

公司代码：600398

公司简称：海澜之家

海澜之家股份有限公司

2016 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 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。

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

公司拟以 2016 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 4.90 元（含税），共计派发 2,201,451,382.76 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 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	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
办公地址	江苏省江阴市新桥镇	江苏省江阴市新桥镇
电话	(0510) 86121071	(0510) 86121071
电子信箱	600398@heilanhome.com	600398@heilanhome.com

2 报告期公司主要业务简介

（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、海一家、圣凯诺四大服装品牌，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，海一家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“海一家”品牌目前经营规模较小，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。海澜之家不收取加盟费，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，公司成立海一家子公司，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”。

近年来，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稳定增长。2016 年 5 月，公司被评为“首批江苏省服务型制造示范企业”；9 月，被江苏省经济和信息化委员会推荐为“第一批全省智慧物流示范企业”；海澜之家以品牌价值 110 亿元入选“2016 年胡润品牌榜”，位列中国服装行业之首；11 月，在 2016 年 A 股上市公司未来价值排行榜评选中，海澜之家获得“2016 中国最佳上市公司”；12 月，被评为“江苏省自主工业品牌五十强”、“2016 年度标准化工作先进单位”。2017 年 1 月，在中国服装网络盛典中，海澜之家荣获“2016 年度十大影响力服装品牌”。

（四）行业情况

2016 年是“十三五”的第一年，整个国民经济继续呈现新常态，服装行业处于调整期，终端消费保持弱增长。国家统计局数据显示，2016 年国内社会消费品零售总额 332,316 亿元，同比增长 10.4%，增速较 2015 年同期下滑 0.3%；在限额以上企业商品零售额中，服装鞋帽针纺织品类增长 7.0%；全年网上零售 51,556 亿元，比上年增长 26.2%。

伴随着年轻消费群体的不断扩大，其更加强烈的自我意识、个性化的生活态度、不断升级的消费习惯对服装行业产生了深远的影响，同时对服装品牌的多样化、差异化、品质化提出了新的要求。国外快时尚品牌在中国市场快速崛起，并从一线城市下沉至二三线城市，海量开店占领市场，对国内服装品牌形成冲击。与此同时，以互联网+、云计算、大数据、智能制造等新技术为核心的新经济形态的出现及与传统纺织服装产业的深度跨界融合为行业发展提供了新思路和新动

能，服装产业时尚化、细分化、扁平化趋势愈来愈明显。面对新消费人群和新时代趋势，行业从提升品牌竞争力、营销渠道经营效率方面出发，合理定位品牌的发展路线，创新实体商业的运营方式，提高产业链的效率及反应速度，打通线上线下加快推进全渠道发展，加大产品创新以满足新的消费需求，使品牌服装在增长放缓和激烈竞争的市场中更具竞争优势。

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

	2016年	2015年	本年比上年增减 (%)	2014年
总资产	24,376,793,663.65	23,441,736,536.41	3.99	18,530,432,040.44
营业收入	16,999,591,676.22	15,830,109,605.83	7.39	12,338,441,100.72
归属于上市公司股东的净利润	3,122,647,316.53	2,953,131,679.30	5.74	2,374,772,139.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,067,129,051.91	2,907,546,340.09	5.49	2,241,164,669.63
归属于上市公司股东的净资产	10,044,013,957.78	8,289,167,771.66	21.17	7,040,849,480.37
经营活动产生的现金流量净额	2,927,780,740.38	2,787,161,941.34	5.05	1,923,411,728.92
基本每股收益（元 / 股）	0.70	0.66	6.06	0.54
加权平均净资产收益率（%）	34.64	40.02	减少5.38个百分点	40.63

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	5,130,544,753.45	3,631,969,915.89	3,304,834,219.60	4,932,242,787.28
归属于上市公司股东的净利润	957,618,848.39	815,219,968.79	641,585,108.52	708,223,390.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	923,750,513.82	798,828,658.54	639,160,034.41	705,389,845.14
经营活动产生的现金流量净额	754,539,948.41	-21,653,824.54	-80,014,075.84	2,274,908,692.35

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

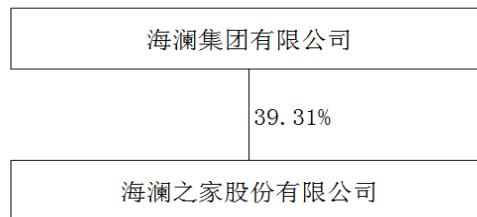
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）							38,328
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							38,728
前 10 名股东持股情况							
股东名称	报告期内	期末持股数量	比例	持有有限售	质押或冻结情况	股东	

(全称)	增减		(%)	条件的股份数量	股份状态	数量	性质
海澜集团有限公司	0	1,765,971,703	39.31	1,615,384,615	质押	900,000,000	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	0	境外法人
国星集团有限公司	-52,014,180	224,139,666	4.99	0	质押	31,000,000	境外法人
江阴恒盛国际贸易有限公司	0	162,307,692	3.61	0	无	0	境内非国有法人
全国社保基金一零二组合	125,555,405	128,555,324	2.86	0	无	0	未知
江阴市晟汇国际贸易有限公司	0	115,384,616	2.57	0	无	0	境内非国有法人
中国证券金融股份有限公司	0	81,716,776	1.82	0	无	0	未知
香港中央结算有限公司	3,906,364	41,165,764	0.92	0	无	0	未知
全国社保基金一一零组合	15,269,962	33,467,070	0.74	0	无	0	未知
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	0	29,271,298	0.65	0	无	0	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。						

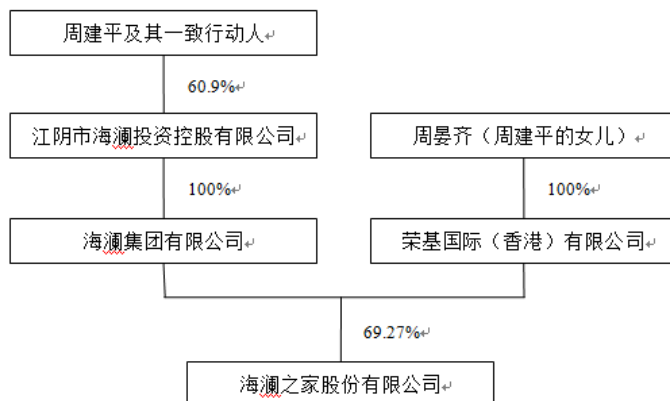
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

2016年，公司管理层和全体员工在董事会的领导下，坚定不移的走“品牌+平台”的发展路线，努力克服行业调整、终端消费疲软、消费升级、气候条件多变等因素的影响，围绕男装“国民品牌”的战略目标，制定经营计划，全方位、多角度、深层次的开展工作，不忘初心、求新求进，为消费者提供极致化的产品和消费体验；同时为打造服饰品牌运营平台谋篇布局，为公司稳定健康发展奠定基础。

（1）连锁经营品牌情况

1) 门店拓展

公司主动出击，抢占先机，积极拓展优质店铺，优化门店营销网络布局。综合分析市场迅速调整作战部署，实现了从单店选址到全域布局的转变，使商圈价值最大化；实时PK，激励后进，鼓励先进，加强对目标店铺进行跟踪，提高目标店铺的签约率；根据商圈业态变化升级门店拓展战术，不同商圈模式采取不同的拓展思路，提高开店效益；门店数量与质量并重，抢占价值高地，通过在一二线省会城市的开店，提升品牌形象，催生品牌溢价效应。

2) 品牌形象

公司加快推进品牌升级工作，从品牌需求出发，追求热点资源与性价比的最佳组合，提升品牌的美誉度、时尚化和年轻化。新增人气明星林更新为海澜之家品牌代言人，力邀素颜女神王丽坤为爱居兔品牌代言人，演绎产品时尚气质，赢得更高的关注度；借助《最强大脑》、《了不起的挑战》、《蒙面唱将猜猜猜》、《火星情报局 2》等热门综艺节目的关注与热点，强化节目与品牌的联结，与消费者进行有效沟通，实现节目关注向品牌认知的转化；与国际IP资源展开深度合作，携手东方梦工厂、国内国外顶级艺术与设计资源，玩转中国风，联手新锐设计师周翔宇，打造限

量合作系列，为产品与品牌注入更多的主题性与文化内涵，彰显国民品牌格调。

3) 供应链管理

借鉴集成供应链模式（ISC），控制首单产品下单比例，通过对门店销售数据的分析，快速调整补单情况。吸收并招纳新的设计人员进入供应链体系，刺激产品创新，提升平台的发展潜力。优中选优，培育有实力、相对集中的优质供应商队伍，通过信息化管理体系提高对产品生产的管控，保障产品品质。瞄准国外市场，加大对东南亚等地区的考察力度，为公司布局海外市场做好供应链资源的储备工作。

引进 SAP-TM 运输管理系统，充分发挥 TM 系统与 EWM 仓储系统的集成优势，对货物资源统筹规划，搭建起多品牌货物统一收发货、物流跟踪及结算管理的管控平台，降低供应商及加盟商的运输成本，提升产业链的管控效率。

4) 产品管理

2016 年，公司产品在坚持高性价比的基础上，有针对性的进行产品方向规划和风格区分，先后推出了“时尚单西系列”、“彩牛系列”、“马达加斯加系列”、“父亲节棉麻系列”、“怀真（中国风）系列”、“著名设计师合作系列”以及“时尚大衣系列”等多种系列产品，风格更加年轻化和时尚化。新产品吸引了更多年轻的消费群体，不仅取得了显著的销售，同时也提升了品牌的档次和品质形象。在产品管理上，进一步扩展 RFID 无线射频扫描技术在各门店的应用，实现门店批量快速收货以及内外仓货架的高效率盘点，大幅提升门店货品管理效率与数据准确性。

5) 市场管理

围绕“继续提升服务”和“打造高效团队”为主题，深化服务，让海澜之家独创的服务理念深入人心，不断赢得顾客和市场；强化 PK，激发门店员工及各级管理者的工作干劲，挖掘员工的工作潜力，最大程度的提升门店销售；优化成本，加强对各项费用支出的考核、管理和控制，做到以人为本和管理成本的统筹兼顾；细化管理，对管理节点进一步细化和创新，提升工作效率；美化陈列，优先在一线城市、省会城市的核心商圈，打造精品形象店，陈列搭配更加注重和产品相结合，提升产品陈列形象和视觉体验；强化培训，多渠道，多形式的储备各类专业技术力量和管理人才，建设一支执行力强、战斗力猛的人才队伍。

6) 电商发展

2016 年，海澜之家的电商潜心专研、聚焦个性化需求，布局更加便捷化、碎片化、个性化、智能化的移动端，将品牌优势与互联网思维相结合，注重品效合一的营销策略，通过多维度数据的分析，向消费者推送更为精准的产品选择。为进一步优化消费者的购物体验，公司在全国选择

了 200 家试点门店开启线上下单就近门店发货的模式，大大缩短华东以外地区客户的等待时间，同时为公司深入探索 O2O 模式建立了强有力的基础。爱居兔女装电商则从营销、商品、视觉、服务上开启运营思路，借鉴海澜之家品牌的运营经验，择优选优，适时调整；同时针对女装的特殊性，探索和创新有效的运营方式，为品牌的长久发展打下基础。

(2) 职业装品牌经营情况

面对竞争日益激烈的职业服市场，公司“圣凯诺”职业装根据年初的经营目标，扎实开展工作，潜心挖掘市场，用心服务客户，将严、细、实的经营理念做到极致。在市场营销方面，进一步细化市场区域、罗列行业单位，清除盲点，责任到人，积极探索建立新的客户群面；在客户服务方面，打温情牌，完善售后服务，培育公司忠实的客户群；在产品开发方面，加强产品研发和技术投入，提高新技术产品、高附加值产品的开发能力和生产能力，使产品开发、品牌培育与市场紧密结合。报告期，公司申请专利创新共计 28 项，其中发明专利 17 项，实用新型专利 11 项。

报告期内，实现营业收入 1,699,959.17 万元，较上年同期增长 7.39%，归属于上市公司股东的净利润 312,264.73 万元，较上年同期增长 5.74%。

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

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

本公司 2016 年度纳入合并范围的子公司共 25 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

序号	子公司名称	本期新增/减少
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）服饰销售有限公司	未变动
13	江阴海澜之家纺织品采购管理有限公司	未变动
14	江阴海一家服饰有限公司 [注]	未变动
15	上海海一家服饰有限公司 [注]	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	未变动
19	江阴海澜之家国际商业有限公司	未变动
20	海澜之家国际商业（香港）有限公司	未变动
21	江阴爱居兔电子商务有限公司	未变动
22	江阴海澜之家投资有限公司	本期新增
23	上海海澜之家电子商务有限公司	本期新增
24	HLA Garment Co., Limited	本期新增
25	Heilan Home Garment Hong Kong Market Co., Limited	本期新增

[注] 公司子公司“江阴百衣百顺服饰有限公司”在 2016 年度改名为“江阴海一家服饰有限公司”，子公司“上海百衣百顺服饰有限公司”在 2016 年度改名为“上海海一家服饰有限公司”。

本期合并财务报表范围详见本附注九“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本附注八“合并范围的变更”。

董事长：周建平
海澜之家股份有限公司
2017 年 3 月 9 日