

公司代码：601966

公司简称：玲珑轮胎

山东玲珑轮胎股份有限公司 2020 年半年度报告摘要



二〇二〇年八月十一日

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
公司本报告期内无半年度利润分配预案或公积金转增股本预案。

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	玲珑轮胎	601966	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孙松涛	赵文磊
电话	05358242369	05358242726
办公地址	山东省招远市金龙路777号	山东省招远市金龙路777号
电子信箱	songtao_sun@linglong.cn	wenlei_zhao@linglong.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	27,388,246,835	26,580,638,028	3.04
归属于上市公司股东的净资产	11,524,730,755	11,025,546,823	4.53
	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	1,274,491,697	1,076,063,918	18.44

现金流量净额			
营业收入	8,243,651,275	8,309,851,754	-0.80
归属于上市公司股东的净利润	896,510,227	725,117,422	23.64
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	823,744,198	654,449,916	25.87
加权平均净资产收益率(%)	7.78	7.12	增加0.66个百分点
基本每股收益(元/股)	0.76	0.60	26.67
稀释每股收益(元/股)	0.74	0.59	25.42

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)				42,864		
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	
玲珑集团有限公司	境内非国有法人	50.73	608,811,000	0	无	0
英诚贸易有限公司	境外法人	16.78	201,400,000	0	无	0
香港中央结算有限公司	其他	2.55	30,659,136	0	无	0
中基兰德(北京)投资顾问有限公司	境内非国有法人	0.99	11,917,903	0	无	0
全国社保基金一零一组合	未知	0.86	10,375,474	0	无	0
中国农业银行股份有限公司—富兰克林国海弹性市值混合型证券投资基金	其他	0.85	10,260,072	0	无	0
山东玲珑轮胎股份有限公司回购专用证券账户	其他	0.77	9,192,951	0	无	0
全国社保基金四一八组合	其他	0.74	8,906,106	0	无	0
科威特政府投资局—自有资金	其他	0.72	8,688,888	0	无	0
中国银行股份有限公司—富兰克林国海中小盘股票型证	其他	0.63	7,592,286	0	无	0

券投资基金					
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>玲珑集团有限公司为公司的控股股东，英诚贸易有限公司为公司实际控制人在香港注册设立的公司，以上两个公司与公司存在关联关系。中国农业银行股份有限公司—富兰克林国海弹性市值混合型证券投资基金、中国银行股份有限公司—富兰克林国海中小盘股票型证券投资基金同属于国海富兰克林基金管理有限公司。</p> <p>公司未知前十名其余无限售条件股东之间是否存在关联方关系或属于一致行动人。</p>				
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

报告期内，公司重点完成了以下几方面的工作：

1、坚定不移，全力做好疫情防控及生产经营。

2020年上半年，新冠肺炎疫情全球蔓延，这是新中国成立以来传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的公共卫生事件。公司一方面积极承担社会责任，向武汉、荆门等红十字会捐赠500万元支援疫情防控；组织湖北当地经销商为火神山和雷神山医院建设车辆提供免费轮胎救援服务；通过塞尔维亚驻中国大使馆向塞尔维亚政府捐赠30万个一次性医用外科口罩、2000套医用防护服和10000人份新型冠状病毒（2019-nCoV）抗体检测试剂盒，并为美国、欧洲、非洲、南美洲国家的100多个客户及合作伙伴沃尔夫斯堡足球俱乐部捐赠口罩、一次性医用手套等抗疫物资。

另一方面在汽车行业同比下滑较大的严峻形势下，采取切实有效措施，着力统筹推进疫情防控和生产经营。公司以“抗疫情、保生产、提效益”为宗旨，制定了严格的安全生产复工计划和疫情防控机制，从宣传教育、隔离管控、防疫措施执行、员工维稳、两点一线管控等方面进行疫情防控工作开展，并推行“菜篮子工程”，切实保障员工基本生活供给。公司全体干部、员工凝心

聚力、迎难而上、攻坚克难，上半年生产经营总体表现好于预期，1-6 月累计生产轮胎 2,850.54 万条，同比下降 1.91%；累计销售 2,709.50 万条，同比下降 1.75%。

2、渠道赋能，新零售及配套市场取得佳绩。

2020 年是公司新零售元年,通过与腾讯云、华制智能联合开发智慧营销平台，打造线上线下相结合的玲珑新零售，新零售以 300 家核心经销商、1000 家前置仓、2000 家旗舰店和玲珑轮胎智慧零售系统为依托，以全方位“服务车”“服务消费者”为出发点，从单一的轮胎销售，扩展到“轮胎与非轮胎结合”“轮胎、非轮胎商品与服务结合”，实现从公司---经销商---门店的全面转型，由单一的轮胎销售转变为整车全方位服务。上半年国内零售市场总体销量增长 35%，分产品来看，国内全钢胎零售销量同比增长约 49%，国内半钢胎零售同比增长约 28%，尤其自 2020 年 3 月布局新零售以来增速明显，3-6 月份 4 个月的累计增速超过 51%。新零售系统的正式上线，将全面赋能终端门店并为线下消费助力，通过线上与线下的高度结合，为玲珑的合作伙伴搭建良性循环的生态链。

在乘用车配套市场方面，公司不断提升配套规格档次,加大 17 寸以上主胎开发，实现上半年半钢 17 寸及以上发货占比同比增长 3 个百分点。并逐步向中高端车型配套发展，成功配套一汽大众奥迪 A3/Q3 两个项目备胎、长安福特新一代福睿斯主胎，进入吉利领克主胎供货体系，此外我司在吉利供应商等级方面由 BCC 提升为 BBB，标志着吉利对我司进一步的认可。商用车配套市场方面，2020 年 1 月泰国玲珑成功进入世界一流商用车品牌配套体系——德国 MAN 商用车股份公司供应商体系，再次印证了泰国玲珑历经近十年的高质量发展，在技术研发、质量管理、及时交付等方面均已达到国际先进水平。根据近日公布的中国汽车市场上半年配套排名，公司在“2020 年上半年中国市场轮胎原配品牌排行”位居全球第六，在“中国轮胎原配排行”中拔得头筹。

3、创新发展，全面提高自主研发能力

2020 年上半年公司提出着力实施创新驱动发展战略，超前谋划、超前部署，进一步加强新材料、新技术、新配方的研究与开发，紧紧围绕关键技术研究，瓶颈技术突破，前沿黑科技突破，到 2030 年达到国际一流轮胎企业水平。乘用车方面，公司上半年完善了乘用车低滚阻结构合计体系，滚阻持续降低，另外全钢超低滚阻轮胎采用了全新的低滚阻系列花纹、轮廓、结构设计，降低轮胎行驶过程中的形变，降低轮胎滚阻，轮胎滚阻达到 A 级，西班牙 IDADA 测试 3.91，并于 2020 年上半年荣获“烟台市市长杯工业设计大赛银奖”。矿山及商用车产品方面，开发了第一代“矿山智尊”产品、全新“刀锋”系列产品，开发了全新的 SOCT 高耐磨技术，提升了产品抗偏磨和磨损性能，应用于国内、北美、欧洲高端产品；在智能轮胎方面，完成玲珑智能轮胎集成芯片设计，

通过大数据处理，实现温度、载荷、磨损的实时动态画面显示。

此外，2020年上半年继续加强与高等院校、科研机构、企业紧密合作不断进行技术创新研发。先后与清华大学、北京化工大学、上海交通大学、山东省农业科学院等高校或企业共同签署完成包含“《清华大学-山东玲珑轮胎股份有限公司汽车轮胎动力学联合研究中心合作协议书》补充协议”、“蒲公英胶乳及多糖膜集成提取关键技术研究及中试示范工艺开发-项目课题补充协议”等在内的40余项技术开发合同与协议。公司2020年上半年国内外授权专利59项，累计授权专利750余项，专利保有量居国内轮胎企业前列。

4、多元化宣传，品牌影响力稳步提升。

2020年上半年，在品牌营销上配合“新零售”战略，围绕品牌的知名度、美誉度、忠诚度和转化率，实施精准投放，通过投放电视栏目广告及户外广告、与国际一流体育赛事、体育团队深入合作，持续提升品牌知名度和影响力。

2020年上半年在全国22个城市投放电梯广告，并于疫情期间，在烟台和柳州发布以疫情防控、共克时艰为主题的公益类广告；在共计26个城市机场投放广告，覆盖客流量预估约1亿多人次；在重要汽车厂所在地城市投放高铁广告，助推国内汽车配套市场份额提升；在朋友圈投放广告，帮助店铺引流，调动店主积极转发活动，广告宣传覆盖2157万人；组织玲珑轮胎群雄会活动，邀请核心店主到公司进行参观体验活动，通过交流和沟通，增强了门店的合作意向和信心，提升产品销售。在体育营销方面，在塞尔维亚足球超级联赛官方网站、球场、球衣等多渠道全面展示公司形象；与受疫情影响的体育赛事开展各类社交媒体活动，美国冰球联盟NHL坦帕湾闪电队赛程受疫情影响较大，积极与俱乐部沟通进行资源替换，在其官方网站首页及子页面进行广告投放；携手尤文图斯以及沃尔夫斯堡在其官方FACEBOOK、Youtube及新浪微博进行社交媒体的宣传及推广；为了在疫情休赛期更好地与球迷互动，尤文图斯在意大利进行了现役球员、传奇球星和VIP尤文粉丝的线上互动直播的特别节目，作为合作伙伴，玲珑品牌形象共同展示。

在“2020年全球轮胎企业34强”排名中，玲珑轮胎从17位跃升至14位；并跻身“2020年全球十大最具价值轮胎品牌”榜单第9位，成为唯一上榜的中国轮胎品牌。

5、战略升级，优化全球产业布局

为进一步优化产业结构布局，推进公司高质量发展，提高玲珑品牌市场占有率。公司于2020年3月将“5+3”全面升级为“6+6”战略，即：中国规划建设六个生产基地，海外规划建设六个生产基地。

2020年4月15日，玲珑轮胎中国第五个生产基地、全球第七个生产基地—吉林玲珑1420万

条轮胎智能生产项目启动仪式在吉林长春举行，项目位于长春汽车经济技术开发区，公司借助于长春汽车产业优势，以及玲珑在科技创新、产品性能等方面的竞争优势，将与中国一汽等整车厂和零部件企业在技术研发、资源共享、人才共建等方面开展深入合作，协同发展、共同提升，加快企业向生产智能化和产品高端化转型升级，项目建成后，年可实现 1200 万条半钢子午线轮胎、200 万条全钢子午线轮胎和 20 万条翻新轮胎，将全面提升企业核心竞争力。

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 五（44）重要的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