雅戈尔集团股份有限公司

股票简称:雅戈尔　　股票代码:600177

2011年度报告摘要

§1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文,报告全文同时刊载于 www.sse.com.cn。投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读年度报告全文。

1.2 公司全体董事出席董事会会议。

1.3 公司年度财务报告已经立信会计师事务所审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.4 公司负责人李如成、主管会计工作负责人吴幼光及会计机构负责人(会计主管人员)吴幼光声明:保证年度报告中财务报告的真实、完整。

§2 公司基本情况

2.1 基本情况简介

股票简称	雅戈尔
股票代码	600177
上市交易所	上海证券交易所

2.2 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘新宇	金松
联系地址	浙江省宁波市鄞州区鄞县大道西段2号公司证券部	
电话	0574-87425136	0574-87425136
传真	0574-87425390	0574-87425390
电子信箱	ir@youngor.com.cn	ir@youngor.com.cn

§3 会计数据和财务指标摘要

3.1 主要会计数据

单位:元 币种:人民币

主要会计数据	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
营业总收入	11,539,440,070.34	14,513,590,505.84	-20.49	12,278,622,223.27
营业利润	2,438,419,710.02	3,400,575,837.18	-28.29	4,139,721,678.81
利润总额	2,621,124,906.04	3,660,723,317.75	-28.40	4,097,601,258.37
归属于上市公司股东的净利润	1,762,708,183.64	2,672,171,883.12	-34.03	3,263,921,145.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,210,958,145.53	1,180,074,291.56	2.62	1,642,726,936.50
经营活动产生的现金流量净额	-1,546,820,975.51	3,458,100,014.57	-144.73	1,184,711,293.15
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
资产总额	48,932,573,341.80	48,262,700,064.47	1.39	41,934,001,116.14
负债总额	35,545,186,233.66	33,055,848,554.15	7.53	26,360,785,219.92
归属于上市公司股东的所有者权益	12,075,927,285.70	14,007,260,320.97	-13.79	14,434,597,916.88
总股本	2,226,611,695	2,226,611,695	0	2,226,611,695

3.2 主要财务指标

主要财务指标	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
基本每股收益(元/股)	0.79	1.20	-34.03	1.47
稀释每股收益(元/股)	0.79	1.20	-34.03	1.47
用最新股本计算的每股收益(元/股)	不适用	不适用	不适用	不适用
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.54	0.53	2.62	0.74
加权平均净资产收益率(%)	13.61	19.06	减少5.45个百分点	27.32
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	9.35	8.42	增加0.93个百分点	13.75
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	-0.69	1.55	-144.73	0.53
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	5.42	6.29	-13.79	6.48
资产负债率(%)	72.64	68.49	增加4.15个百分点	62.86

3.3 非经常性损益项目

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

非经常性损益项目	2011年金额	2010年金额	2009年金额
非流动资产处置损益	-51,817,578.81 注1	28,154,482.20	-16,151,313.02
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	165,794,434.54 注2	224,783,804.37	40,392,805.47
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	8,720.57 注3	4,498,382.53	0
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	1,177,749,984.84 注4	1,836,202,365.42	1,849,483,191.81
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	11,079,858.19	-16,152,374.95	-65,909,392.06
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-535,679,966.49 注5	-114,231,184.26	-12,287,900.00
少数股东权益影响额(税后)	-3,869,673.78	-433,111,899.19	-5,845,311.17
所得税影响额	-211,515,740.95	-38,045,984.56	-168,487,871.55
合　计	551,750,038.11	1,492,097,591.56	1,621,194,209.48

注:1、系长期股权和固定资产处置损益

2、均为收到的与收益相关的政府补助

3、系收购宁波卓成服饰辅料有限公司支付的对价与该公司公允价值之间的差额

4、交易性金融资产和可供出售金融资产产生的损益。其中,公司处置交易性金融资产取得的投资收益20,738,291.78元,处置可供出售金融资产取得投资收益1,160,004,843.06元,公允价值变动损益-2,993,150.00元

5、系应支付的投资咨询费、与投资相关的税金、利息支出

§4 股东持股情况和控制框图

4.1 前10名股东、前10名无限售条件股东持股情况表

单位:股

2011年末股东总数	171,346户	本年度报告公布日前一个月末股东总数	172,240户

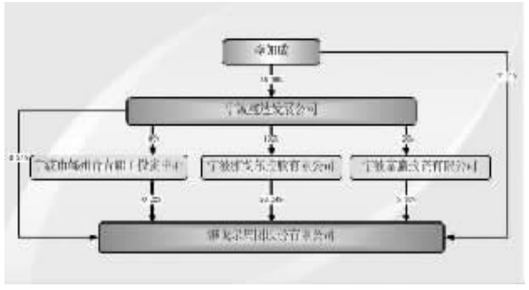
前十名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	报告期内增减	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量	
宁波雅戈尔控股有限公司	境内非国有法人	26.04	579,896,185	0	190,458,474	质押	96,830,000
宁波富盛投资有限公司	境内非国有法人	5.36	119,375,996	0		质押	119,370,000
中国人寿保险股份有限公司-分红-个人分红-005L-FH002沪	其他	3.00	66,710,736	16,519,630		未知	
深圳市博睿财智控股有限公司	境内非国有法人	2.65	59,003,084	29,885,917		未知	
李如成	境内自然人	2.31	51,370,025	0	30,108,364	无	
中国银行-嘉实稳健开放式证券投资基金	其他	2.06	45,861,916			未知	
宁波盛达发展公司	境内非国有法人	0.91	20,207,626	0		无	
广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	其他	0.88	19,601,630			未知	
姚建华	境内自然人	0.79	17,623,517	-9,500,000		未知	
中信证券-中信-中信理财2号集合资产管理计划	其他	0.50	11,107,407			未知	

前十名无限售条件股东持股情况

股东名称	持有无限售条件股份的数量	股份种类及数量
宁波雅戈尔控股有限公司	389,437,711	人民币普通股
宁波富盛投资有限公司	119,375,996	人民币普通股
中国人寿保险股份有限公司-分红-个人分红-005L-FH002沪	66,710,736	人民币普通股
深圳市博睿财智控股有限公司	59,003,084	人民币普通股
中国银行-嘉实稳健开放式证券投资基金	45,861,916	人民币普通股
李如成	21,261,661	人民币普通股
宁波盛达发展公司	20,207,626	人民币普通股
广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	19,601,630	人民币普通股
姚建华	17,623,517	人民币普通股
中信证券-中信-中信理财2号集合资产管理计划	11,107,407	人民币普通股
上述股东关联关系或一致行动的说明	宁波雅戈尔控股有限公司、宁波富盛投资有限公司、宁波盛达发展公司、李如成系一致行动人;深圳市博睿财智控股有限公司、姚建华系一致行动人;其他股东未知其有无关联关系或其是否属于一致行动人。	

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



§5 董事会报告

5.1 管理层讨论与分析概要

一、管理层讨论与分析

(一)2011年公司经营情况的回顾

2011年,复杂多变的国际政治经济环境和国内经济运行的新情况新变化,给中国经济带来了前所未有的持续影响。经济运行的下行,房地产的严厉调控,股市的低迷都给雅戈尔的发展带来一定的影响。面对严峻的市场环境,雅戈尔做出快速反应,以产业转型实践经济发展方式的转变,扎实基础,锐意进取,品牌服装实现了销售的快速增长和品牌知名度的迅速提升;房地产主动适应国家调控政策,合理定价,积极促销,强化品质,确保了安全健康运行;金融投资严格控制规模,在一定程度上规避了部分市场风险。

报告期内,公司实现营业收入1,153,944.01万元,由于公司主动缩减代工出口业务以及报告期房产竣工项目交付减少的影响,较上年同期降低20.49%;营业利润243,841.97万元,净利润176,270.82万元,由于报告期内金融投资业务减持可供出售金融资产的投资收益减少,以及房地产交付减少,分别较上年同期降低28.29%和34.03%。

1、品牌服装

中国经济的快速发展、城市化进程的持续推进以及消费模式的转变是中国男装行业发展的主要驱动因素,但是中国服装行业企业众多,国内外各类品牌和新生力量使得国内服装市场竞争日益加剧。

报告期内,雅戈尔继续加速产业结构的转型升级,积极实践多品牌战略,加大投入拓展品牌营销渠道,加快完善供应链体系建设,扎实推进雅戈尔品牌服装的市场开拓与价值提升。根据中华全国商业信息中心统计显示,2011年公司主导产品雅戈尔衬衫、西服月平均市场销售份额分别为13.22%和13.54%,连续十七年和十二年位列第一。

报告期内,雅戈尔进一步缩减代工出口业务,市场重心向更高附加值的品牌服装领域转移,服装业务实现营业收入619,677.29万元,较上年同期增长1.61%,其中国内销售收入381,234.06万元,较上年同期增长24.66%,代工出口业务232,096.46万元,同比下降22.13%,结构调整使服装综合毛利率上升至45.41%,同比提高8.02个百分点;其中国内销售毛利率达65.66%,同比提高2.81个百分点。服装业务实现归属于母公司的净利润69,089.14万元(少数股东损益24,516.32万元由于尚未完成工商手续并支付股权转让款,因此未合并报表),较上年同期下降2.00%,主要由于报告期内加大了对卖场租赁装修的投入,以及上年同期有拆迁补偿款等营业外收入17,918.41万元。

①)调整产业结构,理顺股权关系,完善管理架构,转型品牌运营

近年来,为实现服装业务由"生产经营型向品牌运营型转型"的目标,雅戈尔顺应市场形势,把握发展机遇,不断整合产业布局,逐步提升盈利能力。

2009年,雅戈尔在巩固提升主导品牌"雅戈尔"的同时,推出多品牌战略,逐渐收缩代工出口业务,加速产业转型升级。

2010年,雅戈尔调整产业结构,减少了对纺织企业的持股比例,在降低经营风险、激发团队积极性的同时,培育了稳定的供应链,为雅戈尔品牌服装的面料研发、生产质量以及产品交期提供了有力支撑。

报告期内,雅戈尔继续优化服装产业结构,出售了新马服装股权,进一步缩减毛利率较低的出口代工业务,将设计、研发、生产、管理等各流程的资源更多地倾注至国内自营品牌,服装综合毛利率水平得到进一步提升。

报告期内,公司以全资子公司新马服装国际有限公司为主体,将主营服装生产和营销的14家控股子公司25%的股权以其2010年末经审计净资产金额75,375.78万元作价收购。收购完成后,该14家公司成为雅戈尔全资子公司,雅戈尔品牌服装业务实现的净利润将不再剔除少数股东损益,有利于进一步挖掘发展潜力,提高品牌服装板块整体盈利水平。

报告期内,服装控股公司不断完善总部职能,强化精细管理,顺利完成了董事会的换届选举,并在细分区域的基础上完成了部分区域主管的调剂互动,为战略决策和协调管理充实了国际化的专业管理人才,且有利于缩短管理半径,提高管理效率,调动积极因素,突破思维瓶颈,以实现效益的最大化。

②)渠道有序拓展,网点合理优化

男装行业进入壁垒较低,并且服装产品的款式和品质极易被模仿,因此服装的品牌和渠道就成为有效的竞争壁垒。雅戈尔早于1998年开始在大中城市核心商圈购置或租赁自营店铺,重点布局核心稀缺渠道,于2005年完成了零售终端的初步调整,确立了以品牌提升为核心,以加强自营专卖店、发展大型重点商场专厅为主线,规范特许经营和团购的渠道战略,成为国内少数拥有完整覆盖一、二线城市高端核心零售商圈的高级男装服饰品牌零售商之一。

报告期内,雅戈尔坚持"质"与"量"并重的发展战略,一方面强化大型商场开拓力度以及自营旗舰店专卖店的提升;一方面调整渠道结构,进一步收缩规模较小的自营店铺和特许加盟网点,优化已进驻商场专厅的位置和面积,并综合考虑平效、面积、地理等因素推进装修风格的升级、统一,以鲜明的品牌形象,为消费者提供高品位的消费体验,提升了单店盈利能力。

截至报告期末,雅戈尔合计拥有零售网点2,302个,较年初增加157个,其中自营网点573个,占国内销售比重为43%;商场网点1302个,占国内销售比重为37%;特许网点480个,占国内销售比重为9%;此外,团购作为销售渠道的补充,占国内销售比重为11%;卖场整体平效1.8万元/平米,较去年同期增长14.4%。在报告期内,公司共计装修卖场761个,共计装修卖场面积11.6万平米。公司对销售渠道的有力投入和持续完善,为提升雅戈尔品牌形象和巩固渠道竞争优势起到了重要的推动作用。

③)多品牌运作卓有成效,网销模式探索尝试

近两年,雅戈尔已完成从"以生产为导向"到"以市场为导向"的品牌建设思路转变,进入了从生产导向型企业向品牌运营型企业的过渡。目前,公司已形成以YOUNGOR为核心、Mayor、Hart Schaffner Marx、GY和汉麻世家五大品牌多元化发展的格局,各品牌受众定位清晰,自成风格。

2011年,YOUNGOR在分析目标消费群体及销售数据的基础上,明确品牌定位,进一步确立以商务正装为产品开发的核心,并加快核心产品的系列化开发和技术升级工作,在突出核心产品系列的同时,加快新产品和新原料的开发应用,先后推出的"新风格"衬衫、"新经典"西服和茄克等新品,有效补充了雅戈尔在商务休闲领域的产品系列。同时,进一步协同产业链联合开发,加快供应链的培育建设,并重点开拓国内一、二线城市的营销渠道,打造形象统一、定位准确、服务优良的品牌旗舰店及高档商场专柜。

新兴品牌也进一步明确品牌定位,逐步呈现快速发展的态势;

MAYOR品牌2011年进一步明确了以量体定制服务为重、成衣销售为辅的定位方向。同时加快VIP会员的招募和品牌形象广告的投放,MAYOR高端定制的品牌形象开始深入人心。至2011年年底,MAYOR品牌全国卖场达到25家,量体23家。

GY工作室明确将品牌的消费群确定为25至35岁的都市时尚青年,细分产品系列,贴合国内市场需要。并通过建立GY官方网站、GY微博,充分运用网络的影响力,提升GY品牌知名度。截止2011年年底,GY品牌已开设店铺共计112家。

HSM(哈特马克斯)品牌2011年进一步提炼美式商务休闲的产品风格,有针对性的开发新品,从色彩、材质、细节,多角度增强产品间的关联性,使产品有更为明晰的定位。避免出现单品强、系列感弱的不足,努力形成HSM品牌的核心主导产品。截止2011年年底,HSM(哈特马克斯)全国店铺共86家。

汉麻世家健康、环保、追求生活品质的理念正逐步得到市场的关注和认可。工作室在现有产品基础上,开发含麻量高、品质优的新产品,并对产品的包装进行整合;继续着重寻找一些擅长男装及床品大类的优秀设计师,打造方向明确、能力突出的设计团队。2011年汉麻世家共开计拓卖场10家。

同时新兴品牌的工作室以完善职能为基础逐步向事业部模式转型,在利用好雅戈尔资源的同时培养品牌的自有特色,推动品牌实现稳健发展;同时还积极探索网络营销模式,目前GY、汉麻世家已在淘宝商城开设品牌旗舰店。据网销部门对网上销售客户的调查,90%的订单来自无实体店区域,网络销售已成为新兴品牌销售渠道的有益补充。

④)完善研发设计,加强人才培育

针对目前男士着装个性化、时尚化的趋势,雅戈尔深入开展市场调研,科学进行数据分析,通过新材料、新技术和新理念的应用,加快核心产品的系列化开发和技术升级工作,加大休闲类产品的开发深度和广度,为消费者提供舒适而时尚的着装体验。目前,雅戈尔旗下五个品牌工作室吸收了近200名设计师,致力于在国内外采集行业时尚前沿信息,吸收最新的设计理念,并应用于产品的设计提升之中。

目前国内品牌服装发展迅速,研发创新能力是企业参与市场的核心竞争力。报告期内,公司已在意大利米兰新成立工作室,专门从事时尚信息搜集、高端产品采购下单、国际供应商接洽合作等工作,以进一步推动产品设计与国际对接。同时公司组织力量成立DP后处理研究中心和测试中心,加强对DP产品的深层次开发。报告期内,雅戈尔先后研发出升级装衬工艺的新版DP衬衫、80支DP精品裤子系列和Super Care T恤等新产品,将DP免熨技术拓展衍伸,呈现系列化和精品化;而拥有自主知识产权的汉麻纤维应用在衬衫、休闲裤、T恤、毛衫、牛仔裤等产品中,受到市场广泛关注和好评。

人才是奔赴"百百企业"愿景的基石,也是实现"创国际品牌"理想的展望。雅戈尔早已将"人才与事业共长"融入企业文化的核心,高度重视团队培育与事业发展的关系。报告期内,雅戈尔继续积极与东华大学、浙江纺织学院等专业院校通过校企合作、定向培养等方式,为品牌工作室、一线卖场管理、工厂新品开发引进新生力量;另一方面,公司以市场需求为导向,有针对性地开展了多层次的培训工作,邀请知名专家针对卖场装修、商品陈列、销售技巧、高级时尚顾问、物流WMD理论等开展课题培训,并编制了FA培训教材、卖场陈列手册等专业材料,提升营销队伍的专业能力。

2、地产开发

2011年1月,为促进房地产市场更加平稳健康发展,巩固和扩大已有的调控成果,国务院办公厅发布了《关于进一步做好房地产市场调控工作的有关通知》,随后各主要城市陆续出台了实施细则,通过提高二套房贷首付款比例和贷款利率、扩大和调整限购范围、调整个人转让住房营业税政策等措施,抑制了投机和投资性不合理的购房需求,遏制了房价非理性上涨的势头。新的调控政策对以前年度房价过高、上涨过快的一二线城市作用尤其显著,上述城市的房地产市场出现了"量价齐跌"的成交走势。

雅戈尔地产开发主要集中在宁波、苏州、杭州、上海为主的长三角地区。根据不完全统计,2011年上述四个城市主城区的商品住宅成交面积分别同比下降15%、23%、53%和24%。面对不利的市场环境,雅戈尔积极配合国家调控政策,合理定价,积极促销,提升品质,严控成本,并放缓土地市场投入,保证了公司房地产开发业务的资金平衡和健康发展。

报告期内,公司房地产旅游开发业务实现营业收入363,630.46万元,受竣工交付量的非周期性影响,较上年同期降低46.94%;实现净利润57,152.27万元,较上年同期下降15.86%。

报告期内,雅戈尔坚持"品质地产先行者"的开发理念,更加关注产品品质和成本控制。公司成立品质管理部,完善了常态化的质量管控措施,修订了品质控制标准,并加强了对中小户型产品的研发力度。

报告期内,雅戈尔继续密切关注长三角土地市场的发展动态,坚持审慎预算和缜密分析,在积极考察土地情况、综合考虑市场预期及土地价格测算后,公司采取了谨慎的态度,未新增土地储备。报告期内,公司已支付杭州申花地块土地款7.91亿元,上海长风地块土地款27.14亿元。

3、金融投资

2011年中国资本市场经历了较大的动荡,公司密切关注市场变化,审慎决策,严格控制金融投资规模。报告期内,公司投资定向增发和PE累计投资294,997.70万元,较上年534,233.21万元减少239,235.51万元,减少44.78%,在一定程度上控制了风险。

但是A股的下行,还是对公司的金融投资业务造成了一定影响,尤其是给公司整体业绩带来了较大波动。2011年金融投资业务实现净利润48,698.22万元,较上年124,541.29万元减少75,843.07万元,下降60.90%。

①)定向增发:作为主要投资方式

报告期内,考虑到投资规模和风险系数等因素,雅戈尔依然以参与上市公司非公开发行股票为主要的金融投资方式,先后投资272,497.70万元参与了广百股份、海正药业、海利得、兴蓉投资、生益科技、精功科技、云天化、圣农发展、东方锆业、新疆众和、中金黄金、华新水泥和山煤国际13家上市公司定向增发。

截至报告期末,雅戈尔持有的可供出售金融资产,以期末收盘价×持有股数计算,市值942,080.82万元,浮盈112,463.02万元。

②)PE及其他投资:继续探索与结构调整

报告期内,雅戈尔投资6,095.39万元(持有有限售条件流通股2,000万股)参加的PE项目海南天然橡胶产业集团股份有限公司在上海证券交易所上市(股票简称海南橡胶,股票代码601118),以期末收盘价计算的市值为13,600万元。

报告期内,雅戈尔综合考虑经营业绩、市场潜力及资源稀缺性等因素,认可银行卡专业服务市场未来的发展空间,追加投资22,500万元受让银联商务有限公司1,500万股股权,股权转让完成后,雅戈尔累计投资36,100万元,持有银联商务有限公司5.05%的股权。

(二)公司主营业务及其经营情况

1、主营业务分行业、产品情况

单位:万元

分行业或分产品	营业收入	营业成本	营业利润率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	营业利润率比上年同期增减(%)
分行业						
品牌服装	381,234.06	130,903.53	65.66	24.66	15.23	增加2.81个百分点
服装代工	232,096.46	203,916.06	12.14	-22.13	-22.89	增加0.87个百分点
地产开发	337,340.64	186,393.86	44.75	-48.95	-57.72	增加11.47个百分点
分产品						
品牌衬衫	140,002.81	43,864.84	68.67	28.11	19.30	增加2.31个百分点
品牌西服	111,806.40	38,946.59	65.17	16.22	12.41	增加1.18个百分点
品牌休闲服	129,424.85	48,092.10	62.84	29.01	13.99	增加4.90个百分点
衬衫代工	103,696.87	92,425.01	10.87	-28.77	-29.15	增加0.48个百分点
西服代工	17,176.01	14,012.74	18.42	-54.38	-57.21	增加5.40个百分点
休闲服代工	111,223.58	97,478.31	12.36	-3.13	-3.73	增加0.54个百分点

品牌服装、品牌衬衫、品牌西服以及品牌休闲服毛利率较上年均有增加,主要是公司产品结构提升以及零售折扣率提高所致;

地产开发毛利率较上年增加11.47个百分点,主要是去年结算的苏州未来城三期项目毛利率较低,只有21.53%。

2、主营业务分地区情况

单位:万元

地　区	营业收入	营业收入比上年增减(%)
境　内	863,669.20	-19.22
境　外	255,211.49	-30.41

(三)主要客户情况

公司向前五名供应商合计的采购金额为1,212,109.55万元,占公司本年采购总额的7.48%。

公司向前五名客户合计的销售金额为185,099.03万元,占公司本年全部营业收入的16.04%。

(四)财务状况及经营成果分析

1、主要资产和负债项目情况变动分析

单位:万元

项目	期末数	期初数	增减幅度(%)	期末数占总资产比重(%)
应收帐款	40,595.42	68,218.96	-40.49%	0.83%
投资性房地产	15,173.92	5,414.15	180.26%	0.31%
应交税费	27,519.34	113,295.04	-75.71%	0.56%
其他应付款	66,790.53	111,588.26	-40.15%	1.36%
一年内到期的非流动负债	261,861.21	194,368.10	34.72%	5.35%
长期借款	279,768.01	412,904.52	-32.24%	5.72%
递延所得税负债	50,227.87	122,181.87	-58.89%	1.03%
资本公积	65,868.76	333,171.09	-80.23%	1.35%

期末应收帐款较年初降低40.49%,主要是因为报告期合并范围减少;

期末投资性房地产较年初增长180.26%的主要原因为报告期内出租房产增加;

期末应交税费较年初减少75.71%的主要原因报告期内房产板块土地增值税等税金入库7.35亿元,以及预售房产,预交税金增加;

期末其他应付款较年初增长40.15%的主要原因为报告期内股份公司年初2.67亿股权转让暂收款本年已结转;

期末一年内到期的非流动负债较年初增长34.72%的主要原因为报告期内一年内到期的长期借款增加;

期末递延所得税负债较年初降低58.89%的主要原因为报告期内可供出售金融资产的公允价值减少,递延所得税负债相应减少;

期末资本公积较年初降低80.23%的主要原因是报告期内可供出售金融资产公允价值减少。

2、利润表主要项目情况变动分析

单位:万元

项目	2011年度	2010年度	增减幅度(%)
营业税金及附加	35,962.01	97,105.39	-62.97%
财务费用	74,525.38	42,063.23	77.17%
投资收益	144,250.62	205,785.42	-29.90%
营业外收入	19,832.71	30,648.00	-35.29%
归属于母公司所有者净利润	176,270.82	267,217.19	-34.03%

本年度营业税金及附加较上年同期降低62.97%,主要因为上年对土地增值税进行清算,计提土地增值税50,237.13万元;

本年度财务费用较上年同期增加77.17%,主要因为报告期内向金融机构借款增加,同时银行贷款利率上调;

本年度投资收益较上年同期减少29.90%,主要因为报告期内处置可供出售金融资产收益下降;

本年度营业外收入较上年同期减少35.29%,主要因为上年确认滨江大厦拆迁补偿收入1.25亿,以及旅游区项目建设贴息补助收入0.6亿;本年度仅确认滨江大厦拆迁补偿收入1.13亿;

本年度归属于母公司所有者净利润较上年同期减少34.03%,主要因为报告期投资收益减少以及房地产交付减少。

3、现金流量表主要项目情况变动分析

单位:万元

项目	2011年度	2010年度	增减幅度(%)
经营活动产生的现金流量净额	-154,682.10	345,810.00	-144.73%
投资活动产生的现金流量净额	-25,751.20	-318,388.30	91.91%
筹资活动产生的现金流量净额	-6,298.44	198,700.37	-103.17%

本年度经营活动产生的现金流量发生较大变动,主要是因为房地产业务受调控政策影响,现金回收速度放缓,流入比上年减少25.26亿元,而本年度支付土地款、工程款以及各项税费,流出比上年增加23.04亿元;

本年度投资活动产生的现金流量发生较大变动,主要因为:①)报告期内,投资活动现金流入58.04亿元,其中出售金融资产和投资项目收回现金52.71亿元,分红取得现金2.15亿元,转让新马服装等股权取得现金2.57亿元;②)投资活动现金流出60.61亿元,其中参与定增以及项目投资支付现金37.18亿元,购买专卖店支付8.76亿元,收购英特物业股权支付2.61亿元,支付证券投资收益所得税、咨询费4.55亿元,为合作开发房产项目暂付5.20亿元;

本年度筹资活动产生的现金流量净额发生较大变动,主要因为借款流入21.14亿元,分配股息流出11.82亿元,支付利息7.62亿元;

(五)主要子公司、参股公司的经营状况及业绩分析

1、主要控股子公司情况

单位:万元

公司名称	业务性质	注册资本	总资产	净资产	净利润
宁波雅戈尔制衣有限公司	服装制造	5,100万美元	62,024.64	55,761.81	18,923.68
宁波雅戈尔环球服饰科技有限公司	服装制造	5,000万美元	61,186.71	58,216.58	20,645.63
宁波丽强服饰有限公司	服装制造	4,000万美元	57,697.91	44,230.73	16,738.88
宁波雅戈尔服饰有限公司	服装销售	5,500万美元	743,435.71	56,863.87	11,881.52
宁波雅戈尔南城置业有限公司	地产开发	15,000万元	61,020.08	26,346.23	12,028.46
苏州雅戈尔置业有限公司	地产开发	80,000万元	354,459.41	110,116.63	27,863.97

2、本年合并报表范围的变更情况

①)与上年相比本年新增合并单位7家,具体为:

公司名称	新增原因
嵊州雅戈尔毛纺织有限公司	新设立
宁波雅盛园林景观有限公司	新设立
宁波青春投资有限公司	新设立
宁波雅戈尔投资有限公司	新设立
雅戈尔(意大利)公司	新设立
宁波卓成服饰辅料有限公司	收购
浙江英特物业管理有限公司	收购

②)与上年相比本年减少合并单位15家,具体为:

公司名称	减少原因
新马服装集团(香港)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
保益投资(香港)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
新马服装(中国)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
新马服装(香港)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
新马制衣(香港)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
汇丰制衣厂(香港)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
新马制衣(新里兰卡)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
新马贸易(新里兰卡)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
新马制衣(菲律宾)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
思豪(吉林)制衣有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
新马服装(美国)有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
雅戈尔新马越南有限公司	本年转让全部股权,由子公司变更为联营企业全资子公司
宁波雅致装饰工程有限公司	清算
宁波雅戈尔南方服饰有限公司	清算
上海汉麻世家饰品有限公司	清算

(六)对公司未来发展的展望

1、所处行业的发展趋势及子公司面临的市场竞争格局

①)品牌服装

从中长期看,城市化的推进、消费能力的提升和消费理念的更新、消费习惯的改变将给服装行业带来更大更持续的增长空间。

与此同时,在市场扩容的进程中,国际品牌的涌入和国内外资企业的转型,共同促使原本已几近白热化的竞争聚焦于研发设计、产品品质、技术支持、营销渠道、品牌价值等综合能力的较量。

并且,新兴销售模式的快速发展也对传统的渠道拓展和品牌宣传提出了挑战。根据国家"十二五"规划,到2015年国内网购占社会消费品零售总额的比重将提升到10%以上。

②)地产开发

正如我们一直所坚信的:随着中国整体经济的持续稳定发展和城市化进程的不断推进,房地产行业仍然具备广阔的发展前景。

但随着国家调控政策的持续深入,房价逐步合理回归,在引导行业回到健康理性轨道的同时,短期内也存在着市场需求下降、销售遇阻、资金压力增大、盈利减少等客观压力,使房地产企业经营面临诸多挑战。

③)金融投资

资本市场在中国经济的转型升级、产业结构调整、区域布局优化和资源统筹配置中发挥着重要的的作用。国家"十二五"规划亦对资本市场功能的完善和下一步的任务作出了详尽的规划和部署。

未来资本市场将扎实推进改革创新和健康发展。但市场的波动性不容忽视;金融投资应当坚持审慎稳健的投资思路,以强化风险控制为第一要务。

2、公司未来发展规划

①)品牌服装

雅戈尔将抓住国内服装市场快速发展的历史机遇,坚持以促进"内涵型增长"为品牌提升的主旨,巩固和强化核心竞争力,不断提升市场份额和品牌价值,计划2012年国内服装销售较2011年增长20%以上。

·通过技术创新、工艺研发、功能优化以及多品牌运作,不断延伸产品系列、丰富品牌内涵,进一步提升产品毛利率,拓宽目标客户的覆盖范围。

·利用米兰工作室的信息、人脉资源,并加速优秀人才的培养和引进,提升品牌工作室的设计能力,实现品牌形象和价值的提升。

·充分整合小型垂直产业链的整合效应,强化功能性产品的研发创新,积极尝试针对大型旗舰店的产品开发,巩固并挖掘核心竞争力。

·集中资源继续推进传统营销渠道的开拓和卖场形象的调整,并探索新兴品牌实体店与网络销售的联动效应,持续提高市场销售份额和品牌美誉度。

·加强制度创新和信息化建设,以培育和完善供应链的战略合作体系,并实现内、外部资源的整合与共享,巩固企业发展的后劲和根基。

②)地产开发

积极配合国家调控政策,努力提升以产品、品质和管理为核心的竞争能力,是雅戈尔"立足眼前,谋划长远"的战略目标。雅戈尔地产业务计划2012年实现预售收入50亿元以上,营业收入较上年增长35%以上。

·合理定价,积极促销,加快现有项目的销售速度,强化销售回款能力。

·加强产品研发,以创新突破市场,打造有创造力、竞争力、高品质和适销对路的产品满足市场需求。

·加快开发节奏,提高周转率,减轻资金成本压力,挖掘盈利潜力,提高抗风险能力;

·严格控制成本费用,严格强化质量控制,提升精细化全过程管理能力。

③)金融投资

重新审视雅戈尔的金融投资探索之旅,作为雅戈尔战略中的三驾马车之一,金融投资业务有过历史贡献,但是展望未来的资本市场以及宏观环境,金融投资业务的巨大波动不可避免。

为避免二级市场波动对公司经营业绩及资产规模的影响,并有利于投资者对公司进行合理的估值判断,公司拟以提高整体收益率为原则,权衡现有投资项目的持有和置换,并逐步缩减金融投资规模,进一步加大对品牌服装的投入力度。

3、实现未来发展战略所需的资金需求及使用计划

公司品牌服装业务现金流稳定,地产开发业务也将通过产品调整、营销推广等策略加速资金回笼,并积极探索新的融资方式,且公司已在多年的经营过程中,树立了良好的企业信用,银行授信额度相对充足,自有资金不足部分可以通过银行债券融资等渠道解决。

4、对公司未来发展可能产生的风险因素

①)市场竞争加剧和营业成本上升的风险

国内服装行业的蓬勃发展如火如荼,国际、国内品牌都力求抓住这一历史机遇扩大市场份额、提升品牌影响力。因此,加大研发投入、品