

证券代码：002485

证券简称：希努尔

公告编号：2018-023

## 希努尔男装股份有限公司 2017 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
韩刚	董事	因其他工作安排	陈吉
张志	独立董事	因其他工作安排	王朝曦

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 2017 年末总股本 320,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 7 股。

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	希努尔	股票代码	002485
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	董昕	倪海宁	
办公地址	山东省诸城市东环路 58 号	山东省诸城市东环路 58 号	
电话	0536-6076188	0536-6076188	
电子信箱	sinoer0899@sinoer.cn	sinoer0899@sinoer.cn	

#### 2、报告期主要业务或产品简介

##### （一）报告期内公司所从事的主要业务、主要产品或服务及经营模式

报告期内，希努尔原控股股东及其一致行动人及持股 5% 以上股东分别与雪松文投签订股权转让协议，将其持有的希努尔股份全部转让给雪松文投，转让完成后，雪松文投及其一致行动人合计持有希努尔 209,292,670 股股份，占上市公司股份总

额的65.40%。本次收购完成后，公司在不改变现有主营业务的前提下，对公司传统主营业务进行适当的调整和优化。公司传统主营业务为设计、生产和销售西装、衬衫及其他服饰类产品；公司拥有“希努尔”、“普兰尼奥”、“皇家新郎”、“润尔”等品牌，其中“希努尔”定位于中高档商务男装品牌，“普兰尼奥”定位于高级个性化定制品牌，“皇家新郎”定位于高端礼服定制品牌，“润尔”定位于中高档女装定制品牌；公司以自制生产为主、委托加工生产为辅，以直营店和特许加盟店为主、团体订购、外贸出口和网上直销为补充的生产销售模式。

报告期内，公司秉持“坚守实业、创造价值”的理念，在“多元化发展，专业化运作”的战略指引下，优化公司主营业务，改善公司资产结构和业务结构。公司将与服装生产相关的资产、负债按基准日2017年9月30日的账面净值划转给公司的全资子公司普兰尼奥，原希努尔服装生产相关员工由普兰尼奥接受、安置。2017年11月13日，公司将普兰尼奥100%股权转让给原希努尔控股股东。上述转让完成后，公司聚焦服装销售业务。公司现有销售终端已覆盖全国多个省、自治区、直辖市重点城市的重点商圈。以总部所在地山东为基地，不断扩大终端销售网络，目前，其已构筑了以山东、河北、河南、山西、江苏、陕西六省为核心的第一市场圈，以上六省区大部分县级以上城市的主要商业中心都设有希努尔男装的销售网络，营销网络广泛，公司将进一步持续优化营销网络。

## （二）公司所处行业的发展阶段

中国服装行业正处于产业结构调整、发展动能转换的关键战略期。在新经济条件下，中国服装行业变“资源导向”为“需求导向”，服装品牌要加强个性化定位，瞄准细分市场，进行系统创新，优化全渠道体系，创新营销方式，升级消费体验，提高盈利水平，但不管是新零售、全渠道，聚焦的都是消费者体验与数据。

## （三）公司所处的行业地位

报告期内，公司以市场为导向，大力发展全品类个性化定制业务，积极拓展营销渠道，完善店铺形象，升级客户服务，增强客户体验，打造“着装艺术馆”；加大团购市场开拓力度，在巩固成熟市场的同时，对部分重点区域重点开发，整合优质资源，通过发展契约式战略合作伙伴，深度开发市场。

## 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

单位：人民币元

	2017年	2016年	本年比上年增减	2015年
营业收入	774,843,219.15	696,075,861.08	11.32%	1,012,762,942.93
归属于上市公司股东的净利润	36,645,400.48	7,468,635.91	390.66%	22,586,065.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-25,747,181.04	-51,213,705.24	49.73%	-58,694,316.41
经营活动产生的现金流量净额	6,960,359.90	53,049,628.05	-86.88%	152,544,677.25
基本每股收益（元/股）	0.1145	0.0233	391.42%	0.0706
稀释每股收益（元/股）	0.1145	0.0233	391.42%	0.0706
加权平均净资产收益率	1.84%	0.38%	1.46%	1.15%
	2017年末	2016年末	本年末比上年末增减	2015年末
资产总额	2,324,577,470.51	2,444,982,588.61	-4.92%	2,751,166,969.89
归属于上市公司股东的净资产	2,012,687,454.20	1,976,042,053.72	1.85%	1,968,573,417.81

### （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	191,287,855.76	165,682,472.42	192,693,992.36	225,178,898.61
归属于上市公司股东的净利润	-12,567,317.11	-10,635,178.89	25,601,356.17	34,246,540.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-12,772,005.38	-10,847,827.42	7,272,403.42	-9,399,751.66
经营活动产生的现金流量净额	30,350,265.32	-8,249,776.08	9,197,973.96	-24,338,103.30

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

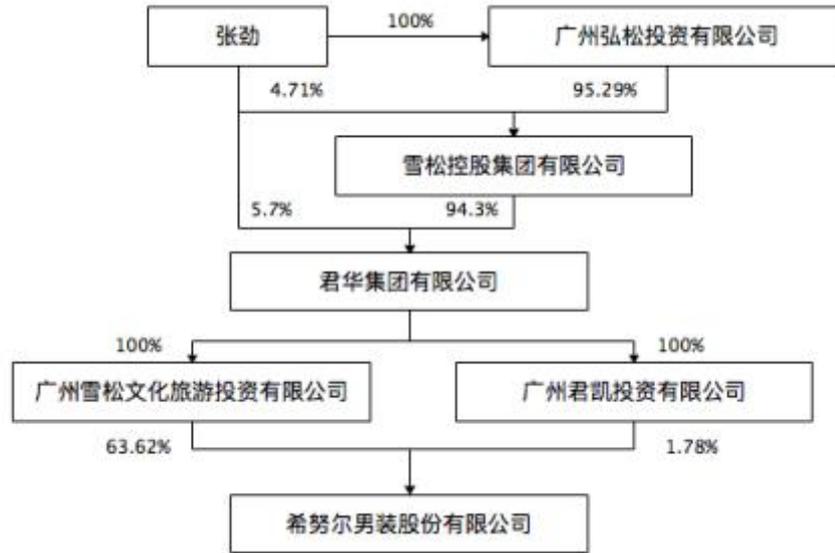
报告期末普通股股东总数	4,330	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	4,029	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
广州雪松文化旅游投资有限公司	境内非国有法人	63.62%	203,590,497	0			
云南国际信托有限公司－云南信托云霞 9 期集合资金信托计划	其他	3.11%	9,959,006	0			
广州君凯投资有限公司	境内非国有法人	1.78%	5,702,223	0			
黄鹂	境内自然人	0.86%	2,761,585	0			
广东粤财信托有限公司－众泰 1 号集合资金信托计划	其他	0.84%	2,688,100	0			
上海爱建信托有限责任公司－爱建信托灵隐 6 号事务管理类集合资金信托计划	其他	0.75%	2,407,027	0			
上海爱建信托有限责任公司－爱建信托灵隐 5 号事务管理类集合资金信托计划	其他	0.72%	2,293,200	0			
华鑫国际信托有限公司－华鑫信托 华昇 66 号集合资金信托计划	其他	0.71%	2,257,830	0			
国民信托有限公司－乾晖 10 号证券投资集合资金信托计划	其他	0.69%	2,218,400	0			
华鑫国际信托有限公司－华鑫信托 华昇 79 号集合资金信托计划	其他	0.69%	2,215,600	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、广州雪松文化旅游投资有限公司和广州君凯投资有限公司为同一实际控制人控制的企业；2、除前述关联关系外，未知公司前 10 名普通股股东之间是否存在其他关联关系，也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无。						

##### (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

## 概述

报告期内，公司在保持服装业务稳健经营的同时积极实施战略升级与业务转型，开拓文化旅游业务作为公司新的利润增长点。服装业务方面，宏观经济增速放缓，终端消费低迷，消费需求未有明显回暖，传统男装行业也基本延续疲软态势。报告期内，面对不利环境，公司通过加大团购市场开拓、自有商铺对外出租、出售等措施使公司保持盈利。文旅业务方面，公司秉承重构旅游产业价值战略，以全域旅游开发、主题旅游小镇开发、旅游全产业链管理和轻资产输出为发展驱动，在客源端、载体端、内容端和资产输出端做好了全面准备，布局旅游全产业链。为契合公司新业务，公司第四届董事会第三次会议审议通过增加“文化旅游项目开发、建设、经营与销售；表演、歌舞、戏曲杂技，接待文艺演出，承接国内外演出经营；旅游产品开发；旅游服务；文化、艺术活动策划、组织”经营范围。报告期内，公司全资子公司广州希创投资有限公司出资51%设立了江苏雪松超群国际旅行社有限公司，公司拟通过建立B2B+ERP线上平台实现旅游线下渠道的整合。此举是公司推进文化旅游业务，按照战略目标逐步落地的首个举措。

报告期内，公司实现营业收入774,843,219.15元，同比增长11.32%，实现利润总额47,349,250.01元，同比增长404.75%，实现归属于上市公司股东的净利润36,645,400.48元，同比增长390.66%。

报告期内，公司严格实施了2016年年度报告中披露的发展战略和经营计划，具体如下：

## (一) 品牌建设

报告期内，公司通过多种形式和途径，多角度、多层面地诠释公司的企业文化和品牌内涵。

2017年9月，公司在河南郑州召开普兰尼奥个性定制品牌发布会；2017年10月，公司在湖南岳阳召开普兰尼奥个性定制品牌发布会；2017年11月，公司在江苏南通召开普兰尼奥个性定制品牌发布会，日本“最具风尚设计师”池田進治先生在现场展示那不勒斯西装裁剪、缝制的精湛手工技艺，各品类服装经过国际名模的现场演绎，使到场嘉宾能够近距离、多方位、立体品鉴意大利那不勒斯制衣的精髓。

2017年8月，著名影视剧演员徐光宇先生亲临北京普兰尼奥定制店体验个性化量体定制服务；2017年10月，著名影视剧演员马跃先生亲临北京普兰尼奥定制店体验个性化量体定制服务。

2017年12月，公司对各个营销团队进行形象设计并拍摄广告片，多角度展现各团队风采。

#### （二）全面推广多品牌个性化定制业务

全面推广全品类个性化定制业务，加大全品类个性化定制的研发推广，在现有成熟品牌的基础上，与意大利MIDA研发机构联合推出新工艺、新版型的服装系列，满足市场全品类个性化产品需求。

充分利用公司现有终端优势，进一步将定制业务嵌入到现有直营店和加盟店中，全面实现“普兰尼奥+希努尔”全品类、多品牌定制的销售格局，从而降低终端店铺库存成本，提升其经营业绩。

进一步完善个性化定制和普兰尼奥着装管家式服务的标准，引入专业培训机构从销售服务方案、销售技能、店铺陈列标准、客户VIP管理、售后服务跟踪等方面进行培训，打造专业运营团队，更加精细化分解客户不同定制需求，有针对性的做好客户的定制服务。

优化子品牌普兰尼奥店铺网络布局；统一定制店铺风格，打造五星级店铺管理标准，不断完善管理服务标准，做到服务于客户全方面定制需求。

#### （三）加大团购市场开拓力度

从市场的深度、广度上拓宽团购渠道，在巩固成熟市场的同时，对部分重点区域重点开发，整合优质资源，通过发展契约式战略合作伙伴，深度开发市场；逐步实现团购战线向偏远区域的稳步推进。

组建专业竞标团队，通过不断优化工作流程、提高服务质量，最大限度地满足客户对品牌、质量、速度和服务的需求。

#### （四）继续强化营销渠道的转型和整合

继续加强公司营销终端的精细化管理，完善店铺形象，升级客户服务，增强客户体验，打造“着装艺术馆”。

集中优势资源维护发展核心市场，对盈利不达标的店铺，及时关闭，通过提升坪效、人效，提升现有店铺的盈利能力；适时推出系列促销活动，快速消化店内库存。

对新开业加盟店进行系统全面帮扶，对老加盟店进行有针对性的帮扶；邀请培训机构对加盟商进行培训，提升加盟商的整体运营管理水平。

#### （五）精益管理

以卓越绩效管理为主线，加强内部管理的深度挖掘，通过完善激励机制，严格考核制度，推进企业机制创新和管理创新；同时，加强费用成本控制，实行预算管理。

## 公司未来发展的展望

### （一）行业竞争格局和发展趋势

#### 1、服装行业

面对国内外市场发展的新形势，以及技术变革条件下产业创新发展的新需求，我国服装行业进入了深度调整、转型升级的新时代。随着消费需求的迭代升级、“互联网+”、云计算、大数据、智能制造等新技术的崛起，服装企业都在摸索产业转型升级的新路径。新经济形势下，消费者对个性化、体验式、高性价比的消费需求，促使各品牌在产品、渠道等方面进行调整，加大对精细化运营的投入，致力于公司内生创新能力的提升，同时，在稳固和提升现有产业盈利能力的基础上，努力探索新的利润增长点，通过深度贯彻商业模式转型，提升公司市场竞争力。

#### 2、文化旅游行业

##### （1）文化旅游行业被定位为战略支柱产业、符合国家扶持政策

近年来，国家相继出台了《国务院关于加快发展旅游业意见重点工作分工方案的通知》、《国务院文化产业振兴规划》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》等支持旅游业与文化行业的利好政策。

“十二五”期间，我国旅游业和文化行业的巨大潜力正在爆发，面临更加有利的发展环境和发展条件。在国家政策支持的大背景下，我国旅游业与文化产业将出现新一轮的发展，在未来5至10年内处于快速发展的上升期。

##### （2）行业景气上升，迎来发展黄金机遇期

目前，我国正迎来消费升级换代黄金时代，特别是近几年，高速公路、高速铁路、民航等基础设施建设速度加快和社会公共服务体系不断完善，为旅游业的高速发展打下良好基础。

根据世界旅游城市联合会《世界旅游经济趋势报告（2017）》，2016年全球旅游总人次首次突破百亿，达105亿人次，较上年增长4.8%，为全球人口规模的1.4倍；全球旅游总收入达5.17万亿美元，较上年增长3.6%，相当于全球GDP的7.0%。

“十二五”期间，旅游业全面融入国家战略体系，成为国民经济战略性支柱产业，2015年旅游业对国民经济的综合贡献度达到10.8%；国内旅游、入境旅游、出境旅游全面繁荣发展，中国成为世界最大的国内旅游市场、世界第一大国际旅游消费国，世界第四大旅游目的地国家。根据国家统计局《2016年国民经济和社会发展统计公报》，2016年国内旅游人数达到44.4亿人次，国内旅游收入3.94万亿，同比增速分别为11%和15.19%。其中，城镇居民旅游人数31.95亿人次，增长14.03%，花费3.22万亿元，增长16.77%；农村居民旅游人数12.4亿人次，增长4.38%，花费0.71万亿元，增长8.56%。入出境旅游2.6亿人次，

增长3.9%；其中，入境旅游人数1.38亿人次，同比增长3.8%；出境游人数达1.22亿人次，同比增长4.3%。随着全面建成小康社会战略的持续推进，旅游已经成为人民群众日常生活的重要组成部分，我国旅游业进入大众旅游时代。到2020年，我国旅游产业规模及效益将达到世界旅游强国水平。

## （二）公司近期的发展战略及经营规划

### 1、公司发展目标

服装业务方面：加强公司营销终端建设，保证营销终端的良性、健康发展；继续实施多品牌运营，重点突出产品的时尚、品质和舒适性；开拓公司新的利润增长点；通过多渠道进行管理、营销人员的招募和培养，完善公司的激励性政策，提高员工的工作热情和积极性。

文化旅游业务方面：拟通过发展自建文旅小镇及收购已建成小镇，建立B2B+ERP线上平台实现旅游线下渠道的整合，形成旅游小镇+营销渠道+全域旅游相互融合的商业模式，并通过文旅团队的专业化运营、整合，形成良好的产业链闭环模式，以轻重结合的资产配置方式，稳健的盈利模式，增强上市公司的持续发展能力和盈利能力。

### 2、2018年经营规划

2018年度，公司的核心经营目标是：聚焦品牌运营管理；继续全面推广全品类个性化定制业务；继续强化营销渠道的转型和整合；加大团购市场开拓力度；开拓新的利润增长点。

#### （1）聚焦品牌运营管理，强化品牌形象及传播

明晰品牌定位，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，为产品与品牌注入更多的主题性与文化内涵，彰显希努尔的品牌格调，从而更精准、更充分的满足消费者的需求。

加大品牌数字化传播力度，借助新媒体工具，提升社交广告的创新性和互动性，加强与消费者之间的互动与传播，通过多种形式和途径，多角度、多层次地诠释公司的企业文化和品牌内涵，不断积聚品牌热度，提高品牌知名度和美誉度。

#### （2）继续全面推广全品类个性化定制业务

继续全面推广全品类个性化定制业务，实行重点区域招商策略；进一步将定制业务嵌入到现有直营店和加盟店中，实现定制和零售同步发展的销售格局。

#### （3）继续强化营销渠道的转型和整合

转变营销模式，由被动营销转为主动营销；加强公司营销终端的精细化管理，升级终端店铺形象，提升服务人员专业性，提升服务质量，增强客户体验；加大重点加盟店的扶持力度。

#### （4）加大团购市场开拓力度

实施区域划分的运营模式，各团队全面负责区域内的业务，达到零距离接触市场。

继续加大团购市场开拓力度，以树立区域标杆的形式带动区域市场，从省会城市到重点地级市再到县级城市，逐步实现省、市、县三级全覆盖。

#### （5）开拓公司新的业绩增长点

公司将积极开拓稀缺旅游资源，投资建设或直接并购优质旅游小镇项目，同时拟通过建立B2B+ERP线上平台整合旅游线下渠道，形成旅游小镇+营销渠道+全域旅游相互融合的商业模式，在维持公司服装销售业务的前提下，开拓公司新的业绩增长点。

## 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
西服套装	216,149,217.34	68,407,909.25	31.65%	11.57%	7.20%	2.79%
休闲西装	227,419,427.66	39,000,164.59	17.15%	-8.52%	-10.52%	1.85%
西裤	111,024,556.94	22,815,510.88	20.55%	8.37%	-0.73%	7.28%
衬衫	105,278,812.52	32,143,125.35	30.53%	63.77%	49.80%	6.48%
棉服茄克	28,902,403.78	6,136,041.36	21.23%	70.76%	61.34%	4.60%

针织衫	36,678,366.17	12,507,741.08	34.10%	10.58%	3.00%	4.85%
其他服饰等	35,759,488.07	4,530,829.70	12.67%	43.10%	41.03%	1.28%

#### 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774,843,219.15元，同比增长11.32%，营业成本808,050,959.05元，同比增长5.64%，实现归属于上市公司普通股股东的净利润36,645,400.48元，同比增长390.66%。主要原因是：公司团体定制业务增加以及公司转让诸城市普兰尼奥男装有限公司100%股权和自有商铺对外出售。

#### 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

财政部2017年5月10日发布了《关于印发修订<企业会计准则第16号——政府补助>的通知》（财会〔2017〕15号），该准则自2017年6月12日起施行。

财政部2017年4月28日发布了《关于印发<企业会计准则42号-持有待售的非流动资产、处置组合终止经营>的通知》（财会[2017]13号），该准则自2017年5月28日起施行。

财政部2017年12月25日发布了《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30号），规定执行企业会计准则的非金融企业应当按照企业会计准则和本通知要求编制2017年度及以后期间的财务报表。

由于上述会计准则的颁布，公司对原会计政策进行相应变更，并按以上文件规定的起始日开始执行。

上述会计政策变更仅对财务报表项目列示产生影响，不涉及公司业务范围的变化，对公司财务状况、经营成果和现金流量无实质性影响。

##### (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

1、报告期内，公司投资设立了诸城市普兰尼奥男装有限公司、广州希创投资有限公司、广州创凯能源有限公司和山东希努尔男装有限公司，上述公司纳入合并财务报表范围。

2、报告期内，公司全资子公司广州希创投资有限公司出资51%设立了江苏雪松超群国际旅行社有限公司，江苏雪松超群国际旅行社有限公司成为公司控股孙公司，纳入合并报表范围。

3、报告期内，公司将全资子公司诸城市普兰尼奥男装有限公司100%股权转让给新郎希努尔集团，诸城市普兰尼奥男装有限公司不再纳入合并报表范围。

**(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计**

适用  不适用