

公司代码：600891

公司简称：秋林集团

哈尔滨秋林集团股份有限公司
2018 年年度报告摘要



一 重要提示

1、董事侯勇、董事隋吉平、董事潘建华，独立董事陶萍、独立董事任枫、独立董事白彦壮，监事李岩、监事杨庆国、监事梁澍，高级管理人员季文波、孙晓春对有关年度报告的审议事项表示原则上“同意”。根据交易所的相关规定，上市公司董事会应当确保公司定期报告的按时披露，出于对按期披露年报的责任和要求考虑，我们原则同意披露 2018 年年度报告。但“考虑到公司董事长、副董事长仍处于失联状态，公司黄金业务板块巨额应收帐款、存货以及关联方、关联关系和资金占用等情况的核查尚未结束，会计事务所对公司年度财务报告出具了无法表示意见的审计报告。故我们认为报表数据及部分年报内容存在重大不确定性，因此我们无法保证本报告内容的真实、准确和完整。我们建议公司对包括股东及相关各方等出现的重大问题采取有效措施，拿出解决方案，立即启动相关解决办法，积极、有效、稳妥地消除已出现问题的影响及其后果。同时保留对相关责任人追责的权利。”请投资者特别关注。

董事曲向荣对有关年度报告的审议事项表示原则上“同意”。根据交易所的相关规定，上市公司董事会应当确保公司定期报告的按时披露，出于对按期披露年报的责任和要求考虑，我原则同意披露 2018 年年度报告。但“考虑到公司董事长、副董事长仍处于失联状态，公司黄金业务板块巨额应收帐款、存货以及关联方、关联关系和资金占用等情况的核查尚未结束，会计事务所对公司年度财务报告出具了无法表示意见的审计报告。故我认为报表数据及部分年报内容存在重大不确定性，无法保证年度报告的真实性、准确性和完整性。同时建议公司对出现重大问题的责任单位和个人采取有效措施，拿出解决方案，积极、有效、稳妥地消除已出现问题的影响及其后果。本人同时保留对相关责任人追责的权利。”

2、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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

3、本公司董事会、监事会及董事（公司董事长李亚、副董事长李建新处于失联状态）、监事、高级管理人员保证年度报告内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

4、未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
董事长	李亚	处于失联状态	
董事	李建新	处于失联状态	
独立董事	白彦壮	已辞职，在未选出新任独立董事前，将继续履行独立董事职责。本次会议因出差原因，未能出席。	陶萍

5、大信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了无法表示意见的审计报告，本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

大信会计师事务所（特殊普通合伙）接受委托，审计哈尔滨秋林集团股份有限公司的财务报表，包括 2018 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2018 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表，以及财务报表附注。

我们不对后附的贵公司的财务报表发表审计意见。由于“形成无法表示意见的基础”部分所述事项的重要性，我们无法获取充分、适当的审计证据以作为对财务报表发表审计意见的基础。

6、经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

2018 年度公司实现归属于母公司所有者的净利润-4,131,336,967.83 元，加公司年初未分配利润 822,176,482.04 元，本年度可供股东分配的利润为-3,309,160,485.79 元。

因为本年度可供股东分配的利润为-3,309,160,485.79 元，所以 2018 年度不进行利润分配，也不进行资本公积金转增股本。

二 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	秋林集团	600891	ST秋林

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	隋吉平	徐超颖
办公地址	哈尔滨市南岗区东大直街319号	哈尔滨市南岗区东大直街319号
电话	0451-53644632	0451-53644632
电子信箱	zqb@qlgroup.com.cn	zqb@qlgroup.com.cn

2、报告期公司主要业务简介

公司报告期内从事的主要业务是黄金珠宝设计加工批发、百年老店秋林公司的商业经营、百年历史秋林食品的生产加工批发零售。报告期内，全年利润总额实现-41.27 亿元，营业总收入 47.26 亿元。

（一）黄金珠宝业务

1、主要业务范围：黄金制品、珠宝首饰的设计、加工和批发。

2、经营模式：

公司的黄金珠宝业务以全资子公司深圳金桔莱经营为主。深圳金桔莱已于 2014 年通过

ISO9001 质量体系认证、于 2015 年通过了 ISO14001 环境管理体系认证、于 2016 年通过了 GB/T29490 知识产权管理体系认证、于 2017 年通过了 OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证，并按上述体系标准在实际生产过程中设计、采购、生产、销售。

截至目前，因董事长及副董事长失联等因素影响，公司黄金事业部下辖各公司经营状态基本停滞。

3、行业总体情况

据中国黄金协会最新统计数据显示，2018 年，国内黄金产量为 401.119 吨，连续 12 年位居全球第一，与去年同期相比，减产 25.023 吨，同比下降 5.87%。2018 年，全国黄金实际消费量 1151.43 吨，连续 6 年保持全球第一位，与去年同期相比增长 5.73%。其中：黄金首饰 736.29 吨，同比增长 5.71%；金条 285.20 吨，同比增长 3.19%；金币 24.00 吨，同比下降 7.69%；工业及其他 105.94 吨，同比增长 17.48%。国内黄金消费市场持续回暖，首饰和金条、工业及其他用金继续稳定增长，金币销售略有下降。黄金饰品在我国的珠宝消费中占主导地位，但投资属性正在下降，钻石及个性化珠宝首饰日益流行，高端产品赢得“自用”市场需求。数据分析显示，一二线城市珠宝消费趋于高端化，三四线城市均以黄金销售市场为主。业内专家认为，随着投资者的恐慌预期不断上升，对于传统避险资产黄金来说，将会是一个长期有利支撑。

（二）百货经营

1、主要业务：秋林公司一直坚守“百年秋林、诚信品质”的经营理念，为消费者提供黄金、珠宝、鞋品、男女服饰、羊绒羊毛、化妆品、羽绒服、钟表、家居用品、食品等优质商品。

2、经营模式：百货零售业务主要采用自营、联营、定租等经营模式，以多种经营方式促进企业良性发展。

3、行业情况说明：报告期内，百货零售销售市场持续低迷。一方面是电商、大型综合购物中心的兴起，与实体百货业共同瓜分市场份额，另一方面是整体经营环境和消费习惯的变化，使实体经济受到了一定的影响。秋林公司在严峻的市场形势下，分析市场变化，开拓经营思路，适应消费需求，不断改善和提升百货业的经营环境和商业氛围，为消费者提供满意、舒心的购物体验。

4、主要业绩驱动因素：

（1）提升整体招商水平，促进品牌提档升级

2018 年秋林商场新进品牌 33 个，移位品牌 10 支，更换品牌 14 支。为了实现销售的最大化，公司招商部门主要在销售、商品、服务、环境方面开展各项工作。与供应商进行有效沟通，做好供应商的协调、服务工作，提高供应商的积极主动性与配合力；统计商品库存量的达标指数及有效商品的库存量占比、商品打折幅度与周边竞争对手的差异，将差异缩减到最小化，提升销售业

绩；定期进行市场调研，了解商品品类及品牌平面布局，掌握商品动态及行业形势。在维护已有品牌的同时，不断开发和洽谈备选品牌，2018年共计洽谈备选品牌152家，为不断优化商品结构、提升商场档次做好充足准备，满足调整需求。

（2）加大商场管理力度，提升顾客消费体验

2018年在商场运营管理中，以提升“四力”为主要工作目标，多方面推进运营管理工作。在销售提升方面，定期进行四季商品新品到店、销售、库存及占比情况的统计及跟进，对于重点品牌的新品到店频率及库存占比进行详细的跟进，打破顾客旧观念，争取更多高端顾客，提升整体客单价；服务力方面，完善售前、售中及售后服务工作的各项环节，强化导购员商品知识及推销技能，为顾客提供有效的服务；开展“三心”服务，并跟进落实情况，全面提升服务质量；规范导购员仪容仪表、行为礼仪，加强现场服务及劳动纪律检查；商品力提升方面，通过商场中厅、微信公众号向消费者展示和推广商品，在拉动销售业绩的同时，加强顾客对企业的了解和认可。落实穿透式管理，加强商品质量检查工作，对公司的主要品牌进行重点检查和监控；环境力提升方面，跟进公共区域检查，保持区域的日常清洁与美化；做好节日期间及各档促销活动的现场气氛布展及维护；定期巡检商场内商品陈列、模特展示；更新地下入口广告牌，以新形象引导消费者入店。

（3）创新企划活动，多渠道企业宣传

2018年公司共策划和组织企划活动20波，累计活动天数201天，分别为新春大市、春之绽放女神季、春装春游季、秋林婚庆节、118周年庆、父爱如山、消夏旅游季、爱你一万年、秋上新颜、秋林食品节、国庆价到黄金周、金秋鞋履服饰节、冬暖初冬羊绒节、冬暖隆冬暖装、圣诞嘉年华等活动，其中有6档活动在活动期销售方面既超环比又超同期，进一步推动公司促销业绩的提升，拉动销量增长。

公司通过媒体合作、自媒体和新媒体宣传推广等手段，推进企业品牌营销战略的落实，积极寻求品牌宣传形式的突破，带动企业品牌形象和社会影响力的提升。重点利用活动平台，融入表达秋林品牌特色和文化特色的内容。如与中国邮政联合印制并限量发行的秋林纪念币，具有极高的收藏价值，对品牌形象及企业文化的传播起到了积极的作用。同时充分利用公司内外部资源，通过整合公司品牌各方资源，达到活动主题明确、活动形式新颖多样以吸引消费者的目的。

为营造商场内外热闹、活跃的活动氛围，2018年通过橱窗和商场门口LED屏文字展示、增加道旗宣传等，助力户外活动宣传。同时充分利用展示橱窗，以秋林故事、历史回顾延续为风格进行橱窗的设计布展，与企划活动相呼应，进一步提升活动宣传力。

(4) 加强品牌建设，促进商场全面发展

2018年商场不仅注重自身的经营发展，还不断加强品牌建设，在发扬企业历史文化、传承老字号经典的同时，进行品牌发展战略探索，以品牌影响力和凝聚力提升企业形象和市场竞争水平。接续并完善秋林历史大事记，将重要事项以文字形式记录下来，保存历史文化印记；建立了自媒体平台，开通入驻了微信公众平台、今日头条、一点资讯等多家自媒体平台，进一步拓宽了品牌宣传渠道，提升了社会大众对企业的认知度。

(三) 秋林食品

1、主要业务：以生产、销售极具俄式传统工艺特色的秋林食品：烘焙产品（面包糕点）、肉灌制品、饮料、果酒、啤酒、果酱、糖果、速冻汤圆、冰制品等为主要经营范围。

2、主要产品：共分为九大类，200余种产品，销售烘焙类面包糕点产品（包括以秋林大列巴为代表的系列面包产品、秋林西式糕点和中式点心产品、月饼），以秋林公司百年俄式传统风味红肠为代表的肉灌制品，以大列巴格瓦斯为代表的系列饮品，以秋林黑豆蜜酒为代表的果酒、伊雅系列果酱、列巴郎精酿系列啤酒、糖果、速冻汤圆及以秋林冰棍为代表的冰制品等诸多极具特色的秋林食品。

3、经营模式：秋林食品公司是哈尔滨历史最悠久的食品加工企业之一，已有119年的历史，在继承了“前店后厂、即做即卖”的经营特色，同时发展连锁销售，目前已建立100余家秋林食品加盟店及销售网点，截止2018年末公司电商平台已经建立了4家网络销售店铺，实现了线上线下同步销售的格局，推动企业健康持续发展。

4、主要业绩驱动因素：

(1)销售渠道的突破

①电商渠道的突破

2018年电商渠道在发展主流电商平台天猫、京东的基础上，拓展注册了苏宁易购、拼多多商城，扩大了网络市场覆盖率。2018年电商渠道实现线上总访客突破90万人、线上总浏览量突破280万次，秋林食品秉承良好的品牌信誉获得消费者一致好评，线上复购率明显上升。

②商超渠道的突破

2018年顺应商超行业市场变化，商超渠道重新规划运营格局，取得商超渠道数量新突破，超额完成渠道开发计划任务；取得商超渠道质量新突破，进驻哈尔滨机场航站楼秋林食品销售专柜，抢占地利优势，形成公司销售网点占据航空、铁路、旅游景区、便民中心的重要销售布局，为企业今后的品牌宣传及产品营销起到重要的推动作用。

③加盟连锁渠道的突破

2018年加盟连锁系统以和平店开业为契机，融合了时尚元素和经营新特色，实现店面品牌形象的新突破；2018年加盟系统业绩增长取得新突破，全年超额完成销售计划。加盟系统迅速发展壮大，一跃成为终端销售主力军，对巩固和发展公司传统渠道起到至关重要的作用。2018年实体店开发网点位置以新商业区居多，其中中央大街系列店面业绩突出，成为加盟系统销量典范，有力地拉动了加盟连锁系统的销售业绩。

④无人销售新渠道的突破

2018年11月，秋林食品首批自动售卖机在秋林营业营销主阵地正式登场，设备量身定制，采用无人智能操作，容纳面包、肉制品、饮料、啤酒、糖果共五大类10余款产品，具有微信扫码支付功能。秋林食品自动售卖机上市成为哈尔滨食品加工企业新零售的首创，开创了零售新业态，丰富了消费者进店体验，创造了新的销售渠道。

⑤常态化促销渠道的突破

2018年公司常态化促销频次持续加大，生产系统迈入经营领域与销售队伍密切配合，积极助阵促销现场，注重品质促销，积极推广产品知识和食用方法，引导市场消费，受到消费者的赞誉和认可。2018年肉制品分公司、烘焙分公司纷纷助力促销现场，积极响应公司常态化促销号召，全力以赴做好创收攻坚战，生产人员坚持常态化促销对产品销量提升也起到了积极作用。

(2)产品创新的突破

①精酿啤酒创新突破

2018年秋林食品公司重启百年啤酒酿造生产，7月秋林食品“列巴郎精酿啤酒”系列产品全新上市，推出了四款精酿啤酒，即：小麦啤酒、美式淡色艾尔啤酒、印度淡色艾尔（IPA）啤酒、世涛啤酒。“列巴郎精酿啤酒”是公司再次跨行业的力作，为企业产品结构再添新的品类，是企业经营领域的创新突破，树立了全新的品牌形象。2018年列巴郎精酿啤酒上市后，得到消费者的赞誉和好评，形成秋林食品销售的新亮点，为扩大酒饮渠道开发，提升产品销量，起到积极的推动作用。

②烘焙类产品创新突破

2018年公司加大适销对路产品开发力度，重点开发了伴手礼系列产品，尤其是禧饼礼盒包含了枣花酥、山楂锅盔、山楂蔓越莓花饼、豆沙酥、凤梨酥、枣泥方酥，礼盒产品丰富，寓意吉祥，受到广大消费者的喜爱；重点研发季节性产品汤圆，其中流沙月饼馅料独特，外观时尚，成为今年月饼营销的新亮点，受到市场欢迎；无糖黑芝麻汤圆，满足了市场不同消费需求；持续开发了

面包系列产品，糕点系列产品，尤其蛋黄酥类产品上市后销量一直非常稳定；研发针对连锁销售门店设计的法式酸奶面包、小法棍、蛋挞、玛芬蛋糕等产品丰富了现场制作品种，吸引了新老顾客的注目，提升了产品品质和形象，为企业良性运营提供了源动力。

③肉制品类创新突破

2018 年肉制品加大新品研发突破，研发并恢复生产俄式传统特色肉制品 4 款：老巴克、叉烧排骨、乌克兰斯、沙西斯；还开发了阿怀尼、松江肠、220 克袋装萨拉米、240 克袋格拉布斯产品。在公司举办的首届“肉灌制品文化节”上，新产品引起中外消费者的关注，在肉制品行业中我们新研制的产品风味独特，为消费者在肉制品的选择上增添新亮点。

④产品包装创新突破

2018 年食品公司对现有产品包装结构精心规划升级，结合企业整体 VI 新形象和产品特点，重点完成四大类：烘焙类、糖果类、啤酒类、冷冻汤圆等产品外包装焕新，还开发设计了肉制品伴手礼盒、烘焙产品手拎袋、纸袋和包装纸等系列配套产品包装，新包装融入时尚元素，提高了产品档次；开发设计产品赠品和旅游纪念小礼品，突出文化底蕴和旅游特色，对产品销售起到积极的推进作用。

(3)经营能力的突破

①多渠道供给经营新突破

充分发挥现有渠道资源优势，在拓展传统渠道开店数量的基础上，精选旺销产品类别和品种，扩充产品线提高客单价；重点提高终端营销手段，认真服务好到店顾客不跑单，出店别空手，积少成多积累客单额，努力提升经营业绩；抢抓商超渠道客流高峰营销时机，加强导购推介引领消费，拉动销量；重点加大力度抓好网络销售运营管理，延伸电商主流渠道京东、天猫线上业务拓展，注册苏宁、拼多多上线运营，创建电商平台站外引流手段，扩大宣传路径，参与线上活动，通过站内爆品引流提高店铺转化率，从而促进电商交易额新突破。

②烘焙课堂经营新突破

2018 年 12 月秋林营业烘焙教室开业一周年，独特的体验式互动营销模式，个性化的 DIY 制作活动已经形成常态化经营氛围。烘焙课堂 DIY 制作、配套销售体验及功能化建设，吸引了年轻消费群体关注秋林食品，努力拉动烘焙类产品销售，不断提升企业对外品牌新形象。

(4)企业品牌的突破

①自媒体品牌营销亮点突出

2018 年充分发挥自媒体优势，通过秋林食品官方微信发布品牌营销和产品营销推广，同步推

进企业官网消息更新，发挥车体广告宣传效应，加大媒体、微信、网络、节日及主题活动营销推广，努力活跃营销推广，实现品牌营销和产品营销的有力传播，不断提升秋林食品的知名度和美誉度。

②新媒体品牌宣传亮点突出

2018年加大新媒体宣传推广力度，通过“抖音”、“美拍”、“火山小视频”等新媒体小视频，增加与年轻消费者的互动；联手招商银行APP实现战略合作，推送“云闪付”优惠活动，推动企业品牌提升，不断扩大品牌知名度。

③品牌形象升级亮点突出

2018年重点打造品牌新形象，年初和平店焕彩开业，率先导入全新的企业VI视觉形象识别系统，实施企业新的视觉品牌战略的第一步，新形象受到新老顾客交口称赞，同时对内调整和平店经营结构，突出经营特色和资源优势，经内外兼修，该店的经营业绩明显提升，成为加盟系统品牌升级后的示范门店之一。

④主题品牌营销亮点突出

2018年策划秋林食品自有特色文化节活动，内容有声有色，形式丰富多彩，组织了首届肉灌制品文化节、首届美酒节，第二届“龙头节”、第四届欧式面包文化节、第六届秋林食品杯DIY蛋糕裱花大赛、列巴郎精酿啤酒新闻发布会、春季美食节、夏季冰饮节，树立龙江领导品牌形象，进一步推动公司品牌文化的提升，拉动销量增长。

⑤公益品牌宣传亮点突出

与哈尔滨市广播电视台合作，参加哈广举办的植树节媒体赞助活动，参加新闻广播节目的软文宣传及产品的品鉴活动；参加秋林食品“丁香杯”希望之星青少年足球争霸赛赞助活动；组织“中秋献爱心，温暖行公益”送月饼活动，慰问孤寡老人，传递百年老字号品牌的社会正能量，履行社会责任。

(5)企业荣誉

2018年秋林食品荣获第19届全国焙烤职业技能竞赛“面包技术团体赛金奖”、“月饼技术团体赛银奖”；“秋林牌月饼”被黑龙江省焙烤和速冻食品商会评为“黑龙江省优秀品牌名饼”；荣获哈尔滨市焙烤食品糖制品工业协会颁发的“哈尔滨市品牌月饼、伴手礼诚信企业”；荣获2018秋林食品“丁香杯”希望之星青少年足球争霸赛“最佳合作奖”。

5、行业发展趋势及所处行业地位

2018年国际环境错综复杂，国内经济下行压力加剧。食品安全形势依然严峻，包材成本持续

涨价，劳动成本骤然上升，尤其是非洲猪瘟疫情持续蔓延，对食品行业产生很大影响。秋林食品公司作为哈尔滨最悠久的食品加工企业之一，经过百年经营发展，形成了自己独有的历史特色、文化特色、产品特色、工艺特色、经营特色，拥有独特的跨行业综合门类产业结构，实体店和互联网销售并存的经营新格局，百年企业品牌形象和广泛的社会影响力，在全国同行业中始终独具特色，严格品质管理，一直处于行业的领先地位，企业经营正在健康稳步地发展。

1 公司主要会计数据和财务指标

1.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	1,443,287,892.80	5,785,479,381.46	-75.05	5,089,874,396.01
营业收入	4,724,279,377.09	6,814,874,018.99	-30.68	6,358,669,769.33
归属于上市公司股东的净利润	-4,131,336,967.83	163,602,282.13	-2,625.23	205,412,906.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-4,137,591,770.68	158,402,447.77	-2,712.08	205,233,859.86
归属于上市公司股东的净资产	-1,101,172,428.39	3,029,311,230.06	-136.35	2,902,764,096.11
经营活动产生的现金流量净额	194,287,907.62	-1,673,369,324.37	-129.54	-138,175,299.14
基本每股收益(元/股)	-6.69	0.26	-2,673.08	0.33
稀释每股收益(元/股)	-6.69	0.26	-2,673.08	0.33
加权平均净资产收益率(%)	-428.72	5.48	减少434.20个百分点	7.26

1.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	2,908,819,689.19	1,437,393,459.37	925,803,014.90	-547,736,786.37
归属于上市公司股东的净利润	32,280,164.19	12,002,859.38	11,251,245.47	-4,186,871,236.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	31,327,333.77	12,175,099.77	11,441,020.40	-4,192,535,224.62
经营活动产生的现金流量净额	165,411,193.83	31,724,042.46	50,432,494.05	246,720,177.28

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

2 股本及股东情况

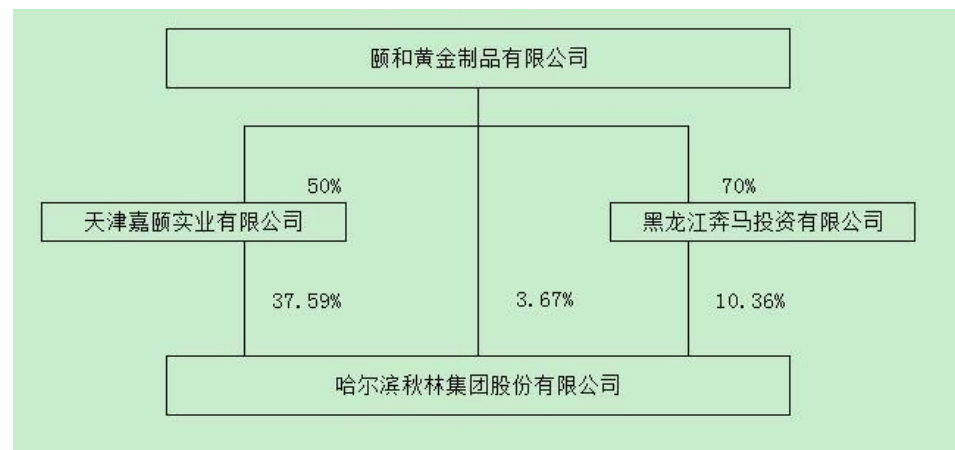
2.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）						30,124	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						44,665	
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
天津嘉颐实业有限公司	0	232,136,752	37.59	232,136,752	质押	232,136,752	境内非国有法人
黑龙江奔马投资有限公司	0	63,987,826	10.36	0	质押	63,850,000	境内非国有法人
延吉市吉叶农业发展有限公司	-252,585	30,308,627	4.91	0	未知	30,300,000	其他
颐和黄金制品有限公司	-3,100,000	22,653,266	3.67	0	质押	22,653,266	境内非国有法人
上海迎水投资管理有限公司一迎水起航4号私募证券投资基金	-10,000	9,886,600	1.60	0	未知	0	其他
上海迎水投资管理有限公司一迎水起航3号私募证券投资基金	-10,000	9,824,062	1.59	0	未知	0	其他
深圳前海南方增长资产管理有限公司一深圳前海南方增长鸿运稳健证券投资基金	321,300	6,864,100	1.11	0	未知	0	其他
陈深	6,411,900	6,411,900	1.04	0	未知	0	其他
王苗苗	5,277,200	5,277,200	0.85	0	未知	0	其他
李水珍	5,042,901	5,042,901	0.82	0	未知	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，在本公司知情范围内知悉嘉颐实业、颐和黄金、奔马投资为一致行动人。除此之外，本公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

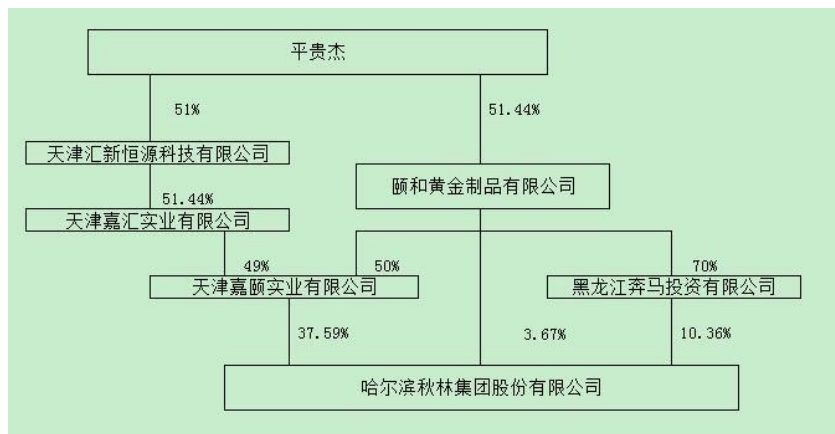
2.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



2.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



2.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

3 公司债券情况

√适用 □不适用

3.1 公司债券基本情况

单位:亿元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率	还本付息方式	交易场所
哈尔滨秋林集团股份有限公司非公开发行 2016 年公司债券(第一期)	16 秋林 01	145041	2016 年 10 月 17 日	2019 年 10 月 17 日	3.676	8.50	每年付息一次,到期一次还本	上海证券交易所
哈尔滨秋林集团股份有限公司非公开发行 2016 年公司债券(第二期)	16 秋林 02	145140	2016 年 11 月 7 日	2019 年 11 月 7 日	3.36	8.50	每年付息一次,到期一次还本	上海证券交易所
哈尔滨秋林集团股份有限公司非公开发行 2018 年公司债券(第一期)	18 秋林 01	150922	2018 年 11 月 27 日	2021 年 11 月 27 日	5	8.0	每年付息一次,到期一次还本	上海证券交易所

3.2 公司债券付息兑付情况

√适用□不适用

公司于 2018 年 10 月 17 日及 2018 年 12 月 1 日足额支付“16 秋林 01”当期应付利息及回售本金,于 2018 年 11 月 7 日及 2018 年 12 月 22 日足额支付“16 秋林 02”当期应付利息及回售本金。

“18 秋林 01” 尚无付息义务。

3.3 公司债券评级情况

适用 不适用

3.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

主要指标	2018 年	2017 年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率(%)	175.84	47.32	271.59
EBITDA 全部债务比	0.2498	0.15	66.55
利息保障倍数	-21.8007	2.47	-982.62

三 经营情况讨论与分析

1、报告期内主要经营情况

单位：万元

项目	2018 年金额	2017 年金额	本期比 2017 年增减	
			增减金额	增减比例
主营业务收入	22,949.82	674,528.84	-651,579.02	-96.60%
利润总额	-412,657.92	22,766.46	-435,424.38	-1912.57%
净利润	-414,309.89	16,347.16	-430,657.05	-2634.45%
归属于上市公司股东净利润	-413,133.70	16,360.23	-429,493.93	-2625.23%

2、导致暂停上市的原因

适用 不适用

3、面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4、公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

5、公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6、与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

公司 2018 年度纳入合并范围的子公司详见附注“七、在其他主体中的权益”，本年度新纳入合并范围的子公司为哈尔滨市金桔莱黄金珠宝首饰有限公司、秋林宏润核装（天津）智能制造有

限公司，详见附注“六、合并范围的变更”。

董事长：李亚（仍处于失联状态）

代行董事长职责：潘建华

董事会批准报送日期：2019年4月28日