

证券代码：300071

证券简称：华谊嘉信

公告编号：2021-139

# 北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司

## 2020 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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：带持续经营重大不确定性段落的无保留意见。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中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用  不适用

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了带解释说明的无保留意见的审计报告。本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者阅读。

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	华谊嘉信	股票代码	300071
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	朱文杰	朱迪	
办公地址	北京市朝阳区高井文化园 8 号东亿国际传媒产业园三期 A 座 402	北京市朝阳区高井文化园 8 号东亿国际传媒产业园三期 A 座 402	
传真	010-65665959	010-65665959	
电话	010-85145325	010-85145325	
电子信箱	investor@spearhead.com.cn	investor@spearhead.com.cn	

#### 2、报告期主要业务或产品简介

2020年，受到资金紧张和利息费用高企的客观不利情况，公司继续维持收缩战略，降低不必要开支，将有限的资金投入到了利润较高且回款较好的业务板块，以维持正常的业务运转。因此，2020年公司原有的五大业务板块中，公司更加聚焦具有优势

的公关广告、数字营销和内容营销板块，而对研发投入较高、收益实现周期较长的大数据营销予以暂时放弃。目前公司已经进入预重整，如重整顺利实施，将化解公司的债务问题，改善现金流紧张的局面，届时公司将继续打造以娱乐社会化内容和营销大数据为支撑的全球化数字化全域营销传播集团，重新打造涵盖移动互联网时代的营销传播全产业链。

公司的五大业务板块构成如下：

#### 1、体验营销

体验营销指从营销策略、创意策划到执行管理的全方位体验营销服务。该业务板块主要由公司子公司迪思、华谊信邦、上海宏帆、华谊葭信、上海波释等公司构成，业务包括：体验营销策略、体验店/品牌形象店规划设计、商化管理、终端促销、终端销售团队管理、会议会展、产品渠道管理、O2O营销服务等。

华谊嘉信拥有全国性的体验营销服务网络，能够围绕客户的市场营销环节，以创造独特的消费体验为策略出发点，有效整合各种营销体验手段，让消费者实际感知产品服务的品质或性能从而促成销售，同时通过收集消费行为数据（线下大数据）进行更精准的消费洞察和消费者画像，实现线下客流向线上购买的转换，更好地指导市场活动，提高客户的投资回报率。

#### 2、公关广告

该业务板块主要由公司子公司迪思传媒、东汐广告等公司构成，业务包括：品牌战略咨询、公关传播、行动营销、媒介管理及危机管理等。

华谊嘉信2017年加入中国 4A，并于2018年、2020年连续经全员选举进入中国 4A第十三-十四届、第十五届理事会，以理事单位身份为行业发展作出贡献。中国 4A是中国商务广告协会综合代理专业委员会的简称，成立于2005年，从初期的28家发展到目前的110家会员单位，几乎包揽了所有在国内运作的大型国际创意营销公司，以及本土实力最强规模最大的综合创意营销代理商。

迪思传媒成立于1996年，自2001年起连续数年排名行业前五，被誉为“中国公关行业黄埔军校”。作为中国国际公共关系协会理事单位，同时也是中国 4A会员单位，迪思拥有专业理论体系、强大媒体关系、广域覆盖能力及卓越的执行力，通过以消费者为核心、以“大数据算法+创意内容+数字化技术”为驱动的营销体系，为汽车、3C、互联网、快消、金融、生物制药等行业近千品牌提供数字化内容营销、公共关系管理、网络声誉与口碑管理等营销传播服务。东汐广告致力于为客户提供专业的户外媒体、平面媒体、视频媒体、广播媒体等多个媒体平台的广告采购和代理服务。

#### 3、数字营销

该业务板块主要由公司子公司迪思传媒和参股公司新七天等公司构成，业务包括：品牌广告、效果营销、搜索营销、网络公关及社交营销、互动平台创意与建设、移动互联网营销、数据优化等。

迪思传媒是中国商务广告协会数字营销委员会常务理事单位。新七天是国内领先的家电电商代运营服务商，为客户提供电商网站搭建服务和电商品牌营销的整体解决方案。

#### 4、内容营销

该业务板块主要由公司子公司迪思传媒等公司构成，业务包括：新媒体营销、IP营销和娱乐体育营销等方面的服务。新媒体营销业务主要包括垂直媒体传播和社交媒体营销，垂直媒体营销为客户在各个行业垂直媒体上提供的内容策略、生产及运营服务，广告投放，媒体策略及活动营销服务等；社交媒体营销为向客户提供在社交网络媒体上的广告投放、网络媒体营销以及短视频内容生产和运营方面的服务等。IP营销为基于版权授权、明星艺人、娱乐时尚IP、品牌跨界联合等方面资源的营销服务。

公司董事长黄小川作为中国商务广告协会副会长分管内容营销委员会，担任内委会执行理事长职务，全面指导协会工作。迪思传媒作为内容营销协会秘书处所在地，在协会秘书长、迪思传媒高级副总裁沈健的带领下，积极组织协会活动，为推动行业发展助力。迪思传媒还自2016年起连续四年积极承办中国内容营销高峰论坛，为促进海内外行业专家、学者与业界交流、促进行业发展提供高端平台。

#### 5、大数据营销：

该业务板块主要由参股子公司快友世纪、Smaato等公司构成，业务包括：精准营销、效果营销、程序化购买、大数据消费者洞察及舆情管理等方面的服务。

公司参股子公司快友世纪是一家专门运营移动广告平台的移动大数据营销公司，AdView移动广告交易平台是由快友世纪创立的第三方交易平台，为国内众多移动应用开发商、移动广告网络、移动广告SSP平台、移动广告DSP平台提供全方位、高效率的移动广告流量供应与采购服务，是目前国内的独立第三方广告交易平台。公司子公司华谊信邦通过基金投资的Smaato拥有实时竞价技术与全球投放数据资源，具有全球领先的移动广告撮合交易平台。

### 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

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	970,211,434.79	2,250,371,945.58	-56.89%	3,415,577,695.18
归属于上市公司股东的净利润	-579,353,648.38	11,650,837.54	-5,072.64%	-769,040,398.44

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-575,459,451.32	-142,812,261.53	-302.95%	-796,187,423.15
经营活动产生的现金流量净额	50,499,502.99	107,697,068.51	-53.11%	372,084,177.37
基本每股收益（元/股）	-0.86	0.02	-4,400.00%	-1.13
稀释每股收益（元/股）	-0.86	0.02	-4,400.00%	-1.13
加权平均净资产收益率	329.83%	9.43%	320.40%	-150.32%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	1,222,372,782.62	1,875,501,229.50	-34.82%	2,796,559,952.39
归属于上市公司股东的净资产	-501,221,355.69	114,026,500.50	-539.57%	117,676,662.28

## （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	176,981,213.79	248,532,173.35	265,773,211.36	278,924,836.29
归属于上市公司股东的净利润	-54,785,244.10	-19,892,199.76	-24,032,454.10	-488,025,184.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-55,647,479.28	-21,077,375.99	-28,269,650.92	-477,846,378.90
经营活动产生的现金流量净额	-25,836,656.80	14,718,320.95	16,017,369.39	45,600,469.40

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	28,383	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	27,878	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	
刘伟	境内自然人	14.80%	99,331,944	0	质押	85,978,138	
					冻结	99,331,944	
宋春静	境内自然人	11.44%	76,831,967	0			
杭州福石资产管理有限公司	境内非国有法人	5.24%	35,147,527	0			
霖灞投资（上海）有限公司	境内非国有法人	4.60%	30,862,955	30,862,955	质押	30,862,955	
					冻结	30,862,955	
上海寰信投资咨询有限公司	境内非国有法人	2.45%	16,433,024	0	质押	14,214,200	
					冻结	14,214,200	
孙高发	境内自然人	1.88%	12,643,910	0			
张秀	境内自然人	0.94%	6,288,475	0			

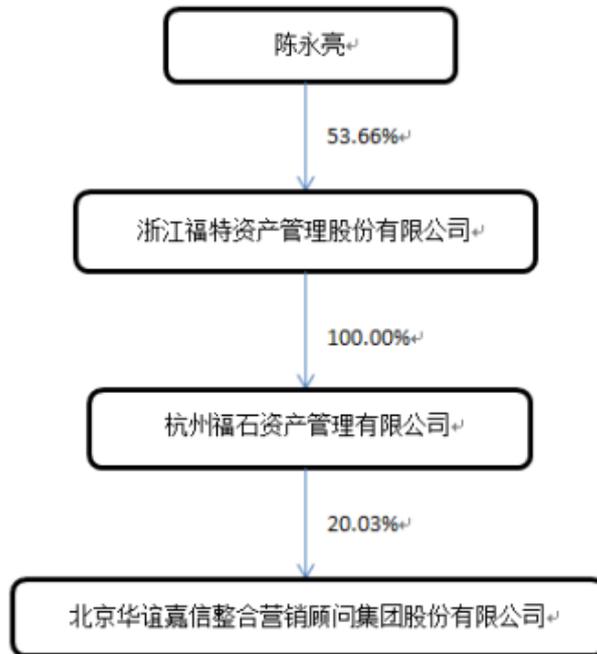
天津迪思投资管理有限公司	境内非国有法人	0.93%	6,224,125	0	
杨小设	境内自然人	0.48%	3,199,456	0	
UBS AG	境外法人	0.45%	3,009,712	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	无。				

## (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参照披露

### (1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额（万元）	利率
北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司 2018 年非公开发行公司	18 华谊 01	114302	2018 年 02 月 08 日	2021 年 02 月 08 日	7,000	8.00%

债券						
----	--	--	--	--	--	--

## (2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

根据东方金诚国际信用评估有限公司2020年6月23日出具的《北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司主体及“18华谊01”2020年度跟踪评级报告》（东方诚债跟踪评字【2020】312号），维持公司主体信用等级为B，维持公司发行的“北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司2018年非公开发行公司债券”的信用等级为AAA。

目前由于公司债券已经全额兑付，东方金诚已对本期债券终止评级。

## (3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	同期变动率
资产负债率	140.28%	93.43%	46.85%
EBITDA 全部债务比	-373.03%	15.04%	-388.07%
利息保障倍数	-3.8	1.73	-319.65%

## 三、经营情况讨论与分析

### 1、报告期经营情况简介

#### (一) 报告期内经营情况

2020年，受到资金紧张和利息费用高企的客观不利情况，公司继续维持收缩战略，降低不必要开支，将有限的资金投入到利润较高且回款较好的业务板块，以维持正常的业务运转。报告期内，公司实现营业收入970,211,434.79元，较上年减少56.89%；公司营业总成本1,176,594,292.07元，较上年同期下降49.50%；实现净利润-579,708,825.31元，较上年同期减少4,505.34%；公司毛利率30.06%，较上年增长6.01%，实现归属于母公司所有者的净利润-579,353,648.38元，较上年同期减少5,072.64%，公司经营活动产生现金流量净额50,499,502.99元，较上年同期减少53.11%。2020年，公司更加注重现金周转，一方面通过充分利用竞争优势维持业务正常运转，另一方面努力引入新的资源。公司主要采取如下策略：

#### (1) 加强客户关系，提升项目质量

通过更加紧密地与客户沟通，深入理解客户需求，为客户提供更加优质的服务，从而提升客户满意度，以在项目的利润率、回款等方面更加优化。同时，对于一些毛利率过低或者付款条件较为苛刻的项目，公司主动放弃，以保证毛利率的稳定。

#### (2) 加大应收账款管理，加快现金周转

公司加强应收账款的催收力度，每周召开应收账款回收工作会议，监督应收账款的回收情况，同时加强现金流管理，严格管控付款周期，确保现金流正常。

#### (3) 强化内部管理，缩减费用开支

公司强化费用管理，避免不必要的浪费支出。在资金使用上更加注重短期效益，从而保证公司的资金安全。同时，对业务部门各团队业绩考核管理更加严格，对于不能达标的团队予以解散，而对于超额完成目标的团队加大奖励，从而实现人员的优胜劣汰，充分发挥人员主观能动性，提升公司整体绩效。

#### (4) 积极引入战略投资者，注入新的资源

公司努力通过引入战略投资者来帮助公司纾困。2020年下半年，经多轮沟通，刘伟与福石资管签署了《表决权委托协议》，福石资管成为公司的控股股东，并推动公司通过司法重整解决历史问题，化解债务危机。

#### (二) 报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位等。

##### (1) 互联网营销行业发展特点

以抖音、快手等巨型流量平台的形成，改变了互联网营销行业的格局，使得广告投放更加偏重于线上。同时，KOL、直播带货等新型的营销手段层出不穷，对营销行业带来了新的挑战。而这些新型营销方式更大的颠覆性效果在于，它们能够清晰地探查营销手段的效果。这促使广告主从传统的广告宣传，转化为更加关注对广告投放效果的追求。对此，营销服务公司需要与时俱进，及时掌握各类新型营销手段的特点，从而能够及时响应客户的需求。

##### (2) 互联网营销行业的周期性特点

由于广告投放总额占GDP的比重相对稳定，因此互联网营销行业的整体发展密切跟随国家宏观经济形势的走势。从整体上来说，互联网营销行业不存在明显的周期性特点。尽管新冠肺炎对国家宏观经济造成了较大的影响，但疫情后时代的经济快速复苏，也使得广告投放量迅速回暖。

##### (3) 公司所处的行业地位

公司致力于打造成为时尚娱乐社会化内容和营销大数据为支撑的全球化数字化全域营销传播集团，基于历史积累，在客户中享有较好的口碑和品牌效应，始终在行业中处于前列。然而也必须看到，受到公司近年业绩不佳和现金流紧张的影响，公司

采取了收缩的战略，业务规模有所下降，但公司的核心竞争力仍然存在。公司将继续努力增强核心竞争力，保证业务的顺利实施。

## 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
体验营销	159,248,061.99	125,163,794.36	21.40%	-80.56%	-82.66%	9.51%
公关广告	590,854,547.82	404,958,588.67	31.46%	-2.47%	11.52%	-8.60%
数字营销	220,108,824.98	148,396,706.67	32.58%	-72.91%	-75.78%	7.99%

## 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

报告期内营业收入较上年同期减少了56.89%，主要原因是上年同期含浩耶子公司，该子公司已于2019年12月转让，本报告期不再合并，因此减少了部分营业收入。同时由于公司2020年偿债压力大、资金紧张，使得部分需要资金支持的业务无法如期开展或者取得预期效果，进一步导致收入下降；

报告期内主营业务成本较上年同期减少了60.30%，其降低幅度略高于营业收入的减少幅度，公司主营业务成本控制手段初见成效；

报告期内归属于上市公司股东的净利润总额较上年同期减少了5072.64%，主要原因是本期资产减值损失较上年增加3.77亿，利息支出较上年增加了0.53亿。

## 6、面临退市情况

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

#### 一、会计政策变更

财政部于 2017 年 7 月 5 日修订并发布的《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）要求，在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业自 2018 年1月1日起施行，其他境内上市企业自 2020 年 1 月 1 日起施行。

执行新收入准则对2020年1月1日本公司资产负债表各项目的的影响分析如下：

项目	合并报表			
	按原收入准则列示的账面价值	新收入准则重分类	新收入准则重新计量	按新收入准则列示的账面价值
	2019年12月31日			2020年1月1日

负债：				
预收账款	14,672,916.80	-10,772,916.80		3,900,000.00
合同负债			10,163,129.06	10,163,129.06
其他流动负债			609,787.74	609,787.74

项目	母公司报表			
	按原收入准则列示的账面价值	新收入准则重分类	新收入准则重新计量	按新收入准则列示的账面价值
	2019年12月31日			2020年1月1日
负债：				
预收账款	86,748.19	-86,748.19		
合同负债			81,837.92	81,837.92
其他流动负债			4,910.27	4,910.27

执行新收入准则对2020年度本公司利润表各项目无重要影响。

## 二、会计估计变更

本公司在报告期内无会计估计变更事项。

### (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

报告期内，公司新增两家全资孙公司-北京春华秋石文化传媒有限公司、北京春华秋谊文化传媒有限公司。以上公司均为公司自行设立，对公司整体运营无重大影响。