

公司代码：603486

公司简称：科沃斯

科沃斯机器人股份有限公司
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
否

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	科沃斯	603486	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马建军	汪杰
电话	0512-65875866	0512-65875866
办公地址	苏州市吴中区友翔路18号	苏州市吴中区友翔路18号
电子信箱	ir@ecovacs.com	ir@ecovacs.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	3,963,257,726.72	4,208,120,095.48	-5.82
归属于上市公司股东的净资产	2,489,157,787.68	2,488,386,522.39	0.03
	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	48,181,467.53	-27,020,443.65	278.31

流量净额			
营业收入	2,427,386,897.36	2,523,276,522.51	-3.80
归属于上市公司股东的净利润	131,541,844.09	207,561,581.65	-36.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	124,128,428.61	206,160,815.46	-39.79
加权平均净资产收益率(%)	5.14	13.98	减少8.84个百分点
基本每股收益(元/股)	0.23	0.40	-42.50
稀释每股收益(元/股)	0.23	0.40	-42.50

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)				13,385		
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	
苏州创领智慧投资管理有限公司	境内非国有法人	42.11	235,848,816	235,848,816	无	
EVER GROUP CORPORATION LIMITED	境外法人	13.05	73,080,000	73,080,000	无	
苏州创袖投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	10.53	58,962,456	58,962,456	无	
泰怡凯电器有限公司	境外法人	8.21	45,986,472	0	无	
苏州苏创智慧投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	3.41	19,120,752	0	无	
苏州崇创投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.73	15,296,400	0	无	
SKY SURE LIMITED	境外法人	2.25	12,600,000	12,600,000	无	
苏州科帆投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	0.97	5,449,771	0	无	

苏州科蓝投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	0.96	5,389,498	0	无	
苏州科赢投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	0.91	5,090,400	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、公司控股股东创领投资的股东钱东奇在创袖投资出资份额为99.99%，同时与创袖投资出资份额0.01%的合伙人钱岚是兄妹关系；2、公司控股股东创领投资的股东钱东奇与Ever Group、Sky Sure 股东 David Cheng Qian 是父子关系；除此之外，公司未知上述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

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，公司持续推进战略落地，在收缩家用服务机器人 ODM 业务的同时，进一步在全球市场大力发展自有品牌服务机器人业务，加大研发、品牌和渠道投入，扩大科沃斯品牌服务机器人产品在中国、美国、欧洲和亚太等全球主流市场的市场份额。同时，公司紧紧抓住清洁类小家电品类智能化升级趋势，积极打造并扩展添可品牌智能化清洁类小家电产品的销售和品牌建设。

报告期内，公司各业务板块实现营业收入如下：

单位：万元 币种：人民币

主营业务	营业收入	营业收入占比 (%)	营业收入较上年同期变化 (%)
自有品牌服务机器人	163,766	67.47	11.24
服务机器人 ODM	3,865	1.59	-84.47

服务机器人业务合计	167,631	69.06	-2.60
自有品牌清洁类小家电	9,613	3.96	119.48
清洁类小家电 OEM/ODM	59,952	24.70	-13.87
清洁类小家电业务合计	69,566	28.66	-5.98
其他业务收入	5,542	2.28	-11.94
合计	242,739	100.00	-3.80

受公司策略性缩减服务机器人 ODM 业务和添可品牌清洁类小家电新增市场投入的影响，报告期内公司归属于上市公司股东的净利润较上年同期下降 36.63%。

报告期内，公司围绕既定战略，结合行业和市场发展趋势，积极推进并落实以下主要工作：

1. 战略性收缩服务机器人 ODM 业务

报告期内，为更好地集中资源在全球市场拓展科沃斯品牌服务机器人业务，减少服务机器人 ODM 业务对科沃斯自有品牌产品在各市场、渠道所面临的潜在影响，公司决定战略性收缩并逐步停止服务机器人 ODM 业务。基于上述战略的实施，公司报告期内主动减少对外服务机器人 ODM 业务。受此影响，相关业务收入报告期内相比上年同期下降 84.47%。由于服务机器人 ODM 业务经营利润率较高，受该等业务收入下降的影响，公司净利润较去年同期也有所下滑。

2. 加大投入布局下一代基于机器视觉和人工智能的服务机器人软硬件技术

公司相信基于机器视觉的新一代传感模组、SLAM 算法和人工智能应用将在不久的将来取代现有基于 LDS 和 VSLAM 的传统 2D 服务机器人定位导航和规划技术，带领家用服务机器人产品在智能、交互、数据、互联等方面跃上一个新的台阶，不仅提高现有扫地机器人产品的性能表现，同时扩展全新的基于数据和服务的功能，带给用户更高的价值。公司从上年开始持续布局前瞻技术，加大研发投入。报告期内，公司研发费用较上年同期增长 38.86%，在新一代模组和算法等方面取得了卓有成效的进展，进一步提高了公司在产品和技术方面的竞争优势。

3. 构建并完善基于科沃斯云 (Ecovacs Cloud) 的 IoT 和机器人生态系统

作为目前家庭内唯一可以进行自主移动的智能硬件，扫地机器人对家庭空间环境具有最为全面的感知和理解，也因此具备非常独特的数据价值，是家庭服务机器人进一步发展的重要基础。公司相信，随着扫地机器人进一步普及，数据的大量积累，以及在空间信息基础上更深入的环境语义信息理解，乃至家庭行为数据的捕捉和分析，服务机器人在形态和功能上将持续进化，带给用户更高的体验和价值，成为未来智能生活中必不可少的组成部分。基于此，科沃斯很早即开始部署针对 IoT 和机器人生态系统的云计算平台科沃斯云，通过接入产品和传输数据量的与日俱增，公司逐步构建了完善的数据采集和分析架构，通过数据提升并改进算法，为用户提供更优质和针对性的服务。报告期内公司在完善云平台数据接入、采集和利用的基础上，开始积极探索通过云端开放部分独有数据并针对性扩展和接入对用户的增值服务，从而进一步提升服务机器人的用户价值，并尝试扩展基于服务机器人的增值业务收入。

4. 稳固并提升国内市场龙头位置，进一步加大海外市场布局，提升市场进入壁垒

受国内宏观经济环境和消费趋势的影响，2019年上半年以扫地机器人为代表的家庭服务机器人行业增速有所放缓，行业零售额与去年同期相比有所下降。面对短暂的行业增长压力，公司坚定通过导入中高端新产品和新技术引领行业升级，持续投入市场教育和建设，占领用户心智，巩固并提升公司在国内市场的领先地位。报告期内，公司推出的 LDS SLAM 产品 T5 系列，VSLAM 产品 N5 系列以及搭载 AIVI™ 人工智能算法的 DG70 系列扫地机器人均取得了良好的市场反馈和用户口碑。卓越的产品和广泛的品牌知名度确保公司市场份额持续提升。根据中怡康发布的行业数据，截至报告期末，科沃斯品牌扫地机器人按零售额统计的市场份额高达 48%，较上年同期提升 8 个百分点，同时也是行业内零售额增幅最大的品牌。

在巩固国内市场的同时，公司在前两年成功拓展海外市场的基础上进一步通过渠道和产品升级推动海外收入的进一步提升。报告期内，来自海外市场的科沃斯品牌服务机器人业务收入较上年同期增长 39.08%，公司在各主要目标市场均已进入主流品牌行列，市场份额持续稳步提升。

虽然报告期内整体市场环境充满挑战，但公司坚信家用服务机器人行业的独特用户价值和广阔前景，也坚信服务机器人相关技术的持续快速演进必将推动家用服务机器人渗透率的持续提升。公司会坚定在技术和产品上的投入，力争引领行业技术升级，巩固并提升核心竞争优势，提升行业进入壁垒。

5. 打造添可品牌智能清洁类小家电

报告期内，公司延续上一年度打造自有品牌智能型清洁类小家电的举措，通过国际国内市场的持续投入，提升添可品牌产品的知名度和销售收入。报告期内，添可品牌产品在美国亚马逊的销售持续保持高速增长，并逐步开始进入线下渠道。国内市场添可品牌的线下渠道建设亦在逐步搭建及完善。2019 年将是添可品牌的主要投入期，预计添可产品占公司清洁类小家电业务收入比重将持续提升。

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