

TCL 实业控股股份有限公司

TCL Industries Holdings Co., Ltd.



2020 年半年度报告

二零二零年八月二十五日

目 录

第一节 公司简介和释义.....	3
第二节 主要财务指标.....	4
第三节 经营情况讨论与分析.....	5
第四节 财务报告.....	11

第一节 公司简介和释义

一、公司简介

公司的中文名称	TCL 实业控股股份有限公司
公司的中文简称	TCL 实业
公司的外文名称	TCL Industries Holdings Co., Ltd.
公司的外文名称缩写	TCL Industries
公司的法定代表人	李东生
公司地址	惠州仲恺高新区惠风三路 17 号 TCL 科技大厦 22 层
联系电话	0755-3331 8888
公司网址	www.tcl.com

二、释义

释义项	指	释义内容
公司、本公司、集团	指	TCL 实业控股股份有限公司
报告期	指	2020 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日
TCL 实业	指	TCL 实业控股股份有限公司
TCL 电子	指	TCL 电子控股有限公司，为本公司在香港联交所上市的控股子公司，股票代码 01070. HK
TCL 通讯	指	TCL 通讯科技控股有限公司
通力电子	指	通力电子控股有限公司，为本公司在香港联交所上市的控股子公司，股票代码 01249. HK
TCL 空调	指	TCL 空调器（中山）有限公司
TCL 白电	指	TCL 家用电器（合肥）有限公司
产业园	指	TCL 科技产业园有限公司
科天云	指	Sky-Tech Holding Limited
格创东智	指	格创东智科技有限公司
环保资源	指	惠州 TCL 环保资源有限公司
TCL 健康电器	指	TCL 家用电器（中山）有限公司
简单汇	指	简单汇信息科技（广州）有限公司

第二节 主要财务指标

一、主要会计数据和财务指标（注 1）

序号	项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	增减变动（%）
1	营业收入（千元）	37,251,340	40,305,623	-7.58
2	净利润（千元）	850,686	1,031,789	-17.55
	扣除非经常性损益后净利润（千元）	434,363	352,193	23.33
	归属于母公司股东的净利润（千元）	484,022	431,882	12.07
3	基本每股收益（元/股）	0.0750	0.0670	12.07
4	加权平均净资产收益率（%）	10.02	8.20	1.82
5	经营活动产生的现金流量净额（千元）	1,892,444	1,855,318	2.00
		本报告期末	上年末	增减变动（%）
6	总资产（千元）	72,238,051	65,312,164	10.60
7	总负债（千元）	59,936,170	53,151,488	12.76
8	资产负债率（%）	82.97	81.38	1.59
9	所有者权益总额（千元）	12,301,881	12,160,676	1.16
	归属于母公司股东的所有者权益（千元） （注 2）	4,697,579	4,961,564	-5.32
10	归属于母公司股东的每股净资产（元/股）	0.7283	0.7692	-5.32

注 1：2019 年 4 月，TCL 实业完成了重大资产重组交割。为保持 2020 年 1 月 1 日至 6 月 30 日与 2019 年同期的会计数据和财务指标同口径可比，公司按照同一合并范围编制 2019 年同期模拟合并报表。

注 2：归属于母公司股东的所有者权益减少 2.6 亿元，主要为本年外币报表折算差减少 5 亿元、分配股利减少 2.4 亿元、本年归属于母公司股东的净利润增加 4.8 亿元影响。外币报表折算差减少主要为 2020 年上半年港币对人民币持续升值，导致以港币为本位币的子公司账面净负债从港币折算为人民币时，产生外币报表折算损失。

第三节 经营情况讨论与分析

2020 年上半年业务概况

TCL 实业聚焦智能终端业务，以客户为中心，构建 AI x IoT 全场景智慧健康生活，致力于成为全球领先的智能科技公司。公司主要业务组成如下：



2020 年上半年，公司围绕“技术领先、效率致胜、营销突破、全球领先”经营策略，积极应对疫情，打赢防疫战和打赢经营战。报告期内，TCL 实业实现营收 372.5 亿元，净利润 8.51 亿元；扣除非经常性损益后的净利润 4.34 亿元，同比增长 23.3%；归母净利润 4.84 亿元，同比增长 12.1%。

TCL 电子

2020 年上半年，受新冠肺炎疫情影响，全球市场震荡。TCL 电子迅速启动一系列防疫响应措施，保护员工生命安全和身体健康。与此同时，TCL 充分发挥大国品牌优势，为抗疫贡献自己的力量。在国内，TCL 电子向湖北武汉火神山医院、雷神山医院捐赠公共显示 LCD 设备，旗下的雷鸟网络科技在 TCL 电视内容平台首页上建立疫情专题，将部分热门付费内容向大众免费开放。在海外市场，TCL 作为一个全球化的企业，积极承担社会责任，密切关注各个国家和地区疫情影响，并快速为海外用户及渠道商送去关怀、提供必要的防疫物资。2020 年 7 月，TCL 作为中国国际商会副会长单位，在得知联合国人居署总部肯尼亚内罗毕急需防疫物资的需求后，TCL 公益基金会第一时间启动了防疫物资的筹备工作，为联合国人居署总部抗击疫

情提供支持。此外，TCL 电子坚持以智慧显示为核心，以 AI x IoT 为战略，加速推动智能化、全球化及研发创新，立足家庭场景和商用场景，凭借在行业内的领先优势，重点发展智能电视、互联网服务、智能家居和商用显示系统。报告期内，TCL 电子宣布收购 TCL 通讯全部业务，进一步开拓移动场景和智能物联网领域，为用户打造全场景智慧健康生活，全面向消费电子转型，致力成为全球领先的智能科技公司。

全球市占率稳步提升，TCL 品牌电视机第二季度销量跃居全球前二。得益于 TCL 电子持续的研发投入和产品创新、全球供应链与产能布局、头部品牌效应，以及在疫情期间对市场变化和 demand 做出迅速敏捷的反应与部署，TCL 电子全球市占率稳步提升，根据 Omdia 最新报告，TCL 品牌电视机销量市占率排名由 2019 年第二季度的全球第三提升至 2020 年第二季度的全球第二，同比提升 3.3 个百分点达 12.7%。2020 上半年 TCL 品牌电视机海外市场销售量同比逆势增长 3.4% 至 731 万台，尤其在第二季度，TCL 品牌电视机销售量达 420 万台，同比大幅增长 40.4%，环比增长 35.1%。根据 GfK 及 NPD 报告，2020 年 1 月至 6 月，TCL 品牌电视机的海外市场销量份额同比提升 1.7 个百分点，电视机销量在全球 19 个国家位列前五。其中，TCL 品牌电视机在美国市场销量市占率同比提升 1.4 个百分点，位列第二；在欧洲的法国市场销量市占率同比提升 0.4 个百分点，位列第三；在新兴市场的澳大利亚、越南及泰国销量市占率同比分别提升 9.9 个、2.4 个及 1.9 个百分点，市占率排名分别位列第二、第四和第四。此外，根据中怡康全渠道数据，TCL 品牌电视机中国市场销售额占有率从 2019 年上半年的 11.8% 增长到 2020 年上半年的 13.3%，排名中国市场第二。其中，根据中怡康及京东资料，在 2020 年 618 期间（6 月 1 日至 21 日），TCL 品牌电视机线上销售量排名第二，618 当天于京东平台的销售量排名第一。

全球互联网服务业务保持高速发展，用户规模及利润持续大幅增长。TCL 电子积极构建智能电视生态圈，全球互联网服务业务保持高速发展。2020 年上半年，TCL 电子互联网业务累计收入达 4.7 亿元，同比大幅增长 126.9%，经营利润 2.0 亿元，同比增长 129.9%。截至 2020 年 6 月 30 日，TCL 电子旗下国内互联网平台，雷鸟网络科技月均活跃用户数同比增长 24.2% 至 1,696 万；用户日均开机时长同比增长 16.8% 至 6.14 小时。海外互联网服务方面，2020 年上半年收入 1.1 亿元，同比增长 29.0%。与此同时，TCL 电子持续与境外互联网巨头展开合作，共同拓展全球家庭互联网业务，从 2020 年第二季度开始，首次与 Google 合作拓展北美市场，并将于近期与 Roku 共同拓展北美以外的其他海外市场，为全球用户提供不同体验的操作系统及智能电视产品，以及更加丰富的互联网增值服务。

加速推进 AI x IoT 战略落地，收购 TCL 通讯，打造 AI x IoT 全场景智慧健康生活。

2020 年上半年，TCL 电子持续推进 AI x IoT 战略，为用户打造以智慧显示为核心的全场景智慧健康生活。2020 年 7 月 28 日，经股东特别大会高票通过 TCL 电子剥离 TV 代工业务，以及收购 TCL 通讯及其附属公司全球业务的议案。TCL 电子在聚焦品牌业务的同时，不断丰富产品及业务组合，构建以 5G+8K+AI 为技术驱动的，以家庭、移动和商用三大场景为中心的全场景智慧显示生态，加速拓展新的互联网增值服务赛道。

产品不断创新升级，品牌指数持续提升。2020 年上半年，TCL 电子获得多项国内外奖项与成就，TCL QLED TV 8K X9 在 2020 国际消费电子产品展（CES）获得由 IDG 颁发的“年度 8K QLED 金奖”，TCL•XESS 旋转智屏斩获“AWE2020 艾普兰优秀产品奖”，TCL 9 系列 RAY•DANZ 条状扬声器荣获“iF 设计大奖 2020”。此外，TCL 电子孵化的人工智能企业雷鸟网络科技有限公司上榜 36 氪发布的《2020 年度中国最受投资人关注创业公司 TOP100》榜单。根据中怡康全渠道资料，TCL 电子的中国品牌价格指数为 103，位列中国品牌第二名。

深化全球产能布局，持续向“中国智造”转型。TCL 电子深耕海外市场二十年，领先布局全球化业务的优势愈发突显，加上垂直一体化全球供应链投资与布局，保持足够的产能及供应弹性，满足全球市场需求。TCL 电子墨西哥华雷斯区的 MASA 工厂一期项目按计划实现量产，主要生产大屏智能电视，并同时启动了 MASA 工厂二期项目建设准备工作；越南工厂产能持续爬坡，一期项目达产，效率较年初提升了 23.0%，二期项目正在建设中。TCL 全球电视机产能提升至 4,600 万台/年，进一步完善海外供应链产能布局。2020 年上半年，TCL 电子不断向“中国智造”转型，推动 5G+工业互联网进程，打造技术领先、场景广泛、可复制推广的 5G+工业互联网示范园区。TCL 电子打造了 TCL 智能终端机 5G+工业互联网应用示范园，将 5G 化的 AMR 智能物流车与企业内部 MES、WMS 等内部系统集成，将“最后一公里”的物流工作智能化，降低线上物料积压 20%以上，生产管理效率大大提升，车间综合效率提升 21%。

报告期内，TCL 电子实现营收 201.4 亿元，同比增长 1.70%，净利润 5.37 亿元，扣除非经常性损益后的净利润 5.28 亿元，同比增长 8.16%。

智能终端其他业务

TCL 通讯盈利能力同比改善。2020 年上半年，TCL 通讯积极应对疫情，坚持技术创新突破，盈利能力同比提升，实现经营质量同比改善。5G 技术开发进展顺利，5G 手机上半年入围 VDF、TMO、VZW 等 6 大主流运营商，欧洲首批产品已于 6 月 15 日交付。TCL 品牌首款中高端

产品 TCL 10 pro 受到客户和媒体广泛认可，斩获 2020 年“iF”和“红点”两项国际设计大奖，该款手机也是柔性 AMOLED 曲面屏与 TCL 独有的 NXTVISION 影像增强技术的完美演绎，得到了美国著名科技媒体 Android Headlines 的五星好评。此外，平板业务发展超预期，北美和中国 8 寸 Slate 以及 Phablets 持续发力，收入同比增长 215%。报告期内，TCL 通讯实现营业收入 42.9 亿元，净利润同比增加 148.5%。

TCL 空调销量同比增长，外销业务量利双增。2020 年上半年，TCL 空调坚持产品力驱动，新能效升级，凉感柔风普及推广，升级智能凉感柔风功能，实现“懂你的柔风空调”；打造下一代 T-pro 极致体验和效率挂机平台，实现产品的易安装、易维修、易清洗、易装配。落实极致效率成本，工业能力实现突破，2020 年 6 月单月产量突破 150 万套，超越历史峰值。TCL 品牌外销业务销售量同比增长 28.2%，外销 ODM 业务销售量同比增长 21.8%，外销品牌业务和外销 ODM 业务净利润均实现同比增长。报告期内，TCL 空调销售量同比增长 6.2%，营收 82.9 亿元。

TCL 白电盈利能力同比改善。TCL 白电围绕“产品驱动、效率制胜、营销突破”三大战略方向，2020 年上半年进一步夯实基础，经营业绩不断改善。得益于 PM+PJM 运作模式的有效运行，上半年冰箱、洗衣机产品力明显提升，其中，冰箱在静音方面更是实现 33 分贝的行业领先水平。报告期内，TCL 白电实现营业收入 11.3 亿元，净利润同比增加 146.5%。

通力电子

2020 年上半年，通力电子欧美市场受疫情影响，客户订单减少，收入及净利润同比下降。全球智能音频产品市场受疫情影响相对较小，智能音箱业务依然保持增长，但随着由增量市场转为存量市场，增速放缓。新型音频方面，受疫情影响及智能音箱的冲击，上半年业务同比下降。TWS 耳机仍处于刚进入阶段，客户较少且竞争力不强，出货量仍然偏低。

通力电子持续发展供应链垂直整合能力，以惠州仲恺作为研产销一体化核心基地，建立整机和结构件、电声和音箱为主的产业链，并持续通过提高自动化设备运用比例，提升生产效率，目前已导入自动测试系统、自动包装系统及信息化管理系统，运营效率和质量进一步改善。海外越南新建工厂进度未达预期，目前正在加快进度，力争下半年正式投入生产。

通力电子在惠州、深圳、西安及武汉均设有研发基地，并继续加大与产品相关的基础技术前瞻性研究与开发的投入。近年来，通力电子主要投入以智能语音音箱为代表的智能产品开发，逐步建立与之配套的部件开发能力，并继续开发 TWS 耳机产品，进入无线产品领域。

此外，通力电子凭借多年专业电声设计和智能语音的经验，拓展带屏产品及其附件产品业务，丰富产品线，同时探索智能语音跨行业运用的研发工作，更好地满足客户需求。

报告期内，通力电子实现营收30.0亿元，同比下降8.81%，净利润0.64亿元，同比下降24.2%。

新兴业务

产业园业绩同比增长。2020年上半年，产业园围绕“不动产项目运营+投资性项目经营双引擎驱动”的经营策略，在不动产项目运营方面，持续优化租户结构，提高优质客户占比，并与仲量联行签约，搭建物业运营体系及标准，提升物业服务品质。在投资性项目经营方面，广州琶洲项目、艾美特项目按计划完成，并启动惠州及合肥物流项目建设。报告期内，产业园营收同比增长18.5%，净利润同比增长86.2%。

环保资源营收及净利润持续增长。2020年上半年，环保资源围绕“战疫情、抢客户、稳经营、达目标”的经营策略，一方面严防死守做好防疫工作，另一方面全力以赴做好复工复产，抓住市场先机，采取灵活的交易政策锁定电废货源，同时大力开拓危废大客户，实现经营业绩持续提升。报告期内，环保资源实现营收5.78亿元，净利润0.68亿元。

格创东智研发及交付能力进一步增强，业绩同比改善。2020年上半年，格创东智主导的28个重点数字化项目全面开展，多个项目实现顺利交付，其中，深惠骨干网建设、数据中台、电子设备互联二期项目、武汉虹信5G智慧工厂等项目已分别上线或完成阶段性部署，获得客户高度认可及评价。此外，格创东智实现重点大客户突破，专业能力获得市场认可，其中，与烽火虹信、立讯等行业头部客户合作顺利，目前已进入交付阶段。报告期内，格创东智营收同比增长70.6%，净利润同比增长67.3%。

科天云自研产品竞争力进一步提升。2020年上半年，受疫情影响，云视频会议市场需求大幅上升，科天云会议业务表现突出，合同额同比增长44%。自研天客云呼叫中心业务月订单额首次超过400万，合同额同比增长50%。此外，自研章鱼云产品打磨日渐成熟，音视频赋能企业综合解决方案章鱼PEK产品已面世并推向市场。

业务展望

2020 年下半年，TCL 实业将继续积极应对疫情，把握中国、海外疫情后的增量机会，发挥全产业链一体化协同优势，增强全球产品力和互联网业务能力，持续提升国内及海外市场份额，通过 AI x IoT 技术构建智能家居生态圈，为用户打造全场景智慧健康生活，积极拓展新的盈利增长点，为股东创造更大价值。

深化全产业链一体化协同优势，持续提升国内及海外市场份额。未来，TCL 实业将进一步扩大全产业链一体化协同优势，构建新的品牌和营销竞争力，实现重点市场突破，提升电视机等智能终端产品的市场份额。在中国市场，公司将坚定业务模式变革，持续拓展和完善在线销售渠道，推进线上线下相结合的新零售模式，大力发展中高端产品，同时，进一步加大极致降本增效力度，提升盈利能力。在海外市场，公司将巩固和深化全球化布局，持续增强全球供应链能力，进一步提升全球市场份额和盈利水平。

加速发展全球互联网业务，扩大用户规模，持续提升 ARPU。TCL 实业将秉持“产品+服务，智能+互联网”的“双+”战略，全面丰富互联网业务内容，增强用户体验，扩大用户规模、增强用户黏性、强化运营能力、提升互联网业务变现能力。公司将继续发挥在海外市场布局的先发优势，进一步深化与海外互联网业务伙伴的战略合作，建立全球互联网业务用户体系，不断扩大全球互联网业务的覆盖面和影响力，提升用户规模与 ARPU，增强公司盈利能力。

积极推动 TCL 电子与通讯业务的整合，加速推进 AI x IoT 全场景智慧健康生活战略。TCL 电子将加速原有智能电视业务与 TCL 通讯业务的整合。通过向移动端拓展业务领域及服务场景，提升用户体验，进一步增强用户黏性。5G 技术加速发展也为智能家居带来广阔的发展空间，TCL 电子将抓住机遇，深化构建以 AI x IoT 为核心的生态圈，持续深入拓展智能家居、智慧商显在内的多元化业务，为用户打造全场景、全品类、全连接的智慧健康生活服务，加速迈向全球领先的智能科技公司。

继续积极应对疫情，坚持提质增效，力争全年业绩保持同业领先。从 2020 年年初开始，新冠肺炎疫情在全球持续蔓延，公司积极应对，经营业绩在第二季度大幅改善。下半年，公司将持续推进流程变革、数字化转型，实现管理升级，提升经营管理质量，适应市场环境变化，加快产品技术迭代，实现企业可持续的健康发展，力争全年业绩保持同业领先。

第四节 财务报告

TCL 实业控股股份有限公司

合并财务报告（注）

（2020 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日止）

一、	财务报告目录	页次
	1. 合并资产负债表	12-13
	2. 合并利润表	14
	3. 合并现金流量表	15-16

注：2019 年 4 月，TCL 实业完成了重大资产重组交割。为保持 2020 年 1 月 1 日至 6 月 30 日与 2019 年同期的会计数据和财务指标同口径可比，公司按照同一合并范围编制 2019 年同期模拟合并报表。

合并资产负债表

人民币千元

资产	2020 年 06 月 30 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产		
货币资金	14,321,857	10,742,702
交易性金融资产	1,781,080	1,041,176
衍生金融资产	294,943	185,965
应收票据	4,362,754	4,621,940
应收账款	12,191,454	11,061,768
保理应收账款	10,841	31,161
应收款项融资	273,489	-
预付款项	1,377,401	1,091,172
其他应收款	6,388,439	5,462,207
存货	12,026,887	11,402,817
持有待售资产	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-
其他流动资产	1,993,567	2,043,331
流动资产合计	55,022,712	47,684,239
非流动资产		
债权投资	118,572	143,535
长期应收款	-	-
长期股权投资	2,522,432	3,002,810
其他权益工具投资	260,676	263,274
其他非流动金融资产	867,647	863,634
投资性房地产	4,215,686	4,340,604
固定资产	4,489,897	4,492,901
在建工程	1,165,105	881,500
无形资产	1,203,800	1,219,279
开发支出	231,406	208,487
商誉	1,443,856	1,444,056
长期待摊费用	259,224	307,780
递延所得税资产	327,929	325,280
其他非流动资产	109,109	134,785
非流动资产合计	17,215,339	17,627,925
资产总计	72,238,051	65,312,164

法定代表人：李东生

CEO：王成

财务总监：胡利华

合并资产负债表（续）

人民币千元

负债及股东权益	2020 年 06 月 30 日	2019 年 12 月 31 日
流动负债		
短期借款	10,464,912	7,788,037
保理借款	10,841	31,161
交易性金融负债	41,989	14,616
衍生金融负债	280,418	178,285
应付票据	4,152,503	3,112,271
应付账款	19,070,838	18,439,314
预收款项	187,708	1,153,556
合同负债	1,891,970	-
应付职工薪酬	1,527,559	1,998,731
应交税费	759,214	697,994
其他应付款	10,195,166	9,711,446
一年内到期的非流动负债	347,962	394,420
其他流动负债	1,098,736	1,155,463
流动负债合计	50,029,816	44,675,294
非流动负债		
长期借款	9,036,895	7,563,711
长期应付款	103,549	113,154
递延收益	208,982	206,821
递延所得税负债	521,337	535,907
其他非流动负债	35,591	56,601
非流动负债合计	9,906,354	8,476,194
负债合计	59,936,170	53,151,488
所有者权益（或股东权益）：		
实收资本（或股本）	3,225,000	3,225,000
资本公积	1,412,064	1,405,063
其他综合收益	(1,145,655)	(640,328)
盈余公积	45,892	45,892
未分配利润	1,160,278	925,937
归属于母公司所有者权益合计	4,697,579	4,961,564
少数股东权益	7,604,302	7,199,112
所有者权益合计	12,301,881	12,160,676
负债和所有者权益总计	72,238,051	65,312,164

法定代表人： 李东生CEO： 王成财务总监： 胡利华

合并利润表

人民币千元

	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
一、营业总收入	37,251,340	40,305,623
减：营业成本	29,948,373	32,894,847
税金及附加	229,960	228,992
销售费用	3,727,000	4,260,879
管理费用	1,329,346	1,296,805
研发费用	1,311,167	1,118,025
财务费用	(20,243)	(33,622)
其中：利息费用	383,376	475,387
利息收入	(247,934)	(285,786)
加：其他收益	196,126	165,732
投资收益	407,534	674,464
其中：对联营企业和合营企业 的投资收益	(97,865)	51,810
公允价值变动收益	(4,246)	(53,796)
信用减值损失	(27,061)	(34,776)
资产减值损失	(140,639)	(125,353)
资产处置收益	(1,962)	(556)
二、营业利润	1,155,489	1,165,412
加：营业外收入	37,205	57,777
减：营业外支出	24,981	19,861
三、利润总额	1,167,713	1,203,328
减：所得税费用	317,027	171,539
四、净利润	850,686	1,031,789
按所有权归属分类		
归属于母公司股东的净利润	484,022	431,882
少数股东损益	366,664	599,907

法定代表人： 李东生CEO： 王成财务总监： 胡利华

合并现金流量表

人民币千元

	2020年1-6月	2019年1-6月
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	36,853,875	40,115,375
收到的税费返还	1,671,930	1,235,434
收到的其他与经营活动有关的现金	478,734	41,803
经营活动现金流入小计	39,004,539	41,392,612
购买商品、接受劳务支付的现金	(30,045,535)	(31,494,905)
支付给职工以及为职工支付的现金	(4,234,385)	(4,250,492)
支付的各项税费	(963,539)	(900,574)
支付的其他与经营活动有关的现金	(1,868,636)	(2,891,323)
经营活动现金流出小计	(37,112,095)	(39,537,294)
经营活动产生的现金流量净额	1,892,444	1,855,318
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	10,759,877	8,793,646
取得投资收益收到的现金	81,194	10,357
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	75,156	9,183
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	328,562	1,383,817
收到其他与投资活动有关的现金	-	-
投资活动现金流入小计	11,244,789	10,197,003
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	(1,337,022)	(722,100)
投资支付的现金	(11,496,382)	(14,433,516)
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	(20,640)	(21,800)
支付其他与投资活动有关的现金	-	(1,043)
投资活动现金流出小计	(12,854,044)	(15,178,459)
投资活动产生的现金流量净额	(1,609,255)	(4,981,456)

法定代表人：李东生

CEO：王成

财务总监：胡利华

合并现金流量表（续）

人民币千元

	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	148,396	5,544,802
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	148,396	169,802
取得借款收到的现金	11,456,830	10,984,520
收到其他与筹资活动有关的现金	46,329	-
筹资活动现金流入小计	11,651,555	16,529,322
偿还债务支付的现金	(7,643,217)	(13,188,694)
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	(649,677)	(715,126)
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	(45,831)	(132,760)
支付其他与筹资活动有关的现金	(172,131)	(372,875)
筹资活动现金流出小计	(8,465,025)	(14,276,695)
筹资活动产生的现金流量净额	3,186,530	2,252,627
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	(56,546)	3,439
五、现金及现金等价物净增加额	3,413,173	(870,072)
加：年初现金及现金等价物余额	10,293,095	11,722,754
六、期末现金及现金等价物余额	13,706,268	10,852,682

法定代表人： 李东生CEO： 王成财务总监： 胡利华