证券代码:603157 证券简称:拉夏贝尔 公告编号:临2020-033
证券代码:06116 证券简称:拉夏贝尔

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司第三届董事会第四十一次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容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、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、会议的召开情况

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司(以下简称“公司”或“拉夏贝尔”)于2020年3月18日以书面、电话及邮件方式向公司全体董事、监事及高级管理人员发出了召开第三届董事会第四十一次会议的通知。2020年3月30日,第三届董事会第四十一次会议以现场结合通讯方式召开。本次会议应出席董事6名,实际出席董事6名,其中董事罗斌先生、芮鹏先生、陈永源先生以通讯方式参加表决。公司监事及部分高级管理人员列席了本次会议。全体董事一致推举王文克先生主持本次会议。会议的召集和召开符合《公司法》等有关法律、法规和《公司章程》等规定。

二、会议审议的情况

经过充分审议,本次会议作出如下决议:

1. 审议通过《关于聘任首席财务官的议案》;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

公司独立董事对本事项发表了同意的独立意见。

具体内容详见公司于2020年3月31日披露在上海证券交易所网站的《拉夏 贝尔关于首席财务官变更的公告》。

2. 审议通过《截至二零一九年十二月三十一日止年度未经审核的全年业绩公告》;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

具体内容详见公司于2020年3月30日在香港联合交易所网站披露的《截至二零一九年十二月三十一日止年度未经审核的全年业绩公告》,以及公司于2020年3月31日在上海证券交易所网站披露的《拉夏贝尔2019年度业绩快报公告》。

3. 审议通过《关于变更注册地址、公司名称的议案》,本议案尚需提交公司股东大会审议;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

具体内容详见公司于2020年3月31日披露在上海证券交易所网站的《拉夏 贝尔关于变更注册地址、公司名称的公告》。

4. 审议通过《关于修订〈公司章程〉的议案》;本议案尚需提交公司股东大会审议;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

具体内容详见公司于2020年3月31日披露在上海证券交易所网站的《拉夏 贝尔关于修订公司章程的公告》。

5. 审议通过《关于董事会提前换届选举非独立董事的议案》,本议案尚需提交公司股东大会审议;

为适应公司现阶段业务经营及未来发展的实际需求,完善公司内部治理结构,公司拟提前进行董事会换届选举。公司第四届董事会拟由7名董事组成,其中包括3名独立董事。经公司董事会提名委员会资格审核,董事会提名邢加兴先生、尹新仔先生、章丹玲女士、张舒菁女士为第四届董事会非独立董事候选人,任期三年,自股东大会审议通过之日起计算。非独立董事的薪酬津贴方案由董事会薪酬与考核委员会拟订审核,最终经股东大会审议确定。

5.01 关于提名邢加兴先生为公司董事的议案;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

5.02 关于提名尹新仔先生为公司董事的议案;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

5.03 关于提名章丹玲女士为公司董事的议案;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

5.04 关于提名张舒菁女士为公司董事的议案;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

公司独立董事对本事项发表了同意的独立意见。

具体内容详见公司于2020年3月31日披露在上海证券交易所网站的《拉夏 贝尔关于董事会、监事会提前换届选举的公告》。

6. 审议通过《关于董事会提前换届选举独立董事的议案》,本议案尚需提交公司股东大会审议;

为适应公司现阶段业务经营及未来发展的实际需求,完善公司内部治理结构,公司拟提前进行董事会换届选举。公司第四届董事会拟由7名董事组成,其中包括3名独立董事。经公司董事会提名委员会资格审核,董事会提名朱晓喆先生、肖艳明女士、邢江泽先生为第四届董事会独立董事候选人,任期三年,自股东大会审议通过之日起计算。公司独立董事津贴为20万元/年(税前),最终经股东大会审议确定。

6.01 关于提名朱晓喆先生为公司独立董事的议案;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

6.02 关于提名肖艳明女士为公司独立董事的议案;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

6.03 关于提名邢江泽先生为公司独立董事的议案;

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

公司独立董事对本事项发表了同意的独立意见。

具体内容详见公司于2020年3月31日披露在上海证券交易所网站的《拉夏 贝尔关于董事会、监事会提前换届选举的公告》。

7. 审议通过《关于召开2020年第二次临时股东大会、2020年第一次A股类别股东会及2020年第一次H股类别股东会的议案》。

表决结果:6票同意,0票反对,0票弃权。

具体情况详见公司于2020年3月31日在上海证券交易所网站披露的《拉夏贝尔关于召开2020年第二次临时股东大会、2020年第一次A股类别股东会及2020年第一次H股类别股东会的通知》。

特此公告。

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司
董 事 会
2020年3月31日

证券代码:603157 证券简称:拉夏贝尔 公告编号:临2020-034
证券代码:06116 证券简称:拉夏贝尔

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司第三届监事会第二十四次会议决议公告

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

一、会议的召开

1. 会议的召开时间:2020年3月30日

2. 会议的召开方式:现场会议

3. 出席会议的监事:刘梅、张海云、吴金应

本次会议通告已于2020年3月18日发给上海拉夏贝尔服饰股份有限公司(以下简称“公司”或“拉夏贝尔”)各位监事。本次会议应出席监事3名,实际出席监事3名。会议由公司监事会主席刘梅女士主持。整个会议进行期间,符合中国法律法规与《公司章程》规定的足够的法定人数;会议符合《公司法》等有关法律、法规、规章以及《公司章程》等有关规定。

二、会议审议的情况

经过充分审议,本次会议作出如下决议:

1. 审议通过《关于变更注册地址、公司名称的议案》,本议案尚需提交公司股东大会审议;

表决结果:3票同意,0票反对,0票弃权。

具体内容详见公司于2020年3月31日披露在上海证券交易所网站的《拉夏贝尔关于变更注册地址、公司名称的公告》。

2. 审议通过《关于董事会提前换届选举的议案》,本议案尚需提交公司股东大会审议。

2.01 关于提名吴金应先生为公司非职工代表监事的议案

表决结果:3票同意,0票反对,0票弃权。

具体内容详见公司于2020年3月31日披露在上海证券交易所网站的《拉夏贝尔关于董事会、监事会提前换届选举的公告》。

特此公告。

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司
监 事 会
2020年3月31日

证券代码:603157 证券简称:拉夏贝尔 公告编号:临2020-035
证券代码:06116 证券简称:拉夏贝尔

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司关于首席财务官变更的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容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、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、首席财务官辞职

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司(以下简称“公司”)董事会于2020年3月29日收到公司首席财务官沈佳茗女士的辞职报告。沈佳茗女士因为个人原因申请辞去公司首席财务官及公司下属控股、参股公司的相关职务,辞职后不再担任公司任何职务。沈佳茗女士已就其负责的相关工作进行了妥善交接,其辞职不会对公司正常经营产生影响。沈佳茗女士确认与董事会并无意见分歧且无任何其他事宜须提请公司股东关注。

公司董事会对沈佳茗女士在任期间为公司所做的贡献表示衷心感谢!

二、聘任首席财务官

公司于2020年3月30日召开第三届董事会第四十一次会议,审议通过了《关于聘任首席财务官的议案》,经董事会提名委员会资格审核,董事会同意聘任虎治国先生(简历附后)为公司首席财务官,任期自本次董事会审议通过之日起至第三届董事会届满之日止。公司独立董事对本议案发表了同意的独立意见。

特此公告。

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司
董 事 会
2020年3月31日

附:虎治国先生简历

虎治国先生,1983年出生,中国国籍,无境外居留权,毕业于甘肃政法大学财务管理专业,本科学历,现任公司财务部总经理。虎治国先生于2008年7月至2010年5月任大禹节水集团股份有限公司成本会计,2010年6月至2017年4月历任浙江森马服饰股份有限公司财务部总账会计、会计核算科经理、财务部副部长;2017年4月至今历任上海拉夏贝尔服饰股份有限公司区域财务管理部财务总监、财务部总经理。

证券代码:603157 证券简称:拉夏贝尔 公告编号:临2020-036
证券代码:06116 证券简称:拉夏贝尔

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司2019年度业绩快报公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容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、准确性和完整性承担个别及连带责任。

本公告所载2019年度主要财务数据为初步核算数据,未经会计师事务所审计,具体经审计数据以上海拉夏贝尔服饰股份有限公司(以下简称“公司”或“本公司”)2019年年度报告中披露的数据为准,敬请投资者注意投资风险。

本公告中营业收入均为新收入准则“总额法”之营业收入。除特别标明外,本公告中的金额单位均为“千元”,币种均为“人民币”。

一、2019年度主要财务数据和指标

项 目	本报告期(未经审计)	上年同期(经审计)	增减变动幅度(%)
营业总收入	7,638,267	10,175,853	−24.94
营业利润	−2,146,680	−151,681	−1,315.26
利润总额	−2,160,228	−160,217	−1,248.31
归属于上市公司股东的净利润	−2,051,952	−159,513	−1,186.39
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	−2,175,944	−244,716	−789.17
基本每股收益(元)	−3.75	−0.29	−1,193.10
加权平均净资产收益率(%)	−84.91	−4.31	减少80.60个百分点
项 目	本报告期末(未经审计)	本报告期初(经审计)	增减变动幅度(%)
总 资 产	8,168,649	8,689,498	−5.99
归属于上市公司股东的所有者权益	1,373,710	3,447,418	−60.15
股 本	547,672	547,672	−
归属于上市公司股东的每股净资产(元)	2.52	6.29	−59.94

二、合并财务报表及附注

(一)合并资产负债表

项 目	附注	2019年12月31日(未经审计)	2018年12月31日(经审计)
流动资产:			
货币资金	4	429,684	605,293
交易性金融资产		−	25,475
应收账款	5	609,270	1,031,810
预付款项		156,742	329,458
其他应收款		222,871	382,211
存货	6	1,731,546	2,534,238
一年内到期的非流动资产		32,875	−
其他流动资产		144,637	307,534
流动资产合计		3,327,625	5,216,019
非流动资产:			
债权投资		−	6,934
长期应收款		182,245	−
长期股权投资		241,930	635,934
其他权益工具投资		10,618	28,605
其他非流动金融资产		93,200	28,200
固定资产		1,689,331	865,049
在建工程		212,278	615,952
使用权资产		1,496,152	−
无形资产		183,554	205,652
商誉		78,231	108,535
长期待摊费用		238,149	570,867
递延所得税资产		343,074	247,787
其他非流动资产		72,262	159,964
非流动资产合计		4,841,024	3,473,479
资产总计		8,168,649	8,689,498
流动负债:			
短期借款		1,481,107	1,911,645
应付票据		255,476	712,556
应付账款	8	1,719,724	1,120,987
合同负债		51,609	2,399
应付职工薪酬		190,824	223,362
应交税费		224,856	166,468
其他应付款		924,992	558,153
一年内到期的非流动负债		148,909	24,219
流动负债合计		4,997,497	4,719,789
非流动负债:			
长期借款		324,420	330,911
租赁负债		1,494,280	−
预计负债		28,517	−
递延所得税负债		41,392	28,424
其他非流动负债		24,541	48,417
非流动负债合计		1,913,150	407,752
负债合计		6,910,647	5,127,541
所有者权益(或股东权益):			
实收资本(或股本)	7	547,672	547,672
资本公积		1,911,059	1,895,342
减:库存股		−10,165	
其他综合收益		−40,495	−13,187
盈余公积		246,885	246,885
未分配利润		−1,281,246	770,706
归属于母公司所有者权益(或股东权益)合计		1,373,710	3,447,418
少数股东权益		−115,708	114,539
所有者权益(或股东权益)合计		1,258,002	3,561,957
负债和所有者权益(或股东权益)总计		8,168,649	8,689,498

(二)合并利润表

项 目	附注	2019年度(未经审计)	2018年度(经审计)
一、营业收入	1	7,638,267	10,175,853
减:营业成本	1	3,248,210	3,528,337
税金及附加		46,252	78,011
销售费用		5,134,075	6,032,435
管理费用		500,749	504,177
财务费用		244,961	52,465
其中:利息费用		170,974	87,161
利息收入		11,720	8,570
加:其他收益		117,462	125,854
投资收益		69,864	9,026
其中:对联营企业和合营企业的投资收益		38,979	21,831
公允价值变动收益		−18,936	9,475
信用减值损失(损失以“−”号填列)		−100,683	−1,167
资产减值损失(损失以“−”号填列)		−707,535	−274,496
资产处置损失(损失以“−”号填列)		29,128	−801
二、营业利润		−2,146,680	−151,681
加:营业外收入		6,809	4,783
减:营业外支出		20,357	13,319
三、利润总额		−2,160,228	−160,217
减:所得税费用	2	−18,418	38,965
四、净利润		−2,141,810	−199,182
(一)按经营持续性分类			
1.持续经营净利润		−2,141,810	−199,182
(二)按所有权归属分类			
1.归属于母公司股东的净利润		−2,051,952	−159,513
2.少数股东损益		−89,858	−39,669
五、其他综合收益的税后净额		−27,308	−12,464
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额		−27,308	−12,464
(一)不能重分类进损益的其他综合收益		−33,558	−20,327
1.其他权益工具投资公允价值变动		−33,558	−20,327
(二)将重分类进损益的其他综合收益		6,250	7,863
1.外币财务报表折算差额		6,250	7,863
六、综合收益总额		−2,169,118	−211,646
(一)归属于母公司所有者的综合收益总额		−2,079,260	−171,977
(二)归属于少数股东的综合收益总额		−89,858	−39,669
七、每股收益:			
(一)基本每股收益(元/股)	3	−3.75	−0.29
(二)稀释每股收益(元/股)	3	−3.75	−0.29

(三)主要财务数据附注

1、营业收入和营业成本

项目	2019年度		2018年度	
	收入	成本	收入	成本
主营业务	7,638,267	3,248,210	10,175,853	3,528,337

营业收入列示如下:

类型	2019年度	2018年度
零售	7,494,173	10,153,673
提供劳务	17,877	14,382
批发	126,217	7,798
合计	7,638,267	10,175,853

注:公司主营业务收入主要系通过线下零售网点和在线电商平台销售获取的收入。线下零售网点以专柜及专卖店等形式经营,专柜设于百货商场内,专卖多设于购物中心。

2、所得税费用

项目	2019年度	2018年度
当期所得税费用	6,410	41,744
递延所得税费用	−24,828	−2,779
合计	−18,418	38,965

3、每股收益

(1)基本每股收益

基本每股收益以归属于公司普通股股东的合并净利润除以本公司发行在外普通股的加权平均数计算。公司基本每股收益情况如下:

项目	2019年度	2018年度
归属于本公司普通股股东的净利润	−2,051,952	−159,513
发行在外普通股的加权平均数(千股)	547,632	547,672
基本每股收益(人民币元)	−3.75	−0.29

(2)稀释每股收益

稀释每股收益以根据稀释性潜在普通股调整后的归属于母公司普通股股东的合并利润金额除以调整后的本公司发行在外普通股的加权平均数计算。于截至2019年12月31日止年度,本公司不存在具有稀释性的潜在普通股(截至2018年12月31日止年度:无)。因此,稀释每股收益等于基本每股收益。

4、货币资金

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
库存现金	6,764	24,642
银行存款	165,817	425,221
其他货币资金	257,103	155,430
合计	429,684	605,293

5、应收账款

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
应收账款	691,403	1,083,470
减:坏账准备	−82,133	−51,660
合计	609,270	1,031,810

应收账款账龄分析如下:

账龄	2019年12月31日	2018年12月31日
信用期(90天)内	546,857	976,255
超过信用期(90天)到一年	85,187	72,327
一年以上到二年	14,016	13,293
二年以上到三年	15,122	5,155
三年以上	30,221	16,440
合计	691,403	1,083,470

6、存货

(1)存货分类如下:

项目	2019年12月31日			2018年12月31日		
	账面余额	跌价准备	账面原值	账面余额	跌价准备	账面原值
原材料	8,025	−713	8,738	12,155	−	12,155
库存商品	1,709,581	−357,997	2,067,578	2,499,781	−326,851	2,826,632
低值易耗品	13,940	−	13,940	22,302	−	22,302
合计	1,731,546	−358,710	2,090,256	2,534,238	−326,851	2,861,089

(2)存货跌价准备变动如下:

项目	2019年12月31日	本期增加计提	本期减少转回或转销	2018年12月31日
原材料	−713	−713	−	−
库存商品	−357,997	−367,260	336,114	−326,851

7、股本

项目	2019年12月31日	本期变动	2018年12月31日
境内上市人民币普通股(A股)	332,882	−	332,882
境外上市外资股(H股)	214,790	−	214,790
股本总额	547,672	−	547,672

8、应付账款

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
应付账款	1,719,724	1,120,987

公司应付账款按其入账日期的账龄分析如下:

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
一年以内	1,585,447	1,105,431
一年以上	134,277	15,556
合计	1,719,724	1,120,987

9、股息

于2019年5月28日,本公司2018年年度股东大会批准截至2018年12月31日止年度不派发末期股息、不送红股、不进行资本公积金转增股本。

于2018年10月19日,本公司2018年第三次临时股东大会批准宣派截至2018年6月30日止六个月的中期股息,每股人民币0.25元(含税),按照已发行股份547,672千股计算,此等股息合计约人民币136,918千元(含税)。

于2018年5月15日,本公司2017年年度股东大会批准宣派截至2017年12月31日止年度末期股息,每股人民币0.22元(含税),按照已发行股份547,672千股计算,此等股息合计约人民币120,488千元(含税)。

三、经营业务及财务情况的说明

(一)行业及经营回顾

2019年,面对复杂严峻的国际环境和全球经济下行压力,国内经济增速有所放缓,居民消费意愿也受到一定限制。国家统计局数据显示,2019年社会消费品零售总额411,649亿元,实际增速6.0%;限额以上服装鞋帽、针纺织品类零售额13,517亿元,增速为2.9%,显著低于社会消费品零售总额增速。2019年全国居民人均衣着消费支出1,338元,较上年增长3.8%,增速下降0.3个百分点。据中华全国商业信息中心统计,2019年全国百家重点大型零售企业零售额同比下降0.3%,增速较上年下降1个百分点。受诸多因素影响,服装行业线下终端销售亦明显承压。

按新收入准则“总额法”口径,公司2019年度实现营业收入76.4亿元,较上年同期101.8亿元减少25.4亿元,同比下降24.94%。导致报告期收入同比下降的原因主要为:(1)公司主动实施战略性收缩策略,报告期持续优化线下直营渠道,关闭直营低效、亏损零售网点;截止2019年底,公司境内经营网点数量为4,878个,较2018年底9,269个净减少4,391个,境内经营网点数量下降比例为47.37%。(2)受到消费增速放缓、实体店客流下降影响,报告期内公司线下直营网点销售低于预期,同店比下降幅度为24.79%。(3)因暖冬天气等因素影响,公司2019年四季度收入较上年同期大幅下滑39.11%,2019年四季度收入占全年收入比例仅为24.63%。(4)受线上渠道冲击及线下零售实体竞争加剧影响,公司百货专柜收入明显下滑;2019年公司百货专柜收入为32.3亿元,较上年同期减少16.7亿元,同比下降34.08%,占总收入的比重亦由48.08%降至42.23%。

公司2019年度归属于上市公司股东的净利润为−20.5亿元,较上年同期增加亏损18.9亿元。2019年公司亏损的主要原因为:(1)为加速经营现金回流,公司加大了往季货品销售及折扣力度,导致公司销售毛利率与上年同期有明显下降,该因素导致本报告期毛利额减少约6亿元;(2) 鉴于公司关店、同店下滑等影响导致2019年度销售收入下降,该因素导致本报告期毛利额减少约16.6亿元;因此2019年度公司整体毛利额较上年同期总额减少约22.6亿元。(3)公司主动收缩聚焦,加快关闭亏损及低效门店,由于已关闭门店一次性确认装修摊销费用,导致亏损约1.7亿元。(4)由于报告期内投资项目总体经营亏损以及公司处置投资项目导致公司报告期内损失约4.3亿元。(5)2019年公司持续推进业务转型调整及降本增效等举措,本报告期公司租金成本及扣点、人工成本、物流费用等同比显著下降,抵减了部分前述亏损因素的影响。

(二)财务回顾

公司2019年度营业收入为76.4亿元,营业利润为−21.5亿元,相比上年同期分别下降24.94%及1,315.26%。公司2019年度净利润为−21.4亿元,较上年同期下降975.30%。

1、营业收入

本报告期公司收入有所减少,由2018年度收入101.8亿元下降至2019年度的76.4亿元,降幅为24.94%。收入减少主要由于公司对线下经营网点实施主动收缩策略及线上收入同比有所下降;公司境内零售网点数量由2018年12月31日的9,269个减至2019年12月31日的4,878个。

(1)按业务渠道划分的收入

项目	2019年度		2018年度	
	收入	占营业收入百分比(%)	收入	占营业收入百分比(%)
专柜	3,225,306	42.23	4,893,042	48.08
专卖	3,097,357	40.55	3,806,358	37.41
在线平台	788,201	10.32	1,437,569	14.13
加盟/联营	509,526	6.67	7,798	0.07
其他	17,877	0.23	31,086	0.31
合计	7,638,267	100.00	10,175,853	100.00

专柜收入由2018年度48.9亿元,减少至2019年度32.3亿元,同比下降34.08%;专卖收入由2018年度38.1亿元,减少至2019年度31.0亿元,同比下降18.63%。报告期内专柜和专卖收入减少主要由于公司主动实施了收缩策略,零售网点数量大幅下降所致。相比于2018年末零售网点数量,2019年底的专柜和专卖渠道的零售网点数量分别下降51.1%和46.3%。2019年度本公司加盟/联营收入贡献占公司总收入的6.67%,占全年收入比例较上年同期上升6.60个百分点,主要得益于公司2019年调整渠道策略及报告期内合并Naf Naf品牌。

(2)按品牌划分的收入

项目	2019年度		2018年度	
	收入	占营业收入百分比(%)	收入	占营业收入百分比(%)
La Chapelle	1,617,394	21.18	2,278,000	22.39
Puella	1,282,699	16.79	1,844,072	18.12
7 Modifier	1,162,231	15.22	1,717,182	16.88
La Babit é	980,862	12.84	1,514,509	14.88
Candie's	683,109	8.94	822,683	8.08
男装品牌	346,820	4.54	656,677	6.45
8 é m	152,780	2.00	205,061	2.02
Naf Naf	996,983	13.05	−	−
其他	415,389	5.44	1,137,261	11.18
合计	7,638,267	100.00	10,175,853	100.00

注:1、男装品牌含JACK WALK、Pote及MARC ECKō品牌。2、报告期内,公司完成收购Naf Naf品牌,该品牌2019年6−12月实现营业收入人民币996,983千元。3、“其他”主要包括公司投资控股品牌Siastella、Dr?mGalaxy、GARTINE及劳务收入等。

(3)按各级城市划分的收入

项目	2019年度		2018年度	
	收入	占营业收入百分比(%)	收入	占营业收入百分比(%)
一线城市	1,098,967	14.39	1,283,936	12.62
二线城市	2,771,066	36.28	4,389,669	43.14
三线城市	1,477,751	19.35	2,433,044	23.91
其他城市	1,293,500	16.93	2,069,204	20.33
海外地区	996,983	13.05	−	−
合计	7,638,267	100.00	10,175,853	100.00

注:1、有关各线城市的分类,请参阅公司于2017年9月12日披露的招股说明书。2、“海外地区”收入为本报告期内公司合并Naf Naf品牌的收入。3、剔除海外地区影响,本报告期公司国内各线城市的收入贡献占比与上年度同期相比无显著变化。

(4)按产品类别划分的收入

项目	2019年度		2018年度	
	收入	占营业收入百分比(%)	收入	占营业收入百分比(%)
上装	5,167,088	67.65	6,946,402	68.26
下装	839,077	10.99	1,130,926	11.11
裙装	1,598,756	20.93	2,034,061	19.99
配饰及其他	33,346	0.43	64,464	0.64
合计	7,638,267	100.00	10,175,853	100.00

2、营业成本

本公司的营业成本由2018年度的35.3亿元,减少至2019年度32.5亿元,同比下降7.94%。

3、毛利及毛利率

公司毛利额由2018年度的66.5亿元,减少至2019年度的43.9亿元,同比下降33.96%;公司整体毛利率由2018年度的65.33%,下降至2019年度的57.47%,主要由于本报告期公司加大了往季品销售力度,导致实际综合平均毛利率同比有所下降。

4、销售费用和管理费用

2019年度销售费用为人民币51.3亿元(2018年度为60.3亿元),其中主要包括销售人员的工资福利开支、商场及电商扣点、门店租赁权资产折旧、门店装修费用摊销、租赁费和商场费用等。按百分比计,2019年度销售费用占收入的比率为67.22%(2018年度为59.28%),2019年度销售费用占收入比率有所上升,主要由于公司本报告期收入下降及承担关店成本等因素所致。2019年度管理费用约为5亿元(2018年度为5.04亿元),其中主要包括行政员工的工资福利开支、办公室的租金开支、固定资产折旧、样衣采购及咨询服务费等。按百分比计,2019年度管理费用占收入的比率为6.56%(2018年度为4.95%)。相较2018年,2019年度公司因基建项目完工转固导致长期资产折旧摊销费用上升。

5、资产减值损失

2019年度资产减值损失约为7.1亿元(2018年度为2.7亿元),主要为计提的存货跌价准备及长期资产减值准备。

6、其他收益(净额)

2019年度其他收益净额约为1.2亿元(2018年度约为1.3亿元),均为公司于2019年度收到的财政补贴。

7、财务费用(净额)

2019年度,公司财务费用净额约为2.45亿元(2018年度为0.5亿元),财务费用增加主要由于公司于2019年开始适用“新租赁准则”,因确认新增租赁负债利息费用以及借款利息支出同比增加所致。

8、利润总额

公司利润总额由2018年度−1.6亿元下降至2019年度−21.6亿元,较上年同期下降1,248.31%。利润总额下降主要由于公司销售收入和毛利率下降,以及财务费用和资产减值损失上升所致。

9、所得税费用

2019年度公司所得税费用约为−0.18亿元(2018年度为0.39亿元)。2019年度公司实际所得税税率为−0.85%(2018年度为24.32%)。

10、净利润

综合以上因素,2019年度公司净利润约为−21.4亿元,较2018年度下降975.30%。其中,归属于母公司股东的净利润约为−20.5亿元,较2018年度下降1,186.39%。

11、或有负债

于2019年12月31日,公司概无任何重大或有负债。

(三)业务回顾

2019年度,公司境内零售网点数量由2018年12月31日的9,269个减少至4,878个,位于1,651个商业实体中。另外,因公司于2019年内完成收购法国Naf Naf品牌,公司新增586个海外地区零售网点。

(1)经营网点按城市等级划分

项目	2019年底		2018年底	
	网点数量(个)	占比(%)	网点数量(个)	占比(%)
一线城市	443	8.11	833	8.99
二线城市	1,909	34.94	3,541	38.20
三线城市	1,296	23.72	2,573	27.76
其他城市	1,230	22.51	2,322	25.05
海外地区	586	10.72	−	−
合计	5,464	100.00	9,269	100.00

注:1、有关各线城市的分类,请参阅公司于2017年9月12日披露的招股说明书。2、“海外地区”零售网点为Naf Naf品牌所拥有。

(2)经营网点按业务渠道划分

项目	2019年底		2018年底	
	网点数量(个)	占比(%)	网点数量(个)	占比(%)
专柜	2,584	47.29	5,281	56.98
专卖	2,123	38.85	3,957	42.69
加盟/联营	757	13.86	31	0.33
合计	5,464	100.00	9,269	100.00

(3)经营网点按品牌划分

项目	2019年度		2018年度	
	网点数量(个)	占比(%)	网点数量(个)	占比(%)
La Chapelle	1,204	22.04	1,966	21.21
Puella	1,033	18.91	1,907	20.58
7 Modifier	958	17.53	1,730	18.66
La Babit é	767	14.04	1,540	16.61
Candie's	593	10.85	927	10.00
男装品牌	216	3.95	715	7.72
8 é m	94	1.72	274	2.96
Naf Naf	586	10.72	−	−
其他	13	0.24	210	2.26
合计	5,464	100.00	9,269	100.00

注:1、公司门店统计数量是按照网点数量计算的,即如同一集合店中包括多个品牌,则将该集合店统计为多个经营网点。报告期内公司对终端渠道的门店进行了全面梳理评估,关闭和调整了部分亏损及低效门店和品牌。2、其他品牌主要包括由公司投资控股的Siastella、GARTINE品牌。

(4)各品牌净关经营网点情况

项目	2019年度	
	网点数量(个)	占比(%)
La Chapelle	762	17.35
Puella	874	19.91
7 Modifier	772	17.58
La Babit é	773	17.60
Candie's	334	7.61
男装	499	11.36
8 é m	180	4.10
其他品牌	197	4.49
合计	4,391	100.00

注:1、以上仅为公司境内零售网点数量情况,不包括于2019年度完成收购Naf Naf品牌而新增的海外地区门店。

(5)同店销售

市场结构的调整使百货商场和购物中心的客流继续被在线平台所分流,致使依赖百货商场为主要销售渠道的服装企业的同店客流受到影响。尽管公司已采取降低线下门店及百货渠道销售比例,但于2019年公司专柜渠道的收入占比仍达到41.55%,导致公司2019年线下渠道同店销售较2018年下降24.79%。

(四)业务展望

2020年及未来较长时间,预计消费者的需求将更加时尚个性多变,实体店客流下滑、低速增长将更加常态化,女装细分领域竞争将更加激烈。在市场整体增速放缓的背景下,消费者将变得越来越理性,逐渐由物质型消费向服务型消费转变,价格不再成为购买与否的首要标准,消费者不再为产品高溢价买单,服装行业或将走向“极致性价比”的时代。同时,随着物流配送体系的完善以及网购用户数量的增多,网上零售仍将继续保持快速增长;从细分渠道看,由于线上流量红利进一步衰减,传统电商平台增速见顶,新兴零售业态悄然兴起,社交电商、内容电商及直播平台等新零售渠道有望迎来快速发展。

2020年是公司转型发展的关键一年,公司将主动、积极、彻底实施结构性改革,充分发挥已有的品牌、渠道优势,坚持以顾客为中心,回归零售的本质;在2019年“收缩聚焦、降本增效、创新发展”等方面已取得进展的基础上,继续狠抓当期运营改善,提高公司资产周转速度,积极布局新兴零售业态,切实提升公司整体盈利水平,全力以赴争取实现2020年度扭亏的目标。

1、创新增长方式。摒弃唯规模论的粗放式增长,追求有质量的增长和有效益的规模。公司将以消费者需求为核心,以终端数据赋能运营决策,通过打通线上、线下运营数据及会员体系,构建和完善全渠道营销管理体系。一方面,公司将继续对线下直营渠道实施战略性收缩,进一步关闭直营低效、亏损门店,从以线下实体为主的业务模式逐步向线上业务模式转移;另一方面,公司将进一步拓展线上销售渠道,并着力拓展会员营销、微信营销、社交电商、网络直播等新兴零售业态,与已布局的传统电商平台形成补充。总体上,公司希望形成“线上线下协同并重”的发展格局。

2、夯实发展基础。2020年启动品牌重塑战略,以核心目标消费者为区隔,强化不同品牌之间的差异化定位,全力打造以La Chapelle主品牌为核心的女装多品牌集群。品牌回归做好产品的本质,区域回归