

证券代码：605168

证券简称：三人行

三人行传媒集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：20210513

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：三人行 2021 年 5 月 13 日机构调研交流	
参与单位名称及人员姓名	招商证券-谢笑妍 建信基金-王誉锦、邵卓、江映德 天弘基金-肖丽荣 银华基金-刘洋	新华基金-张雷 生命保险资管-何佳天 中欧基金-刘寒冰
时间	2021 年 5 月 13 日（下午 15:30-17:00）	
地点	现场交流	
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理钱俊冬先生，财务总监陈胜先生，董事会秘书李达先生	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>应投资者要求介绍了公司 2020 年度业务开展情况，并就调研机构关心的问题进行了问答交流。</p> <p>-----</p> <p>机构投资者互动交流：</p> <p>1、公司未来是否会增加效果广告的业务？效果广告占比的提升是否会导致毛利降低和回款的风险？</p> <p>回复：截至目前，公司主要为客户提供品牌广告服务。目前，公司已经建立了效果广告服务团队，正在为京东等原有品牌广告客户提供效果广告服务。公司在效果广告领域的布局，主要以提升整体盈利能力和保障回款质量为首要目标。</p> <p>公司未来还将持续以毛利率较高品牌广告为主要业务，公司服务的客户更注重品牌调性，对品牌广告的需求会逐年增强，因此客户在增加效果广告投入的同时，不会降低品牌广告的业务预算，因此公司会坚持品牌广告为主，品效结合，不会导致毛利率大幅下降，也不会增加应收账款的回款风险。</p>	

2、公司未来在伊利的互联网广告服务持续性怎么样？

回复：伊利集团是公司的重要战略客户，公司为其提供专业的以媒介采买为主的整合营销服务。2021年公司继续中标伊利的广告投放，会继续为伊利做好专业的互联网广告整合营销服务；公司中标后，和客户一般签署的是年度框架协议，再根据客户年内产品推广计划，进行不同波次的投放。公司为伊利建立了整建制、专业化的服务团队，深刻理解伊利液奶、冰品、奶粉等不同产品线产品的品牌调性和营销特点，能够为其进行未来，公司争取以专业的整合营销服务能力争取为伊利提供更多服务。

3、公司今年已在手的订单有哪些？

回复：因为公司签署的合同多为年度框架协议，未达到信息披露的标准，因此公司未披露。2021年，根据公司的中标情况，公司将继续为户伊利、中国移动、中国电信、中国联通、中国一汽、京东、国有大型商业银行中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国银行、光大银行、华夏银行、中信银行、北京银行、中国人保、中国人寿等客户提供服务。此外，今年新增华润集团旗下怡宝、雪花、喜力等快速消费品客户；以及邮储银行等金融客户；此外，2021年，为了给客户提供更全面的整合营销服务，争取更高的客户预算，公司将为中国电信等客户进行央视广告的投放。

4、公司金融领域客户的预算空间，未来会有多少？

回复：2021年，公司将继续为国有大型商业银行中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国银行、光大银行、华夏银行、中信银行、北京银行、中国人保、中国人寿等客户提供服务，此外，今年新增邮储银行等金融客户，金融领域的客户对品牌广告需求很强，客户的年度预算呈现逐年增加的趋势。

5、公司披露了增持计划，目前对增持的具体实施时间是怎么安排的？

回复：根据公司披露的关于增持的公告，2021年4月23日，公司实际控制人已通过公司控股股东西安多多投资管理有限公司以合法自筹资金增持股份共计40,000股，占公司总股本的0.0574%；公司董事会秘书李达以合法自筹资金增持股份共计2,400股，占公司总股本的0.0034%。包括公司董事、副总经理王川、财务总监陈胜等在内的公司的其他核心高管也正在陆续通过集合竞价交易系统二级市场分批增持股票。公司将尽快完成增持计划中披露的增持金额，完成时间不晚于2021年10月22日。

6、公司5月28日有一部分限售股份将上市流通，目前对这部分安排是什么？公司核心团队持股平台西安众行投资管理有限合伙企业的股份是怎么安排的？

回复：公司的实际控制人、以及公司控股股东西安多多投资管理有限公司、公司核心团队的持股平台西安众行投资管理有限合伙企业，所持有公司的股份均是限售三年，因此限售期到期前股份不会有变动，管理层及核心团队也很稳定，所有精力都投入在在做好及提高公司业绩上。

关于5月28日解限售股份的股东，其中有不少股东对公司的未来发展非常有信心愿意在解禁后继续长期持有公司股票。

7、公司对费用率管控得比较好，2020年销售费用有明显下降的趋势，是什么原因导致了销售费用下降？公司未来能够维持较低的费用率吗？

回复：2020年费用金额上升，但占比下降，所以看起来费用率下降。主要原因是：首先，公司是轻资产公司，费用主要是房租和人员薪酬，国家在2020对企业有疫情扶持政策，公司享受了房租及社保部分减免；其次，公司的集约化管理，业务的增加并未造成人员、办公面积的大幅增加；第三，公司核心团队人员稳定，人员费用未发生随着公司规模迅速扩大而大幅增长的情况；最后，2020年因为疫情影响人员无法出差，线上业务增加较多，所以差旅费用发生较少。最后，公司是创业型企业，包括总经理在内的销售负责人均无销售提成，核心团队享有公司股权激励，与公司的利益牢牢结合在一起，共同关注公司的长远发展。

8、公司2020年度现金流呈现较弱，主要是什么原因？

回复：2020年，公司营业收入相较2019年大幅增长，2020年四季度确认的营业收入同比增加，其中第四季度的部分大客户广告投放涉及跨春节投放，例如跨年春促广告投放，会形成一个投放波次，且投放金额较大，整个投放波次执行完毕后再结算，即结算时间在次年；但12月投放完成后按照会计准则对12月的投放排期确认收入，这就导致了经营现金流和利润规模增长不太匹配。此外随着公司规模的迅速增长，公司2020年投入的营运资金增加。另外，公司在2020年底收到汽车客户银行承兑汇票6150万元，计入应收款项融资，未计入经营活动现金流，如这部分视同现金回款，经营活动现金净流量将超过2019年度（这部分银行承兑汇票已陆续到期后兑付）。

9、公司第一季度营收及应付较高，是什么原因？

回复：第一季度末，很多广告波次尚在投放中，因此确认的客户应收和媒体应付较高。不同的业务类型和客户账期不同，通常在每个波次投放完成后的3个月内回款。

10、今年的媒体投放趋势今年是怎样的？

回复：2021年，品牌广告主在字节跳动、腾讯等头部媒体上投放的预算依旧较高，同时在快手、小红书、B站等媒体上的投放预算呈上升趋势。

11、媒体的市场地位逐渐提升，公司怎么应对这种情况以控制媒体采购成本？

回复：公司为客户提供的是品牌广告服务，为客户提供媒介策略以及媒介投放代理，并非媒介代理商，对于媒体方来说公司是媒体公司的客户，因此具有一定的议价话语权。

12、场景活动2020年度的营收有多少？

回复：2020年度，场景活动服务营收1.48亿。

13、公司客户集中度较高，市场对公司客户业务的可持续性有疑虑，公司客户可持续的原因有哪些？

回复：公司提供的是品牌广告业务，品牌客户强调的是品牌调性和品牌战略，投放广告是客户实施品牌战略的一种手段。公司客户都是知名客户，对于公司客

	<p>户来说，对品牌的深刻理解尤为重要，公司已为其提供服务多年，公司自 2004 年开始与中国移动合作，自 2008 年开始与中国电信合作，自 2013 年开始与中国工商银行、京东集团合作，自 2014 年开始与中国农业银行合作，自 2015 年开始与伊利集团合作，对客户品牌和市场定位有深刻的专业理解，是通信运营商领域、金融保险领域、消费品领域等专业的营销专家。能为客户提供与其品牌调性、战略定位相匹配的品牌广告服务，客户一旦更换广告服务商，需要耗费大量时间来探索和磨合，所以客户黏性很强。</p> <p>同时，公司通过提升专业服务水平、打造创意爆款，提升交付质量等方面，增强客户服务能力，夯实客户基础，在行业内建立突出的品牌形象。</p> <p>14、公司大客户集中度较高，公司选择客户的标准是什么？</p> <p>回复：因为公司的主要客户为运营商、食品饮料、银行、互联网领域内具有市场领先地位的大型企业或者上市公司，客户业务规模较大，单一客户的广告预算及投放金额都较大，因此占公司收入比重较高，造成公司客户集中度较高；公司选择客户看中客户品牌影响，以及客户资金实力和回款能力，因此公司无坏账。</p> <p>15、公司未来规划？</p> <p>回复：根据目前市场发展趋势，公司业务发展坚持以下几个方向：争取现有客户增量预算；拓展新客户，目前重点拓展汽车行业、消费品客户；业务类型方面，坚持品牌广告。未来愿景：专业过硬、收入利润持续增长、行业地位全国领先、持续现金分红、推动公司股价客观反映公司投资价值。</p> <p>16、根据一季度经营情况，公司能否完成股权激励设置的业务目标？</p> <p>回复：首先，从公司在手订单情况看，2021 年，根据公司的中标情况，公司将继续为户伊利、中国移动、中国电信、中国联通、中国一汽、京东、国有大型商业银行中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国银行、光大银行、华夏银行、中信银行、北京银行、中国人保、中国人寿等客户提供服务。此外，今年新增华润集团旗下怡宝、雪花、喜力等快速消费品客户；以及邮储银行等金融客户；此外，2021 年，为了给客户提供更全面的整合营销服务，争取更高的客户预算，公司将为中国电信等客户进行央视广告的投放。其次，从已实现的经营数据看，公司一季度的利润通常占全年利润的 10%左右（可从 2019 年、2020 年披露的相关信息看出，2019 年一季度和 2020 年一季度实现的归母净利润分别占全年的 7.89%、11.14%）。所以按照公司目前经营的情况，一季度实现净利润 5,318.83 万元，很有信心全年实现公司股权激励设置的 2021 年公司净利润不低于 5.00 亿元业绩目标。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2021 年 5 月 13 日