率提高幅度比较大，背后的原因有哪些，未来对于毛利率怎么判断，是否仍有提升空间？公司毛利率和同行业其他公司相比不算太高，原因是什么？**

公司毛利率水平逐步上升主要是由于随着自身品牌影响力的提升，公司提高了对经销商的平均销售价格，由于产品的平均成本变动不大，从而导致产品毛利率逐年提高。未来随着公司直营比例的加大，公司毛利率水平将会有一定的提升空间。

**9、营运能力方面，公司的存货和应收款周转率近年来有所下降，当然整个童装行业也有同样的趋势，这种趋势主要是因为什么，公司对于未来存货和应收账款的管理有什么规划？公司给予经销商的账期情况。**

公司给予六个月应收帐期，年度应收帐款控制在一个季，应收帐款帐龄都在1年内。2014年-2016年，公司应收账款周转率分别为5.16次/年、4.31次/年、3.58次/年应收账款周转率有所下降，但公司应收账款规模总体上趋于平稳。

在存货管理方面，少批量、多批次入库模式、细分波段上市、快返等经营模式的稳步推进。2014年-2016年，公司存货周转率分别为3.70次/年、4.63次/年、6.49次/年，存货管理效率逐步提高，未来还将进一步提升。

**10、现在市场上有专业做童装的品牌，也有休闲、运动品牌外延做童装业务的，公司认为这两种各自有什么优势？国际运动、休闲品牌切入童装市场对公司的影响？**

专业做童鞋、童装的品牌，其研发、销售、品牌等团队更了解儿童产品的特性及需求，从儿童产品设计及品牌推广上更具专业性；成人品牌外延做童装童鞋业务，在于其自身依靠成人品牌的知名度及资金实力，比较容易快速打开市场。

**11、未来中国童装市场的竞争格局会怎么样，能不能出现几家独大的高集中度市场，现在阻碍集中度提高的主要因素有哪些呢？**

行业格局逐渐变得立体丰满；多品牌、集团化发展趋势；产业集群转型，科学发展。

**12、主营业务童鞋和童装是否有不同的战略安排呢？这两个细分市场有何差异？**

在为消费者提供更加便利的消费体验的理念指导下，公司以“童装促进童鞋消费，童鞋带动童装增长”的经营战略。一方面，童鞋产品是公司的传统优势产品，消费者对ABC KIDS形成了较高的品牌忠诚度；另一方面，近年来公司童装产品的日益齐全也为消费者实现童装童鞋的一站式采购提供了更加丰富的选择基础。童装产品也在童鞋产品的带动下实现了快速增长。

**13、公司以后发展方向大概是什么样？多品牌？外延并购？**

品牌多元化及外延并购都是公司考虑的发展方向。

**14、公司外协生产占比多少？未来会自己做吗？**

2017年上半年自主生产35%左右，外协生产64%左右，未来根据自身的产能及订单情况，合理安排外购和自制情况。

**15、公司童鞋的种类也是以运动鞋为主，相比较于一些运动品牌的童鞋线，公司的主要竞争优势体现在哪些部分？**

公司多年专注于儿童运动鞋的研发设计，在结合儿童成长功能性的需求、穿着的舒适度、材料的应用、款式及色彩搭配等方面积累了丰富的经验。

**16、公司目前电商收入占比不是太高，那未来有没有更多的向电商渠道布局的想法和计划？**

未来将进一步拓宽电商销售渠道，同时推进线上线下产品的整合，促进全渠OTO平台的项目建设。

**17、公司童鞋相对其他竞争对手（361度kids、安踏kids等）价格稍低，除了定位中端市场之外，还有什么其他原因吗？未来有提价的打算吗？**

ABC KIDS定位于中端大众消费品，做高性价比的儿童用品。目前没有提价的打算。

**18、公司的童鞋在行业内地位较高，16年市占率是第二。公司现主要收入也是在童鞋这个品类，占比在56%左右，那未来公司会提升童装的占比吗？还是说童鞋的占比会继续扩大？**

公司以童鞋为核心竞争优势，未来将加强巩固童鞋的市场领先地位；未来的业务发展中，童装与童鞋业务结构继续保持40%和60%左右。

**19、公司经销店的单店收入16年出现小幅下滑，原因是什么？那未来在提高单店收入上面会有哪些举措？**

公司单店近些年整体平稳，并未下滑。未来加强对经销商门店的零售运营培训及服务，以提升单店店效。

**20、公司提到说对供应商的议价能力有所提升，主要原因是什么？**

随着供应链资源的进一步整合完善，以及订单规模的提升，使公司的议价能力不断提升。

**21、公司16年量价齐升使童鞋有个较好的收入，那公司销量和价格提高的原因是什么？未来公司销量还能保持这样的一个增长吗？**

公司业绩将保持持续稳定的增长。

**22、公司16年童装价格有所降低的原因是什么？未来这两者的价格会有一个怎么样的变动呢？**

公司的零售价格是保证一定毛利水平的前提下，以采购成本乘以一定的加价倍率形成，采购成本的降低会导致零售价格的降低。