

证券代码：002094

证券简称：青岛金王

公告编号：2018-020

# 青岛金王应用化学股份有限公司 2017 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	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

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 407,383,485 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.20 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 7 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	青岛金王	股票代码	002094
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	杜心强	齐书彬	
办公地址	青岛市崂山区香港东路 195 号上实中心 T3 楼 16 楼	青岛市崂山区香港东路 195 号上实中心 T3 楼 16 楼	
电话	0532-85779728	0532-85779728	
电子信箱	stock@chinakingking.com	qsb@chinakingking.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司的主营业务分为化妆品业务、新材料蜡烛及工艺制品业务和油品贸易业务三大板块。其中，化妆品业务、新材料蜡烛及工艺制品业务系公司的核心业务发展板块。

#### （一）化妆品业务板块

2013年以来公司通过投资、并购等方式整合优势资源，加速向化妆品领域拓展，确定了围绕化妆品研

发、生产、线上线下营销渠道、品牌运营的整体产业规划和布局，逐步建设形成完整的化妆品全产业链。

报告期内，公司实施重大资产重组，收购杭州悠可（UCO.com）63%的股权（已于2017年3月22日通过中国证券监督管理委员会上市公司并购重组审核委员会审核无条件通过），2017年5月份完成杭州悠可股权过户，杭州悠可（UCO.com）系专注于化妆品垂直领域的电子商务企业，为多家国际化妆品品牌商提供多平台、多渠道、全链路的电子商务一站式服务。目前杭州悠可（UCO.com）已建立起以代运营天猫官方旗舰店、品牌官网为主，向主流电商平台等线上经销商分销为辅的经营模式，服务内容涵盖旗舰店及官网建设、整合营销、店铺运营、客户服务、商业分析、仓储物流和供应链管理等。收购完成后杭州悠可（UCO.com）成为上市公司全资子公司，在巩固线上营销优势的同时，可与上市公司母公司、各化妆品控、参股子公司在品牌宣传、销售渠道共享、研发、生产支持等多环节进一步实现协同效应与规模效应，从而带动杭州悠可（UCO.com）在化妆品行业整体竞争力的提升，增强杭州悠可（UCO.com）的整体盈利和抗风险能力。杭州悠可（UCO.com）的化妆品线上营销规模和行业竞争力将得到提升。未来杭州悠可将通过上市公司化妆品全产业链布局，寻求与更多优质品牌合作，拓大业务规模。其次，通过与上市公司化妆品产业链其他板块协作，杭州悠可将从以下方面为品牌客户提供更为综合性的服务：1）借助智能IT系统整合上市公司线下营销渠道数据资源，获取更多化妆品行业一手数据，通过大数据挖掘实现整体服务水平的升级；2）尝试化妆品O2O，实现线上消费者和线下渠道对接，使消费者既可以在线下实体店亲身体验产品，又可以享受线上购物的便利，打造“虚拟+现实”的购物体验。对于杭州悠可来说，这样能为品牌客户提供覆盖范围更广、互动性更强、效率更高的营销、运营服务，推动双方合作关系的巩固和进一步发展。报告期内，杭州悠可（UCO.com）通过引入新品牌，增加分销渠道，积极开发诸如小红书、网易考拉平台海外购平台等增量措施不断提升代运营业务和分销业务规模，带动公司化妆品业务收入和利润快速增长。

报告期内，公司全资子公司金王产业链管理有限公司及各省市区化妆品渠道管理公司陆续同终端零售企业联手成立各省份众妆供应链公司，以各省众妆供应链公司为基础，打造“数字化新零售服务平台”，通过集中采购、智能物流以及为终端店接入综合管理系统等方式，推动零售终端进行数字化产业升级，提升零售终端管理效率，增强零售终端的市场竞争力，为公司在化妆品领域的长期可持续发展奠定了基础。

报告期内，金王产业链管理有限公司继续开展全国线下优势渠道资源整合，进一步深耕线下渠道运营环节，不断加大线下渠道的拓展宽度和深度，形成多元化和高效协同的销售网络和线上、线下渠道互动互通的全渠道布局。

报告期内，公司化妆品业务运营情况良好，业绩符合预期，带动公司盈利水平快速提升，净利润大幅增长。

## （二）新材料蜡烛及相关工艺制品等业务板块

公司所从事的新材料蜡烛及相关工艺制品行业属于日用消费品行业，经过多年发展，蜡烛市场已经比较成熟，其总体市场销售额不会出现跳跃式的高速增长。但是，出于文化、宗教和日常生活需要等原因，蜡烛及相关制品已经成为国外消费群体生活的必需品，相关消费习惯和消费模式受宏观经济波动的影响相对较小。这使得公司主要的外销市场对蜡烛及相关制品的需求存在一定的刚性。近几年来，随着国内人民生活水平的提高和全球化对居民生活方式的影响，特别是居民消费行为从基本型向享受型的转变，蜡烛作为生活装饰品与环境净化品有望逐步被市场接受，国内需求也将有望呈现稳步增长的态势。因此，国内外市场对蜡烛及其相关制品的消费需求将长期稳定存在并持续增长，使得行业具有稳定的发展前景。

公司多年来通过自主创新、研发设计、提升品牌效应、打造国际化产业布局等手段，逐步形成了品牌和产品差异化的优势，在产品细分市场上保持绝对领先优势，已发展成为具有国际竞争力的新材料蜡烛制

品及相关制品生产商，行业龙头地位突出。

油品贸易业务板块，公司主要开展石蜡、燃料油及沥青等石油副产品的大宗商品贸易。公司系通过批发商模式进行油品贸易业务的中间服务商，目前主要采用锁定了上下游差价的闭口业务模式。

### 公司未来发展的展望

#### （一）公司及市场情况

公司于2013年在原有业务稳步发展的情况下，确定了围绕化妆品产业链建设“颜值经济产业圈”平台的大战略，经过过去几年的积累和创新，现已拥有200多个国内外知名品牌的特许经营及代理权，业务涵盖了自有品牌研发生产、渠道分销、电商运营及品牌运营，已逐步打造成为中国化妆品行业最具竞争力及规模最大的供应链服务平台。

公司在2017年开始由前端供应链直接打通末端零售业态，公司已经开始大面积在全国各省地区的零售CS化妆品行业整合、多业态互联发展和全渠道渗透的布局，公司已经积极投入信息化、数字化建设，充分利用互联网、物联网、大数据和人工智能技术，重塑供应链体系、打通上下游产业、融合线上线下渠道，逐步由货品运营向顾客全生命周期运营模式转型。

#### （二）公司战略定位

公司在深入贯彻和执行“颜值经济产业圈”平台的发展战略基础上，加强自有、独家和海外品牌引进，以各省众妆供应链为基础，利用互联网工具、大数据和人工智能科技对供应链和终端零售进行信息化、数字化、智能化改造升级，应用智能POS终端，打通零售会员系统，形成统一的会员运营和服务体系，对内提升效率、降低成本、改善运营流程，打造“数字化新零售SaaS科技服务平台”，对外输出创新技术和服务一体化解决方案，促进化妆品行业资源和科技成果转化为价值，致力成为全国领先的颜值产业数字化供应链及新零售科技服务平台。

#### （三）公司发展战略规划

##### 1. 持续增强化妆品供应链优势，深化上下游合作关系，全方位覆盖化妆品产业链；

2017年10月国务院发文将供应链创新发展上升为国家战略，公司从2015年开始已非常重视供应链的建设，未来将持续增加投入，巩固公司在化妆品供应链的优势地位。基于多年来积累的上游品牌资源和深厚的合作伙伴关系，结合不断扩张的终端零售规模，进一步强化自有及独家品牌订制品牌体系建设，融合信息化、数字化、智能化科技手段，建设行业领先的供应链网络，配合供应链金融支持，促进内生增长与协同，实现多环节降本增效，达成供应链直接与下游终端新零售全面一体化发展。

##### 2. 加强线上业务布局和终端零售品牌建设，拓展并尝试多种新零售经营业态；

从化妆品渠道发展趋势来看，电商和CS渠道都在快速增长，公司持续看好线上线下融合的新零售业态，未来将展开以用户运营为核心的多种新零售经营模式创新，结合公司供应链优势，持续做大做强线上业务，积极在全国范围内布局新零售业务，扩大终端零售商业品牌影响力，构建全渠道统一的终端用户运营体系，结合消费金融产品，推动线上线下技术和服务创新，提升公司综合管理水平，促进新零售业务快速发展。

##### 3. 大力发展智慧供应链和智慧零售相关信息技术，应用大数据及人工智能科技提高数据化、精细化运营水平；

在新零售的新形势下，公司顺应时代变化，积极主动进行信息化、数字化转型，联合行业领先合作伙伴打造智慧供应链和智慧新零售协同的整体解决方案，短期内通过系统化整合措施，提升公司管理水平和运营效率，将信息化系统、数字化运营能力向产业链覆盖，长期将加强技术和数据能力，最终形成数字化供应链服务平台和智能化终端新零售科技服务平台；

4. 积极加大品牌的独家订制，开发引入优质国货品牌，扶持国货崛起，同时引入海外优质品牌，丰富国内消费者性价比及差异化的选择。

公司长期重视品牌资源拓展，现已拥有200多个国际、国内优质品牌资源，公司的全国“众妆供应链”拥有各类品牌在中国市场的品牌渠道分销和终端推广的能力，能够利用供应链的强大市场消化能力，最大最快的提升品牌的市场份额，提升市场和消费者的认知度，孵化出优质品牌，并助力品牌成长。

未来将充分利用数字化新零售服务平台，发挥全国各省“众妆供应链公司”的终端资源和分销、推广优势，加强国外优质品牌引进，满足国内消费者多样化、个性化及寻求高性价比产品的需求，在加大“众妆供应链”订制产品的同时，积极引入国内优质品牌进行高效分销，快速覆盖终端，扶持优质国货品牌崛起。

5. 加大人才投入，集聚专业人才和管理人才，为公司未来战略发展提供强劲支撑；

公司未来将加大人才投入，吸引在供应链管理、零售组织管理、大数据运营、技术服务等领域经验丰富、执行力强的人才加入，对公司战略落地、业务发展、组织管理将起到关键作用。

#### （四）公司经营计划

结合公司2017年度的经营情况并参照本公司 2017年度的销售额、成本、利润等指标，公司2018年经营目标是营业收入达到70亿元人民币，GMV（总成交额）达到100亿元人民币，在此基础上改善收入结构，提高公司盈利能力。

公司将通过内生及外延式增长继续深入贯彻和执行“颜值经济产业圈”平台的发展战略，通过实施并购、合资、合作、引进等多方面资本、产业运作，致力于打造全国领先的颜值产业资源整合平台，通过业务管理中心自上而下统筹规划，进行化妆品及周边产业的培育、整合、运营以及各控、参股子公司投后管理，完善公司化妆品业务体系。

重点发展全国众妆供应链，加快金王产业链管理公司及各省市化妆品渠道管理公司同终端零售企业联手成立众妆供应链公司步伐，以各省众妆供应链公司为基础，通过数字化等手段对现有零售终端店进行升级，打造“数字化新零售科技平台”，通过集中采购、智能物流、消费金融以及为终端店接入综合管理系统等方式，推动新零售终端进行数字化产业升级，并利用全国各省总仓作为终端店B2B供货平台，真正实现去库存、降低流转成本的目的。通过信息、资源共享，提高各省级或区域渠道运营商的经营效率，降低流转成本；同时协助自身及合作的化妆品品牌、生产方共享消费渠道和终端资源，从而实现高效分销，快速覆盖终端网点。最终，在上下游两个层面不断推动平台发展，持续加强公司渠道规模，用户规模，销售规模。

新材料工艺蜡烛方面，利用公司在新材料蜡烛行业内产品和品牌的竞争优势，调整产品结构，深度挖掘老客户潜力，在为老客户创造更多价值的基础上，继续开发支柱性大客户，以进一步巩固和扩大全球营销网络，增加公司外销的市场份额，通过产品创新和自有品牌建设实现稳定的收入增长。另一方面，在控制业务风险的前提下，稳步发展公司的油品贸易业务，结合化妆品业务对资金的需要，逐步控制油品贸易规模。

#### （五）资金需求及使用计划

根据公司 2018年度资金需求及使用计划，本年度公司及子公司计划向银行申请总额度不超过 29.8亿元综合授信，按照业务的实际需求确定融资的具体金额与性质。

#### （六）公司面临的风险和应对措施

##### 1、原材料等大宗商品价格波动风险

公司供求关系中的主要原材料为石油副产品——石蜡。石蜡价格波动和国内垄断性的供应目前依然是影响公司经营业绩的主要不利因素之一。近年来公司主要原材料价格跟随大宗商品价格变化呈现出持续波动的局面，对公司产品的利润产生直接影响。虽然公司采取了一系列措施，如与主要客户建立产品售价与原材料价格联动机制、实行规模化采购、根据主要原材料的价格走势制定科学的采购计划，但如果原材料价格发生剧烈波动，将可能直接影响公司产品成本和毛利率水平，从而对公司盈利能力产生不利影响。

此外，公司自2007年开始开展油品贸易业务，业务品种包括石蜡及相关石油副产品，如燃料油和沥青等大宗商品。油品贸易业务经过多年发展，与供应商和客户之间建立起了良好的合作关系，具备了规模化采购的优势。但当大宗商品价格出现剧烈波动时，可能会出现油品贸易下游客户订单违约、公司滞压大量贸易品导致存货和存货跌价准备大幅上升的情况，给公司盈利带来不利影响。

### 2、人民币汇率波动风险

报告期内，人民币对美元汇率持续升值，为公司产生了一定汇兑损益，近期中美之间贸易摩擦对人民币汇率影响尚无法预计，未来汇率走势存在较大的不确定性，存在一定汇兑风险。公司继续通过与结算银行密切合作，加大合理安排外币与人民币资金运用的力度，适当利用金融工具控制汇率风险。同时，继续通过与长期合作客户积极沟通，利用合同给定波动预期、利用人民币作为主要结算工具等方式，进一步规避人民币波动风险。

### 3、劳动用工短缺的风险

公司所处行业属劳动密集型行业，报告期内，公司国内外生产基地仍不同程度的出现劳动用工短缺，用工成本也逐年提高。公司通过与偏远地区学校实现长期校企合作方式，解决了部分用工短缺困难。同时，公司通过建立与核心员工长期的利益分享与共同成长机制，积极改善员工待遇，提高员工权益保障，实现了员工与企业长期共同发展。

## 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

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	4,676,528,740.21	2,370,996,333.22	97.24%	1,476,888,404.41
归属于上市公司股东的净利润	402,939,057.48	185,337,758.69	117.41%	90,573,647.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	191,974,468.54	172,954,410.41	11.00%	89,379,237.86
经营活动产生的现金流量净额	44,787,159.74	-62,134,955.51		190,422,320.54
基本每股收益（元/股）	1.06	0.53	100.00%	0.28
稀释每股收益（元/股）	1.06	0.53	100.00%	0.28
加权平均净资产收益率	19.00%	14.41%	4.59%	13.34%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	4,660,270,011.92	2,884,295,219.38	61.57%	1,917,983,285.87
归属于上市公司股东的净资产	2,506,002,367.41	1,758,823,871.67	42.48%	761,894,919.17

(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	763,133,797.01	1,237,121,261.34	1,238,076,360.69	1,438,197,321.17
归属于上市公司股东的净利润	24,949,445.79	281,639,888.58	75,032,390.09	21,317,333.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	23,791,925.41	58,903,855.28	73,237,906.65	36,040,781.20
经营活动产生的现金流量净额	-145,111,322.89	-23,750,569.65	-145,417,878.42	359,066,930.70

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

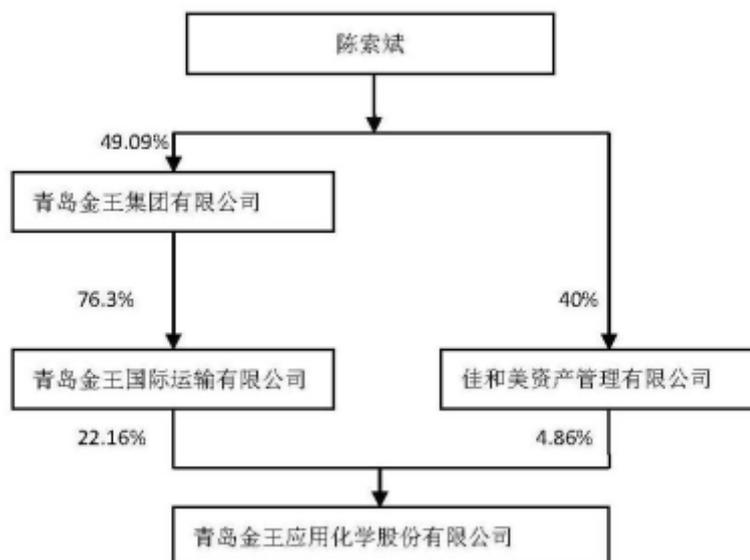
报告期末普通股股东总数	24,987	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	20,982	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
青岛金王国际运输有限公司	境内非国有法人	22.16%	86,999,013	0	质押	86,985,000	
珠海新能联合投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	5.09%	20,000,000	0	质押	20,000,000	
佳和美资产管理有限公司	境外法人	4.86%	19,065,603	0			
杭州悠飞品牌管理合伙企业（普通合伙）	境内非国有法人	2.53%	9,915,147	9,915,147			
全国社保基金四零三组合	其他	2.46%	9,645,780	0			
华夏基金－浦发银行－华夏基金－中植产投一定增 1 号资产管理计划	其他	2.10%	8,237,986	0			
蔡燕芬	境内自然人	2.03%	7,964,587	7,964,587			
蓝色经济区产业投资基金（有限合伙）	境内非国有法人	1.75%	6,864,988	0			
张立海	境内自然人	1.74%	6,836,697	6,836,697	质押	2,899,600	
张立堂	境内自然人	1.45%	5,697,147	4,272,936	质押	3,158,600	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人陈索斌持有佳和美资产管理有限公司 40% 的股权，通过青岛金王集团有限公司持有青岛金王国际运输有限公司 76.30% 的股权。						
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

2017年全球经济呈现持续温和复苏态势，仍存在不确定性与不稳定性，我国经济稳中向好的态势在持续发展，势头不减，但也面临许多困难问题挑战，面对复杂的经济形势，公司围绕新主业实施新战略，努力克服市场竞争加剧及用工成本增加等不利因素的影响，在积极开拓化妆品新主业和稳定发展蜡烛香薰原有业务方面都取得了良好的成效，尤其是化妆品业务方面，并购增量和内生增长，带动公司业绩持续快速增长。

2017年实现营业总收入467,652.87万元，较上年同期增长97.24%；营业利润52,629.17万元、利润总额53,345.88万元、净利润44,479.47万元，分别较上年同期增长125.73%、120.60%、123.09%。

(一) 化妆品业务方面

公司自2013年布局化妆品领域以来，坚持贯彻清晰、明确的化妆品业务发展战略规划，即围绕化妆品品牌运营、线上线下渠道整合、产品研发及生产等方面的业务布局打造完整产业链。在提升企业规模和效益内生增长的同时促进各板块产生并加强协同效应，形成整体竞争力不断提升的良性循环。

线上业务方面，报告期内，公司实施重大资产重组，收购杭州悠可（UCO.com）63%的股权（已于2017

年3月22日通过中国证券监督管理委员会上市公司并购重组审核委员会审核无条件通过），2017年5月份完成杭州悠可股权过户，杭州悠可（UCO.com）系专注于化妆品垂直领域的电子商务企业，为多家国际化妆品品牌商提供多平台、多渠道、全链路的电子商务一站式服务。目前杭州悠可（UCO.com）已建立起以代运营天猫官方旗舰店、品牌官网为主，向主流电商平台等线上经销商分销为辅的经营模式，服务内容涵盖旗舰店及官网建设、整合营销、店铺运营、客户服务、商业分析、仓储物流和供应链管理等。收购完成后杭州悠可（UCO.com）将成为上市公司全资子公司，在巩固线上营销优势的同时，可与上市公司母公司、各化妆品控、参股子公司在品牌宣传、销售渠道共享、研发、生产支持等多环节进一步实现协同效应与规模效应，从而带动杭州悠可（UCO.com）在化妆品行业整体竞争力的提升，增强杭州悠可（UCO.com）的整体盈利和抗风险能力。杭州悠可（UCO.com）的化妆品线上营销规模和行业竞争力将得到提升。未来杭州悠可将通过上市公司化妆品全产业链布局，寻求与更多优质品牌合作，拓大业务规模。其次，通过与上市公司化妆品产业链其他板块协作，杭州悠可将以下方面为品牌客户提供更为综合性的服务：1）借助智能IT系统整合上市公司线下营销渠道数据资源，获取更多化妆品行业一手数据，通过大数据挖掘实现整体服务水平的升级；2）尝试化妆品O2O，实现线上消费者和线下渠道对接，使消费者既可以在线下实体店亲身体验产品，又可以享受线上购物的便利，打造“虚拟+现实”的购物体验。对于杭州悠可来说，这样能为品牌客户提供覆盖范围更广、互动性更强、效率更高的营销、运营服务，推动双方合作关系的巩固和进一步发展。报告期内，杭州悠可（UCO.com）通过引入新品牌，增加分销渠道，积极开发诸如小红书、网易考拉平台海外购平台等增量措施不断提升代运营业务和分销业务规模，带动公司化妆品业务收入和利润快速增长。2017年杭州悠可实现营业收入101,697.52万元，营业利润14,478.67万元，利润总额14,893.42万元，净利润11,668.82万元。

线下业务方面，上海月泮是一家专业的化妆品线下直营渠道代理商及运营商，其将作为线下直营渠道运营平台，依托上市公司完整化妆品产业链，正在加速实施多终端、多渠道、多品牌的发展战略。上海月泮重点发展增长态势良好的以屈臣氏、丝芙兰为代表的连锁专营店渠道、以大润发、家乐福为代表的大型连锁超市渠道，并坚持渠道终端直营管理模式，以求保持较高的利润率水平及投资回报，报告期内，上海月泮充分利用连锁专营店渠道丰富的运营经验，发挥运营团队在屈臣氏渠道的运营优势，新增了韩后、百雀羚、珂莱欧、玫得、SNP等品牌的屈臣氏运营服务权，并新开发货架终端6400余个，进一步提升了盈利能力。另外公司全资子公司金王产业链管理有限公司快速开展全国线下优势渠道资源整合，进一步深耕线下渠道运营环节，不断加大线下渠道的拓展宽度和深度，形成多元化和高效协同的销售网络和线上、线下渠道互动互通的全渠道布局。

报告期内，金王产业链管理有限公司继续开展全国线下优势渠道资源整合，进一步深耕线下渠道运营环节，不断加大线下渠道的拓展宽度和深度，形成多元化和高效协同的销售网络和线上、线下渠道互动互通的全渠道布局。

新零售业务方面，报告期内，公司全资子公司金王产业链管理有限公司及各省市化妆品渠道管理公司陆续同终端零售企业联手成立各省份众妆供应链公司，以各省众妆供应链公司为基础，打造“数字化新零售服务平台”，通过集中采购、智能物流以及为终端店接入综合管理系统等方式，推动零售终端进行数字化产业升级，通过信息、资源共享，提高各省级或区域渠道运营商的经营效率，降低流转成本；同时协助自身及合作的化妆品品牌、生产方共享消费渠道和终端资源，从而实现高效分销，快速覆盖终端网点。最终，在上下游两个层面不断推动平台发展，持续加强公司渠道规模及销售规模。

品牌方面，广州韩亚系国内为数不多的彩妆为主、护肤一体的化妆品企业，具有一定的市场稀缺性。

拥有“蓝秀”、“LC”品牌资源。广州韩亚其未来经营重点在于自身“蓝秀”、“LC”品牌的运营及经营规模的进一步扩张。并借助公司研发生产、线上线渠道等方面的整体业务布局产生优势互补和协同效应，实现多渠道营销，力求实现跨越式发展。同时未来公司将继续加大自有品牌的培育和推广力度，并在现有品牌的基础上持续进行资源整合，采取包括并购、合资、合作、代理等多种方式拓宽多元化合作平台，丰富品牌资源，优化品牌结构。

#### （二）新材料工艺蜡烛方面

公司主要的外销市场对蜡烛及相关制品的消费习惯和消费模式存在一定的刚性需求，受宏观经济波动的影响相对较小，2017年市场份额继续保持稳定。另一方面，在控制业务风险前提下，继续利用公司在石蜡等原材料采购方面强大的议价能力、与供应商良好的合作关系、规模化采购的优势等有利因素，稳步发展公司的油品贸易业务，增强盈利能力。

#### （三）研发、设计方面

公司技术研发中心是全国同行业首家省级企业技术中心，经过多年的技术开发和积累，在新材料、外观设计和加工工艺等方面形成了大量的专利与非专利技术。报告期内，公司进一步加大对新材料蜡烛的研发投入，推动蜡烛生产中的新工艺和新材料应用，并凭借发明、实用新型、外观设计专利，在蜡烛行业形成了具有自主知识产权的强大产品集群，具备了很强的产品竞争优势。

#### （四）行业格局和发展趋势

我国目前国内化妆品企业众多，竞争激烈，但多存在规模较小、品牌竞争力较弱的情形。随着居民生活水平的提高和消费理念、消费方式的转变，消费者更倾向于选择品牌认知度和美誉度较高的化妆品产品。

化妆品行业的销售渠道主要包括专营店、商超、百货、药妆店、美容院、电商等。近年来，连锁专营店渠道和电商渠道发展迅速。连锁专营店渠道方面，以屈臣氏、万宁、丝芙兰等为代表的国际性背景的化妆品连锁专营店经济实力雄厚，经营模式成熟，发展迅速并已经成为化妆品专营店渠道的主流模式。化妆品连锁专营店亦凭借差异化的消费人群定位和经营模式在近几年高速发展。

根据欧睿国际的统计，护肤品领域的专营店渠道10年来的年均复合增长率高达19%。同时，专营店渠道也是内资品牌的良好切入点，许多内资品牌都是从专营店渠道发展起来。除上述渠道外，电商作为近年来新兴的购物渠道，伴随中国网络购物市场交易规模的扩张发展迅速。

公司所从事的新材料蜡烛及相关工艺制品行业属于日用消费品行业，经过多年发展，蜡烛市场已经比较成熟，其总体市场销售额不会出现跳跃式的高速增长。但是，出于文化、宗教和日常生活需要等原因，蜡烛及相关制品已经成为国外消费群体生活的必需品，相关消费习惯和消费模式受宏观经济波动的影响相对较小。这使得公司主要的外销市场对蜡烛及相关制品的需求存在一定的刚性。近几年来，随着国内人民物质生活水平的提高和全球化对居民生活方式的影响，特别是居民消费行为从基本型向享受型的转变，蜡烛作为生活装饰品与环境净化品有望逐步被市场接受，国内需求也将有望呈现稳步增长的态势。因此，国内外市场对蜡烛及其相关制品的消费需求将长期稳定存在并持续增长，使得行业具有稳定的发展前景。

## 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
新材料蜡烛及工艺品等	541,177,808.84	147,270,654.21	27.21%	-5.10%	-13.46%	-2.63%
贸易行业	1,571,912,449.83	26,114,592.04	1.66%	38.49%	100.52%	0.51%
化妆品	2,563,438,481.54	849,600,328.61	33.14%	285.09%	179.74%	-12.54%

#### 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

本报告期杭州悠可纳入合并报表范围，以及公司化妆品业务发展符合预期，带动公司整体营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额大幅增长。

同时本报告期杭州悠可纳入合并报表范围，产生2.2亿元的投资收益，对公司归属于上市公司股东的净利润产生较大影响。

#### 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

公司根据财政部发布的新的会计准则和相关业务通知的规定，相应变更公司的会计政策。结合公司业务实际情况，在法律法规允许的范围内对公司部分会计估计进行调整，详情请查阅同日公告的《青岛金王应用化学股份有限公司关于会计政策、会计估计变更的公告》。

##### (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，公司重大资产重组标的杭州悠可完成股权过户，杭州悠可及其控股子公司纳入合并报表范围。

报告期内，公司积极开拓化妆品营销渠道，各区域公司整合周边优势资源，新设控股孙公司四川弘美烙色化妆品有限公司、宁波金庄化妆品有限公司、温州弘方化妆品有限公司、济南弘方化妆品有限公司、芜湖弘方化妆品销售有限公司、芜湖弘思化妆品销售有限公司、安徽众妆供应链管理有限公司、荆州市弘思化妆品有限公司、十堰弘思化妆品有限公司、天津弘美化妆品有限公司，上述公司本报告期纳入合并报表范围。

(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计

适用  不适用

青岛金王应用化学股份有限公司  
董事长：陈索斌  
二〇一八年四月二十五日