公司代码:600085　　公司简称:同仁堂

北京同仁堂股份有限公司

【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	同仁堂	600085	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	贾泽涛	李泉琳
电话	010-67179780	010-67179780
办公地址	北京市东城区崇文门外大街42号	北京市东城区崇文门外大街42号
电子信箱	jiazetao@tongrentang.com	liquanlin@tongrentang.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	21,937,749,294.08	20,921,822,081.20	4.86
归属于上市公司股东的净资产	9,380,024,451.47	9,235,073,114.22	1.57

	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	1,181,214,891.34	1,069,430,348.17	10.45
营业收入	6,003,602,958.74	7,156,776,468.66	-16.11
归属于上市公司股东的净利润	480,441,193.99	660,687,214.79	-27.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	475,818,832.41	655,043,833.24	-27.36
加权平均净资产收益率(%)	5.06	6.89	减少1.83个百分点
基本每股收益(元/股)	0.350	0.482	-27.39
稀释每股收益(元/股)			

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)	79,475
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	
中国北京同仁堂(集团)有限责任公司	国有法人	52.45	719,308,540	0	无	0
大家人寿保险股份有限公司-万能产品	其他	9.19	125,989,589	0	无	0
大家人寿保险股份有限公司-分红产品	其他	5.80	79,589,694	0	无	0
中国证券金融股份有限公司	未知	2.99	41,033,822	0	无	0
全国社保基金一零三组合	其他	2.63	36,002,689	0	无	0
香港中央结算有限公司	其他	1.35	18,581,077	0	无	0
中央汇金资产管理有限责任公司	未知	0.90	12,309,400	0	无	0
中国工商银行股份有限公司-广发双擎升级混合型证券投资基金	其他	0.80	11,019,968	0	无	0
农银人寿保险股份有限公司-分红保险产品	其他	0.48	6,610,983	0	无	0
农银人寿保险股份有限公司-传统保险产品	其他	0.39	5,322,596	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	持有公司5%以上股份的股东——中国北京同仁堂(集团)有限责任公司,报告期末持有股份719,308,540股,无质押或冻结情况。与其他股东不存在关联关系或一致行动人关系。"大家人寿保险股份有限公司-万能产品"及"大家人寿保险股份有限公司-分红产品"由大家人寿保险股份有限公司管理。农银人寿保险股份有限公司-分红保险产品及农银人寿保险股份有限公司-传统保险产品由农银人寿保险股份有限公司管理。除上述股东外,其他股东未知是否存在一致行动人关系。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	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

单位:亿元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率(%)
北京同仁堂科技发展股份有限公司2016年公司债券(第一期)	16同仁堂	136594	2016年7月31日	2021年7月31日	8	4.35

有关同仁堂科技公司债券内容请参见同仁堂科技发布的《公司债券半年度报告》。

反映发行人偿债能力的指标:

□适用 √不适用

关于逾期债项的说明

□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年上半年,面对新冠疫情爆发的严峻考验,我国经济下行压力有所增大,伴随疫情防控常态化,企业复工复产逐步到位,国内经济稳步复苏。报告期内,公司坚持疫情防控与生产经营工作两手抓、两不误,上下齐心,攻坚克难,创新思变,务实高效,力求找准防控与生产的平衡点。报告期内,公司实现营业收入600,360.30万元,营业利润93,035.64万元,归属于上市公司股东的净利润48,044.12万元,经营活动产生的现金流量净额118,121.49万元,综合毛利率48.48%。

营销工作情况:

报告期内,公司销售团队启动营销模式改革,继续坚持"以品种为核心,以终端为方向"的营销思路,成立品种运营事业部、终端事业部、医疗事业部、药酒事业部和大品种专项小组,发展品种专项小组打造"4+2"经营模式,通过重新规划营销重点,梳理经营渠道,整合现有资源,形成新合力,以期达到管理做优、品种做大、渠道做实、市场做透的目的。

品种运营事业部专注品种分类运作,通过对数据实施多维度分析,建立了突出大品种、稳固发展品种的运作方案,由大品种和发展品种两个专项小组分类管理。以同仁牛黄清心丸、同仁大活络丸为代表的大品种通过前期重点运作,市场秩序有所改善,保障经销商合理获利水平并扩大市场覆盖率,有效促进品种销售;关注疫情期间中小品种市场供应量,采用"一品一策"、"一地一策"助力深化发展品种终端市场建设。

终端事业部负责拓展产品终端销售渠道,通过筛选部分品种重点培育,助力终端销售上量。借助系内系外终端兼顾的两步走策略,深入探索产品营销新模式,试点与三家区域终端连锁客户开展业务合作,打造"(外部)平台+(自有)平台"控销模式,同时携手系内商业零售终端发挥协同效应,通过实行优先产品供应、优先培训推广、优先增值服务的"三优"策略,进一步培育稳固内部产业链条。

医疗事业部重点负责品种在医疗渠道的运作及拓展。持续跟进各项医疗政策,对于目前小规模参与医疗领域的小品种,坚持做好信息维护、产品申报、完善配送等各项工作;充分利用同仁堂系内医疗资源,从品牌、健康养生、品种等维度编辑宣传视频,加大宣传力度;同时也增强与科研团队的深度配合,进一步完善产品学术推广体系。

药酒事业部坚持药酒、食品酒双轮驱动,根据客户群体不同需求,探索营销新思路。围绕重点区域继续精准施策,稳步开展药酒科研专题立项,深挖产品临床价值,同时深化品牌合作,探索个性化定制领域。

上半年突发疫情,在一定程度上影响消费习惯。营销团队对已有线上销售加强维护,紧跟政策、抓牢市场,实时监测合作平台大促活动价格,做好产品维价,提前策划、积极参与推广活动,对线上运作品规分类定策,有重点的划分平台资源,实现线上销售收入和品牌曝光率的稳步提升。报告期内,积极开展线上销售拉动工作,完成包括产品图制作、设计促销套装等31项工作;与喜马拉雅、今日头条、抖音等线上媒体发布产品宣传推广内容;依托天猫、京东等购物平台,实现母公司37个品规销售1.05亿元,同比增长35.38%。

商业零售情况:

新冠疫情爆发后,公司下属同仁堂商业第一时间成立疫情防控领导小组,深入学习贯彻疫情防控精神,确保传达到位,及时掌握商品库存情况,积极开展药品采购及配送工作,尽力保障消费者对于日常用药及防疫用品的需求。疫情期间各零售门店始终保证营业,虽客流量较同期大幅下降,全体干部职工依旧坚守岗位,认真做好商品供应、办公和经营场所消杀、通风、测温、登记及疫情防护宣传等工作。与此同时,专注提升用药指导及健康服务水平,推动完善终端功能维护客户资源;依托新媒体开展专家健康直播、中医知识宣传活动,加速拓展线上合作渠道,满足消费者多元化需求;深入挖掘品牌优势,促进资源共享落细落实。报告期内,受疫情影响较重,同仁堂商业经营难度依然不小,尽管第二季度收入及利润环比第一季度略有提高,但上半年实现营业收入337,930.80万元,同比下降14.41%,营业利润13,607.23万元,同比下降39.99%。报告期末,自有零售门店为855家。

科研工作情况:

报告期内,公司科研团队围绕产品质量控制体系建设、名优品种培育、产学研合作等方面重点开展工作。重点推进"重点品种的质量控制体系构建"项目,聚焦药材溯源体系建设、产品质量风险评价、生产工艺改关等工作,并形成整体研究方案;依托前期研究,深入挖掘品种应用价值,将同仁乌鸡白凤丸药效由治疗高尿酸血症研究扩展至治疗痛风(痛风临床表现多以高尿酸血症、急性痛风性关节炎、痛风石性慢性关节炎等多方面为特征,高尿酸血症临床表现为血尿酸增高,血尿酸增高为诱发痛风的关键致病因素之一),目前已完成预实验探索,正式启动相关药效学研究;联合高等院校以同仁牛黄清心丸为代表进一步探索中药传统剂型智能制造关键技术,提高丸剂常用辅料质控水平,完成药物网络药理学研究,初步探索药物药效基础与质量传递关系,为后续构建品种智能控制技术奠定基础。

工业与环保情况:

上半年,公司各工业基地有序开展日常基建项目的同时,持续探索工装设备现代化。耀坨机人厂进行设备调试,从药坨切割——制丸机进料——设备清洁,初试运转达到预期效果,待耐久性试验通过并完成设备验证后,即正式投入使用以提升中间工序效率。

公司始终高度重视环境及生态保护,严格执行国家及北京市现行各项环保政策。环保管家履约服务引进一年半以来,运行整体顺畅有序,受疫情管控影响,采取线上咨询与线下巡检相结合的方式对新政研读落实、环境风险分析与控制及日常工作提供指导。同时配合北京重大活动顺利完成空气质量保障工作。

质量管理情况:

上半年,公司质量管理部门重点聚焦质量管理体系建设、科技创新能力提升及产品质量风险研判等方面,进一步夯实基础管理工作的同时,秉承创新发展理念。继《药品管理法》颁布实施后,新《药品注册管理办法》与《药品生产监督管理办法》相继发布并于7月正式施行,公司高度重视,及时组织相关岗位人员开展政策培训并认真研讨,通过信息共享加强内部交流学习;质量管理部门还健全药材入库验收的规范化管理确保源头管控到位;按照公司要求制订科研创新制度,着力推动生产工艺提升、设备技改,有效推进成果转化;以国抽品种为切入点,认真梳理包括处方药味、执行标准、市场风险、补充检验情况等在内的多项信息用以评估预判质量风险。

公司在报告期内顺利通过北京市药品监督管理局关键设备变更现场检查三次。

法务、品牌及子公司管理情况:

报告期内,为提高应对疫情期间法律合规风险能力,公司法律事务部(品牌风控部)及时发布法律风险提示作为操作指引,结合各部门实际情况开展摸底、核实,关注排查评估总结落实情况形成报告文件。同时,按要求编制公司年度法制建设工作计划,规划目标明确重点,推动法制建设工作不断深化。梳理自有商标及专利持有情况,持续关注关联方企业诚信状况,积极应对处理6起涉诉案件,切实保护同仁堂品牌形象。

报告期内,各子公司以持续稳定健康发展为目标,在子公司管理部门带领下聚焦主业,努力抓好制度落实,巩固巡察整改成果。在严格落实疫情防控精神的要求下,继续坚持职能部室平行联动,发挥专业指导作用,及时开展外派人员监督考评,推动管控责任落实,严格遵照子公司合同送审要求确保流程规范、执行高效。

信息化与网络安全情况:

报告期内,公司以推动提升企业科学决策、创新发展及风险防控能力为目标,加速推进信息化建设。按照年度工作计划开展各部室及相关业务主体调研,完成IT规划初稿;进一步完善各部门、各分支机构间移动办公、线上流程审批等功能建设,深化协同办公管理系统应用;为贯彻落实《网络安全法》和国家信息安全等级保护2.0标准,结合实际制定《同仁堂股份2020年网络安全工作方案》,组织各单位切实开展了网络安全建设工作,提升公司对网络安全事件的监测、预警、响应、处置和分析能力;为持续推进软件正版化管理长效机制、规范软件安装使用,编制《同仁堂股份2020年软件正版化工作方案》,集中开展全面正版化检查,组织相关负责人员开展软件正版化培训。

新冠疫情爆发以来,公司坚决服从党中央统一指挥,积极贯彻落实市政府、市国资委和同仁堂集团各级党委的领导部署,迅速成立疫情防控领导小组,结合工作实际,落实"四方责任",坚持科学防范,精准施策,全力以赴做好新冠疫情防控、应急处置、复产复工等工作。同时,公司及下属子公司通过捐赠药品用于支持抗击新冠疫情,切实履行国有企业社会责任。

伴随北京市疫情防控措施常态化,公司继续严格落实北京市工业和软件信息服务业企业防控疫情指引(第七版)等相关要求,压实责任,筑牢防线,坚决打赢疫情防控攻坚战。

2020年上半年,公司以弃实"党建、质量、诚信"三大基石为行动指南,充分发挥党建与经营相互促进的作用,以党建创新为引领,扎实推进"四带四促"党建创新文化传承行动,充分发挥榜样引领作用,弘扬工匠精神,以高质量党建引领高质量发展,全力做好"十三五"规划收官与"十四五"规划启动的顺畅衔接。

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

2017年7月5日,财政部正式发布了《关于修订印发(企业会计准则第14号——收入)的通知》(财会(2017)22号)(新CAS14)。本公司自2020年1月1日起施行该准则;该项会计政策变更已经本公司第八届董事会第十四次会议审议通过。

执行新收入准则对本期期初合并资产负债表相关项目的影响列示如下:

单位:人民币元

2020年1月1日合并报表变更前		2020年1月1日合并报表变更后	
列报科目	金额	列报科目	金额
预收款项	416,010,484.71	预收款项	
		合同负债	416,010,484.71

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

公司名称:	北京同仁堂股份有限公司
法定代表人:	高振坤
日 期:	2020年8月27日

证券代码:600085　证券简称:同仁堂　公告编号:临2020-024

北京同仁堂股份有限公司 第八届董事会第十六次会议决议公告

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。

北京同仁堂股份有限公司第八届董事会第十六次会议,于2020年8月17日以电子邮件、传真及专人送达方式向全体董事发出通知,于8月27日在公司会议室召开。会议应到董事12人,实到12人。公司全体监事及高管人员列席了本次会议。会议的召集和召开符合《公司法》及《公司章程》的有关规定。会议由董事长高振坤先生主持,经与会董事审议讨论,以举手表决方式通过了以下事项:

一、公司2020年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告

同意12票　反对0票　弃权0票

二、公司2020年半年度报告及摘要

同意12票　反对0票　弃权0票

特此公告。

北京同仁堂股份有限公司
董 事 会
二零二零年八月二十九日

证券代码:600085　证券简称:同仁堂　公告编号:临2020-025

北京同仁堂股份有限公司 第八届监事会第十一次会议决议公告

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。

北京同仁堂股份有限公司第八届监事会第十一次会议,于2020年8月27日在公司会议室召开。会议应到监事5人,实到5人,会议的召集和召开符合《公司法》及《公司章程》的有关规定,所作决议合法有效。经全体监事审议讨论,以全票赞成通过了以下事项:

一、公司2020年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告

二、公司2020年半年度报告及摘要

监事会认为:

1、公司2020年半年度报告的编制和审议程序符合《公司法》、《公司章程》和其他有关法规、规定的要求。

2、公司2020年半年度报告的内容和格式符合中国证监会和上海证券交易所的各项规定,所包含的信息能够真实地反映公司2020年半年度的经营管理和财务状况。

3、未发现参与半年度报告编制的人员有违反保密规定的行为。

特此公告。

北京同仁堂股份有限公司
监 事 会
二零二零年八月二十九日

证券代码:600085　证券简称:同仁堂　公告编号:临2020-026

北京同仁堂股份有限公司 2020年半年度募集资金存放与实际使用情况专项报告

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。

一、募集资金基本情况

1.实际募集资金到账金额及到账时间

经中国证券监督管理委员会《关于核准北京同仁堂股份有限公司发行可转换公司债券的批复》(证监许可[2012]1396号)文核准,同意本公司向社会公开发行面值总额120,500.00万元可转换公司债券(以下简称:同仁转债),期限5年。中信建投证券股份有限公司作为本次发行同仁转债的主承销商。本次发行的同仁转债每张面值为100元人民币,共计1,205万张,应募集资金总额为人民币120,500.00万元,扣除承销费2,410.00万元后的募集资金为人民币118,090.00万元,已由主承销商中信建投证券股份有限公司于2012年12月10日汇入本公司北京银行长城支行0109036500012010904009 6账号内,另扣减保荐费、审计费、律师费、法定信息披露费等其他发行费用494.00万元后,本公司本次募集资金净额为人民币117,596.00万元。

上述募集资金净额业经致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具的致同验字(2012)第110ZA0081号《验资报告》验证。

本次发行费用为2,904万元,已全部支付完毕。

2.以前年度使用情况

截至2019年末,公司已累计使用募集资金75,504.37万元,2019年度直接用于支付工程设备款共使用募集资金2,586.88万元,未有使用银行承兑汇票支付募投项目并实施等额置换的情况。

3.本年度使用情况

2020年1-6月,公司直接用于支付工程设备款共使用募集资金4,472.44万元,未有使用银行承兑汇票支付募投项目并实施等额置换的情况;公司本期收到募集资金账户利息549.70万元。截至2020年6月30日,募集资金专户存款余额为48,238.66万元。

二、募集基金的管理情况

1、募集资金的管理情况

为了规范募集资金的管理和使用,保护投资者权益,本公司依照《上海证券交易所上市公司募集资金管理规定》的规定,结合本公司实际情况,制定了《北京同仁堂股份有限公司募集资金管理办法》(以下简称管理办法)。

根据管理办法并结合经营需要,本公司从2012年12月24日起对募集资金实行专户存储,在银行设立募集资金使用专户,并与开户银行、保荐机构签订了《募集资金专户存储三方监管协议》,对募集资金的使用实施严格审批,以保证专款专用。截至2020年6月30日,本公司均严格按照该《募集资金专户存储三方监管协议》的规定,存放和使用募集资金。

2.募集资金专户存储情况

截至2020年6月30日,募集资金且体存放情况如下(单位:人民币元):

开户银行	银行账号	账户类别	存储余额
北京银行股份有限公司长城支行	01090365000120109040096	募集资金专户	482,386,638.71

上述存款余额中,已计入募集资金专户利息收入106,194,787.32元(其中2020年1-6月份利息收入5,497,025.37元),已扣除手续费5,775.52元(其中2020年半年度手续费260.00元)。

三、本年度募集资金的实际使用情况

1.报告期内募投项目投入与进展

2020年上半年,位于募投项目地点的大兴分厂已实现部分达产。在工业生产方面,大兴分厂强化生产责任意识,发挥机械化优势,同时注意生产线运行情况,努力实现全工序机械化联线生产,确保生产效率最大化;在质量体系建设方面,大兴分厂加强监控力度,推进品种检验、验证工作,确保质量管理体系有效运行。

公司在报告期内对本次募投项目投入募集资金4,472.44万元,部分工程款、设备款需在办妥相关手续后才能支付,其中约1.27亿元合同款项尚在履行公司内部审批手续,1.7亿元募投项目铺底流动资金将逐步支付使用,因此募集资金专户尚有较大余额。

2.募投项目先期投入及置换情况

2013年2月4日,经公司第六届董事会第六次会议审议通过了《关于以募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金的议案》,同意公司置换募集资金投资项目预先投入的自筹资金,金额为7,492.12万元。致同会计师事务所(特殊普通合伙)为此出具了《关于北京同仁堂股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金投资项目情况鉴证报告》。公司于2013年3月5日完成上述募集资金置换预先投入募投项目自筹资金的工作。

2015年3月20日,经公司第六届董事会第十九次会议审议通过了《关于使用银行承兑汇票支付募投项目资金并以募集资金等额置换的议案》,公司决定在募集资金投资项目实施期间,根据实际情况使用银行承兑汇票(指公司销售产品收取的客户签发的银行承兑汇票,不含公司及其子公司签发的银行承兑汇票,下同)支付(或背书转让支付)募投项目资金,并以募集资金等额置换。2015年内,公司以银行承兑汇票支付募投项目2,470万元,截至2015年12月31日已全部完成募集资金的置换。

2016年,公司以银行承兑汇票支付募投项目共190万元,截至2016年12月31日已全部完成募集资金的置换。

2017年,公司以银行承兑汇票支付募投项目共538.68万元,截至2017年12月31日已全部完成募集资金的置换。

2018年,公司以银行承兑汇票支付募投项目共246.37万元,截至2018年12月31日已全部完成募集资金的置换。

2019年,公司以银行承兑汇票支付募投项目为0元,亦无募集资金置换的情形。

2020年上半年,公司以银行承兑汇票支付募投项目为0元,亦无募集资金置换的情形。

四、变更募投项目的资金使用情况

报告期内,公司不存在变更募集资金投资项目的情况。

五、募集资金使用及披露中存在的问题

公司严格遵守相关法律、法规及规范性文件的要求,并按照《募集说明书》中约定的条款使用募集资金,及时、真实、准确、完整的披露了募集资金的存放与使用情况,不存在违规情形。

特此公告。

北京同仁堂股份有限公司
董 事 会
二零二零年八月二十九日

附件:募集资金使用情况对照表

附件:

募集资金使用情况对照表

单位:万元

募集资金总额				总额120,500.00 净额117,596.00	本年度投入募集资金总额						4,472.44		
变更用途的募集资金总额				-	已累计投入募集资金总额						79,976.81		
变更用途的募集资金总额比例				-									
承诺投资项目	已变更项目,含部分变更(如有)	募集资金承诺投资总额(1)	调整后投资总额	截至期末承诺投入金额(2)	本年度投入金额	截至期末累计投入金额(3)	截至期末累计投入金额与承诺投入金额的差额(4)=(3)-(2)	截至期末投入进度(%)(5)=(3)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本期实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
大兴生产基地建设项目	—	117,596.00注3	117,596.00注3	注1	4,472.44	79,976.81	不适用	68.01	2017年二季度基本证上,前已部分投产	2,796.93注2	否	无
合计	—	117,596.00	117,596.00	—	4,472.44	79,976.81	不适用	68.01	—	—	—	—
未达到计划进度原因(分具体募投项目)					—							
项目可行性发生重大变化的情况说明					—							
募集资金投资项目先期投入及置换情况					详见本报告三、2							
用闲置募集资金暂时补充流动资金情况					—							
对闲置募集资金进行现金管理,投资相关产品情况					—							
用超募资金永久补充流动资金或归还银行贷款情况					—							
募集资金结余的金额及形成原因					—							
募集资金其他使用情况					—							

注1.本公司未承诺项目建设期内各年度投入金额。

注2.为本期由募投项目建设的大兴分厂部分投产所产生的效益。

注3.公司募集资金净额为117,596万元,因此可承诺投入募投项目的募集资金总额需与实际净额保持一致,不存在调整募投项目投资总额的情况。

公司代码:601801　公司简称:皖新传媒

安徽新华传媒股份有限公司

【2020】半年度报告摘要

二〇二〇年八月二十九日

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	皖新传媒	601801	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	吴文胜(代)	贾红
电话	0551-62661323,62634712	0551-62661323,62634712
办公地址	安徽省合肥市包河区北京路8号	安徽省合肥市包河区北京路8号
电子信箱	ir@wxm.com	ir@wxm.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	14,555,478,320.82	14,075,273,163.56	3.41
归属于上市公司股东的净资产	10,500,748,012.52	10,346,108,994.88	1.49

	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	176,081,216.90	349,252,961.82	-49.58
营业收入	3,748,708,853.03	4,435,309,238.08	-15.48
归属于上市公司股东的净利润	464,877,219.26	433,058,429.32	7.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	415,931,138.01	381,570,506.11	9.01
加权平均净资产收益率(%)	4.39	4.38	增加0.01个百分点
基本每股收益(元/股)	0.23	0.22	4.55
稀释每股收益(元/股)			

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)	34,424
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	

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	
安徽新华发行(集团)控股有限公司	国有法人	54.95	1,092,968,865		无	
新华集团-国泰君安-16皖新EB担保及信托财产专户	国有法人	15.58	310,000,000		无	
新华文轩出版传媒股份有限公司	国有法人	6.27	124,640,000		无	
中国证券金融股份有限公司	未知	1.17	23,220,117		无	
安徽安元投资基金有限公司	未知	0.94	18,612,521		无	
浙江浙旅投资有限责任公司	未知	0.82	16,320,481		无	
中央汇金资产管理有限责任公司	未知	0.80	16,002,600		无	
天安人寿保险股份有限公司-传统产品	未知	0.76	15,161,173		无	
海南首泰融信股权投资基金合伙企业(有限合伙)	未知	0.43	8,460,236		无	
招商财富-招商银行-中新建招商股权投资有限公司	未知	0.43	8,460,236		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述前十名无限售条件股东中,控股股东安徽新华发行(集团)控股有限公司发行了2016年可交换债券,将持有本公司310,000,000股标的股票划入"新华集团-国泰君安-16皖新EB担保及信托财产专户",公司未有资料显示其他股东之间存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》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	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

报告期内,面对新冠肺炎疫情的巨大冲击和严峻复杂的内外形势,公司持之以恒做好疫情防控,精准施策助力复工复产,全面有序恢复经营秩序,统筹创效益、调结构、促改革、防风险各项工作,保持了企业稳健发展的良好态势。

报告期内,公司实现归属于上市公司股东的净利润4.65亿元,同比增长7.35%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润4.16亿元,同比增长9.01%。

(一)精准有序推进复工复产,实现业绩稳定增长

公司积极落实中央和安徽省委省政府疫情防控要求,在抓好疫情防控的同时精准有序推进复工复产,多措并举促进公司经营。分板块、分时间段分析疫情造成的影响,因时因势调整业务策略。2月10日起,物流公司全力支持世界500强企业联宝和海尔复工复产,保障80万台外贸电脑订单如期交付;3月13日起,公司所属699家网点分批陆续复工营业;4月份以来,公司经营指标明显回升,呈现持续向好态势,2020年第二季度,公司实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.08亿元,单季度同比增长35.50%。

疫情期间,公司通过线上发行、直播和社群电商等方式,向广大读者提供"无接触交付"购书服务,保障读者购书需求,增强读者粘度;积极响应教育部"停课不停学、学习不延期"号召,免费开放近7,000节在线教育课程,通过皖新十分钟学校、美丽科学教学平台等渠道免费提供优质线上学习资源和服务;对接各大教材出版社全学段全学科电子教材资源,开通皖新移动校园新模式,为广大师生网上教学提供在线服务。

(二)坚持聚焦主业优势,持续提升核心竞争力

1.文化消费

重点推进政治读物发行服务工作,全力发行《习近平谈治国理政》第三卷。推广复制公共图书馆"设计、建设、采购、运营一体化"(EPCO)创新模式,先后承接阜阳、蒙城、武汉等省内外图书馆建设运营项目。报告期内建成的蒙城图书馆成为全国首个县级公共文化服务社会化运营项目,开馆以来,到馆客流突破20万人次。

2.教育服务

公司编制的国家行业标准《中小学教科书发行服务标准》正式发布实施。报告期内,克服疫情期间发行困难,高质量完成全省1.2万多所中小学校"课前到书,人手一册"任务,为正常教学开展提供坚强保证。拓展高校产教融合业务,整合上下游资源,通过"技术服务、产业聚集、创新应用"的方式,积极参与合肥市产教融合试点城市建设。

3.现代物流

持续提升专业化物流服务能力,中标海尔合肥滨简工厂对缝项目,承接海尔合肥冰箱厂内物流对缝项目和日日顺物流熔盛库仓储管理等业务;成功拓展服务器、空调、电视等供应链采配业务,业务规模近5亿元;全面启动运营民生供应链采配业务,第三方物流进一步向新兴业态延伸。报告期内,公司供应链及物流服务业务营业收入同比增长10.50%,利润同比增长19.11%。

(三)坚持推进数字化转型,不断壮大新业态规模

1.持续推进"阅+"新零售体系

报告期末,公司累计建成共享书店114家,注册用户77.4万人。开拓社区文化服务模式,整合线上线下资源,广泛开展微店、微信群、"阅+优选"等社群电商营销。创新用户触达方式,建立文化直播联盟打造抖音矩阵,报告期内开展系统化、常态化的文化直播活动超千场,观看人次超百万。公司通过构建抖音、微信、微博等新媒体渠道矩阵,创新活动策划、选品营销、粉丝运营等方式,扩大线上用户群体,不断推进文化消费新零售体系建设。

2.加快落地智慧教育体系

智慧学校建设全面发力,报告期内在全国累计中标47个项目,中标金额达1.85亿元,同比增长248.83%。推动学校智慧课堂常态化应用,在近百所学校开展智慧课堂教学培训,提高教师信息化教学的专业素养。美丽科学教学平台2.0版本发布上线,目前覆盖全国近6,000所学校,与三星、微软、LG等国际知名企业进行数字内容合作。创新智慧校园读项目,在多所学校开展试点,累计用户访问量达252万人次。

3.不断升级智慧物流体系

公司依托"大数据+"物流平台系统建设,打造基于数据云的智慧物流配送体系,启动联宝成品仓二期项目建设,该项目将建成基于6G物联网技术衔接工程末端的智能仓储系统。持续进行系统改造和电商平台优化,出单速度由原先的8分钟/批次提升到1.5分钟/批次,极大提高了分拣配发效率,系统日处理订单能力得到快速提升。

4.积极培育新型文化业态

特色电商平台、文创产品IP化项目和游戏平台运营不断成熟。电商平台实现销售码洋1.9亿元。加强文创产品IP化项目的统筹规划和管理,依托优质的IP资源打造不同类别的文创多元产品,已完成155家线下商超和天猫小猪佩奇旗舰店等16家线上渠道的铺货上架。万块游戏已有百余款在平台上进行销售,用户活跃且稳定,逐步成为国内初具规模的游戏发行商。

(四)坚持开展文化活动,能显优质品牌形象

持续提升品牌影响力。首届"皖新传媒读者节"活动充分融合数字阅读、知识付费、听书等移动互联网时代阅读新模式,推出权威阅读榜单,整合优质出版物和顶级数字资源回馈广大读者,致力打造实体书店和互联网相互融合,纸书和数字内容立体整合,线下活动和线上互动充分结合的安徽省全民文化活动的重点品牌。活动期间全省门店图书零售额同比增长12.9%。

阅读活动精彩纷呈。以"春天云阅读"为主题的4.23世界读书日活动,把名家直播活动、荐读文化活动、优秀主题图书展示展销活动结合起来,活动期间举办直播活动261场,图书销售同比增长31.6%,其中线上销售占40%。

(五)坚持完善内控体系,不断提升企业运营管理水平

完善制度体系建设,重点修订完善应收账款管理、合同管理及投资管理制度及流程,加强重大资产管理,实施重大项目全过程监督管理,不断提高制度建设科学化水平和治理体系现代化水平。深化数字化管理,优化整合ERP、OA、数字化运营管理平台等信息系统,不断提升企业组织内部协同运营效率。

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

财政部2017年7月修订印发了《企业会计准则第14号—收入》的通知(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。

公司自2020年1月1日起执行新收入准则,并按新收入准则的要求列报,不对比较财务报表追溯调整,上述会计政策变更已经公司第