

证券代码：301102

证券简称：兆讯传媒

公告编号：2026-011

兆讯传媒广告股份有限公司 2025 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

中喜会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以未来实施 2025 年年度权益分派方案时股权登记日的总股本(剔除回购股份)为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.10 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	兆讯传媒	股票代码	301102
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		
姓名	杨丽晶		
办公地址	北京市朝阳区广渠路 17 号院 1 号楼联美大厦 15 层		
传真	010-65915210		
电话	010-65915208		
电子信箱	ir@megainfomedia.com		

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务概况

兆讯传媒成立于 2007 年，主营业务为从事高铁数字媒体资源的开发、运营和广告发布业务。公司依托高铁客运站媒体资源平台，利用数码刷屏机和 LED 大屏幕等设备作为媒介载体，有针对性的向目标受众传播信息，利用高铁站特有场景、受众规模庞大等优势，帮助广告主进行品牌营销。

公司在铁路媒体领域深耕和挖掘多年，通过中长期协议锁定客流最密集的候车区域，自主安装数字媒体设备，建成了一张覆盖全国多层次、多区域的自有高铁数字媒体网络，并不断地进行升级和优化。报告期内，公司持续巩固高铁媒体网络核心优势，以“优化升级+结构调整”双轮驱动提升资源质量与运营效能。一方面，稳步推进 LED 刷屏机新建与优化工作，其中北京南站、上海南站、济南站等重点站点完成新型超薄粘贴式 LED 刷屏机的升级或新建，显著提升了媒体形象与广告传播力；另一方面，战略性新增上海松江站、昆明南站等国家铁路枢纽关键节点，并深入布局杭温高铁、滇藏铁路及拉日铁路沿线重要城市门户站点，同时取消低价值媒体站点，推动资源向高价值场景集中，进一步夯实核心竞争力。

公司已与国内 18 家铁路局集团签署了媒体资源使用协议，资源覆盖全国 30 个省级行政区，年触达客流量超过 30 亿人次的自有高铁数字媒体网络。资源覆盖了长三角、珠三角、环渤海、东南沿海等多个经济发达区域，形成了以高铁动车站点为核心，布局全国铁路网的数字媒体网络。截至报告期末，公司签约的铁路客运站 532 个，开通运营铁路客运站 482 个（注：高铁站点 476 个、普通车站点 6 个），其中 98.8% 以上属于高铁站（含动车），运营 4,959 块数字媒体屏幕（数码刷屏机 4,861 块，电视视频机 27 块，LED 大屏 71 块），为高铁数字媒体广告行业中媒体资源覆盖最广泛的数字媒体运营商之一。

公司通过信息系统平台将数字媒体设备联网，进行数字化远程管控，为客户提供精准化、个性化、灵活多样的一键式广告发布服务。公司根据客户的共性需求，系统性重构销售流程和管理架构，成立专业的高铁及商圈媒体销售团队，并将两个媒体系统全部按地域划分为大区，分区域进行管理。通过此管理模式，各销售团队更加专注于本地市场，深入挖掘本地客户需求，为客户提供更为专业与周到的服务。

公司提供高铁数字媒体服务的具体发布形式如下：

数码刷屏机媒体



LED 大屏媒体



(二) 公司业务模式

1、盈利模式

公司作为高铁数字媒体运营商，与各铁路局集团签署媒体资源使用协议，通过中长期协议锁定客流最密集的候车区域，自主安装数字媒体设备，建成了一张覆盖全国多层次、多区域的自有高铁数字媒体网络，为客户提供专业的数字媒体广告发布服务实现盈利。报告期内，公司主营业务收入全部来自于广告发布收入。

2、采购模式

公司采购的内容主要为高铁站的媒体资源和数字媒体设备。媒体资源既是公司业务的核心要素，也是公司开展业务的基础。经过多年经营发展，公司已与国内各铁路局集团建立了紧密良好的合作关系，在媒体资源开发方面与多个铁路局集团进行合作，对单个铁路局集团不形成依赖。公司主要通过与各铁路局集团控制的广告传媒公司进行洽谈和参与招投标达成合作意向，并按照市场化的原则签署资源使用协议。报告期内，北京南站、上海南站、济南站等重点站点完成新型超薄粘贴式 LED 刷屏机的升级或新建，显著提升了媒体形象与广告传播力。数字媒体设备主要包括数码刷屏机、电视视频机、LED 大屏，公司主要采用招标的方式进行数字媒体设备的采购，并根据公司签约站点投放计划和原有设备的损耗情况，向数字媒体设备销售商进行招标采购。

3、销售模式

公司成立高铁及商圈媒体的销售团队，并将两个媒体系统全部按地域划分为大区，分区域进行管理。公司刊例价也按高铁及商圈媒体两种媒体类型，以站点、屏点或套餐的形式分别对外报价。在实际销售过程中，公司综合考虑客户合作情况、合作期限、广告投放额度、投放媒体资源质量、投放的季节性等因素，给予客户一定折扣率。同时，销售人员通过直接向销售对象（即广告主或广告代理公司）销售完成销售工作。报告期内，公司就在手重点行业保持合作稳定，夯实消费、家居建材、互联网领域的合作优势，增加奢侈品、美妆、服装服饰等品类的体量。

4、数字化运营模式

公司通过信息系统平台将数字媒体设备联网，进行数字化远程管控，为客户提供广告发布服务。广告播出前，公司针对客户需求，向客户提供媒体策略及建议。随后，公司根据广告合同约定的播放内容、播放时间、播放站点及播放频次，制作出相应的内容串播单和播放文件。广告播出时，公司信息系统平台通过宽带网络发布指令，做到一键换刊，不仅能保障高效安全刊播，还能满足客户精准化、差异化、灵活多样的广告发布需求。使高铁数字媒体网络中的数字媒体设备，按指令自动进行广告内容的更新与播出。在广告播出后，公司根据客户需求提供内部监播照片或第三方独立监播报告，对广告发布情况进行监控。

（三）数字户外媒体领域

报告期内，公司在稳步发展高铁数字媒体广告业务的基础上，稳步推进城市商圈数字户外媒体业务，先后在广州天河路商圈、成都春熙路商圈、北京王府井商圈等地打造户外裸眼 3D 大屏，上述 LED 显示屏采用帧刷新、真实动态图像还原、边缘增强等革新技术，使得广告画面呈现更高清、细腻、流畅和逼真，成为彰显“大视觉大效果”的重要基础。公司裸眼 3D 大屏通过光影和物距的变换在媒体上构成不同景深表现，为城市人文、商业艺术表达，提供更广阔的展示和想象空间，也迎来了茅台、贵州习酒、脉动、中国银联、农夫山泉等众多知名品牌投放。同时公司在创意和技术方面精心打磨，组建业界顶尖视觉创意团队，深度发力 AI 等数字内容制作领域，不断探索 AI 数字系统的应用，尤其在数字图像处理方面取得了显著进展。当前 AI 系统已经运用到户外裸眼 3D 的制作环节，包括原画设计、场景构筑、三维工程树文件管理、三维抠像等。目前公司该项目商业拓展多点突破，合作黏性持续强化，在保障客户全国性宣传需求同时，制作完成裸眼 3D 大片《脊兽》、《鱼跃医疗》、《圣象地板》、《猫猫虫》等，媒体资源覆盖范围的进一步扩大，巩固了重点城市资源优势，大幅增进优质客户粘性，赋能公司数智户外发展进程，全面提升公司盈利水平。

公司裸眼 3D 高清大屏上刊实景图——广州天河路商圈



（四）主要的业绩驱动因素及市场地位

伴随国内铁路环境的不断改善，人均收入的不断提高，乘坐高速铁路出行的人群不断扩大。高铁乘客人群呈现商务化、年轻化和高收入特点，使得高铁数字媒体的传播效果日趋向好。2008 年以来，我国高速铁路建设里程和通车里程快速增长，一些企业开始在全国范围内快速布局和资源整合，尤以公司为典型代表，经过多年的行业洗牌，行业已经形成由全国性广告媒体运营商、区域性广告媒体运营商和小型广告媒体运营商组成的竞争格局。公司也在这过程中逐步优化形成了以“八纵八横”主通道为骨架，特有的高壁垒高铁数字媒体网络。公司户外裸眼 3D 高清大屏，多样化的营销场景可以更好地满足客户投放需求，扩充头部客户数量和提升客户粘性。报告期内公司实现营业收入 5.53 亿元，比上年同期减少 17.48%；实现归属于母公司净利润 0.12 亿元，比上年同期减少 83.94%。报告期内，公司的主营业务、主要服务、主要经营模式没有发生重大变化。

未来，公司将充分利用丰富的行业经验、领先的运营管理能力及资本市场资源，凭借自身媒体终端及数字运营优势，积极整合并优化全国户外媒体资源，在未来更多新技术不断商用的加持下，赋能公司数字户外发展进程，打造多样化的媒体资源形式，助推公司实现跨越式发展。

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

元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	3,997,990,207.27	4,420,563,272.14	-9.56%	4,439,120,808.77
归属于上市公司股东	2,975,733,064.21	3,041,716,887.55	-2.17%	3,006,682,604.62

的净资产	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	553,213,842.23	670,439,073.11	-17.48%	597,238,817.86
归属于上市公司股东的净利润	12,145,765.59	75,634,282.93	-83.94%	134,194,329.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	10,514,194.37	63,325,618.59	-83.40%	126,398,863.14
经营活动产生的现金流量净额	434,993,773.66	439,628,369.89	-1.05%	448,816,192.22
基本每股收益（元/股）	0.0300	0.1863	-83.90%	0.3305
稀释每股收益（元/股）	0.0300	0.1863	-83.90%	0.3305
加权平均净资产收益率	0.40%	2.50%	-2.10%	4.53%

（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	163,864,660.82	128,799,236.13	146,989,379.13	113,560,566.15
归属于上市公司股东的净利润	20,867,599.12	518,386.89	12,054,413.42	-21,294,633.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	20,777,210.74	-3,077,156.04	12,660,795.11	-19,846,655.44
经营活动产生的现金流量净额	88,753,687.47	121,547,172.17	94,438,406.97	130,254,507.05

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	13,922	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	15,224	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	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
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、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			

三六六移动互联科技有限公司	境内非国有法人	75.00%	304,500,000.00	0.00	不适用	0.00
安信证券资管—农业银行—安信资管兆讯传媒高管参与创业板战略配售集合资产管理计划	其他	1.25%	5,090,270.00	0.00	不适用	0.00
#金燕	境内自然人	1.11%	4,492,500.00	0.00	不适用	0.00
#杨绍校	境外自然人	0.56%	2,273,700.00	0.00	不适用	0.00
袁春兰	境内自然人	0.33%	1,328,309.00	0.00	不适用	0.00
泰康资产丰盈股票型养老金产品—中国建设银行股份有限公司	其他	0.32%	1,284,332.00	0.00	不适用	0.00
#袁东红	境内自然人	0.29%	1,170,000.00	0.00	不适用	0.00
#马宁	境内自然人	0.22%	909,800.00	0.00	不适用	0.00
#广东盘古创展投资控股有限公司	境内非国有法人	0.21%	851,000.00	0.00	不适用	0.00
陈彩娅	境内自然人	0.21%	837,390.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	三六六移动互联科技有限公司为联美控股下属全资子公司，公司实控人苏氏五人控制的企业。除此之外，未知其他股东是否有关联关系或一致行动关系。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

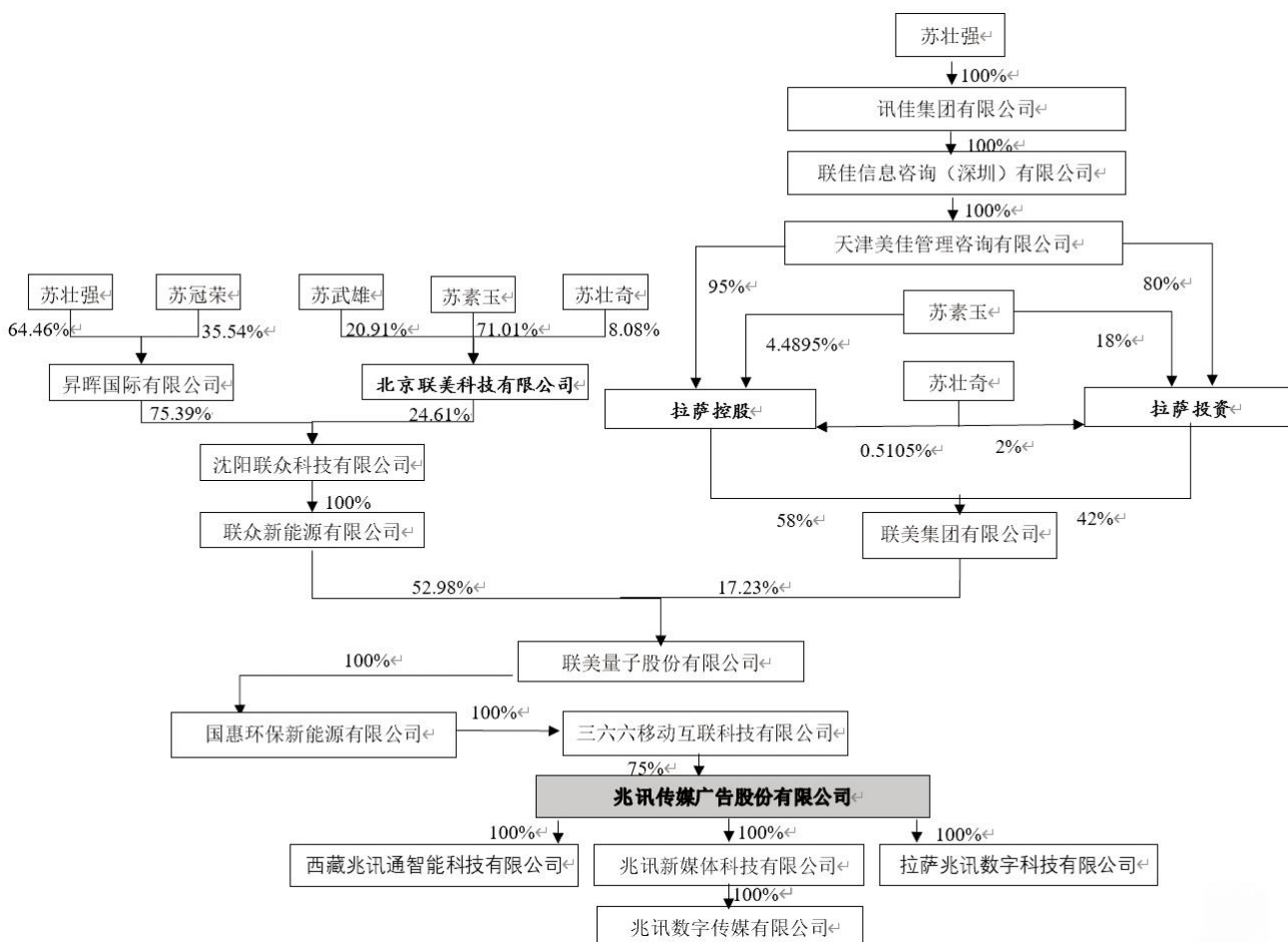
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

1、公司于 2025 年 4 月 22 日分别召开了第五届董事会第十四次会议、第五届监事会第十二次会议；并于 2025 年 5 月 21 日召开了 2024 年年度股东大会，审议通过了公司《2024 年度利润分配预案》。本次利润分配方案为：以 406,000,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.2 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。2025 年 6 月 18 日公司实施完毕 2024 年度利润分配方案。具体内容详见披露于巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn (公告编号：2025-021)。

2、公司于 2025 年 5 月 19 日召开了第五届董事会第十五次会议，审议通过了公司《关于以集中竞价交易方式回购公司股份的议案》。同意公司使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司股份，用于员工持股计划或者股权激励。回购资金总额不低于人民币 10,000.00 万元且不超过人民币 20,000.00 万元，实施期限为自公司董事会审议通过本次回购股份方案之日起不超过 12 个月。公司 2025 年 7 月 28 日首次以集中竞价交易方式回购股份，截至 2025 年 12 月 31 日，公司通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 6,165,275 股，占公司总股本的 1.52%。具体内容详见披露于巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn (公告编号：2025-016、019、025、2026-001)。

3、公司使用部分超募资金投资建设“户外裸眼 3D 高清大屏项目”募集资金已使用完毕且项目正常运行，公司对该项目募集资金的使用进行结项，该募投项目结项无节余募集资金。具体内容详见披露于巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn (公告编号：2025-024)。

4、公司首次公开发行前已发行股份，于 2025 年 9 月 29 日锁定期届满上市流通，本次解除限售股东户数共计 1 户，解除限售股份数量为 304,500,000 股，占发行后总股本的 75%，限售期为自公司股票上市之日起 42 个月。根据《关于进一步规范股份减持行为有关事项的通知》的要求，本次解除限售的股份目前无法通过集中竞价交易或者大宗交易方式减持（公告编号：2025-043）。

5、公司于 2026 年 1 月 8 日召开了第六届董事会第三次会议，审议通过了公司《关于部分募投项目结项并将节余募集资金永久补充流动资金的议案》。同意公司首次公开发行股票募集资金投资项目“运营站点数字媒体建设项目”结项，并将节余募集资金用于永久补充流动资金。具体内容详见披露于巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn (公告编号：2026-003)。