

证券代码: 002131

证券简称: 利欧股份

公告编号: 2021-033

## 利欧集团股份有限公司 2020 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。

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

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

是否以公积金转增股本

是  否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以截至 2020 年 12 月 31 日公司总股本 6,754,804,205 股扣除不参与本次利润分配的股份 45,779,220 股(迹象信息需回购注销的业绩补偿义务应补偿股份 45,779,220 股),即 6,709,024,985 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金股利 0.10 元(含税),本次利润分配不送红股,不以资本公积金转增股本。

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	利欧股份	股票代码	002131
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		
姓名	周利明		
办公地址	上海市普陀区中山北路 2900 号东方国际元中大厦 A 栋 13 楼		
电话	021-60158601		
电子信箱	sec@leogroup.cn		

#### 2、报告期主要业务或产品简介

##### (一) 主营业务情况

公司主营业务分为机械制造业务和数字营销业务两部分

### 1、机械制造业务

公司机械制造业务主要从事泵和园林机械的研发、制造和销售，在整个泵业领域覆盖了较为完整的产业链。

目前，公司已在国内建成三大生产基地，一是位于浙江台州的民用泵生产基地，包含小型水泵、园林机械、电机等产品；二是位于湖南湘潭的工业泵生产基地，主要生产水利、水务系统用泵、钢铁、冶金、矿山用泵、电站泵等产品；三是位于辽宁大连的石化泵生产基地，主要生产石油、石化、化工泵等产品。

### 2、数字营销业务

2014年度，公司通过对上海漫酷、上海氩氦和琥珀传播的成功收购，进军数字营销业务领域；2015年度，公司又成功完成对万圣伟业、微创时代的收购；2016年度，完成对智趣广告的收购。公司数字营销服务已覆盖营销策略和创意、媒体投放和执行、效果监测和优化、社会化营销、精准营销、流量整合等完整的服务链条，成功建立了从基础的互联网流量整合到全方位精准数字营销服务于一体的整合营销平台。

## （二）行业发展情况及所处的行业地位

### 1、数字营销业务

数字营销服务行业近年来得到了国家的大力支持，国务院、工商总局等相关部委相继发布《关于促进广告业发展的指导意见》、《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十三五”规划》、《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》、《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》等政策全面支持数字营销行业的发展，加快了行业技术创新，引领数字营销行业健康有序的发展。

根据中关村互动营销实验室发布的《2020中国互联网广告数据报告》，2020年我国互联网广告总收入约4,971.61亿元人民币，相较上年增13.85%，增幅较2019年略有放缓，但仍保持增长的态势。随着互联网营销模式的不断创新，互联网营销服务呈现出多元化增长，为拉动实体经济增长走出了一条中国路径。2020年视频平台广告增速最快，较上年增长了64.91%，达903.53亿元。其中短视频广告最为抢眼，增幅106%，远超长视频广告25%的增幅。

据艾媒咨询数据显示，2020年中国短视频用户规模已超7亿人，2021年预计增至8.09亿人；而2020年中国短视频市场规模达到1,408.3亿元，继续保持高增长态势，2021年预计接近2,000亿元。短视频应用近年来逐渐在维护用户粘度、提高社交属性等方面发力，因此用户群体有增加短视频应用使用时长的趋势。随着5G商用的进一步落地和大数据、人工智能等其他高新技术的应用，短视频行业将迎来新一轮的创新竞争。

随着科技的日益发展，互联网的发展和使用时迫使企业要借助数字营销。数字媒体是一个富有成效的平台，可以让企业自由地与观众建立联系，打造产品或服务的品牌，提高对产品的认知度，与观众建立有价值的关系，将企业定位为市场的领导者。与传统营销不同，数字营销是在大数据+人工智能背景下，实现精准化、真实、实时、多维度数据营销，可让企业大数据分析变得更加简单、高效的新营销方式，数字营销可以利用多种渠道和方法，如搜索引擎优化、内容营销、社交媒体营销、运动营销、在线广告等，随时随地向消费者提供信息和服务。

目前，领先进入数字营销行业的企业已开始或者已经完成全产业链的布局，可提供从互联网用户数据来源获取、大数据分析、营销策略制定、创意内容制作、媒体投放、营销效果监测和优化提升的全产业链闭环服务。此外，数据与技术仍然是营销服务商的核心竞争力，各大广告公司通过不同的方式继续完善自身在数字营销市场的布局，推动业绩增长。

经过多次并购，公司数字营销服务已基本覆盖营销策略和创意、媒体投放和执行、效果监测和优化、社会化营销、精准营销、流量整合等完整的服务链条，实现全产业链布局，已成功跻身国内数字营销行业的领先梯队。2020年，公司继续深化数字营销业务板块战略重组，对现有业务依据业务性质以及客户/媒体渠道排他性的要求进行业务合并，通过业务合并发挥资产及业务的规模效应，提高与供应商的议价能力，同时简化集团组织机构，提高了管理效率。

目前公司在短视频和信息流领域的布局成效显著，实现了全链路的布局。公司在媒介与内容两个维度上持续发力（包含今日头条及旗下抖音、西瓜视频、火山小视频，以及快手和淘宝直播等），业务辐射站内内容投放、明星及网红内容全域传播、站内资源位栏目输出、达人和品牌直播与短视频拍摄、社交电商及新零售互动、IP资源整合、小程序搭建等。短视频的布局也进一步促进公司在流量、数据、媒介和内容上的综合实力。

根据《互联网周刊》公布的《2020年度数字营销公司排行》，利欧数字综合评分排名第3位。

## **2、机械制造业务**

### **（1）微型小型水泵**

根据国家“十四五规划”的要求，未来几年国内将继续加强水利基础设施建设，立足流域整体和水资源空间均衡配置，加强跨行政区河流水系治理保护和骨干工程建设，强化大中小微水利设施协调配套，提升水资源优化配置和水旱灾害防御能力。另外，由于全球对未被污染水资源的巨大需求、亚太地区的人口增长、城市化进程的快速推进等因素影响，小型水泵的市场需求将继续保持增长。

### **（2）园林机械**

经过多年的技术引进和消化吸收，国内园林机械制造商的整体技术水平、生产装备水平得到了明显提升。部分优势企业已掌握了产品生产过程中的核心技术，具备了自主研发和技术创新能力，经营模式逐渐从单纯的OEM转向ODM，产品档次及附加值不断提高，盈利能力不断增强。以此为基础，借助《中国制造2025》的政策东风，部分企业开始尝试并逐渐扩大OBM方式（自主品牌经营模式），推广自主品牌，可持续发展能力不断增强。

### **（3）工业泵**

近年来，得益于国家扩大公共设施投资以及刺激内需的政策，水利水务、电力、钢铁冶金、石化、矿业等国民经济主要部门和城市基础设施建设需求持续增长，工业泵产品的产值和销售额也保持了持续增长的势头。随着对国外技术的引进和消化以及自主创新能力的加强，国内工业泵行业在技术上取得了长足的发展，已经逐步缩小了与国外先进制造技术的差距。

2020年7月13日，国务院政策例行吹风会上透露出的信息表明，2020-2022年将重点推进150项重大水利工程建设，主要包括防洪减灾、水资源优化配置、灌溉节水和供水、水生态保护修复、智慧水利等5大类，

总投资1.29万亿元。根据测算，150项重大水利工程能够直接和间接带动投资6.6万亿，同时年均能够增加就业岗位约80万个。随着一批重大水利工程的陆续启动开工，更多有效资金参与项目建设，不仅有利于应对当前经济下行压力，更将会拉动一系列相关产业及企业发展。公司的工业泵产品作为大型水利工程、引水工程等应用领域的国内市场领先品牌，将在水利建设项目拉动下迎来发展新机遇。

公司的机械制造业务领域涉及微型小型水泵、园林机械、工业泵等多个行业，形成了独特的行业协同优势，公司的产品制造能力在行业内处于领先地位。

### 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

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	15,547,867,888.36	14,032,624,158.53	10.80%	12,250,038,568.54
归属于上市公司股东的净利润	4,772,475,489.48	307,609,363.91	1451.47%	-1,859,508,127.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	283,462,099.84	124,422,026.50	127.82%	-1,966,913,852.66
经营活动产生的现金流量净额	464,181,502.78	877,475,696.02	-47.10%	-166,646,468.75
基本每股收益（元/股）	0.71	0.05	1,320.00%	-0.33
稀释每股收益（元/股）	0.71	0.05	1,320.00%	-0.33
加权平均净资产收益率	45.11%	3.99%	上升 41.12 个百分点	-26.31%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	19,257,875,021.33	13,322,567,347.52	44.55%	14,174,557,849.86
归属于上市公司股东的净资产	12,977,251,808.04	8,132,631,498.70	59.57%	6,887,701,118.81

#### (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	3,818,419,143.38	3,537,873,165.91	3,297,647,548.13	4,893,928,030.94
归属于上市公司股东的净利润	87,699,230.20	173,842,013.26	2,825,240,636.76	1,685,693,609.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	80,575,986.58	161,806,312.79	102,257,644.37	-61,177,843.90
经营活动产生的现金流量净额	-108,608,782.89	502,032,519.08	-62,881,602.34	133,639,368.93

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

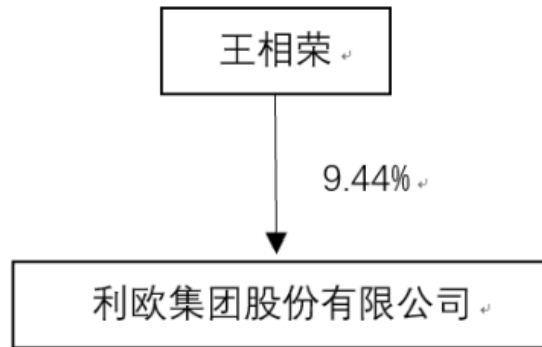
报告期末普通股股东总数	219,753	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	231,074	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
王相荣	境内自然人	9.44%	637,387,033	478,040,275	质押	297,100,000	
王壮利	境内自然人	7.46%	503,903,819	377,927,864	质押	308,900,000	
台州富浙新兴动力股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.06%	139,100,000				
香港中央结算有限公司	境外法人	1.43%	96,315,789				
中国水务投资有限公司	国有法人	1.13%	76,449,396				
迹象信息技术（上海）有限公司	境内非国有法人	0.68%	45,779,220	45,779,220	冻结 质押	45,779,220 45,779,213	
珠海阿巴马资产管理有限公司—阿巴马元享红利 15 号私募证券投资基金	境内非国有法人	0.60%	40,263,000				
中国北方工业有限公司	国有法人	0.59%	39,750,574				
中国工商银行股份有限公司—广发中证传媒交易型开放式指数证券投资基金	境内非国有法人	0.47%	31,432,700				
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	境内非国有法人	0.46%	31,124,802				
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、王相荣为公司控股股东和实际控制人，王壮利为其胞弟； 2、公司未知其它股东之间是否存在关联关系，也未知其它股东是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	股东珠海阿巴马资产管理有限公司—阿巴马元享红利 15 号私募证券投资基金通过投资者信用证券账户持有数量 40,263,000 股。						

##### (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

2020年是不平凡的一年，疫情、国际博弈等复杂的形势给市场带来了巨大的冲击，给世界带来了深远的影响。同时，这一年也是全体利欧人迎难而上、激情拼搏、不断进取、值得骄傲的一年。在复杂的经济形势以及多变的市场局势下，公司达成了年初预定的目标，实现了可喜的业绩增长。

报告期内，公司主营业务获得稳定增长，投资业务获得丰收，具体经营成果如下：

#### （一）盈利情况分析

报告期内，公司实现营业收入1,554,786.79万元，同比增长10.80%；实现归属于上市公司股东的净利润477,247.55万元，同比增长1,451.47%，其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润28,346.21万元，同比增长127.82%。

公司2020年度经营业绩大幅增长原因如下：

#### 1、营业收入稳定增长

受疫情影响，公司制造业板块春节复工时间较往年有所推迟。但公司积极做好相关的防控措施，破解用工困境，抢占复工先机。公司近年来持续推进生产系统的智能化改造，对公司快速复工复产也发挥了重要作用。

本报告期，公司市场开拓和品牌推广策略富有成效，制造业板块营业收入继续攀升。2020年，公司制造业板块的营业收入较同比增长3.21%。

短视频广告行业持续快速增长，流量激增，获益于2019年打下的良好基础，2020年，利欧数字在字节跳动（巨量引擎）上的投放量同比增长17%，在快手的投放量同比增长近200%。2020年，公司数字营销板块营业收入同比增长12.36%。

#### 2、费用管控成效显著

公司积极拓展水泵产品线上销售的模式，在疫情期间公司销售收入得到保证，而差旅费、展览费及业务宣传费等销售相关的费用明显减少。另外，公司数字营销板块通过主动调整业务策略和客户结构，销售回款逾期率下降，新增诉讼纠纷减少，相关费用也明显下降。2020年，公司销售费用较去年同期减少9,130.93万元，下降幅度达18.09%。

本报告期，公司完成可转债的赎回工作以及可转债募集资金投资项目终止并将剩余募集资金185,951.26万元及后续产生的利息用于永久补充流动资金。随着上述工作的完成，公司银行贷款利息支出和可转债利息摊销大幅减少，财务费用由上年同期的7,162.03万元降为本报告期2,039.70万元，下降幅度达71.52%。

### 3、投资业务的利润贡献

公司全资子公司浙江利欧（香港）有限公司（以下简称“利欧香港”）参股投资了理想汽车，利欧香港持有理想汽车ADS 34,316,240股。公司投资理想汽车的投资额为45,000万元人民币。2020年度，公司投资理想汽车确认的公允价值变动收益为60.05亿元人民币，对归属于上市公司股东的净利润影响数为45.04亿元。

## （二）资产质量分析

本报告期末，公司总资产1,925,787.50万元，净资产1,297,725.18万元，资产负债率进一步下降，资产负债率由上年末的38.94%降为本报告期期末的32.43%。截至报告期末，公司货币资金账面余额为9.83亿元，资金储备充足。

## （三）运营情况介绍

### 1、机械制造业务板块情况

#### （1）制造业板块推进战略性组织变革

2020年，制造业板块推进战略性组织变革。公司在福建古田召开了制造业板块战略会议，做出了重大战略决策：“学习古田会议精神，强调利欧文化引领公司战略发展，从古田再出发”；战略会议中，公司还确定了组织变革的原则：“对外以销售拉动为龙头，对内以服务生产制造为核心；打造智能化、无边界的组织”。

基于此原则，公司进行了组织变革，成立利欧集团泵业有限公司，统筹浙江泵业、湖南泵业、大连泵业三大基地业务。同时，公司还设立民泵营销中心和技术中心，响应国家发展“内循环经济”的号召，为进一步做大做强国内市场做了充分的战略准备。

#### （2）加强市场营销，多渠道拓展市场

报告期内，公司积极应对市场环境的变化和疫情的负面冲击，在巩固现有国内外市场的基础上，优化及加大在网络平台的推广，提高LEO品牌宣传力度，提升经销商对LEO产品的认同度。另外，公司充分发挥在数字营销领域的优势，为公司水泵产品探索新的销售模式，提升产品的市场认知度。

在国外，公司采用多种方式灵活发展，持续深耕欧美等传统市场，并积极拓展“一带一路”市场。2020年，公司在乌兹别克斯坦项目成功落地，标志着公司在探索“一带一路”市场的道路上取得新的突破。

在国内，公司积极响应国家号召，为“内循环经济”赋能，利欧在民用泵、商用泵及工业泵领域业绩均再创佳绩。

#### （3）持续发力水利工程建设领域

2020年度，我国南方地区暴雨洪水集中频繁发生，部分地区洪涝灾害严重。2020年7月，国务院政策例行吹风会上透露出的信息表明，2020-2022年将重点推进150项重大水利工程建设，主要包括防洪减灾、水资源优化配置、灌溉节水和供水、水生态保护修复、智慧水利等5大类，总投资1.29万亿元。

随着一批重大水利工程的陆续启动开工，更多有效资金参与项目建设，不仅有利于应对经济下行压力，更将会拉动一系列相关产业及企业发展。公司的工业泵产品作为大型水利工程、引水工程等应用领域的国内市场领先品牌，将在水利建设项目拉动下迎来发展新机遇。

近年来，公司参与并中标了引江济淮工程安徽段泵组及附属设备（合同金额7,700余万元）、引江济淮工程河南段泵组及附属设备（合同金额3,400万元）、浙江南排工程嘉兴南台头项目泵组及附属设备（合同金额3,299万元）、浙江省重点水利项目浙东引水工程重要组成部分姚江上游西排工程泵组及附属设备（合同金额6,360万元）、福建石狮水头项目泵组及附属设备（合同金额2,693万元）、姚江二通道（慈江）工程一漈浦闸站泵组及附属设备（合同金额3,397.8万元），浙江省嘉兴市钱塘江海塘南排盐官下河站闸大修工程泵组及附属设备（合同金额3,299万元），福建省平潭及闽江口水资源配置（一闸三线）工程竹岐泵站泵组及其附属设备（合同金额2,098万元），姚江上游余姚西分工程2标段一乐安湖泵站竖井贯流泵组及其附属设备（合同金额2,207万元），马山闸强排及配套河道工程泵组及其附属设备（合同金额2,917万元）等一大批重大

水利工程项目的泵站建设。2020年，水利行业合同金额占公司工业泵全部合同金额约35%。

#### （4）研发与技术创新成果

技术创新是公司战略实现的重要支撑。在产品研发方面，公司继续加大投入，加大基础技术的发展与积累，加强高速化、智能化、成套化产品的研发。同时，公司与各大著名院校和科研机构开展广泛的技术交流与科研合作。2020年，利欧泵业的离心泵技术荣获浙江省科学技术进步奖一等奖，石化离心泵技术获得中国机械工业科学技术奖一等奖。2020年，利欧还获批国家级博士后科研工作站。这些成绩的取得，为公司提升核心竞争力夯实了基础。

## 2、数字营销板块情况

### （1）把握行业未来方向，持续布局优势媒体

2020年，利欧数字以更明确的使命、愿景、企业价值观及战略规划，进一步夯实了“以消费者为核心、以数据为导向、以内容为目标”的全链路数字营销生态体系，持续推动数据流量、创意内容、平台资源与新兴技术的有效整合。

针对行业内细分市场的变化，利欧数字把握市场趋势和热点，已率先实现在短视频、信息流和社交电商领域全链路的布局，通过媒介与内容两个维度，持续发力今日头条及旗下抖音、西瓜视频、火山小视频，以及快手和淘宝直播等平台，业务辐射站内内容投放、明星及网红内容全域传播、站内资源位栏目输出、达人和品牌直播与短视频拍摄、社交电商及新零售互动、IP资源整合、小程序搭建等，不断借由自身的布局，进一步扩大MCN的有力作用，丰富大众线上娱乐内容与信息需求的同时，赋能品牌保持与目标消费群建立有效沟通，为品牌与商家持续输入流量。

2020年度，利欧数字继续发力短视频营销，保持了行业领先地位。2020年，在字节跳动（巨量引擎）业务投放量超70亿元，同比增长17%，在快手的业务投放量约11亿元，同比增长近200%。在社交电商领域，利欧数字旗下“火星仓”布局了电商内容营销服务模式，将站内直播、短视频等内容与站外social及数字媒体应用相结合，全年为品牌直播间创造GMV达5亿元，创造直播渗透率达35%，全年为品牌创造短视频1,500条以上，覆盖7,000万人群曝光。

2020年，利欧数字在重庆及上海两地分别动工建设短视频基地，有效落实并实现在直播和短视频领域更体系化、高效性、集中式的运作与管理。报告期内，公司在营业收入保持稳步增长的同时，积极探索新的利润增长点，利欧数字将借由既有业务需求，独家孵化或签约潜力资源，创造更多人才资产并积极商业变现，以提升额外高溢价和利润。公司还针对抖音和快手电商，进行团队建设和业务布局，希冀未来在短视频电商这个新业务领域，取得优异的表现。

公司一直致力于成为全球领先的数字集团，以数字化驱动重构传播。公司通过并购重组，目前已覆盖数字营销上下游全产业链，包括数字策略和数据、数字创意、数字媒体、数字流量、数字电视、社会化媒体、娱乐内容营销、以及电子商务，为品牌客户提供“以消费者为核心、以数据为导向、以内容为目标”的数字化商业转型解决方案，以生态化的服务体系实现“1+1>2”协同效应最大化。

### （2）持续探索技术创新，打造营销科技实力

公司持续推动人工智能、大数据、区块链这些创新技术在数字营销领域的应用，推升精准营销的投放效率，实现个性化、定制化创意文案的自动化投放，增强数字营销领域的数据合规使用，提升广告交易透明度，推动数据资产确权、广告效果的激励机制改革，以及完善广告交易诚信体系和广告市场监管。

### （3）丰硕的行业嘉奖与荣誉

2020年，利欧数字捷报频传，继续受到行业多方的认可与肯定。利欧数字成功蝉联《Campaign》“大中华区年度最佳数字营销代理商”和“中国区年度最佳数字代理商”金奖。与此同时，利欧数字还收获了“大中华区年度最佳品牌体验代理商”金奖和“大中华区年度最佳整合营销代理商”银奖。利欧数字是首家赢得并蝉联上述奖项的中国本土代理商，力证了整合与创新的实力。

此外，利欧数字还获颁《互联网周刊》“2020年度最佳数字营销代理机构”和中国商务广告协会数字营销委员会“2020年度优秀数字营销策划与代理机构”，并成功入选胖鲸智库《品牌拍档Brand Partner 20|50》“TOP20大公司”。

利欧数字旗下子公司聚胜万合、万圣广告荣获2020巨量引擎渠道“年度服务贡献合作伙伴”，微创时代获颁快手磁力引擎“核心合作伙伴奖”，琥珀传播与上海氩氦为品牌客户打造的作品获得了多项国内外奖项，包括中国4A金印奖、龙玺创



意奖、TOP Digital创新营销奖、长城奖、IAI国际广告奖、金瞳奖、虎啸奖、金投资等多个知名奖项。在管理咨询机构胜三(R3)发布的《2020中国营销趋势研究》中,琥珀传播和上海氩氦共斩获45项细分领域排名第一。

利欧数字作为广告协会核心成员,参与制定多项行业标准,推动行业健康、稳定、可持续发展。

### 3、投资业务板块情况

公司秉持价值投资的理念,积极探索新兴产业投资方向,耐心培育被投资企业,与企业共同成长。公司已建立和培养了专业的内部投资管理团队,广泛开展与外部专业机构的合作与交流,建立了信息共享、合作投资的机制。

2020年是公司投资业务喜获丰收的大年。公司投资的理想汽车于2020年7月底在纳斯达克上市;公司参股投资的新风光电子科技股份有限公司于2020年11月获得上交所审核通过,并于2021年4月13日正式在科创板挂牌上市;公司早期投资的碧橙电商、浙江大农、异乡好居等也于2020年正式启动上市工作。此外,公司与专业投资机构合作,在生物医药领域已陆续完成一批优质投资项目。

前几年,机械制造和数字营销业务为投资业务提供了强有力的资金保障,而目前,投资板块产生的投资收益开始反哺主业。公司将加大投资,补齐短板,做精做强做大机械制造和数字营销两大主业。此外,公司正积极探索布局新能源汽车产业链上下游产业。投资板块将打造强大投资平台,持续为两大主业赋能,获得更大的投资回报。

## 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

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
制造业	2,576,413,166.88	1,860,789,106.49	27.78%	3.21%	3.55%	-0.23%
互联网业	12,911,381,481.01	12,282,569,701.15	4.87%	12.36%	14.88%	-2.09%
分产品						
民用泵(微型小型水泵)	1,578,890,242.68	1,087,309,312.98	31.13%	4.58%	2.85%	1.16%
工业泵	466,425,710.09	337,725,615.49	27.59%	-17.41%	-19.20%	1.60%
园林机械	132,702,990.84	112,710,634.19	15.07%	-13.61%	-15.23%	1.63%
配件	296,512,459.89	226,091,056.38	23.75%	25.40%	37.14%	-6.53%
媒介代理服务	12,500,620,695.68	12,000,014,203.20	4.00%	13.40%	15.10%	-1.42%
数字营销服务	408,961,701.85	258,010,166.05	36.91%	-9.79%	3.95%	-8.34%
口罩及相关防护用品	100,236,101.37	60,905,821.25	39.24%	-	-	-
其他	3,444,745.49	60,591,998.10	-	-	-	-
分地区						
国内	14,197,700,184.12	13,250,415,147.00	6.67%	10.86%	13.77%	-2.39%
国外	1,290,094,463.77	892,943,660.64	30.78%	9.33%	6.05%	2.14%

## 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

具体原因详见本报告“三、经营情况讨论与分析之（一）盈利情况分析”。

## 6、面临退市情况

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、本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》(以下简称新收入准则)。根据相关新旧准则衔接规定,对可比期间信息不予调整,首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整本报告期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

2、本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部于 2019 年度颁布的《企业会计准则解释第 13 号》,该项会计政策变更采用未来适用法处理

### （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

合并报表范围发生变化情况详见本报告第十二节“财务报告”之“八、合并范围的变更”。

利欧集团股份有限公司

法定代表人：王相荣

二〇二一年四月二十九日