

# 实丰文化发展股份有限公司 2021 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。

全体董事均亲自出席了审议本次半年报的董事会会议。

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	实丰文化	股票代码	002862
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	王依娜		
办公地址	广东省汕头市澄海区文冠路澄华工业区 实丰文化发展股份有限公司		
电话	0754-85882699		
电子信箱	zhengquan@gdsftoys.com		

### 2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	177,110,633.90	105,267,603.57	68.25%
归属于上市公司股东的净利润（元）	4,248,689.84	-15,811,339.52	126.87%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-1,109,176.31	-18,026,887.75	93.85%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-24,274,820.48	-47,556,640.33	48.96%
基本每股收益（元/股）	0.0354	-0.13	127.23%
稀释每股收益（元/股）	0.0354	-0.13	127.23%
加权平均净资产收益率	0.80%	-2.82%	3.62%
	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）	681,326,684.85	675,614,231.33	0.85%
归属于上市公司股东的净资产（元）	527,859,720.09	526,779,927.04	0.20%

### 3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	12,773	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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
蔡俊权	境内自然人	33.14%	39,763,889	29,822,917	质押	30,898,806
蔡俊淞	境内自然人	12.50%	15,001,200	0	质押	15,001,194
陈乐强	境内自然人	5.63%	6,750,000	6,750,000	冻结	6,750,000
蓝尼娜	境内自然人	5.00%	6,000,000	0		
蔡锦贤	境内自然人	2.21%	2,655,150	0		
UBS AG	境外法人	0.76%	913,213	0		
吴晓南	境内自然人	0.64%	767,400	0		
肖华勇	境内自然人	0.53%	636,000	0		
殷莱声	境内自然人	0.52%	620,000	0		

孙朋	境内自然人	0.43%	520,800	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明		蔡俊权、蔡俊淞、蔡锦贤为姐弟关系，三人为一致行动人，其他前十大股东不存在关联关系或一致行动行为。			
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		无			

#### 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、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用  不适用

### 三、重要事项

报告期内，公司实现营业收入177,110,633.90元，同比上升68.25%；实现归属于上市公司股东的净利润4,248,689.84元，同比上升126.87%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-1,109,176.31元，同比上升93.85%；经营活动产生的现金流量净额-24,274,820.48元，同比上升48.96%，基本每股收益0.0354元，同比上升127.23%；本报告期末总资产681,326,684.85元，比上年同期增加0.85%；净资产527,859,720.09元，比上年同期增加0.20%。

报告期内，一方面受国内局部聚集性疫情反复和海外疫情持续蔓延的影响，宏观经济仍面临诸多不确定性，另一方面受海运市场货柜短缺、材料成本和各项费用上涨等影响，行业竞争加剧，公司坚持以市场、客户需求为导向、以质量为本、以效益为目标的发展原则，以技术创新、制度创新、管理创新为手段，坚持打造知名品牌策略，在巩固原有市场的基础上，积极开拓新市场，借力IP为产品、产业赋能，关注各类新兴渠道的发展，以新媒体作为品牌、产品宣发的主要平台。