

证券代码: 002400

证券简称: 省广集团

公告编号: 2020-013

广东省广告集团股份有限公司

2019 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。

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 1,743,337,128 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.23 元（含税），送红股 0 股（含税），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	省广集团	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	广州市海珠区新港东路 996 号保利世界贸易中心 G 座	广州市海珠区新港东路 996 号保利世界贸易中心 G 座	
电话	020-87600168	020-87617378	
电子信箱	db@gimc.cn	db@gimc.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

公司主营广告营销业务。近年来，公司顺应行业发展趋势和客户需求，不断大力发展数字营销业务，在大数据营销技术方面取得一系列进展，公司大数据平台——GIMC 云在北京、广州等地部署了 4 个云计算中心，数据总量现已超过 40 亿，拥有 2500+ 人群标签，覆盖国内外 7.8 亿人群。公司 GIMC 云平台已经开展商业化运营，能够为客户提供一站式数字营销服务，有效满足了客户的多元化营销需求，为公司营销项目的持续增长提供了有力的支持。在大数据营销技术的支撑下，公司将累积多年的营销传播实战经验，迅速转化为数字营销的核心竞争力，帮助不同行业的客户重新定义消费者，重新定义营销价值链，不断创新商业模式，为全营销业务的数字化转型及提升客户忠诚度和满意度发挥积极的作用。

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：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	11,535,693,013.64	12,114,751,070.39	-4.78%	11,295,196,169.56
归属于上市公司股东的净利润	149,487,578.92	185,930,972.37	-19.60%	-184,105,836.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	98,171,081.84	122,568,976.34	-19.91%	-377,419,177.02
经营活动产生的现金流量净额	544,841,376.04	549,902,208.85	-0.92%	352,739,826.11
基本每股收益（元/股）	0.09	0.11	-18.18%	-0.11
稀释每股收益（元/股）	0.09	0.11	-18.18%	-0.11
加权平均净资产收益率	2.83%	3.69%	-0.86%	-3.65%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	8,760,427,109.27	9,228,575,560.14	-5.07%	10,031,206,616.49
归属于上市公司股东的净资产	5,378,965,382.46	5,208,496,546.69	3.27%	5,014,017,086.94

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,228,812,444.86	3,036,637,109.57	3,079,744,776.53	3,190,498,682.68
归属于上市公司股东的净利润	63,060,446.22	41,376,815.74	5,842,901.72	39,207,415.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	56,978,181.92	9,166,445.82	-13,509,182.50	45,535,636.60
经营活动产生的现金流量净额	-133,804,011.21	162,058,264.93	191,079,042.89	325,508,079.43

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

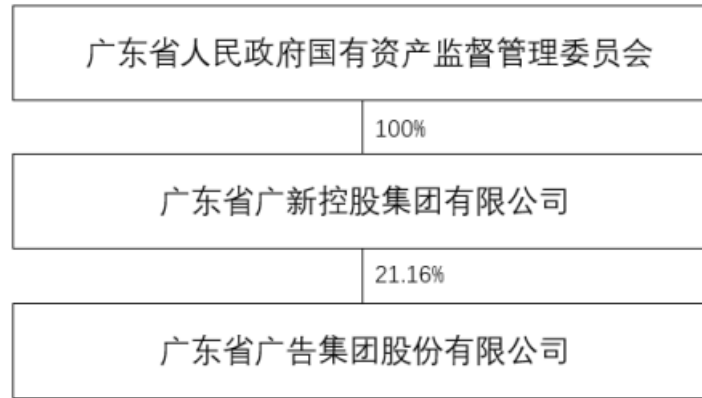
报告期末普通股股东总数	62,011	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	59,707	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
广东省广新控股集团有限公司	国有法人	21.16%	368,871,420	-	质押	65,350,000	
陈钿隆	境内自然人	2.03%	35,392,882	26,544,661	-	-	
丁邦清	境内自然人	1.84%	32,075,923	-	-	-	
中国工商银行股份有限公司—华安媒体互联网混合型证券投资基金	其他	1.43%	24,988,094	-	-	-	
长城国融投资管理有限公司	国有法人	1.37%	23,932,253	-	-	-	
祝卫东	境内自然人	0.98%	17,169,195	17,169,195	质押	17,169,195	
					冻结	17,169,195	
万国鹏	境内自然人	0.96%	16,810,445	-	-	-	
夏跃	境内自然人	0.95%	16,574,502	12,430,876	-	-	
何滨	境内自然人	0.95%	16,574,501	12,430,876	-	-	
中国农业银行股份有限公司—华安智能生活混合型证券投资基金	其他	0.88%	15,376,843	-	-	-	
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；本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）	万国鹏通过信用交易担保证券账户持有公司股票 16,810,445 股。						

(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

2019 年度，公司完成营业收入 115.36 亿元，实现营业利润 2.68 亿元，归属母公司的净利润 1.49 亿元。报告期内，公司按照董事会制定的年度经营计划，全面推进和认真落实各项工作任务。

1、强化大数据技术投入力度，推进大数据商业化运营

自 2016 年全面实施“大数据.全营销”战略以来，公司持续深耕大数据营销技术，拓展大数据营销应用产品。截至报告期末，省广大数据转型已经取得了阶段性成果，省广大数据平台——GIMC 云在北京、广州等地部署了 4 个云计算中心，数据总量现已超过 40 亿，拥有 2500+人群标签，覆盖国内外 7.8 亿人群。凭借领先的技术实力，云平台先后获得国家等保三级认证、工信部云服务牌照等行业核心资质，并被认定为广东省大数据与智能营销工程技术研究中心。

与此同时，公司自主研发了程序化购买平台、媒介监测系统大数据营销产品，有效满足了客户的多元化营销需求，不断推进大数据商业化运营，为集团营销项目的持续增长提供了有力的支持。

2、抢占新兴产业营销份额，联动头部媒体提供全营销解决方案

报告期内，公司全营销产业布局不断向新兴产业渗透，高度重视并把握动漫、体育、电竞等新兴产业的业务增长点，快速与相关资源方达成合作，跨界整合更多新营销资源，抢占新兴产业营销份额，完善公司全营销产业的新布局。在此基础上，整合更多行业的头部资源，为不同行业的客户，提供更具 ROI 的“大数据.全营销”一站式服务，帮助公司在确保存量业务的基础上，获得更多能够直接促进增长的新业务。

报告期内，公司取得腾讯、汽车之家、今日头条、百度等核心媒体顶级代理商资质，进一步提升公司在行业竞争中的媒体价格优势。此外，在平台战略的推动下，公司多方共赢的产业生态得到进一步完善，通过与 TalkingData、京东钜媒、丙晟科技等行业头部企业达成深度战略合作。未来将在大数据技术、O2O 营销、头部 IP 资源等方面展开一系列深度合作，跨界整合更多优质产业资源，针对不同行业客户需求，提供“大数据 全营销”一站式解决方案。

3、把握大湾区历史机遇，提升公司品牌影响力，创新产业增长范式

公司积极投身大湾区发展带来的历史性机遇，为大湾区企业品牌建设贡献省广方案。报告期内，公司联合主办首届广州国际品牌节，吸引了国内外众多知名企业共同见证，进一步提升了公司在行业的品牌影响力。公司扎根大湾区，将以更开放的姿态吸纳海内外一流人才和资源汇聚，共同推动品牌和文创产业蓬勃发展，助力中国品牌走向世界。

充分把握大湾区发展机遇的同时，公司创新产业增长范式，重塑公司在数字时代的核心竞争力。从国家战略出发，加速构建 O2O 融媒体数字营销平台、区块链数字广告交易平台，推动大湾区品牌强国计划实施。同时，成立云与全媒介事业群（CMG）、户外数字化事业群（ODG）、以及专业灵动组织——品牌营销众创平台（BMG），全面升级公司战略驱动引擎。

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
数字营销	6,175,714,367.55	865,748,463.22	16.93%	20.84%	3.37%	0.55%
媒介代理	4,435,578,310.77	543,581,443.86	8.20%	-27.42%	21.08%	0.85%

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

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

会计政策变更

①执行新金融工具准则导致的会计政策变更

财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（2017 年修订）》（财会〔2017〕7 号）、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（2017 年修订）》（财会〔2017〕8 号）、《企业会计准则第 24 号——套期会计（2017 年修订）》（财会〔2017〕9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2017 年修订）》（财会〔2017〕14 号）（上述准则统称“新金融工具准则”），要求境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。

2019 年 4 月 17 日经本公司第四届董事会第十七次会议决议通过，本集团于 2019 年 1 月 1 日起开始执行前述新金融工具准则。

在新金融工具准则下所有已确认金融资产，其后续均按摊余成本或公允价值计量。在新金融工具准则施行日，以本集团该日既有事实和情况为基础评估管理金融资产的业务模式、以金融资产初始确认时的事实和情况为基础评估该金融资产上的合同现金流量特征，将金融资产分为三类：按摊余成本计量、按公允价值计量且其变动计入其他综合收益及按公允价值计量且其变动计入当期损益。其中，对于按公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资，当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失将从其他综合收益转入留存收益，不计入当期损益。

在新金融工具准则下，本集团以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款及财务担保合同计提减值准备并确认信用减值损失。

本集团追溯应用新金融工具准则，但对于分类和计量（含减值）涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则不一致的，本集团选择不进行重述。因此，对于首次执行该准则的累积影响数，本集团调整 2019 年年初留存收益或其他综合收益以及财务报表其他相关项目金额，2018 年度的财务报表未予重述。

执行新金融工具准则对本集团的主要变化和影响如下：

本集团于 2019 年 1 月 1 日及以后将持有的部分非交易性股权投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，列报为其他权益工具投资。

本集团持有的某些理财产品、信托产品、股权收益权及资产管理计划等，其收益取决于标的资产的收益率，原分类为可供出售金融资产。由于其合同现金流量不仅仅为对本金和以未偿付本金为基础的利息的

支付，本集团在 2019 年 1 月 1 日及以后将其重分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，列报为交易性金融资产、其他非流动金融资产。

本集团持有的部分可供出售债务工具，其在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且本集团管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标，本集团在 2019 年 1 月 1 日及以后将其从可供出售金融资产重分类至其他债权投资。

本集团在日常资金管理中将部分银行承兑汇票背书或贴现，既以收取合同现金流量又以出售金融资产为目标，因此，本集团在 2019 年 1 月 1 日及以后将该等应收票据重分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益金融资产类别，列报为应收款项融资。

本集团在日常资金管理中将部分特定客户的应收款项通过无追索权保理进行出售，针对该部分特定客户的应收款项，既以收取合同现金流量又以出售金融资产为目标，因此，本集团在 2019 年 1 月 1 日及以后将该等特定客户的应收款项重分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益金融资产类别，列报为应收款项融资或其他债权投资。

②财务报表格式变更

财政部于 2019 年 4 月、9 月分别发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）、《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会[2019]16 号），对一般企业财务报表、合并财务报表格式作出了修订，本公司已根据其要求按照一般企业财务报表格式、合并财务报表格式编制财务报表。主要变化如下：

A、将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”行项目及“应收账款”行项目；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”行项目及“应付账款”行项目；B、新增“应收款项融资”行项目；C、列报于“其他应收款”或“其他应付款”行项目的应收利息或应付利息，仅反映相关金融工具已到期可收取或应支付，但于资产负债表日尚未收到或支付的利息；基于实际利率法计提的金融工具的利息包含在相应金融工具的账面余额中；D、将“资产减值损失”、“信用减值损失”行项目自“其他收益”行项目前下移至“公允价值变动收益”行项目后，并将“信用减值损失”行项目列于“资产减值损失”行项目之前；E、“投资收益”行项目的其中项新增“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”行项目。本集团根据上述列报要求相应追溯重述了比较报表。

(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

① 处置子公司

单位：元

子公司名称	股权处置价款	股权处置比例 (%)	股权处置方式	丧失控制权的时点	丧失控制权时点的确定依据	处置价款与处置投资对应的合并报表层面享有该子公司净资产份额的差额
重庆年度广告传媒有限公司	16,963,600.00	51.00	挂牌转让	2019/12/30	工商变更	36,366.36

注：挂牌转让的重庆年度广告传媒有限公司包含其下属子公司重庆你好广告传媒有限公司、天津星际广告传媒有限公司和乌鲁木齐你好广告传媒有限公司。

② 其他原因的合并范围变动

A、本年新设子公司情况

子公司名称	设立日期	持股比例 (%)
上海泛觉数字科技有限公司	2019/10/31	100.00
上海市广韵翔广告有限公司	2019/10/16	100.00
上海御荣网络科技有限公司	2019/10/12	100.00
上海晶炙信息技术有限公司	2019/03/21	100.00
上海泓信信息技术有限公司	2019/07/05	100.00

B、本年因工商注销而减少的子公司情况

子公司名称	处置日期	原持股比例 (%)
重庆领地广告文化传媒有限公司	2019/06/04	65.00
重庆畅游文化传播有限公司	2019/06/04	60.00
霍尔果斯省广领先整合数字营销有限公司	2019/01/25	100.00
省广横琴建设发展有限公司	2019/11/14	51.00
省广先锋（珠海）数字营销有限公司	2019/05/24	100.00
霍尔果斯拓畅信息技术有限公司	2019/07/03	100.00
安徽昊月广告有限公司	2019/12/16	100.00