

深圳歌力思服饰股份有限公司

2020 年第三季度主要经营数据的公告

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。

深圳歌力思服饰股份有限公司（以下简称“公司”）根据《上市公司行业信息披露指引第十二号-服装》的相关规定，现将公司 2020 年第三季度主要经营数据（未经审计）公告如下：

一、报告期内主要品牌实体门店变动情况

单位：家

品牌	门店类型	2019 年末数量	报告期末数量	报告期新开数量	报告期关闭数量
ELLASSAY	直营店	169	158	4	15
	分销店	137	134	8	11
Laur èl	直营店	40	38	1	3
	分销店	12	11	0	1
Ed Hardy 及 Ed Hardy X	直营店	44	41	3	6
	分销店	125	97	0	28
IRO Paris	直营店	58	61	4	1
self-portrait	直营店	0	3	3	0
合计	—	585	543	23	65

二、报告期内主营业务经营情况

(一) 报告期内主要品牌的盈利情况

品牌名称	主营业务收入 (元)	主营业务成本 (元)	毛利率 (%)	主营业务收入 比上年同 期增减 (%)	主营业务成 本比上年同 期增减 (%)	毛利率比上年 同期增减 (百分点)
ELLASSAY	617,852,393.96	176,169,179.89	71.49	-16.61	-21.33	1.71
Laur ǎ	92,458,114.77	28,832,025.68	68.82	15.7	56.95	-8.19
Ed Hardy 及 Ed Hardy X	162,962,513.96	58,899,957.01	63.86	-48.19	-41.96	-3.88
IRO Paris	395,174,306.82	159,817,479.15	59.56	-20.34	-8.85	-5.10
self-portrait	10,835,786.96	1,927,314.38	82.21	-	-	-
合计	1,279,283,116.47	425,645,956.11	66.73	-21.59	-18.01	-1.45

(二) 报告期内直营店和分销店的盈利情况

分门店 类型	2020年1-9月			主营业 务收入 比上年 同期增 减 (%)	主营业 务成本 比上年 同期增 减 (%)	毛利率 比上年 同期增 减(百分 点)	2019年1-9月		
	主营业务收入 (元)	主营业务成本 (元)	毛利 率 (%)				主营业务收入 (元)	主营业务成本 (元)	毛利率 (%)
直营店	908,737,719.05	274,100,237.21	69.84	-7.79	-3.06	-1.47	985,488,430.83	282,740,819.92	71.31
分销店	387,567,036.24	167,478,337.49	56.79	-41.52	-30.89	-6.64	662,729,920.29	242,347,611.33	63.43
合计	1,296,304,755.29	441,578,574.70	65.94	-21.35	-15.9	-2.20	1,648,218,351.12	525,088,431.25	68.14

(三) 报告期内线上、线下销售渠道的盈利情况

销售 渠道	2020年1-9月				2019年1-9月			
	主营业务收入 (元)	主营业 务收入 占比 (%)	主营业务成本 (元)	毛利率 (%)	主营业务收入 (元)	主营业收 入占比 (%)	主营业务成本 (元)	毛利率 (%)
线下 销售	1,093,072,067.26	84.32	381,234,790.37	65.12	1,566,585,557.37	95.05	484,044,132.69	69.10
线上 销售	203,232,688.03	15.68	60,343,784.33	70.31	81,632,793.75	4.95	41,044,298.56	49.72
合计	1,296,304,755.29	100.00	441,578,574.70	65.94	1,648,218,351.12	100.00	525,088,431.25	68.14

注：线上销售主要包括天猫商城、京东、唯品会、直播带货、微信商城等销售渠道。

特此公告。

深圳歌力思服饰股份有限公司 董事会

2020年10月29日