

证券代码：300242

证券简称：佳云科技

公告编号：2020-081

广东佳兆业佳云科技股份有限公司 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
-----------	-----------	-----------	--------

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	佳云科技	股票代码	300242
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	曾理	刘琪	
办公地址	深圳市南山区深南大道 9966 号威盛科技大厦 1601	深圳市南山区深南大道 9966 号威盛科技大厦 1601	
电话	0755-86969363	0755-86969363	
电子信箱	jykj@kaisacloud.com	jykj@kaisacloud.com	

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）	3,279,137,837.66	2,292,825,982.06	43.02%
归属于上市公司股东的净利润（元）	3,978,001.13	18,209,197.11	-78.15%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	-8,904,971.02	17,425,796.91	-151.10%
经营活动产生的现金流量净额（元）	13,340,931.14	97,796,053.75	-86.36%
基本每股收益（元/股）	0.006	0.03	-80.00%

稀释每股收益（元/股）	0.006	0.03	-80.00%
加权平均净资产收益率	0.38%	1.76%	-1.38%
	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）	2,238,967,849.95	2,433,079,973.84	-7.98%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,039,566,395.29	1,034,110,671.20	0.53%

3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数	44,219	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
深圳市一号仓佳 速网络有限公司	境内非国有法人	21.31%	135,225,900	0	质押	101,419,425
上银基金—浦发 银行—上银基金 财富 43 号资产管 理计划	其他	7.14%	45,327,256	0		
李佳宇	境内自然人	4.98%	31,574,549	21,200,346	冻结	31,574,549
周建禄	境内自然人	3.52%	22,320,078	0		
甄勇	境内自然人	1.26%	8,018,879	0		
吴限香	境内自然人	0.98%	6,204,700	0		
傅晗	境内自然人	0.85%	5,416,356	5,416,276		
张翔	境内自然人	0.78%	4,978,256	4,978,256	冻结	4,978,256
陈忠伟	境内自然人	0.73%	4,643,210	1,547,710		
陈阳	境内自然人	0.63%	3,982,604	3,982,604	质押	3,980,000
上述股东关联关系或一致行动的 说明	公司未知前 10 名股东之间是否存在关联关系或一致行动人关系。					
前 10 名普通股股东参与融资融券 业务股东情况说明（如有）	不适用。					

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

QuestMobile报告显示，上半年受疫情影响，互联网用户数及用户在线时长均有所增长，尤其社交、在线教育、短视频、游戏类APP日均活跃用户规模增长显著。受此影响公司在报告期内实现营业总收入3,279,137,837.66元，同比增长43.02%。然而由于公司在报告期内加大了对短视频、大数据团队的建设投入，以及多元业务布局，因此实现归属于上市公司股东的净利润3,978,001.13元，同比下滑78.15%。

公司主要工作与经营成果如下：

1、深化营销业务布局 三大营销业务板块并进

通过前瞻的信息流广告业务布局，公司已经成长作为一家拥有全类型移动互联网媒体的营销公司，形成了手机厂商、搜索引擎以及信息流三大业务板块并进的营销护城河。

报告期内，公司取得了小米广告2020年生活服务行业效果独家代理、vivo 2020年网服行业核心代理以及OPPO 2020年效果广告电商金融及游戏双行业核心代理资质，保持了在手机厂商商业化领域的领先优势。搜索引擎营销方面，公司延续了百度SEM五星级代理与百度原生广告四星级代理，在代理商中的排名也有所提升，在2020百度KA渠道生机大会上荣获“综合服务能力奖”、“产品创新杰出奖”及“营销创新杰出奖”。公司亦是巨量引擎2020年代理合作伙伴，业务规模稳步增长。同时，公司开启了蓝V企业抖音号运营等品牌营销服务，通过精准的流量运营与优质的内容创意，助力广告主品牌传播，例如公司运营的“佳兆业上海区域”官方抖音，开号2个月吸粉近18万，获赞近75万，在题材蓝V中表现亮眼。随着媒体资源不断丰富，公司针对各类型媒体的服务经验不断增强，对不同行业广告主的全案服务能力也在不断提升。

2、对内优化业务结构 对外寻求多元发展

报告期内，公司通过挂牌方式转让了全资子公司微赢互动 100%股权。受近两年行业变化与宏观经济等多重因素影响，微赢互动经营业绩不佳，剥离微赢互动有利于优化公司业务结构，更好地配置公司资源，提高资产运营效率。

此外，公司开展了多元业务布局，积极探索新增长点。《2020年国务院政府工作报告》指出“电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用，要继续出台支持政策，全面推进‘互联网+’，打造数字经济新优势。”公司收购海力保险 100%股权，希望发挥在互联网运营、流量、数据分析等方面的优势，为保险经纪业务赋能，通过互联网营销渠道扩大海力保险业务规模，拓宽客户渠道。

公司还合资设立了游戏公司米修斯，凭借自身在互联网营销行业深耕多年的资深运营经验及丰富的媒体、客户资源，向游戏行业发起进军。米修斯主要从事游戏研发，以成为精品游戏研发型公司为目标。据伽马数据发布的《疫情防控期游戏产业调查报告》显示，2020年1-3月移动游戏市场收入近550亿元，创历史新高，同比增长率超过49%。之后随着国内疫情情况的好转，复产复工后平均游戏时长有所减少，但游戏的流水也未因此下降，疫情后的五月份，移动游戏市场环比增长11.9%，单月流水创下纪录。公司在巩固主营业务市场地位的同时，探索多元业务，实现公司长期战略规划和稳定持续发展。

3、加强合规培训 完善公司治理

3月1日，新《证券法》正式生效，6月12日，证监会、深交所发布一系列有关创业板改革及试点注册制的相关制度规则，坚持市场化、法治化方向，进一步强化资本市场规范运作，也对上市公司信息披露提出了更高的要求。在此背景下，公司在报告期内进一步加强了对董监高、各部门及下属公司的合规培训，提升董监高与公司员工的合规意识，提升公司规范运作水平，提高公司信息披露质量，切实保障广大投资者合法权益。

此外，公司进一步完善公司内部管控，年初公司对《治理纲要》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等十多项管理制度进行了修订。各项监管新规发布后，公司相应修订完善了《防范控股股东及关联方资金占用制度》、《董事会战略与投资委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》等五项制度，公司治理水平进一步提升。

公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第8号——上市公司从事互联网营销及数据服务相关业务》的披露要求：

(1) 互联网营销收入整体情况

单位:元

	本报告期		上年同期		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
互联网营销收入合计	3,276,353,866.47	99.92%	2,280,743,070.22	99.47%	43.65%

(2) 广告主所处的主要行业领域

单位:元

行业领域	本报告期		上年同期		同比增减
	收入金额	占营业收入比重	收入金额	占营业收入比重	
网服行业	1,344,983,323.49	41.02%	880,800,544.02	38.42%	52.70%
广告代理行业	616,515,940.11	18.80%	532,088,801.35	23.21%	15.87%
游戏行业	516,870,776.57	15.76%	258,032,946.80	11.25%	100.31%
电商及金融行业	449,853,401.70	13.72%	442,609,613.64	19.30%	1.64%

(3) 直接类客户和代理类客户情况

单位:元

客户类型	本报告期			上年同期		
	客户数量	收入金额	客户留存率(如适用)	客户数量	收入金额	客户留存率(如适用)
直接类客户	1,084	2,659,837,926.36	62.86%	1,077	1,748,654,268.87	47.89%
代理类客户	143	616,515,940.11	59.70%	218	532,088,801.35	35.11%

(4) 其他需披露内容

1) 互联网营销业务营业成本构成如下:

单位:元

项目	本报告期	
	采购金额	占营业成本比重
媒介成本	3,130,717,518.62	99.95%
合计	3,130,717,518.62	99.95%

2) 互联网营销业务按照不同采购计费模式下的采购金额如下:

单位:元

类别	本报告期	
	采购金额	占营业成本比重
流量计费	3,116,528,178.40	99.50%
包断计费	13,508,444.28	0.43%
其他	680,895.94	0.02%
合计	3,130,717,518.62	99.95%

3) 公司不存在单一合作媒体采购金额占采购总额50%以上的情形。

4) 主要客户的合作内容及投放渠道:

单位:元

客户名称	合作内容	收入总金额	投放渠道	收入金额
第一名 客户	网络推广投放	240,573,456.80	投放渠道一	240,573,456.80
第二名 客户	网络推广投放	167,245,276.52	投放渠道一	157,522,205.03
			投放渠道二	9,723,071.49
第三名 客户	网络推广投放	117,532,943.92	投放渠道一	7,184,426.30
			投放渠道二	110,348,517.62
第四名 客户	网络推广投放	116,837,127.99	投放渠道一	90,307,602.46
			投放渠道二	26,529,525.53
第五名 客户	网络推广投放	115,588,293.85	投放渠道一	103,424,085.76
			投放渠道二	41,559.95
			投放渠道三	12,122,648.14

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

财政部于2017年7月5日发布了《关于修订印发的通知》（财会〔2017〕22号）（以下简称“新收入准则”），并要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自2021年1月1日起施行。公司于2020年4月7日召开第四届董事会第三十次会议及第四届监事会第二十三次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》，按照财政部要求，自2020年1月1日起执行新修订的《企业会计准则第14号——收入》。

(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

1、公司本期股权处置直接控制的北京微赢互动科技有限公司和间接控制的香港联合移动传媒有限公司、香港蜂鸟移动科技有限公司、卓识互联（上海）文化传媒有限公司、宁波微赢互动投资管理有限公司、霍尔果斯智赢互动科技有限公司、上海谷万网络科技有限公司、深圳市智赢互动网络科技有限公司、成都玩榜互动科技有限公司、黄山赢博网络科技有限公司、图木舒克赢河网络科技有限公司、深圳市巨游网络科技有限公司，因此本报告期合并报表减少上述十二家主体单位。

2、公司本期间接控制北京知行合一互动科技有限公司、佳创云启（香港）科技有限公司、佳云智赋（香港）科技有限公司、深圳佳云赢众科技有限公司、深圳佳云创智科技有限公司、广州市灵犀互动传媒有限公司，因此本报告期合并报表增加上述六家主体单位。