

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情况，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

公司董事亲自出席由董事会通过的普通股利润分配预案：以2000000000元为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.12元（含税），送红股0股（含税），不以资本公积金转增股本。

二、公司基本情况

股票简称	万里石	股票代码	002785
上市交易所	深圳证券交易所	董事会秘书	证券事务代表
联系人和联系方式	董秘办	董秘办	董秘办
办公地址	厦门市湖里区嘉禾路101号企业大厦6楼	厦门市湖里区嘉禾路101号企业大厦6楼	厦门市湖里区嘉禾路101号企业大厦6楼
电话	(0592)16900576	(0592)16900576	(0592)16900576
电子邮箱	chongguo@wls.com	chongguo@wls.com	chongguo@wls.com

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司所从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式、主要的业绩驱动因素等发生重大变化。

(一) 主要业务及经营模式

1、公司的主要业务和主要产品

公司是石材综合服务提供商，公司拥有全球化的采购及销售渠道，嵌入式的服务模式，一直专注于建筑装饰石材及景观石的研发设计、加工、销售和安装。同时，本着“不限同行竞争，但为行业服务的信念”，公司正积极加快厦门石材商品中心建设，以创建第三方交易平台的方式解决困扰石材行业多年的交易成本高、融资难的顽疾，推动公司向行业交易平台发展。

建筑装饰石材是由天然的花岗岩和大理石加工而成，用于建筑物的内外装修的石材，广泛应用于机场、商场、高铁、地铁、城市标志性建筑、大型公共建筑、中高端酒店、商业、写字楼、住宅等；景观石是指用于庭院、公园、陵园及其他公共场所，起装饰作用或表达艺术美感的石雕、纪念碑、石碑、石雕、石刻等制品。

报告期间，公司主营业务和主要产品未发生变化。

2、公司经营策略

公司经营模式业务流程如下：



(二) 采购模式

公司采购环节分为原料（含半成品）采购及成品采购。

公司石材采购主要来自自有矿山、外部矿山，自有矿山优先保证各工厂的需要，不足部分由外购，外购分为境内采购和境外采购，由于市场所需石材的差异性及原料的多样性特征，公司采取针对性、专业化的采购模式，对国内、国际业务板块分别建立采购系统，积极构建覆盖全球的采购渠道。

公司全部产品采购采取 OEM 的形式。

(三) 生产模式

公司的生产模式为自产与 OEM 相结合的生产方式。具体如下：

1、生产管理体系

目前公司共有8个生产基地，其中岳阳万里石、翔安分公司、凯诚建材、莱州万里石4个生产基地主要生产国内订单，设计加工建筑装饰石材及中高档家装石材；万里石云石、惠安万里石、天津万里石、南非万里石等生产基地主要生产国外订单，设计加工景观石材及建筑装饰石材。公司根据客户订单的特点、原料、产能及物流等各种资源的分布情况，进行产能的合理配置，选择自产或OEM模式生产，以降低加工成本和物流成本，满足客户需求。

2、自产方式

公司根据客户单情况和库存情况按计划组织生产，同时根据市场变化及时调整作业计划，在满足客户需要的前提下控制库存量，公司对生产线进行了柔性改造，既可以成批生产标准化产品，也可以通过部分工艺流程的调整来满足客户的个性化需求。

3、OEM 生产方式

石材行业生产具有资源依赖和劳动密集型特点，由于矿山荒料物流成本高，部分加工企业在矿山附近，开采成本高，加工生产和服务分工较细，生产规模相对较小，劳动生产率高，附加值低；加上石材产品标准化程度高，生产工艺要求高，生产周期长，生产成本高，生产效率低，因此OEM模式在大型石材企业普遍采用的生产模式。公司采用OEM模式可以充分利用生产资源，并通过设计、过程质量管控、施工咨询等服务整合资源、实现降低成本。

(四) 销售模式

公司根据客户的个性化需求提供嵌入式服务，帮助客户制定具体方案，量身定做最佳销售与服务模式，提供品质保证，契合客户的需求。石材产品在ETO B端，公司采取“内销(工程直供)+外销(批发)”为主的营销模式，在C端，公司着重发展体验式销售模式。

3、主要的驱动因素

公司营业收入主要由建筑装饰石材、景观石材收入和工程施工收入构成，其他产品及其它业务收入占营业收入的比重相对较小。公司建建筑装饰石材业务及工程施工业务主要面向国内基础设施建设及城市建设、宏观经济政策及环境政策等影响有一定程度影响，公司就石材主要出口日本、美国等境外市场，该地区对景观石材的需求将对业绩有一定影响。

4、行业地位

公司在石材行业处于领先地位，特别是在石材深加工方面，公司在国内石材行业具有较高的市场份额。

5、行业发展趋势

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

6、行业特征

石材行业受政策影响大且波动性大，行业周期性明显。
石材行业受政策影响大且波动性大，行业周期性明显。

7、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

8、行业壁垒

石材行业受政策影响大且波动性大，行业周期性明显。
石材行业受政策影响大且波动性大，行业周期性明显。

9、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

10、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

11、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

12、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

13、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

14、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

15、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

16、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

17、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

18、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

19、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

20、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

21、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

22、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

23、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

24、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材行业着力推进产业升级与行业布局优化，加快产品创新、管理创新，在结构转型、生产经营规范上取得了良好的成绩，从而带动石材国际贸易的稳步发展，中国石材在国际上的地位不断上升。

25、公司行业地位

在国际市场，以美国、日本、意大利为代表的发达经济体对石材的需求发展到了成熟阶段，普及率较高，建材消费的升级换代带动了石材需求的增长；与此同时，纪念林、园林景观提升的需求将带动景观石材的需求。中国石材出口的传统市场是日韩及欧美国家，但随着世界经济格局的变化，中东、北非、东盟等石材市场发展迅速，成为了世界石材市场的新兴力量。

近年来，中国石材行业在国内基础设施建设及城镇化进程的推进，得到了较大的发展，“十二五”期间中国石材