

证券代码:002029

证券简称:七匹狼

公告编号:2018-005

福建七匹狼实业股份有限公司

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。

■ 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 2017 年末总股本 755,670,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.00 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	七匹狼	股票代码	002029
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	陈平	袁伟艳	
办公地址	福建省晋江市金井镇南工业区	福建省晋江市金井镇南工业区	
电话	0595-85337739	0595-85337739	
电子信箱	zqb@septwolves.com	zqb@septwolves.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 主要业务及产品

作为中国男装品牌的领先企业之一，公司主要从事“七匹狼”品牌男装的设计、生产和销售，主要产品包括衬衫、西服、裤装、茄克衫、针织衫等。根据目标消费人群的年龄、着装场合和需求的不同，公司产品分为红标、绿标、黑标等产品系列。2014年，公司将原有对外授权的针纺类商标收回并自行成立控股子公司经营针纺类产品，主要包括男士内衣、内裤、袜子及针纺产品，针纺类产品在公司销售占比也在逐年提高。

(2) 主要经营模式

公司主要经营模式按照产品组织、订单确定、产品生产、产品销售可以分为以下四个部分：

■ 以商品企划为核心的产品组织模式

公司以商品企划为产品组织的出发点和落脚点，以商品企划组织产品设计。公司商品部门制作产品企划方案，设计部门在产品企划方案的范畴内进行产品设计并最终由商品部门确定投放的商品。商品企划结合公司的销售数据、消费者喜好、流行趋势、价格承受等终端和市场数据，保证公司产品的适销性。

■ 以自主下单和订货下单相结合的订单确立模式

公司每年开设两次订货会，公司销售主体参加订货会确立订单。公司的订单确立模式近年来发生演变：在公司以加盟为主要销售主体的时代，公司订单确定依靠订货会上各加盟商及代理商的订单，公司依靠上述主体订单组织生产，除非代理商不提货，公司基本没有存货风险；近年来，随着公司直营及类直营体系的扩张，在加盟商代理商订货的基础上，公司也会自主投放部分货品，采用直营或代销模式在终端进行出售，公司对相应产品库存承担存货风险。目前，公司也在推行以现货为主的配货机制，以小批量试单测试后迅速翻单的快反机制，以适应公司“批发”向“零售”的模式转变。

■ 以自主生产和外包生产相结合的产品生产模式

在掌握产品设计、企划等核心技术的情况下，公司按照不同产品品类产业集群情况选择质量和信誉较好的成衣生产厂家作为供应商。除了外包生产以外，公司的茄克类、外套类和休闲裤类的部分产品采用自制生产的模式，充分运用自有优势品类生产线。

■ 以直营加盟相结合，线上线下相配合的产品销售模式

公司原有的销售模式为多层代理的加盟模式。近年来，为加强对终端管理，实现公司从“批发”向“零售”转型，公司逐步扁平化渠道链条，加强直营及类直营模式的拓展。与此

同时，顺应移动互联趋势，公司积极拓展线上销售，公司线上销售占比逐年提高，形成公司线上线下相配合的渠道模型。

（3）行业情况

随着消费升级的不断推进，服装行业由粗放式经营向精细化转变。按照价格带区分，服装行业逐步演变为平价、中等及奢侈品三类市场。其中，平价品牌以国民基础款、基础时尚设计、低价格占据了最大块的销售市场，体现在终端上，这些品牌大多以大面积店铺、最齐全的SKU、涵盖男女幼童的品类出现在核心商圈的核心位置；中等市场最终将转型为个性化的轻奢品牌，以特定的品牌力感召相应特定的客群，最终形成总体庞大单体规模较小的中端市场；奢侈品在短期内仍为海外品牌所占据。国内的服装品牌也逐步从原来粗放的管理和品牌定位中寻找适合本身企业的发展道路，从产品设计、价格设定、终端管理、品牌打造等方面再塑造，以迎合整个消费趋势的变化。目前来看，主流大服装企业都初步具备了各自定位的雏形，通过不断完善以贴合市场及消费。

（4）行业地位

“七匹狼”为中国驰名商标，作为率先登陆中小板的上市公司，公司为闽派男装的代表企业，拥有广泛的知名度和良好的美誉度。

报告期内，公司从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式、主要的业绩驱动因素等未发生重大变化。报告期公司主要业务发展状况详见本报告“三、经营情况讨论与分析”中的相关内容。

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	3,084,894,272.85	2,639,603,026.79	16.87%	2,486,469,112.85
归属于上市公司股东的净利润	316,579,206.29	267,191,552.85	18.48%	273,030,773.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	175,417,340.63	134,821,480.22	30.11%	151,637,985.45
经营活动产生的现金流量净额	650,608,263.22	589,260,347.55	10.41%	640,989,934.30
基本每股收益（元/股）	0.42	0.35	20.00%	0.36
稀释每股收益（元/股）	0.42	0.35	20.00%	0.36
加权平均净资产收益率	5.96%	5.24%	0.72%	5.57%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末

资产总额	8,582,987,279.01	7,919,664,313.04	8.38%	7,397,808,019.37
归属于上市公司股东的净资产	5,452,146,571.52	5,197,755,279.26	4.89%	5,021,309,292.26

(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	806,914,013.84	475,097,049.46	773,138,885.57	1,029,744,323.98
归属于上市公司股东的净利润	70,693,104.09	51,312,093.88	72,819,949.14	121,754,059.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	58,647,042.55	27,101,330.39	30,403,422.04	59,265,545.65
经营活动产生的现金流量净额	162,735,691.71	-100,510,619.70	261,492,358.17	326,890,833.04

■ 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	39,268	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	37,821	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	
福建七匹狼集团有限公司	境内非国有法人	34.29%	259,136,718	0	质押	131,250,000	
厦门市高鑫泓股权投资有限公司	境内非国有法人	8.63%	65,209,425	0	质押	20,219,900	
洪泽君	境内自然人	3.45%	26,050,000	0			
交通银行股份有限公司-汇丰晋信大盘股票型证券投资基金	其他	1.75%	13,188,086	0			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.72%	13,005,000	0			
交通银行股份有限公司-汇丰晋信双核策略混合型证券投资基金	其他	1.45%	10,984,939	0			
工银瑞信基金-农业银行-工银瑞信中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
南方基金-农业银行-南方中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
中欧基金-农业银行-中欧中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
博时基金-农业银行-博时中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			
大成基金-农业银行-大成中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0			

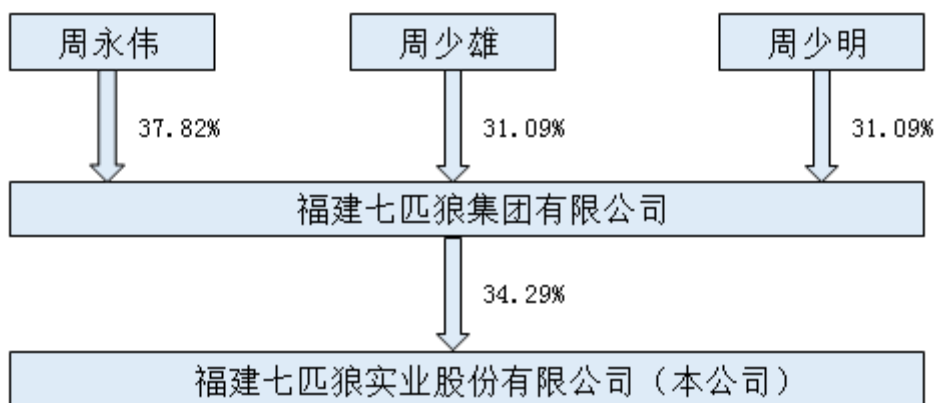
嘉实基金—农业银行—嘉实中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0		
广发基金—农业银行—广发中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0		
华夏基金—农业银行—华夏中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0		
银华基金—农业银行—银华中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0		
易方达基金—农业银行—易方达中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，福建七匹狼集团有限公司、厦门市高鑫泓股权投资有限公司两名发起人股东之间，两名发起人股东与其他股东之间不存在关联关系，也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人；未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		截至本报告期末，股东洪泽君通过信用证券账户持有本公司普通股 26,050,000 股，均为报告期内新增持股。其余前 10 名普通股股东均通过普通证券账户持有本公司股份。				

(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

(1) 概述

报告期内，公司继续贯彻“批发转零售”这一主基调，围绕“实业+投资”这一核心战略进行布局。一方面努力夯实服装主业，稳中推进零售模式的改革和创新；另一方面，立足服装行业，围绕着时尚和大消费领域，积极推进投资相关工作。通过多年的努力，相关改革措施已初步呈现一定的效果，随着整体消费的回暖，公司2017年的业绩也取得上升。报告期内，公司实现营业总收入为308,489.43万元，营业利润39,416.53万元，归属于母公司的净利润31,657.92万元，较上年分别上升16.87%，30.52%，18.48%。

(2) 宏观经济及与公司相关外部环境的情况

➤ 整体国家经济呈现良好的增长态势，带动整个市场消费回暖。从微观终端来看，受益于整体的消费回暖，龙头服装企业在2017年线下销售呈现企稳回升状态。

➤ “新零售”成为整个零售行业改革的浪潮，在移动互联时代，互联网巨头们借助强大的数据获取和分析整合能力，以技术及科技指导介入零售行业，试图建立更加高效、更加便捷和更加个性的零售新模式。这些整合和改造可能带来服装行业整体生产销售链条的再梳理，从而对现有的企业营运模式带来深刻的再变革。

(3) 经营环境分析

项目	对2017年度业绩及财务状况影响情况	对未来业绩及财务状况影响情况	对承诺事项的影响
国内市场变化	消费需求有所复苏，为公司2017年度业绩的企稳好转提供了坚实基础。	如复苏趋势得以持续，则将对公司2018年业绩带来积极影响，但如果经济增长放缓或停滞，消费者预期收入下降，将可能降低服装消费频次，减少服装消费金额，从而影响公司经营业绩。	无
国外市场变化	公司以内销为主，国外市场变化对公司业绩无直接影响。	公司国外市场比例很小，同时由于品牌门槛，出口转内销企业与公司定位不同，对公司市场份额没有重大影响。	无
信贷政策调整	公司运营良好，所处行业为政府鼓励行业，信贷政策调整对公司无重大影响。	影响较小	无
汇率变动	本年度，公司出口业务占总销售比例很小，同时公司进口原材料很少，汇率变动对公司业绩影响较小。	除了投资业务可能涉及外币支付外，2018年，公司将继续以内销为主，汇率变动预计对公司业绩影响较小。	无
利率变动	本年度，公司进行了部分票据贴现，利率变动增加公司财务费用，但对公司业绩影响不大。	公司资金较为充裕，利率变动影响公司财务费用，但对公司业绩影响不大。	无

成本要素的价格变化	公司为品牌运营企业，在现有模式下可以控制公司毛利率，成本要素价格对公司影响较小。	公司业态决定成本要素的价格变动对公司不会带来太大影响。但随着产品结构的变动、毛利率较低的针纺业务的发展，2018年度公司整体毛利率仍可能呈现下行状态。	无
-----------	--	---	---

(4) 报告期公司主要业务发展状况

2017年是整个社会时尚产业、整个零售消费快速变化的一年，也是公司践行七匹狼时尚产业发展战略的重要一年。在这一年中，公司认真检讨过去快速发展时期没有打好的基础，梳理运营各环节的职能职责，进一步强化运营手段，不断夯实基础，回归本质，取得了一些不错的成绩和改变。

① 服装实业部分

■ 围绕着品牌、产品、渠道不断完善七匹狼现有的业务模式，打造“强势品牌”、“高性价比产品”以及“高效渠道”，不断夯实业务基础，坚守稳固“实业”根基。

➤ 品牌建设

“七匹狼”品牌定位为中端消费市场，在这个竞争领域，品牌领先力和认同度至关重要。报告期内，公司成立狼文化研究中心，全面提炼、深挖狼文化DNA，加快推进狼文化建设。在品牌传播上，公司继续强化品牌策划宣传的力量，利用创新的营销模式，加大品牌传播声量，在更大的国际舞台上打造其品牌影响力，推广其“狼文化”的精神内核，并以此召唤和感召消费群体，打造品牌美誉度和认同感。

2017年5月，七匹狼成为首批“CCTV中国品牌榜”入围企业。七匹狼茄克衫连续17年荣列同类产品市场综合占有率第一。

2017年6月，七匹狼旗下Wolf Totem品牌受官方邀请参加米兰时装周走秀，向世界展现中国时尚的创新力量，推出“侗狼”系列产品。

2017年11月，2017年度大本钟奖暨全球杰青评选慈善公益颁奖典礼在伦敦帕丁顿圣詹姆士萨塞克斯花园大教堂落下帷幕，七匹狼获最受海外推崇的中国时尚品牌奖。

2017年12月，七匹狼、玛莎拉帝助力第十届“国家精神造就者”荣誉颁奖盛典，打造“国家精神造就者”荣誉颁奖盛典暨现代传播集团25周年庆典。

➤ 产品建设

2017年，是公司商品企划与产品设计高度协同的一年，同时也是产品设计与品牌宣传密切联系的一年。在继续发挥和强化公司的品牌策划能力外，企划商品能力也作为公司未来发展的重要支撑之一，成为公司报告期夯实基础的重点工作。在设计上，一方面，公司积极打造“艺术能力”，通过品牌DNA、民族文化元素、流行元素等的合理运用，加强对于产品的设计，丰富产品的时尚感和辨识度，将消费者的着装需求和精神诉求相结合；另一方面，公司

继续打磨“技术能力”，围绕消费者的穿着体验，从服装的面辅料、版型等各个方面进行优化，努力做好“新制造”。力图通过“艺术能力”与“技术能力”两大核心能力的加强，努力塑造产品自信，从而形成产品驱动，为公司未来的长足发展打好基础。报告期内，公司研发的狼文化系列产品获得市场的广泛好评。

➤ 渠道建设

在渠道力的提升方面，报告期内，公司持续加大渠道的精细化运营程度，着力提升渠道整体运营效率。不断规范终端门店陈设、服务标准，改变粗放式发展阶段形成的较为混乱的终端形象管理，强化终端消费体验，加强终端服务质量，优化品牌整体形象。加强对于信息系统的应用，通过终端门店数据分析进行精准客户管理，提高客户服务深度。

为了优化渠道结构，激发渠道活力，报告期内，公司对加盟渠道给予了更多的关注和支持，一方面强化优秀代理商资源整合，尝试推动公司与代理商的合作经营，加强公司对于终端的控制，将管理触角延伸到加盟店的店员管理、终端陈设、货品调度、库存管理等方面，促进终端运营增效，提升渠道经营效率；一方面协助发展停滞的代理商制定有针对性的改造方针。除此之外，公司还召开多种形式的招商会，重点吸纳空白区域内多品牌经营优质零售商或者有丰富社会资源的优质投资商成为新客户，推动空白区域的店铺开设，为公司业绩的提升提供助力。

鉴于大型购物中心已经成为线下渠道中近年来兴起的新型流量来源，公司牢牢把握趋势，将购物中心渠道作为公司未来重点布局的渠道之一，并在报告期内与万达、宝龙、保利等多家购物中心建立战略合作关系，加速购物中心体系打通，助力品牌升级与渠道转型，相关业态终端店铺的开设在一定程度上改善了公司以街店为主的渠道分布。

➤ 供应链建设

供应链运营模式的调整升级是公司在报告期的另一项重点工作，是保证公司“产品力”的核心。报告期内，公司持续优化原有供应链体系，积极引入战略供应商，与其建立深度、紧密的联系，优化供应商结构。同时不断优化供应商管理方法，对供应商的分级管理、绩效考核、供应商的退出、订单外发、订单调整等进行梳理，建立与优质供应商的创新合作模式，通过供应商管理体系建设提升供应链效率，为公司打造“产品力”提供有效保障。报告期内，公司SCM系统二期上线，成为公司实现生产管理可视化、可感知的重要工具，为公司未来打造智慧型供应链打下良好基础。

■ 在对主品牌线下业务进行调整升级的同时，努力探索新的利润增长点。推行内部裂变创业，力图通过创新实现增长，以“多花齐放”促“实业”突破升级。

电商和针纺业务是除了主品牌线下业务之外的另外两个重要利润来源。报告期内，公司电商部门努力扩大线上平台引流能力、提升转化率、优化供应商合作模式，不断丰富和扩展公司的线上销售品类，保持了较高增速的发展。报告期共实现线上营业收入约13亿元（含针纺业务线上销售收入），比去年同期相比增长超过30%。

在针纺业务方面，报告期内，公司继续丰富针纺产品的品类，加强针纺产品品质，搭建针纺供应链合作体系，强化营销，取得了良好效果。2017年，公司针纺产品的营业收入超过10亿元。未来公司将不断加强针纺产品品牌形象建设，塑造品牌DNA，为针纺业务发展创造更好的发展空间。

在线下、电商、针纺三大板块的带动下，公司内部裂变的事业部，也在2017年出现了良好的发展势头：

凭借团队的努力以及七匹狼品牌的影响力，公司的团购定制业务在报告期内中标率较以往有了较大幅度的提升；

公司自行孵化的“Wolf Totem”已于报告期内在上海开设第一家店，走出了公司“多品牌国际化”的重要一步。

相关业务虽然在目前还处于初创阶段，对公司业绩的影响很小，但作为有可能促进“实业”突破升级的创新实践，具有重要的战略意义。

■ 优化组织管理体系，转变管理思维，充分发挥大后台功能，由单纯的“服务”转化为“服务+赋能”，为前台部门“冲锋陷阵”充当坚实后盾。

报告期内，由公司信息部门、人力部门、财务部门等组成的大后台转变工作方式方法，积极参与战略转型，为前台部门的零售能力打造保驾护航。除了原有的服务功能以外，为业务发展赋能也成为后台部门的重点工作之一。

➤ 数字化改革

报告期内，公司信息管理部门结合业务管理目标，积极推动数字化改革，通过把业务管理逻辑数字化、标准化，为业务发展提供支持。2017年，公司SCM二期上线，ERP系统升级，初步实现供应链的数字化转型；BI项目正式启动，通过智能数据分析，为公司的经营决策、市场运营、绩效评估、风险预警等提供数据保障；企业微信全面上线，实现高效的移动办公；引进CRM会员管理系统，为精准营销提供助力。相关信息化工作的顺利推进，为公司业务的快速、健康发展提供了数据驱动。

➤ 合伙人机制

作为推进商业模式变革的重要一环，公司的人力资源政策也在报告期得以加强和完善，

以期充分发挥团队能动性，激发渠道活力，提高销售业绩。报告期内，公司积极构建多层次、全方位的合伙人机制，让事业部、子公司或者项目负责人、店长成为事业合伙人，通过良好的利益安排，充分调动员工积极性、主动性，促使公司与员工合作共赢。相应的分享机制和企业文化的建立，也为公司增强组织凝聚力、推动转型战术执行提供了制度支撑。未来公司将在更大范围铺开合伙人体制，结合行业和社会组织体系的变化趋势不断调整创新，科学人才培养、人才评价、人才招募工作，在人才组织方面引导企业向前发展。

② 投资部分

■ 立足“实业”，着眼“投资”，组建时尚投资平台，以“投资”助发展。

报告期内，公司继续围绕“实业+投资”这一核心战略，积极推进投资相关工作，力图通过投资突破品牌的外延限制，参与到新的商业模式和业态当中，打造七匹狼时尚集团。

为了更加稳健地推动公司投资业务的开展，报告期内，公司再次对投资并购业务的方向进行了梳理，将公司具有专业优势的服饰相关的领域和方向作为未来的投资重点。同时充分利用产业链资源，丰富项目开拓的渠道资源体系。

报告期内，公司在外延投资方面进行了尝试，通过投资Karl Lagerfeld项目，参与时尚界最强IP之一，涉足国际轻奢服装品牌。具体可参见公司于2017年8月22日在巨潮网以及《中国证券报》、《证券时报》、《证券日报》上刊登的《关于投资Karl Lagerfeld项目的公告》。本次交易已于报告期末完成交割，后续公司将努力做好投后品牌运营工作，努力提高Karl Lagerfeld门店的经营效率，发展Karl Lagerfeld品牌授权计划，力图在销售规模和利润上获得良好增长，同时借鉴具有国际奢侈品运营经历团队的经验，为公司运营能力、管理经营效率提升等方面起到带动作用，从而加快公司零售模式转型步伐。

除了轻奢服装以外，截至报告期末，公司在文化传播、跨境电商等领域均有所涉猎。具体投资项目可以参见年度报告全文的“投资状况分析”。

未来，公司将继续围绕时尚行业的产品、供应链、渠道、营销等抓手进行研究，挖掘行业的投资机会，寻找优质投资标的。与此同时，加强有效的战略合作伙伴建设，有效补充公司并购能力。

在投资活动尚有资金结余之前，相关资金仍将继续用于稳健的理财行为。

过去已去，未来已来！2017年已经结束，过去的一年，公司进一步明确了战略发展格局，更加明晰了未来的发展方向，打造七匹狼时尚集团的征程已然开始。在接下来的经营过程中，公司将努力重塑七匹狼品牌形象，深入探索、创新，拥抱新技术新应用，把握新时代赋予的

历史机遇，通过深入贯彻商业模式转型，全面发力，推动打造七匹狼时尚集团发展战略的实施。

（5）未来发展的展望

① 行业竞争格局和发展趋势

详见本报告“二、公司基本情况”及本节相关内容。

② 管理层所关注未来的机遇和挑战

社会迈入新时代，行业开启新征程。复杂的外部环境，给公司带来了挑战，同样也带来很多机遇。公司将继续秉承一贯的稳健风格，在长期发展战略指引下深化变革，积极创新，助力公司可持续健康发展。

➤ 机遇

新技术的不断涌现，改变了社会的组织形式和人民的生活状态。而消费者对于美好生活的向往，也带动了能够满足消费者个性和多样化需求的细分市场的出现和发展，为品牌提供了良好的发展机遇。公司可以抓住这一趋势，在稳健发展“七匹狼”主品牌的基础上，通过内部孵化培育和外部投资收购的方式切入新的业务，从而挖掘新的利润增长点，获取新时代赋予的红利。

➤ 挑战

前几年服装行业的调整，是在新的消费形式下整个商业模式的调整，没有成功的范式可以借鉴，与此同时，新零售带来的变革可能影响服装行业的方方面面，目前初步认为成功的调整也有可能面临新模式的冲击。如何才能探索出有效可行的运营模式，成为原有业务转型和新业务开展都必须面临的挑战，也是公司未来在竞争激烈的细分市场中葆有优势需要解决的首要问题。

➤ 未来发展战略

公司结合外部消费环境变化和内部商业模式调整情况，制定了长期和中期的发展战略：

长期发展战略：优化公司在服装品牌塑造、零售管理、产品设计研发、渠道建设及供应链管理方面的运作能力，深化公司产业投资能力，打造集服装行业以及相关的时尚产业、零售消费产业为一体的时尚产业集团。

中期发展战略：持续推进“七匹狼”商业模式改革，建立以“消费者需求”为导向的供应机制，深入维护品牌美誉度，通过渠道、产品、供应链重塑，推动销售收入稳步提升；另一方面，着力整合时尚消费行业的优秀资源，搭建时尚消费投资平台，通过“投资”参与新的发展机会，不断提升公司竞争力，巩固市场地位。

③ 公司2018年度经营计划

2018年度，将是公司践行“七匹狼”主品牌零售能力转型的核心之年，也是公司新品牌发展的重要尝试之年，同时更是国际化品牌发展的开局之年。公司将继续补齐短板、夯实基础，保持品牌力、提升产品力、优化渠道力，从而巩固和提升主品牌的盈利能力；稳步推进以“Wolf Totem”为代表的新品牌的尝试，并根据产品在终端的表现不断进行调整优化，探索发掘新的利润增长点；努力推动KARL LAGERFELD业务规划的实施，通过零售领域和授权领域的运作，激发品牌发展潜力，从而为公司往市场广阔的轻奢服装领域打开窗口。

在投资方面，公司将继续专注于服饰相关的时尚、消费领域优质项目的寻找，并将致力于进一步完善投资决策机制、风险管控机制、投后跟进机制等，从而把控投资风险，促进投资业务健康发展。

从现有的数据来看，未来市场能否持续目前“弱复苏”的态势还有待考察和确认，而主品牌和新品牌的发展都与外部环境以及公司的管理运作能力密切相关，提请消费者关注投资风险。公司将围绕中长期发展战略，积极落实年度规划，稳中求进，推动公司业绩的有效提升。

④ 公司为实现未来发展战略的资金需求、使用计划及资金来源情况

根据目前制定的发展战略和经营规划，除可能的对外投资外，公司无重大资本性支出。根据2017年年度报告第十一节“财务报告”显示，公司账上有充足的资金用于支持公司未来发展，同时，公司的经营性现金流情况较为稳定，企业信誉良好，银行授信额度充足，融资渠道多样。整体而言，公司的资本性支出规划符合公司现金流情况和战略需要，不存在对公司现金流健康存在严重负面影响的情况。

⑤ 对公司未来发展战略和经营目标实现可能产生影响的风险因素

➤ 宏观经济风险

服装行业易受宏观经济影响，若宏观经济增速缓慢，将导致消费需求减少，从而对公司的业绩产生负效应。因此，公司一方面会着重关注宏观经济情况，做好相应经营方案的调整；另一方面会坚持战略转型，以消费者需求为导向进行商业模式转变，始终致力于提升产品硬实力，减少宏观经济增速放缓带来的不利影响。

➤ 市场竞争加剧，行业地位下降风险

消费者的需求日趋多样，使得行业更加细分，单一风格品牌的外延有限，可能因为竞争加剧而导致市场份额的进一步减少。因此，公司会继续夯实已有品牌的经营，积极培育新品牌，同时加大外延收购的力度，扩充公司品牌覆盖的消费人群。

➤ 公司转型不达预期的风险

公司处于商业模式调整阶段，但如果转型不达预期，则可能拉长调整周期并导致公司主品牌经营业绩长时间低位徘徊。公司将继续在稳健的前提下快速地推进企业的变革，从思想、组织、机制等各个维度按照零售模式进行建设和调整，努力打破改革的桎梏，引导企业向前发展。

➤ 投资进度不达预期的风险

综合考虑公司面临的整体商业环境和市场的主流方向，公司明确了“实业+投资”的战略目标，明确将通过投资的方式整合市场的有效资源。鉴于优质项目的稀缺性以及项目价格高企的风险性，公司面临投资进度不达预期的风险。公司将加强战略合作伙伴建设，积极拓展项目来源，围绕供应链上下游挖掘优质投资项目。与此同时，积极修炼“内功”，打造优质项目承接能力，为投资项目落地提供硬件、软件支持。

➤ 投资项目收益的不确定性风险

经济形势、市场环境、投资标的企业内部管理状况会给投资项目收益带来一定的不确定性，从而给公司财务报表带来影响。公司将通过在投资管理制度中明确投资管理组织机构、决策权限、决策程序等等，建立规范、有效、科学的投资决策体系和机制，要求投资团队在严格的尽职调查的基础上，针对具体投资项目编制项目可行性报告、进行项目经济效益分析，并建立投后管理机制，以最大程度把控投资风险，提高投资经济效益，保证投资资金的安全和有效增值。

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
茄克类	286,586,653.24	142,552,423.10	49.74%	12.50%	8.11%	-2.02%
毛衫类	132,319,286.92	65,483,743.26	49.49%	-8.03%	-12.17%	-2.33%
西服类	83,635,087.25	42,663,804.43	51.01%	20.31%	16.99%	-1.44%
裤子类	395,107,005.71	190,764,951.44	48.28%	4.53%	0.44%	-1.97%
衬衫类	184,906,992.98	95,012,060.67	51.38%	-3.20%	-6.27%	-1.69%
T 恤类	368,089,592.34	186,047,355.27	50.54%	16.37%	11.28%	-2.31%
外套类	426,225,923.98	198,960,027.53	46.68%	10.17%	4.34%	-2.61%
其他类	1,120,933,316.87	327,373,545.89	29.21%	37.84%	27.66%	-2.33%

软件产品及服务	8,427,028.01	4,248,953.05	50.42%	-43.33%	-46.66%	-3.15%
合计	3,006,230,887.30	1,253,106,864.64	41.68%	17.05%	8.36%	-3.35%

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

① 会计政策变更：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注（受重要影响的报表项目名称和金额）
1、根据财政部于2017年5月10日颁布的《企业会计准则第16号——政府补助》（2017），修改了政府补助会计处理方法及列报项目。2017年1月1日尚未摊销完毕的政府补助和2017年取得的政府补助适用修订后的准则。2017年1月1日起采用未来适用法。	董事会审批	其他收益：报告期增加29,493,353.87元；营业外收入：报告期减少29,493,353.87元
2、根据财政部于2017年5月16日颁布的《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自2017年5月28日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，应当采用未来适用法处理。	董事会审批	无
3、根据财政部于2017年12月25日发布的《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30号），将部分原列示为“营业外收入”及“营业外支出”的资产处置损益调整至资产处置收益列报。	董事会审批	本期影响数：资产处置收益：报告期减少73,132.03元；营业外支出：报告期减少92,311.63元；营业外收入：报告期减少19,179.60元。 上期影响数：资产处置收益：增加29,991.71元；营业外支出：减少30,241.36元；营业外收入：减少60,233.07元

② 会计估计变更：无。

(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

本报告期内，公司新设立8家纳入合并报表范围的子公司，同时取得1家非同一控制下企业合并纳入合并报表范围的公司：

- 1、2017年1月投资设立上海柒合服装有限公司，持股比例100%；
- 2、2017年1月投资设立上海霍特文化创意有限公司，持股比例100%；
- 3、2017年1月投资设立福建狼图腾文化创意有限公司，持股比例100%；
- 4、2017年6月投资设立上海七匹狼服装销售有限公司，持股比例100%；
- 5、2017年8月投资设立七匹狼国际时尚发展集团有限公司，持股比例100%；
- 6、2017年8月投资设立香港七匹狼国际贸易有限公司，持股比例100%；
- 7、2017年11月投资设立上海七匹狼针纺有限公司，持股比例80%；
- 8、2017年11月投资设立霍尔果斯捷销广告设计有限公司，持股比例80%；

9、2017年12月，公司通过非同一控制下企业合并增加Karl Lagerfeld Greater China Holdings Limited及其下属全资子公司Karl Lagerfeld Greater China Limited、Karl Lagerfeld(HK) Limited、加拉格（上海）商贸有限公司。公司收购的股权比例为80.10%。

处置子公司：

- 1、2017年4月注销子公司武汉七匹狼服装营销有限公司100%股权；
- 2、2017年8月注销子公司北京七匹狼服装营销有限公司100%股权；
- 3、2017年1月处置子公司厦门傲物网络有限公司78%股权；

(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

福建七匹狼实业股份有限公司

董事会

2018 年 4 月 4 日