

广东万里马实业股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	万里马	股票代码	300591
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	施立斌	牟其飞	
办公地址	广州市海珠区新港东路1028号保利世界贸易中心F座3层	广州市海珠区新港东路1028号保利世界贸易中心F座3层	
电话	02022319138	02022319133	
电子信箱	wlm_stock@wanlima.com.cn	qifei.mou@wanlima.com.cn	

2、主要财务会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	158,313,346.17	343,479,487.56	-53.91%
归属于上市公司股东的净利润（元）	-55,150,245.60	12,835,535.96	-529.67%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	-55,910,377.47	12,838,113.75	-535.50%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-119,959,592.32	-60,957,299.24	-96.79%
基本每股收益（元/股）	-0.1768	0.0411	-530.17%

稀释每股收益（元/股）	-0.1566	0.0411	-481.02%
加权平均净资产收益率	-10.19%	2.57%	-12.76%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	1,230,023,476.43	1,270,991,770.48	-3.22%
归属于上市公司股东的净资产（元）	503,782,010.74	568,892,778.66	-11.45%

3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数	17,873	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
林大耀	境内自然人	28.99%	90,454,000	67,840,500	质押	27,200,000
林大洲	境外自然人	14.20%	44,316,800	35,577,750	质押	44,309,995
林彩虹	境内自然人	10.42%	32,526,000	0	质押	32,525,999
林大权	境外自然人	6.54%	20,413,000	20,387,250		
李石	境内自然人	0.96%	3,000,000	0		
张汉廷	境内自然人	0.95%	2,957,860	0		
黄建新	境内自然人	0.81%	2,537,500	0		
深圳市中金石创业投资有限公司	境内非国有法人	0.64%	2,000,000	0		
王张五	境内自然人	0.53%	1,650,900	0		
李晶	境内自然人	0.42%	1,319,500	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	林大耀、林大洲、林彩虹、林大权合计持有公司 60.15% 股权，系兄弟姐妹关系，为公司的控股股东、实际控制人，其中林大洲担任董事长，林大耀担任董事、总经理，林大权担任副董事长。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	股东张汉廷持有的全部股份 2,957,860 均通过申万宏源西部证券有限公司客户信用交易担保证券账户持有。股东深圳市中金石创业投资有限公司持有的全部股份 2,000,000 股均通过申万宏源西部证券有限公司客户信用交易担保证券账户持有。股东王张五持有的全部股份 1,650,900 股均通过中信证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有。股东李晶持有的全部股份 1,319,500 股均通过海通证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有。					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券是

(1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额(万元)	利率
可转换公司债券	万里转债	123032	2019年10月11日	2025年10月10日	18,012.53	第1年0.80% 第2年1.50% 第3年2.00% 第4年3.00% 第5年3.50% 第6年4.00%

(2) 截至报告期末的财务指标

单位：万元

项目	本报告期末	上年末	本报告期末比上年末增减
资产负债率	56.95%	52.53%	4.42%
项目	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
EBITDA 利息保障倍数	-3.04	3.6	-184.44%

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年上半年，面对突如其来的新型冠状病毒肺炎疫情冲击，全球经济深度衰退。国内外风险挑战进一步上升，中美经贸关系仍然复杂严峻，动荡源和风险点增多，我国宏观经济增速首次出现负增长。上半年，在国内宏观经济增速和消费增速均出现负增长的大环境下，面对复杂的经营环境及激烈的行业存量竞争，加之突如其来的新冠肺炎疫情冲击，报告期内，公司营业收入和净利润均下滑，实现营业总收入158,313,346.17元，同比下降53.91%，实现归属上市公司股东的净利润为-55,150,245.60元，比去年同期下降529.67%。

宏观经济层面，疫情冲击损失尚需弥补，国内经济恢复仍面临压力。从国际环境上看，全球疫情仍严重，主要经济体经济增速大幅负增长，世界经济陷入二战以来最为严重的衰退。国内疫情防控得力，消费、投资、出口“三驾马车”均不同程度恢复，经济持续复苏，但结构性体制性周期性问题交织，仍未回到正常水平。2020年上半年，面对新冠肺炎疫情带来的严峻考验和复杂多变的国内外环境，我国国内生产总值456,614亿元，同比下降1.6%。全球经济衰退和中美经贸摩擦带来的不确定性，国内经济恢复仍面临压力。我国经济发展面临的国内外环境依然错综复杂。消费方面，今年1—6月份，社会消费品零售总额172,256亿元，同比下降11.4%。在去杠杆、供给侧结构性改革深入推进、贸易摩擦背景下，消费趋势总体呈现减速放缓迹象，叠加疫情冲击，社会消费品零售总额增速由正转负。

整体行业层面，行业存量竞争激烈，受疫情冲击和消费结构影响，全国居民人均收入增速和衣着消费支出占比持续下滑。行业竞争方面，公司所处行业为完全竞争市场，行业全面进入存量竞争阶段。国内皮具、鞋类终端品牌众多，市场竞争激烈，增长乏力、利润率下滑是行业内众多企业面临的普遍困境。根据国家统计局数据显示，2020年1—6月，全国皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业规模以上工业企业实现营业收入为4,601.0亿元，同比减少17.2%；利润总额212.3亿元，同比下降29.5%。消费方面，鞋服需求是居民生活基础性需求，受居民收入水平影响较大，虽然近年来我国居民收入水平持续提升，但增速明显放缓，整体呈现下降趋势。叠加今年以来的疫情影响，全国居民人均可支配收入15,666元，名义增长率由去年同期的9%下降至2.4%。细分来看，根据国家统计局发布的数据显示，服装鞋帽、针纺织品类限额以上零售额增速下降更为明显，2020年1—6月同比下滑19.6%。从消费结构来看，居住和食品是我国居民最主要的两个消费方向，受居民消费结构中居住、食品、医疗等支出挤占效应影响，人均衣着消费支出占居民消费支出的比例持续下滑。2020年上半年，全国居民人均消费支出9,718元，比上年同期名义下降5.9%；人均衣着消费支出611元，下降16.4%，占人均消费支出的比重仅为6.3%。除此之外，今年上半年新冠肺炎疫情在全国爆发，受交通管制和延期复工影响，居民收入降低，同时医疗防护用品支出增加，短

期内对衣着消费造成进一步冲击。

公司经营层面，面对复杂多变的经营环境和激烈的市场竞争以及突如其来的新冠肺炎疫情冲击，公司报告期内营业收入、净利润均出现下滑，主要因素为：

1.销售端，受疫情影响，团购渠道延缓验收延缓招标，直营渠道客流大幅下滑，各营销渠道收入减少

在公司各大类营销渠道中，团购业务的销售规模占比最大。2020年1—6月，团购客户销售收入占主营业务收入的比例为74.48%。报告期内，受新型冠状病毒肺炎疫情影响，对于团购渠道业务，一方面，团购客户延缓了到公司出厂检的工作，导致已完工的货物推迟验收，从而导致本期确认收入减少，报告期末已完工入库未验收发货的团购产品共计有10,777.71万元。另一方面，招标单位将部分招标项目延迟到了下半年进行。对于非团购渠道业务，受疫情影响，各大商场、购物中心以及街边商铺等客流大幅减少甚至关店，截至目前，疫情并未结束，线下门店客流依然受限，对直营渠道和代理加盟渠道店铺造成了较大影响。因此，报告期内主营业务收入较去年同期大幅下滑。

2.生产和费用端，延期复工导致产能下降，固定成本费用抵减利润

报告期内，受疫情冲击，员工复工客运受阻，复工率不高，公司生产部门延期一个多月才陆续复工，导致产能下降。延期复工期间，固定资产折旧、土地摊销、员工工资等固定成本费用支出抵减利润。同时，受物流滞后、原材料供应短缺及团购订单推迟等影响，报告期内，完工品入库数量大幅下降，与去年同期相比毛利率下滑。

报告期内，公司紧紧围绕“多品牌、多渠道、多品类”战略方针，以团购业务为抓手，以新零售电商渠道为切入点，探索新兴营销模式，加大研发投入。报告期内，公司各项主要经营情况如下：

1.持续投入研发，挖掘新的业务增长点

企业的研发能力对于企业长期发展至关重要，随着市场竞争的日益激烈，企业的生存与发展越来越依赖于研发能力，是提升企业核心竞争力的重要影响因素。2020年上半年，公司继续高度重视研发设计，持续加大研发投入，报告期内投入研发费用15,671,148.40元，较上年同期增长30.58%。报告期内，公司继续投资建设单兵防护装备生产线，同时结合国家强兵、精兵路线和军民融合发展战略的有利时机，研发单兵装备特种防护被装产品进一步拓展业务产品线，持续布局特种作战防护类产品。在同质化竞争激烈的当下，公司不断夯实团购渠道业务构建护城河，挖掘新的业务增长点。

2.不断探索新兴营销渠道

随着网络技术的发展、移动终端的普及和短视频、社交APP的兴起，近年来诞生了很多新兴营销模式，如直播带货、网红带货、C2M模式（Customer-to-Manufacturer，用户直连制造的缩写，是一种新型的工业互联网电子商务的商业模式，又被称为“短路经济”）等。这些模式相对于传统的营销渠道，实现了用户需求与生产制造的直接匹配，去除了大规模铺店和中间流通环节，运用得当能有效提高生产要素的生产率。报告期内，公司不断探索明星带货、网红带货和员工带货等模式，先后入驻微商场、小红书、抖音、快手、微信直播等平台，不断挖掘新营销潜能。

3.优化营销渠道结构，关闭亏损店铺

在消费结构调整、社会消费品零售总额和服装类零售额增速下降、终端需求疲软、竞争加剧等多重因素影响下，线下门店经营压力加大。叠加今年疫情影响，线下客流大幅减少。直播带货等新营销渠道体现出优势，越来越受消费者青睐。公司适时调整五大类营销渠道的经营策略，除部分形象店外，适当关闭了部分经营亏损的终端店铺，以快速对内外商业环境的变化作出反应。截至报告期末，公司门店总数为118家，较去年同期减少了79家。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的说明

适用 不适用

财政部于2017年7月发布了《关于修订印发<企业会计准则第14号——收入>的通知》（财会[2017]22号），新准则规定，境内上市企业自2020年1月1日起施行新收入准则。由于上述会计准则的颁布，公司需对原会计政策进行相应变更，并按以上文件规定的起始日开始执行上述会计准则。本次会计政策变更对公司资产总额、负债总额、净资产、营业收入、净利润无重大影响。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变更说明

适用 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。