

# 深圳歌力思服饰股份有限公司

## 2018 年度董事会工作报告

# 提 示

本报告中所引用的财务数据、公司基本数据均为真实数据，与公司相关公告披露文件数据一致，公司对该数据真实性予以保证；所引用的行业数据、新闻报道均来自正规媒体，但公司对该数据真实性不予以保证。

本报告部分内容参考了中华全国商业信息中心《全国大型零售企业暨消费品市场 2018 年度监测报告》、国盛证券《静水流深—时尚产业 2019 年投资策略》、中国产业信息网《2018 年中国纺织服装行业发展现状及发展趋势分析》等文章，本报告不做商业用途，不涉及知识产权归属，仅做公司参考，因此引用的具体情况在报告内不做体现，对报告内引用的部分，向以上单位表示感谢。

本报告是根据公司 2018 年实际经营情况编制，其中关于公司未来发展战略的相关描述，仅对公司经营起指导作用，不构成具体承诺。

# 目 录

一、公司经营情况分析.....	5
(一) 经营情况分析.....	5
1、公司盈利能力分析.....	5
2、公司营业收入构成及趋势分析.....	6
(二) 公司偿债能力分析.....	7
1、偿债能力指标的变化情况.....	7
2、公司管理能力分析.....	7
(三) 主要财务数据.....	7
1、资产类项目主要数据及分析.....	7
2、负债及所有者权益项目主要数据及分析.....	8
3、主要子公司经营情况分析.....	9
二、2018 年服装行业政策.....	10
(一) 行业现有政策情况.....	10
(二) 服装行业政策利好.....	12
1、促进大中小企业协调发展.....	12
2、大力推进品牌建设.....	13
3、加大财税金融支持力度.....	13
三、公司竞争力分析.....	14
(一) 多元化的高端品牌矩阵.....	14
(二) 强大的行业资源整合及运营管理能力.....	14
(三) 领先的设计研发体系.....	15
(四) 丰富的渠道资源及完善的销售网络.....	16
(五) 快速响应的供应链体系和高效的信息管理系统.....	16
四、公司未来发展预期.....	17
(一) 行业格局和趋势.....	17
1、行业经济运行情况.....	17
2、服装行业竞争格局及发展趋势.....	17
(二) 公司未来发展目标.....	19
1、构建成熟的集团化多品牌运作模式.....	19
2、强化各品牌独立运营能力.....	19
3、积极探索新零售模式.....	20
4、重视人才发展，与员工共享公司成长的收益.....	20
5、成为有千位事业合伙人的共创共享平台.....	20

五、年度利润分配预案.....	21
六、报告期内董事会议召开情况介绍.....	21
七、董事会需要说明的其他事项.....	23
(一) 终止公开发行人可转换公司债券.....	23
(二) 回购公司社会公众股份.....	24
八、附件.....	24
控股子公司注册信息.....	24
1、深圳市厚裕时装有限公司.....	24
2、深圳市穿梭纺织有限公司.....	25
3、深圳前海可染服饰设计有限公司.....	25
4、深圳市萝丽儿贸易有限公司.....	26
5、深圳市墨子服饰设计有限公司.....	26
6、东明国际投资（香港）有限公司.....	27
7、Ellassay U.S. Development Corporation.....	27
8、深圳前海上林投资管理有限公司.....	27
9、薇薇安谭时装（深圳）有限公司.....	28
10、依诺时尚(深圳)服饰有限公司.....	28
11、深圳歌诺实业有限公司.....	29

过去的一年，深圳歌力思服饰股份有限公司（以下简称“歌力思、公司、本公司”）持续以单店销售增长、店均销售和利润作为核心考核指标，强调产品设计、VIP 管理等核心任务，在推动品牌内生增长的同时，不断加速各品牌的单店盈利。

根据中华全国商业信息中心统计显示，主品牌 ELLASSAY 首次荣获全国高级女装综合市场占有率第一名；公司通过合资经营的方式取得了比利时设计师品牌 JeanPaulKnott 品牌大中华区运营权；通过各品牌稳健运营，公司 2018 年度营业收入达到 24.36 亿元，较上年同期增加 18.66%；2018 年度归属于上市公司股东的净利润达到 3.65 亿元，较上年同期增加 20.74%。公司多项业绩指标健康稳健，对公司成长为有国际竞争力的高级时装品牌集团提供了扎实的基础。

公司一直专注主业，顺应消费升级趋势，在做大做强主品牌“ELLASSAY”的同时，布局多品牌的协同发展，通过并购方式不断引入具有独特性的高端国际品牌，形成多品牌集团的运作模式。

2018 年公司董事会工作情况报告如下：

## 一、 公司经营情况分析

### （一）经营情况分析

#### 1、公司盈利能力分析

公司利润情况表

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度	
	金额	增长率	金额	增长率
营业收入	243,610.12	18.66%	205,163.08	35.53%
营业成本	77,46.59	21.05%	63,981.65	29.89%

营业毛利	166,163.53	17.58%	141,322.93	12.45%
营业净利润	43,934.80	23.93%	35,451.18	39.07%
归属于母公司股东的净利润	36,501.12	20.74%	30,231.65	23.84%

## 2、公司营业收入构成及趋势分析

### (1) 按业务类别划分

报告期内，公司营业收入构成情况如下表：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	218,990.03	89.89%	189,034.19	94.48%
其他业务收入	24,620.09	10.11%	16,270.39	5.52%
合计	243,610.12	100%	205,304.59	100%

### (2) 主营业务收入的渠道结构分析

单位：万元

销售模式	2018 年度		2017 年度	
	金额	占收入比重	金额	占收入比重
直营	126,081.76	57.57%	106,776.99	64.24%
分销	92,908.26	42.43%	82,257.20	35.76%
合计	218,990.02	100.00%	189,034.19	100.00%

报告期内，公司的主营业务收入来源于直营渠道和分销渠道，直营和分销均衡发展，两者占公司主营业务收入的比重相对稳定。

## （二）公司偿债能力分析

### 1、偿债能力指标的变化情况

财务指标	2018年	2017年
流动比率（倍）	2.38	1.83
速动比率（倍）	1.69	1.59
资产负债率（母公司，%）	26.27	29.03
资产负债率（合并，%）	27.00	33.23
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.23	1.40

### 2、公司管理能力分析

报告期内公司管理能力指标情况

项目	2018年	2017年
应收账款周转率（次）	6.57	7.44
存货周转率（次）	1.48	1.84

## （三）主要财务数据

### 1、资产类项目主要数据及分析

单位：万元

资产项目	2018年	2017年	变动金额	增减幅度
货币资金	641,307,652.07	76,913.91	-12,783.14	-16.62%
应收票据及账款	370,637,814.44	33,772.34	2,584.50	7.50%

预付款项	27,740,803.64	1,499.36	1,274.72	85.02%
其他应收款	85,023,445.51	5,228.51	3,273.83	62.61%
存货	524,504,021.69	42,301.41	10,148.99	23.99%
其他流动资产	163,938,489.40	8,637.34	7,756.51	89.80%
流动资产合计	1,813,152,226.75	169,059.81	12,255.41	7.25%
投资性房地产	81,092,731.72	8,605.89	-496.62	-5.77%
固定资产	200,642,263.51	21,221.41	-1,157.19	-5.45%
无形资产	704,846,194.22	70,222.99	261.62	0.37%
长期待摊费用	76,868,985.27	6,568.18	1,118.72	17.03%
递延所得税资产	98,752,614.24	8,860.35	1,014.91	11.45%
其他非流动资产	6,112,915.10	51.12	560.17	1095.79%
非流动资产合计	1,847,673,236.90	187,530.07	-2,762.75	-1.47%
资产总计	366,082.55	356,589.88	9,492.67	2.66%

## 2、负债及所有者权益项目主要数据及分析

单位：万元

负债和所有者权益项目	2018年	2017年	变动金额	增减幅度
应付账款	16,160.00	17,136.13	-976.13	-5.70%
预收款项	11,525.17	9,325.26	2,199.91	23.59%
应付职工薪酬	8,851.09	6,728.24	2,122.85	31.55%
应交税费	13,147.83	13,674.11	-526.28	-3.85%



其他应付款	24,106.81	31,084.86	-6,978.05	-22.45%
其他流动负债	2,456.14	2,960.84	-504.70	-17.05%
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
递延所得税负债	15,530.78	15,804.38	-273.59	-1.73%
递延收益	2,060.54	1,646.30	414.24	25.16%
<b>负债合计</b>	<b>98,826.74</b>	<b>118,495.51</b>	<b>-19,668.78</b>	<b>-16.60%</b>
股本	33,700.30	33,730.20	-29.90	-0.09%
资本公积	100,187.09	108,608.97	-8,421.88	-7.75%
减：库存股	12,397.66	16,984.25	-4,586.59	-27.00%
盈余公积	9,903.73	8,302.07	1,601.66	19.29%
未分配利润	100,477.34	74,339.96	26,137.38	35.16%
其他综合收益	1,263.48	-854.66	2,118.14	-
归属于母公司股东权益合计	233,134.28	207,142.28	25,992.00	12.55%
<b>股东权益合计</b>	<b>267,255.81</b>	<b>238,094.37</b>	<b>29,161.44</b>	<b>12.25%</b>
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>366,082.55</b>	<b>356,589.88</b>	<b>9,492.67</b>	<b>2.66%</b>

### 3、主要子公司经营情况分析

截至报告期末，公司共有控股子公司 11 家，分别为深圳市厚裕时装有限公司、深圳市穿梭纺织有限公司、深圳前海可染服饰设计有限公司、深圳市萝丽儿贸易有限公司、深圳市墨子服饰设计有限公司、东明国际投资（香港）有限公司（以下简称“东明国际”）、Ellassay U. S. Development Corporation、深圳前海上林投资管理有限公司（以下简称“前海上林”）、薇薇安谭时装（深圳）有限公司（以下简称“薇薇安谭”）、依诺时尚(深圳)服饰有限公司、深圳歌诺实业有限公司，上述公司经营方向各有不同，用于完成公司不同方向的战略布局。各子

公司详细注册信息见附件。

## 二、 2018 年服装行业政策

服装行业作为纺织工业的重要组成部分，在繁荣经济、吸收就业、满足社会消费需求等方面发挥着重要作用，是我国重要的民生产业和具有国际竞争力的优势产业。

在政策法规方面，我国先后颁布了一系列法律法规与政策文件，以规范和推动服装行业的发展，给予优势企业更好的发展环境。重点强调推动自主品牌建设，打造以自主创新为核心、具有国际影响力的服装品牌；鼓励和引导品牌企业通过收购、入股等形式进行境外投资、品牌收购、设立境外合作区、设置销售网络等，积极创造参与国际经济合作和竞争的新优势。

### （一）行业现有政策情况

我国现行法规对服装行业无准入性的明确限制，目前适用于我国服装行业的主要法律法规和产业政策主要包括：

法律法规及政策	涉及的核心内容
《中华人民共和国商标法》	加强商标管理，保护商标专用权，促使生产、经营者保证商品和服务质量，维护商标信誉，以保障消费者和生产、经营者的利益。
《中华人民共和国反不正当竞争法》	为保障社会主义市场经济健康发展，鼓励和保护公平竞争，制止不正当竞争行为，保护经营者和消费者的合法权益，经营者不得采取的不正当经营活动及相关违法处罚规定。
《中华人民共和国消费者权益保护法》	明确了经营者和消费者各自享有的权利和应当履行的义务，是维护消费者权益的主要法律规范。
《中华人民共和国产品质量法》	明确了产品经营者、生产者享有的权利及应当履行的义

	务，是规范产品责任领域的主要法律规范。
《零售商促销行为管理办法》	明确规定零售商促销活动的安全、广告宣传方式内容的真实性、促销商品的质量价格和退货以及促销活动管理等内容。
《零售商供应商公平交易管理办法》	对零售商和供应商收取费用、支付货款、退货条件以及妨碍公平竞争行为等作出了规定，是规范零售商供应商公平交易行为的主要法律规定。
《商业特许经营管理条例》及《商业特许经营备案管理办法》	明确了特许人与被特许人需具备的条件、基本权利与义务，特许经营合同需包括的主要内容，对特许经营费用和特许经营合同的期限约定、信息披露等有关规定。
《关于加快纺织行业结构调整促进产业升级若干意见的通知》	强调了结构调整的重点主要包括：①加快技术结构调整，提高产品附加价值。②大力推进自主品牌建设，创建有国际影响的自主知名品牌。重点支持、大力培育一批在品牌设计、技术研发、市场营销渠道建设方面的优势企业；鼓励创建具有公共属性的行业品牌、区域品牌。
《纺织工业调整和振兴规划》	产业调整和振兴的主要任务和政策措施包括：①实施自主品牌建设工程，培育形成若干个具有国际影响力的自主知名品牌，提高纺织服装自有品牌出口比重 10 个百分点，提升我国纺织业在全球产业分工中的地位。②鼓励和引导品牌企业“走出去”，通过收购、入股等形式进行境外投资、品牌收购、设立境外合作区、设置销售网络等。③进一步扩大国内消费，优化商业环境，扩大营销网络，减少流通费用，制定加快推进我国服装自主品牌建设的指导意见。④鼓励企业实施兼并重组和加大金融支持。
《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》	总体目标为“到 2015 年，基本形成健康、规范的服装、家纺自主品牌发展的市场和社会环境；培育发展一批以自主创新为核心、以知名品牌为标志、具有较强竞争力的优势服装、家纺企业；服装、家纺自主品牌在国内国际市场占有率显著提高；形成若干具有国际影响力的服装、家纺自主品牌”；工作任务主要包括：提高自主品牌服装、家纺企业综合实力营造良好的外部环境；建立和完善公共服务体系；积极开拓国内市场；大力开拓海外市场；实施自主品牌重点工程等。

<p><b>《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》</b></p>	<p>总体目标为“到 2015 年，基本形成健康、规范的服装、家纺自主品牌发展的市场和社会环境；培育发展一批以自主创新为核心、以知名品牌为标志、具有较强竞争力的优势服装、家纺企业；服装、家纺自主品牌在国内国际市场占有率显著提高；形成若干具有国际影响力的服装、家纺自主品牌”；工作任务主要包括：提高自主品牌服装、家纺企业综合实力营造良好的外部环境；建立和完善公共服务体系；积极开拓国内市场；大力开拓海外市场；实施自主品牌重点工程等。</p>
<p><b>《国务院关于促进加工贸易创新发展若干意见》</b></p>	<p>要求“三、发挥沿海地区示范带动作用，促进转型升级提质增效（七）稳定传统优势产业。继续发展纺织服装、鞋类家具、塑料制品、玩具等传统劳动密集型加工贸易产业，巩固传统优势。支持企业加强技术研发和设备改造，提升产品技术含量和附加值，增强企业核心竞争力。”</p>

## （二）服装行业政策利好

近年来，工信部新出台的一系列服装行业相关政策总体对于拥有自主品牌的大、中型服装企业来说，是绝佳的扩大企业规模，实现企业转型的扶持政策。2016年9月20日，工信部发布《纺织工业发展规划（2016年-2020年）》（以下简称“《规划》”）明确提出，要促进纺织工业转型升级，创造竞争新优势。鼓励纺织企业延伸产业链，支持行业龙头企业、品牌企业兼并重组，通过横向联合、纵向整合做优做强，提高企业全球资源整合能力，促进企业规模化、集约化、平台化运营，培育一批具有国际竞争优势的纺织企业集团。鼓励纺织服装企业以参股、并购等多种形式与国际设计机构、品牌运营机构、国际品牌企业合作，提升品牌国际化水平。该《规划》中包括：

### 1、促进大中小企业协调发展

《规划》中提出，鼓励纺织企业延伸产业链，支持行业龙头企业、品牌企业兼并重组，通过横向联合、纵向整合做优做强，提高企业全球资源整合能力，促进企业规模化、集约化、平台化运营，培育一批具有国际竞争优势的纺织企业集

团。到 2020 年，全行业年销售收入 100 亿元以上的品牌企业超过 50 家。鼓励中小企业专注于纺织特定细分产品市场、技术领域和客户需求，走“专精特新”的发展道路，持续提升技术创新能力和生产工艺水平，成长壮大为“单项冠军”企业。加强大中小企业协作，优势品牌企业发挥带动联动作用，中小企业做好专业配套服务，形成协同发展优质供应链。

## **2、大力推进品牌建设**

《规划》指出，建立和完善品牌服务体系，加强纺织行业品牌培育管理体系贯彻落实。引导企业加强品牌战略管理，明确品牌定位，促进品牌与文化创意产业、高新技术产业融合，提高品牌产品附加值和性价比。促进纺织服装类非物质文化遗产等传统文化与现代时尚融合发展，提升品牌文化内涵。进一步推动制造企业品牌、设计师品牌和区域品牌建设，提升中国流行面料、高档丝绸、绿色纤维等标志的影响力。鼓励纺织服装企业以参股、并购等多种形式与国际设计机构、品牌运营机构、国际品牌企业合作，提升品牌国际化水平。利用新媒体等有效传播渠道，加强品牌宣传。

## **3、加大财税金融支持力度**

落实到政策措施层面，《规划》中强调，要发挥好中央和地方财政资金引导作用，利用现有资金渠道，支持纺织行业科技创新、技术改造、智能制造、绿色制造、品牌建设、行业服务平台建设等。相关专项或工程中需要中央财政支持的技术研发工作，纳入国家科技计划(专项、基金等)体系，由中央财政科技预算等渠道统筹支持。支持符合高新技术企业条件的纺织企业，享受高新技术企业税收优惠政策。阶段性降低住房公积金缴存比例，落实国家关于阶段性降低社保费率的有关文件精神。落实减税降费政策，降低企业成本。加强产融对接，落实国家对实体经济的融资扶持政策，推进品牌质押贷款实施。鼓励企业建设纺织产业基金，支持企业通过融资租赁方式加快技术改造。鼓励各级地方政府制定相关政策引导纺织工业转型升级。

新的政策进一步加大了对大型服装企业的扶持力度，强调创新驱动、品牌建设，对符合高新技术企业条件的纺织企业由中央预算进行专项支持，鼓励通过横

向联合、纵向整合做优做强，提高企业全球资源整合能力，促进企业规模化、集约化、平台化运营，充分显示了我国政府引导和培育一批具有国际竞争优势的纺织企业集团的决心。相信在新一轮的政策引导下，服装企业将迎来新的发展和腾飞。

### 三、 公司竞争力分析

#### （一）多元化的高端品牌矩阵

公司通过投资、并购、合作经营等方式，由单一品牌发展成为多品牌的运营管理集团，已经形成涉及时尚、潮牌、轻奢、高定等多领域的高端品牌矩阵。

报告期内，公司通过合资经营的形式，取得了比利时设计师品牌 JeanPaulKnott 在大中华区的运营权。新品牌融合了阳刚与柔美，成衣与高定的风格，品类涵盖男装、女装。

目前，公司拥有 6 个高级时装品牌，且不断在物色符合战略定位的标的品牌，其中 ELLASSAY 为公司自有品牌，Laurèl、Ed Hardy、IRO、VIVIENNE TAM、JeanPaulKnott 为公司控股持有的国际品牌。六大品牌覆盖不同细分市场的需求，推动公司快速发展。

报告期内，公司调整自身组织架构，对各品牌事业部充分授权，在协同共享集团渠道开发、品牌推广、产品企划设计研发、终端运营等优势资源的基础上，促使各品牌建立灵活、有效的营运体系，进一步强化其独立运营能力。

#### （二）强大的行业资源整合及运营管理能力

歌力思的长期战略目标是“成为有国际竞争力的高级时装品牌集团”。

国际大型时尚产业集团的发展历程表明，通过投资、并购、合作经营等方式在全球范围内整合资源，是企业实现国际化发展的重要路径。其中比较具有代表性的有 LVMH 集团、开云集团及 VF 集团。

伴随中国时尚行业的发展，越来越多的国际品牌的寻求在中国拓展业务，但由于中国商业环境的复杂性，国际品牌多通过与国内伙伴合作的方式进入中国市场。

公司凭借成熟的销售网络、强有力的供应链体系、对中国消费者的深刻理解等优势能够帮助国际品牌整合行业资源，迅速打开中国市场。

同时，公司重视终端单店增长能力，通过不断强化营运管理系统能力，研究行之有效的顾客管理策略，将 ELLASSAY 品牌的直营和分销管理的最佳实践，复制并传播到公司旗下各品牌，极大的提升和改善各国际品牌的终端管理效益。

通过与国际品牌的股权合作，公司也能快速扩充自身品牌线，积累国际化运营经验，不断提升国际品牌运营能力，培养国际化人才，为未来进一步推进公司的国际化、多品牌战略打下坚实基础。

### （三）领先的设计研发体系

国际品牌的引入进一步丰富了公司的设计风格，国际设计师对潮流趋势的把控和本土设计研发团队对中国消费者偏好的深刻理解互为补充，形成公司业内领先的设计研发体系。

企划方面，公司构建了科学严谨的企划体系，通过准确把握国际时装流行趋势咨询，结合市场研究、顾客研究和供应链整合，可以及时把握不同风格品牌的流行趋势、结构企划、颜色企划、面料企划以及合理的区域上市波段，为旗下各品牌提供有效的企划决策参考，有助于不断提升集团旗下各品牌的设计精准能力和产品的适销度，确保产品设计研发能力持续上升。

设计方面，公司先后聘请了来自法国、意大利、韩国、台湾地区的设计咨询顾问以及韩国版型技术顾问，同时引入国际设计人才，协助公司提高设计研发团队素质，提升品牌形象。

在国内，公司与北京服装学院、深圳大学、天津工业大学等院校在教学科研、技术培训和人才培养方面建立了良好的合作关系，持续为公司提供设计人才。

#### （四）丰富的渠道资源及完善的销售网络

公司在香港、上海、北京等时尚产业聚集的大都市布局零售渠道，形成直营、分销相结合，覆盖全国各大城市核心商圈的销售网络。

在成熟品牌的渠道拓展方面，公司持续贯彻渠道优化策略，重点布局一线城市新兴综合商业体。对于既有店铺，通过升级改造、加强营业培训等方式提升店铺的形象，进一步提升了有效营业面积，增加单店销售能力。

新引入的国际品牌方面，以直营模式为主，依托公司的渠道资源和销售网络，各品牌根据其定位，选择合适的渠道进驻，快速推进其中国业务的落地。

整体来看，多品牌集团化模式进一步提升了公司对渠道的议价能力，与渠道的合作也更趋向战略合作，有助于公司在竞争激烈的核心商圈获得更符合公司定位的高质量店铺位置。

2018 年末，公司主品牌 ELLASSAY 拥有 312 家终端店铺；Ed Hardy 系列品牌拥有 181 家终端店铺；Laurèl 品牌拥有 37 家终端店铺；IRO 品牌在全球拥有 49 家直营终端店铺，VIVIENNE TAM 拥有 13 家终端店铺。

#### （五）快速响应的供应链体系和高效的信息管理系统

自引入 SAP 系统以来，经过不断调试和磨合，公司已经实现各区域资源的及时调配、统一规划，及时应对各类风险与突发情况。目前 ELLASSAY、Laurèl、IRO、VIVIENNE TAM 品牌均已纳入公司 SAP 管理体系中，JeanPaulKnott 品牌完成筹备工作后，也将整体纳入 SAP 管理体系。强大的信息化管理系统能够及时记录和掌握货品的零售与库存情况。快速的货品调配和相应，不仅为顾客及时提供适销的产品和服务，同时可以有效控制公司产品库存。公司运用多年来积累的运营管理经验，形成了有效处理信息反馈、订单跟进和货品配送的快速反应机制，将产品的反应周期压缩至 8 天以内。



## 四、公司未来发展预期

### （一）行业格局和趋势

#### 1、行业经济运行情况

##### （1）行业总体情况

2018 年以来，我国服装市场增速相对放缓。

2018 年，我国居民人均衣着消费支出累计增长 4.1%，但在消费总支出方面，衣着消费占比 6.5%，较上年下降 0.3%。人们在医疗、教育、服务等项目上的开支占比越来越大，挤压服装消费。

大型零售企业方面，服装零售额累计增长 0.9%，增速较上年放缓 4.5%。其中，男装累计增长 0.4%，女装增长 0.9%，童装增长 6.7%，增速较去年均呈放缓趋势。服装零售量累计下降 4.2%，价格上涨是销量下滑的主要原因：服装单价累计上涨 5.3%，较上年提升 4.1%。

网购市场来看，服装零售额累计增长 22%，增速较年初放缓 14.8%。随着网民增速放缓，以及销售规模基数的扩大，消费者更加成熟、理性，网购增速出现回落。网购人群不仅关注品牌的营销活动，还会在意品牌知名度、服装质量、以及款式样式。因此，随着线上流量增长趋缓以及竞争愈发激烈，许多以实体店渠道为主的品牌在线上销售的优势日益明显。

##### （2）行业盈利能力

2018 年 1-12 月，服装行业规模以上企业累计实现主营业务收入 17106.57 亿元，同比增长 4.07%；利润总额 1006.75 亿元，同比增长 10.84%；销售利润率为 5.89%，比上年同期提升 0.36 个百分点；销售毛利率 15.10%，比上年同期提升 0.26 个百分点；三费（管理费用、销售费用、财务费用）比例为 9.46%，比上年同期增加 0.08 个百分点。

#### 2、服装行业竞争格局及发展趋势

##### （1）行业竞争格局

目前，我国女装企业已经超过 20,000 家，品牌数量众多，行业集中度较低，

竞争十分激烈。整体来看，我国女装市场正朝着价值竞争阶段发展，价格竞争将逐渐退出主流竞争舞台，高附加值品牌将在竞争中处于优势地位。

## （2）行业发展趋势

随着居民收入提高及消费升级，中国服装市场发展迅速，未来，服装行业将呈现以下发展趋势：

1)国内品牌海外并购提速：国外高端服装品牌和快时尚品牌进入国内市场，导致国内服装市场的竞争日趋激烈，刺激了服装企业在经营模式上的转型和升级。此外，为丰富自身的产品矩阵和布局海外市场，部分服饰品牌企业开始进行海外并购或作为国外服装品牌在国内的代理商，服装企业的海外并购为企业提供了转型高端、丰富自身产品组合、提升品牌形象以及拓展国际业务的机会。

2) 实施多品牌战略：随着消费者收入的增加及其消费观念的转变，消费群体趋于细分化、多元化。同一个消费者在不同场合对服装亦有不同的需求。单一品牌公司在设计上只能满足单一群体的需求，具有很大的局限性。因此越来越多的服装企业实施多品牌战略以覆盖不同的细分市场，满足消费者的多样化需求，多品牌策略可以分散单一品牌带来的系统风险。

3) 消费群体年轻化、个性化愈加明显：从消费阶层变迁来看，当前国内消费市场出现较为明显的 M 型消费结构，高端和低端消费市场稳步增长，中间市场逐步缩小。当前我国消费者的消费理念已经发生转变，消费更趋理性，消费者变得越来越年轻化、个性化、国际化，更加注重产品的品质和满足个性化需求，向往更加优质富有创意的产品、更合理的价格以及更好的购物体验和服务，特别是年轻消费者逐步成为消费的主力，年轻人更加注重个性化和时尚化，他们更希望能与品牌建立共鸣和情感链接，通过产品来表达自己的生活方式。

4) 移动社交成为新消费引擎：移动社交既可以积极地刺激用户消费需求，还可以运用社交平台的信息共享功能，通过用户的“口碑”形成裂变式的网络传播，熟人的体验式消费体验和传播能更有效地为商品做背书，增强用户的信任度和消费信心的同时不断提升购买频次和效率，使品牌与客户之间的沟通更有温度，建立起类似社交“好友”的紧密且直接的链接，更好地满足消费群体的个性化需求。

5) 新旧业态融合发展。随着网购用户规模不断扩大，社交电商的渗透率逐

步提升，网上零售等新兴市场供给方式保持快速增长，移动互联网已经成为年轻人首要的购物渠道。在新兴业态保持快速增长的同时，传统企业积极转型，部分实体零售业态继续呈现回暖态势。根据国家统计局统计，2018年，包括超市、百货店、专业店等在内的限额以上单位实体零售业态零售额同比增长4.6%，在上年恢复性增长的基础上继续保持增长态势。在大数据、人工智能和移动互联网等新技术推动以及日益完善的物流配送体系支撑下，超市、专业店等传统零售业态与电商平台深度融合，新兴业态和传统业态融合成为消费市场供给的重要途径。

## （二）公司未来发展目标

公司的长期战略目标是成为有国际竞争力的高级时装品牌集团，围绕这个目标，未来公司将在以下方面进行战略实施：

### 1、构建成熟的集团化多品牌运作模式

公司通过投资、并购、合作经营等方式，由单一品牌发展成为多品牌的运营管理集团，已经形成涉及时尚、潮牌、轻奢、高定等多领域的高端品牌矩阵。

目前，公司拥有 ELLASSAY、Laurèl、Ed Hardy、IRO、VIVIENNE TAM、JeanPaulKnott 六个高级时装品牌，覆盖不同细分市场需求。

通过架构调整，公司明确自身的品牌管理定位，充分授权各品牌事业部独立发展。通过向旗下各国际品牌输出产品企划研发、品牌推广、渠道开设、供应链和营运经验的方式，进一步强化其在中国市场的独立运营能力，从而达到多品牌健康协同发展的目的。

### 2、强化各品牌独立运营能力

推动公司旗下各品牌独立运营，实现内生式的业绩增长将成为下一阶段的工作重点。公司现有品牌中，主品牌 ELLASSAY 和美国轻奢潮流品牌 Ed Hardy 耕耘中国市场相对成熟，其在核心业务领域的竞争排名也名列前茅，公司将单店销售增长、店均销售和利润作为核心考核指标，强调产品设计、VIP 管理等核心任务，鼓励品牌内生增长；同时考虑延伸品类设计，体现出品牌附加值。

对于 Laurèl、IRO、VIVIENNE TAM、JeanPaulKnott 等新引入品牌，公司仍

将持续加大对这些品牌的投入，在品牌推广、渠道、营运等方面提供强有力的资源，有效帮助其在中国市场乃至更大范围的市场形成持续有效的销售力，提升市场占有率和品牌影响力。

### **3、积极探索新零售模式**

依托子公司百秋电商，公司积极尝试在新零售领域的探索，逐步构建适用多品牌的线上线下多渠道营销体系和信息数据库，掌握和挖掘适用于不同渠道和消费习惯的顾客群体信息，扩大线上线下管控数据的交互，将覆盖度高的门店布局、全方位良好消费体验的线下服务和性价比高、便利快捷的线上服务相结合，为顾客提供多种产品和服务的选择。

未来，公司将进一步关注线上线下融合的趋势，及时介入新零售模式。

### **4、重视人才发展，与员工共享公司成长的收益**

公司把 2019 年定位“人才发展”年，更加重视组织人才梯队建设，给优秀人才更多的锻炼机会。此外，公司进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，确保公司发展战略目标与企业愿景的实现。

未来，公司将不断研究完善包含股权激励计划在内的一套完整的员工激励政策，提升公司整体工作效率、吸引更多优秀人才，共同实现回报社会。

### **5、成为有千位事业合伙人的共创共享平台**

2018 年，歌力思重新确定了新的使命、愿景和核心价值观。公司的愿景是成为有千位事业合伙人的共创共享平台。

未来，公司将在管理的各个方面贯彻新的使命、愿景和核心价值观，为员工提供健康、快乐、融洽、有成就感的工作环境和氛围，帮助员工获得持续的个人成长，吸引和留驻优秀人才。

公司现有人才相对稳定，新鲜血液不断加入，呈现出“百花齐放、百舸争流”的景象，为公司未来实现战略目标储备了众多新生力量。

## 五、年度利润分配预案

根据瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2018年归属于上市公司股东的净利润为365,011,203.45元。根据《公司法》和《公司章程》的规定，扣除法定盈余公积金16,016,624.86元（当法定盈余公积累计金额达到企业注册资本的50%以上时，可以不再提取），2018年度实现的可供分配利润为348,994,578.59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、保证公司正常经营所需资金充足的前提下，拟以总股本332,522,111股为基数（以截止本公告发布之日的总股本332,694,361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172,250股），向股东每10股派发现金红利5.25元（含税），共计派发现金红利174,574,108.275元，公司2018年度支付42,645,676.42元人民币实施回购社会公众股份，该部分回购股份已于2019年3月26日回购注销。详见《关于回购公司股份实施完成的公告》（临2019-014）。根据《上海证券交易所回购股份实施细则》，回购股份支付金额视同现金分红。综上，公司2018年度实现派发股东红利总计217,219,784.70元。上述利润分配预案尚需提交股东大会审议。

## 六、报告期内董事会议召开情况介绍

报告期内，公司共召开董事会会议10次，会议具体情况如下：

召开时间	召开届次	议案内容	表决情况
2018年1月16日	第三届董事会第一次临时会议	(1) 《关于选举公司第三届董事会董事长的议案》	全票通过
		(2) 《关于选举公司第三届董事会各专门委员会委员的议案》	全票通过
		(3) 《关于聘任公司总经理的议案》	全票通过

		(4) 《关于聘任公司其他高级管理人员的议案》	全票通过
		(5) 《关于聘任公司证券事务代表的议案》	全票通过
2018年3月30日	第三届董事会第二次临时会议	(1) 《关于回购注销部分激励对象已获授但尚未解锁的第二期限制性股票的议案》	全票通过
2018年4月18日	第三届董事会第三次临时会议	(1) 《关于终止公开发行可转换公司债券的议案》	全票通过
2018年4月25日	第三届董事会第四次会议	(1) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司2017年年度报告及其摘要〉的议案》	全票通过
		(2) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司2017年度董事会工作报告〉的议案》	全票通过
		(3) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司2017年度总经理工作报告〉的议案》	全票通过
		(4) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司2017年度财务决算报告〉的议案》	全票通过
		(5) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司2017年度独立董事述职报告〉的议案》	全票通过
		(6) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司2017年度利润分配预案〉的议案》	全票通过
		(7) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司2017年度内部控制评价报告〉的议案》	全票通过
		(8) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司2017年度募集资金存放与使用情况的专项报告〉的议案》	全票通过
		(9) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司董事会审计委员会2017年度履职情况报告〉的议案》	全票通过
		(10) 《关于公司董事、监事、高级管理人员2017年度薪酬的议案》	全票通过
		(11) 《关于公司对部分闲置募集资金进行现金管理的议案》	全票通过
		(12) 《关于公司向银行申请综合授信额度的议案》	全票通过

		(13) 《关于公司变更部分募集资金用途的议案》	全票通过
		(14) 《关于公司会计政策变更的议案》	全票通过
		(15) 《关于召开公司 2017 年度股东大会的议案》	全票通过
2018 年 4 月 26 日	第三届董事会第五次临时会议	(1) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司 2018 年第一季度报告〉的议案》	全票通过
2018 年 5 月 14 日	第三届董事会第六次临时会议	(1) 《关于第二期限限制性股票激励计划第一个解锁期解锁条件达成的议案》	全票通过
2018 年 8 月 22 日	第三届董事会第七次临时会议	(1) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司 2018 年半年度报告〉及其摘要的议案》	全票通过
		(2) 《关于修订公司章程并办理工商登记的议案》	全票通过
		(3) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司 2018 年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告〉的议案》	全票通过
2018 年 9 月 10 日	第三届董事会第八次临时会议	(1) 《关于以集中竞价交易方式回购公司股份的议案》	全票通过
		(2) 《关于提请股东大会授权董事会全权办理本次回购股份相关事宜的议案》	全票通过
		(3) 《关于召开公司 2018 年第二次临时股东大会的议案》	全票通过
2018 年 10 月 29 日	第三届董事会第九次临时会议	(1) 《关于〈深圳歌力思服饰股份有限公司 2018 年第三季度报告〉的议案》	全票通过
2018 年 12 月 10 日	第三届董事会第十次临时会议	(1) 《关于聘请公司 2018 年度审计机构及内控审计机构的议案》	全票通过

## 七、董事会需要说明的其他事项

### (一) 终止公开发行可转换公司债券

鉴于自 2017 年 7 月 17 日本次公开发行可转换公司债券预案发布后，资本市场已经发生了诸多变化，公司根据资本市场变化及公司资金状况等因素，经公司与保荐机构审慎研究和充分讨论后，决定向中国证监会申请终止该次发行可转债

事项，并撤回相关申请文件。

该事项经第三届董事会第三次临时会议审议通过，严格履行了相关决策程序，符合法律法规等规范性文件的相关规定。

## （二）回购公司社会公众股份

2018年9月10日，公司披露《关于以集中竞价交易方式回购股份预案》，拟以自有资金不低于人民币5000万元，不超过人民币2亿元。回购部分社会公众股份（以下简称“本次回购”），回购的股份将予以注销，并相应减少注册资本。回购期限为股东大会审议通过之日起6个月内。该事项经第三届董事会第八次临时会议和2018年第二次临时股东大会审议通过。

截至报告发布日，公司通过集中竞价交易方式回购股份数量为4,308,604股，占公司目前总股份的比例为1.28%。成交的最低价格：15.01元，成交的最高价格：17.55元，支付的总金额为67,991,788.77元（不含印花税、佣金等交易费），本次回购已经实施完成。

## 八、附件

### 控股子公司注册信息

#### 1、深圳市厚裕时装有限公司

项目	基本情况
成立时间	2001年1月10日
注册资本（实收资本）	12,000万元
注册地址	深圳市宝安区大浪街道服装基地厚裕厂区C栋201室
法定代表人	郭明月
股东及其出资比例	本公司（100%）



项目	基本情况
营业执照注册号	440306103363039
经营范围	服装的设计、销售；货物及技术进出口；自有房屋租赁；服装的生产

## 2、深圳市穿梭纺织有限公司

项目	基本情况
成立时间	2014年7月9日
注册资本（实收资本）	1000万元
注册地址	深圳市福田区滨河大道北深业泰然大厦C904号
法定代表人	耿蕊
股东及其出资比例	公司（100%）
营业执照注册号	440301109813387
经营范围	纺织品、针织品、纺织原料、面料、化学纤维、棉纱、服装销售；经营进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。

## 3、深圳前海可染服饰设计有限公司

项目	基本情况
成立时间	2015年11月25日
注册资本（实收资本）	500万元
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
法定代表人	付刚
股东及其出资比例	公司（100%）
统一社会信用代码	914403003544712724

项目	基本情况
经营范围	服装、服饰的设计与销售；信息咨询（不含限制项目）；企业形象设计、舞台形象设计；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）

#### 4、深圳市萝丽儿贸易有限公司

项目	基本情况
成立时间	2015年8月28日
注册资本（实收资本）	2000万元
注册地址	深圳市福田区沙头街道滨河大道北深业泰然大厦C0905
法定代表人	刘树祥
股东及其出资比例	公司（100%）
统一社会信用代码	91440300356445406N
经营范围	服装、服饰、内衣、皮革制品、珠宝首饰（不含裸钻及金、银等贵重金属原材料）、箱包、眼镜、手套、头饰、鞋帽、袜子、化妆品、香水、家纺、床上用品的设计、批发与销售（涉及专项规定管理的商品，按国家有关规定办理申请）；在网上从事商贸活动（不含限制项目），商务信息咨询；国内贸易，经营进出口业务

#### 5、深圳市墨子服饰设计有限公司

项目	基本情况
成立时间	2015年5月26日
注册资本（实收资本）	500万元
注册地址	深圳市福田区沙头街道泰然八路深业泰然大厦C座9楼0901
法定代表人	付刚
股东及其出资比例	公司（100%）

项目	基本情况
营业执照注册号	440301112962395
经营范围	服装、服饰的设计、加工与销售；信息咨询（以上不含限制项目），从事企业形象，舞台形象设计，国内贸易，经营进出口业务

#### 6、东明国际投资（香港）有限公司

项目	基本情况
成立时间	2006年10月3日
注册地址	香港北角蚬壳街9-23号秀明中心12楼D室
董事	夏国栋
股东及其出资比例	公司（100%）

#### 7、Ellassay U.S. Development Corporation

项目	基本情况
成立时间	2015年5月28日
注册地址	21 Carter Street, Newton, Ma 02460 USA
董事	夏国新
股东及其出资比例	公司（100%）

#### 8、深圳前海上林投资管理有限公司

项目	基本情况
成立时间	2016年4月18日
认缴注册资本	5000万元
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）

项目	基本情况
法定代表人	夏国新
股东及其出资比例	公司（65%）
统一社会信用代码	91440300MA5DATCQ08
经营范围	股权投资；投资管理、投资咨询（均不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）。

#### 9、薇薇安谭时装（深圳）有限公司

项目	基本情况
成立时间	2017年4月18日
认缴注册资本	人民币3600万元
注册地址	深圳市福田区沙头街道滨河大道北深业泰然大厦9C02
法定代表人	夏国栋
股东及其出资比例	公司（75%）
统一社会信用代码	91440300MA5EL8JQ94
经营范围	服装、服饰的设计、批发及零售、佣金代理（不含拍卖）、进出口及其相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理及其他专项规定管理的商品，按国家有关规定办理申请），市场营销策划。

#### 10、依诺时尚(深圳)服饰有限公司

项目	基本情况
成立时间	2016年12月28日
认缴注册资本	400万欧元
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
法定代表人	夏国新

项目	基本情况
股东及其出资比例	公司（80%）
统一社会信用代码	91440300MA5DRG5X0H
经营范围	服装服饰、皮革制品、珠宝首饰(不含裸钻)、箱包、眼镜(不含医疗器械)、饰品、鞋帽、化妆品、床上用品、纺织品的设计、批发与销售;在网上从事商贸活动(不含限制项目);商务信息咨询(不含限制项目);国内贸易(不含专营、专卖、专控商品);经营进出口业务(法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外,限制的项目须取得许可后方可经营)。

### 11、深圳歌诺实业有限公司

项目	基本情况
成立时间	2018年10月16日
认缴注册资本	人民币1000万元
注册地址	深圳市福田区沙头街道天安社区泰然六路深业泰然大厦9C01
法定代表人	夏国新
股东及其出资比例	公司（80%）
统一社会信用代码	91440300MA5FBUFJ2D
经营范围	经营各类服装、服饰、内衣、珠宝首饰(不含裸钻及金、银等贵金属原材料)、箱包、眼镜、手套、头饰、鞋帽、袜子、化妆品、香水、家纺、床上用品的设计、批发和零售(涉及专项规定管理的商品,按国家有关规定办理申请);从事货物、技术进出口业务(不含分销、国家专营专控商品);市场营销策划;实业项目投资咨询(具体项目另行申报)。(以上不涉及外商准入特别管理措施)。