

证券代码：300242

证券简称：佳云科技

公告编号：2020-033

广东佳兆业佳云科技股份有限公司 2019 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，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年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	无法保证本报告内容真实、准确、完整的原因
----	----	----------------------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

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
-----------	-----------	-----------	--------

中喜会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为中喜会计师事务所（特殊普通合伙）。

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	佳云科技	股票代码	300242
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	曾理	刘琪	
办公地址	深圳市南山区深南大道 9966 号威盛科技大厦 1601	深圳市南山区深南大道 9966 号威盛科技大厦 1601	
传真	0755-26921645	0755-26921645	
电话	0755-86969363	0755-86969363	
电子信箱	jykj@kaisacloud.com	jykj@kaisacloud.com	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内公司持续深耕互联网营销行业，为广告主提供营销策略制定、创意策划与素材制作、媒体资源整合、数据追踪分析、短视频定制、投放优化等一站式服务。凭借优质的全媒体整合营销服务，公司持续为媒体释放商业化潜力，同时助力广告主创造更高效的商业增长与效果转化。

在报告期内，公司实现应用商店、搜索引擎及信息流等全类型媒体覆盖，继续保持与应用商店与搜索引擎营销等细分领域的头部优势，同时通过准确的战略布局及稳健的内部组织架构能力，快速与头部信息流媒体“巨量引擎”建立了深度合作，

深化在信息流、短视频广告等内容营销领域的布局，媒体资源不断丰富，各类型媒体服务经验也在不断增强。

伴随着移动通信技术的加速演进、智能手机的快速普及、以及用户消费习惯的持续改变，互联网营销呈现内容化、原生、跨屏化、数据化的发展趋势。公司将顺应行业发展趋势，不断增强内容创意能力、全媒体覆盖能力及全模式优化能力，积极探索增量空间，使公司业绩稳步健康发展。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年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

单位：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	5,529,037,559.33	5,610,196,453.49	-1.45%	2,706,124,702.33
归属于上市公司股东的净利润	8,492,943.08	-1,251,313,765.73	100.68%	193,065,874.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-8,085,530.36	-1,258,761,542.00	99.36%	162,573,553.74
经营活动产生的现金流量净额	176,291,861.62	-314,330,245.69	156.08%	57,037,050.03
基本每股收益（元/股）	0.0134	-1.9722	100.68%	0.30
稀释每股收益（元/股）	0.0134	-1.9722	100.68%	0.30
加权平均净资产收益率	0.82%	-75.42%	76.24%	8.69%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	2,433,079,973.84	2,154,116,231.36	12.95%	2,758,883,760.66
归属于上市公司股东的净资产	1,034,110,671.20	1,028,594,118.80	0.54%	2,303,828,015.09

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	975,998,662.36	1,316,827,319.70	1,437,088,533.99	1,799,123,043.28
归属于上市公司股东的净利润	21,820,749.95	-3,611,552.84	4,885,596.18	-14,601,850.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	21,361,681.96	-3,935,885.05	2,024,477.69	-27,535,804.96
经营活动产生的现金流量净额	123,743,966.63	-25,947,912.88	-34,922,589.35	113,418,397.22

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	27,085	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	26,666	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							

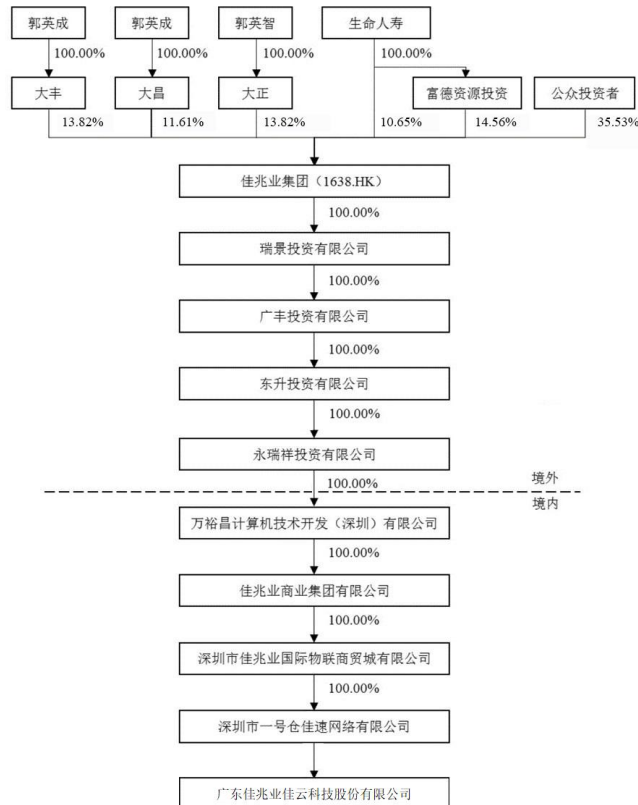
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
深圳市一号仓佳速网络有限公司	境内非国有法人	21.31%	135,225,900	0	质押	101,419,425
上银基金-浦发银行-上银基金财富 43 号资产管理计划	其他	8.18%	51,897,960	0		
李佳宇	境内自然人	4.98%	31,574,549	21,200,346	冻结	31,574,549
周建禄	境内自然人	3.78%	23,990,078	0		
许尚龙	境内自然人	1.58%	10,004,700	0		
甄勇	境内自然人	1.26%	8,018,879	5,264,324		
陈忠伟	境内自然人	1.22%	7,738,540	7,738,540	质押	5,000,000
吴限香	境内自然人	0.98%	6,204,700	0		
傅晗	境内自然人	0.85%	5,416,356	5,416,276		
罗淑薇	境内自然人	0.79%	4,999,470	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知前十名股东之间是否存在关联关系或一致行动人关系。					

(2) 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。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、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

报告期内，公司继续夯实主业，深耕互联网营销行业，专注于提升广告主服务能力，积极推进业务结构调整，发展多元业务，主动缩减盈利能力较弱的业务，同时加大了信息流广告业务的投放，实现营业总收入5,529,037,559.33元，较上年同期下降1.45%，营业利润12,699,543.01元，较上年同期上升101.02%，利润总额18,390,542.91元，较上年同期上升101.48%，归属上市公司股东的净利润8,492,943.08元，较上年同期上升100.68%。

报告期内公司主要工作与经营成果如下：

1、深化行业布局 巩固头部优势

报告期内，公司保持了在手机厂商商业化和搜索引擎营销的头部优势。公司是百度、OPPO、vivo、小米、三星、华为等头部媒体多年的核心商业化合作伙伴。报告期内，公司延续了百度五星级广告代理资质，合作的业绩规模排名也有所上升，获得了“百度综合服务能力奖”、“营销创新杰出贡献”等肯定。

此外公司延续了2019年vivo网服行业核心代理、OPPO电商金融行业核心代理资质、小米生活服务行业独家代理、三星效果广告核心代理资质，并于近期陆续取得了小米广告2020年生活服务行业效果独家代理、vivo2020年网服行业核心代理以及OPPO2020年效果广告电商金融及游戏双行业核心代理资质，开辟了行业双代理资质先河。除了手机厂商传统的代理资源外，公司在2019年开始探索手机厂商品牌广告的布局，取得了vivo品牌广告代理资质，成功帮助广告主投放品牌资源。优质的手机媒体厂商资源、持续深度的合作关系，进一步奠定了公司在该细分领域的龙头优势。报告期内，公司获得了“2019vivo最佳合作奖”、“小米2019最佳合作伙伴奖”、“小米2019最佳行业服务奖”等媒体奖项。

2、业务结构优化 信息流广告发展亮眼

公司在2019年加强了在信息流、短视频广告领域的布局，支撑公司业绩稳步发展。2019年初公司取得了字节跳动旗下营销平台“巨量引擎”的核心广告代理资质，该平台聚集了今日头条、抖音短视频、西瓜视频、火山小视频、懂车帝等超级流量APP。巨量引擎营销充分认可公司的广告服务能力，给予了最大范围的支持，包括与公司联合举办营销会议、根据客户消耗情况提供授信额度等。公司受邀参加“巨量引擎2019E-UP效果营销大赛”，凭借案例有道精品课《上分之路》、51米多多《以始为终 逆向生长》分别斩获教育行业“优化应用奖”与网服行业“智能应用奖”，之后又凭借专业、高效、优质的综合服务能力，荣获巨量引擎年度“最佳增值运营合作伙伴”。

3、管理团队升级改组 公司治理愈加完善

报告期内，拥有丰富管理经验、投资经验、行业经验的管理人员加入董事会和高管阵容，为公司稳步发展保驾护航。新任管理团队根据行业发展与公司业务情况，及时调整战略目标、优化业务结构，同时进一步完善公司内部管控，对《治理纲要》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等十多项管理制度进行了修订与完善。

为实现业务多元化，提升媒体及客户服务能力，公司新增视频拍摄团队、数据分析团队，扩充了策划部门、创意部门的人员，通过布局并建立更完善的内部体系，提升和塑造更优秀的经营团队，继续巩固自身的竞争优势。此外，报告期内，公司北京总部进驻清华科技园，旗下公司实现集中办公，增强内部协同，有效提升沟通和管理效率。

4、客户服务能力出众 运营能力增强

报告期内公司展现了高水平的拓新能力及服务能力，目前已建立起长期稳定的客户关系，主要客户覆盖网服、电商、金融、在线教育、保险、游戏等行业，头部客户有BAT、京东、唯品会、拼多多、优酷等。2019年，公司先后接入了阿里系、唯品会、京东、百度等头部客户的服务标，且在与巨量引擎的合作中，业绩增速及自运营业务占比均名列前茅。

在公司内部运营方面，公司持续优化负债结构，丰富融资渠道。公司对不同行业、不同规模的客户进行分层管理，制定相对应的应收账款管理制度，提高应收账款回款效率，提升资金周转率。此外，通过相关考核制度及奖励机制，充分调动业务人员的积极性与创造力，主动提升专业技能、输出高质量服务，提升公司整体经营数据表现。

公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第8号——上市公司从事互联网营销及数据服务相关业务》的披露要求：

(1) 互联网营销收入整体情况

单位:元

	2019年		2018年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
互联网营销收入合计	5,506,259,059.02	99.59%	5,606,001,672.41	99.93%	-1.78%

(2) 广告主所处的主要行业领域

单位:元

行业领域	2019年		2018年		同比增减
	收入金额	占营业收入比重	收入金额	占营业收入比重	
网服行业	2,232,507,764.79	40.38%	1,758,089,616.55	31.34%	26.98%
广告代理行业	1,159,320,304.03	20.97%	1,276,403,344.03	22.75%	-9.17%
电商金融行业	1,115,566,514.00	20.18%	1,510,383,959.23	26.92%	-26.14%
游戏行业	586,427,849.37	10.61%	144,417,618.88	2.57%	306.06%

(3) 直接类客户和代理类客户情况

单位:元

客户类型	2019年			2018年		
	客户数量	收入金额	客户留存率(如适用)	客户数量	收入金额	客户留存率(如适用)
直接类客户	1,885	4,346,938,754.99	60.43%	1,768	4,329,598,328.38	68.43%
代理类客户	314	1,159,320,304.03	34.16%	580	1,276,403,344.03	54.46%

(4) 其他需披露内容

报告期内,公司互联网营销业务具体经营情况如下:

1、互联网营销业务营业成本构成如下:

单位:元

项目	2019年	
	采购金额	占营业成本比重
媒介成本	5,247,531,302.22	99.86%
合计	5,247,531,302.22	99.86%

2、互联网营销业务按照不同采购计费模式下的采购金额如下:

单位:元

类别	2019年	
	采购金额	占营业成本比重
流量计费	5,183,237,637.90	98.64%
包断计费	64,293,664.32	1.22%
合计	5,247,531,302.22	99.86%

3、公司不存在单一合作媒体采购金额占采购总额50%以上的情形。

4、主要客户的合作内容及投放渠道:

单位:元

客户名称	合作内容	收入总金额	投放渠道	收入金额
第一名 客户	网络推广投放	277,300,363.33	投放渠道一	81,714,851.30
			投放渠道二	55,136,446.99
			投放渠道三	16,209,417.85
			投放渠道四	814,156.80
			投放渠道五	22,235,721.01
			投放渠道六	101,189,769.38
第二名 客户	网络推广投放	138,678,857.28	投放渠道一	138,678,857.28
第三名 客户	网络推广投放	132,882,305.12	投放渠道一	265,127.34
			投放渠道二	22,903,162.37
			投放渠道三	82,305,729.29
			投放渠道四	2,012,240.48
			投放渠道五	25,396,045.64

第四名 客户	网络推广投放	130,904,289.63	投放渠道一	127,598,391.19
			投放渠道二	3,305,898.44
第五名 客户	网络推广投放	129,965,749.37	投放渠道一	81,294,498.84
			投放渠道二	50,108.72
			投放渠道三	9,690,171.35
			投放渠道四	8,227,075.89
			投放渠道五	30,703,894.57

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
互联网营销业务	5,506,259,059.02	258,727,756.80	4.70%	-1.78%	4.82%	6.82%
其他	22,778,500.31	15,626,475.61	68.60%	443.02%	1250.77%	148.73%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

单位：元

	本期发生额	上期发生额	同比增减
营业收入	5,529,037,559.33	5,610,196,453.49	-1.45%
营业成本	5,254,683,326.92	5,362,208,838.37	-2.01%
归属于上市公司普通股股东的净利润	8,492,943.08	-1,251,313,765.73	100.68%

1.营业收入较上期减少了1.45%，与上期相比基本持平。

2.营业成本较上期减少了2.01%，与上期相比基本持平。

3.归属于上市公司普通股股东的净利润较上期增加了100.68%，主要是由于上年同期对商誉及相关非流动资产等计提资产减值损失125,380.90万元所致。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，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、财政部于2017年修订发布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》，深交所《关于新金融工具、收入准则执行时间的通知》要求境内上市的企业自2019年1月1日起施行新金融工具相关会计准则。公司按照上述通知及上述企业会计准则的规定和要求，于2019年3月22日召开第四届董事会第十八次会议及第四届监事会第十二次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

2、财政部于2019年4月30日颁布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6号），对一般企业财务报表格式进行了修订，要求执行企业会计准则的非金融企业按照企业会计准则和《修订通知》的要求编制2019年度中期财务报表和年度财务报表以及以后期间的财务报表。公司根据上述会计准则的修订要求，于2019年8月19日召开第四届董事会第二十一次会议及第四届监事会第十五次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

(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) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

(1) 本年度因非同一控制企业合并增加深圳市巨游网络科技有限公司，新设成立间接控制的深圳知行合一技术服务有限公司、天津彩多科技有限公司、图木舒克赢河网络科技有限公司、深圳市灵刻文化科技有限公司，和本年度新设成立直接控制的佳云创（北京）网络科技有限公司、孝感市佳云装饰科技有限公司、深圳市灵犀互动传媒有限公司，因此本年度合并报表增加上述八家主体单位。

(2) 公司本年度注销清算间接控制的霍尔果斯明家网络科技有限公司、淮安爱赢互通科技有限公司、上海昂真科技有限公司、联合移动传媒（控股）有限公司、淮安卓赢科技有限公司、宁波梅山保税港区互赢投资管理有限公司，因此本年度合并报表减少上述六家主体单位。