

证券代码: 002103

证券简称: 广博股份

公告编号: 2021-010

# 广博集团股份有限公司 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。

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

公司计划不派发现金红利,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碶街道车何广博工业园	浙江省宁波市海曙区石碶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

报告期内公司主要业务为:文具的生产制造与销售、互联网广告营销与服务。

(一) 文具的生产制造与销售

1、文具行业发展趋势

我国文具行业与成熟的欧美文具市场相比尚处于快速发展阶段,消费者对产品设计、质量等多方面的需求面临升级。

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。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。而我国庞大的文具消费人群、快速增长的消费能力和办公集采业务发展等因素为文具行业发展提供源源不断的动力，国内市场进一步整合开拓的市场潜力较大。而行业集中度低，消费升级、精品文创的崛起均利好现有文具品牌企业，具备研发、设计、制造、渠道等多方面优势的文具品牌企业有望进一步提升市场空间。

（2）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。文具已经成为创意以及个性情怀的载体，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，精品文创类产品需求不断凸显，“传统文具”不断向“精品文创”演变。

（3）从产品渠道而言，ToC零售端从传统的街边店线下零售模式向综合性电商、大型百货超市以及各类生活馆等精品店发展，随着网购便利性的提升以及性价比优势的显现，线上销售正逐渐抢占线下零售市场份额。而B端客户，办公用品采购也从专职人员自主采购模式逐渐向阳光化集约式采购发展。

## 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大品类，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，在中国香港、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，成为大型零售商Tesco的时尚纸品主力供应商。报告期内，公司“千城万店”渠道建设工作大力推进，商超业务、电商业务加速发展，销售呈现多渠道齐头共进的特点。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等时尚文创产品品牌，公司旗下kinbor系列主打文创生活类产品，其擅长围绕原创设计与主题故事，通过“设计”与“内容”使产品与消费者建立情感沟通，将时尚生活融入文创产品，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。报告期内，公司坚持产品研发以市场需求为导向，Fizz品牌形象在市场得到进一步提升，Kinbor的盗墓笔记IP赢得市场关注，解迷书和宇宙套装作品荣获“中国文具大赏”金奖和单项奖两个奖项。

随着政企采购业务电商化、集中化和阳光化的趋势不断加强，公司积极发展办公直采业务，公司依托专业的文化物资集采平台——广博商城（<https://btob.guangbo.net/index.htm>），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。公司在原有的办公文具、办公设备、办公耗材等传统办公物资品类基础上，不断持续丰富物资品类。同时，为提升大客户落地服务能力，公司在全国各地组建新设分公司，并且与各区域内优质服务商加强合作，建立覆盖全国的一体化大客户服务网络。

## （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，服务内容主要包括导航网站广告代理业务、新媒体广告营销业务等。互联网广告业务系广告主通过广告媒介将产品等信息触达到广告受众，而诸如灵云传媒等广告营销代理主要系为广告媒体和广告主提供广告相关的专业中介运营服务（如广告策略制定、广告创作、媒介计划、媒体采购、媒介执行等），其核心价值包括批量采购媒体资源的规模优势、提供专业化投放与监测服务以及隔离操作风险等。

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、阿里、头条系、百度系、爱奇艺等占据绝对多数的市场份额，优势媒体对行业的发展有较大的影响力，产业链议价能力持续加强；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，但中介代理作为专业化分工环节，能够帮助

媒介更好的渗透和对接各类品牌广告主和中小广告主，对分散的各类广告主而言，广告代理中介能够降低其采购成本，并向其提供专业化的第三方服务，中介代理依旧不可或缺。各中介代理商的核心差异点并不十分凸显，但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，其代理的广告位类型包括名站广告位、酷站广告位、中间栏、侧边栏等按展示结算及按效果结算的广告位，根据不同广告主的需求为其提供多样的广告位选择及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。

近年来随着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定制、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。

报告期内，面对突如其来的新冠疫情，灵云传媒管理团队一方面稳定员工信心，积极寻找口罩等防疫物资，努力推动复工复产。同时优化内部团队，积极维护核心客户，通过高效的客户服务来提升营销效果，最终实现营业收入的大幅提升。

### 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

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	2,593,237,594.84	2,165,233,247.72	19.77%	2,048,308,737.25
归属于上市公司股东的净利润	-236,504,629.73	12,836,290.28	-1,942.47%	-677,465,027.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-244,968,549.27	-4,797,091.60	-5,006.61%	-699,709,569.19
经营活动产生的现金流量净额	7,649,544.96	127,198,552.16	-93.99%	162,428,778.19
基本每股收益（元/股）	-0.44	0.02	-2,300.00%	-1.25
稀释每股收益（元/股）	-0.44	0.02	-2,300.00%	-1.25
加权平均净资产收益率	-26.06%	1.26%	-27.32%	-48.54%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	1,681,316,130.35	1,907,526,690.27	-11.86%	2,061,495,090.19
归属于上市公司股东的净资产	788,022,119.40	1,026,734,647.19	-23.25%	1,013,688,146.74

## (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	363,881,718.37	723,256,092.55	634,209,859.57	871,889,924.35
归属于上市公司股东的净利润	-14,536,321.75	1,118,201.27	20,648,871.54	-243,735,380.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-14,876,829.13	-1,833,741.44	15,208,647.77	-243,466,626.47
经营活动产生的现金流量净额	-5,173,245.02	-63,812,290.46	21,642,866.81	54,992,213.63

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

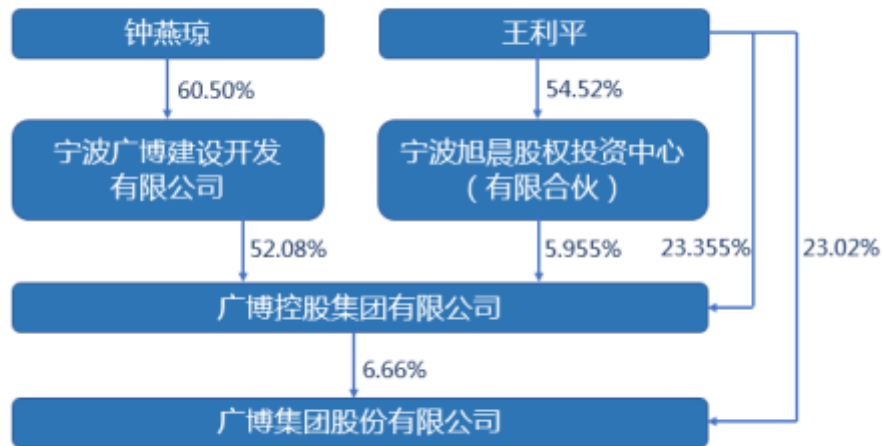
单位：股

报告期末普通股股东总数	37,034	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	35,159	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	23.02%	122,987,603	92,240,702	质押	112,714,724	
任杭中	境内自然人	11.21%	59,906,632				
广博控股集团有限公司	境内非国有法人	6.66%	35,558,287		质押	12,000,000	
宁波兆泰投资有限公司	境内非国有法人	5.26%	28,104,062		质押	24,000,000	
王君平	境内自然人	5.13%	27,407,786	20,555,839	质押	20,000,000	
宁波广昇联商贸有限公司	境内非国有法人	1.35%	7,204,552				
吴海洋	境内自然人	0.47%	2,532,800				
蒋华英	境内自然人	0.27%	1,448,500				
唐燕国	境内自然人	0.23%	1,212,000				
李丽华	境内自然人	0.22%	1,199,100				
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 29.68% 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、宁波广昇联商贸有限公司系公司职工出资设立的公司。其余股东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。						

**(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**

2020年受全球疫情冲击，国际市场需求波动，大宗商品市场行情动荡，国内消费需求下滑，公司经营面临较大的挑战。在董事会的统一领导下，公司全体员工齐心协力、奋力进取，快速启动防疫部署及复工复产工作，牢牢把握既定战略方针，紧紧围绕既定目标任务，明确路径、科学部署，统筹推进各项疫情防控工作，最终实现全年各项经营工作平稳有序发展。

报告期内公司实现营业总收入259,323.76万元，同比上升19.77%，公司营业总成本258,607.92万元，同比上升20.54%；期间费用31,206.77万元，同比下降3.29%，经营活动产生的现金流量净额764.95万元，同比下降93.99%；报告期内公司主营产品的毛利率12.42%，同比下降3.56%；归属于上市公司股东的净利润-23,650.46万元，同比下降1942.47%。

**1、跨境电商厚积薄发，抢占市场。**

受疫情影响，传统线下渠道受阻，线上采购需求却不断增长，得益于国外消费者对网购的依赖，跨境电商优势得以发挥。公司积极谋划抢占市场先机，大力发展新店铺新平台，主抓家居类消费群，同时加速供应链整合及产品分析，不断优化品类，积极拓宽产品线，新增户外周边类别产品。报告期内开启布局美国东部仓库，发展海外仓储体系，通过东、西两仓的同步运行有效降低尾程运输费用，进一步提升客户收货时效和用户体验。品牌事业部及时把握市场动态，成功开拓越南、孟加拉、

尼泊尔等东南亚新兴市场。

## 2、内销业务集众之智，攻坚谋新。

以广博品牌为核心，发展kinbor、fizz两大时尚子品牌。其中Kinbor的盗墓笔记IP赢得市场关注，解谜书套装产品荣获“中国文具大赏”金奖。产品研发以市场需求为导向，研发能力进一步向专业化迈进。“千城万店”渠道建设工作大力推进，渠道扁平化下沉工作全线启动，发展线下门店一万余家。商超业务与电商业务持续发力，为后续销售增量奠定基础。政企部门大力拓展新业务机会，2020年陆续中标国家电网、中海油等项目，抢抓B2B办公物资采购快速发展的历史机遇。

## 3、两大生产基地协同发展，保障销售稳步发展。

面对疫情冲击对生产造成的影响，公司审时度势联动宁波、越南基地提早谋划，保障了销售发展的各项需求，尤其是对外贸业务的拓展作用日益显现。全年坚持以提效降本为根本，提升服务速度，调整优化采购、设备管理和人员配置。同时着重抓品质管理工作，有效提高了品质稳定性。采购工作通过加强供应链拓展、开拓印尼及澳洲等海外纸源供应渠道、推进采购降本优化工作。

## 4、灵云传媒围绕核心客户，优化运营团队

受新冠疫情的冲击，国内电商以及海外出行客户受到较大冲击，致使灵云传媒业务受到影响，灵云传媒积极配合客户，推进业务恢复工作，面对未来大量创新业务不断涌现的竞争格局，灵云将围绕核心客户不断优化自身经营管理能力及运营团队。内部运营方面重视费用控制，从经营效率、成本控制、风险把控等方面不断改进完善。

## 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	432,629,100.40	96,554,509.73	22.32%	22.08%	3.21%	-4.08%
办公用品	303,759,903.07	67,609,702.98	22.26%	-2.75%	-27.54%	-7.61%
办公直销类	290,144,336.51	13,006,756.86	4.48%	22.09%	9.00%	-0.54%
互联网广告业务	1,222,735,229.54	55,036,247.84	4.50%	24.55%	-4.83%	-1.39%

## 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应收汇元通控股业绩补偿款及灵云传媒资产组计提大额减值所致，具体内容详见公司于2021年4月24日披露于巨潮资讯网的《关于2020年度公司计提资产减值准备及资产核销的公告》。

## 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

(1) 2017年7月5日，财政部修订发布《企业会计准则第 14 号—收入》，根据财政部要求，在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自2021年1月1日起施行。根据新旧会计准则转换的衔接规定，公司可比期间信息不予调整。上述准则的实施不会导致公司收入确认方式发生重大变化，对公司当期及前期的净利润、总资产和净资产不产生重大影响。上述会计政策变更已经公司第六届董事会第二十五次会审议通过。

### (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

(1) 2020年3月，本公司之孙公司宁波灵云文化传媒有限公司出资设立六方科技(香港)有限公司。该公司于2020年3月20日完成公司注册登记，注册资本为780万港币，宁波灵云占其注册资本的100%，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

(2) 2020年5月，本公司出资设立BEST CART INC (百斯特卡特有限公司)。该公司于2020年5月22日完成公司注册登记，总股本为100万股，系公司全资子公司，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。