

# 北京元隆雅图文化传播股份有限公司 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。

声明

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。

全体董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

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

是否以公积金转增股本

☐ 是 ☒ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 130,406,410 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），送红股 0 股（含税），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

### 1、公司简介

|          |                                      |                                      |        |
|----------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------|
| 股票简称     | 元隆雅图                                 | 股票代码                                 | 002878 |
| 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       | 相文燕                                  | 于欣蕊                                  |        |
| 办公地址     | 北京市西城区广安门内大街 338 号港中旅维景国际大酒店写字楼 12 层 | 北京市西城区广安门内大街 338 号港中旅维景国际大酒店写字楼 12 层 |        |
| 电话       | 010-83528822                         | 010-83528822                         |        |
| 电子信箱     | ylyato@ylyato.cn                     | ylyato@ylyato.cn                     |        |

## 2、报告期主要业务或产品简介

本公司主要为世界500强公司及国内知名企业提供整合营销服务，聚焦于礼品（促销品）创意设计和供应、数字化促销服务和新媒体营销。公司主营业务包含三部分：（1）为客户供应礼品（包含方案创意策划、礼品设计研发、采购和销售），收入体现为产品销售收入；（2）为客户提供数字化促销服务，包括基于APP和微信小程序的数字化促销活动整体解决方案、营销礼品电商平台（包括经销商渠道管理电商、礼品集中采购电商、会员积分礼品电商等）的开发和运营及相关仓储物流服务，收入体现为服务收入；（3）新媒体营销业务，向品牌客户提供新媒体广告策略、创意、内容、媒介、运营、数据分析、技术输出、数据监测等营销服务。除了上述整合营销业务，公司还从事创意文化产品的开发和销售，包括自主品牌电子数码产品、大型赛会活动的特许纪念品、贵金属工艺品、承接政府文创项目及与博物馆等文化机构合作开发旅游纪念品等。

市场营销活动中赠送礼品的场景主要包括：（1）随消费者购买商品而赠送礼品，也称为促销品，目的是吸引消费者购买商品或激励其多买，属于买赠性质；（2）商家进行业务推广，如银行、证券、电信运营商、其他商家等向办理新开户、注册新会员的消费者赠送礼品，属于招新性质，目的是吸纳新客户，从而增加客户数量并带动业务收入；（3）会员积分兑换和经销商积分奖励，如银行、保险、航空、商场、品牌等对会员的消费给予积分奖励，品牌方给予经销商按进货量给予积分奖励，一定数量的积分可兑换礼品，目的是鼓励会员消费和经销商进货、强化会员和经销商的品牌忠诚度，属于CRM或者渠道奖励范畴。

相对于派发实物促销品的传统促销模式，数字化促销活动具有吸纳会员、收集消费大数据、提供多样化促销品等功能。品牌方通过发放促销品将消费者纳入会员管理体系，从购物小票可收集消费信息，为进一步精准营销提供大数据支持。数字化促销品品类众多（视频网站会员资格、数字化电影票、移动数据流量包），可以给消费者多样化的选择，品牌方也不需要再渠道终端派驻大量促销员。当然数字化促销活动也可能派发实物礼品，从而衍生出B2C物流业务。

新媒体营销业务来自公司2018年11月完成收购60%股权的谦玛网络。优质的自媒体自带流量、受众精准，近年来，越来越多的品牌不断加码对自媒体广告的投放，尤其在母婴、时尚、美妆、汽车、数码、教育等崇尚口碑传播和KOL影响力显著的行业。自媒体作为一种媒介资源，具有去中心化、高度分散、粉丝数量（类似传统广告的报纸发行量或电视节目收视率指标）和刊例报价变化快、生命周期短等不同于传统媒体的特点，广告服务商有较高的商业价值。谦玛网络顺应这一趋势，向品牌广告主提供“数据+平台+内容+服务”的自媒体营销整体解决方案，负责客户自媒体整合营销的策略策划、创意设计、视频拍摄、H5开发、文案撰写、媒介投放、效果监测等。谦玛网络自主研发精准社交达人资源数据库，整合微信、微博、短视频、电商达人、明星、直播等各种KOL数据，帮助客户制定精准有效的广告投放策略，提升品牌曝光、互动效果，引导销售转化。

除了整合营销业务，公司积极发展创意文化产品。公司自主研发的多款数码小家电、手机周边设备获得中国设计红星奖、美国iF奖、德国红点奖等国内外设计大奖。公司承接北京市科委“北京礼物”和“北京动漫衍生品”设计项目，并于2017年9月与北京世界园艺博览会组委会签署特许权合同，成为2019年北京世界园艺博览会纪念品特许生产商和特许零售商，于2018年8月与北京2022年冬奥会奥组委正式签订了特许权合同，成为2022年北京冬奥会纪念品特许生产商和特许零售商。

报告期内，公司主营业务因收购谦玛网络60%股权而增加新媒体营销业务，未发生重大变化。

## 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                   | 1,051,573,441.89 | 819,257,483.59 | 28.36%    | 706,814,845.46 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 93,544,726.60    | 71,452,020.50  | 30.92%    | 50,250,695.95  |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 83,367,410.98    | 66,909,608.19  | 24.60%    | 47,962,054.66  |
| 经营活动产生的现金流量净额          | -5,044,169.25    | 36,772,534.67  | -113.72%  | 63,210,149.01  |
| 基本每股收益（元/股）            | 0.73             | 0.62           | 17.74%    | 0.52           |
| 稀释每股收益（元/股）            | 0.73             | 0.62           | 17.74%    | 0.52           |
| 加权平均净资产收益率             | 16.74%           | 18.22%         | -1.48%    | 23.28%         |
|                        | 2018 年末          | 2017 年末        | 本年末比上年末增减 | 2016 年末        |
| 资产总额                   | 1,005,724,241.48 | 714,405,994.92 | 40.78%    | 484,967,506.91 |
| 归属于上市公司股东的净资产          | 605,040,729.16   | 519,256,206.55 | 16.52%    | 237,141,091.78 |

## (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                   | 203,228,019.50 | 240,595,387.47 | 234,974,456.60 | 372,775,578.32 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 19,946,903.14  | 28,837,272.34  | 18,749,061.87  | 26,011,489.25  |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 17,240,630.73  | 27,311,017.49  | 16,886,909.97  | 21,928,852.79  |
| 经营活动产生的现金流量净额          | 53,905,951.52  | -40,971,139.18 | -9,886,817.47  | -8,092,164.12  |

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<br>股东总数        | 8,434       | 年度报告披露日<br>前一个月末普通<br>股股东总数 | 7,155      | 报告期末表决<br>权恢复的优先<br>股股东总数 | 0       | 年度报告披露日前<br>一个月末表决权恢<br>复的优先股股东总<br>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<br>数量          | 质押或冻结情况 |                                       |   |
|                        |             |                             |            |                           | 股份状态    | 数量                                    |   |
| 元隆雅图（北<br>京）投资有限<br>公司 | 境内非国<br>有法人 | 44.32%                      | 57,800,000 | 57,800,000                | 质押      | 3,536,000                             |   |
| 孙震                     | 境内自然<br>人   | 14.58%                      | 19,017,353 | 19,017,353                | 质押      | 3,002,710                             |   |
| 李素芹                    | 境内自然<br>人   | 4.43%                       | 5,780,000  | 5,780,000                 |         |                                       |   |

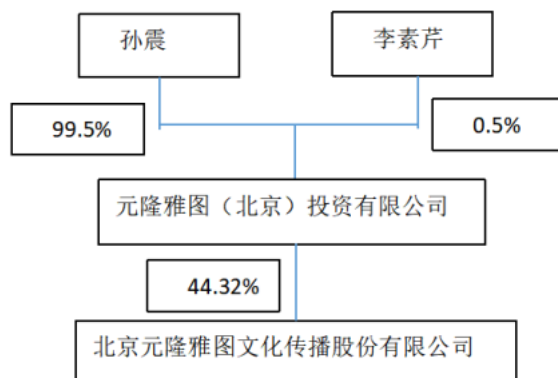
|                                  |                                       |       |           |           |    |           |
|----------------------------------|---------------------------------------|-------|-----------|-----------|----|-----------|
| 招商银行股份有限公司一鹏华新兴产业混合型证券投资基金       | 境内非国有法人                               | 3.09% | 4,029,603 | 0         |    |           |
| 王威                               | 境内自然人                                 | 2.66% | 3,468,000 | 3,468,000 | 质押 | 2,958,000 |
| 鹏华基金一建设银行一中国人寿一中国人寿委托鹏华基金公司混合型组合 | 境内非国有法人                               | 1.37% | 1,791,064 | 0         |    |           |
| 杨平生                              | 境内自然人                                 | 1.26% | 1,637,647 | 1,637,647 |    |           |
| 饶秀丽                              | 境内自然人                                 | 1.11% | 1,445,824 | 1,156,104 |    |           |
| 基本养老保险基金一二零三组合                   | 境内非国有法人                               | 1.02% | 1,325,294 | 0         |    |           |
| 招商银行股份有限公司一鹏华创新驱动混合型证券投资基金       | 境内非国有法人                               | 0.73% | 949,710   | 0         |    |           |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明                 | 元隆雅图（北京）投资有限公司由孙震控股，李素芹与孙震为母子关系、一致行动人 |       |           |           |    |           |
| 参与融资融券业务股东情况说明（如有）               | 无                                     |       |           |           |    |           |

## （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  
否

#### （一）经营业绩

##### 1、营业收入

2018年度，公司实现营业收入10.52亿元，同比增长28.36%；其中主营业务收入10.34亿元，同比增长27.24%。主营业务包括礼赠品供应、促销服务和新媒体营销，礼赠品供应业务实现收入8.33亿元，同比增长18.84%；促销服务业务实现收入1.40亿元，同比增长25.59%，新媒体营销（谦玛网络）全年实现收入1.83亿元，同比增长51.54%。因60%股权收购于11月初完成，故合并11月和12月收入6,067.04万元。

公司最近3年营业收入构成情况如下：

单位：万元

|          | 2018 年     | 增长率     | 2017 年    | 增长率     | 2016 年    |
|----------|------------|---------|-----------|---------|-----------|
| 礼赠品      | 83,262.27  | 18.84%  | 70,060.37 | 25.15%  | 55,980.51 |
| 促销服务     | 14,024.12  | 25.59%  | 11,166.90 | -11.85% | 12,667.65 |
| 新媒体营销    | 6,067.04   |         | --        |         | --        |
| 贵金属和特许产品 | 1,630.05   | 133.37% | 698.48    | -65.65% | 2,033.33  |
| 房产出租     | 173.88     |         | --        |         | --        |
| 营业总收入    | 105,157.34 | 28.36%  | 81,925.75 | 15.91%  | 70,681.48 |

#### 2、利润和现金流情况

##### （1）利润

2018年度，公司实现合并报表净利润9,842.89万元，同比增长35.46%；归属母公司股东净利润9,354.47万元，同比增长30.92%。

与2017年相比，2018年收入增速从15.91%提高到28.36%，毛利率同比基本持平，但由于北京营运中心扩建产生的房租费用和员工股权激励加速摊销费用合计增加2,133.66万元，下拉归属母公司股东净利润增长率25.38个百分点。受上述综合因素的影响，2018年归属母公司股东净利润增速为30.92%。

##### （2）经营性现金流

2018年度，公司经营性现金流净额-504.42万元，同比减少4,187.67万元，主要原因是：9-12月收入额较大，约4.22亿元（不含谦玛网络），同比增加约9,077.02万元（不含谦玛网络），期末应收账款5.02亿元，而年末向供应商付款集中，期末应收账款增加额与应付账款增加额的差达到1.63亿元。截止2019年4月12日，报告期末应收账款已收回43,413.04万元，占应收账款余额86.20%。

#### （二）经营情况

##### 1、礼赠品业务总体持续增长，头部客户业绩贡献提升

在行业需求保持稳中有增、公司的综合竞争实力进一步增强的大背景下，公司2018年礼赠品实现销售额8.33亿元，同

比增长 18.84%。礼赠品业务毛利率 23.21%，与 2017 年的 23.45%基本持平。前五大客户礼赠品销售额 5.70 亿元，同比增长 28.80%；前十大客户贡献收入 6.76 亿，同比增长 20.61%。前五大客户占比 68.44%，同比上升 5.29 个百分点；前十大客户占比 81.22%，同比上升 1.19 个百分点，前五大、前十大客户占比稳中略升。为大企业客户进行礼赠品设计和供应的专业定制化服务是公司的核心业务，不断夯实核心大客户的礼赠品业务，保持并努力增加在核心客户礼赠品采购中的份额，是公司提高收入和利润最有效的途径，也是人均创收、创利效率最高的方式。2、新客户开发、新领域进入战略初见成效

新的核心大客户开拓始终是公司的战略重点。公司目前的核心客户均为进入 5 年以上的成熟客户，而新客户从开发到取得供应商资格、获得零星订单，到成为其主要的礼赠品供应商，占有客户礼赠品采购 30%以上的份额，通常需要 2-3 年时间。2018 年以来，公司重点布局快消和金融行业的客户开发。截止到目前，公司已获得可口可乐、欧莱雅、飞鹤奶粉、中国银行、中国工商银行、中信银行、中国平安、农业银行的礼赠品供应商资质，随后将在银行信用卡开卡礼、信用卡积分商城礼品、保险销售随手礼等领域争取订单突破。公司新进入上述金融企业客户，对客户需求、偏好、采购流程、内部竞争格局等还需要熟悉的过程，2018 年新客户对公司业绩尚未产生影响。

### 3、成功收购谦玛网络，补充新媒体营销板块

2018 年，公司以现金 2.08 亿元收购了谦玛网络 60%股权，成为其控股股东。谦玛网络专注于互联网新媒体营销业务，是以“数据分析+平台管理+创意策划+客户服务”为业务内核的综合新媒体营销服务商。谦玛网络凭借在新媒体整合营销以及新媒体在线分析投放等领域的服务经验和技术解决方案，向客户提供策略、创意、内容、媒介、运营、数据分析、数据监测等营销服务。谦玛网络目前服务的广告主涵盖了互联网电商、网服、快消、美妆、快餐、母婴、在线教育、汽车等行业 200 多家品牌客户和 4A 广告公司，在客户资源上与公司可以产生显著的协同效应。

收购谦玛网络，为公司补充了一个新的业务版块，也让公司从线下走向线上，将来可以为客户提供线上线下打通的整合营销服务。谦玛网络管理团队承诺 2018-2020 年完成扣除非经常性损益净利润 3,200 万元、4,000 万元、5,000 万元。2018 年，谦玛网络实现扣除非经常性损益净利润 3,498.89 万元，超过业绩承诺 9.34%。

### 4、特许业务蓄势待发

2019 年世界园艺博览会将于 4 月 29 日-10 月 7 日在北京举行，此园博会为继 1999 年昆明园博会之后第二次在中国举办的世界级园艺博览会。目前已有 110 个国家确认参展，为历届之最。公司获得了北京世园会特许纪念品生产商和零售商资质，并被授予园区中国馆纪念品商店独家经营权、天猫旗舰店的独家代运营权。北京冬奥会将于 2022 年 2 月召开，经过激烈的竞争，公司获得北京冬奥会特许纪念品生产商和零售商资质。每个特许生产商最多只能申报 3 个品类，公司凭借出色的创意设计能力和上市公司品牌优势，获得贵金属、毛绒、徽章等三大热门品类的生产资质。两大特许业务的资质已如期取得，对公司的业绩贡献将陆续在 2019-2021 年体现。

### 5、数字化营销业务深耕核心客户

客户对线下数字化营销的需求增长较快，针对客户的经销商奖励、利用促销品进行线下导流、无促销员门店礼品发放、手机摇红包、样品（试用装）派发等需求，公司为核心客户提供了多种定制化数字化解决方案。公司在数字化整合营销领域的创新能力和执行能力不断提升。2018 年，数字化营销服务获得收入 8,871.30 万元，同比增长 38.98%；在促销服务业务中占比 63.26%，同比增加 6.10 个百分点。

## （三）对外投资情况

### 转让景栗科技股权

2018 年 1 月，公司对景栗科技投资 2000 万元，占其总股本 10%。2018 年 12 月，公司在景栗科技进行 A+轮融资时向景栗科技创始人转让股权并退出，股权转让价格考虑景栗科技 A+轮投后估值 2.8 亿元及 A 轮融资稀释后的公司股权比例 8.28%，经交易双方协商确定为 2,318.40 万元。由于年末未完成交割，公司确认公允价值变动收益 318.40 万元。

## 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

## 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

## 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

#### (1) 重要会计政策变更

①根据财政部《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)，经董事会第三届第六次决议通过，本公司对财务报表格式进行了以下修订：

#### A、资产负债表

将原“应收票据”及“应收账款”行项目整合为“应收票据及应收账款”；

将原“应收利息”及“应收股利”行项目归并至“其他应收款”；

将原“固定资产清理”行项目归并至“固定资产”；

将原“工程物资”行项目归并至“在建工程”；

将原“应付票据”及“应付账款”行项目整合为“应付票据及应付账款”项目；

将原“应付利息”及“应付股利”行项目归并至“其他应付款”；

将原“专项应付款”行项目归并至“长期应付款”。

#### B、利润表

从原“管理费用”、“销售费用”中分拆出“研发费用”；

在“财务费用”行项目下分别列示“利息费用”和“利息收入”明细项目；

#### C、股东权益变动表

在“股东权益内部结转”行项目下，将原“结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”改为“设定受益计划变动额结转留存收益”。

本公司对可比期间的比较数据按照财会[2018]15号文进行调整。

财务报表格式的修订对本公司的资产总额、负债总额、净利润、其他综合收益等无影响。

②根据财政部《关于2018年度一般企业财务报表格式有关问题的解读》，本集团作为个人所得税的扣缴义务人，根据《中华人民共和国个人所得税法》收到的扣缴税款手续费在“其他收益”中填列，对可比期间的比较数据进行相应调整，本公司不存在需要进行调整的情况。

(2) 重要会计估计变更

本公司不存在重要会计估计变更。

**(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

公司于2018年11月开始对谦玛网络合并报表。

**(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计**

☐ 适用 ☒ 不适用