

证券代码：301102

证券简称：兆讯传媒

公告编号：2023-005

兆讯传媒广告股份有限公司 2022 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。

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喜会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

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 200,000,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 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 4.5 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

公司成立于 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、电视视频机和 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，并不断的进行升级和优化，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，公司紧跟国家六部委关于开展“百城千屏”的政策导向，并依托广告行业多年积累的丰富经验，在高铁数字媒体广告业务基础上向商圈数字户外媒体业务延伸，推动产业链不断完善，挖掘商圈媒体价值。2022 年 6 月，公司投资的第一块裸眼高清 3D 大屏落地于广州天河路商圈，随后太原亲贤街和贵阳喷水池的户外裸眼 3D 高清大屏逐步落地，逐渐形成公司业务增长的第二曲线。

公司 2022 年 3 月 28 日成功登陆深圳证券交易所创业板，进一步提升了公司在行业内的知名度及影响力。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。

（一）公司主营业务概况

报告期内，公司专注于铁路客运站数字媒体网络建设并提供营销发布服务，已与国内 18 家铁路局集团中除乌鲁木齐局集团外的 17 家铁路局集团签署了媒体资源使用协议。截至本报告期末，已建成覆盖全国 30 个省级行政区、年触达客流量超过 10 亿人次的自有高铁数字媒体网络。资源区域覆盖了长三角、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 569 个，开通运营铁路客运站 460 个（注：高铁站点 437 个、普通车站点 23 个），其中 95% 以上属于高铁站（含动车），运营 5531 块数字媒体屏幕（数码刷屏机 4,620 块，电视视频机 847 块，LED 大屏 64 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，先后推出了全国套餐、区域套餐、线路套餐、定制套餐等广告发布组合产品，不仅能满足大品牌广告客户全国投放的需求，还能满足部分广告主的市场下沉需求，同时，客户可以自由组合广告发布站点和媒体形式，来满足其灵活多样、精准化、差异化的广告发布需求。

公司提供高铁数字媒体服务的具体发布形式如下：

数码刷屏机广告



电视视频机广告



一体机广告（由一个电视视频机和一个数码刷屏机组成）



LED 大屏广告



（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，新增 28 个媒体站点资源，同时进行了 11 个站点的媒体优化。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

公司刊例价按数码刷屏机、电视视频机和 LED 大屏三种媒体类型，以站点或套餐的形式分别对外报价。在实际销售过程中，公司综合考虑客户重要性程度、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，销售人员通过直接销售向销售对象，即广告主和广告代理公司完成销售环节。报告期内，兆讯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、汽车、金融等品类的增量。

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）开拓数字户外媒体新领域

为紧跟市场变化和国家政策，积极推进公司战略规划，报告期内，由公司全资子公司拉萨兆讯数字科技有限公司作为实施主体，拟投资 42,106.62 万元（最终项目投资总额以实际投资为准）用于户外高清大屏的建设布局，通过自建和代理方式在省会及以上城市取得 15 块户外裸眼 3D 高清大屏，预计建设期为 3 年。自 2022 年 6 月以来，公司在广州、太原、贵阳等地先后打造的 1400 平方、550 平方以及 1536 平方裸眼 3D 大屏建成落地并进入试运营状态。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。此裸眼 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。公司在创意和技术方面精心打磨，携手业界顶尖创意视觉团队，运用丰富的模型资产、S+级动画特效，合作打造高质量视觉体验内容，赋能实效数字户外传播。

兆讯传媒作为头部数字媒体上市公司之一，本项目的实施将开启公司“第二曲线”，有效拓宽媒体资源覆盖范围，进一步巩固重点城市资源优势，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——广州壬丰大厦



（四）主要的业绩驱动因素及市场地位

报告期内，国际环境日趋复杂严峻，国内经济面临“供给冲击、内需收缩和预期走弱”三重压力，经济恢复势头放缓，广告行业作为一个国家或地区经济发展的晴雨表，受国内外多重超预期因素影响，行业不确定性明显增加。在此背景下，广告主对 2022 年经济形势及市场前景持谨慎态度，企业广告市场花费同比下降，公司业务拓展受到一定影响，公司全年实现营业收入 5.77 亿元，比上年同期减少 6.85%；其中实现归属于母公司净利润 1.92 亿元，比上年同期减少 20.27%。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。

伴随出行需求逐步复苏，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。公司今年开启投资的户外裸眼 3D 高清大屏对公司媒体资源的数量和覆盖范围将进一步扩大，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。

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

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	3,611,159,136.80	1,251,546,950.92	188.54%	681,545,252.30
归属于上市公司股东的净资产	2,909,906,381.24	864,000,299.94	236.79%	623,358,940.90
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	576,696,435.11	619,080,706.59	-6.85%	488,063,558.12
归属于上市公司股东的净利润	191,872,774.74	240,641,359.04	-20.27%	208,185,024.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	184,789,885.18	235,634,544.85	-21.58%	202,776,520.41
经营活动产生的现金流量净额	369,728,697.33	440,755,423.58	-16.11%	227,935,719.16
基本每股收益（元/股）	1.0233	1.6043	-36.22%	1.3879
稀释每股收益（元/股）	1.0233	1.6043	-36.22%	1.3879
加权平均净资产收益率	8.13%	32.36%	-24.23%	37.39%

(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	167,646,162.30	95,928,647.40	154,771,559.07	158,350,066.34
归属于上市公司股东的净利润	59,842,447.10	7,604,099.70	62,869,242.70	61,556,985.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	59,808,791.33	6,762,556.66	62,684,171.40	55,534,365.79
经营活动产生的现金流量净额	68,412,388.68	56,015,076.83	125,665,321.20	119,635,910.62

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	18,342	年度报告披露	11,148	报告期末表决权	0	年度报告披露前一个月末表决权恢	0	持有特别表决	0
---------	--------	--------	--------	---------	---	-----------------	---	--------	---

股股东总数		日前一个月末普通股股东总数		权恢复的优先股股东总数		复的优先股股东总数		权股份的股东总数（如有）	
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、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
联美量子股份有限公司	境内非国有法人	74.25%	148,500,000.00	148,500,000.00					
安信证券资管—农业银行—安信资管兆讯传媒高参参与创业板战略配售集合资产管理计划	境内非国有法人	1.25%	2,507,522.00	2,507,522.00					
兴业银行股份有限公司—广发睿毅领先混合型证券投资基金	其他	1.07%	2,133,731.00	0.00					
银华基金—中国人寿保险股份有限公司—传统险—银华基金国寿成长股票传统可供出售单一资产管理计划	其他	0.97%	1,945,337.00	0.00					
上汽顾臻（上海）资产管理有限公司	境内非国有法人	0.85%	1,699,941.00	1,699,941.00					
中国建设银行	其他	0.84%	1,681,376.00	0.00					

股份有限公司—广发价值领先混合型证券投资基金						
沈阳华新联美资产管理有限公司	境内非国有法人	0.75%	1,500,000.00	1,500,000.00		
兴业银行股份有限公司—广发鑫睿一年持有期混合型证券投资基金	其他	0.44%	877,902.00	0.00		
中信证券信养天盈股票型养老金产品—中国工商银行股份有限公司	其他	0.43%	860,425.00	0.00		
中国工商银行股份有限公司—广发多策略灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.42%	834,700.00	0.00		
上述股东关联关系或一致行动的说明	联美控股和联美资管均为公司实控人苏氏五人控制的企业，联美资管为联美控股的全资子公司。除此之外，未知其他股东是否有关联关系或一致行动关系。					

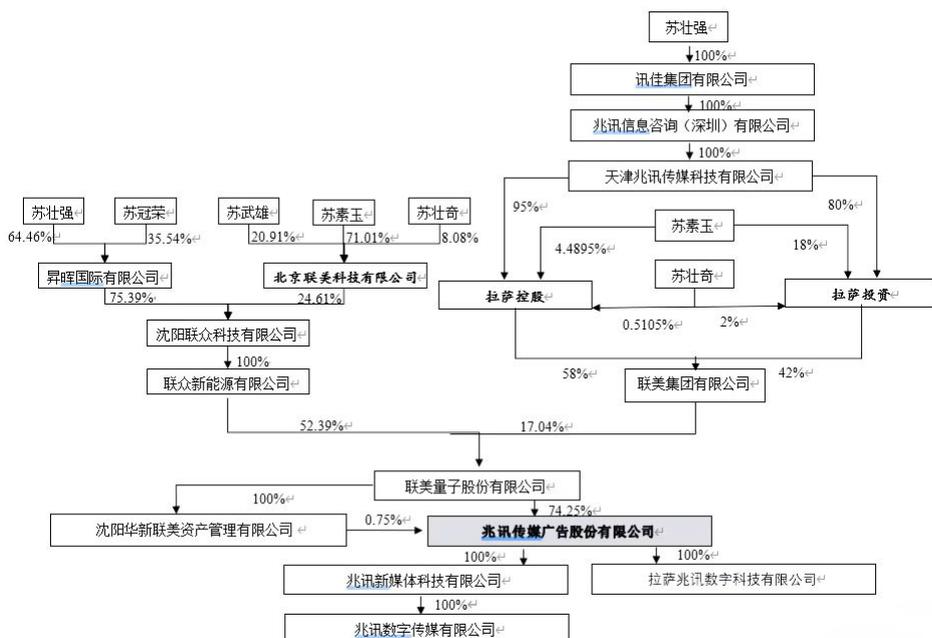
公司是否具有表决权差异安排

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、报告期内，经中国证券监督管理委员会《关于同意兆讯传媒广告股份有限公司首次公开发行股票注册的批复》（证监许可[2022]6号）同意公司首次公开发行股票注册的申请，并经深圳证券交易所《关于兆讯传媒广告股份有限公司人民币普通股股票在创业板上市的通知》（深证上[2022]292号）同意，公司股票已于2022年3月28日在深圳证券交易所创业板上市交易。公司首次公开发行股票5,000万股，本次公开发行完成后，公司股本由人民币15,000万元增加至人民币20,000万元。公司于2022年4月25日召开了第四届董事会第十三次会议，于2022年5月18日召开了2021年年度股东大会，审议通过了《关于变更公司注册资本、公司类型、修订〈公司章程〉并办理工商变更登记的议案》（公告编号：2022-011）。报告期内，公司完成了工商变更登记及备案手续，并取得中国（天津）自由贸易试验区市场监督管理局换发的《营业执照》（公告编号：2022-035）。

2、公司股票于2022年3月28日上市，自2022年3月28日至2022年4月26日，公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价39.88元/股，触发了公司控股股东联美控股及其全资子公司联美资管就公司首次公开发行前所持有股份锁定期承诺的履行条件。联美控股、联美资管持有有限流通股锁定期由2025年3月28日延长至2025年9月28日（非交易日顺延）（公告编号：2022-021）。

3、2022年6月15日，公司召开2022年第一次临时股东大会，审议通过了《关于使用部分超募资金投资建设户外裸眼3D高清大屏项目的议案》，公司以全资子公司拉萨兆讯数字科技有限公司作为实施主体，计划在省会及以上城市通过自建和代理方式取得15块户外裸眼3D高清大屏。预计项目投资总额42,106.62万元（最终项目投资总额以实际投资为准）（公告编号：2022-031、034号公告）。自2022年6月以来，公司在广州、太原、贵阳等地先后打造的1400平方、550平方、1536平方的裸眼3D大屏建成落地并进入运营状态。