

证券代码：002103

证券简称：广博股份

公告编号：2019-019

广博集团股份有限公司 2018 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。

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
杨芳	独立董事	工作原因	徐衍修

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

根据《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》第七条规定“上市公司以现金为对价，采用要约方式、集中竞价方式回购股份的，当年已实施的回购股份金额视同现金分红金额，纳入该年度现金分红的相关比例计算”。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司通过股票回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份支付的总金额为 59,058,073.34 元（不含交易费用），即 2018 年度公司以回购股份方式现金分红的金额为 59,058,073.34 元。

经中汇会计师事务所(特殊普通合伙)审计，广博集团股份有限公司 2018 年度归属于上市公司股东的净利润为-677,465,027.92 元，公司 2018 年度合并未分配利润为-259,157,808.99 元，母公司未分配利润为-403,140,424.63 元。综合公司回购股份的实际情况，考虑公司的健康、可持续发展，兼顾公司股东的未来利益，拟定公司 2018 年度利润分配预案为：不派发现金红利，不送红股，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	广博股份	股票代码	002103
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	江淑莹	王秀娜	

办公地址	浙江省宁波市海曙区石碇街道车何广博工业园	浙江省宁波市海曙区石碇街道车何广博工业园
电话	0574-28827003	0574-28827003
电子信箱	stock@guangbo.net	stock@guangbo.net

2、报告期主要业务或产品简介

公司主要业务为：文具的生产与销售、互联网广告营销与服务。

（一）文具业务

1、文具行业发展趋势

文具行业在国际国内都属于比较成熟的行业，依照业内通用的分类方法，文具通常可以分为学生文具、办公文具、书写工具、其他文教用品四个大类，而每个大类又有诸多的细分品类，产品跨度大，所处技术领域迥异。近几年，随着国内消费群体规模和消费结构的变化，文具市场呈现出以下几方面的发展态势：

（1）从产品方面而言，文具产品从以往的追求功能为主向产品创意化、品种多样化，设计个性化，材质环保化方向发展，高端文具产品逐渐成为推动文具消费的新亮点。文具已经成为创意以及个性的载体，文具产品中附加的流行元素和文化内涵，符合学生以及年轻办公族追求时尚、个性的消费潮流。

（2）从市场格局而言，目前我国文具市场还处于高度分散的状态，行业集中度较低，是典型的“小产品”、“大市场”，各种规模的文具生产企业主要集中在长三角和珠三角两大区域，但是在众多的生产企业中，年销售规模达到10亿量级的企业寥寥无几，无论在哪一个细分市场中，都未形成具有产业链整合能力和垄断性优势的供应商，国内市场进一步整合开拓的市场潜力较大。

2、公司文具业务的发展

公司文具业务主要包括学生文具、文创生活以及时尚办公文具三个大的品类，公司借助供应链整合能力，为办公、学生、时尚生活文具提供全面的解决方案。具体细分品类包括纸品本册、文件管理、书写工具、办公生活等。公司作为国内文具用品龙头企业之一，通过多年的经营积累了品牌优势、研发优势以及渠道优势等。目前公司已经建立了遍布全球主要文具市场的营销网络，在香港、美国、越南等地设立了海外公司，在国内主要城市建有销售网络，与国内外重要顾客以及供应商如沃尔玛、家乐福、Staples建立了“长期、稳定、双赢”的合作伙伴关系。当前，公司坚持创意设计与文具制造的深度融合，遵循多元化办公理念，采用先进工艺、环保材质、人性化设计，着力发展kinbor、Fizz等时尚文创产品，公司旗下kinbor系列主打文创生活类产品品牌，其擅长围绕“原创设计”的手账结构与主题故事，并通过“设计”与“内容”使文具与消费者建立情感沟通，将时尚生活融入文具产品，讲究个性、DIY等互动式体验，提高文化创意产生的经济价值，提升消费体验。公司旗下Fizz系列产品主要以绚丽多彩的大色块办公文具向年轻人传递时尚办公新理念，抛弃沉闷的“办公黑”，开启时尚办公新格局。

（二）互联网广告营销与服务业务

公司旗下西藏山南灵云传媒有限公司从事互联网广告营销与服务业务，主要业务包括导航网站广告代理业务、新媒体广告营销业务，品牌广告及特价电商业务。互联网广告发展从媒体端看，流量趋于集中，基本形成移动信息流类型为主导的广告格局，前几大媒体渠道平台如腾讯、今日头条、百度信息流、爱奇艺等占了半数以上的市场份额，优势媒体对行业的发展有较大的影响力；从中介端看，互联网广告代理服务公司规模大、市场准入门槛较低，但是能够为广告主提供精准化、定制化的综合运营服务依然是广告代理公司的核心竞争力。

灵云传媒设立之初主要通过导航网站及其他垂直网站为客户提供广告投放业务，通过代理或者包断各网址导航的优质广告资源，为客户提供庞大的流量和精准的用户支持，在导航网站广告业务方面，灵云传媒与国内主要导航网站均建立了紧密的合作关系，在导航网站广告代理领域有较高的行业地位。对于导航网站广告业务：灵云传媒采用包断等方式由互联网导航

网站等媒体平台处获得广告位资源，再根据不同广告主的需求为其提供整体化的策略式广告投放服务。除了为广告主客户提供广告代理服务外，灵云传媒在服务中还可以为广告主客户提供包括数据挖掘、策略定制、效果监测及投放优化等多种增值服务。在上述整体式服务过程中向广告主客户收取广告服务费。

近年来随着互联网流量加速向移动端迁移，信息流广告快速发展，微博、腾讯、今日头条等较早推出了信息流广告产品，同时也得益于其庞大的用户数，成为信息流广告收入的主流梯队。对于广告主而言，信息流广告是整合营销的重要组成部分，因此在广告展现形式上对于创意、素材的要求也相对较高。除了媒体流量规模，媒体形象也是大广告主选择投放平台的重要考量因素。为适应不断发展的互联网广告行业，灵云传媒近年来加大了以信息流广告为主的移动新媒体广告业务的市场开拓力度，建立起一支高效的优化运营团队新媒体业务部门，为客户提供包括广告策略制定、账户优化、营销方案设计等全方位服务。新媒体业务类型众多，主要的经营模式与导航业务类似，只是平台和媒体有所差异。

互联网广告行业竞争较为充分，从业企业数量较多，行业整体集中度较低。我国互联网广告行业与国外成熟市场的互联网广告行业相似，属于开放性行业，没有严格的行业壁垒和管制，行业内参与者众多且细分化程度较高。各家互联网广告商根据自身定位、拥有的独特资源优势参与行业竞争，整个行业市场化程度较高。2018年是中国互联网广告市场调整与发展的一年，一方面，市场马太效应继续加强，大型互联网广告公司市场份额继续扩大，中小规模互联网广告公司生存环境受到挤压；另一方面，游戏版号停止发放以及有关部门加大对于互联网营销内容领域的监管力度均导致相关客户对于广告投放预算的调整。以上因素综合导致灵云传媒2018年度的收入以及利润水平受到影响，致使公司对收购灵云传媒产生的商誉计提减值。

目前灵云传媒经营管理层稳定，基于目前市场竞争趋于激烈的现状，灵云传媒将努力拓展新客户和新业务模式，除保持现有的传统导航网站和信息流广告营销业务外，灵云传媒积极拓展与行业新锐媒体的合作，通过包版媒体资源、搭建面向直客的广告技术平台等多个手段，提升广告位的综合收益水平。另外，通过提供高效的客户服务来提升营销效果，降低运营成本，维系并开拓客户资源。通过上述多维度的业务拓展努力，力求有效改善目前因数字营销领域过度竞争导致的业务低毛利现象，提升公司整体收益。

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

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

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入（元）	2,048,308,737.25	2,378,495,764.20	-13.88%	1,643,209,938.59
归属于上市公司股东的净利润（元）	-677,465,027.92	111,812,857.44	-705.89%	119,496,992.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-699,709,569.19	7,001,636.56	-10,093.51%	84,392,867.39
经营活动产生的现金流量净额（元）	162,428,778.19	78,916,799.14	105.82%	208,215,607.78
基本每股收益（元/股）	-1.25	0.20	-725.00%	0.22
稀释每股收益（元/股）	-1.25	0.20	-725.00%	0.22
加权平均净资产收益率	-48.54%	6.45%	-54.99%	7.22%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
总资产（元）	2,061,495,090.19	2,652,804,758.56	-22.29%	2,617,300,185.66

归属于上市公司股东的净资产 (元)	1,013,688,146.74	1,778,123,329.14	-42.99%	1,705,770,009.17
----------------------	------------------	------------------	---------	------------------

(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	466,031,289.47	497,659,202.79	625,627,667.31	458,990,577.68
归属于上市公司股东的净利润	13,214,404.05	29,802,256.09	10,438,920.69	-730,920,608.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	11,168,796.33	29,001,682.85	3,373,547.78	-743,253,596.15
经营活动产生的现金流量净额	-80,696,519.12	72,313,749.49	-69,074,568.10	239,886,115.92

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	31,155	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	27,671	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	
王利平	境内自然人	22.54%	122,987,603	92,240,702	质押	122,714,624	
任杭中	境内自然人	11.34%	61,862,866	57,871,423			
广博控股集团有限公司	境内非国有法人	7.06%	38,515,787	0	质押	37,799,986	
宁波兆泰投资有限公司	境内非国有法人	5.15%	28,104,062	0	质押	28,104,062	
王君平	境内自然人	5.02%	27,407,786	20,555,839	质押	20,000,000	
中国银行股份有限公司—富国改革动力混合型证券投资基金	其他	3.30%	18,000,000	0			
宁波广联投资有限公司	境内非国有法人	2.06%	11,227,952	0	质押	7,200,000	
舒欣枝	境内自然人	1.98%	10,800,000	0			
宁波融合股权投资合伙	其他	1.70%	9,287,924	0	质押	9,287,915	

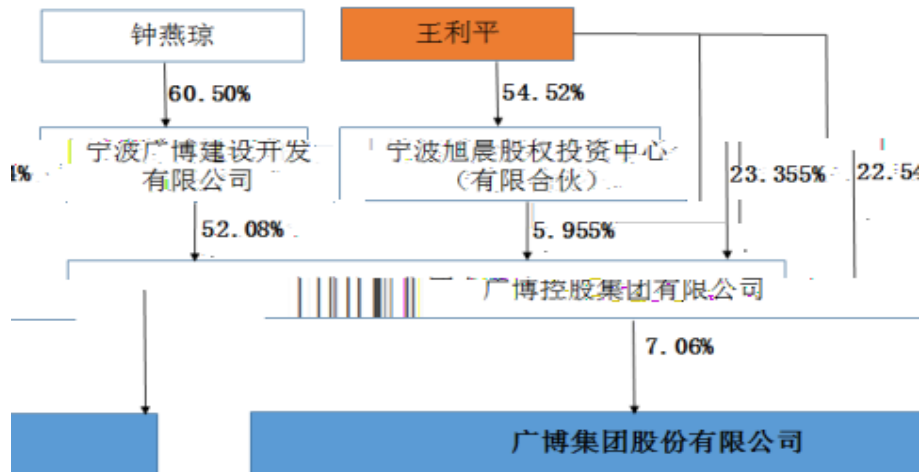
企业（有限合伙）						
浙江恒河实业集团有限公司	境内非国有法人	0.73%	4,005,540	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	截至报告期末，公司前 10 名普通股股东中：王利平先生通过直接持股及其配偶钟燕琼女士控制的广博控股集团有限公司合计持有公司 29.60% 股份，为公司的实际控制人。广博控股集团有限公司为公司持股 5% 以上股东，实际控制人王利平先生间接控制的公司。王利平先生与王君平先生虽系兄弟关系，但不构成一致行动关系。宁波兆泰投资有限公司、宁波广联投资有限公司系公司职工出资设立的公司。宁波融合股权投资合伙企业（有限合伙）系公司核心管理人员设立的有限合伙企业。其余股东公司未知他们之间是否存在关联关系，也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	截至报告期末，宁波广联投资有限公司持有本公司 11,227,952 股股份，占公司总股本的 2.06%，其中 4,018,729 股股份，占公司总股本的 0.74% 在海通证券股份有限公司客户信用担保账户，用于开展融资融券业务。					

(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

报告期内，公司董事会与经营管理层紧密围绕公司发展战略和经营计划，立足主营业务，优化产品结构，提高生产效率。报告期内公司实现营业总收入204,830.87万元，同比下降13.88%；营业总成本271,948.97万元，同比上升12.46%；期间费用29,775.50万元，同比上升5.02%；经营活动产生的现金流量净额16,242.88万元，同比上升105.82%；报告期内公司主营产品的毛利率19.03%，同比上升0.14%；归属于上市公司股东的净利润-67,746.50万元，同比下降705.89%。

坚持渠道与产品并举，培育时尚文具项目。报告期内公司紧紧围绕提升整个时尚文具项目的规模化组织开展各类产品研发，积极推动Kinbor、Fizz、时尚本册、迪士尼系列等时尚文具的开发、上市、营销推广等系列落地工作。目前产品层级已形成以Kinbor作为高端文创品牌打通高端连锁零售渠道，如宁波三联书店、上海静安寺的芮欧百货、知名连锁书店西西弗，并在苏州成立了第一家线下展示店，与黄油相机、宁波博物馆、上海博物馆、国家博物馆等开展双品牌联名推广，面向追求品牌和设计格调的高端消费群体。同时推出时尚办公文具Fizz系列新品作为传统办公文具的补充，面向追求时尚、潮流的办公大都市白领族群，实现了产品层级细分与人群细分的差异化营销推广，使产品定位更精准。通过新品发布会的举办，成功将公司产品创新成果和研发优势传导到各渠道，有效提振了客户信心和黏性，市场效应已在逐步显现，目前销售市场对市产品反响良好。

灵云传媒直面挑战，继续推进经营优化和策略调整。报告期内因互联网行业监管环境趋严，部分大客户对广告投放计划做出了调整，对灵云传媒销售收入带来一定影响，但灵云传媒直面挑战，通过提升财务稳健性、加大回款力度、开源节流等内部管理举措，促使业绩在对外部经营环境下行中继续保持平稳发展；加强内部合规性管控，整体发展质量与效益不断得到提升。未来，灵云将以服务大客户为业务重心，为客户提供包括互联网广告策略、广告内容制作、广告投放、广告效果监测与评估在内的整合营销服务业务，并积极探索在短视频、小程序等各种新媒体渠道上的营销模式，提升客户投资回报率。

探索创新营销模式，助推品牌加速拓展。进一步加大互联网营销手段推广，通过组建手帐群、微博、微信公众号、网红营销、粉丝营销等当下流行的营销方式，积极开展场景化和内容营销，公司的子品牌Kinbor、Fizz已积累了一定规模的核心用户群体，良好的品牌口碑效应正在形成。全面推进线上线下协同营销，线上与京东、天猫开展全方位紧密合作，不断提升品牌知名度和曝光度；线下多次组织参加各地有影响力的大型展会，不定期召开新品发布会，在加强与客户互动、加快新品推广、提振销售等方面发挥了积极作用。

扶持外贸拓展新渠道，保持外贸销售稳定发展。报告期内，外贸模块在原材料价格大幅上涨，大项目竞标日趋激烈，产品质量和材料环保要求日趋提高的挑战下，为确保完成全年目标，公司多路并进助推销售发展：一是坚持以稳固客户为基础采取谨慎调价策略，争取利润空间；二是产销联动聚焦大客户大项目开发或竞标，挖足潜力凸显竞争优势；三是鼓励发展非纸品产品，非纸品类的办公文具外购品需求已经越来越大，拓展客户潜力做大销售规模；四加强海内外设计联动，提升产品设计创新服务能力来增加客户粘性；五是大力推动出口电商业务发展，公司出口电商团队已先后在Amazon、Ebay、Walmart等多个平台开设数十家店铺，在确保销售端平稳运行的情况下已完成在美自建仓工作，为下一步出口电商发展打下扎实基础。

以政府采购为契机，积极发展办公直采业务。随着政府采购电商化、集中化和阳光化的趋势不断加强，B2B办公物资集中采购机遇不可小觑，公司借助品牌优势及服务网络，并依托专业的文化物资集采平台——广博商城

(<http://b2b.guangbo.net>)，聚焦政府及大中型企业对于各类办公物资的集中化、电商化采购，积极参与各项投标工作，取得了包括中国移动、中国石化、中国海洋石油、中央国家机关 2018 年电子卖场定点采购项目等多个政企客户办公物资采购项目，为政企客户提供阳光、快捷的办公物资管理方案。

设立海外生产基地，扩大品牌影响力。全面开展越南生产基地投产试运行工作，充分利用好越南当地资源优势，实施

国内市场和国际市场双规战略，在实现规模不断扩大的基础上，进一步带动品牌影响力。

报告期内，公司被认定为“2017-2018年度国家文化出口重点企业”，并取得相关证书，未来公司在坚持主业“稳中求进”的基础上，持续创新，丰富产品线，推动公司经营长远发展。

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
本册	335,446,359.34	84,693,181.48	25.25%	5.32%	12.07%	1.52%
办公用品	307,238,850.31	68,682,155.29	22.35%	-12.36%	-22.98%	-3.09%
互联网广告业务	1,027,104,018.47	115,353,816.11	11.23%	-22.21%	-45.00%	-4.65%

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

报告期内公司总体经营情况正常稳定，归属于上市公司普通股股东的净利润较上一报告期发生重大变化主要系公司对收购灵云传媒产生的商誉计提减值以及对长期股权投资汇元通公司计提资产减值，以上因素综合致使公司2018年度产生较大幅度亏损，具体内容详见公司于2019年2月27日披露于巨潮资讯网的《关于2018年度公司计提资产减值准备的公告》（公告编号：2019-008）

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) 因企业会计准则及其他法律法规修订引起的会计政策变更

1) 执行《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号）

财政部于2018 年 6 月 15 日发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号），

对一般企业财务报表格式进行了修订。

公司根据财政部财会〔2018〕15号的要求，从2018年10月25日期执行，调整以下财务报表的列报，并对可比会计期间的比较数据相应进行调整：（1）原“应收票据”和“应收账款”项目合并计入新增的“应收票据及应收账款”项目；（2）原“应收利息”、“应收股利”和“其他应收款”项目合并计入“其他应收款”项目；（3）原“固定资产清理”和“固定资产”项目合并计入“固定资产”项目；（4）“工程物资”项目归并至“在建工程”项目；（5）原“应付票据”和“应付账款”项目合并计入新增的“应付票据及应付账款”项目；（6）原“应付利息”、“应付股利”和“其他应付款”项目合并计入“其他应付款”项目；（7）“专项应付款”项目归并至“长期应付款”项目；（8）新增“研发费用”项目，原计入“管理费用”项目的研发费用单独列示为“研发费用”项目；（9）在“财务费用”项目下列示“利息费用”和“利息收入”明细项目。

除上述项目变动影响外，本次会计政策变更不涉及对公司以前年度的追溯调整。本次会计政策的变更不会对当期和会计政策变更之前公司总资产、负债总额、净资产及净利润产生影响。

（2）企业自行变更会计政策

本期公司无自行会计政策变更事项。

（3）会计估计变更说明

1)公司互联网广告营销与服务业务执行新的会计估计

公司于2018年12月12日召开第六届董事会第十八次会议，审议通过了《关于会计估计变更的议案》。公司目前的应收账款坏账准备计提方法未根据业务模式的不同进行区分，考虑到公司主营业务中的互联网广告营销与服务与其他业务模式有较大区别，从会计核算谨慎性原则考虑，同时为了增加公司财务信息的准确性，并参考其他上市公司类似业务应收账款坏账计提标准后，公司调整了互联网广告营销与服务的“按信用风险特征组合-账龄组合计提坏账准备的应收账款”中采用账龄分析法计提坏账准备的比例。

变更前		变更后	
账龄	应收账款计提比例	账龄	应收账款计提比例
1年以内（含1年）	5.00%	4个月以内（含4个月）	0%
		4个月至1年（含1年）	5.00%
1—2年	10.00%	1—2年(含2年)	30.00%
2—3年	30.00%	2—3年（含3年）	50.00%
3—4年	50.00%	3年以上	100.00%
4—5年	80.00%		---
5年以上	100.00%		---

公司从2018年12月1日起执行变更后的会计估计。

（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

（一）新设子公司

报告期内，公司设立美国全资子公司，公司名称：沃德有限公司（英文名：Worldrich,inc.），注册资本100万美元，经

营范围：仓储、物流。

(二) 其他原因引起的合并范围的变动

本公司合并范围内子公司全球名品汇（美国）有限公司于本年办理完毕注销手续，全球名品汇（美国）有限公司经营地在美国，注册资金30万美元，本公司持股100%，截至注销日，全球名品汇（美国）有限公司净资产371,246.45元，2018年实现净利润22,396.10元。自该公司注销时起，不再将其纳入合并财务报表范围。

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用