

# 上海龙韵广告传播股份有限公司

## 2015 年度 报告 摘要

公司代码:603729 公司简称:龙韵股份

证券代码:603729 证券简称:龙韵股份 公告编号:临2016-006

### 上海龙韵广告传播股份有限公司 第三届监事会七次会议决议公告

本监事会及全体监事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、监事会会议召开情况  
上海龙韵广告传播股份有限公司(以下简称“公司”)第三届监事会第七次会议通知于2016年1月22日以书面形式发出,会议于2016年2月2日13:00-15:00在上海龙韵广告传播股份有限公司(上海浦东东方路188号保利广场17层)7号会议室召开,会议由主席李建华先生主持,应出席会议的监事3名,实到监事3名,会议的召集、召开符合有关法律、法规和公司章程的规定。

二、监事会会议审议情况  
(一)审议通过《2015年度监事会工作报告》  
表决情况:同意3票,反对0票,弃权0票。  
本议案尚需提交公司2015年度股东大会审议。

(二)审议通过《2015年度工作报告》及《2015年度利润分配方案》  
公司监事会对于《2015年度工作报告》及《2015年度利润分配方案》进行了认真审核,认为:  
1、《2015年度工作报告》及《2015年度利润分配方案》编制和审议程序符合法律、法规和公司章程公司内部管理制度的各项规定。  
2、《2015年度工作报告》及《2015年度利润分配方案》的内容和格式符合中国证监会和证券交易所的各项规定,所包含的信息从各个方面真实地反映出公司当期的经营管理和财务状况等事实。  
3、在作出上述意见前,监事未发生参与2015年度财务报告编制和审计的人员间建立保密规定的行为。

4、保证本年度报告真实不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任,没有监事对《2015年度工作报告》内容的真实性、准确性无法保证或存在异议。  
表决情况:同意3票,反对0票,弃权0票。  
本议案尚需提交公司2015年度股东大会审议。

(三)审议通过《公司2015年度财务决算报告》  
监事会认为,公司2015年财务决算报告真实、公允地反映了公司财务状况。  
表决情况:同意3票,反对0票,弃权0票。  
本议案尚需提交公司2015年度股东大会审议。

(四)审议通过《公司2015年度利润分配方案》  
经中准会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2015年年初公司的未分配利润为23,535.13万元,加上本年度母公司实现的净利润450.58万元,扣除2014年度现金分红866.71万元,累计可供分配利润为22,217.84万元。按《公司章程》规定提取盈余公积后,年末母公司可供股东分配的利润为22,217.84万元。

为回报股东,在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下,兼顾股东近期收益和长期利益,公司2015年度利润分配预案拟定如下:  
以公司总股本6,667万股为基数,按每10股派发现金股利人民币0.65元(含税),派发现金股利总额为4,333,550.00元,剩余未分配利润结转下一年度。本年度公司不进行公积金转增股本,不送红股。  
表决情况:同意3票,反对0票,弃权0票。  
本议案尚需提交公司2015年度股东大会审议。

(五)审议通过《关于续聘2016年度审计机构的议案》  
表决情况:同意3票,反对0票,弃权0票。  
本议案尚需提交公司2015年度股东大会审议。

(六)审议通过《2015年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》  
监事会对于公司募集资金存放与实际使用情况的专项报告提出如下书面意见:  
1、内容真实、准确、完整,符合《上市公司募集资金存放与实际使用情况的专项报告》内容和格式指引,误导性陈述或重大遗漏,真实、客观地反映了2015年度募集资金的存放与实际使用情况;  
2、公司2015年度募集资金实际存放和使用符合中国证监会募集资金管理要求,与上海证券交易所关于上市公司募集资金存放和使用的有关规定,不存在违规使用募集资金的行为,不存在改变或变相改变募集资金投向而损害股东利益的情况。

表决情况:同意3票,反对0票,弃权0票。  
(七)审议通过《2015年度内部控制评价报告》  
监事会认为,公司按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。  
未来期间,公司将继续完善内部控制制度,规范内部控制制度执行,强化内部控制监督检查,促进公司健康、可持续发展。  
表决情况:同意3票,反对0票,弃权0票。

(八)审议通过《关于终止实施部分募集资金投资项目的议案》  
监事会认为,终止“创意制作基地建设”项目是公司基于市场、行业及公司战略方向做出的审慎决定,有利于募集资金更合理的使用,提高资金使用效率,符合相关法律法规的规定,不存在损害公司全体股东利益的情况,不会对公司的经营和未来发展产生不利影响。  
表决情况:同意3票,反对0票,弃权0票。  
本议案尚需提交公司2015年度股东大会审议。  
特此公告

上海龙韵广告传播股份有限公司  
2016年2月2日

证券代码:603729 证券简称:龙韵股份 公告编号:临2016-007  
上海龙韵广告传播股份有限公司  
关于公司2015年年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告

本监事会及全体监事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

经中国证券监督管理委员会《关于核准上海龙韵广告传播股份有限公司首次公开发行股票的批复》(证监许可[2015]310号)核准,公司采用网上网下配售对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式向社会公开发行人民币普通股(A股)1,667万股,发行价格为每股人民币26.61元,此次发行募集资金总额为443,588,700.00元,扣除发行费用合计人民币42,563,200.00元,本次发行募集资金净额为人民币401,025,500.00元,中准会计师事务所(特殊普通合伙)出具了《验资报告》(中准验字[2015]0109号)进行验证。

截至2015年12月31日,公司已累计使用募集资金274,620,835.74元,其中,创意制作基地建设项目使用募集资金52,078,000.00元,募集资金投资项目使用募集资金222,542,835.74元,尚未使用的募集资金净额为177,223,323.43元(包括计提700,000.00元临时补充流动资金,包括计提收到的银行存款利息扣除银行手续费后的净额),募集资金专户余额为90,353,323.43元(包括累计收到的银行存款利息扣除银行手续费后的净额)。

一、募集资金管理情况  
(一)募集资金管理情况  
根据中国证监会、上海证券交易所等监管机构的相关规则,经公司第二届董事会第四次会议和公司2014年度股东大会审议,公司修订了《募集资金管理制度》,报告期内公司严格按照《募集资金管理制度》的规定管理募集资金,募集资金的存储、使用、管理均符合《募集资金管理制度》及其他法律法规的相关规定。

募集资金到位后,本公司与兴业银行、浦发银行、平安银行股份有限公司上海分行、上海浦东发展银行股份有限公司及上海证券期货投资者保护基金三方签订了《募集资金专户存储三方监管协议》,上述协议均符合深圳证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议(范本)》规定,不存在重大差异,协议各方严格按照协议规定,履行相关的责任及义务。

二、募集资金专户存储情况  
公司首次公开发行股票募集资金全部存放于募集资金专项账户中,进行集中管理,截至2015年12月31日,募集资金专户余额为90,353,323.43元(包括累计收到的银行存款利息扣除银行手续费后的净额),具体金额如下:

三、本年度募集资金的实际使用情况  
(一)募集资金投资项目(以下简称“募投项目”)的资金使用情况  
截至2015年12月31日,按募集资金使用计划,公司已向两个募投项目投入募集资金金额274,620,835.74元(含置换预先投入募投项目的自有资金197,536,336.90元),具体情况参见“募集资金使用情况对照表”(附件1)。  
(二)募投项目先期投入及置换情况  
经公司第二届董事会第七次会议于2015年5月6日审议通过了《关于使用募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金的议案》,同意公司募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金。中准会计师事务所(特殊普通合伙)出具了《关于上海龙韵广告传播股份有限公司使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金的核查意见》,对公司使用募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金无异议。

关于募集资金的时间、地点、金额和汇率等具体情况,公司将另行发出关于召开公司2015年度股东大会的通知公告。  
表决情况:赞成5票,反对0票,弃权0票。  
特此公告

上海龙韵广告传播股份有限公司  
2016年2月2日

证券代码:603729 证券简称:龙韵股份 公告编号:临2016-008  
上海龙韵广告传播股份有限公司  
关于终止实施部分募集资金投资项目的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

经中国证券监督管理委员会《关于核准上海龙韵广告传播股份有限公司首次公开发行股票的批复》(证监许可[2015]310号)核准,上海龙韵广告传播股份有限公司(以下简称“公司”)2015年3月24日在上海证券交易所挂牌上市,向社会公开发行人民币普通股(A股)1,667万股,发行价格为每股人民币26.61元,本次发行募集资金总额为人民币443,588,700.00元,扣除发行费用后实际募集资金净额为人民币401,025,500.00元,中准会计师事务所(特殊普通合伙)出具了《验资报告》(中准验字[2015]0109号)进行验证。

截至2015年12月31日,公司已累计使用募集资金274,620,835.74元,其中,创意制作基地建设项目使用募集资金52,078,000.00元,募集资金投资项目使用募集资金222,542,835.74元,尚未使用的募集资金净额为177,223,323.43元(包括计提700,000.00元临时补充流动资金,包括计提收到的银行存款利息扣除银行手续费后的净额),募集资金专户余额为90,353,323.43元(包括累计收到的银行存款利息扣除银行手续费后的净额)。

一、募集资金管理情况  
(一)募集资金管理情况  
根据中国证监会、上海证券交易所等监管机构的相关规则,经公司第二届董事会第四次会议和公司2014年度股东大会审议,公司修订了《募集资金管理制度》,报告期内公司严格按照《募集资金管理制度》的规定管理募集资金,募集资金的存储、使用、管理均符合《募集资金管理制度》及其他法律法规的相关规定。

募集资金到位后,本公司与兴业银行、浦发银行、平安银行股份有限公司上海分行、上海浦东发展银行股份有限公司及上海证券期货投资者保护基金三方签订了《募集资金专户存储三方监管协议》,上述协议均符合深圳证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议(范本)》规定,不存在重大差异,协议各方严格按照协议规定,履行相关的责任及义务。

二、募集资金专户存储情况  
公司首次公开发行股票募集资金全部存放于募集资金专项账户中,进行集中管理,截至2015年12月31日,募集资金专户余额为90,353,323.43元(包括累计收到的银行存款利息扣除银行手续费后的净额),具体金额如下:

三、本年度募集资金的实际使用情况  
(一)募集资金投资项目(以下简称“募投项目”)的资金使用情况  
截至2015年12月31日,按募集资金使用计划,公司已向两个募投项目投入募集资金金额274,620,835.74元(含置换预先投入募投项目的自有资金197,536,336.90元),具体情况参见“募集资金使用情况对照表”(附件1)。  
(二)募投项目先期投入及置换情况  
经公司第二届董事会第七次会议于2015年5月6日审议通过了《关于使用募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金的议案》,同意公司募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金。中准会计师事务所(特殊普通合伙)出具了《关于上海龙韵广告传播股份有限公司使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金的核查意见》,对公司使用募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金无异议。

关于募集资金的时间、地点、金额和汇率等具体情况,公司将另行发出关于召开公司2015年度股东大会的通知公告。  
表决情况:赞成5票,反对0票,弃权0票。  
特此公告

上海龙韵广告传播股份有限公司  
2016年2月2日

证券代码:000998 证券简称:隆平高科 公告编号:2016-19  
袁隆平农业高科技股份有限公司  
关于签署募集资金专户存储四方监管协议的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

2015年12月16日,中国证券监督管理委员会核发了《关于核准隆平农业高科技股份有限公司公开发行股票的公告》(证监许可[2015]2954号),核准隆平农业高科技股份有限公司(以下简称“公司”)非公开发行股票不超过20,000,000股(2亿股),核准发行价格为人民币10.00元/股。公司公开发行人民币普通股(A股)20,000,000股,每股发行价格为人民币10.00元,每股发行认购价格为人民币1.83元,公司共募集资金净额为人民币200,363,900.00元(不包括发行费用),募集资金净额全部用于偿还银行贷款。

为规范公司募集资金管理,保障投资者权益,根据《上市公司募集资金监管指引第1号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等相关法律法规及《隆平农业高科技股份有限公司募集资金管理办法》的规定,公司及保荐机构中信证券股份有限公司(以下简称“中信证券”)、中国民生银行股份有限公司(以下简称“民生银行”)分别与中国农业银行股份有限公司长沙县支行、中国建设银行股份有限公司长沙分行、中国工商银行股份有限公司长沙分行签署了《募集资金专户存储四方监管协议》(以下简称“协议”),协议约定的主要条款如下:

一、公司在上述各银行开设募集资金专项账户(以下简称“专户”),专户专户使用情况如下:

二、公司上述各银行均严格遵守《中华人民共和国票据法》、《支付结算办法》、《人民币银行结算账户管理办法》等法律、法规和规章。

三、中信证券和民生银行作为公司的联合保荐机构,应当依据有关规定指定保荐代表人或其他工作人员对公司募集资金使用情况进行监督,中信证券和民生银行证券应当依据《深圳证券交易所主板上市公司规范运作指引》以及公司制订的募集资金管理制度履行监督职责,并有权采取现场调查、书面问询等方式行使其监督权。公司与上述各银行应当依法配合中信证券和民生银行的调查与查询,中信证券和民生银行每季度对公司现场调查时应当提供募集资金专户存储情况。

四、因本行有效期内涉及向中信证券和民生银行指定的保荐代表人可以随时对上述各银行查询、复印公司专户的资料,上述各银行应及时、准确、完整地提供其所请求的有关专户的资料,公司应当在签署本协议的同时,出具授权上述保荐代表人准确、完整地提供其所请求的有关专户的资料;中信证券和民生银行指定其他工作人员对上述各银行查询公司专户有关资料时应出具合法的合法身份证明及中信证券、民生证券工作人员授权委托书。

五、上述各银行每月(每月工作日前)向公司出具对账单,并抄送中信证券和民生银行,上述各银行提供对账单内容真实、准确、完整。

六、公司一次或12个月内累计计提专户支取的金额超过5,000万元(按照伍仟万元人民币或者募集资金净额的10%孰低者确定)的,公司及上述各银行应及时以转账方式通知中信证券和民生银行,同时提供专户的支出清单。

七、中信证券和民生银行有权根据有关规定更换指定的保荐代表人,中信证券和民生银行更换保荐代表人的,应当将书面文件书面通知上述各银行,同时按本协议第一条的要求向上述各银行书面通知更换后的保荐代表人联系方式,并且公司和前述的保荐代表人出具关于向上述各银行书面事项的授权书,更换保荐代表人不影响本协议的效力。

八、上述各银行连续三次未及时向中信证券和民生银行出具对账单或通知专户大额支取情况,以及存在未按照本协议约定配合中信证券和民生银行查询专户资料的,公司有权终止本协议并追究募集资金专户银行违约责任。

九、各条款之间,上述各银行、中信证券、民生银行四方法定代表人/负责人或其他授权代表签署并加盖公章或合同专用章之日起生效,至专户资金全部支出完毕且中信证券和民生银行督导期限结束后失效。

上海龙韵广告传播股份有限公司董事会  
二〇一六年二月二日

#### 一、重要提示

1.1 为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定网站仔细研读年度报告全文。  
1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。  
1.3 公司全体董事出席董事会会议。  
中准会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。  
1.4 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	龙韵股份	603729	无

联系人/联系方式	股票简称	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陆征行		
电话	021-58826599		
传真	021-58826679		
电子信箱	luzhengxing@shlcy.com		

1.5 董事会拟以公司总股本6,667万股为基数,按每10股派发现金股利人民币0.65元(含税),派发现金股利总额433,550.00元,剩余未分配利润结转下一年度。本年度公司不进行公积金转增股本,不送红股,该利润分配预案尚待股东大会批准。

#### 二、报告期主要业务及产品简介

1. 主要业务及经营模式  
报告期内,公司主营业务为广告媒介代理服务及广告全案服务业务。  
“广告媒介代理服务”主要指公司代理客户进行广告媒介采购和媒介执行,具体分为广告独家代理(又称“自有媒体”)业务和常规媒介代理业务两种业务模式。广告独家代理业务是指公司拥有广告独家代理权的媒体,为客户提供广告代理业务;常规媒介代理业务是指公司在不同独家代理权的媒体为客户提供广告代理的业务。  
广告全案服务的业务模式指公司为客户提供市场研究、品牌管理、创意设计、视频制作广告策略、广告执行、广告销售等全案营销服务,构建完整广告产业链,为客户提供提供从媒介执行业务之外的整合营销解决方案。

报告期内,伴随着营销行业整体格局的发展趋势,公司合作的媒介渠道,除了以电视媒体为主的传统媒体外,还逐步增加了以互联网技术为依托的新媒体渠道。

2. 行业情况说明  
公司所处的广告营销行业,其广告创意设计、广告策划、广告设计、广告制作等业务为现代商业服务业均属于《产业结构调整指导目录》中的鼓励类项目;《国家“十二五”时期文化产业发展规划纲要》中也明确提出发展现代文化包括广告业在内的文化产业。得益于国家政策的鼓励扶持和国内消费结构的升级调整,报告期内国内广告营销行业市场规模仍保持持续增长。

另一方面,报告期内中国经济仍处于结构调整、转型升级的过程中,2015年度国内GDP增速仅为6.9%,受国内宏观经济走势影响,广告营销行业整体呈现行业竞争加剧,行业整体盈利能力下降,传统广告市场和互联网广告市场格局调整的局面,公司作为国内传统电视媒体广告代理业务的领先者,报告期内受前行业运行态势的影响,在主要业务收入稳定增长的情况下,整体毛利率仍出现下滑态势,盈利能力下降,业务布局亟待优化调整。

三、会计数据和财务指标摘要  
单位:元 币种:人民币

	2016年1-12月	2015年	本年比上年增减(%)	2013年
总资产	1,105,811,875.80	759,618,567.09	45.71	626,120,551.73
营业收入	1,320,438,943.93	1,177,299,452.47	12.16	1,154,210,660.30
归属于上市公司股东的净利润	40,660,516.31	78,341,668.85	-48.10	83,213,461.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	33,083,107.18	79,799,162.42	-58.54	77,159,051.20
归属于上市公司股东的现金流量净额	97,650,952.33	542,632,036.02	-79.80	464,290,367.17
经营活动产生的现金流量净额	-142,833,282.08	31,811,739.63	-548.99	37,205,003.17
期末总股本	66,670,000.00	50,000,000.00	33.34	50,000,000.00
基本每股收益(元/股)	0.65	1.57	-58.48	1.66
稀释每股收益(元/股)	0.65	1.57	-58.48	1.66
加权平均净资产收益率(%)	4.73	15.56	下降10.83个百分点	19.69

报告期末公司前三年主要会计数据和财务指标的说明:  
1.营业收入近三年持续增长,报告期比上年同期增长12.16%,主要系常规代理业务及全案业务持续增长所致;  
2.归属于上市公司股东的净利润近三年持续下降,报告期比上年同期下降48.10%,主要报告期内收入增长幅度较低,毛利率下降所致;  
3.2014年及2015年经营活动产生的现金流量净额,呈现现金净流入状态,报告期内,现金呈现净流出状态,主要系媒介代理客户增加了一线媒体投放量,媒体数据播发支付比例大幅提高,客户款尚在信用期内,致使公司银行存款增加所致;  
4.归属于上市公司股东的净资产近三年持续增长,报告期比上年同期增长79.8%,除净利润增加影响外,主要系报告期内公司公开发行股票并募集资金,公司资本公积增加所致;  
5.基本每股收益:2014年与2013年度基本持平,报告期比上年同期下降58.48%,主要系报告期净利润减少及股本增加所致;  
6.加权平均净资产收益率:近三年持续下降,报告期比上年同期下降10.83个百分点,主要系报告期净利润减少及股本增加所致。

四、2015年分季度的主要财务指标  
单位:元 币种:人民币

	第一季度 1-3月份	第二季度 4-6月份	第三季度 7-9月份	第四季度 10-12月份
营业收入	347,930,193.68	350,468,166.31	330,532,292.05	291,507,291.88
归属于上市公司股东的净利润	-3,295,200.57	38,670,231.23	5,420,601.89	-135,176.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-9,820,385.15	38,223,105.10	5,220,601.89	-540,214.66
经营活动产生的现金流量净额	-113,762,393.91	-70,262,328.39	-6,232,112.06	47,423,552.28

五、股东及实际控制人情况  
5.1 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

截止报告期末普通股股东总数(户)	7,868
年度报告披露前上一月末普通股股东总数(户)	8,115
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

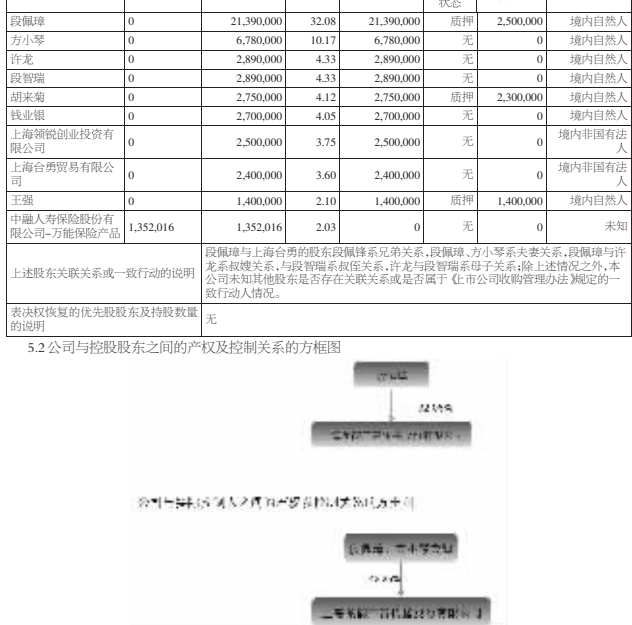
前10名普通股股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内期末持股数量(股)	期末持股比例(%)	持有有限售条件的股份数量(股)	质押或冻结情况	股东性质	
陈瑞福	21,390,000	32.08	21,390,000	质押 2,500,000	境内自然人	
方乃奇	6,780,000	10.17	6,780,000	无	0	境内自然人
许忠	2,890,000	4.33	2,890,000	无	0	境内自然人
胡春波	2,890,000	4.33	2,890,000	无	0	境内自然人
胡春波	2,750,000	4.12	2,750,000	质押 2,300,000	0	境内自然人
魏国瑞	2,700,000	4.05	2,700,000	无	0	境内自然人
上海鼎创创业投资有限公司	2,500,000	3.75	2,500,000	无	0	境内非自然人
上海尚贤投资有限公司	2,400,000	3.60	2,400,000	无	0	境内非自然人
王强	1,400,000	2.10	1,400,000	质押 1,400,000	0	境内自然人
上海龙韵广告传播股份有限公司-员工持股计划	1,352,016	2.03	0	无	0	未知

上述股东关联关系或一致行动的说明  
陈瑞福与上海尚贤投资控股有限公司系夫妻关系,陈瑞福、方乃奇系夫妻关系,魏国瑞与许忠系夫妻关系,魏国瑞系陈瑞福之弟,许忠与魏国瑞系兄弟关系,上述持股之外,本公司未知其他股东是否存在关联关系或是否属于《上市公司收购管理办法》规定的的一致行动人情况。

表决权恢复的优先股股东及持股数量  
无

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



5.3 公司优先股股东总数及前10名股东情况  
不适用

#### 六、管理层讨论与分析

(一)管理层讨论与分析  
2015年度,在错综复杂的国际形势下,中国经济下行压力不断加大,在稳中求进的总基调中,贯穿全年度的是进一步加快转型升级,进一步加快结构调整,但更为严峻的现实是,国内结构调整转型升级正在爬坡过坎的关键阶段,全面深化改革任务艰巨,整个2015年度国内经济运行在合理区间内,但并未达到预期目标,经济结构调整呈现一定的脆弱特征。

从行业角度看,2015年度,中国整体媒体广告市场仍处于增长区间,较之2014年度而言,国内整体媒体广告市场规模下降13.2%,低于2014年度相比2013年度的15.9%的增速(数据来源:eMarketer),整体增速有所放缓,行业格局呈现以下主要特点:

1.行业整体盈利能力下降,行业竞争加剧。报告期内,受经济趋弱影响,广告主预算调整,导致行业竞争加剧,挤压行业公司的盈利空间,降低行业整体盈利能力,加剧行业竞争;另一方面,互联网高速发展带动社会进入注意力稀缺时代,广告投放进一步向内容场景中,第一梯队媒体集中用户,用户数据等优势地位,愈发受到具有更高议价能力的媒体青睐,从媒体端进一步提升了营销类公司的中间空间。

2.传统广告媒体业务和互联网广告业务均呈现高速增长区间,较之2014年度而言,国内传统媒体广告广告花费同比增长13.2%,低于2014年度相比2013年度的15.9%的增速(数据来源:eMarketer),整体增速有所放缓,行业格局呈现以下主要特点:

1.行业整体盈利能力下降,行业竞争加剧。报告期内,受经济趋弱影响,广告主预算调整,导致行业竞争加剧,挤压行业公司的盈利空间,降低行业整体盈利能力,加剧行业竞争;另一方面,互联网高速发展带动社会进入注意力稀缺时代,广告投放进一步向内容场景中,第一梯队媒体集中用户,用户数据等优势地位,愈发受到具有更高议价能力的媒体青睐,从媒体端进一步提升了营销类公司的中间空间。

2.传统广告媒体业务和互联网广告业务均呈现高速增长区间,较之2014年度而言,国内传统媒体广告广告花费同比增长13.2%,低于2014年度相比2013年度的15.9%的增速(数据来源:eMarketer),整体增速有所放缓,行业格局呈现以下主要特点:

1.行业整体盈利能力下降,行业竞争加剧。报告期内,受经济趋弱影响,广告主预算调整,导致行业竞争加剧,挤压行业公司的盈利空间,降低行业整体盈利能力,加剧行业竞争;另一方面,互联网高速发展带动社会进入注意力稀缺时代,广告投放进一步向内容场景中,第一梯队媒体集中用户,用户数据等优势地位,愈发受到具有更高议价能力的媒体青睐,从媒体端进一步提升了营销类公司的中间空间。

2.传统广告媒体业务和互联网广告业务均呈现高速增长区间,较之2014年度而言,国内传统媒体广告广告花费同比增长13.2%,低于2014年度相比2013年度的15.9%的增速(数据来源:eMarketer),整体增速有所放缓,行业格局呈现以下主要特点:

1.行业整体盈利能力下降,行业竞争加剧。报告期内,受经济趋弱影响,广告主预算调整,导致行业竞争加剧,挤压行业公司的盈利空间,降低行业整体盈利能力,加剧行业竞争;另一方面,互联网高速发展带动社会进入注意力稀缺时代,广告投放进一步向内容场景中,第一梯队媒体集中用户,用户数据等优势地位,愈发受到具有更高议价能力的媒体青睐,从媒体端进一步提升了营销类公司的中间空间。

2.传统广告媒体业务和互联网广告业务均呈现高速增长区间,较之2014年度而言,国内传统媒体广告广告花费同比增长13.2%,低于2014年度相比2013年度的15.9%的增速(数据来源:eMarketer),整体增速有所放缓,行业格局呈现以下主要特点:

1.行业整体盈利能力下降,行业竞争加剧。报告期内,受经济趋弱影响,广告主预算调整,导致行业竞争加剧,挤压行业公司的盈利空间,降低行业整体盈利能力,加剧行业竞争;另一方面,互联网高速发展带动社会进入注意力稀缺时代,广告投放进一步向内容场景中,第一梯队媒体集中用户,用户数据等优势地位,愈发受到具有更高议价能力的媒体青睐,从媒体端进一步提升了营销类公司的中间空间。

2.传统广告媒体业务和互联网广告业务均呈现高速增长区间,较之2014年度而言,国内传统媒体广告广告花费同比增长13.2%,低于2014年度相比2013年度的15.9%的增速(数据来源:eMarketer),整体增速有所放缓,行业格局呈现以下主要特点:

1.行业整体盈利能力下降,行业竞争加剧。报告期内,受经济趋弱影响,广告主预算调整,导致行业竞争加剧,挤压行业公司的盈利空间,降低行业整体盈利能力,加剧行业竞争;另一方面,互联网高速发展带动社会进入注意力稀缺时代,广告投放进一步向内容场景中,第一梯队媒体集中用户,用户数据等优势地位,愈发受到具有更高议价能力的媒体青睐,从媒体端进一步提升了营销类公司的中间空间。

2.传统广告媒体业务和互联网广告业务均呈现高速增长区间,较之2014年度而言,国内传统媒体广告广告花费同比增长13.2%,低于2014年度相比2013年度的15.9%的增速(数据来源:eMarketer),整体增速有所放缓,行业格局呈现以下主要特点: