

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 瑞华会计师事务所（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

根据瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2017 年归属于上市公司股东的净利润为 302,316,480.29 元。根据《公司法》和《公司章程》的规定，扣除法定盈余公积金 13,077,388.60 元，2017 年度实现的可供分配利润为 289,239,091.69 元。基于对公司未来发展的预期和信心，同时公司具有较为充足的未分配利润和资本公积金，为了积极回报股东，与股东共享公司的发展经营成果，在符合《公司章程》规定的利润分配原则、保证公司正常经营和未来发展所需资金充足的前提下，拟以总股本 337,002,965 股为基数（以截止本公告发布之日的总股本 337,301,965 股扣除公司即将回购注销的第二期限限制性激励股票共计 299,000 股），向股东每 10 股派发现金红利 2.6 元（含税），共计派发现金红利 87,620,770.90 元；上述利润分配预案尚需提交股东大会审议。

## 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	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
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
电话	0755-83438860	0755-83438860
电子信箱	zqfw@ellassay.com	zqfw@ellassay.com

### 2 报告期公司主要业务简介

(一) 公司所从事的主要业务及产品公司的主营业务为品牌时装的设计研发、生产和销售。成立以

来，公司一直专注于高级时装品牌的发展，主营业务未发生变化。截至年报发布日，公司共拥有 5 个时装品牌，分别为中国高级女装品牌 ELLASSAY、德国高级女装品牌 LAUREL、美国轻奢潮流品牌 Ed Hardy、法国轻奢设计师品牌 IRO、美国设计师品牌 VIVIENNE TAM。消费群体依据不同品牌的定位略有区别：ELLASSAY 的顾客主要是时尚、优雅、讲究生活品质的现代都市女性；LAUREL 则面向严谨、积极、自信的女性；Ed Hardy 的顾客注重独特与个性，热爱生活并希望创造不同的生活亮点；IRO 主打追求街头情怀的法式简约风格，定位于时尚、个性的年轻女性；VIVIENNE TAM 的设计糅合东方元素和国际流行时尚，囊括服装、手袋、饰品、香水等多品类，服务注重剪裁及设计的高品质女性客群。

### 1、ELLASSAY（歌力思）

ELLASSAY 品牌创立于 1996 年，灵感来源于浪漫的法国香榭丽舍，追求独立与优雅的气质。创立以来，品牌一直秉承优雅、时尚及完美品质的现代都市风格，为自信独立，聪颖、智慧的都市女性塑造传统与现代结合的优雅形象。ELLASSAY 下设三个产品系列：正装系列 ELLASSAY、休闲系列 ELLASSAY WEEKEND 及高端成衣系列 ELLASSAY FIRST。在品牌的建设和发展过程中，公司始终致力于将 ELLASSAY 打造成为具有国际影响力的中国时装品牌作为目标。经过多年的推广与经营，ELLASSAY 已成长为极具竞争力的中国高端女装品牌。根据中华商业信息中心统计，ELLASSAY 品牌高端女装连续 8 年（2011-2017）荣列同类市场综合占有率前十位，其中，2017 年 ELLASSAY 品牌荣列中国高端女装综合市场占有率前三名。报告期内，店铺数量总计为 322 家，全国店均销售额较去年同期增长 23%；其中，直营店同期同店单店销售收入较上年增长 22%，终端单店销售稳步增长。

### 2、LAUREL

LAUREL 于 1978 年在慕尼黑创立，定位为国际轻奢高端女装品牌，原为德国三大著名奢侈品牌之一的 ESCADA 旗下品牌。LAUREL 以“see·feel·love（欣赏、感知和热爱）”为品牌宗旨，面向严谨、积极、自信的女性客群。品牌在全球有 1000 多家销售点，覆盖世界各地 30 多个国家。歌力思通过全资子公司东明国际拥有 LAUREL 品牌在中国独立的所有权，包括设计权、定价权和销售权。LAUREL 品牌的引入，与公司现有高级女装品牌 ELLASSAY 在渠道和品牌推广提升方面形成优势互补；公司在设计研发、营销体系和供应链体系的优势有效提升 LAUREL 在中国的盈利能力。公司与德国 LAUREL GMBH 在产品的设计研发、品牌推广等领域的深入合作将给 LAUREL 品牌在中国的发展创造更好的条件，对公司实现有国际竞争力的中国高级时装品牌集团的战略目标有直接的推动作用。报告期内，LAUREL 在国内新开店 14 家，店铺数量合计 30 家；实现主营业务收入 9,774.37

万元，同比增长 230.46%。终端销售快速增长。未来，LAUREL 将持续拓展一、二线城市核心商圈渠道，逐步提高品牌的市场占有率。

### 3、Ed Hardy

国际轻奢潮流品牌 Ed Hardy 于 2004 年在美国成立，目前在美洲、欧洲、亚洲和中东都已开设专卖店，销售渠道分布广泛，是美国炙手可热的潮流品牌，尤其受到年轻群体及明星的追捧。歌力思通过子公司东明国际控制唐利国际控股有限公司（以下简称“唐利国际”）持有美国轻奢潮流品牌 Ed Hardy 在中国大陆及港澳台地区的所有权。Ed Hardy 的加入，延展了原本公司的目标市场范围，将注重独特与个性的年轻群体纳入公司目标客户群中。Ed Hardy 于 2017 年推出了副品牌 Ed Hardy X，由吴奇隆先生担任品牌主理人。报告期内，Ed Hardy 系列品牌新开店铺 40 家，店铺合计 148 家，实现主营业务收入 4.36 亿元，较去年同期并表收入增加 79.15%。同期同店销售额较去年同期增长 7.43%，其中，直营店同期同店销售额较去年同期增长 15.67%。终端单店销售稳步增长。未来，Ed Hardy 系列品牌将持续拓展各大城市核心商圈渠道，将轻奢潮流文化推广到更大的目标市场。

### 4、IRO

IRO 是定位于轻奢领域的法国设计师品牌，以“street girls & fashionable women”为设计理念，追求街头情怀的法式简约风格，主打时尚女装产品。IRO 以年轻创新、干练简洁的法式设计见称，多采用旧皮革、羊绒、丝绸等材料，打造出街头朋克风格与巴黎时尚灵感相结合的系列设计，辨识度强。其中，酷感十足的皮夹克、连衣裙及休闲 T 恤尤受欢迎。报告期内，歌力思完成了对前海上林控股股权的收购，通过前海上林实现对 IRO SAS 的控股，从而间接持有 IRO 品牌所有相关权益及资产。作为国际性时装品牌，IRO 不仅在其诞生地法国取得了良好的发展，并且已进入美国、德国、英国、西班牙、丹麦、韩国等多个国家和地区。在中国大陆地区，报告期内，IRO 陆续在上海港汇广场、北京 SKP、南京德基等地共计开设了 5 家终端店铺。

### 5、VIVIENNE TAM

VIVIENNE TAM 系美国华裔时装设计师 VIVIENNE TAM 于 1994 年在纽约创立的同名时装品牌。品牌以中国元素为创作灵感，通过时间、空间的转换将都市与古典，唯美与摩登完美融汇，不断寻求美国文化与中国元素结合上的突破。主要产品涉及服装、手袋、饰品、香水、鞋子等，服务于注重剪裁及设计追求的高品质生活的年轻女性客群，在美国、日本、中国香港、韩国、菲律宾、泰国都已开设专卖店。报告期内，歌力思通过收购薇薇安谭 75% 的股权，获得 VIVIENNE TAM 品牌在中国大陆地区的所有权。截至报告披露日，VIVIENNE TAM 已在北京王府中环购物中心及深圳益田

假日广场开设了终端店铺。未来，公司将持续通过现有旗下品牌的协同资源，加速 VIVENNE TAM 品牌在国内的推广，并陆续开设终端店铺进行运营。

## 6、百秋电商

百秋电商是专业从事电子商务代运营业务的服务公司，专注为国际时尚品牌提供整合线上线下全渠道的品牌咨询、整合营销、店铺运营、仓储物流和 IT 解决方案等全链路服务。通过细致、专业及高效的运营来提升消费者的消费体验，为品牌方在线上线下渠道获得更多的销售额及美誉度。目前，公司持有百秋网络 75% 股权，间接控股百秋电商。百秋电商所运营的品类包括服装、配饰、箱包、鞋类，提供包括不限于摄影摄像、视觉美化设计、商品管理、营销推广、内容营销、客户服务、IT 全套解决方案、CRM 管理、仓储服务及新零售管理等一站式电子商务代运营服务。在中高端时尚品牌运营方面有着丰富的实战经验，成功运营 40 多个国际时尚品牌，运营服装品类的 sandro、Maje、Claudiepierlot 及 Pinko 等；手表配饰类的潘多拉 (PANDORA)、天梭 (Tissot)、Swatch、Fossil 等；箱包类的 TUMI、ELLE、Kipling、DELSEY；鞋履类的 Clarks、Achette、cole hann 及 kenneth cole 等多个国际知名品牌。报告期内，基于自身定位，百秋电商持续拓展国际品牌并达成合作，并由线上渠道业务向线下门店的开店、货品和店内经营管理，门店托管业务拓展，逐步建立起成熟的线上线下一体化经营能力。报告期内，百秋网络实现净利润 4,990.50 万元，同比增加 45.99%，未来仍将持续健康增长。

### (二) 公司的经营模式

公司经营模式主要为自有品牌专业零售商模式，以设计研发和品牌运营为核心，强调对材料采购、产品规划、生产销售等环节的有效控制。通过规模效益降低供应链成本；通过严格的质量管理体系确保产品的高品质；通过高效的信息和物流网络，实现对产品供应链的垂直整合，以快速响应的产品开发和销售满足产品需求。

1、采购模式。公司采购的主要产品包括面辅料、成衣、配饰和其他物料。在采购各环节管控中，公司强调和供应商的战略协作，在保障供应商的利益同时，为公司快速翻单补货及时提供原材料和定制成衣，实现双方的共赢。

2、生产模式。目前公司主要采用自制生产、定制生产和委托加工相结合的生产模式。

3、销售模式。公司采用线下渠道为主，线上渠道辅助的销售模式。其中，线下渠道分为直营和分销两类，主要集中在一、二线城市的核心商圈。线下和线上两者在 2017 年占主营业务收入比重分别为 95.10%、4.90%。

4、品牌运作模式。上市以来，公司通过收购逐渐完场由单一品牌向多品牌运作模式的过渡。目前，

公司拥有 ELLASSAY、LAUREL、Ed Hardy、IRO、VIVIENNE TAM 五个时装品牌，覆盖不同细分市场需求，在渠道、品牌推广资源、供应链体系构建等方面能产生协同效应。

### （三）行业情况说明

2017 年，伴随着市场情况好转，需求回暖带动服装行业消费平稳较快增长。根据中国服装协会测算，2017 年全国服装销售总额约 2.87 万亿元，同比增长 8.3%。国内市场，2017 年以来，大型零售企业服装类商品零售回归正增长轨道，增速持续提升。根据中华全国商业信息中心的统计，2017 年 1-12 月全国重点大型零售企业服装类商品零售额同比增长 5.42%，增速比上年同期加快 6.65 个百分点国家统计局的数据显示，2017 年 1-12 月全国服装类商品零售价格同比上涨 1.1%；衣着类居民消费价格同比上涨 1.3%。2017 年 1-12 月衣着类生产者出厂价格同比上涨 1.2%。消费升级进入下半场后，以服装行业为代表的传统消费品行业结束粗放式的规模增长，逐渐迎来个性细分需求崛起的结构性变革。在品牌选择爆发增长、新模式迭起的新消费时代下，消费者对品牌设计和产品创新的渴求更为强烈。年轻消费者自身对追求独特、品质和自由的意识觉醒，为新锐设计师品牌提供了越来越大的消费基础。个性突出的设计师品牌、轻奢品牌开始加速占领市场。

## 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	3,565,898,808.07	2,569,483,844.56	38.78	1,865,318,315.04
营业收入	2,053,045,864.68	1,132,063,281.20	81.35	835,289,709.02
归属于上市公司股东的净利润	302,316,480.29	197,950,569.47	52.72	159,843,645.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	301,732,743.29	186,413,002.96	61.86	146,889,237.60
归属于上市公司股东的净资产	2,071,422,836.75	1,737,795,431.11	19.20	1,512,571,415.84
经营活动产生的现金流量净额	460,492,754.56	101,173,821.18	355.15	165,977,530.54
基本每股收益 (元/股)	0.91	0.82	10.98	1.08
稀释每股收益 (元/股)	0.91	0.81	12.35	1.08
加权平均净资产收益率(%)	15.82	12.29	增加3.53个百分点	13.07

### 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	339,550,851.97	437,616,005.98	602,184,586.47	673,694,420.26
归属于上市公司股东的净利润	60,311,870.05	61,754,573.01	80,134,859.09	100,115,178.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	61,079,489.04	66,562,859.04	81,488,084.10	92,602,311.11
经营活动产生的现金流量净额	62,183,283.64	80,475,318.43	118,148,036.54	199,686,115.95

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

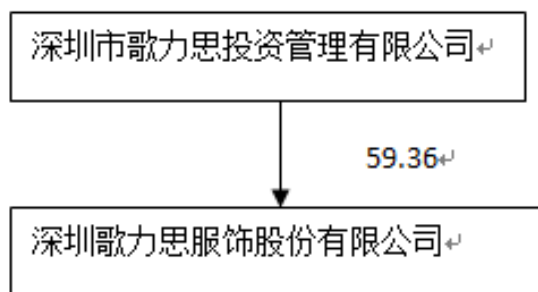
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）		11,957					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		11,775					
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
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）							
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	
深圳市歌力思投资管理 有限公司	46,207,800	200,233,800	59.36	200,233,800	无	0	境内 非国 有法 人
深圳市同甘投资有限 公司	2,079,000	9,009,000	2.67	9,009,000	无	0	境内 非国 有法 人
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	1,879,265	5,278,853	1.57	0	无	0	未知
中国农业银行股份有 限公司—长信内需成	3,691,318	4,369,695	1.3	0	无	0	未知

长混合型证券投资基金							
全国社保基金一零二组合	1,359,941	3,559,816	1.06	0	无	0	未知
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	2,561,085	3,058,368	0.91	0	无	0	未知
蒋进前	1,800,000	1,800,000	0.53	0	无	0	境内自然人
中国农业银行股份有限公司—安信消费医药主题股票型证券投资基金	1,633,816	1,633,816	0.48	0	无	0	未知
中国建设银行股份有限公司—信诚精萃成长混合型证券投资基金	-136,680	1,599,895	0.47	0	无	0	未知
中国建设银行—上投摩根双息平衡混合型证券投资基金	1,163,426	1,487,798	0.44	0	无	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	夏国新先生为深圳市歌力思投资管理有限公司实际控制人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

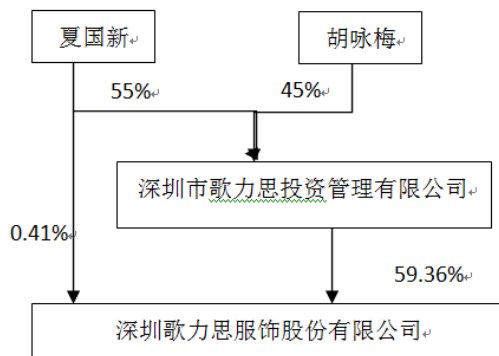
√适用 □不适用



#### 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，公司持续专注于高级时装的设计、生产及销售，主营业务未发生重大变化。公司实现营业收入 2,053,045,864.68 元，比上年同期增加 81.35%，归属于上市公司股东的净利润 302,316,480.29 元，比上年同期增长 52.72%。销售收入及利润稳定增长。

#### 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

本期会计政策变更对公司无重大影响，详见公司 2017 年年度报告第十一节之五、33 所述。

#### 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

公司本报告期纳入合并范围的子公司共十户，本年增加两户，详见公司 2017 年年度报告附注“九、在其他主体中的权益”。