

公司代码：603825

公司简称：华扬联众

华扬联众数字技术股份有限公司
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
不适用

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	华扬联众	603825	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	郭建军	罗耀菲
电话	010-65648122	010-65648122
办公地址	北京市东城区建国门贡院西街六号E座15层	北京市东城区建国门贡院西街六号E座15层
电子信箱	investors@hylinkad.com	investors@hylinkad.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	6,033,342,103.46	6,075,347,913.94	-0.69
归属于上市公司股东的净资产	1,650,608,861.66	1,689,546,799.17	-2.30
	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	-371,874,924.78	349,219,563.98	-206.49
营业收入	4,783,509,268.52	5,249,113,199.61	-8.87

归属于上市公司股东的净利润	65,774,787.92	54,782,903.06	20.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	66,713,351.27	51,034,141.90	30.72
加权平均净资产收益率(%)	3.87	4.01	减少0.14个百分点
基本每股收益(元/股)	0.29	0.24	20.83
稀释每股收益(元/股)	0.28	0.24	16.67

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)		26,486				
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	
苏同	境内自然人	28.75	66,389,131	65,807,311	无	0
姜香蕊	境内自然人	17.10	39,484,385	39,484,385	质押	8,544,000
上海华扬联众企业管理有限公司	境内非国有法人	11.40	26,322,923	26,322,923	质押	8,400,000
东方富海(芜湖)股权投资基金(有限合伙)	其他	3.80	8,774,304	0	无	0
中国工商银行股份有限公司—华安媒体互联网混合型证券投资基金	其他	2.62	6,050,435	0	无	0
中国农业银行股份有限公司—华安智能生活混合型证券投资基金	其他	1.83	4,237,293	0	无	0
东方富海(芜湖)二号股权投资基金(有限合伙)	其他	1.63	3,760,405	0	无	0
北京百度网讯科技有限公司	境内非国有法人	1.45	3,359,989	0	无	0
北京搜狐互联网信息服务有限公司	境内非国有法人	1.44	3,329,989	0	无	0
金卓恒邦科技(北京)有限	境内非	0.45	1,050,629	0	无	0

公司	国有法人					
上述股东关联关系或一致行动的说明	苏同除直接持有公司股权外，还通过母亲姜香蕊（作为一致行动人）、华扬企管间接控制公司股权。华扬企管是苏同 100%控制企业。东方富海与东方富海二号的普通合伙人同为东方富海（芜湖）股权投资基金管理企业（有限合伙）。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

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 年上半年度，公司重点开展了以下工作：

1. 进一步优化商业模式及客户结构

2020年初，公司积极应对疫情对各地业务的影响，管理层要求各业务线负责人进一步优化客户结构，快速响应客户产销合一的需求，提升客户合作黏度，拓展营收增长点，并适应市场营销热点转换，以线上直播带货和新渠道拓展作为突破口，开发“星运营链”等新产品，用技术赋能，深化代运营业务体系，切实做好供应链+品牌代运营，保持持续性创新，创造品牌价值，实现客户需求。

2. 公司技术研发中心工作总结如下：

上半年已开发重点项目：

（1）无效流量侦测算法

分析华扬PMP平台的海量实时日志，利用多维设备、网络地址(IP)和广告位上PV和UV统计参数，建立AI模型，辨识无效IP和设备。在2020年6月上线第一批IP和设备号的黑名单，该黑名单在

随后的生产数据中平均每天可以捕捉占比当天流量5%~6%的异常流量，为我们的模型提供了持续的初始数据。在上线一个月后，该组黑名单中依然有30%的IP处于活跃制造IVT的状态，黑名单的稳定性也得到了验证。该算法正在申请专利，我们也完成一篇相关的学术论文（A Graph-Based Ranking Algorithm for Invalid Traffic Detection in Online Advertising）。

（2）魔图生态联盟平台

利用页面主图区域的视觉优势和魔图人性化的展示逻辑，为广告主投放包括产品展示、线上注册、互动游戏等在内的多种内容形式；帮助客户有效提升品牌曝光度或竞品拦截。移动端交互有更多拖拽、下按设计，不同的触发机制提供不同的用户体验。除目前多种展示形式（折叠、撕角、镂空、滑动、拉绳、眨眼）之外亦可定制专属动态效果。魔图产品已经在多个媒体上运营，点击率提升500%。今年预期会有更多媒体加入魔图生态联盟平台。

3. 全球办公室共克时艰

（1）亚洲

华扬香港和华扬韩国开源节流，一方面严格控制内部固定支出，一方面拓展新业务和客户，保持与头部客户的紧密沟通，努力降低疫情对业务的影响程度。

（2）欧洲

华扬英国在年初成功的拿下了奢侈品百货商店 **Selfridges**，继续为 **The Body Shop**，**Emma Bridgewater** 和 **Harvey Nichols** 等品牌提供服务。尽管疫情影响并推迟了客户的市场规划与活动，但团队继续与伦敦房地产公司 **Shaftesbury**（唐人街）和英国最大的房地产开发商伯克利集团，英国豪华钟表制造商 **Bremont** 建立更紧密的合作伙伴关系，引导客户群体持续专注电子商务模式以确保业务连续性。

华扬法国凭借近一年来在业内积累的良好口碑和客户方向上的高端定位，开始吸引优秀的国际广告集团人士加盟，提升公司整体服务能力和质量，顺利拿到法国 **Courbet**，欧莱雅，**Topicream**，瑞士 **Swisscote** 和 **Clinique La Parairie** 等大客户，并与奢侈品时尚行业内领军的机构，包括与 **IFM**（法国时尚学院）和 **FHCM**（法国高定时尚联合会）紧密合作，近期被命名为巴黎时装周在国内的独家合作伙伴。

华扬德国公司于 2020 年 2 月份开始营业，尽管开业即遇到了新冠疫情在欧洲地区的扩散，及诸多本地公司暂停营业等不确定性因素，仍坚持克服困难，在两个月内完成了与欧洲领先奢侈品电商 **mytheresa.com** 的业务合同签约，立即实现了收支平衡，并持续盈利。同时针对德国市场在疫情初期医疗物资极度短缺的情况，开拓出医疗物资供应链渠道，与德国巴伐利亚及黑森州政府

达成医疗物资供应，积极拓展出新的潜在业务增长点。内部审慎规划团队建设和资源配置，做到团队规模与业务规模有序有机同步增长，积极拓展德语区优质客户，与多家本地品牌建立起业务沟通，为下半年疫情稳定后的业务增长继续做好积极准备。

至此，公司实现对西欧地区全部市场范围服务覆盖，一体化协调西欧地区营销服务和与中国的双向沟通。

(3) 北美洲

与中国业务形成良好的协同效应，共同服务顶级奢侈品客户在全球的数字创意制作和媒体传播，赢得沙特阿拉伯皇家航空公司、巴哈马国家旅游局等的中国传播业务和一些食品品牌的美国数字媒体和创意服务；获得头部短视频、OTA 和社交媒体美国商业合作伙伴称号，并在国际广告奖 Shorty Awards 肖蒂奖（国际一线社交媒体创作奖，每年评选在国际各界社交媒体与创意视频及创作领域取得最夺目成绩的公司和个人并颁发奖项。提名者及获奖者由美国即时短式艺术与科学学院（Real Time Academy of Short Form Arts & Sciences）评选）再获六项奖项及荣誉——这也是华扬美国公司连续第三年在肖蒂奖获奖并是截至目前成绩最好的一年，充分展现了公司在协助出海品牌走出国门、走向世界，以及帮助美国本土品牌开启国际营销等领域的国际化实力。

4. 公司不断在上半年行业评选活动中部分重量级获奖信息如下：

(1) 2020 年 1 月，互联网周刊发布“2019 年度数字营销公司排行榜”，公司连续稳居榜首。

(2) 2020 年 2 月，公司获得腾讯广告 2019 年下半年大客户服务商授牌名单、三项年度大奖及三项专项大奖，并荣获金牌服务商，年度突出贡献奖、最佳品牌突破奖。

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