

证券代码：002154

证券简称：报喜鸟

公告编号：2020-037

报喜鸟控股股份有限公司

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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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	报喜鸟	股票代码	002154
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	谢海静	包飞雪	
办公地址	浙江省永嘉县瓯北街道双塔路 2299 号	浙江省永嘉县瓯北街道双塔路 2299 号	
电话	0577-67379161	0577-67379161	
电子信箱	stock@baoxiniao.com	stock@baoxiniao.com	

2、主要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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	1,373,157,497.59	1,429,691,527.49	-3.95%
归属于上市公司股东的净利润（元）	116,113,531.27	111,665,474.16	3.98%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	88,263,163.34	69,252,382.44	27.45%

经营活动产生的现金流量净额（元）	-16,724,392.10	-16,030,863.57	-4.33%
基本每股收益（元/股）	0.10	0.09	11.11%
稀释每股收益（元/股）	0.10	0.09	11.11%
加权平均净资产收益率	4.04%	4.01%	0.03%
	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）	4,332,443,249.86	4,417,368,163.39	-1.92%
归属于上市公司股东的净资产（元）	2,935,319,213.16	2,818,940,685.78	4.13%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	101,713		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
吴婷婷	境内自然人	15.24%	185,564,542			
吴志泽	境内自然人	10.35%	126,056,099	31,514,025		
吴特	境内自然人	1.79%	21,800,466			
余建隆	境内自然人	1.64%	19,950,000			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.95%	11,587,600			
叶庆来	境内自然人	0.82%	10,000,000			
张玉叶	境内自然人	0.66%	8,095,466			
中国工商银行股份有限公司－东方红新动力灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.47%	5,780,078			
张袖元	境内自然人	0.38%	4,603,000	1,150,750		
葛奇鹏	境内自然人	0.37%	4,500,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	股东吴志泽、吴婷婷为一致行动人，与前十名其他股东之间不存在关联关系，也不属于一致行动人；股东张玉叶、吴特为一致行动人；未知前十名其他股东之间是否存在关联关系或是否为一行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	余建隆通过招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 19,950,000 股；洪士贵通过平安证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 4,088,100 股。					

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
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

报告期内，受新冠疫情影响，全球经济下行压力加大，企业生产经营面临严峻挑战，特别是2020年2月份线下终端门店几乎全部停滞，线下销售下降90%以上。面对严峻的市场环境，在公司董事会的坚强领导下，公司快速反应，时刻关注新冠疫情发展，及时制定新冠疫情防控实施方案，在做好防控工作的同时，全力组织复工复产支持抗击新冠疫情工作。为减少新冠疫情对公司生产经营的影响，公司积极采取自救措施，大力推进电商业务的开展，并及时快速推进新零售业务，推动全员营销，建立私域流量，报告期内线上业务收入较上年同期增长37.53%，销售占比较上年同期提升5.5个百分点；上海宝鸟及时建立防疫物资生产线，根据当地政府统一部署，全力支持新冠疫情防控工作，积极履行社会责任，实现营业收入26,722.20万元，较上年同期增长19.08%；公司经营层及员工积极响应加强费用控制，积极争取落实国家优惠政策和渠道合作方的减免租金支持，以及二季度线下零售业务的调整恢复，报告期内归属于母公司所有者净利润实现正增长。报告期内，公司实现营业收入137,315.75万元，同比减少3.95%；实现营业利润16,233.90万元，较上年同期增长18.80%；实现归属于上市公司股东的净利润11,611.35万元，较上年同期增长3.98%；实现扣非归属于上市公司股东的净利润8,826.32万元，较上年同期增长27.45%。

报告期内，公司继续以“创新者为先、奋斗者为本”的精神，坚持“一主一副、一纵一横”的发展战略。服装主业上，聚焦核心品牌和品类，缩减未达预期品牌和网点；聚焦优质渠道资源、优化网点结构；加强精细化管理，提升单店业绩；加强信息化建设促进数字化转型；做好开源节流，加强风险管控。报告期内，公司实现主营业务收入132,748.16万元，较上年同期减少4.72%，主要系新冠疫情期间部分线下终端店铺客流下降导致终端销售减少所致；主营业务成本50,810.70万元，较上年同期减少0.82%，主要系营业收入下降所致；三项费用合计64,195.05万元，较上年减少11.14%；研发费用1,987.46万元，较上年减少35.53%，主要系报告期内受新冠疫情影响，公司积极开源节流，加强费用管控所致；经营活动产生的现金流量净额-1,672.44万元，较上年同期减少4.33%，主要系报告期内虽然加强费用控制，税款、工资等费用支出减少，但受新冠疫情影响线下直营网点销售下降较大、终端销售回款减少所致。

1、报喜鸟品牌

报告期内，受新冠疫情影响，婚庆市场需求下降、商务活动减少，品牌网点数量缩减，报喜鸟品牌收入下降。渠道上，继续优化渠道结构，关闭未达预期网点，报告期内新拓店铺16家，关闭店铺61家。产品研发上，坚持打造高品质、高性价比和高科技的产品，同时增加时尚年轻化产品比重；定制业务方面，第一季度受新冠疫情影响较大，第二季度积极开展定制营销活动，通过单品引流、集中量体等活动，推进全渠道定制业务的开展。品牌推广方面，围绕“品牌升级”和“年轻化”的目标，签约张若昀为最新形象代言人，推出“报喜鸟西服，更适合中国人体型”品牌广告语，使用新的VI设计，与PRONOUNCE合作开发联名款，和袁成杰、井越、阿云嘎等数位明星合作宣传，树立消费者对报喜鸟年轻化、时尚化的品牌认知。

2、哈吉斯品牌

报告期内，哈吉斯品牌实现营业收入46,781.40万元，实现逆势增长。渠道方面，新增渠道主要以直营店铺为主，报告期内新拓店铺11家，关闭店铺23家；加大线上业务推广，积极推行全员营销，新零售业务快速增长，天猫T恤节男装、女装获取较好资源位，大大提升线上销售；产品方面，与温布尔登网球锦标赛（以下简称“温网”）再度合作，秉持了精心打磨的工匠精神，融入温网的传统色调，注入英国贵族式的经典、奢华与高雅，推出HAZZYS的温网系列；品牌推广方面，通过英伦生活方式联动，提升品牌国际形象；借助小红书、抖音、直播等方式进行流量吸引和推广，与ZUBISU IP跨界合作提升品牌影响力。

3、恺米切、东博利尼品牌

报告期内，积极推进线上销售、团购业务、临时特卖等营销活动以弥补线下零售终端销售的下降；渠道上，报告期内净减少店铺18家；产品上，坚持“免烫”核心优势，打造高性价比单品；品牌推广上，通过巡展计划、线上直播、明星合作等方式提升品牌影响。

4、乐飞叶品牌

报告期内，加快库存处理，重点提升线上销售占比，较上年同期提升18个百分点。渠道上，加强战略店铺的开拓，提升品牌形象；产品研发上，继续提升产品系列化，聚焦产品，打造核心品类，进行精准化营销；品牌推广上，强化“轻户外 悦

旅行”、“穿LAFUMA去旅行拍照好看”的品牌理念，加强线上线下联动，与专业户外俱乐部结成异业联盟，提升品牌影响力。

5、所罗品牌

报告期内，受新冠疫情影响，渠道拓展进度较为缓慢，重点加强内部培训学习，积极降本增效。营销上，通过举办专业SHOW场、高端论坛等活动加强品牌推广，提升品牌影响力。

6、亨利 格兰品牌

报告期内积极拓展线上业务，线下以融入店为主；通过临时特卖、奥莱店铺促进库存消化。

7、云翼智能。

报告期内，受新冠疫情影响客户拓展缓慢，但积极开源节流，突破开展线上远程客户开发工作，优化价格体系，相关成本费用得到有效控制。

8、宝鸟品牌。

报告期内，公司积极响应上海市政府号召，通过控股子公司上海宝鸟及时调整生产线，积极参与防疫物资的生产，通过第一类医疗器械生产备案，并于2020年4月份获得了非医用口罩、隔离衣CE和FDA认证，全力支持新冠疫情防控工作，防疫物资的生产和销售弥补了新冠疫情期间职业装业务的减少。随着新冠疫情的缓解，上海宝鸟将继续聚焦回归职业装主业发展和校服业务的大力拓展，继续做好开源节流工作，努力借助加盟商资源优势进行市场开拓，并加强费用管控。

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第8号——上市公司从事零售相关业务》的披露要求

(一) 公司的营销网络情况

截至2020年6月30日，公司已在全国各省、自治区、直辖市的核心商圈、商场、购物中心及部分机场高铁交通枢纽建立了1589家线下门店，其中直营店721家，加盟店868家；同时，公司积极拓展线上渠道，在天猫、京东等第三方平台设立各品牌官方旗舰店，大力推进微商城小程序“凤凰尚品”进行线上社群营销。具体网点情况如下：

1、线下门店情况

(1)按业务模式分类

模式	截止2019年12月31日		2020年上半年增加		2020年上半年减少		截止2020年6月30日	
	数量 (个)	面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)
直营	788	8.31	19	0.17	86	0.92	721	7.56
加盟	890	15.67	23	0.26	45	0.71	868	15.22
合计	1678	23.98	42	0.43	131	1.63	1589	22.78

(2)按品牌分类

品牌	截止2019年12月31日		2020年上半年增加		2020年上半年减少		截止2020年6月30日	
	数量 (个)	面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)
报喜鸟	797	16.4	16	0.23	61	1.05	752	15.58
HAZZYS	392	4.49	11	0.11	23	0.25	380	4.35
LAFUMA	82	0.66	1	0.01	10	0.09	73	0.58
恺米切	196	1.08	3	0.02	16	0.09	183	1.01
其他	211	1.35	11	0.06	21	0.15	201	1.26
合计	1678	23.98	42	0.43	131	1.63	1589	22.78

(3)按区域分类

区域	期初		本期增加		本期减少		期末	
	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)
东北地区	243	5.06	5	0.04	21	0.38	227	4.72
华北地区	194	3.01	3	0.05	10	0.09	187	2.97
华东地区	692	8.91	20	0.22	50	0.63	662	8.5
华南地区	59	0.51	3	0.02	11	0.07	51	0.46
华中地区	130	1.67	3	0.02	7	0.1	126	1.59
西北地区	181	2.34	5	0.05	14	0.16	172	2.23

西南地区	179	2.48	3	0.03	18	0.2	164	2.31
合计	1678	23.98	42	0.43	131	1.63	1589	22.78

(4)按经营业态分类

业态	期初		本期增加		本期减少		期末	
	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)	数量 (个)	营业面积 (万平方米)
商场	687	6.29	13	0.12	59	0.53	641	5.88
购物中心	437	5.35	14	0.14	41	0.45	410	5.03
街边店	554	12.34	15	0.17	31	0.65	538	11.87
合计	1678	23.98	42	0.43	131	1.63	1589	22.78

2、主营业务收入情况

(1)按品牌分类

品牌	2020年上半年营业收入 (万元)	2019年上半年营业收入 (万元)	增减额(万元)	增减率
报喜鸟	43,513.52	53,931.25	-10,417.73	-19.32%
HAZZYS	46,781.40	46,157.91	623.49	1.35%
恺米切	5,943.16	7,190.11	-1,246.95	-17.34%
LAFUMA	6,707.42	6,218.22	489.20	7.87%
宝鸟	26,722.20	22,441.41	4,280.79	19.08%
其他	3,080.46	3,383.78	-303.32	-8.96%
合计	132,748.16	139,322.68	-6,574.52	-4.72%

(2)按业务模式

业务模式	2020年上半年营业收入 (万元)	2019年上半年营业收入 (万元)	增减额	增减率
直营	55,303.57	68,645.81	-13,342.24	-19.44%
加盟	20,009.39	24,276.07	-4,266.68	-17.58%
团购	28,018.51	24,762.03	3,256.48	13.15%
电子商务	23,938.62	17,406.57	6,532.05	37.53%
其他	5,478.07	4,232.20	1,245.87	29.44%
合计	132,748.16	139,322.68	-6,574.52	-4.72%

3、排名前十的直营门店情况:

序号	门店名称	地址	2020年上半年营业收入 (万元)	营业面积 (平方米)	开店日期	经营业态	物业权属 状态	品牌
1	温州河田工厂店	浙江省温州市永嘉县双塔路	891.61	2200	2007/1/1	街边店	自有	多品牌
2	上海百盛店	上海市黄浦区淮海中路	474.59	82	2013/9/28	购物中心	其他	哈吉斯
3	温州河田旗舰店	浙江省温州市永嘉县双塔路	412.79	1158	2018/10/1	街边店	自有	多品牌
4	长沙友谊店	湖南省长沙市天心区芙蓉南路	411.61	205	2016/7/2	购物中心	其他	哈吉斯
5	上海青浦店	上海青浦区沪清平公路	409.87	215	2016/8/25	购物中心	其他	哈吉斯
6	无锡百联店	江苏省无锡市新吴区锡勤路	374.66	226	2016/9/2	购物中心	其他	哈吉斯
7	南京砂之船店	江苏省南京市江宁区秣周东路	337.94	147	2015/10/11	购物中心	其他	哈吉斯
8	成都双楠大道店	成都市双流区东升街道双楠大道	326.08	125	2013/12/18	购物中心	其他	哈吉斯
9	杭州百联店	浙江省嘉兴市海宁市长安镇启潮路	318.27	247	2017/1/13	购物中心	其他	哈吉斯
10	上海佛罗伦萨店	上海市浦东新区祝桥镇卓耀路	316.21	236	2015/2/10	购物中心	其他	哈吉斯
合计			4,273.63	4,841.00				

公司销售额排名前十的直营店铺营业面积共4,841.00平方米, 报告期销售金额4,273.63万元, 单店平均销售金额427.36万元, 报告期内平均平效0.88万元。

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情况说明

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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化的情况说明

适用 不适用

1、本期新增合并公司 1 家, 原因为

公司因经营生产需要于 2020 年 1 月设立全资孙公司赣州哈吉斯服装有限公司, 故 2020 年 1 月起将赣州哈吉斯服装有限公司纳入合并范围。

2、本期减少合并单位 1 家, 原因为:

公司因生产经营需要, 于 2020 年 3 月注销全资孙公司上海宝鸟纺织科技有限公司, 故 2020 年 3 月起上海宝鸟纺织科技有限公司不再纳入合并范围。