

公司代码：600662

公司简称：强生控股

上海强生控股股份有限公司  
2018 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 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	孙铮	因公出差	刘学灵

- 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  
2018年上半年利润不分配，资本公积金不转增股本。

## 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	上海证券交易所	强生控股	600662	浦东强生、上海强生

联系人和联系方式		董事会秘书		
姓名		刘红威		
电话		021-61353187		
办公地址		上海市南京西路920号18楼		
电子信箱		qslhw@62580000.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	6,181,879,700.15	6,195,716,704.17	-0.22
归属于上市公司股东的净资产	3,287,390,894.44	3,253,468,405.54	1.04
	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	94,597,104.15	103,870,112.87	-8.93

现金流量净额			
营业收入	1,940,967,338.88	1,939,422,637.13	0.08
归属于上市公司股东的净利润	33,922,488.90	30,000,388.35	13.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	20,997,068.45	28,857,448.94	-27.24
加权平均净资产收益率(%)	1.04	0.92	增加0.12个百分点
基本每股收益(元/股)	0.0322	0.0285	12.98
稀释每股收益(元/股)	0.0322	0.0285	12.98

### 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)				93,300		
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	
上海久事(集团)有限公司	国有法人	45.00	474,043,561	0	无	
黄伟	境内自然人	0.50	5,305,500	0	无	
信泰人寿保险股份有限公司-万能保险产品	未知	0.49	5,143,300	0	无	
张煜	境内自然人	0.44	4,588,887	0	无	
中国工商银行股份有限公司-中证上海国企交易型开放式指数证券投资基金	未知	0.44	4,587,789	0	无	
项英良	境内自然人	0.36	3,766,289	0	无	
许树华	境内自然人	0.28	2,921,900	0	无	
中国工商银行股份有限公司-上证上海改革发展主题交易型开放式指数发起式证券投资基金	未知	0.23	2,373,800	0	无	
欧金琴	境内自然人	0.20	2,142,596	0	无	
唐小艳	境内自然人	0.20	2,080,000	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东之间未知是否存在关联关系,也未知是否属				

	于《上市公司持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

#### 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

2018年既是纪念改革开放40周年，又是全面贯彻落实十九大精神的开局之年，更是强生控股经营形势严峻、挑战与机遇并存的一年。报告期内，面对经济下行压力加大、企业深化改革的不断推进、各项成本持续上升的多重困难和严峻挑战，公司董事会和经营管理层紧紧围绕“四轮驱动、两翼齐飞”的发展新战略，统筹推进公司全面深化改革，持续完善经营管理体制机制。公司2018年上半年实现营业收入194096.73万元，实现利润总额5499.93万元，实现归属于上市公司股东的净利润3392.25万元。

##### 一、交通运营板块

交通运营板块分为出租汽车业和汽车租赁业，是强生百年品牌的主要支撑，是强生作为国有上市公司社会责任担当的集中体现。强生出租面对出租汽车行业驾驶员紧缺日益突出、刚性成本持续上升、非法营运车辆扰乱市场竞争环境等困难瓶颈，将深化出租改革、擦亮城市名片作为己任，迎难而上，发挥国有企业排头兵作用。企业品牌形象继续保持行业领先，在上海出租汽车行业乘客满意度指数测评中连续七年保持行业第一的基础上，今年上半年继续保持上海出租汽车行业乘客满意度指数第一名，客运市场守法率在骨干企业中位居行业第二，顺利通过了改版后的首次质量管理体系再认证和安全生产标准化达标评审，连续第六次进京发布企业社会责任报告。强生出租创新经营模式，实行“轻+重”资产相结合来探索克服困难瓶颈；强生出租与国网和吉利展开合作，打造可持续发展新模式。强生出租在确保华交会、工博会、国际汽车展等大型会务和重要交通保障任务的同时充分发挥营销团队作用，微信公众号推出叫车服务，“强生电子调度员”开发新的功能，通过微信、淘宝等多种渠道营销，发展特约客户354家，“强生电子调度员”、淘宝网等业务拓展均实现业务增量。强生出租积极推进与银联、工商银行和365平台的合作，提供方便乘客多种支付方式。强生出租作为沪上出租汽车运营龙头企业，在服务质量和服务层级上不断提升，把传播公益力量、承担社会责任作为企业的使命感。强生出租积极响应浦东陆家嘴管委会关于新春长假期间交通保障任务的号召，在浦东陆家嘴正大广场设出租车服务站点，为该地区晚高峰游客提供用车保障服务。强生业调顺利完成第45届技能大赛交通保障任务。3月15日，

强生出租郑重向社会推出九项服务承诺，在原来注重文明服务、诚信结算、安全行车基础上，新增了设备使用、费用支付、驾驶员礼仪、电调预约、误点赔付、投诉答复等九项服务承诺，以提升乘客出行体验。以服务进博会为契机，推出符合上海国际大都市形象、满足城市绿色发展需求的新车型，着力打造出行体验更佳、服务质量更优、运价更为合理的综合服务体系，努力践行上海服务品牌，打造进博会强生专属车队，全力以赴推进进博会服务保障准备工作。自1999年推出“高考热线”以来，强生出租已连续二十年始终如一，默默践行着社会公益，为考生解决出行难问题，累计至今已为高考学生提供了近5万车次的用车服务。出租汽车业运价（巡游车）实行政府定价，近年来因人工费用、车辆更新、保险支出等原因造成企业刚性成本逐年增加，而受从业资格、工作强度、非法营运车辆的不正当竞争等影响导致驾驶员紧缺的矛盾未能缓解，从而使得营运车辆搁车搁单比例上升、运营收入下降、毛利率持续减少，运营企业出现亏损。

汽车租赁业共有各类租赁用车5700余辆，目前车辆规模位居本市前列。租赁业务已形成巴士租赁作为母公司，下辖安诺久通主营小客车、久通商旅主营大客车的经营格局，在经营上做到大小协调发展，业务有进有出，加快业务质量的升级换代；同时继续加大剩余资产清理步伐，向轻资产、低成本的效益型经营模式转变。租赁业务大力开拓班车市场、机动业务市场，今年上半年圆满完成了上海马拉松、F1、电影电视节等业务，新承接了天华建筑设计年会、倍耐力轮胎、2018年首办的上海马拉松亲子跑等大型会务。上半年，安诺久通的小客车业务由于到期合同续签率的下降以及新增业务的发展缓慢，故在没有业务净增量且有固定成本开支的情况下，主营获利能力亟待提升。久通商旅在激烈的市场竞争下业务结构调整还未到位，车辆利用率不高而人员刚性成本每年政策性上调，燃料成本也受到市场价格影响，各类综合因素造成其仍未能摆脱经营困境。

## 二、科技汽服板块

报告期内，强生汽修在做好出租汽车专业配套保障服务的基础下，围绕公司战略目标，提升管理理念，加强精细化管理，充分利用现有资源，积极拓展对外修理业务。为了更好地服务营运一线驾驶员，不断提升内修服务质量，结合第三方满意度测评的结果，新增了三家夜间维修服务点。对内结合“上海工匠”花茂飞大师工作室，对技术问题定期召开例会进行培训和分析，利用工作室机制带动强生汽修整体的技术能级。钣喷中心积极与相关业务合作，提高参与市场的竞争意识，逐步增加钣喷中心的业务量。成立了沪太路外修事业部，有效地整合了场地资源、人力资源和业务资源。制定了三个品牌（上汽通用别克、上汽通用雪佛兰、上海大众）销售人员和维修人员的统一调配方案，对汽车销售价格实施合理的价格政策，积极加强售后业务接待的能力，对市场开拓活动进行有效方案的研究，逐步规范整个售前售后流程。汽配采购持续放大内部资源的外溢效应，拓展终端客户渠道。

报告期内，强生科技继续积极拓展公交应用市场，自主研发第三代公交智能终端以及NVR终端，提升公交原有智能终端设备性能，从而保持产品在公交领域的竞争力。为适应进口博览会专用新型新能源出租汽车的需求，积极研发新型出租车一体化多功能智能终端，新研发了集智能导航、音视频监控、安全支付计价器功能一体化智能终端，并运用在荣威新车型上。不断完善网约车终端的计费精度、稳定性以及高端车辆设备安装安全可靠等一系列技术难题。积极拓展外地应用市场，稳步推进天津市出租汽车计价器及终端设备中标项目，做好对原有产品的应用市场技术支持工作。

## 三、房产综合板块

在一线核心城市密集出台限购、限贷、限售、限价等房地产宏观调控政策的影响下，强生置业密切关注市场行情，在掌握房地产相关政策的基础上，筛选优质客户，缩短购房周期，努力提高销售质量，为争取更大的利润空间奠定基础。截止到2018年6月末，强生置业下属君强置业开发的虹桥“君悦湾”项目的销售情况为：高层套房销售率为98%，别墅区销售率为78%，高层区地下车位销售率为72%。

报告期内，巴士国旅和强生国旅的经营整合基本完成，业务资源优势有效释放。巴士国旅着

力发展邮轮游、上海本地游、海外精致路线、国内短线游四大产品。强生国旅的注册商标“强生旅游”自2015年始获上海市著名商标称号，主营上海周边旅游业务。因菲律宾长滩岛修整，旅游公司迅速调整产品路线，定制产品、日韩、国内短线等产品均有温和增长。巴士国旅与上海阿尔莎长途客运有限公司合资成立上海新高度旅游有限公司，主营“上海一日游”市场，将进一步丰富公司旅游业务的产品线。

强生广告以新媒体思路适应发展新常态，不断提高广告发布的科技含量和运用新媒体的能力，大力拓展设计会务等项目，积极参与公司品牌建设，推出强生公益广告，并在侧窗广告、头枕广告、会展会务、个性卡制作等领域都取得了较好的业绩。

#### 四、战略投融板块

面对目前主营业务出租汽车严峻的经营形势，公司新设战略投融板块。报告期内，完成杉德银卡通第二轮增资评估、协议签订工作；联合久事投资、金浦城发共同设立金浦产业基金；集中资金优势，积极开展现金管理增值收益业务，在公司定位转型、提升投融资功能上发挥了积极推动作用。公司20亿元超短期融资券已获注册，可择机在银行间市场进行发行融资，为公司进一步拓展了发展资金来源。就企业核心竞争力、发展前景、短板分析、产业链布局等重要问题启动了企业中长期发展战略规划研究，立足新视角、新高度，探索企业深化改革发展的新定位、新举措。

### 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

2018年4月19日，公司召开第九届董事会第九次会议和第九届监事会第四次会议审议通过了《关于公司会计估计变更的议案》。本次变更自2018年1月1日起实行。

公司根据转型发展需要及市场供求变化，将纯电动车作为网约出租车的车型备选方案，为了更准确反映纯电动出租车的实际使用状况，公司新增纯电动出租车的折旧年限，主要根据车辆型号和品牌信誉度设定为3-5年，同种品牌车型确定使用同一种折旧年限。

根据《企业会计准则第28号——会计政策、会计估计变更及差错更正》相关规定，本次会计估计变更采用未来适用法进行相应的会计处理，不会对以往各年度财务状况和经营成果产生影响，无需追溯调整。由于目前尚无法估计2018年投入的纯电动出租车数量，因此无法计算2018年的损益影响金额。公司在会计估计变更日前三年没有纯电动出租车，因此无法运用该会计估计计算对公司利润总额、净利润、资产总额、净资产的影响。

具体事项详见公司于2018年4月21日刊登在上海证券交易所网站www.sse.com.cn及《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》上的公告。

### 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

上海强生控股股份有限公司

2018年8月28日