

公司代码：603355

公司简称：莱克电气

莱克电气股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

LEXY 莱克

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
公司半年度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	莱克电气	603355	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王平平	胡楠
电话	0512-68253260	0512-68415208
办公地址	苏州新区向阳路1号	苏州新区向阳路1号
电子信箱	lexy@kingclean.com	lexy@kingclean.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	6,103,162,583.19	5,376,826,080.55	13.51
归属于上市公司股东的净资产	3,347,381,627.11	3,198,977,007.92	4.64
	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	875,596,669.32	708,924,207.46	23.51
营业收入	2,534,353,498.42	2,794,662,280.91	-9.31
归属于上市公司股东的净利润	251,893,979.36	235,840,010.37	6.81

莱克电气 2020 年半年度报告摘要

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	227,029,818.12	232,873,642.85	-2.51
加权平均净资产收益率(%)	7.58	8.13	减少0.55个百分点
基本每股收益(元/股)	0.63	0.59	6.78
稀释每股收益(元/股)	0.63	0.59	6.78

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)		11,573				
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	
莱克(苏州)投资有限公司	境内非国有法人	36.63	146,880,000		无	
GOLDVAC TRADING LIMITED	境外法人	28.00	112,300,000		无	
倪祖根	境内自然人	16.33	65,489,949		无	
苏州立达投资有限公司	境内非国有法人	3.59	14,400,000		无	
闵耀平	境内自然人	2.49	9,990,726		无	
香港中央结算有限公司	未知	0.95	3,792,413		无	
中国工商银行股份有限公司—博时精选混合型证券投资基金	未知	0.28	1,105,209		无	
周华明	境内自然人	0.26	1,050,000		无	
全国社保基金四零四组合	未知	0.21	838,500		无	
京福资产管理有限公司—京福多策略私募基金 1 号	未知	0.15	620,500		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明		莱克(苏州)投资有限公司、GOLDVAC TRADING LIMITED、苏州立达投资有限公司、倪祖根为一致行动人。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

2020 年上半年，受新冠肺炎疫情影响，全球经济下行压力加剧，国内经济出现短期波动，公司正常生产经营面临严峻挑战，订单也遇到巨大降幅，经历了从 2 月份大降 80%-6 月份增长 20%，主要是 2 月份受国内开工的影响，4-5 月受全球疫情暴发影响销售出现比较大的下滑，但 6 月份以来订单强劲复苏，二季度实现由负转平，6 月份是下半年实现增长的转折点。报告期内，公司完成线下线多品类多品牌战略布局，营销采取三位一体的价值传播，通过价值营销，莱克高端产品销售大幅增长，互联网营销实现了莱克、吉米、碧云泉三大品牌全面增长，其中吉米、碧云泉实现 80%以上增长，同时出口业务在美国、欧洲等地也恢复较大增长。公司推进以“两先两创”的管理模式来实现卓越绩效管理的提升，2020 年 8 月，公司获得“2019 年江苏省省长质量奖”，公司的“两先两创”发展模式得到专家和市场的认可，“两先”即：洞察消费市场的发展趋势和潜在需求，“把握市场先机”，布局科技进步的先期研发，“抓住技术先手”。“两创”即：“创造全新产品，创造未来需求”。同时密切关注新冠疫情对全球经济及公司经营活动可能产生的深远影响，全力做好疫情防控，积极推进复工复产等各项工作，取得了良好的经营成效。报告期内，公司实现营业收入 25.34 亿元，同比减少 9.31%，实现归属于上市公司股东的净利润 2.52 亿元，同比增长 6.81%。

创新是企业发展的不竭动力，唯有创新才能应对激烈的市场竞争以及满足用户的升级需求；只有牢牢把握引领全球行业的前沿技术，稳固占据发展的制高点，才能持续推进技术创新、产业升级。2020 年上半年公司重点开展并推进以下工作：

1、构建多品牌生态链 品牌交互价值传播

莱克坚持一高两创（高端定位、品类创新、科技创新）的品牌发展战略，以需求和竞争为导向，根据不同的目标用户定位，完成线下线多品类多品牌战略布局，形成了有竞争力的多品牌产

品生态链（LEXY 莱克、JIMMY 吉米、bewinch 碧云泉、theSuns 三食）。

公司营销采取三位一体的价值传播，即传统电视长秒广告，互联网数字化内容营销，线下体验式营销。莱克的品牌价值突出“莱克=立式无线吸尘器=使用更轻便”的品牌特性。上半年莱克发布了吸力最强劲立式无线吸尘器 M12max。通过价值营销，莱克高端产品销售大幅增长。

2、渠道渗透&渠道转型，探索新营销模式，实现线上线下融合发展

报告期内，受疫情影响，从疫情期间的居家隔离，到疫情后期的少聚集少接触，公司线下门店业务影响较大。上半年，公司在成都，郑州，苏州召开了 7 场招商会，成功开发了 45 家地级城市代理商，以扩大全国市场覆盖率；与渠道、协会建立良好的合作关系，邀请渠道客户到公司参观指导，建立战略合作关系，达成共赢；公司积极拓展新渠道、积极探索新营销模式，以实现线上线下的融合发展。开设莱克专卖店，建立形象店，通过社交营销、专业会销、异业联盟、上门服务等新营销模式，与客户建立直接联系，拉近了消费者、用户的距离，提升了他们对莱克品牌特性的认知。

上半年，公司线上业务实现了莱克、吉米、碧云泉三大品牌全面增长。其中吉米、碧云泉实现 80%以上增长，线上独立品牌独立专业化店铺，构建渠道“1（品牌旗舰店）+N（品类专卖店）”的金字塔店铺结构；品牌旗舰店树立形象标杆，构建品牌调性，输出核心用户价值，整合管理品牌数据。建设品类“专业化网店”，根据不同渠道、代理商、网店进行主推“主销产品定制化”；资源整合，联合渠道资源、客户资源、公司资源进行线上线下各渠道联合主推与平台强化战略合作模式，整合平台优势资源，合力打造平台专供产品，实现平台销售突破。重点尝试和突破短视频、直播等新媒体创新的营销模式，打通与行业头部直播大 V（薇娅和李佳琪）和合作渠道，实现销售、内容展现、产品种草、品牌曝光、品类教育的多重价值。

与渠道总部洽谈联合主推活动，借助渠道力量共同主推，从上到下目标明确，责任到个人。在新品上市或大型活动节点，与渠道共同召开发布会，传播莱克品牌与渠道共同主推产品。

公司秉持“竭诚服务”、“快速服务”和“服务领先”的理念，设立以区域服务中心为主体，地方服务站为主的联保服务网。公司坚持开展“顾客服务五化”——有形化、网络化、信息化、标准化、增值化，服务人员“四有精神”——忠诚、敬业、自律、开拓的莱克特色的售后服务，来提升客户的满意度和忠诚度。

3、创新品类、突破新市场，维持出口业务的稳定发展

报告期内，虽然受全球疫情的影响，但通过战疫情，克难关、争订单、抢项目，上半年出口业务的维持稳定发展，在美国、欧洲等地也恢复较大增长。抓住移动电器无线化、无刷化及高端

化、智能化趋势发展新产品，持续深化与大客户和区域性头部客户的合作，挖掘并积极发展、发现创新性客户，通过延伸品类创新产品的研发，拓展新门类、开发新市场，实现出口业务的可持续增长。

4、推行智能制造&精益化管理，持续实施降本增效

根据建立的智能制造和精益生产的运营管理模式，打造行业最高竞争力的制造工厂，围绕着“准时、高效、低成本、零缺陷”，公司从五化智能制造、自动化、柔性化、一个流生产、零缺陷、革新降本等方面持续推进精益生产和改善活动，全面实施降本增效，从生产、采购、销售、包装运输、财务、人力等多个维度降低成本、提升效率，从而有效的控制产品制造成本和各项费用。

未来，莱克将继续发挥作为科技型企业的创新引领作用，坚持自主品牌建设，持续解决用户痛点，不断进行品类创新，将莱克打造成为以自主品牌为主，兼顾内销外销两个市场，创新型、可持续均衡发展的企业。

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

具体内容详见公司于 2019 年 12 月 14 日和 2020 年 4 月 28 日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及公司指定法披媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》刊登的公告《公司关于会计估计变更的公告》（公告编号：2019-030）和《公司关于会计政策变更的公告》（公告编号：2020-013）。

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