

证券代码：002612

证券简称：朗姿股份

公告编号：2019-068

朗姿股份有限公司

2019 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。

董事、监事、高级管理人员无异议声明

公司全体董事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 2019 年 8 月 23 日的公司总股本 435,070,744 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.0 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、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

| | 本报告期 | 上年同期 | 本报告期比上年同期增减 |
|---------------------------|------------------|------------------|--------------|
| 营业收入（元） | 1,397,820,308.75 | 1,297,695,924.77 | 7.72% |
| 归属于上市公司股东的净利润（元） | 89,125,335.61 | 111,662,433.65 | -20.18% |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元） | 77,938,013.41 | 107,554,247.05 | -27.54% |
| 经营活动产生的现金流量净额（元） | 110,498,809.77 | 136,531,608.23 | -19.07% |
| 基本每股收益（元/股） | 0.2228 | 0.2792 | -20.20% |
| 稀释每股收益（元/股） | 0.2228 | 0.2792 | -20.20% |
| 加权平均净资产收益率 | 3.16% | 4.10% | -0.94% |
| | 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） | 6,989,196,141.33 | 7,282,045,242.65 | -4.02% |
| 归属于上市公司股东的净资产（元） | 2,807,265,542.61 | 2,779,607,076.90 | 1.00% |

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 | 24,378 | 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 | 质押或冻结情况 | |
| | | | | | 股份状态 | 数量 |
| 申东日 | 境内自然人 | 49.06% | 196,255,500 | 153,641,625 | 质押 | 12,977,960 |
| 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 | 5,839,897 |
| 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 | | |
| 中国建设银行股份有限公司—博时裕益灵活配置混合型证券投资基金 | 其他 | 0.53% | 2,134,919 | 0 | | |
| 平安基金—中国平安人寿保险股份有限公司—分红—一个险分红—平安人寿—平安基金权益委托投资 2 号单一资产管 | 其他 | 0.43% | 1,722,800 | 0 | | |
| 何增茂 | 境内自然人 | 0.29% | 1,154,479 | 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 | | | | | |

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、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，且在半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% |

(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 | 本报告期末比上年末增减 |
|---------------|--------|--------|-------------|
| 资产负债率 | 38.75% | 41.17% | -2.42% |
| 项目 | 本报告期 | 上年同期 | 本报告期比上年同期增减 |
| EBITDA 利息保障倍数 | 3.82 | 2.87 | 33.10% |

三、经营情况讨论与分析

(一) 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

根据国家统计局最新发布的统计数据，2019 年 1-6 月，社会消费品零售总额 195,210 亿元，累计增长 8.4%，增长率较上年同期减少 1 个百分点。根据中华全国商业信息中心数据显示，2019 年 1-6 月，全国百家重点大型零售企业零售额同增 0.3%，增速环比增加 0.3%，其中，限额以上服装类零售额同增 4.7%，增速略有放缓，环比降低 0.3%。数据显示，服装行业在不断向上的发展中面临着一定的经济环境压力。

报告期内，公司实现营业收入 139,782.04 万元，较上年同期增长 7.72%；实现营业利润 12,703.31 万元，较上年同期降低 9.98%；实现归属于上市公司股东的净利润 8,912.53 万元，较上年同期降低 20.18%。报告期内，公司业务发展稳定，收入有所增长，为应对国内经济环境的变化，公司对业务发展战略做了有效调整，经营业绩有所波动。具体如下：

(1) 时尚女装业务

报告期内，女装业务紧跟大众消费需求和消费方式的变化，精准定位产品主要消费群体，积极地进行产品升级调整，设计创新，增加天然环保、舒适面料的使用，以“知性、优雅、时尚”的国际化品牌定位，以及帮助客户实现“年轻、时尚、品质、舒适愉悦的生活方式”的经营理念，辅以“后台精细，前台精致”的服务方式，打造品牌特色，持续提升品牌影响力。

2019 年 4 月，朗姿股份携手“新东方美学”艺术大师叶锦添举办《全观》艺术展，开展了一场“艺术介入时尚的对话”，将艺术灵感融入到服装设计中去，为大家奉献了一场精彩的视觉盛宴。未来公司将继续把更多的艺术形式植入我们的产业中，把时尚实践艺术继续下去。

2019 年 5 月，公司完成对中高端知名女装品牌“子苞米 (m.tsubomi)”的收购。子苞米品牌诞生于日本，经过 20 多年的发展，该品牌以其简约、净素的品牌形象迅速得到了业界与市场的认可和关注，同时，该品牌兼具设计感、实用性，公司引进后，致力于将其打造成国内“日常时尚美学领军品牌”，以及集团内“多平台运行的创新品牌”。

公司“智慧新零售”战略发布以来，线上朗姿“微信礼品卡小程序”和朗姿微商城小程序“i 朗姿”已上线，与线下智慧零售门店的打造，打通线上和线下的无边界新零售模式，给消费者带来更好服务和体验，利用大数据以及互联网技术，探索和打造智能穿戴和智能搭配等高端女装零售模式。

(2) 绿色婴童业务

作为韩国国民品牌，公司婴童业务阿卡邦的主体在韩国，公司收购后专门设立了中国的运营团队，并将该品牌在中国的经营进行了有力的改善和市场的广泛布局。报告期内，阿卡邦韩国通过对低效店铺的关停和业务模式的调整，销售收入和经营业绩均有所提升；阿卡邦中国完成了由韩国和中国设计师组成的设计团队的组建，配合由年轻人组成的国内的产品团队，从线上、线下满足国内消费者对婴童产品时尚、舒适的追求，下一步，公司继续提高销售终端的开设速度，将终端的布局自北京、杭州、成都向国内重点城市延伸。

(3) 医疗美容业务

报告期内，公司三大医美品牌“米兰柏羽”、“高一生”和“晶肤医美”各自凭借自身的优势，逐步形成了资源上的协同，业绩逐步增长，公司通过医美业务统一管理平台“朗姿医疗”，建立了完整、合规的标准管理制度，通过标准化的流程控制，实现医美服务的质量控制和服务规范化，人才队伍建设稳定，为公司医美业务的进一步发展特别是跨区域连锁扩张创造了良好的条件。

为深化公司对医美业务的战略部署，运用资本市场平台整合已有的医疗领域资源，提升上市公司盈利能力，公司于报告

期内筹划并实施了通过发行股份购买资产的方式以实现对朗姿医管少数股权的收购，达到了对朗姿医美业务管理平台“朗姿医疗”的 100% 控股。

(4) 资产管理业务

报告期内，公司资产管理业务发展稳健。为更好地集中公司优势资源聚焦业已成熟的时尚女装、医疗美容等时尚业务，进一步增强和提升公司的综合核心竞争能力和市场地位，公司经慎重考虑和综合考量，于 2019 年 6 月开始，公司着手将负责资产管理业务的朗姿韩亚资管控制权转让，以加快推进公司泛时尚产业互联生态圈战略的部署。截止本报告披露日，公司已完成朗姿韩亚资管控股权的转让过户手续，已按合同约定收到第一笔 51% 的股权转让款。

2、主要财务数据同比变动情况

单位：人民币元

| | 本报告期 | 上年同期 | 同比增减 | 变动原因 |
|---------------|------------------|-------------------|----------|---|
| 营业收入 | 1,397,820,308.75 | 1,297,695,924.77 | 7.72% | |
| 营业成本 | 578,149,881.24 | 553,632,075.64 | 4.43% | |
| 销售费用 | 526,185,250.84 | 462,616,651.27 | 13.74% | 主要系商场费用、医美广告费用增长所致 |
| 管理费用 | 159,550,458.01 | 127,941,425.90 | 24.71% | 主要系资管公司费用增加所致 |
| 财务费用 | 66,441,930.29 | 88,880,203.67 | -25.25% | 主要系股份公司偿还短期融资券 9 亿元及减少贷款，相应的利息支出减少所致 |
| 所得税费用 | 14,917,050.64 | 11,005,681.95 | 35.54% | 主要系资管公司盈利增长以及因子公司出售 L&P 部分股权所导致的所得税增加所致 |
| 研发投入 | 37,063,026.92 | 35,521,860.18 | 4.34% | |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 110,498,809.77 | 136,531,608.23 | -19.07% | 主要系医美和资管业务因业务拓展，相应的人工、费用等各项支出增长所致 |
| 投资活动产生的现金流量净额 | 324,244,575.59 | -1,141,269,808.82 | -128.41% | 主要系资管公司收回对外投资所致 |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | -417,145,289.49 | 1,051,069,293.05 | -139.69% | 主要系报告期内按期归还贷款所致 |
| 现金及现金等价物净增加额 | 16,294,520.95 | 46,017,167.84 | -64.59% | 主要系经营活动支出增加所致 |

3、主营业务分析

概述

报告期内，公司主营业务收入 137,918.43 万元，较上年同期增长 7.64%。报告期内，公司的主营业务覆盖时尚女装、绿色婴童和医疗美容三大泛时尚业务体系和资产管理业务，各板块收入情况具体如下：

(1) 女装业务

女装业务主营业务收入按品牌分类情况：(万元)

| 品牌类型 | 2019年上半年 | | 2018年上半年 | | 2017年上半年 | |
|------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | 金额 | 占女装营业收入的比重 | 金额 | 占女装营业收入的比重 | 金额 | 占女装营业收入的比重 |
| 朗姿 | 50,655.42 | 72.61% | 44,911.97 | 68.10% | 30,701.67 | 61.20% |

| | | | | | | |
|------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| 莱茵 | 13,790.95 | 19.77% | 13,864.14 | 21.02% | 11,367.12 | 22.66% |
| 卓可 | 3,742.30 | 5.36% | 4,971.43 | 7.54% | 5,084.30 | 10.14% |
| 玛丽 | 114.19 | 0.16% | 437.34 | 0.66% | 1,353.65 | 2.70% |
| 吉高特 | 691.42 | 0.99% | 798.08 | 1.21% | 829.87 | 1.65% |
| FF | 491.09 | 0.70% | 868.38 | 1.32% | 625.97 | 1.25% |
| DEWL | 50.39 | 0.07% | 95.45 | 0.14% | 200.30 | 0.40% |
| 子苞米 | 224.73 | 0.32% | | 0.00% | | 0.00% |
| 合计 | 69,760.49 | 100.00% | 65,946.78 | 100.00% | 50,162.88 | 100.00% |

女装业务主营业务收入按经营模式分类情况：(万元)

| 经营模式 | 2019上半年 | | 2018上半年 | | 2017上半年 | |
|------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | 金额 | 占女装营业收入的比重 | 金额 | 占女装营业收入的比重 | 金额 | 占女装营业收入的比重 |
| 自营 | 62,838.46 | 90.08% | 58,793.01 | 89.15% | 42,298.49 | 84.32% |
| 经销 | 6,922.03 | 9.92% | 7,153.77 | 10.85% | 7,864.39 | 15.68% |
| 合计 | 69,760.49 | 100.00% | 65,946.78 | 100.00% | 50,162.88 | 100.00% |

报告期末，公司女装业务共有 513 家店铺，其中自营店铺 387 家、经销店铺 126 家、线上 6 家，较期初增加了 2 家。各品牌店铺数量情况如下：(单位：家)

| 品牌 | 自营 | 经销 | 合计 |
|-----|-----|-----|-----|
| 朗姿 | 155 | 98 | 253 |
| 莱茵 | 126 | 28 | 154 |
| 第五季 | 67 | | 67 |
| 卓可 | 28 | | 28 |
| 吉高特 | 7 | | 7 |
| F&F | 2 | | 2 |
| 子苞米 | 2 | | 2 |
| 合计 | 387 | 126 | 513 |

(2) 婴童业务

婴童业务主营业务收入按品牌分类情况：(万元)

| 品牌类型 | 2019年上半年 | | 2018年上半年 | | 2017年上半年 | |
|----------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | 金额 | 占婴童营业收入的比重 | 金额 | 占婴童营业收入的比重 | 金额 | 占婴童营业收入的比重 |
| Agabang | 19,673.29 | 54.07% | 19,432.56 | 54.31% | 22,435.52 | 52.15% |
| Dearbaby | 6,612.45 | 18.17% | 6,680.27 | 18.67% | 8,791.31 | 20.43% |
| Ettoi | 8,445.86 | 23.21% | 7,354.69 | 20.56% | 8,524.44 | 19.81% |
| Putto | 146.60 | 0.40% | 1,073.95 | 3.00% | 1,102.78 | 2.56% |
| 其他 | 1,504.74 | 4.14% | 1,238.92 | 3.46% | 2,170.71 | 5.05% |
| 合计 | 36,382.94 | 100.00% | 35,780.39 | 100.00% | 43,024.76 | 100.00% |

婴童业务主营业务收入 按经营模式分类情况：（万元）

| 品牌类型 | 2019年上半年 | | 2018年上半年 | | 2017年上半年 | |
|---------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | 金额 | 占婴童营业收入的比重 | 金额 | 占婴童营业收入的比重 | 金额 | 占婴童营业收入的比重 |
| 直营 | 26,656.46 | 73.27% | 26,471.56 | 73.98% | 24,295.89 | 56.47% |
| 经销（含代销） | 7,832.55 | 21.53% | 7,039.43 | 19.67% | 9,769.30 | 22.71% |
| 贸易 | 1,893.92 | 5.21% | 2,269.40 | 6.34% | 8,959.57 | 20.82% |
| 合计 | 36,382.94 | 100.00% | 35,780.39 | 100.00% | 43,024.76 | 100.00% |

报告期末，公司婴童业务共有 892 家店铺，其中自营店铺 636，经销店铺 256 家，较期初减少 74 家。各品牌店铺数量情况如下：（单位：家）

| 品牌 | 自营 | 经销 | 合计 |
|-----------|-----|-----|-----|
| Agabang | 375 | 180 | 555 |
| Dear Baby | 107 | 46 | 153 |
| Ettoi | 108 | 30 | 138 |
| 其他 | 46 | 0 | 46 |
| 合计 | 636 | 256 | 892 |

（3）医美业务

医美业务主营业务收入按品牌分类情况：（万元）

| 品牌类型 | 2019年上半年 | | 2018年上半年 | | 2017年上半年 | |
|------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | 金额 | 占医美营业收入的比重 | 金额 | 占医美营业收入的比重 | 金额 | 占医美营业收入的比重 |
| 米兰柏羽 | 15,763.31 | 57.26% | 12,878.66 | 57.21% | 8,877.86 | 77.79% |
| 晶肤医美 | 4,828.28 | 17.54% | 4,221.31 | 18.75% | 2,535.27 | 22.21% |
| 高一生 | 6,937.97 | 25.20% | 5,411.12 | 24.04% | | 0.00% |
| 合计 | 27,529.57 | 100.00% | 22,511.09 | 100.00% | 11,413.13 | 100.00% |

医美业务主营业务收入按业务类型分类情况：（万元）

| 经营模式 | 2019年上半年 | | 2018年上半年 | | 2017年上半年 | |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 金额 | 占医美营业收入比重 | 金额 | 占医美营业收入比重 | 金额 | 占医美营业收入比重 |
| 手术类医疗美容 | 10,787.47 | 39.19% | 9,622.02 | 42.74% | 4,120.62 | 36.10% |
| 非手术类医疗美容 | 16,742.09 | 60.81% | 12,889.07 | 57.26% | 7,292.51 | 63.90% |
| 合计 | 27,529.57 | 100.00% | 22,511.09 | 100.00% | 11,413.13 | 100.00% |

报告期末，公司医美业务共有 11 家医疗机构，其中米兰柏羽 2 家，晶肤 8 家、高一生 1 家，较期初增加了 1 家。

（4）资产管理业务

资产管理业务 2019 年上半年实现主营业务收入 3,956.15 万元，较上年同期上升 2.99%。

4、非主营业务分析

单位：人民币元

| | 金额 | 占利润总额比例 | 形成原因说明 | 是否具有可持续性 |
|-------|----------------|---------|--------------------------------|-------------------------|
| 投资收益 | 116,979,785.87 | 93.31% | 主要系资管公司项目债权性投资收益、公司股权投资收益和理财收益 | 资管公司控股权转让后，其投资收益占比会大幅下降 |
| 资产减值 | 19,093,665.41 | 15.23% | 主要系报告期内计提的存货跌价和坏账准备 | 否 |
| 营业外收入 | 1,304,457.27 | 1.04% | 主要系员工罚款扣款 | 否 |
| 营业外支出 | 2,966,481.70 | 2.37% | 主要系赔偿支出、资产处置损失等 | 否 |

(二) 涉及财务报告的相关事项

1、与上一会计期间财务报告相比，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) 会计政策变化情况

| 会计政策变更的内容和原因 | 审批程序 | 备注 |
|--|-------|-------------------------------------|
| 财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。 | 董事会审批 | 本公司将因追溯调整产生的累积影响数调整当年年初留存收益和其他综合收益。 |
| 财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2019〕6 号)，对一般企业财务报表格式进行了修订。 | 董事会审批 | |
| 财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》(2019 修订)(财会〔2019〕8 号)，修订后的准则自 2019 年 6 月 10 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。 | 董事会审批 | 本公司执行上述准则在本报告期内无重大影响。 |
| 财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》(2019 修订)(财会〔2019〕9 号)，修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。 | 董事会审批 | 本公司执行上述准则在本报告期内无重大影响。 |

(2) 会计政策变化影响的会计科目及金额如下：

可供出售金融资产：减少 444,921,823.50 元

其他非流动金融资产：增加 444,921,823.50 元

其他非流动资产：减少 189,227,976.10 元

其他非流动金融资产：增加 189,227,976.10 元

可供出售金融资产：减少 8,826,199.68 元

其他权益工具投资：增加 8,826,199.68 元

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、与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√适用 □不适用

报告期内取得子公司的情况

| 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 |
|--------------------|----------------|---------------|
| 成都武侯新南晶肤医疗美容诊所有限公司 | 新设合并 | 无重大影响 |
| 山南明懿时装有限公司 | 新设合并 | 无重大影响 |

说明：

1、报告期内，朗姿医疗为发展晶肤医美业务设立成都武侯新南晶肤医疗美容诊所有限公司，持股 100%，将其纳入合并范围；

2、报告期内，公司为收购子苞米品牌设立山南明懿时装有限公司，通过西藏哗叽持股 56.67%，将其纳入合并范围。

朗姿股份有限公司董事会

2019 年 8 月 24 日