利欧集团股份有限公司

2017 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度报告的董事会会议。

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
刘春	董事	临时有事	张旭波

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

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：拟于公司在利润分配方案实施前可能存在回购注销限制性股票引起的股本变动情况，向全体股东每10股派发现金红利0.11元（含税），送红股0股（含税）。不以公积金转增股本。

董事会审议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

公司基本情况

1.公司简介

股票简称	利欧股份	股票代码	002131
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	张旭波	周利明	
办公地址	上海市普陀区沪定路Z76弄10号楼3楼	上海市普陀区沪定路Z76弄10号楼3楼	
电话	021-60158601	021-60158601	
电子信箱	sec@leogroup.cn	sec@leogroup.cn	

2.报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务情况

公司所从事的业务为传媒制造业，主要从事家、园林机械、清洗系统及机械制造的研发、制造和销售，在整个泵业领域覆盖了较为完整的产业链。2014年度，公司通过对上海雅顿、上海氣旋和城的控股权的成功收购，迅军数字营销业务领域；2015年度，公司又成功完成对万圣传业、微创时代的收购；2016年度，完成对熊猫广告的收购。公司数字营销服务已覆盖营销策略和创意、媒体投放和执行、效果监测和优化等全链条营销，从高端平台资源的媒体投放、成功建立了从品牌的互联网流量整合到全方位精准数字营销服务于一体的整合营销平台。

（二）行业发展情况及所处的行业地位

1.数字营销行业

数字营销服务行业是我国广告业近年来起的新兴行业，近年来得到了国家的大力支持，国务院、工商总局等相关部委相继发布《关于促进广告业发展的指导意见》、《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十二五”规划》、《广告业“十三五”发展规划》等政策来支持数字营销行业的发展，加快了行业技术创新，引领数字营销行业健康有序的发展。

据统计数据显示，截止2017年12月，中国网民规模达到772亿人，随着智能手机等移动终端的普及，变频提速程序加快，消费者有效触达时间不断增加，在线体验形态不断优化，其消费行为习惯及生活方式正在发生巨变。网民的碎片化、移动化、即时化特征，使广告平台社会化媒体时代的加剧，广告主的预算将越来越多的向数字端迁移。

另外，中国宏观经济处于与消费水平提高过程，进入“后发展区”正在互联网、移动互联网的大潮中快速成长，带来新的人口红利空间。

与传统广告相比，数字营销更强调内容和渠道并重，目标的确认、传播和交互性体验性质或更有效的市场反馈，实现较好的营销互动，数字营销能够帮助广告主以较低成本实现对目标受众的覆盖，同时可以通过媒体大数据平台实现精准的投放和管理，因此，随着互联网对传统媒体替代程度的加深，广告主的预算将越来越多的向数字端迁移。

2014年度以来广告业整体处于较为平淡一大广告媒介，网络广告市场规模达到1.5千亿元，网络广告市场在持续几年保持高速发展之后，又随着传媒因素2018年中国互联网广告市场白皮书预测发展趋势，行业发展前景广阔。

目前，我国数字营销行业尚处于发展的起步阶段，行业市场规模较大，但是行业内企业业务以规模较小、无绝对领导地位的企业、规模比于传统营销，数字营销的媒体资源较为丰富，并且目前此投资时间的进律应规期，进入难度相对较小，因此行业内企业多且小，市场格局较为分散，竞争呈现为不充分竞争。

随着数字营销行业的不断发展，行业内企业将会面临一定的技术变革，并且随着媒体资源，行业内企业已经出现了一批具备核心竞争力的优秀企业，因此对于新进入进行业的企业来说，需要具备自己的独特优势才能与较先进入进行业的企业展开竞争，并且，如先进入数字营销行业的企业取分公司扩张进行全产业链的布局，可提供以互联网用户数据群获取、大数据分析、营销策略制定、创意内容制作、媒体投放、营销效果监测和优化提升的全产业链闭环服务，满足企业客户对于营销方式的多元化、数字化、智能化的需求。

目前，公司成为行业内为数不多的能够提供一站式整合数字营销服务的数字营销集团，已成功获得国内数字营销行业的领先地位。根据《互联网周刊》公布的《2017中国网络广告公司综合服务水平排行榜》，利欧数位综合评分排名第2位。

2.机械制造业务

（1）泵类小型水泵

按国务院关于“十三五”水安全保障规划的要求，为实现“十三五”水安全中小河流治理、小型病险水库除险加固、重点区域排涝能力建设、农村基础的巩固保障等水系建设任务，与此同时，响应为发展高效节能、环保、绿色的发展理念，为满足国家对于水利设施建设、农村基础的巩固保障水系建设等因素影响，小型水泵的市场需求将继续保持稳定。

（2）园林机械

经过多年的技术引进和消化吸收，国内园林机械制造商的整体技术水平、生产装备水平得到了明显提升，部分优势企业已掌握了产品生产过程中的核心技术，具备了自主研发和技术创新能力，经营模式逐渐从单纯的OEM转向ODM，产品档次及附加值不断提高，盈利能力不断增强。以此为基础，借助《中国制造2025》的政策东风，部分企业开始尝试开拓海外和国内优质（目标品牌）客户资源，以期实现能力不断增强。

（3）清洗和高压机械

国2020年以来，中国清洗设备市场以年均20%以上的速度高速增长。一方面是国内需求的不断扩大，包括对高压ODS（Ozone Depleting Substances，消耗臭氧物质）和实施ISO14000系统后的替代设备需求，以及大量的新建和扩建工厂采购新的清洗设备；另一方面，随着我国清洗设备生产厂家技术水平和经济能力的提高，价格优势更加明显，外资企业开始大量采购国产清洗设备，大规模优势国内中国制造清洗设备出口国外。

农作物病虫害防治机械是国家大面积防治的重点，不论是新型农药的研发、生产、销售，还是农作物病虫害防治的专业服务，国内企业均有能力提供高效、节能、环保、低成本的产品和服务。

（3）其他

公司从事的业务主要为园林绿化景观工程、园林绿化养护、园林绿化苗木生产、销售、园林绿化设计、园林绿化施工