

浙江森马服饰股份有限公司

2015 年董事会工作报告

一、概述

浙江森马服饰股份有限公司创建于2002年，是一家以虚拟经营为特色，以休闲服饰、儿童服饰为主导产品的企业集团，旗下拥有以森马品牌为代表的成人休闲服饰和以巴拉巴拉品牌为代表的儿童服饰两大品牌集群。森马品牌创立于1996年，定位是年轻、时尚、活力、高性价比的大众休闲服饰，产品主要面向16-30岁追求时尚、潮流的年轻人。经过多年的努力，森马在全国的门店已经达到3477家，荣获了中国名牌、中国驰名商标、中国免检商标、中国服装竞争力十大品牌之一等殊荣，森马品牌知名度及市场占有率位列中国休闲装前列。巴拉巴拉品牌于2002年创立，倡导专业、时尚、活力，面向0-14岁儿童消费群体，产品定位在中产阶级以及小康之家。经过十多年的努力，巴拉巴拉荣获了首批中国名牌、中国驰名商标、中国十大童装品牌等荣誉，巴拉巴拉在全国的门店达3864家，品牌知名度及市场占有率居中国童装行业第一。

随着中国经济增长速度放缓及增长方式调整，中国服饰行业发展环境也快速变化：伴随着人民收入的增长，中国服饰消费保持持续增长，正在成为全球最大、增长最快的服饰消费市场，但服饰行业的优胜劣汰现象进一步显现，大众化业务集中化，中高端业务细分化更加明显；消费升级和消费细分的特征更加突出，消费需求的变化更加明显，服装行业各细分市场洗牌加剧，服饰行业已经从机会导向变成现在的能力导向，从渠道驱动变成产品驱动，从追求速度变成追求质量；随着互联网生活方式的发展，线上消费占比不断提升，线上线下相互融合的O2O运营模式成为服饰企业的必然选择；国际品牌在中国市场的发展正在从一线城市向二三线城市下沉，本土品牌面临中国消费持续增长的发展机遇，也面临消费快速变化、零售渠道变迁、互联网消费崛起、全球化竞争加剧等挑战。

经过多年的快速发展，森马品牌已位居本土休闲装品牌龙头地位，巴拉巴拉品牌占据童装市场绝对优势，连续多年国内市场第一。随着消费市场的进一步扩大以及资源向优势企业集中，森马品牌和巴拉巴拉品牌在现有竞争优势的基础上，将面临进一步的发展机遇。

二、主营业务分析

1、概述

面对消费快速变化、零售渠道变迁、互联网消费崛起、全球化竞争加剧等压力和挑战，公司管理层在

董事会领导下，推动公司内外部改革，调整组织结构，优化商品企划流程，加强零售渠道拓展及改造，加大互联网资源投入等措施，取得了较好的经营成果，公司实现营业收入和利润的双增长。

2015年，公司实现营业总收入约94.54亿元，较上年同期增长16.05%；实现营业利润17.96亿元，同比增长21.82%；实现归属于上市公司股东的净利润13.49亿元，同比增长23.53%。截至2015年12月31日，公司总资产为116.55亿元，归属于母公司所有者的净资产92.35亿元。

2、收入与成本

(1) 营业收入构成

单位：元

	2015年		2014年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	9,454,449,248.76	100%	8,147,133,752.42	100%	16.05%
分行业					
服装行业	9,359,022,156.66	98.99%	8,070,308,300.11	99.06%	15.97%
其他	95,427,092.10	1.01%	76,825,452.31	0.94%	24.21%
分产品					
休闲服饰	5,406,201,217.88	57.18%	4,903,195,287.51	60.18%	10.26%
儿童服饰	3,952,820,938.78	41.81%	3,167,113,012.60	38.87%	24.81%
其他	95,427,092.10	1.01%	76,825,452.31	0.94%	24.21%
分地区					
内销	9,454,449,248.76	100.00%	8,147,133,752.42	100.00%	16.05%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品或地区情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
服装行业	9,359,022,156.66	5,807,735,180.19	37.95%	15.97%	13.18%	1.53%
分产品						
休闲服饰	5,406,201,217.88	3,479,259,239.90	35.64%	10.26%	5.60%	2.84%
儿童服饰	3,952,820,938.78	2,328,475,940.29	41.09%	24.81%	26.78%	-0.92%
分地区						

内销	9,454,449,248.76	5,893,665,115.25	37.66%	16.05%	13.14%	1.60%
----	------------------	------------------	--------	--------	--------	-------

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类	项目	单位	2015年	2014年	同比增减
批发零售业	销售量	件	137,651,299	115,394,821	19.29%

相关数据同比发生变动30%以上的原因说明

适用 不适用

(4) 公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况

适用 不适用

(5) 营业成本构成

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2015年		2014年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
服装行业	服饰	5,807,735,180.19	98.54%	5,131,450,314.77	98.51%	13.18%

单位：元

产品分类	项目	2015年		2014年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
休闲服饰	服饰	3,479,259,239.90	59.03%	3,294,849,253.74	63.25%	5.60%
儿童服饰	服饰	2,328,475,940.29	39.51%	1,836,601,061.03	35.26%	26.78%

说明

(6) 报告期内合并范围是否发生变动

是 否

子公司上海森马服饰有限公司于2015年7月13日设立子公司森马（嘉兴）物流投资有限公司，故从2015年7月13日起将森马（嘉兴）物流投资有限公司纳入合并报表范围。

子公司上海森马投资有限公司于2015年8月4日设立子公司上海森画电子商务有限公司，故从2015年8月4日起将上海森画电子商务有限公司纳入合并报表范围。

子公司上海森马投资有限公司于2015年8月14日投资设立上海深艾信息科技有限公司，持股比例80.10%，故从2015年8月14日起将上海深艾信息科技有限公司纳入合并报表范围。

本公司于2015年12月4日设立子公司长春巴拉巴拉服饰有限公司，故从2015年12月4日起将长春巴拉巴拉服饰有限公司纳入合并报表范围。

(7) 公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况

适用 不适用

(8) 主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	845,133,298.77
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	8.94%

公司前 5 大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	第一名	218,936,946.09	2.32%
2	第二名	185,820,304.55	1.97%
3	第三名	171,799,693.15	1.82%
4	第四名	138,100,858.59	1.46%
5	第五名	130,475,496.39	1.38%
合计	--	845,133,298.77	8.94%

主要客户其他情况说明

适用 不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	638,723,605.83
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	10.17%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	第一名	146,428,288.01	2.33%
2	第二名	143,808,510.76	2.29%
3	第三名	127,088,097.64	2.02%
4	第四名	116,350,618.23	1.85%
5	第五名	105,048,091.19	1.67%
合计	--	638,723,605.83	10.17%

主要供应商其他情况说明

适用 不适用

3、费用

单位：元

	2015年	2014年	同比增减	重大变动说明
销售费用	1,120,124,183.72	918,568,978.97	21.94%	主要系伴随业务增长，员工薪酬、租赁费、广告宣传费、运杂费、服务费等增加所致。
管理费用	386,808,784.50	312,402,935.88	23.82%	主要系公司加大研发投入，吸引优秀人才使研发费、员工薪酬等增加所致。
财务费用	-147,447,997.08	-136,220,280.13	—	财务费用为负数，实际为收益，较上期增加1,122.77万元，主要系公司合理安排资金增加的利息收入所致。

4、研发投入

适用 不适用

公司近年来持续加大研发投入，从人员、设备、环境以及对外合作等多方面，提高公司产品设计研发能力，保持公司产品领先时尚、高性价比，具有较强的竞争力。报告期，公司研发投入1.35亿元，较上年同期增长30.26%，对促进公司销售增长和销售毛利率提升发挥了积极作用。

公司研发投入情况：

	2015年	2014年	变动比例
研发人员数量（人）	510	447	14.09%
研发人员数量占比	21.67%	22.03%	-0.36%
研发投入金额（元）	134,579,728.19	103,314,822.40	30.26%
研发投入占营业收入比例	1.42%	1.27%	0.15%
研发投入资本化的金额（元）	0.00	0.00	—
资本化研发投入占研发投入的比例	0.00%	0.00%	—

研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显著变化的原因

适用 不适用

研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明

适用 不适用

5、现金流

单位：元

项目	2015年	2014年	同比增减
经营活动现金流入小计	11,117,132,177.46	9,671,955,991.64	14.94%
经营活动现金流出小计	10,245,550,035.52	8,909,964,481.94	14.99%
经营活动产生的现金流量净额	871,582,141.94	761,991,509.70	14.38%
投资活动现金流入小计	2,337,425,858.03	2,102,818,737.27	11.16%

投资活动现金流出小计	4,394,573,631.54	3,234,491,389.31	35.87%
投资活动产生的现金流量净额	-2,057,147,773.51	-1,131,672,652.04	—
筹资活动现金流入小计	114,824,056.03	5,140,204.56	2,133.84%
筹资活动现金流出小计	670,000,000.00	670,000,000.00	0.00%
筹资活动产生的现金流量净额	-555,175,943.97	-664,859,795.44	—
现金及现金等价物净增加额	-1,740,741,575.54	-1,034,540,937.78	—

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

√ 适用 □ 不适用

(1) 投资活动现金流出小计较上年同比增长35.87%，主要系本期购买理财产品及购建固定资产增加所致。

(2) 筹资活动现金流入小计较上年同比增长2,133.84%，主要系本期发行限制性股票以及收到少数股东投资资本增加所致。

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

√ 适用 □ 不适用

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额为8.72亿元，归属于母公司所有者的净利润13.49亿元，差异4.77亿元，主要系公司加大对加盟商的支持力度导致应收账款增加所致。

三、主要资产重大变化情况

1、主要资产重大变化情况

主要资产	重大变化说明
股权资产	长期股权投资本期增加 8,047.82 万元，主要系本期新增对育翰（上海）信息技术有限公司等公司的投资所致。
固定资产	本期无重大变化。
无形资产	较期初增长 29.01%，主要系本期购置土地使用权增加所致。
在建工程	较期初减少 48.56%，主要系娄桥及上海园区装修绿化工程完工结转固定资产所致。
货币资金	较期初减少 37.13%，主要系购买理财产品及对外投资增加所致。
应收账款	较期初增长 42.18%，主要系公司增强加盟商扶持力度所致。
其他应收款	较期初减少 48.77%，主要系本期支付供应商保证金减少所致。
存货	较期初增长 54.29%，主要系发展多品牌战略及销售增长备货所致。
其他流动资产	较期初增长 81.93%，主要系购买理财产品增加所致。
可供出售金融资产	较期初增长 757.58%，主要系本期新增对新疆分享创赢创业投资合伙企业等企业的投资所致。

持有至到期投资	本期增加 5,698.43 万元，主要系本期新增对 ISECOMMERCECO.,LTD 的投资所致。
投资性房地产	较期初增长 37.41%，主要系出租商铺由固定资产转入所致。
其他非流动资产	较期初增长 215.96%，主要系预付股权款、增资款及土地款增加所致。
递延所得税资产	较期初增长 30.53%，主要系预计期后退货、预提销售返利增加以及本期推出限制性股票激励机制确认递延所得税资产增加所致。

2、主要境外资产情况

适用 不适用

四、核心竞争力分析

1、品牌影响力

公司拥有两个主要品牌，即大众休闲装品牌“森马”和中端价位的“巴拉巴拉”童装品牌，通过长期投入和精心培育，森马品牌与巴拉巴拉品牌已成为休闲服饰及童装行业的领导品牌。

森马品牌在国内休闲服市场中品牌知名度、市场占有率、渠道规模等方面名列前茅，巴拉巴拉品牌在品牌知名度、市场占有率、渠道规模等多项指标占据绝对优势，连续多年在国内童装市场位居第一。

森马和巴拉巴拉品牌曾多次获得殊荣，森马品牌荣获了中国名牌、中国驰名商标、中国免检商标、中国服装品牌年度大奖营销大奖等殊荣，2012年，森马品牌首次入围Interband发布的“2012最佳中国品牌价值排行榜”，并位列第三。巴拉巴拉品牌也荣获了首批中国名牌、中国驰名商标、中国服装品牌年度大奖潜力大奖、中国十大童装品牌等荣誉。

2、成功的多品牌运作平台及经验

经过多年的积累，公司对行业 and 市场需求充分认知，根据休闲服饰和儿童服饰两大细分市场的特点和目标消费者的需求，以品牌经营为核心，以事业部制的形式独立运营森马休闲服饰和巴拉巴拉儿童服饰两大品牌，分别为两大细分市场的供需各方构建了具有差异化特征的业务平台，有效整合了两大细分行业产业链上下游的资源，实现了生产商与渠道商的高效整合，使得两大细分行业中的设计、生产和渠道拥有者都能够通过公司的业务平台迅速渗透至市场和目标消费者。

3、以和谐共赢为核心的资源整合能力

以“小河有水大河满”经营思想为核心的和谐共赢理念是森马企业的核心价值观，也是森马企业持续发展的源泉。公司以和谐共赢理念将企业、股东、员工及社会紧密相连，共同成长，以“小河有水大河满”的经营思想整合供应商、加盟代理商以及设计研发、品牌传播等多方面国内外资源，建立了一套与自身经营模式相适应的贯穿设计、生产、物流、销售及品牌传播等各个业务环节的合作体系，保证了以生产外包、整合资源为核心的轻资产高效益运营模式的成功实施。

4、广泛深入的全渠道布局

经过十多年的努力，公司森马休闲装和巴拉巴拉童装两大品牌服饰业务成功布局中国一二三四线市场，零售终端遍布国内，不仅为现有品牌经营提供重要保证，也为未来多品类、多品牌业务的发展提供良

好基础。同时，在互联网快速发展的背景下，公司加大对互联网投入，成功开拓电商新渠道，线上业务占比快速提升，形成线上线下相结合的零售全渠道布局。

5、强大的供应链体系

公司通过整合资源，优化供应链体系，提升产品品质，推进供应链从低成本策略向追求品质与专业策略转型。打造了具有国际竞争力的供应链体系，在产业链上游积累了一批品质可靠，具有国际先进水平的战略供应商，为公司产品品质提升及升级、交期的稳定起到重要作用。

6、财务稳健

截至报告期末，公司货币资金达25.44亿元，现金储备较为充足；资产负债率低，且长、短期借款为零，负债多为经营性负债，资产质量较高，且不存在对外担保，稳健的财务状况有利于公司未来的持续发展，以及以投资、合作等方式推进多品牌发展战略的实施。

五、资产及负债状况分析

1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2015 年末		2014 年末		比重增 减	重大变动说明
	金额	占总资 产比例	金额	占总资 产比例		
货币资金	2,544,137,206.37	21.83%	4,046,710,822.08	39.01%	-17.18%	主要系购买理财产品及对外投资增加所致。
应收账款	1,530,587,884.06	13.13%	1,076,522,936.68	10.38%	2.75%	主要系公司增强加盟商扶持力度所致。
存货	1,595,823,006.17	13.69%	1,034,287,800.14	9.97%	3.72%	主要系发展多品牌战略及销售增长备货所致。
投资性房地产	891,593,371.22	7.65%	648,846,556.59	6.26%	1.39%	主要系出租商铺由固定资产转入所致。
长期股权投资	80,478,222.75	0.69%		0.00%	0.69%	主要系本期新增对育翰（上海）信息技术有限公司等公司的投资所致。
固定资产	1,434,774,924.54	12.31%	1,505,156,331.10	14.51%	-2.20%	本期无重大变化。
在建工程	8,080,678.04	0.07%	15,709,325.05	0.15%	-0.08%	主要系娄桥及上海园区装修绿化工程完工结转固定资产所致。
其他应收款	50,092,011.92	0.43%	97,783,688.05	0.94%	-0.51%	主要系本期支付供应商保证金减少所致。
其他流动资产	2,363,805,340.48	20.28%	1,299,280,418.01	12.53%	7.75%	主要系购买理财产品增加所致。
可供出售金融资产	232,165,504.39	1.99%	27,072,300.00	0.26%	1.73%	主要系本期新增对新疆分享创赢创业投资合伙企业等企业的投资所致。
持有至到期投资	56,984,285.51	0.49%		0.00%	0.49%	主要系本期新增对 ISECOMMERCECO.,LTD 的投资所致。
递延所得税资产	265,779,354.48	2.28%	203,614,082.51	1.96%	0.32%	主要系预计期后退货、预提销售返利增加以

						及本期推出限制性股票激励机制确认递延所得税资产增加所致。
其他非流动资产	200,008,860.00	1.72%	63,302,715.84	0.61%	1.11%	主要系预付股权款、增资款及土地款增加所致。
应付票据	398,789,192.02	3.42%	299,669,653.28	2.89%	0.53%	主要系本期采购增加所致。
预收款项	74,541,354.72	0.64%	36,366,389.58	0.35%	0.29%	主要系公司预收代理商货款增加所致。
一年内到期的非流动负债	33,924,118.70	0.29%		0.00%	0.29%	主要系一年内到期的限制性股票回购款重分类至此所致。
预计负债	479,030,268.10	4.11%	232,188,381.23	2.24%	1.87%	主要系公司预计期后退货增加所致。
其他非流动负债	51,647,500.80	0.44%		0.00%	0.44%	主要系本期新增限制性股票回购款所致。

2、以公允价值计量的资产和负债

√ 适用 □ 不适用

单位：元

项目	期初数	本期公允价值变动损益	计入权益的累计公允价值变动	本期计提的减值	本期购买金额	本期出售金额	期末数
金融资产							
3.可供出售金融资产	0.00	33,217,219.48	33,217,219.48		56,148,284.91		89,365,504.39
金融资产小计	0.00	33,217,219.48	33,217,219.48		56,148,284.91		89,365,504.39
上述合计	0.00	33,217,219.48	33,217,219.48		56,148,284.91		89,365,504.39
金融负债	0.00						0.00

报告期内公司主要资产计量属性是否发生重大变化

六、投资状况分析

1、总体情况

√ 适用 □ 不适用

报告期投资额（元）	上年同期投资额（元）	变动幅度
371,777,683.76	45,947,300.00	709.14%

2、报告期内获取的重大的股权投资情况

√ 适用 □ 不适用 披露日期再核实

单位：元

被投资公司名称	主要业务	投资方式	投资金额	持股比例	资金来源	合作方	投资期限	产品类型	截至资产负债表日的	预计收	本期投资盈亏	是否涉	披露日期（如	披露索引（如
---------	------	------	------	------	------	-----	------	------	-----------	-----	--------	-----	--------	--------

									进展情况	益		诉	有)	有)
育翰(上海)信息技术有限公司	计算机软件的设计、制作等	收购	71,115,241.76	49.00%	自有资金	香港睿稚集团有限公司	长期	计算机软件的设计、制作等	已完成		-4,955,204.04	否	2015年08月29日	巨潮资讯网
上海本阁商贸有限公司	服装、鞋帽等销售	新设	9,000,000.00	49.00%	自有资金	何杨	长期	服装、鞋帽等销售	已完成		-352,606.46	否	2015年08月29日	巨潮资讯网
上海聚太萌文化发展有限公司	经营演出及经纪业务等	新设	7,000,000.00	23.33%	自有资金	许坚鸣、北京魔力未来文化传媒中心(有限合伙)	长期	经营演出及经纪业务等	已完成		-1,329,208.51	否		
盛坤聚腾(上海)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	投资	增资	5,727,700.00	18.18%(有限合伙人)	自有资金	上海复金投资管理中心、上海盛禾聚合股权投资基金管理有限公司等	不定期	投资	已完成		548,244.58	否		
上海健才投资中心(有限合伙)	投资	新设	20,000,000.00	18.86%(有限合伙人)	自有资金	上海健篮投资管理中心(有限合伙)、西藏康地恩创业投资合伙企业(有限合伙)等	不定期	投资	已完成			否	2015年03月17日	巨潮资讯网
上海祥禾涌安股权投资合伙企业(有限合伙)	投资	新设	7,000,000.00	1.00%(有限合伙人)	自有资金	涌金投资控股有限公司出资、上海济业投资合伙企业(有限合伙)等	不定期	投资	已完成			否	2015年08月29日	巨潮资讯网

新疆分享创 赢创业投资 合伙企业(有 有限合伙)	投资	新设	40,000,00 0.00	7.02%(有限合 伙人)	自有 资金	深圳市天 地共赢投 资管理有 限公司、深 圳市分享 成长投资 管理有限 公司等	不定 期	投资	已完成				否	2015 年08 月29 日	巨潮 资讯 网
嘉兴时玺海 一期股权投 资基金合伙 企业(有限合 伙)	投资	新设	12,000,00 0.00	18.18 %(有 限合 伙人)	自有 资金	江阴海达 橡塑股份 有限公司、 上海时玺 海投资管 理有限公 司等	不定 期	投资	已完成				否		
杭州雷讯网 络技术股份 有限公司	服务第二 类增值电 信业务,计 算机网络, 计算机软 件开发。	增资	10,000,00 0.00	1.26%	自有 资金	上海景林 景麟投资 中心(有 限合 伙)、杭 州永宣乐 丰创业投 资合伙企 业(有限 合 伙)等	不定 期	服务第 二类增 值电 信业 务,计 算机 网络, 计算 机软 件开 发。	已完成				否		
北京凯声文 化传媒有限 责任公司	组织文化 艺术交流 承办展览 展示会议 服务等	增资	21,000,00 0.00	5.55%	自有 资金	北京黑 马拓新 创业投 资中心 、新疆 分享 创赢 创业 投资 合 伙 企 业 等	不定 期	组织 文化 艺术 交流 承 办 展 览 展 示 会 议 服 务 等	已完成				否		
ISECOMME RCECO.,LTD	进口代理、 通过召集 国内企业 电子商务 等	增资	112,296,5 69.82	20.00 %	自有 资金	ISE Network、 HanyoungG aehak 等	长 期	进 口 代 理、 通 过 召 集 国 内 企 业	已完成				否	2015 年08 月29 日	巨潮 资讯 网

								电子 商务 等						
上海艾瑞市 场咨询有限 公司	商务咨询 服务等	收购	5,000,000 .00	0.50%	自有 资金	嘉兴凯盈 投资管理 合伙企业 (有限合 伙)、上海 爱刻商务 咨询有限 公司等	不定 期	商务 咨询 服务 等	股权转 让正在 办理中				否	
俺来也(上 海)网络科技 有限公司	从事网络 科技、计算 机科技、软 件领域等	增资	50,000,00 0.00	4.76%	自有 资金	昆山分享 阳光投资 中心(有限 合伙)、嘉 兴希游记 投资合伙 企业(有限 合伙)等	不定 期	从事网 络科技、 计算机科 技、软件 领域等	增资正 在办理 中				否	
合计	--	--	370,139,5 11.58	--	--	--	--	--	--	0.00	-6,088,77 4.43	--	--	--

3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

项目名称	投资方式	是否为固定资产投资	投资项目涉及行业	本报告期投入金额	截至报告期末累计实际投入金额	资金来源	项目进度	预计收益	截止报告期末累计实现的收益	未达到计划进度和预计收益的原因	披露日期(如有)	披露索引(如有)
上海工业园二期工程	自建	是	服装行业	266,172.18	266,172.18	自有资金	0.12%	0.00	0.00	不适用		
嘉兴物流仓储基地	自建	是	服装行业	1,372,000.00	1,372,000.00	自有资金	0.15%	0.00	0.00	不适用	2015-6-16	巨潮资讯网
合计	--	--	--	1,638,172.18	1,638,172.18	--	--	0.00	0.00	--	--	--

4、以公允价值计量的金融资产

√ 适用 □ 不适用

单位：元

资产类别	初始投资成本	本期公允价值变动损益	计入权益的累计公允价值变动	报告期内购入金额	报告期内售出金额	累计投资收益	期末金额	资金来源
股票	56,148,284.91	33,217,219.48	33,217,219.48	56,148,284.91	0.00	0.00	89,365,504.39	自有资金
合计	56,148,284.91	33,217,219.48	33,217,219.48	56,148,284.91	0.00	0.00	89,365,504.39	--

5、募集资金使用情况

√ 适用 □ 不适用

(1) 募集资金总体使用情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

募集年份	募集方式	募集资金总额	本期已使用募集资金总额	已累计使用募集资金总额	报告期内变更用途的募集资金总额	累计变更用途的募集资金总额	累计变更用途的募集资金总额比例	尚未使用募集资金总额	尚未使用募集资金用途及去向	闲置两年以上募集资金金额
2011年	发行人民币普通股	453,081.3	87,379.84	406,398.55	0	0	0.00%	82,181.67	存放在募集资金专	0

									户和以定期存款、七天通知存款形式存放在募集资金开户银行及购买银行理财产品	
合计	--	453,081.3	87,379.84	406,398.55	0	0	0.00%	82,181.67	--	0
募集资金总体使用情况说明										
2015年本公司募集资金使用 522,798,449.22 元，其中用于直接投资募集资金项目 190,627,983.49 元。本年度中用超募资金 7,710,465.73 元用于建设天津仓储物流基地。用募集资金 309,380,000.00 元、超募资金 366,080,000.00 元合计 675,460,000.00 元永久性补充流动资金。本年度中用募集资金购买的保本型理财产品净赎回 351,000,000.00 元，用于购买保本型银行理财产品账户余额为 649,000,000.00 元。不考虑理财产品净赎回的影响，2015 年实际使用募集资金 873,798,449.22 元。										

(2) 募集资金承诺项目情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本报告期投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投资进度(3)= (2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本报告期实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
承诺投资项目										
1、营销网络建设项目	否	180,000	180,000	17,038.38	149,656.4	83.14%	2015年04月01日	237.44		否
2、信息化建设项目	否	25,616.64	25,616.64	2,024.41	18,032.7	70.39%	2015年04月01日			否
承诺投资项目小计	--	205,616.64	205,616.64	19,062.79	167,689.1	--	--	237.44	--	--
超募资金投向										
天津仓储物流基地				771.05	11,163.45					
补充流动资金(如有)	--			36,608	196,608		--	--	--	--
超募资金投向小计	--			37,379.05	207,771.45	--	--		--	--
合计	--	205,616.64	205,616.64	56,441.84	375,460.55	--	--	237.44	--	--
未达到计划进度或预计收益的情况和原因	营销网络项目未有承诺效益，本报告期实现的效益为已出租的店铺和已成立的直营店本年实现的净利润；信息化建设项目未有承诺效益。									

(分具体项目)	
项目可行性发生重大变化的情况说明	无此情况。
超募资金的金额、用途及使用进展情况	<p>适用</p> <p>2011年3月31日,公司第二届董事会第十次会议审议通过《关于使用部分超募资金永久性补充流动资金的议案》,同意公司使用超募资金中的9亿元永久性补充公司流动资金。公司独立董事、保荐机构均发表意见,认为公司使用部分超募资金补充流动资金的事项符合《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》、《深圳证券交易所中小企业板信息披露备忘录第29号:超募资金使用及募集资金永久性补充流动资金》等法律、法规和规范性文件的要求,同意本次使用部分超募资金补充流动资金。公司于2011年4月21日、4月26日将超额募集资金合计900,000,000.00元划入一般存款账户用于永久性补充流动资金。</p> <p>2012年8月6日,公司第二届董事会第二十四次会议审议通过《关于使用超募资金投资建设森马天津仓储物流基地的议案》,同意公司使用超募资金250,000,000.00元建设森马天津仓储物流基地项目(以下简称“项目”),并通过增资公司全资子公司森马(天津)物流投资有限公司(以下简称“天津森马投资”)实施该项投资。本次增资共分二次完成,首次增资金额为人民币120,000,000.00元,主要用于项目第一期工程建设,并授权公司管理层于第一期工程完成后根据实际情况进行第二次增资,第二次增资金额为人民币130,000,000.00元。公司独立董事、保荐机构均发表意见,认为公司使用部分超募资金建设天津仓储物流基地的事项符合《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》、《深圳证券交易所中小企业板信息披露备忘录第29号:超募资金使用及募集资金永久性补充流动资金》等法律、法规和规范性文件的要求,同意本次使用部分超募资金实施天津物流仓储基地项目。截止2015年12月31日,天津仓储物流基地第一期工程的厂房建设已完工验收并投入运营。</p> <p>2013年12月18日,公司第三届董事会第三次会议审议通过了《关于使用部分超募资金永久性补充流动资金》,同意公司使用超额募集资金700,000,000.00元用于永久性补充流动资金。公司独立董事、保荐机构均发表意见,认为公司使用部分超募资金补充流动资金的事项符合《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》、《深圳证券交易所中小企业板信息披露备忘录第29号:超募资金使用及募集资金永久性补充流动资金》等法律、法规和规范性文件的要求,同意本次使用部分超募资金补充流动资金。公司于2014年1月22日、1月23日、3月17日将超额募集资金合计700,000,000.00元划入一般存款账户用于永久性补充流动资金。</p> <p>2015年3月13日,公司第三届董事会第九次会议审议通过了《关于使用部分超募资金永久性补充流动资金》,同意公司使用超额募集资金700,000,000.00元用于永久性补充流动资金。公司独立董事、保荐机构均发表意见,认为公司使用部分超募资金补充流动资金的事项符合《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》、《深圳证券交易所中小企业板信息披露备忘录第29号:超募资金使用及募集资金永久性补充流动资金》等法律、法规和规范性文件的要求,同意本次使用部分超募资金补充流动资金。公司于2015年5月6日、6月17日、6月19日、7月8日、9月6日、9月9日、11月19日、12月17日和12月18日将超额募集资金合计366,080,000.00元划入一般存款账户用于永久性补充流动资金。</p> <p>2013年12月18日,公司第三届董事会第三次会议审议通过了《关于使用部分闲置募集资金、超募资金购买保本型理财产品的议案》,同意公司使用最高额度不超过人民币10亿元闲置资金(其中:闲置募集资金1亿元、超募资金9亿元)购买保本型理财产品。截止2015年12月31日,公司理财产品余额为649,000,000.00元。</p>
募集资金投资项目实	适用

施地点变更情况	以前年度发生 2011年3月31日公司第二届董事会第十次会议和第二届监事会第四次会议审议通过《关于对营销网络建设项目实施地点进行部分调整的议案》，根据当前市场的实际情况对之前制定的营销网络建设项目的实施地点进行相应调整，选择全国范围内的具有重要战略意义的一、二线城市(地市级以上城市)，包括但不限于原有41个城市。
募集资金投资项目实施方式调整情况	适用
	以前年度发生 2012年5月24日，公司第二届董事会第二十一次会议审议通过《关于使用募集资金以股权收购方式购买店铺的议案》，同意使用募集资金收购浙江华人实业发展有限公司100%股权并承继相应债务。将原拟直接购买房产变更为以股权收购方式购买房产。交易完成后，公司将取得位于浙江省杭州市上城区延安路236号的房屋所有权及土地使用权。
募集资金投资项目先期投入及置换情况	适用 2011年3月31日，公司第二届董事会第十次会议和第二届监事会第四次会议审议通过《关于以募集资金置换预先已投入募投项目自筹资金的议案》，同意公司使用募集资金28,261.26万元置换预先已投入募集资金投资项目的自筹资金。
用闲置募集资金暂时补充流动资金情况	不适用
项目实施出现募集资金结余的金额及原因	适用
	2015年8月27日，公司第三届董事会第十四次会议审议通过《终止营销网络建设项目、信息化建设项目并将剩余募集资金永久性补充流动资金》的议案，同意公司终止募集资金投资项目“营销网络建设项目”和“信息化建设项目”，并将剩余募集资金永久性补充流动资金。截止2015年12月31日，公司已将其中“营销网络建设项目”剩余募集资金中的239,870,000.00元、“信息化建设项目”剩余募集资金中的69,510,000.00元，合计309,380,000.00元于2015年9月16日、9月18日、9月28日、9月30日、10月26日、11月19日、12月7日、12月31日将其划入一般存款账户用于永久性补充流动资金。截止2015年12月31日，“营销网络建设项目”募集资金专户剩余51,612,563.70元（另有100,000,000.00元购买理财产品），“信息化建设项目”募集资金专户剩余24,007,084.19元。
尚未使用的募集资金用途及去向	公司截止2015年末尚未使用的募集资金存放在募集资金专户和以定期存款、七天通知存款形式存放在募集资金开户银行及购买银行理财产品。
募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况	无此情况。

(3) 募集资金变更项目情况

适用 不适用

公司报告期不存在募集资金变更项目情况。

七、重大资产和股权出售

1、出售重大资产情况

适用 不适用

公司报告期末未出售重大资产。

2、出售重大股权情况

适用 不适用

七、主要控股参股公司分析

适用 不适用

主要子公司及对公司净利润影响达 10% 以上的参股公司情况

单位：元

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
上海森马服饰有限公司	子公司	服装、鞋帽等销售	800,000,000.00	1,286,529,362.79	772,864,553.97	1,559,749,634.54	256,412,097.42	203,027,339.24

报告期内取得和处置子公司的情况

适用 不适用

公司名称	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产经营和业绩的影响
森马（嘉兴）物流投资有限公司	新设公司	对整体业绩不存在重大影响
上海森画电子商务有限公司	新设公司	对整体业绩不存在重大影响
上海深艾信息科技有限公司	新设公司	对整体业绩不存在重大影响
长春巴拉巴拉服饰有限公司	新设公司	对整体业绩不存在重大影响

九、公司未来发展的展望

2016年，公司将步入改革发展的关键之年，公司将继续聚焦产品能力提升，加大互联网资源投入，完善业务流程，理顺业务链各环节之间的关系，提升公司竞争力，实现经营业绩持续增长。

（一）股份公司

1、起草制定五五发展规划

2016年是公司成立二十周年，是公司的第四个五年规划的收官之年，公司将根据经济的发展、环境的变化和公司优势制定第五个五年规划，为下一步发展设计目标和策略，专注主业，持续创业创新，打造国际领先的服饰集团。

2、继续推进阿米巴经营管理，推动合伙人制度及其他激励

公司将进一步深化改革，梳理部门职能，调整组织架构，完善用人机制，继续推动合伙人制度，搭建创业平台；深化阿米巴运营管理，进一步推进股权激励工作，创新与完善激励方案，让员工、代理商、供应商均能分享到公司发展的成果，激发各方的积极性，持续提升公司整体管理水平与运营效率。

3、推进物流体系建设

公司将按计划推进森马电商杭州产业园和森马嘉兴港平湖物流基地的建设项目，配合公司电子商务业务的快速发展，通过整合上下游供应链资源，提升供应链运营能力。

4、继续加大互联网投入，推动线上线下业务融合

进一步整合资源，探索实施森马O2O业务模式，加快线上、线下协同的营销体系建设，保持公司线上业务快速增长。

5、加强对外投资及合作，促进业绩增长

围绕消费需求及消费方式变化，加强对外投资及合作，促进经营模式改革和公司发展。

（二）休闲服饰业务

1、加大研发投入，提高产品竞争力

将继续加强设计研发投入，强化商品开发平台的建设与作用，鼓励创新，提高商品企划水平，打造多元时尚的产品，提高产品竞争力。

2、优化渠道布局，推进全渠道发展

坚持多品牌、全渠道的发展方向，重点拓展电子商务、购物中心等新兴渠道。通过培训，建设结构合理的人才梯队，推动代理商优化升级，提高服务代理商的质量，改善消费者的购物体验。

3、优化供应商结构，提高供应链效率

在供应链改革取得成效的基础上，将继续优化供应商结构、持续改进价格机制、激励机制等，实现与供应商合作更加稳定、健康，满足公司下一步的发展需求。

4、整合物流信息资源，发挥协同作用

公司将强化物流系统在O2O业务中的协同作用，建设商品管控系统及针对O2O的物流仓储系统，提高业务运作效率。

（三）儿童服饰业务

1、加强渠道管理，进一步提升渠道竞争力

推进代理系统向区域服务零售商转型，提高一级代理系统直营经营规模与占比；加强公司与区域服务零售商共同对三、四线市场的服务，提升经营能力与竞争力；推进大城市计划，在重要城市实现双客户/多客户经营，提升品牌市场占有率；在直营核心城市，开设品牌核心标杆门店，树立品牌形象制高点，建设好营运标准，提升直营盈利能力。

2、提高品类竞争力，满足消费者生活方式的变化

以品类为导向，提升品牌综合竞争能力。推进产品企划、设计、生产采购、营销推广和零售执行的一体化策略；强化拳头产品竞争力，实现单款在面料、订单、销量上的突破；提高商品开发的精准度，通过

商品大数据支持，提高供应链效率；做好定价策略与定价管理工作，有效管理从商品企划源头开始到终端实际销售的“定价”。

3、整合供应商资源，提升供应链效能

拓展更多优质供应商，满足产品发展需要；培训提升现有供应商生产能力，推动业务改善发展；充分整合供应商资源，发挥供应商专业技术优势；强化品质管理。

4、品牌建设

推进品牌制高点建设与执行落地双向行动，整合内外部资源，促进品牌发展，提升品牌美誉度与知名度；做好品类推广、拳头产品的营销工作；继续改良优化消费者调研工作、通过进一步沟通互动，改善消费者的品牌体验。

浙江森马服饰股份有限公司

董事会

二〇一六年三月二十九日