

四川浪莎控股股份有限公司

2012 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	
姓名	马中明		
电话	0831-8216216		
传真	0831-8216016		
电子信箱	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

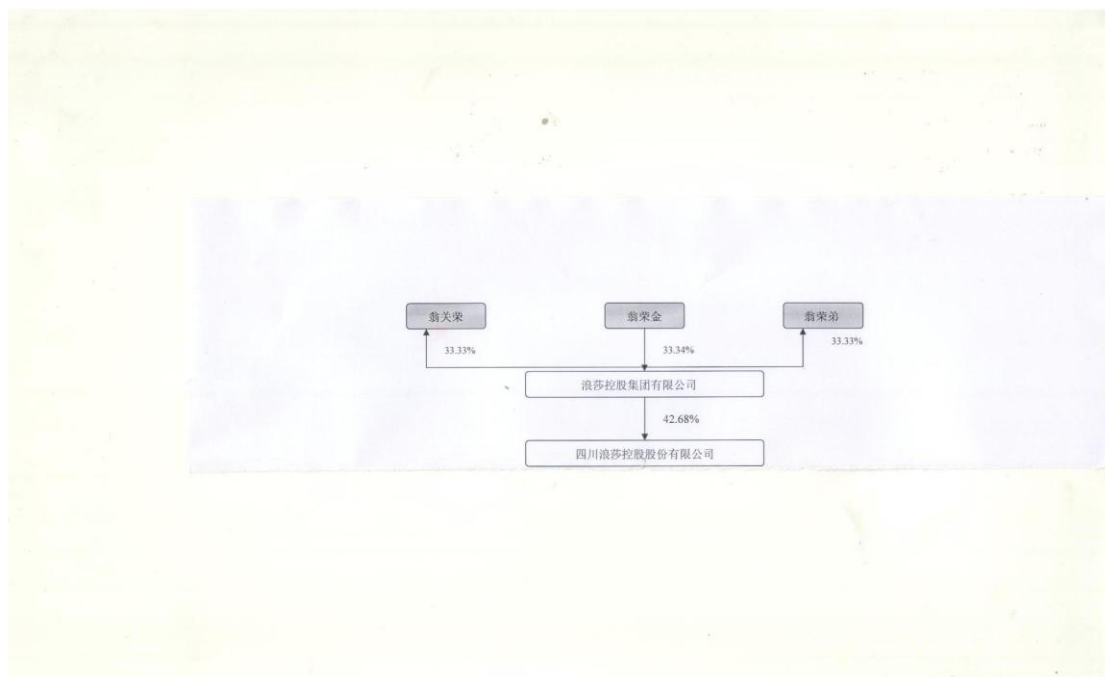
	2012 年(末)	2011 年(末)	本年(末)比上年(末) 增减 (%)	2010 年(末)
总资产	616,155,036.70	664,893,743.66	-7.33	582,148,646.81
归属于上市公司股东的净资产	450,883,353.69	440,517,074.01	2.35	582,148,646.81
经营活动产生的现金流量净额	16,027,594.43	27,122,590.75	-40.91	-54,846,417.74
营业收入	414,956,898.08	409,759,793.13	1.27	340,765,800.63
归属于上市公司股东的净利润	10,366,279.68	34,681,621.95	-70.11	43,323,312.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,450,876.92	29,728,494.51	-74.94	43,355,814.43
加权平均净资产收益率 (%)	2.33	8.20	减少 5.87 个百分点	11.28
基本每股收益 (元 / 股)	0.11	0.36	-69.44	0.45
稀释每股收益 (元 / 股)	0.11	0.36	-69.44	0.45

2.2 前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期股东总数	13,442	年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数	15,076		
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	42.68	41,495,355	0	质押 36,000,000
全国社保基金一零九组合	其他	3.61	3,509,108	0	无
东海证券—光大—东风 6 号集合资产管理计划	其他	2.25	2,188,700	0	无
泰康人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—019L—CT001 沪	其他	2.16	2,100,000	0	无
泰康人寿保险股份有限公司—投连—五年保证收益—019L—TL001 沪	其他	1.85	1,800,000	0	无
中国建设银行—华宝兴业多策略增长证券投资基金	其他	1.24	1,201,373	0	无
深圳能源集团股份有限公司	其他	1.11	1,079,477	0	无
中国工商银行—博时精选股票证券投资基金	其他	1.03	999,930	0	无
东海证券—兴业银行—东风 2 号集合资产管理计划	其他	0.71	688,289	0	无
国盛证券有限责任公司	其他	0.51	500,000	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、 董事会报告

(一) 管理层讨论与分析概要

1、报告期内公司整体经营情况回顾和分析：2012 年公司董事会按照“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。2012 年浪莎内衣品牌建设核心竞争力加强；同时产品市场得到拓展，公司营业收入继续呈现增长态势。但是，受纺织服装行业景气度持续下滑，终端库存高企，成本和费用大幅增加，加之内衣市场的无序竞争等因素影响，公司 2012 年利润与 2011 年相比大幅下降 70%。2012 年公司完成营业收入 4.15 亿元，比 2011 年增长 1.27%，实现净利润 1036.63 万元，比 2011 年降低 70.11%。2012 年 12 月 31 日总资产 6.16 亿元，净资产 4.51 亿元，每股净资产 4.64 元。

2、报告期内主要工作开展情况：面临 2012 年高价库存，低价产品的经营状况，公司采取的措施和开展的工作如下：

(1) 强化品牌拓市场，稳步提高公司产品市场占有率。首先，2012 年突出销售重点，抢抓市场机遇，以产品销售为基础的市场和客户定位方略，确保了销售龙头地位。并加强市场调研，清晰市场定位，把握市场行情脉搏，在市场中确保浪莎内衣品牌、质量、价格优势；其次整合、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、全过程质量管理。2012 年通过强化品牌拓市场，实现全年产销率 100%，产品库存下降 32%。

(2) 以试行内部控制制度为契机，强化管理，规范公司管理水平。为了加强和规范公司行为，提高公司经营管理水平和风险防范能力，公司按照全面性、真实性、制衡性、成本效益性、适应性原则，制订了《浪莎股份内部控制手册》，通过两年来试行，公司现有内部控制制度能够适应公司管理的要求，能够为编制真实、完整、公允的财务报表提供合理保证。能够保证公司资产的安全、完整，促进公司可持续发展。

(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任。按照科学发展观,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。2012 年公司全资子公司浪莎内衣完成含税销售收入近 5 个亿,实现利税 2360 万元。全年支付员工工资及福利 2030 万元。2012 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) 积极消化库存,控制经营风险,减轻资金沉淀压力。面临年初"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。

(5) 加强公司自主创新能力,初步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、贴身等多方面功能的时尚消费品,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。2012 年公司在品牌的提升,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。

3、2013 年公司面临形势分析:2013 年公司发展机遇与挑战并存。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。2013 年"大行业、小企业"的纺织行业市场将继续保持平稳增长趋势,为公司发展带来机遇。但是消费信心不足,市场环境低迷,成本压力和内衣行业的无序竞争加剧,公司面临严峻的市场挑战。

4、2013 年主要工作要点:在分析了 2013 年公司面临的发展机遇和严峻的市场挑战,董事会提出 2013 年公司的工作要点:

(1) 强化管理,提升公司品牌核心竞争力。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,2013 年要实现公司品牌经营型企业转型升级,扭转公司经营业绩下滑的不利局面。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,做好产品经营,实现电商新突破。2013 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。同时,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,实现电子商务业务新突破,扩大公司产品销售量,确保收入增长。

(3) 消化库存,控制成本,增强公司盈利能力。随着公司扩张加快,销售量的扩大,加强公司内部管理尤显突出。克服收入增长,利润下降的经营困难。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,控制成本,控制费用,提高公司盈利能力。

(4) 高度重视,全体动员,继续推进内控规范实施工作。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,2013 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。

(二) 主营业务分析

1、 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例（%）
营业收入	414,956,898.08	409,759,793.13	1.27
营业成本	356,011,989.52	337,595,129.02	5.46
销售费用	16,351,301.89	14,511,835.79	12.68
管理费用	27,339,350.40	16,937,206.90	61.42
财务费用	569,427.53	1,484,415.62	-61.64
经营活动产生的现金流量净额	16,027,594.43	27,122,590.75	-40.91
投资活动产生的现金流量净额	-6,219,120.99	-22,877,554.95	-72.82
筹资活动产生的现金流量净额	-49,385,079.70	45,962,491.01	-207.45
研发支出	13,365,228.29	8,447,570.71	58.21

2、收入

(1) 驱动业务收入变化的因素分析

报告期内，公司实现营业收入 414,956,898.08 元，同比增长 1.27%。其中：内销实现营业收入 384,570,745.18 元，同比增长 3.00%，主要系 2012 年虽受纺织服装行业景气度持续下滑影响，浪莎内衣加强品牌建设，拓展产品市场，公司内销营业收入继续呈现增长态势；外销出口实现营业收入 30,386,152.92 元，同比下降 16.52%，主要系 2012 年公司因受人民币升值压力，外贸接单难度大，出口产品在价格上的竞争力下降，故公司减少了外贸销售。

(2) 主要销售客户的情况

公司前五名销售客户销售金额合计：96,243,513.82 元，占公司营业收入总额比例：23.20%。

3、成本

(1) 成本分析表

单位：元

分行业情况						
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)
服装制造业	营业成本	356,011,989.52	100.00	337,595,129.02	100.00	5.46
分产品情况						
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)
内衣	营业成本	212,777,582.17	59.77	232,620,293.77	68.91	-8.53
短裤	营业成本	72,447,881.14	20.35	48,890,463.15	14.48	48.18
文胸	营业成本	9,401,543.54	2.64	9,084,601.68	2.69	3.49
其他	营业成本	61,384,982.67	17.24	46,999,770.42	13.92	30.61

(2) 主要供应商情况

公司前五名供应商采购金额合计：69,032,392.43 元，占公司全部采购总额比例：24.19%。

4、费用

单

位：元

利润表项目	本期数	上期数	增减额	增减变动幅度(%)	主要原因
销售费用	16,351,301.89	14,511,835.79	1,839,466.10	12.68	主要系全资子公司浙江浪莎内衣有限公司人工工资及商超费用等增加所致。
管理费用	27,339,350.40	16,301,364.28	11,037,986.12	67.71	主要系全资子公司浙江浪莎内衣有限公司研发费用等增加所致。
财务费用	569,427.53	1,484,415.62	-914,988.09	-61.64	主要系全资子公司浙江浪莎内衣有限公司减少银行借款 47,450,000.00 元所致。

5、研发支出**(1) 研发支出情况表**

单位：元

本期费用化研发支出	13,365,228.29
本期资本化研发支出	0
研发支出合计	13,365,228.29
研发支出总额占净资产比例 (%)	2.96
研发支出总额占营业收入比例 (%)	3.22

6、现金流

单

位：元

项目	本期数	上年同期数	增减额	增减幅度(%)	主要原因
经营活动产生的现金流量净额	16,027,594.43	27,122,590.75	-11,094,996.32	-40.91	主要系全资子公司浙江浪莎内衣有限公司上年同期收到保险公司火灾赔款 13,234,791.16 元及收回前期应付票据保证金 15,877,652.80 元所致。
投资活动产生的现金流量净额	-6,219,120.99	-22,877,554.95	16,658,433.96	72.82	主要系全资子公司浙江浪莎内衣有限公司报告期内购买固定资产比上年同期减少所致。
筹资活动产生的现金流量净额	-49,385,079.70	45,962,491.01	-95,347,570.71	-207.45	主要系全资子公司浙江浪莎内衣有限公司报告期内归还全部借款所致。

7、其它**(1) 发展战略和经营计划进展说明**

详见前述“董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析”综述。

(三) 行业、产品或地区经营情况分析**8、主营业务分行业、分产品情况**

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减 (%)
服装制造业	414,956,898.08	356,011,989.52	14.21	1.27	5.46	减少 3.40 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减 (%)
内衣	249,932,795.54	212,777,582.17	14.87	-12.25	-8.53	减少 3.40 个百分点
短裤	84,966,902.56	72,447,881.14	14.73	55.55	48.18	增加 4.23 个百分点
文胸	11,023,688.90	9,401,543.54	14.72	-12.17	3.49	减少 12.90 个百分点
其他	69,033,511.08	61,384,982.67	11.08	19.53	30.61	减少 7.54 个百分点

9、 主营业务分地区情况

单位:元 币种:人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减 (%)
华北地区	18,277,023.02	-57.19
东北地区	6,213,718.59	-67.84
华东地区	249,110,859.81	39.76
中南地区	80,630,703.66	-14.97
西南地区	24,431,466.69	0.91
西北地区	5,906,973.41	-58.03
出口	30,386,152.90	-16.52
合计	414,956,898.08	1.27

(四) 核心竞争力分析

公司核心竞争力是浪莎内衣品牌。公司浪莎内衣品牌系列产品主要有保暖内衣产品系列(无缝和有缝)、男女短裤系列、男女时尚内衣系列、女士纹胸等。一直以来公司注重品牌的提升,产品设计理念的调整,渠道建设、质量管理升级,产品创新的投入,消费者对浪莎内衣产品认知度不断增强,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。

(五) 行业竞争格局和发展趋势

1、纺织内衣行业不仅属于完全的竞争市场,而且也是典型的买方市场。公司经营规模不大(年营业收入不到5亿元),“浪莎内衣”品牌处于建设和培育时期,在同行业中处于不利的竞争格局。

2、纺织内衣行业现状是劳动密集,准入门槛低,加之产品附加值偏低,日益激烈的竞争市场,挤压行业企业利润。

3、纺织服装行业近年来去库存化,造成企业经营毛利率持续下降。

4、随着公司经营规模不断扩大,以及城乡居民生活水平不断提高,消费结构升级,为公司2013年带来一定的发展空间。

5、消费者对“浪莎内衣”产品品牌认知度和忠诚度的提高,以及公司在产品质量、品牌文化、研发力度、工艺技术、管理服务和市场营销等方面的投入不断加大,扭转公司在同行业中处于不利的竞争格局。

（六）公司发展战略

公司按照“新浪莎，大发展”战略计划，以品牌经营为核心，大力发展“浪莎内衣”系列产品，强化“浪莎内衣”品牌建设，从产品、渠道、服务、管理以及终端形象等方面推进浪莎品牌提升，通过品牌形象和影响力的提升推动产品销售，增强企业增收盈利能力，逐步形成品牌资产与业绩同步增强的良性发展态势。

（七）经营计划

1、2013 年公司营业收入计划在 2012 年基础上有所增长，增长计划 10%，利润扭转下滑趋势，2013 年比 2012 年增长。

2、全面推进管理提升，向管理要效益。加大研发投入和强化营销的同时合理控制全年费用的增长。全年费用增长控制，在 2012 年基础上不超过 30%。

3、在强化浪莎品牌建设同时，加大新产品和高附加值产品研发投入，不断推出时尚、健康、环保、贴身的新型内衣产品，培育公司利润增长点。2013 年做好“吸湿发热功能面料”、“低碳凉爽内衣”、“蛹蛋白纤维舒适内衣”、“减压健康功能针织内衣”、“天然生态抑菌健康内衣”等技术项目转化为产品生产投放市场销售，促进公司增收增利。

（八）因维持当前业务并完成在建投资项目公司所需的资金需求

2013 年公司生产经营资金筹措主要是：通过银行贷款融资、浪莎内衣利润留存和供应商货款融资等方式。

（九）可能面对的风险

1、行业竞争不规范的风险。纺织服装的内衣子行业不仅是一个完全竞争的行业，而且存在无序竞争的问题。由于准入门槛低，生产企业众多，且大多数企业规模较小、产品档次和质量较低、营销能力和产品开发能力有限，低水平重复建设严重，低档产品生产能力过剩。为了维持生存和发展，许多中小企业抄袭、模仿名牌企业和市场流行的产品设计，并采取让价不让市场的方式，这些不规范行为在加剧行业内市场竞争的同时，影响了行业整体水平的提高。公司将面临更大的行业竞争不规范的风险。

2、产品销售季节性波动的风险。公司主打产品为保暖内衣和男女时尚内衣，产品销售具有较强的季节性。若因季节性原材料价格波动和气候变化的影响，可能出现品牌滞销状况，从而导致销售下降、库存增加。

3、成本上升和人民币升值的风险。受中国经济增速放缓及人民币持续升值影响，未来公司可能面临原材料价格上涨，产品出口受挫，将对公司全年经营造成一定影响。

4、技术创新能力与核心竞争力不高的风险。国内内衣企业大多单纯依靠劳动力资源，以低成本和数量取胜，来实现外延式扩张。与欧美日本等发达国家内衣企业相比，国内内衣企业在产品与技术创新能力方面明显不足，核心竞争力尚难提高，国际竞争力整体不强。公司同样也面临技术创新能力与核心竞争力不高问题，影响企业发展。

四、董事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

（一）董事会、监事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

√ 不适用

（二）董事会对会计政策、会计估计或核算方法变更的原因和影响的分析说明

√ 不适用

(三) 董事会对重要前期差错更正的原因及影响的分析说明

√ 不适用

五、利润分配或资本公积金转增预案**(一) 现金分红政策的制定、执行或调整情况**

根据中国证监会证监发（2012）37 号《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》精神，结合公司实际，2012 年 11 月 10 日公司 2012 年第一次临时股东大会审议批准修改《公司章程》中利润分配政策，明确了分红标准和分红比例。

1、报告期内董事会审议利润分配预案和资本公积金转增股本预案符合《公司章程》的相关规定。

2、公司近三年（含本报告期）利润分配预案和资本公积金转增股本预案：因 2010 年、2011 年、2012 年公司未分配利润未负，实现利润用于弥补以前年度亏损，未进行现金分红和资本公积金转增股本。

(二) 报告期内盈利且母公司未分配利润为正，但未提出现金红利分配预案的，公司应当详细披露原因以及未分配利润的用途和使用计划

√ 不适用

(三) 公司近三年（含报告期）的利润分配方案或预案、资本公积金转增股本方案或预案

单位：元 币种：人民币

分红年度	每 10 股送红股数（股）	每 10 股派息数(元)（含税）	每 10 股转增数（股）	现金分红的数额（含税）	分红年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比率(%)
2012 年	0	0	0	0	10,366,279.68	0
2011 年	0	0	0	0	34,681,621.95	0
2010 年	0	0	0	0	43,323,312.01	0

董事长：翁荣金-----

四川浪莎控股股份有限公司

2013 年 4 月 23 日