

公司代码：603116

公司简称：红蜻蜓

浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司
2020 年年度报告摘要

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 立信会计师事务所（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

根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的2020年度审计报告，截止2020年12月31日，母公司期末可供分配利润为626,445,269.50元。

为更好的回报股东，董事会拟定的公司2020年度利润分派预案为：拟以本次实施利润分配的股权登记日的总股本扣除不参与本次利润分配股份（不参与本次利润分配股份包括：公司回购专用证券账户中的股份19,427,993股）为基数，向全体股东每10股派发现金红利人民币2.7元（含税），剩余未分配利润结转入下一年度，以此计算合计拟现金分红的金额为150,328,657.89元。

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	红蜻蜓	603116	未进行变更

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	熊建华	戴蓉
办公地址	浙江省温州市永嘉县瓯北镇五星工业园红蜻蜓大厦	浙江省温州市永嘉县瓯北镇五星工业园红蜻蜓大厦
电话	0577-67998807	0577-67998807
电子信箱	ir@cnhqt.com	ir@cnhqt.com

2 报告期公司主要业务简介

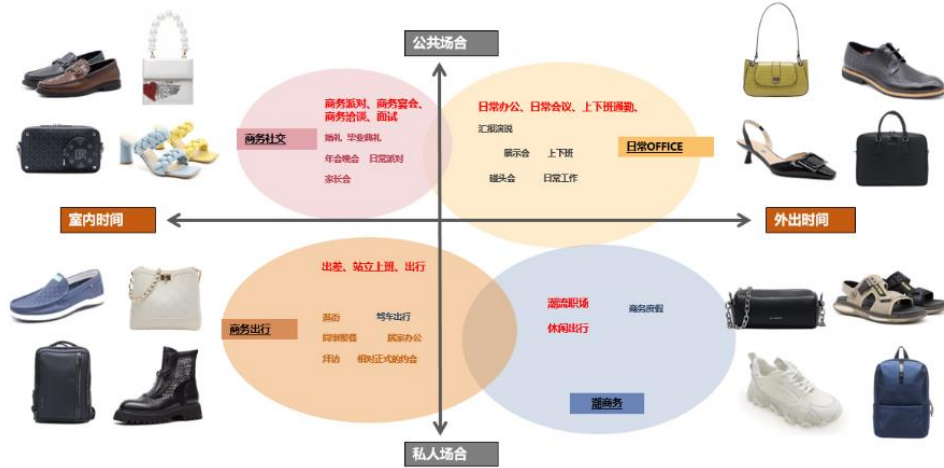
（一）公司主要业务及产品

公司以“传承鞋履文化，铸造百年梦想，成为中国商务鞋履领导品牌”为愿景，聚焦于设计、

开发、生产和销售成人鞋靴、箱包皮具以及儿童用品业务。目前，公司旗下拥有红蜻蜓（RED DRAGONFLY）、红蜻蜓 KIDS 等品牌。

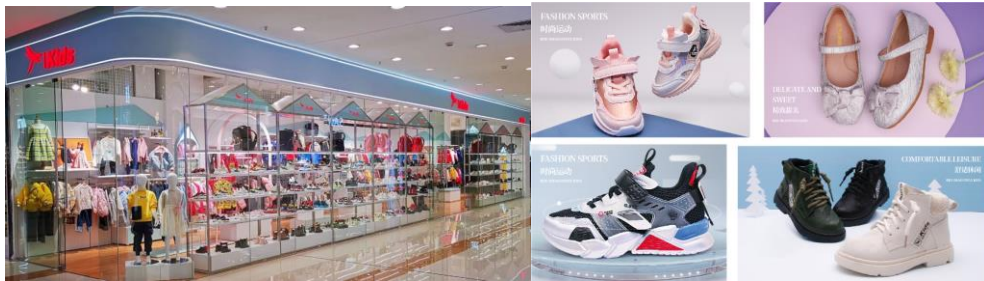
1. 红蜻蜓

红蜻蜓品牌成立于 1995 年，定位“商务时尚皮鞋”，秉承商务与时尚完美融合的理念，持续关注职场人士的专业穿搭表现和时尚审美表达，以专业不失个性、时尚不失得体的设计风格和产品展示系列，围绕“日常 office、商务社交、商务出行、潮商务”四大核心商务场景，致力于为上班族提供商务多元化需求的时尚穿搭。



2. 红蜻蜓 KIDS

红蜻蜓 KIDS，专为中国 3-13 岁儿童，打造时尚运动、舒适休闲、精致甜美的三大生活场景四季着装方案，以童装童鞋品类为核心，为中国儿童提供更合适的产品，引领儿童时尚风潮。



(二) 经营模式

公司采用端对端的全价值链商品经营模式，以满足客户需求为核心，以店铺为起点，实现企划设计、材料采购、生产制造、终端零售全产业链的数智化运营和全价值链管理。

1、以市场需求为起点的快速企划研发模式

公司根据“商务时尚皮鞋”定位，实施差异化产品策略。从商务时尚人士的生活场景出发，根据国外前沿流行资讯，分析国内行业竞争态势，按照商品企划、设计企划、2D 开版、3D 渲染，对照产品工程图进行精准打样。同时，结合各地当季信息反馈需求进行畅销信息的动态快速转化。

公司围绕着店铺货架进行企划设计，建立科学的商品生命周期管理体系；组建职业化零售买手专家团队，提前深度参与到企划研发选组配货过程，打通从销售到企划的全过程协同。

2、高度协同的供应链模式

原材料采购环节，建立了严格的原材料采购管理制度，对原材料品质、环保指标等进行严格测试，与优质原材料供应商建立战略合作，不断提升产品品质。

生产制造环节，公司采取自主生产和 OEM 采购并重的模式，核心品类以自主生产为主，通过

精益化柔性制造和个性化定制为抓手，适应小批量多品种及个性化定制的市场需求。OEM 采购方面，公司通过与供应商签订平台化合作框架协议，按照商品总体规划分品类采购并进行全流程管控。

仓储及物流配送环节，公司实现商品中央计划统筹决策的全渠道商品垂直一体化运营模式，依托三大基地仓（温州、肇庆、成都）完成中央仓直配到店的“门到门”仓配服务体系，已实现为线下实体店铺及线上运营平台提供全渠道订单处理、仓储管理、智能分析、运输配送等物流服务。

3、全网协同的销售模式

公司采取全渠道销售模式，线下以代理为主，自营为辅的业务模式，截至报告期末，线下渠道店铺总计 3512 家，其中自营店 220 家，代理店 3292 家。线上以自营为主，覆盖平台电商、直播电商、社交电商等渠道，公司高度重视线上渠道的布局，积极探索各种新兴电商模式。公司通过与阿里巴巴进行数据中台合作，利用新零售工具和大数据技术，打通线上线下各渠道，形成商品通、会员通、价格通、库存通，实现全域营销。

（三）行业情况

1、公司所处行业

公司主要业务为设计、开发、生产和销售红蜻蜓品牌成人鞋靴、箱包皮具以及儿童用品业务，属于皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业（C19）。

2、行业整体运行状况

2020 年，新冠肺炎疫情对全球经济及消费市场带来了巨大冲击。国家统计局数据显示，2020 年中国社会消费品零售总额 391,980 亿元，同比下滑 3.9%，限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额 12,365 亿元，同比下滑 6.6%。

2020 年线上消费持续增长，国家统计局数据显示，2020 年全年全国网上零售额 117,601 亿元，同比增长 10.9%。其中，实物商品网上零售额 97,590 亿元，增长 14.8%，占社会消费品零售总额的比重为 24.9%，同比提高 4.2 个百分点，线上消费已经成为大众消费的重要途径。

目前，国内皮鞋行业已进入成熟期，同质化竞争加剧，价格战成为常态，线上鞋类品牌不断涌现，新媒体直播电商异军突起，对原有皮鞋品牌形成了挑战。同时伴随着年轻人群个性化消费诉求，国货品牌认知度得到了提升。企业唯有从消费者心智出发，聚焦核心品类，提高消费认知度，与用户形成良好互动，同时全面布局多种渠道，快速实现数字化转型，提升运营效率，方能在激烈的竞争中脱颖而出。

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

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	4,884,975,528.26	4,646,857,244.76	5.12	4,654,774,451.68
营业收入	2,592,029,903.53	2,969,624,533.76	-12.72	3,041,212,185.66
归属于上市公司股东的净利润	78,608,599.78	130,649,164.09	-39.83	196,055,111.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	8,377,652.05	62,839,400.00	-86.67	122,707,325.74

归属于上市公司股东的净资产	3,416,125,883.33	3,437,736,388.81	-0.63	3,544,973,133.30
经营活动产生的现金流量净额	263,776,452.42	147,369,091.06	78.99	211,061,693.61
基本每股收益(元/股)	0.14	0.22	-36.36	0.34
稀释每股收益(元/股)	0.14	0.22	-36.36	0.34
加权平均净资产收益率(%)	2.26	3.71	减少1.45个百分点	5.62

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	510,677,045.30	518,973,949.51	596,758,740.90	965,620,167.82
归属于上市公司股东的净利润	17,691,144.08	20,085,598.63	21,887,699.86	18,944,157.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	5,433,286.24	4,599,600.85	10,284,579.97	-11,939,815.01
经营活动产生的现金流量净额	-83,169,131.58	-1,857,276.29	63,702,093.62	285,100,766.67

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

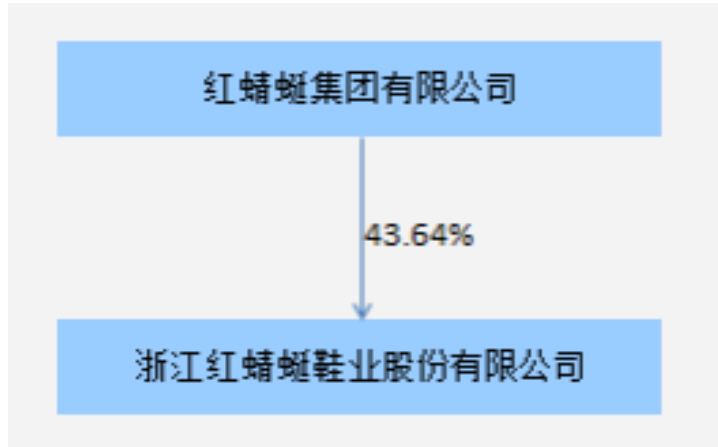
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)		19,657					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)		21,199					
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	

红蜻蜓集团有限公司	0	251,472,200	43.64	0	无	0	境内非国有法人
钱金波	0	67,859,806	11.78	0	无	0	境内自然人
金银宽	0	20,773,410	3.61	0	无	0	境内自然人
浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司回购专用证券账户	0	19,427,993	3.37	0	无	0	境内非国有法人
钱秀芬	0	16,802,002	2.92	0	无	0	境内自然人
陈铭海	0	13,848,940	2.40	0	无	0	境内自然人
袁仁泉	8,494,960	8,494,960	1.47	0	无	0	境内自然人
郑军	0	6,300,173	1.09	0	无	0	境内自然人
刘科全	4,810,000	4,810,000	0.83	0	无	0	境内自然人
陈满仓	-1,483,016	4,440,692	0.77	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	钱金波、红蜻蜓集团以及钱秀芬为一致行动关系，除此之外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

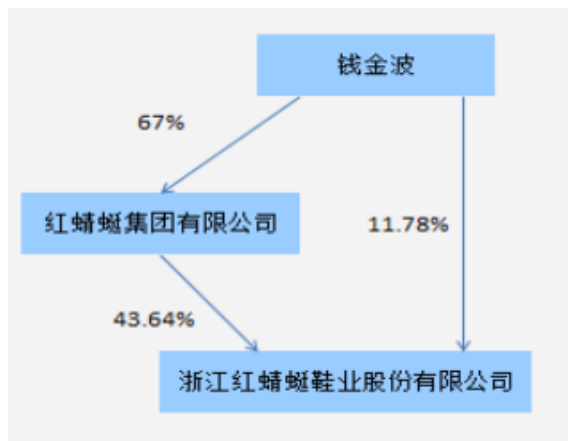
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



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



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，主要经营情况具体如下：

(一) 主营业务分析

1. 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	2,592,029,903.53	2,969,624,533.76	-12.72
营业成本	1,705,485,598.92	1,970,857,245.01	-13.46
销售费用	442,744,520.41	467,244,770.57	-5.24
管理费用	273,511,132.97	311,437,018.17	-12.18

研发费用	38,153,620.58	44,565,763.07	-14.39
财务费用	-15,388,836.74	-17,571,659.30	-12.42
经营活动产生的现金流量净额	263,776,452.42	147,369,091.06	78.99
投资活动产生的现金流量净额	-186,937,831.25	194,585,738.05	-196.07
筹资活动产生的现金流量净额	186,594,509.30	-294,177,235.58	不适用

说明：受疫情影响，线下门店营业收入、营业成本、以及期间费用同比均有所下降，经营活动产生的现金流量净额增加，主要是经营性应收项目和存货的减少；投资活动产生的现金流量净额减少，主要是公司报告期内购买的理财产品金额比到期收回理财产品金额多所致；筹资活动产生的现金流量净额增加，主要是上年度有回购公司股票和取消股权激励支付现金，而报告期内无产生该两项支出所致。

2. 收入和成本分析

适用 不适用

报告期内，公司主营业务分行业、分产品、分地区情况如下：

(1). 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(%)
鞋服行业	2,431,834,775.39	1,589,502,382.34	34.64	-13.16	-14.33	增加 0.9 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(%)
皮鞋	2,078,509,575.72	1,335,617,366.91	35.74	-13.16	-14.92	增加 1.33 个百分点
皮具	194,212,631.68	129,619,357.13	33.26	-37.77	-38.54	增加 0.83 个百分点
儿童用品	138,577,610.67	115,104,175.84	16.94	56.74	56.46	增加 0.15 个百分点
其他	20,534,957.32	9,161,482.46	55.39	223.09	774.13	减少 28.12 个百分点
总计	2,431,834,775.39	1,589,502,382.34	34.64	-13.16	-14.33	增加 0.9 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	1,437,984,719.18	932,490,338.01	35.15	-9.26	-10.13	增加 0.62 个百分点
西南	280,677,328.90	183,568,168.60	34.6	-8.40	-7.58	减少 0.58 个百分点
华中	310,732,419.65	201,999,186.44	34.99	6.98	5.52	增加 0.9 个百分点
华南	232,634,957.72	157,527,673.65	32.29	-45.32	-46.77	增加 1.85 个百分点
华北	87,168,827.19	58,204,901.81	33.23	9.54	7.67	增加 1.16 个百分点
西北	77,643,579.17	52,382,332.23	32.53	-20.47	-21.98	增加 1.3 个百分点
东北	4,992,943.58	3,329,781.59	33.31	-68.87	-68.85	减少 0.05 个百分点
总计	2,431,834,775.39	1,589,502,382.34	34.64	-13.16	-14.33	增加 0.9 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

主营业务分行业情况的说明：

1、分行业情况说明：

公司主营业务收入仅涉及到鞋服一个行业。报告期内受新冠疫情影响以及根据新收入准则，公司商场等模式按照总额法确认收入，运输费作为合同履约成本计入营业成本，导致公司营业收入较去年下降 13.16%，毛利率增加 0.9 个百分点。

2、主营收入分产品的情况说明：

报告期内公司主营业务中皮鞋的销售占比最大，受新冠疫情影响，皮鞋、皮具较去年有所下降。儿童用品营业收入增长 56.46%，主要是增加了线上投入后，线上渠道销售大幅增长。毛利率较去年同期实际增长 2.76 个百分点，执行新收入准则调整后仅增加了 0.9 个百分点。报告期内，公司坚持“商务时尚皮鞋”定位，压缩产品品类，聚焦时尚、舒适的皮鞋品类，产品附加值明显提升。

3、主营收入分区域的情况说明：

受新冠疫情影响，大部分区域销售有所下降，公司业务偏重于华东地区，同时由于公司的电子商务公司设立在浙江省温州市和杭州市，虽然其货品发往全国各地，但收入仍然确认在华东地区，因此华东地区收入占比较高。东北、华南区域下降的主要原因是其所在地的代理商受疫情影响较严重，为控制店铺存货风险减少了进货。

(2). 产销量情况分析表

适用 不适用

主要产品	单位	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 (%)
单鞋	双	2,522,414	3,669,935	844,393	-37.80	-15.46	-57.61
凉鞋	双	1,070,496	1,163,441	90,810	-40.15	-36.19	-50.58
棉鞋	双	846,194	1,191,462	142,582	-33.47	-13.16	-70.77

合计	双	4,439,104	6,024,838	1,077,786	-37.62	-20.06	-59.54
----	---	-----------	-----------	-----------	--------	--------	--------

产销量情况说明

报告期内提高外采产品比例，同时因整体销量下降，为控制库存，减少了生产量，库存总量下降明显。

(3). 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
皮鞋	直接材料	222,313,901.02	63.84	335,115,630.35	65.35	-33.66	
皮鞋	工资及福利费	86,961,556.41	24.97	128,880,933.17	25.13	-32.53	
皮鞋	燃料及动力	6,456,950.42	1.85	8,646,529.06	1.69	-25.32	
皮鞋	制造费用	32,483,427.26	9.33	40,122,588.40	7.82	-19.04	
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
单鞋	直接材料	132,218,458.24	64.75	204,430,685.83	66.59	-35.32	
单鞋	工资及福利费	49,851,634.21	24.41	74,800,325.23	24.36	-33.35	
单鞋	燃料及动力	3,710,860.01	1.82	4,924,125.84	1.60	-24.64	
单鞋	制造费用	18,414,998.94	9.02	22,844,458.71	7.44	-19.39	
凉鞋	直接材料	35,367,284.67	58.06	59,270,754.78	61.13	-40.33	
凉鞋	工资及福利费	16,278,967.23	26.72	25,503,756.85	26.30	-36.17	
凉鞋	燃料及动力	1,442,979.72	2.37	1,973,118.93	2.04	-26.87	
凉鞋	制造费用	7,830,827.04	12.85	10,207,906.98	10.53	-23.29	
棉鞋	直接材料	54,728,158.11	65.86	71,414,189.74	65.63	-23.37	
棉鞋	工资及福利费	20,830,954.97	25.07	28,576,851.09	26.26	-27.11	
棉鞋	燃料及动力	1,303,110.69	1.57	1,749,284.29	1.61	-25.51	
棉鞋	制造费用	6,237,601.28	7.51	7,070,222.71	6.50	-11.78	

注：本报告中比例（%）合计数与各分项数值之和尾数不符均为四舍五入的原因造成。

成本分析其他情况说明：

报告期内，由于产量的下降，固定制造成本和燃料及动力成本的分摊，导致单位成本中制造费用增加 24%和燃料及动力成本增加 12%。

(4). 主要销售客户及主要供应商情况

适用 不适用

前五名客户销售额 23,137.47 万元，占年度销售总额 8.93%；其中前五名客户销售额中关联方销售

额 0 万元，占年度销售总额 0%。

前五名供应商采购额 19,115.04 万元，占年度采购总额 11.21%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 0 万元，占年度采购总额 0%。

其他说明

无

3. 费用

适用 不适用

(1) 销售费用

报告期内，销售费用较上年度减少 2,450 万元，同比减少 5.24%，主要系报告期内根据“新收入准则”规定，因销售商品发生的运输费计入营业成本列报，使销售费用减少；将自营商场店模式和网络直营零售模式下销售按照总额法确认收入，同时调增商场费用和佣金，使销售费用增加；积极推进营销系统组织变革，优化流程，精减人员，薪酬成本下降明显。

项目	本期发生额	上期发生额	变动百分比
工资福利费	103,581,438.88	135,487,115.36	-23.55
广告业务宣传费	87,935,687.48	79,755,594.50	10.26
租赁费	29,689,266.42	31,386,455.84	-5.41
运杂费	236,287.99	78,877,164.48	-99.70
货架装修费	26,394,178.38	30,340,161.26	-13.01
商场费用	39,627,995.17	11,127,068.57	256.14
折旧费	7,728,260.32	9,946,861.22	-22.30
办公及差旅费	6,621,167.98	10,468,075.86	-36.75
劳务派遣费	1,322,104.25	969,170.77	36.42
展销会务费	1,739,292.95	3,876,377.14	-55.13
佣金	126,134,020.17	54,579,789.20	131.10
其他	11,734,820.42	20,430,936.37	-42.56
合计	442,744,520.41	467,244,770.57	-5.24

(2) 管理费用

报告期内管理费用较上年度减少 3,793 万元，同比降低 12.18%，主要是报告期内主动调整组织结构，精减优化了部分岗位人员，工资福利费、差旅费及办公费用的减少。同时公司取消限制性股票激励，2020 年没有产生股权激励费用。

项目	本期发生额	上期发生额	变动百分比
工资福利费	149,810,886.98	157,536,074.51	-4.90
折旧摊销费	30,629,199.15	28,729,780.10	6.61
差旅交通费	6,340,342.11	10,678,502.02	-40.63
办公通讯费	29,509,696.01	36,803,970.95	-19.82
税费	193,207.21	748,349.30	-74.18
劳务派遣费	2,958,577.35	2,511,807.31	17.79
业务招待费	2,981,791.19	5,953,095.81	-49.91
咨询费	24,133,466.70	16,759,957.73	43.99

物业服务费	8,313,391.42	9,178,723.69	-9.43
其他费用	18,640,574.85	27,735,676.75	-32.79
股权激励费用	0.00	14,801,080.00	-100.00
合计	273,511,132.97	311,437,018.17	-12.18

(3) 财务费用

报告期内财务费用总额增减幅度较小，利息费用主要是报告期内银行贷款的利息支出。

项目	本期发生额	上期发生额	变动百分比
利息费用	7,258,284.99	1,802,284.00	302.73
减：利息收入	-24,287,015.34	-21,617,104.49	12.35
汇兑损益			
其他	1,639,893.61	2,243,161.19	-26.89
合计	-15,388,836.74	-17,571,659.30	-12.42

(4) 研发费用

报告期内研发费用下降 641 万元，主要是公司报告期内，实施研发数字化转型，优化精减部分研发人员，研发费用下降了 14.39%。

项目	本期发生额	上期发生额	变化百分比
人员成本	21,774,199.04	27,185,823.94	-19.91
直接材料	7,921,181.76	7,579,747.85	4.50
设计咨询费	3,739,562.61	4,292,893.41	-12.89
折旧摊销	1,735,499.17	2,301,522.25	-24.59
差旅费	441,431.84	721,795.01	-38.84
水电费	721,840.40	1,104,849.39	-34.67
办公费	1,140,507.65	919,244.48	24.07
知识产权费	679,398.11	459,886.74	47.73
合计	38,153,620.58	44,565,763.07	-14.39

4. 研发投入

(1). 研发投入情况表

适用 不适用

单位：元

本期费用化研发投入	38,153,620.58
研发投入合计	38,153,620.58
研发投入总额占营业收入比例（%）	1.47
公司研发人员的数量	222
研发人员数量占公司总人数的比例（%）	5.20

(2). 情况说明

适用 不适用

5. 现金流

适用 不适用

科目	本期数	上年同期数	变动比例（%）
经营活动产生的现金流量净额	263,776,452.42	147,369,091.06	78.99
投资活动产生的现金流量净额	-186,937,831.25	194,585,738.05	-196.07
筹资活动产生的现金流量净额	186,594,509.30	-294,177,235.58	不适用

说明：报告期内经营活动产生的现金流量净额增加，主要是经营性应收项目和存货的减少；投资活动产生的现金流量净额减少，主要是公司报告期内购买的理财产品金额比到期收回理财产品金额多所致；筹资活动产生的现金流量净额增加，主要是上年度有回购公司股票和取消股权激励支付现金，而报告期内无产生该两项支出所致。

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

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

截至 2020 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
上海红蜻蜓鞋业有限公司
广东尚品服饰实业有限公司
广州迪缙西贸易有限公司
武汉红蜻蜓鞋业有限公司
浙江红蜻蜓电子商务有限公司
甘肃红蜻蜓贸易有限公司
广州迪基媛斯贸易有限公司
温州卓凡供应链管理有限公司
上海红蜻蜓服饰研发设计中心（有限合伙）
杭州红蜻蜓电子商务有限公司

子公司名称
浙江红蜻蜓贸易有限公司
湖南红蜻蜓贸易有限公司
四川红蜻蜓鞋业有限公司
肇庆红蜻蜓实业有限公司
温州红蜻蜓儿童用品有限公司
上海红蜻蜓实业有限公司
广东红蜻蜓鞋业有限公司
重庆红蜻蜓鞋业有限公司
广西柳州红蜻蜓贸易有限公司
温州红蜻蜓贸易有限公司
上海奈是特贸易有限公司
上海迪韦立贸易有限公司
河南红蜻蜓贸易有限公司
杭州红蜻蜓网络科技有限公司
宁波梅山保税港区红蜻蜓资产管理有限公司
上海爱履信息科技有限公司
南京舜禹创业投资合伙企业（有限合伙）
南京创熠荔律创业投资合伙企业（有限合伙）
宁波大黄蜂数字信息技术有限公司
温州尚佳鞋革产业链服务有限公司
浙江红蜻蜓品牌管理有限公司
浙江爱依迪贸易有限公司
永嘉红蜻蜓贸易有限公司
合肥红蜻蜓商业运营服务有限公司
南昌红蜻蜓商业运营管理有限公司
昆明红蜻蜓商业运营管理有限公司
济南红蜻蜓商业运营管理有限公司
福州晋安红蜻蜓企业管理服务有限公司
上海红微鞋业有限公司

本公司子公司的相关信息详见本附注“七、在其他主体中的权益”。

本报告期合并范围变化情况详见本附注“六、合并范围的变更”。