

证券代码：300005

证券简称：探路者

公告编号：临 2020-048

探路者控股集团股份有限公司 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。

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	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	张泽源	
办公地址	北京市昌平区北七家镇宏福科技园 28 号	北京市昌平区北七家镇宏福科技园 28 号	
电话	010-81788188	010-81788188	
电子信箱	tao.xu@toread.com.cn	zhang.zeyuan@toread.com.cn	

2、主要财务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：元

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	297,240,679.46	691,111,664.43	-56.99%
归属于上市公司股东的净利润（元）	-145,107,856.38	81,855,876.78	-277.27%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	-151,764,361.88	30,890,873.43	-591.29%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-219,348,190.38	-85,449,917.56	-156.70%
基本每股收益（元/股）	-0.1630	0.0925	-276.22%

稀释每股收益（元/股）	-0.1630	0.0925	-276.22%
加权平均净资产收益率	-6.14%	3.45%	-9.59%
	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）	2,475,560,372.23	2,900,346,065.83	-14.65%
归属于上市公司股东的净资产（元）	2,250,798,685.85	2,432,929,244.80	-7.49%

3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数	31,679	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
盛发强	境内自然人	16.57%	146,428,461	109,821,346		
北京通域合盈投资管理有限公司—北京通域高精尖股权投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	7.80%	68,921,672			
王静	境内自然人	6.83%	60,336,711	45,252,533		
蒋中富	境内自然人	2.70%	23,861,384	17,896,038		
李润渤	境内自然人	1.06%	9,379,378			
红星美凯龙家居商场管理有限公司	境内非国有法人	0.91%	8,008,691			
李汉忠	境内自然人	0.63%	5,605,652			
陆勤	境内自然人	0.57%	5,000,000			
王冬梅	境内自然人	0.56%	4,971,502			
聂智	境内自然人	0.48%	4,272,400			
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 23.40% 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。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。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

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）公司经营情况概述

受年初新冠肺炎疫情的影响，2020年上半年中国经济发展受到较大冲击，经济增速尤其是可选消费品行业发展显著放缓。受疫情影响，报告期公司户外主业的销售收入尤其是来源线下业务的收入较同期有较大幅度的下降，2020年上半年度公司实现营业收入29,724.07万元，较去年同期减少56.99%，具体到户外用品主业，报告期户外用品主业实现主营业务收入2.87亿元，较去年同期减少45.75%，其中，探路者（TOREAD）品牌实现主营业务收入2.37亿元，较去年同期减少47.23%，Discovery Expedition品牌实现主营业务收入0.32亿元，较去年同期减少44.49%，Treadkids品牌实现主营业务收入0.18亿元，较去年同期减少19.58%。

面对疫情的不利影响，公司以年度经营计划为指导，聚焦资源促进户外用品主业的长期健康发展，加强线上营销，优化组织架构，严格预算及费用管控，快速推出上述多项举措积极应对疫情的不利影响。但由于人工、仓储、店铺渠道等相关费用支出具有一定的刚性，费用支出降幅小于销售收入降幅。同时受疫情影响报告期末公司存货结构中过季产品较上年同期期末增加较多，加盟商在疫情期间的经营也受到了不同程度的不利影响，根据相关会计制度，本报告期末公司计提存货、应收款等跌价（减值）准备金额合计约1.24亿元。以上因素共同导致报告期公司实现归属于上市公司股东的净利润亏损-1.45亿元，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润亏损-1.52亿元。

报告期内，公司的主要工作有：

1、产品研发方面

报告期内，公司持续重视研发投入，研发投入金额较上年同期增加25.58%，根据现有旗下各品牌的定位特质及目标客户的细分需求，强化不同品牌产品功能属性和设计风格的差异化研发。公司在继续加强“冲锋衣”、“皮肤衣”、“羽绒服”等核心产品中类的研发，通过款式设计、面料质感、品牌文化内涵等要素，打造结合用户产品体验、场景整体产品解决方案等独特卖点的同时，充分结合当季流行趋势、色彩匹配及消费趋势等，不断调整延展公司产品品类，注重城市机能户外时尚的相关细分品类的突破，并尝试拓展了综训产品、攀岩、瑜伽产品等新的产品品类，快速适应市场用户需求，提升了相关产品市场竞争力。同时公司加强校服等定制业务拓展，探路者校服产品在彰显仪式感和秩序感的同时，结合了户外功能的特质，具有安全、舒适、环保等特点，2020年7月探路者校服凭借着强大的户外科技力量与设计优势揽获ISUE 2020中国校服设计大赛高中生系列特等奖、一等奖、幼儿园园服系列特等奖等三项大奖。2020年初新冠疫情爆发后，公司充分发挥国家高新技术企业优势，快速完成了“生产非医用防护服；销售非医用防护服、医疗器械（仅限I类、II类）”等工商注册经营范围的增加，并利用自身在相关领域的技术进行了防护型渔夫帽、防护隔离服（非医用防护服）等防疫产品的研发及组织生产，探路者的战略工厂也已办理完成第一类医疗器械隔离衣的备案手续及获得了CE认证。

报告期，公司作为“中国南（北）极考察队选用产品”，为科考工作者持续研发提供在极端恶劣环境下工作的全套户外装备，其使用了公司自主研发的TiEF WARM 中空发热棉、TiEF PRO防水透湿科技面料等科技材料，以科技领先的品质获得好评。截止报告期末探路者已连续11年支持中国南（北）极科考队，并于2020年4月圆满完成贴身护航第36次中国南极科考任务；报告期公司向珠峰高程测量队提供了专为极寒环境所打造的探路者HIMEX极地系列营地羽绒服、探路者睡袋、冲锋衣等专业户外装备，全程支持珠峰高程测量队，助力测量队全员于2020年5月27日11时成功登顶珠穆朗玛峰峰顶；同时公司非常重视2022年冬奥会给户外及相关产业所带来的良好发展机遇，目前已参与作为科技部国家重点研发计划“科技冬奥”重点专项“冬季运动与训练比赛高性能服装研发关键技术”项目的联合实施方，并积极参与了多项与冬奥会相关的设计招标活动。

报告期内多项最新产品持续获得专业机构认可并获得了外界的诸多好评。如公司自主研发的创新石墨烯多功能羽绒服、探路者HIMEX系列徒步鞋及飞越越野跑鞋荣获2020年德国ISPO全球设计奖银奖；公司自主研发的TiEF PRO三层丝绸感防水透视面料、TiEF DRY第三代保暖抗湿冷面料、TiEF SHELL 3D管状结构一体织工艺的超轻保暖面料等5款面料摘得ISPO功能

性纺织品流行趋势大奖（ISPO Textrends）；公司自主研发的TiEF SKIN耐久抗紫外面料及TiEF DRY经编网眼仿珠地面料荣获中国流行面料优秀奖等。

2、品牌营销方面

报告期，公司持续加强品牌的建设和推广，持续从视觉、声量等多维度提升品牌对消费群体的传播效率，并综合运用明星（含网红、大V）合作、绑定专业赛事、社群营销、重点品类爆款推广计划、跨界营销、直播营销、知识营销等多种方式促进品牌文化、户外精神的传播，并围绕着产品、品牌、热点事件策划品牌营销活动，创造品牌效应，扩大品牌影响力，进一步强化了产品、品牌、销售的协同联动机制。

报告期的主要活动有：（1）公司高度重视履行自身的社会责任，在2020年初新型冠状病毒肺炎疫情发生后，公司董事长兼总裁王静带队指挥，第一时间成立疫情物资应急响应小组，并决定通过探路者公益基金会捐赠物资全力支持抗击疫情，所捐赠的冲锋衣、非医用防护服等大量防疫物资陆续通过疫区绿色通道分别送达武汉等疫情一线的医护人员、社区工作人员等相关人员的手中，及雷神山、华大基因等最需要的防护一线，展现出公司良好且负责任的品牌形象；（2）公司作为官方新闻宣传保障品牌，向珠峰高程测量队提供了专为极寒环境所打造的探路者HIMEX极地系列营地羽绒服、探路者睡袋、冲锋衣等专业户外装备，全程支持珠峰高程测量队，助力测量队全员于2020年5月27日11时成功登顶珠穆朗玛峰峰顶；同时探路者结合此次重大事件向用户积极传播推广户外文化、品牌精神，并推出了“人类登顶珠峰北坡60周年”限量版T恤、珠峰主题油画印花T恤、皮肤衣以及探路者为探险地球三级所特制的相关产品等，促进了品牌文化、户外精神的传播及联动销售转化落地；（3）公司继续为陈坤发起的心灵建设公益项目“行走的力量”官方指定装备支持，传达积极向上的人生态度和生活理念，宣传推广了探路者“勇敢的心”的品牌精神；（4）报告期探路者飞越队队员梁晶在连云港海上云台山山地100公里超级马拉松中夺冠，在环巢湖百英里挑战赛中创造中国超马新纪录，同时飞越队在参加的香港百公里越野赛、江南百英里挑战赛中均取得了良好成绩，探路者飞越队队员身着探路者相关产品在上述专业赛事中屡获佳绩，有效强化了探路者品牌和产品在行业专业领域内的影响力；（5）报告期公司根据疫情下消费趋势的变化，积极调整全年营销运营节奏，持续探索微信小程序、抖音、快手等社交新零售渠道，通过“直播营销”、“网红营销”、“知识营销”等新型营销模式加强对社群粉丝的推广和互动交流，积极在各大电商、社区平台与明星、微博大V、微信KOL、抖音和小红书红人及专业MCN机构等开展业务合作，获取大量年轻新用户及提升了用户购买的转化率。

3、零售管理方面

报告期公司根据疫情下的消费趋势变化快速反应，加强线上销售和线上社群营销，2020年第二季度公司对探路者（Totead）、Discovery Expedition品牌及TOREADKIDS品牌（探路者童装）天猫旗舰店等主力线上店铺商品页进行了进一步梳理规划和完善，并根据品牌的定位与具体产品特性优化产品图的模特选用和拍摄图片质量，持续满足消费者对于户外产品时尚化、个性化的追求。公司积极加强了直播营销、网红营销、知识营销等新型营销模式，报告期公司举办了多次直播等新型营销活动，例如探路者X汪峰抖音的直播首秀、探路者X搜狐CEO张朝阳618直播好物、2020年5月珠峰高程测量大本营直播、2020年7月天问一号火星探测现场情况直播、公司董事长兼总裁王静女士与“善以为宝-王宝”联合直播带货等营销活动，在提高品牌曝光率的同时有效提升产品的线上销售。同时公司持续优化微信小程序、企业微信、单店微信营销群等社交新零售渠道，充分利用线下门店所积累的客户群资源，帮助线下店铺的店员通过微信朋友圈、单店微信营销群等方式来加强店铺会员维系及实现便捷的销售转化，强化线上、线下零售渠道协同，加速推进全网零售进程。

针对线下店铺零售渠道，报告期公司优化渠道布局，更加聚焦线下门店运营质量，积极克服疫情不利影响，持续加强零售终端的服务技巧与零售技巧的培训，达成服务标准可视化，加强对一线消费需求的关注，不断推陈出新，提升服务质量，并在抓住疫情下的商机，优选核心商场、购物中心、奥特莱斯等优质商圈继续开拓店铺的同时，加大力度继续积极关闭获利能力不理想、形象较差的低效店铺。同时针对疫情时期的特殊情况，增强对加盟商运营的赋能和扶持力度，深入加盟商商品管理和零售赋能，帮助和引导加盟商实现有效订货和货品高效流转。

报告期内，公司共计新开门店57家，关店125家，截至报告期末共有连锁经营门店1105家，其中探路者（Toread）品牌新开门店32家，关店94家，截至2020年6月底探路者（Toread）品牌共有连锁经营门店929家，其中直营门店101家，加盟店（含联营）828家；Discovery Expedition品牌新开门店21家，关店20家，截至2020年6月底Discovery Expedition品牌共有门店139家，其中直营门店45家，加盟店（含联营）94家；TOREADKIDS品牌（探路者童装）新开门店4家，关店11家，截至2020年6月底 TOREADKIDS品牌共有门店37家，其中直营门店19家，加盟店（含联营）18家。

报告期公司增强集团客户业务的拓展及分类突破，通过快反提升定制产品的销售，针对重点突破的方向细化行业分类，组建销售前后端项目小组进行分类突破，增加后台供应链人员的保障，完善项目小组人员的考核激励，并积极借力各类型企业的外部代理服务机构、公司覆盖全国的经销商资源等，努力提升集团客户业务的销售规模，报告期公司集体客户业务实现收入0.28亿元，较上年同期增长38%，取得了初步的效果。

4、运营管理方面

报告期公司根据疫情下营销运营的现状，积极运用阿米巴经营管理模式推进对组织架构的优化调整，优化业务模式，简化业务流程，合理管控风险，逐步去中心化，精兵简政，实行小分队协同作战，充分挖掘员工潜能，快速响应市场变化，提高管理运营效率。公司同时完善内部激励考核体系，根据员工当月考核结果快速在当月兑现绩效奖金，充分调动公司管理层和业务骨干的积极性，努力提高单位人效，为公司的中长期经营发展奠定良好基础。

报告期公司持续提升整个产品供应体系的柔性和快速反应机制,充分利用整合零售、批发、供应链、财务为一体的智能化信息平台,及遍布全国的店铺信息系统终端,结合信息系统的实时数据快速进行分析决策,为公司产品研发、销售决策、货品调拨管理、柔性供应等提供良好支持,从而提升公司的运营管理效率。同时公司持续强化“四季上新,月度主推产品组合搭配(户外服装+户外鞋品+户外装备,例如公司在2020年4月主推光变/蝶影皮肤衣+碳板跑鞋产品组合,5月结合“珠峰高程测量”重大品宣事件主推组合珠峰皮肤衣/T恤+林蛙溯溪+露营套装等)”,通过“产品期货+快速滚动开发”相结合的供货节奏,打造适合市场需要的“爆款海量”及“多款少量”,并有效促进了相关产品售罄率的提升。

5、非主营业务方面

报告期公司基于未来发展战略,继续优化非户外主业的相关业务结构,进一步强化投后管理,在整合与主业有深度协同的项目积极为主业转化能量的同时,逐步退出重组与户外主营业务不相关的业务,及加强督促对前期相关投资项目退出款项的及时回收。

(二) 公司户外主营业务分品牌线下的收入情况

1. 线下直营店主营业务收入、公司对加盟商主营业务收入情况

单位: 万元

渠道类型	直营店主营业务收入	对加盟商主营业务收入	其他(含集团客户、海外市场等)	合计
探路者(TOREAD)	4,213.00	9,487.99	3,028.45	16,729.44
Discovery Expedition	1,639.97	106.91	172.63	1,919.51
TOREADKIDS	418.71	37.46	43.30	499.47
合计	6,271.68	9,632.36	3,244.38	19,148.42
合计收入占比	32.75%	50.30%	16.94%	100.00%

2. 线下分地区主营业务收入情况

单位: 万元

区域	华南区	东北区	华北区 ¹	华东区	西北区	西南区	合计
探路者(TOREAD)	500.85	496.83	9,182.83	3,955.88	1,557.44	1,035.60	16,729.44
Discovery Expedition	150.02	20.79	1,606.14	70.05	18.77	53.73	1,919.51
TOREADKIDS	21.43	8.58	385.43	30.88	23.09	30.06	499.47
合计	672.31	526.21	11,174.40	4,056.80	1,599.31	1,119.40	19,148.42
合计收入占比	3.51%	2.75%	58.36%	21.19%	8.35%	5.85%	100.00%

(三) 公司户外主营业务分品牌线上的收入情况

报告期公司实现户外线上主营业务收入9,565.48万元,较上年同期降低17.66%。线上销售收入主要来源于天猫、唯品会等第三方销售平台,实现营业收入7,523.76万元;其他线上收入来源于公司新建的线上新零售渠道(微信小程序“探路者会员俱乐部”平台等)、第三方销售小平台等。分品牌来看,其中探路者(TOREAD)线上销售收入为6,978.70万元,Discovery Expedition品牌线上销售收入为1,272.30万元,TOREADKIDS品牌线上销售收入为1,314.48万元。

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说明

√ 适用 □ 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
自2020年01月01日执行2017年7月财政部发布的《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)	由本集团董事会会议批准	将与履约义务相关的预收款项重分类至合同负债。合并资产负债表:原列报报表项目“预收账款”上年年末余额50,625,940.06元,调整列报报表项目“合同负债”50,625,940.06元;母公司资产负债表:原列报报表项目“预收账款”上年年末余额39,032,311.35元,调整列报报表项

¹ 华北区包括华北区加盟商,北京、天津直营子公司、集团客户部等。

		目"合同负债"39,032,311.35元。
--	--	------------------------

(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更说明

适用 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。