

证券代码：300612

证券简称：宜亚国际

公告编号：2017-025

宜亚国际品牌管理（北京）股份有限公司

2016 年年度报告摘要

2017 年 04 月

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。

公司负责人张秀兵、主管会计工作负责人宾卫及会计机构负责人(会计主管人员)张靖声明：保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

立信会计师事务所（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。

本报告期会计师事务所变更情况：无变更。

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以公司总股本 72,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 5.00 元(含税)，合计派发现金股利人民币 36,000,000.00 元（含税），同时向全体股东每 10 股送红股 5 股。不以资本公积转增股本。分派预案尚需经公司 2016 年度股东大会审议通过。

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

一、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	宣亚国际	股票代码	300612
公司的中文名称	宣亚国际品牌管理（北京）股份有限公司		
公司的中文简称	宣亚国际		
公司的外文名称（如有）	Shunya International Brand Consulting (Beijing) Co., Ltd.		
公司的外文名称缩写（如有）	Shunya International		
公司的法定代表人	张秀兵		
注册地址	北京市朝阳区八里庄东里 1 号 CN02-B		
注册地址的邮政编码	100025		
办公地址	北京市朝阳区八里庄东里 1 号 CN02-B		
办公地址的邮政编码	100025		
公司国际互联网网址	http://www.shunyagroup.com		
电子信箱	stock@shunyagroup.com		

2、报告期主要业务或产品简介

公司是国内领先的整合营销传播服务商，可以配合客户的目标市场及渠道、终端，为客户量身定制从品牌认知到产品体验的全方位整合营销传播服务，经过多年的行业积累，已经形成以营销策略及创意内容为核心、以“传统传播渠道+数字传播渠道”为通路的品牌全传播服务模式。

公司始终秉持“合适就是竞争力”的传播哲学，以打造“中国传播行业第一推动力”为使命，强调面向客户需求，打破沟壑分明的品牌传播专业壁垒，整合不同传播手段及传播专业平台，以全面营销解决方案满足客户多元化、多层次、多专业领域的需求，为客户提供一站式营销传播服务。

公司顺应“互联网+”的发展趋势，聚焦“互联网+精准内容”的服务方式，全力打造以“数字+内容”整合营销为特色的服务模式和行业内极具差异化的体系竞争力，大力拓展数字营销服务。公司数字营销收入实现快速增长，由 2014 年的 4,074.16 万元增长至 2016 年的 23,330.91 万元。

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

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入（元）	467,441,970.49	390,596,170.95	19.67%	267,045,411.18
归属于上市公司股东的净利润（元）	58,710,099.47	53,550,102.41	9.64%	8,141,995.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	58,413,682.00	50,560,964.47	15.53%	7,026,893.85

经营活动产生的现金流量净额（元）	50,977,709.70	1,256,019.10	3,958.67%	61,971,072.98
基本每股收益（元/股）	1.09	0.990	10.10%	0.16
稀释每股收益（元/股）	1.09	0.990	10.10%	0.16
加权平均净资产收益率	36.00%	47.43%	-11.43%	8.83%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额（元）	317,510,416.67	241,625,960.66	31.41%	181,712,166.42
归属于上市公司股东的净资产（元）	189,293,546.39	141,056,089.85	34.20%	87,616,087.91

公司报告期末至年度报告披露日股本是否因发行新股、增发、配股、股权激励行权、回购等原因发生变化且影响所有者权益金额

√ 是 □ 否

用最新股本计算的全面摊薄每股收益（元/股）	0.8154
-----------------------	--------

（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	77,086,263.26	148,019,854.57	68,408,283.14	173,927,569.52
归属于上市公司股东的净利润	3,101,594.15	23,016,414.43	1,557,984.47	31,034,106.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,101,574.16	23,001,940.29	688,558.91	31,621,608.64
经营活动产生的现金流量净额	11,010,746.05	39,317,868.10	-44,035,799.28	44,684,894.83

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	5	年度报告披露日前上一月末普通股股东总数	7,518	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）（参见注 9）	0	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（如有）（参见注 9）	0	
持股 5% 以上的股东或前 10 名股东持股情况								
股东名称	股东性质	持股比例	报告期末持股数量	报告期内增减变动情况	持有有限售条件的股份数量	持有无限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
							股份状态	数量
宣亚投资	境内非国有法人	50.00%	27,000,000		27,000,000			
橙色动力	境内非国有法人	16.67%	9,000,000		9,000,000			
伟岸仲合	境内非国有法人	14.81%	8,000,000		8,000,000			
金凤银凰	境内非国有法人	13.52%	7,300,000		7,300,000			
BBDO 亚太	境外法人	5.00%	2,700,000		2,700,000			

战略投资者或一般法人因配售新股成为前 10 名股东的情况（如有）（参见注 4）	无
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东宣亚投资持有公司 50% 的股权，张秀兵、万丽莉夫妇持有宣亚投资 100% 的股权，从而间接控制公司 50% 的股权，系公司实际控制人。公司实际控制人与伟岸仲合、金凤银凰、BBDO 亚太之间不存在关联关系，也不存在一致行动。其中伟岸仲合执行事务合伙人张伟除了持有伟岸仲合 75.00% 的财产份额以外，还同时作为有限合伙人持有金凤银凰 13.70% 的财产份额。橙色动力为员工持股平台。

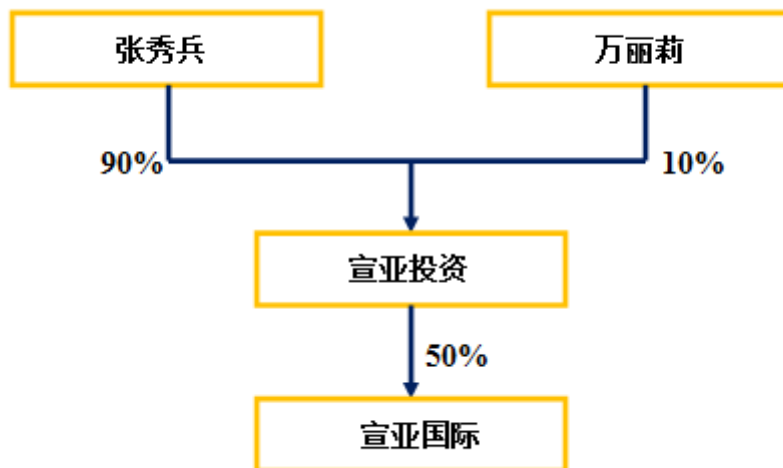
(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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

公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



实际控制人通过信托或其他资产管理方式控制公司

适用 不适用

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

(一) 2016 年整体经营概述

2016 年，行业竞争不断加剧，面对挑战，公司持续通过互联网传播技术创新、整合营销服务模式优化等方式，夯实了传统营销竞争能力，拓宽了数字营销服务领域，加强了对娱乐营销及体育营销概念的推广力度，在保持经营业绩稳定增长的同时，促进了公司品牌影响力不断增强。

2016 年，公司抓住机遇，积极扩展业务领域，增强自身的市场竞争力，目前公司的客户主要分布在汽车、互联网及信息技术、快速消费品、制造业、金融等行业。报告期内，公司持续不断推动业务向数字营销方向转型，公司在数字技术研发、数字技术升级等领域大力投入，“全球鹰大数据舆情系统”、“数字口碑内容体系”、“品牌互动社区及跨屏支持系统”、“品牌营销指数系统”、“移动派”、“品推宝 APP”等数字营销工具的应用已经趋于成熟，在为客户提供数字营销服务过程中发挥了重要的作用。数字营销业绩稳步提升；同时，公司积极广泛地参与招投标活动，进一步扩充了客户资源，优化了市场资源及业务组合。

（二）报告期重要业务回顾

1、拓展整合营销业务

报告期内，公司通过整合不同的服务机构、整合媒介资源、整合营销技术和手段，持续增强自身的核心竞争力，并积极广泛地参与招投标活动，拓展新客户。同时，公司加强为现有客户提供以“营销策略+创意内容”为核心，以“传统、数字、娱乐及体育营销”为渠道的全传播服务，拓宽合作领域。

2、加速数字化转型以及新技术研发

报告期内，公司各业务团队主动适应数字化变革转型，灵活地跟踪挖掘业务需求，高效整合内部资源，高质进行业务创新，广泛应用数字营销工具，促进了数字营销业绩稳步提升，数字营销体系逐步完善。

其中，“品推宝”是公司在数字营销平台项目及信息化数字平台升级项目的重要产品。公司于 2015 年 10 月启动募集资金投资项目“品推宝”的技术研发，对数据分析与应用、广告投放交易技术等方面进行了重点研发。报告期内，“品推宝”已覆盖优质微信公众号和优质微博号。完成了完整的交易流程、用户身份实名认证、新媒体代理、交易评价系统的设计与开发。

3、布局全球化视野

新形式下，为了传承公司创新进取的发展理念，公司顺势而为，主动参与国际化市场竞争，放眼国际，在全球布局公司的整合营销服务业务，一构建全球化的营销网络，与公司现有的内部资源实现共享，整合已拥有的各项优势资源并与公司旗下的 SHUNYA INTERNATIONAL INC. 实现“整体联动发展”。国际化的布局需要国际化的视野，我们要继续在 2017 年带着“走出去”的魄力与国际接轨。

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
传统营销	234,132,820.54	98,181,865.04	41.93%	-14.15%	-21.75%	-4.07%
数字营销	233,309,149.95	114,299,276.11	48.99%	97.96%	90.34%	-1.96%

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

2016 年，公司实现营业总收入为 46,744.20 万元，相比上一年度的 39,059.62 万元增长 19.67%；其中数字营销业务的收入为 23,330.91 万元，占 2016 年营业收入总额的 49.91%，较 2015 年的 11,785.84 万元增长 97.96%。

2016 年，公司营业成本 25,496.08 万元，相比上一年度的 20,506.68 万元增长 24.33%，营业成本总体变动趋势与营业收入变动趋势保持一致。

公司营业成本中，“管理费用-研发支出”系公司为开发数字营销平台而发生的相关支出；2016 年公司的研发支出为 1,186.32 万元，较 2015 年度的 143.00 万元呈现较大增长，主要系公司于 2015 年 10 月提前启动了募集资金投资项目技术研发所致，在一定程度上影响了公司当期利润。由于募集资金投资项目需要一定的建设期，在项目未达产的短期内净资产收益率会因为财务摊薄而有一定程度的降低。

2016 年，公司营业利润为 8,205.63 万元，相比上一年度的 6,464.34 万元上升了 26.94%；归属于上市公司股东净利润为 5,871.01 万元，相比上一年度的同期 5,355.01 万元上升了 9.64%。公司实现基本每股收益为 1.09 元，上年同期为 0.99 元，同比上升 10.10%。

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

会计政策变更的性质、内容和原因：

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号），适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关交易。根据该规定，本公司：

- (1) 将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。
- (2) 将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。

(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

2016年度合并范围减少西藏林芝微众网络技术有限公司。2016年8月28日，公司转让西藏林芝微众网络技术有限公司51%股权转让，相关的工商变更办理完成后公司不再持有林芝微众网络的股权。

董事长：张秀兵（签字）_____

董事会批准报送日期：2017年4月19日