

公司代码：600398

债券代码：110045

公司简称：海澜之家

债券简称：海澜转债

海澜之家股份有限公司  
2019 年半年度报告摘要

## 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  
本报告期内不进行利润分配和公积金转增股本。

## 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	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
电话	(0510) 86121071	(0510) 86121071
办公地址	江苏省江阴市华士镇	江苏省江阴市华士镇
电子信箱	600398@hla.com.cn	600398@hla.com.cn

### 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	29,102,012,727.57	29,591,446,002.78	-1.65
归属于上市公司股东的净资产	12,756,301,649.93	12,958,046,947.10	-1.56
	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	498,559,956.07	840,463,536.89	-40.68
营业收入	10,721,249,960.33	10,013,642,828.56	7.07
归属于上市公司股东的净利润	2,125,237,193.25	2,066,010,728.01	2.87

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,989,744,186.35	2,040,953,110.21	-2.51
加权平均净资产收益率（%）	15.67	16.93	减少1.26个百分点
基本每股收益（元/股）	0.48	0.46	4.35

### 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）					46,051	
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	
海澜集团有限公司	境内非国有法人	39.95	1,765,971,703	0	质押	950,000,000
荣基国际（香港）有限公司	境外法人	25.06	1,107,604,228	0	无	0
深圳市腾讯普和有限合伙企业（有限合伙）	未知	5.40	238,549,618	0	无	0
江阴恒盛国际贸易有限公司	境内非国有法人	3.67	162,307,692	0	无	0
国星集团有限公司	境外法人	3.39	149,930,917	0	无	0
全国社保基金一零二组合	未知	2.78	123,000,064	0	无	0
中国证券金融股份有限公司	未知	2.58	113,823,740	0	无	0
香港中央结算有限公司	未知	1.75	77,489,470	0	无	0
江阴市晟汇国际贸易有限公司	境内非国有法人	1.54	68,016,183	0	无	0
招商银行股份有限公司一兴全合宜灵活配置混合型证券投资基金	未知	0.85	37,349,073	0	无	0
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；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。					

### 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

2019年上半年，面对内外叠加的不利因素、复杂严峻的市场环境，公司坚持以精准的品牌定位、高性价比的产品以及优质的服务为核心，围绕年初制定的工作计划和既定的战略目标，积极应对市场变化，强化管理平台的运营能力，优化多品牌的产业布局，在提高企业综合竞争力和抗风险能力的同时，保持了经营业绩的稳步增长。报告期，公司实现营业收入107.21亿元，同比增长7.07%；归属于上市公司股东的净利润21.25亿元，同比增长2.87%。

### **1、深耕零售终端，构筑全渠道营销**

**线下渠道：**根据商业消费趋势的变化提升门店选址要求，与优质的商业系统全线合作，完善全国标杆商场、购物中心的布局；通过调、减、降等措施优化存量门店，降低培育成本，提升单店效益；继续拓展东南亚市场，积极有序推进品牌国际化的进程。报告期，公司新开门店551家，关店356家，净增195家，公司门店总数7,740家，其中海澜之家品牌5,449家，爱居兔品牌1,241家，其他品牌1050家。

**线上渠道：**在布局主流电商平台的基础上，积极拓展社交电商平台，增加品牌流量入口，有效将社交流量转化为公司的粉丝与客户，提升顾客体验和粘性。上半年，线上实现营业收入5.82亿元，较去年同期增加0.28%。

### **2、品牌宣传多样化，提升品牌核心价值**

报告期，公司围绕各品牌的定位，把握不同品牌的内涵和价值差异，展开品牌宣传活动，提升各品牌的核心价值。

通过参加伦敦时装周以“中国制造”为主题的走秀、在泰国Central World举办多品牌超级发布会、在上海美术电影制片厂举行“大闹天宫”新品发布会等系列活动，打造立体化传播覆盖网，传递品牌声音，彰显品牌实力。

把握春节、父亲节等节日，在高铁、地铁、机场等户外场所营造节日氛围，激发消费者的情感共鸣，增加品牌曝光频次。

与江苏卫视两大王牌综艺节目《新相亲大会》、《最强大脑》合作，根据节目环节和内容，对品牌进行深度植入，借助节目的高收视率，引发消费者的关注，并助力品牌销售。

### **3、聚焦消费需求，加快产品更新迭代**

公司坚持以消费者的需求为导向，通过对销售数据的分析，拓宽产品风格，创新产品款式，以覆盖不同细分市场需求，不断提升产品的丰富度及开发深度。报告期，公司推出了兼具挺括质

地与舒适质感的牛津纺衬衫，手感顺滑的休闲水洗棉单西，款式年轻、价格亲民的飞织运动鞋，以及“运动速干系列”、“夜光系列”等系列产品。

报告期，公司与上海美术电影制片厂达成战略合作，联袂打造“大闹天宫”系列文化创意服饰，并推出涵盖亲子装、情侣装等全民系列 T 恤产品，增强消费者对品牌及产品的喜爱，从而形成销售转化。

在产品质量管控上，以高性价比产品为核心，从面料、版型、实用度、做工细节、生产周期等方面做升级，加快产品的更新迭代，促进品牌销售业绩的稳步增长。

#### **4、创新营销活动，强化优质营销服务**

报告期，公司积极探索新零售，策划了“年货节”、“3.14 男人的情人节”、“6.18 父亲节”等线上线下的营销活动，充分利用微信、微博等自媒体渠道，向消费者传递产品信息、营销活动及品牌文化，加深与消费者的情感交流。紧跟短视频风潮，利用“抖音”和“快手”等当下较火的短视频 APP 进行搭配互补投放，通过推送图文、视频等方式强化内容渠道传播，推进各业态的优势互补。

在国内门店管理上，以提升销售和优化成本为工作目标，推进优质的服务工作，组织落实门店撬边培训，建立良性客群互动，加大品牌口碑推广；继续细化管理，通过实施成本优化考核，改进门店运营管理，优化人员配置，实现扁平化管理，提升管理效率。

在海外市场的管理上，以“本土化策略”为方向，依据不同国家消费群体的需求进行选货，优化产品结构；加大市场调研和分析的力度，制定行之有效的营销活动方案；加强人才培养工作，不断吸纳、培养本土化人才，为品牌的发展储备专业人才。

#### **5、完善物流系统建设，提升新品牌供应商水平**

报告期，公司继续推进核心供应商信息一体化平台和 TM 二期项目建设，打通货品从供应商端到门店端的快速供应链路，增强公司到门店之间物流运输链信息的透明化和信息化，提升供应链协同能力。

新品牌的供应链管理上，加强新品牌供应商的准入管理，强化对新品牌供应商生产过程的管控，结合对供应商的交货、产品品质及生产管理等多维度评估，实行对供应商的正向激励机制，提升合作的积极性和稳定性，增强对整个供应链业务的共同责任感。

#### **6、加大职业装市场的拓展力度，提升研发与应用水平**

报告期，公司圣凯诺品牌职业装凭借良好的口碑、精湛的制造工艺及对客户需求的把握，不断巩固和拓展市场，保持了业绩的稳定增长，实现主营业务收入 9.36 亿元，较去年同期增长 12.88%。

圣凯诺通过优化生产流程，进一步细分市场，在维护现有老客户的同时积极开拓新客户，提升服务水平及市场占有率。报告期，圣凯诺先后荣获“2018-2019 中国职业服综合实力十强品牌”奖项和七星级（卓越）的售后服务体系完善程度认证证书。

公司历来重视科研的投入和科研队伍的建设，以创新的产品和技术满足不断变化的职业装市场需求，提高产品的可靠性和稳定性。报告期，公司新增授权发明专利 2 项、授权实用新型专利 2 项；完成了新西服类面料、新衬衫面料的开发及 200 支纱成衣免烫衬衫、新款男装、新款女装等服装的开发。

### **7、分红回购双轮驱动，积极回报投资者**

公司在持续强化公司治理、增强盈利能力、提升公司质量的同时，积极通过现金分红、股份回购的方式多渠道回馈投资者。4 月 19 日，公司召开了 2018 年年度股东大会，审议并通过了《公司 2018 年度利润分配预案》，并于 5 月 9 日披露了《公司 2018 年年度权益分派实施公告》，合计派发 16.94 亿元（含税）。报告期，公司积极实施股份回购，顺利完成了第一期股份回购的相关事项。第一期回购公司股份 72,792,951 股，占公司截至 2019 年 3 月 30 日总股本的 1.6202%，并于 6 月 18 日在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司予以注销。

8 月 8 日，公司召开了 2019 年第一次临时股东大会，审议并通过了关于第二期股份回购的相关议案，公司将用不低于人民币 6.91 亿元，不超过人民币 10.36 亿元的自有资金回购公司股份，回购后的股份将予以注销。

### **8、发挥品牌运营平台作用，促进品牌协同发展**

近年来，公司的品牌运营平台为各品牌提供了包括仓储管理、数据信息化系统管理、品牌宣传管理、财务结算管理在内的综合管理服务，为新品牌的快速扩张及多品牌战略的推进奠定了基础。从 2018 年底开始，公司对收购品牌男生女生的产业链进行全方位的系统升级和管理提升，为其发展提供新动能。未来，公司将继续以品牌的发展需求为导向，充分整合与利用现有的资源，提升管理运营平台的成果转化，促进各品牌协同发展。

### **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

财政部于 2017 年修订发布了《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号—套期会计》、《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》（以上四项准则统称“新金融工具准则”），要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报告的企业，自 2018 年 1 月 1 日起施行；其他境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起施行。基于上述会计准则的修订及执行期限要求，公司对会计政策相关内容进行调整，并自 2019 年 1 月 1 日起开始执行。

会计政策变更对公司财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。

### 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

董事长：周建平

董事会批准报送日期：2019 年 8 月 28 日