公司代码:600983　　公司简称:惠而浦

惠而浦（中国）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
A股	上海证券交易所	惠而浦	600983	合肥三洋

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	方斌	孙亚萍
电话	0551-65338028	0551-65338028
办公地址	合肥高新技术产业开发区习友路4477号	合肥高新技术产业开发区习友路4477号
电子信箱	bin_fang@whirlpool-china.com	yaping_sun@whirlpool-china.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	6,803,171,240.20	7,582,845,817.74	-10.28
归属于上市公司股东的净资产	3,600,507,645.65	3,754,626,617.79	-4.10

	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	-738,565,374.21	-570,170,382.58	-29.53
营业收入	2,156,408,660.92	2,692,122,554.22	-19.90
归属于上市公司股东的净利润	-115,889,354.26	-59,939,074.19	-93.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-129,579,712.99	-89,742,511.35	-44.39
加权平均净资产收益率(%)	-3.15	-1.47	减少1.68个百分点
基本每股收益(元/股)	-0.15	-0.08	-93.35
稀释每股收益(元/股)	-0.15	-0.08	-93.35

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)	25,529
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	
惠而浦(中国)投资有限公司	境内非国有法人	51.00	390,884,200	233,639,000	无	
合肥市国有资产控股有限公司	国有法人	23.34	178,854,400		无	
中国证券金融股份有限公司	未知	2.13	16,308,587		未知	
中央汇金资产管理有限责任公司	未知	0.79	6,090,300		未知	
东莞市东联投资有限公司	未知	0.78	5,976,500		未知	
瞿小刚	境内自然人	0.72	5,543,600		未知	
吴国彪	境内自然人	0.39	2,974,784		未知	
周建	境内自然人	0.15	1,113,600		未知	
董吉军	境内自然人	0.13	1,005,000		未知	
周利金	境内自然人	0.13	1,001,266		未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	惠而浦(中国)投资有限公司系公司控股股东,与其他股东不存在关联关系和一致行动人关系。其它股东之间未知是否存在关联关系和一致行动人关系。					
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

2020上半年，家电业长期整体市场低迷、零售端消费需求不旺、市场表现平淡等持续的大环境因素，被新型冠状病毒肺炎疫情进一步放大。数据显示:1,2020年上半年中国家电行业国内市场销售规模为3,365亿元，同比下降18.4%；累计出口规模为1,870亿元，同比上升4.2%，随着疫情对中国市场的影响逐步减弱，第二季度家电行业的国内销售也日趋回暖，出口形势好于预期。新冠疫情的蔓延，对中国家电特别是大件、传统家电产品的线下销售和研发制造持续产生不利影响。在此背景下，国家消费刺激和经济复苏政策的效力逐渐凸显，线下市场逐渐复苏调整，线上线下融合的新消费模式加速形成，为家电行业带来新的销售契机。

报告期内，公司实现营业收入21.56亿元，较去年同期下降20%。伴随国内疫情好转，第二季度收入大幅上升，达到12.74亿元，季度环比增长44%。2020上半年出口形势良好，营收达14.06亿元，季度环比增长20%，整体超过内销。上半年，公司实现归属于上市公司股东的净利润-1.16亿元，较上年同期下降93%，但季度环比增长92%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-1.30亿元，较上年同期下降44%，季度环比增长80%。净利润从一季度的亏损1.07亿大幅收窄到二季度的亏损0.09亿。

随着广大消费者对高品质生活追求的不断提升，“健康” 已成为美好家居生活的必要元素之一。2020年，消费者对具有健康功能的家电产品有了爆发式的需求。惠而浦集团专注健康科技创新已有逾百年历史，这一市场诉求，恰和惠而浦品牌一直以来专注的领域高度吻合。秉承惠而浦集团逾百年的健康科技创新传统，立足于对消费者需求的前瞻性洞察，坚持“百年创新，悦享健康”的品牌战略和“惠而浦健康家”的品牌理念，推出了搭载核心健康科技的冰、洗、厨电全系列健康除菌产品家族，为消费者构筑家庭健康的全面防线，维护和谐、美好的家庭人际关系。惠而浦（中国）也有序推动渠道拓展、数字化建设和内控管理，试水直播电商，探索更为多元化的经营之路。

2020上半年，在疫情的大环境下，惠而浦（中国）积极按照国家及政府政策部署抗疫，成为合肥市高新区第一批经过政府验收、全面复工复产的企业。公司也持续优化冰洗内销业务执行效能，推动厨电业务的拓展，积极探索出口和内销市场。经过努力，惠而浦品牌的内部占比已提升到55%，其中第二季度超过60%，品牌总曝光量达40亿，百度、天猫、京东等平台的惠而浦品牌搜索总量同比增长了136%。在上半年冰洗行业整体下滑的背景下，惠而浦第二季度冰洗出货额同比大幅增长，整体出货额同比增长23%。第二季度营收，特别是出口市场形势良好，季度环比大幅增长。惠而浦（中国）将坚定实践“百年创新，悦享健康”的品牌战略和 “惠而浦健康家”的品牌理念，立足于对行业消费趋势的前瞻性洞察和消费者的核心需求，提升惠而浦品牌认知度和美誉度的提升。

（一）、2020上半年主要经营工作

1、优化冰洗内销业务执行效能，提升惠而浦品牌市场份额

惠而浦（中国）立足于对行业消费趋势的前瞻性洞察和消费者的核心需求，于2020上半年推出了一系列搭载核心健康科技的冰洗健康除菌产品家族，包括利用臭氧+蒸汽混动高效除菌、配备顽渍净程序的帝王H系列-混动除菌，荣获2020年德国iF设计奖、拥有简洁大气的外观和亲民价格的洗烘二合一易净系列洗衣机，取得最高标准国际羊毛局WOOLMARK羊毛蓝标认证、具备惠而浦独家第6感智能科技以及恒温烘和贴壁烘双重技术的惠而浦Fresh Care+ 系列干衣机，拥有等离子主动除菌系统和全新升级零冻锁鲜舱的惠而浦凌度Pro冰箱，搭载ADS智能投放系统、专为都市精英阶层打造的惠而浦新光芒滚筒洗烘一体机。2020年下半年聚焦Majesty系列产品首发上市，利用平台资源联合进行产品推广。

在上半年冰洗行业整体下滑的背景下，惠而浦第二季度冰洗出货额同比大幅增长，整体出货额同比增长23%。据奥维数据显示，2020年上半年，惠而浦洗衣机线下销量同比增长12%，销量份额同比增长达1.3%；惠而浦洗衣机线下零售市场零售额份额同比上升0.88%，惠而浦品牌份额增长0.9%，增速领先大盘25%；惠而浦冰洗电商GMV（线上成交额）达5,698万，同比增长29%，是行业增长最快的外资品牌。第二季度线下渠道中，惠而浦滚筒洗衣机在中高端（6000以上价格区间）表现良好，市场份额有所提升，主要得益于新光芒系列及帝王H系列产品的贡献。6月，惠而浦品牌自营旗舰店月销售首破千万，6月1日天猫销售达141万，618大促期间销售同比增长104%。

在产品布局方面，公司继续优化冰洗内销产品结构，在传统线下销售渠道，尤其在一、二线城市投入更多中高端、高附加值的产品；同时在四六级市场补充更多高性价比产品，给消费者传递差异化的价值体验。加速向以零售为驱动的销售模式持续转型，通过专项营销活动推动零售增长，制定产品出样策略，开发销售工具并加强培训，提升零售空间体验并及时解决网点问题；通过进销存认定和统一的零售价管理，支持并激励合作伙伴统筹落实终端管理和促销活动；开发可视化的数字零售平台。在渠道侧，聚焦全国连锁核心门店，提升单店销量；在传统批发渠道持续整合开发各级代理商，提升网点活跃度；开拓工程项目和家装新渠道；提升电商运营能力，针对目标消费者做到精准引流，打造爆款产品和优质内容，提升转化率。惠而浦（中国）将持续打造爆款冰洗产品，通过优化产品主图、丰富宣传视频、参与直播活动、深度分析入店关键词，积累口碑、培养产品热度，以期实现未来品牌美誉度和销售量额的爆发。

2、进一步完善厨电渠道与产品布局，实现了业务的快速增长

2020上半年，公司也打造蕴含健康科技、具备杀菌消毒功能的厨电产品，引进惠而浦欧洲进口W11系列洗碗机，搭载可以自动感应餐具上的污渍程度并激活相应洗涤程序的惠而浦独家第6感智能系统，以及Power Clean和Power Dry一小时高效强力洗烘程序。而“丰味”系列微蒸烤一体机则自带44道食谱程序，提供多元全新菜式选择，集微波炉、蒸汽、脆烤、烘烤能多功能于一体，大幅精简烹饪流程。

惠而浦（中国）持续与全国房地产开发伙伴签约战略合作，新增了对接地产总部的专门负责人，负责从战略签约到项目落地的流程；与线上电商平台展开合作，聚焦京东、天猫两大线上渠道，完善产品布局、打造爆款厨电，设立平稳的价格机制、保障代理商利益；捕捉装修一体化大趋势，与国内外高端橱柜和家居品牌展开广泛合作，拓展线下实体店渠道，提高转化率。目前橱柜渠道已成长为惠而浦（中国）目前最大的独立渠道。

合肥洗碗机新工厂建设正按照计划顺利推进，预计2020下半年将建成投产并完成新款洗碗机产品的上市。

3、扩展集团内外部客户，出口业务稳步增长

公司整合惠而浦全球资源优势，通过提升研发设计的全球协同性和本地制造成本竞争力，积极拓展全球特别是亚太地区的出口业务。凭借出口业务的市场成熟和规模化、创新研发、营销与销售优势，公司加速开发亚太地区的出口客户，上半年出口销售额达14.06亿，季度环比增长20%。此外，公司仍积极推进产品的自主研发，借助惠而浦集团全球研发中心、国家级企业技术中心、国家级工业设计中心、国家认可实验室（CNAS）、博士后科研工作站等技术创新平台，以及合肥生产制造优势，快速响应惠而浦全球业务需求。

2020年上半年在营销方面，公司通过企业网站、企业公众号、第三方电子平台持续进行品牌和产品推广，包括5月登陆阿里巴巴国际站，6月参加第127届广交会；进一步加强“空气洗”、“智氧除菌”等健康家电技术在核心出口平台上的应用，积极推进核心出口项目的开发，持续练好产品内功；借助跨境电商无接触、交易链条短等独特优势，公司的跨境电商业务在日本、澳洲、东南亚等部分国家和地区取得了突破性进展；通过优化服务流程、提高沟通效率、追送服务闭环等方式，进一步提高海外客户服务水平和满意度。上半年公司克服疫情等不利影响，整体出口同比保持增长态势，预计下半年出口形势将继续持续增长。

4、持续投入品牌建设，实现惠而浦品牌知名度和偏好度的提升

公司继续聚焦于惠而浦品牌，丰富产品线，巩固并提升品牌销量；传承惠而浦品牌逾百年来的产品创新积淀，坚定实践“百年创新，悦享健康”品牌战略；于2020上半年全面升级“惠而浦健康家”品牌理念，包括三个内涵:第一是搭载惠而浦核心科技的健康 “家”（HOME），提升生活品质的家电产品，可看作健康家的“硬件”；第二是健康的FAMILY，与父母/孩子的亲情、与爱人的爱情、与友人的友情等与人息息相关的三种关系，是健康家的“软件”；第三，持续塑造惠而浦健康专家的形象，倾听消费者心声，挖掘他们真正的需求，成为助力消费者到达理想健康生活状态的专家。

2020上半年，随着惠而浦品牌的成长，惠而浦品牌的内部占比已提升到55%，其中第二季度超过60%。上半年，公司陆续开展了一系列线上线下新零售消费者活动，成功实现了惠而浦品牌认知度和美誉度的提升，品牌总曝光量达40亿，百度、天猫、京东等平台的惠而浦品牌搜索总量同比增长了136%。2月举办“惠而浦健康家，智氧中国行”活动，展示惠而浦产品的“智氧除菌”功能，4月举办2020惠而浦品牌暨新品发布会，正式推出涵盖冰、洗、厨电的全线“健康除菌产品家族”，并联合权威机构奥维云网和中国家用电器研究院发布具有行业标杆意义的《2020健康趋势白皮书》，发布会以全程直播的形式，在媒体和社交电商平台总曝光达1.91亿，直播总观看达3,855万，销售额达2,952万。5月，在社交电商平台举办“总裁‘价’到——惠而浦健康家如你所鉴”直播活动，全网观看量超过68万，当天京东平台的单店交易额突破百万。

5、全面控制费用，实施降本措施，防范经营风险

2020上半年，惠而浦（中国）通过组织结构升级和管理层薪酬优化、资源节约及循环利用、原材料合理采买、WCM（世界级制造）项目落地、打通银企直联支付、落实会计自动制证、业务流程电子化等措施，以及搭建同一平台、同一流程的费用管理系统，严控各项费用，实施降本措施，实现费用预算的事前申请、事中管控、事后统计分析，实现了智能化、电子化的业务流程，逐步构建了更完善而高效的合规与内控的闭环管理体系。

遵循严格的供应链伙伴合作机制，建立公平、公正、合规的合作伙伴体系，通过年度价格谈判、电子招标、备选供应商开发等方式选择能快速响应需求、具有成本竞争力、在技术上可一起创新且能保持优良品质的合作伙伴，达成共赢；不断优化设计，通过标准化和系统集成等手段，实现技术降本。

6、改善数字化基础设施，提升运营效率，增强业务协同，赋能业务增长

2020上半年，公司在各业务领域落地了一系列数字化任务和数字化基础设施建设，从销售营销、生产运营及大供应链、财务和风险管理、企业服务总线四个维度进行数字化转型，并树立三大目标:关注产品和用户体验；关注企业内部管理、业务流程，以及与客户（用户）的连接与价值传递；从传统、垂直而封闭式的网络架构，转向云化、服务化的开放架构。

惠而浦（中国）数字化项目自2020年1月启动以来，目前基本完成了企业的业务和运营管理在线化，业务数据实现了局部共享，企业级的数据平台架构搭建与集成化也基本完成，大部分数据能够互联互通；接下来将继续全局的数据整合以及相应的全局分析，推进标准化，并实现基于数据的业务深度分析，提升企业资源利用率。

在营销领域，公司搭建了自营电商平台及惠而浦合伙人社交电商零售模式。2020年上半年，自营电商平台获得高速发展，新增销售额超2千万，该板块在支撑渠道变革和扁平的道路上，将发挥重要作用；升级全渠道营销管理系统，加快以零售服动的销售管理模式转型；在生产及大供应链领域，新投入的洗碗机工厂实施MES（生产信息化管理系统）及智能制造，实现生产订单和调度的集中化管理，实现关键部件可追溯，质量管理透明化、数据化，实现异常管理闭环化及生产管理柔性化，这也是以工厂流程驱动的制造方式实现WCM(世界级制造)的任务；在财务管理和内部运营领域，通过开发会计科目表和成本中心系统，细化了二级三级费用科目及成本中心体系，让费用分析可视化快捷；针对企业服务总线，采用SOA（面向服务架构）进行系统应用集成，有效提高各系统各组件的耦合度，便于业务系统灵活重构、敏捷适应业务及流程变化。

（二）、报告期内主要经营情况

在全球疫情严峻的大背景下，2020上半年的收入情况均在预期范围。报告期内，公司实现营业收入21.56亿元，较去年同期下降20%。伴随国内疫情好转，第二季度收入大幅上升，达到12.74亿元，季度环比增长44%。2020上半年出口形势良好，营收达14.06亿元，季度环比增长20%，整体超过内销。

上半年，公司实现归属于上市公司股东的净利润-1.16亿元，较上年同期下降93%，但季度环比增长92%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-1.30亿元，较上年同期下降44%，季度环比增长80%。净利润从一季度的亏损1.07亿大幅收窄到二季度的亏损0.09亿。公司在降本增效的成效部分抵消了上半年价格与产品结构的压力。随着线下门店的流量恢复，产品结构在二季度开始向好。公司在上半年投入资源推动数字化转型。实施费用严控降低了总体运营的成本。上半年经营活动产生现金流-7.39亿元，较上年同期下降30%，季度环比增长67%。

报告期内，惠而浦（中国）聚焦于提升惠而浦品牌市场份额，坚定实践“百年创新，悦享健康”的品牌战略和 “惠而浦健康家”的品牌理念。立足于对行业消费趋势的前瞻性洞察和消费者的核心需求，公司推出了一系列搭载核心健康科技的冰洗健康除菌产品家族，优化冰洗内销业务执行效能，并通过与全国地产伙伴和橱柜品牌的合作，持续推动厨电业务的拓展。公司整合惠而浦全球资源优势，通过提升研发设计的全球协同性和本地制造成本竞争力，积极拓展全球特别是亚太地区的出口业务；在内销市场也开展了一系列线上线下新零售消费者活动，成功实现了惠而浦品牌认知度和美誉度的提升。针对内部管理，惠而浦（中国）全面控制费用、实施降本措施、防范经营风险，并通过改善数字化基础设施，提升运营效率、增强业务协同、赋能业务增长。

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

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

证券代码:600983　　股票简称:惠而浦　　公告编号：2020-025

惠而浦（中国）股份有限公司 2020年第一次临时董事会决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

惠而浦（中国）股份有限公司2020年第一次临时董事会于2020年8月11日以送达及电子邮件方式发出，并于2020年8月19日以通讯表决的方式召开。董事吴侃因个人原因提出辞职，其它11名董事参与表决。会议召开程序符合《公司法》和《公司章程》的规定，经与会董事表决，一致通过以下决议:

1、审议通过《公司2020年半年度报告及摘要》

表决结果:11票赞成，0票弃权，0票反对。

《公司2020年半年度报告及摘要》全文内容详见上海证券交易所网站（http://www.sse.com.cn）。

2、审议通过《关于续聘公司2020年度审计机构及内部控制审计机构的议案》

决定续聘安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）为我公司2020年度财务审计机构及2020年度内部控制审计机构，聘期为一年。

表决结果:11票同意，0票弃权，0票反对。

独立董事对此议案发表了同意的独立意见，《独立意见》详见上海证券交易所网站（http://www.sse.com.cn）。《关于续聘会计师事务所的公告》详见上海证券交易所网站（http://www.sse.com.cn）。

3、审议通过《关于董事变更的议案》

鉴于公司董事吴侃先生因个人原因辞去公司第七届董事会董事及审计委员会成员职务。同意选举胡红女士为公司第七届董事会董事候选人。

表决结果:11票赞成，0票弃权，0票反对。

胡红简历:女，汉族，1974年10月出生，中国国籍。1997年北京大学法律系经济法/国际经济法专业本科毕业；2000年北京大学法学院经济法硕士毕业，2001年（美国）密苏里大学（UMC）争议解决专业硕士毕业；2004年获得（美国）圣路易斯大学(SLU)法学博士（JD）。具有中国律师执业资格（1998），（美国）纽约州律师执业资格（2005）。2005年7月-2008年5月任职上海邦信阳律师事务所，律师；2008年6月-2009年12月担任（美国）凯寿律师事务所上海代表处中国律师；2009年12月-2012年8月就职于陶氏化学（中国）有限公司，担任（美国）陶氏化学公司亚太区资深法务；2012年8月-2018年1月就职于富美实中国投资有限公司，担任（美国）富美实公司亚太区法律总监；2018年3月就职于惠而浦海外香港有限公司，任惠而浦亚太区法律总监。本公司第七届监事会监事。

独立董事对此议案发表了同意的独立意见，《独立意见》详见上海证券交易所网站（http://www.sse.com.cn）。

4、决定将上述二、三项议案提交公司2020年第一次临时股东大会审议

同意将上述二、三项议案提交公司2020年第一次临时股东大会审议，股东大会会议通知将另行发布。

表决结果:11票赞成，0票弃权，0票反对。

特此公告。

惠而浦（中国）股份有限公司董事会
2020年8月20日

证券代码:600983　　股票简称:惠而浦　　公告编号：2020-027

惠而浦（中国）股份有限公司 2020年第一次临时监事会决议公告

本公司监事会及全体监事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

惠而浦（中国）股份有限公司2020年第一次临时监事会于2020年8月11日以送达和电子邮件方式发出，并于2020年8月19日通讯表决的方式召开。会议召开程序符合《公司法》和《公司章程》的规定，全体监事参与表决，经与会监事表决，一致通过以下决议:

1、审议通过《公司2020年半年度报告及摘要》

经审核，监事会认为公司2020年半年度报告的程序符合法律、行政法规和中国证监会的规定，报告内容真实、准确、完整地反映了上市公司的实际情况，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

表决结果:5票赞成，0票弃权，0票反对。

2、审议通过《关于续聘公司2020年度审计机构及内部控制审计机构的议案》

经审核，监事会认为:安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）报告期内，为公司提供财务审计服务，工作认真负责、专业水平较高，财务审计客观公正，能够真实反映公司的经营和财务状况，同意继续聘任安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）为我公司2020年度财务审计机构及2020年度内部控制审计机构，聘期为一年。

表决结果:5票同意，0票弃权，0票反对。

3、审议通过《关于监事变更的议案》。

公司监事胡红女士因工作安排，需要辞去监事职务。根据大股东提名，同意推选单冷璇先生作为补选监事候选人。

表决结果:5票同意，0票弃权，0票反对。

提名监事候选人简历如下:

单冷璇:男，1984年02月出生，中国国籍，江苏大学管理学学士学位。2006年-2012年，担任LG电子白色家电产品企划（中国）经理，负责LG电子冰箱和洗衣机中国产品路线图规划；2013年-2015年任职于博世西门子家用电器有限公司上市推广高级经理，负责公司旗下洗衣机产品的上市推广工作；2016-2017年底，担任恒洁卫浴有限公司智能卫浴和陶瓷品类产品总监，负责智能卫浴和陶瓷品类的产品及经营；2018年1月加入公司，现任本公司冰洗产品市场部总监。

4、决定将议案三提交公司2020年第一次临时股东大会审议

表决结果:5票赞成，0票弃权，0票反对。

特此公告。

惠而浦（中国）股份有限公司监事会
2020年8月20日

证券代码:002049　　证券简称:紫光国微　　公告编号:2020-060

紫光国芯微电子股份有限公司

【2020】半年度报告摘要

报告期内，我国集成电路产业继续保持快速增长，迎来重大战略发展机遇。但同时，外部竞争环境复杂多变，新冠疫情全球蔓延，给经济发展带来很多困难和不确定性。公司严格防控疫情，全力复工复产，积极开拓新兴市场，推动核心业务健康发展，实现了企业价值的稳步提升。

2020年上半年，公司实现营业收入146,436.53万元，较上年同期下降6.08%，扣除合并范围变化的影响，同比增长24.14%。实现归属于上市公司股东的净利润40,192.69万元，较上年同期增长108.47%。截至2020年6月30日，公司总资产687,984.54万元，较上年末增长7.51%；归属于上市公司股东的所有者权益454,790.27万元，较上年末增长8.59%。

1.1 集成电路业务

报告期内，公司特种集成电路业务持续加大产品研发及市场开拓力度，市场地位进一步提升，营业收入和净利润均实现了大幅增长，同时公司智能安全芯片业务不断优化技术与产品、加强重点行业市场及海外市场的开拓，业务规模保持快速增长，综合竞争能力不断提升。公司还积极布局智能物联领域的新应用，为持续健康发展提供新动能。

智能安全芯片业务

2020年上半年，公司智能安全芯片业务保持良好发展态势，整体销量稳定增长。在身份识别安全芯片领域，公司第二代居民身份证芯片供货平稳增长，机读旅行证件、工业互联网标识等新应用逐步推广，并积极拓展身份识别技术在其他重要行业的应用。在电信安全芯片领域，公司中高端电信SIM卡芯片市场份额持续扩大，尤其是海外市场出货保持高速增长，产品结构得到优化。经过持续研发投入，公司已经完成了高性能、高可靠、大容量的电信安全芯片布局，随着5G通信的高速发展，公司在电信安全芯片市场的领先地位有望进一步提升，未来发展空间广阔。在金融支付安全芯片领域，公司持续提升技术水平，保持了领先的产品优势和市场优势。国际SOGIS CC EAL6+认证的成功取得，代表了安全芯片领域的最高水平，为全面进军海外市场提供了有力保障。

随着5G、物联网、车联网的发展，安全芯片应用市场在原有SIM卡、银行卡等传统应用的基础上衍生出5G SIM、eSIM、数字货币钱包等应用形态，此外，物联网SE（安全模块）、车联网SE以及手机终端SE需求也明显增加。针对上述各类新应用、新需求，公司持续加大新产品、新技术的研发投入力度，依靠近20年深厚的技术积累和扎实的客户基础，一方面积极推进应用在物联网、5G和手机终端领域的高性能、高可靠、大容量的安全芯片开发，保持领先的行业竞争力。另一方面，公司在原有通过AEC-Q100车规级认证的安全芯片的基础上，规划设计更多种类的车载安全控制器芯片，全面布局汽车电子领域，进一步拓宽公司的行业应用方向。

特种集成电路业务

公司特种集成电路业务主要产品包括:特种微处理器、特种可编程器件、特种存储器、特种网络总线及接口、特种模拟器件、特种SoPC系统器件和定制芯片等七大方向。近年来，在芯片产业受到国家持续广泛关注和大力支持下，特种集成电路各产品系列的研发和市场推广均有亮眼表现，优质大客户数持续增加，产品应用场景不断扩大，产值利润同步增长，业务进入高速发展阶段。

报告期内，特种集成电路新产品的研制与开发工作持续推进，项目进展顺利，为后续发展提供了强大的动力。主流成熟产品的质量水平和竞争力不断提升，品牌效应突显，获得用户广泛选用，科研、生产、销售形成良性循环。其中，多款特种微处理器产品进入了重要的嵌入式特种应用领域；特种FPGA产品广泛应用在电子系统、信息安全、自动化控制等领域，新一代的大容量高性能FPGA系列产品逐步获得市场认可；特种存储器产品已经具有国内特种应用领域最广泛的产品系列；网络、总线及驱动产品技术先进、品种齐全、可靠性高，继续保持较高的市场占有率。随着SoPC平台产品的广泛应用，系统级芯片已经成为公司的一个重要发展方向。此外，公司在电源芯片与电源模组领域也获得了长足的进步，特种电源变换类、特种电源监控类产品均获得了较高的市场份额，微型DC/DC电源变换器产品的应用已经开始获得较快的增长。

半导体功率器件业务

公司半导体功率器件业务专注于先进半导体功率器件的研发和销售，产品涵盖500V-1200V高压超结MOSFET、20V-150V中低压SGT/TRENCH MOSFET、40V-1200V VDMOS、IGBT、IGTO、SIC等先进半导体功率器件，广泛应用于节能、绿色照明、风力发电、智能电网、混合动力/电动汽车、仪器仪表、消费电子等领域，已形成领先的竞争态势和市场地位。

报告期内，公司高压超结MOSFET、中低压MOSFET等产品的研发取得新进展，销售额保持逆势增长，为未来持续发展打下良好的基础。

1.2 晶体业务

公司晶体业务的主要产品为石英晶体元器件，海外客户占比约70%。受新冠肺炎疫情反复和国际贸易摩擦持续的叠加影响，产品的出口受到一定影响，但在国内抗疫医疗器械刚需、5G商用基站布网、高端频率元器件国产化替代和“新基建”政策的驱动等因素的积极推动下，上半年晶体业务收入同比稳定增长。

报告期内，“年产7800万件5G通信终端用石英谐振器产业化”项目完成建设并通过验收，实现了5G终端用小型化晶体批量生产；在建的“5G通信设备用小型化OCXO及专用IC研发科技成果转化”项目进展顺利。公司持续推进5G通信光模块和数字微波传输单元用超高基频时钟晶体振荡器、5G通讯用OC1409恒温晶体振荡器和小型化VCXO晶体振荡器等新产品开发，智能驾驶用压控频率模块（FCXO）、网络通讯用恒温振荡器（OCXO）及其配套的高稳晶体、高压电网故障检测模组等新产品的产能进一步提升。

公司将积极对接通讯领域用频率组件的国产化替代需求，加强集团内部产业合作，持续完善信息化管理系统，大力推行精益生产活动，全力推动晶体业务的健康、持续发展。

1.3 联营企业业务

此外，公司持有深圳市紫光同创电子有限公司36.5%股权，持有西安紫光国芯半导体有限公司24%股权，紫光同创及西安紫光国芯均为本公司的联营企业，其主要业务情况如下:

FPGA芯片业务

紫光同创专业从事可编程逻辑器件研发与生产销售，是中国FPGA （Field-Programmable Gate Array，现场可编程门阵列）芯片领导厂商，致力于为客户提供完善的、具有自主知识产权的可编程逻辑器件平台和系统解决方案。

报告期内，公司研发工作进展顺利，Logos系列高性价比产品和Compact系列CPLD产品的型号持续扩充，CPLD产品基本形成全系列产品。此外，完成了Logos-2系列新一代高性价比FPGA产品设计平台的建设，典型产品已小批量生产。目前正全力研发Titan-2新一代高性能FPGA产品，进展顺利。

公司正全面推动Titan、Logos、Compact三个系列产品的应用及产业化工作，在通信、工控和消费类市场都取得重要进展，已实现规模销售。

存储器芯片业务

西安紫光国芯的主要业务是DRAM存储器设计开发、销售，以及专用集成电路设计开发服务。其DRAM存储器芯片和内存模组广泛应用于服务器、个人计算机、机顶盒、电视机等方面，产品实现了全球量产销售，是国产DRAM存储器的主要供应商。

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

执行新收入准则导致的会计政策变更

财政部于2017年7月5日修订并发布《企业会计准则第14号——收入》（财会（2017）22号）（以下简称“新收入准则”），要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行。

本公司第六届董事会第四十次会议决议自2020年1月1日起执行新收入准则，会计政策变更的主要内容如下:

1、将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型；

2、以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确定时点的判断标准；

3、识别合同所包含的各单项履约义务并在履约义务完成时分别确认收入；

4、对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引；对于某些特定交易（或事项）的收入确认和计量给出了明确规定。

根据新收入准则中衔接规定相关要求，企业可不重述前期可比数，但应当根据首次执行“新收入准则”的累积影响数，调整首次执行“新收入准则”当年年初留存收益及财务报表其他相关项目。执行新收入准则后，公司将调减2020年期初留存收益4,636,057.08元，对公司当期及前期的净利润、总资产和净资产不产生重大影响。

首次执行新收入准则对合并财务报表的影响:

项目	2019年12月31日余额	2020年1月1日余额	调整金额
应收账款	1,313,498,304.43	1,273,716,482.67	-39,781,821.76
存货	863,976,585.35	950,224,375.35	86,247,790.00
递延所得税资产	26,473,144.12	26,467,170.87	-5,973.25
预收款项	14,872,517.99	66,487,448.45	51,614,930.46
应交税费	25,319,072.39	24,800,194.00	-518,878.39
未分配利润	2,825,167,328.51	2,820,531,271.43	-4,636,057.08

政府补助改按净额法核算的会计政策变更

2017年5月10日，财政部发布了财会[2017]15号文，对《企业会计准则第16号——政府补助》进行了修订，自2017年6月12日起施行。公司第六届董事会第七次会议审议通过了《关于公司会计政策变更的议案》，按照财政部要求对政府补助会计政策进行了变更，政府补助采用均采用总额法核算。

2020年，为使会计核算更加准确，会计披露更符合企业实际情况，公司对符合净额法核算条件的政府补助改按净额法核算。该政策变更不影响期初留存收益和本期损益。本公司第七届董事会第四次会议审议通过上述变更，并调整期初、上年同期相关报表项目。

A:资产负债表相关项目调整

项目	2019年12月31日余额		调整金额
	调整前	调整后	
固定资产	173,141,276.93	161,882,152.40	-11,259,124.53
无形资产	640,899,555.09	264,871,182.41	-376,028,372.68
递延收益	588,826,504.66	201,539,007.45	-387,287,497.21

B:利润表相关项目调整

项目	2019年1-6月		
	调整前	调整后	调整金额
其他收益	17,971,839.02	3,227,905.56	-14,743,933.46
营业成本	1,002,257,521.92	1,000,483,987.48	-1,773,534.44
管理费用	145,624,379.66	144,412,308.62	-1,212,071.04
研发费用	61,456,163.04	49,697,835.06	-11,758,327.98

（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

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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

紫光国芯微电子股份有限公司
董事长:马道杰
2020年8月20日

证券代码:002049　　证券简称:紫光国微　　公告编号:2020-062

紫光国芯微电子股份有限公司 第七届董事会第四次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

紫光国芯微电子股份有限公司（以下简称“公司”）第七届董事会第四次会议通知于2020年8月7日以电子邮件的方式发出，会议于2020年8月18日下午14:30在北京市海淀区知春路7号致真大厦紫光展厅会议室以现场表决方式召开，会议由董事长马道杰先生主持。会议应出席董事7人，实际出席董事7人。公司监事、高级管理人员列席了本次会议。会议符合《公司法》和《公司章程》的规定。

经与会董事审议，会议形成如下决议:

1、会议以7票同意、0票反对、0票弃权的表决结果审议通过《关于公司会计政策变更的议案》。

董事会认为:本次会计政策变更是公司根据经营发展需要进行的合理变更，符合财政部、中国证监会和深圳证券交易所等相关规定。新会计政策的执行能够更加客观、真实、公允地反映公司的资产质量、财务状况和经营成果，为公司股东提供更可靠、准确的会计信息，不会影响公司当年净利润和期初净资产，不存在损害公司和股东利益的情形，同意公司本次会计政策的变更。

具体内容详见公司于2020年8月20日刊登在《中国证券报》及巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn