

公司代码：603889

公司简称：新澳股份

浙江新澳纺织股份有限公司
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	新澳股份	603889	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李新学	郁晓璐
电话	0573-88226060	0573-88455801
办公地址	浙江省桐乡市崇福镇观庄桥	浙江省桐乡市崇福镇观庄桥
电子信箱	lxx@xinaotex.com	yx1@xinaotex.com

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	3,258,433,424.51	3,082,698,296.28	5.70
归属于上市公司股东的净资产	2,379,600,386.58	2,369,739,712.42	0.42
	本报告期 (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	-80,725,712.95	199,435,882.90	
营业收入	1,076,730,181.24	1,574,813,858.81	-31.63

归属于上市公司股东的净利润	90,977,959.86	131,995,180.04	-31.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	35,721,852.77	116,822,220.49	-69.42
加权平均净资产收益率(%)	3.77	5.48	减少1.71个百分点
基本每股收益(元/股)	0.18	0.26	-30.77
稀释每股收益(元/股)	0.18	0.26	-30.77

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)		11,987				
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	
浙江新澳实业有限公司	境内非国有法人	31.09	159,120,000	0	质押	109,000,000
沈建华	境内自然人	14.50	74,194,705	0	无	
吴立	境内自然人	2.96	15,155,281	0	无	
贾伟平	境内自然人	1.76	8,993,081	0	无	
夏坤松	境内自然人	1.68	8,611,969	0	无	
陈庆特	境内自然人	1.30	6,651,264	0	无	
朱惠林	境内自然人	1.20	6,146,725	0	无	
长春嘉信股权投资基金管理有限公司—嘉信六合策略精选3号基金	未知	1.20	6,133,547	0	无	
汤玫	境内自然人	1.18	6,030,007	0	无	
中信银行股份有限公司—九泰锐益定增灵活配置混合型证券投资基金	未知	1.17	5,995,388	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中沈建华系浙江新澳实业有限公司控股股东，并担任董事长。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

(一)报告期内毛纺行业情况

1、纺织品内销市场温和恢复

进入二季度，我国疫情防控形势持续向好，消费市场呈现回暖。截至5月，国内社会消费品零售总额的同比跌幅已经收窄到2.8%。纺织品服装的消费恢复速度较慢，线下纺织品服装零售在1-5月同比下跌23.5%，网上穿类商品零售额同比下跌6.8%，毛纺类产品的销售情况预计要差于这个水平。

2、外销市场跌幅持续扩大，跌幅明显高于产量的同比情况

1-5月，毛纱线出口量同比下跌23%，毛织物出口量同比下跌41%。同期毛衣和毛梭织服装的出口量分别下跌了42%和41%。出口跌幅较1-4月水平进一步下滑。从1-5月生产情况来看，毛纱线产量同比下跌18%，毛织物产量同比下跌19%。总体来看，上半年出口受阻且未见恢复迹象，且国内的生产情况与出口情况并不一致，生产更多依赖于内销市场。

3、行业运行质量水平较低，风险挑战增多

根据国家统计局数据，1-5月，889家规模以上毛纺织企业营业收入下降26.1%，降幅比1-4月收窄0.53个百分点；其中出口交货值下降35.2%，降幅比1-4月加大2.84个百分点，外销压力仍在回升。1-5月，规上企业亏损面达到46%，比1-4月收窄1.38个百分点，规上企业利润率为1.6%，较上年同期下滑1.7个百分点，行业运行质量水平较低，行业风险挑战增多。

4、原料消费情况呈现波动

1-5月，羊毛进口量为9.9万吨，同比下滑了28%，较1-4月跌幅再度呈现回落。进口单价同比下跌了12%。毛纺原料的消费情况并不稳定，受运输限制、订单不足等因素困扰，原料消费也未呈现持续的恢复。

5、下半年形势预期：

下半年是毛纺产品销售旺季，毛纺产品在内销秋冬市场，和海外圣诞市场的销售情况至关重要。毛纺产品的消费复苏将更主要依赖于内销，国内市场的恢复对毛纺产品的消费更加关键。目前疫情还未完全得到控制，未来的形势还有很大不确定性。如果下半年疫情能够得到较好的控制，人们的生活能够回到正轨，估计全年毛纺行业的销售下滑在20%左右，国内销售下滑15%，出口跌幅25%左右。

（二）报告期内主要工作回顾

2020 年是极为特殊与不平凡的一年，突如其来的新冠肺炎疫情将世界经济发展拖入至暗时刻，仍在蔓延的海外疫情正在引发历史性的经济衰退。与此同时，国际形势加剧波谲云诡，全球化遭遇逆流、贸易保护主义抬头。值得庆幸的是，国内疫情防控取得重大战略成果，经济发展呈现稳定转好态势。党中央明确提出要扎实做好“六稳”工作、落实“六保”任务。国内在疫情防控和经济恢复上都走在世界前列。正如习总书记所言：“大疫当前，百业艰难，但危中有机，唯创新者胜。”愈是复杂恶劣的外部环境，愈是加速行业洗牌，加快市场化自然出清的进程，抗风险能力差的企业集中退出，而优质企业通过主动调整经营策略逆势提升。

作为一家有近三十年发展历史的纺织企业，今年上半年我们也面临到前所未有的经营压力，从一季度的延迟复工、物流受限，到二季度的市场需求萎缩、订单数量减少，同时叠加原材料羊毛价格波动下行等因素，致公司盈利能力承压。从公司上半年经营业绩来看，总体仍好于预期。报告期内，公司实现营业收入 10.77 亿元，同比减少 31.63%；归属于上市公司股东的净利润为 9,097.80 万元，较去年同比减少 31.07%。截止 2020 年 6 月 30 日，公司总资产 32.58 亿元，较年初增长 5.70%；归属于上市公司股东的净资产为 23.80 亿元，较年初增长 0.42%；公司资产负债率为 25.75%，同比去年增加 3.21 个百分点，维持合理的较低水平，保持较强的融资能力和抗风险能力。

公司将在新的中长期形势下，顺应国家“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”，大力推进创新，为公司发展带来新的机遇。信心比黄金更珍贵，特别是这个关键时期，我们更要增强信心、迎难而上，以持久战的勇毅坚韧，努力把疫情造成的损失补回来，争取平稳健康发展。

报告期内主要做了以下工作：

1、宽带发展羊绒业务迈出实质性步伐

为践行横向宽带发展战略，公司于 2019 年底新设子公司宁夏新澳羊绒有限公司，开拓羊绒纱线相关业务，培育新的业务发展空间，丰富多元化的产品结构（详情请见公司公告编号 2019-040 号）。报告期内，新澳羊绒在公司全体员工共同努力下，管理机制日渐完备，生产经营活动逐渐步入正轨，产品品质趋于稳定，产量销量稳步增加，为下半年的羊绒市场推广、接单工作奠定了良好的基础。由于新澳羊绒尚在业务发展初期，需要进行前期市场培育、开拓客户、积累订单等过程；同时，受宏观经济下行压力和疫情因素等影响，羊绒产业尚待回暖。因此其实际盈利能力仍存在一定不确定性。公司将继续督促其加快提升精细化管理水平和市场开拓能力，尽快提升盈利水平。

公司羊绒纺纱业务尚处于初步发展阶段，考虑到单纯依靠自身积累的内生式发展难以快速获得竞争优势，公司决议通过收购标的公司来加快在粗纺羊绒业务技术、销售、生产等方面的综合提升。2020 年 6 月 19 日，公司通过 360PAI.COM 全网联拍共享拍卖平台（www.360pai.com）以总价人民币 4,200 万元的价格公开竞得英国邓肯（TODD & DUNCAN LIMITED）100%股权。2020 年 7 月 2 日，公司与宁夏浙澳签订了《股权转让协议》。本次收购使公司拥有首个海外高端制造基地，标的公司承接了邓肯纱厂这一拥有百年历史的世界知名羊绒纱线生产商，其位于英国苏格兰地区拥有较为先进的制造工厂，在羊绒纱线的研发、生产、销售等方面具备丰富的行业经验和历史积淀。目前公司正在办理有关本次股权转让的相关登记等后续事项。详情请见公司公告编号 2020-043 号、2020-046 号公告。

2、公开发行可转换公司债券项目启动

公司于2020年4月29日召开的第五届董事会第六次会议决议、于2020年5月15日召开的2019年年度股东大会决议，审议通过了《公司公开发行A股可转换公司债券预案》等内容。本次公开发行可转换公司债券募集资金总额不超过人民币91,673万元，募集资金投向聚焦公司主业，拟投入60,000锭高档精纺生态纱项目（二期）项目和年新增6,000吨毛条和12,000吨功能性纤维改性处理生产线项目。其中，60,000锭高档精纺生态纱项目（二期）项目将新增毛精纺机织纱产能，调整现有产品结构，提高生产效率，增加高技术含量、高附加值产品比重，可凭借现有客户的销售渠道消化本次募投项目的毛精机织纺纱线产能，以期进一步提升公司在毛纺行业的竞争力和市场占有率。“年新增6,000吨毛条和12,000吨功能性纤维改性处理生产线项目”旨在提升新中和的毛条加工能力和功能性纤维改性处理能力，有利于公司完善毛纺产业链上游布局，实现集约化、精细化经营，进一步巩固竞争优势。

公司收到中国证监会于2020年8月4日出具的行政许可申请受理单，认为本次发行可转换公司债券项目的申请材料齐全，符合法定形式，决定对该行政许可申请予以受理。

3、风险防范与疫情防控——难关要过，风险要防

报告期内，因受新冠肺炎疫情影响，企业普遍面临订单取消、在手订单履约风险加大等问题。公司始终坚持以市场为导向的经营理念，实行“以销定产、适度库存”的销售策略和较严的信用政策，保持了行业内较高的资产营运效率。一方面，公司依托政府出台的一系列措施，用足用好出口信保政策；另一方面，公司把风险防控工作放在经营管理工作的重要位置。公司持续完善风险管理，健全风险管控机制，增强客户风险预警管理的主动性和前瞻性，防范重大风险事件发生；进一步推动公司合规管理，增强全员的规则意识和风险意识，提高防风险能力。

报告期内，面对突如其来的新冠肺炎疫情，公司做好疫情防控和订单生产两不误。为有效预防、及时控制和消除新型冠状病毒感染的肺炎疫情的暴发和蔓延，切实保障员工的身体健康和生命安全，公司紧急成立疫情防控工作领导小组，并部署了相关防控工作，第一时间备足主要防疫物资，全力保障公司正常运行。同时，公司密切监控，加强关注和监测企业的员工健康状况，如发现相关不适症状的，及时上报并帮助其到医院接受诊断治疗。为助力安全复工返岗，公司积极组织四川、湖南等外地员工的返岗专车，在保证人员健康安全的前提下安排返岗。

4、疫情常态化形势下，以恒心创恒业，于变局开新局

（1）灵活调整境内外市场策略

公司紧跟国家“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”方针，构建国内业务与海外业务相互促进的市场体系，针对不同市场灵活调整应对策略。

国内市场方面，国内稳定有效的疫情防控形势，以及基于超大规模消费市场背书，深挖国内市场蓝海，对冲当前外需不足的冲击。上半年国内疫情稳定之后，公司销售力量就高频率地走访了浙江、上海、江苏、福建、广东、深圳等多地的主要客户，抢占先机、促进订单回补和潜力释放。为深入了解广深地区市场需求，开拓客群资源，公司于2020年7月中旬首次亮相2020yarnexpo大湾区国际纺织纱线博览会，发布2021/2022秋冬新品主题，呈现横机集锦9大系列。

境外市场方面，海外疫情扩散以及国际航班大幅减少的形势下，公司布局多年的本土化策略和海外子公司布局优势发挥出至关重要的作用。今年上半年，疫情产生的空间距离阻隔下，我们及时调整营销策略，充分发挥设立在英国、法国、美国、德国、土耳其、意大利、北欧等全球十多个地区的办事处以及当地员工组成的国际营销团队的关键作用。同时，境外子公司新澳香港和新澳欧洲的渠道发展和平台运营日臻成熟。公司凭借海外营销布局优势，与专业买手、成衣厂、品牌方、时尚设计师等保持密切沟通与合作，敏锐把握前沿市场行情动态，为开拓和维护海外市

场提供强有力的支撑。

(2) 产品研发聚焦功能性、运动休闲、生态环保等优质赛道

受疫情影响，人们的产品选择和消费习惯也在发生改变，尤其体现在犹如“第二层皮肤”一样长时间与身体接触的纺织品上，“安全、健康、舒适”等已成为消费者选购纺织品时的重要考虑因素。而能令消费者产生安全共鸣的产品需要依靠实实在在的优质天然原料和创新工艺技术相结合来实现。针对后疫情时代的消费特点，公司积极优化产品开发流程，加强产品研发与市场端消费喜好的充分联动性，聚焦功能性、运动休闲、生态环保等重点研发方向。

功能性：疫情下经济下行和强制隔离让人们更慎重理性地消费，具备功能性且持久耐用的产品成为新的价值驱动因素。公司在产品研发时通过增加多种纤维结合，如涤纶、莱赛尔、金银丝等优质纤维混纺，平衡叠加各自的优势，辅之特殊的后整理工艺，突出羊毛混纺纱线的功能性特点，包括抑菌防护、吸湿排汗、发热轻量等。此外，子公司新中和募投项目“年新增 6000 吨毛条和 12000 吨功能性纤维改性处理生产线项目”、及其新设子公司嘉兴飞迅特种纤维科技有限公司，都将显著提升公司羊毛毛条功能性纤维改性处理能力和技术水平。

运动休闲：疫情影响下，受益于居民运动健康意识提升，公司看好羊毛应用在中高端运动休闲品牌存在的市场发展空间。新澳该类风格羊毛纱线开始在瑜伽、滑雪、骑行、徒步等多个领域的纺织品国际市场崭露头角，受到加拿大、挪威、丹麦、新西兰等国中高端运动品牌客户的青睐，在欧洲尤其是北欧市场呈现较好的发展势头。在 2020 年德国慕尼黑 ISPO Munich 国际体育用品博览会上，新澳推出多款运动休闲风格纱线新品，其中 BUNDLE 纱线获得 ISPO TOP10 of the BASE LAYER（内衣层十佳产品）。BUNDLE 纱线由极细美丽诺羊毛与长丝经过特殊的方式结合，适用于舒适，高强，高耐磨的运动服饰。

生态环保：疫情使人们对愈发崇尚生命和回归自然，绿色健康理念更加深入人心，对纺织消费品的生态环保性有越来越高的敏感度。公司生产的羊毛纱线主要源于澳洲美丽诺羊毛，羊绒纱线选用优质产区的山羊绒，均是 100%可生物降解、可再生的天然活性纤维，其在绿色天然方面拥有合成纤维无可比拟的优越性。公司在近年的产品开发中，坚持以可持续发展、健康环保为理念，相应产品先后通过了 GRS（全球回收标准）、GOTS(全球有机纺织品标准)、OEKO-TEXStandard100(信心纺织品认证)、EU-Ecolable(欧盟生态标签标准)、RWS（负责任羊毛）等多项生态环保认证。

(3) 创新营销方式

疫情影响加速催生电商环境，直播电商、全民带货等流量营销方式的出现，以其更短的传播路径、更高的传播效率成为线上销售新亮点。作为处于产业链中上游的纱线供应商，为了更直接地触达终端消费市场，挖掘与支持新锐设计力量，公司启动新一届“KNIT FOR NEXT”2020 羊毛针织新锐设计师大赛，联合业内知名先锋设计师与天猫头部服装品牌，以新澳 2021/2022 秋冬流行趋势主题为设计主题，邀请品牌导师、先锋设计师以及年轻设计师合作成衣进行专场线上直播，参与天猫羊毛品类周 WOOLWEEK 活动。

此外，公司考虑计划以“双微”为起点，加强新媒体线上推广运营活动，改变作为传统制造商的刻板印象，让制造商走到消费者面前来，逐步建立包括子品牌在内的、融合线上线下的统一新澳品牌形象体系。

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

详见第十节 财务报告 五、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