

公司代码：688365

公司简称：光云科技



杭州光云科技股份有限公司
2020 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 重大风险提示

公司已在本报告中详细阐述公司在经营过程中可能面临的各种风险及应对措施，敬请查阅本报告第四节“经营情况讨论与分析”

3 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。

4 公司全体董事出席董事会会议。

5 本半年度报告未经审计。

6 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

7 是否存在公司治理特殊安排等重要事项

适用 不适用

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况

适用 不适用

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所及板块	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	光云科技	688365	不适用

公司存托凭证简况

适用 不适用

联系人和联系方式

联系人和联系方式	董事会秘书（信息披露境内代表）	证券事务代表
姓名	刘宇	庄玲玲
办公地址	杭州市滨江区江南大道588号恒鑫大厦主楼15层	杭州市滨江区江南大道588号恒鑫大厦主楼15层
电话	0571-81025116	0571-81025116
电子信箱	gyir@raycloud.com	gyir@raycloud.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	1,208,313,745.57	829,039,546.42	45.75
归属于上市公司股东的净资产	1,070,660,158.62	721,683,358.52	48.36
	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	37,632,484.42	37,825,252.87	-0.51
营业收入	234,654,395.65	222,993,967.98	5.23
归属于上市公司股东的净利润	35,989,717.12	35,343,499.47	1.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	20,940,780.49	29,969,805.61	-30.13
加权平均净资产收益率(%)	4.31	5.64	减少1.33个百分点
基本每股收益(元/股)	0.10	0.10	0.00
稀释每股收益(元/股)	0.10	0.10	0.00
研发投入占营业收入的比例(%)	22.38	19.78	增加2.60个百分点

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)		11,311					
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	包含转融通借出股份的限售股份数量	质押或冻结的股份数量	
杭州光云投资有限	境内非	38.48	154,320,840	154,320,840	154,320,840	无	

公司	国有法人						
宁波梅山保税港区祺御投资管理中心（有限合伙）	其他	11.25	45,112,500	45,112,500	45,112,500	无	
谭光华	境内自然人	10.88	43,632,810	43,632,810	43,632,810	无	
杭州华营投资合伙企业（有限合伙）	其他	8.16	32,733,630	32,733,630	32,733,630	无	
上海云峰新呈投资中心（有限合伙）	其他	4.41	17,684,100	17,684,100	17,684,100	无	
杭州阿里创业投资有限公司	境内非国有法人	4.32	17,323,200	17,323,200	17,323,200	无	
杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）	其他	3.89	15,590,880	15,590,880	15,590,880	无	
杭州南海成长投资合伙企业（有限合伙）	其他	2.44	9,780,390	9,780,390	9,780,390	无	
兴龙杰投资咨询（北京）有限公司	境内非国有法人	1.16	4,655,610	4,655,610	4,655,610	无	
中金公司光云1号员工参与科创板战略配售集合资产管理计划	其他	0.96	3,850,193	3,850,193	3,850,193	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、谭光华系杭州光云投资有限公司控股股东、实际控制人。2、杭州华营投资合伙企业（有限合伙）、杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）为员工持股平台；3、中金公司光云1号员工参与科创板战略配售集合资产管理计划为公司的高级管理人员与核心员工参与战略配售设立的专项资产管理计划。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

2.4 前十名境内存托凭证持有人情况表

适用 不适用

2.5 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

2.6 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.7 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

(一)报告期内公司经营情况

公司是业内领先的电商 SaaS 企业，核心业务是基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，并在此基础上提供配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品及服务。公司以“通过产品和服务，帮助全球电商商家更简单、更高效做生意，致力于成为电商领域里值得信任和依赖的合作伙伴，帮助商家获得更大的成功”为经营宗旨，以用户需求为导向，以核心技术为支撑，秉持以人为本原则，顺应互联网电商的高速发展，深化多平台、多品类布局的发展战略，不断自我挑战和突破，通过创新去满足更多商家。

报告期内，SaaS 产品是公司的核心业务板块，公司着重提升电商 SaaS 产品的竞争优势和盈利能力，对利润规模的持续增长起到关键作用，该业务持续保持稳定增长趋势。在此基础上，公司提供的配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品及服务，能够提升公司对电商客户的整体服务能力，增强用户粘性，进一步扩大公司核心业务和整体竞争优势。

报告期内，公司实现营业收入 234,654,395.65 元，同比增长 11,660,427.67 元，增长 5.23%；归属于上市公司股东的净利润为 35,989,717.12 元，同比增长 646,217.65 元，增长 1.83%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 20,940,780.49 元，同比减少 9,029,025.12 元，降幅为 30.13%。报告期内，公司持续加大了研发投入，研发投入共计 52,525,996.03 元，同比增长 19.09%；经营活动产生的现金流净额 37,632,484.42 元，同比下降 0.51%。

(二)报告期内公司各项业务发展情况

1、SaaS 产品的发展情况

报告期内，SaaS 产品收入较去年同期增长 9.11%，主要系受疫情影响，部分需要线下销售、实施的业务无法开展，导致业务发展受到影响，SaaS 产品收入增速略有下降。具体发展情况如下：

(1) 核心 SaaS 产品发展情况

报告期内，公司 SaaS 产品继续以中小微电商商家为服务主体，围绕中小微电商商家，持续推进核心产品升级迭代，为电商商家客服、运营、仓储等各部门提供更专业化和精细化的产品服务。公司通过对用户需求的挖掘，持续提升产品功能，在满足用户需求的同时，提高了产品的客单价，使得用户粘性和付费能力较强的发展中用户比例提升，促进了产品收入的增长。

电商 SaaS 行业的上游是以淘宝、天猫、京东为代表的电商平台，其积累了行业的大量资源，对电商 SaaS 企业有较大的影响力。近年来，以拼多多为代表的社交电商平台、以抖音、快手为代

表的短视频平台、以 AliExpress、Lazada、Wish 等跨境电商平台的出现，使得行业的多平台发展趋势愈发明显。为满足商家多平台发展的需求，电商 SaaS 企业需要开发符合平台规则、具备各平台特色的产品和服务。公司紧跟市场变动的趋势，加大在社交电商、跨境电商等新型电商领域的投入，根据多种电商平台的相应规则推出满足其运营要求的电商 SaaS 产品，努力提升多平台运营效率，满足新型电商商家的运营服务需求。目前公司已经在阿里、京东、拼多多等平台推出多款 SaaS 产品，并逐步涉及本地生活、跨境电商、社交电商等多个电商市场，已完成近 30 个电商平台的战略布局。快递助手作为公司多平台的 SaaS 产品典范，报告期内其收入持续保持增长，2020 年 1-6 月快递助手在拼多多平台上收入较去年同期增长 49.99%。本期公司同步拓展了快手、抖音等多个平台，多平台收入呈现快速增长。

（2）大商家 SaaS 产品

随着市场竞争的深入，成熟型商家和品牌型商家在电商行业的竞争优势将愈发明显，聚焦成熟型及品牌型商家需求、争夺该类客户资源是市场的必然趋势。公司借助为广大电商商家服务过程中积累的产品研发、迭代、运营和服务经验，基于对成熟型商家需求的理解，梳理成熟型商家的业务流程，完善符合成熟型商家需求的产品和服务布局以应对行业潜在竞争，培育并推出了快麦 ERP、快麦设计、快麦绩效等产品，并调整了快麦电商等原有产品的用户定位，逐渐开拓了一批头部成熟型电商客户。

快麦 ERP 作为公司针对中大型商家的快麦系列主要产品，自其推出以来收入增长显著，2020 年 1-6 月，2020 年 1-6 月销售收入较去年同期增长 355.98%。未来公司仍会将快麦 ERP 作为在研发投入与营销推广上的重点产品，通过园区拜访、重点客户持续跟踪、电话销售及传统电商 SaaS 产品客户转化等形式增加快麦 ERP 的付费用户数，从而进一步提升快麦 ERP 的销售规模。

快麦设计在 2020 年 1-6 月整体销售规模也呈现了一个快速增长的态势，2020 年 1-6 月销售收入较去年同期增长 230.02%。

（3）企业 SaaS 服务

随着移动互联网技术快速发展，中小企业对销售、行政、财务、人事等日常性事务的移动化、协同化管理需求日益迫切。“钉钉”等企业服务平台的崛起，为软件公司给中小企业提供集约化、低成本管理方案提供了可能。公司 2018 年在钉钉平台上陆续布局“有成”系列产品，包括有成财务、有成 CRM、番茄表单等产品，成为该平台产品类目布局较多的企业之一。公司基于电商 SaaS 领域的经验和资源，通过入驻“钉钉”平台获取了一定量的中小企业客户，并通过研发、销售、售后“一体化”的产品管理体系，为企业协同管理事务提供了优质工具。2020 年，在疫情影响下，越来越多的企业开始使用钉钉等在线协同办公软件，促进了企业办公 SaaS 服务的快速增长，2020 年 1-6 月销售收入较去年同期增长 193.39%。

总体来看，目前公司 SaaS 产品已形成了远近结合、梯次接续的产品和技术储备格局，持续稳固中小电商 SaaS 产品地位的同时，公司根据电商发展的重要趋势开发了快麦 ERP、快麦设计、有成钉钉办公管理软件等储备项目和技术，为公司进一步扩大行业领先优势奠定坚实基础。

2、配套硬件业务的发展情况

为更好地服务客户，公司针对电商商家在运营过程中出现的电子面单打印需求提供了配套硬件等增值产品。该硬件设备与公司旗下快递助手、超级店长、旺店交易、快麦 ERP 等 SaaS 产品配套使用能大幅提高商家打单发货效率，运营该业务能够提升公司的综合服务能力，加强公司的竞争优势。

报告期内，配套硬件收入较去年同期增长 3.37%，主要系本期公司重点加强了天猫、淘宝、京东、拼多多等平台打印机自营店铺的运营力度，报告期内自营销量逐渐提升，自营销售收入较上年同期增长 96.96%。

本期收入呈现略微上升的态势，公司未来仍将继续加大天猫、淘宝、京东、拼多多等平台打印机自营店铺的运营力度，强化品牌效应。

3、运营服务和 CRM 业务的发展情况

针对部分在流量推广方面有更大投入和更高转化率需求的优质商家，公司的运营服务基于超级快车软件提供定制化运营方案，帮助商家通过淘宝直通车和钻石展位获得更好的营销效果，具体包括超级快车人机、快麦电商等产品。

CRM 短信系公司为提升综合服务能力而向电商商家提供的一种增值产品，CRM 短信内嵌于超级店长等软件中，具备短信营销、自动化短信通知、不同人群营销效果分析和会员积分互动等功能，帮助商家实现精细化会员管理，提升会员粘性、活跃度和忠诚度，增加会员复购率和销售额，强化产品品牌，协助商家全方位建设会员营销体系，提升会员营销能力。

随着电商平台流量推广方式日趋多样，直播、短视频等场景的兴起使得商家获客渠道增加，同时潜在网购用户数量趋稳，电商平台流量成本日益提升，直通车业务和短信推广的的边际效益呈现逐年下滑的态势，商家直通车代投放、CRM 短信营销的需求相应逐渐减少。

报告期内，运营服务收入较上年同期出现了一定程度的下滑，主要系流量分发模式的变更导致的用户下滑。针对运营服务，公司基于对行业未来发展趋势的判断，明确了“聚焦中大型商家需求、专注于垂直细分领域”的经营思路，公司转而采用业务员“一对一”的推广方式，通过对接并服务各细分类目头部商家，借助其示范效应逐渐覆盖该类目下的其他大中型商家。在用户数量下滑的情况下，公司持续通过版本更迭和提价以及改善用户结构、提高高阶版本订购比例等方式，使产品销售均价保持上升趋势，从而降低因客户数量减少而对收入的影响。

报告期内 CRM 短信收入略有上升，但鉴于本期短信通道服务商普遍提价，本期毛利率较上年同期出现一定程度的下滑。鉴于其收入和毛利占比较低，对公司经营业绩的影响较为有限。针对 CRM 短信毛利下滑的情况，公司仍将 CRM 短信作为核心电商 SaaS 产品内附的增值服务，通过提高该等电商 SaaS 产品的用户规模，间接提升 CRM 短信的潜在需求。同时公司将借助快麦 ERP、快麦设计等产品的线下推广渠道，针对存在较高 CRM 短信发送需求的客户销售快麦 CRM 产品，并借此提升综合服务能力。

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

详见财务报告中“五、重要会计政策及会计估计/45、重要会计政策和会计估计的变更”。

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