

证券代码：300005

证券简称：探路者

公告编号：2019-016

探路者控股集团股份有限公司 2018 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。

本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证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，并承担个人和连带的法律责任。

致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

公司本年度会计师事务所为致同会计师事务所（特殊普通合伙）。

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	探路者	股票代码	300005
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	陶旭	张丽	
办公地址	北京市海淀区知春路 6 号锦秋国际大厦 A 座 21 层	北京市海淀区知春路 6 号锦秋国际大厦 A 座 21 层	
传真	010-81783289	010-81783289	
电话	010-81788188	010-81788188	
电子信箱	tao.xu@toread.com.cn	zhang.li@toread.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务情况

公司专业从事探路者（TOREAD）、Discovery Expedition及Toreadkids等多品牌户外用品的研发设计、运营管理及销售，通过品牌建设推广、专业、科技、时尚的产品研发设计、持续优化的线上线下营销网络、高效的供应链整合与管理，为广大消费者提供性能可靠、外观时尚的各品类户外用品，产品已覆盖目前国内户外生活的主要领域。

报告期内，公司聚焦资源促进户外用品主业的长期健康发展，持续深度挖掘国内外户外运动市场的发展空间，在持续整合与户外主业有深度协同作用的相关旅行业务和体育投资项目的同时，基于未来发展战略优化旅行服务业务结构，主动调整缩减了利润率较低的国际机票等业务规模，并逐步剥离、重组退出与户外用品主业不相关的业务。

（二）公司所属行业的发展阶段及行业地位

公司所处的户外用品行业是以引领健康生活方式为内核的新兴朝阳产业，根据中国纺织品商业协会户外用品分会

(COCA)发布的报告,国内户外用品行业自20世纪末兴起,目前仅有20多年的发展历史,仍处于行业成长期初期阶段,同时在经历了2008-2012年的快速增长后期后,2013年开始行业增速逐渐放缓,2015年至今增速显著减缓进入夯实调整期,2018年度继续减缓,为近十六年来最低。同时,COCA预计随着大众运动的升级转化、徒步健身步道、露营地等基础设施建设逐步增加、2022年北京冬奥会的临近等,国内户外行业的调整期即将结束,行业有望逐步进入新一轮的健康、稳定增长期。

公司是国内户外用品行业中首家创业板上市公司及行业龙头企业,自1999年1月成立以来一直深耕户外用品市场,具备良好的基础优势。在经济下行、行业整体增速放缓、市场竞争激烈的背景下,报告期内公司户外用品主业的经营发展保持稳健,产品竞争力持续提升,运营管理进一步夯实,虽然销售收入较去年同期下降了约5.85%,但公司销售规模仍处于行业领先地位;同时,随着公司聚焦户外用品主业相关战略举措的逐步实施,公司产品竞争力持续提升,品牌文化和品牌精神对用户的传播影响进一步增强,更具体验感的线下店铺升级改造有序推进,目前公司户外用品主业的运营发展已逐步进入良性轨道,再叠加2022年冬奥会临近、户外用品行业预期逐步复苏的发展机遇,预期公司也将迎来新一轮健康持续的发展期。

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

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	1,991,684,418.94	3,033,531,402.98	-34.34%	2,877,833,342.57
归属于上市公司股东的净利润	-181,922,653.46	-84,853,865.97	-114.40%	165,605,053.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-212,955,614.52	-185,426,579.74	-14.85%	131,371,443.00
经营活动产生的现金流量净额	-149,598,512.90	-148,821,401.01	-0.52%	284,291,996.16
基本每股收益(元/股)	-0.2046	-0.0952	-114.92%	0.1969
稀释每股收益(元/股)	-0.2046	-0.0952	-114.92%	0.1969
加权平均净资产收益率	-7.43%	-3.19%	-4.24%	7.51%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
资产总额	2,796,095,470.78	3,284,833,530.93	-14.88%	3,630,962,133.54
归属于上市公司股东的净资产	2,335,644,434.65	2,549,535,823.80	-8.39%	2,770,362,902.91

(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	439,694,317.45	436,913,352.62	365,245,285.54	749,831,463.33
归属于上市公司股东的净利润	22,185,267.46	1,935,497.85	1,180,787.50	-207,224,206.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	19,087,429.87	-12,736,866.94	-850,105.90	-218,456,071.55
经营活动产生的现金流量净额	-131,923,756.89	-79,708,951.58	-72,735,995.70	134,770,191.27

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

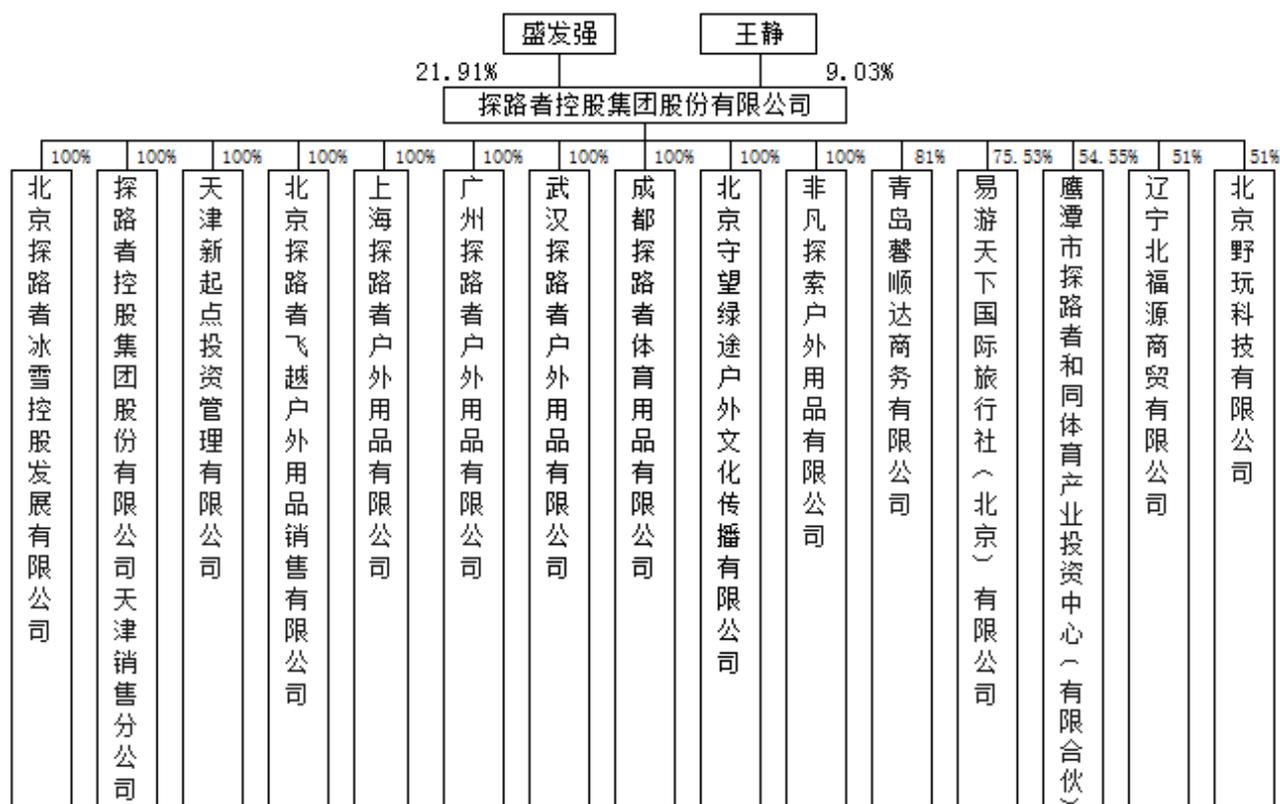
报告期末普通股股东总数	42,457	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	41,300	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
盛发强	境内自然人	21.91%	195,237,947	146,428,460			
王静	境内自然人	9.03%	80,448,897	60,336,673			
蒋中富	境内自然人	2.68%	23,861,384	17,896,038			
诺德基金—招商证券—诺德千金 1 号资产管理计划	境内非国有法人	1.71%	15,223,520	0			
李润渤	境内自然人	1.05%	9,379,378	0			
工银瑞信基金—农业银行—工银瑞信投资管理有限公司	境内非国有法人	0.81%	7,178,865	0			
王冬梅	境内自然人	0.56%	4,971,502	0			
吴军	境内自然人	0.48%	4,308,139	0			
李小煜	境内非国有法人	0.45%	4,024,400	3,018,300			
工银瑞信基金公司—工行—外贸信托—恒盛定向增发投资集合资金信托计划	境内非国有法人	0.37%	3,306,090	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、股东盛发强先生与王静女士系夫妇，共同持有本公司 30.94% 的股份，为公司实际控制人。另外，股东蒋中富先生与王冬梅女士为夫妻关系，而王冬梅与王静为姐妹关系，股东李润渤为盛发强的外甥，李小煜为盛发强外甥女。2、除前述股东外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系或是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。						

(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
否

2018年度，公司继续聚焦主业、深化协同，共实现营业总收入19.92亿元，较上年同期减少34.34%，主要是公司基于未来发展战略优化旅行服务业务结构，主动调整缩减利润率较低的国际机票等业务规模，使得旅行服务收入大幅减少所致；实现归属于上市公司股东的净利润-1.82亿元，较上年同期减少114.40%，主要是公司2018年度计提的商誉、投资和资产减值累计金额为2.68亿元及非户外主业的其他业务经营亏损所致。

具体到户外用品主业，在经济下行、行业整体增速放缓、市场竞争激烈的背景下，报告期内公司户外用品主业的经营发展保持稳健，产品竞争力持续提升，渠道、运营、供应链管理等基础进一步夯实稳固，2018年实现营业收入13.37亿元，虽然较去年同期降低5.85%，但公司销售规模仍处于行业领先地位。其中TOREAD(探路者)实现销售收入11.77亿元，Discovery Expedition品牌实现销售收入1.41亿元。报告期内公司重点工作回顾如下：

一、产品研发方面

为了满足户外消费人群的差异化细分需求，进一步建立和达成用户对产品系列所适用的场景、其代表的精神价值及其功能设计体验特征等属性的标签化便捷认知。报告期初公司根据现有旗下各品牌产品所对应的应用场景特点，将旗下的产品线分为户外探险家（探路者品牌户外产品线）、户外旅行家（探路者品牌旅行产品系列）、户外艺术家（Discovery Expedition品牌）、小小探路者（Toreadkids，探路者品牌童装）四个主要产品系列，有效实现不同产品系列在目标客户群体、品牌定位及产品设计等方面的互补。户外探险家定位为户外运动专业领域，以专业科技打造极致产品，深化勇敢进取的探路者品牌精神，充分释放潜能，发现更好的自己；户外旅行家定位为户外旅行而生，以户外极致科技服务旅行生活，让对世界充满好

奇的旅行者们不再被装备羁绊，勇敢迈步，感受世界；户外艺术家将户外技能与潮流艺术完美结合，引领时尚户外生活方式，以倡导“探索未知、发现自我”的时尚户外生活方式为品牌价值主张；小小探路者定位以极地科技打造高品质、可信赖的儿童户外装备，为生而好动的孩子们提供安全舒适的户外“铠甲”，助力小勇士们心无旁骛探险世界。

以上述四个主要产品系列为基础，报告期公司研发设计部门聚焦核心运动类目用户的差异化需求，以“专业、科技、时尚”三元素为核心，强化公司在版型结构、材料科技、加工工艺等方面核心能力，并结合自主研发与国际化、产学研的外部研发平台的优势，加强对流行趋势、色彩搭配、产品设计等方面的趋势把握及资源整合提升，不断提升公司产品的核心竞争力，持续推出符合品牌定位、满足场景功能需求、蕴含户外文化的高性价比户外产品。报告期，公司与太空科技南方研究院联合成立“航天户外服装联合研发中心”，双方将共同进行航天户外服装的研发，助力航天装备科研事业的发展；2018年底第35次中国南极考察队启程奔赴南极大陆，探路者连续10年支持中国南（北）极考察队，为科考工作者研发在极端恶劣环境下工作的全套户外装备；2019年初探路者与中国登山队（西藏）达成长期战略合作，探路者作为指定户外专业装备合作方以及指定户外专业装备供应商，将连续5年为中国登山队（西藏）、西藏喜马拉雅登山向导学校提供专业户外装备支持，为中国登山事业更添助力，并携手推动中国户外运动发展；在报告期举办的2019年春夏和秋冬两季新品发布会及订货会上，公司展示的融合公司自有创新科技工艺（TIEF Eco创新环保工艺、TIEF WARM蓄热保暖科技、TIEF GURAD防油垢、防污渍、防泼水三防科技等）的2019年最新产品，以科技保护、专业品质、舒适体验、时尚潮流等多重特点，赢得了参会经销商与合作伙伴的广泛好评。

此外，公司2018年度新增取得专利12项，多款产品及自主研发科技得到业界专业机构的广泛认可并荣获行业大奖，如探路者TIEF行者裤以其极简的设计、超弹的速干面料、更加环保的洗水工艺和BOA装置调节等，荣获2019德国ISPO全球设计银奖；男士极轻防风外套、石墨烯加热商旅冲锋衣分别荣获2018德国ISPO全球设计金奖与银奖，探路者超轻羽绒服、多功能加热羽绒背心荣获南京户外展亚洲户外产业银奖等；探路者自主研发面料TIEF PRO（防水透湿科技）、探路者TIEF SKIN（仿生超轻防晒科技面料）以其所蕴含的科技而荣获“纺织之光”中国纺织工业联合会科学技术奖，同时这些科技面料均已在探路者的TIEF系列产品中转化量产。有关2018年度的研发费用、重大研发项目的重要进展、研发获奖产品、新增专利等信息，详见下文“二、主营业务分析”之“4.研发投入”的具体内容。

二、品牌营销方面

报告期内，公司围绕品牌、产品和营销节点进行宣传和推广，通过策划品牌专题活动、自有品牌赛事活动推广、探路者飞越队参赛宣传、社群整合营销等系统化、多样化的方式，增强品牌文化和品牌精神对用户的传播影响，不断促进公司产品和品牌影响力的提升，为公司各品牌和产品带来了广泛的关注，也让探路者不断与消费者产生情感共鸣，打造品牌更深刻的情感内涵与影响力。报告期主要活动有：（1）策划品牌专题活动“做自己的探路英雄”，公司与新浪体育深度合作，推出探路者20周年专题节目“做自己的探路英雄”，通过诠释品牌精神的英雄故事，增强产品的探路精神属性，通过品牌自身优质、多维度的内容带动用户分享UGC，为品牌扩大传播声量；节目中贯穿的探路者20周年系列线产品，展示公司的经典产品，并将户外领域的探路英雄视频专访或个人视频结合英雄场景，配合装备测评介绍，邀请行业KOL对当季主推极致产品进行测评。2018年7月25日公司举办“一裤到底-行者裤”新品发布会，行者裤采用创新科技环保丹宁材料，以TIEF ECO环保工艺代替水洗工艺，将当代极简的元素、时尚的设计、环保的理念充分融合，具有速干、人体工学3D立体裁剪、不设限（穿着场景不设限、面料超弹不设限）、时尚化（融入了登山绳、珠峰山脉等登山文化及时尚元素）等四大优秀特征，满足消费者对于生活和户外的双重需求；（2）紧抓冬奥机遇，继续强化“超级雪”赛事品牌。公司紧抓“三亿人上冰雪”及冰雪产业蓬勃发展的机遇，推出独立的品牌赛事IP“SNOW ONE超级雪大奖赛”，通过冰雪训练+冰雪比赛的内容创新，及品牌和明星的影响力整合全国冰雪资源，唤起大众对滑雪运动和健康生活方式的热爱与关注。报告期内，公司连续第三年举办“SNOW ONE超级雪”赛事，其以完备健全的办赛机制、诱人的现金装备大礼及覆盖从零基础到精英人士各水平阶段的专业赛事，受到滑雪爱好者的广泛关注和支持。（3）探路者飞越队参加国内外多项专业级赛事，向大众传达探路者品牌精神以及可靠专业的产品性能，并强化探路者品牌和产品在行业专业领域内的影响力。探路者飞越队是由探路者发起、由户外越野精英队员组成，在越野跑领域及国际户外用品领域具有很强的影响力，其不断追求挑战和突破，宣扬越野运动精神和生活方式，并协同公司研发极致的越野系列产品，满足飞越队参赛装备以及消费者日益增高的产品专业化需求。报告期内，探路者飞越队参加了世界越野跑殿堂赛事2018环勃朗峰越野赛（UTMB），成员贾俄仁加加冕OCC组（56公里）世界冠军（中国人首次赢得UTMB比赛项目冠军）；探路者飞越队参加的香港百公里越野赛、“八百流沙极限赛”全程400公里（八百里）（国内目前最长距离、强度最大的专业极限越野跑比赛）等赛事均取得良好成绩；（4）加强社群整合营销，借力微信、微博、抖音及细分户外运动社群等平台资源优势，通过内容营销加强对会员粉丝的推广和互动交流；加强线上电商体系的内容营销及线上渠道商品企划和活动推广，参与天猫等电商平台的的活动，并在活动中邀请与公司主推产品风格相契合的网红、明星等为相关产品推广代言（例如在活动中邀请与2018Discovery Expedition秋冬新品酷潮风格相契合的优质说唱歌手ICE等），获取大量年轻新用户及提升用户购买的转化率。

三、零售管理方面

针对线下店铺渠道，报告期公司着力提升渠道效率，量化跟进终端销售各项指标，加强产品零售价格体系管控；在经济下行、行业整体增速放缓、市场竞争激烈的背景下，2018年公司采取稳健谨慎的渠道拓展策略，梳理终端零售店铺，更加关注新拓展店铺的运营效益，同时积极关闭获利能力不理想的低效店铺，并根据消费趋势逐步提升shoppingmall和奥特莱斯在线下渠道的比例，从形象打造、店员培训、货品陈列、体验式服务等方面给予优质店铺倾斜支持，集中优势资源树立核心优势区域的标杆店铺；同时更加注重增强品牌文化和品牌精神对用户的传播影响，新的店铺中融入品牌文化元素营造更具体验感的购物环境，强化了用户对户外产品性能、品牌文化和品牌精神的理解认知，不断完善线下终端零售渠道结构和提升店铺形象。截至报告期末，TOREAD线下店铺总数为1,210家，Discovery Expedition线下店铺总数为171家，探路者童装店TOREADKIDS线下店铺总数为32家（公司于2017年底收回了探路者童装业务的经营权，报告期对原有体系的童装店铺渠道进行了整改升级）。同时，公司继续推进店铺BOSS计划，即赋予一线店铺店长更大的权利职责和单店超额利润分享机制，

提升店长作为店铺运营直接负责人的积极性和责任心，并将店员重新定位为户外运动助理、户外运动顾问和户外顾问三层级进行培训考核，多维度提升店员的户外运动专业度及销售技能。

线上渠道方面，报告期公司电商部门着力应对各大平台多变的规则限制和流量存量触顶问题，继续从营销、商品、视觉、服务等方面开展工作，深耕内容营销，整合战略资源，赋能品宣，促进转化，并加强线上渠道运营内容升级，及线上渠道商品企划和活动推广，根据品牌的精准定位，强化会员活动，通过粉丝运营，增加会员粘性，提高会员购买力及传播力。

另外，公司在报告期内基于大数据的新零售方面进行了初步尝试，以多重方式加强会员运营，深入挖掘分析现有会员数据，尝试促进线下店铺、线上平台、绿野、六只脚社群系统等各会员体系交互融合，以线下门店为核心触点增强会员服务，利用信息技术促进会员在线上线下平台的交互融合，并积极拓展社交电商新渠道，在增加用户黏性的同时，努力提升产品适销性、售罄率和用户复购率。

四、供应链品质管理方面

2018年公司不断增强供应链系统的柔性供应和快速反应能力，报告期为中国航天员中心“航天项目”定制了十二款舱内服装，并在短时间内按时按质成功完成交付，助力中国航天装备科研事业的发展，充分体现了公司柔性供应能力；公司分品类构建“专家型”核心战略供应链商，继续加强与战略供应商、创新具有品类优势的优质供应商的合作深度，推进核心供应商信息一体化平台建设，精细化供应链管理，强化供应链供货节奏准确性，进一步缩短期货的供货时间周期，并以Discovery Expedition品牌产品为试点，开始初步尝试规划针对2019年期货的“四季上新，月月新款”的供货更新节奏，满足公司多品牌业务、不同渠道类别销售的差异化需要。同时公司加强存货的管理，通过折扣店、重点开发的特卖渠道等合理规划过季商品的销售，2018年末公司存货账面价值相比年初降低0.08亿元，降幅2.42%。

五、非主营业务运营及投后管理方面

2018年公司基于未来发展战略优化非户外主业的相关业务结构，进一步加强了投后管理，在持续整合与主业有深度协同的项目的同时，逐步退出重组与户外主营业务不相关的业务。报告期重点工作如下：（1）2018年12月公司与图途（厦门）户外用品有限公司（以下简称“图途”）的原股东签署《股权回购及付款协议》，鉴于图途未达成前期有关协议中所约定的2015-2017年度的整体考核目标，根据前期投资协议的相关约定及后续具体协商情况，图途原股东同意按照15,500万元（含投资本金15,000万元以及利息500万元）回购公司所持有的图途15.7%股权。同时基于一揽子解决争议的思路和原则，就公司及公司旗下分子公司与图途等公司之间因债权债务、应收应付往来款项、有关诉讼费用进行相互抵顶后，最终图途原股东应向公司支付的股权回购款为人民币14,660万元，公司已按协议约定的时间在2019年3月30日前收到图途原股东应向公司支付的全部股权回购款；（2）基于公司发展战略，易游天下先对其业务进行优化梳理，主动调整缩减原有利润率较低的国际机票等业务规模，并围绕其原先最为成熟的北京地区大众旅游出行服务稳定开展业务，加强对外埠分社和北京门店的风险控制，有效降低其业务运营风险。同时易游天下由于前期多起诉讼案件影响导致其大额资金被冻结及先行代赔付，从而造成其现金周转面临较大困难，对此公司一方面协同易游天下的管理层采取措施积极盘活相关资产以缓解其现金流压力，另一方面基于对其资金需求及业务发展规划的预期评估，2018年10月公司与易游天下少数股东甄浩按照各自直接和间接持有易游天下股权的比例向易游天下增资共2,000万元，其中公司增资1,557.9万元，甄浩增资442.1万元。同时易游天下经营业务负责人甄浩、张楠、梁巍已向公司出具《保证函》，向公司承诺在探路者对易游天下持股期间将全职服务于易游天下，且对易游天下2019年1月1日以后每个年度的亏损及未予披露的实际存在或潜在的债务承担100%赔偿责任。通过上述措施保障易游天下日常业务的正常开展，优化业务结构重新整合供应链体系，为公司后续的退出重组奠定基础。2018年四季度易游天下发挥其渠道优势，与绿野网旅的定制业务联合，促进线下客户的定制游营销，已取得初步效果；（3）对于绿野网、六只脚等与户外主业有深度协同作用的业务，公司一方面加强其业务运营及与户外用品主业的协同，另一方面也拟规划为其整合更多资源、引入新的战略投资者帮助其未来发展。报告期内绿野网持续整合户外产业链上下游资源，以用户为中心、数据为驱动，为大众提供最精选的、最鲜活的精神文化及全方面的健康生活方式。绿野网在2018年按不同季度打造特色主题体验活动，全年举办了斯巴鲁自驾之旅、海坨山谷露营嘉年华、绿野沙滩亲子露营嘉年华、绿野青山行动、绿野烧包大会、绿野雪友之夜等IP品牌活动，让越来越多的用户一起享受到户外运动的乐趣。绿野网旗下六只脚APP实现了从户外安全工具向户外出行平台的成功转型，在报告期内深度挖掘用户需求，对户外出行行前轨迹查询、行进途中的轨迹记录以及行后的美食、住宿、美景等旅行记忆分享等提供全程服务。同时，六只脚APP全面升级软件功能，新增研发上线了社交圈、智能语音播报、户外小队等功能，使六只脚APP在实用性、易用性、趣味性、美观性等多方面得到大幅度提升。六只脚还举办了英雄之路——发现更好玩的世界、途游北京等线上+线下IP活动，活动累计参与人次91万，实现了发掘优质内容、激发用户产生更多精品内容、活跃老用户、引流新用户，进一步提高户外旅行者的出行乐趣。

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

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

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

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

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

子公司名称	股权处置价款	股权处置比例%	股权处置方式	丧失控制权的时点	丧失控制权时点的确定依据	处置价款与处置投资对应的合并财务报表层面享有该子公司净资产份额的差额	合并财务报表中与该公司相关的商誉
北京探路者安全科技有限公司	27,491.98	90.00	注销	2018年9月30日	注销程序结束	2,749.20	-
济南汇乾贸易有限公司	10,200,000.00	51.00	转让	2018年4月30日	控制权转移	7,868,832.14	-
北京阿肯诺户外用品有限责任公司	-	52.50	转让	2018年12月31日	控制权转移	1,818,428.45	-
沈阳探路者户外用品有限公司	-	100.00	转让	2018年2月28日	控制权转移	-	-