

公司代码：603798

公司简称：康普顿

青岛康普顿科技股份有限公司
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 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
本报告期内不进行利润分配或公积金转增股本。

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	康普顿	603798	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王黎明	/
电话	0532-58818668	/
办公地址	青岛市崂山区深圳路18号	/
电子信箱	zhengquan@copton.com.cn	/

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	1,121,192,426.22	1,056,724,639.35	6.10
归属于上市公司股东的净资产	968,265,952.15	923,948,959.33	4.80
	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	158,828,661.03	94,050,797.09	68.88
营业收入	496,717,474.49	501,411,936.90	-0.94
归属于上市公司股东的净利润	65,776,452.36	67,930,311.04	-3.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	62,734,246.81	63,488,629.25	-1.19
加权平均净资产收益率(%)	6.95	7.43	减少0.48个百分点
基本每股收益(元/股)	0.33	0.34	-2.94
稀释每股收益(元/股)	0.33	0.34	-2.94

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)		13,688			
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
恒嘉世科国际(香港)有限公司	境外法人	27.62	55,230,000		无
青岛路邦石油化工有限公司	境内非国有法人	27.49	54,970,000		无
青岛路邦投资发展有限公司	境内非国有法人	4.24	8,480,000		无
青岛华侨实业股份有限公司	境内非国有法人	1.74	3,487,300		无
青岛康普顿科技股份有限公司回购专用证券账户	其他	1.37	2,731,039		无
黄启平	境内自然人	1.2	2,400,000		无
仲晓斐	境内自然人	0.72	1,430,000		无
江涛	境内自然人	0.45	906,400		无
王金祥	境内自然人	0.44	880,000		无
李冬梅	境内自然人	0.44	880,000		无
上述股东关联关系或一致行动的说明		青岛路邦石油化工有限公司全资控股恒嘉世科国际(香港)有限公司,青岛路邦投资发展有限公司为公司高管持股平台;除此之外,公司未知其他流通股股东之间是否存在一致行动人的情况。			
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

1 概述

截至 2020 年 6 月底，全国机动车保有量达 3.6 亿辆，其中汽车达 2.7 亿辆。上半年受新冠疫情突发公共卫生事件影响，一季度，我国汽车总销量较去年同期下降较多，但随着二季度新冠疫情得到有效控制，我国汽车总销量逐月回升，月销量均超去年同期，商用车产销量增长明显。2020 年上半年我国商用车产销量分别为 235.9 万辆和 238.4 万辆，同比增长 9.5%和 8.6%，其中重型货车产销同比增长超过 20%。虽然上半年受疫情影响，润滑油行业销量出现短暂下滑，但随着国家多项刺激消费的举措的出台和我国机动车保有量的稳步扩大、国六排放标准发布和环保法规的更严格执行，及消费者对汽车燃油经济性的关注，都将继续推动车用润滑油行业的发展。未来润滑油行业的竞争将逐步摒弃低端的价格竞争，变为产品和品牌的竞争，客户的需求逐渐向中高端产品转化。

报告期内，受疫情影响，公司在 2020 年上半年业绩略有下滑，总资产 112,117.28 万元，比上年度末增长 6.1%；营业收入 49,671.75 万元，同比下降 0.94%；归属于上市公司股东的净利润 6,577.65 万元，同比下降 3.17%。公司将继续深化品牌及渠道建设，严格把控产品质量，使服务管理水平和品牌形象得到进一步提升，保持自身健康稳定发展。

2 报告期内经营情况分析

(1) 研发能力

公司坚持走自主创新和产学研合作相结合的发展之路。报告期内，康普顿荣获“国家技术发明”二等奖。公司常年与国内知名高校、科研院所长期保持着密切的合作关系，积极应用新技术开发新产品。同时，公司与路博润、润英联、雪佛龙、雅富顿等世界级添加剂公司保持着深度的合作，从研发上保持先发优势。公司还参与多项标准的制定，如“汽车养护用化学品安全技术规范”、“车用零部件溶剂清洗气雾剂（轻垢型）”等。

(2) 品牌建设

报告期内，突如其来的疫情使行业面临了巨大经营压力，公司迎难而上，持续大力度的进行品牌推广，遍布全国的高铁广告、道路墙体广告等品牌投放持续不断，持续成为世界顶级超跑迈凯伦车队的官方合作伙伴及 China GT 中国超级跑车锦标赛的官方赞助商，增强了合作伙伴的信心，提升品牌影响力。康普顿荣获“国家技术发明”二等奖，这也是目前润滑油行业所获得的最高奖项。在被誉为“行业奥斯卡”的 LubTop 年度评选中，康普顿再次包揽“中国润滑油十大品牌”、“年度受用户信赖工业油”、“中国润滑油行业年度 OEM 金牌服务商”三大奖项，充分彰显康普顿品牌知名度和影响力。2020 首届中国物流商用车影响力年度盛典上公司获得年度最受欢迎润滑油服务供应商的荣誉称号。

(3) 渠道建设

报告期内，疫情使整个汽车后市场经历了严酷的考验，康普顿通过近几年持续做的不断地“赋能”，苦练内功、加强技术研发投入，提升产品力；加强渠道网络和信息化建设的同时，公司持续

开展对经销商团队和广大终端门店的培训工作，全面提升合作伙伴的经营意识、管理思路和专业技术能力，聚焦经销商思路调整及其服务管理，助力经销商抢占终端市场。截至报告期末，新增合作终端 2200 余家。公司积极调整传统销售模式的同时，着力开发车队、工程机械、天然气等领域客户，逐步拓展公司市场渠道，已取得初步进展，形成了一套行之有效开发方案。重点发展车队业务及快修、快保连锁渠道，整合各种资源为车队运营、连锁渠道赋能。康普顿实业在同原有合作伙伴深化合作的同时，依托已有成功案例，逐步扩大合作伙伴队伍，增强在 OEM 市场的知名度与影响力。工业油方面，报告期内工业油采取了行业聚焦的策略，加大了公司产品在矿山，钢铁，还有工程机械领域的开发力度，2020 年上半年取得了不错的效果。同时康普顿工业油加强了在售后服务领域的项目开发力度，增加了终端用户以及服务商对康普顿品牌的粘度和信心。康普顿石油化工大力推进柔性生产，提高产能效率，为满足不同渠道客户日益多样化的产品需求提供有力支撑。报告期内，康普顿环保科技依托康普顿渠道优势，在全国进行产能布局，目前已实现覆盖 34 个省级行政区；报告期内，康普顿环保科技新建车用尿素加注站 200 余家，在山东、河南、河北等省份已经形成了全面的车用尿素加注站网络。

(4) 精益生产

报告期内，公司仍把优质稳定的产品质量作为企业竞争优势的基础，把产品质量看成是对消费者的一种责任和信用。公司的研发中心，通过国家 CNAS 实验室认证。每一桶康普顿产品出厂都要经过严格的检验工序，杜绝低于康普顿公司要求品质的产品流出工厂。公司在生产中采用先进的意大利 OCME 全自动灌装线、美国 Emerson 全自动调和系统，并与全球四大添加剂之首的 Lubrizol、全球最大的综合性品牌咨询公司 Interbrand 及美国格雷汉姆包装设计公司等世界顶级公司开展合作，全线汽机油坚持使用进口添加剂，纸箱采用美国进口卡纸代替国产面纸，提升产品质量和客户感受，保持产品的绝对领先。

(5) 产品创新

报告期内，公司秉承“洞悉市场趋势，不断推出全新产品，为客户创造价值”的理念，公司全新的 API SP/ILSAC GF-6 新标准新级别油品的问世，不仅为国六及新型发动机带来完美的解决方案，其产品性能的大幅度提升同样也可以给国五、国四等其他车型带来更好的驾驶体验感。面对国内市场天然气重载车辆的快速发展，完善天然气专用系列产品线，在业界率先推出性能卓越的长换油周期天然气专用油。公司整合资源，打造产业矩阵，推出康普顿长效机油滤清器，并配合专业的信息化查询系统快速匹配，性能优异的商用车油品与超高品质机油滤清器完美结合，为车辆提供更周全的保护，并进一步拓展了合作伙伴的价值链，与合作伙伴实现共赢。全新纳米防冻冷却液全系升级，增强高温保护，全天候用心呵护每一辆车，提升了防冻液产品综合竞争力。

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

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