

北京元隆雅图文化传播股份有限公司 2020 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 221,414,107 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.60 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	yllyato@yllyato.cn	yllyato@yllyato.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司的主要业务

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，聚焦于礼赠品创意设计和供应、数字化营销和新媒体营销。公司主营业务包含三部分：（1）为客户供应礼赠品，收入体现为产品销售收入；（2）为客户提供数字化营销管理和执行服务，包括基于APP和小程序的数字化活动整体解决方案、基于私域流量的电商平台开发和运营，收入体现为服务收入；（3）新媒体营销业务，向品牌客户提供基于微信、微博、抖音、快手等互联网媒介的营销服务。

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，包括大型赛会活动的特许纪念品、自主品牌电子数码产品、贵金属工艺品等。

公司从事整合营销业务，聚焦于大企业礼赠品供应和新媒体营销两个细分赛道。

大企业礼赠品应用场景主要包括市场促销、经销商奖励、消费积分兑换、员工福利、用户拉新等。礼赠品供应业务面向大企业客户，为上述应用场景提供解决方案，包含策划、提案、产品创意设计、供应链管理、资金垫付等全流程外包服务。基于公司的数字化业务能力，2020年公司开发并上线了“元隆有品”电商平台，集合公司的供应链资源，解决客户礼赠品采购集中化、电商化、规范化的需求。“元隆有品”为公司数千家供应商企业和同行业友商进行创意设计、资金、客户资源赋能，利用电商平台整合行业资源并快速提升市场占有率。“元隆有品”的商业模式为电商模式。

新媒体营销是移动互联网用户流量聚合于内容平台时代的营销模式。微信、微博、小红书、抖音、快手、B站、百家号等自媒体流量平台不断涌现并吸引大量用户。公司为企业客户（广告主）提供此类新媒体广告的解决方案，包含策略、内容创意和制作、媒介采买、效果报告等。

报告期内，公司从事的主要业务没有发生变化。

（二）行业发展情况及公司的行业地位

整合营销行业十分巨大，从事礼赠品供应的企业上万家，自媒体广告服务商也数量众多，市场格局分散。本公司细分行业内唯一一家上市公司，从销售规模上看是行业龙头企业，但目前市场份额尚不足1%。

在礼赠品业务上，过去公司主要服务于快消行业客户，产品主要应用于市场终端促销场景。2018年以来，公司借各行业阳光采购的东风，进入了银行、保险、互联网、汽车、烟草等行业，产品和服务的应用场景随之扩大到信用卡积分兑换、经销商奖励、商务随手礼、大企业员工福利等领域。随着团队人数的扩张和专业性不断提高，公司的市场占有率有望持续提升。

在新媒体营销业务上，公司从媒介采购规模和收入规模上看属于行业头部梯队。新媒体广告是近年来快速增长的广告行业分支，主要得益于互联网社交媒介和内容电商的迅猛发展。越来越多的广告预算投入数字媒体。公司新媒体广告业务近年来持续快速增长，在美妆、快消、电商等行业中已形成专业化和规模优势。

除了整合营销业务，公司积极发展创意文化产品。公司为北京2022年冬奥会特许零售商和特许生产商，冬奥会召开在即，冬奥纪念品的市场热度将随赛事临近而逐渐升温。为充分利用公司在礼赠品行业的渠道资源，公司签约环球影业(Universal Picture)的功夫熊猫和马达加斯加系列IP用于礼赠品渠道，同时签约五粮液集团，为其与故宫联名的五粮液八方来和酒进行全国经销。这些项目在报告期尚未产生利润贡献，而有望在2021年及其后产生收益。

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

√是 □否

追溯调整或重述原因

其他原因

单位：元

	2020 年	2019 年		本年比上年增 减	2018 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入（元）	1,990,452,894.61	1,571,660,707.50	1,571,660,707.50	26.65%	1,051,573,441.89	1,051,573,441.89
归属于上市公司股东的净利润（元）	163,136,298.65	114,863,380.05	114,863,380.05	42.03%	93,544,726.60	93,544,726.60
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	156,310,184.64	109,266,579.09	109,266,579.09	43.05%	83,367,410.98	83,367,410.98
经营活动产生的现金流量净额（元）	148,355,444.78	93,972,133.66	93,972,133.66	57.87%	-5,044,169.25	-5,044,169.25
基本每股收益（元/股）	0.75	0.89	0.53	41.51%	0.73	0.43
稀释每股收益（元/股）	0.75	0.89	0.53	41.51%	0.73	0.43
加权平均净资产收益率	21.61%	17.82%	17.82%	3.79%	16.74%	16.74%
	2020 年末	2019 年末		本年末比上年 末增减	2018 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
总资产（元）	1,455,013,221.93	1,324,407,729.83	1,324,407,729.83	9.86%	1,005,724,241.48	1,005,724,241.48
归属于上市公司股东的净资产（元）	830,199,868.96	697,479,689.38	697,479,689.38	19.03%	1,005,724,241.48	1,005,724,241.48

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	332,351,985.32	515,999,227.04	538,146,619.96	603,955,062.29
归属于上市公司股东的净利润	19,364,270.29	48,975,684.41	49,381,007.74	45,415,336.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	17,657,091.34	46,937,357.71	48,648,402.51	43,067,333.08
经营活动产生的现金流量净额	-72,020,879.84	90,064,237.99	-22,409,874.24	152,721,960.87

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

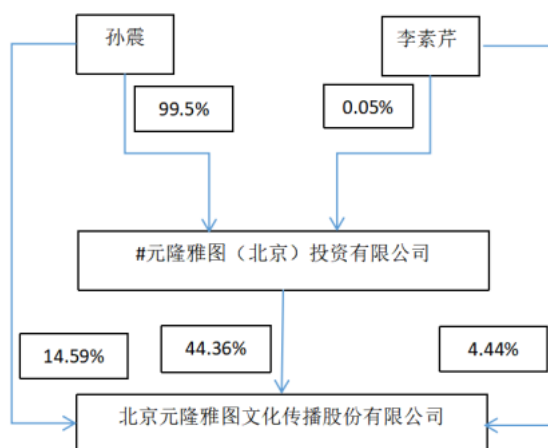
报告期末普通股股东总数	12,686	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,510	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
#元隆雅图（北京）投资有限公司	境内非国有法人	44.36%	98,260,000	40,460,000	质押	4,476,000	
孙震	境内自然人	14.59%	32,329,500	13,312,147			
李素芹	境内自然人	4.44%	9,826,000	4,046,000			
王威	境内自然人	2.15%	4,769,235	4,769,235			
王小可	境内自然人	1.90%	4,200,000	4,200,000			
招商银行股份有限公司—鹏华成长智选混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.01%	2,240,760	2,240,760			
饶秀丽	境内自然人	0.98%	2,164,940	2,164,940			
基本养老保险基金—二零三组合	境内非国有法人	0.87%	1,935,705	1,935,705			
#深圳市允泰投资管理有限公司—允泰知行私募证券投资基金	境内非国有法人	0.67%	1,477,269	1,477,269			
刘迎彬	境内自然人	0.66%	1,461,963	1,461,963			
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）	元隆雅图（北京）投资有限公司通过融资融券信用证券账户持有 5000000 股。						

(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

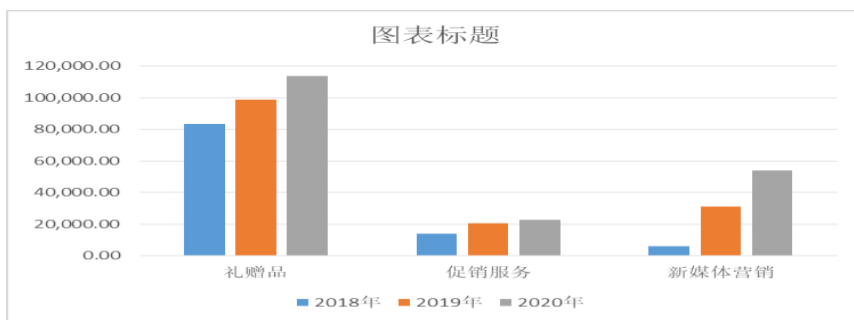
(1) 经营业绩

2020 年度，公司实现营业收入 19.90 亿元，同比增长 26.65%；其中主营业务收入 19.04 亿元，同比增长 26.89%。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 11.37 亿元，同比增长 15.06%；促销服务业务实现收入 2.27 亿元，同比增长 12.09%；新媒体营销全年实现收入 5.39 亿元，同比增长 74.46%。

公司最近 3 年营业收入构成情况如下：

单位：万元

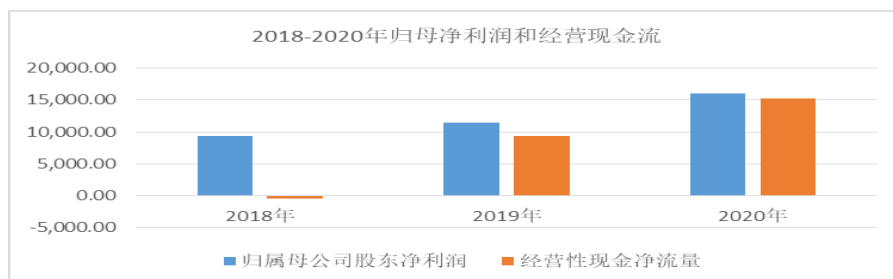
	2020 年	增长率	2019 年	增长率	2018 年	增长率
礼赠品	113,745.82	15.06%	98,856.99	18.73%	83,262.27	18.84%
促销服务	22,732.34	12.09%	20,279.98	44.61%	14,024.12	25.59%
新媒体营销	53,904.69	74.46%	30,898.09	409.28%	6,067.04	-
贵金属和特许产品	8,430.60	22.20%	6,899.17	323.25%	1,630.05	133.37%
房产出租	231.84	0.00%	231.84	33.33%	173.88	-
营业总收入	199,045.29	26.65%	157,166.07	49.46%	105,157.34	28.36%



最近 3 年，净利润和现金流情况如下：

单位：万元

	2020 年	2019 年	2018 年
净利润	18,740.44	13,307.47	9,842.89
归属母公司股东净利润	16,313.63	11,486.34	9,354.47
经营性现金净流量	14,835.54	9,397.21	-504.42
投资活动现金净流量	-3,294.44	-8,030.96	-1,351.31
筹资活动现金净流量	-2,065.29	9,507.25	-4,028.73
现金及现金等价物净增加额	9,461.50	10,871.56	-5,833.82



2020 年度，公司实现合并报表净利润 1.87 亿元，同比增长 40.83%；归属母公司股东净利润 1.63 亿元，同比增长 42.03%。主营业务毛利率 22.06%，同比减少 0.24 个百分点。

费用方面，公司 2020 年费用控制较好，销售、管理、研发、财务等四项费用合计增加 3,075.86 万元，同比增长 15%，低于营业收入和净利润增速。费用增长较快的是研发费用，与公司备战冬奥、上线元隆有品、谦玛网络扩充创意团队等业务发展相匹配。

2020 年度，公司经营性现金流净额 1.48 亿元，同比增长 57.87%，主要原因是三季度订单在年末回款较多以及客户结构变化账期有所缩短，而 2021 年春节接近 2 月中旬，春节订单的采购款主要在 2021 年支付。期末应收账款余额 5.43 亿元，同比减少 3,450.32 万元，降幅 5.97%。

(2) 业务分析

礼品和促销服务业务总体持续增长，核心客户数增量升

行业需求保持稳中有增，公司的综合竞争实力进一步增强，公司 2020 年礼赠品和促销服务实现销售额 13.65 亿元，同比增长 14.56%。前十大客户贡献收入 10.01 亿，同比增长 11.20%。收入贡献 5 千万以上的客户从 4 家增加到 8 家，第十大客户贡献收入 4500 万元，这在 2019 年可以排进前六。从储备客户情况看，5 千万收入贡献客户的队伍有望继续扩大。

业务有效触达金融、互联网等行业，大客户储备资源丰富

过去公司主要服务于快消行业客户，产品主要应用于市场终端促销场景。2018 年以来，公司借各行业阳光采购的东风，进入了银行、保险、互联网、汽车、烟草等行业，产品和服务的应用场景随之扩大到信用卡积分兑换、经销商奖励、商务随手礼、大企业员工福利等领域。在这些应用场景中，礼赠品供应服务属于客户刚需，本公司所具备的产品采购规模、供应链管理、创意设计、合规性等方面的综合优势，在进入上述行业后得到进一步放大。新客户进入从单点客户开拓模式逐渐变为行业客户开拓模式。上述行业的新客户快速增加，且新客户多为礼赠品预算超过 1 亿元的潜力大客户。至此，公司业务增长的源动力从新客户开拓转变为团队对新客户服务能力的提升，业绩持续增长的可控性大大加强。随着团队人数的扩张和专业性不断提高，公司的市场占有率有望持续提升。截至目前，公司已签约的储备大客户包括邮储银行、浦发银行、民生银行、招商银行、中国人寿、泰康人寿、合众保险、太平人寿、前海人寿、微信支付、蚂蚁金服、字节跳动、快手、拼多多、腾讯科技、腾讯音乐、京东、湖南中烟等。

谦玛网络持续高增长，业务基础更加扎实

谦玛网络 2020 年实现营业收入 5.39 亿元，同比增长 74.46%；实现归属母公司股东净利润 6,479.98 万元，同比增长 43.55%。谦玛网络 2020 年服务品牌客户超过 220 家，2020 年新客户 100 家。前五大客户贡献收入 3.08 亿元，占比 57.1%。

元隆有品、五粮液合作、环球 IP 授权等有望形成第二增长曲线

礼赠品供应业务是公司的第一增长曲线。多年来礼赠品沉淀了大量的供应链资源和礼品渠道资源，在礼赠品供应模式之外寻求资源的其他变现方式，可以形成公司第二增长曲线。2020 年，公司确立了元隆有品和 IP 运营两大发展方向：元隆有品是平台电商模式，整合供应链，为友商赋能，进入国企集采体系，以平台 GMV 方式提高市占率和行业影响力，目标是成为礼赠品行业的京东；IP 运营从签约环球影业（Universal Picture）的功夫熊猫、马达加斯加系列形象着手，一方面建立公司礼赠品业务的差异化竞争优势，一方面培育 IP 运营团队，切入正在快速增长的潮流 IP 授权市场。五粮液合作是一次难得的进入高端白酒经销业的机遇，五粮液八方来和的概念独特，利润空间大，未来成功运作不仅可以提升 2021 年当期业绩，更能建立公司在高端文化类白酒销售方面的声誉，带来更多合作机会。

北京冬奥会持续投入

2020 年，公司北京冬奥会特许业务实现收入 5,917.95 万元，该部分业务受疫情影响较大，导致收入与去年同期基本持平。今年是冬奥项目的关键一年，随着市场热度的逐步提高，公司将从产品、渠道等方面进一步提升竞争力，抓住冬奥每个重大活动的时间节点和市场热点，力争实现收入和利润的突破。

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
礼赠品（促销品）	1,137,458,170.96	271,408,890.78	23.86%	15.06%	41.94%	4.52%
促销服务	227,323,396.40	22,144,741.76	9.74%	12.09%	-64.06%	-20.64%
新媒体营销服务	539,046,897.67	126,453,391.27	23.46%	74.46%	54.69%	-3.00%

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、面临退市情况

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

本公司本期新增上海沐鹞、广西耀远两家三级子公司，处置杭州仟美一家三级子公司，处置后杭州仟美不再纳入合并范围。

北京元隆雅图文化传播股份有限公司

法定代表人：孙震

2021 年 4 月 6 日