

证券代码: 002656

证券简称: ST 摩登

公告编号: 2020 - 119

摩登大道时尚集团股份有限公司 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。

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证公司 2020 年半年度报告内容真实、准确、完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

所有董事均出席了审议本次半年报的董事会会议。

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	ST 摩登	股票代码	002656
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	摩登大道		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	翁文芳（代行董事会秘书职务）		
办公地址	广州市黄埔区科学城光谱中路 23 号 A1 栋 16 层		
电话	020-87529999		
电子信箱	investor@modernavenue.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）	302,541,949.62	702,661,879.27	-56.94%
归属于上市公司股东的净利润（元）	35,413,795.24	31,251,691.05	13.32%

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-49,126,776.52	29,982,852.91	-263.85%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-136,770,066.59	136,358,492.53	-200.30%
基本每股收益（元/股）	0.0497	0.0439	13.21%
稀释每股收益（元/股）	0.0497	0.0439	13.21%
加权平均净资产收益率	4.55%	1.30%	3.25%
	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）	1,343,490,450.40	1,872,109,687.27	-28.24%
归属于上市公司股东的净资产（元）	786,336,733.23	760,530,027.13	3.39%

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	16,328	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
广州瑞丰集团股份有限公司	其他	24.65%	175,666,894	0	冻结	175,666,894
广州普慧源贸易有限公司	其他	9.15%	65,189,603	0		
上海昀集投资管理中心（有限合伙）	其他	4.91%	35,000,049	0		
隆盛济昆信息技术（上海）有限公司	其他	4.01%	28,560,529	0		
翁华银	境内自然人	3.62%	25,765,574	25,765,574	冻结	25,765,574
江德湖	境内自然人	3.62%	25,765,574	25,765,574	冻结	25,765,574
李恩平	境内自然人	3.29%	23,446,674	23,446,674	冻结	23,446,674
翁武游	境内自然人	2.69%	19,200,000	0	冻结	19,200,000
林永飞	境内自然人	2.64%	18,800,000	0	冻结	18,800,000
何琳	境内自然人	2.53%	18,035,902	18,035,902	冻结	18,035,902
上述股东关联关系或一致行动的说明	林永飞持有瑞丰集团 70% 股权，林永飞、翁武强、翁武游为一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	前十名无限售条件股东：章熠通过客户信用交易担保证券账户持有股份 3,414,732 股、广州瑞丰集团股份有限公司通过客户信用交易担保证券账户持有股份 25,522,900 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

（一）行业概述

根据国家统计局数据显示，2020年上半年，全国GDP 456,614亿元，同比下降1.6%，社会消费品零售总额172,256亿元，同比下降11.4%，按零售业态分，百货店、专业店和专卖店分别下降23.6%、14.1%和14.4%。从居民支出来看，由于居家隔离时间长，上半年城乡居民鞋服支出也出现大幅下降。鞋服类销售额为5120亿，同比下降19.6%。2020年一季度，疫情对零售行业影响巨大，特别是在2020年1-2月，我国社会消费品零售总额分月同比下降了20.5%；进入二季度之后，经济运行逐渐呈现恢复性增长和稳步复苏态势。

疫情使得线上消费、新零售应用有了巨大的突破，但我国线下零售消费仍然占据主导地位。因此，如何打通线上线下零售场景是未来消费品零售发展探索的机会与挑战。短期来看，此次新冠疫情对服装传统零售行业影响较非典更强，面向海外用户的app软件也因国际局势紧张受到重大影响，个别业态损失较大。但从长期看不影响零售、互联网科技行业的整体增长趋势，甚至带来了更多发展方向和机会。

（二）2020年上半年公司经营情况介绍

2020年初突如其来的新冠疫情给经济带来了前所未有的重大影响，公司主要业务板块，包括高级男装零售、高级定制、国际品牌零售和移动互联网产品开发等，都受到了严重影响，部分业务在2-3月份全线停摆。2020年上半年，公司实现营业收入302,541,949.62元，较上年同期下降56.94%；归属于上市公司股东的净利润35,413,795.24元，较上年同期上升13.32%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-49,126,776.52元，较上年同期下降-260.17%。

2020年上半年归属于上市公司股东的净利润同比增长，主要是公司出售总部大楼产生的收益，但从整体业务经营情况来看，公司品牌运营和移动互联网运营均受疫情影响严重，公司业绩不达预期，上半年主要采取了裁员、关店、削减开支和重塑品牌形象等积极措施，尽量降低宏观经济和疫情对公司业绩的影响。

面对市场形势的严峻挑战，公司坚决贯彻落实党中央和上级的战略部署，启动战时指挥体系，全面推进疫情防控工作，尤其是地处武汉和意大利的全资子公司，确保员工积极稳健复工。顺利实现复工复产之后，公司管理层继续坚定围绕董事会“聚焦主业、做精做强”的战略布局，以积极贯彻落实三个“做精”（产品做精、团队精干、流程精炼）和三个“做强”（管理能力强、盈利能力强、竞争能力强）为目标，以“同心同德、同舟共济、共享成果”的经营理念开展各项工作。

1、在服装主业方面：

公司重点聚焦并强化自有品牌卡奴迪路CANUDILO的产品设计能力、供应链成本、渠道拓展能力和货品周转率，从原材料端开始进行供应链升级，并结合全资收购的意大利设计师品牌Dirk Bikkembergs的设计优势和诸多代理国际一线品牌的时尚买手优势，整合全渠道零售和高端团服定制业务，针对高端男装细分市场做精做强，全方位升级卡奴迪路品牌战略，聚焦国宝熊猫，深耕中国文化，引领中国男士时尚生

活方式。

从产品开发开始加强面料、色彩、元素、版型等方面的企划，引导设计人员进一步下沉到市场和消费者，重点研究疫情过后人们在生活方式、健康观念和穿着习惯的思想转变，并继续坚持自己的风格，优化板房和设计工作室，通过强设计和面辅料开发，合理控制大货成本。下一步将尽可能前置设计并利用好加工厂淡季等客观因素，实现与供应商互利共赢的合作，从而进一步提升品牌议价能力。

渠道方面上半年重点优化亏损店铺，截至2020年6月30日，公司CANUDILO及CANUDILO H HOLIDAYS门店总数为221家，2020年上半年关闭门店25家，新设门店12家，公司为保证经营性现金流稳定，关闭了部分亏损的门店，为下一步渠道升级做基础铺垫，公司进一步强化自营门店的标杆作用，梳理各重点城市潜力店铺打造千万店，作为旗舰店和培训基地统一输出标准和服务，并重点优化加盟政策将渠道下沉到三四线城市，同时加强线上线下的旧货流通渠道，提高货品周转率和库存消化率。与此同时全面深入加强线上端渠道建设，充分利用直播、小程序等社交分销工具实现全员营销，并通过信息系统升级等方式增强线下门店全渠道营销触点，整合零售与定制逐步提升全渠道运营能力。

定制业务受疫情及政府“过紧日子”政策的影响，2020年上半年的订单有所滞后，2020年5-6月开始订单量逐步恢复，公司利用空窗期重塑团队，进一步优化内部管理流程、加强供应商成本控制、强化量体准确率、增强重点客户关系维护、优化客户售后服务等方面服务，力图通过下半年的努力再将整体销售份额和服务品质提升，以巩固自有品牌在定制领域的竞争力。

2、在国际品牌业务方面：

国际品牌业务主要分成三大板块：

第一板块的业务以澳门金沙集团商场为依托，受全球经济环境影响，公司进一步开展品牌和品类整合优化工作，在涵盖服饰、饰品、箱包、香化多品类的国际代理品牌业务多渠道发展，目前主要有Esscents香化免税店、ANTONIA高端买手店和自有品牌旗舰店。

疫情爆发初期，公司凭借着对市场和零售业务的前瞻性，积极与供应商谈判减少或取消订单，有效减少后期库存积压，从源头上减缓疫情对货品销售的影响。此外，公司国际品牌代理业务主要集中在澳门特别行政区，受疫情影响，口岸通关受限，商场人流量急剧下降，由于地区依赖游客经济的特性，零售业务遭受重创，港澳地区2020上半年营业收入44,355,197元，较去年同期下降61.44%。为此，公司积极与澳门金沙集团商场方开展降租、减租的谈判，获得了商场方大幅降租的重大支持；同时，公司着力优化前后台管销费用，加强成本把控意识。销售方面，公司借此机会，适应新形势，优化调整收入结构，拓展线上销售，取得良好成效。

第二板块的业务为公司全资收购的子公司Levitas S.P.A旗下意大利品牌Dirk Bikkembergs业务，亦受到疫情（尤其是海外疫情）的影响，2020上半年营业收入11,077,344元，较上年同期下降50.53%；净利润-5,470,954元，较上年同期上升53.33%，主要是报告期销售费用较上年同期减少8,739,626元。随着海外疫情的蔓延，品牌公司的各品类授权商陆续取消订单，导致品牌公司权益费收入与原预算同比略有下降。为贯彻集团“成本控制”的要求，品牌公司取消了大部分的公关营销活动，并压缩人力、设计和管理费用，待全球经济稳定恢复后发力。

第三板块的业务为韩国香化品牌的代理业务，由于所在地区行业竞争加剧，业务过度依赖品牌方的激励政策，且过往的业绩发展情况不如预期，对上市公司的品牌矩阵及价格带布局没有起到良性的支撑，公司已于上半年出售该业务子公司（广州伊韵和香港骏优）的股权，并完成工商变更登记相关手续。该举措有利于整合资源，清晰战略路线，优化公司资产结构，同时能缓解公司短期的经营压力，降低财务风险，有利于公司长远发展。

3、在科技板块方面：

近年来移动互联网产品同质化严重，且随着海外平台政策趋严、用户获取难度的增加及中美贸易摩擦的持续影响，对悦然心动的经营业绩产生了较大不利影响，2020年上半年实现营业收入100,888,773元，较上年同时225,456,914.86元下降55.25%；净利润-7,876,126元，较上年32,099,810元下降124.54%。目前悦然心动应用的主要功能，是为了让欧美用户能够更好的利用好闲暇的碎片化时间，随着海外疫情的进一步恶化，该应用的主要用户待在家时间变长，碎片化时间变少，用户更多的转向头部的移动端应用，从而导致用户使用时间减少（广告变现效率及收益降低）及月活跃数降低，同时疫情发展态势的进一步恶化导致欧

美地区用户的收入出现下滑趋势，由此降低了用户在公司应用内的付费购买力。

面对上述情况管理层及时调整经营策略进行应对，将损失降低到最小，同时随着市场的发展，用户对移动端应用产品的品质有了更高的需求，前期投入的新研发产品尚未能有效匹配市场，目前的产品均处于生命周期尾声，收入增长乏力，市场竞争逐渐提高了门槛，机会型产品机会变小，需进一步提升对该板块的发展思路和核心竞争力。为了有效保持公司的竞争优势，公司将继续加大研发投入，在维护现有产品的同时，布局研发新产品，努力提升公司产品的市场占有率。

4、在公司治理方面：

2020年上半年公司在财务管理、内控制度、人才培养、薪酬绩效、企业文化、信息系统升级等方面重点加强管理。上半年基本完成总部管理层级精简、审批流程优化以及重要制度重塑，打破职能部门与业务部门之间的壁垒，实现扁平化管理，同时启动全面升级信息系统生态（ERP、生产、OA、财务等），以保证管理的及时性和可控性，做到设计、生产和营销全过程线下管理线上化、可视化，对终端门店和顾客反馈做到敏捷反应，实行科学分层管理与全方位服务支持。

在人才建设方面：完成薪酬结构改革，以各板块业务实际经营情况作为依据，量入为出对现有人员架构重新调整；重点引入高学历、高素质、高技术人才梯队；培养全体员工的经营意识和主人翁思想，通过数据化分析、绩效考核、精细化管理等多种方式，分层级、成体系地引导员工建立以销售额、利润率和消化率等多维度思考的经营思维，通过同心同德、群策群力、责任共担、成果共享的方式，提升全体员工的归属感和责任感。2020上半年，公司管理费用36,17万元，同比大幅减少38.04%，主要是报告期业务及人员优化，工资福利费用同比减少461万元，并响应集团“节流”号召，办公差旅费用同比减少568万元。

（三）线下零售门店经营情况

1、门店变动情况

报告期内，自有品牌收入为15,947.11万元（占营业总收入52.71%），代理品牌收入为3,425.14万元（占营业总收入11.32%），移动社交工具类应用及其它收入10,881.95万元（占营业总收入35.97%）。

截至2020年6月30日，公司门店总数231家，直营店136家，加盟店95家，其中卡奴迪路（CANUDILO）品牌店221家，DIRK BIKKEMBERGS品牌店3家，其它国际代理品牌店7家。报告期内，公司新增门店15家，新增门店面积合计约5,327.2平方米；公司关闭门店26家，关闭门店面积合计约1,722.50平方米。新增和关闭门店均为公司正常经营所需，对公司业绩起到动态互补作用，未对公司整体业绩造成重大影响。

公司整体门店的变动情况如下

单位：家

品牌	门店类型	2020年6月30日 门店数	2019年12月31日 门店数	2020年1-6月 新开门店数	2020年1-6月 关闭门店数
卡奴迪路及DIRK BIKKEMBERGS	自营	129	147	3	20
	加盟	95	88	12	5
代理品牌	自营	7	7	0	1
	加盟	0	0	0	0
合计		231	242	15	26

2、门店经营情况

2020年半年度营业收入排名前十的门店信息如下：

序号	门店名称	地址	开业时间	面积 (M ²)	经营业态	经营模式	物业权属状态
1	澳门金沙城香水化妆品店	澳门路氹连贯公路 澳门金沙城中心	2012年	386.00	购物中心	直营	租赁物业
2	澳门巴黎人 ANTONIA店	澳门路氹连贯公路 澳门巴黎人	2016年	2,842.00	购物中心	直营	租赁物业
3	江苏盐城金鹰卡奴迪 路店	江苏省盐城市建军 中路169号金鹰国 际购物中心	2012年	140.00	百货商场	直营	-
4	湖南长沙友阿奥莱店	长沙市天心区芙蓉 南路3段27号 友谊 阿波罗奥特莱斯卡 奴迪路专柜	2011年	272.00	百货商场	直营	-
5	江苏南京金鹰集合店	江苏省南京市秦淮 区汉中路89号南京 金鹰国际购物中心	2017年	127.00	百货商场	直营	-
6	澳门威尼斯人CH店	澳门路氹连贯公路 澳门威尼斯人	2007年	130.00	购物中心	直营	租赁物业
7	江苏南京德基卡奴迪 路店	江苏省南京市玄武 区中山路18号德基 广场4楼卡奴迪路 专柜	2012年	127.00	百货商场	直营	-
8	陕西西安赛格购物中 心CH	西安市雁塔区长安 中路123号赛格国 际购物中心2楼CH 专柜	2016年	100.00	百货商场	直营	-
9	新疆汇嘉北京路店卡 奴迪路店	新疆乌鲁木齐市新 市区北京路汇嘉时 代购物广场3楼卡 奴迪路专柜	2013年	164.00	百货商场	直营	-
10	江苏泰州金鹰卡奴迪 路店	江苏省泰州市海陵 区东进东路18号泰 州金鹰购物中心四 楼	2013年	75.00	百货商场	直营	-

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

1、会计政策变更原因

财政部于2017年7月5日颁布了《关于修订印发<企业会计准则第14号—收入>的通知》（财会[2017]22号）（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。根据上述文件的要求，公司对会计政策予以相应变更。

2、会计政策变更的内容

《企业会计准则第14号—收入》的修订内容主要包括：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；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；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；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。

3、本次会计政策变更的影响

根据新旧准则转换的衔接规定，公司自2020年1月 1日起施行，公司应当根据首次执行该准则的累积影响数调整期初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本次会计政策变更是公司根据财政部修订的最新会计准则进行的相应变更，变更后的会计政策能够客观、公允地反映公司的财务状况和经营成果，符合相关法律法规的规定和公司实际情况。本次会计政策变更不会对当期和会计政策变更之前公司财务状况、经营成果和现金流量产生重大影响，不存在损害公司及股东利益的情况。

(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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。