

证券代码：002485

证券简称：希努尔

公告编号：2019-048

# 希努尔男装股份有限公司 2019 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。

公司负责人段冬东、主管会计工作负责人成保明及会计机构负责人(会计主管人员)成保明声明：保证本半年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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	希努尔	股票代码	002485
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	董昕	倪海宁	
办公地址	山东省诸城市东环路 58 号	山东省诸城市东环路 58 号	
电话	0536-6076188	0536-6076188	
电子信箱	sinoer0899@sinoer.cn	sinoer0899@sinoer.cn	

### 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）	1,699,665,664.20	389,015,700.34	336.91%
归属于上市公司股东的净利润（元）	7,154,299.91	1,621,637.18	341.18%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	5,788,909.00	-1,375,179.12	520.96%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-11,130,410.28	-62,189,017.49	82.10%

基本每股收益（元/股）	0.0132	0.0047	180.85%
稀释每股收益（元/股）	0.0132	0.0047	180.85%
加权平均净资产收益率	0.32%	0.08%	0.24%
	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）	3,713,900,267.96	3,321,537,518.29	11.81%
归属于上市公司股东的净资产（元）	2,221,501,713.70	2,223,034,507.16	-0.07%

### 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	18,799	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
广州雪松文化旅游投资有限公司	境内非国有法人	63.62%	346,103,845	0	质押	346,103,845
广州君凯投资有限公司	境内非国有法人	4.88%	26,558,171	0	质押	15,112,328
长安国际信托股份有限公司—长安信托—长安投资 1033 号证券投资单一资金信托	其他	1.18%	6,425,900	0		
中国金谷国际信托有限责任公司—金谷 信惠 37 号证券投资集合资金信托计划	其他	0.87%	4,709,715	0		
华鑫国际信托有限公司—华鑫信托 华鹏 79 号集合资金信托计划	其他	0.70%	3,791,868	0		
华鑫国际信托有限公司—华鑫信托 华昇 85 号集合资金信托计划	其他	0.69%	3,726,536	0		
中国金谷国际信托有限责任公司—金谷 信惠 51 号证券投资集合资金信托计划	其他	0.67%	3,670,300	0		
中国金谷国际信托有限责任公司—金谷 信盈 6 号证券投资集合资金信托计划	其他	0.64%	3,499,450	0		
华鑫国际信托有限公司—华鑫信托 华昇 53 号集合资金信托计划	其他	0.58%	3,139,189	0		
华鑫国际信托有限公司—华鑫信托 华鹏 71 号集合资金信托计划	其他	0.56%	3,037,220	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、广州雪松文化旅游投资有限公司和广州君凯投资有限公司为同一实际控制人控制的企业；2、除前述关联关系外，未知公司前 10 名普通股股东之间是否存在其他关联关系，也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无。					

### 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

否

#### （一）行业背景概述

2019年，中国经济走过了不平凡的上半程。面对复杂严峻的国内外形势，国民经济运行延续了总体平稳、稳中有进的发展态势，在经济增长平稳的同时，经济结构持续优化。2019年上半年我国GDP达45万亿元，同比增长6.3%，消费结构升级加快，投资增势趋稳，工业发展保持良好势头，我国经济结构在供给侧结构性改革的推动下继续优化。

据国家统计局数据显示，今年上半年，全国居民人均消费支出达到10,330元，比上年同期增长7.5%。全国社会消费品零售总额达到19.5万亿元，同比增长8.4%。消费对经济增长的贡献率达60.1%，拉动经济增长3.8个百分点。消费依然是引领经济稳定增长的重要动力。

#### 1、服装行业

经过多年发展演变，中国零售市场形态逐渐清晰，消费市场呈现分层升级的态势，国内90、00后消费群体崛起，服装行业差异化的诉求更加强烈，年轻化、个性化将成为行业转型升级的主流趋势。伴随着科技日新月异，服装行业将深化高新技术在设计营销等关键环节的应用，通过新型社交方式和媒介进行品牌建设。

#### 2、文旅行业

作为国民经济的战略性支柱产业和关系百姓幸福生活的民生事业，文化旅游业正走向品质提升的转型升级之路，文旅融合趋势加强，迎来深化改革。定位与运营成为成败关键，技术发展推动自我革新，文旅投资更加理性，“旅游+”拓宽了产业发展边界，规范逐渐成为全行业健康发展的共识。

根据中国旅游研究院发布的全国旅游经济运行情况，2019年上半年旅游经济平稳运行。文化和旅游消费活跃、更趋日常化，国内旅游稳步增长，出入境旅游平稳发展。2019上半年，国内旅游人数预计30.8亿人次，旅游收入2.78万亿元，分别比上年同期增长8.8%和13.5%。

#### （二）公司经营情况

公司在保持传统服装业务稳健经营的同时，积极开拓文化旅游业务，推进文旅小镇和全域旅游发展。报告期内，公司实现营业收入169,966.57万元，同比增长336.91%，实现利润总额3,849.81万元，同比增长855.72%，实现归属于上市公司股东的净利润715.43万元，同比增长341.18%。

#### 1、公司传统服装业务稳中有增，聚焦服装销售及品牌运营管理。

（1）聚焦品牌运营管理，重塑品牌形象。

专注于中高端品质男女装销售，稳固传统希努尔品牌，向上嫁接普兰尼奥高级定制，向下延伸快时尚品牌；利用新媒体推广、跨界合作等举措，提升品牌知名度。

（2）整合优化营销渠道。

整合营销渠道，加强营销终端的精细化管理，升级终端店铺形象，提升服务质量和客户体验；线下加快推进目标城市市场拓展，线上通过微信商城、小程序、天猫、京东运营，打造线上线下相结合的智慧型门店。

（3）加大团购市场开拓力度。

公司继续加大团购市场的开拓力度，实施区域划分的运营模式，细分全国团购市场；加大团购代理商的开发和扶持力度，

发展契约式战略合作伙伴，拓宽团购渠道，打造一站式团购服务合作平台。

**2、公司积极发展文化旅游业务，立足一线旅游目的地资源，推进文旅小镇和全域旅游发展。丰富文旅业态，提升服务品质，扩展全渠道营销平台，形成具有鲜明特色的运营模式。**

**(1) 立足一线旅游目的地资源，深耕文旅小镇运营，加强品牌建设。**

公司文旅项目地处一线旅游目的地黄金地段，历史文化底蕴深厚，旅游资源丰富，市场潜力较大。在旅游消费持续成长背景下，该类项目的稀缺性日益凸显。公司文旅项目布局在云南香格里拉、浙江嘉兴西塘、山东诸城、陕西西安等地，并受托经营云南丽江古城大研花巷。在战略布局和立足优质资源的基础上，深耕文旅小镇运营，开展营销创新，加强公司文旅品牌建设。

在云南，依托得天独厚的旅游资源，公司布局连通大滇西旅游环线的两大热点丽江和香格里拉，旗下在营小镇大研花巷、独克宗花巷，形成融合当地自然人文内涵和现代生活方式的旅游服务体系，以点带面，逐步提升公司文旅品牌知名度。

在华东，位于嘉兴西塘古镇景区内的西塘花巷，公司对原有一期项目氛围改造、业态优化，并着力开发二期项目，展现江南水乡的不同风貌。



**(2) 创新内容端，业态丰富多样，提升文旅项目核心价值。**

基于各类文旅综合载体，公司挖掘当地自然、历史及文化内涵，融合现代生活方式，打造“吃住行游购娱”立体式旅游服务体系。公司各个文旅项目，将紧密结合各地特有的历史文化背景，围绕当地旅游需求呈现出不同的风貌，融合创新演艺秀、情景商业街、特色餐饮、酒店客栈、主题乐园、非物质文化馆、地道民间艺术馆等丰富业态，为全域旅游贡献物质和文化基础。

针对旗下文旅产品和服务，公司开展营销创新，持续营销跨界，与可口可乐、王老吉等快消行业巨头达成战略合作，不断扩大异业合作圈。组织云南旅拍节、丽江民谣音乐节、特色风物集市等活动，借助新媒体渠道，系统性品牌策划，充分使用公司线上线下及OTA渠道的营销体系引流，成为辐射全国消费者的文旅新名片。



**(3) 布局客源端，通过线上线下的纵向布局，与OTA互联网平台的横向合作，对文旅资源、旅游渠道、流量平台进行整合，打造全渠道旅游营销平台。**

**① 旗下旅游B2B平台——松旅网，发展迅速，链接旅游产品的供应商、分销商和零售商，整合资源，优势互补。**

松旅网www.pinetrip.com于2018年6月份上线，专注深耕华南市场，广泛布局华中、华北、东部沿海地区。作为一站式综合性旅游交易管理平台，以解决旅游行业B2B交易痛点入手，提供自营、定制化旅游产品上线销售，提供交易平台、账期交易、企业推广、数据服务、增值服务等服务，帮助B端降低交易成本、提高交易效率和资金效率，打造旅游产业链前后端采购销一体化闭环交易，建立有机融合的旅游产业生态圈。

**②线下对旅游渠道及目的地资源进行深度整合，提供有特色、有保障的产品和服务。**

公司积极布局线下渠道，整合交通、酒店、餐饮、景区等旅游要素资源，输出标准化的管理和服 务，为消费者提供高品质的产品和服务。

**③开展与OTA互联网平台战略合作，发挥双方优势，实现文旅资源与流量握手。**

公司与携程、途牛等OTA互联网平台进行合作，充分发挥各自的资源与流量优势，基于大数据分析和运营管理，针对用户需求开发、创新、迭代文旅产品，覆盖至新兴消费群体的移动互联网流量渠道，为未来开展用户价值周期管理提供有力支持。

## 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、新金融工具准则

财政部于2017年3月31日分别发布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（2017年修订）》（财会〔2017〕7号）、《企业会计准则第23号——金融资产转移（2017年修订）》（财会〔2017〕8号）和《企业会计准则第24号——套期会计（2017年修订）》（财会〔2017〕9号），于2017年5月2日发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报（2017年修订）》（财会〔2017〕14号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”），境内上市企业自2019年1月1日起开始执行新金融工具准则。

#### 2、新财务报表格式

财政部于2019年4月30日发布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6号），要求执行企业会计准则的非金融企业按照企业会计准则和财会〔2019〕6号的要求编制财务报表，企业2019年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表均按财会〔2019〕6号要求编制执行。

#### 3、非货币性资产交换

财政部于2019年5月9日发布关于印发修订《企业会计准则第7号—非货币性资产交换》（财会〔2019〕8号），要求自2019年6月10日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行。

#### 4、债务重组

财政部于2019年5月16日发布关于印发修订《企业会计准则第12号—债务重组》（财会〔2019〕9号），要求自2019年6月17日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行。

由于上述财务报表格式和会计准则的修订，公司对原采用的相关会计政策进行相应调整。

上述会计政策变更仅导致部分项目变动，不涉及对公司以前年度的追溯调整。不会对公司当期和本次会计政策变更之前的财务状况、经营成果等产生重大影响，不存在损害公司及中小股东利益的情形。

### (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

1、报告期内，公司间接控股的子公司重庆九颗星国际旅行社有限公司收购了重庆天樾国际旅行社有限公司（原重庆市清风旅行社有限公司）100%的股权，上述公司成为公司间接控股的公司，纳入合并报表范围。

2、报告期内，公司间接控股子公司丽江松旅文化旅游发展有限公司注销，自2019年6月12日不再纳入合并范围。