

证券代码：002612

证券简称：朗姿股份

公告编号：2021-105

朗姿股份有限公司

2021 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

公司全体董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	1,789,364,406.53	1,228,944,523.16	45.60%
归属于上市公司股东的净利润（元）	93,316,896.92	-2,876,972.49	3,343.58%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	87,749,099.76	-11,266,935.74	878.82%
经营活动产生的现金流量净额（元）	214,766,617.79	237,991,502.67	-9.76%
基本每股收益（元/股）	0.2109	-0.0066	3,295.45%

稀释每股收益（元/股）	0.2109	-0.0066	3,295.45%
加权平均净资产收益率	3.12%	-0.10%	3.21%
	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）	5,728,691,380.83	5,153,564,692.50	11.16%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,026,158,767.08	2,961,058,106.39	2.20%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	100,524			报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
申东日	境内自然人	47.82%	211,559,098	158,669,323	质押	72,040,000
申今花	境内自然人	6.76%	29,889,100	22,416,825		
申炳云	境内自然人	4.49%	19,876,900			
朗姿股份有限公司—第三期员工持股计划	其他	2.13%	9,420,000	9,420,000		
朗姿股份有限公司—第 1 期员工持股计划	其他	1.05%	4,644,300			
香港中央结算有限公司	境外法人	0.84%	3,713,775			
江苏中韩晨晖朗姿股权投资基金（有限合伙）	境内非国有法人	0.82%	3,613,645			
宁波十月吴巽股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.47%	2,062,300			
华夏人寿保险股份有限公司—自有资金	其他	0.45%	2,000,000			
深圳南山架桥卓越智能装备投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.44%	1,945,599			
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					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

√ 适用 □ 不适用

(1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	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	2018 年 03 月 19 日	2023 年 03 月 19 日	40,000	7.00%

(2) 截至报告期末的财务指标

单位：万元

项目	本报告期末	上年末
资产负债率	36.65%	30.21%
项目	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	9.8	2.47

三、重要事项

报告期内，公司实现整体营业收入178,936.44万元，较上年同期增长45.60%；营业利润和归属于母公司所有者的净利润分别为8,173.41万元和9,331.69万元，较上年同期均取得较大幅度的增长。报告期内，在克服了疫情的影响后，公司通过女装品牌战略的升级、渠道调整优化、线上渠道持续发力等方式，收入规模和盈利水平取得大幅增长；医美业务区域战略进一步深化、全国布局的战略快速推进，报告期内取得营业收入的快速增长和盈利规模的稳步提升；婴童业务通过产品调整和线上收入的提高，营业收入稳定增长。

1、公司女装业务经营情况及业绩驱动因素

报告期内，女装业务实现营业收入83,457.10万元，较上年同期增长60.49%；实现营业利润5,946.67万元，较上年同期增长245.13%；实现归属于上市公司股东的净利润5,833.59万元，较上年同期增长290.70%。

报告期内，公司女装业务提出了“心存高远、脚踏实地、笃行致远、唯实励新”的战略口号，对如何打破女装业务发展的天花板进行了深刻思考和充分论证，对女装业务的优势进行了梳理，对标同行业内的各女装品牌，也对自身的不足之处进行了总结并制定优化的方向，始终坚守并牢固树立“因客而为”的经营理念。

升级品牌形象。通过近两年的酝酿，公司于报告期内对主品牌“朗姿”的品牌形象进行了全面升级，强化有辨识度的品牌定位，以最简洁的方式传达品牌的思想内核，推出全新VI色“朗姿红”，诠释当代女性力量。全新的店铺形象由日本著名设计公司GARDE设计，以“My place My time 由心、绽放”为设计理念，引领理想的生活方式，并呈现出朗姿品牌的高级质感和品牌辨识度。

推出高性价比品牌。报告期内，公司推出朗姿品牌旗下时尚女装品牌“悦朗姿”，以高性价比、全场景的中高端女装满足市场需求，“悦朗姿”产品已在朗姿品牌店铺培育超过3年时间，产品季平均售罄70%以上，积累了大量忠实客群，并成功孵化具备独立运营能力的店铺。

提升品牌推广活动和顾客管理水平。报告期内，公司在女装品牌推广活动上，致力于打造具有稳定性、高效性、前瞻性的营销活动和运营能力，持续增加品牌知名度，打造高溢价品牌核心能力；在顾客管理上，强化顾客售后服务意识，建立稳固的信赖关系。

线上收入保持快速增长。报告期内，公司女装电商渠道通过紧抓流行趋势制定快反政策、通过大数据分析优化追单模型、提高大货入库及时率以及加强商品培训等一系列措施的推动，实现了“精准做货、快速流转”的业务目标，有力地促进线上销售收入持续保持快速增长。报告期内，女装电商渠道实现营业收入总额1.64亿元，增速达71.34%，按渠道贡献大小来看，天猫渠道流水增速达79%、唯品渠道流水增速略有下滑降幅为11%，特别值得一提的是抖音渠道取得较大突破，流水规模超过4千万元。

疫情的影响，改变了部分消费者的消费习惯，加速推动了线上、线下一体化经营的进程，并催生了如微商城、社群、直播、直销等“新零售”内容的发展。报告期内，公司女装业务强化线上、线下全渠道运营；不断通过打造经营的数据化、信息化、平台化建设以实现精准经营的目标；作为专业的时尚服装制造商、零售商，为贴近时下消费者女装业务积极采用短视频、

小红书等方式，传达时下穿搭经验，引领消费理念，拓展消费者触达；联合公司医美业务，尝试跨界合作，实现业务协同。通过以上种种举措，不断推动着公司女装业务规模上的快速提升。

2、公司医疗美容业务经营情况及业绩驱动因素

报告期内，朗姿医美实现营业收入53,091.98万元，较上年同期增长49.52%；受新设机构增多和执行“新租赁准则”的影响，报告期内实现营业利润2,171.13万元，较上年同期降低38.31%；实现归属于上市公司股东的净利润2,499.25万元，较上年同期增长18.14%。

报告期内，医美行业的监管政策和措施不断推出，朗姿医美秉承“安全医美、口碑医美、品质医美”的经营理念，以自身的健康发展为己任，以期推动医美行业的规范化进程。伴随着医美行业发展阶段的不断变化，在从资本大量涌入的竞争阶段到深耕细作的精细化阶段到来之时，公司立足长远，为公司医美业务的进一步发展不断制定和完善战略规划和发展节奏，于2021年上半年部署并完成了如下事项：

战略发展层面。为紧紧抓住行业发展的机遇，推动公司医美业务快速发展的战略目标，公司设立了三支医美并购基金，基金整体规模已达11.53亿元。公司通过基金的专业化收购和孵化医美标的，将利于公司医美业务规模的快速提升。

运营管理层面。1、成立朗姿医疗委员会，一方面保证医疗质量和安全，加强集团下属各机构的医疗安全管理，提高医疗质量和医疗管理水平，降低临床不良医疗事件发生的风险；另一方面为加快培养医学人才，通过短期内部医生的轮训和继续教育、中期开启有资质医生培训班、长期开展院校合作等模式，并充分结合外部品牌供应商培训，形成“短、中、长”分阶段推进，以及“内+外”联动的培训体系，培养集团所需的医疗人才。2、集团企业文化宣导，通过企业文化强化发展的愿景，凝聚人心，打造医美团队的发展价值观。3、朗姿医美下设三级运营管理体系不断优化，以匹配业务不断扩大精细化管理要求。4、运营和组织管理方面，米兰事业部功能进一步深化、晶肤事业部管理体系不断完善，每年定期组织核心业务方向沙龙，促进组织内部经验分享与交流，专业知识和技能不断提升。5、信息化建设不断升级迭代，信息化管理跟进业务发展，实现新设机构的快速全覆盖。

报告期内，成熟医美机构不断发展壮大、自建医院级机构高新米兰正式运营、晶肤医美连锁机构的规模不断增加，带动公司医美业务规模快速上升。朗姿医美坚守发展战略并持续优化发展目标，在审慎的稳健中阔步前行！

3、公司婴童业务经营情况及业绩驱动因素

报告期内，婴童业务实现营业收入42,387.37万元，较上年同期增长19.80%，实现营业利润-1,284.45万元，实现归属于上市公司股东的净利润-341.21万元，与上年同期基本持平。报告期内，公司婴童业务保持着一定的增长，在韩国童装业务业务恢复稳定的后，提高国内童装业务的市场占有率是公司未来的重要战略方向。

韩国婴童业务方面，随着疫情处于基本可控且防疫处于常态化，韩国阿卡邦方面关闭了部分线下低效店铺，对渠道进行了调整；持续增加线上营销，通过制定差异化并升级产品组合的方式来提高非面对面消费者的消费满意度。通过以上措施的实施，公司婴童业务自营渠道和线上渠道的收入均保持较好的增长。

国内婴童业务方面，为匹配国内婴童市场的消费需求，公司将主推品牌从“阿卡邦”调整为“爱多娃”，充分调动国内设计师的优势、减少韩国跨境采购、提高自做货比例，实现中韩两国订货会同步，不断通过渠道开设、线下活动推广叠加社群营销，推动童装产品的快速提升。

朗姿股份有限公司董事会

2021年8月18日