

厦门吉宏科技股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	吉宏股份	股票代码	002803
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	龚红鹰	许文秀	
办公地址	厦门市海沧区东孚工业区二期浦头路 9 号	厦门市海沧区东孚工业区二期浦头路 9 号	
电话	0592-6316330	0592-6316330	
电子信箱	ghy@jihong.cn	xuwx@jihong.cn	

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	1,916,669,620.98	1,394,760,940.70	37.42%
归属于上市公司股东的净利润（元）	258,060,125.16	148,028,338.70	74.33%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	250,989,897.13	142,531,795.69	76.09%
经营活动产生的现金流量净额（元）	199,781,449.35	127,616,318.77	56.55%
基本每股收益（元/股）	0.68	0.72	-5.56%

稀释每股收益（元/股）	0.68	0.72	-5.56%
加权平均净资产收益率	16.80%	15.89%	0.91%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	2,758,818,619.06	2,439,256,660.01	13.10%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,557,449,734.21	1,406,881,611.19	10.70%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	23,501	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
庄浩	境内自然人	23.07%	87,288,382	65,466,286	质押	29,843,091
庄澍	境内自然人	10.12%	38,303,125	28,727,343	质押	2,890,000
赣州金融控股集团有限责任公司	境内非国有法人	8.98%	34,000,000	0		
赣州发展融资租赁有限责任公司	国有法人	6.75%	25,545,662	0		
西藏永悦诗超企业管理有限公司	境内非国有法人	3.86%	14,597,900	0	质押	4,454,000
上海浦东发展银行股份有限公司—广发小盘成长混合型证券投资基金（LOF）	其他	3.60%	13,612,908	0		
华夏基金管理有限公司—社保基金四二二组合	其他	2.18%	8,246,868	0		
贺静颖	境内自然人	1.75%	6,638,925	0		
张和平	境内自然人	1.75%	6,638,925	4,979,193		
中国建设银行股份有限公司—广发多元新兴股票型证券投资基金	其他	1.58%	5,966,405	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	庄浩和张和平为夫妻关系，庄澍和贺静颖为夫妻关系，西藏永悦诗超企业管理有限公司控股股东庄振海与庄浩、庄澍为父女及父子关系；赣州发展融资租赁有限责任公司为赣州金融控股集团有限责任公司控股子公司。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

（一）主要经营情况

报告期内，新冠肺炎疫情导致国内外经济形势承受较大的下行压力，公司采取有效措施积极应对，业绩显著增长：报告期内，公司实现营业收入191,666.96万元，同比增长37.42%；实现净利润为27,452.38万元，较上年同期增长75.13%，归属于上市公司股东的净利润25,806.01万元，较上年同期增长74.33%，每股收益为0.68元。截止2020年6月30日，公司总资产为275,881.86万元，较年初增长13.10%；归属于上市公司股东的所有者权益为155,744.97万元，较年初增长10.70%。

1、电商业务表现亮眼

疫情初期对国内造成较大影响，物流不畅、工厂停工等现象导致电商从业者面临货物短缺、物流受阻等问题，公司电商业务专注于海外市场，吸取往年春节期间产品流转受物流影响的经验，春节前即疫情爆发前夕已预先储备约四周货物至海外仓，以满足海外销售需求，且国内供应商及物流在2020年3月开始逐步恢复正常，海外订单的交付在2020年第一季度受疫情影响时间约为两周，影响较小；2020年3月起海外疫情爆发，消费者线下消费行为无法正常开展，部分线下生活和消费需求转移至线上，凭借线下完善的产业布局和优质的供应链资源，公司及时调整主要销售区域的产品结构积极应对疫情冲击，并根据目的地实际情况采用包机、散货空运、快船海陆运相结合等方式进行物流配送，在做好疫情防控的基础上全力保障货物运输时效，提升用户的消费体验。同时，公司结合疫情期间部分国家或地区的应急管理处置措施及经济秩序治理状况，主动停止风险较大区域的市场销售，加大对治理较好国家的广告投放，借助精准的客户定位、符合疫情之下市场需求的智能选品及产品推广、完善的供应链管理体系等优势，电商业务在2020年第二季度整体订单规模及效益实现大幅度增长。

2、提前布局的环保包装效益初显

公司包装业务主要客户均为世界级知名品牌或国内细分行业领先企业，客户自身业务稳定，同时得益于环保政策的逐步趋严和消费者环保意识的不断加强，在强调食品安全的大环境下叠加限塑令的出台，公司2018年开始通过并购及非公开发行股票实施募投项目方式布局的环保食品包装已初显效益，包装整体业务亦实现较好增长。

3、积极履行社会责任

为抗击新冠肺炎疫情，公司及管理层在2020年2月合计捐款及捐赠物资人民币120余万元，其中50万元定向捐款给黄冈市慈善总会用于防控疫情工作，50余万元购买物资用于支援孝感处于防控一线的医护人员及民众，公司管理层捐赠价值约26万元的医疗防护物资用于孝感疫情防控，积极履行社会责任。

（二）具体业务情况分析

1、To C端业务：精准营销跨境电商

根据eMarketer数据显示，截至2018年末，全球网络零售市场规模2.93万亿美元，占全球零售市场规模约为12.2%，全球消费市场电商化加深，未来增速保持在15%以上。拉美地区是近年来全球跨境电商增速最快的地区，紧随其后的是亚太、中东和非洲等地区，随着新兴市场网购普及率的逐渐提升，新兴市场有望成为我国跨境出口B2C行业的潜在增长点。

结合近几年的发展趋势，东南亚和台湾地区电商渗透率仍在持续提升，由于语言环境、宗教文化等因素限制，电商格局

较为分散，上述市场的信息网络、移动支付及供应链系统等基础配套设施相对落后，尤其是移动支付尚未完成普及，整体仍处于发展初期，依托巨大的人口红利基础、高性价比消费需求和日益开放的进口贸易政策，将持续加速释放市场潜力，未来电商规模提升空间巨大。根据谷歌和淡马锡2018年发布的《东南亚电子商务报告》数据，东南亚电商市场规模预计2025年将超过1,000亿美元；根据谷歌和淡马锡的《2019东南亚数字经济报告》，截至2019年，东南亚数字经济整体规模已突破千亿美元，预计在2025年将达到3,000亿美元规模。

疫情加速海外传统消费习惯及消费方式的改变，在战略全局的把控下，通过分析各个国家疫情抗击状况及秩序治理能力，公司迅速采取相关措施积极应对变化：根据市场需求情况及时调整产品品类和重点销售区域；进行精益管理以提升产品签收率、降低退货率；大数据精准定位客户群体，高效精准的投放在提升用户点击率和下单率的同时，有效控制广告投放成本；多方沟通协调供应链资源，全力保障产品配送时效等。依托对市场的敏感度及快速响应能力，公司跨境电子商务收入和净利润均有大幅度增长，报告期内实现营业收入109,437.34万元，同比增长96.62%，实现净利润16,579.24万元，同比增长122.81%。

随着消费者消费观念、消费行为的不断升级，品牌敏感度在不断强化，公司将根据销售区域、用户属性、产品及积累用户数据聚焦小众个性化市场，充分利用中国物美价廉的制造优势打造自有营销品牌；同时公司将持续保持对跨境电商行业发展方向和市场变化趋势的高度关注，一方面不断丰富和完善电商业务的营销渠道和销售策略，实现用户群及销售额的稳步增长；另一方面，公司拟建设打造底层SaaS系统，为国内跨境电商从业者提供落地实施境外电商所需的网络设施、软硬件运作平台、货源供销及系统维护等服务，不断拓展业务领域。

2、To B端业务：精准营销广告

目前我国移动互联网营销广告行业中从业企业众多，市场竞争充分，行业集中度较低，不存在明显的龙头企业，单一企业所占市场份额较小。公司精准营销广告业务拥有专业的技术开发团队、敏锐的市场动态分析、成熟的营销整合能力、自有开发产品能力，在国内移动互联网营销推广领域占据一定的市场地位。报告期内，受疫情影响，出现广告主预算收紧、流量消耗减少、投放需求下滑、回款缓慢等现象，为有效控制风险，公司主动停止与部分非直接客户的合作，集中优势资源及精力服务于精心筛选的优质客户，报告期内，公司精准营销广告业务实现营业收入17,942.71万元，实现净利润5,467.82万元。

公司精准营销广告业务主要由子公司厦门市正奇信息技术有限公司、北京龙域之星科技有限公司及其下属公司负责。其中，厦门正奇主要负责开发完整的DSP（需求方平台）与SSP（供应方平台），在接收广告主的投放需求后通过数据整合、分析及管理，实现基于受众的精准投放，并且保证价格优势，报告期内，厦门正奇实现净利润2,923.49万元；龙域之星主要通过移动广告技术实现与国内移动平台广告流量的对接及采买，为客户提供CPA/CPM/CPS等方式的效果营销服务，该业务形式具有传输形式多样化、受众范围覆盖面积广、广告投放精准度高、转化效果好等特点，报告期内，龙域之星实现净利润2,544.33万元。

3、包装业务

公司包装业务主要客户均为食品、饮料、日化等快消品行业细分领域龙头企业，在服务模式、研发设计、制造平台、经营管理及产品品牌等方面已形成自身突出竞争优势，同时公司充分发挥包装业务优质客户资源和丰富运营管理经验，为互联网精准营销业务提供供应链及流量支持，线上线下业务已实现深度融合。子公司宁夏吉宏环保包装科技有限公司已完成厂区建设并投入试生产，有效提升公司包装业务产能，在满足战略合作客户需求的基础上不断开拓宁夏及周边地区客户资源及包装市场。报告期内，公司包装业务实现营业收入63,282.10万元，实现净利润4,033.62万元，其中，受益于国内外限塑令的推进及力度的持续加大，公司在2018年提前布局的环保包装业务营业收入为17,061.65万元，同比增长117.98%，实现较大幅度增长。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

1) 重要会计政策变更

本公司于2020年1月1日起施行新收入准则。本公司将执行财政部于2017年修订并发布的新收入相关准则，其他未修改变

更部分，仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则—基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

本次会计政策变更不涉及以前年度的追溯调整，对公司资产总额、负债总额、净资产、净利润、所有者权益等均不产生影响。

2) 重要会计估计变更

无。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

本期合并范围增加：厦门吉宏包装工业有限公司、霍尔果斯金宏科技有限公司、江西吉客印电子商务有限公司、上海携心供应链管理有限公司、重庆吉客宇行供应链管理有限公司。本期合并范围减少：芜湖黑蚁电子商务有限公司、成都渡佳电子商务有限公司。

厦门吉宏科技股份有限公司

法定代表人：庄浩

二零二零年八月二十二日