证券代码:002400 证券简称:省广股份 公告编号:2016-026

广东省广告集团股份有限公司

【2015】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。

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:以904,718,923为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.7元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增3股。

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

公司简介

股票简称	省广股份	股票代码	002400
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	廖浩	李佳霖	
办公地址	广州市越秀区东风东路745号之二	广州市越秀区东风东路745号之二	
传真	020-87671661	020-87671661	
电话	020-87600168	020-87617378	
电子信箱	db@gimc.cn	db@gimc.cn	

二、报告期主要业务或产品简介

公司2015年看重加强各业务板块特别是数字营销业务的融合,报告期内数字营销业务营业收入超过23亿,已成为覆盖代理、策略、创意、程序化购买等成熟的整合式业务板块。通过与管理咨询、品牌管理、媒介代理等业务板块的无缝对接,促进了公司客户的获得与营业收入的提高。此外,报告期内媒介代理业务坚持多元化的代理模式,进行全平台统一采购,加强多种形式媒介代理的综合配置,节约了媒介采购成本,快消品行业、汽车、金融等行业的代理都有明显增长。整合营销各项业务的发展离不开对数据与技术的研究,2015年,公司加大对大数据挖掘应用,数字营销特别是移动数字营销的技术等领域的投入力度,加速提高整合营销传播效果。

三、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

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:人民币元

	2015年	2014年	本年比上年增减	2013年
营业收入	9,628,636,706.96	6,337,587,606.06	51.93%	5,590,897,296.35
归属于上市公司股东的净利润	547,643,475.66	425,150,507.93	28.81%	297,557,413.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	523,206,117.39	423,358,269.70	23.58%	268,136,325.78
经营活动产生的现金流量净额	265,433,046.30	132,269,958.91	100.69%	121,111,331.56
基本每股收益(元/股)	0.61	0.49	24.49%	0.3315
稀释每股收益(元/股)	0.61	0.49	24.49%	0.3315
加权平均净资产收益率	23.90%	26.46%	-2.56%	20.95%
	2015年末	2014年末	本年末比上年末增减	2013年末
资产总额	7,779,777,628.53	4,857,879,822.84	60.15%	3,090,506,802.19
归属于上市公司股东的净资产	2,436,609,006.60	1,927,638,597.02	26.41%	1,496,759,323.47

2.分季度主要会计数据

单位:人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,688,688,610.79	2,159,819,799.38	2,293,049,562.38	3,487,178,744.40
归属于上市公司股东的净利润	68,561,406.84	129,407,809.66	156,321,387.83	193,352,871.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	67,145,456.40	124,987,928.14	145,791,812.32	185,279,920.53
经营活动产生的现金流量净额	110,894,380.84	-75,114,381.19	-168,069,544.52	247,484,828.79

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告和相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

四、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	29,764	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	31,479	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名股东持股情况表

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
广东省广新控股集团有限公司	国有法人	17.39%	157,301,745	0		
全国社保基金一零四组合	其他	4.41%	39,921,362	0		
陈细隆	境内自然人	2.31%	20,942,534	15,706,900		
丁邦清	境内自然人	2.31%	20,896,291	15,671,468		
全国社保基金一一零组合	其他	1.82%	16,421,866	0		
新华人寿保险股份有限公司-分红-团体分红-018L-FH001深	其他	1.53%	13,809,571	0		
中国银行股份有限公司-嘉实研究精选股票型证券投资基金	其他	1.47%	13,258,577	0		
全国社保基金一零七组合	其他	1.33%	12,032,731	0		
全国社保基金一零二组合	其他	1.25%	11,286,659	0		
全国社保基金一零三组合	其他	1.22%	10,999,615	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	广东省广新控股集团有限公司为本公司的控股股东。公司控股股东与上述其他股东之间不存在关联关系,也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。					
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

五、管理层讨论与分析

1.报告期经营情况综介

2015年省广股份在全面实施平台战略的大背景下,取得了较好的经营成绩,实现了快速健康的发展。报告期内实现营业收入96.29亿元,较2014年增长超过50%;归属于上市公司股东的净利润达到5.48亿元,同比增长28.81%。

(一)、平台战略实现开拓化价

2015年,省广股份在平台战略深化落实的基础上,进一步进行平台战略的优化。报告期内,研时大数据,省广影业,合宝娱乐,省广体验营销等一大批平台公司持续高效,整合营销传播服务的垂直化专业能力与横向跨界能力得到快速提升。与此同时,公司还以GIMC创业节为抓手,为平台公司和优秀创业员工搭台,激发全员的创业创新精神。报告期内,公司还利用在香港设立全资子公司,实现了国际化发展的第一步,一方面收购香港的海外投资项目,扩展业务版图;另一方面,为中国企业"走出去"提供国内外整合的营销传播服务。2015年,通过实施平台战略,加速对产业链上下游扩张,快速复制公司盈利模式,省广股份国际整合营销传播集团的目标明确、脉络清晰。

(二)、整合营销传播持续加力

2015年,省广股份整合营销业务足上了新台阶。公司作为广告主的品牌管家,发挥营销产业链的上游地位优势,不断整合资源,为广告主提供多元一站式整合营销业务。

公司2015年着重加强各业务板块特别是数字营销业务的融合,报告期内数字营销业务营业收入超过23亿,已成为覆盖代理、策略、创意、程序化购买等成熟的整合式业务板块。通过与管理咨询、品牌管理、媒介代理等业务板块的无缝对接,促进了公司客户的获得与营业收入的提高。此外,报告期内媒介代理业务坚持多元化的代理模式,进行全平台统一采购,加强多种形式媒介代理的综合配置,节约了媒介采购成本,快消品行业、汽车、金融等行业的代理都有明显增长。整合营销各项业务的发展离不开对数据与技术的研究,2015年,公司加大对大数据挖掘应用,数字营销特别是移动数字营销的技术等领域的投入力度,加速提高整合营销传播效果。

三、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

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:人民币元

	2015年	2014年	本年比上年增减	2013年
营业收入	9,628,636,706.96	6,337,587,606.06	51.93%	5,590,897,296.35
归属于上市公司股东的净利润	547,643,475.66	425,150,507.93	28.81%	297,557,413.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	523,206,117.39	423,358,269.70	23.58%	268,136,325.78
经营活动产生的现金流量净额	265,433,046.30	132,269,958.91	100.69%	121,111,331.56
基本每股收益(元/股)	0.61	0.49	24.49%	0.3315
稀释每股收益(元/股)	0.61	0.49	24.49%	0.3315
加权平均净资产收益率	23.90%	26.46%	-2.56%	20.95%
	2015年末	2014年末	本年末比上年末增减	2013年末
资产总额	7,779,777,628.53	4,857,879,822.84	60.15%	3,090,506,802.19
归属于上市公司股东的净资产	2,436,609,006.60	1,927,638,597.02	26.41%	1,496,759,323.47

2.分季度主要会计数据

单位:人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,688,688,610.79	2,159,819,799.38	2,293,049,562.38	3,487,178,744.40
归属于上市公司股东的净利润	68,561,406.84	129,407,809.66	156,321,387.83	193,352,871.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	67,145,456.40	124,987,928.14	145,791,812.32	185,279,920.53
经营活动产生的现金流量净额	110,894,380.84	-75,114,381.19	-168,069,544.52	247,484,828.79

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告和相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

四、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	29,764	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	31,479	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名股东持股情况表

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
广东省广新控股集团有限公司	国有法人	17.39%	157,301,745	0		
全国社保基金一零四组合	其他	4.41%	39,921,362	0		
陈细隆	境内自然人	2.31%	20,942,534	15,706,900		
丁邦清	境内自然人	2.31%	20,896,291	15,671,468		
全国社保基金一一零组合	其他	1.82%	16,421,866	0		
新华人寿保险股份有限公司-分红-团体分红-018L-FH001深	其他	1.53%	13,809,571	0		
中国银行股份有限公司-嘉实研究精选股票型证券投资基金	其他	1.47%	13,258,577	0		
全国社保基金一零七组合	其他	1.33%	12,032,731	0		
全国社保基金一零二组合	其他	1.25%	11,286,659	0		
全国社保基金一零三组合	其他	1.22%	10,999,615	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	广东省广新控股集团有限公司为本公司的控股股东。公司控股股东与上述其他股东之间不存在关联关系,也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。					
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

五、管理层讨论与分析

1.报告期经营情况综介

2015年省广股份在全面实施平台战略的大背景下,取得了较好的经营成绩,实现了快速健康的发展。报告期内实现营业收入96.29亿元,较2014年增长超过50%;归属于上市公司股东的净利润达到5.48亿元,同比增长28.81%。

(一)、平台战略实现开拓化价

2015年,省广股份在平台战略深化落实的基础上,进一步进行平台战略的优化。报告期内,研时大数据,省广影业,合宝娱乐,省广体验营销等一大批平台公司持续高效,整合营销传播服务的垂直化专业能力与横向跨界能力得到快速提升。与此同时,公司还以GIMC创业节为抓手,为平台公司和优秀创业员工搭台,激发全员的创业创新精神。报告期内,公司还利用在香港设立全资子公司,实现了国际化发展的第一步,一方面收购香港的海外投资项目,扩展业务版图;另一方面,为中国企业"走出去"提供国内外整合的营销传播服务。2015年,通过实施平台战略,加速对产业链上下游扩张,快速复制公司盈利模式,省广股份国际整合营销传播集团的目标明确、脉络清晰。

(二)、整合营销传播持续加力

2015年,省广股份整合营销业务足上了新台阶。公司作为广告主的品牌管家,发挥营销产业链的上游地位优势,不断整合资源,为广告主提供多元一站式整合营销业务。

公司2015年着重加强各业务板块特别是数字营销业务的融合,报告期内数字营销业务营业收入超过23亿,已成为覆盖代理、策略、创意、程序化购买等成熟的整合式业务板块。通过与管理咨询、品牌管理、媒介代理等业务板块的无缝对接,促进了公司客户的获得与营业收入的提高。此外,报告期内媒介代理业务坚持多元化的代理模式,进行全平台统一采购,加强多种形式媒介代理的综合配置,节约了媒介采购成本,快消品行业、汽车、金融等行业的代理都有明显增长。整合营销各项业务的发展离不开对数据与技术的研究,2015年,公司加大对大数据挖掘应用,数字营销特别是移动数字营销的技术等领域的投入力度,加速提高整合营销传播效果。

同时,公司也注重在巩固和发展现有业务的基础上,通过外延式发展延伸在整合营销传播价值链各个细分环节的布局。报告期内,公司开始了上海传承、上海韵翔、上海普拓、广州蓝门等优秀创意公司的并购,提升了跨媒体精准传播能力,开始了跨媒体精准传播的一个系列平台公司,做公司整合营销传播板图得到极大的补充和丰富,令现有传播业务之间的整合效应愈加凸显,公司盈利空间得到进一步的提升。

2.报告期主要业务或产品简介

公司2015年着重加强各业务板块特别是数字营销业务的融合,报告期内数字营销业务营业收入超过23亿,已成为覆盖代理、策略、创意、程序化购买等成熟的整合式业务板块。通过与管理咨询、品牌管理、媒介代理等业务板块的无缝对接,促进了公司客户的获得与营业收入的提高。此外,报告期内媒介代理业务坚持多元化的代理模式,进行全平台统一采购,加强多种形式媒介代理的综合配置,节约了媒介采购成本,快消品行业、汽车、金融等行业的代理都有明显增长。整合营销各项业务的发展离不开对数据与技术的研究,2015年,公司加大对大数据挖掘应用,数字营销特别是移动数字营销的技术等领域的投入力度,加速提高整合营销传播效果。

三、报告期