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

非标意审计意见提示

□ 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	青岛金王	股票代码	002094
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	杜心强	齐书彬	
办公地址	青岛市崂山区香港东路195号上实中心T3楼16楼	青岛市崂山区香港东路195号上实中心T3楼16楼	
电话	0532-85779728	0532-85779728	
电子信箱	stock@chinakingking.com	qsb@chinakingking.com	

2.报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司的主营业务分为化妆品业务、新材料蜕焕及工艺制品业务和一般贸易业务三大板块。其中，化妆品业务、新材料蜕焕及工艺制品业务系公司的核心业务及发展板块。

（一）化妆品业务概述

公司通过投资、并购等方式整合优势资源，围绕化妆品研发、生产、销售、品牌运营、智慧零售的整体产业规划和布局，逐步建设形成了完整的化妆品全产业链。公司全资子公司金王产业链管理有限公司通过整合全国线下优势渠道资源，进一步深耕线下渠道运营环节，不断加大线下渠道的拓展覆盖和深度，形成多元化和高效协同的销售网络和线上、线下渠道互动互通的全渠道布局。截至2019年底已经在全国20多个省份设立了100余家子公司，形成了覆盖全国主要省份的化妆品营销网络。

报告期内，公司继续与腾讯在智慧门店、智慧运营等方面开展合作，通过利用腾讯的产品与服务，助力公司数字化发展，为门店运营、精准营销、商圈分析、智慧选址以及零售业务中台等方面的数字化转型具体实施建立坚实的基础。

（二）新材料工艺蜕焕等业务概述

公司主要的外销市场对蜕焕及相关制品的消费习惯和消费模式存在一定的刚性需求，受宏观经济波动的影响相对较小，2018年以来国外对产日中国的一系列产品加征关税，公司出口美国的新材料蜕焕产品均产自公司青岛工厂，因此并未受美国加征关税影响，2019年也将继续保持相对稳定。另一方面，在控制业务风险前提下，继续利用公司在石墨等原材料采购方面强大的议价能力，与供应商良好的合作关系，规模化采购的优势等有利因素，稳步发展公司的贸易业务，增强盈利能力。

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	5,474,978,205.41	5,456,087,748.28	0.35%	4,676,528,740.21
归属于上市公司股东的净利润	21,170,966.32	104,432,876.94	-79.73%	402,939,057.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-258,030,301.50	89,206,896.16	-389.25%	191,974,468.54
经营活动产生的现金流量净额	115,309,859.29	-118,806,620.23		44,797,159.74
基本每股收益（元/股）	0.03	0.15	-80.00%	0.60
稀释每股收益（元/股）	0.03	0.15	-80.00%	0.60
加权平均净资产收益率	0.73%	3.79%	-3.06%	19.00%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
资产总额	5,550,500,569.66	5,916,500,281.64	-6.19%	4,660,270,011.92
归属于上市公司股东的净资产	2,899,671,015.25	2,908,486,529.66	-0.30%	2,506,002,367.41

（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	1,352,933,351.36	1,292,406,962.68	1,453,914,625.23	1,375,623,266.14
归属于上市公司股东的净利润	27,129,648.87	253,823,619.07	17,980,899.96	-277,763,201.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	26,110,991.01	12,156,519.36	4,601,341.56	-300,899,153.43
经营活动产生的现金流量净额	-349,087,469.47	-34,241,017.53	-147,411,016.68	646,049,353.00

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	36,009	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	38,766	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

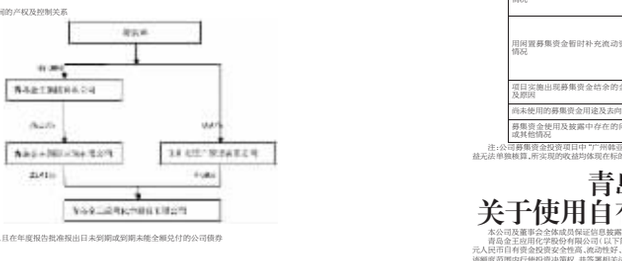
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
青岛金王国际运输有限公司	境内非国有法人	21.41%	147,898,322	0	质押	134,274,499	
珠海新能联合投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.92%	34,000,000	0			
佳和美资产管理有限公司	境外法人	4.69%	32,411,525	0			
人人乐连锁商业集团股份有限公司	境内非国有法人	3.65%	25,219,658	0			
杭州悠飞品牌管理合伙企业（普通合伙）	境内非国有法人	2.44%	16,855,750	16,855,750			
华夏基金－浦发银行－华夏基金－中概产投－定增1号资产管理计划	其他	2.03%	14,004,576	0			
蔡燕芬	境内自然人	1.80%	12,464,454	0			
蓝色经济区产业投资基金（有限合伙）	境内非国有法人	1.69%	11,670,479	0			
马可平罗电子商务有限公司	境外法人	1.33%	9,159,618	9,159,618			
张立海	境内自然人	1.30%	8,973,120	0	质押	7,741,000	
					冻结	8,973,120	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人陈家斌先生持有佳和美资产管理有限公司97%的股权，通过青岛金王集团有限公司持有青岛金王国际运输有限公司100%的股权。 华夏基金－浦发银行－华夏基金－中概产投－定增1号资产管理计划、金鹰基金－浦发银行－金鹰基金－浦发银行－金鹰中概产投定增1号资产管理计划的劣后投资人均为珠海新能联合投资合伙企业（有限合伙）。珠海新能通过投资合伙企业（有限合伙），由于新能联合只有两个合伙人，其中普通合伙人为深圳优财融投资管理有限公司，新能通过也只有两个合伙人，其中普通合伙人为深圳优财融投资管理有限公司，系由中概产投投资有限公司100%持股，有限合伙人苏为中概产投，新能通过也只有两个合伙人，其中普通合伙人为中概产投，故新能联合与中概产投定增1号、中概定增5号为一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无						

（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

公司是否在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

二、经营情况讨论与分析

1.报告期经营情况简介

2019年公司围绕《发展战略三年规划纲要》，积极投入信息化、数字化建设，充分利用互联网、物联网、大数据和人工智能技术，重塑供应链体系，打造上下游产业、融合线上线下渠道，逐步由传统贸易商运营向顾客全生命周期的新零售运营模式转型，通过增加品牌及渠道资源，拓展营销渠道及打造新零售等方式提升公司盈利能力。2019年实现营业收入5,47,497,82万元，较上年同期增长0.35%；营业利润13,28833万元，较上年同期下降41.91%；利润总额16,00669万元，较上年同期下降28.40%；归属于母公司股东的净利润为2,117.10万元，较上年同期下降79.73%。

（一）化妆品业务

公司软件资银消费、明确的化妆品业务发展战略规划，即围绕化妆品品牌运营、线上线下渠道整合等方面的业务布局打造完整的产业链，在提升企业规模和效益内生增长的同时提进各板块产生并加强协同效应，形成整体竞争力不断提升的良性循环。

根据公司制定的《发展战略三年规划纲要》，公司在深入贯彻和执行“顾客经济产业园”平台的发展战略基础上，以各省份设立独为基础，利用互联网工具、大数据和人工智能技术提升公司数字化新零售saas科技服务平台，公司打造的“数字化新零售saas科技服务平台”已经在公司“众快优选”智能化零售店投入使用，并且已经在山东、浙江、安徽、甘肃、上海、湖南、湖北等地开始试运行，战略规模化全国各地众快优选智能零售店实现落地。

公司全力贯彻和实施公司战略发展规划，结合公司自身需要，对公司现有营销体系进行智能化改造升级，通过对物流系统进行了升级改造，升级智能分拣系统、机器人AGV、图像识别、自动体检机、自动称重、云仓平台系统及WCS等手段，逐步实现物流系统全程智能化管理，提升分拣效率，降低人工成本，提升公司物流仓储能力。

本报告期，根据公司既定的发展战略，继续探索线上线下新零售业务，最终表现为营业额同比，已经有十一家“众快优选”智慧新零售实体店投入运营。“众快优选”智慧新零售店不仅为客户提供国内外知名品牌的美妆产品，同时为客户提供跨境购，为客户选择优质品质供应商进行选品，利用化妆品魔镜等设备为客户提供模拟化妆，可直观的让客户体验化妆品效果的效果，为客户选择化妆品提供参考，通过公司与腾讯合作开发线下与线上互动的“众快优选”微信小程序，在满足消费者体验，客户可选择线上购物线下取货，或者线上购物邮寄到家的方式，为客户购买化妆品提供了多种选择，实现了24小时营业365天销售服务的承诺，随着公司智慧新零售店面数量的不断增加，将为更多的客户提供全方位的服务。

报告期内，公司不断完善智慧零售业务，升级“众快优选”微信小程序，通过腾讯提供的线上SE客户产品，基于门店进行商圈人流分析，动线分析，商圈画像等，提高线下消费的转化率，提升转效；通过智能商品管理，智能营业、智能盘点、智能营业、实现高效门店智能管理；通过提供基础线上支付、人脸支付，为消费者提供全方位支付，手存等服务帮助转化效益，助力线上线下全面闭环推进及体验优化；通过全渠道发展系统将订单分流到门店和仓库，实现24小时内完成发货；通过优化会员系统，利用线上线下消费者数据沉淀，输出SKP 全域会员画像，通过多样化触点，连接用户，实现数字化精细运营会员资产，通过海宝直播、抖音、快手、腾讯直播等平台，利用社群与直播等形式提高客户互动直播与线上商品，在不断长期销售模式的同时，持续提升运营效率，通过公众号、小程序、社群、小红书等建立内容全域矩阵，提升用户关联和种草生活化，增加小规模，包括产品推荐，试用体验，促销活动等，并推出了素人改造等专栏内容，形成口碑及品牌传播多样化，提升了品效合一的效益。

上海开设作为一家专业的化妆品线下直营渠道代理商及运营商，是公司线下直营渠道运营平台，依托公司定位及品牌产业链，正在加速实施多维度、多渠道、多品牌的发展战略，上海开拓重点发展线长各势民的以社区、社区三方代表的连锁市场渠道，以大就医、采乐医为代表的大型连锁药店渠道，并联络渠道营销模式，以求最快实现市场覆盖率，以求最快实现市场覆盖率，最大化实现市场覆盖率，最大化实现市场覆盖率，最大化