

深圳汇洁集团股份有限公司 2018 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 388,800,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.50 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	汇洁股份	股票代码	002763
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	邹燕	/	
办公地址	深圳市福田区深南大道 1006 号深圳国际		/

	创新中心 A 栋 32 层	
电话	0755-82794134	/
电子信箱	hjir@huijielgroup.com	/

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务及产品

报告期内，公司坚持以内衣行业为主要经营方向，专业从事内衣人体工学研究、产品设计、生产制造、市场营销、品牌推广。公司采用多品牌发展战略，各品牌在品牌定位、设计风格、目标客户等方面相互补充。公司目前拥有“曼妮芬”、“伊维斯”、“兰卓丽”、“桑扶兰”、“乔百仕”、“加一尚品”、“秘密武器”和“土豆先生”八个主品牌，同时拥有曼妮芬美妆、曼妮芬棉质生活、MW1、曼妮芬儿童、曼妮芬运动、曼妮芬家居、兰卓丽动动嗒嗒、兰卓丽啊家等多个子品牌；产品涵括女士、男士、儿童内衣，家居，功能，运动，保暖，泳衣及配饰，女士护肤品及美妆产品等。

（二）经营模式

公司的产品研发、设计体系架构由下设的内衣研究院和产品开发部组成，采用共性集中研发、个性独立设计的开发模式；公司的采购实行原材料集中开发，大货分散采购及按需采购的模式；公司的生产分为自制生产、委托加工和成品定制三种模式；公司的销售渠道主要分为直营、经销、电子商务三种类型。

（三）所属行业发展概况

国际内衣产业发展状况。

- 1、欧美等发达国家市场品牌消费日趋成熟。欧美内衣市场品牌消费趋于成熟，市场细分清晰、各品牌定位明确、个性风格差异明显，品牌的知名度和忠诚度较高。
- 2、国际知名品牌专注设计与营销，将生产外包。在成本压力的驱动下，国际内衣企业在积极的寻找有效控制成本的方法，其中之一是将生产转移到具有成本优势的区域，如中国、东南亚地区，而将价值量较高的设计和营销等环节放在总部。这对全球内衣产业的影响一方面加剧了国际竞争，另一方面带动了全球内衣产业的发展。
- 3、发达国家内衣市场趋于成熟，新兴市场增长迅速，欧美各品牌越来越注重包括中国在内的新兴市场的开拓力度。
- 4、中高端内衣成为内衣市场新的增长点。发展中国家高收入女性消费群体自身收入和消费意识的快速提高，使得对国际中高端品牌内衣的需求越来越旺盛。正因如此，除全球专业生产内衣的知名品牌外，一些高档的服装奢侈品牌也拓展了内衣产品线，进行品牌延伸，不断加强本地和在发展中国家的市场拓展和品牌推广。

国内内衣产业发展状况。

- 1、行业快速增长，消费层次不断提升。我国人口众多，内衣适龄消费群体十分庞大。随着内衣消费意识的成熟，消费能力的提高，我国内衣行业还有很大的成长空间。与此同时，中国经济的快速发展、居民收入的快速增长带动了中高端内衣的消费需求，消费者对内衣的需求从款式、面料、工艺质量等基本功能需求逐渐上升到对归属和情感价值的高层次需求，越来越重视内衣的人文关怀和品牌价值，关注消费过程的体验，消费者购买中高档内衣的比例越来越大。
- 2、行业集中度提高，品牌竞争力凸显。目前国内内衣生产企业众多，从生产领域来看，产业集中度较低，但随着国内一线内衣品牌企业规模的快速增长，近年来中国品牌内衣的行业生产集中度虽略有波动，但总体来说有所提高。
- 3、女性内衣细分趋势更明显，运动内衣、少女内衣、孕哺内衣、背心式内衣等深受女性消费群体的喜欢。
- 4、男士内衣市场潜力巨大。和日益发展壮大女士内衣市场相比，中国男士内衣市场仍处于发展初期，男士内衣的产

量和销量远低于女士内衣。但是中国男士内衣消费者为数众多，对品牌内衣有较大的需求。

(四) 所属行业特点

中国内衣的生产区域相对消费区域较为集中，中国的内衣生产主要集中在广东省、长三角等地区；而内衣的消费则由于其本身的产品特性，未表现出显著区域特性。内衣作为一种生活必需品，消费具有刚性需求特征，所以总体上相对于宏观经济及其他周期性行业，内衣行业未表现出明显的周期性，具有较强的抗周期性优势；内衣行业的季节性不明显，全年的销售量较为稳定，波动不大，但春节、三八妇女节、6.18、双十一等节日因素对内衣的销售刺激作用逐渐显现。

(五) 公司行业地位

公司“曼妮芬”商标、2018年收购的“桑扶兰”商标系国家工商行政管理总局商标局认定的中国驰名商标，公司的品牌优势是公司未来销售增长的重要保证。公司20余年来专注于内衣人体工学研究，主导、参与过多项国家、行业标准的起草，被深圳市经贸信息委等部门认定为深圳市企业技术中心。

报告期内，公司收购了桑扶兰品牌及相关存货，成立江西桑扶兰服饰有限公司，负责桑扶兰品牌推广和市场运营；收购大连桑扶兰物流有限公司及大连辛迪亚制衣有限公司股权，建立大连生产基地；关闭汕头工厂。除此之外，公司从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式、主要的业绩驱动因素等无重大变化。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

追溯调整或重述原因

其他原因

单位：人民币元

	2018年	2017年		本年比上年	2016年	
		调整前	调整后	增减	调整前	调整后
营业收入	2,354,780,015.37	2,136,340,569.36	2,136,340,569.36	10.22%	2,048,772,091.45	2,048,772,091.45
归属于上市公司股东的净利润	165,666,770.67	222,318,599.20	222,318,599.20	-25.48%	183,321,013.46	183,321,013.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	179,322,761.32	215,716,258.69	215,716,258.69	-16.87%	173,017,066.69	173,017,066.69
经营活动产生的现金流量净额	129,749,601.52	482,331,142.52	482,331,142.52	-73.10%	212,710,808.22	212,710,808.22
基本每股收益（元/股）	0.43	0.57	0.57	-24.56%	0.85	0.47
稀释每股收益（元/股）	0.43	0.57	0.57	-24.56%	0.85	0.47
加权平均净资产收益率	9.34%	13.26%	13.26%	-3.92%	11.76%	11.76%

	2018 年末	2017 年末		本年末比上年末增减	2016 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
资产总额	2,426,468,131.68	2,199,483,484.84	2,199,483,484.84	10.32%	1,977,748,866.96	1,977,748,866.96
归属于上市公司股东的净资产	1,808,430,718.51	1,759,403,947.84	1,759,403,947.84	2.79%	1,623,485,348.64	1,623,485,348.64

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	563,149,028.16	587,728,794.01	532,744,523.41	671,157,669.79
归属于上市公司股东的净利润	105,590,719.74	74,141,512.82	245,783.86	-14,311,245.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	100,639,646.45	73,883,449.09	28,327,795.51	-23,528,129.73
经营活动产生的现金流量净额	63,512,316.79	111,356,046.61	3,622,588.50	-48,741,350.38

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

报告期末普通股股东总数	17,049	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	17,203	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
吕兴平	境内自然人	35.60%	138,425,400	103,819,050			

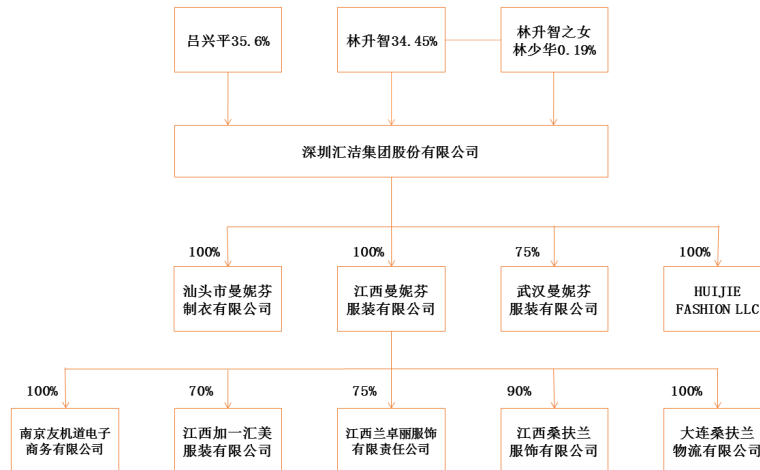
林升智	境内自然人	34.26%	133,194,600	99,895,950	质押	90,479,999
中国银行—嘉实成长收益型证券投资基金	其他	0.91%	3,544,965	0		
中国农业银行股份有限公司—嘉实领先成长混合型证券投资基金	其他	0.54%	2,096,408	0		
邓俏梅	境内自然人	0.29%	1,131,300	0		
中国银行股份有限公司—嘉实成长增强灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.27%	1,056,860	0		
#何喆	境内自然人	0.26%	1,007,627	0		
何松春	境内自然人	0.25%	990,000	742,500		
龚敏高	境内自然人	0.25%	990,000	0		
周猛	境内自然人	0.23%	901,050	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司原实际控制人吕兴平及一致行动人林升智于 2010 年 5 月 29 日签署的《一致行动协议》于 2018 年 6 月 10 日到期，经双方确认并声明，《一致行动协议》到期后即自动终止，双方不再续签，吕兴平和林升智的一致行动人关系解除。基于此，公司的实际控制人情况已变更为无实际控制人。除此之外，公司未获知前述其余股东间是否存在关联关系或一致行动。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	截至报告期末，公司股东何喆除通过普通证券账户持有 124,429 股外，还通过中信建投证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 883,198 股，实际合计持有 1,007,627 股。其余前 10 名普通股股东均通过普通证券账户持有本公司股份。					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

(一) 外部经营环境

根据国家统计局数据，2018年国内生产总值比上年增长6.6%；全年社会消费品零售总额380,987亿元，比上年增长9.0%；实物商品网上零售额70,198亿元，比上年增长25.4%；限额以上零售业单位中的超市、百货店、专业店和专卖店零售额比上年增长6.8%、3.2%、6.2%和1.8%。面对中美经贸摩擦及国内经济结构调整的严峻形势，经济增速、消费增速均有所回落。

2018年，全国居民人均可支配收入28,228元，扣除价格因素实际增长6.5%，城镇居民人均可支配收入39,251元，扣除价格因素实际增长5.6%，与2018年6.6%的GDP增速存在一定差距。

受经济下行压力，居民增收、消费稳定增长面临挑战，但预计经济增长仍保持在合理区间。我国人口众多，内衣适龄消费群体十分庞大，作为人们生活必需品的内衣总需求量将长期保持增长的趋势。随着我国人均可支配收入的提高，人们对生活质量的要求也会逐渐提高，对内衣的需求也会向高品质、多元化的方向发展。需求数量的扩大以及消费的升级，未来都会推动中国内衣行业市场需求的的增长。

(二) 报告期内公司主要经营行为分析

报告期内，公司实现营业收入235,478.00万元，同比增长10.22%；实现营业利润27,324.87万元，同比减少16.29%；实现利润总额27,413.72万元，同比减少16.56%；归属于上市公司股东的净利润为16,566.68万元，同比减少25.48%。2018年，公司不断优化产品结构、终端形象、渠道布局等，加大品牌建设投入力度，直营、电商、经销渠道均实现营业收入增长的同时，装修装饰费、广告宣传费均有所增长。报告期内，公司决定注销全资子公司汕头市曼妮芬制衣有限公司，产生较大金额辞退福利费。故报告期内公司营业收入增长，但利润指标出现下降。

1、丰富产品品类。报告期内，公司收购桑扶兰品牌及相关存货，曼妮芬品牌推出棉质生活子品牌，兰卓丽品牌推出动哒哒、啊家子品牌。各品牌紧紧围绕品牌定位，不断改善产品设计及质量，积极拓展丰富品类，加大存货投入。截止2018年12月31日，存货账面价值72,498.81万元，同比增长33.28%。报告期内，公司销售收入占比5%以上的品牌产品销售情况：

单位：万元

品牌	主营业务收入	占年度总额比重	同比增减
曼妮芬	150,937.81	64.50%	12.27%
伊维斯	34,009.79	14.53%	10.12%
兰卓丽	24,893.58	10.64%	11.32%
加一尚品	18,030.73	7.70%	12.19%
合计	227,871.90	97.37%	11.83%

2、加大品牌推广。2018年，公司聘请演员秦岚担任曼妮芬品牌代言人；赞助了优酷视频《真相吧！花花万物》、东方卫视《新舞林大会》、深圳市庆祝改革开放40周年大型综艺晚会《追梦——改革开放再出发》等节目；自制网络剧《C cup》，并在爱奇艺、搜狐视频、优酷视频等平台播出。公司积极开拓各类推广方式，通过与明星、影视作品和综艺节目合作、微信公众号、微博公众号、自媒体、直播平台、拍摄网剧、投放户外广告等方式进行推广，持续提高品牌曝光量和影响力，开展全方位推广，取得了良好的效应。2018年广告宣传费同比增长。



3、优化渠道布局，直营、电商、经销渠道营业收入均保持增长态势。为打造更合理的直营渠道布局，报告期内，公司继续加强直营渠道的管理，对直营渠道进行优化，审慎考核各直营终端所在位置及商圈指标、销售指标、货款回款情况等，淘汰各品牌部分质量不佳或不具备未来盈利能力的直营终端，同时致力于提升单店的销售规模，以更高的要求开设新店。近

年来，购物中心、奥特莱斯持续发展，购物中心凭借大体量、多业态、优体验体现出了强大的竞争力，奥特莱斯以国际知名品牌为中心，以高折扣为吸引力，公司将持续积极开拓购物中心、奥莱渠道。

另一方面，公司也重视电商、经销渠道的精细化运营和开发。公司的互联网销售主要通过天猫、淘宝、唯品会等电子商务平台进行。经销新客户的积极开发以及老客户店效的提升，助力公司经销渠道收入增长。

由于直营终端新店装修、存量店位置优化、终端形象升级、经销店铺装修支持等因素，2018年装修装饰费同比增长。

报告期内，公司各渠道销售收入情况如下：

单位：万元

渠道	主营业务收入	占年度总额比重	同比增减
直营	115,797.51	49.48%	10.53%
经销	45,693.90	19.53%	17.74%
电商	71,635.98	30.61%	8.11%
其他	891.20	0.38%	-70.54%
合计	234,018.58	100.00%	9.94%





4、信息化建设。公司持续通过信息系统建设，打造集成、稳定、高效、安全的信息系统，以降低业务运营成本、提高业务协同效率，支撑业务流程优化与管理创新，为公司的业务发展打下坚实的信息系统基础。2018年，公司新办公自动化系统、微信企业号上线，提高信息共享、跨区域、跨部门业务协作程度；逐步运用RFID技术，构建现代物流管理模式并有效提高数据的准确性及物流配送效率。

5、继续推进事业部向子公司改制的战略规划。为激发员工创业热情，充分调动员工工作积极性，促进品牌更快的发展，报告期内公司继续对具有成长潜力的品牌事业部实施事业部转子公司制发展战略，将子公司利益与品牌事业部负责人及员工利益以股权形式紧密挂钩。2017年12月成立江西加一汇美服装有限公司，负责COYEEE品牌的运营，2018年5月成立江西兰卓丽服饰有限责任公司，负责兰卓丽品牌的运营，改制将更有利于保持品牌的独立性和创造性，以更好的应对市场需求，促进品牌更快地发展，提升品牌和公司核心竞争力。

6、收购桑扶兰系列资产。2018年7月，江西曼妮芬与大连桑扶兰实业有限公司及大连雅文内衣有限公司签署《关于大连桑扶兰实业有限公司相关资产的转让协议》，收购桑扶兰品牌及相关存货。2018年9月，江西曼妮芬与赣州东柳服装合伙企业（有限合伙）共同出资成立江西桑扶兰服饰有限公司，负责桑扶兰品牌推广和市场运营。收购后，桑扶兰品牌主要面向C-H杯的用户，继续专注于为大杯用户提供专业产品和服务，用工匠精神做好每一件产品。

2018年10月，江西曼妮芬与大连雅文内衣有限公司、大连桑扶兰物流有限公司等签署《关于大连桑扶兰物流有限公司之股权转让协议》，收购大连桑扶兰物流有限公司100%股权。2018年11月，江西曼妮芬与大连雅文内衣有限公司、欣澄有限公司及泰来天济(上海)创业投资中心(有限合伙)等签署《关于大连辛迪亚制衣有限公司之股权转让协议》，收购大连辛迪亚制衣有限公司100%股权，辛迪亚工商变更手续已于2019年1月17日完成。公司在大连组建生产基地。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
文胸	1,422,294,609.87	394,569,543.06	72.26%	8.07%	7.33%	0.19%
内裤	300,826,251.78	106,549,766.11	64.58%	11.85%	13.40%	-0.48%
保暖衣	326,308,716.57	132,147,349.25	59.50%	13.90%	29.64%	-4.92%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

报告期内，公司实现营业收入235,478.00万元，同比增长10.22%；实现营业利润27,324.87万元，同比减少16.29%；实现利润总额27,413.72万元，同比减少16.56%；归属于上市公司股东的净利润为16,566.68万元，同比减少25.48%。2018年，公司不断优化产品结构、终端形象、渠道布局等，加大品牌建设投入力度，直营、电商、经销渠道均实现营业收入增长的同时，装修装饰费、广告宣传费均有所增长。报告期内，公司决定注销全资子公司汕头市曼妮芬制衣有限公司，产生较大金额辞退福利费。故报告期内公司营业收入增长，但利润指标出现下降。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(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情况说明

适用 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
(1)资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”；“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	第三届董事会第十一次会议审议通过	“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”，本期金额191,657,671.39元，上期金额172,516,901.49元；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”，本期金额163,484,289.61元，上期金额120,916,250.77元；调增“其他应收款”本期金额0.00元，上期金额0.00元；调增“其他应付款”本期金额0.00元，上期金额0.00元；调增“固定资产”本期金额0.00元，上期金额0.00元；调增“在建工程”本期金额0.00元，上期金额0.00元；调增“长期应付款”本期金额0.00元，上期金额0.00元。
(2)在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	第三届董事会第十一次会议审议通过	调减“管理费用”本期金额16,832,381.03元，上期金额16,413,181.16元，重分类至“研发费用”。

财政部于2018年6月15日发布了《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15号)，对一般企业财务报表格式进行了修订。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

新增控股子公司：江西卓丽服饰有限责任公司

新增控股子公司：江西桑扶兰服饰有限公司

新增全资子公司：大连桑扶兰物流有限公司

新增全资子公司：HUIJIE FASHION LLC

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用