

四川浪莎控股股份有限公司

2013 年年度报告摘要

一、 重要提示

1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 公司简介

股票简称	浪莎股份	股票代码	600137
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	投资者咨询专员	
姓名	马中明	马中明	
电话	0831-8216216	0831-8216216	
传真	0831-8216016	0831-8216016	
电子信箱	cjbz@vip.163.com	cjbz@vip.163.com	

二、 主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

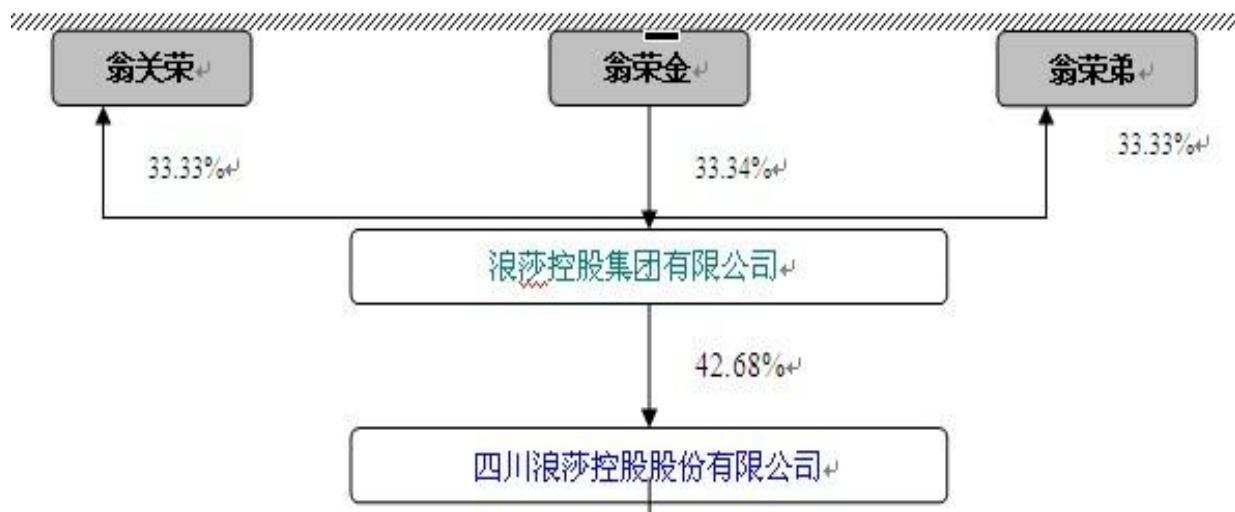
	2013 年(末)	2012 年(末)	本年(末)比上年(末)增 减 (%)	2011 年(末)
总资产	595,021,477.62	616,155,036.70	-3.43	664,893,743.66
归属于上市公司股东的净资产	459,056,222.98	450,883,353.69	1.81	440,517,074.01
经营活动产生的现金流量净额	23,227,987.31	16,027,594.43	44.92	27,122,590.75
营业收入	437,822,683.30	414,956,898.08	5.51	409,759,793.13
归属于上市公司股东的净利润	8,172,869.29	10,366,279.68	-21.16	34,681,621.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,493,473.51	7,450,876.93	-12.85	29,728,494.50
加权平均净资产收益率 (%)	1.80	2.33	减少 0.53 个百分点	8.20
基本每股收益 (元 / 股)	0.084	0.107	-21.50	0.357
稀释每股收益 (元 / 股)	0.084	0.107	-21.50	0.357

2.2 前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期股东总数	14,404	年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数	13,729		
前 10 名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
浪莎控股集团有限公司	境内非国有法人	42.48	41,495,355	0	质押 41,490,000
徐开东	境内自然人	2.08	2,020,000	0	无
深圳能源集团股份有限公司	国有法人	1.11	1,079,477	0	无
周爽	境内自然人	0.64	618,900	0	无
周宇光	境内自然人	0.45	437,200	0	无
孙贻勇	境内自然人	0.44	426,922	0	无
孟祥文	境内自然人	0.39	382,301	0	无
张惠琼	境内自然人	0.38	372,600	0	无
余良辉	境内自然人	0.34	333,138	0	无
郑修元	境内自然人	0.33	321,400	0	无
上述股东关联关系或一致行动的说明	报告期公司前十名无限售条件股东与公司控股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。				

2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



三、 管理层讨论与分析

(一)报告期内公司整体经营情况回顾和分析：2013 年公司完成营业收入 4.38 亿元，比 2012 年增长 5.51%，实现净利润 817.29 万元，比 2012 年降低 21.16%。2013 年 12 月 31 日总资产 5.95 亿元，净资产 4.59 亿元，每股净资产 4.72 元。2013 年公司董事会继续按照“新浪莎，大发展”的战略计划，围绕年初制订的目标，贯彻落实各项工作部署和要求，坚持重规范，谋发展，全面推进内部风险控制等几个方面开展了各项经营管理工作。2013 年浪莎内衣品牌发展得到进一步夯实，品牌建设核心竞争力得到进一步加强；电商和电视购物销售实现突破，公司产品市场得到拓展。但是，受纺织服装行业产能过剩和景气度持续下滑，终端库存高企，成本继续增加，加之内衣市场的无序竞争及销售市场受去年暖冬等多重因素影响，为

稳定公司产品市场，2013 年公司加大电视购物销售比重，造成公司费用特别是销售费用大幅增加，比 2012 年增长 76.18%，致使公司 2013 年利润未能扭转下滑趋势。

（二）报告期内主要工作开展情况：面临 2013 年严峻的经营困局，公司采取的措施和开展的工作如下：

1、继续强化品牌拓市场，提高公司产品市场占有率。首先，根据消费者、渠道、传播和竞争对手等方面的市场变化趋势，2013 年进一步完善了公司渠道和品牌布局，大力推进公司产品专营店、电子商务、电视购物等渠道业务，在市场中确保浪莎内衣品牌、质量、价格优势。其次是整合、优化、提升销售渠道，集中优势资源继续在产品展示、卖场布局，人员配备等方面进行规范化、制度化管理，提升公司品牌形象。第三是继续加强产品质量管理和新产品研发力度，确保公司产品质量稳定，更加深入人心，贴近消费者。坚持浪莎内衣品牌建设同时，立足质量无小事的原则，加强了公司全员、全过程产品质量管理。2013 年通过强化品牌拓市场，实现全年产销率 100%。第四是坚持顾客第一，流程优化，加强相互协作，完善服务营销前线的能力体系。研发部、技术中心、供应链和品牌部等公司后台和支持部门进一步增强了顾客意识，在各个方面和各个环节贯彻以顾客为中心的运营宗旨，通过工作改进和创新向顾客提供了更加优质的体验，更加有效地满足了其需求和向往；后台和支持部门进一步增强了为营销前线服务的意识，解决了一些流程中存在的突出问题，加强了前后台之间配合和协作，进一步完善了能力体系建设，提高了产品开发工作的质量，提高了公司产品整体供应的保障度和竞争力。

2、配合专项检查为契机，重规范，谋发展。2013 年四川监管局对公司进行了年报专项现场检查并提出了《提示整改函》。按照《公司法》、《证券法》，证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《关于上市公司建立内幕信息知情人登记管理制度》及《公司章程》等规定，对照《提示整改函》中提出的问题，公司进行了认真整改落实。通过整改落实，改进了公司管理和公司治理等方面存在的不足。

3、继续秉承为股东创造效益，为员工创造未来，为社会创造财富的企业文化宗旨，认真履行和承担社会责。公司致力于企业可持续发展，实施清洁生产，节能减排。坚持走资源节约型，环境友好型发展道路，并带动了相关产业链的发展。2013 年全年公司全资子公司浪莎内衣完成含税销售收入 5 个多亿。全年支付员工工资及福利比上年增长近三成。2013 年公司在为股东创造效益，为员工创造未来，为社会创造财富的同时，积极承担了社会责任。

4、继续积极消化库存，控制经营风险，减轻资金沉淀压力。面临“高价库存，低价产品”的状况，董事会促成经营管理层细化目标，并加大考核力度，积极消化库存，控制经营风险，减轻资金沉淀压力，2013 年产品库存较 2012 年下降 5.09%

5、加强公司自主创新能力，继续由生产经营型企业向品牌经营型企业转型升级。内衣产品不仅是满足人们日常基本生活需求的日用消费品，而且是具有时尚、个性、贴身等多方面功能性的普通消费品，其市场呈现持续旺盛的需求。为提升“浪莎内衣”品牌影响力，增强“浪莎内衣”品牌市场核心竞争力，使公司逐步由生产经营型企业向品牌经营型企业转型升级。2013 年公司以市场需求为导向，运用多种渠道和多种手段促进研发创新，在品牌的提升，产品设计理念的调整，渠道建设、质量管理升级，产品创新投入等方面有所突破，消费者对浪莎内衣产品认知度进一步增强。在内衣市场的无序竞争中，确保了公司产品在市场中的竞争优势。

（三）2014 年公司面临形势分析：2014 年是公司“抓好营销破困局，规范运作促发展”的一年，公司面临机遇与挑战并存，希望与困难同在。2014 年是国家全面深化改革第一年，随着经济的发展和城乡居民收入稳定提高，城镇化进程加快，扩大内需的政策不断深化实施，国内消费在经济中所占比例不断提升。预计 2014 年“大行业、小企业”的纺织行业市场将迎来发展拐点，为公司发展带来机遇和希望。但是受国内经济增速放缓，PPI 指数负增长，消费市场持续低迷，劳动力等成本上升压力和内衣行业的无序竞争加剧，公司同时面临严峻的市场挑战和经营困局。

（四）2014 年主要工作要点：分析了 2014 年公司面临的发展机遇和严峻的市场挑战，董事会提出 2014 年公司的工作要点如下：

1、强化管理，提升公司品牌核心竞争力，抓好营销破困局。纺织品行业的针织内衣子行

业属于完全竞争的市场，也是典型的买方市场，市场化竞争较为充分。因此，2014 年要通过完善内部治理和组织结构，提高运营效率，严格考核机制，明确公司各管理岗位人员的责任和权益，强化管理，实现公司品牌经营型企业转型升级，扭转公司经营业绩连续三年下滑的不利局面。同时，公司要在整合、优化、提升销售渠道，集中优势资源在产品展示、卖场布局等方面进行更加规范化、制度化管理，使“浪莎内衣”的形象更加深入人心。

2、加强品牌建设，继续做大做强浪莎内衣品牌。为实现公司多、快、好、省的跨越式发展目标，2014 年公司要继续按照浪莎内衣品牌第一、质量第一、市场第一的目标，强化品牌建设，全面提升浪莎内衣品牌的知名度、美誉度、影响力。一是对线上线下、电购等加大开发推广，通过整体策划，将电子商务平台与各类现有网络平台相结合，通过跨平台多店铺的运营模式，实现电子商务业务再上台阶。二是为做大浪莎内衣品牌影响力，通过联营方式、合作方式、输出方式等与供应商、客户合作，利用浪莎品牌，开发跨类产品，如羽绒服、羊毛衫、床品、衬衫、女装、时尚裤、打底裤、一体裤等，增加公司产品品种，提高产品附加值，扩大公司产品销售量，确保收入稳步增长。

3、继续消化库存，控制成本，扭转经营业绩连续下滑困局。随着公司电商销售业务突破，扩张加快，销售量的扩大。严格控制成本和费用，克服收入增长，利润下降，抓好营销破困局是 2014 年公司经营管理重点工作。今年一方面要强化营销，消化库存，控制经营风险，减轻资金沉淀压力；另一方面要改变“高价库存，低价产品”的状况，严格控制成本，控制费用，提高公司盈利能力。

4、做好新产品研发工作，增强公司产品市场竞争力

(1) 强调以自主研发作为技术进步驱动力，通过产品生产工艺的持续改进、新产品的不断开发，提高浪莎内衣产品舒适度和功能性，降低生产损耗率，增强产品的市场竞争力。

(2) 利用企业外部科研机构的研究力量，加强校企、院企合作，充分发挥外部研究机构在前沿技术开发上的实力，将其迅速转化为公司可利用的生产力。并在技术合作过程中，进一步促进公司自主创新能力的培养和加强。公司继续专注产品深度研发及科技创新，培养科研人才梯队，使公司在未来发展过程中更具市场竞争力。

5、高度重视，全体动员，推进内控规范实施工作。根据财政部、证监会等 5 部委相关要求，实施内控建设、评价、审计是公司 2014 年内控规范实施工作年，为加强和规范公司内部控制，进一步提高公司经营管理水平和风险防范能力，促进公司战略发展目标的实现。根据《企业内部控制基本规范》及其相关配套指引的要求，2014 年公司要脚踏实地，扎扎实实推行公司内部控制规范实施建设工作。查漏补缺，采取多种形式，广泛宣传，全面动员，组织各级员工认真学习内部控制基本规范及配套指引，努力提高各级员工内控理念和风险意识，促进公司管理水平提升。

四、 涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

本期新增孙公司浙江苏凯服饰有限公司纳入合并范围，该公司是本公司全资子公司浙江浪莎内衣有限公司出资 1000 万元组建的全资子公司，相关出资事项业经浙江至诚会计师事务所义乌分所验证并出具浙至会验义【2013】第 225 号验资报告。9 月 9 日，经义乌市工商行政管理局批准，苏凯服饰公司完成工商登记注册并取得执照（注册号：330782000381150），法定代表人：翁晓锋，经营范围：围巾、帽子、服装的生产与销售。

2013 年 12 月 18 日本公司召开第八届董事会临时会议决议：因浙江苏凯服饰有限公司组建以来，需避免与股东单位浙江浪莎内衣有限公司产生同业竞争，其业务开展不足，会议同意注销浙江苏凯服饰有限公司，授权总经理办理公司注销事宜。

董事长：翁荣金

四川浪莎控股股份有限公司

2014 年 4 月 14 日