

公司代码：600400

公司简称：红豆股份

江苏红豆实业股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

二 公司基本情况

2.1 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 | 红豆股份 | 600400 | 无 |

| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 |
|----------|---------------------|---------------------|
| 姓名 | 孟晓平 | 朱丽艳 |
| 电话 | 0510-66868422 | 0510-66868278 |
| 办公地址 | 江苏省无锡市锡山区东港镇 | 江苏省无锡市锡山区东港镇 |
| 电子信箱 | hongdou@hongdou.com | hongdou@hongdou.com |

2.2 公司主要财务数据

单位：万元 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 | 506,693.73 | 549,250.62 | -7.75 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 383,143.34 | 397,564.01 | -3.63 |
| | 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 | 5,313.19 | -9,638.12 | 不适用 |
| 营业收入 | 122,318.12 | 124,437.22 | -1.70 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 10,573.85 | 9,479.95 | 11.54 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 9,618.48 | 8,425.84 | 14.15 |
| 加权平均净资产收益率(%) | 2.63 | 2.36 | 增加0.27个百分点 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.04 | 0.04 | 0.00 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.04 | 0.04 | 0.00 |

说明：报告期内归属于上市公司股东的净利润10,573.85万元，较上年同期增长11.54%，主要是：
 ①以直播为突破口，向电商平台及微信生态导流。以门店为基础，开展社群运营，优化消费者体验，提升转化和销售。
 ②做好资金筹划，归还部分短期流动资金借款，减少利息支出；与渠道合作方积极沟通，减免租金等。
 ③抓住防疫物资产业机遇，组织生产经营增加收益。

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

| 截止报告期末股东总数(户) | | | | 57,774 | | |
|--|---------|---------|---------------|--------------|------------|-------------|
| 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 | |
| 红豆集团有限公司 | 境内非国有法人 | 49.86 | 1,263,099,071 | 0 | 质押 | 718,362,762 |
| 红豆集团有限公司—红豆集团有限公司2018年非公开发行可交换公司债券质押专户 | 其他 | 11.99 | 303,626,347 | 0 | 无 | 0 |
| 江苏红豆实业股份有限公司回购专用证券账户 | 其他 | 6.23 | 157,834,820 | 0 | 无 | 0 |
| 周海江 | 境内自然人 | 2.29 | 58,063,491 | 0 | 质押 | 49,260,000 |
| 西藏信托有限公司—西藏信托—莱沃37号集合资金信托计划 | 其他 | 1.45 | 36,770,277 | 0 | 无 | 0 |
| 陕西省国际信托股份有限公司—陕国投·金玉32号证券投资集合资金信托计划 | 未知 | 1.30 | 32,814,400 | 0 | 无 | 0 |
| 江苏红豆实业股份有限公司—第三期员工持股计划 | 其他 | 0.96 | 24,281,092 | 0 | 无 | 0 |
| 京渤聚投资基金管理(北京)有限公司—磐鼎·京晋1号阳光私募证券投资基金 | 未知 | 0.78 | 19,787,857 | 0 | 无 | 0 |

| | | | | | | |
|---------------------------------------|--|------|------------|---|---|---|
| 金 | | | | | | |
| 平安证券股份有限公司 | 未知 | 0.78 | 19,759,300 | 0 | 无 | 0 |
| 华润深国投信托有限公司 —华润信托·开元3号集 合资金信托计划 | 未知 | 0.72 | 18,270,889 | 0 | 无 | 0 |
| 上述股东关联关系或一致 行动的说明 | 上述股东中，周海江先生担任红豆集团有限公司董事长，红豆集团有限公司—红豆集团有限公司2018年非公开发行可交换公司债券质押专户为红豆集团有限公司开立的可交换债担保及信托财产专户；江苏红豆实业股份有限公司回购专用证券账户为公司股份回购账户；西藏信托有限公司—西藏信托—莱沃37号集合资金信托计划及江苏红豆实业股份有限公司—第三期员工持股计划的参与人为公司董事、监事、高级管理人员及公司部分管理人员。除上述情况外，其他未发现关联关系，流通股股东未知是否存在关联关系或一致行动。 | | | | | |

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2020年上半年，公司根据外部环境及时调整经营策略积极应对，以信息化赋能男装业务发展，以多元化销售渠道缓解冲击，并注重提高抗风险和运营管理能力。报告期内，公司实现营业收入122,318.12万元，归属于上市公司股东的净利润10,573.85万元，同比增长11.54%。

1、明确品牌诉求与定位

以用户为中心，公司开展消费者调研，明确了“三十而立 穿红豆男装”的品牌定位。同时，以“致敬最美逆行者”为主题，向江苏省新型冠状病毒感染的肺炎定点收治医院、武汉市武昌医院、中国宋庆龄基金会捐赠物资，支援一线医务人员后勤保障及疫情防控工作，用实际行动践行企业的社会责任和担当，传递民族品牌价值。

2、做好产品提升竞争力

一是以爆品为抓手，公司推出“第四代红豆3D高弹裤”、“红豆小白T”、“莫代尔清爽T”等爆款单品，采用日本丰岛WONDER SHAPE专利面料、德国鲁道夫抑菌处理等工艺，从舒适、健康维度打造更契合市场需求的产品。二是加强产品设计，聘请意大利设计师Fabio Del Bianco担任设计顾问，参与联名主题产品的设计开发，并对流行趋势、色彩面料规划等进行企划指导。三是加速打造敏捷韧性的供应链，以信息化系统提升产业链点与点之间的信息交互效率和协同效率。

四是开展“线上新品发布会”、“征集新品体验官”、“抖音挑战赛”等产品体验及穿搭活动，有效围绕用户需求提升互动体验。

3、打造深度融合的智慧零售

公司秉承用户思维，积极推进 O2O 业务，将线上渠道与线下触点相结合，挖掘“数据、流量、产品”三大移动社交零售生态关键能力。线下，推行“打爆品七步法”，从设计、传播、导购等环节加强与用户的沟通，门店开展直播带货业务，为消费者提供主动便捷服务的场景。线上，以微信小程序为主要线上化运营平台，推进以商品、导购、社群、直播为四大运营抓手的门店在线化模式，充分利用 KOL 及社交平台加强社交属性，整合全渠道流量，灵活转变销售渠道，加强与消费者的连接。

4、增强职业装市场服务能力

报告期内，利用现有生产条件快速转产防疫物资，取得医用一次性防护服、隔离衣等相关生产许可，缓解疫情防控物资的供给紧缺压力。团购业务方面，一是以当地办事处为突破点提升运营管理、压降租金，积极开展线上投标，开拓大型企事业单位防疫物资业务；二是后台服务部门持续完善竞标数据库，完成标书考核优化，加强质量管控，开发量体小程序提高量体服务水平。此外，积极尝试个性化定制业务，打通衬衫定制业务全流程，联手打造科技定制门店。

5、管理赋能业务发展

推进信息化、卓越绩效、专业化人才三大管理，赋能业务发展。信息化方面，大数据 BI 完成蓝图设计，超级导购、轻定制、多店版小程序等系统上线，提升终端零售能力；卓越绩效方面，加强成本管理、安全防范，以可持续的卓越绩效管理推进企业规范化、精细化；专业化人才方面，坚持扁平化与专业化相结合，激发组织活力，并通过信息系统实现培训、监督、互动的在线化，提升组织运转效率。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

2017 年度，财政部修订印发了《企业会计准则第 14 号——收入》(以下简称“新收入准则”)，要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自 2018 年 1 月 1 日起施行；其他境内上市企业，自 2020 年 1 月 1 日起施行。

新收入准则主要修订内容包括：

- ①将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型；
- ②以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准；
- ③对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引；
- ④对于某些特定交易（或事项）的收入确认和计量给出了明确规定。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据新收入准则的衔接规定，公司根据首次执行的累积影响数调整了期初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息。

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用

董事长：叶薇

董事会批准报送日期：2020 年 8 月 20 日