证券代码：002539　　证券简称：云图控股　　公告编号：2017-036

成都云图控股股份有限公司 2017 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。

所有董事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

（一）公司简介

股票简称	云图控股	股票代码	002539
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	王生兵	陈银	
办公地址	成都市青羊大道 97 号 1 栋优诺国际 1204	成都市青羊大道 97 号 1 栋优诺国际 1204	
电话	（028）87373422	（028）87373422	
电子信箱	zhengquan@wintrueholding.com	zhengquan@wintrueholding.com	

（二）主要会计数据和财务指标

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）	3,727,980,298.94	3,182,590,271.64	17.14%
归属于上市公司股东的净利润（元）	73,361,802.94	109,966,197.97	-33.29%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	57,508,728.71	76,041,207.16	-24.37%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

经营活动产生的现金流量净额（元）	36,269,731.77	51,541,761.53	-29.63%
基本每股收益（元/股）	0.07	0.11	-33.29%
稀释每股收益（元/股）	0.07	0.11	-33.29%
加权平均净资产收益率	2.38%	3.66%	下降 1.28 个百分点
	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）	9,281,658,756.47	9,022,437,898.40	2.87%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,034,332,919.30	3,040,345,396.84	-0.20%

（三）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	45,793	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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
宋睿	境内自然人	38.94%	393,282,949	304,962,212	质押	223,689,053
牟嘉云	境内自然人	12.20%	123,212,000	92,409,000	质押	75,200,000
深圳市平安创新资本投资有限公司	境内非国有法人	4.95%	50,000,000	50,000,000	质押	50,000,000
全国社保基金六零四组合	其他	3.82%	38,600,900	32,500,000		
全国社保基金五零一组合	其他	2.48%	25,000,000	25,000,000		
光大永明资产－邮储银行－昆仑健康保险股份有限公司	其他	1.98%	20,000,000	20,000,000		
全国社保基金四零一组合	其他	1.49%	15,000,079	0		
覃琥玲	境内自然人	1.46%	14,725,800	7,577,700		
全国社保基金一零四组合	其他	1.39%	14,088,804	0		
华泰证券资管－浦发银行－华泰家园 8 号集合资产管理计划	其他	1.24%	12,491,429	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，牟嘉云与宋睿为母子关系，牟嘉云为宋睿的一致行动人。华泰证券资管－浦发银行－华泰家园 8 号集合资产管理计划为公司第一期员工持股计划的资管产品。对于其他股东，公司未知他们之间是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		无				

（四）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

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

公司报告期实际控制人未发生变更。

（五）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。

（六）公司债券情况

公司不存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券。

三、经营情况讨论与分析

（一）报告期经营情况简介

报告期内，公司围绕“转型升级”的工作主题，立足复合肥传统主业，抓住国家盐业体制改革契机，着力推进品种盐业务的市场化运作，促使复合肥业务、调味品业务及中小城市电商业务三大业务板块稳步发展，从而实现由传统制造企业向消费品企业和互联网企业转型。

经过公司全体员工的共同努力，报告期内，公司实现营业收入372,798.03万元，同比增长17.14%；归属于上市公司股东的净利润7,336.18万元，同比下降33.29%。

公司回顾总结前期披露的经营计划在报告期内的进展情况

2017 年 1-6 月，公司严格实施了 2016 年年度报告所披露的发展战略和经营计划，公司严格按照两个转型规划（由传统制造企业向消费品企业转型、由传统制造企业向互联网企业转型）进行战略布局，并充分发挥复合肥业务、调味品业务及中小城市电商业务三大业务板块间的协同关系，多轮驱动公司快速发展，具体情况如下：

1、复合肥业务

（1）推行精细化管理，强化质量管控

自十八大政府提出土地流转及鼓励培养小农场主以来，以集约化及农场化种粮的新型农民不断增加，对复合肥料的质量及新型肥料提出更高的要求。为应对挑战，公司全面加强质量管控，在生产系统推行精细化管理，建立覆盖原料采购、生产、销售全过程的质量责任机制，对产品质量全程零容忍，以稳定的产品质量保障销售市场的拓展，以更多的订单确保生产周期，致力提高产品质量，增加作物亩产量，降低农业生产成本。

（2）加强新品研发，调整产品结构

近年来，空气污染及土地污染越来越受到重视，公司为解决秸秆焚烧给农民带来的困扰，加速秸秆还田，经研发推出“秸秆腐熟肥”新型肥料，特别添加 QSCN（有机腐熟剂），有利促进秸秆还田，实现“以地养地”；同时为解决普通缓释肥外包膜不能降解造成的土地污染，公司推出可降解的镁膜包衣“镁膜肥”新型肥料。新型肥料的推出得到了经销商及农户的高度认可，成为公司新的利润增长点。

（3）深入推进精准服务营销，夯实销售渠道基础

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

报告期内公司继续推行服务营销，从作物用肥技术指导、营销咨询、销量提升、农户服务等各个方面给客户提供顾问式营销咨询服务。公司对国内主要经济作物区进行“营销生态圈打造”，实施经济作物全程质保服务、提供作物生长全程解决方案；对大田作物区继续推行密集营销策略，持续开展“万亩示范田”、“种植大户推广”、“观摩示范会”、“技术推广会”、“进村预定”、“农村示范户”建设等工作，提高终端动销能力，加强终端品牌建设，夯实市场基础及经营能力；打造“云图生活“与”村村通”线上线下密集营销模式，将销售渠道下沉转变为实实在在的市场占有率的提高和销售提升。

（4）开拓复合肥国际市场，提升品牌国际影响力

公司国际事业部持续加大对东南亚、北美复合肥市场的开拓，以创新和国际化为突破，推行精准服务营销，“嘉施利”品牌影响力大幅提升，报告期内复合肥海外销售取得较大幅度的增长。

2、调味品业务

（1）品种盐业务

本报告期，盐业体制改革方案正式实施，公司在巩固与盐业公司合作的基础上，多举措、多渠道拓展品种盐业务。

1）实施多品牌战略开拓市场

公司根据渠道和客户特点，结合盐业体系及符合2017年4月下发的《国家发展改革委办公厅 工业和信息化办公厅关于进一步落实盐业体制改革有关工作的通知》（发改办经体 [2017]604号）文件的销售模式，对益盐堂暨旗下品牌进行整合推广，打造以“益盐堂”为战略品牌，以“哈哈厨房”、“绿色盐场”、“100味”、“盐博士”、“珍盐”等为战术品牌的组合策略。报告期内，“益盐堂”、“绿色盐场”、“100味”等品牌在不同区域以不同渠道多维度进入市场，黑龙江、河南等地市场多品牌组合份额已经突破10%，其它省区如陕西、广西等市场综合份额已经超过5%，品牌组合渗透战略逐步获得成效。

2）运维益盐堂品牌，提升知名度

2017年1月1日，汪涵先生代言的益盐堂食用盐广告作为第一支在央视上播出的广告，以“卖盐歌”的形式让“少吃盐 吃好盐 益盐堂”的品牌形象传播到大江南北，并在央视新闻、CCTV-1、CCTV-4、CCTV-6、CCTV-9等台持续投播品牌广告。此外，益盐堂在微信公众号、微博全心运作，传播健康用盐理念，推介好盐产品，与消费者形成有力互动，全面推广传播益盐堂品牌。

3）行业深耕，多方合作，扩大益盐堂国际国内影响力

3月，经美国盐业协会邀请，公司调味品事业部参加了在美国举办的2017年美国盐业协会年会，与来自世界各地的盐业企业代表进行了广泛和深入的交流，同时，益盐堂正式加入美国盐业协会，成为美国盐业协会仅有的两家中国会员之一。

3月，公司以“多品类盐专家”的主品牌形象，携手益盐堂旗下“绿色盐场”“亲亲厨房”“清清果蔬”等9大产品系列，开展以食用盐品牌为主、盐衍生品品牌为辅的全品牌推广，亮相成都春季全国糖酒会。

5月，益盐堂参加由国际盐湖学会、天津科技大学、中国地质科学院矿产资源研究所主办的 “盐湖与盐业国际高级学术交流会”，并与天津科技大学签署全面战略合作框架协议，在建立“产学研”联盟和共建实验室等方面进行全面长期的战略合作，并联合组建“盐业大数据与食盐产业技术研究中心”。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

6月，公司与浙江省盐业集团签订战略合作协议，以更好的整合双方优质资源，更有力的联合开展浙江省的优质食用盐供应工作，实现协同创新、合作共赢。

4）入驻电商平台，实现线上线下全渠道销售

报告期内，益盐堂分别在京东、苏宁易购及1号店开设品牌旗舰店，并于6月份正式进驻平台开卖，本次上线产品为“益盐堂”、“绿色盐场”、“100味”等食用盐主推品牌，未来将上架更多品牌产品，并拟于下半年入驻更多电商平台，让消费者购盐更便捷。

5）优化人员和组织架构，拓展销售渠道

报告期内，根据国家针对盐改下发的各项条例，公司充分利用历史已有合作资源优势和新组建的快消团队营销中心，从既有盐业公司渠道以及直供的快消渠道分别发力，构建和优化相关人员和组织结构，形成盐业公司与快消团队相辅相成，互补优势的产品推广组合拳：

①深化与盐业公司的战略合作：与全国20多个省市盐业公司深化合作推广益盐堂品牌及旗下副品牌，力争盐改初期迅速打开市场，本报告期，益盐堂自主品牌通过盐业公司的销售额已超去年同期盐业公司代工总额。

②组建快消团队营销中心：为适应盐改初期市场竞争，益盐堂品牌针对直营终端渠道，打造食用盐营销中心，成立专职快消团队。本报告期，共进场约40余家LKA卖场系统、3,600余家LKA门店、沃尔玛、苏果等NKA系统也逐步进场开始销售，益盐堂营销中心负责销售区域已经覆盖全国所有省份。

（2）川菜调味品业务

报告期内，川菜调味品事业部坚持夯实基础、服务客户的经营战略，持续进行川菜调味品的新品研发工作，打造大品牌产品线，形成盐—泡菜—豆瓣—全料的大产品线品牌，为未来川菜调味品打造综合产品竞争优势奠定基础；对流通产品线进行梳理，去掉量小且占生产和包材成本的产品，确立产品推广重心；持续推进川菜调味品进驻电商渠道工作；完善商超、流通、餐饮供应链渠道，多渠道战略开拓市场，为调味品业务引流推广，与食用盐业务一同打造快消品业务。

3、中小城市电商业务

本报告期，公司重点进行了云图生活APP的推广及云图电竞的开展工作：

（1）云图生活APP

1）线上促销推广

公司以旗下子公司云图生活为主体打造云图生活APP，本报告期，通过定期制作海报、热点事件营销、破亿文章发布、平台功能更新、节日宣传、营销活动等，不断强化云图生活品牌印象，提升品牌知名度：

①1 月线上推广活动：理财+N 元购好货 活动为期 26 天，哈哈财神新增投资额达 6,714.32 万元，哈哈商城订单数量有明显上升，购买人数增加，APP 日活数据显著提升；

②3 月推出“春来去撒欢”主题促销活动 针对清明小长假，在哈哈旅游版块推出短途旅行特价专线，同时，在哈哈商城推出郊游出行用品特价专场，并在朋友圈内进行推广；

③4 月推出微信朋友圈推广活动 4 月 7 日-6 月 30 日，哈哈商城和哈哈通讯共计推出 150 余款价格比京东优惠的商品，商品链接在朋友圈转发数累计达 5,000 余次，点击量累计达 2.5 万，商城的订单量显著

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

提升。

2）多策略增加商城运营品类

洽谈商家超过300家，并和多家商家达成协议并开展对接工作：①对接京东开普勒模式，可实现超过十万只京东自营商品的导入；②对接上海百联云商商贸开展商品系统端口，极大丰富哈哈商城的百货类商品；③多家垂直品类供应商入驻哈哈商城并开展促销，涵盖洗化、特色水果、鞋帽等分类。通过半年的运营，整理不同促销方式、不同促销时段、不同促销商品的差异化表现大数据，为后期商城推广大促累积了丰富经验。

3）持续优化系统，提升客户体验

云图生活 APP 始终将客户需求放在首位，不断优化系统服务使客户获得更好的消费体验：与一线销售人员建立良好沟通机制，第一时间了解推广中反馈的问题，及时跟进处理；每周、每月定期对渠道推广情况进行多维度分析，跟踪推广成效，及时调整战略措施；每周对客服工单进行细致分析，整理客户需求，不断优化系统设置及服务；定期对客服人员进行专业培训，更好地为客户解答各种疑问，不断提高服务质量和水平。

4）报告期内业务开展情况

截至 2017 年 6 月底，云图生活 APP 注册会员数突破 29.43 万人，日活跃会员 6,000 余人；哈哈财神理财累计投资总额 36.39 亿元，理财年化额 10.14 亿元；云图化肥销售 6.76 万吨，销售额 1.28 亿元；云图生活其他销售额 2,564 万元。

（2）云图电竞

公司以旗下子公司王者互娱为主体打造中小城市直营连锁云图电竞馆，并落实中小城市“全民电竞计划”：以全国线下实体云图电竞馆为基础建设电竞及电游社团联盟，腾讯游戏为云图电竞馆输出互动娱乐内容，并提供电竞赛事及娱乐产品；钛度科技为云图电竞馆的专业电竞设备领域提供支持。

1）开启全新的云图电竞馆经营模式

截至目前，公司已运营新都嘉耀店、新都香城国际店、崇州滨河路店、绵阳爱喜嘉年华店、彭州沃尔玛店等5家云图电竞馆，电竞馆采用创新的特权月卡模式，不仅让消费者真实受惠，更在当地消费者中形成了良好的口碑，电竞馆上座率平均达到43%，最高59%。

2）持续深化腾讯游戏战略合作

①特设腾讯游戏互娱专区 云图电竞馆得到腾讯游戏官方授权特设腾讯互娱专区，成为腾讯互娱旗下游戏、影视、动漫等产品的线下分发渠道，并在店招醒目的展示腾讯游戏标志，用于赛事活动的官方认证和门店品牌展示。

②腾讯游戏官方赛事合作 作为腾讯游戏官方赛事合作伙伴，云图电竞馆不断推动电竞全民化发展，上半年开展了王者荣耀城市赛、英雄联盟城市英雄争霸赛、英雄联盟全民大作战等官方电竞比赛。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

（二）涉及财务报告的相关事项

1、与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

（1）会计政策变更情况

财政部分别于 2016 年 12 月 3 日、2017 年 5 月 10 日发布了《关于印发<增值税会计处理规定>的通知》（财会[2016]22 号）、《关于印发修订<企业会计准则第 16 号——政府补助>的通知》（财会[2017]15 号）。根据前述规定，公司于以上文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则。其余未变更部分仍采用财政部前期颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

公司于 2017 年 8 月 25 日召开第四届董事会第十五次会议、第四届监事会第七次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》，同时公司董事会、独立董事和监事会对此发表了相关说明和意见。本次会计政策变更对公司的影响如下：

1）增值税

根据《增值税会计处理规定》，公司已于 2016 年对相关科目及财务报表进行调整，将利润表中的“营业税金及附加”科目调整为“税金及附加”科目，同时将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等相关税费从“管理费用”科目重分类至“税金及附加”科目，对 2016 年财务报表调整如下：

单位：元

会计科目	调整前	调整后	影响
税金及附加	29,295,450.38	49,046,318.96	调增 19,750,868.58
管理费用	416,650,208.74	396,899,340.16	调减 19,750,868.58

本次会计政策变更仅涉及会计核算科目之间的调整，对公司无重大影响，对当期及前期列报的损益、总资产、净资产不产生影响，公司也无需进行追溯调整。

2）政府补助

根据《关于印发修订<企业会计准则第 16 号——政府补助>的通知》的规定和要求，公司将执行修订后的《企业会计准则第 16 号—政府补助》，并相应修改财务报表中的列报，在营业利润之上增加其他收益项目的列示。本次会计政策变更不会对公司财务状况、经营成果和现金流量产生影响。

（2）会计估计和核算办法变更情况

报告期内，公司会计估计和核算办法未发生变化。

2、报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

3、与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

报告期内，新增合并单位 5 家，减少合并单位 1 家，原因为：

1、2016 年 12 月，公司出资 3,000 万元设立全资子公司湖北省云图贸易有限责任公司，并于 2017 年 1 月领取应城市工商行政管理局下发的统一社会信用代码为 91420981MA48T90M4C 的《营业执照》。公司持股比例为 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

2、2017 年 4 月，公司控股子公司嘉施利（应城）化肥有限公司（以下简称“应城嘉施利公司”）出资 3,000 万元设立全资子公司湖北宙翔科技有限公司，并于 2017 年 5 月领取应城市工商行政管理局下发的统一社会信用代码为 91420981MA48YQLD8D 的《营业执照》。应城嘉施利公司持股比例为 65%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

3、2016 年 8 月，公司控股子公司成都王者互娱网络科技有限公司（以下简称“王者互娱”）出资 50 万元投资设立成都广耀王者互娱网络有限责任公司，并于 2017 年 5 月领取成都市新都区市场和质量监督管理局下发的统一社会信用代码为 91510114MA6CQMYH6Y 的《营业执照》。王者互娱持股比例为 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

4、2016 年 12 月，公司第四届董事会第九次会议审议通过了《关于对全资子公司汉中汉山复合肥有限公司减资的议案》，董事会授权汉中汉山复合肥有限公司（以下简称“汉中复合肥公司”）管理层办理本次减资相关事宜，并授权汉中复合肥公司管理层在董事会权限范围内办理后续公司转让所持汉中复合肥公司 100%股权的相关事宜。公司 2017 年 1 月总经理办公会审议通过了《关于转让全资子公司汉中汉山复合肥有限公司 100%股权的议案》，相关工商变更登记手续已于 2017 年 5 月办理完毕，至此公司不再将其纳入合并财务报表范围。

5、2017 年 6 月，公司投资 5,000 万元设立全资子公司成都涌达嘉益贸易有限公司，并于当月领取成都市新都区市场和质量监督管理局下发的统一社会信用代码为 91510114MA6CRG9J20 的《营业执照》。公司持股比例为 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

6、2017 年 6 月，公司投资 5,000 万元设立全资子公司成都科努德贸易有限公司，并于当月领取成都市新都区市场和质量监督管理局下发的统一社会信用代码为 91510114MA6CRG9G8G 的《营业执照》。公司持股比例为 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站