

公司代码：600398

公司简称：海澜之家

# 海澜之家股份有限公司

## 2015 年年度报告摘要

### 一 重要提示

- 1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。
- 1.2 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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 天衡会计师事务所（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。
- 1.5 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	海澜之家	600398	凯诺科技

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	许庆华	卞晓霞、薛丹青
电话	(0510) 86121071	(0510) 86121071
传真	(0510) 86126877	(0510) 86126877
电子信箱	600398@heilanhome.com	600398@heilanhome.com

- 1.6 公司拟以 2015 年 12 月 31 日总股本 4,492,757,924 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.30 元（含税），共计派发 1,482,610,114.92 元，剩余未分配利润结转至下一年度。本年度不进行资本公积金转增股本。

### 二 报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司主要业务及产品

海澜之家成立于 1997 年，是一家大型服装企业，业务涵盖品牌服装的经营以及高档西服、职

业服的生产和销售，品牌服装的经营包括品牌管理、供应链管理和营销网络管理等。公司拥有海澜之家、爱居兔、百衣百顺卖场、圣凯诺四大服装业务，其中海澜之家定位于商务、时尚、休闲的大众平价优质男装，爱居兔定位于时尚、休闲风格的都市女装，百衣百顺卖场定位于向中低收入人群推出高性价比男装，圣凯诺定位于量身定制的商务职业装。

## （二）公司经营模式

公司主要经营业务为“海澜之家”品牌服装连锁经营。爱居兔和百衣百顺卖场目前仍处于培育期，因此以下服装连锁经营模式主要指“海澜之家”品牌的经营模式。“圣凯诺”品牌采用传统的自主生产经营模式。

### 1、服装连锁经营模式

1) 海澜之家的销售分线下销售和线上销售。线下销售环节主要采取自营与加盟相结合的一类直营管理模式，与加盟商结为利益共同体，实现低成本快速扩张。海澜之家的加盟店是加盟商自筹资金、以自身名义办理工商税务登记手续设立的，加盟商拥有加盟店的所有权；为保证海澜之家全国特许经营体系统一的营运管理模式和品牌形象，加盟商只负责支付相关费用，不必参与加盟店的具体经营，所有门店的内部管理均委托海澜之家全面负责；海澜之家与加盟商之间的销售结算采用委托代销模式，拥有商品的所有权，加盟商不承担存货滞销风险，商品实现最终销售后，加盟店与海澜之家根据协议约定结算公司的营业收入。海澜之家的线上销售由公司全资子公司负责，销售渠道除了一些主流电商平台以外，还有公司官网及移动 APP 无线平台，“海澜之家”品牌的线上销售采取与线下同时同款同价的销售模式。

2) 海澜之家在采购环节主要采取零售导向的赊购、联合开发、滞销商品退货及二次采购相结合的模式，与供应商结为利益共同体，充分利用了服装生产资源。商品以赊购为主，货款逐月与供应商结算，减少采购端的资金占用；海澜之家与供应商联合开发产品，公司既始终掌握产品设计的主导权，又充分利用供应商的设计资源；海澜之家与供应商签订滞销商品可退货条款，不承担尾货风险；为了加强与供应商的紧密合作关系，公司成立百衣百顺子公司，通过二次采购退货商品，减轻供应商的资金压力和经营压力，同时也是对海澜之家业务模式的有效补充。

在海澜之家销售和采购模式下，加盟商承担加盟店经营费用，海澜之家负责品牌维护和加盟店具体管理；供应商提供高品质产品，海澜之家保障品牌美誉度并做好商品的供应链管理和销售管理；产品畅销则海澜之家、加盟商和供应商均能获利，产品滞销则三方均有损失，海澜之家将自身的利益与加盟商、供应商的利益有机结合在一起，三方各司其职、各获其利、共同发展。

### 2、自主生产经营模式

公司通过市场拓展开发获得产品订单，并根据客户订单需求完成对服装的原料采购和加工生产。

设计上：根据客户所在行业的特殊性，为客户设计能体现其行业独特性和标识性的职业服。

生产上：公司按照订单生产产品，根据生产需要，确定需要的面、辅料名称、规格、数量，并制定面、辅料采购计划，进行采购，将原材料加工成成品以后销售给客户。

销售上：公司职业装主要以客户团购定制的模式进行销售。随着电商发展，公司推出了线上量身定制的销售渠道，不断满足客户的需求。市场开发部门在挖掘并开发新市场的同时做好售后服务。

### （三）行业地位

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）及中国证监会公布的上市公司行业分类结果，公司所属的行业为“纺织服装、服饰业”。

公司始终坚持以高性价比为核心，聚集整合产业链优势资源，加快线上线下全渠道融合互补，积累与提升品牌价值，实现了经营业绩的持续增长。经过多年发展，海澜之家、圣凯诺均已成为行业龙头，爱居兔、百衣百顺的发展势头也十分良好。2015 年 3 月 30 日，在“2015 中国服装大奖”上，海澜之家品牌荣膺“最佳休闲男装品牌”，海澜之家三次获此殊荣。7 月 24 日，《福布斯》公布“2015 年福布斯亚太最佳上市公司 50 强”榜单，海澜之家成为中国唯一上榜的服装企业。9 月 17 日，胡润研究院发布《2015 胡润品牌榜》，海澜之家以品牌价值 110 亿元人民币成为首个品牌价值突破百亿的中国服装品牌，蝉联中国服装家纺行业品牌第一。10 月 17 日，在 2015 上市公司价值排行榜盛典中，海澜之家获得“2015 中国十佳大消费上市公司”。12 月 29 日，世界权威金融分析机构标准普尔公布全球市值最高服饰 25 强名单，海澜之家以 94.98 亿美元的市值列第 14。

### （四）行业情况说明

根据国家统计局数据显示，2015 年国内社会消费品零售总额同比增长 10.7%，增速较 2014 年同期下滑 1.3%，限额以上企业服装鞋帽类零售额增速为 9.8%，增速较 2014 年同期下滑 1.1%。近年来，受经济环境的影响，服装鞋帽类零售额增速放缓，但服装属于刚性需求，我国依然是服装消费大国，其市场空间巨大，且随着居民收入水平的提高以及城镇化步伐的持续推进，从农村转移到城市的人口不断增多，三四线城市成为了接纳农村人口的主力军，为我国大众消费市场的巨大容量与持续增长奠定了坚实的基础。

随着内需潜力的逐步释放、产业机构调整和转型升级的深化，服装行业继续保持平稳发展，并呈现出新的特点：一是国外品牌凭借其资金、品牌、管理、客户服务及信息化等优势，正逐步扩大其在中国市场的份额，市场竞争日趋激烈；二是新的经营模式进入市场，零售渠道发生变革，电子商务、购物中心快速发展，分化了原有的街边店、百货等传统渠道的消费；另外，随着移动互联网的发展、购物中心进一步向二三线城市进驻，服饰行业迎来了全渠道发展。三是服装消费需求呈碎片化、个性化、品牌化，随着市场的改变及消费者对高性价比的追求，大众化服装业务加速集中，市场向少数龙头品牌集中，同时为契合消费市场需求的高性价比、快时尚品牌服装企业提供了发展机遇。四是供应链端的优化和变革，服装企业越来越注重打造更灵活、更具效率、适应多渠道的柔性供应链，将强大的供应链作为支撑后台，应对终端渠道的变革和竞争。

## 三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减 (%)	2013年
总资产	23,441,736,536.41	18,530,432,040.44	26.50	11,225,756,448.04
营业收入	15,830,109,605.83	12,338,441,100.72	28.30	7,150,241,926.59
归属于上市公司股东的净利润	2,953,131,679.30	2,374,772,139.59	24.35	1,350,575,612.77
归属于上市公司股东的扣除非	2,907,546,340.09	2,241,164,669.63	29.73	1,293,758,665.93

经常性损益的净利润				
归属于上市公司股东的净资产	8,289,167,771.66	7,040,849,480.37	17.73	3,334,179,566.34
经营活动产生的现金流量净额	2,787,161,941.34	1,923,411,728.92	44.91	1,976,618,575.45
期末总股本	1,168,117,060.00	1,168,117,060.00	0	1,000,000,000
基本每股收益（元/股）	0.66	0.54	22.22	0.35
加权平均净资产收益率（%）	40.02	40.63	减少0.61个百分点	50.79

#### 四 2015年分季度的主要财务指标

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	4,584,394,970.03	3,348,510,844.36	3,391,781,826.16	4,505,421,965.28
归属于上市公司股东的净利润	867,918,057.25	797,951,440.34	623,703,303.22	663,558,878.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	859,855,766.61	772,008,953.46	617,553,821.41	658,127,798.61
经营活动产生的现金流量净额	1,186,917,555.28	168,055,847.08	-459,347,762.26	1,891,536,301.24

#### 五 股本及股东情况

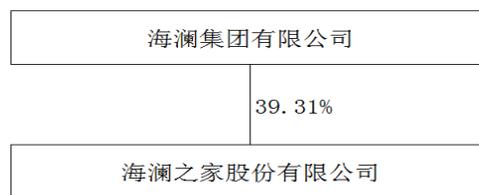
##### 5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位：股

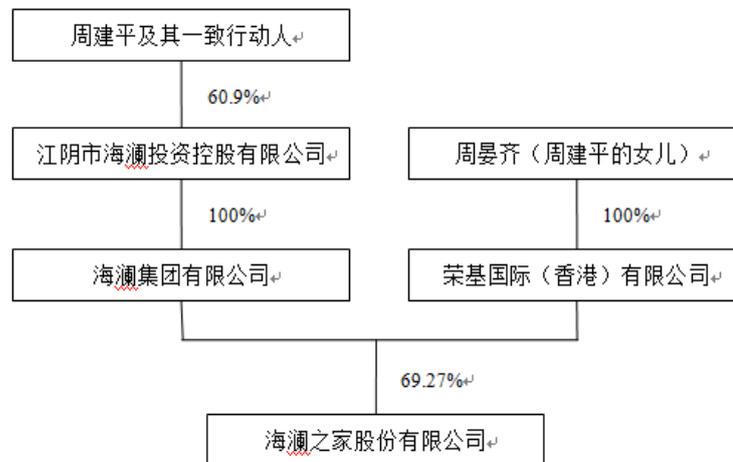
截止报告期末普通股股东总数（户）						43,802	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						40,500	
前10名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数量	比例 (%)	持有有限售条 件的股份数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
海澜集团有限公司	0	1,765,971,703	39.31	1,615,384,615	质押	750,578,388	境内非国有法人
荣基国际（香港）有限公司	0	1,346,153,846	29.96	1,346,153,846	无		境外法人
国星集团有限公司	-70,000,000	276,153,846	6.15	0	质押	31,000,000	境外法人
江阴恒盛国际贸易有限公司	-30,000,000	162,307,692	3.61	0	无		境内非国有法人
江阴市晟汇国际贸易有限公司	0	115,384,616	2.57	0	无		境内非国有法人
全国社保基金一零八组合	7,584,356	83,592,490	1.86	0	无		未知
中国证券金融股份有限公司	81,716,776	81,716,776	1.82	0	无		未知
香港中央结算有限公司	35,873,660	37,259,400	0.83	0	无		未知
华泰证券资管一浦	29,271,298	29,271,298	0.65	0	无		未知

发银行—华泰家园 2 号—海澜之家集合资产管理计划							
全国社保基金一一零组合	18,197,108	18,197,108	0.41	0	无		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	海澜集团有限公司与荣基国际（香港）有限公司为一致行动人，与上述其他股东无关联关系；华泰证券资管—浦发银行—华泰家园 2 号—海澜之家集合资产管理计划的参与人为公司董事、监事、高级管理人员及下属子公司的部分管理人员；除上述情况外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						

## 5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



## 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



## 六 管理层讨论与分析

2015 年，公司始终致力于打造“国民品牌”的战略目标，着眼于终端市场，挖掘市场潜力，以精准的产品定位，不断满足消费者日趋理性的服装需求，以独特的经营模式，强化高性价比优势，以类直营的门店管理，提高大数据应用，以丰富的产品营销，提升品牌价值，延续了良好的增长态势。

### 1、连锁经营品牌情况

#### (1) 门店拓展

公司各连锁品牌根据年初的工作部署，始终秉承“黄金地段、钻石店铺”的开店原则，统一规划，精准调研，圈定拓展商圈、位置，保障新开门店质量，提升门店营销网络布局。一是在一批重要城市开出众多大店、好店，同时进驻核心商圈，重点布局品牌形象店，不断提升市场影响力和知名度；二是开展全国范围的已开店调研，对不符合发展战略的老店进行扩店、移店、撤店，优化已开店质量，提高门店效益；三是逐步调整百衣百顺卖场的经营策略，适度缩减门店面积，降低门店营运成本，加快品牌发展速度。

### （2）品牌形象

公司针对各品牌的形象定位展开品牌宣传，通过电视、电影、户外、杂志、网络形成全方位媒介接触网，诉说品牌故事，彰显品牌文化。公司通过与《奔跑吧兄弟》、《最强大脑》、《了不起的挑战》等系列热门综艺深度合作，强化海澜之家国民品牌的身份，吸引更多的年轻族群成为公司品牌的消费群体。创新发起各类营销互动，提升年轻族群的参与和好感，利用全国重要城市地铁大媒体资源，突出对“Hi-T 风采 T 恤”、“致+单品”、“品质羽绒服”等明星单品的宣传推广，以“来罐 Hi-T”、“多彩羽绒墙”等方式传递品牌 and 产品信息，获得较好的营销传播效果，助推产品的销售。从父亲节的文化内涵出发，借节日营销与消费者建立真正的情感共鸣，传递情感，礼赞父爱，体现国民品牌的人文关怀，提升品牌形象。

### （3）供应链管理

报告期，公司率先对全品类产品采用无线射频识别技术（以下简称“RFID”），该技术可流水化读取产品信息，实现成箱商品信息的批量扫描、实时上传、比对与分类处置，大幅降低用工成本，提高产品及信息管理的效率，优化供应链管理，提升品牌行业竞争优势。

在供应商管理上，公司依托独特产业链模式，加大对供应商的考评力度，推动供应商队伍的优胜劣汰。一方面逐步淘汰部分生产能力及设计能力不足的供应商，另一方面积极培育一批资金实力、产品研发及管理能力较强的核心供应商。通过促进供应商的持续改进，以获得更高性价比的产品，实现公司与供应商的合作共赢。

### （4）产品管理

面对日趋理性的服饰消费市场，公司坚持走高性价比路线，精准产品定位，将大数据分析应用于产品设计开发、门店陈列、配货、销售等各个环节，为消费者提供满足现代多元化生活需求的高品质服饰产品。在产品研发方面，通过增强序列感，丰富产品风格；创新面料材质，增加消费者体验感；开发休闲时尚的试销年轻系列，拓宽消费群体；丰富货品的色彩，增加卖场的视觉冲击感，同时注重产品细节，提升产品的时尚度和精致度。

### （5）市场管理

深化服务理念，创新服务形式，用贴心的服务夯实“男装国民品牌”的内涵。创造与众不同的消费体验，在全国推行“免费撬边”服务，以独立于产品之外的服务赢得消费者的信赖，培养消费者的忠诚度；强调门店精细化管理，优化门店橱窗背景，通过改变相对单一的货品陈列实现橱窗陈列的多元化，丰富产品视觉体验，带动门店客流量；多渠道、多方位、多维度的配合主推产品的宣传，充分运用“大数据”系统定期对各类门店周期时间内单品的销售及库存情况分析，提高门店配货的科学性和有效性，实现门店销售最大化。

### （6）电商发展

公司的电子商务以客户为中心，从产品、服务、视觉、运营、会员等多角度出发，全面提升

电商的竞争力。积极拓宽线上销售渠道，与天猫、京东、唯品会等国内大型电商平台合作，加快线上多渠道布局；精细化产品运营，掌握营销节奏，打造多爆款，从多角度引流带动销售；维护好会员关系，对会员进行分类，精准定位用户需求，并策划会员专享营销活动，满足客户个性化需求，增强会员粘性，提高会员复购率；建立移动 APP 无线平台，打通官网、微信、独立 APP 三个端口，为消费者提供便捷的购物通道，全面提升消费者的购物体验；重点对无线端视觉优化，提升顾客对品牌的好感度与忠诚度，从而进一步提高销售。

## 2、职业装品牌经营情况

近年来圣凯诺职业装品牌凭借强大的产业链优势，不断改革创新，将线下销售与线上订购相结合，将团队定制与私人定制相结合，将传统正装与个性时尚化元素相结合，以客户为先，品质为重，实现销售业绩的稳定增长。利用网络营销体系推广互联网服装定制，拓宽销售渠道；大胆创新推出大方、英伦风范的学生教师校服系列产品，挖掘并开发新市场；加强品牌管理，通过信息化、数据化的管理，提高生产效率；强化岗位职责，增强服务意识，提升服务水平，提高签约的成功率。

报告期内，实现营业收入 1,583,010.96 万元，较上年同期增长 28.30%，归属于上市公司股东的净利润 295,313.17 万元，较上年同期增长 24.35%。

## 七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

7.3 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。

本公司 2015 年度纳入合并范围的子公司共 21 户，清单如下：

序号	子公司名称	本期新增/减少
1	江阴中汇服饰有限公司	未变动
2	江阴中汇服饰进出口有限公司	未变动
3	圣凯诺服饰有限公司	未变动
4	海澜之家服饰有限公司	未变动
5	江阴海澜之家供应链管理有限公司	未变动
6	上海浦东海澜之家服饰有限公司	未变动
7	江阴爱居兔服装有限公司	未变动
8	江阴海澜之家华士销售有限公司	未变动
9	江阴海澜之家顾山销售有限公司	未变动
10	江阴海澜之家新桥销售有限公司	未变动
11	海澜之家（北京）销售有限公司	未变动
12	海澜之家（天津）服装销售有限公司	未变动

序号	子公司名称	本期新增/减少
13	江阴海澜之家纺织品采购管理有限公司	未变动
14	江阴百衣百顺服饰有限公司	未变动
15	上海百衣百顺服饰有限公司	未变动
16	南京衣品汇服饰有限公司	未变动
17	江阴海澜之家电子商务有限公司	未变动
18	江阴德创服饰有限公司	本期新增
19	江阴海澜之家国际商业有限公司	本期新增
20	海澜之家国际商业（香港）有限公司	本期新增
21	江阴爱居兔电子商务有限公司	本期新增

本期合并财务报表范围详见公司 2015 年年度报告附注九“在其他主体中的权益”。本公司本年度合并范围比上年度增减情况详见公司 2015 年年度报告附注八“合并范围的变更”。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

天衡会计师事务所（特殊普通合伙）为公司出具了标准无保留意见的审计报告。

董事长：周建平  
海澜之家股份有限公司  
2016 年 4 月 24 日