

公司代码：600650

900914

公司简称：锦江在线

锦在线 B

上海锦江在线网络服务股份有限公司

2023 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1.1 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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读半年度报告全文。
- 1.2 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性、准确性、完整性，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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 本半年度报告未经审计。
- 1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

第二节 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	锦江在线	600650	锦江投资、新锦江
B股	上海证券交易所	锦在线B	900914	锦投B股、新锦B股

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	沈贇
电话	021-63218800
办公地址	上海市延安东路100号21楼
电子信箱	shenyun@jinjiangonline.com

2.2 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	5,203,388,129.03	5,324,181,943.87	-2.27
归属于上市公司股东的净资产	3,792,504,654.49	3,853,962,588.02	-1.59
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)

营业收入	974,043,822.53	833,984,344.70	16.79
归属于上市公司股东的净利润	75,568,272.30	502,258,935.66	-84.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	67,330,608.85	-118,598,415.06	不适用
经营活动产生的现金流量净额	-2,873,699.12	-110,553,323.43	不适用
加权平均净资产收益率(%)	1.94	13.38	减少11.44个百分点
基本每股收益(元/股)	0.137	0.911	-84.96
稀释每股收益(元/股)	不适用	不适用	不适用

1、报告期内，公司主营业务复苏明显，营业收入同比上升近 17%。汽车业务方面，商务用车市场较去年同期有较大的增长，出租车大力开展优质驾驶员引进，搁车率大幅下降；预制菜业务方面，主攻企业福利市场，同时围绕消费场景开发产品，业务规模持续提升；食品冷链业务方面，通过进一步加强仓配一体化的冷藏、配送、配销、关务代理四条业务线的管理，提升了企业销售收入。

2、报告期内，归属于上市公司股东的净利润同比下降约 85%，主要是由于去年上半年确认房屋拆迁款的资产处置收益 76,815 万元，本报告期无此事项。

3、报告期内，公司市场化改革初显成效，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比增加约 18,593 万元。公司及下属各企业围绕主责主业，提高管理效率，激发员工工作动力，通过改革薪酬管理体系、绩效考核，协调整合企业架构和职能部门，提升了企业效益，公司参股的锦海捷亚克服运价下降等不利因素，通过业务量的提升，确保了公司利润。

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数(户)		55,343				
截至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、标记或冻结的股份数量	
上海锦江资本有限公司	国有法人	38.54	212,586,460		无	
THE HONGKONG AND SHANGHAI BANKING CORPORATION LIMITED-CLIENT ACCOUNT	境外法人	0.93	5,114,236		未知	
上海锦江饭店有限公司	国有法人	0.68	3,761,493		无	
石晶波	境内自然人	0.39	2,150,000		未知	
SPDR Portfolio Emerging	境外法	0.31	1,712,674		未知	

Markets ETF	人					
上海锦江汽车服务有限公司（工会）	境内非国有法人	0.29	1,600,000		无	
崔蕾	境内自然人	0.29	1,590,500		未知	
潘剑青	境内自然人	0.27	1,464,500		未知	
VANGUARD EMERGING MARKETS STOCK INDEX FUND	境外法人	0.26	1,448,425		未知	
招商证券（香港）有限公司	境外法人	0.26	1,412,430		未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前10名股东中，第1名股东和第3、6名股东存在关联关系或一致行动关系。公司控股股东上海锦江资本有限公司是上海锦江饭店有限公司的控股股东。上海锦江汽车服务有限公司（工会）是本公司下属公司的工会组织。其他股东，公司未知其是否存在关联关系和一致行动关系。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前10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 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

3.1 公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

适用 不适用

3.2 经营情况的讨论与分析

2023年上半年，面对全球贸易格局深度调整、国内市场需求恢复不及预期等不利因素对公司业务发展带来的挑战，在锦江在线董事会的领导下，公司将主题教育与经营发展紧密结合，以年度经营目标为导向，自我加压不折不扣落实年度各项重点工作，有效化解了外部环境压力对公司业务开展产生的不利影响，较好的完成了上半年各项经营目标。

(一)主要经营指标完成情况

报告期内，锦江在线实现营业收入 97,404 万元，同比增长约 17%；实现归属于母公司所有者的净利润 7,557 万元，同比减少约 85%。扣除非经常性损益的净利润为 6,733 万元，同比增加约 18,593 万元。

(二)重点业务发展情况

1. 国际货代业务

多管齐下实现货量提升。上半年，国际货运市场深度回调的势头尚未根本扭转，空运价格与运量持续下降，海运出口价格保持低位运行。锦海捷亚实施了以提升货量为核心的经营策略，在应收账款风险等各种经营风险可控、可测的前提下，通过多措并举、多管齐下，有效稳住业务基本盘。1-6 月份，锦海捷亚各月海运出口代理实际货量均明显高于预算目标。公司充实了重点区域销售队伍，优化激励方案，进一步推进区域营销协同与整合，提升了公司整体市场销售能力。加强新能源汽车、光伏、高端装备等产业直接客户的开发与服务力度，报告期内公司中标多家行业龙头企业的货运项目，直接客户营收占比进一步提升。公司提前完成了年度船公司、航空公司运力集中采购签约，保障客户运输需求，提升公司运价竞争优势。报告期内，公司海运代理业务美线签约船公司数超过 10 余家，合约最低箱量超过 1.2 万 TEU。

积极开发新业务、新产品、新区域，提高非美线营收占比。锦海捷亚大力拓展中欧、中亚铁路出口运输业务，上半年已超额完成全年目标货量。大件运输业务方面，在维系现有客户业务的同时，公司成功开发了中联重科、西部重工等多家企业的运输服务。公司加强了与重庆、武汉、郑州、宁波等地方政府的交流与合作，积极挖掘新领域合作机会。

大力推进“制度+科技”风险管控项目建设，科学管控应收账款风险。“制度+科技”风险管控项目目标是建立全方位、覆盖各业务环节的数字化风险防控体系，进一步提升公司应收账款管理的数字化水平，实现在降低资金风险的同时，更好的服务于业务发展。锦海捷亚成立了“制度+科技”风险管控项目专班，统筹推进项目落地。报告期内，公司新制订、修订了《公司信用额度管理》等多份相关管理制度，完成了北京、上海、武汉等重点区域公司数字化、风险管控现状的深入调研，确定了风险管控项目任务清单和时间表，推进信控、印控、合同管理等子系统的建设。

2. 汽车客运业务

商务车业务加强目标市场开发，圆满完成各次国宾接待任务。新组建专职营销队伍，优化绩效考核方式，以客户需求为导向开展老客户维系和新客户开发。上半年，重点拓展会务用车、租赁、长包车等业务，购置 150 余台商务小客车、大客车等。国宾车队圆满完成俄罗斯总理团、巴西总理团等重要国宾接待任务以及两河流域座谈会、全国跳水锦标赛、上海市相关政府部门等的工作用车保障任务。1-6 月累计完成高级别国宾接待任务 40 余批次。

出租车公司大力开展优质驾驶员引进，搁车率大幅下降。出租车公司继续实施“招新稳老”系列组合拳，驾驶员队伍规模增长明显，搁车率大幅下降。一方面，大力开展优质驾驶员引进；另一方面，为提升现有驾驶员对企业的认同感和归属感，推进“司机驿站”建设，有效缓解非沪籍驾驶员的“住宿难”问题。此外，加强了对驾驶员的培训和监管，上半年交通违法率、投诉率进一步下降，获得锦旗 10 余面、表扬信多封，满意度指数行业排名持续领先。

汽贸汽修公司加大市场营销活动，推动业务增长。加强集团内相关资源和品牌方资源的协同，加大力度开展线上、线下营销活动。上半年，公司通过持续开展在线视频直播，成功培育一批高质量客户群体。联合锦江会员俱乐部、锦江乐园等集团内部渠道开展线上、线下营销推广，扩大市场潜在客户触达面。报告期内，车辆维修近 4 万台次。

3. 食品冷链业务

夯实仓配一体化业务模式。锦江低温围绕“轻重资产分离、独立核算”的市场化经营策略，通过

内外部调研、考察，进一步加强仓配一体化的冷藏、配送、配销、关务代理四条业务线的标准化和规范化管理。上半年，锦江低温统一了各业务线的财务核算口径，制定了仓配一体化运营标准手册，对服务类型、服务项目、操作办法等进行统一规范。

全面推进“五个统一”管理。根据新的管理架构，锦江低温大力推进“统一拓展市场、统一管理标准、统一资源利用、统一成本核算、统一人工调配”的统筹管理，着力搭建全新的一体化管理运行体系，放大公司资源规模效应，进一步提质增效。报告期内，公司完成了库区各方面资源的全面盘点，推进内部库区的库容资源共享。上半年，在进口食品规模下降、冷库价格下跌等不利形势下，公司库容利用率仍超过 95%。实施劳务、冷库运营设施设备的集中采购管理，完成了相应制度流程、人员组织的准备，并在茂昌库区、吴泾库区进行了集采试点。

挖掘存量客户，大力拓展新客户。上半年，锦江低温完成了各库区客户的统一盘点、建档及针对性客户的拜访。针对包库重点客户，深挖客户需求，延长服务链，优化服务体验，提升合作粘性。公司大力拓展与拥有规模性、稳定性流量的大型客户的合作，上半年公司共引进新客户近 40 家。

4. 预制菜业务

以市场需求为导向，加强差异化菜品研发。锦江御味以产品为核心，基于锦江国际集团悠久的美食基因文化、品牌知名度、经典菜品、烹饪技法等优势，通过自主研发、联合研发等研发方式，根据市场需求重点打造复购属性、礼品属性、福利属性三类差异化菜品。上半年，公司推出 30 余款预制菜新品，其中包括高复购属性的点心 7 款（葱油拌面、鲜肉锅贴、荠菜鲜肉大馄饨、虾肉小馄饨、小笼包、纸皮三丁烧麦、灌汤烧卖），6 月上市当月售出约 4 万份，深受市场好评。

联合第三方质量专业机构严控菜品品质。完善和细化了从选品到供应商审核到最终新品入库抽检的全流程食品安全管控体系，与上海食品研究所等第三方质量专业机构合作开展日常的工厂审核、产品标签检测、产品营养成分检测、产品全项目检测、产品到货抽检等品控执行工作。

聚焦特色渠道，加快提升“锦大师”品牌知名度。针对不同类型产品定位，选择差异化渠道进行营销推广。上半年，锦江御味进一步发挥大客户渠道优势，通过参加“品上海”活动、节庆企业福利等，成功向医疗、金融等企事业单位销售套餐 5 万余套，提升了公司菜品在上海企业福利市场的渗透率。公司还举办了端午节产品发布会以及参加了 SIAL 西雅国际食品展、上海国际糖酒食品交易会等重要行业展会活动，并通过小红书等新媒体进行品牌推广，不断提升“锦大师”品牌知名度。

(三)其他主要工作

1. 深入开展市场化改革

围绕激发企业活动和创造力、更好支撑业务发展、增强差异化市场竞争力的改革目标，锦江在线聚焦商业模式、体制机制、人事制度三方面重点突破，深入推进市场化改革工作。上半年，锦江在线各所属企业市场化改革均已完成阶段工作目标。其中，商业模式得到完善，并明确了持续努力方向；体制机制不断优化和创新，提质增效显现。其中，锦江汽车、锦江低温均通过市场化改革完成了团队整合、组织架构调整、职能部室精简等，压缩了管理层级，优化了管理流程，提升了内部管理效率；人事制度改革中的“三定”、薪酬套改、绩效考核优化均已完成。

2. 持续推进数字化转型

锦江在线以发展战略为引领，以业务需求为导向，以标准化、共享协同为建设目标，大力支持所属企业持续推进数字化转型。锦海捷亚完成空运进口子系统迭代优化，实现业务委托、单证/仓库操作、结算环节的系统化操作，提升运营效率。锦江汽车上线综合业务运营系统，明显提升管理与运营效率，较好节约人工成本。锦江低温自动化冷库建设完成立项及相关准备工作，制定锦江冷链智慧冷链平台建设实施方案。锦江御味推进 ERP 系统建设以及小程序优化迭代。

3. 建立健全制度体系

公司以防范日常经营风险、加强所属企业统筹管理、提升企业现代化治理能力为总体目标，大力

推进制度体系建设。上半年，根据经营管理需求，公司共修订、新制订涉及公司治理、综合管理、财务管理、投资管理、风控管理、人力资源管理等相关制度 40 余份。