公司代码：603365 公司简称：水星家纺

上海水星家用纺织品股份有限公司
2020 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

金流量净额

营业收入 1,166,620,866.39 1,275,387,910.14 -8.53

归 属 于 上 市 公 司 股

东的净利润

95,258,843.31 134,598, 765.43 -29.23

归 属 于 上 市 公 司 股

东 的 扣 除 非 经 常 性

损益的净利润

67,969,898.09 106,994,458.72 -36.47

加 权 平 均 净 资 产 收

益率（%）

4.11 6.14 减少2.03个百分点

基本每股收益（元／

股）

0.36 0.50 -28

稀释每股收益（元／

股）

0.36 0.50 -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） 12,597

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

水星控股集团有限

公司

境内非国有法

人

40.42 107,800,000 1 07,800,000 无 0

李来斌 境内自然人 6.33 16,867,520 16,867,520 无 0

谢秋花 境内自然人 3.81 10,167,520 10,1 67,520 无 0

李裕陆 境内自然人 2.63 7,013,600 7,013,600 无 0

5 An 8f 8 (8521 06S1%521: 06S18 5A % 5A 5

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
2020 年上半年，受新冠疫情的影响，家纺行业整体运行情况较上年同期出现大幅下降，面对
复杂多变的市场环境与经营压力，公司迅速决策，组织各部门力量积极应对，实现营业收入 11.67
亿元，同比下降 8.53%。具体表现为：
（一）加速线上线下融合发展，努力降低疫情影响
疫情期间，公司线下业务，特别是经销渠道业务受到较大的冲击，其主要表现在终端门店疫
情期间不能正常营业以及物流运输不畅、复工后客流量增长缓慢、当季营销活动开展受阻等，导
致占比较大的婚庆系列产品、优势的极致大单品系列产品销量明显下降。随着疫情逐步得到有效
控制，线下销售逐渐恢复，二季度明显好于一季度，但尚未达到去年同期水平。
面对疫情带来的消费场景的巨大变化，公司加速了传统线下门店与多样化的线上渠道的快速
融合，展开了以线下实体门店为主体，以云店、天猫优品旗舰店为两翼的“一体两翼”新零售战
略布局，为实现“线上线下相互融合，企业全链路数字化”的长期发展战略迈出了重要一步。疫
情发生初期，公司即刻组织信息中心牵头、多部门高效协作极速启动云店工作，短时间内完成建
店、商品上架、支付、微信直播等相关工作，帮助线下门店在疫情期间快速展开网上销售从而努
力弥补不能开门营业所带来的损失。5 月 16 日，借助天猫新零售本地化业务技术，公司成功上线
天猫优品旗舰店，组织线下门店接入店铺系统，一方面满足消费者对高品质线下商品的线上购买
需求，并同时享受线下贴近、贴身、贴心的服务；另一方面，扩展了经销商的线上销售渠道，帮
助其聚焦本地流量的拓展，增强会员购买的黏性，从而提升销售利润。正是因为公司长期以来从
组织、人员、投资、技术、市场化合作等诸多方面为打通全链路数字化做出的准备、探索和实践，
才使得公司能够在疫情影响的危机时刻果断决策、迅速实施。今后，公司将进一步加速推进全链
路的数字化改造，将更多的门店、更多的区域纳入到转化链路中来，借助互联网工具，加速线上
线下的全面融合，为品牌不断注入新的活力。
（二）快速适应行业变化，继续保持电商优势

赢得了品牌美誉度，在品牌娱乐化传播的路上迈出了新的一步。公司与高级婚尚生活杂志《时尚
新娘》合作，参与多对明星夫妻的平面大片拍摄，同时借助其在婚恋人群中的超高影响力，为水
星婚庆系列产品推广助力。
（四）持续提升技术研发创新能力
报告期内，公司继续以纤维新材料和助剂材料的研发为重点，以开发健康、舒适、生态型家
纺产品为基本方向，满足消费者当前对于卫生健康安全防护的需求，重点开展了抗菌、防螨、智
能家纺等项目的技术研发和科技攻关，获得了大量的阶段性技术成果。联合常州大学、东华大学
等单位合作开展的“功能性微胶囊制备及应用关键技术研发与产业化”项目通过了中国纺织工业
联合会组织的专家鉴定，并共同申报了中纺联科技进步奖。 与苏州大学纺织服装工程学院王国和
教授团队合作开展的“基于睡眠感知科学的健康舒适床品关键技术与产业化”项目结题通过验收，
并共同申报了中纺联科技进步奖。报告期内，新申请发明专利 2 项，实用新型专利 2 件，取得授
权实用新型专利 2 件。
（五）整体数字化转型推动整体运营效率提升
公司深度拥抱数字化，根据发展战略制定了信息化、数字化配套战略，以实施大数据项目为
契机，深化数字化管理和运营能力。报告期内，公司大数据项目二期完成整体建设工作，进入运
营迭代阶段，旨在打造数字化经营改善闭环，整体提升企业运营效率和差异化竞争能力。
公司持续加大整体数字化运营体系的配套建设投入，从“业务在线、运营在线、组织在线”打造
数智化的业务中台能力，和灵活、快捷、可适配的数智化前端能力。在终端零售积极试点品牌小
程序商城、直播、小视频、在线社交运营等移动在线的数字化零售模式，打造品牌人货场的多维
空间，贴近贴身贴心地精准服务于广大品牌消费者。
公司持续深化实施供应链整体数智化项目，全面提升供应链上下游和内部协同效率；2020 年
上半年完成了奉金路智能化仓储物流中心的二期建设工作，在公司总部打造了高效自动化、精准
化的智能仓储运营能力，还在持续开展配合线上线下全渠道快速响应能力的供应链能力和仓储物
流能力建设，提升消费者的购物体验。
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
详见公司 2020 年半年度报告全文“第十节 财务报告 五、重要会计政策及会计估计 44.重要
会计政策和会计估计的变更”。
3.3
法ˑᄰ倬耀૑估计和ᇇႪ䰩法Ĕ矐蘊밀会䄀ᄁ崑壏因及其影响

仌푀适用ࠈ