

证券代码：300242

证券简称：佳云科技

公告编号：2021-029

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

中喜会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

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	朱宏磊	刘琪	
办公地址	深圳市南山区粤海街道深南大道 9668 号 华润置地大厦 B 座 35 楼	深圳市南山区粤海街道深南大道 9668 号华 润置地大厦 B 座 35 楼	
传真	0755-26921645	0755-26921645	
电话	0755-86969363	0755-86969363	
电子信箱	jykj@kaisacloud.com	jykj@kaisacloud.com	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司主要从事互联网营销业务，为广告主提供营销策略制定、创意策划与素材制作、媒体资源整合、数据追踪分析、短视频定制、投放优化等一站式服务。公司延续了与vivo、OPPO、小米、百度、巨量引擎等媒体的合作，在互联网营销内容化、原生化、跨屏化、数据化的发展趋势下，公司不断增强内容创意能力、流量运营能力，持续助力媒体与广告主释放商业化潜能。

报告期内，公司积极优化业务结构，完成子公司北京微赢互动科技有限公司（以下简称“微赢互动”）的股权转让，提升了资产运营效率，亦开启新业务的探索布局。公司收购上海海力保险经纪有限公司（以下简称“海力保险”）100%股权，打造“佳家保”互联网保险经纪品牌；与关联人合资成立游戏公司深圳米修斯游戏科技有限公司（以下简称“米修斯”），致力于精品游戏研发。围绕既已形成的互联网营销领域的优势，公司加强互联网金融与文娱板块布局，深耕流量运营领域，增添新的发展活力。

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	6,997,017,580.85	5,529,037,559.33	26.55%	5,610,196,453.49
归属于上市公司股东的净利润	-368,285,195.17	8,492,943.08	-4,436.37%	-1,251,313,765.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-389,061,987.62	-8,085,530.36	-4,711.83%	-1,258,761,542.00
经营活动产生的现金流量净额	24,406,072.77	176,291,861.62	-86.16%	-314,330,245.69
基本每股收益（元/股）	-0.5804	0.0134	-4,431.34%	-1.9722
稀释每股收益（元/股）	-0.5804	0.0134	-4,431.34%	-1.9722
加权平均净资产收益率	-43.26%	0.82%	-44.08%	-75.42%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	2,225,852,353.25	2,433,079,973.84	-8.52%	2,154,116,231.36
归属于上市公司股东的净资产	683,407,590.05	1,034,110,671.20	-33.91%	1,028,594,118.80

(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	1,776,125,430.10	1,503,012,407.56	1,869,742,609.77	1,848,137,133.42
归属于上市公司股东的净利润	1,053,086.49	2,924,914.64	3,165,383.51	-375,428,579.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-10,610,586.94	1,705,615.92	-1,497,818.53	-378,659,198.07
经营活动产生的现金流量净额	-74,886,404.48	88,227,335.62	-99,897,268.48	110,962,410.11

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	40,656	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	36,379	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	
深圳市一号仓佳速网络有限	境内非国有法人	21.31%	135,225,900	0	质押	101,419,425	

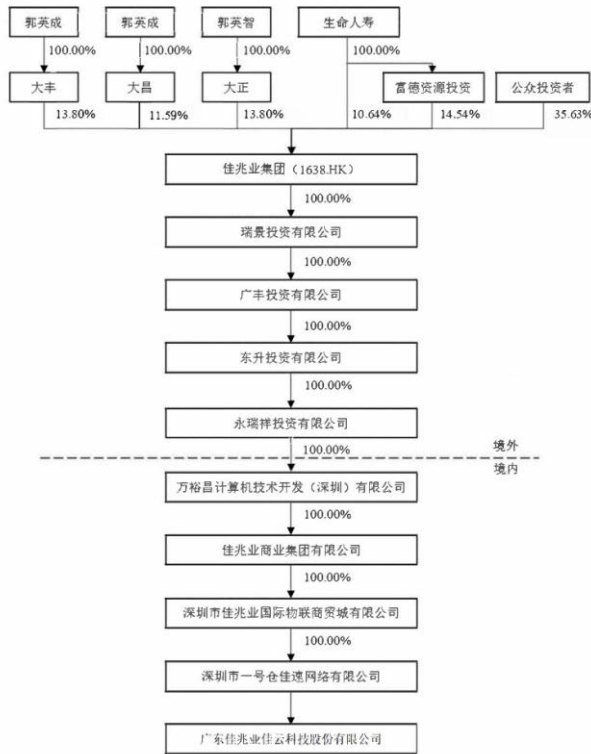
公司						
上银基金-浦发银行-上银基金财富 43 号资产管理计划	其他	5.18%	32,890,604	0		0
李佳宇	境内自然人	4.98%	31,574,549	21,200,346	冻结	31,574,549
周建禄	境内自然人	3.53%	22,397,278	0		0
甄勇	境内自然人	1.26%	8,018,879	0		0
吴限香	境内自然人	0.98%	6,204,700	0		0
傅晗	境内自然人	0.85%	5,416,356	5,416,276		0
张翔	境内自然人	0.78%	4,978,256	4,978,256	冻结	4,978,256
#纪铃子	境内自然人	0.63%	4,010,000	0		0
闫维平	境内自然人	0.63%	3,997,999	0		0
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。					

(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年疫情突发，数字化进程加速，深刻影响了各互联网细分行业的发展。短视频及直播等媒介形态加深了用户对移动互联网的使用程度，线下生活服务加速与线上融合，数字化经济得到全面发展，其中，短视频、网络支付和网络购物的用户规模增长最为显著，增长率分别为12.9%、11.2%和10.2%。

全网用户对移动互联网依赖度进一步加深，人均单日使用时长及打开APP个数均有一定程度提升，全网用户月人均单日使用时长6.4小时，同比增长4.9%，尤其上半年，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。在此背景下，报告期内公司营业收入提升26.55%，至69.97亿元。然而激烈的市场竞争下，部分下属公司业务大幅下滑，计提商誉减值，影响公司利润表现。

以下为公司2020年度的主要经营成果：

(1) 全链路营销服务助力“品效合一”

报告期内，公司延续了与小米、OPPO、vivo、百度、引擎等头部媒体的合作，并于年底陆续取得2021年度小米、vivo、OPPO等媒体的核心代理资质，同时开启了360网络广告2021年核心代理合作，保持了媒体端的资源优势。凭借高效的服务和优质的内容，公司获得了2020百度“综合服务能力奖”、“营销创新杰出奖”，“第十三届金投赏国际创意节最具创意奖”，“第27届中国国际广告节‘现代广告奖’优秀奖”等奖项。

2020年度广告市场呈现“品效合一”的发展趋势，公司顺势在效果广告基础上，为客户提供全面的品牌推广营销服务，将品牌投放、效果导流和私域流量运营打通，助力客户实现全链路商业变现。

(2) 持续优化业务结构 积极寻求多元发展

报告期内，公司通过挂牌方式转让了微赢互动100%股权。受近几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，剥离有利于优化业务结构，更好地配置公司资源，提高资产运营效率。

公司亦开启了多元业务布局，积极探索新增长点。在“互联网+”战略指引下，公司收购海力保险100%股权，发挥在流量运营、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。公司已推出“佳家保”保险经纪品牌，运营1个月后在全网累计获得超过150万次曝光。公司合资设立了游戏公司米修斯，致力于精品游戏研发。

(3) 完善公司治理 完成换届选举

2020年度见证了资本市场的重要变革，证监会、深交所发布了一系列有关创业板改革及试点注册制的制度规则，并于年底进行细化修订，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，公司进一步完善内部管控，年初对《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》等制度，公司治理水平进一步提升。

12月31日，公司完成第五届董事会、监事会换届选举以及高管提名选举，管理层勤勉尽责，不断为公司业务发展注入新的活力，在新一任期，将带领公司巩固主营业务市场地位的同时，积极探索多元业务，实现公司长期战略规划和稳定持续发展。

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

	2020年		2019年		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	6,989,762,617.71	99.90%	5,506,259,059.02	99.59%	26.94%

(2) 广告主所处的主要行业领域

单位:元

行业领域	2020年		2019年		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	2,973,125,498.73	42.49%	2,232,507,764.79	40.38%	33.17%
广告代理行业	1,579,340,583.69	22.57%	1,159,320,304.03	20.97%	36.23%
游戏行业	980,713,491.00	14.02%	586,427,849.37	10.61%	67.24%
电商及金融行业	690,676,632.13	9.87%	1,115,566,514.00	20.18%	-38.09%

(3) 直接类客户和代理类客户情况

单位:元

客户类型	2020年			2019年		
	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	1,797	5,410,422,034.02	63.50%	1,885	4,346,938,754.99	60.43%
代理类客户	177	1,579,340,583.69	59.48%	314	1,159,320,304.03	34.16%

(4) 其他需披露内容

报告期内, 公司互联网营销业务具体经营情况如下:

1) 互联网营销业务营业成本构成如下:

单位:元

项目	2020年采购金额	占营业成本比重
媒介成本	6,698,508,524.04	99.89%
其他	1,865,073.52	0.03%
合计	6,700,373,597.56	99.92%

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	2020年采购金额	占营业成本比重
流量计费	6,671,675,431.80	99.49%
包断计费	26,833,091.24	0.40%
其他	1,865,073.52	0.03%
合计	6,700,373,597.56	99.92%

3) 公司单一合作媒体采购金额占采购总额50%以上的供应商名单:

名称	交易金额占采购总额比例
今日头条(厦门)科技有限公司	36.53%
深圳今日头条科技有限公司	15.13%
湖北今日头条科技有限公司	1.71%
北京字跳网络技术有限公司	0.02%
合计	53.39%

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	456,748,266.93	投放渠道一	456,748,266.93
第二名 客户	网络推广投放	320,688,332.97	投放渠道一	11,474,534.66
			投放渠道二	296,649,018.47
			投放渠道三	12,564,779.84
第三名 客户	网络推广投放	312,018,425.92	投放渠道一	312,018,425.92
第四名 客户	网络推广投放	264,995,597.92	投放渠道一	201,436,788.36
			投放渠道二	63,558,809.56
第五名 客户	网络推广投放	209,609,471.38	投放渠道一	41,889,830.29
			投放渠道二	7,042,020.12
			投放渠道三	150,850,638.49
			投放渠道四	9,826,982.48

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

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
互联网营销业务	6,989,762,617.71	289,389,020.15	4.14%	26.94%	11.85%	-11.91%

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

	本期发生额	上期发生额	同比增减
营业收入	6,997,017,580.85	5,529,037,559.33	26.55%
营业成本	6,705,850,812.91	5,254,683,326.92	27.62%
归属于上市公司普通股股东的净利润	-368,285,195.17	8,492,943.08	-4,436.37%

(1) 营业收入本期较上期增长26.55%，主要是本期公司持续加大对信息流营销业务的投入，积极开拓深化行业布局，实现了收入的持续快速增长；

(2) 营业成本本期较上期增长27.62%，主要是伴随着营业收入的增加营业成本同步增加所致；

(3) 归属于上市公司普通股股东的净利润本期较上期下降4,436.37%，主要原因是公司分别对前期并购的金源互动及云时空资产组分别计提商誉减值2.74亿元和0.19亿元，及新孵化的业务处于初创投入期发生亏损所致。

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

财政部于2017年7月5日修订印发了《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号）（以下简称“新收入准则”），并要求境内上市企业自2020年1月1日起执行新收入准则。根据相关新旧准则衔接规定，公司未调整比较财务报表数据，首次执行新准则与原准则的差异追溯调整本报告期初留存收益或其他综合收益。本次会计政策变更事项已经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。

(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

本公司2020年度纳入合并范围的子公司和孙公司共36户，详见第十二节附注九、“在其他主体中的权益”。本公司本年度合并范围比上年度增加14户，减少12户，详见第十二节附注八、“合并范围的变更”。