

公司代码：603808

公司简称：歌力思

# 深圳歌力思服饰股份有限公司

## 2017 年半年度报告摘要

### 一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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 本半年度报告未经审计。
- 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  
无

### 二 公司基本情况

#### 2.1 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	歌力思	603808	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	蓝地	卢盈霏
电话	0755-83438860	0755-83438860
办公地址	广东省深圳市福田区天安数码城创新科技广场I期A座19楼	广东省深圳市福田区天安数码城创新科技广场I期A座19楼
电子信箱	zqfw@ellassay.com	zqfw@ellassay.com

## 2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	3,183,690,111.70	2,569,483,844.56	23.90
归属于上市公司股东的净资产	1,867,133,786.06	1,737,795,431.11	7.44
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	142,658,602.07	17,987,542.44	693.10
营业收入	777,166,857.95	398,383,277.96	95.08
归属于上市公司股东的净利润	122,066,443.06	48,546,313.83	151.44
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	127,642,348.08	46,225,554.21	176.13
加权平均净资产收益率(%)	6.68	3.16	增加3.52个百分点
基本每股收益(元/股)	0.49	0.29	68.97
稀释每股收益(元/股)	0.49	0.29	68.97

## 2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		11,083					
截止报告期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	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量		
深圳市歌力思投资管理有限公司	境内非国有法人	59.36	154,026,000	154,026,000	无	0	
深圳市同甘投资有限公司	境内非国有法人	2.67	6,930,000	6,930,000	无	0	
中国民生银行股份有限公司—长信增利动态策略混合型证券投资基金	未知	1.57	4,060,656	0	无	0	
中国农业银行股份有限公司—长信内需成长混合型	未知	1.29	3,350,074	0	无	0	

证券投资基金						
中信银行股份有限公司—交银施罗德策略回报灵活配置混合型证券投资基金	未知	1.09	2,832,707	0	无	0
中国工商银行股份有限公司—交银施罗德趋势优先混合型证券投资基金	未知	0.97	2,506,081	0	无	0
全国社保基金一零二组合	未知	0.85	2,199,875	0	无	0
交通银行股份有限公司—农银汇理行业成长混合型证券投资基金	未知	0.58	1,492,562	0	无	0
交通银行股份有限公司—农银汇理行业领先混合型证券投资基金	未知	0.56	1,450,291	0	无	0
中国建设银行股份有限公司—银华中国梦 30 股票型证券投资基金	未知	0.53	1,380,932	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前十名股东与前十名流通股股东中,未发现关联关系,流通股股东未知是否存在关联关系或一致行动。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

#### 2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

#### 2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

#### 2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 3.1 经营情况的讨论与分析

2017 年上半年, 服装行业整体呈现明显的复苏趋势。国家统计局数据显示, 2017 年上半年, 社会消费品零售总额 172369 亿元, 同比增长 10.4%。其中, 限额以上单位服装类商品零售额累计 5063 亿元, 同比增长 6.8%。同时, 2017 年上半年, 服装行业规模以上企业累计实现主营业务收入 11495.84 亿元, 同比增长 7.97%点; 利润总额 654.50 亿元, 同比增长 11.95%; 销售利润率为

5.69%，比2016年同期提升0.20个百分点；销售毛利率13.87%，比2016年同期提升0.16个百分点；三费比例为7.83%，比2016年同期下降0.09个百分点。

另一方面，行业消费升级趋势明显，品牌价值日益凸显。随着国内80后、90后群体成为消费主力以及中产阶级崛起带来的财富效应，年轻消费者自身对追求独特、品质和自由意识觉醒，为高端设计品牌提供了越来越大的消费基础。

歌力思秉承可持续发展的理念，致力于成为有国际影响力的中国高级时装集团。公司一直以来专注主业经营，顺应消费升级趋势，提前布局，陆续兼并收购多个高端国际品牌，形成多品牌协同发展的运作模式。同期，公司内部引入创新模式、有效加强对零售端及供应商的管理，积极整合产业链资源，加强对公司旗下各品牌设计研发及营运管理的资源投入，报告期内业绩稳步提升。报告期内，公司通过各品牌稳健运营，营业收入达到77,716.69万元，较上年同期增加95.08%；归属于上市公司股东扣非后的净利润达到12,764.23万元，较上年同期增加176.13%，公司多品牌策略初见成效，对公司成长为“有国际影响力”的中国高级时装集团提供了扎实的基础。

公司在报告期内主要着力于以下几个方面的工作：

#### 1、强化品牌独立运营能力，稳步推进业绩提升

公司强化旗下各品牌的独立运营，采用多种方式挖掘各自的优势资源，并从集团角度组织共享，尤其在渠道资源和运营经验分享层面。在确保各品牌独立运营的前提下，公司定期组织各品牌的经验交流，相互借鉴各自的优势能力，共同进步。报告期内，各品牌均保持了健康的增速。公司营业收入达到77,716.69万元，较上年同期增加95.08%；归属于上市公司股东扣非后的净利润达到12,764.23万元，较上年同期增加176.13%。其中，报告期内母公司单体净利润达到4,423.91万元，较上年同期增长59.55%。公司多品牌策略初见成效。

#### 2、建立多品牌协同发展的运作模式

公司的战略目标是成为有国际影响力的中国高级时装集团，通过主品牌建设和兼并收购，公司目前拥有“Ellaasy”、“Laurèl”、“Ed Hardy”、“IRO”、“VIVIENNE TAM”五个线下品牌，已经初步实现了由单一品牌向多品牌时装集团的过渡。

报告期内，基于各品牌的营运模式和定位，公司初步建立了多品牌协同发展的运作模式，整合各品牌资源，在保持各品牌独立成长的同时，在渠道、品牌推广资源、供应链等方面，充分发挥协同效应。对内可以有效提升资源配置效率，对外有利于加强公司议价能力。

#### 3、加大对旗下各品牌的资源投入，推动其独立发展和协同共享

1) 持续加大对主品牌的设计和管理投入，主品牌报告期内增速健康

公司持续将主品牌 ELLASSAY 发展为中国高级女装主导品牌，报告期内其店铺数量总计为 323 家，全国店均销售额较去年同期增长 25.06%；其中，直营店同期同店单店销售收入较上年增长 26.01%，终端单店销售稳步增长。

2) 投入设计研发、渠道和供应链资源，持续推动“LAUREL”在中国地区开设终端店铺。

报告期末，“LAUREL”已开设店铺为 23 家，实现主营业务收入 4,120.47 万元，全国店均销售额与去年同期同比增长 24.96%。其中，直营店单店销售同比增长 32.48%，终端单店销售快速增长。下半年公司仍将持续开店。

3) 整合协同资源，推动“Ed Hardy”的快速增长和品牌布局

公司自收购“Ed Hardy”品牌在大中华区的所有权后，整合有效协同资源，不断推动该品牌的推广和销售。截至本报告期末，“Ed Hardy”系列品牌实现主营业务收入 1.95 亿元，较去年同期并表收入大幅增加 299%。

4) 积极推动“IRO”的全球业务发展，扩大其海外销售优势。同时，利用公司强大的渠道资源，推动“IRO”品牌在中国地区的落地销售。报告期内，“IRO”在中国上海港汇广场开设了国内首家终端店铺，年内将陆续在北京 SKP、南京德基等高端购物中心开出新店。

4、重点布局核心商圈，不断优化渠道质量

公司采用直营与分销相结合的模式建设全国性的营销渠道。广泛的终端网络覆盖全国主要省、自治区及直辖市主要城市的核心商圈。

报告期内，公司贯彻渠道优化策略，新开设店铺集中在各大城市的一线购物中心。

报告期内，公司旗下品牌通过新开设店铺、升级改造等方式提升店铺的形象，不断优化渠道质量，进一步提升了有效营业面积，增加单店销售能力。

截至 2017 年 6 月末，公司主品牌 ELLASSAY 拥有 323 家终端店铺，覆盖全国主要城市；Ed Hardy 品牌拥有 125 家终端店铺，主要覆盖全国的核心商圈；LAUREL 品牌拥有 23 家终端店铺，集中在一二线主要城市；IRO 品牌于 2017 年 4 月在中国上海港汇广场开设了首家终端店铺。

5、持续推进资本并购

上市以来，公司一直以成为有国际影响力的中国高级时装集团为战略目标。

截至本报告披露日，公司完成了对法国轻奢设计师品牌“IRO”的收购。同时，拟通过收购深圳薇薇安谭（时装）有限公司（下称“薇薇安谭”）75%股权，持有 Vivienne Tam 品牌在中国大陆的所有权。

未来公司仍将有计划分层次的推动该战略目标的实现，积极物色和挖掘符合该战略定位的高级品牌，不断扩展公司的版图，并适时介入适合目标客群的生活方式领域的商业发展。

### 3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

2017年5月10日，财政部修订《企业会计准则第16号——政府补助》，要求自2017年6月12日起，与企业日常活动相关的政府补助应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用；与企业日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。企业应当在“利润表”中的“营业利润”项目之上单独列表“其他收益”项目，反映应计入其他收益的政府补助。企业对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日至新政府准则施行日之间新增的政府补助根据新政府补助准则进行调整，会计期间的财务报表不进行追溯调整。

公司根据财政部的上述规定，对原会计政策（即财政部2006年2月15日印发的《财务部关于印发〈企业会计准则第1号——存货〉等38项具体准则的通知》（财会[2006]3号）中的《企业会计准则第16号——政府补助》）进行相应变更，并按以上文件规定的起始日开始执行上述会计处理，并根据财政部《关于印发修订〈企业会计准则第16号——政府补助〉的通知》（财会[2017]15号）的规定和要求，将修改财务报表列报，在“利润表”中的“营业利润”项目之上单独列报“其他收益”项目，反映应计入其他收益的政府补助；将自2017年1月1日起与企业日常活动有关的政府补助从“营业外收入”项目重分类至“其他收益”项目。公司执行上述新准则后对当期及前期列报的损益、总资产、净资产不产生影响，对公司财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。

### 3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用