

1.重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

公司简介			
股票简称	朗姿股份	股票代码	002612
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人及联系方式		董事会秘书	
姓名	王建伟	李伟	证券事务代表
电话	010-53518800-8179	010-53518800-8179	
传真	010-59292711	010-59292711	
电子信箱	wangjians@lancygroup.com	liwei728@lancygroup.com	

2.主要财务数据及股东变化

(1)主要财务数据

公司没有因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	617,553,858.77	684,154,842.40	-9.73%
归属于上市公司股东的净利润(元)	97,186,975.23	149,148,112.11	-34.84%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	52,196,588.62	145,480,138.34	-64.12%
经营活动产生的现金流量净额(元)	51,319,463.92	9,243,180.46	453.21%
基本每股收益(元/股)	0.49	0.75	-34.67%
稀释每股收益(元/股)	0.49	0.75	-34.67%
加权平均净资产收益率	4.08%	6.33%	-2.25%

资产负债表

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产(元)	2,478,223,132.37	2,480,223,132.37	-2.46%
归属于上市公司股东权益(元)	2,312,457,666.73	2,334,661,177.78	-9.93%

(2)前10名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	17,689
前10名普通股股东持股情况	

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	质押或冻结情况
申东日	境内自然人	35.45%	110,907,750	110,907,750	质押,12,240,000
申东华	境内自然人	8.24%	16,476,900	16,476,900	
申东云	境内自然人	7.27%	14,538,540	14,538,540	

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	质押或冻结情况
泰康人寿保险有限公司—传统险—普通保险产品—019L—CT001深	境内非国有法人	0.76%	1,510,000		
全国社保基金一一四组合	境内非国有法人	0.50%	1,009,071		
中国人寿保险集团股份有限公司—连一选优组合	境内非国有法人	0.48%	950,000		
苏州鼎峰宇风创业投资有限公司	境内非国有法人	0.29%	576,900		
中国工商银行股份有限公司—华安行业策略轮动股票型证券投资基金	境内非国有法人	0.20%	408,105		
江阴田田投资发展有限公司	境内非国有法人	0.20%	400,000		
李伟	境内自然人	0.19%	379,006		

上述股东关联关系或一致行动的说明:申东日为公司董事长,申东华为公司董事长、总经理,申东云为申东日和申东华之子女。

(3)10以内优先股股东持股情况表
公司报告期无优先股股东持股情况。
控股股东及实际控制人变更情况
公司报告期控股股东未发生变更。
3.管理层讨论与分析
概述
中国宏观经济信息统计数据显示,2014年上半年全国重点大型装备制造业增加值同比增长10.2%,增速较上年同期低0.9个百分点,其中,9月份全国重点大型装备制造业增加值同比增长1.4%,增速较上年同期低1.01个百分点。根据装备制造业增加值增长12%,增速较上年同期低0.7个百分点,装备制造业同比增长1.8个百分点,增速较上年同期下降1.4个百分点。
上述数据表明,国内整体经济形势好转,延伸产业链条,有效拉动内需,今年上半年,公司主营业务收入完成4755万元,同比增长7.99%净利润8780万元,同比增长34.84%,这是公司自成立以来,首次出现盈利,与去年同期同比下降状态,随着房地产行业下行公司营业收入下降,下半年,国内整体经济形势好转,公司营业收入和净利润同比增长,公司竞争力,完善供应链体系,加强公司管理,保障产品质量,跟踪渠道打造完美时尚女品牌,以满足不同消费群体个性化消费需求。

二、主营业务分析
公司的主营业务为品牌服装的设计、生产和销售,或向服装制造商,目标为“国内中高端女装品牌,或女业产品的领导”公司采用多品牌发展战略,目前公司产品品牌“朗姿”、“美夏”、“丽阳”以及在中国市场处于领先地位的“高街”、“M2”、“系马图”品牌,设计风格、目标客户群体定位清晰,公司通过加大品牌及市场推广,分散了公司的经营风险。

(一)主要财务数据同比变动情况

	本报告期	上年同期	同比增长	变动原因
营业收入	617,553,858.77	684,154,842.40	-9.73%	
营业成本	234,231,679.48	259,368,584.88	-9.69%	
管理费用	187,714,174.27	151,969,659.59	23.52%	
销售费用	88,974,478.87	87,111,749.23	2.14%	
财务费用	-278,702.14	-20,224,954.68	-96.40%	由于采用分期付款方式
所得税费用	13,073,495.04	61,712,626.11	-78.61%	利润同增所致
研发投入	25,960,936.54	24,845,787.88	4.49%	
经营活动产生的现金流量净额	51,319,463.92	9,243,180.46	453.21%	
投资活动产生的现金流量净额	91,650,522.38	-22,325,551.25	510.52%	理财产品到期
筹资活动产生的现金流量净额	-115,742,307.00	-110,000,000.00	5.22%	理财产品到期
现金及现金等价物净增加额	29,411,699.69	-123,266,033.13	123.85%	由于支付货款减少及理财产品到期

公司报告期利润或利润来源没有发生重大变动。

(二)公司管理层讨论、募集资金使用情况等公开披露文件中披露的未来发展与风险提示在报告期内的履行情况
报告期内,公司管理层讨论、募集资金使用情况等公开披露文件中披露的未来发展与风险提示在报告期内的履行情况良好,报告期内,公司管理层讨论、募集资金使用情况等公开披露文件中披露的未来发展与风险提示在报告期内的履行情况良好,报告期内,公司管理层讨论、募集资金使用情况等公开披露文件中披露的未来发展与风险提示在报告期内的履行情况良好。

(三)公司回顾总结前期业绩经营计划和在报告期内的实际经营业绩

1.收入
2014年上半年,受市场环境影响,公司主营业务收入虽有波动但保持了稳定态势,实现营业收入4.618亿元,同比下降9.73%。报告期内,公司继续加大研发投入,稳定经营销售渠道,加强公司内部治理,继续加强品牌影响力,公司没有劳务派遣。

(1)主营业务
分产品情况

分产品	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入同比增长	营业成本同比增长	毛利率比上年增减
上衣类	17,389,233	6,287,014	63.85%	352.57	-226.38	2.43%
裤类	3,792,326	1,322,137	65.45%	3,299.19	1,127.51	4.04%
裙类	25,873,722	9,037,066	65.07%	1,264,044	888.66	-1.70%
外套类	13,823,016	6,344,017	54.11%	-8,232.22	-3,019.86	-3.45%
其他	87,702	43,883	50.02%	-3,332.48	-1,193.62	-10.72%
总计	61,755,39	23,423,17	62.07%	-6,666.10	-2,513.09	-10.02%

注:(1)华北地区,包括北京、天津、河北、山西和内蒙古;(2)东北地区,包括辽宁、吉林和黑龙江;(3)华东地区,包括山东、江苏、安徽、浙江、福建、上海和江西;(4)中南地区,包括河南、湖北、湖南、广西、广东和海南;(5)西部地区,包括四川、云南、重庆、陕西和陕西;(6)西北地区,包括宁夏、新疆、青海和甘肃。

2014年上半年,公司不断优化现有渠道,加大品牌宣传力度,使销售终端在全国的覆盖范围保持相对稳定,同时通过提升品牌影响力增强消费者对品牌认可度。

报告期末,公司销售终端达642家,比上年增加30家,经销商255家。

地区	营业收入	营业收入比上年增减
华东地区	233,853.85	-9.33%
东北地区	6,306.00	-17.09%
华北地区	17,579.36	-9.02%
华中地区	6,840.04	-6.76%
西南地区	3,287.54	-3.68%
西北地区	3,864.54	-1.64%
总计	61,755.39	-9.73%

注:(1)华北地区,包括北京、天津、河北、山西和内蒙古;(2)东北地区,包括辽宁、吉林和黑龙江;(3)华东地区,包括山东、江苏、安徽、浙江、福建、上海和江西;(4)中南地区,包括河南、湖北、湖南、广西、广东和海南;(5)西部地区,包括四川、云南、重庆、陕西和陕西;(6)西北地区,包括宁夏、新疆、青海和甘肃。

2014年上半年,公司不断优化现有渠道,加大品牌宣传力度,使销售终端在全国的覆盖范围保持相对稳定,同时通过提升品牌影响力增强消费者对品牌认可度。

报告期末,公司销售终端达642家,比上年增加30家,经销商255家。

	白百	百胜	合计
男装	120	191	311
女装	68	41	109
婴童	50	10	60
母婴	33	12	45
儿童	33	1	34
百货	3	-	3
合计	307	255	562

公司各品牌经营情况

品牌/模式	金额	本期	上年同期	同比增长
朗姿	37,670.94	17.00%	41,931.91	61.29%
美夏	108,762.67	16.00%	103,996.15	16.07%
丽阳	8,522.06	13.80%	11,176.27	16.34%
高街	4,122.77	6.68%	4,311.15	6.30%
吉粉特	568.00	0.92%	-	-
总计	61,755.39	100.00%	68,415.48	100.00%

报告期内,朗姿股份品牌收入中占有很大比重,美夏与卓尔在经销商中保持稳定的销售,新增品牌均发展良好,公司采取有力和谨慎营销策略,促使其他品牌快速增长,缩小与朗姿之间的差距。

各品牌收入情况(单位:万元)

销售模式	金额	本期	上年同期	同比增长
百货模式	47,240.34	76.49%	52,679.92	75.94%
经销模式	14,545.25	23.53%	15,775.56	23.06%
总计	61,755.39	100.00%	68,415.48	100.00%

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额(元)

前五名客户合计销售金额占本期销售总额比例(%)

序号	客户名称	销售额(元)	占本期销售总额比例(%)
1	武汉天利源服饰有限公司	19,810,308.08	32.1%
2	湖北东方(海南)电子商务有限公司	16,756,360.56	27.1%
3	中国国际贸易中心(中国)有限公司	13,660,123.69	22.1%
4	重庆康宝贸易发展有限公司	14,653,028.38	23.6%
5	北京康达大厦投资有限公司	14,651,530.30	23.7%
合计		83,132,401.01	134.6%

(2)成本

行业分类	金额	本期	上年同期	同比增长
服装	234,231,679.48	100%	259,368,584.88	-9.69%

产品分类

产品分类	金额	本期	上年同期	同比增长
上衣	62,870,376.12	26.84%	65,734,215.06	25.34%
裤子	13,221,672.74	5.64%	1,946,592.59	579.22%
裙子	90,370,606.83	38.58%	81,784,007.81	10.54%
外套	6,344,665.14	27.08%	9,639,220.46	36.10%
其他	4,128,385.65	1.85%	16,264,548.96	62.78%
总计	234,231,679.48	100.00%	259,368,584.88	100.00%

说明:成本减少主要是由于“百胜”销售减少下降所致,加上成本等各项支出减少所致。

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额(元)

前五名供应商合计采购金额占本期采购总额比例(%)

序号	供应商名称	采购额(元)	占本期采购总额比例(%)
1	DAHYUWU CO.,LTD	12,783,176.47	8.62%
2	北京从林林研服装服饰有限公司	5,204,958.62	3.85%
3	北京中用服装服饰有限公司	4,718,326.96	3.19%
4	北京石匠服装服饰有限公司	4,409,365.72	3.01%
5	苏州鼎峰服饰有限公司	4,481,165.09	3.00%
合计		32,116,992.86	21.65%

朗姿股份有限公司

证券代码:002612 证券简称:朗姿股份 公告编号:2014-028

序号	供应商名称	采购额(元)	占本期采购总额比例(%)
1	DAHYUWU CO.,LTD	12,783,176.47	8.62%
2	北京从林林研服装服饰有限公司	5,204,958.62	3.85%
3	北京中用服装服饰有限公司	4,718,326.96	3.19%
4	北京石匠服装服饰有限公司	4,409,365.72	3.01%
5	苏州鼎峰服饰有限公司	4,481,165.09	3.00%
合计		32,116,992.86	21.65%

(3)费用

项目	本期	上年同期	比上年增减	2014年预算
销售费用	187,714.27	15,966.96	3,574.46	11,095.87
管理费用	8,897.45	8,711.17	186.28	7,148.78
财务费用	-2,787.37	-2,022.50	1,949.63	-2,381.87
所得税	7,203.35	4,671.20	-2,363.85	2,908.25
合计	29,903.33	26,556.83	3,346.52	18,763.03

销售费用增长3.52%,主要为营销管理人员工资成本,而管理费用增加相关费用增长。财务费用下降40%,主要是因本期未使用到的募集资金购买理财产品计入投资收益所致。所得税增长30.66%,主要是利润总额同比增长所致。

(4)研发投入

项目	本期	上年同期	比上年增减	2014年预算
研发投入	2,596.09	2,484.58	111.51	2,306.34
主营业务投入	1,875.39	68,415.48	-6,666.09	54,641.68
占主营业务收入比例	4.20%	3.63%	0.57%	4.22%

项目	本期	上年同期	同比增长(%)
经营活动现金流量小计	678,739,598.38	692,992,925.73	-2.06%
经营活动现金流量小计	627,421,131.46	623,749,247.27	-8.24%
经营活动产生的现金流量净额	51,319,463.92	9,243,180.46	455.21%
投资活动现金流量小计	1,101,153,876.38	139,549,693.50	666.00%
投资活动现金流量小计	1,009,505,354.00	216,875,243.75	365.48%
投资活动产生的现金流量净额	91,650,522.38	-22,325,551.25	510.52%
筹资活动现金流量小计	115,742,307.00	-110,000,000.00	5.22%
筹资活动产生的现金流量净额	-115,742,307.00	-110,000,000.00	5.22%
现金及现金等价物净增加额	29,411,699.69	-123,266,033.13	123.85%

1.经营活动产生的现金流量净额同比增长455.21%,主要系购买商品支付的现金减少所致;
2.投资活动现金流量净额同比增长466.00%,主要系理财产品到期收回增加所致;
3.筹资活动现金流量净额同比增长5.22%,主要系向银行借款增加所致。

4.研发费用

(1)与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明
公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯调整的情况说明
公司报告期无重大会计差错更正需追溯调整的情况。

(3)与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明
公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

(4)董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明
公司报告期会计师事务所出具标准无保留意见审计报告。

朗姿股份有限公司董事会
2014年8月20日

证券代码:002612 证券简称:朗姿股份 公告编号:2014-026

朗姿股份有限公司 第二届董事会第五次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。董事会全体成员保证信息披露内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、董事会会议召开情况
朗姿股份有限公司第二届董事会第五次会议于2014年8月11日以电话、邮件等方式发出,于2014年8月20日在深圳市福田区中康路1008号朗姿大厦二楼会议室召开,会议由董事长申东日主持,会议应到董事10名,实到董事10名,会议由董事长申东日主持,会议应到董事10名,实到董事10名,会议由董事长申东日主持,会议应到董事10名,实到董事10名。

二、董事会会议决议情况
1.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于公司2014年半年度报告及其摘要的议案》。
2.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配的议案》。
3.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配的议案》。
4.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配的议案》。
5.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配的议案》。
6.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配的议案》。
7.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配的议案》。
8.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配的议案》。
9.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配的议案》。
10.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配的议案》。
11.会议以赞成票9票,反对票0票,审议通过了《关于2014年中期利润分配