

证券代码:002083

证券简称:孚日股份

公告编号:定 2021-001

孚日集团股份有限公司 2020 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。

非标准审计意见提示: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

是否以公积金转增股本:否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:公司 2020 年度不派发现金红利,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:不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	孚日股份	股票代码	002083
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	彭仕强	朱传昌	
办公地址	山东省高密市孚日街 1 号证券部	山东省高密市孚日街 1 号证券部	
电话	0536-2308043	0536-2308043	
电子信箱	furigufen@126.com	furigufen@126.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一) 主要业务及产品

公司创立以来一直从事家用纺织品的生产和销售,主要产品为中高端毛巾系列产品以及装饰布系列产品,所属行业为纺织品行业中的家用纺织品子行业,产品曾荣获“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“中国出口名牌”等荣誉称号。公司主要产品如下:

■毛巾系列产品

毛巾系列产品主要分为巾被系列产品和服装用毛巾,其中巾被系列产品包括毛巾产品和毛巾被产品,毛巾产品按其用途不同分为卫生用毛巾和功能用毛巾。

■装饰布系列产品

装饰布系列产品主要分为床上用纺织品、窗帘制品、厨房制品和其他产品,

(二) 主要经营模式

公司主要经营模式是采购国内外棉花用于生产毛巾、床上用品、装饰布等家纺产品,在国内市场通过自建渠道、在国际市场主要通过客户渠道进行全球销售。经过 30 多年的发展,公司从原材料采购、产品研发设计、生产制造到全球贸易的完整产业链,形成了研产销一体

化的经营管理模式。

1、以市场为导向的全球采购模式

■原材料采购

公司生产所使用的原材料主要为棉花。公司设有专门岗位分别负责国外棉花采购和国内棉花采购，对于国外采购，采购专员负责收集配额信息，与配额主管部门保持良好沟通，根据公司年度生产计划及其调整申请、受让进口配额，并从国外进口棉花；对于国内采购，采购专员根据公司年度生产计划和进口棉花采购情况确定国内棉花的采购。

■辅料及设备采购

公司除棉花以外的其他材料，如染化料、助剂等辅助材料以及设备的采购主要通过企业开发的自有采购平台进行竞拍或招标采购。标的较小的采购通过竞拍方式完成，标的较大、技术指标要求较高的设备类采购主要通过招标方式进行采购。公司对原材辅料供应商进行动态管理，对供方原材料的进厂、检验、质量、日常管理进行全流程跟踪监督，并定期对其进行评价。

2、敏捷高效、精细管理的生产模式

对于国外市场，公司主要采用“以销定产”的模式组织生产，由生产部门根据市场部提供的月度销售计划制定生产计划，生产车间根据日进度计划组织车间生产，确保生产计划顺利完成。产品经过质量检测合格后进行成品包装及入库，然后按订单要求的日期发货。对于国内市场，公司销售部依据实际订单、市场预测、成品库存等变量，编制生产计划并提交生产车间，生产车间根据生产计划组织生产。

近年来，公司通过不断深化改革，形成了市场与生产紧密结合、反应速度最快的产销一体化运营机制，能够将市场信息在最短的时间内反馈到生产工厂，提高了企业的市场灵敏度和反应速度，在最大程度上适应了多品种、小批量、快交货的市场形势。在各个生产工厂公司通过实施目标管理、全流程控制、推行承包制、精益创新等方式降本增效，不断提高企业运行质量，提高企业竞争力。

3、多元市场、均衡发展的全球销售模式。

■在国际市场，公司进出口业务部门负责产品的国外销售，包括市场开拓、订单跟踪及售后服务。公司外销产品主要根据订单组织生产，并依据国外经销商的授权使用指定的商标和标识，出售给国外经销商，然后由国外经销商在国际市场上进行分销，最终销售给终端消费者。公司在维护与现有国外经销商良好合作关系的基础上，逐步建立自主销售渠道，打造自主品牌，减少中间环节，实现在国外终端市场进行销售。

■在国内市场，公司通过经销商、直销和线上渠道进行销售，其中，经销商模式，主要通过经销商进行销售，根据实际情况在各个地区设立代理经销商，目前形成了覆盖除西藏、台湾外的全国所有省份的销售网络。同时将产品销售给各地的大型超市和大卖场。目前公司和诸如广州友谊、家乐福、华润苏果、大润发、沃尔玛、永辉超市、联华超市等商超已经建立了良好的合作关系。直销模式，通过直接拥有和租赁的终端设立直营店，以及在商场开设专柜的方式进行零售，直营模式面对最终客户以终端零售价进行销售。网络销售，主要通过第三方在线平台开展 B2C 模式的产品销售，通过入驻开设自营品牌旗舰店的模式与第三方平台进行合作，目前已覆盖京东、天猫、淘宝、拼多多等主流电商平台。

4、融合创新、多点支撑的全球化研发设计模式。

公司以国家级企业技术中心为主导，与国际客户进行联合设计，有效消化吸收和整合利用全球创新资源，同步统一研发设计各类新产品、新技术、新工艺、新材料，面向全球同步推广，使产品向高、精、尖、专方向发展。公司在中国上海设立了产品研发中心，并建立起以各子公司为主体的新产品研发设计团队，每个主销市场配套一个研发创新团队，有针对性

地向客户提供整体研发设计方案，实现了研发设计与生产管理、市场销售的无缝对接。目前，公司已经拥有了以新型纤维应用、功能整理技术、组织结构设计为主线的 600 多个系列、数万个花型的产品体系。

（三）行业发展分析

■品质化、多样化需求释放消费潜力

随着经济、社会发展，消费者对毛巾和床上用品的消费需求趋于品质化、多样化。在产品材质选择上，更注重产品品质，棉、麻、丝、毛等天然纤维产品更受消费者青睐；功能需求方面，消费者不再满足于基本使用要求，而是开始考量材质是否考究、舒适、环保，是否时尚美观，与整体搭配是否协调等；在消费风格方面，呈现出豪奢、隐奢、科技等多种不同消费取向。此外，新冠疫情让全民健康意识大幅提升，健康类产品将更加收到消费者关注。

■消费观念和生活方式转变提升家纺产品消费频次

首先是消费观念转变，以毛巾和枕巾为例，以往毛巾及枕巾是低频耐用品，但现在消费者都会定期更换，以保证自身的健康和卫生。其次，消费者对生活质量有了更高的要求，尤其是年轻一代，90 后、00 后都是追求个性的时尚潮人，已成为新一代的消费主力军，在选择家纺产品时更希望产品能表达自身的生活方式，因此更青睐于选择能够表达其个性审美和实现内心满足感的产品，而不单单只注重产品的耐用性。再者，消费者在购买床品时，也开始更多地考虑家纺产品和家具家居的色调、风格是否搭配，这种提升自身生活质量、表达生活态度的消费方式也使得家纺产品的更换频次有所提升。

■绿色设计生产深入推进

随着我国经济转向高质量发展阶段，社会消费水平不断升级，人民群众对良好生态环境的需求更加强烈。行业在重视绿色环保生产工艺的同时，也更加注重绿色环保纤维的使用，积极推行生态设计、开发绿色产品、建设绿色工厂。行业企业积极采用节约环保的新材料、新技术、新工艺、新模式，再造绿色工艺流程，把生态环保贯穿发展规划的全过程。

■数字化转型日趋加快

家纺行业不断推进数字化信息技术与家纺企业在技术、产品、业务等方面的融合，促进互联网、大数据在家纺产业的应用与创新，建立现代企业运营模式，实现从采购、生产、销售及物流等各个环节的相互联通，打造柔性供应链平台。推进先进技术装备在行业的应用，缩短工艺流程，提高生产效率，如先进的无梭喷气织机、自动连续开裁缝制整理生产线、成品生产吊挂线等，提高家纺行业的自动化、连续化、智能化生产水平。

（四）经营环境分析

新冠疫情对国内外市场销售终端形成了较大冲击，但是，应该看到我国经济长期向好的基本面没有改变，床上用品、毛巾等家纺产品升级的需求仍然旺盛，外贸的优势依然存在，行业结构优化和高质量发展的特征已经逐步显现，面对疫情带来的冲击，一些企业积极作为，向数字化、品质化转型，一定程度上会带动消费的增长。此外，国家针对特殊形势出台了减税降费、租金减免、稳定就业等一系列政策措施，推动复工复产和人们生活恢复正常，有助于市场的恢复增长，相信在国内巨大的消费需求下，家纺市场将迎来恢复性增长。

（五）行业地位

公司作为中国第一家整体上市的家纺企业，同时经营国际和国内二个市场。在国际市场，公司始终坚持全球贸易战略，凭借优质的产品和良好的信誉，与国际主要家纺品牌形成了紧密的合作关系，建立起以美国、日本、欧洲、澳大利亚、中东及东南亚为主销市场的全球贸易格局，在世界家纺领域拥有较强的话语权和品牌竞争力，自 1999 年以来公司在国内家纺企业中出口份额排名第一，行业竞争优势明显。在国内市场，公司主要经营“孚日”、“洁玉”和“赛维斯”三个品牌为主，在行业提出“全球新美学，孚日新家纺”高端品牌消费理

念，努力引领市场潮流，全国销售网点达到 20000 多家，产品市场占有率处于国内领先地位，2020 年洁玉毛巾品牌跃居线下销量第一位，孚日品牌在多个终端市场占据销售榜首，公司以 90.12 亿元的品牌价值上榜中国 500 最具价值品牌排行榜。

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：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	4,432,082,348.81	4,986,925,314.66	-11.13%	5,154,539,811.85
归属于上市公司股东的净利润	223,339,586.11	369,012,062.95	-39.48%	405,314,084.74
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	115,509,960.89	233,738,088.17	-50.58%	311,233,255.68
经营活动产生的现金流量净额	892,314,831.73	594,248,843.19	50.16%	520,256,444.55
基本每股收益（元/股）	0.25	0.41	-39.02%	0.45
稀释每股收益（元/股）	0.25	0.41	-39.02%	0.45
加权平均净资产收益率	5.87%	10.54%	-4.67%	12.13%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	8,895,340,823.47	10,072,582,472.58	-11.69%	8,453,993,184.51
归属于上市公司股东的净资产	3,657,501,673.36	3,718,210,196.38	-1.63%	3,413,029,008.68

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,164,718,143.00	859,686,264.16	1,248,487,556.97	1,159,190,384.68
归属于上市公司股东的净利润	95,702,164.32	48,915,309.26	76,953,434.41	1,768,678.12
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	54,673,341.23	41,058,486.23	53,470,971.64	-33,692,838.21
经营活动产生的现金流量净额	298,052,292.18	208,310,692.57	87,510,377.63	298,441,469.36

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：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	62,756	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	58,172	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	持股数量	持有有限售条	质押或冻结情况		

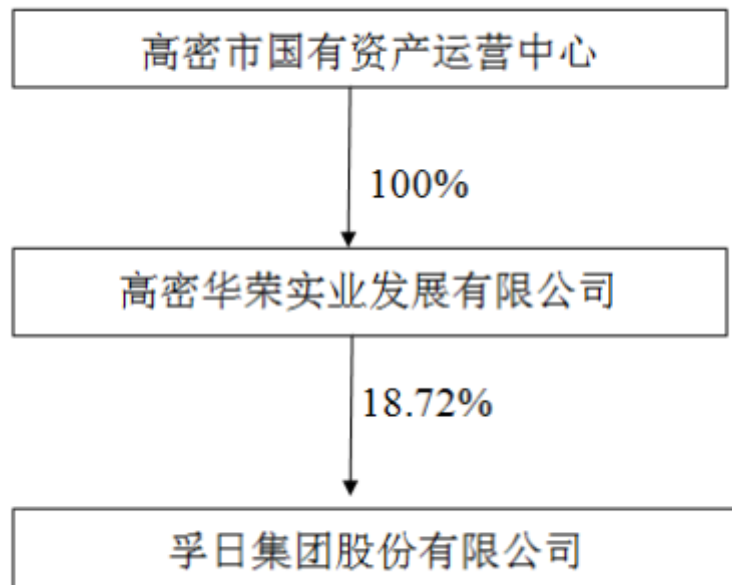
		例		件的股份数量	股份状态	数量
高密华荣实业发展有限公司	国有法人	18.72%	170,000,000		质押	85,000,000
孚日集团股份有限公司回购专用证券账户	境内非国有法人	5.30%	48,109,075			
孚日控股集团股份有限公司	境内非国有法人	4.96%	45,000,000			
济南纾困盛鲁股权投资基金合伙企业	境内非国有法人	3.99%	36,191,796			
孙日贵	境内自然人	3.30%	30,000,000	30,000,000		12,999,900
单秋娟	境内自然人	1.21%	10,995,800			
孙小惠	境内自然人	0.66%	5,999,000			
西藏信托有限公司—西藏信托—智臻 26 号集合资金信托计划	其他	0.64%	5,800,000			
张武先	境内自然人	0.63%	5,700,000			
杨宝坤	境内自然人	0.60%	5,450,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	孙日贵、单秋娟、杨宝坤均为孚日控股集团股份有限公司的股东，孙日贵与孙小惠为父女关系，孚日控股集团股份有限公司实际控制“西藏信托有限公司—西藏信托—智臻 26 号集合资金信托计划”持有的本公司股份。除此之外，未知其他股东有无关联关系或是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

（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

是

(1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额 (万元)	利率
孚日集团股份有限公司可转换公司债券	孚日转债	128087	2019年12月17日	2025年12月17日	64,990.36	第一年 0.40%、第二年 0.60%、第三年 1.00%、第四年 1.50%、第五年 1.80%、第六年 2.00%

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

大公国际资信评估有限公司于2020年8月26日对公司及“孚日转债”的信用状况进行跟踪评级，确定公司的主体长期信用等级维持AA，评级展望维持负面，“孚日转债”的信用等级维持AA。

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	同期变动率
资产负债率	58.84%	62.37%	-3.53%
EBITDA 全部债务比	16.24%	16.23%	0.01%
利息保障倍数	2.57	3.79	-32.19%

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

(1) 概述

2020年，面对中美贸易战、全球新冠疫情、人民币快速升值、成本要素暴涨等各种“连环考验”，公司董事会按照新三十年、关键前五年的战略布局，始终保持发展定力，不断加快企业转型升级，完善产业链条，深度拓展全球市场，强化内部管理，提升科技创新水平，最大程度上克服了不利因素影响，确保了企业持续稳定健康发展。本报告期，公司共实现营业收入44.32亿元，同比下降11.13%；实现净利润2.23亿元，同比下降39.48%。

(2) 报告期公司主要业务发展状况

在报告期内，公司积极应对各种困难挑战，不断深化企业内部改革，加快新旧动能转换，加强精益化管理，推进产业转型升级，履行社会责任，企业经济运行继续保持平稳态势。

国内品牌建设方面

公司按照既定的品牌发展规划，加快市场布局，通过完善运营机制，搭建四条营销主线，针对不同品牌、不同渠道精准发力，实现了疫情形势下内销市场快速突破，品牌建设成果进一步提升，其中，洁玉毛巾品牌线下销量持续领先，孚日品牌在多个终端市场占据销售榜首，赛维丝品牌市场开发、新品设计快速推进，电商业务实现“翻倍式”增长，为下步深入实施整体品牌战略奠定了坚实基础。

国际市场开发方面

面对疫情突发、人民币升值等叠加因素影响，公司顶住压力，灵活应变，尤其上半年面对市场需求几近停滞、产品库存快速增加的巨大压力，通过发挥质量、信誉、交期、服务等方面的平台优势，坚持优化协同高效，强化内部资源整合，最大程度上保证了企业正常运转；

下半年抓住市场逐步回暖、订单加快回流的有利时间窗口，全力以赴抢夺市场订单，实现了逆势超预期恢复增长，成为行业中受疫情冲击程度最小的公司之一。

内部管理方面

在外部市场承受巨大压力的情况下，公司以非常之举破非常之局，通过强化精益生产，精细管理，精准调度，提高效率，开源节流，以及持续降低各项经营管理成本，最大限度地挖掘效益增长空间，提高经济运行质量，为企业渡过难关，稳定大局提供了重要保障。

产品创新方面

公司重点围绕生物整理、无盐低盐染色、生态功能整理、纳米整理等一系列染整科技前沿技术，相继开发出了新型功能环保材料纤维、多组份复合功能纤维等一系列低碳环保生态纺织材料，其中“竹炭纤维消臭毛巾”和“流苏亲肤毯”荣获“2020年度十大类纺织创新产品”称号，“一种两面正面提花缎档毛巾及其织造工艺”摘取国家知识产权局第二十一届（2020）中国专利优秀奖。

技术改造方面

公司进一步完善家纺产业链，其中，毛巾工厂的纵缝机改造、棉纺工厂的并纱机改造和棉柔巾新项目等一批重点项目全部完成并按期投入运行。同时，3万吨中水回用二期项目、高源化工液体亚氯酸钠二期扩建项目加快推进，预计今年下半年具备生产条件。随着新项目建设顺利实施，企业产业链布局更加合理，先进制造能力进一步提升，发展后劲进一步增强。

社会责任方面

面对突如其来的重大疫情威胁，公司把保障员工的身体健康和生命安全作为首要任务，迅速贯彻落实疫情防控要求和措施，保证了13000多人的企业没有发生任何一起疫情事故，并捐款捐物160万元，用于疫情防控和救治工作，用实际行动彰显了企业担当。同时，积极抓好企业复工复产，在行业内率先恢复正常生产，千方百计保证企业不停产、不减员，保证了企业持续发展和社会就业稳定。

（3）公司未来发展的展望

①行业竞争格局和发展趋势

详见“二、公司基本情况”之“2、报告期主要业务或产品简介”。

②管理层所关注未来的机遇和挑战

今年是我国实施“十四五”规划、开启新征程的第一年，在“双循环”新发展格局下，政府将进一步巩固拓展疫情防控和经济社会发展成果，扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务，坚持扩大内需战略，提升科技创新能力，优化产业链、稳定供应链，确保“十四五”开好局起好步，这有利于促进国内经济持续恢复，激发市场活力，为企业塑造品牌竞争力提供巨大空间。同时，新基建大潮下，发展工业互联网，搭建更多共性技术研发平台，加大5G网络建设力度，丰富应用场景等将不断涌现出更多新技术、新产品、新业态、新模式，持续引领和创造新的消费需求，将给赋能产业升级提供强有力的支持。

受国际贸易保护、新冠疫情冲击等因素影响，不稳定不确定因素仍然较多，行业整体运行压力仍然较大。

未来五年，是我国开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年，公司将紧紧围绕推进企业高质量发展这一主线，毫不动摇地继续做大做强家纺主业，优化家纺产品结构，推进新技术应用、产品研发、渠道创新、品牌建设和国际化进程，统筹国际国内两个市场两种资源，实现产业的转型、提升与发展，打造企业全球竞争新优势。同时，发挥企业综合优势，培育新的经济增长点，拓展新的空间，推动公司持续发展。

③公司2021年度经营计划

2021年是公司在新格局、新阶段实现战略突破的关键一年。综观国内外形势，挑战前所

未有，机遇也前所未有的。公司上下将咬定目标不放松，紧扣新年度经营计划，以经济效益为中心，以改革创新为动力，加快市场开发和品牌建设，强化内部管理和科技创新，促进动能加速转换，全力实现各项任务目标，推动企业高质量发展。

紧紧抓住“双循环”机遇，实现家纺主业国内、国际两大市场的新突破。在国内市场上，抓住国家经济总量不断扩大、消费水平快速提升的重大机遇，积极应对国家战略，加快实施品牌规划，努力打造更强大的国内市场，力争通过三至五年的努力，使内外销比例由目前的25%和75%，继续向各占50%方向调整，形成以国内大循环为主体、国内国际贸易均衡发展的最为合理的市场架构，进一步提升企业在全世界市场中的领先地位。在国际市场上，抓住“RCEP”、“一带一路”、中欧投资协定等政策红利，提前布局新冠疫情拐点已过、市场消费日趋活跃的空档期，深入挖掘主销市场和新兴市场增长潜力，力争实现出口5亿美元目标，不断增强企业在全世界家纺产业供应链中的“黏着力”和竞争力，形成内外销并驾齐驱、内外循环相互促进的市场新格局。

突出创新核心位置，增强自主创新能力，提高市场竞争优势。公司将把创新放在现代纺织产业体系建设的核心位置，进一步强化技术创新的战略支撑作用。一方面，以智能制造为主导，加快产业链供应链的数字化、绿色化、精益化转型，围绕棉纺、毛巾、家居、环保等全生产流程，推进自动化、数字化、智能化改造，提升企业生产能力、运营能力和服务型制造水平，以满足家纺产业个性化、品牌化、价值化的发展需求。另一方面，重点围绕纤维新材料、纺织绿色制造技术、先进纺织制成品等领域开展技术研发，加快推进产学研一体化，提高整体创新能力，通过吸收借鉴世界各个市场的新技术、新工艺、新材料，真正转化成内生性研发动力，确保企业始终走在市场潮流的前沿阵地，实现用科技创新赋能品牌升级，推动企业向全球产业链、价值链更高端迈进。

着眼于新兴产业发展，在巩固提升家纺主业的基础上，努力在多元产业优化布局上实现新突破。公司将以家纺主业为依托，进一步优化产业结构，加快发展步伐，利用并购、控股、战略投资等多种方式整合国内外资源，发展盈利能力强、成长性好的项目，在新型化工、中水回用等产业领域，加快项目建设进度，培育更多经济增长点，增强企业未来发展主动权。

深化改革创新，增强企业发展活力，在提高各经营主体发展动能、实施流程再造和工艺革新、完善人才队伍建设、强化企业文化塑造等各方面，实现内部管理上的新突破，打造现代化、高效率、可持续的管理模式，推动企业高质高效发展。

④公司为实现未来发展战略的资金需求、使用计划及资金来源情况

为推动企业新战略落地实施，公司将进一步加快项目建设步伐，2021年主要新项目包括中水回用二期项目、高源化工二期项目、热电厂节能增容改造项目以及家纺主业设备升级项目，以上项目建设大约需要投入资金2.5亿元，主要以自有资金方式投入，少部分使用银行贷款进行投入。

⑤对公司未来发展战略和经营目标实现可能产生影响的风险因素

全球疫情影响常态化带来的风险

在疫情防控常态化形势下，宏观经济复苏缓慢，全球各个主销市场需求相对低迷，消费者普遍趋于谨慎，可能会对市场销售造成一定影响。公司将密切关注疫情变化和经济形势的变化，加强对市场的分析和预判，加快国内外市场开发，以新的方式不断拓展新的空间、新的客户，保证外销和内销业务持续增长。

主要原材料价格波动导致的风险

棉花、棉纱是公司生产所需的主要原材料。公司采购棉花的途径包括国外采购及国内采购，棉花采购价格受自然因素的影响较大，棉花产地所属国经济的周期性波动或国家实施宏观调控等因素，也将影响棉花采购价格，国外棉花采购价格的波动也会对国内棉花采购价格构成影响。公司将根据各年度国内、国外采购价格的变化及时调整采购策略，最大程度上确

保原材料成本的稳定。

行业竞争导致的风险

公司产品以外销为主，各年度外销占比平均超过60%。公司近年来加大了国内品牌建设力度、逐步提升国内销售收入及其占比。因此，公司在国内、国外纺织品市场竞争中均面对较多的竞争者，存在因行业竞争加剧导致盈利水平下降的风险。

外需不足导致的风险

近年来，公司虽加大了国内品牌建设力度、逐步提升国内销售收入及其占比，但各年度外销占比平均超过60%，仍以外销为主。未来，若公司产品外销的主要国家的经济再次受到不利影响，导致国外纺织品市场需求下降，将对公司的生产经营构成不利影响。

贸易壁垒导致的风险

随着产业逐步转移及更多市场竞争者的加入，全球纺织品市场竞争日渐激烈，部分发达国家为保护本国家用纺织品生产企业的利益，可能在纺织品进口产品的技术标准、环保标准、原产地说明等方面制订更为严苛的规定以限制进口数量，公司如因客观原因无法及时做出调整，将影响产品对外销售并对公司的生产经营构成不利影响。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化： 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

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
毛巾系列	3,048,173,570.28	658,631,869.74	21.61%	-13.12%	-14.18%	-0.27%
床品系列	635,221,004.64	47,176,371.79	7.43%	-12.09%	-19.47%	-0.68%
热电	450,283,451.30	95,973,622.01	21.31%	0.68%	3.23%	0.53%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征： 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：不适用

6、面临退市情况：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

1. 会计政策变更及依据

(1) 财政部2017年7月发布了修订后的《企业会计准则第14号——收入》。本公司自2020年1月1日起执行新收入准则。

新收入准则取代了财政部于2006年颁布的《企业会计准则第14号—收入》及《企业会计准则第15号—建造合同》(统称“原收入准则”)。在原收入准则下，本公司以风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准。新收入准则引入了收入确认计量的“五步法”，并针对特定交易或事项提供了更多的指引，在新收入准则下，本公司以控制权转移作为收入确认时点的判断标准，具体收入确认和计量的会计政策参见附注三、(二十四)。

本公司依据新收入准则有关特定事项或交易的具体规定调整了相关会计政策。依据新收入准则的规定，根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。对收入来源及客

户合约流程进行复核以评估新收入准则对财务报表的影响。本公司的收入主要为销售商品取得的收入，且收入来源于与客户签订的核定价格的商品销售合同，收入仍于向客户交付时点确认。采用新收入准则对本公司除财务报表列报以外无重大影响。

本公司根据首次执行新收入准则的累计影响数，调整2020年1月1日的留存收益及财务报表相关项目金额，对可比期间信息不予调整，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累计影响数进行调整。

2. 会计政策变更的影响

本公司执行新收入准则对2020年1月1日合并资产负债表及母公司资产负债表各项目的的影响汇总如下：
单位（元）

合并资产负债表项目	会计政策变更前2019年12月31日余额	新收入准则影响	会计政策变更后2020年1月1日余额
预收款项	100,686,959.83	-100,686,959.83	
合同负债		89,103,504.27	89,103,504.27
其他流动负债		11,583,455.56	11,583,455.56

母公司资产负债表项目	会计政策变更前2019年12月31日余额	新收入准则影响	会计政策变更后2020年1月1日余额
预收款项	38,214,296.65	-38,214,296.65	
合同负债		33,817,961.64	33,817,961.64
其他流动负债		4,396,335.01	4,396,335.01

(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： 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

1. 本期发生的非同一控制下企业合并情况

1. 合并交易基本情况

被购买方名称	股权取得时点	股权取得成本	股权取得比例(%)	股权取得方式	购买日	购买日的确定依据	购买日至期末被购买方的收入	购买日至期末被购买方的净利润
高密探索者体育用品有限公司	2020年6月30日	5,000,000.00	100.00	受让	2020年6月30日	经营权移交日期	7,994,567.96	317,778.97
北京悦宝园嘉品管理咨询有限公司	2020年7月1日		100.00	受让	2020年7月1日	工商变更	3,143,522.12	-904,405.40
孚日集团沂水梦圆家纺有限公司	2020年7月31日	2,600,000.00	60.00	受让	2020年7月31日	经营权移交日期	14,022,046.64	-308,964.42

2. 合并成本及商誉

合并成本	高密探索者体育用品有限公司	北京悦宝园嘉品管理咨询有限公司	孚日集团沂水梦圆家纺有限公司
现金	5,000,000.00		2,600,000.00
合并成本合计	5,000,000.00		2,600,000.00
减：取得的可辨认净资产公允价值份额	-1,117,304.60		-3,964,644.38
商誉	6,117,304.60		3,964,644.38
			-176,527.35

3. 被购买方于购买日可辨认资产、负债

公司名称	高密探索者体育用品有限公司		北京悦宝园嘉品管理咨询有限公司		孚日集团沂水梦圆家纺有限公司	
	购买日	购买日	购买日	购买日	购买日	购买日
	公允价值	账面价值	公允价值	账面价值	公允价值	账面价值
资产：						
货币资金	277,496.02	277,496.02	537,623.27	537,623.27	95,119.06	95,119.06
应收款项	519,305.80	519,305.80	436,790.42	436,790.42	410,077.09	410,077.09
存货	1,510,547.04	1,510,547.04				
预付账款	425,297.07	425,297.07				
其他应收款	1,027,821.59	1,027,821.59				
其他流动资产	347,556.59	347,556.59				
固定资产	706,126.45	706,126.45	65,783.98	65,783.98	6,780,488.22	6,780,488.22
在建工程	20,000.00	20,000.00				
无形资产	96,424.04	96,424.04			4,695,688.34	4,695,688.34
长期待摊费用			43,630.70	43,630.70		
负债：						
短期借款	1,300,000.00	1,300,000.00				
应付款项	1,991,758.58	1,991,758.58			7,353,827.13	7,353,827.13
预收帐款	2,304,337.84	2,304,337.84	4,201,412.12	4,201,412.12		
其他应付款	241,735.00	241,735.00	336,371.81	336,371.81		
应付职工薪酬	210,047.78	210,047.78	298,914.42	298,914.42		
应交税费			211,774.40	211,774.40		
净资产：	-1,117,304.60	-1,117,304.60	-3,964,644.38	-3,964,644.38	4,627,545.58	4,627,545.58
减：少数股东权益					1,851,018.23	1,851,018.23
取得的归属于收购方份额					2,776,527.35	2,776,527.35

4. 在子公司所有者权益份额发生变化的情况说明

2019年6月，本集团完成了睿优铭集团的60.74%的股权收购交易，根据收购协议，睿优铭集团2019年的实际业绩已触发孚日股份可以向睿优铭集团原股东行使回购权的条件，该项或有对价构成了金融资产。

2020年度，为了消除回购权的影响，本集团与睿优铭集团原股东签订《北京睿优铭管理咨询有限公司股权转让框架协议》、《关于北京睿优铭管理咨询有限公司及西藏芭迪熊企业管理有限公司的资产置换协议》，上述协议约定本集团以人民币4元受让睿优铭38.36%股权，至2020年12月31日，本集团对睿优铭集团的持股比例为99.10%。

孚日集团股份有限公司

法定代表人：肖茂昌

二〇二一年四月二十日