

证券代码：300591

证券简称：万里马

公告编号：2021-037

广东万里马实业股份有限公司 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。

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由立信会计师事务所（特殊普通合伙）变更为信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）。

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	万里马	股票代码	300591
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	施立斌	牟其飞	
办公地址	广州市海珠区新港东路1028号保利世界贸易中心F座3层	广州市海珠区新港东路1028号保利世界贸易中心F座3层	
传真	020-22319136	020-22319136	
电话	020-22319138	020-22319133	
电子信箱	wlm_stock@wanlima.com.cn	wlm_stock@wanlima.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

公司是皮具行业领先的民族品牌之一，主营业务为皮具产品的研发设计、生产制造、品牌运营及市场销售业务。同时，公司采取ODM的模式，为国际知名企业生产手袋等产品；通过控股子公司超琦科技为母婴产品、户外运动产品等品牌商提供电商平台旗舰店运营管理、物流管理、代理经销等综合服务。

公司经营的产品主要为皮具产品，按用途及渠道主要分为团购产品和时尚消费品类两大类；按品牌分为“万里马”、“Saint Jack”、“COOME”3个自有品牌产品，产品类别主要包括手袋、钱包、拉杆箱、皮鞋和皮带，同时，公司不断丰富产品线，搭配各式时尚精品小配饰，如眼镜、丝巾、钥匙扣等。

2018年3月，公司完成对新零售电商公司超琦科技的收购，超琦科技致力于为中产阶级家庭精选全球知名中高端品质生活方式品牌，主要聚焦母婴及户外运动大健康领域，通过线上线下零售相结合的模式，打造领先的“新零售”商业公司，为品牌商提供全价值链的电子商务服务。

目前，公司已经初步形成了三个自有品牌和多个代理品牌的“3+N”多品牌格局。自有品牌分别是主张“精品设计、精致时尚”的“万里马”，主张“英伦风尚、华彩人生”的“SAINT JACK”，以及主张“趣享缤纷、个性自我”的“COOME”。各品牌以不同的用料、设计、款式和色彩来表现不同的主题风格，再按照产品的风格、市场定位、价格等因素多层次覆盖目标客群，从而满足各个细分市场的差异化需求。同时，公司还不断加强与国外知名品牌的合作，通过超琦科技代理多个世界知名品牌，超琦科技签约的户外运动品牌包括：SUUNTO/颂拓、ON Running、FREITAG以及Vaude/巍德等；签约的母婴品牌包括MICRO/米高、ATOPALM/爱多康、Radio Flyer等。

公司在聚焦团购产品的同时和时尚消费品双向发力，围绕品质升级打造关键性竞争能力。团购产品客户群体较为稳定，主要分为军警系统、国家权力机关及其分支机构、国有大中型企业等三大类团购客户，业务规模占比较大。时尚品类主要通过直营渠道、电商渠道及代理加盟渠道面向终端零售开拓市场。

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	343,593,789.63	675,535,587.07	-49.14%	693,399,606.66
归属于上市公司股东的净利润	-145,205,499.79	23,998,807.09	-705.05%	37,797,261.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-153,871,685.11	22,486,794.42	-784.28%	37,597,046.05
经营活动产生的现金流量净额	-4,495,280.53	30,402,148.82	-114.79%	-87,726,059.01
基本每股收益（元/股）	-0.4654	0.0769	-705.20%	0.1211
稀释每股收益（元/股）	-0.4350	0.0805	-640.37%	0.1211
加权平均净资产收益率	-28.22%	4.67%	-32.89%	7.95%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	1,053,633,083.92	1,270,991,770.48	-17.10%	1,110,464,587.75
归属于上市公司股东的净资产	489,535,047.10	568,892,778.66	-13.95%	493,852,171.27

(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	43,270,573.60	115,042,772.57	112,072,631.59	73,207,811.87
归属于上市公司股东的净利润	-28,234,946.76	-26,915,298.84	-13,702,351.50	-76,352,902.69
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-28,417,483.83	-27,492,893.64	-15,527,191.53	-82,434,116.11
经营活动产生的现金流量净额	-38,611,447.40	-81,348,144.92	54,490,641.45	60,973,670.34

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

是 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

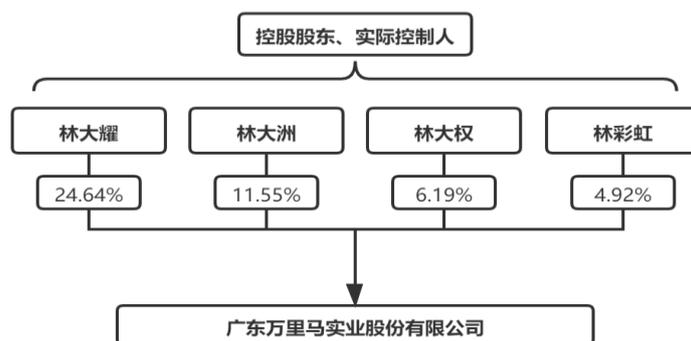
报告期末普通股股东总数	22,244	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	24,646	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
林大耀	境内自然人	24.64%	81,235,700	67,840,500	质押	21,760,000	
林大洲	境外自然人	11.55%	38,076,800	35,577,750	质押	38,069,992	
林大权	境外自然人	6.19%	20,413,000	20,387,250			
阮兴祥	境内自然人	4.94%	16,300,000	0			
林彩虹	境内自然人	4.92%	16,226,000	0	质押	1,925,997	
海通证券资管—海通证券股份有限公司—证券行业支持民企发展系列之海通证券资管 1 号 FOF 单一资产管理计划	其他	1.89%	6,240,000	0			
张汉廷	境内自然人	1.21%	4,000,000	0			
黄建新	境内自然人	0.70%	2,292,200	0			
林镜微	境内自然人	0.62%	2,059,910	0			
UBS AG	境外法人	0.48%	1,592,890	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	林大耀、林大洲、林彩虹、林大权系兄弟姐妹关系，为公司的控股股东、实际控制人，其中林大洲担任董事长，林大耀担任董事、总经理，林大权担任副董事长。						

(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
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

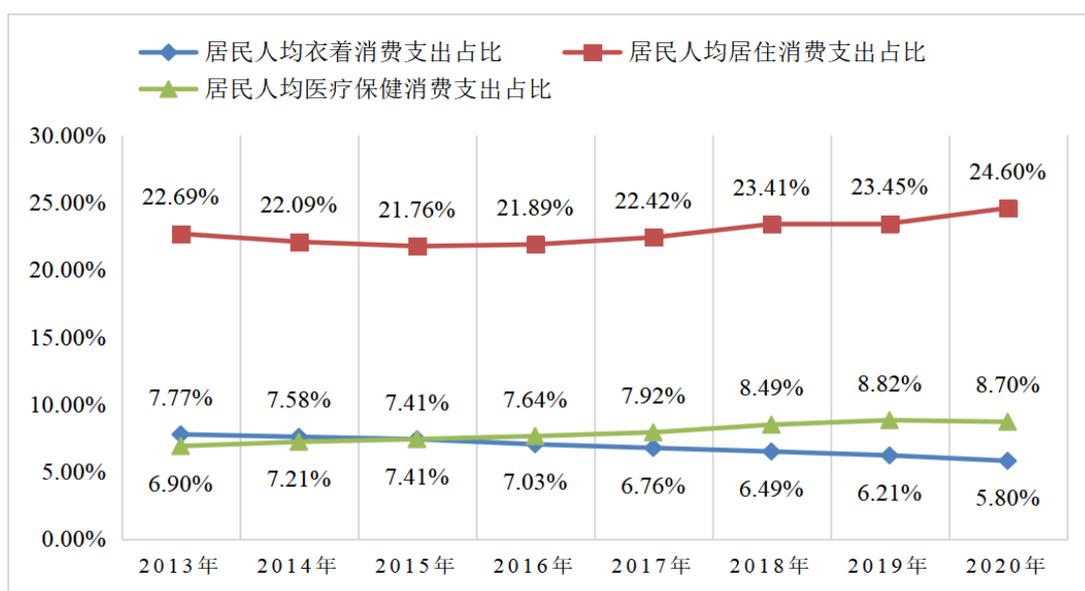
2020年是极不平凡的一年，新型冠状病毒肺炎疫情百年不遇，世界经济深度衰退，多重冲击前所未有，国内外风险挑战进一步上升，中美经贸关系仍然复杂严峻，动荡源和风险点增多。面对严峻复杂的国内外环境特别是新冠肺炎疫情的严重影响，公司所处行业也遭遇了前所未有的冲击。报告期内，在国内宏观经济增速明显放缓和消费增速出现负增长的大环境下，面对复杂的经营环境及激烈的行业存量竞争，加之突如其来的新冠肺炎疫情冲击，公司营业收入与归属上市公司股东的净利润较去年同期出现大幅下滑。

宏观经济面：新冠肺炎疫情百年不遇，世界经济深度衰退，多重冲击前所未有。疫情冲击消费，社会消费品零售总额增速首次转负。从国际环境上看，全球疫情一波三折，主要经济体经济增速大幅负增长，世界经济陷入二战以来最为严重的衰退。国内在党中央的坚强领导下，经过全国人民的顽强奋斗，经济总量突破百万亿大关。全年国内生产总值达101.6万亿元，比上年增长2.3%，是全球唯一实现经济正增长的主要经济体。中国经济在稳定复苏，但复苏基础还不牢固，结构性体制性周期性问题依然存在。从经济结构看，在经济增长的三驾马车中，疫情冲击服务业和消费，其对经济贡献率下滑。社会消费品零售总额自2012年开始逐步进入增长放缓期，在去杠杆、供给侧结构性改革深入推进、贸易摩擦背景下，消费趋势总体呈现减速放缓迹象。2020年度，在疫情冲击下，社会消费品零售总额增速首次转负，全年社会消费品零售总额391,981亿元，比上年下降3.9%，是主要宏观指标中唯一一个没有转正的。其中，服装、鞋帽、针纺织品类下降6.6%。



资料来源：国家统计局

整体行业层面：行业存量竞争激烈，鞋服行业受疫情冲击明显。受居民消费结构中居住、医疗等支出挤占效应影响，人均衣着消费支出占居民消费支出的比例持续下滑。行业竞争方面，公司所处行业为完全竞争市场，行业全面进入存量竞争阶段。国内皮具、鞋类终端品牌众多，市场竞争激烈，增长乏力、利润率下滑是行业内众多企业面临的普遍困境。根据国家统计局数据显示，2020年规模以上工业企业皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业营业收入为10,129.1亿元，同比下降14.5%，营业成本8,735.7亿元，同比下降14.5%，利润总额553.5亿元，同比下降20.7%。供给面，市场上国内品牌繁多，新兴网红品牌、淘品牌等线上品牌不断涌现。加之近年来跨境电商、海淘兴起，也面临国外品牌的冲击。消费面，随着90后及00后人群成长为主力消费人群，因其成长环境、代际观念等因素影响，呈现与60、70及80后截然不同的消费理念、消费需求及消费习惯，消费风格偏好多变。随着互联网、大数据、人工智能等新技术与传统零售深度融合，新模式、新业态、新物种不断涌现，零售业态不断迭代。消费面，鞋服需求是居民生活基础性需求，受居民收入水平影响较大，虽然近年来我国居民收入水平持续提升，但增速明显放缓，整体呈现下降趋势。叠加今年以来的疫情影响，根据国家统计局发布的数据显示，2020年，全国居民人均可支配收入32,189元，比上年名义增长4.7%，扣除价格因素，实际增长2.1%。细分来看，根据国家统计局发布的数据显示，服装鞋帽、针纺织品类限额以上零售额增速下降更为明显，2020年全年，社会消费品商品零售中的服装鞋帽、针纺织品类零售额为12,365亿元，同比下滑6.6%。从消费结构来看，居住和食品是我国居民最主要的两个消费方向，受居民消费结构中居住、食品、医疗等支出挤占效应影响，人均衣着消费支出占居民消费支出的比例持续下滑。2020年全年，全国居民人均消费支出21,210元，比上年名义下降1.6%，扣除价格因素，实际下降4.0%。人均衣着消费支出1,238元，下降7.5%，占人均消费支出的比重仅为5.8%。除此之外，今年上半年新冠肺炎疫情在全国爆发，受交通管制和延期复工影响，居民收入降低，同时医疗防护用品支出增加，短期内对消费造成进一步冲击。



资料来源：国家统计局

总体而言，公司行业竞争逐步加剧，整体处于存量竞争阶段。行业整体营业收入、利润总额呈下降趋势。2020年，一场突如其来的新冠肺炎疫情在全球蔓延，导致人们正常的生产生活受到影响，导致行业遭遇了前所未有的冲击。公司最近一期业绩下滑情况与同行业公司基本保持一致。

公司经营层面：面对严峻复杂的国内外形势、行业所遭受的冲击、激烈的市场竞争以及突如其来的新冠肺炎疫情冲击，报告期内，公司实现营业收入343,593,789.63元，同比下滑49.14%，实现归属于上市公司股东的净利润-145,205,499.79元。报告期内，公司营业收入和净利润较去年同期下滑幅度较大，主要原因系当期公司经营受新冠肺炎疫情影响较大所致。具体来说：

1. 销售端，受疫情影响，团购渠道延缓验收延缓招标，直营渠道客流大幅下滑，各营销渠道收入减少

在公司各大类营销渠道中，团购业务的销售规模占比最大。2020年度，团购客户销售收入占主营业务收入的比例为76.53%。对于团购渠道业务，一方面，团购客户延缓了到公司进行出厂检验的工作，导致已完工的货物推迟验收交货，截至2020年12月末，已完工入库未验收待发货的团购产品共计有4,721.58万元；另一方面，主要团购客户将原本应该在年初招标的部分项目延迟到下半年进行，也影响了公司团购渠道的整体业绩。对于非团购渠道业务，受疫情影响，各大商场、购物中心以及街边商铺等客流大幅减少甚至关店，对公司直营渠道和代理加盟渠道店铺销售也造成了较大影响。

2. 生产和费用端，延期复工导致产能下降，固定成本费用抵减利润

报告期内，受疫情冲击，员工复工客运受阻，复工率不高，公司生产部门延期一个多月才陆续复工，导致产能下降。延期复工期间，资产折旧摊销、员工工资等固定成本费用照常支出。同时，受物流滞后、原材料供应短缺及团购订单推迟等影响，报告期内，完工品入库数量大幅下降，与去年同期相比毛利率下滑。

3. 计提商誉减值

公司于2018年3月收购超琦科技，该次收购系非同一控制下的企业合并。该次收购完成后，公司将合并成本大于可辨认净资产公允价值的差额6,336.20万元确认为商誉。受疫情影响，2020年度超琦科技业绩不达预期。疫情期间，主要户外运动产品需求量降低，而超琦科技收入规模中户外运动产品收入占比相对较高，使得当期超琦科技整体收入规模有所下滑所致。根据《企业会计准则第8号-资产减值》及相关会计政策规定，公司在2020年度报告中对商誉进行减值测试，对超琦科技计提商誉减值4,892.18万元。

以上因素共同作用，使得公司当期出现较大幅度亏损。

报告期内，公司紧紧围绕“多品牌、多渠道、多品类”战略方针，以团购业务为抓手，以新零售电商渠道为切入点，探索新兴营销模式，加大研发投入。报告期内，公司各项主要经营情况如下：

1. 投资建设特种防护产品生产线上，挖掘新的业务增长点

近年来，在国家军民融合战略实施及公司在团购业务的战略布局下，团购渠道业务取得了高速发展。严苛的军品生产质控体系铸就了万里马过硬的产品品质。公司以高质量的产品获得了良好的口碑，尤其在团购客户中树立了较好的形象，团购渠道客户涵盖了中国人民解放军联勤保障部队供应局、中国人民武装警察部队后勤部物资采购站、武警交通指挥部后勤部军需物资处、武警森林指挥部后勤部、广东省公安厅、湖南省公安厅、深圳市公安局、中国南方航空股份有限公司、广州铁路（集团）公司站车服务中心等。

报告期内，公司继续投资建设单兵防护装备生产线，同时结合国家强兵、精兵路线和军民融合发展战略的有利时机，研发单兵装备特种防护被装产品进一步拓展业务产品线，持续布局特种作战防护类产品。在同质化竞争激烈的当下，公司不断夯实团购渠道业务构建护城河，挖掘新的业务增长点。

2. 与高校科研机构开展合作，持续投入研发

企业的研发能力对于企业长期发展至关重要，随着市场竞争的日益激烈，企业的生存与发展越来越依赖于研发能力，是提升企业核心竞争力的重要影响因素。2020年度，公司继续高度重视研发设计，持续加大研发投入，报告期内投入研发费用3,273.86万元，占营业收入的9.53%。公司业务以团购为主，在团购品类方面，公司目前单兵装备主要以解放军及武警被装产品为主。公司将通过智能制造和信息化升级建设，向自动化、智能化方向转型升级。同时结合国家强兵、精兵路线和军民融合发展战略的有利时机，研发单兵装备特种防护被装产品进一步拓展业务产品线，为特定团购客户定向研发军警被装换装产品及特种作战防护类产品，从而提升公司产品的科技含量，巩固团购渠道优势，增强公司产品的核心竞争力。

除了自主研发，公司还积极与高校、科研机构等开展合作，充分利用外部资源进行创新。进一步推进“产学研”合作，加快科技成果产业化转化，不断提高公司的科技创新能力，实现产业升级。

3. 不断探索新兴营销渠道

随着网络技术的发展、移动终端的普及和短视频、社交APP的兴起，近年来诞生了很多新兴营销模式，如直播带货、网红带货、C2M模式（Customer-to-Manufacturer，用户直连制造的缩写，是一种新型的工业互联网电子商务的商业模式，又被称为“短路经济”）等。这些模式相对于传统的营销渠道，实现了用户需求与生产制造的直接匹配，去除了大规模铺店和中间流通环节，运用得当能有效提高生产要素的生产率。报告期内，公司不断探索明星带货、网红带货和员工带货等模式，先后入驻微商场、小红书、抖音、快手、微信直播等平台，不断挖掘新营销潜能。

4. 优化营销渠道结构，关闭亏损店铺

在消费结构调整、社会消费品零售总额和服装类零售额增速下降、终端需求疲软、竞争加剧等多重因素影响下，线下门店经营压力加大。叠加今年疫情影响，线下客流大幅减少。直播带货等新营销渠道体现出优势，越来越受消费者青睐。公司适时调整五大类营销渠道的经营策略，除部分形象店外，适当关闭了部分经营亏损的终端店铺，以快速对内外部商业环境的变化作出反应。截至报告期末，公司门店总数为85家，较去年同期减少了112家。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 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

适用 不适用

单位：元

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
皮带	40,377,683.73	-19,542,024.44	15.45%	-40.71%	-530.29%	-17.83%
手袋	53,176,873.68	-26,590,609.26	13.84%	-55.00%	-571.10%	-17.55%
鞋品	191,425,794.79	-114,776,705.15	3.89%	-48.08%	-4,370.67%	-23.45%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 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

适用 不适用

公司2020年度实现归属上市公司股东的净利润为-14,520.55万元，造成公司2020年度业绩下滑的主要原因如下：

首先，受疫情影响，客户户外训练或运动等活动受限，降低了客户对公司产品的需求，使得2020年度公司销售占比最高的团购渠道销售收入大幅下滑。同时，疫情期间固定成本费用分摊较大，使得公司团购渠道毛利率亦大幅下滑。

其次，2020年度，公司直营渠道关闭部份亏损店铺，部分亏损店铺因经营时间较短，撤店过程中需向商场一次性补足商场保底收入、一次性摊销货柜费用及支付人员的遣散费等相关费用，相关支出较大。

再次，受疫情影响，户外运动产品需求量降低，而子公司超琦科技收入规模中户外运动产品收入占比相对较高，使得当期超琦科技整体业绩未达预期，公司相应计提商誉减值准备。

6、面临退市情况

适用 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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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) 与上年度财务报告相比，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。