

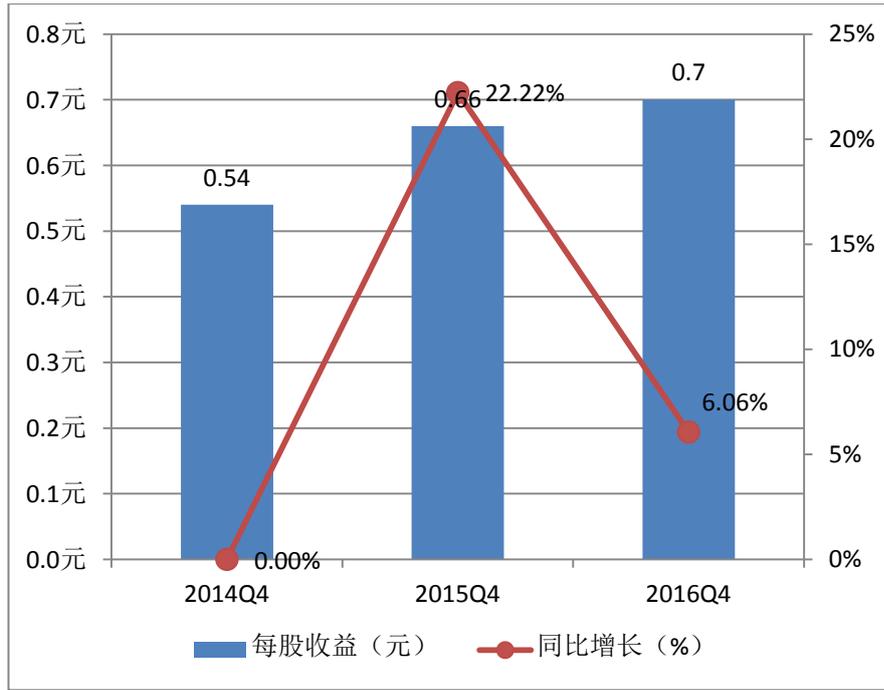
# 海澜之家 2016 年年报分析

## 一、 公司基本情况

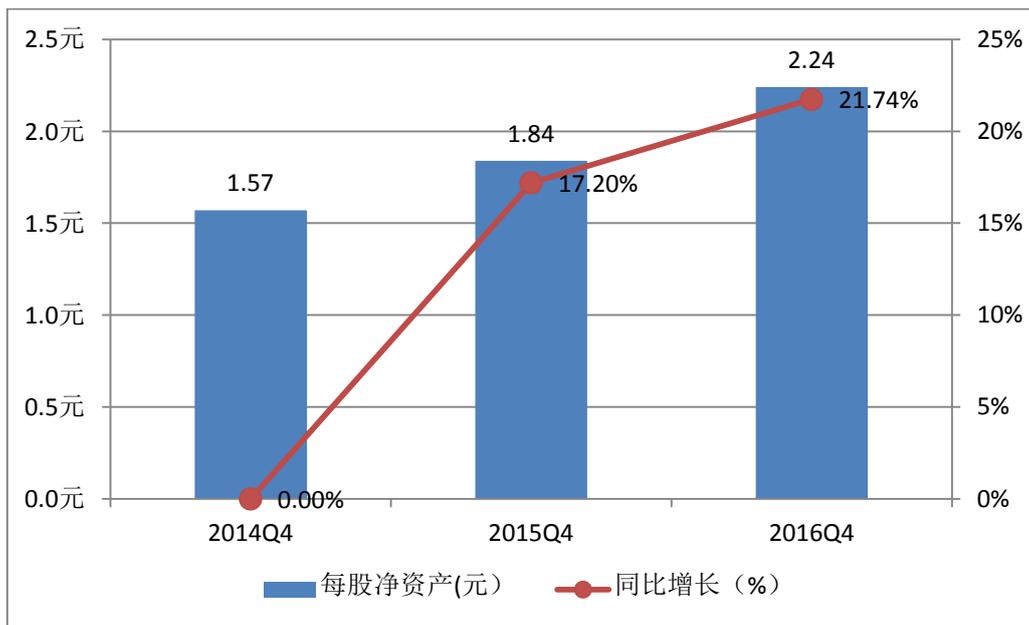
海澜之家股份有限公司是一家大型服装企业，业务涵盖品牌服装的经营以及高档精纺呢绒、高档西服、职业服的生产和销售。其中，品牌服装的经营包括品牌管理、供应链管理和营销网络管理等业务。公司原为我国精纺呢绒面料的龙头企业，其精纺呢绒面料的产能和质量在国内均名列前茅，圣凯诺精纺呢绒先后获得过江苏省重点名牌产品、中国名牌产品称号，在国内市场具有较高知名度。近年来公司贯彻“立足面料，做大服装”的产业拓展思路，对其产业链进行了扩充以及进行了生产转型：其业务重点已逐步转移到附加值比较高的服装生产及销售上，服装产品（包括职业服、汇邦服装、克瑞特服装、衬衫）的销售收入已占到全年主营收入的 70%以上。

## 二、 摘要信息

2016 年共实现营业收入 170 亿，同比增长 7.39%，实现净利润 31.23 亿，同比增长 5.72%。三大费用合计 22.75 亿，同比增长 2.81%，毛利率为 38.99%，去年同期为 40.27%，营业利润率为 23.96%，去年同期 24.87%。加权净资产收益率 34.64%，去年同期 40.02%；每股收益 0.7 元，同比增长 6.06%。



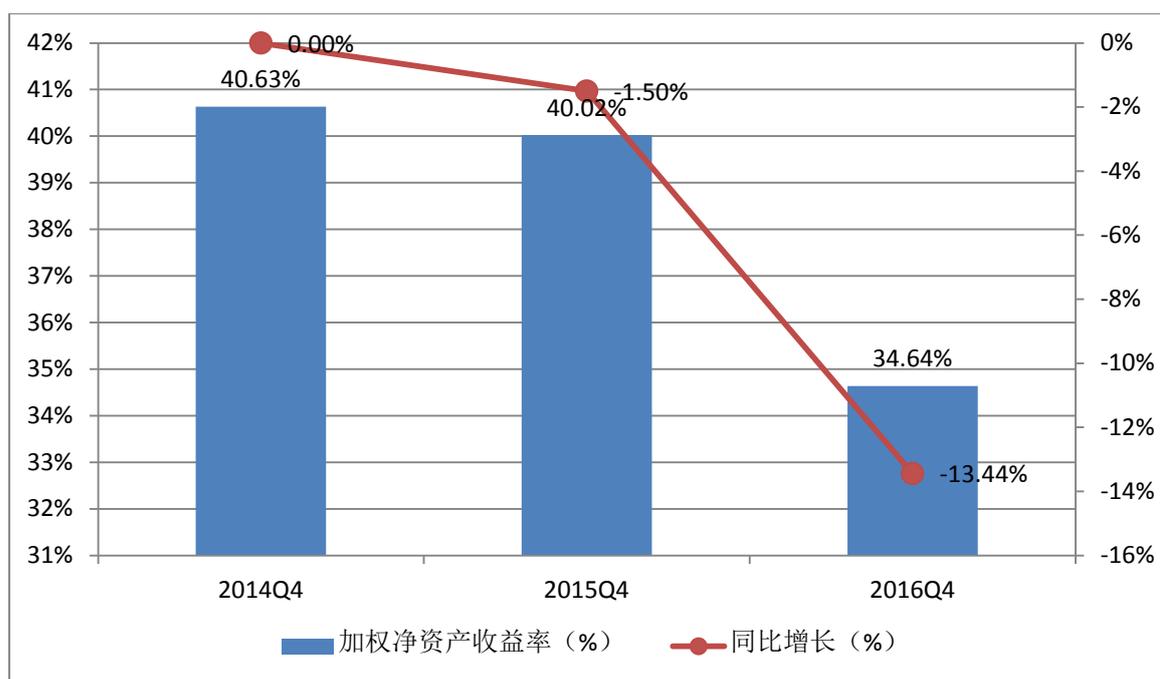
图表 1: 海澜之家 近 3 年每股收益同比对比



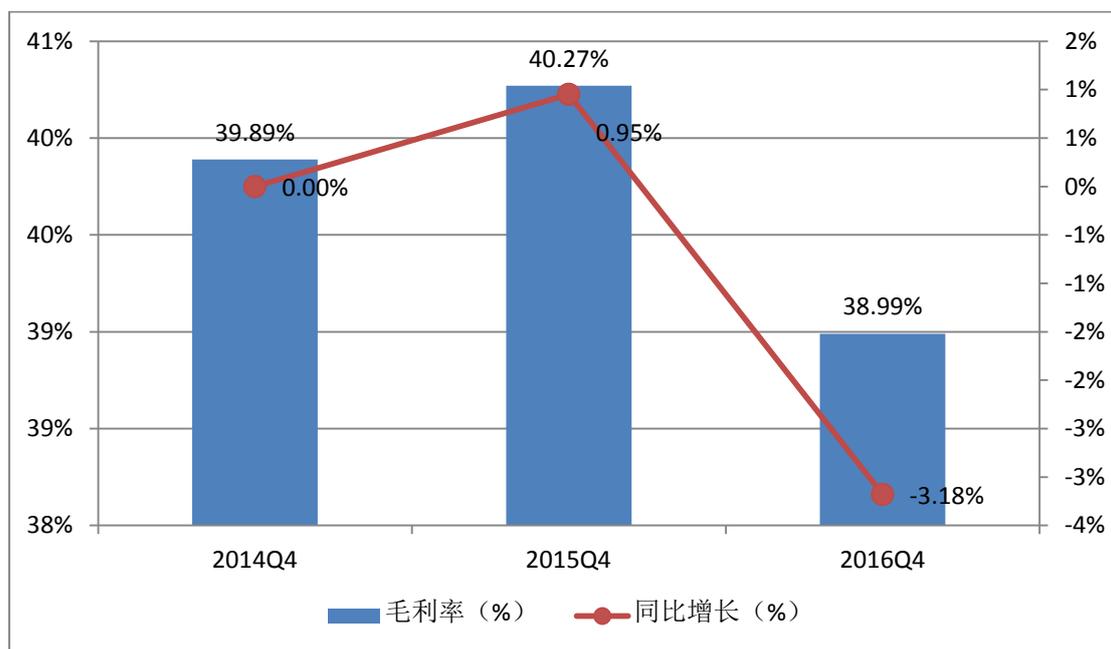
图表 2: 海澜之家 近 3 年每股净资产同比对比

### 三、 财务分析

从公司的近三年来看，ROE 在 35%~40%左右，2016 年为 34.64%，相对同业较高；毛利率 2016 年为 38.99%，相对同业较好；近几年负债率在 60%左右，2016 年负债率为 58.43%，相对同业持平。

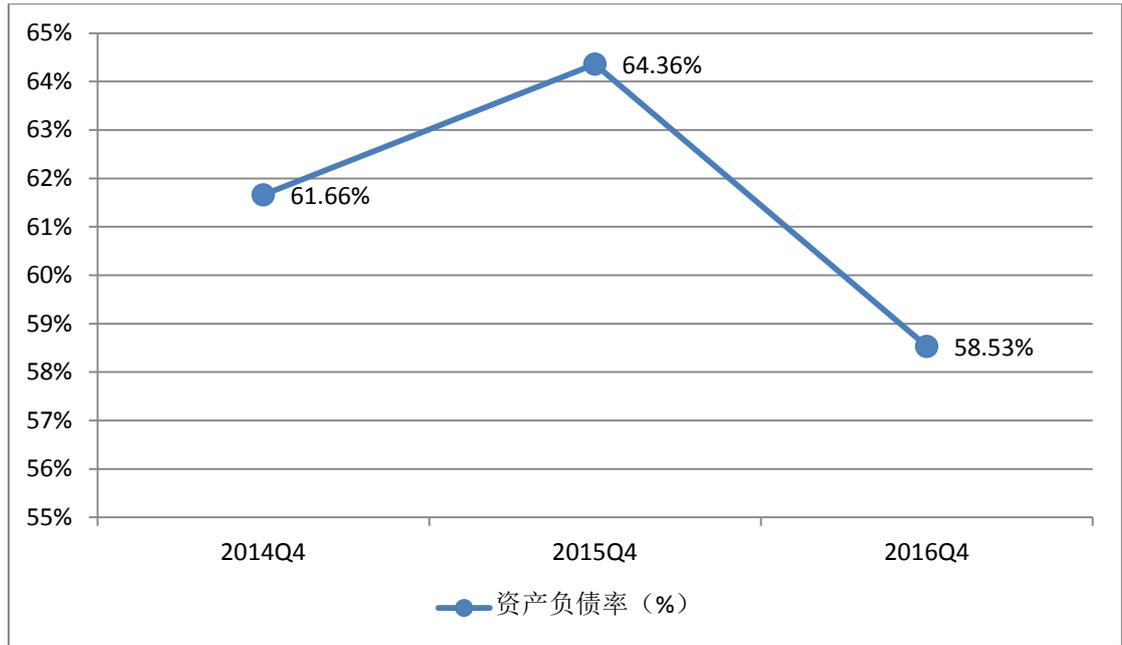


图表 3: 海澜之家 近 3 年加权净资产收益率同比对比

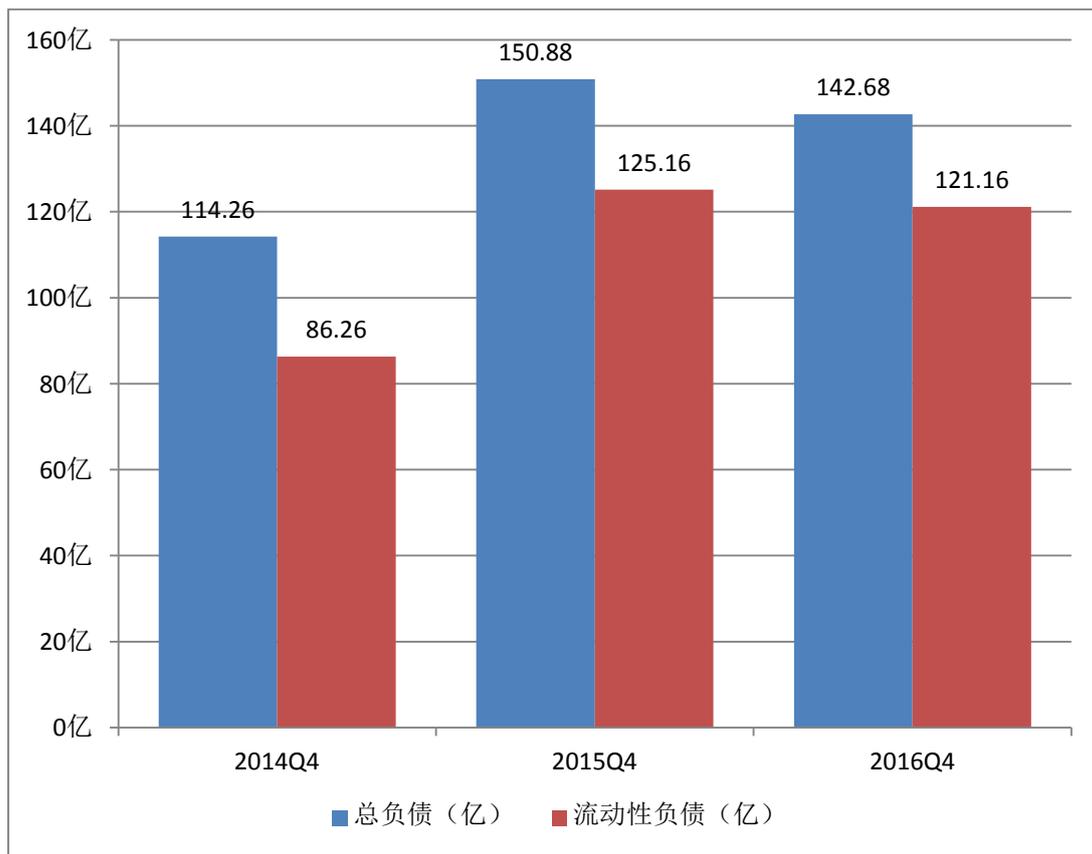


图表 4: 海澜之家 近 3 年毛利率同比对比

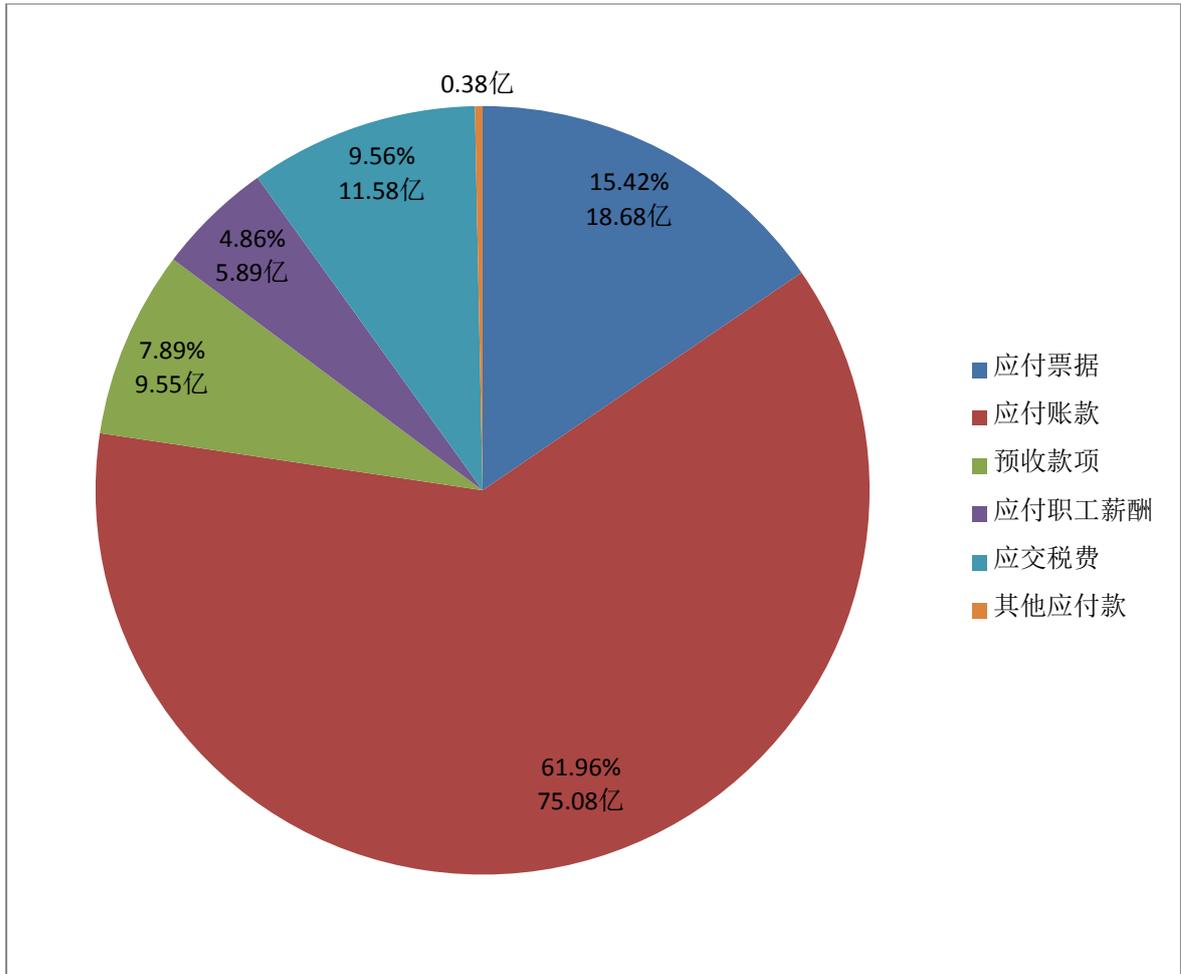
2016 年公司总负债 142.68 亿，其中 84.92% 是流动负债为 121.16 亿，在流动负债中，应付票据 18.68 亿，占 15.42%，应付账款 75.08 亿，占 61.96%，预收款项 9.55 亿，占 7.89%，其他应付款 0.38 亿，占 0.32%，无短期借款。



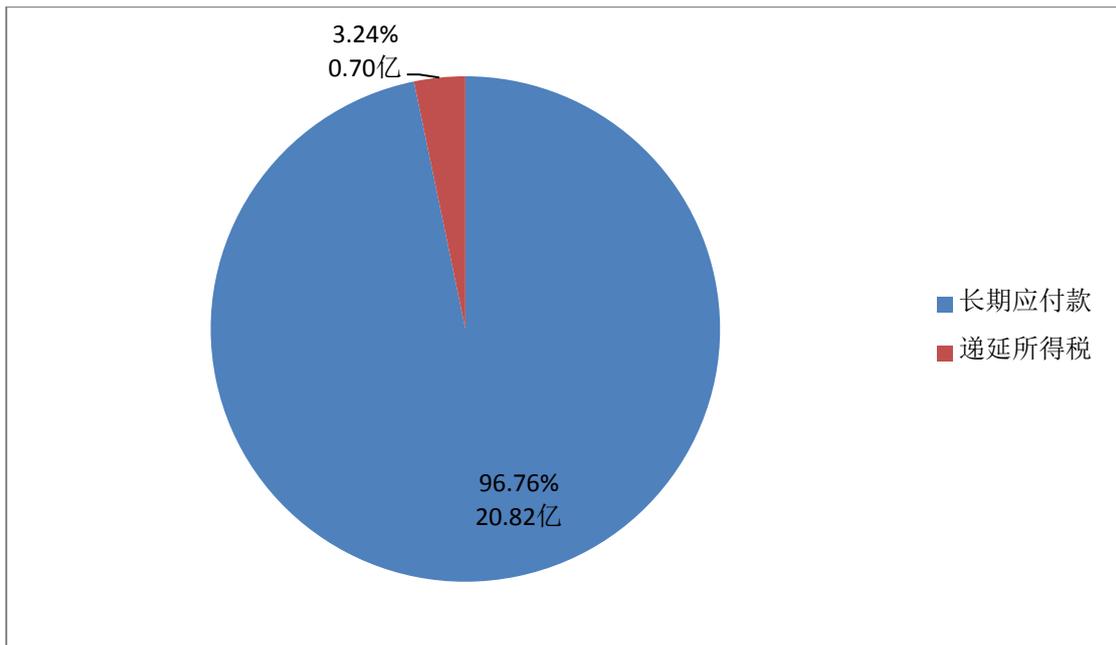
图表 5: 海澜之家 近 3 年资产负债率对比



图表 6: 海澜之家 近 3 年总负债与流动性负债对比



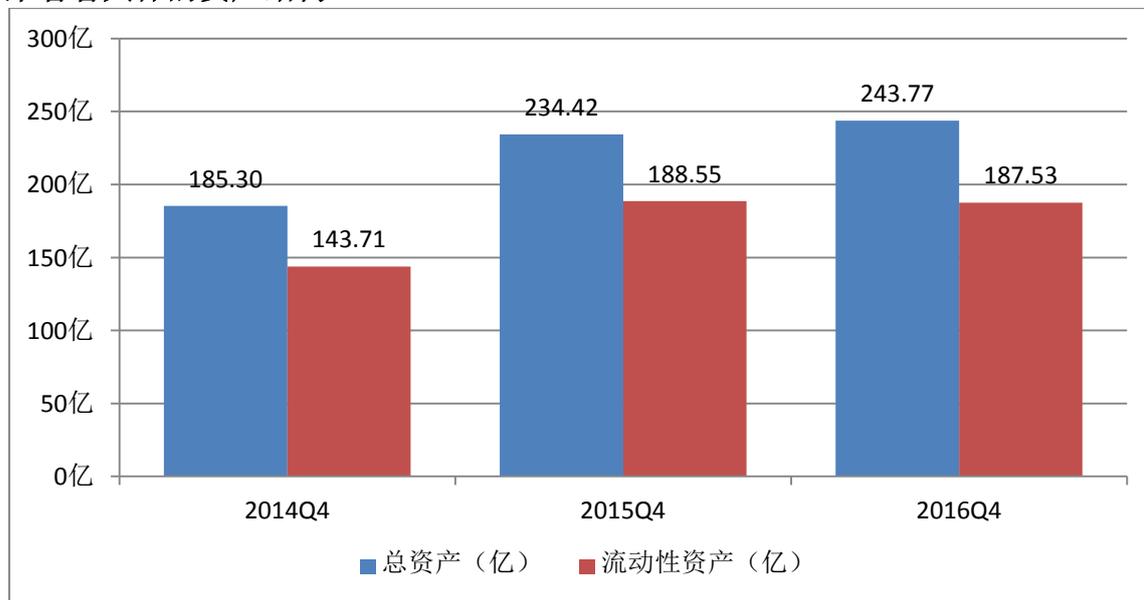
图表 7: 海澜之家 2016 年流动负债各科目占比



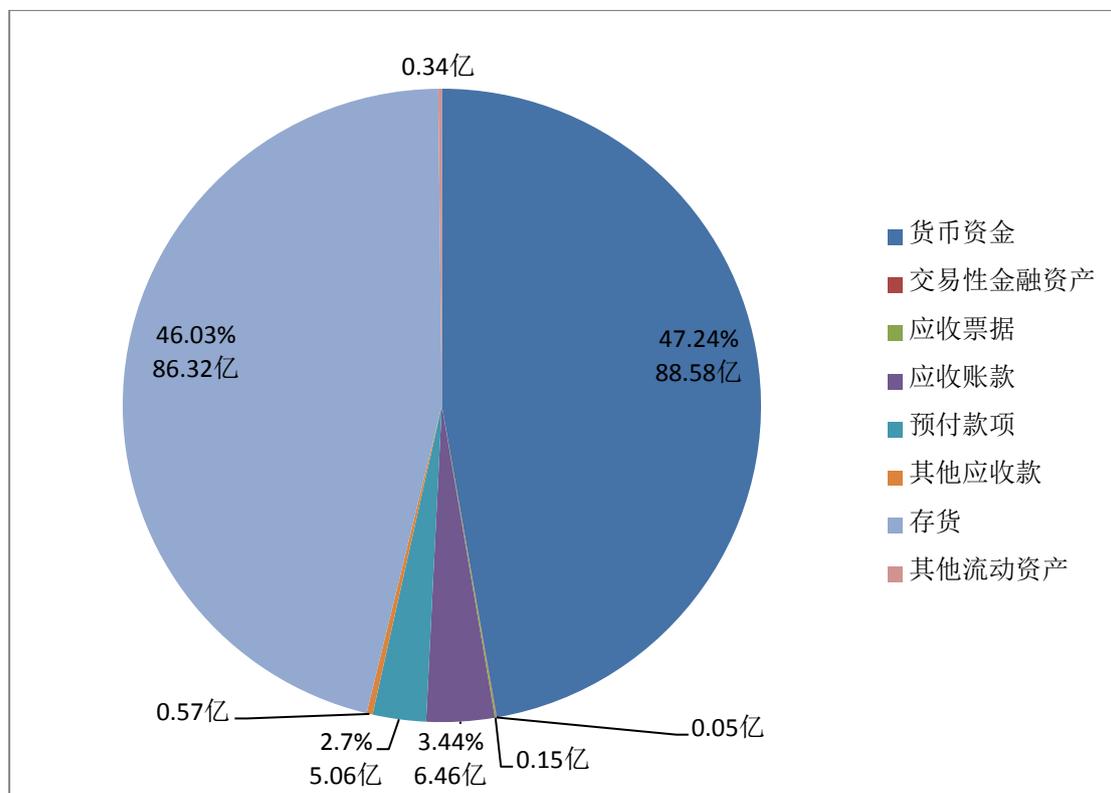
图表 8: 海澜之家 2016 年非流动负债各科目占比

非流动负债中，长期应付款 20.82 亿，占 96.76%，比期初减少 4.55 亿，递延所得税 0.70 亿，占比 3.24%。

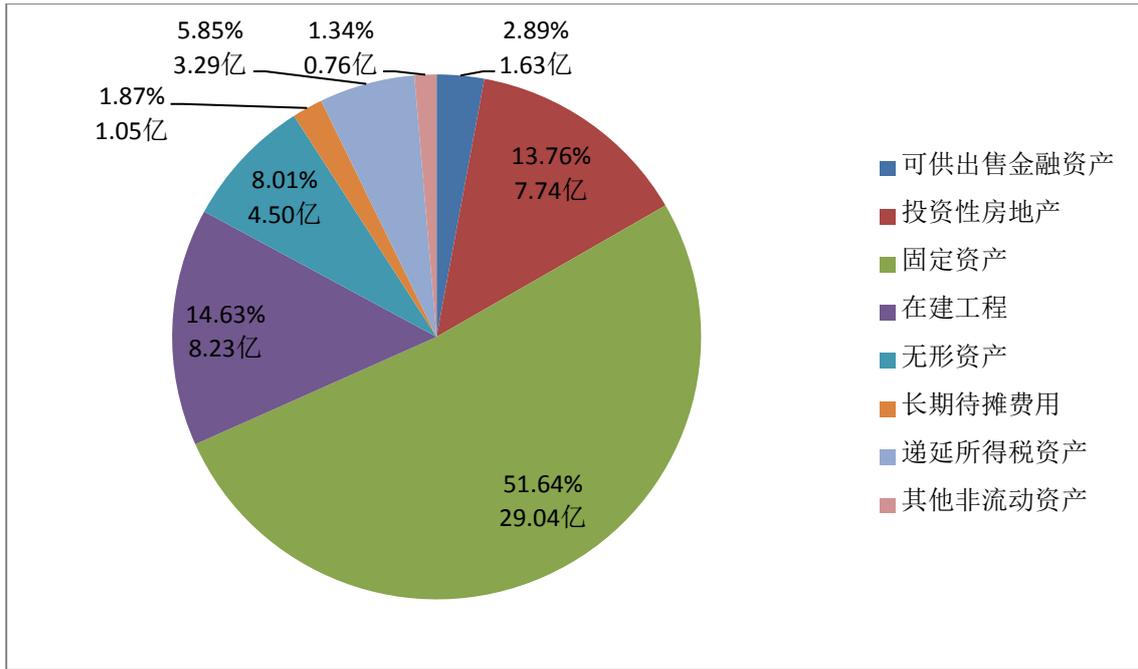
### 来看看具体的资产结构



图表 9：海澜之家 近 3 年总资产与流动资产对比



图表 10：海澜之家 2016 年流动资产各科目占比

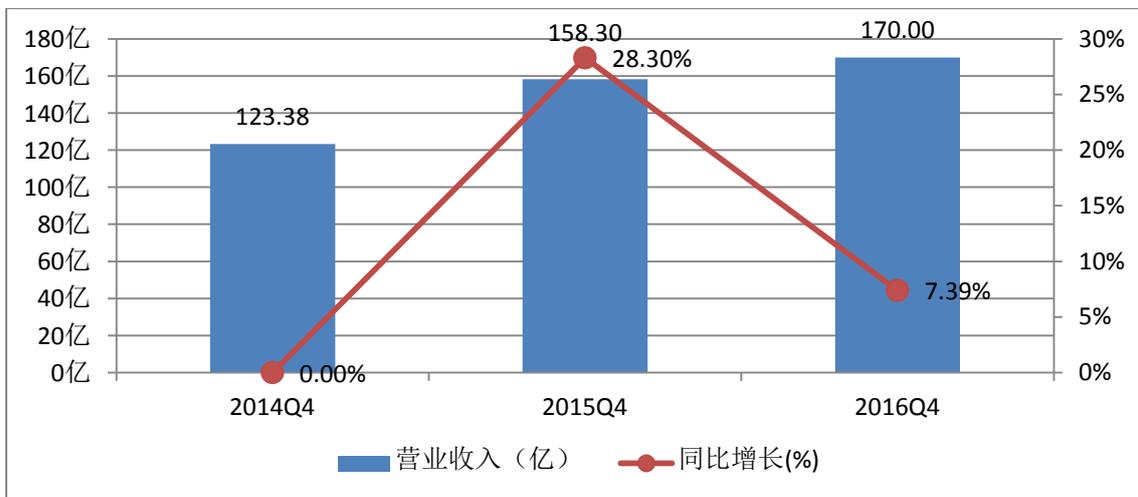


图表 11: 海澜之家 2016 年非流动资产各科目占比

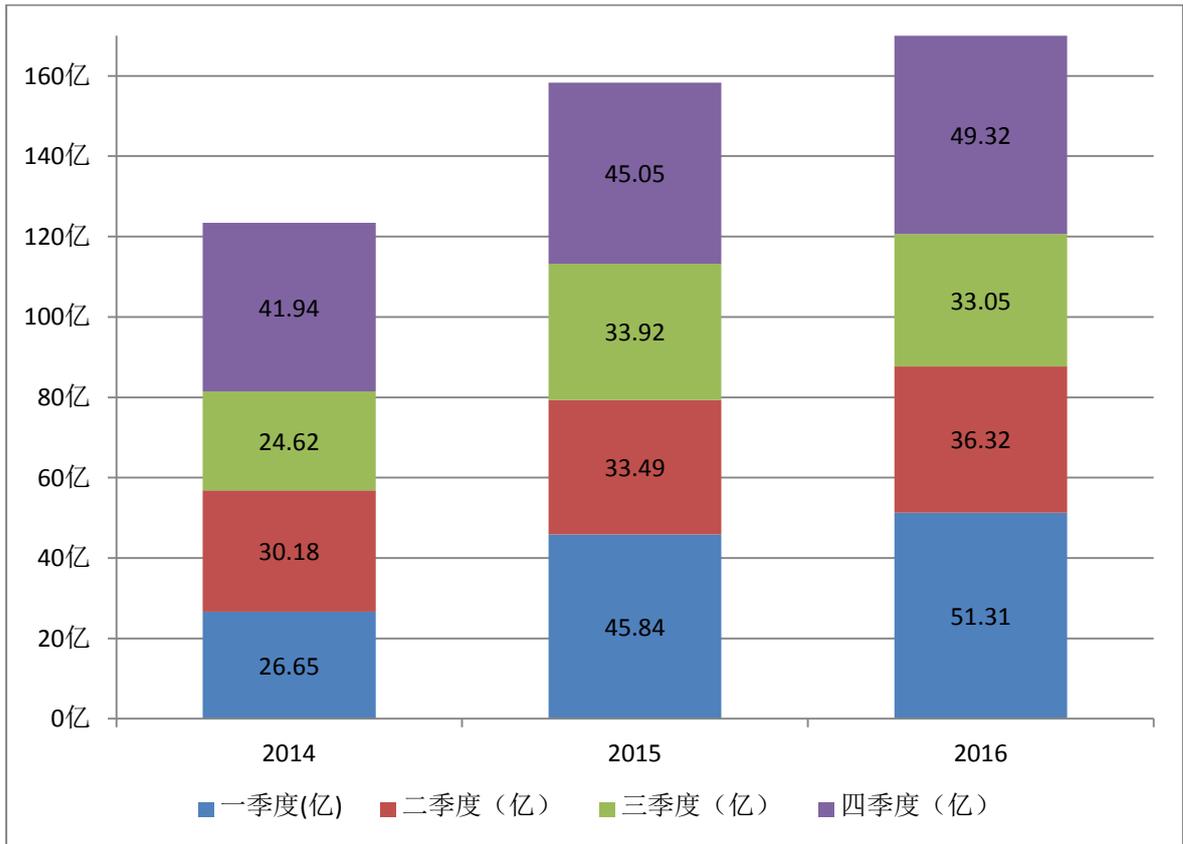
2016 年公司总资产 243.77 亿，其中流动资产 187.53 亿，占到 76.93%。在流动资产中，货币资金为 88.58 亿，占 47.24%，应收账款 6.46 亿，占 3.44%，预付款项 5.06 亿，占 2.7%，比期初减少 1.21 亿，存货 86.32 亿，占 46.03%。

非流动资产合计 56.24 亿中，可供出售金融资产 1.63 亿，占 2.89%，投资性房地产 7.74 亿，占 13.76%；固定资产 29.04 亿，占 51.64%；在建工程 8.23 亿，占 14.63%。

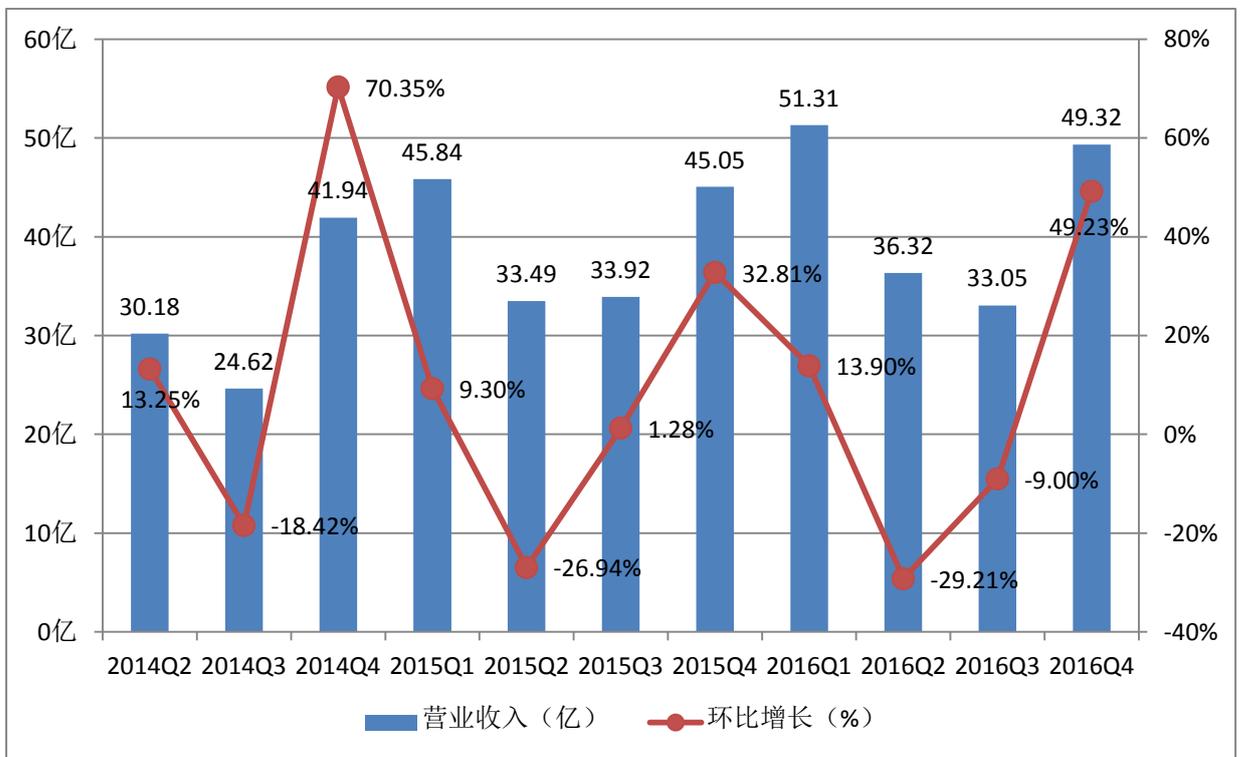
接下来具体看看营收、费用和现金流的情况



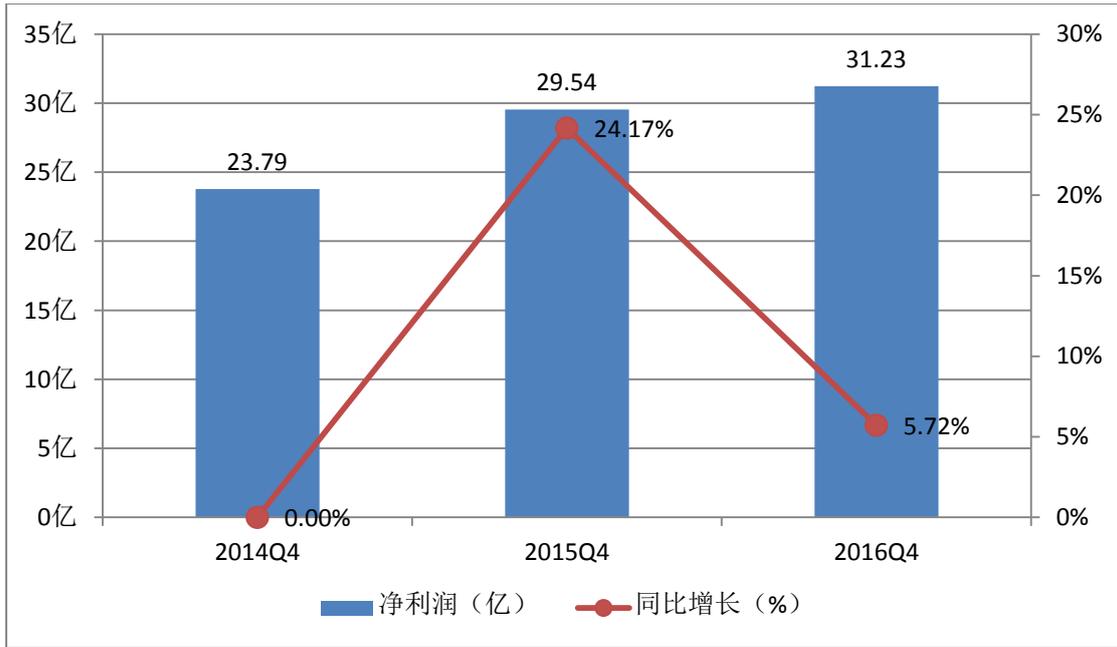
图表 4: 海澜之家 近 3 年营业收入同比对比



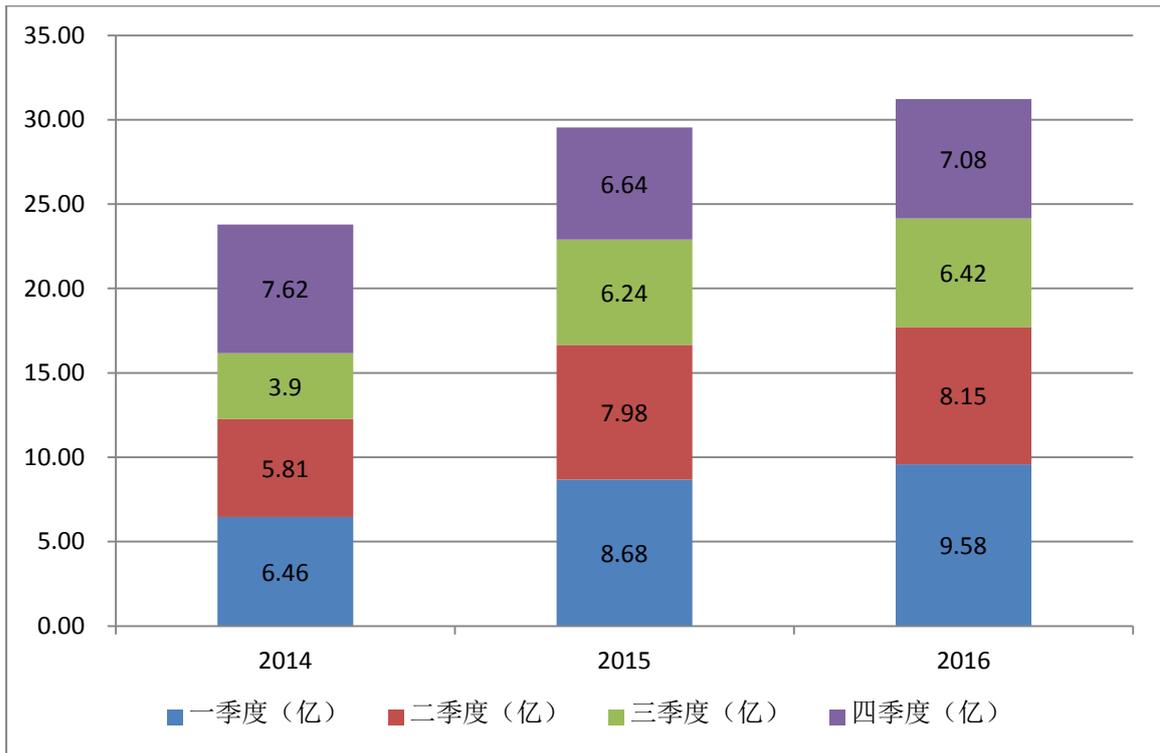
图表 13: 海澜之家 近3年季度营业收入累积对比



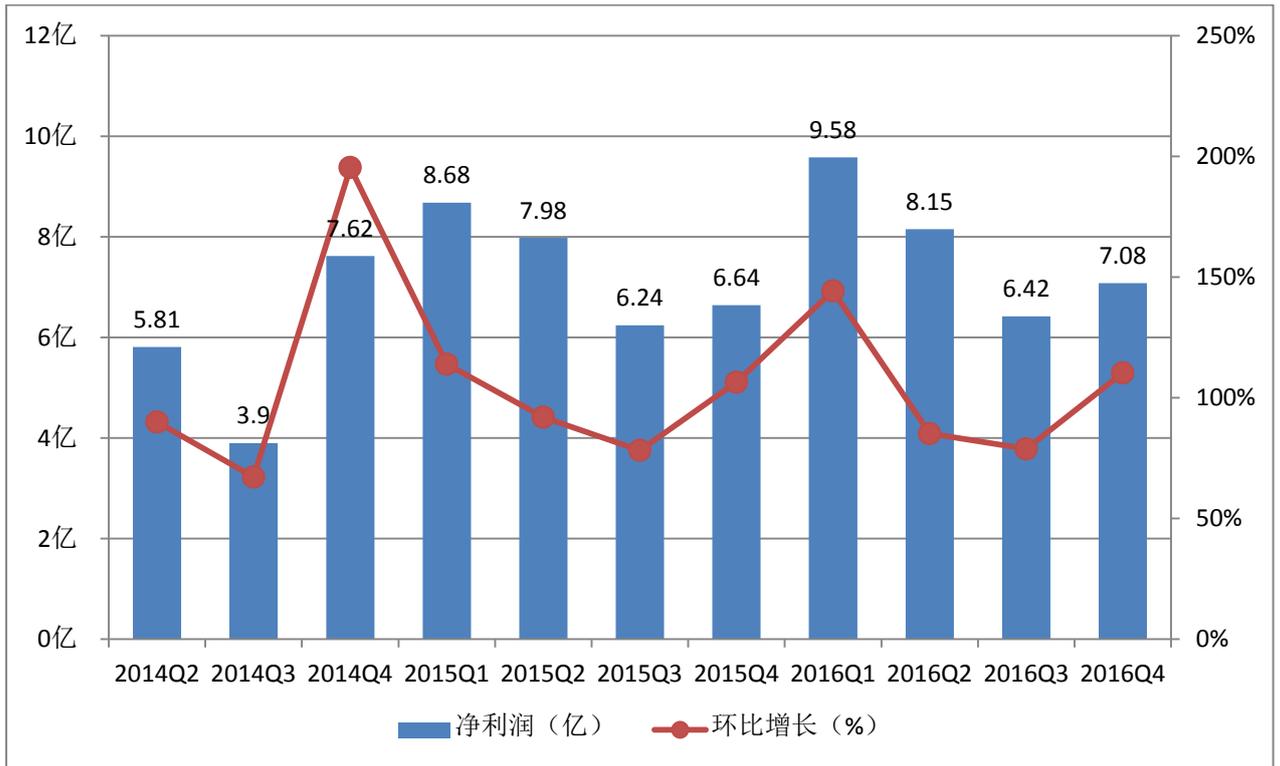
图表 14: 海澜之家 季度营业收入环比对比



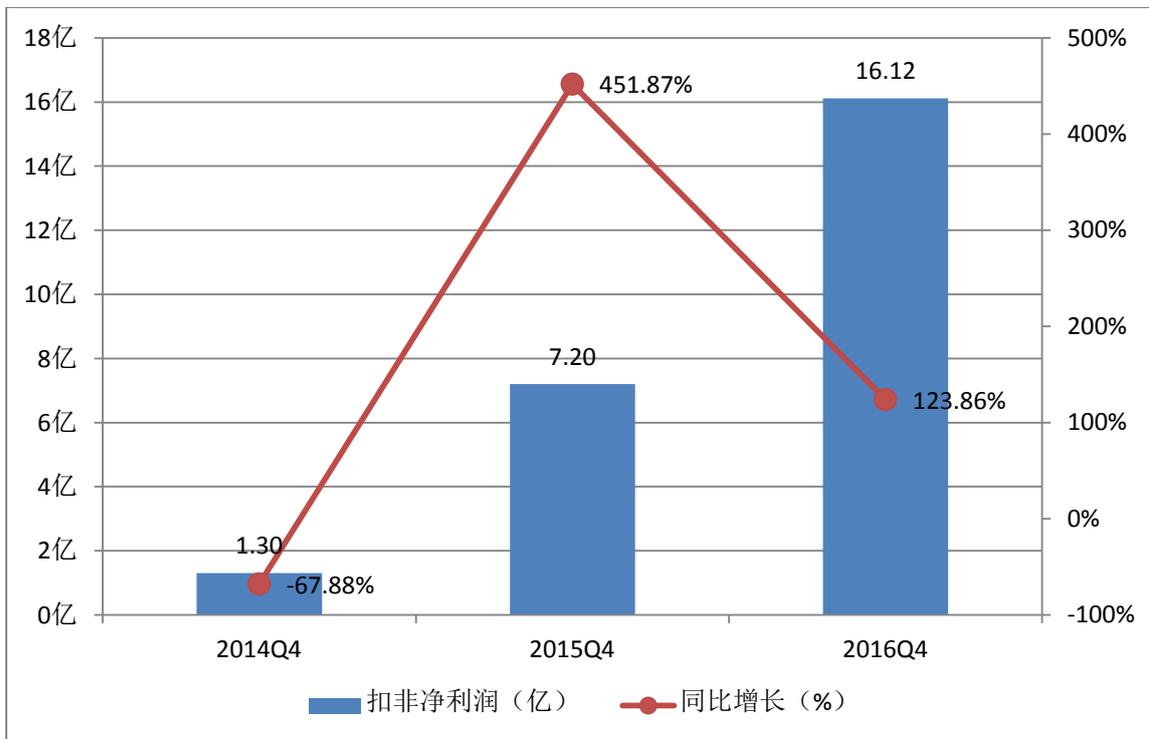
图表 15: 海澜之家 近 3 年净利润同比对比



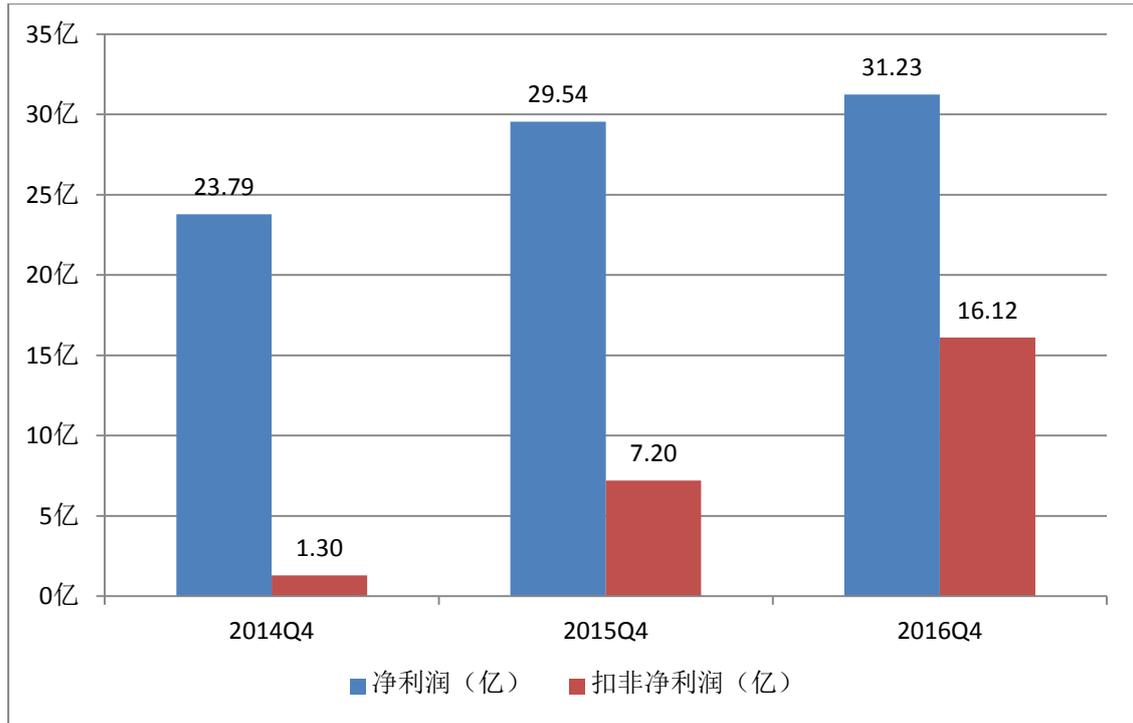
图表 16: 海澜之家 近 3 年各季度净利润累计对比



图表 17: 海澜之家 季度净利润环比对比

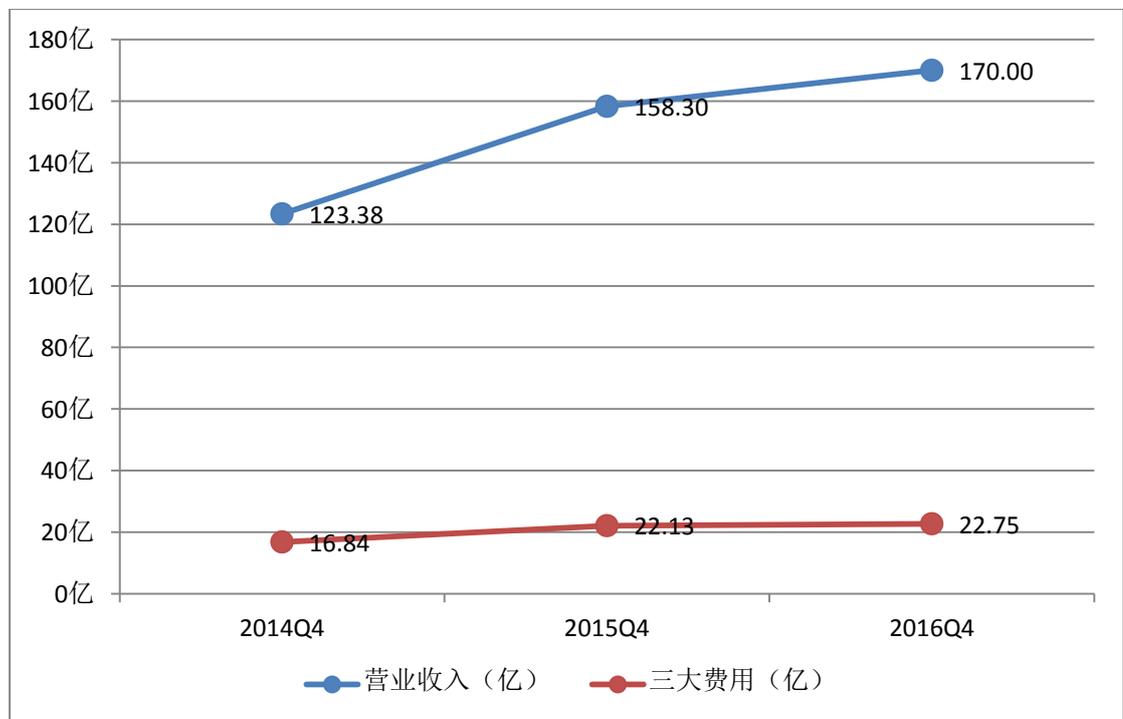


图表 18: 海澜之家 近 3 年扣非净利润同比对比



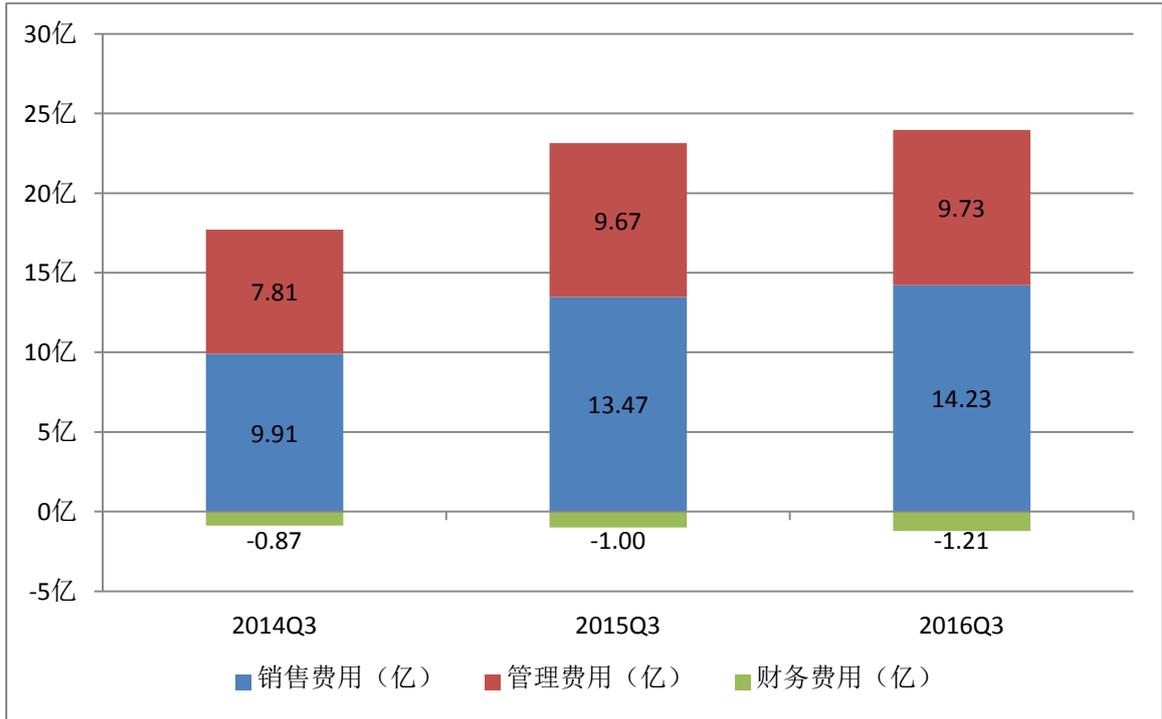
图表 19: 海澜之家 近 3 年净利润与扣非净利润对比

2016 年共实现营业收入 170 亿，同比增长 7.39%，营业利润 40.72 亿，同比增长 3.45%，归属上市公司股东净利润 31.23 亿，同比增长 5.74%。



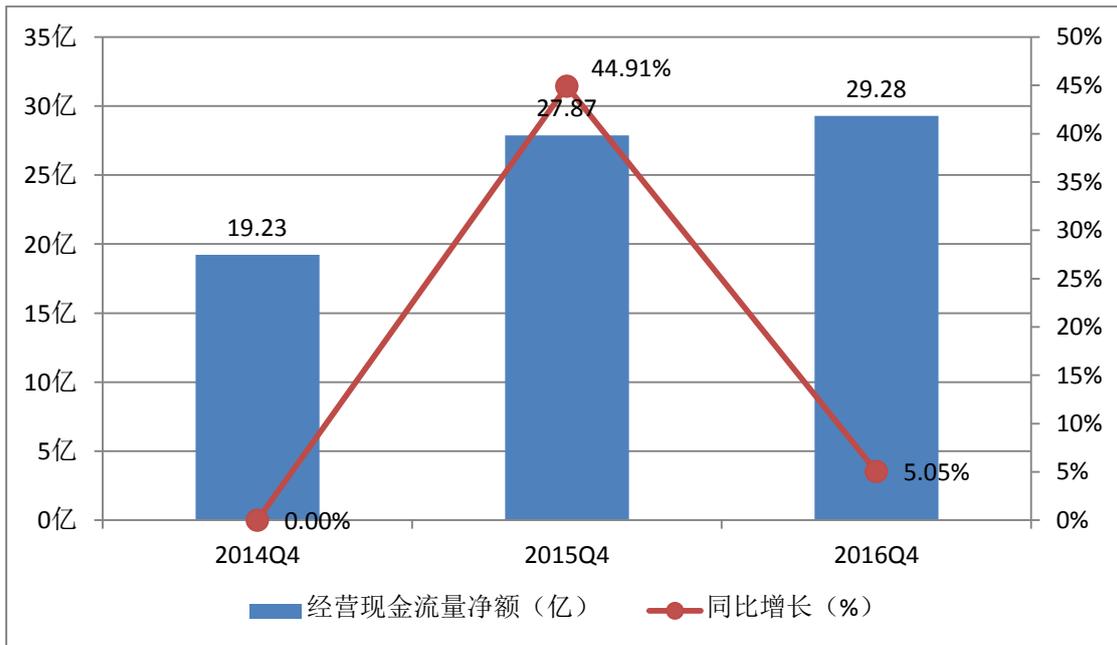
图表 20: 海澜之家 近 3 年营业收入与三项费用对比

## 费用方面

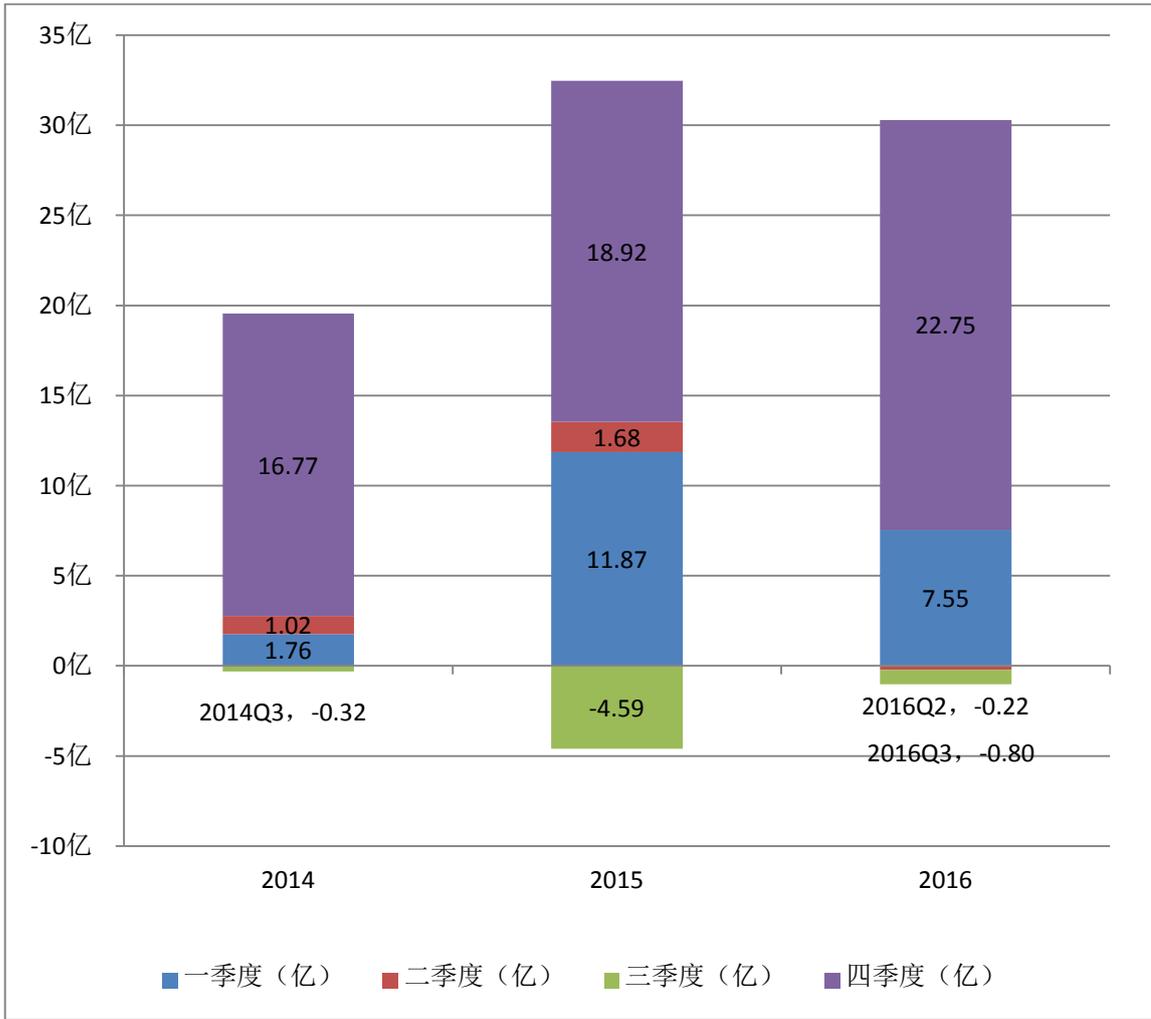


图表 21: 海澜之家 近 3 年三项费用对比

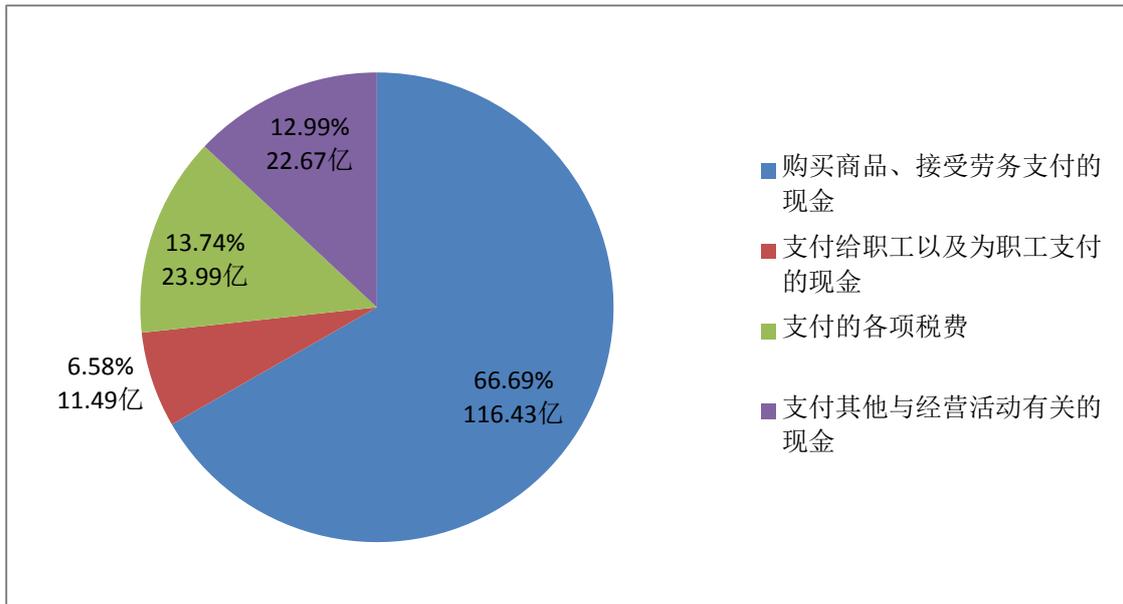
2016 年三项费用合计 22.75 亿，同比增长 2.81%，其中销售费用为 14.23 亿，同比增加 5.63%，管理费用为 9.73 亿，同比增长 0.7%，财务费用为-1.21 亿，比期初减少 0.21 亿。



图表 22: 海澜之家 近 3 年经营现金流量净额同比对比



图表 23: 海澜之家 近3年各季度经营现金流量净额累计对比



图表 24: 海澜之家 2016 年经营活动现金流出各项占比

## 现金流情况

2016年销售商品、提供劳务收到的现金为198.81亿，同比上升9.29%，购买商品、接受劳务的支付的现金116.43亿，同比减少0.81%，经营现金流量净额为29.28亿，同比增加5.05%。

公司投资活动产生的现金净流出5.81亿，比上年同期增加1.06亿，分配股利、利润或偿付利息所支付的现金净流出14.83亿，比上年同期减少2.25亿。

## 四、公司分析

### 行业趋势分析

根据智研咨询发布的《[2017-2022年中国服装零售市场深度评估及未来发展趋势报告](#)》。2010年以来，纺织服装产业各项指标持续下滑，需求全面放缓带来的产能过剩矛盾凸显。根据中国纺织工业联合会数据，近70%纺企利润占全行业10%左右，平均利润率<1%。供给侧改革将是未来纺织行业的主基调。一方面，弱势纺企逐渐淘汰，订单及产能向龙头企业集中；另一方面，细分小品牌涌现，为供应链优化和整合提供了基础。

另外受经济环境的影响，虽然服装鞋帽类零售额增速放缓，但服装属于刚性需求，我国依然是服装消费大国，其市场空间巨大，且随着居民收入水平的提高以及城镇化步伐的持续推进，从农村转移到城市的人口不断增多，三四线城市成为了接纳农村人口的主力军，为我国大众消费市场的巨大容量与持续增长奠定了坚实的基础。

### 主营业务

**品牌服装的经营以及高档西服、职业服的生产和销售：**海澜之家成立于1997年，是一家大型服装企业，业务涵盖品牌服装的经营以及高档西服、职业服的生产和销售，品牌服装的经营包括品牌管理、供应链管理和营销网络管理等。公司拥有海澜之家、爱居兔、百衣百顺卖场、圣凯诺四大服装业务，其中海澜之

家定位于商务、时尚、休闲的大众平价优质男装,爱居兔定位于时尚、休闲风格的都市女装,百衣百顺卖场定位于向中低收入人群推出高性价比男装,圣凯诺定位于量身定制的商务职业装。

### 公司核心竞争力（品牌、经营模式、管理）

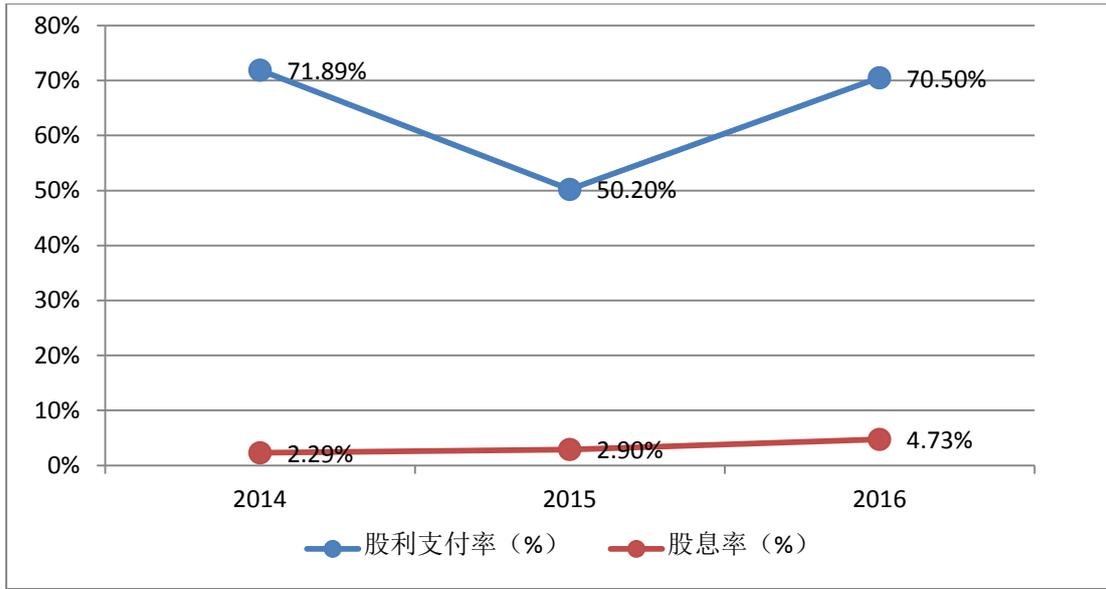
**品牌优势：**公司主打品牌“海澜之家”通过款式新颖、品类齐全的门店陈列,真正营造“海澜之家—男人的衣柜”的消费体验;通过广告宣传、明星代言等整合营销模式,已经在消费者当中树立了鲜明的品牌形象,业绩获得了高速增长,现已成为男装行业的领头羊。公司系统化、规模化、多样化的宣传推广模式为“海澜之家”品牌带来了广泛的关注,也让海澜之家不断与消费者产生情感共鸣,打造国民品牌更深刻的情感内涵与影响力。

**经营模式优势：**公司凭借“品牌+平台”的经营模式,通过打造产业链战略联盟、构筑千店一面的营销网络,让每一位消费者尽享物超所值的产品和服务;通过对加盟店的类直营管理,实现了门店统一形象和快速扩张;通过以共赢的理念整合服装产业链资源,带动整个产业链经营的良性循环,产业链各方承担有限风险,有效化解经营风险,最大化的创造价值。目前公司已形成独具特色与竞争优势的“总部品牌管理-生产外包-总库物流-连锁销售”运营管理模式,在行业整体低迷形势下实现了持续快速发展。

**管理优势：**公司专注于品牌管理、供应链管理和营销网络管理的核心竞争力打造,集各环节的管理职能于一身,将整个产业链中可标准化环节尽量标准化统一管理,充分利用了丰富的社会资源,达到了自身资源输出的规模经济效应,实现资源的优化配置和较高的投入产出比。

## 五、 盈余分配

公司的股息支付率近几年在 60%左右,在同业中属于较高的水平。



图表 25：海澜之家 近 3 年股息率、股息支付率趋势图