

证券代码：300392

证券简称：腾信股份

公告编号：2018-042

北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

2017 年年度报告摘要

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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

无

全体董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：带强调事项段的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）于 2018 年 4 月 24 日对本公司公司出具了 2017 年度带强调事项段的无保留意见的审计报告（XYZH/2017BJA60469 号），本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	腾信股份	股票代码	300392
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	梁芳	谢楠	
办公地址	北京市朝阳区光华路 15 号院 1 号楼亿利生态广场 1401	北京市朝阳区光华路 15 号院 1 号楼亿利生态广场 1401	
传真	010-52937865	010-52937865	
电话	010-52937866	010-52937866	
电子信箱	board@tensynchina.com	board@tensynchina.com	

2、报告期主要业务或产品简介

本公司的主营业务是为客户在互联网上提供广告和公关服务，通过分析相关数据，使得广告和公关服务的精准度更高，服务效果更好。

本公司的互联网广告服务业务，主要包括策略制定、媒介采购、广告投放、网站建设及创意策划、广告效果监测及优化等服务。公司的互联网公关服务业务，主要包括公关策略制定、舆情监控及社会化媒体营销等服务。

本公司在为客户提供互联网广告和公关服务的过程中，需要辅助以技术手段进行数据的采集、分析和应用，从而提高营销服务效果。公司通过对互联网营销服务进行平台化和标准化开发及应用，建立了稳定和持续的盈利模式。同时，本公司还重点储备了移动互联网营销业务，作为培育并择机进行扩张的潜在优势业务。



报告期内，公司围绕战略规划，积极落实各项年度经营目标，以深度聚焦行业为市场策略，依托多年广告投放的数据积累、大数据分析平台，凭借自身多年的互联网营销服务经验，以及对客户需求的深刻了解，在汽车、金融、电商等垂直行业开拓客户，加大对重点行业老客户的拓展力度，并深入挖掘新行业的客户需求，在深化行业布局方面取得显著成效。

2017年客户数量为71个，稳固快消品和汽车两大类客户的同时，扩大信息技术行业、金融保险行业和家电数码行业的客户范围。进一步缓解对单一大客户依赖的情况。虽然本年度公司业绩有所下降，但是本公司发展速度稳定，自身服务水平、策略能力、创意能力、技术积累、市场地位都有所上升，依然巩固了自身行业的领先地位。

3、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

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2017年	2016年	本年比上年增减	2015年
营业收入	1,624,384,618.15	1,349,159,569.46	20.40%	1,452,386,132.23
归属于上市公司股东的净利润	-137,408,990.74	-265,826,777.38	48.31%	147,190,942.03
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-121,112,456.07	-269,281,349.41	43.90%	145,953,429.21
经营活动产生的现金流量净额	-47,732,228.42	-5,515,163.02	-765.47%	-138,836,714.47
基本每股收益（元/股）	-0.36	-0.69	47.83%	0.38
稀释每股收益（元/股）	-0.36	-0.69	47.83%	0.38

加权平均净资产收益率	-25.33%	-41.96%	11.81%	17.73%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	1,567,207,537.70	1,436,282,753.40	9.12%	1,466,605,133.24
归属于上市公司股东的净资产	473,841,008.08	611,249,998.82	-22.48%	899,348,776.20

(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	238,655,949.87	525,286,799.38	419,794,507.39	440,647,361.51
归属于上市公司股东的净利润	-18,072,823.94	23,981,104.27	12,240,230.72	-155,557,501.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-18,060,139.24	23,216,792.86	12,255,736.85	-135,649,841.79
经营活动产生的现金流量净额	13,303,793.82	-16,941,719.23	-34,669,563.30	-9,424,739.71

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

□ 是 √ 否

4、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	28,700	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	28,702	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							
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	
徐炜	境内自然人	32.37%	124,303,360	124,264,260	质押	124,244,260	
					冻结	35,784,260	
特思尔大宇宙(北京)投资咨询有限公司	境内非国有法人	24.54%	94,223,520	0			
北京汇金立方投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	4.69%	18,000,000	0			
#赵龙	境内自然人	0.75%	2,894,211	0			
#曹庆林	境内自然人	0.62%	2,362,300	0			
#青岛力鼎投资有限公司	境内自然人	0.59%	2,280,000	0			
江华	境内自然人	0.35%	1,354,810	0			
谭浩	境内自然人	0.31%	1,190,300	0			
中国国际金融股份有限公司	境内非国有法人	0.31%	1,187,674	0			
中国建设银行	境内非国有	0.29%	1,120,000	0			

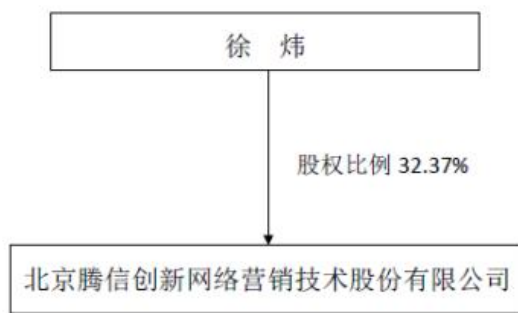
股份有限公司 一摩根士丹利 华鑫多因子精 选	法人					
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，徐炜、特思尔大宇宙（北京）投资咨询有限公司，北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）为非关联方，不属于一致行动人。公司未知其余前十名股东是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。				

(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



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

是

互联网营销业

一、总体情况

报告期内，公司围绕战略规划，积极落实各项年度经营目标，以深度聚焦行业为市场策略，依托多年广告投放的数据积累、大数据分析平台，凭借自身多年的互联网营销服务经验，以及对客户需求的深刻了解，在汽车、金融、电商等垂直行业开拓客户，加大对重点行业老客户的拓展力度，并深入挖掘新行业的客户需求，在深化行业布局方面取得显著成效。同时，公司持续强化内部管控，调整并优化业务结构，促进项目交付质量与效率的提升。

公司在业务拓展和资源整合方面不断优化和完善，经营状况良好，公司在汽车行业及快消品行业积极参与投标，稳固快消品和汽车两大类客户的同时，扩大信息技术行业、金融保险行业和家电数码行业的客户范围。

本期公司共实现营业收入162438.46万元，同比增幅20.40%；实现利润总额15934.79万元，同比增幅48.17%；实现归属于上市公司股东的净利润13741.44万元，同比增幅48.40%。

二、主营业务情况

当前，我国数字营销行业蓬勃发展，互联网广告行业高速发展。2016年7月，工商总局在《互联网广告管理暂行办法》及《广告产业“十三五”发展规划》通报会上，对“十二五”期间我国广告行业的发展成果作了小结。明确指出：近年来，我国互联网广告发展迅速，已成为我国广告产业最大和增速最快的板块，成为商品生产经营者及服务提供者的重要选择。2017年十九大报告进一步指出：推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，在中高端消费、创新引领、绿色低碳、共享经济、现代供应链、人力资本服务等领域培育新增长点、形成新动能。此次为数字营销和大数据的发展明确了方向，为行业增加新动能注入了强大的信心和力量。

报告期内，公司以数字营销全链条大数据支撑为目的，实现以大数据和人工智能为基础的、以大数据驱动的数字营销服务，夯实公司主营业务。通过技术提升运营效率，进一步提升了客户满意度，并推动业务保持较快增长。通过构建大数据营销能力，升级技术平台等方式，强化效果营销，使公司保有的优质媒介资源得以调整并优化，有效提升了市场竞争力，充分满足各类客户的精准营销需求。

报告期，公司继续深耕数字营销服务领域，推进跨行业拓展和多业务覆盖，公司在保持原有客户的基础上，通过服务、创意、策略、技术研发、丰富的数据积累、大数据分析能力等多方面的实力，加大新客户开拓力度，除以往在快速消费品、汽车上的传统强项客户外，又开拓了金融、电商、健康、IT产品、旅游地产等新的领域。同时公司不断提升整体服务能力和技术水平，提高对核心客户的盈利能力。也为2018年在新的客户领域开拓，打下了良好的基础。报告期公司互联网营销业务共实现收入162438.46万元，同比增幅20.40%。

三、不断提升研发能力

数据资源的积累、分析、处理能力是公司为客户提供整体营销策略的基础，腾信股份是中国最早从事互联网广告行业的代理公司之一，从2001年至今已经深耕于互联网营销行业17年，在人才储备、技术优势，互联网媒体资源优势，逐步形成技术壁垒，积累了丰富的消费者特征、行为和反馈数据，每日分析大量的互联网用户的行为数据。通过技术系统自动获取的数据积累，结合公司已有的大量数据，进一步提高广告投放的精准度。

报告期内，公司进一步加大研发力度，提高研发能力。持续完善腾信股份的大数据平台——“巨兽数据平台”，扩大数据源的同时加强与第三方合作平台，推动数据安全和交换的规则，建立统一标准化接口；移动广告平台的改建升级，针对微博、微信已经更多的社交平台进行的升级改造，通过大数据改善DMP系统，让投放更加精准；广告监测系统的升级改造，针对目前媒体系统的更新换代，复杂性上升，为了保证客户投放的真实性，升级平台以实现更多广告形式的监测；移动平台舆情监测系统，针对微信和微博的大数据监测平台；基于“巨兽数据平台”的全网用户画像系统，用于帮助客户更好的了解消费者在互联网的行为。

不断投入的研发力量，使得公司数字营销业务在整合多种营销手段和优势资源方面更加灵活多样，让用户画像更精细、创意更有效、媒介投放更精准，营销价值发挥更充分。

四、数字营销领域收获多项荣誉

报告期内，公司持续增强数字营销领域的行业地位，荣获“2017第九届金网奖电商O2O金奖”、“2017第九届金网奖年度数字营销代理机构排行榜第三名”、“2017中国广告长城媒介营销铜奖”、“一汽轿车股份有限公司优秀供应商奖”及“2017年度中国互联网+大数据领域最佳产品奖”等荣誉。

五、优化内部管控，提升项目交付能力

为实现快速响应和按需交付，提升客户满意度，公司继续加强对跨领域、跨部门、跨产品线等项目交付能力，于报告期初对各个事业部进行整合，强化各领域内的项目交付能力，拓宽了公司业务范畴，提升了行业地位，同时通过不断加强制度建设、优化岗位结构、提升人员素质，保持项目监管水平，有效降低项目实施成本。

结合公司发展战略和业务特性，推进公司范围内的资源共享与管理服务。报告期，公司成立投后管理部，建立投后管理服务机制，进一步解决公司总部与子公司的权利职责、利益分配、资源整合、信息沟通等问题，促进内部各成员单位的战略协同，充分落实岗位职责，加强风险管理能力，保障公司价值最大化。提升规范管理水平，加强内部控制与风险防控。

取得上述成绩的同时，我们也要冷静地看到尚存在的许多不足：例如新客户开拓力度不够、产品技术迭代开发速度略缓、应收账款管控有待加强、费用支出控制不严、员工格局和理念有待提升和更新等问题。

新的一年公司上下必须提高认识、统一思想，在保增长、强管理、促研发、严队伍等方面花大力气，下大功夫，为公司步入快速、可持续发展的良性通道打下坚实基础，无愧于数字营销的领跑者的称号。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
互联网广告服务	1,575,413,525.64	1,434,690,990.89	8.93%	19.46%	12.72%	7.63%
互联网公关服务	48,971,092.51	42,709,557.87	12.79%	-64.08%	-78.30%	7.56%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

2017年度主营业务收入完成162,438.46万元,比上年同期增长了20.40%;主营业务成本为147,740.05万元,比上年增加了11.08%。主要原因是:本年度公司继续深耕数字营销服务领域,推进跨行业拓展和多业务覆盖,公司在保持原有客户的基础上,通过服务、创意、策略、技术研发、丰富的数据积累、大数据分析能力等多方面的实力,加大了对新客户的开拓力度,除以往在快速消费品、汽车上的传统强项客户外,又开拓了金融、医药、电商、健康、IT产品、旅游地产等新的领域;同时公司遴选优质客户,提高对核心客户的盈利能力,在主营业务成本同比增长11.08%的情况下,实现了主营业务收入同比增长20.40%。

归属于母公司所有者的净利润-13,740.90万元。2017年度,公司通过降本增效内生式挖掘、重点突破外延式拓展两种方式,严控成本费用开支,深耕数字营销领域,遴选优质客户。一方面加大了对汽车、金融、快消等重点行业老客户的拓展力度,提高了对核心客户的盈利能力,在深化行业布局方面取得显著成效;一方面在金融、医药、电商、健康、IT产品、旅游地产等领域深入挖掘、重点突破,尤其在医药、电商等行业取得突破性进展。2017年度公司实现毛利14,698.41万元,同比增长12,784.04万元,增长667.79%;毛利率9.05%,同比增长7.63%万元,增长537.70%,公司在主营业务方面取得靓丽的业绩。由于计提了资产减值准备和案件罚金的影响,导致公司2017年度出现经营亏损,造成2017年度归属于母公司所有者的净利润为-13,815.46万元。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(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情况说明

适用 不适用

1、重要会计政策变更

公司于2017年8月24日召开第三届董事会第七次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》同意公司根据财政部于2017年5月10日发布的《关于印发修订〈企业会计准则第16号-政府补助〉的通知》(财会〔2017〕15号)中的相关规定,对公司原会计政策进行的变更,其决策程序符合相关法律法规和《公司章程》的规定。上述会计政策变更对公司财务状况、经营成果和现金流量无重大影响,且不存在损害公司及全体股东利益的情形。执行变更后的会计政策符合财政部、中国证监会和深圳证券交易所等相关规定,能够客观、公允地反映公司的财务状况和经营成果。

2、公司与2018年4月24日召开第三届董事会第十次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》,同意公司根据财政部于2017年4月28日公开发布了《企业会计准则第42号-持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》(财会[2017]13号)、2017年12月25日修订并发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》(财会[2017]30号)。上述会计政策变更对公司财务状况、经营成果和现金流量无影响,且不存在损害公司及全体股东利益的情形。执行变更后的会计政策符合财政部、中国证监会和深圳证券交易所等相关规定,能够客观、公允地反映公司的财务状况和经营成果。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

本报告期新增非同一控制下企业合并1家二级子公司：上海萃品信息科技有限公司。2017年10月31日购买股权90%，派驻关键管理人员，正式实施控制并表。因不符合财务并表条件减少1家二级子公司（含1家三级子公司）：上海数研腾信股权投资管理中心（有限合伙），以及上海数研腾信股权投资管理中心（有限合伙）控股的上海源子互联网科技有限公司1家。