

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等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介	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	廖海	黄少娟	
电话	020-87600168	020-87617378	
传真	020-87617661	020-87617661	
电子信箱	db@gdadc.com	db@gdadc.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

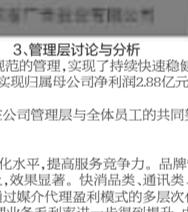
□是 √否

	2013年	2012年	本年比上年增减 (%)	2011年
营业收入(元)	5,590,897,296.35	4,626,647,073.51	20.84%	3,716,339,533.92
归属于上市公司股东的净利润(元)	287,557,413.42	180,911,486.88	58.95%	102,268,453.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	268,136,325.78	178,012,135.16	50.63%	93,821,181.29
经营活动产生的现金流量净额(元)	121,111,331.55	46,998,320.46	157.69%	-52,912,907.89
基本每股收益(元/股)	0.75	0.47	59.57%	0.27
稀释每股收益(元/股)	0.75	0.47	59.57%	0.27
加权平均净资产收益率(%)	20.95%	15.37%	5.58%	8.87%
2013年末	2012年末	本年年末比上年末增减(%)	2011年末	
总资产(元)	3,090,506,802.19	2,641,207,336.80	17.01%	2,047,476,340.14
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,495,759,323.47	1,254,945,161.01	19.19%	1,103,717,488.49

(2) 前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股数量	年度报告披露日前第5个交易日股东总人数		前10名股东持股情况
				质押或冻结情况	持股有限售条件的股份数量	
广东省广告控股集团有限公司	国有法人	20.68%	79,719,223	0	0	
交通银行-易方达科讯投资基金	其他	4.06%	15,665,229	0	0	
中国农业银行-国泰基金-国泰金牛创业板成长股票型证券投资基金	其他	2.51%	9,659,368	0	0	
戴书华	境内自然人	2.41%	9,307,794	8,705,846	0	
陈细隆	境内自然人	2.41%	9,307,794	8,705,846	0	
丁邦清	境内自然人	2.41%	9,286,796	8,705,846	0	
金鑫证券-其他	其他	2.21%	8,502,675	0	0	
中国建设银行-华兴兴业收益增长混合型证券投资基金	其他	2.17%	8,354,411	0	0	
中国农业银行-华夏平稳增长混合型证券投资基金	其他	1.55%	5,971,670	0	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	广东省广告控股集团有限公司为本公司的控股股东。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	不适用					

(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



3.管理层讨论与分析

2013年是省广股份以良好的业绩与规范的管理,实现了持续快速健康发展。公司报告期内公司实现营业收入65.91亿元,同比增长20.84%;实现归属于母公司净利润2.88亿元,同比增长58.95%。

一、公司去年业绩回顾

报告期内,根据公司董事会的部署,在公司管理层与全体员工的共同努力下,公司经营实现了以下几大突破:

1.主营业务实现快速发展

2013年公司主营业务着重提升专业化水平,提高服务竞争力,品牌管理及媒介代理业务持续提高,体现了在客户质量及服务质量上效果显著,快消品类、通讯类、大健康类、汽车类、电商类业务增速显著;报告期内,公司媒介代理业务通过媒介利益最大化与客户采购规模的扩大化,实现营业收入48亿元。

3.外延发展实现多元化发展

报告期内,公司继续执行“横向补充盈利模式,纵向拓展产业链”的外延式发展战略。一方面充分自有资源优势,拓展延伸车身媒体资源,成立海南经典视频广告传媒有限公司进行经营。同时并购角力延伸终端渠道,收购了主要从事终端营销业务的上海瑞格市场推广公司。此外,公司的并购还延伸到终端客户,收购了上海爱乐广告有限公司,实现了对终端客户的进一步控制,提升了客户粘性,实现了对终端市场的进一步控制,也提升了客户对公司的认可度,从而拉动广告费用的投放增长,其中,移动端广告规模占比虽小,但其发展速度惊人,潜力巨大。

与此同时,渠道的变革更加凸显了创意策划在“广告营销”中的作用。在信息过剩的时代,媒介的精准到达不仅代表受众对产品与品牌信息的喜爱,在消费者注意力有限的情况下,如何吸引消费者目光,广告内容是否能主动吸引消费者的关注,是创意策划在“广告营销”环节的使命。

4.公司未来展望

5.外延发展实现多元化发展

6.外延发展实现多元化发展

7.外延发展实现多元化发展

8.外延发展实现多元化发展

9.外延发展实现多元化发展

10.外延发展实现多元化发展

11.外延发展实现多元化发展

12.外延发展实现多元化发展

13.外延发展实现多元化发展

14.外延发展实现多元化发展

15.外延发展实现多元化发展

16.外延发展实现多元化发展

17.外延发展实现多元化发展

18.外延发展实现多元化发展

19.外延发展实现多元化发展

20.外延发展实现多元化发展

21.外延发展实现多元化发展

22.外延发展实现多元化发展

23.外延发展实现多元化发展

24.外延发展实现多元化发展

25.外延发展实现多元化发展

26.外延发展实现多元化发展

27.外延发展实现多元化发展

28.外延发展实现多元化发展

29.外延发展实现多元化发展

30.外延发展实现多元化发展

31.外延发展实现多元化发展

32.外延发展实现多元化发展

33.外延发展实现多元化发展

34.外延发展实现多元化发展

35.外延发展实现多元化发展

36.外延发展实现多元化发展

37.外延发展实现多元化发展

38.外延发展实现多元化发展

39.外延发展实现多元化发展

40.外延发展实现多元化发展

41.外延发展实现多元化发展

42.外延发展实现多元化发展

43.外延发展实现多元化发展

44.外延发展实现多元化发展

45.外延发展实现多元化发展

46.外延发展实现多元化发展

47.外延发展实现多元化发展

48.外延发展实现多元化发展

49.外延发展实现多元化发展

50.外延发展实现多元化发展

51.外延发展实现多元化发展

52.外延发展实现多元化发展

53.外延发展实现多元化发展

54.外延发展实现多元化发展

55.外延发展实现多元化发展

56.外延发展实现多元化发展

57.外延发展实现多元化发展

58.外延发展实现多元化发展

59.外延发展实现多元化发展

60.外延发展实现多元化发展

61.外延发展实现多元化发展

62.外延发展实现多元化发展

63.外延发展实现多元化发展

64.外延发展实现多元化发展

65.外延发展实现多元化发展

66.外延发展实现多元化发展

67.外延发展实现多元化发展

68.外延发展实现多元化发展

69.外延发展实现多元化发展

70.外延发展实现多元化发展

71.外延发展实现多元化发展

72.外延发展实现多元化发展

73.外延发展实现多元化发展

74.外延发展实现多元化发展

75.外延发展实现多元化发展

76.外延发展实现多元化发展

77.外延发展实现多元化发展

78.外延发展实现多元化发展

79.外延发展实现多元化发展

80.外延发展实现多元化发展

81.外延发展实现多元化发展

82.外延发展实现多元化发展

83.外延发展实现多元化发展

84.外延发展实现多元化发展

85.外延发展实现多元化发展

86.外延发展实现多元化发展

87.外延发展实现多元化发展

88.外延发展实现多元化发展

89.外延发展实现多元化发展

90.外延发展实现多元化发展