

■ 2020年4月23日 星期四

(上接A16版)

(三) 主要财务指标

财务指标	2019 年度 /2019.12.31	2018年度 /2018.12.31	2017年度 /2017.12.31
流动比率(倍)	1.82	1.64	1.62
速动比率(倍)	1.80	1.64	1.61
资产负债率(母公司)(%)	65.56	68.88	73.97
货币负债率(合并)(%)	55.69	60.27	63.94
归属于母公司所有者的每股净资产(元)	7.27	5.03	3.63
应收账款周转率(次)	4.10	3.51	3.37
存货周转率(次)	217.20	444.15	209.15
息税折旧摊销前利润(万元)	23,465.23	15,195.67	12,418.00
归属于母公司所有者的净利润(万元)	19,362.31	12,403.05	9,776.27
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润(万元)	18,209.72	12,061.17	9,325.92
利息保障倍数(倍)	77.43	71.22	61.18
每股经营活动现金流量净额(元/股)	2.71	1.50	2.54
每股现金流量(元/股)	1.63	0.60	1.98
无形资产(扣除土地使用权后)占净资产的比例如(%)	0.23	0.25	0.42

根据《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露(2010年修订)》的规定,公司净资产收益率和每股收益计算列示如下:

报告期间	加权平均净资产收益率(%)	每股收益(元/股)
2019年度	60.80	3.74
2018年度	56.37	2.39
2017年度	58.01	1.89
2019年度	57.19	3.52
2018年度	54.81	2.33
2017年度	55.34	1.80

(四) 管理层分析与讨论

1、财务状况分析

报告期各期末,公司总资产的构成情况如下:

单位:万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31	
金额	比例(%)	金额	比例(%)	
流动资产	83,464.14	98.25	64,157.97	97.98%
非流动资产	1,490.14	1.75	1,406.81	2.15
合计	84,954.28	100.00	55,564.30	100.00

流动资产方面,报告期各期末,公司流动资产快速增长,占资产总额的比例较高,分别为99.24%、97.85%和98.25%,主要是因为报告期内公司经营状况良好,营业收入快速增长,盈利能力持续提高,各期末货币资金及应收账款等流动资产相应增加。

非流动资产方面,2018年末非流动资产规模有所上升,系因长期应收款和长期待摊费用所所致;2019年末非流动资产规模基本稳定。

公司负债以流动负债为主,负债结构稳定。报告期各期末,公司的负债构成情况如下:

单位:万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31	
金额	比例(%)	金额	比例(%)	
流动负债	45,914.71	97.04	39,117.03	98.99
非流动负债	1,400.00	2.96	400.00	1.01
合计	47,314.71	100.00	39,517.03	100.00

报告期各期末,公司流动负债主要为应付账款、预收款项、短期借款和应交税费等。2018年末及2019年末,公司流动负债分别同比增长22.34%和17.38%,主要是因为业务快速扩张导致采购量大幅增长,应付账款相应增加所致。

2、盈利能力分析

(1) 公司营业收入构成情况

报告期内,公司营业收入构成情况如下:

单位:万元

服务类别	2019年度	2018年度	2017年度	
金额	占比(%)	金额	占比(%)	
主营业务收入	163,142.61	100.00	109,951.12	100.00
其他业务收入	-	-	-	-
合计	163,142.61	100.00	109,951.12	100.00

公司主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务等,2017年至2019年,占营业收入的比重分别为99.79%、100.00%和100.00%,主营业务突出。公司其他业务收入主要为转租部分办公场所取得的收入。

报告期内,数字营销服务收入规模及占比持续快速提高,2017年至2019年,占主营业务收入的比重分别为72.92%、80.64%和85.98%,已成为公司的主要收入来源;场景活动服务收入规模整体呈增长趋势;校园媒体营销服务处于国内领先地位。具体情况如下:

单位:万元

服务类别	2019年度	2018年度	2017年度	
金额	占比(%)	金额	占比(%)	
主营业务收入	140,271.45	85.98	88,663.90	80.64
广告投放代理	136,241.88	83.51	84,459.60	76.82
广告方案策划与执行	4,029.57	2.47	4,204.39	3.82
场景活动服务	14,111.15	8.65	15,775.10	14.35
校园媒体营销服务	2,073.35	1.27	3,414.05	3.11
其他主营业务	6,696.66	4.10	2,097.97	1.91
合计	163,142.61	100.00	109,951.12	100.00

公司其他主营业务收入主要包括社会媒体营销服务、软件开发与系统集成业务等,报告期内占比较小。

(2) 公司综合毛利率情况

2017年至2019年,公司综合毛利率分别为27.24%、25.34%和22.36%,综合毛利率变动主要系收入构成变化所致。报告期内,各业务类型毛利率对综合毛利率的贡献如下所示:

单位: %

项目	2019年度	2018年度	2017年度
毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
数字营销服务	85.98	88.663.90	80.64
广告投放代理	83.51	84,459.60	76.82
广告方案策划与执行	2.47	4,204.39	3.82
场景活动服务	8.65	15,775.10	14.35
校园媒体营销服务	1.27	3,414.05	3.11
其他业务	-	-	-
合计	100.00	109,951.12	100.00

公司综合毛利率与各业务的比重紧密相关。报告期内,公司数字营销服务收入规模实现快速增长,收入占比由2017年的72.77%逐年提升至2019年的85.98%。由于数字营销服务的毛利率与场景活动服务、校园媒体营销服务的毛利率相对较低,故其收入占比的迅速上升拉低了公司的综合毛利率水平。

3、现金流量分析

报告期内,公司现金流量情况如下:

单位:万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
经营活动产生的现金流量净额	14,050.36	7,794.69	13,169.00
投资活动产生的现金流量净额	-318.14	-210.47	648.85
筹资活动产生的现金流量净额	-5,295.29	-4,477.14	-2,977.07
现金及现金等价物净增加额	8,436.92	3,107.09	10,265.77

报告期内,公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入关系如下表:

单位:万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
销售商品、提供劳务收到的现金	161,825.45	102,408.25	73,236.64
营业收入	163,142.61	109,951.12	75,841.92
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	99.19%	93.14%	96.56%

2017年至2019年,公司经营活动产生的现金流量净额合计数与净利润合计数的比值为84.29%,较为合理。

综上所述,报告期内公司营业收入回款良好,经营活动现金流量较为健康。

(五) 股利分配

1、公司现行股利分配政策

根据《公司章程》的规定,公司的利润分配政策可以现金或股票方式分配股利,公司可以进行中期现金分红,最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可供分配利润的30%。

根据有关法律法规和公司章程的规定,公司缴纳所得税后的利润,按下列顺序分配:

(1) 公司分配当年税后利润时,应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额达到注册资本的50%以上的,可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的,在依照前款规定提取法定公积金之前,应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后,经股东大会决议,还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润,按照股东持有的股份比例分配。但公司章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定,在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的,股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

根据《上市公司章程指引》的规定,公司利润分配不得超过当年可供分配利润的30%。

根据《上市公司章程指引》的规定,公司利润分配不得超过当年可供分配利润的30%。

根据《上市公司章程指引》的规定,公司利润分配不得超过当年可供分配利润的30%。