

证券代码：300805

证券简称：电声股份

公告编号：2020-042

广东电声市场营销股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

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
张黎	董事	工作原因	梁定郊

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	电声股份	股票代码	300805
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	刘颖	李英	
办公地址	广州市天河区黄埔大道西平云路 163 号平云广场 B 塔 7 楼	广州市天河区黄埔大道西平云路 163 号平云广场 B 塔 7 楼	
电话	020-38205416	020-38205416	
电子信箱	ir@brandmax.com.cn	ir@brandmax.com.cn	

2、主要财务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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	1,317,615,487.13	1,244,096,524.61	5.91%
归属于上市公司股东的净利润（元）	46,247,401.03	86,702,838.05	-46.66% ¹
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	41,732,344.47	81,712,793.30	-48.93%
经营活动产生的现金流量净额（元）	149,044,746.10	135,424,280.86	10.06%

基本每股收益（元/股）	0.11	0.23	-52.17%
稀释每股收益（元/股）	0.11	0.23	-52.17%
加权平均净资产收益率	2.88%	8.38%	-5.50%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	2,239,283,217.93	2,446,443,352.86	-8.47%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,591,819,905.08	1,588,381,026.72	0.22%

注：1 2020 年上半年，公司实现营业收入 13.18 亿元，同比增长 5.91%，主要是报告期内，公司积极应对疫情影响，及时调整经营，积极拓展市场进行业务创新，发展数字零售业务（即线上商品销售）等在线业务。零售终端管理业务同比增长 18.98%，以及数字零售业务同比增长 101.96% 导致。

2020 年上半年，归属于上市公司股东的净利润 4,624.74 万元，同比下滑 46.66%，主要在第一季度受疫情影响，以线下聚集性营销展示活动为主的互动展示业务订单减少，部分项目延后实施，且公司业务收入占比结构发生变化，毛利额减少，同时，期间费用增加，从而影响了公司利润。

3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数	18,239	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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
梁定郊	境内自然人	26.53%	112,262,400 ¹	112,262,400		
黄勇	境内自然人	11.05%	46,774,800 ²	46,774,800	质押	674,000
曾俊	境内自然人	6.63%	28,065,600 ³	28,065,600		
赏睿集团发展有限公司	境外法人	6.19%	26,190,000	26,190,000		
添赋国际集团发展有限公司	境外法人	5.73%	24,267,600	24,267,600		
LION-OCBC CAPITAL ASIA I HOLDING PTE. LTD.	境外法人	4.21%	17,812,800	17,812,800		
COWIN TIANNUO LIMITED	境外法人	4.02%	17,010,000	17,010,000		
福建省奥拓丰企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.24%	13,700,000	13,700,000		
吴芳	境内自然人	2.97%	12,571,200 ⁴	12,571,200		
舜畅国际集团发展有限公司	境外法人	2.52%	10,659,600	10,659,600		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、梁定郊、黄勇、曾俊、吴芳、袁金涛、张黎于 2014 年 12 月 18 日签订《一致行动协议书》，约定各方在对公司事务决策（包括但不限于行使表决权、提案权、提名权等）时保持一致行动；2、张黎是赏睿集团发展有限公司的股东，持股 100%；3、梁定郊是添赋国际集团发展有限公司的股东，持股 100%；4、吴芳是舜畅国际集团发展有限公司的股东，持股 100%。					

注：1 除上表直接持股情况外，报告期末，梁定郊通过添赋国际、广州博舜、广州顶添、广州赏岳、广州谨创间接持股 27,686,736 股。该部分间接持股为首发上市限售股。

2 除上表直接持股情况外，报告期末，黄勇通过谨进国际、广州博舜、广州顶添、广州赏岳、广州谨创间接持股 11,360,394 股。该部分间接持股为首发上市限售股。

3 除上表直接持股情况外，报告期末，曾俊通过风上国际、广州顶添间接持股 6,478,848 股。该部分间接持股为首发上市限售股。

4 除上表直接持股情况外，报告期末，吴芳通过舜畅国际、广州顶添间接持股 10,945,584 股。该部分间接持股为首发上市限售股。

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、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，且在半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，一季度受新冠肺炎疫情影响，公司及上游客户复工延迟导致公司互动展示类业务受到影响。二季度随着国内疫情得到有效控制，互动展示业务逐步恢复，公司在有序组织复工复产的前提下，积极开拓市场，努力进行业务创新探索。

2020年第二季度实现营业收入80,659.06万元，较一季度环比增长57.84%，较上年二季度增长6.20%；2020年二季度实现归属于上市公司股东的净利润4,998.40万元，较一季度实现扭亏为盈、环比一季度实现大幅增长，较上年二季度下降29.73%。

2020年上半年，公司实现营业收入13.18亿元，同比增长5.91%，主要是报告期内，公司积极应对疫情影响，及时调整经营，积极拓展市场进行业务创新，发展数字零售业务（即线上商品销售）等在线业务。零售终端管理业务同比增长18.98%，以及数字零售业务同比增长101.96%导致。报告期内，对部分头部客户如雀巢、华为的业务收入较上年同期实现较大增长。

2020年上半年，公司实现营业利润6,481.81万元，同比下降42.31%；归属于上市公司股东的净利润4,624.74万元，同比下滑46.66%，主要在第一季度受疫情影响，以线下聚集性营销展示活动为主的互动展示业务订单减少，部分项目延后实施，且公司业务收入占比结构发生变化，毛利额减少，同时，期间费用增加，从而影响了公司利润；截止2020年上半年期末，归属于上市公司股东的所有者权益为15.92亿元，同比增长0.22%。

报告期内，公司持续推动数字化、智能化、“营+销”结合的战略，在做好疫情防控同时积极保障生产、销售及运营等各方面服务能力，推动业务稳定发展。

1、2020年4月，为聚焦公司在新形势下的战略发展，公司启动全员战略落地研讨，明确战略实施分三步走的“3-5-10”发展规划：

战略定位：致力于成为全球领先的科技创新型综合营销服务集团

第一阶段（到2023年），夯实基础、布局新业务扩张。一方面，引进高素质人才，优化组织架构与管理模式，打造一支战略上有主动进化能力和落地执行能力的战略自驱型组织；另一方面，将资源集中投入在优质项目和优质客户，提升项目毛利率水平的同时，逐步推动业务向数字化、智能化转型；同时通过内生、外延并购等多种方式，实现营销能力与服务品牌向高潜力行业扩张，逐步降低单一行业集中度。

第二阶段（到2025年），从触点、内容体验、交易和数据四个方面进行持续投资，构建差异化营销服务资源和能力；使数字化营销服务达到行业内领先水平。

第三阶段（到2030年），国际化全球化发展阶段。在持续优化数字化、智能化营销资源，大力发展数字化零售渠道和业务，大力推广自有品牌产品的同时，通过内生、外延并购等多种方式，实现营销服务国际化、全球化扩张。

为实现战略目标，近期的业务发展规划为：

（1）加大人才引进力度，提高在品牌代理业务、公关服务、数字营销等全渠道营销领域服务能力，布局进入更多新的行业，如美妆、酒类、医药、金融等行业；

（2）布局线上线下营销渠道独有资源、IP资源，关注与新媒体资源及MarTech领域的公司合作，根据品牌定位的不同需求与多种网络平台合作，成为品牌商从营销到渠道管理到销售管理的一体化营销代理合作伙伴；

（3）基于数据洞察、内容营销、多圈层触点等营销渠道布局，构建线上线下全渠道营销网络协同、精准营销、以及交易转化的服务闭环；

（4）保持对5G、区块链、虚拟现实、图像识别、大数据采集、人工智能等技术对未来营销场景重构的关注和研究，积极应用和创新营销科技服务模式，提升公司在行业中的竞争优势。

2、研发方面，公司与客户一起进行线上线下营销方式的整合创新，2020年上半年研发费用投入867.33万元，重点发展映店直播线上4S店、线上车展、线上团购、远程营养顾问视频管理系统、社交电商平台等营销科技服务工具，映店在线看车系统已应用在一汽丰田部分区域4S店，云车展平台已应用于一汽丰田长春线上车展，线上团购已应用于一汽马自达华南、中西部、东北大区在线销售，为汽车品牌解决线上集客、体验、销售等营销困扰；远程营养顾问视频管理系统已应用于为美赞臣华南区部分母婴店，为其提供云端营养顾问服务等，获得客户的认可和欢迎。

3、业务拓展方面：

（1）公司努力克服疫情影响因素，与客户积极协同，保持了存量业务和客户的稳定，与华为、雀巢等头部大客户的营销服务业务稳定。在深耕汽车、快消品行业同时，积极探索拓展新行业业务，加强与美妆、酒类头部客户业务合作，并积极进入新的行业。2020年上半年新增医药行业客户，如杭州默沙东制药有限公司，新增金融行业客户，如招商银行股份有限公司广州分行等。

（2）抓住疫情影响下旺盛的线上营销需求，大力发展数字化零售场景中的分销和动销业务，

并通过在这些业务中获得的数据对客户的营销行为提供洞察、策略决策和更高ROI的落地实施。

2020年4月，公司成立数字化零售事业部，大力发展数字化新零售业务。除了与阿里巴巴零售通、京东新通路等B2B平台合作，也建立了与拼多多等B2C平台的新的合作关系，帮助雀巢、玛氏箭牌、ABC、嘉士伯、RIO等快消品客户通过线上渠道提升销量。

报告期内，数字化零售业务实现收入3.3亿元，较上年同期增长101.96%，其中，2B业务实现营业收入28,712.31万元，较上年同期增长43.39%，报告期内新拓2C业务、并实现营业收入4,263.47万元，较上年同期增长98.26%；

(3) 大力发展数字营销与媒体投放业务。报告期内，公司加强了与线上媒体资源合作，如与垂直与门户媒体汽车之家、易车、腾讯、新媒体今日头条合作、进行DSP精准营销方面的投放，实现线上线下互动引流。报告期内，数字营销与媒体投放业务，实现收入1.09亿元，较上年同期增长83.58%。其中，我司独家代理12306媒体资源实现销售收入1,018.49万元。未来公司将开拓更多优质的独家资源，为客户提供良好的品牌曝光与触达。

4、产业链延伸方面，位于江苏省泰兴市农产品加工园区的展具制作工厂，已于2020年3月动工建设施工，建成后公司将具备在绿色环保的条件下向行业提供高质量的展具生产和运营服务，同时将逐步拉动上下游整合，保持产能的持续释放，为支撑公司互动展示业务持续发展、获取更大的规模效应提供重要保障。

5、建设业财一体化的ERP数字化平台，推动业务流程数字化转型

公司以SAP系统为核心、打造全新规划的ERP信息平台，构建从产品研发到项目管理、供应链渠道、人财物信息的管理平台，实现业务与管理流程从销售线索、招标采购、项目过程、仓储与库存、物流运输、财务管理、人力资源、交付质量控制等各个环节的数字化重构。2020年6月，ERP系统第一期实施上线，利用数据驱动业务发展、精细化管理，对支撑公司业务的运营管理能力，实现资源与知识共享、数字化赋能、有效协同提升管理效率具有重大意义。

6、推进薪酬绩效体系建设与组织能力改革，优化人力资源战略

人力资源的开发、管理是公司发展战略的重要组成部分，公司非常重视人才战略。2020年6月起，公司与世界领先的人力资源管理咨询机构怡安翰威特咨询公司合作，启动对公司的组织能力、薪酬激励与绩效、人才发展、健康与福利管理等多方面的测评诊断，将通过人力资源专家团队优化公司的薪酬绩效制度与提升组织能力，调动员工积极性、激发组织创新活力、提升工作效率，促进公司战略发展目标的达成。

报告期内，公司获得中国广告行业协会颁发CNA A一级广告企业（2020-2023）认证，被广州市广告行业协会评为“广州市广告行业AAA级信用评价企业”，获得第20届IAI国际广告奖“大中华区年度创新营销公司”等。“蓝妹圣诞石狮广场活动”、“华为Mate30系列5G快闪店”、“美赞臣远程NC项目”、“广汽本田全新中级SUV亮相预售活动”、“日产智行城市”、““探寻X”东风Honda NEW XR-V上市发布会”、“百年先锋、超凡驾驭—FUNDAY福特品牌日活动”、“乐堡J-Day冬日特酿活动”等项目，分别获得“第八届TopDigital创新营销奖”两银一铜奖项、专项奖，第20届IAI国际广告奖一金两银五铜奖项，以及获得第十一届虎啸奖银奖，2020金梧奖银奖等。

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说明

适用 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
财政部于2017年颁布了《企业会计准则第14号——收入（修订）》（“新收入准则”）。公司自2020年1月1日起执行。在新收入准则下，公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时，确认收入。在满足一定条件时，公司属于在某一段时间内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务。合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易对价分摊至各履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易对价计量收入。	已于2020年4月27日经公司第二届董事会第十二次会议、第二届监事会第八次会议分别审议通过，公告编号：2020-032。	公司依据新收入准则的规定，根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。同时，公司依据新收入准则对于收入相关的信息披露要求提供更多的披露信息。公司将原计入应收账款的人民币65,399,273.74元重分类至合同资产；将原计入预收账款的人民币15,054,242.14元重分类至合同负债。

(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) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变更说明

适用 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

广东电声市场营销股份有限公司

董事长：梁定郊（签字）_____

董事会批准报送日期：2020年8月21日