

公司代码：603518

公司简称：维格娜丝

维格娜丝时装股份有限公司
2018 年半年度报告摘要



V·GRASS

TEENIE WEENIE
ALL THAT BEAR

元先

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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 本半年度报告未经审计。
- 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
无

二 公司基本情况

2.1 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	维格娜丝	603518	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陶为民	夏天
电话	025-84736763	025-84736763
办公地址	南京市建邺区茶亭东街240号	南京市建邺区茶亭东街240号
电子信箱	securities@v-grass.com	securities@v-grass.com

2.2 公司主要财务数据

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	6,477,453,556.02	6,616,590,407.41	-2.10
归属于上市公司股东的净资产	2,241,517,911.62	1,640,838,864.25	36.61
	本报告期 (1-6月)	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	226,240,262.23	43,225,233.29	423.40
营业收入	1,377,319,606.76	928,544,916.23	48.33

归属于上市公司股东的净利润	117,183,115.98	44,573,093.00	162.90
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	86,207,034.06	34,110,376.82	152.73
加权平均净资产收益率(%)	5.77	3.02	增加2.75个百分点
基本每股收益(元/股)	0.70	0.30	133.33
稀释每股收益(元/股)	0.70	0.30	133.33

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数（户）				10, 021		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）				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	质押或冻结的股份数量	
王致勤	境内自然人	26. 77	48, 328, 157	0	质押	48, 267, 200
宋艳俊	境内自然人	20. 90	37, 732, 800	0	质押	37, 732, 800
朔明德投资有限公司	境内非国有法人	6. 75	12, 184, 230	12, 184, 230	无	0
上海金融发展投资基金（有限合伙）	境内非国有法人	3. 35	6, 048, 900	0	无	0
上海爱屋企业管理有限公司	境内非国有法人	3. 00	5, 414, 230	5, 414, 230	无	0
上海昀朴投资管理有限公司－昀朴华威定增 1 号私募基金	境内非国有法人	2. 40	4, 333, 694	4, 333, 694	无	0
共青城朴海投资管理合伙企业（有限合伙）－朴海定增一号私募投资基金	境内非国有法人	2. 10	3, 784, 230	3, 784, 230	无	0
周景平	境内自然人	1. 89	3, 414, 000	80, 000	无	0
吕慧	境内自	1. 51	2, 720, 900	0	无	0

	然人					
陈伟	境内自 然人	1.03	1,865,988	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		王致勤与宋艳俊是夫妻关系，宋旭昶与吕慧为夫妻关系，宋旭昶为宋艳俊之弟。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		无				

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

☐适用 ☒不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

☐适用 ☒不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

☐适用 ☒不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2018年上半年，全国居民人均可支配收入与人均消费支出增幅接近一致，消费市场增长总体平稳。制造业 PMI 指数平均值 51.3，国家宏观经济发展趋于平稳。我国社会消费品零售总额同比增长 9.4%，其中，服装类商品零售额平稳增长。报告期内，服装行业延续复苏趋势。在整体稳定的行业环境下，公司始终秉承“工匠精神”，专注主营业务，加强多品牌定位，布局细分市场，持续进行品牌提档，报告期内业绩稳步提升。

公司在报告期内主要着力于以下几个方面的工作：

1、整合集团品牌资源，优势互补，共同发展

1) 借助 VGRASS 资源实现 TEENIE WEENIE 品牌商品高档化

VGRASS 品牌多年来品牌提档的过程中，积累了众多高端设计团队资源、高端面料及生产加工供应商资源以及高端渠道资源。TEENIE WEENIE 一方面借助 VGRASS 的内部资源达到商品升级的品牌战略，另一方面可借助外部渠道资源进入高端商场，完成渠道升级。

2) VGRASS 品牌可吸收成熟的 TEENIE WEENIE 经营管理模式，提升管理精度

TEENIE WEENIE 在中国休闲装市场积累了丰富的管理经验，形成了成熟的经营管理模式。

VGRASS 借鉴 TEENIE WEENIE 的经营分析管理经验，建立了先进的经营指标分析体系，实现公司运营全貌的数据化呈现和监控。同时在 O2O 渠道销售、海外进出口贸易等业务中均吸收了 TEENIE WEENIE 成熟的先进经验，提升管理效率。

3) 整合信息化资源，全面提升公司运营效率

公司组建 SAP 项目团队，与业内顶尖的 SAP 项目实施供应商合作，对 TEENIE WEENIE 现有的 SAP 系统进行优化和升级。在主数据管理、供应链管理、库存管理、销售管理、人事管理及财务管理等方面均根据目前的业务现状进行重新设计，达到订单流转简化、账目管理标准化、系统数据统一化以及审批条线专业化的目的。并在此基础上打通 TEENIE WEENIE 以及 VGRASS 之间的行政管理体系，加强集团融合，提升管理效率

2、集团各品牌深化品牌 DNA，根据品牌定位提升品牌竞争力，打造品牌文化影响力

VGRASS 品牌在持续进行产品设计及面料开发提档的基础上，紧扣品牌 DNA,提炼品牌在提档过程中不会被市场磨灭的设计元素，从跨界艺术合作中汲取灵感，灵活运用多样化的中国元素，加入苏绣、钉珠等重工手工工艺，设计出一系列中西元素结合的高端时装。

“元先”品牌以传统大花楼织机为设备，坚持手工织造，寸锦寸金；并吸纳中国传统吉祥文化元素，传承创新，与 VGRASS 的设计团队合作，设计出“百子迎凤”、“龙凤莲”、“四时令银宝地”““天香华散”等多款深含传统文化精髓的高端中式嫁衣。

2018 年 6 月，“元先”品牌携馆藏复制精品素纱襌衣、清朝乾隆帝“明黄色地织五彩八宝金龙纹妆花缎吉服袍”及研发新品嫁衣惊艳亮相央视《非遗公开课》。除作品外，节目组专程拍摄素纱襌衣的仿制过程并在节目现场展示出云锦织造器-大花楼织机，深入挖掘云锦背后的历史底蕴及文化内涵，引起外界的高度关注。



TEENIE WEENIE 女装强化花园系列的风格，丰富女性化细节及 FG 现代化。同时扩张 Semi-Woman（时尚商务）产品线，从设计、面料、版型三个维度全方位提升产品。在传统面料的基础上，尝试多种新型面料及高端面料；借鉴 VGRASS 多年深耕版型的经验，在时尚阔版中融入“修身”概念，推崇整体搭配的设计思路，为职场女性打造经久不衰的时尚服饰。

TEENIE WEENIE 男装在原有的休闲系列产品的基础上，为了满足新一代年轻的上班族的市场需求，大力投入了设计研发了时尚商务系列产品，致力于结合符合商业礼仪，年青一代的个性，穿着要舒适的元素。同时也在研发符合新产品定位的 TEENIE WEENIE 熊图腾，展现可爱与帅气的并行。

TEENIE WEENIE 童装扩大卡通形象开发团队，加速童装卡通的升级。在保持经典卡通形象传承性的基础上融入流行元素，不断推出具有不同故事主体的卡通形象。并针对女童夏装市场的特征，集中连衣裙品类的扩张，在强化花园系列连衣裙的同时，扩大公主系列连衣裙及日常休闲系列连衣裙，为顾客提供多样的选择。

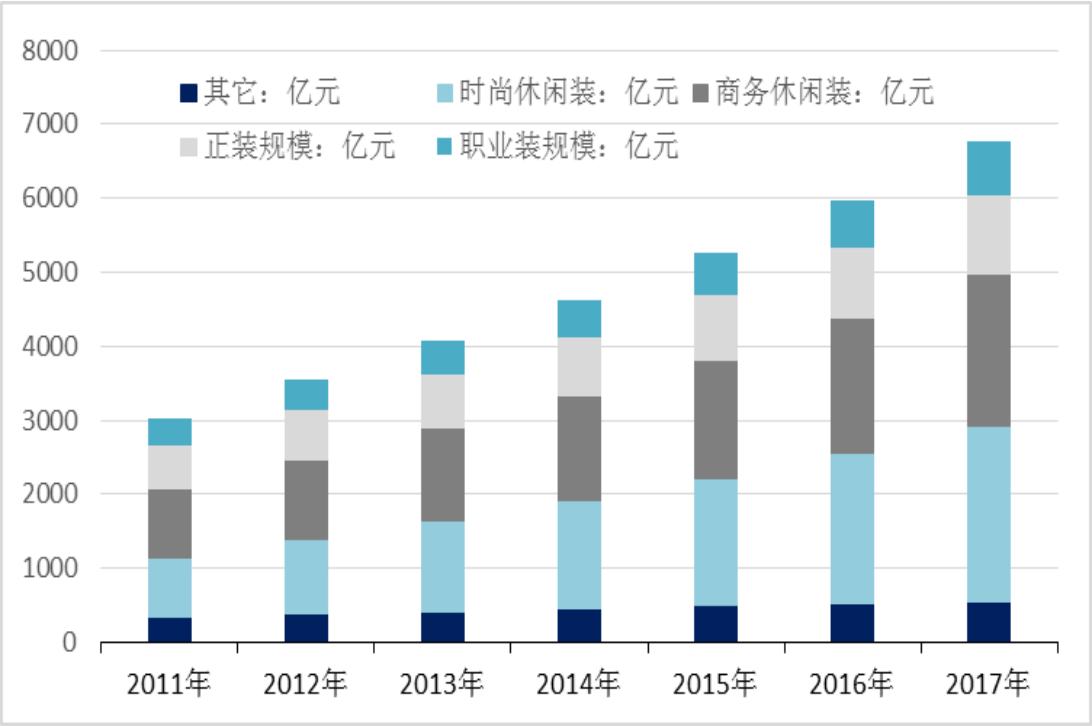
3、品牌提档的同时保持业绩增长，持续稳定提升竞争力

2018 年公司在品牌提档持续发力。VGRASS 品牌在米兰顶级时尚街区开设旗舰店，聘请国际知名创意总监和设计师团队打造兼具中国文化元素和国际流行元素完美结合的高端品牌时装，在国际奢侈品牌销售区域逐步打开市场；同时对中国传统元素加以延展，结合西方流行元素，运用高端进口面料，佐以刺绣、手工钉珠等重工工艺，打造精美高端产品。元先品牌的高端工艺品上

市后销售反馈良好，嫁衣系列研发成功，一经推出，引起热烈反响。TW 男装、女装及童装强化品牌 DNA 打造，在丰富面料运用以及提升版型研发的基础上引入手绘及刺绣图案等多种元素，贴合现代年轻人时尚诉求的前提下彰显品质。在多品牌共同升级过程中，各个品牌的上半年积累销售额同比增幅均有明显上升，反应出公司的品牌提档战略已被消费市场认可与接纳。

4、优化渠道布局，打造立体化销售渠道

报告期内，VGRASS 品牌以第五代全新店铺形象，入驻中国 SKP 体系 2 号店-西安 SKP 国际品牌区域，与众多知名轻奢品牌同层销售。销售期内业绩始终保持同层排名第一。SKP 是当下高端时尚百货中的翘楚，北京 SKP 更是于 2017 年取得了销售额超过 125 亿元的惊人业绩，看成中国单体商业的巨无霸。此次 VGRASS 与 SKP 的二次携手，正是对高端、时尚的品牌定位的极佳诠释。



TEENIE WEENIE 童装也在保持经典装修风格的基础上，融入现代流行元素，推出全新的第四代 Modern-Classic 新形象，在南京金鹰重新启航。以流畅的动线设计、丰富的流行元素装饰，以及优化的卡通形象，在金鹰国际购物中心中独树一帜，一经开业即吸引众多关注。



VGRASS 品牌同时在 O2O 渠道销售平稳增长的基础上，密切关注零售市场中消费模式的变化。贴合目前移动电子社交平台的蓬勃发展，顺应 VGRASS 的顾客与导购也通过社交软件密切交流的现状，VGRASS 试水社交营销项目，希望能够通过渠道的创新，进一步提高高端女装在线上渠道的渗透率，拓展高收益新渠道。

5、加强人才培育，构建科学评价体系，打造良性竞争环境，创建具备持续创新能力的学习型组织

公司在集团化融合过程中，认识到人才管理工作面临的新的挑战。因此在上半年加强人力资源管理体系的配备，吸纳多语言背景、多文化背景的人力资源管理人才，针对目前公司现状，集中设计统一的绩效管理、薪酬福利管理及劳动关系管理制度，集中规划人员招聘及配置需求方案，分层级分岗位类型制定培训与开发计划，培养高层的领导力及经营能力，培养公司中层的标准化管理及问题解决能力，加强基层员工的执行力，从多维度提升员工能力匹配公司的发展需求。

公司同时促进意大利、韩国、上海、南京各地员工进行团队合作，鼓励文化融合与学习提升，建立良性竞争的生态圈，为多样化人才发展提供成长的土壤。

公司同样看众人才的挖掘和培养。公司与高校合作，举办汇聚全国高校优秀设计人才的时尚盛宴，长期致力于培养和发掘行业人才与未来市场。未来公司将通过更深入、更丰富的校企合作推动行业内的人才发展，同时为公司提供更丰富的人才储备。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

☐适用 ☒不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

☐适用 ☒不适用