

证券代码：002612

证券简称：朗姿股份

公告编号：2019-007

朗姿股份有限公司

2018 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员无异议声明

公司董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以400000000为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.5元（含税），送红股0股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、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		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王建优	王艳秋	
办公地址	北京市朝阳区西大望路 27 号大郊亭南街 3 号院 1 号楼（朗姿大厦）18 层		
电话	010-53518800-8179	010-53518800-8179	
电子信箱	wangjianyou@lancygroup.com	wangyanqiu@lancygroup.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司自成立以来一直致力于品牌女装的设计、生产与销售，主攻中高端女装市场，并以女性时尚产业为基础，依托资本、渠道、客户、人才优势和在时尚文化领域的影响力，积极拓展泛时尚相关产业。目前已形成以时尚女装、绿色婴童、医疗美容和资产管理为主的多产业互联协同的泛时尚生态圈。

（一）时尚女装业务

1、公司女装业务特点及品牌。公司于2000年创立朗姿品牌（LANCY FROM 25），切入国内中高端女装市场，连续多年在全国重点大型零售企业中位于高端女装品牌前五名。此后，公司不断孕育出引领时尚潮流的新品牌，如2006年成立的品牌莱茵（LIME FLARE）、2011年培育的品牌玛丽（marie n° mary）和近年来精心打造的俪雅朗姿（liaalancy）等，积累了丰富的中高端女装时尚品牌的孵化经验，掌握了将中高端时尚品牌产业化运营及推广的能力。与此同时，基于公司平台的整合设计能力以及广阔的销售渠道，公司积极代理运营国外高端女装品牌，如卓可（MOJO S. PHINE）、吉高特（JIGOTT）、FABIANA FILIPPI等。公司采用多品牌发展策略，各品牌在品牌定位、设计风格、目标客户等方面相互补充，既能够最大限度地占领市场，又能够分散公司的经营风险。公司具有全球化视野，较早布局国际市场。韩国时尚产业发达，广受中国女性消费群体欢迎。公司于2005年引进韩国大贤旗下的女装品牌ZOOO、MOJO S. PHINE等，初次接触韩国时尚消费趋势。2010年，公司投资设立子公司莱茵韩国，并大力发展韩国设计师队伍，深度把握韩国时尚趋势，在品牌设计中充分融入韩国设计元素。2011年上市后，公司进一步接轨国际时尚潮流，代理运营了在全球15个国家（意大利、德国、英国、法国、美国、加拿大等）开展业务的意大利奢侈品牌FABIANA FILIPPI。

2、女装行业发展情况及公司所处行业地位。公司所处的中高端成熟女装行业具有竞争企业众多、市场集中度低的产业特征。女装作为服装行业的子行业规模最大，占比超过一半，但是品牌众多，除国内品牌，国际一、二线中高端品牌也占据较大的市场份额。随着我国城镇居民生活水平和可支配收入的逐步提高以及女性消费观念的逐渐成熟，品牌消费的需求逐渐增加，虽然受短期消费疲软的影响，我国中高端女装的发展前景越来越广阔。公司服装品牌在国内具有较高的品牌度和市场占有率，其中，朗姿品牌近70%的终端店铺在所在商场或Mall店排名前十，公司奥莱店铺60%的终端在所在商场排名前五，具有一定的行业领先地位。

（二）绿色婴童业务

1、公司绿色婴童业务特点及品牌。2014年，公司投资约3.1亿元人民币，成为品牌历史超过39年的韩国知名童装上市公司阿卡邦的第一大股东，将时尚的触角由中高端女装拓展到婴幼儿服装及用品。阿卡邦在韩语中意为“小孩的房间”（아가방），其产品对0-4岁婴幼儿的服装、用品、护肤品、玩具等孩童成长用品领域进行了全面覆盖，旗下拥有Agabang、ETTOI、Putto、Designskin、Dear Baby等一系列自有品牌，并代理运营Elle、Maternity等外国知名婴童和孕妇装品牌。经过近四十年的持续运营，阿卡邦在韩国构筑了优秀的品牌认知度和最大的流通网络，连续多年取得韩国企业效率协会“第一童装企业”、“第一知名度品牌”、“第一童装企业”等荣誉，在韩国民众中深入人心，被誉为韩国婴童用品的国民品牌。阿卡邦产品定位为中高端的母婴服装及用品，公司在中高端女装领域积淀了丰富的店铺拓展管理经验，线上线下积累了超过四十余万忠实的中高端女性客户和五百多家优质的线下销售终端渠道，将有助于阿卡邦品牌在国内的推广和销售。

2、婴童行业发展情况及公司所处行业地位。婴童行业包含的类别众多，产品范围广泛，主要包括婴童食品、婴童日用品、婴童鞋服/玩具市场。目前，我国母婴消费市场日趋成熟，商品消费品品质化与服务消费专业化凸显，据艾瑞咨询发布的报告显示，中国母婴市场规模持续增长，2020年将达到3万亿元，但是也能看到，由于生活压力、生存空间限制等方面的因素，二孩政策的放开，对一线城市的影响会弱于二、三线城市。童装已成为服装行业发展的一个新兴增长领域，并受益于消费群体增长与消费习惯改变的双重推动，消费需求已由过去满足基本生活的实用型消费，转向追求健康、美观与时尚的升级型消费；尤其是80/90年轻一代的父母，具有较高的品牌关注度与较低的价格敏感度，促使童装消费更加趋向于品牌化、品质化以及较高的产品附加值。公司的阿卡邦品牌的婴童业务在原产地韩国巨有广泛的品牌认知度和客户基础，在东亚有一定的市场和影响力，但在国内仍处于品牌推广阶段，行业影响力较小。

（三）医疗美容业务

1、公司医疗美容业务特点及品牌。公司于2016年新增医疗美容服务业务，先后通过战略投资韩国著名医疗美容服务集团DMG、控股“米兰柏羽”、“晶肤医美”两大国内优质医美品牌及其旗下六家医疗美容机构，快速切入医疗美容行业，截止目前朗姿医疗拥有医疗美容机构总数量已增至10家；2018年度，朗姿医疗完成“高一生医美”100%股权的收购，拥有在西安地区有27年历史的高端医美品牌，壮大了医美业务规模。“米兰柏羽”定位于高端综合性医美品牌，参照JCI标准（全球公认的最高医疗服务标准）对医疗机构进行管理和运营，是中国整形美容协会组织认定的“AAAAA”医院（类似于公立医院3甲标准），以最规范严苛的标准进行流程设计和服务追踪，以顾客的需求和安全为核心，以顾客全方位、全触点的感受为考量，提供高品质的医疗美容解决方案和差异化的价值体验；“晶肤医美”定位于“医学年轻化”连锁品牌，主打激光与微整形类医疗美容服务，已成功打入成都、西安、长沙、重庆四地市场，建立了涵盖产品、服务、运营及人才培养的标准化体系，在“医学年轻化”这个前沿细分市场中具有强有力的竞争优势；“高一生医美”是西安地区第一医疗整形品牌，创立时间较早，在当地具有良好的口碑和影响力，优势项目包括美容外科、微整形科及美容皮肤科。通过控股“米兰柏羽”、“晶肤医美”和“高一生医美”三大国内医美品牌，公司在成都、西安两大西部核心城市初步形成了“1+N”的产业布局，即在特定区域构建一家大型整形医院加多家小型连锁门诊/诊所的医疗美容机构体系。公司将进一步整合各方资源，以加强旗下医疗机构的区域竞争力为主要战略方向，加快推进医美产业发展和布局，实现对先进医美技术、高端医美品牌和标准化经营能力等核心资源与竞争力的积累。

2、医疗美容行业发展情况及公司所处行业地位。作为全球发展最快的医疗美容服务市场，中国医疗美容服务行业发展迅速，目前正处于成长期，虽然仍然存在一些包括资质监管缺位、药品市场混乱、定价差异大、缺乏统一的行业自律机构等问题；但随着政策和监管不断规范化的发展，医美行业的市场需求正逐步释放。目前，医疗美容行业呈现出以下特点，医疗美容机构向专业化、标准化和精品化发展；女性仍旧是国内医疗美容的主要消费群体，但男性也表现出较大的增长潜力；消费趋势呈年轻化，以白领和学生为主，未来90后将逐渐成为医美消费主力军。公司旗下医美品牌分别专注于不同的领域，公司将通过医美品牌在全国核心区域城市的推广和连锁化后迅速占领市场，并努力在未来三至五年内进军国内医美行业第一集团军。

（四）资产管理业务

1、公司资产管理业务特点和品牌。公司的资产管理业务起步于2017年6月，主要通过对外提供专业咨询服务收取服务费，同时与其他专业机构设立合伙企业进行产业投资，由合伙企业收益分配收回投资。其中，专业咨询业务主要依托资产管理公司管理层及业务团队的丰富产业投资经验和专业的市场分析及策划能力，向客户提供专业咨询，包括但不限于企业战略咨询、经营模式打造、区域市场分析、竞争对手分析等，并以此收取相应的咨询服务费。投资业务主要依托资管公司投资团队的专业技能和研判能力，通过其子公司山南晨鼎参与投资的多家合伙企业，对优质标的进行战略或财务投资。目前拥有的品牌“朗姿韩亚资管”。

2、资产管理行业发展情况及公司所处行业地位。资产管理行业对目前我国经济的转型发展发挥着重要作用，且在当前经济环境下取得较快发展，未来发展空间大。我国资产管理行业按照经营范围与业务分为三类资产管理公司，分别为四大金融资产管理公司、地方资产管理公司、银行系资产管理公司。我国资产管理行业受政策指引而诞生，其发展也主要跟随政策调整。随着商业银行处置不良贷款的规模不断增加，债转股业务的持续发展，资产管理公司的发展空间将会不断拓展，资管业务和人才的竞争也会加剧。公司资管业务人才主要来自于大型国有控股资产管理公司、知名会计师事务所、律师事务所、交易所等专业机构，专业性能力较强，但由于起步较晚，目前尚处于快速发展阶段。

报告期内，经国家人力资源社会保障部和北京市人力资源社会保障局批准，朗姿韩亚资产管理有限公司新设立了国家级博士后工作站。随着博士后科研工作站的发展和建立，未来将为朗姿韩亚资管引进和留住更多的优秀资产管理高级人才。

未来，公司将继续依托丰厚的女装时尚品牌优势、业已建立的时尚品牌方阵及覆盖广阔的优质线下营销网络和客户资源，扎实落地以“线上线下互通”为翼、“板块轮动协同”为舵的产业演进战术思路，在时尚浪潮翻涌前行的大时代背景下，稳步打造出时尚女装、绿色婴童、时尚医美、资产管理等业务板块的“线上线下流量互通、多维时尚资源共享、全球多地产业

联动”的泛时尚产业互联生态圈。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	2,661,549,902.78	2,353,265,951.40	13.10%	1,367,738,330.66
归属于上市公司股东的净利润	210,453,089.65	187,571,319.95	12.20%	164,015,756.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	189,569,930.80	146,700,426.79	29.22%	101,897,146.04
经营活动产生的现金流量净额	54,383,382.87	129,370,750.75	-57.96%	132,432,455.65
基本每股收益（元/股）	0.5261	0.4689	12.20%	0.41
稀释每股收益（元/股）	0.5261	0.4689	12.20%	0.41
加权平均净资产收益率	7.59%	7.37%	0.22%	6.90%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	7,282,045,242.65	6,937,963,035.99	4.96%	4,422,922,295.80
归属于上市公司股东的净资产	2,779,607,076.90	2,677,323,508.49	3.82%	2,463,974,548.13

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	645,702,079.45	651,993,845.32	698,391,690.84	665,462,287.17
归属于上市公司股东的净利润	60,332,100.90	51,330,332.75	72,992,438.78	25,798,217.22
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	60,431,309.74	47,122,937.31	61,568,603.98	20,447,079.77
经营活动产生的现金流量净额	84,662,397.53	51,869,210.70	-92,495,019.12	10,346,793.76

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

报告期末普通股股东总数	25,816	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	24,281	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
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	质押或冻结情况		

				件的股份数量	股份状态	数量
申东日	境内自然人	49.06%	196,255,500	168,006,667	质押	132,375,100
申今花	境内自然人	7.47%	29,889,100	22,416,825		
申炳云	境内自然人	4.97%	19,876,900	0		
朗姿股份有限公司—第 1 期员工持股计划	其他	3.27%	13,062,000	0		
金鑫	境内自然人	2.19%	8,751,997	0	质押	8,419,897
广东逸信基金管理有限公司—逸信汇富 1 号朗姿股份私募投资基金	其他	1.73%	6,900,000	0		
中原信托有限公司—金融产品投资 20160303 号单一资金信托	其他	0.77%	3,064,700	0		
韩美娟	境内自然人	0.63%	2,518,331	0		
江苏汇鸿国际集团资产管理有限公司—汇鸿量化对冲 1 号私募证券投资基金	境内自然人	0.39%	1,560,000	0		
中国建设银行股份有限公司—华宝事件驱动混合型证券投资基金	境内自然人	0.38%	1,500,002	0		
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，申今花为公司董事、总经理，申炳云为申东日和申今花之父。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券是

(1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	到期日	债券余额（万元）	利率
朗姿股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第一期）	18 朗姿 01	112658	2023 年 03 月 19 日	40,000	7.00%
报告期内公司债券的付息兑付情况	本期债券的付息日期为 2019 年至 2023 年每年的 3 月 19 日。若投资者在本期债券存续期的第 3 年末行使投资者回售选择权，则其回售部分债券的付息日为 2019 年至 2021 年每年的 3 月 19 日（如遇法定节假日或休息日，则顺延至其后的第 1 个交易日；顺延期间兑付款项不另计利息）。截至 2019 年 2 月 27 日，公司尚未付息兑付。				

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

2018年5月18日，上海新世纪资信评估投资服务有限公司出具了“18朗姿01”的跟踪评级报告，维持公司主体信用等级为AA，评级展望稳定，维持本期债券信用等级为AAA。

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	同期变动率
资产负债率	41.17%	45.68%	-4.51%
EBITDA 全部债务比	15.36%	10.20%	5.16%
利息保障倍数	2.31	4.65	-50.32%

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

根据国家统计局最新发布的统计数据，2018年度，我国社会消费品零售总额38.10万亿元，同比增长9.0%，增速较2017年下降1.2%；限额以上单位商品零售额13.61万亿元，同比增长5.7%，增速较2017年下降2.5%；服装鞋帽类零售额达到1.37万亿元，同比增长8.0%，增速较2017年下滑1.12%。通过以上消费数据对比可以看出，2018年我国消费景气度是下降的，服装行业承压明显上升。

秉承着“诚仁智美，领秀未来”的经营理念，以及做“百年企业，做行业中的领军企业”的企业愿景，2018年度公司董事会和管理层稳步推进公司发展战略：时尚女装业务以行业标杆的企业标准规范自身，走勇于尝试和创新的发展路线；医美业务不断发展壮大，集团化管控效果显现；资产管理业务强化风险管控，业务发展稳健；婴童业务持续调整。2018年，在国内外经济环境复杂变化的外部环境下，公司集团整体取得了稳步的发展。

报告期内，公司实现营业收入266,154.99万元，较上年同期增长13.10%；实现营业利润23,954.95万元，较上年同期增长

7%；实现归属于上市公司股东的净利润21,045.31万元，较上年同期增长12.20%。

报告期内，公司按照董事会制定的战略目标和年度经营计划，稳步有序地推进各项工作，各业务板块经营情况如下：

（一）时尚女装业务

作为传统的中高端女装企业，在互联网和大数据发展的今天，面对的是客户消费方式不断的改变和竞争加剧的挑战，报告期内，公司实现女装营业收入137,961.57万元，同比增长24.29%，创历史新高，其中，主品牌“朗姿”和“莱茵”营业收入分别实现32.54%和24.24%的增长。

报告期内，公司通过创新设计和营销力的提升，店效提升明显；渠道布局下沉，带来销售收入的稳定增长；精细化运营给经营管理带来改善；线上互动式精准营销，电商收入大幅提高。公司女装业务以线下实体店为主，直营店占比高，在互联网红利期接近尾声、电商销售增速趋缓的背景下，品牌优势逐步凸显。报告期内，公司女装业务紧紧抓住有利的市场环境，主要进行了如下方面的工作创新：

1、产品设计方面，不断打造深入人心的品牌形象

报告期内，针对消费群体趋于年轻化和对时尚感的追求，公司女装持续提高年轻化、时尚化的打造能力；倡导“一件衣服，一种生活方式，一种文化理念的”品牌塑造理念；为提高新产品的推广力度，产品的宣传更加贴近公众生活；在增加产品丰富度的基础上，始终坚持品质至上原则；产品设计力求满足顾客于工作和生活多场景的穿着需求，在紧随时尚流行色的前提下增加亮色和浅色的比例，强化服装间的可搭配性、去雷同化。

2、产品推广方面，注重主题推广活动，增强品牌理念内涵

报告期内，公司主要品牌通过推出艺术巡展的宣传活动，提高品牌的知名度和产品的品牌打造理念。公司“LANCY FROM25”品牌推出“朗姿·岚”艺术巡展，携手世界500强华润集团旗下高端购物中心，启幕万象城（The Mixc），纵越全国20余城市，为消费者带来全新生活体验式消费概念；公司“LIME FLEAR”品牌推出“ATR STUDIO 2018LIME FLARE”艺术工坊巡展，向消费者传达该品牌秉承匠人之心，坚守定制工艺传承的服装制作理念；公司“MOJO.S.PHINE”品牌推出“影度回廊”艺术巡展，展现了一场场充满梦幻的艺术盛宴。

3、营销管理方面，始终以顾客需求为中心

公司多年来持续以订货会方式宣传新一季服装产品，摸底终端需求，各季订货会主题鲜明，产品理念相应而出。2018年度，为了满足顾客需求，丰富消费者的选择，增强顾客对品牌的粘性，产品价格带持续拉宽；公司店铺的装修设计突出趣味性；制作陈列指引，方便导购成套搭配推荐，同时给顾客搭配指导；加盟、自营一体化管理持续提升，客户认同度不断提高，终端服务水平提升明显。

4、电商销售方面，收入增长猛进，成绩不俗

2018年度，国内电商零售额增速放缓，公司电商却逆势上涨，全年电商女装流水提高117%，主要得益于以下各方面的改进：商品详情的快速发布，产品上新速度获得提升；全面提升客服的沟通效率和精准度，线上购买的好感度上升；通过对商品的专业化管理，使得产品追单率上升；将电商产品研发与生产管理进行有机结合，确保货品入库的及时性；数据分析精细化，大大提高了业务跟踪效率。

5、开启智慧零售，引领消费未来

2018年4月，朗姿“微信礼品卡小程序”上线；2018年5月，朗姿多场景微商城小程序“i 朗姿”上线，随着互联网与大数据时代的快速发展，移动端购物模式已成为人们不可或缺的消费模式，服装行业亦走进科技时代。

2018年8月30日，“智·未来-朗姿智慧零售战略发布会”在朗姿大厦成功举办，朗姿股份作为主办方，现场展示了朗姿跨界合作的内容以及大数据在企业的应用，朗姿股份智慧零售的战略规划，同时演示了智慧零售的客户数据化、门店智能化的应用视频，让在场的嘉宾通过直观感受了解智慧科技在未来的应用场景。

6、终端店铺情况

报告期末，公司女装共有511家店铺，其中自营店铺378家，经销店铺127家，线上渠道6家，总店数比上年末增长57家，品牌和店铺结构调整较为明显。女装各品牌终端店铺数量情况如下（单位：家）：

品牌	自营	经销	合计
朗姿	147	101	248
莱茵	119	26	145
卓可	31		31
第五季	68		68
吉高特	10		10
FF	3		3
合计	378	127	505

（二）绿色婴童业务

公司于2014年通过购买和增资的方式成为了韩国知名婴童上市品牌阿卡邦的第一大股东，截至本报告披露日，公司共持有阿卡邦26.53%的股份。作为韩国知名婴童品牌，阿卡邦婴童产品专注于婴幼儿、小童，为提高国内供应链体系的快速反应能力，阿卡邦成立了北京童装设计师团队并引进行业内优秀营销管理人才，开发中童产品，充分发挥阿卡邦的品牌优势，加速阿卡邦品牌的国内落地。公司始终坚定不移的看好婴童业务在我国发展的广阔前景，致力于把其打造成公司未来盈利的重要业务板块。

报告期内，阿卡邦已完成设立的国内阿卡邦品牌销售渠道有：自营店铺19家（Agabang gallery集合店）、经销加盟14家（Agabang gallery集合店、母婴店中店）、线上渠道3家。

报告期内，因受国际经济环境和韩国国内人口出生率持续下降的影响，阿卡邦实现营业收入66,069.39万元，影响公司合并净利润-2,397.23万元。

报告期末，阿卡邦旗下主要品牌的店铺数量如下：

品牌	自营	经销	合计
Agabang	346	230	576
Dear Baby	179	54	233
Ettoi	94	20	114
其他	74	2	76
合计	693	306	999

（三）时尚医美业务

报告期内，公司通过收购新品牌和增设医疗机构，目前已拥有三大医美品牌“米兰柏羽”、“晶肤医美”、“高一生”，设有10家分支机构，员工926名，公司规模和医美业务规模都实现了快速增长，并且在不断壮大中。2018年度，朗姿医美实现营业收入47,963.89万元，较上年同期增长87.26%；报告期内，合并后为公司贡献净利润2,751.90万元，较上年同期增长43.42%。其中，“米兰柏羽”和“晶肤医美”六家以及“高一生”，均已完成了收购时所做出的2018年度的业绩承诺。

报告期内，公司通过控股子公司朗姿医疗作为管理平台，对各家医疗机构全面实施集团化管控，实现了管理效率的提升和经营模式的标准化、规范化。集团化的财务运营有效的降低财务费用；集团化的采购供应链体系有利于实现招标采购的公平、公开和公正，确保医疗器械和药品的品质，降低库存，节省采购成本；集团化统一信息系统上线后，既便于总部的集团管控，又能及时跟进业务变化进行数据跟踪、分析、反馈和指导；集团统一法务审核和风控的逐步完善，保证了公司医美运营的合规性和风险防范，降低了诉讼纠纷的发生概率；通过成立医务部和完善医疗管理制度，加强对各机构医疗资质、医务人员及其业务的管理和指导，确保医疗业务的规范化操作，有效防止医疗事故的发生，不断提高医务人员的业务水平和顾客满意度。

截至目前，朗姿医美以成都和西安为主要市场，辐射深圳、长沙、重庆等地，战略布局基本呈现。报告期末，朗姿医美旗下品牌的门店数量、地区分布：

品牌	数量	类型	地区
米兰柏羽	2	医院、门诊部、诊所	成都、深圳
晶肤医美	7	门诊部、诊所	成都、重庆、长沙、西安
高一生	1	医院、门诊部、诊所	西安
合计	10	-	-

（四）资管业务

2018年度，朗姿韩亚资管及其旗下的资管业务稳健发展，致力于成为领先的另类资产管理机构，朗姿韩亚资管自开展业务以来战略清晰，发展稳健，已完成组织结构自上而下的搭建，并将触角从国内拓展到香港，业务范围逐渐扩大，业务模式日趋成熟，并取得了良好的经营业绩。报告期内，为满足资管业务发展的需要，公司对其进行了两次增资，并引进新的投资者开展合作。未来，朗姿韩亚资管将依靠自己的品牌和人才优势逐步提高其经营能力和业务规模。

2018年度，朗姿韩亚资管实现销售收入10,519.36万元；合并后为公司贡献净利润9,270.52万元，较上年同期增长22.46%。

（五）公司主要项目的对比情况

单位：元

项目	本期	上期	变动比率	变动原因
营业收入	2,661,549,902.78	2,353,265,951.40	13.10%	
营业成本	1,119,241,707.85	1,003,742,677.07	11.51%	
销售费用	956,505,333.62	772,368,675.98	23.84%	
管理费用	299,503,835.98	262,781,147.24	13.97%	
财务费用	180,303,687.33	74,540,518.38	141.89%	主要系公司2017年末新增短期融资券和2018年发行公司债所致
所得税费用	23,128,898.08	27,439,335.61	-15.71%	
研发投入	82,676,489.47	79,931,556.10	3.43%	
经营活动产生的现金流量净额	54,383,382.87	129,370,750.75	-57.96%	主要是子公司朗姿韩亚资管经营性活动现金流流入减少，经营性支出增加所致
投资活动产生的现金流量净额	140,071,043.91	-2,356,842,958.74	105.94%	主要系朗姿韩亚资管对外投资项目本期部分到期收回所致
筹资活动产生的现金流量净额	-142,101,211.85	2,130,712,614.20	-106.67%	主要是本期偿还到期短期融资券及银行借款所致
现金及现金等价物净增加额	54,062,270.14	-77,288,561.34	169.95%	主要是本期子公司朗姿韩亚资管投资项目到期收回与筹资活动的现金净流出基本持平所致

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
女装上衣	311,623,812.31	179,216,702.81	57.51%	19.80%	15.07%	-2.36%
女装裤子	110,253,135.70	70,240,014.66	63.71%	25.92%	23.04%	-1.49%
女装裙子	436,522,755.84	262,720,876.47	60.18%	17.48%	12.89%	-2.45%
女装外套	510,061,096.89	280,832,928.47	55.06%	35.06%	25.07%	-4.40%
婴童服装	487,307,917.71	261,291,945.80	53.62%	-6.30%	20.33%	11.87%
婴童用品	173,385,935.41	68,189,212.92	39.33%	-41.87%	-57.18%	-14.06%
手术类医疗美容	202,976,698.24	154,791,046.53	76.26%	125.04%	164.07%	11.27%
非手术类医疗美容	276,250,990.24	132,269,200.48	47.88%	67.16%	53.69%	-4.20%
咨询服务	105,193,627.33	105,193,627.33	100.00%	-27.08%	-27.08%	0.00%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(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

适用 不适用

财政部于2018年6月15日发布了《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15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变更如下内容：

1、资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”；“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。

2、在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。

3、所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。比较数据相应调整。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(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

适用 不适用

1、公司控股子公司朗姿医疗管理有限公司基于业务需要，收购陕西高一生医疗美容医院有限公司，该项收购已经公司于2018年1月2日对外公告，详见巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）（公告编号2018-003）。

2、公司控股子公司朗姿韩亚资管基于业务需要，新设子公司朗姿韩亚（香港）投资管理有限公司；并与公司共同参与新设子公司北京麦可利商业管理有限公司。

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

朗姿股份有限公司董事会

2019年3月12日