

证券代码：300063

证券简称：天龙集团

公告编号：2019-089

# 广东天龙油墨集团股份有限公司 2019 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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明：

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

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
-----------	-----------	-----------	--------

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

### 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	王晶	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	
电话	0758-8507888	0758-8507888	
电子信箱	tljt@tlym.cn	tljt@tlym.cn	

### 2、主要财务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）	3,755,877,367.00	3,813,687,321.06	-1.52%
归属于上市公司股东的净利润（元）	60,307,436.77	77,330,762.41	-22.01%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	49,801,642.74	76,108,533.93	-34.56%

经营活动产生的现金流量净额（元）	-13,902,287.24	-32,405,302.00	57.10%
基本每股收益（元/股）	0.0830	0.1032	-19.57%
稀释每股收益（元/股）	0.0830	0.1032	-19.57%
加权平均净资产收益率	5.94%	4.02%	1.92%
	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）	2,677,426,339.34	2,514,499,026.71	6.48%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,046,654,803.96	984,957,559.49	6.26%

### 3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数	31,859	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
冯毅		23.50%	170,724,933	128,043,700		
程宇		10.07%	73,158,473	0		
常州长平资本管理有限公司		5.90%	42,875,990	0	质押	28,605,922
上海进承投资管理中心（有限合伙）		2.95%	21,437,995	0	质押	17,150,000
冯华		2.78%	20,225,000	15,168,750		
常州京江永晖投资中心（有限合伙）		2.42%	17,561,155	0		
芜湖联企投资咨询合伙企业（有限合伙）		1.97%	14,291,997	0		
冯军		1.95%	14,150,000	0		
张伟祥		1.17%	8,465,900	0		
束盈		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。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	上述股东中，不存在参与融资融券情况。					

### 4、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

公司报告期实际控制人未发生变更。

## 5、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。

## 6、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  
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

2019年上半年，国内需求放缓，房地产市场、投融资平台等领域潜在风险增大，在国际经济形势复杂多变和国内通胀双重压力下，企业面临原材料上涨、生产成本上升、融资环境趋紧、外部市场需求下降等多方面挑战。公司以统一思想，担当使命；统一目标，全力保壳；统一行动，稳中求进的“三个统一”思想为指导方针，做到从铺摊子到上台阶，从追求销售增长到追求效益增长，从经营产品到经营品牌的“三个转变”。公司上下围绕共同目标奋力拼搏、共克时艰，推进公司三大业务齐头并进。互联网营销板块保持对市场的敏锐洞察，持续发展搜索营销，重点布局信息流和厂商业务，着力提升短视频业务的市场占有率，营收保持稳定；油墨化工板块经历结构性改革，进一步优化整合，焕发活力，业绩较上年同期显著增长，为公司带来稳定的现金流；林产化工板块顺势利导，顺应行情，凭借有效管理和规模优势，厚积薄发，整体盈利仍高于往年平均水平。报告期内，公司共实现营业收入375,587.74万元，实现归属于上市公司股东的净利润6,030.74万元。

2019年上半年，互联网营销行业整体稳定增长。三大媒体占据整体营销市场半壁江山，寡头趋势更为明显。从媒介形式来看，搜索媒体增长进一步放缓，行业发展转为以信息流、厂商流量为主。除此之外，短视频等新兴媒体的出现进一步丰富了营销模式，成为市场新的增长点。报告期内，搜索引擎业务仍是公司的业务根基，依托丰富的搜索营销服务经验，公司继续保持搜索大盘业务的稳定发展，规模优势明显，百度搜索仍为公司新媒体业务第一大合作媒体。与此同时，公司紧跟市场，强化布局，信息流业务成功崛起，成为新媒体业务的主要收入来源，以今日头条为首的移动信息流媒体仍保持快速增长态势，成为报告期内第二大合作媒体。此外，公司与腾讯的合作进一步拓展，业务量显著上升，腾讯一跃成为报告期内公司的第三大合作媒体。报告期内，公司继续秉承全媒体大数据整合营销的理念，顺应市场变化积极谋划，系统整合，优化布局，牢牢把握住了短视频媒体发展的新机遇。

随着中美之间持续贸易摩擦，国内环保政策不断升级，传统化工行业面临产业转移、订单减少、需求下降的不利局面，同时环保投入和人力成本持续增加也使企业成本不断攀升。作为经营水性油墨26年、连续18年在国内排名前列的水性油墨企业，公司始终秉持着诚信、务实、创新、成就的企业精神，克服外部环境和内在发展的不利因素，研发和销售更具环保性的安全的油墨产品，为客户提供专业和个性化的服务，持续推动国内绿色印刷进程。公司油墨事业部在力求稳健经营的基础上深化内部改革，报告期内，公司继续落实精简机构的措施，完成了武汉及沈阳两家子公司的注销；新成立集采中心充分发挥优势，控制原材料成本；改组标准化中心，启动品牌营销，提升品牌形象。报告期内，油墨化工板块实现了营收增长和利润的双突破。

随着林产化工松香、松节油等产品价格持续下跌，市场需求滑落。公司林化事业部在充分调研的基础上，准确预判市场，实现产销平衡，确保了利润的最大化。报告期内，林产化工板块完成半年度销售及业绩目标，业绩仍高于往年平均水平。

在经历了前两个会计年度的大额商誉减值准备后，公司面临的商誉减值风险已大大降低。为提升公司的内生动力，激发团队的积极性，报告期内，公司启动了限制性股票激励计划，对公司高级管理层、核心骨干团队予以限制性股票激励，实现了公司利益、核心团队利益和股东利益的统一，将有力地促进公司经营目标的达成和持续稳定的发展。

#### 1. 互联网营销行业特殊指标披露

##### (1) 客户分析

单位：人民币元

客户数量（个）	收入金额（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	13,491	1,965,610,907.05	55.63%
代理类客户	655	1,205,987,534.63	44.32%
返点收入		93,439,736.82	
<b>合计</b>	<b>14,150</b>	<b>3,265,038,178.50</b>	<b>54.80%</b>

(2) 收入分析

单位：人民币元

		收入金额（不含税）	占收入总额的比例
移动端	搜索引擎营销	333,124,226.43	10.20%
	积分墙营销	0.00	0.00%
	程序化购买	0.00	0.00%
	信息流	1,534,309,566.21	46.99%
	APP应用	351,668,422.94	10.77%
	其他	16,019,927.67	0.49%
	<b>移动端小计</b>	<b>2,235,122,143.25</b>	<b>68.46%</b>
非移动端	搜索引擎营销	876,613,571.84	26.85%
	信息流	0.00	0.00%
	应用平台	0.00	0.00%
	营销数据服务	235,697.76	0.01%
	其他	33,255,953.55	1.02%
	<b>非移动端小计</b>	<b>910,105,223.15</b>	<b>27.87%</b>
返点收入		93,487,497.21	2.86%
自媒体收入		20,899,983.53	0.64%
其他收入		5,423,331.36	0.17%
<b>合计</b>		<b>3,265,038,178.50</b>	<b>100.00%</b>

(3) 合作媒体分析

单位：人民币元

	收入金额（不含税）	占收入总额的比例
门户网站	17129748.3	0.52%
搜索平台	1,283,821,251.26	39.32%
应用开发商	52,319,242.30	1.60%
信息流媒体平台	1,541,595,607.37	47.21%
app应用	319,469,008.61	9.78%
其他	50,703,320.66	1.55%
<b>合计</b>	<b>3,265,038,178.50</b>	<b>100.00%</b>

(4) 根据计费方式和媒体平台区分的媒体采购情况

单位：人民币元

	采购金额（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	121,084,187.01	3.69%
	应用开发商	0.00	0.00%
	信息流	18,356,350.41	0.56%
	其他	294,879.71	0.01%
	<b>包断计费小计</b>	<b>139,735,417.13</b>	<b>4.26%</b>
流量计费	门户网站	10,903,369.48	0.33%
	搜索平台	1,172,200,031.49	35.73%
	应用开发商	44,645,242.08	1.36%
	其他（信息流）	1,693,523,930.76	51.62%
	其他（app应用）	360,571,307.00	10.99%
	其他（积分墙）	0.00	0.00%
	其他	22,020,956.65	0.67%
<b>流量计费小计</b>	<b>3,303,864,837.46</b>	<b>100.70%</b>	
其他方式	2,904,280.88	0.09%	
返点支出	-165,508,397.90	-5.04%	
<b>合计</b>	<b>3,280,996,137.57</b>	<b>100.00%</b>	

(5)合作平台

单位：人民币元

合作平台	交易金额（元）
需求方平台	0
供应方平台	3,280,996,137.69
广告交易平台	119,436,197.23

## 2、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说明

适用  不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

### （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）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变更说明

适用  不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。