

证券代码：300063

证券简称：天龙集团

公告编号：2017-030

广东天龙油墨集团股份有限公司 2016 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

天职国际会计师事务所（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变更为天职国际会计师事务所（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 290,570,780 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.50 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 15 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	徐永全	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）公司商业模式及主要业务

天龙集团是一家横跨互联网营销和精细化工两大行业的集团公司，业务涵盖互联网营销、油墨化工和林产化工三大类。公司互联网营销业务以搜索引擎营销服务及相关技术的研发应用为主，涵盖了搜索引擎营销、移动营销、社会化整合营销等多种营销方式，为客户提供从创意策划、营销策略制定、营销数据挖掘分析、精准营销、广告效果监测至广告投放优化等一站式整体营销服务。水性油墨及相关产品的研发、制造和销售是公司创立以来的传统业务，产品包括天龙牌水性油墨、溶剂油墨、水性树脂和水性光油等。天龙牌水性油墨等相关产品覆盖全国并销往东南亚，市场占有率连续多年位居全国前列。林产化工业务是公司上市以后向产业链上游拓展的业务类型，主要产品包括松香及其深加工产品、松节油及其深加工产品，公司林产化工业务已覆盖松脂深加工的全产业链，歧化松香产销量已连续四年位居全国前列。

1、互联网营销业务为公司发展新引擎

2014年公司确立了向互联网营销业务转型的战略方向。2015年公司先后收购煜唐联创、北京智创，参股北京优力。2016年全资收购北京优力。历经三年的并购，公司完成了从CRM（客户关系管理）、移动互联、EPR（网络公共关系管理）至SEM（搜索引擎营销）的全产业链布局。报告期内，互联网营销业务实现了快速增长，2016年度互联网营销营业收入达434,257.48万元，占公司整体营业收入的82.10%，净利润为19,871.15万元，占公司总利润的139.60%。互联网营销业务业已成为公司主要业务种类和收入来源，成为公司发展的新引擎。

2、油墨化工业务持续稳健发展

油墨化工业务是公司创立以来沿袭的传统业务，历经多年发展，产品包括天龙牌水性油墨、溶剂油墨、水性树脂和水性光油等。天龙牌水性油墨的市场占有率连续多年位居全国前列。报告期内，公司围绕现有业务进一步优化，推进油墨业务的健康平稳发展，巩固了水性油墨的行业领先地位，保持了环保型溶剂油墨的持续增长。

3、林产化工经营业务扭亏为盈

公司林产化工业务已覆盖松脂深加工的全产业链，产品包括基础产品松香、松节油、松香类深加工产品松香树脂、食用松香甘油酯、歧化松香、歧化松香钾皂等；松节油类深加工产品包括松油醇、蒎烯、苈烯、二氢月桂烯及醇等，公司的歧化松香产销量已连续四年位居全国前列。报告期内，公司对林产化工业务进行资源整合，通过集中管理提高边际效益，经营业务实现了扭亏为盈。

（二）所处行业发展阶段和行业地位

1、互联网营销正处于快速增长期

（1）行业整体规模保持快速扩张

互联网广告已经成为广告营销的重要形式，期刊杂志、广播电视等传统广告媒介市场份额不断下降。随着通信基础设施建设日趋完善、互联网用户数量不断增长、程序化购买等技术革新，互联网广告保持了快速发展的态势。据艾瑞咨询，2015年度中国网络广告核心数据显示，中国2015年度网络广告市场规模达到2093.7亿元，同比增长36.0%。在所有广告形式中，搜索引擎广告是份额占比最大的广告类型，2015年占比32.6%，同比增长31.6%。

由于互联网及移动互联网的可追溯性以及计算能力的大幅提升，以精准营销为核心的SSP、DSP、RTB、DMP等新技术所带来新的营销模式，为互联网行业带来了新的增长动力，精准化、自动化、大数据化及移动化日益成为行业发展的方向。

（2）BAT合计占据市场份额超过65%，行业集中度高，行业整合加速。

（3）移动营销快速增长，增速远高于营销整体市场增速。随着用户习惯的改变，搜索类广告流量也逐渐向移动端进行迁移。移动互联网的高速发展为移动广告的发展提供了巨大的空间，在2016年的移动广告市场里，今日头条、UC等媒体的信息流广告发展尤为迅速，长远来看预计移动广告代理营收将保持高速增长，占比也将持续升高。

2、精细化工受宏观经济环境和市场饱和度影响，趋向平稳发展。

（三）公司所具有的行业地位

搜索引擎营销领域：子公司煜唐联创具有领先优势，公司坚持“专注、专业、专一、专心”的服务理念，依托强大的技术研发平台、丰富的SEM管理经验、优秀的运营团队，致力于为客户提供基于搜索引擎平台的整合营销解决方案，服务上万家客户，树立了广泛的品牌影响力。

公司与国内其他主要的搜索引擎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：1）百度、360、搜狗、

神马KA业务体量均位居前五，是百度五星代理商之一。2) 360、搜狗中小客户体量排名前列。3) 公司移动业务发展较快，取得了今日头条、UC信息流等核心代理资格。报告期内获得今日头条案例大赛第一名、百度案例大赛金奖、行业奖、APP专项奖、搜狗KA无线争霸赛金奖、360中小全国最佳运营贡献奖、金鼠标搜索营销类金奖等。

移动端互联网营销领域：子公司北京智创拥有较强创意团队和技术团队，在汽车、家化品牌移动营销领域确立了一定的行业地位。报告期内，获得第七届金鼠标数字营销大赛创意传播类铜奖、移动营销类互动类铜奖、年度最佳品牌活动网站、2016第四届TopDigital Awards-银奖，第九届21世纪营销国际峰会最佳移动营销公司奖等。北京优力凭借其内容营销的全程服务模式占据了一定的市场地位。报告期内获得2016媒介360营销奖交通工具类金奖、2015-2016金瞳奖年度最佳品牌、微信公众订阅号金奖、2016TMA营销大奖年度最具移动营销创新精神品牌大奖、天弘基金内容营销类铜奖等。

精细化工领域：公司水性油墨产销量连续多年居全国前列，公司歧化松香产销量连续四年位居全国前列。

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

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入	5,289,656,149.30	1,714,069,387.69	208.60%	905,289,712.84
归属于上市公司股东的净利润	142,344,608.79	46,556,733.43	205.74%	1,552,628.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	127,796,094.41	43,685,113.01	192.54%	465,170.43
经营活动产生的现金流量净额	117,903,180.46	10,989,402.96	972.88%	-79,757,999.01
基本每股收益（元/股）	0.4899	0.2156	127.23%	0.0077
稀释每股收益（元/股）	0.4899	0.2156	127.23%	0.0077
加权平均净资产收益率	6.70%	5.16%	1.54%	0.24%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	3,686,908,858.06	3,351,429,603.78	10.01%	1,200,014,933.49
归属于上市公司股东的净资产	2,209,914,029.93	2,053,922,007.37	7.59%	648,798,682.64

(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	1,012,239,503.85	1,335,454,189.91	1,455,785,857.44	1,486,176,598.10
归属于上市公司股东的净利润	28,236,961.66	39,361,432.62	55,744,236.32	19,001,978.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	27,432,571.49	38,529,140.23	55,271,541.66	6,562,841.03

经营活动产生的现金流量净额	43,164,877.10	59,213,568.01	36,015,913.29	-20,491,177.94
---------------	---------------	---------------	---------------	----------------

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

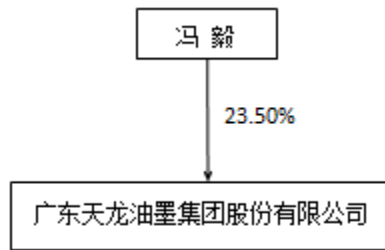
单位：股

报告期末普通股股东总数	39,365	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	36,882	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%	2,072,493	66,217,480	质押	38,510,200	
程宇	境内自然人	12.61%	46,877	36,587,512	质押	4,367,576	
常州长平资本管理有限公司	境内非国有法人	5.90%	0	17,150,396			
上海进承投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.95%	0	8,575,198	质押	6,500,000	
冯华	境内自然人	2.78%	72,500	8,017,500			
常州京江永晖投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.42%	0	7,024,462			
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%	0	5,716,799			
冯军	境内自然人	1.95%	5,660,000	0	质押	1,580,140	
莫建军	境内自然人	1.58%	4,590,300	0			
束盈	境内自然人	0.90%	0	2,609,263			
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
是

互联网营销业

2016年是公司二五规划的开局之年，是公司转型战略全面实施的关键一年，也是公司整体实力稳健提升的一年。2016年，公司实现营业收入528,965.61万元，较上年同期增长208.60%；实现归属于普通股股东的利润14,234.46万元，较上年同期增长了205.74%，实现了收入和利润快速增长。截至报告期末，公司的总资产规模为368,690.89万元，较上年同期增长10.01%；归属于上市公司股东的净资产为220,991.40万元，较上年同期增长7.59%。报告期内公司实现基本每股收益0.4899元/股，较上年同期增长127.23%。

1、战略规划落地，利润增长强劲

得益于公司“以利润增长为核心、以产品经营、资本运营为两个重点”的“一五”战略规划指引，公司布局互联网营销业务开始转型之路。报告期内，依托“稳固原有产品市场地位，做有规模、有特色的中国互联网营销领军集团”的“二五”战略指引，公司纵深拓展互联网营销，在参股10%的北京优力实现承诺业绩后，公司完成了对其全部股权的收购。实现了从CRM（客户关系管理）、移动互联、EPR（网络公共关系管理）至SEM（搜索引擎营销）的全产业链布局。报告期内，公司实现了营业收入和利润的快速增长，经营规模、盈利能力和可持续发展能力稳健提升。

2、整合集团资源，完善组织架构

报告期内，配合公司转型步伐，公司完成了将集团油墨业务整合为独立子公司的各项工作，使集团成为综合型控股上市公司。在资源配置上，去劣存优，对经营效益不佳的子公司予以注销，优化公司资源配置，提升管理效率。在管理体系和人才队伍上进行了重大调整，将重要新媒体子公司的负责人纳入集团高管团队，提升公司管理的专业能力。

3、发力投后管理，提升整体实力

报告期内，公司对新媒体各子公司积极进行投后整合。在保持新媒体子公司业务独立运营的基础上，对其进行规范和管控，实现集团的价值创造。在制度上，出台各项指导性文件；在财务上，实现财务资源的统一配置、资金的集中调度、预决算管理，对子公司的投资规模、对外担保、应收应付款项的管理、产品及经营成本、关联交易等方面进行控制和管理；在业务上，建立好沟通平台和合作机制，做到资源互通、互补。

4、夯实传统业务，实现价值提升

报告期内，公司充分利用公司多年来稳健发展所形成的基础和优势，夯实传统业务。继续以创新谋发展，以技术引领成本优势，以新产品抢占市场，实现价值提升。

公司互联网营销业务主要分为搜索引擎营销业务（SEM）及其他业务（CRM、EPR、创意服务等），报告期内，公司互联网搜索引擎业务持续增长：百度业务平稳增长，搜狗及神马业务增长迅速，奇虎360业务继续取得网服和旅游行业垂直代理权，搜狗业务取得教育、电商、平台、游戏、运营商行业垂直代理权，神马业务取得核心代理权。

中国互联网技术发展瞬息万变，为顺应移动互联发展趋势、分散媒介集中可能带来的风险，公司坚定地推动媒体多元化战略。积极拓展今日头条、UC等信息流广告媒体，并取得携程、平安好医生、百程独家资源。

（1）收入情况

按客户类型区分的收入情况

单位：万元

	客户数量（个）	客户留存率	营业收入
直接类客户	15,450	55%	361,172.14
代理类客户	865	17%	73,085.34
合计	16,315	53%	434,257.48

按终端区类型区分的收入情况

单位：万元

		收入金额	占收入总额的比例
移动端	搜索引擎营销	120,005.20	27.63%
	程序化购买	752.67	0.17%
	其他	86,822.27	19.99%
	移动端小计	207,580.14	47.80%
非移动端	搜索引擎营销	194,262.21	44.73%
	程序化购买	18.29	0.00%
	其他	32,396.84	7.46%
	非移动端小计	226,677.34	52.20%
合计		434,257.48	100%

按合作媒体区分的收入情况

单位：万元

	收入金额（不含税）	占收入总额的比例
门户网站	564.48	0.13%
搜索平台	335,485.38	77.25%
应用开发商	28,157.46	6.48%
其他	70,050.16	16.13%
合计	434,257.48	100.00%

（2）媒体采购情况

根据计费方式和媒体平台区分的媒体采购情况

单位：万元

		采购金额（含税）	占采购总额的比例
包断计费	门户网站	3.94	0.00%
	搜索平台	50,655.79	12.49%
	应用开发商	12,422.33	3.06%
	其他（信息流）	8,981.14	2.21%
	包断计费小计	72,063.19	17.76%

流量计费	门户网站	535.14	0.13%
	搜索平台	275,817.93	67.99%
	应用开发商	7.53	0.00%
	其他（信息流）	57,268.93	14.12%
	流量计费小计	333,629.52	82.24%
合计		405,692.71	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	588,439,033.85	517,317,050.30	12.09%	15.98%	10.66%	4.23%
数字营销行业	4,342,574,803.77	3,898,855,858.59	10.22%	411.60%	467.24%	-8.81%

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

报告期内营业收入较上年同期增长208.60%，主要系合并范围增加及子公司营业收入增长所致；

报告期内营业成本较上年同期增长230.62%，主要系合并范围增加及子公司营业成本上升所致；

报告期内归属于上市公司普通股股东净利润总额较上年同期增长205.74%，主要系互联网营销业务增长及合并范围增加所致。

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) 会计政策

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号），适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关

交易。本集团执行该规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
将合并利润表及母公司利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。	税金及附加
将自 2016 年 5 月 1 日起本集团经营活动发生的房产税、土地使用税、印花税等从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。	调增合并利润表税金及附加本年金额 3,379,094.30 元，调减合并利润表管理费用本年金额 3,379,094.30 元。调增母公司利润表税金及附加本年金额 474,035.27 元，调减母公司利润表管理费用本年金额 474,035.27 元。

2017 年 3 月 21 日，公司第四届董事会第十次会议审议通过了上述《关于变更会计政策的议案》。

2) 会计估计变更

本公司本财务报告期内无会计估计变更事项。

(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

2016 年，公司以现金方式购买了北京优力互动广告有限公司 90% 股权，累计持有北京优力 100% 股权。北京优力成为公司全资子公司，购买日为 2016 年 5 月 19 日。上一报告期末，公司持有北京优力 10% 股权，未将其纳入合并报表范围。