

公司代码：603729

公司简称：龙韵股份

上海龙韵广告传播股份有限公司

2015 年年度报告摘要

一 重要提示

1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，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。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

中准会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

1.4 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	龙韵股份	603729	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陶珏竹	
电话	021-58826599	
传真	021-58826679	
电子信箱	longyuntzz@obm.com.cn	

1.5 董事会提议以公司总股本 6,667 万股为基数，按每 10 股派发现金股利人民币 0.65 元(含税)，派发现金股利总额 4,333,550.00 元，剩余未分配利润结转下一年度。本年度公司不进行公积金转增股本，不送红股。该利润分配预案尚待股东大会批准。

二 报告期主要业务或产品简介

1、主要业务及经营模式

报告期内，公司主营业务为广告媒介代理业务及广告全案服务业务。

广告媒介代理业务主要指公司代理客户进行媒介购买和媒介执行，具体分为广告独家代理（又称“自有媒体”）业务和常规媒介代理业务两种业务模式。广告独家代理业务是指公司在拥有广告独家代理权的媒体，为客户提供广告媒介代理的业务；常规媒介代理业务是指公司在不拥有独家代理权的媒体为客户提供广告媒介代理的业务。

广告全案服务的业务模式指公司为客户提供市场研究、品牌管理、创意设计、视频制作、广告策略、广告执行、广告评估等全案营销服务，构造完整的广告创意产业链，为客户提供传统的媒介执行业务之外的整合营销增值服务。

报告期内，伴随着营销行业整体格局的发展趋势，公司合作的媒介渠道，除了以电视媒体为主的传统媒体之外，还逐步增加了以互联网技术为依托的新媒体渠道。

2、行业情况说明

公司所处的广告营销行业，其“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”等业务作为现代商业服务业均属于《产业结构调整指导目录》中的鼓励类项目；《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》中也明确提出要发展壮大包括广告业在内的文化产业。得益于国家政策的鼓励扶持和国内消费结构的升级和调整，报告期内国内广告营销行业的市场规模仍保持持续扩大。

另一方面，报告期内中国经济仍处于结构调整、转型升级的过程中，2015年度国内GDP增速仅为6.9%。受国内宏观经济走势影响，广告营销行业内部整体呈现行业竞争加剧、行业整体盈利能力下降、传统广告市场和互联网广告市场格局调整的局面。公司作为国内传统电视媒体广告代理业务的领先者，报告期内受前述行业趋势的影响，在主营业务收入稳定增长的情况下，整体毛利率仍出现下滑态势，盈利能力下降，业务布局亟待优化调整。

三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减(%)	2013年
总资产	1,106,811,875.80	759,618,567.09	45.71	626,120,551.73
营业收入	1,320,438,943.93	1,177,299,452.47	12.16	1,154,210,660.30
归属于上市公司股东的净利润	40,660,516.31	78,341,668.85	-48.10	83,213,461.79
归属于上市公司股东的扣除	33,083,107.18	79,799,162.42	-58.54	77,159,051.20

非经常性损益的净利润				
归属于上市公司股东的净资产	975,650,952.33	542,632,036.02	79.80	464,290,367.17
经营活动产生的现金流量净额	-142,833,282.08	31,811,779.63	-548.99	37,005,003.17
期末总股本	66,670,000.00	50,000,000.00	33.34	50,000,000.00
基本每股收益(元/股)	0.65	1.57	-58.48	1.66
稀释每股收益(元/股)	0.65	1.57	-58.48	1.66
加权平均净资产收益率(%)	4.73	15.56	下降10.83个百分点	19.69

报告期末公司前三年主要会计数据和财务指标的说明：

1、营业收入近三年持续增长，报告期比上年同期增长 **12.16%**，主要系常规代理业务及全案业务持续增长所致；

2、归属于上市公司股东的净利润近三年持续下降，报告期比上年同期下降 **48.10%**，主要因报告期内收入增长幅度低于成本增加幅度，毛利率下滑所致；

3、2014 年与 2013 年经营活动产生的现金流量基本持平，呈现资金净流入状态。报告期内，资金呈现净流出状态，主要系媒介代理客户及全案客户增加了一线媒体投放量，媒体款播前支付比率大幅提高，客户款尚在信用期内，致使公司垫付资金增加所致；

4、归属于上市公司股东的净资产近三年持续增长，报告期比上年同期增长 **79.8%**，除受净利润增加影响外，主要系报告期内公司首次公开发行股票并募集资金，公司股本、资本公积增加所致；

5、基本每股收益：2014 年与 2013 年度基本持平，报告期比上年同期下降 **58.48%**，主要系报告期净利润减少及股本增加所致；

6、加权平均净资产收益率：近三年持续下降，报告期比上年同期下降 **10.83** 个百分点，主要系报告期净利润减少及净资产增加所致。

四 2015 年分季度的主要财务指标

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	347,930,193.68	350,468,166.31	330,532,792.05	291,507,791.88
归属于上市公司股东的净利润	-3,295,200.57	38,670,291.23	5,420,601.89	-135,176.24

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-9,820,385.15	38,223,105.10	5,220,601.89	-540,214.66
经营活动产生的现金流量净额	-113,762,393.91	-70,262,328.39	-6,232,112.06	47,423,552.28

五 股本及股东情况

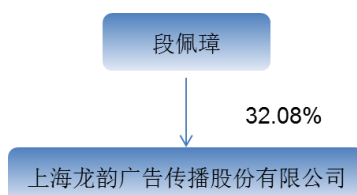
5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

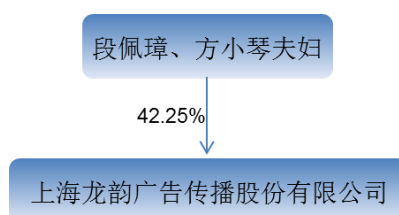
截止报告期末普通股股东总数（户）					7,868		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					8,115		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
段佩璋	0	21,390,000	32.08	21,390,000	质押	2,500,000	境内 自然人
方小琴	0	6,780,000	10.17	6,780,000	无	0	境内 自然人
许龙	0	2,890,000	4.33	2,890,000	无	0	境内 自然人
段智瑞	0	2,890,000	4.33	2,890,000	无	0	境内 自然人
胡来菊	0	2,750,000	4.12	2,750,000	质押	2,300,000	境内 自然人
钱业银	0	2,700,000	4.05	2,700,000	无	0	境内 自然人
上海领锐创业投资有限公司	0	2,500,000	3.75	2,500,000	无	0	境内 非国 有法 人
上海台勇贸易有限公司	0	2,400,000	3.60	2,400,000	无	0	境内 非国 有法

							人
王强	0	1,400,000	2.10	1,400,000	质押	1,400,000	境内自然人
中融人寿保险股份有限公司一万能保险产品	1,352,016	1,352,016	2.03	0	无	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	段佩璋与上海台勇的股东段佩锋系兄弟关系，段佩璋、方小琴系夫妻关系，段佩璋与许龙系叔嫂关系，与段智瑞系叔侄关系，许龙与段智瑞系母子关系；除上述情况之外，本公司未知其他股东是否存在关联关系或是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



5.3 公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

不适用

六 管理层讨论与分析

(一) 管理层讨论与分析

2015 年度，在错综复杂的国际形势中，中国经济下行压力不断加大。在稳中求进的总基调中，

贯穿全年度主题仍是进一步优化经济结构、进一步加快转型升级。但更为严峻的现实是，国内结构调整转型升级正处在爬坡过坎的关键阶段，全面深化改革任务艰巨。最终，整个 2015 年度国民经济运行虽在合理可控区间，但未达年度预计目标，经济发展仍显露出一定的疲弱态势。

从行业角度看，2015 年度，中国整体媒体广告花费仍处于增长区间，较之 2014 年度而言，国内整体媒体广告花费增速为 13.2%，低于 2014 年度相比 2013 年度的 15.9% 的增速（数据来源：eMarketer），整体增速有所放缓。行业格局呈现以下主要特点：

1、行业整体盈利能力下降，行业竞争加剧。报告期内，受经济疲弱影响，广告主预算调整，导致行业竞争加剧，挤压营销类公司的盈利空间，降低行业整体盈利能力，加剧行业竞争；另一方面，互联网高速发展带动社会进入注意力涣散时代，广告投放进一步向优质内容集中，第一梯队媒体基于其内容、用户数据等优势地位，愈发强势且具有更高的议价能力，从媒体端进一步挤压了营销类公司的利润空间。

2、传统广告媒体市场和互联网广告媒体市场权重加剧扭转。自 2014 年度起，国内广告花费占比中数字广告的占比便首次超越电视广告占比，成为广告投放的第一大媒体渠道。报告期内，在中国广告花费占比中，数字广告占比 43.6%，远超电视广告的占比 29.2%（数据来源：eMarketer），互联网广告市场的规模约达到 2,093 亿元，当年度同比增速为 35.9%，互联网广告的增长成为拉动中国广告行业乃至全球广告行业增速的最重要的动力（数据来源：艾瑞咨询）。预计在未来的 3-5 年内，互联网广告市场将以 20% 以上的年化增长率持续稳定快速发展（数据来源：艾瑞咨询）。随着广告主营销预算的进一步向互联网广告迁移，传统广告市场尤其是电视广告市场则呈现减速态势。2015 年上半年度，传统广告市场降幅达 5.9%，是多年来首次同期下降；电视时段广告整体减速，电视广告花费同比减少 3.4%，时段广告资源量同比也下降一成（数据来源：CTR 媒介智讯）。

基于上述行业发展变化，公司在报告期内实现营业收入 132,043.89 万元，同期增长 12.16%，实现净利润 4,905.95 万元，较去年同期下降 36.87%，其中新媒体业务营业收入占比 12.79%，以新媒体业务为主的控股子公司石河子盛世飞扬新媒体有限公司当年实现的净利润占合并净利润的 37.1%。

面对行业格局变动和新的经营挑战，公司将一方面致力于调整原有传统广告业务的布局和规模，另一方面着力打造以全案业务为核心的服务模式，同步拓展数字营销业务，促进公司业务的稳健调整和转型。

（二）、报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 132,043.89 万元，同比增长 12.16%，营业成本 118,796.39 万元，

同比增加 21.12%，受传统媒体广告行业趋势性下滑影响，毛利率同比下降 6.66 个百分点。报告期内，公司实现净利润 4,905.95 万元,其中归属于母公司的净利润 4,066.05 万元。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

7.3 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。

截 2015 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内公司如下：

合并公司名称
上海龙韵广告传播股份有限公司
新疆逸海电广传媒文化发展有限公司
四川竞成龙韵文化传播发展有限责任公司
石河子盛世飞扬新媒体有限公司
上海鸿图大洋广告有限公司
西藏龙韵文化传媒有限公司
西藏竞成文化传播有限责任公司

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“6、合并范围的变更”和“7、在其他主体中的权益”。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用

(此页无正文，为上海龙韵广告传播股份有限公司 2015 年年度报告摘要签章页)

上海龙韵广告传播股份有限公司

董事长:

A red circular seal of Shanghai Longyun Advertising & Media Co., Ltd. is stamped over the signature. The seal contains the company name in English ("Shanghai Longyun Advertising & Media Co., Ltd.") and Chinese ("上海龙韵广告传播股份有限公司"). A handwritten signature in black ink is written over the seal.

2016 年 2 月 2 日