

公司代码：600448

公司简称：华纺股份

华纺股份有限公司
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	华纺股份	600448	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	丁泽涛	
电话	0543-3288398	
办公地址	山东省滨州市黄河二路819号	
电子信箱	Hfzqb@hfyr.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	3,621,632,961.68	3,638,374,194.24	-0.46
归属于上市公司股东的净资产	1,479,091,895.19	1,469,439,040.05	0.66
	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	170,173,610.59	16,067,407.85	959.12
营业收入	1,509,783,190.86	1,600,727,227.14	-5.68
归属于上市公司股东的净利润	9,604,178.22	11,343,676.78	-15.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益	2,970,665.37	5,957,009.22	-50.13

的净利润			
加权平均净资产收益率（%）	0.32	0.77	减少0.45个百分点
基本每股收益（元/股）	0.02	0.02	0
稀释每股收益（元/股）	0.01	0.01	0

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）				27,152		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）						
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	
滨州市国有资产经营有限公司	国有法人	14.26	74,833,284.00	10,152,284	质押	20,000,000
山东滨州印染集团有限责任公司	国有法人	4.38	22,970,441.00		无	
汇达资产托管有限责任公司	国有法人	4.33	22,700,000.00		无	
中诚资本管理（北京）有限公司—中诚资本润华私募股权投资基金	未知	3.84	20,140,910.00		无	
武君麒	境内自然人	2.81	14,738,544.00		无	
北京信弘天禾资产管理中心（有限合伙）—中子星—星盈 15 号私募基金	未知	1.93	10,152,284.00		无	
华信期货—厦门珑耀投资有限公司	未知	1.93	10,151,784.00		无	
王东	境内自然人	1.87	9,798,363.00		无	
天津盛林投资合伙企业（有限合伙）	未知	1.62	8,518,613.00		无	
江勤奎	境内自然人	1.62	8,490,184.00		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东滨州市国有资产经营有限公司与山东滨州印染集团有限责任公司同为滨州市国有资产监督管理委员会控股100%的企业，其他股东是否存在关联关系或一致行动不详。				

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 报告期内核心竞争力分析

公司经过多年发展，顺应时代潮流，适时调整发展理念，不断加强改革创新，逐步在印染行业中确立了自身的优势地位，核心竞争力不断增强，主要表现在以下几个方面：

（一）研发技术优势：科技进步与创新是公司实力的体现，也昭示着公司的发展活力。经过多年的发展，公司建成了完备的节能减排印染技术工程研究中心、中试基地、检测中心，建立了包括数据收集、研发、中试、检测、产业化推广等五大模块完善的研究开发体系。先后主持起草了《锦纶、棉交织印染布》、《莱赛尔纤维印染布》、《大豆蛋白纤维印染布》等多项国家纺织行业标准，承担了多项“十一五”及“十二五”国家科技支撑计划；多项研究成果荣获国家科技进步奖、中国纺织工业联合会科学技术进步奖、山东省科学技术进步奖，是国家印染产品开发基地。公司通过把智能制造和互联网+有机整合，成立了工程技术研究院。研究院的成立统一了一个思想，统一了一支技术队伍，统一了一个技术纲领，其人才培育和成果孵化的平台作用得到逐步显现，先后邀请多名内外部专家学者走进研究院，举办了多场学术报告会、讨论会，在纺纱、织布、染整等相关的技术功能方面展开前瞻性研究与攻关，促进了成果的培育和转化，并取得了特种纤维试纺成功等多项技术成果。

（二）企业管理优势：精细化管理是现代企业管理发展的必然趋势，是通过现代管理理念和管理技术，对企业管理规则的系统化和细化，运用程序化、标准化、数据化和信息化的手段。公司一直在质量管理方面的业绩，问鼎中国质量评价协会的“卓越领导者奖”等三项荣誉；取得了质量、能源、环保、职业健康与安全、知识产权管理体系五大管理体系认证，获得了国家海关总署认定的“AA类管理企业”资格。公司建立的“华纺管理干部征信系统”运行良好，两年来对干部在道德、纪律、工作等方面建立了数据档案。为公司对干部的评价、提升和任免等提供了有力依据。

（三）生产装备优势：近年来，公司高度重视生产设备、生产全流程网络监控系统和在线管控技术的升级改造，先后引进多台国外先进生产设备，提高了生产效率和产品质量。公司广泛采用计算机控制自动化与在线监测控制技术，使公司实现了网络在线管控，做到了完全按照生产工艺配方生产，实现生产过程在线数据实时监测、自动控制功能。生产数据可追溯，生产成本可控制，节省了生产成本、人力成本，提高了生产效率。生产设备的改造升级，先进技术装备的引进，为提升产品品质，改善产品结构提供了强有力的技术保障。

（四）企业品牌优势：公司品牌战略是整体发展战略中的重要组成部分，公司持续推进“华纺”“蓝铂”、“霄霓”“衣诺德”“纺卫”“汉依”“LINPURE”“雅尼斯”等品牌建设，进入终端市场以来，秉持品牌理念，不断向市场推出差异化、精品化的家居纺织品，市场影响力和品牌认知度越来越高。“蓝铂”品牌相继获得“中国最具优良品质儿童家纺大奖”、“中国最具科技创新家纺品牌”、“山东省名牌”等荣誉。

（五）网络信息优势：公司创建华创网络科技，搭建起“华创迅彩”互联网平台，2016年7月“华纺HFCPS中心”启动，2016年9月“华纺-东华智慧纺织实验室”挂牌运行。华纺集成中央管控系统（HFCPS）基于全互联的数字化环境下，以生产系统的数字化标准规范、接口（API）标准规范、配套系统的自动对接、全局的安全防护等技术规范为基础，以智能工厂为核心，从产品最开

始的购买意向，到后续的定单提交、产品设计、供应链采购、生产制造、物流交付、后续服务与产品质量跟踪，直至产品寿命终止的，全生命周期流程进行智能化的协调管理的产业链智能协作平台。公司通过加强在互联网信息技术建设与信息服务，在“B2B”平台发展、“O2O”平台开启营销新模式、“微商”平台业务拓展等方面有效推进，带动企业快速发展。

（六）客户市场优势：公司已建立了覆盖国内各主要纺织品市场及部分北美洲、非洲、东南亚等国际市场的营销网络，与国际大型品牌商、零售商建立了紧密的合作关系。针对国际市场流行趋势进行重点研判，并共同开发推广新产品，占有稳定的市场份额。公司已经培养出了一批长期、稳定的客户群，拥有较高的客户美誉度。公司为更好地应对外部环境变化，近年来积极推进各经营责任主体面对市场的反应能力建设，强化各分公司的主体地位。我们在本土及海外拥有自己的运营团队，建立了从企划设计到生产、市场推广的完整运作流程和体系；与此同时，借助互联网+、金融服务的科技平台，开启电子商务营销模式，在淘宝、天猫、京东、亚马逊等线上营销平台设立品牌旗舰店及网上商城；同时在北京、上海、天津、广州、苏州、厦门、青岛等国内主要城市设有品牌体验店，形成了线上线下相互融合的终端销售网络。

四 经营情况讨论与分析

4.1 经营情况的讨论与分析

在全球经济增长疲软、市场需求动力不足、资源环境要素受制约的背景下，产能回潮、外贸遇困、成本飙升等问题正在成为困扰纺织业发展的巨大障碍。尤其是对于纺织行业而言，2019 年将是危机与机遇并存的一年。除了受到中美贸易摩擦的较大影响，由于劳动力、原材料等各项成本上升，国际市场需求减弱以及企业创新能力不足等因素，传统外贸订单量下降、碎片化的趋势在 2019 年依旧存在。由于纺织产业转移，东南亚国家的制衣产业正在不断发展，但当地配套的产业发展需要时间，因此国际市场仍需要从中国大量进口纱线、坯布、面料等原材料。所以总体来说，2019 年的面料外贸行情还不甚明朗。

当前，随着国外技术性贸易措施的增多和国内竞争的加剧，市场供大于求的矛盾越来越突出。但就在如此严峻的市场环境下，一些世界知名品牌市场份额不但没有减少，反而越来越大，而没有品牌的企业“夹缝”生存的空间越来越窄。因此，打响自己的品牌，树立良好的品牌形象将会变得空前重要和紧迫。

2019 年，公司始终坚持以党的十九大精神为指引，上下一心，全员努力，持续深化精益生产，推进卓越绩效管理，努力提升标准化操作水平，积极开拓国内外市场，党建工作与生产经营相互促进，圆满完成了年初制定的各项工作目标，取得了较好的经营业绩。

1、实现了技术创新的飞跃

技术是公司发展的不竭动力，公司注重技术创新，加大科研攻关。公司不断加强在产品创新研发上的投入力度，2019 年上半年申请专利 7 项，其中发明专利 6 项，授权发明专利 1 项，截至目前公司共有授权专利 42 件，其中发明专利 37 件，有效专利 29 项，其中发明 26 项。

技术创新的飞跃直接推动了新旧动能转换的发展。国家工信部智能制造综合标准化项目“染整智能设备与制造系统间互联互通”系列标准第三次专家审查会在公司工程技术研究院召开。公司以“数字华纺”为愿景，致力于智慧印染建设，打造数字化印染工厂。在中国印染行业协会六届二次理事扩大会议暨六届二次常务理事会会议上，公布了“中国印染企业 30 强”榜单。公司与其他同行业的 29 家企业共同荣登榜单，这也是公司连续二十余年获此殊荣。在公布的山东省科学技术厅公布山东省院士工作站备案名单中，公司院士工作站批准建设。公司院士工作站依托东华大学周翔院士及其创新团队创建，院士工作站旨在促进科技成果产业化，培养创新人才队伍，为增强公司的自主创新能力提供强有力的支撑。

2、实现了精益生产的飞跃

公司通过转变观念，整合资源，凝聚力量，推进精益生产，进行全产业链条的延伸，打通了全

产业链条，各个生产环节得到了高效衔接，最大化地完成了全产业链条的有机结合，对市场快速反应，提高市场服务水平，对产能提升起到了积极的促进作用。

在山东省轻工纺织工会第二届委员会第三次全体会议上。公司家纺成品车间维修工段长朱永亮，获得了山东省轻纺行业“五一劳动奖章”称号；公司面三车间技术小组（A组），上榜山东省轻纺行业“工人先锋号”。

品牌战略是公司整体发展战略中的重要组成部分，公司在加大精益生产力度的同时，品牌建设也跃上了新台阶。公司自2009年开始争创山东名牌。2009年“霄霓印染布”获得山东名牌、2015年“蓝铂印染布”获得山东名牌、2018年“蓝铂床上用品”获得山东名牌；2018年公司申请的“蓝铂高端面料”山东名牌产品，已经公示。通过加强品牌建设，使华纺逐渐从制造型企业逐渐向品牌企业转换。公司2018年被评为“山东百年品牌重点培育企业”。品牌建设的持续推进，使公司市场影响力和品牌认知度越来越高，品牌美誉度不断提升。

在2019中国国际面料设计大赛、第41届（2020春夏）中国流行面料入围评审活动中，公司荣获“2020春夏中国流行面料入围企业”称号、面料产品“翠羽明珰”和“疯狂佩斯利”荣获大赛优秀奖。中国流行面料入围评审是彰显纺织行业产品开发成果的重要活动，是优秀纺织企业展现研发实力的重要平台。在2019年度“中国印染行业优秀面料”评选活动中，公司3套作品从参评的384个产品中脱颖而出，获得表彰。其中，浅墨化蝶面料产品获得一等奖，凤尾花面料和幻影面料获得二等奖，这也是公司面料产品再一次获得行业表彰和认可。

3、实现了市场开拓的飞跃

2019年上半年，公司继续在市场开拓开辟新领域。公司在滨州总部建设成立了管理中心、创意中心、开发中心、财务中心，在国内设立了多个生产集中地。其中，绍兴做为第一个生产基地已正常运营并产生效益；长兴生产基地正在建设；第三个生产基地将在福建建设，后期还会陆续在全国多个地区建设生产基地，达到重营销轻生产的目标。与此同时，公司在东南亚、非洲地区设立了海外生产基地；在孟加拉、越南、埃及、香港、美国、法国等国家和地区设立了海外创意中心和商务信息中心，为公司全球战略布局创造了有利条件，提高了公司竞争能力，增强了市场竞争地位。公司以滨州为中心，以国内建设多个生产基地，以非洲等目标国家为生产输出基地，以美国、欧洲为国际研发中心、品牌创新中心的全球战略布局正在形成。

公司与山东敏学文化传媒有限公司共同在济南发起成立了营销公司，为公司产品加大市场占有率起到积极的推动作用。公司拓展了军民融合和大型国有企业的工装定制，成为优秀供应商。在做好工装和军装的同时，公司在北京、上海、南京、武汉开设销售门店，对国内市场进行有效拓展，市场信息得到快速传递。

4.2 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

4.3 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