

公司代码：600630

公司简称：龙头股份

上海龙头（集团）股份有限公司
2019 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 立信会计师事务所（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

根据立信会计师事务所(特殊普通合伙)信会师报字 [2020]第 ZA11581 号审计报告确认,2019 年公司实现归属于母公司所有者的净利润 19,149,672.61 元,加上年初未分配利 430,315,517.71 元,减去执行新金融工具准则会计政策变更调整年初未分配利润 -4,583,311.02 元,2019 年度实际可供全体股东分配的利润共计 444,881,879.30 元。因母公司年末未分配利润-546,610.43 元尚未弥补,根据公司章程第九章《财务会计制度、利润分配和审计》第一百六十二条利润分配的条件和比例中规定需达到“公司该年度或半年度实现的可分配利润(即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润)为正值”,故本期不进行利润分配。

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	龙头股份	600630	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周思源	何徐琳
办公地址	上海市浦东新区康梧路555号	上海市浦东新区康梧路555号
电话	021-34061116	021-63159108
电子信箱	ltdsh@shanghaidragon.com.cn	ltdsh@shanghaidragon.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

(一) 主要业务

报告期内,公司以品牌经营和国际贸易为主营业务。自主品牌业务包括以三枪、ELSMORR、鹅牌、菊花、海螺、民光、皇后、凤凰、钟牌 414 等品牌为主的针织、服饰、家纺类产品的经营,合作品牌业务包括迪士尼、Navigare 等。针织类产品主要包括针织内衣、家居系列、休闲系列、

内裤、文胸和袜品；家纺类产品主要包括床单、被套、枕套、靠套、被芯、毛毯、毛巾等；服饰类产品包括衬衣、休闲裤、T恤、毛衫、夹克、羽绒棉褸、大衣等。

（二）经营模式

公司采取全渠道的经营模式，以自营销售为主，包括自营专卖店、大百货/超市专柜等渠道。同时，主要品牌都有线上销售业务，在各主流电商平台均有品牌店铺。另外，线上与线下均有加盟分销渠道。

公司外贸业务主要承接国际贸易订单，形成来料加工、来样订货和一般贸易三种模式，已经形成具有内贸的品牌优势与一定规模可控的生产基地，主要贸易市场为欧美、日本、澳大利亚、新加坡、香港地区等。同时，公司强化内外贸易联动，注重内外部资源共享，有效丰富产品线，为各品牌的渠道模式升级服务。

（三）行业情况

2019年，我国纺织行业发展面临的国内外风险挑战明显增多，纺织行业推动转型升级，努力化解各种风险矛盾。但在内外市场需求放缓、贸易环境更趋复杂、综合成本持续提升等多重压力下，企业投资增长动力偏弱，效益水平下滑，主要经济运行指标均呈现放缓态势。

2019年，我国纺织品服装内销市场增长速度有所放缓。根据国家统计局数据，2019年，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额为13517亿元，同比增长2.9%，增速较2018年放缓5.1个百分点；全国网上穿着类商品零售额同比增长15.4%，继续保持两位数的良好增长水平，但较上年放缓6.6个百分点。

受外需减弱及贸易环境风险上升影响，纺织行业出口形势较为严峻。根据中国海关数据，2019年我国纺织品服装累计出口金额为2807亿美元，同比减少1.5%，增速低于上年5.3个百分点。从产品结构来看，纺织品出口金额为1272.5亿美元，同比增长1.4%；服装出口金额为1534.5亿元，同比减少3.7%。从市场结构来看，对新兴市场出口表现好于传统市场，2019年我国对“一带一路”沿线国家和地区出口纺织品服装的金额同比增长3.7%，而同期对美国、日本和欧盟出口金额同比分别减少6.6%、4.6%和4.4%。

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

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	2,958,798,958.75	2,948,213,007.01	0.36	2,720,138,045.41

营业收入	4,094,571,610.27	4,362,266,118.66	-6.14	4,421,910,430.43
归属于上市公司股东的净利润	19,149,672.61	37,672,923.37	-49.17	128,506,702.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-20,883,673.86	-13,293,008.30	-57.10	31,348,660.85
归属于上市公司股东的净资产	1,822,672,105.62	1,809,186,156.21	0.75	1,814,111,847.76
经营活动产生的现金流量净额	-196,755,115.67	-34,821,991.32	-465.03	-2,918,332.19
基本每股收益(元/股)	0.05	0.09	-44.44	0.30
稀释每股收益(元/股)	0.05	0.09	-44.44	0.30
加权平均净资产收益率(%)	1.05	2.07	减少1.02个百分点	7.30

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	1,030,842,448.99	1,049,873,992.56	844,854,658.60	1,169,000,510.12
归属于上市公司股东的净利润	8,779,911.70	11,278,242.69	5,207,269.19	-6,115,750.97
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,486,445.92	10,252,740.17	4,175,737.77	-36,798,597.72
经营活动产生的现金流量净额	-86,775,549.01	-62,676,735.37	-83,510,990.73	36,208,159.44

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

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）					69,250		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					77,988		
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	
上海纺织（集团）有限公司	0	127,811,197	30.08	0	无	0	国有法人
吴丽琼	1,144,386	6,348,238	1.49	0	无	0	境内自然人
上海南上海商业房地产有限公司	0	2,160,000	0.51	0	无	0	其他
范长立	0	1,655,015	0.39	0	无	0	境内自然人
黄宗路	171,700	1,300,944	0.31	0	无	0	境内自然人
俞晔	0	1,263,600	0.30	0	无	0	境内自然人
中国工商银行股份有限公司—中证上海国企交易型开放式指数证券投资基金	146,400	1,112,114	0.26	0	无	0	其他
上海百联集团股份有限公司	0	1,090,000	0.26	0	无	0	其他
俞贯中	0	929,288	0.22	0	无	0	境内自然人
周东海	0	760,900	0.18	0	无	0	境内自然人
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。						

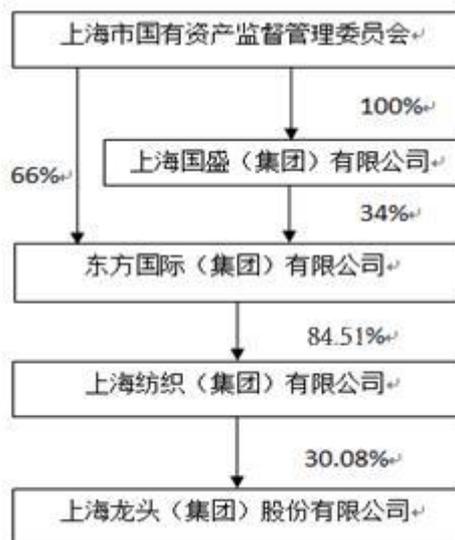
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

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

2019 年是公司强本固基、融合升级、提质增效的关键之年，公司各业务板块紧紧围绕“全球布局、跨国经营”发展战略，聚焦工作目标，积极应对内外部环境不断变化，努力推进各项重点工作，在国际化战略推进、新模式与新渠道拓展、市场推广、目标和项目化管理等方面取得了新的成绩，积极抵御了外部环境不利因素影响，保持了企业经济运行总体稳定。主要经营工作如下：

（一）线上线下渠道拓展有亮点

2019 年，公司各品牌在线上线下存量渠道提质增效的同时，聚焦新渠道拓展，为培育能支撑起品

牌未来快速发展的新模式做了积极的尝试。

1、快速拓展加盟批发业务

2019年，公司将三到五线城市的加盟批发业务作为重要的业务增量快速推进。事业部积极探索合伙人加盟制度，解决门店中人的积极性问题，在门店调整方面做了积极的尝试。批发业务方面，积极寻找品牌的战略合作伙伴，携手主攻地县级市场，打造“大客户批发+小客户 55 模式”。

2、积极拓展 SHOPPINGMALL 渠道

公司“三枪”品牌积极尝试进驻 SHOPPINGMALL、改造社区旗舰店，利用新 VI 和符合目标人群需求的商品组合，试点培育打造线下渠道新模式。围绕核心人群 K9（小学到初中）妈妈的场景所在地，在全国范围拓展 SHOPPING MALL 渠道模式，开设全新的 Threegun Plus 形象店铺 9 家。

3、打造“三枪”品牌首家千平大店

2019年公司打造了三枪品牌首家 1000 平方米的超级大店，坐落于三枪工业城的“三枪创新生活馆”是目前三枪品牌在全国面积最大、品类最齐全、功能体验最完善的门店。强化了场景化、一站式的购物体验，配备人脸识别、云货架、试衣魔镜、RFID 感应、智能定制等诸多新零售设备，设计布局了品牌陈列展示区与儿童活动区，推进了“新零售模式”和互动体验在线下传统渠道的探索。

4、TB 业务成为新的业务增长点

公司各事业部大力拓展团购市场，积极开拓销售新渠道、新客户，进口商品 B2B 批发业务也得到进一步拓展。同时，公司做强职业服行业内的专业口碑，公司时尚定制公司在 2019 中国十强职业服企业评选中荣获“中国职业服综合实力十强品牌”称号。

5、推进电商业务多渠道发展

2019年公司集成社会资源，采用陪跑式顾问团队全程参与的模式，进一步推进电商业务的多渠道发展。

面对“暖冬”，传统电商用户增速下降以及线上大盘流量碎片化的趋势，公司各品牌电商进一步推动分销渠道、垂直电商渠道、社交媒体渠道拓展，加速推进新兴线上渠道的布局。三枪成功在天猫渠道开设家居服旗舰店、三枪专卖店（纯棉店）、袜品旗舰店等分销店铺；童装新拓展天猫超市渠道，开设三枪针织专卖店及三枪童装 outlets 店，新开辟多个淘客渠道，利用抖音、快手等新媒体开展推广和营销。

社交电商方面，三枪、童装、家纺电商除了做好唯品会、云集等老渠道以外，与多个国内主流 TOP 社交电商平台进行合作，新增了拼多多、环球捕手、好衣库、贝店等新平台，通过不断总结经验，

调整商品结构，新拓展的社交电商平台累计实现零售额 1200 余万元。

6、集聚资源运营“东方名品汇”线上线下活动

2019 年，公司积极探索新的营销模式，积极运用互联网优势，开辟新的销售渠道，在微信平台打造“东方名品汇商城”，集聚公司品牌优势，线上线下实现资源共享，形成公司新的增量业务。

（二）国际化战略推进有突破

2019 年国际贸易业务遭遇的不确定、不稳定因素明显增多，公司国际贸易事业部在“全球布局、跨国经营”的战略引领下，继续从自身经营实际和业务特点出发，从自营业务开拓、海外供应链构建、进口业务能级提升、推动品牌出海等重点工作着手，积极推进公司国际化战略。主要开展了以下几方面工作：1、积极打造自营业务的跨国产业链；2、深挖埃塞内销市场；3、越南品牌出海项目的落地；4、集聚资源推动进口业务发展。

（三）加强品牌宣传推广有创新

公司积极利用市场化资源，加强宣传推广投入，提升宣传推广方面的市场化运作能级，不断强化品牌在年轻消费群体中的展现，在跨界合作、跨界推广、时尚对接等方面做出了积极的尝试，进一步提升了品牌的形象。

（四）基础管理有成效

2019 年公司以目标为导向，以项目化管理为手段，做好 22 个重点项目的推进实现，确保工作目标的达成。报告期，公司进一步加强存货管控，切实做好压库工作，提高企业运行质量。公司重视技术创新体系建设，把市场需求、技术创新和生产销售三者结合起来，搭建品牌创新技术平台，推进产学研合作，为品牌的技术创新和模式创新提供支持。

报告期内主要经营情况分析：

报告期内，受国内外不稳定因素增多、市场复杂多变的大环境影响，公司面临服装零售行业竞争加剧、中美贸易摩擦影响出口贸易，对品牌销售和国际贸易业务影响较大。报告期公司实现营业收入 40.95 亿元，同比下降 6%，其中品牌业务实现销售 17.25 亿元同比增长 6%，外贸业务实现销售 18.07 亿元同比下降 23%。报告期公司实现归属于上市公司股东净利润 1915 万元，同比下降 49%，每股收益 0.05 元。

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

(1) 执行《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》

财政部分别于 2019 年 4 月 30 日和 2019 年 9 月 19 日 发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会〔2019〕16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。

本公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额	
		合并	母公司
(1) 资产负债表中“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”列示；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”列示；比较数据相应调整。	第十届董事会第二次会议	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末余额 5,037,417.43 元，“应收账款”上年年末余额 355,794,032.92 元；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末余额 32,634,146.35 元，“应付账款”上年年末余额 209,351,854.44 元。	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末余额 5,037,417.43 元，“应收账款”上年年末余额 38,829,869.89 元；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末余额 4,464,146.35 元，“应付账款”上年年末余额 73,308,330.62 元。

(2) 执行《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》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）。

财政部于 2017 年度修订了《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》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。本公司将因追溯调整产生的累积影响数调整当年年初留存收益和其他综合收益。

以按照财会〔2019〕6 号和财会〔2019〕16 号的规定调整后的上年年末余额为基础，执行上述新金融工具准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程	受影响的报表项目名称和金额
--------------	-----	---------------

	序	合并	母公司
(1) 非交易性的可供出售权益工具投资指定为“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产”。	第十届董事会第二次会议	可供出售金融资产： 减少 1,656,592.17 元 其他权益工具投资： 增加 1,656,592.17 元	可供出售金融资产： 减少 0 元 其他权益工具投资： 增加 0 元
(2) 将部分“应收款项”重分类至“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产(债务工具)”	第十届董事会第二次会议	应收票据： 减少 5,037,417.43 应收款项融资： 增加 5,037,417.43	应收票据： 减少 5,037,417.43 应收款项融资： 增加 5,037,417.43
(3) 金融资产减值由“已发生损失法”改为“预期损失法”	第十届董事会第二次会议	应收账款： 减少 336,695.84 元 其他应收款： 减少 4,353,899.13 元 递延所得税资产： 增加 227,561.70 元 未分配利润： 减少 4,583,311.02 元 少数股东权益： 增加 120,277.75 元	应收账款： 增加 592,421.55 元 其他应收款： 减少 5,842,677.58 元 未分配利润： 减少 5,250,256.03 元

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

截至 2019 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
上海三枪（集团）有限公司
上海龙头家纺有限公司
上海海螺服饰有限公司
上海龙头纺织科技有限公司
上海四季海螺置业有限公司
上海龙头进出口有限公司
上海针织九厂
上海三枪实业有限公司
上海市针织科学技术研究所有限公司
上海针织九厂山东晋联销售中心
北京三枪针九纺织品销售中心
哈尔滨上海三枪内衣销售有限公司

子公司名称

上海三枪集团广州销售有限公司

上海三枪集团四川销售有限公司

杭州三枪内衣销售有限公司

南京三枪内衣有限公司

上海三枪集团无锡销售有限公司

河南三枪内衣销售有限公司

沈阳三枪内衣销售有限公司

上海三枪集团西安销售有限公司

云南三枪商贸有限公司

上海三枪（集团）江苏纺织有限公司

上海民光床上用品有限公司

上海海螺（集团）时装有限公司

上海三枪纺织科技发展有限公司

上海双龙高科技开发有限公司

上海龙头投资发展有限公司

龙港实业发展（香港）有限公司

上海纺织时尚定制服饰有限公司

龙腾服饰（中国）有限公司

本期合并财务报表范围及其变化情况详见公司 2019 年年度报告全文附注“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”。

。

董事长：王卫民

董事会批准报送日期：2020 年 4 月 27 日