

证券代码：300063

证券简称：天龙集团

公告编号：2020-046

广东天龙油墨集团股份有限公司 2019 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
-----------	-----------	-----------	--------

大华会计师事务所（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大华会计师事务所（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 749,001,950 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0 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 0 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	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	
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）公司经营范围和主营业务

公司是从事互联网营销服务和精细化工产品制造现代企业集团，主营业务包括互联网营销板块、油墨化工板块和林产化工板块。在互联网营销板块，公司主要从事信息流、搜索引擎、手机厂商等媒体的互联网广告代理业务，为广告主提供互联网各大平台广告的媒介采买、效果优化、全案策划、短视频制作、咨询投放、创意制作、效果监测、技术支持等服务，同时也为广大客户提供全方位定制化的移动营销解决方案以及社会化全案营销服务；在油墨化工板块，公司主要从事环保油墨

的生产和销售，产品包括水性油墨、环保型溶剂油墨、水性树脂和水性光油等，广泛应用于包装印刷领域；在林产化工板块，公司主要从事松香、松节油以及歧化松香、松油醇、蒽烯、月桂烯等林化深加工产品的生产及销售，产品广泛应用于清洗剂、消毒剂、香精香料、汽车轮胎等精细化工领域。

报告期内的公司主营业务未发生重大变化。

(二) 公司主要经营模式

1、互联网营销服务模式

公司互联网营销业务主要提供信息流（含短视频）、搜索引擎、应用市场、品牌广告等营销服务，为客户提供品效合一的数字营销服务。从前期的营销数据挖掘分析、品牌解读、预算判断到执行期的营销策略制定、互动设计、媒介方案提供、创意制作、短视频拍摄和推广、技术支持以及后期的KPI全程跟踪、效果优化反馈、定期媒体经验分享、行业趋势解读服务，满足客户全方位的营销需求。作为互联网整合营销服务商，公司在整个互联网营销生态中，将媒体和广告主以更专业高效的方式连接在一起。

2019年，公司通过内部孵化和外部投资设立控股子公司，大力发展短视频业务，从创意、拍摄、制作、技术开发创新、视频制作基地落地全链条覆盖。提前布局，加大投入，主动拥抱互联网营销新变化，挖掘新商机，扩大了客户品类和客户粘性，使公司互联网营销服务更完整。目前，公司的客户已遍布网络服务、游戏、金融、汽车、软件、电商、旅游、教育等行业。公司的目标是成为互联网营销的行业标杆，持续为客户产品赋能。

2、油墨化工经营模式

公司向市场采购合成树脂所需的各种化工原料，通过高温聚合、乳液聚合等工艺自制合成树脂，再经过配料、研磨、搅拌、调浆等生产环节，将所采购的颜料、溶剂、助剂配制成油墨，向下游印刷企业提供专业油墨产品。公司所生产的油墨较之传统的印刷油墨更具环保性，具有无毒、无污染的特点，符合环保政策的要求。公司所服务的印刷企业主要为外包装印刷企业，产品主要用于瓦楞纸箱、食品、日用品、医药外包装等的印刷。公司在广东、北京、杭州、成都设有四大生产基地，产品覆盖全国并销往东南亚。

3、林产化工经营模式

公司向脂农采购松脂，通过各种工艺生产制造成松香、松节油等，或以松香、松节油为原料再深加工为歧化松香、歧化松香钾皂、蒽烯、月桂烯、二氢月桂烯等产品。产品广泛应用于清洗剂、消毒剂、香精香料、汽车轮胎等精细化工领域。公司在全国设有四大生产基地，产品销往全国并出口东盟、欧盟、日韩等国家。

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：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	8,673,655,780.29	7,967,709,804.43	8.86%	6,876,115,332.30
归属于上市公司股东的净利润	76,186,204.81	-905,744,089.94	108.41%	-309,765,264.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	31,758,808.38	-903,464,540.16	103.52%	-371,810,661.36
经营活动产生的现金流量净额	-26,292,262.24	-77,494,893.94	66.07%	117,275,666.12
基本每股收益（元/股）	0.1049	-1.2468	108.41%	-0.4264
稀释每股收益（元/股）	0.1049	-1.2468	108.41%	-0.4264
加权平均净资产收益率	7.45%	-63.19%	70.64%	-15.13%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	2,753,289,356.18	2,514,499,026.71	9.50%	3,548,662,406.82
归属于上市公司股东的净资产	1,073,253,708.67	984,957,559.49	8.96%	1,886,181,675.95

(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	1,587,428,880.66	2,168,448,486.34	2,207,381,119.88	2,710,397,293.41

归属于上市公司股东的净利润	21,812,072.63	38,495,364.14	23,661,166.99	-7,782,398.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	18,425,822.29	31,375,820.45	12,796,267.49	-30,839,101.85
经营活动产生的现金流量净额	-33,515,147.67	19,612,860.43	-89,415,286.82	77,025,311.82

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

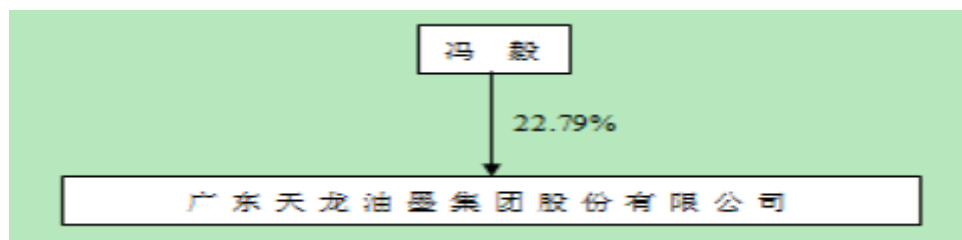
报告期末普通股股东总数	27,926	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	28,195	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
冯毅	境内自然人	22.79%	170,724,933	128,043,700			
程宇	境内自然人	9.77%	73,158,473	0			
常州长平资本管理有限公司	境内非国有法人	5.72%	42,875,990	0	质押	28,605,922	
冯华	境内自然人	2.70%	20,225,000	20,225,000			
上海进承投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.54%	19,050,000	0	质押	17,150,000	
常州京江永晖投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.34%	17,561,155	0			
芜湖联企投资咨询合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.91%	14,291,997	0			
冯军	境内自然人	1.89%	14,150,000	0			
张伟祥	境内自然人	1.13%	8,465,900	0			
王娜	境内自然人	0.93%	7,000,000	7,000,000			
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

(一) 报告期内经营概述和业务回顾

报告期内，公司实现营业收入867,365.58万元，较上年同期增长8.86%；实现归属于普通股股东的利润7,618.62万元，较上年同期增长了108.41%。截至报告期末，公司的总资产规模为275,328.94万元，较年初数增长9.50%；归属于上市公司股东的净资产为107,325.37万元，较年初数增长8.96%。报告期内公司实现基本每股收益0.1049元/股，较上年增长108.41%。由于计提大额商誉减值准备，公司2017年、2018年连续两年亏损，2019年，公司全体员工按照集团部署的“统一思想、担当使命；统一行动、稳中求进”的总体要求，克服困难，奋力前进，成功扭亏为盈，消除了暂停上市风险，公司的经营成果和投资价值得以体现。报告期内公司业绩增长的主要驱动因素如下：

1、优化全媒体资源矩阵，互联网营销业务持续增长

报告期内，公司新媒体板块持续打造品效合一的数字营销理念，在5G产业大发展的背景下，继续优化信息流、搜索引擎、手机厂商的全媒体资源矩阵布局。重点发展信息流（含短视频）业务，同时稳定发展厂商媒体和传统搜索引擎业务，形成具有市场竞争力的媒体资源结构。

报告期内，信息流媒体广告业务已成为公司互联网业务的重要组成部分，是业绩增长的主要动因。其中，巨量引擎一跃成为公司的第一大合作媒体，公司在巨量引擎上投放的信息流广告同比增长超50%。公司与腾讯社交广告继续深度合作，超额完成了媒体制定的目标任务，相比上年实现了200%的增长。报告期内厂商媒体业务发展稳定，尤其是VIVO业务快速增长，2019年度公司成为VIVO媒体TOP1代理商。

2019年，随着移动端新媒体的更新迭代，短视频类新媒体不断涌现和发展，为了紧跟媒体的发展节奏，把握行业发展的新动向，进一步落实公司新媒体发展战略，公司通过合资方式设立控股子公司“北京快道互动网络科技有限公司”、“北京三影互动科技有限公司”，引入高端专业人才，着力布局短视频业务。同时，公司内部孵化建立短视频营销团队、创意制作和技术开发团队。报告期内，公司加大视频创意团队投入，通过规范视频创意制作流程、与专业化制作及演艺人员签约合作、在山西设立专业视频制作基地等一系列措施，有效提升视频制作素材的质量并实现量产，实现短视频等业务新形态的新发展。此外，随着移动互联网的蓬勃发展，搜索引擎的流量入口位置逐渐弱化，搜索业务增长放缓。百度、360商业智慧、阿里智能营销平台等媒体资源生态除搜索外，向更多元化媒介形式转型。搜索引擎仍是公司的主要业务之一，依托十多年的搜索营销服务经验，公司着力于为有价值的客户提供更加优质专业的服务，继续保持搜索大盘业务的稳定。

报告期内公司继续推动营销技术和营销产品的创新，根据运营需求针对性开发协助程序，大大提高运营效率，借助大数据分析更好地为客户提升营销效果。在巨量引擎产品方向，公司自主研发的技术产品推出的批量创建广告功能、投放预警功能、转化ID推送功能、后端数据导入、跨账户操作等功能深受市场欢迎。

2、把握市场机遇，优化供应链，油墨化工板块营收与利润齐增长

报告期内，公司油墨板块管理层把握原材料价格走低的市场机遇，继续优化供应链管理，有效降低原材料成本和运营成本；同时深化管理创新，以技术创新带动产品竞争力，报告期内油墨产品毛利率提高，营业收入和利润明显增长。

3、未雨绸缪，提前部署，林产化工板块业绩好于往年平均水平

2019年随着宏观经济增长的趋缓以及市场需求的回落，林产化工产品价格持续下行，年初至年末尾化松香价格下降约30%，松节油、二氢月桂烯、月桂烯等价格下降50%以上，而原材料价格降幅远小于产品价格降幅，企业获利空间压缩。林化事业部管理层运用其丰厚的市场经验，预见市场趋势，提前部署，同时推行科学的管理制度和办法，全面发力，在不利的经营环境中实现了利润最大化。报告期内，林产化工板块实现营业收入和净利润虽较上年同期均有所下降，但业绩仍好于往年平均水平。

（二）公司所处行业及行业地位分析

1、互联网营销业务

2019年在国内经济增长趋缓的宏观环境下，中国互联网营销市场面临挑战的同时整体仍然实现了增长。人工智能的落地和5G带来的新一波增长红利，也为数字营销注入新的活力，推动数字营销不断向智能化变迁。

移动互联网媒体作为流量领先的广告资源平台，汇集移动互联网推广流量资源，产品形式更加多样化、场景化、生活化，能够精准实现广告投放千人千面，让广告更好地触达目标客户，实现客户推广诉求。以抖音为代表的短视频发展迅猛，强势锁定新生代消费主力，支持人群兴趣、场景等多种精准触达方式，解决App下载、推广、电话预约等多种营销诉求。通过定向技术精准触达客户，能够更好地让客户对品牌进行感知，完成推广目标。广告在短视频信息流和播放流中展现，配合直播内容营销，营销场景丰富，有效触达目标用户。全新的移动生态联盟广告为整体市场带来新的活力，实现了快速增长。同时也对广告服务商的内容创意能力、数据技术运用能力和全媒体覆盖能力及全模式优化能力提出了更高的要求。

公司作为互联网营销服务商，处于媒体和品牌广告客户的纽带位置，是互联网营销生态中重要的一环。在媒体端，公司对接、整合优质媒体资源，与国内其他主要的信息流媒体、搜索引擎媒体、厂商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。公司拥有主流互联网媒体包括巨量引擎、腾讯、百度、360、VIVO等媒体的代理权，并成为各媒体重要代理商，在公司不断努力下，公司在KA客户代理商排名中也更上一台阶。在客户端，公司为网络服务、电商、游戏、汽车、教育、旅游、金融等各大行业品牌提供全价值链服务，基于AXIS智能搜索营销平台，根据广告主业务需求和营销目标，为广告主提供媒介采买、广告优化、创意策划、技术支持等全方位整合营销服务，以专注、专业、专心、专一的服务理念，不断提升服务能力和用户体验，帮助客户洞悉市场、提高效率。

公司下属品牌“品众互动”在互联网营销市场中，具备多年的数字营销经验，优质的互联网资源矩阵，领先的资源采购量级，适应多媒体形式的高效运营团队，领先的技术研发平台，服务上万家知名客户，树立了优秀的品牌影响力。品众互动、吉狮互动被评选为2019北京民营企业文化产业百强。报告期品众互动获得巨量引擎“年度最佳增值运营合作伙伴”、“2019年金触点全球商业创新奖——营销案例金奖”、“2019年金投赏商业创意奖”、“2019弗徕格奖—大数据营销金奖”、“腾讯2019年上半年金牌服务商”、“腾讯2019年下半年金牌服务商”、“腾讯2019年年度突出贡献奖”、“阿里2019年度优秀合作伙伴”、“2019年度阿里睿智贡献卓越奖”、“阿里营销大赏——最佳人气奖”、“阿里营销大赏——效果营销类钻石魔方奖”、“阿里营销大赏——整体营销类钻石魔方奖”等“VIVO2019年度最佳服务奖”等数字营销领域重量级大奖及各种行业大奖。

公司属下品牌“优力互动”持续服务于微软、奔驰、米其林等国际大品牌客户，报告期内新增了惠普、京东等国内顶尖客户，同时作为爱奇艺、哔哩哔哩弹幕网、豆瓣网、凤凰网、酷狗、腾讯、网易、携程、知乎、优酷等代理商为广告主提供新媒体广告创意策划、活动管理执行、舆情监测、媒体发布等互联网全媒体营销服务。报告期内，优力互动获得“金鼠标10周年——数字营销领军人物”、“金鼠标10周年——数字营销标杆公司”、“IAI国际广告奖—大中华区年度整合营销公司”、“可口可乐城市罐社交营销—第十届金鼠标数字营销大赛社会化营销类金奖”、“京东物流第八届社会化营销金蜜蜂奖—整合营销类金奖”、“惠普星系列营销传播专案奖家电商码类整合营销传播金奖”等行业大奖。

2、精细化工业务

油墨化工方面，公司已在国内油墨行业深耕多年，“天龙牌”水性油墨连续十九年处于国内水性油墨市场的前列，“天龙牌”环保型溶剂油墨产品也占有重要的市场地位。报告期内，公司主要油墨子公司广东天龙油墨有限公司获得油墨行业“十二五五十强油墨企业”、“新中国成立70周年优秀油墨企业”、国家知识产权局颁发的“国家知识产权优势企业”、广东省工业和信息化厅、广东省财政厅、海关总局联合颁发的“广东省省级企业技术中心”等荣誉称号。

林产化工方面，公司拥有国内最大的歧化松香产能，公司林产化工深加工产品蒽烯、月桂烯和二氢月桂烯出口量、营销收入规模排名均居全国同行业前列。

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
互联网营销服务	7,718,872,313.25	352,144,347.44	4.56%	13.71%	-5.23%	-0.92%
松香、松节油、树脂及其他林化产品	571,440,123.20	97,939,271.97	17.14%	-30.68%	-39.09%	-2.37%

水性油墨	232,267,177.60	69,497,004.11	29.92%	1.23%	24.03%	5.50%
溶剂油墨	148,197,129.02	38,053,230.09	25.68%	18.83%	54.23%	5.89%

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，公司实现营业收入867,365.58万元，较上年同期增长8.86%；实现归属于普通股股东的利润7,618.62万元，较上年同期增长了108.41%。报告期内公司实现基本每股收益0.1049元/股，较上年增长108.41%。由于计提大额商誉减值准备，公司2017年、2018年连续两年亏损，2019年公司成功扭亏为盈，消除了暂停上市风险，公司经营成果和投资价值得以体现。

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

一、本次会计政策变更概述

(一) 变更原因及变更日期

1、新财务报表格式

财政部于2019年4月30日发布《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6号），对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于执行企业会计准则的非金融企业2019年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表。公司在编制2019年度中期财务报表及以后期间的财务报表时，执行新财务报表格式。

2、非货币性资产交换

2019年5月9日财政部发布关于印发修订《企业会计准则第7号—非货币性资产交换》（财会〔2019〕8号），对准则体系内部协调与明确具体准则适用范围进行修订。公司自2019年6月10日起执行以上规定。

3、债务重组

2019年5月16日发布关于印发修订《企业会计准则第12号—债务重组》（财会〔2019〕9号），对准则体系内部协调与债务重组定义进行了修订。公司自2019年6月17日起执行以上规定。

(二) 变更前采用的会计政策

本次会计政策变更前，公司按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

(三) 变更后采用的会计政策

1、新财务报表格式

公司将按照财政部于2019年4月30日发布的《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6号）要求编制财务报表。

2、非货币性资产交换

公司将执行财政部于2019年5月9日发布的关于印发修订《企业会计准则第7号—非货币性资产交换》（财会〔2019〕8号）文件。

3、债务重组

公司将执行财政部于2019年5月16日发布的关于印发修订《企业会计准则第12号—债务重组》（财会〔2019〕9号）文件。

除上述会计政策变更外，其他未变更部分仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

二、本次会计政策变更的主要内容

(一) 新财务报表格式

将对财务报表相关项目进行列报调整，并对可比会计期间的比较数据相应进行调整，主要情况如下：

1、资产负债表中“应收票据及应收账款”项目分拆为“应收票据”及“应收账款”两个项目；“应付票据及应付账款”项目分拆为“应付票据”及“应付账款”两个项目。

2、资产负债表新增“其他权益工具投资”项目，反映资产负债表日企业指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资的期末账面价值。

3、利润表新增“信用减值损失”项目，反映企业按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》（财会〔2017〕7号）要求计提的各项金融工具信用减值准备所确认的信用损失。

4、将利润表“减：资产减值损失”调整为“加：资产减值损失（损失以“-”列示）”。

5、现金流量表明确了政府补助的填列口径，企业实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，均在“收到的其他与经营活动有关的现金”项目填列。

（二）非货币性资产交换

1、非货币性资产示例中删除“存货”，其适用于第14号收入准则；货币性资产定义中将收取固定或可确定金额的“资产”改为“权利”。

2、增加规范性非货币性资产交换的确认时点，即换入资产应在符合资产定义并满足资产确认条件时予以确认，换出资产应在满足资产终止确认条件时终止确认。

3、将非货币性资产交换的计量原则与新收入准则协调一致。

（三）债务重组

1、将原“债权人让步行为”改为将“原有债务重新达成协议的交易行为”。

2、重组方式中债务转为“资本”改为债务转为“权益工具”。

3、将重组债权和债务的会计处理规定索引至新金融工具准则，从而与新金融工具准则协调一致，同时删除关于或有应收、应付金额遵循或有事项准则的规定。

4、将以非现金资产偿债情况下资产处置损益的计算方法与新收入准则协调一致。

三、本次会计政策变更对公司的影响

本次会计政策变更仅对财务报表格式和部分项目填列口径产生影响，不影响公司净资产、净利润等财务指标。

对公司2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换和债务重组，不进行追溯调整。

（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

本报告期全资子公司沈阳市天金龙油墨有限公司、武汉天龙油墨有限公司、二级子公司北京优力互动文化传媒有限公司（北京优力互动广告有限公司下属子公司）已注销，不再纳入合并报表；新增二级子公司江苏品致互娱网络科技有限公司于2019年10月31日完成工商登记，纳入合并报表范围；新增北京三影互动科技有限公司于2019年12月31日完成工商登记，纳入合并报表范围。