

B050 信息披露 | Disclosure

公司代码:603318

公司简称:派思股份

大连派思燃气系统股份有限公司

[2020] 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和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
A股	上海证券交易所	派思股份	603318
		无	
联系人和联系方式		董事会秘书	证券事务代表
姓名	李鹤鸣	于颖	
电话	0631-80376363	0631-80876363	
办公地址	济南历下区历山路521号地矿大厦14层	济南市历下区历山路521号地矿大厦14层	
电子信箱	dnp@cnenergascn.com	dnp@cnenergascn.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	1,742,628,170.85	1,649,642,374.30	-5.63
归属于上市公司股东的净资产	930,293,008.87	904,579,831.53	2.84
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	-43,064,500.33	89,604,873.04	-148.06
营业收入	307,191,309.74	147,522,402.44	108.23
归属于上市公司股东的净利润	10,029,326.74	-44,116,236.93	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	9,106,919.03	-46,361,722.08	
加权平均净资产收益率(%)	1.10	-4.41	
基本每股收益(元/股)	0.02	-0.11	
稀释每股收益(元/股)	0.02	-0.11	

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)		28,341							
前十名股东持股情况									
股东名称 股东性质 持股比例 (%) 持股数(股) 持有有限售条件的股份数量 质押或冻结的股份数量									
水发兴业集团有限公司 国有法人 30.08 120,360,353 0 质押 60,113,184									
Energas Ltd. 国外法人 18.05 75,000,000 0 质押 73,460,000									
大连派思投资有限公司 法人 11.20 45,039,647 0 质押 45,039,647									
太平洋财产保险股份有限公司-分红险 其他 0.43 1,725,406 0 无									
丁世海 国内自然人 0.28 1,118,201 0 无									
邹宇 国内自然人 0.24 966,400 0 无									
陈光亮 国内自然人 0.23 925,000 0 无									
邓鸡 国内自然人 0.17 696,300 0 无									
邹腾 国内自然人 0.17 665,800 0 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 控股股东及实际控制人变更情况

□适用 √不适用

2.6 未到期前及未兑付公司债情况

□适用 √不适用

2.7 经营情况讨论与分析

2020年上半年,公司面对复杂严峻的国内外市场竞争环境,克服新冠疫情肆虐全球的不利影响,在董事会的正确领导下,公司管理层加强管理,积极采取多种措施并举,公司业绩实现半年度扭亏为盈。

2020年1-6月,公司实现营业收入30,719.13万元,同比增长102.24%,实现归属于母公司股东净利润1,002.93万元。截止报告期末,公司总资产174,262.87万元,所有者权益124,163.37万元,资产负债率为20.76%。

2020年公司重点提升并推进以下工作:

1.加强成本控制,提升内部整体盈利能力

2.提高管理水平,各业务板块管理能力及业务水平、整体盈利能力较去年有所提高,燃气装备制造业,上半年克服疫情影响在整体市场的不利影响,努力拓展市场,年内新签销售订单16亿元,累计合同额超过16亿元,较去年同期有所增长,聚尔多斯派恩源天然气生产业务已经实现日均产量90万立方米,均已稳定达产,达到设计产能,受制于国际LNG价格波动及行业影响,国内LNG价格今年一直处于低位,部分液化天然气业务目前仍未盈利,随着中石化天然气气源稳定供给,日生产负荷提升,单耗降低,LNG业务正逐渐进入平衡点,上半年公司实现LNG产量4万余吨,消耗基本与产能持平,产能利用率、效率、上半年实现供气200万方/天,累计用户15000户。分布式能源业务,四平医养、松原医养项目均平稳运行,力保项目正常在诉讼过程中。

3.继续夯实基础管理,提升企业核心竞争力

4.通过内部审计,提升公司治理水平

5.报告期内,公司党群部门制定《公司党委会议议事规则》,建立健全党委支部理论学习制度、党内民主管理制度、党员教育管理制度等一系列过硬党支部建设标准化制度,力求强化党的领导前提下,推进党组织的政治优势与资本优势的深度融合,把上市公司的党建工作提高到一个新水平。

6.积极履行社会责任,提升社会形象

报告期内,公司推进目标责任管理体系建设,通过多级负责人签署目标责任合同书,进一步强化管理人员的管理水平,提升员工质量意识,提高生产效率,鼓励技术创新。在内部建设方面,有针对性的进行排查,对于发现的问题及时进行整改,并对核心业务部门及下属子公司进行了针对性的内部培训,通过内部审计,使公司上下牢固树立了规范发展、严禁违规办理业务的理念。

7.消除事故隐患,筑牢安全防线

公司进一步强化安全生产责任制,全员签订安全生产责任书,规范HSSE管理体系,组织专项人员对全年对各个车间进行安全隐患排查,及时整改,做到全覆盖、责任到人,公司高度重视安全生产巡查,安全隐患排查工作,作业票证制度,落实领导责任等工作。

8.抓廉洁自律,提升公司形象

9.抓廉洁自律,提升公司形象

10.抓廉洁自律,提升公司形象

11.抓廉洁自律,提升公司形象

12.抓廉洁自律,提升公司形象

13.抓廉洁自律,提升公司形象

14.抓廉洁自律,提升公司形象

15.抓廉洁自律,提升公司形象

16.抓廉洁自律,提升公司形象

17.抓廉洁自律,提升公司形象

18.抓廉洁自律,提升公司形象

19.抓廉洁自律,提升公司形象

20.抓廉洁自律,提升公司形象

21.抓廉洁自律,提升公司形象

22.抓廉洁自律,提升公司形象

23.抓廉洁自律,提升公司形象

24.抓廉洁自律,提升公司形象

25.抓廉洁自律,提升公司形象

26.未到期前及未兑付公司债情况

□适用 √不适用

27.经经营情况讨论与分析

28.报告期内,公司坚持战略转型,调整业务布局,谨慎防范经营风险,并努力寻求投资机会,重点推进了以下工作:

1.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

2.继续深耕御制公司“大文化”发展战略,公司依托影视行业优势的内容底蕴,持续加强内容营销的步伐,培养更多专业人才,提升公司整体运营水平,融合服务内容,提高核心公司竞争力,为公司持续规划和营销业务提供更多支撑。

报告期内,公司实现营业收入30,448.39万元,同比减少4.44%,营业成本27,141.57万元,同比减少7.13%。报告期内,公司实现归属于上市公司股东的净利润582.71万元,较去年同期增长129.4%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润362.03万元,较去年同期增长129.4%。

3.与之利益的基础之上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

4.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

5.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

6.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

7.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

8.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

9.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

10.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

11.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

12.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

13.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

14.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

15.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

16.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核

心,客户需求为导向,通过市场调查、数据分析、品牌策划、宣传推广等全案营销服务,努力为广告主提供更精准、更有效的服务。

17.在核心技术的基础上,进一步推进业务转型,努力提升主营业务盈利能力。公司坚持以内容为核