

证券代码：002291

证券简称：星期六

公告编号：2019-020

星期六股份有限公司 2018 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	星期六	股票代码	002291
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	何建锋	黄金凤	
办公地址	广东省佛山市南海区桂城街道庆安路 2 号	广东省佛山市南海区桂城街道庆安路 2 号	
电话	0757-86256351	0757-86256351	
电子信箱	zhengquan@st-sat.com	zhengquan@st-sat.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司的主营业务为时尚皮鞋的生产和销售，并批发、零售多元化的时尚产品，公司拥有规范化的销售网络和专业化品牌运营团队、设计研发中心及制造工厂；在中国大陆设有各类品牌形象专卖店，公司以“引领时尚生活”为使命，逐步发展为国内领先的中高端时尚品牌运营商之一。

目前公司拥有“ST&SAT”（星期六）、“D:FUSE”（迪芙斯）、“SAFIYA”（索菲娅）、“SATURDAY MODE”、“FONDBERYL”（菲伯丽尔）等自有品牌。公司以时尚为核心的品牌群、多元化的产品品类，按消费者需求进行市场细分，满足目标消费群对时尚消费品的需求。

公司新开设品牌集合店，通过销售公司自有品牌、代理品牌及第三方品牌的鞋、包、配饰等时尚全品类产品，打造时尚潮流新零售平台。另外通过收购时尚锋迅、北京时欣等时尚新媒体公司的控股权，打造媒体和社交平台，逐步构建时尚IP生态圈。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入（元）	1,511,720,610.18	1,503,548,566.89	0.54%	1,484,265,341.96
归属于上市公司股东的净利润（元）	4,476,794.33	-352,045,905.91		20,839,621.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	3,040,173.62	-355,933,238.27		18,853,794.59
经营活动产生的现金流量净额（元）	190,110,559.73	131,221,314.96	44.88%	110,207,537.85
基本每股收益（元/股）	0.01	-0.88		0.05
稀释每股收益（元/股）	0.01	-0.88		0.05
加权平均净资产收益率	0.30%	-21.18%		1.14%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
总资产（元）	3,072,658,007.51	3,183,609,395.15	-3.49%	2,986,830,545.15
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,491,962,615.99	1,487,326,862.50	0.31%	1,837,249,598.00

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	361,383,756.86	374,136,235.45	403,244,180.95	372,956,436.92
归属于上市公司股东的净利润	19,237,810.57	10,264,732.88	-9,771,647.01	-15,254,102.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	19,013,332.45	10,264,732.88	-9,057,634.13	-17,180,257.58
经营活动产生的现金流量净额	11,855,886.01	59,986,171.93	-12,917,188.14	131,185,689.93

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

报告期末普通股股东总数	24,849	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	22,442	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
深圳市星期六投资控股有限	境内非国有法人	29.24%	116,626,010		质押	81,370,277	

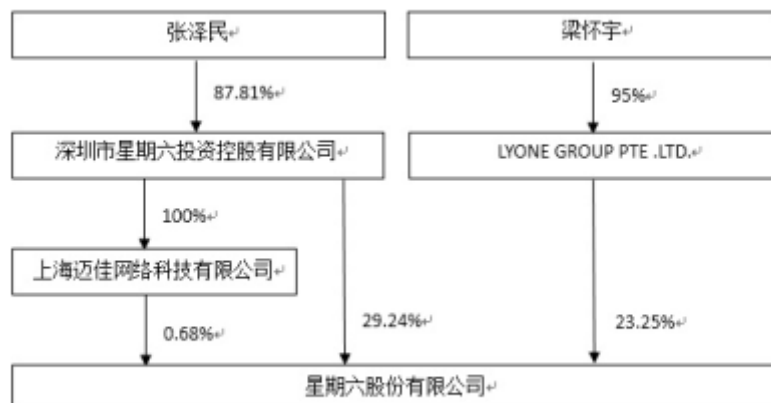
公司						
LYONE GROUP PTE. LTD.	境外法人	23.25%	92,731,990		质押	91,000,000
金鹰基金—民生银行—金鹰筠业琢石资产管理计划	境内非国有法人	6.39%	25,485,556			
新余创裕投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.01%	4,034,869			
陆官洋	境内自然人	0.95%	3,790,300			
秦皇岛宏兴钢铁有限公司	境内非国有法人	0.87%	3,451,600			
上海迈佳网络科技有限公司	境内非国有法人	0.68%	2,704,000			
高德勤	境内自然人	0.62%	2,476,700			
金海涛	境内自然人	0.62%	2,463,000			
林俐利	境内自然人	0.60%	2,400,280			
上述股东关联关系或一致行动的说明	在前 10 名股东中，深圳市星期六投资控股有限公司的实际控制人张泽民先生与 LYONE GROUP PTE. LTD. 的实际控制人梁怀宇女士为夫妻关系，上海迈佳网络科技有限公司是深圳市星期六投资控股有限公司的全资子公司，除上述关联关系外未知其他前 10 名股东是否存在关联关系或一致行动关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	其中，公司股东深圳市星期六投资控股有限公司通过普通证券账户持股 111,054,964 股，通过投资者信用账户持有 5,571,046 股。					

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

（一）报告期内经营概况

据国家统计局信息，2018年全年国内生产总值比上年增长6.6%，全年社会消费品零售总额比上年增长9.0%，增速相对平稳、但增幅持续下降。国内经济下行压力加大、中美贸易摩擦、房价过高挤压消费支出等导致的消费信心下降，给零售行业带来了一定的影响。

报告期内，公司实现营业收入15.12亿元，同比增长0.54%，实现利润总额 1,855.11万元，实现归属于上市公司股东的净利润447.68万元，实现每股收益0.01元。

（二）报告期内开展的主要工作

报告期内，公司继续围绕“打造时尚IP生态圈”的战略发展方向，着力构建“媒体和社交平台”、“时尚IP孵化运营平台”及“时尚IP集合平台”，向新零售平台进行转型。经过近年来的努力，公司新的战略布局与转型已基本成型：

1、实施重大资产重组收购数字营销公司遥望网络

为进一步推进“时尚IP生态圈”的战略实施，公司启动了重大资产重组，以发行股份及支付现金购买总估值20亿元的杭州遥望网络股份有限公司（以下简称“遥望网络”），上述重大资产重组项目已获得中国证监会的核准，截至2019年3月22日，遥望网络95.1052%股份已完成过户登记，遥望网络自2019年3月起作为子公司并入星期六的合并报表范围。

遥望网络是一家综合性数字营销公司，主要从事互联网营销业务，是国内最早进入互联网流量整合领域的企业之一。近年来，在移动互联网快速发展的背景下，遥望网络积极抢占移动互联网流量入口，主动寻求与腾讯生态圈流量、微博流量、今日头条流量等主流供应商建立合作关系，构建流量矩阵，聚集流量资源，并利用自身在数据分析、用户精准定位、广告投放监控、投放效果优化等领域的技术积累向客户提供营销服务，建立多样化的流量变现渠道。遥望网络经营业绩优良，2018年1-10月实现营业收入6.56亿元，实现净利润1.49亿元。本次交易的主要交易对方谢如栋、方剑、伟创投资、正维投资承诺遥望网络2018年度、2019年度、2020年度的经审计扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润分别不低于1.6亿元、2.1亿元和2.6亿元。

通过本次并购，公司的战略布局得以完成，公司将利用遥望网络丰富的互联网流量资源、高效的流量资源整合运营能力以及多年积累的精准营销技术，结合公司坚实的时尚品牌和供应链基础、覆盖全国的线上线下一体化销售平台以及日趋成熟的媒体和社交平台，加速“时尚IP生态圈”的建设，逐步构建起“以用户为核心，数据+内容驱动，消费场景打通融合”的新零售平台。同时，遥望网络所处的互联网广告市场近年来保持平稳增长，其中基于社交关系的移动互联网广告发展更为迅速，基于社交的营销服务和移动广告已成为互联网营销的重要领域，并成为新的电子商务流量入口，这为遥望网络基于腾讯生态圈移动社交流量的广告投放和流量变现业务提供了广阔的发展空间。因此，本次收购完成后，公司在业务规模、盈

利水平等方面有望得到进一步提升，实现上市公司股东利益最大化。

2、通过整合提升媒体和社交平台，打造融合媒体、MCN、内容电商、整合营销等多元业务的综合性平台，推动公司战略发展。

(1) 优质内容+全网布局：优质内容全域覆盖，建立全平台矩阵，占领不同用户以及同一用户不同浏览场景下对时尚穿搭与美妆内容的注意力。

公司控股的时尚新媒体OnlyLady女人志与Kimiss闺蜜以优质内容+全网布局策略抓取用户碎片化时间吸引其关注，不断加强内容视频化与互动化，同时对用户进行深度服务，增加用户粘性。除了继续保持Only Lady和Kimiss在PC端、APP等自有平台的内容优势，同时在微博、微信等社交平台、在抖音、美拍、秒拍、一直播等视频及直播平台、今日头条等资讯订阅平台持续发力，全面覆盖各平台的时尚用户群。目前OnlyLady各平台粉丝总数超过1300万，Kimiss各平台粉丝总数超过500万。同时与线上主流消费入口淘宝、天猫、京东等平台达成紧密合作，成为其主要内容合作媒体。从而能够占据不同浏览习惯的用户或同一用户不同时间的浏览场景下，对时尚相关内容的注意力，做到随用户使用时间、场景的无缝切换。全平台布局使得OnlyLady自身优质内容得到更好分发，OnlyLady和Kimiss知名度得以大幅提升。

(2) 全星计划和时尚MCN同步拓展。

在时尚媒体与明星合作绑定越来越深的大环境下，OnlyLady快速推出全星计划合作模式，2018年共计深度合作80余位明星艺人，使得明星，媒体，电商，品牌四方合作更深入，实现各方利益最大化。另外，在KOL成为巨大流量入口的今天，公司以客户的社会化营销需求为中心，不断拓展与时尚穿搭类、美妆类、母婴类、健康类KOL的合作范围与合作深度，所涉及的平台包括微博、微信、小红书、抖音、淘系等，合作形式多元化。

(3) 整合营销+新零售的立体式服务策略

OnlyLady和Kimiss以优质内容打造能力为基础，整合使用各种不同的传播手段，发挥不同传播工具的优势，联动线上线下的多元化服务，借助媒体与达人、艺人、各电商平台的优势关系，联动品牌打造多种形式线上推广和落地活动，从而满足品牌及消费者的消费需求，为电商平台及时尚品牌提供多样化全域渠道的整合营销方案，已成为天猫美妆的战略合作伙伴，并与天猫美妆共创ba网红化商业模式。2018年公司与电商平台联手，共举办20余场快闪活动，通过这些活动共服务150余个品牌，协助品牌客户总计获得全网10亿以上曝光量。

通过对媒体、MCN、内容电商、整合营销等多元业务进行充分整合，以OnlyLady和Kimiss为核心的媒体和社交平台已具备从流量聚集到内容制作再到商业变现的核心能力。公司控股的时尚锋迅和北京时欣2018年共实现营业收入 1.73亿元，共实现净利润4,216.53万元。

3、大力拓展时尚IP集合平台，改善渠道结构，构建多元化的时尚产品销售平台。

报告期内公司继续开拓品牌集合店“Saturday Mode”，并关闭部分百货商场品牌连锁店，是公司迎合消费者需求，改善渠道结构，推动战略发展的重要举措。截至2018年12月31日，公司已在全国开设168家品牌集合店，较2017年增加 19 家。报告期内星期六对集合店进行新一轮的智能化升级改造，其中与阿里集团开启了天猫新零售智慧门店的合作，4月底首家数字化天猫智慧门店已于上海开幕运营，智慧门店把潮流时尚与智能科技设备进行有机融合，为顾客带来高科技、精准、便捷的购物体验，改造后的智慧门

店客流及销售业绩均实现了大幅提升。另外一方面，目前购物中心集合店SATURDAY MODE的经营模式已趋成熟，公司开始改变集合店前期以直营为主的模式，逐步加大加盟集合店的比例，这有利于进一步改善存货、资金周转以及经营现金流。

未来公司通过拥有数量众多的线上线下一体的多品牌、多元化、数字化的时尚潮流集合店，不断丰富集合店的品牌与产品组合，同时逐步把线上线下的流量引导至该时尚IP集合平台，最终实现流量变现。报告期内公司实现电商收入1.70亿元，占公司零售业务收入的 12.52 %。截至2018年12月31日，公司品牌连锁店数为1378 个，较2017年末减少211个，主要关闭了部分低效百货商场店；其中自营店1059个，较2017年末减少129个；分销店319个，较2017年末减少82个。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

(一) 会计政策变更概述

1、变更原因

2018年6月15日，财政部发布了《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号），对一般企业财务报表格式进行了修订。公司按照财政部新修订的一般企业财务报表格式（适用于尚未执行新金融准则和新收入准则的企业）对财务报表的列报项目进行调整，并对可比会计期间的比较数据进行了调整。

2、变更前采用的会计政策

本次变更前，公司执行财政部发布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）。

3、变更后采用的会计政策

本次变更后，公司按照2018年6月15日财政部颁布的《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号）执行新修订的一般企业财务报表格式（适用于尚未执行新金融准则和新收入准则的企业）。其余未变更或者未到执行日期的仍执行企业会计准则的相关规定。

4、变更日期

以财政部发布的（财会[2018]15号）通知规定的日期开始执行。

（二）本次会计政策变更的影响

1、资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”；“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。

2、在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。

3、除上述项目变动影响外，本次会计政策变更不涉及对公司以前年度的追溯调整。本次会计政策变更对当期和会计政策变更之前公司财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

（4）对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

星期六股份有限公司

董事长：于洪涛

二〇一九年四月十八日