

公司代码：603196

公司简称：日播时尚

日播时尚集团股份有限公司  
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  
无

## 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 | 日播时尚 | 603196 | -       |

| 联系人和联系方式 | 董事会秘书                  | 证券事务代表                 |
|----------|------------------------|------------------------|
| 姓名       | 张云菊                    | 张加代                    |
| 电话       | 021-57783232-8726      | 021-57783232-8726      |
| 办公地址     | 上海市松江区茸阳路98号           | 上海市松江区茸阳路98号           |
| 电子信箱     | zhengzheng@ribo.com.cn | zhengzheng@ribo.com.cn |

### 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           | 973,323,006.82 | 1,138,560,851.04 | -14.51          |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 777,224,179.74 | 922,525,741.06   | -15.75          |
|               | 本报告期<br>(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 | 12,540,837.58  | -14,731,093.74   |                 |
| 营业收入          | 311,278,024.01 | 518,067,922.65   | -39.92          |
| 归属于上市公司股      | -97,587,674.30 | -16,274,693.92   | 499.63          |

|                        |                |                |            |
|------------------------|----------------|----------------|------------|
| 东的净利润                  |                |                |            |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | -97,261,279.25 | -21,923,528.41 | 343.64     |
| 加权平均净资产收益率(%)          | -11.17         | -1.75          | 减少9.42个百分点 |
| 基本每股收益(元/股)            | -0.4066        | -0.0678        | 499.71     |
| 稀释每股收益(元/股)            | -0.4066        | -0.0678        | 499.71     |

### 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)          |         | 13,815                                       |             |              |            |            |
|------------------------|---------|--|-------------|--------------|------------|------------|
| 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 |            |
| 上海日播投资控股有限公司           | 境内非国有法人 | 54.00  | 129,600,000 | 0            | 质押         | 49,028,088 |
| 王卫东                    | 境内自然人   | 12.11  | 29,070,000  | 0            | 无          |            |
| 曲江亭                    | 境内自然人   | 6.64   | 15,930,000  | 0            | 无          |            |
| 林亮                     | 境内自然人   | 0.58   | 1,400,000   | 0            | 无          |            |
| 赵红武                    | 境内自然人   | 0.42   | 1,018,000   | 0            | 无          |            |
| 赵亚敏                    | 境内自然人   | 0.41   | 985,100     | 0            | 无          |            |
| 赵荣                     | 境内自然人   | 0.41   | 981,800     | 0            | 无          |            |
| 谢吉潮                    | 境内自然人   | 0.26   | 627,100     | 0            | 无          |            |
| 郭慧芸                    | 境内自然人   | 0.20   | 469,600     | 0            | 无          |            |
| 上海小鳄资产管理有限公司-天龙一号基金    | 境内非国有法人 | 0.19   | 445,300     | 0            | 无          |            |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明       |         | 王卫东与曲江亭为夫妻关系；王卫东、曲江亭、林亮均为上海日播投资控股有限公司的股东兼董事。 |             |              |            |            |
| 表决权恢复的优先股股东及持股数量       |         | 无  |             |              |            |            |

|     |  |
|-----|--|
| 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

2020年初，新冠肺炎疫情突然袭来，商铺延期开业、居民出行不便、交通物流不畅，消费活动明显受限，对零售和服装行业造成巨大影响，尤其是线下门店零售遭受重创。疫情发生后，公司管理层高度重视、积极组织部署，第一时间主动暂停线下门店营业，确保全体终端店铺员工和亲友的健康安全，报告期内公司员工零感染。另一方面，公司加紧准备复工复产物资，同时也积极向疫情重灾区伸出援手，承担我们应尽的社会责任。

4月以来，随着全国众志成城地齐心抗疫，疫情蔓延得到了快速有效控制。全国各大零售商圈有续恢复营业状态，各地政府在严格防控防疫措施下，纷纷在促进消费领域给予大力支持，并通过各种促销活动、发放消费券等形式，吸引客流前往线下消费。在线下实体门店陆续恢复营业后，公司主力品牌回归盈利轨道，各项经营指标环比逐月回暖。

疫情影响虽然对行业带来短暂的冲击，但也加速了行业变革，特别是营销模式的变革。面对充满挑战的外部经济和行业环境，公司积极分析应对市场环境变化，加大网络销售力度，坚定研发投入提升产品竞争力，持续提高柔性供应链水平，按需供应、有效控制库存，持续推进以“用户价值体验为核心”的全网全渠道建设，优化和调整门店、关闭低效门店。

公司通过精益采购、降低库存、控制费用等措施，使经营活动现金净流量明显回升。报告期内，经营活动现金流量净额为 1,254.08 万元，由上年同期的-1,473.11 万元，增加 2,727.19 万元。

在报告期内，公司主要着力于以下工作：

##### （一）加快数字化全网全渠道布局，助力销售

以数据智能化助力销售，公司全网全渠道战略致力建立以数据中台为支撑，通过收集消费者画像、商品画像等进行智能分析决策，为客户提供“任何产品，任何时间，任何地点的全天候服务”。通过销售、物流系统和结算模式的升级与数据共享，将公司所有销售渠道作为一个整体，在最短时间内满足客户需求，极致化用户体验。报告期内，公司通过跨渠道完成的销售共计 3,115.22 万元，占总营业收入约 10%，同比提升 175.79%。

##### （二）继续优化直营门店，提高零售能力

公司上半年聚焦门店发展，寻找零售端存在的问题，灵活调整政策，开展客服知识、技能、心态类培训，增强销售团队整体战斗力，提高零售能力。在消费者的购物习惯进一步向移动互联

网和社交电商转移的情况下，面临门店租金和人力成本居高不下的挑战，公司继续优化调整渠道结构，对于商圈变化、客单量长期低迷且持续亏损的低效直营门店，果断关闭，但对占据流量风口，具备高级坪效店潜力的线下点位仍然坚持投入。

### （三）逆势加大品牌推广力度

低靡市场中，公司逆势加大品牌推广力度，持续传播品牌核心文化。报告期内，“broadcast 播”品牌曝光和互动效果明显，不仅与知名媒体（自媒体）“BOBOSNAP”、“STYLE”、“Stream 潮流”、“精品购物指南”、“madame FIGARO”等联合撰文种草营销，还与上百位时尚达人 KOL 建立起深度合作关系，频繁在微博、微信、抖音和小红书等社交媒体平台间互动传播。在女神节特别企划中，倡导粉丝们晒出这个特别时刻的积极生活状态，即使生活凌乱，也要鲜衣怒马。

### （四）双线推进 IP 营销和直播营销模式升级

推进 IP 营销升级，上半年公司品牌方与国际知名 IP、艺术家等进行跨界合作联名，推出一系列限定产品，其中“broadcast 播”、“brodcute 播”品牌携手经典动漫 IP “哆啦 A 梦”，主题为“与梦为伍，伴你同行”，开启一场重温旧梦之旅，恰当利用品牌与 IP 共性，打造出一系列爆款商品，一时间成为极具共鸣感的互动话题，引发粉丝热烈留言分享。据统计，推广期内联名营销活动累计传播曝光量超过 3,000 万次，覆盖上亿级目标客群，赢得口碑和市场的丰收。

推进直播营销升级，上半年公司成立新零售运营部，招募专职主播，增加新品发布与互动直播频次，大力探索直播营销新方式。同时，公司不定期邀请外部时尚主播和达人做客品牌直播间，通过分享她们的时尚穿搭体验，吸引粉丝聚集讨论，增强用户信任度和消费信心，加大品牌粘性。

### （五）持续高比例研发投入

加大服装及面料研发投入，研发具备市场竞争力的版型工艺与材料，巩固公司在行业 and 市场的领先优势，持续提升研发核心竞争力。上半年公司通过引入 3D 数字化制版技术，设计师可以在线上进行设计与修改，生成的 3D 服装模型可以直接用于展示或者对接生产，制版效率大大提升。不仅如此，经 3D 渲染后的样衣模型也可用于网络预售，检测适销性；在内部评估会中可减少实体样衣制作，大幅节约了服装开发和设计成本。报告期内，公司研发投入占营业收入 4.13%，长期维持较高比例，新获得授权专利 4 项，累计获得授权专利 40 项。

### （六）优化管理流程，存货规模再压缩

严格执行经营计划，不断坚持创新、深挖潜能，利用数字化技术优化业务管理流程，充分发挥集团平台化管理优势，降本增效。报告期内，公司管理费用同比下降 13.22%，控费效果明显。

实行精细化存货管理，以智能企划提高产品售罄率，柔性供应减少库存积压损失，奥莱渠道细化去库存目标，各项有力举措使存货规模进一步压缩。报告期末，公司存货余额 2.11 亿元，同比下降 26.38%，存货规模呈现下降趋势。

### 2020 下半年，面对依然严峻的市场形势，公司将继续做好以下工作：

1、提升品牌影响力：根据市场复苏情况，持续捕捉消费者需求，继续专注发展核心产品，围绕全网全渠道战略，为消费者创造更多价值，通过跨界 IP 合作、艺术家及与知名品牌设计师联名打造明星商品，提升品牌影响力。

2、优化渠道建设：优化现有渠道布局，提升各渠道的经营能力；推动经销商加入全渠道营销网络，挖掘市场空白点和机会点，拓展下沉市场。朝着全渠道轻资产、精益运营的目标不断前进。

3、加快数字化转型：推进全方位数据采集、用户画像洞察、多渠道精细化用户触达，对效果

评估实时反馈，用数据驱动增长；从提升精准营销、优化业务运作、拓展业务机会三个方面加快公司数字化转型。

4、开拓新兴市场：评估新兴渠道及平台，选准时机以合适的产品切入新兴市场。

5、推进新零售培训：加大消费终端运营投入，促进自由消费者的招募、培训、转化及裂变，提高全网全渠道销售占比。

### **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《日播时尚集团股份有限公司 2020 年半年度报告》“第十节财务报告”之“五、重要会计政策及会计估计”之“44.重要会计政策和会计估计的变更”。

### **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