# 江苏博信投资控股股份有限公司 2019 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 不适用。

# 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	博信股份	600083	-	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表		
姓名	鲁智旸	鲁智旸		
电话	0512-68856070	0512-68856070		
办公地址	江苏省苏州市姑苏区朱家湾街	江苏省苏州市姑苏区朱家湾街		
	8号姑苏软件园B3栋16层	8号姑苏软件园B3栋16层		
电子信箱	600083@boxinholding.com	600083@boxinholding.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	459, 527, 159. 25	526, 049, 345. 46	-12.65	
归属于上市公司股东的净资产	29, 970, 488. 43	11, 875, 110. 66	152. 38	
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期	
	(1-6月)	上牛門朔	增减(%)	
经营活动产生的现金流量净额	-12, 328, 755. 34	-188, 723, 253. 20		
营业收入	155, 194, 834. 49	1, 107, 540, 827. 17	-85. 99	
归属于上市公司股东的净利润	23, 978, 501. 61	13, 458, 074. 33	78. 17	
归属于上市公司股东的扣除非经	-10, 843, 156. 56	13, 457, 934. 00	不适用	

常性损益的净利润			
加权平均净资产收益率(%)	100. 48	18. 96	增加81.52个百分点
基本每股收益(元/股)	0. 1043	0. 0585	78. 29
稀释每股收益(元/股)	0.1043	0.0585	78. 29

## 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(月		13, 1			13, 118	
截止报告期末表决权恢复的	总数(户)	)			0	
	前 10 名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比	持股	持有有限售条 质押或		甲或冻结的股
<b>以</b> 不石物	版东性原	例(%)	数量	件的股份数量	份数量	
苏州晟隽营销管理有限	境内非国	28. 39	65, 300, 094	0	质	65, 300, 094
公司	有法人				押	
西藏康盛投资管理有限	境内非国	14. 36	33, 038, 144	0	无	
公司	有法人					
国盛证券有限责任公司	境内非国	3.96	9, 116, 384	0	无	
	有法人					
毕方(杭州)资产管理有	其他	1. 78	4, 099, 462	0	无	
限公司一毕方元鑫2号私						
募证券投资基金						
华宝信托有限责任公司	其他	1.33	3,061,770	0	无	
-聚鑫 15 号资金信托						
毕方(杭州)资产管理有	其他	1.25	2, 875, 401	0	无	
限公司一毕方元鑫1号私						
募证券投资基金						
发行人未明确持有人	未知	0.86	1, 983, 574	0	无	
刘志敏	境内自然	0.79	1,809,800	0	无	
	人					
董廷春	境内自然	0.75	1, 714, 700	0	无	
	人					
梁永谦	境内自然	0.74	1, 705, 800	0	质	600, 300
	人				押	
上述股东关联关系或一致行	根据公司已知资料,毕方(杭州)资产管理有限公司一毕					
	方元鑫2号私募证券投资基金及毕方(杭州)资产管理有					
	限公司一毕方元鑫1号私募证券投资基金同属于毕方(杭					
	州)资产管理有限公司管理的基金,属于一致行动关系。					
	除上述两名股东外,未发现公司前十名其他股东之间存在					
	关联关系,或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致					
	行动关系情况。					
表决权恢复的优先股股东	及持股数量	不适用				
的说明						

#### 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

2019年上半年,公司仍处于业务转型阶段,面临着来自方方面面更为严峻的挑战,在经营过程中不断调整、自我完善,继续拓展销售渠道,着力于自有品牌系列产品,拓展与知名品牌的代理销售合作。公司继续围绕"提供 TOP 级智慧产品及服务"的经营愿景,坚持国内线上线下并重+提升跨境电商业务的销售策略,大力拓展智能硬件生活 3C 等品类发展,重点发力智能穿戴设备、影音娱乐配件、智能家居、儿童安全及美护健康产品,形成立体化的产品矩阵,并加强多形式多渠道的品牌及产品宣传力度。公司 2019年上半年共推出了 4 款自有品牌新品,目前有 12 款在售自有品牌产品。

报告期内,公司实现营业收入 15,519.48 万元;归属于上市公司股东的净利润 2,397.85 万元,较上年同期增加 1,052.04 万元。由于公司所处行业处于成长初期,产品形态多样,市场竞争较为无序,公司经营仍面临较大压力,公司分销业务在逐步缩减。

报告期内,公司主要工作如下:

#### (一) 推进新品上市,丰富产品矩阵

报告期内,公司围绕智能穿戴设备、影音娱乐配件、智能家居、儿童安全等重点领域研发新品,并增加扩充在年轻女性中受欢迎程度较高的美护健康类产品,关注消费趋势动向,由此丰富产品矩阵,持续扩充研发团队,不断推出自有品牌产品,提升自有产品质感。

报告期内,公司共推出 4 款自有品牌产品,分别为声波电动牙刷 B1、智能美容仪 PF1、智能眼部美容仪 PE1、扫地机器人 BFR-V1。与此同时,公司以用户体验为核心,积极构建智能安全类后端数据管理及服务平台体系。

报告期内,公司与以深圳为主的技术方案设计公司及有实力的 ODM 代工企业(如科大讯飞、浩瀚深度等业界领先的技术伙伴)在语音识别、智能网址分析等领域积极开展合作研发,聚合资源,积极策划,力争赋能后续的新品。公司凭借对智能设备应用的行业理解,尝试拓展行业应用或行业解决方案等 ICT 项目。

#### (二) 深耕渠道布局, 提升渠道渗透

1、自有品牌产品销售

公司自有品牌产品的销售,坚持线上线下协同发展的策略,并加强电商渠道、运营商渠道的渠道拓展力度,加快自有品牌产品的销售。

报告期内,公司继续深入拓展线下渠道,已与迪信通、京东之家、乐语、苏宁小店、运营商各省级分公司和区域性的区域零售商开展合作,加快对T1-T3城市的主要数码3C零售渠道的覆盖,通过与零售客户紧密合作,持续打通前端销售咨询、消费者场景化体验、售后服务等一系列环节,夯实了零售渠道销售基础。

报告期内,公司成立了电商业务部,并继续完善线上渠道布局,目前已覆盖京东、苏宁、淘

宝、天猫、中移在线、拼多多等电商平台,并开拓银行系分期电商平台和社交类垂直电商平台。 公司积极配合新年季、5.1 和 6.18 等重点活动节庆日,借助拼团、秒杀、抢券、买赠等多种网络 促销活动形式,促进新品上市宣传和拉动电商销量,为消费者提供更加丰富的购买渠道和更加多 样化的支付途径。

报告期内,公司继续发展各运营商省级分公司及省级供货平台商客户的业务合作关系。一是在用心收集运营商需求的基础上,针对性定制开发产品,合理计划上市时间及销售策略,争取公司自有产品及时入围运营商营销库,形成有效销售;二是在自有品牌产品无法直接满足运营商需求时,甄选其他品牌产品洽谈代理,以此维持与运营商的合作关系;三是主动补充运营商的备货短缺,实现双方合作共赢。

报告期内,公司自有品牌产品业务实现收入1,513.62万元,实现毛利432.29万元,自有品牌销售平稳推进。

#### 2、代理销售

报告期内,公司不断丰富代理销售的产品品类,并积极与运营商加深合作。公司目前代理销售 Apple、魅族、联想、华米、科大讯飞等智能手机和智能硬件设备,公司亦是讯飞淘云旗下阿尔法蛋金龟子智能机器人中国大陆地区的特约经销商。公司的代理销售业务,已与广东、北京、天津、江苏、福建、湖南、河北、河南等重点省市客户开展合作,并与环球易购、亚马逊合作开展相关的跨境电商业务代理销售。

报告期内,公司积极做好代理销售业务的流程风控及库存管理,逐步缩减代理销售业务,公司代理销售业务实现收入14,005.86万元,实现毛利660.56万元。

## (三) 结合内外力量,加强产研能力

公司分别在苏州和深圳配置了研发和产品开发人员,加强与江苏及深圳的产品研发方案公司和产业链产研单位的合作,除推动研发新品合作及跟进供应链生产进程外,也充分沟通发掘其他品牌的代理销售机会。

#### (四) 围绕重点内容,加大宜传力度

报告期内,公司在扩充产品品类的同时,对目标市场用户群及人群画像进行充分研究,以"畅享智能品质生活"为品牌宣传原点,充分发掘产品卖点及特性,梳理了有效精准的宣传管道和宣传内容方向,发力电商及垂直网络宣传通道,积攒品牌势能,并竭力促进线上线下的销售转化率。

围绕公司新品上市及大型电商促销活动,公司对自有的天猫、京东电商网店及产品素材的宣传内容及形象的全新升级,积极引流,吸引线上线下的种子用户,培育消费者对公司品牌及产品的美誉度,促进销量提升。一方面,公司以消费者需求洞察出发,创作新颖内容和形式,如长图文组合、趣味短视频、互动 H5 等,力求达到最优的快速传播效果;另一方面,差异化地选择年轻消费者喜闻乐见的新媒体,如抖音、微博、微信公众号等,营造多维度立体化的网络宣传创意传播攻势。公司邀请资深数码达人、发烧友用户深度参与产品研发过程,参与公司新品从研发到内测的全过程,为改善产品提供宝贵意见,并充分发挥自媒体的体验宣传效果。

#### (五) 优化组织架构,强化研销队伍

为促进产研销一体化结合,提升产品开发与销售的统筹规划能力及效率,公司对组织架构进行了扁平化的合理调整,构建了渠道销售、产品技术、电商及售后服务三大体系,成立了东区、北区、南区三大区域销售中心,新成立了GTM部门、运营商、电商业务部,并将产品部和研发部进行了职责划分,整合公司内部资源,统筹从产品研发到上市推进到渠道销售等闭环工作。

# 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

详见公司 2019 年半年度报告全文中"第十节 财务报告"之"五、重要会计政策及会计估计"之"44. 重要会计政策和会计估计的变更"章节内容。

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

董事长: 汤永庐

江苏博信投资控股股份有限公司

董事会批准报送日期: 2019年8月28日