

证券代码：002878

证券简称：元隆雅图

公告编号：2018-013

北京元隆雅图文化传播股份有限公司 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 7660.53 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.00 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 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	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	边雨辰	相文燕	
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	lyyato@lyyato.cn	lyyato@lyyato.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，聚焦于促销品创意设计和供应，以及与促销品有关的服务。公司主营业务分为两部分：（1）为客户供应促销品（包含方案创意策划、促销品设计研发、采购和销售），收入体现为产品销售收入；（2）为客户提供促销服务，包括数字化促销服务（包含数字化促销方案的创意策划、促销品电商平台和数字化促销活动平台的开发建设及运营维护、数字化促销品的采购及发放、基于数字化平台的仓储运输服务、平台运营数

据的收集和分析等)和仓储运输服务等,收入体现为服务收入。除了整合营销业务,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。

企业现代营销手段可大致分为促销、广告、公关和路演活动等,其中促销的手段主要包括促销品和打折。促销品是指企业为鼓励消费者购买产品而随产品赠送的礼赠品,具体的形式包括商品小样、赠品和抽奖等。

促销品是企业常用的营销手段,特别是快速消费品行业,消费频次高、消费者品牌忠诚度低,促销品的发放能够有效地吸引购买和多买。相对于价格折扣,促销品不损害价格体系,时效性强,而且消费者拿促销品与市场同类商品的零售价格去比较,有“物超所值”的感觉,企业可以用较低的成本取得良好的营销效果。相对于广告,促销品具有精准投放、直接补贴消费者的作用,对活动期间的商品销售有直接刺激作用。因此,优质的促销品始终受到消费者的欢迎,市场对促销品的需求持续增长。

(二) 行业发展情况及公司的行业地位

促销品行业十分巨大,从事促销品和礼品供应的企业上万家,市场格局分散,本公司是行业龙头企业,但市场份额不足1%。随着下游客户对促销品创意设计、品牌、模式创新等方面要求的不断提高,本公司这样集创意设计能力、品牌授权能力、上游供应商管理能力、线下数字化营销创新能力、大额资金垫付能力于一身的整合营销解决方案供应商,将迎来广阔的发展空间,并借助证券市场的资本平台和上市形成的品牌效应,继续巩固竞争优势。

整合营销行业是市场竞争的产物,也伴随着市场竞争的变化和加剧而不断发展、创新。只要市场竞争存在,促销品的需求和供给就将长期存在。在宏观经济周期中,景气和复苏阶段,商品产销两旺,促销品随商品销售增长而增长;在不景气时,产能过剩,为刺激消费,商家可能更积极地投放促销品。总体来说,促销品和促销服务的周期性不明显。

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	819,257,483.59	706,814,845.46	15.91%	553,789,488.19
归属于上市公司股东的净利润	71,452,020.50	50,250,695.95	42.19%	41,659,451.76
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	66,909,608.19	47,962,054.66	39.51%	39,419,866.00
经营活动产生的现金流量净额	36,772,534.67	63,210,149.01	-41.82%	16,563,151.90
基本每股收益(元/股)	1.06	0.89	19.10%	0.74
加权平均净资产收益率	18.22%	23.28%	-5.06%	22.42%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	714,405,994.92	484,967,506.91	47.31%	372,063,448.16
归属于上市公司股东的净资产	519,256,206.55	237,141,091.78	118.97%	202,150,795.83

(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	125,272,030.92	226,722,162.47	222,501,211.95	244,762,078.25

归属于上市公司股东的净利润	10,496,473.47	26,097,886.03	14,901,422.36	19,956,238.64
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	10,333,428.28	25,632,595.72	13,991,317.79	16,952,266.40
经营活动产生的现金流量净额	22,884,684.75	-10,151,083.29	-41,787,400.45	65,826,333.66

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

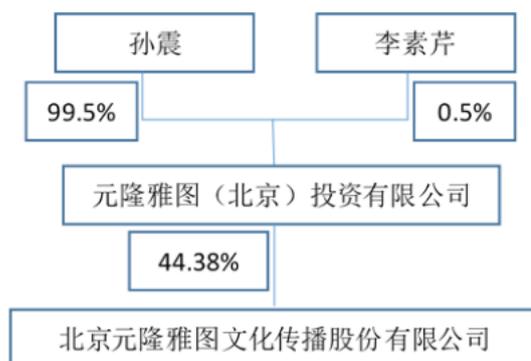
报告期末普通股股东总数	11,671	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,213	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
元隆雅图（北京）投资有限公司	境内非国有法人	44.38%	34,000,000	34,000,000	质押	2,080,000	
孙震	境内自然人	14.60%	11,186,678	11,186,678	质押	1,766,300	
李素芹	境内自然人	4.44%	3,400,000	3,400,000			
王威	境内自然人	3.55%	2,720,000	2,720,000			
杨平生	境内自然人	1.26%	963,322	963,322			
饶秀丽	境内自然人	1.18%	906,661	906,661			
赵怀东	境内自然人	0.59%	453,322	453,322			
王升	境内自然人	0.59%	453,322	453,322			
陈涛	境内自然人	0.59%	453,322	453,322			
孙丽艳	境内自然人	0.59%	450,000	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）	孙丽艳所持股份全部在信用证券账户内。						

(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

2017年度，公司实现营业收入8.19亿元，同比增长15.91%；其中主营业务收入8.12亿元，同比增长18.32%。主营业务包括促销品供应和促销服务，促销品供应业务实现收入7.01亿元，同比增长25.15%；促销服务业务实现收入1.12亿元，同比减少11.85%。

2、利润情况

2017年度，公司实现合并报表净利润7,266.24万元，同比增长51.25%；归属母公司股东净利润7,145.20万元，同比增长42.19%。2015-2017年，归属母公司股东净利润复合增长率31.65%。

二、公司的经营情况

1、促销品供应业务增长强劲

2017年，促销品销售收入7.01亿元，同比增加1.41亿元，增长25.15%。继2015年和2016年实现连续三年增长，超过历史新高2012年。促销品业务自2013年下滑以来已连续4年持续回升，并在2017年创出历史最高水平。

公司的业务本质上是对客户的服务，除了资金实力，公司的核心竞争力全在于人，因此，近年来促销品销售收入的持续增长根植于业务团队的成长和进步，来源于中层管理者、骨干员工和核心业务人员专业化程度的提高、对客户熟悉度的提升、对供应链整合能力的增强。另外，业务的增长进一步助推团队的进步，团队获得更多边干边学的机会，业务经验和市场资源不断积累。在业务团队的努力下，公司牢牢把握住原有核心客户（比如宝洁、伊利和惠氏）的订单份额，同时努力开拓华为、拜耳，通过提供高品质的产品和服务，订单量大幅增加。2017年，公司对宝洁、伊利、华为、拜耳、雀巢（含惠氏）等前五大核心客户的促销品销售收入为4.59亿元，前五大客户贡献的收入同比增长46.89%。

2、数字化业务勇于创新

2013年以来，公司坚定不移地贯彻“促销+互联网”战略，至2017年，已为客户开发并运营了超过20个定制电商和数字化促销活动平台。2017年，公司正在运营的定制化电商平台主要有：辉瑞医药代表会议礼品选购电商平台、戴尔专卖店促销物料选购平台；开发和正在运营的数字化促销活动平台主要有：惠氏婴儿奶粉惠摇好运平台、解决惠氏无促销员门店参与促销活动的全能店长平台、宝洁帮宝适纸尿裤推广新品并派送试用装的数据管理平台、百威啤酒用于夜店渠道市场推广的“夜点”平台、为雀巢奶粉提供母婴店渠道大数据管理的CRM平台、为NBA中国开发的球迷圈平台等。公司为上述定制电商和数字化促销平台提供系统开发、平台运维、客户400电话服务、红包垫付、促销品仓储和B2C物流等整体服务。2017年，公司获得电商平台和数字化促销活动服务收入6,383.22万元，同比减少19.48%，主要因为2016年百威多利网收入较高，2017年未再续约。但公司数字化平台家数增加，为客户提供的数字化营销解决方案更为多样化，公司线下营销业务与互联网的融合度进一步加强，消费者大数据的收集和分析能力也大幅提升，为数字化营销业务的持续发展奠定了基础。

3、定制化物流服务成为数字化业务中的亮点

公司向促销品客户提供仓储和运输管理服务，构成公司综合服务能力的一部分，多用于满足客户定制的非标准化配送要求。近年来，随着数字化业务的增加，公司为客户运营的数字化营销平台产生了大量促销品仓储和B2C物流需求，公司的定制化物流服务能力成为击败竞争对手的重要因素。

4、客户结构更为合理

经过最近3年的培育，公司新客户开拓开花结果。一方面，第一大客户销售额占营业收入的比例从2013年以来逐年下降，2013年第一大客户（宝洁）贡献了收入的45%，2017年宝洁仍为公司第一大客户，但是销售占比下降到17.74%。公司核心客户分布更为均衡，客户结构更为稳健，单一客户依赖的风险已经显著降低。另一方面，公司核心客户的收入贡献持续增长，2014年，公司前5大客户贡献的销售额合计3.43亿元，到2017年上升至5.05亿元，公司与核心客户的稳定合作关系，以及核心客户线下营销费用的持续增长，构成公司业绩持续增长的坚实基础。

5、新客户开拓富有成效

最近3年，公司各期的前10大客户中，始终保持2家以上建立业务关系时间在2年以内的新客户，且每年至少有1家客户当年第一次成为公司的前10大客户。该等客户主要集中在药品与保健品、母婴、食品饮料、智能手机等发展前景良好、营销费用支出规模较大且稳定的消费型行业。随着公司成为细分行业内第一家A股上市公司，新客户开发的广度和深度都有进一步提高的空间。

三、设计研发和IT开发

随着促销品竞争的加剧和移动互联网工具在线下营销的广泛应用，创意设计和IT开发能力日益成为本公司的核心竞争力。截止2017年末，设计策划团队69人，2017年度累计完成设计立项近二百项，完成客户竞标提案百余项。研发团队专注自有品牌产品开发与大客户产品定制支持，2017年研发的新品TPLUS P1 超薄插线板获得2017年度中国好设计奖金奖（德国红点主办，下同）；Mplus蓝牙音箱获得2017 中国设计红星奖、2017 中国好设计奖、2017 台湾金点设计奖；SKOIN M0-B无线音响氛围灯获得2017 中国好设计奖。与国家图书馆出版社、华盖创意等单位共同参与北京市科委重大项目立项——古籍

图典设计资源提取、开放及再开发平台建设，承担子课题“北京礼物特色文化商品设计与研发”，设计开发相关文创衍生品一百余款。参与由北京市动漫产业协会申请立项，与新浪动漫、对外经贸大学合研项目——“北京动漫衍生品设计制造资源开放服务平台建设——‘动漫北京’特色文创产品设计制造服务平台建设子课题，获得北京市科委重大立项支持。鉴于公司在自主创新方面的工作成绩，元隆雅图被评为2016年度中关村西城园年度企业称号——中关村西城园2017优秀自主创新企业50家之一。

随着公司数字化促销业务的开展，IT开发团队日益壮大，对数字化营销活动的理解力不断提升，建立了相对于专业互联网技术公司的行业经验优势。截止2017年末，公司数字化运营团队54人，2017年度开发了“惠氏满意度评分系统”、“可口可乐SGP合规产品管理平台”、“SMA销售管理系统”、“NBA会员活动平台”等营销平台系统。

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

公司营业收入、营业成本、归属于母公司所有者的净利润较 2016 年增加较大的原因主要是公司前五大客户收入增长较大、而费用同期增长不大所致。具体分析见“三.1、报告期经营情况简介”。

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、根据关于印发修订《企业会计准则第16号—政府补助》的通知（财会[2017]15号）的要求，公司将修改财务报表列报；与日常活动有关且与收益有关的政府补助（报告期内为3,214,380.72元）从利润表“营业外收入”项目调整为利润表“其他收益”项目列报，该变更对财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。

2、根据《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》的规定，对于2017年5月28日之后持有待售的非流动资产或处置组的分类、计量和列报，以及终止经营的列报等进行了规定，并采用未来适用法进行处理。本公司修改了财务报表的列报，在合并利润表和利润表中分别列示持续经营损益和终止经营损益，并对比较报表的列报进行了相应调整。

3、根据《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30号）的要求，在利润表中新增“资产处置收益”项目，反映企业出售划分为持有待售的非流动资产（金融工具、长期股权投资和投资性房地产除外）或处置组时确认的处置利得或损失，处置未划分为持有待售的固定资产、在建工程、生产性生物资产及无形资产而产生的处置利得或损失，以及债务重组中因处置非流动资产产生的利得或损失和非货币性资产交换产生的利得或损失。相应的删除“营业外收入”和“营业外支出”项下的“其中：非流动资产处置利得”和“其中：非流动资产处置损失”项目，修订后的营业外收支反映企业发生的营业

利润以外的收益，主要包括债务重组利得或损失、与企业日常活动无关的政府补助、公益性捐赠支出、非常损失、盘盈利得或损失、捐赠利得、非流动资产毁损报废损失等。该项调整影响“资产处置收益”49,104.99元、“营业外收入”-49,104.99元。对比较报表的列报进行了相应调整。

本次会计政策变更仅对财务报表项目列示产生影响，不会对公司损益、总资产、净资产产生影响。

(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

全资子公司南京元隆雅图文化传播有限公司与 2017 年 1 月清算注销，清算前纳入公司合并报表范围，清算后不再纳入合并范围。

(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用