

公司代码：603808

公司简称：歌力思

深圳歌力思服饰股份有限公司

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 四川华信（集团）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

根据四川华信（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2016 年归属于上市公司股东的净利润为 197,950,569.47 元。根据《公司法》和《公司章程》的规定，按母公司净利润的 10%计提法定盈余公积 9,877,127.23 元，2016 年度实现的可供分配利润为 188,073,442.24 元。基于对公司未来发展的预期和信心，同时公司具有较为充足的未分配利润和资本公积金，为了积极回报股东，与股东共享公司的发展经营成果，在符合《公司章程》规定的利润分配原则、保证公司正常经营和未来发展所需资金充足的前提下，拟以目前总股本 248,473,050 股为基数，向股东每 10 股派发现金红利 2.66 元（含税），共计派发现金红利 66,093,831.30 元；同时以 2016 年 12 月 31 日总股本 248,473,050 股为基数，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股，合计转增股本 74,541,915 股。

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	歌力思	603808	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	蓝地	卢盈霏
办公地址	广东省深圳市福田区天安数码城创新科技广场I期A座19楼	广东省深圳市福田区天安数码城创新科技广场I期A座19楼
电话	0755-83438860	0755-83438860
电子信箱	zqfw@ellassay.com	zqfw@ellassay.com

2 报告期公司主要业务简介

(一) 公司所从事的主要业务及产品

公司的主营业务为品牌时装的设计研发、生产和销售。公司自成立以来，一直专注于高级时装品牌的发展，主营业务未发生变化。报告期内，公司完成了对电商代运营企业百秋网络的收购，借助其互联网运营能力拓宽公司现有品牌网络销售和品牌推广渠道。截止年报发布日，公司旗下拥有 5 个时装品牌，分别为线下高级时装品牌“歌力思（ELLASSAY）”、德国高级女装品牌“Laurèl”、美国轻奢潮流品牌“Ed Hardy”、法国轻奢设计师品牌“IRO”、线上高级女装品牌“唯颂（With Song）”。主要产品为外套类、裙类、上衣类、裤类、女鞋、T 恤类、包类及帽子。消费群体依据不同品牌的定位略有区别：“歌力思（ELLASSAY）”的顾客主要是时尚、优雅、讲究生活品质的现代都市女性；“Laurèl”则面向严谨、积极、自信的女性；“Ed Hardy”的顾客注重独特与个性，热爱生活并希望创造不同的生活亮点；“IRO”主打追求街头情怀的法式简约风格，定位于时尚、个性的年轻女性；唯颂（With Song）”定位的顾客群体较“歌力思”更为年轻，更关注时尚度，对款式更新的频率和速度有更高的要求，希望成为生活中的明星。

(1) 歌力思（Ellassay）

公司的主品牌 Ellassay 下设三条产品系列：Ellassay、Ellassay Weekend 及 Ellassay First，分别为正装系列、休闲系列及高级系列。“Ellassay”定位为中国高端女装品牌。在品牌的建设和发展过程中，公司始终将该品牌打造成为具有国际影响力的中国时装品牌作为公司的长期目标。因此，公司选择了时尚、优雅、讲究生活品质的现代都市女性作为该品牌的消费群体，并坚持多年将目光聚焦在这一市场上。同时，经过多年的推广与经营，“Ellassay”这一品牌如今已成长为极具竞争力的高端女装品牌。根据中华商业信息中心统计，“Ellassay”品牌高端女装连续 6 年（2011-2016）荣列同类市场综合占有率前十位。2016 年度，Ellassay 新开 38 家店铺，关闭 44 家店铺，店铺数量总计为 341 家。

(2) 唯颂（With Song）

唯颂（With Song）是公司 2013 年推出的线上女装品牌，“唯颂”品牌的定位和“歌力思”有明显区别，该品牌以丰富的色彩、时髦的流行元素为设计风格，搭配诠释出“生活中的明星”，展现年

轻、时尚、优雅。“唯颂”品牌定位的顾客群体较“歌力思”更为年轻，更关注时尚度，对款式更新的频率和速度有更高的要求。“唯颂”品牌以网络（包括天猫、京东、唯品会等）为销售渠道，无实体店铺。品牌仍旧延续“Ellassay”注重 VIP 客户的传统，虽是线上品牌，但仍然重视顾客的消费体验与售后服务，自运营以来，通过优良的质量与典雅的设计，取得了不俗的销售成绩。

（3）Laurèl

2015 年 9 月，公司与东明国际签署了收购东明国际投资（香港）有限公司 100%股权的协议，同时，东明国际与德国 LAURÈL GMBH 签署的《商标转让协议》，公司通过东明国际间接拥有 LAURÈL GMBH 在中国独立的所有权，包括设计权、定价权和销售权。“Laurèl”品牌的定位为国际轻奢高档女装，于 1978 年在慕尼黑成立，原为德国三大著名奢侈品牌之一的 ESCADA 旗下品牌。“Laurèl”面向严谨、积极、自信的女性，“Laurèl”品牌一贯秉承的热爱时尚的理念充分体现在其宗旨“观赏、感知和热爱”（see, feel, love），该品牌时装覆盖世界各地 30 多个国家，全球有 1000 多家销售点。“Laurèl”的引入，将对公司现有高级女装品牌歌力思（Ellassay）的渠道和品牌推广提升形成良好的优势互补；公司在设计研发、营销体系和供应链体系的优势亦可有效提升“Laurèl”在中国的盈利能力。公司与 LAURÈL GMBH 在产品的设计研发、生产制造、品牌推广等领域的深入合作将给“Laurèl”品牌的发展创造更好的条件，对公司实现中国高级时装集团的战略目标有直接的推动作用。目前，“Laurèl”在大中华区已开设店铺 16 家，2016 年经审计的营业收入为 2957.85 万元。预计在 2017 年“Laurèl”仍将持续开设专卖店，逐步提高该品牌的城市覆盖率。

（4）Ed Hardy

公司通过全资子公司东明国际投资（香港）有限公司收购了香港唐利国际控股有限公司（以下简称“唐利国际”），间接持有美国轻奢潮流品牌 Ed Hardy 在中国大陆及港澳台地区的品牌所有权，包括主品牌 Ed Hardy 及副品牌 Ed Hardy Skinwear、Baby Hardy 等。国际轻奢潮流品牌 Ed Hardy 于 2004 年在美国成立，目前在美洲、欧洲、亚洲和中东都已开设专卖店，销售渠道分布广泛，是美国炙手可热的潮流品牌，尤其受到年轻群体及明星的追捧。该品牌的加入，延展了原本公司的目标市场范围，将注重独特与个性的年轻群体纳入公司目标客户群中。Ed Hardy 目前在大中华区已开设店铺 116 家，主要集中在核心商圈的购物中心和重要商场，未来三年 Ed Hardy 将开店至 300 家左右，将轻奢潮流文化推广到更大的目标市场。目前，唐利国际已经逐渐成为公司业绩增长的重要驱动力。2016 年唐利国际经审计的营业收入为 2.43 亿元，同比增长 71.77%，未来仍将持续健康增长。

（5）IRO

公司通过持有深圳前海上林投资管理有限公司 65%股权，间接控股 IRO SAS 公司。IRO SAS 公司持有 IRO 品牌所有权及相关资产。IRO 是定位于轻奢领域的法国设计师品牌、高端休闲品牌，主打时尚女装产品，设计理念为“street girls & fashionable women”，追求街头情怀的法式简约风格。旨在打造品质卓越的日常服饰和创造简洁自然的品味，通过采用旧皮革、羊绒和丝绸等，打造出街头朋克风格与巴黎时尚灵感相结合的系列设计。IRO 以年轻创新、干练简洁的法式设计见称，辨识度强，酷感实穿的皮制品、夹克、连衣裙及休闲 T 恤尤受欢迎。目前，IRO 已经成长为一个国际品牌，不仅在其诞生地法国取得了良好的发展，并且已进入美国、德国、英国、西班牙、丹麦、韩国等多个国家和地区。截止本年报披露日，IRO 已在中国上海开设了首家终端店铺。

(6) 百秋电商

目前，公司持有百秋网络 75%股权，间接控股百秋电商。百秋电商是专业从事电子商务代运营业务的服务公司，目前专注于中高端国际时尚品牌电子商务业务的一站式代运营服务，包括运营策划、数字营销、商品规划、商品拍摄、视觉设计、CRM、客户服务及仓储物流等，通过在每个环节的细致、专业及高效的运营来提升消费者的消费体验，为品牌方在电商渠道获得更多的销售额及美誉度。百秋电商所运营的品类包括服装服饰、箱包、鞋类，在时尚品牌运营上积累了丰富的经验，其所运营的服装服饰类及轻奢品类目前发展较快。成功运营的品牌有服装类的 Sandro、Maje；服饰类的潘多拉（PANDORA）、FOSSIL；箱包类的 ELLE、Kipling、LeSportsac、Delsey；鞋履类的 Achette、GEOX、C.P.U 等多个国际知名品牌。且持续在筛选适合其定位的国际品牌不断加入。

(二) 公司的经营模式

自成立以来，公司始终围绕设计研发和终端营销这两个时装行业链上附加值最高的端点，发展完整的产供销系统。在该模式下，公司一方面可以提升研发设计，提供更适合市场需求的高性价比产品，降低生产成本，另一方面可以把控零售环节，在提高对市场需求的反应能力的同时，通过精细化管理提升企业盈利水平。

1、采购模式。公司采购的主要产品包括面辅料、成衣、配饰和其他物料。在采购各环节管控中，公司强调和供应商的战略协作，在保障供应商的利益同时，为公司快速翻单补货及时提供原材料和定制成衣，实现双方的共赢。

2、生产模式。目前公司主要采用自制生产、定制生产和委托加工相结合的生产模式。

3、营销模式。公司采用直营店和分销商两类通路为主、电子商务网络通路为辅的渠道销售模式，建立了线下直营店零售、分销商分销和线上销售等销售模式。线下和线上两者在 2016 年占主营业务收入比重分别为 93.12%、6.88%。

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	2,569,483,844.56	1,865,318,315.04	37.75	844,774,813.89
营业收入	1,132,063,281.20	835,289,709.02	35.53	743,951,288.14
归属于上市公司股东的净利润	197,950,569.47	159,843,645.57	23.84	138,015,250.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	186,413,002.96	146,889,237.60	26.91	133,048,357.45
归属于上市公司股东的净资产	1,737,795,431.11	1,512,571,415.84	14.89	658,111,894.59
经营活动产生的现金流量净额	101,173,821.18	165,977,530.54	-39.04	169,697,298.57
基本每股收益（元/股）	0.82	1.08	-24.07	1.15
稀释每股收益（元/股）	0.81	1.08	-25.00	1.15
加权平均净资产收益率（%）	12.29	13.07	减少0.78个百分点	21.12

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	180,260,654.80	218,122,623.16	284,753,469.95	448,926,533.29
归属于上市公司股东的净利润	23,824,095.87	24,722,217.96	41,621,080.55	107,783,175.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	23,788,476.22	22,437,077.99	41,490,679.30	98,816,555.86
经营活动产生的现金流量净额	13,240,189.24	-149,033,581.01	119,764,646.99	117,202,565.96

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

√适用□不适用

注：本期给予 ADON WORLD 的财务资助款 153,780,934.21 元在第二季度列报在投资活动现金流量中，2016 年度审计调整时重分类至经营活动流量中列报，导致第二季度经营活动产生的现金流量与已披露的定期报告存在差异。

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

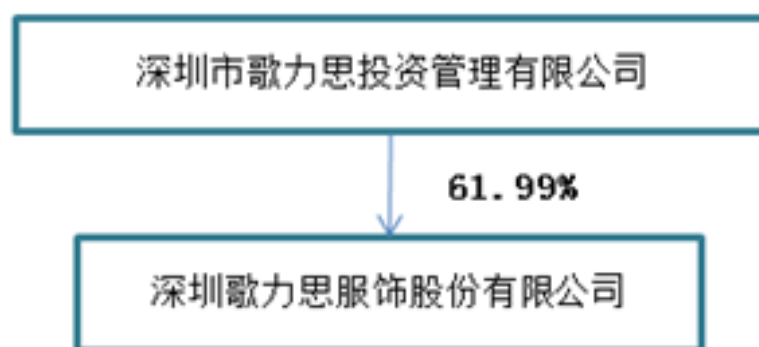
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					11,801		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					10,922		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					无		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					无		
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	
深圳市歌力思投资管理有限公司	51,342,000	154,026,000	61.99	154,026,000	无	0	境内 非国 有法 人
深圳市同甘投资有限公司	2,310,000	6,930,000	2.79	6,930,000	无	0	境内 非国 有法 人
中国民生银行股份有限公司—长信增利动态策略混合型证券投资基金	3,399,588	3,399,588	1.37	0	无	0	未知
中国农业银行股份有限公司—宝盈转型动力灵活配置混合型证券投资基金	208,202	2,700,000	1.09	0	无	0	未知
中国建设银行—华夏红利混合型开放式证券投资基金	2,300,225	2,300,725	0.93	0	无	0	未知
全国社保基金一零二组合	1,699,925	2,199,875	0.89	0	无	0	未知
交通银行股份有限公司—农银汇理行业领先混合型证券投资基金	1,843,307	2,038,707	0.82	0	无	0	未知
中国建设银行股	1,799,831	1,799,831	0.72	0	无	0	未知

份有限公司—信诚精萃成长混合型证券投资基金							
中国农业银行股份有限公司—上投摩根新兴动力混合型证券投资基金	1,736,575	1,736,575	0.70	0	无	0	未知
鸿阳证券投资基金	261,442	1,384,325	0.56	0	无	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前十名股东与前十名流通股股东中，未发现关联关系，流通股股东未知是否存在关联关系或一致行动。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

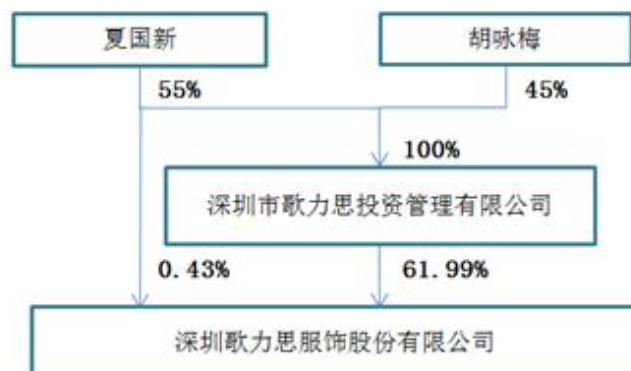
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

报告期内，公司持续专注于高级时装的设计、生产及销售，主营业务未发生重大变化。公司实现营业收入 1,132,063,281.20 元，比上年同期增加 35.53%，归属于上市公司股东的净利润 197,950,569.47 元，比上年同期增长 23.84%。销售收入及利润稳定增长。

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

本公司的母公司和最终母公司为于中国成立的深圳市歌力思投资管理有限公司。

本公司 2016 年度纳入合并范围的子公司共 8 户，详见年报中附注 “九、在其他主体中的权益”。