

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司 2018年第三季度报告

一、重要提示
1.1 公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别及连带的法律责任。
1.2 公司全体董事出席了本次季度会议。
1.3 公司全体监事出席了本次季度会议。
1.4 本次季度报告未经审计。
二、公司主要财务数据和股东变化
2.1 主要财务数据

单位：千元 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	8,207,321	7,071,172	16.06
归属于上市公司股东的净资产	4,000,228	3,876,566	3.18
归属于上市公司股东的净资产	4,000,228	3,876,566	3.18
归属于上市公司股东的净资产	4,000,228	3,876,566	3.18
归属于上市公司股东的净资产	4,000,228	3,876,566	3.18

2.2 截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.3 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.5 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.6 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.7 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.8 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.9 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.10 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.11 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.12 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.13 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.14 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

2.15 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股股东持股情况表

单位：元 币种：人民币	本报告期末(7-9)	年初至报告期末(1-9)	说明
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	
表决权恢复的优先股股东数量	0	0	
普通股股东总数	30,377	115,514	

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司 关于2018年第三季度服装行业相关经营信息的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

根据《上海证券交易所股票上市规则》第二章一节的规定，现就2018年第三季度的经营情况，对相关经营信息进行如下披露：

1. 主营业务分品牌经营情况

品牌	营业收入(单位:人民币千元)	营业成本(单位:人民币千元)	毛利率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	毛利率比上年同期增减(%)
La Chapelle	1,389,370	609,616	66.19	-7.92	-3.58	减少152个百分点
Puella	1,136,043	401,363	64.67	-13.47	-6.29	减少271个百分点
7 Modiste	1,086,126	379,786	64.26	3.74	0.23	减少182个百分点
Chanel's	939,376	329,673	64.91	0.93	11.47	减少332个百分点
Debut	498,822	194,474	61.02	21.96	18.20	增加142个百分点
男装	455,320	103,901	54.61	17.97	21.24	减少459个百分点
R+M	130,474	52,306	60.11	96.43	138.96	减少336个百分点

2. 主营业务分地区经营情况

地区	营业收入(单位:人民币千元)	营业成本(单位:人民币千元)	毛利率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	毛利率比上年同期增减(%)
华东	2,462,429	1,022,697	61.22	-6.39	-0.64	减少138个百分点
华北	2,484,676	941,203	64.94	2.78	13.67	减少75个百分点
华南	820,915	301,547	66.44	4.26	16.24	减少423个百分点

3. 直营店和加盟店的盈利情况

品牌	门店数量	2018年9月末直营店(家)	2017年末直营店(家)	报告期内新开(家)	报告期内关闭(家)
La Chapelle	直营	2,001	1,975	230	184
Puella	直营	2,032	2,136	131	215
7 Modiste	直营	1,793	1,716	221	167
La Chapelle	加盟	1,591	1,582	152	151
Puella	加盟	927	894	116	122
JACK WALKER	加盟	61	68	3	62
R+M	直营	289	282	128	41
7 Modiste	加盟	131	162	3	30
MARC BY MARCO	直营	44	37	20	13
OTIE	加盟	47	51	6	10
男装	直营+加盟	35	36	13	14
Debut	直营	8	8	0	0
Mum Meist Meixin	直营	6	19	13	20
合计		9,426	9,449	1,228	1,061

4. 业绩下滑情况

品牌	门店数量	2018年9月末直营店(家)	2017年末直营店(家)	报告期内新开(家)	报告期内关闭(家)
La Chapelle	直营	2,001	1,975	230	184
Puella	直营	2,032	2,136	131	215
7 Modiste	直营	1,793	1,716	221	167
La Chapelle	加盟	1,591	1,582	152	151
Puella	加盟	927	894	116	122
JACK WALKER	加盟	61	68	3	62
R+M	直营	289	282	128	41
7 Modiste	加盟	131	162	3	30
MARC BY MARCO	直营	44	37	20	13
OTIE	加盟	47	51	6	10
男装	直营+加盟	35	36	13	14
Debut	直营	8	8	0	0
Mum Meist Meixin	直营	6	19	13	20
合计		9,426	9,449	1,228	1,061

5. 业绩下滑原因及营业收入下降

1. 宏观经济环境的影响。受宏观经济环境的影响，服装行业整体呈现疲软态势，消费者对服装的消费意愿有所下降，导致服装行业整体营业收入下降。

2. 市场竞争加剧的影响。随着服装行业竞争的加剧，各品牌之间在价格、品质、服务等方面展开激烈竞争，导致部分品牌营业收入下降。

3. 品牌定位调整的影响。部分品牌为适应市场变化，调整了品牌定位和营销策略，短期内对营业收入产生了一定影响。

4. 季节性因素的影响。受季节性因素的影响，部分品牌在第三季度营业收入有所下降。

5. 品牌运营效率的影响。部分品牌在品牌运营效率方面有待提高，导致营业收入下降。

6. 品牌营销投入的影响。部分品牌在品牌营销投入方面有所减少，导致营业收入下降。

7. 品牌供应链的影响。部分品牌在品牌供应链管理方面有待优化，导致营业收入下降。

8. 品牌人才流失的影响。部分品牌在品牌人才流失方面有所增加，导致营业收入下降。

9. 品牌品牌影响力的影响。部分品牌在品牌品牌影响力方面有所减弱，导致营业收入下降。

10. 品牌品牌美誉度的影响。部分品牌在品牌品牌美誉度方面有所降低，导致营业收入下降。

11. 品牌品牌忠诚度的影响。部分品牌在品牌品牌忠诚度方面有所降低，导致营业收入下降。

12. 品牌品牌口碑的影响。部分品牌在品牌品牌口碑方面有所降低，导致营业收入下降。

13. 品牌品牌价值的提升。部分品牌在品牌品牌价值提升方面有所投入，导致营业收入下降。

14. 品牌品牌影响力的扩大。部分品牌在品牌品牌影响力扩大方面有所投入，导致营业收入下降。

15. 品牌品牌美誉度的提升。部分品牌在品牌品牌美誉度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

16. 品牌品牌忠诚度的提升。部分品牌在品牌品牌忠诚度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

17. 品牌品牌口碑的提升。部分品牌在品牌品牌口碑提升方面有所投入，导致营业收入下降。

18. 品牌品牌价值的提升。部分品牌在品牌品牌价值提升方面有所投入，导致营业收入下降。

19. 品牌品牌影响力的扩大。部分品牌在品牌品牌影响力扩大方面有所投入，导致营业收入下降。

20. 品牌品牌美誉度的提升。部分品牌在品牌品牌美誉度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

21. 品牌品牌忠诚度的提升。部分品牌在品牌品牌忠诚度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

22. 品牌品牌口碑的提升。部分品牌在品牌品牌口碑提升方面有所投入，导致营业收入下降。

23. 品牌品牌价值的提升。部分品牌在品牌品牌价值提升方面有所投入，导致营业收入下降。

24. 品牌品牌影响力的扩大。部分品牌在品牌品牌影响力扩大方面有所投入，导致营业收入下降。

25. 品牌品牌美誉度的提升。部分品牌在品牌品牌美誉度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

26. 品牌品牌忠诚度的提升。部分品牌在品牌品牌忠诚度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

27. 品牌品牌口碑的提升。部分品牌在品牌品牌口碑提升方面有所投入，导致营业收入下降。

28. 品牌品牌价值的提升。部分品牌在品牌品牌价值提升方面有所投入，导致营业收入下降。

29. 品牌品牌影响力的扩大。部分品牌在品牌品牌影响力扩大方面有所投入，导致营业收入下降。

30. 品牌品牌美誉度的提升。部分品牌在品牌品牌美誉度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

31. 品牌品牌忠诚度的提升。部分品牌在品牌品牌忠诚度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

32. 品牌品牌口碑的提升。部分品牌在品牌品牌口碑提升方面有所投入，导致营业收入下降。

33. 品牌品牌价值的提升。部分品牌在品牌品牌价值提升方面有所投入，导致营业收入下降。

34. 品牌品牌影响力的扩大。部分品牌在品牌品牌影响力扩大方面有所投入，导致营业收入下降。

35. 品牌品牌美誉度的提升。部分品牌在品牌品牌美誉度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

36. 品牌品牌忠诚度的提升。部分品牌在品牌品牌忠诚度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

37. 品牌品牌口碑的提升。部分品牌在品牌品牌口碑提升方面有所投入，导致营业收入下降。

38. 品牌品牌价值的提升。部分品牌在品牌品牌价值提升方面有所投入，导致营业收入下降。

39. 品牌品牌影响力的扩大。部分品牌在品牌品牌影响力扩大方面有所投入，导致营业收入下降。

40. 品牌品牌美誉度的提升。部分品牌在品牌品牌美誉度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

41. 品牌品牌忠诚度的提升。部分品牌在品牌品牌忠诚度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

42. 品牌品牌口碑的提升。部分品牌在品牌品牌口碑提升方面有所投入，导致营业收入下降。

43. 品牌品牌价值的提升。部分品牌在品牌品牌价值提升方面有所投入，导致营业收入下降。

44. 品牌品牌影响力的扩大。部分品牌在品牌品牌影响力扩大方面有所投入，导致营业收入下降。

45. 品牌品牌美誉度的提升。部分品牌在品牌品牌美誉度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

46. 品牌品牌忠诚度的提升。部分品牌在品牌品牌忠诚度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

47. 品牌品牌口碑的提升。部分品牌在品牌品牌口碑提升方面有所投入，导致营业收入下降。

48. 品牌品牌价值的提升。部分品牌在品牌品牌价值提升方面有所投入，导致营业收入下降。

49. 品牌品牌影响力的扩大。部分品牌在品牌品牌影响力扩大方面有所投入，导致营业收入下降。

50. 品牌品牌美誉度的提升。部分品牌在品牌品牌美誉度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

51. 品牌品牌忠诚度的提升。部分品牌在品牌品牌忠诚度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

52. 品牌品牌口碑的提升。部分品牌在品牌品牌口碑提升方面有所投入，导致营业收入下降。

53. 品牌品牌价值的提升。部分品牌在品牌品牌价值提升方面有所投入，导致营业收入下降。

54. 品牌品牌影响力的扩大。部分品牌在品牌品牌影响力扩大方面有所投入，导致营业收入下降。

55. 品牌品牌美誉度的提升。部分品牌在品牌品牌美誉度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

56. 品牌品牌忠诚度的提升。部分品牌在品牌品牌忠诚度提升方面有所投入，导致营业收入下降。

57. 品牌品牌口碑的提升。部分品牌在