

思美传媒股份有限公司

[2013] 年度报告摘要

证券代码:002712 证券简称:思美传媒 公告编号:2014-019

思美传媒股份有限公司 2013 年度报告摘要

1.重要提示
本年度报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站和中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	思美传媒	股票代码	002712
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	徐兴荣	通晓丽	
电话	0571-86588028	0571-86588028	
传真	0571-87926126	0571-87926126	
电子邮箱	IR@smcctv.com	IR@smcctv.com	

2.主要财务数据和股东变化

(1) 主要财务数据
公司是否因会计政策变更及会计差错更正追溯调整或重述以前年度会计数据

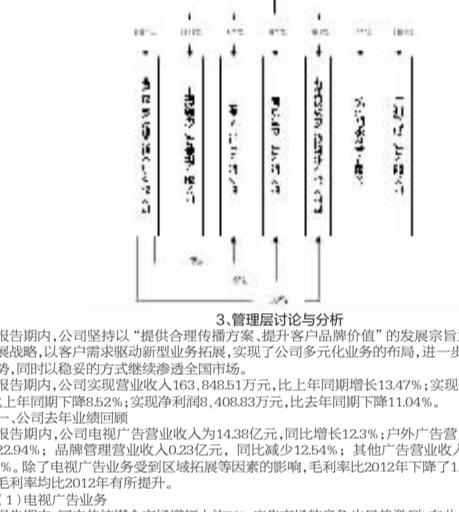
□ 是 √ 否

	2013年	2012年	本年比上年增减 (%)	2011年
营业收入(元)	1,638,485,095.92	1,443,974,223.30	13.47%	1,362,546,083.80
归属于上市公司股东的净利润(元)	84,088,324.28	94,520,502.65	-11.04%	89,570,568.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	80,768,819.52	89,307,729.26	-9.56%	88,588,414.84
经营活动产生的现金流量净额(元)	31,723,157.85	69,229,156.32	-54.18%	124,891,458.39
基本每股收益(元/股)	1.15	1.3	-11.54%	1.23
稀释每股收益(元/股)	1.15	1.3	-11.54%	1.23
加权平均净资产收益率(%)	17.96%	24.72%	-6.76%	29.02%
	2013年末	2012年末	本年比上年末增减 (%)	2011年末
总资产(元)	797,291,291.65	574,539,636.13	38.79%	515,071,194.60
归属于上市公司股东的净资产(元)	510,140,099.29	426,051,773.01	19.74%	353,421,672.36

(2) 前10名股东持股情况

报告期末股东总数	19	年度报告披露日前第5个交易日股东总数	10,657
前10名股东持股情况			
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持有有限售条件的股份数量
朱明虬	境内自然人	58.42%	42,630,000
吴红心	境内自然人	9.59%	7,000,000
杭州萧山创投	境内国有法人	7.67%	5,600,000
朱明虬	境内自然人	4.6%	3,360,000
朱明欢	境内自然人	4.6%	3,360,000
杭州同德投资	境内国有法人	3.84%	2,800,000
程晓丽	境内自然人	2.07%	1,512,000
吕双元	境内自然人	1.15%	840,000
徐兴荣	境内自然人	1.15%	840,000
唐刚	境内自然人	1.15%	840,000
朱明虬	境内自然人	4.2%	3,127,200
上述股东关联关系或一致行动的说明	朱明虬先生为公司实际控制人,朱明欢与朱明虬为父子关系,朱明虬与朱明欢之子朱明利系配偶关系,朱兴荣与朱明虬配偶的哥哥。		
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无		

(3) 以框架协议形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



3.管理层讨论与分析

报告期内,公司坚持"提供合理传播服务,提升客户品牌价值"的发展宗旨为指导,紧紧围绕公司的发展战略,以客户需求驱动服务拓展,实现了公司多元化业务的布局,进一步巩固了公司华东地区的竞争优势,同时扎实推进全国拓展。

报告期内,公司营业收入163,848.51万元,比上年同期增长13.47%;实现营业利润10,619.74万元,比上年同期增长85.2%;实现净利润8,408.33万元,比上年同期下降11.04%。

二、公司业务回顾

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(4) 品牌管理业务

经过多年发展,公司目前已有一支创新能力优秀、策划能力突出的专业团队,良好的口碑以及丰富

的服务经验,赢得了客户的一致好评,实现了公司品牌管理业务长足发展。报告期内,公司利用有限的资源,对品牌管理业务客户群体进行了梳理,知名度高、行业影响力大的优质客户,提升了团队的整体效率,在与国际品牌合作中取得了良好的成绩。

(5) 互联网广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(6) 品牌管理业务

经过多年发展,公司目前已有一支创新能力优秀、策划能力突出的专业团队,良好的口碑以及丰富

的服务经验,赢得了客户的一致好评,实现了公司品牌管理业务长足发展。报告期内,公司利用有限的资源,对品牌管理业务客户群体进行了梳理,知名度高、行业影响力大的优质客户,提升了团队的整体效率,在与国际品牌合作中取得了良好的成绩。

(7) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(8) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(9) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(10) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(11) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(12) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(13) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(14) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(15) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(16) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(17) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(18) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(19) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(20) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(21) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(22) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(23) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(24) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(25) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(26) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(27) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(28) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(29) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(30) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(31) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(32) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(33) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(34) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(35) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(36) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(37) 传统广告业务

报告期内,公司通过完善内部架构、培养和引进专业人才,为互联网媒体领域的发展奠定了基础。截至目前,公司已初步建立起互联网广告业务架构雏形,并成功开发了一批优质客户。

(38) 传统广告业务