

证券代码：002780

证券简称：三夫户外

公告编号：2020-061

北京三夫户外用品股份有限公司

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	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	张恒	王静	
办公地址	北京市昌平区陈家营西路3号院23号楼	北京市昌平区陈家营西路3号院23号楼	
电话	010-87409280	010-87409280	
电子信箱	sanfoirm@sanfo.com	sanfoirm@sanfo.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）	187,239,563.70	184,544,907.38	1.46%
归属于上市公司股东的净利润（元）	-6,539,070.86	1,639,357.67	-498.88%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-9,246,872.68	1,405,941.93	-757.70%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-11,360,272.23	-19,273,216.41	41.06%
基本每股收益（元/股）	-0.0449	0.0113	-497.35%
稀释每股收益（元/股）	-0.0449	0.0113	-497.35%
加权平均净资产收益率	-1.11%	0.26%	-1.37%

	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）	860,534,205.61	830,254,095.70	3.65%
归属于上市公司股东的净资产（元）	585,670,512.02	592,179,444.77	-1.10%

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	13,416	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
张恒	境内自然人	26.02%	37,878,169	28,896,877	质押	25,259,132
上海歌金企业管理有限公司	境内非国有法人	4.14%	6,021,567	0	质押	4,555,854
赵栋伟	境内自然人	3.16%	4,595,367	4,180,398	质押	2,000,000
孙雷	境内自然人	2.57%	3,745,874	3,639,255	质押	3,640,255
中意资管－浦发银行－中意资产－精选 2 号资产管理产品	其他	2.23%	3,251,295	0		
中意资管－浦发银行－中意资产－精选 3 号资产管理产品	其他	2.22%	3,237,594	0		
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	2.02%	2,941,902	0		
王旸	境内自然人	0.88%	1,276,908	0		
上海春山新棠投资管理有限公司－春山新棠稳健成长型私募基金 6 号	其他	0.86%	1,250,000	0		
上海银叶投资有限公司－银叶宏观配置 18 号私募证券投资基金	其他	0.69%	1,000,000	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明		本公司未知上述股东之间是否存在关联关系以及是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		股东上海春山新棠投资管理有限公司－春山新棠稳健成长型私募基金 6 号通过普通证券账户持有 992,500 股，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 257,500 股，实际合计持有 1,250,000 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

2020年上半年，新冠病毒疫情爆发，实体经济遭受很大冲击，公司业务同样遭受重创，但三夫人没有向困难低头，积极开展各项经营措施，在确保员工安全、健康的前提下，有序恢复生产经营活动，降低经营风险。

疫情期间，公司积极履行企业社会责任分别向武汉市第四医院、北京医院援鄂医疗队、西城区抗疫一线医护人员、上海新型肺炎定点医院等机构捐赠帐篷、睡袋、冲锋衣、排汗内衣、防水鞋等价值120余万元的抗疫物资，为社会贡献企业的绵薄之力。

公司响应政府号召，快速启动口罩生产项目，在江苏省宿迁市投资建厂，满足国内及国外对口罩的市场需求，目前口罩业务发展良好。

公司加强电商、微商销售，尤其是全员微商销售，对业绩形成了一定的支撑。在实施多项重要经营举措后，二季度比一季度业绩明显上升。

但受大环境影响，2020年上半年度业绩总体表现欠佳。

（1）研发销售专业优质户外运动用品

1) 新零售

报告期内，线下零售门店受到疫情冲击，在做好全员疫情防控同时，零售运营团队积极拓展销售渠道，调整营销策略，开展在线社群营销，整合上下游资源引流，开展视频直播带货，报告期内三夫官方微商城销售额突破1,550万元，月平均访客数26,043人，月平均下单支付转化率93%。积极拓展线下门店，签约北京首创奥莱店（7月已开业），对长春国际大厦店、沈阳北陵店、北京马甸东店、上海万体店等老店进行升级改造，提升购物体验；加大招收优秀人才力度，开展多轮线上、线下培训，夯实销售队伍；严控采购成本；降低供应成本，多品牌新增一件代发等灵活供应方式；新增NIKE（眼镜）、猫王、蔡司、ESKY、万魔、KICA、Indosole、畅吸365等近20个新品牌。利用CRM系统强化会员互动，精准客户画像，打通线上线下引流措施，增加好评有礼、会员日、品牌日、客户回访、活动预约等多维精准营销工具。回归户外本质，凸显公司专业优势，增值会员服务，提升会员黏性。预计下半年新开4家门店，迁址2家新店。

为最大限度地降低疫情影响，公司电商团队积极拓新流量渠道，加强社交引流。通过媒体测评、KOL种草、产品植入等方式增加产品曝光率，提升品牌美誉度进而获得流量带动销售。为提升转化率，电商团队以优化视觉效果、重塑产品页面为工作重点。摒弃单一采用品牌方素材，采取重新拍摄，增加短视频等方式重塑产品形象，提升页面点击率。选品方面，由宽泛选品向精准选品转型，加强定期盘货，关注售罄率，并据此制定了高效的补货策略。客服由传统被动模式转为主动引导型，建立了从售前咨询、售中推介、售后处理、评价跟踪与反馈的全业务链，保证业务顺利进行的同时，能够主动跟踪顾客反馈并以责任到人方式为顾客提供相应服务。

在品牌宣传方面，公司开展了社交媒体和短视频平台的内容营销，邀请奥运冠军、拳击冠军、马拉松冠军、健身教练、瑜伽教练、户外达人、运动博主等知名KOL拍摄了30多个短视频和系列运动时尚大片，有效提升了公司旗下品牌的知名度和美誉度，官方微博、绿洲和抖音等社交媒体账号新增粉丝12万。

2) 自有品牌及代理品牌

报告期内，自主品牌SANFO PLUS积极不断创新，与Invista公司合作研发美丽奴羊毛和Cordura混纺新材料，设计研发的夏季T恤，兼具舒适耐用性，产品获得了消费者的好评及行业关注。通过创新的产品设计理念，全新推出舒适防晒的“50度灰空调裤”，在夏季防晒产品中独树一帜。在积极推广春夏上架的同时着手设计研发秋冬新品，不断迭代推新的产品为SANFO PLUS全年销售奠定了坚实的基础。

X-BIONIC中瑞联合研发款，2020春夏推出了专业轻量跑步夹克、风衣、T恤、POLO衫、马甲等多款新品。并积极开展秋冬产品的研发生产，涵盖内衣、风衣、棉服、超轻羽绒服、防雨夹克、滑雪服等多款高科技产品，预计9月全新上市。在完成对X-BIONIC和X-SOCKS相关IP收购后，会将更多高新技术融入到产品设计中，研发出科技与时尚并存，更适合国人的专业高性能科技运动服饰。

公司旗下旅行鼠子公司继续深挖代理品牌发展潜力，商品到货基本未受国外疫情影响，与瑞典潮流户外品牌Klattermusen(攀山鼠)续签了独家代理合同并拥有优先续约权。旗下Dainese、Reusch和POC品牌在2020年1月召开期货订货会中取得了经销商的一致好评，销售订单同比增长30%；具有较高品牌影响力和口碑美誉度的X-BIONIC品牌秋冬期货销售订单同比增长50%。

(2) 组织户外活动赛事团建

1) 三夫赛事

受疫情影响，上半年度共取消六场赛事，延期两场赛事。在疫情期间大家齐心协力共克时艰，本着闲时练兵原则，建立健全企业内部管理制度，强化员工专业技能培训，大量开展传播推广工作，为延后赛事做足充分的前期准备。在原有以企业官微配合社群互动为主的传播方式基础上拓新抖音、快手、一直播等多个专业音视频互动平台推广渠道，邀请多位专业户外行业的KOL，针对各种越野跑相关的户外知识进行线上讨论与分享，新颖的形式和丰富的内容，得到了广大越野跑爱好者的欢迎。

三夫赛事依靠过去三年在崇礼地区开展户外运动的扎实功底得到了崇礼区人民政府的认可，2020年上半年，与崇礼区人民政府签约成为崇礼夏季户外运动开发运营战略合作伙伴，就崇礼夏季户外赛事的组织实施、青少年户外运动教育、以及人民群众的日常户外运动体验方面展开全面合作。三夫赛事将以奥运时代崇礼地区夏季群众性户外体育活动的发展为抓手，依托北京地区庞大的户外消费人群，以及崇礼地区现有的优质雪场和酒店配套集群，持续深入打造一个具有国际影响力的夏季户外运动新IP。拟构建全新的以户外活动和赛事为龙头，以零售和教育为配套的区域性试点主体。构建良好户外体育生态圈，做行业引领者。

三夫赛事自主IP“北京平谷金海湖三夫国际铁人三项赛”被国家体育总局体育文化发展中心评为“2019中国体育旅游精品赛事”。

2) 三夫团建

在聚集性活动受限期间，三夫团建积极拓展业务广度，开发微信生态下“互联网+”模式探索，完成“云团建”创新体验服务落地；构建不同用户标签的微信社群，打造以朋友圈和社群为核心的私域流量池。并与时下热门的“直播”和“电商”接轨，落地以户外装备为核心的“社交电商”项目，及以客户增值服务为核心的“体验直播课”项目，进一步增强与客户间的“非接触式粘性”。

在做好充分防疫措施情况下，二季度成功落地开年以来首场户外“抗疫”主题团建活动，打响了一、二线城市团建市场的“第一枪”。并从传统To B服务项目，向To B+C进行转型，从产品营销思维向用户运营思维转变，成功孵化落地“亲子轻奢露营”项目。

随着各地聚集性活动指导政策的出台，来自B端、C端市场的双重需求呈现了井喷式增长，数十项团建需求纷至沓来，近百场露营及亲子运动项目等待排期。未来，有望实现跨平台、跨领域的业务增长。

(3) 设计建设运营亲子青少年户外运动乐园

报告期内，因疫情原因，成都、武汉、郑州三家乐园受到不同程度的影响，成都、郑州乐园于3月下旬，武汉乐园于5月上旬恢复营业，上半年三家乐园累计接待量20余万人次。

公司在已有运动、娱乐属性的基础上，加大对教育方面的资源投入，2020年上半年，成都“松鼠部落”联合西南大学自然教育师资团队，开启了体验式教育的重要尝试，“松鼠部落”森林自然教育学校重磅亮相，森林学校融合“丛林探奇、寻觅自然、活力丛林”三大主题板块，衍生出丛林小径、彩蝶坊、飞妈农场等12个自然课程场景，再以生态场景为依托，组合开展针对3-12岁亲子群体的自然教育课程，如毒特之旅、铠甲勇士、植物行为、酷虫语言等，在成都市场获得广泛美誉。此外，公司加强了产品及活动内容的创新，联合三夫户外团建部门多次组织“森林奇妙夜”等创新性活动，增强亲子之间的互动性，进一步提升了“松鼠部落”的IP知名度。

目前, 郑州二期项目已在紧密施工中, 计划9月中下旬开业, 致力于打造中原地区首个儿童及青少年湿地科普教育基地。南京、厦门、西安等地项目, 杭州、宜春、长春、贵阳、德阳等地加盟项目正在密切推进中。

(4) 口罩生产销售业务

报告期内, 公司响应政府号召, 积极投身新冠疫情防控防疫工作, 在完成对武汉第四医院、北京医院援鄂医疗队等机构的物资捐赠后, 在宿迁市政府的鼓励和支持下, 正式投产口罩类防疫物资的生产业务。

公司旗下全资子公司江苏三夫户外用品有限公司为口罩类防疫物资的生产、销售主体, 目前有两个口罩生产基地, 分别位于江苏省宿迁市和盐城市, 自有十余条 KN95 生产线及十余条平面口罩生产线, 日产量 KN95 口罩约30万只, 平面口罩约60万只, 生产工人约200人, 并构建了一千多平米的十万级无菌车间, 以满足医疗口罩类产品的生产加工需求。

公司高度重视产品质量与安全生产, 制定了多项标准化制度与流程。已取得医疗器械注册证、医疗器械生产许可证、ISO9001认证、欧洲CE认证、商务部白名单企业等资质认证, 获得了一次性使用医用口罩、医用外科口罩、KN95类口罩、FFP2口罩、日常防护类口罩等多个类别口罩的质量检测报告。并与业内多家上市公司和资深无纺布生产企业建立了稳定的合作关系, 以保证原材料供应, 与多家工厂建立了代加工合作关系, 以满足临时订单量增大, 自身产能不足的问题。

公司凭借优质的原材料、精湛的生产工艺、严格的品控体系、快速的生产响应速度等核心优势, 生产出的高品质口罩类产品获得了德国、法国、英国、科威特、新加坡、美国等国政府和企业部门的青睐, 并与多家企业建立了长久的合作关系。伴随着国内疫情的缓解以及国内口罩供给量的提升, 国内口罩销售类业务竞争加剧, 但国外疫情仍有蔓延之势, 放眼全球, 作为新冠肺炎防控防疫核心物资的口罩, 市场仍具有很大的需求量。资质齐全、产品质量过硬的企业仍然具有较大的领先优势。

报告期内, 公司共召开1次股东大会, 2次董事会, 2次监事会。

报告期内, 公司实现营业收入18,723.96万元, 比上年同期上升1.46%; 利润总额-547.77万元, 比上年同期下降230.83%; 其中归属于上市公司股东的净利润-653.91万元, 比上年同期下降498.88%。截至2020年6月30日, 公司资产总额为86,053.42万元, 归属于股东的净资产为58,567.05万元。

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

本报告期内新增子公司:

序号	子公司全称	子公司简称	纳入合并范围原因
1	北京益安欣成实业有限公司	益安欣成	投资设立
2	江苏三夫户外产业发展有限公司	产业发展	投资设立

本报告期内减少子公司:

序号	子公司全称	子公司简称	未纳入合并范围原因
1	阿尔山市三夫户外运动管理有限公司	阿尔山三夫	注销

北京三夫户外用品股份有限公司

法定代表人：张恒

二〇二〇年八月二十八日