

公司代码：603059

公司简称：倍加洁

倍加洁集团股份有限公司

2020 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
无

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	倍加洁	603059	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王新余	龚涛
电话	0514-87497666	0514-87497666
办公地址	江苏省扬州市杭集工业园	江苏省扬州市杭集工业园
电子信箱	wangxinyu@oralstar.com	gongt@oralstar.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	1,283,918,457.30	1,192,347,439.15	7.68
归属于上市公司股东的净资产	1,000,603,066.77	972,230,252.87	2.92
	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	63,771,362.74	62,626,511.27	1.83
营业收入	358,858,041.67	388,641,429.01	-7.66
归属于上市公司股东的净利润	49,093,245.28	54,502,207.65	-9.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	49,392,785.01	47,881,920.02	3.16
加权平均净资产收益率(%)	4.93	6.07	减少1.14个百分点
基本每股收益(元/股)	0.49	0.55	-10.91
稀释每股收益(元/股)	0.49	0.55	-10.91

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)		9,035				
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	
张文生	境内自然人	63.00	63,000,000	63,000,000	无	0
扬州竟成	境内非国有法人	7.50	7,500,000	7,500,000	无	0
扬州和成	境内非国有法人	4.50	4,500,000	4,500,000	无	0
陈丙胜	境内自然人	0.84	836,100	0	无	0
秦皇岛宏兴钢铁有限公司	境内非国有法人	0.53	52,6000	0	无	0
刘文胜	境内自然人	0.41	413,500	0	无	0
刘利利	境内自然人	0.41	410,550	0	无	0
文作兵	境内自然人	0.30	302,175	0	无	0
王文海	境内自然人	0.25	254,335	0	无	0
法国兴业银行	境内自然人	0.24	237,800	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		张文生担任扬州竟成企业管理咨询合伙企业(有限合伙)、扬州和成企业管理咨询合伙企业(有限合伙)执行事务合伙人,公司未知前十名无限售条件股东之间是否存在关联关系或一致行动的情况。				
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,公司按照董事会年初制定的经营计划开展各项工作。积极应对新冠肺炎对市场产生的冲击,积极推出了消毒湿巾、电动牙刷、牙膏等新产品,加强市场推广力度;控制产品生产成本和各项费用支出,努力提升主要产品的盈利能力,并积极寻找和培育新的利润增长点。

2020年上半年,公司实现营业收入358,858,041.67元,较上年同期下降7.66%;实现营业利润65,657,510.63元,实现归属于上市公司股东净利润49,093,245.28元,同比下降9.92%。2020年上半年公司国内销售收入为133,016,282.89元,占公司主营业务收入的比重为37.31%。海外销售收入为223,507,891.33元,占公司主营业务收入的比重为62.69%。

1、持续优化市场布局,不断提升销售业绩

公司继续优化市场布局,加大市场投入,不断整合营销资源,在稳固现有市场的基础上,努力提升市场份额和销售业绩。一方面,公司加大营销队伍的培训和人才培养力度,提高销售团队的战斗力、凝聚力和执行力;另一方面,公司加强学术推广投入力度,继续做好产品专业知识培训,依托全球各地美博会、行业举办的学术会议、继续教育会议进行产品宣传和推广,提高产品认知度,树立公司品牌形象。

2、继续加大研发投入力度,提升自主研发创新能力

公司根据既定计划推进高端湿巾和口腔护理用品的研发,全面细化推进机制,努力确保按期达成工作目标。与此同时,公司研发团队积极进行人员整合,努力构建符合研发需要和市场趋势的组织架构及管理机制。

3、加强内部管理,提升企业实力

公司进一步加强内控制度建设和完善工作,严格按照法律法规规范公司运作,加强成本管控,

强化风险防控，提升内控管理水平。进一步理清公司职能部门与各子公司的关系，明确职责，既要充分发挥职能部门管理功能，也要发挥子公司特有优势，最大限度地调动各子公司积极性，形成决策科学、管理高效、执行有力、运转协调的工作秩序。加强公司及子公司质量、安全督导巡查，同时加强对各子公司的内审工作。

4、加强人才的培养力度,完善制度建设

公司通过建立多渠道的人才引进机制、完善员工的自我提升机制，不断完善公司的人力资源制度体系，满足公司跨越式发展对人力资源的需求。加大人才培养力度，围绕公司的战略，提供针对性、专业的培训。同时公司人力资源管理部门在充分考虑内部发展和外部竞争态势的基础上不断优化人力资源管理制度和流程，梳理集团总部与各分子公司人力资源条线的关系。此外，公司加强员工关怀与党建文化，提升员工幸福感。

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

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