

公司代码：601360

公司简称：三六零

三六零安全科技股份有限公司

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
人民币普通股	上海证券交易所	三六零	601360	江南嘉捷

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王巍	王习习
电话	010-56821816	010-56821816
办公地址	北京市朝阳区酒仙桥路6号院2号楼A座	北京市朝阳区酒仙桥路6号院2号楼A座
电子信箱	q-zhengquan@360.cn	q-zhengquan@360.cn

2.2 公司主要财务数据

单位：千元 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	32,521,356	29,348,279	10.81
归属于上市公司股东的净资产	26,898,917	23,982,254	12.16

	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	1,199,186	2,132,527	-43.77
营业收入	5,924,501	6,025,111	-1.67
归属于上市公司股东的净利润	4,052,497	1,537,014	163.66
归属于上市公司股东的扣除非经常 性损益的净利润	1,609,445	1,390,289	15.76
加权平均净资产收益率(%)	15.70	8.55	增加7.15个百分点
基本每股收益(元/股)	0.60	0.23	160.87
稀释每股收益(元/股)	0.60	0.23	160.87

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)		61,277				
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	
天津奇信志成科技有限公司	境内非国有 法人	48.74	3,296,744,163	3,296,744,163	质押	3,296,744,163
周鸿祎	境内自然人	12.14	821,281,583	821,281,583	无	0
天津欣新盛股权投资合伙企 业(有限合伙)	其他	4.10	277,307,438	277,307,438	质押	277,307,438
天津众信股权投资合伙企业 (有限合伙)	其他	2.82	190,878,127	190,878,127	无	0
北京红杉懿远股权投资中心 (有限合伙)	其他	2.75	185,795,997	185,795,997	质押	185,795,997
天津信心奇缘股权投资合伙 企业(有限合伙)	其他	2.14	144,646,170	144,646,170	质押	144,646,170
齐向东	境内自然人	1.79	121,207,120	121,207,120	无	0
浙江海宁国安睿威投资合伙 企业(有限合伙)	其他	1.64	110,922,953	110,922,953	质押	110,922,953
天津聚信股权投资合伙企业 (有限合伙)	其他	1.57	105,908,028	105,908,028	无	0
深圳市平安置业投资有限公 司	境内非国有 法人	1.31	88,738,428	88,738,428	质押	88,738,428
上述股东关联关系或一致行动的说明	(1)奇信志成和天津众信系周鸿祎先生控制的企业,周鸿祎先生、奇信志成和天津众信构成一致行动关系;(2)天津欣新盛的普通合伙人为天津奇虎和盛股权投资管理合伙企业(有限合伙),其普通合伙人天津奇虎欣盛股权投资管理有限公司的控股股东为齐向东先生,齐向东先生和天津欣新盛构成一致行动关系;(3)天津欣新盛、红杉懿远、信心奇缘、海宁国安和平安置业分别持有奇信志成13.13%、8.80%、6.85%、5.25%和4.20%的股权,与奇信志成之间存在关联关系;(4)金祖铭先生和金志峰先生系父子关系,王惠芳与潘光宇为母女关系。					

	除上述情况外，公司未知其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人的情况。
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

随着“大安全”时代的到来，网络安全已从单纯的信息安全，扩展到国家安全、国防安全、关键基础设施安全、社会安全、经济安全和个人安全；5G、物联网、人工智能等新技术蓬勃发展的同时，也带来了前所未有的安全挑战。目前，全球网络空间已经进入“超竞争”态势，网络安全形势日趋严峻，网络战已经成为“大安全”时代的最大挑战。三六零作为国内领先的网络安全厂商，在核心安全技术、安全大数据等方面引领行业，安全业务也成为三六零重点发展的战略方向。

在核心安全能力建设方面，2019年，公司全资子公司奇虎科技凭借应急服务规范、应急服务保障、技术实力等优势，被授予国家级网络安全应急服务支撑单位称号。公司积极配合重大会议、活动的网络安全保障工作，协助国家部委及重点机关进行重大安全事件研判 20 余次，继续为国家部委、央企国企等提供网络攻防实战演练服务。公司主动参与 2019 年网络安全国家标准的立项工作，其中 6 项标准已顺利通过。依托“360 安全大脑”的核心技术及能力，公司持续对全球重要网络安全事件进行快速预警、应急响应，日均监测网络安全事件超过 150 起，真正实现了“协同联动，主动发现，快速响应”。

在城市安全方面，2019 年公司的城市安全业务拓展迅速，目前 360 城市安全大脑已覆盖社区安全、公共安全、城市管理、出行安全四大较为成熟的应用场景。其中社区安全业务已进入北京、上海、广州、深圳等一线城市，全力打造社区安全治理标杆；出行安全与城市应急管理方面已经与天津全面开展项目试点及合作；公共安全方面已在贵阳、广西、河南、武汉、重庆等多地开展

大数据相关项目的对接合作。

在用户及社会安全方面,三六零的PC及移动安全产品平均月活数量始终平稳保持在5亿左右。2019年上半年,360互联网安全中心在PC端与移动端共拦截钓鱼网站攻击约404.2亿次、截获安卓平台新增恶意程序样本约92万个、识别和拦截各类骚扰电话约114.8亿次,公司被中国信息通信研究院授予“电信网络诈骗治理支撑与服务单位”称号。以360手机卫士为基石,公司推出“应龙综合反诈平台”,融合数据分析系统、短信反诈骗拦截系统等众多防护功能,将为公安机关、运营商及大型企业提供全方位安全防御,该平台荣膺2019年度防范治理电信网络诈骗创新实践示范项目。

2019年不仅是三六零实施“大安全”战略的关键之年,也是公司全面进军政企安全业务的元年。2019年4月,公司转让所持奇安信全部股权,转让金额总计约人民币37.31亿元。转让完成后,“360”品牌的完整性及唯一性得以实现,公司将政企安全作为三六零的重要战略方向和新业务增长点。2019年6月,公司下属全资子公司奇虎科技成功中标重庆市合川区360网络安全协同创新产业园一期项目,该项目为中国西南地区首个网络安全产业园。项目中标金额约人民币2.4亿元,是公司全面进军政企安全市场后的首个落地大单。公司将充分利用“360安全大脑”的核心能力,将该产业园打造成为集城市安全运营指挥、大数据协同安全技术研究、网络安全人才培养、网络实战攻防演练等众多能力于一身、具有标杆意义的网络安全实践及培养示范基地。

在技术创新方面,2019年6月末,“360安全大脑”宣布全面赋能国产操作系统,包含360安全卫士、360杀毒、360安全浏览器在内的安全产品全线支持国产化操作系统,全力为国内主流计算平台提供全方位的服务,辅助提升我国政企信息技术体系安全可控升级,帮助政企塑造更加安全、开放的生态环境。年内,三六零重磅发布小程序业务,依托公司PC端浏览器、安全卫士、搜索和导航产品庞大而稳定的用户基础,将小程序融入全场景互联网,为用户和开发者带来新场景、新连接,打造PC端应用新生态。

在经营情况方面,截至报告期末,公司总资产达人民币325.21亿元,同比增长10.81%;归属于母公司所有者权益合计为人民币268.99亿元,同比增长12.16%。2019年上半年,公司共实现营业收入人民币59.25亿元,基本与去年同期持平;营业总成本为人民币40.28亿元,同比下降7.67%;归属于上市公司股东净利润为人民币40.52亿元,同比增长163.66%。

报告期内的主要业务收入中,互联网广告及服务收入为人民币46.97亿元,同比略降1.16%;互联网增值服务收入为人民币4.82亿元,同比下降24.60%;智能硬件业务收入为人民币6.17亿元,同比增长22.57%;安全业务商业化开展时间较短,尚未形成规模化收入。公司具体经营情况

如下：

3.1.1 互联网广告及服务

2019 上半年，受整体市场环境、企业经营状况等多种因素影响，广告主预算投入日趋谨慎，对广告效果的考核愈发严格。与此同时，互联网流量市场已进入由增量转为存量的新常态，用户使用时长进一步放缓，信息流广告成为更受用户及广告主青睐的新兴广告形式，互联网广告市场面临着更加严峻的竞争与挑战。在这样的背景下，公司积极变革营销策略，开展精细化运营，互联网广告及服务收入基本与去年同期持平，报告期内主要完成了以下工作：

3.1.1.1 建设内容生产及分发平台，促进信息流内容质量提升

2019 年上半年，三六零对导航品牌进行全新升级，由传统上网入口进化为信息流内容平台，打造个性化、内容化、体验化的超级门户；360 搜索多产品注重服务和安全性能，在垂直搜索领域积极布局，稳居中国第二大搜索引擎；PC 浏览器在办公场景有显著的安全及体验优势；手机浏览器可充分满足用户的搜索及资讯需求，跨屏多端的产品矩阵为三六零步入触屏时代奠定了先决基础，为公司商业创新提供了良好机会。

报告期内，三六零对信息流广告的重视程度空前。公司积极建设内容生产及分发平台——快资讯，创新地将大量优质内容以信息流的方式分发到浏览器、导航、手机助手等各个拳头级流量产品中，凭借 PC、移动、智能硬件多端多入口的展现，通过全场景信息流覆盖、大数据互通多屏营销、易投放等 AI 创意工具及智能算法投放优化，为用户创造了更高频的沟通场景，进一步提升了用户活跃度及广告转化率，构建了全方位的信息流营销体系。

3.1.1.2 打造创新智能营销平台，提升客户服务水平，商业创新及变现效率进一步提速

2019 年，三六零在营销层面持续创新。围绕安全、内容入口、搜索、信息流的四大产品矩阵，为客户提供更全面、更深度的场景融合。公司以“智能营销+企业服务”为核心，创新升级全场景智能营销平台，并推出一系列完善的企业服务体系，从实际出发解决企业经营难题。

报告期内，三六零实现了全商业产品线的程序化，积极利用 AI 和大数据赋能营销，围绕用户提供全场景的触屏个性化营销，在保证用户体验的基础上，大幅度提高广告的关联性和有效性。公司推出结构化广告、富媒体广告等六大搜索广告创意形式，并通过建站工具、高效投放、智能优化和大数据监控等四维优化工具，实现全方位的广告创新和效果优化，让广告形式更加多元，投放更加便捷高效。

2019 年，三六零将企业服务作为营销之外的发力重点，针对客户的多维增长需求，通过供给侧的技术创新升级，构建全方位的服务和产品生态。报告期内已推出 360 商学院、可信百科、瞭

望台等企业服务产品，帮助企业客户简化营销程序、提升营销效率，助力中小企业实现互联网化升级、缓解转型阵痛，此举也有效促进公司中小客户数量持续提升。

3.1.2 互联网增值服务

公司的互联网增值服务主要为互联网游戏业务。2019 年，游戏版号逐步放开审核，市场有所回暖。但由于公司正在由联运平台向“联运+发行”一体化转型，游戏产品的储备数量及上线数量较为有限，导致业务收入同比下降 24.60%。

2019 年上半年，公司游戏团队以发行业务为突破，提升市场占有率；积极调整组织架构，引入经验和资源丰富的高端人才，提升品牌影响及运营能力；确立“支持与服务”定位，精简平台部门；加强精细化运营及内部渠道转化，业务毛利率上升约 11%。其中，手游业务持续努力提升内容方面的竞争力，将在细分领域持续发力、孵化精品 IP 内容、加速储备优质产品。页游方面发行业务效果凸显，明星产品迭出，独家代理相关收入占比进一步提升，未来将大力拓展用户及流量资源，加快优质产品上线速度。

3.1.3 IoT 智能硬件业务

2019 年上半年，公司智能硬件业务战略及组织架构进一步明确，连续发布多款明星产品，市场占有率继续突破提升。相关业务收入较上年同期增长 22.57%，业绩的快速增长主要得益于：

3.1.3.1 多品牌、多产品矩阵式布局，协同打造 360 品牌影响力

2019 年上半年，公司提出了 360 家庭安全大脑这一战略设想，并发布了家庭防火墙、智能音箱、智能安全座椅等多款全新产品，对家庭安防及车联网的原有产品进行迭代升级，大幅扩充了公司在售智能硬件的品类。报告期内，360 儿童手表与 Kido 儿童手表进行品牌融合，合力推出明星产品——360 儿童手表 8X、P1 等，双方未来将在安全基因、用户积累、软硬件能力、市场渠道等多方面进行优势互补，打造儿童专属内容大生态。

3.1.3.2 充分拓展运营商及线下渠道，把握海外市场发展机会

报告期内，公司积极调整销售策略，拓展运营商及线下渠道销售模式，与三大运营商均开展深入合作，合作品类持续增加；通过专业的团队搭建，大幅提升公开渠道合作数量，线下销售收入取得显著增长。在继续深耕国内市场之余，三六零也积极把握海外智能硬件市场的广阔商机，部分明星产品在优势区域内销量提升显著，取得了较高的品牌知名度及消费者满意度。

3.1.3.3 加强用户运营、深挖互联网增值服务，构建用户流转体系

报告期内，公司对智能硬件产品的 APP 进行统一 UI 升级，提升了用户体验，月活跃用户保持持续增长趋势。公司继续完善会员商城建设，未来将以商城为中心，以 360 软件用户为基础，通

过微信公众号、微博、APP 及社区社群构建用户流转体系，与用户实现紧密连接。广泛而稳定的用户资源，将有利于公司不断优化产品并提供增值服务。通过用户的分享、传播，三六零的 IoT 生态将日渐完善，在促进销售增长的同时，让更多用户在万物互联时代乐享安全、安心及安康。

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

会计政策变更的原因

(1) 财政部于 2017 年修订印发了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》(财会[2017]7 号)、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》(财会[2017]8 号)和《企业会计准则第 24 号——套期会计》(财会[2017]9 号)、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》(财会[2017]14 号)(以下统称“新金融工具准则”)。

(2) 财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《关于修订印发 2019 年一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号)，对一般企业财务报表格式进行了修订。

公司根据上述修订要求，对相关会计政策进行了变更。

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