

证券代码：300063

证券简称：天龙集团

公告编号：2019-037

# 广东天龙油墨集团股份有限公司 2018 年年度报告摘要

## 一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	无法保证本报告内容真实、准确、完整的原因
----	----	----------------------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

大华会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）变更为大华会计师事务所（特殊普通合伙）。

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 726,426,950 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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

### 1、公司简介

股票简称	天龙集团	股票代码	300063
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	冯毅（代理）	秦月华	
办公地址	广东省肇庆市金渡工业园内	广东省肇庆市金渡工业园内	
传真	0758-8507823	0758-8507823	
电话	0758-8507810	0758-8507810	
电子信箱	tljt@tlym.cn	tljt@tlym.cn	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司经营范围和主营业务

公司是从事互联网营销服务和精细化工产品制造与销售的现代企业集团，主营业务包括互联网营销业务、油墨化工业务和林产化工业务。在互联网营销领域，公司主要从事搜索引擎、信息流等媒体的互联网广告代理业务，为广告主提供互联网各大平台广告的媒介采购、效果优化、全案策划、咨询投放、创意制作、效果监测、技术支持等服务，同时也为广大客户提

供全方位定制化的移动营销解决方案以及社会化全案营销服务；在油墨化工领域，公司主要从事环保油墨的生产和销售，产品包括水性油墨、环保型溶剂油墨、水性树脂和水性光油等，广泛应用于包装印刷领域；在林产化工领域，公司主要从事松香、松节油以及歧化松香、松油醇、蒎烯、月桂烯等林化深加工产品的生产及销售，产品广泛应用于印刷、涂料、染料、香料等精细化工领域。

报告期内的公司主营业务未发生重大变化。

## （二）公司主要经营模式

### 1、互联网营销服务模式

公司互联网营销业务主要包括两方面：（1）搜索引擎、信息流、应用市场、品牌广告等营销服务。向客户提供整合营销购买及广告投放的全链条服务，从前期的营销数据挖掘分析、品牌解读、预算判断到执行期的营销策略制定、互动设计、媒介方案提供、创意制作、技术支持以及后期的KPI全程跟踪、效果优化反馈、定期媒体经验分享、行业趋势解读服务，满足客户全方位的营销需求。作为互联网整合营销服务商，公司在整个互联网营销生态中，将媒体和广告主以更专业高效的方式连接在一起。一方面，通过十多年的行业积累，凭借数百家大客户和上万家中小客户的营销服务经验，公司成为搜索引擎、移动信息流、应用分发、垂直媒体等多种互联网媒体的代理商，从搜索媒体到厂商媒体再到信息流媒体，覆盖全面形成全媒体资源矩阵；另一方面，公司整合丰富的媒体资源，依靠专业的服务和技术团队，可根据广告主需求，提供一站式全案式的互联网广告采购、优化、创意技术支持等服务，主要服务行业有：金融、网服、游戏、软件、电商、旅游、教育等。（2）移动媒介代理业务、创意策略及制作服务。通过挖掘移动互联网新趋势和优质媒介资源，为品牌广告主提供整合的媒体购买、创意策略制定以及技术开发支持等全方位的定制化移动营销服务，帮助广告主完成在移动互联网端的营销推广工作；通过优化及检测服务，实现了广告效果的优质转化，协助客户实现产品销售的目标；挖掘市场上优质的头部媒体资源，积极寻求深度合作的定制媒介资源，匹配客户需求，通过创意和技术实现客户的营销目的。

### 2、油墨化工经营模式

公司向市场采购合成树脂所需的各种化工原料，通过高温聚合、乳液聚合等工艺自制合成树脂，再经过配料、研磨、搅拌、调浆等生产环节，将所采购的颜料、溶剂、助剂配制成油墨，向下游印刷企业提供专业油墨产品。公司所生产的油墨较之传统的印刷油墨更具环保性，具有无毒、无污染的特点，符合环保政策的要求。所服务的印刷企业主要为外包装印刷企业，产品主要用于瓦楞纸箱、食品、日用品、医药外包装等的印刷。公司在全国有四大生产基地，产品覆盖全国并销往东南亚。

### 3、林产化工经营模式

公司向脂农采购松脂，通过各种工艺生产制造成松香、松节油等，或以松香、松节油为原料再深加工为歧化松香、歧化松香钾皂、蒎烯、月桂烯、二氢月桂烯等产品。产品广泛应用于印刷、涂料、染料、香料等精细化工领域。

## （三）报告期内主要的业绩驱动因素

报告期内，公司实现营业收入796,770.98万元，同比增长15.88%，收入增长的主要驱动因素如下：

### 1、因时布局，新媒体业务板块营收持续增长

在公司互联网营销业务中，搜索引擎占据了体量最大的位置，贡献了主要的收入，但是随着移动互联网的兴起，搜索引擎的流量入口位置逐渐弱化，搜索业务增长放缓，且寡头格局更加明显，百度媒体依旧保持稳定增长，360、阿里等媒体资源生态除搜索外，向更多元化媒介形式转型。信息流业务的迅速崛起，是公司互联网营销业务增长的主要动因。公司与今日头条合作的业务量比2017年有大幅增长，今日头条一跃成为公司第二大体量合作媒体。2018年起公司开始与腾讯社交广告深度合作，互联网营销业务布局更加全面，2018年超额完成了媒体目标任务。手机厂商的媒体业务对公司业务增长起到较大推动作用，尤其是对VIVO的布局以及VIVO的快速增长，对公司业务增长产生积极影响。

### 2、把握机遇，林产化工板块营收与利润齐增长

近年来林产化工行业产能过剩，有效需求不足，公司林产化工板块整体经营徘徊在亏损边缘。近两年在国家推进供给侧结构性改革过程中，行业格局发生变化，大量松节油粗加工企业受环保安全政策的限制关闭转型，落后产能遭淘汰，留存下来的基础性原材料企业的开工率大增，松节油价格连续两年飙升，松节油深加工产品也水涨船高，供不应求。得益于公司林产化工板块管理层科学部署、正确决策，把握了难得的市场机遇，报告期内林产化工板块业绩大幅增长，创造了该板块近年来最佳业绩。

## （四）公司所处行业及行业地位分析

### 1、互联网营销业务

2018年中国互联网营销市场整体仍然保持着稳定增长，数字营销市场发展渐趋成熟，广告主对互联网媒体的营销价值和用户价值普遍认可。从广告结构上来看，搜索媒体体量仍然最大，但是增速放缓；目前发展最迅猛的移动互联网媒体，作为流量领先的广告资源平台，汇集了大量的流量资源，产品形式更加多样化、场景化、生活化，能够精准实现广告投放千人千面，让广告更好地触达目标用户，实现客户的推广诉求。以抖音为代表的短视频发展迅猛，强势锁定新生代消费主力，支持人群兴趣、场景等多种方式，能够更好地让客户对品牌进行感知，完成推广目标。广告在短视频信息流和播放流中展现，配合直播内容营销，营销场景丰富，有效触达目标用户。全新移动生态联盟广告为整体市场带来新的活力，实现了爆发式增长。同时也对广告服务商的内容创意能力和全媒体覆盖能力及全模式优化能力，提出了更高的要求。

从营销模式上看，互联网广告向内容化、原生化、跨屏化、数据化方向发展，对广告的内容创意能力和数据技术运用能力，提出了更高的要求。

公司作为互联网营销服务商，处于媒体和品牌广告客户的纽带位置，是互联网营销生态中重要的一环。在媒体端，公司对接、整合优质媒体资源，与国内其他主要的搜索引擎媒体、信息流媒体、厂商媒体均保持长期稳定的战略合作关系，建立了稳固的渠道网络。拥有主流互联网媒体包括百度、360、搜狗、今日头条、神马、UC、腾讯、VIVO等媒体的代理权，同

时为应对移动互联网流量体及媒体的营销环境的变化，公司也不断扩充自己的媒体库，新增大量新兴非主流媒体资源；在客户端，公司拥有庞大稳定的客户基础，根据广告主业务需求和营销目标，为广告主提供媒介采买、效果优化、全案策划、投放咨询、创意制作、技术支持等全方位整合营销服务，以专注、专业、专心、专一的服务理念，不断提升服务能力和用户体验，获得客户高度评价。

公司下属品牌“品众互动”在互联网营销市场中，凭借多年的数字营销经验，优质的互联网资源矩阵，领先的资源采购量级，适应多媒体形式的高效运营团队，领先的技术研发平台，服务上万家知名客户，树立了优秀的品牌影响力，持续处于互联网营销的领跑者地位。在搜索引擎营销业务中，公司在百度、360的业务体量均位居前五；在信息流和短视频媒体业务中，公司作为今日头条代理商，业务体量位居行业前五，腾讯社交广告体量位居前十；在应用分发业务中，公司是VIVO效果类广告网服行业的核心代理商，业务体量位居第一。在行业专业度方面，获得百度五星级代理商。

报告期内，公司获得“2018年H1百度KA代理商专项奖-大盘贡献奖”一等奖、“2018年H1百度KA代理商专项奖-综合评价奖”一等奖、“2018年H1百度KA代理商专项奖-品专贡献奖”二等奖，并获得腾讯社交广告“金牌KA服务商”称号、IAI 国际广告奖、金瞳奖、第九届金鼠标数字营销大赛、第九届虎啸奖、百度OMNI营销创意凭借大搜车、易车、新东方、VIPKID荣获创新案例奖。百度AI营销创想季优秀案例：AI创想更“懂你”的智慧营销；百度AI营销创想季优秀案例：“OMNI助燃易车购车节”；大盘贡献奖一等奖；2018年百度旅游行业峰会获奖案例：途牛-品效结合，助力11年周年庆；驴妈妈-攻略软文，抢占网红资源；百度产品营销激励——原生CPC视频广告营销方案获奖案例；品众互动-钱站-原生视频样式助互金行业，让流量更精准；360 MASTER 大赛品牌营销铜奖；360 MASTER 大赛行业营销铜奖；2018后今日头条“创意营销奖”，2018年今日头条E-UP营销案例大赛“智能应用类”金奖；2018年今日头条E-UP营销案例大赛银奖；2018年今日头条E-UP营销案例大赛“行业类”银奖；2018年OPPO销售演练赛“最佳销售奖”；VIVO2018年上半年度优秀服务奖；VIVO 2018年度最佳服务等多个奖项。

公司属下品牌“优力互动”随着行业高端人才的引入，加强了提供全案客户的能力，从而带动了更多品牌客户的拓展。报告期内，公司保持了和微软、海尔、奔驰等国际大公司的合作业务，将技术优势转化为服务优势，拓宽市场空间，带来了较高的利润增长点。

报告期内，公司获得第九届金鼠标数字营销大赛、视频整合营销类银奖、视频创新营销类银奖；第十八届IAI国际旅游奖整合营销金奖、国际广告奖案例类银奖、广告作品类金奖、银奖；第九届虎啸奖家电类金银奖、视频营销类金铜奖、整合营销类银奖；第五届TMA移动营销大赛互动体验类铜奖、内容营销类银奖；2018社交营销铜奖、金投赏商业创意奖；中国广告年度数字大奖场景营销银奖。

## 2、传统精细化工业业务

报告期内，由于石油价格的大幅波动、环保成本的上升以及随着市场格局的变化，化工企业面临较大的成本压力，利润被两端挤压。公司已在国内油墨行业深耕多年，连续十多年处于国内水性油墨市场的前列，环保型溶剂油墨产品也占有重要的市场地位；此外，公司拥有国内最大的歧化松香产能。报告期内，公司在油墨化工业务营收小幅增长，林产化工业务营收和利润实现了大幅增长。

## 3、主要会计数据和财务指标

### (1) 近三年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

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	7,967,709,804.43	6,876,115,332.30	15.88%	5,289,656,149.30
归属于上市公司股东的净利润	-905,744,089.94	-309,765,264.87	-192.40%	142,344,608.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-903,464,540.16	-371,810,661.36	-146.36%	127,796,094.41
经营活动产生的现金流量净额	-77,494,893.94	117,275,666.12	-166.08%	117,903,180.46
基本每股收益（元/股）	-1.2468	-0.4264	-192.40%	0.196
稀释每股收益（元/股）	-1.2468	-0.4264	-192.40%	0.196
加权平均净资产收益率	-63.19%	-15.13%	-48.11%	6.70%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	2,514,499,026.71	3,548,662,406.82	-29.14%	3,686,908,858.06
归属于上市公司股东的净资产	984,957,559.49	1,886,181,675.95	-47.78%	2,209,914,029.93

## (2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,897,638,017.76	1,916,049,303.30	2,045,196,843.88	2,108,825,639.49
归属于上市公司股东的净利润	20,279,350.77	57,051,411.60	29,804,097.88	-1,012,878,950.23
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	19,861,854.30	56,246,679.60	28,890,324.70	-1,008,463,398.79
经营活动产生的现金流量净额	-13,481,640.97	-18,923,661.00	15,382,589.03	-73,953,821.93

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

## 4、股本及股东情况

## (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

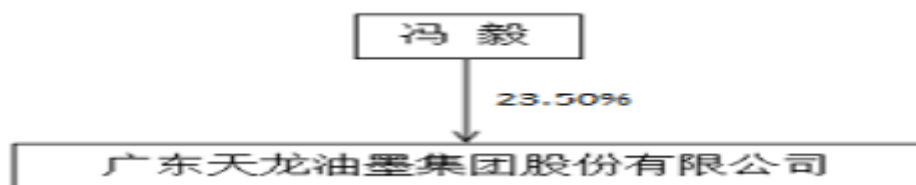
报告期末普通股股东总数	34,444	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	32,505	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
冯毅	境内自然人	23.50%	170,724,933	128,043,700			
程宇	境内自然人	10.07%	73,158,473	68,601,588	质押	25,375,000	
常州长平资本管理有限公司	境内非国有法人	5.90%	42,875,990	0	质押	41,490,000	
上海进承投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.95%	21,437,995	0	质押	17,150,000	
冯华	境内自然人	2.78%	20,225,000	15,168,750			
常州京江永晖投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.42%	17,561,155	0			
芜湖联企投资咨询合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.97%	14,291,997	0	质押	14,250,000	
冯军	境内自然人	1.95%	14,150,000	0			
张伟祥	境内自然人	1.85%	13,465,889	0			
束盈	境内自然人	0.90%	6,523,157	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，冯毅、冯华和冯军为胞兄弟关系，为一致行动人。程宇及其配偶分别持有芜湖联企投资咨询合伙企业（有限合伙）10%和 90%的出资份额，程宇和芜湖联企投资咨询合伙企业（有限合伙）构成关联关系，是一致行动人。常州京江永晖投资中心（有限合伙）合伙人常州京江资本管理有限公司、常州京澜资本管理有限公司与常州长平资本管理公司均为中植资本全资子公司，为一致行动人。						

## (2) 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。

## (3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## 5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在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  
否

## 三、经营情况讨论与分析

### 1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

参照披露

互联网营销业

2018年，中美贸易摩擦阴云之下，国内经济下行压力增大，企业发展面临的风险因素和运营压力陡增。报告期内，公司各项业务未受负面冲击，保持良性运行。互联网营销业务突破创新，稳定增长；林产化工板块逆势突围，业绩大增；油墨化工板块稳中求变，完成年度经营目标。报告期内，公司实现营业收入796,770.98万元，较上年同期增长15.88%；实现归属于普通股股东的利润-90,574.41万元，较上年同期下降了192.40%。截至报告期末，公司的总资产规模为251,449.90万元，较上年同期下降了29.14%；归属于上市公司股东的净资产为98,495.76万元，较上年同期下降了47.78%。报告期内公司实现基本每股收益-1.2468元/股。扣除资产减值损失100,415.42万元的影响，实际实现归属于普通股股东的净利润为9,841.01万元。

#### 1、突破创新，稳定增长，互联网营销驱动公司营收提升

报告期内公司互联网营销业务收入678,702.14万元，同比增长17.01%。2018年互联网营销市场整体保持稳定增长，行业生态不断变化，公司互联网营销业务突破创新，驱动公司营收持续增长。从搜索媒体到厂商媒体再到信息流媒体，公司互联网营销业务覆盖全面已形成全媒体资源矩阵；客户覆盖金融、网服、游戏、软件、电商、旅游、教育等各行业，各行业头部客户投放稳定。报告期内，公司更侧重于为客户提供全链条服务。在原有仅仅针对客户营销效果KPI达成的基础上，公司已发展成为从客户的品牌解读至投放前期的预算判断，再到执行期的策略制定、互动设计、媒介方案提供、创意制作、技术支持，同时还兼顾到营销后的KPI全程跟踪、效果优化反馈、定期媒体经验分享、行业趋势解读等全链条服务。整体市场环境及行业格局变化影响营销环境的变化，公司相应调整经营规划和业务布局。作为传统效果类老牌服务公司，凭借规模优势和领先优势，从售前到售后为媒体和客户提供全流程服务，整体服务团队配备优质，为公司和媒体的业绩达成提供高效保障。

2018年，从媒体方面来看，搜索引擎业务依旧占据了最大体量的收入来源，仍是公司的业务根基，贡献了主要的收入。但随着移动互联网的兴起，搜索引擎的流量入口逐渐弱化，搜索业务增长放缓，且寡头格局愈发明显。百度媒体依旧保持稳定增长，360、阿里等媒体资源生态开始多元化媒介形式转型。信息流业务的迅速崛起，是公司营收和经营业绩增长的主要动因。信息流领域新媒体发展迅猛，今日头条业务量大幅增长，今日头条一跃成为公司第二大体量合作媒体。2018年公司开始与腾讯社交广告深度合作，更加完善了业务布局。手机厂商的发展也在2018年对营收增长起到了较大推动作用。尤其是对VIVO的布局以及VIVO媒体的快速增长，对公司业务增长产生积极影响。

从行业及整体环境来看，2018年年中，国家对金融行业管控对业务发展产生一定影响。金融行业是公司重点发展行业之一，持有阿里、360、OPPO等媒体金融行业垂直代理牌照，国家管控及市场整顿对这些媒体产生一定程度的影响。不过公司积极调整市场策略，在环境变化下快速应对，积极开拓其他如游戏、网服、品牌广告主等潜力行业，因此整体营业收入仍保持理想增长。

#### 2、科学决策，把握机遇，林产化工发力为公司增利

2018年度林产化工板块实现营业收入82,433.34万元，同比增长18.10%，实现净利润5,633.89万元，同比增长295.98%。林产化工市场近年来持续处于行业景气低谷，市场有效需求不足，近两年恰逢国家供给侧结构性改革，大量松节油粗加工

企业受环保安全政策的限制关闭转型，歧化松香、松节油及其深加工产品供求关系出现逆转，产品价格自2017年以来持续走高。在外部环境好转的同时，公司对林产化工板块进行了内部管理团队的调整优化，加大了事业部集中管理的力度。报告期内，凭借公司在林产化工领域的规模优势和品牌优势，在林产化事业部正确领导下，管理层审时度势，顺应市场把控节奏，以天龙精细化工为首的林产化工子公司抓住难得的市场机遇，实现营收与利润双丰收，增厚公司利润。由于林产化工的行业属性，其产品价格弹性大，摄取市场机会利润的机遇不可持续，公司林产化工板块仍将着力于提高产品核心竞争力和企业效率，以企业持续健康稳定发展为长远目标。

### 3、精益求精，稳中求变，油墨化工完成年度经营目标

油墨化工板块是公司传统产业，产品覆盖全国并辐射东南亚。水性油墨其环保性符合国家环保政策以及消费趋势，公司产品以规模优势和品牌优势多年来保有国内水性油墨行业前列的优势地位。近年来，上游国际原油价格大幅波动，原材料价格涨势不断，下游包装印刷行业集中度越来越高，作为中间商的油墨企业两端承压。面临增长瓶颈和利润率下滑的现状，2017年始公司油墨事业部决议推进改革，激发活力。裁撤效益低的分支机构，形成以四大生产基地为重心，辐射全国的布局，2018年继续推进改革措施落地，精简结构，提升运营效率，降低经营成本。报告期内油墨事业部继续推进各项管理革新，推动了事业部大宗原材料集中采购、大客户集中管理，并落实推进了事业部信息化的统一建设，规范了事业部财务支出统一管理，建立了统一的核心管理层薪酬及考核制度，实现了从追求销售增长到效益提升的转变。同时推进销售体制改革，完善内部稽查制度，改进工艺，加大产品创新力度等，专注于提升企业内生增长能力。报告期内油墨板块净利润同比增长105.73%，完成了年度经营目标。

### 4、深度整合，统一管理，完善上市公司内控体系

2018年，是新媒体并购子公司业绩承诺期均已届满后的第一年，也是公司从传统制造业向新媒体为核心的现代服务业转型进入深水区的一年。顺应发展的需要，公司从战略上对主要的业务板块进行长远统筹规划，并从管理团队、业务运营、技术创新、内部控制等各个方面加强对子公司的有效整合和深度融合。公司认真吸取了上一年度非标审计意见的教训，对并购类子公司全面实施统一管理。从董事会决策层调整到经营管理层设置，从财务核算系统重新梳理到制度体系进一步完善，自上而下，纵深整合，将所有子公司全面纳入上市公司统一管理体系，完善并巩固了上市公司内控体系。同时强化激励政策，留住优秀人才，稳定业务团队，为公司进一步健康稳定发展打下坚实基础。

2018年，公司上下一心，艰苦努力，为创佳绩奋力拼搏，但由于近年收购过程中形成高额账面商誉价值的资产组出现了减值迹象，公司计提了96,092.75万元的商誉减值准备，导致公司2018年度归属于上市公司股东的净利润出现大额亏损。经本次计提商誉减值后，2018年末公司商誉账面余额锐减至8,507.54万元。2019年，是天龙集团要积极扭亏为盈的关键一年，面临并不乐观的外部环境，公司将秉承“诚信、务实、创新、卓越”的经营理念，砥砺前行，为提升公司价值，实现股东价值最大化而奋斗。

公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第8号——上市公司从事互联网营销业务》的披露要求：

#### 1. 互联网营销行业特殊指标披露

##### (1) 客户分析

	客户数量（个）	收入金额（元，不含税）	客户留存率（报告期内继续签单的客户数量/全部客户数量）
直接类客户	11,189	4,261,927,988.82	56.57%
代理类客户	745	2,215,777,170.98	54.27%
返点收入		309,028,706.17	
其他		287,547.18	
合计	11,934	6,787,021,413.15	56.42%

##### (2) 收入分析

		收入金额（不含税）	占收入总额的比例
移动端	搜索引擎营销	1,080,707,272.24	15.92%
	积分墙营销	3,014,424.52	0.04%
	程序化购买	0.00	0.00%
	信息流	2,644,536,159.12	38.96%
	APP应用	525,967,523.67	7.75%
	其他	13,885,531.72	0.20%
	移动端小计	4,268,110,911.27	62.89%
非移动端	搜索引擎营销	2,086,747,347.32	30.75%

	信息流	0.00	0.00%
	应用平台	0.00	0.00%
	营销数据服务	1,658,532.50	0.02%
	其他	0.00	0.00%
	非移动端小计	2,088,405,879.82	30.77%
返点收入		309,028,706.17	4.55%
自媒体收入		98,336,354.27	1.45%
其他收入		23,139,561.62	0.34%
合计		6,787,021,413.15	100.00%

(3) 合作媒体分析

	收入金额（元，不含税）	占收入总额的比例
门户网站	0	0.00%
搜索平台	3,406,050,238.33	50.18%
应用开发商	207,062,502.81	3.05%
信息流媒体平台	2,685,308,486.01	39.57%
app应用	334,400,049.66	4.93%
其他	154,200,136.34	2.27%
合计	6,787,021,413.15	100.00%

(4) 根据计费方式和媒体平台区分的媒体采购情况

		采购金额（元，不含税）	占采购总额的比例
包断计费	门户网站	0.00	0.00%
	搜索平台	343,620,485.56	5.36%
	应用开发商	0.00	0.00%
	信息流	42,924,199.39	0.67%
	其他	8,164,692.25	0.13%
	包断计费小计	394,709,377.21	6.15%
流量计费	门户网站	48,055,630.78	0.75%
	搜索平台	2,894,010,879.38	45.11%
	应用开发商	187,911,067.49	2.93%
	其他（信息流）	2,774,851,182.95	43.25%
	其他（app应用）	361,481,641.73	5.63%
	其他（积分墙）	2,596,027.77	0.04%
	其他	5,645,167.54	0.09%
流量计费小计	6,274,551,597.64	97.80%	
其他方式		9,402,983.08	0.15%
返点支出		-263,234,889.97	-4.10%
合计		6,415,429,067.95	100.00%

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用  不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
松香、松节油、树脂等	824,333,397.07	160,797,485.30	19.51%	18.10%	116.81%	8.88%
互联网营销服务	6,787,021,413.15	371,592,345.20	5.48%	17.01%	-21.44%	-2.67%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是  否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用  不适用

1、营业收入构成

	2018年		2017年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	7,967,709,804.43	100%	6,876,115,332.30	100%	15.88%
分行业					
互联网营销行业	6,787,021,413.15	85.18%	5,800,249,327.35	84.35%	17.01%
林产化工行业	824,333,397.07	10.35%	697,974,840.94	10.15%	18.10%
油墨化工行业	354,273,998.84	4.45%	374,027,719.65	5.44%	-5.28%
其他业务	2,080,995.37	0.03%	3,863,444.36	0.06%	-46.14%
分产品					
互联网营销行业	6,787,021,413.15	85.18%	5,800,249,327.35	84.35%	17.01%
松香、松节油、树脂等	824,333,397.07	10.35%	697,974,840.94	10.15%	18.10%
水性油墨	229,455,333.07	2.88%	255,275,025.80	3.71%	-10.11%
溶剂油墨	124,713,900.19	1.57%	118,528,458.07	1.72%	5.22%
胶印油墨	104,765.58	0.00%	224,235.78	0.00%	-53.28%
其他业务	2,080,995.37	0.03%	3,863,444.36	0.06%	-46.14%
分地区					
境内	7,618,700,405.67	95.62%	6,599,264,263.80	95.97%	15.45%
境外	349,009,398.76	4.38%	276,851,068.50	4.03%	26.06%

2、营业成本构成

单位：元

行业分类	项目	2018年	2017年	同比增减
------	----	-------	-------	------



		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
油墨化工行业	主营业务成本	273,654,061.80	3.72%	284,929,119.21	4.57%	-3.96%
林产化工行业	主营业务成本	663,535,911.77	9.02%	623,808,952.37	10.00%	6.37%
互联网营销行业	主营业务成本	6,415,429,067.95	87.24%	5,327,245,527.35	85.38%	20.43%
其他业务	主营业务成本	884,441.34	0.01%	3,520,272.45	0.06%	-74.88%
合计		7,353,503,482.86	100.00%	6,238,204,482.62	100.00%	17.88%

## 3、归属于上市公司股东的净利润分析

单位：元

	2018年	2017年	同比增减
营业总收入	7,967,709,804.43	6,876,115,332.30	15.88%
营业总成本	8,833,197,909.96	7,212,649,352.85	22.47%
销售费用	192,294,284.68	175,177,436.89	9.77%
管理费用	221,920,294.18	194,356,249.74	14.18%
财务费用	27,184,289.92	35,613,245.75	-23.67%
研发费用	17,807,795.37	9,870,428.62	80.42%
资产减值损失	1,004,154,157.00	543,701,913.56	84.69%
投资收益	-12,514,311.74	62,798.29	-20027.79%
资产处置收益	-71,285.70	-1,282,119.68	94.44%
其他收益	6,246,958.52	7,893,139.41	-20.86%
归属于上市公司股东的净利润	-905,744,089.94	-309,765,264.87	-192.40%

## 6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

## 7、涉及财务报告的相关事项

## (1) 与上年度财务报告相比，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

## 一、会计政策变更缘由

财政部于2018年6月15日发布了《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15号），对一般企业财务报表格式进行了修订，归并部分资产负债表项目，拆分部分利润表项目；并于2018年9月7日发布了《关于2018年度一般企业财务报表格式有关问题的解读》，明确要求代扣个人所得税手续费返还在“其他收益”列报，实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，在编制现金流量表时均作为经营活动产生的现金流量列报等。

根据上述会计准则修订要求，公司按照该文件规定的一般企业财务报表格式（适用于尚未执行新金融准则和新收入准则的企业）对财务报表格式进行相应变更。

## 二、会计政策变更详情

## 1、会计政策变更日期

公司于以上文件规定的起始日开始执行。

## 2、变更前公司采用的会计政策：

财务报表格式执行财政部《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》财会〔2017〕30号相关规定

## 3、变更后公司采用的会计政策：

财务报表格式执行财政部《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》财会〔2018〕15 号相关规定。仅对财务报表项目列示产生影响，对公司的净资产和净利润不产生影响。

### 三、本次会计政策变更对公司的影响

(一) 根据《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15号)和《关于2018年度一般企业财务报表格式有关问题的解读》公司对，对财务报表相关科目进行列报调整，并对可比会计期间的比较数据进行了调整，具体情况如下：

列报项目	2017年12月31日/2017年度之 前列报金额	影响金额	2018年1月1日//2017年度 经重列后金额	备注
应收票据	54,334,980.02	-54,334,980.02		
应收账款	1,233,147,346.52	-1,233,147,346.52		
应收票据及应收账款		1,287,482,326.54	1,287,482,326.54	
应付账款	348,770,355.09	-348,770,355.09		
应付票据及应付账款		348,770,355.09	348,770,355.09	
应付利息	5,703,701.67	-5,703,701.67		
其他应付款	486,486,753.57	5,703,701.67	492,190,455.24	
管理费用	194,356,249.74	-9,870,428.62	184,485,821.12	
研发支出		9,870,428.62	9,870,428.62	

除上述变化外，本次会计政策的变更对公司无其他重大影响。

### (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。

### (3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

报告期内子公司三惠(福建)工贸有限公司不再纳入合并报表：由于福建三惠停止生产经营，股东对解散公司决议无法达成一致以及因为诉讼事项福建三惠法人代表不执行福建三惠董事会决议、不配合公司的管理，公司对福建三惠无法形成实际控制。根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的规定，合并报表的合并范围应当以控制为基础予以确认，故对于丧失控制权的子公司本报告期不再纳入合并范围。