

公司代码：600137 公司简称：浪莎股份

四川浪莎控股股份有限公司
2017 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 四川华信（集团）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

根据四川华信（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2017 年度经营成果审计，2017 年 1-12 月公司实现净利润 22,953,569.43 元。截止 2017 年 12 月 31 日公司合并报表未分配利润为 26,580,948.51 元，母公司经全资子公司向其分红弥补遗留亏损后，未分配利润为 6,675,171.24 元，提取法定盈余公积 10% 后，可供股东分配利润为 6,007,654.12 元。依照《公司章程》相关规定，董事会提出 2017 年度分配政策为：2017 年度向全体股东每 10 股派发现金 0.6 元（含税），不进行资本公积转增股本，待提请股东大会审议批准。

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	浪莎股份	600137	ST浪莎

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马中明	马中明
办公地址	四川省宜宾市外南街63号	四川省宜宾市外南街63号
电话	0831-8216216	0831-8216216
电子信箱	cjbz@vip.163.com	cjbz@vip.163.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司主要业务情况。

公司主营业务为：针织内衣、针织面料的制造，商品批发与零售；进出口业；投资管理咨询等，行业分类属于纺织服装行业，行业细分属于纺织内衣行业。同行业上市公司主要有龙头股份（600630）、棒杰股份（002634）等，同行业未上市公司主要有猫人国际（香港）股份有限公司、青岛雪达集团有限公司等。

公司致力于专业研发、生产和经营各种保暖内衣、时尚内衣、短裤、文胸等针织服装，以及外贸服装的贴牌加工。报告期内公司有直营门店 2 家、加盟店 478 家、外贸贴牌 16 家。浪莎内衣品牌系列产品主要有保暖内衣产品系列（无缝和有缝）、男女短裤系列、男女时尚内衣系列、女士文胸等。

行业情况：纺织服装的内衣子行业不仅是一个完全竞争的行业，而且存在无序竞争的问题。由于行业技术门槛、行业壁垒较低，生产企业众多，且大多数企业规模较小、产品档次和质量较低、营销能力和产品开发能力有限，低水平重复建设严重，低档产品生产能力过剩。虽然竞争激烈，但是近两年来，纺织服装行业受消费市场回升平稳增长和消费板块上涨拉动刺激，行业整体表现回升向好。

（二）生产经营模式。

公司主营业务为针织品内衣的生产与销售，主要产品有无缝和有缝保暖内衣、时尚内衣、男女短裤、文胸等。为降低生产经营成本，充分利用和整合社会存量资源，公司采用产品自主设计、生产外包，结合自主生产、直营销售的经营模式，致力于浪莎内衣品牌建设与推广和供应链生态管理。其中自主设计、生产外包供应链管理经营模式为主（以下简称：OEM），2017 年度公司 OEM 经营模式占比为 86.58%。

OEM 自主设计、生产外包供应链管理经营模式：公司将所需要的产品委托给其他合作厂商按照公司制定的生产标准、款式要求进行生产加工，公司对其生产过程进行跟踪，并对最终产品的质量把关验收，最后将产品通过本公司的销售渠道进行销售。

自主生产方面，生产车间按照订单生产产品，然后根据生产需要，确定需要的原、辅料、规格、数量，并制定原、辅料采购计划，进行采购，将原材料加工成成品以后通过自身的销售渠道对外销售。公司主要原料为面料、纱线、辅料、包装物，流程如下：

有缝内衣：

面料裁剪

缝制 检验整烫包装 入库 销售

无缝内衣：

纱线 织造台检染色修剪

(1) 有缝内衣使用面料：主要羊毛竹碳不倒绒、甲壳素、粘胶布、草珊瑚、丝麻布、莫代尔，竹炭纤维、竹纤维。

(2) 无缝内衣使用纱线：棉纱、竹纤维、莫代尔，竹炭纤维、包纱（2030-12F、2050-24F），锦纶（70D-48F、70D-68F），涤纶（75D），氨纶（120D）。

销售方面，公司分线上销售和线下销售。对于线上销售，主要是电商在淘宝、天猫、京东、唯品会等渠道的销售，以及公司与电视购物平台合作销售。通过整体策划，将电子商务平台与各类现有网络平台相结合，通过跨平台多店铺的运营模式，实现电子商务业务再上台阶。目前，公司在积极尝试移动电商销售模式的推广，扩大公司产品影响力。对于线下销售，公司主要采取直营店与代理加盟，信用交易与现金交易相结合的模式。基于产品特性，保暖内衣产品的销售具有季节性特点，主要集中在秋冬季，尤其是 10 至 12 月份。由于浪莎内衣的客户基本上是以商场、大型超市、专卖店为主，前期投入市场需要大量货品与资金进行铺货，一般代理商无法独自承受，所以需要公司给予大力支持，因此公司在秋冬新品上市之前以及上市之后销售高峰期，会给予代理商一定的信用额度。2017 年销售总额 33,840.06 万元，其中线上销售 13,080.79 万元，占 38.65%；线下销售 20,759.27 万元，占 61.35%。

研发设计方面，公司坚持以自主研发作为技术进步驱动力，以市场需求为导向，通过产品生产工艺的持续改进、新产品的不断开发，加强对新材料、新面料的研发和运用，提高浪莎内衣产品舒适度和功能性，降低生产损耗率，增强产品的市场竞争力。2017 年公司研发投入 1,091.93 万元，研发投入总额占营业收入比例 3.18%

(三) 行业情况。

纺织服装的内衣子行业不仅属于完全的竞争市场，而且也是典型的买方市场，而且存在无序竞争的问题。其行业现状是劳动密集，行业技术门槛、行业壁垒较低，生产企业众多，且大多数企业规模较小、产品档次和质量较低、营销能力和产品开发能力有限，低水平重复建设严重，低档产品生产能力过剩。为了维持生存和发展，许多中小企业抄袭、模仿名牌企业和市场流行的产品设计，并采取让价不让市场的方式，这些不规范行为在加剧行业内市场竞争的同时，影响了行业整体水平的提高。

2017年面临消费市场回升平稳增长和消费板块上涨拉动的良好市场发展机遇，全年公司优化业务布局，强化对市场、行业形势的预判和分析，加强了对生产经营的宏观指导，进一步健全了运营机制，着力提升了公司内部运营管控水平和风险防范水平。着力实施技术创新战略和渠道品牌开拓战略，全面提升公司研发管理以及市场营销能力，大力推进了公司从生产制造型企业向制造服务型企业发展转型步伐。

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

	2017年	2016年	本年比上年 增减(%)	2015年
总资产	651,884,314.07	585,930,228.40	11.26	545,048,788.72
营业收入	343,433,627.84	269,095,434.33	27.63	205,195,869.98
归属于上市公司股东的净利润	22,953,569.43	13,458,788.52	70.55	-20,683,148.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	17,192,743.90	9,871,312.58	74.17	-21,595,663.18
归属于上市公司股东的净资产	476,744,111.78	453,790,542.35	5.06	440,331,753.83
经营活动产生的现金流量净额	25,167,666.01	72,969,452.10	-65.51	18,225,790.70
基本每股收益（元/股）	0.236	0.138	71.01	-0.21
稀释每股收益（元/股）	0.236	0.138	71.01	-0.21
加权平均净资产收益率（%）	4.93	3.01	增加1.92个百分点	-4.59

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	34,801,647.10	56,880,937.02	107,132,709.46	144,618,334.26
归属于上市公司股东的净利润	3,459,379.40	6,524,211.89	10,610,468.51	2,359,509.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	3,276,234.18	3,857,355.22	8,828,679.94	1,230,474.56
经营活动产生的现金流量净额	-18,366,400.87	-21,152,607.92	1,898,877.74	62,787,797.06

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

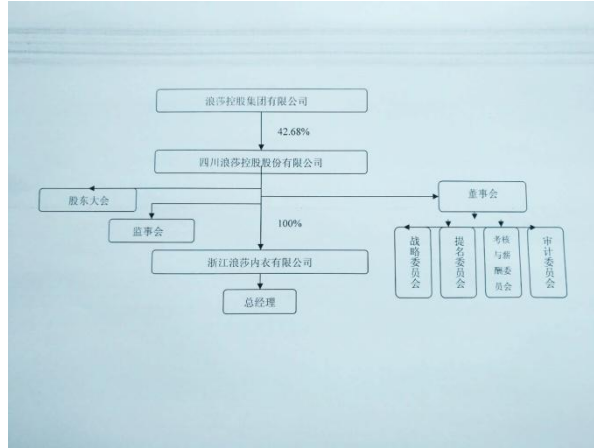
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）	17,685
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	16,132

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	
浪莎控股集团有限公司	0	41,495,355	42.68	0	质押	40,000,000	境内非 国有法 人
西藏巨浪科技有限公司	9,647,022	19,288,888	19.84	0	质押	19,284,400	境内非 国有法 人
深圳能源集团股份有 限公司	0	1,079,477	1.11	0	无		国有法 人
紫光集团有限公司	893,867	893,867	0.92	0	无		未知
北京紫光通信科技集团 有限公司	806,586	806,586	0.83	0	无		未知
西藏普瑞建筑工程有 限公司	800,456	800,456	0.82	0	无		境内非 国有法 人
华润深国投信托有限 公司－华润信托 润之 信 87 期集合资金信托 计划	441,300	441,300	0.45	0	无		其他
柳建伟	400,000	400,000	0.41	0	无		境内自 然人
顾力平	370,100	370,100	0.38	0	无		境内自 然人
华润深国投信托有限 公司－华润信托 润之 信 86 期集合资金信托 计划	360,000	360,000	0.37	0	无		其他
上述股东关联关系或一致行动的 说明	报告期公司前十名无限售条件股东与公司控股股东之间不存在关联关系，也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股 数量的说明	不适用						

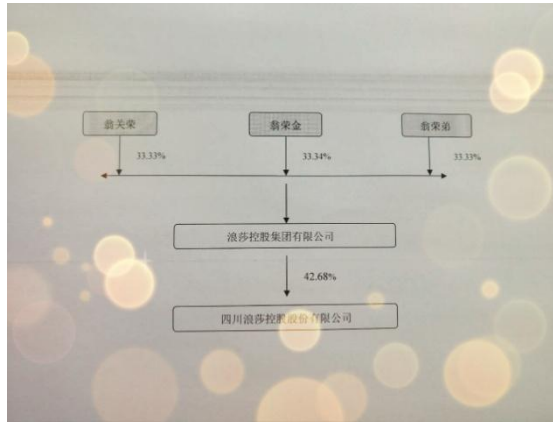
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

(1)主营业务总体情况。报告期内营业收入 3.43 亿元，主营业务成本 2.79 亿元，分别较上年增加 27.63%、27.55%。销售费用较上年同期增加 50.11%，主要系本期销量增加影响，以及本期公司运营电商专卖店，电商平台费用增加所致；管理费用较上年同期增加 6.87%，其中：研发支出较上年同期增加 28.30%；财务费用较上年同期增加 63.52%，主要系本期闲余资金用于投资银行理财产品，存款利息收入减少所致。

(2)分行业、分产品毛利率情况。报告期内公司制造总体毛利率为 17.61%，其中内衣产品、短裤、文胸毛利率分别为 19.68%、18.14%、22.09%。内衣产品实现营业收入 9,598.43 万元，占主

营业务收入 28.36%；短裤实现营业收入 18,692.14 万元，占主营业务收入的 55.24%；文胸实现营业收入 315.76 万元，占主营业务收入的 0.93%。2017 年公司继续立足主业，优化产品结构，拓展短裤、文胸产品，促进了公司利润增长。

(3)产品分地区销售和出口情况。报告期内公司产品销售主要面向国内市场，其中国内销售前三名地区为华东地区、中南地区、华北地区，全年分别主营业务收入占比分别为 80.97%、4.23%、3.64%。报告期内出口产品收入 2,705.16 万元，占公司主营业务收入比例的 7.99%。若未来汇率波动和贸易摩擦波及纺织服装行业，将对公司 2018 年产品出口产生一定影响。

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

本公司将全资子公司浙江浪莎内衣有限公司（以下简称“浪莎内衣公司”）、义乌市蓝也服饰有限公司（以下简称“蓝也服饰公司”）纳入本期合并财务报表范围，具体情况详见本财务报表附注合并范围的变更和在其他主体中的权益之说明。

四川浪莎控股股份有限公司

董事长：

2018 年 4 月 23 日