

公司代码：600986

公司简称：科达股份

科达集团股份有限公司
2019 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 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 天圆全会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 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

经天圆全会计师事务所(特殊普通合伙)审计，公司 2019 年度实现归属于母公司的净利润 -2,509,177,593.42 元（合并报表），截至 2019 年 12 月 31 日，母公司累计未分配利润为 -1,262,951,564.97 元。鉴于 2019 年度母公司累计可供股东分配的利润为负数，公司 2019 年度拟不进行现金股利分配，也不进行资本公积转增股本。

本预案尚需公司 2019 年年度股东大会审议。

二 公司基本情况

1 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	科达股份	600986

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	姜志涛	孙彬
办公地址	北京市朝阳区伊莎文心广场A座五层	北京市朝阳区伊莎文心广场A座五层
电话	010-87835799	010-87835799
电子信箱	jiangzhitao@kedabeijing.com	sunbin@kedabeijing.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）主营业务

科达股份主营业务为数字营销，以技术和数据驱动流量运营，深挖流量价值。公司以实现各行业客户营销目标为导向，构建了覆盖数据分析、效果营销、效果优化与管理、品牌管理、媒介规划与投放、体验营销、公关、内容营销、自媒体以及营销技术产品的数字营销全链条，通过技术和数据提升用户转化效果，为网络服务、汽车、电商、游戏、金融、旅游、教育、快速消费品等行业客户提供最具商业价值的一体化营销服务。

为契合客户需求、提升服务品质，科达股份根据数字营销业务结构组建精准营销事业部、汽车营销事业部、互联网其他业务事业部，不断深耕各垂直领域，各部门之间相互配合，紧密协调。

精准营销事业部：由派瑞威行和数字一百两家子公司组成，致力于效果营销及在线调研领域，通过数据分析、沉淀与洞察，为各行业客户实现精准的目标用户触达，基于对大数据、技术研发、效果优化、媒介整合、策略、创意及行业发展的深度洞察，凭借强大的流量运营实力和品效结合的营销服务体系，深度挖掘流量价值，为互联网各行业头部客户提供智能营销解决方案。

汽车营销事业部：由百孚思、同立传播、爱创天杰、智阅网络四家子公司组成，聚焦汽车行业公关、体验营销、媒介采买、内容营销领域，为汽车行业客户提供整合营销服务以及行业解决方案，不断推进汽车营销业务的深入整合，升级汽车行业数字营销模式。同时，汽车营销事业部创新汽车营销新形式，独家或授权代理包括 SMG Live 旗下多部沉浸式戏剧及音乐剧、迪斯尼 XGames 夏季赛、中国邮政“新邮享”等多个头部 IP，为客户增强销售转化率。

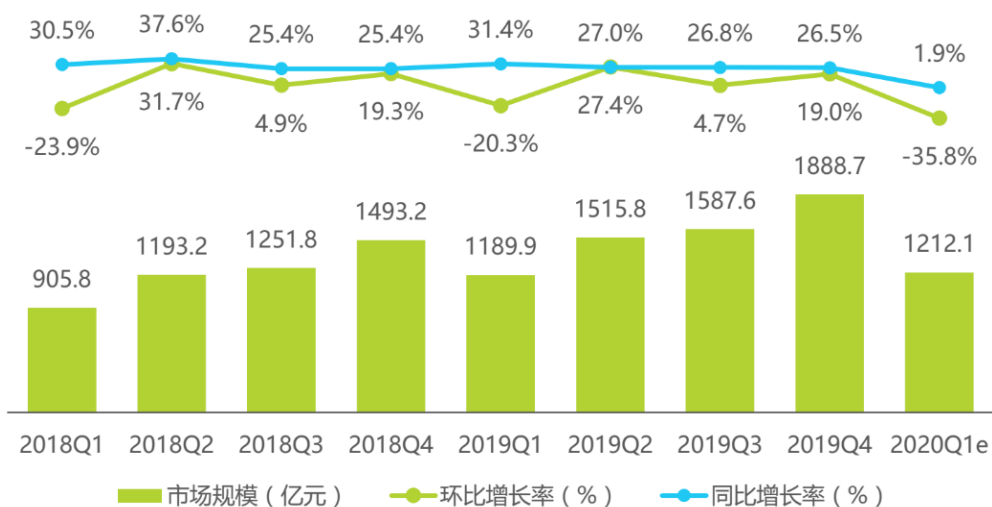
互联网其他业务事业部：由华邑和雨林木风两家子公司组成，在品牌管理、创意、策划、自媒体等细分领域保持一定规模和较大影响力。

报告期内，公司从客户需求出发，不断提升数据与技术运营能力，不断赋能行业营销解决方案，深挖流量价值。同时，不断巩固在汽车营销领域的规模优势及领先地位，深化产业链整合及提升全案营销服务能力。公司紧握头部媒体资源，整合中型优质媒体流量，同时保持对新型媒体流量价值释放的探索，具备差异化的流量运营及盈利能力。公司大数据管理平台持续赋能精准营销服务系统、智能营销服务系统，实现业务模式的不断升级与衍化，成为数据和技术驱动流量运营的领先企业，为行业客户提供最具价值的智能营销服务。

（二）行业情况

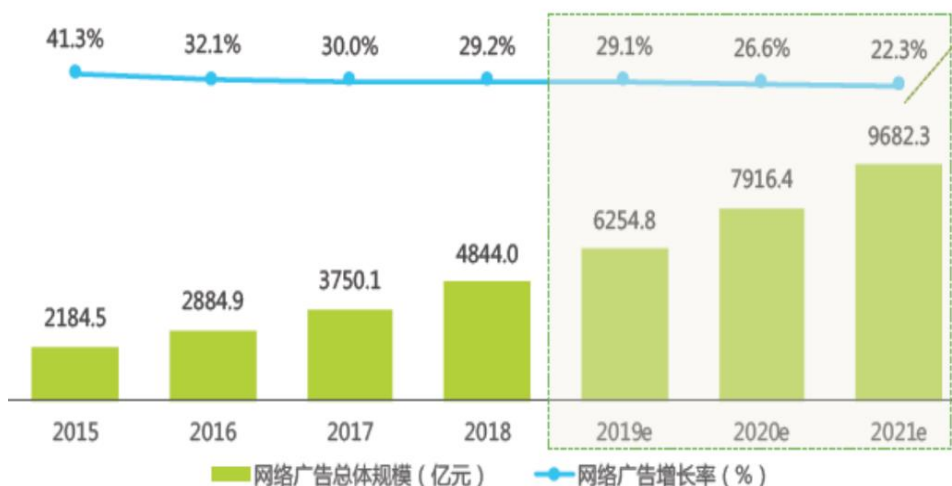
2019 年“稳中有变、变中有忧”成为经济关键词之一，经济环境影响下，广告主对 2019 年整体经济市场的信心有所波动，致使中国广告市场重新进入调整期。根据艾瑞咨询发布的《2019Q4&2020Q1e 中国网络广告市场数据发布报告》显示，2019 年中国网络广告市场规模达 6182.00 亿元，同比增长 27.62%。受疫情影响，预计 2020Q1 中国网络广告市场规模为 1212.1 亿，环比增速出现较大程度下滑。但由于在线教育、游戏等行业广告主投放需求增加，以及线下营销预算向线上渠道转移等原因，与去年同期相比仍然有较小幅度的增长。

2018Q1-2020Q1中国网络广告市场规模



整体而言，网络广告市场增速虽然有所放缓，但仍保持较高水平，根据艾瑞咨询《2019 年中国网络广告市场年度监测报告》统计及预测，中国互联网广告行业的市场规模已从 2016 年的 2,884.90 亿元增长至 2018 年的 4,844.00 亿元，预计在 2021 年将达到近万亿规模。

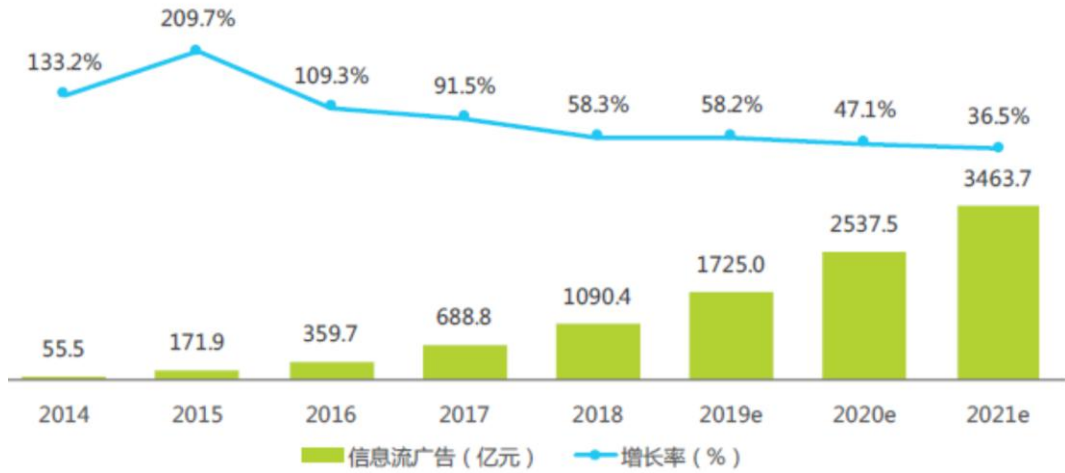
2015-2021 年中国网络广告市场规模及预测



基于大数据算法推荐的信息流广告，不受广告位的限制，增加了媒体广告库存，给媒体带来了更多的盈利空间，其原生的展现形式、精准的用户触达，更有利于广告主的品牌传播，因此信息流广告已经成为媒体的必争之地。目前信息流广告市场格局初现，以腾讯、字节跳动、百度为首的头部媒体加紧整合业务资源，进一步拓展市场，流量呈现寡头化趋势；短视频、长尾流量崛起，垂直媒体内容的信息流化，进一步加速了信息流广告的市场增长。艾瑞咨询在《中国信息流潜力市场展望报告》中预计，2020 年信息流广告市场仍将保持 45% 以上的增长率，规模将超过 2,500

亿元。

2014-2021 年中国网络广告市场信息流广告规模及增长率



互联网媒体资源的多样性和互联网用户需求的差异性导致广告主对各类互联网媒体投放价值的判断难度进一步增加，从而更加依赖互联网营销服务商。随着互联网营销市场逐渐步入存量时代，流量红利逐渐消失，获客成本越来越高，广告主不再满足于简单的广告投放，而越来越重视整个营销闭环的搭建，希望通过更加精细化的用户经营管理，获得性价比更高的营销解决方案。

在信息过载、互联网流量成本渐增的背景下，营销如何更有效的触达用户成为广告主和营销服务商共同关注的话题。一方面，通过个性化的内容和多样的表达方式传达出具有高辨识度的价值观和内涵的品牌形象，吸引消费者关注，同时加深品牌在其心目中的印象，提升品牌的认知度和美誉度，从而获得更多的认可和信赖；另一方面，通过各种营销技术的赋能，为数据分析、广告投放及用户运营等各个营销环节提供大量的优化和支持，提高广告的精准度，真正实现品效合一。此外，2020年3月4日，中共中央政治局常务委员会召开会议，指出要加快5G网络、数据中心等新型基础设施建设进度，充分体现出国家对新基建的期望和重视。作为连接万物的基础，5G商用化的大发展无论在营销方式还是技术手段方面，都将为互联网广告带来新的成长红利。

综上，当下互联网营销行业的机遇与挑战并存，而行业整合、差异化发展以及技术进步将是互联网营销行业发展重点。对致力于发展成为行业龙头的业内领先企业而言，需不断加强技术应用与内容生产，运用数据管理和智能营销平台在品牌分析、用户洞察、创意制作、内容投放、整合传播等方面为广告主提供全方位、一站式的综合性服务，以实现商业模式升级，在行业竞争中占据优势地位。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	8,275,475,142.43	10,311,521,910.01	-19.75	10,649,668,033.06
营业收入	18,882,511,609.49	14,209,498,880.83	32.89	9,469,768,020.67
归属于上市公司股东的净利润	-2,509,177,593.42	262,874,145.89	-1,054.52	462,710,414.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-2,616,607,491.97	97,649,580.08	-2,779.59	425,212,034.97
归属于上市公司股东的净资产	3,546,331,216.16	6,139,860,978.88	-42.24	6,044,315,671.49
经营活动产生的现金流量净额	533,328,869.41	6,679,533.41	7,884.52	-25,235,791.18
基本每股收益 (元/股)	-1.89	0.20	-1,045.00	0.50
稀释每股收益 (元/股)	-1.89	0.20	-1,045.00	0.50
加权平均净资产收益率(%)	-51.94	4.31	减少56.25个百分点	8.55

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	3,778,753,629.61	4,805,183,145.03	5,596,302,775.89	4,702,272,058.96
归属于上市公司股东的净利润	22,277,233.14	63,821,282.07	38,611,168.53	-2,633,887,277.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	21,329,202.09	50,561,134.48	18,281,576.15	-2,706,779,404.69
经营活动产生的现金流量净额	129,660,956.85	43,066,940.41	-231,983,764.30	592,584,736.45

4 股本及股东情况

4.1 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

截止报告期末普通股股东总数（户）					80,884		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					80,072		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
山东科达集团有限公司	0	168,493,185	12.71	0	质押	128,000,000	境内非国有法人
上海百仕成投资中心（有限合伙）	-3,390,617	46,973,388	3.54	0	无	0	境内非国有法人
褚明理	-13,255,653	40,352,091	3.04	0	无	0	境内自然人
红塔资产—中信银行—中信信托— 中信·宏商金融投资项目 1701 期	-3,249,920	32,471,138	2.45	0	无	0	境内非国有法人
黄峥嵘	0	26,180,000	1.98	0	质押	26,180,000	境内自然人
张桔洲	-465,000	21,964,795	1.66	14,953,162	无	0	境内自然人
张耀东	0	19,754,587	1.49	12,722,753	无	0	境内自然人
陈伟	0	16,132,226	1.22	0	质押	2,450,000	境内自然人
王华华	-4,032,320	12,123,281	0.91	0	无	0	境内自然人
香港中央结算有限公司	8,013,022	11,542,531	0.87	0	无	0	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明		无					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明							

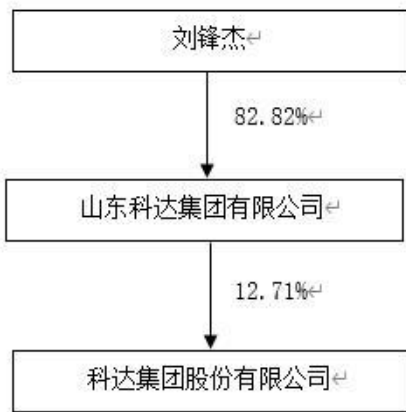
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



三 经营情况讨论与分析

（一）报告期内主要经营情况

2019 年，受行业变化、宏观经济及自身发展等多重因素影响，公司的经营承受一定压力。报告期内，公司实现营业收入 1,888,251.16 万元，比上年同期增加 32.89%；实现归属于母公司的净利润为-250,917.76 万元。公司净利润为负的原因主要是计提商誉减值准备和计提应收款项坏账准备所致。

报告期内，公司不断创新数字营销技术路径，加强上下游合作，优化管理等措施不断提升服务能力，报告期内主要工作回顾：

1、升级数字营销技术，助力智能营销

公司不断增强技术和数据能力，通过海量数据沉淀及技术升级助力智能营销。通过构建 DMP 及智能投放系统，融合海量行业数据，从数据集成与沉淀、数据分析与处理、数据应用三个维度赋能标签体系和投放效率，建立了大数据生态，从而实现的营销效能最大化。

基于数据管理平台，科达股份升级“科达π 智通”智能投放系统，深度洞察运营痛点，首创人群包监测体系，高效精准定向客户人群；打造 AI 智能优化闭环，多维度全方位拆解数据，高效提升营销效能；多媒体数据的挖掘，打造高整合营销。

2、加强媒体合作，拓展品牌客户

公司作为领先的智能营销企业之一，积累了大量优质媒体及客户资源，专业、高效的数字营销解决方案在行业内获得了优良的口碑。公司在深化与原有媒体和客户合作的基础上，积极开拓新的资源渠道，使公司在行业内逐步占有更多的市场份额。报告期内，公司斩获腾讯广告年度铂金服务商、年度卓越贡献奖、最佳技数应用奖、最佳行业精耕奖；同时，凭借敏锐的洞察能力、专业的服务能力和创新的营销能力在金投赏、IAI 国际广告奖、虎啸奖、金蜜蜂奖、第五届 ILEC 国际

公益广告节等权威行业赛事中不断获得认可，揽获 110 余项行业大奖，“飞鹤《陪着≠陪伴》情感大片”获得第 19 届 IAI 国际广告奖短视频类金奖；“全新 CS95 ‘玖梦成真 逐梦之旅’ 用户体验活动”、“英菲尼迪 30 周年活出无线可能城市巡展”获得金蜜蜂奖用户互动类金奖，“《大爱·无风》”获得第五届 ILEC 国际公益广告节系列广告大奖等。

（二）与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

本公司本年度纳入合并财务报表范围的主体及子公司相关情况，详见《科达股份 2019 年年度报告》附注九“在其他主体中的权益”。本公司本年度合并范围变动详见《科达股份 2019 年年度报告》附注八“合并范围的变更”。

董事长：刘锋杰

科达集团股份有限公司

2020 年 4 月 25 日