

公司代码：600986

公司简称：浙文互联

浙文互联集团股份有限公司
2020 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2020年度实现归属于母公司所有者的净利润为94,359,600.45元（合并报表），截至2020年12月31日，母公司累计未分配利润为-1,303,067,903.58元。

根据《公司章程》第一百五十五条规定的现金分红的条件之一“公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补完亏损、提取公积金后的税后利润）为正值”。因截至2020年12月31日，母公司累计未分配的利润为负数、未达到现金分红的条件，公司2020年度拟不进行现金分红，也不进行资本公积转增股本。

本预案尚需提交公司2020年年度股东大会审议。

二 公司基本情况

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	浙文互联	600986	科达股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王颖轶	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	wangyingyi@zwhlgroup.com	sunbin@zwhlgroup.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）主营业务

公司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，是客户与其用户沟通、互动的纽带。基于旗下两大事业部，浙文互联构建了覆盖数据分析与洞察、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、在线调研与监测、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数字营销解决方案。

基于不同行业客户的营销属性、目标人群、营销目标及结构的差异性，浙文互联将数字营销业务划分为精准营销事业部、汽车营销事业部两大事业部，持续深耕各垂直领域。精准营销事业部，深耕效果营销领域，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，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，最终实现品效协同，升级汽车行业数字营销模式。

另外，根据公司 2020 年度战略规划，公司成立创新业务事业部，围绕短视频、直播电商、影视及 IP 的商业化、游戏业务、流量聚合业务，做进一步的布局及探索。聚焦内容和文化，探索产业升级新模式，以提升上市公司质量。

（二）行业情况

根据艾瑞咨询 2019 年度中国网络广告核心数据显示，中国网络广告市场规模达 6464.3 亿元，预计 2020 年将达到近 8000 亿元市场规模。受整体经济环境下行的影响，加之疫情影响，互联网广告市场规模虽延续增长，但增速下滑。但从网络广告市场规模的绝对值来看，中国网络广告产业的生命力依然旺盛，预计在 2022 年市场规模突破万亿大关。

2015-2022年中国网络广告市场规模


(1) 短视频使用时长的增长，助力流量进一步向移动端倾斜

2019 年移动广告市场规模达到 5415.2 亿元，同比增长率达 47.8%，在互联网广告整体市场中占比 83.8%，依然保持高速增长。移动广告的整体市场增速远远高于网络广告市场增速。艾瑞分析认为，短视频行业的流量快速增长及商业化进程的加速吸引了大量广告主的关注，预算向短视频平台倾斜明显，因此为移动广告行业增长带来新的活力。

(2) 疫情加速了企业对营销数字转型的重视和发展

经济下行、流量红利不再明显之际，营销已经向更精细的数字营销转型，而此次疫情成为加速器，加速了企业对营销数字转型的重视和发展，大部分广告主都对营销的数字化转型和营销运营精细化的需求上达成了强烈的共识。具体表现上，营销目标的制定数字化和可量化诉求明确，手段上的使用具备销售转化的解决方案更受青睐，从营销目标、营销策略、营销创意、营销效果到销量都在向数字化和可量化迈进。

(3) 数据成为新资产，数据资产化成为企业的重要诉求

将消费者数据作为决策中心，企业拥有的数据科学能力可以帮助企业洞察用户，制定营销策略和评估营销效果，一切营销的执行和评估都依赖数字手段实现。基于数字记录下多维度的消费者品牌感知、行为感知、商品状态感知等洞察，可以使企业在全链路上保持连接和数据获取能力，并能在关键触点上实现交易转化。数据中台和营销自动化布局趋势明显。数据中台可以满足企业内部不同平台间数据整合的诉求，数据转化为标签后，零数据基础的运营人员、营销人员都可以使用形成数据运营平台并输出有效的数据洞察。而营销自动化支持精细化运营场景的构建和营销

的自动触发。数据中台和营销自动化协作实现营销闭环，最大化的借助数据的力量提升营销效率。

(4) 客户营销预算进一步向具有效果转化营销场景转移

消费者的注意力在哪里，营销方向就要放在哪里。在消费者媒体行为习惯和消费决策模式升级变迁的情况下，行业客户的营销预算进一步向具有效果转化的场景转移。随着淘宝直播、快手、抖音等直播电商模式的成熟，吸引了众多企业在直播电商上投入预算。同时疫情又为直播电商带来了时间分配红利、媒体介质迁移下的用户体验红利，多方因素成就了直播电商的爆发。同时，随着短视频营销模式的持续深化发展，客户对短视频营销的内容创新性、触达精准性和变现效果等指标需求愈加重视。新流量形态下的短视频及电商直播带货市场扩容快速，全新的用户购物习惯逐渐养成，未来短视频及直播带货的行业前景广阔。

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

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	7,011,521,922.61	8,275,475,142.43	-15.27	10,311,521,910.01
营业收入	9,260,567,256.86	18,882,511,609.49	-50.96	14,209,498,880.83
归属于上市公司股东的净利润	94,359,600.45	-2,509,177,593.42		262,874,145.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	71,827,125.84	-2,616,607,491.97		97,649,580.08
归属于上市公司股东的净资产	3,643,575,340.62	3,546,331,216.16	2.74	6,139,860,978.88
经营活动产生的现金流量净额	-113,991,668.59	533,328,869.41	-121.37	6,679,533.41
基本每股收益 (元/股)	0.07	-1.89		0.20
稀释每股收益 (元/股)	0.07	-1.89		0.20
加权平均净资产收益率(%)	2.63	-51.94	增加56.16个百分点	4.31

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	2,260,356,907.43	2,278,849,229.46	2,353,553,781.23	2,367,807,338.74
归属于上市公司股东的净利润	16,772,010.02	38,876,042.06	46,554,322.26	-7,842,773.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	10,647,768.52	32,779,750.86	36,008,219.62	-7,608,613.16
经营活动产生的现金流量净额	260,801,214.48	-114,869,810.05	-66,624,517.00	-193,298,556.02

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

 适用 不适用

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）					77,849		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					72,777		
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	-80,000,000	88,493,185	6.68	0	无	0	境内非国有法人
杭州浙文互联企业管理合伙企业（有限合伙）	80,000,000	80,000,000	6.04	0	无	0	其他
上海百仕成投资中心（有限合伙）	-3,793,600	43,179,788	3.26	0	无	0	其他
红塔资产—中信银行—中信信托—中信·宏商金融投资项目 1701 期	0	32,471,138	2.45	0	无	0	其他
褚明理	-16,352,178	23,999,913	1.81	0	无	0	境内自然人
张桔洲	-1,673,400	20,291,395	1.53	4,984,388	无	0	境内自然人
张耀东	0	19,754,587	1.49	0	无	0	境内自然人

科达集团股份有限公司 回购专用证券账户	0	8,101,442	0.61	0	无	0	其他
黄峥嵘	-18,342,533	7,837,467	0.59	0	无	0	境内自然人
北京祺创企业管理顾问 中心（有限合伙）	0	7,709,067	0.58	1,713,122	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明		无					

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

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 926,056.73 万元，比上年同期下降 50.96%，营业成本 854,595.69 万元，同比下降 52.10%。报告期内，公司实现净利润 10,010.29 万元，其中归属于母公司的净利润 9,435.96 万元。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 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。

适用 不适用

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《浙文互联 2020 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《浙文互联 2020 年年度报告》附注八“合并范围的变更”。

董事长：唐颖

浙文互联集团股份有限公司

2021 年 3 月 29 日