

上海龙头（集团）股份有限公司 关于 2017 年年度报告补充公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

上海龙头（集团）股份有限公司（以下简称“本公司”）于 2018 年 3 月 31 日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露了本公司 2017 年年度报告。现公司按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号—年度报告的内容与格式》以及《上市公司行业信息披露指引第十二号—服装》要求，对公司《2017 年年度报告》中“服装行业经营性信息分析”部分内容进行补充，具体情况如下：

第四节“经营情况讨论与分析” 第四条“行业经营信息分析”之“服装行业经营性信息分析”之“1、报告期内实体门店情况”增加实体门店经营信息分析。

报告期内，公司围绕品牌发展主战略，不断加强与自身品牌定位相符的终端渠道建设与布局。公司设立由“针织”、“家纺”、“服饰”以及“电子商务”事业部构成的品牌运营组织架构，拥有在国内市场享有盛誉的“三枪”、“海螺”、“民光”、“凤凰”、“钟牌 414”和“皇后”等众多知名老字号以及品牌合作领域中稳健发展的“迪士尼”、“Navigare”、“Bagutta”等合作品牌；掌控着众多营销网点组成的内销网络，产品遍及国内中高档百货商场。

报告期内，公司依据“针织品”、“家用纺织品”、“服装服饰”进行品牌分类统计，同一商品大类无法细分（本报告牵涉内容统计口径相同，以下不再重复），具体情况如下：

品牌	门店类型	2016 年末数量（家）	2017 年年末数量（家）	2017 年新开（家）	2017 年关闭（家）
品牌集合	专卖店/柜	2246	2388	603	461
品牌集合	加盟店/柜	815	1631	916	100
合计	-	3061	4019	1519	561

品牌	门店类型	2016 年末数量（家）	2017 年年末数量（家）	2017 年新开（家）	2017 年关闭（家）
针织品	专卖店/柜	1929	2129	563	363
	加盟店/柜	652	1552	916	16
针织品小计		2581	3681	1479	379
服装服饰	专卖店/柜	264	217	37	84
	加盟店/柜	138	65	0	73
服装服饰小计		402	282	37	157

家用纺织品	专卖店/柜	53	42	3	14
	加盟店/柜	25	14	0	11
家用纺织品小计		78	56	3	25

1、针织品类：自有经典品牌包括三枪、菊花、鹅牌等；创新品牌有 ELSMORR、百利安等；国际合作品牌有美国的 DISNEY，授权方是上海迪士尼公司，目前保持良好稳定合作关系，授权品类（非独家授权）是 0-14 岁儿童内衣、家居、袜品；意大利的 NAVIGARE，授权方是 NAVY EUROPE LTD.公司，目前保持良好稳定合作关系，授权品类（独家授权）是成人、儿童（6-15 岁）的家居、内衣、袜品。百利安是近年来收购的成熟女性系列品牌，对进一步丰富公司针织内衣品牌群和女式内衣产品线具有积极意义。2016 年以来，公司旗下子公司新签了探险活宝、小黄人、兔斯基、飞天小女警等风格各异国际一线 IP 形象。

针织类产品分春夏季和秋冬季两季，产品线主要包括针织内衣、家居系列、休闲系列、内裤、文胸和袜品。其中，三枪、百利安、ELSMORR 主要针对中高端市场客户群，鹅牌、菊花、MUM 主要针对大众市场客户群；主要产品售价在几十到几百不等；主要销售渠道分线上线下，线上渠道已覆盖天猫、淘宝、唯品会、京东、一号店、当当、东方 CJ 等全网络运营；线下渠道主要以一二线城市为主，并逐步向三四线城市下沉。

上海三枪（集团）有限公司作为老字号传统产业以及上海市高新技术企业、技术创新示范企业，始终坚持以科技为核心竞争力，自主创新，立足创新材料的开发应用，努力提升产品的科技含量与时尚元素，加强高新技术成果转化，以新技术、新纤维、新技术、新工艺来提升品牌附加值。

2、家用纺织品类：品牌包括民光、凤凰、钟牌 414、皇后等四大品牌，且获得商务部“中华老字号”称号，其主要产品线包括床单、被套、枕套、靠套、被芯、毛毯、毛巾等家纺类产品，为顺应产业转型要求，实现由传统制造业向品牌经营转变，四个品牌先后完成了生产基地向长三角地区战略大转移，形成在上海建立设计、营销、储运中心，而生产、采购辐射江浙鲁等地的格局。

上海龙头家纺有限公司是上海市高新技术企业、黄浦区技术创新示范企业，家纺品牌确定了新产品开发理念：传统上不乏经典，时尚中不乏科技，用新内涵、新科技赋予老字号产品新亮点。销售模式：主要是零售和批发，其中零售是营销重点，根据四大品牌不同市场定位、产品系列化及配套化程度，形成不同终端模式。（1）面向大众的社区专卖店。主要针对民光等传统大众品牌，产品素以质地精良、价格实惠而深受寻常百姓的喜爱；（2）适应不同消费层次需求的现代百货专卖柜（厅），主要针对凤凰等中、高档品牌，产品选料上等，设计新颖，工艺独特，堪称毯中精品；（3）销量大而快捷的超市渠道。主要针对钟牌 414 和皇后品牌，适用大众

日常消费品；（4）新兴的电子商务销售平台。通过在天猫、京东、东方电视购物等电商渠道的发展，扩大了老字号品牌在年轻一代群体中的影响力。（5）开设 MGHome（家居家饰馆），定位于快时尚、慢生活、泛家居，主打快时尚风。

3、服装服饰类：品牌包括海螺、金海螺等。海螺以衬衫品类为主，面向中档消费群体，主要为追求穿衣品质、注重细节个性的 35-55 岁男士提供正装衬衫、休闲衬衫。产品主要以涤棉、全棉、全棉磨毛、全棉免烫为主。依据材质及工艺的不同，可分为中低档的涤棉类衬衫，全棉、全棉磨毛衬衫以及全棉免烫衬衫；高档类产品主要以金海螺男士配套类为主，包括休闲裤、T 恤、毛衫、夹克、羽绒棉褸、大衣，以及部分纯棉高支、纯棉高支免烫、丝棉、纯羊毛、个性特殊工艺等中高档衬衫、休闲裤、T 恤、夹克、羽绒棉褸等产品。

主要渠道分线上线下，其中，线上渠道已覆盖天猫、京东、唯品会、一号店、当当、东方 CJ 等；线下渠道主要包括直营终端的百货专柜、专卖店、超市专柜及经销加盟。

除上述事项，公司 2017 年年度报告其他内容不变，本次补充披露对公司已披露信息不产生实质性影响，补充后的公司 2017 年年报全文详见上海证券交易所网站。

特此公告。

上海龙头(集团)股份有限公司

2018 年 4 月 18 日