

证券代码：002780

证券简称：三夫户外

公告编号：2018-026

北京三夫户外用品股份有限公司

2017 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，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年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

| 姓名 | 职务 | 内容和原因 |
|----|----|-------|
|----|----|-------|

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

| 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 | 三夫户外 | 股票代码 | 002780 |
| 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 | 周春红 | 王静 | |
| 办公地址 | 北京市西城区北三环中路 27 号商房大厦 520 室 | | 北京市西城区北三环中路 27 号商房大厦 520 室 |
| 电话 | 010-62051913 | | 010-62051913 |
| 电子信箱 | sanfoirm@sanfo.com | | sanfoirm@sanfo.com |

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 报告期内主要业务

三夫户外主营业务：户外用品研发代理销售；户外活动赛事组织运营；设计建设运营户外运动营地和开展青少年户外体验教育。

公司经营的产品主要分为户外服装、户外鞋袜与户外装备三大类别，融合跑步、儿童户外、滑雪、自驾、骑行等细分类别产品，代理、经销 400 多个以专业高端为主、中低端为辅的户外运动品牌。同时公司注重自有品牌研发，不断加大自有品牌研发力度，坚持市场需求和品牌定位相匹配原则，兼顾功能性和时尚性，相继推出 ANEMAQEN、SANFO、KIDSANFO 和 SANFO PLUS 四大自有品牌。目前公司已建立起多品牌、多品类产品体系，全面覆盖户外运动各种场景，满足户外运动爱好者一站式购物需求。

销售渠道方面，线上线下联动构建全渠道消费体验。线下针对不同城市、不同场景的差异化定位，匹配大面积多品牌全品类旗舰店、中等规模标准店和精品专业店，不断完善全国范围布局；线上在官网（www.sanfo.com 及移动端）、天猫、京东、亚马逊等多个电商平台开设综合旗舰店，代理经销众多户外品牌，随时随地为消费者提供专业化、信息化的移动购物体验。

公司旗下运动管理子公司，作为国内专业的户外运动服务和户外赛事公司，每年在全国范围内组织包括山地越野跑、公路马拉松赛、铁人三项赛以及“文化+体育+旅游”的地方特色赛、国内外长短线旅行等各类赛事及活动近千场，全年参与人数超过 10 万人次。

公司旗下技能培训子公司，依托母公司的专业资源和国际化视野，整合国内外营地教育专家，为各需求方提供专业的营地设计、建设、培训、运营服务。同时根据不同年龄青少年的成长特性，结合户外运动元素，提供户外体验教育。

以上产品销售、赛事活动、户外营地三大板块之间协同发展，以经营用户为核心，彼此完成客群导流与转化，构建完整的户外产业循环。

报告期内，公司主营业务经营模式未发生重大变化。

（2）公司所属行业的发展概况

根据《2017 年度中国户外运动用品市场调研报告》显示，2017 年，中国户外用品零售总额约 244.6 亿元，同比增长 3.22%，出货总额为 137.9 亿元，同比增长 2.61%。零售总额和批发总额年度增长率为自 2002 年以来最低水平，但年度增长率降幅史上最低。（需要说明的是，这个报告数据基于 COCA 自 2007 年以来对专业户外用品市场的统计，其中未包含体育、快时尚的户外系列、休闲户外品牌、以及不包括滑雪、骑行、垂钓、空中户外、水上户外、极限户外、户外旅行用品等产品）。

中国户外运动经过 20 年的发展，参与者从最初的小众运动发展成为多数人参与的大众运动，户外生活成为人们最向往的健康生活方式之一，因此造就 2011 年前近 10 年的高速增长期，全行业保持每年两位数的高速增长，从不足一亿的规模迅速扩充至 200 亿。人们既可以从百货商场买到全世界高端的户外名牌，同时也可以专业户外店中选购最专业、最可靠的产品，在天猫和京东等电商平台上选购日常穿用的鞋服产品，更可找到种类繁多、品牌众多的装备，甚至可以通过日益兴盛的微信朋友圈购买朋友和熟人推荐的商品，海淘也成了资深玩家购买专业产品的渠道之一。但 2011 年以来，随着中国整体经济环境低迷、实体零售市场的不振，加上行业内竞争加剧、促销力度加大，越来越多的体育、时尚和休闲品牌也在推出户外类产品，而对应的经营成本却不断增加，故而中国户外用品市场的增速有所减缓。

整体来讲，尽管行业增速放缓，未来两年仍具有持续个位数增长的可能性。但全行业必须通过现象看本质，看到行业的积极变化。行业整体在连续多年的放缓过程中，逐渐建立理性共识，全行业已经积极应对这种局面，面对变化、主动出击、积极创新、苦练内功，越来越多回归到“产品为中心”，大力调整渠道结构，提高渠道有效性。同欧美和亚洲近邻相比而言，中国户外用品市场仍属于“刚刚走过导入期，开始迈入成长期，远未达到成熟期”的阶段。仍有巨大的市场潜力可以挖掘。调研显示，2018 年近 1/3 企业将继续加大投资和扩张。

随着全行业调整和转型不断深入，零售环境不断改善。在消费升级、户外参与者数量不断增长及冬奥会三大利好因素的驱动下，接下来三至五年，全行业或可进入下一个更健康、更均衡的持续增长期。

（3）公司所处行业地位

三夫户外自 1997 年成立至今，始终深耕户外产业，是中国户外产业领导者。2017 年被国家体育总局评为“国家体育产业示范单位”，中关村信用培育双百工程“百家最具影响力信用企业”。

1) 公司在专业户外用品连锁零售领域处于领先地位。目前在北京、上海、南京、杭州、成都、深圳、沈阳、长春、青岛、

石家庄、苏州、无锡、武汉、重庆、宿迁、大庆等核心城市拥有 38 家国际一流水准的户外专营店，营业面积近 1.7 万平米。根据 COCA 发布的《2017 年度中国户外运动用品市场调研报告》数据，公司销售额占全国户外店零售总额的 11.6%，同比增长 1.6%。

2) 公司在赛事活动组织运营方面具有广泛的影响力。作为国内为数不多的专业户外赛事运营公司，公司与多地政府深度合作，提供从设计规划到落地执行的全流程赛事活动解决方案，有效利用各地户外资源，带动地方体育产业健康发展。2017 年在北京平谷金海湖组织开展的“第十八届三夫国际铁人三项赛”被北京市体育局评为“2017 年体育示范项目”；在浙江开化组织开展的“铁人三项精英赛”被浙江省衢州市体育局授予“2017 年体育工作一等奖”；在北京香山组织开展的“三夫超能量越野赛”被北京市体育局授予“创新奖”和“优秀组织奖”。并连续五年被中国登山协会授予“示范俱乐部”荣誉称号。

3) 公司在营地全链条运营和青少年体验式教育方面具有先发优势。国内营地业务目前尚处于发展初期，市场空间巨大。为推动国内营地行业发展，公司与美国 ACCT 协会、中科院建筑研究所及众多建筑供应商建立良好合作关系，组成了一支国际化、专业化的营地团队，为客户提供专业的营地设计、建设、培训、运营服务，并延伸营地内涵，植入优质教育理念，为青少年提供营地体验教育服务，健全中国青少年身心健康发展体系。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年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

单位：人民币元

| | 2017 年 | 2016 年 | 本年比上年增减 | 2015 年 |
|------------------------|----------------|----------------|------------|----------------|
| 营业收入 | 351,395,708.08 | 353,254,799.53 | -0.53% | 327,570,305.10 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | -12,908,729.94 | 35,371,623.45 | -136.49% | 30,802,071.97 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | -16,484,677.82 | 33,542,975.62 | -149.14% | 30,656,424.96 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -34,903,020.29 | -912,277.21 | -3,725.92% | 11,413,180.96 |
| 基本每股收益（元/股） | -0.13 | 0.52 | -125.00% | 0.62 |
| 稀释每股收益（元/股） | -0.13 | 0.52 | -125.00% | 0.62 |
| 加权平均净资产收益率 | -3.35% | 9.42% | -12.77% | 14.46% |
| | 2017 年末 | 2016 年末 | 本年末比上年末增减 | 2015 年末 |
| 资产总额 | 821,522,944.92 | 482,911,303.85 | 70.12% | 428,400,752.70 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 634,789,273.63 | 391,936,386.78 | 61.96% | 360,213,789.93 |

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

| | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 |
|------------------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| 营业收入 | 71,777,700.06 | 91,964,269.84 | 77,990,358.96 | 109,663,379.22 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | -2,957,786.08 | 3,422,772.41 | -7,657,216.63 | -5,716,499.64 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | -3,092,081.38 | 2,359,685.74 | -7,881,221.72 | -7,871,060.46 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -39,591,003.44 | 5,980,432.01 | -25,570,829.05 | 24,278,380.19 |

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

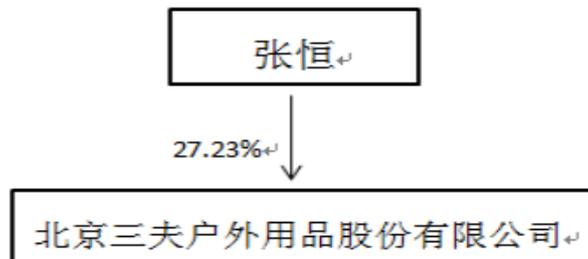
| 报告期末普通股股东总数 | 14,202 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 14,761 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 | 年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 |
|---------------------------------|---------|---------------------|------------|-------------------|---------|---------------------------|---|
| 前 10 名股东持股情况 | | | | | | | |
| 股东名称 | 股东性质 | 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 | |
| 张恒 | 境内自然人 | 27.23% | 30,597,464 | 30,582,726 | 质押 | 9,865,124 | |
| 天津亿润成长股权投资合伙企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 8.34% | 9,373,585 | | | | |
| 上海歌金企业管理有限公司 | 境内非国有法人 | 6.11% | 6,863,704 | 6,863,704 | 质押 | 6,863,700 | |
| 朱艳华 | 境内自然人 | 4.94% | 5,554,526 | | | | |
| 赵栋伟 | 境内自然人 | 4.71% | 5,295,102 | 3,971,326 | 质押 | 3,863,000 | |
| 孙雷 | 境内自然人 | 4.12% | 4,626,864 | 3,470,147 | 质押 | 2,762,790 | |
| 倪正东 | 境内自然人 | 3.24% | 3,640,586 | | | | |
| 陈柳 | 境内自然人 | 2.90% | 3,259,241 | | | | |
| 华鑫国际信托有限公司—华鑫信托·国鑫 20 号集合资金信托计划 | 其他 | 2.86% | 3,213,763 | | | | |
| 赵丹 | 境内自然人 | 1.98% | 2,224,123 | 2,224,123 | | | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | | 无 | | | | | |
| 参与融资融券业务股东情况说明(如有) | | 无 | | | | | |

(2) 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。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、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
是
零售相关业

根据中国纺织品商业协会户外用品分会（简称COCA）发布的《2017年中国户外用品市场调研报告》显示，2017年，全国户外用品零售总额约244.6亿元，同比增长3.22%，出货总额为137.9亿元，同比增长2.61%。

2017年，在整体经济环境低迷的背景下，公司主营业务收入增长乏力，管理层积极拓展各项新业务，不断加大自有品牌研发投入，大型赛事组织和户外营地项目投入成本增加，伴随公司人力成本和存货跌价准备计提金额的增加，导致2017年度归属上市公司股东的净利润首次为负。具体数据如下：

报告期内，公司实现营业收入人民币35,139.57万元，比上年同期减少0.53%；实现利润总额人民币-1,338.53万元，比上年同期减少130.75%；归属于上市公司股东的净利润人民币-1,290.87万元，比上年同期减少136.49%。截至2017年底，公司资产总额82,152.29万元，归属于上市公司股东的净资产63,478.93万元。

报告期内，公司按照董事会确定的年度发展目标和公司战略规划，积极推进各项工作，为公司未来发展打下了坚实基础。

（1）继续丰富完善产品结构，引入高端跑步品牌ASICS、HOKA、2XU、ESPON、UGLOW和高端滑雪品牌BURTONBURTON、NORDICA与其建立起长久合作关系；在北京奥林匹克森林公园南门外开设集专业装备销售、跑步训练与服务于一体的跑步综合概念店，为跑友提供专业的装备和服务。

（2）持续加强自有品牌产品研发投入，有效支持实体店铺，电商以及团购客户的销售。在2017中国户外产业年度评选中，公司自主研发的“墨玉速干商旅长裤”荣获了“年度最佳户外装备奖”，SANFO PLUS品牌于2018年春夏上市。报告期三夫自有品牌同比增长156.56%，占公司营业收入的10.53%。

（3）线上销售渠道不断拓展，引入和研发WMS仓储管理系统，提升了仓储物流工作效率和服务质量。在多品牌、多店铺的运营管理中，不断加强技术革新，实现了线上线下一体化运营。2017年线上销售同比增长15.24%，占公司营业收入的20.80%。

（4）公司旗下旅行鼠子公司，紧追冰雪趋势，新增代理多个国际顶级冰雪品牌。如德国专业功能性手套品牌Reusch，意大利专业滑雪服和护具品牌Dainese，瑞典专业雪镜头盔护具品牌POC等，加上之前的法国品牌Julbo，正式打开了冰雪销售渠道；与国内极具人气的瑞典户外品牌Klattermusen（攀山鼠）达成长期合作开拓国内市场，其中攀山鼠的Brage Jacket（布拉吉神衣）在2017中国户外产业年度评选中，荣获“年度最佳户外装备奖”。

（5）公司旗下运动管理子公司，持续扩大公司赛事和活动的影响力。作为国内专业的户外运动服务和户外赛事公司，2017年在全国范围内组织各类赛事活动63场，参与人数超过10万人次。与南京老山景区管委会、张家口市崇礼区人民政府、千岛湖淳安县石林镇等地政府达成战略合作，利用公司多年形成的市场运作能力，结合丰富的本地资源优势，组织具有当地特色的活动赛事，推动当地户外运动产业的发展，形成规模化运营。

（6）公司旗下技能培训子公司，提供营地专业设计及建设服务，对外合作密切推进。2017年成功举办超过15场营会活动，约有上千名青少年及家长参与其中，在不断完善课程体系的同时，培养了稳定的客群及师资队伍。2017年参加9场营地高峰论坛，为与会人员提供最新的营地教育资讯，同时引领中国营地市场打开新思路，展望共创中国营地产业未来。

（7）2017年9月，宿迁三夫金鼎投资管理中心(有限合伙)以现金增资方式投资深圳市古德菲力投资管理有限公司，取得古德菲力4.00%的股权；本次投资完成后有利于公司将户外产品销售、户外赛事活动运营和全民健身服务产业结合，扩大营销渠

道，进一步提升公司在行业中的竞争力。

(8) 2017年12月，公司非公开发行股票11,140,863股，募集资金总额260,473,376.94元，新增股份于2017年12月21日在深圳证券交易所上市，本次成功发行为公司业务发展和产业布局奠定了良好的基础。

(9) 2017年被国家体育总局评为“国家体育产业示范单位”，中关村信用培育双百工程“百家最具影响力信用企业”。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

| 产品名称 | 营业收入 | 营业利润 | 毛利率 | 营业收入比上年同期增减 | 营业利润比上年同期增减 | 毛利率比上年同期增减 |
|------|----------------|---------------|--------|-------------|-------------|------------|
| 户外服装 | 210,407,523.02 | 90,015,699.90 | 42.78% | 0.06% | -6.37% | -2.94% |
| 户外鞋袜 | 59,578,256.34 | 27,840,356.64 | 46.73% | -8.69% | -8.40% | 0.15% |
| 户外装备 | 63,958,647.41 | 26,329,679.85 | 41.17% | -0.25% | -9.57% | -4.24% |

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

户外用品的销售具有季节性特点，特别是在北方，春夏季气候温暖，户外活动以登山、徒步、水上运动为主，产品特点突出轻薄、防水、快干、排汗；秋冬季节气候寒冷，户外活动以冰雪活动为主，产品特点突出厚实、保暖、防风、防水。所以秋冬季产品价格一般都高于春夏季。

此外，秋冬季节假日和电商节日比较多，比如“国庆节”、“双十一”、“双十二”、“元旦”和“春节”等，都会出现销售小高峰，所以公司秋冬季销售额一般会高于春夏季。

按业务年度口径汇总的主营业务数据

适用 不适用

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

2017年度，公司加大对户外赛事、营地技能培训、全渠道运营平台和自有品牌研发的投入，使得相关成本、费用有所增加。此外，大客户部分签约业务延迟确认，存货跌价准备计提增加等原因，使得本年度营业收入较去年同期有所下降，实现营业收入351,395,708.08元，同比减少0.53%，实现归属于上市公司股东的净利润-12,908,729.94元，同比减少136.49%。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，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

(1) 会计政策变更

2017年4月28日财政部印发了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，该准则自2017年5月28日起施行。对于该准则施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，采用未来适用法处理。

2017年5月10日，财政部发布了《企业会计准则第16号——政府补助》（修订），该准则自2017年6月12日起施行。本公司对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，对2017年1月1日至本准则施行日之间新增的政府补助根据本准则进行调整。

财政部根据上述2项会计准则的相关规定，对一般企业财务报表格式进行了修订，并于2017年12月25日发布了《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》；资产负债表新增“持有待售资产”行项目、“持有待售负债”行项目，利润表新增“资产处置收益”行项目、“其他收益”行项目、净利润项新增“（一）持续经营净利润”和“（二）终止经营净利润”行项目。2018年1月12日，财政部发布了《关于一般企业财务报表格式有关问题的解读》，根据解读的相关规定：

对于利润表新增的“资产处置收益”行项目，本公司按照《企业会计准则第30号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据按照《通知》进行调整。

对于利润表新增的“其他收益”行项目，本公司按照《企业会计准则第16号——政府补助》的相关规定，对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，无需对可比期间的比较数据进行调整。

由于“资产处置收益”项目的追溯调整，对2016年的报表项目影响如下：

单位：元

| 项 目 | 变更前 | 变更后 |
|--------|--------------|--------------|
| 资产处置收益 | - | 10,256.41 |
| 营业外收入 | 2,597,642.83 | 2,587,386.42 |

(2) 会计估计变更

本报告期内，本公司无重大会计估计变更。

(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) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

本公司二级子公司北京三夫户外运动管理有限公司 2017 年 5 月投资设立了三夫户外（上海）体育管理有限公司，持股比例 80.00%。本公司自三夫户外（上海）体育管理有限公司成立之日起将该公司纳入财务报表的合并范围。

本公司 2017 年 7 月投资设立大庆三夫户外用品有限公司，持股比例 60.00%。本公司自大庆三夫户外用品有限公司成立之日起将该公司纳入财务报表的合并范围。

(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

北京三夫户外用品股份有限公司

法定代表人： 张恒

二〇一八年四月二十六日