

证券代码：002612

证券简称：朗姿股份

公告编号：2018-021

朗姿股份有限公司

2017 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1.50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优雅朗姿（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和营销推广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、韩国知名少淑高端品牌DEWL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；2015年，公司获得韩国知名少淑高端品牌DEWL的中国大陆独家代表权。

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。我国服装行业的市场化和国际化程度较高，正处于行业发展周期的成长阶段，作为其中一个重要的分支，女装市场细分化程度高，女装品牌的市场定位除了针对年龄层次的不同外，职业、收入、受教育程度和爱好等也是品牌拥有者在选定目标顾客时需要重点考虑的因素，同时女装市场空间虽大，但不仅国内品牌众多，而且国际一、二线中高端品牌也占据较大的市场份额，单一品牌集中度较低，市场细分度较高。我国高端女装行业曾经历了爆发增长的黄金十年，随后进入漫长的零售寒冬，经过近两年来的调整后，2017年度呈现出复苏的态势。公司服装品牌在国内具有较高的品牌度和市场占有率，近70%的终端店铺在所在商场或Mall店销售额排名前五，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38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”（아기방），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，积累了近20万忠实的中高端女性客户和454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。婴童用品行业发展与婴儿出生人数密切相关，据罗兰贝格预测，2018年、2019年受二胎政策刺激，出生人口同比增速将分别达4.69%与9.92%。出生人口的快速增长，将带动婴童市场需求的快速增长。过去婴童行业以渠道为主，近来是以零售（终端）为王，未来整个行业会越来越向专业化发展。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、美国具有一定的市场和影响力，在国内尚处于品牌推广阶段，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，并在2017年度新增三家晶肤品牌诊所；2018年度，公司启动“高一医美”100%股权的收购，拥有在西安地区有26年历史的高端医美品牌，不断壮大医美业务规模。“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，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，目前已分别在成都和深圳各拥有一家米兰柏羽整形医院；“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。

2、医疗美容行业发展情况及公司所处行业地位。作为全球发展较快的医疗美容服务市场，中国医疗美容市场以医疗美容服务量计为全球第二大市场，而以医疗美容服务收益计则为第三大市场。中国医疗美容服务行业持续增长主要得益于有利的社会及经济因素，包括城镇居民可支配收入的不断增长、医疗美容服务日益受到社会接纳及人口快速老龄化及新医疗美容服务及技术的引进和发展。中国医疗美容服务行业发展迅速。根据弗若斯特沙利文报告，医疗美容量（包括手术及非手术）由2009年的270万例增长至2013年的480万例，复合年增长率为15.5%，预计2018年达到1,020万例。与传统医疗相比，医疗美容行业呈现出进入门槛低、回报周期短、更依赖于营销渠道的特点。由于我国医疗美容行业处于发展的初级阶段，监管不足，一定程度上制约了行业的健康发展。公司旗下三大医美品牌分别专注于不同的领域，并已在各自区域内具有较高的品牌知名度和市场占有率。未来，公司仍将进一步整合各方资源，以加强旗下三大医美品牌的区域竞争力为主要战略方向，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，通过医美品牌在全国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。朗姿韩亚资管成立于2016年底，是由公司和韩国韩亚银行共同投资设立。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，同时参与设立时尚产业合伙企业进行产业投资，最终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，咨询业务的客户群体主要是泛时尚相关产业领域的客户或合作伙伴。投资业务主要依托公司投研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设立的多家合伙企业，对泛时尚相关产业领域优质标的进行战略或财务投资，以持续推进和巩固公司“泛时尚产业互联生态圈”战略，深入挖掘与公司有更多协同的时尚消费领域的产业资源。

2、资产管理行业发展情况及公司所处行业地位。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。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。公司资管业务的中、高级管理和专业人才均来自于国内资产管理、银行、证券等大型金融机构、境内外知名会计师和律师事务所以及证券监管机构等，从业时间长，经验丰富，专业度高。但由于公司资管业务起步较晚，目前尚处于快速发展阶段。

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

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	2,353,265,951.40	1,367,738,330.66	72.06%	1,144,252,813.08
归属于上市公司股东的净利润	187,571,319.95	164,015,756.96	14.36%	74,456,433.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	146,700,426.79	101,897,146.04	43.97%	33,213,155.34
经营活动产生的现金流量净额	129,370,750.75	132,432,455.65	-2.31%	150,825,033.18
基本每股收益(元/股)	0.4689	0.4100	14.37%	0.186
稀释每股收益(元/股)	0.4689	0.4100	14.37%	0.186
加权平均净资产收益率	7.37%	6.90%	0.47%	3.25%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	6,937,963,035.99	4,422,922,295.80	56.86%	2,788,855,377.30
归属于上市公司股东的净资产	2,677,323,508.49	2,463,974,548.13	8.66%	2,325,034,676.15

(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	536,006,887.14	521,322,710.51	587,327,799.06	708,608,554.69
归属于上市公司股东的净利润	35,128,112.69	19,151,124.29	47,975,213.25	85,316,869.72
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	31,140,715.05	12,275,948.63	35,999,112.12	67,284,650.99
经营活动产生的现金流量净额	68,956,867.73	-17,864,321.18	50,956,721.01	27,321,483.19

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	29,004	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	27,402	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	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
申东日	境内自然人	49.06%	196,255,500	152,366,624	质押	142,209,999
申今花	境内自然人	7.47%	29,889,100	24,715,350		
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	7,464,000		
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	6,900,000		
华信万达期货股份有限公司—华信万达期货鼎诚 1 号分级资产管理计划	其他	0.82%	3,294,200	0		
洪妍	境内自然人	0.77%	3,070,000	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		
东北证券股份有限公司	境内非国有法人	0.33%	1,316,745	0		
何增茂	境内自然人	0.28%	1,116,679	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）		前 10 名普通股股东中，刘治贵通过申万宏源证券有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股票 815,700 股，占公司股份比例 0.20%。				

（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
否

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，2017年全年，社会消费品零售总额366,262亿元，比上年增长10.2%，增长率较上年同期减少0.2个百分点，其中，在限额以上企业商品零售额中，服装、鞋帽、针纺织品类零售总额比上年增长7.8%，增长率较上年同期增加0.8个百分点。以上数据显示，2017年度，在全国零售业整体增长平缓的趋势下，服装行业复苏的态势明显。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，公司董事会和管理层稳步推进公司发展战略。报告期内，公司在深耕女装主业，提升业绩的同时，医疗美容、资产管理新业务板块也获得了良好的发展，加强了医疗美容业务的集团管控与品牌推广，婴童业务线上推广和线下布局齐头并进，金融管理和时尚运营服务业务也快马加鞭、加速发展，各板块间携头并进，取得了公司2017年度业绩的稳步提升。

2017年度，公司实现营业收入235,326.60万元，较上年同期增长72.06%；实现营业利润22,388.31万元，较上年同期增长29.27%；实现归属于上市公司股东的净利润18,757.13万元，较上年同期增长14.36%。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

近年来，针对高端女装市场的快速变化，公司在供应链、营销推广、渠道布局以及预算管控等方面进一步加强管理，不断提高设计创新能力。随着行业回暖、消费者对品质本土品牌的青睐度提升、低线城市消费能力的逐步提高以及消费升级的整体趋势下，企业苦练内功的效果逐渐显现。2017年度，公司实现女装营业收入110,996.70万元，同比增长13.60%。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，主打品牌向年轻化、简约化靠近

公司女装一直保持多品牌运营战略，主要基于年龄和风格进行品牌划分，随着消费者消费偏好的转变，以及对公司主要客户群体的消费习性分析，年轻化和时尚感是时下女性追求的风尚。近两年，公司在立足现有女装品牌独特风格和品质的基础上，产品设计更多的呈现出高端女装的年轻和时尚性的特点。

同时，公司启动设计师试验田计划——成立“育才班”，致力于培养年轻设计师，为研发注入源源不断的新生力量。

2、产品推广方面，举办主品牌的时尚大秀、以及主题推广活动

2017年5月13日，朗姿品牌2017LANCY BLUE秋冬时装发布会在北京凤凰中心举行，本次发布会成功地将时尚与艺术全新释义，获得各大客户的较好反响；一羽中国红，一种时尚范儿的顶级工匠精神，让美归于人，感受极致的东方美学境界，体验超凡的“时尚文化之旅”大型时装巡展在全国多个城市举行，取得良好的效果。

3、营销管理方面，拉宽产品的价格带，全面实施加盟、自营一体化管理

为了丰富消费者的选择，增强顾客对品牌的粘性，公司不断丰富产品的款式和搭配，进一步拉宽产品的价格带；加盟、自营一体化管理全面实施，保证了终端服务与集团在品牌推广和客户管理上的一致性。加盟自营一体化管理（商品、数据化、营销策划、陈列等方面）全面实施，并得到客户的认同。

4、终端销售方面，提高供应链效率、建立企业与加盟商的联盟关系

提高供应链效率和热销产品的追单速度等经营策略得以有效贯彻，过季产品库存得到了进一步的减少；公司建立与加盟商形成“以客户为中心”的联盟关系，让加盟商更多地参与到公司的经营中来。

5、电商销售方面，全年流水达亿元，重回历史高点

公司电商部门在报告期内进行了大刀阔斧的规划整合，销售策略也由以销售过季商品为主转变为“新品+过季商品”同时发力。销售前端通过大数据分析，针对公司品牌顾客群里的关注点，电商企划部门及时跟进最新需求，推出各种线上款式以及类似“朗姿派克服”等热销单品，双十一流水较上年同期增长151%，全年增长38%，其中天猫增长31%，唯品会增长52%。

6、渠道布局方面，在加快亏损店铺关停并转的同时，渠道下沉三四线城市

2017年度，公司加大力度进行了渠道布局的调整，关停低效店铺72家，新开店铺81家，特别是“莱茵”品牌、“第五季”新增店铺数量较多，“玛丽”品牌全线收缩。随着三四线城市消费能力的提升，公司本年度着力推进针对三四线城市的“小朗姿”和“莱茵”品牌的渠道下沉，通过挖掘现有和未来的消费潜力，保证女装业务的持续提升。各品牌在全渠道领域的发展进行了大胆的尝试。对“朗姿”和“莱茵”两大主品牌也加大了优质店铺的开设力度，千万级以上重点店铺的数量有了进一步的增长，公司整体店效得到了有效提升。

报告期末，公司女装共有454家店铺，其中自营店铺316家，经销店铺138家，总店数略有增长，品牌和店铺结构调整较为明显。女装各品牌店铺数量情况如下（单位：家）：

品牌	自营	经销	合计
朗姿	119	106	225
莱茵	100	32	132
卓可	35		35
玛丽	1		1
第五季	48		48
吉高特	7		7
FF	4		4
DEWL	2		2
合计	316	138	454

（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。阿卡邦现为韩国第一大国民童装品牌，在韩国具有极高的知名度，但国内消费者对其的认知度还急需提高。阿卡邦进入国内后，公司通过线上和线下各渠道共同发力和引流，致力于将其打造为现代年轻妈妈追捧的时尚婴童品牌。

2017年度，依托公司现有女装的销售渠道、年轻妈妈的顾客群体以及业内树立的良好口碑，阿卡邦在国内加速了线下店铺的开设，目前店铺主要分布于北京、天津、江浙和四川等地，未来计划按东三省、京津冀和江浙沪三大区布局，阿卡邦一般开设于百货商场以及购物中心的三层，定位于国内外中高端品牌，报告期内新增店铺10家。公司已完成设立的国内阿卡邦品牌销售渠道有：自营店铺15家（Agabang gallery集合店）、经销加盟16家（Agabang gallery集合店、母婴店中店）、线上渠道4家。

2017年度，阿卡邦在韩国销售收入和业绩相对稳定；国内销售收入因渠道增加，增长40%。受国内渠道铺设力度加快影响，店铺开设成本增加，整体业绩有所下滑。2017年度，阿卡邦营业收入83,537.28万元，按股权比例折算，影响公司净利润-988.19万元。

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	282	233	515

Dear Baby	128	86	214
Ettoi	115	46	161
其他	72	2	74
合计	597	367	964

（三）时尚医美业务

2017年度，作为国内A股第一家进军医疗美容业务的上市公司，朗姿医美旗下两大医美品牌“米兰柏羽”、“晶肤医美”已扩展为9家医疗机构，员工601名，其中医疗人员266名。朗姿医美通过外延式扩张和内生式增长的方式，有计划的推进医美业务做大做强，致力于成为国内医美行业的领军企业。报告期内，公司医美版块主要进行的工作有：

1、外延式扩张

公司自2016年度开始正式进军医美行业，目前通过控股的方式拥有我国高端综合性医美品牌“米兰柏羽”和专注年轻化细分市场、标准化快速复制的医美连锁品牌“晶肤医美”。2017年度，朗姿医疗通过投资控股和员工合伙人计划分别在成都和西安合计新增3家晶肤医疗诊所，并且在2017年末启动收购西安地区口碑和声誉均居第一的“高一生”品牌。目前，朗姿医疗已逐步在成都、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。另外，朗姿医疗也已在深圳、重庆、长沙各设有一家医美机构。

2、内生式增长

2017年度，本着业务独立、集团管控的管理目标，公司成立了子公司朗姿医疗，承担公司医疗美容业务的运营和管理职能，管理团队来自总部委派、外部招募以及医美业务优秀人才的选拔。报告期内，在管理和效率提升方面所采取的措施主要有：（1）进一步提升业务的规范性，推广标准化作业流程，打造品质医美的良性发展机制；（2）对接集团和统一财务、采购、法务、信息等内部管理；（3）通过渠道、客户等资源共亨，增强医美业务与女装业务的协同，打通客户链。

2017年度，为保证医美业务团队的稳定性，激发活力，公司从集团层面到业务各分支机构，自上而下，分层级、分批次的实施各项激励措施：（1）公司第二期员工持股计划覆盖到医美管理层和业务骨干；（2）公司通过投入自有资金，结合试点和推广合伙人制度的激励机制，年内完成新建3家晶肤医美诊所。

2017年度，朗姿医美实现营业收入25,613.91万元、为公司贡献净利润1,921.42万元，其中“米兰柏羽”和“晶肤医美”六家医美板块做出业绩承诺的控股子公司，实现净利润3,096.46万元，完成了收购时所做出的2017年度的业绩承诺。

截至2017年末，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
合计	9	-	-

（四）资管业务

2017年度，为促进公司泛时尚战略的纵深发展，公司与韩国知名金融集团韩亚金融集团之子公司株式会社韩亚银行合资设立“朗姿韩亚资产管理有限公司”，通过引进金融领域的专业人才，围绕公司关注的时尚领域、消费升级等相关产业，发掘产业内的优质项目，实现“产业+金融”的互动，并且在保障资金安全性的前提下，提供专业咨询服务和对外融投资业务，助力公司中长期战略目标的实现。

朗姿韩亚资管自2017年6月份正式开展业务以来，发展迅速，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、韩国，业务范围逐渐扩大。2017年度朗姿韩亚资管实现销售收入14,429.67万元，为公司贡献净利润7,570.52万元。

（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	2,353,265,951.40	1,367,738,330.66	72.06%	主要是：一是女装收入增加；二是婴童、医美业务本期全年合并；三是本期新增资管业务收入。
营业成本	1,003,742,677.07	616,036,716.90	62.94%	主要是：一是女装销量增加；二是婴童、医美业务本期全年合并；三是本期新增资管业务成本。
销售费用	772,368,675.98	476,425,840.59	62.12%	主要是：一是婴童、医美板块本期全年合并；二是本期新增资管业务合并主体。
管理费用	342,712,703.34	209,292,747.39	63.75%	主要是：一是婴童、医美板块本期全年合并；二是本期新增资管业务合并主体。
财务费用	74,540,518.38	8,735,578.87	753.30%	主要是本期银行贷款增加、发行短期融资券相应增加利息支出。
研发支出	79,931,556.10	64,854,857.26	23.25%	
经营活动产生的现金净流量	129,370,750.75	132,432,455.65	-2.31%	

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	260,114,945.01	104,372,984.71	59.87%	22.09%	10.47%	4.22%
女装裤子	87,560,625.52	30,473,773.80	65.20%	45.29%	30.07%	4.08%
女装裙子	371,564,593.73	138,836,270.66	62.63%	4.49%	2.84%	0.59%
女装外套	377,660,136.80	153,111,976.91	59.46%	14.33%	2.83%	4.54%
婴童服装	520,053,491.57	302,912,370.03	41.75%	167.99%	172.12%	-0.89%
婴童用品	298,253,809.65	139,007,526.54	53.39%	198.35%	220.34%	-3.20%
手术类医疗美容	165,264,856.76	31,579,418.40	80.89%	531.70%	169.20%	25.73%
非手术类医疗美容	90,196,144.06	79,199,913.30	12.19%	51.94%	208.50%	-44.56%
咨询服务	144,264,842.52	0.00	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
其他	13,066,717.42	10,461,903.98	19.93%	-26.93%	-18.77%	-8.05%

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

报告期内，公司营业收入较上年同期增长72.06%，其中绿色婴童业务收入增长178.31%、医疗美容业务收入增长198.70%，主要是因本期阿卡邦、“米兰柏羽”两家公司、“晶肤医美”4家公司全年合并，相较于去年只合并4个月，合并期间不同导致的相对增加；同时，报告期内新设三家“晶肤医美”公司，医疗美容合并范围增加。

报告期内，归属于上市公司普通股股东的净利润较上年同期增长14.25%，其中资产管理业务贡献净利润7,570.52万元，占比40.36%，主要是报告期内新增盈利能力较强的资产管理业务。

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

2017 年5月10日，财政部发布《关于印发修订〈企业会计准则第16号——政府补助〉的通知》（财会〔2017〕15号），对《企业会计准则第16号——政府补助》进行了修订，自2017年6月12日起施行。因此，公司对2017 年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，对2017年1月1日至本准则施行日之间新增的政府补助根据本准则进行调整。

(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

报告期内新增合并主体11家。其中：

1、通过朗姿医疗和公司医美骨干设立的合伙企业共同出资的方式新设医美公司3家，分别是成都青羊光华晶肤医疗美容诊所有限公司、成都高新锦城晶肤医疗美容诊所有限公司、西安市新城区晶肤医疗美容有限公司；

2、朗姿韩亚资管基于业务需要，新设合并主体有山南晨鼎实业发展有限公司、芜湖恒鼎投资管理有限公司、芜湖元康投资管理有限公司、芜湖元祐投资管理有限公司、山南元嘉实业发展有限公司、芜湖铸信投资管理合伙企业（有限合伙）、芜湖恒晟投资管理合伙企业（有限合伙）、芜湖君之捷投资管理合伙企业（有限合伙）。芜湖铸信、芜湖君之捷的设立已经公司于2017年7月17日召开的第三届董事会第十四次会议审议通过，芜湖恒晟的设立已经公司于2017年9月27日召开的第三届董事会第二十次会议审议通过，均已对外披露。

(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

2018 年 1-3 月预计的经营业绩情况：净利润为正，同比上升 50%以上

净利润为正，同比上升 50%以上

2018 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润变动幅度	50.00%	至	80.00%
2018 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润区间（万元）	5,269.22	至	6,323.06
2017 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润（万元）	3,512.81		
业绩变动的原因说明	2018 年一季度女装销售收入持续走强，女装业务盈利能力持续上升；医美板块经营规模增大、新增资产管理业务，都将增厚公司利润，公司整体盈利水平较去年同期增长显著。		

朗姿股份有限公司董事会

2018年3月31日