

公司代码：603129

公司简称：春风动力

浙江春风动力股份有限公司
2019 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
本报告期内不进行利润分配或公积金转增股本。

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	春风动力	603129	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周雄秀	何晴
电话	0571-89195143	0571-89195143
办公地址	杭州余杭区余杭经济开发区五洲路116号	杭州余杭区余杭经济开发区五洲路116号
电子信箱	board@cfmoto.com	Board01@cfmoto.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	2,134,798,375.86	2,082,561,727.96	2.51
归属于上市公司股东的净资产	956,455,192.94	964,502,291.60	-0.83
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)

经营活动产生的现金流量净额	175,271,574.66	18,085,866.03	869.11
营业收入	1,635,215,286.43	1,194,753,001.96	36.87
归属于上市公司股东的净利润	103,861,636.23	72,093,656.11	44.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	95,820,321.32	62,307,865.48	53.79
加权平均净资产收益率(%)	10.69	7.76	增加2.93个百分点
基本每股收益(元/股)	0.77	0.53	45.28
稀释每股收益(元/股)	0.77	0.53	45.28

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)				11,298		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)				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	质押或冻结的股份数量	
春风控股集团有限公司	境内非国有法人	35.02	47,061,856	47,061,856	无	0
重庆春风投资有限公司	境内非国有法人	9.77	13,132,087	13,132,087	质押	7,450,000
杭州老板实业集团有限公司	境内非国有法人	7.37	9,904,762	0	无	0
林阿锡	境内自然人	3.01	4,040,643	4,040,643	无	0
赖翼双	境内自然人	3.01	4,040,043	0	质押	1,800,000
浙江春风动力股份有限公司回购专用证券账户	境内非国有法人	2.18	2,928,811	0	无	0
中国建设银行股份有限公司一融通新能源灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.73	2,320,063	0	无	0
潘根富	境内自然人	1.36	1,824,819	0	无	0
中国工商银行一融通蓝筹成长证券投资基金	其他	0.91	1,218,283	0	无	0
赖金法	境内自然人	0.90	1,210,161	1,210,161	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	春风控股集团有限公司实际控制人系公司董事长赖国贵先生，重庆春风投资有限公司实际控制人系公司董事赖国强先生，杭州老板实业集团有限公司实际控制人系公司董事任建华先生，浙江春风动力股份有限公司回购专用证券账户系公司2019年实施股份回购专用证券账户。除上述外，公司未知悉其他股东之间存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人的情形。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	/					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2019年上半年,我国经济结构优化升级,总体保持稳中向好态势,但与此同时,国际贸易摩擦升温,复杂的外部环境对我国经济产生多重负面影响,在上述经济环境下,公司继续深入挖潜,充分利用资源优势,准确把握市场机会,实现营业收入163,521.53万元,同比增长36.87%;实现利润总额11,452.14万元,同比增长35.84%;归属于上市公司股东的净利润10,386.16万元,同比增长44.06%。报告期内,公司重点推进以下几项工作:

(一) 市场销售方面

报告期内,公司围绕年度经营目标,坚持国际、国内两个市场并重的市场策略,注重销售和服务团队建设,狠抓市场与订单,针对客户需求快速反应,提高服务准确性、及时性,大力拓展新客户,开拓和占领市场。

国际方面上半年新增印度、荷比卢、希腊、越南、柬埔寨和印度尼西亚等6家客户,并组织开展了爱沙尼亚、立陶宛、捷克、瑞典、墨西哥等市场的经销商会议,报告期内实现了销售收入103,317.97万元,同比增长25.27%,累计实现了销售四轮车28,039辆,两轮车3,439辆。在俄罗斯、德国、瑞典、波兰等17个欧洲发达国家获得了市场占有率第一的销售份额。

内销方面,公司持续加快销售渠道拓展,通过VI要求推进店面建设、活动推广、新品推广、渠道拓展、强化新媒体运营能力等举措,取得了良好的销售业绩。报告期内新增两轮车销售网络28家、KTM销售网络3家,实现销售收入60,203.56万元,同比增长了62.71%,累计实现了销售两轮车20,847辆,四轮车377辆。

(二) 品牌建设方面

公司坚持打造CFMOTO独特的机车运动文化,为提高品牌关注度和知名度,运营维护公司网站、

微信、微博等自有媒体平台，充分利用行业展会、媒体杂志、促销活动、网络推广等多种形式做好品牌及产品推广工作，品牌传播进入系统及多元化阶段。

国际方面推动和赞助进口商参与当地摩托展、汽车展、农业展、游艇展等展会，推动并支持进口商在德国开展 Erzbergrodeo 赛事活动及赞助工作；推动各进口商在当地开展试乘试驾活动的开展；完成形象店验收、新店建设及店中店的建设，大大提升了公司品牌知名度；邀请意大利、法国等进口商及其媒体共同参与 2019 年春风日活动，CFMOTO 品牌在全球得到了更多客户的高度认可。

内销方面，报告期内国内销售渠道数量持续增加，并按照 VI 要求完成了整体店面建设，展示了良好品牌形象；5 月份“2019 春风品牌日”在宁波盛大开启，为千名摩友带来了一场极致、纯粹的机车轰趴盛宴；开展公司级品牌活动 50 多场（安驾、EMT、四轮超级联赛）、商家自主推广活动≥300 场，在全国组建了上百家 650TR-G 车队；持续强化新媒体运营能力，对传统媒体合作、新媒体的合作更符合客户的社交需求；加大了服务站建设，服务店数量累计达 300 多家。根据客户需求增加摩旅驿站密度，完善客户的实时贴心保障服务，在市场端进一步树立了良好的品牌口碑。

（三）产品研发方面

公司严格按照新产品五年战略规划，紧密跟踪、同步引进国际前沿技术，积极推进新产品开发，严格把控开发进度与质量，强化技术标准管理思维与实际运用，提升了产品标准化与通用化，以客户思维优化与完善了产品评价技术与标准，利用多方资源与平台，进行人员排兵布阵与培养补充，抢抓新品开发日程，推动技术研发平台建设、专利管理、BOM 管理、标准化管理、认证管理等，进一步夯实了研发实力。报告期内，公司研发投入 8,657.05 万元，占营业收入的 5.30%，新增实用新型专利 51 项、外观专利 4 项，截至报告期末，公司已获得有效授权专利 497 项（境内专利 430 项、境外专利 67 项），其中发明专利 17 项、实用新型专利 364 项、外观设计专利 121 项，为公司未来发展持续打基础。

（四）生产制造方面

报告期内，公司持续完善 N+2 周作业执行锁定模式，通过均衡化生产，优化了缺料预警机制，建立自下而上的异常快速响应机制，保证了生产的协同性、连续性；通过车间产能、工时节拍汇总分析调整，引进先进生产设备及工装，提升现场管理、可视化管理、标准化作业等，最终实现各车间生产效率的提升；加大了智能制造的设备投入，全力打造设计开发、生产制造、经营管理的全过程信息共享和业务协同，降低制造过程生产成本，提高产品一致性和稳定性，降低生产周

期，提升了人均效率，进一步确保了销售订单保质保量的准时交付。

（五）质量管控方面

公司建立了以市场为导向的质量目标管控体系、以顾客为导向的新品开发质量管控体系、整车实物评价体系，以及零部件开发全生命周期质量培育体系建立；同时，为了加强质量改善，建立了以 PDCA 质量环为主线的三级质量改善发布平台（TOP 问题挂牌督办）；通过各环节质量管控措施的建立及不断的完善，提升了质量管理水平，保证了出厂产品质量。

（六）运营管理方面

为进一步夯实公司实力，公司持续导入同行业先进管理体系，结合公司实际情况，对现有的运营体制进行了完善，对内部的架构重新进行了梳理，优化了流程体系，提升了运营效率；大力推动企业文化建设，加强各类人才的引进、发掘和培养，实施了 2019 年股票期权激励计划，首次授予 322 名激励对象授予 287.40 万份期权股票，让员工共同分享企业发展的成果，推动核心骨干员工与公司捆绑发展，促进公司整体利益最大化和股东财富增长并举。报告期内公司使用自有资金回购了部分社会公众股股份，主要用于股权激励计划，促进公司健康可持续发展。

（七）风险防范、控制

报告期内公司加强了对外部环境的跟踪和研判，积极应对原材料上涨、人民币汇率波动等外部变动因素，高度关注中美贸易战等重大事件，加强与客户和供应商的协同，采取适度性地调整物料库存、套期保值等有效措施，加强风险管控；全面把控成本管理，注重环节和细节优化；增强资金管控协调，防范经营风险，提升资金使用效率。

下半年，公司将持续跟进行业转型趋势，积极有序地推进市场搭建、新品开发、产业链延伸和平台合作，确保公司管理体系和管理水平再上新台阶，为实现 2019 年公司整体经营目标及公司中长期发展目标奠定坚实基础。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用