

公司代码：603486

公司简称：科沃斯

科沃斯机器人股份有限公司
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
否

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	科沃斯	603486	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马建军	汪杰
电话	0512-65875866	0512-65875866
办公地址	苏州市吴中区友翔路18号	苏州市吴中区友翔路18号
电子信箱	ir@ecovacs.com	ir@ecovacs.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	4,317,161,991.23	4,332,090,968.40	-0.34
归属于上市公司股东的净资产	2,607,187,647.43	2,476,292,184.80	5.29
	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	137,202,315.93	48,181,467.53	184.76
营业收入	2,401,879,358.82	2,427,386,897.36	-1.05
归属于上市公司股东的净利润	132,161,082.81	131,541,844.09	0.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	92,527,982.48	124,128,428.61	-25.46
加权平均净资产收益率(%)	5.20	5.14	增加0.06个百分点
基本每股收益(元/股)	0.24	0.23	4.35
稀释每股收益(元/股)	0.24	0.23	4.35

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)				14,826		
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	
苏州创领智慧投资管理有限公司	境内非国有法人	42.38	239,198,209	235,848,816	无	0
EVER GROUP CORPORATION LIMITED	境外法人	12.95	73,080,000	73,080,000	无	0
苏州创袖投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	10.57	59,645,808	58,962,456	无	0
泰怡凯电器有限公司	境外法人	4.12	23,257,516	0	无	0
苏州苏创智慧投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	3.39	19,120,752	0	无	0
SKY SURE LIMITED	境外法人	2.23	12,600,000	12,600,000	无	0
招商银行股份有限公司一兴全合宜灵活配置混合型证券投资基金(LOF)	未知	1.51	8,504,908	0	无	0
香港中央结算有限公司	未知	1.37	7,741,154	0	无	0
苏州科赢投资中心(有限合伙)	境内非	0.90	5,090,400	0	无	0

伙)	国有法人					
张杏秀	未知	0.89	5,000,000	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、公司控股股东创领投资的股东钱东奇在创袖投资出资份额为 99.99%，同时与创袖投资出资份额 0.01%的合伙人钱岚是兄妹关系；2、公司控股股东创领投资的股东钱东奇与 Ever Group、Sky Sure 股东 David Cheng Qian 是父子关系；除此之外，公司未知上述其他股东是否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。				
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，公司总收入达 24.02 亿元，较上年同期下降 1.05%，归属于上市公司股东的净利润 1.32 亿元，较上年同期增长 0.47%。报告期内，受新冠疫情对消费需求及生产经营的影响，公司 2020 年一季度销售收入较上年同期下降 22.84%，归属于上市公司股东的净利润较上年同期下降 42.56%。进入 2020 年二季度，在国内疫情日益好转，海外疫情持续发酵的大背景下，公司面对海外市场，特别是美国市场经营不确定性增加的情况下，聚焦中国市场，坚定落实既定战略，进一步加大科沃斯及添可自有品牌业务的产品技术升级，推动 T8 系列扫地机器人和芙万洗地机等新产品的销售，持续提升高附加值产品占比及整体运营效率。在新品获得消费者广泛认可的基础上，2020 年二季度，公司科沃斯和添可两大自有品牌业务收入均较上年同期实现增长，推动公司整体销售收入较上年同期增长 22.00%。报告期内，公司科沃斯品牌服务机器人销售收入达 15.37 亿元，占全部收入的 63.99%，较上年同期下降 6.15%。添可品牌实现销售收入 2.22 亿元，占全部收入的 9.25%，较上年同期增长 131.03%。科沃斯及添可两大自有品牌业务合计占到公司报告期收入的 73.24%，较上年同期的 71.43%提升 1.81 个百分点。自有品牌业务占比的提升推动公司整体

毛利率显著提升至 40.15%，较上年同期增加 2.88 个百分点。

公司按模块统计的营业收入情况如下：

单位：万元

项目	营业收入	营业收入占比(%)	营业收入较上年同期变化(%)
科沃斯品牌服务机器人	153,699.22	63.99	-6.15
服务机器人 ODM	632.08	0.26	-83.65
服务机器人业务合计	154,331.30	64.25	-7.93
添可品牌智能电器	22,209.57	9.25	131.03
清洁类小家电 OEM/ODM	56,327.72	23.45	-6.05
清洁类小家电业务合计	78,537.29	32.70	12.90
其他业务收入	7,319.35	3.05	32.06
合计	240,187.94	100.00	-1.05

报告期内，在新冠疫情等不确定性外围环境因素的影响下，公司围绕既定战略，同时结合行业和市场发展趋势，积极推进并落实以下工作：

1. 聚焦自有品牌业务

科沃斯品牌家用服务机器人及添可品牌高端智能生活电器业务是公司的两大消费者业务线，也是公司着力打造的两大科技消费品牌。科沃斯同添可有各自清晰的品牌定位及产品路线规划，致力于通过基于机器人和智能技术的产品和功能创新服务全球消费者，持续推动科沃斯及添可品牌业务在整体业务中的占比，用 2-3 年时间完成向自有品牌业务的整体转型，推动公司业务全面的品牌化，智能化和数字化。

2. 持续提升高附加值创新型产品占比，推动服务机器人行业进步

公司坚信，通过高附加值创新型产品的普及提升用户体验，是有效扩大行业渗透率的根本所在。作为行业内的领先企业，公司有责任促进行业的长期健康发展。报告期内，公司进一步主动缩减中低端扫地机器人产品线，同时在全球市场持续推广规划类产品，公司全局规划类扫地机器人销售占比在报告期内超过 80%，较上年同期增加 26 个百分点。报告期内，公司推出的搭载新型 D-TOF 传感器和 AIVI™ 人工智能技术的新款扫地机器人 T8 AIVI 已在包括美国、欧洲和日本在内的全球主流市场成功上市，销售占比持续提升。为进一步促进行业发展，2020 年 5 月，公司与美国 iRobot 公司签署业务合作协议，约定通过产品采购和技术授权等方式，借助各自在产品研发领域多年的技术积累、工程化能力和专利布局，优势互补，进一步提升各自品牌产品在全球市场的性能表现和综合竞争力。在协议约定的期限内，公司将向 iRobot 提供扫拖一体平台相关技术和产品，同时 iRobot 向科沃斯授权其 Aeroforce® 相关知识产权及专利技术。与 iRobot 的合作，将进一步完善公司产品性能，提升消费者体验并扩展用户价值，推动扫地机器人品类在全球市场渗透率的持续快速提升。

3. 积极延展产品线，构建添可智能生活电器品类体系

公司相信智能技术在改造现有生活电器品类，推动功能升级和创新需求方面有着重要的作用。报告期内，公司积极投入研发，围绕现有品类消费者痛点进行针对性地智能化升级，推出智能洗

地机芙万 FLOOR ONE 和智能吹风机摩万 MODA ONE，显著提升了品类的综合性能和用户价值，芙万产品甚至创造了全新的地面清洁工作模式，受到用户的广泛认可。报告期内，在成功延展产品线的基础上，添可品牌收入达 2.22 亿元人民币，较上年同期增长 131.03%，占公司当期营业收入的 9.25%，为其持续发展奠定了良好的基础。

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
