

公司代码：600630

公司简称：龙头股份

上海龙头（集团）股份有限公司 2015 年半年度报告摘要

一 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

1.2 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	龙头股份	600630	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈峰	何徐琳
电话	021-34061116	021-63159108
传真	021-54666630	021-63158280
电子信箱	ltdsh@shanghaidragon.com.cn	ltdsh@shanghaidragon.com.cn

二 主要财务数据和股东情况

2.1 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	2,410,299,078.47	2,307,282,048.48	4.46
归属于上市公司股东的净资产	1,652,274,573.69	1,631,629,712.37	1.27
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-13,594,852.49	79,451,120.23	-117.11
营业收入	1,965,930,857.35	1,899,159,485.90	3.52
归属于上市公司股东的净利润	38,984,348.24	30,814,584.55	26.51
归属于上市公司股	33,326,115.82	22,727,939.36	46.63

东的扣除非经常性损益的净利润			
加权平均净资产收益率(%)	2.36	1.95	增加0.41个百分点
基本每股收益(元/股)	0.09	0.07	28.57
稀释每股收益(元/股)	0.09	0.07	28.57

2.2 截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东（或无限售条件股东）持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)				51,350		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)				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	质押或冻结的股份数量	
上海纺织(集团)有限公司	国有法人	30.08	127,811,197	0	无	
张祖强	境内自然人	1.73	7,360,000	0	无	
中国人寿保险(集团)公司—传统—普通保险产品	其他	1.43	6,077,583	0	无	
张彦劫	境内自然人	0.63	2,685,000	0	无	
UBS AG	其他	0.53	2,259,701	0	无	
上海南上海商业房地产有限公司	其他	0.51	2,160,000	0	无	
红塔证券股份有限公司约定购回式证券交易专用证券账户	其他	0.42	1,800,000	0	无	
严根才	境内自然人	0.42	1,768,500	0	无	
广发银行股份有限公司—中欧盛世成长分级股票型证券投资基金	其他	0.36	1,523,200	0	无	
中国农业银行—中海分红增利混合型开放式证券投资基金	其他	0.35	1,484,958	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、公司控股股东上海纺织(集团)有限公司与其他股东					

	之间不存在一致行动人关系；2、未知在其他无限售股东之间是否存在关联关系是否属于一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无优先股股东

2.3 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

三 管理层讨论与分析

（一）2015 年上半年重点工作

1、推动电商业务快速发展，确保稳步的增长势头

上半年，各品牌事业部把握电子商务高速发展机遇，继续推动电商业务快速发展。同时，公司首个电子化物流仓库的建设基本完成。上半年公司各品牌电商实现零售额合计 11,029 万元，较去年同期的 5,924 万元，同比增长 86%。

2、探索品牌经营的新模式，打造上海纺织品牌生活馆

上半年，公司通过集约化、专业化的运作，集聚针织、家纺、服饰三个品牌事业部的核心资源，在全国二线市场的核心城市打造上海纺织品牌生活馆的集约经营模式。目前首家上海纺织品牌生活馆已于今年 2 月在山东济南开业迎客，集聚了内衣、家纺、男装三个领域产品的品牌生活馆，品类互补，消费群互相带动，一站式的新购物模式，凸显了品牌集合店的优势。

3、坚持对品牌业务持续投入，强化可持续盈利能力的把握

上半年，各品牌事业部坚持对线下渠道的持续投入，强化对线下渠道的拓展和布局，同时，加强对终端门店运营情况分析，及时调整低效网点，终端运营质量得到有效保障。报告期，公司累计净增直营终端 114 家(新开 159 家/关闭 45 家);净增加盟终端 11 家(新开 16 家/关闭 5 家)。

上半年三枪与 Navigare 的战略合作全面启动，通过走访全国 10 余家符合品牌定位的百货公司，目前已在武汉广场、深圳太阳百货和沈阳中兴顺利开出 3 家专柜。另外，公司积极寻找合适的目标品牌，推进品牌间的收购兼并或战略合作。针织事业部基本完成对女子内衣品牌“百利安”收购，进一步丰富了公司的内衣品牌群。三枪还积极实施了新版终端形象计划，重点提升门头设计的时尚感、店内灯光的明亮感、产品陈列的分区感以及消费体验的家居感，获得满意效果。

4、加快实施制造向智造的转变，提高科技能级和盈利水平

上半年康桥生产基地正在实施精益生产，通过内外贸联动、签约新型工厂和技改项目，提高了制造业盈利能力和科技能级。同时康桥制造基地正在实施天然气项目方案，按照进度上半年锅炉已采购进厂，锅炉安装已通过锅检所水压度验，安装调试已经完成目前进入煮炉和集控系统安装、预计项目将会对节能效应产生一定影响。

5、优化外贸业务结构，强化内外贸易联动

上半年国际贸易事业部进一步集聚资源，对业务板块进行重新调整，切分为自营业务、代理业务及历史问题清理等三大板块。在内外贸业务联动方面：上半年棉纱自营进口总额 412.89 万美元，数量 1382 吨左右，满足了各事业部内外贸联动平台需求。上半年棉纱实现销售收入人民币 2575 万元，数量 1065 吨。

（二）2015 年下半年重点工作

下半年，公司将按照董事会既定目标，通过抓住电商高速发展机遇，积极探索外延式增长方式的新途径，积极寻求“走出去、引进来”国际合作等几方面工作，确保各项年度经营指标和重

点工作顺利完成。

(三) 主营业务分析

1 财务报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	1,965,930,857.35	1,899,159,485.90	3.52
营业成本	1,548,198,647.97	1,513,241,152.22	2.31
销售费用	266,196,813.73	247,139,260.18	7.71
管理费用	107,691,803.58	105,606,044.56	1.98
财务费用	2,959,999.10	6,905,322.09	-57.13
经营活动产生的现金流量净额	-13,594,852.49	79,451,120.23	-117.11
投资活动产生的现金流量净额	-8,183,451.82	36,749,244.77	-122.27
筹资活动产生的现金流量净额	-31,188,154.90	-73,193,795.66	不适用
研发支出	10,012,176.84	9,168,789.39	9.20

财务费用变动原因说明:财务费用同比减少,主要原因是报告期内公司银行借款减少,相应的利息支出减少。

经营活动产生的现金流量净额变动原因说明:经营活动产生的现金流量净额同比减少,主要原因是报告期内销售资金回笼和其他往来款收回减少。

投资活动产生的现金流量净额变动原因说明:投资活动产生的现金流量净额同比增加,主要原因是报告期内在建工程支出增加以及本期无股权处置现金流入。

筹资活动产生的现金流量净额变动原因说明:筹资活动产生的现金流量净额同比增加,主要原因是报告期内用于归还银行借款的现金支出减少。

2 其他

(1) 公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明

报告期内公司利润构成及利润来源未发生重大变动。

(2) 经营计划进展说明

2015年上半年主营业务收入193,687万元,与去年同期相比增长3.38%,完成年度目标的42.76%;利润总额4990万元,与去年同期相比增长24.83%,完成年度目标的52.53%。下半年,公司将继续加强电商业务的发展,积极探索外延式增长新途径,积极拓展国际合作,努力确保各项年度经营指标和重点工作顺利完成。

(四) 行业、产品或地区经营情况分析

1、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 (%)
工业	619,908,808.53	568,450,254.15	8.30	0.39	-0.56	增加0.87个百分点

商业	1,411,921,824.77	1,111,508,586.26	21.28	-2.32	-4.98	增加 2.21 个百分点
房地产业	6,144,850.67	1,167,113.46	81.01	-3.20	81.75	减少 8.87 个百分点
外贸	1,062,551,361.84	1,016,425,485.13	4.34	0.11	0.04	增加 0.06 个百分点
公司内部 各业务分 部相互抵 销	-1,163,657,517.44	-1,162,454,713.60				
合计	1,936,869,328.37	1,535,096,725.40	20.74	3.38	2.14	增加 0.96 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 (%)
针织品	742,199,592.75	441,141,870.51	40.56	11.16	11.82	减少 0.35 个百分点
家用纺织 品	95,941,656.20	74,198,142.55	22.66	4.37	8.71	减少 3.09 个百分点
服装服饰	62,587,727.10	32,001,609.75	48.87	-13.14	-20.57	增加 4.78 个百分点
其他	1,104,025,480.69	1,045,353,829.65	5.31	0.09	-0.88	增加 0.92 个百分点
公司内部 各业务、 分部相互 抵销	-67,885,128.37	-57,598,727.06				
合计	1,936,869,328.37	1,535,096,725.40	20.74	3.38	2.14	增加 0.96 个百分点

2、 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 (%)
东北地区	59,419,273.41	75.92
华北地区	29,275,830.32	-49.49
华东地区	1,784,566,668.49	-10.03
西北地区	22,188,941.23	-59.99
华中地区	43,830,464.76	61.91
华南地区	86,386,389.84	49.64
境外地区	955,642,200.92	3.20
公司内地区间相互抵销	-1,044,440,440.60	

合计	1,936,869,328.37	3.38
----	------------------	------

(五) 核心竞争力分析

公司紧密地围绕三枪、海螺等品牌的定位、价值与个性，通过产品设计、形象陈列、店铺设计、各类营销活动不断提升老字号品牌、自创品牌、合作品牌的形象，其中三枪、海螺等品牌不仅在市场调研结果中名列前茅，也同时获得了国家及国际国内各类权威机构认可，继续获得国家商标局颁发中国驰名商标和上海驰名商标的称号，继续保持各主要品牌在行业或区域市场的优势地位；三枪作为内衣品牌领导者（根据中华全国商业信息中心对 2014 年全国大型零售企业主要商品品牌检测显示，三枪市场综合占有率 7.39%，位列前 10 位中的第一位），继续成为行业领导者，在行业起着示范和引导作用；海螺作为中国衬衫是知名品牌，将继续成为衬衫专家，成为华东、华北等区域市场的领导者；民光、凤凰、414、皇后等一批老字号品牌继续挖掘潜力，焕发青春。

四 涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

无

4.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

无

4.3 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。

截至 2015 年 6 月 30 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
上海三枪（集团）有限公司
上海龙头家纺有限公司
上海海螺服饰有限公司
上海市纺织装饰用品科技研究所
上海四季海螺置业有限公司
上海龙头进出口有限公司
上海针织九厂
上海三枪实业有限公司
上海市针织科学技术研究所有限公司
上海针织九厂山东晋联销售中心
北京三枪针九纺织品销售中心
上海针织九厂太原销售中心

上海三枪集团云南销售中心
哈尔滨上海三枪内衣销售有限公司
上海三枪集团广州销售有限公司
上海三枪集团四川销售有限公司
杭州三枪内衣销售有限公司
南京三枪内衣有限公司
上海三枪集团无锡销售有限公司
河南三枪内衣销售有限公司
沈阳三枪内衣销售有限公司
上海三枪集团西安销售有限公司
上海民光床上用品有限公司
上海海螺（集团）时装有限公司
上海三枪纺织科技发展有限公司
上海双龙高科技开发有限公司
上海龙头投资发展有限公司
龙港实业发展（香港）有限公司

4.4 半年度财务报告已经审计，并被出具非标准审计报告的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

半年度报告未经审计。

董事长：朱勇

上海龙头（集团）股份有限公司
董事会批准报送日期：2015年8月27日