

上海龙头（集团）股份有限公司

2014 年半年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

1.2 公司简介

股票简称	龙头股份	股票代码	600630
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈峰	何徐琳	
电话	021-34061116	021-63159108	
传真	021-54666630	021-63158280	
电子信箱	ltdsh@shanghaidragon.com.cn	ltdsh@shanghaidragon.com.cn	

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	2,536,950,546.99	2,521,877,789.20	0.60
归属于上市公司股东的净资产	1,598,893,749.06	1,568,225,851.16	1.96
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	79,451,120.23	-32,645,104.60	不适用
营业收入	1,899,159,485.90	2,033,919,909.15	-6.63
归属于上市公司股东的净利润	30,814,584.55	25,221,032.31	22.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	22,727,939.36	17,298,112.64	31.39
加权平均净资产收益率(%)	1.95	1.65	增加 0.30 个百分点
基本每股收益(元/股)	0.07	0.06	16.67
稀释每股收益(元/股)	0.07	0.06	16.67

2.2 截止报告期末股东总数及持有公司 5%以上股份的前十名股东情况

单位：股

报告期末股东总数				69,395	
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	质押或冻结的股份数量
上海纺织（集团）有限公司	国有法人	30.08	127,811,197	0	无
张祖强	境内自然人	1.17	4,956,343	0	无
张彦劫	境内自然人	0.55	2,340,178	0	无
上海南上海商业房地产有限公司	其他	0.51	2,160,000	0	无
上海国际信托有限公司	其他	0.46	1,950,000	0	无
海通证券股份有限公司约定购回式证券交易专用证券账户	其他	0.38	1,599,000	0	无
张萍飞	境内自然人	0.28	1,176,786	0	无
上海友谊集团股份有限公司	其他	0.26	1,090,000	0	无
陈国义	境内自然人	0.24	1,008,183	0	无
吴懿兵	境内自然人	0.20	831,598	0	无
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、公司控股股东上海纺织（集团）有限公司与其他股东之间不存在一致行动人关系； 2、未知在其他无限售股东之间是否存在关联关系是否属于一致行动人。				

2.3 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

三、 管理层讨论与分析

(一) 2014 年上半年重点工作

1、 稳发展

上半年，公司各事业部面对严峻形势，坚持对线下渠道的持续投入，推进渠道建设与终端布局。同时，结合内销形势的变化，继续加强对终端运营情况的跟踪分析，及时关闭运营情况不佳的直营终端，终端运营质量得到进一步优化与提升。

2、 抓质量

上半年，公司在关注规模的同时，更加注重效益，确保各业务板块运营质量稳步提升。主要采取三方面措施：一是各事业部与总部职能部门结合发展现状，启动公司内部控制制度

的新一轮修订工作，对于公司进一步健全内部控制体系、推进规范管理，促进经营质量提高将起到积极的促进作用。二是强化外贸业务风险管理。国际贸易事业部成立风险控制工作小组，制定相应工作流程，定期定向实施风控工作。三是强化对品牌运营质量的监控。

3、促转型

公司积极探索，集聚未来发展的新动力。一是各品牌事业部结合各品牌近年来在传统终端业态的经营现状与发展趋势，加速推动终端布局与经营方式的转型发展。二是加快外贸业务的转型发展，集聚资源拓展自营业务，努力形成能支撑公司外贸发展的新的业务增长方式。深化内外贸联动，积极推进外贸自营业务采购平台与内销采购平台的联动，分别满足内外贸联动平台和其他客户的需求。

4、求突破

上半年，公司在优势环节与薄弱环节上不断取得新突破。上半年，公司电子商务业务共计实现销售收入 5,924 万元,较去年同期的 3,249 万元，增幅达到 82%。服饰事业部自内部结构调整以来，通过整合优化营销渠道、做好新品开发与营销推广等方面工作，提高了品牌的运营质量，实现了既定的盈利目标，品牌呈良性发展趋势。

(二)2014 年下半年重点工作

下半年工作的总体目标有两个：一是继续按照“稳发展、抓质量、促转型、求突破”的年度工作要求，确保各项年度经营指标和重点工作的顺利完成。二是按照新一轮改革目标与要求，结合公司实际，积极制订各业务板块的发展方案与三年行动计划，年内启动实施，并为三年规划目标的实现做一些突破性的尝试。

(三) 主营业务分析

1、 财务报表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	1,899,159,485.90	2,033,919,909.15	-6.63
营业成本	1,513,241,152.22	1,645,021,217.20	-8.01
销售费用	247,139,260.18	233,381,396.89	5.90
管理费用	105,606,044.56	123,537,130.95	-14.51
财务费用	6,905,322.09	9,695,153.79	-28.78
经营活动产生的现金流量净额	79,451,120.23	-32,645,104.60	不适用
投资活动产生的现金流量净额	36,749,244.77	-10,447,154.91	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-73,193,795.66	16,858,290.32	-534.17
研发支出	9,168,789.39	10,751,884.43	-14.72

经营活动产生的现金流量净额变动原因说明：本期收到出口退税款及销售回笼资金增加

投资活动产生的现金流量净额变动原因说明：本期收到股权受让款剩余 50% 价款

筹资活动产生的现金流量净额变动原因说明：本期发生银行借款同比大幅减少

2、 其它

(1)公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明

报告期内公司利润构成及利润来源未发生重大变动。

(2) 经营计划进展说明

公司 2014 年经营预算目标为预计主营业务收入 40 亿元，主营业务毛利率 17.5%，期间费用 6.8 亿元。

2014 年报告期内实现主营业务收入 18.7 亿元，完成预算目标 47%，同比减少 1.2 亿元，主营业务毛利率 19.8%。期间费用 3.6 亿元，同比下降 1.9%。

(四) 行业、产品或地区经营情况分析

1、 主营业务分行业、分产品情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
1、工业	617,512,055.75	571,658,335.52	7.43	17.67	21.38	减少 2.83 个百分点
2、商业	1,445,430,861.87	1,169,791,333.48	19.07	15.21	20.11	减少 3.30 个百分点
3、房地产	6,348,014.18	642,154.32	89.88	8.49	0.00	增加 0.86 个百分点
4、外贸	1,061,432,592.61	1,016,014,310.44	4.28	-13.95	-15.22	增加 1.43 个百分点
公司内各业务分部相互抵销	-1,257,185,159.12	-1,255,208,092.97				
合计	1,873,538,365.29	1,502,898,040.79	19.78	-6.35	-7.63	增加 1.11 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
针织品	667,664,268.57	394,519,626.23	40.91	5.19	7.08	减少 1.04 个百分点
家用纺织品	91,921,088.37	68,253,079.11	25.75	-7.49	-9.74	增加 1.86 个百分点
服装服饰	72,057,436.95	40,288,901.12	44.09	-33.73	-40.88	增加 6.76 个百分点
其他	1,103,055,635.29	1,054,585,244.47	4.39	-12.49	-13.31	增加 0.89 个百分点
公司内各业务分部相互抵消	-61,160,063.89	-54,748,810.14				
合计	1,873,538,365.29	1,502,898,040.79	19.78	-6.35	-7.63	增加 1.11 个百分点

2、 主营业务分地区情况

单位:元 币种:人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减 (%)
东北地区	33,776,571.69	9.09

华北地区	57,961,645.92	12.51
华东地区	1,983,555,385.55	5.59
西北地区	55,456,226.75	5.48
华中地区	27,070,371.78	25.13
华南地区	57,730,012.06	34.73
境外地区	926,044,077.97	-8.70
公司内地区间相互抵销	-1,268,055,926.43	
合 计	1,873,538,365.29	-6.35

(五) 核心竞争力分析

根据中华全国商业信息中心对 2013 年全国大型零售企业主要商品品牌检测显示，三枪市场综合占有率继续位列第一位，作为行业领导者，在行业起着示范和引导作用；海螺作为中国衬衫的知名品牌，在目标市场的占有率始终保持前列，继续成为衬衫专家；民光、凤凰、414、皇后等一批老字号品牌将继续挖掘潜力，焕发青春。公司主要品牌，其影响力继续保持在中国 500 最具价值品牌行列。

四、涉及财务报告的相关事项

- 4.1、与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计及核算方法未发生变化。
- 4.2、报告期内未发生重大会计差错更正事项。
- 4.3、与上年度财务报告相比，合并范围未发生变化。
- 4.4、公司 2014 年半年度财务报告未经审计。

上海龙头（集团）股份有限公司
2014 年 8 月 26 日