公司代码：603908

公司简称：牧高笛

牧高笛户外用品股份有限公司
2019 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	牧高笛	603908	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王潘祺	叶洋
电话	0574-27718107	0574-27718107
办公地址	宁波市江东北路475号和丰创意广场意庭楼14楼	宁波市江东北路475号和丰创意广场意庭楼14楼
电子信箱	ir@mobigarden.com.cn	ir@mobigarden.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	703,171,503.66	628,161,529.38	11.94
归属于上市公司股东的净资产	440,396,622.86	453,213,822.51	-2.83
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增

	(1-6月)		减(%)
经营活动产生的现金流量净额	30,064,885.57	33,541,826.58	-10.37
营业收入	327,395,146.32	356,819,482.78	-8.25
归属于上市公司股东的净利润	37,200,300.35	38,849,148.00	-4.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	31,865,048.96	33,180,613.60	-3.96
加权平均净资产收益率(%)	8.03	8.46	减少0.43个百分点
基本每股收益(元/股)	0.56	0.58	-3.45
稀释每股收益(元/股)	0.56	0.58	-3.45

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)		9,186				
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	
宁波大牧投资有限公司	境内非国有法人	53.14	35,440,853	35,440,853	无	0
浙江嘉拓投资管理有限公司	境内非国有法人	12.30	8,199,842	8,199,842	质押	920,000
深圳市创新投资集团有限公司	境内非国有法人	2.36	1,574,450	0	无	0
浙江红土创业投资有限公司	境内非国有法人	1.43	953,450	0	无	0
华宝信托有限责任公司—“辉煌”67号单一资金信托	其他	1.01	673,050	0	无	0
杭州红土创业投资有限公司	境内非国有法人	0.98	656,558	0	无	0
弘扬投资管理(深圳)有限公司—弘扬道子天地一号私募证券投资基金	其他	0.53	354,000	0	无	0

黄兴林	境内自然人	0.42	282,000	0	无	0
金兴旺	境内自然人	0.41	270,300	0	无	0
于斌	境内自然人	0.40	265,200	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	宁波大牧投资有限公司为公司控股股东，宁波大牧投资有限公司控股股东陆瞰华与浙江嘉拓投资管理有限公司控股股东陆瞰峰为兄弟关系并签署了《一致行动协议》，同为公司实际控制人；深圳市创新投资集团有限公司为浙江红土创业投资有限公司和杭州红土创业投资有限公司的第一大股东；徐静为公司董事和高管。除此之外，未知其它股东之间是否存在关联关系，也未知其它股东是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

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

1、外销业务

(1) 保持 OEM/ODM 产能稳定增长，进一步提高海外基地生产效率

公司利用孟加拉、越南人力成本优势，布局海外生产基地建设，通过对现有制造基地产能整合，实现降本增效。上年度孟加拉老厂扩建、越南新厂建设陆续完成后，公司促进其产能逐步释放的同时也稳步提升生产效率，通过升级硬件、软件，不断加强精益化、自动化、智慧化、智能化四化建设，将制造中心逐步转型升级，逐步实现精益管理与智能制造；同时加强管理干部培养与一线员工技能培训，搭建人才梯队，提升人效，保证一线技能员工的顺利迭代。今后，国外国内 OEM/ODM 业务将通过合理的生产计划安排，充分发挥协同作用。

(2) 积极拓展国外市场，稳定老客户开拓新客源

公司重视客户关系维护与新市场拓展，在保证战略客户持续稳定合作的基础上，大力开拓新

客户资源，完善营销网络搭建。对于国外市场，公司进一步加强了在大洋洲、非洲、亚洲等新市场的开发力度，布局户外市场潜力较大的新兴市场。

2、品牌业务

(1) 持续优化品牌营销渠道

随着消费者消费习惯、偏好不断变化，各消费品牌商的线下渠道逐渐向城市商圈中的集吃、喝、玩一体的购物中心（Shopping mall）、百货集中，最初的街店旺铺随着消费人流下降不断关闭。2019年上半年公司品牌运营中心继续对国内线下渠道进行梳理调整，关停部分位置较差或运营业绩、效率低的门店，并通过募投项目开设新店，完善营销渠道建设，加快自有品牌线下自营门店开设与加盟区域拓展，提升自有品牌渠道力与品牌影响力。

(2) 产品持续研发创新

2019年上半年公司研发投入437.35万元，同比增长16.23%。报告期内加强了市场调研力度，一方面优化现有ODM帐篷产品性能，增强产品竞争力，一方面不断尝试开发新产品，平衡产能，提升产能利用率。分渠道、分场景梳理产品开发线，建立了针对不同渠道的产品开发团队，加强市场调研力度，以消费者需求为导向开发产品。通过各销售端大数据分析、整合优质供应商资源，增加了产品的多维度展示，丰富客户体验。

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

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